

泰国网约车发展报告



中国互联网协会
Internet Society of China



Corporate Value Associates

中国互联网协会数智出行工作委员会·西维咨询联合发布

2026年5月

此文件是根据中国互联网协会（以下简称“协会”）及西维管理咨询有限公司（以下简称“CVA”）与业务、商务或知识产权相关的信息制作的保密资料。

未经CVA及协会允许，此文件和文件内包含的全部或部分内容，不得擅自使用或透露给其他组织或机构。

特此声明。



一、泰国经营环境分析

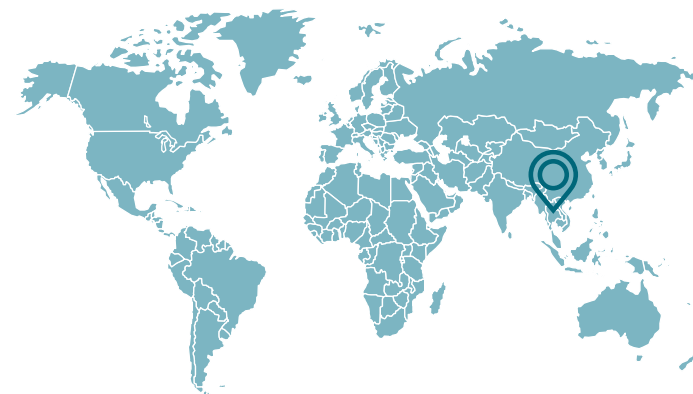
二、泰国网约车发展洞察

三、关于我们

泰国作为东盟重要的交通枢纽与经济合作国，拥有庞大的人口与丰富的资源基础，叠加高消费信贷意愿与中泰友好关系，是兼具机遇与挑战的重要市场

泰国基本国情

- **国土面积：**51.3万平方公里
- **政体：**君主立宪制
- **社会人口结构：**户籍总人口约6581万人，整体呈老龄化趋势（65岁及以上人口占比超15%），但年轻人高度涌入中心城市如曼谷
- **贫富差距：**贫富差距较大，经济高度集中于曼谷及中部地区，而东北部、南部严重依赖农业，贫困人口居多
- **自然资源禀赋：**泰国是全球重要的农产品出口国与锡矿、天然气主产国
- **基础设施建设程度：**整体中等偏上，在东盟国家中相对领先，显著问题如交通道路狭窄等问题有所改善，但仍存在较大提升空间
- **文化与消费特征：**泰国超过90%民众信仰佛教，民风平和，国民分期消费意愿强烈
- **中泰关系：**中泰关系历来密切友好，“中泰一家亲”深入人心



国土面积：51.3万平方公里

人口：6581万人

基尼系数：0.33（越接近1表示收入差距越大）

首都：曼谷

泰国经济体量中等、GDP增速近些年偏低但具备较强外资吸引力，通胀波动与高负债水平带来一定宏观脆弱性。其经济以服务业和出口制造业为主，汽车产业是关键支柱并高度依赖外向型生产与全球供应链

泰国经济发展概况

- **国内生产总值：**GDP~5770亿美元，人均GDP~8200美元，近年GDP增速仅2%上下，增速位于东盟最低
- **通胀情况：**波动幅度较大，叠加中东地缘冲突影响，存在低增长、高通胀的滞胀风险¹
- **负债率：**人均负债率达86.7%，国家经济发展正在被庞大的居民负债率拖累
- **外商投资：**全年外商直接投资（FDI）申请总额约436.8亿美元，同比去年激增66%，占国内总投资额的72.5%，展现了极强的外资吸引力
- **产业结构：**出口型国家，是辐射东盟及全球的制造基地，服务业（60%）、制造业（32%）、农业（8%）为泰国三大支柱产业
 - **汽车产业：**汽车制造业占国内生产总值的12%，是东南亚汽车制造业最发达的国家，政府致力于将泰国打造为“东盟汽车生产加工基地”，约55%-60%生产的汽车用于出口



GDP: ~5770亿美元

GDP增速（2026E）：2.1%

人均GDP: ~8200美元

通货膨胀率：2.89%

不良贷款率：~3%

汽车保有量：~4500万辆

千人汽车保有量：~270辆

注：1. 受全球能源危机和中东局势影响，截止2026年4月，天然气指数暴涨90%，原油价格上涨30%，直接冲击泰国等能源净进口国。由于泰国能源进口占GDP比重较高，油价上涨将抬升国内通胀水平，预计原油每上涨30%可在6个月内使泰国通胀上升0.67%。预计泰国2026年全年通货膨胀率从0.4%大幅调高3.2%，GDP增长率从1.8%下调至1.4%；2. 通货膨胀率为2026年4月数据，其他均为2025年数据

资料来源：泰国投资委员会，中国互联网协会数智出行工作委员会，CVA分析

泰国货币政策稳中偏松、财政以支撑经济为导向、产业向新能源与高附加值升级转型、外资准入相对开放但带有一定限制。对外资而言，机遇主要集中在重点产业与税收优惠领域，但在股比、土地及牌照准入上仍存在一定约束

货币政策

- **央行体系：**泰国央行独立执行货币政策，不直接受政府干预，泰铢汇率波动较大，2025年全年升值~8%
- **利率政策：**2026年Q1利率从去年同期的2.0%下调至1.0%，处于下行周期，泰国央行采取宽松立场应对经济放缓
- **外汇管理：**泰国为有限外汇管制国家，外汇管制较为宽松，外资企业可在当地商业银行申请开立外汇帐户，用于日常结算

财政政策

- **政府财政状况：**泰国政府长期扩大投资性支出并实行减税政策，财政持续赤字，但整体稳定，流动性充足
- **企业所得税：**企业所得税分别有0%、15%、20%三档，跨国企业泰国子公司将按15%的最低标准对其征收差额税款
- **增值税：**泰国增值税率为10%，但目前减按7%执行
- **特别营业税：**金融业等行业需缴纳利润收入的2.5-3%
- **利润汇出税费：**按各款项所得来源，预提各项10%-15%

产业政策

- **重点产业：**泰国投资促进政策以“泰国4.0”战略为核心，重点支持发展新型汽车、智能电子、自动化、航空与物流、综合医疗、生物燃料和化学工业、数字经济等12大目标产业
- **汽车产业政策：**泰国计划2035年起禁售燃油车，2030年前新能源车占比50%以上
- **电动车补贴：**自2026年2月起现金补贴由最高15万泰铢降至5万（进口车不享受）；同年4月推出50亿“GSB振兴泰国企业”低息贷款项目，计划面向电动车和光伏板安装项目补贴1000亿泰铢

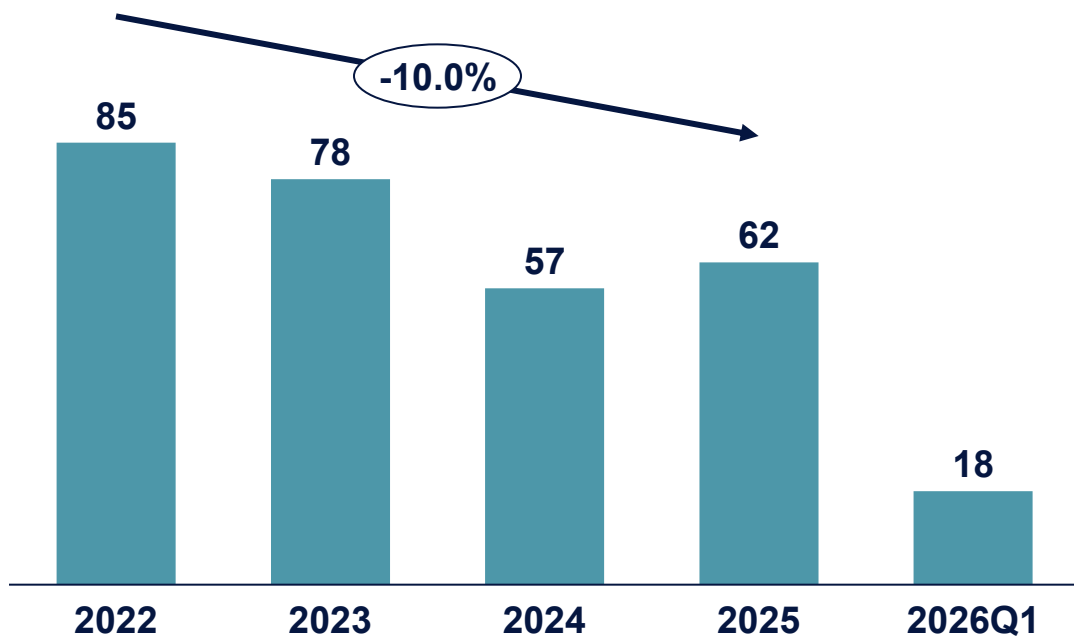
外资政策

- **税收优惠：**包括泰国投资促进委员会（BOI）优惠政策和自贸区（IEAT）优惠政策，BOI按行业分级提供最长13年企业所得税免税等优惠，汽车行业可享受企业所得税8年减免，金融业则无法享受
- **行业准入：**外资持股比例超过49%或限制类行业（含汽车、金融）则需申请申请外商营业执照
- **土地政策：**一般外资持股超49%的公司通常不得持有土地所有权

泰国汽车市场在经历2022-2024年的销量下行后，2025年迎来恢复性增长；泰国新车金融渗透率已达80-90%，接近成熟市场水平，市场规模预计万亿泰铢

泰国汽车市场新车销量

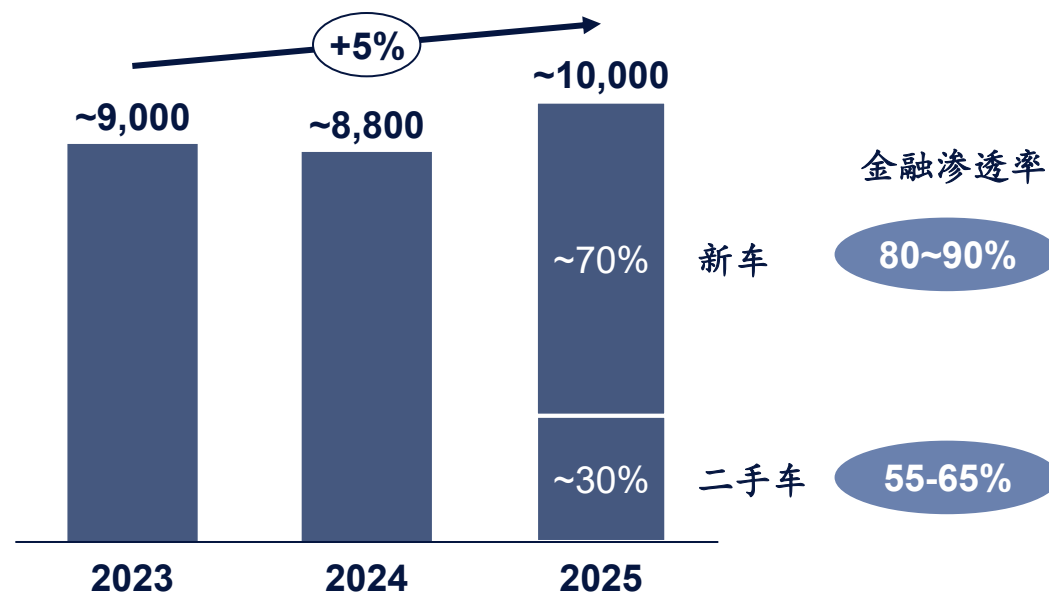
2022-2026Q1, 万辆



- 2022-2024年，疫情叠加经济放缓使泰国家庭债务上升，大量汽车不良贷款导致汽车贷款大幅收紧，汽车销量下降
- 2025年，泰国汽车销量重回增长，得益于EV3.0政策激励、泰国央行降息、电动化结构性红利，以及中国品牌的强力拉动

泰国汽车金融市场规模及渗透率

2023-2025, 亿泰铢, 根据投放规模测算



- 2024年市场小幅下滑，主要受新车销量下降及银行汽车金融收缩（-5.5%）拖累，2025年随汽车销量恢复，市场整体回暖
- 金融市场成熟，存在银行（及其子公司）、厂家金融、第三方金融三类玩家，占比分别为50-60%、25-30%、20-25%

中资品牌在泰国市场份额持续扩张，2026Q1销量与车展预定数据表现亮眼，头部品牌领跑、新玩家加速入局，正全面冲击泰国市场日系主导格局

中资品牌在泰国新车销量表现

2026Q1, 辆

中资品牌	销量 (辆)	份额 (%)	曼谷车展预定量 (辆)
1 BYD 比亚迪	14,082	7.7%	17,354
2 CHERY 奇瑞	10,518	5.8%	15,088
3 MG 名爵	8,224	4.5%	10,537
4 GAC 埃安	5,791	3.2%	6,287
5 GWM 长城	5,638	3.1%	6,819
中资总体	59,829	30%	83,345

- 中资品牌在2026年第一季度占据约三成的汽车市场份额，传统以日系品牌为绝对主导的泰国车市正在不断受到中资品牌的冲击
- 在近期的2026曼谷车展上，中资几乎包揽预定量前十，比亚迪超越丰田占据榜首，同时，中资内部竞争也在形成，新晋玩家涌现

埃安



- 2025年5月，广汽埃安泰国与东南亚领先超级应用平台Grab达成合作，切入网约车等场景

红旗



- 2026年1月，一汽红旗与泰国Metro集团达成合作，在汽车销售与推广等领域进行深度协同

萤火虫



- 2026年3月，蔚来旗下智能汽车品牌firefly萤火虫宣布正式进入泰国市场

长城



- 2026年3月，长城汽车宣布在泰国追加100亿泰铢投资，全面进军东南亚新能源市场

名爵



- 2026年4月，上汽名爵在宣布将在泰国设立全球首个Chinauto培训中心

泰国新能源车险产品与中国相似，整体可分为交强险及商业险，但车险价格整体高于国内；国内成熟保险解决方案可对外输出，包括定价、理赔、电池维修与反欺诈等



泰国新能源车险产品

类型	保障范围		保额 (泰铢)	保费 (泰铢)
交强险	死亡残疾		50万/人	624
	医疗费用		8万/人	
	重要器官损失		20万-50万/人	
	每日补偿		200	
商业险	三者	死亡残疾	100万/人	1万-3万
			1000万/事故	
		财产损失	500万/事故	
	车损	事故损失	车价保额	
		火灾/盗窃损失	车价保额	
		车上人员死亡残疾	20万/人	
	附加险	车上人员医疗	20万/人	
		驾驶员保证金	20万/事故	

国内保险出海泰国前景

赋能领域	国内成熟经验	海外输出方案
智能定价	- 中银保信数据平台 - 驾驶行为数据	- 推动主机厂数据授权 - 建立海外车型定价模型
理赔科技	- 视频查勘 - AI定损	- 输出SaaS化理赔系统， - 替代传统电话+现场模式
电池维修	宁德时代等第三方维修网络	- 引入国内电池维修机构 - 建立海外售后供应链
反欺诈	- 大数据风控 - 车联网数据验真	- 部署数据反欺诈系统 - 降低“推定全损”率



一、泰国经营环境分析



二、泰国网约车发展洞察

三、关于我们

网约车是泰国在公共交通不足与城市快速扩张背景下形成的刚性补位型需求，市场核心问题不是需求不足，而是“合规运力严重不足”

城市发展等多重因素共同驱动网约车需求增长...



城市发展速度快于交通基础设施建设

城市扩张速度快，但公共交通体系不完善，交通拥堵严重，出行效率低



非正规交通长期承担大量出行需求

摩托车/三轮车/嘟嘟车/客货混运等替代性交通形态广泛存在



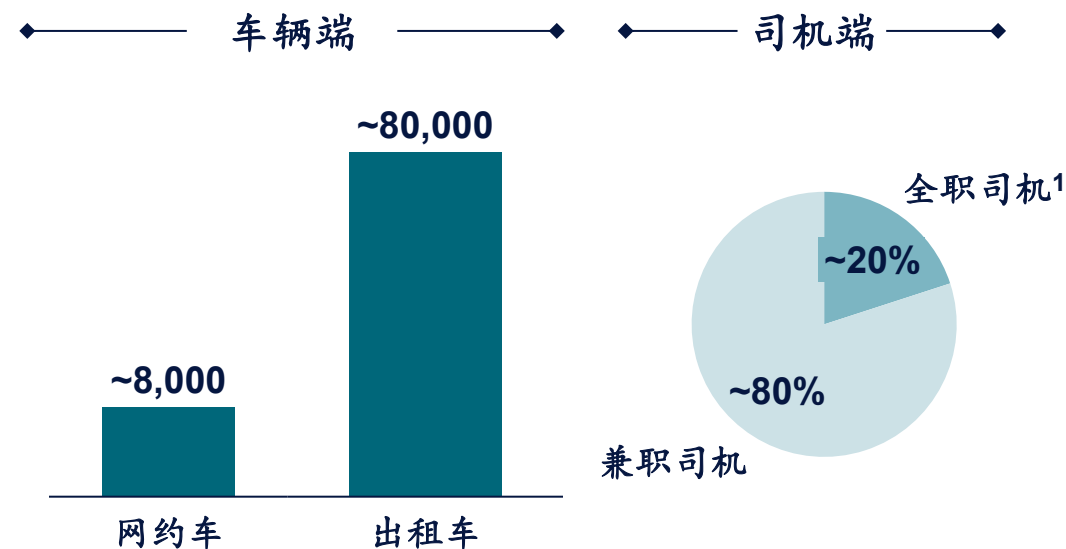
年轻人口占比高，中产阶级崛起

年轻群体及中产占比提升，出行支付能力提升，日常通勤需求强

...8万运力支撑市场需求，但合规车及全职司机较稀缺

泰国网约车市场运力规模

截止2026年3月，辆，%



- 合规注册车辆少
- 网约车与出租车双轨监管

- 司机合规门槛高，全职数量少

注：1. 全职司机定义：来自于Grab，网约车司机每月工作时间超过160小时(每月20天工作日，每天工作8小时)
资料来源：案头研究，中国互联网协会数智出行工作委员会，Grab，CVA分析

泰国网约车市场呈现“需求强、供给弱、风险高、重运营”的结构性特征，金融需求明确但必须借助复杂运营才能成立

需求端



运力长期不足，金融成为扩张瓶颈，网约车合规运力不到1万辆，远低于实际需求，新增运力高度依赖车辆融资能力

客群端



主力司机无法被传统金融覆盖，大量司机缺乏稳定收入与征信记录，银行贷款无法触达，形成“被压抑需求”

产品端



现有网约车供给无法匹配司机需求，当前产品普遍高首付（15-20%），且利率较高，显著抑制司机进入意愿

风险端



客群天然高风险，收入不稳定，且流动性高，违约与退车是高频事件

定价端



收益空间受限，利率水平约7-8% IRR，难以覆盖高违约率与运营成本

资产端



残值与处置不确定，二手车价格波动，叠加频繁换司机，资产价值管理难度高

运营端



强依赖线下与持续管理，需要持续监控司机运营状态，并具备快速换司机能力

泰国网约车市场由Grab主导，通过旗下金融业务，提供定制化融资方案并强化司机粘性，占据~50%市场份额，其余玩家通过多元化、定制化服务进行差异化竞争

平台	进入市场时间	打车	外卖	快递配送	支付	消费信贷
Grab	2013年	✓	✓	✓	✓	✓
Bolt	2020年	✓	✗	✗	✓	✗
LINE MAN	2016年	✓	✓	✓	✗	✗
Gojek ¹	2018年	✓	✓	✓	✗	✗
Lalamove	2025年	✓	✗	✓	✓	✗

GrabFinance

Grab金融

(2018年由Grab与日本消费金融公司Credit Saison合资成立)

1 消费金融

- 提供短期消费贷、司机免息手机分期及中小企业经营贷

2 电动车租赁

- 联合租赁公司为出租车司机提供电车日租服务

3 电动车以租代购

- 联合非银机构开展低门槛电动车租购

- 泰国网约车市场当前~12名核心玩家，由Grab（市占率45~50%）和Bolt（市占率~45%）主导
- 剩下~10名玩家市占率总和~10%，大多为聚焦细分市场的平台玩家，如专注普吉岛的Hello Phuket、Bonku、背靠SCB银行的Robinhood Ride、集叫车、送货、洗衣等一体的Maxi等

注：1. 2021年AirAsia收购Gojek，目标打造为“超级App”，其中外卖业务实际由Foodpanda提供，Airasia将其叫车服务整合进Foodpanda应用，而Foodpanda则将其食品和杂货配送服务纳入Airasia Superapp
资料来源：案头研究，中国互联网协会数智出行工作委员会，CVA分析

泰国网约车行业已形成车辆分级准入、运价管控、平台认证的精细化监管体系，最新修订草案放开车队注册限制，有望以租赁模式填补合规运力空缺并重塑市场格局

2021.06

泰国交通部：《关于通过电子系统提供网约车服务的部长令》

- **网约车运营首次合法化**：明确将网约车定义为由私人乘用车变更登记为网约营运性质的载客汽车，需依法注册运营许可证，并根据功率将网约车分为小型、中型、大型三类，个人仅限注册1辆网约车
- **严格规范车辆准入与运营标准**：纯电车最高车速需大于等于90km/h，运营年限不超过9年，网约车App平台必须经陆路运输厅认证后司机方可使用，并分级设定运价上限，全面规范里程费、超程费、拥堵费及附加费收取

2021.09

泰国交通部：《网约车车辆客运费及其他服务费公告》

- **细化分级基准运价区间**：如小型车40-45泰铢/前2公里、超程6-10泰铢/公里，中型、大型车价格更高
- **规范附加费标准**：固定服务费20泰铢，交通拥堵可加收2泰铢/分钟，高峰期最高加价1倍，但不超过200泰铢

2021.10

泰国交通部：《关于规定网约车电子系统功能、运营标准与平台认证规则的公告》

- **明确网约车APP强制功能标准**：规范司机端与乘客端必备服务模块，保障行程全流程可管、可溯、可维权
- **加强平台监管**：限定泰国法人注册，注册资本最低500万泰铢、需有本地办公室等准入条件；每3年需进行运营认证、向银行缴纳最低100万泰铢保证金、运营数据每月报送并保存3个月；平台抽成不超过运价25%，出租车订单禁止抽成

2022.08

泰国交通部：《关于修订网约车电子系统功能、运营标准与平台认证规则公告（第2版）》

- **放宽外籍法人准入要求**：明确可使用护照、工作许可、智能签证等合规身份材料申请平台资质
- **强化运价监管**：重申严禁任何形式的违规低价补贴，明确合规出租车接入平台不得收取佣金

2025.12

泰国交通部：《电子系统提供网约车服务的部长令（修订草案）》

- **放宽网约车注册主体限制**：明确法人可合法注册并运营网约车，标志着机构车队正式进入泰国网约车市场，大幅扩充合规运力供给，正式放开车队租赁运营模式，为网约车司机租车从业提供合规路径
- **车队注册门槛**：法人运营车辆必须为原厂全新车，单次注册规模不低于50辆，仅允许运营中型、大型车型

泰国网约车正从灰色地带走向强监管框架，短期抬高进入门槛，但中长期为规模化与合规经营性租赁模式打开空间



出行侧监管

车牌分类	- 黄牌：出租车 - 白牌：私家车
司机资质	- 驾照：必须同时持有公共驾驶执照和私人驾驶执照 - 车辆注册：RY17与RY18¹
平台合规	- 司机与乘客双重身份验证 - 实时GPS追踪 - 需建立紧急援助系统等

金融侧监管

监管主体	《皇家法令》规定，分期/融资租赁业务受BOT监管，需在监管框架内进行展业
利率要求	新车、二手租车租购10%、15%利率上限，间接约束盈利能力
展业空间	未来可能开放经营性租赁/公户模式²，吸引大量中国租赁公司进入泰国市场

经营主体监管

本地持股要求	- 泰国注册公司需泰方控股51% - 但实际操作中可以突破
本地经营要求	- 收车需依赖本地合作方（如经销商） - 运营主体必须本地化

合规要求的提高将进一步压缩运力供给，加剧短期供需矛盾

传统贷款模式受限，经营性租赁更具可行性

通过“本地合作+运营能力”进入，而非单纯资金输出

注：1. RY17和RY18是泰国陆路运输厅（DLT）为网约车定义的专属车辆注册类别，RY17是网约车摩托车，RY18是网约车汽车，2. 该政策落地时间尚未确定
资料来源：案头研究，中国互联网协会数智出行工作委员会，CVA分析



司机的收入不稳定、征信不足，导致金融无法覆盖司机群体，而中资电车金融产品相对稀缺进一步限制了司机无法获取相应的金融服务，导致泰国网约车运力不足



资质条件较弱

- 大量潜在司机，尤其是个人车主，因无法提供稳定的收入证明等资质文件，难以从银行或现有金融机构（如工银泰租）等现有金融机构获得购车贷款



产品吸引力低

- 目前针对中资电车的金融产品相对稀缺，通常首付比例为15%-20%、贷款利率8%以内，导致司机群体的接受度较低



用途信息模糊

- 司机普遍存在顾虑，不愿主动向金融机构告知车辆将用于网约车运营，担心会增加贷款审批条件与限制¹，进一步限制了网约车的融资

1. 工银泰租风险偏好更倾向与运营用途，能产生现金流的网约车审批不会比纯消费条件高
资料来源：案头研究，中国互联网协会数智出行工作委员会，CVA分析

泰国网约车运营已形成从车源获取、车辆投放、金融支持到运营管理的基本流程，但受限于监管发展仍处早期、运营条件复杂，当前金融体系仍处于早期阶段，金融仅开展小规模试点

车源获取

- 金融机构作为出资方，负责买车并持有产权，车辆挂在其名下
- 运营主体必须是泰方控股51%的公司，必须引入本地合作方
- 实际收车动作依赖本地渠道经销商来操作完成（外资较难直接高效完成批量采购）

车源投放

- 车辆接入网约车平台，进入网约车供给侧。此时需要根据牌照类型，确定运营路径：
 - 黄牌：走出租车体系，对应B端（车队/公司）
 - 白牌：走私家车体系，对应C端司机（主流）

金融选择

- 当车辆准备好后，进入金融环节：个人司机0首付，CP统一缴纳7-15%保证金，签约后开始按天缴纳日供（<800泰铢）
 - <600泰铢给金融机构（覆盖资金成本+收益）
 - 200泰铢给本地运营方
- 车辆必须配置保险：
 - 普通白牌车：2.3-2.5万泰铢/年
 - 其他车：5万泰铢/年

运营管理

- 平台每天监测运营情况，如果发现问题，需要立即介入
- 司机无法继续履约情况下，由于泰国法律下退车无责，不能依赖追偿，只能走运营流程：
 - 本地运营方垫付当期款项，保证金融机构现金流不受影响
 - 回收车辆，因为车在金融机构名下，可以直接收回
 - 重新招募司机，尽快让车辆重新上线

- 作为新兴业态，当地网约车金融体系尚未成熟，本地金融机构及工银泰租仅开展了小规模试点业务（几百台规模）
- 目前金融能力是行业规模化发展的核心卡点。由于个人司机资金能力有限，若缺乏金融杠杆支持，网约车业务难以实现快速放量与规模扩张

网约车金融产品多样但碎片化，网约车金融的本质分化在于资产归属、风险承担、运营方角色，经营性租赁与drive-to-own更适配该市场

	贷款	抵押贷	融资租赁	以租代购 (drive-to-own)	经营性租赁
 定义	向金融机构借入资金购车，车辆登记在司机名下，按期还本付息	司机以自有车辆抵押借款，还清后解除抵押	司机向出租人支付租金获得网约车使用权，期满后可选择是否保留	司机支付租金，租期内网约车所有权归出租方，期满后可转移给司机	金融机构持有车辆所有权，司机长期租赁
 资产所有权	司机	司机	金融公司->司机	金融公司->司机	金融公司持有
 首付要求	高	无	中	中	低/无
 准入门槛	高（强征信）	中	中	中	低
 利率水平	中	高	中	中	隐含在租金
 现金流压力	高（固定月供）	中	中	高（日供）	低（租金）
 风险承担	司机	司机	司机	运营+金融 司机违约率10-20%	金融+运营
 是否依赖运营	否	否	弱	强	强
 违约处理	催收/收车	收车	收车	换司机	换司机

对中资参与者而言，网约车来自当下网约车金融的有限覆盖，能否有效掌握对“运力资产的控制”是关键，但网约车资产属性较为复杂，无法稳定产生可预测现金流，对参与者的运营能力提出了更高的要求

机遇



- 网约车行业发展潜力大，尤其是未来电动化趋势及合规化发展



- 控制车辆（资产）+匹配司机（运营）为核心，催生出良好的经营性租赁的机会

挑战



- 缺乏车队fleet的公户制度
- 针对个人运营车辆的金融供给尚不成熟，金融覆盖有限



- 缺失网约车线下运营服务的技巧及持续性服务保障方案
- 对网约车运营能力提出更高的要求
- 外资持股限制

一、泰国经营环境分析

二、泰国网约车发展洞察



三、关于我们

中国互联网协会数智出行工作委员会主要在以网约出行为代表的移动出行行业数智化转型升级的关键时期，通过第三方行业组织的建设，重点开展行业信息统计、行业标准建设、行业评价等工作，在工信部等主管部门的指导与监督下，发挥第三方行业组织合作共治积极作用

积极发挥行业服务与推动作用

中国互联网协会数智出行工作委员会

- 于2026年3月25日获准成立
- 由北方工业大学经济管理学院教授、博士研究生导师纪雪洪担任主任委员，由中国信息通信研究院泰尔终端实验室双化协同发展部主任蒋阿芳担任秘书长
- 积极发挥行业服务作用，加强行业自律，为会员单位提供政策解读、法律援助、信息交流、互动合作等多方面的支持，共同推动行业良性健康发展，通过政府、市场与社会合作治理，共同推动中国出行行业数智化高质量发展

设置八大工作组，国际合作组聚焦出海服务

自动驾驶工作组

定位于数智出行领域（网约车、自动驾驶、MAAS等）政策法规以及标准研究与建设。

出行平权工作组

针对出行不便群体，如老年人和残疾障碍人群的出行需求的标准研究与建设。为企业提供多元化出行服务做前瞻性调研。

风控合规工作组

建立健全风控合规体系与制度流程，识别评估业务风险，开展合规审查与监督检查，组织合规培训，并协调处理风险与合规事件。

金融赋能工作组

为了更好的帮助会员企业合理使用金融服务，借助金融杠杆盘活资产、放大资本、融资运作、良性发展。

国际合作工作组

对接海外移动出行相关企业，为国内二手车出海、国内纯电汽车参与海外移动出行服务赋能工委会各会员单位。

出行融合工作组

覆盖出租车公司等更广泛业态与工委会的参与度，拟将各地头部的网约车资产企业纳入工委会信用评级体系。

静态交通工作组

推动静态交通资源数字化与智能化升级，制定行业标准，促进停车资源共享与优化配置，助力缓解城市停车难题。

数智转型工作组

制定行业数智化转型规划与标准，推动新技术应用与数据共享，促进业务模式创新与服务升级，助力交通行业智能化发展。

我们为合作伙伴提供一揽子出海服务，覆盖海外市场研究、交流学习、战略制定、落地各阶段业务需求，致力于助力出海伙伴创造持久的价值和成果

CVA企业出海一揽子服务

1



海外市场研究

- 宏观分析及行业调研
- 产业政策洞察
- 法规及监管要求梳理
- 目标市场分析调研
- 消费者行为偏好研究
- 渠道优化策略制定
- 产品对标分析
- 市场风险评估
- ...

2



海外交流学习

- 本土合作伙伴对接
- 交流行程安排支持
- 关键交流会议安排
- 工作坊组织
- 本地专家顾问翻译
- 当地资源网络维护
- 创新与先进科技学习
- 跨文化沟通培训
- ...

3



海外战略制定

- 市场进入策略设计
- 产品及业务战略制定
- 战略发展路径制定
- 潜在合作方评估
- 战略关键举措建议
- 落地项目清单汇总
- 资源评估与配置
- 组织及管控机制设计
- ...

4



海外落地实施

- 当地合作伙伴沟通谈判
- 法律咨询及政策沟通
- 税务咨询及实施建议
- 认证及准入管理
- 公司设立及治理支持
- 人员招聘与培训
- 品牌建设及宣传
- 客户服务与反馈管理
- ...

衷心感谢广汽埃安泰国公司、工银泰租、Measurable AI
对本报告的帮助与贡献！



我们将于七月底或八月初在泰国曼谷组织召开
第二届东南亚网约出行论坛，欢迎咨询参加！



唐琦

中国互联网协会数智出行工委，副主任兼国际合作组负责人

手机：+86 130 0319 9835

电话：+86 21 5058 9600

电邮：lockt@opplandcorp.com

高鑫

CVA中国区合伙人，业务负责人

手机：+86 136 2163 7526

电话：+86 21 3313 0900

电邮：xin.gao@corporate-value.com

谢谢！

中国互联网协会数智出行工作委员会

协会官网：<https://www.isc.org.cn/>

西维（上海）管理咨询有限公司

公司网站：www.corporate-value.com

地址：中国上海市延安东路222号外滩中心7楼720室