

整车央企将进行战略性重组

业内人士称:市场整合和企业合并被视为大势所趋,旨在优化资源配置,提升竞争力

■本报记者 刘 刘

在新能源汽车行业竞争日趋激烈的背景下,车企兼并重组成为破解行业内卷的重要举措。3月29日,国务院国有资产监督管理委员会(以下简称“国务院国资委”)党委书记、副主任苟坪在中国电动汽车百人会论坛上表示,将对整车央企进行战略性重组,集中央企的研发制造和市场等优势资源,打造具有全球竞争力、拥有自主核心技术,引领智能网联变革的世界一流汽车集团。

北方工业大学汽车产业创新研究中心主任纪雪洪在接受《证券日报》记者采访时表示:“当前汽车行业正面临产能过剩与新能源汽车产能快速增长的双重挑战,特别是部分企业因参与价格战而面临亏损乃至破产的风险。市场整合和企业合并被视为大势所趋,旨在优化资源配置,提升竞争力。汽车央企通过资源整合可降低运营成本,增强竞争力,维持高质量发展。行业内卷问题凸显,提升产品价值和差异性成为解决之道,汽车央企的重组整合不仅是国有资本保值增值的关键策略,也是应对当前行业变革的重要手段。”

近年来,我国新能源汽车市场呈现爆发式增长。中国汽车工业协会发布的数据显示,2024年,新能源汽车产销分别完成1288.8万辆和1286.6万辆,同比分别增长34.4%和35.5%。然而,中国汽车流通协会数据显示,2024年,汽车行业整体利润同比下滑8%,行业利润率跌至4.3%,低于整个下游工业利润率及2023年的水平。行业集中度低、同质化竞争等问题日益

凸显。

对于推动新能源汽车产业发展,国务院国资委高度重视。2024年3月份,国务院国资委党委书记、主任张玉卓曾表示,国有汽车企业在新能源汽车方面发展还不够快。国务院国资委决定对中国第一汽车集团有限公司(以下简称“中国一汽”)、东风汽车集团有限公司(以下简称“东风集团”)、中国长安汽车集团有限公司(以下简称“长安集团”)3家受国务院国资委直接监管的汽车央企的新能源汽车业务单独考核。

今年2月份,长安集团母公司中国兵器装备集团有限公司与东风集团旗下多家上市公司发布公告,母公司正与其他央企集团筹划重组。在近日召开的东风集团旗下上市公司东风汽车股份有限公司(以下简称“东风股份”)2024业绩沟通会上,东风股份管理层表示,控股股东东风集团和长安集团的整合目前正在进行中,正在谋划将长安集团旗下的汽车板块进行重组。

苟坪介绍,目前,三大汽车央企的新能源汽车直接投资同比增长35%,在投资总额中占比超70%。“三电”的关键资源已实现自主掌控、近地生产,自主品牌销量达175万辆,同比增长超80%。苟坪强调,要强化使命担当,不搞内卷式竞争,不卷价格、拼品质,共同构建更加健康更可持续的汽车产业生态。

国企改革智库副理事长兼首席专家李锦向《证券日报》记者表示,汽车央企重组将以“战略性整合+市场化改革”为核心,聚焦新能源、智能化、全球化三大方向,通过技术协同、资源优化和模式



创新,推动中国汽车产业从“规模扩张”向“高质量发展”跃迁,最终实现从“汽车大国”到“汽车强国”的转变。

苟坪介绍,国务院国资委将智能网联新能源汽车作为央企发展战略性新兴产业的重要方向。一方面,启动实施央企产业焕新,新能源汽车布局发展行动方案,以整车产品为突破口和核心载体,发力布局动力电池、汽车芯片、车用操作系统、智能

驾驶体系、充电基础设施、资源回收利用等,切实增强核心竞争力;另一方面,优化出资人政策供给,推进产业结构调整和布局优化。针对中央汽车企业出

台一业一策、一企一策考核方案,将新能源汽车业务单独考核,并充分考虑战略投入期的经营性亏损,重点考核、技术攻关、产品开发、市场占有率提升等情况,支持企业放手手脚,加快追赶。有关中央汽车企业,下决定

心、坚定信心、保持恒心,在产品竞争力、市场占有率、前瞻性、技术创新等方面奋力赶超,取得积极进展和成效。

李锦建议,汽车央企重组仍然要考虑体制机制障碍,通过深化国企改革建立市场化激励机制;通过混合所有制改革引入社会资本;鼓励民营企业与汽车央企合作,通过混改激发创新活力;探索员工持股、股权激励机制,优化公司治理结构。

龙湖集团:去年运营及服务业务收入占比提升至21%

■本报记者 陈 潇

“2024年,龙湖运营及服务业务实现收入267亿元,对集团整体收入的贡献占比达到21%,并且有希望在2028年达到收入占比过半。”3月28日,在龙湖集团控股有限公司(以下简称“龙湖集团”)业绩会上,其董事会主席兼首席执行官陈序平表示,这几年,运营及服务业务正撑起公司利润盘面。

同日,龙湖集团发布的2024年“成绩单”显示,报告期内,公司实现营业收入为1274.7亿元,股东应占溢利(净利润)为104亿元。其中,运营及服务业务实现收入267亿元,贡献81亿元的核心净利润。

对于未来是否会“重运营、轻开发”,陈序平表示,开发、运营、服务三者齐头并进。但现阶段公司仍把债务安全放在首位,因此债务安全优先于增量投资。开发业务会保持一定的投资强度,聚焦一二线城市,选择更加有兑现把握的项目。

采取“攻守兼备”策略

去年9月份,“促进房地产止跌回稳”首次提出,政策从供需两端协同发力,推动市场呈现止跌回稳态势。

在业绩会上,龙湖集团执行董事兼地产航道总裁张旭忠亦表示,当前楼市筑底趋势已较为清晰,2025年市场整体下降的空间有限,但是不同城市、不同板块之间的分化会加剧,存在较多的机会窗口。

面对市场分化,龙湖集团采取“攻守兼备”策略,在存量去化方面,张旭忠表示,去年全年的签约回款率就超过100%,今年会成立专班团队对包括商办、车位、现房等在内的项目进行精细化管理,目标还是要继续攻坚存货去化,换回来有质量的回款。

龙湖集团首席财务官赵轶在回答《证券日报》记者提问时表示,2024年年末,公司拥有3300万平方米土储,单方成本4300元,相对来说比较低的。同时,整体财务结构比较安全,在现金流管理上比较有主动权,在销售上可以根据市场价格随行就市,不会为了卖一套房子不顾一切地压低价格。

在获取增量项目方面,龙湖集团聚焦在能级城市核心板块,做到优中选优。2024年,龙湖集团在北京、上海、杭州、成都等热点城市共获得9幅土地。2025年一季度,公司还在上海、苏州获取了两幅优质土地。

“在投资方面,我们始终将公司的安全稳健放在首位,投资方面坚守投资纪律。接下来在保障偿债安全性前提下,我们会择机获取新土地,并根据市场变化进行弹性的供货。”张旭忠表示,今年龙湖集团的可售货源全年超过1600亿元,相对比较充裕。

与此同时,面对市场对更高住房品质的追求,龙湖集团亦结合好房子的政策导向,从社区配套、产品设计、物业服务等细节方面不断优化,推出全新的产品线——观翠。

“成都观翠开盘三个月就实现清盘,上海观翠自去年9月份首开后三开三罄,在12月底也实现清盘,可以说观翠产品线得到市场的充分认可。”张旭忠表示。

“2028年,即使运营及服务收入占比能够实现过半的情况下,我们开发业务的收入也还是有一半,仍然是最重要的收入组成部分。所以依然会持续去做,但会聚焦在好城市、好地段、好房子。”陈序平表示。

实现收入结构转变

在稳固开发基本盘的同时,龙湖集团通过运营及服务业务的持续发展,实现了收入结构的转变。2024年,公司运营及服务业务收入占比跃升至21%,这一转变背后,是商业投资、资产管理、物业管理、代建业务等多个航道协同发力的成果。

在商业板块,龙湖集团2024年新开工11座天街项目,出租率攀至历史新高,达到97%。整个商业板块营业业绩亦同比增长16%。

龙湖商业总经理包伟表示,2025年将持续对现有项目进行招调及改造升级,同时,今年会再开工11座商场,预计整个航道在今年能够实现10%以上收入增长。

在资产管理航道,通过将长租公寓升级为龙智资管平台,该板块已实现连续两年经营性现金流为正,2024年该航道的全年贡献运营收入31.8亿元。

在物管航道方面,除了物业基本盘,在租售、美居、优选方面公司也在积极突破服务边界。在龙湖龙智航道,2024年公司实现12.1亿元营收,不仅仅是代建业务,在装修、数字化方向也在做积极探索。

值得一提的是,要完成收入结构的转变,在陈序平看来,更为重要的是,需先完成债务结构转化。

过去,通过提前“踩刹车”,龙湖集团的偿债相对从容。2024年,龙湖集团有息负债余额相比高峰期下降超300亿元,融资结构不断优化,融资成本下降至4%。

陈序平表示,今年是龙湖集团债务结构转换的最后一年,也是最关键的一年,一季度已经偿还65亿元信用债,7、8月份还有30多亿元信用债到期,正在做提前应对。

陈序平表示,到2025年年底,公司长周期的经营性物业贷有机会接近900亿元的规模,整体债务会进一步下降到1400亿元左右。

“我们将通过正向经营现金流降低有息负债总额,经营性物业贷置换短周期的信用债,在未来两三年时间内完成整个债务结构的切换。”陈序平表示,有了债务结构切换才能持续实现收入结构转换,希望龙湖集团把信用融资降到10%左右,同时也能实现更加安全,健康发展。

长城汽车:计划2030年海外销售超百万辆

■本报记者 张晓玉

3月29日,长城汽车股份有限公司(以下简称“长城汽车”)发布2024年财报。公告显示,公司去年实现营业收入2021.95亿元,同比增长16.73%;归母净利润126.92亿元,同比增长80.73%;扣非归母净利润97.35亿元,同比增长101.4%。基本每股收益1.49元,每股派发现金红利0.45元(含税)。

长城汽车董事长魏建军表示,2024年,公司秉持长期主义,聚焦稳健经营,致力于智能新能源战略,保持销量稳步增长,持续提升盈利能力,进一步实现高质量发展。

去年单车净利润达1.03万元

长城汽车拥有哈弗、魏牌、坦克、长城皮卡、欧拉、长城灵魂六大品牌,产品涵盖SUV、轿车、皮卡、MPV、摩托车等品类。财报显示,长城汽车2024年全年实现销量123.45万辆,同比增长0.37%。其中,新能源车销量32.22万辆,同比增长25.65%。

从旗下各大品牌来看,哈弗实现全球累计销量达950万辆,去年推出2024款哈弗猛龙、二代哈弗H9等车型;魏牌新能源立足高端市场,去年上市首款全场景NOA智慧旗舰

SUV;坦克品牌全球累计销量突破60万辆,去年推出坦克700Hi4-T、2024款坦克400Hi4-T等车型;欧拉专注女性用户需求,打造差异化纯电产品,去年2024款欧拉好猫、欧拉好猫周年纪念版等车型先后上市;长城皮卡市占率近50%,长城炮品牌2024年推出金刚炮8AT、2.4T商用炮、2.4T商用炮、2.4T越野炮和山海炮穿越版等车型;此外,长城灵魂摩托S2000去年正式上市。

多品牌战略构建的产品矩阵使长城汽车毛利率不断提升。财报显示,长城汽车2024年实现毛利率19.51%,同比提升1.36个百分点;单车收入16.38万元,同比提升2.30万元;单车净利润1.03万元,同比提升0.46万元;经营活动产生的现金流量净额277.83亿元,同比增长56.49%。

“长城汽车的财报呈现出典型的‘利润增速快于营收增速’特征,这说明其产品结构和经营质量正在持续优化。”清华大学战略新兴产业研究中心副主任胡麒牧在接受《证券日报》记者采访时表示,在行业整体承压的情况下,能够实现毛利率和单车利润的双提升,体现了企业强大的成本管控能力和产品溢价能力。

研发投入连续三年超百亿元

创新研发是企业成长的基石。

财报显示,长城汽车研发投入连续三年超过百亿元,研发人员2.3万人。基于研发能力提升,长城汽车在智能新能源和越野领域持续精进。

魏建军介绍,2024年,长城汽车锁定智能新能源赛道,聚焦产品力提升,全年新能源汽车销量实现跃升,累计销售32.22万辆,同比增长25.65%。公司在国内乘用车新能源车渗透率达到了43.99%。

智能化方面,长城汽车已建立起包括端到端智驾大模型SEE、新一代AI数据智能体系和九州超算中心在内的完整技术架构。Coffee Pilot Ultra智驾系统和Coffee OS3智慧空间系统等技术产品已实现量产装车。

动力电池领域,长城汽车坚持多元化技术路线,布局了三元、铁锂、钠电、固态等多种化学体系电池,涵盖了方形、短刀等多种电池形式,以满足不同等级车型的多样化搭载应用。同时,布局了高功率快充800V车型平台,可实现5C超充,10分钟高效补能至80%电量,进一步解决用户补能焦虑。

魏建军表示,去年10月份,公司发布长城汽车越野分级标准,帮助用户在不同场景感受越野魅力。公司覆盖全场景的Hi4混动技术体系新增Hi4-Zi越野超级混动架构,是

全新纵置双电机混联架构,业内首次将功率分流技术应用于越野车型,带来最大715kW的系统功率、4秒级零百加速和在插混越野领域全球最长的200公里以上纯电续航;通过持续技术创新,公司长期致力于给用户带来更省、更远、更安全的驾驶体验。

推进全价值链全球化布局

在全球化方面,长城汽车财报显示,公司充分发挥新质生产力创新势能,推进“ONE GWM”全球品牌行动纲领,围绕产能在地化、经营本土化、品牌跨文化、供应链安全化构成的“国际新四化”战略,全面推进研发、生产、供应、销售、服务全价值链全球化布局。

2024年,长城汽车海外销售45.41万辆,同比增长44.61%。目前,长城汽车拥有全球用户超1400万,海外销售渠道超1400家,海外累计销量突破190万辆。

在“生态出海”战略牵引下,长城汽车持续优化全球业务布局。市场拓展方面,长城汽车销售网络已覆盖170余个国家和地区,海外销售渠道超1400家;生产布局方面,长城汽车在泰国、巴西等地建立3个全工艺整车生产基地,在厄瓜多尔、巴基斯坦等地拥有多家KD工厂。在非

洲市场,公司与塞内加尔签署KD工厂合作备忘录,加速新兴市场本地化战略落地。

展望2025年,魏建军表示,长城汽车将锚定智能新能源技术跃迁与高质量全球化战略。一方面,依托森林生态体系持续夯实混动架构(Hi4体系)、智能算法(端到端智驾大模型SEE)、数据(AI数据智能体系)、算力(九州超算中心)等领域的技术优势,巩固公司在汽车行业的竞争优势;另一方面,加速生态化“出海”进程,长城汽车将聚焦GWM品牌,以旗下品牌的品类特点制定不同发展路径全面“出海”,结合不同国家和地区市场及产业政策,差异化布局新能源产品,并以此构建本土化生态,计划到2030年实现海外销售超百万辆,形成覆盖全品类、全动力、全档次的产品矩阵,为全球用户提供更优质的产品与服务。

黄河科技学院客座教授张翔向《证券日报》记者表示,长城汽车海外销量45.41万辆,同比增长44.61%,占总销量比例达36.8%,成为业绩关键支撑。但其国内新能源渗透率仍需提速,纯电布局相对薄弱。随着智能电动车竞争进入“下半场”(如城市NOA普及、超充网络建设),长城汽车需在纯电方面加速布局,以保持长期竞争力。

让“真诚”成为信息披露的底色

■刘 刘

随着2024年年报的渐次披露,越来越多的上市公司选择在年报中发布“致投资者的一封信”或“董事长致辞”,借此讲述企业战略愿景,分享管理层思考的点滴,甚至直言公司面临的挑战。

通常而言,年报中的财务数据和业务信息较为专业和复杂,部分普通投资者可能难以完全理解。通过“致投资者的一封信”或“董事长致辞”的形式,用真诚诚恳、通俗易懂的语言向投资者解释公司的经营状况、发展战略等,可以向投资者传递管理层对公司未来发展的信心,让投资者感受到数据背后的“温度”,增强投资者对公司的了解和信任。

比如,中国平安保险(集团)股份有限公司(以下简称“中国平安”)、紫金矿业集团股份有限公司(以下简称“紫金矿业”)、中兴通讯股份有限公司等公司均在致辞中提及要通过AI赋能公司业务,并强调要积极应对变革。在中国平安2024年年度报告中,其董事长马明哲在致辞中表示:“非如何如何应对变革,而是成为变革本身;非求在浪潮中生存,而要顺势而为、把握浪潮新方向,是我们作为中国新时代企业回应世界的时代命题。”在紫金矿业董事长陈景河看来,以DeepSeek为代表的AI人工智能搅动时代风云,矿业不能“置身事外”,信息技术与生产运营场景深度融合大势所趋。他强调,要积极引入AI技术赋

能生产运营管理,全面升级数字信息与智控系统,使之成为不可或缺的管理工具和平台。

在福耀玻璃工业集团股份有限公司发布的2024年年度报告中,其董事长曹德旺在致辞中阐述成绩来之不易的同时,也强调了团队精神的重要性。“公司超额完成全年主要生产经营指标,这是一件非常了不起的事情,是大家通过奋斗换来的。”“成功要依靠团队,要消灭个人英雄主义,任何成功没有团队是根本做不出来的。”

笔者认为,通过“致投资者的一封信”或“董事长致辞”等形式,上市公司得以与投资者真诚沟通,其目的在于实现共鸣,投资者的关注点将不再局限于短期财务回报预期,

而是会进一步对公司的发展理念产生深度认同。

真诚沟通不局限于在年报这一窗口“集中展示”。近年来,上市公司与投资者互动愈加频繁,形式也多种多样,常态化交流机制使得投资者从“旁观者”转变为“参与者”,推动企业战略与市场预期“动态校准”。线上,借助直播、互动平台问答、投资者热线等渠道,上市公司能实时回应投资者关切,打破信息壁垒,让投资者深入了解行业趋势及公司运营细节、未来规划;线下,业绩说明会、投资者实地调研等活动,为投资者提供了与公司管理层面对面交流的机会,增强投资者对公司的信任与认同感。

这种深度互动不仅有助于提

升公司的市场形象,更能为公司发展注入强大动力。投资者基于对公司战略和市场前景的清晰认知,能够给予更具针对性和建设性的反馈,帮助公司管理层及时调整战略方向,优化经营策略。同时,当投资者切实参与到公司的发展进程中,他们会更有动力长期持有公司股票。

当真诚成为信息披露的底色,上市公司收获的将不仅是一份信任,更是穿越周期持久生命力。期待更多上市公司采用类似“致投资者的一封信”或“董事长致辞”等多种形式与投资者进行真诚沟通。

记者观察