

日产财报背面的中国赌局：成本砍出2000亿，出路却在东风？

来源：刘上婷 发布时间：2025-11-18 20:44:11

日产汽车刚刚交出的2025财年半年报，像一份充满矛盾的手术报告——一边在全球市场忍着转型的阵痛，另一边却在中国市场悄悄插上了呼吸机。

成本砍出来的“韧性”



表面看，日产这半年成绩单确实展现了一家老牌车企的求生本能。148万辆的全球销量和5.6万亿日元的营收背后，最亮眼的是那把成本手术刀。从内部征集4500个节省点子，到预计创造2000亿日元的可变成本节约，再到固定成本削减超过800亿日元，这些数字背后是日产的断腕决心。

最绝的一招是卖掉横滨总部大楼再回租——这不禁让人想起几年前索尼的类似操作。日系企业似乎都深谙此道：既要拿到现金续命，又要保住面子不失。这种财务操作确实立竿见影，加上手头握着的3.6万亿日元流动性资金，让日产在寒冬里有了足够的棉被。



三大引擎的动力疑虑

总裁伊凡·埃斯皮诺萨说的三大引擎——成本控制、产品市场重新定义、合作深化，听起来很美，但细看却让人心生疑虑。成本控制终究有极限，当所有能砍的成本都砍完了，下一步该怎么办？产品重新定义谈何容易，一家有着深厚传统的车企要转身，远比新势力困难得多。

而合作深化，在中国这个关键市场，日产选择了与华为联手。天籁搭载鸿蒙座舱，成了全球首款搭载华为系统的燃油车。这种合作看似双赢，却也让人捏把汗：在智能化这条必争之路上，日产是否正在逐渐失去灵魂？



中国的双重角色

中国市场对日产来说，早已不是简单的销售市场。进博会上亮相的N7纯电轿车，一个月交付破万，创造了合资纯电车型的纪录；N6插电混动、锋坦PHEV皮卡，这些“首款”产品都在说明一个事实：日产在中国的研发体系正在反哺全球。

新成立的日产进出口（广州）公司更是意味深长。外资车企首个合资整车进出口公司，这个标签背后是一个战略转折——中国从日产的制造车间，变成了研发中心和出口基地。N7和锋坦将作为首批出口车型，开启“中国研发、中国制造、全球销售”的新模式。

这种转变来得既及时又残酷。及时的是，日产终于找到了在电动化时代突围的捷径；残酷的是，这条路意味着日产必须承认，在新能源领域，中国已经掌握了话语权。

沉默的危机

然而，在这片看似光明的前景下，危机正在沉默中酝酿。当日产越来越依赖中国的研发能力和供应链，其全球技术体系是否会逐渐空心化？当“中国定义、中国研发”的产品走向世界，日产的全球品牌形象将如何重塑？

更现实的问题是，在竞争已呈红海的中国市场，日产这些新品能否持续火爆？N7的首战告捷令人鼓舞，但中国新能源市场的淘汰赛才刚刚开始。曾经辉煌的合资品牌一个个倒下，日产能否凭借这套“中国方案”守住阵地，还是未知数。

留给行业的思考题

日产的转型路径代表了一个趋势：传统车企在电动化浪潮下，正在从“全球技术，本地适配”转向“本地创新，全球输出”。这种转变是否意味着汽车产业权力结构的根本性变化？

当日产依靠中国的研发能力打造全球产品，当鸿蒙系统装进天籁，我们看到的不仅是一家企业的自救，更是一个时代的转折。这种模式能否成为合资车企的范本，还是特定时期的特例？

日产把赌注压在了中国，这个选择是对是错，可能需要三年后才能见分晓。但可以肯定的是，汽车产业的游戏规则已经改变，曾经的老师现在不得不向学生取经，这种角色转换中的酸甜苦辣，恐怕只有身处其中者才能体会。

在这场百年未有的产业变革中，没有谁能够置身事外。日产的今天，会不会是其他传统车企的明天？当“中国方案”成为全球策略的核心，汽车产业的未来正在被重新书写。

HTML版本： [日产财报背面的中国赌局：成本砍出2000亿，出路却在东风？](#)