

# 是时候寻觅世界级自主品牌车企

汽车行业首席分析师：黄细里

执业编号：S0600520010001

联系邮箱：huanxl@dwzq.com.cn

联系电话：021-60199790

汽车行业研究助理：杨惠冰

联系邮箱：yanghb@dwzq.com.cn

2021年12月22日

- ◆ **2020H2以来国内乘用车出口为何高增长？**我们选取2021年以来国内自主品牌出口同比增量最大的五个国家：智利/俄罗斯/澳大利亚/埃及/印度（增量占比超50%）进行分析：**1）自主品牌海外产能/渠道布局不断推进，进入产品放量期。**以上汽MG/奇瑞为代表的自主品牌车企于东南亚、南美、大洋洲、非洲等地产能提早布局，渠道接洽有序推进，国内市场成熟产品陆续导入对应海外地区，产品逐步进入放量期。**2）2020年疫情原因海外供应链受损更大，自主品牌出海需求驱动较强。**2020年全球疫情爆发下，海外相比国内疫情更为严重，整车生产端受限/供应链受损等负面影响也更大，无法满足海外各地区正常需求，自主品牌出海终端市场驱动较强。**3）特斯拉欧洲工厂进展较慢，国内工厂同步覆盖出口欧洲。**
- ◆ **未来国内自主品牌出口增量核心看哪里？**我们将全球除北美和日韩以外的市场划分为8个地区，并依据地区市场规模以及自主品牌重点布局程度分为三个不同的梯队：**1）东南亚&南美&东欧&南亚地区：市场规模较大且各大自主品牌布局进度较快。**东南亚/南美/东欧/南亚地区乘用车年市场规模分别约为350/400/350/450万辆（指2015-2020年，后续除特殊标注外市场规模均指该阶段），原有自主品牌主要以上汽MG+奇瑞+吉利等为主，长城汽车自2020年起加速海外市场产能投放和车型导入，配合原有MG以及奇瑞等品牌共同发力，抢占更多以日系三菱/铃木和法系雷诺、美系福特/通用等的市场份额。**2022/2025年市场份额有望分别提升至12%/18%、7.5%/14%、6%/10%、3%/8%。****2）西欧市场：市场规模较大但原有格局稳固，电动车为重要突破口。**市场规模约为1600万辆，原有燃油市场格局较为稳固，欧系本土品牌占据绝对优势地位。日系份额不足20%，原有自主品牌以上汽MG为主。未来，吉利借助沃尔沃成熟渠道以及品牌力以及自身强势电动产品进军欧洲；长城汽车以魏派摩卡PHEV和欧拉猫系为先锋进军欧洲市场，新势力蔚小理相继进军欧洲，有望快速突破。**2022/2025年自主品牌份额有望分别达到1%/9%。****3）大洋洲/西亚/非洲市场：市场规模较小。**大洋洲/西亚/非洲市场整体规模较小，自主品牌布局相对较慢，未来整体增量贡献相对有限。
- ◆ **投资建议：**推荐【长城汽车+理想汽车+小鹏汽车+比亚迪+吉利汽车+广汽集团+长安汽车+上汽集团】，关注【蔚来汽车+江淮汽车+小康汽车+北汽蓝谷】。
- **风险提示：**疫情控制进展低于预期；新能源汽车行业发展增速低于预期；芯片/电池等关键零部件供应链不稳定。



## ■ 当下出口情况如何？

---

## ■ 2021年以来出口为何持续高增长？

---

## ■ 未来出口持续增长核心看哪里？

---

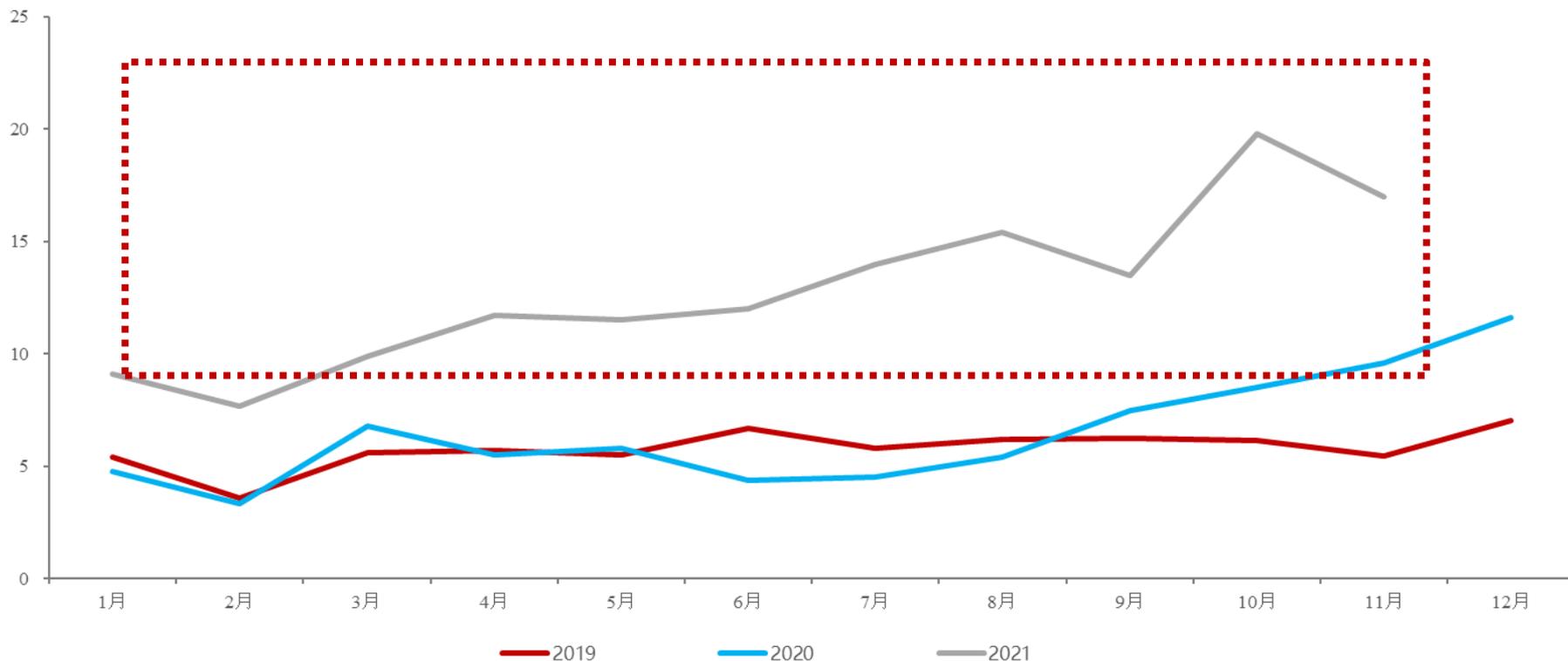
## ■ 投资建议与风险提示

---

# 一、当下出口情况：2021年以来持续高增长

乘用车出口稳步增长，中国制造体系竞争力持续提升。2017~2020H1国内乘用车市场出口基本保持稳定，年出口量在60万辆左右，增长相对乏力；主要系国内乘用车市场彼时正处于周期下行阶段，主要车企海外市场布局刚刚起步，增长驱动较弱。自2021年以来，国内出口量保持同比持续高位，2021年11月乘用车出口17.0万辆，同比+71.2%，环比-14.1%。

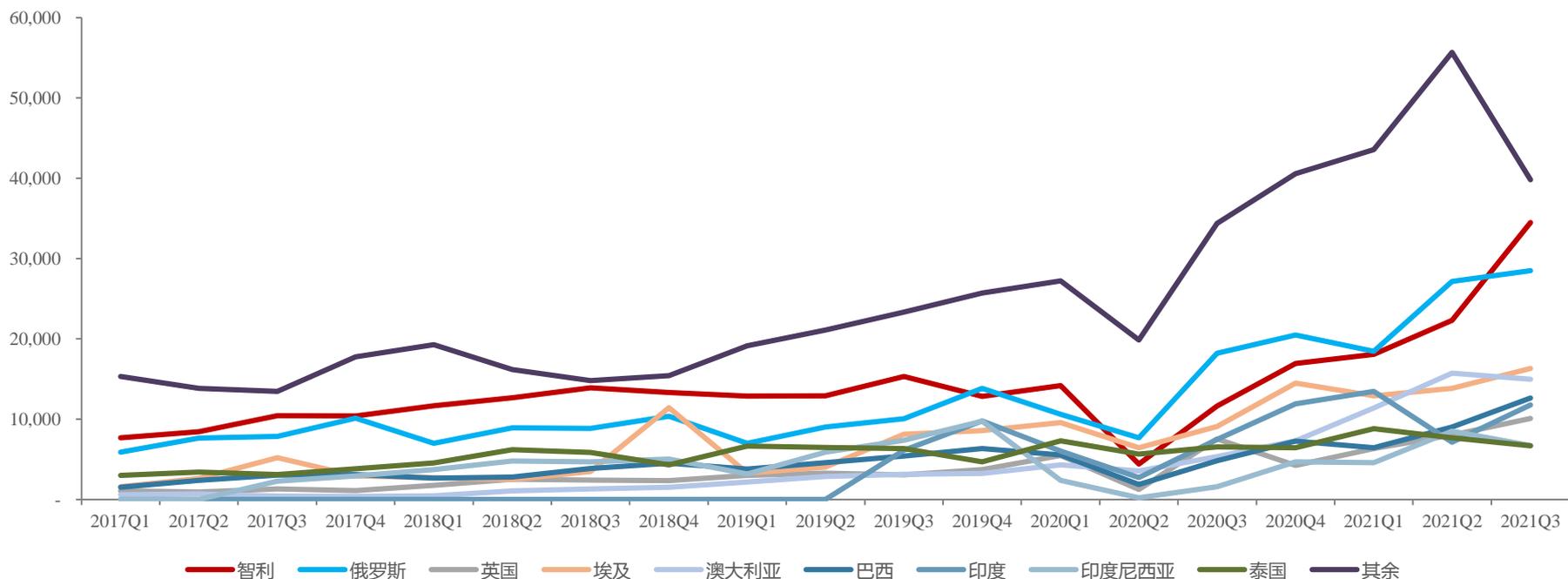
图：2017-2021年中国乘用车出口情况/万辆



# 一、当下出口情况：新兴经济体占据主要份额

- ◆ 出口国别维度来看，中国自主乘用车品牌（未计算特斯拉/合资）出口量（绝对值）分地区排名前列的国家依次为智利+俄罗斯+埃及以及英国+澳大利亚等。其中智利市场份额自2020Q2起逐年提升，2021Q3占比达19%。2021Q3出口国别集中度为CR5=57%。

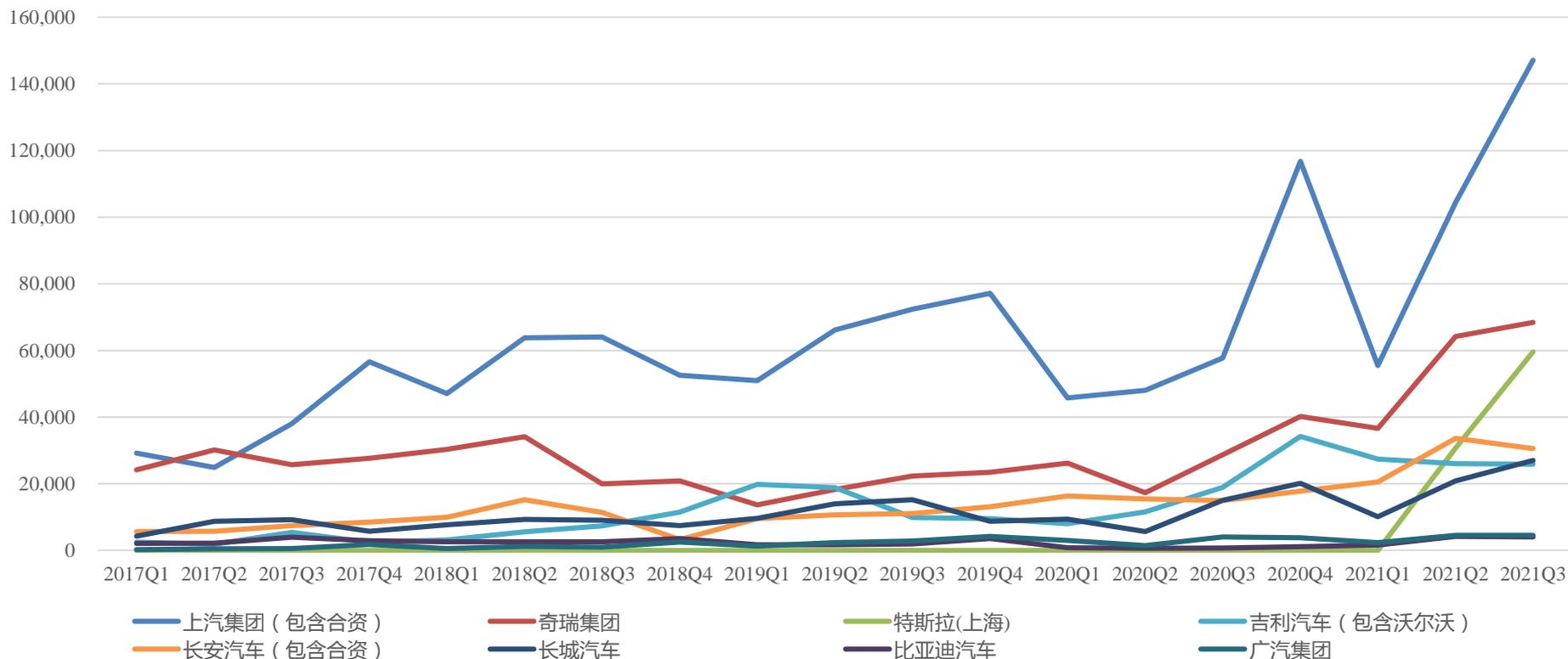
图：中国汽车出口主要国家/辆



# 一、当下出口情况：上汽+奇瑞+特斯拉居首

◆ **疫情因素影响下，国内车企出口持续上行，品牌力同步出口，海外扩张加速。** 自主品牌制造水平逐步提升下，乘用车出口持续提升，其中上汽/奇瑞/长城出口较多，尤以上汽乘用车表现最好，主流车企吉利/长安/奇瑞/长城等均保持高增速。新势力车企逐步开启海外市场战略，2021年9月蔚来挪威市场正式开始交付，挪威补能体系等基础设施建设有序推进；7月7日小鹏P7于挪威开启盲订，10月25日小鹏P7挪威售价正式公布，海外市场推进顺利。

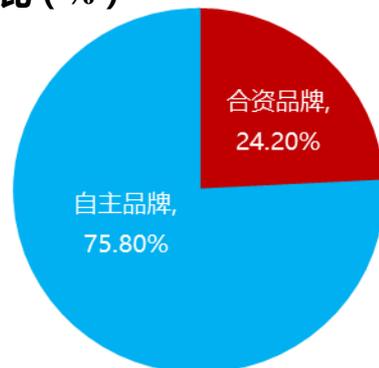
图：重点车企出口量数据/辆



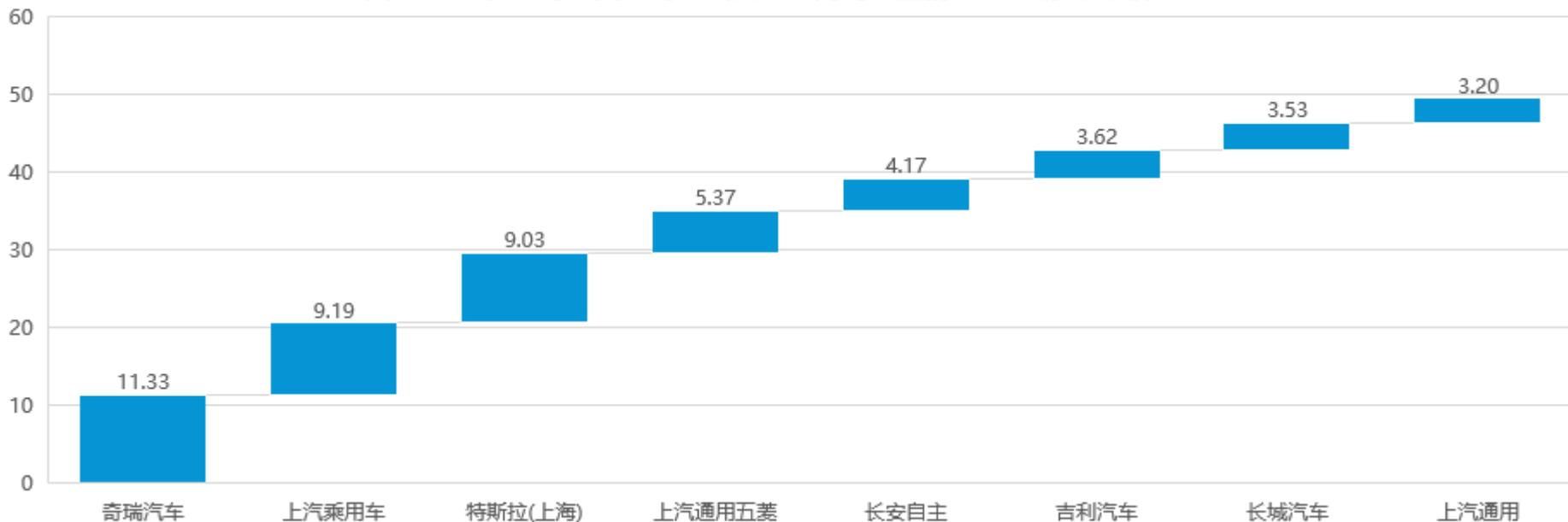
# 一、当下出口情况：自主品牌奇瑞+上汽贡献较大

出口车企维度：自主品牌贡献出口增量占比75.80%，为2021年以来推动中国汽车出口的主要力量，其中奇瑞+上汽系增量最大。对2021年1-9月中国汽车出口量进行了车企层面的拆分，奇瑞汽车（18.8%）、上汽乘用车（15.3%）、特斯拉（上海）（15.0%）、上汽通用五菱（8.9%）、长安自主（6.9%）、吉利汽车（6.0%）、长城汽车（5.9%）、上汽通用（5.3%）出口增量排名前列，同时八家车企累计增量占合计增量的80%以上。

图：2021年1-9月中国乘用车出口车企同比增量占比（%）



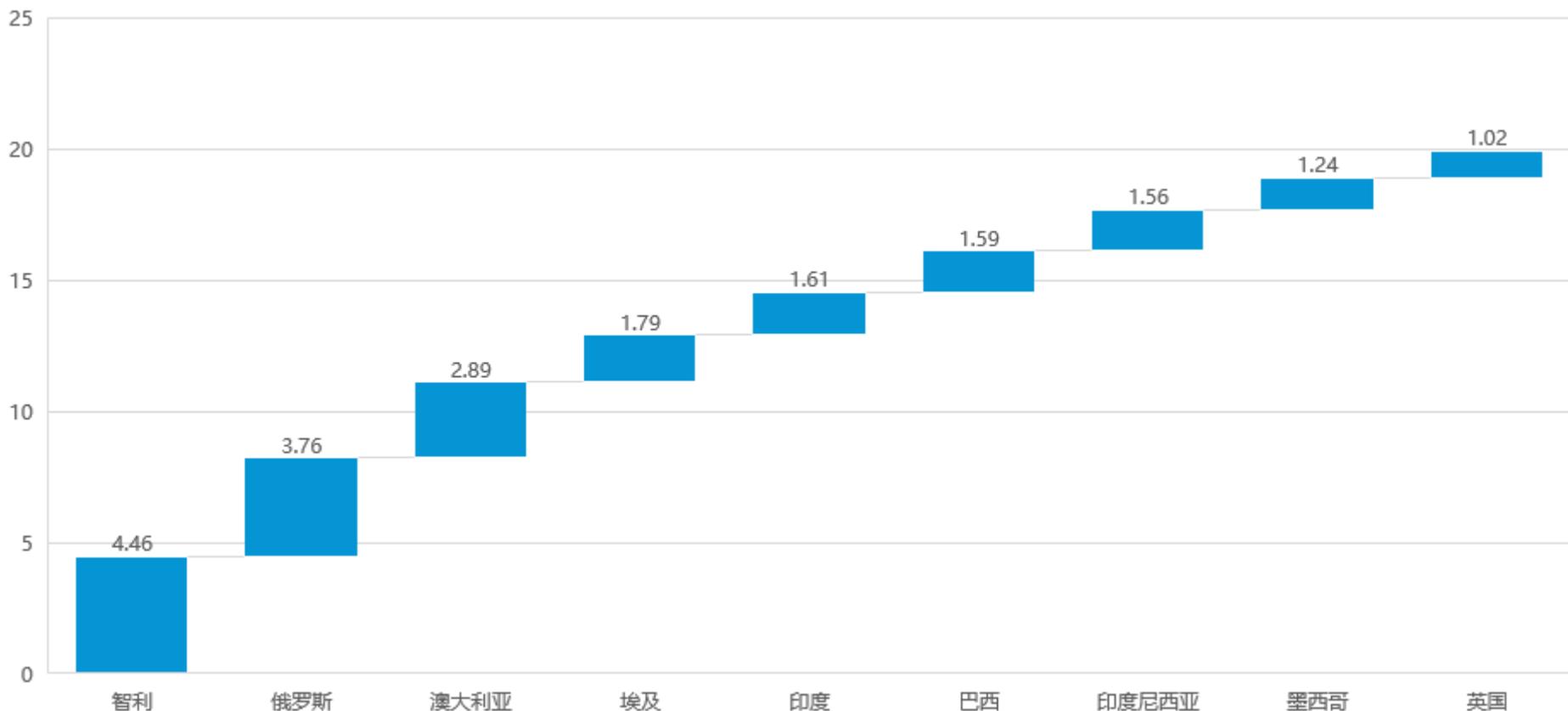
图：2021年1-9月中国乘用车出口车企同比增量前八车企情况/万辆



# 一、当下出口情况：智利/俄罗斯/澳大利亚增量较大

**出口国家维度：中等国家智利+俄罗斯+澳大利亚增量较大。**对2021年1-9月中国自主品牌出口进行了出口国层面的拆分，增量主要出口国来自智利（18.2%）、俄罗斯（15.3%）、澳大利亚（11.8%）、埃及（7.3%）、印度（6.6%）、巴西（6.5%）、印度尼西亚（6.3%）、墨西哥（5.1%）、英国（4.1%）。

图：2021年1-9月中国乘用车出口国家同比增量排名前十情况/万辆





## ■ 当下出口情况如何？

---

## ■ 2021年以来出口为何持续高增长？

---

## ■ 未来出口持续增长核心看哪里？

---

## ■ 投资建议与风险提示

---

## 二、出口为何高增长？车企主动推进+海外疫情因素

2021年乘用车出口数据高增长原因分析：1) 车企主动推进海外市场布局，车型导入/联合当地经销商，发展加速。以上汽MG+奇瑞为代表的国内老牌出口车企以及长城等全新布局车企加速海外市场车型导入，利用自身性价比优势抢占南美/俄罗斯/非洲等各地区铃木/起亚/本田等的市场份额。2) 海外疫情相对严重，国内受益本土汽车工业供应链完善等原因影响较小，出口条件便利。2021年尤以印度为代表的海外市场疫情较为严重，对本土供应链影响较大，利好国内车企出口产业布局。

图：2021年自主品牌出口增量分国家/车企概览

出口国家	2021年前三季度出口增量占比 (合计59%)	贡献增量车企	抢占对应市场品牌份额	主要原因分析
智利	18.15%	奇瑞(+3.53pct) 上汽名爵(+1.62pct)	铃木(-2.03pct) 起亚(-1.97pct) 马自达(-1.27pct)	奇瑞瑞虎/MG车型不断导入智利市场，受益SUV行业红利进入逐步放量期
俄罗斯	15.30%	奇瑞(+1.56pct) 长城(+0.92pct)	日产(-1.97pct) 雷诺(-1.01pct) 大众(-0.73pct)	奇瑞瑞虎/长城哈弗系列车型不断导入针对性改良，本土化生产进入逐步放量期
澳大利亚	11.75%	上汽名爵(+2.05pct) 长城(+1.06pct)	霍顿(-2.53pct) 本田(-1.74pct) 奔驰(-0.86pct)	澳大利亚本土品牌停产，出让足够份额，长城哈弗/皮卡+上汽MG以性价比优势，认可度提升
埃及	7.30%	奇瑞(+1.01pct) 上汽名爵(+3.17pct)	雷诺(-4.98pct) 雪佛兰(-2.17pct) 丰田(-2.05pct)	上汽MG+奇瑞全新车型导入，联手当地经销商集团布局加速
印度	6.57%	上汽名爵(+0.28pct)	铃木(-5.19pct) 马辛德拉(-1.13pct)	疫情导致本土整车以及零部件供应链工厂停产，接壤国内出口条件便利

## 2.1 出口为何持续高增长？智利：自主布局进入放量期

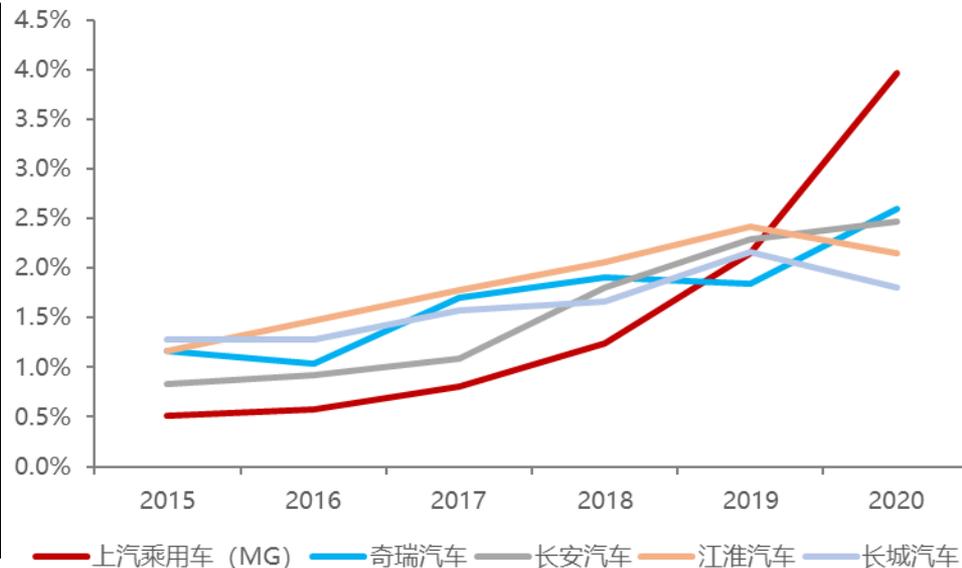
2021年1-9月自主品牌在智利市场市占率提升主要系：自主车企不断开拓积累下，当地品牌认可度逐步提升。2021年1-9月中国自主品牌在智利销量同比2020年同期+4.46万辆，市占率同比+6.77pct。分车企来看：

- 市占率下滑较多的车企依次为铃木（-2.03pct）、起亚（-1.97pct）、马自达（-1.27pct）。根据我们对这三家车企受疫情停产工厂梳理，智利市场基本无因疫情导致的停产减产情况。
- 市占率提升较多的自主品牌依次为奇瑞（+3.53pct）、上汽名爵（+1.62pct）。1) 奇瑞汽车：智利是奇瑞重要的战略市场，2016年3月奇瑞艾瑞泽5在智利完成首发上市，拉开全球同步发售的序幕。产品方面，奇瑞在智利主要销售瑞虎系列和艾瑞泽系列；渠道方面，奇瑞在智利的代理商为政府背景深厚的SKBerge公司，在总代和终端网络的配合合作营销下，奇瑞市占率自2019年以来持续上行。2) MG品牌在智利广受认可，2020年获得智利最佳品牌荣誉，2017年以来市占率持续提升，趋势明朗。

表：铃木、起亚、马自达2021年停产工厂梳理

车企	停产工厂	具体停产信息	影响车型
马自达	日本工厂	考虑削减产量	马自达3、CX-30
	墨西哥工厂	考虑削减产量	马自达3、CX-30
	防府第一工厂	于7月5-9日、12-16日停产10天	马自达3
铃木汽车	日本相良工厂	于6月1-11日期间停工9天。于7月停产7天。	
	玛鲁蒂铃木工厂	5月16日之前停产	
	盘田工厂	在6月1~7日期间停工5天	
	湖西工厂	第1产线将于6月2-4日停产；第2产线将于6月1-7日期间停产5天。将于7月停产2天。	
起亚	韩国光明第二工厂	于5月17日至18日停产	STONIC、普莱特
	美国佐治亚州工厂	于5月27-28日停产。于6月14-18日停止第三班生产。	Telluride、索兰托SUV、K5

图：智利乘用车市场主要自主品牌市占率（%）



## 2.2 出口为何持续高增长？俄罗斯：自主布局放量

2021年1-9月自主品牌在俄罗斯市场市占率提升，主要系长城汽车等在俄罗斯的产能布局日益完善，品牌认可度不断提升。2021年1-9月中国自主品牌在俄罗斯销量同比2020年同期+3.76万辆，市占率同比+2.55pct。对俄罗斯市场分车企市占率进行了同比计算：

- 市占率下滑较多的车企依次为日产（-1.97pct）、雷诺（-1.01pct）、大众（-0.73pct）。梳理2021年以来三家车企在全球的工厂停产情况，在俄罗斯当地产能基本未受疫情影响；
- 市占率提升较多的中国自主品牌依次为奇瑞（+1.56pct）、长城（+0.92pct）。

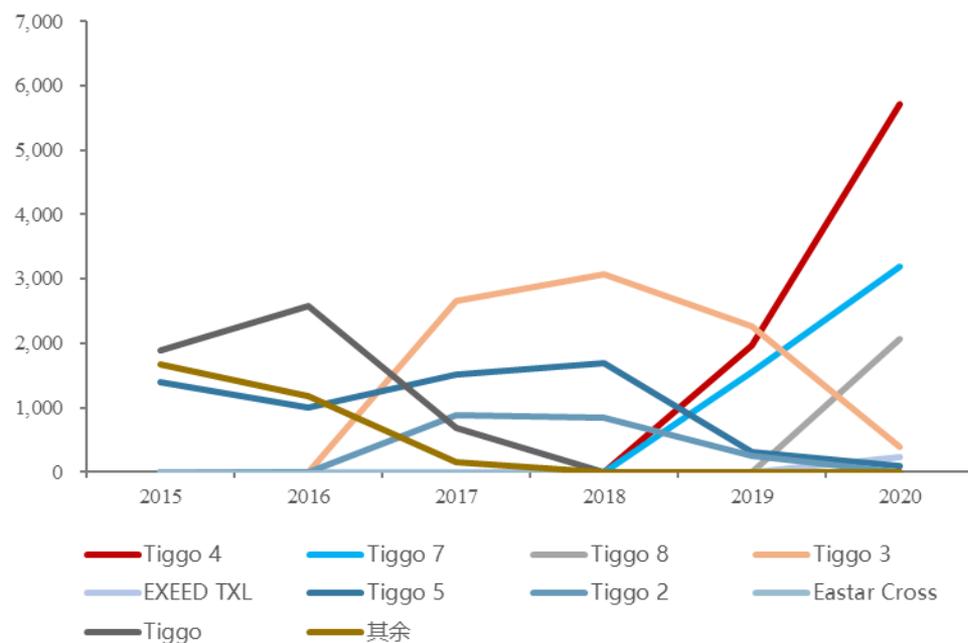
表：大众、日产、雷诺2021年停产工厂梳理

车企	停产工厂	具体停产信息	影响车型
大众	沃尔夫斯堡总部工厂	1月4日至18日部分员工放假；于6月21日起缩短工时；于9.27-9.31号停产或减产。	高尔夫、途观、途安和西雅特Tarraco
	埃姆登工厂	1月18日-1月29日缩短工作时间	帕萨特
	巴西圣保罗州、巴拉那州工厂	自3月24日停产12天；自6月7日起停产10天。	基于MQB A0平台打造的Nivus、Polo和Virtus等车型
	墨西哥普埃布拉工厂	5月3日至5月19日捷达轿车停产；5月6日至5月16日途观SUV停产；6月和7月初停产；在10月6日至15日暂停生产	途观，捷达（Jetta）、Taos
	斯洛伐克布拉迪斯拉工厂	于4月26日起停止部分生产工作	
	美国查塔努加工厂	于6月7日起停产，6月21日复工	Atlas、Atlas Cross Sport跨界车、帕萨特
日产	日本神奈川县追滨工厂	Note车型一月产量将15000辆降至5000辆；于5月10日至28日期间的15天内取消夜班作业；于6月取消所有夜班生产。	
	美国田纳西州工厂	从3月19日起开始停产	
	美国 Smyrna 的工厂	从4月1日开始停产，4月6日恢复正常生产	
	墨西哥 Aguascalientes 的工厂	3月19日起开始停产，4月6日恢复正常生产；6月暂停生产QX50；1号工厂6月停产7天；2号工厂6月停产1天；2号工厂在10月停产11天	QX50紧凑型跨界车、Versa、Kicks、March、Sentra、Frontier
	墨西哥CIVAC工厂	6月停产7天；10月停产8天	Versa、NV200厢式货车、Frontier
	美国密西西比州Canton工厂	1月下旬暂停生产部分车型两天；4月1日停产，4月6日恢复正常；6月Frontier和Titan皮卡停工4天，Altima轿车停工2周；Frontier和Titan在8月上半月中断2天；Altima轿车停产时间延长到8月初。	中型皮卡Frontier，全尺寸皮卡Titan
	巴西里约州工厂	因新冠疫情恶化3月26日-4月9日停产	MARCH
	日本南部九州工厂	5月10日至19日停产八天；6月24、25和28日停工3天；7月停产2天。	Serena小型货车，奇骏(X-Trail) SUV
	日本湘南工厂	5月10日-28日期间的15天内取消夜班作业	Rogue
	日本东部栃木工厂	5月10日-11日以及19日-28日期间停工10天；6月1日-18日停止白班生产；7月停产3天。	
雷诺	巴塞罗那工厂	12月正式关停	Navara皮卡
	法国桑都维尔工厂	2月8日起暂时停工2-3天	大型商用货车
	摩洛哥坦吉尔工厂	2月8日起暂时停工2-3天	Dacia和雷诺品牌的部分车型
	罗马尼亚的达契亚工厂	2月8日起暂时停工2-3天	Dacia品牌车型

## 2.2 出口为何持续高增长？俄罗斯：长城/奇瑞提升

**奇瑞汽车：2005年进入俄罗斯市场，多年深耕，针对当地市场进行产品改良。**奇瑞在俄罗斯市场主要销售车型为瑞虎系列。2020年销冠为瑞虎4。瑞虎4在俄罗斯的售价区间为89.99~109.99万卢布（约合人民币7.64~9.34万元，采用12月20日汇率，1人民币=11.77俄罗斯卢布），与销冠现代ix25定价相近，同时动力性能更优。奇瑞根据俄罗斯气候和道路条件，在瑞虎4的车身制造过程中使用了具有低碳含量和高耐腐蚀性的优质镀锌钢，同时使用高品质车门和玻璃密封材料，使得整车的保温和隔音效果得到大幅提升。2021年1-9月销量同比增幅较大的车型为瑞虎7、瑞虎8、瑞虎4，分别+657.67%、+372.34%、+164.63%。

图：奇瑞汽车在俄罗斯市场车型销量/辆



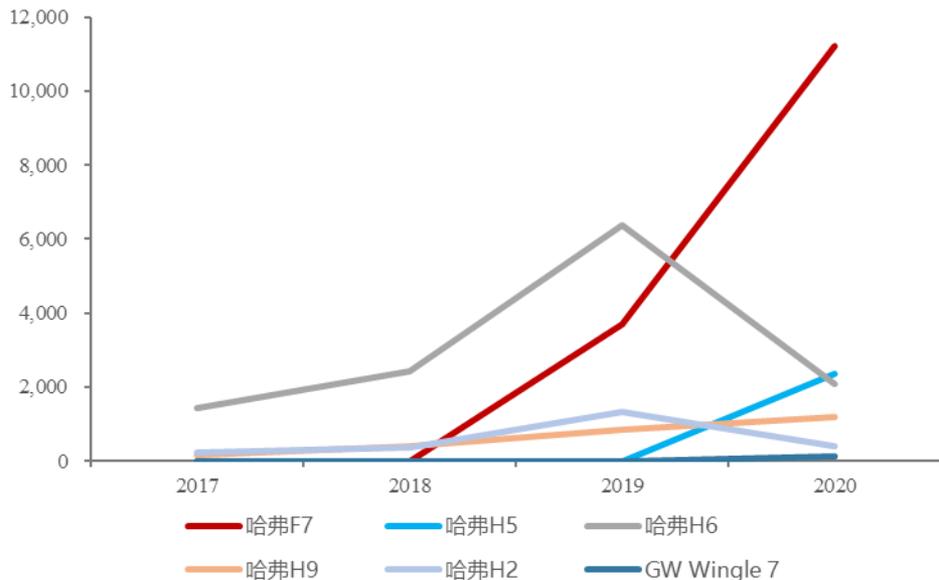
表：瑞虎4与现代ix25车型对比

	Tiggo 4	现代ix25
长*宽*高 (mm)	4358*1830*1670	4300*1790*1635
轴距 (mm)	2630	2610
最大功率 (kW)	85	84.4
最大扭矩 (N·m)	143	143.8
最大马力 (kW)	147	115
NEDC综合油耗 (L/100km)	7.2	5.3
并线辅助	-	-
道路交通标识识别	-	-
自动泊车入位	-	-
中控屏幕尺寸 (英寸)	10.25	10.4
OTA升级	-	-

## 2.2出口为何持续高增长？俄罗斯：长城/奇瑞提升

**长城汽车：最早开拓俄罗斯市场的中国车企，已实现本地化生产。**2004年进入俄罗斯市场，2008年签署长城汽车在俄代理商伊利托公司，目前是在俄销量最大的中国汽车品牌。2015年长城汽车斥资33.3亿元在俄罗斯的图拉州设立全资子公司，生产基地计划年产能15万辆汽车，主要生产SUV车型。2019年6月，图拉州工厂一期8万产能项目正式竣工投产，是中国汽车品牌首个海外全工艺独资制造工厂。**长城汽车导入俄罗斯市场车型包括紧凑型SUV且定价较低的哈弗F7，H5、H6、H9、H2以及风骏7。**哈弗F7也为图拉工厂下线的首款车。在价格方面哈弗F7起售价为144.9万卢布（约为12.31万元，采用12月20日汇率，1人民币=11.77俄罗斯卢布），与销冠现代ix25定价相近，参数对比来看，哈弗F7空间大于ix25，同时动力性能强劲，智能化水平较高。**哈弗F7/哈弗初恋等全新改款车型上市促进销量不断提升。**2021年1-9月长城汽车在俄罗斯销售的主力车型仍为哈弗F7，合计1.67万辆，同比+124.23%；哈弗初恋7月在俄罗斯市场开始销售后表现良好，上市三月销量3395辆。

图：长城汽车在俄罗斯市场车型销量/辆



表：哈弗F7与现代ix25车型对比

	哈弗F7	现代ix25
长*宽*高 (mm)	4620*1846*1690	4300*1790*1635
轴距 (mm)	2725	2610
最大功率 (kW)	165	84.4
最大扭矩 (N·m)	385	143.8
最大马力 (kW)	224	115
NEDC综合油耗 (L/100km)	7.8	5.3
并线辅助	●	-
道路交通标识识别	●	-
自动泊车入位	●	-
中控屏幕尺寸 (英寸)	12, 3	10.4
OTA升级	●	-

## 2.3 出口为何持续高增长？澳大利亚：本土品牌停产

2021年1-9月自主品牌在澳大利亚市场市占率提升主要原因：1) 澳大利亚本土品牌停产；2) 长城等自主品牌认可度不断提升。2021年1-9月中国自主品牌在澳大利亚销量同比2020年同期+2.89万辆，市占率同比+3.11pct。我们对澳大利亚市场分车企市占率进行了同比计算：

- 市占率下滑较多的车企依次为霍顿 (-2.53pct)、本田 (-1.74pct)、奔驰 (-0.86pct)。霍顿汽车为澳大利亚本土品牌，自2017年10月停产；本田和奔驰受疫情及芯片短缺影响停产的工厂中不包含澳大利亚产能。
- 市占率提升较多的自主品牌依次为上汽名爵 (+2.05pct)、长城汽车 (+1.06pct)。

表：奔驰、本田2021年停产工厂梳理

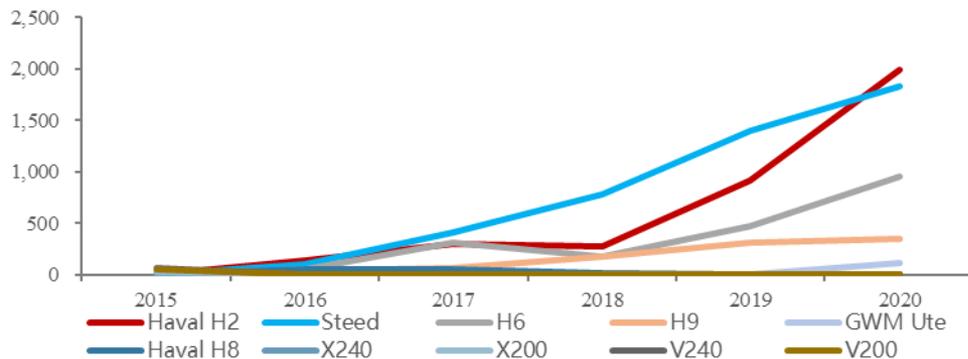
车企	停产工厂	具体停产信息	影响车型
奔驰	巴西圣保罗州和马托格罗索州2家工厂	因新冠疫情恶化3月26日-4月9日停产	
本田	美国俄亥俄州工厂	因疫情+寒潮+芯片短缺，3月16日开始停产至3月29日当周	停产会影响进口雅阁(3D看车)和进口思域的生产，以及其他重要车型
	美国阿拉巴马州工厂	因疫情+寒潮+芯片短缺，3月16日开始停产至3月29日当周	
	美国印第安纳州工厂	因疫情、寒潮导致的供应链问题以及芯片短缺多重压力下，3月16日开始停产至3月29日当周	
	加拿大安大略省的工厂	因疫情+寒潮+芯片短缺，3月16日开始停产至3月29日当周	
	墨西哥工厂	3月18日至3月29日当周	SUV车型HR-V
	英国斯文顿工厂	1月18日-1月21日工厂关闭	
	日本埼玉县两家工厂和三叶县铃鹿工厂	分别于五月停产6天和5天	
	日本三重县铃鹿的工厂	8月2日到8月6日停产	微型车N-Box和小型车飞度

## 2.3 出口为何持续高增长？澳大利亚：上汽&长城提升

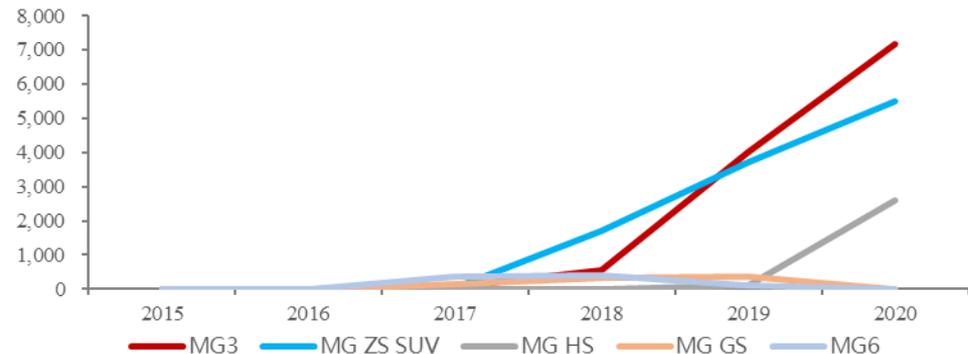
**上汽名爵在澳大利亚市场以价格取胜。**上汽集团2016年起进入澳大利亚市场，在澳主要出口车型为小型车MG3和小型SUV MGZS，以性价比取胜。MG3与澳大利亚小型车销冠卡罗拉相比，价格仅为二分之一；MG ZS与RAV4、CX5等相比也具有明显的价格优势。2021年1-9月MG ZS/MG3销量同比增速分别为+387.75%/+107.72%。

**长城汽车在澳主要出口车型为哈弗系列以及风骏皮卡系列。**风骏在澳定价约为2.60万澳元，丰田HiLux系列定价约为10.06万澳元，长城产品同样依靠性价比拓展澳大利亚市场。2021年长城在澳大利亚陆续推出了长城炮、哈弗初恋两款新车型，2021年1-9月累计销量分别为5203/2330辆。

图：长城汽车在澳大利亚市场车型销量/辆



图：上汽乘用车在澳大利亚市场车型销量/辆



表：MG3与丰田卡罗拉参数对比

	MG3	丰田卡罗拉
价格 (万澳元)	1.39-1.59	3.22
最大功率 (kW)	86	89
最大扭矩 (N m)	150	148
长*宽*高 (mm)	4055*1729*1521	4635*1780*1455
轴距 (mm)	2520	2700
综合油耗 (L/100km)	5.9	5.6

## 2.4 出口为何持续高增长？埃及：自主布局加速

2021年1-9月中国自主品牌在埃及销量同比2020年同期+1.79万辆，市占率同比+4.11pct。我们对埃及市场分车企市占率进行了同比计算：

➤ 市占率下滑较多的车企依次为雷诺（-4.98pct）、雪佛兰（-2.17pct）、丰田（-2.05pct）。雷诺、雪佛兰、丰田受疫情及芯片短缺影响停产的工厂中不包含非洲地区产能。

表：通用雪佛兰2021年停产工厂梳理

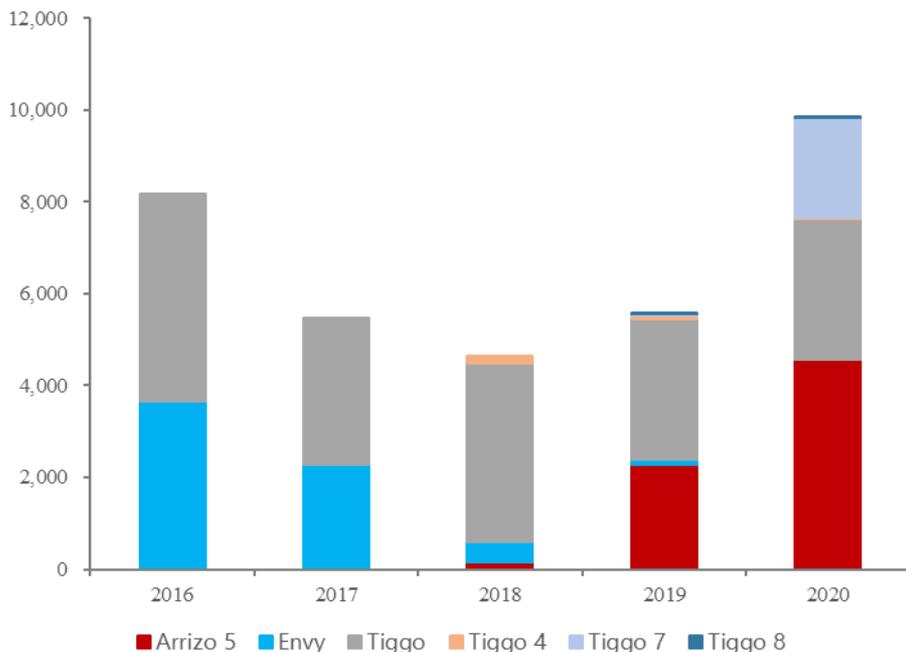
车企	停产工厂	具体停产信息	影响车型	
通用	密歇根州3家工厂	分别于3月、4月、6月、10月停产	雪佛兰科迈罗；CT4；CT5；雪佛兰TrailBlazer车型等	
	美国肯塔基州的鲍灵格林组装厂	3月1日至3月5日停产	雪佛兰科尔维特C8 Stingray	
	美国弗吉尼亚州费尔法克斯工厂	2月8日停产，停产时间至10月29日	雪佛兰Malibu	
	美国堪萨斯州费尔法克斯工业区工厂	2月8日开始停产，停产时间延长至8月16日	雪佛兰Equinox	
	韩国仁川市2家工厂	将于4月19日至23日停产，4月26日起以50%产能运转，5月31日恢复生产	雪佛兰开拓者、Buick、Encore GX、昂科拉、昂科拉GX、迈锐宝、创酷、开拓者	
	加拿大加拿大英格索兰镇CAMI装配厂	从2月8日开始暂时停产，6月14日恢复生产	雪佛兰迈锐宝和凯迪拉克XT4	
	墨西哥	墨西哥的圣路易斯波托西州工厂	2月8日开始暂时停产，5月31日当周重启生产	Equinox，雪佛兰Trax，GMC Terrain，Chevy Onix
		墨西哥拉莫斯工厂	从4月12日开始，雪佛兰Blazer车型减产；5月31日当周恢复生产	雪佛兰TrailBlazer车型，Equinox
		墨西哥Ramos Arizpe工厂	8月16日开始停止生产雪佛兰Equinox，停产至10月15日。	雪佛兰Blazer，雪佛兰Equinox
	巴西巴西圣保罗的Gravatá工厂	将在4月和5月停产，推迟停产至6月	雪佛兰Onix	
丰田	日本丰田汽车日本高冈工厂等14家工厂	分别于2月、6月、8月、9月、10月停产数天	丰田HARRIER、普锐斯α和RAV4等车型	
	捷克捷克的小型车工厂	提产两周		
	得克萨斯州圣安东尼奥工厂	全尺寸皮卡坦途产量削减了40%	Tundra全尺寸皮卡	
	美国	美国加利福尼亚州组装厂	3月17日起因寒潮导致的供应链问题计划减产	
		美国西维吉尼亚州引擎工厂	部分产线将停工，3月17日起将削减产量	
		美国肯塔基州工厂	于3月上旬停工数日，由于“石化产品短缺”和“近期恶劣天气条件”等原因，3月17日起削减产量	
	巴西巴西圣保罗州四个厂区	因新冠疫情恶化3月29日-4月5日停产	卡罗拉、雅力士、威驰等	
墨西哥墨西哥瓜那华托州组装厂	3月17日起因寒潮导致的供应链问题计划减产			

## 2.4出口为何持续高增长？埃及：上汽/奇瑞提升

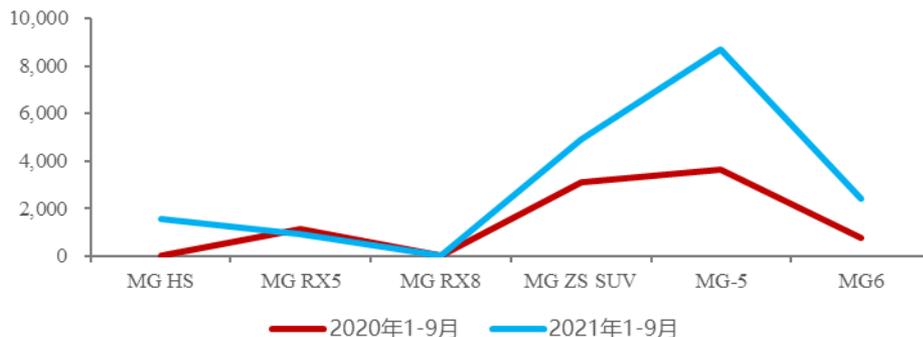
**2021年1-9月自主品牌在埃及市场市占率提升主要原因：自主品牌持续布局。** 2021年1-9月中国自主品牌在埃及销量同比2020年同期+1.79万辆，市占率同比+4.11pct。我们对埃及市场分车企市占率进行了同比计算：

- **市占率提升较多的自主品牌**依次为上汽名爵（+3.17pct）、奇瑞汽车（+1.01pct）。
- ✓ **上汽集团**：于2019年与埃及最大的汽车销售企业曼苏尔集团签署合资制造公司战略框架合作协议，正式进军非洲市场。2020年名爵在埃及市场的合计销量为1.52万辆。2021年上汽持续在埃及市场导入新车型MG HS，1-9月MG6/MG5/MG ZS销量分别同比+218.17%/139.64%/+57.78%，实现较快增长。
- ✓ **奇瑞汽车**：2016年奇瑞汽车联手埃及两大本土汽车集团GB Auto和AF Auto回归埃及市场，不断的进行车型导入，同时奇瑞汽车埃及工厂年产能达3.5万辆，为公司继续开拓埃及市场提供产能保障。

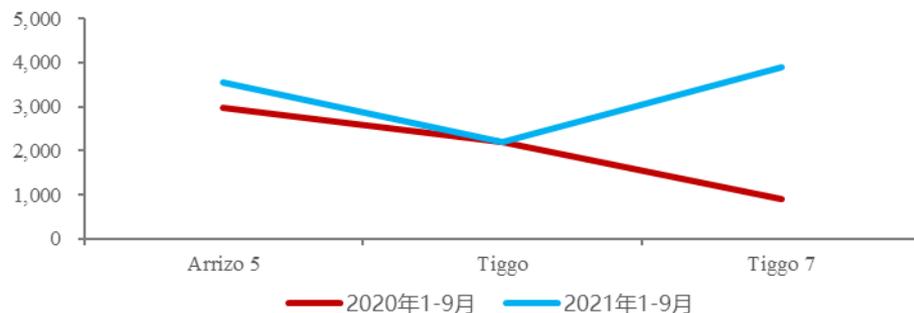
图：奇瑞2016-2020埃及市场分车型销量/辆



图：上汽集团2020/2021年1-9月埃及市场分车型销量/辆



图：奇瑞2020/2021年1-9月埃及市场分车型销量/辆



## 2.5出口为何持续高增长？印度：疫情影响生产

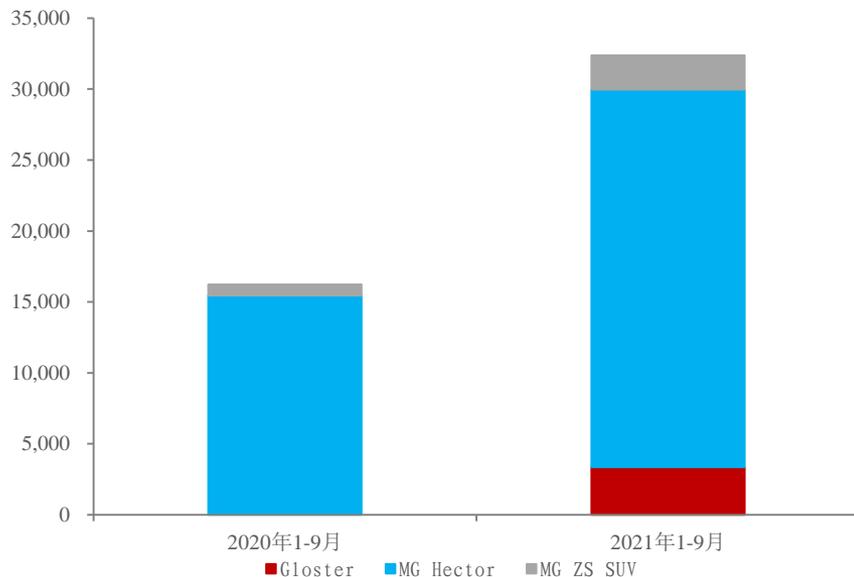
2021年1-9月自主品牌在印度市场市占率提升主要原因：1) 受疫情影响部分车企印度工厂停产；2) 上汽印度工厂生产经营未彻底中断。2021年1-9月中国自主品牌在印度销量同比2020年同期+1.61万辆，市占率同比+0.28pct。我们对印度市场分车企市占率进行了同比计算：

- 市占率下滑较多的车企依次为铃木（-5.19pct）、印度本地品牌马辛德拉（-1.13%）。
- 市占率提升较多的自主品牌主要为上汽名爵（+0.28pct）。**产能方面**，2017年名爵汽车印度分公司收购通用汽车在印度古吉拉特邦的Halol工厂，年产能可达8万辆，2019年正式运营；2019年投资印度第二车厂，年产能达8万。**销量表现方面**，2020年上汽MG在印度的销量为2.82万辆，同比+76.79%。主要车型为紧凑型SUV MG Hector（宝骏530海外换标版本）。2021年，上汽名爵导入新车型MG Gloster，1-9月MG Hector/MG ZS同比+72.16%/+208.28%。

表：铃木2021年停产工厂梳理

车企	停产工厂	具体停产信息
铃木汽车	日本相良工厂	将于6月1-11日期间停工9天。将于7月停产7天。
	盘田工厂	将于6月1~7日期间停工5天
	玛鲁蒂铃木工厂	5月16日之前停产
	湖西工厂	第1产线将于6月2-4日停产；第2产线将于6月1-7日期间停产5天。将于7月停产2天。

图：上汽名爵2020/2021年1-9月印度市场销量/辆





## ■ 当下出口情况如何？

---

## ■ 2021年以来出口为何持续高速增长？

---

## ■ 未来出口持续增长核心看哪里？

---

## ■ 投资建议与风险提示

---

# 三、未来增量看哪里？车企布局汇总整理

- ◆ 将全球（除南极洲、北美以及日韩中东亚地区）划分为东南亚、西亚、南亚、非洲、南美、西欧、东欧、大洋洲等八大地区分别进行分析：如下表，我们针对不同区域乘用车（包括皮卡）总销量规模、细分市场车辆类型、市场格局进行分析，并对目前几大区域市场自主品牌明年增量销量空间进行具体测算。
- ◆ 2022年出口市场核心增量分析——车企布局维度：长城汽车明显加快海外市场布局，东南亚/南美/东欧等地区加速产能和车型导入，欧洲市场以电动车为突破口。吉利汽车核心以马来西亚宝腾品牌和欧洲市场领克品牌为突破口；上汽/奇瑞以现有全球布局为基础继续放量。

表：分车企海外产能布局整理

车企	国家	产能 (万辆)	投产时间	在售主要车型	车企	国家	产能 (万辆)	投产时间	在售主要车型
长城	保加利亚 (东欧)	5	2012	哈弗F7、哈弗初恋	奇瑞	埃及 (非)	3.5	2005	瑞虎7、Arrizo 5
	厄瓜多尔 (南美)	3	2013	——		伊朗 (西亚)	20	2007	——
	马来西亚 (东南亚)	10	2018	——		马来西亚 (东南亚)	3	2008	瑞虎3、瑞虎7
	俄罗斯 (东欧)	8	2019	哈弗F7、哈弗初恋		越南 (东南亚)	——	2008	瑞虎3、瑞虎7
	泰国 (东南亚)	8	2021	——		土耳其 (西亚)	2	2009	——
	突尼斯 (非)	1	——	哈弗初恋、哈弗H6		缅甸 (东南亚)	5000	2011	瑞虎3、瑞虎7
	印度 (东亚)	15-16	未投产	——		乌克兰 (东欧)	——	——	瑞虎7、瑞虎4
	巴西 (南美)	10	未投产	——		印度尼西亚 (东南亚)	——	——	瑞虎3、瑞虎7
吉利	马来西亚 (东南亚)	25	宝腾原有车厂	——		意大利 (西欧)	——	——	——
	埃塞俄比亚 (非)	千辆规模	2011	——		泰国 (东南亚)	——	——	瑞虎3、瑞虎7
	斯里兰卡 (东亚/印度)	——	2012之前	——		墨西哥 (北美)	——	——	瑞虎5X、瑞虎8
	埃及 (非)	3	2012	——		阿根廷 (南美)	——	——	瑞虎5X、瑞虎8
	乌拉圭 (南美)	2	2013	——		中国台湾 (东亚)	——	——	——
	白俄罗斯 (东欧)	12	2017	——		委内瑞拉 (南美)	——	——	瑞虎5X、瑞虎8
	英国 (西欧)	3	2017	——		巴西 (南美)	——	——	瑞虎5X、瑞虎8
	印度尼西亚 (东南亚)	3	2017	——		美国 (北美)	1500辆	2013	——
上汽	英国 (西欧)	5	MG原有工厂	MG ZS、MG HS	比亚迪	巴西 (南美)	4000辆	2014	e1
	印度 (南亚)	16	MG原有工厂	——	厄瓜多尔 (南美)	300辆	2017	e1	
	泰国 (东南亚)	10	2014	MG ZS、MG 6	匈牙利 (东欧)	400辆	2017	——	
	印度尼西亚 (东南亚)	12	2017	MG ZS、MG 5	法国 (西欧)	200辆	2018	唐	
	巴基斯坦 (南亚)	——	2021	——	加拿大 (北美)	——	2020	——	

### 三、未来增量看哪里？全球八大核心增量区域分析

- ◆ 将全球（除南极洲、北美以及日韩中东亚地区）划分为东南亚、西亚、南亚、非洲、南美、西欧、东欧、大洋洲等八大地区分别进行分析：如下表，我们针对不同区域乘用车（包括皮卡）总销量规模、细分市场车辆类型、市场格局进行分析，并对目前几大区域市场自主品牌明年增量销量空间进行具体测算。
- ◆ 2022年出口市场核心增量分析——地区维度：未来国内乘用车出口重点地区包括东南亚市场、南美市场、东欧市场以及南亚市场，主要增量来源于长城/吉利/奇瑞/上汽MG等在对应地区车型导入/产能投放等布局加速。第二梯队主要为西欧地区，整体市场未来空间较大，但格局十分稳定，突破难度较大，未来核心看电动车变革对原有格局的冲击程度。第三梯队主要是西亚/非洲/大洋洲等地区，市场规模较小，未来空间相对有限。

表：2021~2025年国内乘用车市场出口总量以及主要车企预测/万辆

	2017	2018	2019	2020	2021E	2022E	2023E	2024E	2025E
国内整体出口量/中汽协	63.92	75.75	72.48	75.96	150.37	184.06	274.29	394.43	503.83
YOY		18.5%	-4.3%	4.8%	98.0%	22.4%	49.0%	43.8%	83.7%
自主品牌整体出口量/测算合计	23.34	29.09	40.66	48.67	71.74	123.25	190.65	289.90	381.45
自主品牌整体出口量/marklines (调节)	51.62	52.01	46.66	59.74	110.37	154.06	224.29	329.43	423.83
YOY		0.8%	-10.3%	28.0%	19.3%	39.6%	45.6%	46.9%	89.0%
统计口径数据占总量比重	45.22%	55.93%	87.13%	81.46%	65.00%	80.00%	85.00%	88.00%	90.00%

	2017	2018	2019	2020	2021E	2022E	2023E	2024E	2025E
长城汽车	2.79	4.70	6.50	7.00	11.82	28.75	58.24	82.95	98.00
吉利汽车 (含宝腾)	8.32	9.23	15.82	18.12	18.85	25.63	41.18	57.95	73.89
上汽集团(MG+五菱)	3.33	2.99	6.63	14.01	35.54	39.38	48.82	55.11	62.78
奇瑞汽车	10.77	10.52	7.85	11.24	23.38	24.25	26.35	31.14	34.33
理想汽车 (欧洲)							1.00	4.00	8.00
蔚来汽车 (欧洲)					0.10	0.50	2.00	4.00	8.00
小鹏汽车 (欧洲)					0.10	0.50	2.00	4.00	8.00

# 三、未来增量看哪里？分地区汇总整理

- ◆ 将全球（除南极洲、北美以及日韩中东亚地区）划分为东南亚、西亚、南亚、非洲、南美、西欧、东欧、大洋洲等八大地区分别进行分析：如下表，我们针对不同区域乘用车（包括皮卡）总销量规模、细分市场车辆类型、市场格局进行分析，并对目前几大区域市场自主品牌明年增量销量空间进行具体测算。
- ◆ 2022年出口市场核心增量分析——车企布局维度：长城汽车明显加快海外市场布局，东南亚/南美/东欧等地区加速产能和车型导入，欧洲市场以电动车为突破口。吉利汽车核心以马来西亚宝腾品牌和欧洲市场领克品牌为突破口；上汽/奇瑞以现有全球布局为基础继续放量。

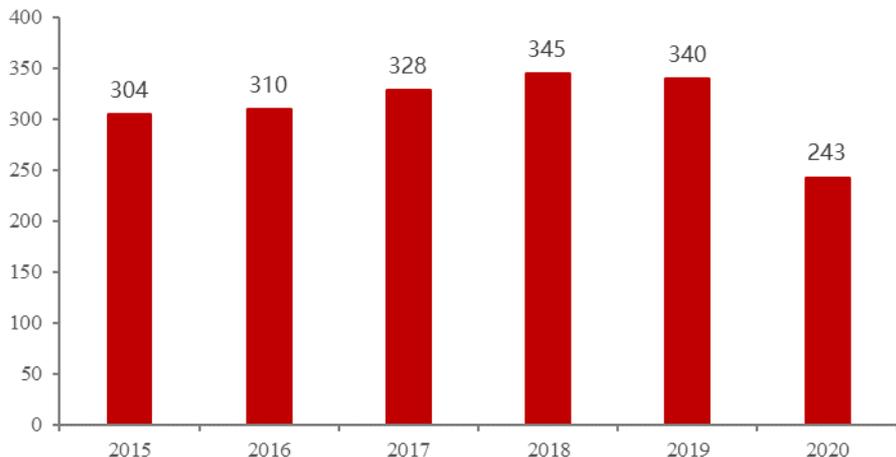
表：2021~2025年国内乘用车市场出口总量以及主要车企预测/万辆（存在数据统计口径误差）

	2017	2018	2019	2020	2021前十月	2021E	2022E	2023E	2024E	2025E
<b>东南亚</b>	327.99	344.68	339.86	242.79	145.09	165	220	280	300	340
自主品牌整体	9.26	10.91	15.52	15.35	12.93	15	26	34	48	61
自主品牌整体份额	2.82%	3.16%	4.57%	6.32%	8.91%	9.00%	12.00%	12.00%	16.00%	18.00%
<b>南美</b>	380.06	410.35	393.54	289.33	261.29	300	330	380	395	410
自主品牌整体	7.27	8.85	9.31	8.31	13.24	16	25	34	47	57
自主品牌整体份额	1.91%	2.16%	2.37%	2.87%	5.07%	5.20%	7.50%	9.00%	12.00%	14.00%
<b>东欧</b>	303.11	334.38	336.32	284.30	243.85	270	300	330	335	340
自主品牌整体	3.56	4.01	4.27	6.05	9.18	11	18	23	30	34
自主品牌整体份额	1.17%	1.20%	1.27%	2.13%	3.77%	4.00%	6.00%	7.00%	9.00%	10.00%
<b>南亚</b>	426.79	466.40	400.97	306.62	322.60	360	400	440	465	470
自主品牌整体	0.00	0.04	1.64	2.88	3.62	4	12	18	28	38
自主品牌整体份额	0.00%	0.01%	0.41%	0.94%	1.12%	1.20%	3.00%	4.00%	6.00%	8.00%
<b>大洋洲</b>	134.92	131.49	121.76	103.66	102.79	115	125	130	135	135
自主品牌整体	0.31	0.58	1.35	2.33	5.32	7	10	13	16	20
自主品牌整体份额	0.23%	0.44%	1.10%	2.24%	5.18%	6.00%	8.00%	10.00%	12.00%	15.00%
<b>非洲</b>	69.33	74.48	71.81	61.14	59.53	65	70	75	75	75
自主品牌整体	1.69	2.49	3.58	5.18	6.11	7	9	11	13	15
自主品牌整体份额	2.44%	3.35%	4.99%	8.47%	10.26%	11.00%	13.00%	15.00%	17.00%	20.00%
<b>西亚</b>	246.27	202.94	207.86	214.32	145.09	180	200	220	230	240
自主品牌整体	0.75	1.26	3.48	5.72	4.82	6	8	10	12	12
自主品牌整体份额	0.31%	0.62%	1.68%	2.67%	3.33%	3.40%	4.00%	4.50%	5.00%	5.00%
<b>西欧</b>	1627.07	1621.75	1635.88	1249.75	1024.10	1200	1500	1600	1600	1600
自主品牌整体	0.50	0.96	1.50	2.86	4.70	6	15	48	96	144
自主品牌整体份额	0.03%	0.06%	0.09%	0.23%	0.46%	0.50%	1.00%	3.00%	6.00%	9.00%

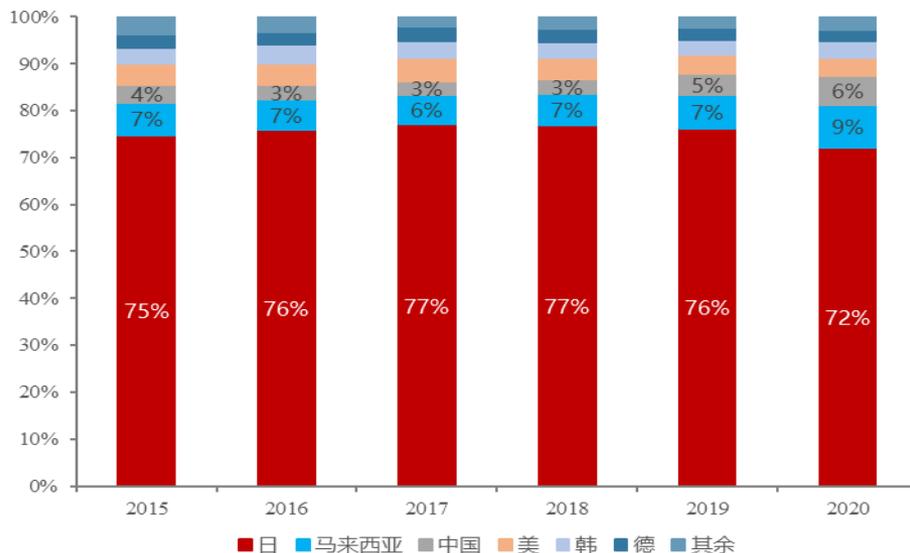
# 3.1 未来增量看哪里？东南亚：轿车/皮卡占主导

◆ **东南亚地区（马来西亚、新加坡等）**：东南亚地区乘用车（包括皮卡）消费市场总规模约为300~350万辆左右（2015年-2020年）。细分车辆类型来看，轿车占比最大，SUV/皮卡占比次之，整体销量比例保持基本稳定，分别为40%/20%/20%左右；其中，**A0级别中小型轿车以及兼具家庭出行和货物运输的皮卡整体接受度较高**。细分格局来看，日系车在东南亚市场占比持续保持在70%以上，以丰田/本田/五十铃为主。自主品牌的市占率自2016年以来逐年提升，2020年达到了6.3%，主要的自主品牌为吉利宝腾、上汽名爵以及上汽通用五菱。

图：东南亚地区市场销量/万辆



图：东南亚地区分类别市场格局



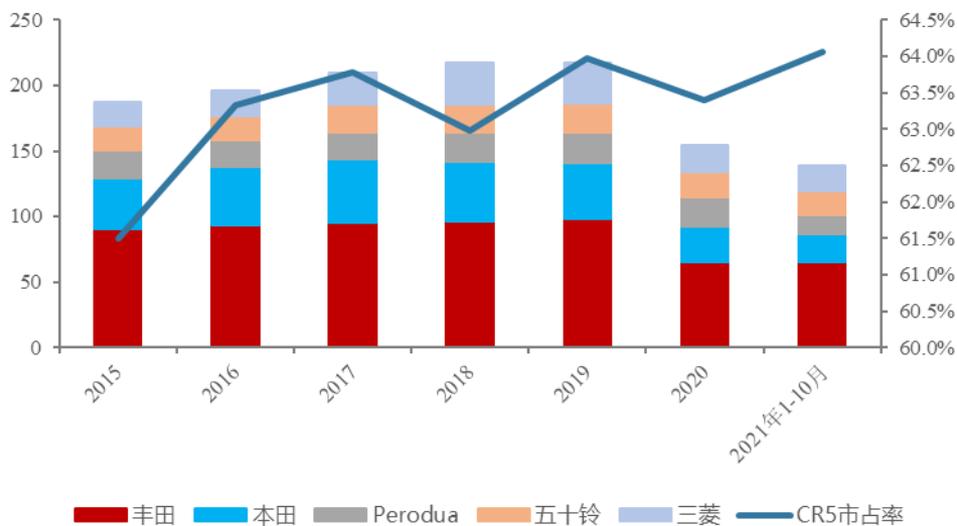
图：东南亚地区分车辆类型格局



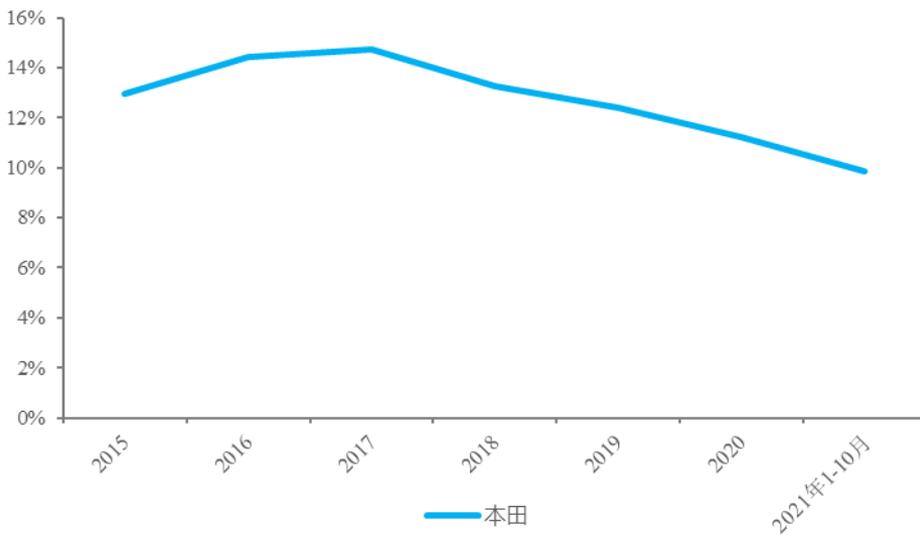
## 3.1 东南亚：日系占据主导，本田市占率下滑较大

- ▶ **东南亚市场日系车企占据绝对优势，CR5小幅提升。** 东南亚市场销量排名前五的车企为丰田/本田/五十铃/三菱等日系车企以及马来西亚本土品牌Perodua，2021年销量市占率分别为29.94%/9.88%/8.63%/8.81%/6.79%。日系车企参与东南亚汽车行业产业培育进程，丰田自上世纪50年代起就开始进入泰国等东南亚市场，泰国1962年改制投资促进法，为引进外资给予关税、法人税减免等优惠，丰田等日系制造商积极响应该政策，随着东盟四国的经济高速发展，日系在东南亚的汽车销量也随之扩大。20世纪90年代中期东盟自由贸易区（AFTA）计划开启，在此背景下丰田进一步加强在当地市场布局。**车企集中度角度来看，东南亚市场CR5自2015年以来整体呈现上升趋势，2021年1-10月达64.06%。**
- ▶ **东南亚市占率呈现下滑趋势的重点车企为本田。** 我们计算了东南亚市场各车企2015年以来的销量市占率差额，可得市占率下滑较多的车企为本田，2021年1-10月市占率为9.88%，同比2015年底下滑-3.10pct。

图：东南亚市场排名前五车企销量（左轴/万辆）及CR5（右轴/%）



图：东南亚市场本田销量市占率变化情况（%）

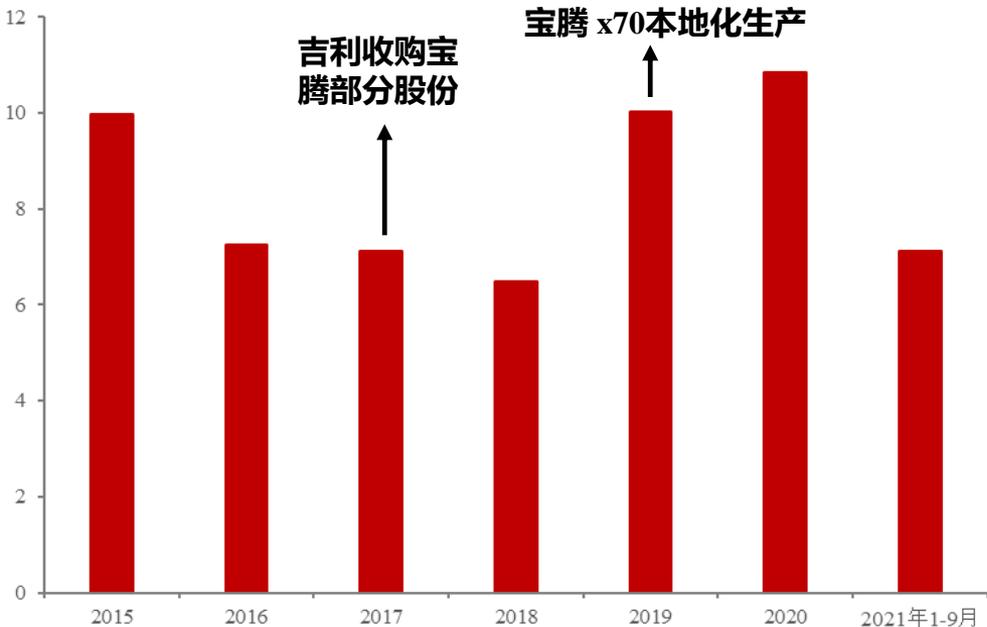


# 3.1 吉利：产能完善，车型不断投放带来增量

- **收购宝腾部分股份，换标销售快速完成东南亚市场布局。** 吉利于2017年收购宝腾汽车49.9%的股份以及莲花汽车51%的股权，宝腾为马来西亚指导国家工业计划于1983年成立的民族品牌。吉利借助宝腾在当地建立起来的采购、生产、经销体系以及一定的品牌影响力进军东南亚市场，快速完成东南亚市场布局。2019年吉利博越以换标的形式更名为宝腾 x70，在马来西亚丹绒马林工厂正式开展本地化生产，作为紧凑型SUV在东南亚市场的同级别竞品车型为丰田Rush，宝腾 x70搭载了由亿咖通为马来西亚用户专门设计的宝腾版GKUI智能网联车载生态系统，同时在空间和动力性能方面均有优势。此后吉利缤越换标宝腾X50在当地销售。2020年宝腾在东南亚地区销量达到10.85万辆。
- **吉利汽车在东南亚共计布局28万年产能。** 除25万为宝腾原有产能外，吉利在印尼年产能达3万的工厂也于2017年投产。2019年宝腾汽车董事长表示宝腾2027年销量达到50万辆。

图：博越与丰田Rush对比

图：东南亚地区宝腾销量/万辆



	博越	Rush
售价 (万元人民币)	16.38-20.33	11.9-13
级别	紧凑型SUV	紧凑型SUV
长*宽*高 (mm)	4544*1831*1713	4435*1695*1705
轴距 (mm)	2670	2685
最大功率 (kW)	135	76

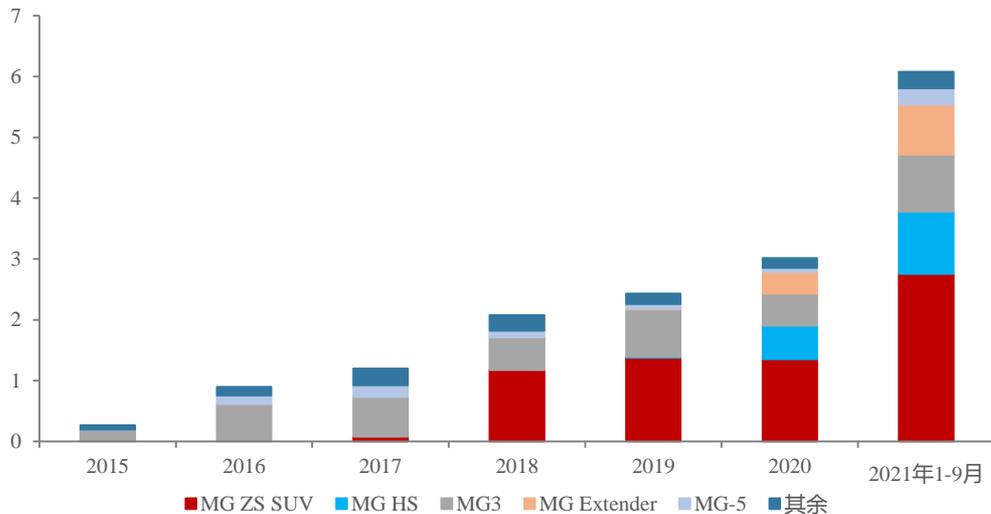
## 3.1 上汽：已有投产产能/车型逐步放量

- **上汽通用五菱：产能方面**，上汽通用五菱印尼年产能达12万的工厂于2017年投产，**主要导入车型方面**，Confero S、Almaz与Cortez三款车型为五菱在东南亚地区的销售主力。2017年8月，印尼五菱第一款家用MPV产品Confero上市，获得“年度最佳新车”和“最佳小型MPV”等荣誉。随后在东南亚市场推出MPV车型Cortez、首款智能SUV车型Almaz（宝骏530）。
- **上汽名爵：产能方面**，上汽名爵在泰国年产能10万的工厂于2017年投产，**主要导入车型方面**，小型SUV MG ZS、紧凑型SUV MG HS以及小型车MG3、皮卡车型MG Extender贡献了东南亚市场主要销量。对比名爵导入车型与东南亚市场销量表现较好的竞品车型进行对比，售价相近同时空间与动力性能表现较好。

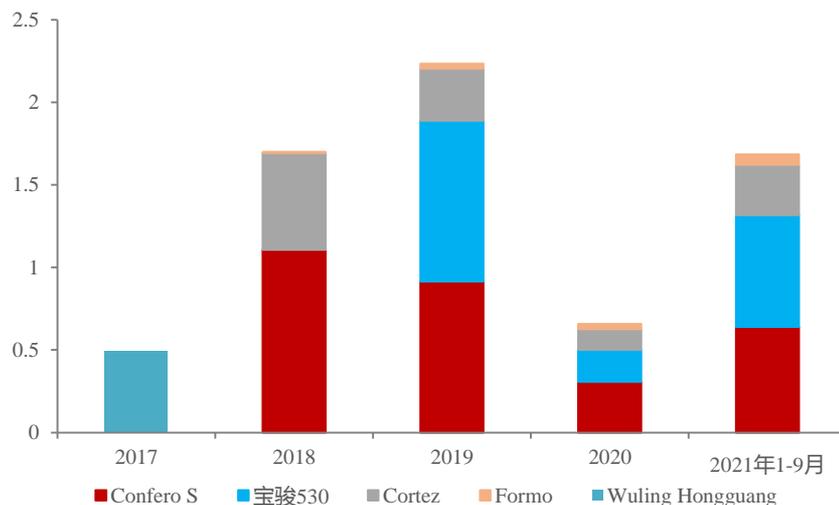
表：MG Extender与D-MAX参数对比

	MG Extender	D-MAX
售价（万元）	12.59-17.4	11.9—27.2
级别	皮卡	皮卡
最大功率（kW）	157	120
最大扭矩（N·m）	350	360
长*宽*高（mm）	5680*1900*1845	5265*1870*1850
轴距（mm）	3470	3125

图：东南亚地区上汽名爵分车型销量/万辆



图：东南亚地区上汽通用五菱分车型销量/万辆



## 3.1 长城：泰国/马来市场加速车型导入

- ▶ **产能方面，长城在东南亚地区的产能合计18万辆。**马来西亚年产能10万的SKD组装厂于2018年投产；2020年长城收购通用汽车的泰国罗勇府制造工厂，初期年产能达8万辆，2021年6月正式投产。
- ▶ **战略规划方面，长城汽车重点开拓泰国市场。**2021年长城在泰国推出GWM品牌，同时宣布3年将推出9款车型的计划。其中，第三代哈弗H6与欧拉好猫两款车型将成为GWM品牌率先导入的产品。
- ▶ **导入车型方面，率先导入新能源智能化车型。**
  - 1) **哈弗H6 HEV**：2021年6月长城汽车在泰国市场推出哈弗H6 HEV。柠檬混动DHT技术+22项智能科技配置助力哈弗H6 HEV上市三个月均位列泰国C级SUV市场销量首位。
  - 2) **欧拉好猫**：2021年10月欧拉好猫在泰国上市，11月11日正式交付。
  - 3) **哈弗JOLION HEV**：2021年11月长城汽车哈弗JOLION HEV正式在泰国上市，配备了由14个雷达、5个摄像头组成的L2+级智能辅助驾驶功能。新能源智能化车型率先入局顺应泰国政府汽车电动化产业规划，同时与日系车型形成差异化竞争。

图：哈弗初恋泰国市场售价



图：欧拉好猫泰国市场售价



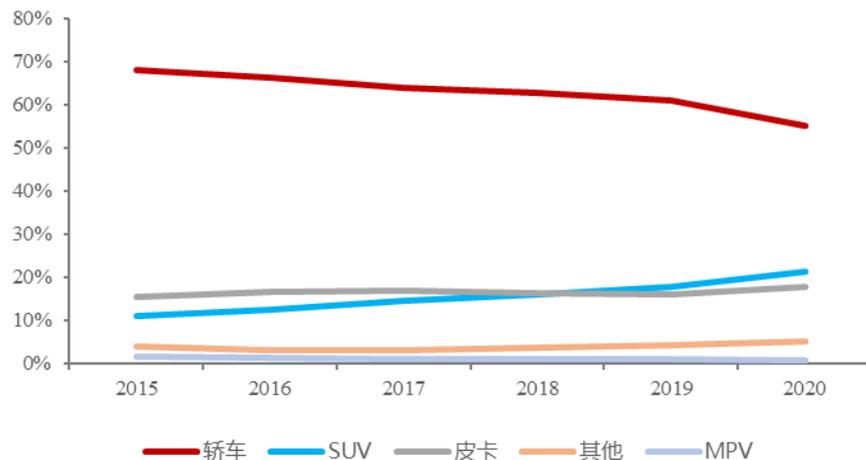
## 3.2 未来增量看哪里？南美：格局稳定，SUV增长

◆ **南美地区（智利、巴西等）：**南美乘用车（包含皮卡）整体市场规模接近400万辆，2020年因为疫情影响市场规模缩减26%。细分车辆类型来看，南美市场主要以轿车为主（尤以A0级），2020年占比55%，但整体处于迅速下滑趋势，2015~2020年份额下滑13pct；**SUV销量占比迅速上升，由2015年11%上升至2020年21%，未来我们预计继续上升；**皮卡占比小幅上升3pct左右至18%。分系别格局来看，整体较为分散且稳定，以美系为先，德系/日系等紧随其后，差距较小。德系/自主品牌份额呈现上升趋势，意大利/法系等份额小幅下滑。**自主份额3%左右，占比较低，奇瑞/上汽名爵贡献主力车型销量。**

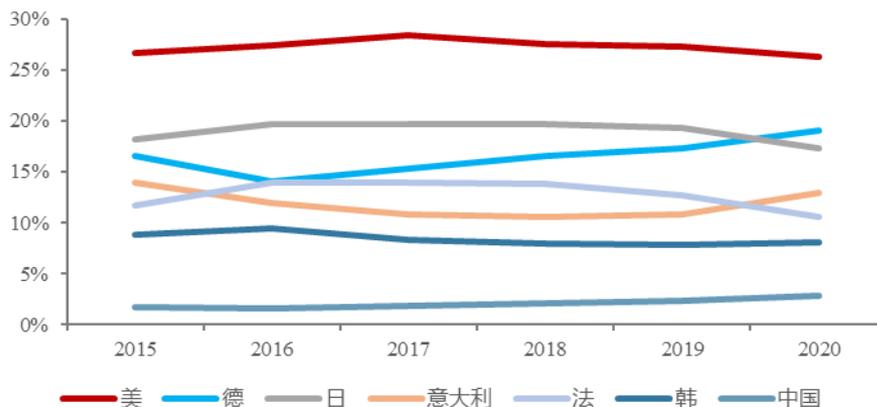
图：南美地区市场销量/万辆



图：南美地区分车辆类型市场格局



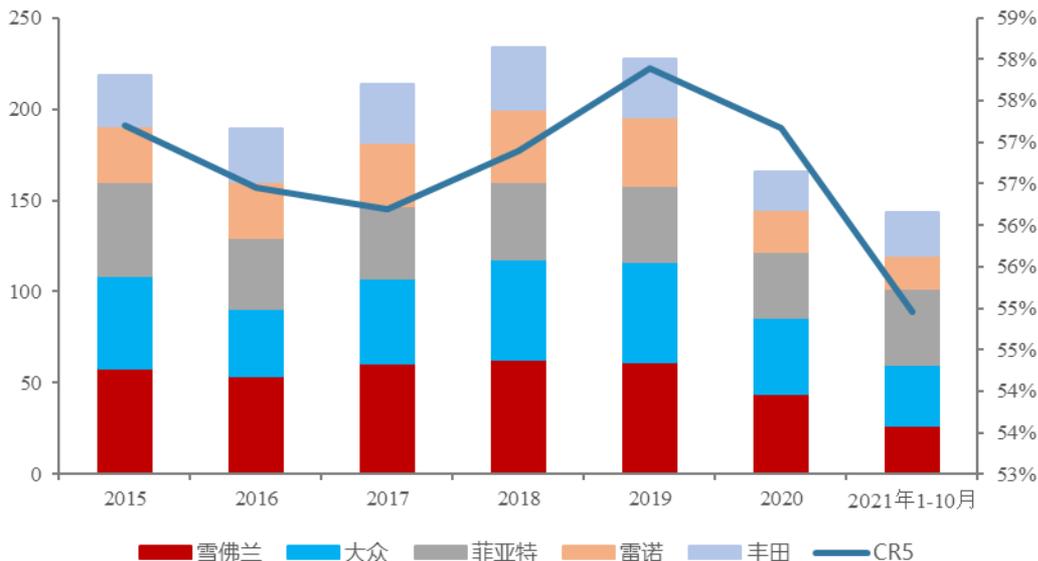
图：南美地区分系别格局



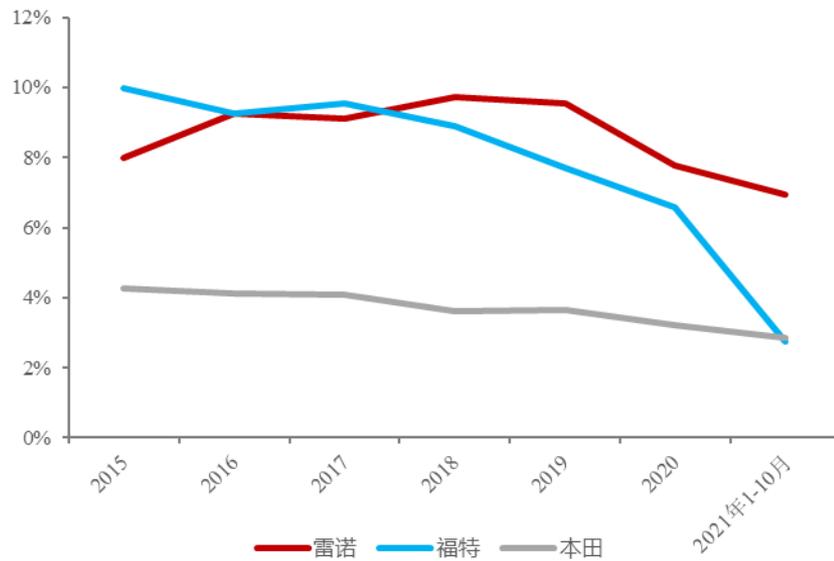
## 3.2 南美：美系雪佛兰占据主导，福特下滑较大

- ▶ 南美市场销量排名前五的车企为雪佛兰/大众/菲亚特/雷诺/丰田，2021年1-10月销量市占率分别为10.20%/12.84%/15.94%/6.96%/9.03%。其中Onix为雪佛兰在南美市场销量最高车型，2020年疫情影响下仍销售16.06万辆，为南美全市场车型销冠。
- ▶ 车企集中度角度来看，南美市场CR5自2019年以来整体呈下滑趋势。
- ▶ 南美市场市占率呈现下滑趋势的重点车企包括雷诺、福特与本田。2021年1-10月雷诺/福特/本田三家车企销量市占率同比2015年分别-1.04pct/-7.23pct/-1.43pct。

图：南美市场排名前五车企销量（左轴/万辆）及CR5（右轴/%）



图：南美市场销量市占率下滑的重点车企（%）



## 3.2未来增量看哪里？南美：长城/奇瑞受益SUV红利

### ◆ 南美地区（智利、巴西等）：

- ◆ 1) 长城汽车：以巴西为支点进军南美市场。2021年8月，长城汽车正式收购巴西的奔驰工厂，南美市场布局继原有厄瓜多尔3万产能SKD组装工厂后，长城再次加速南美产能布局，根据双方签署的资产收购协议，包括土地、厂房、机器设备等在内的巴西伊拉塞马波利斯工厂将移交给长城汽车。本次交易为纯资产交易，不涉及人员转移。长城汽车拟投资3亿美元用于产线改造升级和适应当地市场的车型改进，投产后具备10万辆整车产能。具体品牌方面，长城汽车计划首先将哈弗SUV导入南美巴西市场，结合在乌拉圭、智利、巴拉圭等地区销售网络建设，有望受益南美市场目前SUV行业红利爆发，快速提升南美市场销量。
- ◆ 2) 奇瑞汽车：南美布局较早，销量预计稳步提升。2021年以来，奇瑞汽车借助南美市场SUV行业红利以及自身车型加快导入，已经实现在智利市场销量的迅速突破，主要在售车型为瑞虎5X、瑞虎8等车型，预计未来将通过与当地销售网络（奇瑞卡奥）进一步合作延展和车型的不断导入，以性价比优势实现销量不断提升。

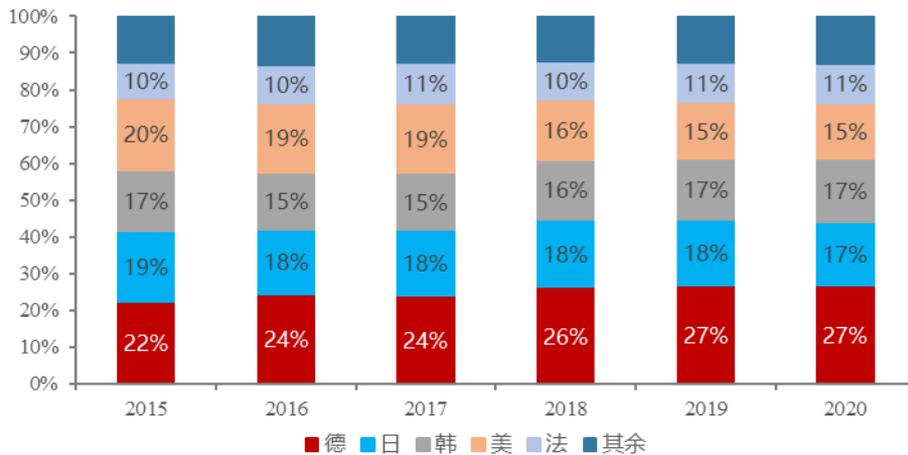
图：长城汽车&南美工厂签约



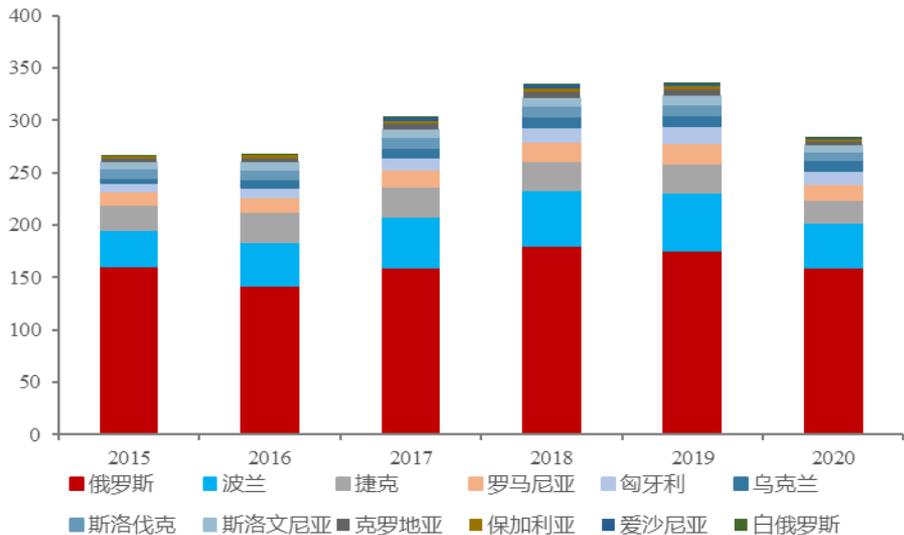
### 3.3 未来增量看哪里？东欧：SUV红利持续

东欧地区乘用车（包括皮卡）市场年销量规模约350万辆左右，俄罗斯地区销量占比50%以上。分车辆类型来看，东欧市场轿车销量占比份额较大，但自2015年以来占比即呈下滑趋势，2020年销量占比59%，其中A0级小型车占比最高；SUV销量占比逐年提升，2020年销量占比37%；皮卡、MPV等其余车型销量占比较低。分系别来看，整体分布较稳定，2020年德/日/韩销量占比分别为27%/17%/17%。占比最高的车企为俄罗斯最大汽车制造厂伏尔加旗下的拉达汽车，2020年销量占比为12%，拉达车型落伍，但价格较为低廉。自主品牌销量占比较低，趋势向上。2020年自主品牌市占率为2.13%，其中出口占比较高的为长城、奇瑞。

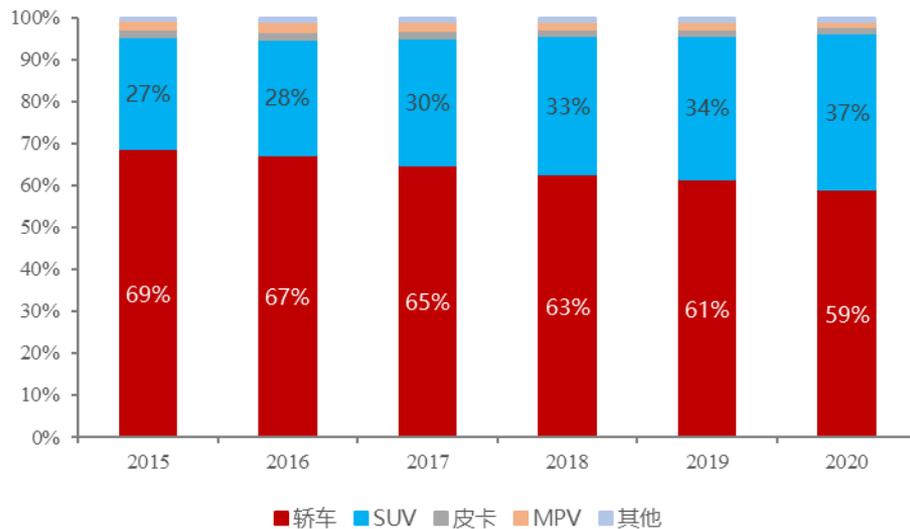
图：东欧市场分系别销量占比情况（%）



图：东欧市场销量情况/万辆



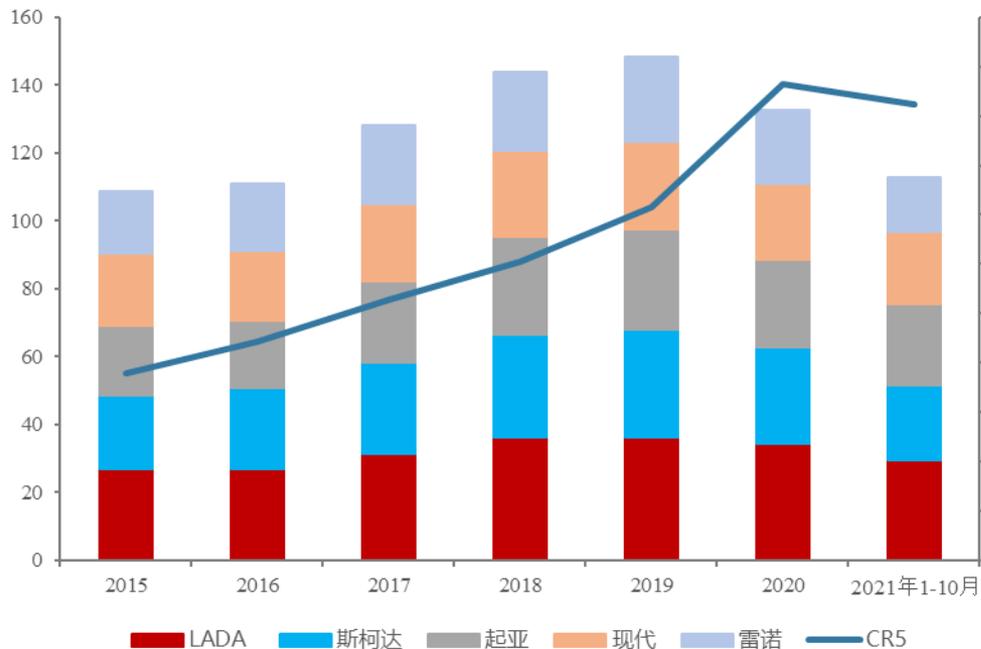
图：东欧市场分车辆类型占比情况（%）



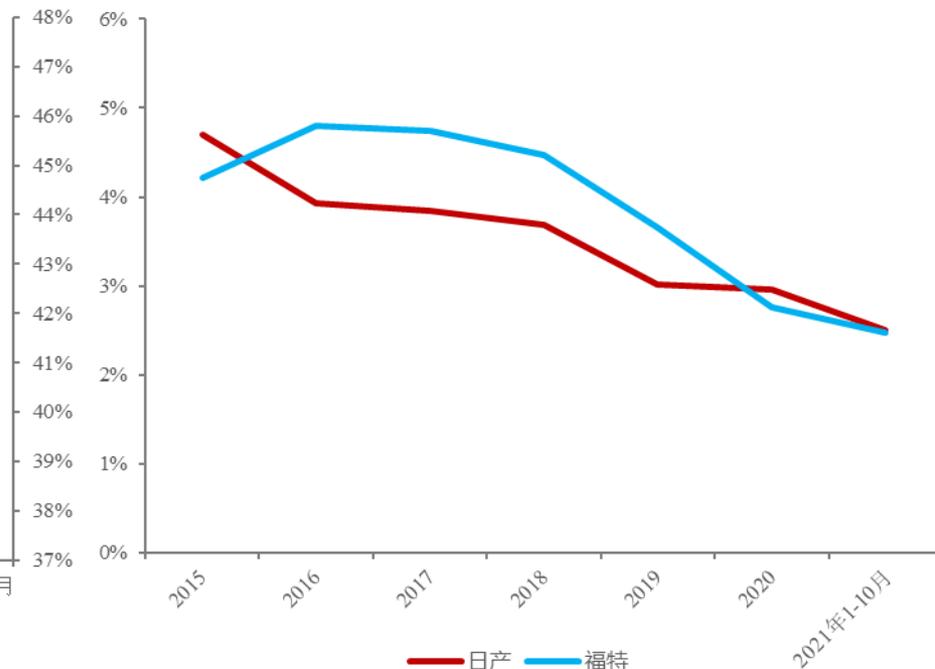
### 3.3 东欧：本土品牌占据主导，日产/福特下滑较大

- 东欧市场销量排名前五的车企为LADA/斯柯达/起亚/现代/雷诺，2021年1-10月在东欧市场销量市占率分别为12.04%/9.04%/9.78%/8.78%/6.59%。LADA旗下车型Granta为俄罗斯市场车型销冠，Granta为入门级小车，定位中低端家用，自2011年上市以来销量持续攀升，2020年销量为12.61万辆。
- 车企集中度角度来看，东欧市场CR5整体呈上升趋势，集中度不断提升，2021年1-10月为46.2%。
- 东欧市场市占率呈现下滑趋势的重点车企为日产&福特。2021年1-10月日产/福特两家车企在东欧市场的销量市占率同比2015年分别-2.19pct/-1.75pct。

图：东欧市场排名前五车企销量（左轴/万辆）及CR5（右轴/%）



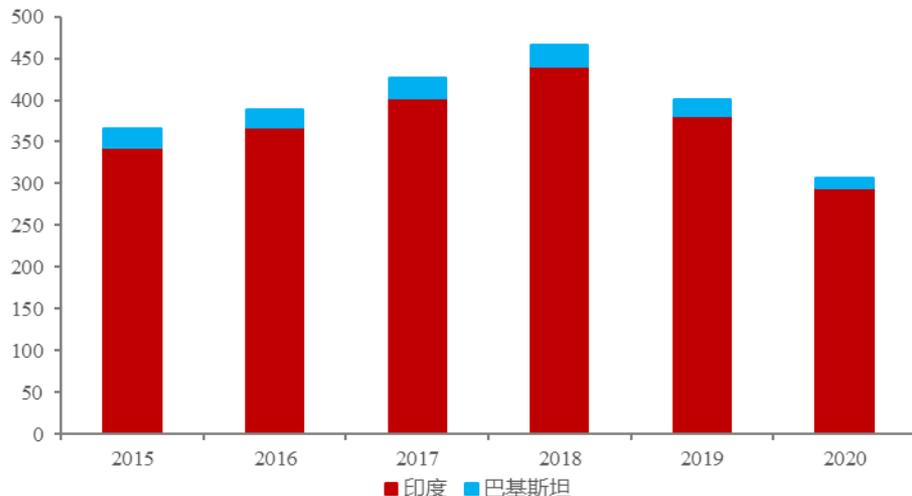
图：东欧市场销量市占率下滑的重点车企（%）



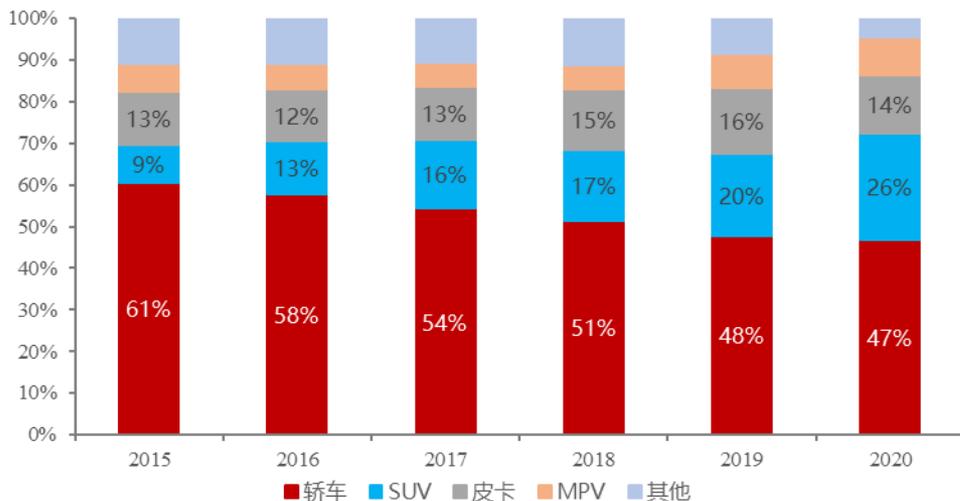
## 3.4 未来增量看哪里？南亚：SUV占比提升

南亚市场以印度市场为主，印度为全球第五大经济体，2020年总人口数达到13.8亿，人口数量仅次于中国，但汽车年销量远低于中国，整体市场规模约450万辆左右，消费潜力巨大。但由于印度人均GDP水平较低，整体汽车消费档次以价格较低的小型车为主。分车辆类型来看，南亚市场SUV车型销量占比自2015年以来逐年提升。分系别来看，2015-2020年南亚市场中日系车占比在50%左右，其中以铃木为主力，2020年南亚市场中铃木占比达到42%；印度本地品牌塔塔&马辛德拉销量占比也较高，2020年市占率为25%。在南亚市场进行布局的自主品牌主要为上汽MG，2020年销量为2.82万辆。

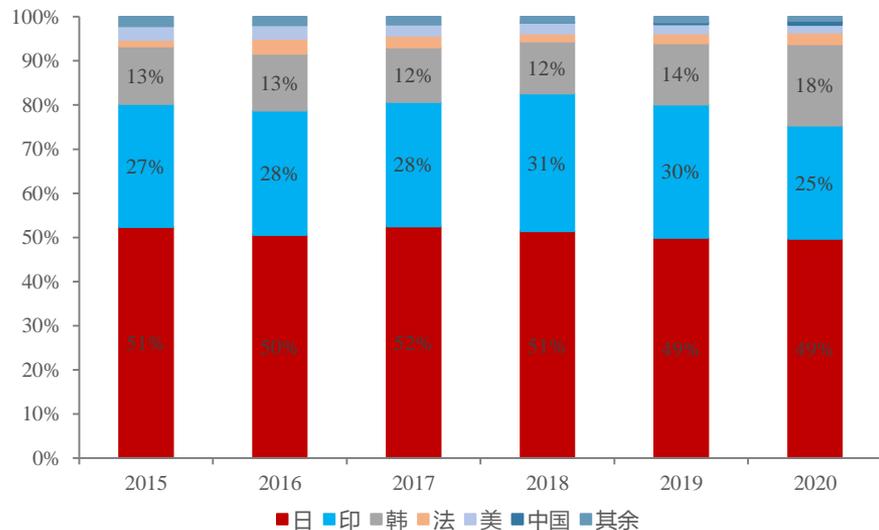
图：南亚市场汽车销量/万辆



图：南亚市场分车型销量占比 (%)



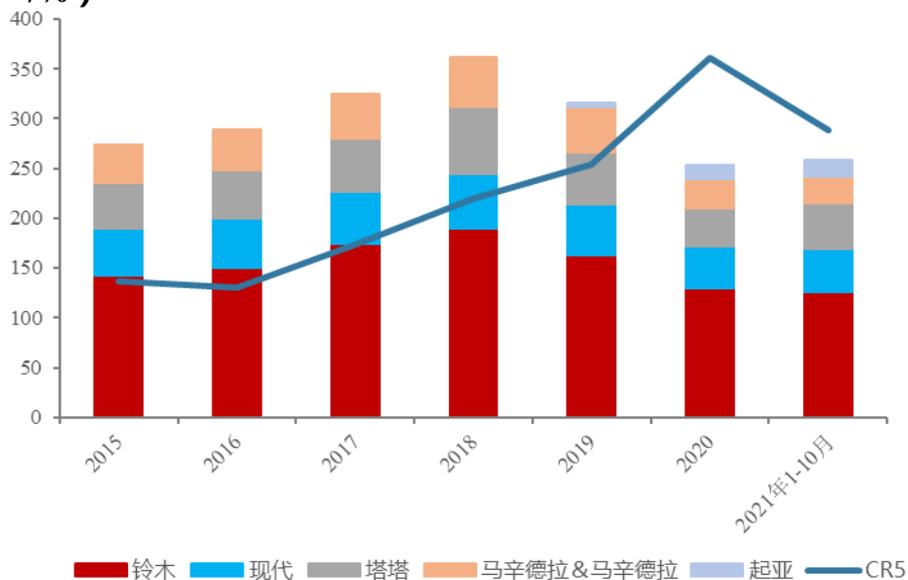
图：南亚市场分系别销量结构 (%)



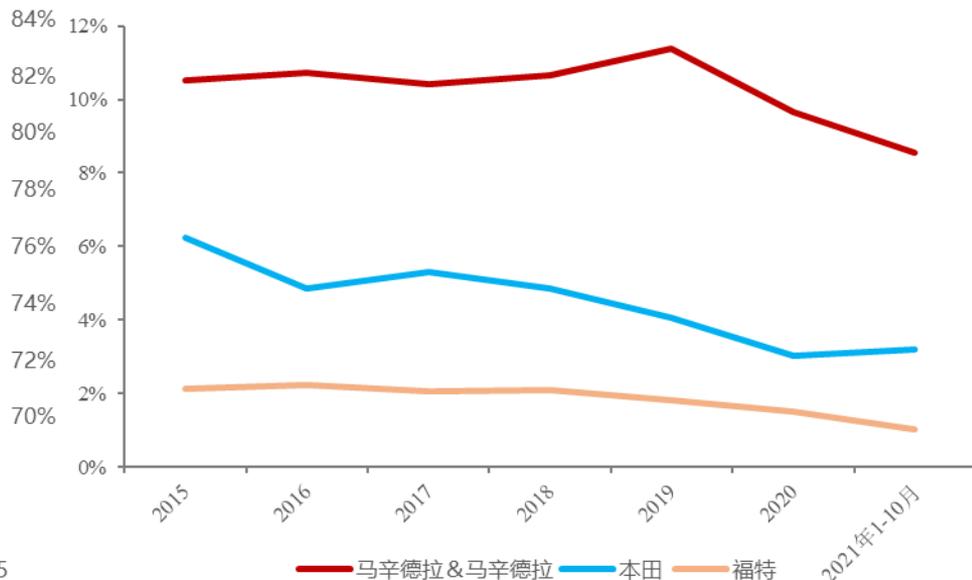
## 3.4 南亚：铃木占据龙头，本土品牌份额持续下滑

- ▶ **南亚市场铃木占据绝对优势。**南亚市场销量排名前五的车企为铃木/现代/塔塔/马辛德拉/起亚，2021年1-10月销量市占率分别为38.85%/13.74%/14.03%/8.55%/4.95%。其中铃木优势明显，铃木主要车型较小，省油性能强，较好的满足了当地市场消费者需求；印度本地品牌塔塔&马辛德拉销量占比也较高，2020年合计市占率为25%。**车企集中度角度来看，南亚市场CR5自2015年以来整体呈现上升趋势，2021年1-10月达80.12%。**
- ▶ **南亚市占率呈现下滑趋势的重点车企包括印度本土品牌马辛德拉、本田以及福特。**2021年1-10月马辛德拉/本田/福特三家车企销量市占率同比2015年分别-1.95pct/-3.04pct/-1.09pct。

图：南亚市场排名前五车企销量（左轴/万辆）及CR5（右轴/%）



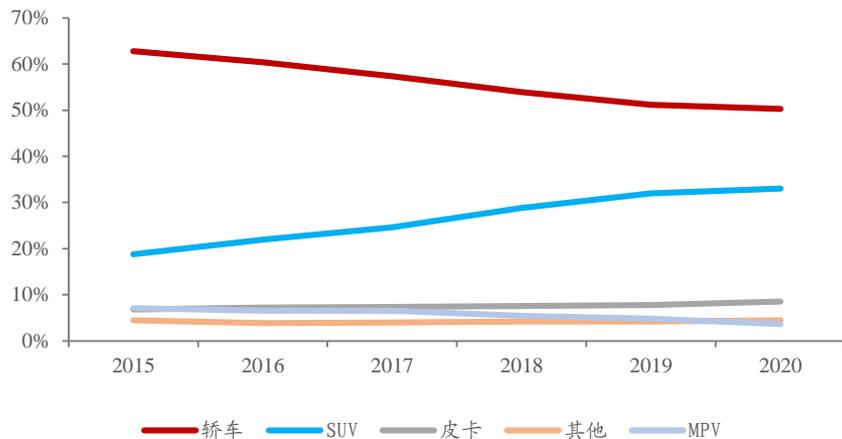
图：南亚市场销量市占率下滑的重点车企（%）



# 3.5 未来增量看哪里？西欧：格局稳定，SUV提升

◆ **西欧地区（英国、德国等）：**西欧市场整体乘用车（包含皮卡）年销量约1600万辆左右。细分市场格局来看，德系占据绝对龙头，市占率接近40%，法系/日系/美系等车系基本保持稳定市占率，自主品牌份额较低，不足1%。细分车辆类型来看，轿车销量份额不断下降，由2015年63%下降至2020年50%，SUV份额持续上升14pct至33%，份额提升较大。展望未来，SUV整体市场规模有望继续提升至与轿车基本相当的水平。另外，随西欧碳排放法规不断加严，电动车市场有望成为除欧系以外车企进军欧洲市场重要突破口。

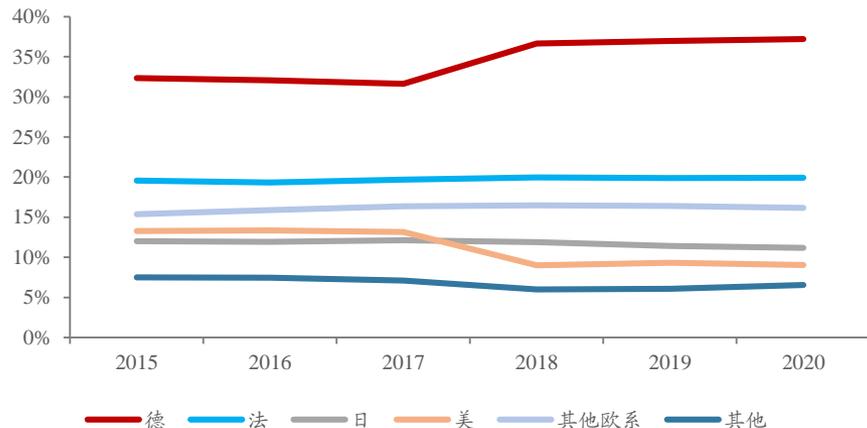
图：西欧地区分车辆类型市场格局



图：西欧地区市场总销量（左轴/万辆）及增速（右轴）



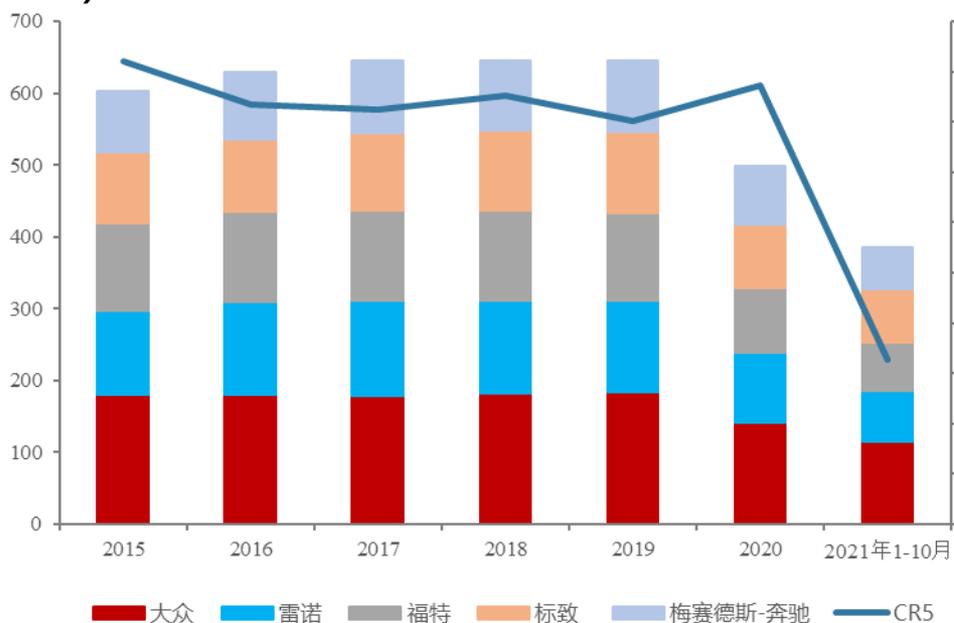
图：西欧地区分系别市场格局



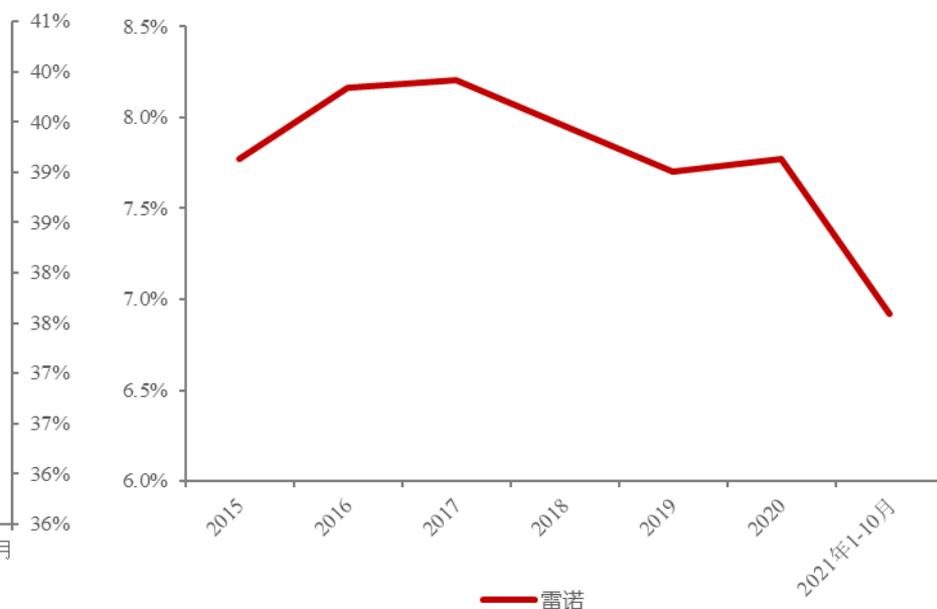
## 3.5 西欧：本土品牌占据主导，雷诺份额下滑较大

- ▶ **西欧市场销量排名前五的车企为大众/雷诺/福特/标致/奔驰**，2021年1-10月在西欧市场上的销量市占率分别为11.06%/6.92%/6.48%/7.04%/5.63%。西欧市场经济发展水平高，同时也是传统汽车整车制造和零部件制造中心，汽车工业和汽车市场较为成熟。高尔夫车型历史悠久，通过不断换代已成为欧洲“大众”车型象征，2020年受疫情影响在西欧销量为28.51万辆，同比-32.38%，但仍为西欧市场车型销冠。
- ▶ **车企集中度角度来看，除2021年1-10月外，西欧市场CR5整体较平稳，格局稳定，2020年为39.9%。**
- ▶ **西欧市场市占率呈现下滑趋势的重点车企为雷诺。** 2021年1-10月雷诺销量市占率同比2015年-0.85pct。

图：西欧市场排名前五车企销量（左轴/万辆）及CR5（右轴 %）



图：西欧市场销量市占率下滑的重点车企（%）



## 3.5 西欧：电动化下新势力/长城/吉利迎来新增量

- ◆ 西欧地区（德国、法国等）：
- ◆ 1) 吉利汽车：以沃尔沃技术、渠道销售网络以及品牌力为背书，初始定位欧洲市场的领克品牌正式发力西欧市场。产品维度，2020年，欧洲市场日趋紧张的碳排放政策下，领克01 PHEV车型正式进军欧洲市场，2021年，吉利汽车陆续导入领克品牌其他几款车型，并利用沃尔沃原有成熟的渠道销售网络，结合在德国等部分西欧国家自建门店加速领克品牌在西欧市场普及。研发维度，吉利在瑞典成立技术研发中心，与沃尔沃协同开发，更好把握欧洲市场消费者消费偏好，CMA/SPA双架构下有望推动欧洲市场吉利销量不断提升。
- ◆ 2) 长城汽车：WEY品牌摩卡 PHEV版本即将登陆欧洲，欧拉系列多款车型即将相继导入。产品维度，2021慕尼黑车展长城汽车正式发布欧洲战略，将于2022年向欧洲正式推出一款插电式混合动力SUV车型和一款电动紧凑车型（欧拉好猫）。魏牌还发布了欧洲商业模式及用户运营计划。将推出以社交、智能生活为核心的汽车品牌APP，构建一个全新的、以客户为中心的智能生态系统，2022年将建设超过60余家线下门店。欧拉好猫自2021年12月便开启预购，2022-2023年欧拉将为欧洲用户提供超过5款全球领先的新能源智能车型，到2025年，欧拉将在欧洲投放10款以上的全球首发车型。研发维度，长城汽车即将在欧洲建立本土化研发中心，进入全面出海进军欧洲市场的重点起点。

图：吉利领克01 PHEV



图：慕尼黑车展



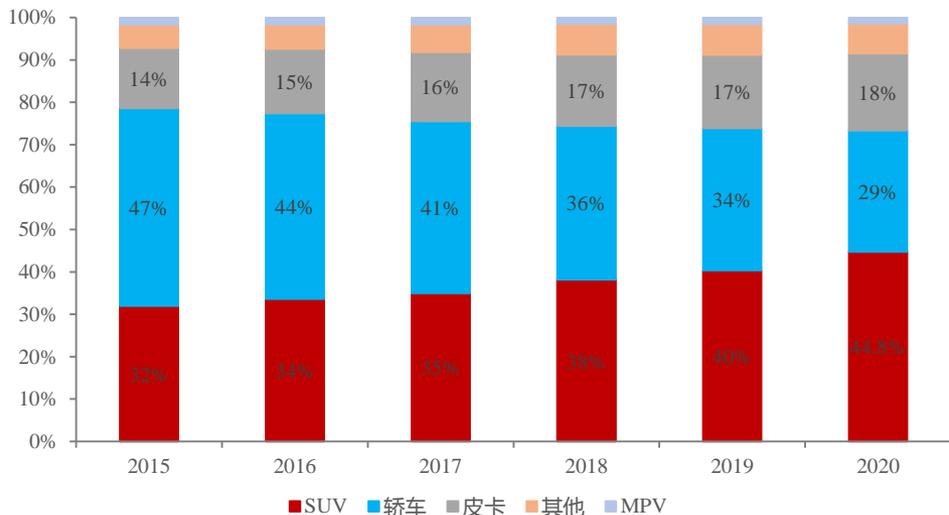
## 3.6 未来增量看哪里？大洋洲：SUV上行，日系占优

大洋洲汽车市场销量规模稳定，新增需求有限。大洋洲市场主要为澳大利亚及新西兰市场，两国均为发达国家，整体市场消费水平较高；年销量规模约120万辆。从车型结构角度来看，皮卡销量保持稳定，SUV销量占比持续上行。大洋洲轿车销量自2015年起逐年下滑，SUV市场销量占比不断提升，2020年SUV销量为46万辆，占比44.8%。大洋洲汽车市场属于进口型市场，日系车型市占率保持在过半水平。日系品牌在大洋洲市场具有绝对优势，2015年-2020年市占率始终在50%以上，其次为德系/韩系，2020年市占率均为13%。2020年自主品牌在大洋洲市占率仅为2.24%。

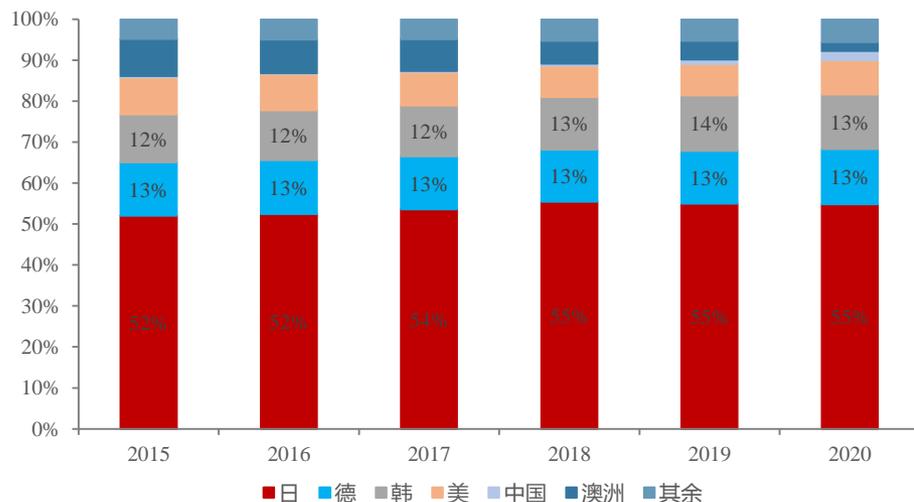
图：大洋洲市场汽车销量/万辆



图：大洋洲市场分车辆类型销量结构 (%)



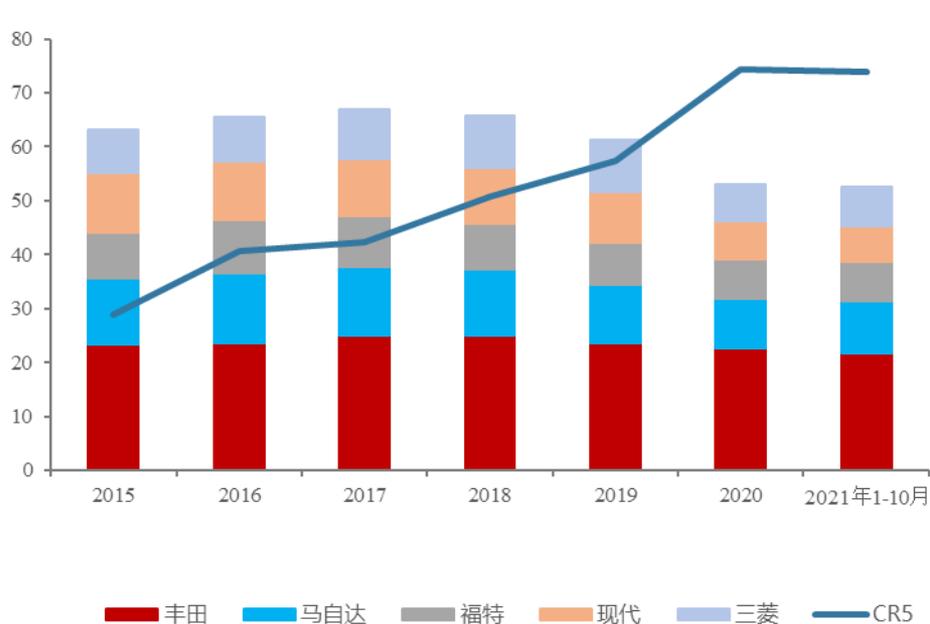
图：大洋洲市场分系别销量结构 (%)



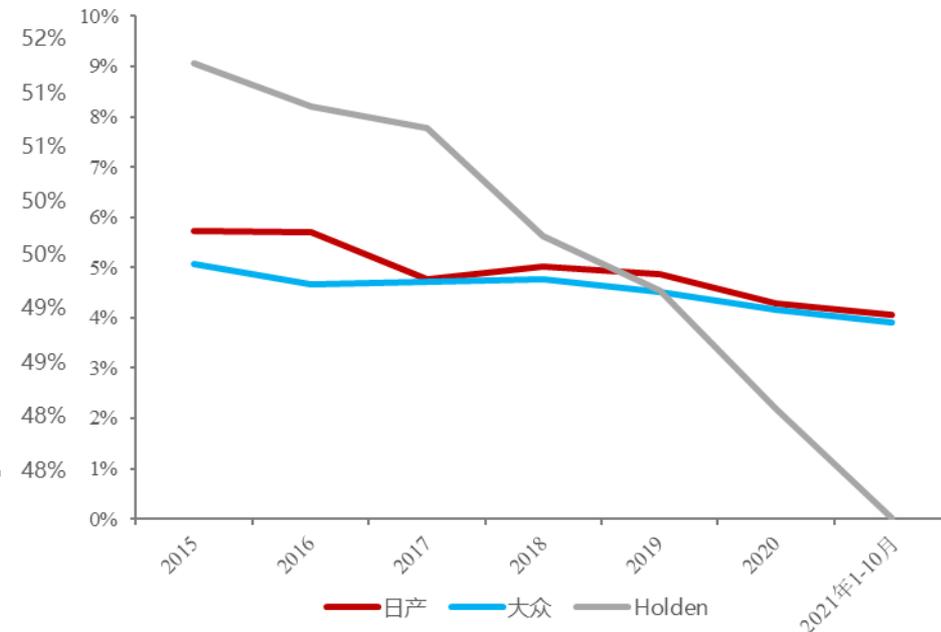
## 3.6 大洋洲：日系占据主导，本土品牌份额迅速下滑

- ▶ 大洋洲市场销量排名前五的车企为丰田/马自达/福特/现代/三菱，2021年1-10月销量市占率分别为21.00%/9.44%/7.20%/6.51%/7.05%。丰田Hilux皮卡为大洋洲市场销冠，Hilux作为经济型皮卡，在保障乘用车体验较好同时拥有较好的操纵性和越野能力，2020年在大洋洲市场的销量达到4.52万辆。
- ▶ 车企集中度角度来看，大洋洲市场CR5整体呈上升趋势，2021年1-10月为51.2%。
- ▶ 大洋洲市场市占率呈现下滑趋势的重点车企为日产&大众&Holden。2021年1-10月日产/大众/Holden三家车企在大洋洲市场的销量市占率同比2015年分别-1.67pct/-1.16pct/-9.06pct。

图：大洋洲市场排名前五车企销量（左轴/万辆）及CR5（右轴/%）



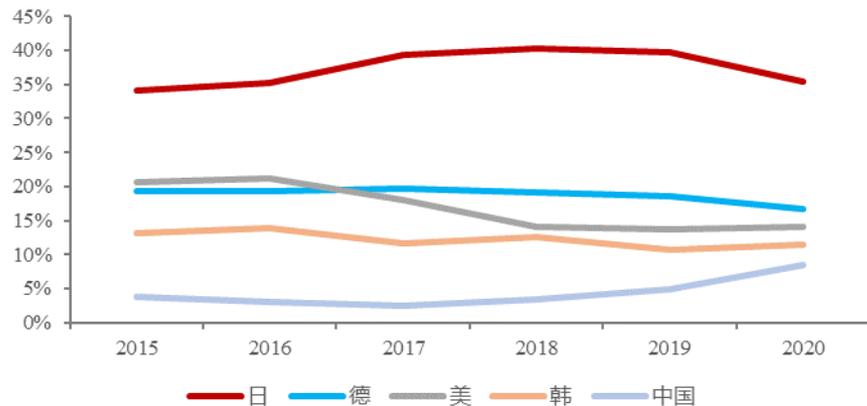
图：大洋洲市场销量市占率下滑的重点车企（%）



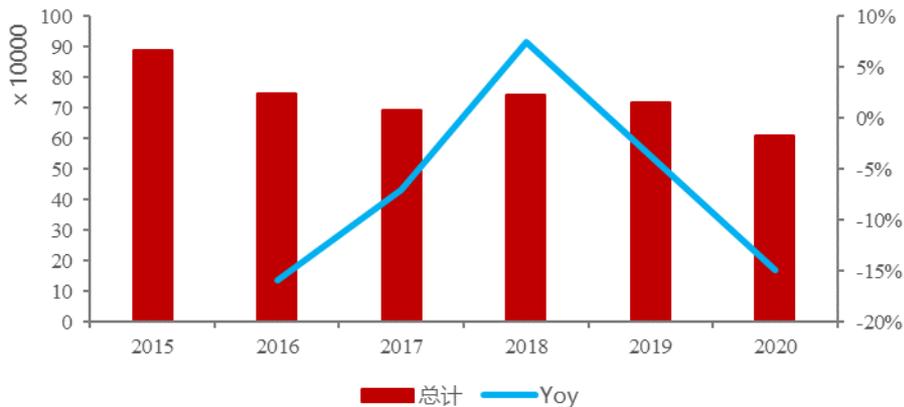
## 3.7 未来增量看哪里？非洲：SUV增加，自主占比提升

◆ **非洲地区（埃及、南非等）**：非洲市场整体体量较小，乘用车（包含皮卡）年销量规模约为70~80万辆。细分车辆类型结构来看，SUV销量占比迅速上升，由2015年15.5%上升至2020年26.2%；轿车以及皮卡等销量占比均有大幅下滑，分别下滑13.2pct/7.9pct至39.5%/18.5%，**SUV市场迅速爆发，我们预计未来增量较大。**细分车企系别结构来看，日系稳定占据榜首，份额超30%，主要以丰田/马自达为代表，德系/美系等车企次之，**自主品牌份额整体较低但上行较快。2015~2020年由3.7%上升至8.5%，但份额有望受益SUV行业红利迅速提升，长城哈弗/上汽名爵/奇瑞瑞虎等贡献主力车型销量。**

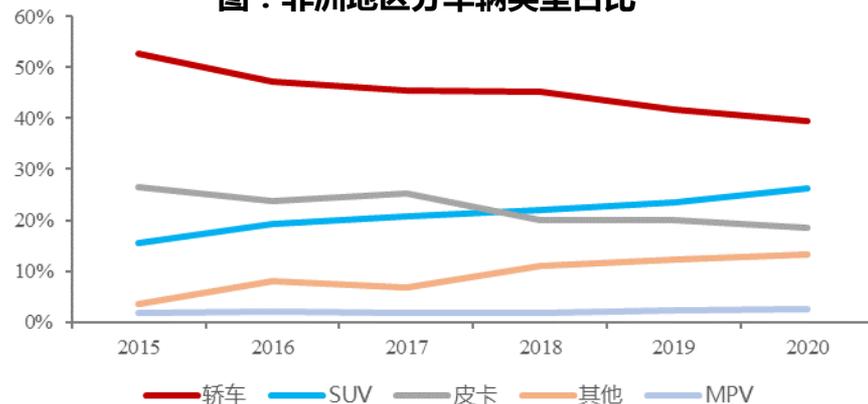
图：非洲市场分系别市场格局



图：非洲市场总销量/万辆



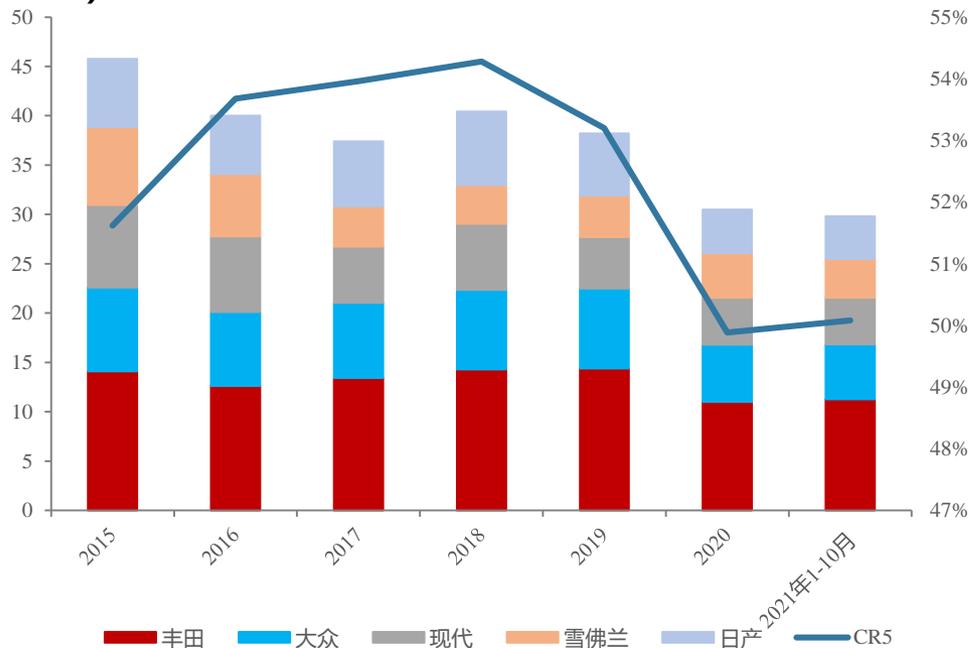
图：非洲地区分车辆类型占比



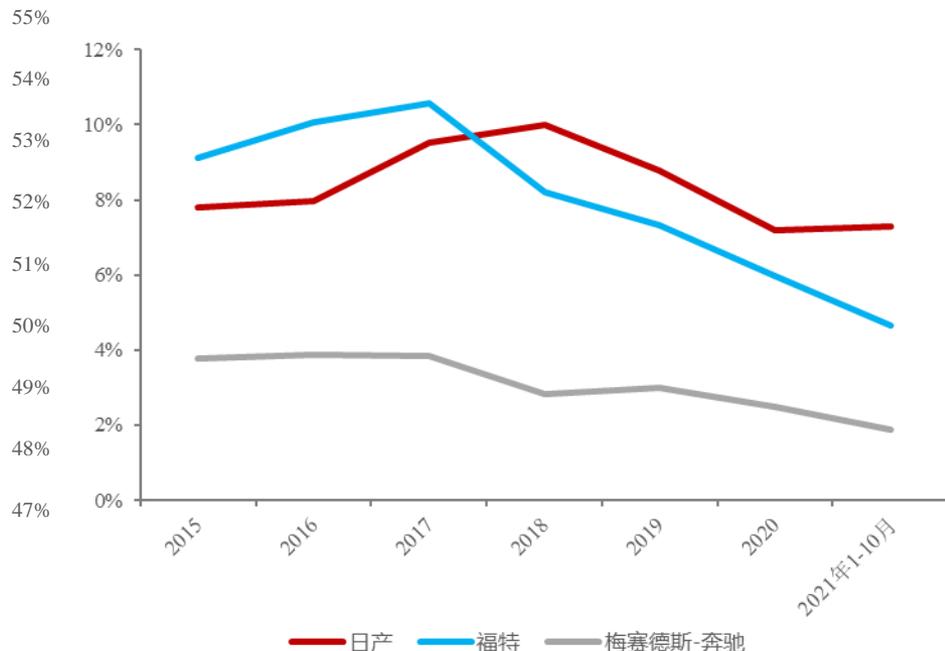
## 3.7 非洲：丰田占据主要地位，福特/奔驰份额下滑

- ▶ 非洲市场销量排名前五的车企为丰田/大众/现代/雪佛兰/日产，2021年1-10月非洲市场销量市占率分别为18.92%/9.37%/7.93%/6.56%/7.30%。由于通过性优秀、结构可靠耐用等特性，丰田Hilux为非洲市场车型销冠，2020年销量为3.28万辆。
- ▶ 车企集中度角度来看，非洲市场CR5自2018年以来整体呈下滑趋势，2021年1-10月为50.1%。
- ▶ 非洲市场市占率呈现下滑趋势的重点车企包括日产、福特与奔驰。2021年1-10月日产/福特/奔驰三家车企销量市占率同比2015年分别-0.50pct/-4.46pct/-1.86pct。

图：非洲市场排名前五车企销量（左轴/万辆）及CR5（右轴 %）



图：非洲市场销量市占率下滑的重点车企（%）

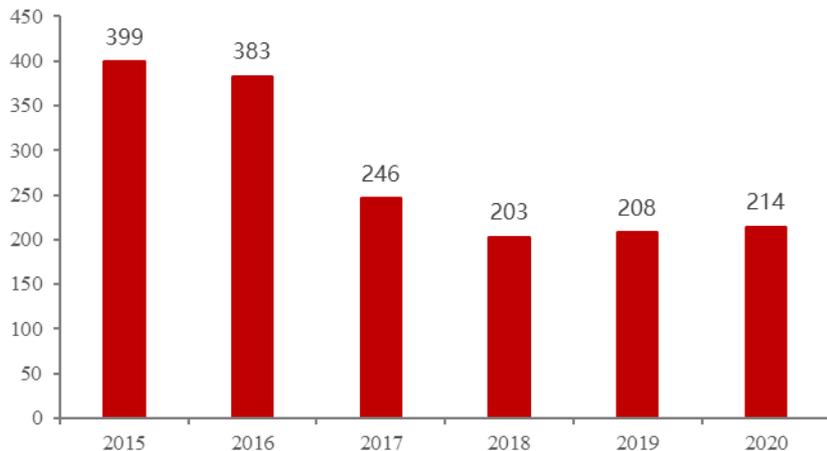


- ◆ 非洲地区（南非、埃及等）：
  - ◆ 1) 上汽名爵：2019年，上汽集团与埃及最大经销商集团曼苏尔签订战略合作协议正式进军非洲市场，落实国家一带一路战略。主要车型方面，上汽名爵南非在售车型主要包括MG5、MG ZS以及MG RX5等车型，包含SUV/轿车等品类，长期来看，上汽有望借助提前布局优势，受益非洲市场整体销量规模上行以及SUV替换轿车的行业红利实现自身非洲地区销量提升。产能方面，上汽名爵主要以英国地区和南亚地区产能辐射非洲，保障供应。
  - ◆ 2) 奇瑞汽车：目前奇瑞汽车非洲市场在售车型主要包括艾瑞泽5/瑞虎/瑞虎7等涵盖轿车/SUV多品类，2021年11月，奇瑞全新导入瑞虎4，加速车型导入，丰富非洲市场产品布局，未来销量有望进一步攀升。
  - ◆ 3) 长城汽车：以突尼斯长城组装工厂为依托，长城汽车以哈弗H1/H2等小型SUV以及风骏皮卡系列入局非洲市场，未来有望受益非洲市场整体销量规模上行以及SUV替换轿车的行业红利实现自身非洲地区销量提升。

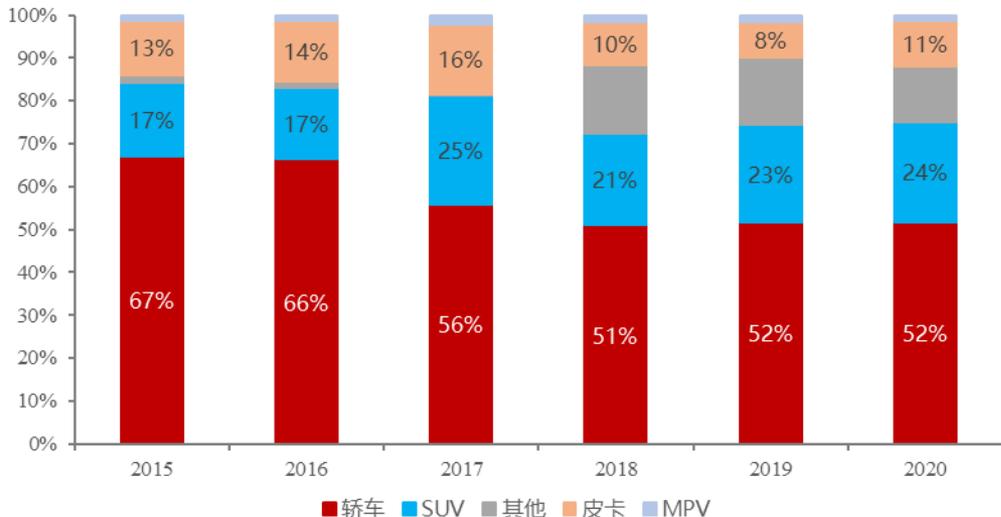
## 3.8 未来增量看哪里？西亚：SUV份额持续增加

西亚地区包括沙特阿拉伯、科威特等全球主要产油国家，经济发展水平良好，同时该地区油价较低，排量大的多缸发动机类车型销量可观。但西亚地区宏观国际国内形势复杂，政治局势相对动荡，2018年伊朗受制裁，中国车企均退出伊朗市场，**西亚地区整体汽车年销量为200万辆左右。分车辆类型来看，2018-2020年SUV销量占比逐年提升；分系别来看，西亚地区日系车型销量占比最高，美系车型占比自2016年起逐年提升。自主品牌在西亚地区市占率较低，2020年为2.67%，2018-2020年在西亚地区出口较多的自主品牌为上汽名爵以及长安汽车，2020年分别出口2.50/2.16万辆。**

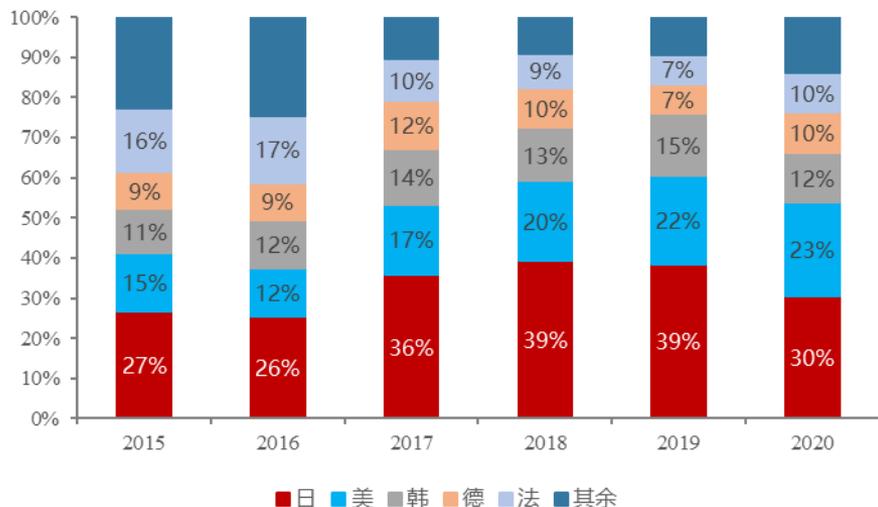
图：西亚市场汽车销量/万辆



图：西亚市场分车型销量占比 (%)



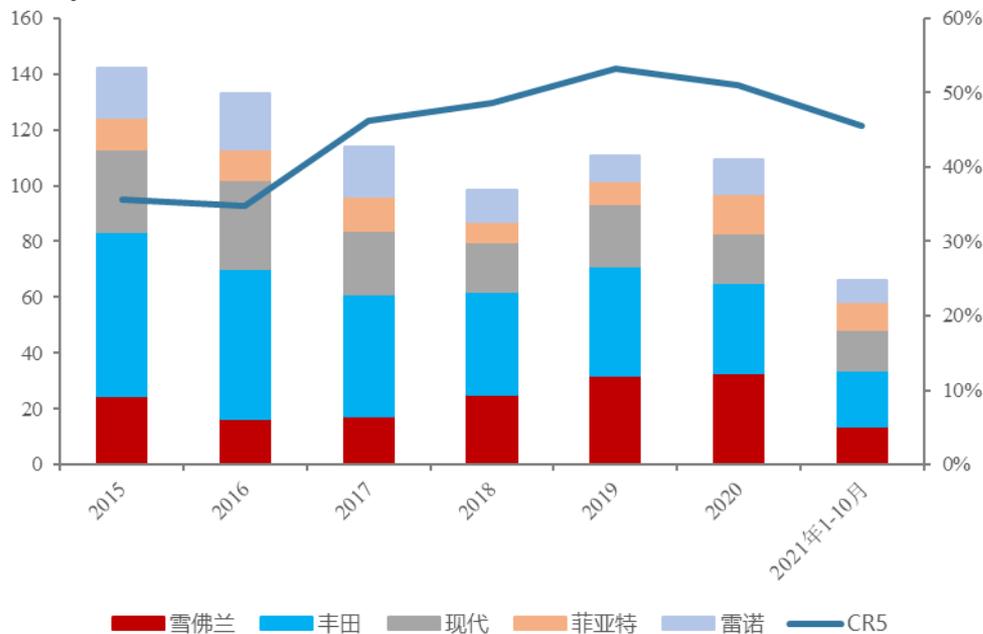
图：西亚市场分系别销量结构 (%)



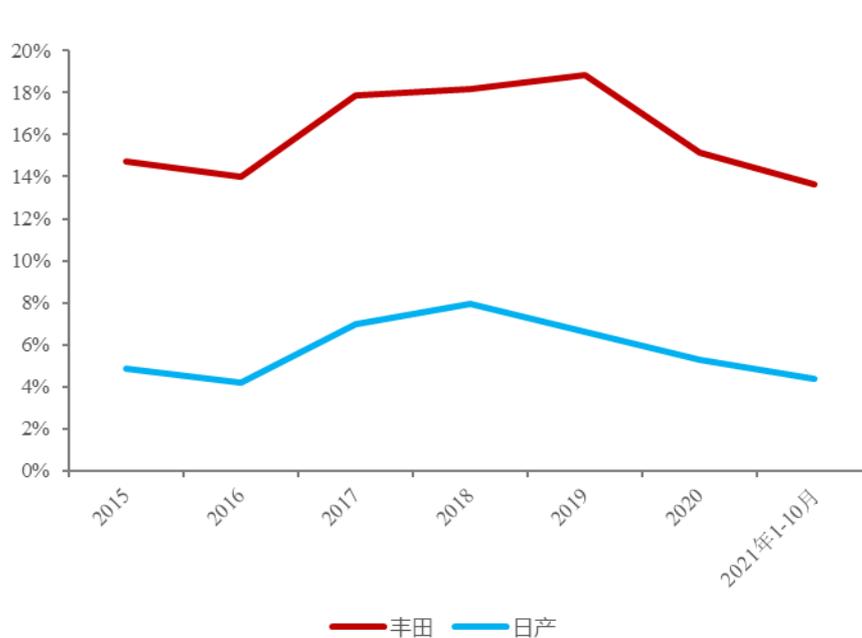
## 3.8 西亚：格局分散，丰田/日产等日系下滑较大

- ▶ **西亚市场销量排名前五的车企为丰田/雪佛兰/现代/菲亚特/雷诺**，2021年1-10月销量市占率分别为13.66%/9.56%/10.01%/7.12%/5.24%。在当地沙漠等复杂地理环境下，丰田旗下皮卡Hilux、兰德酷路泽等车型展现出较强的实用性和可靠性，为丰田提供较强销量支撑。**车企集中度角度来看，西亚市场CR5自2019年以来整体呈下滑趋势**，2021年1-10月为45.6%。
- ▶ **西亚市场市占率呈现下滑趋势的重点车企包括丰田与日产**。2021年1-10月丰田/日产三家车企销量市占率同比2015年分别-1.09pct/-0.49pct。

图：西亚市场排名前五车企销量（左轴/万辆）及CR5（右轴/%）



图：西亚市场销量市占率下滑的重点车企（%）





## ■ 当下出口情况如何？

---

## ■ 2021年以来出口为何持续高增长？

---

## ■ 未来出口持续增长核心看哪里？

---

## ■ 投资建议与风险提示

---

◆ **投资建议**：推荐【长城汽车+理想汽车+小鹏汽车+比亚迪+吉利汽车+广汽集团+长安汽车+上汽集团】，关注【蔚来汽车+江淮汽车+小康汽车+北汽蓝谷】。

图：主要车企盈利预测（比亚迪为电新团队预测，采用2021/12/21日收盘价）

证券代码	公司简称	股价 (元)	归母净利润(亿元)				PE			评级
			2020	2021E	2022E	2023E	2021E	2022E	2023E	
601633	长城汽车	51.30	53.6	71.6	126.5	178.0	66.2	37.4	26.6	买入
2015.HK	理想汽车-W	92.82	-7.92	(3.7)	(5.3)	22.3	-	-	85.9	买入
9868.HK	小鹏汽车-W	132.02	-48.90	(50.4)	(39.9)	(18.3)	-	-	-	买入
002594	比亚迪	276.21	42.3	43.5	104.0	154.1	185.0	77.3	52.2	买入
0175.HK	吉利汽车	18.08	55.3	65.3	99.7	136.7	25.3	16.6	12.1	买入
601238	广汽集团	15.15	59.7	65.0	89.9	110.6	24.2	17.5	14.2	买入
000625	长安汽车	15.98	33.2	45.5	59.5	70.2	26.8	20.5	17.3	买入
600104	上汽集团	20.87	204.3	249.9	262.1	271.1	9.8	9.3	9.0	买入

注：除特殊标注外，货币单位均为人民币，汇率采用1港元=0.82人民币（2021年12月20日汇率）

## ■风险提示：

- **疫情控制进展低于预期。** 如果全球新冠疫情控制低于预期，则对全球经济产生影响，从而影响乘用车需求的复苏。
- **新能源汽车行业发展增速低于预期。** 如果新能源汽车三电技术发展及市场需求低于预期，则会影响行业整体电动化发展进程。
- **芯片/电池等关键零部件供应链不稳定。** 如果疫情因素导致全球性芯片短缺持续加严，可能会造成电池等关键零部件供应紧张。

东吴证券股份有限公司经中国证券监督管理委员会批准，已具备证券投资咨询业务资格。

本研究报告仅供东吴证券股份有限公司（以下简称“本公司”）的客户使用。本公司不会因接收人收到本报告而视其为客户。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见并不构成对任何人的投资建议，本公司不对任何人因使用本报告中的内容所导致的损失负任何责任。在法律许可的情况下，东吴证券及其所属关联机构可能会持有报告中提到的公司所发行的证券并进行交易，还可能为这些公司提供投资银行服务或其他服务。

市场有风险，投资需谨慎。本报告是基于本公司分析师认为可靠且已公开的信息，本公司力求但不保证这些信息的准确性和完整性，也不保证文中观点或陈述不会发生任何变更，在不同时期，本公司可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告。

本报告的版权归本公司所有，未经书面许可，任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制和发布。如引用、刊发、转载，需征得东吴证券研究所同意，并注明出处为东吴证券研究所，且不得对本报告进行有悖原意的引用、删节和修改。

东吴证券投资评级标准：

公司投资评级：

- 买入：预期未来6个月个股涨跌幅相对大盘在15%以上；
- 增持：预期未来6个月个股涨跌幅相对大盘介于5%与15%之间；
- 中性：预期未来6个月个股涨跌幅相对大盘介于-5%与5%之间；
- 减持：预期未来6个月个股涨跌幅相对大盘介于-15%与-5%之间；
- 卖出：预期未来6个月个股涨跌幅相对大盘在-15%以下。

行业投资评级：

- 增持：预期未来6个月内，行业指数相对强于大盘5%以上；
- 中性：预期未来6个月内，行业指数相对大盘-5%与5%；
- 减持：预期未来6个月内，行业指数相对弱于大盘5%以上。

东吴证券研究所  
苏州工业园区星阳街5号  
邮政编码：215021  
传真：（0512）62938527  
公司网址：<http://www.dwzq.com.cn>

# 东吴证券 财富家园