

“摩托大王”想凭汽车翻身

记者 吴迪

4月26日,力帆科技在线召开2022年业绩说明会。

这是公司破产重组后的第二次业绩说明会,作为曾经的国产摩托车龙头企业,公司董事长、总裁周成强强调,汽车业务将成为公司未来的主要发展方向,在总营收的占比将逐步增加。

逐步深入汽车赛道

财报显示,力帆科技2022年实现营收86.54亿元,同比上涨117.59%。力帆科技称,营收的变动主要系公司汽车业务销量增长,公司收入增加。

具体来看,报告期内,其汽车业务营收达57.91亿元,同比增长983.56%,占总营收66.92%,这是公司破产重组后,汽车业务营收占比首次突破50%;摩托车业务和通讯业务分别实现销售收入21.26亿元、3.38亿元,同比分别下滑22.12%和14.9%。同时,受益于对外联营企业投资亏损减少以及汇兑收益增加,公司归母净利润达到1.55亿元。

事实上,力帆接触汽车业务并不算晚。

2003年,各地限摩禁摩政策陆续出台,摩托行业遭到重创,曾经的“摩托车大王”力帆也受到冲击。

彼时,汽车在全国风靡,公司创始人尹明善将目光逐渐转向汽车市场,先后收购重庆专用汽车制造厂股份,改商标为“力帆牌”,2005年拿到汽车生产资质,并开始在重庆北碚建设轿车生产基地。

这也是力帆科技第一次与汽车打交道,由于没有过多的研发与创新,力帆也创就了自己的造车路——模仿,2006年

曾经的“摩托车大王”力帆科技要将汽车业务作为公司未来的主要发展方向。



资料图片

力帆第一款轿车力帆520在重庆亮相,2009年又推出力帆320,后者由于外观风格模仿宝马MINI而走红,单月销量巅峰达到7000辆。

因为模仿造车成本低、风险小、周期短,力帆在这条路上越走越远,陆续推出了模仿宝马3系的力帆620、模仿福特S-Max的轩朗,模仿丰田汉兰达的力帆X80等,但这一做法也为其后期的失利埋下了伏笔。

2009年,中国汽车品牌发生重大变化,竞品车型不断增加,消费者也有了更多的选择权,作为模仿者的力帆逐渐被市场冷落。资料显示,2014年,力帆出现了自成立以来的首次亏损;截至2020年,其累计推出的数十款车型,仅剩1款在售,其余均停产或停售。

滚雪球的债务叠加销量的低迷,2020年,力帆科技因“汽车业务”而被迫进入破产重整,同年12月,公司披露了破产重整出资人的详细出资情况,其

管定下了全年165万辆的销售目标,其中包括睿蓝,但在力帆科技的业绩会上,对于睿蓝将承担多少销量任务,公司高管层却只字不提,只是简单回应“关注公司相关公告”。

随着汽车销量的增加,公司的销售费用也有所提升,去年全年共花费2.66亿元,同比上涨79.37%,力帆科技称主要由于汽车业务增长导致。

反观研发费用,在新势力仍处于大手笔“砸”钱搞研发的时候,公司的研发费用却出现了同比下滑。财报显示,去年其研发费用为0.91亿元,同比下滑24.54%,对此力帆科技表示,这主要是费用化研发投入较上年同期减少导致。

周成在业绩会上表示,睿蓝汽车是目前公司的主打品牌,后续将加大投入和研发力度,今年该品牌将深耕B端并在C端逐步发力,同时公司计划在今年推出睿蓝旗下全新车睿蓝7。

此前吉利集团的业绩会上,公司高

管定下了全年165万辆的销售目标,其中包括睿蓝,但在力帆科技的业绩会上,对于睿蓝将承担多少销量任务,公司高管层却只字不提,只是简单回应“关注公司相关公告”。

随着汽车销量的增加,公司的销售费用也有所提升,去年全年共花费2.66亿元,同比上涨79.37%,力帆科技称主要由于汽车业务增长导致。

反观研发费用,在新势力仍处于大手笔“砸”钱搞研发的时候,公司的研发费用却出现了同比下滑。财报显示,去年其研发费用为0.91亿元,同比下滑24.54%,对此力帆科技表示,这主要是费用化研发投入较上年同期减少导致。

周成在业绩会上表示,睿蓝汽车是目前公司的主打品牌,后续将加大投入和研发力度,今年该品牌将深耕B端并在C端逐步发力,同时公司计划在今年推出睿蓝旗下全新车睿蓝7。

众泰汽车靠卖门窗营生

见习记者 水芙蓉

4月26日,众泰汽车(下称“众泰”)发布年度业绩公告。

2022年公司营收7.83亿元,同比减少5.09%;归母净利润亏损9.09亿元,亏损同比增加28.82%;扣非后归母净利润的亏损额达10.13亿元。

结合过往财报,近五年以来,众泰扣非后净亏损累计约257亿元。

全年售出502辆车

2022年,众泰全年仅售出502辆车,作为一家拥有整车生产资质的厂商,汽车相关业务已经不是众泰最主要的收入来源。

财报显示,2022年公司在交通运输设备制造行业营收约3.55亿元,占总营收的45.28%;而目前众泰的营收大头则来自家具制造行业,全年营收约4.29亿元,占比54.72%。对于业务的变动,众泰方面表示,此情形具有阶段性和特殊性,并不构成主营业务的实质变化。

从业务产品具体来看,交通运输设备及服务主要包括车用仪表、冲压件、焊接件等汽车零部件产品的售卖,但由于公司内部整车业务的停摆,汽车零部件销售依赖于其他主机厂的订单量,报告期内产品销量均有下滑;门业以钢木门、木门、防盗窗等各类门窗产品为主,2022年产量分别下降31.39%、27.88%,公司方面表示是受到经济下行压力和房地产行业不景气的影响。

事实上,由于缺乏流动资金,众泰的汽车板块自2020年以来就主要靠销售



图虫创意图

零部件获得营收,整车生产制造几乎处于停滞状态。2020年9月,众泰汽车因资不抵债宣布破产重整,该年汽车销量仅为1674辆。年报披露,公司设计产能68.5万辆,2020年-2022年期间产能利用率都为0%。

经过两年调整,公司方面表示,2022年整车板块通过努力已完成了复工复产,完成了架构调整,包括生产、销售、研发等核心职能部门的重组,2022年10月,众泰首款复产车型T300/T300EV在永康基地正式下线。值得注意的是,截至年底,众泰仅售出502辆车,但业务的重

新上线依然带来了销售费用和研发费用的大幅提升。数据显示,销售费用为3359.6万元,同比增长43.89%;研发费用同比增长85.3%至3882.2万元,官方表示拟用于研发一款新能源车型。

此外,公司投资活动现金流高达2.49亿元,同比增长近559倍,而投资活动产生的现金流量净亏损达到了2.23亿元。

“山寨之王”想靠新能源重生

即便前三年众泰整车业务宣告暂

停,公司都坚持表示“主营业务并未发生变更”,最新财报显示,其似乎正希望依靠新能源再度回归市场。众泰表示,2023年要强化规划、研发、市场、供应链、融资等部门建设,加大新产品开发力度,并计划推出A0级、A级、B级新能源车型,争取在2023年、2024年和2025年滚动投放市场。

今年2月26日,众泰旗下品牌江南汽车发布首款新能源产品江南U2,定位是A0级纯电小车,售价在10万元以内,而江南U2上市后不久,相同定位的五菱缤果也相继上市,而五菱此前拥有

作为一家拥有整车生产资质的厂商,汽车相关业务已经不是众泰最主要的收入来源。

A00级销量霸主五菱宏光MINI EV的成功经验。行业有观点认为,众泰整车业务已暂停近三年,用小微型车试探市场是合理做法。

在深陷业务停摆、破产风波之前,众泰曾是年销量30万辆以上的整车厂商。

2016年-2018年是众泰的“黄金三年”,凭借各车型大卖,众泰2016年总销量达到33.31万辆,2017年合计销售汽车22.76万辆,其中纯电乘用车3.15万辆。

然而光鲜的销量数据背后,是众

的力帆并未丢掉自己的“老本行”。

早期,力帆科技的前身——重庆轰达车辆配件研究所只有一间40平方米的车间和9名员工,尹明善机敏地抓住了当地摩托车商机。

彼时重庆以摩托车闻名,嘉陵、建设等本土品牌掌握着摩托车“心脏”发动机的大部分市场,因为大厂不愿把发动机卖给小零售商,部分小厂只好花高价从外地买来质量很差的发动机,以次充好,尹明善抓住机会,用低价购入高价转售的方式赚取差价,在保证质量和价格的优势下,尹明善手中的订单量飞一般的成长。

1992年,力帆科技股份有限公司成立,至2001年的9年间,尹明善从生产发动机到研发自主品牌将力帆摩托的名声打响,凭借当年184万辆的摩托车销量和38.5亿元的收益,成为全国产销量第一。

甚至在力帆最困难的2019年,摩托车销量也达到95.87万辆。由于汽车产业压力巨大,尹明善甚至在股东大会上称,要将公司业务重新回归至摩托车板块。

现如今,摩托车业务的营收在公司总营收的占比仅剩不到25%,较上年下降68.63%下降约44个百分点。

财报显示,去年,力帆科技在摩托车及配件上营收21.26亿元,同比下滑22.12%,这也是由于各地限摩令以及公司主要力量集中于汽车业务所致;共销售摩托车38.24辆,同比减少26.76%。

周成在业绩会上表示,公司目前在产的电动摩托有三款,未来摩托车板块将从中小排量向中大排量、娱乐化、智能化、电动化转型,寻找摩托车领域新的利润增长点。

泰的剑走偏锋——模仿热门豪华品牌车型,做“山寨车”。据了解,众泰先后推出SR9、T700等产品,因酷似保时捷、奥迪等品牌而受到市场关注,在三四线城市获得不错的销量。第三方数据显示,当时售价为10.88万-16.18万元的众泰SR9,上市次月销量就超过了6000辆。“不能开上10万块的兰博基尼,还得看众泰汽车”,众泰也因过度模仿热门豪华品牌而被网友戏称为“皮尺部”。

众泰靠“复刻”尝到了赚钱的甜头,甚至高管也对此毫不避讳。

众泰前董事长金浙勇曾表示,“众泰汽车只是借鉴,绝非抄袭。在研发过程当中,借鉴热销车型成功的经验较为合理,特别是外观。”前董事长吴建中此前也公开提及,“众泰汽车采用的是‘拿来主义’,通过引进国外车型和技术,来达到快速发展的目的,这也是我们整合式运营的一大特色。”

但毫无疑问,汽车工业没有技术支持是难以持续发展的。2019年,公司全年销量仅为2.12万辆,归母后净亏损达111.9亿元,亏损同比增加1498.98%。众泰方面对此解释系宏观经济形势的影响,汽车行业整体不景气,但实际上,此前因产品质量不过关导致口碑直线下滑,又因过度模仿影响了企业形象。与此同时,众泰忙着靠“复刻”赚钱的这几年,其他自主品牌正忙于研发自主车型、巩固技术,随着行业竞争的激烈程度增加,公司遭受重创。

然而,淡出市场三年后,在竞争如此激烈的当下,众泰能否靠新能源小车翻身还需打上一个问号。