

韩媒：德国和日本都可以，凭什么韩国车进不了中国市场？

来源：蔡柏毅 发布时间：2025-11-14 23:18:00

“这简直是我们心中的一根刺。”一位现代汽车韩国总部高管私下感叹。2023年，现代起亚全球销量达723万辆，稳坐世界第三把交椅，在欧美市场混得风生水起。但一转眼看中国市场，两个品牌加起来才卖35万辆，份额不足1%。

相比之下，大众在中国卖了299万辆，丰田202万辆，就连曾经不如韩系车的国产比亚迪，一年销量都突破300万辆。

韩国人真的想不通：德国和日本都可以，凭什么韩国车进不了中国市场？



01 萨德风波，韩国车在中国市场由盛转衰

回顾韩系车在中国的发展历程，2016年是个分水岭。那年，北京现代卖了114万辆，起亚65万辆，两者加起来近180万辆，市场份额高达8.8%。街上每10辆车里就有1辆是韩国车。



但2017年的萨德事件改变了一切。韩国政府执意部署美国反导系统，引发中国民间自发抵制韩货。现代起亚销量应声腰斩，北京现代一家4S店经理回忆：“昨天还门庭若市，今天却门可罗雀。”



萨德问题让韩国车戴上了“不靠谱”的帽子。这之后，韩系车再没恢复元气。品牌形象一旦受损，修复起来难上加难。

02 德日车企的深厚根基，对比韩系的根基不稳

德日车在中国市场屹立不倒，并非偶然。大众早在上世纪80年代就进入中国，与一汽、上汽建立合资企业，实现深度本土化。

日本车企也早早布局，丰田、本田通过与广汽、东风合作，建立起完善的供应链和销售网络。他们带来的涡轮增压、混动技术，深深植入中国消费者心中。

反观韩系车，虽然2002年就与北汽合资成立北京现代，但供应链仍依赖韩国进口，成本高企，本地化创新不足。

03 中国本土品牌崛起，韩系车被上下夹击

当韩系车还在琢磨如何应对萨德余波时，中国汽车市场已发生巨变。比亚迪、吉利、长安等本土品牌迅猛崛起，特别是在新能源汽车领域。

曾经，韩系车以外观时尚、配置高、价格实惠取胜。如今本土品牌在这些方面做得更好，而且更便宜。比如现代伊兰特(图片|配置|询价)去年卖了10万辆，而比亚迪秦PLUS一个月就能卖三万多台。

韩系车陷入尴尬境地：上有德日系品牌压制，下有中国本土品牌追击。在电动化、智能化转型方面，韩系车也显得缓慢。

04 未来出路，韩系车能否抓住中国市场最后机会？

面对困境，韩系车并非坐以待毙。现代已卖掉重庆工厂，收缩产能，起亚则宣布2023年为“正式进军中国新能源市场的元年”。

但业内人士普遍认为，韩系车要打翻身仗，必须解决几个核心问题：加快电动化转型，推出有竞争力的新能源车型；加强本土化创新，减少对韩国供应链的依赖；重塑品牌形象。

目前，现代起亚已将中国工厂转向出口基地。2024年，现代中国工厂出口量达11.8万辆，远超本土销售。这条路或许更为现实。

走进一家北京现代4S店，销售员指着新推出的电动车说：“这车技术全球领先，但知道的人太少。”不远处，一家比亚迪展厅人头攒动。几位原本考虑韩系车的消费者，最终选择了国产新能源车。“同样价格，配置更高，还是国产。”他们几乎异口同声。

韩国车不是输在产品质量，而是输在应对市场变化的速度。中国消费者已变，他们要的不再是性价比，而是超价值。

HTML版本： [韩媒：德国和日本都可以，凭什么韩国车进不了中国市场？](#)