

上半年销量目标完成不到四成，江铃汽车“卖地续利润”能否长久？

日前，江铃汽车发布了2022年上半年业绩快报。在总营收和营业利润呈现不同程度下滑的前提下，净利润不降反升，实现不错的增长幅度，而这一表现则是因为其“卖地”所致。那么，变卖资产是续命之举还是重走“海马”路，要结合江铃汽车目前的业务状况具体分析。

■新快报记者 张磊

上半年营收下滑，利润却上涨

近日，江铃汽车发布2022年半年度业绩快报公告称，公司上半年营业收入预计达142.23亿元，同比减少19.53%；净利润4.52亿元，同比增加11.64%；扣非净利润亏损1.08亿元，同比下滑195.25%。

梳理可以发现，2022年一季度，江铃汽车获得的其他收益高达2.61亿元，为历年单季度收益之最。而公司一季度投资收益亏损1270.78万元，也是历年单季度亏损之最。

究其原因，“卖地”是江铃汽车利润不降反升的源头。江铃汽车表示，公司青云谱工厂土地及地上建筑物处置带来的利润增加，冲抵了销量下降、原材料及芯片成本上涨所导致的利润下降。

具体来看，江铃汽车今年通过出售青云谱工厂就获得了土地收购款7.59亿元，占其今年上半年总营收的五成以上。据了解，该工厂土地面积约为1063亩，为工业用地；土地上附着的房屋总面积约为44万平方米，收购方为南昌市土地储备中心。

值得一提的是，通过售卖企业资产使得净利润转正的车企，江铃并不是第一家，早在此前海马汽车就通过这种操作作为自己“续命”。今年上半年海马汽车销量为1.31万辆，同比继续下降，海马的基本型乘用车也已经停产停销了5个月，目前在燃油车和新能源车双线溃败之下，海马汽车正在押宝氢能源领域。

相比之下，2022年上半年，江铃汽车也仅销售了13.6万辆整车，相比去年同期销量下滑超过两成。而结合江铃汽车此前定下的年度目标来看，上半年



仅完成营业收入目标的36.5%，销量目标的35.8%。显然，2022年上半年江铃汽车的销量表现较为疲软。

多方面因素导致销量不佳

江铃汽车市场表现不佳，与商用车环境、产品结构、产能利用率等各种因素息息相关。

从上半年江铃汽车的销量构成来看，共售出3.42万辆轻型客车、3.7万辆卡车、3.58万辆皮卡和2.89万辆SUV。从销量构成分析可以得知，目前江铃汽车依然存在着“商强乘弱”的局面。狭义乘用车在江铃汽车的销量构成中占比仅有两成，轻客、卡车、皮卡的销量占比接近八成。

在此前的2021年年报中，江铃汽车曾做出规划，表示新一年将继续巩固并提升公司在轻型商用车领域的领先优势，继续深化轻型商用车营销体系，同时也将成立乘用车合资公司，加快乘用车业务拓展，明确“江铃福特”品牌定位。

但值得注意，作为销量主力的商用车业务也开始出现下滑，卡车和轻客两个商用车板块分别同比下滑43.44%和36.51%。而这与国内商用车环境低迷也有着直接联系，乘联会统计数据显，上半年我国商用车1-6月累计销量为170.2万辆，同比下降超四成。

在商用板块整体销量大幅下降的情况下，江铃汽车乘用车的表现中规

中矩，处于上升期的状态。今年上半年，江铃汽车SUV车型销量较去年同期增长5000辆，占总体销量的比重有一定上涨。翻阅江铃汽车官网可以发现，领睿、领裕、途睿欧是江铃福特目前主销的车型，后续也有推出相关新能源车型的规划。

此外，在各大汽车厂商积极转型电动化的当下，江铃目前在新能源的布局不尽如人意。2015年正式入局，而到2021年，新能源车全年的销量仅有2000多台。目前江铃汽车在售的新能源产品只有和雷诺合作的羿、自主研发的易至EV3小雷达两款，而这两款车型在上半年的销量寥寥无几。

江铃汽车的产能问题同样不能忽视。

近两年来江铃汽车产能爬坡较快，富山新工厂项目投资3.45亿元，已于2021年9月实现全面投产，产能30万辆。此外，官方显示江铃汽车拥有新能源汽车整车产能13万台，但产销量则仅有2402台和2157台，产能利用率不足2%。

对此，业内人士分析认为，江铃汽车“卖地止损”并非长久之道，这从海马汽车的过往经历中也能窥见一二。一年过半，江铃汽车在销量和营收方面都没完成预期目标，下半年的压力也更大，只有不断优化产品结构、提升市场竞争力，才能在汽车的存量市场里生存下来。

7月造车新势力销量放榜

哪吒、零跑超越“蔚小理”

新快报讯 记者张磊报道 8月1日，造车新势力车企陆续公布7月的交付成绩单。梳理可以发现，本月“蔚小理”格局开始松动，原本在第二梯队的哪吒汽车、零跑汽车在本月完成了反超，成功挤入新势力前三名。

具体来看，埃安以25033辆的销量稳居榜首，哪吒汽车和零跑汽车分别以14037辆和12044辆的交付量位居二三位。小鹏、理想、蔚来紧跟其后，交付量分别为11524辆、10422辆和10052辆，前五名交付量均突破万辆。此外，AITO品牌问界系列在本月的交付量达到7228辆，极氪品牌交付5022辆。

哪吒汽车的进步显而易见。今年1-7月，哪吒汽车累计交付量约为7.72万辆，同比增长184.6%。7月份，360董事长周鸿祎在接受采访时谈到了他主导投资的哪吒汽车。他认为哪吒汽车其中一个增长因素是越来越多的订单来自二线城市到四线城市的C端消费者，而这些消费者对汽车的空间、尺寸和性能更偏爱。

零跑汽车月交付量则已经连续三个月创新高。今年1-7月，零跑汽车已经交付了超6.4万辆新车。不过，就在7月31日，零跑汽车发布公告将对T03全系车型(2022款T03特别版除外)补贴后的官方指导价进行涨价，而这一操作，被业内人士认为可能会对后续销量造成一定程度影响。

中泰证券研报称，进入下半年，蔚来ES7、蔚来ET5、理想L9、小鹏G9、哪吒S、问界M7等多款新车密集发布，叠加新能源汽车下乡活动和各地新能源车补贴政策刺激，新能源车销量有望持续攀升。中汽协则预计，2022年新能源汽车销量有望达到550万辆，同比增长56%以上。



更多优质汽车资讯
请关注新快网汽车频道

飞行汽车继续升温，大众加入“上天”队列

新快报讯 记者张磊报道 车企“上天”仍在扎堆入局中，继小鹏、吉利后，大众汽车集团也不甘示弱，在近期发布了首款电动垂直起降载人飞行器原型机，续航预计可达200公里。

7月份，飞行汽车热度持续升温。7月25日，小鹏汇天宣布首个飞行汽车试制工厂正式启用，第六代产品预计在2024年实现量产；同天，广汽集团在相关招聘网站上发布了多个针对飞行汽车的岗位。随后，大众汽车发布飞行器原型机，再次把飞行汽车捧上热搜。

早在两年前，大众汽车集团(中国)就启动了空中移动出行项目，并组建了一支年轻的中国本土专家团队，以推进空中移动出行项目的进展，同时与湖南山河科技等中国本土的合作伙伴们展开了紧密合作。

据了解，大众(中国)的这台原型机

基于现有自动驾驶解决方案与电池技术打造，被设计为翼长11.2米、翼展10.6米的豪华X翼构型，拥有八个用于垂直起降的旋翼以及两个用于航向水平推进的螺旋桨。据介绍，大众汽车集团(中国)今年下半年还将通过数轮飞行试验进一步优化方案，改进后的原型机将于2023年夏季末进行更高标准的试飞。

截至2021年上半年，全球已有超过200家企业或机构正在研发飞行汽车产品，除了波音、空客、贝尔等飞机制造商，也有吉利、小鹏等国内汽车企业。具体来看，早在2013年，小鹏汽车旗下的小鹏汇天就已经开始研发飞行器，并在去年完成超过5亿美元A轮融资，创下中国低空载人飞行器领域最大单笔融资纪录。

同样，吉利也是飞行汽车领域的狂热“粉丝”。2017年吉利收购了美国飞行汽车公司Terrafugia(太力)，该公司旗

下的“TF-1”也是目前全球唯一取得适航证的产品。同时，根据吉利汽车的规划，在2023年还将发布首款垂直起降飞行汽车。

事实上，资本对于飞行汽车的高热度追逐有迹可循。众多车企对于飞行汽车的青睐，主要在于这个赛道具备想象空间。

根据摩根士丹利预测，未来20年是飞行汽车的井喷期，2040年该领域市场规模将高达1.5万亿美元。普华永道则预测，城市空中交通未来对于GDP影响有很大比重，未来将会增加高达60万个以上就业岗位。罗兰贝格也预测，到2050年，全球95个主要城市的空中，将会有9.8万辆飞行汽车飞驰。

政策层面也透露出行业利好消息。2021年印发的《国家综合立体交通网规划纲要》提到，从2021年至2035年，推进

城市群内部交通运输一体化发展，发展城市直升机运输服务，构建城市群内部快速空中交通网络。

不过，就现阶段行业发展和法律法规来说，真正实现“打飞的”还需要很长时间。清华大学车辆与运载学院教授张扬军预测，在2030年前，飞行汽车主要还是早期商业示范运行；2030-2050年，逐渐进入飞行汽车商业化运营时代；2050年后，将迎来城市空中交通发展的时代。

