没想到吧？丰田日赚47亿，中国市场还是利润大头

来源：许士杰 发布时间：2025-11-22 05:43:57

当其他日系车在中国市场节节败退时，丰田却悄悄赚得盆满钵满。

当日产汽车卖掉总部大楼自救、日系车全球份额从25.3%下滑到22%之际，丰田汽车却在最新财季实现了9320.8亿日元的净利润，算下来平均每天净赚约4.7亿元人民币。

而且，在这个日系车被唱衰的时代，丰田在中国市场的业务竟然成为其利润的重要贡献者。

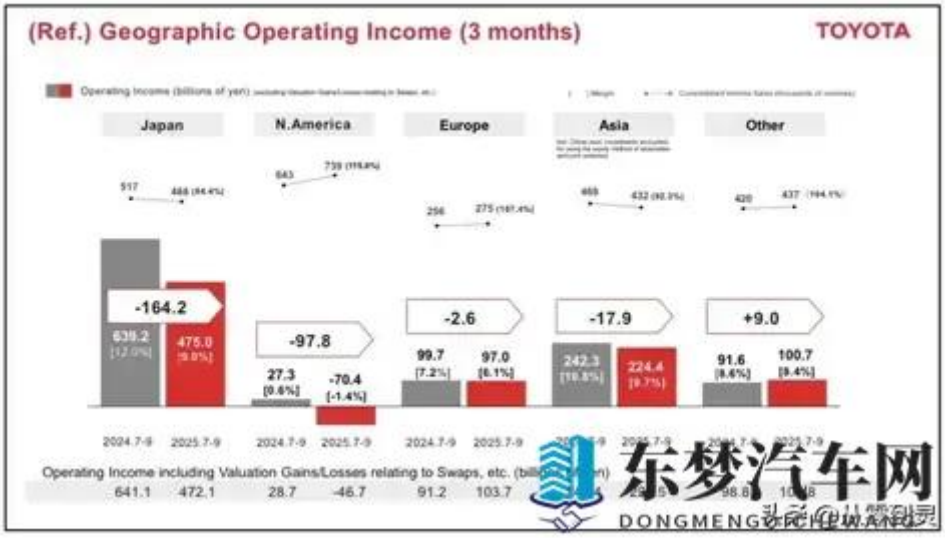
逆势增长

在全球汽车业面临电动转型阵痛之时，丰田交出了一份令人惊讶的成绩单。

2026财年第二季度，丰田营业收入高达12.38万亿日元，同比增长8.2%。

更引人注目的是其净利润——9320.8亿日元，同比增长62%，在普遍低迷的日系车阵营中独树一帜。

与同期净亏损6708亿日元的日产相比，丰田的表现确实令人刮目相看。



不仅如此，丰田还展现出对未来的信心，上调了全年预期，将全球汽车销量预测从1120万辆提高至1130万辆。

在日系车普遍“渡劫”的当下，丰田的稳健不得不让人重新审视这个日系“老大”的韧性。

中国成利润引擎

纵观丰田的全球市场布局，中国业务的表现尤为亮眼。

当其他日系品牌在华销量大幅下滑——本田暴跌30.9%，日产销量跌至2008年以来最

低——丰田在中国市场却逆势增长，成为其利润的重要推动力。

丰田是如何在日系车整体遇冷的中国市场找到生存之道的？

关键就在于它比其它日系品牌更懂得“入乡随俗”。丰田在中国市场实行了RCE制度（中国首席工程师），赋予中国团队充分的自主决策权。

由广汽丰田打造的铂智3X，就是这一制度下的成功案例，月交付量已超过1万台。

铂智3X最低售价：10.98万起图片参数配置询底价懂车分3.76懂车实测空间·性能等车友圈2.2万车友热议二手车11.20万起 | 23辆

同时，丰田旗下的高端品牌雷克萨斯也调整策略，从过去的“加价销售”转变为“平视市场”，使其依然保持中国进口车销售最好的品牌地位。

灵活的本土化策略让丰田在中国这个全球最大汽车市场站稳了脚跟。

挑战与隐忧

丰田的业绩并非全面向好，其经营利润实际上同比下降了27%。

美国关税政策成为丰田不小的负担。2025年4月起，美国对进口车及关键零部件加征25%关税，让高度依赖美国市场的日本车企遭受重创。

日产N7最低售价：11.99万起图片参数配置询底价懂车分4.09懂车实测空间·性能等车友圈3.1万车友热议二手车10.49万起 | 16辆

财经网报道，丰田在财年上半年因关税导致的成本支出高达9000亿日元。

尽管丰田在北美拥有14家工厂，但仍有约五分之一美国销量依赖日本进口，尤其是雷克萨斯高端车型，关税加征致单车成本增加约8000美元。

另一方面，丰田在电动化转型方面仍显迟缓。2024财年丰田纯电动车销量仅14.5万辆，占总销量比例仅1.4%。

今年上半年，其在北美市场的纯电车型仅占1.9%，高度依赖混动产品。

日系车的分化

丰田的业绩与其它日系品牌形成了鲜明对比，反映出日系车内部正在加速分化。

本田在电动化领域的10万亿日元投资计划，被迫缩减至7万亿日元，加拿大电动车工厂建设更是推迟两年。

其推出的全新电动子品牌“烨”市场反响平平，两款车型月销量只有两位数到三位数。

日产则通过推出为中国市场研发的纯电轿车N7，并成为合资豪华阵营中首款搭载华为鸿蒙座舱的车型，展现出了一定的应变能力。

同时，日产也通过出售总部大楼等资产进行自救。

丰田之所以能领跑日系车，在于其更加务实和灵活的策略。当其他日系品牌仍在踌躇不定时，丰田已经大胆放权给中国团队，积极融入中国市场。

此外，丰田还计划将2026财年电动化研发投入提升到150亿美元，用于固态电池、纯电平台、智能驾驶等领域的研发，其中固态电池计划2027年实现量产。

在日产卖掉总部大楼、本田电动化受挫-4的背景下，丰田却依然能日赚4.7亿，靠的不是保守与固执，而是懂得在变革中适时调整姿态。

说到底，无论是丰田的稳健，还是中国品牌的突飞猛进，都在揭示同一个道理：只有拥抱变化，才能不被时代抛弃。

#丰田日赚4.7亿 中国市场是利润大头# #丰田#

HTML版本： 没想到吧？丰田日赚47亿，中国市场还是利润大头