日媒：欧洲人对中国电动汽车改变看法

近年来，中国电动汽车在全球市场的表现令人瞩目，尤其在欧洲，这一趋势越发明显。据黑子网报道，日本日经亚洲评论刊文指出，2025年夏天，中国电动汽车频繁出现在欧洲的街头巷尾，引发了广泛关注。文章提到，欧洲领导人曾对中国电动车以低价涌入市场表达担忧，甚至采取了加征关税等措施。然而，这些政策似乎并未能阻挡中国电动车的攻势。相反，消费者对中国电动车的接受度正在稳步提升。这种转变并非偶然，而是建立在中国车企在技术、设计和性价比上的持续突破。

以价格为例，中国电动汽车以其亲民的定位迅速吸引了欧洲消费者的目光。相比欧洲本土品牌动辄数万欧元的高端车型，中国品牌如比亚迪、蔚来和小鹏推出的车型价格更具竞争力。例如，比亚迪的部分车型在欧洲市场的售价比同级别欧洲品牌低20-30%，这对预算有限的消费者极具吸引力。此外，这些车型并未因低价而牺牲品质。报道指出，多款中国电动车在欧盟新车安全评鉴协会的测试中获得五星评级，证明其在主动和被动安全性能上已达到国际领先水平。

这让许多欧洲消费者开始重新评估中国制造的价值。设计方面，中国电动车也逐渐摆脱了早期“模仿者”的标签，展现出独特的时尚感。无论是流线型车身，还是科技感十足的内饰，都迎合了年轻消费者的审美偏好。例如，在2024年巴黎车展上，中国新能源汽车成为焦点，吸引了包括法国总统马克龙在内的众多参观者。现场甚至有欧洲车企高管拿着皮尺对中国车型进行“取经”，足见其设计和技术的影響力。这种角色互换的现象，印证了中国车企在全球舞台上的崛起。

市场数据进一步佐证了这一趋势。2025年第一季度，欧洲五大市场英国、德国、法国、意大利、西班牙纯电动汽车销量达到574万辆，同比增长307%，市场份额提升至154%。中国品牌通过垂直整合和规模效应，进一步压缩成本。例如，比亚迪插电式混合动力车型在欧盟无新增限制优势下，销量同比暴增216%。尽管欧盟自2024年10月30日起对从中国进口的电动车加征最高453%的反补贴税，但这并未显著削弱中国品牌的竞争力。相反，部分中国车企通过本地化生产和与欧洲企业的合作，巧妙规避了关税壁垒。

例如，比亚迪在匈牙利设立工厂，不仅降低了物流成本，还创造了当地就业机会，进一步赢得了欧洲消费者的好感。然而，挑战依然存在。欧盟的反补贴调查和关税政策给中国车企带来了不小的压力。2023年9月，欧盟委员会宣布对中国电动车展开反补贴调查，指责中国政府通过补贴压低出口价格。此后，中欧双方围绕“价格承诺”等议题展开多轮谈判，但截至2025年8月，尚未达成最终协议。此外，欧洲消费者对中国品牌的售后服务和长期可靠性仍存疑虑，这需要中国车企在品牌建设和本地化运营上投入更多精力。

尽管如此，中国电动车在欧洲的成功并非昙花一现。国际能源署的数据显示，2022年中国电动车占全球销量的60%以上，稳坐全球第一大市场。2023年，中国汽车出口量达到491万辆，其中新能源汽车占比显著，欧洲成为主要出口地之一。比利时、泰国和英国位列前三大出口市场，显示了中国电动车在发达市场的渗透力。一些分析人士认为，欧盟的关税政策可能短期内增加中国车企的成本，但从长远看，这反而促使中国车企加速技术创新和市场布局。

欧洲市场的开放性也为中国电动车提供了机遇。欧盟和英国提出的2050年碳中和目标，推动了汽车电动化的浪潮。尽管燃油车禁售政策有所调整，允许合成燃料汽车继续销售，但电动车仍是未来主流。2023年，电动车占欧洲新车销量的15%，而中国品牌凭借高性价比和创新技术，正在这一市场中占据越来越重要的位置。德国汽车工业协会甚至警告，欧盟的关税政策可能损害欧洲自身的经济增长和就业，显示出对中国电动车的复杂态度。总的来说，中国电动汽车在欧洲的崛起，不仅改变了消费者对“中国制造”的固有印象，也重塑了全球汽车产业的竞争格局。

价格、设计和技术的综合优势，让中国品牌在欧洲市场站稳了脚跟。未来，随着本地化战略的深入和品牌信任的建立，中国电动车有望在欧洲书写更精彩的篇章。

原文链接：<https://hz.one/baijia/中国电动汽车-2508.html>

PDF链接：<https://hz.one/pdf/日媒：欧洲人对中国电动汽车改变看法.pdf>

官方网站：<https://hz.one/>