我国动力电池厂商海外多点突破优势稳

■本报记者 姚美娇

根据市场研究机构SNE Research近日发布的数据,2026年1—2月全球动力电池装车量为134.9GWh,同比增长4.4%。在市场份额方面,全球动力电池装车量TOP10企业中,中国企业领先优势进一步扩大。

有业内人士表示,中国电池企业在全球产业链上占据关键位置,主要得益于深厚的产业底蕴以及技术创新实力。不过,随着全球动力电池市场竞争日趋白热化,日韩企业也正积极寻求机会,中国电池企业仍需持续保持高度的市场敏感性和战略灵活性,不断加强技术研发及市场开拓能力,以应对未来可能的市场变化与竞争挑战。

中企持续扩大优势

单月来看,2026年1月全球动力电池装车量为71.9GWh;2月全球动力电池装车量为63GWh,同比小幅下滑2.17%,环比下滑12.38%。

企业层面,上榜全球动力电池装车量TOP10的中国企业分别为宁德时代、比亚迪、中创新航、国轩高科、蜂巢能源以及亿纬锂能,6家公司合计市场份额从去年同期的67.4%进一步提升至69.7%,展现出强劲的发展韧性。其中,宁德时代以56.9GWh的装车量继续领跑,市场份额达42.1%;比亚迪位居第二,装车量为18.1GWh,但同比下滑12.5%。

其余4家中国电池企业装车量均实现增长。蜂巢能源装车量3.8GWh,同比提升24.9%,增速位列TOP10企业首位。此外,中创新航、国轩高科、亿纬锂能装车量分别为6.3GWh、5.3GWh、3.7GWh,同比分别增长23.6%、8.9%、2.2%。

从整体发展态势看,中国电池产业优势进一步凸显。有分析人士指出,随着全球能源结构向清洁化、低碳化转型,新能源汽车等核心应用场景的市场需求呈现持续增长态势。在此背景下,中国锂电池凭借完备的产业配套体系与规模化产能优势,深度融入全球绿色供应链体系。

国际智能运载科技协会秘书长张翔表示,国内新能源汽车产销量的快速增长,为动力电池产业提供了巨大的内需市场,直接拉动电池产能的扩张和成本的优化。头部企业的引领作用愈发明显,随着竞争深化,资源加速向技术领先、产能布局合理的头部企业集中,行业集中度持续提高,持续巩固中国电池产业的领先地位。

避免单一区域依赖

相比于中国电池企业的整体强势扩张态势,上榜TOP10的3家韩国电池企业则略显颓势。数据显示,2026年1—2月,LG新能源、SK On以及三星SDI合计装车量20.3GWh,全球市场份额为15%,较去年同期下降2.3个百分点。

3家韩国电池企业装车量均呈现同比下滑。具体来看,LG新能源装车量为11.8GWh,同比下降2.7%;SK On装车量5.2GWh,同比下降12.9%;三星SDI装车量3.3GWh,同比下降21.9%。有分析指出,这一表现的主要原因在于美国电动汽车销量下滑,以及各大汽车制造商放缓生产节奏导致的电池需求萎缩。中国电池公司依托与全球整车厂的深度合作及海外市场拓展,迅速扩大在非中国市场的份额。相比之下,韩国三大电池公司因客户结构高度集中于北美市场,受当地电动汽车销售放缓冲击,市占率下滑。

去年12月,LG新能源披露,已收到福特方面通知,2024年与福特汽车公司签署的9.6万亿韩元(约65亿美元)电池供应订单取消。LG新能源文件中提到,主要由于福特方面近期市场变动和电动汽车需求预测变化而停止生产某些电动汽车(EV)车型,收到合同终止通知。

BMI咨询机构的预测显示,2026年全球电动汽车销量增速将降至13%。其中,美国市场将最为惨淡,2026年全年销量将从2025年的150万辆大跌29%;欧洲市场增速也将大幅放缓至14%。

SNE Research表示,2026年1—2月,全球动力电池市场已不只是简单的增长周期,而是呈现出区域、车企分化格局,进入结构性转型期。对单一区域市场依赖度越高的电池企业,经营波动性越大。

持续拓展客户结构

整体来看,国内动力电池企业已普遍将"出海"视为关键战略,并从单一的产品输出转向产能落地、技术输出、标准共建的全方位布局。同时在全球电动汽车销量增速放缓的背景下,纷纷切入储能等领域,寻求第二增长曲线。

此外,中国电池企业的"出海"版图持续向全球化多元布局方向演进,一方面继续深耕欧美市场,另一方面加速拓展东南亚等新兴市场。今年1月,宁德时代在印尼的动力电池项目迎来首条CELL生产线设备入场。据此前消息,宁德时代印尼工厂初期产能为6.9GWh,预计将于2026年底建成投产,后续将逐步扩产至15GWh。

亿纬锂能方面近日表示,在欧洲市场,该公司位于匈牙利的乘用车大圆柱电池项目进展顺利,项目紧邻宝马集团德布勒森工厂,将致力于打造区域供应链协同优势,为欧洲用户提供更高质量、更高效率的交付服务。该公司马来西亚工厂定位覆盖亚洲、辐射全球的多场景锂电池生产基地。该基地将覆盖电动两轮车、储能系统及消费电子等多个领域,支持全球市场多元化需求,以提升国际市场综合竞争力。

展望未来,全球动力电池市场的核心竞争逻辑,将从单纯依赖电动汽车销量增长,转向针对区域需求变化实现供应链多元化以及客户结构拓展。业内人士认为,电池企业应结合自身技术与市场定位,选择适合的市场路线,实现差异化发展。通过灵活调整市场策略与产品定位,在不同的海外市场找到适合自己的发展道路,构建长期可持续的竞争优势。