

盈利“瘦身” 汽车业步入结构性增长

过去一年,国际整车及零部件业的破产事件频频发生,而置身于高速跑道上的中国汽车企业似乎远离这一困境。2008年,面对原材料不断上涨的压力,国际汽车巨头们纷纷调低了增长预期或盈利预期,中国汽车业还能独善其身吗?破产的恶梦会不会从大洋彼岸延伸至国内?

对多家国内汽车公司、零部件企业、经销商及汽车咨询公司进行采访后,记者发现各家态度分化严重。业绩扶摇直上的丰田系、福特系的合资企业认为影响不大;经营不佳的下游零部件企业和小型汽车企业则有些担心。

国务院发展研究中心产业经济研究部研究室主任钱平凡指出:中国汽车企业将由全面性增长步入结构性增长。在这个结构性增长的趋势中,小型车企破产的故事将会上演。由于中国汽车生产许可证还是一种稀缺资源,因而在很多汽车企业没有破产前,它们就会被收购掉。



◎本报记者 吴琼

2007年,中国汽车业丝毫不理会大洋彼岸同行们的困境,照样高增长,照样高盈利。进入2008年,风向似乎正在悄然转变,盈利压力开始从汽车经销商、汽车零部件供应商传递到汽车整车制造商。

“今后,中国汽车业将由全面性增长转变为结构性增长。在汽车总销量增长的大背景下,有的汽车企业销量增速高于平均水平,有的销量低于平均增长水平,有的甚至出现负增长。”国务院发展研究中心产业经济研究部研究室主任钱平凡告诉上海证券报:“多数中国汽车企业日子都好好的局面将不复存在了。”

行业盈利或将“瘦身”

持续高增长的中国汽车业或将迎来盈利“瘦身”期!

2007年中国汽车工业重点企业(集团)实现利润创下五年新高;累计实现利润总额610.07亿元,同比增长65.14%。高增长背后,阴云已开始聚集。

在接受记者采访时,中国机械工业联合会副会长、中国汽车工程学会理事长张小明表示:“目前经营压力比较大,大家都在熬。”

来自中国汽车工业协会的两个统计数据折射出景气中的阴云——应收账款的增加和产成品库存资金的增加;2007年末,汽车工业重点企业(集团)应收账款净额为472.04亿元,同比增长22.29%;产成品库存资金为473.65亿元,同比增长26.22%,增加资金占用98.39亿元,增幅比上半年上升18.15个百分点。

在多数整车企业庆祝盈利增长之际,数家公司却无法开怀。来自中国汽车工业协会的统计数据表明:东南公司、哈飞公司虽然盈利,但其利润同比分别下降了3.84%和75.29%;而昌河公司则继续亏损,且亏损额加大。

此时,身处汽车产业链下游或附加值不高的汽车企业则深感寒意。

记者获悉,尽管南汽集团去年12月一举扭转了前11月的累计亏损局面,实现了全年盈利。但其旗下的轿车企业——南京菲亚特却严重亏损。由于多年亏损,中外合资双方已谋划分手,故自2007年9月起,南京菲亚特的经销商深受其苦:既无新车供应,亦无销售推广费用,诺大的经销商店各项费用还要照常支出,只进不出,唯有亏损。因此,在2月份召开的菲亚特商务年会上,众多南京菲亚特的经销商大吐苦水。

在对国内多家整车经销商采访后,记者发现大面积亏损的并非南京菲亚特经销商。一些销量欠佳的国产及合资整车品牌亦出现了多数经销商日子难过的局面。

置身于零部件业的经销商们,利润率大幅缩水的比比皆是。

“轮胎经销商也很难赚钱了,尤其是一级批发商毛利率大幅降低,为3%至6%。”上海固铂轮胎有限公司总经理沈惠兴告诉记者:“1995年的时候毛利



率比现在高多了,有15%左右。”

在中国车企做出快速反应前,日本汽车企业也对中国汽车市场“水温”高度敏感。

近日,日本三菱汽车、本田汽车、日产汽车均预计2009年盈利可能下滑。

本田汽车在海外市场表现一向较引人关注,为何也对未来忧心忡忡呢?据了解,这几家日本汽车企业最担心的并不是美国的经济衰退,而是日元汇率及中国汽车市场问题。目前中国已成为日本汽车企业乃至全球汽车巨头眼中的最丰厚利润来源地。一旦中国汽车需求因为经济因素或者其他因素迅速回落,则日本汽车企业在华大力铺设的零部件供应体系、销售网络将损失惨重。

“如果形势如这些日本企业所料,那么中国汽车业此轮盈利的高速增长可能到头。”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表示:“接下来将是整体盈利率乃至净利润的瘦身期。”

汽车企业四面受袭

多家汽车企业和分析人士将矛头指向了越来越恶劣的生存环境:不断上升的原材料成本、严峻的外贸环境。广汽集团总经理曾庆洪表示,原材料都在上涨,但是汽车价格却没法涨。

以轿车为例,其非金属材料约占6%至9%,橡胶(含)轮胎占8%左右,玻璃约占3%,钢材等约占其重量的60%。这些原材料正处于上涨周期中。

近日,以宝钢为首的生产汽车钢板企业相继提出每吨涨价50元以上。生产经济型汽车的国内企业都在紧张讨

论如何消化这一成本压力。

在采访米其林中国高管时,其也承认,“由于橡胶等原材料价格不断上升,米其林在北美、欧洲都相提了轮胎售价。”据了解,米其林在亚洲大陆销售的轻量化轮胎价格上涨3.9%;对美国和独联体国家售价分别上涨7%和6%。

尽管米其林中国高层未透露是否会提高中国售价,但在原材料上涨的大背景下,涨价之事最终也会在中国上演,只是时间早晚和涨幅高低的问题。

此外,汇率变动和出口退税的调整也加大了中国汽车企业的负担。

据山东省机电产品进出口办公室披露:轻骑集团2007年因人民币升值带来的损失达1400万元,因出口退税影响造成的损失为1800万元。

再一个利润杀手则是恶劣的贸易争端。

2007年,部分中国汽车企业的国内销量增速远低于其国际销量。这些中国汽车企业多数出口至俄罗斯、中东、东南亚等国家和地区,曾经享受了一些当地的优惠税收政策。但随着俄罗斯调整相关汽车产业政策,中国汽车企业的海外利润将大幅降低。

今年夏季,美国商务部将最终对中国非公路用工程轮胎倾销和补贴一案作出裁决,目前已经初裁中国轮胎存在倾销,将被征收惩罚性关税,其平均关税税率为24.75%。在记者采访中,双钱轮胎工作人员表示,终裁结果可能高于初裁,关税税率可能达到30%。若果然如此,这些轮胎企业的出口利润将大为减少。

弱者命运:破产VS被收购

国务院发展研究中心产业经济研究部研究室主任钱平凡认为,“中国汽车企业将由全面性增长步入结构性增长。”

诚如其言,在这轮原材料上涨浪潮中,仍有企业安立潮头。

“江铃汽车基本上不受影响。”江铃汽车销售公司副总经理叶明告诉记者:“从2006年开始,原材料等要素价格就在不断上涨,这种压力早就存在了。如果一件事已经发生了很多次,发生了一段时间,你还没有想到对策,那么目前将更难应付。而江铃汽车早已做好了应对准备。”

据悉,江铃汽车不仅在销售网络上进行大手笔的改革,且历时3年,投入10亿元研发费用打造出新时代全顺。2007年,江铃福特全顺销量达26580辆,占整体轻客市场份额15.9%,再次成为中国高端轻客销量冠军。这些高端产品也为江铃汽车带来较高的利润率。

张小虞也认为,调整反而有利于主体企业,即已经形成规模和竞争优势的企业;这些主体企业应该能渡过这次难关。

但那些行将亏损或举步维艰的企业怎么办呢?会出现第二个北京第二汽车制造厂吗?

2月,北京市一中院宣布:北京第二汽车制造厂破产程序正式终结,该厂未清偿的债权今后不再清偿。据称,北京第二汽车制造厂共有84户破产债权

人,债权金额总计1.3亿余元,清偿率仅为19.9518%,仅清偿了2631万元。至此,这家曾经开创国内轻型汽车先河的企业彻底从中国汽车行业的版图上消失。

“中国汽车业尤其是整车生产企业可能会走另一条路,即兼并之路。”钱平凡指出,“未来小企业破产的会比较多,但具有汽车生产资格的企业破产前就会被兼并掉,因为汽车生产资格是目录管理制,仍是一种稀缺资源。而且从大背景来看,中国汽车还处于大发展期。如果重组,资源就可以充分利用。”

在钱平凡看来,通过破产前的兼并重组,提高中国汽车业整体的资源利用率甚至竞争力,是市场化的必经之路。美国在19世纪20年代有3000家汽车企业,现在只有10多家。上南重组就是其早已预见到的。

2007年4月底,这位实话实说的学者在给南汽集团作报告时指出:“你们想听真话还是听假话,如果听真话,我认为,你们没有路可以走了,成为上汽集团的一部分是你们唯一的出路。”南汽集团董事长王浩良邀请钱平凡就餐时表示:“你说出了我们的心里话,这是我们不敢面对的现实。”

继上南并购之后,东风汽车集团有意收购哈飞汽车、昌河汽车之事再次验证了“兼并在破产前”的观点。

在中国前三大汽车集团中的两家积极参与收购兼并之际,国内第四大汽车集团长安汽车集团总裁徐留平表示,如果有比较好的机会,长安汽车集团也会进行一些并购重组活动。但更重要的是把自己的体质做强,否则并购了以后也可能消化不良。

车企规划大“变脸” 壳资源仍吃香

◎本报记者 吴琼

随着国民财富的增长,中国汽车业步入了令世界羡慕的黄金期。但并非人人都能享受这顿盛宴!

曾经榜上有名的中国整车生产企业,如今几乎每一个细类都面目全非。昔日的王者,今日无踪影者都不在少数。

上世纪90年代,国家规划了“三大、三小、两微、四轻、二中、三重”的汽车分工框架。具体为:一汽大众、上海大众、东风神龙作为“三大”轿车基地;北京切诺基、广州标致、天津夏利作为“三小”的轿车基地;长安奥拓、贵州云雀作为“两微”的轿车企业;南京依维柯、西南五十铃、北京轻汽、吉林一汽作为“四轻”的生产基地;一汽集团和东风集团的“二中”项目;济南斯太尔、包头奔驰、襄樊日产的“三重”项目。

时至今日,“三大”依然存在:一汽大众、上海大众、东风神龙。但大者已经不再保持过去呼风唤雨的地位。后来者上海通用一举夺去大众系盘踞多年的销量冠军宝座,一汽大众、上海大众仍在前三名之列;但东风神龙则黯然被抛在大众系、通用系甚至奇瑞汽车等自主品牌新秀之后。

“三小”中除天津夏利外,无论是风光一时的北京切诺基,还是郁郁而终的广州标致都已经消失了。在品牌消失后,这些企业开始重新引进外资的工作。生产切诺基的北京吉普厂现在改名为北京奔驰戴姆勒克莱斯勒公司,开始了和戴姆勒、克

莱斯勒的合资新路。广州标致的重生则诞生了一个本田中国的奇迹、一个广汽集团发家的奇迹。

1997年3月,饱尝失败果实的法国标致以一部价格将所持的广州标致全部股份转让给广汽集团后撤出;此后本田汽车公司以1美元价格迅速买断标致在广州标致的所有股份和债务,与广汽集团合资组建了广州本田。其后,在中国诞生了加价盛销广州本田雅阁的奇迹。

“两微”中仅存长安奥拓。贵州云雀也是一个失败的项目:1997年,贵州航空工业总公司与日本富士重工株式会社签署了合资生产1万辆云雀轿车的意向书。按照云雀项目规划:总投资达6.54亿元,中方持股51%,日方持股49%。但该项目最终陷入生存危机。因具有生产许可证,贵州云雀于2004年被浙江青年看中。今年,浙江青年走上了和英国莲花合作生产轿车的道路。

竞争相对低于轿车的“四轻”和“二中”犹在。“三重”中有所变化,原来生产斯太尔的济南汽车厂变身于中国重汽,成为中国重卡行业的龙头企业;包头奔驰仍在,但远不及中国重汽;襄樊日产重卡更难寻踪。

消失的企业重组后已改头换面,但这只是特殊时代的产物。在汽车准生证作为稀缺资源时代,产业资本可以借收购而进入汽车行业。宛如A股上市公司的壳资源一样,在A股大环境不好的年份,亦有不少壳资源退到三板,而乏人关照。一旦中国汽车市场出现大拐点,汽车生产许可证这个壳资源不吃香也有可能。

■记者观察

整车企业急需建立退出机制

◎本报记者 吴琼

当中国汽车业由全面增长步入结构性增长时代,一个不容忽视的矛盾也应运而生:一旦汽车公司破产或者解体后,谁来保证消费者和经销商的利益?

在南汽集团和菲亚特集团分手事件中,我们看到了一个负责的菲亚特集团。当双方正式宣布分手的次日,菲亚特集团便公开承诺将接手南京菲亚特车型的售后维修服务,以此坚定消费者的信心。

这种负责是需要资金实力的,且建立在看好未来中国市场的基础上。第一,菲亚特集团是一家全球知名品牌,有较为丰厚的财力后盾;第二,已经重整旗鼓的菲亚特集团,正打算在中国大展拳脚。因此,菲亚特集团不可能置自己的品牌效应而不顾。

但如果破产的是一家小型汽车企业呢?如果这家企业汽车资产并不优良,也不足以吸引其它企业重组,那结

局会怎样?

在2005年,奥克斯集团迅速退出汽车业,宣布旗下子公司沈阳奥克斯汽车有限公司停产。对于近200个奥克斯SUV汽车的消费者,奥克斯集团及其子公司未给出任何承诺和补偿措施。

这些利益无法得到保障的消费者,也无法从其他渠道解决售后难题。因为汽车与其它产品具有较大差异,部分零部件的规格和尺寸不可替代,因此这些奥克斯汽车的消费者只能找个小修理厂凑合着修,但无法解决根本问题,最终只能放弃使用该车。

在这两起事件中,还有另一群受害者,即经销商。

无论是南京菲亚特的经销商还是奥克斯汽车的经销商,巨额的投资都变成了亏损。前者还好,至少菲亚特集团愿意接纳符合条件的经销商,经营其进口车业务,并补偿未来加盟者部分损失。后者呢,连押金都无法全额退还,最

终只能拿到极少的退款或作为退款等价的奥克斯汽车。

中国机械工业联合会副会长、中国汽车工程学会理事长张小虞告诉记者:按照市场原则,经销商投资汽车销售业,就需要自行承担风险。一旦投资失败,他们可能会退出某些品牌的代理,转而代理另一些汽车品牌,也可能离开汽车销售业,这都是市场正常的选择。

但是消费者的利益呢?当汽车企业选择以最低成本的“破产”退出汽车业,不愿承担任何本已承诺的责任时,靠什么来维护这个市场的正常秩序呢?

在未来新的汽车公司破产或者解体之前,有必要出台某些规定或政策,以求在汽车企业破产后保障消费者合法权益!如建立汽车保险产品责任制,汽车企业每销售一辆车,就购买一份汽车产品保险。一旦出现生产商破产事件,且产品存在缺陷,则消费者可以要求保险公司赔偿。