

比亚迪海外增长密码：凭什么超越特斯拉跃居全球纯电销量第一

中经记者 赵毅 广州报道

如同热浪滚滚的天气，人们对汽车文化的热爱在英格兰西萨塞克斯郡古德伍德庄园被点燃。

7月9日，在英国古德伍德速度节比亚迪展台，一位中国女士站在台上激情演讲，她身着橙色运动服，声调饱满、抑扬顿挫，极富感染力，她是比亚迪集团执行副总裁李柯，与她同台的还有F1

先被看见，再被体验

据了解，目前有72%英国民众知晓比亚迪。

“1000余台”，这是2023年比亚迪在英国乘用车的交付量，然而到了2025年该销量跃升至51442台，市占率达2.25%。除了乘用车外，比亚迪在英国运营大巴数量为2750台，市占率达45%，这意味着，英国每两台大巴就有一台来自比亚迪。

2009年，国家出台新能源试点政策，比亚迪迅速抓住改革东风研发纯电大巴，仅一年时间，K9下线，成为叩开欧美市场大门的核心车型。

2013年，比亚迪全年销量50.62万台，新能源车总销量3194台，新能源车占比不足1%。彼时，国内还是以合资为主流市场，比亚迪另辟蹊径，以纯电大巴饮海外市场“头啖汤”，2015年比亚迪纯电大巴在英国正式落地。

如果说电动大巴是比亚迪在英国的敲门砖，那足球营销则是破圈的“流量密码”。

“如何去影响我们的用户，作为一个新的品牌，第一步是要让用户先知道我们是谁。”在接受包括《中国经营报》在内的媒体采访时，比亚迪集团品牌及公关处总经理李云飞从多个维度解析比亚迪如何在海外打响知名度。

前世界冠军简森·巴顿，来自世界各地的汽车爱好者涌入比亚迪展台，仔细打量这几台纯电动跑车。

让比亚迪成为焦点不仅是李柯身后这台全新腾势Z，更是这家中国车企如何在短短两年时间，实现英国销量翻50倍，超越特斯拉成为英国纯电市场第一。比亚迪2013年成立英国公司，如今它已经在英国伦敦租金最贵的一



英国古德伍德速度节比亚迪展台

企业/图

2024年比亚迪成为欧洲杯官方战略合作伙伴，借英西决赛转播大幅提升全网搜索量，快速解决“英国人不认识比亚迪”的初期认知难题；绑定曼城足球俱乐部，依托英国全民足球文化长期渗透大众圈层，建立大众化情感共鸣。

可以说，顶级体育IP全域营销，快速刷新了品牌认知。据了解，目前有72%英国民众知晓比亚迪。在此基础上，比亚迪进一步将品牌形象触达高端市场，亮相国际顶级高端展会。连续参展古德伍德速度节，打造当地史上规模最大中国品牌展台。登陆戛纳电影节，在巴黎歌剧院举办腾势欧洲上市发布会，精准触达豪华车目标圈层。

为了塑造品牌公信力，比亚迪依托伦敦电动大巴、大型储能项目落地，借助伦敦交通局、英国

条街梅菲尔开设了展厅，在距离它不到20米的地方是劳斯莱斯。

这家在英国默默耕耘了13年的中国车企，如何在被传统德系品牌占领了几十年的英国市场撕开一个口子，成为中国品牌出海高端化的代表？又是如何超越特斯拉成为全球纯电销量第一的中国车企？比亚迪海外增长的密码到底是什么？

政府车队批量采购订单，证明品牌技术可靠性，借助公共采购案例消除大众顾虑；深度参与英国“温暖家庭计划”，推广家用储能能源方案，树立负责任新能源企业形象。

全球能源绿色转型浪潮也为比亚迪出海提供助力，根据现行法规，自2030年起，英国将禁止销售新的汽油和柴油汽车。过去几年气候变化加剧，这一理念正被越来越多的人所接受。李云飞表示，我们的愿景“为地球降温1℃”。

李云飞认为，高端化路径并不复杂：先被看见，再被体验，最后被认同。“我们不刻意对标传统豪车，而是通过技术创造新体验，同时融入本地高端圈层。在海外，我们始终传递三个品牌定位：国际化公司、高科技企业、可持续发展。”

三年百万次试驾

比亚迪在英国试驾转成交转化率50%，是转化用户最核心手段。

“为什么人们依然倾向电动汽车？因为它更智能、更先进，并按照更高的质量标准制造。”2025年李柯在接受《金融时报》专访时指出。这位在古德伍德速度节激情演讲的中国女士对全球市场有着极其深刻的洞察。

早年开拓欧洲市场时，比亚迪仅凭着3万美元、一集装箱电池在荷兰起步，李柯带着有限资源背水一战，卖不出电池就只能回国；后续拓展英国市场，团队蜗居狭小商住一体小屋，起初还因难懂厚重的伦敦本地口音处处碰壁。

“破局关键在于吃透本土文化。”比亚迪英国总经理葛洪德表示，英国人极度看重契约精神，合同条款分毫必究，但签约后会坚守履约；同时读懂全民热爱足球的大众喜好，顺着本土文化做业务、打造品牌，才一步步站稳市场。

如果说品牌曝光与文化认同为比亚迪赢得了门票，如何讲好产品故

资本储备充足

健康的融资结构、充足的资本储备，让比亚迪得以构筑长期全球化竞争护城河。

“兵马未动，粮草先行。”多元低成本资本储备为比亚迪全球化征程备足“粮草”。

全球化大规模建站、建厂、渠道扩张，离不开健康的财务融资体系，从历年财报、股东大会披露信息来看，比亚迪依托股权融资、低成本债权融资双通道筹措资金。充足现金流、优化资产负债结构，为海外持续投入提供长期资金保障。

股权融资引入全球长线资本，2025年完成H股大额配售，募资约56亿美元，超额认购数倍，中东主权基金、欧洲养老金、国际长线机构集中入局。该笔募资以外汇资金为主，可直接用于欧洲、美洲、亚太海外工厂、闪存网络建设，规

事则是这家企业长期深耕的关键。

据葛洪德透露，在英国试驾转成交转化率50%，是转化用户最核心手段。给客户场景化体验：智能钥匙解锁、车载语音交互、旋转大屏展示、车载卡拉OK、外放电煮咖啡，贴合英国人休闲生活习惯，弱化科技距离感。

“没想到英国人如此喜欢在车里卡拉OK，最好再加个话筒。”葛洪德笑道。

在与记者交流时，李云飞提出了这样一个问题：“如何把技术这样复杂难懂的东西，用最简单的语言讲给消费者？”

如果按照马斯克运用的第一性原理，试驾是非常直观且有效的办法。为此，比亚迪提出三年百万次试驾计划，为的就是让客户体验技术。这背后，比亚迪在英国配备了43家经销商、130家门店；2026年年底计划拓展至170家门店，在售11款车型，产品覆盖率达85%。

“英国用户愿意开一个小时车去买车，但绝不愿意开一个小时去修车。”葛洪德表示，比亚迪在当地非常重视售后网络建设。他举了这样一个例子：英国4S店只提供快修，缺少钣金服务，而市场60%为车队租赁客户，仅40%是零售客户，比亚迪快速扩张经销售后网络、完善钣金维修渠道、抓实经销商备件与维修培训并布局第三方维修网点，持续跟进运维相关工作，最终实现了较高的用户满意度。

在基础设施方面，英国公共充电不完善，高速电价高昂，比亚迪推出闪充搭配储能一体化解决方案。根据闪充站点建设规划，未来12个月内英国落地300座闪充站，欧洲布局3000座；联合充电运营商、经销商、商超交通枢纽多点铺设。

葛洪德介绍，站点配套光伏与储能设备，日间光伏供电、夜间储电错峰使用，降低充电成本，打造自研差异化补能体系。

网络四大板块并行发力英国市场，单一板块周期波动不会冲击整体经营稳定性。葛洪德表示，英国购车金融渗透率高达92%，用户通常在3—4年合同期满后换购，满意度直接影响复购。

整体来看，健康的融资结构、充足的资本储备，让比亚迪得以持续投入品牌营销、补能基建、高端产品研发，构筑长期全球化竞争护城河。

在2025年度股东大会上，比亚迪董事长兼总裁王传福谈道，今年比亚迪的出海势头很好，未来五年比亚迪的发展依然能够持续，国内、国外有望实现双轮驱动，形成良性互动，让中国的技术走向全球。

以好奇之心循博物之道 全新纯电GLC拓奔驰豪华电动长期之路

“还记得保持好奇的傻瓜，有我在的地方，永远开满了鲜花。”近日，一曲《鲜花》循环响起在全新奔驰纯电GLC上市发布会尾声，这份始终不改的好奇心本，恰是博物精神的内核所在。立足这一长期求索的底层逻辑，7月8日，全新梅赛德斯-奔驰纯电GLC正式登陆国内市场，350 L 4MATIC 鎏金版同步上市交付，两款版本开启预售，以多元车型选择、完善上市礼遇与全域产品实力，亮出“以全面，独当一面”的核心主张。回望2026年上半年，汽车行业面临重重考验，奔驰坚守本土化长期路线，交出稳健市场答卷，高端细分基本盘稳固，性能车型稳步向好，本土化制造、用户保值率等核心维度持续领跑行业。以全新奔驰纯电GLC为战略支点，奔驰将持续落地产品密集投放、本土技术研发、数字化渠道升级、用户社群深耕等一系列布局，坚持长期主义投入，持续打通产品、技术、服务、社会责任一体化体系，在豪华电动转型赛道稳步前行，锚定高质量长效发展。本文以新车上市为切口，复盘品牌上半年市场表现，解读下半年产品技术布局，围绕渠道升级、用户深耕打通客户直连模式，剖析百年豪华品牌扎根中国市场的实践路径。

上半年业绩筑牢基本盘，博物思维打磨全能产品硬实力

博物学的内核，从来不是单一维度的特长，而是全域观测、长期打磨、因地制宜、面面周全，于漫长积累中打磨综合实力，以适应多样环境与多元需求。放到豪华汽车赛道，这套逻辑同样成立。梅赛德斯-奔驰以博物式深耕思维，立足中国市场长期经营，交出上半年豪华细分领跑的亮眼答卷，并以全新纯电GLC喊出“以全面，独当一面”的产品主张。

2026年二季度，国内汽车市场迎来结构性调整周期，国际能源价格起伏不定，叠加主力车型集中迭代多重外部压力，豪华车市场整体面临考验。奔驰选择联合全国经销商伙伴灵活调整经营重心、精准优化产品供给，单季向国内市场交付新车超11万辆，稳稳守住豪华市场基本盘，为后续战略落地筑牢底座。

细分市场的数据，直观印证品牌综合竞争力：奔驰持续坐稳40万元以上核心豪华市场、百万元级高端豪华市场双赛道头部位置；AMG品牌稳居高性能阵营前列，S级家族含迈巴赫S级持续领跑高端豪华销量榜单，迈巴赫GLS SUV、AMG GLC 43 4MATIC等高端车型斩获双位数同比增长。本土化深耕的长期价值，更体现在保值能力上，专为中国市场打造的长轴距GLC上半年BBA同级销量领先，登顶5月合资豪华中型SUV保值率榜单。销量印证当下认可，保值兑现长期价值，这正是博物式长期主义最具象的市场反馈。



全新梅赛德斯-奔驰纯电GLC承接“以全面，独当一面”的产品定位，成为奔驰下半年攻势的核心车型。新车基于MB.EA纯电架构正向研发，从豪华质感、舒适空间、智能驾驶、三电能效、全域安全五大维度实现全面均衡，将奔驰标准®与中国用户本土化需求深度融合，把博物学面面打磨、全域兼顾的特质落地到整车每一处细节。

豪华维度，发光复古盾格式格栅重塑数字化豪华美学，多区智控星徽全景天幕、Burmester® 4D环绕立体音响打造沉浸式座舱体验，星铂版搭载39.1英寸矩阵背光全景巨幕，刷新座舱视觉体验；空间层面3027毫米超长轴距释放充裕乘坐空间，星铂版可选6座布局，全车座椅通过德国脊背健康协会认证，前后排通风、加热、按摩功能配齐，座椅加热3分钟便可从-5℃升温至20℃，搭配中国专属NVH调校，兼顾家用、长途多元出行场景。

智能板块坚持有度进化、安全先行，鎏金版标配与Momenta联合研发的城区+高速领航辅助驾驶，上市即可全国通用，开创人机共驾逻辑，驾驶员随时可自然接管车辆，紧急车道保持功能兜底行车安全。年内“强化学习+世界模型”赋能的物理AI技术上车，车位到车位领航功能落地，后续通过OTA同步覆盖存量车型；由中国研发团队主导，融合豆包大模型打造的虚拟助手“小奔”，拟人化交互打破冰冷机械指令，让智能服务贴合用户情感需求。

能效与安全层面，同级独有的电动两挡变速箱搭配DCU四驱断开装置，实现低速强扭矩、高速低能耗；800伏高压平台加持高镍三元锂电池，CLTC最高续航703公里，10分钟快充补能300公里，品牌坚持续航反向虚标，日常出行告别里程焦虑。电池历经3000次充放电循环、高低温极限环境测试，十万公里耐久拆解电池健康度依

旧保持93%；整车完成超230次全球碰撞测试，国内本土实测近80次，11个安全气囊全域防护，车身关键位置大面积采用超高强度热成型钢，近万处车身连接点历经十万公里测试完好不锈，以海量测试打磨长久可靠的安全底气。底盘针对中国路况专属调校液压衬套，还可选S级同源空气悬挂、后轮主动转向，舒适与操控兼顾。

同步落地的晖银、鎏金、星铂全新本土化命名体系，以直白标签区分配置层级，降低用户选择成本，这套命名规则未来还将逐步覆盖奔驰全系产品。购车权益同样兼顾短期福利与长期用车保障，至高5万元上市礼遇涵盖充电、保险、座舱升级、金融方案多重福利，3年整车质保、8年或16万公里三电延保同步配齐，消费者还可叠加国家购置税减半、以旧换新多重补贴；预售车型支付3000元订金即可享受订金膨胀福利，进一步降低入手门槛。

产品技术双线提速，客户直连构建长期品牌价值体系

以全新奔驰纯电GLC为支点，奔驰下半年产品矩阵焕新路径清晰明确，燃油、纯电双线同步发力。新一代S级、迈巴赫S级、国产长轴距GLE大型燃油车型年内陆续上市，全新纯电VLE也将发布；油电同智战略加速推进，未来6至12个月，AI赋能的智能座舱、NGA领航辅助逐步覆盖多数产品矩阵，城区领航辅助驾驶二季度已实现全国落地，9月，本土研发全新安卓座舱上车，品牌坚守每季度至少一次重大OTA升级，让车辆常用常新。

产品向上的同时，奔驰持续夯实AI赋能的零售网络，拉近品牌与用户距离，强化客户直连。年内持续布局空白市场与核心商圈全新网点，智能王牌落地全国超八成经销门店，年底实现全覆盖；CS AI Copilot客服工具6月底全网上线，以标准化AI服务实现秒级响应，大幅压缩用户等待时长。

品牌体验层面，多元化线下活动持续深耕用户社群，“140年创新之旅”全球巡展走遍国内十城，秋季上海将落地品牌专属体验空间；跨界联动ATP上海大师赛、WTA网球赛事、上海时装周高端IP，依托梅赛德斯杯、天地即征途、She's Mercedes等经典IP长期运营社群，实现品牌与用户的常态化深度互动。商业经营之外，奔驰同样践行商责并举理念，上市发布会现场，奔驰星愿基金携手王楚钦及各地经销商驰援广西洪涝灾区，首批生活保障物资于7月9日送抵受灾一线，将品牌信赖延伸至社会责任领域。

北京梅赛德斯-奔驰销售服务有限公司总裁兼首席执行官李德思表示，上半年奔驰牢牢守住40万元以上高端豪华市场领先优势，为下半年产品、技术全面攻势打下扎实根基，全新奔驰纯电GLC是专为中国用户打造的全能豪华纯电SUV，也是本轮战略布局中的核心车型，品牌将持续推动前沿智能技术普及落地，依靠常态化OTA迭代升级，持续匹配国内消费者不断升级的多元化出行需求。

行业浪潮更迭，单点优势难以长久立足，唯有全域打磨、长期深耕，才能穿越周期站稳脚跟。奔驰以博物学长期观测、全面深耕的精神打造全新纯电GLC，凭“全面实力独当一面”锚定电动化赛道站位，依托上半年夯实的市场底盘，产品、技术、渠道、客户运营多维并进，让百年豪华品牌的长期主义，在中国市场持续落地生长。

“以全面，独当一面。”有人问，今天的我们为什么需要博物学精神？也许在全新奔驰纯电GLC里可以找答案。博物学精神并不是要我们回到雨林中去采集标本，而是在城市的钢筋丛林中，重新训练自己观察和理解事物全貌的能力。你可以是各种身份的人，但只要你对外界保持一种整体性的兴趣，并尝试在不同领域之间建立联系，你就是这个时代的博物学者。毕竟，这个世界从不按照我们划定的边界运作，而我们也从来不是哪一个学科的附庸，而是那个正在学习如何理解世界的人。 广告