

中国汽车对欧洲市场太执着——2025出海先锋

来源：杨健豪 发布时间：2025-11-12 21:00:02

中国汽车企业对欧洲市场的执着，堪称一场精心策划的产业突围战。当吉利将银河E5(图片|配置|询价)以三倍于国内的价格推向英国市场时，这已不是简单的产品输出，而是一场关于产业链主导权的战略博弈。欧洲作为全球汽车工业的腹地，正成为中国车企检验全球化成色的终极考场。

2024年10月欧盟对中国电动车加征25%反补贴税的当月，对欧出口应声暴跌30%。这记重拳让许多车企清醒认识到，零敲碎打的出口模式如同在冰面上跳探戈，看似热闹实则危险。某车企因车机数据加密不达标，整船货在港口滞留一个月，仅仓储费就烧掉上千万欧元，这种“学费”未免太过昂贵。

更值得玩味的是，中国车企在欧洲遭遇的“品牌冰山”。那些在国内市场所向披靡的“性价比神话”，到了欧洲却频频碰壁。搭载15.6英寸大屏、座椅加热等豪华配置的车型，被欧洲媒体毫不客气地评价为“配置亮眼但驾驶质感不足”。这种评价背后，折射出中欧消费者对汽车价值认知的深层差异——欧洲人要的不是堆砌的配置，而是百年工业文明积淀的驾驶质感。

吉利在英国的布局颇具战略眼光。脱欧后的英国成为欧盟关税壁垒的“避风港”，2025年上半年其电动车销量同比激增34.6%，取代德国成为欧洲最大新能源车市场。吉利通过收购伦敦出租车公司、投资路特斯等操作，巧妙地将“中国技术”与“英国基因”融合，这种“反向合资”的打法，比单纯输出产品高明得多。



数据不会说谎。2025年1-10月，吉利新能源出口同比增长218%，EX5在各国登顶纯电销量榜首。其成功秘诀在于“三桨驱动”：品牌上从“性价比”转向“心价比”，产能上实现本地化“造血”，渠道上构建全链路服务网络。特别是EX5上市前由路特斯团队进行底盘调校，这种对欧洲驾驶偏好的精准把握，远比堆砌配置更有说服力。

中国汽车出海已进入“双核驱动”时代：国内作为技术迭代和现金流的“战略大本营”，海外作为品牌价值提升的“创新前沿”。吉利过去11年累计研发投入超2500亿元，国内市占率从6.3%升至10.4%，这种“后方稳固、前沿突破”的格局，让其在全球新能源销量增速上甩开特斯拉。



当中国车企不再满足于“乘风”而开始“造船”远航，这场产业突围才真正进入深水区。从“中国智造”到“全球优选”的跨越，需要的不仅是技术实力，更是对全球商业文明的深刻理解。那些在欧洲市场折戟的车企，或许该好好反思：到底是欧洲消费者不懂性价比，还是我

们不懂欧洲？

以上内容由AI生成，仅供参考和借鉴



HTML版本：[中国汽车对欧洲市场太执着——2025出海先锋](#)