

# 比亚迪挺进新能源汽车“百万辆俱乐部”

●本报记者 黄灵 张兴旺

一辆比亚迪汽车从零部件组装到整车下线的全过程均可在园区工厂实现,平均每60秒就有一辆新汽车下线,效率可根据需求端进一步调整。这是中国证券报记者在深圳比亚迪总部了解到的情况。

5月19日,比亚迪举行第100万辆新能源汽车下线仪式,标志着比亚迪成为首个进入新能源汽车“百万辆俱乐部”的中国品牌。当日,A股比亚迪大涨8.87%,报172.78元/股。



比亚迪第一百万辆新能源乘用车——汉EV正式下线

公司供图

## 第100万辆新能源车下线

第100万辆新能源汽车下线,意味着比亚迪成为全国首家新能源汽车累计销量达到100万辆的传统车企。

“比亚迪肩负着中国新能源汽车品牌向上发展的责任和使命,引领汽车行业变革。”比亚迪董事长兼总裁王传福表示。

在行业的变革中,汽车企业都在与时间赛跑。中国证券报记者在比亚迪总部园区了解到,平均每60秒就有一辆新汽车下线,并可根据需求端情况进一步调整效率。取得这样的成绩离不开公司近20年的持续努力。自2003年进入汽车行业以来,作为新能源汽车的先行者,比亚迪通过创新的技术和精准的战略,一路引领全球汽车行业变革。

2004年,比亚迪纯电动概念车E7亮相北京车展。这是中国举办的国际性车展上首次出现新能源汽车身影;2008年,全球首款量产插电式混合动力新能源汽车——F3DM正式上市;2020年,产品性能创“12项全球之最,9项中国之最”的车型“汉”上市,并带来颠覆性的影响。

作为比亚迪第100万辆新能源汽车车主,深圳V5电子竞技俱乐部董事长兼CEO何献君在现场表示:“之前看到‘汉’就觉得非常惊艳,切身感受到了中国品牌的崛起,非常荣幸成为比亚迪新能源汽车的第100万位车主。”

## 国际化步伐提速

王传福透露了比亚迪一个重大动向——比亚迪新能源乘用车业务正式布局欧洲市场,挪威将成为比亚迪进入欧洲乘用车市场的首站,开启电动化出行新征程,比亚迪出海步伐进一步提速。此



前,比亚迪汽车业务出海多锁定商用车市场。

比亚迪宣布,计划在2021年年底前在挪威交付1500辆唐EV,首批100辆已经下线,5月底发运,三季度交付当地消费者。

此前,比亚迪已与多家全球汽车产业链知名企业达成合作。王传福在现场致谢埃孚、福耀、法雷奥等企业代表。“成就绿色梦想的同行路上,离不开上下游合作伙伴的支持。面向新征程,比亚迪将携手合作伙伴,继续引领全球汽车行业变革。”王传福说。

王传福表示,100万辆新能源车下线是比亚迪和中国汽车工业的一个历史的节点,更是一个新的起点。DM-i超级混动发布以及三款DM-i超级混动车型上

市,倍受市场关注。伴随DM-i、刀片电池产能的提升以及大批量订单的陆续交付,比亚迪第二个100万辆的目标将加速实现。在新台阶上,比亚迪将持续保持强劲的增长势头,继续专注技术创新,坚持完善售后服务。

## 科技巨头发力汽车产业

汽车圈近期格外热闹,华为等科技巨头频频发力汽车行业。

据媒体报道,5月18日晚间,华为内部发文进行多项人事调整,免去余承东华为云CEO职位,张平安被任命为华为云CEO。余承东仍为消费者业务CEO,并新增担任智能汽车解决方案BU CEO,王军为智能汽车解决方案BU总

裁。华为方面暂未对此进行回应。

在手机业务受限的情况下,汽车产业成为华为拓展业务的一大方向。

合作伙伴方面,华为已与长安汽车、宁德时代联手推出汽车子品牌。5月18日,长安汽车在互动易平台表示,公司携手华为、宁德时代,共同打造国际一流的智能电动网联汽车平台CHN,面向未来的高端智能电动车即将推出,全新高端品牌名称即将公布。据媒体报道,后续将与华为合作卖车的车企包括比亚迪、北汽、奔驰和长安等。不过,比亚迪5月19日对中国证券报记者回应称,对此不予置评。

据了解,华为卖车的第一个合作伙伴是小康股份旗下的赛力斯。在华为的助力下,赛力斯卖车战绩喜人。根据媒体报道,赛力斯华为智选SF5进入华为线下渠道20余天,预定订单超过6500辆,是2020年赛力斯自主渠道销量的六倍。华为计划7月底前在200家体验店卖车,年底拓展到1000家以上,余承东在公司内部定下了明年销售30万辆的目标。

华为卖车此前已有迹象。4月12日,在华为2021年全球分析师大会上,华为轮值董事长徐直军公开表示:“我们的战略是帮助车企造‘好车’,‘造好’车。最近余承东在尝试怎么帮助车企卖好车。”

4月20日,华为召开卖车发布会。余承东在发布会上直言,弥补手机产品销量的损失,要靠电动汽车业务。智能电动汽车销量虽然没有手机那么大,但是单价高。

对于华为卖车的优势,余承东表示,特斯拉和三个造车新势力的实体店都选择设在商场,但他们最多只有200多家店。截至2020年底,华为消费者业务已在全球建立12家旗舰店、5000多家体验店,零售服务网点有60000个。

造、B轮融资、IPO上市相关方案的实施。

资料显示,长安新能源旗下有CS15E-Pro、逸动EV460、CS55纯电版、奔奔E-Star、CS75PHEV五款新能源车在售。

2021年第一季度销量数据显示,长安新能源汽车零售销量达到12096辆,同比增长1543%。车型方面,奔奔E-Star零售达到5286辆,同比增长4620%;奔奔E-Star国民版零售6056辆。

汽车行业专家颜景辉表示,在汽车行业“新四化”的背景下,长安新能源将成为长安汽车转型的重要抓手。但从产品布局、研发再到人员培养,新能源造车领域需要大量资金。另外,与传统车企间的销量之争不同,新能源车企业间的竞争已从企业、技术、产品和服务等竞争,上升到产业链的整合能力和生态系统建设的竞争。新能源汽车企业提升资源整合力,也需要大量资金支持。

## 传统车企加快转型

2017年,长安汽车发布全新的新能源战略“香格里拉计划”,计划在新能源汽车领域投资1000亿元,并提出2025年全面停售传统意义燃油车的目标。

尽管如此,相比国内几大主要汽车集团,长安汽车的新能源转型步伐迈得并不算快。

## 进军汽车产业雄心再度燃起 美的押注零部件业务胜算几何

●本报记者 金一丹

5月18日,美的集团旗下威灵汽车部件公司(简称“威灵汽车”)公布三大产品线,包括驱动系统、热管理系统、辅助自动驾驶系统。与小米、百度、360等互联网科技公司不同,美的强调“不造车”,专注于车企提供汽车零部件。

业内人士认为,进入新能源车零部件生产领域,既可以在新能源造车的风口分一杯羹,又可以控制成本和风险。

## 发布三大产品线

在产品发布会上,威灵汽车宣布,驱动系统、热管理系统和辅助/自动驾驶系统的三大产品线全线投产,并发布了五款汽车零部件产品,包括驱动电机、电子水泵、电子油泵、电动压缩机和EPS电机。

据了解,新能源车热管理系统领域发生了翻天覆地的变化,从传统的乘员舱制冷扩展到乘员舱和电池的制冷、制热,大范围制冷制热能力调节是现在热管理系统急需解决的课题。

威灵汽车推出的CO2转子式电动压缩机,采用自然冷媒CO2,具有高效率、低噪音、轻量化等技术特点,同时能满足高效制冷和低温制热两种需求,相比传统热泵续航里程提升20%。

作为新能源车的“发动机”,威灵汽车的主驱电机技术优势包括,转矩密度相较行业高端车提高4%;高效区间(效率85%区域)高出行业平均水平2%;全转速段转矩脉动(影响电机噪音的关键技术指标)低于行业平均水平3%。

作为智能/辅助驾驶的关键部件,威灵汽车的EPS电机打破了国外技术垄断,实现了关键零部件的国产化。

美的集团机电事业部相关负责人表示:“美的集团在三年前成立威灵汽车部件公司,如今的汽车行业发生了很大变化,产品创新速度越来越快。汽车行业供应链是汽车主机厂一个痛点,如何快速协作主机厂,开发更有竞争力的产品是我们研究的方向。”

公开资料显示,广东威灵汽车部件有限公司于2018年10月成立,是美的集团股份有限公司旗下子公司,经营范围包含汽车、摩托车(机动车)零部件、系统及相关产品的研发、设计、制造、销售、技术服务及售后服务。

## 造车领域早有涉猎

美的集团在造车领域早有涉猎。

2003年,美的集团进军商用车领域,通过收购云南客车厂、云南航天神州汽车及湖南省三湘客车集团,新建昆明和长沙两大生产基地,一度实现了上万辆客车整车和专用底盘的制造。

由于经营不善,美的集团造车业务戛然而止。2009年7月,比亚迪与湖南环保科技有限公司正式签约,全盘接手停产近一年的美的三湘客车项目。

随着近年来新能源造车火头的火热,美的集团再度燃起造车的雄心。

2018年,美的集团董事会秘书江鹏公开表示,美的开始思考重新进入造车领域的方向。

2020年3月,美的集团通过下属子公司美的暖通,拿下了北京合康新能科技股份有限公司(简称“合康新能”)的控股权。合康新能网站资料显示,公司从事工业自动化控制和新能源装备的高新技术开发,业务领域涵盖工业自动化、新能源汽车、节能环保等。

2020年6月,美的和宝能汽车签订战略合作协议,双方将在高端“智”造、大数据、物流和新零售模式等方面展开合作,资源共享。在高端“智”造方面,宝能汽车将引进美的库卡焊接机器人和焊装线以及汽车零部件业务,开启智能整车制造。而美的旗下的德国企业库卡是世界领先的工业机器人制造商之一,其主要客户为汽车企业,为宝马、特斯拉、奔驰等一流车企供货。

## 行业竞争激烈

美的此番再度进军汽车产业,并未沿袭十几年前的整车制造路径,而是选择了新能源汽车产业链中的关键零部件生产。

有汽车行业分析师告诉中国证券报记者:“进入新能源车零部件生产是一个巧妙的路径,既可以在新能源造车风口分一杯羹,又可以控制成本和风险。新能源整车制造是一个‘烧钱’的行业,而开展关键零部件制造业务切口较小,也与美的制造业的技术路径相契合,投入相对较少,与车企合作,风险和管理成本也降低很多。”

智能汽车市场空间广阔。据中国汽车工程学会预测,2025年、2030年我国销售新车车联网比率将分别达到80%、100%,联网汽车销售规模将分别达到2800万辆、3800万辆。根据Marketsandmarkets预测,全球智能网联汽车市场规模在2027年将达到2127亿美元,2019年至2027年的年均复合增长率将达到22.3%。

蔚来汽车创始人李斌接受中国证券报记者采访时表示,科技公司参与造车浪潮,一起推动智能电动汽车产业发展。汽车行业最后还是比拼产品、拼服务。



新华社图

# 长安汽车多维度布局新能源汽车产业

●本报记者 金一丹

5月19日,中国证券报记者从长安汽车获悉,长安汽车与华为、宁德时代联手打造的高端新能源品牌(AB品牌)将独立发展,独立进行市场化运作,计划独立上市。

近年来,长安汽车在新能源造车领域动作频频,一方面将旗下新能源业务打包成立长安新能源公司,并不断推动其上市进程;另一方面,联手造车新势力蔚来汽车,合资成立长安蔚来。

## 联手合作伙伴推出新品牌

长安汽车执行副总裁谭本宏表示,长安新能源和AB汽车是两个独立运营的公司,拥有不同的产品品牌和产品区隔,为不同细分市场客户提供产品和服务。其中,长安新能源是长安汽车品牌的新能源业务承载者,AB品牌则是聚合长安汽车、华为和宁德时代三方资源,联合打造的高端智能电动汽车品牌。“AB品牌将独立发展,独立进行市场化运作,并整合战略合作伙伴资源,有独立上市计划。”谭本宏说。

据悉,AB品牌最快将于本月发布,该品牌将包括全球领先的智能电动网联汽车平台(CHN),系列智能汽车产品、超级“人车家”智慧生活和智慧能源生态。此外,长安汽车与造车新势力建立了

合作关系。

2018年8月,长安汽车与蔚来汽车合资成立了长安蔚来新能源汽车科技有限公司(简称“长安蔚来”),双方各持股45%,其余股份由该公司高管及员工持有,生产智能网联新能源汽车,并规划研发三款产品。而长安汽车2020年半年度报告信息显示,长安汽车对长安蔚来的直接持股增至95.38%。

业内人士分析称,长安汽车占据绝对主导权后,长安蔚来的生产研发将主要背靠长安体系,这将加速长安汽车的高端品牌落地。

## 长安新能源上市进程提速

2018年,长安汽车将旗下的新能源业务打包,成立重庆长安新能源汽车科技有限公司(简称“长安新能源”),其发展备受市场关注。

2019年12月,长安汽车发布公告称,长安新能源引入4家战略投资者,增资扩股完成后,长安汽车持有的股权比例将由100%稀释到48.95%,4家战略投资者分别为南京润科、科新基金、两江基金和南方工业基金。

近期,长安新能源加快上市进程的消息不断传来。今年年初,长安新能源发布招标公告,计划选聘证券公司担任公司财务顾问,负责研究制订并推进关于股份制改