

中国车欧洲“卖三倍”到底图啥？

来源：王俊民 发布时间：2025-11-11 05:23:55

中国汽车“死磕”欧洲：三倍卖价，到底图个啥？

一场不按常理出牌的“逆袭”



当吉利EX5在英国的标价直接干到国内的三倍，整个汽车圈都炸了锅。这已经不是简单的卖车，而是一场赤裸裸的“价值宣战”。欧洲，那可是汽车界的“老佛爷”，百年规矩说变就变？中国车企这波操作，就是要告诉全世界：我们不只是会做便宜货，我们也能定义什么是好车。这场豪赌，赌的是中国制造从“跟跑”到“领跑”的生死时速。

银河E5最低售价：9.28万起最高降价：1.50万图片参数配置询底价懂车分3.80懂车实测空间·性能等车友圈7.8万车友热议二手车7.60万起 | 64辆

一、交学费：从“倒爷”到“包工头”的坎坷路。

中国车想开进欧洲，那真是一部血泪史。一开始，大家想的简单，把国内造好的车拉出去卖，当个“国际倒爷”。这法子占了七成生意，可一碰上硬茬就歇菜。欧盟反手就是25%的关税，出口量立马掉三成。更坑的是那些看不见的规矩，有家车企就因为车机系统数据加密不够格，一船货在港口趴了一个月，仓储费烧掉上千万欧元。运力也跟不上，自家船队只占全球7.6%，旺季运价涨40%，车到不了用户手里，人家早就不耐烦了。



后来，学聪明了，当“包工头”，把零件运到国外组装，想躲开关税。结果呢？又撞上了“品牌冰山”。有的车配着15寸大屏、座椅加热，看着挺豪华，欧洲媒体却吐槽“花里胡哨，开起来没感觉”，销量直接扑街。地缘政治一来，供应链更脆弱，红海一堵，零件断供，工厂停工12天，几千万就这么没了。售后更是硬伤，修个车要等20多天，谁受得了？最后只能卷铺盖走人。这两次折腾说明一个道理：小打小闹成不了气候，想当老大，就得自己建一套体系。

二、三板斧：从“打工人”到“当老板”的破局法。

撞了南墙之后，头部车企开始组“联合舰队”，准备自己当船长。新玩法就三招，叫“三桨驱动”，核心思想是：不卖车了，咱去建生态。



第一板斧，品牌升级，不讲“性价比”，改讲“心价比”。欧洲人吃软不吃硬，光便宜没用。吉利就玩了个“反向合资”，用技术换信任。从2006年买下伦敦出租车公司开始，就

在英国建厂，造新能源出租车，后来还把路特斯、阿斯顿·马丁这些豪华品牌收编。这套“英国血统+中国技术”的组合拳，慢慢让欧洲人觉得，中国车好像还真不是样子货。

银河E5最低售价：9.28万起最高降价：1.50万图片参数配置询底价懂车分3.80懂车实测空间·性能等车友圈7.8万车友热议二手车7.60万起 | 64辆

第二板斧，产能扎根，从“远程输血”变成“本地造血”。吉利在英国、意大利、瑞典都开了设计中心，让欧洲人自己设计欧洲人喜欢的车。这样不仅躲了关税，车也更对当地人的胃口。

第三板斧，渠道通吃，从“卖完就跑”到“服务到底”。前面开体验店让你感受，中间在英法德建配件仓库，保证48小时内修好车，后面在英国建数据中心，确保数据不违规。这一套组合拳打下来，效果立竿见影。2025年前十个月，吉利新能源出口暴涨218%，EX5在好几个国家都卖成了销冠。

三、选据点：英国，撬动欧洲的黄金跳板。

为啥偏偏选英国当大本营？这步棋走得相当精妙。英国脱欧后，没跟着欧盟一起加税，成了个“安全区”。2025年上半年，英国新能源车销量猛涨34.6%，把德国都挤下去了，成了欧洲最大的市场，这机会千载难逢。

再看地利，英国自己没有特别强势的大众汽车品牌，老百姓对新牌子接受度高。中英两国在绿色出行上想到一块去了，英国搞研究厉害，中国搞制造和规模化强，正好互补。吉利自己也争气，环保评级拿到AA级，把“中国制造+英国市场”的路子走通了。

人和就更不用说了，吉利收购阿斯顿·马丁，在英国的关系网早就铺开了。2025年有25家店，计划2026年干到100家。EX5一上市，根本不用从零开始，渠道都是现成的。

从“破冰船”到“航母编队”的新航程。

吉利的这条路，就是中国车企出海的样板。咱们不再指望顺风顺水，而是学会了自己造船，主动去撞开冰山。不过，破冰只是开始，前面还有更深的漩涡和风浪。想在全世界站稳脚跟，就得拿出真本事，既要跑得快，还要跑得久。从“中国制造”到“全球首选”，这条路不好走，但中国汽车已经扬帆起航，再也没回头路了。这场从三倍定价开始的赌局，终将改写全球汽车产业的座次。

HTML版本：[中国车欧洲“卖三倍”到底图啥？](#)