

大数据与决策研究

2025 年第 23 期（总第 320 期）

广西壮族自治区信息中心

广西壮族自治区大数据研究院

2025 年 6 月 12 日

我区发展面向东盟的新能源汽车跨境产业 三大难点及对策

当前，广西新能源汽车出口规模与产业布局不断扩展，但依然存在着全产业链未形成、市场竞争加剧、技术标准壁垒突出等问题。亟需构建跨境全产业链生态、实施差异化竞争策略、推动标准互联互通与政策协同构建我区新能源汽车跨境产业新格局，推动我区新能源汽车产业在东盟市场实现“从产品出口”向“产业扎根”的战略跃升。

一、广西面向东盟的新能源汽车跨境产业发展现状

（一）出口规模持续扩张

在出口方面，广西新能源汽车产业在国际市场上的竞争力不断增强，特别是在东盟市场。2024 年，广西新能源汽车对东盟国家进出口总额达 13.75 亿元，同比增长 21.48 倍。从贸易国来看，印度尼西亚、泰国、马来西亚是广西新能源汽车出口的主要国家，三国出口额分别达到 6.518 亿元、4.884 亿元和 1.306 亿元，占比分别达到 47.4%、35.51%和 9.5%，三者合计达 92.4%¹。柳州市成为出口东盟新能源汽车主力，2024 年 1 月至 9 月，柳州出口至东盟的新能源汽车 11905 辆，同比增长 41.8 倍²。

表 2024 年广西新能源汽车行业对东盟贸易情况³

排名	国别	出口金额（亿元）	占比
1	印度尼西亚	6.518	47.40%
2	泰国	4.884	35.51%
3	马来西亚	1.306	9.50%
4	缅甸	0.346	2.52%
5	新加坡	0.267	1.94%
6	越南	0.223	1.62%
7	菲律宾	0.0791	0.58%
8	老挝	0.0773	0.56%
9	柬埔寨	0.047	0.34%
10	文莱	0.0049	0.04%

¹ 国家海关总署

² 柳州市人民政府

³ 国家海关总署

（二）跨境产业链加速布局

广西积极推动新能源汽车产业链向东盟延伸，通过“海外建厂+供应链协同”模式深化区域合作。上汽通用五菱成为首家在印尼本土建厂的中国汽车企业，并带动温州天球、凌云工业、柳州利和等十余家企业进驻，形成了包括供应链体系、制造体系、销售服务体系完整产业链，年汽车产能达12万辆。2023年以来蝉联印尼新能源汽车销量第一，市场份额超过60%⁴。中马“两国双园”模式成为跨境合作典范，钦州产业园与关丹产业园形成“电池—整车—出口”链条，吉利（关丹）电池工厂与长城（钦州）总装基地联动。

（三）优化服务与搭建平台助力企业“走出去”

广西通过推行境外投资备案无纸化办理，创新推出新能源汽车铁海联运海事监管一体化改革，打通新能源汽车出口的“最后一公里”。组织企业参加中印尼汽车及零部件行业对接交流会、雅加达国际汽车零部件展览等活动，引导企业加快“走出去”步伐。五菱在印尼新能源汽车市场占有率超过37%⁵，保有量排名第一，成为印尼最受欢迎的中国汽车品牌。设立“走出去”风险保障平台，支持上汽通用五菱、广西汽车集团等企业开展海外项目，累计保障广西企业海外利益超103亿美元⁶。

⁴ 广西壮族自治区商务厅

⁵ 广西日报

⁶ 广西壮族自治区商务厅

二、我区发展面向东盟的新能源汽车跨境产业三大难点

（一）全产业链未形成，产业链合作尚待完善

从产业链上游来看，原材料供应是广西新能源汽车产业发展的一大瓶颈。尽管广西拥有丰富的锂资源，但在锂矿开采、加工以及锂电池制造等环节上，与国内其他地区相比，技术和规模都有一定的差距。这导致了广西在原材料供应方面的自给自足能力不强，需要依赖外部进口，增加了成本和不确定性。从产业链中游来看，广西车企在智能化领域起步较晚，相关零部件产业基础也比较薄弱，尤其是在传感器、高性能芯片、软件等方面发展明显滞后。以芯片和软件业为例，2024 年末广西芯片产量占全国比重仅为 0.43%，软件和信息技术服务业收入占全国比重不足 1%⁷，产业链补链延链的压力较大，东盟本地供应链配套能力较弱，导致生产成本高、交付周期长。从产业链下游来看，配套设施建设滞后于整车产业发展，新能源汽车推广受到一定制约。东盟地区部分国家充电站的数量较少且分布不均，充电站网络搭建尚处于起步阶段。2024 年印尼新能源汽车国内销量为 86.5 万台，但充电桩数量仅有 3772 个⁸。由于基础设施配套不足，广西新能源汽车企业对供应链的掌控和反哺能力较低。

（二）市场竞争加剧，日韩与国内车企双重挤压

我区新能源车企主要面临日韩车企和其他新能源车企的竞争。一方面日系车在东盟深耕多年，建立起了完善的供

⁷ 国家统计局

⁸ 印尼工业部、印尼国有电力公司 PT PLN 的统计数据

应链和本地化发展布局，凭借价格低、耐用、省油等特点尤受东盟消费者青睐，占东南亚国家燃油车市场份额超九成。2024年1月至11月，日系车在泰国市场的份额为63.8%，在马来西亚市场为73%⁹。另一方面，国内各大新能源车企加速开拓东盟市场，广西新能源车企面临较大的市场竞争。目前已有至少11个中国汽车品牌在印尼销售其产品，包括比亚迪、奇瑞、东风等。在泰国市场，比亚迪以30%的市场占有率位居榜首，长城汽车以20%的份额紧随其后，上汽集团则以15%的占比稳居第三¹⁰。

（三）技术标准壁垒突出，跨境制度成本高企

广西与东盟国家采用的技术标准体系存在根本差异，广西基于中国标准体系，而多数东盟国家直接沿用欧美日的电动汽车技术与标准。标准差异大幅提升了研发费用与认证成本，还存在重复投入、浪费资源的问题。此外，东盟各国认证体系在流程、周期上的差异更为突出，部分国家认证机构的执行能力与效率也存在明显不足。完成单一目标市场的完整车型认证周期通常长达6—12个月，期间面临较高的政策变动风险。

三、对策建议

（一）构建跨境全产业链生态，提升本地化配套能力

强化上游材料自主可控。广西应充分发挥铝土矿资源优势，推动铝材精深加工向新能源汽车领域延伸，重点发展轻

⁹ 观察者网

¹⁰ 凤凰网财经

量化车身、新能源电池铝箔等高附加值产品，减少对进口原材料的依赖。同步推进锂资源本地化加工技术升级，引入头部企业完善“锂矿—电池材料—电池回收”产业链闭环，增强供应链稳定性。**补强中游智能化短板。**聚焦新能源汽车核心零部件技术攻关，联合国内科技企业突破车规级芯片、智能驾驶系统等关键环节，提升产业链自主化水平。支持本地半导体产业园扩能增效，完善芯片封装测试能力，逐步实现核心控制器本地化配套。**协同布局东盟基础设施。**联合东盟国家规划新能源汽车基础设施网络，推动充电桩、换电站等设施共建共享，鼓励车企在东盟设立“车—桩—网”一体化服务中心，提升售后服务覆盖能力。

（二）实施差异化竞争策略，巩固市场优势

聚焦微小型车细分领域。针对东盟市场偏好经济实用车型的特点，发挥广西微小型车制造优势，开发适配东南亚道路条件和用户需求的高性价比产品，配套灵活销售模式，强化细分市场竞争力。**深化本地化产业链布局。**支持龙头企业联合上下游配套企业“组团出海”，在东盟建设“整车+三电+零部件”产业园区，提升本地化生产比例。鼓励车企与东盟本土企业合作，共建维修服务网络，增强市场渗透力。

（三）推动标准互联互通，降低跨境成本

充分依托我国新能源汽车产业规模效应和关键技术优势，积极参与电动车国际标准的协调、转化工作，巩固并扩大国内标准体系的国际话语权。充分发挥多双边对话和合作

机制，推动区域标准互联互通，可重点与印度尼西亚、马来西亚、越南、泰国等国联合开展汽车标准、技术法规、检测认证等领域研究和人才培养，积极参与相关国家电动车规则标准的修订、制定，加强标准互认和国际协同。

(执笔人：张信)

广西壮族自治区信息中心 (广西壮族自治区大数据研究院)

编辑部地址：南宁市体强路 18 号广西信息中心 1412 号房

联系电话：0771-6113592

电子邮箱：dsjyjs@gxi.gov.cn

网 址：<http://gxxxzx.gxzf.gov.cn/>



扫描二维码获取
更多决策参考信息