

中国汽车从泰国出口欧洲，要“火”？

来源：杨舒智 发布时间：2025-11-22 23:48:16

近日，长安汽车在泰国曼谷举行发布会，宣布正式推进“立足泰国，服务泰国”战略，发布全方位业务发展蓝图，并推出3款全新车型DEEPAL NEW S07、DEEPAL HUNTER K50 REEV Max AWD 和AVATR 11 Royal Edition。与此同时，长安汽车还宣布，将于今年12月开始从泰国向欧洲出口汽车，首批计划出口超过1000辆DEEPAL S05紧凑型SUV。

无独有偶，就在今年8月，比亚迪汽车（泰国）有限公司宣布，其泰国罗勇府工厂生产的首批电动汽车成功出口欧洲市场，数量超过900辆。这批车辆发往英国、德国、比利时等多个欧洲国家，标志着比亚迪在全球布局和本土化生产方面迈出关键一步。

为何这些中国车企纷纷选择从泰国出口汽车至欧洲？做出这一决定究竟是出于哪些因素考量？泰国制造的中国汽车出口欧洲，会成为一种潮流吗？

从泰国出口欧洲可规避欧盟反补贴税



众所周知，自去年10月底起，在原有10%税率的基础上，欧盟对在华生产并出口至欧盟市场的纯电动汽车加征最高35.3%的反补贴税，为期5年。其中，比亚迪、吉利和上汽集团，加征的税率分别是17%、18.8%和35.3%。其他“合作公司”为20.7%，其他“非合作公司”则为35.3%。特斯拉单独计7.8%的税率。再加上10%的基础关税，中国产纯电动汽车出口欧盟，最高需要缴纳45.3%的关税。

尽管当前欧盟仍对中国产纯电动汽车征收高额反补贴关税，但这并不能阻止中国汽车进入欧洲的脚步。数据显示，2025年9月，中国品牌汽车在欧洲的销量达到90571辆，同比增长149%，市场份额创历史新高至7.4%。其中，纯电动汽车仍是中国汽车在欧洲的销量大头；插混车的销量暴涨，在总销量中的比例也大幅提升。

从车企表现来看，名爵、比亚迪和奇瑞等车企销量排名靠前。名爵仍然是欧洲最畅销的中国汽车品牌，9月欧洲销量达到33872辆，同比增长62%；今年1~9月销量达22.5万辆，稳居中国品牌首位。比亚迪排名第二，9月欧洲销量24379辆，同比暴增398%，市场份额也从0.4%提升至2%，插混车型SEA1 U贡献显著。奇瑞9月欧洲销量为19645辆，同比增长超470%，多品牌战略（Jaecoo、欧萌达等）推动其在南欧市场快速渗透。

当前，在欧洲销售的中国品牌汽车绝大部分来自进口，虽然不少车企已经或计划在欧洲建厂，但大多还未投产。只有奇瑞与西班牙本土车企Ebro在当地合资建设的工厂，已经于2024年11月正式投产，生产Ebro品牌车型。

随着中国汽车在欧洲的销量节节攀升，再加上本土产能尚未就位，出口的需求大幅增加。但从中国出口至欧盟的纯电动汽车，仍面临高额关税。因此，不少中国车企开始将目光转向东南亚，更确切地说是泰国。多家中国车企在泰国建有工厂，包括上汽集团、比亚迪、长安汽车、长城汽车、广汽埃安等。

当前，除了个别国家和地区，欧盟对非欧盟国家进口汽车的关税普遍为10%，泰国生产的汽车出口欧洲也适用这一基础税率。以比亚迪为例，从国内出口纯电动汽车比亚迪DOLPHIN（海豚）至欧盟要缴纳27%的关税，而从泰国出口至欧盟仅需缴纳10%的关税。至于名爵，对比就更加明显了。据悉，名爵也将泰国基地作为出口欧洲的选项之一。而且，泰国正在与欧盟就自贸协定进行谈判；如果双方达成自贸协定，那么汽车从泰国出口欧盟的关税有望进一步降低，甚至取消。

定位区域电动汽车制造中心 充分利用泰国产能及优惠

泰国素有“东南亚底特律”之称，汽车产业链完善，零部件本土化率程度高，具备冲压、涂装、焊接、总装等全流程生产能力，能为车企提供稳定的本地配套支持。同时，中国车企在泰建厂时已带动核心零部件企业同步落地，形成整车与零部件协同布局，进一步降低了生产与配套成本，保障了出口车型的品质与供应效率。

从区位来看，泰国地处东南亚航运枢纽，拥有成熟的港口体系，通过海运可快速将车辆运往欧洲主要市场，物流效率高且成本相对可控。叠加中国车企自有滚装船等物流资源的完善，进一步保障了出口供应链的稳定。

从产能布局来看，目前中国车企在泰国的总产能已超60万辆，覆盖新能源与多动力车型，且多数工厂预留扩容空间，以适配泰国及全球市场增长需求。相比之下，2024年泰国汽车市场

整体面临挑战，新车总销量约为57.3万辆，同比下滑26%。在这种背景下，2024年中国汽车品牌在泰国的总销量超过了7万辆，占据了当地约12%的市场份额，这在很大程度上得益于中国品牌在新能源汽车领域的竞争优势。

今年以来，泰国汽车销量有所回升，预计全年销量将达到约60万辆。可以看到，中国车企在泰国布局的产能，与泰国全年新车销量相当，产能远超本地需求，这也推动中国车企以泰国为基地，向东南亚其他国家、澳新等市场出口。从泰国向欧洲出口，也是提升本土产能利用率的路径之一，因为欧洲市场的庞大需求恰好能填补产能缺口。

事实上，很多中国车企本身就将泰国工厂定位于“区域电动汽车生产基地”。例如，上汽集团在泰国有两座工厂，总产能达到20万辆，且配套建设电池工厂，为MG4 EV等车型提供本地化配套，产品兼顾泰国本土及东盟周边市场。

比亚迪泰国工厂产能约为15万辆，自2024年7月投产以来，累计产量已超过5.5万辆。据悉，该工厂的产能有相当一部分将出口至欧洲及亚太其他国家，实现“泰国制造、全球销售”。长安汽车泰国罗勇工厂是该公司首个海外整车工厂，总投资约100亿泰铢，今年5月正式投产，目前已建成一期产能10万辆，后续将逐步扩展到年产20万辆。

中国机电产品进出口商会汽车国际化专业委员会秘书长孙晓红告诉《中国汽车报》记者，泰国政府为推动该国成为区域电动汽车制造基地，推出了很多优惠政策，这也鼓励和推动中国车企将泰国作为东南亚生产基地，并向其他国家和地区出口。值得注意的是，今年7月，泰国国家电动汽车政策委员会批准对第二阶段电动汽车扶持政策（EV3.5）的激励计划进行调整，核心变化为允许出口的本地制造电动汽车计入国内生产配额，旨在鼓励车企将泰国打造为区域出口基地。也就是说，车企在泰国生产电动汽车并用于出口，也能获得补贴和优惠。泰国投资委员会表示，按照修订后的条款，每生产1辆用于出口的纯电动汽车可按1.5辆计入制造商的本地生产配额，这将使企业更容易达成生产承诺。

“全球市场一盘棋” 灵活调配产能与资源

孙晓红认为，不排除未来会有更多中国车企从泰国向欧洲，乃至更多国家和地区出口。当然，涉及欧洲，主要考量因素还是规避反补贴税。与之相应，欧洲肯定也会对此进行调查，看是否符合第三国的“原产地规则”。此举也反映了中国车企在全球化进程中变得更成熟、更灵活，不再受限于单一生产基地，而是能根据不同市场的政策环境、消费需求与竞争格局，动态调整产能分配与进出口策略，实现“全球市场一盘棋”的精准覆盖。

从市场竞争维度看，全球产能与资源的灵活调度，是车企破解贸易壁垒、实现市场精准覆盖的关键所在。随着全球贸易保护主义抬头，部分国家和地区为保护本土产业，频繁出台针对进口汽车的关税壁垒、技术壁垒与配额限制。而具备全球化调度能力的车企，能够通过“近岸生产+区域出口”的模式，绕开贸易壁垒的制约，既规避了高额关税，又缩短了交付周期，快速抢占欧洲新能源汽车市场的增量空间。

从成本控制维度看，此举是车企实现“规模效应最大化”与“单位成本最优化”的关键路径。汽车产业是典型的重资产行业，产能利用率直接决定企业的盈利水平——若单一工厂产能闲置，不仅会造成设备折旧、人工成本的浪费，还会推高单位产品的固定成本。而全球化的产能调度能力，能够让车企将不同市场的订单需求与各地工厂的产能进行高效匹配，填补产能缺口、提升资源利用效率。这种“全球资源为我所用、全球产能为我调配”的模式，让车企突破了单一区域的成本约束，实现了全球范围内的成本最优配置。

从产业格局维度看，中国汽车从泰国出口欧洲，是中国车企从“产品出口”向“全球化品牌”跃迁的标志之一。“中国技术+区域制造+全球市场”的闭环模式，不仅破解了关税壁垒的桎梏，更构建起抗风险能力更强的全球化运营体系。中国车企正逐渐成长为“全球玩家”，在世界舞台上变得更加自信从容、游刃有余。

HTML版本： [中国汽车从泰国出口欧洲，要“火”？](#)