

开启新出海全球化3.0时代

2024中国新能源智能汽车产业链出海战略研究报告

亿欧智库 <https://www.iyiou.com/research>

Copyright reserved to EO Intelligence, December 2024

报告背景

- ◆ 对比国际，中国新能源智能汽车产业的发展一骑绝尘，不管是产业链上的智能化、电动化零部件企业，还是中国自主智能汽车品牌，以及充电基础设施企业，通过不断地技术迭代和激烈的竞争，使中国的相关产业链相当完备，并且在国际上具有竞争力。同时，汽车行业的发展将会成为我国经济的另一支柱。
- ◆ 随着产品和技术不断提升，中国新能源智能汽车产业链企业在此赛道具有丰富的技术储备和成本优势，叠加中国企业在新能源智能汽车行业的深刻理解和龙头地位，产业链相关企业有充足的动力参与国际市场，实现出海。国内消费者对于新能源智能汽车的偏好使国内的新能源智能汽车渗透率快速上升，随着销量规模的扩大，年同比增速迅速下降，竞争愈加激烈。越来越多的车企加入价格战，以主动降低终端销售价格为代价参与竞争，试图抢占市场份额。在此前提下，无论是企业经营者还是相关投资人，或多或少地对相关企业的未来发展增速产生负面预期。
- ◆ 叠加上述原因，中国新能源智能汽车产业链出海逐渐成为了产业链上相关企业的共识，成为了业绩支撑和产业发展的另一个方向。

核心观点

- ◆ 企业端，中国新能源智能汽车产业链相关企业技术领先，具备国际竞争力；同时海外市场竞争较小。市场端，国内市场竞争激烈，为抢占市场份额，多家车企的多款车型降低终端销售价格；多家车企也推出低息或者零息贷款政策，并且首付比例较低；由于车企需要保持一定的单车毛利率以及资金回转需求，会倒逼产业链上游降低零部件的价格以及增加对产业链上游企业的付款周期。在海外市场产业链相关企业可以把产品卖出更高的价格，更高的毛利，同时还可以快速拓展市场占有率，产业链相关企业有充足动力出海进入海外市场。政策端，国内的政策十分支持中国新能源智能汽车产业链出海，更深入地融入全球汽车市场，深度参与国际化分工；海外市场的政策开放度各异，例如：东南亚市场非常积极地引入相关产业链，支撑当地经济发展和当地就业；欧美更倾向于提高关税来削弱产业链上的中国企业在当地市场的竞争力，存在贸易保护倾向。
- ◆ 鉴于中国市场规模十分庞大，中国新能源智能汽车产业链的规模在全球市场中的占比较高，叠加发达国家采取贸易保护手段，现开拓新市场难度较低的国家主要为发展中国家，其消费能力中等。

目录

CONTENTS

01 2024中国新能源智能汽车产业链出海发展动因洞察

- 1.1 全球新能源汽车市场概况
- 1.2 中国新能源智能汽车产业链出海内因：技术领先、国内市场竞争激烈、政策支持
- 1.3 中国新能源智能汽车产业链出海外因：海外市场大，渗透率低、部分国家政策友好

02 2024中国新能源智能汽车产业链出海发展进程与战略分析

- 2.1 中国新能源智能汽车产业链出海进程
- 2.2 中国新能源智能汽车产业链出海战略模式

03 2024中国新能源智能汽车产业链出海典型案例解读

- 3.1 零部件企业出海案例
- 3.2 解决方案提供商出海案例
- 3.3 整车厂出海案例
- 3.4 补能基础设施出海案例

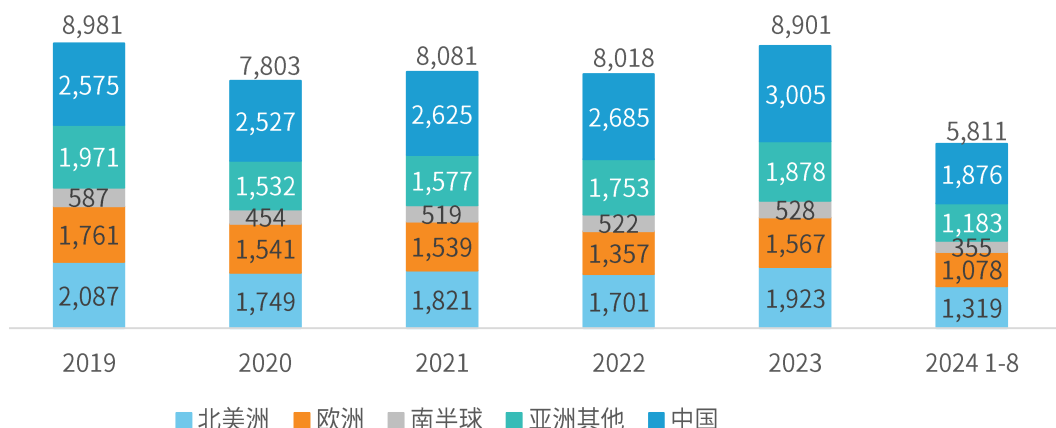
04 2024年中国新能源智能汽车产业链出海趋势预测

- 4.1 2024年中国新能源智能汽车产业链出海面临挑战
- 4.2 2024年中国新能源智能汽车产业链未来潜在发展机遇

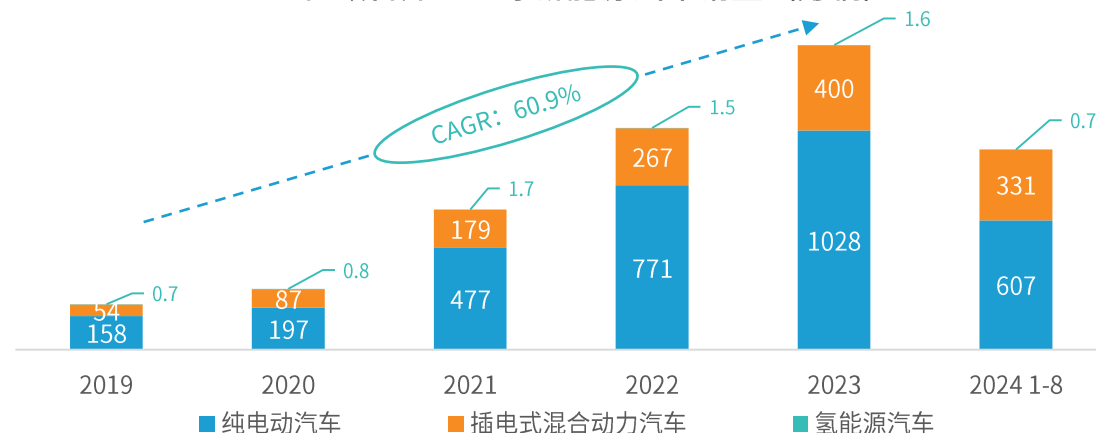
1.1.1 世界汽车市场销量稳定，中国新能源乘用车销售增速快于世界平均水平

- ◆ 近年来世界汽车市场销量窄幅波动，受疫情影响最严重的2020年汽车年销量约为7800万辆，对比2019年减少了约1000万辆，全球汽车市场整体趋于平稳。结构上，中国汽车市场约占全球汽车市场的33%，亚洲其他市场约占20%，北美市场约占22%，欧洲市场约占18%。
- ◆ 针对新能源车市场，2019年至2023年全球新能源汽车销量符合年均增长率约为60.9%，整体销量快速上升，其中纯电动汽车的销量占新能源汽车销量的65%左右。2020年以来中国的新能源乘用车市场份额不断上升，从2020年的41%上升至2024年的67%，表明中国的新能源乘用车销量增速高于世界平均水平，成为全球新能源汽车销量快速增长的重要支柱。

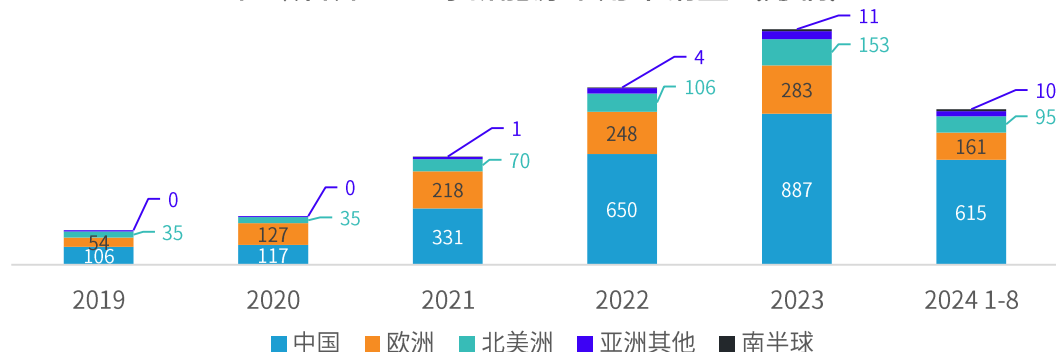
亿欧智库：世界汽车历年销量情况（万辆）



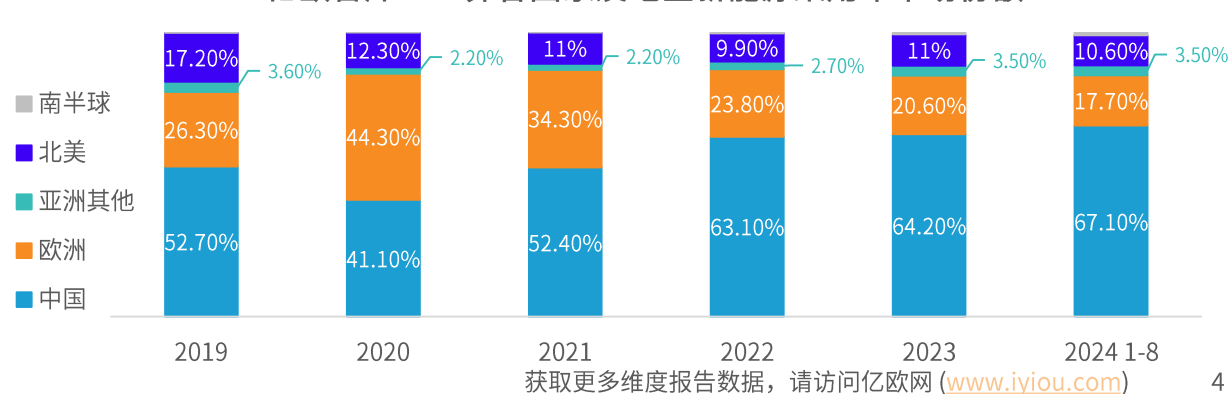
亿欧智库：全球新能源汽车销量（万辆）



亿欧智库：全球新能源乘用车销量（万辆）



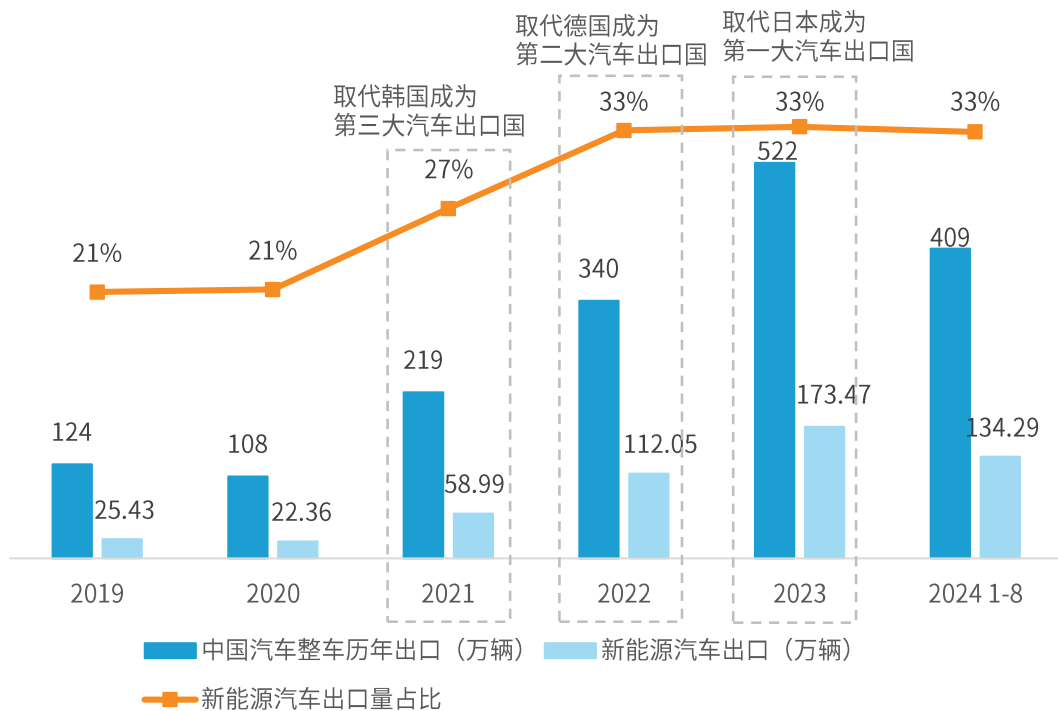
亿欧智库：世界各国家及地区新能源乘用车市场份额



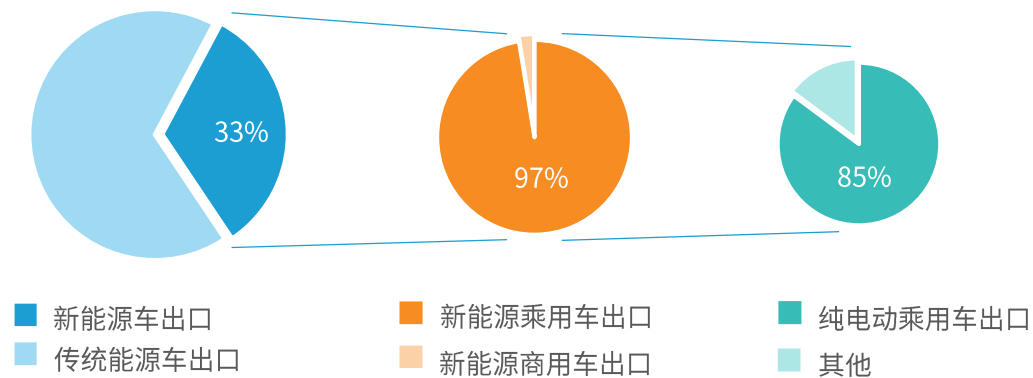
1.1.2 中国汽车出口及新能源车出口数量快速提升，得到国际广泛认可

- ◆ 自2019年以来，中国新能源汽车出口量快速上升，从2019年的25.43万辆上升到2023年的173.47万辆。同时中国总体汽车出口量也快速攀升，从2019年的124万辆上升到2023年的522万辆。新能源汽车出口在总体汽车出口量的占比也迅速上升，从2019年的21%，上升至2023年的33%。该占比在2020年出现拐点，大幅上升，对应了2020年也是中国国内新能源汽车市场的分水岭。这表明中国新能源汽车得到了国内和海外消费者的大量认可。
- ◆ 2021年、2022年和2023年是我国汽车产业出口的里程碑年份，在这三年分别超过了韩国、德国及日本，在2023年中国成为全球第一大汽车出口国。
- ◆ 亿欧智库认为，随着未来中国新能源汽车产业链更加成熟，在国际上处于领导地位，中国新能源智能汽车将进一步寻求出海，找到业绩的另一增长点。

亿欧智库：2019-2024.08 中国新能源汽车出口量及占比



亿欧智库：2024 1-8月 按类别划分出口量

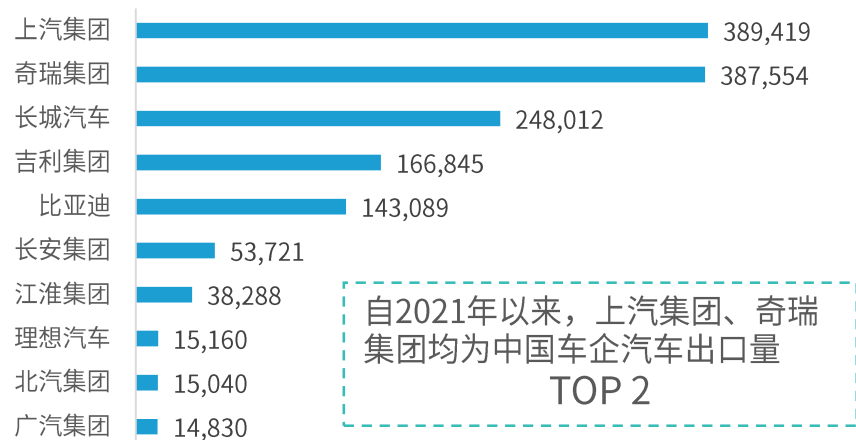


- 中国的整车出口当中，新能源车占总出口的33%左右。
- 中国的新能源车出口中，97%为新能源乘用车出口，新能源商用车出口占比很低。
- 中国的新能源乘用车出口当中，85%为纯电动乘用车出口，其余为插混车型、燃料电动车等。

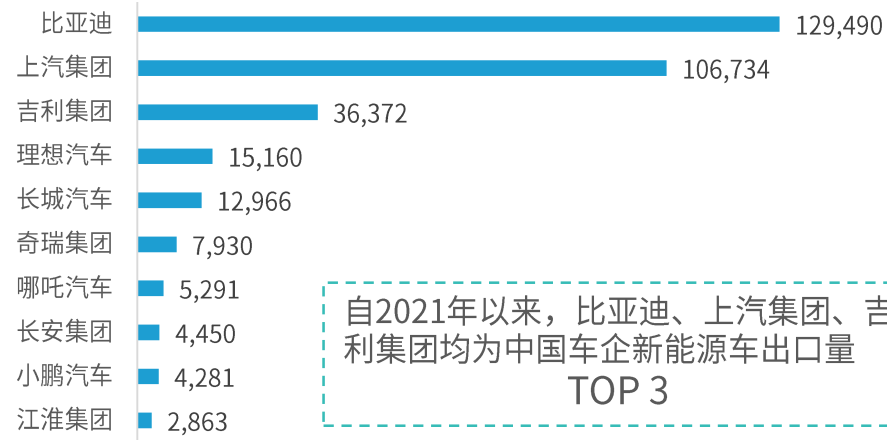
1.1.3 中国新能源智能汽车出口品牌百花齐放，造车新势力品牌开始发力

- ◆ 今年中国车企出口量 TOP 10 品牌为：上汽集团、奇瑞集团、长城汽车、吉利集团、比亚迪等；今年中国自主品牌新能源车出口量 TOP 10 品牌为：比亚迪、上汽集团、吉利集团、长城汽车、奇瑞集团等。
- ◆ 比亚迪新能源车出口量占该品牌汽车总体出口量的90%；上汽集团新能源车出口量占该品牌汽车总体出口量的27%；吉利集团新能源车出口量占该品牌汽车总体出口量的22%；长城汽车新能源车出口量占该品牌汽车总体出口量的5%；奇瑞集团新能源车出口量占该品牌汽车总体出口量的2%。
- ◆ 亿欧智库认为，对于传统能源汽车出口为主的品牌，在稳住其在海外的市场基本盘的情况下，依靠其品牌认知和销售渠道优势，积极拓展新能源车市场可以为其业绩助力；对于新能源车出口为主的品牌，需拓展市场并实时关注政府政策及消费者的偏好，更为看重海外市场的反馈是否符合预期。

亿欧智库：2024年 1-8 月中国车企汽车出口量 TOP 10 品牌



亿欧智库：2024年 1-8 月中国自主品牌新能源车出口量 TOP 10 品牌



亿欧智库：造车新势力出口情况



*理想汽车的销量均在俄罗斯，销售模式为当地经销商平行进口，非官方销售

1.2.1 中国企业利用新能源智能汽车实现换道超车，电动化与智能化技术在国际上领先

- ◆ 在全球新能源汽车替代传统燃油车的背景下，智能化为主要的发展趋势。中国新能源智能产业链上的企业储存了大量领先技术，并在国际上逐渐拥有话语权。ISO/TR 9968: 2023、ISO7637-1:2023 等多项新能源汽车的国际标准由中国牵头并主导制定。
- ◆ 我国在新能源电动化与智能化技术在国际上处于领先地位并获得广泛认可，具备产业链出海的前提条件。多家海外品牌选择中国自动驾驶解决方案供应商、智能座舱供应商、动力电池供应商。
- ◆ 对比其他国家，我国在新能源智能汽车相关专利方面具备明显优势。在电动化方面，我国动力电池专利申请数量约占总体数量的74%，其次是日本和美国。

亿欧智库：动力电池专利原始申请国分布



- 中国动力电池专利申请数量占总体数量的74%左右，在电动化方面优势明显。
- 百度Apollo、小马智行、文远知行等企业可与特斯拉、谷歌等企业一较高下。中国企业在智能化方面同样具有竞争力。

亿欧智库：中国牵头制定多项国际标准

政策名称	主要内容
ISO/TR 9968: 2023 《道路车辆功能安全新能源汽车可充电储能系统的应用》	针对新能源汽车可充电储能系统提出了安全架构、失效危害风险、安全方案设计、安全测试评价等要求，为新能源汽车产品研发、测试、运维和普及应用提供技术支持。
ISO7637-1:2023 《道路车辆 传导和耦合产生的电气干扰》	主要修改完善了ISO7637系列标准各部分测试方法的关键特性及通用技术条件，对于提升汽车零部件抗干扰性能以及可靠性提供了重要的技术支持。

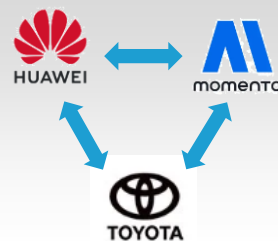
数据来源：Patent Result、智慧芽、公开资料整理、亿欧智库



- ◆ 文远知行自动驾驶车辆上线Uber平台，在阿联酋启动运营。
- ◆ 2023年7月，文远知行取得了阿联酋首个也是唯一一个国家级全域自动驾驶路跑牌照，获批在阿联酋全国范围的公共道路上开展自动驾驶车辆测试及运营。



- ◆ 宁德时代在德国、匈牙利、美国、泰国均设有制造厂。
- ◆ 宁德时代在欧洲获得客户广泛认可，在2024年一季度超越LG新能源成为欧洲第一大电池供应商。



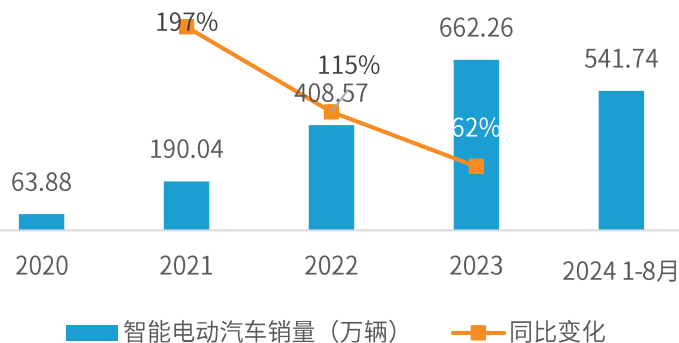
- ◆ 丰田、Momenta以及华为三方合作推出丰田铂智3X车型。Momenta提供自动驾驶解决方案，华为提供智能驾驶硬件。
- ◆ 铂智3X车型将支持L2++级智驾，该车型为丰田收款端到端智驾车型。广汽丰田对于L2++智驾的定义为：在高速道路和城市道路，行驶和停车都可使用。

获取更多维度报告数据，请访问亿欧网 (www.iyiyou.com)

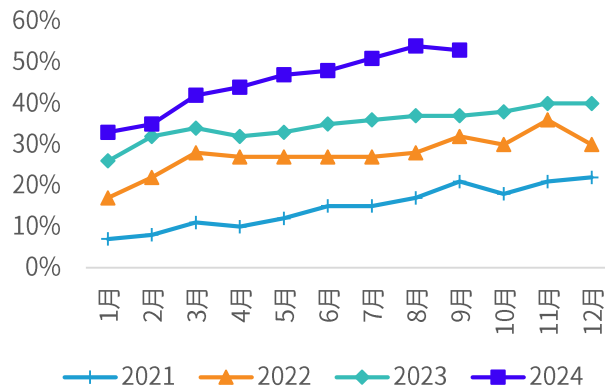
1.2.2 国内新能源智能汽车市场增速放缓竞争激烈，进军海外市场自然成为新的突破点

- ◆ 2023年，新能源汽车补贴彻底取消，新能源汽车非但没有涨价，反而降价；侧面反映相关车企开启价格战来进行竞争，以抢夺市场份额。根据亿欧数据所统计的中国智能电动车（SEV）销量，2023年销量为662.26万辆，2024年1-8月份中国智能电动车（SEV）销量为541.74万辆。智能电动车销量的同比增速从2021年的197%快速下滑至2023年的62%，市场增速放缓。主要因素为：销量的高基数以及新能源车的渗透率达到一定水平。
- ◆ 新能源车降价款数逐年增高，各车企之间的竞争越发激烈，欲以价格战的方式抢夺市场。
- ◆ 亿欧智库认为，新能源车企开启价格战证明新能源车市场竞争激烈，但单纯依靠产品降价来竞争可能不会持续很久。整体新能源智能汽车市场增速不断降低叠加新能源车渗透率快速增加，会使车企及投资人对未来的业绩高增长担忧，企业出海成为新的业绩支撑可能。

亿欧数据：中国智能电动车销量



亿欧数据：新能源乘用车零售渗透率

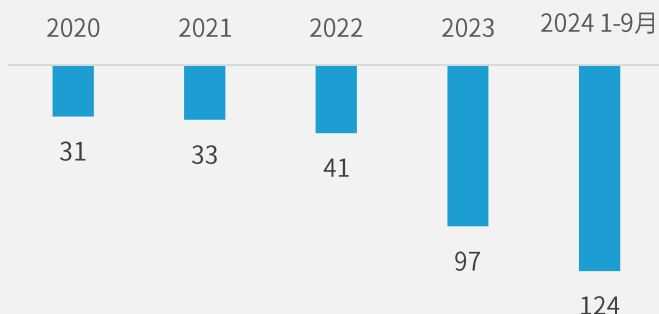


亿欧智库：近两年不同品牌车型降价情况（部分）

品牌	车型	降价前售价 (万元)	降价后售价 (万元)	降价幅度
特斯拉	Model 3 后驱版	26.59	22.99	-13.5%
	Model 3 高性能版	34.99	32.99	-5.7%
	Model Y 后驱版	28.89	25.99	-10.0%
	Model Y 高性能版	39.79	35.99	-9.6%
比亚迪	秦PLUS	现金补贴1万元		/
	汉EV	现金补贴2万元		/
小鹏汽车	G6	20.99	18.99	-9.5%
问界	M5	28.88	25.98	-10.0%
	M7	31.98	28.98	-9.4%
广汽丰田	bZ4X	19.98	16.98	-15.0%

- 2024年1-9月，新能源车降价款数为124款。整体2023年，新能源车降价款数为97款。
- 越来越多的新能源车企降价，表明国内价格战的竞争越来越激烈，车企为抢夺市场份额不惜牺牲短期的财务表现。但依靠降价或者补贴来进行竞争没有持续性。

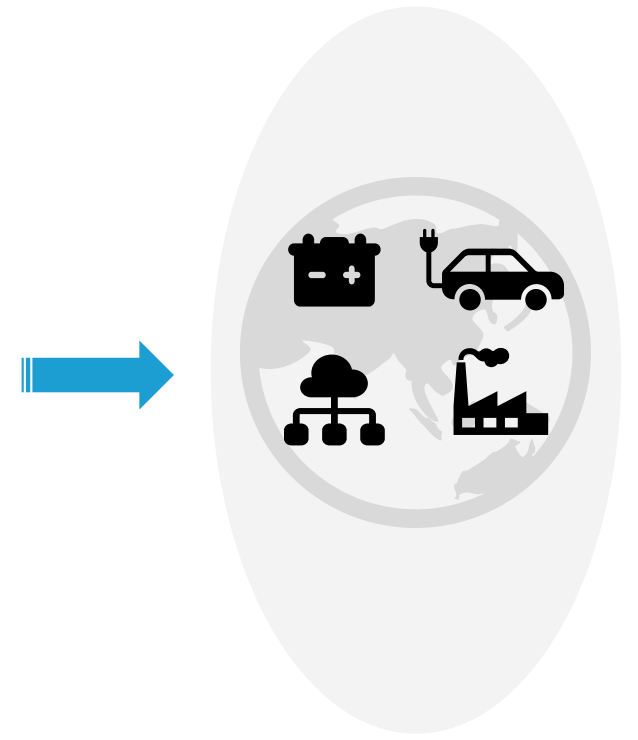
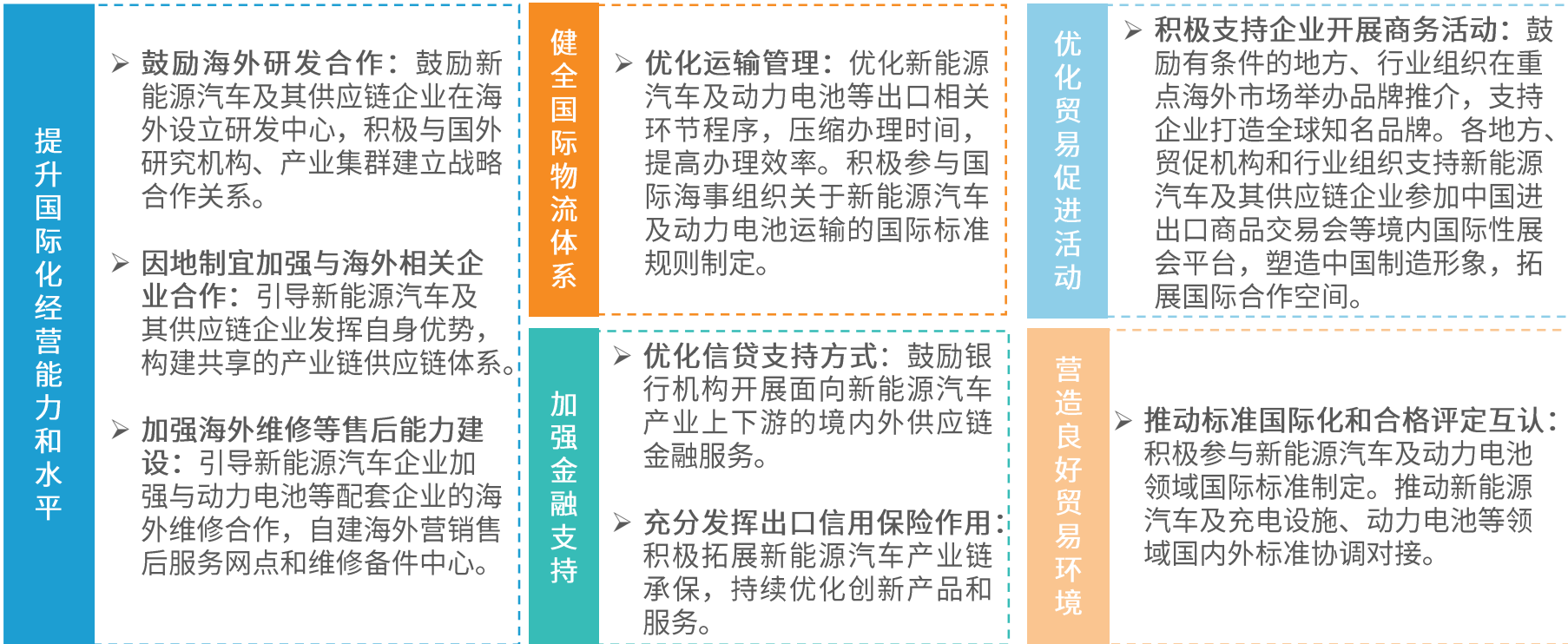
亿欧智库：新能源车降价款数



1.2.3 国家政策支持新能源智能汽车产业链出海，响应国家号召积极出海

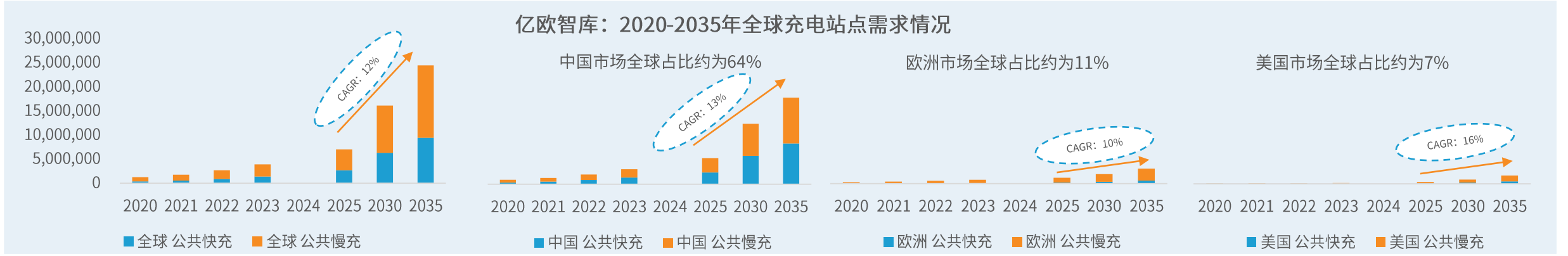
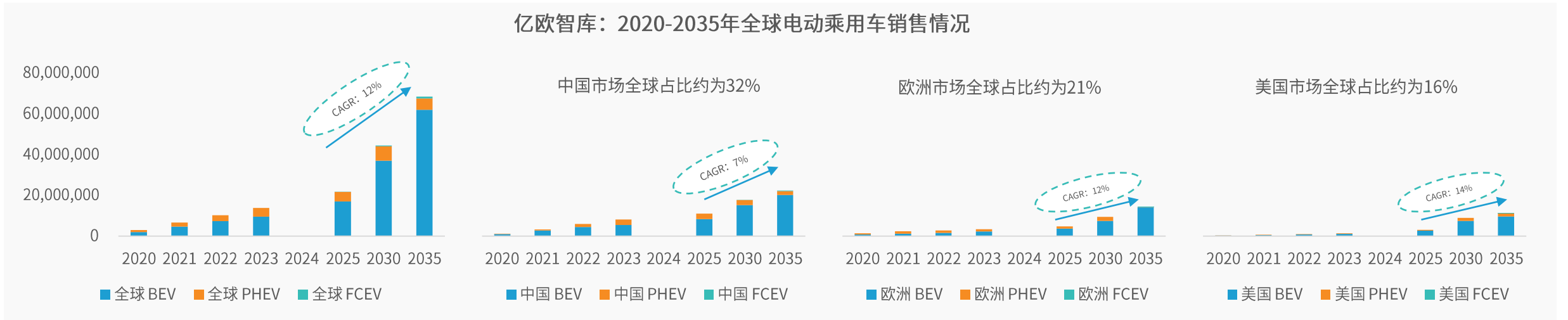
- ◆ 国家发布多项政策支持新能源智能汽车产业链出海，最重要的政策支持包括：《关于支持新能源汽车贸易合作健康发展的意见》、《关于推进共建“一带一路”绿色发展的意见》等等。
- ◆ 亿欧智库认为，国家已经出台了許多支持新能源智能汽车产业链出海的政策，不仅指出了明确的出海发展方向，还打通了产业链出海过程中可能存在的堵点，使出海流程更加顺畅。有了政策支持的总基础，中国新能源智能汽车产业链当中的企业可以进一步地相应国家号召，积极地产品出海、产能出海。

亿欧智库：《关于支持新能源汽车贸易合作健康发展的意见》（部分）



1.3.1 海外新能源汽车市场规模大，充电基础设施需求旺盛

- ◆ 根据国际能源署的预测，2035年世界电动车销量预计超过6800万辆，未来10年均电动汽车销量增速为12%。根据预测，2025年至2035年，欧洲地区以及美国电动乘用车销售量分别从470万辆、307万辆增长至超过1400万辆、1100万辆，预计年均增速分别为12%和14%，该增速高于中国市场年均电动乘用车销售增速。不管是从海外的市场规模还是销量年均增速来看，海外新能源车市场无疑是中国车企的业务发展方向。未来还将以纯电动车型为主，插混电动车始终为过度角色，帮助汽车产业从传统燃料向新能源转变。与此同时，在2030年左右，燃料电池汽车开始导入市场。
- ◆ 随着新能源智能电动车的快速普及，海外充电站点的需求也较为旺盛，适合充电桩供应商、充电运营商出海寻找机会。值得注意的是，预计海外的公共充电站点以慢充为主，快充为辅，快充占比较低。



数据来源：IEA（国际能源署）、亿欧智库

1.3.2 海外市场有明确的新能源车发展目标，且海外市场新能源汽车渗透率仍较低

- ◆ 海外多国有明确的新能源汽车发展目标，按照现状来看，还有很大的新能源汽车增量市场空间。纵观全球，欧洲国家对于新能源汽车发展目标的指定较为完善以及节奏更快，中国新能源汽车市场的表现也好于预期。例如：法国计划在2040年，不再销售单纯以汽柴油作为燃料的汽车；挪威确定2025年起禁止销售燃油汽车；中国的目标为2025年以前新能源汽车渗透率达到25%，近几个月的数据显示，中国市场新能源车渗透率已经超过50%。
- ◆ 亿欧智库认为，鉴于中国新能源汽车渗透率已达到30%，欧洲新能源汽车渗透率达到18.5%，亚洲其他地区及南美地区新能源车渗透率低，这表明海外市场还有足够的渗透率提升空间。国内新能源产业链相关企业可以凭借其产品质量、价格优势、品牌等方面抢占海外市场，成功出海。

亿欧智库：全球部分国家新能源汽车渗透率目标



亿欧智库：世界各地新能源汽车渗透率

地区	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年
中国	4.7%	5.2%	13.4%	25.5%	30.5%
欧洲	2.7%	8.3%	14.2%	18.3%	18.5%
北美	1.7%	2.0%	3.8%	6.2%	8.3%
南半球	0.1%	0.1%	0.2%	0.8%	2.0%
亚洲其他	0.4%	0.5%	1.0%	1.8%	2.8%
总计	2.4%	3.9%	8.1%	13.4%	16.1%

渗透率低

渗透率高

1.3.3 部分海外政策欢迎新能源智能汽车产业链企业出海

- ◆ 东南亚地区的国家对于新能源智能汽车产业链的引入十分积极，欧洲的部分地区如：匈牙利、西班牙等国对相关产业链的引入也比较积极。但美国与欧洲传统车企所在的几大国家对中国新能源智能汽车产业链出海比较消极。积极政策主要有利于新能源产业链相关企业减少相应成本；限制性政策迫使新能源产业链相关企业放弃该市场或者在当地建厂经营，若相关企业选择后者，同样会促进中国新能源智能汽车产业链相关企业的出海。
- ◆ 亿欧智库认为，东南亚以及欧洲市场推出的积极引进新能源产业链的政策，会使产业链相关企业享受税收优惠及其他补贴，有利于开拓新市场，因此非常有利于中国新能源智能汽车企业出海，进而带动整体产业链出海。与此同时，上述市场将会获得大量的就业机会以及新能源智能汽车产业链。

积极政策	主要出口国	相关政策
东南亚	印度尼西亚	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 清单内的新能源车设备、零配件免征关税、增值税和进口所得税。 ➢ 符合要求的汽车生产项目将得到企业所得税减免，时长为5-20年不等。 ➢ 满足本地化率要求的纯电动车可以享受0%的税率。
	泰国	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 泰国投资促进委员会为电动车供应方提供最高8年免税优惠。 ➢ 财政部对新能源汽车实施现金补贴。
	马来西亚	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 新能源车企可申请70%-100%的所得税减免。 ➢ 对用于本地组装的进口汽车零部件免除进口关税。
	菲律宾	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 取消电动汽车关税。
欧洲	匈牙利	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 600亿匈牙利福林电动汽车补贴计划。 ➢ 以帮助建设大容量充电站，并补贴购买电动汽车的独资企业、出租车群体。
	德国	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 企业在购车当年能够获得新购电动车或符合要求的零排放车辆售价的最高40%税收减免。
	西班牙	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 更新并扩大了电动出行立法框架，进一步推动交通部门的脱碳。 ➢ 个人所得税15%减免（最高2万欧元），以促进电动汽车的购买。
	法国	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 部分地区为新能源汽车免征全部或者50%的税费。 ➢ 对纯电、燃料电池和插混的车型免除基于质量的高排放税。

限制性政策

美国

- 2024年9月27日起，美国开始执行对中国的301关税政策，上调中国产品的进口关税：电动汽车加征关税100%，动力锂电池加征关税25%。

欧洲

- 2024年10月4日，欧盟已对是否对中国电动车征收反补贴税举行投票，该投票获得了欧盟成员国的支持。这意味着像上汽、吉利、比亚迪这样的车企会被额外加收35.3%、18.8%与17%的关税。

✓ 面对此种情况的应对措施：更多的新能源产业链企业开始决定在海外建厂，可以规避超高关税的同时，也有助于完成出海目标。

目录

CONTENTS

01 2024中国新能源智能汽车产业链出海发展动因洞察

- 1.1 全球新能源汽车市场概况
- 1.2 中国新能源智能汽车产业链出海内因：技术领先、国内市场竞争激烈、政策支持
- 1.3 中国新能源智能汽车产业链出海外因：海外市场大，渗透率低、部分国家政策友好

02 2024中国新能源智能汽车产业链出海发展进程与战略分析

- 2.1 中国新能源智能汽车产业链出海进程
- 2.2 中国新能源智能汽车产业链出海战略模式

03 2024中国新能源智能汽车产业链出海典型案例解读

- 3.1 零部件企业出海案例
- 3.2 解决方案提供商出海案例
- 3.3 整车厂出海案例
- 3.4 补能基础设施出海案例

04 2024年中国新能源智能汽车产业链出海趋势预测

- 4.1 2024年中国新能源智能汽车产业链出海面临挑战
- 4.2 2024年中国新能源智能汽车产业链未来潜在发展机遇

2.1.1 新能源智能汽车产业链出海进程正在全面地由2.0阶段进化为3.0阶段

- ◆ 新出海全球化与过往的出海进程定义略有不同，整体进程从产品出海，进化到品牌及服务出海，再到更为宏观的产业能力出海。
- ◆ 新能源智能汽车产业链出海进程大致分为三个阶段：新出海全球化1.0：产品出海，企业主要依靠出口的方式出海，初步建立销售渠道，但此阶段品牌认知度有限；新出海全球化2.0：品牌及服务出海，企业启动本地化生产，并建立海外研发团队，同时提供售前及售后服务，塑造品牌在当地的知名度；新出海全球化3.0：产业能力出海，企业具备参与构建国际行业标准的能力，对生产管理经验输出，广泛地建立海外研发合作。
- ◆ 亿欧智库认为，中国新能源智能汽车产业链相关企业正在全面地从新出海全球化2.0进程进化为新出海全球化3.0阶段，产业链上的企业正在加大本地化投入，试图更深入地开发国际市场，全面加速全球新能源智能汽车产业的发展。

新出海全球化 1.0：产品出海

产品适应性调整有限

初步建立销售渠道

主要依靠出口的商业模式

品牌认知度有限

出口能源类型

纯电动

插电混动

混动

汽油车

柴油车

其他

主要零部件出口

电池

电机

电控

传感器

底盘

车身结构件

玻璃

轮毂

车身覆盖件

新出海全球化 2.0：品牌及服务出海

启动本地化生产

建立海外研发团队

提供售前、售后服务

建立品牌认知

品牌出海

明晰品牌定位

传播品牌文化

塑造品牌形象

建立本地化团队

服务出海

构建服务网络

制定服务标准

建立监督体系

培养专业人才



新出海全球化 3.0：产业能力出海

构建国际行业标准

输出成熟产业链

具备国际话语权

加速全球新能源行业发展

产业能力出海

建立海外研发合作

核心技术全球推广

参与制定国际标准

整合本地化供应链

生产技术输出

管理经验输出



2.1.2 新能源智能汽车产业链出海图谱

上游

电动化零部件供应商

电池



电机与电控



智能化供应商

智能驾驶



智能座舱



其他零部件



中游

主机厂

乘用车



商用车



下游

能源服务



云服务



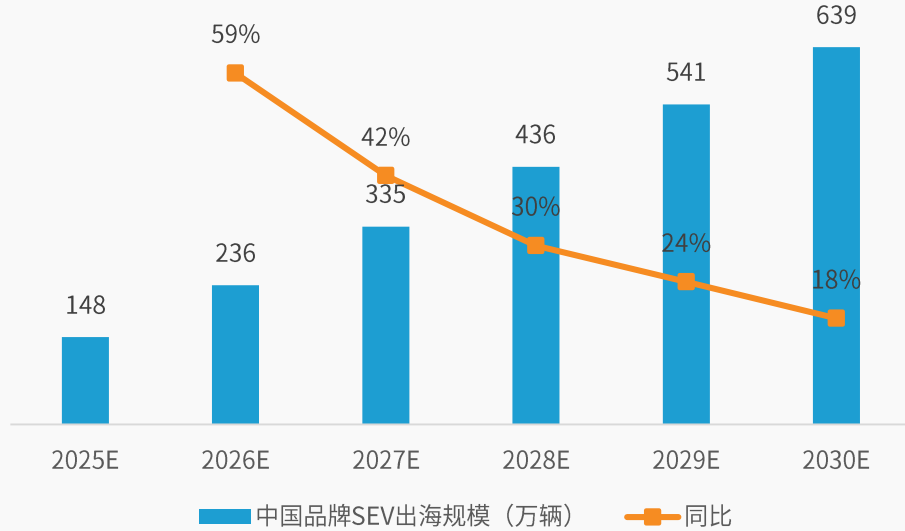
智慧交通



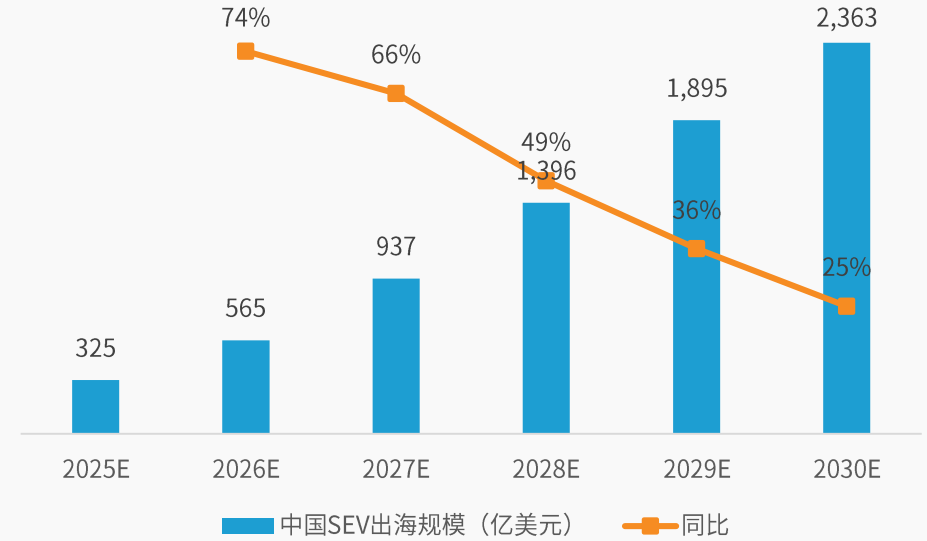
2.2.1 中国品牌SEV出海规模快速上升，至2030年有望到达639万辆

- ◆ 中国品牌新能源智能汽车（SEV）出海规模预计2025年可以达到148万辆，随后快速上升，2028年SEV出海规模达到436万辆，2030年SEV出海规模达到639万辆，2025年至2030年SEV出海规模CAGR约为33.9%。此出海规模口径包含以产品出口以及当地产能生产出售的SEV，同时，该预测所考虑的情形为中性情景。
- ◆ 中国SEV出海规模预计2025年可以达到325亿美元，随后规模（按金额计算）快速上升，2028年达到1,396亿美元，2030年达到2,363亿美元。由于新能源汽车的智能化是确定性的趋势，叠加未来中国品牌的出海产品价格带会逐步上移，所以出海SEV均价呈上升趋势。

亿欧智库：中国品牌SEV出海规模（按辆计算）



亿欧智库：中国品牌SEV出海规模（按金额计算）

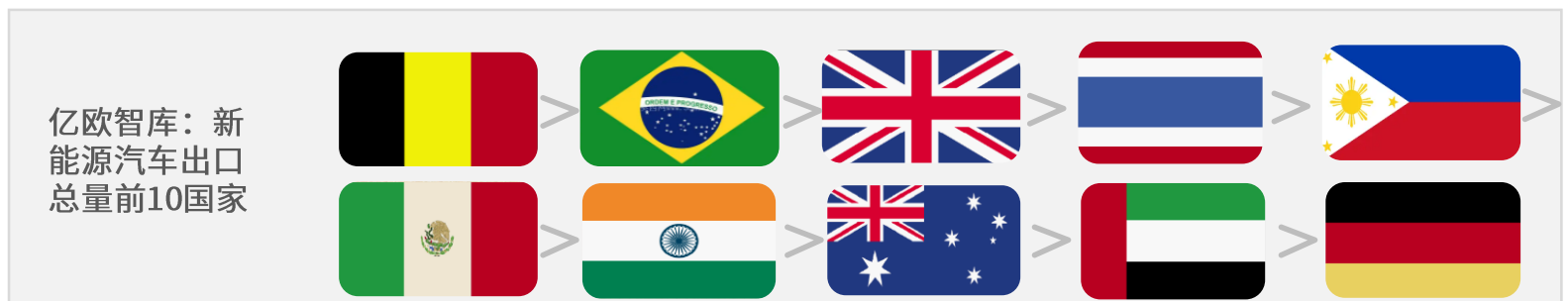
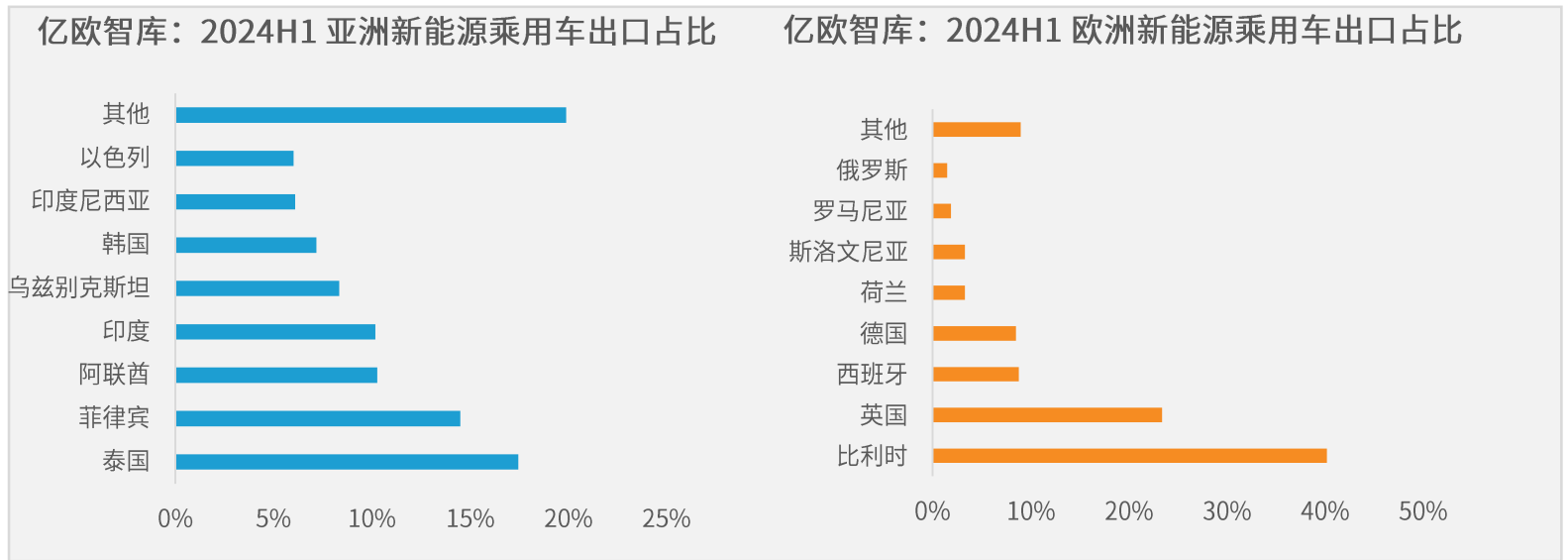
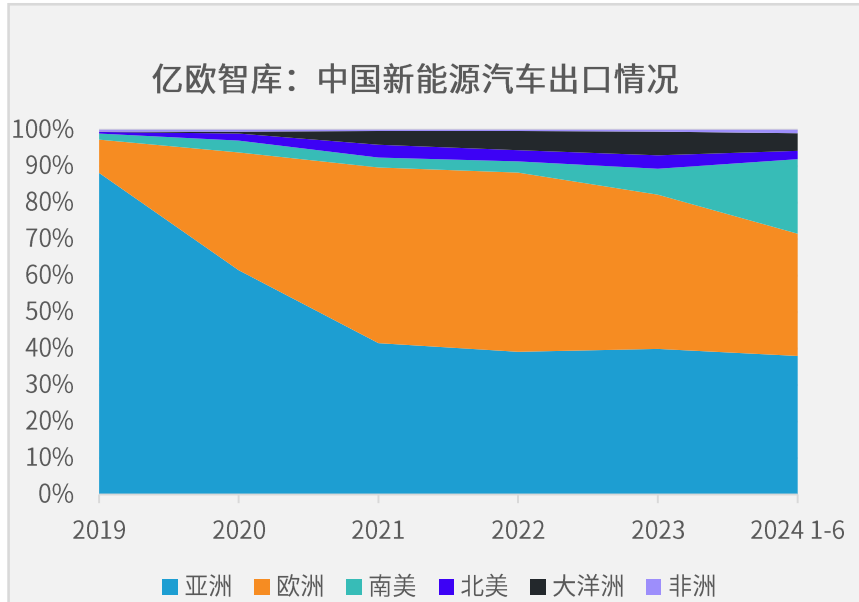


出海SEV厂商



2.2.2 中国新能源汽车出口主要地区为：东南亚、欧洲及拉丁美洲

- ◆ 中国新能源汽车主要出口区域为亚洲、欧洲及南美洲；其中出口到亚洲及欧洲的新能源汽车占比很大。2023年以来，中国出口到南美洲的新能源汽车数量占总体比例快速上升，表明南美洲是中国车企的又一目标市场。
- ◆ 分大洲来看，销往亚洲的新能源乘用车主要出口至泰国、菲律宾、阿联酋、印度等国家；销往欧洲的新能源乘用车主要出口至比利时、英国、西班牙等国家；销往拉丁美洲的新能源乘用车主要出口至巴西、墨西哥等国家。
- ◆ 亿欧智库认为，由于北美地区对中国新能源智能汽车的关税限制以及特斯拉在此地区的明显优势，未来中国新能源智能汽车主要出口地区仍然为东南亚、欧洲以及拉丁美洲。尤其关注发展中国家的机会。



➤ 近年来中国新能源汽车出口结构变化明显。在2019年，新能源汽车出口主要目的地为亚洲地区；到2021年有明显变化，主要出口目的地为亚洲和欧洲；到2024年，出口到南美地区的新能源汽车数量占比快速攀升。

2.2.2 新能源智能汽车产业链出海：集中在东南亚、欧洲及拉美地区

- ◆ 新能源智能汽车产业链出海地区集中在东南亚（泰国、马来西亚、印度尼西亚等国家）、欧洲（匈牙利、德国、捷克等国家）、拉美（墨西哥、巴西、阿根廷等国家）。不同地区的优势和机会各不相同，例如：东南亚地区的优势为制造成本低、当地新能源产业政策支持力度强；欧洲地区的优势是具备良好的汽车工业基础和汽车电动化的需求等。
- ◆ 中国新能源汽车产业链出海地区的选择主要考虑：（1）政府对新能源车的支持态度（2）当地的工业基础及劳动力的素质（3）当地的新能源汽车市场竞争情况。



新能源汽车产业链出海主要考虑以下三点：

- ✓ 政府对新能源车的支持态度
更加完善、全面的新能源汽车支持政策将会极大地促进产业链相关企业投资建厂，来实现税收减免以及更低的生产成本和运输成本。
- ✓ 目的地工业基础及劳动素质
目的地工业基础对于新能源汽车产业链上的生产制造企业来说至关重要。只有较好的工业生产基础才更有利于建厂、原材料的制造和运输以及终端产品的生产制造。同时完善的供应链和熟练的工人对汽车工业也十分重要。
- ✓ 目的地及周边国家新能源车市场竞争情况
若相关国家新能源汽车市场渗透率不高，竞争不激烈，这将对主机厂快速占领市场十分有利；这对于零配件厂商切入当地市场提供了良好的条件。

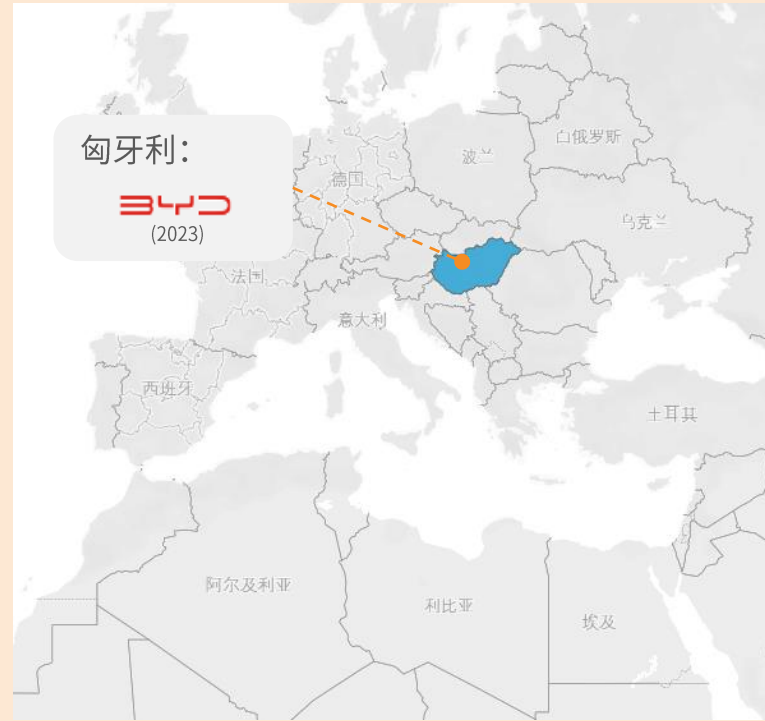
2.2.2 新能源智能车企产能出海：聚集在泰国、马来西亚、巴西等国

- ◆ 新能源智能车企在海外建厂既有广泛性也有聚集性。在东南亚地区，主要在泰国、马来西亚、印度尼西亚以及越南建厂；在欧洲地区，比亚迪在匈牙利建设新能源电动车工厂；在拉美地区，比亚迪、长城汽车、上汽名爵等车企选择在墨西哥、巴西投资建设工厂。同时各车企考虑建厂时间接近，主要集中在2022至2024年。从整体地域分布上来看，得益于地理位置以及当地政府相关产线落地配套政策完善，东南亚地区是各厂商产能出海的聚集区。
- ◆ 亿欧智库认为，随着中国新能源智能汽车获得更多国家消费者的认可，未来会有更多新能源车企将在海外投资建设工厂；不仅仅是CKD工厂，而是全产业链的制造工厂。

1 东南亚地区各车企建厂分布



2 欧洲地区各车企建厂分布



3 拉美地区各车企建厂分布



*图中括号内为计划建造或者签订合作协议的年份，非实际投产年份

数据来源：公开资料整理、亿欧智库

2.2.2 新能源智能汽车供应链出海：聚焦于东南亚地区、欧洲地区及拉美地区

- ◆ 新能源智能汽车产业链出海主要地区为东南亚、欧洲及美洲地区。具体来看，在东南亚地区，主要集中在泰国以及马来西亚；在欧洲地区，主要集中在德国、匈牙利与捷克；美洲地区主要集中在美国、墨西哥和巴西。
- ◆ 例如：欧洲地区的德国、匈牙利和捷克，其拥有较为成熟的汽车工业产业基础和劳动力，同时深处欧洲腹地，运输距离尚可、交通基础设施便利，方便产业链上的各厂商制造、生产及组装。东南亚地区的泰国出台多项“激进”政策，吸引新能源智能汽车产业链企业投资建厂，并且泰国设有多个配套的汽车工业产业园，相关企业的集中形成聚集效应，也为泰国带来了工业能力的提升。



目录

CONTENTS

01 2024中国新能源智能汽车产业链出海发展动因洞察

- 1.1 全球新能源汽车市场概况
- 1.2 中国新能源智能汽车产业链出海内因：技术领先、国内市场竞争激烈、政策支持
- 1.3 中国新能源智能汽车产业链出海外因：海外市场大，渗透率低、部分国家政策友好

02 2024中国新能源智能汽车产业链出海发展进程与战略分析

- 2.1 中国新能源智能汽车产业链出海进程
- 2.2 中国新能源智能汽车产业链出海战略模式

03 2024中国新能源智能汽车产业链出海典型案例解读

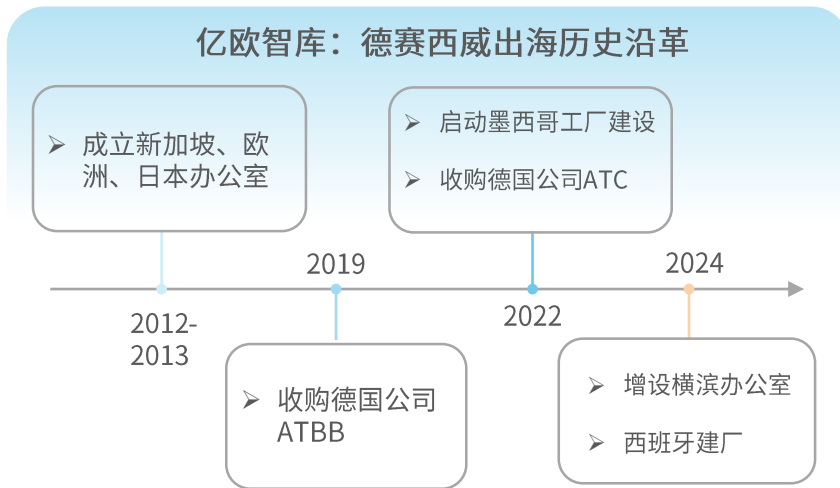
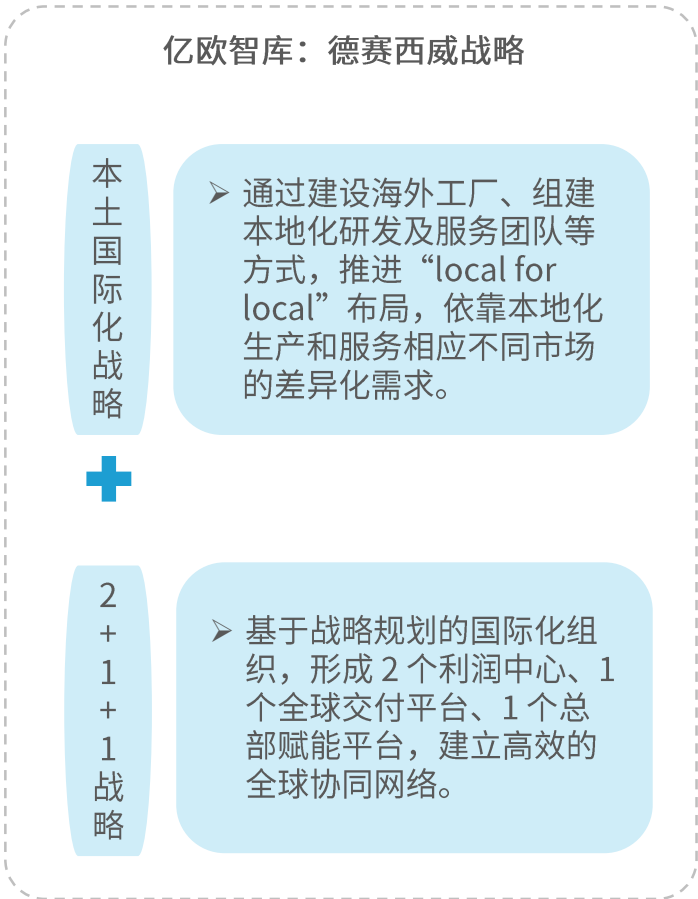
- 3.1 零部件企业出海案例
- 3.2 解决方案提供商出海案例
- 3.3 整车厂出海案例
- 3.4 补能基础设施出海案例

04 2024年中国新能源智能汽车产业链出海趋势预测

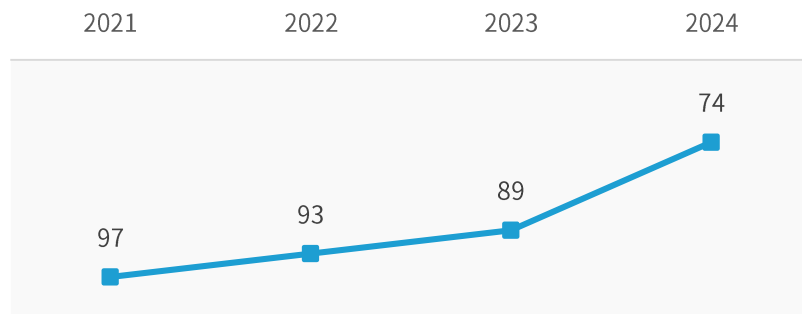
- 4.1 2024年中国新能源智能汽车产业链出海面临挑战
- 4.2 2024年中国新能源智能汽车产业链未来潜在发展机遇

3.1 零部件企业出海：德赛西威出海节奏稳健，逐步显现国际影响力

- ◆ 零部件厂商实现产能出海布局均较早，大部分企业在燃油车时代就已完成布局。在新能源智能化汽车的新时代，零部件厂商凭借在中国市场智能化产品技术及产业链的优势，加速突破海外主机厂客户，进一步扩大商业版图。
- ◆ 德赛西威的布局聚焦于智能座舱、智能驾驶以及网联服务领域。作为出海节奏较快的企业，为国际主机厂提供安全、高效的移动出行整体解决方案。德赛西威实行本土国际化战略，不断加大海外市场的投入，设立多个海外分支机构，所在国家包括但不限于：德国、捷克、法国、新加坡、印度尼西亚、美国、墨西哥等。其中在德国、西班牙、墨西哥建厂，实现本地化产能配套。
- ◆ 亿欧智库认为，对于零部件企业出海，中国企业的商业模式开放度、成本竞争力和快速服务响应能力会成为争夺海外市场的竞争优势。



亿欧智库：德赛西威全球汽车零部件供应商百强榜排名



亿欧智库：德赛西威海外主要分支机构情况

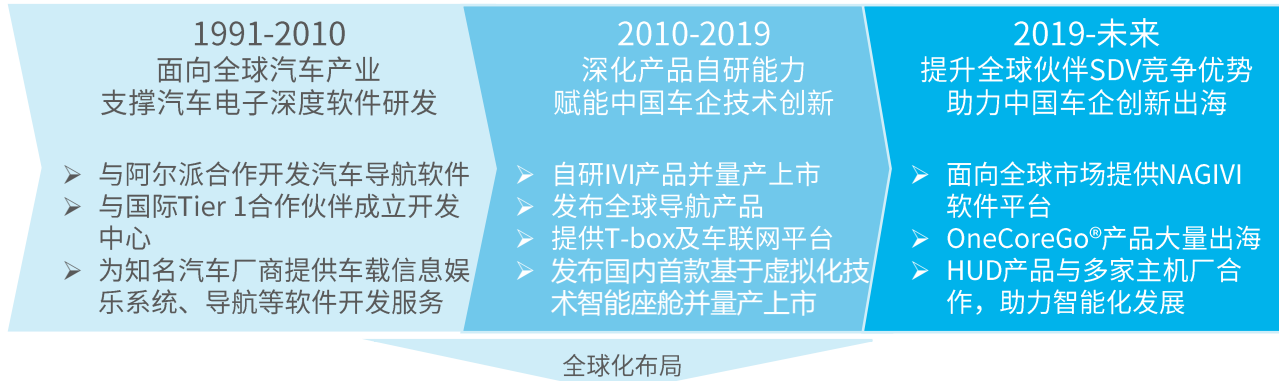
大洲	国家	分支机构类型
亚洲	新加坡	研发、销售
	印度尼西亚	制造、销售
	日本	研发、销售
欧洲	德国	研发、制造、销售
	法国	销售
	西班牙	制造
	捷克	销售
	瑞典	销售
美洲	美国	销售
	墨西哥	制造



3.2 解决方案企业出海：东软携多元战略级产品矩阵，全面迈入出海全球化3.0阶段

- ◆ 新能源智能汽车产业链上，解决方案企业出海同样迅速，智能座舱系统提供商、智能驾驶软件等类型的企业积极出海。东软集团及东软睿驰提供面向下一代的汽车基础软件平台、智能座舱、自动驾驶、车云一体、智能通讯、信息安全等关键领域的产品、整体解决方案和服务。东软拥有30年以上汽车软件研发经验，参与了60多项行业标准的制定，建立了以中国、德国、美国、日本、马来西亚为中心的全球产品研发与交付网络，产品和服务覆盖100多个国家、1800多款车型，合作的国内外主流汽车厂商超过50家。
- ◆ 东软汽车出海产品布局完善，包括智能座舱、T-BOX、OneCoreGo®全球车载智能出行解决方案5.0、NAGIVI座舱软件平台、车联网、全栈式软件工程服务等。近年来，OneCoreGo®产品持续发力海外，得到了许多海外客户的认可，同时结合30年来的出海经验，有望在未来进一步开拓海外市场，赋能中国车企智能化发展，提升更多驾驶者的体验。

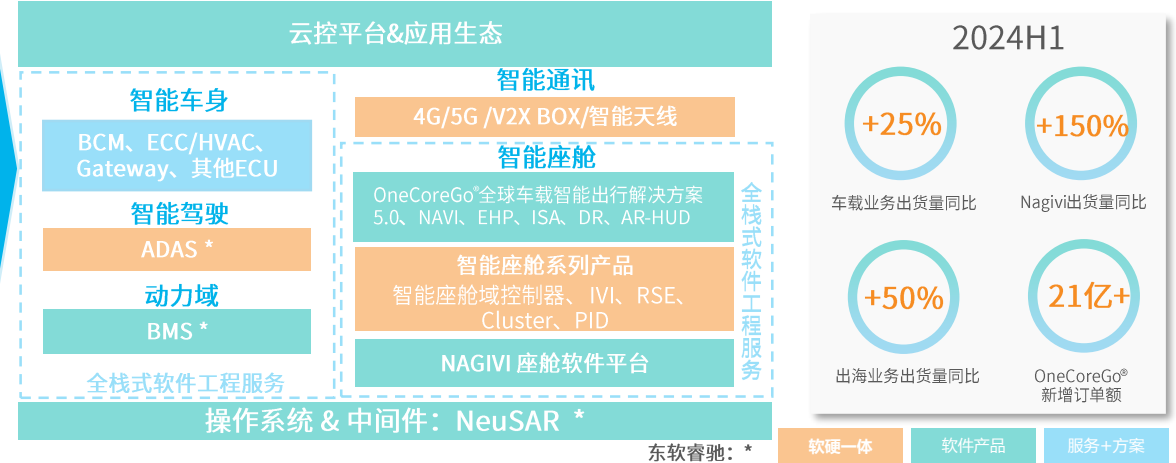
亿欧智库：东软全球化布局历史沿革



东软全球分支机构



亿欧智库：东软汽车业务产品矩阵
车路云



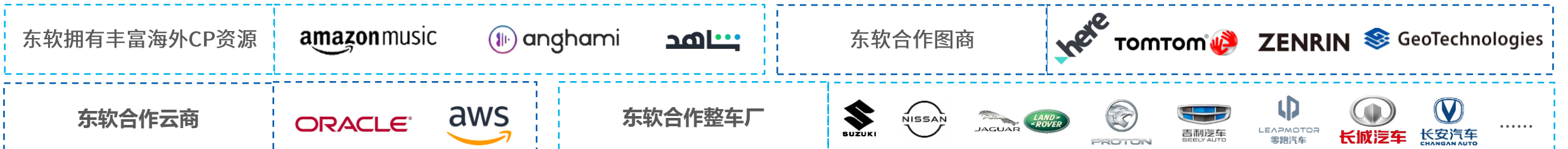
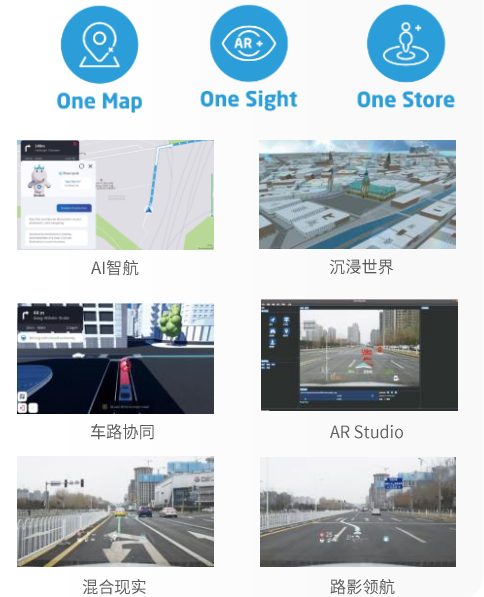
3.2 解决方案企业出海：东软集团OneCoreGo® 5.0产品深度出海，助力海外智能化发展

- ◆ 主机厂出海过程中，需要考虑当地市场的使用场景、用户习惯等众多因素，因此解决方案企业需要提供全方位的产品体系以保证主机厂产品在海外的适配度。目前，东软集团的OneCoreGo®全球车载智能出行解决方案5.0已成功出海，该方案包含One Map+ One Sight+ One Store，为全球汽车用户提升智能化出行体验。One Map产品包含全球导航、电子地平线、智能速度辅助、惯导；One Sight产品支持AR技术的深度车载应用，并支持客户的深度定制；One Store产品提供车载娱乐服务。
- ◆ 东软集团在国内外有丰富的CP资源以及供应商连接，量产经验覆盖全球100+区域和国家。海外CP资源包括：Amazon Music、Shahid、anghami等并在持续进行拓展丰富；合作图商包括：HERE、TomTom、ZENRIN等；合作云商包括：Oracle和Amazon；与东软集团合作的厂商包括：Nissan、Suzuki、Proton、JLR、吉利、广汽、长城、长安、零跑等三十余家国内外知名主机厂。

OneCoreGo®全球车载智能出行解决方案5.0



- 模糊语义理解+主动推荐目的地
- 逻辑推理+智能决策
- 模拟显示真实场景、实时天气
- 闯红灯预警、绿灯起步提醒
- 碰撞预警
- 协作式汇入
- 电子地平线 超视距感知
- 智能限速辅助
- 惯导定位
- 支持Carplay



3.2 解决方案企业出海：中科创达坚持与海外合作伙伴生态融合，积极在海外布局业务

- ◆ 在海外设立公司与构建产业生态是汽车产业出海较为理想的方式之一，目前中科创达已在德国、美国、加拿大、日本、韩国、马来西亚等地成立子公司，并构建销售网络和研发中心。在持续迭代智能座舱产品的同时，布局智能驾驶和舱驾融合产品。从2008年起，中科创达就开始布局海外业务，先后与Qualcomm、ARM、intel等海外知名芯片公司达成合作，包括成立合资公司、联合实验室等。与此同时，中科创达积极推动与海外合作伙伴的生态融合，共同探索物联网技术，在海外成立研发团队，与客户和合作伙伴距离更近，深入当地市场，进行生态的深度融合。
- ◆ 中科创达针对车载业务分为：智能座舱、智能驾驶及整车操作系统。旗舰产品E-Cockpit 8.0 产品已与多个品牌与车型达成合作，DMS/Face ID产品装机量已超过70万辆。其他核心产品为KANZI、Hypervision等。



亿欧智库:中科创达出海产品



3.3 整车厂出海：比亚迪全力推进乘用车出海，乘新能源智能化之势再起高楼

- ◆ 整车厂企业快速根据自身优势、产品价格带以及市场情况，积极地选择以产品出口、产能出海的方式，在当地市场建厂，协调供应链以及深度进入当地市场的方式，快速抢占海外市场，支撑自身的业绩与积极推动中国品牌在全球市场当中站稳脚跟。
- ◆ 出海进程较快，程度较深的企业为比亚迪，其经历了手机电池产品出口、商用车出海及乘用车出海三个阶段，2023年乘用车海外销量达到24万台。现比亚迪已在德国、匈牙利、巴西、泰国、越南等国建立制造工厂。比亚迪乘用车出海聚焦于技术创新、系统化产业能力输出以及深度本地化。充分融入目标市场，洞察市场的趋势和需求，以更有效、更快速地姿态，迎合当地消费者的偏好，以打响中国汽车品牌在海外市场的知名度。

出海1.0阶段：1998-2012 出海2.0阶段：2013-2020 出海3.0阶段：2021-至今

<p>1998 ● 于荷兰鹿特丹成立欧洲分公司</p> <p>1999 ● 于芝加哥成立美国分公司</p> <p>2000 ● 于东京成立日本办事处</p> <p>该阶段主要出口手机电池等产品，客户包括诺基亚、摩托罗拉等。</p>	<p>2013 ● 电动大巴K9获得欧盟整车车辆认证</p> <p>2015 ● 于匈牙利建立电动大巴工厂</p> <p>2020 ● 比亚迪汉发布</p> <p>该阶段商用车出海迅速，逐步完善市场拓展和本地化生产。</p>	<p>2021 ● 比亚迪宣布乘用车出海</p> <p>2022 ● 比亚迪乘用车海外销量超5.5万台</p> <p>2023 ● 比亚迪乘用车海外销量24万台</p> <p>2024 ● 乘用车海外目标销量50万台</p> <p>该阶段乘用车出海迅速，注重系统化产业能力输出及深度本地化。</p>
---	--	---

亿欧智库：比亚迪乘用车出海战略

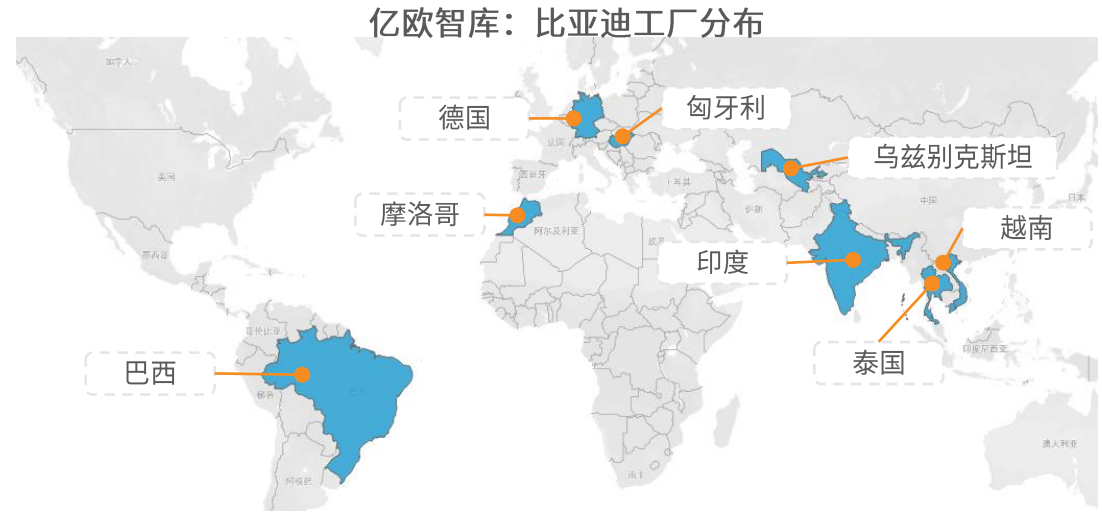
<p>技术创新</p> <p>在新能源汽车领域积累大量的专利和创新，全方位的提升产品的竞争力，保持在行业内的领先地位。</p>	<p>系统化产业能力输出</p> <p>比亚迪具备电池、电机、电控、芯片到整车制造的全产业链能力，同时还有优秀的产业链构建、管理能力，可以输出其优秀的系统化产业能力。</p>	<p>深度本地化</p> <p>积极地海外市场本土建厂与建立服务体系，加强与海外供应商的联系和海外消费者的触达。因地制宜地推出适合当地市场的产品。</p>
--	--	--

亿欧智库：比亚迪出海车型

比亚迪 海豹	比亚迪 海豹 U	比亚迪 海豹 U DM-i	比亚迪 汉
比亚迪 唐	比亚迪 海狮	比亚迪 ATTO 3	比亚迪 海豚

比亚迪 EXPLORER NO.1 滚装船

比亚迪常州号滚装船



3.4 补能基础设施出海：星星充电出海节奏快，补能基础设施企业出海销售渠道广泛

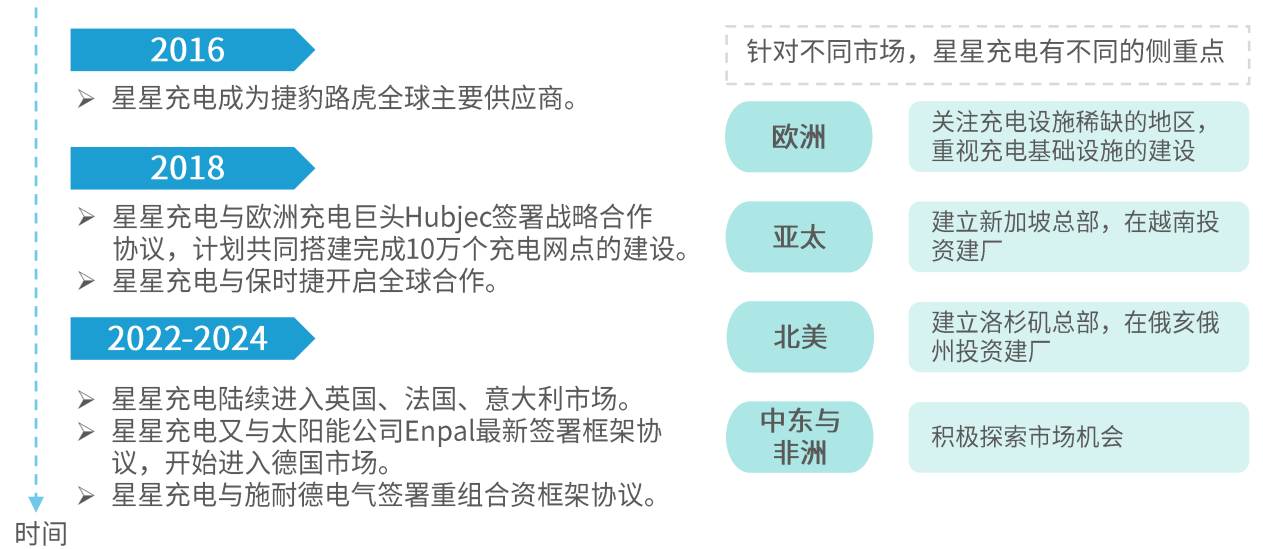
- ◆ 补能基础设施企业出海渠道广泛，除了传统的导入主机厂产业链，随汽车出口配套出海之外，相关企业还与跨国车企、海外能源公司、海外补能基础设施运营商、海外官方机构、电商平台等方式直接出口到海外。现阶段主要以出口的模式产品出海，据悉，挚达科技泰国工厂已经正式投产，一期年产能达20万台，二期综合年产能达50万台。
- ◆ 星星充电自2016年起开始接触国际业务，成为捷豹路虎全球主要供应商，之后多次导入其它车企海外供应链。针对不同的海外市场，星星充电有不同的战略侧重，例如：在欧洲地区，主要关注充电设施发展不完善的重点地区。
- ◆ 亿欧智库认为，若全球补能基础设施建设进一步提速，部分规模较大的补能基础设施企业可能会考虑以海外建厂的形式产能出海。

亿欧智库：补能基础设施出海渠道

随车厂出海 ➢ 威迈斯与上汽集团合作，其充电桩产品随名爵车型出口海外市场	与跨国车企合作 ➢ 星星充电与保时捷合作
与海外能源公司合作 ➢ 盛弘股份与英国石油公司合作	通过电商平台外销 ➢ 英杰电气的产品利用电商平台外销
与海外补能基础设施运营商合作 ➢ 特来电与马来西亚 EVPower合作建立超充网	与海外官方机构合作 ➢ 道通科技进入美国内华达州电力公司供应商名录

主体	认证	时长	费用	竞争对手
欧洲	CE	1-2个月	几十万	-chargepoint+ T blink
美国	UL	6个月	上百万	ABB SIEMENS Schneider Electric

亿欧智库：星星充电出海历程



目录

CONTENTS

01 2024中国新能源智能汽车产业链出海发展动因洞察

- 1.1 全球新能源汽车市场概况
- 1.2 中国新能源智能汽车产业链出海内因：技术领先、国内市场竞争激烈、政策支持
- 1.3 中国新能源智能汽车产业链出海外因：海外市场大，渗透率低、部分国家政策友好

02 2024中国新能源智能汽车产业链出海发展进程与战略分析

- 2.1 中国新能源智能汽车产业链出海进程
- 2.2 中国新能源智能汽车产业链出海战略模式

03 2024中国新能源智能汽车产业链出海典型案例解读

- 3.1 零部件企业出海案例
- 3.2 解决方案提供商出海案例
- 3.3 整车厂出海案例
- 3.4 补能基础设施出海案例

04 2024年中国新能源智能汽车产业链出海趋势预测

- 4.1 2024年中国新能源智能汽车产业链出海面临挑战
- 4.2 2024年中国新能源智能汽车产业链未来潜在发展机遇

4.1 产业链出海挑战

- ◆ 中国新能源智能汽车产业链企业经过近年来快速发展，在技术上已经实现了弯道超车，在国际上极具竞争力。但同时，产业链上的企业在出海的过程当中会面临诸多挑战。
- ◆ 亿欧智库认为，新能源智能汽车产业链出海的过程中会面临如：各地区消费者商品偏好不同、中国车企品牌在海外认知度低、海外充电设施不够完善可能导致汽车电动化节奏缓慢等挑战。相关产业链企业需提前规划合理预期和解决措施，以更好的面对潜在的风险与挑战。

挑战



消费偏好差异：不同于国内的消费者更喜欢大型、舒适的车辆，欧洲的汽车消费者更偏好旅行版以及运动型车型；美国汽车市场中皮卡及SUV则更受欢迎。新能源电动汽车企业出海过程中面临产品定位、产品优化等挑战。



充电基础设施不及预期：海外多地的充电桩数量落后于新能源汽车增长速度，这将会导致用户使用电动车的便利性降低、进而影响消费者对于新能源电动车的购买决策。



地理因素差异：东南亚地区和拉美地区空气潮湿、温度较高，需要对车型进行优化。例如需要空调制冷效率、电池热管理效率等。与此同时，温度过高可能会使电动车续航部分降低。



更严格的法律法规：例如欧盟对于个人隐私保护的相关条例十分严格；欧盟对于生产制造过程中的碳排放和环保也存在相应规定。出海企业需充分了解相关法律法规，以免受到处罚。



中国车企在海外的品牌认知度低：由于燃油车时代中国车企出海有限，缺乏品牌体系、销售网络、市场营销等方面的建设经验和相关案例。对于新能源智能汽车产业链出海企业，在前期的海外市场开拓阶段将迎来挑战。需重塑海外市场的消费者对中国新能源汽车的产品定位和质量认知。



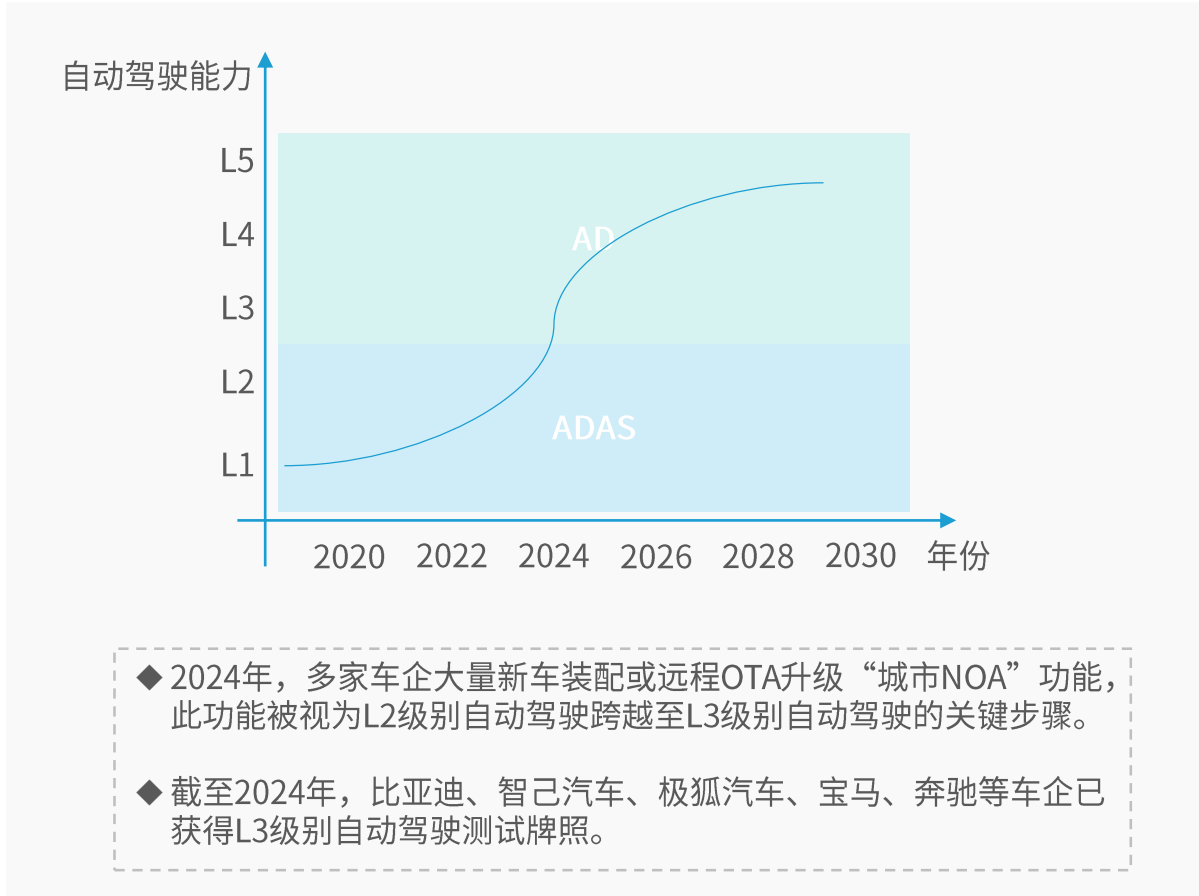
缺乏对当地汽车市场的洞察：各个国家或地域的汽车市场的电动化进程、电动化节奏、汽车市场变化发展节奏都不尽相同，出海企业需寻求大量当地的优秀人才，来更快地适应当地新能源汽车行业的竞争与发展。



综合制造成本升高：产业链出海后，制造企业面临人力成本、运输成本、能源成本等成本上升的情况，为保持相应的利润率和可持续发展性，除了提升产品价格，还应尽力做好供应链管理和成本管控。

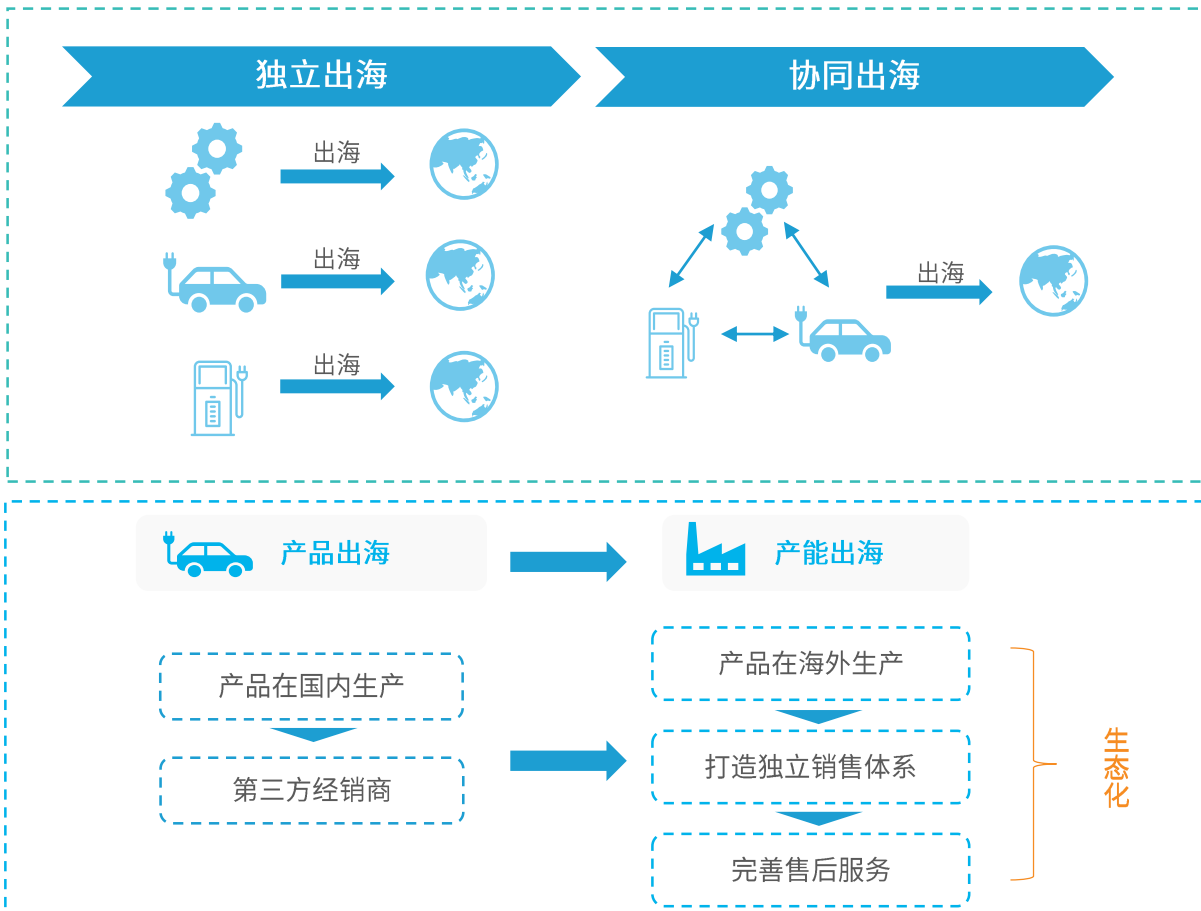
4.2 技术机遇：新能源智能汽车深入智能化发展

- ◆ 2024年，许多新能源智能汽车的智能化水平在L2 - L2+ 的阶段，随着各个提供智驾方案的公司和车企自研团队的智驾技术持续迭代，新能源智能汽车将更加深入智能化发展。预计2026年L3 级别自动驾驶将大量装配至新车型当中，智能化水平将进一步提升。
- ◆ 智能座舱对驾驶体验十分重要，随着座舱域控制器系统及芯片能力的不断提升，结合语音交互、机器视觉、触觉监控等技术的迭代，可以更好地实现软件与硬件的融合，不断为驾驶者带来更方便、更具科技感的驾驶体验。
- ◆ 亿欧智库认为，新能源智能汽车将会持续深入智能化发展，这是重要的技术机遇。智能化发展可以分为两大路径：智能座舱+智能驾驶。同时需要兼顾软件与硬件的迭代与互相融合，才可以最大化的实现新能源智能汽车的智能化进程，为消费者带来便利的同时，车企会获得相应的价值回报。



4.2 生态机遇：产业链企业间出海协同化、企业内出海生态化

- ◆ 现今新能源智能汽车产业链正处于快速发展阶段，例如：整车厂在东南亚、拉美地区大规模建立CKD工厂；动力电池制造商在德国、匈牙利等国建厂。但是部分电动化以及智能化零部件厂商因为产品应用规模、公司发展阶段等原因并未出海。整车厂现有引领上游零部件企业和下游充电基础设施企业协同出海的趋势。新能源智能汽车产业链相关公司不仅要协同出海，还需要在海外市场拓展的过程当中试图达成出海生态化，即：在海外搭建研发、生产、销售、服务体系。
- ◆ 亿欧智库认为，随着未来中国新能源智能汽车产业链出海逐渐深入，生态上，将会从现阶段部分企业出海向全产业链出海、产业链当中的企业协同出海转变。



出海协同化：上汽通用五菱带动产业链出海

上汽通用五菱在印尼完成了“主机厂+供应链”协同出海的实践。2015年，上汽通用五菱决定投资7亿美元在印尼设立占地60公顷的工厂。与此同时，其在当地投资建设了上汽供应商园区，引入了国内主要的零部件供应商。2017年，上汽通用五菱印尼工厂投产。

- 协同出海的零部件供应商有国轩高科、双英集团、金东方汽车等。



出海生态化：长城汽车出海战略

长城汽车的“生态出海”战略不仅体现在产能的在地化布局上，也深入到经营本土化、品牌跨文化以及供应链安全化当中，推动研、产、供、销、服全面出海。

- 产能在地化：实行国内、海外“双轮驱动”，形成“10+3+N”的全球化生产布局。
- 经营本土化：充分利用当地人才，建立研发中心、销售网络、服务体系，深入当地市场。
- 品牌跨文化：要重构文化，将中国的哲学底蕴与现代工业文明融合。
- 供应链安全化：保障供应链的稳定和安全。

4.2 地区机遇：东南亚、中东、拉美地区最优，正面挑战日韩汽车品牌

- ◆ 新能源智能汽车产业链出海地区存在显著机会，分地区来看：亚洲地区，机会市场主要为一带一路沿途国家；欧洲地区，机会市场主要为比利时、英国、西班牙、德国等国家；拉美地区，机会市场主要为墨西哥、巴西、智利等国家。上述机会市场的共同点为，对新能源智能汽车接受度高，政府积极推动能源转型；新能源智能汽车潜在市场较大，目前的新能源车渗透率尚可；对于中国车企产品的接受度较好。
- ◆ 亚洲地区、拉美地区正是日韩车企市占率较高的地区，在海外主机厂在中国的市占率被中国自主品牌不断侵蚀的背景下，日韩企业还面临在亚洲市场与拉美市场与中国新能源智能汽车的正面竞争，今年各车企的财报中已经初现端倪。
- ◆ 亿欧智库认为，中国新能源智能汽车产业链出海方向较为明朗，相关企业可以快速拓展市场。营收的增长来源主要有两方面：1) 渗透率的提升：快速推动目标市场从传统能源汽车向新能源智能汽车转变 2) 市占率的提升：产业链上企业凭借自身的技术优势、成本优势，挤压海外新能源品牌车企的市场份额。

亚洲

- 一带一路政策将会助力中国新能源智能汽车产业链顺利出海，进入更多的目标市场。
- 东南亚地区新能源车政策最为积极，从生产制造端和消费端对海外车企友好。同时可以发展当地工业，进入全球汽车生产产业链。
- 中亚和中东地区同样对新能源智能汽车积极，但需要注意的是，由于用车成本和充电基础设施的原因，该地区可能更为偏好插混或增程式新能源智能汽车。

欧洲

- 欧洲市场的新能源汽车渗透率是全球除中国外最高的地区，欧洲整体对新能源智能汽车态度十分积极，像挪威的电动汽车市场渗透率已经超过90%。众多欧洲国家多次承诺停售燃油车计划。
- 欧洲整体汽车市场和新能源智能汽车市场有比较明显的品牌偏好，对欧洲车企和日韩车企的产品接受度较高。中国新能源汽车产业链企业需做好品牌宣传和服务保障，得到市场的认可。

拉美

- 拉美地区的机遇主要包括巴西、墨西哥等国，人口较多，汽车市场成熟，并有新能源智能汽车的需求。
- 中国汽车大量出口至拉美地区，叠加能源转型需求，具备优势的中国新能源智能汽车产业链相关企业积极布局拉美地区。
- 北美地区对中国新能源产业链企业施加高额关税，同时美国有特斯拉，通用、福特、Rivian等品牌，消费者对自主品牌认可度更高。

主要国家



- ◆ 在新能源智能汽车产业链出海的过程中，会面临宏观、中观和微观层面的不同风险。提前分析这些潜在的风险可以更好地做出相应风险识别、风险预判；并提前规划可行的解决措施。
- ◆ 亿欧智库认为，新能源智能汽车产业链上的企业在出海的过程当中不可避免地会遇到相应风险，企业应深入了解目标市场，跟踪宏观经济、宏观政策的变动；并探究大量过往案例，来把风险出现后对经营造成损失的程度降为最低。



宏观风险

地缘政治

- 地缘政治冲突的风险加剧，可能会对企业投资和正常生产运营产生负面影响。
- 地缘冲突存在不可预测及持久化特征。

贸易壁垒

- 多种新型贸易壁垒会对企业的经营产生影响。
- 例如：碳边境税、欧盟电池护照等。

汇率波动

- 由于生产部门多种原材料由美元计价，国际货币市场的波动会直接影响原材料的价格。
- 制造企业应即使运用期货、远期等手段固定原材料价格。



中观风险

政策标准

- 对于外国投资新能源汽车的企业，出海目的地市场政策可能会存在变化及不确定性。
- 补贴政策降低，免税政策终止等。

价格战

- 海外市场电动化进程整体速度稍缓，再加上同时有多家中国车企出海，有可能会快速地进入激烈竞争阶段。
- 可能会出现价格战。

消费者抵制

- 部分国家或者地区的消费者有品牌偏好，会拒绝选择某些汽车品牌。
- 产业链相关企业应谨慎选择海外市场。



微观风险

供应商拓展

- 整体产业链出海还需要时间，现阶段还需要拓展一部分当地的供应商。
- 由于过往中国汽车产业链企业没有经验，可能会需要更多的时间来确定供应商的稳定性和质量。

物流服务

- 一些出海地区的货船以及铁路等运输设施的稳定性有待考察，可能会使零部件的运送和整车的运输效率下降，对经营造成影响。

金融服务

- 出海企业会有融资需求，在海外市场可能会面临融资困难的风险。
- 为避免对企业经营产生影响，应积极拓展当地的金融服务机构。

- ◆ 新能源智能汽车产业链出海是确定性的趋势，既有自身的“主观”原因，也有被动的“不得不”的原因。出海的确可以为车企找到新的利润增长点，并尝试在海外市场抢占非中国品牌车企的市场份额，真正使中国新能源智能汽车“国际化”。仍需注意当进入个别地区的新能源汽车市场时，可能会由于（1）油车使用成本与电车使用成本相比持平，或者更低（2）当地消费者对汽车品牌有顽固的固有认知（3）新能源车渗透率总体为上升趋势，但增长速度（斜率）大概率不及中国新能源汽车渗透率的增长速度等原因，导致出海速度没有预期当中的快。
- ◆ 分地区来看，各个国家和地区的机会与风险各不相同，对于中国新能源智能汽车产业链出海所必要的关注点也有所不同。相对容易且机会比较大的地区在东南亚及拉美地区。（1）对于北美地区，特斯拉占据新能源智能汽车市场相当大的份额，并且在美国和加拿大的品牌认知度高；消费者更偏好皮卡、大型SUV；美国会对于新能源智能汽车和其他高科技行业对中国出台限制性政策；所以进入北美市场是有一定困难的。（2）对于拉美地区，整体消费能力中等，对于中国新能源智能电动车的接受度较高，整体的新能源车渗透率较低，适合中国产业链上相关企业出海到该地区。（3）对于欧洲地区，整体消费水平较高，是传统品牌大众、奥迪、宝马、奔驰的“大本营”，出于对本地区的传统车企的保护、产业支柱等考虑，欧洲市场可能会以多种手段降低、打压中国相关企业在欧洲地区的竞争力。较好的发展路径预期为，欧洲地区允许中国新能源智能汽车产业链上的相关企业以“技术”换“市场”，“复制”当年欧洲车企进入中国市场的路径。此外在大部分欧洲地区对于插混或者增程式新能源汽车接受度更高，相关出海企业需调整产品矩阵以适应当地市场。（4）对于除中国外的亚洲地区，特别是东南亚、中东以及印度，对于中国品牌的接受度高，整体新能源汽车渗透率较低，对新能源智能汽车有较高的需求，尤其是东南亚地区有充足的动力引入整条造车产业链，支撑当地的经济发展和就业，不过需要关注的是在印度经营的潜在投资风险。本文未系统分析大洋洲及非洲的新能源智能汽车市场的情况与机会，主要原因为两大洲的汽车销量和保有量占全球总量较小。
- ◆ 由于时间和精力有限，本报告对于AIEV生态体系的研究与讨论难免存在疏漏与偏差，敬请谅解。在此特别感谢东软集团、德赛西威、中科创达等企业对本报告给予的支持，为报告撰写输出了宝贵的专业观点和建议。

■ 亿欧智库已发布汽车智能化相关报告



持续关注
敬请期待

◆ 团队介绍:

亿欧智库 (EO Intelligence) 是亿欧旗下的研究与咨询机构。为全球企业和政府决策者提供行业研究、投资分析和创新咨询服务。亿欧智库对前沿领域保持着敏锐的洞察，具有独创的方法论和模型，服务能力和质量获得客户的广泛认可。

亿欧智库长期深耕新科技、消费、大健康、汽车出行、产业/工业、金融、碳中和等领域，旗下近100名分析师均毕业于名校，绝大多数具有丰富的从业经验；亿欧智库是中国极少数能同时生产中英文深度分析和专业报告的机构，分析师的研究成果和洞察经常被全球顶级媒体采访和引用。

以专业为本，借助亿欧网和亿欧国际网站的传播优势，亿欧智库的研究成果在影响力上往往数倍于同行。同时，亿欧内部拥有一个由数万名科技和产业高端专家构成的资源库，使亿欧智库的研究和咨询有强大支撑，更具洞察性和落地性。

◆ 报告作者:



陈昊南

亿欧汽车 分析师

Email: chenhaonan@iyiou.com

◆ 报告审核:



李浩诚

亿欧汽车 研究总监

Email: lihaocheng@iyiou.com



杨永平

亿欧执行总经理、亿欧汽车总裁

Email: yangyongping@iyiou.com

◆ 版权声明：

本报告所采用的数据均来自合规渠道，分析逻辑基于智库的专业理解，清晰准确地反映了作者的研究观点。本报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发放，概不构成任何广告。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见均不构成对任何人的投资建议。本报告的信息来源于已公开的资料，亿欧智库对该等信息的准确性、完整性或可靠性作尽可能的追求但不作任何保证。本报告所载的资料、意见及推测仅反映亿欧智库于发布本报告当日之前的判断，在不同时期，亿欧智库可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告。亿欧智库不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，亿欧智库对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，读者可自行关注相应的更新或修改。

本报告版权属于亿欧智库，欢迎因研究需要引用本报告内容，引用时需注明出处为“亿欧智库”。对于未注明来源的引用、盗用、篡改以及其他侵犯亿欧智库著作权的商业行为，亿欧智库将保留追究其法律责任的权利。

◆ 关于我们：

亿欧是一家专注科技+产业+投资的信息平台和智库；成立于2014年2月，总部位于北京，在上海、深圳、南京、纽约设有分公司。亿欧立足中国、影响全球，用户/客户覆盖超过50个国家或地区。

亿欧旗下的产品和服务包括：信息平台亿欧网（iyiou.com）、亿欧国际站（EqualOcean.com）、研究和咨询服务亿欧智库（EO Intelligence），产业和投融资数据产品亿欧数据（EO Data）；行业垂直子公司亿欧大健康（EO Healthcare）和亿欧汽车（EO Auto）等。

◆ 基于自身的研究和咨询能力，同时借助亿欧网和亿欧国际网站的传播优势；亿欧为创业公司、大型企业、政府机构、机构投资者等客户类型提供有针对性的服务。

◆ 创业公司

亿欧旗下的亿欧网和亿欧国际站是创业创新领域的知名信息平台，是各类VC机构、产业基金、创业者和政府产业部门重点关注的平台。创业公司被亿欧网和亿欧国际站报道后，能获得巨大的品牌曝光，有利于降低融资过程中的解释成本；同时，对于吸引上下游合作伙伴及招募人才有积极作用。对于优质的创业公司，还可以作为案例纳入亿欧智库的相关报告，树立权威的行业地位。

◆ 大型企业

凭借对科技+产业+投资的深刻理解，亿欧除了为一些大型企业提供品牌服务外，更多地基于自身的研究能力和第三方视角，为大型企业提供行业研究、用户研究、投资分析和创新咨询等服务。同时，亿欧有实时更新的产业数据库和广泛的链接能力，能为大型企业进行产品落地和布局生态提供支持。

◆ 政府机构

针对政府类客户，亿欧提供四类服务：一是针对政府重点关注的领域提供产业情报，梳理特定产业在国内外的动态和前沿趋势，为相关政府领导提供智库外脑。二是根据政府的要求，组织相关产业的代表性企业和政府机构沟通交流，探讨合作机会；三是针对政府机构和旗下的产业园区，提供有针对性的产业培训，提升行业认知、提高招商和服务域内企业的水平；四是辅助政府机构做产业规划。

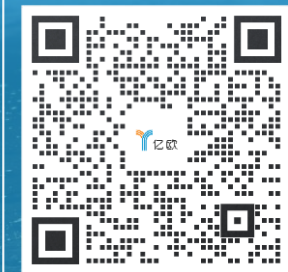
◆ 机构投资者

亿欧除了有强大的分析师团队外，另外有一个超过15000名专家的资源库；能为机构投资者提供专家咨询、和标的调研服务，减少投资过程中的信息不对称，做出正确的投资决策。

◆ 欢迎合作需求方联系我们，一起携手进步；电话 010-53321289，邮箱 hezuo@iyiou.com



扫码关注亿欧智库
查看更多研究报告



扫码添加小助手
加入行业交流群

 亿欧智库

网址: <https://www.iyiou.com/research>

邮箱: hezuo@iyiou.com

电话: 010-53321289

北京: 北京市朝阳区关庄路2号院中关村科技服务大厦C座4层 | 上海: 上海市徐汇区桂平路391号新漕河泾国际商务中心B座1703

深圳: 广东省深圳市南山区华润置地大厦 C 座 6 层 | 纽约: 4 World Trade Center, 29th Floor-Office 67, 150 Greenwich St, New York, NY 10006