

中国新能源汽车 筑梦欧洲



2023年6月

kpmg.com/cn

序言

江立勤

毕马威中国客户与业务发展主管合伙人



在科技进步和产业变革快速推进的背景下，全球汽车产业朝着电动化、网联化和智能化的方向发展。中国作为全球最大的新能源汽车产销国，凭借完整的产业链、快速迭代的数字化技术、规模优势和丰富的产品矩阵，国际竞争力明显增强。新能源汽车产业链上下游企业纷纷加快“出海”步伐，加大海外市场拓展力度。

欧洲重视环保和可持续发展，深入推进汽车产业电动化转型，新能源汽车发展迅速且市场潜力较大。目前，欧洲是全球第二大新能源汽车市场，且率先提出于2035年禁售燃油车。中国新能源汽车“出海”欧洲是中国汽车产业走向全球的重要一步，也是中国新能源汽车产业发展的必然选择。在行业“出海”快速发展的同时我们也应看到，中国新能源汽车要持续深耕欧洲市场仍需面对当地法律法规的变化以及品牌认知度不高等一系列挑战。

毕马威中国与毕马威欧洲成员所联合推出《中国新能源汽车筑梦欧洲》这一行业深度报告。该报告从全球视角出发，对中国新能源汽车出口欧洲以及中国新能源汽车产业链相关企业在欧洲的布局进行了深入解析。在此基础上，报告充分利用毕马威中国及全球网络的优势，结合中欧两地行业专家和财税咨询专家的知识技能及实践经验，针对中国企业进入欧洲市场所面临的挑战，从企业的进入战略、合规风险、品牌建立、本地化运营等方面给出了切实可行的建议。

伴随全球脱碳进程的加快，由新能源行业引领的出口产品“新三样”，即电动汽车、光伏产品、锂电池的出口增速进一步加快，正逐渐成为中国对外出口的重要增长点。新能源汽车未来发展空间广阔，毕马威期待持续推动新能源汽车行业发展，为企业“出海”保驾护航！

摘要

随着全球能源转型的不断推进，新能源汽车成为全球汽车产业发展的重要方向。本文重点探讨全球新能源汽车产业发展现状、中国新能源汽车相关企业在欧洲的产业链布局及可能面临的机遇和挑战，并且提出了相关对策和建议。



全球新能源汽车发展迅速，未来市场空间广阔

近年来，各国纷纷出台措施，加强对新能源汽车的政策支持，各大车企也大幅增加研发投入，新能源汽车产业蓬勃发展。

- **发展新能源汽车成为各国共识。**全球气候变暖和环境问题日益突出，越来越多的国家正加大推进环境保护和低碳发展，目前已有超过130个国家和地区提出了实现“零碳”或“碳中和”的气候目标。交通领域占全球二氧化碳排放总量的1/4左右，仅次于能源发电与供热，是碳排放的第二大领域。降低交通领域的碳排放具有重要意义，新能源汽车也成为各国汽车产业发展的重点。
- **多国制定燃油车禁售时间表，通过财政、法律等手段促进新能源汽车发展。**欧洲、美国、中国等国家和地区出台了多项交通领域的碳减排政策，纷纷推动汽车电动化转型。此外，还通过财政、法律、基础设施等政策及国际合作支持新能源汽车产业发展。
- **电池、移动互联和智能化等技术进步不断提升新能源汽车使用感受。**电池技术的发展有望继续带动新能源汽车降低成本、提高性能及安全性。与此同时，移动互联和智能化技术的成熟为新能源汽车的发展注入新动能。
- **全球新能源汽车销量突破临界点，渗透率快速提升。**全球新能源汽车销量从2018年的211万辆增加到2022年的1,044万辆，同期，全球新能源汽车渗透率从2%提升至13%。
- **中欧美是全球新能源汽车主要市场。**2022年中国、欧洲和美国在全球新能源汽车销量的份额分别为64%、22%和9%，三地销量占全球新能源汽车销量的95%。
- **中美新能源车企领先全球销量榜单，比亚迪登顶全球新能源汽车销量榜首。**比亚迪成为2022年全球新能源汽车总销量排名第一的整车厂，特斯拉位列整车厂销量第二，上汽通用汽车集团的新能源汽车销量在整车厂中排名第三。



欧洲成为中国新能源汽车“出海”的重要目的地

政策支持、基础设施、消费观念等因素带动欧洲新能源汽车市场快速发展。越来越多的中国车企“走出去”优先选择欧洲，中国新能源汽车对欧洲出口迎来突破。

- **欧洲新能源汽车市场广阔，发展潜力大。**2018-2022年，欧洲新能源汽车销量的年均增长率为58%，仅次于同期的中国（61%），增速世界第二。根据欧洲汽车制造商协会（ACEA）的预测，到2030年，欧洲每5辆汽车中就有3辆是新能源汽车，新能源汽车的渗透率达到60%，远超全球26%的渗透率。
- **欧盟确立汽车行业碳减排目标，积极推动新能源汽车发展。**从欧盟层面看，2023年4月，欧盟通过《2035年欧洲新售燃油轿车和小货车零排放协议》，意味着欧盟将是第一个实现汽车完全电动化的地区。从国家层面看，欧洲对新能源汽车的购买补贴力度分化，各国还通过减少车辆注册税、道路税等税收，以及为电动汽车使用提供更广泛的便利等路权优惠加大对新能源汽车的支持力度。
- **充电等配套设施投资提升了新能源汽车使用便利性。**欧洲新能源汽车充电桩从2012年的1.7万个增加到2021年的37.6万个，但仍难以满足快速增长的新能源汽车需求。Statista预计，2030年德国、英国和法国的充电桩数量分别有望达到72万个、50万个、47万个，位居欧洲前三。
- **欧洲消费者环保意识较强，对新能源汽车接受度较高。**根据欧洲投资银行（EIB）的调研，一半的欧盟受访者表示购买汽车时会优先选择混合动力汽车或纯电动汽车，超过购买燃油车的比例（24%）。
- **中国新能源汽车对出口拉动力进一步增强，对欧洲出口量占全部新能源汽车出口量近半。**中国新能源汽车的出口占汽车总体出口的份额从2017年的19%提升至2022年的36%。今年一季度，中国电动汽车出口额同比增长122.3%，同时占中国汽车出口的比重提升5.1个百分点。根据乘联会统计口径下的新能源汽车出口数据，2021年中国对欧洲出口量超过了新能源汽车传统出口地亚洲，占新能源汽车出口量48%，欧洲成为中国新能源汽车出口的第一大区域，2022年中国对欧洲新能源汽车出口持续领先其他区域。比利时成为中国新能源汽车对欧洲出口最多的国家，多数中国车企选择通过比利时将车辆运输到欧洲其他国家。虽然挪威从中国进口新能源汽车较少，但是挪威新能源汽车政策友好、市场包容度高、充电设施完善、港口条件便利，成为中国车企“出海”欧洲的桥头堡。
- 2022年中国新能源汽车对欧洲出口均价为3万美元/台，高于2.2万美的全球出口均价，其中对西班牙和挪威的出口均价最高，达到3.9万美元。



中企在欧洲绿地投资增长迅猛， 汽车是绿地投资额创历史新高的 的主力

中企在欧洲的绿地投资近年来持续快速增长，2022年达到45亿欧元，同比上升55%，投资总额首次超过并购投资，创过去十年间新高。其中汽车领域的投资增长是绿地投资额创历史新高的主因。2022年中国在欧洲的投资中，汽车产业占比高达53%，较2021年占比提升了33个百分点。这一历史性的增长主要源于电动汽车产业链上游的动力电池厂商加速“出海”，在欧洲传统汽车产业发达地区直接投资设厂、新建产能。

- 除了绿地投资，并购交易长期以来也是中国在欧洲投资的重要途径之一。中国企业在欧洲的并购交易于2016年达到459亿欧元的历史峰值，但之后受对外投资监管政策趋严以及海外对并购交易审查更加严格的影响，中国在欧洲并购投资规模持续下滑并于2020年降至58亿欧元的历史低值。2021年并购交易有所回暖，但2022年再次下滑至34亿欧元，同比减少53%，交易额为十年间最低值。
- 从新能源汽车产业链来看，2019-2023年2月共发生14笔中国在欧洲的并购交易，主要集中在产业链的上游和中游，其中上游主要集中于锂矿及电池，共10笔；中游交易共4笔，与整车和零部件相关。
- 从交易国家来看，上游6笔锂矿相关交易均涉及位于英国的控股平台。德国汽车工业发达，有3笔交易，分别与锂电池、零部件和整车相关。匈牙利的两笔交易，均为方正电机收购绿脉城市交通（欧洲）有限公司股权。此外，意大利、比利时和丹麦均有一笔交易。从交易金额来看，赣锋锂业2022年以1.9亿英镑收购英国Bacanora Lithium公司51%股权为最大额交易。该公司旗下的主要资产为位于墨西哥的锂黏土Sonora项目，该项目是目前全球最大的锂资源项目之一。



中国新能源汽车加强在欧洲全产业链布局

目前，中国新能源汽车产业在欧洲投资已基本覆盖全产业链，其中由于中国在动力电池上多年积聚的优势，围绕动力电池产业链所展开的并购交易及绿地投资是中企在欧洲投资布局的主力。



动力电池：中国企业在欧洲绿地投资加速

欧洲是全球新能源汽车的重要增量市场，2021年以来，中国动力电池企业在欧洲建厂的速度明显加快。包括宁德时代等在内的六家大型国内电池企业已经或计划在欧建厂，将产品和技术投向海外市场。

2023年3月16日，欧盟委员会正式发布旨在确保欧盟获得安全和可持续的关键原材料供应的《欧洲关键原材料法案》，涉及原材料主要包括稀土、锂、钴、镍以及硅等。按照规划，到2030年，欧盟计划每年在内部生产至少10%的关键原材料，加工至少40%的关键原材料，回收15%的关键原材料。在任何加工阶段，来自单一第三方国家的战略原材料年消费量不应超过欧盟的65%。未来有志开拓欧洲市场的新能源车上下游企业需要进一步加强原材料本地化产能的投资和布局。



整车厂：布局欧洲提升品质，控制产业链成本

鉴于欧洲在全球汽车产业的领先地位和作为中国新能源汽车重要海外市场的战略地位，大部分中国车企已在欧洲设立了研发中心，以更好地了解当地市场需求，并与当地供应商和经销商等建立联系。

一些中国车企也以投资建厂的方式布局欧洲。自2017年起，包括比亚迪、吉利和蔚来等车企开始在匈牙利、英国等地兴建新能源巴士和乘用车厂。例如2022年7月，蔚来宣布在匈牙利佩斯州的比奥托尔巴吉建设其全球首个海外工厂，建成后将成为蔚来在欧洲的制造中心、服务中心和研发中心。



销售及后市场：完善服务是制胜欧洲的关键

产业链下游主要包含新能源车的整车销售、充换电，以及汽车后市场服务。为更好地服务欧洲当地消费者，伴随中国新能源汽车一起进入欧洲市场的，也有配套的营销和售后服务网络。目前中国车企主要采用开设直营、代理/经销等混合模式。例如领克和蔚来等在开设直营模式的基础上，也积极探索欧洲流行的订阅模式。



中国新能源汽车在欧洲市场大有可为

凭借完整的产业链、快速迭代的数字化技术、以及规模优势和丰富的产品矩阵，中国新能源汽车加速国际化，在欧洲市场拥有广阔的发展空间。

- **中国新能源汽车产业链完备，在动力电池等关键领域具有优势。**中国完整、高效的产业链是中国制造的核心优势之一，在新能源汽车领域也不例外。根据SNE Research的数据，2022年中国企业占全球动力电池装机量的60%，比2021年提升12个百分点；全球前十位电池生产企业中，中国占据6席，其中宁德时代蝉联全球第一，市场占有率从2021年的33%提升到37%。
- **中国数字经济发展迅速，为新能源车企提升数字化、智能化提供了丰厚土壤。**中国数字经济发展迅速，用户规模大。中国汽车企业正通过车联网技术、自动驾驶技术、人工智能和大数据等技术，提高车辆的智能化水平，提升驾驶安全性和用户体验，推动新能源汽车智能网联提速，更好地满足欧洲高端市场消费者的需求。
- **中国新能源汽车规模优势明显、车型矩阵丰富，可以满足消费者不同需求。**中国作为全球最大的新能源汽车生产国，新能源汽车已经连续第八年生产量、销售量和保有量全球第一，规模优势明显。2022年中国有136款新能源汽车车型可供消费者选择，其中纯电动汽车车型110个，位居世界第一。和特斯拉、宝马、奔驰等厂商相比，中国新能源汽车在欧洲售价区间较大，可以覆盖更多的消费群体和需求。



中国新能源汽车产业链上下游企业进军欧洲面临的挑战

快速发展的同时，中国新能源汽车产业链上下游企业要持续深耕欧洲市场，仍需面对诸如市场门槛较高、欧洲当地法律法规的变化，构建品牌认知度等一系列挑战。



挑战一：

欧洲发达国家市场门槛较高，需要完备、可行的市场进入策略

布局发达国家市场有利于企业积累国际化经验、提升品牌形象，从而提高产品的全球销量。与此同时，发达国家市场由于准入门槛较高，企业也将面临地缘政治和宏观环境、市场准入政策、强大的本地竞争对手、产品定位难以满足本地化消费者需求等挑战。



企业如何应对：

针对企业在进入欧洲等发达国家新市场时所面临的一系列挑战，我们建议企业可以从以下几个方面入手：

- 设计切实可行的欧洲新市场进入策略；
- 采取灵活、因地制宜的销售模式并借力本土合作伙伴；
- 实施绿地建设及并购并举的本土化产能布局。



挑战二：

欧盟绿色新政是中国新能源汽车相关企业必须面对的一揽子“绿色准入”机制

欧盟出台了包含碳关税（CBAM）、碳定价、林业碳汇、减排责任和资金支持等一系列政策，并将这一揽子政策命名为“欧盟绿色新政”（EU Green Deal）。可以预见的是，欧盟绿色新政将在全球范围内带来广泛影响，出口欧盟及在欧盟经营的中国新能源汽车产业链上下游企业也将面临新的机遇和挑战。可能的主要影响包括：欧盟电池新规对电池的标准与市场准入提出要求；碳定价的影响和碳减排的压力；可持续发展的披露和管理变为新的合规要求，企业信息披露标准更高等。



企业如何应对：

“欧盟绿色新政”是中国新能源汽车产业链上下游企业出海欧洲绕不过的绿色准入机制，企业应在以下方面着力，应对欧盟绿色准入要求：

- 建立健全高质量的全生命周期环境排放数据库；
- 加强供应链管理，以满足相关合规要求。



挑战三：

欧洲消费者对中国本土新能源汽车品牌认知度依然偏低

2022年中国纯电动汽车在欧洲市场销量排名前三的品牌（Volvo、MG、Polestar）均是中国车企收购的欧洲本土的汽车品牌，占欧洲纯电动汽车市场份额的8.6%，而中国自主品牌的纯电动汽车在欧洲的市场份额不足2%。多种因素导致中国新能源汽车在欧洲认知度较低：一是欧洲消费者认为中国产品同质化严重，品牌个性和差异化方面较欠缺；二是中国本土新能源汽车品牌相对于欧洲传统汽车品牌知名度较低，且在欧洲市场的渗透率低，欧洲消费者接触到这些车辆的机会较少，对品牌了解有限；三是中国新能源汽车在欧洲市场的营销较少，大规模的广告推广活动不多。



企业如何应对：

- 关注产品品质，以满足欧洲市场的高标准和严格要求；
- 加大品牌宣传，尤其是对年轻人的宣传，提升年轻人对品牌的认可度和美誉度；
- 在市场进入前期通过兼并收购当地已经有一定知名度和市场占有率的品牌，提升自有品牌的知名度，获取竞争优势，实现跨越式发展。



挑战四：

数字化和智能化加大个人信息保护和数据合规风险

智能网联汽车在全生命周期中将采集、生产大量数据，并且与其他终端进行数据交互，数据安全风险愈发重要。2018年开始生效的欧洲《通用数据保护条例》（GDPR）被称为史上最严个人信息保护法规。中国企业通过数据收集、使用、处理等行为提供产品或服务，无论该企业是否设立于欧盟境内，只要为欧盟内的数据主体提供商品或服务，或服务发生在欧洲的数据主体活动监控范围内，都必须受GDPR监管。2020年6月，联合国欧洲经济委员会下属的WP.29组织发布了两项法规，要求从2022年7月开始汽车制造商只有在获得网络安全管理体系（CSMS）认证的情况下，才可以申请欧盟市场准入的车型审批（VTA）。此外，欧洲消费者对于个人信息安全的保护意识较强，对汽车智能化的需求并不迫切，智能网联是否能转化为中国汽车产品在欧市场的差异化优势仍待观察。



企业如何应对：

随着中国智能网联汽车逐步进入欧洲市场，中国车企应重视网络安全与数据保护的重要性，应将网络安全与数据保护要求尽早地规划到产品设计、市场活动、产品销售、IT系统部署等企业经营活动中，我们建议企业可考虑如下举措：

- 持续跟踪监管动态；
- 完善合规与内控体系；
- 建立合规技术平台，勇担社会责任。



挑战五：

亟需加强本地化运营能力以更好地满足欧洲用户本土化需求

中国新能源车“出海”输出的不单是整车产品，更重要的是与产品相配套的服务体系，需要企业通过在海外投资、建厂、收购、合资合作等各种方式，持续推进品牌在海外市场的本地化发展。中国车企目前拓展欧洲市场仍以整车出口为主，在欧的投资布局也主要集中在产业链上游和中游，对于包含汽车金融和创新型后市场服务的产业链下游环节鲜有涉猎，如何打通产业链上中下游，满足欧洲当地用户的本地化服务需求是中国企业亟需思考的问题。



企业如何应对：

- 积极构建海外本土化生产、销售和售后能力；
- 关注欧洲消费者需求；
- 选择合适的当地经销商，因地制宜地搭建销售及运营渠道；
- 建立适合本土化的组织和管理体系。根据本土市场需求，制定适当的管理结构和流程，引进能够为企业带来国际化思维和经验的国际化人才。

目录

01



全球新能源汽车发展迅速，未来市场空间广阔

p.11

02



欧洲成为中国新能源汽车“出海”的重要目的地

p.19

03



中国新能源汽车加强在欧洲全产业链布局

p.31

04



中国新能源汽车产业在欧洲面临的机遇和挑战

p.49



01

全球新能源汽车 发展迅速，未来 市场空间广阔

在科技进步和产业变革快速推进的背景下，汽车和新能源、数字技术加速融合，全球汽车产业朝着电动化、网联化和智能化的方向发展。近年来，各国纷纷出台措施，加强对新能源汽车的政策支持，各大车企也大幅增加研发投入，新能源汽车产业蓬勃发展。

绿色发展、政策支持和技术进步等共同推动全球新能源汽车发展

绿色发展： 发展新能源汽车成为各国共识

随着工业化的发展，全球气候变暖和环境问题日益突出¹。根据全球碳计划（Global Carbon Project）的估算，2022年全球碳排放达到366亿吨，高于2019年新冠疫情前的水平²。越来越多的国家意识到传统能源的开采和使用对环境造成的污染，致力于推进环境保护和可持续发展。目前已有超过130个国家和地区提出了实现“零碳”或“碳中和”的气候目标，包括欧盟、英国、日本、韩国在内的17个国家和地区针对碳中和已有针对性立法³。降低交通领域的碳排放是达成全球碳减排目标的关键措施之一，2021年交通领域二氧化碳排放量占全球二氧化碳碳排放总量的24%，仅次于能源发电与供热领域，是碳排放的第二大领域⁴。零碳或低碳排放的新能源汽车成为各国汽车产业重要的转型目标。

绿色发展已经越来越成为全球各国的共识，中国也提出了2030年实现碳达峰、2060年实现碳中和的“双碳目标”。绿色发展需要建立新型能源体系，这涉及了从风电、光电、氢能等新能源生产，到智慧电网、储能设施搭建，再到终端用能电气化等多个领域的转型升级。新能源汽车对能源转型具有重要意义，新能源汽车的发展已经突破临界点，未来发展空间巨大。



——毕马威中国首席经济学家 康勇

¹本报告是基于截至2023年2月，我们认为可靠的公开数据和资料编制。然而，我们不能确保数据和信息的准确性和完整性，我们不对任何数据和信息的错误或遗漏负责，不对使用本报告而导致的任何损失或损害负责。

²《2022年全球碳预算》：中国今年碳排放量将下降，美国印度会上升，观察者网，2022年11月，https://www.guancha.cn/international/2022_11_11_666261.shtml?s=zwxyxgtjbt

³Energy & Climate Intelligence Unit, Net Zero scorecards, <https://eciu.net/netzerotracker>

⁴联合国：交通部门占全球碳排放量的24%，减排任务艰巨，腾讯网，2021年10月13日，<https://new.qq.com/rain/a/20211013A05EKM00>

政策支持：

多国制定燃油车禁售时间表，通过财政、法律等手段促进新能源汽车发展⁵

欧洲、美国、中国等国家和地区出台了多项交通领域的碳减排政策，纷纷推动汽车电动化转型（表 1）。欧盟于2023年3月正式通过《2035年欧洲新售燃油轿车和小货车零排放协议》⁶，决定2035年以后在欧洲禁售燃油车，但是也为销售只使用合成燃料的内燃机汽车保留了一定空间⁷。中国方面，根据《新能源汽车产业发展规划（2021—2035年）》，中国计划到2025年实现新能源汽车新车销量占比达到20%，到2035年纯电动汽车成为新销售车辆的主流，公共领域用车全面电动化。数据显示，2022年中国新能源汽车销量占比已经达到25.6%，提前实现2025年的目标。

表 1 | 各国新能源汽车发展目标

国家（地区）	新能源车发展目标
中国	2025年：新能源汽车新车销售量达到汽车新车销售总量的20%左右； 2035年：纯电动汽车成为新销售车辆的主流，公共领域用车全面电动化。
日本	2030 年：HEV 渗透率30-40%，BEV&PHEV 渗透率20-30%，FCEV 渗透率3%； 2050 年：禁售燃油车。
韩国	2030年：新能源车销量785万辆。
美国	2030年：电动汽车占有所有汽车销量的 50%。
加拿大	2030年：EV销售占比达到30%；2040年：EV销售占比达到100%。
欧盟	2035年：欧盟境内禁售燃油车，但允许继续销售添加e-fuels合成燃料的内燃机汽车。
挪威	2025年：100%ZEV销量。
英国	2030年：电动车渗透率50-70%，禁售燃油车；2035年：禁售混合动力汽车。

资料来源：IEA，各国官网

⁵ EV：电动汽车；NEV：新能源汽车；BEV：纯电汽车；HEV：混合动力汽车；PHEV：插电式混合动力汽车；ZEV：零碳排放汽车；FCEV：燃料电池汽车。报告中电动汽车（EV）等同于新能源汽车（NEV），不做进一步区分。

⁶ <https://www.reuters.com/business/sustainable-business/eu-approves-law-end-sales-new-co2-emitting-cars-by-2035-2023-03-28/>

⁷ <https://www.euronews.com/green/2023/03/22/eu-to-ban-petrol-and-diesel-cars-by-2035-heres-why-some-countries-are-pushing-back>

各国除了确立新能源汽车发展目标外，还通过财政、法律、基础设施等政策及国际合作支持新能源汽车产业发展。一是各国通过财政手段对新能源汽车产业和消费者提供间接或直接的资金补贴，例如，减免税费、对购车进行补贴、成立产业基金等。美国于2022年出台了《通胀削减法案》，在2023-2033年对符合条件的新能源汽车消费者和生产者进行补贴。二是政府通过制定减排政策、限制燃油车进入城市、发展纯电公共交通等，为新能源汽车产业提供市场环境和法律保障。欧盟在法律支持方面走在了世界前列，欧盟通过《欧洲气候法》等文件，为新能源汽车发展保驾护航。三是越来越多的国家意识到发展新能源汽车基础设施的重要性，通过建设公共充电桩、充换电站、加氢站、智能交通系统等基础设施，为新能源汽车的推广和普及提供便利。四是各国通过合作研发、跨境投资并购、国际标准化合作等方式加强国际合作，为新能源汽车产业提供更广阔的发展空间和机会。

技术进步：

电池、移动互联和智能化等技术进步不断提升新能源汽车使用感受

电池、电机和电控构成的“三电系统”是新能源汽车和传统燃油车的主要区别，是新能源汽车核心部件，也是新能源汽车的主要竞争力。“三电系统”中电池的成本占比最高，随着动力电池企业和车企对电池的性能要求越来越高，电池的迭代和技术创新也在加速，电池发展经历了磷酸铁锂、中镍高电压、高镍三元和钠电池等技术路线，CTC（Cell to Chassis）⁸作为最新一代电池系统技术，在特斯拉、比亚迪等企业的推动下，正逐渐从开发设计走向量产。此外，安全性更高的固态电池等新的动力电池产品也在研发进程中，电池技术的发展有望继续带动新能源汽车降低成本、提高性能及安全性。

与此同时，移动互联和智能化技术的成熟为新能源汽车的发展注入新动能，推动新能源汽车迎来新的开发、使用、维护模式，促进新能源汽车由信息孤岛向智能终端转变，由单纯交通工具向移动终端智能、储存单元和数字空间转变。融合了新能源、新材料和互联网、大数据、人工智能等的新能源汽车，其品质、功能性、舒适性、安全性进一步提升。

⁸ CTC：将电芯直接整合到车辆底盘结构内，从而提升车身的空间利用率、车身扭转刚度，提高电动车的空间、续航和操控的一种电池方案。

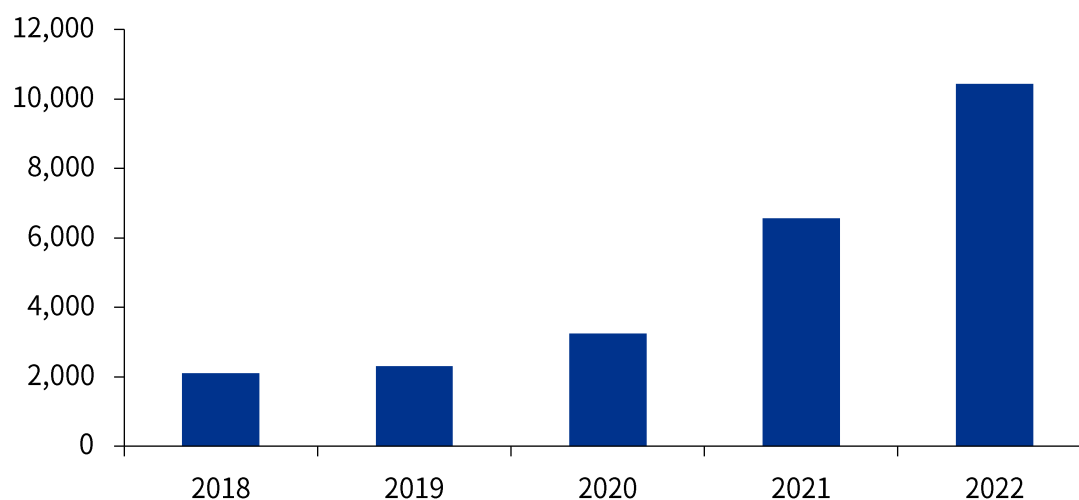


全球新能源汽车销量增长迅速， 中欧美领先全球市场

新能源汽车销量突破临界点，渗透率快速提升

在全球低碳转型的背景下以及面临来自造车新势力的挑战，传统燃油车加速转型，纷纷投入巨额资金开发新能源汽车，也进一步提升了新能源汽车的技术，促进了新能源汽车升级发展。叠加消费者对新能源汽车的认可度不断提升，新能源汽车的发展更是突飞猛进。全球新能源汽车销量从2018年的211万辆增加到2022年的1,044万辆，同期，全球新能源汽车渗透率从2%提升至13%（图1）。

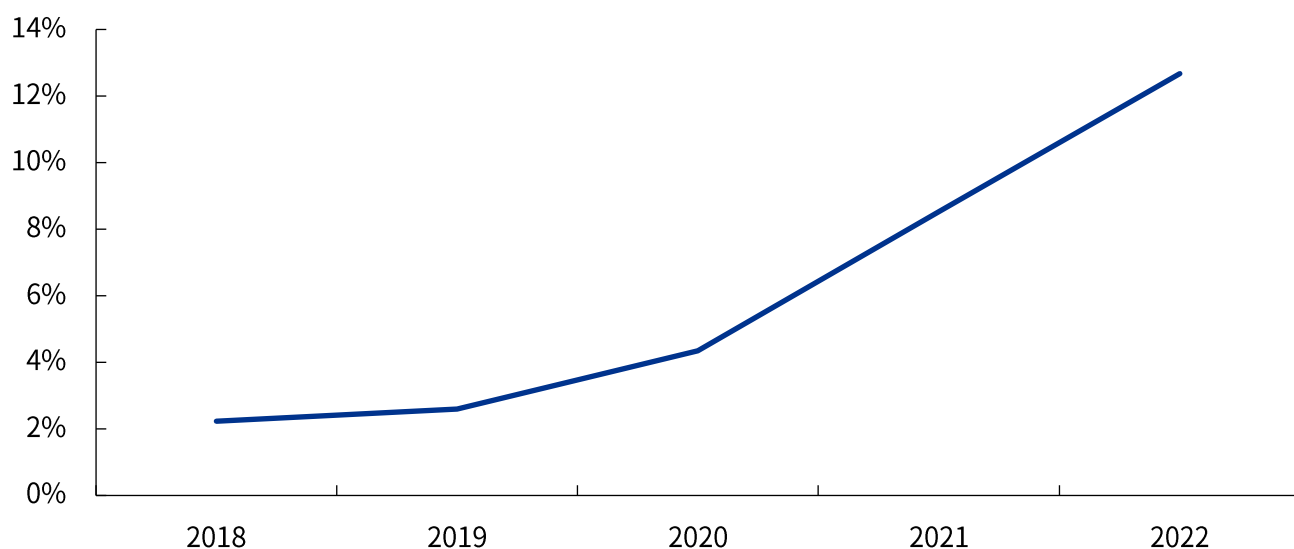
图1 | 2018-2022年全球新能源汽车销量，千辆



数据来源：LMC，毕马威分析

新能源汽车作为新兴行业在短暂的时间内经历了从无到有，并成为了汽车行业的新蓝海和未来发展方向。2020年之前，全球新能源汽车在汽车整体销售中占比较低，渗透率约2%，自2020年以来发展迅速，全球新能源汽车渗透率从2020年初的4%提升至2022年底的13%（图2）。地缘政治等因素使各国更加重视能源安全，长期来看，新能源是未来能源体系的重要组成部分，新能源为汽车电动化的发展提供了动力支持。各国也相继制定了燃油车禁售目标，大力发展新能源汽车，汽车电动化是未来的发展趋势。新能源汽车发展由早期的政策驱动转向市场驱动，充电便利性不断提升，叠加汽车行驶里程延长进一步缓解消费者“里程焦虑”，市场对新能源汽车需求将持续增加。摩根士丹利预测到2050年全球新能源汽车销量占汽车总体销量将达到82%⁹。

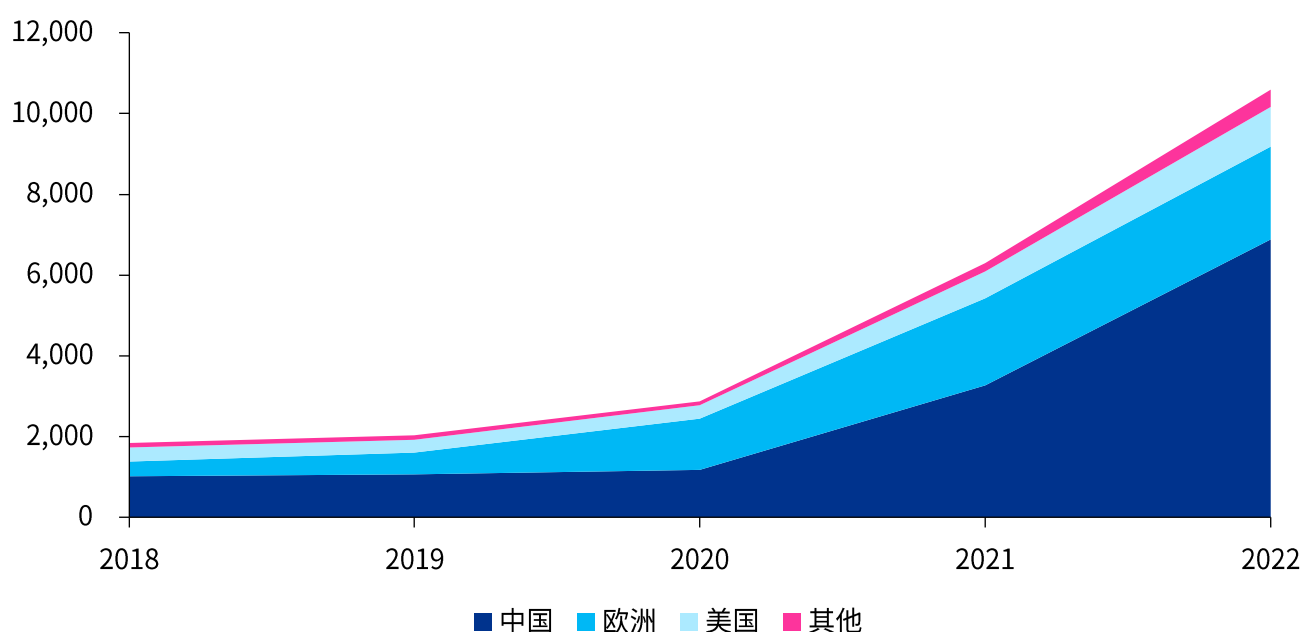
⁹ Morgan Stanley, Legacy Automakers Gear Up to Go Electric, September 2020, <https://www.statista.com/statistics/1202364/ev-global-market-share/>

图2 | 2018-2022年全球新能源汽车渗透率

数据来源：LMC，毕马威分析

中欧美是全球新能源汽车主要市场

中国、欧洲和美国的新能源汽车销量位居世界前列，在全球新能源汽车市场中占主导地位。2022年中国、欧洲和美国在全球新能源汽车销量的份额分别为64%、22%和9%，三地销量占全球新能源汽车销量的95%（图3）。尤其是中国在多年补贴、税收优惠等政策驱动下，新能源汽车崛起，占全球新能源汽车销量份额超过六成。

图3 | 2018-2022年全球新能源汽车销量区域分布，千辆

数据来源：世界汽车制造商协会（OICA），毕马威分析

中美新能源车企领先全球销量榜单，比亚迪登顶全球新能源汽车销量榜首

2022年全球新能源汽车销售的车型种类丰富，销量前十的车型包括了不同价位、不同款式的多种车型（表2）。值得一提的是比亚迪有六款车型上榜2022年车型销量前十榜单，其中最畅销的车型是宋DM，全球销售49.1万辆。比亚迪也因此成为2022年全球新能源汽车总销量排名第一的整车厂，全年销售181.6万辆（表3）。特斯拉位列整车厂销量第二，全年销售129.1万辆，最畅销的车型是Model Y。美国市场在特斯拉营收中占比约50%，仍是特斯拉最大的市场，其次是中国，营收占比约22%。得益于五菱宏光MINIEV的热销，通用汽车集团的新能源车销量在整车厂中排名第三，通用汽车宣布将于2025年底前在中国市场推出超过15款电动车型¹⁰。

表 2 | 2022年全球新能源汽车车型销量排名

 排名	 车型	 厂商/品牌	 2022年销量（千辆）
1	Model Y	特斯拉	736
2	五菱宏光MINIEV	通用汽车集团	573
3	Model 3	特斯拉	491
4	宋DM	比亚迪	411
5	海豚	比亚迪	205
6	秦PLUS DM-i	比亚迪	195
7	元PLUS	比亚迪	166
8	ID. 4	大众汽车集团	154
9	汉EV	比亚迪	145
10	汉DM	比亚迪	129

资料来源：Marklines，毕马威分析

注：通用汽车集团销量包括上汽通用五菱的数据。

¹⁰ 通用将推超15款奥特能平台电动车型，新浪网，2022年11月22日，<https://auto.sina.com.cn/jishu/2022-11-22/detail-imqmmthc5615361.shtml>

表 3 | 2022年全球新能源汽车整车厂销量排名

 排名	 整车厂	 2022年销量（千辆）
1	比亚迪	1,816
2	特斯拉	1,291
3	通用汽车集团	719
4	大众汽车集团	678
5	吉利	540
6	Stellantis	402
7	现代起亚集团	387
8	雷诺-日产	322
9	梅赛德斯-奔驰	255
10	奇瑞汽车	238

资料来源：Marklines，毕马威分析
注：通用汽车集团销量包括上汽通用五菱的数据。



02

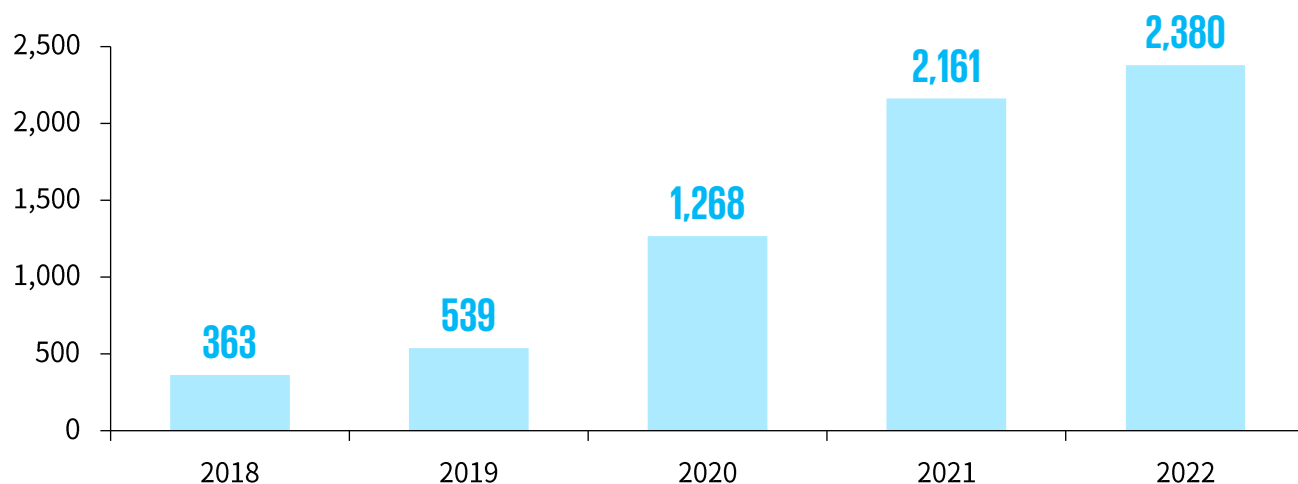
欧洲成为中国新能源汽车“出海”的重要目的地

欧洲各国重视汽车电动化转型，出台包括补贴消费者购车、减免税收、加大充电桩建设等多项激励政策，大型车企电动化转型规划日渐清晰，消费者对新能源汽车接受程度提升，欧洲新能源汽车市场规模大并且发展空间广阔。越来越多的中国车企“走出去”优先选择欧洲，欧洲成为中国新能源汽车出口和投资的重要区域。

欧洲新能源汽车市场广阔，发展潜力大

欧洲是碳减排的先行者，对交通领域的碳减排也格外重视，规划到2035年实现“零碳运输”。在规划的引领和各国的积极推动下，欧洲的新能源汽车发展迅速。2018-2022年，欧洲新能源汽车销量的年均增长率为58%，仅次于同期的中国（61%），增速世界第二（图 4）。2022年，由于半导体短缺、俄乌冲突影响东欧市场的需求等因素，欧盟汽车市场整体注册量下滑，但新能源汽车仍实现了增长，其中纯电动汽车的市场份额扩大到12.1%，混合动力汽车市场份额达到22.6%¹¹。随着疫情好转、新能源发展计划进一步推进，2023年欧洲新能源汽车市场有望恢复快速增长。

图 4 | 2018-2022年欧洲新能源汽车销量，千辆



数据来源：世界汽车制造商协会（OICA），毕马威分析

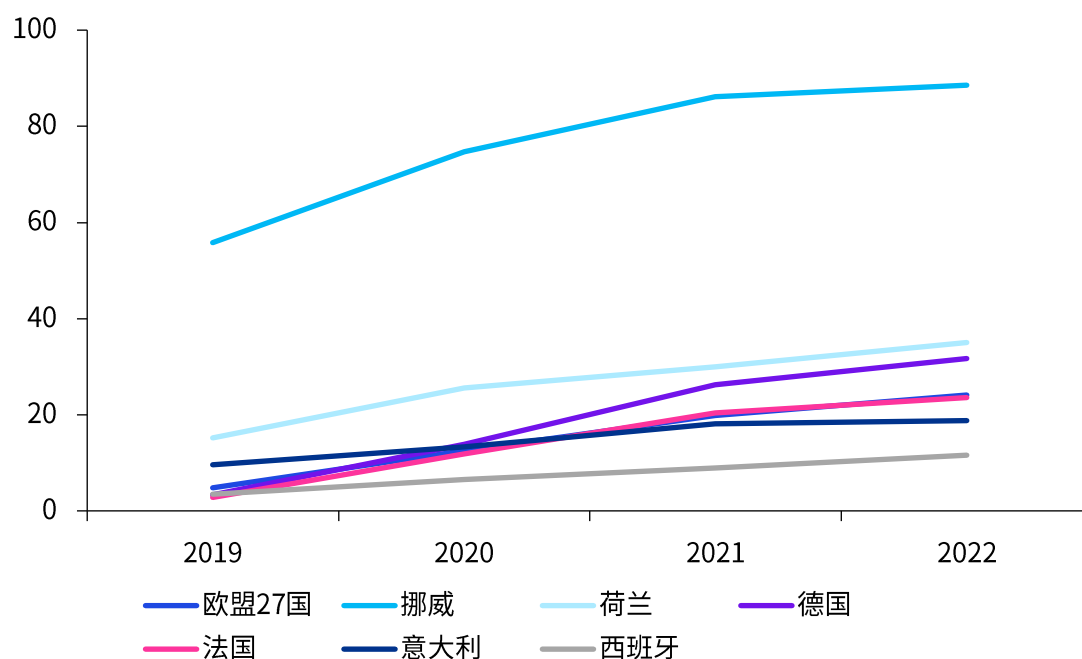
注：欧洲的数据主要是德国、法国等十个国家的数据，这十个国家的新能源汽车销量占欧洲总销量的90%。

¹¹ <https://www.acea.auto/fuel-pc/fuel-types-of-new-cars-battery-electric-11-9-hybrid-22-6-and-petrol-37-8-market-share-in-q3-2022/>.



与此同时，欧洲新能源汽车市场渗透率较高且提升较快。2020年欧盟新能源汽车渗透率为4.8%，2022年渗透率提升为24.1%（图 5）。不过，欧洲内部各国渗透率分化较大，如挪威渗透率高达88.5%，意大利、西班牙等新能源汽车渗透率仍不到20%。

图 5 | 2019-2022年欧洲新能源汽车渗透率



数据来源：欧盟委员会（European Commission），毕马威分析

俄乌冲突对欧洲能源供给造成冲击，短期内欧洲国家对化石燃料的依赖有所上升。但是基于长期能源安全考虑，欧洲将加速向清洁能源转型，通过立法从制度上保障清洁能源开发及碳减排的推进，坚定加快向电动汽车转型的决心。2022年欧盟公布了“REPowerEU”方案，该方案计划在2030年前逐步摆脱对俄罗斯化石能源的依赖，到2030年可再生能源占比目标将从此前的40%提高到45%。2023年欧盟正式通过《2035年欧洲新售燃油轿车和小货车零排放协议》，意味着欧盟将在2035年停止销售新的燃油轿车和小货车，这将重塑欧洲汽车行业，为汽车电动化转型提供了支持，有望加快电动汽车的发展。大众、戴姆勒、Stellantis（斯特兰蒂斯）、捷豹、宝马等欧洲传统车企积极拥抱电动化转型，纷纷宣布在2035年甚至更早在欧洲停售燃油车，其中，大众汽车把欧洲禁售燃油车时间表从原来的2033-2035年修订为2033年，戴姆勒计划在2030年之前实现全部车型的电动化。随着向新能源发展步伐加快以及车企加速转型，新能源汽车会得到进一步的发展。根据欧洲汽车制造商协会（ACEA）的预测，到2030年，欧洲每5辆汽车中就有3辆是新能源汽车，新能源汽车的渗透率达到60%，远超全球26%的渗透率¹²。

¹² 欧盟2035年禁售燃油车，汽车协会称面临挑战，2022年10月，<https://www.caixin.com/2022-10-29/101957562.html>

政策支持、基础设施、消费观念等因素带动欧洲新能源汽车发展

政策因素：

欧盟确立汽车行业碳减排目标，积极推动新能源汽车发展

从欧盟层面看，欧盟是推动全球碳减排的坚定支持者，于2021年6月通过《欧洲气候法》，到2030年将温室气体净排放量在1990年水平上减少至少55%，到2050年将实现碳中和。具体到交通领域，欧盟在2019年出台了《重型汽车二氧化碳排放标准》《EU2019/631法规》等文件，明确了汽车和货车碳排放标准，到2030年，汽车和货车碳排放量较2021年水平分别下降37.5%、31%¹³。为了加速向零排放交通迈进，在2021年7月推出的《Fit for 55》一揽子减排协议中，欧盟制定了更为严格的汽车和货车的碳排放标准，2030年汽车和货车的排放量较2021年将分别下降55%和50%，2035年汽车和货车碳排放量较2021年下降100%，仅销售零排放汽车和货车，实现“零碳运输”；2023年3月，欧盟通过《2035年欧洲新售燃油轿车和小货车零排放协议》，即《Fit for 55》协议中关于汽车减排的部分，规划到2035年禁售燃油车，但允许在2035年之后销售添加e-fuels合成燃料的内燃机汽车¹⁴。中国、欧洲和美国是全球新能源车的主要产销国家和地区，目前中国没有明确的燃油车禁售目标，美国计划到2030年新能源汽车销量占新车销量一半，新能源汽车包含插电式混合动力汽车。欧盟汽车减排协议通过议会批准，意味着欧盟将是第一个实现汽车完全电动化的地区。

另外，欧洲关税较低，德国、法国等国电动汽车整车进口关税为10%，挪威对电动汽车进口零关税，并且没有明显的针对本地区汽车企业的保护政策，各国营造的市场环境也对新能源汽车有利，这些因素都吸引着中国新能源汽车企业进入欧洲市场。

从各国层面看，欧洲对新能源汽车的购买补贴力度分化，加大对充电基础设施等使用环节支持力度。

一方面，多数国家对新能源购车环节仍有补贴，但是补贴力度有所分化。例如，瑞典、英国等新能源汽车渗透率较高的国家补贴退坡。自2022年11月8日起，瑞典不再对私人购买新能源汽车提供激励措施；2022年6月14日，英国取消对纯电和插电混动汽车的补贴，出租车、货车等仍享受部分补贴。但与此同时，西班牙、法国等对购车补助仍相对较高。西班牙、法国对购买纯电动乘用车的补贴最高分别达7,000、5,000欧元；克罗地亚和塞浦路斯等新能源汽车发展相对较慢的国家对购买新能源乘用车补贴可达9,333-12,000欧元。

¹³ CO₂ emission performance standards for cars and vans, the European Union.

¹⁴ <https://www.euronews.com/my-europe/2023/03/28/in-win-for-germany-eu-agrees-to-exempt-e-fuels-from-2035-ban-on-new-sales-of-combustion-en>

另一方面，各国也不断通过税收和路权优惠等措施加大对新能源汽车使用环节的支持。欧洲注重新能源汽车基础设施建设，加大对修建充电桩的支持。英国将现有补贴拨款转向充电网络等基础设施建设，西班牙车企提供约2,000欧元的免费家庭充电桩和安装服务，捷克对电动汽车充电桩的折旧从10年减少到5年，匈牙利降低特定区域内绿色牌照汽车充电电价。另外，欧洲各国减少车辆注册税、道路税等费用以及为电动汽车使用提供更广泛的便利。捷克对排放量 $\leq 50\text{g CO}_2/\text{km}$ 的BEV和FCEV免除注册费用，对BEV和HEV免除道路税。波兰提供电动汽车使用公交车道的可能性，电动汽车在市中心的付费区域可以免费停放（表4）。

表4 | 欧洲各国电动汽车激励政策

补贴幅度	国家	购买环节激励政策	使用环节激励政策
取消补贴	瑞典	从2022年11月8日起，政府将不再对私人购买新购新能源乘用车提供激励措施；公共部门购买EV巴士，补贴购买价格的20%。	补贴充电桩：公寓协会、组织和公司购买和安装充电桩，可获得投资成本50%的补助，每个充电桩补助上限为15,000瑞典克朗。
	英国	2022年6月14日，英国宣布取消对纯电或插电混动汽车1500英镑补贴的政策。	将现有补贴拨款转向充电网络等基础设施建设与其他类车型的电动化转型。
补贴较低	芬兰	2018-2023年，家庭购买或租赁价格 ≤ 5 万欧元的BEV，补贴2,000欧元；2022-2025年，购买电动货车，补贴2,000-6,000欧元；购买电动卡车，补贴6,000-50,000欧元。	2021-2025年，每个月减少170欧元BEV应税值。
	荷兰	纯电动汽车价格12,000-45,000欧元，购买/租赁新EV，补贴2,950欧元；购买或租赁二手EV，补贴2,000欧元。	购买零排放汽车免注册税至2025年，2026年将收取360欧元的基准固定费用。
	意大利	电动汽车M1：排放量 $\leq 20\text{g CO}_2/\text{km}$ 且价格 $\leq 35,000$ 欧元，新车补贴3,000欧元，旧车报废补贴5,000欧元；排放量为21-60 $\text{g CO}_2/\text{km}$ 且价格 $\leq 45,000$ 万欧元，新车补贴2,000欧元，旧车报废补贴4,000欧元。	自第一次注册后的五年内，减免BEV和HEV的注册税；五年后，减少BEV75%的注册税。
补贴较高	波兰	乘用车（M1类）补贴4,000-6,000欧元，轻型商用车和公共汽车（N1、M2和M3类）补贴10,000-15,000欧元。	提供电动汽车使用公交车道的可能性；可以在市中心的付费区域免费停放电动汽车。
	匈牙利	总购买价低于33,473欧元，补贴6,974欧元；购买总价为33,473-41,841欧元，补贴4,184欧；购买总价超过41,841欧元，没有补贴。	降低电价：降低A2区域内绿色牌照车充电电价；免费停车：目前在匈牙利的大多数城市，绿色车牌在公共停车场免费停车；减免税收：绿色牌照车辆的登记税为0欧元，混合动力汽车的注册税为212欧元。
	法国	乘用车(M1)：含增值税价格 $\leq 47,000$ 万欧元，补贴购置成本的27%，上限5,000欧元；含增值税价格在47,000-60,000欧元之间，补贴1,000欧元。货车补贴40%购置成本，上限7,000欧元。	ADVENIR计划：安装充电桩可获得投资成本50%的补贴，个人充电站限额为960欧元，共享充电站限额为1,660欧元。
	德国	2022年以前，新能源汽车价格 $\leq 40,000$ 欧元，补贴为6750-9000欧元；价格 $> 40,000$ 欧元，补贴5,625-7,500欧元。2023年补贴下调。	2025年之前免除BEV和FCEV注册税，排放 $\leq 95\text{g CO}_2/\text{km}$ 的车辆免征流转税。
	西班牙	MOVES Plan III：报废旧车并购买节能车型，纯电动汽车购买补贴最高可达7,000欧元；购买新车补贴5,000欧元。	西班牙车企提供约2,000欧元的免费家庭充电桩和安装服务。
	克罗地亚	购买BEV补贴9,333欧元，购买PHEV补贴5,333欧元。	——
	塞浦路斯	报废或更换新的电动汽车，排放量 $\leq 50\text{g CO}_2/\text{km}$ 且购买价格 $\leq 80,000$ 欧元，补贴最高为12,000欧元。	——

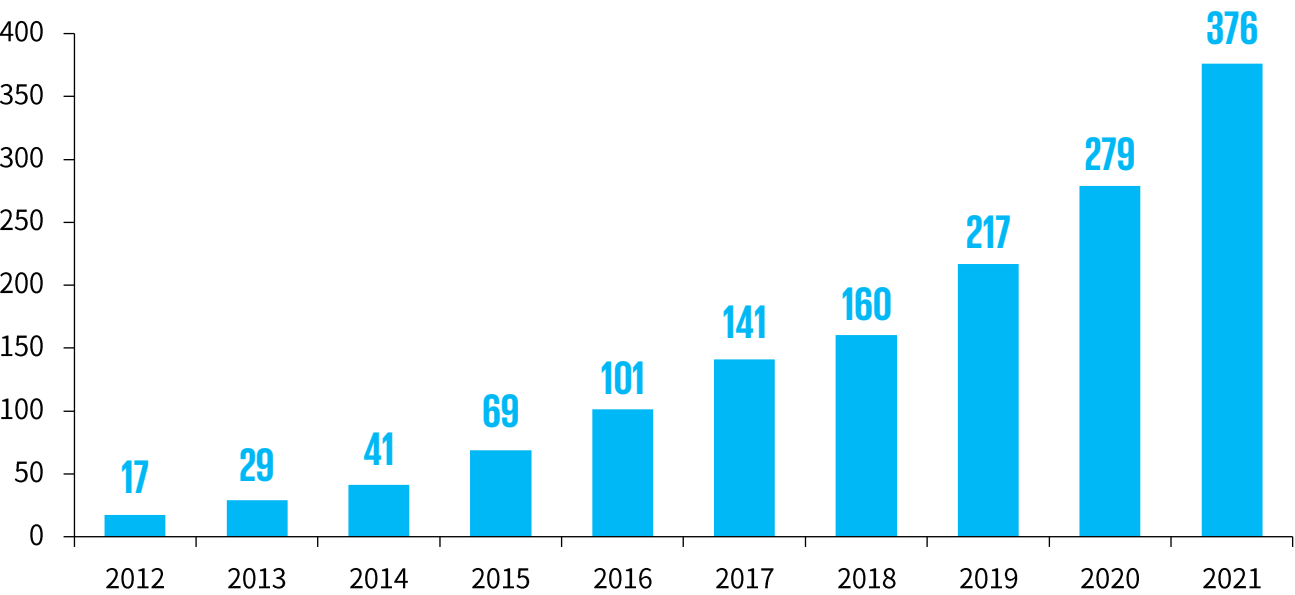
资料来源：各国官网，ACEA，毕马威分析

注：欧洲各国汽车激励政策基于公开信息收集，截至日期到2023年2月。

配套设施：
充电等配套设施投资提升了新能源汽车使用便利性

近年来，欧洲积极建设新能源汽车充电桩，从2012年的1.7万个增加到2021年的37.6万个（图6）。不过，虽然欧洲充电桩的数量快速增加，但仍难以满足快速增长的新能源汽车需求，现阶段欧洲充电桩数量大约占新能源汽车销量的16%。根据不同机构的预测，要实现交通领域的减排目标，到2030年，需要294-680万个公共充电桩，而现阶段欧洲境内只有不到40万个公共充电桩，缺口依然较大¹⁵。

图6 | 2012-2021年欧洲充电桩数量，千



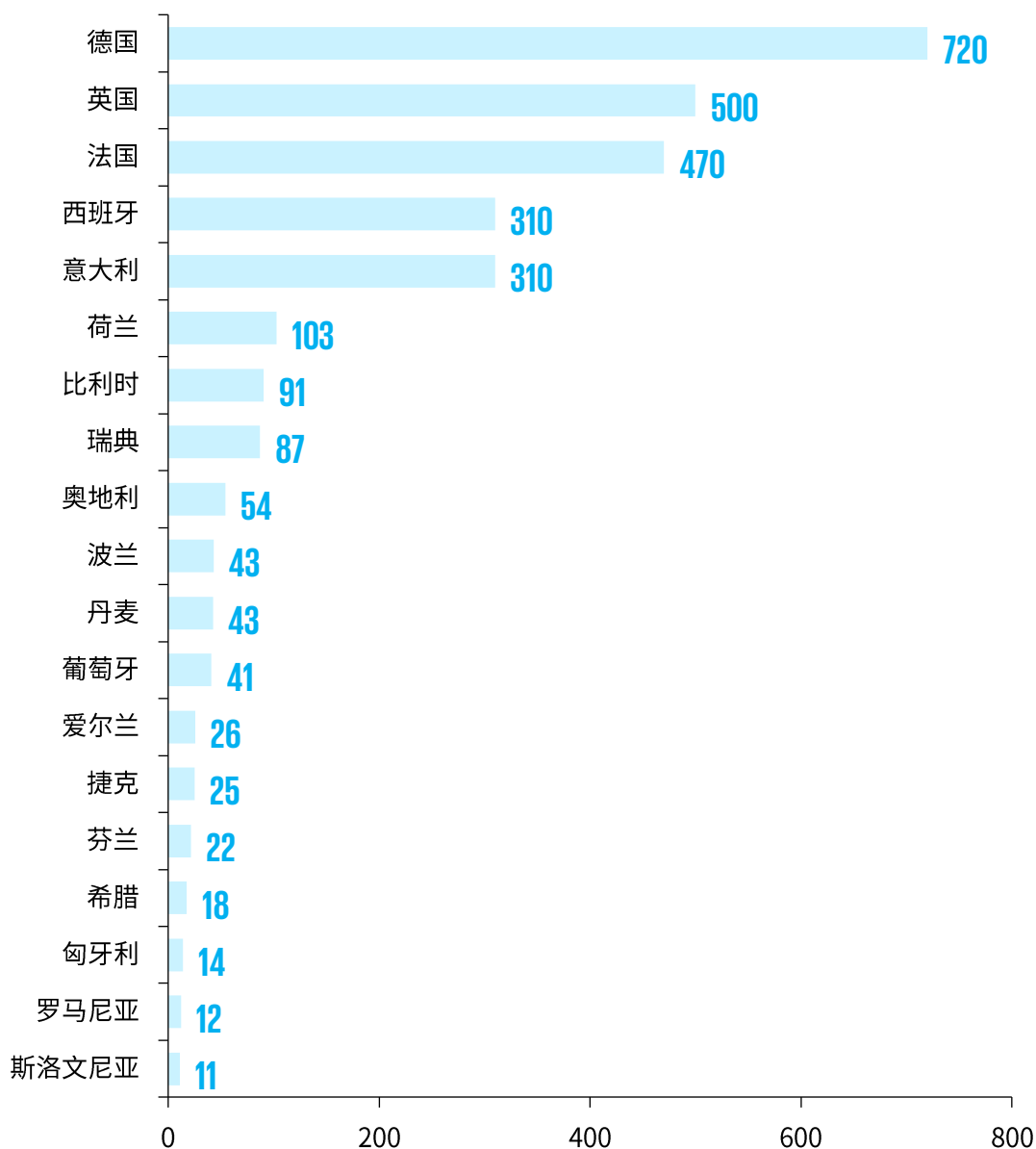
数据来源：European Alternative Fuels Observatory, Statista, 毕马威分析

¹⁵ 根据欧洲汽车制造商协会（ACEA）的测算，到2030年欧洲需要680万个公共充电桩；Statista基于“Road to Zero”情景预测，到2030年欧洲需要294万个公共充电桩。



欧洲各国也注意到充电桩设施的缺口，正加大对充电桩等基础设施的投资。欧盟计划到2026年在境内主要公路上每60公里建设一个公共充电桩。电动汽车充电设施需要巨大的投资，到2030年，欧盟将需要投资高达2,800亿欧元用于安装公共和私人充电桩、升级电源电网以及生产为电动汽车充电的可再生能源；到2050年，这一数字将达到10,000亿欧元¹⁶。在各国的政策激励下，能源公司、汽车厂商、充电桩企业以及其他参与者通力合作，将加速欧洲充电桩的建设，充电桩数量有望快速增加。2030年德国、英国和法国的充电桩数量分别有望达到72、50、47万个，位居欧洲前三（图 7）。充电设施的可得性和便利性提高会促进新能源汽车的使用，进一步带动欧洲新能源汽车的销量增加。

图 7 | 2030年欧洲各国新能源汽车充电桩数量预测，千



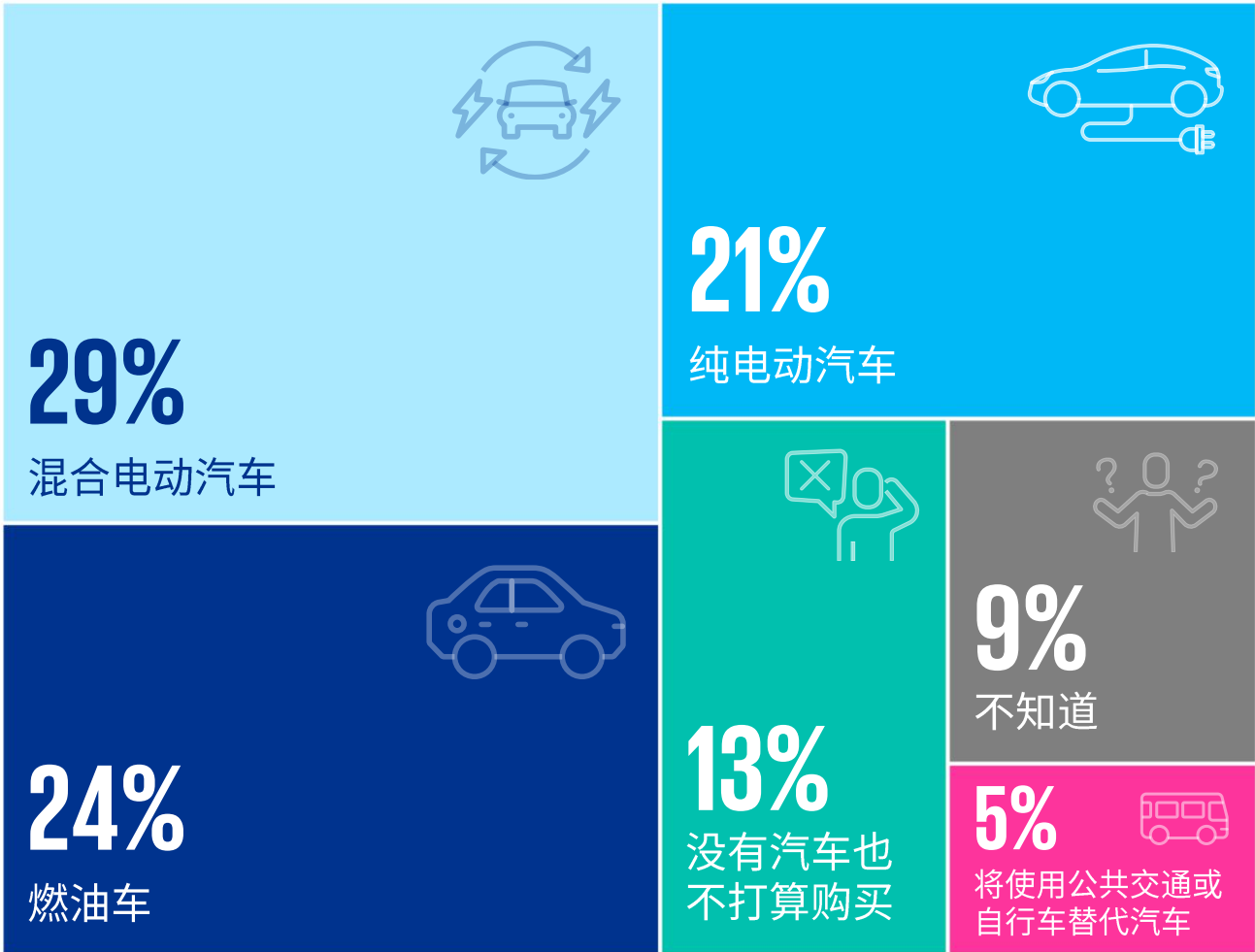
数据来源：European Alternative Fuels Observatory, Statista, 毕马威分析

¹⁶ European Electric Vehicle Charging Infrastructure Masterplan, March 2022, <https://www.acea.auto/publication/european-electric-vehicle-charging-infrastructure-masterplan/>

消费观念：
欧洲消费者环保意识强，对新能源汽车接受度较高

为了减少温室气体排放，欧洲采取了一系列措施，把应对气候变化写入法律，绿色环保观念在欧洲深入人心。新能源汽车的低排放、低噪音等对环境友好的特性符合欧洲消费者的需求和价值观，消费者在购车时自觉选择低油耗的小车代替大排量的汽车，以新能源汽车代替传统燃油车。欧洲投资银行（EIB）2021年的一项调研显示，一半的欧盟受访者表示购买汽车时会优先选择混合电动汽车或纯电动汽车，超过购买燃油车的比例（图 8）。另外，欧洲对新能源车企都进行补贴不限制车辆生产地，且市场上可供消费者选择的车型丰富，叠加新能源车企推出的能够提供一条龙服务、灵活度高的订阅模式对消费者有较大的吸引力，欧洲消费者对新能源汽车的接受程度较高。

图 8 | 欧盟消费者购买汽车意愿



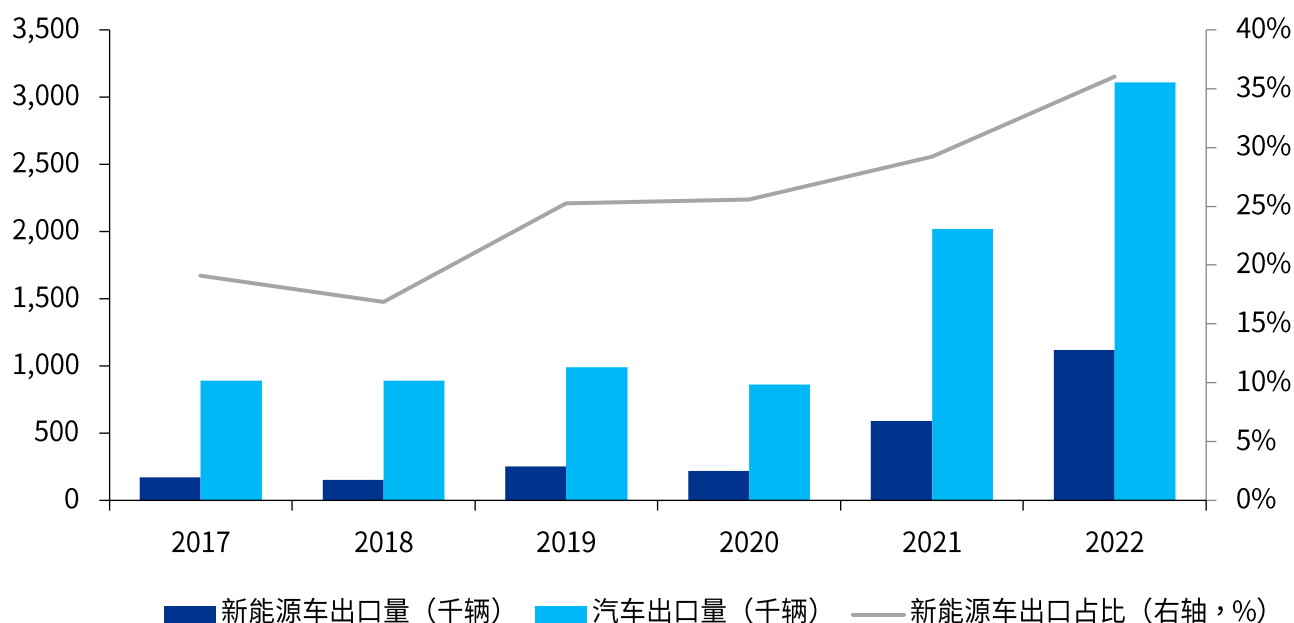
资料来源：欧洲投资银行，Statista，毕马威分析
注：由于四舍五入，各数据之和可能不等于总额（100%）。

中国新能源汽车对欧洲出口迎来突破

中国新能源汽车出口强劲，对欧洲出口量占全部新能源汽车出口量近半

近两年中国新能源汽车产销量呈爆发式增长，市场规模快速提升，2022年新能源汽车市场占有率达25.6%。新能源汽车产销快速增长和品牌质量提升带动出口快速增加。根据乘用车市场信息联席会（以下简称“乘联会”）统计口径下的新能源汽车出口数据，中国新能源汽车的出口从2017年的17万辆增加到2022年的112万辆，占汽车总体出口的份额从19%提升至36%（图 9）。今年以来，新能源汽车出口的增速更快，对出口的拉动力进一步增强。根据统计局数据，一季度，中国新能源汽车出口647.5亿元，增长122.3%，增速在新能源汽车、锂电池、太阳能电池“新三样”中 fastest，同时占我国汽车出口的比重提升5.1个百分点。

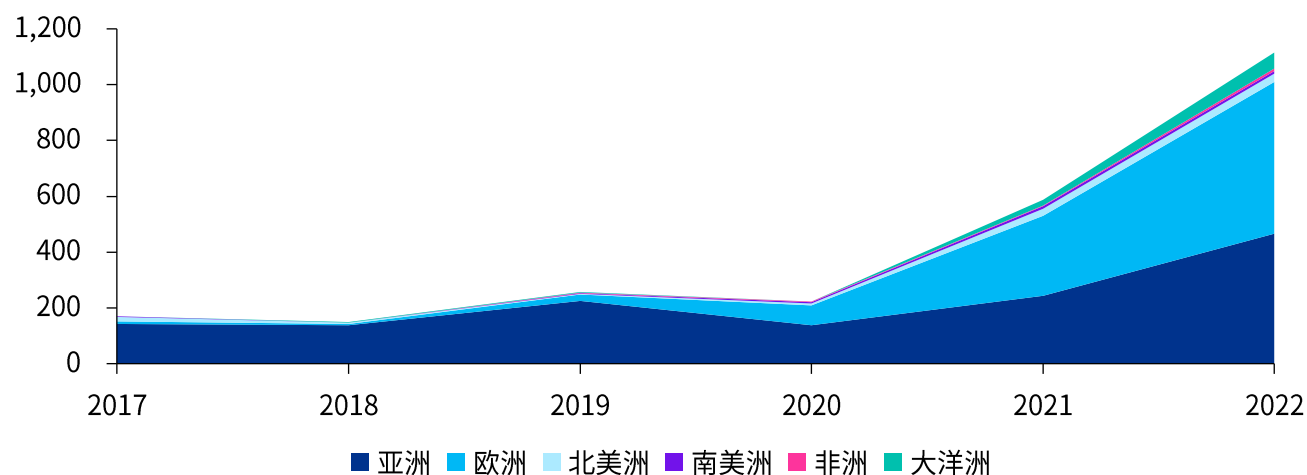
图 9 | 2017-2022年中国新能源汽车出口情况



数据来源：乘联会，毕马威分析

以往中国新能源汽车出口对亚洲的依赖较大，2020年之前，对亚洲的整车出口占九成。在传统能源价格上涨、欧洲补贴新能源汽车的背景下，欧洲成为新能源车企“出海”的重要区域。根据乘联会统计，2020年以前，中国新能源汽车对欧洲出口约为1万辆，2020年增加到7万辆，占比提升到33%。2021年对欧洲出口量进一步超过了新能源汽车传统出口地亚洲，占新能源汽车出口量48%，成为中国新能源汽车出口的第一大区域（图 10）。2022年中国对欧洲新能源汽车出口持续领先其他区域，对欧洲出口超50万辆，占全部出口近一半。

图 10 | 2017-2022年中国新能源汽车出口区域分布，千辆

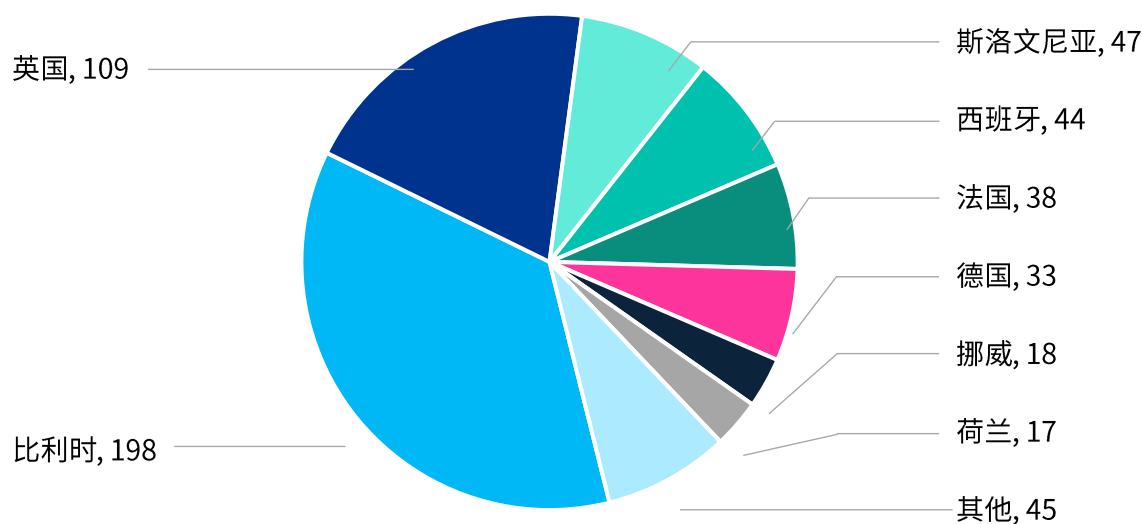


数据来源：乘联会，毕马威分析

从具体国家来看，2022年中国新能源汽车对欧洲出口前三的国家为比利时、英国、斯洛文尼亚，出口数量分别为19.8、10.9、4.7万辆。中国新能源汽车对比利时出口爆发式增长，从2019年的500辆迅速增加到2022年的近20万辆，比利时成为中国新能源汽车对欧洲出口最多的国家（图 11）。比利时是中国新能源汽车出口欧洲的枢纽和集散地，虽然自身市场容量有限，但是安特卫普-布鲁日港是欧洲最大的汽车港，多数中国车企选择通过比利时将车辆运输到欧洲其他国家。

此外，虽然挪威人口密度低加之天气寒冷，难以建立覆盖全国的销售和售后网络，但是挪威新能源汽车政策友好、市场包容度高、充电设施完善、港口便利。同时挪威没有本土汽车品牌，外资品牌面临本土汽车竞争的阻力较小，叠加法国、德国等国汽车工业发达，国外新能源汽车进入门槛较高，因此不少中国车企选择以挪威为切入点进入欧洲，再逐渐向英国、西班牙、法国等市场潜力更大的国家拓展，挪威成为不少中国车企“出海”欧洲的桥头堡。

图 11 | 2022年中国新能源汽车对欧洲国家出口数量，千辆



数据来源：乘联会，毕马威分析

在中国新能源汽车出口快速增长的带动下，中国新能源汽车在欧洲的市场份额也不断上升，其中纯电动汽车占欧洲纯电汽车市场份额从微乎其微增加到约10%（表 5）。

表 5 | 中国纯电动汽车在欧洲市场销售情况，辆

车企	主要车型	2019	2020	2021	2022	2022年欧洲市场份额
吉利	沃尔沃XC40、C40等	0	4,583	15,763	41,207	3.2%
上汽	名爵	1,732	12,815	21,472	39,745	3.1%
吉利	极星2	0	9,271	18,104	29,574	2.3%
比亚迪	ATTO 3、TANG、HAN等	42	113	1,247	4,239	0.3%
上汽	MAXUS	116	875	1,967	3,077	0.2%
一汽	EHS6	0	0	25	2,009	0.2%
蔚来	ES8、ET7等	0	0	200	1,223	0.1%
小鹏	P7、G3等	0	86	486	715	0.1%
爱驰	U5	0	485	563	648	0.1%
岚图	FREE	0	0	0	395	0.1%
东风	小康	0	4	80	244	0.1%
长城	欧拉	0	0	0	162	0.1%

数据来源：EU-EVs，车企官网，毕马威分析

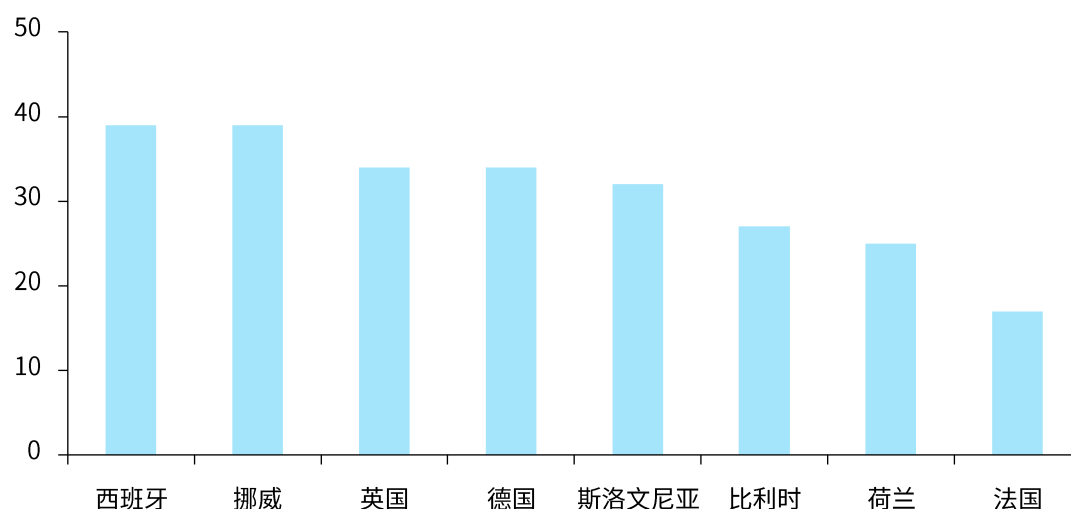


中国新能源汽车出口品质持续提升，高性价比赢得欧洲消费者青睐

过去中国制造业通常聚焦中低端，突出价格优势，但是近年来中国制造不断升级，品质持续提升，价格也逐渐走高，开始向中高端产品细分市场迈进。2019年新能源汽车平均出口价格为5,000美元，2022年则增加到2.2万美元。2022年中国新能源汽车对欧洲出口均价更是达到3万美元/台，高于新能源汽车整体出口均价，其中对西班牙和挪威的出口均价最高，为3.9万美元/台（图 12）。特斯拉上海工厂是中国新能源汽车出口欧洲的主力，Model Y和Model 3等中高端车型价格较高，一定程度上提升了中国新能源汽车出口欧洲的均价。

中国新能源汽车供应链稳定、产业规模全球领先，叠加移动互联网和智能化技术成熟，兼具成本和技术优势的新能源汽车正日益赢得欧洲消费者的信赖，在欧洲获得初步认可。根据毕马威全球战略团队的分析，中国汽车交付时间短，具有技术和成本优势，但目前品牌价值尚不具有优势，售价可能需要比同级别竞争对手低10-15%才能获得消费者青睐。

图 12 | 2022年中国新能源汽车出口欧洲单价，千美元/台



数据来源：乘联会，毕马威分析

03

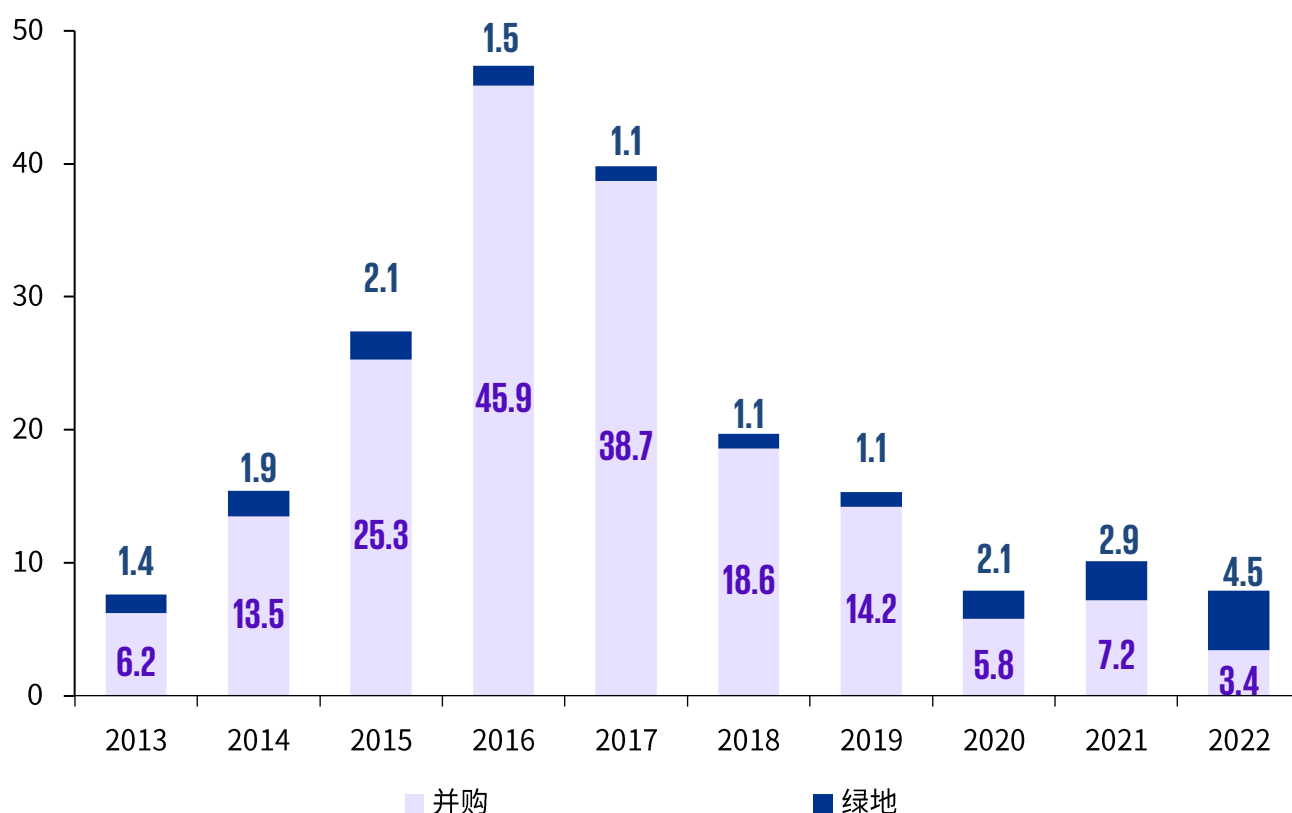
中国新能源汽车 加强在欧洲全产 业链布局



中企在欧洲绿地投资增长迅猛，汽车行业是绿地投资额创历史新高的主力

兼并收购、绿地投资是企业海外直接投资的两种主要方式。2020年受疫情影响，中国对欧洲主要国家各行业的整体投资仅为80亿欧元，创2014年来的低点，但绿地投资势头迅猛，同比增长一倍¹⁷。2021年中国在欧洲投资有所回暖，达到101亿欧元，但2022年再次回落，同比下降22%至79亿欧元。与此同时，尽管兼并收购放慢，中国在欧洲绿地投资持续快速增长，2022年达到45亿欧元，同比上升55%。绿地投资总额首次超过并购投资，并创过去十年间新高（图13）。

图13 | 中国对欧洲主要国家的投资，十亿欧元



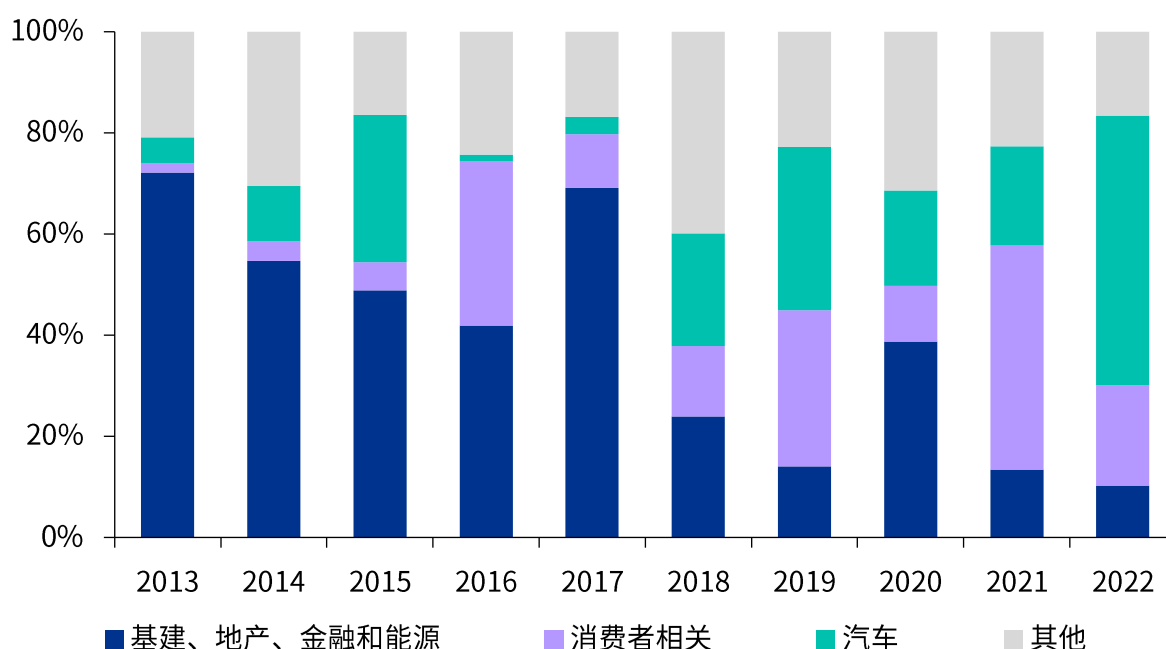
数据来源: MERICS, Rhodium Group, Statista, 毕马威分析

*欧洲主要国家包含欧盟27国和英国，投资交易量仅包含已完成的交易

¹⁷ EV battery investments cushion drop to decade low, Chinese FDI in Europe: 2022 update, MERICS & Rhodium Group, May 2023, <https://merics.org/en/report/ev-battery-investments-cushion-drop-decade-low-chinese-fdi-europe-2022-update>

中国企业在汽车领域的投资增长是绿地投资额创历史新高的主因。2022年中国在欧洲的投资中，汽车产业占比高达53%，较2021年占比提升了33个百分点（图 14）。这一历史性的增长主要源于电动汽车产业链上游的动力电池厂商加速“出海”，在欧洲传统汽车产业发达地区直接投资设厂、新建产能。例如，宁德时代以及长城汽车旗下动力电池公司蜂巢能源在德国设立电池厂，其中宁德时代的德国工厂已于2022年底实现锂离子电池的量产。孚能科技、远景动力、亿纬锂能等动力电池企业也纷纷开启欧洲的建厂步伐。随着防疫政策的放开，预计2023年中国电动汽车相关企业的绿地投资步伐将进一步加快。

图 14 | 2022中国对欧洲的投资主要由汽车拉动，%



数据来源: MERICS, Rhodium Group, 毕马威分析

除了绿地投资，并购交易长期以来也一直是中国在欧洲投资的重要途径。中国企业在欧洲的并购交易于2016年达到459亿欧元的历史峰值，但之后受对外投资监管政策趋严以及海外对并购交易审查更加严格的影响，中国在欧洲并购投资规模持续下滑。2020年叠加疫情影响，中国在欧洲并购交易降至58亿欧元。2021年并购交易回暖，较上年增长24%，达到72亿欧元，但2022年再次下滑至34亿欧元，同比减少53%，交易额为十年间最低值。

从电动汽车产业链来看，2019-2023年2月共发生14笔中国在欧洲的并购交易，主要集中在产业链的上游和中游，其中上游主要集中于锂矿及电池，共10笔；中游交易共4笔，与整车和零部件相关（图 15）。

图 15 | 2019-2023年2月中国新能源汽车相关企业在欧洲主要国家并购交易的产业链分布，笔



数据来源：投中数据，毕马威分析

从交易国家来看，上游6笔锂矿相关交易均涉及位于英国的控股平台。德国汽车工业发达，有3笔交易分别与锂电池、零部件和整车相关。匈牙利的两笔交易，均为方正电机收购绿脉城市交通（欧洲）有限公司股权。此外，意大利、比利时和丹麦均有一笔交易。从交易金额来看，赣锋锂业2022年以1.9亿英镑收购英国Bacanora Lithium公司51%股权为最大额交易。该公司旗下的主要资产为位于墨西哥的锂黏土Sonora项目，该项目是目前全球最大的锂资源项目之一。



中国新能源汽车相关企业不断扩展在欧洲的产业链布局

新能源汽车的产业链较长，且技术复杂，主要包含上游的关键原材料及核心零部件，中游的整车制造，以及下游的充电、销售、后市场服务等（图 16）。目前中国新能源企业在欧洲投资已基本覆盖全产业链，其中由于中国在动力电池上多年积聚的优势，围绕动力电池所展开的并购交易及绿地投资是中企在欧洲投资布局的主力。

图 16 | 新能源汽车产业链图谱



资料来源：毕马威分析

深耕“三电系统”打造新能源车核心竞争力

产业链上游主要为整车制造商提供原材料及零部件。其中关键原材料包括锂、钴、镍等矿产资源。在此基础上，“三电系统”是电动汽车的核心零部件，是决定汽车性能的关键。其中，动力电池是“能量”来源，而驱动电机、电控系统作为传统发动机功能的替代，直接决定了电动汽车的爬坡、加速、最高速度等主要性能指标。从电动汽车制造成本来看，“三电系统”占整车成本约50%，其中动力电池接近40%，电机电控占比10-15%。因此，深耕“三电系统”是电动车企业打造核心竞争力的关键。



动力电池：中国企业在欧洲绿地投资加速

正极材料、负极材料、电解液、隔膜等是动力电池的主要构成，其中正极材料很大程度上决定了电池的能量密度、循环寿命、安全性和倍率性能，其成本占到锂电池的40%左右，在技术迭代的同时也面临着持续的降本压力。负极材料成本占到锂电池的6-8%。原材料是正、负极的成本核心，是动力电池成本控制的核心因素。此外，隔膜对电池的安全性有较重要的影响，其成本占到锂电池的8-10%，由于技术壁垒较高，企业的龙头化效应较强。电解液对电池的循环寿命和安全性均有重要影响，其成本也占到锂电池的约6-8%（表 6）。

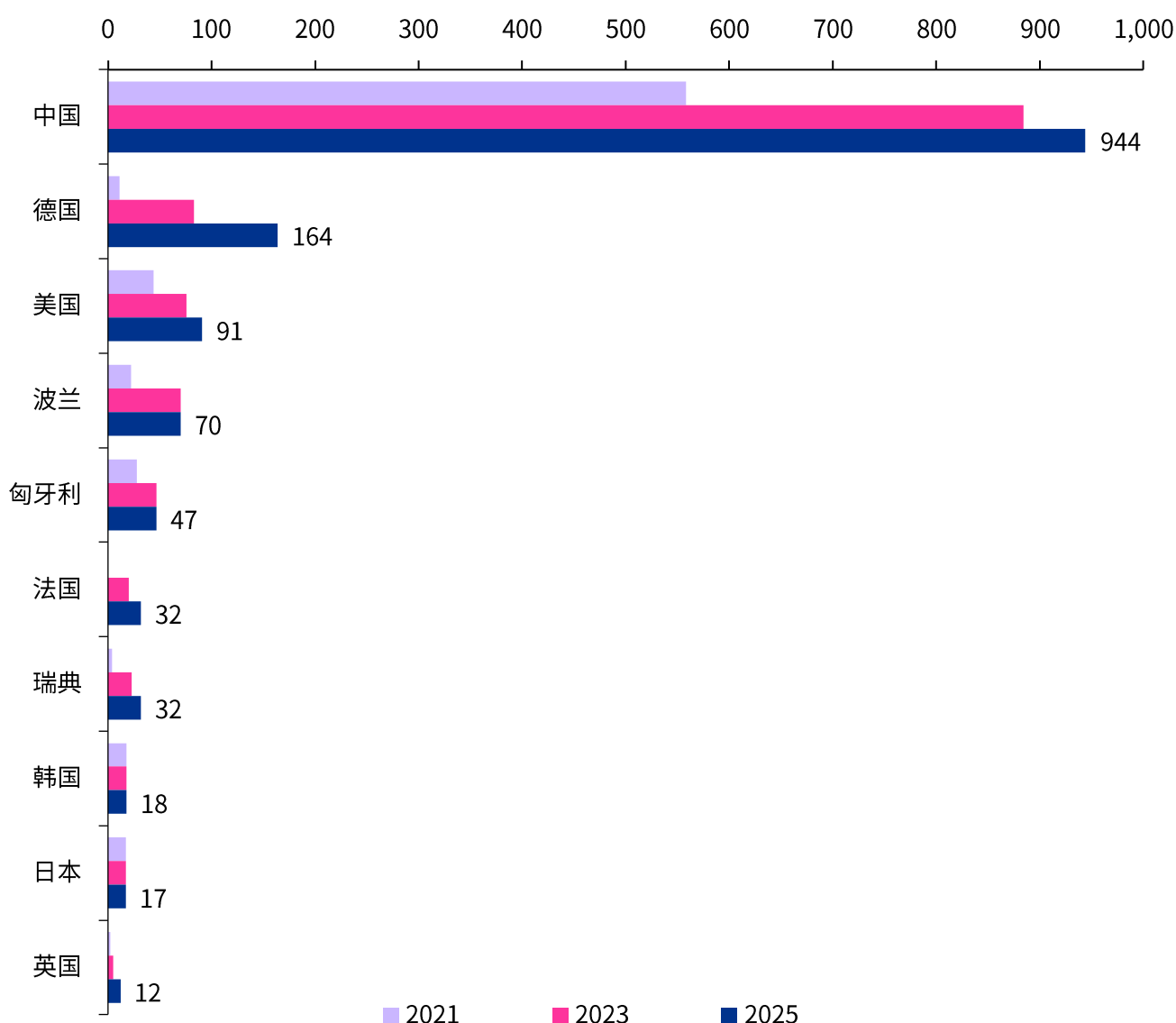
表 6 | 动力电池四大核心材料分析

核心材料	主要原材料	主要作用	成本占比	未来发展趋势	行业概况
正极材料	磷酸铁锂、三元材料、锰酸锂、钴酸锂	电池的能量密度、循环寿命、安全性和倍率性能	40%	无钴化。高镍无钴和固态电池是未来的技术发展方向。	行业集中度较低。是下游电池企业和上游矿产企业的投资主要方向之一，挤压了独立正极材料企业空间。
负极材料	石墨、碳材	电池的能量密度、循环寿命、快充性能	6-8%	硅基复合材料、锂合金和石墨烯是负极材料的未来发展方向。	行业进入壁垒高，重资产、重投资，“马太”效应凸显。
电解液	有机溶剂、锂盐	锂离子在正负极之间传输的通道，对电池的循环寿命和安全性有重要影响	6-8%	随着电池向高镍化方向发展，需要安全性更高的电解液来抑制高镍材料的活性。	由于原材料成本占比高，龙头企业向产业链上游布局趋势明显。
隔膜	聚丙烯（PP）、聚乙烯（PE）	与电池安全性相关性高	8-10%	湿法隔膜和涂覆隔膜是行业发展的主要趋势。	四大核心材料中最晚实现国产化的环节。行业进入壁垒较高，规模效应较强。龙头企业由于具备成本优势，行业集中度有望进一步提升。

资料来源：公开资料整理，毕马威分析

我国动力电池产业链和创新链完备，产能目前已位于全球领先地位，未来随着新能源汽车及储能产业渗透率的提升，发展空间广阔。据S&P预测，至2025年中国锂电池总装机量将达944GWh，是德国总装机量的近6倍，美国的10倍（图 17）。从需求端来看，全球主要国家和地区都将发展新能源汽车作为产业转型升级的重要战略方向，动力电池市场的需求持续强劲。国际整车企业从低碳化、降成本和保供应等维度考虑，需要我国动力电池企业实现本地化生产配套。中国企业在海外建厂、就近配套，能有效避免不必要的关税成本、降低物流费用，进一步提高产品性价比，并保障与海外车企长期稳定的合作关系。可以说，中国动力电池企业“走出去”，是需求端和供给端的双向匹配。

图 17 | 2021-2025年间世界主要国家锂电池装机量预测，GWh



数据来源：Statista, S&P Global Market Intelligence, 毕马威分析

欧洲是未来新能源汽车的全球重要增量市场，2021年以来，中国动力电池企业在欧洲建厂的速度明显加快。包括宁德时代等在内的国内电池企业已经或计划在欧建厂，将产品和技术投向海外市场（表 7）。

表 7 | 中国动力电池企业欧洲建厂案例

公司	海外生产基地	宣布时间	产能规划	项目进展情况
宁德时代	匈牙利德布勒森	2022年8月	100GWh	拟在匈牙利德布勒森市投资建设其在欧洲的第二座电池工厂,该工厂投资约73.4亿欧元(折合人民币约535亿元),目前正处于规划阶段,有望在2023年下半年开始建设,目标是在两到三年内开始生产,届时该工厂将成为欧洲最大的动力电池工厂。规划产能100GWh,其中预计有20GWh为宝马配套4,680大圆柱电池。
	德国图林根	2022年4月	14GWh	宁德时代首座海外工厂,分两期建设,产能规划为14GWh年产能。2022年12月,该工厂开始生产首批锂离子电池电芯,这些电芯已经通过了必要的测试。
中创新航	葡萄牙锡尼什	2022年11月	—	葡萄牙当地时间2022年11月2日,中创新航(CALB)宣布在欧洲布局产业基地。当天,中创新航与葡萄牙政府在赛巴图尔区锡尼什签署合作备忘录。项目规划于锡尼什港口附近的工业区,中创新航将全力把本项目打造为全球领先的高度智能化、信息化、自动化的零碳工厂。
	德国	2021年12月	20GWh+	2021年12月21日,中创新航与德国迪索公司签署了《CALB欧洲锂电池工厂建设项目》协议。根据协议,中创新航欧洲项目规划建设动力电池产能至少20GWh/年。
国轩高科	德国哥廷根	2022年6月	20GWh	国轩高科欧洲首个电池生产运营基地在德国哥廷根市正式动工,规划年产能20GWh。项目分棕地工厂和绿地工厂两期建设,第一期棕地工厂已启动改造,预计年底前先期启动5GWh投产,根据规划,2023年9月实现第一条产线3.5GWh的正式投产。两个工厂将在2025 年全部投产。
亿纬锂能	匈牙利德布勒森	2022年3月	20GWh	2022年3月29日,公司公告,已与匈牙利德布勒森市政府子公司签署意向书,将向其购买土地,用于建设一座生产4680大圆柱形动力电池的工厂。该工厂将为宝马“新时代”车型提供大圆柱锂离子电芯。
蜂巢能源	德国勃兰登堡州	2022年9月	16GWh	2022年9月9日,正式宣布将在德国勃兰登堡州的劳赫哈默地区建设面向欧洲市场的电芯工厂,这是蜂巢能源在萨尔州霍伊斯韦勒建设PACK工厂之后规划建设的第二家海外工厂,也是第一家电芯工厂。根据蜂巢能源的规划,未来蜂巢能源在劳赫哈默生产的电池将在位于萨尔州霍伊斯韦勒的PACK工厂进行加工并搭载整车,从而使两个基地产生协同效应。
	德国萨尔州	2020年11月	30GWh	2020年11月选定萨尔州建设电芯模组和模组PACK两个工厂,总投资20亿欧元,规划产能30GWh。2020年11月蜂巢能源已在德国萨尔州霍伊斯韦勒建设第一座工厂,主要生产电池包。电芯模组工厂将2023年底建成投产,模组PACK工厂最早在2022年投产。根据协议,工厂项目将于2024年中期全部竣工。
远景动力	西班牙纳瓦尔莫拉德拉马塔	2022年6月	30GWh	2022年6月3日,远景集团宣布将在西班牙落户首个海外零碳产业园,并将在西班牙纳瓦尔莫拉德拉马塔地区建设一座超级工厂,规划产能30GWh,于2025年建成投产。电池工厂将是零碳产业园的核心部分。同时,远景将开启西班牙当地的电池生态体系建设,推动智能充电设施、电池循环回收等全生命周期技术的创新发展。该项目也是西班牙政府“经济复苏和能源转型战略计划(PERTE-VEC)”支持的重点项目。
	英国桑德兰	2021年7月	25GWh(35GWh)	2021年7月,在英国新规划建设一座动力电池超级工厂,规划产能25GWh(2030年),并具备实现35GWh的扩容潜力。同时,日产汽车宣布,远景动力将为日产汽车下一代电动汽车平台提供动力电池,并共同在英国桑德兰市建设“EV36Zero”——全球首个集电动汽车生产、动力电池制造和可再生能源系统于一体的电动汽车零碳生态基地。
	法国杜埃	2021年6月	24GWh(40GWh)	2021年6月,远景动力宣布将在法国杜埃建设超级电池工厂,也是法国首个绿色动力电池工厂,2024年投入生产,为雷诺等品牌的电动车型提供动力电池。将在2030年实现24GWh的年产能,具备40GWh 的扩容潜力。

资料来源：公开资料整理，毕马威分析

2023年3月16日，欧盟委员会正式发布旨在确保欧盟获得安全和可持续的关键原材料供应的《欧洲关键原材料法案》，所涉及原材料主要包括稀土、锂、钴、镍以及硅等，均为新能源汽车上游的主要原材料¹⁸。按照规划，到2030年，欧盟计划每年在内部生产至少10%的关键原材料，加工至少40%的关键原材料，回收15%的关键原材料。在任何加工阶段，来自单一第三方国家的战略原材料年消费量不应超过欧盟的65%。未来有志开拓欧洲市场的新能源车上下游企业势必需要进一步加强原材料本地化产能的投资和布局。

¹⁸Critical Raw Materials Act: securing the new gas & oil at the heart of our economy | Blog of Commissioner Thierry Breton, https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/statement_22_5523



电机电控：行业一体化趋势明显，国产化替代空间巨大

新能源汽车所使用的电机以交流感应电机和永磁同步电机为主。其中永磁电机转速区间和效率相对都较高，但是需要使用昂贵的系统永磁材料钕铁硼。我国由于稀土资源丰富，因此电动乘用车多采用功率性能高、体积较小的永磁同步电机。

我国在电机、电控领域的自主化程度落后于电池，部分电机电控核心组件如IGBT（绝缘栅双极型晶体管）芯片等仍不具备完全自主生产能力。IGBT是电控系统的核心构成，其主要功能为实现能源的变换与传输，作为连接电池与电机之间的功率开关，其占电控成本的比重大约在 30%-40%左右，是主要的成本中心。我国目前在 IGBT 上与国外厂商还存在一定差距，尤其是在芯片设计和制造上，目前70%以上的 IGBT 模块仍依赖于进口。鉴于此，《新能源汽车产业发展规划（2021—2035 年）》已经将车规级芯片列为战略科技发展项目之一。在政策和市场的支持下，IGBT 未来的国产化空间巨大，电控生产成本也有望进一步降低。

目前我国新能源汽车电机行业企业可分为整车和第三方供应商，整车企业为完善产业链布局、保证产品适配性和降低汽车生产成本，自行研发生产驱动产品，通常自产自销，典型代表如特斯拉、比亚迪、长城汽车和蔚来汽车；第三方电驱动供应商可进一步细分为专业新能源电机供应商、传统电机供应商、海外第三方及其他。随着新能源车市场的不断扩大，电机厂商产能也不断提升并逐渐开始拓展海外市场。2019年，卧龙电驱公司宣布其接到了汽车零部件制造商德国采埃孚股份公司供应商定点函，将为采埃孚提供新能源汽车电机及零部件。该定点函所对应的车型在其生命周期内销售金额约22.59亿元，项目实施周期为2020年至2026年¹⁹。

整车厂布局欧洲提升品质，控制产业链成本

产业链中游主要为以乘用车、商用车和专用车整车制造企业为主体的新能源车设计和生产制造。目前国内新能源整车厂既包括燃油车时代开始发展的民营和国有汽车品牌，也包含电动车趋势下诞生的造车新势力等。

在传统汽车产业链中，整车厂掌握话语权，是产业链核心。新能源汽车对传统汽车产业链进行了重构，其突出特征在于：供应商掌握更大话语权，整车厂成本控制能力受到挑战；产业链利润向上游转移，零部件厂商的盈利情况普遍优于整车厂。乘联会数据显示，受上游锂矿等价格上涨因素影响，2022年龙头企业的锂矿业务的利润率在70%左右，电池企业的利润率在8%左右，而整车企业的利润率在5%左右甚至更低²⁰。随着新能源补贴退坡，整车厂在营收和利润端将受到更大的挑战，成本控制、品质升级和提升品牌形象等成为迫在眉睫需要解决的关键问题。

¹⁹ 卧龙电驱获采埃孚公司22.59亿元电机大单，太平洋汽车网，2019年6月11日，<https://www.pcauto.com.cn/news/1635/16359418.html>

²⁰ “兼顾降本与保供 车企纷纷涉足动力电池业务”，中国财富网，2022年9月22日，https://www.cfbond.com/2022/09/22/wap_99996534.html

出于降本和供应链稳定的考虑，不少车企正积极向上布局动力电池业务。除了长城汽车和比亚迪已自建动力电池品牌外，不少大型车企也选择通过合资或自建形式投资动力电池业务。2022年9月，东风集团股份与欣旺达电动汽车电池签订合作协议，计划在宜昌市投资建设30GWh的电池生产基地，总投资达120亿元，建成达产后预计年产值将超过240亿元²¹。广汽集团2022年8月宣布将投资109亿元设立自主电池公司——绿擎电池公司，开展自主电池产业化建设。根据规划，工厂将在2022年底开工建设，至2025年建成26.8GWh量产线，前期以配套埃安等广汽集团内车企为主，后续将积极拓展外部市场，开展市场化运作²²。

上汽集团去年9月也表示，集团旗下智己、飞凡、荣威、名爵等品牌后续车型，均计划选用上汽自研的魔方电池。根据计划，上汽时代和伊控动力均可制造魔方电池，按照属地化就近原则，为上汽乘用车临港、郑州、宁德等生产基地供应魔方电池²³。江淮汽车去年9月也公告称，公司和子公司安凯汽车与比亚迪旗下弗迪电池、浙储能源等签署协议，计划设立合资公司建设动力电池生产工厂，江淮和安凯分别占注册股本的20%和45%²⁴。

此外，国内整车厂正在从单一的出口贸易模式逐渐发展为通过跨国并购、建设海外生产基地、设立全球研发中心、铺开销售网点、开展品牌宣传等方式开拓海外市场，通过本地化策略更加贴合当地消费者需求，提升品牌影响力，加深全球化布局。鉴于欧洲在全球汽车产业的领先地位和作为中国新能源汽车重要海外市场的战略地位，不少中国车企已在欧洲设立了研发中心，以更好地了解当地市场需求，并与当地供应商和经销商等建立联系。如上汽集团在美国硅谷、以色列特拉维夫和英国伦敦设立了三个创新研发中心；广汽构建了以广汽总部为核心，以美国研发中心、欧洲研发中心、上海前瞻设计工作室为支撑的广汽全球研发网²⁵。造车新势力蔚来、小鹏等也纷纷在欧洲设立了研发中心。

一些中国车企也以投资建厂的方式布局欧洲。2017年，比亚迪在匈牙利西北部的科马罗姆投资的电动大巴厂就已建成投产，成为中国新能源品牌进军欧洲的第一座电动车工厂²⁶。同年，吉利收购的伦敦出租车公司（LTC）在英国考文垂的电动车生产线正式投产，计划年产两万辆电动车，这也是英国第一家电动汽车工厂²⁷。2022年7月，蔚来宣布在匈牙利佩斯州的比奥托尔巴吉建设全球首个海外工厂，建成后将成为蔚来在欧洲的制造中心、服务中心和研发中心，主要业务包括换电站制造与售后服务、蔚来欧洲加电业务培训以及加电产品的研发²⁸。

²¹ 欣旺达东风宜昌动力电池生产基地项目开工，湖北省人民政府官网，2022年11月14日，https://www.hubei.gov.cn/hbfb/rdgz/202211/t20221114_4401151.shtml

²² 广汽启动自主电池公司项目，广汽集团官网，2022年8月25日，<https://www.gac.com.cn/cn/news/detail?baseid=18467>

²³ 上汽集团：智己和飞凡等多个品牌后续车型均计划用魔方电池，腾讯网，2022年9月3日，<https://new.qq.com/rain/a/20220903A02W0H00>

²⁴ 安凯客车携江淮汽车等布局动力电池产业，中国证券报，2022年9月7日，https://epaper.cs.com.cn/zgzb/html/2022-09/07/nw.D110000zgzb_20220907_2-A05.htm

²⁵ 我国汽车出海“模式升级” 多家车企布局本地化生产，中国金融信息网，2022年9月27日，https://thinktank.cnfin.com/zjgc-lb/detail/20220927/3716797_1.html

²⁶ 欧洲第一家！比亚迪匈牙利电动大巴厂正式投产，搜狐网，2017年4月5日，https://www.sohu.com/a/132141160_376032

²⁷ 吉利英国工厂正式投产 将为伦敦提供新能源出租车，观察网，2017年3月24日，https://www.guancha.cn/economy/2017_03_24_400391.shtml

²⁸ 蔚来宣布在匈牙利建设全球首个海外工厂，新华网，2022年7月30日，http://www.news.cn/world/2022-07/30/c_1128877755.htm

与此同时，欧洲不少国家针对大型投资项目出台了税收优惠及非税补贴政策（表 8），有些优惠政策将基于企业在当地的投资计划与当地政府部门的谈判而授予。例如，在匈牙利，当地政府将基于投资项目类型、投资所在区域、投资额及投资计划等，可基于企业投资额的一定比例给予现金奖励。在进行投资前，建议企业对投资目的国的税收及非税激励政策、授予条件进行充分调研，并可考虑结合商业安排及激励政策的要求适当调整投资计划，以尽可能争取税收及非税激励政策，降本增效、提高产品竞争力。

另外，在进行投资回报测算、激励政策的选择及谈判、税务合规时，企业须关注“BEPS 2.0”（在两大支柱下制定的国际税收新规则通常被称为“BEPS 2.0”）“全球最低税”对项目实际税负率的影响。简而言之，落入“全球最低税”的跨国企业（集团年收入总过超过7.5亿欧元），其在每一经营管辖国家/地区的有效税率不低于15%，不足部分将通过一系列的分配规则进行补足。因此，企业在进行激励政策的选择及谈判时，须充分考虑全球最低税的影响，除了所得税的减免，还可考虑争取非所得税优惠（如进口增值税减免或递延等）及非税激励（如财政补贴、土地优惠等）。对于已取得所得税减免的投资国别，企业应关注全球最低税对当地投资的税负影响及合规要求。

表 8 | 部分欧洲国家针对海外投资的减税或补贴政策概览

国家	法规颁布时间及名称	减税或补贴政策
捷克	2000年5月1日《投资鼓励法》生效，2002年、2004年和2007年对该法进行了修订	对包括新能源汽车在内的制造业生产、启动新技术中心和战略服务中心等投资活动提供支持。支持形式为提供最多10个纳税期（免税期）的企业所得税减免或现金补贴，减免或补贴金额取决于投资规模。另外，对从事研发活动的公司提供研发津贴，从事研发活动的公司通过降低纳税申报表的税基申请特别免税额。
波兰	2018年6月30日，波兰出台《支持新投资法案》	投资区内新设工厂或与现有工厂相关的投资（不限于新能源汽车）最长可以获得15年的企业所得税减免。与此同时，波兰还对研发投资、战略性生产投资等进行补贴。
西班牙	2021年通过《经济复苏和转型战略项目》（PERTE）	计划投资43亿欧元（合331亿元）支持电动汽车和电池的生产，补贴范围包括从锂的提取到电动汽车生产制造的整个供应链，其中10亿欧元用于改善电动汽车的充电基础设施。
匈牙利	根据匈牙利不同外资法规整理	匈牙利针对赴匈投资和匈扩大投资企业提供退还和非退还补贴，对外资实行国民待遇，无特殊补贴政策。根据不同投资项目，补贴形式主要有现金补贴、税收优惠、低息贷款，其中现金补贴来源为匈政府或欧盟基金。

资料来源：各国政府网站，毕马威分析

 案例一

为电动汽车产业上下游企业“纵向一体化”投资布局提供支持

近些年来，中国电动汽车爆发式的增长带动了产业链上下游一批产业的发展。毕马威观察到，处于产业链上、下游环节的企业向另一端延伸的“纵向一体化”布局趋势也日趋明显。为了确保锂、钴、镍等电池生产原材料的供应稳定以及成本优势，早些年开始，中国的车企以及电池供应商就已纷纷布局海内外，投资上游矿产资源，而上游更高的利润也有效改善了下游车企的盈利能力。同时，我们近期也看到不少处于产业链上游的矿产企业向下游产业延伸，开始在欧洲等主要市场投资建厂生产动力电池。

在电动汽车产业上下游互相渗透的“一体化”过程中，涉及大量海外投资活动。对于有意进入新市场的中国企业来说，尤其是进入发展更为成熟的欧洲市场，将面临财务、法律、税务、监管、环境、合规和成本等一系列挑战。毕马威中国与毕马威全球各成员所紧密合作，汇集新能源和汽车行业专家以及专业顾问团队，已经协助许多中国新能源和电动汽车及相关领域领军企业“走出去”，在全产业链上提供财税及咨询服务，助其成功完成跨境交易、进入新市场并在当地可持续地发展。

例如，一家以上游业务为主的国内矿业企业（“客户A”），看好全球电动汽车行业的发展前景，制定了布局海外、加强锂资源储备的目标。毕马威投资并购团队借助全球网络资源的优势，协助客户A在海外主要锂产区寻找和筛选投资标的，并在初步选定了拥有丰富锂矿资源的目标企业之后，代表客户与交易的另一方进行接洽，推进收购交易计划。

在确定项目可行之后，毕马威的商业尽职调查、财务、税务、估值建模团队加入了项目组，对标的企业开展全面评估及风险识别工作。商业尽职调查团队从宏观的角度，识别出标的企业所在国潜在的政治、经济、环境、金融等风险；财务和税务尽职调查团队的工作深入到目标企业财税状况的各方面，使客户A充分掌握目标企业的经营状况、盈利能力以及潜在的财税和外汇风险；估值团队对宏观参数、政策变化、关键财务指标等因素进行敏感性分析，协助客户A明确目标企业的核心价值驱动因素和关键风险点，确定交易价格范围。

商业、财务和税务尽职调查的发现以及估值分析的结果，为客户A最终确定交易条件、交易架构和交易价格提供了重要依据。在与交易对手进行商务及合同谈判博弈的过程中，毕马威投资并购团队综合考虑尽职调查发现 and 估值分析结果，全程支持企业采用最佳谈判策略、赢得最有利的交易条件。

在完成了海外锂矿资源的并购后，客户A按原定战略目标将商业触角延伸至下游电池制造领域，启动了海外绿地建厂的投资计划，投资目的地初步定为既靠近电动车主要消费市场而制造业成本又相对较低的东欧。针对具体的选址，毕马威战略咨询团队经过分析比对东欧多个国家的政治、经济、法律、补贴和税收环境、劳动力资源和成本、行业发展前景、产业集群程度、交通和基础设施条件、政府和政策支持等重点因素，向客户A推荐了以汽车产业为支柱并欢迎中国投资的东欧某国。

在东欧某国投资建厂的计划得到了客户A的董事会批准，毕马威中国团队迅速协调毕马威当地的税务及法律团队，向客户A提供了全面的税务分析介绍，包括当地的税制及税务实践、该税务体系对其绿地项目及相关方可能产生的税务影响、相关的补贴和税收减免优惠、项目的整体税务成本及其对投资回报的影响。团队建议客户A从一开始就考虑项目税务优化措施，通过合理的投融资架构及供应链安排，降低项目整体税负、提高交付效率、规避潜在税务风险。同时，由于电池工厂涉及进出欧盟的对外贸易，毕马威向客户A提出了建立有效的税务、关务管理机制及风险应对措施，设立并完善海外税务、关务管控岗位设置，与当地税务机关保持积极沟通，确保税务合规，以及应对可能发生的税务稽查。

为了吸引外国投资和促进当地就业，欧盟及各国针对外国绿地投资除了提供税收优惠，还从特定区域、产业导向、资金技术、社会经济效益等多方面考虑给予投资者补贴。毕马威团队梳理了欧盟、当地政府以及工厂所在地的地方政府向动力电池的研发及生产提供的补贴政策，筛选出客户A符合申请条件的补贴类别，协助其准备申请资料和递交申请，并针对审批机构提出的问询草拟答复以及协助沟通。

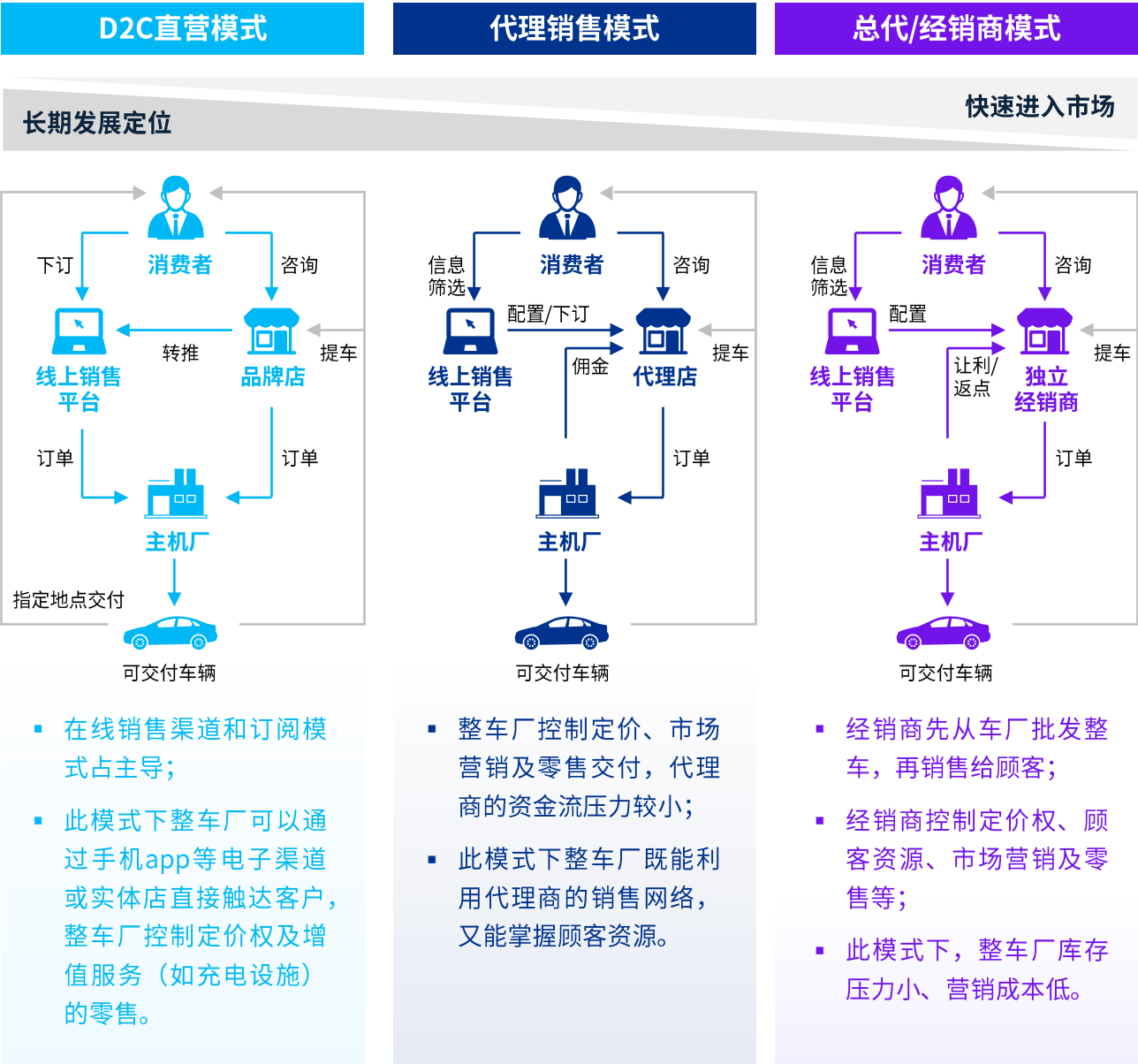


完善销售、充换电及后市场服务是制胜欧洲的关键

产业链下游主要包含新能源车的整车销售、充换电，以及汽车后市场服务。为更好地服务欧洲当地消费者，伴随中国新能源汽车一起进入欧洲市场的，也需要有配套的营销和售后服务网络。

目前欧洲汽车市场的销售模式主要可以分为三种，即直营模式（Direct-to-Customer, 简称D2C），代理销售模式、以及经销商模式。经销商零售为传统营销模式，很多欧洲大型车厂都依赖于独立的实体经销商，其中既包括独家品牌经销商，也有多品牌经销商。代理模式和经销商模式类似，但整车厂拥有更大的话语权和渠道控制权（图 18）。

图 18 | 欧洲汽车市场主要营销模式解析



资料来源：Impact of Chinese OEMs in Europe by KPMG Advisory N.V.

目前中国车企进入欧洲市场主要采用直销、代理、经销的混合模式来进行整车销售及后市场服务(表 9)。

表 9 | 中国车企下游营销模式布局情况

营销模式	车企	国家	时间	具体描述
直营	蔚来	挪威	2021年9月	开设了欧洲首家直营店和换电站
		德国	2022年12月	开设了德国首家用户中心，计划在德国法兰克福、杜塞尔多夫和汉堡等地开设更多蔚来中心
	小鹏	瑞典	2022年2月	开设了首家直营店
	上汽名爵	欧洲16国	2022年10月	品牌销售网点已从2020年的65家，快速扩张到超过400家，计划2022年底达到650家
代理、经销	吉利极星	西班牙	2022年7月	在西班牙市场通过开设线下体验空间、针对中小企业等特定团体开展在线销售等直营方式
	小鹏	荷兰	2022年3月	首家小鹏零售体验店由当地合作伙伴Emil Frey负责零售和服务网络
		瑞典	2022年2月	首家零售体验店由当地合作伙伴Bilia利用瑞典58个经销商和66个服务中心网络来负责零售和服务
	比亚迪	瑞典	2022年8月	计划与Hedin Mobility集团合作将在多个城市开设线下门店
		德国	2022年8月	计划与Hedin Mobility集团合作，甄选本地多个优质经销商，覆盖德国多个区域
		西班牙	2023年3月	与 Quadis、Caetano Retail España 和 Astara 合作，在西班牙市场签订了分销协议，比亚迪还预计 2023 年将在西班牙开设 8 家先锋店

资料来源：网络公开资料，毕马威分析

此外，欧洲市场较流行的订阅模式(subscription)也被不少中国企业采用。例如领克已在欧洲开设11家线下用户体验中心。用户可按月订阅领克，每月支付550欧元，至少订阅一个月，无月份上限，随时可以取消。此外，领克还通过B2B形式，由公司或组织直接向领克欧洲按月订阅或直接购买车辆。蔚来在开设直营店的基础上，也将在德国、荷兰、丹麦、瑞典欧洲四国提供短期和长期两种订阅服务，其中短期订阅消费者可以提前两周随时取消当月订阅，且可任意更换车辆，随着车龄增加，月费将相应降低；而长期订阅，消费者只能选择一款车型，订阅价格固定且订阅周期为12个月至60个月不等。订阅用户除了使用车辆以外，还可以享受用户活动，使用蔚来中心，以及今后还会提供的电池灵活升级等多样化的服务²⁹。

²⁹ 比亚迪、长城登陆巴黎车展：中国车企集体发力欧洲市场，腾讯新闻，<https://new.qq.com/rain/a/20221017A08BOT00>

中国车企在新进入欧洲市场时一般都需要选择当地合作伙伴来开展零售、售后等消费者服务。合格的合作伙伴应满足以下几大先决条件：

- 具有数量庞大、且地理覆盖广的零售网络
- 在新能源车的销售和后市场均有着丰富经验和过硬的专业技能
- 可以提供例如租赁、充电等附加产品和一站式服务
- 了解中国企业文化和商业风格
- 在创新零售方面有过往成功案例



——毕马威荷兰交易咨询战略副总监 Stijn de Groen



案例二

助力出口欧洲的中国车企进入市场并扩大业务

新能源汽车已成为中国外贸出口的新动能，而欧洲是其主要的出口市场之一。随着欧洲国家加速向绿色低碳经济转型，欧洲市场正在成为中国汽车出口的重要增长点。过去几年，在毕马威中国的协调和引荐下，毕马威欧洲当地成员所的战略咨询、税务及法律、会计与审计团队为中国车企进军欧洲市场提供了必不可少的协助。

几年前，一家中国车企（“客户B”）计划将新开发的电动汽车品牌推向欧洲市场，对于应进入哪些国家、以何种方式进入以及在每个国家应如何运作等问题，他们都急于得到一个答案。

在毕马威中国的推荐下，客户B聘用了毕马威欧洲地区的战略团队。在了解客户的目标和需求后，当地团队制定出一套筛选目标市场的标准，通过对欧洲各国的经济和法规环境、行业和市场发展潜力、目标客户群体、产品价格、竞争格局、品牌建设难易程度等因素进行评估，筛选出符合客户B战略定位的国家。对于这些目标市场，毕马威团队进一步协助客户B确定了进入各市场的先后顺序及进入模式，并针对各市场提供了销售预测、产品定价策略、长期产品组合策略、品牌概念和品牌推广路线图、市场推广活动策划等一系列解决方案。

毕马威团队还就最终选定的几个国家向客户B提供了一份全面的消费者调查，使其充分了解当地消费者的购买模式、偏好以及目标客户群体对电动汽车品牌的认知。基于毕马威对当地竞争对手和监管法规的分析，客户B制定出各目标市场的产品推广及定价策略，并根据当地市场和客户的需求动态变化，调整其发展路线。

在毕马威战略团队的协助下，客户B获得了一份清晰、高效的市场进入战略方案。客户B在欧洲某国设立了地区总部，主要负责市场销售及运营，毕马威当地的税务团队为其提供记账和报税等服务。该团队还向客户B介绍了当地知名的经销商并达成合作协议，利用合作伙伴在多个城市的线下门店以及结合线上平台销售的方式，为其顾客提供全套的销售及售后服务。客户B在该国也设立了一家控股公司，通过该控股公司投资其它几个欧洲国家成立的分公司。在此过程中，毕马威中国税务团队协同其它几个欧洲子公司所在地的毕马威税务及法律团队，从税务角度为客户B在欧洲板块的控股架构、业务模式及供应链安排、关务安排进行了整体分析筹划。

在欧洲各国对消费者购买和使用电动汽车给予补贴的带动下，客户B在欧洲的销售实现了强劲的增长。为了给当地消费者提供更好的售后服务，客户B决定进一步在欧洲设立售后服务及备件物流中心，并再一次邀请毕马威参与该业务拓展计划的设计和实施。

中国车企在海外布局时，在符合商业运营目标的同时，应充分考虑并利用各国的税收政策、原产地政策及自贸协定网络，合理筹划并分配各国企业的职能、资产及风险，通过合理的关联交易及关务安排与设计，来降低供应链的总体税负及海外业务的总体税负。

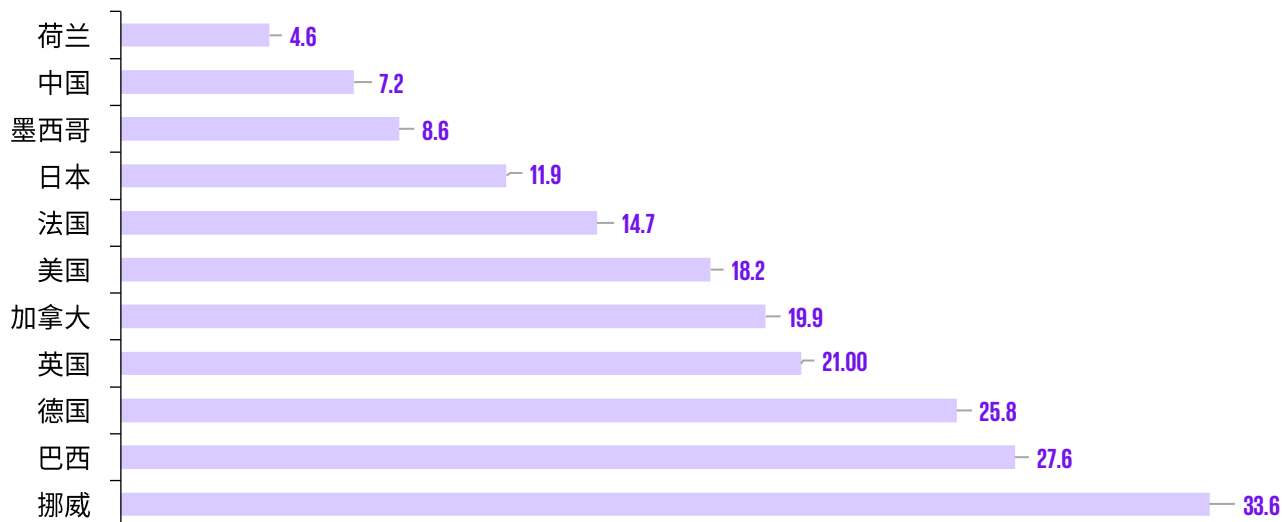
—— 毕马威中国对外投资税务咨询合伙人 谭礼耀

对于新能源汽车来说，充电主要有充电桩充电和直接换电池两种方式。目前，大多数电动汽车企业以充电模式为主，部分企业正在探索换电模式。2022年我国充电桩数量已达到520万台，同比增长近100%，其中，公共充电桩累计达到180万台，私人充电桩累计超过340万台³⁰。与充电桩相比，换电模式具有降低消费者购车成本、耗时较短、且电池安全性高等优点。同时也有前期投入成本高、车型标准化困难和占地面积大等劣势。截至2022年，全国范围内约有2,000座换电站，仍处于早期起步状态³¹。

欧洲快速提升的新能源汽车渗透率带来充电桩需求激增。同时欧洲充电基础设施分布不均衡，绝大多数国家充电桩数量偏少。新能源车桩比指的是一个国家新能源车保有量和公共充电基础设施保有量的比率，一方面取决于该国新能源车的发展程度，另一方面也和该国公共充电设施的普及程度相关。车桩比越低，通常意味着新能源车主可以更容易找到公共充电设施。从IEA发布的2021年世界主要国家车桩比来看，荷兰车桩比为4.6，是欧洲国家中公共充电桩保有量较高的国家，法国、英国、德国的车桩比分别为14.7、21和25.8（图 19）。挪威作为欧洲新能源车渗透率最高的国家，同时也是我国大部分新能源车企“入局”欧洲的第一站，其车桩比也为欧洲国家最高，每33.6辆电动车配备一个公共充电桩。其高车桩比主要源于三个因素：一是由于挪威新能源车增长迅速且保有量高，2022年纯电动车销售渗透率达80%以上；二是户用充电设施普及率高，94%的电动车可在家中充电；三是挪威公共充电设施多为快速充电站，所需充电桩数量可相对减少。2017年，挪威政府启动了一个项目，在挪威所有主干道上，每隔50公里至少建立两个多标准快速充电站。目前挪威全国的快速充电设施已经可以满足为3,500辆汽车同时充电的需求³²。

在欧洲“Fit for 55”计划下，欧盟委员会要求各成员国加快新能源汽车基础设施建设，确保其主要道路每隔60公里就有1个电动汽车充电站，未来充电基础设施发展空间广阔。

图 19 | 2021年世界主要国家车桩比



数据来源：Statista, IEA, 毕马威分析

³⁰ 2022年我国充电桩数量同比增长近100%，中国政府网，2023年2月13日，http://www.gov.cn/xinwen/2023-02/13/content_5741383.htm

³¹ 工信部：截至2022年底 全国累计建成充电桩521万台、换电站1973座，北极星储能网，2023年1月19日，<https://news.bjx.com.cn/html/20230119/1284056.shtml>

³² 挪威，中国新能源车“启航”入欧，新华网，2021年7月8日，http://www.xinhuanet.com/globe/2021-07/08/c_1310043858.htm

对于已“登陆”欧洲或有意进一步开拓欧洲新能源车市场的中国车企而言，能否为客户提供高效安全的充换电服务无疑是成功与否的关键要素之一。比亚迪、小鹏、蔚来等主要电动汽车生产商选择与欧洲当地服务提供商合作，拓展充换电业务。比亚迪与壳牌将在欧洲地区建立出行服务提供商（MSP）的合作伙伴关系。壳牌未来将为比亚迪的个人和商业客户提供会员服务，覆盖其充电漫游网络上超过27.5万个充电终端。比亚迪和壳牌还将共同为比亚迪在欧洲的客户开发车队解决方案和专属充电服务。双方还有进一步意向在欧洲主要市场共建比亚迪—壳牌电动汽车服务中心³³。小鹏汽车在挪威与欧洲当地的充电供应商Plugsurfing合作为顾客提供充电服务。蔚来也已于2021年底和壳牌签订协议，计划到2025年在中国安装100个电池交换充电站，并在欧洲建设和运营试点充电站³⁴。

面对着庞大的欧洲充换电市场，乘着中国车企“出海”的东风，不少中国充电桩企业也在跃跃欲试，目前已经顺利开展海外业务的也不在少数。然而，充电类企业进军欧洲需要面对诸如适配不同车型，满足当地相关标准和法规，更高的网络安全要求等挑战。

新能源汽车已成为全球汽车业加速绿色转型的主要方向，中国新能源行业也迎来了发展机遇期，在积极实现上下游整合的同时，迅速将市场扩大到海外。在“双碳”背景下，技术创新和“出海”将成为国内新能源行业发展的新的风向标。基于毕马威的观察和预判，中国企业围绕上游矿产资源的收并购将持续增长，而电池和整车企业在欧洲建厂，并配套成立销售、研发以及后市场服务中心将成为对欧投资的主流。通过绿地投资，中企可为东道国带来税收、创造就业、促进当地经济发展。另外，企业在欧洲建厂，可以更贴近消费市场，迅速响应消费者的需求，同时也进一步完善产业链的全球布局。

无论是进入欧洲落地，还是在欧洲持续运营，中国新能源企业都会面临一系列机遇和挑战。毕马威中国的财税、咨询专家以及新能源和汽车行业专家，已经协助不少国内新能源企业远赴欧洲开拓市场。在欧洲，毕马威也拥有一支经验丰富的新能源和汽车专业团队，核心成员包括来自德国、荷兰、西班牙、匈牙利、法国、英国、瑞典等成员所专注于新能源和汽车行业的战略、财务、税务、法律和市场咨询专家。同时，毕马威在这些成员所里还有中国业务小组，多数配备了精通专业、熟悉当地投资环境且讲中文的同事，他们与毕马威中国以及欧洲当地成员所的业务前线团队紧密合作，致力于为中企提供高质量的服务，为中国新能源企业在欧洲的布局添砖加瓦。



—— 毕马威全球中国业务发展中心 海外投资并购交易咨询合伙人 李瑶

³³ 比亚迪与壳牌签署合作协议，全面开展电动汽车充电领域的合作，新浪科技，2022年3月24日，https://finance.sina.com.cn/tech/2022-03-24/doc-imcwipii0365136.shtml?finpagefr=p_114

³⁴ 被看衰的换电模式，已经被蔚来开到了欧洲，换电模式成功了？腾讯新闻，2021年11月28日，<https://new.qq.com/rain/a/20211128A078HL00>

04

中国新能源汽车产业在欧洲面临的机遇和挑战

随着新能源时代的到来，汽车的产业链发生了翻天覆地的变化。得益于国家政策扶持、产业链完备、技术智能化、生产成本较低等多方面优势，中国品牌电动车的成长速度有目共睹，“出海”浪潮也势不可挡。但机遇总是伴随挑战，中国新能源车企及产业链相关企业在紧抓海外布局机遇的同时，也应深刻理解市场环境、当地法律法规、品牌力建设等方面所带来的挑战。



中国新能源汽车相关企业在欧洲市场大有可为

凭借完整的产业链、快速迭代的数字化技术、以及规模优势和丰富的产品矩阵，中国新能源汽车加速国际化，在欧洲市场拥有广阔的发展空间。

中国新能源汽车产业链完备，在动力电池等关键领域具有优势

新能源汽车产业上游包括锂、镍、钴、锰等关键原材料和电机、电控、电池等核心零部件，中游包括整车制造，下游包括充换电和汽车后市场服务，产业链参与主体丰富。新能源汽车的发展促进了中国汽车产业的升级和转型，吸引了众多新的参与者，如电池等核心零部件生产商的涌现，推动了整个产业链的升级。

中国加大对电池生产原材料的部署，在电池生产上占有优势。就电池生产的原材料来说，中国的锂矿产量仅次于澳大利亚和智利，2022年锂矿产量占全球14.6%。为应对原材料价格飙涨，2020年下半年以来，整车厂、电池厂、材料厂等通过收购或重启矿山开采的途径，大幅增加其掌握的锂矿资源，也加强了在新能源汽车产业链中的话语权。根据SNE Research的数据，2022年中国企业占全球动力电池装机量的60%，比2021年提升12个百分点；全球前十位电池生产企业中，中国占据6席，宁德时代蝉联全球第一，市场占有率从2021年的33%提升到37%³⁵。

中国数字经济发展迅速，为新能源车企提升数字化、智能化提供了丰厚土壤

新能源汽车智能网联提速，数字化、智能化浪潮势不可挡。中国汽车企业正通过车联网技术、自动驾驶技术、人工智能和大数据等技术，提高车辆的智能化水平，提高驾驶安全性和用户体验，推动新能源汽车智能网联提速。车联网技术方面，中国新能源汽车企业正在加强车联网技术的研发和应用，通过车辆与互联网的连接，实现车辆与车辆、车辆与道路、车辆与用户之间的信息交互，实时获取路况、气象信息等，避免拥堵和事故，提高驾驶安全性。自动驾驶方面，车企加速自动驾驶技术的研发和应用，实现高级别的自动驾驶、自动泊车、自动避让等功能，提高驾驶体验和行车安全。人工智能和大数据技术方面，车企与互联网企业和先进技术企业等跨界协作，应用人工智能、大数据和云计算等技术，驾驶者和车辆厂商可以实时监测车辆运行状态、预测事故、优化车辆性能等，提高车辆的运行效率和可靠性。

新能源汽车的数字化、智能化技术不断更新迭代，尤其是在车联网技术、无人驾驶技术、智能驾驶辅助系统等方面的发展突飞猛进，为中国新能源汽车的智能化浪潮提供了强有力的技术支撑。中国消费者对新能源汽车的需求不断提升，对智能化体验的要求也越来越高，越来越多的消费者开始关注新能源汽车的智能驾驶、智能网联等功能，进一步加速了中国新能源汽车智能化浪潮的形成，而这也迎合了欧洲高端市场消费者的需求。

³⁵ 2022年全球电池总装车：宁德时代霸榜，比亚迪、LG新能源并列，澎湃网，2023年2月，https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_d_21844880

中国新能源汽车规模优势明显、车型矩阵丰富，可以满足消费者不同需求

中国作为全球最大的新能源汽车生产国，新能源汽车已经连续第八年生产量、销售量和保有量全球第一，规模优势明显。雄厚的生产基础和产业链使得中国新能源汽车的生产成本相对较低，与此相对应的是，欧洲国家的劳动力成本和制造成本较高，中国生产的同等配置的新能源汽车的价格往往较低。同时，中国政府一直大力支持新能源汽车产业的发展，这些政策也有助于提升中国新能源汽车在欧洲的竞争力。

中国新能源汽车车型较多，涵盖从低端到中高端的多种车型，能够满足欧洲消费者的不同需求。2022年中国有136款新能源汽车车型可供消费者选择，其中纯电动汽车车型110个，位居世界第一，车型矩阵丰富³⁶。中国新能源汽车在欧洲售价区间较大，2022年中国纯电动汽车在欧洲销售排名前三的分别是沃尔沃、名爵和极星，沃尔沃和极星是吉利旗下相对高端的车型，在欧洲价格区间为30-50万元，名爵售价相对较低，价格区间为20-30万元。和特斯拉、宝马、奔驰等在欧洲市场销量前十的车型相比，中国纯电动汽车售价相对较低，有一定的竞争力。

³⁶ Statistic, Globally available electric vehicle model lines in 2022, Sep 2022.



中国新能源汽车相关企业进军欧洲面临的挑战

在快速发展的同时，中国新能源汽车相关企业要进入并持续深耕欧洲市场，仍需面对诸如市场准入门槛较高、当地法律法规的变化，构建品牌认知度等一系列挑战。

欧洲发达国家市场门槛较高，需要完备、可行的市场进入策略

伴随国内市场竞争的日趋激烈和新能源车补贴政策的退坡，未来将有更多的新能源汽车相关企业计划“出海”，完善海外布局。企业进行国际化时率先布局发达国家市场有利于企业积累国际化经验、塑造产品的品牌形象从而提高产品的全球销量。与此同时，发达国家市场由于准入门槛较高，企业也将面临一系列的挑战：

宏观环境和地缘政治的变化增强准入市场的不确定性

对于欧洲市场而言，2022年俄乌冲突的加剧导致欧洲电价上涨等因素可能对新能源汽车使用成本产生影响。在此前的一年多时间内，欧洲电价上涨了约10倍。据《华尔街日报》报道，由于电价上涨，2022年特斯拉提高了其欧洲超级充电站的充电费用，Model 3在欧洲的特斯拉超充站进行充电，百英里电费为18.46欧元，而本田思域开同样的距离却只要花18.31欧元的汽油费³⁷。同时，持续的高通胀迫使欧央行连续加息，也一定程度上增加了购车成本。地缘政治和经济环境的变化有可能对新能源汽车销售带来一定影响。

面临强大的本地竞争对手

企业在新进入发达国家市场时，与当地已有品牌相比存在品牌知名度低、形象弱等劣势，要突出重围道阻且长。与此同时，欧洲本土汽车产业实力雄厚，知名企业众多，如贸然进入这一竞争激烈的市场可能为企业带来不小的挑战。

产品定位不清难以满足消费者本地化需求

欧洲等发达国家市场汽车产业成熟，配套服务发展完善，与市场共同成长消费者对产品质量、功能的要求比较高，对企业在进入该市场时是否有清晰的产品定位并针对本地市场调整（如车型配置和相关服务等）将提出不小的挑战。

³⁷ 对特斯拉不利！欧洲电价疯涨：电动车补能成本逼近加油，凤凰网，2022年12月27日，<https://tech.ifeng.com/c/8M5BqopPIUp>

针对企业在进入欧洲等发达国家新市场时所面临的一系列挑战，我们建议企业可以从以下几个方面入手：

- 设计切实可行的欧洲新市场进入策略。我们建议以数据分析为起点，通过市场规模分析，产品本地化配置对标和分析，消费者调研完成客户群体界定和销售购买决策、用车场景还原，以此来制定欧洲市场进入战略设计方案，明晰产品差异化竞争优势和定价策略，并基于可行区间设定销售目标并配置合理的网点分布。在成功运营后，考虑本地化生产制造的财务可行性。
- 采取灵活因地制宜的销售模式并借力本土合作伙伴。企业根据市场进入的战略目标，出于对渠道的掌控能力、投资额和市场进入速度等考量，选择不同的销售模式。根据不同的企业运营方式、文化和背景，新势力往往采用直营和代理的混合制，而传统车企多采用代理和经销商混合模式。
- 实施绿地建设及并购并举的本土化产能布局。欧洲市场目前存在整车产能过剩的情况，即使在乐观场景下，2025年仍将有至少17%的过剩产能。中国车企可及早规划，采取绿地建厂和并购本地产能并举的方式，加速本地化发展进程。



—— 毕马威中国汽车行业战略及交易咨询合伙人 康琦明



欧盟绿色新政是中国新能源汽车相关企业必须面对的一揽子“绿色准入”机制

为确保完成“2030年温室气体排放量相比1990年减少至少55%，2050年实现碳中和”的国家自主贡献目标，欧盟出台了包含碳关税（CBAM）、碳定价、林业碳汇、减排责任和资金支持等一系列政策，并将这一揽子政策命名为“欧盟绿色新政”（EU Green Deal）。可以预见的是，欧盟绿色新政将在全球范围内带来广泛影响，出口至欧盟及在欧盟经营的中国新能源汽车相关企业将面临机遇和挑战。

欧盟电池新规对电池的标准与市场准入提出要求

尽管电动车相较于传统燃油车在行驶过程中不会产生尾气污染，但其使用的电池在生产与制造过程中会产生大量的碳排放。根据欧洲运输与环境联合会的数据，电动车电池生产环节的碳排放范围61-106kg CO₂/kWh，最高可以占据电动汽车全生命周期碳排放的60%以上。也就是说，动力电池的生产本身就属于高碳排放，因此减排需关注动力电池的生产制造过程。为此，2022年12月欧洲议会与欧盟理事会就《欧盟电池法规》达成临时政治协议，计划逐步替代现行的《欧盟电池指令》（2006/66/EC）。该法规要求所有进入欧盟市场的电池包括在欧盟本土生产的电池都必须遵守电池新规，从2024年7月1日开始，对于容量超过2kWh的电动汽车（EV）电池、轻型交通工具（LMT）电池和可充电的工业电池，企业必须提供碳足迹声明和标签方可进入市场。

碳定价的影响和碳减排的压力

目前欧盟碳排放交易体系（EU ETS）已进入第四阶段，欧洲议会与欧盟理事会已就碳排放交易体系的改革方案达成协议。该改革方案包括明确免费配额的退出时间表（逐步削减各行业的免费配额至2034年完全取消）以及提高总体减排目标（涵盖行业排放量将较之2005年减少62%）。其中，有关免费配额的削减将与欧盟碳边境调节机制（见下文）同步。另外，改革方案还包括建立新的碳排放交易体系（EU ETS 2），道路运输将被纳入EU ETS 2，将对汽车行业产生一定影响。

自2023年10月起，欧盟将试行“碳关税”，即根据进口商品的碳含量收费，以使进口产品承担与欧盟本土产业相同的碳排放成本。此项政策是基于2021年3月欧洲议会通过的“碳边境调节机制（CBAM）”议案。该议案是绿色新政的重要立法提案之一，也是全世界第一个正式酝酿的“碳关税”措施。“碳关税”实施初期仅覆盖水泥、电力、化肥、钢铁、铝和氢气等6种产品，初期只核算产品生产过程的直接排放，暂不考虑间接排放。塑料、有机化学品等其他EU ETS项下产业预计也将逐步被纳入。2023—2025年是议案过渡期，进口方需要报告进口商品碳排放情况，2026年开始正式实施并征税。CBAM的实施可能导致钢铁等行业价格上涨，钢铁作为汽车的原材料，由此可能带来汽车企业在欧洲生产成本的上升。

需要特别注意的是，包括CBAM在内的碳定价机制对企业的影响及其程度将取决于企业自身和供应链上游在减排方面的表现。对于供应链减排表现出色的车企，碳定价机制可能带来价格上的优势（即享受更低的碳税成本）。

可持续发展的披露和管理变为新的合规要求，企业信息披露标准更高

随着ESG监管日趋严格，企业将面临更高标准的可持续发展报告披露标准，更重要的是，这些披露将成为新的合规要求。欧盟《企业可持续发展报告指令》（EU CSRD）的出台拓宽了强制性披露可持续相关信息的企业范围，将涵盖所有上市企业及符合条件的大型企业，包括新能源汽车企业等在内的非欧盟企业也将受到广泛影响。

欧盟《企业可持续性尽职调查指令》（EU CSDDD）则规定了企业在价值链中需要承担可持续和负责任义务，要求企业在全供应链深入开展尽职调查，识别并预防、终止或减轻活动对人权及环境的负面影响。对于覆盖范围内的企业及其上下游企业，由于信息披露数据需以可追踪、经核证的量化数据为前提，将大幅提高相关企业的可持续合规管理要求。

“欧盟绿色新政”是中国新能源汽车相关企业“出海”欧洲绕不过的“绿色准入”机制，企业应在以下方面着力，应对欧洲绿色准入要求：

- 建立健全高质量的全生命周期环境排放数据库。企业需根据相关国际标准收集每一个生命周期阶段的环境影响排放数据，包括上游原材料、产品制造、运输、报废和回收。跟踪和参考欧盟相关法规政策和标准，例如《新电池法》，和参考欧盟产品环境足迹（PEF）标准规定的方法步骤进行建模，计算和分析，建立健全生命周期环境足迹核算机制，建立科学有效的监测、报告和核证(MRV)体系，确保符合欧盟产品环境足迹和碳足迹限值要求，以应对独立第三方核查。
- 加强供应链管理。EU CSRD和CSDDD等合规要求剑指全球供应链，中国新能源汽车相关企业的中国总部和位于中国及其他非欧盟地区的关联方或供应商都将受到不同程度的影响。公司需要在多个维度披露多项信息，包含环境和可持续性、道德标准和实践、生物多样性等，报告的信息必须经过审计。范围内的公司须设定明确的ESG目标，并每年公布目标进展及计划，将可持续发展融入公司的长期愿景和战略规划中，并且对供应链产生持续影响，建立ESG信息数据库，进行全供应链的管理提升，以满足相关合规要求。



—— 毕马威中国碳管理与欧盟绿色新政服务合伙人
中国欧盟商会碳市场工作组全国副主席 林晓东



欧洲消费者对中国本土新能源汽车品牌认知度依然偏低

中国本土新能源汽车在欧洲市场占有率较低，欧洲消费者对其接受度不高。以纯电动汽车为例，2022年中国在欧洲市场销量排名前三的品牌（Volvo、MG、Polestar）均是中国车企收购的欧洲本土的汽车品牌，占欧洲纯电动汽车市场份额的8.6%，而中国自主品牌的纯电动汽车在欧洲的市场份额不足2%。比亚迪是中国自主品牌中在欧洲市场销量最多的企业，但市场份额也只有0.3%，蔚来、小鹏、理想、爱驰等造车新势力在欧洲的销量则更少。

多种因素导致中国新能源汽车在欧洲认知度较低：一是欧洲消费者认为中国产品同质化较严重，品牌个性和差异化方面较欠缺；二是中国本土新能源汽车品牌相对于欧洲传统汽车品牌知名度较低，且在欧洲市场的渗透率低，欧洲消费者接触到这些车辆的机会较少，对品牌了解有限；三是中国新能源汽车在欧洲市场的营销较少，大规模的广告推广活动不多，无法像欧洲本土的汽车品牌一样拥有广泛的曝光度。

中国车企要在欧洲提高品牌知名度，需要强调：

- 关注产品品质，以满足欧洲市场的高标准和严格要求。欧洲消费者对产品品质要求更高，中国新能源汽车企业需要努力提高产品的品质和可靠性，包括提高制造工艺、材料品质和安全性能；
- 加大品牌宣传。中国新能源车企应积极通过广告、社交媒体等方式开展营销宣传，加大品牌宣传，尤其是对年轻人的宣传，年轻人普遍更加关注环保问题，且新能源汽车集成了智能驾驶、互联网等科技元素，符合年轻人对科技感的追求。同时，中国新能源汽车企业也需要更多地走出国门，通过参加国际性汽车展览等活动提高自身在国际上的认知度，树立品牌的国际化形象；
- 需要注意的是，品牌形象的建立是一个系统性的漫长过程，不可一蹴而就。企业可考虑在市场进入前期通过兼并收购当地已经有一定知名度和市占率的品牌，从而提升自有品牌的知名度，获取竞争优势，实现跨越式发展。



—— 毕马威中国汽车及工业制造行业主管合伙人
Norbert Meyring（诺伯特）

数字化和智能化加大个人信息保护和数据合规风险

全球智能网联汽车正在呈现出不断增长的趋势，中国车企基于国内的技术优势，也将智能网联作为进军欧洲的重要战略之一。智能网联汽车在全生命周期中会采集、生产大量数据，并且与其他终端进行数据交互。据报道，一辆智能网联汽车每天会收集大约10TB的数据³⁸。海量数据的交互使汽车从信息孤岛转变成为网络信息节点，与此相承，数据安全风险应运而生。

中国企业通过数据收集、使用、处理等行为提供产品或服务，无论该企业是否设立于欧盟境内，只要为欧盟内的数据主体提供商品或服务，或服务发生在欧洲的数据主体活动监控范围内，都必须受《通用数据保护条例》（GDPR）监管。2018年开始生效的GDPR被称为史上最严个人信息保护法规。2022年7月26日，德国数据保护局发布决定称，大众汽车于2019年使用服务提供商进行驾驶辅助系统测试时，违反了GDPR相关的数据保护要求，对其处以110万欧元的罚款³⁹。大众汽车表示接受该罚款决定。2021年3月9日，欧洲数据保护委员会（EDPB）通过《车联网个人数据保护指南》，阐释了车联网不同场景下的隐私保护和数据风险以及应对措施，对进军欧洲的中国车企在数据安全和个人信息保护方面具有指导意义。另外，联合国欧洲经济委员会下设的世界车辆法规协调论坛（The UNECE World Forum for Harmonization of Vehicle Regulations，简称WP.29）专门成立了关于网络安全（Cybersecurity）和在线软件升级（OTA）两个汽车标准任务组，并于2020年6月正式发布了与之对应的两项新的法规（R155: Cyber security and Cyber Security Management System和R156: Software Update and Software Updates Management System），要求从2022年7月开始汽车制造商只有在获得CSMS（Cybersecurity Management System，网络安全管理体系）认证的情况下，才可以申请VTA准入（Vehicle Type Approval，车型审批），该项法规将首先适用于欧盟和日本市场。

然而值得注意的是，欧洲消费者对于个人信息安全的保护意识较强，对汽车智能化的需求并不迫切，智能网联是否能转化为中国汽车产品在欧洲市场的差异化优势仍待观察。

³⁸ 一天收集10TB数据？你的车“看透”你了，腾讯新闻，2021年9月1日，<https://new.qq.com/rain/a/20210901A0440I00>

³⁹ 德国下萨克森州数据保护局关于大众汽车违法GDPR的决定，2022年7月26日
<https://lfd.niedersachsen.de/startseite/infothek/presseinformationen/1-1-millionen-euro-bussgeld-gegen-volkswagen-213835.html>

 案例三

为中国车企的顺利“出海”提供数据合规咨询服务

当前，全球智能化、网联化和电气化的融合发展已经悄然驶入快车道。智能网联汽车也成为国内车企在海外布局的战略制高点。

一家国内生产的中国汽车企业（“客户C”），近年来在智能网联方面取得了快速发展，在积极向欧洲市场布局的过程中，该企业的销售、法务、产品设计、IT、信息安全等部门在智能网联产品设计、海外数据中心选址、信息系统设计与部署、品牌官网搭建、经销商业务合作、产品销售、数据跨境传输等方面均遇到了网络安全与数据合规方面的挑战。

毕马威网络与信息安全咨询团队通过现状调研、差距分析、隐私保护设计和隐私信息管理体系建设的“四步走”实施步骤，帮助该客户实现数据合规，助力企业顺利“出海”。

在此过程中，毕马威团队协助客户C完成数据处理活动目录的建立、数据合规差距分析、数据保护影响评估(DPIA)、隐私保护设计(PbD)、数据主体权力请求(DSR)、数据保护官(DPO)的能力建设、数据合规手册、数据合规管理组织、数据合规管理制度流程、数据跨境传输协议、数据处理委托协议、隐私声明等相关工作。同时，这也为该客户后续一次性通过数据合规的安全认证奠定了坚实的基础。

随着中国智联网汽车逐步进入欧洲市场，中国车企的各部门应重视网络安全与数据保护的重要性，应将网络安全与数据保护要求尽早地规划到产品设计、市场活动、产品销售、IT系统部署等企业经营活动中，我们建议企业可考虑如下举措：

- 持续跟踪监管动态
- 完善合规与内控体系
- 建立合规技术平台积极勇担社会责任



—— 毕马威中国网络与信息安全咨询合伙人 郝长伟

亟需加强本地化运营能力以更好地满足欧洲用户本土化需求

中国新能源车“出海”输出的不单是整车产品，更重要的是与产品相配套的服务体系，需要企业通过在海外投资、建厂、收购、合资合作等各种方式，持续推进品牌在海外市场的本地化发展，建立涵盖研发、生产、销售、售后在内的全球体系，满足不同地区和国家用户本地化的需求。

例如与汽车销售紧密相连的汽车金融在欧美市场渗透率较高，如在汽车工业发达的德国渗透率达80%以上，当地消费者通常会选择消费信贷或融资租赁等方式，降低一次性的购买成本。在服务内容上，除了传统的汽车消费类贷款、融资租赁等，汽车保养与维修、汽车保险、汽车担保、汽车证券化等个性化、多样化的服务内容是未来的发展方向。中国车企目前拓展欧洲市场仍以整车出口为主，在欧的投资布局也主要集中在产业链上游和中游，对于包含汽车金融和创新型后市场服务的产业链下游环节鲜有涉猎，如何打通产业链上中下游，满足欧洲当地用户的本地化服务需求是中国企业亟需思考的问题。

中国新能源车锚定欧洲市场，需要践行本土化战略。为此，车企需关注：

- 积极构建海外本土化生产、销售和售后能力。在当地建立生产制造基地、采购零部件、设立研发中心等本地化行为不仅可以避免来自欧盟的贸易保护，还可以降低交通运输成本，提交产品交付速度，快速应对当地市场的需求变化，提高产品供应和运营能力；
- 关注欧洲消费者需求。中国新能源汽车制造商应该了解和追踪欧洲消费者的需求和偏好，并根据当地消费者的偏好优化汽车外观设计等，针对性地推出适合当地消费者的产品和服务，以增强竞争力。
- 选择合适的当地经销商，因地制宜地搭建销售及运营渠道。中国新能源汽车企业应该加强与欧洲当地的汽车经销商的合作，以获取更多的市场资源和本土化推广，扩大销售渠道、提升销售和售后服务能力，更好地满足欧洲本地用户需求。
- 建立适合本土化的组织和管理体系。根据本土市场需求，制定适当的管理结构和流程，引进能够为企业带来国际化思维和经验的国际化人才。



——毕马威德国交易咨询战略合伙人 Benjamin Blume

结语

经过多年的发展，中国新能源汽车产业链日趋完善、智能化水平提升、产品矩阵丰富，竞争力日益增强。越来越多的新能源汽车相关企业选择“走出去”，欧洲新能源汽车市场广阔且潜力巨大，成为中国新能源汽车相关企业“出海”的首选地。近年来，中国的新能源汽车在欧洲市场上的销售量不断增长，欧洲已经取代亚洲成为中国第一大新能源汽车出口区域。

然而，中国新能源汽车相关企业在欧洲市场上也面临着严格的环保要求、自身品牌知名度不高、个人信息保护和数据合规等挑战。有志于进入并长期深耕欧洲市场的中国企业应意识到这些挑战，积极探索解决方案，与欧洲的相关企业开展合作，在做好前期战略规划、市场调查的情况下，在海外市场将品牌、产品质量和客户体验等落实到“长期主义”的每一个细节中，共同推动品牌和企业的本地化发展。

随着中国新能源汽车对欧洲的出口进入新阶段，企业对欧洲的全产业链布局也将进一步深入推进。未来的欧洲市场机遇与挑战并存。我们坚信，在企业的不懈努力下，一定能取得更加辉煌的成就。



关于毕马威中国

毕马威中国在三十一个城市设有办事机构，合伙人及员工超过15,000名，分布在北京、长春、长沙、成都、重庆、大连、东莞、佛山、福州、广州、海口、杭州、合肥、济南、南京、南通、宁波、青岛、上海、沈阳、深圳、苏州、太原、天津、武汉、无锡、厦门、西安、郑州、香港特别行政区和澳门特别行政区。在这些办事机构紧密合作下，毕马威中国能够高效和迅速地调动各方面的资源，为客户提供高质量的服务。

毕马威是一个由独立的专业成员所组成的全球性组织，提供审计、税务和咨询等专业服务。毕马威国际有限公司（“毕马威国际”）的成员所以毕马威为品牌开展业务运营，并提供专业服务。“毕马威”可以指毕马威全球网络内的独立成员所，也可以指一家或多家毕马威成员所。

1992年，毕马威在中国内地成为首家获准中外合作开业的国际会计师事务所。2012年8月1日，毕马威成为四大会计师事务所之中首家从中外合作制转为特殊普通合伙的事务所。毕马威香港的成立更早在1945年。率先打入市场的先机以及对质量的不懈追求，使我们积累了丰富的行业经验，中国多家知名企业长期聘请毕马威提供广泛领域的专业服务（包括审计、税务和咨询），也反映了毕马威的领导地位。

关于全球中国业务发展中心

毕马威全球中国业务发展中心 (GCP) 总部位于北京，在全球近60个投资热点区域组建专业团队，其中包括欧美澳等传统投资目的地以及东南亚、拉美、中东和其它“一带一路”沿线的新兴热点投资地区，致力于协助中国企业开展对外投资以及外资企业来华投资和拓展业务。

我们的团队已经成功地协助中国企业完成了众多具有里程碑意义的对外投资交易，同时还向中国企业推荐海外合作伙伴，使他们能够更加顺利地进入海外市场。在“十四五”开启的“新发展阶段”，外资企业作为中国市场的参与者，应考虑如何为中国经济和社会高质量发展做出贡献并获得成功，我们将协助其调整在华商业策略，以把握新的发展机遇，同时准备面对新的挑战。

通过GCP，毕马威与中外客户并肩前行，支持和帮助他们理解复杂的营商环境、发挥自身独特的优势、寻求合适的合作伙伴、积极融入当地社会以及制定和实施长期可持续发展的商业发展战略。

联系我们

毕马威中国

江立勤

客户与业务发展主管合伙人

毕马威中国

+86 10 8508 7077

michael.jiang@kpmg.com

Norbert Meyring (诺伯特)

汽车及工业制造行业主管合伙人

毕马威中国

+86 21 2212 2707

norbert.meyring@kpmg.com

康琦明

汽车行业战略及交易咨询合伙人

毕马威中国

+86 10 8508 5867

lq.kang@kpmg.com

林晓东

碳管理与欧盟绿色新政服务合伙人

毕马威中国

+852 3927 5909

richard.lin@kpmg.com

周重山

贸易与海关服务合伙人

毕马威中国

+86 10 8508 7610

ec.zhou@kpmg.com

李瑶

海外投资并购交易咨询主管合伙人

毕马威全球中国业务发展中心负责合伙人

毕马威中国

+86 10 8508 5885

lisa.l.li@kpmg.com

张庆杰

制造业（含汽车行业）咨询服务主管合伙人

毕马威中国

+86 10 8508 4069

qingjie.zhang@kpmg.com

谭礼耀

对外投资税务咨询合伙人

毕马威中国

+86 10 8508 7605

laiyu.tam@kpmg.com

郝长伟

网络与信息安全咨询合伙人

毕马威中国

+86 10 8508 5498

danny.hao@kpmg.com

康勇

首席经济学家

毕马威中国

+86 10 8508 7198

k.kang@kpmg.com

研究团队：王薇、马曼

毕马威全球中国业务发展中心：王嘉

报告设计：梁晓榆

联系我们

毕马威欧洲

Goran Mazar

毕马威国际汽车行业主管
毕马威欧洲、中东、非洲地区以及德国汽车行业主管
毕马威德国
+49 172 6908101
gmazar@kpmg.com

Loek Kramer

审计合伙人
毕马威荷兰
+31 306 582405
Kramer.Loek@kpmg.nl

Nicolas Nowicki

咨询合伙人
毕马威法国
+33 155 686615
nnowicki@kpmg.fr

Daniel Szirányi

战略咨询合伙人
毕马威瑞典
+46 736 990547
daniel.sziranyi@kpmg.se

Begoña Cristeto Blasco

汽车行业主管合伙人
毕马威西班牙
+34 914 513223
bcristeto@kpmg.es

Benjamin Blume

交易咨询战略合伙人
毕马威德国
+49 160 3679577
BBlume@kpmg.com

Stijn de Groen

交易咨询战略副总监
毕马威荷兰
+31 206 564437
deGroen.Stijn@kpmg.nl

Edward Ataii

战略咨询合伙人
毕马威英国
+44 7717 693651
Edward.Ataii@KPMG.co.uk

John Thomas Sorhaug

审计合伙人
毕马威挪威
+47 4063 9293
john.thomas.sorhaug@kpmg.no

Fabrizio Ricci

咨询合伙人
毕马威意大利
+39 026 76431
fabrizioricci@kpmg.it

kpmg.com/cn/socialmedia



如需获取毕马威中国各办公室信息，请扫描二维码或登陆我们的网站：
<https://home.kpmg.com/cn/en/home/about/offices.html>

本刊物所载资料仅供一般参考用，并非针对任何个人或团体的个别情况而提供。虽然本所已致力提供准确和及时的数据，但本所不能保证这些数据在阁下收取本刊物时或日后仍然准确。任何人士不应在没有详细考虑相关的情况及获取适当的专业意见下依据本刊物所载资料行事。

© 2023 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询(中国)有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与英国私营担保有限公司 — 毕马威国际有限公司相关联的独立成员所全球性组织中的成员。版权所有，不得转载。在中国印刷。

毕马威的名称和标识均为毕马威全球性组织中的独立成员所经许可后使用的商标。