|  |
| --- |
| **探究的比亚迪企业文化建设** |

|  |  |
| --- | --- |
|

|  |
| --- |
|  |

    "小公司看老板,中公司看产品,大公司看文化",[企业文化](http://www.study365.cn/wangzhai/search.asp?keyword=%C6%F3%D2%B5%CE%C4%BB%AF)之于大公司,犹如灵魂之于个人.比亚迪的惊世业绩及超速成长,已成为重量级的大型企业.本文总结出了"公平、务实、激情、创新"的[企业文化](http://www.study365.cn/wangzhai/search.asp?keyword=%C6%F3%D2%B5%CE%C4%BB%AF).在这 我想与大家探讨二个问题,那就是什么是[企业文化](http://www.study365.cn/wangzhai/search.asp?keyword=%C6%F3%D2%B5%CE%C4%BB%AF)?什么是比亚迪的[企业文化](http://www.study365.cn/wangzhai/search.asp?keyword=%C6%F3%D2%B5%CE%C4%BB%AF)?    一、什么是[企业文化](http://www.study365.cn/wangzhai/search.asp?keyword=%C6%F3%D2%B5%CE%C4%BB%AF)    对于什么是[企业文化](http://www.study365.cn/wangzhai/search.asp?keyword=%C6%F3%D2%B5%CE%C4%BB%AF),仁者见仁,智者见智.有不同的版本不同的说法,恰如弱水三千尺,而我只取其一瓢.[企业文化](http://www.study365.cn/wangzhai/search.asp?keyword=%C6%F3%D2%B5%CE%C4%BB%AF)是企业在长期发展演变过程中,企业全体员工逐渐形成的共同信念、公共人生,它包括价值观念、思想信仰、经营哲学、生产目标、历史传统、礼仪习俗、道德准则、行为规范、人际关系、管理体制、员工心态,以及由此体现出来的企业风范和企业精神.    [企业文化](http://www.study365.cn/wangzhai/search.asp?keyword=%C6%F3%D2%B5%CE%C4%BB%AF)的功能主要有:1,导向功能;2,凝聚功能;3,激励功能;4,约束功能;    [企业文化](http://www.study365.cn/wangzhai/search.asp?keyword=%C6%F3%D2%B5%CE%C4%BB%AF)的建设包括:1,[企业文化](http://www.study365.cn/wangzhai/search.asp?keyword=%C6%F3%D2%B5%CE%C4%BB%AF)人的培育;2,企业共同价值观的塑造;3,企业精神的培育;4,[企业管理](http://www.study365.cn/wangzhai/search.asp?keyword=%C6%F3%D2%B5%B9%DC%C0%ED)文化的形成;5,企业组织文化的选择;6,企业制度文化的完善;7,企业道德的树立;8,[企业文化](http://www.study365.cn/wangzhai/search.asp?keyword=%C6%F3%D2%B5%CE%C4%BB%AF)设施的树立;    [企业文化](http://www.study365.cn/wangzhai/search.asp?keyword=%C6%F3%D2%B5%CE%C4%BB%AF)的基本内容包括:1,企业的理念系统;主要有a企业环境、b企业目标、c企业的价值观(其中价值观是[企业文化](http://www.study365.cn/wangzhai/search.asp?keyword=%C6%F3%D2%B5%CE%C4%BB%AF)的核心)、d代表人物风格、e[经营理念](http://www.study365.cn/wangzhai/search.asp?keyword=%BE%AD%D3%AA%C0%ED%C4%EE)([经营理念](http://www.study365.cn/wangzhai/search.asp?keyword=%BE%AD%D3%AA%C0%ED%C4%EE)是企业在生产经营过程中所形成的基本哲理的观念)、f团队精神(包括理想\信念\道德行为规范和工作态度等)、g企业精神(是企业的宗旨、观念、目标和行为的总和,是[企业文化](http://www.study365.cn/wangzhai/search.asp?keyword=%C6%F3%D2%B5%CE%C4%BB%AF)的概括)、h职业道德(是某种职业在从业活动中所应遵循的道德,是同行业之间、职工间公认的竞争标准)、i企业的社会理念形象.    2,企业的形象系统,包括产品形象(技术形象、质量形象、外观形象)、市场形象、经营者形象、员工形象、体制形象、环境形象及其它形象.    [企业文化](http://www.study365.cn/wangzhai/search.asp?keyword=%C6%F3%D2%B5%CE%C4%BB%AF)在公司的显性体现包括a、行为规范,如员工手册、规章制度等;b、宣导[企业文化](http://www.study365.cn/wangzhai/search.asp?keyword=%C6%F3%D2%B5%CE%C4%BB%AF)的刊物如《比亚迪人》《比亚迪经理人》c、宣导[企业文化](http://www.study365.cn/wangzhai/search.asp?keyword=%C6%F3%D2%B5%CE%C4%BB%AF)的活动如运动会及厂庆,各种文体活动、各社团的活动等等.d、宣导[企业文化](http://www.study365.cn/wangzhai/search.asp?keyword=%C6%F3%D2%B5%CE%C4%BB%AF)的集会如年终总结会议、经理年会等各种会议.    二、什么是比亚迪的[企业文化](http://www.study365.cn/wangzhai/search.asp?keyword=%C6%F3%D2%B5%CE%C4%BB%AF)    比亚迪[企业文化](http://www.study365.cn/wangzhai/search.asp?keyword=%C6%F3%D2%B5%CE%C4%BB%AF)是比亚迪人共同的信念和价值取向,是比亚迪人九年风雨几经沧桑的结晶.是比亚迪人光荣与梦想的体现.    核心价值是:公平、务实、激情、创新    核心目标是:立脚能源,发展汽车;实现包括镍镉、镍氢、锂离子电池、LCD、精密注塑等的电池产业群第一;实现包括电动汽车和传统汽车的汽车产业群的全国第一    企业精神是:质量为本、信誉为魂、追求卓着    比亚迪[企业文化](http://www.study365.cn/wangzhai/search.asp?keyword=%C6%F3%D2%B5%CE%C4%BB%AF)建设的方向──企业精神与核心价值相互融合,共同支持核心目标的实现.核心价值是[企业文化](http://www.study365.cn/wangzhai/search.asp?keyword=%C6%F3%D2%B5%CE%C4%BB%AF)的核心,核心价值的建设是[企业文化](http://www.study365.cn/wangzhai/search.asp?keyword=%C6%F3%D2%B5%CE%C4%BB%AF)整体建设的关键.下面是我对比亚迪核心价值的理解.    公平    公平是座天平,是一种平衡.天平的刻度盘就是一个标准.没有标准就无法体现平衡.比亚迪要达到"公平",我认为以下二点是关键:    一、 法制化,即制度的保障.公平的贯彻必须有共同的准则,那就是制度.没有共同的准则,那谁也说不出什么是公平,"公说公有理,婆说婆有理".其结果谁都可以给自己贴上"公平"的标签.有了制度就有了标准,就有了衡量事非的准绳,才有了公平的基础.人事部及其它各部门为公司制定了系统的制度,这些制度就是准绳.保证制度的权威性,公平才可以落地生根.如人事部实行的晋升考核制度,就是为员工的晋升提供一个公平的舞台.    二、是基于事实的判断.它的反面是"暗箱操作",是"权谋文化"."指鹿为马"是"权谋文化"的典型.如果不以事实为依据来判断,那再好的制度也无法维持下去."实事求是"是毛泽东思想的精髓,中国共产党之所以能战无不胜,"基于事实的判断"的指导思想,保证了公平,也是民心所向的重要原因.    最后,"制度保障"与"基于事实的判断"的关系,就是依据制度,进行客观公正的判断.其范围包括公司的员工、客户、及所有供应商.    务实    或许谁都知道,务实才能成事.可有谁真正给"务实"下过确切的定义呢?有人说,"务实"就是实干,那实干又是什么呢?有人或许会想到:"实"与"虚"是一对的,那做事多的就是实,那动口讲课的,搞管理的就不"务实"了吗?我理解的"务实",就是"快速行动的能力"!"务实"的核心,就是执行力!!    市场无时无刻不在变化中,"计画不如变化快,变化不如电话快",快速行动的能力,高效率的工作能力,将会把"务实"的精神内涵阐述得更加辉煌.    比亚迪能够超速成长,与比亚迪的决策层能够敏锐及时地把握市场是密不可分的!从当年的快速切入锂电池,到去年的先人一步跨入汽车行业.比竞争对手快的行动和应变能力,使比亚迪一次又一次夺取发展先机,快速地发展飞跃.    另外,比亚迪从不盲目地宣传或广告,而总是默默无闻地挖掘自身的潜力,脚踏实地地做事,增强内在的竞争力.这样就避免了泡沫的成分,促进公司健康发展.比亚迪研发的指导思想同样是紧跟市场,从客户的需求出发,坚持独立自主,低成本、务实高效的路线;而不像某些电池企业盲目引进国外生产线,造成巨大的浪费.    激情    从企业的角度具体地说,"对组织目标的自主承诺,高度的敬业精神"就是激情.认同企业,并为企业自主地努力工作,把工作当成一种乐趣.我们的远景是将比亚迪发展成集电池、材料、电子和半导体于一身,实现包括镍镉、镍氢、锂离子电池、LCD、精密注塑等的电池产业群的世界第一,实现包括电动汽车和传统汽车的汽车产业群的全国第一.我们的员工都有机会叁与这一使命的实现,也为员工提供了大量发展的机会!此外,还有物质的奖励如进步奖、最佳员工奖、服务年资奖,工作的奖励如晋升、岗位的轮换等,后勤的保障如房车待遇、亚迪学校,技校培训等等.这些都将激发我们的激情.    创新    从无到有是创新,排列组合也是创新.对一个公司而言,创新不仅仅是技术,也不仅仅是制度,更重要的是观念的创新!而观念的创新也是最困难的事!    "没有先例",往往是比亚迪人用来反对新主张常用的话.而创新的精神核心往往就是"否定与批判".所谓"不破不立",环境不断变化,市场不断变化,敢于否定陈俗,敢于否定自己,不能不说是一种超越.《差距》的作者姜博士就曾提出,"在否定与创新的基点上重建中国公司持续战略"的观点.过去和目前的成功往往让人陶醉在经验的教条 ,而有位哲人说过一句话,"成功是个蹩脚的导师,他不会带领你走向下一次的成功",面对不断变化的情况,也只是不断的创新才能够保持竞争的优势.    以上观点,仅代表个人意见.最后想请问大家:"进一步贯彻执行并续承发扬比亚迪的[企业文化](http://www.study365.cn/wangzhai/search.asp?keyword=%C6%F3%D2%B5%CE%C4%BB%AF),你准备好了吗?"**标签：**[**企业文化**](http://www.study365.cn/wangzhai/search.asp?keyword=%C6%F3%D2%B5%CE%C4%BB%AF)[**经营理念**](http://www.study365.cn/wangzhai/search.asp?keyword=%BE%AD%D3%AA%C0%ED%C4%EE) |

# 王传福比亚迪企业文化

[CCTV.com](http://big5.cctv.com/gate/big5/www.cctv.com/)  2010年03月28日 15:46  [进入复兴论坛](http://big5.cctv.com/gate/big5/fuxing.bbs.cctv.com/)  来源：企业文化网

　　追求：顾客至上，以人为本。尽责尽力，共探共索，一流产品，一流服务。
员工：责任感强烈、务实的员工是比亚迪最重要的资源和第一财富。尊重个性、激发潜能，为员工提供发展平台。正直、忠实、服务、扎实、创新、充满激情且任劳任怨的员工永远是受欢迎的人。
在解雇、薪酬、训练机会、升级或退休等事务上，公司不从事和支持任何于种族、社会阶级、国籍、宗教、残疾、性别、性别取向、工会会员资格或政党的歧视行为，也不干涉员工遵奉种族、社会阶级、国籍、宗教、残废、性别、性别取向和工会的信条、规范或要求的权利。
技术：经济的发展来源于技术的创新，如何将科研成果转化为现实生产力是研发的主要课题。研究服务于生产，生产为研发反馈信息，从而互为补充，相辅相成。发展和巩固我们的核心技术。
精神：爱国、爱厂、爱生活是我们精神的源泉。质量为本、信誉为魂、追求卓越是永恒的企业精神。
文化：团结、严谨、活泼、奋发的人文精神铸就比亚迪人独具魅力的企业文化。“平等、务实、激情、创新”是比亚迪文化的核心，弘扬文化的努力是为了不断提升员工对比亚迪的认同感和凝聚力。
发展：立足高新科技，发展IT行业零部件制造技术，并发挥优势拓展汽车品牌产品和核心的汽车零部件制造技术。依靠我们的技术进步，不断提升我们产品的质量和效率、降低成本，致力于成为中国乃至世界一流、专业的IT精密零部件和汽车整车与零部件制造商。
责任：比亚迪以产业报国，努力将公司升华为社会的企业，得益于社会并回报于社会，增强国力和共同致富。
服务：客户永远是对的。
质量：顾客百分之百的满意——比亚迪人永恒追求的目标。
环境：为了绿色地球和人类未来，公司永远致力于环境保护和可持续发展的战略，保护我们宝贵的资源（能源、原材料、土地、水、空气和生物）和人类的健康和安全。
在比亚迪坪山生产基地六角研发大楼前，总是停着一辆F3DM双模电动车。每天，这辆车都要载着不同肤色的客人在比亚迪基地里转上几圈。从它身上，人们看到的不再是一个简单依靠劳力、东拼西凑的中国制造，而是一支中国本土研发队伍依靠创新集合而成的“中国智造”——这也是21世纪中国企业的方向
2009年1月初的底特律，寒风裹着冰冷的雪花抽打在行人的脸上，金融危机的阴影尚未从美国人心中抹去。一年一度的北美车展如期举行，但无论是参展商数量还是汽车厂商推出新车的力度都远不及往年。一股凄冷的情绪笼罩在这座汽车城的上空。
此时此刻，一位来自中国的企业家却抑制不住地盼望这届车展的开幕——正是上届底特律车展上的一次演示，为他带来了与巴菲特“结缘”的机会。此次二人再度见面，巴菲特已成为比亚迪公司的投资人。
在2009年的车展上，为了显示对比亚迪的信心，巴菲特还主动佩戴上了“BYD”的LOGO，以表明他已是这家中国企业的一分子。很难想象，其实比亚迪只是一家涉足汽车行业不到5年的企业。人们开始对它的创始人产生了浓厚的兴趣，能够获得“世界上最伟大的投资者”的青睐，他是怎样一个人？
这个来自中国的企业家就是王传福。生于皖中的他，既有北方人的大气，又不失南方人的灵秀。同时，在他身上既体现出中国传统企业家百折不挠的坚韧，又有现代企业家目光远大、勇于创新的突破精神。
与中国早期企业家往往是赤着脚板、白手起家不同，王传福创业的最大特点是“起点高”——并不是他拥有殷实、特殊的家庭背景，而是他个人扎实的技术积累以及善于利用中国丰富的人力资源优势。
多年以来，中国企业家的优势总是不可避免的与低廉的人力成本挂钩，但王传福却并不讳言比亚迪的人力资源优势并引以为傲。从早期以“人海战术”战胜日本企业的高科技流水线，到后来发挥比亚迪的技术优势，调动万名工程师队伍，大力自主研发电动汽车，在王传福看来，利用好中国的高级人才和低级人才，让其淋漓尽致地发挥作用，才是“中国制造”的真正优势。
从1995年在深圳创业，仅仅用了5年的时间，比亚迪就被冠以“电池大王”的称号，而从2003年正式进军汽车行业之后，又是一个5年，比亚迪成为汽车行业最耀眼的新秀。
文弱书生般的王传福，行事一向低调，如果不是因为汽车行业需要树立品牌形象，他在公众面前出现的次数肯定会更少。“做事重要的是少说一点，把产品做出来。比亚迪有14万人的队伍，我们是一个认认真真的队伍，我们并不比谁聪明，但是我们认真，把每件事做好，这就形成了核心竞争力。核心竞争力就是无数个你看不起的东西集成在一起。”王传福常常这样说。
王传福曾说，“作为一个中国的企业家，我觉得很幸运。”因为中国有两大资源：一是13亿人的广大市场；二是人力资源优势。一方面，成本优势自不必说，比亚迪的“1万工程师团队，顶美国2万工程师。”另一方面，比亚迪公司已经形成了“工作第一”的企业文化：公司有事，肯定要去，手机总要打开。
虽然是制造业起家，但王传福却没有看低“人力”的旧观念。相反，他认为，如果你把人仅仅看作劳动力，他就只能打工；而你把人看作创造者，他就是工程师。因此，所谓的比亚迪模式与其说是“人海战术”，更准确地解读应是“工程师制胜”。
王传福在创立比亚迪之初，就对人工和技术研发极度推崇。只要客户提出要求，他们就能提供从方案设计到最终生产的一站式服务。早期做代工只是比亚迪推出的一种服务，背后卖的是比亚迪自己的技术。而在进入汽车行业后，王传福依然认为，比亚迪应继续充分发挥自己的人力资源优势，而不是盲目地搞汽车全自动生产线。
对人工和技术的重视，让比亚迪很早就意识到了产业链“垂直整合”的重要性。随着比亚迪国际和比亚迪电子在香港的先后上市，比亚迪集团已经拥有了两家上市公司。尤其在巴菲特入股之后，比亚迪的资金实力愈发雄厚。因此，王传福也开始通过收购来加速产业链整合的速度。
2008年10月，比亚迪以近2亿元的资金收购了半导体制造企业宁波中纬。通过这一收购，比亚迪电动车已拥有包括电池平台、汽车平台和电机平台在内的完整产业链。
2009年7月，比亚迪与湖南环保科技产业园签约，全面收购美的三湘客车厂。如此，比亚迪不仅顺利进军商用车领域，还将获得政府对新能源客车的采购，大大增加比亚迪在汽车领域的综合竞争力。
2009年初，中国乘用车联席会公布了2008年完成年初制订销量目标的企业名单，比亚迪与东风本田、东风日产同时出现在名单中。这个入行不到5年的后来者，再度令业界刮目相看。对于王传福“比亚迪汽车的目标是2015年做到中国第一，2025年成为全球第一的汽车生产企业”的宣言，人们心里的怀疑已开始渐渐打消。尽管经济危机让很多企业调低了对公司业绩的预期，但每当在公开场合被问及比亚迪2009的销售目标时，王传福总会坚定地说：“40万辆”。
其实，比亚迪一时的销量并非是王传福最关心的，对于已经决定“下半辈子就做汽车”的他而言，如何发挥中国“智造”的优势，让比亚迪在新能源应用的道路上走得更远，才是最重要的。(
追求：顾客至上，以人为本。尽责尽力，共探共索，一流产品，一流服务。
员工：责任感强烈、务实的员工是比亚迪最重要的资源和第一财富。尊重个性、激发潜能，为员工提供发展平台。正直、忠实、服务、扎实、创新、充满激情且任劳任怨的员工永远是受欢迎的人。
在解雇、薪酬、训练机会、升级或退休等事务上，公司不从事和支持任何于种族、社会阶级、国籍、宗教、残疾、性别、性别取向、工会会员资格或政党的歧视行为，也不干涉员工遵奉种族、社会阶级、国籍、宗教、残废、性别、性别取向和工会的信条、规范或要求的权利。
技术：经济的发展来源于技术的创新，如何将科研成果转化为现实生产力是研发的主要课题。研究服务于生产，生产为研发反馈信息，从而互为补充，相辅相成。发展和巩固我们的核心技术。
精神：爱国、爱厂、爱生活是我们精神的源泉。质量为本、信誉为魂、追求卓越是永恒的企业精神。
文化：团结、严谨、活泼、奋发的人文精神铸就比亚迪人独具魅力的企业文化。“平等、务实、激情、创新”是比亚迪文化的核心，弘扬文化的努力是为了不断提升员工对比亚迪的认同感和凝聚力。
发展：立足高新科技，发展IT行业零部件制造技术，并发挥优势拓展汽车品牌产品和核心的汽车零部件制造技术。依靠我们的技术进步，不断提升我们产品的质量和效率、降低成本，致力于成为中国乃至世界一流、专业的IT精密零部件和汽车整车与零部件制造商。
责任：比亚迪以产业报国，努力将公司升华为社会的企业，得益于社会并回报于社会，增强国力和共同致富。
服务：客户永远是对的。
质量：顾客百分之百的满意——比亚迪人永恒追求的目标。
环境：为了绿色地球和人类未来，公司永远致力于环境保护和可持续发展的战略，保护我们宝贵的资源（能源、原材料、土地、水、空气和生物）和人类的健康和安全。
在比亚迪坪山生产基地六角研发大楼前，总是停着一辆F3DM双模电动车。每天，这辆车都要载着不同肤色的客人在比亚迪基地里转上几圈。从它身上，人们看到的不再是一个简单依靠劳力、东拼西凑的中国制造，而是一支中国本土研发队伍依靠创新集合而成的“中国智造”——这也是21世纪中国企业的方向
2009年1月初的底特律，寒风裹着冰冷的雪花抽打在行人的脸上，金融危机的阴影尚未从美国人心中抹去。一年一度的北美车展如期举行，但无论是参展商数量还是汽车厂商推出新车的力度都远不及往年。一股凄冷的情绪笼罩在这座汽车城的上空。
此时此刻，一位来自中国的企业家却抑制不住地盼望这届车展的开幕——正是上届底特律车展上的一次演示，为他带来了与巴菲特“结缘”的机会。此次二人再度见面，巴菲特已成为比亚迪公司的投资人。
在2009年的车展上，为了显示对比亚迪的信心，巴菲特还主动佩戴上了“BYD”的LOGO，以表明他已是这家中国企业的一分子。很难想象，其实比亚迪只是一家涉足汽车行业不到5年的企业。人们开始对它的创始人产生了浓厚的兴趣，能够获得“世界上最伟大的投资者”的青睐，他是怎样一个人？
这个来自中国的企业家就是王传福。生于皖中的他，既有北方人的大气，又不失南方人的灵秀。同时，在他身上既体现出中国传统企业家百折不挠的坚韧，又有现代企业家目光远大、勇于创新的突破精神。
与中国早期企业家往往是赤着脚板、白手起家不同，王传福创业的最大特点是“起点高”——并不是他拥有殷实、特殊的家庭背景，而是他个人扎实的技术积累以及善于利用中国丰富的人力资源优势。
多年以来，中国企业家的优势总是不可避免的与低廉的人力成本挂钩，但王传福却并不讳言比亚迪的人力资源优势并引以为傲。从早期以“人海战术”战胜日本企业的高科技流水线，到后来发挥比亚迪的技术优势，调动万名工程师队伍，大力自主研发电动汽车，在王传福看来，利用好中国的高级人才和低级人才，让其淋漓尽致地发挥作用，才是“中国制造”的真正优势。
从1995年在深圳创业，仅仅用了5年的时间，比亚迪就被冠以“电池大王”的称号，而从2003年正式进军汽车行业之后，又是一个5年，比亚迪成为汽车行业最耀眼的新秀。
文弱书生般的王传福，行事一向低调，如果不是因为汽车行业需要树立品牌形象，他在公众面前出现的次数肯定会更少。“做事重要的是少说一点，把产品做出来。比亚迪有14万人的队伍，我们是一个认认真真的队伍，我们并不比谁聪明，但是我们认真，把每件事做好，这就形成了核心竞争力。核心竞争力就是无数个你看不起的东西集成在一起。”王传福常常这样说。
王传福曾说，“作为一个中国的企业家，我觉得很幸运。”因为中国有两大资源：一是13亿人的广大市场；二是人力资源优势。一方面，成本优势自不必说，比亚迪的“1万工程师团队，顶美国2万工程师。”另一方面，比亚迪公司已经形成了“工作第一”的企业文化：公司有事，肯定要去，手机总要打开。
虽然是制造业起家，但王传福却没有看低“人力”的旧观念。相反，他认为，如果你把人仅仅看作劳动力，他就只能打工；而你把人看作创造者，他就是工程师。因此，所谓的比亚迪模式与其说是“人海战术”，更准确地解读应是“工程师制胜”。
王传福在创立比亚迪之初，就对人工和技术研发极度推崇。只要客户提出要求，他们就能提供从方案设计到最终生产的一站式服务。早期做代工只是比亚迪推出的一种服务，背后卖的是比亚迪自己的技术。而在进入汽车行业后，王传福依然认为，比亚迪应继续充分发挥自己的人力资源优势，而不是盲目地搞汽车全自动生产线。
对人工和技术的重视，让比亚迪很早就意识到了产业链“垂直整合”的重要性。随着比亚迪国际和比亚迪电子在香港的先后上市，比亚迪集团已经拥有了两家上市公司。尤其在巴菲特入股之后，比亚迪的资金实力愈发雄厚。因此，王传福也开始通过收购来加速产业链整合的速度。
2008年10月，比亚迪以近2亿元的资金收购了半导体制造企业宁波中纬。通过这一收购，比亚迪电动车已拥有包括电池平台、汽车平台和电机平台在内的完整产业链。
2009年7月，比亚迪与湖南环保科技产业园签约，全面收购美的三湘客车厂。如此，比亚迪不仅顺利进军商用车领域，还将获得政府对新能源客车的采购，大大增加比亚迪在汽车领域的综合竞争力。
2009年初，中国乘用车联席会公布了2008年完成年初制订销量目标的企业名单，比亚迪与东风本田、东风日产同时出现在名单中。这个入行不到5年的后来者，再度令业界刮目相看。对于王传福“比亚迪汽车的目标是2015年做到中国第一，2025年成为全球第一的汽车生产企业”的宣言，人们心里的怀疑已开始渐渐打消。尽管经济危机让很多企业调低了对公司业绩的预期，但每当在公开场合被问及比亚迪2009的销售目标时，王传福总会坚定地说：“40万辆”。
    其实，比亚迪一时的销量并非是王传福最关心的，对于已经决定“下半辈子就做汽车”的他而言，如何发挥中国“智造”的优势，让比亚迪在新能源应用的道路上走得更远，才是最重要的。(
可以说，王传福的出现，改变了人们对中国企业家尤其是传统行业企业家的印象，他们不再是读书很少、只会空喊口号的大老粗，相反，王传福善于谋略，精于运筹，既懂得自我剖析，又能把握天下大势。他曾直言，比亚迪一路走到今天，他所做的决策98％以上是正确的。
现在，在比亚迪坪山生产基地六角研发大楼前，总是停着一辆F3DM双模电动车。
每天，这辆车都要载着不同肤色的客户在比亚迪基地里转上几圈。从它身上，人们看到的不再是一个简单依靠劳力、东拼西凑的中国制造，而是一支中国本土研发队伍依靠创新集合而成的“中国智造”——这也是21世纪中国企业的方向。 大胆的汽车梦
进入2000年，比亚迪已在全球电池业显露出霸主风范：在镍镉电池领域，位居全球排名第一，在镍氢电池和锂电池领域则分列第二、三名。时至今日，在手机电池市场上，能与比亚迪一争高下的只有老牌电器公司日本三洋。
创业不到10年，就能在全球电池行业雄踞一方，王传福似乎有理由将公司的发展速度放慢一点了，然而，他却不希望比亚迪仅仅和电池划上等号，他心中一直隐藏着一个更为庞大的发展蓝图。
很多人以为王传福是坐稳电池业头把交椅之后才萌生了进军汽车业的念头，事实上，心思缜密的他很早就意识到可以将比亚迪电池的优势应用于电动汽车行业，因此从1996年起，比亚迪就开始了电动汽车的电池研发。2002年底，比亚迪正式组建了电动车项目部，开始研发纯电动轿车项目。
由于受政策等各方因素的限制，民营企业进入汽车行业并非易事。在比亚迪之前，吉利是中国唯一一家成功进入汽车领域的民营公司。王传福当然不会坐等政策自动放开，他开始主动寻找机会。在多方考察之后，王传福相中了一家偏安于西北的汽车制造商。在主动找到对方并商谈了3个多月之后，对方同意售出股份。
2003年1月23日，比亚迪集团旗下在香港主板上市比亚迪股份，以2.54亿港币的价格收购了西安秦川汽车有限责任公司77%的股权。然而，消息一经传出，证券分析师纷纷表示不解：比亚迪为何斥巨资收购一家与主业无关的公司？对于外界的质疑，王传福平静地解释：比亚迪收购秦川汽车的行动是为5-10年后的盈利做准备。尽管未来3年如果仅仅依靠电池业，比亚迪也同样能保持较高的业绩增长。但作为董事长，他要考虑的是如何保障企业10年后的增长问题。他坦言：“因此，现在必须寻找高盈利产品。汽车动力电池项目将决定我们的未来。”
其实，在选中秦川汽车之前，王传福曾看过好几家汽车企业，但他认为，秦川汽车的规模和素质都比较符合比亚迪的胃口，因此才做出购买的决定。而在比亚迪之前，海南汽车、华晨汽车也对秦川汽车流露出收购之意，但都没能谈判成功，最终，反而是比亚迪这个汽车业的门外汉拔得头筹。
然而，由于秦川汽车在2002年的凈利仅为70多万元，因此业内对其未来的成长空间及在中国汽车业的竞争力深表怀疑。但王传福却认为，暂不论秦川汽车的载体作用，仅就收购本身而言，这项收购也会提高比亚迪的每股收益。
事实上，令王传福真正心动的是中国轿车市场的广阔前景，在他看来，其60％以上的年增长率绝对是块吸引人的“肥肉”。比亚迪收购秦川汽车的意义在于建立起一个汽车电池产业化的平台。“有了这个平台，比亚迪电动汽车电池产业化的进程将加快2-3年。如果仅仅通过与汽车厂合作推进汽车电池项目，不仅会影响进程，比亚迪还无法掌握主动权。”王传福说。
收购秦川汽车，被视为是比亚迪正式进入汽车业的标志。