

比亚迪“海獭”远卖东京！纯电海獭能否影响日本K-Car市场？

来源：陈信信 发布时间：2025-11-11 18:42:20

东京车展上，一款名为“海獭”的方盒子小车悄然登场，它藏着比亚迪抢夺日本市场的决心。

在2025年东京车展的聚光灯下，比亚迪出人意料地推出了一款完全为日本市场打造的纯电K-Car——RACCO(图片)（海獭）。这款车以其可爱的方盒子造型和精准的市场定位迅速成为焦点。

作为唯一参展的中国汽车品牌，比亚迪没有选择展示豪华车型，而是直击日本汽车市场的核心——K-Car领域。这个细分市场占日本全年汽车总销量的35%-40%，几乎是每三辆日本汽车中就有一辆是K-Car。



比亚迪RACCO命名为“海獭”，取自“ラッコ”这个日语词汇，寓意与自然和谐共生。这款车从命名到设计都体现出比亚迪对日本文化的深度理解。

RACCO采用了典型的“方盒子”造型，车身尺寸精准契合日本K-Car法规上限：长宽高分别为3395/1475/1800毫米。这种设计最大化利用了空间，同时享受日本政府对K-Car的税费优惠和停车便利。

细节设计更显用心：双A柱配合三角窗减少视觉盲区，后排侧滑门方便在狭窄巷道上下车，前排贯通式座椅让驾驶员在拥挤环境中也能轻松进出。



比亚迪深刻理解到，要在日本市场取得成功，必须融入而非颠覆。RACC0不仅是一款车，更是比亚迪对日本汽车文化的致敬。



RACC0搭载了比亚迪招牌的刀片电池，电池容量为20kWh，WLTC续航里程180公里，支持100kW快充。这一续航数字看似不高，但精准对应了日本车主日均行驶28公里的实际需求。

在智能化配置上，RACC0具备了L2+级智能驾驶辅助系统、液晶仪表+悬浮式中控屏，这些在同级日系K-Car中多为选装配置。比亚迪正是凭借其在电动化和智能化方面的优势，与本土品牌形成差异化竞争。

价格方面，RACC0预计售价260万日元（约合12.1万元人民币），与日本最畅销的电动K-Car日产Sakura（253.66万日元）直接竞争。

虽然价格优势不明显，但比亚迪从电池到整车的垂直整合能力为其赢得了成本控制的空间。

日本K-Car市场长期被本土品牌垄断，2024年销量前三均为本田、铃木和大发的车型。

日本消费者对本土品牌忠诚度高，海外品牌面临天然壁垒。

但比亚迪也有其独特优势：早在乘用车之前，比亚迪电动巴士已在日本运营多年，建立了可靠的品牌形象。目前，比亚迪已在日本建立66家销售网点，并计划到2027年形成7至8款车型的完整布局。

比亚迪还创新销售渠道，计划与便利店合作设立展示点，在大型商场开设“店中店”，让K-Car购买更加便捷。这种渠道创新直指年轻消费者和家庭主妇的购物习惯。

日本政府提出2035年禁售燃油车目标，为电动K-Car创造了政策窗口。而本土车企在电动K-Car领域进展缓慢，给了比亚迪难得的市场机遇。

RACCO的发布体现了比亚迪全球化战略的成熟。企业不再简单地将国内车型出口，而是针对不同市场量身定制产品。

2025年1—9月，比亚迪海外销量达70.16万辆，同比激增132%，已超过2024年全年海外销量总和。比亚迪新能源汽车已覆盖全球117个国家和地区，在全球电动车市场连续四个季度稳居纯电车型销量冠军。

比亚迪在东京车展上还同步推出了“纯电+混动”双线产品策略，首次向日本市场引入插电式混动车型海狮06DM-i。这显示出比亚迪正系统性地深耕日本市场，而非试水而已。

比亚迪高管此次用真金白银表达了对公司前景的信心——5名高管及32名核心人员斥资超5000万元增持公司股票。这种信心也源于比亚迪三季度营收1949.9亿元、毛利率环比上升1.6个百分点的稳健业绩。

其他日本车企高管已对比亚达表示担忧。铃木汽车社长铃木俊宏将比亚迪视为“巨大的威胁”。有行业专家分析认为：“比亚迪没有选择在豪华车市场硬碰硬，而是抓住了K-Car这个最本土化的细分市场。这种‘农村包围城市’的策略，显示出中国车企对日本市场的理解已经进入新阶段。”

比亚迪计划到2027年在日本形成7至8款车型的完整布局。明年夏季，RACCO正式上市后，我们将看到这款小巧灵动的“海獭”是否能在日本市场掀起波澜。

HTML版本： [比亚迪“海獭”远卖东京！纯电海獭能否影响日本K-Car市场？](#)