

本报专刊部主编 | 第983期 |
2024年8月15日 星期四
本版编辑:张云 视觉设计:秦云阳
编辑邮箱: xmqc@xmwb.com.cn

汽车周刊 · 专题

车企半年业绩苦乐不均分化明显

2024上半年,各大车企的净利润情况呈现出多样化趋势,部分公司实现显著的盈利增长,而另一些则面临挑战。从上半年已发布业绩预告的上市车企情况来看,业绩苦乐不均、分化明显。

●**长城汽车**:预计2024年上半年归属于母公司所有者的净利润为65亿—73亿元,同比增加377.49%—436.26%;归属于母公司所有者的扣除非经常性损益的净利润预计为50亿—60亿元,同比增加567.13%—700.56%。值得注意的是,长城汽车2023年度归母净利润为70.22亿元,扣非净利润为48.34亿元。这也意味着,长城汽车今年上半年的业绩与2023全年几近持平。

●**长安汽车**:与长城汽车相比,长安汽车上半年的业绩走势可谓“惊险”。今年一季度长安汽车归母净利润为11.58亿元,同比下降83.39%,跌入阶段性低谷;第二季度归母净利润回暖,预计为13.4亿—20.4亿元。不过,从整个上半年来看,长安汽车归母净利润预计为25亿—32亿元,相比去年同期,仍下降

58.19%—67.33%。

●**江淮汽车**:表现出了强劲的增长势头,预计2024年上半年实现归属于母公司所有者的净利润约为2.9亿元,与上年同期相比增加1.35亿元,同比增长率为86.86%。江淮汽车表示,业绩增长的主要原因是持续优化债务结构导致贷款利息大幅减少,以及汇兑收益大幅增加。

●**赛力斯**:凭借问界系列的热销,赛力斯预计2024年上半年实现营业收入639亿元—660亿元,同比增长479%—498%;实现归母净利润为13.9亿—17亿元,与上年同期相比,将实现扭亏为盈。这是2019年至今,赛力斯半年度报告首次实现归母净利润转正,上年同期亏损13.4亿元。

●**北汽蓝谷**:预计上半年净亏损24亿—27亿元,亏损同比进一步扩大。北汽蓝谷表示,亏损原因为价格战日趋白热化,挤压利润空间。此外在技术研发、品牌渠道建设、品牌形象锐化、运营效率提升上持续投入,对短期业绩产生一定影响。

●**众泰汽车**:2024上半年,众

泰汽车预计归属于上市公司股东的净利润亏损2.9亿元—3.9亿元。

●**海马汽车**:预计归属于上市公司股东的净利润亏损1.4亿—1.8亿元。海马汽车称,受外部市场环境变化等因素影响及调整海外业务策略以控制风险,产品出口阶段性减少,导致整体产销规模同比下滑,亏损有所增加。

●**北京汽车**:由于受到市场竞争加剧、成本上升或销售策略调整等因素的影响,预计2024上半年净利润将出现下滑。但得益于市场需求增加、产品创新或有效的市场营销策略等因素,预计上半年营业收入实现增长。

●**潍柴动力**:得益于业务和产品结构的优化以及降本增效措施的强化,潍柴动力预计上半年实现净利润54.6亿—62.4亿元,同比增长40%—60%。

●**宁德时代**:上半年实现归母净利润228.65亿元,同比增长10.37%,扣非净利润201亿元,同比增长14.25%。不过同期营业收入同比下降11.88%,为1667.67亿元。这

是宁德时代从2020年以来,首次出现半年度营收下降。

从已公布部分车企的财务预报告看,在行业电动化、智能化转型,以及价格战愈演愈烈的背景下,各车企发展出现了分化。聚焦到盈亏两大阵营,会发现截然相反的表现。在实现盈利的企业当中,盈利上升的企业数量明显增多、下降的企业有所减少,同时,通过分析各家车企的财报数据,各车企的抗风险能力也得以有一定程度的呈现。

国家统计局日前发布数据显示,2024年1—6月的汽车行业收入47672亿元,同比增长5%;成本41730亿元,同比增长5%;利润2377亿元,同比增长10.7%;汽车行业利润率5.0%。6月汽车行业产业链的总单车收入33.3万元,产业链单车利润1.3万元。这些数据反映了汽车行业在2024上半年整体向上的趋势,尽管面临市场竞争和行业转型的压力,但多家企业通过优化产品结构、技术创新以及成本控制等措施,成功实现盈利能力的提升。 **雍君**

七月部分车企整车销量榜

近日,部分车企密集披露7月整车销量/交付信息。其中,吉利汽车既快捷又完整,值得其他车企借鉴。比亚迪销量一马当先,依然是乘用车市场领头羊;奇瑞内外销两位数增长,双向奔赴卓有成效;鸿蒙智行7月份三位数飙升,前7个月累计与理想相当,两家市场规模为新势力中黑马。

●**吉利汽车**:7月份汽车销量15.08万辆,同比增长13%;前7个月累计110.65万辆,增长36%。其中,银河系列9.81万辆+397%、极氪系列10.35万辆+89%、领克系列14.73万辆+48%。出口22.98万辆,增长67%。

●**比亚迪**:7月份汽车交付34.24万辆,同比增长30.5%。前7个月累计195.54万辆,增长28.8%。

●**奇瑞汽车**:7月份汽车销售19.58万辆,同比增长30.1%。其中,新能源车4.54万辆,增长254.5%。出口29.03万辆,增长16.8%。前7个月累计销售129.64万辆,增长45.4%。

●**长城汽车**:7月份销售汽车9.13万辆,同比下降16.3%。其中,坦克品牌逆势上涨,交付1.87万辆+38.5%。前7个月新能源车销售53.2万辆,增长15%。

●**理想汽车**:7月份交付5.10万辆,同比增长49.4%,创月交付量新高;前7个月累计24万辆,为新势力车企累计销量之冠。

●**鸿蒙智行**:7月份交付4.41万辆,同比暴涨508.3%,蝉联30万元以上新能源车月销第一。其中,问界M9/1.80万辆、问界M7/1.66万辆、问界新M5/6926辆、智界S7/2555辆。前7个月累计23.83万辆。其中,问界M7累计12万辆,问界M5交付累计1.72万辆。

●**上汽集团**:7月份新能源汽车销量7.1万辆,同比下降22%。其中,上汽大众ID.家族持续破万辆,达1.13万辆。新能源汽车前7个月市场运行总体稳健,累计销量53.2万辆,增速约15%。

●**一汽新能源**:一汽红旗8644辆、一汽轿车4826辆、一汽丰田5486辆、一汽大众5388辆。

●**广汽新能源**:埃安汽车3.52万辆-21.7%;传祺汽车4600辆;广汽本田925辆、广汽丰田687辆。

●**东风新能源**:自主品牌风神7月份交付2.38万辆,岚图汽车7月份交付6015辆+76%,前7个月累计3.64万辆+97%;东风日产7月份销售2404辆。

●**长安新能源**:深蓝销量1.67万辆。
●**北汽蓝谷**:7月份交付1.10万辆+227%。

●**小鹏汽车**:7月销售1.10万辆,同比增长1.0%;前7个月累计交付6.32万辆。

●**蔚来汽车**:7月份交付2.05万辆,同比增长0.2%,连续三个月交付破2万辆;前7个月累计10.79万辆+43.9%。

●**零跑汽车**:7月份销售2.21万辆,同比增长54.1%;前7个月累计10.88万辆,开售以来累计交付超40万辆。

●**哪吒汽车**:7月份交付1.10万辆,环比同比增长7.9%、9.7%,前7个月累计交付6.48万辆,同比下滑10.6%。

●**华晨宝马**:新能源车销量9353辆。
●**特斯拉(中国)**:7月份销量7.41万辆。 **张伯顺**

日本车企频繁造假跌落“神坛”

前不久,日本车企被爆出集体造假丑闻。日本国土交通省通报显示,涉事的丰田、本田、铃木、马自达、雅马哈五家日本车企涉及碰撞数据造假、发动机功率测试舞弊、刹车测试成绩造假等。上述日本车企生产的38种车型存在认证欺诈问题,其中32款已停产,引发全行业“爆雷”。日本民众纷纷质问:日本车企的“工匠精神”哪里去了?

其实,这次日本多家车企的“爆雷”早有征兆,2023年11月,本田公司被爆出安全隐患,在美召回

超30万辆汽车。同月,日本丰田又因脚踏式驻车制动存在故障等问题,宣布召回超58万辆小型乘用车。更早的还有在2016年,三菱汽车承认,在62.5万辆微型车的燃效测试中造假;2017年,日产汽车和斯巴鲁相继被报道出无资质人员参与车辆出厂检验;2018年,日产汽车和斯巴鲁以及铃木、马自达和雅马哈又都被报道出篡改燃效及尾气排放测试数据。

曾经,日本制造以“工匠精神”著称;如今,接二连三的造假丑闻

已令这一金字招牌失去光环。这背后的原因是多重的。

一是随着电动汽车迅速发展,日本车企在燃油车领域的巨大优势正在消失。在与新兴企业竞争日趋激烈的背景下,日本车企的“过度自信”已经不合时宜,甚至对企业自查和进步都构成阻碍,并造成了如今整个行业的困局。

二是日本车企管理层为缩短研发周期、谋求短期利益,下达不合理的任务指标,迫使一线工作人员不得不铤而走险。丰田董事长

丰田章男在记者会上也承认,企业生产周期和程序漫长复杂、没有人能掌握全部流程,可能都是造假原因。

三是日本监管部门在标准制定、监督检查、惩罚机制等方面存在不足,使得一些企业能够轻易逃避监管和惩罚,客观上减轻了造假代价。

总之,当日本车企开始钻研如何让产品的纸面报告“说起来”好看、过得去,“工匠精神”俨然成为纸面雕花。频繁爆出的造假事件,令日本汽车制造跌落“神坛”。日本车企务必深刻反思,今后如何重获消费者信任,或许是亟待解决的首要问题。 **李永钧**

近日,乘联分会发布7月乘用车销量数据,上汽大众帕萨特家族以20533台的优异成绩,稳居中高级轿车销量冠军宝座。上个月,帕萨特家族推出了15.99万元起夏日限时优惠,掀起强劲的购车热潮,助力销量再上一个台阶。今年1—7月,帕萨特家族以126486台的累计销量,强势领跑细分市场。

今年3月上汽大众推出帕萨特2024出款款,巩固并扩大了其在同级车型中的竞争优势。新车全系标配380TSI高功率发动机,以高达162kW的最大功率、350Nm的峰值扭矩、仅7.4秒的百公里加速时间,配合低至6.94L/100km的油耗,完美平衡了驾驶乐趣与燃油经济性。此外,帕萨特380还搭载了领先同级的舒适豪华与智能配置。IQ.Drive智驾管家、IQ.360全景和PLA智能泊车辅助系统,将智能化提升至新高度。 **雨林**



前7月上汽终端交付245万辆保持行业领先

上汽集团近日发布产销快报,今年1—7月份整车批发销量达207.8万辆,终端交付量达245.2万辆,继续保持行业领先。其中,新能源汽车累计交付61.9万辆,同比增长25.2%,销量规模位居中国车企第二;海外市场终端交付63.3万辆,同比增长10%,领跑中国车企。

受内需偏弱、价格战升级、欧美

海外施压等因素影响,今年以来汽车行业终端库存处于较高水平。上汽在继续保持行业销量领先地位的同时,通过抓零售、降库存,7月份终端交付环比增长5.1%,并且新能源、海外市场等创新业务保持良好增长势头。

今年7月份,上汽新能源汽车终端交付量达9.6万辆,增势良好;

1—7月份,新能源汽车累计交付61.9万辆,同比大涨25.2%,销量规模位居中国车企第二。

7月份,上汽海外市场终端交付量达8.5万辆;1—7月份,上汽海外市场终端交付63.3万辆,同比增长10%,在中国汽车企业中继续领跑。7月底,上汽第32艘汽车运输船“上汽安吉锦诚”轮投入使用,这艘

全球最大的绿色滚装船拥有7600车位、排水量超过4万吨,实现二氧化碳减排30%,将加入上汽欧洲自营航线,积极突破出口运力瓶颈,助力中国自主品牌加速跨洋出海。今年前7个月,上汽MG在欧洲国家的终端交付量达15万辆,同比增长10%，“每出口欧洲10辆中国车,就有7辆是上汽MG”。 **余音**