

比亚迪的“后劲”在哪？

对于已经成为新能源销量第一的比亚迪而言，其每一步探索都会引起市场的关注。

□ 记者 | 王仲昀

在去年创下 186.35 万辆的销售纪录后，比亚迪董事长王传福在今年 3 月底举办的 2022 年业绩公布投资者推介会上表示，“今年 300 万台是板上钉钉，争取翻倍增长到 360 万”。

4 月初，新能源车企陆续公布了自家 3 月份的销量。势头如日中天的比亚迪，3 月份销售 207080 辆，前三个月累计销售 552076 辆，依然是新能源市场销量第一。

但从 2023 年前三个月的表现来看，要想在接下来不到 9 个月的时间里实现王传福的目标，比亚迪务必找到足够持久的“后劲”。

下沉市场红利，或将成为过去

对于大部分新能源车企而言，一二线城市是其起步的地方。

2022 年上半年，一二线城市销量在特斯拉总销量中占比达 93.6%；2022 年底，理想的数据显示，其 80% 以上销量都是来自于一线、新一线和二线城市。

和它们相比，比亚迪此前的成功，或许和选择了一条截然不同的路径有关。比亚迪瞄准的是一个车价在 10 万—20 万元

在 2023 上海车展上，比亚迪发布海洋网首款 B+ 级超混轿车驱逐舰 07。

