中国车企在欧洲以外的市场
进入方式取决于各国的关税和本地化要求

行业观察 · 数据截至 2026 年 11 月 17 日

2026 年 11 月

五个市场的四种进入方式

整车进口、依托伙伴网络、零部件本地化及建厂取得准入，四种方式分别对应各国的关税、配额和本地含量条件

市场	整车进口	借伙伴网络	零部件本地化	以建厂换准入
马来西亚	◑		●	●
印度	●			
阿根廷	●	●		
加拿大	●			◑
东南亚与日本		●		

● 该市场已出现的做法　◐ 政策条件涉及该做法（价格下限、实质制造要求），尚未见相应实施

各市场的准入条件与企业做法

2025 年 9 月后的新整车投资国内销量上限 1 万辆，
进口电动车价格下限提高；奇瑞在当地组装，
供应商 Feytech 与两家中国企业签备忘录探讨合资生产转向和制动件

腾势 D9 和 Z9 GT 以整车从中国进口，
Z9 GT 印度售价约为中国同配置的 3 倍；中国企业在印度投资仍须事先审批

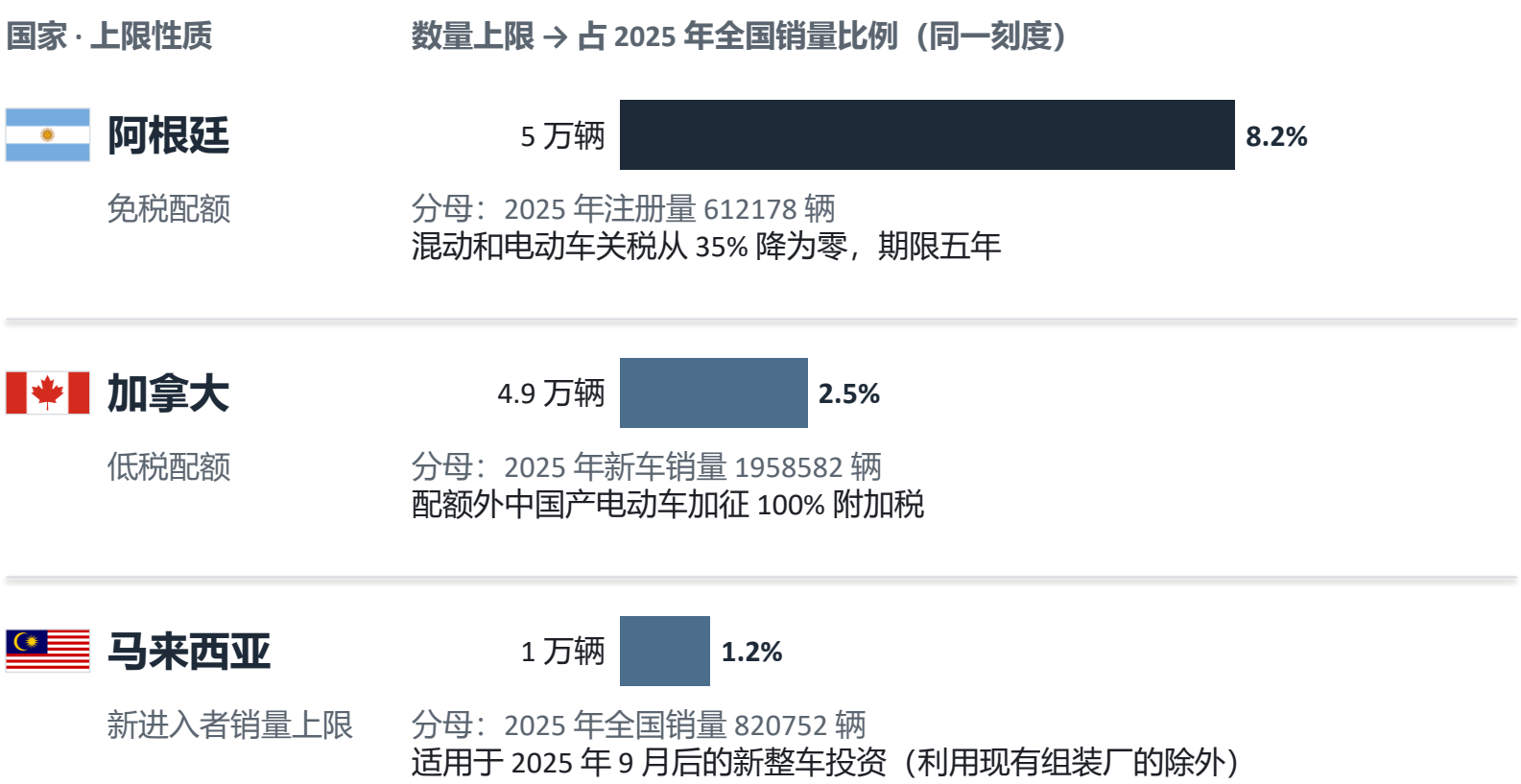
混动和电动车每年 5 万辆免关税进口配额；
雷诺阿根廷成为吉利新能源车官方分销商

每年 4.9 万辆中国电动车按 6.1% 税率进入，
已进口 16211 辆；加拿大要求中国投资有实质制造

理想在香港、新加坡、越南用总代理，在泰国设子公司；
比亚迪在日本自建约 80 家门店，累计销量超过 1 万辆

三国对中国车的数量上限与全国销量占比

阿根廷 5 万辆免税配额约占全国销量 8.2%，占比相对最高；加拿大约占 2.5%，马来西亚约占 1.2%



印度 SPMEPCI 计划

8000 辆 / 年

按 15% 关税进口电动车的年度上限

条件：投资至少约 5 亿美元，
并达到本地增值要求

未取得本地认证的车型：
每款每年最多进口 2500 辆

**在上限以内，
进口加借来的渠道成本最低；
超过上限，就要用工厂、
本地零件和就业去换**

注：三项上限性质与分母口径不同（阿根廷为免税配额、加拿大为低税配额、马来西亚为新进入者国内销量上限；分母分别为 2025 年注册量、新车销量和全国销量），比例仅反映相对规模，不可直接比较。印度为年度进口额度，没有全国销量分母，未纳入比例图。

马来西亚新整车投资与进口电动车的准入条件

新进入者国内销量上限 1 万辆，须在当地完成车身、涂装和内饰；2026 年 7 月起进口电动整车到岸价不得低于 20 万林吉特

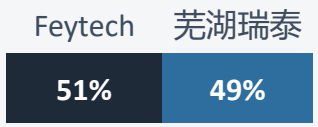
低价电动车在马来西亚销售只能采用本地组装；本地零件比例决定成本降幅

进口电动车 2022 年至 2025 年底最低上路价放宽至 10 万林吉特，相关安排已到期

2022 年 · 2024 年 · 2025 年 · 2026 年

进口电动车 · 2026 年 7 月起
到岸价不得低于 20 万林吉特，
功率不低于 180 千瓦

已有座椅合资 · 2024 年 12 月
Feytech 与奇瑞旗下芜湖瑞泰合资生产座椅，
分别持股 51% 与 49%，
初始投资 600 万林吉特，
第二年追加投资 773 万林吉特



新整车投资 · 2025 年 9 月以后
国内销量上限 1 万辆；
组装须在当地完成车身、
涂装和内饰工序；
最低上路价 10 万林吉特

Feytech 三方备忘录
与浙江力邦合信、芜湖世特瑞研究在马来西亚设立合资公司，
生产转向和制动件，配套奇瑞本地化项目

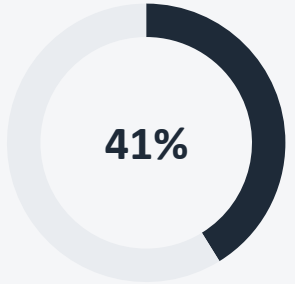
未公布

- 投资额
- 持股比例
- 产能

市场规模

602633 辆
今年 1 至 9 月销量

同比增长 4%



34 个外国品牌中
14 个是中国品牌

口径：按品牌个数计

奇瑞与吉利在马来西亚的两种本地化路径

奇瑞先采用代工组装、再建自有工厂；吉利 2017 年取得宝腾 49.9% 股份，2025 年宝腾-吉利本地化率 76%

奇瑞路径

1 奇瑞：代工组装 — 2023 年 6 月

2023 年 6 月起 Omoda 5 等车型在居林 Inokom 工厂代工组装；在当地组装的品牌包括奇瑞、Omoda、Jaecoo、iCAUR 和捷途

2 奇瑞：自有工厂 — 2025 年 6 月 26 日

2025 年 6 月 26 日取得 MITI 制造许可，正在 Beringin 高科技汽车谷建厂

关键差别

1 万辆

新进入者上限

吉利有本地品牌，不受新进入者 1 万辆上限约束

新进入的中国品牌需在 1 万辆上限内摊薄工厂及车身涂装线成本

吉利路径

1 吉利：参股本地品牌 — 2017 年

吉利 49.9% | DRB-HICOM 50.1%

2017 年取得宝腾 49.9% 股份，DRB-HICOM 保留 50.1%

2 吉利：本地产能 — 2025 年

宝腾-吉利 2025 年本地化率 76%；
丹绒马林电动车厂产能从 2 万辆扩到 4.2 万辆，
e.MAS 7 插混本地采购零件占 30%

2025 年马来西亚国产品牌份额

511468 辆 **占 62.3%**

中国零部件企业最直接的进入方式是跟随整车厂，与本地上市公司合资

腾势两款车在印度整车进口销售的价差与门槛

Z9 GT 印度价约 16.66 万美元，是中国同配置约 5.51 万美元的 3 倍；D9 印度价比中国高出近 80%

腾势两款车印度售价与中国同配置对比（条长按同一比例）



1568 万卢比
Z9 GT 印度售价
整车进口销售

900 万卢比
D9 印度售价
整车进口销售

上市安排
11 月 13 日上市，仅销售纯电版，各提供一个配置；在古尔冈、艾哈迈达巴德、孟买、班加罗尔、金奈和海得拉巴委任经销商

比亚迪品牌
2025 年注册 5402 辆，增长 88%，占电动乘用车 3.05%；
今年 1 至 10 月注册 6379 辆，已是去年全年的 118%；约 50 家展厅

投资仍须审批，中国品牌在印度只能先通过整车进口测试市场

整车进口与在印设厂的门槛

关税
2025 年预算将到岸价 4 万美元以上整车基本关税从 125% 降至 70%，同时新增 40% 农业基础设施税，实际税负不变；比亚迪进口整车关税最高 100%

SPMEPCI
到岸价不低于 3.5 万美元的电动车按 15% 关税进口，每年最多 8000 辆；须在 3 年内投资至少 4150 千万卢比，本地增值率 3 年达到 25%、5 年达到 50%

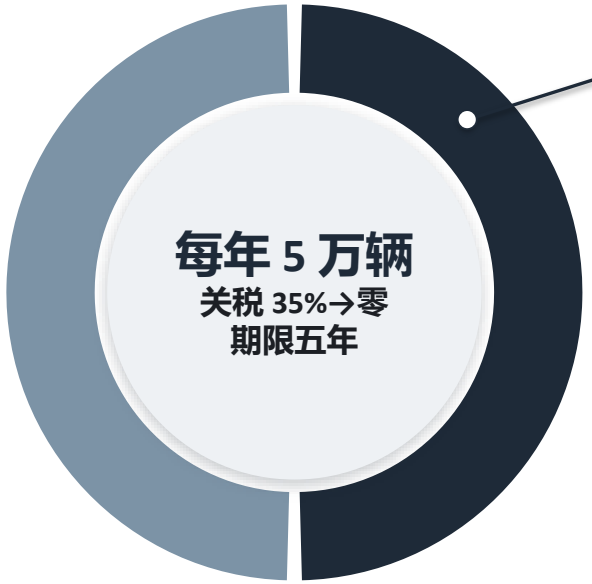
认证配额
未取得本地认证的车型每款每年最多进口 2500 辆；比亚迪 Atto 3、eMAX 7、Sealion 7 已认证，腾势两款车尚未认证

投资审批
2020 年 Press Note 3 规定陆地接壤国家投资须经审批，今年 3 月放宽后中国实体仍须事先审批；比亚迪与 Megha 计划投资 10 亿美元建厂未获批准

阿根廷混动和电动车免税配额与雷诺吉利合作

2027 年每年 5 万辆免税配额中，本地整车厂与进口商各获 2.5 万辆；雷诺阿根廷属本地整车厂，并已成为吉利新能源车官方分销商

2027 年分配



进口商 2.5 万辆　　本地整车厂 2.5 万辆

雷诺阿根廷属于本地整车厂；
双方未说明此次合作
是否与配额申请有关

雷诺与吉利

雷诺阿根廷成为
吉利新能源车官方分销商

雷诺仅销售吉利混动、
插混和纯电车型，
原进口代理合同继续有效

吉利 2022 年取得雷诺韩国 34.02% 股份
2025 年 11 月取得雷诺巴西 26.4% 股份

配额规则

2025 年 1 月第 49 号法令将关税从 35% 降为零；
适用于 FOB 价不超过 1.6 万美元的车辆，每年最多 5 万辆，
期限五年；今年 9 月 30 日第 1128 号法令调整价格上限，
据媒体报道，纯电车上限提高至 3.5 万美元

市场

612178
2025 年注册（辆）
增长 47.8%

481852
今年 1 至 10 月（辆）
下降 12.8%

亚洲品牌份额超过 11%；比亚迪 13634 辆，约占 2.8%

吉利在阿根廷

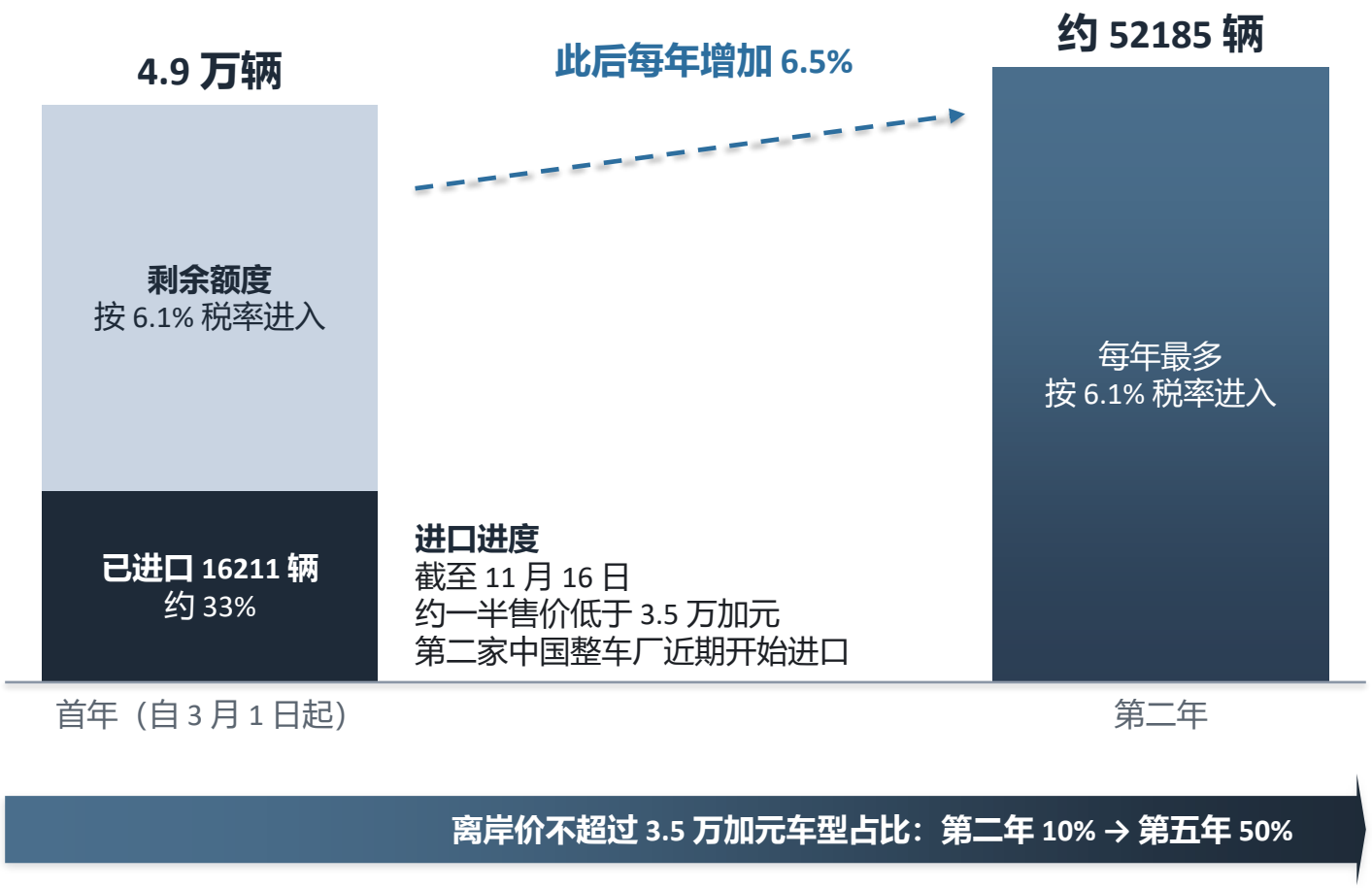
2017 年起更换过三家进口代理
2025 年 10 月以 EX5 重新上市
目前销售纯电 EX5 和汽油 Icon

免税配额决定中国品牌能卖多少，
渠道决定能卖到哪些地方

加拿大中国电动车低税配额首年 4.9 万辆，已进口 16211 辆

自 3 月 1 日起每年最多 4.9 万辆按 6.1% 税率进入，配额已使用约 33%；配额外加征 100% 附加税

配额安排



附加税

100%

2024 年 10 月 1 日起
对中国产电动车加征
配额外适用

制造条件

加拿大总理卡尼称，任何中国投资都要有实质制造
而不只是组装进口零件，要有劳工标准、
工厂和逐步扩大的本地供应链，包括使用加拿大关键矿产

美加谈判

卡尼称，若谈判无法维持北美汽车产业一体化，
加拿大可能转向中国车企

在加拿大扩大规模需投资建设一座工厂，
产品能否进入美国市场取决于美加谈判结果

理想与比亚迪在东南亚和日本的渠道方式

理想在香港、新加坡、越南采用总代理模式，在泰国设立本地子公司；比亚迪在日本自建约 80 家门店

总代理

理想：总代理

香港 仁孚集团总代理

新加坡 Wearnes Automotive

越南 Neera Motors

Neera 称，条件允许时将研究本地组装

子公司 / 自建门店

理想：泰国子公司

设本地子公司

经销商：Evante、Infinite Automobile Company

首款右舵车理想 MEGA 将于 12 月泰国国际车展首发

比亚迪日本：自建门店

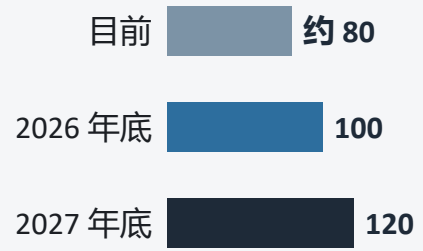
销量

2023 年 1 月开售 Atto 3

约 2.5 年 · 累计 5000 辆
截至 2025 年 8 月

此后约 15 个月
再售出 5000 辆

门店



轻型车

K-Car 占日本新车销量近 40%；
7 月推出纯电轻型车 Racco

214.5 万日元
含税起价

低于 200 万日元
补贴后入门版

两周订单 **1002 份**

总代理换来速度，子公司和自建门店换来对价格和服务的控制，投入也更重

中国车企在五个市场的后续观察节点

各市场对中国车的开放都带数量上限；后续节点决定哪些企业会从进口转向本地生产



上限内外

上限以内
进口加借来的
渠道成本最低

想超过上限
就要用工厂、
本地零件和就业去换