

经销商自曝质量问题

实探零跑汽车：多地门店生意冷清 消费者“不买账”



记者日前实探济南融创茂零跑店,店里十分冷清,鲜有人问津。 本报记者 张鹏飞 摄

自家经销商自曝“销量造假和质量问题”,让港股上市公司零跑汽车深陷舆论危机,目前相关连锁反应仍在持续发酵。中国证券报记者近日对杭州、济南等地的零跑汽车零售情况进行实地探访了解到:涉事的济南融创茂零跑店,爆料人张某已不在店里,“不知道人在哪里,也联系不上”;尽管零跑汽车已经多次发文澄清,但是该事件已经影响不少消费者的购买心态,客户存在不同程度流失,多地门店生意冷清,鲜有客户到访。

定不会有问题。”一位从事新能源车销售多年的业内人士向记者透露,零跑汽车最大的硬伤就是售后,该公司售后是和第三方汽修商进行合作的。“这和汽车厂商自建的售后中心相比,肯定会大打折扣。”对于消费者疑虑的售后方面问题,记者也就“公司售后是自营还是第三方合作”、“公司如何保障第三方机构售后服务质量”等问题给公司相关部门发送采访函。但截至记者发稿时,零跑汽车方面并未回复。

一经销商店长“反水”4月10日,济南融创茂零跑店店长张某以背影现身一则视频专访,对零跑汽车出现的造假和质量问题进行曝光。他表示,零跑汽车存在非常严重的质量问题,厂家发给经销商的很多车自检不过关,很多新车需要维修后才能给客户交付。

“公司售后是和汽修厂合作,汽修厂的配置设施水平不够,只能解决很小的问题,车辆的硬件问题根本解决不了。”张某说,“比如他们只能做简单的检测、喷漆等,但如果是车系统、电池续航等问题,他们就无法解决。”在4分钟的视频采访里,张某还曝光了“零跑汽车销量造假、骗补贴”等事项。他表示,零跑汽车在上市关键期,曾经要求经销商大量“提车”,帮助其刷财务数据,也正因为如此,经销商手里囤积大量现车,出现库存压力。

“由于国家补贴将要取消,2022年12月份开始,零跑总部就给经销商下达了新政策,通过多种形式来胁迫经销商挂牌在员工名下冲销量,且门店必须在当月内百分百完成上牌,如果员工不配合挂牌,则直接将每辆车的国补金从经销商账户扣

划给汽车厂商,这涉嫌套取国补。”他说。在遭到上述举报曝光后,零跑方面第一时间做出澄清。公司发文称:经公司内部核实,均为不实信息。针对以上造谣事件,公司已对造谣和散播不实信息的责任主体启动司法程序维权,对张某采取法律手段追究其法律责任,维护零跑汽车合法权益。

对于零跑官方的回复,该店长直接露面“硬刚”。在其最新发布的视频中,张某表示,其反映的质量问题、数据造假问题都属实,并可以拿出实质证据,本人愿意承担法律责任。张某称,零跑汽车2022年12月8493辆的销量中有4916辆为虚假数据。他介绍,其所在的经销商去年12月在山东、河南两省的零跑总上牌数量为1724辆,其中经销商挂牌的汽车数量达936辆。

4月17日,零跑官方针对此事再次回应媒体称,该经销商曝光的所谓骗补及销量造假问题不存在。事实上,公司不是让经销商去挂牌,是经销商手上很多客户的临牌需要在2022年12月31日补贴到期之前改成铁牌,这需要经销商去推进。涉事经销商存在一定经营困难,目前公司正与其沟通协商。

零跑亏损持续扩大目前针对此爆料的真假尚未有权威定论,但记者查阅多个二手车网站后发现,目前市面上确实出现了大量“过户准新车”,有些甚至从商家上传的图片上能够看见拍摄背景上“零跑汽车交付”几个大字。而这些“准新车”的交付价格,大概在新车指导价的7-8折左右。

数据显示,今年一季度零跑汽车累计交付10509辆,同比下滑51.3%。对此,零跑官方作出解释,是因为车型迭代,2023款车型小规模量产及产线导入。

的观望意愿较大。数据显示,2023年一季度中国乘用车销量为513.8万辆,同比下滑7.3%;新能源乘用车销量为120.7万辆,同比增长25.2%,但增速有所放缓。开源证券认为,特斯拉是价格战中首个降价的主机厂,对新能源车市场的定价有一定程度的影响,此轮涨价或在一定程度上刺激持币观望的潜在消费者转化为真实购买。

光大证券表示,特斯拉国产Model 3/Y全系售价上涨2000元,可能主要是为反向促进消费者下订单,不排除后续为了冲量而再次降价的可能。此次涨价为特斯拉中国今年以来第一次涨价,在一定程度上能缓解供应链的降价压力。

市场活力恢复乘联会5月6日公布数据显示,初步统计,4月1日-30日,新能源车市场零售52.9万辆,同比增长87%,环比下降3%;今年以来,累计零售185.2万辆,同比增长37%。全国乘用车厂商新能源批发60万辆,同比增长105%,环比下降4%;今年以来,累计批发209.7万辆,同比增长42%。

在3月初举办的新品发布会上,零跑汽车对旗下全系车型进行换代,正式发布了零跑C11增程版、2023款C11纯电、C01、T03四款车型。同时,零跑汽车对在售车型进行了降价。

最新公布的数据显示,零跑汽车4月份5款车型共计交付8726辆,环比有所增长,但同比下滑3.97%。今年1-4月,零跑汽车累计交付19235辆,同比大幅下滑37.28%,跌幅仅次于小鹏汽车。2021年,零跑汽车亏损28.46亿元,2022年亏损规模扩大至51亿元。不少业内人士认为,无论是销量下滑还是大幅降价,都会让零跑亏损进一步扩大,盈利更加困难。另外,渠道问题以及经销商“反水”,负面效应会逐步在消费端显现出来,成为进一步阻碍企业发展的隐患。

行业步入洗牌期近年来,比亚迪、吉利、广汽等传统汽车公司加速转型新能源赛道,“蔚来、小鹏、理想”为代表的造车新势力更是突飞猛进。得益于此,中国形成了领先全球的电动车产业链体系,汽车工业由此迎来了弯道超车海外汽车巨头的喜人势头。

但是,造车新势力作为汽车产业新入者,在车辆机械加工、供应链管理、品控管理等方面基础较弱,也暴露出一些乱象,诸如部分厂家存在质量缺陷多发、夸大销量、售后服务跟不上等问题。零跑汽车的“自曝门”事件,很大程度上是上述行业乱象的折射。

行业分析人士表示,消费者依据车辆品质用脚投票,是新能源汽车从早年冲动式消费走向理性消费的成熟信号。当前,新能源汽车行业正步入洗牌期,加速优胜劣汰是巩固和扩大我国新能源汽车行业发展优势的必由之路。

乘联会表示,在国家和多省市地方促消费政策推动下,以及近期车展等线下活动恢复,全面活跃市场气氛,将加速聚拢人气。前期库存的国六B车型也在加速清库,价格松动有利于车市增量。各地也开展消费券等促消费活动,有利于市场活力恢复。

华西证券表示,4月,上海车展各家新势力迎来新车的密集亮相,包括蔚来轿跑SUV EC7、小鹏G6、极氪X、哪吒GT、广汽埃安Hyper GT等。优质供给快速推出有望带来新势力交付量的长期向好。从上海车展展台人气看,自主品牌大幅领先合资车企与外资车企。产品方面,整体电动化智能化渗透率大幅提升。在产品力加持下,2023年或为自主品牌崛起的关键之年,头部车企有望凭借高性价比产品重塑行业格局。

光大证券表示,随着4月中旬车展期间亮相的新车陆续上市、交付爬坡、叠加“五一”期间订单改善,预计今年国内出口合计新能源车批发销量为900万辆。看好在30万元以上新能源车细分市场内,有望呈现产品周期大年以及新车型爬坡上量带动车型周期改善的车企。

需求复苏较弱 库存高位运行 多地发布水泥错峰生产通知

●本报记者 董添近期,四川、河北等地发布新一轮错峰生产通知。业内人士表示,尽管目前为水泥行业传统需求旺季,但由于下游需求复苏较弱,市场整体处于供大于求状态,库存持续高位运行,企业只能继续采取错峰生产措施,以缓解供给压力。

旺季执行错峰生产四川水泥协会日前发布通知,要求2023年5月份每条熟料生产线错峰生产不少于7+3天。其中,5月20日之前刚性错峰不少于7天,5月20日至月底错峰不少于3天。凉山州区域错峰生产任务自行管控。广大区域错峰生产任务与重庆市保持相对一致。鼓励有条件会员单位早错峰、多错峰,积极为行业和社会做贡献。

四川水泥协会表示,错峰生产任务完成结果统计执行月结季清。每月根据在线监测数据进行核对结算,当月超额完成任务可以用来冲抵次月计划,当月欠计划必须在次月补齐;每季度进行该季度错峰生产一次性清算,错峰生产任务完成情况可以跨月但不跨年。

此前,河北省建筑材料工业协会发布的《关于冀中南水泥熟料企业开展行业自律错峰生产的通知》要求,2023年4月25日0点至5月4日24点,错峰停窑10天;各企业完成本次行业自律错峰生产后,按照河北省水泥熟料企业非采暖季错峰生产计划公开信息继续执行非采暖季错峰生产任务。

数字水泥网高级分析师王晓亮对中国证券报记者表示,一季度错峰生产结束之后,很多省份因需求不济,随即开启了二季度错峰生产,如江苏、浙江、福建、江西、山东、河南、湖北、湖南、广东、广西、重庆、四川和贵州等地,时长为15-60天不等。

据王晓亮介绍,尽管目前为水泥行业传统需求旺季,但由于下游需求呈现弱复苏,市场整体处于供大于求状态,库存持续高位运行,企业只能继续采取错峰生产措施,以缓解供给压力。

“水泥行业错峰生产已经常态化,以往均是在淡季期间的一季度和三季度企业执行错峰生产。因2022年房地产行业对水泥需求骤降,即便是在传统旺季,也需要增加错峰生产。水泥企业主动执行错峰生产,减少市场供给,有利于水泥价格维持稳定或减缓下滑幅度,若是库满被动停产,价格往往会出现大幅回落,将会造成量价齐跌的局面。”王晓亮对记者表示。

一季度业绩欠佳从2023年一季度业绩来看,受一季度水泥价格持续位于低位等因素影响,水泥行业上市公司一季度业绩整体表现欠佳。头部水泥上市公司出现了“增收不增利”的现象。海螺水泥2023年一季度共实现营业收入313.68亿元,同比增长23.18%;实现归属于上市公司股东的净利润25.51亿元,同比下降48.2%。报告期内,主要由于销售价格同比下降,导致利润同比减少。

部分上市公司净利润下滑幅度较大。以华新水泥为例,公司2023年一季度共实现营业收入约66.28亿元,同比增长1.49%;实现归属于上市公司股东的净利润约2.48亿元,同比下降63.09%。

有上市公司甚至出现了亏损。冀东水泥2023年一季度报显示,报告期内,公司共实现营业收入为51.84亿元,同比增长4.35%;归属于上市公司股东的净利润为亏损7.92亿元,上年同期为亏损2.33亿元。

中邮证券研报显示,短期来看,随着华北水泥市场逐渐复苏,冀东水泥业绩有望逐季修复。中长期来看,冀东水泥积极推进东北、西北地区水泥市场整合优化,在北方地区市占率有望进一步提升。

下半年行情将出现逆转对于水泥行业的发展,中国水泥协会执行会长孔祥忠表示,水泥行业中短期的需求点在重点工程、城镇化建设、水利建设,总需求的逐步下降是大趋势,也是客观规律,但这并不意味着水泥行业发展的止步,反倒是激发企业主动寻求新的投资热点,“一带一路”的境外投资、上游骨料、下游商混和制品、新能源、碳中和、钙基材料、特种水泥新品、协同处置、固废资源利用等投资内容,让水泥企业的产业投资视野更广,信心更足,效益增长的空间更大。

孔祥忠表示,水泥消费量是工程项目实施的晴雨表,2022年水泥产量下降10%以上,今年初,多数企业依然是库存爆满,说明国家安排的众多工程项目没有真正启动,症结就在地方政府投资乏力。今年拟安排地方政府专项债券3.8万亿元,将为重点工程注入动力,下半年水泥市场行情将出现大逆转。对于水泥企业的整合,孔祥忠对记者表示,“十四五”期间会有一些企业主动或被退出市场,这主要来自政策因素和企业效益原因。未来,随着市场整合力度加大,为优化市场布局,大企业也会主动关闭一些产能利用率较低的生产线。



新华社图片

特斯拉带头涨价 新能源车市回暖信号拉响

●本报记者 金一丹近日,吉利集团旗下领克汽车宣布,对旗下新能源产品(PHEV插电混动)官方指导价下调最高8000元。与之相反,特斯拉在5月2日、5月5日接连宣布,旗下Model 3、Model Y、Model S、Model X全车型涨价,涨幅为2000元-1.9万元。业内人士表示,特斯拉涨价与其他车企降价并不冲突。涨价一定程度上将刺激持币观望的潜在消费者转化为真实购买,同时供应链降价压力或缓解。而有成本议价空间的车企降价,也有助于刺激汽车消费。

车企竞争激烈

5月6日,领克汽车宣布,受惠于电池原材料采购成本下降,现对旗下新能源产品(PHEV插电混动)官方指导价进行下调,最高下调8000元。此次价格调整涉及的领克新能源产品包括领克01新能源、领克05新能源、领克06新能源、领克09新能源。价格调整于2023年5月1日0时起生效。

电池主要原材料碳酸锂价格自今年以来持续下降。上海有色数据显示,5月5日,电池级碳酸锂价格报18.05万元/吨,较年初51万元/吨,价格下降近65%。东吴证券表示,碳酸锂大幅跌价,车企成本下降明显,以60kwh纯电为例,成本下降1.2万元/辆。

电动车巨头特斯拉却选择了逆势涨价。5月5日,特斯拉中国官网显示,全新Model S及全新Model X全系车型上调售价1.9万元。调整后,Model S起售价80.89万元,Model X起售价89.89万元。5月2日,特斯拉畅销车型Model 3和Model Y均上涨2000元。其中,特斯拉Model 3的售价涨至23.19万元;Model 3高性能版涨至33.19万元。特斯拉Model Y价格上涨至26.39万元;Model Y长续航版上涨至31.39万元;特斯拉Model Y高性能版上涨至36.39万元。

今年初,特斯拉进行了大幅降价,最高单车降幅达到4.8万元,在业内掀起了激烈的价格战。开源证券表示,特斯拉此新一轮降价,带动国内汽车价格战,叠加各地补贴幅度、时限的不一,导致了终端消费者