

日产困局：卖总部求生，技术掉队，中国市场反而成救命稻草？

来源：张圣福 发布时间：2025-11-16 04:01:10

听说了吧，前两天日产把自家总部大楼卖了，就是横滨那个全球总部大楼，完了之后日产得交租金才能继续使用，当年日系三强多牛X啊，卡罗拉(图片|配置|询价)思域轩逸都是硬通货啊，谁能想到现在“技术日产”到了要靠卖总部大楼续命的地步？问题是这根本就不是一次常规资产优化，而是日产遇到大问题了，财务危机集中爆发了。

问题大不大你看他财报就知道了，2024财年日产净利润亏损了6709亿日元，利润率才0.6%，是近五年最差的成绩，而且债务和现金流都吃紧。中国连续15年都是日产全球最大单一市场，但是国内的日产销量是一路下滑，2023财年日产在国内卖了79.4万辆车，同比下滑24.1%，就这样也贡献了全球28%的销量，但到了2024财年国内就又降了12.2%，东风日产+郑州日产加一起卖了不到70万辆，比2018年销量（156万辆）的腰斩还要少，今年第一季度又跌了27.5%，这趋势下去感觉要步三菱后尘了。



其实日产在其他市场表现也很乏力，美国市场同比增长3.3%，日本本土下滑4.8%，欧洲市场下滑2.9%.....不说这些，关键是其他市场都没有中国市场对日产重要，这才是重点，因为国内市场给日产提供的不只是销量，还提供了供应体系和技术，比如常州电池工厂的电芯成本降至0.6元/Wh，比日本本土低40%；中国复杂路况提供了全球1/3的智能驾驶算法验证数据；东风日产开发的Nissan Connect超智联2.0系统还反向输出到东南亚市场等等。

其实最核心的问题就在日产的战略滞后上，燃油车主力轩逸、奇骏更新缓慢，2024年轩逸被比亚迪秦PLUS新能源超越，丢掉了霸占多年的A级家轿销冠；新能源车表现更差，2023年新能源车销量仅占中国总销量的15%，纯电车型艾睿雅（ARIYA）完全没能打开市场，00后消费者对日产品牌的科技感知度仅为蔚来的1/3。尤其是曾经被日产寄予厚望的e-POWER混动技术，在中国市场完全水土不服。这个e-POWER就是个小电池增程，发动机是串联所以不提供动力，人家增程都是几十度的大电池，这个的电池几乎和一个油混的差不多大，你看现在市场的增程都是些什么产品力，昨天预售的小鹏X9增程版是63度的电池，官方纯电续航都和很多纯电车一样了。

而且e-POWER因为不能外接充电、纯电续航几乎可以忽略，不满足中国新能源绿牌政策要求，消费者购买还要交购置税，纯依赖增程器发电，所以油耗也不低，这直接就拉高了购车成本，在国内的市场根本吃不开，而且e-POWER技术迭代的也很慢，你看人家丰田THS都第5代了它今年才第三代，智能配置上也比国产车落后，再加上日产这个万年吐槽的CVT，市场很难认可。纯电领域日产的滞后更为明显。作为最早推出纯电车型Leaf（聆风）的车企之一，日产并未形成规模化的纯电平台优势，核心三电技术迭代速度远慢于中国车企和特斯拉。旗舰纯电车型艾睿雅（ARIYA）在电池能量密度、充电速度、智能驾驶辅助系统等关键指标上，都落后于中国的新能源企业，包括特斯拉……

2024年度サマリー



NISSAN
MOTOR CORPORATION



日产走到今天这一步有很多因素，首先就是战略决策上严重滞后了，中国新能源市场渗透率2023年已经47.6%了，但日产非常犹豫，别人都已经搞得如火如荼了，它才开始投入，燃油车依赖度长期居高不下，而且产品迭代缓慢，主力车型轩逸、奇骏的更新周期太慢了，四五年前就那个样，现在还是，而且智能化配置如车机系统、智能驾驶辅助等，也不太能跟得上中国消费者的需求，所以燃油车型又陷入了价格战，单车利润压的又厉害，新能源车的销量又不行，肯定很快就被市场挤出去了，北美市场因为关税和产品老化库存周期，也开始价格战了，而且北美的混动市场也要被两田吃完了；然后就是成本控制也失效了，全球17家工厂产能利用率不足，固定成本高，2024财年不得不启动大规模重组，计划关闭7家工厂，裁减2万名员工，占总员工数的15%。

为了自救，日产推出了Re:Nissan复苏计划，核心目标是2027财年前节省5000亿日元成本，具体举措包括将全球产能降至250万辆，取消九州电池工厂建设，优化供应链及生产流程；日产知道中国市场对自己很重要，所以计划2026年底前追加投资超100亿元人民币开发新能源产品，成立中国首个全资研发中心，将研发团队扩至4000人，未来五年导入10款本土开发的新能源车型，聚焦电驱化与智能化；然后在管理上也学习丰田放权给中国市场来提升反应速度，这次卖总部大楼就是为了实现这个复苏计划。



至于这些自救措施能否见效，谁也不知道，财务压力的缓解需要时间，技术路线的调整需要持续投入，但是国内的新能源市场早就白热化了，时间窗口不会等你；当年日产在国内还是和两田齐名的日系三强，也要为自己的战略误判和转型滞后付出代价，没有永远的行业神话，曾经被奉为标杆的日系车，现在也正面临生存危机，在全球汽车产业向新能源、智能化的时候，任何品牌光环都抵不过时代趋势，接下来我也会密切关注日产的信息，包括新车，大家可以关注一下，后面持续给大家揭秘汽车市场背后的逻辑。

HTML版本： [日产困局：卖总部求生，技术掉队，中国市场反而成救命稻草？](#)