



科技的突飞猛进对汽车行业正产生深刻影响,汽车产业链各环节企业面临着新的挑战和机遇。中国证券报汽车周刊今日呱呱坠地,可谓恰逢其时。汽车周刊将从资本市场视角切入,做汽车行业的价值发现者。我们将一周一个脚印,与您共同记录中国汽车行业发展轨迹,共同见证中国汽车企业向高质量发展转型进程。

【编者的话】

冰火两重天 中国车市现结构性增长

□本报记者 崔小粟

“金九银十”是汽车消费的传统旺季,但今年这一情况发生改变。

中国证券报记者近日走访北京、天津多家4S店时发现:一方面,车企利用“金九银十”的传统销售旺季进行促销,10万元~15万元售价区间的乘用车型普遍优惠1万元~2万元;另一方面,周末看车、购车到店人群并不算多,有的店铺可谓“门可罗雀”。与之相反,豪华车市场销售异常火爆。值得关注的是,“双十一”成为车市消费的新热点,有的商家借此时点开展品牌优惠。

“金九银十”略显失色

“这款东风本田CRV售价是22.5万元,可以直接优惠1.5万元。”11月3日,位于天津市长江道一家东风本田4S店的销售人员向中国证券报记者表示,“今年车市不好,店里的销量比之前有所下降。”

上述现象并非偶然。2018年中国汽车销量出现自1990年来首次年度下降。2019年车市情况依然不乐观。根据中汽协的数据,今年1~9月汽车销量完成1837.1万辆,同比下降10.3%。

“金九银十”刚过,合资品牌及自主品牌均利用这一传统汽车销售旺季进行促销,但效果一般。

中国证券记者在一家北京长城汽车哈弗品牌4S店看到,哈弗H6运动版车型现金优惠达到两万元,还有金融贴息补贴和旧车置换优惠共8000元。而在三个月以前,该车型的现金优惠仅为5000元。

中国证券报记者走访多家不同品牌4S店发现,目前家用市场优惠普遍在1万元至5万元区间。记者周末走访京津两地4S店时发现,看车、购车人群并未明显增多,有的店铺十分冷清。

某自主品牌车企高管向中国证券报记者表示,往年“金九银十”是乘用车销售的传统旺季,但今年以来车市需求总体不旺,行业竞争激烈,今年的“金九银十”略有失色。

新能源汽车市场降温

此前火热的新能源汽车市场,如今冷清许多。“现在确实没什么人,但3、4月份新能源汽车指标刚刚发下来的时候,我们的客户都接待不过来。”北京一家比亚迪4S店销售人员告诉中国证券报记者。

事实上,新能源汽车市场的销售情况与国家补贴政策密切挂钩。今年6月26日,被称为史上退坡幅度最大的2019年新能源汽车补贴新政开始实施:国家补贴标准降低约50%,地方补贴则直接退出,2019年补贴退坡幅度接近70%。

正因如此,今年6月以前新能源汽车销量确实走出了一波行情。中汽协数据显示,今年1~6月新能源汽车销量完成41.2万辆,同比增长高达111.5%。

7月以后,新能源汽车市场迅速降温,月度销量已出现“三连跌”,7、8月新能源汽车销量分别为8万辆、8.5万辆,同比分别下降4.7%、15.8%,9月销量为8万辆,同比下降更是扩大至34.2%。

乘联会秘书长崔东树认为,6月底补贴退坡带来销售成本大幅上涨,产销各环节很难快速应对这样的成本变化。

中国证券记者在上述比亚迪4S店看到,各款新能源汽车在补贴退坡后并未涨价。

以车型“元”为例,补贴款由原来的9.9万元减少至2.5万元,官方指导价从27万元降至现在的24万元。“消费者到手价格不变,实际上是厂家自己倒贴。”上述销售人员告诉记者。

中汽协秘书长助理陈士华认为,前几年新能源汽车基本呈现上半年低、下半年高的销量特征。今年以来,新能源汽车市场走势或呈现不同特点。在政策与补贴双重支持的背景下,大部分新能源整车利润率只有23%左右,明显低于传统燃油车。随着补贴大幅退坡,众多新能源汽车企业将很难盈利。如果下半年新能源车型不涨价,不少车企将面临亏损的尴尬境地。

“出于达到双积分要求的目的,企业仍在坚持生产新能源汽车,但大规模生产和促销新能源汽车的积极性有所降低。”中汽协秘书长助理许海东说。

东兴证券汽车行业分析师表示,展望四季度,新能源汽车月度产销数据同比下降的风险不能完全排除;同时,产业链对补贴的依赖将进一步降低,市场洗牌将进一步加快。基于对能源政策、科技进步、产业化进程的研究,长期看好新能源汽车产业的发展前景。

豪华车销量逆势增长

与上述景象形成鲜明对比的是,11月3日,中国证券报记者在北京亦庄一家奔驰4S店看到,嘈杂的销售大厅可谓人头攒动,买车、看车的消费者多达三四十人,几乎每一台样车里都坐着体验者。

“店里每天可卖出7、8辆车,多的时候能卖20多辆,平均一个月可以卖200辆左右。”一名销售人员对中国证券报记者表示。

今年1~9月,国内乘用车经销商零售累计销量为1607.5万辆,同比下滑2.3%;其中,1~9月20个豪华品牌经销商零售销量为230.8万辆,同比增长10.6%。豪华品牌在华销售实现逆势增长。

乘联会秘书长崔东树认为,目前车市出现结构性增长特征。由于豪华车成交价格下探,很多原本打算购买合资B级车用户被直接吸引至豪华车入门车型。

此外,由于汽车尾气排放国五国六标准的紧急切换,在去库存的压力之下,今年上半年甚至出现了“七折虎八折豹、五五折的阿尔法罗密欧”的说法。既有豪华品牌的加持,又有合资品牌B级车型或自主品牌高端车型的实惠售价,消费者更多选择了豪华品牌。

在销量实现双位数增长的大背景下,“金九银十”对于豪华车品牌而言促销动力不大。

“价格一年来变化不大。比如,E300和E260这两款车都是优惠6万元,近一年来都保持这个优惠幅度。”上述奔驰销售人员表示,“不过,‘双十一’当天我们有活动,针对不同的车型,一台车增加3000~4000元的优惠幅度。”



新华社图片

龙蟠科技董事长石俊峰:深耕绿色化学 力发氢燃料电池技术

□本报记者 崔小粟

汽车精细化行业上市公司龙蟠科技近日宣布,向明天氢能投资8000万元,正式启动与明天氢能的战略合作。

龙蟠科技董事长石俊峰接受中国证券报记者专访时表示,“这次的战略投资可以看作是龙蟠科技花了一笔钱,买了一张进入燃料电池领域的入场券,让公司真正能够在绿色化学领域有所作为。”

今年以来,资本大量进入氢燃料电池领域,板块累计涨幅29.28%,概念板块涨幅居前。面对这个新兴的热门领域,石俊峰表现得很冷静:“关键要看这些资本进来之后的期望值有多大,期望回报周期有多长。如果只是几个月、一两年之内搏一把就走,对这个行业健康成长没有太多好处。”石俊峰认为,投资要耐得住寂寞,准备至少十年之后再看回报的资本,对燃料电池产业的发展有益。

近年来龙蟠科技与多家主机厂开展合作,对燃料电池系统配套产品进行开发和应用,并取得了众多研究成果。在氢燃料电池技术领域,公司围绕“绿色化学”发展理念持续求索。

构建“先头部队”

中国证券报:公司为何选择切入氢燃料电池领域?

石俊峰:龙蟠科技成立以来,一直以“环保、节能”作为企业的发展方向。成为一家上市公司后,我们将发展视野更多地投向那些能够改变汽车产业未来的领先科技。经过历时两年多的考察,最终决定把同时符合环保和节能两大发展方向的氢燃料电池作为公司未来三十年发展的先头部队。目前世界多个国家和地区从顶层设计推动氢能源产业发展。我国也将氢能发展写入了政府工作报告。同时,多名权威专家预言,2030年中国燃料电池汽车销量将突破100万辆。

燃料电池行业是中国汽车产业中未来最具活力、最具有突破价值的创新发展领域之一,应用前景广阔。这是我们进入氢燃料电池领域的原



蟠科技和明天氢能所共有的技术内核。通过本次合作,双方将共同致力于氢燃料电池技术在汽车产业的广泛应用和深度发展。

作为国内领先的精细化行业上市公司,近年来龙蟠科技在燃料电池专用冷却液领域的技术研发占据行业前列位置。举例而言,燃料电池系统对冷却液要求高,如何在低电导率的前提下保证冷却液能够与所接触的零部件实现完美兼容,同时保持较佳的耐腐蚀性,是整个技术研发的关键。龙蟠科技在多年配方筛选以及试验评价的基础上建立了独特的保护方案,并创造性地提出了膜堆养护理念。此项技术可以恢复已经中毒的质子交换膜催化剂的活性,能够有效延长膜电极使用寿命,得到众多整车企业的高度关注。

投资明天氢能之后,龙蟠科技的燃料电池冷却液、质子交换膜催化剂等相关产品可以与明天氢能的电堆一起,形成强大的供应保障能力,为整车厂家提供更领先的燃料电池解决方案;同时,龙蟠科技将对明天氢能的发展提供产品、技术等相关支持,帮助其更好地开展技术产业化研究。

自主研发是关键

中国证券报:如何看待目前国内氢燃料电池汽车产业现状?

石俊峰:2018年之前,燃料电池汽车在国内得到的重视程度比锂电要弱不少,今年以来这一情况发生重要转折。有政策方面的影响,同时和纯电动新能源汽车补贴退坡也有一定关系。与纯电动电动汽车发展初期相比,燃料电池目前的情况存在较大区别。燃料电池一上来就提出了以客车和卡车为主,而不像纯电动汽车那样一开始就瞄准乘用车领域。这对于行业未来发展而言,好处就是避开了在竞争激烈的乘用车领域去和传统燃油车一争高下,而是把重点放在了更有可能实现对燃油车替代的卡客车领域。

中国证券报:财政部近日表示,当前国家的补贴方向是落实好既有政策,目

前不宜另设专项资金”,如果没有更多的补贴,行业如何发展壮大?

石俊峰:任何一个产业都不可能长期依靠补贴去生存。这两年吉利、长城、广汽等众多自主品牌乘用车已经成长起来,完全不需要国家的补贴。燃料电池产业发展壮大最终也不能依靠补贴,关键是要看我们在自主技术开发、自主生产这些领域的的发展速度。

形成“马太效应”

中国证券报:在汽车产销量连续下滑的背景下,汽车后市场如何寻找机会?

石俊峰:汽车产业销量下滑,而用户的消费习惯和消费模式也在发生深刻变化。这实际上为汽车后市场企业的生存开辟了另一个发展领域。如何运用移动互联等现代化工具,从产品、服务、场景等方面挖掘用户更深层次、更精细化的养护需求,并通过产品创新和模式创新,拓展新的消费群体、新的盈利项目、提升顾客对产品的回购率和忠诚度,这将有助于寻找新的发展机会。

大浪淘沙阶段,用户会越来越倾向于实力领先的知名品牌,强者恒强的马太效应逐步形成。今年前三季度公司销量增长16%,扣非净利润增长90%,就是最好的证明。

中国证券报:在大力发展新能源汽车的背景下,传统润滑油企业如何开拓与发展?

石俊峰:新能源汽车的发展,对传统润滑油企业而言是一个中长期考验。没有实力基础、不主动进行变革的润滑油企业,从十到二十年的周期看,可能会被市场淘汰出局。要想取得开拓与发展,关键要解决的问题便是企业的研发能力,尤其是和主机厂匹配的同步开发能力。

技术创新层面,传统润滑油企业应当密切追踪新能源汽车的发展趋势,积极与上游企业开展技术交流与合作,针对新能源车辆的性能特征开展技术研发工作。

产品创新方面,在广泛的市场研究基础上,将新能源技术成果进行产品转化,不断更新和升级自身的产品线,满足车厂和用户在开发和使用新能源汽车过程中产生的新型养护需求。

营销创新方面,从单纯的卖货向场景营销和服务化营销转化,延伸服务链,提升服务价值,提升用户的满意度和忠诚度。

中国证券报:公司在海外市场有何布局?

石俊峰:龙蟠科技从2010年就开启了全球化营销布局,车用尿素、防冻液等产品已成功出口至日本、新西兰、玻利维亚、巴基斯坦等国家和地区。未来,我们将着眼于研发和品牌全球化,以全球领先技术提升龙蟠科技产品价值,源源不断地为全球用户提供性能优越、节能与环保效益出众的绿色化学精品。

记者手记

中国汽车人 总能创造奇迹

□本报记者 崔小粟

1998年,李书福推出了第一辆没有“准生证”的吉利豪情汽车。这一年,谭旭光正在对濒临破产的潍坊柴油机厂进行大刀阔斧的改革;曹德旺开始向国际汽车玻璃龙头企业法国圣戈班学习如何成为一名合格的全球汽车玻璃供应商。

如今,二十年已过,这些当初名不见经传的企业,已经成长为一线蓝筹白马公司。他们在成为中国经济发展中坚力量的同时,也给投资者创造了不菲的投资收益。

事实证明,中国汽车行业中蕴含着可以为投资者带来长期超额收益的投资机会。那么如何发现下一个吉利汽车,下一个潍柴动力,下一个福耀玻璃?

汽车产业作为高端制造业,具有强大产业拉动力和就业吸纳力,对国民经济的重要性不言而喻。同时,中国经济已由高速增长阶段转向高质量发展阶段。汽车产业作为新一轮科技革命和产业变革的重要载体,已成为新旧动能转换的重要力量。推动制造业高质量发展,意味着汽车作为中国高端制造的代表将会继续得到政策上的支持。

优秀的汽车企业通常具备以下几个特征:

第一,重视研发。例如,近日吉利控股公布近十年全集团研发投入累计近1000亿元,2018年全集团研发投入超过210亿元,占销售总收入的比例为6.4%。这一比例与国际大型汽车集团基本一致。

第二,重视销售与销售体系的搭建。表现出众的车企主流销售渠道目前都采用分品牌、分网络的销售模式。例如,长城汽车继哈弗品牌独立后,今年9月又陆续推出了长城炮乘用车皮卡、商用车皮卡,对皮卡渠道进行了全方位构建,开启了国际化的新生动作。可以说,分品牌销售和分网销售的渠道策略是跨国企业拓展市场的必经之路。

第三,具有远见,重视未来产业研发和储备。例如,潍柴动力在传统主业重卡产业链业务周期性减弱的情况下,布局整合物流搬运自动化行业、氢燃料电池行业,打开了企业新的增长点。

而优秀的汽车零部件供应商大多分步走”完成企业蜕变:第一步,立足国内,成为某个细分领域的佼佼者并完成进口替代;第二步,通过技术升级、品牌升级,进入海外客户在华生产基地供应商序列;第三步,通过服务升级,在海外建立生产基地,成功成为跨国公司并深耕当地市场。

最典型的当属福耀玻璃。在创业初期到1998年前后,公司抓住零部件国产化带来的创业机遇,逐步实现进口替代;1999年到2007年,公司抓住了行业高增长机遇,一举成为全球最大的汽车玻璃供应商并开始供货全球;2008年以后,公司在金融危机下直面竞争对手,抓住海外扩张的最佳机遇,一举成为全球第一大汽车玻璃生产制造商。现在,国内每3辆汽车中就有2辆使用福耀玻璃,全球市场占有率达到23%;产品被宾利、奔驰、宝马、奥迪、大众、丰田、通用、福特等全球各大知名汽车厂家选用。

从投资者的角度来看,每家企业在升级路径上日益进取的过程,都是重要的投资机会。

面对移动出行、自动驾驶、数字化、电气化四大趋势对整个汽车产业的深刻影响,产业链各环节企业都在面临新的挑战和机遇。在各种不确定性的影响下,如何帮助广大投资人挖掘汽车行业公司的投资价值,显得尤为重要。

可以预见,汽车行业在不远的将来会迎来翻天覆地的变化。汽车不仅仅是单纯的交通工具,更将成为维系智能住宅、智能电网和智能社区,建立低碳社会,与生活息息相关的有效移动手段。中国汽车工业的自主创新与市场潜能将带来广阔的想象空间。中国汽车人总是能够创造奇迹的。