

销量腰斩，S7定价翻车，日系合资还能撑多久

来源：郑伟哲 发布时间：2025-11-19 01:42:09

东风本田这几年过得不太顺，2020年还能卖出85万多辆车，在合资品牌里排前三，到2024年却只卖了42万辆，销量差不多掉了一半，今年10月一个月才卖2.89万辆车，比去年还少了一成多，上半年总共不到15万辆，跌了近四成，这种下滑也拖累了本田全球的利润，一季度净利润少了5000万元，全年的利润预期也被调低了超过二十个百分点。

他们想靠电动车来改变局面，今年6月推出了一款叫做S7的纯电SUV，价格在26万到31万之间，说是要跟特斯拉Model Y比较一下，结果大家发现它的续航能力并不出色，620到650公里，比小鹏G6和比亚迪唐EV都要短很多，充电速度也比较慢，别人半小时就能充满，它得花上将近一小时，更让人失望的是，连智能驾驶功能都得另外花钱买，高速领航和自动泊车加起来要1.4万元，而且这个服务只提供五年时间，这样的做法现在很难吸引消费者了。

上市刚一个月，S7就撑不住了，直接降价六万块钱，起步价变成十九点九九万，还送两万元权益，到了八月又降三万块，员工内部价、置换补贴全都加上去，可销量还是没什么起色，从四月到八月连续五个月每月卖不到一百台，九月总算增加到四百台，但和小鹏G6的将近四千台一比，连人家零头都赶不上，用户看到这种操作心里就开始打鼓，刚买完就降价，以后会不会接着再砍价，信任感就这样慢慢磨没了。

工厂也跟着缩减规模，去年底关掉一个年产二十四万辆车的工厂，改成新能源生产线，自动化水平提高了，用的人就少了很多，当时传闻要裁掉两千名员工，公司解释说是为了提高效率，今年九月管理层大幅调整，原来的副总调离岗位，换上了从东风猛士过来的曹东杰，他的任务很清楚，就是做出让消费者愿意花钱买的车，这话听起来很直接，但做起来其实挺不容易。

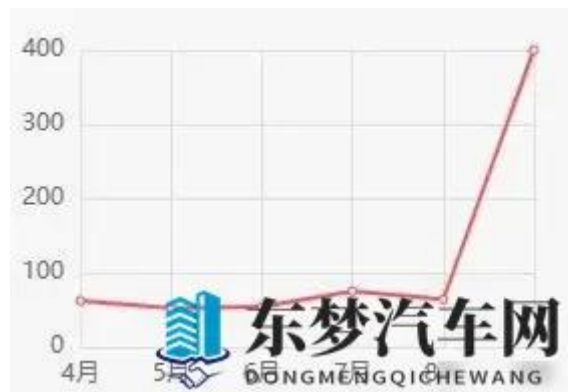
2026年3月期通期連結業績予想数値の修正(2025年4月1日~2026年3月31日)

	売上収益	営業利益	税引前利益	当期利益	親会社の所有者に帰属する当期利益	基本的1株当たり当期利益
	百万円	百万円	百万円	百万円	百万円	円 銭
前回発表予想(A)	20,300,000	500,000	490,000	325,000	250,000	62円84銭
今回修正予想(B)	21,100,000	700,000	710,000	490,000	420,000	105円07銭
増減額(B-A)	800,000	200,000	220,000	165,000	170,000	
増減率(%)	3.9	40.0	44.9	50.8	68.0	
(二参考)前期実績(2025年3月期)	21,688,767	1,213,486	1,317,640	903,636		

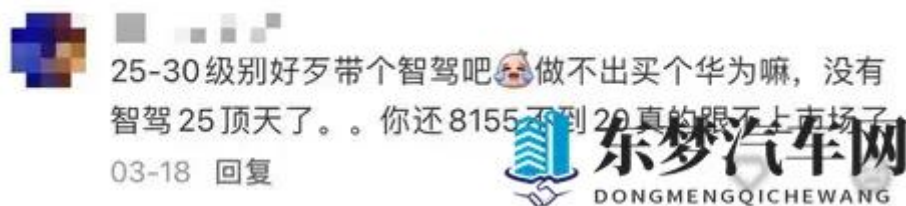
其实东风本田不是孤例，整个日系合资品牌都在犯一样的错误，过去他们靠着省油、耐用、保值这些特点吃饭，现在这些优势已经不太管用了，新能源时代大家比较的是智能驾驶、

价格和补能速度，消费者不再关心车子是哪个国家的牌子，只在乎开起来感觉爽快、买得划算，像S7这款车，从定价到功能设计还带着燃油车时代的思路，把功能拆开来卖，价格往高里抬，以为品牌老就有溢价空间，但现在的小鹏、极氪、比亚迪早就把智能驾驶做成标配，甚至能做到从车位自动开到另一个车位，而S7还在对高速辅助功能收取年费，用户自然不愿意接受。

我身边有几位朋友原本打算买S7，看过配置和价格之后都转向国产车了，有人买了小鹏G6，说只用一半的钱，体验反而更好，还有人选了唐EV，觉得性价比很高，售后也放心，不是他们不喜欢日系车，而是日系车没有给出让人动心的选择，以前大家认为买日系等于靠谱，现在觉得选国产更划算，这种变化来得太快，很多老品牌还没跟上节奏。



东风本田现在最烦恼的，不是车子卖不出去，而是不知道怎样重新获得用户的认可，降价只能解决短期问题，无法改变长期局面，如果产品思路不做调整，就算更换再多高管也起不到作用，现在的用户已经变了，市场环境也在变化，但一些合资品牌的态度还是老样子。



HTML版本: [销量腰斩，S7定价翻车，日系合资还能撑多久](#)