

# 擁技術與成本雙重優勢 供應鏈體系反應快 中國車企具競爭力 加大力度拓海外

**行業透視** 在政策支持及車企努力下，去年中國汽車業交出亮麗成績表。據中汽協數據顯示，去年汽車產銷累計完成3453.1萬輛及3440萬輛，連續17年位居全球第一。其中，新能源車產銷規模再創新高，突破1600萬輛，連續11年居世界之冠。

展望今年，在高基數、低增長的挑戰下，市場預計銷量增速約1%至3%，內銷受壓與出口大增並行，新能源車仍為兵家必爭之地，料銷量同比升約15%，車企淘汰賽正加速，幾家頭部車企市佔率將上升，尾部品牌則加速淘汰。

大公報記者 李永青



▲比亞迪透過規模化生產，可有效降低成本，從而提升其產品出海的競爭力。

## 專家對今年車市展望

中國汽車工業協會專務副秘書長 許海東

今年汽車市場銷售量應仍會維持正向增長，增幅應在3%以內

清華大學（車輛學院）汽車產業與技術戰略研究院院長助理 劉宗義

今年中國市場銷售或持平，但新能源汽車銷售將持續攀升，滲透率將突破60%，部分月份或可達65%

乘聯會秘書長 崔東樹

預估中國乘用車零售銷售量約2400萬輛，年比升1%，新能源乘用車零售量約1460萬輛，增加13%

中國汽車工程學會名譽理事長 付於武

今年汽車市場難言樂觀，可能在一定時間內汽車增速低於GDP增速

回顧去年車市表現，中汽協副秘書長陳士華表示，核心支撐來自新能源車持續放量，及出口規模擴張兩方面。去年中國銷量同比升9.4%至3440萬輛。乘用車依舊是主力，銷量升9.2%至3010.3萬輛，並首次實現乘用車產銷「雙超3000萬輛」。然而，產業出現「強者恆強」情況，去年汽車銷售排名前十位企業佔汽車銷售總量的83.9%。

## 今年料出口740萬輛 增4.3%

展望今年，中汽協預測汽車總銷量達3475萬輛，微增1%。其中，乘用車為3025萬輛，微增0.5%；新能源車為1900萬輛，增長15.2%；出口量為740萬輛，增長4.3%。光大證券國際證券策略師伍禮賢向《大公報》表示，料今年中國汽車市場的複雜性與挑戰性將更為突出。因為隨着政策紅利退坡，加上基數不斷愈來愈高，後續增長的難度將會加大。

因此，伍禮賢預料，車企加大力度拓海外市場，將成為行業發展的必然趨勢。究其原因，中國汽車市場經過多年高速發展，競爭已十分激烈，開拓海外市場既是車企尋求新增長點的重要方向，也是應對中國市場競爭持續加劇

的關鍵舉措，而「強者恆強」情況將持續。

陳士華認為，今年中國車市仍有不少利好因素。首先是政策持續護航市場穩定，工信部等八部門於去年9月發布了《汽車產業穩健成長工作計劃（2025-2026年）》的通知，當中包括擴大汽車服務消費等系列措施的落地落實，將有助於產業平穩運作。

## 產品設計比肩國際品牌

事實上，出海已成為中國車企的必選項，海外市場潛力將進一步挖掘。中國車企憑藉電動化領域的技術與成本雙重優勢、比肩國際競爭品牌的產品設計與智慧配置，以及全球最完整、反應最快的供應鏈體系，實現量產交付高效協同，在國際市場競爭力和吸引力不斷上升。

高盛預計，今年中國新能源車零售銷量增長10%，海外市場將迎來新能源車的加速。該行給予比亞迪（01211）及小鵬汽車（09868）「買入」評級，相信兩家車企可受惠於更高的海外市場銷售擴張。伍禮賢亦看好比亞迪，認為其規模化生產有助降低單一汽車生產成本，出海進度較其他企業快；而吉利汽車（00175）之新能源車銷量處於高增長期。



▲不少中國車企近年以拓展海外市場為新的增長點。



## 從「整車出口」走向「全產業鏈出海」

### 發展趨勢

受惠中國新能源車技術領先、性價比較高等優勢，車企積極布局海外市場。去年中國汽車出口達709.8萬輛，同比升21.1%，顯示出強勁的全球競爭力。展望今年，中汽協預計，汽車出口同比升4.3%至740萬輛，車百會更料有望衝擊800萬輛。但單計今年1月出口已大升44.9%，可見中國汽車在海外保持不俗增長。

面對市場競爭白熱化，出海已不是選擇題，而是一條必答题，更是車企保持銷量增長的基石。因此，加大出口業務成為各家車企的發力點。以長城汽車(02333)為例，1月海外銷售量為4.03萬輛，同比升44%，接近總銷售量的一半，成為該公司另一增長動力。

談及中國車企在海外市場銷量不斷上升，中汽協專務副秘書長許海東分析指，在國策支持下，中國汽車產業鏈企業不斷推動新能源汽車產品迭代升級，到2020年後，中國新能源汽車產品已經非常成熟，實現了爆發式增長。更重要的是，中國汽車告別過去「平價」的出口形態不同，現時不論外形設計、智慧座艙、輔助駕駛等能力也同步增強。這些技術不僅在新能源汽車上加速普及，也開始在燃油車上廣泛應用，令中國車企正在形成「高質低價」的新競爭力。

### 節省關稅 方便海外銷售

對於中國車企海外布局，國家資訊中心汽車市場處處長包嘉成表示，中國車企將從過

去的出海型企業，向全球產業鏈布局企業轉變，未來會有愈來愈多的中國車企選擇將部分產能布局在海外，比例可能達到總產量約10%。

市場人士分析，未來汽車出海模式升級，將從「整車出口」到「全產業鏈出海」，更多車企將在海外設廠，例如比亞迪在泰國、匈牙利、巴西等地區建廠，長城則在泰國、巴西等地區，所以海外建廠已成為深耕海外市場的重要策略，既可減低關稅影響，亦可更好地將產品銷往在生產地附近地區。此外，部分中小型車企為了避開私家車市場的競爭激烈，以主打差異化布局來突圍，主力拓商車、專用車等細分領域，且出口增速遠超行業平均水平，在其專業領域創出一片天下。



▲近年不少中國車企在海外設立車廠。圖為位於泰國羅勇的長城新能源汽車製造基地。

## 極氪完成私有化 吉利實現降本增效

### 龍頭企業

在中國車企競爭白熱化下，去年吉利汽車（00175）超額完成300萬輛之目標，銷量更同比升39%至302.4萬輛，其新能源車銷量更勁升90%至168.7萬輛，兩者均創新高，後者更高於特斯拉的160萬輛，反映其「油電雙輪驅動」見效。展望今年，吉利將銷售目標定為345萬輛，同比升14%，充分展示其自信和實力。

### 新能源車處於高增長期

光大證券國際證券策略師伍禮賢表示，吉利的新能源車銷量處於高增長期，且公司已形成盈利規模，並制定今年銷售目標增長14%，值得關注。

國投證券國際亦看好吉利，指其旗下極氪、領克、吉利品牌銷量全面向好，處在強勁的新車周期，如去年12月極氪9X交付量達到1萬輛，成交均價超53萬元人民幣，創下中國品牌50萬級豪華SUV交付新紀錄。

此外，在去年12月，極氪完成私有化，並從紐交所退市，成為吉利的全資附

屬公司。該行認為，通過此次整合，吉利汽車將邁進新階段，全面協同技術、產品、供應鏈、製造、營銷資源，實現降本增效。再者，未來公司將持續推進電動化、全球化、高端化發展，以強大的規模效應帶來盈利能力提升，給予其「買入」評級。

另一焦點是今年1月份吉利270167輛的銷售，成為該月銷量之冠。分析指出，這反映吉利旗下部分新能源車型在智慧化配置、續航里程以及造型設計，獲得了更多買家青睞。與此同時，現時市場競爭的激烈，主流車企的銷量差距已很少，再沒有一家車企有絕對優勢。至於能否守住王者之位，則有待觀察。



▲極氪在去年12月完成私有化，並成為吉利的全資附屬公司。

### 車股首選

對於車企的選股策略，光大證券國際證券策略師伍禮賢表示，新能源車一哥——比亞迪（01211）在中國市場佔有率最大，且規模化生產有助降低單一汽車生產成本，加上出海進度較其他企業快，海外增量可部分抵銷中國市場增長壓力，為車企之中上佳之選。

東吳證券亦看好比亞迪，指去年其累計銷量460.24萬輛，同比升7.73%。同時，產品高端化持續推進，王朝和海洋去年銷售410.5萬輛，同比升1.6%；方程豹售23.5萬輛，同比大升316%，表現強勁；騰勢售15.7萬輛，同比升25%。方程豹、騰勢環比增幅顯著，高端品牌佔比提升。

再者，比亞迪海外業務已成為重要的增長引擎，去年海外銷售104.96萬輛，勁升145%，晉身全球新能源車市場銷量冠軍。公司在2026年海外市場銷量有望繼續實現高增長，並憑藉規模優勢強化零部件採購能力，進一步提升價格競爭力，鞏固全球市場地位。

### 股價目標上調至105元

另外，2026年比亞迪正式開啟「大電池混插」時代，推出2026款泰PLUS DM-i、2026款海豹05DM-i、2026款秦LDM-1和海豹06DM-i超享版。產品的純電續航翻倍，大電池混插將成為比亞迪未來產品布局的核心發展方向，有望憑此進一步鞏固市場份額、提升品牌影響力。該行考慮今年新一輪產品周期，及出海繼續高增，維持「買入」評級。

## 比亞迪海外銷售佳 鞏固規模優勢



▲比亞迪於去年9月參與於德國慕尼黑舉行的國際車展。

面對股價壓力，富瑞研究報告指出，鑒於比亞迪股價已從高位回調約40%，相信大部分負面因素已反映在股價中。展望未來，看到正面催化劑包括2月下旬或3月初舉行的技術日，及一系列新車型和新技術的推出。

該行將比亞迪評級為「持有」；基於2026年預測市盈率20倍，目標價升至105元。

富瑞預測，比亞迪在農曆新年後，可能在3月初密集式推出新車型/新技術，或有助其重奪在中國市場流失的市佔率。預計今年海外銷售將達到150萬輛，按年增43%。出口業務應能有效沖抵因補貼減少及競爭加劇而表現疲弱的國內市場。此外，公司計劃向海外市場推出更多混合動力車型，隨着比亞迪將競爭力更強及價格更實惠電動車型引入國際市場，富瑞預計其在海外市場的市佔率增長可觀。