



董秘有话说

从行业新兵到全球新能源汽车巨头 比亚迪的成长说明了什么

——专访比亚迪董事会秘书李黔



本报记者 李昱丞

2023年,我国外贸“新三样”(即新能源汽车、锂电池、太阳能电池)表现亮眼。海关总署统计数据显示,去年“新三样”产品合计出口首次突破万亿元大关,同比增长29.9%。其中新能源汽车全年出口177.3万辆,增长67.1%。

事实上,从2015年起,中国新能源汽车产销量连续多年全球居首。期间,中国涌现了一批具有全球竞争力的新能源汽车企业,比亚迪便是其中之一,其也是“中国制造、中国创新”的代表型企业典范。目前,比亚迪已成为全球新能源汽车销冠,并作为“链主企业”助力培育了覆盖上下游供应商的供应链生态体系,包括资源、材料、零部件供应商等。

比亚迪1月30日发布的2023年度业绩报告显示,预计2023年实现归母净利润290亿元至310亿元,同比增长74.46%至86.49%。公司新能源汽车销量再创历史新高,进一步巩固了全球新能源汽车销量的领先地位。

短短20年,比亚迪如何从行业新兵成长为全球新能源汽车巨头?在全力押注新能源汽车的过程中,比亚迪构建了怎样的能力与优势?近日,比亚迪董事会秘书李黔接受《证券日报》记者专访,解析比亚迪的技术基因、生态链条与绿色梦想,讲述比亚迪的“新成长故事”。

记者:比亚迪在战略层面“踩

得较准”,在战略前瞻性方面做了哪些工作?

李黔:从目前看,比亚迪几乎每一次转型都准确地“踩在点上”,这得益于比亚迪企业文化的精髓,即技术创新、比亚迪战略的制定均以技术为导向。在比亚迪,技术不仅仅为产品服务,更多是为战略服务。只有对技术有深刻的理解,才能看得更远,看得更深。

在汽车电动化发展初期,以政策补贴为驱动的市场背景下,磷酸铁锂电池因为能量密度较三元锂电池低而被市场看衰,但比亚迪在电池正极材料上毅然选择磷酸铁锂路线。当时市场中存在一个误区,认为电池的能量密度越高越好,却忽略了成本和安全性,也忽略了资源的充足性。比亚迪几乎靠一己之力颠覆了行业的看法,让磷酸铁锂回到行业发展的“主升浪”里。

比亚迪之所以坚定选择磷酸铁锂,也是基于对技术的深刻理解和比亚迪认为磷酸铁锂在安全性、成本优势以及全球供应方面都没有问题,公司能够通过刀片电池技术从设计上改变部分劣势。比亚迪有一个巨大的技术“鱼池”。当公司战略发展有需要的时候,从“鱼池”里面挑一条“鱼”,就能够将其运用到产品上去,让公司产品具备非常强的竞争力。

记者:新能源汽车“下半场”是智能化,比亚迪这方面有何布局?

李黔:智能驾驶是比亚迪非常重要的一个战略方向,给消费者提供更舒适、更安全、更智能的汽车也是比亚迪的使命。比亚迪在电动化上已经取得了一定的领先地位,也带来了一定的收入和现金流,此后相继推出出租车电动化战略,带动了电池、电机、电控全方面的技术提升。

20年造车走的是艰辛而痛苦的路,因为汽车品牌获得社会大众接受需要一个过程。比亚迪一直在坚持做证明题,证明新能源汽车可以、自主品牌可以、比亚迪可以,最终等到了电动车的春天。从2020年以后,电动车终于迎来爆发,才有了今天大家对比亚迪电动车的认可。

记者:比亚迪在战略层面“踩

得较准”,在战略前瞻性方面做了哪些工作?

李黔:从目前看,比亚迪几乎每一次转型都准确地“踩在点上”,这得益于比亚迪企业文化的精髓,即技术创新、比亚迪战略的制定均以技术为导向。在比亚迪,技术不仅仅为产品服务,更多是为战略服务。只有对技术有深刻的理解,才能看得更远,看得更深。

在汽车电动化发展初期,以政策补贴为驱动的市场背景下,磷酸铁锂电池因为能量密度较三元锂电池低而被市场看衰,但比亚迪在电池正极材料上毅然选择磷酸铁锂路线。当时市场中存在一个误区,认为电池的能量密度越高越好,却忽略了成本和安全性,也忽略了资源的充足性。比亚迪几乎靠一己之力颠覆了行业的看法,让磷酸铁锂回到行业发展的“主升浪”里。

比亚迪之所以坚定选择磷酸铁锂,也是基于对技术的深刻理解和比亚迪认为磷酸铁锂在安全性、成本优势以及全球供应方面都没有问题,公司能够通过刀片电池技术从设计上改变部分劣势。比亚迪有一个巨大的技术“鱼池”。当公司战略发展有需要的时候,从“鱼池”里面挑一条“鱼”,就能够将其运用到产品上去,让公司产品具备非常强的竞争力。

记者:新能源汽车“下半场”是智能化,比亚迪这方面有何布局?

李黔:智能驾驶是比亚迪非常重要的一个战略方向,给消费者提供更舒适、更安全、更智能的汽车也是比亚迪的使命。比亚迪在电动化上已经取得了一定的领先地位,也带来了一定的收入和现金流,此后相继推出出租车电动化战略,带动了电池、电机、电控全方面的技术提升。

20年造车走的是艰辛而痛苦的路,因为汽车品牌获得社会大众接受需要一个过程。比亚迪一直在坚持做证明题,证明新能源汽车可以、自主品牌可以、比亚迪可以,最终等到了电动车的春天。从2020年以后,电动车终于迎来爆发,才有了今天大家对比亚迪电动车的认可。

记者:比亚迪在战略层面“踩

得较准”,在战略前瞻性方面做了哪些工作?

李黔:从目前看,比亚迪几乎每一次转型都准确地“踩在点上”,这得益于比亚迪企业文化的精髓,即技术创新、比亚迪战略的制定均以技术为导向。在比亚迪,技术不仅仅为产品服务,更多是为战略服务。只有对技术有深刻的理解,才能看得更远,看得更深。

在汽车电动化发展初期,以政策补贴为驱动的市场背景下,磷酸铁锂电池因为能量密度较三元锂电池低而被市场看衰,但比亚迪在电池正极材料上毅然选择磷酸铁锂路线。当时市场中存在一个误区,认为电池的能量密度越高越好,却忽略了成本和安全性,也忽略了资源的充足性。比亚迪几乎靠一己之力颠覆了行业的看法,让磷酸铁锂回到行业发展的“主升浪”里。

比亚迪之所以坚定选择磷酸铁锂,也是基于对技术的深刻理解和比亚迪认为磷酸铁锂在安全性、成本优势以及全球供应方面都没有问题,公司能够通过刀片电池技术从设计上改变部分劣势。比亚迪有一个巨大的技术“鱼池”。当公司战略发展有需要的时候,从“鱼池”里面挑一条“鱼”,就能够将其运用到产品上去,让公司产品具备非常强的竞争力。

比亚迪之所以坚定选择磷酸铁锂,也是基于对技术的深刻理解和比亚迪认为磷酸铁锂在安全性、成本优势以及全球供应方面都没有问题,公司能够通过刀片电池技术从设计上改变部分劣势。比亚迪有一个巨大的技术“鱼池”。当公司战略发展有需要的时候,从“鱼池”里面挑一条“鱼”,就能够将其运用到产品上去,让公司产品具备非常强的竞争力。

记者:新能源汽车“下半场”是智能化,比亚迪这方面有何布局?

李黔:智能驾驶是比亚迪非常重要的一个战略方向,给消费者提供更舒适、更安全、更智能的汽车也是比亚迪的使命。比亚迪在电动化上已经取得了一定的领先地位,也带来了一定的收入和现金流,此后相继推出出租车电动化战略,带动了电池、电机、电控全方面的技术提升。

20年造车走的是艰辛而痛苦的路,因为汽车品牌获得社会大众接受需要一个过程。比亚迪一直在坚持做证明题,证明新能源汽车可以、自主品牌可以、比亚迪可以,最终等到了电动车的春天。从2020年以后,电动车终于迎来爆发,才有了今天大家对比亚迪电动车的认可。

记者:比亚迪在战略层面“踩

券商多业务线 发力绿色金融

本报记者 李文 见习记者 于宏

近年来,券商在绿色金融领域动作频频,积极响应国家“双碳”目标。

中央财经大学绿色金融国际研究院高级学术顾问施懿宸在接受《证券日报》记者采访时表示,当前,绿色金融有资源配置、价格发现、风险定价三大重要功能。作为金融市场中的重要主体,券商等金融机构积极参与碳排放交易和绿色债券的承销等工作,能够有力支持绿色金融市场的发展。

多业务线积极发力 助力绿色金融发展

近期,全国温室气体自愿减排交易市场启动,受到市场关注,券商也有所行动,积极参与。作为参与该市场的首批交易机构,中信证券挂牌买入5000吨国家核证自愿减排量(以下简称“CCER”),中金公司也积极参与市场启动首日交易。公开数据显示,市场启动首日,CCER 总成交量37.53万吨,总成交额2383.5万元。

近年来,在政策助推下,绿色金融市场快速发展,绿色债券及碳金融相关产品规模不断扩大,品类逐渐丰富。上海环境能源交易所数据显示,2023年全国碳排放配额总量成交2.12亿吨,总成交额144.44亿元。Wind数据显示,2023年全国绿色债券发行总额为1.81万亿元(以债券发行起始日期计),同比增长7.74%。券商是重要的承销主体。

作为金融体系的重要组成部分,券商对绿色金融领域的布局日渐深入,通过多条业务线积极发力,以实际行动推进绿色金融市场建设,助力绿色低碳转型。例如,近期中信证券与天津钢管制造有限公司达成了国内首笔天津碳排放配额回购交易,交易规模约5000万元。

在债券的发行业务方面,2023年,华福证券发行了全国证券业首单ESG(环境、社会和公司治理)主题公司债券(可持续挂钩),以2025年绿色产业领域自有资金投资规模不低于3.00亿元为可持续发展绩效目标,引导资本流向更具可持续性的绿色产业领域;华安证券助力中国水发兴业能源集团发行了一期规模为14亿元的绿色公司债,为当年全国最大规模的绿色熊猫公司债券。

在金融产品创新方面,2023年,中国银河证券旗下的中国银河国际和银河德睿联合推出首个应对欧盟碳关税的金融产品——欧盟碳排放权期货合约跨境收益互换(TRS);在研究业务方面,东方证券发布了多项绿色研究成果,并推出“东方证券·碳中和指数”。

施懿宸表示:“具体来看,券商作为专业金融机构,能够促进价格发现,为绿色金融市场打造有效的价格传导机制,驱动碳交易的定价向更合理的区间靠拢,进而优化资源配置,更好地激励企业减排。长远来看,券商的积极参与有助于绿色金融市场向更完善、更健康的方向发展。”

发挥“桥梁”功能 丰富市场交易体系

在“双碳”目标的持续指引下,券商对相关业务的重视程度不断提高,尤其是绿色金融相关的人才队伍建设。招聘平台公开信息显示,多家券商正在招聘能源与绿色金融研究员,绿色金融投资、碳资产业务经理等岗位,反映出进一步布局绿色金融相关业务的战略安排。

河北省碳达峰碳中和研究会学术顾问吴琦对记者表示,在支持绿色金融方面,券商可以发挥多方面重要作用,例如开展绿色债券承销业务,设计、发行各类创新型绿色金融产品,满足绿色项目和企业的融资需求;成立绿色产业的主题基金,为相关项目和技术提供资金支持;此外,券商还可以探索绿色指数开发创新和投资等,提供排放权的报价询价、碳金融业务的研究与咨询等服务。

针对国内目前碳产品种类和交易主体较为有限的现状,施懿宸建议:“未来,券商等金融机构可以依托自身的专业优势以及碳金融相关业务牌照,基于底层的碳权资产,进行更多碳金融工具方面的创新,例如碳权抵押融资相关产品以及碳中和债等新兴债券种类,丰富碳交易体系,服务更多投资者。”

展望未来券商在绿色金融市场中的角色,吴琦表示,在未来的碳市场交易体系中,券商是重要的连接桥梁,连接碳交易所和散户,便利个人参与碳交易。同时,券商广泛的业务范围有利于为投资者提供多样化的投资渠道,分散碳交易市场的风险。总之,券商可以提升碳交易市场活跃度,全面促进包括碳金融在内的绿色金融市场发展。

(上接A1版)

王青进一步表示,近期稳增长政策加码,同时各地加快推动城市房地产融资协调机制落地,一批房地产项目“白名单”已经公布,这会带动银行加大房地产开发贷投放力度。由此判断“信贷均投投放”对1月份新增信贷的影响将低于预期,1月份新增信贷仍将只是次于去年同期的历史次高水平,体现当前稳增长政策正在持续发力。值得一提的是,1月24日央行宣布降准,落地生效时间为2月5日。这对1月份信贷投放产生一定积极影响。

社融方面,王青预计,1月份社融增量为5.6万亿元左右,较2023年同期少约4000亿元。主要拖累因素是政府债券有一定程度的同比减少,但企业债券净融资规模会有一定幅度的同比多增。

“今年1月份政府债券净融资规模较去年12月份有所减少,而1月份企业债券净融资规模由负转正。整体来看,1月份新增社融规模略小于去年同期。”财通证券宏观首席分析师陈兴分析,1月份以来,票据利率趋于走低,指向融资需求趋弱。在“引导信贷合理增长、均投投放”的政策基调下,叠加2023年一季度信贷规模较高的影响,今年一季度信贷投放或略不及去年同期,预计1月份新增信贷规模约4万亿元,新增社融规模5.2万亿元左右,M2增速略升至9.5%。

首份工业互联网标识解析体系政策文件出台 加速“链主”数字化转型和拓宽护城河

本报记者 郭冀川

为深入实施工业互联网创新发展战略,推动工业互联网标识解析赋能千行百业,1月31日,工业和信息化部等十二部门联合发布《工业互联网标识解析体系“贯通”行动计划(2024—2026年)》(下称《行动计划》)。

工业互联网标识解析体系通过标识关联生产加工、仓储配送、消费回收等环节,能够促进产业链上下游数据互通、信息共享,也被誉为工业互联网的“神经系统”。

提出四方面 发展量化指标

近年来我国工业互联网技术与制造业不断深度融合,工业互联网标识解析体系的建设与应用也成为工业互联网技术赋能行业发展的关键因素之一,其可以解决制造业企业内部或企业之间信息交互的问题,充分发挥工业数据在制造业中的应用价值。

工业互联网标识解析体系主要包括标识编码和解析系统两大部分。其中,标识编码相当于为工业互联网上的每一个物理实体提

供“身份证”,解析系统依据标识编码对网络地址和相关联的信息进行查询和统一解析,从而实现精准定位,为跨系统、跨企业、跨地域的供应链全流程管理、追溯溯源、网络精准协同等应用提供基础支撑。

工业和信息化部信息通信管理局介绍,近年来,在各方共同努力下,我国工业互联网标识解析体系从无到有、从小到大、基本建成,国家顶级节点稳定运行,二级节点上线超过330个,实现全国31个省(区、市)全覆盖,服务企业超40万家,日均解析超1.5亿次,拓展至46个行业,逐步成为推动企业数字化转型和经济社会高质量发展的关键支撑。

北京社科院副研究员王鹏对《证券日报》记者分析,工业互联网标识解析体系建设对于工业互联网的发展和产业应用有多方面影响,能够促进数据互通与共享,因为标识解析体系为工业互联网中的各类设备、产品、零部件等提供唯一的身份识别,使得不同系统、不同平台之间的数据可以高效互通与共享,从而打破信息孤岛,提升产业链协同效率。此外还能强化安全保障和推动产业创新升级,通过标识解析体系,可以对工业互

联网中的各类主体进行身份验证和权限管理,确保数据传输和访问的安全可控,促进工业互联网与各行业各领域的深度融合,推动产业创新升级和数字化转型,为经济高质量发展注入新动力。

据悉,《行动计划》是第一份针对工业互联网标识解析体系出台的政策文件,也是第一份多部门联合推动工业互联网落地应用的政策文件。《行动计划》从关键指标、重点领域、基础支撑、产业发展四个方面提出了到2026年的发展量化指标,加快推动标识解析规模化发展。

关键指标方面,服务企业突破50万家,应用拓展至60个行业,累计注册量突破6000亿个,日均解析量达3亿次以上。重点领域方面,在生产制造、消费品工业、绿色低碳、安全生产等领域初步实现规模应用。基础支撑方面,二级节点覆盖行业、地市范围持续拓展,对工业经济运行监测、安全生产赋能作用日益显现。产业生态方面,标识解析关键技术、软硬件产品实现突破,标准体系不断完善,产业供给能力不断增强。

记者说:“工业互联网标识解析体系建设对于工业互联网的发展和产业应用来说,就像打通‘任督二脉’一样重要。要加速工业互联网标识解析体系落地,就需通过标识解析体系来打通产业链上下游的信息壁垒,实现信息的共享与协同。同时还要结合传统产业的实际情况,量身定制适合的工业互联网解决方案,让工业互联网真正为传统产业带来切实的价值。”

推动实现 数据互通和数据资源共享

由于工业互联网标识解析体系建设既要打通企业上下游环节,实现企业生产各环节全场景数据共享和追溯,又要能够与不同行业建立数据对接等,因此需要一批行业“链主”起到引领作用。

朱克力认为,在“链主”企业带动下,可让数据更好地流动起来,为产业链的各个环节提供更有价值的信息支持,不仅有利于提高产业链的协同效率,还有助于推动产业链的创新发展。树立一批“链主”企业样板标杆,不仅对于实现全产业链上下游数据互通和数据资源共享来说意义重大,更对“链

主”企业数字化转型、拓宽自身护城河起到重要作用。

《行动计划》支持在数字医疗、城市治理、产业集群等领域树立一批样板标杆,提出要发挥石化、钢铁、有色、建材、电力、船舶、汽车、新能源、航空航天、医药、电子、建筑等行业“链主”企业带动作用,推动设计、生产、物流、服务、回收等环节标识化,带动产业链上下游企业普遍接入,实现全产业链上下游数据互通,有效提升供应链协同效率、准时交货率、供货速度和库存周转率等。

中国电子商务专家服务中心副主任郭涛对《证券日报》记者表示,行业“链主”企业通常具有较强的市场影响力和技术实力,这些企业在推动工业互联网标识解析体系建设和运营中扮演着关键角色,通过树立一批样板标杆,也能吸引更多企业参与,加速工业互联网技术在制造业的应用拓展。

郭涛说,这种带动作用有助于打破数据孤岛,促进信息的流通和共享,提高整个产业链的透明度和协同效率,这对于提升产业链的响应速度、创新能力和竞争力都至关重要。