

“一带一路”背景下，比亚迪的出海战略研究

郭玉杰

暨南大学深圳校区，广东 深圳 518000

摘要：在经济全球化和“一带一路”发展框架下，中国企业出海发展的需求日益旺盛，海外市场开拓进程日益推进。新能源汽车领域，在国家战略与全球倡议的支持下，中国企业快速崛起并实现换道超车。在新形势下，中国的新能源汽车品牌日益增多，新能源汽车销量持续攀升，竞争化市场格局初步形成。其中以比亚迪为代表的制造业车企，依托技术创新与产品迭代，迅速占领国内市场并加快开拓海外市场。本文以比亚迪为例，从技术研发、海外投资、品牌建设等方面综合研究国内新能源企业出海的发展战略，为推动民族品牌的全球化、国际化进程贡献智慧。

关键词：经济全球化；一带一路；比亚迪；技术创新；海外市场开拓

Under The Background Of “One Belt And One Road”, Byd’s Sea Strategy Research

Guo Yujie

Jinan University Shenzhen Campus, Guangdong Shenzhen 518000

Abstract : Under the framework of economic globalization and the “Belt and Road” development, Chinese enterprises have increasingly strong demand for overseas development, and the process of overseas market development is increasingly promoted. In the field of new energy vehicles, with the support of national strategies and global initiatives, Chinese enterprises have risen rapidly and achieved lane overtaking. Under the new situation, China’s new energy vehicle brands are increasing, new energy vehicle sales continue to rise, and a competitive market pattern has initially taken shape. Among them, the manufacturing car companies represented by BYD, relying on technological innovation and product iteration, quickly occupied the domestic market and accelerated the development of overseas markets. Taking BYD as an example, this paper comprehensively studies the development strategy of domestic new energy enterprises going to sea from the aspects of technology research and development, overseas investment, brand building, etc., and contributes wisdom to promoting the globalization and internationalization process of national brands.

Key words : economic globalization; The Belt and Road; Byd; technological innovation; overseas market development

引言

2023年10月18日，第三届“一带一路”国际合作高峰论坛在北京开幕。习近平总书记在开幕式上的主旨演讲指出，中国将进一步支持构建“一带一路”立体互联互通网络、支持建设开放型世界经济、积极开展务实合作等。在“一带一路”国家战略的背景下，新能源车企出海发展有了新的机遇。目前关于新能源车企出海发展的新闻报道较多，而相关出海战略发展的研究较少。本文以比亚迪为研究对象，尝试分析研究新能源车企的出海战略。

一、比亚迪发展分析

（一）财务状况

根据比亚迪的年报，本文对2018年到2022年的部分年报数据进行了整理，近五年比亚迪的资产规模、净资产、经营现金流等持续增长，其中2022年各项数据增长显著。2022年比亚迪资产规

模4938.61亿元，同比增长66.97%；经营现金流1408.38亿元，同比增长115.13%；总营收4240.61亿元，同比增长96.2%。

2023年前三季度，比亚迪累计营收达到4222.75亿元，同比增长57.75%；净利润为213.67亿元，同比增长129.47%。第三季度，比亚迪实现营收1621.51亿元，同比增长38.49%；净利润104.13亿元，同比增长82.16%。

表1.1 比亚迪2018-2022年报数据（单位：亿元）

年份	资产	负债	经营现金流	投资现金流	总营收
2018	1945.71	1338.77	125.23	-142.31	1300.55
2019	1956.42	1330.4	147.41	-208.81	1277.39
2020	2010.17	1365.63	453.93	-144.44	1565.98
2021	2957.8	1915.36	654.67	-454.04	2161.42
2022	4938.61	3724.71	1408.38	-1205.96	4240.61

综合分析财报，近年来比亚迪的总营收增长2.2倍，资产规模增长迅速，财务状况与经营状况良好；现金流充裕，投资规模持续扩大。比亚迪快速的发展增强了海外市场开拓的信心，加快了海外战略布局的速度。

（二）海外布局

自2003年开始，比亚迪开始利用自身对汽车品牌的核心竞争力开拓市场。2021年5月，比亚迪正式宣布“乘用车出海”计划，先后在泰国和巴西建厂，在挪威开拓首个试点市场。2022年7月，比亚迪正式进入日本乘用车市场。到2022年底，比亚迪挺进德国、英国、法国、匈牙利等多个欧洲国家。2023年7月比亚迪宣布计划在巴西投资建设三座工厂；同时计划在智利兴建磷酸铁锂工厂，预计2025年投产。比亚迪为开拓亚太、欧洲、美洲等地区市场，积极在全球范围内布局新能源车销售业务，投资建设工厂。

二、内外环境分析

（一）外部环境

近年来，全球经济发展的机遇与挑战并存。随着“一带一路”战略的深入推进，截至2023年6月，中国与150多个国家、30多个国际组织签署了230多份共建“一带一路”合作文件，这为国内企业的出海带来了政策便利。此外，疫情后全球经济复苏，海外市场逐渐回暖，中国企业出口与对外投资持续增加。然而全球经济发展也面临着挑战，近几年国际局势的动荡带来许多不确定性。俄乌战争、巴以冲突等影响着全球政治格局，各国之间的政治关系变得更加微妙；叠加中美博弈的影响，许多国家政策多变，各种反补贴、反倾销调查层出不穷，一定程度上影响中国企业出海的信心，阻碍了出海进程。

（二）内部环境

2021年10月，国务院印发《2030年前碳达峰行动方案》，在创新、绿色发展的相关政策支持下，新能源企业发展形势良好。在分析了比亚迪的财务状况也不难发现，近几年其增长非常迅速。

不过，从国家战略与全球化发展的角度看，对外出口是比亚迪发展的必由之路，也是民族品牌发展的必然选择。因为比亚迪在国内的市场份额已经占到三分之一以上，各种造车新势力也在摩拳擦掌进军新能源领域，可见国内市场是趋于饱和的。反观海外的情况，目前全球气候倡议下，欧洲、美洲各国对新能源发展也是大力支持的，只是出于贸易保护的原因，对国门之外的新能源车企有所限制，而我们不能因为限制就主动放弃。在“一带一路”战略支持下，以比亚迪为代表的新能源企业还是可以大有作为。

三、出海战略研究

（一）核心技术研发

比亚迪近五年的研发费用逐年增加，且均超过同期合并净利润。其中2020年研发费用186.54亿元，同比增长133.44%；今年前三季度，比亚迪的研发费用为249.38亿元，同比增长129.42%，研发费用大幅超过同期净利润。下表是2018到2022年比亚迪的财报数据，其中合并净利润包括归母净利润与少数股东损益。

表3.1 比亚迪2018-2022研发费用

年份	研发费用（亿元）	同比（%）	合并净利润（亿元）	同比（%）
2018	49.89	—	35.56	—
2019	56.29	12.83	21.19	-40.41
2020	74.65	32.62	60.14	183.81
2021	79.91	7.05	39.67	-34.04
2022	186.54	133.44	177.13	346.51

目前在全球汽车制造业领域，研发投入排名前十的车企中，只有排名第九的比亚迪是中国品牌，超过排名第十的特斯拉。在新能源领域，国内新兴品牌不断涌现、传统车企接连入局，国外品牌比如特斯拉大举进入中国市场、开拓全球市场。当前新能源汽车发展主要集中在电池技术、电驱动技术、电控技术、智能充电技术、智能交互技术等方面。在基础技术体系的研发上，高投入必不可少；在新技术研发上，要根据地区与产业需求，有选择性的集中研究；对于被封锁、难突破的技术，我们可以采用换赛道、更新技术形态的方式超越。只有把握全产业链的创新，比亚迪才能在全球化过程中掌握优势，才能把握未来新能源发展的主动权、话语权。

（二）销售业务开拓

从营收增长驱动来看，比亚迪营收增长的主要动因是新能源汽车销量的增长。根据览富财经网信息，当前比亚迪在国内市场份额已经超过36%，领衔中国新能源汽车销售。在相对饱和的国内市场环境下，比亚迪出海发展的需求日益增加。

1. 国内生产与海陆运输

在“一带一路”战略实施十年以来，国际交通联络日益便捷。在陆上交通方面，欧亚铁路连接东西方，中欧班列从大连、西安开往匈牙利、西班牙等欧洲国家，覆盖中欧多国；泛亚铁路连接中国与东南亚等国。在海上交通方面，中国船舶制造引领全球，汽车船舶的制造能力全球领先；此外，中国与亚太、南美等地区的“海上丝路”合作开拓了多条安全航线。比亚迪在西安、郑州、宁波等多地建有生产基地，产能持续扩大，因而在供应国内市场之外，要积极利用“一带一路”的海陆通道，将产品出口到全球。在全球贸易中，海运是最基础的最廉价的选择，全球范围内的汽车船舶运量紧缺。因此作为战略规划，比亚迪理应积极布局自己的汽车运输船舶，保障出海发展的自主性、出口供应的稳定性。2023年11月6日，中国船舶集团旗下广船国际宣布，承接比亚迪的7000车双燃料汽车运输船（PCTC）项目1号船在广州南沙开工，可见比亚迪的相关布局也在逐步展开。此外，欧亚大陆有着天然的纽带联系，比亚迪可以积极利用欧亚、泛亚铁路的基础设施，降低成本、提高效率。

2. 全球研发与投资建厂

出于贸易保护等原因，各个国家对新能源汽车进口的政策要求有所差别。2023年10月，欧盟宣布对中国新能源车企启动反补贴调查，比亚迪成为被抽取调查的三家车企之一。面对贸易保护主义政策，比亚迪需要以更加积极的姿态应对。首先，据了解国内出口的新能源企业已经不再有政府补贴，进一步提升技术与质量更有利于通过相关审查。其次，要推动全球研发进程，可以在部分国家和地区设立研究所，在当地法律与政策框架下研发新能源汽车技术。最后，加快全球投资建厂进程，在欧洲、南美、东南亚等地区建设磷酸铁锂工厂、整车制造工厂。这样可以规避更多不必要的审查，抢占发展先机，快速进入地区市场。

3. 品牌建设与价格策略

纵观全球化的企业，品牌建设与价格策略至关重要。比亚迪目前在海外销售的车型有汉、唐、元 Plus 海外版等车型。从现有销售状况看，比亚迪的海外销量持续走高，但是产品体系较为单一，产品价格定位不明。从传统燃油型汽车的品牌战略来看，以凯迪拉克为例，作为总统座驾的存在以及象征皇室贵族地位的花冠盾徽章 LOGO 给消费者留下深刻印象，打造了豪华、高端的品牌形象；在新能源领域，特斯拉的车型与品牌 LOGO 比较有设计感，通过各种营销，其产品带来的印象更多的是高科技、高性

能、环保与豪华。

比亚迪在制定战略决策时应当根据不同国家和地区的需求，在品牌建设上要进一步发力，包括 LOGO 的设计、车型的设计等都要进行优化调整，全维度提升品牌感知。在价格策略上，根据成本与海外市场的消费水平进行产品分级、定价分级，覆盖不同的用户需求；实施多品牌策略，建立品牌矩阵。比亚迪在走向全球的过程中，要讲好品牌故事、塑造企业文化，以世界级的责任担当，成长为世界级的品牌。

四、总结

在传统燃油车的市场中，中国企业长期以来都处于竞争劣势，市场份额与销售利润长期被国外企业所垄断。当新能源汽车市场兴起，中国企业逐渐崛起并走到了技术前沿，开始引领市场发展的趋势。要想在新兴市场中保持优势、打造有全球竞争力的企业品牌，就必须走出国门开拓全球市场，这也是中国新能源车企的使命。无论外部环境有何变化，中国改革开放的大门不会关闭，只会越开越大。因此，我相信以比亚迪为代表的新能源车企在政策支持、技术创新、市场导向、未来战略的引领下一定可以在全球市场大放异彩。

参考文献

- [1] 林少芳. 新能源汽车技术原理和相关技术探究. 内燃机与配件, 2023(20): 99-101.
- [2] 崔理芸. 基于指数因素分析法下比亚迪的盈利能力研究. 全国流通经济, 2023(18): 181-184.
- [3] 邵文丽. 新能源汽车行业盈利能力分析——以比亚迪公司为例. 现代工业经济和信息化, 2023, 13(08): 242-243, 248.
- [4] 邹媛. 比亚迪, 从深圳加速驶向全球. 深圳特区报, 2023-09-29(04)
- [5] 陈靖斌. 比亚迪“出海记”. 中国经营报, 2023-09-25(07).
- [6] 拱千舒. 中国品牌加速改写全球汽车产业格局. 南方日报, 2023-09-08(01)
- [7] 李星. 比亚迪成为“大赢家”, “价格战”影响企业盈利. 每日经济新闻, 2023-09-07(006)
- [8] 拱千舒, 魏泓泉, 等. 抢滩东南亚, 汽车出口新一轮竞速. 南方日报, 2023-07-07(02)