



对于净利润下滑，吉利从几个方面给出了回应。

首先，吉利汽车正在不断加大研发方面的投入。数据显示，吉利汽车2021年的总研发投入为55亿元，同比增长48%，研发开支占收入比例上升至5.4%，同时员工增长的数量约为6000名，从2020年的38000人增至2021年的44000人。在过去的五年里，合计研发总投入256亿；与此同时，芯片短缺等因素导致综合供应链成本上升；并且最后，初创品牌极氪在产业链的布局投资，也拉低了吉利汽车的盈利数据。

怀揣3个待解问题，吉利又将如何破局？

首先是研发力度，吉利表示不会减弱。据吉利汽车集团董事长、吉利汽车控股有限公司执行董事、极氪智能科技CEO安聪慧透露，极氪仍将加大对软件人才的投入，在人员数量和占比方面进行提升。到今年年底，在研发团队中，软件人才占比将从现在的65%提升至70%。此外，极氪还将加大在智能化方面的资金投入。

其次是供应链问题，安聪慧表示，极氪的芯片等零部件的供应情况已有所好转。但根据目前疫情的发展态势，供应链若想恢复如常，仍需视疫情发酵情况而定。

最后是新能源的布局。吉利行政总裁桂生悦表示，2022年将继续加大在新能源产品上的研发投入。

综上所述，无论是加大技术研发还是布局新能源，烧钱是基本的操作。吉利的“阔绰”从何而来？

现金流方面，截至2021年12月底，吉利汽车总现金水平（银行结余及现金+已抵押银行存款）为280亿元，创下历史最高水平，同比增长约为46%。其中，净现金为人民币208亿元。

赚钱不易，自然要学会勒紧裤腰带。近些年来，远看大众、戴姆勒无一不进行严苛的现金流管理。同比国内的比亚迪与长城，存钱有道也是基本操作。

根据公开资料整理，比亚迪的经营性净现金流高达654.7亿元，而现金及现金等价物也有498.2亿元，二者相加有近千亿的规模；而长城汽车同样在2021年储备了足够的“粮草”，财报显示，长城汽车2021年的现金流净额为353.16亿元，截至年底账上有279.08亿元的现金及现金等价物。

无论是对标跨国车企还是自主品牌，吉利都没有理由不勒紧裤腰带。况且尽管实现现金储备的高值，但与比亚迪、长城汽车相比，吉利的财气仍稍显逊色。

### 新能源+ 高端

10万元以上车型占比提升至66%

挑战虽多，但好在吉利依然在销量上实现增长。2021年，吉利汽车累计销售132.8万辆，同比仅微增0.6%。

虽然成功卫冕中国第一大自主品牌和第三大乘用车品牌，但传统汽车基本盘太大显然限制了吉利汽车的增势。解构吉利这132.8万的销量，其中包括了107万辆吉利、22万辆领克、2.9万辆几何和0.6万辆极氪品牌的汽车，其中领克和几何的销量分别增长25.7%和145.3%。但超过100万辆的吉利品牌的单车收入却拉低了整体数值。

数据显示，吉利汽车（含领克）整体平均单车收入为87672元，同比增长9.0%。与此同时，值得注意的是，高端品牌领克、纯电品牌极氪进一步拉高单车售价，领克全年销量达到22万辆，同比增长26%，平均销售收入提升至13万元；极氪001四个月交付12453辆，平均订单价达33.5万元。

而反观比亚迪和长城，2021年比亚迪的单车收入已经超过15万元人民币，长城的这一数字则是10.64万元，均超过吉利的单车收入水平。

由此可见，从产品细分市场分布来看，新能源及高端势必将成为吉利未来重点耕耘的领域。

随着吉利对新能源+高端的重视程度日渐提升，领克、极氪等高端品牌以及“中国星”高端系列在2021年带来了正向的成果。相比2020年，吉利汽车旗下指导价在10万元以上车型占比提升至66%。具体来看，吉利汽车旗下指导价在10万元以下的车型，占比从64%下降至34%；指导价在10万-15万元的车型，占比从25%提升至44%；指导价在15万元以上的车型，占比从11%上升至22%。

在很多人看来，吉利的并购式进化仿若曾经叱咤欧洲的大众。如今的大众正在经历大象转身的“阵痛”期；吉利在净利连降3年后，终将新能源板块驶入正轨。可以预见，如若产销层面不断向好，吉利汽车或将再度得到资本市场的垂青。到了那时，吉利才真的可以信誓旦旦的肯定自己“被低估”了。