

共建“一带一路”

## 比亚迪加速“出海”

本报记者 陈靖斌 广州报道

2023年是共建“一带一路”10周年。来自“中国一带一路网”的信息显示,截至2023年6月,中国已经同152个国家和32个国际组织签署200余份共建“一带一路”合作文件。

近年来,比亚迪积极参与“一带一路”绿色发展,业务拓展到了乌兹

别克斯坦、泰国、新加坡、埃及等“一带一路”相关合作国家。经过28年砥砺前行,比亚迪已成为中国和全球的新能源汽车龙头,其新能源汽车运营足迹已遍布全球6大洲70多个国家和地区的400多个城市。

Co-Found智库新能源行业研究负责人薛云南向《中国经营报》记者指出,比亚迪通过“一带一路”加速出海对国内新能源汽车产业发

展将产生多重作用与影响。“首先,比亚迪的海外业务拓展将带动国内新能源汽车产业链的升级和扩大,促进供应链的优化和完善。其次,比亚迪在海外市场的成功经验和品牌影响力将提升中国新能源汽车产业的国际声誉和竞争力。此外,比亚迪的海外业务还可以带动相关产业的发展,例如新能源汽车、充电设施等配套产业的发展。”

### “一带一路”助推比亚迪“出海”

作为“中国制造”的新名片,中国新能源车企近年也在“一带一路”的引领下加速“出海”。

今年是共建“一带一路”倡议提出10周年。10年来,共建“一带一路”引起越来越多国家热烈响应,成为我国参与全球开放合作、改善全球经济治理体系、促进全球共同发展繁荣、推动构建人类命运共同体的中国方案,成为当今世界深受欢迎的国际公共产品和国际合作平台。

作为“中国制造”的新名片,中国新能源车企近年也在“一带一路”的引领下加速“出海”,在“一带一路”沿线国家和地区均收获了广泛的认可,我国汽车出口稳中向好,产品结构持续优化,贸易规模逐步扩大。

商务部例行发布会公布的数据显示,2021年、2022年汽车出口增量连续两年均在100万辆以上。市场日益多元。前4月,我国汽车出口至204个国家和地区,其中向“一带一路”沿线国家出口136.4亿美元,增长1.2倍,占比45.9%;向发达经济体出口124.1亿美元,增长1.2倍,占比41.8%。新能源汽车贡献重要的增量。前4月,新能源汽车出口占汽车整体出口金额比重提升至42.9%,对汽车出口增长贡献率达51.6%。

中国汽车工业协会公布的数据亦显示,今年6月,汽车企业出口38.2万辆,同比增长53.2%。其

中新能源汽车出口7.8万辆,同比增长1.7倍。1-6月,汽车企业出口214万辆,同比增长75.7%。其中新能源汽车出口53.4万辆,同比增长1.6倍。据中汽协副总工程师许海东判断,今年中国汽车出口量将达到400万辆左右。

与此同时,借着“一带一路”的东风,新能源龙头车企比亚迪“出海”之路也在提速。

“2021年是比亚迪乘用车‘出海’的元年,首站放在挪威;2022年,比亚迪加速‘出海’步伐,先后布局了澳大利亚、新加坡、日本、泰国、德国、墨西哥、巴西等市场,覆盖东南亚、欧洲、美洲等40多个国家和地区。2023年,比亚迪乘用车‘出海’版图持续扩大,相继进入英国、西班牙、约旦等地。”比亚迪相关负责人向记者介绍。

其中,“一带一路”沿线的东盟国家泰国、新加坡,近日也陆续迎来比亚迪的新产品BYD DOLPHIN的上市。

7月3日,比亚迪携手新加坡当地授权经销商Vantage Automotive举行BYD DOLPHIN媒体上市发布会,比亚迪新加坡分公司总经理黄椿荃在发布会上表示:“2022年,比亚迪正式于新加坡发布BYD ATTO 3车型,其后广受市场赞誉,并获得新加坡纯电市场

2023年1-5月累计销量冠军。今天BYD DOLPHIN将拉开比亚迪海洋系列的序幕,我们相信它将受到各个年龄段的客户喜欢,也将会进入更多新加坡人的生活,陪伴用户轻松驶入绿色未来。”

7月6日,比亚迪携手泰国当地合作伙伴R&VER Automotive,在泰国曼谷功抛尚泰购物中心召开BYD DOLPHIN长续航版上市发布会,比亚迪泰国分公司总经理柯育滨在发布会上表示:“比亚迪一直致力于‘用技术创新,满足人们对美好生活的向往’,并以此为目标不断推进技术创新和产业变革。为了全方位服务泰国消费者,我们的销售和售后网络已经覆盖了泰国绝大部分,预计本月内全泰国比亚迪门店数量将达到60家。”

比亚迪“出海”提速也确实使其迎来稳中向好,产品结构持续优化,贸易规模逐步扩大的局面。

乘联会日前发布的数据显示,今年上半年,比亚迪汽车累计销量已达125.56万辆,其中海外累计销量7.43万辆,同比增长95.8%,再次刷新中国新能源汽车月销纪录,以绝对优势稳坐全球新能源汽车冠军。以300万辆的年度销量目标计算,比亚迪上半年销量完成率为41.85%。



BYD DOLPHIN在新加坡上市发布。

本报资料室/图

### 国际化步伐加速

比亚迪全面布局东盟市场,带来了像元Plus、汉、唐、海豚等多款经典车型。

早在2013年,比亚迪在“一带一路”的引领下就已打入东盟市场。

在7月4日深圳召开的“中国-东盟新兴产业论坛”上,比亚迪股份有限公司董事长兼总裁王传福表示,伴随中国“一带一路”的倡议,2013年比亚迪进入了东盟市场,携手当地的合作伙伴,从公交、电动化起步,已逐渐在新能源商用车、乘用车等多个领域,与东盟国家形成了良好的合作关系,共同推进东盟汽车产业和市场的电动化、智能化的转型。特别是近年来启动了乘用车出海项目以来,比亚迪全面布局东盟市场,带来了像元Plus、汉、唐、海豚等多款经典车型,深受东盟消费者的欢迎,比亚迪也备受鼓舞,更加坚定在东盟发展的信心。

“作为中国和东盟开放合作的参与者,比亚迪一直高度重视东盟市场,持续加强与各国的交流合作,已把公司首个海外乘用车生产基地落户在泰国,用绿色的技术和产业助力东盟国家共享新能源汽车发展

的机遇。”王传福介绍,泰国基地规划年产量15万辆整车,辐射整个东盟市场。“今年已在3月份动工建设,用地近100万平方米,预计在明年可实现量产,提供5000个就业机会。”

同时,比亚迪将加快在东盟市场的整体布局,为消费者提供更丰富的新能源汽车的产品和服务体验。大力发展新能源汽车的产业链,与东盟各国一起早日实现全面的电动化。“今年是中国和东盟建立战略伙伴关系20周年,也是比亚迪汽车进入东盟市场的10周年,比亚迪将在中国和东盟搭建的合作平台上,积极参与新兴产业的务实合作,为双边协作发展贡献力量。”王传福说。

比亚迪的国际化脚步仍在加速。据介绍,未来比亚迪将致力于解决“一带一路”沿线国家的空气污染和交通拥堵问题,提供太阳能、储能电站、新能源汽车和轨道交通等一揽子绿色解决方案,以更高层次的绿色技术和产品,推动更高水平对外开放,在促进全球汽车转型和消费升级以及社会可持续发展方面,

走出一条绿色创新发展之路。在多位专家看来,比亚迪通过参与“一带一路”加速“出海”对国内新能源汽车产业发展将产生深远影响。

“首先,比亚迪的‘出海’行动可以带动其他国内新能源汽车企业参与‘一带一路’,进一步推动整个行业的国际化进程。其次,比亚迪在海外市场的成功经验可以为其他企业提供借鉴和参考,促进产业的共同发展。此外,通过‘出海’,比亚迪可以更好地融入当地市场,深化与当地政府和企业的合作,进一步拓展海外业务。”IPG中国首席经济学家柏文喜向记者表示。

一位不愿具名的专家则认为,比亚迪通过“一带一路”加速“出海”带来三方面影响。“首先可以带动其他国内新能源汽车企业的跟进,推动整个行业的国际化进程。其次,比亚迪的本土化运营可以提高产品的竞争力和适应性,进一步拓展海外市场。此外,比亚迪的‘出海’还可以促进技术创新和研发能力的提升,推动整个产业的升级和转型。”

## BBA 半年“成绩单”出炉 以电动攻势立足豪华市场

本报记者 陈燕南 北京报道

近日,宝马、奔驰、奥迪(BBA)三大豪华品牌的半年报“成绩单”相继出炉。

数据显示,这三大豪华品牌在今年上半年正在加速“回暖”。其中,宝马在上半年稳坐BBA中的冠军,全球销量达到121.5万辆,同比增长4.7%;奔驰位列第二,全球销量达到101.9万辆,同比增长5%;奥迪则成为了三家同比增长最快的企业,全球销量为90.7万辆,同比增长15.5%。

值得关注的是,作为豪华品

牌的风向标,三家在电动化方面的成效也引发关注。宝马集团大中华区总裁兼首席执行官高乐表示:“与去年相比,中国汽车市场有所回暖,但依然充满挑战,竞争十分激烈。凭借强大的产品阵容,以及经销商伙伴的通力合作,我们在今年上半年实现了整体销量的正增长,纯电动车型销量同比增长近3倍。下半年,随着汽车消费市场和消费者信心的进一步恢复,我们将带来更多极具吸引力的BMW纯电产品,并对继续保持业务增长充满信心。”

北京梅赛德斯-奔驰销售服务有限公司高级执行副总裁、梅赛德斯-奔驰星愿基金管委会主席张焱表示:“2023年上半年,奔驰插电混动车型凭借接近四成的市占率,以领先优势持续领跑豪华汽车市场。我们认为,在纯电市场保持着快速增长的同时,插电混动车型的需求不减,市场体量增速迅猛,将成为新能源市场增长的重要贡献力量。”

咨询机构Co-Found智库秘书长张新原对《中国经营报》记者表示:“可以看到,BBA这几年

在电动化方面的转型和布局都是很显著的,尽管此前BBA的电动车销量并不理想,但他们如今在电动车领域的投入和研发逐渐也取得了一定成果。BBA的电动车销量也超过了一些造车新势力,这是因为BBA作为豪华汽车品牌,在中国市场拥有较高的品牌知名度和认可度,这对于销售推动起到了积极的作用。另外,BBA推出了一系列具有竞争力的电车型,这些车型在性能、续航里程和智能化方面都有不错的表现,满足了消费者对于豪华电动车的需求。”

### 格局或生变 BBA打响反击战

不过,当前随着造车新势力的崛起,对BBA也造成了一定的冲击。中国作为全球最大的新车市场,无论对于BBA还是特斯拉而言重要性都不言而喻。截至目前,虽然特斯拉在全球范围内的销量稍逊于BBA,但在中国市场,特斯拉上半年的销量已经超越BBA。

数据显示,今年上半年,特斯拉在华销量为47.7万辆,同比增长61.7%,稳居国内豪华车品牌销量榜首。除此之外,传统车企高端新能源品牌例如理想、蔚来、小鹏、岚图、智己、阿维塔都开始崭露头角。

有分析称,全球豪华车市场销冠多年来通常在BBA中的前两位,即奔驰和宝马品牌中诞生。双方通常是你追我赶,销量相差不大。从2023年上半年的情况来看,宝马品牌相对领先。如果按照目前的增速,今年全球豪华车销冠大概率还是会由宝马蝉联,但特斯拉有望与奥迪竞争豪华车销量季军的位置。

对于BBA来说,转型电动化和数字化已经刻不容缓,目前,BBA正在开启“反攻”。按照规划,今年下半年,宝马第三款国产纯电动车——纯电动BMW iX1将在沈阳投产,而纯电动BMW i5将于明年实现国产。2023年,宝马集团的纯电动产品将扩充至11款。与之相配套的产业链也正在逐步完善,今年5月,投资100亿元的BMW第六代动力电池项目也已在沈阳全面动工;7月18日,宝马集团新上海研发中心正式启用。

继上半年投放市场的全新EQS纯电SUV、全新EQE纯电SUV、全新长轴距GLC SUV等多款重磅车型之后,梅赛德斯-奔驰在下半年也将迎来产品上新。下半年,梅赛德斯-奔驰将投放包括全新E级车在内的5款全新车型。其中,全新E级车的智能座舱将搭

载第三代MBUX智能人机交互系统,并配备多项中国专属功能。同时,据张焱介绍,继格拉茨后全球首家G级越野车体验中心4月落户浙江后,位于宁波、成都的AMG品牌中心、位于珠海的AMG城市品牌中心将在今年下半年开启运营。

除了奔驰和宝马之外,奥迪也正在加速转型。近期,奥迪与其中国合资伙伴上汽集团签署战略备忘录,进一步深化现有合作。双方将通过共同开发,快速、高效地拓展高端市场智能网联电动车产品组合。作为规划的第一步,奥迪将通过推出全新的电车型,进入此前在中国尚未覆盖的细分市场。

奥迪汽车股份公司财务、IT及法务董事李博睿表示:“奥迪在全球最大的汽车市场全力推进电动化发展。通过这一合作,我们的电动化战略又迈出了坚实的一步。在过去两年成功合作的基础上,我们将加强与上汽集团的长期合作。我们共同的目标是,‘在中国,为中国’,快速、高效地开发下一代高端智能网联电动车。与上汽集团这样的本土合作伙伴展开更加紧密的合作,有助于奥迪实现在中国开辟高端智能网联电动车细分市场的目标。”

张新原对记者表示:“对于未来,BBA等豪华品牌要想在中国实现长足发展,可以考虑以下几点建议:首先,继续加大对电动车研发和技术创新的投入,推出更多具有竞争力的电车型,满足消费者对于性能、续航里程和智能化的需求。第二,建立充电基础设施,加强与充电桩运营商的合作,共同建设更多的充电桩,提高充电设施的覆盖率和便利性,解决消费者对于充电的顾虑。第三,加强售后服务体系建设,提供更好的售后保障和用户体验,增强消费者对于豪华品牌的信任和品牌忠诚度。”

### 奔驰专注豪华 宝马电动增势迅猛

宝马、奔驰除了在全球市场上保持着增长,在中国市场上,也迎来了“恢复期”。数据显示,上半年,宝马在华累计销售39.26万辆,同比增长3.7%,奔驰累计交付37.72万辆,同比增长6%。有业内人士认为,从上半年来看,奔驰虽然以1.5万余辆的差距暂时落后,但其后劲似乎更加充足。以二季度为例,奔驰销量增长13.4%,高于宝马的12.8%。

“2023年上半年,面对恢复性的经济复苏和复杂多变的市场环境,梅赛德斯-奔驰在多个核心业务板块实现高质量增长。”奔驰方面表示。

据了解,当前,奔驰还是聚焦于高端豪华产品。梅赛德斯-迈巴赫品牌、G级越野车、梅赛德斯-AMG品牌均实现双

位数年度增长;在核心豪华产品矩阵,长轴距C级车和E级车均实现双位数增长。此外,在A级车、GLB SUV、EQB纯电SUV等车型的领涨下,新生代豪华产品矩阵表现抢眼,年度同比增长超36%。

“1-5月,我们在中国150万元以上的高端豪华汽车市场市占率达到一半,这再次确立了我们在这一细分市场的领先优势,也充分证明高端豪华市场客户对于奔驰品牌的认可。”张焱表示。与此同时,梅赛德斯-奔驰的新能源产品矩阵交付也在稳健攀升,纯电EQ车型持续稳健增长,数据显示,纯电动车在全球售出10.26万辆,同比大涨121%。

值得关注的是,新能源汽车销量的快速增长也是上半

年宝马集团销量增长的主要原因之一。数据显示,宝马和MINI品牌在全球纯电动车交付量为15.3万辆,同比大涨101.5%,如果再加上插混车型,那么宝马和MINI品牌的电动车销量达到24.5万辆,同比增长33%。

与此同时,宝马集团的电动车销量在中国市场表现同样亮眼。数据显示,今年1-6月,宝马纯电动车型销量同比增长283%,达到约4.49万辆。其中,BMW iX3和全新BMW i3在上半年的销量均超过2.1万辆。

有业内人士分析,从以上的销量数据中可以看出两点,一是电动车在宝马集团新车中的占有率已达20%;二是相比插混车,整个宝马集团更侧重于发展纯电动车。

宝马集团管理委员会成员彼得·诺达表示:“宝马集团上半年强劲的销量增长,尤其是在纯电动车领域,表明了我们在正确的时间在市场上推出了正确的产品。今年下半年,宝马集团将继续保持电动车高速增长。”

BBA的销量增长无疑也拉动了国内豪华车的整体市场销量。乘联会数据显示,今年上半年,国内豪华车市场累计零售销量为141.41万辆,同比增长11.8%,增速跑赢大盘。

乘联会方面认为,国内豪华车市场零售销量的增长,一方面反映出汽车消费升级的趋势,另一方面也反映出去年受芯片供给短缺的豪华车缺货问题,在逐步改善后,市场开始走强。