



# 比亞迪今年進軍韓國 銷售前景看俏

## 王傳福：內地競爭激烈 擬斥千億研發智駕突圍

近年中國車企大力拓展海外，市傳比亞迪（01211）部署進軍汽車大國之一的韓國，正接受韓國環境和工業部門授權的評估測試，以尋求在韓國銷售電動汽車，預料會在韓銷售海豹及海豹等車型，最早或今年內開始銷售。

比亞迪董事長王傳福表示，現在中國汽車業「捲價格、捲技術、捲規模，現在還捲流量，捲老闆的流量等等」，並指市場經濟的核心就是競爭。王傳福認為，所有的企業家都要擁抱、參與這種「捲」，要擁抱這種競爭，在競爭中脫穎而出，為國家作出貢獻。

大公報記者 李信

據韓國傳媒引述當地業界人士指出，比亞迪為打入韓國乘用車市場，近期比亞迪韓國公司已積極招聘信息技術、銷售、產品培訓、財務等人才，甚至盛傳特斯拉韓國公司的汽車認證工程師，亦已被比亞迪韓國公司挖走。由此可見，比亞迪出手不凡，才能成功搶走人才。

近期，比亞迪韓國公司亦發布，在韓國銷售比亞迪汽車的經銷商招標公告，吸引了多家知名進口車經銷商參與，相信是看好比亞迪產品的銷售前景。另有業界人士指出，現時韓國車企也大力發展新能源車，屆時肯定會與比亞迪展開激烈競爭。然而，韓國消費者對本國產品忠誠度十分高，因此如何突圍而出，很考驗比亞迪的功力。

### 出口成為車企增長動力

分析指出，自2021年5月比亞迪正式宣布「乘用車出海」計劃，其新能源乘用車已進入德國、日本、巴西等海外59個國家及地區，超過400個城市，且在多個市場取得佳績。現時繼續進軍日本後，可能打入韓國這個汽車大國，相信與內地新能源車市場激烈白熱化有關，特別是小米（01810）加入戰場後，各車企壓力倍增，故出口成為車企另一增長的動力。

面對激烈競爭，王傳福表示，比亞迪在算法、芯片、產業鏈等方面均有布局，目前已經投入4000多名研



▲王傳福表示，計劃投入1000億元人民幣，研發智能駕駛技術。

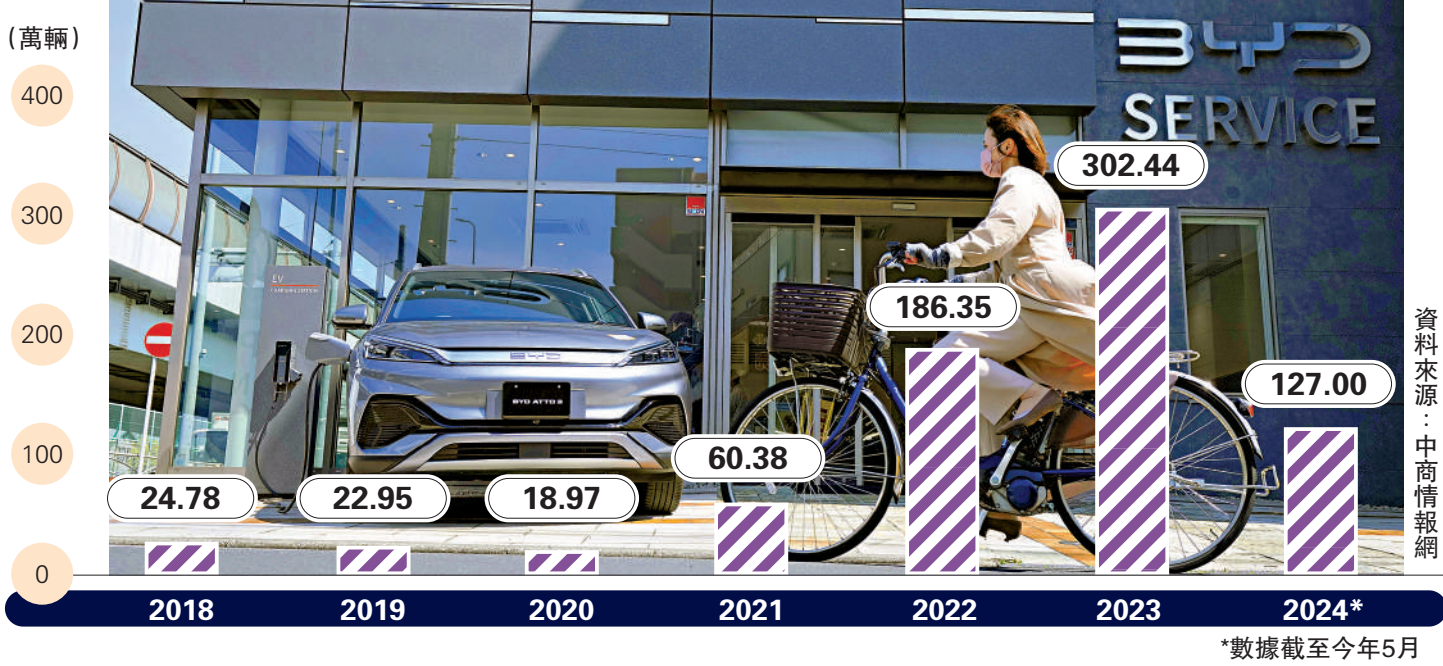
發人員，計劃投入的資金達1000億元人民幣，將用於生成式AI、大模型等智能駕駛技術研發。他說，比亞迪能夠在智能駕駛領域實現後來居上的核心原因，在於數量龐大的工程師。比亞迪現在有約10萬名工程師，計劃用10年左右時間，將工程師增加到20萬人。

王傳福又指出，對產業鏈的垂直整合能力，也是一種「新質生產力」。在傳統汽車時期，曾經的通用、福特，幾乎自己製造所有的零部件，因為「太新的東西買不到」，但現在於新能源車領域，又回到了當時這種狀態，最新的三電技術買不到，比亞迪全都自己做，這令企業在效率和把控制力方面做得更好。

### 取代燃油車是大勢所趨

談及行業前景，王傳福重申，核心還是創新。他認為，新能源車代替傳統燃油車是大勢所趨。「這場變革的核心是新能源汽車代替傳統燃油車，實際上是技術的革命。」

### 比亞迪新能源車近年銷量統計



### 部分中國車企海外市場布局

#### 比亞迪

- 2023年，首個海外乘用車生產基地落戶泰國
- 2023年，宣布在巴西打造大型生產基地綜合體，分別生產電動客車和卡車底盤、新能源乘用車整車及磷酸鐵鋰電池材料的加工
- 2023年宣布在匈牙利建歐洲首個新能源汽車生產基地
- 其他海外廠房，包括：印度、烏茲別克、埃及

#### 銷售點

- 自2021年5月宣布「乘用車出海」計劃，其新能源乘用車已進入德國、日本、法國、巴西、澳洲等，逾400個城市
- 2022年首次在泰國市場發布電動車ATTO 3。據悉，去年比亞迪在當地純電動汽車銷量排名第一
- 2023年推出純電車型：漢，進軍阿聯酋新能源乘用車市場

#### 奇瑞汽車

- 去年出口逾93.7萬輛。截至目前，奇瑞累計全球用戶1400萬，連續21年位居中國品牌乘用車出口第一
- 出口中亞、南美和中東等地區

#### 上汽

- 在泰國、印尼和印度建立海外生產製造基地，和在巴基斯坦設組裝廠
- 出口歐洲、東盟、澳洲和新西蘭、南亞、美洲、中東等市場

### 中國汽車出口業績

2012年	100萬輛	首次突破百萬輛，10年升50倍
2020年	107萬輛	超越美國
2021年	200萬輛	超越韓國，居全球第三
2022年	311萬輛	超越德國，居全球第二
2023年	491萬輛	超越日本，首居全球第一

大公報記者整理

### 電動車技術領先全球 中國車企爭相出海

#### 新聞分析

比亞迪（01211）自2021年宣布乘用車出海計劃後，不斷加速拓展海外市場，至今已打入歐洲、東盟、泰國、中東及澳洲等多個國家和地區，而早前繼續進軍鄰國日本後，又傳出有意開拓韓國市場，與韓國五大車企：現代汽車、起亞、韓國通用、KGM和雷諾韓國一較高低。對於，為何比亞迪如此有信心進軍汽車大國之一的韓國？很大程度受惠其全產業鏈布局，從上游原材料到中游重要零部件及整車製造，再到下游基礎設施、汽車服務和售後市場都有涉足。如此，令比亞迪在各個環節實現高效協同，進而降低成本，增加產品性價比，成為其攻城略地的利器。

除了比亞迪外，上汽、奇瑞、吉利（00175）、長安等內地主要車企，均大力拓展出口業務，主因

是中國車企在新能源車技術領先全球，且售價吸引，因而愈來愈受到海外市場歡迎，在不同國家和地區的市佔率亦節節上升，且部分車企加速在海外設廠，料未來中國新能源車品牌將愈來愈受海外買家垂青。

由於新能源車產業將帶來巨大收益，特區政府與香港業界應好好研究如何把握這個難得發展機遇，特別是早前特區政府公布的《香港創新科技發展藍圖》，將生命健康科技、人工智能與數據科學、先進製造與新能源科技等產業列為發展重點，後兩者與汽車產業息息相關，若能推動香港相關企業及科研機構，與中國車企合作，定必產生巨大效益，既推動中國車企技術更加進步，亦可成為香港經濟另一新發展動力，故特區政府應加力研究，善用當前形勢，不要錯過大好良機。



▲中國車企在新能源車技術領先全球，愈來愈受到海外市場歡迎。

### 小米月薪萬元急招工 確保今年交付10萬輛

【大公報訊】小米（01810）董事長雷軍在微博透露，自4月3日首次交付小米SU7電動車後，在43天時間，已經交付了約一萬輛車，形容這對小米來說是一個重大里程碑，並持續增加產能，確保今年交付10萬輛。據內地傳媒報道，為了達標，小米正招兵買馬急聘大量工人，開出月薪最高可達1萬元（人民幣，下同），及年尾雙糧等條件，冀招聘到足夠的人手。

內地傳媒引述服務商表示，因為小米新車首發以來，訂單量不斷，故現時小米大量招聘工人，工資只會加不會減。具體的待遇為「底薪+績效+餐補+夜補+超8小時加班費」，工作日底薪1.5倍，周六日雙倍，法定假日3倍，綜合月工資約8000元，最高可達上萬元。另外，更開出年尾雙糧，轉正繳納五險，及高溫補貼等福利政策，甚至還可每周預支工資500元至800元。

由於是急招工人，小米汽車工廠的招聘也較為寬鬆，沒有對學歷及具體經驗提出要求，工作崗位安排在總

裝車間、焊裝車間、塗裝車間、車身車間、電池車間與全自動化車間等。為滿足人手需求，有些服務商甚至招聘日薪工人，每日薪金介乎275至300元。

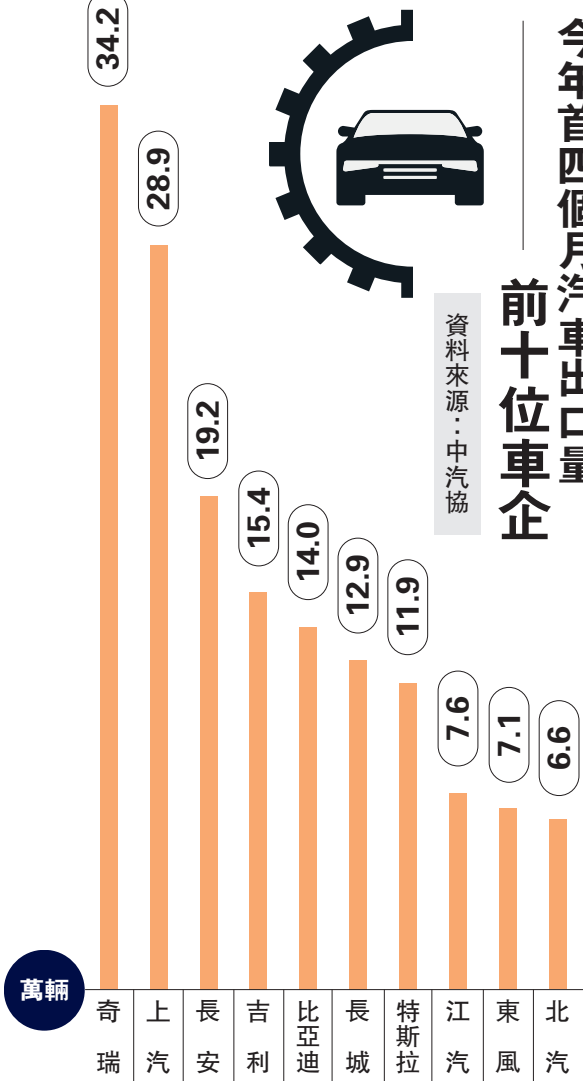
### Max版最快明年初才能取車

根據小米汽車App的資料，目前小米SU7的產能依舊十分緊張，SU7和SU7 Pro鎖單後預計28至31周交付，SU7 Max鎖單後預計33至36周交付，最長要等到8個月以後，意味明年初才能取車。小米汽車近日亦宣布，自6月5日起，大定鎖單猶豫期從7天縮短至3天，以加速鎖單和生產節奏。據悉，小米汽車工廠每小時可生產40輛小米SU7，每76秒就可以有一輛新車下線。

另外，小米汽車熱銷，市傳小米正積極與上游供應商緊密合作，希望大幅提高零件供應量，以應付快速增長的市場需求。市場人士透露，小米SU7大幅提升加單比例，其中一類零件從每個月約1萬套增加至最近的1.8萬套。



▲小米正招兵買馬急聘大量工人，確保今年交付10萬輛SU7電動車。



### 吉利：行業依法健康競爭 才可永續高品質發展

【大公報訊】隨着小米（01810）加入造車行列後，內地汽車業競爭愈來愈白熱化。吉利（00175）董事長李書福（圖）則形容，中國汽車工業的內捲程度（過度競爭的意思）全球第一，價格戰一浪高於一浪，也是舉世無雙，這種現象既是好事也是壞事。李書福指出，若市場化程度高、法律健全、執法嚴格，透明公平的競爭下，這就是好事；反之，就是壞事。同時，任何產業的健康發展，都必須表現在投入產出比方面實現較好的經濟效益，無窮無盡的內捲，簡單粗暴的價格戰及不合規的無序競爭。對業界而言，依法健康競爭十分重要，只有依法健康競爭，才能實現永續高品質發展。

### 廣汽：倡研究「油電同權」

李書福表示，現今中國不缺造車的企業，欠缺的是有創新力的汽車零件生態環境，欠缺的是有原創能力的汽車安全軟體科技公司，但

堅信中國汽車工業的明天一定會更加美好。

廣汽集團（02238）董事長曾慶洪亦表示，「行業捲下去不圖」則形容，中國汽車工業的內捲程度（過度競爭的意思）全球第一，價格戰一浪高於一浪，也是舉世無雙，這種現象既是好事也是壞事。李書福指出，若市場化程度高、法律健全、執法嚴格，透明公平的競爭下，這就是好事；反之，就是壞事。同時，任何產業的健康發展，都必須表現在投入產出比方面實現較好的經濟效益，無窮無盡的內捲，簡單粗暴的價格戰及不合規的無序競爭。對業界而言，依法健康競爭十分重要，只有依法健康競爭，才能實現永續高品質發展。

這樣下去，對社會、國家會怎麼樣？大家應該有一個大局、格局，長遠長期主義的策略，而不是眼目前「捲」。曾慶洪指出，沒錢賺、沒有效益，企業不可能生存。他建議當新能源純電車市佔率達到50%時，政府部門可以研究一下「油電同權」。

長安汽車董事長朱華榮認為，「捲」是良幣驅逐劣幣的過程，捲本身意味着追求卓越，會捲出中國品牌的新高度，為用戶真正創造價值，相信未來十年，必將會有更多的中國品牌捲成世界級品牌。至於對車企走出去的看法，他說，進軍「一帶一路」的過程中，要推行高水準的對外開放，堅持長期主義、本地主義，履行社會責任。