

线下销售遇冷 “线上卖车”模式兴起

□本报记者 崔小粟



新华社图片 制图/王力

市场潜力大 多家公司布局氢能产业

□本报记者 崔小粟

氢能电池概念近日活跃,凯恩股份、厚普股份、南都电源、雄韬股份等公司股价上涨。分析人士指出,燃料电池汽车为高效利用氢能的重要途径。随着燃料电池成本下降,加氢设施配套完善,氢燃料电池汽车产量快速提升,将为制氢、加氢、电堆及零部件以及燃料电池整车等环节带来广阔需求空间。

产业发展提速

据媒体近日报道,比尔·盖茨将斥资5亿英镑购入一艘液氢动力游艇,预计将于2024年下海。该消息引发市场热议。

氢能的能量密度高且无污染,是一种理想的清洁能源。作为二次能源,氢能可以从化石原料中直接获取,也可以由水电解制得。发展氢能经济,能够减少温室气体和细颗粒物的排放,并实现能源供应多元化。

氢能应用市场潜力大,在能源、交通、工业等领域具有广阔的前景。根据中国氢能联盟预测,到2035年,中国氢能供给量将达到4000万吨,在终端能源体系中占比5.9%。

作为能源体系的重要组成部分与未来发展方向,氢能已经纳入我国能源发展战略,成为优化能源消费结构,保障能源供应安全的战略选择。在此背景下,相关政策相继发布,推动充电、加氢等设施建设。

在政策的引领下,多地规划布局氢能产业发展提速。目前,江苏、浙江、广东等地发布了较完善的政策支持体系,山东、山西、辽宁等地加快推进。

海外市场发力

海外市场对氢燃料电池的重视程度显著提升,跨国合作项目增多。

2019年3月,日本发布了《氢能利用进度表》,明确氢能应用的关键目标:到2025年,氢燃料电池汽车价格降至与混合动力汽车持平;到2030年,建成900座加氢站,实现氢能发电商业化。

2019年10月,韩国推出“氢能城市计划”,计划到2040年全国40%的城市将成为氢能城市,总计运营82.5万辆氢能汽车和11.2万辆氢能公交车。

2019年11月,美国燃料电池与氢能协会(FCEHA)发布《氢能经济路线图》,到2025年美国燃料电池汽车运营数将达到20万辆,叉车达到12.5万辆,建设加氢站1180座,氢气需求达到1300万吨。2030年燃料电池汽车达到530万辆,加氢站7100座,实现氢能大规模应用。

川财证券分析师指出,氢能可以解决汽车领域的里程焦虑问题。氢燃料电池的性能、环保优势突出,已达到产业化标准。氢燃料电池汽车与纯电动汽车相比具备明显优势,直击电动车续航里程短、充电速度慢的痛点。氢能的重量能量密度较大,大型或远距离运输时,氢燃料电池汽车比纯电动汽车更具优势。燃料电池汽车的续航里程可达500公里以上,远胜一般的电动汽车,且氢燃料加注速度快。燃料电池汽车产销量快速提升,将为电堆及零部件、系统、整车以及配套的制氢、加氢等环节带来广阔的市场空间。

上市公司布局

值得关注的是,多家上市公司持续发力氢能产业。

2020年1月,科力远氢燃料电池客车落地,正式投入国家级4A景区线路运营。雪人股份近日表示,已为金龙、金旅等整车企业配套氢燃料电池发动机,向宇通客车、东风汽车等21家企业提供匹配于氢燃料汽车的核心部件空气压缩机。

整车企业方面,长安汽车与一汽、东风、兵装集团、江宁经开科技签订协议,共同发起设立T3科技平台公司,通过自主研发与投资并购相结合的方式,获取电动平台及先进底盘控制、氢燃料动力、智能驾驶及中央计算三大领域技术。此外,2019年底中国中车旗下世界首条氢能源有轨电车投入商业运营。

中泰证券预计,氢能源占比持续提升,燃料电池汽车为高效利用氢能的重要途径,各国政策相继落地,产业布局加速推进;国内企业在产业链上下游均有布局。随着燃料电池成本下降,加氢设施配套完善,燃料电池产量快速提升,将为制氢、加氢、电堆及零部件以及燃料电池整车等环节带来广阔需求空间。

中信证券指出,氢能及燃料电池产业受疫情影响有限,预期向好,2020年向上态势有望保持。燃料电池端应把握核心部件和优质区域两大主线,推荐在氢能禀赋和财政实力双优地区,且具有完善产业链布局和核心技术有自主突破的标的。此外,具有完备氢气布局的上市公司值得关注。

受疫情影响,汽车线下4S店销售遇冷。

中国证券报记者走访发现,大部分4S店仅保留必要售后值班人员,多家4S店未开门迎客。

在此背景下,经销商开启“线上卖车”模式。同时,疫情对中上游零部件中小企业的影响较大。零部件供应不畅,会影响整车企业的复工节奏。

业内人士指出,短期受抑制的汽车消费需求会在疫情结束后得到释放,汽车市场将迎来一波消费高峰,但全年形势不容乐观。同时,疫情将对汽车产业发展产生深远影响,强者恒强,汽车行业优胜劣汰将加速,售后服务模式将升级。

经销商复工率低

2月16日,北京某4S店经销商相关负责人对中国证券报记者表示,“除非有紧急的业务需要处理,一般不建议客户最近到店。”

中国证券报记者近日在北京亦庄经济技术开发区走访了多家4S店,发现多家4S店未开门迎客。一家斯巴鲁品牌4S店工作人员向记者表示,“销售、售后、后台各留一个人,不是所有的业务都能处理。有的业务板块相关负责人还没返岗或在隔离期,仅能处理部分业务。”

中国汽车流通协会调查数据显示,截至2月14日16时,协会监测调研的65家汽车经销商集团共计4222家4S店,综合复工率仅为8.55%。根据经销商对2020年全年的销量预测,如果2月底能够全面复工,预测全年汽车

市场降幅为16.5%;如果全面复工延迟至3月底,全年汽车销量降幅预计将扩大至29.7%。

中国汽车流通协会表示,从总体情况看,汽车市场在经历连续两年负增长的背景下,受到此次疫情的波及对行业影响深远。从复工意愿和能力看,部分生产企业复工可能继续后延,流通企业复工比例不足三成,同时相关防疫物资紧缺。

中国汽车流通协会副秘书长罗磊接受中国证券报记者采访时指出,汽车经销是资金密集型行业,大部分公司资产负债率在60%以上,不少企业面临资金断流的风险。随着疫情缓解逐步复工后,企业开工效率短期仍会较低,距离正常经营仍需一段时间。

线上“花式”卖车

一位特斯拉门店销售人员告诉中国证券报记者,公司鼓励更多用户在线上订车。众多销售人员在春节期间注册了抖音、快手等短视频账号,通过短视频、直播等方式销售汽车。特斯拉方面表示,对于交付用户,特斯拉开通了送车上门服务。

中国第一汽车股份有限公司总经理助理柳长庆表示,疫情当前,将VR展厅和VR看车数据入口提升至官网一级目录,方便消费者更便捷地了解新车信息。我们将开展丰富的直播看车卖车活动,以视频连线、直播看车的形式为客户答疑解惑。

罗磊表示,经销商通过直播、短视频等线上方式,满足消费者的购车需求,一定程度上可以实现“引流”的效果,缓解一部分压力。

需求后续有望释放

一波消费高峰。全年将呈现前低后高的走势,但整体形势不容乐观。

随着企业陆续复工,物流实际需求有所增加,但货运司机复工意愿较弱,观望情绪较浓。物流车领域复工以及运输方面的情况值得关注。中信证券汽车行业分析师认为,测算一季度乘用车销量将下滑17%至20%,二季度增长或达到15%左右,全年有2%—3%的个位数增长。该分析师称,从短期角度看,一季度市场销量较差。疫情得到控制后,需求将明显回升。滞后需求在二季度会出现井喷式释放,但时间节点取决于疫情控制的节奏。

招商证券汽车行业分析师指出,疫情对汽车工业的影响仍将持续。此次疫情将改变中国汽车工业的发展趋势。具体影响体现为:疫情推高汽车制造企业成本,影响汽车企业盈利;在强者恒强的市场法则下,加速汽车行业优胜劣汰;疫情不会对全年汽车销量造成较大影响。疫情期间,汽车销量降幅明显,但疫情结束后,会出现集中购车,带动部分月份销量实现同比正增长;疫情会激发部分无车家庭的购车需求;相关汽车企业海外投资会受到轻微影响。此外,疫情会催生售后服务模式升级,小微服务企业生存环境更加艰难。

产业大变革中寻找新机遇

沃尔沃欲借道吉利汽车实现上市

□本报记者 崔小粟

沃尔沃汽车日前宣布,与吉利汽车正在筹划业务整合,将组建一家全球企业集团。

分析人士指出,重组有利于沃尔沃控制成本结构,提升盈利能力;同时,加速推进沃尔沃汽车与吉利在技术研发、成本控制和财务方面的协同,加速全球化发展。

探讨合并重组

10日晚间,吉利汽车在港交所公告,公司管理层正与沃尔沃管理层进行初步讨论,探讨两家公司业务合并重组的可能性。吉利汽车表示,重组后双方成为一家强大的全球集团,实现成本结构和新技术开发的协同,以应对未来挑战。

沃尔沃方面表示,此次联手旨在促进双方深化合作,在技术研发、成本控制和财务上更加有效协同。整合后的新集团将继续保持旗下沃尔沃汽车、吉利汽车、领克汽车、极星等品牌的独特定位。新的业务集团将通过香港吉利汽车上市主体实现与全球资本市场的对接,下一步还将考虑在斯德哥尔摩上市。

“这是兄弟公司在平等基础上进行的整合。”吉利控股集团董事长李书福在一份致员工的内部沟通信中表示,自吉利控股集团收购沃尔沃汽车以来,吉利与沃尔沃在研发、采购、动力总成、制造等领域取得了一定的协同效应。

据了解,吉利汽车与沃尔沃将成立联合工作小组,就重组事宜形成方案。沃尔沃汽车集团总裁、CEO汉肯·萨缪尔森将协调双方组成的联合工作小组对合并交易进行评估。

根据公告,重组交易尚未有时间表。重组条款达成一致后,将汇报给各自董事会和股东会批准。在获得监管机构批准后,交易将视当时市场情况,并依据港交所的规定推进。

沃尔沃汽车集团全球高级副总裁、沃尔沃汽车亚太区总裁兼CEO袁小林表示,沃尔沃汽车和吉利汽车现有业务都将注入重组后的新公司,包括极星50%股份和领克80%股份。

挖掘源动力

2010年,吉利控股以18亿美元从福特汽车手中全资收购沃尔沃。彼时,李书福承诺,将沃尔沃“放虎归山”。10年来,在“吉利是吉利,沃尔沃是沃尔沃”的理念下,吉利为沃尔沃提供多方资金支持以及相对自由的发展空间。同时,沃尔沃为吉利持续提供技术支持。

2013年,吉利控股在哥德堡成立欧洲研发中心,开启了双方的技术协同发展之路。双方共同开发的CMA模块化平台架构已应用于吉利汽车、领克汽车和沃尔沃汽车等品牌的主力车型。2019年10月,吉利控股集团宣布,吉利汽车与沃尔沃汽车正在探讨合并旗下发动机业务的可能性。这将有助于节省开支,加速沃尔沃的电动化进程。

十年来,汽车市场竞争日趋激烈,但双方销量均表现不俗。比如,2019年在汽车市场向下的背景下,吉利汽车实现销量136.2万辆;沃尔沃全球销量连续六年创纪录增长,并在2019年首次突破70万辆销量大关。根据沃尔沃2019年财报,报告期内公司营业收入达到2741亿瑞典克朗(约合284亿美元),同比增长8.5%;营业利润为143亿瑞典克朗(约合15亿美元),同比增长0.8%;现金流同比增长超过一倍,达到116亿瑞典克朗(约合12亿美元)。

易车研究院首席分析师周丽君认为,双方合作日渐紧密。但从目前情况看,沃尔沃与吉利的整合力度远不如奥迪与大众,缺失集团层面对研发的强势整合机制,在电动车、车联网、自动驾驶等方面需要投入大量资金进行合作的战略领域,依旧各自为战。沃尔沃寻求上市,既是为了解决转型发展过程中的资金问题,也是为了进一步发展挖掘源动力。

实现高度协同

沃尔沃打算进入资本市场此前已有端倪。2018年5月,沃尔沃计划独立IPO。彼时,花旗、高盛和摩根士丹利三大投行预计其估值在160亿美元到300亿美元。但估值与吉利控股认可的预期存在差距,此次独立上市以并非最佳时机为由被无限期推迟。

若以沃尔沃汽车的估值下限160亿美元(约合人民币1100亿元)计算,吉利汽车与沃尔沃合并后市值或达2300亿元人民币。而A股市值最高的汽车集团为上汽集团,总市值2484亿元人民币。分析人士指出,完成重组后,吉利和沃尔沃组合新公司可以提升其吸引资本的能力,同时对对接和扩大双方全球资本市场的能力,发挥“1+1>2”的效果。

袁小林表示,重组将加速推进沃尔沃汽车和吉利在技术研发、成本控制和财务方面的协同。沃尔沃将更具规模优势,拥有更强技术能力和资源,持续引领行业变革。

目前,全球汽车产业正在经历深刻变革,电动化、智能网联和自动驾驶成为发展势趋。上述领域的研发都需要大量资金投入以及规模协同效应。对于吉利控股而言,将吉利汽车和沃尔沃打包重组上市,能够强化沃尔沃汽车和吉利双方在技术研发、成本控制和财务方面的高度协同,在汽车产业大变革中寻找新机遇,加速实现“让吉利汽车跑遍全世界”的目标。

“吉利汽车要在中国市场获得更高占有率,加速全球化发展。沃尔沃汽车要进一步巩固在欧美市场的地位,进一步加强亚洲及其他市场开发力度,持续改善成本结构。两家公司强强联手将让双方进一步受益”,李书福表示。