

中国汽车业生存状况系列调查

汽车销量“急刹车” 车企换将不止求突围

◎本报记者 吴琼

随着奇瑞汽车销售公司总经理李峰在8月辞职,中国汽车业似乎重新走上了2004年的恶性循环——汽车销量下滑、大量积压;经销商们活不下去,股东开始撤离;汽车企业开始寻找“替罪羊”,频频引发以销售总经理为首的人事变动;车企利润同比下滑,亏损企业开始增多……

2008年猛踩“刹车”的中国汽车企业深感寒意,更多的汽车企业开始闭门思过,寻找突围之法。

车企刮起高管换人潮

近日,奇瑞汽车销售公司总经理李峰突然辞职,并称是出于“个人原因”——将赴中欧工商管理学院读EMBA。目前正值车市寒冬,且是奇瑞汽车发展重要转折点,身负要职的李峰何以选择这个时候离开?毕竟李峰曾经为奇瑞汽车销量上台阶做出了不少成绩。外界将注意力转向了奇瑞汽车的销售状况。

来自全国乘用车信息联席会的数据显示:2008年7月,奇瑞汽车销量下滑较为严重,共计销售22843辆,较6月销量(67994辆)下降了40%,其排名从6月的第三名直落到7月份的第七名。

汽车业内人士认为,李峰的离开很正常。因为每一轮汽车销量大滑坡时,一些车企主管销售的总经理、副总经理都会成为“替罪羊”。这一次自然也不例外,除了李峰外,已有多名汽车销售高管或离职或跳槽。

但与李峰命运不同的是,有的销售精英们是被“挖角”挖走的:克莱斯勒重金招揽原北京奔驰执行副总裁董长征,委任其为克莱斯勒中国销售公司行业与政府关系总监;原一汽丰田销售公司副总经理董海洋转战北汽福田,主管海外业务,这也是董海洋18年从业生涯的首次跳槽,此前其一直在一汽集团系统内任职。

在中国汽车企业销售总经理更迭之际,销售渠道的内部改革也开始启动。上海证券报了解到,伴随着董海洋的离职,一汽丰田已经开始调整销售阵容和销售渠道。

除销售总经理变动外,汽车企业更高级别领导的跳槽也开始浮现。日前,华泰汽车集团证实,原北京奔驰副总经理、总工程师董志远正式加盟华泰汽车集团,任集团总裁。

有人黯然离开,有人再跃龙门。在这一波高管换人浪潮中,可以清楚地看到:人才正在从国企跳至民企、从跨国汽车企业。是什么推动他们告别效力多年的企业呢?据了解,北汽福田之所以吸引董海洋,是因为其正拟大力开拓海外市场。董海洋对外界表示:过去我是帮助外国人把车卖到中国的土地上,现在我想帮助中国人把车卖到外国的土地上。

在私下里,一些曾经跳槽的车企高层将变动归于“国企的机制不灵活”。在相当多的国有汽车企业的管理体系内,这些销售公司的老总缺乏自主权,被绑住了手脚。但销售不景气时,这些车企高层们又首当其冲地承担了大部分责任!

其实,高管变动并非源于中国。早在2007年,海外汽车界就已刮起此风。今年3月,日产在北美的营销主管、英菲尼迪品牌全球业务总监Mark McNabb辞职,原因是无法忍受日产定下的高销量目标。这已经是日产近两年来北美销售主管第三次换帅。近日克莱斯勒也宣布,总裁兼首席执行官Paul Knauss和首席运营官William Jones计划辞职。外界普遍认为,高管变动源于市场恶化和经营压力。

百联集团拟撤股一百永达

汽车高管的位子坐不稳了,支撑他们的经销商们自然日子更难过。近日来,频频听到经销商“哭穷”,不少经销商正拟撤离令其痛苦的汽车市场。

昨日,上海证券报获悉,百联集团拟出让其所持有的上海一百永达汽车贸易有限公司全部47%股权,作价235万元。记者了解到,挂牌近一个月后,该部分股权仍名花无主。中介公司人士告诉记者,曾经有意向方表示有意购买该部分股权,但不不知为何迟迟未签约。

或许百联集团的两项规定令意向购买者看到了风险:“评估基准日到股权转让完成日,其间标的企业的经营性盈亏经审计后由受让方按其持有的比例享有或承担;股权转让总价款应当在产权交易合同生效之日起5个工作日内,由受让方一次性支付给出让方。”而上海一百永达汽车贸易有限公司的经营业绩确实也不尽如人意:2007年,上海一百永达汽车贸易有限公司营业收入

为8570.6679万元、亏损111余万元;2006年主营业务收入为9461.6872万元,净利润仅为10万余元。按照2008年上半年的经销商盈利情况,将2007年12月31日定为评估基准日,上海一百永达汽车贸易有限公司仍然亏损。如此一来,接盘者将掏出比235万元更多的钱,才能得到这47%股权。

此外,业内人士指出,与其它汽车经销商相比,上海一百永达汽车贸易有限公司转手更为困难。因为该公司租借百联集团场地,因而无法坐享8年来土地增值的差价,而这才是多数经销商财富增值的重要来源之一,也是其可以熬下去的理由之一。

不过,百联集团不是第一家“出售”汽车经销商的企业,自然也不会是最后一家!与其它投资者相比,百联集团相对幸运,因为它还能收回大部分成本,有些企业只能打落牙齿往肚里吞。去年,在东莞车市火爆之时,深圳一家东风雪铁龙经销商在东莞寮步国际汽车城开新店,但今年已经无奈关门、退出东莞市场。

北京一些汽车经销商日子也很难过。在一些主流汽车企业的4S店中,只看到空荡荡的展厅,除了样车和4S店员工外,很少见到外人。由于没有多少生意,不少4S店的销售人员轮流放假。

中联汽车交易市场策划部的杨阳指出,年初,不少经销商就做好了“过冬”的准备。但大家唯一没想到的是,需求会回落得如此明显,如此迅速。

9月或迎来“小阳春”

在经销商准备过冬之时,一些汽车企业早已准备好“冬粮”,拟大干一场。

吉利汽车集团董事长李书福表示,无论是国家经济还是汽车行业,都已经进入了无可争议的“冬天”,吉利汽车很早就预测到这一点,并做了相当多的准备工作。吉利汽车集团将不满足于吃饱穿暖,而是要抓住“冬天”里的商机,要在“冬天”创造大希望、形成大优势。

李书福说得没错,这个“冬天”很冷,甚至比我们想象中的还要冷!

此前,国务院发展研究中心产业经济部副研究员王晓明曾指出,从1至5月份汽车企业的利润率变化看,成本上涨的侵蚀程度并不大。我国18家主要整车厂家利润率7.4%,与2007年全年利润率相近。但6月份后的中国车市又一轮的“急刹车”,已经开始侵蚀利润。据中国汽车工业协会统计,上半年,中国汽车工业主营业务收入增幅有所回落,累计实现主营业务收入6382.55亿元,同比增长24.95%,增幅同比回落1.63个百分点。且19家重点企业(集团)中,2家(东南公司和昌河公司)仍亏损,其余17家保持盈利。

从全国19家重点汽车企业(集团)的上半年业绩看,17家主营业务收入超过2007年同期水平,13家企业增幅超过两位数。宇通集团、一汽集团和比亚迪公司增长率更是超过三位数,分别为182.61%、161.16%、138.87%。明显下滑的企业有华晨集团、东南公司,其主营业务收入分别同比下降13.19%、19.35%。

清华大学经济管理学院弗里曼经济学讲席教授、金融系主任、清华大学世界与中国研究中心主任李稻葵明确指出,中国企业正面临着重大的成本结构调整,即“三个半成本”的增长——劳动用工成本;国际压力下原材料、能源价格持续高涨;因节能环保而产生的成本;半个成本即为越来越重的纳税包袱,因为部分是人为的,故称为半个成本。

比李稻葵更深刻体会到“三个半成本”的是企业自身。自2007年底,上海通用就开始节约内部管理成本,诸如降低出差费用。安徽的江淮汽车更绝,普通员工出差尽可能坐火车,以降低成本。

更多的中国汽车企业将希望寄托在下半年或者明年销量增长上。根据汽车工业协会统计,7月中国共销售乘用车48.82万辆,环比下降17.02%。此前销量看好的SUV和MPV下降最剧,环比下滑幅度超过18%。购买力下降的另一个指标是上牌数的下降。据上海市信息中心汽车产业研究室统计,2008年7月,上海国产轿车上牌数为12425辆,比2007年7月下降5.42%。

全国乘用车联席会秘书长陆达表示,7月汽车企业和经销商促销力度创年内最高水平,从紧的货币政策导致中小企业流动资金紧张;此外,燃油税油盈亏经审计后由受让方按其持有的比例享有或承担;股权转让总价款应当在产权交易合同生效之日起5个工作日内,由受让方一次性支付给出让方。”而上海一百永达汽车贸易有限公司的经营业绩确实也不尽如人意:2007年,上海一百永达汽车贸易有限公司营业收入

汽车业的不景气已经从美国向全球蔓延。2008年,全球汽车业“最安全的堡垒”——丰田汽车出现6年来的首次财季盈利下滑;德系豪华车企宝马汽车、戴姆勒集团也下调今年盈利预期。中国自然也无法幸免,截至7月,中国汽车销量已经连续下跌5个月;上半年19家重点汽车企业(集团)中,2家亏损,数家排得上号的明星企业利润同比下降。

在如此严峻的形势下,车企一些主管销售的高管成了“替罪羊”,一股高管“下课”风和跳槽风在中国刮起。与2004年车市寒冬仿佛如出一辙,卷入这股风潮的企业仍然有奇瑞汽车、华泰汽车。与此同时,经销商的股东们也开始准备撤离,其中最引人注目的莫过于百联集团开始筹划悉数撤股上海一百永达汽车贸易有限公司,但至今仍无接盘者。

重回恶性循环的中国汽车企业,要怎样才能走出困境?至少,寻找“替罪羊”并不能解决问题,而是应该如吉利汽车集团董事长李书福所言那样:做好准备,拟抓住“冬天”里的商机,要在“冬天”创造大希望、形成大优势。



记者观察

拿什么拯救你,中国汽车业?

◎本报记者 吴琼

当“冬天”突如其来降临时,我们再次发现中国汽车业并不如想象中的那么强大,多数企业都受到了影响。从汽车零部件、整车生产企业到经销商,几乎每一个环节都感受到了切肤之冷。无论与强大的日本汽车业,还是病得很严重的美国汽车业相比,我们都是脆弱的!试想,如果福特汽车、通用汽车所承载的负荷压在我们那些汽车巨头的肩上,他们将何去何从?

从这一刻起,中国汽车业要学会在风浪中平稳掌舵。由于我们弱小,因此,不妨学习学习那些眼下的“失败者”的两招解困法。

第一招为合纵联合,借力蓄力。面对全球汽车危机,不同实力的企业选择了不同的合作方式。实力较弱的企业更偏向于寻找代工生产合作等;实力排

名居前的企业则更偏向于技术研发上的合作。

前者的代表企业为美国三大汽车巨头之一的克莱斯勒。目前,克莱斯勒正在寻求全球合作,即利用其它汽车企业的剩余产能,实现轻资产运作。今年4月,克莱斯勒与日本日产汽车签署互相关代协议,日产汽车的日本滨滨工厂将为克莱斯勒代工生产一款小型车,2010年销往北美、欧洲和全球其它市场;克莱斯勒在墨西哥的装配厂将为日产生产一款全尺寸皮卡,2011年销往北美地区。此外,在亚洲地区,克莱斯勒也在谋求和奇瑞汽车、印度塔塔汽车的合作;在意大利,克莱斯勒正和菲亚特谈判,以求租借生产工厂,共享销售网络。

如果这一系列举措实施,则对克莱斯勒和未来合作伙伴都是双赢的选择:一方充分利用了闲置的产能,降低了成本;另一方无需再投资建厂,赢得了更

多流动资金,且可以利用对方产能扩大生产、占领市场。

在技术研发上寻求合作的有通用汽车、福特汽车。二者正考虑联合开发新引擎、动力传动技术。通用汽车正在研发插电式混合动力车Volt,如果商业化运作成功,通用汽车将向福特汽车提供Volt的相关技术;与此同时,福特汽车将助通用汽车降低产品研发成本。这两个老对手牵手的最大动力是高昂的开发成本,因为开发一款新的引擎需要10亿美元左右、变速箱需要8亿美元左右,这对于陷入困境的通用汽车、福特汽车来说都是一笔不小的开支。

第二招,企业在自身的产业链上寻找降本增效的方法。盖世汽车网CEO陈文凯指出,“在困难时期,汽车行业企业可依靠技术类、供应商协作类和规模类等三种方法降低成本。技术类是最有效的降成本方法,通常手段为改进或

调整材料、调整工艺及改变零部件设计等。”

其实这一招日本汽车企业使得最多。丰田汽车成功的一大秘诀就是与汽车零部件供应商构筑稳定的关系,双方共同合作、共同成长。尽管看上去丰田汽车没有过多地压价,但实际上丰田汽车还是降低了采购成本。因为汽车零部件供应商提高技术水平、或者改进了工艺后,生产成本大为降低,销售价格也随之降低。

上汽集团也正在努力通过“规模类”降低成本,如汽车零部件供应商加入上汽集团的供应体系后,上汽集团将为其争取较为优惠的重要原材料采购价,如钢材等。这在大大降低汽车零部件企业成本的同时,也降低了上汽集团的采购成本。

当然,中国的汽车企业们也可以内部挖潜,学丰田汽车精益管理模式。



链接

日企、豪车车企 纷纷调降盈利预期

◎本报记者 吴琼

美国汽车业过冬,日本汽车企业和豪华车企也跟着“感冒”。2008年第二季度的报表显示,在日本八大汽车厂商中,5家营业利润同比下滑,其中也包括被外界认为有“免疫力”的丰田汽车。

2008年4月至6月,丰田汽车营业利润为4125亿日元,同比下降38.9%;日产汽车营业利润达799亿日元,同比下降46.1%;铃木和马自达两家公司营业利润分别为338亿日元、283亿日元,同比下降16.5%、12.4%;本田汽车的营业利润减少0.2%,为2213亿日元。幸免于难的只有三菱汽车、大发汽车和富士重工。

连丰田汽车都在调低全年销售目标,并预计盈利同比下滑,全球汽车业处境之艰难可见一斑。2008年,丰田汽车将创下其历史上的两个低谷:销量增长低谷和盈利增长低谷。丰田汽车将2008年销售目标下调至950万辆,下调了35万辆,即仅较2007年增长1%,这将成为丰田汽车自2001年来最小增速;此外,丰田汽车预计净利润目标为1.25万亿日元(约114亿美元),营业利润1.6万亿日元(约146亿美元),这较2007年业绩同比下滑30%,这也将是2002年以来的首次下滑。

业内人士认为,日本汽车企业盈利能力普遍受影响,主要归罪于三大因素:一是汽油、原材料价格上涨;二是日本、美国两大市场销售低迷;三是日元升值。

除了日本汽车企业外,另一群曾经置身事外的豪华车企也被卷入车市寒流,戴姆勒集团、宝马汽车相继下调全年盈利预期。戴姆勒集团表示,力争2008年利息、税项前持续经营业务收益超过70亿欧元,而此前戴姆勒集团的盈利预期高于77亿欧元。宝马公司首席执行官诺伯特·雷瑟夫表示,将今年的税前利润预期降低至37.8亿欧元。

当丰田汽车、德国豪华车企们都小心翼翼时,美国汽车巨头们早已跌入“冰窖”。受汽车业务和信贷子公司的租赁业务拖累,福特汽车公司第二财季净亏损86.7亿美元,每股亏损3.88美元。通用汽车第二季度巨亏155亿美元,每股亏损约27.33美元。尽管扣除特殊项目费用后,通用汽车仅亏损63亿美元,每股亏损11.21美元,但这对华尔街来说,仍然不是一个美妙的数字。至于另一个美国汽车巨头克莱斯勒公司,亏损更不待说。