



优化车型与价格策略 利润增长显著

2022年全年，大众汽车的全球总销量达460万辆。销量虽小幅下滑，但大众汽车却迎来了于利润层面的显著增长。

	2021 ^{*,1}	2022 ¹	同比 ¹
全球交付量 ¹ (百万辆) ¹	4.9 ¹	4.6 ¹	-6.8% ¹
销售额 ¹ (十亿欧元) ¹	68 ¹	74 ¹	+8.7% ¹
未计入特殊项目支出的营 业利润 ¹ (十亿欧元) ¹	2.2 ¹	2.6 ¹	+22.5% ¹
未计入特殊项目支出的营 业销售回报率(%) ¹	3.2 ¹	3.6 ¹	+0.4% ¹
经营净现金流 ¹			

为此，大众汽车对旗下的多条产品线及车型进行了优化，并在价格端改变了以

往的策略，这使得销量其在销量下滑6.8%的情况下，全年销售额远超2021年全年（680亿欧元），达740亿欧元。针对这一“成绩单”，大众汽车乘用车品牌CFO Patrik Andreas Mayer表示：“2022财年中，面对地缘政治的不确定性、大宗商品和能源价格的大幅上涨、供应链中断以及疫情对中国市场的影响，我们采取的降本增效措施发挥了作用，帮助我们在充满挑战的环境中取得了出色的业绩。”



大众方面预计，2023年其品牌净现金流将为1亿欧元到2亿欧元之间，投资支出将占整体营业额的3%-4%之间，研发支出占整体营业额的4%-5%。基于此，大众需在转型的同时，针对趋于稳定的原材料供应，将继续采取控制成本的方式，以面对不断变化的市场环境。



尽管电动之路的转型迫在眉睫，但大众并不会放弃传统燃油车的推陈出新。2023年，大众依旧会针对不同市场间的差异，为全球用户提供多款高能效优势的车型。其中，包括了北美市场的新款Atlas，以及巴西市场的Virtus、Tiguan和Passat等车型。



加速电动化进程 10款纯电新车发布在即

在刚刚过去的2022年，大众于纯电市场的表现进步明显，全球销量达33万辆，同比增长23.6%。面对日益增长的电动车市场份额，此番大众正式公布了其品牌纯电动化转型的长远目标。

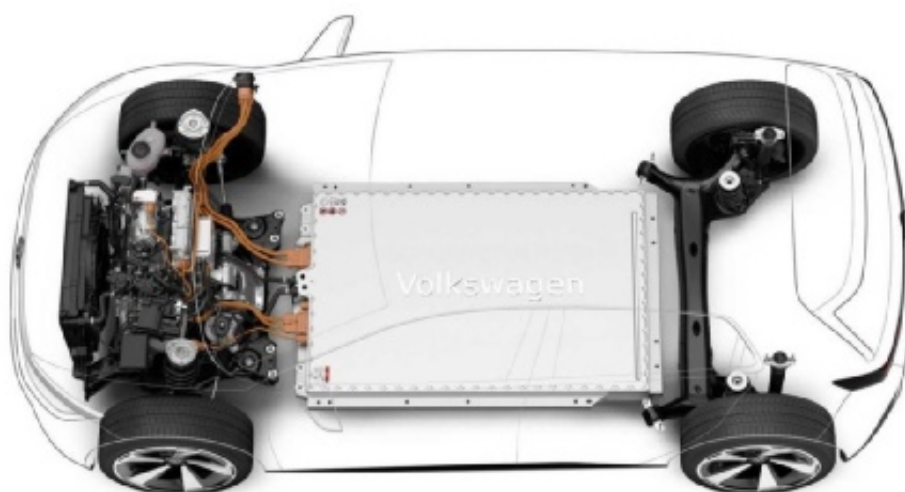


伴随着众多新车的到来，大众必然要为这些全新的纯电车型“留足产能”。眼下，大众已然“在行动”了。自2023年夏天德国埃姆登工厂将彻底转换为电动汽车生产工厂，负责制造ID.4与ID.7。不仅如此待到秋天之时，沃尔夫斯堡工厂也将下线新一代ID.3车型。至2025年初，大众汽车将投资约4.6亿欧元对主要工厂进行改造。目前，德国茨维考和德累斯顿工厂已完成改造，ID.4也已于去年在美国查塔努加工厂投产。



首款前驱MEB车型 ID.2 ALL大有不同

区别于目前ID.家族的一众车型，ID.2 ALL是首台基于前驱MEB平台打造的产品。尺寸上，这台两厢纯电轿车的尺寸将锁定在POLO与ID.3之间（长4050mm、宽1812mm、高1530mm，轴距2500mm）。



设计层面，我们可以看到诸多高尔夫的元素。近似的车身轮廓、紧凑的车身造型，都令其与当前的ID.3车型做出了极为差异化的不同。



作为大众面向未来的入门级“小车”，ID.2 ALL的内饰十分简洁，在保有同ID.3类似的换挡机构下，配合上两块悬浮式的屏幕（10.9英寸液晶仪表盘+12.9英寸中控屏幕），使得新车依旧秉承有传统德系轿车的内饰质感。



至于动力，大众为ID.2 ALL分别匹配了38度及56度两个不同电池容量（磷酸铁锂）的版本，在125kW快充的加持下，仅需20分钟即可完成10%-80%的电量补给。



写在最后：

从本次的财务业绩大会中不难看出，大众于未来将继续巩固其传统燃油车的优势，并为全球市场不同的消费者提供更为高能效的新车。当然，大众的重心已然逐渐转移到了纯电动领域。显然，面对着转型与全新的挑战，大众必然会迎来销量上的“小阵痛”。好在大众找到了提升利润的新方法，并持续加快着对电动化的新产品打造与工厂升级，以达成对7年后（2030年）美好愿景的实现。