

# “蔚小理”谁先告别亏钱卖车？

新造车运动进入2.0阶段，亏损仍在继续。

近日，“蔚小理”发布了2021年第三季度财报，尽管三家车企的营收都实现了百分比三位数的大幅增长，却仍难逃亏损的命运。

从交付量来看，昔日的冠军蔚来在今年第三季度败下阵来，被小

鹏和理想反超，甚至不敌尚在爬坡阶段的大众ID.家族。不过，卖得多，亏得也多。在第三季度交付新车最多的小鹏亏损面进一步扩大，相较而言，蔚来和理想的亏损均同比收窄。

谁会率先实现盈利，成为新造车领域最大猜想。

## 毛利率超传统车企

去年第三季度，蔚小理齐刷刷跨过毛利率转正的门槛，告别“危险期”。今年，三兄弟的毛利率继续向好，甚至超过了一众传统车企。

从理想ONE交付以来，理想汽车的毛利率在头部新势力中一向最高。这得益于其增程式技术方案。这种技术路线有成本优势，电力驱动系统只需耗费40度电量，仅为纯电动汽车的一半，增程器部分，理想则借助了传统汽车的成熟供应链。

今年第三季度，理想的毛利率再一次攀升，达到了21.1%，甚至超过了全球最会赚钱的车企丰田（2020年毛利率18%）。

关于毛利率上涨，理想汽车首席财务官李铁在第三季度财报电话会中解释道，这是由于第三季度内，2021款理想ONE的交付量增加，理想的平均售价增高所致。2021款理想ONE于今年5月正式推出，相较于老款车型，售价高出一万元。

同样得益于产品结构的优化，小鹏的毛利率也有所上涨。第三季度，售价更高的小鹏P7的销量占据小鹏总销量的76.9%，直接拉动了毛利率增长。报告期内，小鹏汽车的毛利率达到了14.4%，去年同期，这个数字仅为4.6%。不过，尽管增幅最大，小鹏的毛利率在蔚小理当中仍然垫底。

为了提升毛利率，小鹏将优化现有产品线。目前，销量支柱小鹏P7与友商定位中高端的车型相比，仍存在不小的价格差。前不久在广州车展，小鹏发布了旗舰车型小鹏G9，这款车上市后或许将进一步提升小鹏的毛利率。

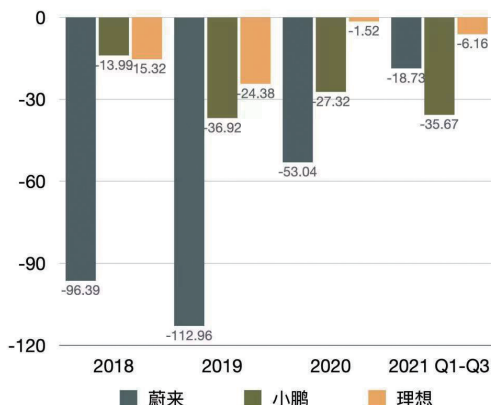
蔚来汽车在第三季度实现了18%的毛利率，相比上一季度出现了下滑。不同于小鹏和理想，蔚来今年并没有推出新车，因此其产品结构没有变化。并且，用户购车金融补贴增加也导致汽车销售收入扣减。此外，由于明年NT2.0平台将上线，今年开始对NT1.0平台采取加速折旧的谨慎会计处理，毛利率将短暂承压。等到明年第一季度或第二季度NT2.0平台车型上市，蔚来的毛利率有望实现回升。

毛利率逐年提升，离不开日渐上涨的交付量带来的规模效应。

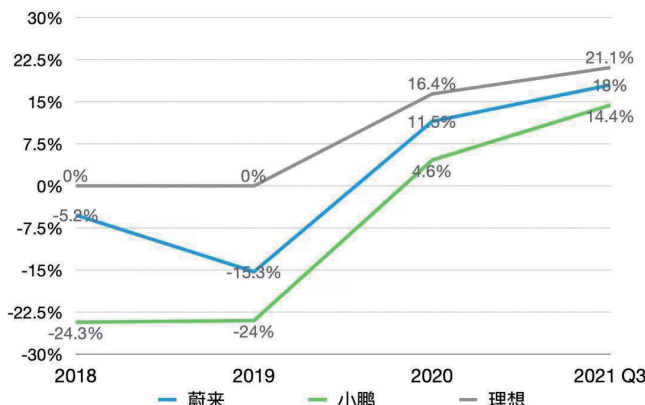
2021年，蔚小理纷纷跨越了月销万辆的里程碑。第三季度，三家车企的交付量都实现了百分比三位数以上的同比增长。

7-9月，小鹏一跃成为新势力销冠，实现了2.56万辆的季度销量，同比上涨197%。理想排名第二，在报告期内交付了2.51万辆新车，同比上涨191.8%。蔚来的增幅最小，同期交付量同比增长100%达到2.44万辆。

2018-2021 Q1-Q3 蔚来、小鹏、理想净利润对比  
(单位: 亿元)



2018-2021 Q3 蔚来、小鹏、理想毛利率对比



注：理想ONE于2019年12月开始交付

## 营收大幅增长，仍难逃亏钱卖车

随着交付量攀升，蔚小理的营收也在第三季度实现了百分比三位数的大幅增长。

具体来看，蔚来在第三季度实现了98.1亿元的营收，同比增长116.6%，同期，理想营收为77.8亿元，同比大增209.7%，小鹏总收入为57.2亿元，同比增长187.4%。

在第三季度，蔚小理的交付量几乎持平，导致营收差异的因素主要是单车售价。蔚来的平均售价为43万元，理想ONE的售价为33.8万元，而小鹏的平均售价约为21.2万元。不过，营收虽大涨，却没能填补蔚小理亏损的窟窿。

在第三季度内，蔚来和理想的亏损都同比收窄。蔚来第三季度净亏损8.35亿元，同比收窄20.2%，理想净亏损为2150万元，同比收窄79.9%。同期，小鹏的亏损仍在扩大，达到15.9亿元，同比增长了33.6%。

人不敷出，是因为

模仍是2万辆的量级。

第四季度，小鹏为自己设立了3.45万-3.65万辆的交付目标，理想对第四季度的预期也达到了3万-3.2万辆。如果这两家均能完成任务，蔚小理的交付规模将拉开一些距离。

现阶段新势力仍然有诸多支出项目。

第三季度，蔚来费用支出项达到30.1亿元，其中销售及管理费用为18.2亿元，研发费用为11.9亿元。小鹏旗鼓相当，第三季度费用支出超过了28亿元，其中销售与市场费用为15.38亿元，研发支出为12.64亿元。理想的两项支出分别为10.2亿元和8.9亿元。

三兄弟的市场及管理费用都超过了研发支出。对此，蔚来在财报中解释称，销售及管理费用主要是由于销售服务职能人员成本增加，以及销售及网络扩张相关的成本增加。除此之外，蔚来也为用户运营付出了更多的成本。随着蔚来车主数量增多，蔚来维护用户的成本也不断攀升。

小鹏的特有费用支出在于销售渠道。小鹏采取的是“品牌直营店+特许经营店”销售模式，截至9月底，小鹏的经销商网络中，特许经营店占比36.5%。

业内人士认为，由于销量攀升，特许经营店的销售佣金也将增加，或拖累小鹏的净利润数据。

蔚小理能成功圈粉，很大一部分原因在于这三家车企的智能化优势。自然，研发也成为一大支出项目。

其中，小鹏对研发的投入比例最高，第三季度，其研发费用占总营收22.13%，这个数字在蔚来和理想的财报中分别为12.13%和11.4%。

## 谁会最先盈利？

交付量、营收和毛利率都开始向好之后，大家开始好奇一个新的话题：蔚小理谁将率先盈利？

上一个被盈利问题困扰的新造车选手是特斯拉。在这家企业成立的18年时间里，一直处于亏损状态，即使在2020年Q1之后特斯拉开始盈利，但大部分收入来源是售卖积分。直到今年第二季度，特斯拉才开始真正靠卖电动车来赚钱。

帮助特斯拉实现盈利的，是规模效应。从特斯拉首个靠电动车业务实现盈利的2021年第二季度来看，特斯拉在全球交付了20.1万辆新车，同比大增121.4%，环比增长8.9%。

对于现阶段的蔚小理来说，“影响其实现盈利的主要原因是销量规模不足，”经济学家宋清

小鹏在财报中解释称，研发费用的增加首先是由于研发人员规模扩大，导致薪酬总额增加；其次是新车型小鹏P5和小鹏G9、以及相关软件技术的开发。

蔚来创始人李斌也透露，今年蔚来的研发人员数量增加了一倍，“但研发费用反映在财务报表上需要一些时间”。第四季度蔚来的研发费用会出现较快的增长，这开发节奏有关。

辉曾表示。

国信证券的一份研报曾经预测，三家车企要想实现盈利，蔚来的年销量规模要达到18万辆，小鹏要达到12万辆，理想要达到6万辆。

从今年已经公布的销量数据来看，今年1-10月，蔚来累计交付70062辆新车、小鹏的累计交付量为66542辆、理想汽车总交付量则为62919辆。

目前，理想汽车的销量已经超过6万辆，结合第四季度销量预期，全年销量有望超过8.5万辆，或将率先实现盈利。蔚来和小鹏的全年预计销量将约为8.9万辆和9.1万辆。

在扩张规模的道路上，蔚小理也在加速产品布局，一场新的内卷即将开始。

(转载自：未来汽车Daily，作者丁唯一)