



国联证券
GUOLIAN SECURITIES

中国汽车出海：挑战与机遇并存

国联证券汽车研究团队

2024年9月21日

证券研究报告

报告评级：强于大市 | 维持

目 录

第一部分

中国汽车出口欧洲及英国现状

第二部分

英国市场特点及中国品牌表现

第三部分

英国汽车市场面临的挑战

第四部分

补齐短板，中国品牌竞争力有望增强

第五部分

风险提示

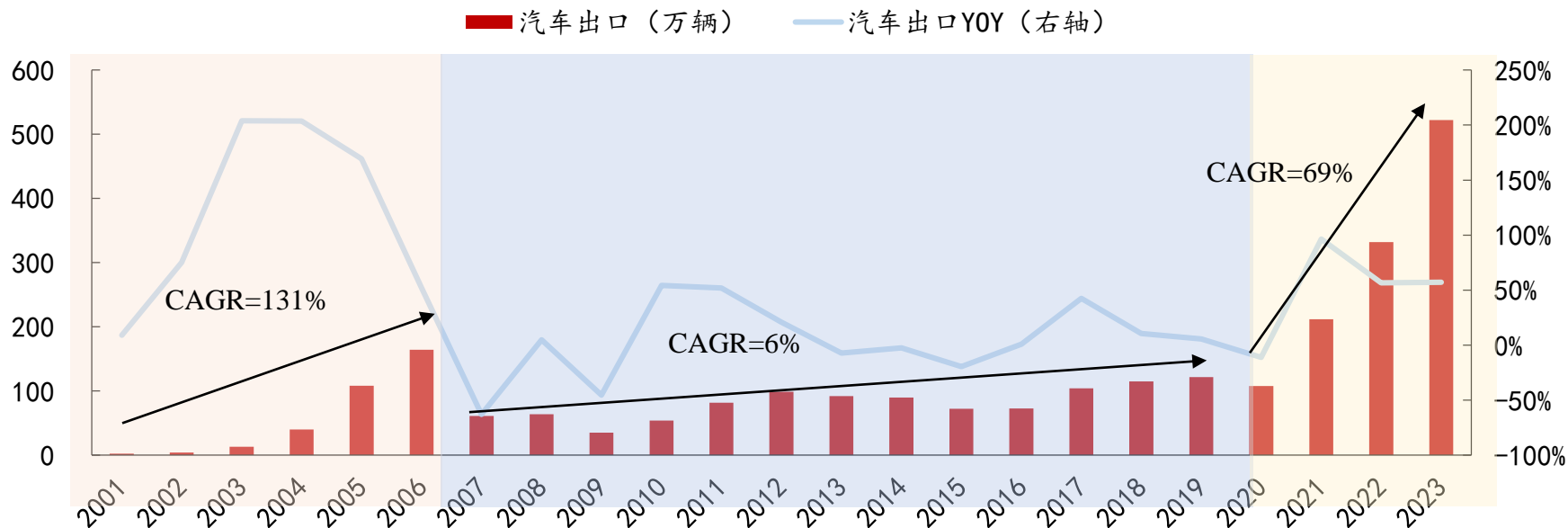


1、中国汽车出口欧洲及英国现状

中国汽车出口三阶段回顾

- 阶段1：2001-2006年，汽车出口从2万辆增长至164万辆，2001-2006年CAGR为131%。中国车企开始陆续出口中东以及非洲地区，性价比优势带动出口量快速提升，但海外售后服务体系的建设较为落后，出口量继而下滑；
- 阶段2：2007-2019年，汽车出口从61万辆增长至122万辆，2007-2019年CAGR为6%。金融危机对全球汽车消费的负面影响逐渐消弭，2009年后国内汽车出口量快速恢复，后续出口量有所波动，但整体维持在100万辆左右，受海外发达地区排放标准的影响，对欧洲、北美的出口量较少，产品主要销往东南亚、拉美、中东、非洲等地区；
- 阶段3：2020年至今，汽车出口从108万辆增长至522万辆，2020-2023年CAGR为69%。疫情导致全球汽车供应链受阻，国内快速复工复产、叠加新能源汽车竞争优势明显，产品主要销往欧洲、东南亚、拉美、中东、非洲等地区。

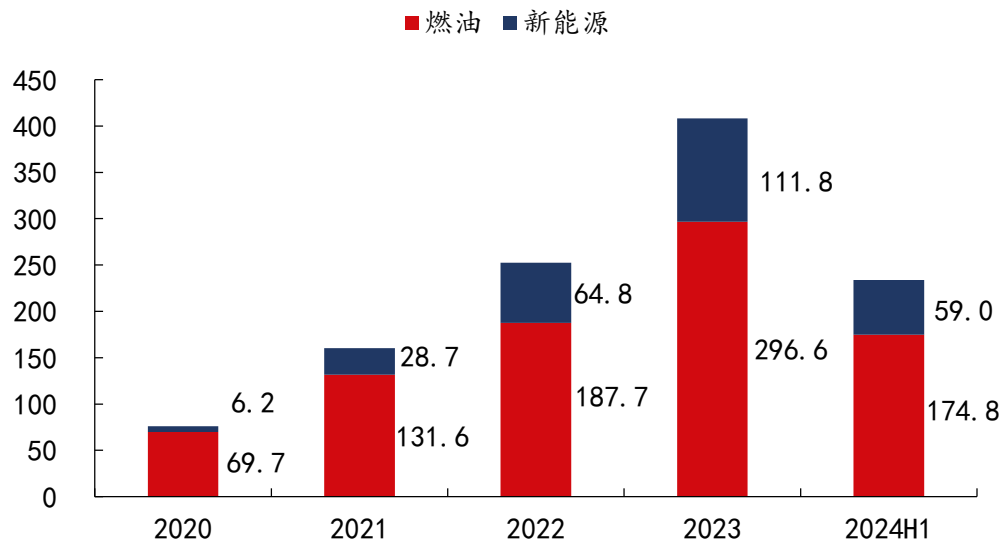
国内汽车出口走势



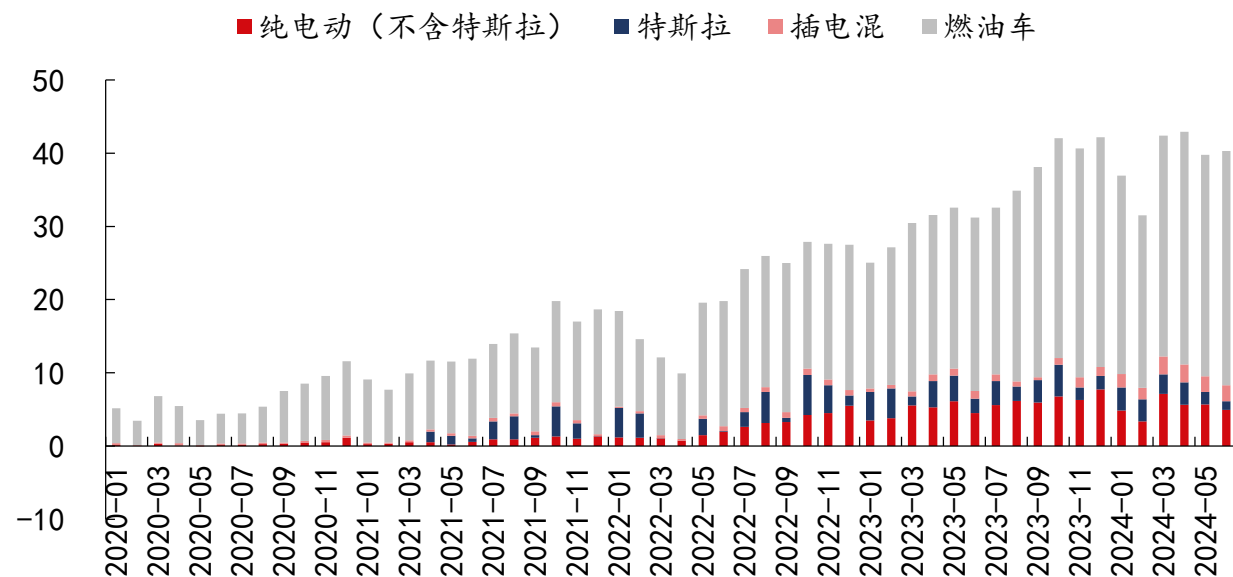
中国新能源车出口比例逐步提升

新能源乘用车出口高速增长，新能源占比逐步提升。根据中汽协数据，2023年中国新能源乘用车出口111.8万辆，同比+72.5%，2024H1新能源乘用车出口59.0万辆，同比+14.4%，出口呈现持续增长态势。从动力类型来看，2020年中国乘用车出口基本都是燃油车，新能源比例仅为8.2%。2021年新能源出口比例提升至17.9%，其中特斯拉占比9.5%，带动新能源出口占比显著提升。2022年起中国品牌新能源转型加速，2024H1新能源出口比例已达到25.2%，其中特斯拉比重为6.3%，其余品牌比重为18.9%，新能源汽车出口呈现百花齐放态势。

国内新能源乘用车出口量高速增长（万辆）



国内乘用车出口分动力类型（万辆）

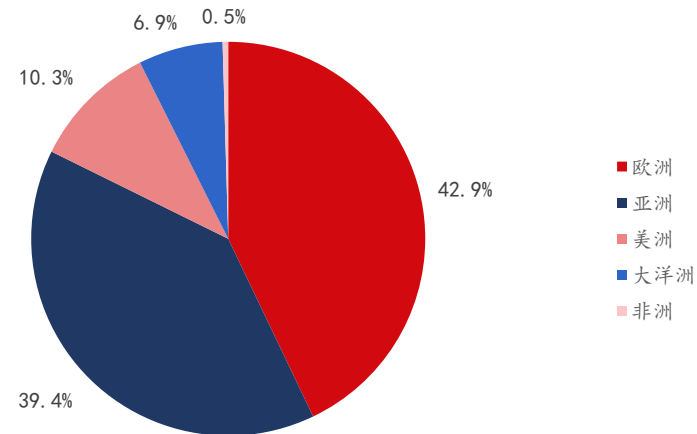


▶ 欧洲是中国新能源乘用车出口最大增量地区

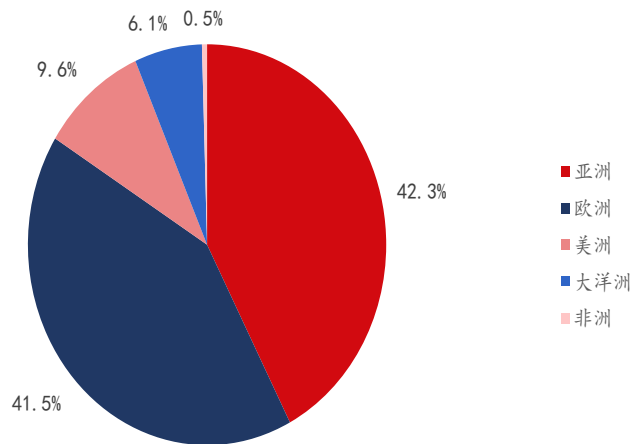
▼ 欧洲为中国新能源乘用车出口主要地区。分动力类型来看，2023年中国对亚洲/欧洲/美洲/大洋洲/非洲的新能源汽车出口分别为71.3/70.0/16.1/10.3/0.8万辆，占比分别为42.3%/41.5%/9.6%/6.1%/0.5%，亚洲、欧洲新能源乘用车出口占比均超过40%。

▼ 欧洲地区贡献新能源乘用车出口最大增量。分动力类型来看，相较于2020年，2023年中国出口欧洲/亚洲/美洲/大洋洲/非洲新能源乘用车增量分别为62.9/57.7/15.1/10.2/0.7万辆，增量占比分别为42.9%/39.4%/10.3%/6.9%/0.5%，各区域新能源乘用车出口增量以纯电车型为主。欧洲新能源乘用车出口增量占比超40%，为中国新能源乘用车出口贡献最大增量。

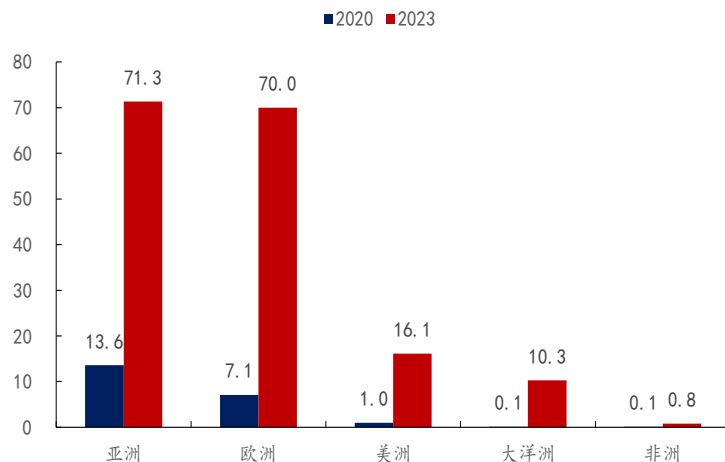
2020-2023年新能源乘用车出口增量分区域占比



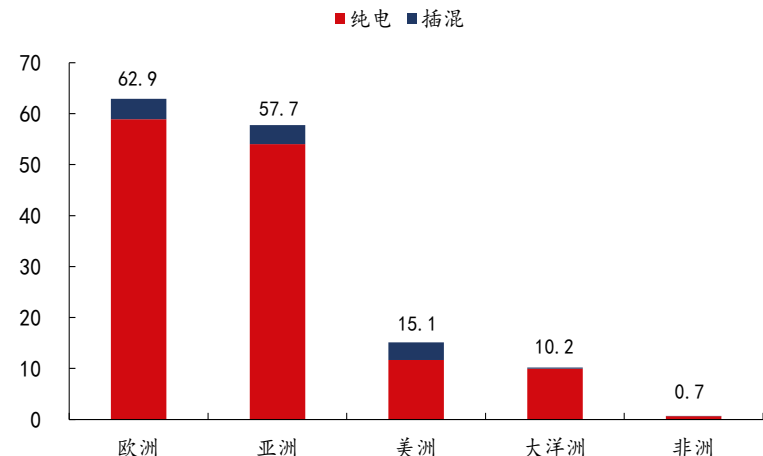
2023年新能源乘用车出口分区域占比



2023年新能源乘用车出口分区域（万辆）



2020-2023年新能源乘用车出口增量分区域（万辆）

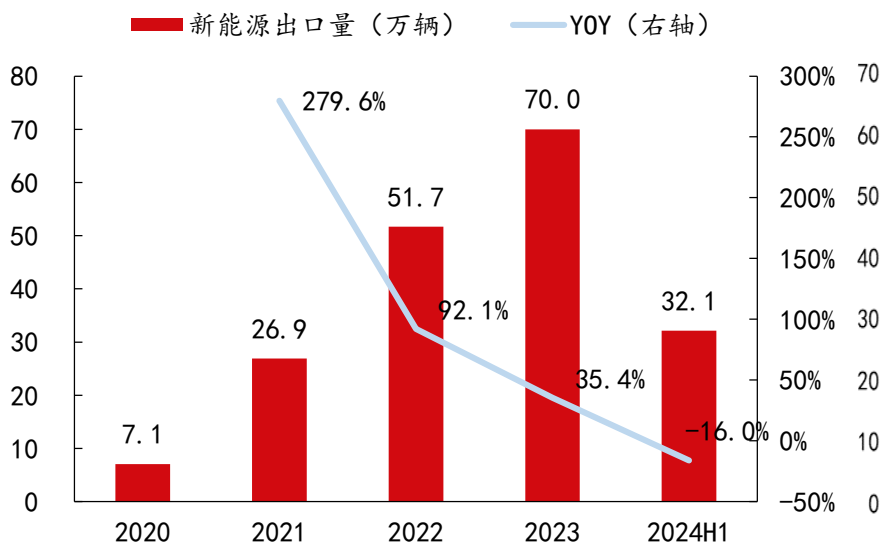


欧洲新能源出口以纯电为主、英国为主要出口国

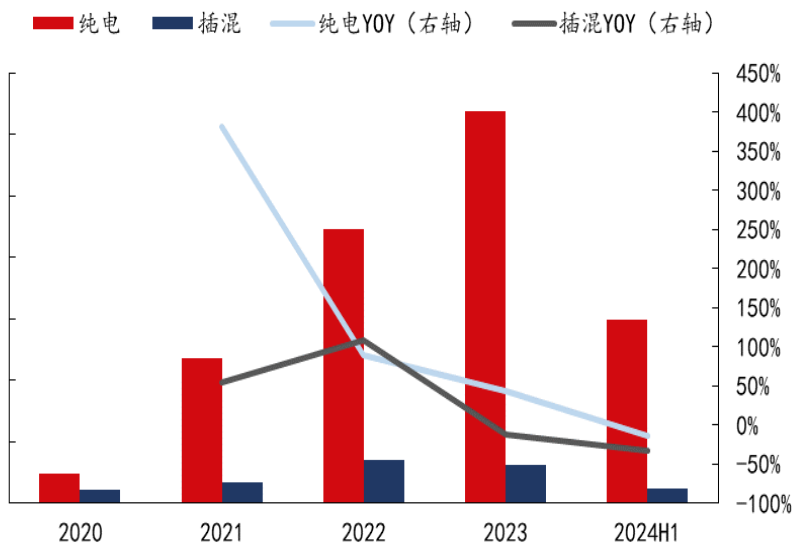
中国对新能源乘用车出口高速增长，2024H1出口量承压。根据海关总署数据，中国自2021年起对欧洲的出口量呈现高速增长态势，2023年达到70万辆，同比+35.4%。2024H1出口量为32.1万辆，同比-16.0%。分动力类型来看，对欧洲出口的新能源乘用车以纯电为主，2024H1出口的32.1万台中纯电为29.8万辆，占比92.7%，插混为2.3万辆，占比7.3%。

英国为欧洲主力销售市场。分国家来看，中国新能源乘用车在欧洲的主要出口目的国为比利时、英国、西班牙、德国等，其中2024H1对比利时出口量为12.9万辆，占比超四成，对英国出口量为7.5万辆，占比为23.4%，仅次于比利时。

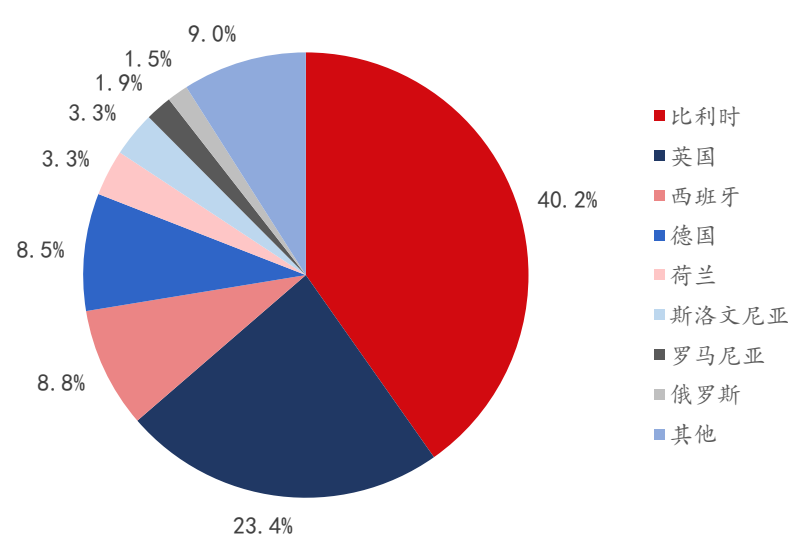
中国对欧洲新能源乘用车出口走势（万辆）



中国对欧洲新能源乘用车出口分动力类型（万辆）



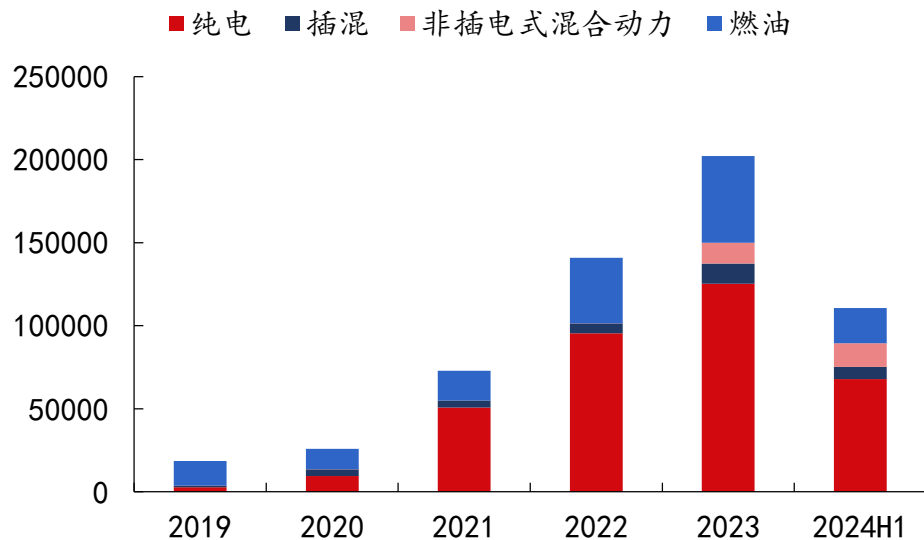
2024H1中国对欧洲各国新能源乘用车出口占比



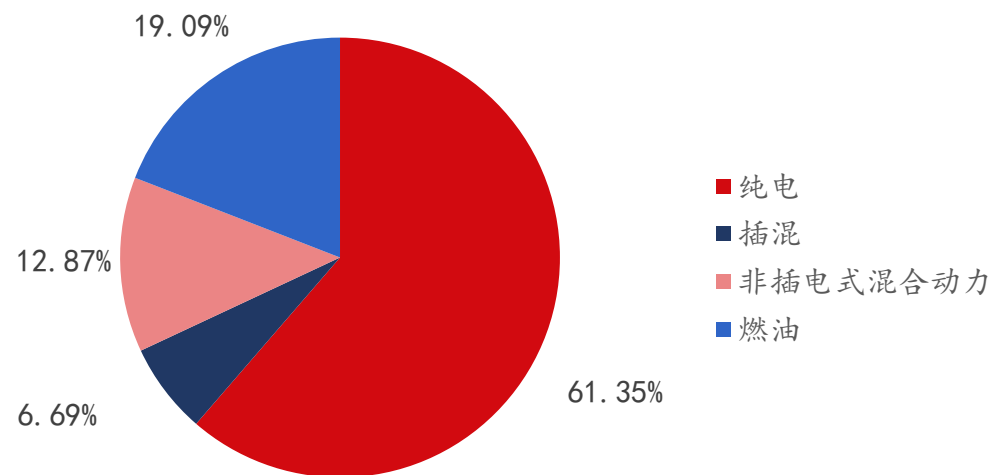
中国对英国汽车出口稳定增长

中国车企暂无英国产能布局，对英国出口稳定增长。目前中国车企在英国暂无产能布局，对英国的汽车销售依靠贸易。根据海关总署数据，中国对英国汽车出口逐步提升，2023年出口量为20.2万辆，同比+43.5%；2024H1出口量为11.1万辆，同比+15.9%。从出口车辆的动力类型来看，产品以纯电为主，其中2023年纯电出口12.5万辆，同比+31.3%；2024H1纯电出口6.8万辆，同比-6.0%。插混出口呈现高速增长态势，2023年插混出口1.2万辆，同比+103.0%；2024H1插混出口0.7万辆，同比+87.2%。

中国对英国乘用车出口情况（辆）



2024H1中国对英国乘用车出口各动力类型占比



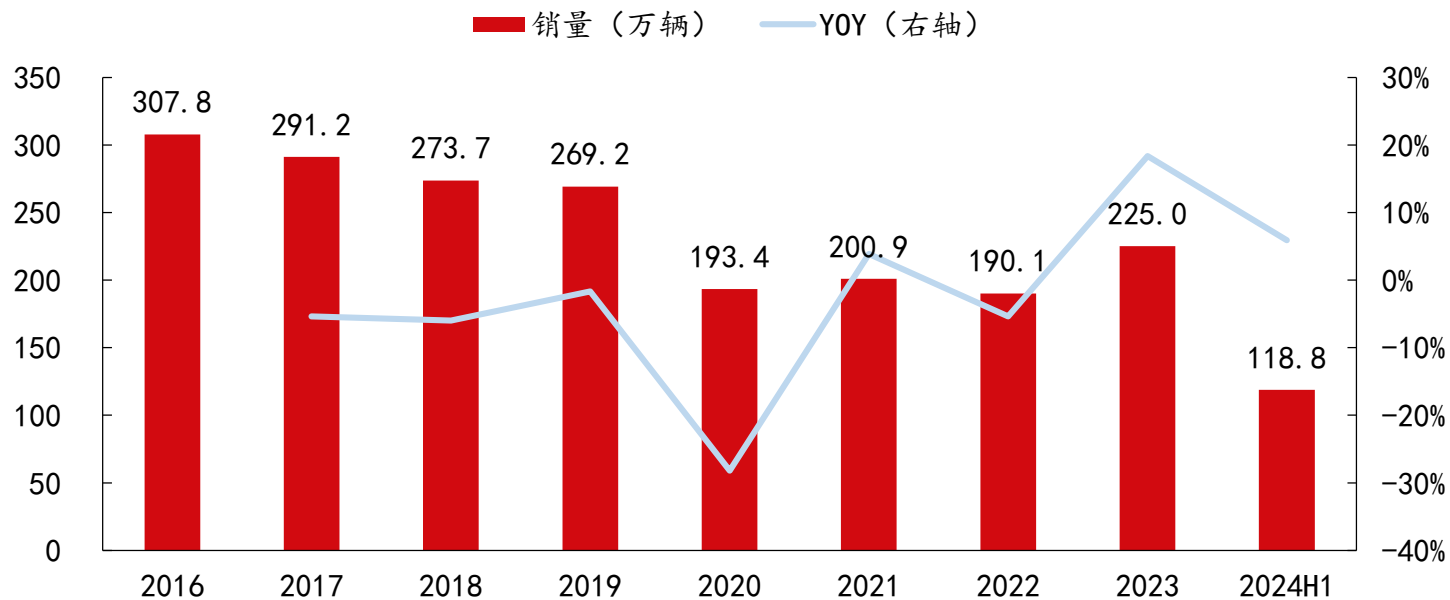


2、英国市场特点及中国品牌表现

英国汽车销量目前仍处于复苏阶段

疫情后英国汽车销量逐步复苏。疫情前英国汽车销量约为270万辆，2020年-2022年下滑至200万辆左右，2023年汽车销量225.0万辆，同比+18.4%；2024H1销量118.8万辆，同比+5.9%，英国汽车销量呈现逐步恢复态势，未来销量有望延续增长态势。

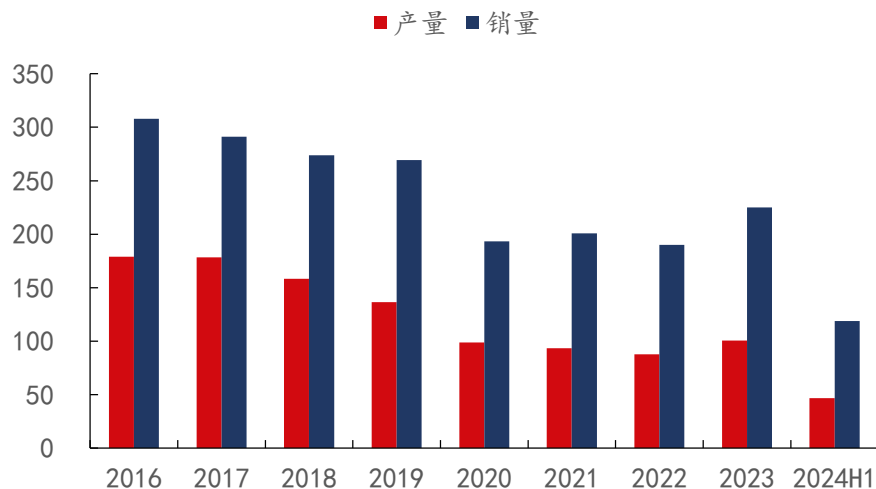
英国汽车销量及增速



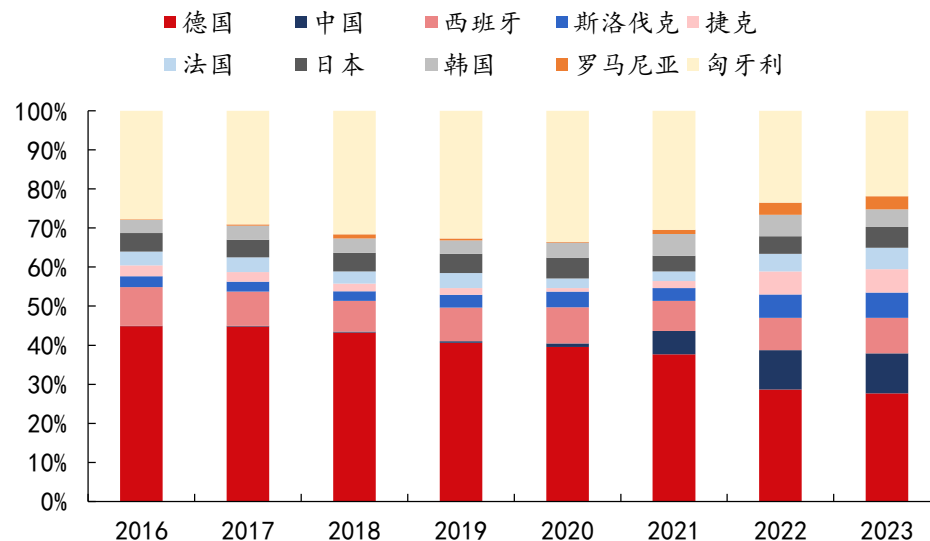
英国汽车消费依赖进口、中国产品份额逐步提升

英国为汽车消费国，产品主要从德国进口，中国产品进口份额逐步提升。从英国汽车产销情况来看，2023年英国汽车产量/销量分别为101/225万辆，当地汽车历年销量均显著高于产量，英国为汽车消费国，汽车消费依赖于国外进口。从英国汽车历年各地区出口金额占比来看，英国进口汽车的主要来源地为德国、中国以及其他欧洲国家如西班牙、斯洛伐克、捷克、法国等。2023年德国进口车辆金额占比为27.7%，占据超过1/4的份额，中国进口车辆金额占比在2020-2023年分别为0.9%/6.0%/10.0%/10.2%，中国产品在英国汽车消费市场的重要性逐步提升。

英国历年汽车产销情况（万辆）



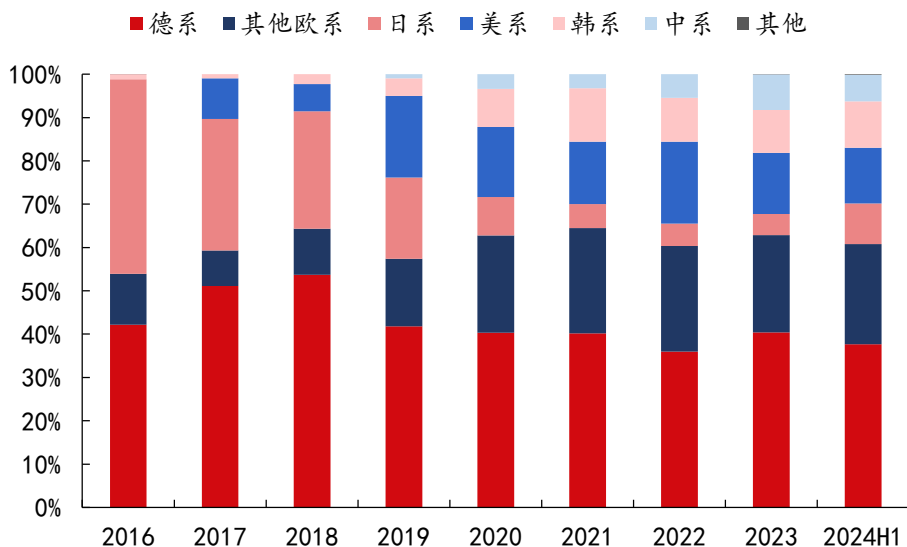
英国汽车历年各地区进口金额占比



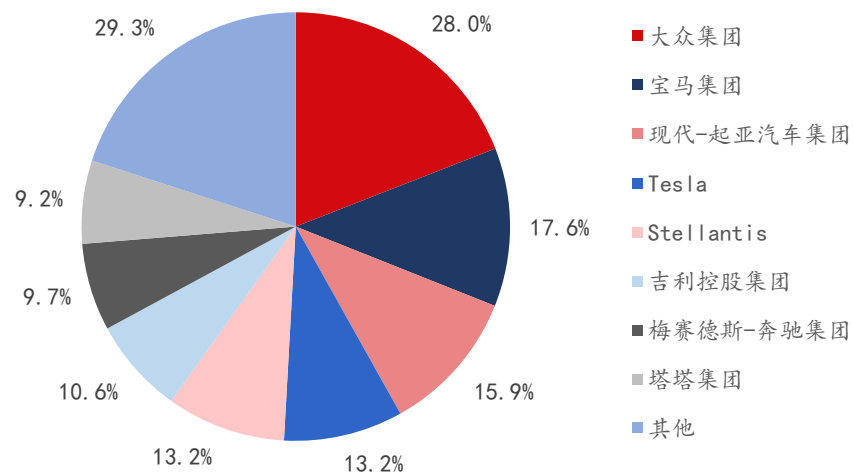
德系品牌为英国新能源市场中坚力量，中系品牌份额同比略有下滑

德系品牌为英国新能源市场中坚力量，中系品牌份额同比略有下滑。从英国新能源市场的各车系份额来看，2024H1德系品牌份额为37.6%，同比+2.3pct，英国新能源市场销量主要由大众、宝马来贡献。2024H1中国品牌份额为6.2%，同比-1.8pct，主要系MG4、MG5、MG ZS等纯电车型销量下滑。

英国新能源汽车市场历年各车系份额



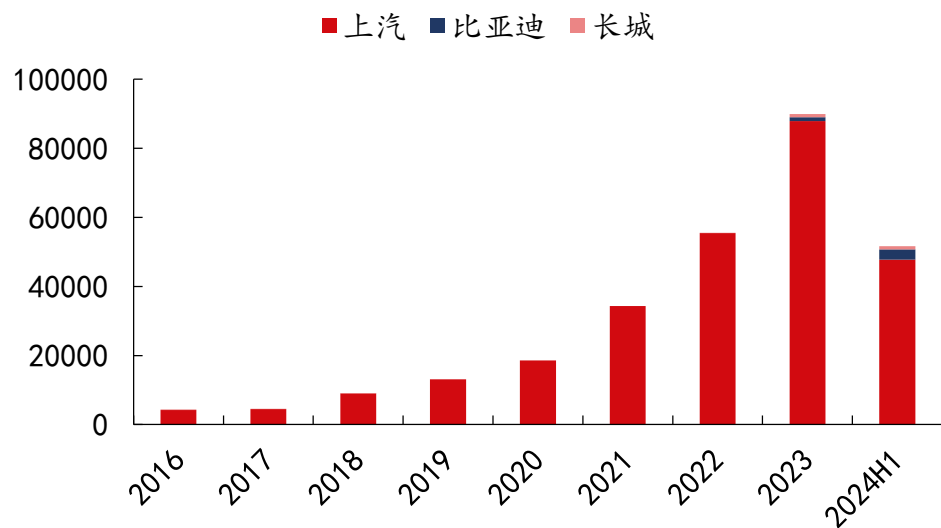
2024H1英国新能源汽车市场竞争格局



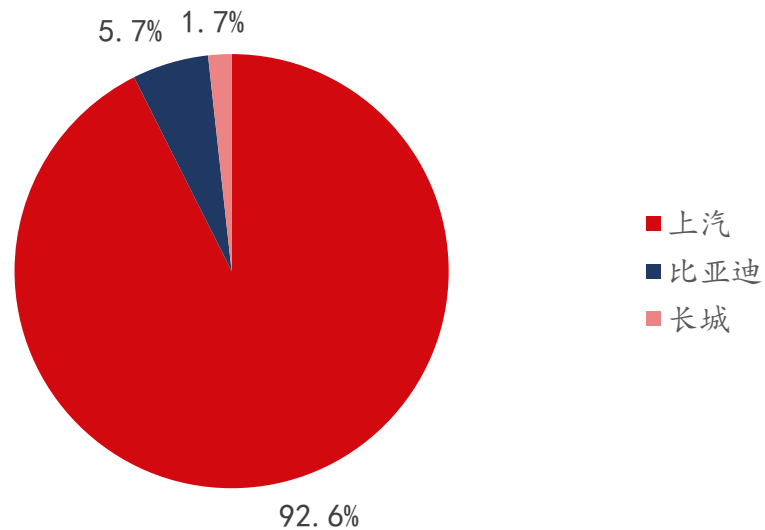
上汽引领，比亚迪、长城汽车出口英国表现亮眼

中国品牌英国销量主要由上汽贡献。参与英国市场的中国车企主要为上汽、比亚迪和长城，根据Marklines数据，2023年上汽在英国销量为8.8万辆，同比+58.4%；2024H1上汽销量4.8万辆，同比+14.9%。长城和比亚迪的乘用车产品分别在2022年10月和2023年3月进入英国市场，2024H1上汽/比亚迪/长城在英国的销量分别为47782/2933/895辆，占比分别为92.6%/5.7%/1.7%，中国品牌在英国市场的销量目前主要由上汽贡献。

中国品牌英国销量走势（辆）



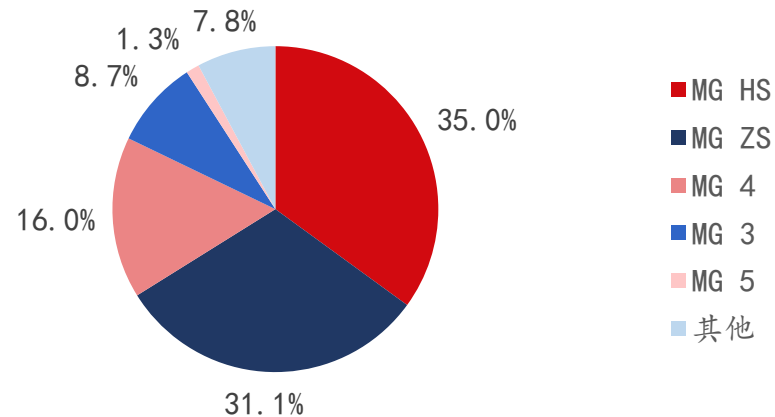
2024H1 中国车企英国销量占比



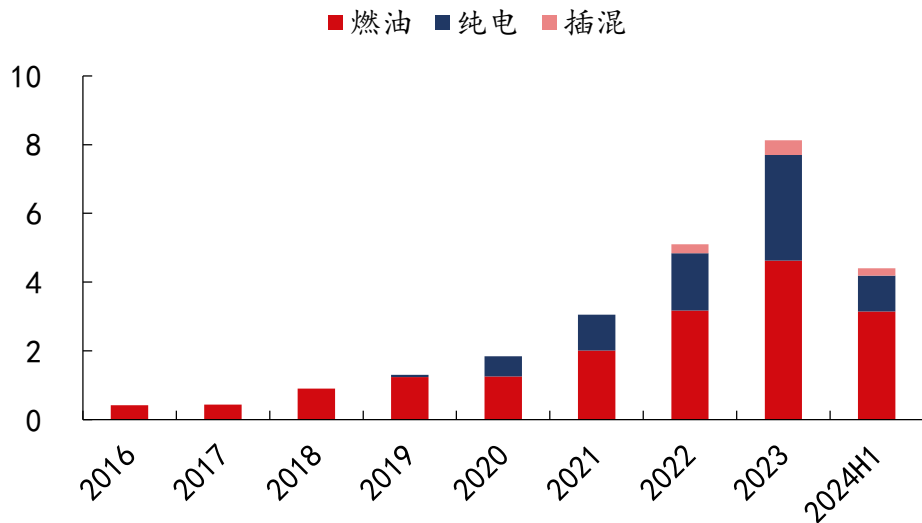
上汽名爵多动力路线并进，MG4为新能源产品主力

多动力路线并进，名爵销量持续增长。名爵是在上世纪初诞生在英国的汽车品牌，2005年南汽集团收购名爵，2007年随着上汽集团收购南汽集团，名爵成为上汽旗下的汽车品牌。名爵系列车型主要定位于中低端市场，造型偏运动风，产品拥有多种动力类型，主要面向年轻消费者群体。名爵在英国早期主力车型为MG ZS和MG3，后续陆续推出MG HS、MG4等产品，销量维持快速增长态势。从销量占比来看，2024H1 MG HS/MG ZS/MG4占比分别为35.0%/31.1%/16.0%，三款车型为名爵的主力产品。

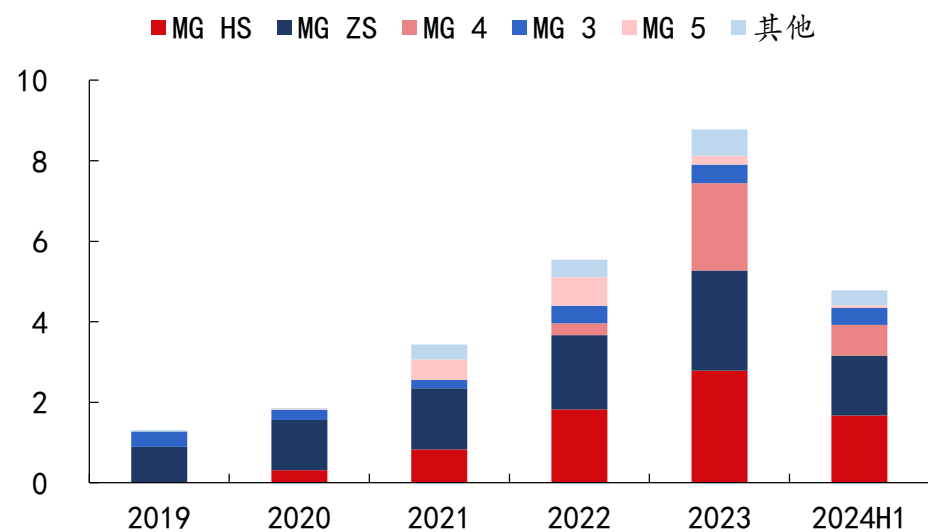
2024H1名爵各车型销量占比



名爵英国销量走势（万辆）



名爵分车型销量走势（辆）



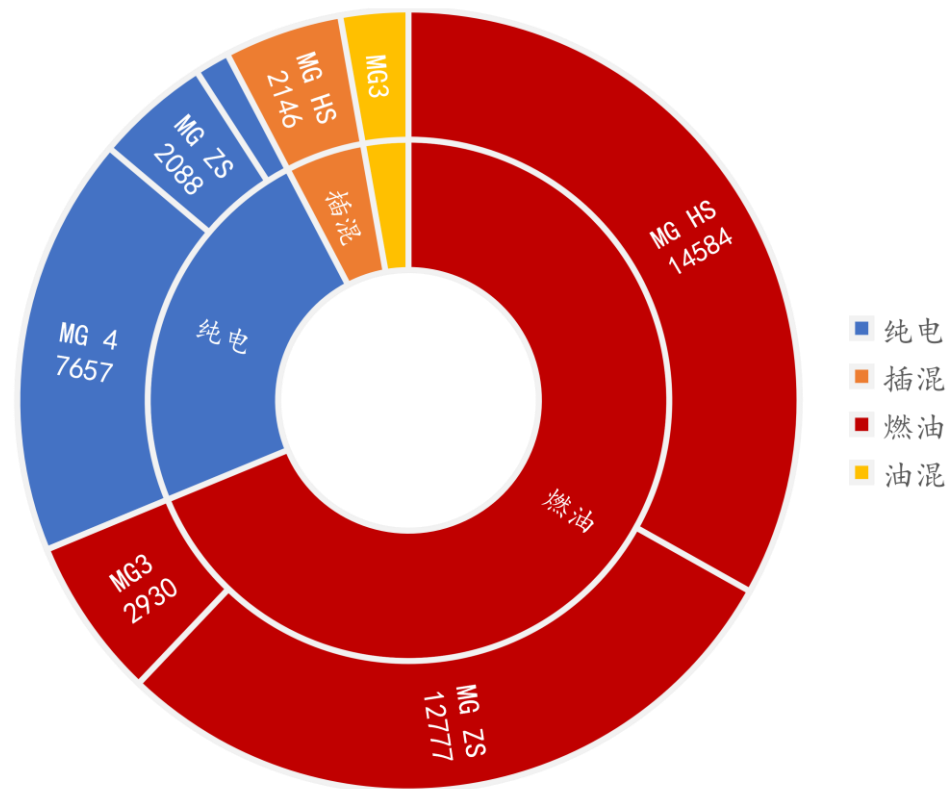
上汽名爵多动力路线并进，MG4为新能源产品主力

MG4为名爵新能源产品主力，销量位居纯电市场前列。名爵多款车款既拥有燃油款，也拥有新能源款，主力产品如MG HS可分为燃油版和插混版，MG ZS可分为燃油版和纯电版。从各车型的动力类型及销量来看，2024H1名爵纯电销量主要由MG4和MG ZS贡献，其中MG4销量7657辆，占纯电销量比重为73.8%；插混销量由MG HS的插混版所贡献，2024H1销量为2146辆。名爵新能源产品以MG4为主，MG ZS和MG HS为辅，MG4在2024H1英国纯电市场销量位居前列。

2024H1英国纯电市场TOP10车型销量

品牌	车型	销量(辆)	市场份额
特斯拉	Model Y	14992	8.6%
奥迪	奥迪Q4 e-tron	8817	5.1%
特斯拉	Model 3	8011	4.6%
名爵	MG 4	7657	4.4%
宝马	宝马i4	7305	4.2%
丰田	bZ4X	4926	2.8%
现代	Kona	4844	2.8%
沃尔沃	EX30	4539	2.6%
奔驰	EQA	4313	2.5%
斯柯达	Enyaq iV	4304	2.5%

2024H1名爵各车型分动力类型(辆)



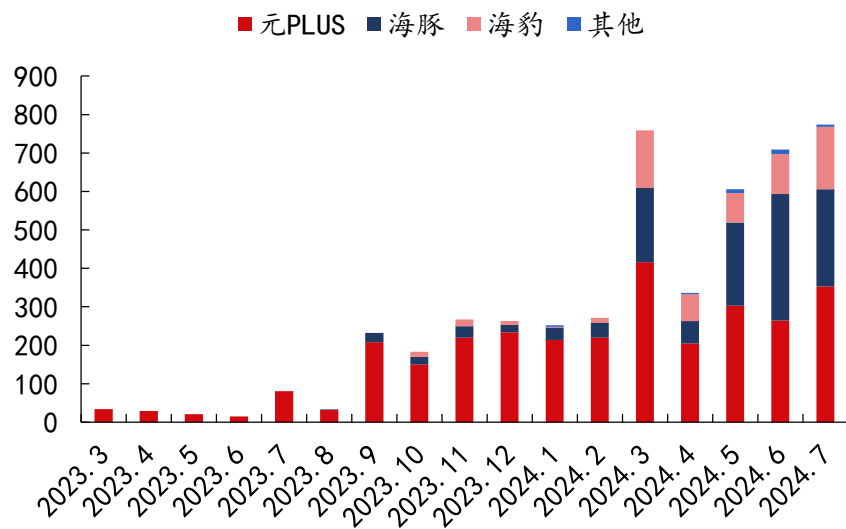
比亚迪初步探索英国市场，插混产品发力在即

比亚迪纯电产品先行，插混产品发力在即。比亚迪乘用车品牌于2023年3月登陆英国市场，前期主力产品为元PLUS，后续陆续推出海豚、海豹等车型，目前比亚迪在英国仍处于初步探索阶段，月销量在500-1000辆之间。2024年6月比亚迪SEAL U DM-i，即宋PLUS DM-i，在英国开启预售，考虑到比亚迪插混产品在国内的优异销量表现，宋PLUS DM-i的推出有望带动比亚迪在英国市场的销量得到进一步提升。

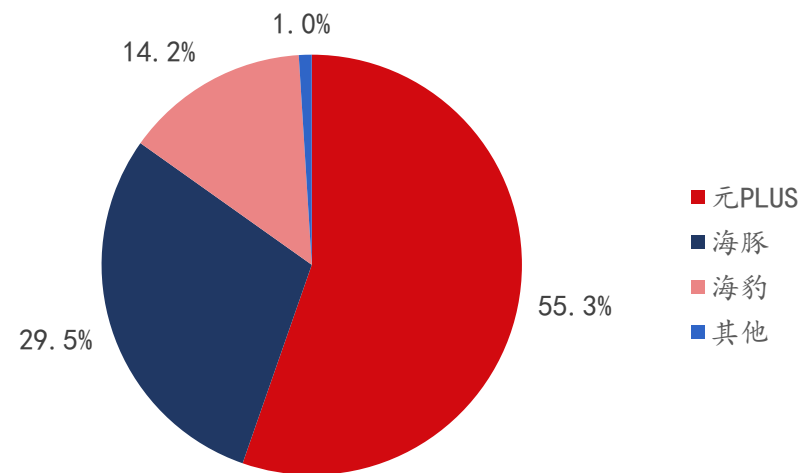
比亚迪宋PLUS DM-i于2024年6月开启预定



比亚迪英国销量分车型（辆）



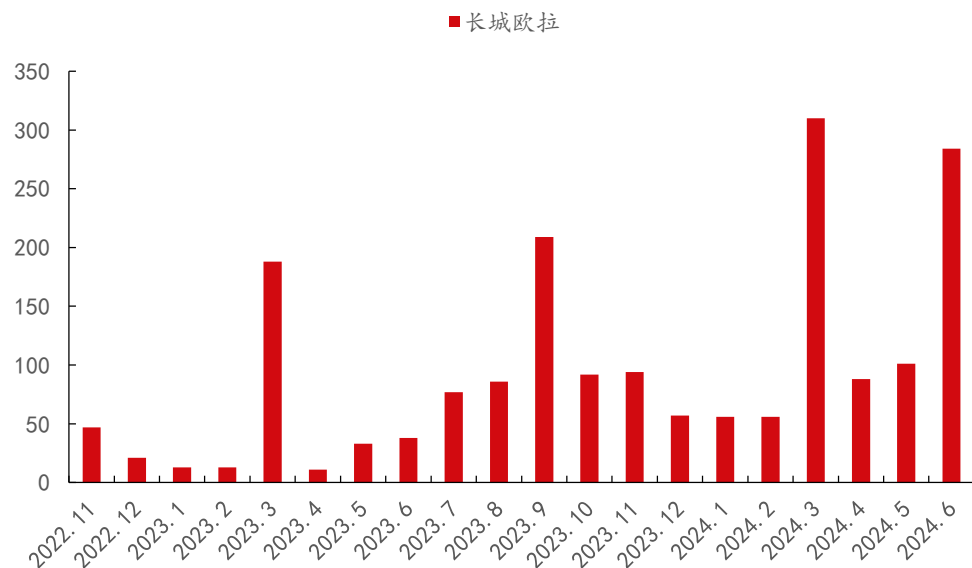
2024H1比亚迪英国各车型销量占比



长城欧拉好猫进入英国市场，产品销量有望提升

欧拉好猫进军英国市场，销量水平有待提升。长城欧拉于2022年10月进入英国市场，目前在售车型为ORA 03，即欧拉好猫，月销量在50-300辆之间波动。

长城欧拉英国销量走势（辆）



长城ORA 03（欧拉好猫）



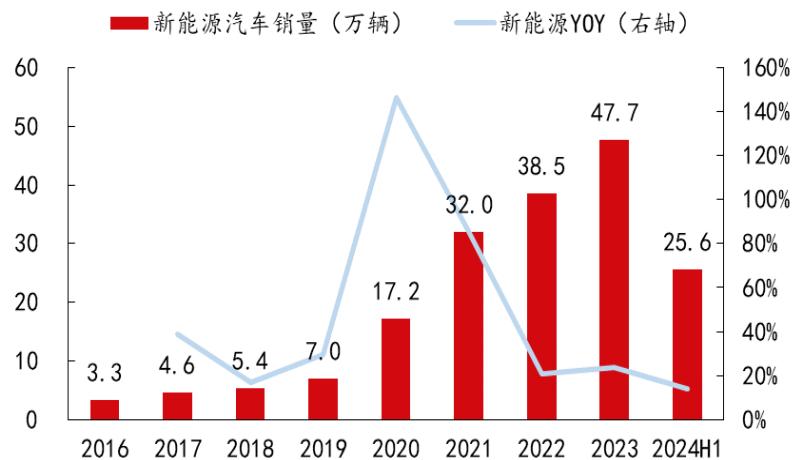


3、英国汽车市场面临的挑战

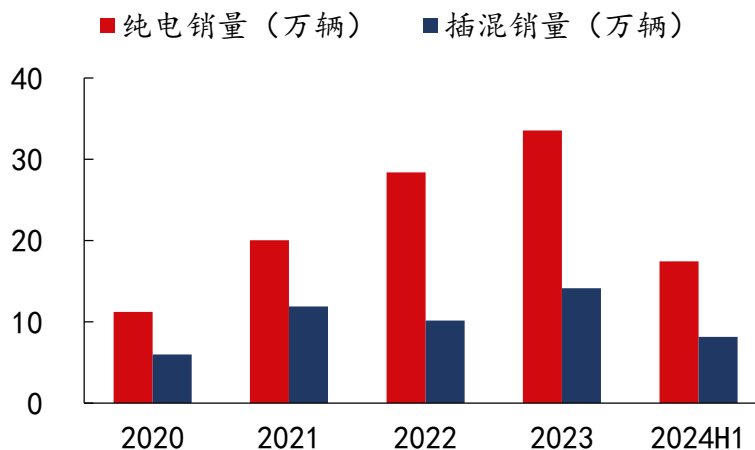
英国新能源销量逐步增长、补贴退坡致渗透率提升速度放缓

新能源汽车销量逐步增长，补贴政策取消导致新能源渗透率提升趋缓。2023年英国新能源汽车销量47.7万辆，同比+23.8%，新能源渗透率21.2%，同比+0.9pct，其中纯电/插混分别为33.6/14.1万辆，同比分别+18.3%/+39.2%，渗透率分别为14.9%/6.3%，纯电渗透率同比持平，插混同比+0.9pct。2024H1新能源汽车销量25.6万辆，同比+14.0%，新能源渗透率21.5%，同比+1.5pct，其中纯电/插混分别为17.5/8.1万辆，同比分别+7.7%/+30.4%，渗透率分别为14.7%/6.8%，同比分别+0.2pct/+1.3pct。英国在2022年6月宣布取消对新能源车1500英镑的补贴，2023年起英国新能源渗透率提升速度放缓。

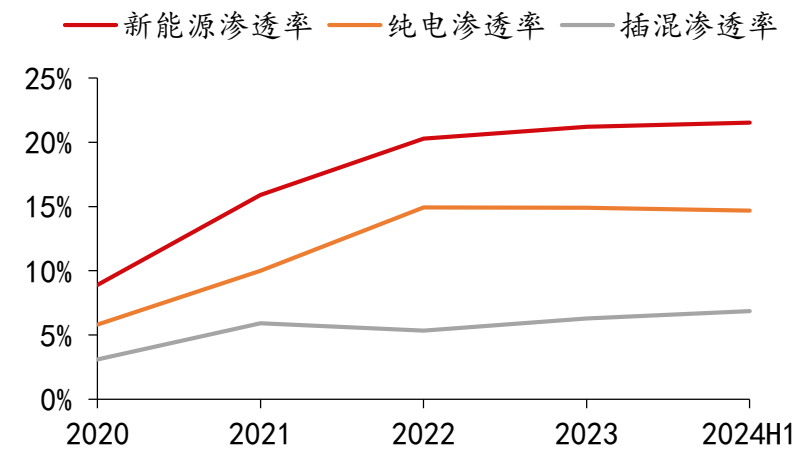
英国新能源汽车销量走势



英国纯电&插混汽车销量走势



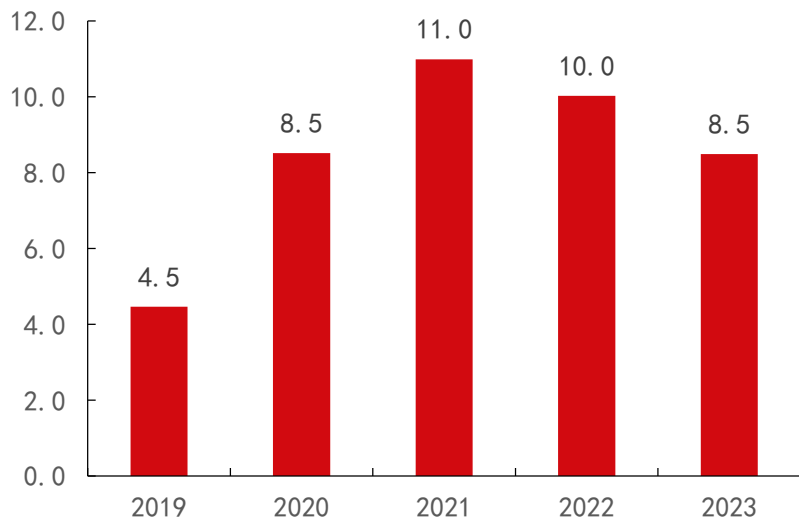
英国新能源渗透率走势



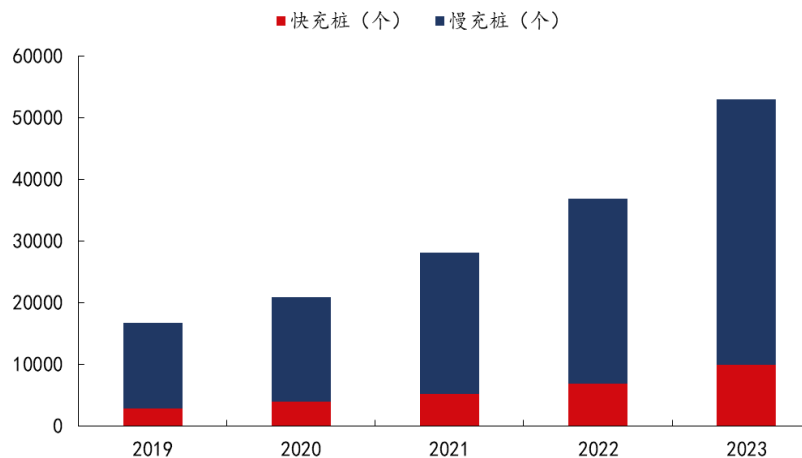
充电基础设施建设不足短期掣肘纯电市场发展

英国快充桩建设不足，当前新能源渗透率提升主要由插混车型所贡献。英国新能源汽车销量的增长导致英国车桩比从2019年的5:1增长至11:1，随着充电桩的逐步建设，2022/2023年英国车桩比分别为10:1和9:1，呈现逐步改善趋势。目前英国的充电桩仍以慢充桩为主，2023年快充桩占比仅为19%，较2023年中国快充桩占比44%有明显差距。充电基础设施建设的不足短期掣肘英国纯电市场的发展，2022/2023/2024H1英国纯电渗透率分别为14.9%/14.9%/14.7%，2024H1纯电渗透率较2023年略有下降。

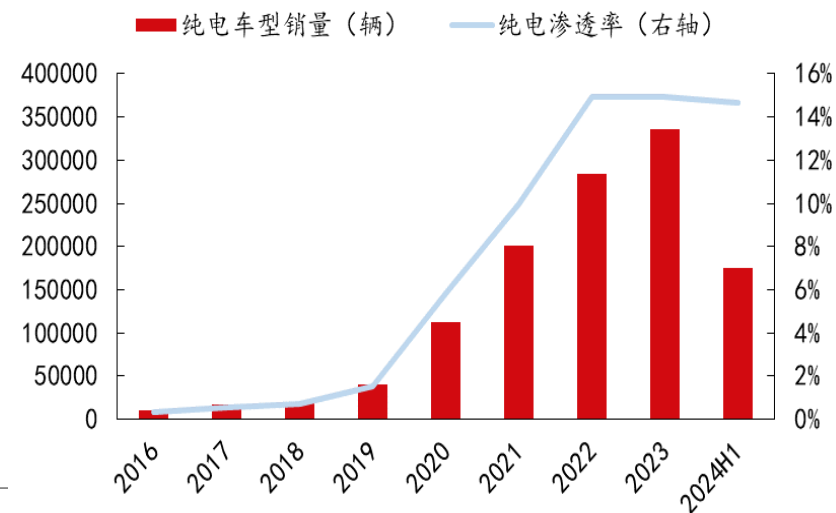
英国车桩比逐步改善



英国快充桩占比较小



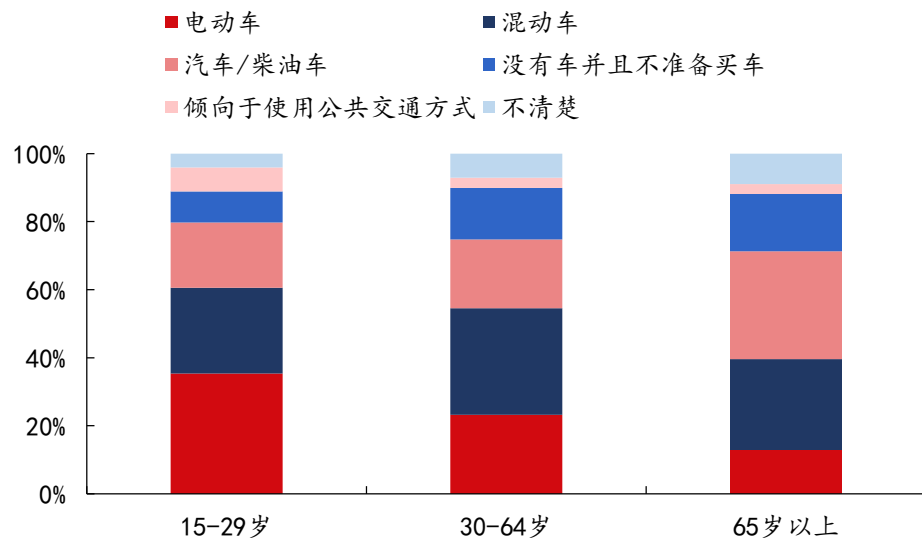
英国纯电渗透率增长趋缓



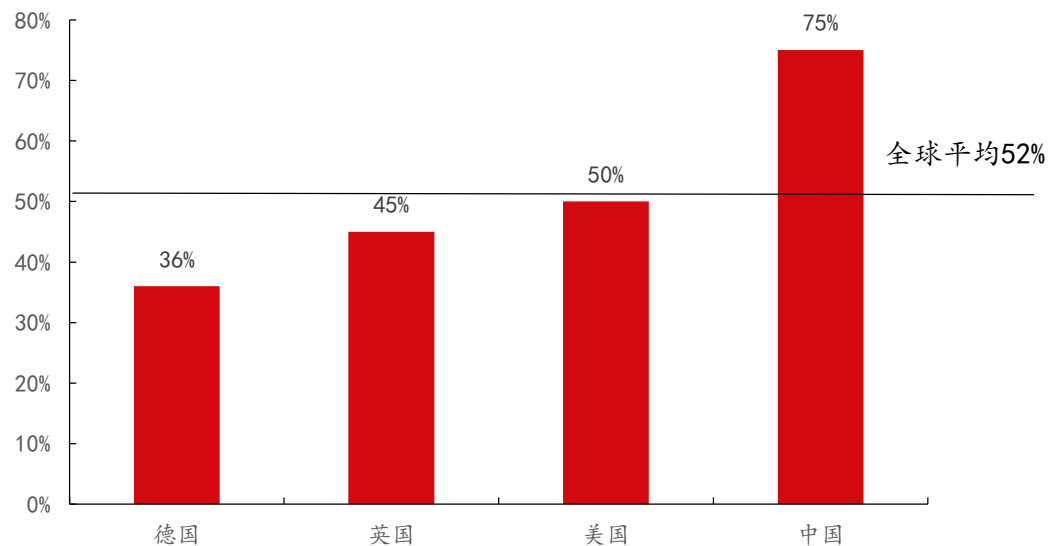
英国消费者乐于接受新能源车、但新品牌接受速度较慢

年轻人更倾向于购买电动车，英国消费者选择新品牌意愿较低。从英国各年龄层消费者的购车意愿来看，15-29岁/30-64岁/65岁以上的消费者愿意购买电动车的比例分别为35%/31%/27%，愿意购买汽油/柴油车的比例分别为19%/20%/32%，年轻消费者更倾向于购买电动车，长期来看，随着年轻人逐步成为汽车消费市场的主力军，英国新能源市场的需求有望得到逐步提升。在品牌选择方面，英国消费者在购买电动车时选择新品牌的意愿比例为45%，低于全球平均52%，显著低于中国的75%。英国消费者更倾向于选择自己熟知的品牌，对于新品牌的接受程度不高。

英国各年龄层的购车意愿



各国消费者购买电动车时选择新品牌的意愿



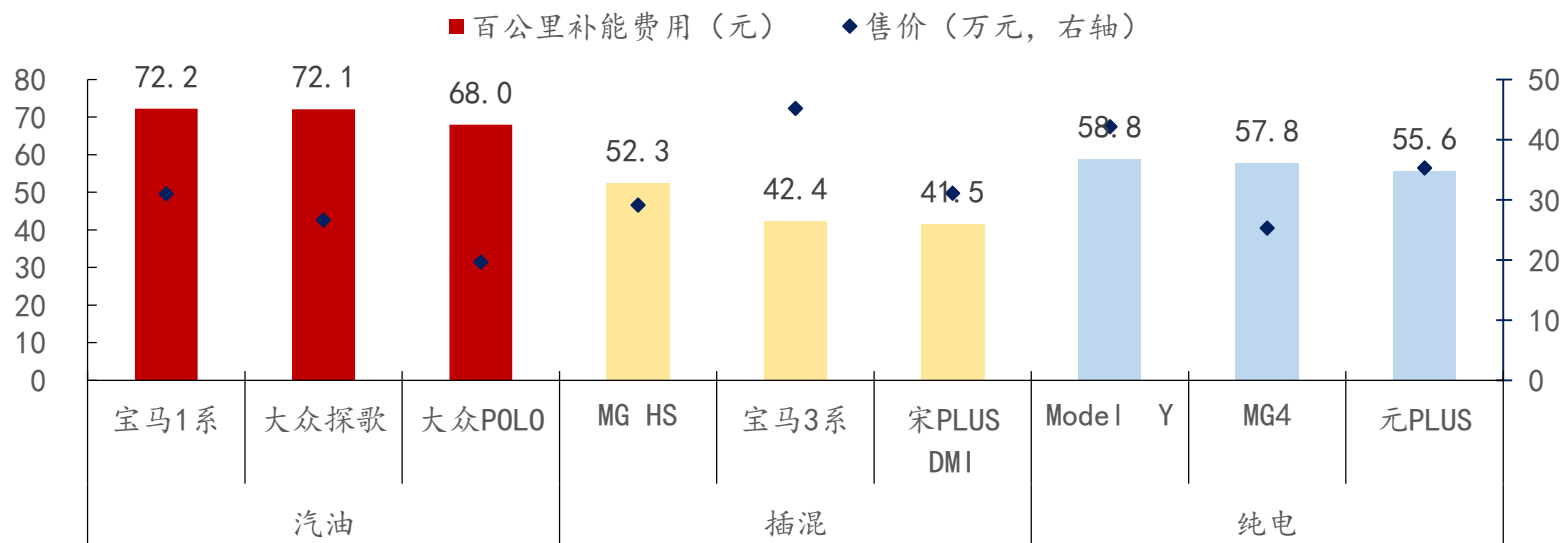


4、补齐短板，中国品牌竞争力有望增强

中国品牌插混车型补能经济性显著

插混产品补能成本优势凸显，或成为英国新能源市场突破口。消费者在购车时，购车成本以及使用成本是重要的考量因素。我们将英国市场畅销的汽油车、插混车以及纯电车进行售价和补能成本对比，燃料成本按汽油1.37英镑/升（12.8元/升）和电价0.36英镑/度（3.4元/度）进行测算，汽油车售价整体偏低但补能成本较高；纯电车较汽油车更贵，但由于英国电价较高，纯电车相较于汽油车的补能成本并未拉开显著差距；插混车如MG HS、宋PLUS DM-i较纯电车售价较为接近，但补能成本明显低于纯电车和汽油车。在充电技术设施建设不足的背景下，插混产品可油可电、补能成本较低的优势有望得到凸显，插混产品有望成为英国新能源市场突破口。2024H1英国纯电/插混销量为17.5/8.1万辆，同比分别+7.7%/+30.4%，插混产品仍保持较快增速。

中国车企插混产品竞争优势明显



► 补齐短板构筑长期竞争力、中国品牌持续受益新能源放量

▼ 上汽名爵（优势：渠道完善、品牌接受度高，劣势：优质插混车型较少）：

名爵最初诞生于英国，品牌本身容易被英国消费者接受。在渠道建设方面，名爵在全欧洲拥有800家门店，在欧洲影响力的扩大有利于影响英国市场。名爵在英国市场的主要产品仍为燃油车，2024H1纯电/插混销量占比分别为23.6%/4.9%，受英国纯电市场增速放缓影响，2024H1名爵纯电销量为1.0万辆，同比-31.1%，但插混实现销量1529辆，同比+40.4%，插混销量增速表现亮眼。目前名爵在英国插混车型仅有MG HS，更多优质插混产品的推出有望带动销量提升。

▼ 比亚迪（优势：产品力领先，劣势：渠道较少，品牌认知度低）：

比亚迪首批门店位于伯明翰、曼彻斯特、格拉斯哥和米尔顿凯恩斯，四家首批门店已于2023年3月中旬开业，在利兹、埃克塞特、莱斯特、南安普敦、伦敦梅费尔等9座城市的门店开设正在推进，但比亚迪乘用车进入英国市场较晚，品牌认可度的建设仍需时日。在产品方面，比亚迪已有多款纯电车型进入英国市场，插混车型竞争力强，已在英国推出宋PLUS DM-i，未来更多优质产品有望走向英国市场。



5、风险提示

风险提示

- **海外政策风险：**英国当地政策的变动可能影响新能源汽车销量的增长；
- **汇率波动风险：**英国汇率波动将影响中国车企在英国地区的收入；
- **行业竞争加剧风险：**若英国汽车行业竞争加剧，中国车企盈利能力将受到影响。

分析师和联系人

分析师 高登
SAC: S0590523110004

办公地址

上海

虹口区杨树浦路188号星立方大厦8层

北京

东城区安定门外大街208号中邮政安广场A座4层

深圳

福田区益田路4068号卓越时代广场13层

无锡

江苏省无锡市金融一街8号国联金融大厦16层

评级说明和声明

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，本报告所表述的所有观点均准确地反映了我们对标的证券和发行人的个人看法。我们所得报酬的任何部分不曾与，不与，也将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。

评级说明

投资建议的评级标准	评级	说明	
报告中投资建议所涉及的评级分为股票评级和行业评级（另有说明的除外）。评级标准为报告发布日后6到12个月内的相对市场表现，也即：以报告发布日后的6到12个月内的公司股价（或行业指数）相对同期相关证券市场代表性指数的涨跌幅作为基准。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；香港市场以摩根士丹利中国指数为基准；美国市场以纳斯达克综合指数或标普500指数为基准；韩国市场以柯斯达克指数或韩国综合股价指数为基准。	买入	相对同期相关证券市场代表指数涨幅20%以上	
	增持	相对同期相关证券市场代表指数涨幅介于5%~20%之间	
	持有	相对同期相关证券市场代表指数涨幅介于-10%~5%之间	
	卖出	相对同期相关证券市场代表指数跌幅10%以上	
	行业评级	强于大市	相对同期相关证券市场代表指数涨幅10%以上
		中性	相对同期相关证券市场代表指数涨幅介于-10%~10%之间
		弱于大市	相对同期相关证券市场代表指数跌幅10%以上

一般声明

除非另有规定，本报告中的所有材料版权均属国联证券股份有限公司（已获中国证监会许可的证券投资咨询业务资格）及其附属机构（以下统称“国联证券”）。未经国联证券事先书面授权，不得以任何方式修改、发送或者复制本报告及其所包含的材料、内容。所有本报告中使用的商标、服务标识及标记均为国联证券的商标、服务标识及标记。

本报告是机密的，仅供我们的客户使用，国联证券不因收件人收到本报告而视其为国联证券的客户。本报告中的信息均来源于我们认为可靠的已公开资料，但国联证券对这些信息的准确性及完整性不作任何保证。本报告中的信息、意见等均仅供客户参考，不构成所述证券买卖的出价或征价邀请或要约。该等信息、意见并未考虑到获取本报告人员的具体投资目的、财务状况以及特定需求，在任何时候均不构成对任何人的个人推荐。客户应当对本报告中的信息和意见进行独立评估，并应同时考量各自的投资目的、财务状况和特定需求，必要时就法律、商业、财务、税收等方面咨询专家的意见。对依据或者使用本报告所造成的一切后果，国联证券及其关联人员均不承担任何法律责任。

本报告所载的意见、评估及预测仅为本报告出具日的观点和判断。该等意见、评估及预测无需通知即可随时更改。过往的表现亦不应作为日后表现的预示和担保。在不同时期，国联证券可能会发出与本报告所载意见、评估及预测不一致的研究报告。

国联证券的销售人员、交易人员以及其他专业人士可能会依据不同假设和标准、采用不同的分析方法而口头或书面发表与本报告意见及建议不一致的市场评论和/或交易观点。国联证券没有将此意见及建议向报告所有接收者进行更新的义务。国联证券的资产管理部门、自营部门以及其他投资业务部门可能独立做出与本报告中的意见或建议不一致的投资决策。

特别声明

在法律许可的情况下，国联证券可能会持有本报告中提及公司所发行的证券并进行交易，也可能为这些公司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。因此，投资者应当考虑到国联证券及其相关人员可能存在影响本报告观点客观性的潜在利益冲突，投资者请勿将本报告视为投资或其他决定的唯一参考依据。

版权声明

，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复制、转载、刊登和引用。否则由此造成的一切不良后果及法律责任由私自翻版、复制、转载、刊登和引用者承担。



致 谢！