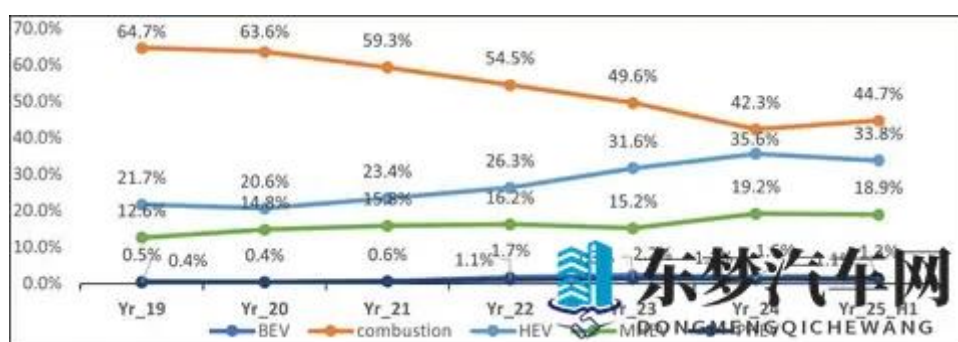


纯电车型站上东京车展C位 日本市场终向电动化低头？

来源：袁涵雄 发布时间：2025-11-13 12:15:54

日本车企开始向本土市场力推纯电车型。

10月30日至11月9日，两年一届的日本移动出行展（东京车展）在东京国际展览中心举行。作为年内最后一个全球大型车展，日本车企集体亮相。不同于两年前面对电动化的迟疑观望，今年的日本车企可以说是一拥而上加码电动化。



车展现场，吸引媒体和观众眼球的不仅有来自中国的比亚迪K-EV BYD RACCO等，还有丰田、本田等日系车企的纯电动概念车型。

尤其值得关注的是，丰田展出了科技感十足的卡罗拉概念车，并表示将推出纯电版本。作为史上销量最高的车型，卡罗拉也是丰田的王牌产品，卡罗拉电动版本的问世，无疑是丰田及其背后的日本汽车产业向电动化积极转型的强烈信号。

电动车洼地：日本市场电动化渗透率长期在2%左右徘徊

作为全球第四大汽车消费市场，日本的汽车电动化转型进程颇为特殊：油电混合动力汽车（HEV，核心特点是无需外接充电，而是通过发动机运转和动能回收系统为电池充电）在市场中占据绝对主导地位。与之形成对比的是，纯电动汽车在日本的发展进程遭遇瓶颈，渗透率长期处于极低水平。

汽车行业数据与咨询服务提供商JATO Dynamics发布的数据显示，2019年，日本纯电动汽车的市场份额仅为0.5%，在2023年爬升至2.2%后，2025年上半年又回落至1.3%，在发达国家中最低。

日本市场不同动力车型注册量对比，来自JATO Dynamics官网

一方面，日本本土市场长期依赖油电混动车型。身为汽车强国之一，日本汽车产业围绕内燃机技术构建了庞大的产业链体系，丰田、本田等头部企业在油电混合动力领域的技术积

累已形成护城河。以丰田为例，其每年高达千万辆左右的销量中，40%以上为油电混动车型。这种技术优势也塑造了日本社会对传统汽车工业优势的文化认同。

另一方面，面对未来技术，日本押注了氢燃料电池汽车，对纯电路线的投入严重不足，这还被业内戏称为“点错了科技树”。以上多种因素直接导致本土电动化进程滞后。

从车型来看，日本在售纯电车型从2019年的10款增加至2025年的61款。但其中仅有10款来自日本品牌，其余51款均为外国品牌。除销量最高的日产樱花外，仅有特斯拉Model 3、比亚迪海豹等外资品牌车型在市场中稍有存在感。

从销量更能直观看出电动车型在日本市场上的不温不火：2024年，日本品牌在本土市场的市占率超94%，掌握绝对话语权；然而在纯电车型排行榜上，外资品牌却可与本土品牌掰掰手腕。以全球最受欢迎的纯电动汽车品牌之一特斯拉为例，其去年在日本市场的总销量也仅有5600辆，位列纯电品牌销量第二位。

比亚迪从三年前才刚进入日本乘用车市场，去年其纯电车型销量已经升至第四，超越了丰田、本田等本土巨头。

面对日本本土市场电动化转型的低迷，比亚迪、特斯拉、现代等国际品牌正加速渗透。但日系品牌在本土市场占据主导地位，“日本电动汽车渗透率的明显上升，要看日本品牌电动车的推出。”比亚迪亚太汽车销售事业部总经理刘学亮在接受澎湃新闻等媒体采访时表示。

电动车型终于站上车展C位，丰田等本土巨头加速电动化进程

从日本移动出行展上的新车不难看出，日本车企已经摆脱了对电动化半推半就的态度——纯电车型站上了多个展台的C位。

全球第一大车企丰田在日本移动出行展的媒体发布会上公开了卡罗拉概念车型，并表达了推出纯电版本的意向。这被业内解读为日本车企向电动化转型的标志性动作。

卡罗拉于1966年上市，是丰田以及日本汽车产业的代表车型，年销量长期超百万辆，目前其全球累计销量早已突破5000万辆，是史上销量最高的车型。

在另一日本巨头本田的展台，同样显示出了其打开纯电产品线的决心：全球首发“Honda 0 α”是本田旗下0系列的全新SUV原型车，与“Honda 0 SALOON”和“Honda 0 SUV”原型车共同登上展台。

此外，本田还全球首发了一款小型纯电动原型车Super-ONE Prototype。据悉，该车型计划于2026年在日本上市。

铃木首次公开了力争2026年度量产的轻型EV的试制车“Vision e-Sky”，同时该公司还表示，日本的电动汽车普及进程将会提速。

此外，雷克萨斯带来了全球首发的LS六轮电动MPV概念车；奔驰AMG纯电高性能概念车也

迎来亚洲首展；日产、现代等也都展出了纯电动车型或概念车。

中国车企方面，除了全面进入日本市场的比亚迪外，极氪的009车型也通过经销商首次在日本公开亮相，试图进入日本纯电市场。

电动汽车在日本汽车市场上的逐步兴起，将不仅利好有意出海的中国电动汽车品牌，也将进一步增强中国汽车产业在国际上的话语权，尤其是以动力电池为代表的产业链。

从原材料到电池单元，车载电池整个供应链对中国的依赖度都很高。日本矢野经济研究所的调查显示，从正极材料和负极材料等4大主要材料来看，中国的市场份额全部超过9成。日经新闻评价称，“虽然全球越来越多的国家在竞相吸引电池制造商到本国，但供应链想要摆脱中国极为困难。”

值得一提的是，日经新闻分析认为，电动汽车在日本普及的关键是价格，而日本电动汽车市场已经迎来降价潮。

日产在10月8日宣布，改款主力电动车LEAF在日本起售价约519万日元，相较旧款降低了约6万日元；比亚迪9月在日本针对所有车型进行了限时降价，同时对最新上市的新款海豹进行增配降价；丰田也在10月将量产电动车bZ4X的价格下调了70万日元。

铃木社长铃木俊宏在接受日媒采访时说，“日本人对中国产品的（购买）门槛正在降低。我认为（比亚迪）是一个巨大的威胁。”他虽然表示不会就价格展开竞争，但同时称“将在参照其他厂商的同时推进讨论”。

HTML版本：[纯电车型站上东京车展C位](#) [日本市场终向电动化低头？](#)