

长安汽车7亿元补贴背后的盈利困局

长安汽车近日发布收到政府补贴公告显示,已收到重庆市财政局拨付企业补贴3.5亿元。北京商报记者注意到,这是一周内长安汽车收到的第三笔政府补贴,且一周内长安汽车共计收到7亿元补贴。

实际上,一直以来长安汽车在盈利方面主要依靠合资板块和政府补贴。然而,过度依赖合资公司,导致长安汽车在“利润奶牛”出现危机时毫无抵抗能力,财政补贴已成为长安汽车利润的主要来源。业内人士表示,尽管7亿元补贴可以及时补充长安汽车现金流,但在营销费用走高、产品竞争力不足等背景下,补贴能否帮助长安汽车走出困局还是未知数。



实际上,作为长安汽车利润的重要来源,合资板块在2018年陷入困境,成为长安汽车整体业绩下滑的原因之一。其中,长安福特销量持续下滑、长安PSA下的DS品牌未有起色、长安铃木败走中国市场、长安马自达销量也出现两位数下降。其中,长安福特和长安马自达一直是长安汽车的“利润奶牛”,上述两家企业的销量大幅下滑,正是造成长安汽车一季度巨额亏损的主要原因。

2016年长安汽车净利润为102.85亿元,其中,长安福特贡献90.29亿元,占长安汽车净利润的87%;2017年,长安汽车净利润下滑至71.37亿元,长安福特贡献60.39亿元,占净利润的比重依然高达84%。但2018年销量腰斩,导致长安福特亏损近8亿元,长安汽车也因此利润大降九成。

相比合资板块,长安自主的危机更让长安汽车“头疼”。数据显示,以自主乘用车为主要车型的重庆长安,5月销量为3.4万辆,同比下滑28%,前5个月累计销量为25.5万辆,同比下降30%。尽管长安汽车曾经身为“自主一哥”,销量破百万辆,但颇为尴尬的是,自主板块并没有给长安汽车带来真金白银,仍需要依靠合资“反哺”。从2008年长安自主销量出现大幅下滑,退居自主品牌销量第三位。

全国乘用车联席会秘书长崔东树表示,中国汽车市场已进入深度调整期,处在市场转型的关键节点,车市竞争更加激烈,节奏调整慢的企业很难适应激烈竞争的变化。(下转A2版)

补贴成主要利润源

近日,长安汽车发布了两项近期收到的政府补贴公告。6月28日,长安汽车收到重庆市财政局拨付的企业补贴3.5亿元,其中,产品研发奖励3亿元,品牌推广奖励5000万元,上述财政补贴将计入当期损益。同时,长安汽车全资子公司合肥长安汽车收到合肥高新技术产业开发区新车型研发补贴3亿元,上述补贴为与收益相关的政府补助,用于补偿后期相关成本费用,确认为递延收益,并在确认相关成本费用的期间计入当期损益。

北京商报记者记者了解到,在6月26日长安汽车就曾发布公告称,公司控股子公司南京长安汽车有限公司收到■水经济开发区新产品补贴5000万元。

仅一周左右,长安便拿到7亿元“口粮”。

实际上,近年来长安汽车获政府补助力度持续加大,但长安汽车净利润持续下滑,导致政府补贴已逐渐成为长安汽车的主要利润来源。

据统计,2015年政府补贴在长安汽车净利润的占比仅为4%,但到2018年上半年占比飙升至69%。数据显示,2018年长安汽车净利润下滑九成,扣除非经常性损益后净亏损高达31.65亿元。同时,2018年长安汽车获得政府补助28.73亿元,已成为利润主要来源。

值得一提的是,在国内车市整体低迷背景下,长安汽车利润亏损明显。数据显示,2018年三季度开始,长安汽车已经连续三个季度净利润为负,分别亏损4.46亿元、4.82亿元和20.96亿元。尽管7亿元政府补贴收入将极大补充长安

汽车现金流,但对整体财务状况来说,作用并不大。2019年一季度,长安汽车净利润亏损已扩大至20.96亿元。业内人士表示,2019年二季度汽车行业整体状态不佳,长安汽车继续亏损也成为大概率事件,因此财政补贴很难帮助长安汽车扭亏为盈。

合资板块光环不再

对于业绩下滑原因,长安汽车相关负责人表示,主要是因为来自合营企业(长安福特和长安马自达)投资收益下降所致。根据此前长安汽车公布的产销快报显示,2019年一季度长安汽车销量为44.88万辆,同比下滑31.8%。其中,长安福特销量为3.68万辆,同比下滑71.8%;长安马自达销量为3.34万辆,同比下滑27.5%。

漪席谈

年内首次实现月度增长 车市回暖了么

刘葳漪

进入7月,中国汽车流通协会乘用车市场信息联席会发出预测,国内6月汽车销量将实现一年来首次同比增长。

本周起,各车企陆续公布6月销量。数据显示,多家企业销量同比实现增长,部分企业销量还刷新月度纪录:6月一汽-大众旗下大众品牌共销售新车12.51万辆,同比增长28.9%,其中奥迪品牌销量增涨22.5%,上半年销量创历史新高;一汽丰田实现销量6.9万辆,同比增长16%。长安福特新一代福克斯销量回归万辆俱乐部,同比增长75%;创单月最佳成绩的东风悦达起亚全系终端销量达到3.05万

辆,环比增长31.9%、同比增长27.3%……

实现上半年同比增长的,多家日系品牌榜上有名:雷克萨斯今年上半年在华累计销量达到9.38万辆,同比增长36.5%。1-6月,广汽本田汽车有限公司和东风本田汽车有限公司的终端销量总计745409辆,同比增长为22.4%。与此同时,上汽乘用车的名爵品牌今年上半年销售12.68万辆,同比增长3.8%。

车企在6月佳绩频传,是否意味着现阶段车市回暖?当然不是。市场行情逆转,只是短期冲高而已。

有两个原因导致6月成为今年车市

销售波峰:第一个原因,6月是出售国五车型的最后期限;另一个原因,6月25日后新能源汽车的地方补贴退坡。两个政策节点,是6月销量走高的推手。

今年5月,全国共有15个省和直辖市相继出台了机动车国六排放标准。这就意味着,7月之后,消费者购买的国五新车在这些区域有可能没法上牌,因此经销商们须在此之前清理掉国五车型。

自主品牌与合资品牌都没有缺席清库存的阵营,折扣力度空前,8折甚至7折卖车的经销商比比皆是。在江苏、浙江等地,甚至出现了部分品牌的国五车

一车难求的态势。很多消费者为了抄底买到更便宜的车,把原本在4月、5月的购车计划推延到了6月。客观地说,6月促销,透支的是第三季度的汽车销量,颇有些寅吃卯粮的意味。

接下来的7、8月,是传统的汽车销售淡季,国五车促销的力度难以延续,超常规的手段必然告一段落。国六车型价格提升与新能源退补都会影响消费者的购车意愿,同时经销商补库存的积极性也会降低。

基于此,对于7、8月的车市,我们没有理由盲目乐观。