

跨国车企财报季来袭：销量下降营收利润反升 7家利润超百亿美元

本报记者 陈燕南 北京报道

尽管汽车行业在过去一年遇到了诸如受疫情、芯片供应短缺、国际冲突等多种不利因素影响，但从跨国车企的财报来看，不少企业过去一年里都交出了一份优异的“成绩单”。

《中国经营报》记者梳理发现，在销量方面，丰田汽车2022年全球汽车销量达到了1050万辆，连续第三年成为全球销量最高的汽车制造商，现代汽车的销量则首次

跻身全球销量榜第三位；在财务数据上，虽然大部分跨国车企的全球销量受到不同程度的下滑，但是营收和利润有着不同幅度的增长，其中大众集团以2792亿欧元（约为3049亿美元）成为了营收最高的跨国车企。

与此同时，据不完全统计，2022年利润超过百亿美元的主流跨国车企有7家，分别是大众汽车集团、宝马集团、梅赛德斯-奔驰、特斯拉、通用汽车、Stellantis集团以及丰田汽车。

有分析认为，不少跨国车企审时度势，开始向“不追求规模，而追求利润”的方向进行转型。而更有不少的车企则聚焦“长期主义”战略，加大研发投入，布局纯电动车型、自动驾驶等前沿领域。正是由于不少跨国车企在产品结构的优化以及产品力和定价方面的提升，助力其在汽车行业的变革“深水区”中也能进一步增强盈利结构。

宝马集团董事长齐普策在接受记者采访时表示，“越是困难时期越要加大投资，所以我们采取了

战略性投资的方式，而正是这些投资成果让我们能够保持良好势头。我们采用多种技术路线，并在高端市场发力。今年，我们的利润率目标定在8%到10%的区间，与去年相比是上升的。”

“我们对梅赛德斯-奔驰进行了重新规划，成为了一家盈利能力更强的企业，这也得益于我们专注打造具有吸引力的车型、严格的盈利及成本管理。”梅赛德斯-奔驰集团股份公司首席执行官康林松表示。



图为奔驰电动化转型产品EQE。

陈燕南/摄影

销量降营收利润长

据记者不完全统计，有九家跨国车企实现了营收利润的双增长。

2022年，在激烈的竞争中，丰田汽车依然保住了全球最畅销汽车制造商的桂冠，并进一步扩大了对大众汽车集团的领先优势，占据全球汽车市场约13%的份额。与此同时，现代汽车及起亚已悄然赶上，2022年全球销量达到684.5万辆，首次跻身全球销量榜第3位；特斯拉也成为了2022年中的黑马，销量一路攀升，创造了131.38万辆的交付新纪录；奔驰乘用车则交出204.07万辆、同比增长5%销量的成绩，在轻型商用车方面的销量为41.53万辆，同比增长8%。

事实上，除现代汽车及起亚、特斯拉、梅赛德斯-奔驰之外，大多数车企的全球销量均成不同程度上滑态势。但是据记者不完全统计，有九家跨国车企实现了营收利润的双增长。

例如大众汽车集团在跨国车企中，营收以及利润都较为领先。相关数据显示，2022年大众汽车集团营收为2792亿欧元（约为3049亿美元），同比增长11.6%；息税前利润为220亿欧元（约为239.7亿美元），同比增长9.5%。

除了大众汽车集团之外，宝马集团、梅赛德斯-奔驰的财务表现也较为稳健。财报数据显示，梅赛德斯-奔驰2022年营收同比增长12%至1500亿欧元（约为162亿美

元），息税前利润显著增长28%至205亿欧元（约为223亿美元）。宝马集团全年总营收超1426亿欧元（约为1553.9亿美元），同比增长28.2%，与此同时，宝马集团在汽车业务方面的表现则较为优异，数据显示，宝马集团汽车方面总营收约为1236亿欧元（约为1348亿美元），较2021年增长了29.5%；汽车业务息税前利润约为106.35亿欧元（约为115.97亿美元），同比增长7.8%；汽车业务息税前利润率为8.6%。

此外，现代汽车及起亚、Stel-

lantis集团以及丰田汽车的表现也同样亮眼，其中，现代汽车年度总营收和净利润分别同比增长21.2%和40%以上；起亚年度总营收和净利润分别实现了23.9%和13.6%的同比增长。Stellantis集团的营收和净利润则分别实现同比18%和26%的增长，调整后经营利润率为13.0%，并提前实现了“到2030年实现调整后经营利润率大于12%”的目标。丰田汽车的营收和息税前利润分别为2792亿美元和266.59亿美元，分别增长8.82%和28.64%。

而在美系车企之中，特斯拉虽然在营收规模上不及福特和通用汽车，但是在盈利能力上一举超过了福特汽车和通用汽车。数据显示，特斯拉2022年总营收814.62亿美元，同比增长51.35%，息税前利润为138.32亿美元，同比增长112.93%；通用汽车2022年营收为1567.35亿美元，同比增长23.41%，息税前利润103.14亿美元，同比增长10.62%；福特汽车营收1580.57亿美元，同比增长15.93%，息税前利润为64.09亿美元，同比增长27.34%。

兰博基尼首席执行官史蒂芬·温科尔曼：

2022年营业额创新高 客户订单已排满18个月

本报记者 尹丽梅 童海华 北京报道

如果说2022年全球车企在供应链短缺等背景下经营背负较大压力的话，那么豪华超跑品牌兰博基尼却呈现出一种不同的姿态。

2022年，兰博基尼营业额达到23.8亿欧元（约合人民币177.41亿元），较2021年同比增长22%；营业收入为6.14亿欧元（约合人民币45.74亿元），相比2021年增长56%；2022年是兰博基尼营业利润率连续增长的第五年；在2022年，兰博基尼达成了史上

2022年营业额创新高高达23.8亿欧元

“从2022年业绩表现来看，兰博基尼在全球范围内取得了非常大的成功，在中国市场也是如此。2022年受到疫情影响，完全掌握市场走向并不容易。但是通过对中国市场的分析，我们看到了政府对于经济发展的信心。我们相信在2023年尤其是下半年，经济会有利好发展。”史蒂芬·温科尔曼在专访中告诉记者。

兰博基尼2022年财务业绩再创纪录。2022年，兰博基尼在全球的交付量达到9233台，较2021年增长了10%。公司营业额创下历史新高，首次突破20亿欧元，达到23.8亿欧元，相比去年增长了22%，相比2017年翻了一倍多。营业利润为6.14亿欧元，相比2021年增长56%。与此同时，其营业利

最高交付量，交付量首次超过9000台。近日，兰博基尼披露了上述信息。

兰博基尼汽车公司主席兼首席执行官史蒂芬·温科尔曼(Stephan Winkelmann)近期在接受《中国经营报》记者专访时表示：“兰博基尼的业务持续增长，在2022年再次达成卓越目标。伴随着这些业绩数据的公布，兰博基尼也迎来了十分重要的一年——公司成立60周年，并步入Direzio-

ne Cor Tauri(向金牛座之心前进)发展规划的第二阶段，这项前所未有的投资项目将引领我们进一步增

长，使财务表现持续优化，提升兰博基尼品牌和公司的价值。我们已经做好准备以面对2023年的诸多变化和挑

战。目前，公司的客户订单已排满18个月。在此基础上，我们得以专注于实现下一个目标，以十足信心面对未来。这是兰博基尼可被载入史册的黄金时代，我们将持续寻求增长。”

在兰博基尼汽车公司执行总经理兼首席财务官Paolo Poma看来，“近年来，在严峻的经济和地缘政治形势下，公司始终展现出强大韧性以及能够实现出色经济和财

务业绩的实力。2022年是公司有史以来所有财务和商务业绩表现最好的一年，这意味着我们可以对品牌和公司的价值增长持乐观态度。”

2023年是兰博基尼成立60周年。史蒂芬·温科尔曼告诉记者，2023年对于兰博基尼来说意义非凡，今年3月底其将推出Aventador继任车型，代号为LB744的首款HPEV(High Performance Electrified Vehicle)高性能混合动力超级跑车。这款新车将在4月中旬的上海国际车展进行亚太首秀。

就车型而言，兰博基尼超级SUV Urus以5367台交付量继续领跑，较2021年增长了7%。其次是增长显著的Huracán车型，共交付3113台，同比增长20%。Aventador车型于2022年9月停产，全球交付量为753台。

2023年兰博基尼将如何继续走好发展之路？史蒂芬·温科尔曼对记者表示，2023年一个重要的挑战是通货膨胀，特别是欧洲能源价格的不断攀升。“针对这一问题，兰博基尼有着切实有效的长期规划。同时，意大利央行的利率政策也有助于抑制通货膨胀。对于2023年，我们仍持谨慎乐观的态度，第一季度开局良好，但对全年做出清晰的预估还为时尚早。”

2023年兰博基尼将如何继续走好发展之路？史蒂芬·温科尔曼对记者表示，2023年一个重要的挑战是通货膨胀，特别是欧洲能源价格的不断攀升。“针对这一问题，兰博基尼有着切实有效的长期规划。同时，意大利央行的利率政策也有助于抑制通货膨胀。对于2023年，我们仍持谨慎乐观的态度，第一季度开局良好，但对全年做出清晰的预估还为时尚早。”

2023年兰博基尼将如何继续走好发展之路？史蒂芬·温科尔曼对记者表示，2023年一个重要的挑战是通货膨胀，特别是欧洲能源价格的不断攀升。“针对这一问题，兰博基尼有着切实有效的长期规划。同时，意大利央行的利率政策也有助于抑制通货膨胀。对于2023年，我们仍持谨慎乐观的态度，第一季度开局良好，但对全年做出清晰的预估还为时尚早。”

2023年兰博基尼将如何继续走好发展之路？史蒂芬·温科尔曼对记者表示，2023年一个重要的挑战是通货膨胀，特别是欧洲能源价格的不断攀升。“针对这一问题，兰博基尼有着切实有效的长期规划。同时，意大利央行的利率政策也有助于抑制通货膨胀。对于2023年，我们仍持谨慎乐观的态度，第一季度开局良好，但对全年做出清晰的预估还为时尚早。”

2023年兰博基尼将如何继续走好发展之路？史蒂芬·温科尔曼对记者表示，2023年一个重要的挑战是通货膨胀，特别是欧洲能源价格的不断攀升。“针对这一问题，兰博基尼有着切实有效的长期规划。同时，意大利央行的利率政策也有助于抑制通货膨胀。对于2023年，我们仍持谨慎乐观的态度，第一季度开局良好，但对全年做出清晰的预估还为时尚早。”

豪华和纯电车型成为利润“密码”

纯电车型将成为跨国车企的销量支撑点和利润增长点。

那么跨国车企为何会出现销量下滑，但营收利润增长的趋势呢？Oliver Wyman董事合伙人张君毅分析，受到供应链紧张等因素影响，2022年国际车企的产能相对不足，致使国外市场竞争并非过分激烈，车企通过产品结构调整，将有限的产能向利润更高的车型倾斜，因而使得利润有所提升。

梅赛德斯-奔驰就是其中优秀的案例之一。记者注意到，此前，梅赛德斯-奔驰在战略发布会上表示，奔驰将重新划分三大产品矩阵，包括高端豪华、核心豪华、新生代豪华，其中75%以上的投资将用于高端豪华、核心豪华两大细分市场。

事实证明，正是梅赛德斯-奔驰把产品开发资源及资本专注于市场中盈利最可观的板块，以及其最有竞争力的细分市场，从而确保其有了更强的结构性盈利能力。在其明星产品梅赛德斯-奔驰C级车、GLC SUV和纯电EQE的不俗市场成绩的拉动下，2022年梅赛德斯-奔驰核心豪华车型全年销量同比增长9%。2022年梅赛德斯-奔驰乘用车调整后销售利润率由上年同期的13.1%上升至14.6%。

而大众集团业绩的稳步提升则主要来自于超豪华车型以及电动汽车。得益于市场对高配置豪华车型需求的持续回升，兰博基尼、宾利和杜卡迪品牌订单量持续保持高位。2022年，大众豪华品牌销售收入增长至618亿欧元（约为674亿美元），而2021年为559亿欧元（约为609亿美元），大众旗下豪华品牌利润率增长至12.3%，而2021年为10.6%。

而更为重要的是，大众集团在电动化转型方面取得了重大进展，数据显示，2022年，大众集团共向全球客户交付了572,100辆纯电动汽车，同比大涨26%，占其总交付量的6.9%，高于2021年的5.1%。大众首席财务官兼首席运营官Arno Antlitz也表示：“纯电动汽车使得集团的整体营业收入和营业利润得到提升。”

而宝马集团业绩的持续发展也与大众相似，负责宝马集团财务的董事彼得博士表示：“宝马集团在进行有史以来最大转型的同时

保持了盈利能力。我们极具竞争力的产品，特别是电动车型和大型豪华车，使这一切成为可能。良好的现金流很好地支持了我们的研发和创新。”

数据显示，宝马集团2022年纯电动车型销量达21.5万辆，同比增长107.7%。与此同时，宝马集团在2022年研发投入超过66亿欧元（约为71.9亿美元），同比增长5.2%。研发费用主要用于研发新车型和第六代BMW eDrive电力驱动技术。

当前，大部分的跨国车企都抓住了“纯电”这一核心盈利密码。宝马集团对记者表示：“纯电车型将是集团的主要销量增长点。预计三年内（截至2026年），纯电动车型年销量将占到集团全球销量的三分之一。到2030年之前，集团全球年度销量的50%以上将是纯电动车型。”大众方面表示，“到2025年，全球售出的每5辆汽车中预计就将有1辆是纯电动汽车。”

而日系三剑客丰田、本田、日产也正在重新审视其电动化战略。日产(中国)投资有限公司副总经理新仓治对记者表示：“日产纯电动技术和日产e-POWER技术是实现电驱化的两大支柱。日产汽车计划扩大电驱化，在2030年初期在主要市场推出的新产品将全部实现电动化。”

为了实现电动化目标，各大跨国车企也决定加大投入。例如在2022年度财务会议上，大众官宣了未来5年的投资计划，集团计划在2023年至2027年向最有利润潜力的业务方向投资1800亿欧元（约为1962亿美元）。其中，包括推进集团的电池战略，扩大北美地区业务，强化在中国的数字化实力和产品竞争力等。“超过三分之二(68%)的资金将投入与数字化、电动化相关的未来领域。在上一个五年计划中，这一比例是56%。”

福特则计划投入500多亿美元用于电动化研发，通用汽车则宣布投入350亿美元推进电动化。通用汽车董事长兼CEO玛丽·博拉表示，2023年是奥特能电动车平台的发力之年，相信雄厚的研发实力和生产及供应链体系将助力通用实现电动车业务盈利。

2024年底前全系车型实现混动化

2023年被定义为混合动力新时代。史蒂芬·温科尔曼对记者表示，在中国市场，兰博基尼将会在3月底推出代号为LB744的首款HPEV高性能混合动力超级跑车。这款新车还将在4月中旬的上海国际车展进行亚太首秀。在首秀之后至9月底，兰博基尼将会启动一系列有关这款车型的活动，包括各种形式的静态品鉴和动态试驾。

据悉，兰博基尼全新一代旗舰跑车LB744采用的是“单体式车身”结构，即从航空学汲取灵感，完全以碳纤维打造的全新单体式车壳。其全新的架构和动力系统可以输出超1000马力的强劲动力，动力总成由全新12缸内燃机发动机和3台电机组成，搭载一台首次适配12缸兰博基尼跑车的突破性双离合变速箱。与此同时，新车还匹配了横置布局的全新8速双离合变速箱以及可以在纯电动模式与倒车使用的四轮驱动系统。

全新V12超级跑车，即首款插电式混合动力车型的发布，将是兰博基尼向全系车型混动化迈出的第一步。据悉，兰博基尼全系车型实现混动化这一计划将于2024年底前实现。

值得注意的是，中国的超级跑车市场与全球其他市场有着较大的差异性，譬如消费者相较之下更为年轻，这要求进入中国市场的车企需要进行战略的调整。

“兰博基尼在中国市场的用户非常年轻，在全球范围内是最年轻的，这对于兰博基尼来说是一件很好的事情，因为我们可以长时间陪伴客户，与客户共同成长。”史蒂芬·温科尔曼对记者表示，“我们的最大挑战是要确保能够为消费者不断打造出理想车型，无论是内燃机车型还是电动车型。一个至为关键的点，是要展现出电动车型不仅是一个可持续的出行解决方案，同时还具有更卓越的性能。”

“我们能够看到在包括中国市场的全球范围内，混动车型越来越广泛地获得了消费者的认可。因此兰博基尼的混动车型和电动车型在中国市场有着广阔的机会。我们要做的就是在这里创造更多的契机，例如今年将重启品牌在中国的赛事，这是一个非常好的能够让消费者近距离接触品牌的平台。”史蒂芬·温科尔曼告诉记者，重新开展常态活动，对于吸引消费者、构建消费者和品牌之间的互动是至关重要的。混合动力车型作为从内燃机车型到电动车型的过渡阶段，也为兰博基尼提供了足够的时间，让消费者能充分了解混合动力和电动汽车的创新技术。

记者从兰博基尼方面了解到，为推进电气化转型等计划，至2028年，兰博基尼将投入25亿欧元（约合人民币186.36亿元），这是其有史以来最大的一笔投资。