

当日本车企在东京集体“画饼”，比亚迪却送来一碗米饭

来源：李嘉玲 发布时间：2025-11-15 02:02:02

自从2023年东京车展改名“Japan Mobility Show”（日本移动出行展）后，确实有点不一样了。

它不再只是“日本车厂的独家秀”，而是成了一个混合舞台：



有车企在展示未来出行的概念车，有车企卷技术、卷设计，还有车企很勇——直接日本国民神车K-Car卷到了家门口。

一起来看看这次“量产车躺平，概念车起飞”的东京车展吧。

合资反向输出

4月上海车展上市，到如今不过半年，日产N7就凭着月销破万辆的成绩，稳坐“合资纯电第一车”的位置。

• 国内现款卡罗拉



• 全新卡罗拉概念车



这车成功的原因很简单：价格有诚意、配置管够、口碑积累深——典型的“量大管饱”的性价比车型。

它在国内最卷的10-15万元纯电家轿市场里，硬生生杀出了一条血路。



不过更有趣的是，这次东京车展上，东风日产居然把N7带去了日本——让它成为了全场唯一的左舵车。

这多少有点反转意味：以往是日本总部“派专家”主导中国团队做车，这回倒好，中国主导的车型反向带回母国展出。

你们说，这算不算是“合资反攻母国”的第一步呢？

比亚迪独闯东京车展，造了台“日本特供”

9月凭借36.08万辆的成绩，拿下全球车企销量TOP3的比亚迪这次有点狠，“单枪匹马闯东洋”成了唯一一个单独参展的中国品牌。

而且，不只是“出席”那么简单，它还认真做了功课，带来了一款为日本市场量身打造的“微型电动车”，也就是本地俗称的“K-Car”，命名为RACC0(图片)(海獭)。

方方正正的方盒子造型，尺寸严格遵循“K-Car”标准，WLTC续航里程180km，最大马力被限制在63匹。从停车位尺寸到法规限制都对上号，完全贴合日本用户。而260万日元（约12.1万人民币）的定价，也向本地一众“K-Car”看齐。

所以比亚迪已经不仅仅是“把中国卖得好的车搬到海外”，而是真正开始做“本地化产品”，正式进入日本车的主场。

毕竟，销量占比超三成的“K-Car”，是日本市场最坚固的堡垒——能在这一级别立足，才算真进门。

最后要说一句，这款车在国内目前是没有量产计划的，真没想到有朝一日中国车企也能推出“日本特供”车型。

丰田放大招了

不过要说这届车展谁排场最大，还是老大哥丰田。

本次车展，丰田带来了全新卡罗拉概念车、雷克萨斯LS更新版本，以及重磅消息——把“Century”（世纪）独立成全新豪华品牌。

我觉得丰田的设计师最近是完全解放了天性。就说卡罗拉概念车吧，不仔细看的话会以为展台上的车是某款全新的性能车。

和现款车型的差别大到像是从老实敦厚的小伙，直接变成了酷炫狂拽的赛博科技人。但该说不说，真的很帅。

如果新款卡罗拉量产车真长这样的话，绝对能摆脱“马路三大妈”的称号了。

走量的RAV4车型也亮相了全新的设计，外观更加硬朗。

同时，雷克萨斯也没闲着，展出了LS概念车——不仅造型更前卫，甚至延续了5代的轿车形态，现在也变成了类似MPV的车型。

前2后4的六轮设计，极大的解放了第三排的空间，在试车演示中，乘客可以直接从车外进入第三排。

不仅如此，雷克萨斯还推出了独立的单人出行工具——LS Micro Concept和游艇，主打全方位“新豪华出行”。

丰田的旗舰品牌“Century”（世极）不仅在本次车展推出了全新的概念车，还高调宣

布战略定位的调整。

品牌独立不再挂丰田标，不但成为高于雷克萨斯的品牌，而且变成一个对标劳斯莱斯、宾利的超豪华品牌。

飞向宇宙，本田开始造火箭

众所周知，“本田啥都造”，所以在这次车展上，即使它展出了一系列概念车、飞行器、摩托车外，还摆了架飞机在展台上，大家都觉得见怪不怪了。

但最夸张的是，本田还在现场竖起了一颗高耸的“火箭”——来自今年6月起降实验中使用的火箭实验机的机体。

本田的目标是建造一颗箭体可重复使用，并采用可再生燃料的低碳环保型可持续火箭，和SpaceX的可回收火箭有异曲同工之妙。

写在最后

正如标题所言，这届车展确实“有点难绷”——不是因为车不好看，而是因为谁都没想到，在东京的主场上，焦点居然是中国车。

东风日产把中国团队的研发带回母国展出；比亚迪用一台“K-Car”，尝试叩开日本汽车市场最坚硬的大门；而本田和丰田两位日系巨头，一个卷豪华、一个卷宇宙，各显神通。

那么在本届“难绷”的车展上，哪款车给你留下了最深的印象？

HTML版本：[当日本车企在东京集体“画饼”，比亚迪却送来一碗米饭](#)