

# 比亚迪进军日本，日本K-Car市场迎来“降维打击”！

来源：巫宇翔 发布时间：2025-11-13 19:26:24

10月29日，东京台场的填海陆地上，一场没有硝烟的战争正在2025日本移动出行展上演。比亚迪全球首发专为日本市场打造的纯电K-Car——BYD RACCO，并同步推出插电混动车型海狮06DM-i，以“纯电+混动”双线战略，直插日本汽车工业的“心脏”。

## 01 破壁之战：为什么日本市场是“全球最难啃的骨头”？

用福特汽车前CEO穆拉利的话说，“日本是世界上最封闭的市场”。



— 0关税，却90%被本土品牌垄断：日本市场对进口车0关税，但日系品牌市占率常年超过90%。2025年上半年销量前十全是本土品牌，丰田以72.43万辆稳居榜首。

— K-Car是护城河：这种轻型车因免税、免车位证明等政策，占日本年销量36.8%，年销超150万辆。其特殊尺寸和文化属性，曾是外国品牌无法逾越的高墙。

然而，日本电动化进程缓慢——纯电渗透率仅1.7%，本土车企仍沉迷于混动与燃油技术。这片蓝海，被比亚迪精准切入。



## 02 比亚迪的“本土化匕首”：如何把K-Car玩出新高？

比亚迪RACCO的发布，被日媒称为“中国车企摸透了日本家庭的需求”。

– 首先，尺寸精准到毫米：车身严格符合K-Car标准（3395/1475/1800mm），轴距占比超65%，空间利用率反超本田N-Box。



– 其次，技术降维打击：搭载刀片电池，WLTC续航180km，比日系竞品高30km；支持100kW快充，30分钟补能80%。热泵空调使-10℃环境能耗降30%。

– 最后是场景化定制：针对日本家庭充电难问题，设计6kW家用插座8小时满电方案，契合“夜间充电、白天使用”习惯。

所谓入乡随俗，此举正是比亚迪用日本最熟悉的K-Car规则，欲撕开日本的市场裂缝。

## 03 日系车企的集体焦虑：从“技术自信”到“被迫反击”

在此前的东京车展上，日系车企品牌的展台暴露了尴尬的转型困境：

1、K-Car电动化滞后：丰田C+pod续航仅150km，充电5小时；三菱eKX EV续航130km，智

能配置被众多网友调侃“还停留在2015年”。

2、研发投入激增却方向迷茫：日本七大车企2024年研发支出达3.87万亿日元（约253亿美元），但多数技术路线仍摇摆于混动、氢能、纯电之间。

3、学生反哺老师：日产展出的纯电轿车N7由中国团队研发，我们可以观察到，是中国方面的工程师向日本总部讲解电池技术，用中文讲解日本车给日本人听，这场景无谓不讽刺。

铃木汽车社长铃木俊宏面对此景，坦言：“比亚迪的冲击，比当年德国车进入日本更强烈。”

#### 04 比亚迪能否真正“扎根日本”？

有的人觉得可以，因为：

1、产品力碾压：比亚迪电动巴士已占日本电动巴士市场第一，乘用车凭借RACCO精准定位有望复制成功。

2、产业链优势：刀片电池、DM-i混动技术成本可控，12万级定价让铃木等日企“无法做到无利润跟进”。

3、战略耐心：比亚迪计划2027年前在日本推7-8款车型，门店从66家扩张至100家，构建本土化服务网络。

有的人不以为然，觉得比亚迪是在做无用功，他们觉得：

1、品牌信任难关：日本消费者对本土品牌忠诚度极高，且担忧中国车保值率。

2、政策风险：若日本调整K-Car福利或加大电动车补贴，本土品牌可能快速反扑。

3、文化隔阂：从销售渠道到售后服务，比亚迪能否适应日本极致的服务标准？

#### 05 更深层的信号：中国汽车工业从“追随”到“制定规则”

比亚迪此次出击，标志着中国车企出海逻辑的根本转变：

第一，从“廉价出口”到“技术输出”：RACCO的刀片电池、快充技术远超日系竞品，依赖一旦形成，将会无限提高日本人民的胃口；

第二、从“适应市场”到“定义需求”：针对日本多山地形、冬季严寒设计热管理系统，满足日本人各种需求；

第三、从“单兵作战”到“生态布局”：乘用车与商用车双展台，纯电卡车T35、电动巴士J6同步亮相，构建全产业链影响力。

《朝日新闻》的评论点破本质：“上世纪80年代日本车企靠‘精准满足需求’赢得全球，如今中国车企用同样的方法发起挑战。”

日本市场曾是“试金石”，如今成了“镜子”——照出中国车企的技术积累与战略智慧，也照出旧霸主的路径依赖与转型阵痛。下一步，比亚迪要征服的不只是市场，更是人心[]。

评论区欢迎交锋：

- 你认为比亚迪的电动K-Car能否在日本复制国内成功？
- 日系车企的电动化转型是“保守”还是“务实”？
- 中国车出海，究竟该靠价格战还是技术牌？

（本文综合自财联社、第一财经、日经新闻等媒体报道，观点原创，欢迎理性讨论）

HTML版本： [比亚迪进军日本，日本K-Car市场迎来“降维打击”！](#)