

# 2021年饱受“上下夹击”的轮胎行业：“提价、扩产、求变”成三大关键词

■本报记者 王 鹤  
见习记者 刘 钊 冯雨瑶

2021年,轮胎企业在夹道中披荆斩棘,直面挑战。一方面,上游主要原材料价格持续上涨,加之海运价格疯涨,原料及出口成本剧增;另一方面,受“缺芯”等因素影响,下游终端配套市场萎靡,需求冷淡,轮胎企业受“上下夹击”,盈利空间遭双重挤压。

在逆境中负重前行的轮胎企业,也在积极寻求新的突破,“提价”成为今年该行业最醒目的“标签”。在成本压力下,轮胎企业先后掀起一轮又一轮的“提价潮”。与此同时,在国内市场同质化竞争严重的背景下,不少轮胎企业追逐高质量发展,加大了产品升级及转型力度,并加快“走出去”的步伐,纷纷在国内外建厂扩产。

虽然2021年轮胎行业的发展道路充满坎坷,但随着“双碳”目标的确定,新能源浪潮开始席卷汽车行业,轮胎行业有望抓住这一“机遇窗口”,一举摆脱经营上的困境。

## 行业饱受“上下夹击”

2021年,受上游原材料成本不断走高、下游汽车配套市场不温不火的影响,轮胎企业的经营非常艰难。

自2020年三季度开始,轮胎生产所需的主要原材料价格就已开始走高,一直延续至2021年全年。生意社数据显示,天然橡胶现货价格2021年2月底最高涨至15575元/吨,月涨幅达11.45%,同比涨幅达49.76%。截至12月28日,最新价格为13720元/吨。

与此同时,炭黑、帘子布等原料价格今年也呈现翻倍涨价态势。原料价格疯狂上涨,令轮胎企业的采购成本直接飙升。有轮胎企业表示,今年第三季度天然橡胶、合成胶、炭黑、钢丝帘线、帘子布等5项主要原材料综合采购成本比去年同期增长超20%。

除原料上涨外,疫情影响以及苏伊士运河堵塞还令海运价格暴涨,令轮胎产品出口难度上加。据悉,2021年海运价格一度高出往常的5倍以上,甚至有热门航线的海运价格涨幅接近10倍。

“今年轮胎行业的经营面临两大压力:一是原材料涨价;二是海运价格上涨。”西部证券化工行业首席分析师杨晖告诉《证券日报》记者,“尤其是海运费用的上涨,极大削弱了国产轮胎在海外的价格竞争力。”

“海关数据显示,轮胎出口需求仍保持活跃,今年前11个月我国轮胎累计出口量同比增长14.70%。不过,国内市场需求疲弱,今年‘国三’淘汰的政策边际效应弱化,尤其是下半年以来,重卡产销量被‘腰斩’,国内配套及替换市场需求大幅下滑。”隆众资讯轮胎行业分析师朱志伟在接受《证券日报》记者采访时表示,上游原料价格上涨后,轮胎下游市场也遇冷了。

## 轮胎企业多轮“提价”

2021年,“涨价”成为多个行业的主旋律,轮胎行业也不例外。在原材料及海运价格上涨的倒逼下,今年下半年,轮



## 今年以来天然橡胶价格波动情况

时间	价格(元/吨)	月涨幅	同比涨幅
3月末	13150.00	-14.47%	39.69%
6月末	12407.50	-3.63%	23.11%
9月末	13184.17	4.33%	11.80%
12月28日	13720.00	2.24%	4.33%

崔建岐/制图

## 轮胎企业集中掀起新一轮的提价潮

国内轮胎企业年内第一轮提价始于8月份,10月份至11月份发动第二轮提价,12月份掀起第三轮提价。每轮的提价幅度不等,最高的提价幅度达到7%。轮胎行业今年的提价次数之多、幅度之大,让从业者都感叹“实在少有”。

虽然全行业“涨声一片”,但轮胎企业此番提价的传导过程并不顺畅。在下游配套市场,今年汽车销量萎靡不振,让提价后的轮胎“有价无市”;在轮胎替换市场,“几乎3年一换”的替换需求,更是让消费者对于轮胎涨价并不敏感,不管价格涨没涨,消费者“该换还得换,该买还得买”。

在记者走访调查中,轮胎替换市场的多家终端销售门店对轮胎涨价持“佛系”态度。多家轮胎销售门店的工作人员透露,“由于上游厂商涨价,进价也会跟涨,但终端卖价上涨的概率不大。如果我们也提价了,客户可能会接受不了。”也有员工无奈地表示,“不怕上游涨价,更怕隔壁家降价。”

“产品提价有一个传导过程,但今年轮胎提价的传导过程并不顺畅。可以看到,很多轮胎生产企业的毛利率都有明显下滑。”杨晖表示,“轮胎涨价,可在一定程度上缓解原料成本上涨的压力,但今年国内轮胎市场需求明显偏弱,轮胎价格上调传导不畅,在激烈竞争的环境下,渠道之间议价阻力重重,涨价很难对冲掉成本上涨的压力。”

同花顺Find数据显示,今年前三季度,轮胎上市公司的经营业绩集体亮起“红灯”,利润下滑成为普遍现象。按申万行业分类,在18家A股上市的轮胎生产企业中,有13家前三季度净利润负增长,更有一些轮胎企业陷入亏损窘境。

## “出海”扩产成新浪潮

2021年,轮胎企业扩产、建厂的步伐并没有停下。已公布的轮胎企业在建项目统计数据显示,今年国内一线轮胎品牌都在加快扩产步伐。其中,玲珑

轮胎国内建设项目多达5项;浦林成山、米其林等企业也有新增或在建项目。另据不完全统计,今年国内涉及新增子午线轮胎项目半钢胎产能约为6800万条,全钢胎产能约为1900万套。

中国目前已是全球最大的轮胎生产国和重要的轮胎出口国,在经济全球化背景下,国内轮胎企业走向海外扩产的步伐从未停止。

“国内轮胎企业在海外扩产已成为趋势。”杨晖向《证券日报》记者表示,“此前在泰国、越南等地的投产比较成功,如今在塞尔维亚、西班牙等地的建厂投产也有了进展。”

据不完全统计,截至目前,国内共有13家轮胎生产企业在海外设立了16处生产基地。其中,森麒麟日前发布公告称,拟自筹资金52259万欧元在西班牙投资建设年产1200万条高性能轿车、轻卡子午线轮胎项目。

此外,赛轮轮胎作为首家在海外建厂的中国轮胎企业,在越南投资建厂后,今年又开始拓展第二个海外基地,柬埔寨工厂项目已快速落地并建成投产。

## 锚定新能源赛道求新求变

2021年的轮胎产业,虽然道路坎坷,但也迎来新的发展机遇。新能源赛道如火如荼,轮胎作为新能源汽车的重要零部件,有望在汽车行业转型过程中抓住商机。

中汽协发布的数据显示,今年前11个月,新能源汽车产销量再创新高,分别完成302.3万辆和299万辆,同比增长1.7倍;市场渗透率达12.7%,高于前10个月。新能源汽车的海外需求依旧旺盛,今年前11个月,我国新能源汽车累计出口29.1万辆,同比增长436.5%。

朱志伟对《证券日报》记者表示:“新能源汽车今年的产销量增长强劲,适用于新能源汽车的具有高抓地力、抗湿滑、节能降耗等性能的轮胎需求大增,相关企业应不断加大对此类轮胎的研发力度。”

题的新年特惠活动已在快手的美团小程序中试点上线,快手达人可通过视频推荐品牌商提供的特惠团购套餐,其中,火锅套餐4折起,奶茶小吃1元起……

## “种草”成市场增量机会点

通过“起心动念-考虑-评估选择-交易购买-履约服务-分享推荐”这一链条的传导,“种草”正在成为市场新的增量机会点。

据统计,2021年美团平台兴起了超百种“生活新样态”服务品类,包括无人餐厅、360沉浸式剧本杀、插画手作馆、2小时核酸快检、宠物私教减肥、植发养发、共享录音棚等。

据了解,本地生活线上化的市场规模已达万亿元级。现阶段,虽然来自短视频和直播的市场份额较少,但未来的增长潜力较大。快手发布的数据显示,每天有超过1.4亿用户浏览经营者主页。以快手为代表的短视频直播平台现已成为主流的内容消费平台,有望为本地生活服务行业带来新的需求场景和增长空间。

“快手的数字市井生态中拥有丰富的人、内容与场景,信任机制完备,更有着充沛的流量价值。美团在本地生活领域深耕多年,在链接广大商家的同时,也在供给、履约、服务等系统能力建设方面拥有深厚的沉淀。”快手高级副

总裁王剑伟表示,双方的合作无疑会产生1+1>2的协同效应,在为内容创作者提供更丰富的海量商品库的同时,也进一步帮助经营者实现多单增收。

美团高级副总裁张川表示,美团始终秉持开放的精神,致力于通过与众多合作伙伴的互联互通,共同帮大家吃得更好、生活得更好。快手是深受数亿用户喜爱的短视频平台,为本地生活商家创造了非常丰富且有价值的“种草”场景。美团希望发挥自身建设多年的履约及服务保障能力,和快手一起,为短视频用户提供更优质的本地生活服务商品和消费体验。

据悉,凑凑、紫光园、书亦烧仙草、85度C、CoCo都可等多个全国热门连锁餐饮品牌成为首批入驻快手美团小程序的商家。

“凑凑不怕做第一个吃螃蟹的人。”谈及快手与美团的合作,凑凑COO赵木铨表示,“为满足消费者获取多元信息的需求,凑凑一直在尝试各种新兴营销方式。快手是能够通过内容激发更多消费需求、帮助品牌获得更多新客的平台;美团拥有完善的交易履约能力和健全的评价体系,是做好线上门店长期经营的平台。”

赵木铨表示,美团与快手的合作开放,能帮我们迅速提升在短视频场景的服务保障能力,让消费者体验更顺畅,也有利于我们将短视频激发的增量需求沉淀成自己的品牌和会员资产。

在互动易平台,投资者对轮胎企业在新能源领域的涉猎也颇为关注,投资者纷纷向相关上市公司问及“公司产品在新能源车上有何应用?”

青岛双星回应称:“目前公司与国内主要新能源汽车厂商建立了合作关系,正在逐步实现对主要新能源汽车品牌的轮胎配套。”

森麒麟在回复投资者称,公司自主研发的石墨烯轮胎重点实现以下两方面创新:一是对轮胎整体性能的提升,在保证轮胎高抗湿滑、高耐磨的基础上,还可兼顾低滚阻性能,打破性能不可兼顾的“魔鬼三角定律”。搭载此技术形成了森麒麟独有的超低滚动阻力产品体系,超低滚阻技术可以使新能源汽车续航里程增加约6%,是真正意义上更低油耗、更低排放、更低噪音、更轻量化、更低滚阻的“绿色轮胎”。

贵州轮胎回应称:“新能源车对轮胎的耐磨性、节能性提出了更高要求,在不少业内人士看来,轮胎企业需要持续加大研发投入,不断开发差异化的新能源汽车配套产品,在新能源汽车赛道实现弯道超车。”

“轮胎行业未来的发展方向主要有两个:一是产品力的提升;二是品牌力的提升。”杨晖向记者表示,“产品力的提升与智能化有很大关系,可通过智能制造将产品力提上去,从而切入更高级的轮胎领域,这是未来发展的一个主要方向。”

“品牌力的提升有两个路径:一是‘to B’端,轮胎企业如何将产品切入高端车的配套里得到车企认可,是品牌力提升的关键;二是‘to C’端,轮胎企业如何通过渠道搭建,在消费者心中树立起轮胎国产品牌的概念,树立起一个世界级轮胎企业形象,这也关键。”杨晖表示。

# 年内四次处置资产兑现业绩承诺 “4S店之王”遭交易所问询

■本报记者 龚梦泽

作为曾经国内汽车经销商行业的龙头老大、“4S店之王”,庞大集团在去年宣布破产重整成功后,“自救”之路走的并不顺利。12月25日,庞大集团以1.86亿元再次出售两家子公司全部股权,这已是公司今年第四次处置旗下资产。

然而,公司年内批量出售资产、欲借此完成业绩承诺的行为引起监管部门关注。12月27日,上交所向庞大集团发出问询函,要求其说明出售子公司获取大额利润实现业绩承诺,是否真正有利于恢复上市公司的持续盈利能力。

庞大集团方面表示,对于未来的资产处置情况现在并不能确定。公司2021年第三季度扣非净利润依然为负,新股东仍需继续从经营层面改善公司的盈利情况。

## 年内四度出售资产 是否有助于持续盈利?

庞大集团方面表示:“此次处置的主要是经营业绩较差和闲置的资产,资产长期闲置会对公司经营有一定的负面影响,所以公司在对接一些买方,优化资产结构。”

值得注意的是,此次资产出售极为迅速。12月1日,庞大集团公告称,拟出售旗下巴博斯(中国)汽车销售有限公司股权。12月25日,公司便与中辰实业签订股权转让协议,两家标的公司的评估净资产价值合计1.84亿元,出售价格为1.86亿元,略高于评估值。庞大集团方面预计,此次资产出售可实现税前利润约为6.88亿元。

2019年末,庞大集团重整计划正式实施。深商集团、国民运力及元维资产联合体对庞大集团进行重整时承诺,从2020年到2022年的三年,庞大集团净利润达到35亿元;若到期未实现,将由重整投资人以现金方式补足。

为此,自2020年底开始,庞大集团先以6400万元出售子公司内蒙古鹏顺汽车名下土地及地上建筑物。数日后,公司又将滨州、淄博、秦皇岛、青岛、哈尔滨等地的5家汽车销售子公司的全部股权打包,以5.71亿元的价格出售给天津中原投资有限公司。新股东接手当年,便靠资产处置实现盈利5.8亿元。

2021年,庞大集团的资产处置节

奏不断加快。3月份,公司以6719万元处置洛阳子公司的一块土地;4月份公告称,拟以6.55亿元出售中冀乐业(北京)房地产开发有限公司;6月份公告称,公司拟以2.7亿元的价格出售子公司自贡汽车销售有限公司的全部股权。

根据庞大集团的重整计划,公司承诺,2021年上市公司归母净利润不低于11亿元。若加上此次资产处置计划,庞大集团2021年处置的资产收入预计将达到11.78亿元。业内普遍质疑,相对于主营业务的提升、成本费用的减少,变卖资产才是庞大集团净利润骤增的最主要原因。尽管可以帮助庞大集团暂时实现利润对赌承诺,但这应该不是庞大集团回归主业的本质。

## 重资产模式积重难返 融资扩张无度加大风险

作为国内汽车经销商行业曾经的龙头,庞大集团如今的困境也是其所处行业的真实写照。中国汽车流通协会发布的《2021年上半年全国汽车经销商生存状况调查报告》显示,今年上半年完成全年销量目标一半以上的经销商占比仅为33.7%。

另据《2021汽车流通行业蓝皮书》显示,2020年,全国授权的汽车经销商数量首次出现负增长,每天有约11家4S店关停退网。目前汽车经销商已形成集团化运作模式,行业马太效应更加明显。

车音智能科技有限公司CEO苏雨农表示,庞大集团出现资金流断链问题,与自身的经营不善有很大关系。

一位接近庞大集团的投资人士对记者表示,公司前几年大规模建造汽车园区的运作模式,在各省至少建造几百亩汽车园区,买地、运营的花费成本都是巨大的。靠这种模式急速扩张,一旦遇到资金紧张的情况,就会出现资不抵债的问题。

“汽车经销商的特点就是重资产、低毛利、高库存。”中国汽车工业协会发展委员会首席分析师贾新光在接受《证券日报》记者采访时表示,庞大集团是做物资起家的,背景单一,靠融资实现迅速扩张的风险巨大。

汽车行业知名评论员钟师也表示,庞大集团虽然体量较大,但商业模式陈旧。国内汽车市场环境早已发生变化,但庞大集团没有根据环境变化进行及时调整,这是出现问题的根本原因。”

# 搭上工业大麻和新冠神药概念 雅本化学两个月股价大涨273%

■本报记者 张 敏

资本市场不缺故事,也不缺妖股。12月28日,A股上市公司雅本化学再收涨停,报收于19.16元/股,涨幅为19.97%。同花顺数据显示,自11月1日以来,截至12月28日,雅本化学累计涨幅约为273%。

针对交易所的问询,雅本化学在12月28日晚间回复称,公司经营情况未发生重大变化。2021年11月1日至2021年12月27日,公司股价累计涨幅约211.31%,显著高于公司基本面变化程度,与公司目前基本面不匹配。

随后,雅本化学又发布公告称,公司股价自2021年12月20日至28日连续7个交易日收盘价格涨幅偏离值累计达到105.66%。根据《深圳证券交易所创业板交易特别规定》相关规定,前述情形属于股票交易异常波动的行为,公司将就股票交易异常波动情况进行核查。

雅本化学股价大涨,与其搭上工业大麻、新冠特效药原料药等概念密切相关。公开资料显示,雅本化学主要从事医药中间体、农药中间体的研发、生产和销售。12月22日,雅本化学介绍,公司马耳他子公司A2WPharmaLtd.的CBD(大麻二酚)产品生产车间主体结构已基本建成,尚未正式投产。

资料显示,大麻二酚(CBD)是大麻的主要非精神科成分,具有多种药理作用,包括抗焦虑、抗精神病、止吐和抗炎特性。据国元证券介绍,海外成熟市场已将以CBD为主的大麻素添加至更多应用场景中。

在12月28日回复交易所问询时,雅本化学进一步介绍称,公司马耳他子公司A2WPharmaLtd.的CBD(大麻二酚)产品生产车间目前正在进行设备安装及申请GMP认证,本年度未生产任何CBD医用产品。受欧洲疫情影响,公司预计A2W的CBD医用产品将延期至2023年一季度实现

正式投产,2021年度和2022年度将不会为公司带来任何销售收入和利润贡献。另外,A2W的GMP认证过程具有不确定性,可能影响CBD医用产品的投产进度。

此外,新冠治疗药物的原料药也成为雅本化学股价暴涨的导火索之一。12月22日,辉瑞治疗新冠的口服药物Paxlovid获美国FDA批准,其后以色列、韩国相继批准紧急使用辉瑞的新冠口服药物Paxlovid。该消息引发了市场对相关概念股的炒作。

《证券日报》记者在雅本化学的投资者互动平台看到,公司拥有可作为辉瑞新冠特效药的原料卡龙酸酐一事备受投资者关注。12月28日晚,针对此事,雅本化学在回复交易所问询时表示,根据公司自查以及向高级管理人员、市场部人员确认,截至未关注函回复日,公司与辉瑞公司签署任何合作协议,与其不存在任何合作关系,未向辉瑞公司供应卡龙酸酐及其衍生产品。公司的卡龙酸酐及其衍生产品的客户主要为国内客户及印度客户,无法确定公司的卡龙酸酐及其衍生产品是否间接供给辉瑞公司。

公司同时表示,截至关注函回复日,公司的卡龙酸酐及其衍生产品的销售收入2700.73万元,占2021年度营业收入的比例约为1%至2%,占比较小,预计不会对2021年度及2022年度业绩产生重大影响。

雅本化学股价持续上涨,谁是背后真正的推手?据深交所披露,雅本化学在12月20日至12月28日累计上涨159.62%,在此期间,获自然人累计买入78.97亿元,占比77.14%。其中,中小投资者累计买入37.71亿元,占比36.84%;机构累计买入23.40亿元,占比22.86%。

香颂资本执行董事沈萌向《证券日报》记者表示,雅本化学并非新股,一周内股价翻倍上涨,且与业绩表现不符,大概率是二级市场借概念人为炒作所致。

# 快手与美团战略合作 “种草”用户 App 直达美团小程序

■本报记者 许 洁 见习记者 王 君

12月27日,快手与美团达成互联互通战略合作,以帮助本地生活服务商商家链接更多消费需求。由此,消费者在快手平台上刷视频看美食的同时,还可以直接在快手平台打开美团小程序进行订餐,体验一站式服务。

此次快手与美团合作之后,快手用户可通过美团小程序点餐,消费者也可在快手上购买美团商家的代金券……短视频平台携手本地生活服务商之后,中小商户通过互联网平台为困难群众纾困解难的步伐也将加快。

据悉,美团经过多年发展,已面向本地生活商家形成包含金融、营销、配送、供应链、经营、IT在内的一站式、一体化全场景服务。美团与快手的合作,有助于线下本地生活服务商商家链接“内容种草”等多元场景,加快线上线下的融合发展,扩大优质服务的覆盖面。

## 从“起心动念”到“即见即得”

据介绍,合作双方将基于快手开放平台,通过服务零售供应链与UGC内容的优势互补,打通内容场景营销,在线交易及线下履约服务,为用户搭建“一站式”完整消费链路,让消费者由内容端的“起心动念”,提升为“即见即得”的高品质服