

宁德时代2026开年观察：

## 以专注铸根基，以创新拓新局

春节前一周，宁德时代与奇瑞汽车联合成立新公司正式完成注册，落户安徽合肥，注册资本20亿元人民币。双方正式启动全面战略合作。

马年春晚，1:1复刻蔡明面孔的“仿生机器人”一炮而红。两周后，其背后的松延动力完成10亿元B轮融资，其领投的晨道资本正是宁德时代旗下的投资平台。

与此同时，宝马集团与宁德时代在北京签署合作谅解备忘录，宣布将共同开展“电池护照”跨境数据试点。此举主要为响应欧盟《新电池法》的合规要求——该法规明确规定，车辆动力电池必须配备“电池护照”，详细记录碳排放、材料来源等关键信息。

新能源产业变革浪潮中，手握核心技术的宁德时代并没有下场抢产品和储能赛道，而是专注于自己的基本盘：电池。这套以“专注主业、极致创新、全球布局”的核心战略持续到2026年，让宁德时代跳出汽车圈内卷的漩涡，开辟更广阔的版图。

从2011年成立，自2023年起连续三年跻身《财富》世界500强，成为创业板首家市值破万亿的企业，其成功轨迹为制造业转型升级提供了典型范本；坚守边界盲目扩张更能赢得信任，技术复利比短期利润更具穿透力。

战略定力：  
只做供应商，不做竞争者

宁德时代创立之初即确立“只做供应商，不做竞争者”的定位，通过“矿产—电池—回收”的闭环生态系统强化供应链韧性，但严格恪守“不涉足下游整车制造和储能运营”的边界。

这种战略定力在全球新能源乘用车电池市场得到验证——2025年中国厂商全球市场份额70.4%，其中宁德时代市占率39.2%，连续9年排名全球第一。横向对比：韩国三大电池厂商（LG新能源、SK On、三星SDI）合计市占率为15.4%，日本松下市占率为3.7%。从世界主流车企宝马、大众、特斯拉到国内主流车企上汽、广汽、一汽、吉利，合



作对象遍布世界汽车生态圈。

今年伊始，宁德时代与奇瑞汽车、奇瑞商用车（安徽）有限公司联合成立的时代奇瑞（合肥）新能源科技有限公司（简称“时代奇瑞”），注册资本20亿元，其聚焦的依旧是电池与储能技术。

其中最重磅的合作在于钠离子电池量产。去年4月，宁德时代正式发布钠离子电池品牌“钠新电池”。1月22日，宁德时代发布天行II轻商全场景定制化解决方案，其搭载的低温版量产钠电池，计划2026年第二季度拓展至乘用车领域，率先搭载于埃安UT super车型。

有业内人士透露，目前与奇瑞合作的钠离子电池功能或再升级，新产品或将搭载于奇瑞iCAR 03，续航超过700公里，成本较传统锂电池能降三成。更关键的是，钠电池的极寒性能，零下40℃环境放电保持率超过90%，还支持零下30℃低温快充，直接解决北方冬天续航缩水的老大难问题。

一旦量产成功，将直接打破目前的电池格局：碳酸钠价格0.15万元/吨，碳酸锂最高曾达56.2万元/吨，差距超370

倍，直接解决“卡脖子”问题。行业测算显示，钠电芯成本较磷酸铁锂电池有望降低20%—30%，单台新能源商用车购置成本可下降数万元。

一面是在电池能量密度、安全性、循环寿命等关键指标上获得重大突破，以高镍三元锂和磷酸铁锂电池锁定高端市场；一面以钠电池技术革新聚焦低成本市场，宁德时代的这套打法，既巩固了当下优势，又锁定了未来10年的行业话语权。

全球布局：  
扩大产能布局，共建游戏规则

2026年与宝马集团签订合作谅解备忘录，共同开展“电池护照”跨境数据试点，对于宁德时代的全球布局而言，也是标志性的里程碑。

在此之前，宁德时代采取“多点布局、逐步扩产”策略：德国图林根工厂2023年投产，配套宝马、大众等德国车企，降低运输成本与交付周期；匈牙利德布勒森基地投资约500亿元，2025年

建成后将成为欧洲最大动力电池基地之一，服务宝马、奔驰等高端客户；西班牙合资工厂正在等待监管批准，预计2026年启动生产。简单来说，一系列布局均围绕“扩大产能、降低成本、贴近客户”展开，进一步完善了全球供应链体系。

而此次“电池护照”跨境数据试点和供应链碳足迹协同降碳，就是让每块电池的“碳足迹”从生产到报废全程透明可查，提前应对欧盟《新电池法》。

宁德时代不单是供应商，而成为了宝马电动化转型的“碳”伙伴——合作后，宝马整车碳足迹能系统性降低，直接提升ESG评级。同时，与宝马共建数据标准，共享双方数据，打破跨国供应链数据互通效率低下的痛点，携手搭建高效协同的跨境数据体系。这种合作模式的升级，意味着中国企业与海外伙伴的合作，从“依赖中国供应链”升级为“依赖中国创新”。从技术共创到数据共享，其中话语权的交替，更让人为之侧目。（丁楠）

## 欧摩威构建中德创新双向生态

传承大陆集团技术积淀的欧摩威（AUMOVIO），自独立上市后正以全新姿态重构中德创新协作格局。

近日，集团董事会主席、首席执行官冯贺飞明确提出，“德国掌握一切”的时代已终结，学习型组织是未来企业核心特质，而欧摩威正成为连接中德创新双向流动的关键枢纽。作为从大陆集团拆分而来的独立品牌，欧摩威既延续了德国制造的深厚技术基因，又获得了更灵活的发展空间。其核心技术覆盖底盘电子稳定系统、车身域控等关键领域，80%的产品在细分市场位列前三。独立运营让欧摩威摆脱了传统跨国企业的架构束缚，中国管理委员会的成立与区域总部建设，实现了采购、研发、生产的本地化闭环。目前，中国市场是欧摩威双向创新战略的核心支点。冯贺飞透露，集团正优化全球研发资源配置，减少欧洲投入，将更多力量转移至亚洲市场。中国在电气化、智能化领域的全球领先地位，成为研发资源倾斜的关键原因。欧摩威集团中国区总裁兼首席执行官官汤恩强调，中国研发将持续聚焦新能源与智能网联领域，借助AI赋能提升效率，同时通过本地化布局更快响应客户需求。

欧摩威的创新双向流动已落地见效。公司将中国自动驾驶及出行事业群优化的研发流程推广至全球，打破了“总部输出、区域执行”的单向模式。长春研发中心开发的合规产品，可直接适配欧洲生产体系并交付西班牙工厂，既降低客户开发成本，又让中国研发经验落地欧洲。这一模式也为德国及欧洲企业提供了本地化适配参考，展现了中德创新的双向价值。

支撑这一战略的是欧摩威的三大核心支柱：聚焦细分市场三的产品、向高效组织转型、高效执行兑现承诺。技术上，既巩固传统优势，又与地平线等本土企业合作互补，同时推进L4级自动驾驶卡解决方案；组织上，中国管理委员会获得充分授权，解决了跨国企业“决策慢”的痛点；与管理委员会的成立与区域总部建设，实现了采购、研发、生产的本地化闭环。目前，中国市场是欧摩威双向创新战略的核心支点。冯贺飞透露，集团正优化全球研发资源配置，减少欧洲投入，将更多力量转移至亚洲市场。中国在电气化、智能化领域的全球领先地位，成为研发资源倾斜的关键原因。欧摩威集团中国区总裁兼首席执行官官汤恩强调，中国研发将持续聚焦新能源与智能网联领域，借助AI赋能提升效率，同时通过本地化布局更快响应客户需求。

欧摩威的创新双向流动已落地见效。公司将中国自动驾驶及出行事业群优化的研发流程推广至

全球，打破了“总部输出、区域执行”的单向模式。长春研发中心开发的合规产品，可直接适配欧洲生产体系并交付西班牙工厂，既降低客户开发成本，又让中国研发经验落地欧洲。这一模式也为德国及欧洲企业提供了本地化适配参考，展现了中德创新的双向价值。

支撑这一战略的是欧摩威的三大核心支柱：聚焦细分市场三的产品、向高效组织转型、高效执行兑现承诺。技术上，既巩固传统优势，又与地平线等本土企业合作互补，同时推进L4级自动驾驶卡解决方案；组织上，中国管理委员会获得充分授权，解决了跨国企业“决策慢”的痛点；与管理委员会的成立与区域总部建设，实现了采购、研发、生产的本地化闭环。目前，中国市场是欧摩威双向创新战略的核心支点。冯贺飞透露，集团正优化全球研发资源配置，减少欧洲投入，将更多力量转移至亚洲市场。中国在电气化、智能化领域的全球领先地位，成为研发资源倾斜的关键原因。欧摩威集团中国区总裁兼首席执行官官汤恩强调，中国研发将持续聚焦新能源与智能网联领域，借助AI赋能提升效率，同时通过本地化布局更快响应客户需求。

面对全球市场差异，欧摩威采取差异化布局：中国聚焦新技术导入，北美延续传统业务，欧洲灵活适配车企转型节奏。冯贺飞强调，这种布局的核心是相互学习，中国的创新速度与欧洲的技术积淀通过全球网络实现共享。

未来，欧摩威将持续推动中德创新双向赋能。这家打破“德国中心”思维的企业，正以中德创新为纽带，为汽车电子产业的全球化发展开辟全新路径。（闻静雅）

探秘长城“硬核试验室”  
解读长城汽车高质量密码

笔者沉浸式体验VR头显进行虚拟实车测试

近期，长城汽车宣布首次开放全新试验室探访路线。笔者应邀走进智能交互实验室、EMC试验室等一系列技术研发现场，沉浸式见证了全新技术从构想走向验证的全过程。

步入总投资超1200万元的智能交互实验室，工程师正通过VR头显进行虚拟实车测试。一旁的Tobii眼动仪可实时捕捉视线轨迹，为交互设计提供客观数据支撑。EMC试验室内，验证智能驾驶感知系统在雷电、电网波动、大功率无线电等极端电磁干扰可靠性的模拟实验正在进行。该试验旨在杜绝因信号受扰导致的“认知”偏差，保障高阶智能安全落地。高

海模拟试验室则可模拟-30℃至45℃、光照强度480W/m<sup>2</sup>至1200W/m<sup>2</sup>的环境条件，掌握发动机与三电系统在低压、低温、低氧环境下的精准标定能力，根治车辆的“高原反应”。

这些试验室只是长城汽车研发体系的冰山一角。据悉，目前长城汽车工程研发团队规模已达2.3万人，研发投入连续三年超百亿元。从核心零部件的自研自产，到整车的系统验证，长城构建起“构想—测试—落地”的全链路闭环。此次全新试验室探访路线的开放不仅是长城汽车研发实力的一次公开展示，更是其坚守长期主义的生动注脚。（徐崇闻）

小鹏X9纯电版上市  
第二代VLA即将推送

气悬架、主动式后轮转向系统，搭载天玑AIOS 6.0智能座舱，配备27颗定制HIFI扬声器、车载冷暖冰箱及全场景爆胎稳行功能。

摩根士丹利、美国银行、汇丰银行等全球头部券商给予小鹏“买入”评级。摩根士丹利评价第二代VLA“是一次大胆的飞跃”，并指出特斯拉未来将面临与中国企业的自动驾驶技术竞争。据悉，小鹏2026年将推进“媲美特斯拉FSD最新能力”目标，第二代VLA将开启全球路测，计划2027年全球交付。

小鹏X9纯电版基于全域800V高压平台打造，标配5C超充AI电池，充电8分钟可补能400km，CLTC纯电续航最高750km，支持6千瓦V2L供电。智驾方面，新车全系搭载第二代VLA辅助驾驶大模型与图灵AI芯片，入门版配1颗、顶配版配3颗图灵芯片，最高算力2250TOPS，覆盖高速、城市领航辅助驾驶及全场景智能泊车等功能，无图小路况通行能力提升。

目前，第二代VLA已向全国200家专业媒体开放试驾，3月11日将在全国732家门店开启用户体验。（闻静雅）

自主冲高，海外领跑

## 上汽集团以结构性增长开启2026新局

3月1日，上汽集团发布了2026年1—2月产销快报，为车市的早春时节投下了一颗“定心丸”。尽管2月受春节假期影响，单月销量出现短期波动，但集团累计销量596878辆，同比增长6.76%的成绩，依然勾勒出一幅“合资回暖、自主冲高、海外领跑”的良性增长图景。在行业转型的关键节点，上汽用这份“开门红”答卷，展现出龙头企业穿越周期的韧性与重构增长曲线的底气。

在1—2月的销量结构中，自主品牌40.1万辆的累计销量、14%的同比增速，以及67.2%的集团占比，可以说，上汽的自主向上，实现了从“数量增长”到“价值跃升”。作为自主板块的“排头兵”，上汽乘用车1—2月销量同比劲增44.8%，2月单月销量突破6万辆。其背后，是“电动化+智能化”双轮驱动的技术厚积，从“珠峰”架构到“星云”纯电专属平台，上汽乘用车已构建起覆盖燃油、混动、纯电的全技术路线

布局。而智己汽车的异军突起，更是上汽自主高端化的标志性成果。1—2月同比增长77.7%，累计销量增幅达69.4%，明星车型LS6交付突破10万辆……这些数据的背后，是智己在“软件定义汽车”时代的精准卡位。IM AIOS智能座舱系统、英伟达Orin X芯片加持的高阶智驾功能，让智己成功在BBA盘踞的高端市场撕开缺口，成为中国品牌向上突破的新样本。

当国内车市进入存量竞争，上汽早已在海外市场开辟出第二增长曲线。1—2月累计出口203553辆、同比增长48.92%，2月单月出口占比超30%，上汽用数据证明，中国车企的全球化已从“走出去”进入“扎下根”的新阶段。在欧洲市场，MG品牌4.9万辆的1—2月销量、16%的同比增速，以及连续11年的中国品牌销量榜首位置，成为上汽海外版图的“压舱石”。不同于早期的性价比路线，如今的MG在欧

洲市场靠的是技术实力与品牌运营的双重发力。从纯电SUV MG4 EV到插电混车型MG HS PHEV，MG的产品矩阵已覆盖欧洲主流细分市场。更值得关注的是，上汽正在构建“研产供销服”一体化的海外生态：在泰国、印尼等地布局本地化生产基地，在欧洲建立研发中心，全球2000个销售网点背后，是零配件供应、售后服务、金融保险等全链条体系的支撑。随着后续智能电动“全球车”的持续投放，上汽正朝着“覆盖全球100多个国家主流细分市场”的目标稳步迈进。

在行业新能源渗透率阶段性回落的背景下，上汽的新能源业务依旧稳扎稳打。1—2月累计销售156716辆，同比增长6.44%，稳居行业头部。上汽通用新能源车销量，同比增长超216.9%，电动化转型初显成效；上汽通用五菱新能源车1—2月销售7万辆，凭借亲民定价和丰富产品线，牢牢守

住低端新能源市场。合资板块的回暖也为上汽的增长添了一把火。1—2月，上汽通用销量同比增长9.4%，受益于国家燃油车报废更新补贴政策，其多款主力车型在15万—22万元主流合资燃油车市场表现出色。上汽通用五菱2月销量100552辆，环比增长4.7%、同比增长34.80%，表现稳健；上汽大众2月销量虽同比下滑15.0%，但下滑幅度持续收窄，随着后续新款车型的投放，有望逐步企稳回升。

业内人士指出，评价上汽的销量表现，不应局限于短期的数字波动，而应聚焦其长期的结构性变化。从“合资依赖”到“自主+海外+新能源”的三角支撑，上汽正在构建更具抗风险能力的增长体系。今年，随着合资品牌新能源车型的密集投放，自主品牌高端化、智能化的持续推进，以及海外市场布局的进一步深化，上汽集团有望持续释放增长潜力。（丁延吉）

从牛津街头到欧洲全境

## MG凭什么拿下百万辆销量？

近日，上汽MG正式宣布成为首个在欧洲及英国市场累计销量突破100万辆的中国汽车品牌。这一里程碑不仅是MG品牌自身的跨越，更是中国汽车工业在全球成熟市场站稳脚跟的标志性事件。

MG的百年英伦品牌底蕴是其进入欧洲市场的独特优势。1924年诞生于英国牛津的MG，曾是欧洲跑车文化的代表，在欧洲消费者心中拥有深厚的历史情感基础。2007年划归上汽集团后，MG并未割裂与欧洲的历史联系，而是将英伦设计底蕴与中国制造实力深度融合，实现了品牌的本土化激活。上汽集团在收购MG后，保留了其在英国的设计中心，并不断加大投入，使其成为MG全球设计的核心力量之一。伦敦设计中心主导的造型设计，充分贴合欧洲消费者的审美需求，从

车身线条到内饰细节，都融入了欧洲汽车文化的元素。同时，上汽集团将中国先进的制造技术和管理经验引入MG，提升了产品的品质和生产效率。这种品牌底蕴与制造实力的结合，让MG几乎零成本进入欧洲市场，并迅速获得了消费者的认可。

在产品布局上，MG精准踩中了欧洲市场的需求痛点。面对高油价与严苛排放法规，MG构建起纯电与混动双产品线矩阵，满足了欧洲消费者对节能环保汽车的需求。2025年，MG混动车型销量同比暴涨300%，成为销量增长的核心引擎。其中，MG4 EV凭借Euro NCAP五星安全认证、扎实续航能力与对标高尔夫的操控性能，价格比同级德系、法系车型低约20%，性价比优势凸显；MG ZS Hybrid+则在英国SUV-B HEV市场以19.7%的市占率夺得细分

市场冠军。此外，MG还根据欧洲市场的特点，推出了一系列个性化配置，如大尺寸全景天窗、智能互联系统等，进一步提升了产品的竞争力。渠道与服务本土化布局，是MG在欧洲市场破局的关键。目前，MG已在欧洲34个市场拥有超2000家销售服务网点，提供7年整车质保，覆盖德国、法国、英国等核心市场。从私人用户到车队、租赁公司，MG建立起了完整的本土化服务体系。

MG的成功也离不开供应链与产业链的全球化协同。上汽集团在全球范围内布局供应链体系，与全球知名零部件供应商建立了长期合作关系，确保了零部件的质量和供应稳定性。同时，上汽集团还在欧洲建立了生产基地，实现了本地化生产，降低了生产成本，提高了市场响应速度。在产业链方面，MG积极参与全球汽车产业分

工，与欧洲当地的汽车企业和科研机构开展合作，共同推动技术创新和产业升级。例如，MG与欧洲的电池企业合作，共同研发高性能动力电池；与当地的自动驾驶技术公司合作，提升车辆的智能化水平。这种全球化的产业链协同，不仅提升了MG的产品竞争力，也为中国汽车产业融入全球产业链提供了有益的探索。

MG的百万销量里程碑，是中国汽车工业在全球市场的一次重要突破。唯有深度理解当地市场需求，将品牌底蕴、产品实力与本土化运营相结合，才能在全球汽车产业的发源地真正赢得尊重。在全球汽车产业电动化、智能化、网联化的发展趋势下，中国汽车企业应抓住机遇，积极应对挑战，不断提升自身的核心竞争力，实现从“走出去”到“走进来”“走上去”的跨越。（丁延吉）