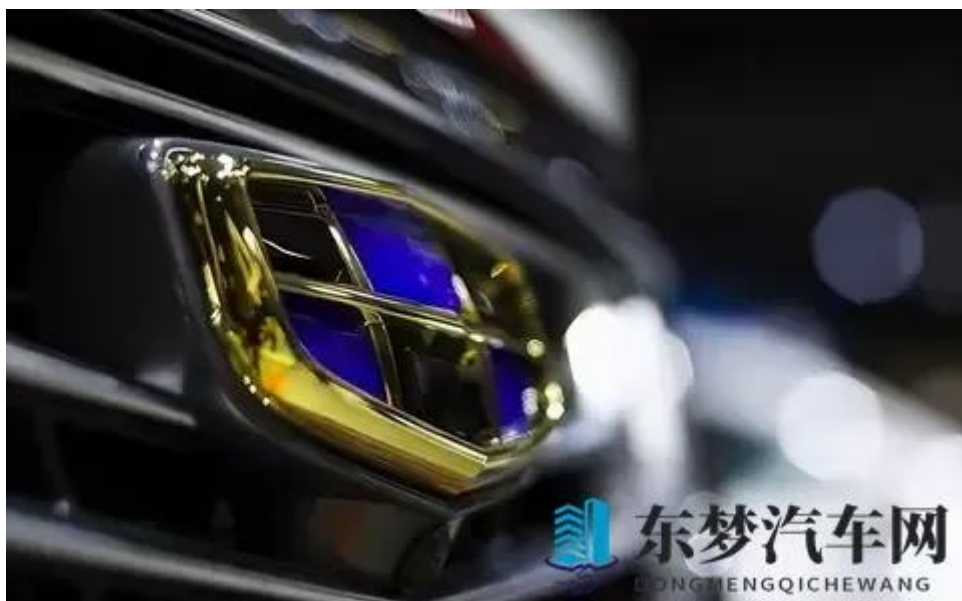


替中国做了嫁衣，还帮中国把洞房给暖了，西方车企在俄罗斯输麻了

来源：张家侑 发布时间：2025-11-18 21:59:44

谁能想到，转眼之间俄罗斯汽车市场就完成了翻天覆地的变化。过去，西方车企主导一切；如今，中国品牌处处开花，成了新霸主。回顾近几年发展，这一切在2022年俄乌冲突爆发后的制裁风暴里加速酝酿。欧美企业仓皇离场，资产低价甩卖，曾经辛苦耕耘多年的厂房资源和渠道网络，一夜之间被中国企业接管，不少人用“做了他人嫁衣还暖了洞房”来形容，着实不为过。

彼时，如雷诺率先低价将莫斯科工厂卖出，日产也紧接着以象征性数额转让圣彼得堡平台。大众、奔驰相继退场，资产几乎贱卖到无法想象。几百万年产能的工厂，从1998年起服务俄罗斯多元需求，最终只拿一个小数点价钱易主。即便是曾经销量遥遥领先的现代，在2023年底选择关厂止损，也难挡损失巨大和市场空白的现实。西方企业撤得越快，资本回收缩水得越狠，本土份额自然也是拱手而让。



新格局下，中国汽车品牌如鱼得水。江淮首当其冲，迅速利用“Moskvich”品牌复活的东风，借力前雷诺工厂用Sehol X4底盘打造新款，短时间内便实现本地化投产，让曾经苏联经典重现车场，却是披着中国技术外衣。紧随其后，奇瑞抓住机遇，在日产留下的生产线上快速布局，将Tiggo系列组装变身Xcite X-Cross 7。由2024年到2025年，奇瑞用短短几个月占据最佳新品牌，销量突破三千台，甚至还启用了原奔驰、大众产线扩充队伍。每一次操作都精准踩中俄罗斯汽车市场需求缺口。

与此同时，长城Haval更早在图拉自行建厂，自2019年来稳定运营，2024年计划已然掌控10万年产能，为扩大布阵不断加码，2025年产能有望翻倍。这些举措，一边推动国产高质量组合输出，一边强化对莫斯科辐射半径，实现成本与效率最大化。哈弗、吉利的市场占有率节节攀升，新车销售排行榜上，无论品牌数量还是具体单品，都见证着中国厂家的崛起。2024年，中国车占有率冲刺60%，六月单月创下57%记录，乍一看，俄罗斯消费者谈选车，清一色要么国产Lada，要么中国制造。

合作高潮之下也隐藏隐忧。虽然对俄罗斯经济来说，汽车进口价值上调、税收增多，但自主工业希望受限。今年起，官方提升收购费用与关税，针对进口车型设立障碍，目的是拉动自有品牌崛起。此举直接影响到中国车系整体表现。仅2025年前10个月，中国车型销量同比下降22%，奇瑞尤其受挫，被迫宣布逐步退出市场，在庞大经销体系和全年销售占比面前，裁撤损失不言而喻。不过，总体来看，中国企业的根基依然牢固，长城持续加码，Moskvich陆续扩产，哈弗依然抢眼，市场空白大部分仍属中国企业领地。

这场全球经济格局大调整里，西方资本的出走，给中国带来历史性机遇，更让国际供应链发生剧烈震荡。昔日制裁意图封锁俄罗斯经济，怎知玩成“搬石砸脚”——俄罗斯转身牵手中国，双方贸易反逆势增长，中国不仅稳居第一合作伙伴，还牢牢掌控了关键产业命脉。

再来看欧美企业的失落。从雷诺的20亿欧元，到日产的近7亿美元损失，大众奔驰也是陪跑赔本，庞大厂区与渠道网络非但没留下强势印记，反倒成为中国品牌突围的最佳跳板。西方品牌如今仅靠平行进口、二手交易聊以维生。“狼退而虎奔”，俄罗斯 ** 对重返者早已换了面孔，市场规则与格局彻底改变。

整件事明明白白告诉世界，关键机会总藏在大动荡之后。无论是中国企业的灵活敲击，还是西方资本的决策误判，商业博弈终究是顺势者胜。这波全球汽车产业洗牌，已然让中国成为越来越重要的力量。对于欧美厂商来说，该深思的或许不是制裁短期效果，而是如何在新时代适应失去主场优势的现实，才能避免下一次同样的失误。

HTML版本： [替中国做了嫁衣，还帮中国把洞房给暖了，西方车企在俄罗斯输麻了](#)