

潮平两岸阔，风正一帆悬-我国车企出海空间和弹性观察

2024年12月27日

专题报告

主要内容：

中证鹏元资信评估股份有限公司
工商企业评级部

朱建业

zhujy@cspengyuan.com

朱琳艺

zhuly@cspengyuan.com

秦风明

qinfm@cspengyuan.com



相较于全球化经营的日德韩系车企，我国车企海外销量占比仍偏低，但未来产品、技术及成本优势逐渐显现，我国车企走出去是大势所趋。回顾汽车工业强国发展历程，海外市场是重点布局方向。近年来，我国汽车出口持续增长，于2023年超越日本成为全球最大的汽车出口国。中证鹏元认为推动我国车企走出去的两大主要因素：一是我国汽车产业链齐全、供应链稳定及成本优势的竞争力逐步凸显；二是我国车企在汽车新四化发展中汽车产品力逐步增强。但相较于全球化经营的日德韩系车企，我国车企海外销量占比仍偏低。我国车企从“整车出口”到“产能出海”是大势所趋，预计未来我国车企将深度参与全球化汽车市场竞争。

中系车海外市场的空间在哪里？ 中证鹏元认为中系车海外空间排序依次为欧盟、中南美、俄罗斯和东盟。同时东盟、欧盟和中南美地区新增产能投放规模较大，未来有望带来超预期表现。欧盟与我国长期保持竞争合作关系，虽然短期受贸易壁垒扰动，但长期看仍是中系车重要的海外市场；俄罗斯市场随着欧美等车企撤离，中系车企实现迅速补位，并有望受益于俄罗斯市场的逐步恢复；东盟及中南美中系车正逐步改变由日系、欧系车主导的市场格局。

哪些中系车企受益空间大？ 中系车企通过资本出海、产品出海和产能出海相结合的方式参与全球化汽车市场竞争，上汽、奇瑞和长城现阶段海外销量排名靠前，同时中国重汽、江淮亦有不错的海外表现。展望未来1-3年，中证鹏元认为正在东盟、欧盟和中南美积极布局的比亚迪、奇瑞、长安受益空间较大。

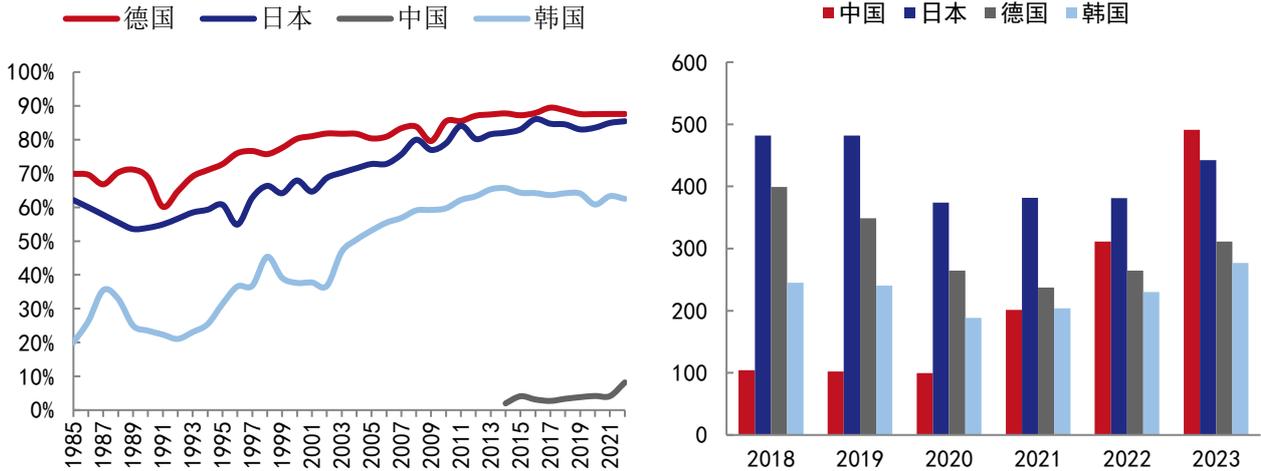
一、中外车企出海国际比较

日、德汽车工业发达，国际化道路起步早，海外销量占比均超 80%，全球竞争力强；韩国车企 90 年代起开始逐步打开海外市场，目前海外销量约 50%，但出海有所停滞；2020 年以来中系车海外销量占比仍较低，但海外市场逐步打开，未来提升空间大。受本土市场规模限制，日、德汽车工业发达，车企较早开始全球化布局，战后主要通过整车出口方式销往海外，20 世纪 80 年代受全球化分工浪潮、贸易政策等因素影响，逐渐布局产能出海，通过收购、合资、新设等方式在主要市场分配产能，全球竞争地位持续提升，2023 年日系车全球销量超 2,000 万辆，德系车全球销量超 1,400 万辆，日德车企海外销量均已超 80%。韩系车企国际化进程稍晚，但也经历了“整车出口-海外建设 KD 组装工厂-产能出海”三个阶段，进入 21 世纪以来，其海外产能逐渐释放，2023 年韩系车全球销量超 700 万辆，海外销量占比攀升至约 50%，但近年有所停滞。

回顾汽车产业的发展历程，全球化布局已成为优秀车企发展的必经之路。因此，已初具产品及品牌竞争力的中国车企也逐步从简单整车出口转向海外生产、研发和销售的全面布局，参与到全球化汽车市场的竞争当中。中证鹏元认为我国车企出海可总结为三种模式。第一是资本出海，即收购海外成熟汽车品牌及其设备、技术等资源。此种方式能够帮助车企直接获取成熟品牌先进技术和品牌优势，迅速开拓车企海外市场，但可能面临整合风险、财务成本高导致的财务风险等风险因素。其次是产品出海，即通过整车出口进入海外市场，车企出海初期大部分采取此种方式，整车出口可快速进入海外市场，节省成本，提升品牌知名度，但面临所在市场国家出于保护本地汽车产业而征收高关税的贸易风险。如 20 世纪 80 年代，随着日系车企在美国市场占有率不断提升，美日贸易摩擦升级，最终以日本车企达成汽车出口限制协议及在美建厂缓和矛盾。第三是产能出海，即在所在国合资或独资建厂进行本地化生产作为出口受限的替代方案，此方式的优势在于可以避免关税和贸易壁垒，也顺应了一些国家鼓励外资在当地投资建厂以发展本地汽车工业的政策要求。但也可能面临供应链能力跟不上、生产管理难度提升及人才引进难等问题。

图1 各国车企海外销量占比（含出口及海外生产）

图2 中德日韩汽车出口销量比较（单位：万辆）



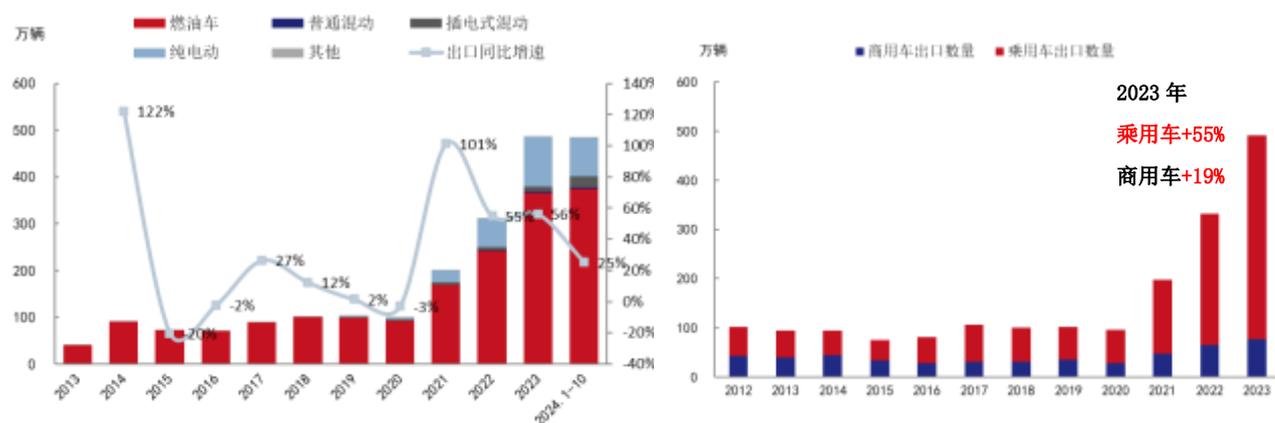
资料来源：Wind，中证鹏元整理

我国汽车产业在学习追赶中，迅速成熟完善，已成为全球最大的汽车产销国和最大的汽车出口国；出口增量主要由燃油车贡献，同时纯电和混动表现亮眼；乘用车出口增速快。加入WTO以来，我国汽车产业经历了合资品牌导入、自主品牌培育、新能源汽车创新与革命等发展阶段，汽车产业逐渐趋于成熟，于2009年超越日本成为全球最大的汽车产销国。2018年至2023年，我国汽车出口销量从104.1万辆增至491.0万辆，2023年超越日本成为全球最大的汽车出口国，出口占比从3.7%提升至19.7%，复合增长率为36.38%。从出口动力结构和品类结构看，出口增量主要由燃油车、乘用车贡献，但同时2021-2024年1-10月，纯电动车同期增速分别为490%、137%、73%和-4%，2024年1-10月出口插混车同比高增120%，纯电和混动近年表现亮眼。

中证鹏元认为推动我国汽车出口持续增长的因素主要为两方面：我国汽车产业链齐全，产业链供应稳定及成本优势的竞争力逐步凸显；其次，我国在汽车新四化趋势发展中已具备汽车电动化及智能化先发优势，汽车产品力逐步增强。此外，海外地缘政治冲突为我国自主车企快速进入俄罗斯单一市场创造了机遇。

图3 中国汽车出口动力结构

图4 中国汽车出口品类结构



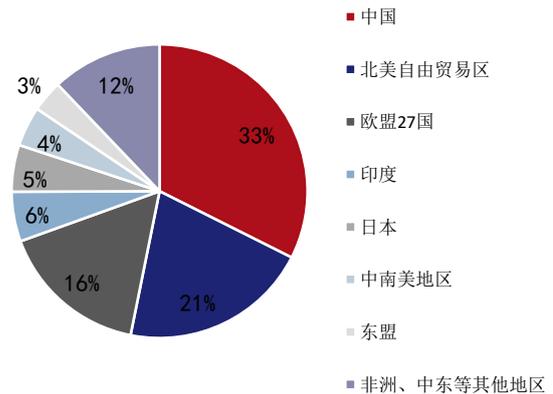
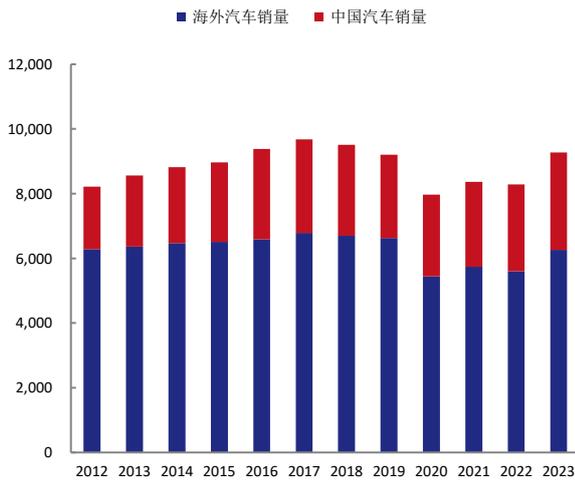
资料来源：Wind，中证鹏元整理

二、主要海外市场情况

当前全球汽车消费处于“后疫情恢复期”，2023 年全球汽车销量为 9,272 万辆，同比增长 12%，基本恢复到 2019 年的水平，但海外市场复苏相对较弱。从全球汽车市场规模来看，年销量超过 1000 万辆的市场主要为中国、北美自由贸易区和欧盟三个；年销量在 100-500 万辆的市场包括印度、日本、中南美地区、东盟、俄罗斯和韩国等地区或国家；亚洲/大洋洲/中东地区除中国及上述 100-500 万中的地区或国家外汽车销量 562.4 万辆，占比 6.1%。从 2024 年 1-10 月中系车出口分地区情况来看，中系车出口至俄罗斯、中南美、欧盟和东盟市场占比分别为 40%、16%、15%和 7%。2022 和 2023 年中系车出口至上述地区的增量占比贡献分别为 64.0%和 70.8%。综合考虑海外汽车市场规模及中系车海外市场可达性，我们认为我国车企出海的主要可达市场为俄罗斯、中南美地区、欧盟及东盟。

图5 海内外汽车销量变动（万辆）

图6 2023 年全球主要汽车市场销量占比（%）



资料来源：Wind、公开资料，中证鹏元整理

（一）俄罗斯

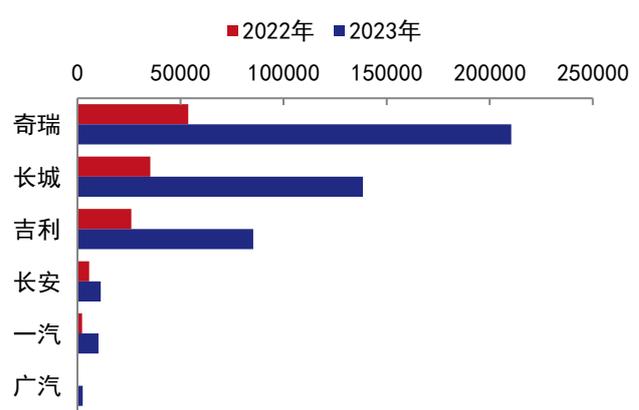
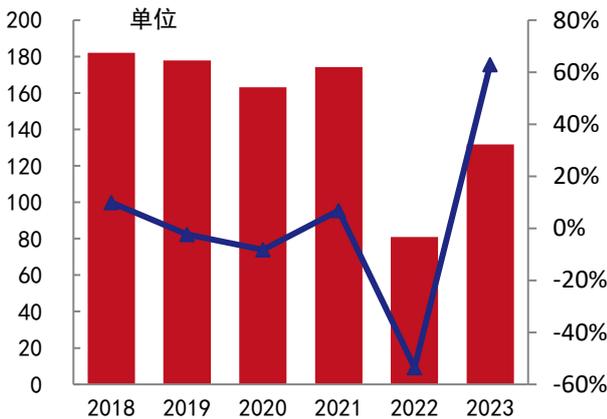
俄罗斯人口 1.44 亿，2023 年 GDP2.01 万亿美元，人均 GDP1.38 万美元。进入 21 世纪后，俄罗斯汽车销量最高峰达超过 300 万辆（2008 年），2017 年之后维持在每年 170 万辆左右水平。俄乌冲突发生后，欧美车企暂停在俄业务，汽车市场供需不平衡导致新车价格增长，加之消费者收入或消费信心影响，2022 年俄罗斯汽车销量同比大幅下降 53.6%。2023 年，得益于能源出口增长、贸易回稳等，俄罗斯汽车销量同比增长 62.9%至 131.74 万辆。2022 年之前，俄罗斯汽车市场市场占有率较高车企为雷诺日产、现代起亚、大众、丰田及本土品牌 GAZ。2022 年以来，随着欧美日韩车企纷纷撤离，中国自主品牌车企迅速抢占市场。2023 年俄

罗斯汽车市场销量前三的中国车企分别为奇瑞、长城及吉利。2023 年，中系车企在俄罗斯市占率超 50%。根据中汽协报告显示，目前共有 8 家整车品牌在俄罗斯投资建厂，总设计产能达 74.5 万辆/年。

俄罗斯对进口汽车征收包括关税、消费税、增值税、报关费和报废税五项费用。2023 年 8 月，俄罗斯工贸部提高了进口汽车的报废税税率。对于新能源电动汽车进口自 2022 年起需缴纳 15%的关税。中系车仍有望受益于俄罗斯市场的逐步恢复。

图7 俄罗斯汽车销量（万辆）

图8 主要中资车企在俄罗斯销量



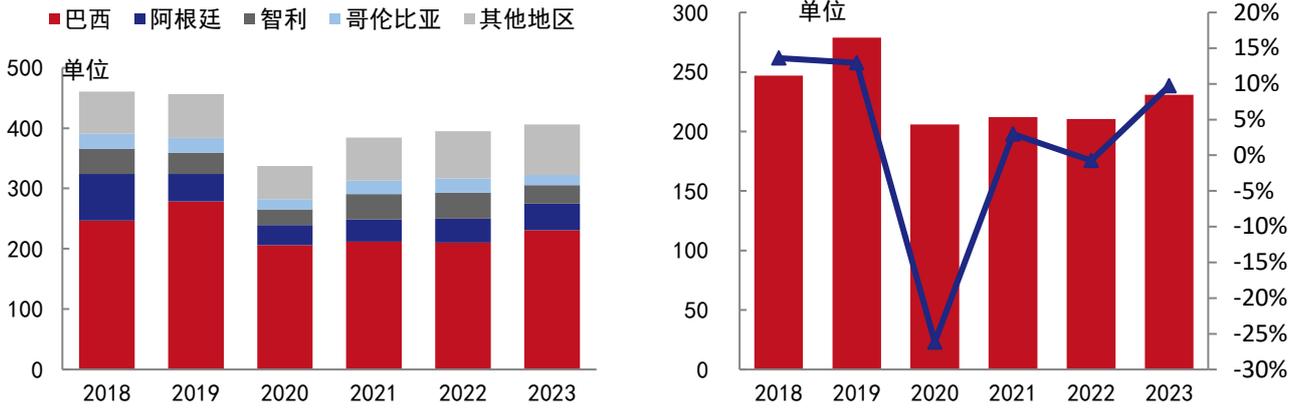
资料来源：Wind，中证鹏元整理

（二）中南美地区

中南美地区千人汽车保有量约 176 辆，2023 年汽车销量 405.96 万辆，同比增长 2.8%。中南美地区本土品牌相对弱势，在该地区布局的汽车集团相对多元，但市场主要由欧系主导，以 Stellantis、大众集团为代表的欧系车布局较早且较为完善，市占率约为 40%，美系、日系及韩系车占比在 10%上下。2023 年销量超过 30 万辆的汽车市场包括巴西、阿根廷。其中巴西 2023 年占比 57%，实现汽车销量 230.8 万辆，同比增长 9.7%，是该地区汽车市场恢复最为强劲的国家。2024 年 1-9 月，中国出口巴西汽车 20.54 万辆，主要为奇瑞、长城、比亚迪。为振兴本土新能源产业发展，巴西经济部决定自 2024 年 1 月起，对新能源汽车征收进口关税，逐步过渡至自 2026 年 7 月起升至 35%。新能源汽车进口关税的提高，促使中系车企以本地建厂方式进入该地区。由于该地区各国间签署自由贸易协定，在该地区一个国家建厂可辐射至整个中南美地区，目前长城、奇瑞、比亚迪和江淮均有产能投入，完工及在建产能约 58 万辆，考虑到中南美地区丰富的锂资源为该地区新能源汽车产业发展提供保障。同时，该地区中系车企市场占有率较低，新能源渗透率低上升空间较大。

图9 中南美地区主要国家汽车销量（万辆）

图10 巴西市场汽车销量情况



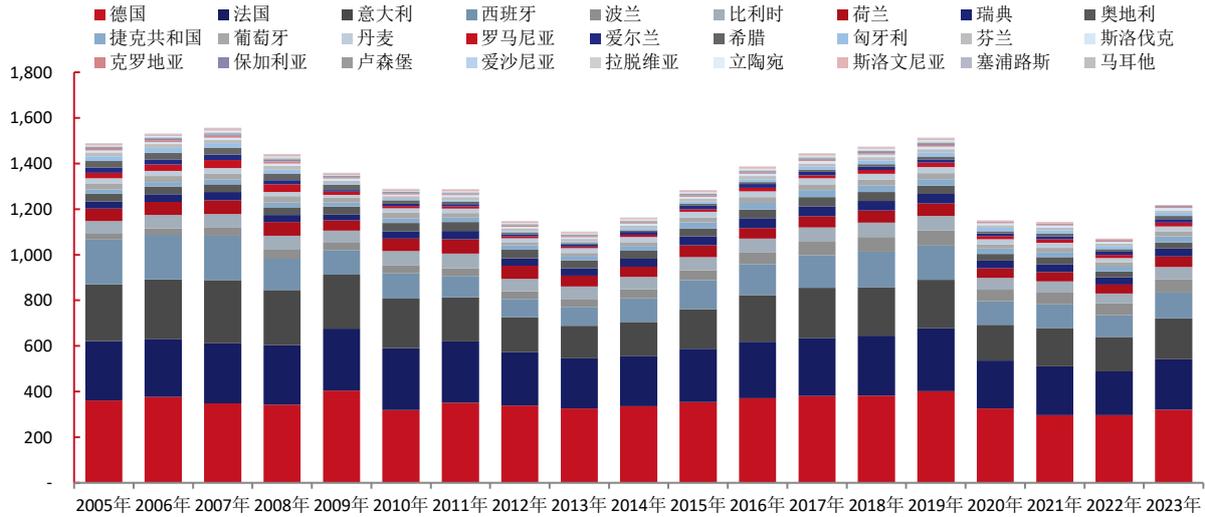
资料来源：Wind，中证鹏元整理

（三）欧盟

2023年欧盟27国人口约4.5亿，GDP总和18.80万亿美元，人均GDP4.18万美元，千人汽车保有量约567辆。近年欧盟汽车市场处于“后疫情恢复期”，2023年欧盟汽车销量1,216万辆，同比增长14.18%，恢复较为强劲。其中年销量超过40万辆的国家为德国、法国、意大利、西班牙、波兰、比利时和荷兰。欧盟汽车市场相对成熟且本土品牌成熟度高，成熟汽车品牌包括大众、斯特兰迪斯、宝马、奔驰等，本土品牌市占率约为70%，美系车及日系车市占率在10%上下，销售主力车型价格带集中在10-40万车型。作为最早推行新能源汽车的市场，欧盟汽车消费结构中新能源汽车渗透率相对较高，2023年为17.45%。2024年1-6月，中国对欧盟汽车出口约51.2万辆，实现有效出口的中系车企仅有上汽、吉利、比亚迪和奇瑞。目前奇瑞、吉利和比亚迪¹在欧盟完工及在建产能约76.5万辆。考虑到中国和欧盟主要国家之间长期的竞争合作关系，以及中国在新能源汽车“四化”中取得的技术及产品领先优势，尽管欧盟市场进入难度较高，且短期受到贸易壁垒扰动，但随着中欧贸易谈判进行及中系车进入方式调整，中系车在欧盟市场拓展空间仍较好。

图11 欧盟27国汽车销量（单位：万辆）

¹ 奇瑞：西班牙（5-15万辆，2024年）；吉利：瑞典（30万辆，2025年）、比利时（13.5万辆）、英国（3万辆）；比亚迪：匈牙利（15万辆，2025年）



资料来源：公开资料，中证鹏元整理

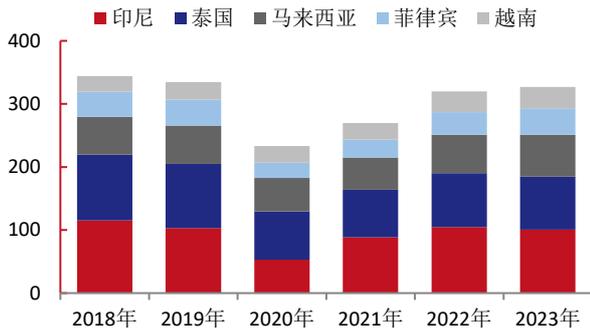
（四）东盟

2023 年东盟十国²人口约 6.72 亿，GDP 总和 3.80 万亿美元，人均 GDP5,651 美元，千人汽车保有量约 163 辆。2023 年东盟十国汽车销量超过 350 万辆，主要集中在印尼、泰国、马来西亚、菲律宾和越南，上述国家有着较大的人口基数和相对较强的人均 GDP 水平，2023 年上述五国汽车销量合计 326.70 万辆，同比增长 2%。同时东盟是重要的汽车生产基地，2023 年东盟汽车产量超 410.48 万辆，同比小幅下滑，主要汽车生产国为泰国、印尼和马来西亚。目前东盟市场本土汽车品牌相对弱势，成熟品牌主要为 Perodua 和 Proton，市场以日系车系为主导，日系车在东盟汽车市场市占率约为 70%。但中国与东盟国家之间长期保持紧密的贸易关系，加之新能源汽车进口关税的优惠政策，为中系车在东南亚市场的进一步拓展提供了有利条件。2024 年 1-7 月中国对东盟出口汽车 34.3 万辆，主要出口车企包括比亚迪、上汽、长城、奇瑞等。中系车企业在东南亚整车产线产能布局较多，完工及在建产能合计约 132 万辆，随着产能逐步释放，中系车有望改变该地区日系为主导的市场格局。

图12 东盟主要国家汽车销量（单位：万辆）

图13 中系车东盟产能规划

² 文莱、柬埔寨、印度尼西亚、老挝、马来西亚、缅甸、菲律宾、新加坡、泰国、越南



资料来源：Wind，中证鹏元整理

车企	产能分布
长城	泰国罗勇（8-10万辆）、拉合尔（2万辆）
奇瑞	越南（20万辆）、泰国（8万辆，2028年）
上汽	印尼（6万辆）、泰国（5-20万辆）、越南（3万辆）
广汽	马来西亚（3.44万辆）、泰国（KD，5万辆）
吉利	马来西亚（36.5万辆）
长安	泰国（10万辆，2025年）
比亚迪	泰国（15万辆，2024年），越南（8万辆，待定）

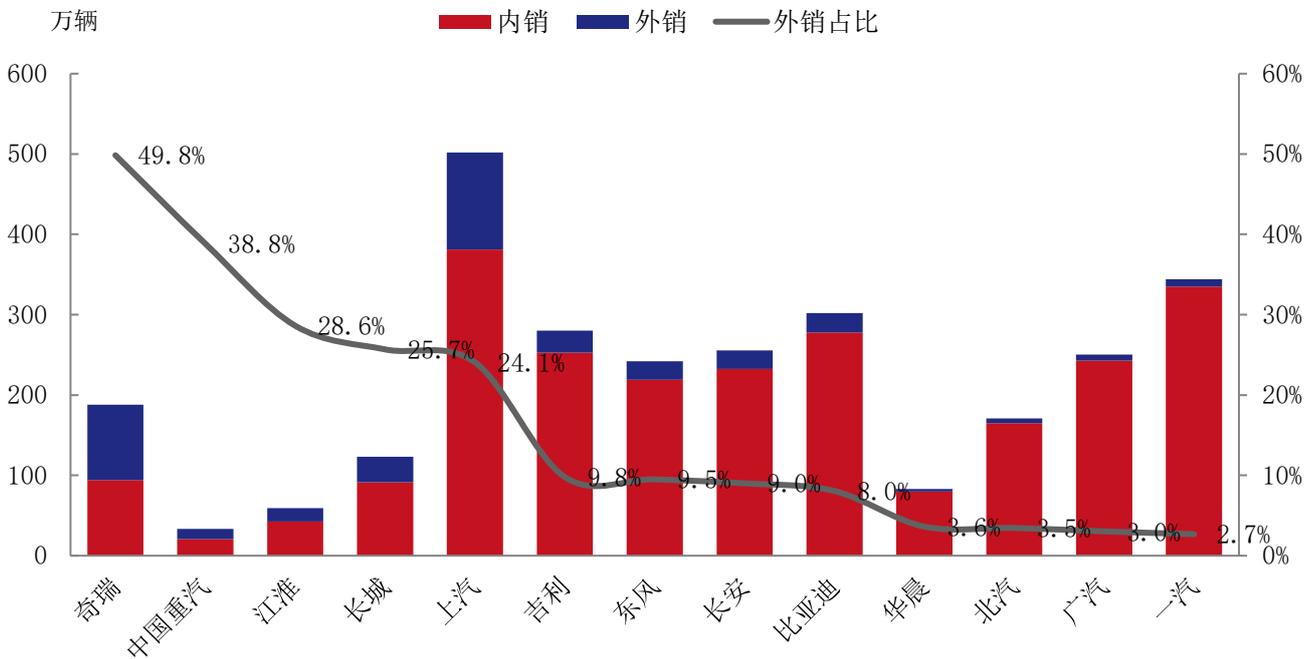
资料来源：Wind，中证鹏元整理

三、主要中系车企出海观察及出海空间测算

（一）主要中系车出海观察

从具体车企来看，2023年我国主要车企出口销量约399万辆，占全部汽车出口量的81%；2023年海外销量前三的车企分别为上汽（120万辆）、奇瑞（93万辆）和长城（31万辆），外销占比超过20%的分别为奇瑞、中国重汽、江淮、长城和上汽。

图14 2023年中国主要车企内外销情况



资料来源：Wind，中证鹏元整理

1、上汽集团

依靠 MG 品牌迅速实现出口销量第一，经销网络海外布局广泛，第一主销市场为西欧地区。上汽集团

是我国汽车出口第一大车企，2023 年实现出口销量 120.8 万辆，占比 24.1%。2007 年，上汽集团收购英国汽车品牌 MG，依靠 MG 品牌实现出口销量领先优势。2023 年，上汽 MG 品牌在我国出口至欧洲的纯电动车中占据了 31.8% 的市场份额，海外销量达 47.9 万辆。上汽集团海外经销网络布局广泛，在欧洲、北美、南美、非洲、中东、澳新等地均设立了区域营销服务中心，欧洲是其首个“20 万辆级”海外区域市场。公司在泰国、印尼、印度设立了 3 个海外整车制造基地和巴基斯坦 KD 工厂，根据年报披露，三家海外工厂 2023 年产能合计 10.7 万辆，此外，上汽欧洲整车制造基地在筹划中。公司在硅谷、特拉维夫和伦敦设有研发中心。

2、长安汽车

产能出海仍处于布局初期，2023 年开始加速海外市场全面布局，海外主销国家为沙特和俄罗斯。长安汽车 2023 年实现销量 255.3 万辆，同比增长 8.8%，出口 35.8 万辆，同比增长 43.9%。长安汽车已销往全球 70 多个国家和地区，主销地区为中亚，主销国家为沙特和俄罗斯。长安汽车在巴基斯坦的 KD 合资工厂于 2019 年投产，产能 5 万辆，长安泰国罗勇工厂于 2023 年 11 月已开工建设，一期设计产能 10 万辆，预计 2025 年投产。根据长安汽车“海纳百川”计划，公司正加速欧洲、美洲、中东及非洲、亚太和独联体五大区域市场布局。

3、广汽集团

广汽集团出海整体起步较晚，现阶段处于产品出口阶段（整车出口和 KD 工厂），主要目标市场为东南亚、南美和非洲。广汽集团 2023 年实现销量 250.5 万辆，海外收入占比 4.3%，出海整体起步较晚。出海模式方面，广汽集团目前处于产品出口阶段（整车出口和 KD 工厂），整车出口 2023 年完成 2 款全球车型、3 款区域车型导入。已进入 68 个海外国家及地区，包括中东、美洲、亚洲、非洲、欧洲（以色列）、中亚等板块区域，另有墨西哥、巴西市场以子公司的形式运营；同时首个 CKD（全散件组装）工厂也于 2024 年 4 月在马来西亚建成投产；广汽埃安泰国 SKD（半散件组装）智能工厂（5 万辆/年）于 2024 年 7 月正式竣工投产。2024 年 KD 工厂投产出海将进一步提速。

4、奇瑞汽车

自主品牌出海龙头，海外产能布局早，主要海外市场为东欧及中亚。奇瑞是我国最早一批出海的自主车企，2023 年奇瑞总销量 188.1 万辆，其中出口 93.7 万辆，同比增长 101.1%，海外销量占比 49.8%，且以燃油车为主。奇瑞汽车自 2001 年开始探索海外市场，2014 年，首个海外工厂落地巴西，其在俄罗斯、巴西、埃及等国家建立了 10 个海外生产基地。截至 2023 年末，奇瑞在海外已拥有超 1500 家经销商门店，海外布局广泛，主要海外市场为东欧及中亚，其中俄罗斯市场占海外出口销量的 36%。近年，奇瑞汽车积极

进行海外并购，加速全球化进程。

5、吉利控股

吉利出海以投资并购先行，迅速提升品牌版图和全球影响力。2010年前后，吉利控股集团通过一系列的并购和战略合作，通过战略收购形成现有品牌版图。2023年吉利控股集团（含吉利汽车³、沃尔沃、英伦、路特斯、极氪、SMART、英伦、极越和雷达）销量为279万辆，整体产销规模位居国内汽车企业集团第四位。其中吉利汽车（HK.0175）销量占比60%。2023年吉利汽车产能为200万辆/年，实现汽车销量168.65万辆（含领克、睿蓝），其中出口销量27.41万辆，同比增长38%。吉利汽车出口采取了多元化的国际化战略，包括与当地车企合作及与代理商合作的模式，截至2023年末吉利已在全球70个国家布局533个销售及服务网点，在墨西哥成立子公司开发拉美市场。吉利在海外布局主要有马来西亚、巴基斯坦。吉利汽车出口的主要区域是东欧、中东和东南亚，俄罗斯为吉利汽车的主要海外销售贡献主要增量。沃尔沃品牌在瑞典、比利时、中国和美国等地有整车生产基地，2023年除中国市场外销量为76%，主销市场为欧洲和美国。

6、长城汽车

长城汽车海外市场扩张加快，俄罗斯是主要海外市场。长城汽车2023年海外销量31.40万辆，出口占比约26%，同比增长82.37%。长城汽车已出口至170多个国家，全球销售网络超过1000家，旗下五大品牌（哈弗、魏牌、欧拉、坦克和长城皮卡）均实现出海。公司全球化步伐起步于90年代后期向中东出口皮卡，且是最早开拓俄罗斯市场的中国车企，2004进入俄罗斯市场出口哈弗及皮卡车型。出海模式包括建立海外生产基地及组装厂（KD工厂）。其中长城汽车俄罗斯图拉工厂于2019年正式投产，主要生产哈弗、长城皮卡等车型，2023年，产量9.89万辆。长城泰国罗勇府工厂于2021年6月正式投产，长城巴西伊拉塞马波利斯工厂于2024年5月启动运营，设计产能10万辆，主要生产车型为皮卡和SUV。此外，长城汽车KD工厂分布在厄瓜多尔、巴基斯坦、乌兹别克斯坦、印度尼西亚等地。

7、比亚迪

2023年海外销量增势迅猛，产能出海布局中，加速开拓欧洲、东南亚及美洲等多个地区市场。比亚迪2023年海外销量25.23万辆，同比增长457.66%，海外业务增势迅猛。2022年之前，比亚迪以出口商用车为主，新能源乘用车自2021年5月开启出海全球化，已进入日本、德国、澳大利亚、巴西、阿联酋等50多个国家和地区。2022年9月首个海外乘用车工厂落地泰国，产能15万辆，巴西大型生产基地综合体项目预计新能源乘用车年产能将在2025年达到约15万辆，匈牙利新能源汽车整车制造基地预计2025年产能达到15万辆。新能源龙头自主品牌比亚迪产品及产能出海程度低于其他主流车企，预计未来随着产能出海效应，

³ 指吉利汽车控股有限公司

其海外市场竞争力将提升。

8、新势力车企

新势力车企海外布局处于探索期，首选市场一般为欧洲及东南亚。我国造车新势力在资本实力及销量上和自主品牌及主流车企仍具有一定差距，出海路径以产品出口、技术出海、服务出海为主。2021年5月蔚来进入欧洲市场，覆盖挪威、德国、荷兰、瑞典、丹麦五国，2023年蔚来销量16万辆，在欧洲市场共销售了2,404辆。匈牙利工厂是蔚来海外建设的首个工厂，主要业务包括换电站制造与售后服务。2023年小鹏汽车销量14.20万辆，海外销量贡献微乎其微。2024年前三季度小鹏海外经销商拓展到30多个国家，开设110多个门店，三季度海外销量占总销量的15%。哪吒汽车2022年开启出海战略，出海首站泰国，在泰国、印尼和马来西亚建立海外工厂。

（二）主要中系车出海空间测算

目前我国车企产品在海外初步获得一定的市场认可度，整车出口增长势头良好，现阶段而言，通过资本并购形式出海的车企成功切入了欧盟等成熟市场，如上汽和吉利，其MG品牌和沃尔沃品牌的主销市场均为欧洲；依托自身海外布局早优势的出海车企则更多在东欧及中西亚等发展中地区形成了市场份额优势，如奇瑞、长城及长安。中证鹏元认为，自主车企海外市场的深度参与仍需观察未来1-3年各大车企海外产能投产及追加投入情况、海外成熟市场的介入及竞争情况。

图15 中国主要车企海外产能分布



资料来源：Wind，中证鹏元整理

展望未来 1-3 年，欧盟汽车销量自 2020 年起快速反弹，但新能源政策有所放缓，市场和本土品牌均相对成熟，中系车面临的竞争较为激烈，中系车在该地区的本地化产能投入规模相对小。若假设未来 1-3 年汽车销量增速保持过去三年复合增速 1.85%，市占率提升速度保持 1%，则 2026 年中系车销量有望达到 184.8 万辆，仍将是最大的海外市场。且配套本地化产能规模不大，高度依赖产品出口，需关注关税等贸易政策扰动。

中南美市场规模有望保持平稳增长，中系车在该地区的产能布局规模尚可，且该地区新能源政策相对积极，尽管在该地区布局的汽车集团相对多元，但中系新能源汽车相对欧系、美系、日系及韩系具有一定的竞争优势，在 2023 年市占率提升速度约为 5 个百分点。若假设中南美市场未来 1-3 年汽车销量增速维持近两年平均增速 2.1%，市占率提升速度保持 2023 年同比水平 5%，则 2026 年中系车销量有望达到 140.8 万辆。相较于目前中系车企产能投放约 58 万辆，本地化投资强度尚欠缺，出口表现相对可期。

俄罗斯汽车市场受特别军事行动影响，销量出现大幅下滑且并未恢复到战前水平，但预计 2026 年有望恢复。同时中系车在此期间基本实现对日、韩、德、美等车系替代，若该市场竞争情况得以保持，中系车市占率逐步提升到 70%，则俄罗斯 2026 年中系车销量有望达到 121 万辆，但目前配套本地化产能规模 74.5 万辆，但现阶段仍依赖整车出口，需关注俄罗斯汽车贸易政策调整情况。

东盟汽车市场增速有望保持平稳增长，中系车在东盟市场的产能布局规模大，在与日系车企的竞争中有望取得优势，削弱以日系车为主导的局面。若假设东盟市场未来 1-3 年汽车销量增速维持近两年平均增速 2.1%，市占率提升速度保持 2023 年同比水平 4%，则 2026 年中系车销量有望达到 92.3 万辆。相较于目前中系车企产能投放约 132 万辆，本地化投资强度尚可。

表1 主要海外市场空间预测

地区	2023 年		2024E		2025E		2026E	
	市场销量	中系市占率	市场销量	中系市占率	市场销量	中系市占率	市场销量	中系市占率
东盟	326	14%	336	18%	345	22%	355	26%
中南美	405	17%	417	22%	428	27%	440	32%
俄罗斯	131	56%	152	61%	163	65%	174	70%
欧盟	1,215	11%	1,249	12%	1,284	13%	1,320	14%

资料来源：公开资料，中证鹏元整理

根据上述市场近年表现和竞争格局，中证鹏元预计 2026 年中系车海外销量排序为欧盟（184.8 万辆）、中南美（140.8 万辆）、俄罗斯（121 万辆）和东盟（92.3 万辆）；其中东盟市场本地化产能相对充足；东盟中系车海外生产及出口的增长空间均相对可观，西欧仍将以出口为主，但需关注关税等贸易政策的影响。车企方面，中证鹏元认为积极布局东南亚、中南美和西欧地区的比亚迪、奇瑞、长安受益空间较大。

免责声明

本报告由中证鹏元资信评估股份有限公司（以下简称“本公司”）提供，旨在派发给本公司客户使用。本公司不会因接收人收到本报告而视其为本公司的当然客户。

本报告基于我们认为可靠的公开信息和资料，但我们对这些信息的准确性和完整性均不作任何保证。需要强调的是，报告中观点仅是相关研究人员根据相关公开资料作出的分析和判断，并不代表公司观点。本公司可随时更改报告中的内容、意见和预测，且并不承诺提供任何有关变更的通知。

本报告中的内容和意见仅供参考，并不构成对所述证券的买卖出价。投资者应根据个人投资目标、财务状况和需求来判断是否使用报告所载之内容和信息，独立做出投资决策并自行承担相应风险。本公司及其雇员不对使用本报告而引致的任何直接或间接损失负任何责任。

本报告版权仅为本公司所有，未经事先书面同意，本报告不得以任何方式复印、传送或出版作任何用途。任何机构和个人如引用、刊发本报告，须同时注明出处为中证鹏元研发部，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节和修改。合法取得本报告的途径为本公司网站及本公司授权的渠道，非通过以上渠道获得的报告均为非法，本公司不承担任何法律责任。

独立性声明

本报告所采用的数据均来自合规渠道，通过合理分析得出结论，结论不受其它任何第三方的授意、影响，特此声明。

中证鹏元资信评估股份有限公司

深圳 地址：深圳市深南大道 7008 号阳光高尔夫大厦（银座国际）三楼 邮编：518040
电话：0755-82872897 传真：0755-82872090

北京 地址：北京市朝阳区建国路甲 92 号世茂大厦 C 座 23 层 邮编：100022
电话：010-66216006 传真：010-66212002

上海 地址：上海市浦东新区民生路 1299 号丁香国际商业中心西塔 9 楼 903 室 邮编：200120
总机：021-51035670 传真：021-51035670

湖南 地址：湖南省长沙市雨花区湘府东路 200 号华坤时代 2603 邮编：410000
电话：029-88626679 传真：029-88626679

江苏 地址：南京市建邺区黄山路 2 号绿溢国际广场 B 座 1410 室 邮编：210019
电话：025-87781291 传真：025-87781295

四川 地址：成都市高新区天府大道北段 869 号数字经济大厦 5 层 5006 号
电话：+852 36158343 传真：+852 35966140

山东 地址：山东省济南市历下区龙奥西路 1 号银丰财富广场 B 座 1302 室
总机：0531-88813809 传真：0531-88813810

陕西 地址：西安市莲湖区桃园南路 1 号丝路国际金融中心 C 栋 801 室
电话：029-88626679 传真：029-88626679

香港 地址：香港中环德辅道中 33 号 21 楼
电话：+852 36158342 传真：+852 35966140