



全球化浪潮冲击 车企巨头抱团抢滩

□本报记者 崔小粟

陈清泰:应支持车企 渡过补贴退坡“坎”

□本报记者 崔小粟

近日在中国电动汽车百人会论坛(2020)媒体沟通会上,中国电动汽车百人会理事长陈清泰对中国证券报记者表示,希望各路投资方眼光要放远一点,不要只看短期盈利和短期回报,因为“汽车是一个大产业,是重资产产业”。

陈清泰表示,资本市场应该鼓励和支持具有长远前景的创新,对电动汽车的前景也要有正确认识,支持汽车企业渡过2020年补贴退坡后的“坎”。

产业化主力仍是电动汽车

陈清泰认为,在电动汽车上升到国家战略10年的时间里,最大的收获是证明了一点:储能电池技术路线的纯电动汽车是可行的。“那么多汽车生产大国,那么多巨型汽车公司现在大跨度向电动化转型,实际上是受中国电动汽车发展引领带来的结果。”

陈清泰还认为,当前产业化的主力仍然是储蓄电能的电动汽车。“不能把当前车厂的主要精力转向氢燃料电池汽车,还是必须要继续守住储能电池纯电动汽车。”

2020年电动汽车产业化面临市场下行、补贴退坡、外资品牌发力等重大挑战。陈清泰认为,未来中国汽车产量仍将增长,因为中国的个人出行机动化过程还没有完成。目前我国千人汽车保有量大约是170辆,而美国是800辆左右,日本是600辆左右,韩国是450辆左右。当前汽车市场增速下降是一个短期现象,未来仍将保持较长一段时间的增长态势。

陈清泰表示,在国内外形势推动下,通过这一次市场大调整,企业如果顺利走过大浪淘沙、市场筛选、洗牌的过程,将能够进一步朝着汽车强国的方向发展。

陈清泰称,政府方面应该大力支持企业做未来重要竞争的研发,补足产业链的短板和瓶颈,比如在新一代储能电池技术、IGBT、激光雷达等方面研究。此外,还应尽早发布非补贴性的支持政策,包括在补贴退坡以后购置税减免的政策等。

在没有补贴的情况下要把电动汽车卖出去靠什么?陈清泰认为是性价比。他表示,新能源汽车企业必须在提高性能、降低成本上双向发力,要发挥电动汽车特殊品质的优势来抗衡燃油车。

投资方眼光应放长远

“关于融资问题,我很希望投资方眼光要放远一点,不要只看短期盈利和短期投资回报,因为汽车是一个大产业,是重资产产业。”陈清泰说。

陈清泰表示,以特斯拉举例,特斯拉成立了16年,也亏损了16年,经历了6次融资,在亏损的情况下登陆资本市场。随着2017年第一款车面世,其股价由每股28美元飞涨到如今每股超400美元。

上周五美股盘中,特斯拉股价一度升至433美元,市值达778亿美元,其市值已超过现代汽车、福特汽车、通用汽车、宝马以及戴姆勒。“资本市场就是用这样的方法来鼓励和支持具有长远前景的创新。一直到现在,特斯拉都只是在某些季度出现盈利,没有一个完整的财年盈利。”陈清泰说,这带来的好处是马斯克可以放开手脚创新,并不完全被盈利所束缚。也正因为如此,特斯拉电动车才能发展到现在的水平。“中国的企业,特别是一些造车新势力,在某种意义上来说还没有完全渡过烧钱的阶段,所以要求他们在短时间内盈利是非常困难的事情。”陈清泰建议,在创新发展过程中,资本市场更应该向前看,对电动车前景有正确认识,支持汽车企业渡过2020年的“坎”。

12月27日,中国一汽与阿里巴巴在长春签署战略合作协议,双方将以斑马智行系统为基础,打造面向未来的下一代智能网联汽车。

汽车圈内近日不断传来巨头“牵手”的消息。先是PSA与FCA官宣合并,随后不到半个月,国内自主品牌头部企业广汽与上汽也宣布进行合作。

分析人士指出,如今车企之间的合作,是汽车市场全球化浪潮的体现。市场和技术的高要求推动车企发挥各自的优势抱团发展,这或许也是目前车企突破困局的办法之一。

一汽牵手阿里巴巴

根据协议,阿里云将以国内外云基础设施为支撑,支持中国一汽全球数字化基础设施建设,通过数据智能技术助力中国一汽产品研发、市场营销、用户服务和运营提升。双方还将围绕边缘计算、物联网、区块链等前沿技术进行落地场景的丰富探索。

同时,斑马网络将以前瞻性的技术及生态开放平台,提供智能座舱解决方案。双方也将推动行业建立自主可控的智能网联车载操作系统,共同打造面向未来的出行服务生态圈。

中国一汽和阿里巴巴还将在智能物流、组织移动协同、高精地图、互联网采购等领域展开合作,推动数字化、智能化、自动化技术应用在智能物流领域的创新和落地。

实际上,斑马网络背后亦有上汽集团的身影。天眼查显示,斑马网络于2015年由阿里巴巴和上汽共同出资10亿元建立。目前,斑马网络技术有限公司大股东为上海赛为投资中心(有限合伙),持股72%。其中,上海赛为股东为阿里巴巴、上海汽车集团投资管理有限公司、上海赛云投资管理有

限公司等。

根据官网,斑马网络目前合作的汽车品牌包括上汽荣威、上汽名爵、上汽大通,东风雪铁龙、东风标致、长安福特等。此番合作之后,斑马网络的汽车圈“小伙伴”又增添了一位实力派选手。

在车企层面,上汽集团和广汽集团也来“发糖”。双方于12月23日签署了战略合作框架协议,将积极探讨在技术研发、资源协同、投资布局、市场拓展、商业模式创新及国际经营等相关领域开展合作。

根据协议,在联合开发核心技术方面,双方将探讨在新能源、智能化、网联化、轻量化等领域,对战略性核心技术、平台进行联合投资、开发;在共享产业链资源方面,双方将探讨在生产制造领域的协同合作,并计划在物流、汽车金融、保险服务、后市场领域、产业投资等方面开展合作;在聚焦新商业模式方面,双方计划加强在汽车共享、出行服务、车电分离等新商业模式方面的研究与合作;在合力拓展海外市场方面,双方将探索在海外终端网络资源、海外商业伙伴、海外制造资源、国际物流等方面开展合作。

多家车企巨头抱团取暖

目前,为应对车市销量下滑、电动化与智能网联等攻势,多家国际车企巨头纷纷“抱团取暖”。

12月,标志雪铁龙集团(PSA)与菲亚特克莱斯勒汽车公司(FCA)签署合并协议,规定双方业务以50:50合并,创造全球销量第四、收入排名第三的汽车公司。7月,大众汽车与福特汽车“官宣”,称将展开新能源车方面的合作,福特将借助大众MEB平台扩充其电动产品阵容。3月,宝马和戴姆勒共同宣布,将对各自旗下共享汽车品牌DriveNow和Car2go进行业务整合。

中国电动汽车百人会理事长陈清泰在接受中国证券报记者采访时表示,在转向电动车产业化后,现在一些国际巨型公司“有点像热锅上的蚂蚁”,到底该怎么干,其实“心里也没有底”。原来的竞争“死对头”现在开始联合,像大众和福特合作开发的共享平台如果要做起来,它的规模是几百万辆级甚至上千万

辆级规模。中国企业如果还在单打独斗,将来如何同他们抗衡?

随着电动化浪潮在全球的热袭,国际头部车企也选择在进入中国市场时与本地头部车企联合。例如,2019年11月丰田汽车公司与比亚迪宣布各出资50%,共同成立纯电动汽车的研发公司。新公司将开展纯电动汽车及该车辆所用平台、零件的设计、研发等相关业务,将于2020年在中国成立。比亚迪方面表示,丰田将与比亚迪开展“技术对等”的整车开发合作,共同开发纯电动车和动力电池。

“丰田实力那么雄厚的公司进入中国后还要搞共享平台,而我们的本土企业这方面好像动作不够。”陈清泰建议,中国企业也应该横向联合:可以和本土企业联合,也可以和外资企业联合。“平台化可以降低成本,靠单打独斗去抗衡现在的形势,恐怕会出现问题。”

通过智能网联打造核心竞争力

陈清泰表示,未来汽车的竞争重点方向是网联化、智能化,而中国在这些方面有自身优势。特别是车联网,包括自动驾驶等方面,中国企业可以通过网联化、智能化上的某些技术打造自身核心竞争力,形成自身优势塑造品牌形象。

为此要鼓励中国企业推动跨界合作。“未来的汽车既是机械产品,也是电动、电子信息、智能网联的产品,随着产品定义的变化,跨学科、跨产业的深度融合至关重要。很多企业想把机械行业以外的非常专业的东西完全找到自己手里,这不现实,还是需要大跨度的产业合作。”陈清泰说。

广汇汽车: 多措并举应对行业寒冬 夯实汽车经销头部地位

□本报记者 宋维东

广汇汽车副总裁兼董事会秘书许星近日接受中国证券报记者采访时表示,经过近30年的快速发展,中国已成长为全球最大的汽车产销市场。2018年中国汽车市场出现28年来首次负增长,这给产销企业带来了巨大挑战。反观汽车经销行业,其高速整合的趋势比想象中要来得更快、更深入,行业洗牌效应越发明显。在此形势下,公司积极采取多项举措应对行业寒冬,进一步巩固公司在汽车经销行业的头部地位。

提升传统业务竞争力

广汇汽车是全球最大的乘用车经销与服务集团、中国最大的豪华乘用车经销与服务集团、中国最大的乘用车融资租赁提供商及中国汽车经销商中最大的二手车实体交易代理商。2016年是广汇汽车发展的重要转折点,其成为中国首家资产和营收规模都突破千亿元的汽车经销商集团。2019年前三季度,公司实现营收1221.77亿元。

许星表示,广汇汽车拥有中国最广泛的乘用车品牌覆盖,与全球主要汽车制造商建立了长期稳固的合作关系,并与部分汽车制造商开展战略合作。这些年来,公司与主机厂之间实现了更深入的合作。2019年中国汽车市场持续低迷,产销均有不同程度下滑。作为行业内规模最大的汽车经销商集团,广汇汽车同样面临严峻挑战。“但在行业加速调整期,公司凭借广泛的规模及品牌优势,强化管理,向上向好的发展趋势越发明显,竞争力和影响力也与日俱增。”许星说。

豪华车一直都是广汇汽车十分重要的销售领域。近年来广汇汽车不断优化销售结构,结合市场现状和趋势,在原有店面的基础上进一步优化品牌组合,扩充超豪华、豪华品牌经销网点,强化全国经销网络布局,抵御市场消费需求变化及品牌周期性风险。

许星介绍,公司加快提升超豪华、豪华车辆综合服务能力,已布局超豪华、豪华品牌4S店超过230家。目前,已位居包括宝马、奥迪、沃尔沃、捷豹路虎、玛莎拉蒂等众多豪华及超豪华品牌的第一销售阵营。

广汇汽车还不断整合行业资源,进一步巩固并扩大公司在豪华车市场的领军地位。以2018年的一起收购案为例,广汇汽车以12.53亿元收购庞大集团及其一下属公司旗下的5家4S店,进一步优化公司品牌结构,提升豪华品牌占比。这5家4S店销售车型均为奔驰品牌。

许星表示,国内汽车经销行业日趋成熟,但行业集中度低、经营分散的现状仍未得到根本性改变。广汇汽车凭借国内最大汽车经销商的规模优势和协同效应,不断并购整合,豪华车店面占比逐步提升,豪华车销售收入占比超过公司整体营收的40%,未来这一比例将进一步提升。

国海证券认为,门店不断扩张为广汇汽车带来经营规模持续增长。在新车销售以外,门店和品牌扩张对维修保养、佣金收入和汽车金融业务都有协同性的带动作用,高端豪华品牌布局进一步成为公司未来业绩增长重要动力。

二手车也一直是广汇汽车传统业务的重要组成部分。公司充分发挥全国性汽车经销商集团优势,夯实二手车供销服务链,打造从批售拍卖到零售服务的业务拓展平台。广汇汽车2019年成为首批取得二手车出口资质的企业,这成为公司全球化布局的标志性事件。在许星看来,随着国家二手车出口政策的进一步落地,二手车出口贸易将迎来突破性发展。公司将进一步加快国际化发展步伐,扩大二手车服务范围,使二手车国际业务成为公司总体业务的重要组成部分。

广汇汽车未来还将建设全国最大、主流的二手车交易服务平台,涵盖作为车源入口和厂商品牌载体的4S店二手车业务,作为专业线下出口和服务网点、车源客源商源枢纽和交易过户基地的广汇二手车交易市场和线下中心,及广汇二手车线上收销和拍卖平台。通过与新车销售、保养维修、金融服务等业务板块的结合,形成覆盖整个汽车服务生命周期的一站式综合服务。

加快培育创新业务

许星表示,经过近三十年快速发展,中国已经成为年产销约2800万辆的全球最大汽车市场。虽然中国汽车市场目前遇到了一些困难与挑战,但这只是发展过程中的阶段性调整。无论从宏观政策还是市场数据等角度来看,中国汽车市场发展空间仍然巨大。但这并不意味着要坐等机遇,而是要主动行动,看清市场形势变化,危中找机,才能在激烈竞争中占领更大市场。

在汽车与互联网融合愈发深入的新形势下,广汇汽车加快推动创新业务成长,更好适应汽车行业从粗放型、资源扩张型向以消费者为导向的转变趋势,不断提高运营效率。

今年,广汇汽车与长安汽车、腾讯、中国汽车流通协会开展战略合作,推动经销商、汽车主机厂、互联网企业以及行业协会在资源、渠道等方面的共建共享,实现公司数字化转型升级。同时,在渠道、新营销、二手车等领域开展合作,加快智慧4S店的升级改造,加强业务融合,提高主机厂与经销商服务能力。

在许星看来,从更长时间跨度来看,中国汽车市场的发展才刚刚起步,要看到这个行业在二手车、汽车后市场、金融等方面蕴藏着更多机遇。

近期,广汇汽车与邮储银行签署战略合作协议。邮储银行进军汽车金融领域,将为主机厂和汽车经销商提供更多样化、更优质的金融产品与服务;广汇汽车也将借此合作获得更多的金融支持,进一步深耕汽车销售市场。对于此次合作,华泰证券研报也指出,广汇汽车有望获得更多融资,或将减轻公司面临的资金压力。

在融资租赁业务方面,“公司将继续确保领先的风控体系,有意识地开拓渠道,开展多种形式、多方机构的合作创新,助推业务持续向好发展。”许星说。

近年来广汇汽车还加大“触网”力度,与电商平台合作,通过互联网平台赋能,打造“线上流量连接线下网点,线下网点承接线上业务”的新零售模式,实现线上销售和线下专业售后服务的结合,多渠道提升公司经营业绩。

强化新能源战略布局

新能源汽车是未来汽车发展的重要方向。今年以来,广汇汽车加大在新能源汽车领域的布局力度,打造新能源汽车全生命周期、全价值链条的服务模式。

近期,广汇汽车与国网电动汽车共同投资设立合资公司,进一步推动新能源汽车产业发展。国网电动汽车是国家电网统一承担充换电发展主体责任的专业化全资子公司,建有全球最大充换电运营服务平台。双方此次将拓展新能源汽车充换电服务及其它新能源汽车后服务市场,通过将智慧车联网平台与智能充换电服务连通,共享充换电设施资源,打造新能源汽车充电、出行、能源一体化服务链条。

“新能源汽车未来发展前景十分广阔。当前主流车企高度重视对新能源汽车的研发与制造投入,汽车产品正逐渐向新能源升级迭代。”许星说,“公司作为中国最大的汽车经销商集团,在今后的业务布局中,新能源汽车销售比重一定会不断加大。抢占新能源汽车赛道,主动布局新能源汽车后服务市场将成为公司重要发展战略,这也是公司主动转型、优化业务结构的重要举措。”