

聚焦疫情下的汽车业

# 海外工厂关停 消费者担忧进口车价飞涨 4S店：高库存、国产化将大幅平抑车价

■本报记者 龚梦泽

凭借举国上下精准防控以及积极有序地推进复工复产,国内车企正逐渐恢复正常生产。然而,就在国内疫情向好发展的同时,在过去的两周时间里,疫情却在欧美地区持续蔓延。

此前,《证券日报》记者曾率先报道欧美汽车产业的两大“心脏”——美国底特律与欧洲地区生产陷入停滞。包括BBA(奔驰、宝马、奥迪)、大众、戴姆勒、沃尔沃、日产、福特等多家国际汽车制造商宣布,暂停在欧洲大部分工厂的生产以应对疫情,全球累计停产和即将停产的整车工厂总数已超过100家。

数据显示,2019年,我国进口车累计销量为108.6万辆,其中单月最高进口销量达到10.2万辆。随着欧美停产范围的扩大,在国内知名度与销量俱佳的BBA品牌经营现状如何呢?

## 海外工厂停产 对经销商影响轻微

据《证券日报》记者近日实地走访和电话采访北京地区汽车经销商显示,欧美工厂相继停工的影响已逐级传导,停产已对国内授权经销商进口车销售方面产生小幅影响,年销百万辆的进口车市场货源紧缺的隐忧也逐渐显现。“海外工厂的停产应该会影响三个月之后的市场供给。”有奔驰经销商告诉记者,目前进口车型和到港车辆均尚有一定存量,但这部分存量消化完后,进入预订期就要完全受制于国外疫情影响,不排除会出现涨价甚至无车可卖的情况。

那么,上述说法到底是推销话术还是客观预测呢?记者到店后发现,北京



某奔驰4S店内奔驰S级轿车均已售罄,德国本土辛德芬根工厂生产该款车型确实出现了“一车难求”的情况。

日前奔驰官方宣布,位于德国、美国、俄罗斯、匈牙利的工厂暂停生产两周,预计4月初才恢复生产。“最后一辆S级展车都卖掉了。现在想要S级轿车可以先交1万元订金,大约4月份能提车。”有奔驰销售人员告诉记者。

据记者盘点,除了S级轿车出现断货外,进口版本的奔驰GLE、奔驰GLS两款车型部分来自于美国阿拉巴马工厂,关停工厂将影响其未来产量和供货。

稍显欣慰的是,由于奔驰海外停产工厂生产的“走量”车型目前大部分已经国产,所以风险被有效摊薄。其中,奔驰不莱梅工厂的C级、EQC车型,以及拉施塔特工厂的A级车型均有国产版本,影响不大;奔驰E级、奔驰GLC两款车型均有国产版本,俄罗斯莫斯科工

厂的停工对国内影响不大;匈牙利凯奇凯梅特工厂生产的CLA在国内亦有替代,现车充足。

## 专家称5月份后 售价波动或显现

相比奔驰,宝马汽车方面似乎更为从容。据悉,宝马官方已经宣布位于德国和美国的工厂暂停生产至4月19日。有宝马相关负责人接受记者采访时表示,他们已经得知工厂停产的消息,但还没有接到厂家的通知,价格方面也未受影响。

据记者了解,目前宝马X1、宝马1系国内销售均为国产版本,影响不大;宝马3系、宝马5系、宝马6系、宝马7系、宝马8系、M5、M6车型同样平价销售,现车充足。此外,由美国南卡罗来纳工厂生产的宝马X5和X7虽然有部分现车,但未来可能会受到影响。

对此,资深汽车分析师林示表示,进口车行业普遍会有三个月左右的库存,所以短期的停产在三个月之内不会明显冲击到现有的供给和价格体系。“疫情期间进口车乃至整体车市的需求也被严重压制,进口车的库存甚至比平日更高。”林示称。

谈及国内进口车型的未来走势,林示认为,跨国车企的工厂关闭普遍要持续到四月中旬,之后还是要看疫情的发展情况。5月份之后影响可能会逐渐显现,目前还是很难做出准确判断。

奥迪方面,公司于近日也宣布,关闭位于德国、西班牙、斯洛伐克、匈牙利、比利时的工厂,时长约两周,预计4月初恢复生产。从记者了解到的情况来看,奥迪停产对国内的销量也影响甚微,目前国内销售主力车型均为国产车型,而进口车型的现车数量也比较充足。

值得一提的是,即便没有疫情之困,“国六”排放标准的到来已对平行进口车市场造成了沉重的打击。中国汽车流通协会进口车委员会主任王存表示,在各地开始提前实施“国六”标准后,国外进口车还可以入关,但是在已经执行“国六”的地区就没法上牌了,只能卖到还在执行国五的地区,但是“国五”地区实际上大多是欠发达地区,购买能力不如一二线城市,平行进口车多是中高端SUV,车商的经营已经相当困难。

在乘用车市场信息联席会秘书长崔东树看来,新的“国六”政策很难保护平行进口车这样不规范的模式,除非实施双重标准。至于“国五改国六”的操作,在厂家的层面可能可以,但经销商基本上没有能力完成相关升级。

上牌的,给予每辆车一次性让利5000元,每家企业限让利销售6000辆。

在徐阳看来,后续可能继续出台一些向新能源汽车方面倾斜的促进消费政策。同时,北京等严格限购的城市也有增加指标的可能性。

“不过,长期看来汽车消费难以恢复至往年,汽车企业之间正在进入一个新的常态之中。”徐阳表示,首先,我国汽车保有量已经较大,难以恢复至以前的消费程度;第二,随着对环保的重视,传统汽油汽车在政策方面难以得到青睐;第三,随着我国二手车的市场的扩大,居民对二手车的看法逐渐转变。

王斌表示,促进汽车消费需要从汽车全生命周期着眼,要在生产、流通、消费两端发力,要统筹兼顾经济发展、环境保护和交通出行三方面的要求。

# 多地派发促进汽车消费政策“红包” 限购城市可直接增加小客车指标

■本报记者 刘萌

“汽车是国民经济战略性、支柱性产业。受多重因素影响,2018年以来,汽车销量下降,疫情在短期内也对汽车消费产生了较大的影响。”商务部消费促进司负责人王斌在3月28日国务院联防联控机制新闻发布会上表示。

“受疫情影响,今年1月份至2月份汽车销量223.8万辆,同比下降42%。随着疫情得到控制,汽车销售网点开门营业数量在增加,截至3月24日,门店复工率达94.7%,客流恢复率61.7%。”商务部服贸司司长冼国义日前表示,下一步,商务部将鼓励各地结合本地实际情况,出台促进新能源汽车消费、开展汽车以旧换新等措施,进一步稳定和扩大汽车消费。

据了解,近期已有多个部门提出稳定和扩大汽车消费。例如,2月28日,国

家发改委、商务部等23个部门印发《关于促进消费扩容提质加快形成强大国内市场的实施意见》,提出鼓励汽车限购地区适当增加汽车号牌限额。3月19日,商务部等3部门印发《关于支持商贸流通企业复工复产的通知》,提出积极推动出台新车购置补贴,汽车“以旧换新”补贴、取消皮卡进城限制等稳定和扩大汽车消费政策。工业和信息化部副部长辛国斌在3月30日国务院联防联控机制发布会上表示,工信部将积极配合相关部门,研究稳定和扩大汽车消费的政策建议,督促各地区加快出台促进汽车消费的政策措施。

上海迈柯荣信息咨询有限公司董事长徐阳接受《证券日报》记者采访时表示,由于部分城市长时间限购导致购买小客车的需求持续被抑制,增加小客车指标在短期内对于汽车消费可以起到刺激作用。

目前,广州、杭州、长沙、珠海、南

昌、南京、宁波、杭州等地纷纷出台促进汽车消费举措,这些措施主要包括增加小客车指标、购买新车或者新能源汽车补贴、汽车以旧换新补贴、推出不同形式的消费券或直让利等。

具体来看,广州提出,今年12月底之前,对个人消费者购买新能源汽车给予每车1万元综合性补贴;对置换或报废二手车的消费者,在广州市注册登记汽车销售企业购买“国六”标准新车,每辆车给予3000元补助;同时,为提振汽车消费,针对疫情期间广州市民自驾通勤的需求,加快推进落实2019年6月份明确的新增10万个中小客车指标额度工作,并视情况研究推出新增指标。杭州近日发布《关于2020年一次性增加小客车指标的通告》,决定2020年一次性增加2万个中小客车指标。宁波提出,今年9月30日之前,消费者购买本地生产、销售的乘用车,并在本地

# 长城汽车董事长魏建军: 企业变革往往出现在“危机爆发”时

■本报见习记者 张晓玉

“不管是车市下滑,还是疫情,我认为往往是企业的改革、变革,都会在这个时候出现。因此,当下我们要主动进行变革,不断加强自我锻炼,把‘危机’视为有利资源。”近日,长城汽车董事长魏建军在接受《证券日报》记者采访时这样说。

## 认清压力和现状 把“危”变为“机”

2020年伊始,车市销量持续下滑,新冠肺炎疫情席卷全球,美股10天内遭遇多次熔断,在不确定的市场环境下,3月中旬,长城汽车将2020年销量目标从111万辆下调至102万辆,净利润从47亿元下调至40.5亿元,均低于2019年。

据乘联会(乘用车市场信息联席会)公布数据显示,2月份,国内狭义乘用车零售25.2万辆,同比下降78.5%;1月份-2月份累计零售量为196.8万辆,同比下降41%。

作为中国自主品牌,长城汽车也受到不小冲击。数据显示,长城汽车2月份销量为10023辆,同比下滑85.48%;1月份-2月份累计销量为90284辆,同比下滑50.05%。

如此时期,上市公司下调销量目标是敏感的事情。对此,魏建军坦然回

应:“站在全球经济的角度看中国车市,尽管汽车产业再大,仍需要靠外部经济的支撑。告诉我们的投资者这一事实,是我们的责任。从供应链角度来看,汽车产业复工,实际上首先面临的是消费能力问题。现在即使产业链都畅通,开工率达到100%,如果销售不出去也不行。”

我们之所以下调销售量,也是调整生产节拍,把节拍放慢,如果生产造成大量的产品积压,对整个经营并不好。魏建军分析道,“同时,我们也要将市场环境和经营状况传递给员工,只有认清压力和现状,才能更好地向前。”在魏建军看来,不管是车市销量下滑,还是疫情,企业的变革,往往会在这个时候出现。他并不认为企业一路凯歌就是有质量的,长城汽车已经走过一路凯歌的阶段了,但是那个时候市场的火热掩盖了很多问题。因此,在目前这个时期,企业更要加强自我锻炼,把“危机”视为有利资源。

## 不打“价格战” 打好“品牌战”

以往,为了提升产品销量,不少汽车品牌都会通过降低产品价格来刺激消费需求。在当前低迷的市场环境下,魏建军说:“我们不会在这个时候去打价格战,因为价格一定程度上代表着品牌价值,跟销量有关。有的高档品牌未

必有价值,利润很少,企业没法生存。在现金流都保障不了的情况下,为了提升销量而盲目通过降价来抢占市场,对品牌的伤害是最大的。”

“实际上现在很多自主品牌汽车,无论是性能还是配置、技术、外观,都做得很不错,但是在品牌方面,跟外资、合资差得很远。”魏建军坦言,“过往,中国汽车品牌在海外比较激进,初期做得很好,上量很快,但在中后期,容易出现服务、配件不到位,或是服务质量管控不到家的问题。”

“我们希望通过走出去也会体会到,日本尤其是丰田公司,它不是急功近利的,它讲究煲汤的感觉,煲汤的时间长起来越有味道,他们很注重和经销商的关系,很注重经销商的盈利。在印度,丰田的满意度是最好的,在泰国,丰田也是最好的。我认为慢热一点更稳健。”魏建军毫不避讳地给予竞争对手好评,“着眼于当下的全球化竞争,我们现在还是要从市场端做到用户满意,打好品牌战,使品牌价值有所提升,这是我们长远发展的根本。”

## “空间换时间” 收购印度、泰国工厂

谈及汽车品牌的全球化竞争,自然避不开近期长城汽车连续收购通用汽车印度、泰国两大工厂一事。

“其实早在六七年前,我们就有进

入泰国、印度市场的想法,但我认为当时的长城汽车还不够成熟,所以就没有推进。”魏建军在讲述收购两大工厂背后的故事时说道。

在魏建军看来,此次收购两大工厂是十分有价值的。其一,这两大工厂的成熟度、工艺装备、自动化程度都很不错,性价比非常高;其二,现在的印度像20年前的中国,那时候QQ卖得很好,印度现在就是卖QQ的阶段,印度经济虽然不会像中国发展那么快,但是潜力是有的。

“目前在东南亚市场,所执行的排放标准是欧IV标准,印度虽然在执行欧IV标准,但计划直接升级为欧VI标准,中国车企在排放标准方面是可以满足这两个市场标准的。”魏建军表示,现在这两个市场对于长城汽车来讲是难得的机会。

“但是,当我们进入海外全新市场的时候,也面临很多挑战。例如在研发层面,我们需要如何去学习当地的文化,像造型设计就是一种文化问题;还有就是缺乏适应当地法规的经验,类似如何能提前获得法律法规变化,如何避免知识产权上纠纷等问题,这种挑战产品本身要承担很多。”魏建军说。

“因此,海外发展,一定要综合去思考,根据阶段的不同制定不同的策略。下一步就是看长城汽车如何去做好当地市场的运营,这是我们要面对的最大挑战。”魏建军对记者说道。

# 持有4家A股上市公司 茂业商业“炒股有瘾”?

“以公允价值计量的金融资产”一项罗列了其投资的银座股份、中嘉博创等13家公司名单

■本报记者 舒娅疆

早前曾有上市公司因为证券投资收获高额利润而被市场人士戏称为“股神”,在四川,也有一家上市公司因为热衷证券投资而受到投资者关注,那就是主营商业零售业务的茂业商业。

最近三年,茂业商业董事会每年都会审议通过一项不超过3.5亿元人民币自有资金进行证券投资的相关议案。从投资“战果”来看,其证券投资的范围覆盖一级市场和二级市场,投资收益水平不一,目前,公司已经成为4家A股上市公司的股东,而在2019年,茂业商业“以公允价值计量的金融资产”名单中新增一家拟上市公司,若成功上市,该公司或将成为茂业商业投资成都银行原始股后的又一案例。

## 持有4只A股 “押宝”彩虹电器上市

茂业商业近日披露的2019年年报,“以公允价值计量的金融资产”一项罗列了其投资的13家公司名单,其中包括银座股份、中嘉博创、重药控股、成都银行4家A股公司。报告期末,茂业商业对上述4家A股公司的持股比例分别为4.31%、1.86%、4.24%和0.35%。

《证券日报》记者注意到,茂业商业早年间通过二级市场买入银座股份、中嘉博创的股票曾引发投资者广泛关注,不过,公司对于上述2只A股的投资成绩似乎并不十分理想,截至2019年年底,银座股份和中嘉博创的期末账面价值均低于最初投资成本。另一方面,茂业商业持有重药控股、成都银行的股份来源则是“原始股上市”。其中,成都银行的2019年期末账面价值已达到茂业商业对其最初投资成本的10倍以上。

若不考虑持股数量变动和分红等因素,那么,茂业商业投资银座股份、中嘉博创并未获利,而伴随着成都银行在2018年初成功上市,对成都银行原始股的投资为其带来了丰厚的回报。

茂业商业征战证券市场最早可回溯至四五年前。2015年4月份,公司发布《关于开展证券投资业务的公告》,宣布计划使用不超过人民币1亿元自有资金进行证券投资。2016年6月份起,公司将证券投资额度调整至3.5亿元人民币。而为了“提高公司资金使用效率,实现资金的保值增值”,2019年6月份,公司董事会通过了对于上海宝鼎投资有限公司、中原百货集团股份有限公司、成都会议展览中心股份有限公司、成都彩虹电器(集团)股份有限公司(以下简称彩虹电器)、中铁信托有限责任公司等单位

的投资,股份来源均为原始股。

# 华宝股份去年营收21.85亿元 食用香精占比超九成

■本报见习记者 蒙婷婷

近日,华宝股份披露2019年年度报告。报告期,公司实现营业收入21.85亿元,同比增长0.75%;实现归属于上市公司股东的净利润12.36亿元,同比增长5.09%;实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润11.18亿元,同比增长4.99%;经营活动产生的现金流量净额12.98亿元,同比增长2.36%。

年报显示,报告期内,华宝股份香精生产量11643.04吨,销售量11553.62吨,分别较2018年同期增长0.8%和0.2%。

《证券日报》记者注意到,2019年,华宝股份食品配料业务实现营业收入9762.59万元,较2018年同期增长41.34%。在食用香精方面,2019年实现营业收入19.79亿元,占营业收入比重90.58%。食用香精作为华宝股份核心业务,收入基本保持稳定。据了解,报告期内,公司重点拓展天然食品香精、健康食品配料业务,带动公司产品品类创新,更好地满足消费者追求健康、安全、多样化的产品需求。公司成功研制抗光照乳白、透明乳白类产品,同时植物提取类产品

值得一提的是,彩虹电器已于2019年6月份进行了IPO申报,拟在深交所中小板挂牌上市。茂业商业目前对彩虹电器的持股比例为1.68%,若该公司顺利实现上市,或将成为茂业商业继成都银行后的又一笔成功投资案例。

## 热衷炒股 难掩主业平淡

近年来,上市公司们如茂业商业一样入市炒股的案例并不鲜见。有公司因为证券投资收益而实现业绩大幅增长、被称作“股神”,也有的公司炒股巨亏之后“金盆洗手”退出江湖。对此,市场评价不一,有分析人士认为,适度的投资可以利用闲置资金,提高公司资金的利用效率,但也有观点认为,上市公司“不务正业”过度依赖证券投资,或是投机行为,而市场的不确定性也可能会给公司带来风险和隐患。

“总体来说,我个人并不赞成上市公司炒股。”上海金矿投资管理合伙企业的投资总监张海东向《证券日报》记者表示,“公司应该要抓住自己的主营业务,把更多时间和精力放在主业上,如果确实有资金暂时没处用,可以买理财产品等固定收益的产品。投资股票是专业性和技术要求比较高的行为,虽然上市公司可能在其主业上做得非常好,但跨行业投资的话,他们并不一定擅长,如果真的要去做股票投资,需要花费的时间精力也会比较多。”

他认为,上市公司可以做产业上下游的协同参股或者并购,对主业有帮助,这种行不属于炒股,但如果是以赚取股票价差、跨行业且不限于公司主业经营相关协同的股票投资,都是属于炒股。“如果公司确实很想投资,钱放着不用,也可以用来购买自家的股票做长线投资,或者拿钱来做股份回购然后注销,这也能够提高公司的每股收益。”张海东表示。

从目前茂业商业的情况来看,与波澜起伏的证券投资业务相比,公司主营业务显得相对平淡。2019年,茂业商业实现营业收入122.34亿元,同比减少6.65%,归属于上市公司股东的净利润12.59亿元,同比增长4.56%。公司的百货零售业务在2019年实现的营业收入同比减少了8.62%,毛利率同比增加0.3个百分点。

年报还显示,茂业商业近年来收购的部分资产和项目未完成业绩承诺;公司2018年3月份收购了重庆茂业百货100%股权,2019年,重庆茂业百货实现净利润较承诺净利润差额72.16万元。此外,公司于2016年2月份完成对东百百货和光华百货100%股权收购,2019年东百百货、光华百货实现的净利润较资产评估报告预测金额差额分别为5640.97万元和9127.66万元,完成资产评估报告预测金额的比例约为33.96%和51.43%。据悉,自收购至今,东百百货已累计计提商誉减值1.19亿元,光华百货已累计计提商誉减值6103.78万元。