

# Autoweekly

## 涨价还是降价:汽车业08年的艰难选择

下游是节节升高的生产、运输成本,上游是激烈竞争下时有下跌的售价,中国乃至全球的汽车业犹如“进了风箱的老鼠”。随着成本和售价之间的空间不断缩小甚至接近,汽车企业的生存压力越来越大。

恶梦还在继续。在铁矿石涨价65%的事实面前,车用钢板价格只能选择上涨,汽车业的生存空间也随之压缩。是突破车价的“天花板”?还是另寻他径?但无论汽车企业作出何种选择,都必须面对这样一个严酷的事实:汽车业大洗牌的时刻到来了,谁不具备实力,谁将被清洗出局!

◎本报记者 吴琼

中国汽车业2008年在面对欲闯1000万辆大关的机遇时,危机也如影随形。众多汽车公司高层注意到:在成本不断上升的压力下,汽车业的利润不断被吞噬,稍有不慎即可陷入亏损之列。

日前,铁矿石生产商巴西淡水河谷宣布,与日本新日铁、日本钢铁公司、韩国最大钢铁公司浦项制铁达成协议;2008年大部分铁矿石的价格较2007年上涨65%,品位较高的卡拉加斯粉矿上涨71%。这已是铁矿石价格连续第六年上涨。2003年至2007年,国际铁矿石基准价格涨幅分别为8.9%、18.62%、71.5%、19%和9.5%。铁矿石涨价势必引发汽车用钢板涨价,汽车业的成本压力再次加大。

面对巨大的成本压力,美国通用汽车已经决定提高部分产品的售价。但中国汽车业暂未接招。在接受上海证券报采访时,多家国内汽车公司高层对于汽车价格走势的判断莫衷一是。甚至有企业和分析人士表示,随着成本的节节攀升,2008年汽车降价热潮将无法延续,部分汽车产品甚至会涨价。

### 涨价派势单力薄

在美国通用汽车表示将上调部分2008款车型售价的同时,欧洲和日本的汽车巨头则相对冷静。

据了解,钢厂已经数次与欧洲汽车企业进行谈判,希望2008年汽车钢板每吨价格上涨50欧元。不过,欧洲各大企业目前还没有对此作出明确反应,也未制定较为激进的价格政策。

尽管日本最大的钢铁企业新日本制铁公司计划于4月将汽车、家电用的薄板钢价格上调一成至两成(即1万日元至2万日元),但丰田公司社长渡边捷昭表示,在目前形势下,很难将上涨的成本转嫁到成品车上。

作为全球第三大汽车生产国,中国在这场全球汽车企业的生存战中,将如何表演,显得格外重要。

连日来,上海证券报对国内大型汽车集团、民营汽车企业高层、汽车协会及分析人士进行了采访。尽管各方均一致认为,成本的不断提高已经严重威胁到汽车业及汽车企业的盈利能力,但鉴于各家企业的具体情况和市场竞争情况,并未达成提高售价的一致意见。支持涨价的多为民营汽车企业和分析人士;而市场占有率较高的汽车集团、合资企业则对此反应较为冷淡。

全国乘用车联席会主席饶达表示,“利润空间较小的中低价位车可能会涨价。这几年厂家不断降低成本,利润已被极大压缩。2007年以来,CPI上涨较快,令厂家‘腹背受敌’。为保值效益,部分厂家可能会涨价。”

北京北辰亚运村汽车交易市场总经理苏晖认为,去年所有商品都在涨价,只有汽车在降价,而汽车的材料成本、人工成本等均在上涨,因此,汽车长期降价不符合经济规律。理论上汽车有涨价的可能,否则,没法解释现在的经济现象。

吉利集团董事长李书福是唯一公开赞成涨价的汽车公司高层,其此前曾表示,经济型轿车要涨价,因为钢材、汽车零部件价格一直上涨。经济型车如果不涨价,企业就要亏本。

在中国销售势头节节攀升、以中级车为主的丰田汽车则持相反态度。2月19日,丰田汽车中国总经理矶贝匡志告诉上海证券报,“丰田汽车有能力消化成本上升的不利因素,不会将此转嫁到消费者。”

但是,认为2008年中国车价会继续下降的呼声更高。

国家发改委价格监测中心认为,2008年中国汽车将继续降价。在其

最新调查中显示,受供大于求及竞争加剧等因素影响,今年汽车市场价格将继续下降,且降幅将超过2007年,达到5%以上。

饶达则将降价的主力归为高价中级车和中级以上轿车。他认为,高价中级车和中级以上轿车可能会降价。2008年将有三个降价高峰期:第一轮高峰在2月底或3月;第二个降价高峰为8月左右,以备战9月、10月的销售旺季;第三轮高峰为11月份,厂家为完成全年销售目标而发动价格战。但“在这三轮降价中,一个车型一年降价两次的概率微乎其微。”

尽管对于2008年中国车价的走势众说纷纭,但2008年甚至更长期,中国汽车价格向上走还是向下走,最终将由市场来决定!

### 咬紧牙自行消化

2007年,中国汽车业高奏凯歌:2007年共生产汽车888.24万辆,同比增长22.02%;销售汽车879.15万辆,同比增长21.84%。但其中也夹杂着不和谐之音。据wind统计显示,截止2007年11月,累计8832家汽车企业中(包括零部件企业、整车企业、改装车企业等),亏损家数达1432家,亏损企业的累计亏损额高达70.18亿元。

成本上涨和竞争加剧困扰着汽车生产企业,导致众多企业亏损。尽管整车企业情况相对乐观,但压力仍然很明显。导致汽车生产成本增加的主要因素是原材料外购成本、员工工资,而在原材料中最主要为钢铁、橡胶等。

“车用钢板等钢材价格上涨,对于汽车企业的影响到底有多大,无法具体计算。”昨日,国泰君安汽车分析师张欣告诉上海证券报,“但通常越具有规模效应的企业,越能抵消成本上涨的不利影响。”

上汽集团和东风集团的高层认为,如果车用钢板涨幅在5%以内,企业可以自行消化。而一位接近汽车集团和钢铁集团的人士透露,按照惯例,汽车企业与钢厂有战略合作协议,如果钢厂对外售价涨幅超过10%,则对大型汽车集团的涨幅可能不超过5%;同样,如果售价跌幅超过10%,对这些汽车集团的售价可能只下降5%。至于具体涨跌幅度,由各大汽车集团与钢厂谈判而定。

此外,橡胶价格上涨,将导致轮胎价格上涨;纯碱价格上涨,将引发玻璃成本的增加。数家中国排名居前的汽车玻璃企业私下表示:“不排除提升汽车玻璃价格。”

与此同时,中国整车企业的销售成本、管理费用和财务费用也呈快速上升态势。据wind统计显示,截止2007年11月,整车企业销售收入同比增长27.66%,销售成本增加27.11%,财务费用增长39.2%,管理费用增长18.07%。

基于原材料价格上升的因素,新华信国际信息咨询(北京)有限公司上海分公司研究员郑刚认为,“由于原材料等价格的上涨,汽车生产成本至少增加5%至10%,未来这一增长趋势还将延续。”

但成本上涨,并不意味着售价可以提高。

“如果别人都不涨价,我们也不可能涨价。因为这会影响到产品的销量。”一位自主品牌汽车高管无奈地说。

更多业内人士将能否降价的权力给予了市场;如果供应过剩,则只能死扛着不涨价甚至降价,谁能扛到最后,谁将胜利。

毕马威国际LLP全国汽车行业负责人Daron Gifford表示:“尤其在亚洲,生产能力过剩是一个问题。在毕马威的调查中,45%的高管人员认为生产能力过剩将成为中国市场未来5年内的一个严重问题。”



### 记者观察

## 该出招时就出招

◎吴琼

在其它产业纷纷传出“因原材料价格不断提高,故调高产品出厂价”的消息时,汽车业与家电业一样,唯有孤独地留守在成本不断上升、价格不断下降的“风箱”中。

谁有实力忍受持续的亏损呢?即使连通用汽车这样的全球巨头,亦在成本面前低下了头,举起了涨价的大旗。放眼中国汽车企业,谁真正具备与通用汽车抗衡的实力?

但我们的汽车企业还是不愿涨价。并非不愿意,而是不能够!因为现在是买方市场,竞争对手都不涨价,同样条件下,谁先涨价谁倒霉!

自2005年以来,李书福几乎年年都叫着经济型轿车应该涨价,而吉利汽车盈利能力也确实充分体现成本压力。连号称“要像卖西瓜一样卖汽车”的李书福,也无法忍受了,由此可见经济型轿车生产企业的压力有多大。不过,精明的李书福还是没有选择涨价。因为竞争对手奇瑞汽车、夏利汽车等都在降价。

如果选择不涨价,那么,唯有向丰田汽车学习,自行分解及消化掉成本上涨带来的不利影响。目前,各家汽车企业已经各自出招,以应对这场旷日持久的成本之战。

第一招施在设计领域。目前数家汽车企业已经注意到轻量化对于降低成本的好处,正拟从研发环节进行轻量化设计。汽车轻量化联盟专家委员会主任

陈一龙指出,我们的自主品牌汽车跟国外相比,自重明显较高。根据统计分析,我们的自主轿车较国外同类车重8%至10%;从轻量化材料使用量看,无论是高强度钢、铝、镁、塑料的单车用量,均与国外有差距。

据悉,钢材占汽车生产总耗材的70%至80%。粗略计算,一辆自重1.6吨的轿车,钢材用量可达1吨左右。如果钢材用量降低8%或10%,其成本自然降低。

第二招施在生产和管理环节。广汽集团总经理曾庆洪告诉记者,广汽集团不仅要消化原材料增加的费用,而且要根据规模的扩大降低成本。

大家应该学习丰田汽车的“挤毛巾”政策:一方面向内部管理、流程要效益;另一方面要求零部件供应商分解部分成本压力。

且慢!虽说众多汽车企业不愿意涨价,但没说过不通过其它方式变相“涨价”,诸如多推新车、增加配置的小改款,停止生产价格较低的老款车,改为生产价格相对高一些的新车。据了解,2008年不少自主品牌汽车企业都将有全新车型或改款车型的投放计划。

但在这些传统解困方式之外,汽车企业是否还可以寻找其他降压力方式呢?如在预测到未来原材料价格呈上升趋势前,参股重要的原材料或高利润零部件供应商,宛如日本钢铁企业直接或间接参股巴西、澳大利亚、加拿大、智利乃至印度的铁矿一样。如此一来,当钢铁等重要原料价格上涨时,汽车企业亦可从参股公司中获取部分回报,从而部分抵消掉成本上涨的不利影响。

### 公司看点

## 跃进80余亿资产转让“铺路” 上南最快4月完成并购

◎本报记者 吴琼

上南即将成为法律意义上的一家。昨日,上海证券报独家获悉:如果行动迅速,最快今年4月相关汽车资产将完成交割转让手续。目前,上汽集团、南京名爵实业有限公司已经成为南京跃进汽车

有限公司的全资子公司,此举为上南资产交割扫清了障碍。另据了解,南京跃进汽车有限公司将被纳入上海汽车集团股份有限公司。

昨日,上汽集团高层向上海证券报透露,目前上南合作正在顺利进行中,上汽集团已经做好了资产转让的部分前期准备工作。最快将于2008年4月,上南正式成为法律意义上的一家人。

该高层所说的准备工作,包括上汽集团100%产权、南京名爵实业有限公司100%产权在内的核心汽车资产的转让,这部分资产已悉数收至南京跃进汽车有限公司(简称:跃进汽车有限)囊中。

上海证券报从南京产权交易中心获悉,上汽集团的4家股东已将所持有的83.147%股权,转让给跃进汽车有限,作价57.383亿元。这4家股东分别是跃进汽车集团公司、中国华融资产管理公司、江苏省国信资产管理集团有限公司、江苏交通控股有限公司。至此,上汽集团成为跃进汽车有限全资子公司。

此外,倍受市场关注的南京名爵实业有限公司全部股权也已“花落”跃进汽车有限。据了解,南京名爵大股东将67.78%的股权转让给跃进汽车有限,作价27.2亿元。5家股东分别为南京江宁经济技术开发区总公司、南京高新技术经济开发总公司、南京市浦口区国有资产投资经营有限公司、江苏省国信资产管理集团有限公司、江苏交通控股有限公

司。

至于曾经出现在南京市工商局企业登记资料中的南京北园房地产开发有限公司股权处置的问题,上海证券报从上汽集团高层获悉,由于南京北园房地产开发有限公司是南京高新区管委会的直属公司,其母公司为南京高新技术经济开发总公司,因此,股权可能被算在南京高新技术经济开发总公司名下。

“由于上汽集团已成为跃进汽车有限全资子公司,故上汽集团原持有的约22%南京名爵股权也一并收归跃进汽车有限旗下。”该高层表示,“和上汽集团一样,南京名爵也成了跃进汽车有限的全资子公司。”

据了解,未来上南将按照法律程序进行资产转让的相关手续。即按照2007年12月26日上汽集团与跃进集团签署的全面合作协议,跃进汽车的整车及零部件业务将全面融入上汽。上汽汽车将支付20.95亿元收购上汽集团;跃进集团将持有上汽汽车3.2亿股股份和东华公司(零部件公司)25%股权,上汽集团将拥有东华公司75%的股权。

### 车坛资讯

#### 1月份汽车售价环比上涨

国家发展和改革委员会价格监测中心表示,受节前消费高涨和冰雪灾害等因素影响,一路走低的国产汽车(含乘用车和商用车)价格1月份环比上涨0.77%,但比去年同期仍下降4%。其中,全国乘用车价格同比下降3.75%,环比上涨1.99%,环比上涨幅度大于商用车。在乘用车各品种中,轿车和SUV涨幅相对较高,环比涨幅分别为5.37%和2.14%。

发改委价格监测中心的数据来自对全国36个大中城市汽车市场的监测。该价格监测中心的专家分析认为,1月份乘用车价格环比涨幅较大,主要有两大原因:一是许多消费者都喜欢节前买车过年使用,每年春节前都是汽车销售高峰,汽车销售商在节前取消促销活动,或减少优惠幅度;二是受冰雪灾害影响,一些地方新车运输受到影响,导致市场供给趋紧,从而拉动汽车价格总体走高。

#### 上汽联手宝钢建设制钢车轮基地

中国钢铁与汽车业两大巨头携手。上汽集团与宝钢集团正式签订意向合作协议,决定在汽车制钢车轮业务上展开合作:上汽集团将支持新成立的上海宝钢车轮有限公司,进一步发展汽车制钢车轮业务,以适应上汽集团整车发展的需要。

上海宝钢车轮有限公司已计划在月浦工业园区建设一个现代化的制钢车轮生产基地,应用先进高强度钢材生产轻量化的制钢车轮,该基地设计年产能预计将达到600万只制钢车轮的规模。

#### 东风悦达起亚1月销量超1.5万辆

2008年1月,东风悦达起亚终端总销量达15255辆。其中狮跑单月终端销售量创上市以来新高,达到2672台。据数据显示,狮跑每月销量呈稳步上升的态势,目前总量已经突破了8200台。

#### 法拉利盈利猛增45.4%

法拉利2007年财务指标创历史新高。2007年,法拉利营业额增至16.68亿欧元,较2006年的14.47亿欧元增长了15.3%;营业利润达2.66亿欧元,同比增长45.4%;销售利润率由2006年的12.6%上升至2007年的16%。这一大幅增长是在美元贬值经济背景下取得的,而美元销售约占法拉利销售总额的30%。

此外,法拉利公司报表显示,2007年度的财政盈余达2.99亿欧元,比2006年的2.13亿欧元大幅增长了40.4%。

2007年,法拉利共出售给最终用户6465辆车;2006年为5671辆,同比增长14%。新兴市场成为法拉利的幸运市场。亚太地区的销售额增长了47.2%;中东地区增长了32.3%,远高于传统市场的个位数增幅,如美国增长7.7%、英国增长8.2%、德国仅增长5.9%。(吴琼)