

率先与传统燃油汽车“划清界限”的比亚迪，也陷入了一系列舆论漩涡。

比亚迪能否“突围”？

文/刘长江

燃油汽车的“丧钟”已经敲响。比亚迪率先与燃油汽车“划清界限”。

4月3日，新能源汽车企业比亚迪正式对外宣布，根据其战略发展需求，自2022年3月起停止燃油汽车的整车生产，将专注于纯电动和插电式混合动力汽车业务。

这意味着，比亚迪成为全球首个正式宣布彻底停产燃油汽车的车企。该消息一经发布，就毫无悬念地冲上微博热搜榜首。

与此同时，比亚迪正面临着一系列负面舆论的困扰。

来自国家市场监督管理总局的消息显示，日前，比亚迪汽车工业有限公司向监管部门备案了涉及9663辆汽

车的召回计划。原因是，部分车辆的动力电池包的托盘因透气阀安装面不平整，有进水风险，并可能造成动力电池系统电气回路故障，极端情况下有引起动力电池热失控的风险，存在安全隐患。

5月5日，据多家媒体报道，长沙比亚迪工厂近日遭遇附近居民维权，这些居民质疑比亚迪工厂有污染气体排出，并称这导致周围儿童出现多起不明原因的流鼻血情况。

5月7日，比亚迪官方发布声明称：其涉事工业园于2012年投产使用，园区排放符合国家相关法规及标准；紧挨园区的部分居民区，或存在异味情况，比亚迪已采取相关措施并积极改善；针对网传“排放超标引起

流鼻血”的情况，属于恶意捏造关联，已经报警，将追究相关人员的法律责任。

比亚迪的面子与里子

如今，拥有核心技术和成本优势的比亚迪，正在进行的是断腕式的“豪赌”，还是胸有成竹的决战？

先看市场表现。2021年，比亚迪一跃排名国内新能源汽车市场首位，其新能源汽车年销售量达58万辆，今年一季度销量高于去年半年销量。

再看财报数据。4月27日夜，比亚迪发布2022年一季度报告。报告显示，一季度公司营业收入达668.25亿元，较去年同期增长63.02%；归属于上市公司股东的净利润达到8.08亿



比亚迪的“突围”打法也比较独特：在产品上坚持“两条腿走路”（纯电动和插电式混合动力汽车业务），在品牌上改变低端品牌定位，定位中高端，重新出发。

元，较去年同期增长240.59%。与此同时，在扣除非经常性损益后归属于上市公司股东的净利润亦达到5.14亿元，较上年同期暴增729.44%。

从营业收入来看，比亚迪“豹变”似乎很完美，但利润情况并不乐观。

资料显示，2016~2021年，比亚迪的营业收入从1034.7亿元增至2161.42亿元，而净利润从50.52亿元降至30.45亿元，并且2017、2018、2019、2021四年时间里，比亚迪的净利润都呈负增长态势。十几年间，比亚迪深陷“增收不增利”的怪圈，一直为投资者所诟病。根据花旗银行的

测算，比亚迪今年一季度的毛利率约为15.6%，环比下滑1个百分点。

比亚迪的挑战来自多方：一边是燃油汽车产销量“半死不活”，既不能贡献销量，又不能贡献利润，更不能提升市值，还给品牌形象拖后腿；另一边是新能源汽车迎来了爆发式的增长，同时面临着市场化不足、盈利困难、电池原材料涨价等诸多压力和风险。

3月31日，比亚迪再次入选美国《时代》周刊“2022最有影响力的100家企业”，被评为“行业巨头”，是榜单上唯一的中国车企。该榜单看重比亚迪的理由是，中国汽车

市场是世界上最大的汽车市场，新能源汽车行业的竞争已经开始，比亚迪在乘用车领域正在持续发力，推出了多款热销车型。

“对比亚迪而言，发展新能源车将是机会与压力并存。”一位资深行业分析师表示：“一方面，2022年一季度新能源汽车行业总体延续了快速增长的势头，比亚迪新能源汽车销量更是创下了历史新高，带动盈利大幅改善；但另一方面，上游原材料价格上涨压力也正在增加。”

燃油汽车的红火与落寞

作为最早一批向新能源汽车转型的车企，比亚迪停售燃油汽车，与王传福有关。

1995年成立的比亚迪，主要从事镍镉和镍氢电池的开发和生产。1997年，比亚迪的镍氢电池市场份额跻身全球第7位。2000年，王传福又瞄准锂电池，不仅通过研发投入拥有了核心技术，而且赚得盆满钵满。当时手机锂电池一直被日本企业垄断，价格平均为每块8美元，王传福一出手就把价格降到了2.5美元。

凭借技术和成本的优势，王传福打开了市场。从20人的小厂到28000人的“电池王国”，比亚迪只用了8年时间。2003年比亚迪成为世界上第二大的手机电池制造商，其锂离子电池、镍氢电池和镍镉电池的市场份额分别位列全球第三位、第二位和第一位，占到全球市场份额的23%。当

2022年4月我国轿车销量排名前十

排名	车型	销量(辆)	同比增长
1	轩逸	26122	-42.9%
2	宏光MINI	24908	-6.3%
3	比亚迪秦	23520	272.7%
4	雷凌	14766	-24.3%
5	新朗逸	13925	-54.9%
6	卡罗拉	13836	-49.4%
7	比亚迪汉	13406	64.0%
8	凯美瑞	12693	-20.5%
9	速腾	12008	-25.0%
10	比亚迪海豚	11959	-

>> 数据来源：乘用车市场信息联席会

时，摩托罗拉、诺基亚等手机巨头都是比亚迪的用户。

2002年7月31日，比亚迪在中国香港正式挂牌上市，股价一路飙升的同时，王传福也在燃油汽车领域不断发力。他先是买下了北京吉驰汽车模具有限公司；2003年，又收购了秦川汽车；2年后，推出了A+级乘用车F3。在那个燃油汽车的黄金年代，F3曾经一年卖出了11.1万辆。后来，比亚迪又相继发布了多款燃油汽车。2019年，比亚迪推出燃油汽车“宋”Pro，该款车2020年的销量超过10万辆。

如今，比亚迪的燃油汽车似乎进入了糟糕的“黑铁年代”。以在售“宋”PLUS燃油版为例，3月2日，有第三方投诉平台发布2月投诉信息排行榜，其中，对“宋”PLUS燃油版的投

诉大幅增加，以352例投诉登顶。

从销量来看，比亚迪燃油汽车今年1月和2月累计销量仅为5049辆，同比下降89.78%，且仅占总销量的1.7%；3月，比亚迪新能源汽车产量为10.67万辆，销量为10.49万辆，而燃油汽车产销量均为0；自3月以来，比亚迪新能源汽车连续两月单月销量突破10万辆。

事实上，比亚迪的燃油汽车已成为其品牌 and 价值的拖累。资料显示，2021年11月，第26届联合国气候变化大会（COP26）上，相关政府、企业和其他组织代表共同发表了关于加速向零排放汽车和货车转型的宣言，目标是在2040年或之前实现零排放汽车和货车的销售占比达到100%，比亚迪也参与其中。

11月，该系列车型热销12841辆，再创历史新高。其中，“汉”EV销量为10021辆，成为首款月销破万的纯电动中大型轿车；“汉”DM销量为2820辆，保持稳健增长态势。

截至2021年11月，“汉”的累计销量已突破14万辆，且连续三个月销量破万，连续两个月蝉联20万+高端电动轿车市场首位，连续7个月环比增长，成为现象级爆款产品，在中大型新能源轿车市场稳居第一名。

在2021年成都车展上，比亚迪“汉”发布了5G丹拿智能音乐座舱升级包，新增极光蓝外观、金鳞橙/凝夜紫碳纤维内饰等全新款型和配置，从听觉、视觉等多维度提升自主品牌的竞争力。

比亚迪的营销理念也在转变。王传福一改往日的低调，放话说，比亚迪致力于把“汉”打造成集安全、性能、豪华三大标杆于一体的新能源旗舰轿车。

据中国汽车工业协会统计分析，2022年一季度，销量排名前十位的轿车生产企业共销售161.9万辆，占轿车销售总量的62.6%。在销量排名前十位的轿车生产企业中，与上年同期相比，比亚迪的销量增速最为显著，广汽本田、上汽大众、上汽通用五菱和东风汽车也呈两位数较快增长态势，广汽丰田增速略低，其他企业均下降。

爆款产品之外，比亚迪的磷酸铁锂电池、刀片电池、DM-i超级混动技术等一系列技术创新更是其下注新能

源汽车的底气，并引发业界关注。

“铁锂电池的路线拒绝用三元锂电池，不仅仅是因为安全，更因为三元锂电池里需要用太多的钴和镍。这两样东西中国太少，太容易被‘卡脖子’。所以，比亚迪从一开始就沿用了铁锂电池的路线。”一位资深行业分析师表示。

据了解，比亚迪在造车之前的2004年，就成立了比亚迪微电子有限公司，开始集成电路的设计，研发了电源管理芯片、CMOS图像传感器、液晶驱动和触摸控制芯片等多项产品。2008年，比亚迪趁机收购了宁波中纬半导体，开始了电动汽车专用的IGBT芯片研发，哪怕之后常年亏损。

如今，比亚迪手握9000多个专利，是全球唯一一家可以自主研发电池、电机的新能源汽车厂商。截至2021年年底，比亚迪新能源车运营足迹已遍及全球6大洲70多个国家和地区，是首个进入欧盟、美国、日本、韩国等发达市场的中国汽车品牌。全球范围内，比亚迪拥有30多个工业园、40多个分支机构，在美国、日本、加拿大、巴西、匈牙利、印度等已建有生产基地。

从业务布局看，比亚迪涵盖电子、汽车、新能源和轨道交通等领域，从能源的获取、存储，再到应用，可以提供全方位零排放的新能源整体解决方案。或许，王传福距离创立BYD（Build Your Dreams，成就梦想）的梦想越来越近了。■

终结燃油汽车业务，专注于新能源汽车，就成了比亚迪的必然之选。

新能源车的高调与底气

即使在新能源汽车领域，比亚迪的“突围”打法也比较独特：在产品上坚持“两条腿走路”（纯电动和插电式混合动力汽车业务），在品牌上改变低端品牌定位，定位中高端，重新出发。

2020年7月，比亚迪正式发布了“汉”系列车型，不同于比亚迪旗下其他车型的低廉价格，比亚迪“汉”系列车型最高售价接近30万元，由此，这款车型在彼时也被业内视为比亚迪“冲高”的利器。

事实证明，比亚迪“汉”确实得到了市场认可。数据显示，2021年