

中国摩托车出海展望：全球化浪潮下， 中国摩托车品牌出海竞逐国际市场

China's Motorcycle Industry Outlook for Overseas
Expansion

中国オートバイの海外展開展望

(精华版)

报告标签：全球化、摩托车出口、海外市场、大排量、新国标

2025年11月

报告提供的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等）均系头豹研究院独有的高度机密性文件（在报告中另行标明出处者除外）。未经头豹研究院事先书面许可，任何人不得以任何方式擅自复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编本报告内容，若有违反上述约定的行为发生，头豹研究院保留采取法律措施、追究相关人员责任的权利。头豹研究院开展的所有商业活动均使用“头豹研究院”或“头豹”的商号、商标，头豹研究院无任何前述名称之外的其他分支机构，也未授权或聘用其他任何第三方代表头豹研究院开展商业活动。



观点摘要

在全球市场格局重塑与新兴市场需求爆发的双重机遇下，中国摩托车产业迎来出海战略窗口期。国内市场增长放缓倒逼企业加速国际化布局，东南亚、拉美、非洲等新兴市场的消费升级与欧美细分需求为中国品牌提供广阔空间。中国摩托车产业凭借完整供应链、性价比优势与快速响应能力，正向自主品牌出海转型。

本报告系统解析中国摩托车品牌出海的战略路径，聚焦不同梯队企业在目标市场、产品策略、渠道建设、品牌塑造等维度的差异化打法。新兴品牌则以电动化、智能化产品切入欧美成熟市场。通过剖析国际认证壁垒、渠道网络薄弱、品牌溢价不足、地缘政治风险等核心挑战及破局实践，为产业链参与者把握全球化机遇、构建国际竞争力、实现品牌价值跃升提供战略参考

✓ 本田：技术护城河构建全球霸主，电动化战略巩固领先地位

本田摩托车自1949年创立以来累计产量突破5亿辆，凭借差异化市场策略、技术领先优势及新兴市场扩张成功穿越次贷危机和疫情周期，在全球23国布局超2,000万辆年产能，在中国构建了从102cc到1833cc、覆盖七大品类超50款车型的全场景产品矩阵，其“技术护城河+全品类覆盖+周期韧性”的成长路径为中国品牌提供借鉴，2023年起全面转向电动化战略，计划2030年推出30款电动车型、年销400万辆以巩固全球第一地位。

✓ 全球市场呈现“欧美高端化、亚非刚需化”两极分化，印度成增长引擎

2015-2024年海外市场规模从857亿美元增至1,338亿美元，亚洲占据近80%主导地位；欧美呈现“小量高价”休闲消费（北美ASP 1.18万美元、欧洲1.05万美元，大排量渗透率40-75%），东南亚、印度、非洲、拉美形成“大量低价”通勤刚需市场（ASP 0.2-0.42万美元），日系品牌凭借全价格带布局主导全球，印度年均5%增速成为核心增长引擎，行业集中度持续提升、中高端化与电动化成为长期趋势。

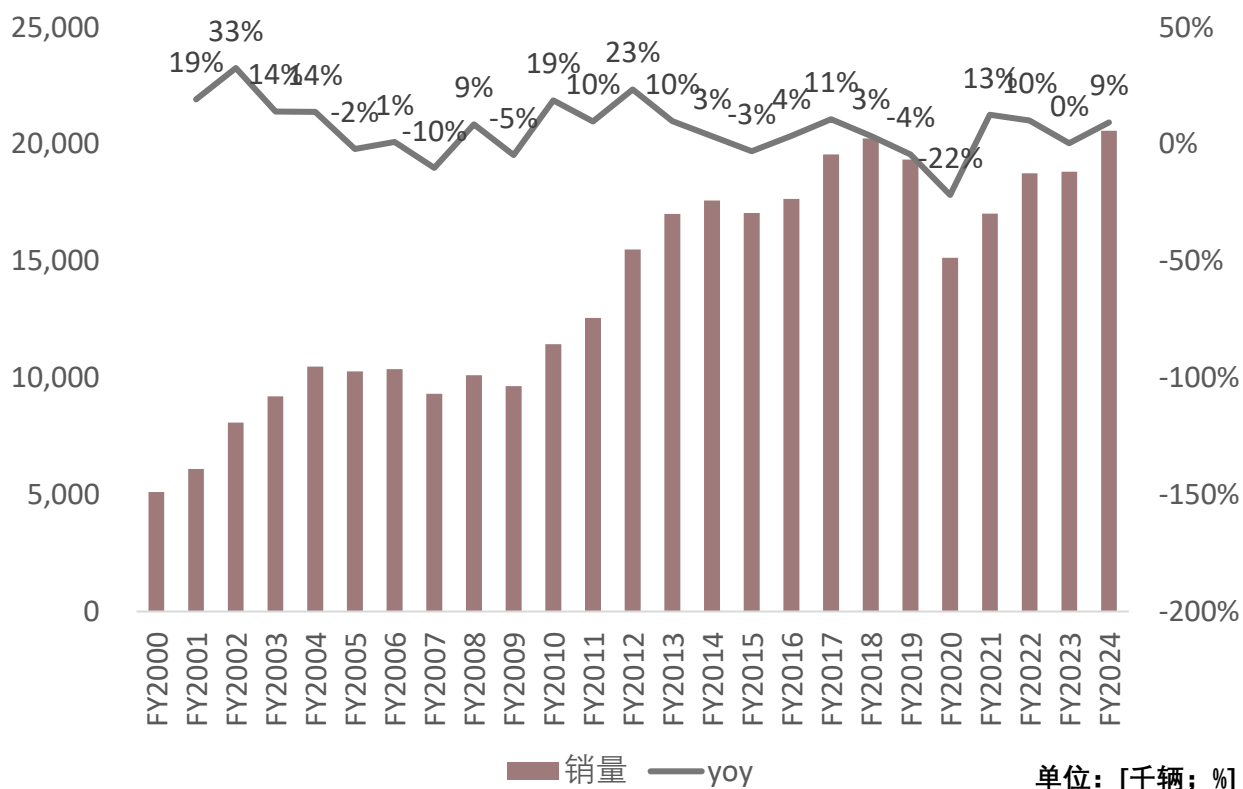
✓ 中国市场“内需收缩、外贸崛起”，中大排量出口爆发驱动产业价值跃迁

中国摩托车市场近30年呈现“内需收缩、外贸崛起”格局，国内禁摩致市场萎缩但中西部松绑与大排量玩乐需求释放结构性机遇，出口成为核心引擎凭借供应链与性价比优势深耕亚非拉市场，2024年250-500ml区间出口激增近倍但渗透率仅3%显示广阔空间，展望2025-2030年中大排量出口将爆发式增长加速渗透欧美高端市场，标志产业从低端制造向高附加值跃迁，东南亚电动化浪潮则开辟“燃油+电动”双轨新赛道。

■ 精华摘要

本田摩托车销量二十余年间增长超三倍，经历次贷危机和公共卫生事件两次冲击后，通过新兴市场扩张与电动化转型实现韧性复苏，目前占据全球市场领先地位并保持稳健增长态势

本田摩托（包含全地形车）销量情况（FY2000 - FY2024）



■ 危机中逆势增长3倍，亚洲市场+产能扩张构筑全球霸主地位

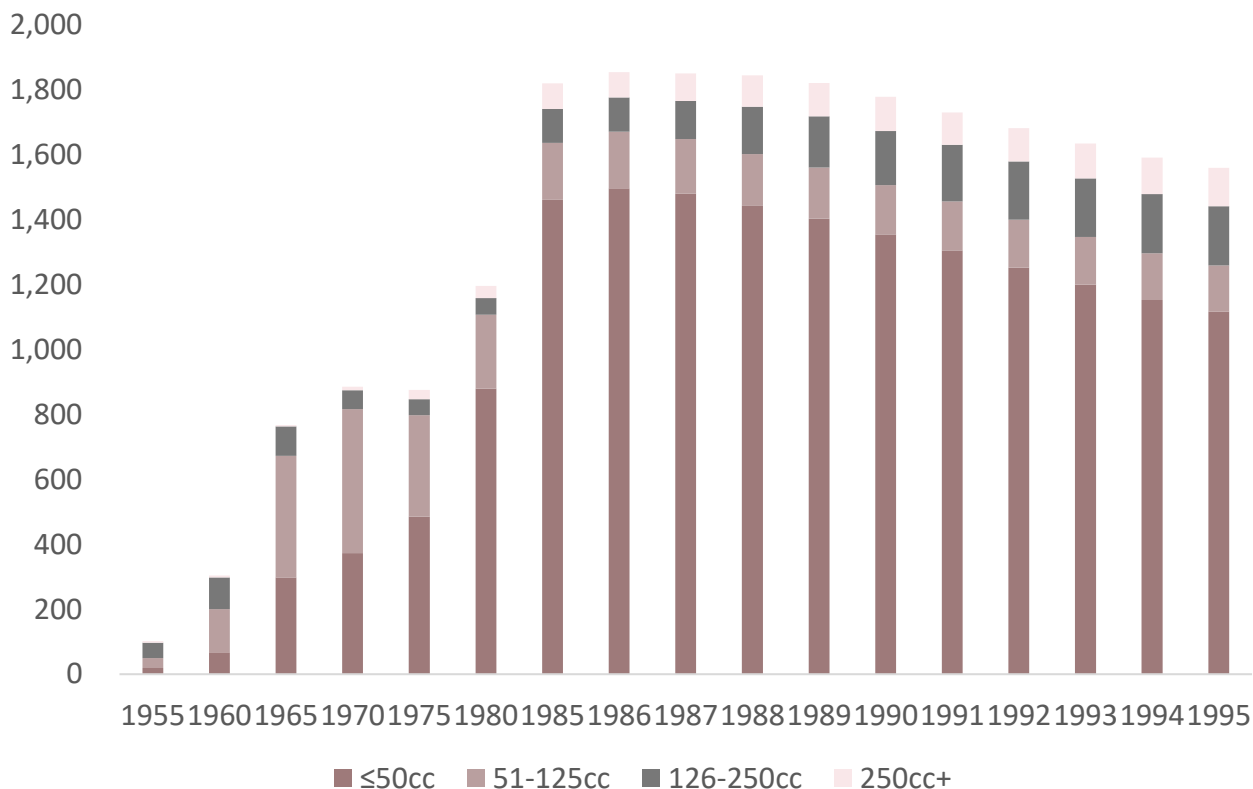
本田摩托车销量24年间从512万辆增长至2,057万辆（增长3倍），成功穿越次贷危机（FY2007跌10%）、金融海啸（FY2008欧美需求腰斩）、疫情冲击（FY2020暴跌22%）三大周期，凭借中国/印度/东南亚产能扩张、明星车型（Super Cub/CD110/PCX150）及成本优化快速反弹，目前占全球市场份额40%、亚洲贡献85%销量，在23国布局37个工厂、年产能超2,000万辆、3万家经销商网络，累计产量突破5亿辆，预计FY2025销量达2,130万辆。

来源：本田，头豹研究院

■ 精华摘要

日本摩托车市场在1980年代中期饱和萎缩后，本田等企业在政府投资自由化和金融支持政策推动下，凭借差异化市场策略和技术领先优势，实现战略重心向海外市场的根本性转移

日本摩托车保有量（万辆），1955-1995年



■ 日本市场80年代见顶后萎缩，本田被迫完成“国内→海外”战略重心转移

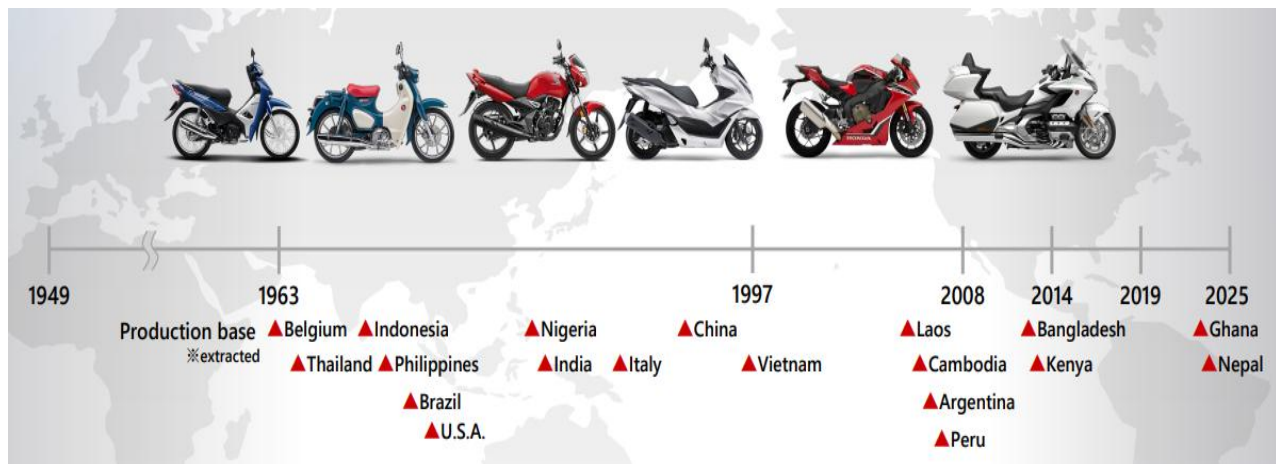
从保有量数据来看，日本摩托车保有量从1955年的102万辆增长至1986年峰值的1,854万辆，但1995年下降至1,559万辆。日本国内摩托车市场在1980年代达到顶峰后持续萎缩（宏观上日本泡沫经济崩溃），尤其是1985年日元升值和“雅马哈与本田之战”后的价格战导致市场饱和，90年代国内销量跌破百万辆，迫使本田、雅马哈等企业加速全球化转型，从80年代起陆续在拉美、东南亚、中国、印度建立生产基地，本田更在北美和欧洲设立区域总部实现战略重心从日本国内向海外市场的根本性转移，并开始从泰国等海外基地反向进口产品回日本。

来源：日本总务省，国土交通省，IMI，头豹研究院

■ 精华摘要

本田摩托车自1949年创立以来凭借技术优势和全球化战略，在23国布局超2,000万辆年产能、累计产量突破4亿辆，并计划到2030年推出30款电动车型、年销400万辆，巩固全球第一品牌地位

本田摩托全球化战略演进



■ 从本田全球化路径看中国摩托车出海：质量优先、本地深耕、技术制胜

本田摩托车秉承“在有需求的地方生产”的基本理念，自1949年创立以来持续扩大全球布局，从最初的日本本土到1963年进入比利时、泰国、印度尼西亚、菲律宾，1997年拓展至尼日利亚、印度、意大利、中国、越南，2008年进驻老挝、柬埔寨、阿根廷、秘鲁，2014年在孟加拉国、肯尼亚设厂，2019年进入加纳，并计划2025年在尼泊尔开展生产。目前本田在全球23个国家的37个地点拥有超过2,000万辆的年产能，通过30,000多家经销商向客户交付产品，并在德国、西班牙、等37个国家和地区创下销量纪录。本田摩托车累计产量在1997年突破1亿辆，2008年达到2亿辆，2014年超过3亿辆，2019年突破4亿辆，并计划在2025年实现5亿辆的里程碑。

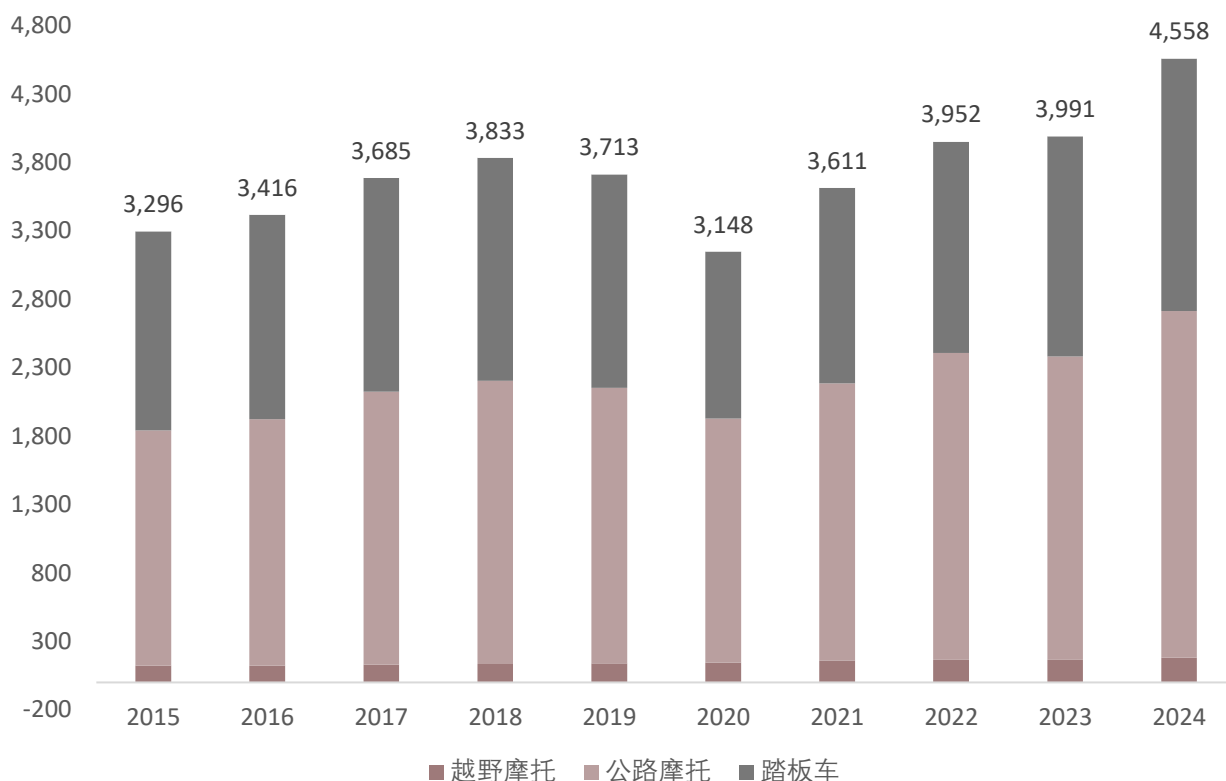
本田摩托凭借四冲程引擎等技术优势和“有质量的全球化”战略，在美国市场通过品牌重塑打破文化壁垒，在欧洲市场以赛事和高性能车型树立技术形象，在亚洲市场通过本地化深耕渠道，最终构建起覆盖全球的产销网络，奠定世界第一摩托品牌地位。

来源：本田，头豹研究院

■ 精华摘要

2015-2024年全球海外摩托车市场规模从857亿美元增至1,338亿美元，销量增长38%至4,558万台，亚洲市场占据约80%主导地位，公路摩托为主力品类，单车均价持续上涨呈中高端化趋势

海外摩托车（分类型）销量（万台），2015-2024年



■ 全球市场十年增长56%，亚洲主导+均价上涨驱动中高端化升级

2015-2024年全球海外摩托车市场规模从856.8亿美元增长至1,338.1亿美元，销量从3296万台增至4,558万台，期间经历2020年冲击后强劲复苏；市场结构上，亚洲始终占据约80%的主导地位，拉丁美洲占比从10.2%小幅波动至10.2%，欧洲、非洲、北美合计占比约10%；产品类型方面，公路摩托占主导（2024年2,532万台）、踏板车次之（1,845万台）、越野摩托最小（181万台），单车均价呈上涨趋势，2024年越野摩托、公路摩托、踏板车均价分别达5.3、3.0、1.7千美元/辆，显示市场向中高端升级的趋势。。

来源：Statista, 头豹研究院

■ 精华摘要

2024年全球摩托车市场量增14%连续四年正增长，呈现欧美高端化休闲、东南亚电动化提速、非洲高增长潜力三大市场分化格局，行业集中度持续提升

不同海外市场梯队

| 市场类型 | 特征 (优势/劣势) | 主要品牌/车型 (代表) | 趋势 (增长/挑战) |
|-------|---------------|-----------------------------------|---------------------|
| 核心市场 | 消费升级、个性化需求 | 宝马、本田、雅马哈 | 量增14%、连续四年正增长 |
| 快速增长 | 中大排量 (250cc+) | 铃木、本田 | 经济型摩托车/二手车 |
| 主要品类 | 踏板车、旅行车 | 踏板车、高性能车型 | 摩托、货运车 |
| 品牌梯队 | 本田、宝马、雅马哈、铃木 | 其他品牌/车型 (TOP5品牌) | 中国、印度品牌 (高性价比) |
| 新兴市场 | 摩托文化、年轻化 | | "以图卖图"、经济实惠 |
| 政策市场 | 成熟、监管严格 | 欧盟 | 排放标准 |
| 电动化趋势 | 电动化加速 | 本田 (首款电动踏板车, 2024年印度及东南亚电动化率1.2%) | 量增14% (电动化率) |
| 主要挑战 | 供应链波动 | 供应链波动、原材料 | 原材料波动、售后服务 |
| 市场结构 | 消费升级 | 250cc排量车型 (高增长) | 保有量1.7亿万辆 (十年增长40%) |
| 增长潜力 | 快速增长 | 中速增长 | 高速增长 |

完整版登录 www.leadleo.com
搜索《中国摩托车出海展望》

来源: Statista, 中国摩托车商会, 头豹研究院

■ 精华摘要

北美摩托车市场呈现“小量高价”特征，2024年销量66万辆、ASP达1.18万美元，凸显大排量偏好。本田、哈雷双雄领跑，2023年美国电摩年增20%破2.5万辆、电动配件占比摩配升至35%

美国摩托车销量（万台）与单车ASP（万美元/辆），2015-2024年



完整版登录 www.leadleo.com
搜索《中国摩托车出海展望》

■ 北美市场“小量高价”：大排量主导，电动化与配件市场崛起

北美摩托车市场呈现“小量高价”特征，2024年销量66万辆、单车ASP达1.18万元，美国市场占比约88%。

美国偏爱大排量巡航车型使601cc+占比82%、250cc+渗透率推测达92%。市场中本田（20.5%）与哈雷（19.7%）双雄领跑，雅马哈、川崎分列三四位，市场集中度较高。

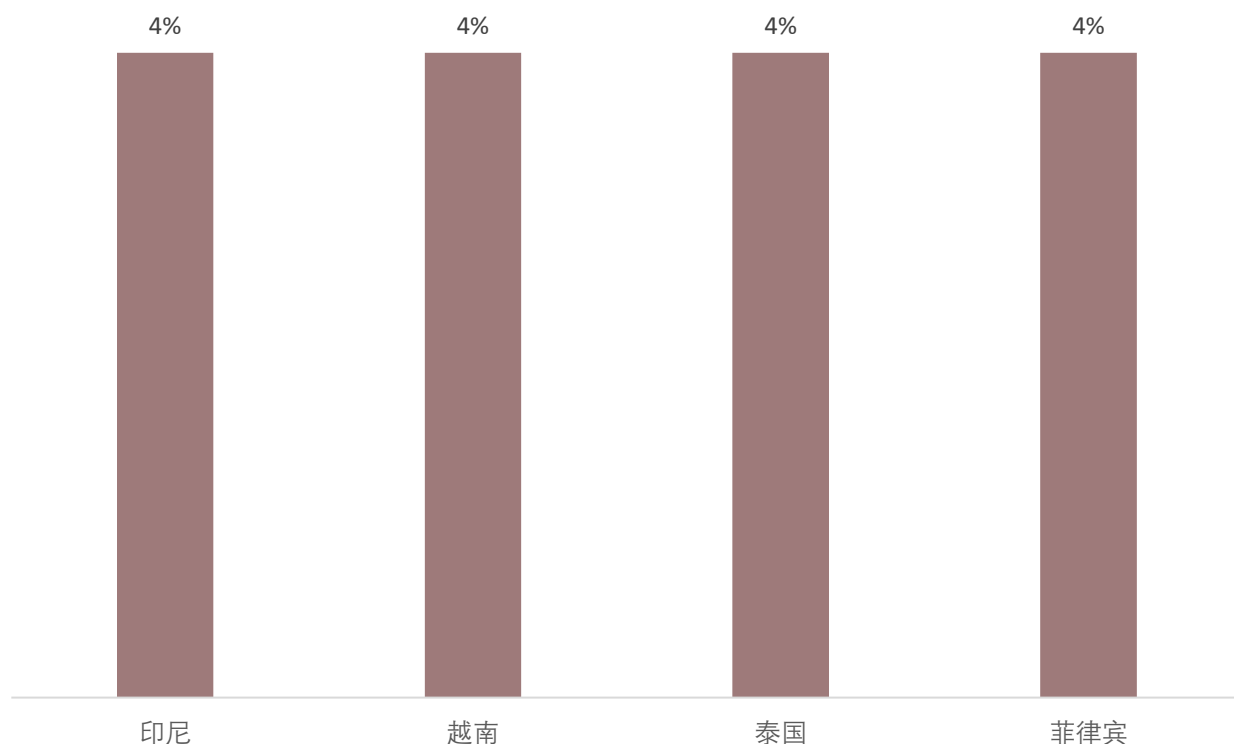
美国市场电动化与配件市场快速发展，电动摩托车年增速超20%，2023年销量突破2.5万辆，哈雷LiveWire系列与初创公司Zero Motorcycles形成高端与性能的差异化竞争格局。2024年美国摩配市场规模已突破200亿美元，其中电动摩托车配件占比快速提升至35%，成为新增长点。

来源：Statista, 中国摩托车商会, USITC, 头豹研究院

■ 精华摘要

东南亚2015-2024年销量从1,154万台增至1,353万台，ASP稳定在0.2万美元、大排量渗透率仅4%，以低价通勤需求为主。印尼作为最大市场销量达667万台，本田与雅马哈形成寡头垄断

主要国家大排量（250cc+）摩托车渗透率（假设数据），2024年



■ 低价通勤刚需市场，印尼本田+雅马哈双寡头垄断96%份额

东南亚整体市场：2015-2024年间，东南亚摩托车销量从1,154万台增长至1,353万台，期间受2020年公共卫生事件冲击降至901万台后逐步恢复；单车ASP长期稳定在0.2万美元，仅2020、2022年短暂升至0.3万美元，反映市场以经济型通勤需求为主。2024年主要国家大排量（250cc+）摩托车渗透率均维持在4%低位，印尼、越南、泰国、菲律宾消费结构高度同质化，与欧洲市场形成鲜明对比。

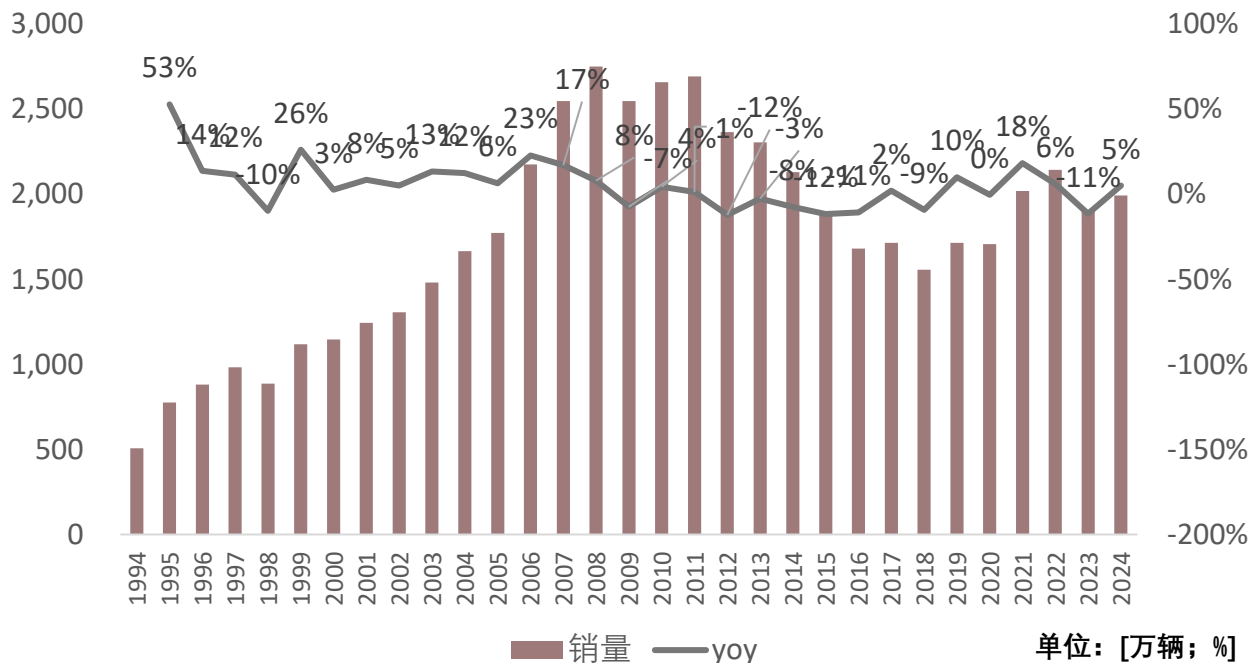
印尼市场：作为东南亚最大市场，印尼销量从2015年的624万台经历公共卫生事件低谷（2020年344万台）后于2024年反弹至667万台，占东南亚市场约49%份额；单车ASP从0.10万美元缓慢提升至0.13万美元，显著低于区域整体水平，凸显价格敏感型市场特征。市场呈现极度集中的双寡头格局，本田以68.5%绝对领先，雅马哈占据27.7%，两者合计市场份额超96%，铃木、川崎等品牌生存空间有限。

来源：Statista，头豹研究院

■ 精华摘要

中国摩托车市场近30年呈现“内需收缩、外贸崛起”格局。东南亚、非洲、拉美等新兴市场需求旺盛，中国品牌凭借供应链与性价比优势将出口打造为对冲国内萎缩的核心增长引擎

中国摩托车销量及增长情况（1994 - 2024）



■ "内需收缩、外贸崛起"，出口成为突破国内天花板的核心引擎

中国摩托车市场自1994年历经三十年演变呈现“内需收缩、外贸崛起”格局：1994-2008年黄金增长期，销量从507万辆飙升至2,750万辆（年均增速12%），1993年成为全球第一生产大国、2000年成为第一出口大国，凭借成本优势快速占领国际市场；2009-2011年遭遇电动两轮车替代冲击，销量停滞在2,500-2,700万辆徘徊，行业进入调整期；2012-2018年环保法规趋严叠加国内市场饱和，销量断崖式下跌至1,557万辆（yoy-9%），但行业结构性转型加速——出口量持续攀升、大排量油摩渗透率提升、电动摩托崛起，企业从“量”向“质”战略转移；2019年后触底反弹，2022年公共卫生事件催化下销量回升至2,142万辆峰值，2023-2024年稳定在1,900-2,000万辆。

当前阶段出口已成核心增长引擎：国内市场天花板明显（电动两轮车挤压+禁摩限摩政策），而东南亚、非洲、拉美等新兴市场需求旺盛，中国品牌凭借供应链优势、性价比竞争力及大排量产品突破，出口占比持续提升，海外市场成为支撑行业增长的战略支点。

来源：中汽协，中国摩托车商会，头豹研究院

■ 精华摘要

交通乱象与污染压力致中国自1985年起禁摩潮蔓延至近半数城市，但近年中西部放宽限制释放需求，东南亚加速电动化，形成“国内松绑+海外局部市场电动出口”双重机遇

典型城市的禁摩措施



完整版登录www.leadleo.com
搜索《中国摩托车出海展望》

■ 国内中西部解禁释放需求，东南亚强制电动化带来双重机遇

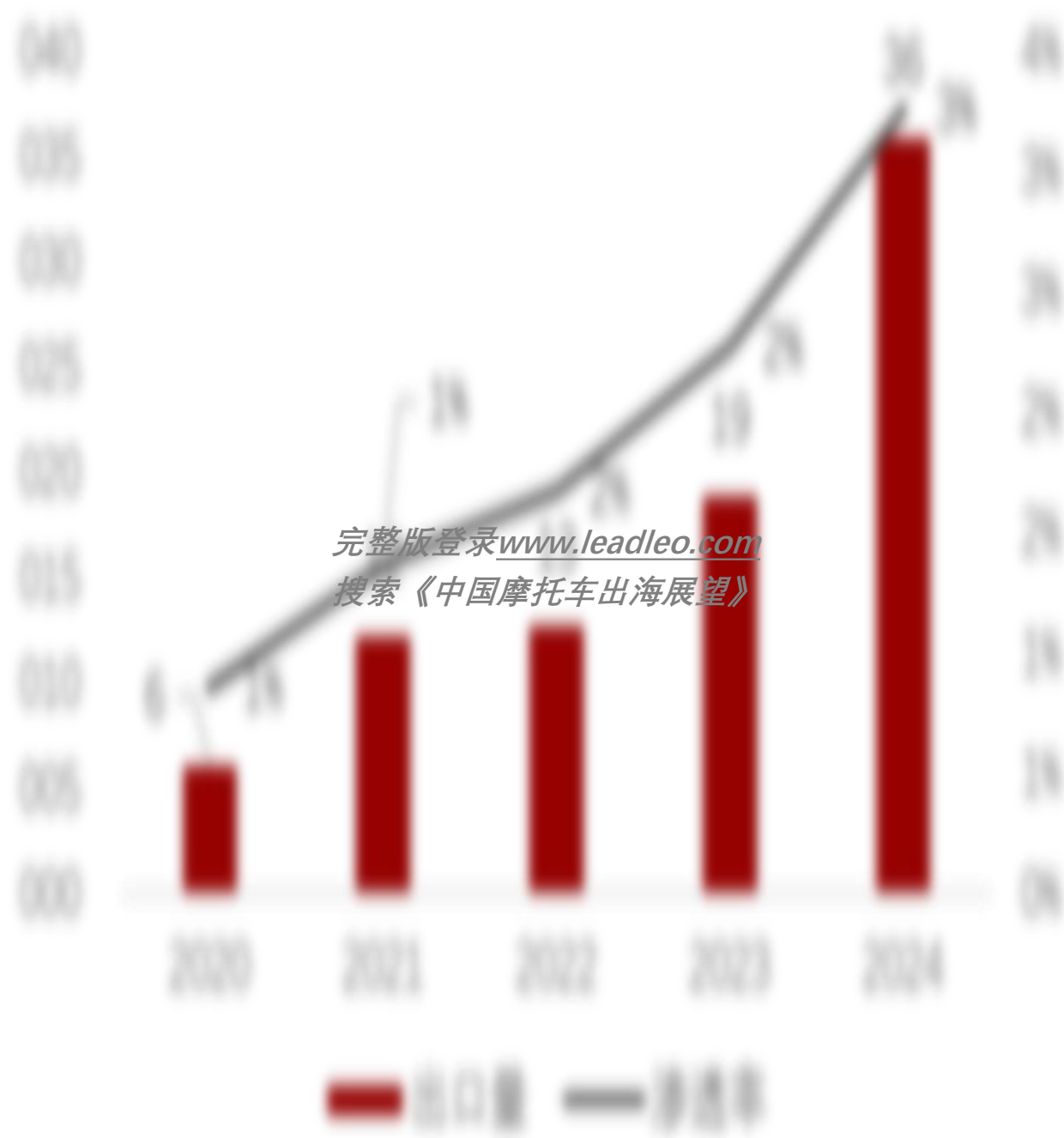
近年政策出现分化：中西部地区如重庆（19.14万辆）、陕西（18.64万辆）放宽限制释放休闲娱乐需求，鄂尔多斯、盐城等地明确解除禁摩并从“一刀切”转向分区域管理，反映地方政府对摩托车通勤功能与经济价值的重新评估；而东南亚市场则加速电动化转型—印尼雅加达规定每周三禁止政府雇员驾驶燃油车通勤（电动车除外），越南2019年起胡志明市物流业全面改用电动车、2025年起禁止摩托车行驶，河内、海防等城市2030年前逐步限制燃油摩托并推动公共电动摩托，政策差异为中国摩托车企业带来“国内结构性+海外局部市场电动摩托出口”的双重机遇。

来源：中国摩托车商会，《野禁摩限摩托政策现状及发展趋势分析》，头豹研究院

■ 精华摘要

2024年中国摩托车出口高速增长伴随大排量结构升级，250-500ml区间出口量激增近倍但渗透率仅3%显示攀升空间广阔，地缘深耕“一带一路”亚非拉市场，欧美渗透率低表明发达市场潜力

中国大排量摩托车整车出口情况，2020-2024年



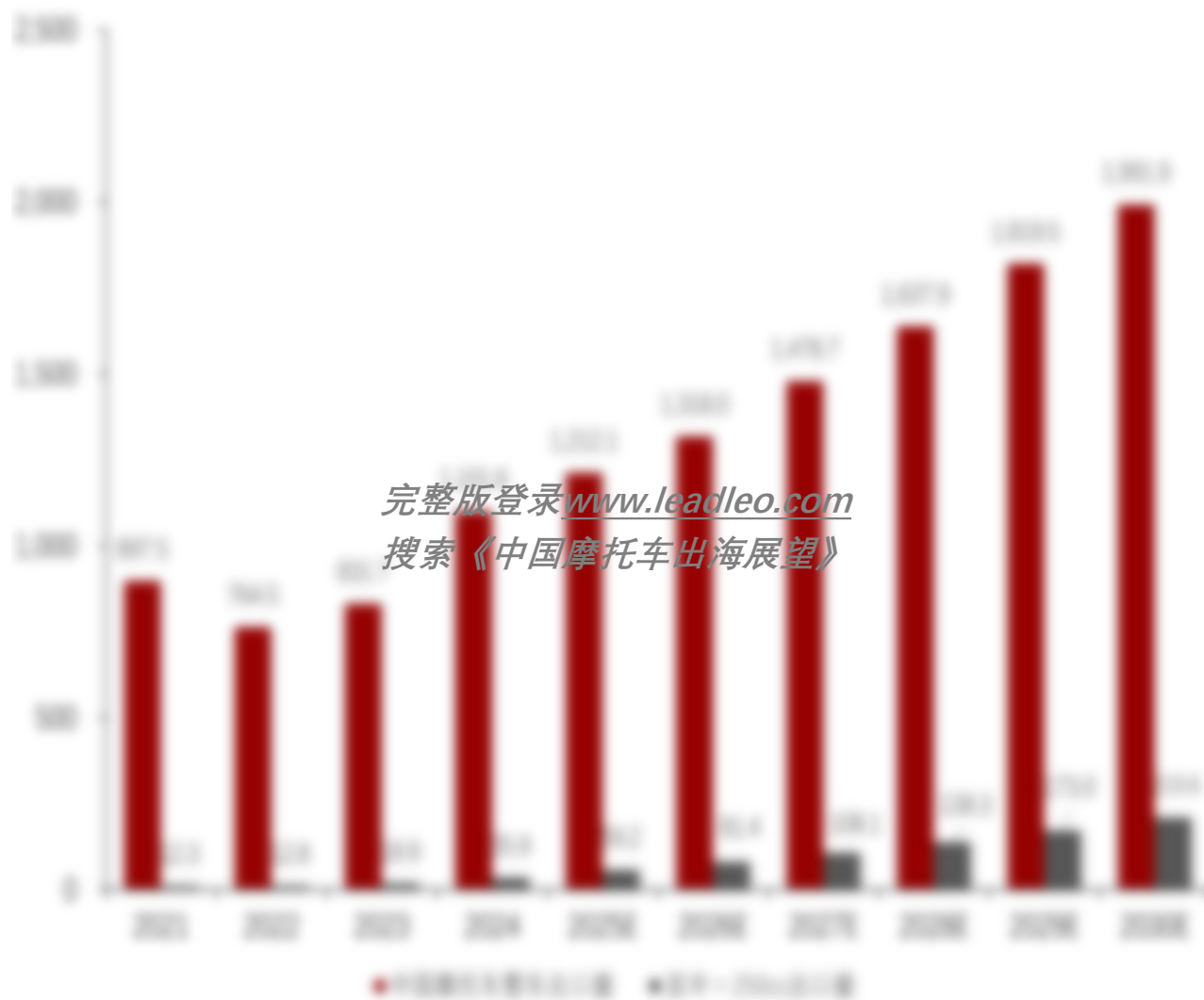
来源：中国摩托车商会，海关总署，头豹研究院

■ 精华摘要


展望2025-2030年，中国摩托车出口将保持双位数增长，其中中大排量出口呈现爆发式增长态势，凭借显著价格优势加速渗透欧美高端市场，标志着产业从低端制造向高附加值领域跃迁，产品结构优化成为核心增长引擎

中国中大排量摩托车出口呈现指数级增长态势预计2025-2030年将迎来爆发期，出口量将达210.6万辆（CAGR 34.2%），全球渗透率突破37.5%。欧洲市场（中大排量占比60%）和北美市场（占比92%）的渗透加速是核心驱动力，250-500ml排量区间产品凭借显著的价格优势快速打开市场。大排量出口在全球大排量摩托车中占比从2024年的8.8%提升至2030年的37.5%，标志着中国摩托车产业从低端制造向高附加值领域跃迁，产品结构优化将成为未来出口增长的核心引擎。

中国摩托车整车出口量，2021-2030年预测



来源：Statista, 中国摩托车商会, 头豹研究院



未完待续
下篇正在进行中

若您期待尽快看到下篇报告或对下篇报告的内容有独到见解，头豹欢迎您加入到此篇报告的研究中。相关咨询，欢迎联系头豹研究院工业研究团队

邮箱：

sharlin.chen@leadleo.com

18129990784

完整版研究报告阅读渠道：

- 登录www.leadleo.com，搜索《中国摩托车出海展望：全球化浪潮下，中国摩托车品牌出海竞逐国际市场》

了解其他摩托车制造系列课题，登陆头豹研究院官网搜索查阅：

- 2025年全球及中国全地形车行业报告
- 2025年中国电动两轮车行业
- 2025年三轮摩托车行业概览
- 2023年大动力两轮电动车行业概览
- 2024年电动摩托车电池生产行业概览

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、复刻、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

行企研究多模态搜索引擎及数据库，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，内容可授权使用至上市文件、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



马天奇

行业分析师

Kareem.ma@leadleo.com

业务咨询

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



商务咨询与深度合作

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