

2019日本車輛生產銷售概況

文/ Sharareh Shahidi Hamedani

日本汽車生產及銷售統計

根據「Marklines」網站的統計，2019年日本汽車製造商共生產9,215,476輛汽車、其中4,600,911輛為出口（相當於其同年總生產的49.9%），另外有4,614,565輛在日本國內銷售。相較於2018年，日本的汽車製造下滑了0.2%，不過同期出口也成長0.6%。

馬自達

日本第2大汽車製造商的頭銜多年來一直由馬自達、大發、鈴木和本田輪流拿下。2019年，這個頭銜由馬自達以1,010,275輛的汽車產量所拿下。2019年馬自達11%的汽車產量分配在日本國內，另外84.1%為出口。2019年馬自達在日本國內的銷量為160,431輛（在日本8家主要汽車製造商中銷量第二低；第一低的是僅在日本國內售出113,187輛的速霸陸）。



馬自達的數據在2018-2019年間持續成長。產量成長約1.4%，汽車出口成長為2.4%。

為什麼馬自達無法在日本維持第2大汽車製造商的地位？答案可能是馬自達推出高價車款的策略。當馬自達進入高價車款市場，銷售上會遭遇更多阻力，因為必須面臨來自Volvo和賓士等強勢品牌的競爭。

馬自達表示做為一家小型汽車品牌，能找出一個能創造更好利潤的利基點更好。但馬自達忘了行銷的市場是相當競爭的。馬自達可以或不可以做的事主要取決於競爭而非自身能力。Edmunds產業分析師執行經理Jessica Caldwell提到馬自達時表示：「我認為他們的車子本身很棒，每個駕駛過它的人都會愛上它的性能和內裝。它有很高的評價。」但是否因為這樣價格就能開得更高就又另當別論了。

當然，馬自達可以生產「高價」車款，不過它又要以什麼樣的市場定位來面對龐大的競爭？

鈴木

日本第4大汽車製造商是鈴木。它佔了日本汽車總產量的10.3%。2019年，它生產了946,768輛（約比大發少了6,773輛）。同年鈴木出口178,792輛（約佔其產量的18.9%）。比起2016年其產量減少6.6%，同期其在全球的市場也少了7.8%。

因為日本產出變低，鈴木的產量也變低，並加以改善檢測系統－鈴木在承認安全測試、燃油效率報告造假和檢測程序不適當後計畫召回約200萬輛車。

但鑄下大錯後很難挽救形象。第二個理由是其最大市場－印度需求的下滑。印度對鈴木來說是關鍵市場，鈴木透過印度最大車商Maruti Suzuki India Ltd在印度的通路佔了印度乘用車銷售的一半。

豐田

豐田是日本首家也是世界最大汽車製造商。2019年其生產3,415,864輛，約61.6%的產量（2,103,639輛）為出口。37.1%日本生產的汽車來自豐田。2019年，豐田的生產成長了8.8%，且統計顯示2019年其車輛出口的成長相較於2018年成長了11.3%。



為什麼豐田多年來如此成功？豐田具備打造品牌的能力，而這也是它成功的關鍵。在潛在買家的心目中，豐田擁有三種代表不同類型的品牌。

- 以可靠出名的Toyota
- 以奢華出名的Lexus
- 以油電出名的Prius

大發

日本的第3大汽車製造商是大發。2019年其生產953,541輛，佔日本總汽車生產的10.3%。不過，它同年並沒有出口任何汽車到全世界。2019年大發的產量比2018年成長2.4%。



在共同合作策略下，豐田和大發打算結合自家的營運基地，並分享各自擅長的技術專業領域。這將發揮兩家品牌的優勢，促進開發在全球具競爭力和具市場吸引力的小型車。

不好的品牌名可是會毀了好策略，這也是大發產品沒有出口的主要原因。在2016年加入豐田後，其出口紀錄為0。想要在全球市場成功，容易用英文發音的品牌名很重要。世界知名品牌行銷大師Laura Ries表示：「想要成功，你必須有一點神祕感和謀略。你必須與眾不同、有實力證明、而且還要有個好名字。」Daihatsu這個名字並不適合豐田和大發。



本田

做為日本第5大汽車製造商，本田佔了日本汽車產量的9.1%。2019年生產843,056輛，且有15.6%的產量銷往國外，也就是出口了131,322輛。2019年本田的生產相較於2018年減少了5.4%，同期出口驟降25.7%。



縱使在日本只是第5大的品牌，本田又是如何成為全球品牌？

答案在於美國市場。本田在美國是數一數二的日本汽車製造商，但在日本僅名列第五。

在日本，人們普遍認為本田是機車製造商，因此日本買家鮮少購買本田汽車。然而很多管理階層人員不理解這一點。面對銷售下滑，本田花費數百萬美元對車輛升級來達到他們認為的客戶期待。而事實上，該公司真正需要做的是扭轉人們的認知（如果汽車品質是最重要的事，應該在所有市場都會取得相同的地位才對。）

日產

日產在日本之外比在日本國內還更有名。它是日本第6大汽車製造商。2019年其產量為807,744輛，佔日本汽車總產量的8.8%。56.6%（456,225輛）的生產為出口。跟本田一樣，日產在全球的市場萎縮了9.5%，生產減少13.2%。



日產是屬於大家的品牌。

日產的汽車屬於那些市場區塊？這個品牌囊括轎車、運動車、休旅車、小貨車、小卡車、貨卡和商用車。而且當然還有電動車。這是汽車製造產業的典型思維，因此競爭非常激烈。日產無法在競爭中打一場完美勝仗，所以在8家日本主要汽車製造商中僅名列第6。

它想要以「令人驚豔的創新」刺激汽車銷售。

汽車買家想要買什麼樣的車？一般來說，汽車買家想要買到符合以下要求的車。

- 是否可靠耐用？
- 外觀時尚嗎？
- 開起來的感覺如何？
- 尺寸載得下全家人嗎？
- 有適當的保固嗎？

現在，讓我們看看為什麼應該買日產？因為它夠創新！另一方面，為什麼要買豐田？因為夠可靠，所以這樣的訊息對買家的認知來說非常合理。

三菱及速霸陸

三菱是日本第7大汽車製造商，速霸陸則是第8大。兩個品牌分別佔日本汽車總產量的6.7%。三菱生產619,464輛車，速霸陸生產618,764輛車（比三菱少700輛）。三菱出口375,512輛車（佔其生產的60.6%），不過，速霸陸在日本境外賣了505,577輛（佔其生產的81.7%）。

比較這兩個品牌在2018年同期的數據，2019年三菱的出口比其2018年的出口還低15.7%，生產也比2018年少了8.4%。另一方面，速霸陸的出口萎縮5.1%，生產減少6.2%。



展望日本汽車產業

新冠疫情正對汽車製造產業造成重大影響。日本汽車業遊說團體主席今年3月19日表示團體內部成員將需要因應需求下滑的預測而繼續調整生產。因此，根據Trading Economics公布的全球總體發展模式和分析師的預測，日本的汽車產量在2020年第2季之前預計會達到每月680,000輛。展望未來，他們預測日本的汽車生產每月會達到650,000輛。長期來看，根據計量經濟學模式，日本的汽車生產預期在2021年每月會達到約690,000輛。

日本汽車生產未來預測（單位：輛）

