

比亞迪（BYD）全面報告

公司歷史與發展

比亞迪股份有限公司成立於1995年，由創始人王傳福在深圳創立，起初專注於可充電電池業務，迅速成長為手機電池領域的領先供應商¹。2003年，比亞迪透過收購秦川汽車正式進入汽車製造行業。王傳福原本計畫只生產新能源汽車，但由於當時市場和技術尚不成熟，比亞迪初期同時生產燃油車、插電式混合動力車和純電動車以維持生存²。2005年，比亞迪逆向研發推出首款燃油暢銷車F3（外觀近似豐田花冠），憑藉不到15萬元級別的價格取得成功，至2021年停產時累計銷售超過300萬輛，但也因此背負「模仿抄襲、低端車」的品牌印象³。

比亞迪自2006年起多次嘗試研發新能源車型：例如2008年推出中國首款商業化雙模混合動力車F3DM，但因市場與技術限制銷量慘淡（截至2010年僅售出417輛）⁴。公司的轉折點出現在2012年前後，隨著中國新能源汽車鼓勵政策逐漸明朗，比亞迪多年積累的電動車技術開始有用武之地⁵。2008年下半年，著名投資人沃倫·巴菲特透過旗下公司以2.3億美元入股比亞迪約10%股份，引發「巴菲特效應」使比亞迪股票一年內暴漲九倍，極大提升了公司國際知名度⁶⁷。2013年底，比亞迪推出以中國朝代命名的首款插電式混合動力轎車「秦」，開啟了日後「王朝系列」產品線，此後陸續推出元、宋、唐、宋MAX等車型，完善產品矩陣⁸。

進入新能源時代，比亞迪加速技術創新與品牌升級。2020年，比亞迪發布具有劃時代意義的「刀片電池」，強調高安全性和長壽命⁹。2021年，比亞迪推出第四代插混技術DM-i，同年上市秦PLUS DM-i、宋PLUS DM-i等多款車型，配合此前推出的純電動旗艦轎車漢EV（首款搭載刀片電池）等產品，一舉帶動銷量迅猛增長¹⁰¹¹。2022年被業界稱為「比亞迪元年」，該年11月比亞迪第300萬輛新能源汽車下線，成為中國首個達成此里程碑的汽車品牌¹²。自2022年3月起比亞迪停止生產傳統燃油引擎汽車，戰略重心全面轉向純電和插混車型¹³。隨著品牌形象提升，比亞迪亦嘗試向高端市場邁進：早在2010年便與德國戴姆勒合資創立高端電動車品牌騰勢（Denza），但經營多年反響平平；2022年底，比亞迪宣布將推出全新高端品牌「仰望」（Yangwang），定位百萬元級新能源車，並於2023年發布首款豪華越野車U8¹⁴。同時，比亞迪延攬前奧迪設計總監等國際人才主導設計，推出Dragon Face家族外觀，大幅提升產品設計感與品牌形象¹⁵。經過從低端代工電池到自主品牌電動汽車的轉型升級，比亞迪現已蛻變為全球電動車行業的領軍企業之一。

電動車型號與核心技術

產品型號：比亞迪乘用車目前形成「王朝系列」與「海洋系列」兩大產品陣列，覆蓋從經濟型到高端的多級市場。王朝系列以中國朝代命名，代表車型包括：秦PLUS（緊湊型轎車，提供EV純電和DM-i插混版本）、漢EV/漢DM（中大型轎車旗艦）、唐EV/唐DM（中大型SUV）、宋PLUS系列（緊湊型SUV，有EV和DM-i插混版）以及元PLUS（小型跨界SUV，出口名Atto 3）等¹⁶。海洋系列則以海洋生物命名，主打年輕時尚市場，代表車型有：海豚（Dolphin，兩廂小型電動車）、海豹（Seal，中型運動轎車）、海鷗（Seagull，微型電動車，在2023年上市即熱銷）等。此外，比亞迪通過多品牌戰略進軍更高端細分市場——合資品牌騰勢推出高端MPV騰勢D9，在30萬元級MPV市場取得銷量冠軍¹⁷；全新的仰望品牌U8定位硬派豪華越野SUV，方程豹品牌則主攻個性化越野車。比亞迪的新能源產品線還延伸至商用車領域，公司是全球電動巴士和電動卡車領先供應商之一，在公共交通電動化方面具有全球影響力。

電池與動力技術：電池技術是比亞迪的核心優勢之一。2020年推出的「刀片電池」採用磷酸鐵鋰（LFP）化學體系，電芯呈扁長條狀如刀片，可直接排列構成電池組⁹。刀片電池具備**高安全性**（通過極嚴苛的針刺穿刺測試，在被鐵釘刺穿時不會起火爆炸）、**長壽命**和**較高體積能量密度**等特點¹¹。比亞迪自2021年起將刀片電池逐步裝配到全系純電車型上，提升了車輛的安全性能和續航表現¹⁸¹¹。在混合動力方面，比亞迪研發了**DM-i超級混動技術**，即「以電為主」的雙模混動系統。DM-i採用大容量安全電池和高功率電機作主要驅動，汽油發

動機主要在高效區間發電，必要時直驅協助¹⁹。這種架構顛覆了傳統「以油為主」的混動設計，可實現極低油耗和長續航：以秦PLUS DM-i為例，虧電油耗低至每百公里3.8升，滿油滿電綜合續航可超過1200公里，且0-100加速比同級燃油車快2-3秒²⁰。DM-i車型可在城市工況下99%時間純電驅動，既提供接近純電車的平順駕乘體驗，又無續航焦慮，被稱為「燃油車顛覆者」^{20 19}。截至2021年底，比亞迪已將DM-i技術應用於秦Plus、宋Plus、唐等多款熱銷插混車型，成為其銷量高速增長的重要支柱¹⁶。

研發與垂直整合：比亞迪在新能源汽車全產業鏈上採取垂直整合戰略，自己掌握關鍵零部件的研發生產，以降低成本並提高協同效率。除了電池外，比亞迪早在2009年即研製出中國首款自主IGBT功率半導體芯片，2018年發布車規級IGBT 4.0元件，成功打破國外壟斷^{21 22}。目前比亞迪半導體公司生產的IGBT功率模組不僅自用，市佔率也達中國市場約18-20%，為電驅動系統提供可靠保障²³。同時，比亞迪自行研發電機電控系統、車載OS和感知硬體等。例如，比亞迪於2021年發布了面向下一代電動車的e平台3.0架構，將電池、電機、電控、車身等深度集成。一方面，e平台3.0採用全新電子電氣架構和BYD OS操作系統，可支持整車OTA和高級別自動駕駛功能拓展²⁴；另一方面，它內置熱泵空調和八合一動力總成，綜合效率提升至89%，並可選配800V高壓快充技術，實現充電5分鐘續航150公里²⁵。此外，e平台3.0將刀片電池作為結構件融入車身，車體剛性提升一倍並滿足「超五星」安全標準²⁶。憑藉這些創新，比亞迪的新款車型在性能（如部分車型0-100加速可進入2秒級）、續航（部分車型達1000公里級）和安全性等方面均達到行業領先水平²⁵。未來，比亞迪研發重點還包括新電池材料（如鈉離子電池的探索）、智能駕駛輔助系統的完善以及車用芯片的迭代升級等，不斷鞏固其技術壁壘。

銷售表現與市場佔有率

近年來，比亞迪新能源汽車銷量呈爆發式增長，成為中國乃至全球市場的銷量冠軍。**在中國市場**，比亞迪自2014年以來連續八年新能源車銷量位居全國第一²⁷。2021年比亞迪新能源車銷量約74萬輛，同比大增73.3%^{28 29}。2022年，比亞迪迎來全面起飛：全年銷售新能源乘用車185.74萬輛，同比暴增212.8%，其中純電動91.11萬輛、插電式混動94.62萬輛，兩種動力類型各占半壁江山^{30 31}。以乘用車計，比亞迪在2022年中國新能源乘用車市場的佔有率接近30%³²。若包含商用車，比亞迪當年累計銷售新能源汽車186.85萬輛，較上年增長152%，在中國汽車總銷量中約佔7%的份額³³。值得一提的是，比亞迪單月銷量自2022年下半年起頻破記錄：例如10月新能源車單月銷量達21.7萬輛，同比暴增233.9%³⁴。**2023年**比亞迪再創新高，全年銷量突破302萬輛，較2022年增長61.9%，超額完成年初設定的300萬輛目標³⁵。這使比亞迪成為中國汽車產業史上首家年銷量超過300萬的車企。同年比亞迪在中國新能源車市場的市占率進一步提升至約33-34%，每賣出三台新能源乘用車就有一台來自比亞迪³⁶。值得注意的是，2023年比亞迪在中國乘用車市場（含燃油車）也躍居全年品牌銷量第一名，終結了合資品牌長達近40年的壟斷地位，標誌著中國本土汽車品牌的崛起³⁷。

在全球市場，比亞迪同樣表現強勁。2022年比亞迪新能源乘用車（含純電和插混）全球銷量達186萬輛，已超越特斯拉同期131萬輛的純電動汽車銷量，成為廣義新能源車銷量的世界第一^{32 31}。按市場份額計算，2022年比亞迪約佔全球新能源乘用車18.3%的份額，特斯拉約為13.0%³⁸。即使只計純電動乘用車，比亞迪91萬輛的年銷量也僅次於特斯拉，在全球排名第二。2023年，比亞迪繼續蟬聯全球新能源車銷量冠軍，全年新能源車銷量超過300萬輛，遠高於特斯拉當年的交付量（約180萬輛純電車）^{35 37}。憑藉銷量高速成長，比亞迪已成為全球汽車市場不可忽視的力量：2023年上半年比亞迪躋身全球車企銷量前十，全年總銷量排名升至世界第九位，這是中國汽車品牌首次打入全球前十³⁹。總體而言，比亞迪近三年銷量實現三連跳，增長速度和規模在同行中首屈一指：2021年約74萬輛、2022年186萬輛、2023年302萬輛，年均複合增長率超100%^{28 29}。如此高速的成長，在傳統汽車巨頭中極為罕見，充分體現出電動車市場蓬勃需求下比亞迪的競爭優勢。

海外拓展與出口

隨著中國新能源車市場日漸成熟，比亞迪近年來大力拓展海外業務，**出口量**快速攀升。2022年比亞迪出口新能源乘用車共55,916輛，較2021年增長逾300%⁴⁰。2023年出口更是達到約24萬輛，同比增長334%，海外銷量占比亞迪總銷量的近8%，成為新的增長極⁴¹。目前比亞迪新能源汽車足跡已覆蓋全球六大洲超過70個國家和地區，在400多座城市投入運營⁴¹。比亞迪採取因地制宜的市場策略，在不同地區推出適合當地需求的產品並

建立合作渠道。例如在**歐洲**，比亞迪於2021年以唐EV進軍挪威市場，此後陸續在德國、英國、法國、瑞典等國上市多款乘用車，包括元PLUS（當地稱Atto 3）、漢、海豹、海豹等車型。這些車型在歐洲獲得安全認證（Atto 3獲Euro NCAP五星評級）並逐漸打開市場知名度。以色列市場即是一個成功案例：比亞迪Atto 3自2022年底上市後廣受歡迎，2023年連續七個月成為以色列單一車型銷量冠軍，5月單月上牌達1246輛，為當地最暢銷的汽車⁴²。在**亞太地區**，比亞迪同樣進展迅速。2022年比亞迪宣布在泰國投資建廠，該工廠僅用16個月即建成投產，2024年7月正式下線首批電動車，年產能約15萬輛，將輻射泰國本土及周邊東南亞市場⁴³⁴⁴。比亞迪的海豹、海豹等車型已登陸日本、新加坡、澳大利亞等國市場，滿足當地消費者對經濟型電動車的需求。在**美洲**，比亞迪早在2013年就在美國加州設立電動巴士工廠，為美國多地提供電動公交車服務。乘用車方面，比亞迪計畫深耕拉丁美洲市場：2023年7月，比亞迪宣布投資超30億巴西雷亞爾（約合4.5億美元）在巴西巴伊亞州卡馬薩里建設三座工廠，分別生產電動乘用車、電動巴士和卡車底盤，以及負責鋰鐵電池材料加工，預計2024年下半年投產，年產能達15萬輛⁴⁵⁴⁶。這將成為比亞迪在南美的生產樞紐，帶動巴西電動車供應鏈的發展。

比亞迪在海外市場也採取靈活的合作模式。一方面，通過與當地經銷商和代理合作建立銷售服務網絡，例如歐洲多國的經銷商體系和售後服務中心，確保消費者良好體驗。另一方面，比亞迪積極與國際汽車巨頭聯手開發產品。典型案例是與豐田汽車的合作：雙方於2020年成立合資公司開發電動車，2022年豐田在中國推出bZ3純電轎車，正是基於比亞迪的電池和電機技術打造⁴⁷。bZ3採用了比亞迪旗下弗迪公司提供的磷酸鐵鋰刀片電池和後置單電機，整車續航可達600公里以上，成為豐田電動化轉型的關鍵產品之一⁴⁷。此外，比亞迪與戴姆勒合作的騰勢品牌經過重組後在2022-2023年推出多款新車（如騰勢D9、騰勢N7），瞄準中國高端市場並取得不俗反響¹⁷⁴⁸。比亞迪也曾為其他車企提供動力電池，業界報導特斯拉部分車型有意採用比亞迪刀片電池。在全球電動化浪潮中，比亞迪正從出口產品逐步轉向**輸出產能與技術**：在海外建廠生產、與外企聯合研發，提升本地化水平。可以預見，隨著更多新車走向海外以及產能布局完善，比亞迪的國際市場份額有望持續攀升，成為真正意義上的全球新能源車企。這不僅是比亞迪的成長高光時刻，也代表中國汽車產業在全球價值鏈中地位的提升⁴⁹。

財務數據與股價表現

比亞迪近三年的財務業績增長與銷量高度一致，實現了規模與盈利的同步提升。**營收與利潤方面**：2021年比亞迪實現營業收入約2161億元，歸屬上市公司股東淨利潤約30億元；2022年營收躍升至4240.6億元，同比增長96.2%，創歷史新高；淨利潤達166.2億元，同比大增445.9%⁵⁰。利潤爆發主要得益於銷量激增和規模經濟效應顯現。2022年比亞迪整車毛利率達17.04%，較2021年提升4個百分點，淨利率為4.18%，提升2.3個百分點⁵⁰。進入2023年，公司盈利能力進一步提高。比亞迪2023年實現營收6023.15億元，同比增長42.0%；淨利潤達300.41億元，同比增長80.7%，淨利率約5%⁵¹⁵²。在行業激烈的價格戰中，比亞迪仍保持穩健的毛利水平——2023年汽車業務毛利率約20%，已經超越部分國際競爭對手（同期特斯拉汽車業務毛利率降至約17-18%）⁵³。值得注意的是，比亞迪的盈利品質正在改善：由於垂直整合降低成本，以及上游原材料價格回落等因素，2023年公司經營性現金流達1697億元，遠高於當年淨利潤，為未來擴張提供了充裕資金⁵²⁵⁴。

成本結構與投入：比亞迪業務涵蓋汽車、電池及電子代工等板塊，但汽車及相關產品收入占比不斷上升，2023年已貢獻約80%的營收⁵⁵。在成本端，比亞迪通過自行生產電池、芯片等關鍵部件，有效控制了生產成本，規模擴大也攤薄了單車研發和製造費用。公司持續保持高強度投資以擴充產能和技術儲備。2022年，比亞迪資本性支出達到975億元，創歷年新高，即使扣除這一巨額投入，公司全年現金流仍充足有盈餘⁵⁴。2023年公司資本開支進一步增加至約1220.94億元，同時研發費用投入也達395.75億元，雙雙刷新記錄⁵⁶。高額の資本開支主要用於新工廠建設、產線擴張以及新技術開發，這將支撐比亞迪未來幾年的持續成長。研發方面，比亞迪研發費用率約6-7%，研發人員超過3萬人，涵蓋電池化學、電機電控、車用軟件、智能駕駛等領域，力求保持技術領先。整體而言，比亞迪在保持銷量高速增長的同時，盈利能力和現金流狀況顯著改善，為股東創造了可觀回報。

股票市場表現：比亞迪在中國A股（深圳交易所，代碼002594）和香港H股（代碼1211）兩地上市，是全球市值最大的新能源車企之一。隨著新能源汽車業務成功轉型，近年比亞迪股價大幅上漲。以香港市場為例，從2020年3月到2022年6月的兩年多時間裡，比亞迪H股股價累計上漲近十倍⁵⁷。其A股股價亦從2019年不足50

元人民幣飆升至2022年高點超過300元，市值一度突破1萬億元。到2022年11月底，比亞迪總市值約7228億元，位居全球汽車製造商第三位，僅次於特斯拉和豐田⁵⁸。國際資本市場對比亞迪的前景表示肯定——著名投資人巴菲特自2008年入股以來長期持有比亞迪股票，在2020-2021年股價飆漲期間帳面獲利數十倍⁶⁵⁷。2022年下半年起巴菲特開始逐步減持部分持股鎖定收益，但截至目前其旗下公司仍持有比亞迪逾5%股權。值得關注的是，比亞迪積極回饋股東，2023年宣佈了過百億元的大額現金分紅計劃⁵⁹⁶⁰。總體來說，比亞迪股票已成為中國新能源板塊的龍頭標之一，投資者對其高增長和技術優勢抱以厚望。儘管汽車行業競爭加劇可能帶來階段性波動，但隨著公司業績屢創新高，比亞迪在資本市場的表現依然強勁，在中國和香港股市均保持較高的估值水準，展現出資本對中國電動車龍頭企業的信心。

競爭對手分析

面對蓬勃發展的電動車市場，比亞迪的主要競爭對手包括國際巨頭特斯拉，以及中國本土新興造車勢力蔚來汽車、小鵬汽車和理想汽車等。以下從產品布局、技術特色和市場策略等方面將比亞迪與上述競爭對手進行比較分析。

特斯拉（Tesla）

作為全球電動車行業的先驅，特斯拉與比亞迪在發展路徑和產品策略上存在明顯差異。**產品定位方面**，特斯拉採取高端切入、市場下探的路線，最初以跑車和豪華轎車（Roadster、Model S/X）建立品牌形象，隨後推出中型車Model 3/Y攻佔主流市場。特斯拉目前產品線精簡，主力車型僅有Model S、3、X、Y四款，全部為純電動，售價主要覆蓋30萬~80萬元人民幣的中高端區間。而比亞迪走的是從中低端向上延伸的路線，產品覆蓋10萬~30萬元各級別市場，車型選擇遠多於特斯拉，既有像秦、海豹這樣的經濟型家用車，也有漢EV、唐DM這類中高端旗艦，以及價格親民的插混版車型，能滿足更廣泛消費者需求⁶¹³⁸。**技術路線方面**，兩者各有所長：特斯拉長於軟體和電子架構創新，擁有行業領先的車載系統和自動駕駛技術（如FSD完全自動駕駛軟件），以及全球超級充電網絡；而比亞迪則憑藉電池和電驅動硬件技術見長，刀片電池在安全性和成本控制上具備優勢，同時DM-i混動技術在油耗經濟性上獨步全球²⁰¹⁹。此外，比亞迪的垂直整合能力強，自產關鍵零件降低供應鏈風險，特斯拉則更專注軟體算法和整車設計優化（如特斯拉率先簡化線束設計、採用一體壓鑄車身工藝等），以提升生產效率和性能。**市場策略方面**，特斯拉屬全球化直營打法，在北美、歐洲、亞洲多地建立Gigafactory工廠，通過官網直銷和OTA升級打造統一品牌體驗；比亞迪起步主要立足中國市場，依靠龐大的經銷服務網絡快速擴張銷量，近兩年才加速國際化，在海外更多採用與當地代理合作的模式。特斯拉品牌形象科技感十足，在高端電動車市場建立了先發優勢，比亞迪則以實用可靠和性價比贏得大眾市場青睞。在銷量上，特斯拉過去一直引領全球純電動車市場，但近年比亞迪憑藉插混+純電“雙線作戰”實現後發趕超：2022年比亞迪新能源乘用車全球市佔率約18.3%，超過特斯拉的13.0%³⁸。不過如果只比較純電動乘用車銷量，特斯拉目前仍略勝一籌。總體而言，特斯拉和比亞迪分別代表了美、中兩種新能源車發展模式：前者依託技術創新浪潮從高端向平價延伸，後者順應本土市場需求從平價向高端提升。未來兩家公司將在全球市場展開更直接的對決——例如特斯拉通過持續降價和提高製造效率來鞏固市場份額，比亞迪則依靠更豐富的產品矩陣和成本優勢進行競爭。兩者的競爭將在很大程度上影響全球電動車市場格局。

蔚來汽車（NIO）

蔚來是中國造車新勢力中的高端品牌代表，與比亞迪相比在產品和模式上有明顯區隔。**產品定位**：蔚來專注豪華純電市場，主打中大型SUV和轎車，例如ES8、ES6、EC6系列SUV和ET7、ET5轎車，售價區間在30萬~50萬元，對標特斯拉Model S/X等豪華車型。相比之下，比亞迪產品涵蓋中低至中高端，更偏向大眾市場。蔚來沒有涉足插混領域，也沒有10萬元級入門車型，這使其市場規模遠小於比亞迪。2022年蔚來累計交付新能源車約12.25萬輛，只相當於比亞迪同期銷量的1/15⁶²⁶³。**技術與服務**：蔚來的核心競爭力在於創新的服務模式和用戶社群經營。蔚來率先推出**換電模式**，建立了廣覆蓋的換電站網絡，車主可以3分鐘快速更換電池，解決充電耗時和電池衰減問題。截至2023年初，蔚來在中國已建成數百座換電站，這一模式具有差異化優勢。蔚來還提供終身免費換電（一定次數）、免費異地加電、移動充電車等增值服務，並經營“NIO House”用戶中心，加強品牌黏性和社群氛圍。在自動駕駛方面，蔚來研發了NIO Pilot輔助駕駛系統，新一代NT2.0平台車型配備LiDAR激光雷達和高算力芯片，具備L2+級別自動駕駛能力。比亞迪則在換電和高端服務方面相對保守，更多採取傳統直充模式和4S店服務，但近期也開始提升智能駕駛技術水平。**市場策略**：蔚來採取類似豪華車的直營+會

員制模式，重視用戶體驗和品牌價值傳播。例如蔚來App活躍用戶眾多，粉絲社群忠誠度高。這種路線雖然樹立高端品牌形象，但投入成本高、資本壓力大。蔚來至今尚未實現年度盈利，多數年份處於淨虧損狀態，需要依賴持續融資支持運營。相比之下，比亞迪依靠規模效應已實現可觀利潤，在價格戰中回旋餘地更大。蔚來也在探索精益經營，提升效率並尋求向大眾市場下探（傳聞蔚來將推中端副品牌）。總的來看，蔚來與比亞迪代表了中國新能源車市場的兩個不同細分路徑：一個是以極致服務和品牌體驗取勝的高端路線，一個是以技術普及和性價比打動消費者的大眾路線。未來蔚來若能保持技術和服務領先，並擴大產品線降低門檻，有望在高端電動車領域與國際豪華品牌競爭，同時對比亞迪的高端化挑戰形成回應。

小鵬汽車 (XPeng)

小鵬汽車是中國新創電動車企中以智能科技見長的品牌。相較比亞迪，小鵬的**產品線**主要聚焦15萬~30萬元的中高端純電細分市場，包括P7中型轎車、P5緊湊型轎車、G3i緊湊SUV和G9中大型SUV等。小鵬強調車輛的智慧屬性，以年輕科技愛好者為目標客群。**技術特點**：小鵬最具差異化競爭力的是自動駕駛和人機交互技術。其自主研发的XPILOT智能駕駛系統在國內率先實現高速公路導航輔助駕駛、代客泊車等功能。2021款小鵬P5更是全球首款搭載車規級激光雷達的量產車，用於提升城市道路自動駕駛能力。此外，小鵬在車載語音、智能座艙、生態應用等方面打通，用戶體驗智能化程度高。相比之下，比亞迪在智能駕駛投入起步較晚，主要採用供應商解決方案，近年才開始推出如“DiPilot”輔助駕駛和計劃搭載激光雷達等配置，以追趕新勢力的腳步。**市場表現**：小鵬曾在2021年取得新勢力銷量第一，但2022年受產品換代和市場競爭加劇影響，銷量遇挫。2022年小鵬累計銷量約12.07萬輛，同比僅增長23%，在蔚來和理想之後，排名新勢力第三⁶⁴。小鵬在2022年下半年一度月交付跌破5000輛，新旗艦SUV G9上市初期因定價策略失誤導致銷量不及預期（交付第二個月僅一千餘輛）⁶⁵。面對困境，小鵬進行了組織架構調整和戰略反思，引入科技巨頭投資並與大眾汽車達成技術合作。2023年下半年起，小鵬推出多款改款及新車（如改款P7i、純電MPV X9等），希望重新提振增長。**與比亞迪比較**，小鵬的優勢在於智能化基因和前瞻技術布局，品牌形象年輕創新，但劣勢在於供應鏈和製造規模不及傳統車企，成本控制和品質管控面臨更大挑戰。比亞迪有強大的供應鏈掌控力和成本優勢，產品定價往往比小鵬更具吸引力。例如在中型純電轎車市場，比亞迪海豹與小鵬P7直接競爭，海豹以類似性能配置卻更低價格上市，對P7的市場份額造成壓力。在售後體系方面，小鵬仍在建立全國服務網點規模，而比亞迪遍布全國的經銷服務體系是其一大資產。**市場策略**上，小鵬曾積極佈局海外，早在2020年就將G3出口到挪威試水，但目前主要精力仍放在中國市場。綜合來看，小鵬處於夾在比亞迪這類傳統實力派與蔚來/理想這類高端品牌之間的定位，既要突出演進的技術賣點，又要迅速做大規模降低成本。在中國電動車市場進入成熟期後，小鵬能否依靠技術優勢突破重圍，仍有待觀察。短期內，比亞迪在15-30萬級市場對小鵬形成全面競爭壓力，而小鵬則希望通過智能駕駛差異化來吸引偏好科技體驗的細分客群。

理想汽車 (Li Auto)

理想汽車是新勢力中商業模式獨特的一員，以增程式電動車（EREV）在市場站穩腳跟。**產品定位**：理想專注中大型SUV市場，其理想ONE、L9、L8、L7等車型均採用增程式混合動力（油電並行）架構，主打「沒有里程焦慮的電動SUV」，深受家庭用戶青睞。理想車型價位在30萬以上，配置豪華、空間寬敞，被稱為“奶爸車”，瞄準有二孩家庭的中產客戶。相比比亞迪豐富的產品線，理想目前僅有SUV一個品類，且售價均偏高，走的是**單一細分市場極致策略**。這種聚焦取得了可觀成果：2022年理想累計交付新車約13.3萬輛，在新創車企中位列年度銷量第一⁶⁶。理想也是新勢力中**率先實現季度盈利**的公司之一，得益於高單價和規模效應，其汽車業務毛利率常年維持在20%左右，接近比亞迪的水平⁵³。**技術路線**：增程式電動是理想的一大差異點。理想ONE系列搭載一個1.2T三缸增程器（發動機不直接驅動車輪，只用於發電），配合電動馬達驅動，綜合續航可達800公里以上，又支持外接充電，兼顧了燃油車的續航和電動車的駕乘體驗。這一技術路線類似比亞迪的DM-i混動，但理想將其用在更大更豪華的車上，強調長途出行無憂。相較而言，比亞迪的DM-i車型多是緊湊級轎車SUV，理想則把增程技術發揮在SUV旗艦上。理想也在研發純電動技術，計畫於2024年推出基於高壓快充的純電MPV和轎車，以完善產品線。**市場策略**：理想十分注重渠道和交付體驗，採用直營銷售模式並自建服務中心，強調交付品質。由於產品矩陣單一，理想能集中資源打爆款，也避免了多線作戰的內耗。這種策略在公司初創期降低了風險，但長遠看需要拓展新產品維持增長。理想CEO李想將2022年視作理想從“0到1”階段轉向“1到10”階段的關鍵一年，組織結構上引入矩陣管理，強化研發投入以補齊自研短板⁶⁷。未來理想希望不僅在產品上延續“大空間、高智能、高續航”的優勢，也在研發和供應鏈上建立更強實力。**與比亞迪比較**：理想在自身細分市場（大型新能源SUV）幾乎沒有直接對手，比亞迪的唐DM-p雖為中大型SUV但價格和品牌定位

稍低，兩者客群重疊有限。然而，隨著比亞迪推出高端品牌仰望U8這類百萬級SUV，以及騰勢品牌的高端SUV，未來將直接對標理想的高端市場。比亞迪的優勢在於品牌矩陣齊全、研發製造厚度深，理想的優勢則是聚焦戰略明確、單車利潤高且用戶滿意度好。2022年理想在新勢力中率先月交付破2萬輛，展現出一定的爆發力⁶⁸。但無論從總量還是產品覆蓋面來看，理想都遠不及比亞迪。2022年理想交付13.3萬輛新能源車，不到比亞迪同期的7%^{66 63}。因此短期內兩者更多是在不同市場各自為戰：比亞迪搶佔的是更廣闊的大眾市場份額，而理想固守住利基高端SUV領域。如果未來理想成功推出更平價的車型，則將與比亞迪發生更直接的競爭。總之，比亞迪與蔚來、小鵬、理想這三家新創車企相比，最大的優勢在於完備的產業鏈和規模實力，使其產品線豐富且價格覆蓋全面；而新勢力們的優勢在於品牌年輕化、服務創新和部分技術領域的先行探索。隨著市場競爭加劇，各家公司也在彼此學習靠攏：比亞迪開始提升智能化和高端服務，新勢力們則想辦法降低成本、擴大銷量⁶⁹。最終勝出的關鍵將取決於產品力和用戶口碑。以目前態勢看，比亞迪憑藉強大的綜合實力在市場份額上遙遙領先，但在高端品牌塑造、尖端技術創新等方面，依然需要直面特斯拉等國際巨頭以及蔚來等本土競爭者的挑戰。各家公司在產品、技術、策略上的角力，將共同推動中國乃至全球新能源汽車產業的進一步發展與成熟。^{70 64}

1 2 3 4 5 8 10 12 14 15 16 34 58 比亞迪是如何逆襲的？ - 21經濟網

<http://www.21jingji.com/article/20221201/herald/a9d32abab003ef41382ccb0eca4e3646.html>

6 7 paulsoninstitute.org

http://www.paulsoninstitute.org/wp-content/uploads/2017/06/PPI_Case-Study-Series_BYD_Chinese_R2.pdf

9 11 18 27 新聞及活動-比亞迪品牌官方網站

[https://www.bydglobal.com/sites/Satellite?](https://www.bydglobal.com/sites/Satellite?c=BydArticle&cid=1514440835026&d=Touch&pagename=BYD_CN%2FBydArticle%2FCommon%2FArticleDetails)

[c=BydArticle&cid=1514440835026&d=Touch&pagename=BYD_CN%2FBydArticle%2FCommon%2FArticleDetails](https://www.bydglobal.com/sites/Satellite?c=BydArticle&cid=1514440835026&d=Touch&pagename=BYD_CN%2FBydArticle%2FCommon%2FArticleDetails)

13 China's BYD ends full combustion engine cars to focus on electric, plug-in hybrids | Reuters

<https://www.reuters.com/business/autos-transportation/chinas-byd-ends-combustion-engine-cars-focus-electric-2022-04-03/>

17 29 35 37 39 41 49 中國汽車迎來大時代 2023比亞迪年銷超300萬破紀錄 - 21經濟網

<https://www.21jingji.com/article/20240104/herald/a25990cf956ae884610af22dcf743705.html>

19 20 超低油耗，以電為主：DM-i超級混动全球首发

<https://www.bydglobal.com/cn/news/2021-01-12/1514439660541>

21 比亞迪：不造芯片的電池廠不是好車企 - 蓋世汽車 - Gasgoo

<https://auto.gasgoo.com/news/202102/7170241648C109.shtml>

22 從韜光養晦到厚積薄發比亞迪半導體IGBT邁入6.0時代

<https://www.ab-sm.com/a/30937>

23 從芯片角度扒一扒，比亞迪到底實力幾何？ - OFweek新能源汽車網

https://nev.ofweek.com/2022-04/ART-77013-8460-30558539_3.html

24 25 26 新聞及活動-比亞迪品牌官方網站

[https://www.bydglobal.com/sites/Satellite?](https://www.bydglobal.com/sites/Satellite?c=BydArticle&cid=1514441139444&d=Touch&pagename=BYD_CN%2FBydArticle%2FCommon%2FArticleDetails)

[c=BydArticle&cid=1514441139444&d=Touch&pagename=BYD_CN%2FBydArticle%2FCommon%2FArticleDetails](https://www.bydglobal.com/sites/Satellite?c=BydArticle&cid=1514441139444&d=Touch&pagename=BYD_CN%2FBydArticle%2FCommon%2FArticleDetails)

28 比亞迪2023年銷量解讀：超額達成300萬輛目標，今年還能繼續漲？_搜狐汽車_搜狐網

https://www.sohu.com/a/749471070_120796119

30 32 2022年成績出爐，比亞迪年銷186萬輛_品牌_汽車_銷量 - 搜狐

https://www.sohu.com/a/624679965_143162

31 比亞迪2022年營收增長96.2%，毛利率提高3.69%

<https://share-m.kakamobi.com/m.toutiao.kakamobi.com/detail/?origin=1&id=2929352>

- 33 50 54 简评比亚迪的2022_手机新浪网
https://finance.sina.cn/fund/sm/2023-03-31/detail-imynuhca4432328.d.html?vt=4&wm=w&cid=90642&node_id=90642
- 36 比亚迪2023年销量突破300万辆，锁定全球新能源车销冠 - 盖世汽车
<https://auto.gasgoo.com/news/202401/2170376693C901.shtml>
- 38 61 70 特斯拉VS比亚迪：中美新能源汽车工业对比分析_手机新浪网
https://finance.sina.cn/fund/sm/2023-08-23/detail-imzievyc7440528.d.html?vt=4&cid=76568&node_id=76568
- 40 62 63 64 65 66 67 68 69 新能源车2022全年销量解读：比亚迪市占率近3成，蔚小理重回第一线_手机新浪网
<https://finance.sina.cn/tech/csj/2023-01-10/detail-imxzscsm8072028.d.html?from=wap>
- 42 比亚迪：连续七个月荣获以色列全车系单车型销量冠军
<https://www.stcn.com/article/detail/883550.html>
- 43 重大里程碑！比亚迪泰国工厂竣工第800万辆新能源汽车正式下线
<https://bydglobal.com/cn/news/2024-07-04/1617162478658>
- 44 比亚迪：泰国工厂预计在2024年开始运营年产能约15万辆
<https://www.cls.cn/detail/1265632>
- 45 46 巴西汽車產業歷史上的里程碑：BYD進駐巴伊亞州
<https://www.businesswire.com/news/home/20230704150164/zh-HK>
- 47 bZ3发布，丰田与比亚迪首款合作电动车落地 - 澎湃新闻
https://m.thepaper.cn/kuaibao_detail.jsp?contid=20448172&from=kuaibao
- 48 57 比亚迪业绩大增 巴菲特仍是受益者
<https://www.stcn.com/article/detail/925832.html>
- 51 2023年比亚迪净利润超过300亿年销售新能源汽车302万辆 - 新浪财经
<https://finance.sina.cn/2024-03-27/detail-inaptzhr5537407.d.html>
- 52 比亚迪去年净利润突破300亿！高端化和出海撑起增长空间 - 证券时报
<https://www.stcn.com/article/detail/1158024.html>
- 53 55 59 60 日赚1.1亿营收超越特斯拉 比亚迪的技术、市场与野心三重奏
<http://stcn.com/article/detail/1609761.html>
- 56 补强智驾短板，比亚迪完全体？ - 资鲸网
<http://m.capwhale.com/newsfile/mdetails/20250221/m0dbbec32967f4132a56cfe075eec0272.shtml>