

普京下狠手，中国汽车出口骤降58%(组图)

【阿波罗新闻网 2025-11-10 讯】

“现在倒好，一批10台国产新能源SUV的订单，现在只交付了1台。剩下的车型，客户害怕缴高额报废税，随时可能会放弃。”眼下，谈及对俄罗斯市场的出口业务，易威新能源科技(成都)有限公司创始人王翔雨有些“焦虑”。

作为俄罗斯汽车出口赛道的开拓者，王翔雨和天津盛泰仁通国际贸易有限公司副总经理刘雷，都见证了中国汽车涌入俄罗斯市场的“狂欢”，也亲历了这场热潮变得理性。如今，他们手机里的俄罗斯客户群不再讨论“什么时候能提车”，反而满是“报废税会不会再涨”“西方车企什么时候回来”的疑问。

数据进一步为他们的感受提供了佐证。乘联分会数据显示，今年前9个月，中国汽车出口571万辆，同比增长21%。其中，墨西哥成为中国汽车出口第一大目的国，阿联酋次之，俄罗斯则成为中国汽车出口第三目的国。这一变化，反映出中国汽车出口目的地的格局正悄然生变。在过去两年，俄罗斯一直是中国汽车第一大出口目的国。

进口税、报废税、汽车的售后和维修难题等因素，都影响着中国汽车对俄罗斯市场的出口业务。“俄罗斯的相关政策也是在变动中的。现在，我们先保证活下去，不能下‘牌桌’。”在王翔雨眼中，专注海外出口的汽车经销商“一旦下了‘牌桌’，就没有任何意义了”。

1

数据反转：俄罗斯从“第一出口国”跌落，TOP1宝座让给墨西哥

王翔雨的电脑里，存放着“中国汽车出口国别指南”“俄罗斯汽车市场状态与行情预测”等相关资料，里面是中国汽车对主要市场的出口数据。这些参考资料都指向一个现状：对俄罗斯汽车出口已经不是中国汽车出口增长的关键引擎。

乘联分会数据显示，2025年前9个月，中国汽车对俄罗斯出口35.77万辆，同比下滑58%。这一数字背后，是中国汽车出口格局的彻底改写。

就在两年前，俄罗斯还是中国汽车出口的“第一目的地”。而2025年前9个月，中国对墨西哥的汽车出口以41.07万辆的出口量登顶，阿联酋以36.78万辆紧随其后，俄罗斯失去榜首位置，滑落至第三位。

“以前出口一辆新能源车到俄罗斯，净利润大几万很平常。”刘雷颇为感慨，而现在他身边的一些同行开始暂停俄罗斯业务，他所在的公司同样在减少对俄罗斯的汽车出口业务。

据《每日经济新闻》记者了解，在中国生产的合资汽车和自主品牌的新能源汽车，在俄罗斯市场较受欢迎。“燃油车还是俄罗斯市场的主流需求，但有一些愿意尝鲜的消费者会考虑新能源车，他们会把新能源车当成一个‘大玩具’。”王翔雨透露，此前中国的智能电动车在俄罗斯市场颇受青睐。

汽车行业分析机构AUTOSTAT的一份统计数据显示，自2019年至2025年1月1日，俄罗斯共签订了4302份汽车经销商合同，其中有62%为中国汽车品牌合同。



中国汽车品牌经销商网络发展趋势



资料来源：AUTOSTAT 公司分析

图片来源：AUTOSTAT

更有甚者，曾有报道称，“中国汽车出口俄罗斯市场，一辆车一转手就赚10万元”。但眼下，俄罗斯市场风向变了。

在王翔雨看来，如今对俄罗斯市场的汽车出口已经进入“持久战”阶段，毛利在不断下降。

“现在行业已经进入低利润、高度竞争阶段。”据刘雷透露，其公司的俄罗斯汽车出口业务也受到了冲击。

政策“枷锁”：报废税暴涨85%，车企遭遇“税费暴击”

俄罗斯工业和贸易部官网的一则公告，让不少中国汽车出口商都受到了冲击。

自2024年10月1日起，新进口汽车的报废税率提高了70%~85%。尤其在二手车领域，发动机排量2~3升、车龄超过3年的汽车的报废税从130万卢布(约合人民币11.4万元)飙升至237万卢布(约合人民币20.8万元)，涨幅近83%。

雪上加霜的是，2025年1月1日起，俄罗斯又将进口汽车关税系数调整为20%~38%，中国汽车清关费用最高增加30000卢布(约合人民币2637元)。



中华人民共和国哈尔滨海关

HARBIN CUSTOMS DISTRICT P.R.CHINA

请输入搜索关键字

Q

热词： 减免税 | 海关管理 | 货运监管 | 行政监管



中国—欧亚经济联盟国家海关合作信息网

Информация по таможенному сотрудничеству между КНР и странами-участниками ЕАЭС

首页 | 新闻动态 | 中国—俄罗斯国际合作 | 中国-欧亚经济联盟国家海关合作对话会 | 法律法规及贸易政策 | 欧亚经济委员会及联盟国家概况

您的位置： 首页 > 中国-欧亚经济联盟国家海关合作信息网 > 新闻动态 > 中欧亚海关动态

自2025年1月1日起俄罗斯将大幅度提高汽车的进口关税

发布时间：2024-12-05 15:01 文章来源：哈尔滨海关 【字体： 大 中 小 】 分享到： 

据俄罗斯海关在线网站2024年12月5日报道，俄罗斯 VL.ru 门户网站报道称，自2025年1月1日起，俄联邦海关署将进口汽车的关税系数调整为20-38%。报道称，因此完税价格在 120 万卢布以下的汽车关税上涨幅度为 1169 卢布，而价格超过 550 万卢布的汽车关税上涨幅度为 7540 卢布。对于价格不超过20万卢布和20万至45万卢布之间的汽车，关税上涨幅度将分别为292卢布和584卢布。因此，2025 年1月1日起，自中国和日本进口汽车的清关费用将因完税价格的不同分别增长1067卢布至30000 卢布不等。符拉迪沃斯托克海关强调，指数调整将影响其登记文件于 2025 年 1 月 1 日后提交的所有车辆，法人和自然人在进口汽车的关税税率上不存在任何差异。

图片来源：哈尔滨海关网站

“俄罗斯经济结构性衰退，其战时经济依赖军工投入，通胀率达10%，卢布汇率波动加剧，购买力持续萎缩;俄罗斯基准利率长期维持21%，汽车贷款年化利率飙升至30%，购车成本攀升抑制需求等，都是中国汽车对俄罗斯市场出口下滑的原因。”乘联分会秘书长崔东树分析称。

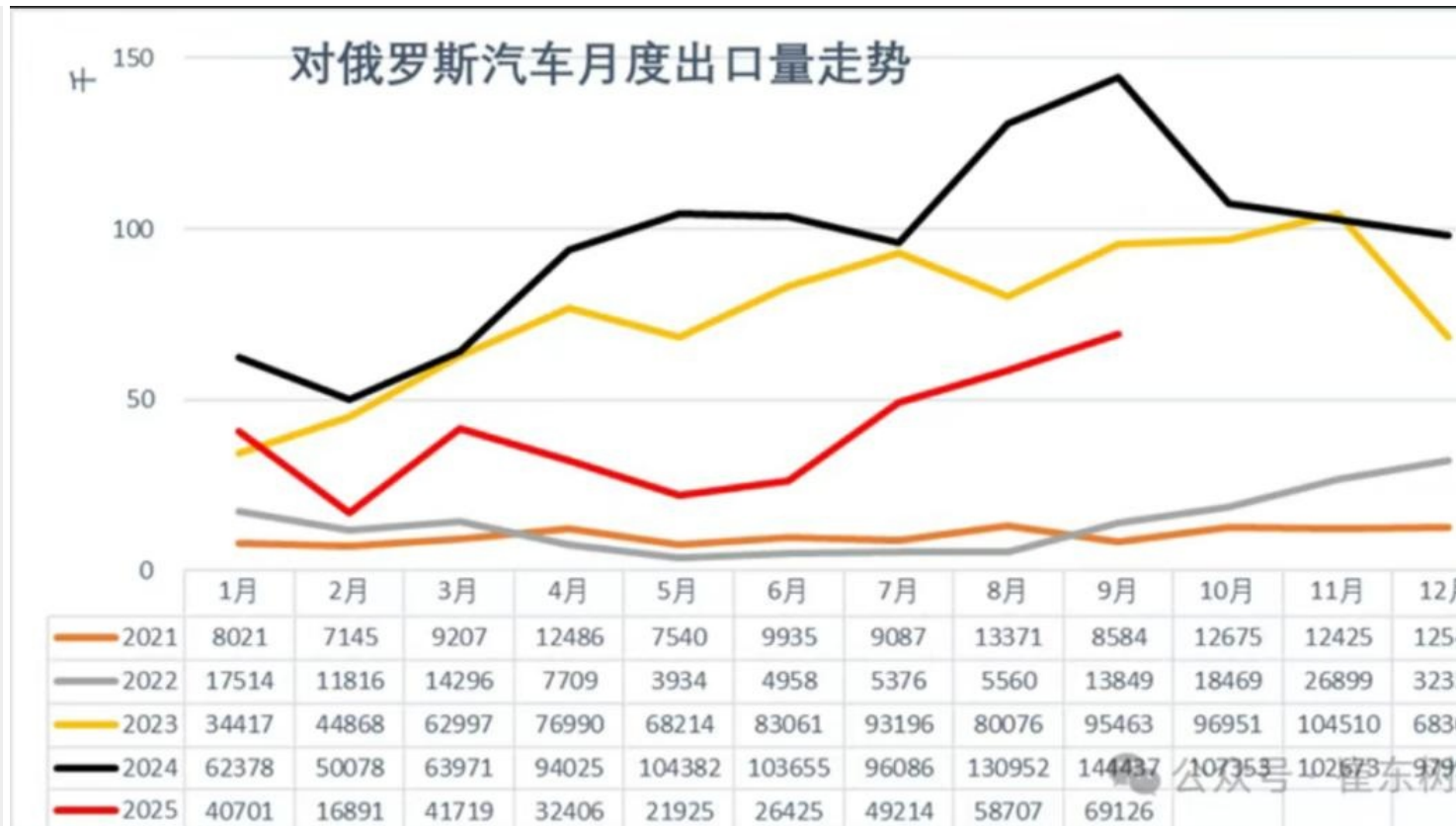
根据中汽数研近日公布的9月俄罗斯汽车品牌销量榜单，在前十阵营中，中国自主品牌仍占据六席，但集体销量下滑。

具体来看，9月，俄罗斯市场的销冠仍是本土品牌拉达;第二名为中国品牌哈弗，当月销量约1.7万辆，同比下滑15.5%;第三名吉利，9月销量为9741辆，同比下滑39.3%;奇瑞与长安分列第五、六名，两家品牌在俄罗斯的销量均有50%左右的跌幅。

中国汽车品牌已经注意到这一风险。据媒体报道，2025年一季度，俄罗斯关闭的274家汽车展厅中，约213家为中国汽车展厅，占比达到78%。

头部车企也在收缩战线。奇瑞汽车在其招股书中明确披露：“2025年，我们开始缩减俄罗斯的营运规模，并订立协议以出售部分当地资产及经销渠道。”要知道，奇瑞汽车近两年是俄罗斯市场最畅销的中国品牌之一，旗下EXEED品牌还一度成为高端市场黑马。

“自从报废税提高后，我们就暂停了俄罗斯业务。”一位汽车出口商坦言。



2021年以来中国对俄罗斯汽车月度出口量走势(图片来源：崔东树公众号)

刘雷则向记者分析了另外一个原因。“现在很多俄罗斯客户对丰田、宝马等品牌重返俄罗斯市场是非常有期待的，他们会有观望的态度，这对当地的销售产生了一些影响。”刘雷认为，尽管短时间内外资品牌在俄罗斯恢复生产并不容易，但俄罗斯消费者还是愿意“持币待购”。

回归到中国汽车品牌本身，在过去两年时间里，中国汽车出口快速增长的同时，售后服务等方面仍有较大提升空间。

“早期，俄罗斯市场消费者没有接触过中国的智能电动车，他们十分新奇。但是他们购买以后，会发现售后还跟不上。比如，出口的新能源汽车的电池出现了问题，如果不能及时维修，那么对品牌和口碑的影响是很大的，所以应该逐渐搭建起售后服务体系。”刘雷认为，双方应该更多地交流，让俄罗斯消费者更多地认识和了解中国汽车。



俄罗斯汽车协会代表团来访交流(图片来源：受访者供图)

破局之路：从“赚快钱”到“扎下根”，本地化成关键

“前两年高利润驱使下，数千家中国车商‘一窝蜂’扎进出海这门生意。可真做起来才发现，利润远没预期高。风口一变，不少车商撤退了，也有企业会转型，做汽车配套业务，甚至彻底脱离汽车行业。”在王翔雨看来，对中国汽车出口而言，投机赚快钱的想法不可取。

“今年，中国车企在俄罗斯更多是‘去库存’和回归充分竞争。”崔东树认为，前两年中国汽车对俄出口的高增长，更多是“外资撤出后的填补式增长”，缺乏长期竞争力。

奇瑞汽车董事长尹同跃同样透露，自己最近在海外市场走访时，既看到了中国汽车数量的增长，也感受到了潜在的危机。“中国汽车的出海浪潮正面临‘水土不服’的考验：有的品牌在安全质量上‘栽跟头’，有的品牌因本地化配套不足引发当地政府和用户抱怨。”尹同跃说。



2024 年

俄罗斯进口汽车市场 —— 按出口国划分

新车，国家 | 占比， %



二手车，国家 | 占比， %



资料来源：AUTOSTAT 公司数据



图片来源：AUTOSTAT

在这样的背景下，中国汽车厂商在俄罗斯市场做出了大胆的决定：扎根进去，到当地建厂。

这意味着，原本的“一锤子买卖”不复存在，中国汽车在俄罗斯将深耕长期价值。王翔雨所在的企业正是这一转型的缩影——他们正全力构建一个集车源整合、跨境物流与数字服务于一体的全价值链平台。据他透露，对俄汽车出口在很久以前是“一锤子买卖”，现在企业要做长期生意，公司会想办法为俄罗斯客户汽车零部件、耗材等，提供“售后保障服务”。

事实上，长城汽车已经在俄罗斯市场率先试水。在俄罗斯图拉州的长城汽车工厂，生产线仍在有条不紊地运转。与其他车企不同，这家2019年投产的工厂，采用KD组装模式(全散件组装)，本地化率已达到65%以上，不仅规避了高额进口税，还能享受俄罗斯的本土产业补贴。此外，奇瑞也正在俄罗斯市场搭建其渠道网络和门店。

崔东树建议，中国车企要想在俄罗斯市场立足，必须做好几件事：一是深化本地化生产，将核心部件本地化率提升至60%以上；二是加强极寒环境下的产品研发，比如优化电池低温性能；三是搭建完善的售后服务体系，提升服务覆盖率至90%以上；四是中国企业要做好品牌价值重塑与精准营销，针对俄罗斯消费者“低价低质”的刻板认知，通过技术背书与场景化营销建立高端形象，同时开发欧亚跨境电商平台，提供“线上选配+线下提车”服务，利用人民币结算体系降低汇率波动影响。

奇瑞汽车董事长尹同跃的观点，或许代表了行业的共识：“中国汽车的全球化不能只追求规模和速度，而是要建立‘安全、可靠、高端’的新形象。现阶段不应只追求销量，更要向全球质量标杆、管理经营标杆和一流品牌迈进。”

“汽车出口的发展并非一蹴而就，而是一场‘持久战’。”王翔雨说，“经常有人问我们，错过了‘春天’布局，‘秋天’进场是否还合适？其实，如果打算深耕这个领域，什么时候开始都不晚。”

他进一步补充称：“中国汽车出口仍需时间沉淀，可能需要三到五年培育期。不过，我们有十足的信心。”

阿波罗网责任编辑：方寻 来源：每日经济新闻

本文URL: <http://https://www.aboluowang.com/2025/1110/2303155.html>

[郑重声明: 新闻和文章取自世界媒体和论坛, 本则消息未经严格核实, 也不代表《阿波罗网》观点。]