

摩洛哥市场调研报告

国轩高科盖尼特拉工厂 · 客户分层与机会分析

汇报人：董秀雯 (Eve)

2026年9月

01

项目背景

非洲首个全产业链电池超级工厂

02

市场机会

欧洲零关税通道 + 非洲储能蓝海

03

客户分层

三圈客户模型（本地 / 南欧 / 非洲中东）

04

竞争格局

中国同行与摩洛哥本地供应链

05

机会与行动

优先级建议与下一步计划

地点

摩洛哥盖尼特拉（Kenitra）大西洋自贸区，首都拉巴特以北

定位

非洲首座全产业链一体化 LFP 电池超级工厂（正极材料→电芯→电池包）

产能

一期 20GWh（公开报道口径待核实；远期目标 100GWh）

投产

2026 年夏末投产，正处产能释放关键期

市场

产能主要面向欧洲市场

股东

大众集团持股约 26%，为第一大股东

欧洲市场：摩洛哥是“后花园”

2024 年摩洛哥汽车出口约 1570 亿迪拉姆，85% 销往欧盟

雷诺、斯特兰蒂斯等欧洲车企已在摩洛哥设厂

摩-欧自贸协定：满足原产地规则即可零关税进入欧盟

海运仅 2-4 天抵达南欧，交付半径极短

非洲储能：缺电 + 阳光 = 刚需

非洲大量地区电网不稳定甚至无电网

太阳能资源全球顶级——光伏配储是刚需

LFP 电池安全性高、成本低，最适合储能场景

竞争少、起步早——蓝海市场先发优势

第一圈 · 家门口

在摩洛哥设厂的欧洲车企

雷诺（丹吉尔工厂）
斯特兰蒂斯（盖尼特拉工厂，与国轩同城）

物流成本最低 · 首批客户

第二圈 · 南欧

车企与储能系统集成商

西班牙 / 意大利 / 葡萄牙
整车厂与储能集成商

零关税通道 · 海运 2-4 天

第三圈 · 蓝海

非洲 / 中东储能客户

MASEN · 非洲项目开发商
中东新能源项目（NEOM 等）

竞争少 · 成长空间大

说明：摩洛哥本土无汽车品牌，第一圈为“地理本地 + 欧洲血统”的欧洲车企工厂，恰好匹配国轩出口欧洲为主的战略。

雷诺 Renault

法国车企，丹吉尔 (Tangier) 工厂
摩洛哥最大汽车出口商
需求：稳定供应、品质一致、欧盟合规

斯特兰蒂斯 Stellantis

欧洲车企（标致 / 雪铁龙 / 菲亚特母公司）
盖尼特拉 (Kenitra) 工厂——与国轩同城
同城供应 = 最短交付半径、最低物流成本

为什么第一圈是突破口？

- ① 物流成本最低：同城/邻城交付，运输周期以"天"计
- ② 需求确定：欧洲车企摩洛哥工厂正在扩大电动车产能，电池本地化采购是必然趋势
- ③ 示范效应：拿下本地大客户，等于拿到"欧洲质量背书"，利于第二圈、第三圈拓展

第二圈 · 南欧车企与储能集成商

目标：西班牙、意大利、葡萄牙整车厂与储能系统集成商

卖点 ①：摩洛哥产品零关税进欧盟（原产地规则）

卖点 ②：海运 2-4 天，交付快于亚洲出口

卖点 ③：中国供应链成本 + 欧洲本地化形象

第三圈 · 非洲 / 中东储能（蓝海）

摩洛哥：MASEN（可持续能源署）、Noor 光热电站体系、离网光伏项目

非洲：南非、埃及、尼日利亚储能项目开发商

中东：沙特 2030 愿景下新能源项目（NEOM 等）

逻辑：缺电 + 阳光充足 = 光伏配储刚需，蓝海先发

中国同行：宁德时代 · 比亚迪 · 蜂巢 · 亿纬

它们的产能主要在中国 / 欧洲，对摩洛哥及非洲市场覆盖有限

国轩差异化：非洲本地化产能 + 摩-欧零关税通道 + 本地交付半径

摩洛哥本地供应链生态：BTR · CNGR · 海亮 · Shinzoom

正极材料、铜箔等材料企业已在摩洛哥布局——靠近工厂，配套协同

本地配套率目标 70%：成本 + 原产地合规双重收益

短期 0-6 个月

本地起步

拿下本地车企与储能项目
建立客户清单与拜访台账

中期 6-18 个月

南欧转化

关税优势转化为订单
服务南欧车企与集成商

长期 18 个月+

蓝海布局

非洲 / 中东储能市场
先发优势与品牌积累

下一步行动建议

- 1 建立三圈客户清单与联系人台账（AI 辅助收集与整理）
- 2 输出重点客户画像与拜访优先级排序
- 3 准备英语 / 法语产品介绍与报价物料
- 4 持续跟踪行业动态与政策（欧盟电池法规、摩洛哥储能招标）

以本地化优势，助力欧洲与非洲市场开拓

汇报人：董秀雯（Eve） | 2026年9月