

電動汽車雙雄爭霸：特斯拉拚銷量 比亞迪忙出海

資料蒐集：鉅亨網

電動汽車市場雖然群雄並起，但現階段明顯為雙雄爭霸局勢，特斯拉 (TSLA-US) 憑藉強大的技術及品牌價勢，在國際市場爭霸，中國車廠比亞迪 (01211-HK)(002594-CN) 利用價格優勢，穩守中國市場，並開始朝海外進軍。

據專注新能源車的陸媒「24 潮團隊」統計，2022 年特斯拉與比亞迪新能源汽車銷量分別為 131.39 萬輛和 186.35 萬輛，合計占全球新能源汽車銷量的比重約為 31.49%。

在最新一季，雙方均充滿雄心，在今年第一季，比亞迪新能源汽車銷量為 55.21 萬輛，年增 92.81%，特斯拉第一季全球交付量超過 42.2 萬輛，年增 36%，都在拉高歷史銷量新高數據。

以全年目標來看，特斯拉官方稱，銷售目標為 180 萬輛，比亞迪銷售目標為 300-360 萬輛。

特斯拉不惜代價衝銷量

馬斯克目前的戰略思考非常明確，就是推動更高的銷量，並且不惜多次降價，犧牲利潤率，也要衝高銷售及加快產能。

馬斯克在最新財報電話會議中說：「我們認為，相對於降低銷量和提高利潤率，推動更高的銷量和更大的車隊是正確的選擇。」

特斯拉在其報告中，表示可能會進一步降價。馬斯克告訴投資者，他相信特斯拉在技術上甚至可以以「零利潤」的方式賣車，而在未來透過其自主軟體賺錢。

比亞迪致力出海擴張

相較之下，比亞迪明顯將重心調整至拓展中國以外市場。

根據比亞迪透露，其汽車產品出海會避開美韓德日法，主攻本土品牌較少的地區，如東南亞、歐洲、南美等國。通過把零組件運到當地，比亞迪把沖壓、塗裝、焊接、總裝四大工藝進行本地化。

根據董事長王傳福的說法，比亞迪未來 2-3 年還是會用人海戰術，用大量的研發人員，保持顛覆性迭代的能力。拼的是工程師，拼的是垂直整合的能力，拼的是市場戰略，拼的是規模優勢。

上海車展期間，比亞迪品牌及公關處總經理李雲飛接受了部分海外媒體的採訪。他表示，2022 年比亞迪海外銷量不滿 6 萬輛，但 2023 年截至 3 月底已接近 4 萬輛，特別在泰國、以色列等地銷勢良好。

比亞迪正在泰國建設該公司的海外首個乘用車工廠，李雲飛稱，將在 2024 年前後投產。他表示，在其他國家也會關注需求，綜合探討是加入市場還是在哪個國家生產出口等。

各項指標比較

「24 潮團隊」統計了兩巨頭 2022 年新能源汽車銷量、毛利率、研發投入、營運能力、員工規模與效率、造血力、對外投資、資本實力等 23 個核心指標。其指出，比亞迪在新能源汽車銷量與增速、造血力、對外投資、員工規模等 13 個指標中占據優勢，而特斯拉則在新能源汽車收入、毛利率、研發投入、人均創收、資本實力等 10 個指標中勝出。