

把握机遇直面挑战 中国车企海外建厂渐成气候

证券时报记者 韩忠楠

近日,有市场消息称,东风汽车集团有望在意大利投资建厂。8月16日,对于上述传闻,东风汽车集团进行了辟谣,称公司目前与意大利政府只是初步接触,尚未有实质性进展。

实际上,中国车企在海外建厂,需要就网络安全、数据保护、零部件本土化供应等多项细节与合作方达成共识。尽管过程不易,但伴随着比亚迪、广汽埃安泰国工厂的相继投产,中国车企在海外布局产能的趋势越来越明确。

据证券时报记者不完全统计,截至目前,上汽集团、广汽集团、长城汽车、奇瑞汽车、吉利汽车、北汽集团、哪吒汽车等在海外均设有工厂,分布在东南亚、俄罗斯、南美、非洲等地。今年以来,多家车企还表达了在欧洲建厂的意愿。

然而,海外建厂毕竟不是一日之功,过程中虽伴随着鲜花与掌声,却也随时面临着荆棘丛生的挑战。

出海成必选项

从2001年第一批中国自主品牌汽车走向海外市场开始,国内的整车及供应链企业就一直在不断加强出海探索。历经20余年时间,中国汽车企业终于实现了从产品到品牌的全面“走出去”。

中国汽车工业协会常务副会长兼秘书长付炳锋表示,近年来,我国汽车出口高速增长,中国企业海外直接投资项目不断增多,国际化发展总体呈现质量、效益双增长的良好局面。

中国汽车工业协会发布的最新数据显示,2024年7月,国内汽车出口46.9万辆,同比增长19.6%;2024年1-7月,国内汽车出口326.2万辆,同比增长28.8%。其中,纯电动汽车1-7月累计出口55.4万辆,插电混动汽车1-7月累计出口15.4万辆,同比增长1.8倍。俄罗斯、墨西哥、巴西、阿联酋、比利时、沙特阿拉伯、英国、澳大利亚、菲律宾、土耳其是中国汽车产品走出去的核心目的地。

具体到企业层面,1-7月,奇瑞汽车以62.2万辆的总出货量拔得头筹,上汽集团、长安汽车、吉利汽车、长城汽车、比亚迪汽车的出货量也位于前列,累计出货量均超过20万辆,且各有亮点。从增速上来看,比亚迪、长城汽车的出口增速较快,较去年同期有大幅增长。

上述车企在出口方面的亮眼表现,与企业自身的战略决策息息相关。例如,已在海外市场布局20年之久的奇瑞汽车,从公司成立之初就确定了国际化发展路径。虽然最开始这条路充满荆棘,但从结果上来看,奇瑞汽车的技术和产品扛住了国际市场的检验,也得到了相应的历练。奇瑞汽车股份有限公司常务副总经理张国忠向证券时报记者表示,中国汽车产业和中国体育产业一样,开局就面临“卡脖子”的技术封锁。要想闯关全球赛道,必须坚持自主研发。

与奇瑞的思路一样,越来越多的中国车企将出海作为自身成长的必选项。



一方面,中国汽车品牌要想成为世界级品牌,必须经过国际市场的检验;另一方面,国产汽车在海外广受青睐后,也利于其在国内市场的知名度拓展。最鲜明的案例就是新能源汽车龙头比亚迪,近年来,海外市场已成为比亚迪业绩增长的“新引擎”。比亚迪股份有限公司董事长兼总裁王传福表示,拥有世界级品牌是汽车强国的重要标志,中国车企需协力走出去,打破旧格局。

机遇与挑战并存

“在泰国每卖出三辆纯电动车,就有一辆是比亚迪的。”今年7月,王传福曾在比亚迪泰国工厂竣工仪式活动现场表明了公司在东南亚的投资意愿。在他看来,泰国乃至东南亚地区的汽车市场充满活力,对电动汽车需求旺盛,在当地建设工厂,可以更好地满足本地化需求。

几乎在同一时间,广汽埃安的泰国工厂也实现了投产。广汽埃安总经理古惠南向证券时报记者表示,埃安的产品自去年9月就登陆了泰国市场,在当地表现良好。借助在泰国市场的发展,广汽埃安的产品已辐射至其他东盟国家。

截至目前,上汽名爵、长城汽车、长安汽车、哪吒汽车等中国车企均在泰国建立了工厂。汽车咨询机构CAM预测,不需要多长时间,中国将取代日本,在泰国拥有数量最多的汽车工厂。

多位业内人士向证券时报记者表示,中国车企的出海路径可以参考日系车企。当年日系车企就是凭借着在美国市场、东南亚市场的迅速拓展,实现了规模化发展,进而成就了丰田这个全球一流汽车品牌。今年年中,长城汽车在重构海外业务单元时,长城汽车董事长魏建军就表示,长城汽车出海要对标丰田、现代等,因地制宜,一切以市场为出发点。

知名经济学者、工信部信息通信经济专家委员会委员盘和林向证券时报记者表示,中国车企在海外建厂是出于

进入当地市场的考虑,本土化造车,对于海外消费者来说更有吸引力,也更利于在当地居民心中建立良好形象。同时,在海外建设工厂,也可以减少汽车运输的物流成本,提升综合竞争力。另一方面,中国车企加速布局海外工厂,也有规避欧美地区加征关税的考量。今年以来,美国和欧盟相继对中国新能源汽车产品加征关税。在高额的关税压力下,多数中国车企并未止步出海,而是选择在海外建立生产基地,绕过关税壁垒降低运营成本。例如广汽埃安的泰国工厂就获批了185(保税区运营许可证),这意味着该工厂所有生产零件进口关税将降至0,且保税区内生产的电动车与本土生产电动车同等享受东盟成员国国内互免关税待遇及清关便利。

天风证券首席分析师崔琰认为,海外建厂或成为中国车企出海的必经之路,而合资建厂则是最快介入当地经营的方式,那些率先在海外建厂的自主车企更有竞争力。

中国车企在海外建厂的益处非常显著,但过程中存在的挑战也很多。盘和林告诉证券时报记者,中国车企在海外建厂主要的挑战在文化差异和法律合规层面。“比如有些国家的劳动力往往有工会主导和企业谈判,再比如有些国家对移民问题较为敏感。”盘和林建议,对于车企来说,在海外建厂之前可以做两手准备,一是吃透当地的文化和法规,二是与当地有影响力的企业合作合资,以此减少麻烦。

此外,盘和林也提示,欧美加征关税,有可能覆盖到中国车企的海外工厂。所以可以考虑建立新的子品牌的方式,将海外工厂打造成独立的企业,改变企业地域属性的同时,国内的车企可以成为该海外企业的上游供应商。



不是单兵作战

中国车企在海外建厂,最明显的效应便是加速了配套的国产汽车产业链出海。

实际上,整车和产业链的出海往往是相辅相成的,在此之前,已有宁德时代、国轩高科、中创新航、蜂巢能源等动力电池企业在海外投资建厂。如今,伴随着整车企业在当地的进一步深耕,这种产业链协同的效应会进一步突出。

长城国际副总经理张烁表示,真正的国际化需要全产业链的出海,通过科学布局找到自身的位置,我们希望除了提供汽车产品外,还能带去汽车技术、就业机会以及相关服务。

特别是在贸易保护主义抬头、技术壁垒提升的国际背景下,中国车企在海外,需要进一步强化自身的供应链韧性。中国汽车工业协会副总工程师王耀认为,中国汽车企业需要积极参与国际交流与合作,来不断提升自身的全球竞争力和市场适应性。

当然,这种产业链合作并不意味着“抱团”,全国乘用车市场信息联席会秘书长崔东树在接受证券时报记者采访时强调,实际上,中国车企与海外市场的内在联系早已产生,但还是要低调发展,在海外市场建立相对温和的关系,进而规避风险。“给当地多创造一些福利,减少一些摩擦。”崔东树认为,保持这样的投资建厂逻辑,才能实现更好的本土化发展。

此外,多位业内人士还提醒,海外市场的竞争也很激烈,特别是东南亚市场,伴随着中国车企在当地投资的集中化,容易让品牌之间的竞争进一步加剧。中国车企需要谨慎为之,避免将过度“卷”的竞争氛围延伸至海外。

涉嫌操纵证券市场 金城医药董事长被立案

证券时报记者 臧晓松

公开报道显示,2005年,赵叶青被任命为金城医药常务副总经理,接管企业内部管理。经过赵叶青及其团队的努力,金城医药迎来飞速发展,成为了国家火炬计划重点高新技术企业、原料药制造百强前十名。

2006年,金城医药启动上市进程。2008年,赵叶青接班当选公司董事长。2011年6月,金城医药作为“全国定募公司”上市,成为医药中间行业首家上市企业。当时35岁的赵叶青,也成为A股最年轻的上市公司董事长。

2022年初,赵叶青接受采访时曾表示,十年里,金城医药将头孢类医药中间体产业打造成为全球行业龙头,产品辐射全球30多个国家和地区,每年为全球数以亿计的患者带来了健康。今年6月份,金城医药在接待调研时提到,近年来公司与江南大学陈院士团队、华东理工大学魏东芝教授团队以及中科院天津所、东南大学、山东理工大学、济南大学等高校在合成技术方面开展深入合作,成立多个合成生物学领域研发中心,“加速合成生物学药用、食品、动植物健康等多领域拓展”。

今年8月8日,金城医药董事长赵叶青在庆祝公司成立20周年暨高质量发展大会上,描绘了新一轮发展蓝图,指出公司的中期目标是成为细分市场的龙头企业,进入中国医药工业50强,并以成为医药健康产业创新型领军企业为发展愿景。

今年5月7日以来,金城医药股价累计跌幅达到26%,公司最新总市值为55.2亿元。

联手沙特主权财富基金 联想欲提高中东业务收入

证券时报记者 王小伟

第一财季期间,联想集团宣布与沙特阿拉伯公共投资基金(PIF)旗下专注变革性科技投资和可持续制造的公司Alat埃耐特达成战略合作:Alat提议向联想集团提供20亿美元无息可换股债券投资。

对此次获得引起全球瞩目的中东主权财富基金大手笔投资,联想集团首席财务官黄伟明在证券时报记者采访时首次披露了相关细节。他表示,中东许多基金都希望能找到一些优质的企业进行投资,Alat能帮助公司在中东发展,同时也非常认同联想的战略。并且,主权基金是沙特很多大企业的股东,透过他们可以帮助联想更快地触达客户。目前,联想集团的中东业务规模大约在12.5亿美元左右,占公司整体约2%。

此外,作为长期股东,Alat可以帮助联想提供基金的灵活性,这次20亿美元的长期投资,Alat愿意以无息可换股债券,三年之后转成股票。这将在未来三年每年为联想集团节省1亿美元的利息支出,并且不受可换股债券摊薄的影响。

与Alat的战略合作将成为联想集团持续成长计划的重要一环。公司借助中东和非洲地区强劲的增长势头,为所有业务集团提供可观的收入增长和利润机会。联想集团董事长兼CEO杨元庆在财报媒体沟通会上更是直接给出了目标,“我们的目标是通过此次战略合作,中东地区业务达到整个联想总收

入的接近10%,(如果按照集团去年全年营收来算的话)那就是60亿美元,这很了不得。”

除此之外,与Alat的合作伙伴关系也将帮助联想集团加快进入该地区市场。合作包括建立新的生产基地以服务区域市场,并在现有的全球30多个据点的基础上,进一步扩大联想的全球布局。此次扩张将增强联想全球供应链的韧性,提升灵活性,并可充分利用该地区在清洁能源方面的各项举措。

杨元庆对记者介绍,中东正在全力发展清洁能源,这对联想实现ESG或者清洁能源的发展目标非常有帮助。除了清洁能源,IT、高科技也是沙特转型的另外一个方向,这也是中东基金热切引入联想去建生产基地和工厂的原因。并且,当地需求的增长非常快,例如NEOM(沙特新未来城),它对IT的需求非常高。此外还包括建立中东的高性能计算中心,尤其是智算中心的需求,以及提升联想摩托罗拉在当地市场占有率,这对于联想拿到这些项目都有非常大的帮助。

联想集团公告显示,作为合作的一部分,联想集团将发行总额为2.1亿美元的无息可换股债券及认股权证,用于零息成本债务再融资,供应链投资及向中东及非洲地区的扩张。由于此可换股债券只会在三年期间结束后转换,所以将对联想集团在这三年期间获利带来正面帮助。认股权证允许现有及新投资者参与并维持其股份持有,杨元庆已认购19.1%的认股权证,表达对集团未来前景的支持。



中兴通讯上半年营收近625亿 政企业务增长56%

证券时报记者 严翠

8月16日晚,中兴通讯(000063)披露半年报显示,2024年上半年,中兴通讯共实现营收624.9亿元,同比增长2.9%,净利润57.3亿元,同比增长4.8%,基本每股收益1.20元,经营性现金流净额70亿元,同比增长8.9%。

中兴通讯表示,上半年,外部环境依然纷繁复杂,以人工智能为核心的新一轮科技革命和产业变革加速演进,AIGC、5G-A、低空经济等新技术、新应用、新业态不断涌现,中兴通讯坚持技术创新,坚持“连接+算力”深化协同,助力新质生产力培育,整体业绩保持稳健,实现了营收和净利双增。具体来看,上半年,中兴通讯国内市场实现营收430.6亿元,占比68.9%,同比基本持平;国际市场实现营收194.3亿元,占比31.1%,同比增长10.44%。

分业务看,上半年中兴通讯运营

商网络、政企、消费者业务分别实现营收373亿元、91.7亿元、160.2亿元,占比分别为59.7%、14.7%、25.6%。其中,运营商网络业务营收同比下降8.61%,中兴通讯称主要受国内投资环境影响。但其政企业务与消费者业务分别同比增长56.1%、14.3%。中兴通讯解释称,政企业务增长主要由于服务器及存储营业收入增长,消费者业务增长主要由于家庭终端、手机产品营业收入均实现增长。

中兴通讯表示,国内市场方面,面向运营商客户,受国内整体投资环境影响,增长承压,公司正加速向全连接转向“连接+算力”,努力拓展市场空间。面向政企客户,公司以自研产品和解决方案,紧跟互联网、金融、电力、交通行业客户需求,实现服务器及存储收入快速增长。面向消费者,一是把握FTTR千兆用户规模发展机会,推动家庭终端收入加速增长;二是通过差异创新战

略,凭借有竞争力的产品获得细分领域消费者认可,带来手机收入的增长。

国外市场方面,中兴通讯称,其主要坚持深耕大国主流电信运营商大网聚焦战略,持续突破主流电信运营商价值区域,同时在服务器及存储等算力产品方面布局,推动收入保持双位数增长。

2024年上半年,中兴通讯毛利率为40.47%,同比下降2.75个百分点。该公司称,主要由于收入结构变动,运营商网络、消费者业务毛利率提升和政企业务毛利率下降的综合影响。期间,营业成本为371.98亿元,同比增长7.92%,主要由于政企和消费者业务成本增加。

中兴通讯上半年研发费用127.3亿元,占营业收入的比例为20.4%,拥有9万余件全球专利申请,4.6万件累计全球授权专利,其中在AI领域已拥有约5000件专利申请,累计授权专利超2000件。

展望2024年下半年,中兴通讯表示,将在复杂多变的环境中,牢牢把握

数字化、智能化、低碳化等战略性机遇,稳中求进,积极提升存量格局、拓展增量市场,挖掘变量机会。在保持以无线、有线产品为主的第一曲线业务核心竞争力持续提升的同时,加速拓展以算力、手机为代表的第二曲线业务,实现长远发展目标。

中兴通讯董事会表示,随着数字技术尤其是AI技术的加速发展,未来十年将带来生产力的重塑和效率的变革,为社会及经济高质量发展赋能。面对数据体量爆发式增长、应用场景多元化拓展、AI模型参数数量指数级增加等发展态势,数字基础设施也将面临更多融合复合、高效绿色等需求,而数字化能力则被赋予更加灵活、敏捷的期待,中兴通讯将积极把握数字浪潮的机遇,坚守“数字经济筑路者”的生态定位,坚持在芯片、数据库、操作系统等领域长期投入,持续以技术引领、产品创新提升竞争力。