

市场洞察：从田间地头到城市街头，中国三轮车出海如何征服全球市场？

China Tricycle Overseas Industry

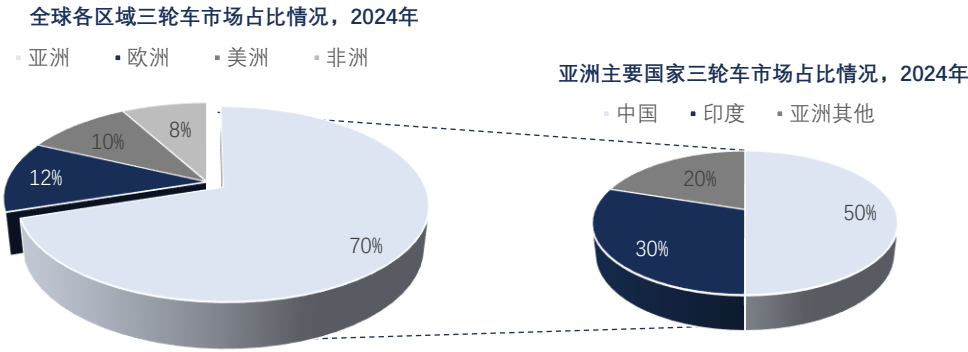
市場速報：三輪車産業が海外に進出

报告标签：电动三轮车、三轮摩托车

主笔人：文上

Q1：全球三轮车市场现状及发展如何？

图表1：全球三轮车市场分析



■ 全球三轮车市场呈现增长态势，亚洲为三轮车主要市场；其中，印度市场发展迅速，中国三轮车尽管本土销量较疲软，但出海市场发展迅猛，在全球各区域占据重要市场。

根据国际能源总署（IEA）数据显示，2024年全球三轮车市场呈现出显著的增长态势，整体销量增长13%，其中电动三轮车更是发展强劲，较上一年度增长30%，占据三轮车总销量的21%。在市场格局方面则呈现出高度的集中性，中国和印度合计在整体三轮车市场中拥有80%的份额，占据亚洲电动三轮车销量的95%以上。

亚洲市场中，印度电动三轮车市场增速飞快，跃居全球领先地位，销量突破58万辆大关，同比增长达到65%，这主要原因是印政府推出的一系列激励政策以及电动三轮车拥有成本的显著降低。在印度三轮车品牌中，印度本土巴贾（Bajaj Auto）在全印度三轮车细分市场的市场份额第一，占比为33%。比亚乔（Piaggio）紧随其后，拥有8.4%的市场份额。

2024年，中国三轮车本土市场保持稳定缓增，整体市场较疲软，但出海市场发展迅猛。中国是全球最大的三轮摩托车生产国和消费国。据不完全统计的2024年电动三轮车行业产销量数据，货运品类约500万辆，休闲品类约350万辆，篷车品类约250万辆，专用车品类约100万辆，整体电动三轮车产量超过1,200万辆。此外，普通燃油三轮摩托车等其他类型三轮车的产量。综合来看，中国三轮车产量在亚洲及全球占据重要市场。

来源：国际能源总署，易车，头豹研究院

Q2：为什么中国三轮车出海市场持续增长？有哪些驱动和制约因素？

- 从中国三轮车出海市场受到发展中国家、环保政策、代替人力与两轮车等需求驱动；同时，在中国产业链完善且技术领先的情况下，供给端稳定。

需求驱动：

- ① **发展中国家交通刚需：**东南亚、南亚、非洲等地区城市化进程加快，但公共交通不足，三轮车作为低成本、高灵活性的交通工具，承担了“最后一公里”物流（货运三轮）和短途客运（载客三轮）的重要角色。
- ② **欧美需求增长：**欧美地区在农场作业、城市短距离运输等场景中，对轻型、大马力三轮车的需求有所上升，中国三轮车正好满足这部分需求。
- ③ **环保政策推动电动化：**全球减碳背景下，多国出台政策限制燃油车，包括印度、印尼等国的电动三轮车补贴政策，推动中国电动三轮车（尤其是锂电池车型）出口增长。
- ④ **替代人力与两轮车：**相比两轮车，三轮车载货量大、稳定性高；相比四轮车，价格低且适应狭窄道路，适合小微商户和农村地区。

供给优势：

- ① **中国产业链成熟：**中国是全球最大的三轮车生产国，具备完整的供应链（电机、电池、车架等）和规模化成本优势，产品价格比欧美品牌低30%-50%。
- ② **技术迭代加速：**电动三轮车续航能力提升（部分车型达150公里以上）、智能化功能（GPS定位、电池管理系统）增强竞争力。

- 中国三轮车在面临市场较大机遇的同时，也存在部分的制约与挑战因素，包括贸易壁垒、售后服务、物流运输等多方面。

贸易壁垒：

- ① **关税调整：**国际贸易摩擦可能导致部分国家对中国三轮车提高关税，增加产品的出口成本，削弱价格竞争力。部分国家对进口整车征收高关税（如印度30%），鼓励本地制造。
- ② **技术壁垒：**部分国家对三轮车的质量、安全、环保等方面设置了较高的技术标准和认证要求，包括欧盟的CE认证、美国的UL认证等，企业需要投入更多成本满足这些要求。

售后服务：

- ① **服务网络不完善：**在海外建立完善的售后服务网络成本较高，部分企业的售后服务网点覆盖不足，导致在产品出现问题时，无法及时为用户提供维修、保养等服务，影响用户体验和品牌形象。
- ② **配件供应问题：**海外市场的配件供应可能存在延迟、短缺等问题，增加了维修成本和时间成本，降低了用户对产品的满意度。

物流运输：

- ① **成本较高：**三轮车体积较大，运输成本相对较高，特别是对于一些距离较远的海外市场，物流费用会增加产品的最终价格，降低产品的竞争力。
- ② **运输周期长：**海上运输等方式虽然成本相对较低，但运输周期较长，可能会影响企业的交货时间和客户满意度，对于一些紧急订单或时效性要求较高的市场需求难以满足。

来源：头豹研究院

Q3：中国三轮车出海市场各区域有哪些特点？

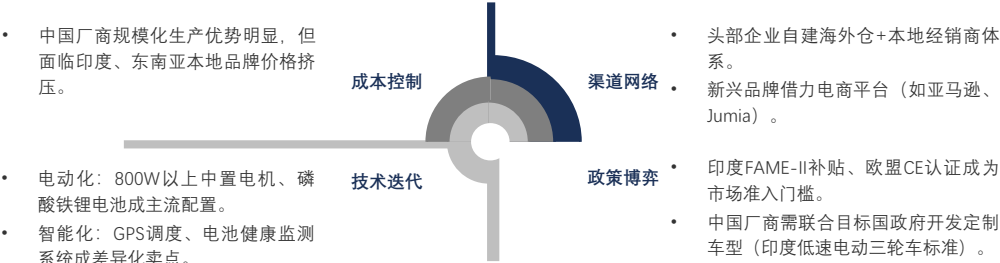
图表2：中国三轮车出海主要市场分析，2024年

主要出口市场	核心国家	需求特点	竞争品牌	挑战	机会
东南亚	印度尼西亚、菲律宾、越南、泰国、马来西亚	<ul style="list-style-type: none">物流运输：东南亚岛屿众多，物流分散，三轮车成为城乡物资运输的主力工具短途客运：三轮车在旅游城市和农村地区广泛用于载客农业用途：越南、泰国等农业国家，三轮车用于运输农产品	<ul style="list-style-type: none">本地品牌：印尼Wika Industri、菲律宾Motortrade中国品牌：金彭、宗申等通过性价比优势抢占市场	<ul style="list-style-type: none">气候适应性：高温高湿环境对车辆防锈、散热要求高政策限制：部分国家限制进口整车，鼓励本地组装	<ul style="list-style-type: none">电动化趋势：泰国、越南等国推动油改电政策，电动三轮车需求增长电商物流：东南亚电商快速发展带动物流三轮车需求
南亚	印度、孟加拉国、巴基斯坦、尼泊尔	<ul style="list-style-type: none">印度：全球最大的三轮车市场，年需求量超200万辆。电动三轮车在德里、孟买等城市快速普及孟加拉国：农村地区依赖三轮车（“CNG三轮”）运输农产品和日用品巴基斯坦：三轮车是城市短途客运的主要工具	<ul style="list-style-type: none">本地品牌：印度的Bajaj、Mahindra，巴基斯坦Saggar Engineering中国品牌：通过本地化生产，金彭在印度建厂降低成本	<ul style="list-style-type: none">政策壁垒：印度对进口整车征收高关税（30%），鼓励本地制造价格敏感：消费者对价格敏感，需控制成本	<ul style="list-style-type: none">电动化政策：印度FAME-II计划提供电动三轮车补贴，推动市场增长农村市场：南亚农村地区三轮车需求旺盛，适合经济车型
非洲	尼日利亚、肯尼亚、埃及、坦桑尼亚、南非	<ul style="list-style-type: none">城市货运：三轮车用于城市短途物流（拉各斯的“Keke NAPEP”）农村运输：农业地区依赖三轮车运输农产品短途客运：三轮车（摩的）是城市公共交通的重要补充	<ul style="list-style-type: none">本地品牌：非洲本地品牌较少，主要依赖进口中国品牌：金彭、宗申等通过性价比优势占据市场	<ul style="list-style-type: none">基础设施：电力供应不稳定，电动三轮车推广受限政治经济风险：部分国家外汇管制严格，付款风险高	<ul style="list-style-type: none">燃油三轮车替代：中国品牌可替代日本二手燃油三轮车电商物流：非洲电商（如Jumia）发展带动物流三轮车需求
拉美	墨西哥、巴西、哥伦比亚、阿根廷	<ul style="list-style-type: none">城市物流：墨西哥城、圣保罗等大城市，三轮车用于快递配送（Mercado Libre）农业运输：巴西、阿根廷的农场依赖三轮车运输甘蔗、咖啡等农产品旅游接驳：哥伦比亚、秘鲁等旅游城市，三轮车用于景区接驳。	<ul style="list-style-type: none">本地品牌：巴西的Troller、墨西哥的Zanello中国品牌：通过性价比优势进入市场	<ul style="list-style-type: none">政策限制：部分国家对进口车辆征收高关税文化差异：需适应本地使用习惯和审美偏好	<ul style="list-style-type: none">绿色物流：拉美国家推动绿色交通，电动三轮车需求增长农业机械化：农业大国对农用三轮车需求旺盛
中东	阿联酋、沙特阿拉伯、土耳其	<ul style="list-style-type: none">城市物流：迪拜、阿布扎比等城市，三轮车用于快递配送旅游接驳：旅游景区使用三轮车接驳游客	<ul style="list-style-type: none">本地品牌：本地品牌较少，主要依赖进口中国品牌：通过性价比优势进入市场。	<ul style="list-style-type: none">高温环境：需加强车辆散热和耐高温设计高端市场：消费者偏好高端品牌，需提升品牌形象	<ul style="list-style-type: none">电动化趋势：中东国家推动新能源汽车交通。旅游经济：旅游业带动景区接驳车需求

来源：头豹研究院

Q4：中国三轮车出海竞争格局具体如何？

图表3：中国三轮车出海竞争核心要素



图表4：中国三轮车出海头部核心厂商

	出海策略	竞争力	竞争现状
金彭	在印度、印尼等地建厂，实现本地化生产；主攻电动货运三轮车，适配物流需求	规模化成本优势、完善的海外售后网络	海外市场占比超30%
宗申	与非洲、拉美本地经销商深度合作，提供“车+金融服务”捆绑方案	发动机技术积累、区域渠道渗透力强	燃油三轮车出口龙头，近年加速电动化转型
淮海	针对热带地区开发防锈、高载重车型（如越南甘蔗运输车）	农业场景适配能力、高性价比	聚焦农用三轮车，东南亚市占率领先
福田五星	推广智能化车型（GPS调度、电池管理系统）	技术研发投入、品牌溢价能力	高端货运三轮车代表，主攻中东、拉美市场

图表5：中国三轮车出海新兴品牌差异化竞争分析

代表厂商	出海策略	目标市场
新能源技术派 新日、台铃	将两轮车锂电池技术迁移至三轮车，主打长续航（≥150km）	欧盟、中东等高端市场
智能创新派 九号公司、小牛电动	将智能网联功能（APP控制、自动驾驶辅助）引入三轮车	城市物流、高端旅游接驳场景
垂直场景派 新鸽（冷链三轮车）、五羊（太阳能充电车型）	聚焦细分领域（如冷链物流、无电地区运输）	东南亚生鲜配送、非洲离网地区

来源：头豹研究院

方法论

- ◆ 头豹研究院布局中国市场，深入研究19大行业，持续跟踪532个垂直行业的市场变化，已沉淀超过100万行业研究价值数据元素，完成超过1万个独立的研究咨询项目。
- ◆ 研究院依托中国活跃的经济环境，研究内容覆盖整个行业的发展周期，伴随着行业中企业的创立，发展，扩张，到企业走向上市及上市后的成熟期，研究院的各行业研究员探索和评估行业中多变的产业模式，企业的商业模式和运营模式，以专业的视野解读行业的沿革。
- ◆ 研究院融合传统与新型的研究方法，采用自主研发的算法，结合行业交叉的大数据，以多元化的调研方法，挖掘定量数据背后的逻辑，分析定性内容背后的观点，客观和真实地阐述行业的现状，前瞻性地预测行业未来的发展趋势，在研究院的每一份研究报告中，完整地呈现行业的过去，现在和未来。
- ◆ 研究院密切关注行业发展最新动向，报告内容及数据会随着行业发展、技术革新、竞争格局变化、政策法规颁布、市场调研深入，保持不断更新与优化。
- ◆ 研究院秉承匠心研究，砥砺前行的宗旨，从战略的角度分析行业，从执行的层面阅读行业，为每一个行业的报告阅读者提供值得品鉴的研究报告。

法律声明

- ◆ 本报告著作权归头豹所有，未经书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复制、发表或引用。若征得头豹同意进行引用、刊发的，需在允许的范围内使用，并注明出处为“头豹研究院”，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节或修改。
- ◆ 本报告分析师具有专业研究能力，保证报告数据均来自合法合规渠道，观点产出及数据分析基于分析师对行业的客观理解，本报告不受任何第三方授意或影响。
- ◆ 本报告所涉及的观点或信息仅供参考，不构成任何投资建议。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。在法律许可的情况下，头豹可能会为报告中提及的企业提供或争取提供投融资或咨询等相关服务。本报告所指的公司或投资标的的价值、价格及投资收入可升可跌。
- ◆ 本报告的部分信息来源于公开资料，头豹对该等信息的准确性、完整性或可靠性不做任何保证。本文所载的资料、意见及推测仅反映头豹于发布本报告当日的判断，过往报告中的描述不应作为日后的表现依据。在不同时期，头豹可发出与本文所载资料、意见及推测不一致的报告和文章。头豹不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，头豹对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，读者应当自行关注相应的更新或修改。任何机构或个人应对其利用本报告的数据、分析、研究、部分或者全部内容所进行的一切活动负责并承担该等活动所导致的任何损失或伤害。

头豹业务合作

数据库/会员账号

可阅读全部原创报告和
百万数据，提供数据库
API接口服务

定制报告

行企研究多模态索引
引擎及数据库，募投可研、
尽调、IRPR等研究咨询

定制白皮书

对产业及细分行业进行
现状梳理和趋势洞察，
输出全局观深度研究报
告

招股书引用

研究覆盖国民经济19+
核心产业，内容可授权
引用至上市文件、年报

市场地位确认

对客户竞争优势进行评
估和调研确认，助力企
业品牌影响力传播

行研训练营

依托完善行业研究体系，
帮助学生掌握行业研究
能力，丰富简历履历

报告作者



陈夏琳
首席分析师
sharlin.chen@leadleo.com



文上
行业分析师
Oria.wen@leadleo.com

业务咨询

- 客服电话：400-072-5588
- 官方网站：www.leadleo.com

深圳办公室

广东省深圳市南山区粤海街
道华润置地大厦E座4105室

邮编：518057

上海办公室

上海市静安区南京西1717号
会德丰国际广场 2701室

邮编：200040

南京办公室

江苏省南京市栖霞区经济
开发区兴智科技园B栋401

邮编：210046