

中国车出海日本，日系车企慌了，合资模式悄悄变了

来源：赖昀威 发布时间：2025-11-22 21:28:04

东风日产N7(图片|配置|询价)在东京车展上亮相，这件事确实让人感到新鲜，过去总是日本车卖到中国来，现在倒过来，由中国团队设计的电动车直接开到日本参展，这辆车并不是简单换个名字，而是完全由中国工程师从零开始打造出来的，它在进博会上被日产官方正式推出，被称为“全球首款由中国定义、由中国研发、向海外出口的纯电轿车”，更关键的是，日产和东风在中国成立了一家专门负责进出口的公司，目的就是把像N7这样的车卖到国外市场去。

天籁最低售价：12.23万起最高降价：5.75万图片参数配置询底价懂车分3.86懂车实测空间·性能等车友圈39万车友热议二手车0.88万起 | 1470辆

这车卖得很好，一上市月销量就超过六千台，这不是靠广告吹出来的，而是真正懂得中国用户的需求，以前合资车都是日本总部设计图纸，中国这边负责组装生产，现在情况不同了，N7的智能座舱和电池管理这些核心部分，都是中国团队自己调试完成的，不用等待日本方面批准，这种模式叫做“GLOCAL 2.0”，听起来复杂，其实就是让本地人做本地事，日产全球也开始调整策略，把中国当作技术输出地，不再只是接单生产的工厂。

天籁这款车玩出了新花样，它没有跟风电动化，而是装上华为鸿蒙座舱，不只是简单加个大屏，而是把车内重新设计成移动客厅的样子，座椅可以按摩，副驾能够伸展，收纳空间也安排得巧妙，语音控制反应很灵敏，说什么都能听懂，速度快得不像传统燃油车，音响系统也很到位，十七个喇叭加上无麦K歌功能，坐在车里唱歌感觉就像在KTV一样，这车不是靠堆配置取胜，而是真正琢磨了中国人的日常用车习惯。

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3.2万车友热议二手车10.49万起 | 17辆

东风日产没有把鸡蛋都放在一个篮子里，他们一边推出N7车型来抢占新能源市场，一边继续用天籁稳住老客户，这两款车背后有一个共同的思路，就是由中国团队主导决策，并且积极与华为这样的本土科技企业合作，优先考虑用户真实的使用场景，不像有些合资品牌那样，做电动车只是简单换个电机，智能功能也不过是多加几块屏幕，东风日产的做法更实际一些，他们把智能化当作车辆出厂就该具备的基本能力，而不是额外添加的装饰。



天籁最低售价：12.23万起最高降价：5.75万图片参数配置询底价懂车分3.86懂车实测空间·性能等车友圈39万车友热议二手车0.88万起 | 1470辆

以前日系B级车都在比较谁更省油，谁的动力更强，现在天籁一出现，大家就开始比谁的车更像一个生活空间，别的车型还在研究怎么让语音助手帮忙开空调，天籁已经做到用一句话控制全车的灯光、座椅和音响，这不只是功能上的一点改进，而是整个产品的思路变了，智能化已经不是可有可无的亮点，而是买车时必须考虑的基本条件。



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3.2万车友热议二手车10.49万起 | 17辆

东风日产能够这样做，是因为它给了中国团队足够的决策权，其他合资品牌还在遵循日本总部的流程，需要层层上报等待审批，东风日产可以直接与华为、大疆、地平线这样的公司展开合作，这种机制上的变化比某一款车卖得好更加关键，它表明未来合资车企的竞争重

点不再是依赖日本品牌的光环，而是看谁更快地适应中国市场的节奏和需求。



我看过不少合资车转型的例子，很多只是表面上热闹，实际内核没什么变化，东风日产这次的做法不一样，它不只推出新车，还在改变游戏规则，以前是直接拿别人的技术用，现在是自己研发再对外输出，中国消费者的需求越来越具体，也越来越不好应付，谁反应最快，谁就能继续生存，这件事放在五年前没人敢想，如今却成了现实。

HTML版本： [中国车出海日本，日系车企慌了，合资模式悄悄变了](#)