

快速了解 头部公司

比亚迪



目录

01

公司概况

02

创始人介绍

03

业务及产品

04

核心竞争力

05

财务表现

06

最新资讯

07

面临挑战

08

未来规划



右滑阅读

公司概况

公司简介



比亚迪是一家致力于“用技术创新，满足人们对美好生活的向往”的高新技术企业。比亚迪成立于1995年2月，经过20多年的高速发展，已在全球设立30多个工业园，实现全球六大洲的战略布局。比亚迪业务布局涵盖电子、汽车、新能源和轨道交通等领域，并在这些领域发挥着举足轻重的作用，从能源的获取、存储，再到应用，全方位构建零排放的新能源整体解决方案，比亚迪是香港和深圳上市公司，营业额和总市值均超过千亿元。

发展历程

创立初期

1995年，比亚迪在深圳成立，以生产二次充电电池起步。

电池制造起步

1997年，进入锂离子电池行业。

2000年，成为摩托罗拉第一个中国锂离子电池供应商。

2002年，在香港证券交易所上市（股票代码：1211.HK），创下当时54支H股最高发行价记录；成为诺基亚第一个中国锂离子电池供应商。

初涉汽车领域

2003年，进入汽车行业。

2005年，首款比亚迪品牌汽车F3上市，F3是中国品牌首个跨入“万辆俱乐部”的单一车型。

汽车电动化转型

2007年，比亚迪电子（国际）有限公司在香港上市（股票代码：0285.HK）。

2008年，全球首款不依赖专业充电桩的双模电动车F3DM上市，率先实现电动汽车商业化；完成从太阳能+储能+电动汽车的新能源产品布局，全面进入新能源行业。

2009年，进入新能源客车行业；进入电动叉车行业。

2010年，与戴姆勒成立合资公司：深圳腾势新能源汽车有限公司；

全球首批纯电动出租车e6批量上路运营；

比亚迪首款纯电动大巴K9下线；率先发布“公交电动化”战略。

新能源领域飞速发展

2011年，在深圳证券交易所上市（股票代码：002594）；第一批纯电动大巴交付商业化运营。

2015年，发布新能源车“全产业链+全市场”战略。

2021年，发布DM-i超级混动技术；全球首条无人驾驶云巴示范线在重庆开通；发布纯电专属平台-e平台3.0。

2022年，停止燃油汽车整车生产；发布CTB电池车身一体化技术；比亚迪第300万新能源汽车下线。

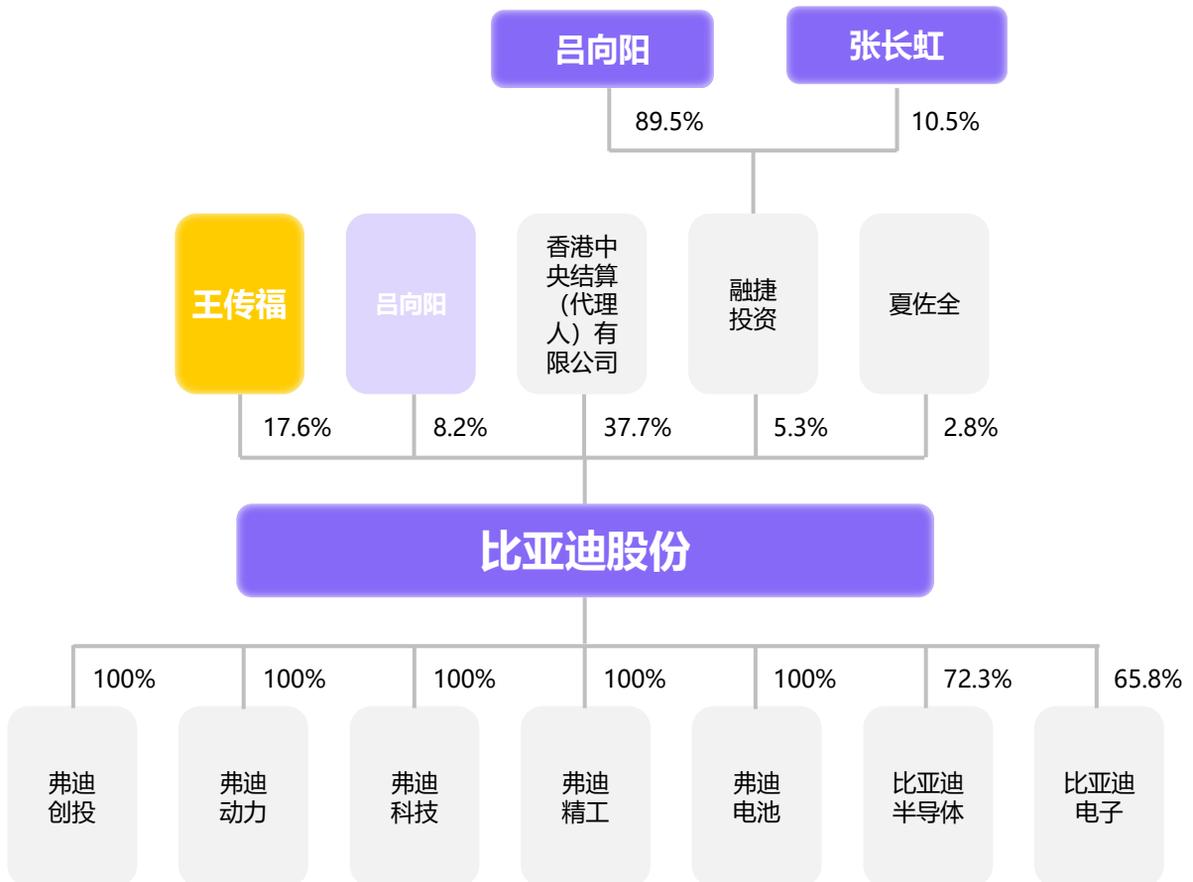
公司概况

股权结构

主要股东：比亚迪的主要股东包括HKSCC NOMINEES LIMITED、王传福、吕向阳等。HKSCC NOMINEES LIMITED代表香港投资者持有的股份，是比亚迪最大的股东，持股比例约为37.7%

创始人持股：比亚迪的创始人王传福是公司最大的个人股东，持有约17.64%的股份，这显示了他对公司有较大的控制权和影响力。

家族持股：除了王传福之外，他的亲属也在公司持有股份，例如吕向阳，王传福的表哥，持有约8.22%的股份。



创始人介绍

王传福

1966年2月15日出生于安徽省无为市的一个普通农民家庭。他的成长经历颇为坎坷，早年因父亲去世和母亲早逝，家境贫困，由哥哥和嫂子抚养成人。王传福坚信教育能改变命运，勤奋学习，最终考入中南大学（原中南矿冶学院），并在1987年毕业后进入北京有色金属研究总院攻读硕士。1990年毕业后留院工作，不久后被提拔为有研院301所副主任。



创业起步：洞察电池行业未来

1995年，王传福凭借对电池行业的深刻洞察，毅然辞职创业，与表哥吕向阳共同创立了比亚迪公司。公司起初规模较小，但凭借创新和成本优势，迅速在电池行业占据一席之地。1997年，比亚迪开始自主研发生产锂电池，并在2000年成为摩托罗拉公司中国锂离子电池供应商，奠定了行业领先地位。

多元化发展：进军汽车产业

2003年，王传福带领比亚迪进入汽车行业，收购西安秦川汽车有限责任公司，成立比亚迪汽车有限公司，进一步扩大了企业的版图。2008年，沃伦·巴菲特投资比亚迪，此后比亚迪股价一路上涨，王传福一度成为中国首富。

领航者：比亚迪的技术革新

王传福不仅是一位成功的企业家，还是一位技术创新者。他带领比亚迪在新能源汽车领域取得了显著成就，推动了行业发展。比亚迪在电池、电机、电控到IGBT功率半导体等方面掌握了新能源汽车全产业链的全面技术，成为行业的佼佼者。

伯克希尔哈撒韦副主席 - 查理·芒格



“他有工程学博士学位，当他看到别人的零件后，他可以制造出来，早上看看，下午看看，他就可以做出来了。我从未见过这样的人，他是一个天生的工程师，是一个能把一切都做出来的那种生产型管理者。”

业务及产品

乘用车

作为新能源汽车领导者，比亚迪乘用车现已构建起传统燃油、混合动力、纯电动车全擎全动力产品体系。2015年起，比亚迪新能源汽车连续多年取得全球销量第一，并以高颜值、电动化、智能网联为核心发展方向，开启了造车新时代。



商用车

为促进城市节能减排，打造现代化宜居城市，比亚迪制定了切实可行的电动化解决方案，推出了纯电动商用车产品，实现了城市公交、出租车、道路客运、城市商品物流、城市建筑物流、城市环卫，以及仓储、港口、机场、矿山等10个领域的全市场覆盖。



轨道交通

凭借在电子、汽车、新能源领域丰富积累的领先技术，比亚迪完全掌握了车辆、道岔、轨道梁、行车自动控制、转向架、车轿耦合等全产业链核心技术，成功打造出中运量跨坐式单轨云轨和小运量云巴等轨道交通解决方案。



电池

比亚迪在新能源领域率先开发出全新的商业模式——“光储一体化”旨在突破传统光伏发电瓶颈，使其满足更加多样化的市场需求。



电子制造

业务涵盖智能手机、平板电脑、新能源汽车、智能家居、游戏硬件、无人机、物联网、机器人、通信设备、医疗健康等多元化市场领域。



核心竞争力 – 创新为王（乘用车领域）

01 刀片电池技术

比亚迪推出的刀片电池以其高安全性和长续航能力著称，通过结构创新成为电池界的全能型选手，引领全球电池技术发展。

02 DM-i超级混动技术

这项技术通过搭载全新双电机动力系统架构，侧重经济性的同时兼顾动力性，其核心部件之一的骁云-插混专用1.5L高效发动机，热效率高达43.04%，是全球热效率最高的量产汽油发动机。

03 e平台3.0

e平台3.0是比亚迪为下一代智能电动汽车提供的基础解决方案，推动了智能电动汽车技术的发展。

04 CTB电池车身一体化技术

这是一种系统性创新方案，将动力电池与整车设计进行融合，提高了车辆的整体性能和安全性。

05 易四方技术平台

该平台是比亚迪推出的颠覆性技术之一，代表了公司在智能汽车技术领域的创新和突破。

06 云辇智能车身控制系统

这是比亚迪新推出的智能车身控制系统，进一步推动了汽车智能化技术的发展。

07 DMO超级混动越野平台

比亚迪推出的这一平台，旨在为越野爱好者提供高性能的混动解决方案。

08 iTAC智能扭矩控制系统

这是比亚迪在智能化领域的另一项创新，提升了车辆的操控性能和安全性。

财务表现 (乘用车领域)

2023年

2023年，比亚迪的业绩尤为突出。根据年报数据，公司实现营业收入6023亿元，同比增长42.04%，其中汽车相关业务的收入约为4834.53亿元，同比大幅增长48.90%。净利润达到300.41亿元，同比增加80.72%；扣非后净利润为284.62亿元，增幅达到82.01%。经营性现金流净额1697亿元，同比增长20.51%，均创下历史新高。货币资金从年初的514.71亿元增至年末的1090.94亿元，占总资产比例为16.05%。**全年累计销售汽车302.44万辆，同比增长62.3%，再次蝉联全球新能源汽车销量冠军。**

2024年Q1

2024年第一季度，比亚迪继续保持增长势头，营业收入达到1249亿元，同比增长3.97%；归属于上市公司股东的净利润为45.69亿元，同比增长10.62%。基本每股收益1.57元，同比增长10.56%。同时，公司在研发上的投入持续增加，2023年研发费用达到395.7亿元，同比增加70.10%，研发人员数量也增加了47.6%至102844人。

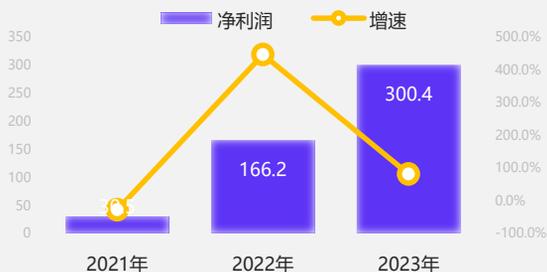
营业收入



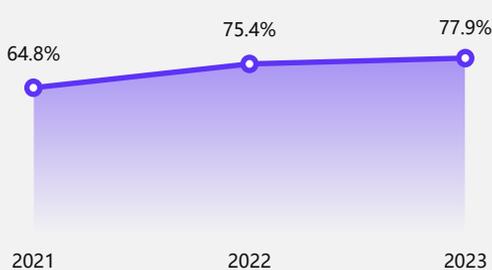
营收结构



净利润



资产负债表



2024年最新资讯（乘用车领域）

海外建厂与产能扩张

- 2024年1月30日：比亚迪与匈牙利塞格德市政府正式签署了乘用车工厂的土地预购协议，标志着比亚迪在欧洲地区的本土化进程取得了新的实质性突破。
- 2024年7月2日：比亚迪宣布将于7月4日举行泰国工厂竣工暨第800万辆新能源汽车下线仪式，这表明比亚迪在产能扩张方面的迅速进展。

新车发布与技术创新

- 2024年5月28日：比亚迪举办了第五代DM技术发布暨秦L DM-i、海豹06 DM-i上市发布会。发布了最新的插电式混合动力技术--第五代DM-i双模混动系统，该系统可让发动机热效率达到46.06%，亏电油耗做到百公里2.9L，综合续航里程达到2100KM。

上半年销售数据亮眼

- 2024年4月：比亚迪汽车总销量约为31万辆，同比增加48.96%；累计销量约为94万辆，同比增加23.24%。
- 2024年5月：比亚迪新能源汽车销量为33.18万辆，同比增长38.13%；截至5月底，累计销量约127万辆，同比增长26.8%。
- 2024年上半年：比亚迪集团在新能源汽车市场中表现亮眼，6月单月销量达34.17万台，累计销量为161.3万台。

未来规划与产线扩展

- 2024年：比亚迪计划推出7款新能源汽车，涵盖低、中、高乘用车市场，包括秦L DM-i、海豹06、元UP等车型，以及高端品牌腾势、方程豹、仰望的新车型。

面临挑战

01 混动技术竞争加剧

比亚迪的DM-i技术曾是市场上的领先者，但随着竞争对手的技术追赶，这一先发优势正在缩小。例如，长城、吉利和长安等企业都在推出自己的混动技术，对比亚迪形成挑战。

02 销量主力车型面临激烈竞争

比亚迪的宋系列曾是销量的主力，但现在市场上出现了强劲的竞品，如枭龙MAX、银河L7和深蓝S7等，这些新车型对宋系列构成了直接的竞争。

03 品牌形象受损

比亚迪曾被视为国货之光，但近期一些负面新闻，如“造假”、“喷粉末”等事件，对品牌形象造成了损害。

04 中高端市场竞争

在30万以上的中高端市场，比亚迪面临来自理想、蔚来等新势力以及传统车企孵化品牌的激烈竞争。

05 智能化技术积累不足

在新能源技术的上半场竞争中，比亚迪取得了领先，但在智能化技术的下半场，比亚迪需要加强技术积累，应对小鹏、华为等在智能化领域的领先企业。

06 海外市场竞争

尽管比亚迪在海外市场增速迅猛，但面对上汽、奇瑞等已具有先发优势的车企，比亚迪需要付出更多努力来抢夺海外市场份额。

07 动力电池领域的挑战

比亚迪在动力电池领域面临来自宁德时代等竞争对手的挑战，需要通过技术创新和开放合作来提升竞争力。

08 供应链体系的转变

比亚迪正从封闭的垂直整合模式转向更加开放的供应链体系，这需要公司在组织架构和供应链管理上进行深度变革。

未来规划

01 技术创新与产品升级

比亚迪应继续坚持“技术为王，创新为本”的发展理念，不断推出具有竞争力的新技术和产品。例如，比亚迪的刀片电池、DM-i/p混动技术、e平台3.0等技术已经在市场上取得了成功，未来可以继续深耕这些技术的同时，探索新的技术突破。

02 品牌向上与市场细分

比亚迪需要在品牌高端化方面持续发力，通过推出高端品牌和产品，如腾势、仰望等，来满足不同细分市场的需求，并提升品牌形象。

03 继续走全球化战略

比亚迪应加速全球化布局，通过海外市场的拓展，增强品牌的全球影响力。比亚迪已经在海外市场取得了显著的成绩，未来可以继续扩大出口业务，优化海外市场的产品策略和定价。

04 加大智能化的投入

随着汽车行业的智能化变革，比亚迪需要在整车智能、智能驾驶等领域加大研发投入，通过技术创新来提升产品的智能化水平，满足用户对智能汽车的需求。

05 深化整合产业链优势

比亚迪应继续发挥其在产业链整合方面的优势，通过垂直整合提高成本控制能力，增强市场竞争力。

06 依据市场定价格策略

在面对市场竞争时，比亚迪可以通过灵活的价格战略来吸引消费者，如推出“荣耀版”等具有竞争力的产品版本，以合理的价格提供高品质产品，巩固和扩大市场份额。



点赞收藏评论，
获取可编辑版本~