

年报聚焦之九

厦门汽车股份有限公司

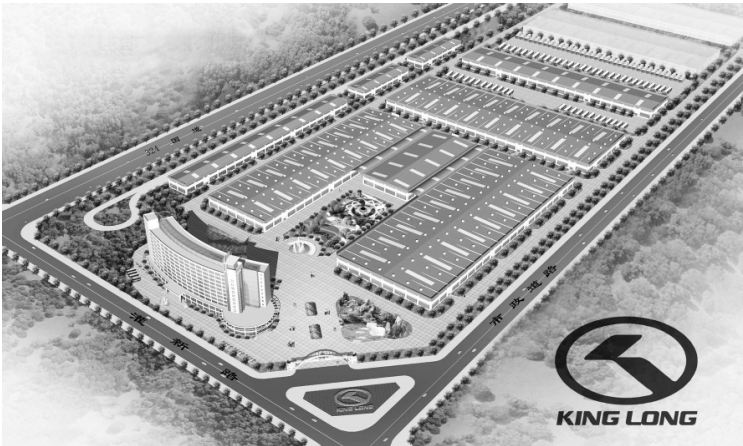
理顺股东关系将促进公司快速发展

——厦门汽车股份有限公司总经理孙建华先生访谈

- 在两级政府的支持下，公司各股东的关系已经理顺，相信公司的未来发展会更加正常和快速
- 未来五年我国客车产业还将保持一定的增长速度
- 估计2005年大、小金龙出口额将达到5000万美元
- 公司正考虑实行下属三个公司的统一采购以降低采购成本
- 公司将“稳步发展小金龙，加快做强大金龙”，把客车产业做好做实

主要股东间关系已经理顺

主持人:您如何评价公司2004年的经营情况?
孙建华:2004年对公司来说是发展的关键一年,是调整、理顺各方面关系的一年。在福建省、厦门市两级领导的关心和支持下,公司国有股东的关系得到了理顺,公司经营步入了相对

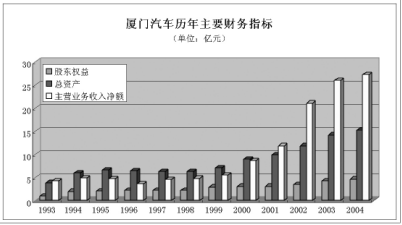


金龙联合公司灌南工业区新址

发展历程

上市十二载 规模增五倍

- 1992年12月23日，厦门汽车股份有限公司成立。
 - 1993年11月8日，厦门汽车1600万股A股股票(600686)在上海证券交易所上市。
 - 2001年9月9日，控股子公司厦门金龙旅行车有限公司海沧大中客车生产基地投产。
 - 2004年8月，完成对厦门金龙联合汽车工业有限公司25%股权的收购，持股比例由25%增加至50%。
- 自1993年上市以来，公司主营业务收入由1993年的4.25亿元增至2004年的27.29亿元，增长5.4倍；总资产由1993年的3.87亿元增加至15.27亿元；在累计派现接近筹资金额后，股东权益由1993年的1.00亿元增长至4.66亿元，增长超过三倍。数据表明，上市以来公司获得了飞速发展。



历年回报分析

累计派现接近累计募集资金

公司自股份制改制以来，累计募集资金14,501.5万元。截至2003年度，累计派出现金红利11,774.2万元。2004年度公司又推出每10股派1.50元(含税)的分红预案，将派现2,272.76万元。若该预案实施，上市以来，公司累计派现将达到14,046.96万元(含税)，已经接近公司上市累计募集资金。在保持业绩稳定增长的同时，公司给广大投资者带来了丰厚的投资回报。

厦门汽车历年分红情况		
时间	分配方案	派出现金红利金额(元)
1993年度	国家、个人股:每10股送2股派0.5元(含税)	2,925,322.00
1994年度	每10股派1.4元(已除税)	11,784,701.60
1995年度	每10股送2股	0
1998年度	每10股送3股转增2股	0
2000年度	每10股派2元(含税)	30,303,518.40
2001年度	每10股派1.5元(含税)	22,727,638.80
2002年度	每10股派2元(含税)	30,303,518.40
2003年度	每10股派1.3元(含税)	19,697,286.96
2004年度	每10股派1.5元红利(含税)	22,727,600.00
累计派现(计2004年预案)		140,469,586.16

和谐稳定的阶段。下半年,公司根据董事会、股东大会的决定,成功控股了属下的金龙联合,进一步充实了厦门汽车的主业。2004年,公司属下的两家企业,也就是外界常说的大、小金龙客车都获得了“中国名牌产品”称号,这是汽车业界对厦门汽车在客车行业地位的肯定。

主持人:近几年的股权纷争对公司有什么影响?
孙建华:股东之间的协调对于企业的长期和稳定发展是十分重要的。这三年来,厦门汽车公司发生股东之间的不协调、不和谐,确实对公司形成了不利影响,尤其对公司的长远发展是不利的。目前,在两级政府的支持下,公司国有股权的关系已经理顺,相信公司的未来发展会更加正常和快速。

主持人:2004年公司收购了“大金龙”25%股权,在理顺了大、小金龙的关系之后,公司将如何处理“三条金龙”的关系?

孙建华:2004年公司通过收购大金龙25%股权,正式把大、小金龙纳入了公司的总体发展思路。目前公司考虑的重点是:“稳定发展小金龙,加快做强大金龙”,通过理顺股权关系,进一步

步考虑适时促进三个企业的产品结构进行合理调整。在合适的情况下,公司将会对三个企业的发展战略进行统一思考和调整,也会统一三个公司的大宗采购来进一步降低成本。

国内客车市场前景广阔

主持人:客车会不会出现轿车业销量上升但价格下滑的局面?

孙建华:中国地域广阔,客车市场容量还很大。据专家预测,未来五年我国客车产业还将保持一定的增长速度,其发展存在以下有利因素:第一,加入WTO促进了中、低档商用车的快速发展。与国外产品比较,国内中、低档商用车有比较强的竞争力。加入WTO后,不但国内市场不会受到冲击,还会促进国内企业向海外市场发展。第二,国家目前正在大力发展城市公交车,相应的政策会促进客车市场的发展。第三,旅游市场已于去年强劲复苏,有利于促进客车市场的发展。第四,我国公路尤其是高速公路的快速发展,也有利于促进客车市场的发展。第五,国家一直大力扶持农村发展并出台了一系列政策,比如交通部规划的“村村通”,这些政策都将促进农村客车市场的进一步发展。

主持人:为什么国内客车企业处于前列的公司都是自主品牌的中资企业?

孙建华:20年来,外资进入国内客车业的不少,如西飞公司与沃尔沃合资成立西沃,上海汽车集团与沃尔沃合资、桂林客车与宇宇合资等等。但外资客车厂进入中国市场后还有一个适应过程。在这个过程中,国内客车生产水平因为大量吸收了国外的先进技术有了质的飞跃,结果是国产大、中型客车基本取代了进口。应该说客车是我国汽车产业中最有生命力的产业,这也是国内前十名企业都是自主品牌的原因。

出口市场增长迅速

主持人:近几年金龙客车出口销售收入以年均几倍的速度增长,2005年有什么具体目标?
孙建华:“大金龙”出口较早,先后出口到十

几个国家和地区,出口量逐年攀升,2000年出口总额不到100万美元,2003年达到600万美元。2004年大、小金龙出口额已达到1300万美元,估计2005年出口额将达到5000万美元。与此同时,出口区域也不断扩大,今年乌克兰、巴西、意大利、秘鲁都有客户来洽谈合作意向。“小金龙”出口比较晚,但2004年出口额也达到500万美元。在国内竞争逐步激烈的情况下,比较高端、质量较好的客车将稳步走向国际市场,公司也将加速这一工作进程。

主持人:未来公司的出口将以高档为主还是高、中、低相结合?

孙建华:金龙客车的技术水平在逐年提高,目前外观造型、总成配置方面已经接近国际当代水平,质量比国际市场上的中等产品高出很多,价格则比高等产品低,所以受到国际市场的欢迎。今后我们要进一步发挥我们这个优势,加强对各国市场的适应性,以独特的“点菜式”服务做好售后服务,加大中等产品的出口量,当然也要拓展高档产品市场。2005年客车出口将有三个比较大的变化:一是方式越来越多;二是范围越来越大;三是规模越来越大。在这三个方面公司将深入研究并采取适当措施。今年,公司将继续夯实海外市场,加强对重点区域的深耕细作,培养战略性市场。

统一采购降低采购成本

主持人:人民币一旦升值将对公司造成什么影响?

孙建华:如果人民币升值,对采购进口配件的中高档客车企业来说将有利于降低成本,但对客车整车产品的出口则不利。不过客车制造的劳动密集性特征较强,零配件的互换性比较好,很多零件是全球采购,所以即便人民币升值,我国客车的总体生产成本仍然较低,价格在国际市场仍有较强的竞争力。公司一直在关注相关信息,也在考虑一些应对措施,只是暂时不利于公司。

主持人:公司将采取什么措施来应对原材料成本上升?

大中型客车平稳增长 轻型客车进入调整期

将19座作为收费升档的标准,凸显轻客的使用成本,加上县际公路里程的快速增长,城际客运的需求比预期好。而城市物流增加以及对卡车的禁运也给改装轻客(客货两用)提供了市场机会。但整体上讲,轻客正在走低端路线,产品附加值在下降。而且产品更新换代节奏缓慢,自1997年全顺推出后再也没有引进新车型,市场前景并不乐观,2004年销量与上年持平,2005年有可能出现负增长。

厦门汽车有待整合资源

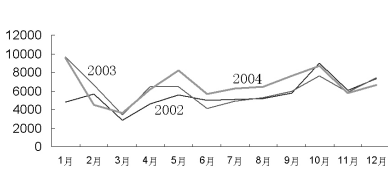
厦门汽车(600686)持有厦门金龙旅行

主要客车公司2004年销量(辆)	
公司名称	2004年销量
宇通客车	14584
厦门金龙旅行车	13799
厦门金龙联合	5486
金龙联合(苏州)	9085
亚星客车	4246
陕海客车	5105
中通客车	4800
江苏友谊	5100
牡丹汽车	7014
安凯客车	3000

数据来源:招商证券

车60%股权,持有厦门金龙联合50%股权,持有车身公司80%股权,同时,厦门金龙联合还是金龙联合(苏州)的控股股东。厦门金龙旅行车大中型客车和轻型客车各占50%,金龙联合以大中型客车为主,车身公司的产品配套轻型客车,主要配套厂家为福田汽车和金龙旅行车公司。如下表所示,2004年厦门金龙旅行车、金龙联合(苏州)、厦门金龙联合客车销量分居行业二、三、五位。如果厦门汽车能有效整合下属公司资源,则公司在客车行业的总体竞争力将有望进一步增强。

2002-2004年大中型客车行业月度销售数据(辆)



数据来源:招商证券

记者读年报

厦门汽车:客车龙头呼之欲出

□记者 张钦秋

厦门汽车(600686)年报显示,2004年公司实现主营业务收入27.29亿元,比上年同期增长4.96%,每股收益0.50元,仍保持较高的盈利能力。

作为一家投资控股型企业,厦门汽车收入主要来自旗下客车生产企业。2004年,公司共生产各型客车整车13797辆,销售13799辆,产销量保持较为稳定的增长,总体增长率高于行业水平。在当年原材料价格不断攀升、行业竞争更加激烈及国家宏观调控等多方面不利因素影响下,厦门汽车产品毛利率由上年的16.96%下滑至15.22%,主营业务利润有所下降,实现主营业务利润4.15亿元,净利润7582.44万元,同比分别减少5.68%和12.01%。

撇开业绩情况,透过厦门汽车这份年报,认真分析公司2004年的举措,可以发现一些可喜的变化,有助于公司巩固在客车业的地位,进一步提高盈利能力。



孙建华:近几年,金龙、金旅客车技术日趋成熟,技术水平逐步提高,这主要得益于与国际大企业的技术合作。今后公司将坚持这一方面的合作。除了与国际大企业的技术合作外,公司也将成立研发机构,近期正和海外公司探索合资成立金龙汽车研发中心,保证并扩大金龙、金旅客车的技术优势。

做强客车产业 保持领先优势

主持人:厦门汽车在客车制造业中大体处于什么位置?

孙建华:根据中汽协对67家客车生产企业的统计,2004年国内客车总销量约为11.5万辆,前10家企业的产销量已达到国内市场总量的72%。公司控股的大、小金龙、苏州金龙三家子公司在2004年都进入了前五名,产销量合计约3万辆。

主持人:公司目前的产品以大、中客为主,未来这一定位会不会变化?

孙建华:这一战略短期内不会改变。但从今年开始,公司将适当延长客车生产的产业链。厦门市给了厦门汽车工业一些优惠政策,公司将

利用优惠政策,由整车生产延伸至重要的零部件生产。根据市场发展情况,也不排除在必要的时候适当调整公司目前的产品结构。

主持人:公司今后将采取什么措施保住和扩大技术上的优势?

孙建华:近几年,金龙、金旅客车技术日趋成熟,技术水平逐步提高,这主要得益于与国际大企业的技术合作。今后公司将坚持这一方面的合作。除了与国际大企业的技术合作外,公司也将成立研发机构,近期正和海外公司探索合资成立金龙汽车研发中心,保证并扩大金龙、金旅客车的技术优势。

主持人:公司今年及中长期的发展战略是什么?

孙建华:目前最重要的是把客车产业做好做实,公司提出的发展目标是:“稳步发展小金龙,加快做强大金龙”。在这个基础上,公司将做强客车产业链的重要环节。今后根据市场的需要,也不排除在其他车型比如房车等方面进行探索。(孙建华总经理访谈的更多内容见中证网www.cs.com.cn)

投资者信箱

问:公司最近几年董事会、管理层变动较频繁,对于公司的长期规划与发展会不会产生不利影响?

答:近年来,由于国有股东及其他法人股东的变化,公司董事会、管理层发生了较多的变动。在省、市两级政府的关心和支持下,目前公司的股东关系已基本理顺,相对和谐稳定的股权关系,有利于公司今后的发展规划,这些都已2004年度公司重大资产收购、投资项目的建立、融资工作的启动等方面得到反映。

问:公司今后将采取哪些措施加强与投资者的沟通?

答:公司十分愿意加强与广大投资者的沟通。目前除了以电话、传真、邮件等方式回答投资者问题,接待投资者来访调研等与投资者沟通的渠道外,公司还将尝试召开机构投资者见面会,加强公司高层管理人员与投资者的直接沟通,听取投资者的意见和建议,让投资者更加了解公司。

未对其合并报表,当年合并的销售收入主要来自公司控股60%的小金龙和控股80%的厦门金龙汽车车身有限公司。2004年,小金龙和大金龙产销量分列行业二、五位,一旦这两家企业的产销量得以合并,厦门汽车的产销量将跃居行业第一,其竞争力将更强。

此外,厦门汽车加大国际市场拓展力度,把海外市场作为新的利润增长点。2004年,大金龙和小金龙合计实现出口收入1300多万美元,据公司预测,2005年公司有望实现出口收入5000万美元。

不过,2005年,煤、电、油等能源价格以及钢材等车用原材料价格有可能继续上涨,客车行业竞争将更加激烈,厦门汽车要想保持行业的领先地位,还必须加大对下属各客车企业的整合力度。

