

穿越周期：中国汽车出口的增长韧性、现实瓶颈与未来破局路径

文/刘银玲

摘要

2021年起中国汽车出口迈入快速增长期，2023年出口量跃居全球第一，展现强劲韧性。出口增长得益于国内存量市场竞争形成的内生推力、全球新能源需求拉力及国内全产业链协同优势支撑；出口结构呈现燃油车稳盘、新能源车领航，自主品牌主导、合资品牌追赶，新兴市场筑基、发达国家突破等特征。政策层面，国内多维支持与海外贸易壁垒并存，驱动出口向质量竞争转型。当前行业面临贸易壁垒、芯片依赖、品牌溢价不足等挑战。展望未来，新兴市场需求的持续释放与新能源汽车全球渗透率的逐步提升，有望持续拉动中国汽车出口规模增长，从“产品出海”到“生态落地”的模式跃迁将是突破发展瓶颈的核心路径。

正文

一、中国汽车出口基本面

中国汽车出口凭借品牌力提升与新能源全产业链优势，2021年以来保持较快增长，出口量跃居全球第一，韧性强劲。在国内车企品牌竞争力提升与新能源汽车全产业链高速发展的双重驱动下，近年来我国汽车产业实现跨越式突破，迈入全球化高质量发展新阶段，汽车出口迎来高光期。2021年，我国汽车出口突破百万量级平台期，全年出口量首超200万辆，同比增长超一倍；2023年，出口量攀升至491万辆，超越日本成为全球第一大汽车出口国，2022年和2023年同比增速均超50%；2024年以来，在外部贸易环境挑战加剧态势下，汽车出口增速放缓，但增速依然较快，韧性强劲。据中国汽车工业协会统计数据，2024年及2025年1~10月，我国汽车出口量同比分别增长19.3%和15.7%。从2025年各月度出口数据看，我国汽车出口延续季节性波动特征，夏季出口量呈显著走高态势；由于特朗普加征关税影响，3至4月出口表现低迷，单月增速在3%以内，随后增速触底回升，6至10月同比增速保持在20%左右。

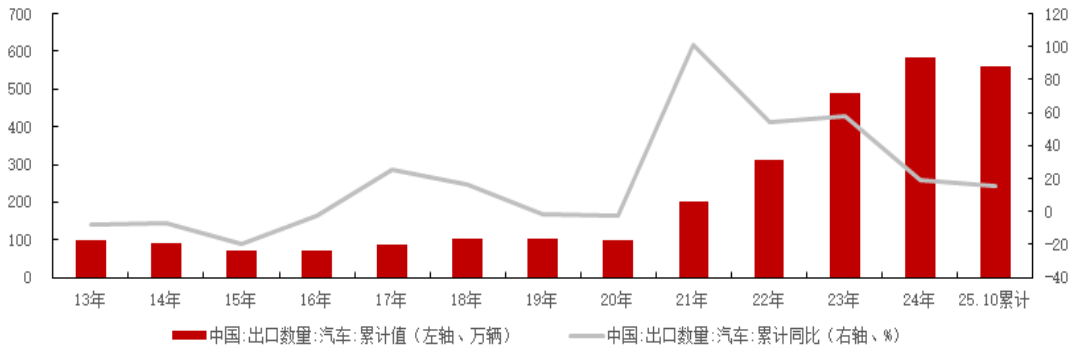


图1 中国汽车历年出口情况

数据来源：中国汽车工业协会，大公国际整理

国内市场格局演变、新能源需求爆发与产业竞争力跃迁是中国车企“走出去”的核心推力。一是国内市场“存量博弈”形成向外推力。我国汽车销售在经历多年增长后于2018年起出现三连降，市场从增量竞争进入存量博弈阶段，加之新能源汽车渗透率与自主品牌竞争力快速提升加剧市场竞争，车企产能利用率不足及盈利压力陡增，迫使企业寻求海外增量市场以突破瓶颈。根据国家统计局数据，2017~2022年，我国汽车工业产能利用率由82.2%下降至72.7%。二是全球新能源汽车需求爆发形成国际拉力。在“双碳”目标推动之下，全球新能源汽车销售持续高速增长，与此同时，中国车企在新能源汽车领域的产品迭代速度快，且在续航里程、智能座舱等用户核心需求点上具备差异化优势，能够更好匹配全球市场的消费升级需求，对我国汽车出口形成拉动。根据中汽协乘联分会数据，2022~2024年，世界新能源车渗透率逐年提升分别为13%、16%和20%；中国占世界新能源车份额逐年提升分别为63%、64%和70%。三是全产业链竞争力与品牌价值提升形成核心支撑。燃油车方面，自主车企在发动机、变速箱上技术进步明显，产品力与外资车企差距显著收窄。新能源车方面，中国已构建覆盖上游锂资源、中游动力电池、下游整车制造的完整新能源汽车产业链，成本控制能力与供应链稳定性全球领先，在三电系统、智能驾驶等核心领域的技术能力亦全球领先。市场认可度方面，近年来国内车企品牌认可度大幅提升，比亚迪、蔚来等品牌通过海外建厂、参与国际车展等方式，逐步摆脱中国车企“低端代工”标签，品牌溢价能力显著增强。

二、中国汽车出口结构特征

受益于全球化发展及中国汽车市场逐步成熟、竞争力跃升，中国车企出海动能持续释放，出口进程全面提速。目前中国汽车出口结构主要呈现四大特征：

燃油车主导出口基本盘，新能源车占比快速增长，升级为出口增量的核心引擎。我国汽车出口以乘用车为主，2024年及2025年1~10月乘用车出口占比均为85%，为支撑汽车出口规模的核心力量。以乘用车为例，其出口动力结构呈“双轨”特征，传统燃油车凭借成熟的供应链体系与存量海外售后体系，持续充当出口“基本盘”，新能源车占比快速攀升，已成为拉动汽车出口增长的核心引擎；从出口数量看，新能源车于2021年实现爆发式增长，随后进入高

增长区域，2024 年受外部贸易环境干扰增速下滑，但 2025 年已有回调。与此同时，新能源车出口内部结构正经历显著演变，随着供需结构变动，早期以插电混合动力车型 (PHEV) 为主导的新能源车出口结构，逐步过渡至纯电动车型 (BEV) 占优；但 2024 年以来，欧盟反补贴关税及部分主要市场补贴退坡削弱 BEV 需求叠加 PHEV 场景适用性强、成本优势突出推动车企主动调整产品结构等因素，PHEV 出口量增速大幅提升，在新能源车出口中的占比快速提升，2023~2024 年及 2025 年 1~10 月占比分别为 8.6%、23.0%和 35.0%，与之对应，BEV 出口占比下降。

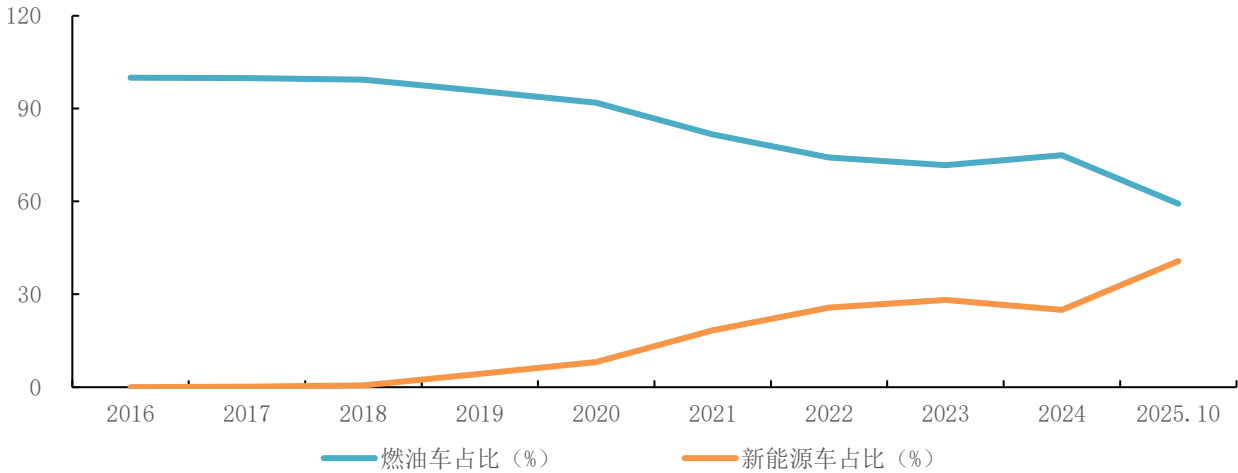


图 2 中国乘用车出口结构（按动力类型）

数据来源：中国汽车工业协会，大公国际整理

自主品牌占据出口主导，合资品牌加速突围。目前中国汽车出口已经形成“自主品牌为主力、合资品牌补位”的格局，根据中汽协乘联分会数据，2022~2024 年及 2025 年前三季度，自主品牌出口量持续快速增长，分别为 183 万辆、318 万辆和 393 万辆，占乘用车出口量比重整体呈增长趋势，分别为 78%、83%、82%和 85%¹。从出口主体看，自主品牌出口呈现显著的头部引领特征，根据中国汽车工业协会数据，2024 年奇瑞汽车以 114 万辆蝉联出口冠军，同比增长 21.4%，上汽、长安、吉利、长城、比亚迪出口量分别为 93 万辆、54 万辆、53 万辆、45 万辆和 43 万辆，上述企业合计占汽车出口量的 69%；2025 年 1~10 月，奇瑞汽车、上汽、长安、吉利、长城、比亚迪出口量合计占比升至 72%。与此同时，合资品牌加速转型追赶，2022~2024 年出口量分别为 53 万辆、65 万辆和 86 万辆，近两年同比增速分别为 22.64%和 32.62%。

新兴市场为基，发达国家突破，区域分化显著。我国汽车出口呈现“新兴市场稳规模、发达市场提质量”的双轨格局，不同区域的产品定位与增长逻辑差异显著。从区域分布看，我国汽车出口份额已形成多极支撑格局，出口量主要集中在中南美、前苏联、欧盟、中东和东南亚地区，但区域间增长动能差异显著，近两年在中南美、东南亚、中东、非洲、大洋洲的出口表现较好，而前苏联地区受地缘冲突后续影响、美加受贸易壁垒及本土品牌竞争加剧等影响，出口压力突出。具体国别视角看，出口规模排名靠前的国家中，对俄罗斯、墨西哥、阿联酋、巴

¹ 以中汽协乘联分会数据为基础计算。

西等新兴国家的出口占比较高，构成规模基本盘，英国、比利时、澳大利亚等发达国家占比虽略低，但部分市场增长潜力突出，成为“提质量”的关键突破点。其中，俄罗斯市场呈现“先补位增长后理性回调”的特征，2023年因部分外资品牌退出，我国汽车以高性价比实现补位，出口量同比激增，2024年延续增长态势，但2025年受俄罗斯加征关税、本土产能释放、其他外资品牌重返市场等因素影响，我国对俄罗斯出口量显著下滑；对墨西哥、阿联酋、巴西的出口表现较好；2025年以来，与欧洲关系改善，出口表现改善。产品结构视角看，产品结构区域适配性的提升，在俄罗斯、巴西等新兴市场，由于基础设施尚不完善、消费者对价格敏感度高等原因，主力产品集中于燃油乘用车和轻卡，核心竞争力体现在性价比和耐用性，而在英国、澳大利亚等发达市场，出口产品以新能源、智能化产品为主，核心竞争力体现在环保性能和智能化。

汽车出海模式升级，从“整车出口”到“全产业链出海”。随着产品竞争力跃升与出口壁垒日益复杂，中国车企应对竞争的方式也不断调整升级，汽车出口已超越单一的“整车贸易”模式，形成“整车+零部件+本土化生产”的全链条输出模式，头部企业纷纷在海外设厂，比亚迪在泰国、匈牙利、巴西等地区建厂，长城在俄罗斯、泰国、巴西等地区建厂，奇瑞汽车在印度、马来西亚等地区建厂，海外建厂成为深耕海外市场的核心策略。

三、中国汽车出口政策环境

目前中国汽车出口政策环境呈现“外部壁垒升级、内部支持加码”的双向特征，两类政策共同驱动出口模式从“规模扩张”向“质量竞争”转型，政策环境的二元性，既是中国汽车出口迈向高质量发展的核心背景，也是行业转型的关键催化剂。

国内政策通过税收、金融、产业规划等多维工具构成支撑体系，为汽车出海提供全方位保障。2025年9月，工业和信息化部等八部门印发《汽车行业稳增长工作方案(2025—2026年)》，该文件以“提升国际开放合作水平”为核心导向，提出四项具体举措，包括促进汽车出口提质增效、提升汽车出口金融服务水平、完善物流运输体系和深化中外多层次合作，为汽车出口高质量发展划定路径且提供保障。其中，促进汽车出口提质增效方面，重点引导汽车整车及供应链企业聚焦目标市场需求，定向研发适配产品，同时鼓励企业加强与本地企业合作，完善国际营销和售后服务体系，提升中国汽车在国际市场的品牌竞争力和用户认可度；提升汽车出口金融服务水平方面，鼓励银行机构加大信贷产品支持，为企业提供便利的本外币资金结算服务，支持金融机构为汽车产业链企业提供全球资金管理产品。此外政策还倡导保险机构优化汽车出口信用保险业务和服务，帮助企业有效规避海外贸易中的信用风险、汇率风险等潜在隐患。

贸易壁垒抬升与各地区差异化特征，为汽车出口形成结构性制约与机遇。欧盟市场的限制措施呈现“关税调整+技术合规”双重特征，为保护本土汽车产业，欧盟于2024年11月起对中国纯电动汽车加征反补贴关税，后续与中方达成共识，拟以“价格承诺机制”替代“直接关税”，具体实施细节还在谈判中，且该机制依然会通过价格管控措施约束中国车企的竞争力，同时2023年通过的《欧盟电池法》明确要求2024年7月起出口欧盟的电动汽车电池需提交全

生命周期碳足迹声明，2027年2月起还需注册包含原材料信息、ESG评价等内容的“数字电池护照”，上述文件已开始分阶段实施，虽然核心要求执行进度有所延后，但标准未降低，仍将从碳合规、供应链透明度等维度构建更高的准入门槛。北美市场产业保护导向同样显著，在供应链层面的壁垒尤为突出，通过强化本土零部件采购比例要求、严格审查跨境技术合作等方式，形成市场障碍。同时，俄罗斯、东南亚等新兴市场政策环境呈现“总体开放与局部约束并存”的特征，既释放关税减免、市场准入等红利，也通过政策调整引导产业本地化发展，且部分新兴国家不同程度采取了提高关税壁垒的措施，如俄罗斯、墨西哥、巴西，以加速产业链本土化。

四、中国汽车出口挑战与展望

2025年中国汽车出口延续快速增长态势，全球领跑地位稳固，但挑战不容忽视。外部层面，贸易壁垒抬升、技术认证标准差异、芯片等核心零部件“卡脖子”风险依然存在，对产业链供应链韧性及出口增长动能形成制约；内部层面，品牌溢价能力不足导致车企盈利空间承压，海外供应链、营销和售后服务等全链条建设等方面的差距，依然是中国从“出口大国”向“出口强国”跃迁的重要障碍。

展望未来，新兴市场需求的持续释放与新能源汽车全球渗透率的逐步提升，有望持续拉动中国汽车出口规模增长，而从“产品出海”到“生态落地”的模式跃迁将是突破发展瓶颈的核心路径。（1）东南亚、拉美等新兴市场经济增长动能较强，但汽车保有量较低，市场增长潜力巨大，也是中国车企当前海外布局的核心区域，凭借需求红利与先发布局优势，未来将成为中国汽车出口的关键增长极。（2）中国新能源汽车已形成全产业链布局，且产业链稳定性、成本控制能力、技术全球领先，在全球市场份额中占据主导地位，电动化浪潮下全球新能源汽车渗透率将逐步提升，并对中国汽车出口形成拉动。（3）在全球贸易保护主义抬头背景下，“产地销”模式成为中国车企化解关税危机的核心策略，比亚迪、奇瑞汽车等企业已通过海外建厂规避风险，未来本地化生产模式需要不断升级，以应对海外政策波动、供应链稳定性等风险，比如“整车厂+关键零部件企业”组团出海模式探索推广，以降低物流和关税成本、增强供应链韧性，快速响应市场需求，也更容易满足本地化率要求；与目标国战略绑定，将中国汽车出海融入当地发展战略，通过技术合作、产能共建等方式实现互利共赢，夯实长期发展根基。

报告声明

本报告分析及建议所依据的信息均来源于公开资料，本公司对这些信息的准确性和完整性不作任何保证，也不保证所依据的信息和建议不会发生任何变化。我们已力求报告内容的客观、公正，但文中的观点、结论和建议仅供参考，不构成任何投资建议。投资者依据本报告提供的信息进行证券投资所造成的一切后果，本公司概不负责。

本报告版权仅为本公司所有，未经书面许可，任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制和发布。如引用、刊发，需注明出处为大公国际，且不得对本报告进行有悖原意的引用、删节和修改。