

实地探访宁波华翔:上市八年收入年均增长46%

未来5~10年,汽车电子是公司重点发展的板块

宁波华翔决不会轻易在汽车以外扩展多元化经营,将坚持自己的主业。

汽车电子是宁波华翔未来5~10年重点发展的板块。2012年,宁波华翔汽车电子业务收入3.9亿元,占公司收入的7%左右,通过自我发展和并购,该业务有望成为公司收入增长最快的领域。

证券时报记者 李小平

从昔日生产烟灰缸的小配件加工企业,到如今国内汽车零部件龙头,宁波华翔002048的蜕变仅用了8年时间。

自2005年上市以来,宁波华翔营业收入复合增长率达到46.32%,而同期乘用车销量复合增长率为21.46%。快速成长的宁波华翔动力何在?前景又如何?近日,在深交所联合宁波证监局举办的“走进上市公司”活动中,数十名投资者冒雨前往宁波华翔,进行了实地调研。

紧跟客户快速布局

在宁波,宁波华翔有着不错的口碑,不差的待遇、规范的管理,使之成为不少市民就业的理想去处。至少在中国,我们不害怕任何一家世界500强竞争对手,无论是成本、技术还是客户关系。我们现在所有拿的订单,全是从世界500强那里抢到的。”面对到场的几十位投资者,宁波华翔董秘杜坤勇显得很有底气。

主营汽车零部件的宁波华翔,主要产品为内外饰件、金属件(主要是排气系统)、汽车电子件,从2012年情况看,内外饰件占到了营业收入的69%,其余是金属件22%,电子件7%以及其他零件1%。

据了解,宁波华翔内外饰件的市场,起步于上海大众。目前,公司为南北大众提供配套占收入比重的40%左右。原有客户主要包括上海大众、一汽大众、上海通用、天津一汽丰田、东风日产等,在此基础上,公司近年来还开拓了宝马、奔驰、美国通用等车企。对于宁波华翔来说,大众、宝马、奔驰这些优质的客户资源,一方面使其获得了持续、稳定的订单;另一方面,也有助于公司提高技术和质量水平,促进企业快速增长。自上市以来,公司营业收入复合增长率达到46.32%,而同期乘用车销量复合增长率为21.46%。

从市场布局来看,目前,宁波华翔已拥有宁波、长春、成都、天津、佛山、南京等生产基地,上海生产基地正在建设中,同时华南、华中地区也正在规划之中。若上述基地顺利投产,公司全国布局战略规划将更加贴近客户。

宁波华翔总经理段山虎称,如果没有实现全球化,公司汽车零部件就谈不上世界级,就不可能跟大众、宝马、奔驰形成战略合作关系。因为大型车企的主机厂都是世界级的,公司如果不跟着,就永远不会成长为真正的零部件公司,也只能是局限在中国的公司,发展前景就更谈不上。

在全球化的过程中,宁波华翔成立了全球桃木事业部。目前,该事业部销售额大概20亿元,它的布局包括美国、欧洲,并且在德国还成立了研发中心。

汽车电子是未来重点

由于传统零部件行业进入壁垒较低,市场竞争日益激烈,导致盈利能力下降,不利于公司的长期发展。近年来,宁波华翔有意在汽车电子领域拓展,以增强企业长期发展的动力和提高盈利能力。

现在,汽车电子件华翔确实没做过,我们准备走的一条路是:借人家的力打汽车电子。”杜坤勇称。

2012年,宁波华翔参股德国品牌汽车电子企业 HELBAKO,并在中国

成立汽车电子合资公司,产品涉及报警器、燃油泵控制模块、无匙进入系统等高科技产品。合资公司的成立,标志着宁波华翔正式进入汽车电子行业。

如果一开始就是用5个亿、10个亿投资汽车电子研发中心,就算公司的产品研发真的已经很成熟,也没有企业会用。因为你从来没做过,大众的油门控制器跟汽车电子完全是不一样的。”杜坤勇称,汽车电子华翔从来没有做过的,所以公司走了一条借鉴的路,先给人家投资,借人家的汽车电子基础来做我们的。”

据了解,德国 HELBAKO 主要从事轿车电子产品的研发和生产,产品包括:报警器、燃油泵控制模块、无匙进入系统、敞篷类轿车的顶篷控制系统等,主要客户为宝马、奔驰、大众、奥迪和保时捷等。该公司2011年实现销售收入为5240万欧元,净利润46.63万欧元。

段山虎称,汽车电子是公司刚刚起步的一个板块,也是华翔未来5~10年重点发展的板块。由于汽车电子在未来的市场空间越来越大,所以公司要提前做汽车电子的布局。

2012年,宁波华翔汽车电子业务收入3.9亿元,增长33.3%,毛利率30.2%,高于公司其他产品盈利水平。目前汽车电子占公司收入的7%左右,通过自我发展和并购,该业务有望成为公司收入增长最快的领域。

不轻易多元化经营

在此次交流会上,杜坤勇表示,公司决不会轻易在汽车以外扩展多元化经营,公司也知道房地产很赚钱,但公司前几年也一直没有做过房地产,还是想坚持自己的主业。

其实,宁波华翔曾进行过一次跨行尝试。2011年2月,宁波华翔与德国 Schlemmer GmbH company 签订合资意向书,双方同意各出资50%在中国大陆设立合资公司宁波诗兰姆新能源和节水滴灌系统有限公司。为此,宁波华翔还专门成立了事业部,抽调人员组成多个项目组,在河北、河南、甘肃、内蒙等地区推广“节水滴灌”业务。

据悉,节水滴灌系统与汽车线路保护系统非常接近,凭借自身在汽车线路保护系统的优势,宁波华翔原本打算在节能领域一展拳脚,但事与愿违。

节水滴灌项目在实施时,宁波华翔又遇到了新问题:公司做了两个试验,一个在河南,一个在甘肃,做完后发现,节能工程的销售模式是由政府为主体,不是以市场为主体。而在这方面,宁波华翔却没有资源,也不知道如何去。直接对农户的营销也困难重重,因为其中还涉及很多财政补贴。

用宁波华翔的话说,公司是以汽车零部件的要求来做节水滴灌系统,做的质量很好,农民用10年肯定没问题。但质量好也意味着成本高,所以在竞争上没有优势。

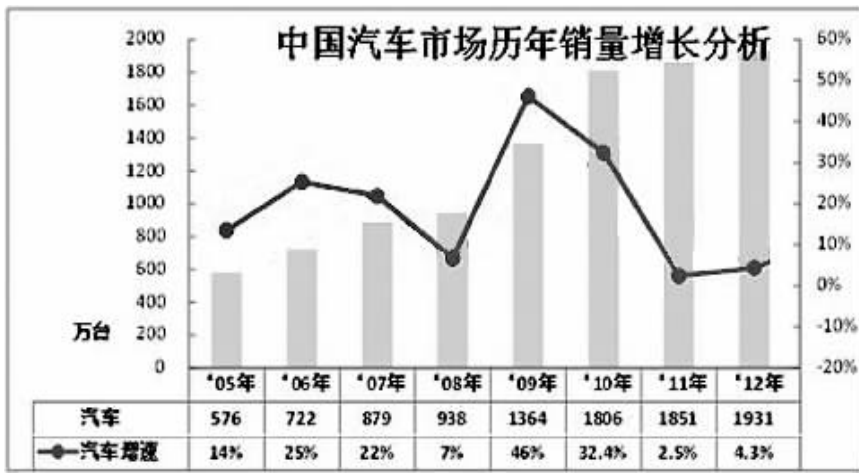
或许正是这次不成功的跨行尝试,让宁波华翔如今对多元化的态度变得十分谨慎。杜坤勇称,在未来几年,如果销售没有几百亿,宁波华翔可能不会做汽车行业以外的规划,因为这样的风险更多。

实际上,从汽车饰件行业的市场空间看,宁波华翔未来发展前景非常广阔。

从宁波华翔2012年的各项营业收入看,内外饰的市占率最高,但也只占国内市场的1.8%,占全球市场的



① 投资者参观宁波华翔生产车间
② 投资者交流活动现场
③ 宁波华翔总经理段山虎介绍公司情况
④ 宁波华翔董秘杜坤勇回答投资者提问
⑤ 宁波华翔宁波江北生产基地



数据来源:中国汽车工业协会

李小平/供图 本版制图/翟超

0.5%。2012年,宁波华翔总体营业收入56亿元,而其业务基本重合的国际零部件巨头如佛吉亚,2012年实现收入174亿欧元,约为宁波华翔的25倍。

杜坤勇称,目前,国内汽车整车的年产量是2000万台,有预测表明,2015

年,国内汽车市场需求将在2500万~3000万辆,比现在约翻一番。从保有量来看,中国有13亿人口,如果一个家庭一台车,中国的保有量估计是在4~5亿台。从这一点看,汽车内饰行业在中国还是很大的发展空间。

从中国供应点到全球供应商

——投资者对话宁波华翔高管

证券时报记者 李小平

快速成长的宁波华翔,已不再满足于只做国内汽车零部件龙头,而是果断开启全球化战略。

新战略带来新机会,也潜藏新风险。在此次“走进上市公司”活动中,几十名投资者参观完公司车间、研发中心后,与宁波华翔董秘杜坤勇等高管进行了面对面交流。

投资者:最近,宁波华翔的现金流周转还是比较快的,一方面是应收账款增加了,另一方面公司也在德国做一些收购,接下来,公司有没有资本运作的规划?

杜坤勇:这两年,华翔的资本市场运作动作很多,也充分利用了并购。在国内并购了,在国际上也并购了。因为一个企业没有充分利用资本市场,就不能那么快发展起来。

在财务状况上,从公司利润表来看,分开国内利润和国外利润,如果剔除国外亏损的部分,国内上市公司盈利还是比较明显的;从现金流量表来说,国内的现金流年年都比净利润高,客户都是大众这些优质客户,到月自动回款,没有催款这一说。

去年,国外这一块为什么会差呢?因为公司收购的德国 Sellner GmbH 这个资产是属于破产收购,破产收购之后流动资金要垫。一般产品生产周期是6~7个月,这样算过来,公司垫资要垫将近5个月。所以算上国外的部分,现金流就少了很多。

说到再融资,目前,华翔现金大概还有七八个亿左右,维持正常的经营是3~4个亿,意味着还有富余资金。另外,负债率方面,母公司资产负债率现在也就30多亿,不算高,下一步再融资的需求,完全取决于走得有多快。

投资者:在发展汽车电子产业上,华翔如今的布局是如何设想的?

杜坤勇:汽车电子方面,公司从来没有做过的,所以公司走了一条借鉴的路,先给人家投资,借人家的汽车电子基础来做华翔自己的。当然,德国这家公司不大,但至少能支持华翔起步,所以公司在德国建了研发中心,以它的技术平台为基础,在中国成立华翔自己的汽车电子研发中心。这样规划华翔未来的汽车电子业务,降低风险。

另外,德国的研发中心跟中国研发中心进行职能划分,如果不能跟中国共享平台的话,那没有任何优势。目前,研发人员的成本差距很大,在德国定位最前段的技术跟踪,而项目的管

理,主机厂跟踪等分支,要挪到中国研发中心来完成。应该说,目前的效果还是不错的。

目前,宁波华翔的核心竞争力就在于市场营销。公司在德国、上海建了研发中心,想借研发来打造华翔的核心竞争力。

投资者:汽车电子是公司现在主要的投入方向,现在公司已经研发出来了或者是正在研发的汽车电子产品有哪些?

杜坤勇:华翔原来没做电子产品,只做了一些线路保护体,也划入电子部件里面。目前,华翔的线路保护是国内最大的,因为公司的产品确实有很多专利在里面。

真正电子应用产品,目前公司只做了油门控制器,即给大众做油门控制器。油门控制系统一旦拿到产品订单的话,量会很大,不像内饰件。

投资者:公司内除了卖给车企外,如何开拓售后服务市场?例如,一个饰件坏了,消费者只能去4S换,公司如何开拓售后这方面的市场?

杜坤勇:在售后产品里面,市场最大的是后视镜,它大概是1比1.8,一个后视镜要配1.8个售后市场的后视镜。整个国内的后视镜市场里,华翔是国内第二大供应商。不过,后视镜的比例不是最大的,最大的是保险杠,但保险杠华翔没有做。

另外,门板售后市场是很少的,因为门板都撞坏了,这个车修起来工作量就很大了,所以这个售后配得很少,可能会有5%~10%就非常多了。

在售后市场方面,华翔现在在专门一个子公司在做。做售后市场,不仅是做产品的售后服务,还做附加市场,尤其年轻人要改装车。从国外情况来看,附加市场非常大,在国内这一块市场也在慢慢发展,所以华翔现在在跟通用、大众联手做这一块市场。

投资者:公司希望从一个简单的、大众的中国供应点成长为一个全球的供应商,希望跟世界500强的配套企业看齐。目前华翔全球的布局已经完成到什么程度?变成供应商的这个过程中会有多少?

杜坤勇:现在很难去评判这个事情。从桃木来说,华翔不会重建任何的桃木工厂。从金属件来说,没有全球化的计划,因为这个产品不是华翔的当家产品,而且全球化也相对比较难做。内饰件这块,原来计划2015年打造一个国际化的初步雏形,现在的话来说,可能只完成了10%,还有90%没有完成。

宁波华翔海外并购生意经

证券时报记者 李小平

从全国的供货点发展到全球的供应商,宁波华翔更倾向于通过并购来完成。

纵观宁波华翔的发展路径,海外并购是其非常明显的一条主线。2012年至今,宁波华翔分别收购了德国 Sellner GmbH 与 IPG Industriplast GmbH 的资产和业务、美国 Sellner Corporation 全部股权和捷克 Wech CHEB 公司全部股权。加上今年5月完成的德国 HIB 收购,宁波华翔4起海外并购共耗资16150万欧元。

在宁波华翔频频出手的背后,是一种早已谋划的全球化版图。宁波华翔于2010年制定了快速扩张规划,计划从2011年开始的5年内,实现销售规模、净利润快速增长,跻身国内汽车饰件行业前三名;在亚洲、美洲、欧洲完成全球化战略布局,成为国际化专业汽车零部件公司。

全球化有两种选择,第一种是自己投资,第二种是收购。但在宁波华翔看来,自己直接投资的风险更大,因为没有订单。而对于宁波华翔而言,没有订单就不会建厂。所以在全球化的两种选择,宁波华翔更倾向于收购。

全球化有两种选择,第一种是自己投资,第二种是收购。但在宁波华翔看来,自己直接投资的风险更大,因为没有订单。而对于宁波华翔而言,没有订单就不会建厂。所以在全球化的两种选择,宁波华翔更倾向于收购。

另外,经过两年来的四次出手,宁波华翔成为了高档轿车内饰件和功能件方面的行业领先者,并利用海外现有的销售渠道和客户资源,与宝马、戴姆勒、保时捷、奥迪和大众等公司建立了供货的合作关系。