

比亚迪新能源汽车出口贸易现状、问题及对策研究

范璐婕, 郑月明

武汉科技大学法学与经济学院, 湖北 武汉

收稿日期: 2025年4月10日; 录用日期: 2025年4月24日; 发布日期: 2025年5月31日

摘要

随着全球经济的高速增长和环境保护意识的日益增强, 各国能源危机愈发凸显, 新能源汽车作为汽车工业绿色转型的关键产业, 已成为全球瞩目的焦点。我国, 作为新能源汽车生产和消费的重要大国, 新能源汽车的出口贸易亦逐渐成为我国汽车出口的新增长点。针对比亚迪新能源汽车的出口贸易现状进行深入分析, 结合SWOT分析框架, 探讨其优势、劣势、机遇与挑战, 并提出相应的应对策略, 以期提升比亚迪新能源汽车在国际市场的竞争力。

关键词

新能源汽车, 比亚迪, 出口现状, 出口贸易

Research on the Current Situation, Problems and Countermeasures of BYD's New Energy Vehicle Export Trade

Lujie Fan, Yueming Zheng

School of Law and Economics, Wuhan University of Science and Technology, Wuhan Hubei

Received: Apr. 10th, 2025; accepted: Apr. 24th, 2025; published: May 31st, 2025

Abstract

With the rapid development of the economy and the deepening of people's awareness of environmental protection, the energy crisis faced by various countries has intensified, and new energy vehicles have become one of the important development directions of the global automobile industry. As one

of the largest countries in the world in the production and consumption of new energy vehicles, the export of new energy vehicles has gradually become an important part of China's automobile exports. This article analyzes the export trade status of BYD's new energy vehicles. Through the method of SWOT analysis, it analyzes the current situation, advantages, disadvantages, opportunities and challenges of BYD's new energy vehicle export trade and proposes strategies to deal with the current situation, so as to improve the competitiveness of BYD's new energy vehicles in the international market.

Keywords

New Energy Vehicles, BYD, Export Status, Export Trade

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

1.1. 研究背景

随着全球气候变化和环境问题日益凸显, 环保已成为全球共识, 各国政府纷纷出台政策, 鼓励和支持新能源汽车的发展。在这一背景下, 新能源汽车市场异军突起, 市场份额逐年扩大, 逐渐取代传统燃油汽车成为市场主流。比亚迪作为中国新能源汽车领域的领军企业, 在技术研发、产品创新和市场营销等方面成绩显著。尽管国内新能源汽车市场蓬勃发展, 但与国际市场相比, 我国新能源汽车的出口市场仍处于起步阶段。与国内市场的高渗透率相比, 新能源汽车在国际市场上的份额相对较小, 且面临着诸多挑战和困难[1]。

因此, 本研究旨在深入分析我国新能源汽车出口贸易的现状和未来发展趋势, 以及比亚迪等领军企业在国际市场上的竞争策略和经验, 为我国新能源汽车产业的可持续发展提供理论支持和实践指导。

1.2. 研究意义

1.2.1. 理论意义

新能源汽车是未来汽车行业的发展方向, 其具有环保、节能、安全等多种优势, 对于实现能源结构调整和保护生态环境具有重要的战略意义。而研究我国新能源汽车出口现状及策略, 有助于了解我国新能源汽车产业的国际竞争力和市场需求, 从而提出更加科学、合理的发展战略和政策。

1.2.2. 实践意义

新能源汽车作为我国汽车产业的新兴支柱, 对于推动汽车产业转型升级、增强国际竞争力具有不可估量的价值。随着全球对新能源汽车产业的关注度持续提升, 该产业正迈入高速发展的轨道, 不仅能够有效缓解环境污染、减少对石油的依赖, 还为各国经济开辟了新的增长路径[2]。

2. 比亚迪新能源汽车产业出口贸易发展现状

2.1. 国内新能源汽车产业发展现状

2.1.1. 市场规模

2023年, 中国新能源汽车产业实现了市场规模与产销量的双重增长。据中国汽车工业协会的最

新统计, 该年度内新能源汽车的产销量分别增长至 958.7 万辆和 949.5 万辆, 同比分别增长 35.8% 和 37.9%, 展现出了强劲的增长趋势(见表 1)。与此同时, 新能源汽车在整体汽车市场中的占有率也上升至 31.6%。

Table 1. Output and sales of new energy vehicles from 2019 to 2023 (Unit: 10,000 vehicles)

表 1. 2019~2023 年新能源汽车产量、销量(单位: 万辆)

	产量(万辆)	销量(万辆)
2019 年	124.2	120.6
2020 年	136.6	136.7
2021 年	354.5	352.1
2022 年	705.8	688.7
2023 年	958.7	949.5

数据来源: 海关总署、中汽协、中商产业研究院整理。

从市场规模看, 2023 年中国新能源汽车市场规模达 115,000 亿元, 同比涨幅 65.0%。预计 2025 年将扩张至 231,000 亿元, 中国新能源汽车产业将持续繁荣。

由此可以看出中国新能源汽车产业的蓬勃发展及其市场需求的迅猛增长。

2.1.2. 政策支持

在政策扶持下, 中国新能源汽车产业迈向高质量发展。自 2014 年 9 月 1 日起, 新能源汽车免征购置税, 有力促进了市场繁荣。中国政府决定将该减免政策延续至 2027 年 12 月 31 日, 其中 2024~2025 年全额免征, 2026~2027 年减半征收, 预计这将进一步刺激购买需求, 推动产业健康稳定发展[3]。

2.1.3. 品牌竞争

中国新能源汽车行业的品牌竞争呈现出明显的市场集中度和品牌差异化。主要的竞争品牌包括比亚迪、上汽集团、蔚来、理想汽车、小鹏汽车、广汽集团等[4]。这些品牌在市场上占据了显著的份额, 并展现出不同的竞争策略和市场定位。

从销量角度来看, 比亚迪在 2022 年的市场表现尤为突出, 其市场占有率高达 31.72%。紧随其后的是上汽通用五菱和特斯拉, 两者的市场占有率分别为 7.79% 和 7.75%, 在市场中占据了一席之地。

其他品牌的市场占有率相对较低, 均不超过 5%。近年来, 随着新能源车价格的持续走低, 市场竞争愈发激烈。

2.2. 比亚迪新能源汽车出口贸易现状

基于上述对国内外新能源汽车产业发展态势的详尽探讨, 为全面把握比亚迪新能源汽车在全球市场的地位, 本部分将针对比亚迪新能源汽车的出口表现进行细致分析。具体涵盖出口数量的变化趋势、出口地区的分布特征, 以及出口结构的组成与演变, 从而提供更深入的洞察和认识。

2.2.1. 比亚迪新能源汽车出口数量

近十年(2013~2023 年), 比亚迪汽车出口量从 2013 年的不足千辆增长至 2023 年的 24.2 万辆, 年复合增长率达 85% (见表 2)。其中, 2021 年中国新能源汽车出口量达 31 万辆(同比增长 304%), 比亚迪占比约 4.3% (即 1.34 万辆); 至 2022 年前九个月, 中国新能源汽车出口量占全球市场份额提升至 18.4%, 比亚迪出口量占中国新能源汽车出口总量的 8.3% (见表 3)。

Table 2. Distribution of the export quantity of BYD automobiles from 2019 to 2023 (Unit: Vehicle)**表 2.** 2019~2023 年比亚迪汽车出口数量分布(单位: 辆)

年份	出口数量(辆)
2019 年	9432
2020 年	5189
2021 年	15,180
2022 年	55,916
2023 年	242,000

数据来源: 海关总署、中汽协、中商产业研究院整理。

Table 3. Distribution of the export quantity of BYD new energy vehicles from 2020 to 2024 (Unit: Vehicle)**表 3.** 2020~2024 年比亚迪新能源汽车出口数量分布(单位: 辆)

年份	出口数量(辆)
2020 年	0
2021 年	1338
2022 年	6712
2023 年	97,989
2024 年(第一季度)	47,238 (全年数据估计将继续增长)

数据来源: 海关总署、中汽协、中商产业研究院整理。

2.2.2. 比亚迪新能源汽车出口地区

近年来, 比亚迪新能源汽车的出口业务发展迅速, 其产品已经走进了全球多个国家和地区。到 2022 年, 比亚迪在全球范围内布局了超过 30 个工业园区, 其新能源汽车的市场已延伸至 70 余个国家和 400 余个海外城市[5]。

Table 4. Distribution of export regions of BYD new energy vehicles**表 4.** 比亚迪新能源汽车出口地区分布

地区	国家	车型
亚洲	新加坡	Atto3、海豹、海豚
	日本	Atto3、海豹、海豚
	泰国	Atto3、海豹、海豚
	柬埔寨	Atto3、汉 EV、唐 EV、宋 PIUs DM-i
	乌兹别克斯坦	Atto3、汉 EV、唐 EV、宋 PIUs DM-i
	印度	Atto3
	以色列	Atto3、海豹、海豚
欧洲	德国	Atto3、汉 EV、唐 EV、宋 PIUs DM-i
	瑞典	Atto3、汉 EV、唐 EV、宋 PIUs DM-i
	挪威	Atto3、汉 EV、唐 EV、宋 PIUs DM-i
	荷兰	Atto3、汉 EV、唐 EV、宋 PIUs DM-i
	比利时	Atto3、汉 EV、唐 EV

续表

	西班牙	Atto3、汉 EV、唐 EV、宋 PIUs DM-
	意大利	Atto3、汉 EV、唐 EV、宋 PIUs DM-
	丹麦	Atto3、汉 EV、唐 EV
大洋洲	澳大利亚	Atto3、海豹、宋 Plus DM-i
	新西兰	Atto3、海豹、宋 Plus DM-i
拉丁美洲	巴西	Atto 3、汉 EV、唐 EV、宋 Plus DM-i、秦、海豚
	哥伦比亚	老款 e5、D1
	乌拉圭	Atto3
	巴哈马	汉 EV
	多米尼亚	汉 EV
	哥斯达黎加	汉 EV、元 Pro、Atto 3

数据来源: 海关总署、中汽协、中商产业研究院整理。

在欧洲市场, 比亚迪在 2021 年首先将挪威作为进军欧洲的起点, 随后迅速拓展至哥伦比亚、乌拉圭、巴哈马、多米尼加、哥斯达黎加等拉美地区, 以及澳大利亚市场。至 2022 年, 公司更是加速了其在欧洲的布局, 成功进入荷兰、德国、瑞典、丹麦、比利时等国家(见表 4), 并计划在年底前进一步拓展至法国和英国市场[6]。

2.2.3. 比亚迪新能源汽车出口结构

Table 5. Export structure of new energy vehicles in China from 2020 to 2021 (Unit: 10,000 Vehicles)

表 5. 2020~2021 年中国新能源汽车出口结构(单位: 万辆)

年份	类型	数量	
2020	乘用车	纯电动	240,326
		插混	12,401
		混合动力	148
		汇总	252,875
	客车	纯电动	1520
		插混	150
		汇总	1670
汇总		254,545	
2021	乘用车	纯电动	193,916
		插混	24,681
		混合动力	1698
		汇总	220,295
	客车	纯电动	2478
		插混	82
		汇总	2560
汇总		222,855	

数据来源: 海关总署、中汽协、中商产业研究院整理。

近年来, 比亚迪主要出口的新能源车型是乘用车和商用车。乘用车出口在比亚迪总出口量中占据较大比例, 且这一比例在逐年增长。例如, 2021年5月至2022年6月, 比亚迪新能源乘用车出口近万台, 达到9926台。2022年, 比亚迪新能源汽车出口量达到了55,916辆(见表5)。在商用车行业中, 比亚迪的电动大巴在全球范围内展现了其卓越的市场表现, 现已成功进入并运营在超过60个国家和地区。在国际商用车市场, 比亚迪电动大巴表现突出。2022年, 其在欧洲公共交通电动大巴市场占有率约20%, 在日本城市公交领域占比达70%, 在美国加州公交系统中占有率超80%(数据来源: 比亚迪年报, 2023; 欧洲替代动力车辆协会(AVERE)统计)[7]。

2.3. 比亚迪新能源汽车出口 SWOT 分析

通过上述对国内新能源汽车产业发展现状以及比亚迪新能源汽车出口现状的分析, 可以看出比亚迪在新能源汽车出口领域既有自身的发展成果, 也面临着一些挑战。为了更全面、深入地剖析比亚迪新能源汽车出口贸易的情况, 下面运用 SWOT 分析方法, 对比亚迪新能源汽车出口的优势、劣势、机遇与威胁进行探讨。

2.3.1. 比亚迪新能源汽车出口的优势

(1) 技术创新和产品优势。在新能源汽车的领域, 比亚迪不断地进行资源投入与技术创新, 他们成功研发了刀片电池、DM-i 超级混合技术、以及 e 平台 3.0 等多个核心技术。比亚迪在动力电池领域具有较强竞争力, 2023 年其全球动力电池装机量占比达 17.2% (仅次于宁德时代)。以刀片电池为例, 其能量密度达 180~200 Wh/kg, 较传统磷酸铁锂电池提升约 50%, 循环寿命超 3000 次(行业平均约 2000 次), 且通过“针刺不起火”安全测试, 显著提升了新能源汽车的安全性和续航表现(数据来源: SNE Research, 2023; 比亚迪官方测试报告)[8]。

(2) 全球市场布局。比亚迪不仅产品系列繁多, 而且具备完善的品牌策略布局, 覆盖了家庭、奢华和个性等众多细分市场。这一丰富多样的商品线, 让比亚迪有能力根据各个国家和地域消费者的独特需求, 定制各类产品与服务, 以适应各个市场的不同要求。比亚迪在国际市场的拓展方面积累了宝贵的实践经验。

(3) 政策和市场机遇。比亚迪的出口增长得益于中国政府的“走出去”政策, 以及全球对新能源、绿色低碳领域的重视。中国政府为鼓励新能源汽车出口, 实施了一系列退税政策, 降低企业出口成本, 提高产品在国际市场的竞争力[9]。

2.3.2. 比亚迪新能源汽车出口的劣势

(1) 品牌知名度和国际影响力相对有限。比亚迪新能源汽车的品牌知名度和国际影响力相对有限。相较于一些国际知名的汽车品牌, 比亚迪在海外市场上的品牌认知度较低, 这可能导致消费者在购买决策时对其产品持有一定的疑虑。

(2) 技术性贸易壁垒的限制。对于新能源汽车这一高科技产品而言, 技术性贸易壁垒尤为突出, 因为它涉及电池安全、车辆性能、环保标准等多个方面。一些国家和地区可能设置严格的技术标准和认证要求, 对进口新能源汽车进行限制。

(3) 售后服务体系不完善。海外市场的售后服务对于任何一家跨国企业都至关重要, 尤其对于新能源汽车行业来说更是如此。售后服务不仅是产品质量的延伸, 更是品牌形象和消费者满意度的关键影响因素。对于比亚迪来说, 要想在海外市场获得长远发展, 必须高度重视并不断完善其售后服务体系[10]。

2.3.3. 比亚迪新能源汽车出口的机遇

(1) 市场前景好。全球新能源汽车市场的快速增长为比亚迪提供了广阔的出口空间。随着全球对环保和可持续发展的关注度不断提高, 新能源汽车市场的需求也在持续增长。特别是在一些发达国家和地区,

对新能源汽车的政策支持和市场接受度都较高, 这为比亚迪新能源汽车的出口提供了良好的市场基础。

(2) 政策支持。政策支持为比亚迪新能源汽车的出口创造了有利条件。中国政府一直鼓励和支持新能源汽车产业的发展, 通过出口退税、贸易便利化等政策手段, 降低企业出口成本, 提高产品竞争力。中国政府为了鼓励企业出口, 特别是高新技术产品出口, 实施了出口退税政策。这一政策直接降低了比亚迪新能源汽车的出口成本, 提高了其在国际市场上的竞争力。

2.3.4. 比亚迪新能源汽车出口的威胁

(1) 国际竞争。全球新能源汽车市场正处于快速发展阶段, 吸引了众多车企的加入。比亚迪在国际市场上与特斯拉、欧洲传统车企以及日韩车企等展开激烈竞争。新能源汽车的技术创新是推动市场发展的关键。特斯拉以其先进的电池技术、自动驾驶技术和电动汽车设计, 成为了全球新能源汽车市场的引领者。这些竞争对手对比亚迪构成了不小的压力。

(2) 技术挑战。技术挑战也是比亚迪新能源汽车出口需要考虑的问题。新能源汽车领域的技术更新换代迅速, 对多方面提出了更高要求。在电池能量密度方面, 特斯拉、松下等国际知名企业已经在电池技术方面取得了显著突破, 他们的电池能量密度高、续航里程长, 赢得了消费者的广泛认可[11]。

3. 比亚迪新能源汽车出口面临的问题

本部分将根据上文对于中国新能源汽车出口的优势、劣势、机遇与威胁分析, 下面进一步梳理比亚迪新能源汽车出口在当前国际市场环境下亟待解决的关键问题, 针对目前全球国际市场的竞争压力、生产成本上升、环保要求加严、国际贸易环境的不确定性等。

3.1. 品牌知名度与认可度较低

尽管在中国市场, 比亚迪已经建立了一定的品牌声誉和市场份额, 但在国际市场上, 尤其是在欧美等发达国家, 其品牌认知度仍有待提升。这导致比亚迪在进军国际市场时, 面临着消费者对其品牌和产品缺乏了解和信任的困境。

由于品牌知名度低, 消费者对于比亚迪的新能源汽车产品往往持有一定的疑虑和不确定性。加上一些消费者对于国产汽车品牌的固有印象, 认为其质量和技术水平不如国际品牌, 这也进一步影响了比亚迪新能源汽车的市场接受度。

3.2. 文化差异

在全球化的发展进程中, 比亚迪可能对全球各国和各地区的文化差异性缺乏足够的认识。这种情况有可能导致产品的设计、营销手段以及售后支持策略与本地消费者的实际需求和习惯出现不一致的情况[12]。比如说, 消费者在不同的地方对汽车的外观、内饰和功能可能有不同的喜好, 如果比亚迪没有足够地考虑到这些差异, 那么这些产品在市场中的接受度可能会受到影响。

3.3. 技术水平方面存在不足

当与全球首屈一指的新能源车生产者进行比较时, 比亚迪在关键技术的研发以及创新的领域中仍然有所欠缺。这些特点主要集中在电池的能量浓度、充电速率以及电池的续航里程等重要参数上, 但可能还没有达到国际的前沿水平。尽管比亚迪正与百度等合作伙伴积极携手研发智能驾驶技术, 但至今还没有确立显著的市场竞争地位。

4. 比亚迪新能源汽车出口贸易产业发展的对策

基于以上的分析, 本部分将提出促进比亚迪新能源汽车出口持续增长和竞争力提升的策略和政策建

议。具体包括：如何加大自主创新力度，如何积极拓展新市场，如何提升产品质量和品牌知名度。

4.1. 提升品牌知名度

中国新能源汽车出口贸易产业在海外市场面临品牌知名度不足的挑战，因此，塑造并强化品牌形象显得尤为关键。为了克服这一挑战，需要通过一系列精心策划的品牌宣传和广告推广活动来扩大品牌影响力。这些活动可以利用多种媒体渠道，如社交媒体、电视广告、网络广告等，向海外消费者传递中国新能源汽车的核心价值、技术创新和产品优势。通过富有创意和吸引力的广告内容，可以吸引潜在消费者的关注，激发他们的购买欲望，并提升对中国新能源汽车品牌的认知度[13]。

4.2. 降低文化差异

比亚迪公司需要进行全球市场调研，调研包括研究当地消费者的购车偏好、驾驶习惯、审美观念等，以及了解当地政策法规、行业标准等市场环境要素。通过市场调研，比亚迪可以为产品设计、营销策略和售后服务提供有针对性的指导，确保产品能够更好地满足当地消费者的需求[14]。通过与当地公司的合作伙伴关系，比亚迪能够利用其丰富的本土资源和积累的知识，更为有效地进军和整合当地市场。

4.3. 加大技术研发力度

比亚迪应持续地注入研发经费，以推动新型技术、创新材料及创新工艺的研究。持续增加研发的资金投入，公司应不断吸引更多的顶级研发团队，为新能源车的研发与创新打下坚实之基。比亚迪需要加强与国内外高等教育机构和研究中心的紧密协作，以联合推进新能源汽车技术的基本和应用层面的研究。公司能够通过通过这些机构形成深度的伙伴关系，来获取最前沿的研究发现和技术潮流，以促进新产品开发的步伐。

5. 结语

在近几年中，新能源汽车行业经历了飞速的增长，这个范畴不仅覆盖了完全由电动驱动的汽车，还扩展到了插电式混合动力汽车和燃料电池汽车等多种类型。鉴于全球越来越关注环境和能源安全问题，各国正在加大对新能源汽车研发和制造的投资，其主要目的是促进可持续发展和维护能源安全。身为新能源汽车产业中的全球领先者，中国在这个行业内的地位不可或缺。尽管我们已经在国内市场实现了明显的成功，但与其他国际品牌在出口贸易上相比，中国新能源汽车品牌的公众认知度和社会影响力还有很大的提升空间。

在新能源汽车的出口行业中，中国车辆制造商正面对诸多的挑战，这些挑战涉及技术障碍、市场战略和售后服务等方面。面对众多的挑战，中国新能源汽车的出口行业必须制定并执行一套具有针对性的策略。首要任务是加强自主的创新活力，并提高产品的技术含量以及核心市场竞争力。通过加大研发投入并与各高校以及研究机构深化合作，比亚迪持续地开发具有自主知识产权的新能源汽车，以此提升产品的技术层次和增值性能[15]。总而言之，为了应对挑战并把握有利的发展机会，中国新能源汽车出口贸易行业需执行一系列策略，包括强化自主革新、积极进入全球市场、提升产品与售后服务水平以及完善行业标准等。

参考文献

- [1] 张良. 新时期中国新能源汽车出口现状与发展展望[J]. 价格月刊, 2022(7): 89-94.
- [2] 孙媛. 我国新能源汽车出口现状、机遇与挑战[J]. 对外经贸实务, 2022(3): 56-59+77.
- [3] 刘洪序. 中国新能源汽车出口研究[D]: [硕士学位论文]. 天津: 天津商业大学, 2019.

- [4] 张维佳. 新能源汽车出口“开门红” [N]. 中国电子报, 2024-01-23(007).
- [5] 邵志媛. 新能源汽车: 中国外贸“新名片” [N]. 国际商报, 2023-04-26(001).
- [6] 王舒嫒. 引领“新三样”汽车出口折射外贸新动能[N]. 中国证券报, 2023-06-15(A01).
- [7] 袁小康. 国产新能源车加速布局全球产业链[N]. 经济参考报, 2023-08-29(002).
- [8] 鲁顺婷. “一带一路”背景下比亚迪电动汽车出口竞争优势分析[J]. 商场现代化, 2022(2): 75-77.
- [9] 郑小梅. 我国电动汽车出口增长策略研究[J]. 海峡科学, 2021(10): 103-108.
- [10] 霍田圆, 文妙, 刘益明. 我国新能源汽车出口的障碍与对策分析[J]. 广西经济, 2021, 39(Z5): 27-30.
- [11] 郑小梅. 我国电动汽车出口的“危”“机”与对策[J]. 中国外资, 2021(19): 79-81.
- [12] 高运胜. 双循环视角下中国新能源汽车出口机遇与挑战[J]. 价格月刊, 2021(9): 55-62.
- [13] 高运胜, 金添阳. 新形势下中国新能源汽车国际竞争力分析[J]. 国际经济合作, 2021(4): 65-76.
- [14] 白雨晴, 吴雷, 王丽丽, 等. 我国新能源汽车出口贸易现状、问题及发展战略探析[J]. 甘肃科技纵横, 2021, 50(1): 77-79.
- [15] 王荣博. 比亚迪新能源汽车出口现状及营销策略分析[J]. 现代经济信息, 2018(16): 131.