

破浪泰国市场 从“单极爆发”迈向“价值重构”

2026中国汽车出海进阶之路

2026.3

前言

当前，泰国汽车产业正处在一个深度重构的关键节点。这个享有“亚洲底特律”美誉的东南亚汽车制造与出口基地，正在电动化浪潮的冲击下，经历着近十年来最深刻的市场转型。“30/30”战略与EV3.0/3.5激励政策的推进，不仅改变了泰国本土市场的供需结构，更吸引中国汽车品牌以前所未有的力度“下南洋”，在中短期内便在新能源市场实现了从边缘参与者到市场主导者之一的跨越式崛起。

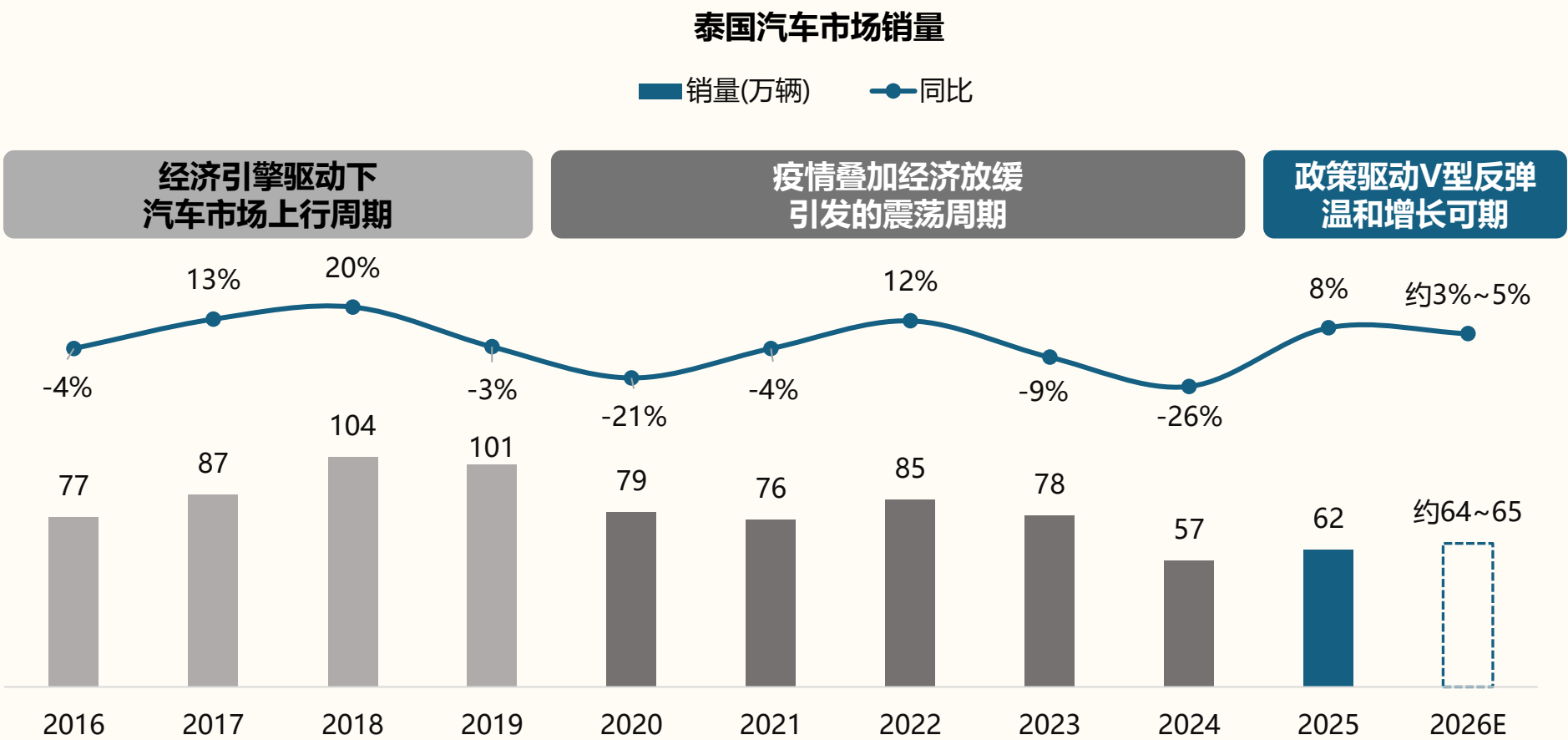
在此背景下，汽车之家研究院连续两年发布中国汽车出海泰国报告，系统梳理泰国车市的变化脉络，希望为行业发展及厂商决策提供有价值的参考和依据，共同探索在复杂多变的海外市场中稳健前行的确定性路径。

CHAPTER
01

泰国汽车市场趋势

泰国汽车市场恢复增长，中长期仍具重回百万级市场的可观潜力

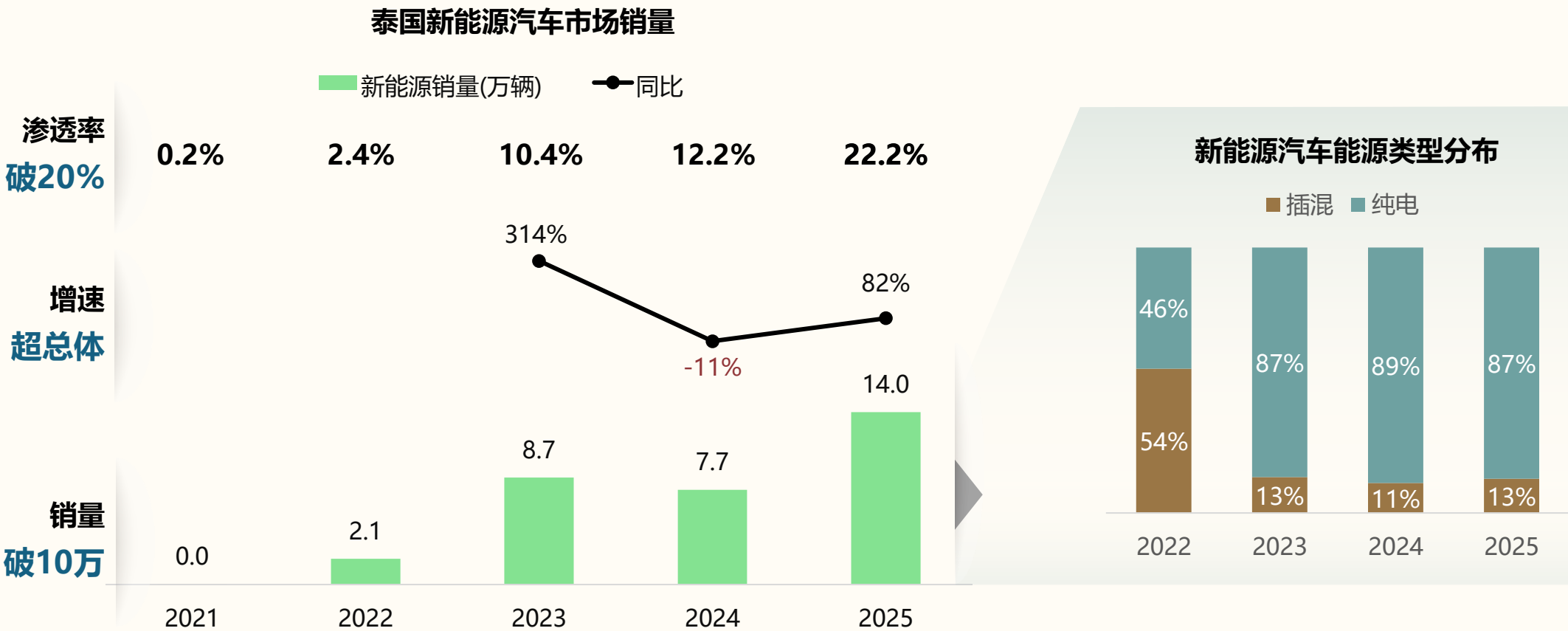
- 2025年泰国车市超预期增长，得益于EV3.0政策激励、泰国央行降息、电动化结构性红利及中国品牌强力拉动的共同作用，汽车销量达62万辆，同比增长8%，预计26年将保持小幅增长



数据来源：泰国工业联合会FTI

泰国车市由以纯电为核心的新能源带动增长，渗透率快速提升

- 销量与渗透率高速增长：新能源销量实现跨越式突破，2025年销量破10万，新能源渗透率突破20%大关
- 纯电车型占据绝对主导地位：2023年纯电车型带动新能源销量爆发式增长，并持续成为新能源市场核心动力

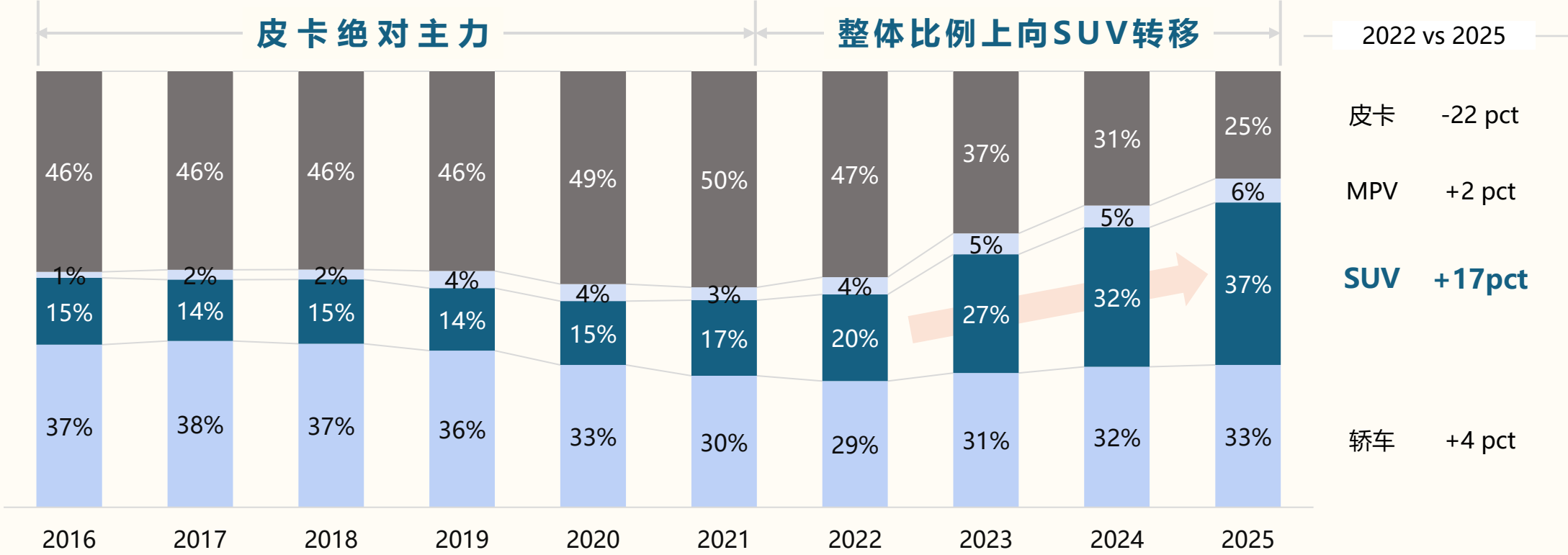


数据来源：泰国电动汽车协会（EVAT）、中汽信科

传统主力皮卡份额快速萎缩，SUV首次超越轿车成为最大类型

- **银行汽车贷款持续收紧：**2024年起泰国银行对汽车贷款全面紧缩，直接导致皮卡份额大幅萎缩（皮卡车主多为个体经营、农民、中小企业主，信用画像脆弱）
- **消费者心智逐渐发展迁移：**皮卡逐渐回归载货这一“生产工具”的本源，家庭和城市通勤需求被更舒适、更智能的SUV承接

泰国汽车市场—分车身结构分布

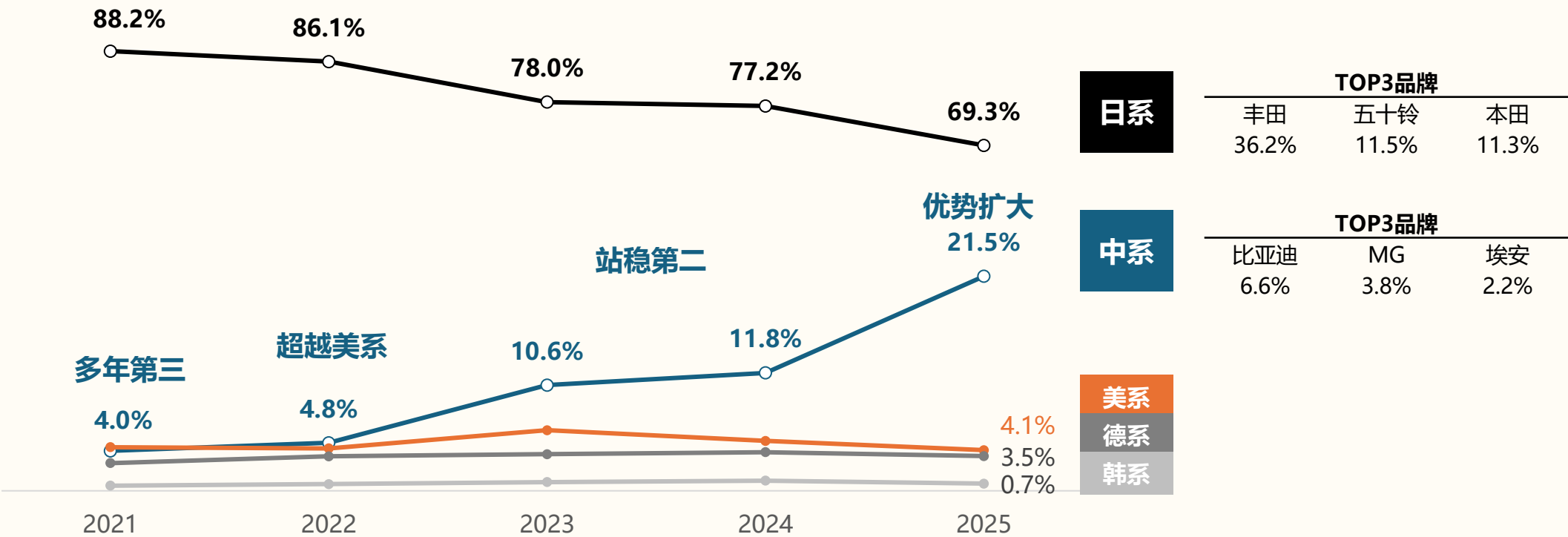


数据来源：中汽信科，汽车之家研究院整理

泰国车市格局重塑，中系五年间强势崛起，日系份额下滑

- 日系仍绝对主导，但持续萎缩：日系品牌在市场份额由近九成下滑至不足7成，丰田、五十铃、本田稳居前三，份额连续四年下滑
- 中系强势崛起：中国品牌实现跨越式增长，市场份额从2021年的4.0%增长到2025年的21.5%，强势跃居第二

泰国汽车市场—分品牌国别分布



数据来源：中汽信科，汽车之家研究院整理

头部品牌排名也有所体现，中国品牌突破日本品牌长期霸榜格局

- 整体市场日系品牌仍在主导，但中国品牌逐渐突破
- 2025年广汽埃安表现亮眼，首次跻身TOP10

泰国**汽车**市场销量TOP10品牌（2025）

排名变化 VS 2024	品牌国别	品牌	汽车市场 市占率
-		丰田	36.2%
-		五十铃	11.5%
-		本田	11.3%
↑1		比亚迪	6.6%
↓1		三菱	4.2%
↑1		MG	3.8%
↓1		福特	3.2%
NEW ↑8		广汽埃安	2.2%
↓1		宝马	1.7%
-		日产	1.4%

- 新能源市场由中国品牌绝对主导，中国品牌已成为泰国消费者新能源汽车的首选

泰国**新能源**市场销量TOP10品牌（2025）

排名变化 VS2024	品牌国别	品牌	新能源市场 市占率
-		比亚迪	29.6%
-		MG	13.1%
↑3		广汽埃安	9.8%
NEW ↑20		Jaecoo	6.4%
↓1		深蓝	6.0%
↑2		欧拉	4.8%
-		Tesla	3.5%
↓3		宝马	2.7%
↓6		哪吒汽车	2.3%
NEW ↑7		长安汽车	2.3%

数据来源：中汽信科，汽车之家研究院整理

CHAPTER
02

中国品牌在泰发展

得益于各方面有利条件，泰国成为中国车企出海的最佳试验场

新能源政策红利

一站式出海红利窗口

泰国政策	实施时间	对中国红利
30/30	2021-2030	顶层战略，电动化优先 到2030年，实现电动汽车占汽车总产量30%
EV3.0	2022-2025	现金补贴 关税减免、消费税优惠
EV3.5	2024-2027	投资生产优惠
2026 新车税	2026起	新能源车税收优惠

产业基础雄厚

东盟最大汽车生产国

年产145万辆

拥有完整且成熟的产业集群
整车零部件本地化率

80%+

地缘辐射优越

东盟成员国

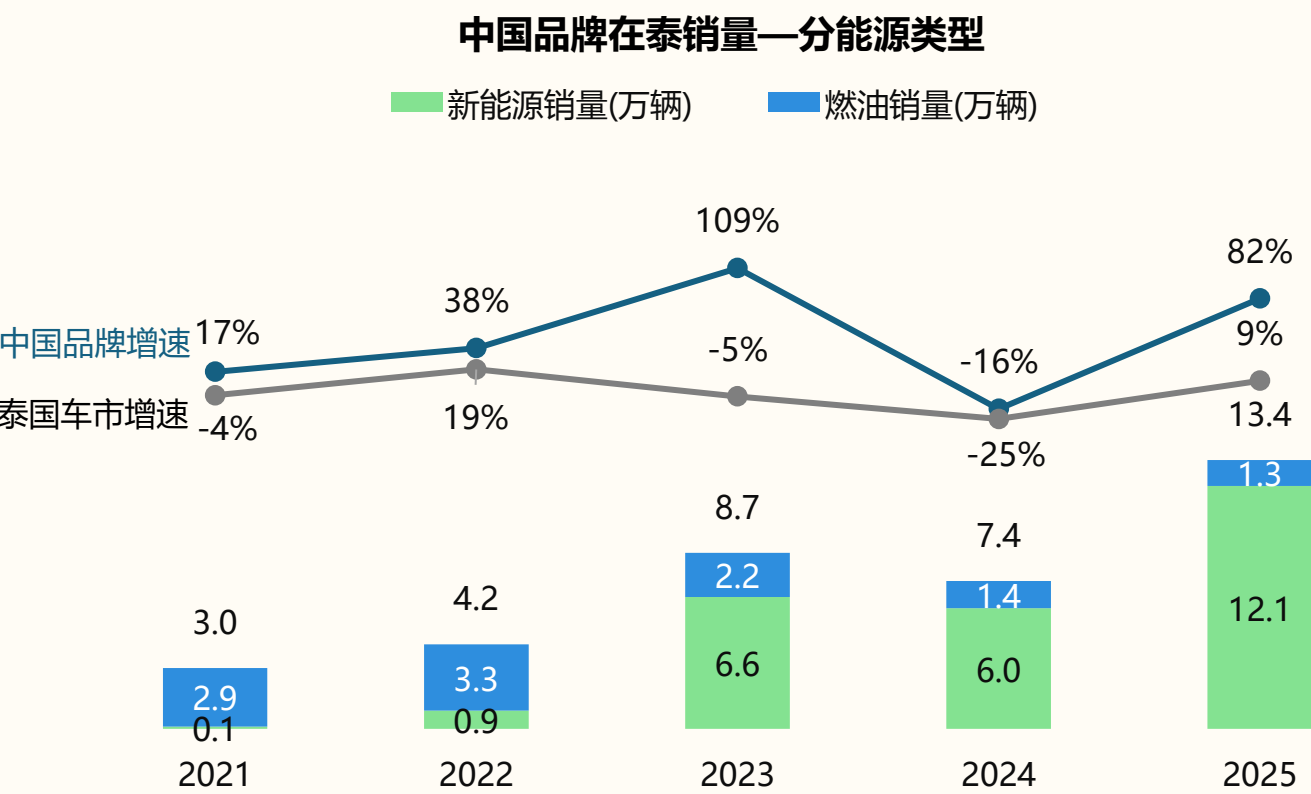
区域市场枢纽
辐射东盟

右舵车辐射澳新、英国等市场

右舵车战略支点
辐射全球右舵市场

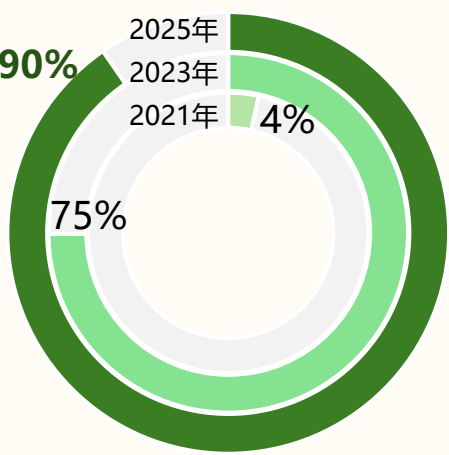
中国品牌在泰销量破10万，以新能源驱动快速增长

• **中国品牌增速超越泰国整体增速：**2021-2025年，中国品牌销量增速虽有波动，但始终保持超越整体市场的增速水平



• **主销新能源，且占比逐年提升：**2022年新能源政策窗口开启后，中国品牌快速布局，至2025年新能源占比已达90%

中国品牌新能源销量占比



数据来源：中汽信科，汽车之家研究院整理

中国品牌在泰格局从“单极爆发”转向“多强竞争”

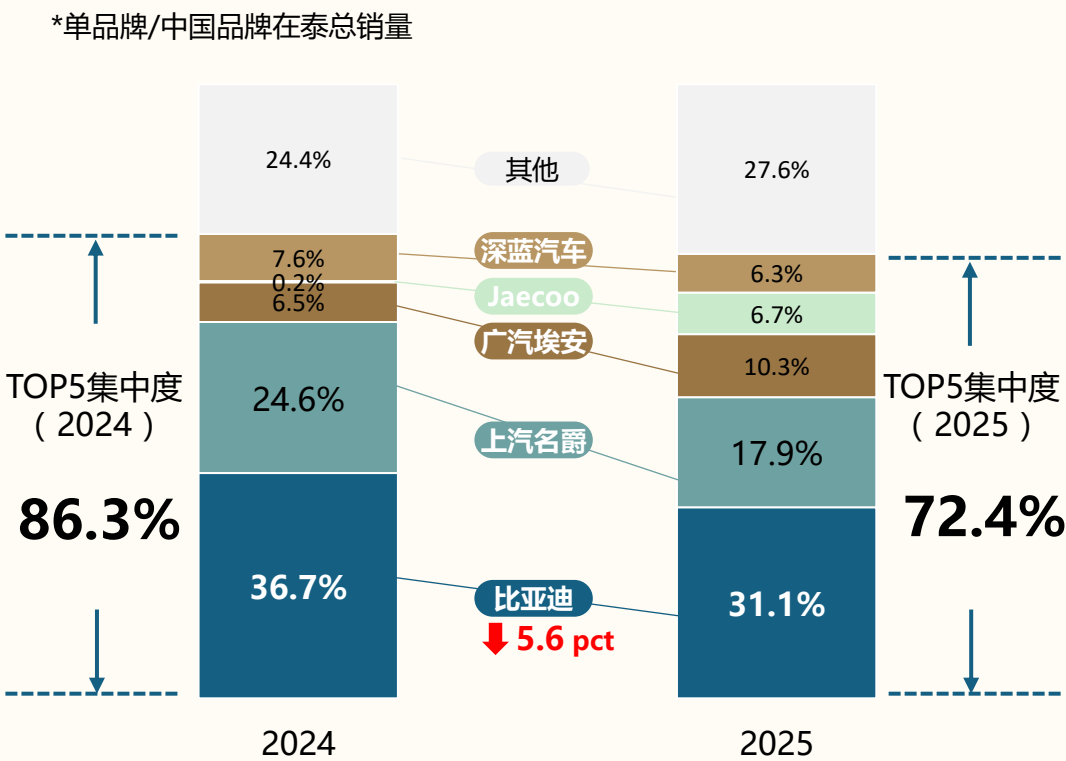
- 2023-2024年中国品牌集中涌入泰国市场，26年仍有玩家持续入局

中国品牌在泰布局

时间	布局品牌 月销量>10辆	新进入品牌
截至2026.3	22	 
2025	22	 
2024	14	     
2023	9	    
2022	5	 
2021	3	 

- 中国品牌内部竞争加剧：比亚迪绝对主导但同时份额下滑，TOP5品牌集中度下滑至72.4%

分品牌-中国品牌在泰销量占比

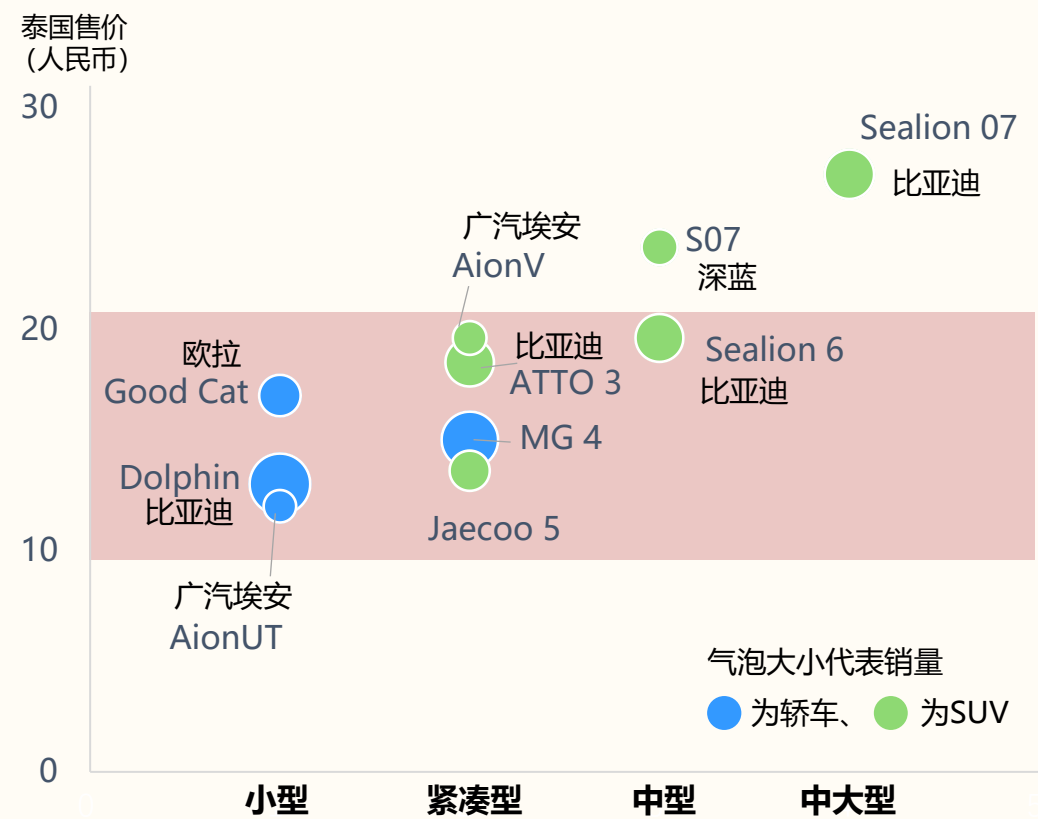


数据来源：中汽信科，汽车之家研究院整理

中国品牌丰富产品矩阵，主流市场保规模、高端市场树品牌

- 品牌协同效应：热销车型集中在10-20万保障销量规模基盘，高端车型布局提升品牌形象
- 差异化定位：高端车型以MPV为主，避开轿车&SUV红海，开辟新赛道

中国品牌在泰新能源热销车TOP10 (2025)



高端车型突破，“中国品牌≠低端”

30万以上车型占中国品牌销量的份额

4.1% → 11.3%
2024年 2025年

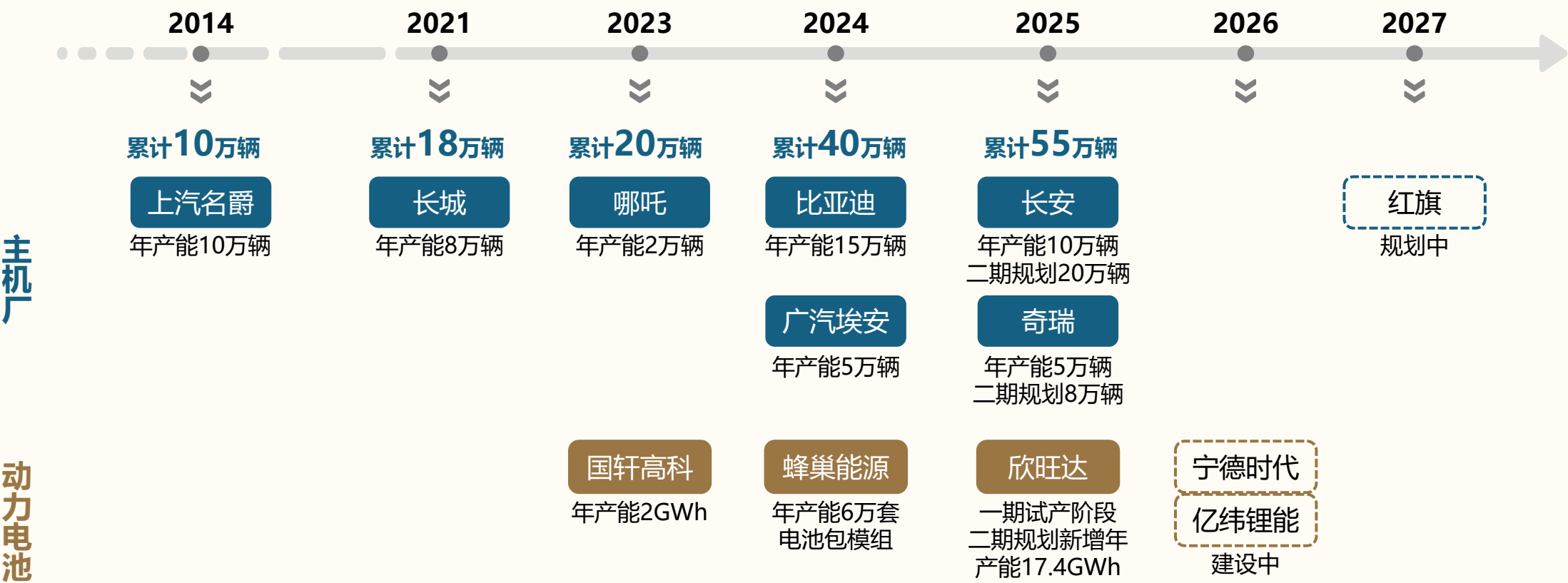


代表车型	极氪009	腾势D9	Hyptec HT	小鹏X9
售价 (人民币)	66万	42-56万	30-37万	59万
级别	MPV	MPV	SUV	MPV
交付时间	2024.1	2024.11	2024.12	2025.3

数据来源：中汽信科，汽车之家研究院整理

本地化产能持续加码，推动全产业链加速布局

- 中国车企五年间产能规模增两倍：规划年产能从2021年的18万辆跃升到2025年的55万辆，建厂车企从1家扩张到7家
- 政策要求本土化率推动零部件企业布局：EV3.0、EV3.5政策强调“电池本地生产、本地产能配套”，推动零部件供应商加速布局



数据来源：汽车之家研究院整理

售后与补能体系升级，构建本地化用户体验护城河

渠道网点扩张

加快服务密度，提升服务质量

- **全境覆盖：**比亚迪已突破100家，覆盖泰国77府中的60%以上，长期目标是实现全境77府全覆盖
- **网点升级：**长城已建成80余家销售服务网点，计划2026年扩展至100家，并追加投资升级服务网络

服务体验升级

加快服务响应，过程透明可见

- **专属售后保障：**长城推出“7天内备件供应保证”，比亚迪“三电系统终身保修”，保障用户售后服务权益
- **透明化服务流程：**MG、长城推广“透明车间”，消费者可通过APP实时查看车辆保养/维修进度等，提升服务信任度

充电基础设施建设

加速充电网络，提升充电体验

- **自建品牌网络：**MG已覆盖泰国各地129个充电站，目标是每150公里就至少设立一个快充站
- **战略合作网络：**小鹏和新加坡充电运营商Charge+合作，优先部署在客流量与车流量较高的地点

数据来源：汽车之家研究院整理

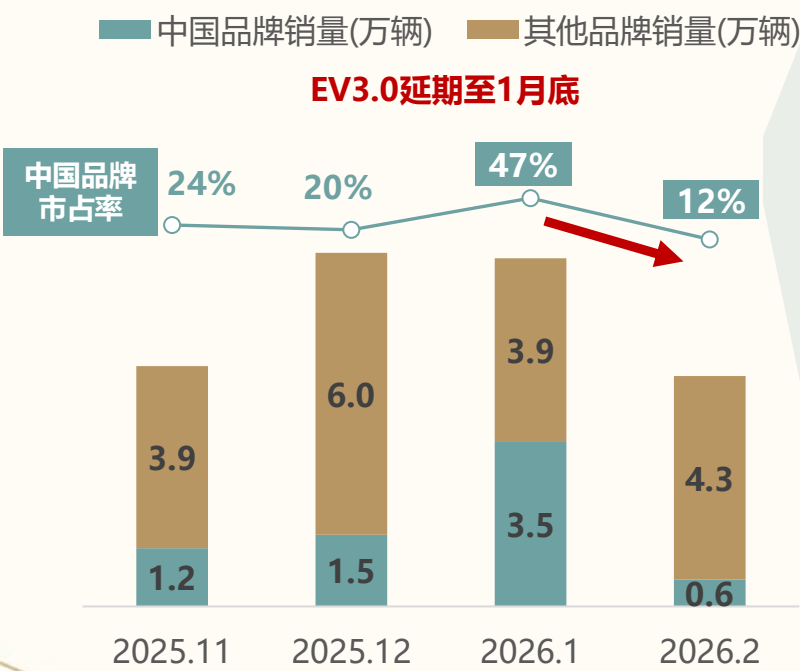
CHAPTER
03

中国品牌在泰发展展望

2026年恰逢政策切换期，中国品牌销量大幅震荡，进一步渗透阻力增加

- 政策红利收窄，补贴推动的消费不可持续：1月，消费者集中赶在政策退坡前完成提车，中国品牌销量暴增，市占率首超日系。但2月在EV3.5政策下，中国品牌面临补贴下滑、消费税增加的问题，市占率大幅下滑35个百分点
- 2026中国品牌渗透阻力增加：政策变化迫使中国厂商上调终端价格，2月起中国品牌正式执行新售价，价格优势削弱

泰国车市政策转换期月销量变化



数据来源：泰国工业联合会FTI

2026年2月起，新政策对新能源汽车推动力大幅减小

1、补贴下滑

- 新能源车现金补贴由最高15万泰铢降至5万
- 且进口车无补贴

2、消费税暴涨

- 新能源汽车进口车消费税由2%涨至10%

3、生产补偿增加

- 2025年每进口一辆车需要在本地生产1.5辆，即1:1.5
- 2026年涨至1:2，2027年涨至1:3

中国品牌上调终端价格，价格优势削弱

部分中国品牌车型终端价格变化(泰铢)

		2025	2026.2	
BYD	Dolphin	45.1w	59.9w	↑ 33%
BYD	Atto 3	70.2w	84.9w	↑ 21%
SAIC	MG 4	67.9w	70.9w	↑ 4%
AION	Aion UT	46.9w	54.9w	↑ 17%

市场竞争由“价格战”转向品牌、技术与生态的“价值战”

明确 品牌价值

- 品牌价值是穿越周期的核心竞争力
- 品牌认知度及忠诚度的持续塑造将是中国品牌下一阶段的重点

升级品牌定位：重构品牌价值主张

塑造品牌故事：创意内容塑造品牌形象

提升品牌体验：线上线下体验闭环、车主社群运营

创新品牌传播：加强本地化KOL合作、融入本地文化

构建 技术壁垒

- 强化多动力平台，避免单一路线的脆弱性
- 优化智能化体验，体现科技价值
- 以快速迭代能力构建差异化优势

完善 生态布局

- 持续扎根产能，构建抗风险韧性
- 供应链深入本地化，构建产业生态闭环
- 完善服务网络，构建本地化服务体系

附录：泰国新能源激励政策细则及变化

		EV3.0		EV3.5	
实施时间	2022-2023	2024-2025		2026-2027	
现金补贴	7-15w泰铢	EV3.0 24-25年	7-15w泰铢	EV3.5 24年	2.5-5w泰铢
		EV3.5 25年	5-10w泰铢		且进口车无补贴
			3.5-7.5w泰铢		
消费税	2%	2%		进口车10% 本地产车2%	
生产补偿	-	24年1:1		26年1:2	
每进口一辆车需要在本地生产的数量		25年1:1.5		27年1:3	

数据来源：泰国工业联合会FTI

2026
核心变化

补贴下滑

消费税暴涨

生产补偿增加

打造研究智库 赋能汽车行业

专 业 | 权 威 | 深 刻

汽车之家研究院



— 扫码关注 —

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.cn