

# BBA财报出炉： 奔驰利润最多 宝马销量最高

本报记者 陈燕南 童海华 北京报道

随着奥迪集团正式对外公布财报，德系豪华车三强BBA均已交出了2021年的成绩单。

在新冠肺炎疫情、芯片危机的重压之下，BBA的财报业绩依然亮眼，展现出了抵御风险环境的强大韧性。其中，梅赛德斯-奔驰营收和净利润远超预期，2021财年，以

1680亿欧元的营业收入和234亿欧元的净利润位列BBA之首。宝马集团紧随其后，2021财年营业收入达到1112亿欧元，净利润达到124亿欧元。奥迪集团收益增长同样显著，排位第三。2021财年营业收入达到530.68亿欧元，较上一年相比增长6.2%；净利润为55亿欧元。

目前，汽车行业正处于新旧动能转换的“攻坚期”，同时还面临着供应

链安全、原材料价格上涨种种挑战，为何BBA的转型能够初见成效？梅赛德斯-奔驰向《中国经营报》记者表示，尽管疫情和半导体供应链瓶颈对业务造成了影响，但得益于产品阵容的不断优化，高端车系大幅增长和二手车业务的良好表现，企业全新架构的确定，梅赛德斯-奔驰乘用车业务板块固定成本降低了16%，单车营业额增加了26%。

奥迪集团向记者表示，除了对于半导体供应短缺的积极管理、出色的成本优化外，对财务表现产生积极影响的因素还包括良好的定价策略、资产残值管理以及兰博基尼和杜卡迪品牌的出众表现。宝马集团方面则表示，得益于更合理的定价和完善的产品阵列，2021年宝马集团汽车业务营收大幅攀升至954.76亿欧元，同比增长18.1%。

## 营收利润双增长

虽然梅赛德斯-奔驰整体销量下滑，但是高端车系销量增长30%，单车营业额增加了26%。

2021年，BBA中仅有宝马实现销量增长。数据显示，宝马集团全球销售252.15万辆，同比增长8.4%，成为当之无愧的豪华车销冠。在被视作未来主导的新能源市场上，宝马集团的销量也取得了不错的成绩，在全球销量中，新能源车占比达13%，达328314辆。

宝马集团董事长齐普策表示：“2021年的业务发展证明宝马集团的转型已经初见成效。我们坚持既定战略，在正确的时间向市场提供正确的产品。同时，我们的团队紧密协作，共克时艰。对于宝马集团而言，大刀阔斧实现转型与漂亮的财务业绩完全可以并行不悖。”

得益于销量的增长，宝马集团2021财年各项财务数据刷新了历史记录。集团总收益达到1112.39亿欧元，同比增长12.4%。集团税前收入取得了强劲增长，达到160.6亿欧元的历史新高，同比增长207.5%。集团净利润达到124.63亿欧元，同比增长223.1%。拟用于向股东分配的利润达到38.27亿欧元，每股分红水平创下新纪录。

虽然梅赛德斯-奔驰的销量不及宝马，但是成为了BBA中营收和利润最高的车企。

数据显示，2021年，梅赛德斯-

奔驰乘用车和轻型商用车总销量为233.02万辆，同比下降5%，梅赛德斯-奔驰乘用车销量降至205.50万辆。但是其盈利能力进一步增强。2021财年，梅赛德斯-奔驰营业额达1680亿欧元，同比增长8.88%；净利润为234亿欧元，同比增长48.4%，扣除已经独立的戴姆勒卡车及客车业务板块，全年实现净利润142亿欧元。

有分析认为，梅赛德斯-奔驰这一表现有力地说明了车企正从“规模论”向“高溢价”转型。虽然梅赛德斯-奔驰整体销量下滑，但是高端车系销量增长30%，乘用车和轻型商用车的电动车型交付大幅增长64%。

包含梅赛德斯-迈巴赫、梅赛德斯-AMG、G级车、S级轿车、GLS SUV和EQS在内的高端车系均在2021年创下新的销量纪录，自2021年6月起，除10月受供应短缺影响外，梅赛德斯-迈巴赫在中国的月销量均增长到1000余辆。同时，梅赛德斯-奔驰轻型商用车也持续推进电动化战略，纯电动车型销量同比增长超一倍。梅赛德斯-奔驰乘用车和轻型商用车调整后销售利润率由上年同期的6.9%上涨至12.7%。

奥迪集团也采取了同样的策略，2021财年，奥迪集团销售收入达



在新冠肺炎疫情、芯片危机的重压之下，BBA营收利润实现了双增长。 本报资料室/图

530.68亿欧元。但是得益于奥迪Q3、奥迪Q5、奥迪e-tron家族以及兰博基尼和杜卡迪品牌的良好定价策略和强劲的市场表现，集团销售收入较2020财年的499.73亿欧元增长了6.2%。除销售收入提升外，受益持续的成本优化、原材料对冲和货币汇率正向效应的积极影响，使奥迪集团2021财年的营业利润达到54.98亿欧元。

BBA汽车业务的毛利率同样也证明了他们在汽车业务的盈利能力。2021财年，BBA汽车业务毛利率均大幅提升，其中宝马高达17.6%，奔驰为12.7%，奥迪达10.7%。

利润的高额增长也离不开过去一年BBA在研发方面的持续投入。2021财年，梅赛德斯-奔驰研发投入77亿欧元，相比2020财年增

加5亿欧元，研发支出约占总收入5%。宝马集团研发总投入达62.99亿欧元，较前一年增长10.7%。奥迪集团研发投入39.3亿欧元，占总营收7.4%。

目前，BBA对其2022财年的业绩预期表示乐观。宝马集团预计，2022财年其汽车息税前利润将保持在8%~10%；奥迪集团预计，2022年将实现180万~190万辆汽车交付量，销售收入预计在620亿~650亿欧元之间，经营销售利润率预计将在9%到11%之间；梅赛德斯-奔驰虽态度谨慎，但也表示2022年营业额会有小幅增长，持续运营业务的息税前利润将与上年持平。其中高端车系销量有望增长超过10%，梅赛德斯-奔驰乘用车业务板块2022年调整后销售利润率预计为11.5%至13%。

## 展开新一轮电动角逐

在奥迪集团内部，奥迪品牌、宾利品牌、杜卡迪品牌和兰博基尼品牌将在未来实现更加紧密的合作。

纵观BBA的财报，宝马集团以“未来是电动化的、数字化的和可循环的”为主题，梅赛德斯-奔驰则将聚焦电动化与豪华定位作为标题，奥迪集团则强调“未来是电动的、自动化的、互联的。”足见BBA在转型之路上的决心，并且三大巨头在财报中也开启了新一轮的电动车型的布局。

此次财报会上，宝马集团宣布电动化进程再提速。按照计划，宝马在2022年量产及试生产纯电动车型将达15款，覆盖约90%的细分市场，包括iX、i4、iX3，以及X1、3

系、5系等，其中宝马i7与全新7系将于4月份北京车展首发亮相。宝马集团董事长齐普策表示：“全新一代BMW 7系是我们在豪华汽车领域成功增长战略的下一张王牌。”此外，作为新能源技术的又一重点，宝马集团正稳步推进氢燃料电池技术发展，今年，BMW iX5 Hydrogen氢燃料电池车也将进行小规模量产。

奔驰则在财报会上宣布2022年至2030年期间在纯电动车型方面的投资将超过400亿欧元；自2025年起，奔驰所有新发布的车型

架构将均为纯电平台。在汽车软件方面，奔驰计划从2024年开始推出梅赛德斯-奔驰操作系统（MB.OS），并提供新的数字服务及功能，以便更灵活地响应客户需求。

而奥迪集团正在谋划一场联合“棋局”。“在奥迪集团内部，奥迪品牌、宾利品牌、杜卡迪品牌和兰博基尼品牌将在未来实现更加紧密的合作。例如，各方将共同制定电动出行和数字化技术的联合规划。”奥迪集团方面表示，“对于2022年的财务表现可能会将宾利品牌纳入考虑

范围。预计将发挥价值高达九位数的协同潜力。”

在明晰的目标引领下，奥迪正在向电动化大步前进。奥迪集团宣布，自2026年开始，奥迪面向全球市场发布的新车型将全部为纯电动车型。2026年，奥迪计划将提供超过20款纯电动车型。奥迪董事会主席杜思曼表示，未来，软件将是我们利用协同效应和创新的巨大杠杆。奥迪将依托大众CARIAD部门的开发力量，联合开发电子电气架构及集团所有品牌的统一操作系统。

# 北京现代获中韩股东 增资约60亿元 发布全新战略规划

本报记者 陈茂利 北京报道

近日，《中国经营报》记者从北京现代方面获悉，北汽投及现代汽车两家股东联合向北京现代增资。双方各增资约4.71亿美元（约合人民币30亿元），共计约9.42亿美元（约合人民币60亿元）。

据了解，本次增资分为两个阶段，2022年6月30日前，股东双方将缴付增资额度的50%，并于2022年12月31日前缴付剩余增资额度。本次增资后，北汽投与现代汽车两家股东持股比例依旧保持不变，各占50%。

对于中韩股东的加持，北京现代方面表示，“通过本次增资，北京现代可全面提升运营资金水平，并将协同

股东进一步加大战略资源投入，从而改善自身企业经营状况，不断提升中国汽车市场地位。本次增资还将为北京现代的新产品导入、加大新能源汽车领域布局、扩大出口等业务提供有力资金保障。”

据韩媒businesskorea报道，现代汽车日前表示，此次增资，是为了扩大电动化汽车事业。

“中国是全球最大的汽车市场，尤其是这两年新能源汽车市场增长明显，北汽集团和现代汽车都不想错过发展机会。”汽车分析师张翔在接受记者采访时指出，“双方增资之后，北京现代将拥有更多的研发费用开发新能源平台和产品，从而拓展中国新能源汽车市场。”

## 增资加快电动化布局

合计增资约60亿元，但无论是北汽集团还是现代汽车都明确指出，增资的一项重要原因是为加快电动化布局。当前电动化浪潮席卷全球，大众、丰田、日产等一众车企都在加大投资以加快全面电动化，现代汽车自然也不能落后。

在近期现代汽车举办的“2022年CEO投资者日”活动上，现代汽车公布了其到2030年的新电气化战略，计划通过17款纯电动车的投放，其中现代汽车旗下11款，捷尼赛思旗下6款，以及近793亿美元的软硬件技术投资，助其在2030年实现全球电动汽车销量187万辆和7%的电动车市场份额。

要拿到全球7%的电动车份额，难度不小，且离不开中国市场的支持。截至2021年，中国新能源汽车销量连续七年全球第一。2021年，新能源汽车产销分别完成354.5万辆和352.1万辆，同比增长1.6倍。基于良好的增长势头，中汽协预测，

“2022年新能源汽车销量将达到500万辆，同比增长42%，市场占有率有望超过18%。”

面对全球最大的新能源汽车市场，被现代汽车赋予重任的北京现代明确提出，计划至2030年投放13款纯电动车，且多数产品将在E-GMP平台下诞生。

另外，为了达成庞大的销量计划，现代汽车给出了2030年电气化战略计划中包含三个关键要素，分别为提高生产能力、产品竞争力和软件能力。

在提升产品竞争力方面，现代汽车方面透露，将投资160亿美元开发专门的电气化技术，并在2025年引入全新的集成模块化架构（IMA），同时现代汽车还将开发下一代电池技术，最大限度地提高锂电池的效率。

软件方面，现代汽车计划投入约100亿美元，来提升其在互联互通和自动驾驶等领域的软件竞争力。

下转 C10



# 热烈祝贺

# 广州鹿山新材料股份有限公司

# 成功上市

股票简称：鹿山新材 股票代码：603051

广告