

破解海运运力瓶颈 国内车企步入“自主船运”新阶段

■本报记者 龚梦泽

近两年,随着中国汽车出口量的迅猛增长,海上运力不足已成为制约车企出口的一大难题,2023年全年,汽车运输船租金暴涨、“一船难求”的情况屡见不鲜。

在此背景下,日前,上汽集团委托全球最大造船集团——中国船舶集团建造的首艘远洋汽车运输船(滚装船),在上海浦东新区的海通码头开启首航,搭载约5000辆自主品牌车型以及部分工程机械驶往欧洲。

据悉,该船是由中国船舶集团旗下上海船舶研究设计院研发设计、江南造船(集团)有限责任公司为上汽旗下安吉物流建造的首艘远洋汽车运输船,名为“上汽安吉申诚号”。这艘200米长、38米宽、13层楼高的远洋巨轮,排水量超过4万吨,可装载7600辆国际标准尺寸乘用车。

谈及自建船队的考量,上汽国际党委书记、副总经理赵爱民对《证券日报》记者表示:“自建船队首先表明了对中国汽车出口增长趋势持有坚定的信心。最为重要的是,自建船队能保障汽车出海供应链的稳定,提升企业在汽车出海过程中对整体成本的把控能力。”

积极应对运力瓶颈

2023年,我国汽车整车出口超越日本,成为全球第一大汽车出口国。不过,对于出口量猛增的中国车企而言,眼下还面临着“幸福的烦恼”——汽车运输船的短缺,已将海运价格推升至创纪录的水平,一定程度上限制了中国新能源汽车出口。

根据咨询机构克拉克森统计数据,从2020年8月份到2023年11月底,一艘6500标准车位汽车运输船一年期的租金从1万美元/天一路飙

升到了11.5万美元/天,涨幅超10倍。随着租金的飙升,汽车运输船已被业内形象地比喻为“海上印钞机”。

上汽安吉物流总经理金麒在接受《证券日报》记者采访时表示,中国汽车的年出口量在2020年约为100万辆,到2023年已经接近500万辆,而船舶制造又是一个长周期行业,没那么快制造完成,这就导致了国内汽车出口运力的不足。

数据显示,在我国2023年接近500万辆的出口量中,上汽集团的出口销量占据了120万辆,上汽2023年海外销量同比增长18.8%。其中,新能源汽车销量占比约25%。

“作为国内第一大车企,上汽很早就感受到了运力不足的压力和汽车运输船的重要性,所以在2年前就决定买船。”金麒称,车企买船一方面是为了保证自身供应链的安全稳定,另一方面也有利于降低运输成本、进一步缩短船只港口滞港时间等。

为此,早在2022年1月份,上汽集团就宣布与中国船舶集团正式签署协议,江南造船(集团)有限责任公司将为上汽旗下安吉物流“量身定制”远洋汽车运输船。

据记者了解,“上汽安吉申诚号”采用LNG双燃料清洁动力,可满足北美、欧洲、澳新等发达国家和地区环保和排放要求,降低碳排放约30%,以往返一次欧洲为例,预估碳排放降低1300吨。按照计划,该船将“常驻”欧洲航线和澳新航线,年运能约3万台。

作为全球现役载重量最大、国产化程度最高的清洁能源滚装船,“上汽安吉申诚号”在实现“国轮国造、国车国运”的同时,将首批搭载上汽、东风和宇通的自主品牌新车驶向欧洲。上汽集团方面表示,此次7600车位新船的首航,也标志着中国滚装航运进入“大船时代”。

除了有船,还要有船队。目前,

上汽安吉物流已建成中国最大的汽车企业自营船队,拥有各类汽车运输船31艘,并开通东南亚、墨西哥、南美西部地区、欧洲等7条国际自营航线。今后三年内,7000车位、7600车位、7800车位、9000车位级别共计14艘远洋运输船,将陆续加入上汽安吉物流远洋船队,与现有船舶一起,提供总计年运能超过50万台的远洋段自营运力支持。

更好支持车企出海

记者观察到,如今争先“买船造船”的都是海外业务快速增长的车企。为了进一步增强汽车出口能力,头部车企纷纷组建船队,步入“自主船运”的新阶段。

除上汽集团外,比亚迪也是热衷于“买船”的车企代表。今年1月10日及1月15日,比亚迪“EXPLORER NO.1”汽车运输滚装船分别在山东港口烟台港、潮汕小漠国际物流港两地举行了交船、首航仪式。作为比亚迪的第一艘汽车滚装运输船,“EXPLORER NO.1”应用了最新LNG双燃料动力技术,最高续航里程可达15800海里,可适应多元航线需求,适配各种新能源车辆。

“首条滚装船的交付及首航,将有力保障比亚迪海外市场的快速交付与业务拓展,标志着比亚迪汽车拓展海外市场进入新阶段。”彼时,比亚迪方面介绍,未来两年内,公司还有另外7艘滚装船陆续投入运营,比亚迪储能电池技术、轴带发电机系统将在船上得到应用。

不同于上汽集团和比亚迪“买船出海”的发展路径,奇瑞汽车和广汽集团则选择“自己造船”。

2023年,奇瑞集团联合旗下芜湖造船厂在威海打造汽车运输船建造基地,该基地已承接三艘7000车位级别汽车运输船订单,这家百年历史的内河船厂实现了“由江向海”的历史性跨越。据悉,这三艘船全

部来自奇瑞汽车。另外,广汽集团旗下的广汽商贸与招商局集团旗下的招商轮船也投资成立了广州招商滚装运输公司。

事实上,在此轮买船、造船热之前,我国车企并不注重打造自己的运输船队,全球运力规模前十的汽车运输航运公司以日本、韩国、欧洲船东为主。

“回顾日韩以及欧美国家的汽车出口放量,其实是与其海运体量相辅相成的。”中国乘用车产业联盟秘书长张秀阳对《证券日报》记者表示,汽车出口市场竞争激烈,如果车企无法及时、有效地将汽车运送到海外市场,将影响其在国际市场的竞争力。上汽、奇瑞等多家车企选择加强与航运公司的合作,是汽车出口发展过程中必需的补短板过程。通过增加运输船只的数量和运力,提高运输能力和效率,降低运输成本,可以更好地支持汽车出海战略的实施。

谈及中国汽车出口大势,赵爱民表示,在出口大潮中,新能源汽车已经占据了不小份额。从销量结构来看,2023年上汽在海外市场的汽车出货量中,有25%左右是新能源车,也就是30万辆左右,未来新能源车出口占比还会进一步提升。

除海运增加运力外,我国车企还面临着诸多发展战略上的调整,比如“建厂”正在成为企业进军欧洲市场的选择之一。

对此,赵爱民表示:“车企海外建厂的方式有多种,比如自建、租房、合作经营等。期间也会经历各种过程,比如了解、尊重、适应、融入当地文化等。”

“未来,上汽可能有更多全球布局建厂的目标,但前提是以销量为先导。”赵爱民告诉记者,公司会进一步提升出口销量规模,打造真正的全球公司。只要在新赛道积累优势,公司在全球汽车市场肯定会抢得一席之地。

汽车零部件产业发展迅猛 企业积极出海打开成长空间

■本报记者 李雯雯

随着国内汽车市场进入结构性竞争阶段,相关企业纷纷通过出海开启全球化战略。在海外新能源车市场存在广阔发展空间背景下,出海有望为国内零部件公司提供新的发展机会。

“一般汽车与零部件的零整比是1:3(各种原厂零部件并一辆车的成本是整车价的三倍),在海外新能源车市场蓬勃发展的推动下,国内汽车零部件公司出海业务肯定大有作为。”广东粤鄂产业大数据研究院有限公司总经理严帅在接受《证券日报》记者采访时表示。

Expert Market Research公布的数据显示,2020年全球汽车零部件市场规模约3800亿美元,预计到2026年将增长到4530亿美元,年均复合增长率2.97%。

东方证券相关数据显示,2021年至2023年中国新能源乘用车渗透率快速提升,2023年1月份至11月份新能源乘用车销量渗透率为34.3%,较2022年同期提升6.1个百分点。2023年1月份至11月份中国汽车零部件出口金额达到5633.64亿元,同比增长14.6%。

汽车零部件所涉及的种类较多,从A股上市公司分类来看,涉及智能化、热管理、汽车电子、电驱电机、轻量化及结构件、充换电等多个细分赛道。

中金公司表示,中国汽车零部件出口金额在过去近30年持续增长,而近三年尤为快速。与此同时,中国汽车零部件公司对海外市场开发持续深入。数据显示,2010年至2022年A股汽车零部件板块平均海外收入占比从7%快速提升至25%。

国海证券汽车行业首席分析师戴畅表示,截至2023年末,已有多家中国汽车零部件公司位于墨西哥的生产基地进入投产阶段,2024年部分公司海外业务有望从亏损转向盈利。

“汽车零部件公司开启全球化出海业务是一个积极的发展趋势,有助公司扩大市场份额。通过在全球范围内建立生产基地和采购网络,相关公司可以更好地利用各地的资源优势,降低生产成本,优化

供应链结构。”中央财经大学副教授刘春生向《证券日报》记者表示。

近日,A股多家汽车零部件上市公司相继公布全球化业务的发展情况。

德赛西威近日透露,公司全方位推进国际化战略落地,加速海外研发制造基地的建设与扩产,投入更大资源开拓国际业务。如欧洲公司第二工厂的产能逐步提升,3D实验室建设有序开展,研发及服务配套进一步强化。

汽车电子产品及零部件系统供应商华阳集团相关人士向记者表示:“公司持续加大海外市场开拓并已取得较好的业务进展。汽车电子业务目前已取得本田、丰田、现代集团等客户的项目;精密压铸业务为博世、博格华纳、大陆、采埃孚等海外客户配套产品;同时积极配合自主品牌车企出海,目前已获得多个自主品牌海外平台项目定点,并积极推进境外生产基地落地。”

聚焦新能源汽车热管理系统领域的三花智控透露,目前公司客户遍布欧洲、美洲、亚洲等全球各地,并已在墨西哥、波兰、越南等地建立了海外生产基地,全球化生产和供应布局已形成。

拓普集团日前发布2023年业绩预告,预计报告期内实现净利润20.5亿元至22.5亿元,同比增长20.58%至32.34%。

对于业绩预增的原因,公司表示,系轻量化底盘、热管理等业务的销售额增长迅速,汽车电子类业务迎来收获期,智慧电动门系统等多个项目逐步量产落地,国际业务占比持续提升,针对头部智能电动车企的单车配套价值不断提升。

东方证券汽车分析师姜雪晴表示,为加快推进国际化战略,部分汽车零部件公司近年来通过实施募集资金投资项目建设海外工厂。目前,多家公司海外业务盈利拐点已经出现,预计盈利贡献占比将逐步提升。部分汽车零部件公司海外订单投产放量后,海外工厂亦有望逐步实现扭亏。

“随着海外工厂运营成熟,国内汽车零部件公司有望取得海外客户认可,持续开拓新客户、新项目,推动海外工厂配套品类拓展,实现单车价值量提升。”中国数实融合50人论坛智库专家洪勇表示。

本版主编陈炜 责编李正 制作闫亮
E-mail:zmzx@zqrb.net 电话010-83251785

北汽集团2023年经营质量全面提升 营收超4800亿元 销量劲增17%

2023年,我国汽车产销量双双突破3000万辆,创历史新高。这标志着我国汽车产业正式跨上3000万辆量级新台阶,也成为全球首个年度销量超过3000万辆的单一市场,在中国汽车产业发展史上具有新的里程碑意义。

3000万辆成绩的取得,离不开政府部门的高度重视和全行业的砥砺前行。去年以来,我国先后出台了一系列大力促进汽车消费的强有力政策,对稳定市场预期、促进产业高质量发展起到了重要作用。与此同时,行业企业砥砺前行、勇毅前行,在电动化、智能化转型的浪潮中,为中国汽车产业“换道超车”注入了强劲的发展动力。

日前,北汽集团公布了2023年度经营业绩,全年实现整车销量超170.8万辆,同比增长17.6%,增速跑赢大盘,实现营业收入4803亿元,在京产值2924亿元,持续发挥首都经济发展“领头雁”作用,实现了竞争性增长目标。

具体来看,自主品牌贡献了主要增量,2023年北京自主乘用车销量19万辆,同比增长69.1%。北京汽车品牌完成品牌、技术、生态三大焕新,全年销量同比增长60%,国际业务销量超2022年全年总量两倍;北汽新能源致力场景化造车,极狐品牌实现全年销量翻倍。

近三年来,北汽集团以高质量发展为统领,践行“五个发展”举措,不断夯实改革成果,加速业绩红利转化,实现了2023年经营与发展的“双突破”“双丰收”,交出了一份扎实的答卷。新的一年,北汽集团继续强化产品力和营销力,持续提升核心竞争力,巩固竞争性增长成果,加速推进高质量发展。

聚焦主业稳进增长 “内卷大年”经营质量全面提升

卷价格、卷技术、卷产品、卷营销,一个“卷”字贯穿2023年全年车市。随着“新四化”变革不断演进,自主品牌和新势力快速崛起,行业加速洗牌,合资品牌遭遇空前挑战,在高强度竞争中,很多车企走到进退维

谷的十字路口,甚至有品牌黯然离场。在如此不利的环境下,北汽集团聚焦主业,各大板块亮点纷呈,经营质量得到全面提升。

经营数据披露,2023年北京集团实现自主乘用车销量19万辆,同比增长69.1%;自主商用车销量63.4万辆,同比增长36.7%;出口19万辆,同比增长73.5%。作为扎根北京本地的重点企业,北汽集团稳健经营,2023年在北京产值2924亿元,为经济稳增长践行头部企业担当。

相比单一的销量数字,良性的销售结构更加重要。透过2023年的数据可以发现,北汽集团的销售结构呈现出全面革新特征,使企业发展更健康、更有弹性。细分来看,北京汽车完成品牌、技术、生态三大焕新,拉动“北京”品牌强势上扬,全年销量同比增长60%,国际业务销量超过2022年全年总量两倍;北汽新能源致力于场景化造车,极狐品牌实现全年销量翻倍;北汽福田年度销量位居商用车行业前列,累计产销迈上1100万辆台阶。

结合公司情况,截至目前,北汽已拥有7款纯电产品及1款混动产品,阿尔法S、阿尔法T、阿尔法S森林版、阿尔法T森林版、阿尔法S的HI先行版、阿尔法T5、考拉、北京EU及北京BJ等,构成北汽自主品牌乘用车纯电动为主、混合动力为辅的新能源化产品体系,助推北汽集团向全面新能源化发展转型。

另一方面,2023年是中国汽车合资40周年,合资车企培育了包括理念、工厂、设备、人才在内的全方位体系,对中国汽车产业发展功不可没。作为主流合资车企,北京奔驰和北京现代是“为中国,造好车”的典范,不断精进精品质造,切实助力中国汽车产业现代化。

在此背景下,在2023年开年之初,北汽集团董事长姜德义就密集调研下属企业,提出了流传颇广的“三个石头”目标——北京现代要实现销量规模“上马石”,北京奔驰要做营收利润的“压舱石”、北汽蓝谷要做新能源转型的“开山石”,将上述三个业务板块,比作三块石头,要求是平稳着陆。

在竞争刺刀见红的合资品牌方面,

2023年,北京现代通过一系列举措落地,经营业绩企稳回升,产品盈利能力显著增强,降本效果明显。经过中韩股东双方进一步深化合作,于2023年12月29日,北京现代迎来了第1200万辆新车的下线,也成为第五个迈入这一门槛的合资企业,由此企业发展被注入了弥足珍贵的信心。

如果说北京现代是北汽集团规模的“上马石”,那么北京奔驰就堪比北汽集团营收、利润的“压舱石”。

奔驰板块2023年国内销量达76.5万辆;北京奔驰发动机、整车生产“双百万”新发展阶段;全新长轴距GLC SUV、全新长轴距E级车、全新EQE纯电SUV等多款新车型相继投产上市;在向“全面电动”转型的过程中,奔驰持续丰富电动产品矩阵,全年共售出24万辆纯电动汽车,持续为消费者产出优质产品。

总结奔驰在中国取得的骄人战绩,梅赛德斯-奔驰集团股份公司董事会主席康林松不吝赞美之词,在他看来,奔驰的成功与强大的本土合作伙伴关系密不可分。“奔驰与中国很多行业领先的企业进行合作,共同推动了奔驰在中国市场的发展。”康林松表示。

墙内开花墙外香 出口同比增73%首个海外基地竣工

众所周知,海外出口是今年中国车市显著特征之一。2023年中国汽车出口超过500万辆,跃居世界首位,其中,镌刻着“北京”品牌的汽车在全球49个国家和地区留下足迹。

2023年,北汽集团寻找海外增量机会,寻觅企业业绩增长第二曲线。数据显示,去年北汽集团累计出口19万辆,同比增长73.5%,其中,北汽福田纵深推进国际化战略,连续12年保持中国商用车出口首位,在印度市场赢得2080辆新能源客货车大单,与阿根廷共同下线第1000辆微卡产品;随着北汽魔方相继在阿根廷、厄瓜多尔、墨西哥、智利、秘鲁等南美国家上市,北京汽车已经在全球49个国家和地区开展业务,在

全球市场留下“北京”品牌印迹。

海外销量长虹“决战千里”的背后,是北汽人孜孜不倦研发钻研的“运筹帷幄”。在北京总部,北汽国际协同北汽研究总院进行市场定制开发,无论在潮湿的东南亚、酷热的中东地区,还是在南美高原地带,都有定制产品,让当地用户无忧行驶;为了实现海内外一体化服务保障,北汽国际建设了售后技术及培训中心、备件营销及物流中心、服务提升及改善中心,打造差异化的服务品牌,“北京品牌服务反馈快人一步”已初具形象;在非洲大陆,北汽福田将售后服务质量、备件配件时效的优势放大,让当地消费者充分感受到“买一辆中国品牌车真省心”。

提升产品力和品牌力的同时,北汽集团还通过海外建厂、建立子公司、本地化运营等方式,了解当地、深耕当地,推动当地实现产业升级,提供税收,增加就业,推动当地经济社会发展,真正实现从“走出去”到“走进来”。

据了解,北汽集团首个海外乘用车生产基地——南非工厂全面竣工投产,打造立足南非,辐射非洲、中东、拉美等地区的全球性生产基地和出口车型基地,首辆“南非造”北汽魔方SUV已经成功下线。

可以看出,开放合作正在崛起的中国自主品牌打开了海外市场空间。北汽集团加强开放合作,提升海外渠道建设水平,不断深化网络布局,推进海外业务实现从量变到质变的发展。

积极发挥“链长”作用 善用新质生产力谋求高质量发展

“新质生产力”一词,是近期中国经济的一个新高频词。那么,如何进一步加速形成新质生产力呢?以新能源车产业为例,汽车企业需要融合多种变革性技术,着力筑牢长板、锻造短板,特别是在电池、电机、电控“三电”系统和智能驾驶、智能座舱“双智”技术、充电基础设施等方面实现融合创新,同时优化生产过程、降低生产成本,提高产业的竞争力和盈利能力。

近年来,北汽集团善用新质生产力,凭借技术上的优势,获得了越来越多消费者认可,累积起了品牌向上的新动能,与以科技创新推动产业创新,发展新质生产力,可谓紧密贴合。

2023年,北汽集团深化改革创新,保持竞争性增长态势,持续推进产业品牌和产品品牌的向新向上,在喧嚣中保持着自己的定力和节奏,对于未来发展有着通盘考虑,并拿出了新的思路与举措,为智电变革的时代浪潮做好万全准备。

技术革新方面,保持奋进姿态,持续更新“武器库”和“工具箱”,聚焦智能座舱、智能驾驶等七个重点技术领域,逐步推进关键技术自主掌控,荣获2023年度中国汽车工程学会科学技术奖一等奖。产品创新方面,乘用车积极推进新一代产品开发和布局,三年间自主品牌在售车型全部完成更新换代;商用车实现纯电、混动、氢燃料三大技术路线全覆盖,逐步实现市场与技术的双领先。2023年有6款全新品类、5款重磅换代、26款年度改款,共近40款北汽乘用车、商用车新产品进一步丰富了消费者的购车选择。

合作拓新方面,积极发挥“链长”作用,北汽与博世、伯特利、地平线、宁德时代等在新能源、智能网联等领域开展深度合作,牢牢掌握核心资源,确保产业链安全稳定;与中汽中心、国汽智联、中金公司、交研院、北理工、北工大等在研发合作、资金保障、人才支持等方面协同合作,助推高质量发展;与北京公交集团、首旅集团、国资公司等市管企业在车辆采购、营销服务等方面开展合作。

综上所述,北汽集团在2023年取得了令人瞩目的业绩,整车销量、营收和出口业务均实现了增长。自主品牌强势崛起,商用车的稳定增长以及出口业务的亮眼表现,共同推动了北汽集团的全面发展。踏上新征程,随着市场竞争的不断加剧和全球汽车市场的不断演变,以及迈入2024年北京冬奥协同发展战略实施十周年的节点,北汽集团将继续保持经营发展的竞争性增长态势,为消费者带来更多优质的产品和服务。

(CIS)