

丰田在中美贸易摩擦下变得强大

2019/05/09

<http://cn.nikkei.com/industry/icar/35482-2019-05-09-05-00-00.html>

丰田5月8日发布的2018财年（截至2019年3月）合并财报（美国会计准则）显示，营业利润同比增加3%，达到2.4675万亿日元。除了过去3年一直推进的销售促进举措之外，成本降低也支撑了丰田利润增长。今后，在美国和中国新车市场萎缩的背景下，丰田能否在两国保持稳定的销售将成为焦点。

丰田2018财年的营业利润按剔除汇率行情影响的所谓“实际增长”来看，实现了1900亿日元的增长。上财年的营业利润虽然低于创出历史最高的2015财年的2.8539万亿日元，但利润的“质量”正在改善。

在截至2018财年的3年里，按营业利润计算，丰田面临4000亿日元左右的利润下降因素。其中大部分是日元升值带来的汇率的负面影响。如果予以剔除，将反而使利润增加4000亿日元左右。相比之下，截至创出最高利润的2015财年的3年的情况又是如何呢？虽然利润增加1.5万亿日元，但基本上可以通过“安倍经济学”行情带来的日元贬值来解释利润增长原因。按实际增长计算，利润反而减少300亿日元。

在美国和中国的汽车市场萎缩日趋明显的背景下，2018年度德国戴姆勒和美国福特等世界大型汽车厂商联袂出现大幅利润下滑。在此情况下，丰田的业绩却保持坚挺。该公司预计2019财年营业利润有望增长3%，达到2.55万亿日元。按剔除汇率影响的实际增长来看，有望实现750亿日元的利润增长。



丰田在美国正积极销售“RAV4”（照片为面向日本的RAV4）

成为原动力的是接连不断的新款车投放、以及与之相伴随的销售奖励金的调整。2018财年丰田集团的全球销量增长2%，达到1060万辆，创出历史新高。2019财年也有望小幅增长，达到1074万辆。尤其是在中美两大市场，丰田正在积极采取行动，这正在支撑盈利。

特别是在占全球销量 25%左右的美国，丰田推进了畅销的大型车的增产。2018 年在墨西哥增产皮卡“TACOMA（塔科马）”，2019 年还将在该国起用新工厂，启动 TACOMA 的生产。2016 年仅为 53%的大型车的销售比率目前达到逾 60%，正在接近行业平均水平。

丰田还接连投放新款车。2018 年底全面改进和推出了主力 SUV“RAV4”新款。今后将推进主力轿车“卡罗拉”、SUV“汉兰达”的全面改款。丰田计划在截至 2021 年的 3 年里，在美国推出 31 款新车，比过去 3 年增加 3 成。借助这些举措，2019 年 1~3 月成为折扣经费的销售奖励金实现减少，盈利正在改善。

在中国市场，为了挽回起步较晚的局面，丰田也正在积极采取行动。鉴于中国 2018 年 7 月下调进口车关税，丰田下调了全部从日本出口的高档车“雷克萨斯”的售价。此外，新车型的投放也在加强，2018 年推出了小型 SUV“C-HR”、雷克萨斯的高端轿车“LS”和“ES”的新款。

为了在中国提高知名度，丰田参加地方性车展的次数也自 2012 年前后开始以 1 成的速度逐年增加，如今全年参展数接近 200 次。加上实实在在的营销活动，在中国整体新车市场于 2018 年时隔 28 年同比下降的背景下，丰田销量增长 14%，达到约 148 万辆。



丰田 4 月在中国发布的纯电动 SUV“奕泽”（上海）

2019 年，丰田预定在中国市场投放属于主力车型的卡罗拉的新款车。丰田的战略是在华销售今年比 2018 年增加 1 成，达到 160 万辆，到 2020 年增至 176 万辆。还提出在天津市和广州市新建工厂、将产能到 2021 年提高约 35%的计划。

在中美对立日趋激化的背景下，丰田章男社长亲自于 3 月和 4 月在美国华盛顿和中国北京市分别发表演讲。强调在两国的投资等贡献，正在为迅速落实增长战略而加快铺平道路。在被称为“CASE”（互联汽车、自动驾驶、共享、电动化）等的新一代技术竞争中，美国谷歌等大型 IT 企业跨界，也成为竞争对手。因此很难保证汽车厂商等继续稳坐汽车行业的主角地位。能否持续对盈利质量进行改善或将影响丰田的竞争力。

日本经济新闻（中文版：日经中文网）名古屋支社 押切智义