

欧盟拟对自华进口汽车加征关税，实质影响有待进一步关注 20240613

摘要

- 欧盟对中国进口电动车加征关税的背景是欧盟委员会初步调查结果显示中国电动车制造商可能受到不公平的政府补贴，从而在欧洲市场上占据不公平的竞争优势。具体措施是在现有 10% 的基础关税上再增加 17%，这意味着整体关税将达到 27%。
- 加征关税将对中国电动车企业产生显著影响，例如比亚迪在欧洲市场的一款车型售价为 39,000 欧元，而国内出厂价约为 1.7 万欧元，加征关税后，其出口欧洲市场的成本将显著上升，从而压缩利润空间。
- 企业可以通过优化自身成本结构、压缩运输费用、适当压缩利润等方式应对加征关税带来的成本压力。尽管加征关税会增加中国电动车在欧洲市场的售价，但其竞争力仍然相对较强，例如比亚迪的一款车型即便价格上调 1,000 至 2000 欧元，其售价仍低于主要竞品 ID.3。
- 当前，欧洲市场对电动车的需求整体偏弱，今年以来，德国、法国等主要国家逐步取消了纯电动汽车补贴，这使得消费者购买意愿有所下降。然而，未来随着西班牙、意大利等国逐步退出补贴政策，预计需求可能会有所回升。
- 2023 年，中国主要车企在欧洲市场表现亮眼，上汽集团、奇瑞、吉利、比亚迪等企业在欧洲市场份额不断扩大，展现出较强的竞争力。比亚迪在欧洲市场的战略布局主要包括通过牺牲部分利润来保持价格竞争力，以及通过在欧洲建厂实现本地化生产。
- 领跑汽车在欧洲市场的发展策略主要包括提升本地化率和自制化率，其位于波兰的 TD 工厂计划达到 40% 的本地化率。领跑汽车与斯兰特斯合作，通过强强联合有效规避关税，并优化成本结构，使总部利润和欧洲利润得以最大化。

Q&A

欧盟对中国进口电动车加征关税的背景和具体措施是什么？

欧盟近期对中国进口电动车加征关税的措施引发了广泛关注。此次加征关税的举措是基于欧盟委员会的初步调查结果，认为中国电动车制造商可能受到了不公平的政府补贴，从而在欧洲市场上占据了不公平的竞争优势。具体而言，欧盟计划在现有 10% 的基础关税上再增加 17% 的关税，这意味着整体关税将达到 27%。这一决定尚需经过欧盟成员国的进一步讨论和批准。

加征关税对中国电动车企业的影响如何？

加征关税将对中国电动车企业产生显著影响。以比亚迪为例，其在欧洲市场的一款车型售价为 39,000 欧元，而国内出厂价约为 12 万至 13 万元人民币（约合 1.7 万欧元）。运费和保险费用等成本使其到港价格（CIF）约为 2 万欧元。在原有 10% 关税下，比亚迪需支付约 2000 欧元的关税，而新政策下则需支付约 3,500 欧元，增加了 1,500 欧元左右。这将导致企业出口欧洲市场的成本显著上升，从而压缩利润空间。

企业如何应对加征关税带来的成本压力？

企业可以通过多种方式应对加征关税带来的成本压力。首先，可以优化自身成本结构。例如，比亚迪可以通过提升生产效率和降低材料成本，将 FOB 出厂价从 1.7 万欧元降至 1.5 万至 1.6 万欧元。其次，可以压缩运输费用，通过自有船只和物流谈判，将运输成本从 2000 至 3,000 欧元降至 1,500 欧元。此外，还可以在总部和经销商层面适当压缩利润，以减轻终端售价上涨带来的压力。

加征关税是否会影响中国电动车在欧洲市场的竞争力？

尽管加征关税会增加中国电动车在欧洲市场的售价，但其竞争力仍然相对较强。例如，比亚迪的一款车型即便价格上调 1,000 至 2000 欧元，其售价仍低于主要竞品 ID.3（售价约 43,000 欧元）。此外，上汽名爵 4 在英国和欧洲市场分别售价 2.4 万和 2.6 万至 2.7 万欧元，即便受到 38% 的高额关税影响，其价格竞争力依然较强。因此，加征关税虽然会带来一定影响，但不会完全削弱中国电动车在欧洲市场上的竞争优势。

欧洲市场对电动车需求情况如何？

当前，欧洲市场对电动车的需求整体偏弱。今年以来，德国、法国等主要国家逐步取消了纯电动汽车补贴，这使得消费者购买意愿有所下降。然而，未来随着西班牙、意大利等国逐步退出补贴政策，预计需求可能会有所回升。目前，欧洲主流价格区间集中在 2 万至 2.5 万欧元，占总需求量的 46%。因此，如果能够推出更多符合这一价格区间的车型，将有助于激发欧洲市场需求。

2023 年中国主要车企在欧洲市场表现如何？

2023 年，中国主要车企在欧洲市场表现亮眼。上汽集团在欧洲销量达到 26 万辆，占其海外总销量 50%；奇瑞销量为 4.2 万辆，占比 11%；吉利销量为 2.2 万辆，占比 15%；比亚迪销量为 1 万辆。这些数据表明，中国车企正在逐步扩大其在欧洲市场的份额，并且具备较强的竞争力。

比亚迪在欧洲市场的战略布局是怎样的？其在匈牙利建厂的计划对其未来发展有何影响？

比亚迪在欧洲市场的战略布局主要包括通过牺牲部分利润来保持价格竞争力，以及通过在欧洲建厂实现本地化生产。比亚迪计划在 2025 年 10 月投入使用其位于匈牙利的工厂，首期生产车型为凹凸三。欧洲市场对本地化生产有较高要求，需达到 40% 的本地化率。比亚迪在电池、电机及其他零部件方面具备自给自足的能力，这使其能够复制丰田当年带动供应链园区的模式，在欧洲建立完整的供应链体系。匈牙利作为比亚迪建厂地点具有显著优势，包括现有供应链支持和欧盟内部零关税政策，这将大幅降低关税成本。此外，海运费也可减少约 2000 欧元。通过稳定经销商网络，比亚迪能够进一步降低成本，从而提升其在欧洲市场的竞争力。

领跑汽车在欧洲市场的发展策略是什么？其与斯兰特斯合作有何优势？

领跑汽车在欧洲市场的发展策略主要包括提升本地化率和自制化率，其位于波兰的 TD 工厂计划达到 40% 的本地化率。领跑汽车正在推进 4 门两盖及核心部件的本地生产，以规避关税。此

外，领跑汽车通过降低经销商层面的利润率（6%~8%）来增强竞争力，相较于中国企业普遍给予10%~15%的利润率，这一策略使其更具吸引力。领跑汽车与斯兰特斯合作，通过强强联合有效规避关税，并优化成本结构，使总部利润和欧洲利润得以最大化。这种合作模式不仅提高了企业整体利润，还增强了领跑汽车在欧洲市场的竞争力。

欧洲电动车市场面临哪些挑战和机遇？中国电动车企如何应对这些挑战？

欧洲电动车市场面临的主要挑战包括高昂的售价和严格的节能减排目标。目前，特斯拉 Model 3 售价约为 4 万欧元，Model Y 售价约为 4.6 万欧元，比亚迪凹凸三售价约为 3.9 万欧元。这些高价位车型限制了新能源车在欧洲市场的渗透率。然而，通过供应链本地化和推出更具竞争力的新车型，中国电动车企有望提升市场份额。例如，比亚迪计划推出价格更低、竞争力更强的车型，如 0 跑 0T03，其售价可能降至 3.5 万欧元左右，有助于提高新能源车渗透率。此外，混合动力车也是一个重要产品线。丰田去年销售了 92 万辆混合动力车，占总销量 46%。比亚迪计划从今年四季度开始认证混合动力车型 DM5，并逐步推向海外市场，这将成为新的增长点。综合来看，随着环保需求增加和产品价格下降，中国电动车企将在欧洲市场迎来更多机遇。

特斯拉如何应对欧洲市场关税变化？其上海工厂产量调整对未来发展有何影响？

特斯拉已预见到可能面临的关税变化，并采取相应措施。今年以来，特斯拉上海工厂二季度产量从 24 万辆降至 18 万辆，其中减少的大部分产量原计划出口至欧洲。这表明特斯拉正逐步将生产重心转移至德国工厂，以应对未来可能增加的关税压力。这一调整不仅是为了规避潜在关税，还反映出特斯拉对德国工厂作为未来主要生产基地的重要性。在德国工厂投产后，特斯拉将能够更好地满足欧洲市场需求，同时降低因出口带来的额外成本，从而保持其在全球电动车市场中的领先地位。

中国电动车企出海背后的核心逻辑是什么？比亚迪等企业如何利用自身优势拓展海外市场？

中国电动车企出海背后的核心逻辑是凭借国内产品巨大的竞争力拓展海外市场。目前，中国电动车在海外销售价格普遍翻番，例如比亚迪凹凸三国内售价 12 万元，而海外平均售价超过 28 万元。在印尼、巴西、乌兹别克斯坦、以色列等大市场，中国电动车凭借智能化等优势成为当地高端人士购车的新潮流。此外，经销商层面对中国品牌如比亚迪也表现出高度认可，比亚迪过去五年一直保持全球新能源销量第一的位置，使消费者认知到中国电动车具有全球最强竞争力。因此，即便不考虑欧洲，中国电动车企仍然具有广阔的发展潜力。从产品认证角度来看，比亚迪等企业还有巨大的空间。目前，比亚迪主要出口车型包括凹凸零、凹凸三、海豹、海豚等，而混合动力车型尚未全面发力。今年四季度起，比亚迪将开始出口混合动力车型秦和宋，并逐步推出 DM5 和 DM4 系列。这些新产品经过两年的认证周期，将进一步增强比亚迪在全球市场中的竞争力，为企业带来新的增长点。

中国电动车在全球市场的销售策略和未来前景如何？

中国电动车在全球市场的销售策略具有显著的特色。中国企业通常采用频繁的促销活动，如每月活动和每周小折扣，这种模式在海外市场被视为新颖且有效。未来五年，中国电动车在品牌和产品力方面有望领先全球，特别是在智能化领域将进一步拉开与海外企业的差距。因此，中

国电动车的全球出海潜力巨大。以比亚迪为例，该公司不仅在匈牙利设有工厂，还计划在中东地区如阿联酋建厂。这将大幅降低出口成本和运费，并规避关税影响。预计到2025年，比亚迪在欧洲的产能将显著提升，到2026-2027年，其销量将大幅增加。此外，比亚迪正在优化其欧洲渠道布局，从原本以荷兰为中心，转向各个城市区域，以提高销售网络效率。综合来看，比亚迪在欧洲市场的渠道优化和销售策略调整，将促进其销量增长。比亚迪今年单月出口量约为3.7万辆，其中欧洲占比10-14%，即一季度约1.8万辆。预计今年出口总量为45-50万辆，明年目标为100万辆，对应利润弹性从今年的100亿增加到明年的150-200亿。

比亚迪在国内市场的表现及未来预期如何？

比亚迪在国内市场表现强劲，尤其是DM车型（插电混动）的上市，使其进入量价齐升通道。目前DM5车型订单已超过8万，总订单量预计达到34-38万。DM5单车利润增加1.4万元后，单车利润可达6,000-7,000元。今年四季度，比亚迪海洋王朝系列销量有望突破90万辆，明年目标为400万辆，单车利润超过1万元。长期来看，比亚迪通过加速折旧降低成本，其海洋王朝系列利润空间可达1.5万至2万元。随着出海规模达到百万级以上，其海外盈利也将达到2万至3万元，再加上高端化战略，比亚迪未来市值有望从当前水平突破至1.5万亿至2万亿元。

长城汽车和零跑汽车在国际市场上的表现及预期如何？

长城汽车目前在欧洲市场占比较小，但其主要增长点集中在俄罗斯、东南亚、南美等地区。今年长城汽车出口目标为50万辆，明年目标为70-100万辆。通过扩展车型、渠道和经销商网络（从800家增至2000家），长城汽车今年预计实现120-130亿利润，明年预期160-170亿。零跑汽车则凭借其电动化优势，在欧洲市场表现突出。今年9月起波兰KD工厂投产，预计年产量7,000-8,000辆。尽管短期内面临21%-30%的关税压力，但明年上半年自制率提升后，有望降至零关税，从而释放盈利弹性。零跑汽车计划明年在欧洲销售6-10万辆，并实现10%以上的利润率。

吉利汽车及其他中国电动车企业在国际市场上的表现如何？

吉利汽车通过领克品牌采用订阅模式，在欧洲市场具有一定优势，其渠道布局相对完善，对关税影响较小。总体来看，中国电动车企业如比亚迪、长城、零跑等，通过产品力提升、渠道优化和国际化布局，在全球市场上展现出强劲增长势头。这些企业未来将在国际市场上持续发力，实现更高的销量和利润增长。

近期关于关税问题的讨论进展如何？对中国电动车企业的影响如何？

目前关于关税问题仍处于探讨阶段，存在一定的不确定性。中国外交部正在积极努力，如果最终落实，预计可能会在7月4日正式启动。从价格体系来看，以CF价格为基准，凹凸三的价格大约为2万欧元，加征关税后可能增加3,000欧元。短期内，这将对出厂价和经销商利润造成一定影响，但上调幅度有限，因为企业希望将凹凸三的价格稳定在41,000欧元以内，以保持竞争力。因此，尽管短期内欧洲市场的利润会受到影响，但从价格和销量角度来看，仍然是

可控的。

中长期来看，中国电动车企业在欧洲市场的前景如何？

中长期来看，中国电动车企业在欧洲市场仍具备强劲竞争力。例如，比亚迪在匈牙利设有工厂，奇瑞在西班牙也有工厂，其他企业也在欧洲区域进行投资和建设。随着供应链逐步完善，成本和价格有望进一步下降。欧洲市场对电动车渗透率有较高追求，因此我们认为中国企业在中长期内仍能保持竞争力。今年比亚迪在欧洲的销售目标约为8万辆，但从上半年运行情况来看，欧洲整体需求一般，相比之下巴西、东南亚、南美、中东等市场爆发力更强。因此，即便欧洲市场短期承压，对今年整体出口影响不大。

对于中国电动车企业股价和投资者而言，目前形势如何？

从目前情况来看，即便关税政策落地，其影响也不会超过最悲观预期的40-50%。综合售价分析后，我们认为整体可控。对于比亚迪、吉利等企业而言，在欧洲市场上的影响相对有限，因此对股价或投资角度来说，不会有特别大的负面影响。相反，通过一轮调价以及欧洲需求保持平稳，这可能反而是一个更好的局面。因此，我们重点推荐比亚迪、长城汽车以及零跑汽车。

对于未来海外销量及相关企业利润成本结构，有何建议？

我们建议关注各家车企的出海战略与策略，并与我们的汽车团队进一步沟通，以获取更多定期分析和建议。感谢各位投资者的参与与聆听。