

即便宁德时代已是万亿级的庞然大物，即便全球十大新能源汽车电池供应商中国独占其六，也依然需给予对手充分的重视。

挑战者 LG 新能源，“战书”成色几何？

文/孙玥

蒸蒸日上的中国动力电池产业，突然接到了一封分量颇重的“战书”。

2022年1月27日，韩国LG旗下的电池业务子公司LG新能源正式上市交易，当日开盘股价即暴涨99%，市值一度达7500亿元人民币，收盘时市值达到5936亿元人民币，成为韩国第二大上市公司，其上市本身也成为韩国资本市场有史以来最大的一次IPO。LG新能源CEO权英寿也因此战意盎然：“到2025年，LG新能源将在全球市场份额上超过宁德时代，成为全球第一。”

据财报显示，2021年LG新能源全年营收为17.85万亿韩元（约合939亿元人民币），同比增长42%；营业利润为7685亿韩元（约合40.4亿元人民币）；营业利润率为4.3%。该公司预

计，2022年营收将达到19.2万亿韩元（约合1010亿元人民币），同比增长8%，超过电动汽车市场稳定增长的预期。

LG新能源确实有自己的“杀手锏”。据权英寿介绍，LG新能源在汽车电池上的剩余订单价值260万亿韩元（约合1.37万亿元人民币），凸显了LG新能源的增长潜力。此外，在欧美国家的全面布局、与众多国际巨头的良好合作关系，同样是其争雄动力电池市场的底气。

但就目前来看，全球动力电池市场占有率第一的中国企业宁德时代，截至1月26日收盘市值为1.37万亿元人民币，两倍于LG新能源；而在韩国市场研究机构SNE Research最新发布的2021年全球动力电池装机量排行榜上，宁德时代、LG新能源分列第一二

位：前者连续五年荣登全球动力电池王座，2021年市场占有率为32.6%，后者全年全球动力电池装机量为60.2吉瓦时，市场占有率为20.3%。如此明显的差距让韩国新贵的“梦想”看上去遥不可及。

无论如何，IPO之后110亿美元“弹药入库”，LG新能源已经成为最有力的挑战者，至少已经具备了争雄动力电池市场的潜力。尤其在全球新能源汽车产业突飞猛进的大背景下，中国市场又面临着新一轮的产业升级与重构，这场全球范围内的竞争，行业格局也并不稳定，攻守换位绝非奇事。即便宁德时代已是万亿级的庞然大物，即便全球十大新能源汽车电池供应商中国独占其六，也依然需对来自韩国财团的“战书”予以充分的重视。



倘若了解过去一年中LG新能源在产能上撒出的真金白银，就不难发现其对动力电池王座的“觊觎之心”。

产能战：另辟蹊径

未来数年内，动力车电池行业依然是“产能为王”的竞争格局。据SNE Research预测，到2023年，全球电动汽车对动力电池的需求将达到406吉瓦时，动力电池产能预计为335吉瓦时，产能不足的矛盾依然是产业主流。

募资扩产，LG新能源的战术选择直击要害：在招股书中，LG新能源表示，本次募资除了计划研发新品、建设智能工厂以改善产品质量外，其余全部用于扩产。具体而言，其扩产计划将在多个国家展开：投资5.6万亿韩元与通用汽车在美国建立合资工厂，

投资1.4万亿韩元在波兰建立工厂，在中国投资1.2万亿韩元，在韩国投资645亿韩元，此外还将与Stellantis集团和现代汽车建立联合工厂。

虽然国内分析师大多将LG新能源的上市判断为母公司LG化学分拆剥离不良资产的资本手段，但倘若了解过去一年中它在产能上撒出的真金白银，就不难发现其对动力电池王座的“觊觎之心”。

从2021年6月开始，短短半年时间，LG新能源已经针对产能不足完成了多次大手笔的投资：在美国市场，其与通用汽车合资的动力电池企业在美国建设的第二、第三座电池工厂均

已进入实操阶段；计划到2025年在美国投资超过5万亿韩元，以确保在美国的电池产能达到70吉瓦时。在欧洲市场，2021年10月其与汽车制造商巨头Stellantis达成合作协议，建设年产能40吉瓦时的全新动力电池工厂；近期更是将2022年规划资本支出提高至6.3万亿韩元，目的就是为全球产能扩充提供资金支持。

LG新能源的全球性产能投资布局无疑相当引人注目，其目前已经在美国、中国、韩国、波兰、印度尼西亚建成了生产基地，并计划将全球电池产能从2021年的150吉瓦时增加至2025年的430吉瓦时。此类全球性“五点成面”的生产交付体系，在全球动力电池企业中，已是独领风骚。

与传统制造业不同，新能源上游产业尤其是电池领域，产能投资依靠的不仅仅是资本实力，更隐含着对技术路线上的方向选择，几乎没有试错空间。所以除了在“已知”产能上的重拳出击，LG新能源同样对未来“未知”产能进行了布局。

据LG新能源亚洲营销总经理朴镇庸介绍，对于未来的技术路线，LG新能源将投入12.4万亿韩元开发全新一代电池技术：“后锂时代，LG正在着手开发新一代全固态电池，争取2026年实现量产，将有望应用于电动汽车和飞机领域。更高能量密度、更轻量化设计的锂硫电池，则将适用于遥控

飞机和无人机等空中场景，以实现电池应用场景的多样化。”

对此，LG新能源有着清晰的战略性目标规划：2023年实现260吉瓦时的产能突破，2024年实现2700亿美元的销售额，2025成为电动汽车动力电池领域的第一企业并在年底前实现锂硫电池商业化，在2027年前实现全固态电池商业化。

虽然从现状以及未来的产能规划来看，中国企业优势明显，如宁德时代到2025年实现产能规划600吉瓦时，依然遥遥领先，但在全球化的产能布局和前瞻性的技术布局方面，LG新能源的另辟蹊径同样值得关注。

市场战：深度交友

如果LG新能源的产能布局只能算让人眼前一亮，从账面实力上尚不具备与中国企业掰手腕的能力，那么在市场拓疆方面，LG新能源却是实打实地走在了全行业的最前列。

“在争取欧洲和美国的全球用户方面，我们处于领先地位。”权英寿在IPO路演会上的自信与乐观显而易见，“虽然现在宁德时代在市场上处于领先地位，但LG储备的订单量更大，海外用户更青睐LG。”

这一切都源于LG新能源在深度和广度上，都走了与中国企业完全不同的市场拓展之路。

在深度方面，LG新能源采用的

是向产业链上游未雨绸缪式扩张的路子——投资、合资、长约、提前买断，在上游原料和技术领域，以供应链安全为出发点提前布局，绑定了诸多有实力的合作者，例如2018年，其母公司LG化学联手中国最大钴供应商华友钴业投资10亿美元成立合资公司，规划产能达10万吨；2019年，为了减少对日企的依赖，与全球隔膜材料龙头企业恩捷股份签订了5年长单；2020年，长约锁定细磨氢氧化锂原料与碳酸锂原料；去年8月，与澳大利亚矿业公司签订6年的钴和镍供应协议；此外，为了保证镍的供应，LG化学还计划在印尼投资98亿美元建立工厂，覆盖镍矿开采、提炼以及电池生产等上下游产业链。

在广度上，LG新能源的“交友”方式更是堪称教科书，近年来其多选择与当地知名车企进行多种样式的深度合作，以合资工厂形式为主，在增加自身产能的同时，拓展了用户群并将自身的全球化进程不断推进。据公开资料显示，目前LG新能源的“朋友圈”包括特斯拉、通用、现代、福特、保时捷等众多全球知名车企，在欧洲市场更是几乎覆盖了所有主流车企——260万亿韩元的剩余订单，几乎都来自这些车界大佬。

“美国很多汽车制造商的电动车，与LG的电池业务有稳定的采购合同。”来自华尔街的分析师们对此的

2021年全球动力电池装机量排名

(单位: 吉瓦时)

排名	企业	装机量	市场份额
1	宁德时代	96.7	32.60 %
2	LG新能源	60.2	20.30 %
3	松下	36.1	12.20 %
4	比亚迪	26.3	8.80 %
5	SK On	16.7	5.60 %
6	三星SDI	13.2	4.50 %
7	中创新航	7.9	2.70 %
8	国轩高科	6.4	2.10 %
9	远景动力	4.2	1.40 %
10	蜂巢能源	3.1	1.00 %
	其他	26.0	8.80 %
	合计	296.8	100.0 %

>> 数据来源: SNE Research

结论是: “全球范围内的市场很大, 汽车厂商们也都愿意看到一个有同等实力的竞争对手出现。”

值得注意的是, LG新能源身前的宁德时代前十大采购商仅有一家海外公司特斯拉, 其他的清一色是国产车企, 而LG新能源在中国市场仅有两家客户, 其中特斯拉占97%, 上汽通用占3%, 市场占有率仅4%。但在国际市场, 2021年宁德时代的装机量为27.37吉瓦时, LG新能源为53.95吉瓦时, 几乎接近前者的两倍。

胜负手: 相机而动

LG新能源在2022年伊始发给中国友商们的这封“战书”, 选择了一个最恰当的时点。

从2015年开始, 工信部陆续发布了四批符合《汽车动力蓄电池行业规范条件》的企业名录(白名单), LG在华动力电池公司未能进入该名录。这意味着使用LG动力电池的新能源汽车不能获得新能源补贴, 甚至存在无法上市销售的风险。宁德时代在中国这个全球第二大新能源汽车市场的滋养下, 成长为全球第一的动力电池供应商。

2019年6月动力电池白名单废除后, 2022年年初有关部门宣布新能源汽车购置补贴将退坡30%, 并自2023年起不再补贴。这意味着, 在消费端市场的增长动力从政策驱动转向产品驱动, 补贴手段带来的优势荡然无

存, 同样也明示了质量与成本被跨国车企高度认可的外资电池企业, 顺势导入国内合资品牌的供应链中, 已不可阻挡。

中国动力电池企业崛起之初所仗仗的政策壁垒退出舞台后, 电池企业面临的战局突变, 从安全地躲在拒马高墙后的守城战, 变成了刺刀见红的野外遭遇战, 管理、成本、市场、产能全方位的肉搏战即将开始。

当然, 这样的良性竞争对于提升动力电池行业的整体竞争力裨益良多, 充分竞争的市场才能锤炼出真正基业长青的企业, 尤其是新能源这样一个在未来数十年“钱景”与前景均值得期待的领域。

这无疑是对中国企业的挑战。

“能不能不要起那么早, 赶个晚集。我们把基础设施全部做完, 人家却开始热卖。”宁德时代董事长曾毓群的一句无心之言却显露出了中国企业的焦虑, 毕竟“狼来了”总不是一件让人安心的事情。

综合来看, LG新能源意欲将宁德时代拱下“王座”的底气在于其全球化的产能布局与用户分布, 万亿元人民币的订单和IPO的成功意味着其在新一轮的中国市场拓展过程中再无后顾之忧。但明显的成本劣势、复杂的治理结构和并不能完全适应中国产业环境的财阀背景, 也极有可能成为其未来竞争中的“绊马索”。