

从车企半年报看市场两极分化明显 细分市场有机会

■李乐

近日,各上市车企半年报及业绩预报纷纷出炉。由于上半年车市失速,市场深幅调整,许多上市车企的净利润出现了不同幅度的下滑,亏损企业的下滑幅度则进一步加大。但仍有部分车企抓住了细分市场的机会,实现了利润的逆势增长,上市车企业绩呈现两极分化。

业绩下滑成“主旋律”

公开数据显示,今年上半年我国汽车产销同比增长仅2.6%和1.4%,而车市低迷带来的冲击则直接导致了车企半年报的业绩亏损。部分车企利润下滑的主要原因是市场竞争加剧以及车企自身产品竞争力不足。

在整车上市的企业中,一汽夏利下滑最为明显。据一汽夏利公告,今年上半年,归属于上市公司股东的净利润为亏损5亿元至5.7亿元,相对于去年同期亏损的4.35亿元,亏损幅度继续扩大,达到27.36%。据业内人士分析,其利润大幅下滑的主要原因是,旗下产品结构升级调整的步伐未能适应市场快速变化的要求,目前的产品盈利能力较弱所致。此外,参股的天津一汽丰田所贡献的投资收益也出现同比下降。一汽夏利目前状况岌岌可危,如下半年不能扭亏,将面临退市危机。

同期,港股上市的车晨中国发布了盈利警报——预期2015年上半年的利润较2014年同期下降约40%,而盈利下降的主要原因是上半年公司控股50%的华晨宝马业绩不佳,以及为推出新车型与新车生产设备导致的相关成本增长。另外,在净利润下滑榜单中的

还有金杯汽车,其半年业绩报告显示,公司整车销售37648辆,同比下降18.8%;公司实现营业收入22.6亿元,比上年同期减少16.87%;归属于母公司净利润1187万元,基本每股收益0.011元。

另据一汽轿车发布的产销数据快报显示,上半年一汽轿车所有车型的产销量均呈现大幅下滑趋势,其中轿车销量同比下降10%;SUV销量同比下降12.4%;MPV销量同比下降61.4%,一汽轿车销量的下滑主要原因是其产品过于单一。此外,东风汽车2015年上半年累计销售汽车9.4万辆,同比下滑27.28%。

业内人士表示,伴随着中国汽车市场放缓的步伐,需求持续下降,车企净利润出现下滑实属正常,已成为当前汽车行业上市公司的“主旋律”。

“新能源”和“SUV”救市

然而,市场低迷并非影响所有车企,从部分车企发布的业绩预报来看,由于抓住了部分细分市场的机会,上半年利润不降反升,实现了逆势飘红。

今年以来,SUV是乘用车唯一增长细分市场,且增速保持在30%以上,抓住了SUV细分市场机会的车企向市场交出了一份不错的成绩单。如聚焦SUV产品的长城汽车发布中期业绩快报显示,上半年净利润49.01亿元,同比增23.96%。数据显示,在长城汽车2015年上半年累计销量41.53万辆的数字中,其中以哈弗H6为主导的7款SUV产品承担了总销量的80%。

凭借CS75、CS35等SUV的热销,长安

汽车也成为上半年车企成绩单里为数不多的那抹亮色。2015年上半年,长安汽车归属于上市公司股东的净利润为49亿元至52亿元,相对去年36.2亿元,同比增长35.06%至43.33%;每股基本收益为1.05元至1.12元。而同样由于抓住SUV市场,海马汽车上半年归属上市公司股东的净利润为1.6亿至2.2亿,比上年同期增长30%至80%。而江淮汽车半年报显示,上半年实现营业总收入235.17亿元,同比增长14.55%;属于母公司所有者的净利润5.37亿元,同比增长31.79%。江淮业绩一路逆袭增长,是因为抓住了SUV细分市场高速增长的机会。其中瑞风S3累计销售91856辆,同比增长890.81%。

与此同时,新能源汽车也成为上市车企上半年利润增长的重要方向。国内新能源汽车“大户”比亚迪上半年业绩预告显示,预计1~6月归属于上市公司股东的净利润是4亿元~4.8亿元,同比增长10.90%~33.08%。此外,安凯汽车在上半年表现亦优于行业总体水平,公司共销售各类客车4182辆,同比增长8.79%;归属于母公司所有者的净利润3028.91万元,同比增长171.84%,业绩大幅增长主要受到母公司新能源汽车销量增长及盈利能力增强所致。新能源汽车业务实现盈利的信号也大大鼓舞了车企发展新能源汽车的决心。从6月起,比亚迪、长城、江淮三家本土车企先后以非公开方式进行增发,其中募集的大部分资金用于新能源汽车领域。

“零部件”业逆势而上

今年以来整车市场持续低迷,与严峻的市场环境相反的是,上半年零部件上市公司



8月24日,湖北宜昌的消费者在万达广场室内汽车展看车、选车。
周建平/东方IC

的业绩普遍预喜。在目前已披露的2015年中报业绩预告的53家零部件企业当中,包括猛狮科技、世纪华通等39家公司业绩预喜。其中,申华控股净利润增幅最大,预计同比增长166%~172%。仅有14家预计净利润亏损,占比逾两成。其中登云股份、斯特尔等4家公司均为首亏。预亏最多的公司当属斯太尔,预计净利润亏损4650万元,同比大幅下滑约3064.77%。值得注意的是,“国内宏观经济形势下行”也成为公司业绩回落时最常出现的一个原因。在此次预告的14家零部件上市公司当中,就有包括襄阳轴承、淮柴动力等5家公司解释业绩下滑原因时表示受此因素影响。

有业内人士表示,上半年汽车零部件公司业绩上涨应在预料当中。一方面,由于零部件公司的供货价格在一季度就已确定,所以这轮车市寒对于零部件企业的影响会滞后三个月至六个月,其备战时间充足,所以汽车

销量下行对于其影响不大。

在目前的情况下,汽车零部件的收益只会越来越薄,新增成长性、回报率高的业务,可以稳定企业经营。因此不少零部件企业都在做外延式的并购,扩大经营范围,对其业绩也会起到积极作用。此外,零部件企业的客户群体分散,这也有利于其业绩稳定。

另一方面,“调整产品结构”是大部分汽车零部件上市公司利润增长的主基调,优化产业布局、实施一系列降本增效措施以及加强国际合作和海外并购,越来越多的零部件企业正在由“增量”向“提质”转变。与此同时,互联网大潮席卷而来,汽车后市场电商不断涌现,不少零部件企业纷纷搭上互联网快车,诸葛修车网等一系列B2B网站快速发展。在这样的背景下,汽车零部件企业上半年业绩稳步上涨。不过,展望下半年,由于整体市场销量下行对零部件企业的影响将逐渐显现,后市难言乐观。

2015年我国新能源汽车销量有望达20万辆

据新华社电(记者白国龙)中国汽车工程学会副秘书长侯福深日前在2015中国(随州)专用汽车产业发展论坛上表示,根据上半年统计数据,我国已预计成为全球最大的新能源汽车市场,预计今年新能源汽车总销量有望达20万辆。

根据全球汽车产业平台和中国汽车工业协会近期发布的数据,2015年上半年中国新能源汽车总销量达72711辆,超过美国52704辆的销量。

侯福深表示,受全球油价下挫等因素影响,2015年上半年,美、日、欧新能源汽车市场销量出现放缓动向,而我新能源汽车行业则呈快速发展态势。今年5月,国务院发布的《中国制造2025》已将节能与新能源汽车列入十大重点产业。预计未来5年中国新能源汽车市场发展将居全球引领地位,到2020年国内新能源汽车销量有望达200万辆。

今年8月发布的《中国汽车消费者白皮书》显示,当前新能源汽车的推广普及受续航里程短、充电时间长以及维修点少三个障碍制约,市场目前销售的大多数纯电动汽车续航里程在150至200公里,距离消费者期望的248公里还有明显差距。在充电基础设施建设方面,截至2014年底,我国电动汽车充电设施共建设充电桩778座,充电桩30914个,自2011年以来年度增长趋势明显,但仍低于车辆发展速度。

针对充电时长和续航能力等发展瓶颈,侯福深建议,有关部门强化对充电基础设施的政策支持,制定面向2020年的充电设施专项财政鼓励政策,以破解电动汽车普及和初期车桩矛盾,加快充电基础设施早期市场化;同时,制定充电基础设施兼容性标准,配套实施充电基础设施认证制度,保障充电基础设施的互联互通和安全性;此外,建议推进充电设施委员会相关政策标准的协调衔接,如与土地规划、电力规划、建筑标准、消防安全规范等相关政策的衔接。

柳州借力汽博会多举措促消费

本报讯(记者庞慧敏 孙喜保 实习生 颜树花)“第五届中国-东盟(柳州)汽车、工程机械及零部件博览会”(以下简称“汽博会”)将于9月16日至20日在广西柳州举行。记者日前从第五届东盟(柳州)汽博会发布会了解到,展会根据市场变化推出二手车展馆,同时推出低折扣等多项措施来吸引购车人群,努力打破低迷的车市消费市场。

据柳州市副市长杨义分析,从目前国内汽车消费市场的环境看,2015年的车市已经出现了相对低迷、增长乏力的局面。柳州车市与全国总的趋势相同,甚至出现了多家4S店破产清算、转让的局面。为打破市场低迷,本届汽博会组委会邀请当地绝大多数经销商直接参与,使购车者能与众多销售者面对面,促销活动精彩纷呈,助阵现场气氛。同时,借助目前采取的全媒体概念的宣传渠道和众多现场购车的鼓励政策,将使得汽博会成为本年度柳州车市最重要的一站式汽车消费平台。

今年汽博会根据市场需求首次在室外展场组织精品二手车、改装车以及新能源车三大主题展区,既展示新能源车的发展,也兼顾汽博会的观赏性和实效性。

欧盟开发出更高效的电动汽车无线充电站

据新华社电(记者张晓岩)充电问题一直是制约电动汽车发展的主要瓶颈之一。欧盟委员会日前发布公报说,欧盟研究人员开发出更加实用和高效的电动汽车无线充电方法,旨在增加电动汽车对用户的吸引力,帮助电动汽车生产商提高竞争力。

公报说,受欧盟资助的“快速充电”项目研究人员为电动汽车在停止状态充电设计了新的无线充电站,具有简单易用、易于维护等特点,并有清晰直观的提示,便于驾驶者为充电选好停车位置。此外,这种新型充电站还能与电动汽车之间交换充电数据,包括用电量编码、供应商编码、充电持续时间和电量供应信息。

研究人员表示,这种信息交换过程由置于电动汽车中的平板电脑控制,因此可简化驾驶者与充电站之间的直接交流。他们还在开发一种新的应用程序,能提示电动汽车驾驶者附近充电站的位置,并确保充电站和车辆之间能够通信。

此外,该项目研究人员还在开发汽车行进状态中的无线充电技术,希望能有助于显著增加电动汽车的行驶里程,并缩小车载能量存储系统的尺寸。目前,他们正试图提高感应电能传输模块的效率,这种模块可使电动汽车通过无线连接便利充电。

北京奔驰召回部分国产奔驰GLA汽车

本报讯日前,北京奔驰汽车有限公司根据《缺陷汽车产品召回管理条例》的要求,向国家质检总局备案了召回计划,决定自2015年9月1日起,召回2015年6月1日至6月14日期间生产的2015款国产奔驰GLA汽车,共计1105辆。

本次召回范围内的部分车辆由于供应商生产制造原因,车辆发动机舱内保险供电盒供电连接装置的螺栓紧固力矩可能低于规范值,极端情况下车辆行驶时的振动可能导致供电连接处接触不良,存在安全隐患。北京奔驰汽车有限公司将召回范围内的车辆免费检查并调整螺栓力矩,为存在问题的车辆免费更换相应零部件,以消除安全隐患。(肖捷)

东风风神AX7投诉增多 被指售后服务不足

本报讯 风神AX7是东风乘用车4年磨一剑的产品,曾被寄予厚望。然而,从2014年11月上市至今的大半年时间里,AX7交出了一份难言合格的答卷:不仅月销量逐级下滑,7月的销量只有高峰期的一半;其号称的“军工品质”也受到部分车主质疑。根据中国汽车质量网(车质网)消息,该网站迄今已经接到百余条AX7的投诉,暴露出产品一致性缺陷和售后服务上的不足。

据车质网消息,AX7在上市不久就爆发出仪表盘缺陷等一系列产品质量和相关的售后服务问题。AX7仪表盘反光影响信息获取问题一度遭大批车主不满。

除了属于设计缺陷的仪表盘问题,车主反映的其他诸如动力传动系统异响、天窗异响及漏水、空调问题及车身生锈等诸多故障现象,也暴露出了产品生产装配工艺及零部件质量方面存在的不足。来自重庆的车主金先生2014年11月购买东风风神AX7,车辆处于新车阶段时,就发现方向管柱及前悬挂因配合间隙大而出现异响。当车辆行驶到7000公里时开始出现加速上坡车身抖动,9000公里时发动机出现哒哒异响。此外,入夏第一次使用空调时,金先生又发现空调压缩机异响严重并伴有明显抖动。

据车质网消息,有AX7车主吐槽天窗在雨天漏水如注,经4S店检查后发现,天窗密封条尺寸明显偏小,不能形成紧密配合是导致漏水的直接原因。与此同时,多位东风风神AX7车主在投诉时透露,诸如发动机异响、天窗异响及空调问题等并非个案,相关QQ群及论坛中很多车主都遭遇同样的问题。

湖北十堰的车主朱先生反映,其6月8日购买东风风神AX7 2.3L自动挡尊型,自6月17日开始,每晚凌晨1点左右喇叭便开始间断性鸣响,每次响一个半小时左右,大约每隔5秒响一次。车主说,每次到4S店检查,都被告知正常。在经过了多次无功而返的检查之后,乐先生到其他汽修厂把问题解决了。武汉的一位车主也反映,已经就两个车门雨天漏水问题修理了三次,4S店都没有修好。(肖捷)

华晨宝马、宝马(中国)召回3系等车型

本报讯日前,华晨宝马汽车有限公司、宝马(中国)汽车贸易有限公司根据《缺陷汽车产品召回管理条例》的要求,向国家质检总局备案了召回计划,决定自2016年2月1日起,召回部分汽车,共计16202辆。

召回范围内的车辆包括:华晨宝马汽车有限公司2003年2月27日至2005年6月2日期间生产的国产宝马3系汽车,共计13597辆;宝马(中国)汽车贸易有限公司进口的3系、5系和X系汽车,生产日期为2002年1月3日至2006年3月2日期间,共计2605辆。

本次召回范围内的部分车辆由于供应商制造原因,车辆在潮湿地区长时间使用后,驾驶员侧正面安全气囊气体发生器可能发生故障,导致气囊无法正常打开,极端情况下气体发生器金属外壳可能会撕裂,从而伤及车内人员,存在安全隐患。华晨宝马汽车有限公司、宝马(中国)汽车贸易有限公司将为召回范围内的车辆免费更换驾驶员侧正面安全气囊模块,以消除安全隐患。(于焱)

提振车市信心是当务之急

■文岩

7月份车市数据一出,业界又是叹息一片。受经济形势和股市震荡的双重影响,整个乘用车市场销售较去年同期下滑了5.8%,遭遇了同期增幅3连降。今年前7月,我国汽车市场出现罕见的“双降”局面:比上年同期下降,当月比上月下降。市场下滑,引来了一片惊慌,车市“唱衰”之声不绝。

今年以来,我国汽车市场从高速增长中的“天空”回落到零增长的“地面”,呈现“疲软”态势,曾经的火爆不复存在。其实,任何市场都不会无限高速增长下去,中国车市受宏观经济影响,进行回调或者调整实属正常。

最近10多年来,中国汽车的进步是有目共睹的。2000年,中国汽车以产销量不到200万辆排在全球汽车市场第十名的位置。从200万辆猛升至1300万辆,中国只用了10年就完成了其他国家几十年甚至更久才能完成的蜕变;而从1000万

辆到2000万辆,仅仅用了4年的时间。2014年,即使销量增速比上年下降7个百分点,但中国汽车仍以2500万辆的销量,7%的增速,远超排名第二的美国,连续六年占据汽车销量全球冠军宝座,在世界汽车产业格局中的地位日益凸显。

再从市场本身的运行规律看,任何市场都不会一直保持高速增长,回落调整很正常,谁都逃脱不了涨潮落潮的市场规律。

中国汽车产销的基数已经很高,基数越大,所承受的压力就越大;市场出现增速冲高回落,是基数达到一定规模后的必然。

当前中国车市属于理性发展期,在经济下行的压力之下,保持微增长甚至零增长,是今天中国汽车市场的新常态。由于产销基数庞大,即使增速放缓,甚至仅有百分之一、二的增长,也是非常可观的。

此外,在全球化的今天,各国市场就像是互相连通的U型管。以5月为例,美国销量增长1.3%;欧洲增幅为1.3%;日本同比上涨1.4%……中国汽车市场符合整体市场走势。

一个值得警觉的信号是,尽管眼下SUV仍在热销,但车企在SUV领域的红利正在悄然消退,最直接的影响就是自主品牌乘用车6月销量的下滑。

6月自主品牌共销售57.08万辆,环比下降9.83%,同比下降0.13%,占乘用车销售总量的37.77%,占有率比上月下降1.57个百分点。在6月的SUV销量排行榜中,尽管长城哈弗H6依旧荣登SUV销量排行榜榜首,但

有人喜欢将今年车市的颓势与2008年相比,其实并没有可比性。2008年,全球经济危机爆发造成经济下行,而且当时不知道多长时间才能走出低谷。

今年,整个国民经济放缓的状况和当时不同,而且在中国汽车产业发展中也能看到转型升级的痕迹。比如,中国自主品牌车企在一些细分市场上已经取得一定优势。

从这些角度来看,今年与2008年不可比。更何况,经过十多年的高速增长,中国汽车业需要稍事喘息,在短时间里很难再有新的突破。2500万辆的规模可能是中国车市又一个临界点,但可以支撑一个产业的良性发展。

再从市场需求量看,中国车市远未饱和,刚性需求依然存在,只是微增长的大势已不可逆转。

截至2014年末,我国汽车千人保有量为105.83辆,这个数字仅相当于美国的八分之一,与其他发达国家的成熟汽车市场相比也有很大差距,因此仍然具有非常大的需求和发展空间。

SUV市场火热背后红利渐退

SUV产品的汽车企业,尤其是目前在SUV市场表现出色的自主品牌企业风险增大。业内专家建议,自主品牌还是应该将眼光放得长远一些,不能靠某款车型支撑全局。

一个值得警觉的信号是,尽管眼下SUV仍在热销,但车企在SUV领域的红利正在悄然消退,最直接的影响就是自主品牌乘用车6月销量的下滑。

6月自主品牌共销售57.08万辆,环比下降9.83%,同比下降0.13%,占乘用车销售总量的37.77%,占有率比上月下降1.57个百分点。在6月的SUV销量排行榜中,尽管长城哈弗H6依旧荣登SUV销量排行榜榜首,但

月销量已经下降到2.3万余辆,与第二名上海大众途观的差距进一步缩小。在2月的SUV销量排行榜的前十名中,自主品牌占据八个席位。但6月份的销量数据显示,自主品牌仅剩五席。此外,自主品牌中瑞虎销量下降也较为明显。如果合资品牌进一步加大产品线的布局,对于自主品牌的SUV是一个大的挑战。

在中国汽车工业协会副会长兼秘书长董扬看来,SUV还有一个致命的缺陷就是油耗。工信部新修订的《乘用车燃料消耗量限值》和《乘用车燃料消耗量评价方法及指标》显示,2020年乘用车平均油耗需降至5升/

100公里,日趋严格的油耗标准对于油耗较大的SUV是严峻考验。

随着新油耗标准政策的出台,SUV这块大蛋糕,还够车企吃多久?如果将SUV作为主力车型,或将付出更大的技术成本,则是未来各个汽车厂商需要共同面对和解决的难题。

伴随汽车市场的不断细化,SUV竞争也会越来越激烈。下半年仅自主品牌车企就将推出19款SUV新车,合资品牌也将扎堆发布SUV新车,竞争呈白热化态势。车企要不断通过加强技术开发、增加产品综合素质来保持自己的核心竞争力。(雍君)

假冒伪劣汽车配件缘何屡禁不止?

大街小巷。

以次充好,以假乱真,不少行业的知名品牌企业纷纷中招,如防爆膜系列品牌的3M、先锋太阳膜、雷朋隔热膜、优玛防爆膜等;汽车内饰系列的艾罗途、威臣、香百年等;汽车脚垫品牌湖北超洁、五福金牛等;汽车坐垫系列品牌牧宝、俊达等。不仅扰乱了正常的市场秩序,更严重的是直接威胁到消费者的生命安全。

近几年来,汽车售后服务市场迎来发展机遇,市场规模超过4500亿元,成为拉动汽车内需的重要增长点。上至汽车售出之后的维修、保养、服务,下到汽车零配件、汽车用品等,汽车服务业市场空间庞大。正是由于市场“蛋糕”太过诱人,导致汽车后市场“乱象”丛生,假冒伪劣产品泛滥。

业内人士分析认为,“乱象”肆掠的另一原因是由于后市场初期发展过于迅速,行业标准不够健全,造成了市场的监管空白。由于中国的汽车后市场门槛较低,不少中小企业采取粗放型经营模式,为了快速获得利润,冒用其他“品牌”进行违规销售。而正是由于行业内产品的标准缺失,市场监管存在空白,导致了汽车后市场乱象愈演愈烈。

另外,部分消费者由于贪图便宜,侥幸心理作祟购买了“傍名牌”的产品,也给假冒伪劣产品提供了很大的生存空间。更有一部分消费者由于自身法律意识的缺失,虽然购买假冒伪劣产品自身的权益受到极大的损害,却没有采取正当的法律手段进行自我维护,给造假者提供了便利。

随着汽车市场的新月异,对售后服务

■李永灼

中国质量万里行促进会日前对北京、天津、上海、重庆等12个省市区的部分企业的汽车售后服务开展了专项调查。调查发现,近半数厂家使用假冒伪劣配件,近四成的消费者曾遭遇过隐形消费或强制消费,市场质量亟待提高,汽配市场呼唤正品。

所谓“正品”,就是完全符合质量标准并能提供质量保障的产品,与其相对应是“次品”、“假货”,可以说,我国的质量体系健全之路正是伴随着各行业“正品化”的进程而日臻完善的。“正品”本就是在其他成熟行业司空见惯的,但在汽车配件及服务行业,“正品化”却姗姗来迟,而假冒伪劣产品却肆掠横行,屡禁不止,许多“黑汽修”“假产品”遍布城市的