

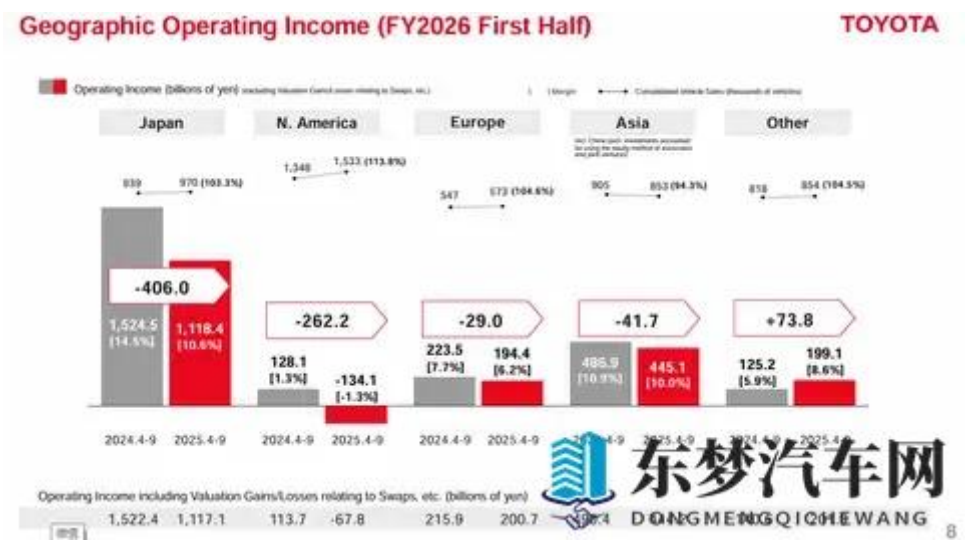
中美市场巨变，日本车企遭殃

来源：卢怡君 发布时间：2025-11-21 09:39:16

出品 | 汽车营造社

美国关税大棒下，日系车企承受了最多的压力。

11月，日系车企相继发布了今年第3季度（2026财年第2季度）报表及半年报。日系三强丰田、本田、日产集体陷入盈利困境，营业利润下滑成为共态，丰田、本田双双预测全年营业利润下降，日产则维持预计全年经营亏损2 750亿日元，并发出“所有地区销量都将下滑”的警告。



“关税影响已成为‘新常态’，预计短期内仍将持续。”本田副社长贝原典也表示。多个日本车企在4-9月财报说明会及记者会上强调了对美国关税影响的深切忧虑。



01 持续恶化的财务状况

作为全球最大的汽车制造商，三强之中，丰田的情况最好，但也没能独善其身。第3季度，丰田营收为12.38万亿日元，同比上升8%，归母净利润为9320亿日元，同比大增62%。

丰田&本田&日产核心财务数据						
数据来源：财报						
财务指标/亿日元	丰田	同比变化	本田	同比变化	日产	同比变化
营业收入	246307	5.79%	10632	-1.5%	55787	-6.78%
归母净利润	17773	-6.8%	3118	-37%	-2219	-1255.7%
营业利润	20000	-18.6%	4381	-41%	-277	-184.19%

制表：搜狐汽车研究室
中国市场学会（汽车）营销专家委员会研究部

东梦汽车网
DONGMENGQICHEWANG

但归母净利润的增长主要归于非经营性因素的收入增长，如投资收益、资产处置收益等。在业务层面，丰田第3季度的营业利润为8395亿日元，相比于去年同期的1.16万亿日元骤降27%，也低于此前分析师预期的8631亿日元。

值得一提的是，丰田已连续2个季度出现了营业利润的下滑。上个季度，丰田的营业利润为1.17万亿日元，同比下降10.9%。2025年4月-9月，丰田营业利润合计为2万亿日元，相比去年同期下降了18.6%。

丰田预计，截至2026年3月的财年营业利润将达到3.4万亿日元，尽管高于公司此前预测的3.2万亿日元，但仍低于市场预期的3.9万亿日元，较上一财年数据也有明显差距。预期发布当日，丰田日股股价一度下跌超5%，创下自今年4月以来的最大跌幅。

丰田这个“老大”都在承压，其他的日系车企的日子则更不好过。

丰田&本田&日产核心财务数据 图源：搜狐汽车

本田的财务状况可以称得上令人担忧。第3季度，本田营收约5292.34亿日元，同比微

降约1.8%，但营业利润则同比大幅下降25%至1 939.7亿日元。

多个财务指标都在恶化。2025年4月-9月，本田的归母净利润为3 118亿日元，同比减少1 828亿日元，下降了37%；每股收益为76.3日元，同比减少26.95日元。

更重要的是，在摩托车业务营业利润达到3 682亿日元的同时，本田的汽车业务录得营业亏损730亿日元，严重拖累整体业绩。

在汽车业务连续2个季度的亏损下，本田大幅下调了盈利预期，预计截至2026年3月的财年营业利润为5 500亿日元，远低于此前预测的7 000亿日元，也低于分析师普遍预期的8 690亿日元。预期公布后，本田股价下跌5.2%，为9月29日以来最大跌幅。

日产则依然深陷亏损的泥潭中，复兴之路坎坷。第3季度，日产营收为2.8万亿日元，同比微降3.8%，归母净利润为亏损1 062亿日元，亏损规模较去年同期扩大了968亿日元。

值得一提的是，本季度营业利润的表现有所回暖，第3季度的营业利润为515亿日元，同比大幅增长61%，实现扭亏为盈。

但日产仍维持了此前发布的财务预期，预计截至2026年3月的当前财年中，其全财年营业亏损为2 750亿日元，全年全球汽车销量为325万辆。在预测中，所有地区的销量都将下降。消息放出后，日产日股下跌6.1%，今年累计跌幅扩大至27%。

日产正面临着20余年来最严重的危机，2024年4月以来，其累计净亏损已达8 928亿日元。高层在接受采访时甚至表示，日产手头的现金流仅够周转12-14个月。

为了在亏损中求生，日产甚至不得不卖掉总部。11月6日，日产宣布以970亿日元的对价向敏实集团出售其位于日本横滨的全球总部大楼及土地。

02 两大市场的巨变

几家车企的财报中，不约而同地提到了美国的关税政策带来的影响，这也是压垮日系车企利润的关键外部因素。

2025年4月，美国对日本汽车加征25%关税，将税率从2.5%上调至27.5%，虽后续于9月4日降至15%，但仍较原本的2.5%大幅度提升。

并且，在4-9月的上半年周期内，绝大多数时间日系车企都承受着27.5%的高额关税。关税政策的反复不定也加剧了日系车企在美的经营不确定性。

美国市场一直是日系车最重要的海外市场。从市场份额来看，2024年美国轻型车总销量为1 603.5万辆，6家主要日系车企（丰田、本田、日产、马自达、斯巴鲁、三菱）的总销量达595.76万辆，占市场份额的37.1%。在美国市场，日系车企是仅次于美系车企的重要参与者；对日系车企自身而言，其在美国的市场份额也远高于中国、欧洲等市场。

从营收贡献来看，北美市场也是日系车企的主要销售额贡献者。2025财年（2024年4月-2025年3月），丰田全球营收48.04万亿日元，其中北美市场贡献了约19.21万亿日元，占总营收的约40%；本田与日产的北美市场更是分别贡献了总营收的52.15%和52.3%。

因此，美国的高额关税对日系车企带来的影响是极其严重的。

据《日本经济新闻》统计，受美国关税影响，日本七大汽车制造商（丰田、本田、日产、铃木、三菱、马自达、斯巴鲁）合计损失规模高达约1.5万亿日元。这也是5年来首次出现所有企业在该半年度期间净利润集体下滑的情况。

《日本经济新闻》预计，整个2026财年（截至2026年3月），关税带来的总冲击将达到约2.5万亿日元。

为在美国市场维持价格竞争力，日系车企大多选择自行承担关税损失，而非加价。在4月的关税政策宣布后，日本银行（央行）发布的5月企业物价指数显示，按合同货币计算，日本对北美乘用车出口价格指数同比大跌18.9%，降至87.3。该价格指数不包含关税。这说明，日系车企调低了对美出口价格，以维持优势。这也进一步增加了企业的盈利压力。

从刚刚发布的财报来看，2025年4月-9月，尽管丰田在北美市场的销量增长了18.5万台，但其营业利润由正转负，下降了2622亿日元，共录得1341亿日元的营业亏损。北美市场也是其全部5个市场中唯一产生营业亏损的市场。

丰田各地区营收数据 图源：财报

更糟糕的是，在美国市场持续承压的同时，中国市场也在失守。乘联会数据显示，2025年9月，日系品牌在华市场份额下降至11.6%，较巅峰时期2020年的24.1%已经腰斩。

新能源汽车当道，日系车主打的省油优势变得荡然无存。同时，由于其转型较慢，在智能化体验方面也落后于国产车企，日系车开始给人以“老旧”的印象。

本田执行副总裁海原纪哉（Noriya Kaihara）坦言：“我们的产品缺乏成本竞争力，而且当其他公司都已具备自动驾驶技术时，我们却没有。”

中国是本田的重要市场，但其销量却在持续下滑。2025年10月，本田中国终端汽车销量为5.99万辆，同比下滑20.6%；1-10月累计销量52.77万辆，同比降幅达20.5%。按此趋势，本年本田在华销量极有可能创下新低。

产品力不足是主要的问题。此前本田为转型推出了东风本田S7、广汽本田P7，但二者在电动化、智能化配置方面与国产车企的新能源车型都拉开了明显的差距，频频被网友吐槽“高价低配”。目前，S7月销量不足百辆，P7月销量不足200辆。

在新能源转型受阻的同时，本田曾经的爆款车型飞度、思域和雅阁也处于萎缩状态，难以继续支撑销量。

日产在中国市场的销量也在连年下滑，从2018年巅峰时期的156万台暴跌至2024年的69.66万台。尽管今年6月以来日产销量止跌回升，但仍高度依赖轩逸、天籁、逍客等燃油老车型。9月，日产中国区销量约6.78万台，轩逸就贡献了超3.3万台。

同时，曾被寄予厚望的东风日产N7的销量回落，9月环比下跌37%，销量为6410台，10月的销量也维持在相近的6540台。

相较于另外2家企业，丰田在华的情况要乐观一些。尽管面对本土品牌的崛起，2025年4-9月，丰田在华销量依然逆势增长6%，其在中国合并子公司的营业利润也上升了132亿日元，达到1222亿日元。10月，其新能源车型广汽丰田铂智3X的销量超过了1万台。

但从整体产品阵容来说，丰田的纯电车型仍很有限，目前仅有5款。在接下来的新能源竞争中，丰田仍面临着不小的压力。

在美国市场和中国市场的压力之外，日系车企在东南亚市场也不再风光。普华永道数据显示，2025年上半年，丰田、本田和日产在东南亚六大主要市场的份额已降至62%，相比于曾经80%以上的绝对统治力，其市场份额正在被中国车企蚕食。

“丰田在纯电动车型方面产品线仍较有限，这可能使其在欧洲和东南亚市场更容易受到中国电动车企的竞争冲击。”Counterpoint Research副董事丽兹·李（Liz Lee）表示。

03 电动化与印度市场

电动化一直是日系车企的重点与难点。

2021年到2022年，3家企业相继发布了电动化战略，布局并不算晚。但多年来，其新能源转型却并不顺利。以本田为例，随着烨S7、P7的接连失败，本田将2030年电动车占其全球销量30%的目标下调为20%，并削减了研发投入。目前，本田在华销量中新能源占比不足1%。

烨GT CONCEPT最低售价：暂无报价
图片参数配置暂无报价
懂车分暂无报价
懂车实测暂无报价
车友圈155车友热议
二手车暂无报价

本田烨系列 图源：官方

同时，本田已无限期推迟面向中国市场的烨系列纯电动车的后续发布计划。原定于截至2025年12月亮相的烨系列GT车型也因此搁置。本田方表示，未来的很长一段时间内，混动将成为主攻方向。

丰田和日产的情况要稍好一些，但其新能源销量占比也不足5%。其中，日产主要依赖N7这一款车型的销量，并在近期乘胜追击，推出了N6。N7与N6都是由中国团队主导研发的车型。

丰田也在中国实行了RCE（中国首席工程师）制度，赋予中国团队充分自主权，铂智3X即为这一制度下的首款作品。

此外，去年年底以来，丰田、本田、日产相继与Momenta在智能驾驶方面达成合作。此

外，最近发布的广汽丰田铂智7搭载了华为的鸿蒙座舱。可以看到，日系车企开始愈发地借助中国企业的力量转型。

同时，在曾经的主要市场表现不佳的情况下，日系车企将目光集体投向了印度。这也是一个合乎逻辑的选择——此前退出中国市场的铃木就将重心转移到了印度市场。一方面，印度市场增长空间巨大，另一方面，价格实惠且小型的日系车也很契合印度市场的消费者偏好。

最重要的是，印度对中国车企设置了无形的门槛，上汽、比亚迪等企业纷纷折戟，这可以让日系车企避开东南亚国家那样激烈的竞争。

丰田已计划投资超30亿美元扩建印度南部工厂，2030年前还将于马哈拉施特拉邦建设新厂，将其在印度的年产量突破100万辆，市场份额提升至10%。

本田更将印度列为其全球3大汽车市场之一，并推出首款从策划阶段就以印度为轴心打造的全球战略车型Honda 0 α

曾经的中美两大市场都迎来巨变，“躺着赚钱”的时期已经过去。要想延续过去的繁荣，日系车企不得不做出改变。

HTML版本： [中美市场巨变，日本车企遭殃](#)