

兰博基尼保罗·波马：分两阶段迈向电动化未来

本报记者 陈燕南 童海华 北京报道

“这是一个充满挑战的时期，但兰博基尼凭借明晰的长期战略成功应对，这也得益于品牌的强大吸引力。今年上半年的业绩表现凸显了兰博基尼积极的发展趋势，也更加坚定了我们的信念——兰博基尼将在2022

年取得较前一年更加显著增长的成绩。未来几年将年盈利提升率提升到22%~25%。”兰博基尼汽车公司（简称“兰博基尼”）执行总经理兼首席财务官Paolo Poma（保罗·波马）对《中国经营报》记者表示。

记者从兰博基尼方面获悉，今年上半年，兰博基尼全球交付

量为5090辆，较去年同期增长4.9%。在财务指标方面，公司营业额达到13.3亿欧元，与去年同期相比增长30.6%；营业利润较去年同期增长69.6%，由2.51亿欧元增至4.25亿欧元，营业利润率为31.9%，去年同期为24.6%。上半年盈利能力的提升得益于销量的增长、产品系列的多样化、更高层

度的个性化定制，以及正面的汇率因素。

据了解，自今年年初以来，兰博基尼不断保持积极发展势头并再次创下全新纪录：截至6月底，公司在销量、营业额和盈利能力方面均达成历史最佳成绩，而对于创下最佳业绩的原因，保罗·波马也进行了解答。

“长足的发展需要更高的盈利率做支撑”

兰博基尼正在为电动化做准备，2023年将推出首款混合动力量产车型，2025年至2030年将开启全面电动化时代。

保罗·波马认为，更高的产品盈利率是兰博基尼获得长足发展的重要因素之一。

事实上，得益于新车型的发布和高效的管理，兰博基尼2021年营业利润也提升至前所未有的水平。公司营业额为19.5亿欧元，相较2020年增长19%，营业利润率达到20.2%，与2018年相比翻了一倍多，营业收入为3.93亿欧元，与2020年（2.64亿欧元）相比增加31.29亿欧元。而2022年上半年也在不断增长，营业利润较去年同期增长69.6%，由2.51亿欧元增至4.25亿欧元，营业利润率为31.9%，去年同期为24.6%。

保罗·波马表示，在这两年里，得益于及时的应对和恢复能力，兰博基尼得以继续增长，特别是在营业利润率方面，已逐渐达到与奢侈品行业中最优的品牌一致的水平。兰博基尼计划在未来几年实现一个更具挑战性的财务目标：将年盈利率提升到22%~25%。

保罗·波马还表示，对于一家持续发展的公司来说，其固定成本必然会增加，但是对此进行重视以及分析是很有必要的。与此同时，固定成本的增加必须始终在预期增长的范围之内。在公司主营业务增长的同时，管理费用也将相应增加。然而，这方面的费用增加也必须得到控制，并保持其在财务目标可持续发展的参数范围内，从而使我们能够维持目前的利润率。

“兰博基尼还在探索新技术，并且谋求持续发展的道路。技术创新始终植根于兰博基尼的基因中，也是通向未来新可能性的桥

梁。”保罗·波马表示。

谈及今后的首席财务官需要具备什么核心技能时，保罗·波马则表示，首席财务官的角色近年来发生了很大变化，越来越多地从控制和管理交易转向监督以及分配资源继而创造价值。该角色的工作不仅仅是涉及财务、会计、风控和管理，而是作为商业合作伙伴的角色变得愈加重要。因此，CFO需要帮助评估各利益相关方的可选项和备选方案，并挑选那些具有最优价值、最有前景的方案，并将可用资源分配其中。

保罗·波马进一步表示，未来的CFO需要更加适应时代的大趋势，尤其是汽车行业的两大趋势：其一是通过电动化实现可持续发展，顺应行业的变革；其二是数字化，它使汽车更加贴近年轻一代。此后，作为企业管理层的首席财务官将要更深入地参与到公司整体策略的制定中。

据了解，兰博基尼正在为电动化做准备。此前，兰博基尼宣布了以金牛座星群中最闪亮的一颗而命名的“Direzione Cor Tauri”（向金牛座之心前进）发展规划，引领兰博基尼分两阶段迈向电动化未来，同时始终坚守品牌基因。首先是混合动力转型时期，公司将于2023年推出首款混合动力量产车型，于2024年底实现所有产品线的混动化，并将二氧化碳排放量减少50%。最后阶段是全面电动化时期，开启于2025—2030年，其间，兰博基尼将推出第四条产品线，也即纯电动车型，与混合动力车型并列齐驱。

“稳健的发展需要持续扩大产品范围”

SUV车型Urus是兰博基尼品牌最畅销的产品，占全部销量的61%，超级跑车Huracán和Aventador共占39%。

在保罗·波马看来，兰博基尼稳健的发展首先是通过扩大产品范围来拓展商业的发展。“兰博基尼所处的行业完全是由产品驱动的，这是一个不容忽视的事实。公司通过资源分配，开发并支持超级跑车衍生车型策略，同时开发了第三款车型Urus，这使公司实现了重要的飞跃。”他表示。

就各车型而言，SUV车型Urus是兰博基尼品牌最畅销的产品，占全部销量的61%，超级跑车Huracán和Aventador共占39%。

据了解，Urus自2018年上市以来共生产2万台，销量逐年创下新高。Urus车型的推出使兰博基尼汽车公司的产量翻倍，并推动总部工厂的面积也扩大了一倍，从8万平方米增加到16万平方米。与此同时，为支持Urus项目，兰博基尼在4年时间里聘用了500多名新员工。

“继2017年12月发布后，兰博基尼Urus在2018年春季开启了全球客户鉴赏之旅，仅在4个月内就造访了114个城市。其间，超过70%的原始订单来自首次购买兰博基尼的新客户。”兰博基尼方面向记者表示。

目前，兰博基尼还在积极开发新车型。在今年的新车型中，4月推出的Huracán Tecnica受到了极其热烈的欢迎：这款后驱车型采用全新设计并搭载最新一代V10发动机，在公路和赛道上均能提供极致的驾驶乐趣和非凡的性能表现。Huracán Tecnica 承袭Huracán STO的发动机和赛道实力，采用后轮驱动和后轮转向。

相较于Huracán EVO后驱版，Huracán Tecnica净重减轻10千克，动力提升30马力，优化的空气动力学设计使尾部下压力增加35%，阻力减少20%。自8月起，兰博基尼还将推出三款新产品：两款Urus和一款Huracán车型。

事实上，兰博基尼2021年全年销量成绩就不俗，全球共售出8405辆汽车，比2020年增加了13%。Urus也是最畅销的车型，交付了5021辆，占总销量的59.74%。此外还售出了2586辆Huracán和798辆Aventador。

另外，兰博基尼全球三大区域市场销量占比较为均衡。数据显示，今年上半年，美洲区域为34%，亚太区域为25%，欧洲、中东及非洲区域为41%。具体而



兰博基尼汽车公司执行总经理兼首席财务官Paolo Poma(保罗·波马) 本报资料室/图

言，美国以1521辆的销量成绩位列第一，中国内地、香港及澳门以576辆的销量位列其后，其次是德国（468辆）、英国（440辆）和中东市场（282辆）。

“这不是一蹴而就的，新产品的开发周期可能长达五年之久。这是经过多年发展而形成的流程，与此同时，我们会选择性地评估产品在其系列中的定位，并提升其在特定市场和细分市场中的机会。”保罗·波马表示。

此前，史蒂芬·温科尔曼（Stephan Winkelmann）在接受记者采访时表示，“兰博基尼创造

佳绩主要有以下几个原因：首先，兰博基尼是深受年轻人喜爱的品牌。在中国，我们的许多客户也非常年轻。经过多年的努力，我们将兰博基尼打造成了很多客户的梦想之车。其次，市场购买力资金充足。因出行限制，人们很长一段时间内无法正常消费，即便现在限制政策略微宽松，自由出行依旧困难，但是人们仍然期望回归正常。所以，得益于经济强劲复苏的总体形势和兰博基尼强大的品牌力，使得我们在2021年取得了历史最佳成绩，2022年这种趋势仍在保持。”

市场升温、自主走强

7月汽车产销创历年同期最高 插电混动呈较快增长

7月汽车产销创历史同期新高

7月，尽管面临传统市场淡季，但在购置税减半政策和地方促进消费政策持续驱动下，加之汽车企业以及经销商均继续加大促销力度，因而乘用车市场活力依旧，销量同比总体延续了快速增长势头。1~7月，乘用车销量同比保持增长，增速比1~6月继续提升。

数据显示，7月，乘用车产销221万辆和217.4万辆，环比下降1.3%和

2.1%，同比增长42.6%和40.0%。1~7月，乘用车产销1264.5万辆和1125.9万辆，同比增长10.9%和8.3%，增速比1~6月有所提升。在乘用车主要品种中，与上年同期相比，基本型乘用车（轿车）和运动型多用途乘用车（SUV）产销保持增长，其他两大类乘用车品种均有所下降。

在乘用车主要品种中，与6月相比，交叉型乘用车产销呈快速增长，

多功能乘用车（MPV）产量增长较快，销量小幅增长，运动型多用途乘用车（SUV）产量略增，销量微降。基本型乘用车（轿车）产销均呈小幅下降；与上年同期相比，基本型乘用车（轿车）和运动型多用途乘用车（SUV）产销均呈明显增长，多功能乘用车（MPV）增速略低，交叉型乘用车产销依然下降。

据了解，今年上半年，汽车行业

整体承压。在此情形之下，国家密集出台多项政策进行“救市”。自5月以来，国家出台多项利好汽车行业的政策：5月31日，国务院提出阶段性减征部分乘用车购置税600亿元；7月7日，商务部等17部委联合印发了《关于搞活汽车流通扩大汽车消费若干措施的通知》；8月1日起全面取消二手车限迁政策；此后，又出台了继续延续免征新能源汽车购

置税政策。

惠誉评级向记者表示，2022年6月以来，由于上海解除了严格的长期封控，叠加中央和地方政府出台一系列促进汽车消费的刺激政策，中国乘用车市场已显著回暖。受燃油车消费支持政策及电动车需求旺盛的驱动，强劲复苏态势可能持续至2022年第三季度，使车市从一年前严重“缺血”导致的销量低迷中大幅回升。

中国品牌乘用车市场份额扩大

值得关注的是，中国品牌也在不断地崛起。

中国品牌乘用车方面，7月共销售汽车107.8万辆，同比增长50.3%，占乘用车销售总量的49.6%，上升3.4个百分点；前7个月累计销售596.9万辆，同比增长21.5%，市场份额为47.6%，上升5.2

个百分点。陈士华表示，在目前市场竞争非常激烈的情况下，中国品牌乘用车表现优异。

7月，中国品牌轿车、SUV和MPV市场占有率分别为41.1%、55.6%和61.4%，与上月相比，市场占有率均有所增长；与上年同期相比，中国品牌MPV市场占有率有所下降。

值得注意的是，国内生产的高端品牌乘用车实现较快增长。7月，国内生产的高端品牌乘用车销量完成31.2万辆，同比增长23.1%。1~7月，国内生产的高端品牌乘用车销量完成202万辆，同比增长1.9%。

另外，2022年7月，汽车出口

连续创历史新高，全年出口有望超过240万辆。其中，新能源汽车出口5.4万辆，环比增长89.9%，同比增长37.6%，呈现快速增长势头。

为何中国汽车出口能够实现如此高速增长？清华大学车辆与运载学院教授、汽车产业与技术战略研究院院长赵福全表示，中国

新能源汽车的竞争力得到了全球公认，再叠加以前中国汽车出口的价格优势，让中国新能源汽车在海外市场既有性能优势，还有质量保障，所以不同于以前燃油车主要出口到第三世界国家，中国新能源汽车现在出口到了一些发达国家，而且形成了一定规模。

插混产销增速超过纯电

目前，我国的新能源汽车销量正在不断上扬。

7月，新能源汽车产销继续保持高速增长势头，分别达到61.7万辆和59.3万辆，产量环比增长4.5%，销量下降0.6%，同比增长均为1.2倍，市场占有率达到24.5%，略高于上月。

1~7月，新能源汽车产销分别达到327.9万辆和319.4万辆，同比增长均为1.2倍，市场占有率达到22.1%。在新能源汽车主要品种中，与上年同期相比，纯电动汽车、插电式混合动力汽车和燃料电池汽车产销继续保持高速增长势头。

从增速上来看，插混车型的产销增速已超过了纯电动。数据显示，7月，纯电动汽车产销分别完成47.2万辆和45.7万辆，同比分别增长1.0倍和1.1倍；插电式混合动力汽车产销分别完成14.4万辆和

13.5万辆，同比分别增长1.8倍和1.7倍。1~7月，纯电动汽车产销分别完成257.4万辆和251.8万辆，同比均增长1倍；插电式混合动力汽车产销分别完成70.2万辆和67.4万辆，同比分别增长1.9倍和1.7倍。

据了解，之前多年，国内插电混动市场一直被日系品牌独霸。然而从2021年开始，这种市场格局开始被打破，插电混动汽车增长速度开始高于纯电动汽车。乘联会数据显示，2021年，纯电动汽车累计销量为244.4万辆，同比增长168.6%；插电混动汽车销量为54.5万辆，同比增长171.2%。

进入2022年，插电式混合动力汽车迎来全面爆发期。对于爆发的原因，国家乘用车自动变速器工程技术研究中心常务副主任徐向阳表示，第一，自主插电混动技术获得重大突破，产品结构、能效

等关键技术指标超越日系品牌；第二，近年来经过市场考验，自主插电混动产品走向成熟；第三，插混车型在政策方面包括购置税、牌照、路权等存在优势。

徐向阳还表示，“我国混动技术经历了从过去的跟跑，发展到今天的并跑甚至领跑。现在自主品牌插电混动成本控制得更好，宁德时代、比亚迪等企业成为全球最主要动力电池提供商，销量规模优势带来成本下降。所以自主品牌插混车型的价格比合资品牌要低，也比同级别的纯电动车型价格便宜。”

据了解，插电混合就是介于纯电动汽车与燃油汽车两者之间的一种新能源汽车，既有传统汽车的发动机、变速器、传动系统、油路、油箱，也有纯电动汽车的电池、电动机、控制电路、充电接口。它综合了纯电动汽车（EV）和混合动力

汽车（HEV）的优点，既可实现纯电动、零排放行驶，也能通过混动模式增加车辆的续航里程。

由于基础设施增速相对较慢，充电成为很多消费者暂时难以解决的现实问题。此外，诸如电池续航里程等技术问题也亟待解决。相比之下，插电混动车型有效解决了纯电动汽车的续航里程问题，并将传统动力系统与纯电动动力系统结合在一起，弥补了各自的劣势，又将双方的优势最大化。

中信建投认为，充电基础设施尚未完善，纯电用户仍受里程焦虑困扰，混动将是汽车行业节能减排中期维度的主流技术路径。另有一种新能源汽车，随着新能源汽车补贴逐步退出，加之纯电动车原材料价格上涨，使本土车企面临的成本压力日益加大，所以纷纷转变策略，插电混动汽车成为试水新能源路径

的不错选择。

今年以来，自主品牌开始抢滩混动赛道，不断开拓合资品牌市场份额。比亚迪成为混动“霸主”，上半年累计销售插电式混动31.46万辆，同比增长454.22%，取得了超50%的市场份额。技术研发层面，以比亚迪为代表的自主插混技术崛起，除比亚迪的DMI混动技术，长安汽车推出蓝鲸i-DD混动系统，吉利有雷神智擎Hi-X混动系统，长城研发柠檬DHT混动系统，奇瑞也推出了鲲鹏混动系统。

乘联会秘书长崔东树表示，中国在世界插电混动份额表现持续走强，2017年和2018年是在30%~50%的水平，2020年下降到25%，2021年处在32%的水平，2022年上升到48%的水平，2022年1~6月上升到世界插电混动份额30%的水平。

本报记者 陈燕南 童海华 北京报道

近日，《中国经营报》记者从中国汽车工业协会方面获悉（以下简称“中汽协”），7月，汽车产销分别达到245.5万辆和242万辆，环比下降1.8%和3.3%，同比增长31.5%和29.7%，增速均高于上月。1~7月，汽车产销分别达到1457.1万辆和1447.7万辆，产量同比增长0.8%，销量下降2.0%，与1~6月相比，产量增速由负转正，销量降幅继续收窄。

中汽协方面表示，当月产销量虽然低于上月，但仍为历年同期最高。7月，汽车产销同比继续保持较快增长，购置税优惠等促消费政策持续发力，乘用车消费需求继续恢复，商用车降幅有所收窄。7月新能源汽车产销同比延续了快速增长势头，汽车出口再创历史新高。

中汽协副秘书长陈士华分析认为，当前，我国经济正处于企稳回升关键窗口，在疫情要防住、经济要稳住、发展要安全的要求下，稳经济一揽子政策进一步生效，有利于汽车产业稳增长。

另外，中汽协方面预计，8月汽车市场继续保持稳定增长，特别是随着9月汽车市场传统黄金消费季的到来，乘用车产销将会呈现快速增长，新能源汽车以及汽车出口也将维持良好表现，为全年稳增长提供有力支撑。