

7月汽车产销环比下降 行业下行调整

证券时报记者 张达

7月是汽车产销传统淡季,当月产销环比下降明显,同比则小幅增长。与此同时,最新出炉的中国汽车行业景气指数显示,包括二季度,汽车行业景气指数已连续四个季度下滑,由“绿灯区”(正常)进入“黄灯区”(偏冷),步入下行调整阶段。

中国汽车工业协会秘书长董扬昨日在行业信息发布会上表示,国家宏观调控及汽车政策的退出仍然是影响汽车产销增长的主要因素。而7月是汽车产销传统淡季,多数企业进行设备检修和高温放假,影响产销总量。他认为,汽车产销仍为低速增长,目前的汽车产销运行态势符合预期。

数据显示,7月份汽车产销分别完成130.61万辆和127.53万辆,环比分别下降6.96%和11.19%,同比分别增长1.26%和2.18%;1月~7月,汽车产销分别完成1046.24万辆和1060.18万辆,同比分别增长2.33%和3.22%,比上年增幅分别下降0.15和0.13个百分点。

从具体车型看,7月份乘用车和商用车环比均下降,其中商用车产销环比降幅明显大于乘用车。细分车型看,除个别车型环比有所增长外,绝大多数车型为负增长;同比看,乘用车产销增速高于5%,而商用车下降超过10%。

值得注意的是,1.6升及以下乘用车市场份额下降。7月份1.6升及以下乘用车占乘用车总量比重为64.95%,为2009年以来最低水平。同时,乘用车自主品牌市场份额继续回落,降至36.13%,也是2009年以来最低水平。而日系车6月份开始恢复,7月份进一步回升。

董扬认为,从各车型增长情况看,在有关政策影响下呈现明显的结构性增长。交叉型乘用车受政策退出影响最大,降幅明显,且有进一步扩大的趋势,直接影响乘用车市场的增长,除交叉型乘用车外的乘用车车型整体表现较好;在商用车中,客车类产品整体产销呈现较快增长,而货车类受国家宏观调控政策影响下滑明显。

另外,汽车企业集团集中度提高。1~7月,销量前五家企业集团分别为上汽、东风、一汽、长安和北汽,销量集中度为71.42%,比上年同期提高0.93个百分点,其中销量前三家企业集团销量集中度为51.12%,比上年同期提高2.46个百分点。大企业市场竞争力提升,集中度提高。



张伟建/摄

■记者观察 | Observation |

自主品牌似孩童 少吃补药多锻炼

证券时报记者 张达

今年以来,国内汽车市场的持续调整,对自主品牌车企产生了较大影响。在中汽协最新公布的7月汽车产销数据中,乘用车自主品牌市场份额从今年2月份开始连续下降,降到了2009年以来的月度最低水平,特别是轿车自主品牌市场占有率也是近年来最低水平,这让自主品牌的未来并不乐观。

中国汽车工业协会秘书长董扬却没有那么悲观,他说:“市场不好的时候,自主品牌的竞争力没有外资好,因为自主品牌还是‘孩童’,而外资品牌已是‘成年’,这就好比冬天的时候,孩童会先感冒一样。”他认为,自主品牌是“孩子”,需要更多的关爱和支持,在同样性能的情况下,政府应支持消费者尽量买中国品牌。“孩童会长大,不会受到挫折就趴下的。”

尽管汽车行业受政策影响较大,但2008年金融危机之时,政府4万亿的“补药”来得太猛了,就像十来岁的年轻人服用了百年老参,补过头了,再加上了一系列的汽车产业政策刺激,随之带来了汽车行业爆发式增长,特别是让自主品牌车企尝到了“甜头”。然而一旦政策减少或退出,自主品牌遇到的困难就更大。

如果说,孩童的抵抗力差,所以遇到困难时容易倒下,那么对于成年

人来说,需要多大的抵抗力,才能从地震海啸这种不可抗力带来的重创中站起来呢?

此前,受日本地震的负面影响,部分日本合资企业已经出现严重开工不足的现象,5月,日系车企丰田、本田在华合资企业销量下降较大,日系市场份额连续下降。本以为日系车的创伤需要很久才能抚平,没想到,日系车的销量6月就开始恢复了,7月进一步回升,市场占有率超过了自主品牌,重回第一的位置。

日系车的突出表现体现了其强大的市场竞争力。虽然孩童的抵抗力不能跟成年人比,但是,成长的过程需要不断的自我锻炼,来增强自身抵抗力,而不能一味地靠“补药”来维系。

现在的自主品牌虽然遇到了一些困难,但是各大整车企业还没有遇到重大的资金问题,相较而言,一些中小企业、零部件企业和经销商的资金问题更大些。虽然自主品牌需要一些生产和消费环节的政策支持,但是对于自主品牌车企来讲,不应“药”产生依赖性,更应该抓住当前汽车产业结构调整机遇,苦练内功,加强管理,不断提高品牌竞争力,从数量增长向质量增长转变,并走入国际市场。

风雨之后才见彩虹,相信在自身抵抗力增强后,自主品牌“孩童”能够茁壮成长。

数据显示,7月份汽车产销分别完成130.61万辆和127.53万辆,环比分别下降6.96%和11.19%,同比分别增长1.26%和2.18%;1月~7月,汽车产销分别完成1046.24万辆和1060.18万辆,同比分别增长2.33%和3.22%。

■相关新闻 | Relative News |

福耀玻璃 上半年海外销售增44.6%

证券时报记者 陈勇

上半年汽车市场疲软给相关配套行业带来的影响已然显现。国内汽车玻璃行业老大福耀玻璃(600660)今日公布中期报告,上半年公司实现营业收入46.57亿元,同比增长19.79%。实现净利润8亿元,同比下降8.74%,每股收益0.4元。

从中报来看,虽然上半年公司业绩增长不尽如人意,但经营方面仍不乏亮点。公司主导产品汽车玻璃收入同比增长21.83%,其中海外

汽车玻璃实现营收14.44亿元,同比增长44.60%,市场占有率持续提升。此外,重庆一线浮法已于6月底产出优质的浮法玻璃,使公司成本有所降低,内部供应保障能力进一步增强。而公司净利润同比下降则是因为生产用原料、燃料价格上涨等因素导致营业成本增幅大大超过营业收入的增长所致。公司表示,下半年将进一步加强国际市场营销,加强国内维修渠道管理,促进销售提升,强化市场占有率。同时继续采取内部挖潜、节能降耗、材料替代等措施降低原料及燃料价格上涨的压力。

汽车出口企业 首次信用评价结果发布

证券时报记者 张达

随着中国汽车出口的快速发展,企业在海外市场也暴露出一系列问题。为实现出口企业的行业自律,在商务部信用办公室和国资委行业协会联系办公室的指导下,中国汽车协会昨日公布了中国汽车出口企业信用评价结果,并为奇瑞、长城、比亚迪等首批20家企业颁发了出口企业信用评价证书。

据了解,信用评价指标体系主要对汽车出口企业的国际化素质管理、国际化发展程度、国际化财务状况、国际化管理状况、国际化信用记录、国际化重大负面影响事件等六个方面进行评价,并设立了38个分项指标。这是汽车行业第一次通过诚信体系建设方式来开展行业自律工作,中汽协将以此作为试点逐步推广到国内汽车整车、零部件和摩托车等企业。

中汽协副秘书长建华认为,中国汽车企业的国际化进程由于时间短、业务量总体小,还处于国际化发展的初级阶段,面临许多问题,如同一市场多家进入、低价竞争、售后服务差、不注意品牌形象、追求短期效益等。需要改进的问题有,战略规划指导应该更长远细致,并且要和投资计划紧密结合;品牌营销有待加强;需要逐步增加总经销商和核心经销商的直接投资份额,掌握部分关键营销渠道;还需提升风险管理水平,学会控制风险;零部件企业要打造自己的品牌和营销网络。

据中汽协统计的汽车整车企业出口数据,7月,汽车企业出口7.33万辆,环比下降12.73%,同比增速为57.70%,出口量在6月份创出新高后虽有所回落,但仍超过7万辆,表现悄然变革,中国移动运营产业的前景应引起业界的担忧与思考。

苹果与中移动密谋联姻 运营商为谁做嫁衣?

见习记者 李娴

继与苹果iPhone开展为期一年半的合作后,中国移动运营商与苹果iPhone的合作波澜再起。8月9日,中国移动下发至各省级公司要求做好WiFi建设的一份内部文件透露,中国移动最早将于9月签约销售iPhone,而中国电信则可能在今年10月同时推出iPhone 5和简版iPhone 4。

iPhone 剑指中国版图

中国移动与iPhone的合作从暗处浮上水面,始于今年6月代管苹果公司的首席运营官库克访问中国移动北京总部。中国移动上海分公司运营部门人士告诉记者,库克此行多半是商洽移动力推的准4G制式TD-LTE版本的iPhone合作事宜。

7月14日路透社称中国电信计划年底提供近106万部iPhone 4,一周后该社将时间提前到11月。8月9日,有消息称中国移动下发内部文件到各级省公司,要求做好WiFi建设,公司最早将于9月签约销售iPhone,该消息得到移动多位员工的微博确认,即便iPhone不支持移动的TD-LTE制式,在WiFi配合下使用iPhone也不会受影响。

坐拥6.1亿用户的中国移动和1.06亿用户的中国电信,客户群远大于美国本土运营商Verizon和AT&T的9000万用户。北京3G产业联盟副理事长项立刚表示,苹果若能与中

率先啃苹果的AT&T公司与iPhone合作两年未盈利,中国的运营商要从iPhone上获利更难。市场调研公司Yankee Group称,过去几年AT&T对每部iPhone的补贴至少是300美元,由于高额补贴,AT&T直到签订用户合同的第17个月才“有可能”实现收支平衡。中国联通的财报数据也佐证了与iPhone合作“变独亏”的尴尬。

移动合作进军中国,必须改变强势的态度,双方各有退让才能找到契合点。

从苹果公司在其他国家选择合作运营商的路径看,大多从相对弱势的运营商开始合作。

2007年在美国首推iPhone时,苹果没能和第一运营商Verizon合作,而是选择AT&T,直到今年3月iPhone才与两家公司同时签署非独家合作协议。在日本,苹果也没能与市场份额靠前的NTT和KDDI顺利牵手,而选择软银为独家合作运营商,于2008年6月进军日本市场;而韩国本土最大的运营商SK电讯也无意与苹果“联姻”,后者只能和KTF开展合作谈判。

Suppli中国区研究总监王阳预测,当前中国移动和中国电信引入iPhone或许不会收获高销量,但能提升自身的品牌形象,尤其是中国电信的3G网络性能稳定,但是推广力度不够,需要高端iPhone配合推广。

与iPhone合作难赢利

率先啃苹果的AT&T公司与i-

Phone合作两年未盈利,中国的运营商要从iPhone上获利更难。市场调研公司Yankee Group称,过去几年AT&T对每部iPhone的补贴至少是300美元,由于高额补贴,AT&T直到签订用户合同的第17个月才“有可能”实现收支平衡。

中国联通的财报数据也佐证了与iPhone合作“变独亏”的尴尬。2010年中国联通的年报数据显示,3G终端补贴亏损为31.7亿元,今年仅一季度该数据就高达19亿元,净利润同比下滑87.8%。

尽管iPhone能“吃”流量,联通借道它也扩大了3G客户群和ARPU值(每户平均收入,是决定运营商利润的指标),但这远不足以弥补终端补贴的巨亏。一季报显示,联通3G通信服务的ARPU值为117.2元,虽较去年下降,但仍维持在较高水平。

与联通增量不增利的尴尬相对照的,是中国已成为苹果公司新的“聚宝盆”。2011年第三财季财报显示,苹果实现净利润73.1亿美元,同比增长

125%,其中大中华区销售额高达38亿美元,同比劲增6倍。数据显示,苹果公司以不足20%份额的手机赚走全球市场80%的利润。对此,中国信息产业网总裁申江婴表示,苹果进中国短短几年掠走巨额财富,电信产业链地位发生悄然变革,中国移动运营产业的前景应引起业界的担忧与思考。

从AT&T到中国联通,与苹果的合作策略都逃不开“独家合作”+“话费分成”。据易观国际IT分析师介绍,AT&T以平均每部325美元价格从苹果购入iPhone,为刺激用户购买欲,iPhone 8G补贴后售价仅199美元,16G售价299美元;此外,iPhone每吸引一名新用户和一名转网用户,AT&T要分别向苹果公司支付3美元和11美元;最后,每月AT&T还要向苹果支付每户20~30美元的增值服务收入。

其实,苹果公司从2007年就启动了和中国移动的谈判,但因分歧过大被联通占先。据记者了解,根据协议,联通每年需定购包销iPhone,苹果公司对销售数据统计、物流时效和售后投诉率也都提出具体苛刻的要求。

在预测中国电信和中国移动与iPhone的合作协议内容时,一位TMT行业的券商分析师认为,不会再像当年中国联通的协议那么苛刻,因为两大运营商已有三星、HTC和摩托罗拉等智能手机合作商,国内运营商们首要兼顾的是本土性和运营承载的协调性问题。

中国移动4G试商用提速 通信类公司长期受益

证券时报记者 李强

日前,中国移动六城市TD-LTE(准4G技术)规模试验网建成开通。有消息人士表示,中国移动4G试商用或许在今年年底前完成,明年将选择合适的时机正式商用。中国移动在TD-LTE(准4G技术)上的不断发力,有望给产业链上的相关设备制造商、服务提供商、内容提供商、网络集成商等带来实质性利好。

事实上,受中国联通W网技术优势制约以及苹果等“明星终端”的挤压,中国移动在3G市场的发展并不尽如人意,中国移动一直把基于TD技术的4G市场作为未来竞争的制高点。另一方面,随着移动互联网带来的数据流量的爆炸式增长,中国移动的话音等传统业务也受到了前所未有的挑战,大规模发展具有更高传输速率的4G网络也成为其必须要面对的课题。

为此,今年年初,中国移动制定了两个应对方案,一是启动TD-LTE规模试验,二是全面布局无线局域网(WiFi)。中国移动董事长王建宙则提出了“中国的TD-LTE在今年年底前达到试商用要求”的硬指标。现在看

保障房建设严把质量关 上海拟建黑名单

上海市建设工程质量监督总站有关人士透露,在保障房建设中存在着违法违规等不良行为或存在质量问题的相关单位,将被监管部门列入黑名单。一旦进入黑名单,建设工程企业1年内被限制承接任务和资质升级、增项,3年内将被限制或禁止承担保障性住房开发建设。

该人士称,目前有关部门正对进入施工现场的材料质量等实行企业自检、监理平行检验和政府监督抽检。平行检验由监理单位委托检测机构实施,费用由建设单位支付,平行检验的数量不低于正常检验数量的30%,政府监督检验数量不低于正常检验数量的5%。(孙玉)

八钢公司 2500立方米高炉点火

日前,宝钢集团八钢公司第三座2500立方米高炉成功点火开炉。至此,八钢新区炼铁系统已形成年产500万吨生铁的产能。

据了解,八钢新区第三座2500立方米高炉于去年2月开工建设,历时17个月,是八钢加入宝钢集团后投资建设的第三座大型高炉。为了保证该高炉一次点火开炉成功,生产工作人员提前介入,对开工方案、危险源点等进行模拟训练和上机操作,并对高炉局部设备进行了功能完善。(黄婷)

世纪佳缘 二季度营收8330万元

8月10日,中国最大的在线婚恋交友平台运营商世纪佳缘(Nasdaq: DATE)公布了其2011年第二季度未经审计的财报。财报显示,世纪佳缘第二季度净收入达到8330万元(人民币,下同),同比增长121.0%。营业利润为610万元,同比增长132.2%;按剔除股权激励费用的非美国通用会计准则计算,营业利润为2630万元,同比增长567.9%。净利润为140万元;按剔除股权激励费用的非美国通用会计准则计算,净利润达到2160万元,同比增长965.1%。(王小霜)

苹果与中移动密谋联姻 运营商为谁做嫁衣?

中国移动4G试商用提速 通信类公司长期受益

保障房建设严把质量关 上海拟建黑名单

八钢公司 2500立方米高炉点火

世纪佳缘 二季度营收8330万元

汽车出口企业 首次信用评价结果发布

自主品牌似孩童 少吃补药多锻炼

福耀玻璃 上半年海外销售增44.6%

7月汽车产销环比下降 行业下行调整

iPhone 剑指中国版图

苹果与中移动密谋联姻 运营商为谁做嫁衣?