

自主品牌乘用车海外布局梳理：抓住黄金窗口期积极出海，融入全球汽车生态已成大势所趋



刘浩 分析师
Email: liuhao3@lczq.com
证书: S1320523080001

投资要点:

中国自主品牌乘用车出海已成趋势，特别是新能源汽车出海未来空间广阔。我国是全球最大汽车产销国，海外市场开始快速增长。汽车及产业链出口金额占出口总额的比例正加速提高，已成为出口贸易至关重要的组成部分。2021年开始，我国汽车出口量连续超越韩国、德国和日本，2023年上半年晋升全球第一，并且全年有望坐稳全球第一。其中，新能源车型具备竞争优势，在欧洲、澳洲和东南亚等地销量快速增长，提供了重要驱动力。

汽车行业不会出现类似十年前欧美对我国光伏行业“反补贴”+“反倾销”所造成的冲击。近期欧盟“反补贴”调查尚未定论，即便最终通过，预计只会造成短期影响，自主品牌融入全球汽车生态的大趋势不变。原因如下：

1) 市场规模和产业链布局：当年全球大约70%以上的光伏市场份额集中于美国、德国、西班牙等欧美地区，国内市场占比小，一旦出口受阻，国内难以承接；当年我国光伏产业链集中于中游模组加工，上游硅料、下游市场掌握在海外企业。而目前全球的汽车市场，我国已连续十多年稳居全球第一，特别在新能源汽车市场已遥遥领先，国内产业链各环节基本实现全覆盖，诸多零部件企业也在海外实现布局；除欧盟市场，自主品牌多年布局的俄罗斯、东南亚、拉美、中东等市场近年来发展较快，具备较强的承接能力。

2) 技术水平和产品力：传统燃油汽车时代，国内靠引进外资来实现“市场换技术”，关键技术、质量标准掌握于外资手中。新能源汽车时代，自主品牌率先实现多轮迭代，已从电动化升级到智能化，而大多外资品牌电动化刚起步。自主品牌在三电、EE架构、智能座舱、智能驾驶等领域实现了技术、产品的“反向输出”，例如比亚迪和丰田、小鹏和大众的合作等。

我们看好头部自主品牌和造车新势力未来在海外市场的开拓。上市公司标的：比亚迪（002594.SZ）、长城汽车（601633.SH/2333.HK）、吉利汽车（0175.HK）、长安汽车（00025.SZ）、蔚来（NIO.US）、小鹏汽车（9868.HK/XPEV.US）。

风险提示：全球经济波动风险；地缘政治风险；海外法律法规变化风险；原材料价格波动风险；海外基地/渠道建设不及预期；消费需求不及预期。

投资评级：看好（维持）

市场表现



相关报告

汽车行业9月报：8月市场表现“淡季不淡”，多企业多车型推新降价争夺“金九银十”

2023.09.14

汽车行业8月报：降价潮+新车型+促销政策，市场整体有望迎来“金九银十”

2023.08.18

目 录

1. 中国出口 vs 汽车出口	5
1.1 我国汽车产业链出口金额占出口总额比例加速提升	5
1.2 上半年我国整车出口晋升全球第一，新能源汽车提供重要驱动力	6
1.2.1 千禧年后我国汽车销量全球占比呈上升态势，2022 年达到历史新高	6
1.2.2 出口量连续超越韩国、德国和日本，2023 全年有望坐稳全球第一	7
1.2.3 自主品牌新能源车型产品力超越海外品牌，成为出口增长的重要驱动力	9
1.3 我国汽车出口发力欧洲地区，俄罗斯、西班牙等增速明显	9
1.4 汽车出口量上汽、奇瑞居前，比亚迪、奇瑞、长城增速较快	11
2. 自主品牌乘用车海外布局梳理	11
2.1 比亚迪：海外首个乘用车工厂落地泰国，欧洲首个乘用车工厂或在年内落地	11
2.2 长城汽车：海外工厂产能充足，已建立全球研发和销售服务网络	14
2.3 长安汽车：泰国建立全球“右舵生产基地”，2024 年正式进军欧洲	16
2.4 吉利汽车：并购海外品牌布局全球市场，多品牌重点布局细分市场	18
2.5 蔚来汽车：复制国内直营模式，2023 年以来加速推进海外扩张	19
2.6 小鹏汽车：已登陆挪威、丹麦等国，计划在 2024 年进入德国市场	20
3. 投资建议	21
风险提示	22

图目录

图 1	2000-2023 年中国进出口金额和同比增速 (亿美元, %)	5
图 2	2000-2023 年中国出口金额和同比增速 (亿美元, %)	5
图 3	2000-2023 年中国进口金额和同比增速 (亿美元, %)	5
图 4	汽车产业链相关出口金额和占出口总额比例	6
图 5	汽车 (包括底盘) 出口金额和同比增速	6
图 6	汽车零配件出口金额和同比增速	6
图 7	我国及全球各地区汽车销量 (万辆)	7
图 8	我国及全球各地区汽车销量份额	7
图 9	我国整车出口连续超越传统汽车出口强国	8
图 10	2023 年 1-8 月我国汽车出口保持 60% 以上增速	8
图 11	乘用车出口占比近年来呈增长态势	8
图 12	乘用车出口数量和同比增速	8
图 13	商用车出口数量和同比增速	8
图 14	2023 年 1-8 月新能源汽车出口保持 100% 以上增速	9
图 15	新能源汽车出口占比逐年提升	9
图 16	我国乘用车出口全球分布情况	10
图 17	新能源汽车出口在全球各地区的占比情况 (%)	10
图 18	内燃机汽车出口在全球各地区的占比情况 (%)	10
图 19	2023 年 1-8 月汽车出口国家 TOP10	11
图 20	2023 年 1-8 月新能源汽车出口国家 TOP10	11
图 21	2022 年整车出口企业 TOP10 (万辆)	11
图 22	2023 年 1-8 月整车出口企业 TOP10 (万辆)	11
图 23	2023 慕尼黑车展比亚迪展台面积居首	13
图 24	2023 慕尼黑车展比亚迪展台新闻发布会场景	13
图 25	比亚迪海外销量和部分海外销售车型	14
图 26	长城汽车全球研发中心	15
图 27	长城汽车全球生产基地	15
图 28	长城汽车海外销量和部分海外销售车型	16
图 29	长安汽车海外销量和部分海外销售车型	17
图 30	吉利汽车海外销量和部分海外销售车型	19
图 31	蔚来汽车部分海外车型	20
图 32	小鹏在慕尼黑的城市展厅	21

我国汽车工业的发展，可以简单分为以下三个阶段。

“一穷二白”：1886年，世界第一辆汽车在德国诞生。时隔70年后，在前苏联的支持下，长春第一汽车制造厂于1956年建成并投产，我国规模化制造的第一辆汽车下线。此后，上汽、北汽、南汽、二汽等陆续建成，我国汽车工业化进程正式开启。这个时期，由于经济发展的需要，国内主要依靠前苏联、美国和日本的技术仿制生产商用车，例如“解放”卡车、“东风”卡车、“黄河”卡车、“东方红”拖拉机等，而乘用车除了少量仿制的公务车和阅兵车，其他私家车的发展几乎为空白。

“市场换技术”：改革开放以后，我国采取“市场换技术”的策略，引进了全球诸多知名车企成立合资公司，包括上海大众、上海通用、广州本田、北京现代、东风本田、东风日产、华晨宝马和广州丰田等，在上世纪90年代和2000年之后陆续落地，乘用车的发展开始迈向快车道。这个时期，合资品牌在国内市场占主导地位，产品主要定位中高端市场，例如“官车”奥迪、大众帕萨特、丰田凯美瑞、本田雅阁等。而自主品牌，例如吉利、奇瑞、比亚迪等由于起步较晚，技术水平和制造工艺相对落后，很多产品靠“逆向开发”而来，例如比亚迪F3（丰田花冠），因此产品主要定位在低端市场。在海外市场发展方面，自主品牌重点在国内市场抗衡合资品牌，无暇顾及海外市场。

“换道超车，反向输出”：加入世贸组织以后，我国汽车产业快速发展。在技术引进、零部件国产化、自主know-how的持续积累下，自主品牌技术水平、生产工艺和产品质量不断提高，国内份额逐步提升，并开始在东南亚、拉丁美洲、中东等地区布局海外业务。2010年左右，在全球范围内我国率先发展新能源汽车，汽车产业链逐步开启重构：传统内燃机汽车的“三大件”发动机、变速箱、底盘迭代成为新能源汽车的“电动化”的电池、电机、电控，以及“网联化”、“智能化”的车机、通讯、芯片等软硬件。经过十余年的发展，我国已成为全球最大的汽车和新能源汽车市场，新产业链的各环节基本实现全面覆盖，部分企业实现了技术、产品“反向输出”。特别是自主品牌新能源车型具备竞争优势，在欧洲、澳洲和东南亚等地销量快速增长，成为出海的重要驱动力。

2021年开始，我国自主品牌抓住黄金窗口期实现快速出海，汽车出口量连续超越韩国、德国和日本，2023年上半年晋升全球第一。我们认为中国自主品牌融入全球汽车生态已成趋势，特别是新能源汽车出海未来空间广阔。主要原因归结于以下三点。

其一，自主品牌产品力的不断提升：在传统燃油汽车时代，国内靠引进外资品牌来实现“市场换技术”，但关键技术和质量标准都掌握在外资手中。而在新能源汽车时代，自主品牌率先实现了多轮迭代，掌握了诸多自主核心技术，已经从电动化升级到智能化，而大多外资品牌电动化才刚起步。自主品牌在三电、EE架构、智能座舱、智能驾驶等多领域实现超越，实现“反向输出”，例如比亚迪和丰田的合作、小鹏和大众的合作等。

其二，国家对汽车行业的不断支持：十几年来国家对汽车产业发展出台了一系列支持政策，出口方面，例如国务院印发的《关于推进国际产能和装备制造合作的指导意见》（2015.5）和《关于推动外贸稳规模优结构的意见》（2023.4），提出要培育汽车出口优势，加快自主品牌走向国际市场；支持在市场潜力大、产业配套强的国家设立生产厂和组装厂；积极开拓发展中国家汽车市场，鼓励在欧美发达国家设立汽车技术和工程研发中心，提高研发和制造技术水平；组织汽车企业与航运企业直客对接；鼓励中资银行等为汽车企业在海外提供金融支持；进一步支持汽车企业建立和完善国际营销服务体系，提升在海外开展品牌宣传、展示销售、售后服务方面的能力等。

其三，我国对全球贸易的积极开拓：随着我国对外贸易的扩大，自贸协定签约国家、“一带一路”签约国家不断增加，以及新兴市场的积极开拓，促使汽车出口海外地域不断扩大，已经遍布全球各大洲。国内整车出口市场从东南亚、拉丁美洲等传统中低端市场，拓展到欧美、日韩、澳新等对法规、技术要求更为严苛的高端市场。

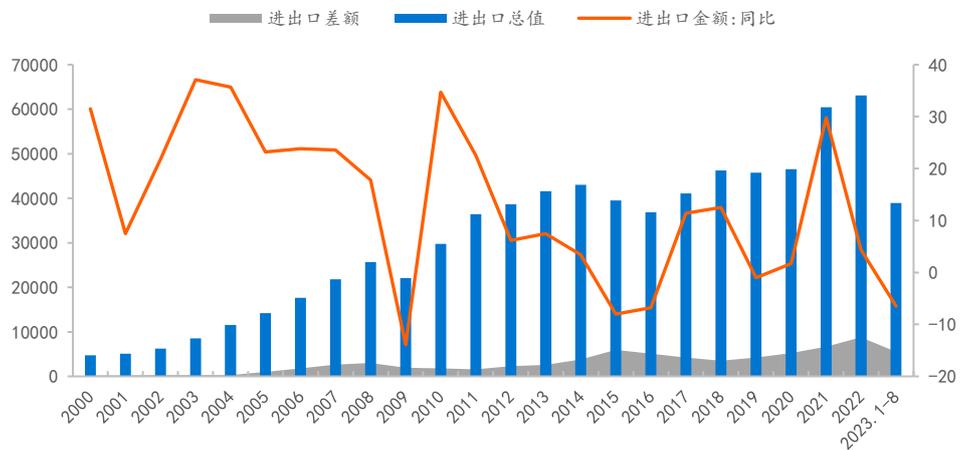
1. 中国出口 vs 汽车出口

1.1 我国汽车产业链出口金额占出口总额比例加速提升

中国对外贸易在加入世界贸易组织后实现快速增长。2000年以来，随着中美正常贸易关系建立、中国-东盟自贸区建立、加入世界贸易组织、中澳自贸区协定、“一带一路”等标志性事件的确立，使得我国出口持续增长。中间虽有金融危机、中美贸易战等负面影响，二十多年以来我国出口的大趋势实际上未有改变，一直呈周期性增长态势。

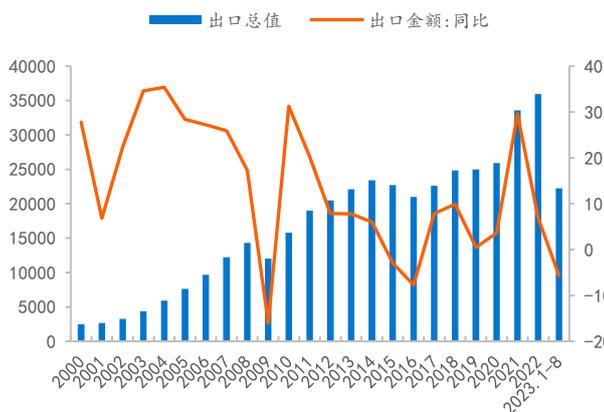
根据海关总署数据，以美元计价，2022年我国进出口总值创历史新高，达到63096.00亿美元，同比+4.4%。2023年1-8月，我国进出口总值累计达到38932.25亿美元，较2022年同期有所下滑，同比-6.5%；其中出口总值累计达到22232.39亿美元，同比-5.6%，进口总值累计达到16699.86亿美元，同比-7.6%，进出口差额为5532.53亿美元。

图1 2000-2023年中国进出口金额和同比增速（亿美元，%）



资料来源：iFinD，联储证券研究院

图2 2000-2023年中国出口金额和同比增速（亿美元，%）



资料来源：iFinD，联储证券研究院

图3 2000-2023年中国进口金额和同比增速（亿美元，%）



资料来源：iFinD，联储证券研究院

汽车整车出口从2021年开始增势强劲，并带动相关零配件出口同步增长。根据海关总署数据，2022年汽车产业链相关（汽车（包括底盘）+汽车零部件）出口金额超过1400亿美元，达到1412.45亿美元。其中汽车（包括底盘）出口金额为601.56亿美元，

同比+74.7%；汽车零部件出口金额为 810.89 亿美元，同比+7.4%。

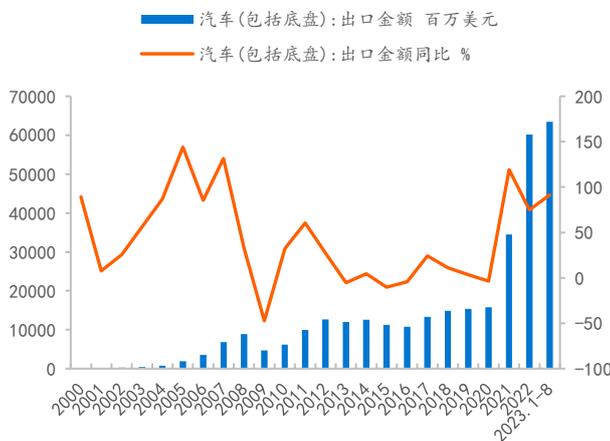
汽车产业链相关出口金额占我国出口总额的比例逐年提高，并在 2021 年增速加快，已成为出口贸易至关重要的组成部分。从加入世贸组织以来，汽车出口金额一直处于增长态势，占出口总额比例逐步提高。2001 年，汽车产业链相关出口金额仅有 15.59 亿美元，占出口总额的比例仅为 0.65%，2005 年占比突破 1%，到 2022 年接近 4%。2023 年 1-8 月汽车产业链相关出口金额累计达到 1219.93 亿美元，占比达到 5.5%。其中，1-8 月汽车（包括底盘）出口金额累计达到 634.3 亿美元，同比+91.2%，已经超过 2022 年全年水平。

图4 汽车产业链相关出口金额和占出口总额比例



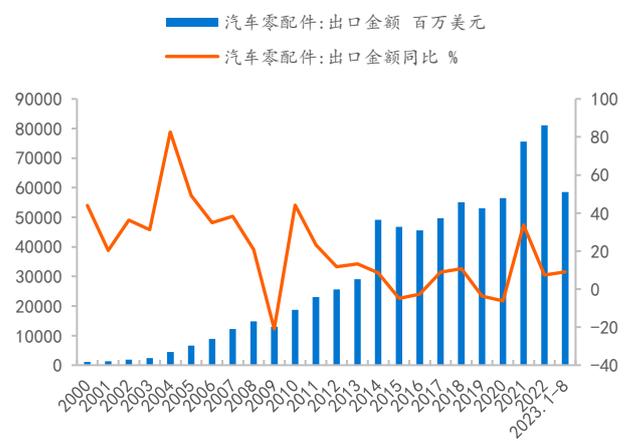
资料来源：iFinD，联储证券研究院

图5 汽车（包括底盘）出口金额和同比增速



资料来源：iFinD，联储证券研究院

图6 汽车零部件出口金额和同比增速



资料来源：iFinD，联储证券研究院

1.2 上半年我国整车出口晋升全球第一，新能源汽车提供重要驱动力

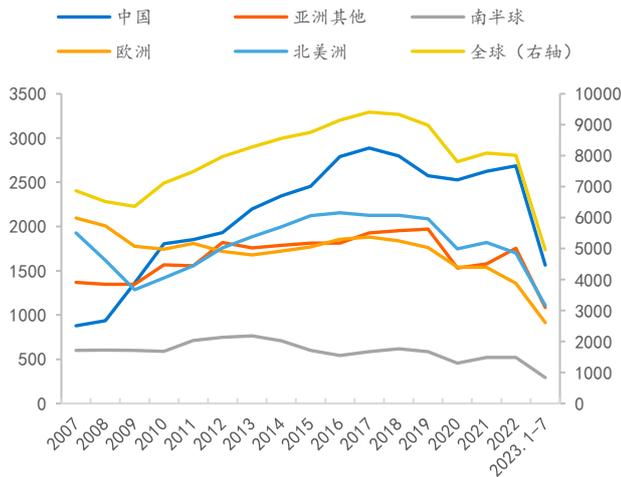
1.2.1 千禧年后我国汽车销量全球占比呈上升态势，2022 年达到历史新高

2000 年左右，日、美、法等合资企业陆续落地，可选车型、市场销量、全球市场份额均实现快速增长。2009 年，我国超越美国成为第一大汽车销售国，同时超越日本成为第一大汽车生产国。根据乘联会秘书长崔东树官微数据，2008-2010 年，我国汽车销量在全球份额有明显提升，从 14.37% 提升至 25.34%；2016 年提升至 30% 以上，至 2019

年小幅下滑至 28.67%。

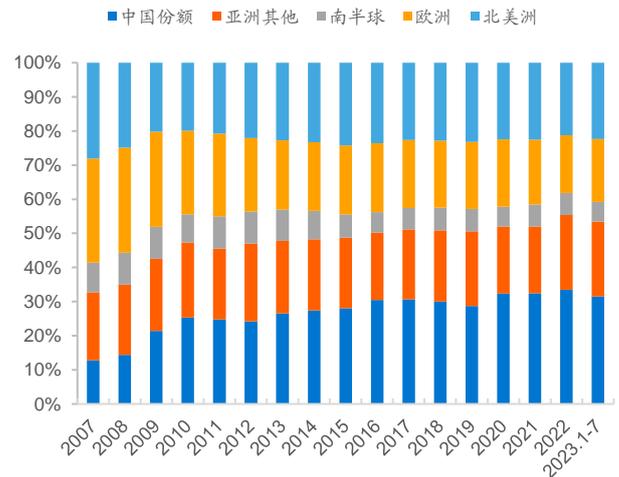
近两年“缺芯”和原材料价格上涨对我国影响较小，叠加新能源汽车出口强劲，使得国内车市在全球占比逐年提升。2020-2021 年，我国汽车销量全球份额回升到 32% 以上，2022 年上升至历史新高 33.49%。2023 年 1-7 月，全球汽车行业改善，销量达到 4960 万台，同比+10%，我国份额达到 31.51%；下半年为我国车市旺季，预计至年底我国份额将持续回升。

图7 我国及全球各地区汽车销量（万辆）



资料来源：崔东树官微，联储证券研究院

图8 我国及全球各地区汽车销量份额



资料来源：崔东树官微，联储证券研究院

1.2.2 出口量连续超越韩国、德国和日本，2023 全年有望坐稳全球第一

我国汽车市场在 2017 年销量达到顶峰后连续三年下滑，国内市场竞争加剧，越来越多的整车厂开始重视海外市场。同时，国家也发布相关政策支持汽车出口，例如国务院印发的《关于推进国际产能和装备制造合作的指导意见》（2015.5）和《关于推动外贸稳规模优结构的意见》（2023.4），提出要培育汽车出口优势，加快自主品牌走向国际市场：支持在市场潜力大、产业配套强的国家设立生产厂和组装厂；积极开拓发展中国家汽车市场，鼓励在欧美发达国家设立汽车技术和工程研发中心，提高研发和制造技术水平；组织汽车企业与航运企业直客对接；鼓励中资银行等为汽车企业在海外提供金融支持；进一步支持汽车企业建立和完善国际营销服务体系，提升在海外开展品牌宣传、展示销售、售后服务方面的能力等。

在政策支持和各整车厂的努力推进下，我国汽车出口实现了跨越式增长。2017 年至 2020 年，我国汽车出口基本维持在 100 万辆的水平。从 2021 年开始，我国汽车出口实现三级跳：

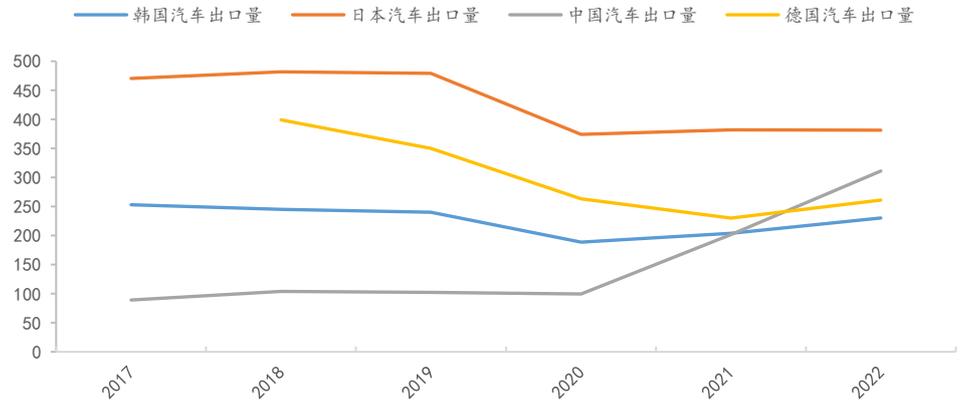
2021 年，我国汽车出口实现爆发式增长，同比涨幅超过一倍，首次突破 200 万辆大关，达到 201.5 万辆，**超越韩国，成为全球第三大汽车出口国。**

2022 年，我国汽车出口继续增长，突破 300 万辆，达到 311.1 万辆，**超越德国，成为全球第二大汽车出口国**，仅次于日本。

2023 年，一季度，我国汽车出口达 99.4 万辆，同比+70.6%，**超越日本，成为全球第一大汽车出口国**；1-8 月，汽车累计出口 294.1 万辆，同比+61.9%，接近 2022 年全年水平（310.8 万辆），2023 年全年有望坐稳全球第一。

近三年的跨越式增长，究其具体原因，或由以下几点组成。其一，2020年疫情波及全球汽车供应链体系，各类零部件短缺导致整车厂停工停产，而国内汽车供应链相对完善，具备稳定供给优势。其二，因地缘政治影响，欧美各国对俄罗斯进行制裁，诸多欧美汽车品牌几乎全线撤出俄罗斯市场，而我国自主品牌则借机扩大俄罗斯市场。其三，近年来国内自主品牌转型较快，不断进行电动化、智能化升级，产品竞争力已经达到甚至超过某些欧美品牌车型。

图9 我国整车出口连续超越传统汽车出口强国



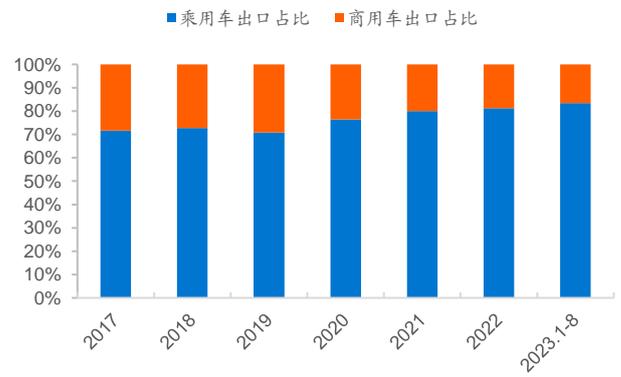
资料来源：iFinD，联储证券研究院

图10 2023年1-8月我国汽车出口保持60%以上增速



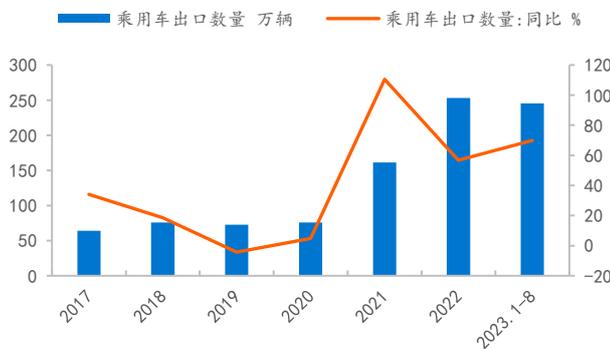
资料来源：中汽协，联储证券研究院

图11 乘用车出口占比近年来呈增长态势



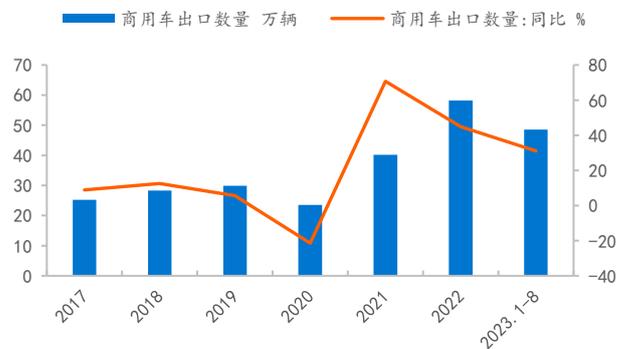
资料来源：中汽协，联储证券研究院

图12 乘用车出口数量和同比增速



资料来源：中汽协，联储证券研究院

图13 商用车出口数量和同比增速



资料来源：中汽协，联储证券研究院

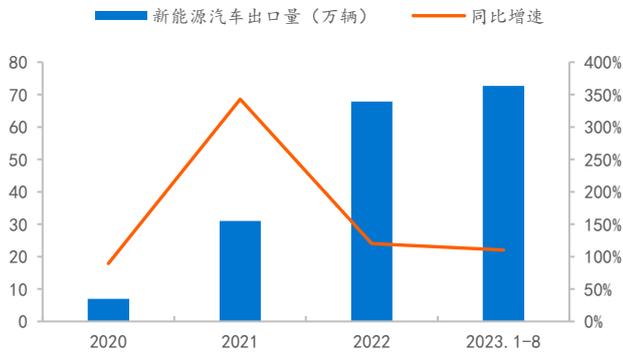
1.2.3 自主品牌新能源车型产品力超越海外品牌，成为出口增长的重要驱动力

我国新能源汽车市场规模不断扩大，在满足国内消费的同时，海外市场也成为国内新能源汽车厂商发力的目标。自主品牌新能源汽车率先实现了多轮迭代，已经从电动化升级到智能化，在三电、电子电气架构、智能座舱、智能驾驶等多个领域实现超越。相比海外品牌车型，相同或相近的价格下，自主品牌的新能源车型在配置和性能上都占有优势，因此在海外市场受到广泛认可，近年来出口占比不断提升，成为整车出口增长的重要驱动力。

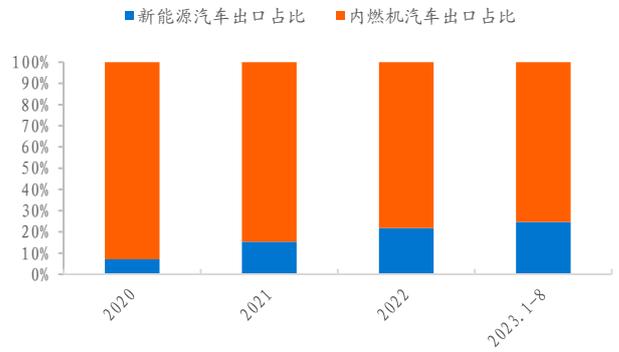
根据中汽协数据，2020年，我国新能源汽车出口近7万辆，同比+89.4%，仅占汽车出口总量的7.0%；2021年，新能源汽车出口达到31万辆，同比增长3倍；2022年，我国新能源汽车出口67.9万辆，同比增长1.2倍。2023年1-8月，新能源汽车累计出口72.7万辆，同比增长1.1倍，在汽车出口结构中占比已经提升至24.72%。

图14 2023年1-8月新能源汽车出口保持100%以上增速

图15 新能源汽车出口占比逐年提升



资料来源：中汽协，联储证券研究院

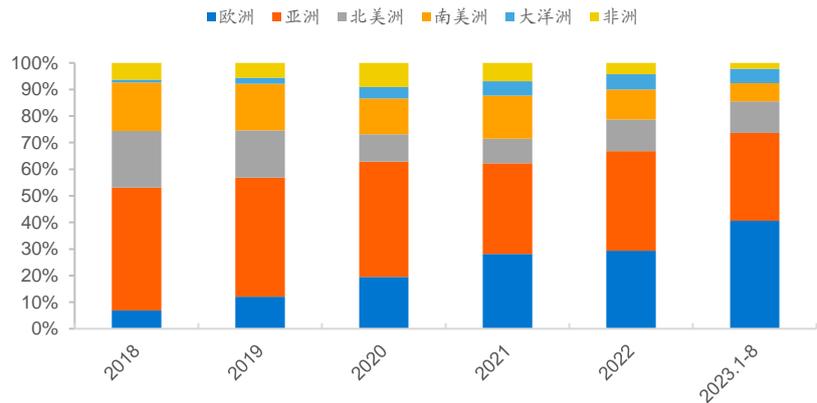


资料来源：中汽协，联储证券研究院

1.3 我国汽车出口发力欧洲地区，俄罗斯、西班牙等增速明显

2020年以来我国汽车出口的主力地区转变为欧洲等经济发达地区。随着我国对外贸易的扩大，自贸协定签约国家、“一带一路”签约国家不断增加，以及新兴市场的积极开拓，促使汽车出口海外地域不断扩大，目前已经遍布全球各大洲。结构上看，相较早期主要面向东南亚、南美、非洲等相对不发达国家市场，近年来自主品牌正逐步向发达国家市场进军，特别是欧洲地区近年来的出口占比明显提高。根据乘联会秘书长崔东树官微数据，2018年开始，仅五年时间我国汽车出口欧洲地区占比从2018年的6.9%快速提升至2022年的29.4%。2023年1-8月，累计出口欧洲占比已经超过40%，超过其它地区位居首位。

图16 我国乘用车出口全球分布情况

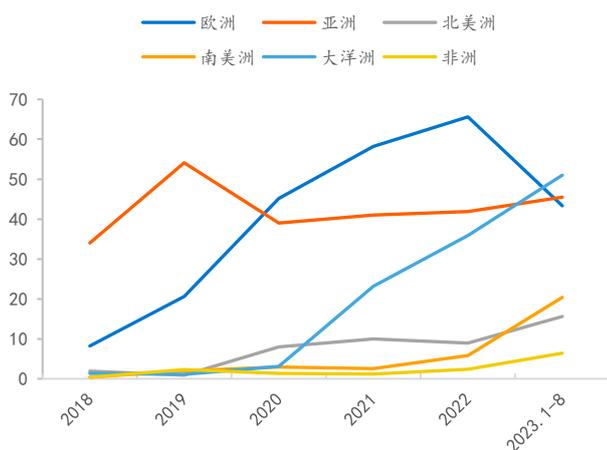


资料来源：崔东树官微，联储证券研究院

欧洲成为我国新能源汽车出口重点布局地区。全球范围内，欧洲是绿色环保、新能源汽车大力支持的地区之一，自主品牌新能源汽车正快速登陆欧洲市场。特别在 2023 慕尼黑车展上，参展的中国企业达到 50 余家，是上届的两倍，既包括比亚迪、小鹏等整车企业，又包括宁德时代、亿咖通、地平线等电池、智能驾驶、芯片领域的零部件企业，可谓重点加速了欧洲的布局。根据汽车咨询 Inovev 的数据，2023 年在欧洲销售的新能源汽车中有 8% 由中国品牌制造，高于 2022 年（6%）和 2021 年（4%）。

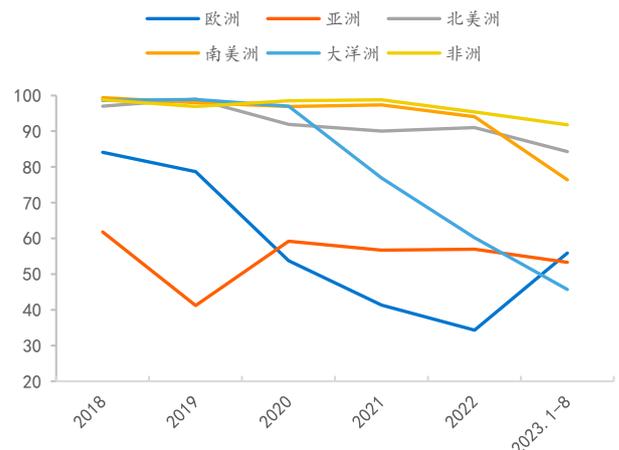
从具体国家来看，中国汽车出口前三的国家为俄罗斯、墨西哥和比利时，而新能源汽车出口前三的国家为比利时、泰国和英国。根据乘联会秘书长崔东树官微数据，2023 年 1-8 月，我国整车出口主要面向欧洲、拉美和澳洲等国家市场。其中由于外资退出俄罗斯，我国对其出口明显增多，使得俄罗斯市场增速高达 664%。其次，西班牙市场的出口增速也达到了 6 倍以上，主要由新能源汽车提供增量，1-8 月新能源汽车累计出口达到 65687 辆，同比大增 662%，这离不开西班牙对新能源汽车的政策支持。

图17 新能源汽车出口在全球各地区的占比情况 (%)



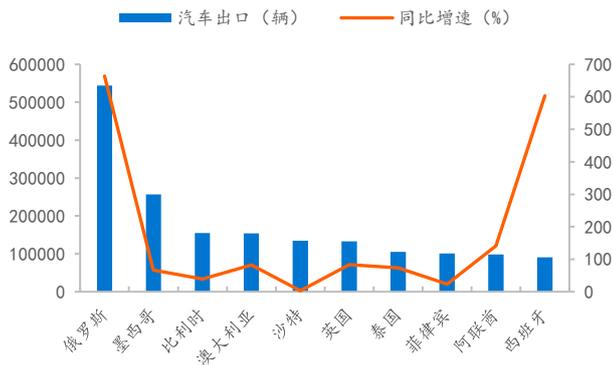
资料来源：崔东树官微，联储证券研究院

图18 内燃机汽车出口在全球各地区的占比情况 (%)



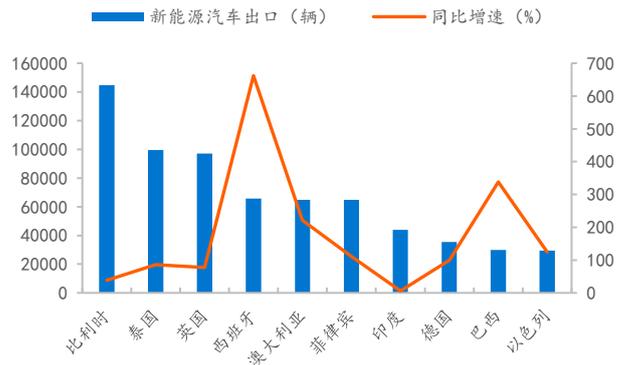
资料来源：崔东树官微，联储证券研究院

图19 2023年1-8月汽车出口国家TOP10



资料来源：崔东树官微，联储证券研究院

图20 2023年1-8月新能源汽车出口国家TOP10

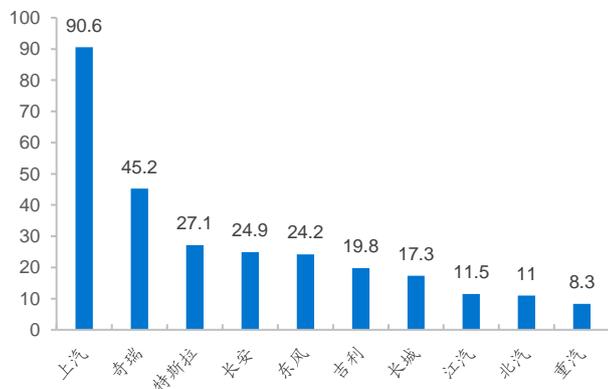


资料来源：崔东树官微，联储证券研究院

1.4 汽车出口量上汽、奇瑞居前，比亚迪、奇瑞、长城增速较快

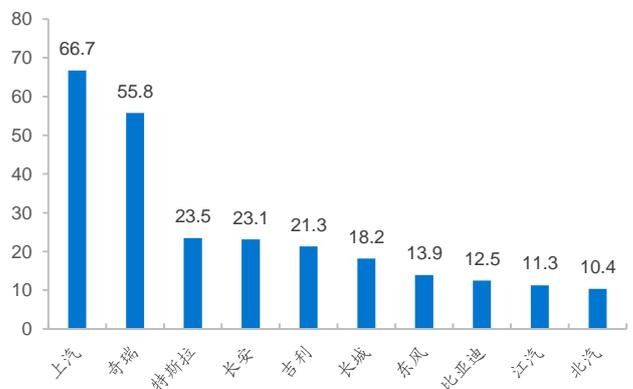
具体到整车厂来看，近年来比亚迪、奇瑞、长城出口增速较快。根据中汽协数据，2023年1-8月，整车出口量排名前十的车企包括上汽集团、奇瑞、特斯拉、长安、吉利、长城、东风、比亚迪、江淮汽车、北汽，累计出口均超过10万辆。上汽集团出口66.7万辆，排名保持第一；比亚迪开始在海外市场发展，乘用车近年来先后进军日本、东南亚和欧洲市场，2023年1-8月累计出口达到12.5万辆，同比增长6.5倍；另外，奇瑞、吉利和长城等增速也达到较高水平，累计出口已超过2022年全年出口量。报告第2部分将对主要自主品牌上市公司的海外布局进行梳理。

图21 2022年整车出口企业TOP10 (万辆)



资料来源：中汽协，联储证券研究院

图22 2023年1-8月整车出口企业TOP10 (万辆)



资料来源：中汽协，联储证券研究院

2. 自主品牌乘用车海外布局梳理

2.1 比亚迪：海外首个乘用车工厂落地泰国，欧洲首个乘用车工厂或在年内落地

目前比亚迪海外产能以新能源客车为主，乘用车近三年逐步出海。从2012年起，比亚迪开始在海外，包括保加利亚、美国、巴西、匈牙利和法国等国家设立电动大巴工厂。根据CTI新闻数据，比亚迪电动巴士在美国30多个州均有销售和运行，整个市场份额达到约80%。2020年开始，比亚迪乘用车陆续进入东南亚、欧洲、中东、拉丁美

洲、澳洲和日本等市场。目前乘用车业务除了北美市场，在其他各大洲均已实现布局。

东南亚新能源汽车市场快速增长，首个乘用车工厂落地泰国。2023年二季度，东南亚市场新能源乘用车渗透率约为6.4%，环比一季度+2.6pct，增长较快。比亚迪通过与当地企业合作快速布局东南亚市场，2023年二季度已经占领26%的市场份额。针对增长快速的东南亚市场，比亚迪计划投资5亿美元，将首个海外乘用车生产基地落户泰国，预计2024年投产，年产15万台，并辐射东盟市场。泰国工厂投产之后，预计将进一步提升比亚迪在东南亚的市场份额。

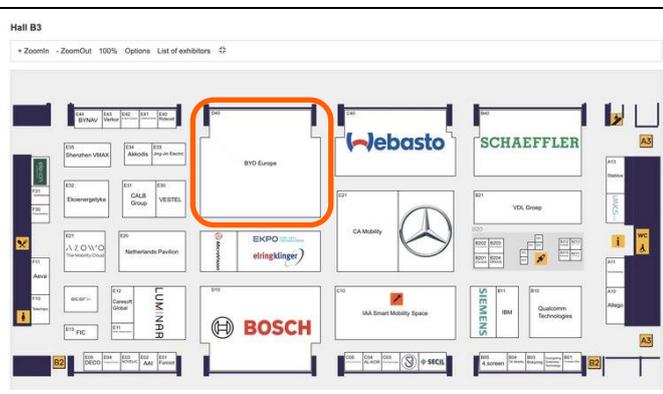
丰富产品矩阵持续深耕欧洲市场，首个乘用车工厂或在2023年内落地。2021年，比亚迪乘用车开始进入欧洲市场。2023年，比亚迪陆续在英国伯明翰、西班牙马德里和巴塞罗那、意大利等地开设多家先锋店。近一年内，比亚迪已进入15个欧洲国家，并联合欧洲本土合作伙伴，在英国、德国、法国、意大利、西班牙等国开设了总计超140家门店。在2023慕尼黑车展中，比亚迪做了重点布局，展台规模超越东道主奔驰，推出了海豹欧洲版，并宣布宋PLUS EV冠军版、海豹U、腾势D9等车型将逐步在欧洲市场上市。加上此前已经推出的Atto 3、汉、唐、海豚等车型，比亚迪的欧洲车型矩阵逐步完善。同时，根据比亚迪品牌及公关处总经理李云飞的介绍，比亚迪计划在欧洲地区建立首个汽车整车工厂，预计在2023年年内完成选址。

表1 比亚迪的海外布局

时间	地区	详情
2023.7	泰国	王传福在中国-东盟新兴产业论坛上宣布，比亚迪首个海外乘用车生产基地落户泰国，按规划该基地年产量15万台整车，辐射东盟市场。
2023.7	巴西	比亚迪与巴西巴伊亚州政府共同宣布，将在卡马萨里市设立由三座工厂组成的大型生产基地综合体，总投资额达30亿雷亚尔（约合人民币45亿元）。
2023.3	英国	在英国伯明翰等地开设4家先锋店。
2023.3	西班牙	在西班牙马德里和巴塞罗那开设2家先锋店。
2023.1	-	向中国船舶集团旗下广船国际订购2艘7000 CEU双燃料汽车运输船。
2022.12	乌兹别克斯坦	与中亚地区规模最大的汽车制造商UzAuto成立合资公司，生产DM-i超级混动车型及相关零部件。
2022.12	智利	与经销商ASTARA合作，宣布进入智利市场。
2022.10	欧洲	与全球汽车租赁公司SIXT合作，为欧洲提供租赁服务。
2022.10	印度	在印度新德里召开发布会，宣布进入印度市场。
2022.9	约旦	与经销商集团Bustami & Saheb Trading Company合作，将共同为约旦市场提供新能源汽车产品。
2022.8	泰国	携手REVER Automotive进入泰国市场。
2022.8	瑞典、德国	与欧洲经销商集团Hedin Mobility合作，进军瑞典、德国。
2022.7	荷兰	与欧洲汽车经销商集团louwman合作，开辟荷兰市场。
2022.7	巴西	与巴西打车软件“99”合作，为其开发打车专用电动汽车。
2022.7	日本	比亚迪日本分公司在东京宣布，正式进入日本市场。
2022	巴西、哥伦比亚	巴西引入唐EV、宋PLUS DM-i，哥伦比亚引入秦PLUS DM-i、宋PLUS DM-i等。
2022	美洲、东南亚、南亚	首款全球车型元PLUS（ATTO 3）国内发布后，成为美洲及东南亚、南亚市场主力车型，进入巴西、哥伦比亚、哥斯达黎加、乌拉圭、多米尼加、新加坡、柬埔寨、尼泊尔、印度等。
2021	欧洲	乘用车进入欧洲市场，陆续进入挪威、荷兰、瑞典、德国等国，逐步推出唐EV、唐、汉和元PLUS，并于丹麦、比利时等国开启交付，随后开拓法国、英国、意大利市场。
2021	美洲	进入哥斯达黎加、巴西、墨西哥、哥伦比亚、乌拉圭等美洲国家市场，车型有汉EV、唐EV等。
2020	柬埔寨	在柬埔寨金边开设第一家乘用车销售中心。
2018	泰国	在泰国交付电动出租车。
2017	法国	在法国投资设厂，主要生产电动巴士。
2016	匈牙利	在匈牙利投资设厂，主要生产电动巴士。
2014	巴西	在巴西投资9100万美元设立工厂，为比亚迪在拉美地区设立的第一家工厂。
2013	美国	在美国兰开斯特市设立工厂，生产纯电动巴士，预计年产能1500台。
2013	加拿大	纯电动大巴顺利通过加拿大机动车辆安全标准认证，顺利进军加拿大汽车市场。
2013	拉美地区	混动车型秦在拉美地区首发。
2012	保加利亚	与能源公司Bulmineral签约，在保加利亚布雷兹尼克市设立了首个海外合资工厂，生产电动巴士。

资料来源：科创板日报，金融界，和讯网，极客网，联储证券研究院

图23 2023 慕尼黑车展比亚迪展台面积居首



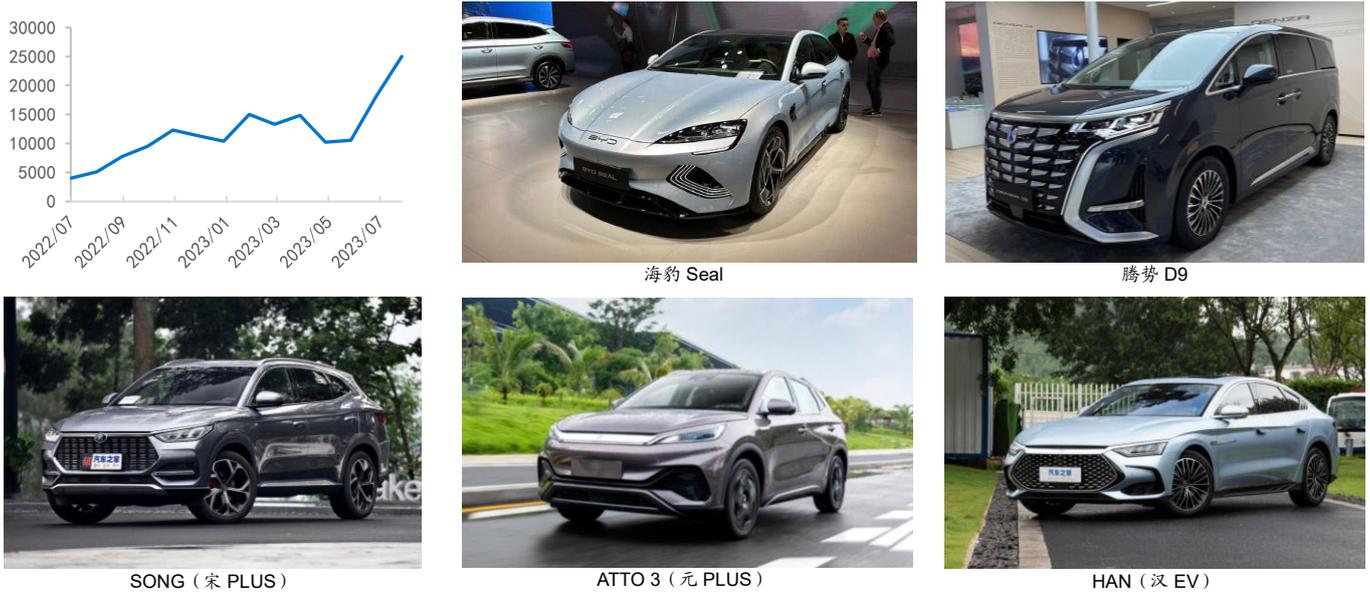
资料来源：汽车之家，联储证券研究院

图24 2023 慕尼黑车展比亚迪展台新闻发布会场景



资料来源：汽车之家，联储证券研究院

图25 比亚迪海外销量和部分海外销售车型



资料来源: iFinD, 新浪汽车, 搜狐汽车, 汽车之家, 联储证券研究院

2.2 长城汽车：海外工厂产能充足，已建立全球研发和销售服务网络

长城汽车在海外拥有 3 个全工艺整车生产基地和多个 KD 工厂，总产能满足海外市场扩张的需求。长城汽车是国内最早一批出海的汽车企业，起步于皮卡出口，发展于 KD 组装厂，海外业务逐步拓展。特别在 2019-2021 年，俄罗斯图拉工厂和泰国罗勇工厂等全工艺整车生产基地投产，以及 GWM 品牌在海外多地发布后，多样化的车型例如哈弗 H6 HEV/PHEV、哈弗 JOLION、WEY coffee、欧拉好猫、坦克、长城炮和大狗等全球化产品陆续登陆海外市场，海外销量得以快速增长。

长城汽车已建立全球研发和销售服务网络。在研发方面，长城汽车以中国总部为核心，先后在日本、美国、德国、印度、奥地利和韩国设立海外研发中心，全面覆盖整车、核心零部件、新能源及智能化等领域研发。在销售服务网络方面，长城汽车深耕俄罗斯、澳大利亚、南非、沙特、智利等传统市场，同时逐步拓展欧美市场。2021 年 11 月，长城汽车正式在慕尼黑开设德国子公司并设立欧洲总部，加速推进欧洲战略落地。目前，长城汽车销售网络覆盖全球 170 多个国家和地区，海外销售渠道超过 700 家，并在澳大利亚、南非、中东等重点市场建立海外配件中心库。

图26 长城汽车全球研发中心



资料来源：长城汽车官网，联储证券研究院

图27 长城汽车全球生产基地



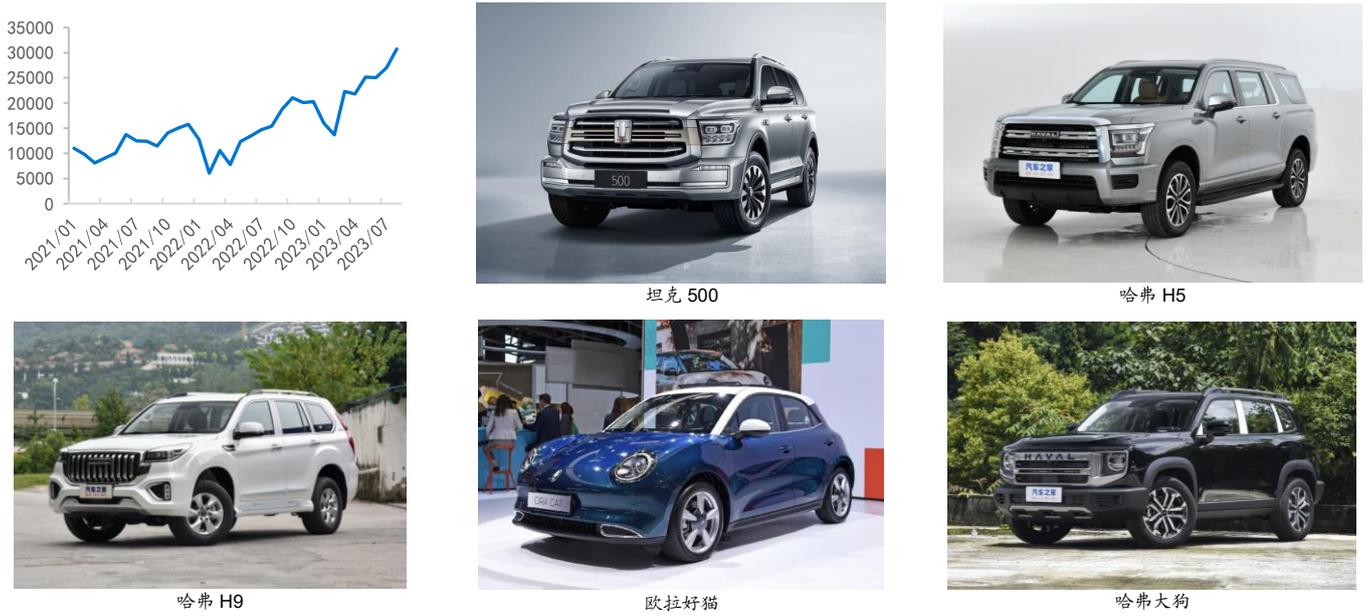
资料来源：长城汽车官网，联储证券研究院

表2 长城汽车的海外布局

时间	地区	详情
2023.5	巴西	与巴西圣保罗州政府达成了“氢能合作开发备忘录”的合作协议，共同推进氢动力交通运输的可行性研究。
2023.5	巴西	宣布巴西首个新能源工厂将于2024年5月1日正式启动运营。
2023.3	巴西	GWM销售网络正式上线，通过创新的渠道运营，逐步向用户提供多样化的购车体验。
2022.12	泰国	在泰国曼谷召开2022海外经销商大会，并公布最新全球化品牌战略。
2022.11	马来西亚、巴基斯坦等	在马来西亚，长城汽车正式发布GWM全球品牌，欧拉好猫上市；在巴基斯坦，哈弗H6 HEV发布上市；在巴西，哈弗H6 PHEV四驱车型正式亮相；此外，还将陆续进入危地马拉、伊拉克等市场。
2022.11	巴西	巴西GWM品牌发布会和哈弗H6 PHEV最强动力版全球首发仪式。
2022.7	沙特阿拉伯	坦克300首次出海，在沙特上市；同时，长城汽车宣布在海外销售实现了第100万辆的里程碑。
2022.6	伊拉克	在伊拉克市场首发SUV全球化车型哈弗H6 GT。
2022.1	法国	巴黎车展带来魏牌摩卡PHEV (Coffee 01)、拿铁PHEV (Coffee 02)，欧拉好猫、好猫GT、闪电猫等新能源产品，并宣布魏牌摩卡PHEV (Coffee 01)、欧拉好猫正式在欧洲市场上市。
2021.11	德国	长城GWM正式在慕尼黑开设德国子公司并设立欧洲总部，作为开拓欧洲大陆市场的中心。
2021.10	泰国	泰国用户体验中心正式建成并对外开放，这是长城汽车在海外成立的第一家用户体验中心。
2021.9	德国	德国慕尼黑车展正式发布长城汽车欧洲战略。
2021.8	巴西	收购奔驰位于巴西的伊拉塞马波利斯工厂，计划打造成长城汽车全球智能化生产基地之一，以覆盖巴西国内及南美其他国家市场。
2021.6	泰国	泰国罗勇工厂投产，首台哈弗H6 HEV下线。
2021.4	哈萨克斯坦	哈弗品牌正式登陆哈萨克斯坦，销售哈弗F7系列、哈弗JOLION等车型。
2021.2	泰国	正式在泰国市场推出GWM品牌，并发布泰国市场核心战略。
2019.6	俄罗斯	俄罗斯图拉全工艺整车工厂正式竣工投产，哈弗F7下线并在海外上市。目前该工厂生产哈弗F7、哈弗F7x、哈弗H5、哈弗H9、哈弗初恋等车型。
2016	日本、美国、德国	在日本横滨设立了第一个海外技术中心，同时在美国洛杉矶、德国法兰克福建立研发中心，并引进先进技术、海外专家人才，整合全球技术资源，提高自身研发水平。
2015	澳大利亚、新西兰	宣布正式进军澳大利亚、新西兰，在澳大利亚建立了全资子公司——哈弗汽车澳大利亚有限公司。
2014	南非	设立哈弗汽车南非有限公司，负责南非市场的整车销售和汽车零部件的销售工作。主销车型有哈弗H6、H9、初恋、风骏5以及风骏6，销售区域还辐射南非周边国家。
2012	保加利亚	保加利亚组装厂正式启用，这是中国汽车在欧盟建立的第一个组装厂，计划首组装凌傲，逐步实现风骏5、长城C20R和哈弗H6的组装生产，设计产能5万台。
2007	南非	进入非洲南非市场。
2006	俄罗斯	在俄罗斯投建KD组装厂，成为首家在海外开展组装业务的中国企业。
1997	中东	长城皮卡迪尔出口中东，开启了进军全球的步伐，成为最早进入海外市场的中国皮卡品牌。

资料来源：长城汽车官网，搜狐，易车，网易，爱卡汽车，联储证券研究院

图28 长城汽车海外销量和部分海外销售车型



资料来源: iFinD, 汽车之家, 联储证券研究院

2.3 长安汽车：泰国建立全球“右舵生产基地”，2024年正式进军欧洲

长安汽车出海经历了整车贸易、KD 贸易和海外产能投资三个阶段。长安汽车早年主要在巴基斯坦、马来西亚等国家组建经销商网络和工厂，近年来重点布局了俄罗斯、泰国和欧洲市场。海外市场，长安汽车以长安品牌为主，同时也在加强子品牌深蓝、阿维塔的海外建设。在 2023 慕尼黑车展上，阿维塔 12 完成了全球首发，并计划于 2024 年正式进入国际市场。

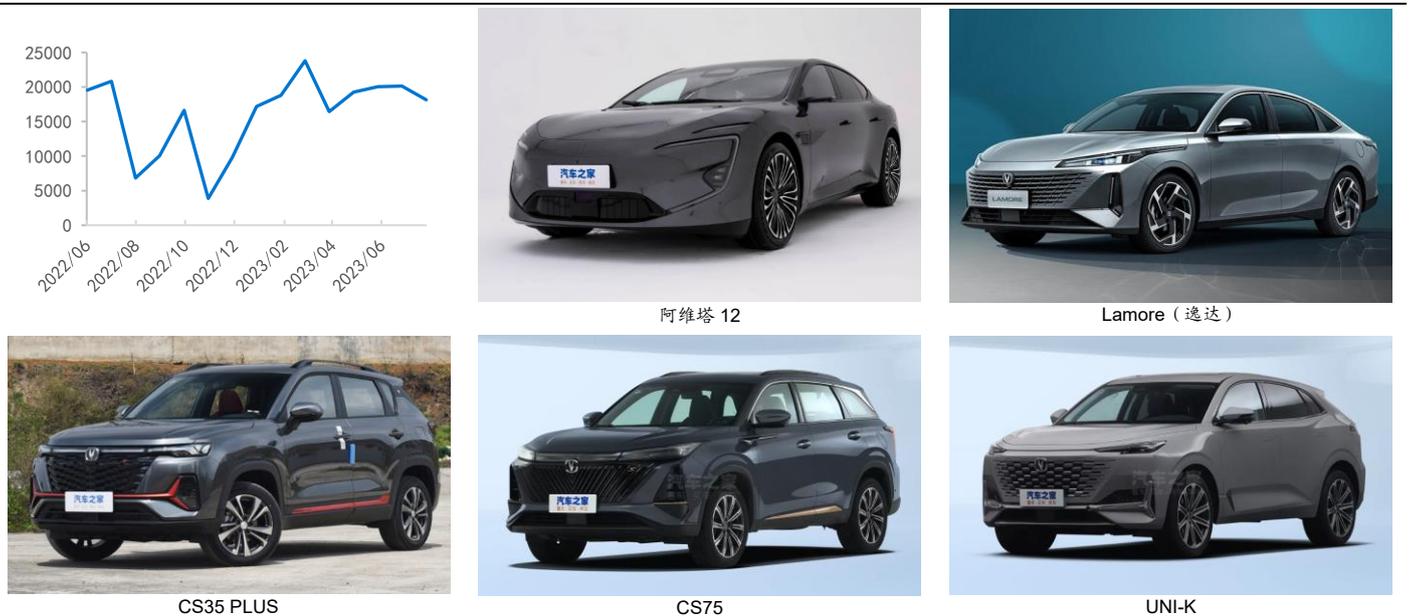
发布“海纳百川”计划，并着重布局五大区域市场。2023 年 4 月，上海车展上，长安汽车董事长、党委书记朱华荣发布海外战略“海纳百川”计划：到 2030 年，长安汽车海外市场将实现海外市场投资突破 100 亿美元，海外市场年销量突破 120 万辆，海外业务从业人员突破 10000 人，将长安汽车打造成世界一流的汽车品牌。2023 年 7 月，长安汽车在公布的机构调研中表示，将加快布局欧洲、美洲、中东及非洲、亚太、独联体五大区域市场。2024 年之前，将完成东南亚和欧洲两大重点区域市场的进入，计划未来覆盖全球 90% 以上的市场。长安汽车计划投资 40 亿元在泰国建立全球“右舵生产基地”，预计于 2024 年投产，首期产能 10 万辆，二期将增加至 20 万辆。同时，2024 年长安汽车还将正式进军欧洲市场，计划 2-3 年内完成欧洲主要市场的布局。

表3 长安汽车的海外布局

时间	地区	详情
2023.9	-	发布海外需求的五大领域，包括 11 类内外饰件、9 类电器件、8 类底盘件、5 类车身件和 3 类原材料，以及本地需求的五大提升方向，包括动力领域、智能领域、车规级芯片、软件算法、轻量化材料，致力打造自主可控、安全可靠的新型供应链。
2023.9	德国	2023 慕尼黑车展上，阿维塔 12 全球首发，并计划于 2024 年正式进入国际市场。
2023.8	泰国、欧洲等	泰国子公司正式成立，在泰国建设现代化的新能源汽车生产基地，辐射澳新、英国和南非等全球产品市场；欧洲总部筹备中，将适时在美洲、非洲等地建立区域总部。
2023.4	-	发布海外战略“海纳百川”计划，到 2030 年实现海外市场投资突破 100 亿美元，海外市场年销量突破 120 万辆，海外业务从业人员突破 10000 人，将长安汽车打造成世界一流的汽车品牌。
2022.1	马来西亚	马来西亚 Fieldman 公司获得了长安汽车在大马和东南亚地区的电动汽车独家代理权，成功引入 Eado(逸动)EV460 车型移交给州政府。并宣布将投资 10 亿林吉特（约合 2.4 亿美元）在马六甲州设立电动汽车装配工厂。
2022	俄罗斯	在俄罗斯市场的主销车型为 CS35 PLUS 和 CS75，分别占长安销售总量的 48%和 28%，并计划将 UNI 系列车型引入到俄罗斯市场。
2021	巴基斯坦	中方技术支持团队赴巴基斯坦，全力保障合资公司 X7 的生产，成功实现了长安汽车首款右舵 SUV 投产。
2021	沙特阿拉伯	沙特国际车展上，长安汽车拥有全场最大的品牌展台，携旗下 8 款车型亮相。目前，长安汽车已经在沙特市场推出了 Hunter、EADO PLUS、CS75 PLUS、CS85 等车型，还计划引入 UNI 系列车型。
2020	巴基斯坦	完成第三代悦翔首批样车生产下线。
2019	马来西亚	与 Fieldman Sdn Bhd 旗下子公司 Fieldman EV 签署汽车出口协议，销售长安电动汽车。
2019.11	巴基斯坦	合资公司 MCML 召开了长安 JV 团队到任后的首届巴基斯坦经销商大会。
2019.4	巴基斯坦	首台长安 M201 在建成的 Master 工厂总装下线并成功点火，标志着巴基斯坦项目正式进入生产阶段。
2018	俄罗斯	俄罗斯首家自营店在莫斯科开业。
2018	巴基斯坦	MASTER MOTORS 与长安汽车签订《合资合作框架协议》，通过完全零散部件（CKD）合资合作方式进入巴基斯坦，用时 10 个月完成了车辆的下线。
2016	马来西亚	M201 系列车型在马来西亚新山工厂正式下线。
2009	马来西亚	长安奔奔和 CM8 正式在马来西亚市场上市。
2005	马来西亚	与马来西亚 BERJAYA 集团签订合作经销协议，并签订了 CM8 和 CV6 两款产品的技术许可合同，以 CKD 形式进入马来西亚市场。
2003	意大利	开启全球研发布局，在意大利成立了设计中心。

资料来源：懂车帝，有驾，爱卡汽车，新京报，联储证券研究院

图29 长安汽车海外销量和部分海外销售车型



资料来源：iFinD，汽车之家，联储证券研究院

2.4 吉利汽车：并购海外品牌布局全球市场，多品牌重点布局细分市场

吉利的出海之路有所不同，主要通过海外收购、整合海外子品牌的资源来实现全球化布局。2010年，吉利收购沃尔沃100%的股权，沃尔沃成为吉利旗下的全资子公司，吉利汽车引起全球瞩目。之后，于2013年、2017年，吉利又分别全资收购了英国伦敦出租车公司，收购了马来西亚宝腾汽车49.9%的股份以及跑车品牌路特斯51%的股份。并于2018年收购戴姆勒股份公司9.69%的股份，成为戴姆勒集团第一大股东。未来，通过吉利与沃尔沃、宝腾等品牌在技术、渠道等方面的不断融合，将有力支撑2025年海外销量60万辆的目标。

吉利品牌：重点布局东欧、中东、东南亚、非洲、南美等“一带一路”国家，构建全球600+海外销售网点，进军欧洲、亚太新能源市场。

领克品牌：为吉利与沃尔沃共同打造的全球汽车品牌，重点布局欧亚国家，特别是俄罗斯、马来西亚、澳新等国家。2016年，LYNK&CO在德国柏林正式发布。2020年，领克“欧洲计划”发布，首款全球战略产品领克01插电式混动在中国、欧洲同步开启预售。2021年，领克正式发布“亚太计划”，首站登陆科威特，领克01为首款车型。

极氪品牌：为吉利旗下纯电品牌。2023年6月，极氪登陆欧洲市场，率先在荷兰和瑞典开启销售，此后陆续进入挪威、丹麦、法国和德国市场。此外，极氪预计将在2023年四季度进入中东市场，计划第一站在以色列上市。

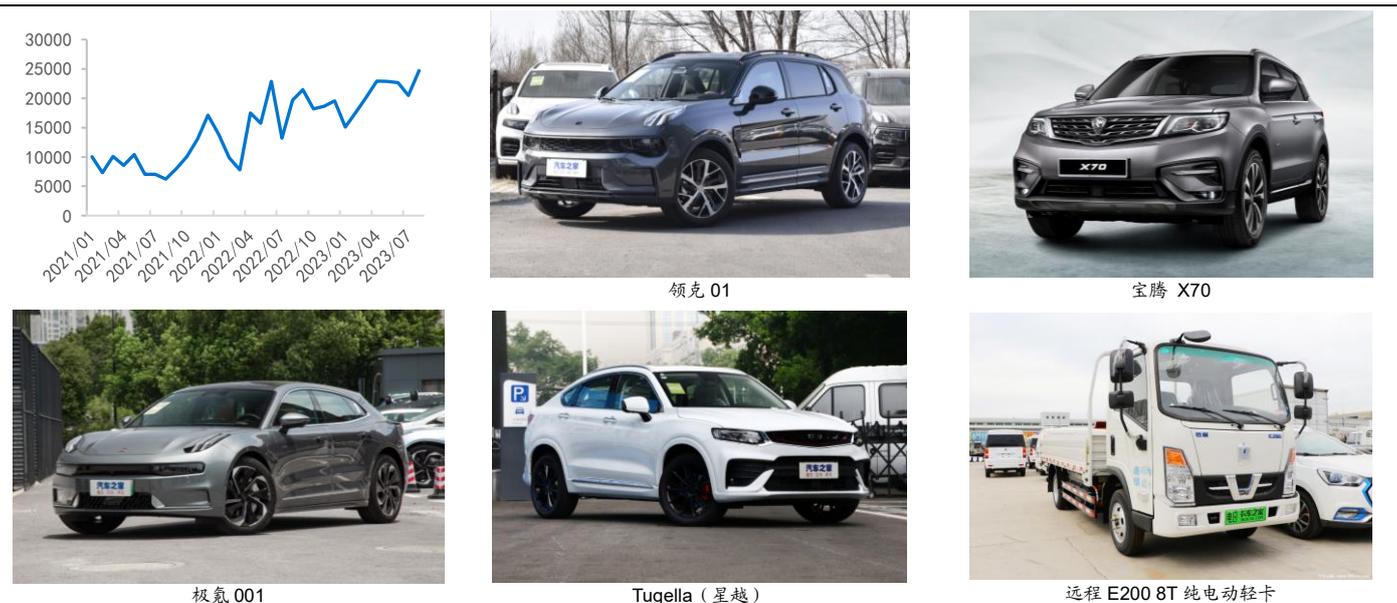
宝腾汽车：为收购的马来西亚汽车品牌，目标成为马来西亚第一、东盟前三的汽车品牌。除了马来西亚市场，宝腾还可以辐射到例如泰国、菲律宾等周边国家市场。

表4 吉利汽车的海外布局

时间	地区	详情
2023.9	德国	极氪德国预售正式开启，极氪001起售价59990欧元，极氪X起售价44990欧元，德国首家极氪门店将于2024年上半年正式营业并开启交付。
2023.8	欧洲	首批欧版极氪001正式启运欧洲。第四季度，极氪将在瑞典、荷兰两国开始交付。
2023.7	以色列	极氪与以色列联合集团正式签署协议，在以色列市场建立汽车经销网络并组建专业独立的运营及管理团队，极氪001和极氪X两款车型将正式进入以色列市场，预计将在第四季度开启预售并随后实现交付。
2022.1	-	极氪与Mobileye进一步深化战略合作，计划于2024年推出具备L4级别智能驾驶能力的消费级智能驾驶汽车。
2021.12	美国	与Waymo达成合作：极氪将为Waymo One无人驾驶车队提供专属车辆，并在美国投入商业化运营。该车型基于极氪智能出行平台浩瀚-M (SEA-M) 架构打造，由极氪欧洲创新中心 (CEVT) 设计与研发。
2021.11	美国	沃尔沃正式在纳斯达克证券交易所上市，成为当年欧洲规模最大的IPO项目，上市当天市值达到220亿美元。
2021.8	韩国	雷诺集团与吉利控股集团共同宣布，双方建立创新型合作伙伴关系，联合为中国和韩国市场开发油电混合动力汽车。
2021.1	以色列	吉利商用车与以色列UTI公司宣布，双方将达成长战略合作关系，将针对以色列市场研发远程E200 8T纯电动轻卡。
2018.3	欧洲	领克旗下第二款量产车型领克02在荷兰阿姆斯特丹亮相；领克品牌与欧洲设计师平台Tictail达成战略合作协议。
2018.2	-	收购戴姆勒股份公司9.69%的股份，成为戴姆勒集团第一大股东，拥有投票权并长期持有其股份。
2018.1	日本	领克正式在日本富士国际赛道 (Fuji Speedway) 上市。
2017.6	马来西亚	与马来西亚DRB-HICOM集团签署协议，收购旗下宝腾汽车49.9%的股份以及跑车品牌路特斯51%的股份。
2016.1	德国	吉利与沃尔沃共同创立合资品牌LYNK&CO，并在德国柏林发布。
2013.2	英国	全资收购了伦敦出租车公司。
2010.3	美国	吉利收购沃尔沃100%的股权，沃尔沃正式成为吉利旗下的全资子公司。
2009.3	澳大利亚	以5456.34万澳元全资收购全球第二大自动变速器公司DSI公司，在汽车零部件制造的路上迈出重要一步。
2006	英国	收购英国锰铜控股有限公司19.97%股份，并于7年后以1104万英镑将其全资控股，将伦敦标志性黑色出租车生产商招入麾下，宣告吉利海外并购的开始。
2005.9	德国	亮相第六十一届德国法兰克福车展，实现了近百年来中国汽车自主品牌参加世界顶级车展历史性突破。
2003.8	-	首批吉利轿车出口海外，实现了轿车出口“零的突破”。

资料来源：懂车帝，汽车之家，联储证券研究院

图30 吉利汽车海外销量和部分海外销售车型



资料来源: iFinD, 汽车之家, 新浪汽车, 搜狐汽车, 联储证券研究院

2.5 蔚来汽车: 复制国内直营模式, 2023 年以来加速推进海外扩张

通过直营模式开拓海外市场。蔚来没有选择与当地经销商合作, 而是通过复制国内的直营模式, 自主建立销售与服务网络开拓市场。挪威为蔚来海外市场首站, 2020 年 10 月首家海外蔚来中心 (NIO House) 与首家服务与交付中心在挪威首都奥斯陆开业, 引入了移动服务车、上门取送车等标志性服务。2021 年 5 月, 蔚来发布“挪威战略”, 正式进入挪威市场, 同年 9 月 ES8 在挪威上市交付。2023 年以来, 蔚来服务中心建设明显加速, NIO House 和 NIO Space 陆续在欧洲投入使用。据蔚来官网显示, 蔚来已在欧洲开立 5 家 NIO House, 主要分布于北欧、德国和荷兰; 7 家 NIO Space, 主要分布于北欧和丹麦。同时, 蔚来先后在牛津、慕尼黑、柏林等地设立四个研发中心, 从研发环节全面融入欧洲本土市场。

为保证充换电服务质量, 蔚来正计划加快能源基础设施的建设。蔚来新设立的柏林创新中心将重点关注电网服务和欧洲换电站的管理与运营。2021 年, 蔚来在挪威投入首批换电站。2022 年 9 月, 蔚来能源欧洲工厂正式投产, 生产的首座换电站发运德国。2023 年 8 月, 欧洲首座第三代换电站和 500kW 超快充站在瑞典正式上线。截至 2023 年上半年, 蔚来已在欧洲建成 18 座换电站, 8 座超充站, 蔚来 APP 接入的欧洲第三方充电桩超过 50 万个。蔚来创始人李斌表示, 计划到 2023 年年底在欧洲累计布局 120 座换电站。

表5 蔚来汽车的海外布局

时间	地区	详情
2023.8	瑞典	欧洲首座第三代换电站和 500kW 超快充站于瑞典正式上线。
2023.8	荷兰	荷兰第一家多功能服务中心投入试运营。
2023.7	德国	柏林创新中心正式启动，重点研发数字系统、智能座舱、自动驾驶等。
2023.6	德国	欧洲第五家 NIO House 在德国杜塞尔多夫开业。
2023.3	德国	欧洲第四家，在德国的第二家 NIO House 在法兰克福开业。
2023.3	荷兰	欧洲第三家 NIO House 在荷兰鹿特丹开业。
2022.12	德国	欧洲第二家 NIO House 在德国柏林选帝侯大街开业。
2022.10	德国	在柏林举办了 NIO Berlin 2022 活动，正式宣布在德国、荷兰、丹麦、瑞典四国采用创新订阅模式提供全体系服务，并开启 ET7、EL7 和 ET5 三款蔚来 NT2 平台车型的预订。
2021.10	挪威	欧洲首家 NIO House 在挪威奥斯陆开业。
2022.9	挪威	在挪威卑尔根开设了 NIO Space。
2022.9	匈牙利	蔚来能源欧洲工厂正式投产，生产的首座换电站发运德国。蔚来能源欧洲工厂将作为欧洲战略的运营支点，提升欧洲市场能源布局与服务效率。
2021.9	挪威	ES8 上市并开启交付，售价为 60.9 至 75.9 万挪威克朗。
2021.6	欧洲	ES8 获得欧盟整车型式认证（EUVTA），标志着出口欧洲的 ES8 可以量产并在欧盟境内所有国家正式上牌注册。
2021.5	挪威	发布“挪威战略”，正式进入挪威市场，计划建造由车、服务、数字化和生活方式构成的完整运营体系。
2020	欧洲	提出“马可波罗”计划，计划开拓欧洲市场。
2016	英国	在英国发布蔚来品牌。
2015	英国、美国、德国等	从 2015 年开始，在全球建立研发团队，在伦敦、硅谷、德国等地设立公司和办公室，为进军全球市场准备。

资料来源：蔚来汽车官网，搜狐，腾讯，知乎，中新经纬，联储证券研究院

图31 蔚来汽车部分海外车型



资料来源：蔚来汽车官网，汽车之家，联储证券研究院

2.6 小鹏汽车：已登陆挪威、丹麦等国，计划在 2024 年进入德国市场

2020 年，小鹏开始进入欧洲市场，首站定在挪威，通过 G3 和 P7 两款车型打开市场。2022 年 2 月，小鹏欧洲首个直营体验店在瑞典开业，并与两家头部经销商荷兰 Emil Frey NV 和瑞典 Bilja 达成战略合作协议，导入“直营+授权”新零售模式。2021 年 8 月，P7 通过欧盟整车型式认证，并于 11 月在挪威开启交付。2022 年 3 月，小鹏 P5 正式在

丹麦、荷兰、挪威、瑞典四国开启预定。在 2023 慕尼黑车展上，小鹏带来国际版 P7i、G9 两款车型，并表示计划在 2024 年进入德国、法国和英国市场。

经过三年的布局，小鹏在海外市场成功定位为新一代智能汽车，并通过品牌展厅建立直销和本地代理网络，已在挪威、丹麦、荷兰和瑞典等国建立了销售和服务网络。截至 2023 年底，小鹏预计将在欧洲开设 17 家门店和 15 个服务中心。

表6 小鹏汽车的海外布局

时间	地区	详情
2023.9	德国	在 2023 年德国慕尼黑车展上展示了国际版 P7i 和 G9，标志着正式进军德国市场和全球化战略规划的开始。
2022.10	欧洲	G3 在欧洲的注册量预估统计 826 辆，其中，2020 年 86 辆，2021 年 438 辆。
2022.4	丹麦	在丹麦开设了第一家体验店，位于丹麦首都哥本哈根市中心的 Axel Towers。
2022.3	瑞典、丹麦、荷兰	在丹麦、荷兰、挪威和瑞典开放 P5 在线预订，售价 39,366-53,333 欧元。
2022.3	荷兰	在荷兰开设了体验店，位于海牙韦斯特菲尔德购物中心。
2022.2	瑞典	在瑞典开设了第一家体验店，位于斯德哥尔摩市韦斯特菲尔德购物中心。
2022	瑞典、丹麦、荷兰	将瑞典、丹麦和荷兰作为下一个目标，进一步向西北欧扩张。
2021	挪威	P7 通过欧盟整车型式认证 (WVTA)，进入挪威市场，并于 11 月开始交付。
2020	挪威	开启其欧洲市场，向挪威市场交付首批 100 辆 G3 车型，随后第二批次交付超 200 辆。

资料来源：网易，搜狐，IT之家，联储证券研究院

图32 小鹏在慕尼黑的城市展厅



资料来源：汽车之家，联储证券研究院

3. 投资建议

我们认为中国自主品牌出海已成趋势，特别是新能源汽车出海未来空间广阔。目前，我国是全球最大汽车产销国，同时海外市场开始快速增长。我国汽车产业链相关出口金额占出口总额的比例逐年提高且增速加快，汽车及产业链出口已成为出口贸易至关重要的组成部分。2021 年开始，我国汽车出口量连续超越韩国、德国和日本，上半年我国整车出口晋升全球第一，2023 全年有望坐稳全球第一。其中，新能源车型具备竞争优势，在欧洲、澳洲和东南亚等地区销量快速增长，提供了重要驱动力。

汽车行业并不会出现类似十年前欧美对我国光伏行业“反补贴”+“反倾销”所造成的冲击。近期出现的欧盟“反补贴”调查事件，尚未有定论，即便最终通过这一决议，预计只会对自主品牌出海造成短期内的影响，融入全球汽车生态的大趋势不变。原因总结如下：

1) 市场规模和产业链布局方面: 当年的全球光伏市场, 大约 70% 以上的份额集中在海外, 例如美国、德国、西班牙等欧美地区, 而国内市场占比较小, 一旦出口受阻, 国内市场难以大规模承接, 容易受到冲击; 再者, 当年我国的光伏产业链集中在中游制造, 上游硅料、下游市场, 以及关键技术大部分都掌握在海外企业手中, 国内企业只做模组加工, 整个产业链较为畸形。而目前全球的汽车市场, 我国汽车产销总量已连续十多年稳居全球第一, 特别是在新能源汽车市场已经遥遥领先, 国内产业链基本实现了全覆盖, 且诸多零部件企业在海外也已实现并购和建厂; 并且, 除了欧盟市场, 自主品牌多年布局的俄罗斯、东南亚、拉美、中东等市场近年来发展较快, 具备较强的承接能力。

2) 技术水平和产品力方面: 在传统燃油汽车时代, 国内靠引进外资品牌来实现“市场换技术”, 关键技术和质量标准都掌握在外资手中。而在新能源汽车时代, 自主品牌率先实现了多轮迭代, 已经从电动化升级到智能化, 而大多外资品牌电动化才刚起步。因此, 不论是技术还是产品力, 自主品牌相比外资品牌已经不相上下, 甚至在三电、电子电气架构、智能座舱、智能驾驶等多个领域已经实现超越, 实现了技术、产品的“反向输出”, 例如比亚迪和丰田的合作、小鹏和大众的合作, 以及上汽智己和奥迪的合作等。

另外, 自主品牌出海发展面临例如文化/需求差异、本地化供应链、法规限制、品牌认知度、销售/服务网络建设和竞品增加等方面的挑战。**我们看好头部自主品牌和造车新势力未来在海外市场的开拓。**

上市公司标的: 比亚迪 (002594.SZ)、长城汽车 (601633.SH/2333.HK)、吉利汽车 (0175.HK)、长安汽车 (00025.SZ)、蔚来 (NIO.US) 和小鹏汽车 (9868.HK/XPEV.US)。

风险提示

全球经济波动风险; 地缘政治风险; 海外法律法规变化风险; 原材料价格波动风险; 海外基地/渠道建设不及预期; 消费需求不及预期。

免责声明

联储证券股份有限公司（以下简称“本公司”）具有中国证监会许可的证券投资咨询业务资格。本报告仅供本公司的客户使用。本公司不会因接收人收到本报告而视其为客户。在任何情况下，本公司不对任何人因使用本报告中的任何内容所引致的任何损失负任何责任。

本报告的信息均来源于本公司认为可信的公开资料，但本公司及其研究人员对该等信息的准确性及完整性不作任何保证。本报告中的资料、意见及预测仅反映本公司于发布本报告当日的判断，可能会随时调整。在不同时期，本公司可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告。本公司不保证本报告所含信息及资料保持在最新状态，对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，投资者应当自行关注相应的更新或修改。

本公司力求报告内容客观、公正，但本报告所载的资料、工具、意见、信息及推测只提供给客户作参考之用，不构成任何投资、法律、会计或税务的最终操作建议，本公司不就报告中的内容对最终操作建议做出任何担保。本报告中所指的投资及服务可能不适合个别客户，不构成客户私人咨询建议。投资者应当充分考虑自身特定状况，并完整理解和使用本报告内容，不应视本报告为做出投资决策的唯一因素。

投资者应注意，在法律许可的情况下，本公司及其本公司的关联机构可能会持有本报告中涉及的公司所发行的证券并进行交易，也可能为这些公司正在提供或争取提供投资银行、财务顾问和金融产品等各种金融服务。

本报告版权归“联储证券股份有限公司”所有。未经事先本公司书面授权，任何机构或个人不得对本报告进行任何形式的发布、复制。任何机构或个人如引用、刊发本报告，需注明出处为“联储证券研究院”，且不得对本报告进行有悖原意的删节或修改。

分析师声明

本报告署名分析师在此声明：我们具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格或相当的专业胜任能力，本报告所表述的任何观点均精准地反映了我们对标的证券和发行人的个人看法，结论不受任何第三方的授意或影响。我们所得报酬的任何部分无论是在过去、现在及将来均不会与本报告中的具体投资建议或观点有直接或间接联系。

投资评级说明

投资建议的评级标准		评级	说明
评级标准为报告发布日后的 6 个月内公司股价（或行业指数）相对同期基准指数的相对市场表现。其中 A 股市场以沪深 300 指数为基准；新三板市场以三板成指（针对协议转让标的）或三板做市指数（针对做市转让标的）为基准；香港市场以恒生指数为基准。	股票评级	买入	相对同期基准指数涨幅在 10%以上
		增持	相对同期基准指数涨幅在 5%~10%之间
		中性	相对同期基准指数涨幅在 -5%~+5%之间
		减持	相对同期基准指数跌幅在 5%以上
	行业评级	看好	相对表现优于市场
		中性	相对表现与市场持平
		看淡	相对表现弱于市场

联储证券研究院

青岛

地址：山东省青岛市崂山区香港东路 195 号 8 号楼 11、15F
 邮编：266100

上海

地址：上海市浦东新区陆家嘴环路 1366 号富士康大厦 9-10F
 邮编：200120

北京

地址：北京市朝阳区安定路 5 号院中建财富国际中心 27F
 邮编：100029

深圳

地址：广东省深圳市南山区沙河街道深云路 2 号侨城一号广场 28-30F
 邮编：518000