

吉利EX5登陆伦敦，比亚迪早占先机，中国车出海难在“落地”

来源：李月纶 发布时间：2025-11-24 07:18:13

2025年11月，吉利汽车把自家生产的纯电SUV EX5带到英国伦敦销售，价格定在3.199万到3.699万英镑之间，直接和比亚迪Atto 2以及大众ID. 3竞争，这款车既不属于领克品牌也不属于沃尔沃品牌，而是吉利自己第一次单独进入英国市场，过去吉利依靠收购的伦敦出租车公司和沃尔沃来扩展业务，现在打算靠自己的品牌走上前台。

吉利其实早就和英国有联系，2006年收购了伦敦出租车公司并改名为LEVC，之后还拿到了沃尔沃的控股权，不过这么多年以来，真正卖到国外的吉利车一直不多，2024年上半年，吉利在海外只卖出18.4万辆车，比上一年还少了8%，同一时期比亚迪卖了44万多辆，奇瑞卖得更多，达到54万辆，这个差距确实很大。

比亚迪在英国市场已经打下基础，2024年9月Atto 2上市首月卖出211辆，当月品牌总销量超过一万台，成为在英中国车企中的第一名，吉利此时推出EX5显得迟了，为弥补差距，吉利为购车者提供最高3750英镑补贴，由于英国政府未对中国电动车提供补贴，这一做法有助于缓解不利局面。

吉利高层最近几次讲话都提到，海外业务现在是集团的头等大事，CEO淦家阅和行政总裁桂生悦亲自带队，把全球分成五大区域，每个区域配备本地团队，他们在拉美找雷诺巴西合作，借助对方的工厂和渠道销售新能源车，这不是光靠投入资金就能完成的事，需要有人力、有地点、有供应链相互配合。



吉利集团旗下拥有沃尔沃、莲花、阿斯顿·马丁等多个高端汽车品牌，但吉利自身品牌的海外拓展步伐相对较慢，新车在中国市场推出后，往往需要等待八到十二个月才能进入海外市场，而比亚迪的车型更新速度更快，市场推进也更迅速，已经在英国建立起销售体系，与此同时，欧洲本土品牌如欧宝、雷诺、大众等也在积极推出同价位电动车，凭借本地售后网络和长期积累的品牌认知与中国车企展开竞争。



英国电动车市场有个特点，就是大部分车都是企业或车队买走的，个人买家其实很少，这主要是因为电动车价格偏高，人们还担心续航能力不够用，再加上那些智能驾驶功能到了英国这边经常不太灵光，中国车企的高级辅助驾驶系统得重新通过法规审核，收集训练数据，还要适应本地的驾驶习惯，这个过程进展很慢，而且即使充电站建得不少，政策也比较宽松，经销商网络的搭建成本依然很高，修车服务、金融方案和二手车残值这些问题也都得一一配套解决。

与奇瑞、零跑、名爵等同期进入英国市场的中国品牌一样，吉利也在努力争取市场份额，2024年9月，中国品牌在英新能源车销量增长超过两倍，三款车型进入了进口车前十名，但据

当地经销商反映，英国消费者对“科技感”接受度不高，他们更青睐欧洲车型的低调实用风格，目前吉利尚未计划在欧洲建厂，而是利用现有产能控制成本，不过这也导致其市场反应速度偏慢，品牌独立性相对较弱。

吉利这次推出EX5，更像是一种试探，而不是直接进攻，他们想看看英国市场会不会接受这款车，再考虑要不要加大投入，毕竟要在欧洲站稳脚跟，不能只靠一辆车，需要建立完整的本地化体系，现在吉利还没完全准备好，但至少走出了第一步，后续的发展要看消费者是否认可，也要看吉利能不能快速调整策略。

HTML版本： [吉利EX5登陆伦敦，比亚迪早占先机，中国车出海难在“落地”](#)