

长安汽车1月10日发布公告，2021年长安汽车销量230.05万辆，同比增长14.82%，产量229万辆，同比增长12.64%；12月汽车销量17.8万辆，同比下降11.26%，同月产量20.28万辆，同比下降16.55%。

其中，自主品牌销量175.47万辆，同比增长16.7%；自主品牌乘用车销量120.42万辆，同比增长23.08%。值得注意的是，长安自主品牌乘用车销量在总销量中的占比过半，是历年来的最高值。

从目前已公布的销量来看，长安品牌乘用车销量次于吉利的132万辆、长城的128万辆，位于自主品牌第三名。

但业绩并未直接推动长安汽车的股价。截至2021年1月10日发稿时，长安汽车股价微跌至约14.40元每股，当日盘中最低跌至14.01元每股，创两个月以来新低。

长安自主品牌乘用车中，CS75系列全年累计销量超过28万辆；逸动系列全年累计销量超过17万辆；UNI系列全年累计销量超过12万辆；CS55系列全年累计销量超过14万辆；CS35系列全年累计销量超过8万辆；奔奔E-star全年累计销量超过7万辆。

长安集团旗下其它品牌的销量占总销量超三成。欧尚品牌全年累计销量超过22.8万辆；凯程品牌全年累计销量超过18万辆。合资品牌方面，长安马自达年度累计销量超过13万辆，同比下滑3.57%；长安福特年度累计销量超过30万辆，同比上涨20.29%。

长安汽车盈利状况与市场销量之间存在密切的正相关。根据该企业2021中期报告显示，2021年上半年实现营业收入567.85亿元，同比增长73.22%；归属于上市公司股东的净利润为17.29亿元人民币。营收大涨，销量的增长功不可没。

早在2013年，长安汽车的年销量就突破200万大关，2016年达到峰值305.8万辆，首次进入“300万辆俱乐部”。此后2017-2019年，受长安福特销量下滑的影响，长安汽车的总销量分别为306.3万辆、287.2万辆、176万辆，逐年下滑。虽近两年销量有所回升，仍不及巅峰时期。

此外，长安汽车新能源及高端产品需要得到重视。2021年上半年，长安新能源汽车累计销售仅约3.7万辆。在高端车领域，自主板块中，仅有极个别车型的顶配版官方指导价超过20万元，其余绝大部分车型售价都集中在10万元左右。

如何突破高端化瓶颈完成转型，长安汽车还需在思考中继续前行。（文 | 《财经天下》周刊实习生 曹婷婷 编辑 | 冒诗阳）

