

2026-HY-E061
EUN/NEV/ODI



区域国别研究报告

上海市哲学社会科学规划办公室

2026 年 10 月 15 日

欧盟价格承诺机制对中国新能源汽车 出海欧洲的影响研究报告

同济大学汽车与能源学院

上海市企业出海综合服务平台

《**区域国别研究报告**》是上海市哲学社会科学规划办公室依托上海市各高校和科研院所专业研究力量，紧扣服务企业走出去现实需要，专为“上海市企业出海综合服务平台”打造的区域国别研究品牌。

《报告》基于学者“在地研究”田野调研、企业出海实务经验以及其他信息，聚焦国别/区域、产业/行业、在地合规运营三类场景，推出三类系列成果。其中，**“国别报告”系列**以对象国政治、经济、社会、文化等内容为研究对象，重点围绕宏观经济形势、营商环境、中资企业经营状况、机遇挑战等维度，解析对象国各领域的发展态势，为企业海外布局提供决策参考；**“行业报告”系列**针对重点产业跨境布局或企业走出去的行业赛道，深入研判对象国的重点行业发展格局；**“合规报告”系列**回应企业海外合规运营实务关切，系统梳理对象国重点领域的监管要点，为企业在地运营提供应对策略参考。

摘 要

欧洲新能源汽车市场加速扩张，中国制造新能源汽车在欧盟纯电动车市场中的份额持续提高。欧盟在对华纯电动车实施反补贴税后，继续与中方磋商符合世贸组织规则的替代方案，并于 2026 年 1 月发布价格承诺通用指导文件。本报告在梳理价格承诺形成背景、运行规则，重点分析其对中国车企在欧投资、市场运营和竞争方式的影响。研究发现，价格承诺更适合作为本地产能形成前的过渡安排，企业应优先推动主销车型分阶段本地化，并通过产品升级、成本优化和终端价格管理，在最低价格约束下稳定收益并降低履约风险。

目 录

一、欧盟新能源汽车价格承诺机制的形成与实施	1
（一）欧盟推出最低价格承诺机制的背景	1
（二）价格承诺机制的基本规则与运行方式	2
二、价格承诺机制将重塑中国新能源汽车在欧洲市场的竞争方式	5
（一）价格承诺将推动出口策略与欧洲本地投资联动 ...	5
（二）价格承诺将推动欧洲市场经营由粗放扩张转向精细化运营	5
（三）价格承诺将推动中国车企由价格竞争转向综合价值竞争	6
三、不同情境下的经济性比较	7
（一）测算说明	7
（二）主要情景结果	7

四、中国新能源汽车企业应对欧盟价格承诺机制的策略建议 13

 （一）推动价格承诺与欧洲本地化分阶段衔接 13

 （二）通过产品升级与成本优化应对最低价格约束 14

 （三）强化终端价格与销售渠道履约管理 14

结 语 16

关键提示 17

附件：欧盟价格承诺制度关键条款及中国应对措施参考 18

一、欧盟新能源汽车价格承诺机制的形成与实施

(一) 欧盟推出最低价格承诺机制的背景

欧洲新能源汽车市场持续扩张，纯电动车在新车市场中的占比不断提高。2024 年欧盟纯电动车市场份额为 13.6%，2025 年提高至 17.4%；2026 年上半年进一步升至 20.7%，注册量达到 122.1 万辆。新能源汽车已成为欧洲汽车市场增长和产业转型的重要推动力。

表 1：欧盟纯电动车新车市场份额变化^①

时期	纯电动车新车市场份额
2021 年	9.1%
2022 年	12.1%
2023 年	14.6%
2024 年	13.6%
2025 年	17.4%
2026 年上半年	20.7%

与此同时，中国制造新能源汽车在欧洲市场的规模和份额持续提高。2025 年，欧盟从中国进口新车约 110.6 万辆，其中中国制造乘用车约 100.3 万辆；中国制造乘用车占欧盟全部乘用车销量的 7%，在纯电动车销量中的占比

① 数据来源：ACEA, Pocket Guide 2024/2025; ACEA, “New car registrations: +0.8% in 2024; battery-electric 13.6% market share”, 21 January 2025; ACEA, “New car registrations: +1.8% in 2025; battery-electric 17.4% market share”, 27 January 2026; ACEA, “New car registrations: +5.7% in H1 2026; battery-electric 20.7% market share”, 23 July 2026。

已达到 20%。^①随着产品性能、配置和成本竞争力持续提升，中国新能源汽车已经成为欧洲市场的重要参与者。

表 2：中国制造汽车在欧盟市场的规模与份额变化^②

时期	欧盟自中国进口 新车/中国制造乘用车	中国制造纯电动 车占欧盟 BEV 销 量比重	变化特征
2023 年	74.5 万辆	21.7%	中国制造 BEV 已 占欧盟市场约五 分之一
2024 年	74.8 万辆	约 22%	份额维持高位， 进口规模总体稳 定
2025 年	100.3 万辆	20%	进口量较 2024 年 增加约 34%，市 场份额仍保持约 五分之一

（二）价格承诺机制的基本规则与运行方式

2026 年 1 月 12 日，欧盟委员会发布针对中国纯电动车的价格承诺通用指导文件。^③根据现行安排，出口企业可以针对相关车型提出最低进口价格（MIP）；欧委会在判断相关方案能够消除其认定的补贴损害、具备可执行性

① 数据来源：ACEA, “Fact sheet: EU-China vehicle trade”, 4 May 2026。
② 数据来源：ACEA, Economic and Market Report: Full year 2024, March 2025；ACEA, “Fact sheet: EU-China vehicle trade”, 12 June 2024、4 May 2026；Transport & Environment, The presence of Chinese automakers in the EU car market, 13 July 2026。
③ 资料来源：European Commission, “Commission issues Guidance Document on submission of price undertaking offers for battery electric vehicles from China”, 12 January 2026；中国机电产品进出口商会，《关于欧盟电动汽车案价格承诺申请通用指导文件的技术解读》，2026 年 3 月 20 日。

并符合相关规则后，可对符合承诺条件的进口产品免征对应反补贴税。

价格承诺并非为所有中国新能源汽车设置统一最低价格，而是按照企业和车型逐案审查。企业可以仅将部分车型纳入承诺，其他车型继续按照原有规定缴纳反补贴税。除最低进口价格外，欧委会还会审查销售渠道、交叉补偿、进口数量以及未来欧洲投资等内容，防止企业通过关联交易、返利或其他方式变相突破价格约束。

因此，价格承诺并不是单一的价格限制，而是一套以最低进口价格为核心，同时覆盖出口数量、销售渠道、价格管理、信息披露和投资承诺的综合安排。^①

① 资料来源：European Commission, “Commission issues Guidance Document on submission of price undertaking offers for battery electric vehicles from China”, 12 January 2026; 中国机电产品进出口商会，《关于欧盟电动汽车案价格承诺申请通用指导文件的技术解读》，2026年3月20日。

二、价格承诺机制将重塑中国新能源汽车在欧洲市场的竞争方式

（一）价格承诺将推动出口策略与欧洲本地投资联动

价格承诺首先改变了中国车企处理“对欧出口”与“欧洲本地生产”关系的方式。过去，企业是否在欧洲建设生产基地主要取决于销量规模、生产成本、物流效率和长期市场规划；在价格承诺机制下，欧洲投资已经可以直接纳入承诺方案，贸易政策应对与本地化投资由相对独立转向协同安排。^①对已经形成一定欧洲销量并规划本地产能的中国车企而言，价格承诺可以在欧洲工厂尚未形成稳定产能时维持部分车型对欧出口，待当地生产能力形成后再逐步转向欧洲生产。由此，企业更可能形成“短期价格承诺维持出口、中长期本地生产承接市场”的组合路径。

（二）价格承诺将推动欧洲市场经营由粗放扩张转向精细化运营

价格承诺的监管并不止于进口环节，企业不能只关注报关价格是否达到 MIP，还需要同步管理终端折扣、经销

^① 资料来源：European Commission, “Commission issues Guidance Document on submission of price undertaking offers for battery electric vehicles from China”, 12 January 2026; Commission Implementing Decision (EU) 2026/328 of 9 February 2026.

商返利和其他价格支持。^①

在此条件下，中国车企在欧洲的经营方式将由以扩大铺货和销量为主的粗放运营，转向更精细的市场管理。企业需要根据不同国家的消费能力、税制、竞争车型和渠道成本分别确定车型投放与价格策略，并加强经销商返利、终端折扣和销售数据管理，形成覆盖进口、批发、零售及渠道支持的价格管理体系。

（三）价格承诺将推动中国车企由价格竞争转向综合价值竞争

价格优势一直是中国新能源汽车进入欧洲市场的重要竞争基础。最低价格承诺实施后，企业通过较低进口价格扩大市场份额的空间将受到限制，依赖明显价格差距竞争的车型受到的影响尤为突出。在此背景下，中国车企需要降低对价格优势的依赖，更多依靠产品力、品牌力和本地化服务能力形成差异化竞争。一方面，通过智能化配置、动力性能、安全、设计和品质提升产品竞争力；另一方面，通过品牌建设、售后网络、金融服务和本地化运营提高综合服务能力。由此，中国新能源汽车在欧洲市场的竞争将逐步由以价格优势为主，转向以产品、品牌和服务综合实力为支撑的竞争模式。

^① 资料来源：European Commission, Commission Implementing Decision (EU) 2026/328 of 9 February 2026，尤其参见第(6)、(10)—(13)段。

三、不同情境下的经济性比较

(一) 测算说明

本节按照“终端售价—企业净收入—单位成本—单车利润—销量—年度总利润”的路径，对继续缴纳反补贴税、最低价格承诺和欧洲本地化三类情景进行比较。

表 3：测算情景设置

情境	核心设定	测算车型	比较重点
情境 A：继续缴纳反补贴税	维持中国生产并直接出口欧洲，计入 10%基础进口关税和 35.3%反补贴税等参数	MG4 EV、MGS5 EV、MG5 Electric、MG Cyberster、MGS6 EV	观察高税负下的销量与利润
情境 B：接受最低价格承诺	假设满足承诺后获得相应反补贴税豁免，并设置不同价格涨幅	同上 5 款车型，分别测算不同涨幅下的销量、单车利润和年度总利润	识别价格、销量与利润的平衡区间
情境 C：价格承诺+欧洲本地化	在价格承诺基础上比较合资建厂、收购改造和全资新建三种模式	以 5 款车型整体销量和收益为基础进行本地化情景测算	比较不同本地化路径的五年累计收益

(二) 主要情景结果

情景 A 计入 10%基础进口关税和 35.3%反补贴税，并假设企业通过价格和产品组合进行部分税负转嫁。结果显示，五款车型年度销量约 5 万辆，年度总利润约 4236 万

欧元，加权单车利润约 847 欧元，说明继续出口仍可保持正向收益，但较高税负明显压缩利润空间。情景 B 在满足价格承诺并获得相应反补贴税豁免后，年度总利润随价格上调呈先升后降走势：15%涨幅时达到约 1.5174 亿欧元，对应销量约 4.18 万辆；12.5%涨幅时利润已接近峰值，同时保留更多销量。在本模型参数下，12.5%至 15%构成较为明显的量价平衡区间。

从利润形成机制看，反补贴税与最低价格承诺对企业经营的影响并不相同。反补贴税主要表现为进口环节成本增加，企业需要在自行吸收税负与向终端转嫁之间进行平衡；价格承诺则将部分税负压力转化为最低价格约束，能够恢复部分单车利润，但同时通过更高终端价格引致销量收缩。因此，价格承诺的经济收益来自“税负减免带来的利润修复”，其代价则是“价格上调带来的需求损失”。两者的交点决定了企业可承受的价格调整范围。

值得注意的是，利润峰值附近并非单一的最优点，而是存在一定的平台区间。以 12.5%和 15%两档为例，两者年度总利润差距较小，但对应销量存在明显差异。这意味着在价格承诺约束下，企业仍保留一定经营选择空间：在不显著牺牲利润的情况下，可以通过较温和的价格调整维

持更大的销量和用户基础；若更强调短期盈利，则可承受更高的价格涨幅。测算的意义在于界定这一可选择区间，而不是给出适用于所有企业的统一涨价比例。

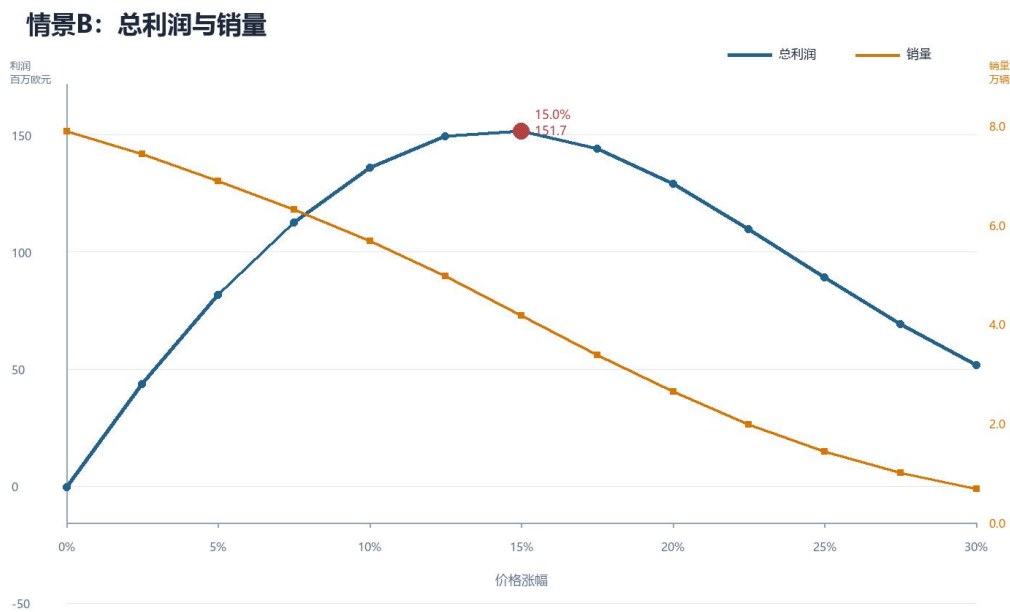


图 1：情景 B 下价格涨幅、年度总利润与销量变化

资料来源：根据本课题组测算模型输出整理。

不同车型的利润峰值对应涨幅并不一致。差异并非简单来自车型售价高低，而是由销量基础、成本结构、价格弹性和产品定位共同决定：销量规模较大的主销车型，即使单位利润改善幅度相近，其销量变化也会对企业总利润产生更大影响；销量较小或定位更细分的车型，则更容易受到单车利润和需求波动的共同影响。

因此，价格承诺实施后，企业经营决策应从“企业平

均价格”进一步下沉到车型层面。若对全系车型采取统一涨价幅度，可能出现部分车型涨价不足、利润修复有限，同时另一些车型涨价过高、需求快速收缩的情况。车型级测算的价值在于识别各产品的利润承受区间，并据此优化欧洲市场的产品组合、配置梯度和投放节奏。

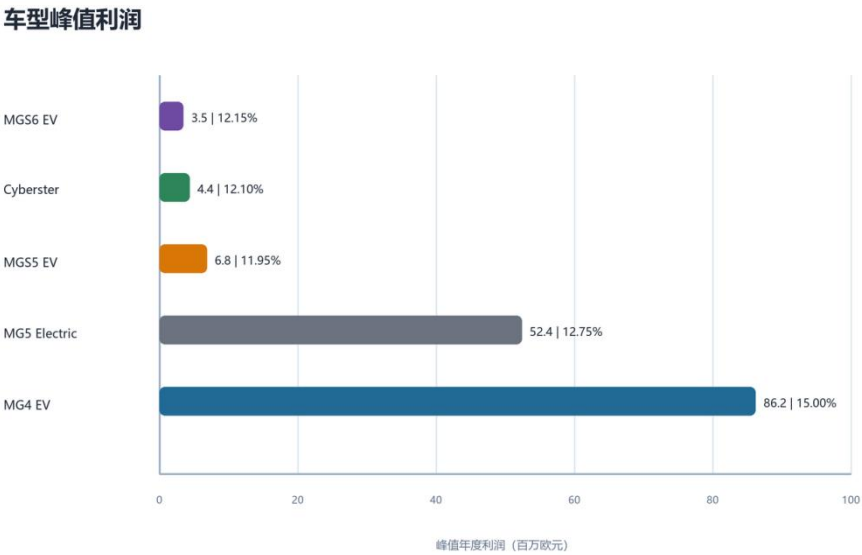


图 2：不同车型的峰值年度利润及对应价格涨幅

资料来源：根据本课题组测算模型输出整理。

在欧洲本地化情景中，合资建厂在 13.70%涨幅下的五年累计利润约 8.68 亿欧元，高于收购改造的 7.66 亿欧元和全资新建的 7.23 亿欧元。在当前参数设定下，合资模式的优势主要来自前期资本投入较低、合作方可分担部分市场与运营风险，以及产能爬坡相对较快；收购改造虽然能

够缩短建设周期，但需要承担既有资产整合和改造成本；全资新建在生产体系自主性方面更强，但前期资本开支和产能爬坡压力最大。

这一结果同时说明，本地化并不意味着在任何条件下都优于继续出口。欧洲建厂需要以稳定销量和较高产能利用率为前提，否则固定资产折旧、人工和运营成本会迅速削弱本地生产的经济性。敏感性测算中，产能利用率变化带来的利润摆动达到约 2853 万欧元，仅次于需求价格弹性和电池成本，表明“能否形成足够销量支撑产能”是决定本地化收益的关键条件之一。

因此，从经济性角度看，更合理的路径不是在价格承诺落地后立即全面转向欧洲生产，而是将价格承诺作为本地产能形成前的过渡工具：先通过价格承诺维持市场和销量，再将销量稳定、生命周期较长的主销车型导入欧洲产能，待产能利用率和供应链配套成熟后逐步提高本地化程度。

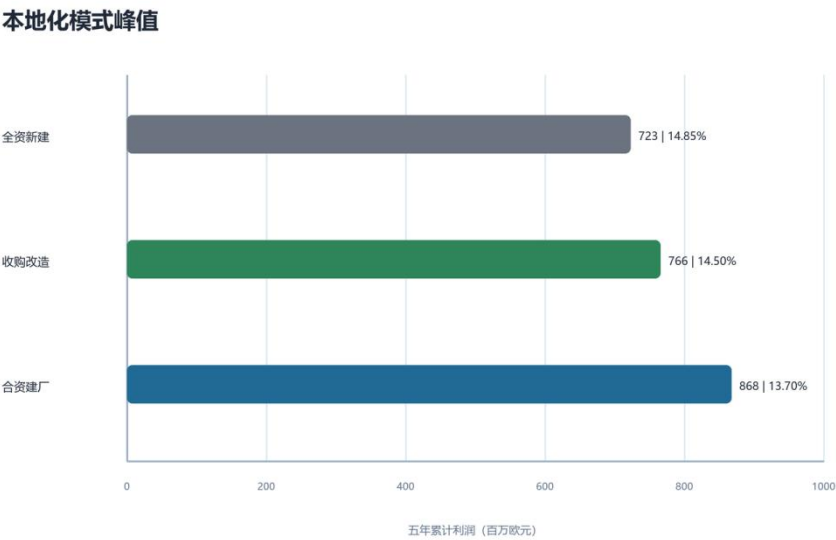


图 3：不同本地化建厂模式的五年累计利润峰值及对应价格涨幅

资料来源：根据本课题组测算模型输出整理。

四、中国新能源汽车企业应对欧盟价格承诺机制的策略建议

（一）推动价格承诺与欧洲本地化分阶段衔接

统筹价格承诺与欧洲本地化布局，将价格承诺作为本地产能形成前稳定对欧出口的重要过渡安排。上文测算显示，继续缴纳反补贴税时，样本车型年度总利润约 4236 万欧元；采用最低价格承诺后，年度总利润最高可提升至约 1.52 亿欧元，较前者增加约 1.09 亿欧元。由此，价格承诺能够在本地产能尚未形成阶段明显缓解税负对企业收益的挤压，为后续欧洲本地化争取时间和利润空间。

在本地化模式选择上，测算显示，合资建厂五年累计利润约 8.60 亿欧元，高于收购改造的 7.65 亿欧元和全资新建的 7.23 亿欧元，分别多约 0.96 亿欧元和 1.38 亿欧元，增幅约 12.5%和 19.1%。因此，对欧洲销量较大、需求稳定、能够支撑较高产能利用率的主销车型，可优先以合资方式推进本地生产；对仍处于市场导入期或销量规模较小的车型，则继续采用国内生产并结合价格承诺出口。待销量和产能利用率稳定后，再逐步提高整车及动力电池、电驱等高价值环节的本地化程度。

（二）通过产品升级与成本优化应对最低价格约束

随着价格承诺逐步成为中国纯电动车对欧出口的重要约束，企业应将应对重点由维持低价转向在既定价格条件下稳定收益。对依赖低价和低毛利的车型，应减少简单价格竞争，通过配置优化、智能化功能、动力性能、设计品质和售后服务提升产品价值，增强消费者对更高价格的接受能力，并逐步提高中高配置和高附加值车型的投放比例。

同时，应从生产和经营两端降低价格承诺带来的利润挤压。生产端可通过平台和零部件共用、供应链协同、本地采购等方式降低单位成本；经营端可通过优化物流组织、提高渠道效率、控制营销和库存成本改善欧洲市场成本结构。对不同国家市场，则应结合消费能力和竞争环境优化车型组合，把资源更多配置到价格承受能力和盈利条件较好的市场，形成“产品升级支撑价格、成本优化稳定利润”的经营方式。

（三）强化终端价格与销售渠道履约管理

价格承诺管理应由进口环节延伸至批发、零售和渠道返利全过程。企业应统一管理最低进口价格、批发价格、

终端成交价格以及经销商返利、金融补贴等价格支持，确保实际交易价格符合承诺要求，避免通过折扣、返利或关联交易形成变相降价。^①

同时，应建立车型和车辆级价格记录与追溯制度，根据不同欧洲市场的税制、渠道结构和促销方式完善终端价格管理。对经销商折扣、车队销售、置换补贴、金融优惠等可能影响实际成交价格的项目，应形成统一审核和留痕要求，降低因终端价格管理不到位导致价格承诺被撤销或恢复征收反补贴税的风险。

^① 资料来源：European Commission, Commission Implementing Decision (EU) 2026/328 of 9 February 2026，关于最低进口价格、转售价格、支持款项及单车可追溯要求的规定。

结 语

欧盟价格承诺机制已经由政策磋商进入企业和车型个案实施阶段，其作用并非简单替代反补贴税，而是在保留欧洲产业保护要求的同时，为中欧新能源汽车贸易提供更具弹性的协调路径。对中国车企而言，价格承诺将同时影响欧洲投资、产品定价、渠道管理和竞争方式，单纯依赖低价扩大市场的模式将受到更强约束。

相关情景测算表明，价格承诺能够显著改善高税负企业的盈利空间，但价格上调超过一定范围后，销量损失会抵消单车利润增加；欧洲本地化则在长期经营中提供进一步降低贸易风险的路径，其中合资模式在当前模型中表现出较好的五年期经济性。^①因此，中国车企应把价格承诺纳入欧洲长期经营体系，通过价格承诺与本地化分阶段衔接、产品升级和成本优化以及终端价格履约管理，在新的贸易约束下保持市场竞争力和经营收益。

王宁（同济大学汽车与能源学院）

^① 资料来源：本课题组，《上汽 MG 欧洲最低价格承诺测算综合报告（含图表）》，2026 年 8 月 21 日。

关键提示

本报告数据主要来源于欧盟委员会、欧盟官方公报、欧洲汽车制造商协会（ACEA）、中国商务部及相关行业机构公开资料，并结合企业公告、行业研究报告及课题组测算结果进行整理。相关数据均尽可能采用官方或权威来源，并进行交叉核验。需要说明的是，欧盟价格承诺机制目前仍处于持续完善和个案实施阶段，不同企业、车型的最低进口价格、销售渠道及投资承诺等具体要求可能存在差异，后续政策和执行口径仍可能调整。企业在使用本报告结论时，应结合最新欧盟政策文件、具体车型经营情况及专业法律意见进行动态评估。

附件： 欧盟价格承诺制度关键条款及中国应对措施参考

为便于企业在开展对欧纯电动车出口、价格承诺申请及履约管理时快速核对规则，本附件列示本报告正文涉及的主要欧盟规范文件，并补充中国应对欧盟价格承诺制度的指导性文件。附件采用“关键原文节选+条款定位+参考译文/要旨+企业提示”的形式，完整法律文本以所列官方来源为准。

一、 欧盟价格承诺制度的关键规范文件

表 A1： 与欧盟纯电动车价格承诺直接相关的主要文件

文件	性质/层级	与企业直接相关的内容
Regulation (EU) 2016/1037	欧盟反补贴基础法规	第 13 条规定价格承诺的提出、接受、监测和违反后果，是价格承诺制度的直接法律基础。
Commission Implementing Regulation (EU) 2024/2754	对华纯电动车最终反补贴措施	对中国原产纯电动车征收最终反补贴税，并明确最终措施实施后仍可形成符合条件的承诺解决方案。
Guidance Document on Submission of Price Undertaking Offers (2026-01-12)	欧委会专项指导文件	说明申请可覆盖部分车型，并提示最低进口价格、销售渠道、交叉补偿、未来欧盟投资等审查重点。

Commission Implementing Decision (EU) 2026/328 + Implementing Regulation (EU) 2026/330	个案接受决定 及配套执行法 规	以大众安徽/CUPRA Tavascan 为实例，展示年 度配额、MIP、指定渠道、转售价格、车辆级 追溯、报告与核查等履约要求。
--	-----------------------	---

**（一）Regulation (EU) 2016/1037 第 13 条：价格承诺
的基础法律依据**

条款定位：Article 13 “Undertakings”。该条规定，
在已就补贴及损害作出肯定性初步认定的条件下，欧委
会可以接受自愿承诺。

关键原文节选：“any exporter undertakes to revise its
prices”

参考译文：“任何出口商承诺调整其价格”。

条款要旨：出口国政府可以承诺取消或限制补贴，
出口商也可以通过调整价格或停止相关出口来消除补贴
造成的损害影响。承诺具有自愿性，欧委会不得强制企
业接受；承诺被接受后，相关进口在满足承诺条件期间
可以不适用相应反补贴税。欧委会可以要求企业定期提
供履约资料并接受核查；违反承诺时，可以撤回接受决
定并恢复适用反补贴税。

企业提示：价格承诺不是简单“报一个最低价格”，而是需要证明该安排足以消除欧委会认定的损害效果，并且具备可监测、可核查和可执行性。

官方来源：EUR-Lex, Regulation (EU) 2016/1037, Article 13。

（二）2026 年价格承诺指导文件：申请内容与审查重点

文件性质：该文件是欧委会针对中国纯电动车价格承诺申请发布的专项操作指导，本身不是取代基础法规的新立法，其审查仍以 Regulation (EU) 2016/1037 和世贸组织规则为法律基础。

关键原文节选：“minimum import price, sales channels, cross-compensation, and future investments in the EU”

参考译文：“最低进口价格、销售渠道、交叉补偿以及未来在欧盟的投资”。

企业解读：企业可以结合自身情况提交个别申请，且可仅覆盖特定车型。最低进口价格需要形成可解释的计算逻辑；销售路径应尽可能清晰，避免通过关联交易、其他车型、返利或服务安排形成交叉补偿；如把欧洲投资纳入承诺方案，应设置可核查的项目和时间节

点。

官方来源：European Commission, 2026 年 1 月 12 日价格承诺指导文件发布页。

中文辅助解读：商务部“中国 WTO/TBT-SPS 通报咨询网”《关于欧盟电动汽车案价格承诺申请通用指导文件的技术解读》。

（三）Commission Implementing Decision (EU)

2026/328：企业级履约条件的实际样本

适用对象：该决定接受 Volkswagen (Anhui) Automotive Co., Ltd. 与其欧盟关联进口商 SEAT S.A. 就 CUPRA Tavascan 提出的价格承诺，属于特定企业、特定车型的个案决定，不应直接视为所有中国车企的统一标准。

关键原文节选：“annual quota … minimum import price … exclusively via specified sales channels”

参考译文：“年度配额……最低进口价格……仅通过指定销售渠道”。

主要履约要求：从公开决定可见，欧委会不仅关注 MIP，还要求年度数量上限、承诺声明和商业发票等规范单证、指定销售渠道、转售价格及后续支持款项的统一管理、单车可追溯、车队销售控制、出口及欧盟转售

数据定期报告，并保留现场核查权。与欧盟相关的投资项目还附带定期报告和沟通义务。

企业提示：该个案对正文第四章“终端价格与销售渠道履约管理”具有直接参考价值。企业内部应把进口价格、经销商折扣、金融补贴、置换支持、车队销售等纳入同一套审批与留痕系统，并能够按车辆识别码追溯到进口、批发和终端交易。

官方来源：EUR-Lex, Commission Implementing Decision (EU) 2026/328。

（四）Implementing Regulation (EU) 2024/2754 及 2026/330：税负与承诺豁免的衔接

规则关系：2024/2754 建立了对中国原产相关纯电动车的最终反补贴税措施；2026/330 在接受具体价格承诺后对该法规作出配套修改，增加了承诺项下进口免征反补贴税的条件及海关单证要求。

企业解读：获得价格承诺并不意味着相关进口“自动免税”。企业必须同时满足被接受企业/车型范围、承诺声明、商业发票、货物描述一致等条件；若条件不满足，或欧委会撤回对承诺的接受，相关交易仍可能产生反补贴税税债。

官方来源：EUR-Lex, Implementing Regulation (EU) 2024/2754（应结合后续修

订查阅)。

配套修订：EUR-Lex, Commission Implementing Regulation (EU) 2026/330。

二、中国应对欧盟价格承诺制度的措施参考

中国针对欧盟电动汽车反补贴案的企业指导，主要体现在商务部磋商通报、中国机电产品进出口商会技术解读及贸易救济案件信息中。以下选取与企业申请价格承诺和开展履约管理最直接的内容。

(一) 商务部：明确价格承诺作为反补贴税的替代路径

2026 年 1 月 12 日，商务部发布《关于中欧电动汽车案磋商进展的通报》，明确中欧双方同意向对欧盟出口纯电动汽车的中国出口商提供价格承诺通用指导。欧方承诺按照统一法律标准和非歧视原则，对企业提交的价格承诺申请进行客观、公正评估。

企业参考：企业可将“继续缴纳反补贴税”和“申请价格承诺”作为两条并行路径，按车型比较税负、最低价格、销量和利润水平，再确定具体出口方案。

(二) 中国机电商会：细化价格承诺申请与履约要求

中国机电产品进出口商会的技术解读指出，价格承诺可由单个企业或多家企业提出，企业可结合自身情况选择

纳入承诺的产品范围，并形成可解释的最低出口价格测算逻辑。赴欧投资并非强制条件，但一旦纳入承诺应具备可执行性；销售渠道、关联交易以及交叉补偿是企业需要重点控制的风险。

企业参考：申请前应建立车型级最低价格测算底稿，并同步梳理进口商、经销商、终端折扣、返利、金融支持和关联交易，保证价格形成及销售链条可核查、可追溯。

（三）中国贸易救济信息网：价格承诺已进入企业个案实施阶段

中国贸易救济信息网显示，2026年2月10日，欧盟批准大众汽车（安徽）有限公司提出的价格承诺，在协议有效期间该企业不适用相应反补贴税。这表明价格承诺已由政府间磋商进入企业和车型层面的实际执行阶段。

企业参考：其他企业可重点跟踪获批个案的车型范围、价格管理、销售渠道、单证和追溯要求，但不宜直接复制具体最低价格或履约条件，应结合自身税率、车型及欧洲经营模式单独测算。

（四）企业操作参考

企业可据此形成“车型筛选—价格测算—渠道审查—持续履约”的工作机制：先识别适合申请价格承诺的车型

并测算最低价格、销量和利润影响；同步核查经销商、返利及金融优惠等销售安排；获批后建立车辆级价格和单证追溯台账，并持续跟踪欧委会后续个案决定及规则调整。

主要资料来源：①中国商务部，《关于中欧电动汽车案磋商进展的通报》，2026年1月12日；②中国机电产品进出口商会，《关于欧盟电动汽车案价格承诺申请通用指导文件的技术解读》，2026年1月；③中国贸易救济信息网，“纯电动载人汽车”反补贴案件信息，2026年2月10日。



联系地址：淮海中路 622 弄 7 号 308 室

联系电话：021-33165460

联系邮箱：zbzh@sh-popss.gov.cn

本报告为研究团队基于公开信息、行业调研、数据分析及专业研究方法独立编制完成的研究成果，仅供行业研究、学术研讨、决策参考交流使用，不构成任何商业、投资、法律、财税及其他专业实操建议。报告免费获取，未经书面正式授权，任何机构及个人不得擅自转载、复制、篡改、摘抄、传播本报告全部或部分内容。