

# 亿纬锂能敲响港股大门:锂电出海再加速

中经记者 陈靖斌 广州报道

在宁德时代成功登上港股舞台后,锂电行业又迎来另一位重量级选手的出海动作。近日,亿纬锂能正式宣布启动赴港 IPO,释

放出其加速推进国际化战略的强烈信号。

当前,锂电行业正面临产能过剩与竞争加剧的双重压力,越来越多国内企业将出海视为突围的关键路径。在此背景下,亿纬锂能紧

随行业龙头宁德时代之后,选择赴港上市。

如果此次顺利登陆港交所,亿纬锂能将成为继宁德时代之后,又一家实现 A+H 股架构的中国锂电企业,标志着其全球化战略进入实

质性加速阶段。

根据公告,亿纬锂能计划将 IPO 募资主要用于海外工厂建设和全球产能布局等重点项目,核心目标是提升其国际交付能力与全球客户服务水平,进一步巩固在全

球新能源产业链中的地位。

中国企业资本联盟中国区首席经济学家柏文喜在接受《中国经营报》记者采访时指出,亿纬锂能明确表示募集资金将用于推进包括匈牙利、马来西亚等地在内的海

外工厂建设。这些项目资金需求庞大,港股上市不仅能够提供充足的资本支持,更有助于其借助国际资本平台扩大品牌影响力,提升在海外市场的认知度和信任度,从而在全球竞争中赢得更多主动权。



图为亿纬锂能马来西亚工厂正在建设中。

亿纬锂能官方公众号/图

## 锂电巨头加速全球化步伐

2024 年全球动力电池装机量数据显示,亿纬锂能位列全球第九,市占率为 2.3%,与 2023 年持平。

6 月 9 日,亿纬锂能发布公告称,拟发行 H 股并在港交所主板挂牌上市,进一步拓展国际资本市场。公司表示,将充分考虑境内外资本市场环境及现有股东利益,在股东大会决议有效期内择机推进此次 H 股发行计划。目前,公司正与相关中介机构积极沟通,除已由董事会审议通过的部分议案外,具体发行细节尚在筹划中。

亿纬锂能此次赴港上市,正值国内动力电池龙头纷纷加速出海之际。就在 5 月 20 日,宁德时代成功完成港股上市敲钟仪式,成为国内首家实现 A+H 股双上市的动力电池企业。时隔 7 年,宁德时代董事长曾毓群再度站上敲钟台,引发业界高度关注。亿纬锂能的港股

动作,也被视为其迈向全球化的关键一环。

公司方面指出,赴港上市旨在增强资本实力与综合竞争力,进一步提升国际品牌形象,支持其国际业务拓展和全球战略的持续深化。

公开资料显示,亿纬锂能成立于 2001 年,2009 年作为创业板首批企业在深交所上市,业务覆盖消费电池(锂原电池、小型锂离子电池、圆柱电池)、动力电池(新能源乘用车用电池及系统)和储能电池的研发、生产和销售。当前,公司已形成“亿纬创能”“亿纬储能”“亿纬动力”“战略协同”以及“全球合作经营模式(CLS)”五大战略板块。

在全球市场的布局方面,亿纬

锂能表现出积极姿态。韩国研究机构 SNE Research 发布的 2024 年全球动力电池装机量数据显示,亿纬锂能位列全球第九,市占率为 2.3%,与 2023 年持平。

在欧洲,亿纬锂能已在匈牙利布局圆柱电池产能。2023 年 5 月,公司宣布将在德布勒森新建圆柱动力电池工厂,项目邻近宝马集团工厂,计划于 2026 年投产。

亚洲方面,马来西亚成为其海外产能落地的首站。2023 年 8 月,亿纬锂能启动马来西亚工厂建设,至 2024 年 2 月首颗电池顺利下线。该工厂主要服务电动工具和电动两轮车领域,具备年产 6.8 亿颗圆柱电池的能力。根据披露,该项目分两期推进:一期为国际化圆

柱电池产业园,总投资不超过 4.22 亿美元;二期为储能项目,则由亿纬锂能全资子公司与马来西亚地方投资机构签署谅解备忘录,拟设立储能工厂并购置二期地块。

除了自建产能,亿纬锂能还通过 CLS 拓展国际市场。2024 年,公司正式启动 CLS 战略,标志着其全球化进入新阶段。

CLS 模式的代表性项目为 ACT,由亿纬锂能与康明斯、戴姆勒卡车、佩卡联合投资,在美国密西西比州建设一座年产 21GWh 的方形磷酸铁锂电池工厂。该工厂产品主要应用于北美商用车市场,预计 2026 年开始出货,3 家外资合作方及其关联公司将是客户。

## 东南亚市场成新蓝海

东南亚市场则成为锂电企业重点布局的新蓝海。

动力电池头部企业密集冲刺港股,折射出锂电产业“走出去”的战略加速,背后是全球新能源转型与海外市场需求持续扩大的双重推动。

乘联会秘书长崔东树此前发文指出,尽管 2024 年整个新能源汽车产业链的营业收入和利润同比下滑,但锂电池环节依旧保持强劲盈利能力,成为产业链中利润占比最高的部分,占据近六成利润份额。

然而,高利润并未阻止行业走向激烈的价格战。彭博新能源财经发布的报告显示,2024 年,全球锂电池组均价已降至 115 美元/kWh,较 2023 年大跌 20%,创 2017 年以来最大年度降幅。其中,中国价格最低,仅为 94 美元/kWh,明显低于美国和欧洲市场。

报告同时指出,价格战压缩了企业利润空间,迫使国内电池制造商一方面向包括储能在内的下游领域拓展;另一方面积极布局国际市场,尤其是愿意为高品质锂电池支付溢价的海外客户。

东南亚市场则成为锂电企业重点布局的新蓝海。

以泰国和马来西亚为例,两国相继出台支持电动化发展的政策。其中,泰国提出“3030 政策”:计划 2025 年电动汽车销量达 22.5 万辆,2030 年达 72.5 万辆,占产量的 30%,并在 2035 年实现全面电动化。马来西亚也设定 2030 年电动车销量占比 15%、2040 年增至 38%的目标,同时为相关企业提供最长 10 年的所得税减免政策,减免幅度达 70%至 100%。

得益于国际市场扩张,2025 年前 4 个月,中国锂离子电池产业依然保持高速增长。据锂电行业规范公告企业及相关协会统计,1 至 4 月,全国锂电池总产量超 473GWh,同比增长 68%。其中,

储能型电池产量达 110GWh,新能源汽车动力电池装车量约 184GWh;同期出口总额达 1554 亿元,同比增长 25%。

在产业链上游,正极材料、负极材料、隔膜、电解液产量同比增幅均超过 40%,其中正极材料产量达 115 万吨,负极材料 76 万吨,隔膜约 80 亿平方米,电解液 47 万吨。在原材料方面,电池级碳酸锂产量 27 万吨,同比大增 60%,而电池级氢氧化锂则同比下滑 14%。

不过,锂电企业出海之路并非坦途。壹通数字技术首席公关官罗富国指出,随着全球对磷酸铁锂需求上升,中国企业不仅面临海外同行竞争,还需应对原材料供应波动和技术标准不一等挑战。

罗富国建议,企业要想持续保持全球竞争优势,必须加大技术研发投入、优化制造工艺、提升产品稳定性和性能。同时,需拓展多元原材料渠道,强化供应链韧性;并与国际客户深度绑定,提前布局市场,在服务和渠道上实现本地化。

柏文喜也向记者表示,企业出海不仅是技术输出,更是市场重构。各国文化、政策、消费习惯存在巨大差异,企业需深入了解目标市场环境,制定差异化战略,例如在东南亚,了解本地法规与消费者偏好,是打开市场的前提。

他认为,完善的本地化客户服务体系对于企业建立口碑和增强客户黏性至关重要。“像亿纬锂能通过‘CLS 全球合作经营模式’,与北美头部商用车企业合资设厂,实现产能本地化,即是积极推动本地服务落地的成功范例。”

针对此次港股 IPO 及海外布局等问题,记者也联系了亿纬锂能相关负责人,该负责人表示“相关问题不便回应”。

# 日产汽车拟减持雷诺股份 联盟关系“松绑”再进一步？

中经记者 尹丽梅 张硕 北京报道

继今年 3 月日产汽车与雷诺将双方交叉持股下限比例从 15%下调至 10%后,日产汽车与雷诺之间的股权关系再次迎来调整。

据多家媒体报道,日产汽车首席执行官伊万·埃斯皮诺萨(Ivan Espinosa)近日对外透露称,日产汽车计划将减持雷诺-日产-三菱联盟(以下简称“联盟”)合作伙伴雷诺 5%的股份,届时日

## 减持雷诺股份以筹资

日产汽车减持雷诺股份的举动,在业界看来并不突然。正如前文所述,2023 年 7 月以及 2025 年 3 月,日产汽车与其长期联盟伙伴雷诺达成协议,先后将互持股份比例约定为 15%和 10%,目的是提高各自的灵活性。这为此番日产汽车计划出售雷诺股份奠定了基础。

埃斯皮诺萨解释称,日产汽车之所以决定降低与雷诺之间的交叉持股比例,是为了将更多的资金投入汽车的开发当中。他进一步指出,尽管交叉持股减少,但联盟基础仍然稳固。

业内人士更多地将日产汽车的这一动作解读为,日产汽车与雷诺逾 20 年的联盟关系正进一步“松绑”。

日产汽车与雷诺之间的联盟关系始于 1999 年。在 2023 年 7 月 26 日日产汽车与雷诺签署对等出

产汽车持有雷诺的股份比例将降至 10%。股份减持所得资金预计将达到 1000 亿日元(约合人民币 49.58 亿元),日产汽车将把这部分资金用于新车型开发,以应对当前汽车产业严峻的市场竞争。

这一举动引发市场猜想。多位受访人士告诉《中国经营报》记者,日产汽车此举意在进一步弱化与雷诺这一联盟合作伙伴在资本层面的深度“绑定”关系。

“从资本层面来看,这轮减持

实际上是此前双方资本关系‘松绑’战略的延续。早在 2023 年 7 月底,双方已将互持股比降至 15%,这表明联盟进入了‘低绑定、高自治’的新阶段。”汽车新四化产业研究者、北京知行韬略管理咨询有限公司合伙人杨继刚对记者表示,此次日产汽车减持雷诺 5%股份,虽仍在协同机制下进行,但实质上是进一步削弱财务上的交叉依赖,为自身战略松绑铺路。

当前的经营困境中扭转颓势。其二是雷诺即将迎来 CEO 更迭,这一人事变动可能会为联盟关系带来更多变数。基于此,对于日产汽车而言,当下可能正是一个“机会窗口”,通过出售股份弱化与雷诺在资本层面的“绑定”关系,从而在未来能更自由地投入到与其他合作伙伴的关系之中,包括与本田之间的合作关系,以及其他新的合作关系。

日产汽车目前面临的烦恼和压力来自多个层面。杨继刚分析称,从战略角度来看,日产汽车希望摆脱雷诺对其技术与财务框架的牵制,更加自主地聚焦新产品与新市场的开发。这种“去中心化”的联盟模式,有助于双方灵活应对各自市场的挑战,尤其是在中国、北美等关键市场,日产汽车亟须推动转型。

## 资本层面“松绑”以后

对于日产汽车而言,寻求资本层面的“松绑”只是第一步,真正的挑战是产品与战略上的“重新出发”。

在产品端,日产汽车在新能源与智能化转型方面显得步伐迟缓,使其在激烈的市场竞争中面临较大的压力。

陆盛骞告诉记者,日产汽车目前产品矩阵上存在产品老化较为严重的问题,新车型投放比较少。“车型老化和产品创新是日产汽车必须解决的课题。尤其是在电动车方面,虽然‘起了个大早’,却‘赶了个晚集’。”

在杨继刚看来,日产汽车的问题并非单一产品缺位,而是其战略长期模糊、品牌定位失焦所导致的系统性困局。他指出,日产汽车之所以迎来发展上的低谷,是因为虽然它在电动化方面布局很早,却未形成后续阵列;在中国市场,日产汽车过度依赖轩逸、天籁等燃油车型,导致新能源转型严重滞后;在智能化、品牌年轻化等维度,日产汽车转型的节奏也比较迟缓。

“此外,日产汽车在联盟内长期处于技术与资源的‘被依赖方’,使其战略自主权受限,缺乏灵活性。日产汽车要突围,一是明确技术路线,加快纯电平台和混动技术的独立化研发;二是要

重构品牌认知,在智能化和设计语言上做结构性创新;三是要强化区域自主权,尤其是中国市场,需给予更大地产品定义权。”杨继刚说。

记者注意到,根据日产汽车 2024 财年(2024 年 4 月至 2025 年 3 月)财报,公司营业利润同比下滑 87.7%至 698 亿日元(约合人民币 34.77 亿元),净利润由盈转亏,从上一财年的盈利 4266 亿日元(约合人民币 214.38 亿元)转为亏损 6709 亿日元(约合人民币 334.23 亿元)。

从当前处境来看,日产汽车面临的挑战包括美国贸易关税压力、地缘政治局势紧张以及来自中国汽车制造商的激烈竞争。

这使得日产汽车不得不加快战略调整的步伐。作为日产汽车新任 CEO,今年 4 月 1 日上任的埃斯皮诺萨肩负着推动日产汽车实现复苏和进行战略重组的重任。

5 月底,埃斯皮诺萨对外披露了一项名为“Re: Nissan”的大规模业务重组计划,改革力度堪比 1999 年由前日产汽车 CEO 卡洛斯·戈恩主导的“日产复兴计划”。据悉,日产汽车将削减 2500 亿日元(约合人民币 124.31 亿元)的变动成本和 2500 亿日元的固定成本。其目标是到 2026

财年实现汽车业务的正营业利润和自由现金流。在新的重组框架下,日产汽车计划到 2027 财年前裁员 2 万人,占员工总数的 15%,并将在全球范围内关闭 7 家工厂。

“此前日产汽车在市场规模方面反应的确不够迅速。”日产中国管理委员会主席、东风有限总裁马智欣(Stephen Ma)今年 4 月底在 2025 上海国际车展期间接受记者采访时表示,即便如此,日产汽车也有自己的独特优势和竞争实力:拥有 92 年的历史,有丰富的积累、强大的团队以及充足的现金支撑转型等。“在中国,日产与东风集团两年前已经启动了‘在中国、为中国、向全球’的中国战略。20 多年来,日产与东风集团始终互相信任、互相支持、携手前行。‘在中国、为中国、向全球’不是一句口号,而是行动纲领,具体体现在产品战略、出海战略、品牌提升等方面。”他表示,未来日产汽车将进一步强化研发能力,投放更多新能源车型。

记者注意到,日产汽车已经加大了对产品研发的投入。2024 财年财报显示,日产汽车在研发费用上同比增长 12%,其中大部分用于电动化和辅助驾驶相关领域。