

“技术宅” 比亚迪，在全球市场杀疯了

来源：张俞幸 发布时间：2025-11-15 03:32:20

437.5亿元。

这是比亚迪在2025年前三季度为技术研发所投入的！

这一数字，不仅是同期 233.3 亿元净利润的近两倍，更比特斯拉同期研发投入多出 109 亿元。



在行业竞争激烈的当下，这份“技术偏执”支撑起比亚迪打响“双线战略”：一手挥师“出海”，以雷霆之势拓宽全球疆土；一手拔地“上楼”，用硬核实力刺穿品牌价值的天花板。这两条战线互为犄角彼此支撑，共同构成了比亚迪最坚固的战略护城河。

第一战线：出海攻坚，，从输出产品到植入标准

不同于中国车企传统的“性价比 + 广撒网”出海模式，比亚迪针对不同市场定制精准战术。在汽车工业发源地欧洲，它以汉、唐、海豹等高端车型正面挑战 BBA 与大众。2025 年 8 月，比亚迪在欧盟销量达 9130 辆，连续两月超越特斯拉的 8220 辆。



如果说特斯拉靠“尖刀式”爆品作战，比亚迪则以海豚、ATTO 3、海豹、汉组成“集团军”，覆盖多价位市场，四款车型同时跻身西班牙9月销量前十，靠细分市场蚕食实现“积小胜为大胜”。在东南亚，比亚迪走“本土深耕”路线，通过投资建厂融入当地生态。截至2025年10月，其在泰国已交付10万辆新能源车，稳居当地电动车销量榜首，并以此辐射整个东盟。



长期以来，“便宜好用”是中国车企的标签，比亚迪则以437.5亿元研发打造“技术硬梯”，并分两类技术破局：

一类是“护城河”级基石技术。刀片电池以磷酸铁锂材料和“电芯即结构件”设计，通过行业最严苛的针刺测试，解决三元锂电池的安全焦虑，实现“安全与续航兼得”；DM-i超级混动则以“以电为主”的逻辑，将插混系统成本降至极致，彻底改写混动市场规则，

打破日系品牌垄断。

飞轮效应：“出海”与“上楼”彼此成就

有一说一，“出海”与“上楼”并非孤立，而是形成自我加速的闭环。

一方面，高端技术形成“品牌光环”：海外消费者看到仰望 U8 的“易四方”技术后，会将其信任映射到海豹等车型上，为比亚迪与丰田、大众竞争增添筹码。

另一方面，全球市场反哺研发：比亚迪前三季度 5662.7 亿元营收带来了丰厚的利润；而遍布 117 个国家和地区的车辆，传回极寒、湿热、拥堵山路等场景的真实数据。这些实验室无法模拟的亿万公里级数据，让技术迭代速度远超对手。

总的来说，比亚迪的进阶，是中国车企从“技术自信”到“战略远见”的缩影。它以核心技术打破地理边界与品牌天花板，证明当车企手握硬核技术，便能在全球汽车变革中掌握主动权。

HTML版本：[“技术宅”比亚迪，在全球市场杀疯了](#)