

“BBA”以价换量收效甚微 传统豪华车市场重构“进行时”

本报记者 龚梦泽

在日趋白热化的车市竞争中,国内以“BBA”(奔驰、宝马、奥迪)为代表的传统豪华汽车品牌感受到了前所未有的压力。宝马集团最新公布的上半年销量数据显示,宝马品牌全球上半年共交付109.65万辆,同比增长2.3%。不过,其同期在华销量同比下滑4.2%至37.59万辆。

近日,《证券日报》记者在走访传统豪华品牌4S店时了解到,目前由于店面的客流显著下滑,销量低于预期,库存积压叠加流动资金短缺,导致部分经销商生存压力激增,降价优惠成为主打促销手段。“目前宝马3系裸车价在19万元出头,比官方指导价优惠了16万元左右。”一位宝马4S店工作人员向记者表示。

宝马回应传闻

在销量持续下滑的形势下,众多传统豪华汽车品牌纷纷使出前所未有的降价策略。以奥迪A6L和A4L的售价

为例,其中A4L入门版价格从32万元骤降至19万元,等同于六折水平。奔驰C200L的终端报价则低至20万元出头,降价幅度高达13万元。然而,即便实施终端大幅降价,依然难以改变消费者的观望情绪和销量下滑的事实。

除了宝马上半年在华销量同比下滑外,今年二季度,虽然梅赛德斯-奔驰通过降价策略实现了在华交付环比增长近10%,但从上半年整体交付情况来看,梅赛德斯-奔驰在华合计交付35.26万辆,同比下降近6%。

为了拉动销量,“BBA”多款车价格终端大幅优惠,部分电动车产品价格更是出现了“大跳水”的情况。大搜车智云平台数据显示,今年5月份,豪华品牌折扣率较高,北京奔驰、华晨宝马、一汽奥迪折扣率分别为18.6%、25.7%和26%;沃尔沃、奇瑞捷豹路虎的折扣率更是高达33.4%和41.6%。

鉴于市场大背景和国产品牌带来的巨大冲击,今年5月底,宝马给所有经销商门店发函称,决定给宝马4S店开出多项大幅度补贴减免政策;近日又有传闻称,由于价格战导致门店亏损严重,

宝马计划从7月份通过减少销售量来稳定价格,缓解门店的经营压力。

针对上述传闻,7月15日,宝马中国对《证券日报》记者表示,下半年宝马在中国市场将重点关注业务质量,支持经销商稳扎稳打。

谈及二季度的销量表现,奔驰方面也表示,将改善产品供应和市场发布,以促进下半年汽车部门销售。

“新能源汽车不限行政策约束,享有购置税优惠政策,加之高端新能源车的时尚标签鲜明,维修保养成本低,使得其替代传统高端车成为必然。”中国乘用车产业联盟秘书长张秀阳认为,中国品牌既拥有内在动力,也拥有成熟基础,正在实现对高端车市场格局的重构。

“以旧换新”促销潜力巨大

突如其来的降价无疑为消费者带来了巨大的实惠,但同时也对上述品牌忠诚度高的用户和二手车商造成了巨大的心理落差和经济损失。

“目前整体汽车市场压力还是比较大的。6月份是上半年销售任务考核的关键性节点,很多经销商为了完成半年度的任务指标促销,价格持续探底,价格战在进一步恶化。”中国汽车流通协会产业协调工作委员会委员秘书长樊宇表示。

市场仍处调整期 葡萄酒上市公司上半年业绩分化

本报记者 李静

截至7月15日,A股5家葡萄酒上市公司中,已有4家率先发布了2024年半年度业绩预告。其中,1家预计上半年同比实现扭亏为盈,2家预计减亏,1家预计由盈转亏。

具体来看,威龙股份2024年半年度业绩预告显示,预计报告期内实现归母净利润为678万元至1065万元,同比扭亏为盈。公司表示,本期业绩扭亏为盈的主要原因系管理团队通过降低成本、减少费用等一系列降本增效措施,有效降低了营业成本和费用。

ST通葡2024年半年度业绩预告显示,预计报告期内实现归母净利润为-2750万元至-2450万元,同比减亏61.44%至65.65%;莫高股份预计2024年上半年实现归母净利润亏损800万元至1200万元,上年同期亏损达1283.78万元。

中信尼雅表示,预计2024年上半年实现归属于上市公司股东的净利润-450万元至-550万元,上年同期为盈利621.4万元。

多家葡萄酒企业表示,2024年上半年,国内葡萄酒市场仍处于调整期,受国内市场消费品类结构变化等因素影响,市场竞争形势更加严峻,葡萄酒

产品动销减缓,整体收入下滑。

“上半年葡萄酒上市公司业绩呈现明显的分化态势。虽然当前葡萄酒市场陷入低迷,但在消费持续升级等背景下,未来我国葡萄酒行业仍然值得期待。”有不愿具名的葡萄酒行业专家对《证券日报》记者表示。

中商产业研究院数据显示,2024年5月份全国葡萄酒产量为0.8万升,同比下降11.1%。2024年1月份至5月份全国葡萄酒产量4.9万升,同比持平。

面对葡萄酒市场的持续疲软,不少企业加码高端产品市场布局,以期在困境中突围。

据了解,威龙股份正在持续加大力度建立龍崗高端品牌、威龙欧斐白兰地两大事业部;中信尼雅推出了高端产品“尼雅粒选”;莫高股份也在集中资源提升“黑比诺”和“冰酒”两个核心产品的品质。

知名战略定位专家、福建华策品牌定位咨询创始人詹军豪在接受《证券日报》记者采访时表示,葡萄酒企业的高端化布局是一个长期且需要多方面考量的过程。企业需要在品牌建设、产品质量、市场定位和国际竞争力等方面下功夫。同时,也要关注行业趋势和消费者需求的变化,以实现在高端市场中的稳健发展。

消费电子行业景气度回升 歌尔股份等公司中期业绩预喜

本报记者 王倩

今年上半年,消费电子行业景气度明显回升,也带动了相关上市公司业绩增长。

7月14日晚,歌尔股份公告称,公司预计上半年实现归母净利润11.81亿元至12.65亿元,同比增长180%至200%;长盈精密预计上半年实现归母净利润3.7亿元至4.5亿元,同比扭亏;此前,立讯精密预计上半年归母净利润将同比增长20%至25%。

作为消费电子行业细分赛道——XR(扩展现实)领域龙头,歌尔股份在XR眼镜综合方案中,从光学元件、光

机系统、核心算法,到智能整机设计制造能力,均具备较大优势,且与全球科技大厂长期深度合作。

7月15日,歌尔股份相关负责人对《证券日报》记者表示,整体来看,AI技术快速发展的背景下,其应用正从B端向C端加速扩展,犹如国内外的行业头部企业都在加速落地AI手机、AI PC等“端侧AI”。

“随着多模态AI大模型推出,智能交互模式也得到进一步提升。”上述歌尔股份负责人说,像是AR(增强现实)眼镜就有望在语音对话、导航、翻译、直播等场景落地,这将为AR眼镜的应用场景带来更多的可能

性,例如在旅游、医疗、教育等领域的应用。

萨摩耶云科技集团首席经济学家郑磊对《证券日报》记者表示:“AI技术将为XR眼镜提供更智能的交互体验,以及提供更丰富的应用场景,例如虚拟现实游戏、虚拟旅行、远程教育等。此外,多模态AI大模型还将为AR眼镜提供更丰富的数据和信息,从而提升AR眼镜的智能化程度和用户体验。”

从产业链角度来看,VR(虚拟现实)、MR(混合现实)和AR产品的发展,还将进一步推动与之相关的微显示、精密光学、传感器等前沿技术和产

品的发展。上述歌尔股份负责人表示:“面对后移动时代中新兴智能硬件产品、AI人工智能、元宇宙等产业机遇,公司将积极应对,立足已有优势,持续巩固核心竞争力,积极拓展新兴智能硬件及相关精密零组件业务,积极布局新的产品业务方向,实现公司持续健康发展。”

东吴证券分析认为,短期来看,今年VR眼镜新产品的迭代升级和市场的开拓有望拉动出货量显著增长;长期维度来看,在AI时代,基于空间交互技术的成熟,应用场景的拓展,软硬件生态的完善,“AI+AR”眼镜未来有望创造显著增量需求。

A股2024年首份半年报出炉 中金辐照上半年营收同比增长超5%

本报记者 李昱丞

7月15日晚间,辐照加工企业中金辐照率先披露了今年A股首份半年报。公告显示,今年上半年中金辐照实现营收约1.79亿元,同比增长5.44%;实现归母净利润约6468.25万元,同比增长1.08%;实现经营活动产生的现金流量净额约9824.8万元。

中金辐照表示,“上半年公司紧紧围绕提质增效和价值创造,优化投资布局,全力开拓市场,聚力科技创新,高质量发展取得新成效。”

中金辐照主要从事辐照技术服务,为客户提供医疗保健产品、食品、药品等产品的辐照灭菌服务,高分子材料的辐照改性服务,并为客户提供科学、完整的灭菌技术解决方案,隶属于民用非动力核技术应用产业。

此前中金辐照在接受机构调研时表示,近年来,公司毛利率呈现稳步上升趋势,主要有两方面因素,一是公司通过持续优化投资布局,加强市场开拓力度,拓宽服务领域,提高营销质量,带来收入较好增长;二是公司通过持续加强基础管理,不断提高科技创新水平,提升运营效率,做好全过程成本管控、精细化管理等工作。

半年报显示,今年上半年中金辐照销售费用和管理费用分别为535.89万元和2119.99万元,占上半年公司收入之比分别为3.00%、11.86%,较去年同期分别下降0.27个、0.17个百分点。

在此基础上,中金辐照加大了研发力度。半年报显示,中金辐照上半年研发投入为1154.65万元,同比增长11.97%,高于营收及归母净利润同比增速。

半年报显示,今年上半年中金辐照的辐照技术服务收入达到1.66亿元,占公司上半年营收比例为92.66%;上半年辐照技术服务业务的毛利率为66.17%,保持在相对高位。

据悉,中金辐照毛利率主要受公司产能规模、产品结构、辐照价格、技术创新、生产成本费用等因素影响。近年来,中金辐照毛利率呈上升趋势。2018年至2023年,公司毛利率从54.85%上升至63.37%。

从业务布局看,今年上半年,中金辐照进一步加强公司内不同区域网点之间的客户资源共享调配,充分利用产能,进一步巩固和扩大市场份额,营业收入和利润稳中有升。

“公司一方面在新的区域通过新建网点或并购的方式进一步优化布局;另一方面在现有区域通过新建网点以及在现有网点增加新装置或拓展技术服务手段等方式来提升产能。”中金辐照表示。

新能源汽车产销快速增长 方大特钢深挖弹簧扁钢市场商机

日前获悉,方大特钢抓住中国新能源汽车产业快速发展机遇,提前布局实施新产品研发,与东风悬架、徐工集团共同合作开发的高性能弹簧扁钢产品,已在徐工集团新能源重卡上批量应用。此外,一款与重庆瑞驰联合开发的弹簧扁钢新产品,也即将应用在新能源汽车上。

资料显示,方大特钢是辽宁方大集团旗下上市公司,是一家集采矿、炼焦、烧结、炼铁、炼钢、轧材生产工艺于一体的钢铁联合企业,是中国弹簧扁钢和汽车板簧精品生产基地,位于江西省南昌市。公司生产的“长力”牌汽车弹簧扁钢通过中国钢铁工业协会冶金产品实物质量品牌培育审定委员会审定,被冠名为“金杯优质产品”。

产销分别完成94万辆和95.5万辆,同比分别增长31.9%和33.3%;2024年1月份—5月份,新能源汽车产销分别完成392.6万辆和389.5万辆,同比分别增长30.7%和32.5%。

另据第一商用车网公布,今年前5个月,我国新能源重卡市场收获“5连增”,平均同比增速达到136%,其中3月份—5月份平均销量超过5000辆,同比分别大增181%、102%和174%。5月份过后,今年新能源重卡累计销量成功突破2万辆,累计增幅高达139%。

方大特钢相关人员表示,随着“双碳”战略的持续推进及各类支持新能源汽车发展政策的进一步落地,新能源汽车市场或将迎来更加快速的增长。例如今年3月1日发布的《推动大规模设备更新和消费品以旧换新行动方案》,明确“加快淘汰国三及以下排放标准营运类柴油货车”“加快乘用车、重型商用车能量消耗量值相关限制标准升级”,这将对新能源汽车,尤其是新能源重卡销量提升起到非常积极的推动作用。方大特钢将抓住政策红利,深挖弹簧扁钢市场商机,持续研发、供应新能源车企需要的产品。

为持续提升产品竞争力,方大特钢站在客户的角度考虑问题,围绕汽车轻量化发展需求与板簧厂、汽车生产厂三方共同开展产品研发、技术创新,为合作伙伴提供更强大的产品竞争力;按照汽车质量管理体系要求,实施生产过程控制,从而实现与板簧厂、汽车生产厂、汽车使用者的多方共同受益。

7月1日,中国汽车工业协会发布《2024年5月新能源汽车产销情况简析》。2024年5月份,新能源汽车

产销分别完成94万辆和95.5万辆,同比分别增长31.9%和33.3%;2024年1月份—5月份,新能源汽车产销分别完成392.6万辆和389.5万辆,同比分别增长30.7%和32.5%。

另据第一商用车网公布,今年前5个月,我国新能源重卡市场收获“5连增”,平均同比增速达到136%,其中3月份—5月份平均销量超过5000辆,同比分别大增181%、102%和174%。5月份过后,今年新能源重卡累计销量成功突破2万辆,累计增幅高达139%。

方大特钢相关人员表示,随着“双碳”战略的持续推进及各类支持新能源汽车发展政策的进一步落地,新能源汽车市场或将迎来更加快速的增长。例如今年3月1日发布的《推动大规模设备更新和消费品以旧换新行动方案》,明确“加快淘汰国三及以下排放标准营运类柴油货车”“加快乘用车、重型商用车能量消耗量值相关限制标准升级”,这将对新能源汽车,尤其是新能源重卡销量提升起到非常积极的推动作用。方大特钢将抓住政策红利,深挖弹簧扁钢市场商机,持续研发、供应新能源车企需要的产品。

(罗霞 王永芹)
(CIS)

证券日报
SECURITIES DAILY
经济日报社主管主办
证券市场信息披露媒体

中国价值新坐标

THE VALUE OF THE NEW COORDINATE OF CHINA

社址:北京市丰台区西三环南路55号顺和国际财富中心五层 邮编:100071 广告部:010-83251716/17 发行部:010-83251713 拓展部:010-83251777 国内统一刊号:CN11-0235 邮发代号:1-286 网址: http://www.zqrb.cn