

大众冯思翰：中国市场比任何时候都跑得更快

本报记者 张硕 童海华 北京报道

“唯一能确定的是，我从来没有后悔来中国。”

近日，大众汽车集团(中国)发布最新销量数据显示，2022年上半年，大众汽车集团(中国)与其合资企业在中国内地及香港市场共交付汽车超147万辆，同比下降20.5%。不过，进入6月，随着上海等多地新冠肺炎疫情得到有效控制、复工复产有序推进，大众集团在华业务快速提升。6月，大众集团在华累计交付汽车约34.08万辆，同比增长27.2%，环比增长47%。

与此同时，今年上半年，大众汽车品牌纯电动汽车销量增长达462%，集团旗下各品牌的纯电动汽车合计销量增长247%。7月15日，大众汽车集团(中国)CEO冯思翰接受了他任期内最后一次媒体专访，随后即将回到德国。这位在华“征战”近十五载、深谙中国汽车市场的老将，称自己已经是“半个中国人”。

在他看来，推动大众安徽的股比增持，使集团持股比例达到75%，保障供应链稳定，促进大众集团与中国本土动力电池企业国轩高科的合作与发展，成立CARIAD中国子公司，进一步提升软件研发实力，是他任职大众中国CEO期间三个“最正确的决策”。

此外，他不讳言仍有一些遗憾，但从未后悔当初选择来中国。

“我们下半年的另一个关键目标是希望稳定我们的生产和供应链，确保按照计划进行交付。希望2022年可以达到接近2020年水平的销量数据。”冯思翰对《中国经营报》等媒体记者表示。

谈及十多年来在华的感受，他表示，这些年，中国发生了巨大的变化，中国是一个非常开放、包容、暖心的国家。这也是他人生中非常重要的部分。

而对于继任者——大众汽车集团董事会成员贝瑞德，冯思翰表示，其已经非常了解当前的中国市场，并深知大众集团当下已经走出了“舒适圈”，国际品牌想要在竞争激烈的中国市场尤其是电动车市场取得较大份额并非易事。

如果选择一句话送给贝瑞德，那就是：“你要面对的是一个比任何时候都跑得更快的中国市场。”显然，贝瑞德已经做好了准备。

市场在复苏

冯思翰表示：“大众集团在中国拥有过很多‘高光时刻’，不少产品都可以称之为彼时中国汽车业的‘风向标’，但到了2022年，我必须承认在很多方面欧洲已经不能再奠定汽车产业发展的基调，特别是在新能源汽车、智能网联、自动驾驶等创新领域，中国或将引领未来10到20年全球汽车行业的技术发展。”

“我和贝瑞德先生交流非常紧密。从去年12月开始，差不多每周我们都会有一两次交流，沟通中国市场相关话题。”谈及继任者贝瑞德的“准备工作”，冯思翰介绍道，“我们要从各个方面都匹配上中国市场发展的步调。”

相关资料显示，2022年4~5月份，在疫情和供应链受阻的情况下，大众汽车集团在中国市场销量有所下滑。

6月，随着上海等多地疫情得到有效控制、复工复产有序推进，集团业务表现快速提升。分析认为，这显示出被疫情抑制的巨大消费需求正在得到释放。大众集团在纯电动汽车市场延续高速增长态势。

深耕本土化

大众集团注重本土化人才的培养，近期成立的大众汽车(安徽)数字化销售服务有限公司、CARIAD中国子公司均有本土化人才“带队”。

作为一位深刻洞察中国汽车市场变迁的“抉择者”，冯思翰坦言：“我们已经看到，新能源汽车市场不再由传统外资车企主导，而是形成了‘本土企业加特斯拉’的格局。中国的本土车企不断地为中国本土市场开发新技术，满足中国客户的需求，同时在向全球推广其先

加码在未来

展望未来，2023年初，ID.家族的未来旗舰——ID.AERO概念车的量产版车型将在中国亮相，并将于2023年下半年开始交付。

“插电混动和增程都是过渡性技术，我们会在接下来几年中推出新一代的插电混动车，但2025年之后，我们会全力转向纯电动车型。”相关资料显示，自首款ID.车型在中国市场推出以来，目前大众汽车品牌已经在中国市场投放了5款ID.家族车型。

本次专访，冯思翰也回应了当前的几个行业热点话题。他表示，到2030年，大众集团在中国销售的新车中可能有60%会是纯电动汽车。未来，大众集团不会大规模地投入插电混动市场，而是

“集团正在全速推进复苏计划，消费者需求已于6月开始回暖，预计集团销量在今年下半年将显著提升。”冯思翰表示，“我们为新能源汽车设立了更高的目标，即ID.系列全年销量实现超过翻倍增长。我们当下的首要任务是重振消费者信心，并确保稳定的生产和供应链。全面复苏已经开始。如疫情持续可控，芯片供应得到进一步改善，我们对今年下半年集团的市场表现保持乐观。”

相关资料显示，为了支持这一目标的实现，大众集团已在中国约100个城市布局了227个ID.城市展厅，到今年年底会增加到300个。中国也成为大众汽车集团全球唯一一个为ID.车型设立专属

的标准，这就和大众汽车集团在上世纪70至90年代的情况类似。大众集团必须要充分认识到，必须进一步推动本地化，把更多的研发资源配置到中国。”

具体到如何应对上述情况，冯思翰表示，大众集团将CARIAD在欧洲以外的第一个

销售模式的市场。代理制模式在德国也实行，但是ID.车型专属的销售模式只在中国市场拥有。

此外，记者注意到，在消费需求反弹的同时，自6月1日起，大众(中国)针对多款燃油车推出车辆购置税减免政策，这在一定程度上纾解了第二季度疫情对市场的影响。

谈及眼中中国汽车市场的成长与发展，冯思翰作为亲历者表示：“大众集团在中国拥有过很多‘高光时刻’，不少产品都可以称之为彼时中国汽车业的‘风向标’，但到了2022年，我必须承认在很多方面欧洲已经不能再奠定汽车产业发展的基调，特别是在新能源汽车、智能网联、自动驾驶等创新领域，中国或将引领未来

分支机构落户在中国，就是为了推动中国本土研发。“我们必须要和本土的合作伙伴及本土的工程师进行合作，从而匹配中国发展的速度。在我看来，中国发展的速度是由初创企业到成熟企业共同推进的。”

此外，大众集团注重本土化人才的培养，近期成立的大

同的换电标准而造成换电网络的重复建设。此外，他强调，在制定统一标准的过程中也要注意避免形成行业垄断，保持行业内合理的竞争。对大众集团来讲，如果在纯电动汽车市场，能够在中长期实现15%到20%的市场份额，就像燃油车市场一样，也要配套建立自己的换电网络，并实现规模效益。“我们仍在研究其可行性。换电模式在使用初期对客户来说灵活性很大，客户可以根据自己的实际需要选择配备多少续航里程的电池。”

冯思翰介绍道。展望未来，2023年初，ID.家族的未来旗舰——ID.AERO概念车的量产版车型将在中国亮相，并将于2023年下半年开始交付。此外，为了持续优化ID.家族用户的用车体验，首次OTA远程升级将于2022年下半年推出。

此外，冯思翰介绍，国轩高科正在推进为集团生产和供应磷酸铁锂标准电芯的项目。由国轩高科生产的标准电芯既会供应给大众中国还会加载到欧洲生产的产



关于中国市场，冯思翰告诉继任者贝瑞德：“一定要做好准备，比此前任何时候都跑得更快。”

10到20年全球汽车行业的技术发展。”

众汽车(安徽)数字化销售服务有限公司、CARIAD中国子公司均有本土化人才“带队”。大众安徽工厂已经基本准备就绪，首台白车身已成功下线，预计量产车将于下半年下线，为2023年下半年实现量产投产做好测试工作。

此外，奥迪一汽新能源汽车

冯思翰介绍道。

展望未来，2023年初，ID.家族的未来旗舰——ID.AERO概念车的量产版车型将在中国亮相，并将于2023年下半年开始交付。此外，为了持续优化ID.家族用户的用车体验，首次OTA远程升级将于2022年下半年推出。

此外，冯思翰介绍，国轩高科正在推进为集团生产和供应磷酸铁锂标准电芯的项目。由国轩高科生产的标准电芯既会供应给大众中国还会加载到欧洲生产的产

车有限公司已于6月奠基，该生产基地将于2024年开始投产基于PPE(Premium Platform Electric)平台的奥迪纯电动车型。其产品是专为中国市场打造的，基于PPE平台生产的纯电动车型。奥迪A6 e-tron以及奥迪Q6 e-tron系列的3款车型将率先投产。

术将在欧洲实现产业化。

“开迈斯目前的进展和客户反馈都非常好，我们在中国也赢得了‘中国充电桩行业最佳运营服务创新奖’。开迈斯计划到2025年建设约1.7万个充电终端。”冯思翰补充道。

采访的最后，冯思翰表示，尽管即将离开中国，但心仍会与这片陪伴了他职场生涯近一半时光的土地在一起。“在中国将近15年，我有时候甚至不知道形容自己是半个中国人，还是半个德国人……”

汽车业半年业绩预告出炉：长城、比亚迪、长安业绩预增

本报记者 陈茂利 北京报道

近日，汽车业上市公司陆陆续续发布上半年业绩预告。据不完全统计，截至7月28日，近80家汽车业上市公司中，超30家发布了2022年上半年业绩预告，其中约有2/3实现盈利。

《中国经营报》记者梳理发现，乘用车板块中，比亚迪、长安、长城三家企业业绩预增；商用车板块中，潍柴动力、一汽解放、东风汽车、中通客车等车企净利润为正。

值得关注的是，2022年上半年，新能源汽车板块毫无悬念成为赢家。比亚迪以64.14万辆的销量，同比增长315%的成绩一举夺得上半年全球新能源汽车销量冠军，同时打破了“增收不增利”的怪圈。

新能源汽车上游锂矿厂商更是赚得盆满钵满。据不完全统计，13家锂矿上市公司披露上半年业绩预告，全部大幅预增。其中锂业巨头天齐锂业上半年净利润增幅超过110倍。

对于净利润实现大幅度增长，多家动力电池材料厂商在业绩预告中提及，“受益于全球新能源汽车景气度提升，锂离子电池厂商加速产能扩张，下游正极材料订单回暖等多个积极因素的影响。”

中汽协发布数据，2022年1~6月，新能源汽车产销分别完成266.1万辆和260万辆，同比均增长1.2倍，市场占有率达到21.6%。

“下游新能源汽车市场快速增长，导致上游动力电池原材料一时之间供不应求，锂矿企业有很强的议价权。”江西新能源科技职业学院新能源汽车技术研究院院长张翔接受采访时指出。

自主头部车企业绩预增

停产燃油车，乘着新能源汽车的“东风”，2022年上半年，比亚迪打破了“增收不增利”怪圈。

比亚迪发布的2022年上半年业绩预告显示，预计2022年上半年归属上市公司股东的净利润为28亿元~36亿元，同比增长138.59%~206.76%；扣除非经常性损益后的净利润为25亿元~33亿元，同比增长578.11%~795.11%。

记者关注到，这一数据与2021年全年比亚迪净利润水平(30.45亿元)持平甚至有望超越。

上游企业赚得盆满钵满

记者关注到，多家车企在业绩预告中提到，上半年面临原材料及芯片成本上涨带来的压力，尤其是当下发展得如火如荼的新能源汽车业务。

“当前动力电池产业链上游价格高。动力电池成本已占据整车成本的40%~60%，而且还在不断增加，那我现在不是在给宁德时代打工吗？”这是广汽集团董事长曾庆洪在近日举行的2022世界动力电池大会上说出的一番话。

是否真如曾庆洪所说“整车企业在给宁德时代打工”？截至7月28日，宁德时代尚未发布业绩预告。不过，从宁德时代第一季度财报可以窥视一些情况。2022年一季度，由于部分电池原材料

对于2022年上半年业绩表现，比亚迪方面表示，“本集团新能源汽车销量增长势头强劲，屡创历史新高，市场占有率遥遥领先，同比实现迅猛增长，推动盈利大幅改善，并一定程度上对冲了上游原材料价格上涨带来的盈利压力。”

上半年，比亚迪累计销量超64.14万辆，同比增长315%，一举超越特斯拉，成为上半年全球新能源汽车冠军。

2022年上半年，长安汽车归属于上市公司股东的净利润50亿

元~62亿元，同比增长189.14%~258.54%，扣除非经常性损益后的净利润25亿元~35亿元，同比增长237.95%~373.13%。

对于报告期内净利润、扣非后净利润同比大幅增长，长安汽车表示，“主要得益于公司品牌持续向上，产品结构持续优化，自主品牌盈利能力持续提升。”

记者关注到，今年上半年，共有19家机构对长安汽车2022年盈利作出预测，预测2022年净利润均值为77.06亿元，同比增长116.92%。

新能源汽车增长，汽车产业链上游锂矿企业赚得盆满钵满。

今年以来，在锂原料供应相对紧张及产业需求上升的双重刺激下，锂盐价格达到历史新高。根据中国无机盐工业协会锂盐行业分会统计数据，上半年电池级碳酸锂价格从年初的27.95万元/吨一度上涨到50.4万元/吨。到了6月，价格逐渐回稳至47万元/吨上下，全球锂盐企业盈利水平显著提升。

锂业龙头天齐锂业预计，上半年净利润增幅超过110倍；天齐锂业发布业绩预告显示，预计上半年净利润为96亿元~116亿元，同比增长11089.14%~13420.21%。上年同期天齐锂业

净利润8579.75万元，不足1亿元。当仁不让，盐湖股份上半年净利润也实现325.63%~344.55%同比增长，盈利90亿元~94亿元。赣锋锂业预告，2022年上半年净利润72亿元~90亿元，相比上年同期增长408.24%~535.30%。

相比其他几家锂矿企业，盛新锂能抢在7月份发布了半年度报告。盛新锂能上半年实现营业收入51.33亿元，同比增长325.76%；实现净利润30.19亿元，同比增长950.4%。值得一提的是，此前盛新锂能发布的业绩预告中净利润上限才29亿元。实际净利润比预告业绩中的净利润足足多了22.33亿元。

动力电池电解液核心材料六氟磷酸锂龙头企业多氟多发布的业绩预告显示，2022年上半年预计实现净利润13亿元~15亿元，同比增长322.17%~387.12%。三元正极材料龙头容百科技预计，2022半年度实现净利润为7.1亿元~7.6亿元，与上年同期相比增长121.18%~136.76%。

银河证券在研报中指出，三季度在终端新能源汽车景气拉动下，锂电产业链电池厂商与正极材料厂商排产持续提升，拉动上游锂需求恢复，锂价企稳反弹，而锂电产业链整体对锂盐的补库行为或将带动三季度锂盐价格继续上涨或将创出新高，锂矿企业三季度业绩有望延续高增长。