

中国车企欧洲市场布局与销量分析

中国车企市占率接近10%，比亚迪销量为去年五倍

文 | 全球汽车信息平台

MarkLines 产销数据库显示，2025年1-6月，欧洲主要国家汽车销量合计达896.2万辆，同比下降4.6%。其中，中国车企在欧洲市场销量达87.2万辆，同比下降2.3%，占整体市场的9.7%。俄罗斯仍是中国车企出口量最高的国家，尽管销量下滑，市场份额仍保持稳定。英国、西班牙、德国等西欧国家成为主要增长市场，其中西班牙销量同比几乎翻倍。在动力结构方面，插电混动和混合动力车型增长明显。

吉利控股集团（以下简称“吉利”）依托沃尔沃品牌稳居中国车企在欧洲销量的首位，但受俄罗斯市场影响，2024年销量同比下降14.4%。奇瑞集团（以下简称“奇瑞”）位列第二，同比下降12.2%。尽管整体销量下滑，奇瑞在西班牙和土耳其积极推进本地化生产与研发中心建设。

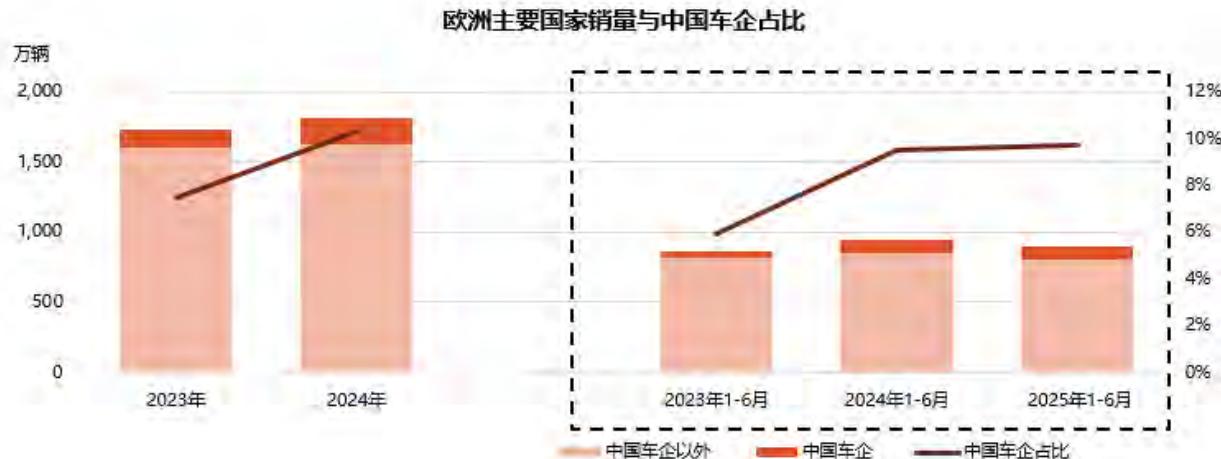
上汽集团（以下简称“上汽”）和比亚迪受俄罗斯市场影响相对较小，分别实现10.5%和422.0%的同比增长。其中，比亚迪在欧洲市场扩张迅速，已

设立欧洲总部，启动匈牙利工厂建设，并开展多项研发合作，加快本地化布局。

注：本报告数据均来自MarkLines 产销数据库。

中国车企在欧洲的销售情况

在2025年上半年，中国车企在欧洲市场的销量排名受到俄罗斯市场波动的显著影响。由于地缘政治和市场环境变化，多数企业在俄罗斯市场的业务出现不同程度的收缩，从而影响了整体欧洲销量表现。虽然如此，尽管与





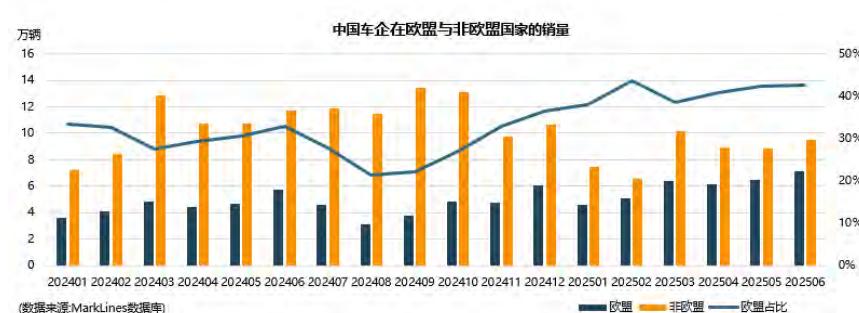
中国车企欧洲销量国家排名 (万辆)

Top	国家	2023年	2024年	2023年1-6月	2024年1-6月	2025年1-6月	2025年1-6月同比
1	俄罗斯	59.5	100.3	19.4	45.8	31.5	-31.1%
2	英国	15.4	17.9	7.4	8.5	12.4	45.5%
3	德国	8.8	9.6	3.7	5.1	5.9	16.3%
4	西班牙	5.2	6.8	2.3	2.9	5.8	99.8%
5	意大利	5.5	7.1	2.9	3.5	5.8	63.3%
6	土耳其	7.1	10.1	1.9	5.5	5.3	-4.0%
7	瑞典	5.9	6.1	2.8	3.0	3.3	9.9%
8	法国	5.3	5.3	2.3	2.3	2.9	24.9%
9	波兰	1.3	2.6	0.7	1.3	2.7	105.4%
10	荷兰	3.3	4.4	1.9	2.4	1.8	-23.5%

2024 年同期相比，2025 年上半年在俄销量出现明显下滑，但俄罗斯依然是中国车企在欧洲出口量最高的国家。

英国位居第二，销量达 12.4 万辆，同比增长 45.5%。德国排名第三，销量 5.9 万辆，同比增长 16.3%。西班牙则成为增速最快的市场，销量达 5.8 万辆，同比几乎翻倍增长，达到 99.8%。

以下是中国车企在欧洲市场中欧盟与非欧盟国家的销量及其占比变化趋势。从图中可以看出，自 2024 年 8



月起，受欧盟针对中国产电动汽车发布补贴法等政策影响，欧盟市场销量一度降至低谷。然而，随着适应政策变化，

销量开始回升。进入 2025 年后，中国车企在欧盟市场的销量稳定在每月 6 万辆以上，占整体欧洲销量的 35% 至

中国车企欧洲分动力总成销量（万辆）

	2023 年	2024 年	2023 年 1-6 月	2024 年 1-6 月	2025 年 1-6 月	2025 年 1-6 月同比
EV	27.8	32.2	11.6	16.2	18.1	11.8%
PHV	12.4	13.8	7.0	6.5	11.0	70.1%
ICE	10.6	13.5	4.8	7.6	7.7	2.3%
HV	0.0	3.7	0.0	0.3	6.0	1724.0%
MHV	10.9	11.3	5.1	6.2	6.0	-3.7%
EV/PHV	0.1	0.0	0.1	0.0	1.8	-
MHV/PHV	0.0	0.2	0.0	0.0	0.0	194.0%
N/A*	67.4	112.1	22.4	52.4	36.5	-30.4%

*N/A 主要在俄罗斯、土耳其售出的车型。

中国车企欧洲销量国家排名（万辆）

Top	集团	2023 年	2024 年	2023 年 1-6 月	2024 年 1-6 月	2025 年 1-6 月	2025 年 1-6 月同比
1	大众	374.6	385.3	190.0	199.3	201.2	1.0%
2	Stellantis	309.6	287.4	163.7	159.6	146.1	-8.5%
3	雷诺	168.8	172.9	85.8	91.3	88.6	-2.9%
4	现代 - 起亚	123.1	117.7	63.2	61.3	58.9	-3.9%
5	丰田	105.4	117.4	52.3	60.7	58.2	-4.1%
6	宝马	94.2	96.0	45.7	48.1	51.1	6.3%
7	福特	95.9	91.8	50.3	46.6	48.3	3.7%
8	梅赛德斯 - 奔驰	87.3	90.2	43.3	45.0	42.8	-4.9%
9	吉利	46.3	62.5	21.8	31.1	26.7	-14.4%
10	日产	34.2	36.3	16.9	20.3	19.2	-5.4%
11	奇瑞	25.7	38.9	8.8	18.3	16.1	-12.2%
13	上汽	26.2	27.9	11.4	14.9	16.5	10.5%
15	比亚迪	1.8	5.9	0.3	1.9	9.9	422.0%
17	长城	13.7	23.3	4.4	10.2	7.8	-23.9%
23	长安	4.9	10.7	0.9	5.0	3.1	-38.5%

45% 之间。

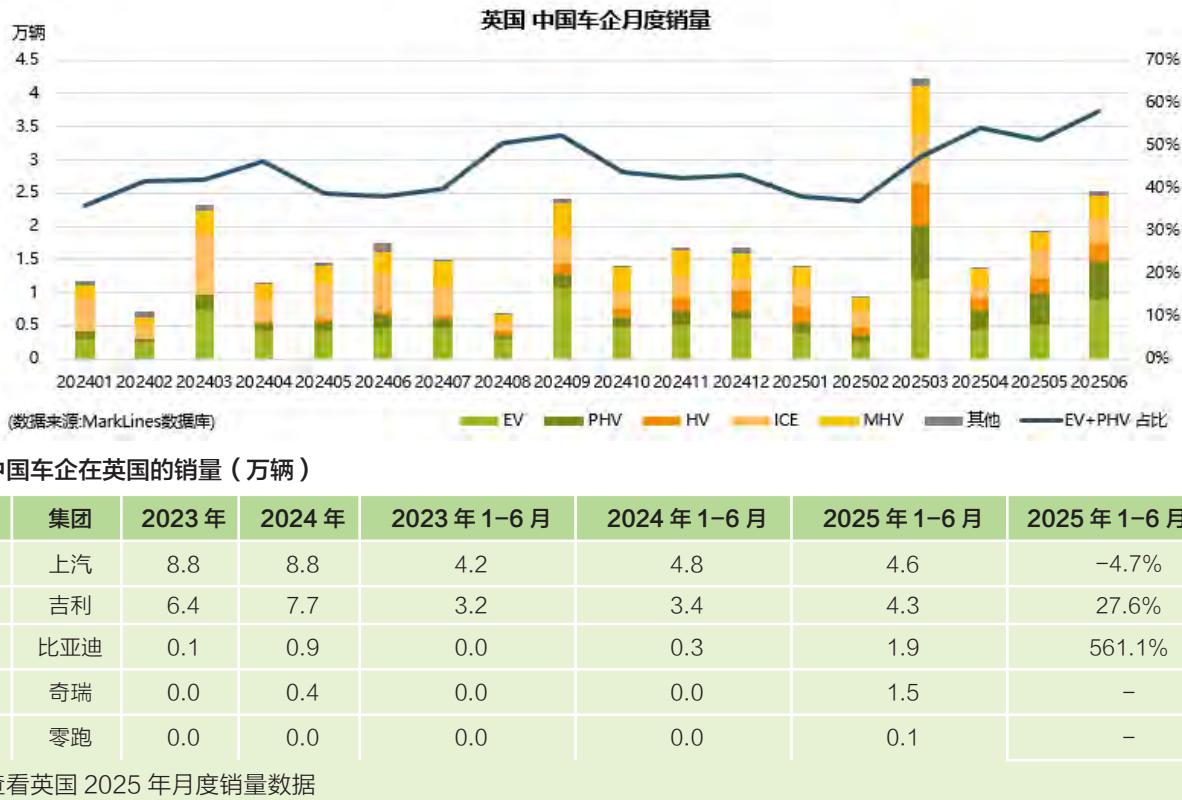
在动力总成方面，纯电动和插电式混合动力车型仍呈现上涨趋势，其中插电混动车型涨幅明显。

除了电动车型以外，受针对中国产

电动汽车发布补贴法等政策影响，混合动力车型（HV）在 2025 年上半年销量达到 6.0 万辆，较 2024 年同期的 0.3 万辆相比，实现明显增长趋势。

在欧洲销售的中国车企中，吉利

凭借旗下沃尔沃品牌继续稳居中国车企在欧洲市场的首位，2025 年 1 至 6 月累计销量达到 26.7 万辆，同比下降 14.4%。奇瑞位列第二，销量为 16.1 万辆，同比下降 12.2%。这两家企业



在俄罗斯市场的业务占比较高，因此受影响下降的较为明显。

相比之下，上汽和比亚迪在俄罗斯市场的销量占比较小，受冲击相对有限。上汽在2025年上半年实现销量16.5同比增长10.5%。比亚迪则表现尤为突出，尽管整体基数较低，但在英国、西班牙等西欧国家的销量快速增长，同比增幅高达422.0%。

英国市场：中国车企电动车渗透率远超市场平均

2025年1至6月，英国汽车市场累计销量达120.4万辆，同比增长1.3%。其中，中国车企在英销量为12.4万辆，同比增长45.5%，市场占比达10.3%。

从2024年1月至2025年6月的月度销量数据来看，中国车企在英国市场的表现呈现出明显的阶段性特征。特别是在2025年3月，销量出现爆发式增长，推测可能与英国当地三月份的特卖活动有关，带动销量快速上升。

在动力类型方面，英国整体市场中EV(纯电动)与PHV(插电式混合动力)车型的渗透率持续提升。2024年全年，EV与PHV的平均占比为24.6%；而在2025年1至6月期间，该比例已上升至28.9%。中国车企在英国市场销售的车型中，EV与PHV的占比远高于市场平均水平。2025年上半年，其EV与PHV车型的平均占比已达到49.1%，并在6月份进一步攀升至57.9%。

在英国市场的中国车企中，上汽旗下的名爵(MG)品牌销量领先，吉利紧随其后，主要通过沃尔沃品牌稳步拓展英国市场。

比亚迪凭借高性价比和智能电动技术的车型迅速融入英国市场。2025年上半年，其销量已达到去年同期的6.6倍，成为增速最快的中国品牌。

此外，更多中国品牌正在加速进入英国市场。2025年7月，奇瑞正式推出“Chery”品牌，首批上市两款针对英国市场优化的SUV车型，并计划通过全国经销商网络逐步铺开销售。同月，奇瑞还发布了插电混动版七座中型SUV——瑞虎8超级混动版(Tiggo 8 Super Hybrid)，进一步丰富其在英国市场的产品线。

西班牙市场：本地化生产与售后体系加速完善

2025年1至6月，西班牙汽车市场累计销量达71.2万辆，同比增长13.2%。同期，中国车企在西班牙销量为5.8万辆，同比增长99.8%，市场占比达8.1%，较2024年同期提升3.5个百分点。

从2024年1月至2025年6月的月度销量数据来看，中国车企在西班牙市场的整体销量呈现持续增长态势。其中上汽、奇瑞和比亚迪在2025年上半年销量排名前三。2025年1至6月期间，上汽凭借MG ZS SUV在当地市场表现突出，成为销量增长的主要驱动因素。奇瑞则通过与EV Motors的合

资工厂推动本地化生产，旗下Omoda品牌已在西班牙实现投产，进一步提升其市场响应速度与品牌影响力。

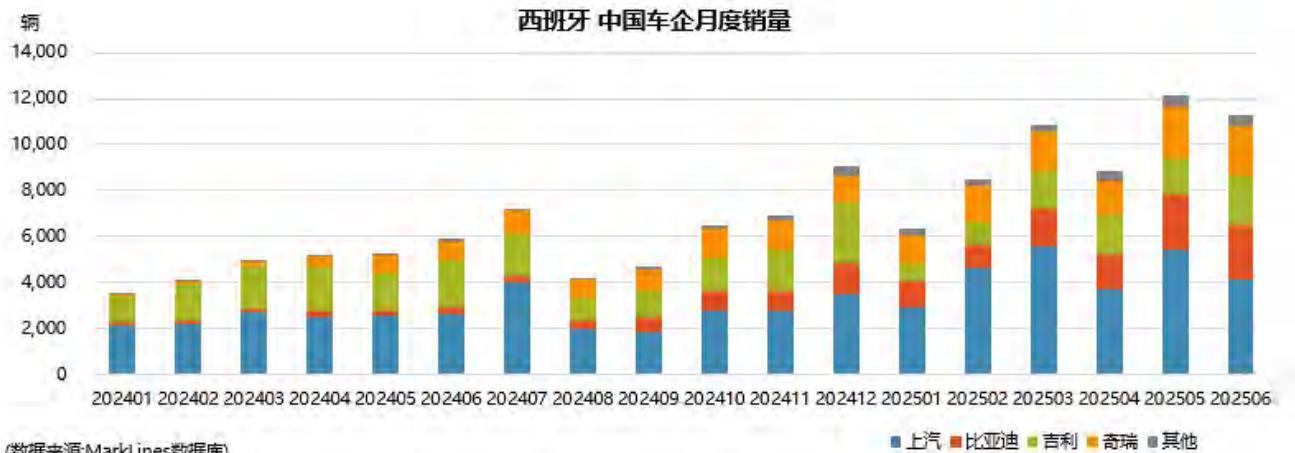
为应对销量增长带来的售后服务压力，比亚迪与Omoda已在西班牙设立零部件物流中心，完善客户支持体系。

俄罗斯市场：中国车企市占率超五成，头部品牌销量普遍下滑

中国车企在俄罗斯市场的销量占比如图所示，长期维持在50%至60%之间，2024年全年销量超过100万辆，占市场总销量的54.7%。尽管整体市场萎缩，但中国品牌的份额保持稳定。

2025年1-6月期间，销量前五的中国品牌为奇瑞、长城、吉利、长安和广汽，其中前四品牌销量降幅均超过20%。此外，自2024年10月起，俄罗斯提高了乘用车、轻型商用车、货车、客车、拖车和半挂车等车型的进口车报废税，涨幅为70%至85%。此外，该税率将每年按10%至20%的比例进行调整，直至2030年。此举或将进一步推动中国车企加快本地化生产。

尽管面临政策压力和销量波动，中国在俄罗斯的长期竞争力仍被看好。据《中国日报网》报道，俄罗斯中国总商会副秘书长表示，中国品牌具备强大的本地化能力和市场适应性。另外，吉利控股集团董事长李书福也指出：“短



(数据来源:MarkLines数据库)

中国车企在西班牙的销量（万辆）

Top	集团	2023年	2024年	2023年1-6月	2024年1-6月	2025年1-6月	2025年1-6月同比
1	上汽	3.0	3.1	1.3	1.5	2.6	79.7%
2	奇瑞	0.0	0.9	0.0	0.2	1.0	344.0%
3	比亚迪	0.1	0.5	0.0	0.1	1.0	741.9%

注：奇瑞中不包含其西班牙合资工厂埃布罗（EBRO）品牌车型销量



中国车企俄罗斯销量（万辆）

Top	集团	2023 年	2024 年	2023 年 1-6 月	2024 年 1-6 月	2025 年 1-6 月	2025 年 1-6 月同比
1	奇瑞	21.7	31.2	7.8	14.6	10.4	-28.6%
2	长城	13.1	22.9	4.3	9.9	7.5	-24.3%
3	吉利	10.3	19.9	3.3	9.1	5.9	-35.2%
4	长安	4.9	10.7	0.9	5.0	3.1	-38.5%
5	广汽	0.3	2.0	0.0	0.7	0.7	3.2%

期波动并不能决定未来的发展轨迹。中国汽车制造商通过本地化生产、竞争性技术和广泛的经销商网络建立了坚实的基础。市场正在重新调整，而不是崩溃。”

比亚迪、吉利、上汽、奇瑞的市场表现

中国车企已经开始在欧洲布局，进行本土化布局，扩展欧洲市场，今后中国车企有望在西欧市场进一步扩大市场占比。

比亚迪：销量快速扩张，重点市场表现亮眼

比亚迪在欧洲自 2024 年 12 月开始显著增长，呈现出快速扩张态势。

2025 年 1 ~ 6 月，比亚迪在欧洲销售 9.9 万辆，同比增长 422.0%。分国家来看，销量增长主要集中在土耳其、英国、意大利和西班牙等市场。尤其是英国和西班牙，在 2025 年上半年表现尤为突出。

这一增长趋势与比亚迪在欧洲的战略布局密切相关。为应对欧盟关税压力，比亚迪已开始从其泰国工厂向欧洲出口左舵版海豚（Dolphin）车型，首批已向德国、比利时和荷兰出口 959 辆。

在组织架构方面，2025 年 5 月比



比亚迪宣布将在匈牙利设立欧洲总部与研发中心，负责销售、产品设计及适应欧洲市场需求的车型开发等业务，进一步强化其在欧洲的本地化运营能力。

产能方面，比亚迪在匈牙利的乘用车工厂正在建设中，预计将于2025年内投产，年产能达30万辆，首先生产的车型是海鸥（Dolphin Surf）；在乌兹别克斯坦，与Uzavtosanoat JSC（简称：UzAuto）合作的工厂虽在2024年初已投产，但产能释放仍有较

大空间；此外，土耳其新工厂也已启动建设，预计2026年底投产。

在研发与投资方面，比亚迪计划与匈牙利高校、初创企业及供应商合作，建设两个总投资约2.5亿欧元的研发项目，分别聚焦于基于人工智能的驾驶技术和动力总成系统优化。

在产品方面，比亚迪于2025年5月在包括意大利、法国、德国、西班牙、匈牙利、波兰、瑞士等15个欧洲国家同步发布海鸥（Dolphin Surf）车型，

加快新车投放节奏。

2025慕尼黑车展（IAA Mobility 2025）中，比亚迪发布由腾势主导的兆瓦闪充技术将在欧洲提前部署，预计2026年第二季度建成200-300座充电站。比亚迪同步推出官方认证二手车项目，提供电池健康保障及完善售后服务，增强用户信任。比亚迪海豹6 DM-i旅行版（BYD SEAL 6 DM-i TOURING）在欧洲推出，并在车展中首次亮相。此外现场还展出了腾势品牌



比亚迪欧洲总部大楼（出处：比亚迪）



在欧洲上市的海鸥（出处：比亚迪）



比亚迪海豹6 DM-i旅行版（BYD SEAL 6 DM-i TOURING）



腾势Z9GT



车型。

吉利：沃尔沃主导，多品牌协同发展

吉利2025年1至6月累计销量为26.7万辆，同比下降14.4%，主要受俄罗斯市场需求疲软及加税政策等影响。

吉利在欧洲市场通过多品牌、多渠道的战略布局，既依托沃尔沃等成熟品牌稳固主流市场，又通过新兴品牌拓展未来增长空间，同时借助BelGee等本地化项目提升了区域适应能力。

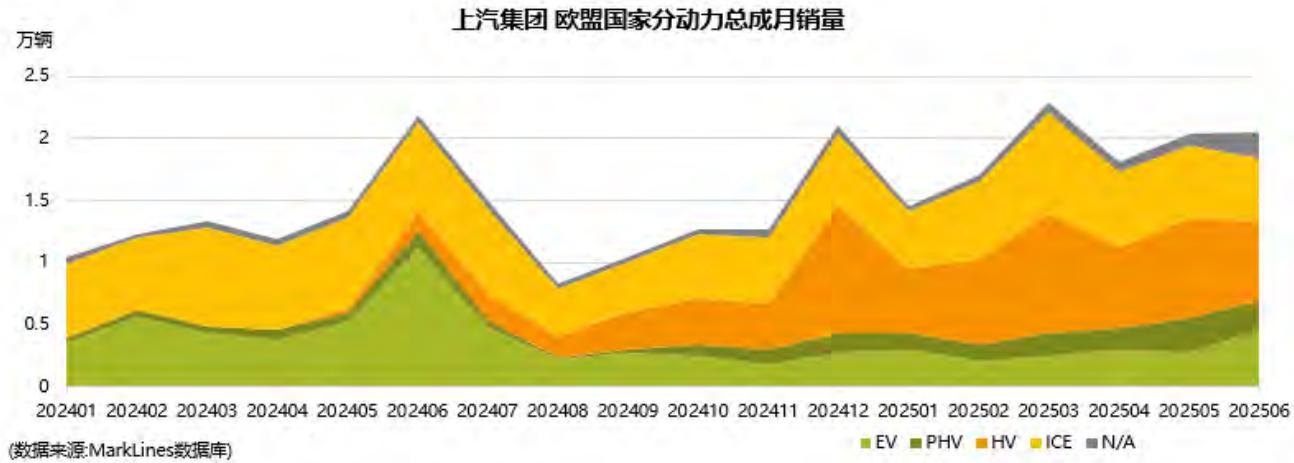
沃尔沃始终是吉利集团在欧洲市场的销量主力，占据每月销量的大部分份额，在技术、渠道和品牌认知方面为吉利在欧洲市场的拓展提供了重要支撑。

Polestar作为高端电动品牌，销量占比虽小但保持稳定。吉利品牌主要面向俄罗斯市场，受当地经济与政策影响，销量呈下滑态势。此外，睿蓝和极氪等新兴电动汽车品牌开始进入欧洲市场，逐步贡献销量。BelGee作为吉利与白俄罗斯政府合资设立的本地化品牌，主要负责在白俄罗斯组装吉利及其衍生车型，部分产品以“BelGee”品牌在俄罗斯

等市场销售。

上汽：驱动结构调整应对政策压力，销量稳步增长

上汽整体销量在2024年初至2025年中期呈波动上升趋势。2025年1~6月欧洲销量为16.5万辆，同比增长10.5%。2024年月平均销量约为2.3万辆，而2025年1至6月的月平均销量提升至2.7万辆，上汽在欧盟市场的销量占比自2024年10月起持续提升，稳定在60%以上，并在2025年基本维持在70%左右的水平。



注：销量中不包含其西班牙合资工厂埃布罗（EBRO）品牌车型销量。

（2025年3月该占比短暂下降，主要由于英国市场销量激增所致）。

按驱动形式的销量数据来看，上汽在欧盟市场的的产品结构自2024年起发生了明显调整，体现出其对欧盟反补贴法的应对策略。在2024年初期，纯电动与燃油车车型在销量中各占约半数，是上汽在欧盟市场的主要销售构成。但随着欧盟对中国电动汽车实施反补贴调查并设定较高税率（上汽为35.3%），上汽开始调整产品策略，逐步增加混合动力和插电混动车型的投

放。从图中趋势来看，混动和插电混动车型的销量在2024年下半年至2025年逐步上升，成为销量结构中的重要组成部分。

奇瑞：俄罗斯承压，西班牙与土耳其布局驱动转型

奇瑞在欧洲市场的销量整体呈现下滑趋势，其中俄罗斯市场占据主导地位，但销量持续减少，是导致整体销量下降的主要原因。

尽管奇瑞整体销量有所下滑，但图

表显示其在西班牙市场的销量呈现稳定增长趋势，市场占比虽仍较小，却持续上升。

2024年11月，奇瑞与西班牙电动汽车公司Ebro EV Motors成立合资公司，并在埃布罗工厂（原日产巴塞罗那工厂）启动量产，首批车型包括埃布罗品牌的S700和S800插电混动及燃油SUV。2025年1月，奇瑞旗下Omoda 5也在该工厂投产，预计至2027年产能将达到5万辆，至2029年增至15万辆。此外，奇瑞还



奇瑞旗下热销车型 Omoda 5



在英国上市的瑞虎 (Tiggo)



Omoda 5 EV



Omoda 7 SHS

计划在西班牙巴塞罗那近郊设立研发中心，占地 2,000 平方米，预计于 2025 年秋季投入使用。该中心将专注于车辆设计、升级与车身改造等功能开发，支持奇瑞集团的全球业务，并提升其在欧洲市场的技术适应能力。

土耳其市场的销量则呈递减趋势，

可能与当地市场竞争加剧或渠道调整有关。2025 年 3 月，据土耳其政府官员发表，奇瑞将在土耳其萨姆松投资 10 亿美元建设新工厂，年产能达 20 万辆，主要生产新一代电动车及零部件，预计将创造超过 5000 个就业岗位。这一举措有望在中长期内扭转当前销量下滑趋

势。

奇瑞旗下 Omoda/Jaecoo 品牌在 2025 慕尼黑车展中展出了多款车型。

MFC