

中国品牌在海外

比亚迪发力“交通革命”

让汽车“喝”上更多新能源

本报专访比亚迪美国公司副总裁欧思鼎

本报记者 汪莹



图为伦敦的比亚迪红色双层电动大巴。

20年前，谁会想到，一家以生产手机电池及零部件的公司有一天会去生产汽车呢？

10年前，谁会想到，一家生产燃油汽车的公司会在市场前景不明朗时大举进军新能源车市场呢？

1年前，谁会想到，一家来自中国的汽车公司竟会在全球

电动车市场夺得销量冠军，并拿下有全球新能源界“奥斯卡奖”之称的“扎耶德未来能源奖”呢？

这家公司就是比亚迪。在一次次超乎人们想象的行动中，比亚迪取得了今天的成就。1周前，本报记者就比亚迪国际化发展情况，专访了比亚迪美国公司副总裁欧思鼎(Michael Austin)。

“电池是新能源车的心脏”

要了解比亚迪的新能源车，就绕不开比亚迪最初的那一段发家史。一开始，比亚迪的业务是以手机零部件的生产和组装为主，其中一个重要的手机部件就是电池。而比亚迪第一次走向海外，依靠的不是新能源车，而是它的手机部件。

2000年，比亚迪第一次出海，是为美国摩托罗拉公司供应手机部件。那时，欧思鼎还在摩托罗拉公司工作，“比亚迪是很大的供应商，它生产了摩托罗拉当年最风靡全球的手机的70%的部件。”在这些部件中，最有技术含量的就是电池。那一年，比亚迪投资研发锂电池，很快就拥有了核心技术，成为摩托罗拉第一个中国锂电池供应商。

“比亚迪是全球最大的磷酸铁锂电池制造商，年产能达10GWh，相当于为约3万台K9（比亚迪纯电动大巴）提供动力电池，电池技术就是比亚迪的核心能力。”在欧思鼎看来，不管是纯电动车还是混合动力车，它们的核心都是电池。而比亚迪之所以能在新能源车领域击败众多竞争者，脱颖而出，就是因为“比亚迪是世界上唯一一个能为自己生产的新能源车制造电池的整车公司”。

如今，比亚迪的新能源车上装了“最牛”的铁电池。铁电池很安全，即使投入火中也不会爆炸；不仅如此，铁电池无毒，不含重金属；此外，铁电池的寿命很长，可以持续使用30年。“一般汽车都只能持续使用15年左右，而比亚迪的电池寿命比汽车寿命更长。”目前，比亚迪给海外最畅销的电动大巴提供了12年的免费电池担保。“这个行业，没有别的公司能提供这么长时间的电池担保。”

“电池是新能源车的心脏”，欧思鼎说，正是因为比亚迪的电池有这么好的性能，消费者才如此信任比亚迪的新能源车。“他们会认为车的核心是有保障的，它不容易坏，即使坏了，也可以免费换掉。”

“海外拓展仍然需要耐心”

2015年对比亚迪来说不同寻常。2月，比亚迪纯电动大巴登陆日本京都，成为首个进入日本市场的中国汽车品牌；4月，比亚迪中标美国加州南部长滩市运输署60辆纯电动大巴采购合同，创下美国纯电动大巴订单的最大纪录；5月，比亚迪与巴西最大巴士车身制造商马可波罗签约，在纯电动大巴领域展开战略合作；10月，比亚迪在伦敦拿下高达6.6亿英镑的纯电动大巴订单……

成就当然不只在电动大巴领域。2015年，比亚迪新能源车销售61722辆，超越特斯拉、宝马、日产等国际品牌，高居全球新能源车销量榜首，全球市场占有率超过11%，创造了中国汽车品牌历史；2015年，比亚迪新能源车产值220亿元，历史上首超传统汽车190亿元的销售贡献；截至目前，比



比亚迪全球分布情况图

比亚迪新能源车的足迹遍布全球六大洲、48个国家和地区、200个城市。对此，比亚迪董事长王传福幽默地说：“只剩南极洲了，如果企鹅朋友有需要，我们马上把电动车开过去。”

目前，比亚迪在全球市场上表现良好，但欧思鼎认为现在还不是最好的，“比亚迪的海外拓展仍然需要耐心。”他将美国企业与中国企业做比较，“中国企业很谦虚很谨慎，美国企业却不是这样，它们总会跳出来说是最好的”，这是中美两国不同的市场文化。“因此他认为，比亚迪到国外去，要改变自己打造品牌和对待消费者的方式，让别的国家接受自己，当然这需要足够的耐心。”

毋庸置疑，由于开拓了电动大巴市场，比亚迪在短时间内实现了弯道超车。2015年，

“经济和环境不需要妥协”

比亚迪的英文是BYD，全称Build Your Dreams(成就你的梦想)。对很多人来说，最大的梦想恐怕就是成为行业第一，而比亚迪的梦想却不在于此，它关乎环保。而且，为实现这个梦想，比亚迪已经做好了规划。

“这个问题很重要。”为了更清晰地传达比亚迪的理念，欧思鼎拿出了纸笔。在纸上，他画了第一个圈，写上“买得到的太阳能”。“这是第一步”，他说，“每个地方都有阳光，每个人都能使用阳光，阳光是自由的能源。”而

在他看来，比亚迪建造的充电站、充电桩，就像一个大大电池，可以将太阳能转化而成的电能输送到电动车的小电池中，为电动车提供能量。目前，河北省张北市有比亚迪联合国家电网建造的世界上最大的“电池”——一个能储存36兆瓦时(36MWh)电流的巨型电池阵列，有两三个足球场那么大。停电期间，它可以为1.2万户人家供电1小时。

欧思鼎所画的第三个圈，就是比亚迪梦想的最后一步，那就是把传统的燃油汽车都换成电动车，即“交通革命”。其实不仅仅是交通，当人们生活中使用的所有电都来源于干净的可再生能源，比如风能、水能等，而不是会产生污染的燃料，那么你就制造了一个零排放的环保生态系统。“这就是比亚迪的终极梦想，我们正在朝这个方向努力。”

如果能帮助世界获得更多可再生能源，那么随着生态环境恢复而来的，就是经济复苏。“过去，发展经济总要牺牲环境，但实际上，经济复苏与环境保护是可以携手并进的，二者不需要妥协。”欧思鼎说。

“新能源车市场水涨船高”

在新能源车领域，欧思鼎认为，比亚迪现在是绝对的第一，“我们是最好的。”但总有人将比亚迪和美国知名电动车制造商特斯拉做对比，“特斯拉很迷人，但是比亚迪挣钱了。”这是欧思鼎对这个问题简单而明确的答案。

特斯拉公布的2015年财报数据显示，去年特斯拉在全球共销售了50580辆电动车，全年营收为52.9亿美元，同比增长47%。由于开支巨大，特斯拉公司依旧亏损严重，2015财年净亏损为8.89亿美元。

的确，无论是销售数量还是盈利数额，特斯拉目前都无法与比亚迪匹敌。“特斯拉一直在赔钱，他们卖的每一辆车都是股东出资，这就是问题。”此外，欧思鼎认为，比亚迪相较于特斯拉的优势还在于，“我们可以生产自己的电池，而且我们占有巨大的中国市场。”反观特斯拉，其在中国市场的销量一直不尽如人意，2015年前三季度仅售出了3025台汽车，远远没有达到预期目标1万台。

不过，即使特斯拉能调整策略迎头赶上，欧思鼎也并不担心，“比亚迪和特斯拉主打的是不同类型的电动车，目前我还没有感觉到双方在竞争同一个市场。”这从比亚迪对新能源车的“7+4”个细分市场的布局就能看出来。“7”所指的常规领域包括城市公交、道路客运、出租车、环卫车、城市建筑物流、城市物流、私家车；而“4”所指的特殊领域包括仓储、矿山、机场、港口。正如王传福说的，“比亚迪要把中国道路交通领域所有用油的地方全部用搞定。”

“有一句话叫‘水涨船高’，电动车市场是水，进入这个市场的企业是船，现在的市场对每个企业来说都有足够的空间，每条船都会升高。”而就目前比亚迪在全球新能源车领域处于领先地位的状况，欧思鼎认为，“一旦已经达到了顶峰，我们的下一个目标就是继续留在顶峰。”



图为比亚迪向美国洛杉矶大都会运输署移交的电动大巴K9。

新华社记者 王 雷摄

比亚迪在全球售出8米以上纯电动大巴7500余辆，并在10米以上纯电动大巴销量上蝉联全球冠军。但比亚迪要做的绝不只是电动大巴。“我们是世界上最强的电动大巴制造商，但今天我们也做电动出租车，此外，我们在芝加哥、纽约还有电动出租车队。”不过欧思鼎表示，“对消费者涌入电动车市场这件事不能太着急，消费者需要接受电动车，比亚迪也需要等市场变得越来越好。”

要利用阳光，先要把它储存起来，比亚迪做的就是生产太阳能电池板，建造太阳能电站。今天，比亚迪能生产超过10亿瓦特(1GW)的太阳能电池板。10亿瓦特是什么概念？约相当于一座大型天然气发电站或核电站的发电量。

接着，欧思鼎又画了第二个圈，写上“环保电池”。“太阳能可以被存储起来，就意味着太阳能变成可分配的了，这样不论白天黑夜，我们都能自由地使用太阳能。”在

比亚迪能否扛起新能源汽车大旗？

卢泽华

新兴领域被视为中国企业与外国巨头会猎全球市场，实现“弯道超车”的好机会，近几年来涌现出的一大批有国际影响力的中国品牌，莫不是在新领域里抓住新方向的结果。

在汽车制造业，新能源汽车就是这样一个个领域。4月11日，比亚迪在北京举办了BYD Dreams品牌盛典，其董事长王传福在会上展示了比亚迪新能源汽车的“7+4”全市场战略成果，发布了以朝代名称“元”命名的系列车型，同时再次强调公司去年获得“全球新能源汽车销量冠军”的殊荣。

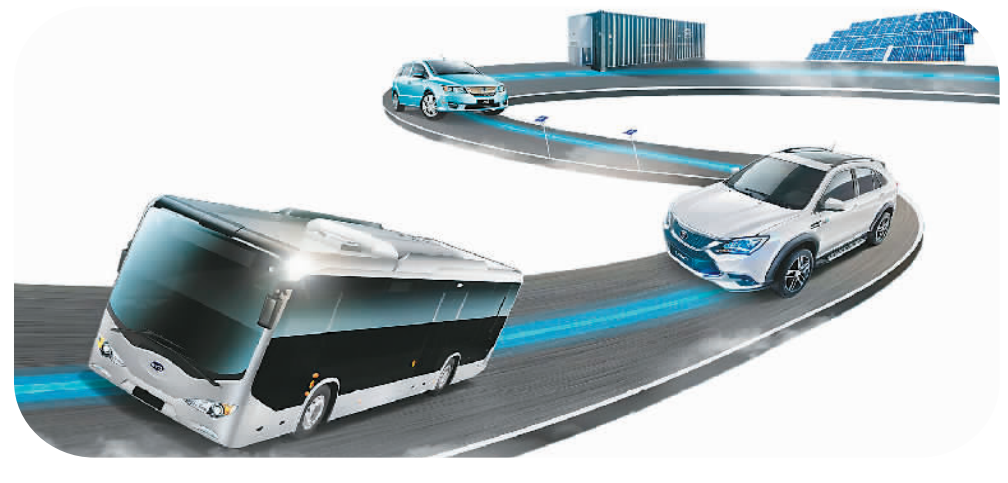
此时的比亚迪底气何来？比亚迪2016年发布的财报显示，2015年比亚迪营收800.09亿元，同比增长37.48%；净利润28.23亿元，同比暴增了5.5倍。需要特别指出的是，2015年比亚迪新能源车销量达61722辆，全球市

场占有率超过11%，超越特斯拉、宝马、日产等品牌，成为全球新能源车年度销量排名第一。这无疑创造了中国汽车品牌的历史。正如王传福所言：“我们的运气很好，赶上了新能源汽车百年一遇的大好机遇。”

诚然，很多中国企业都在新时代努力赶超世界巨头的步伐，但比亚迪的经历仍然能给我们带来一些不一样的启示。这首先体现在比亚迪的前瞻性上。早在新能源汽车市场还没兴起之前，比亚迪就已经在研发方面投入了大量资金，很早就确认了新能源汽车的战略地位。从2008年推出混动车型F3DM试水新能源市场，到目前“王朝系列”的数箭齐发，多年深耕新能源汽车市场的比亚迪已经拥有了具有全球领先的电子控制技术、全时电四驱技术和磷酸

铁锂电池技术。同时，也拥有了一条以新能源汽车为核心的产业链。除了时间上的前瞻性，比亚迪的成功还在于空间上的“拓展性”。在“7+4”的战略规划下，比亚迪的新能源车覆盖了仓储、机场、港口、矿山等领域，做到新能源车全市场覆盖。比亚迪希望将中国道路交通领域所有用油的地方全部用电解决。不得不说，很多企业并未像比亚迪这样大胆地看到可能性，从而也就失去了大展拳脚的最好时机。

然而，在成绩面前，我们也应看到，比亚迪似乎与许多走向世界的中国企业一样，或多或少地陷入了“销量崇拜”的迷思。销量是衡量企业发展的重要指标，销量排名也自有其象征意义。但在本国市场规模、发展定位、统计口径等存在较大差异的情况下，销量的指标意义其实有限。而从长远来看，全



球用户对自身品牌创新能力的认可、良好形象的认知以及从产品中实际产生的“获得感”，才是最重要的，这是比亚迪相对于“特斯拉”等世界级品牌还较为短缺的一面，同时也是中国制造数十年来孜孜以求却尚未实现的目标。从这个意义来讲，在新能源汽车领域拥有的12580项专利技术，全领域无死角的服务以及产品生产上的“工匠精神”才是比亚迪的核心资产。

对于比亚迪能否扛起新能源汽车的大旗，业内人士观点纷呈。对此，我们应该乐观看待。因为只有想当旗手并有能力当旗手的企业多起来，才会出现更多旗手。这对当下中国汽车行业来讲，尤为重要。

品牌论

比亚迪足迹

●2016年 获得全球新能源界的“扎耶德未来能源奖”。

●2015年 成为全球第一电动汽车制造商。第一款插电式混合动力SUV“唐”下线。纯电动双层巴士在伦敦全球首发。

●2014年 在美制造的电动大巴首展。成立在巴西的第一家分公司。在中国开设世界最大电动汽车充电站。

●2013年 北美电动大巴和磷酸铁锂电池工厂开业。插电式混合动力汽车“秦”下线。

●2011年 在深圳证券交易所上市。纯电动大巴开始运营。北美总部在洛杉矶开业。

●2010年 比亚迪和戴姆勒成立一家合资企业发展纯电动汽车。纯电动出租车e6进入市场。

●2009年 沃伦·巴菲特认购比亚迪10%的股份。世界上第一辆双模电动车F3DM下线。

●2007年 比亚迪电子国际有限公司在香港主板发行上市。

●2005年 燃油车F3下线，成为比亚迪汽车神话的开端。

●2003年 进军汽车领域。

●2002年 成为诺基亚的中国第一家锂离子电池供应商。比亚迪有限公司在香港主板发行上市。

●2000年 成为摩托罗拉的中国第一家锂离子电池供应商。

●1999年 在深圳建立第一个工业园。

●1995年 成立于深圳，只有20名员工和3万美元投资。