

长安汽车的“合资之殇”

◎ 见习记者 水芙蓉

5月8日,长安汽车召开2022年度业绩发布会。

2022年,公司实现营收1212.53亿元,同比增长15.32%;受益于公司自主板块销量提升,归母净利润增长119.52%至77.98亿元,但其联合运营板块盈利能力总体下降。

合资品牌显颓势

具体来看,2022年长安汽车共售出234.6万辆,距离此前定下的245万辆目标尚有超过10万辆的差距。同时,受新能源品牌的冲击,合资品牌销量持续下滑,目前长安汽车自主乘用车品牌已取代合资品牌成为销量支柱,去年售出约139.04万辆,占比约59.2%。

此前的“利润奶牛”长安福特2022年销量25.1万辆,同比下滑17.61%,利润也由盈转亏,全年净亏损24.49亿元,净利相较2021年减少超47亿元。无独有偶,另一合资品牌长安马自达2022年销量仅为10.4万辆,同比下降21.43%,这已经是其在中国市场连续第五年销量下滑。

对于两大合资品牌业绩持续下滑,长安汽车董事长朱华荣在业绩会上并未给出原因,仅表示长安将坚定不移坚持“合资+自主”并行的战略,并且透露未来将会深化和福特、马自达的合作。

合资品牌拖后腿的情况还在持续。产销快报显示,长安福特一季度累计销量为4.48万辆,同期减少25.68%;长安马自达累计销量1.39万辆,同比下



左宇 摄

滑66.11%。

去年,长安新能源汽车销量突破27万辆,同比大幅增长,但从具体车型来看,Lumin、奔奔E-star两款车2022年合计销量约16.8万辆,这也意味着长安新能源的六成销量靠微型车支撑。

会上,朱华荣介绍了长安的新能源规划——到2025年,长安系中国品牌将推出27款全新的新能源产品。其中深蓝汽车将推出S7等6款产品,阿维塔推出E12等4款产品,智能iDD推出全新紧凑型轿车SUV等5款产品,长安启源将推出A07等5款产品,凯程推出

智慧物流、电动皮卡7款产品。在这样的产品矩阵下,长安汽车计划2025年新能源销量将达120万辆,占比达到40%。

今年,公司将投放13款新能源产品,完成长安启源、深蓝汽车、阿维塔三个新能源品牌矩阵的布局。4月初,长安启源A07出现在工信部申报信息中。朱华荣透露,全新品牌长安启源主要面向家庭用车人群,定位在10万-20万元间。

会上,管理层也重申了2023年长安汽车的年度目标:产销253万辆,同比增长7.8%。

推动阿维塔上市

在长安的新能源战略布局中,深蓝汽车和阿维塔两个子品牌意义重大,旗下车型在去年8月分别上市。乘联会数据显示,深蓝汽车SL03去年8月到去年底累计销量约为3.3万辆;阿维塔11车型年销仅为757辆。

此前,长安深蓝更名为深蓝汽车独立运营。今年一季度深蓝汽车累计销量约1.88万辆,仅完成年度目标40万辆的4.7%。

对此,长安汽车总裁王俊表示,“受

政策等各方面影响,今年1月份、2月份(各车企)实际表现都没有达到理想,目前深蓝SL03已经呈现非常快的上升势头,3月份突破了8000辆,4月份维持在7700多,小8000辆的规模。”而这一销量增长或许还得益于深蓝SL03于3月份推出的高达4.2万元的综合补贴优惠。

王俊并不担心业绩目标的兑现,他称,“我们最近在讨论的是,(目标)是不是该加码。”据其介绍,因深蓝汽车此前是长安新能源科技有限公司,而这40万辆目标是指长安新能源的目标,包含了深蓝汽车、Lumin和一款热门b端产品,“加上这些产品,40万还是有把握的”。

受新能源品牌的冲击,长安汽车合资品牌销量持续下滑,自主乘用车品牌已成为销量支柱。此外,在公司新能源战略布局中,阿维塔的情况不容乐观。

而高端品牌阿维塔的情况似乎不容乐观。

一直以来,阿维塔被看作是长安品牌向上的战略支撑。朱华荣在业绩会上透露了品牌的后续发展规划,“(阿维塔)2022年融资49.67亿元,后续将有序推进上市融资发展。”

一般而言,子品牌独立上市有利于后续发展,此前吉利汽车旗下极氪品牌也宣布将推进独立IPO。数据显示,同为30万级以上纯电车型,极氪001去年累计交付7.19万辆,月均交付为5995辆。

然而头顶宁德时代、长安汽车和華為三大品牌光环的阿维塔,去年底交付至今,市场表现平平。乘联会数据显示,3月份阿维塔销量仅2221辆。据朱华荣透露,阿维塔(自去年年底)至今4个月时间共交付了7600多辆,月均销量不足2000辆。

这一数据也与此前定下的10万辆年度目标有较大差距,这意味着后续九个月里其月均销量需过万。不过,朱华荣对阿维塔充满信心,“3月份阿维塔在30万元以上纯电自主品牌这一细分市场取得了销量第一”。他表示下半年阿维塔会迭代更新进一步提升,并加大营销推广力度,包括品牌推广、渠道建设、服务领域。

朱华荣补充道,“(阿维塔)营销渠道现在目前有200余家,我们计划要增加到500余家。随着明年企业上市,我们还会进一步强化(华为)渠道推广。”而这也意味着,公司销售成本或将进一步提升,财报显示,长安汽车去年销售费用达51.38亿元,同比增长10.6%。

去年,阿维塔营收仅为2834万元,净利润录得亏损达20.15亿元。

比亚迪“开”进保险赛道

◎ 记者 吴迪

5月9日,银保监会官网正式公布了《关于易安财产保险股份有限公司变更股东的批复》。文件显示,同意比亚迪汽车工业有限公司(下称“比亚迪”)受让易安财产保险股份有限公司(下称“易安财险”)10亿股股份,持股比例100%。

同时,易安财险此前股东深圳市银之杰科技、深圳光汇石油集团、西藏晟新创资产管理、北京富邦恒业科技、北京恒屹鑫源科技、山东达能工贸、深圳锦久辰商厦将不再持有该公司股份。

至此,比亚迪成为国内首家获批全资控股财险公司的车企。

全资接管易安财险

比亚迪控股易安财险的机遇源于后者的资不抵债。

成立于2016年的易安财险是经银保监会批准设立的国内4家专业互联网保险公司之一,注册资本10亿元,与传统保险公司不同,易安财险不设立分支机构,销售和理赔均在线上完成。

其在发展初期也曾实现过盈利,2016年、2017年公司的保费收入分别为2.2亿元、8.45亿元,实现盈利0.02亿元、0.07亿元,但进入2018年后,投资环境发生变化,P2P频频爆雷,易安财险经营状况急转直下,2018年的净亏损达到1.99亿元,2019年净亏损略有收窄,达1.67亿元。直至2020年7月,其因偿付能力不达标等原因被银保监会实施接管、监管,截至去年一季度末,易安财险资产总计3.34亿元,负债合计4.62亿元,股东权益为-1.27亿元,陷入资不抵

债的困境。

去年7月15日,银保监会结束了对易安财险为期两年的接管,并发布《关于易安财产保险股份有限公司破产重整的批复》,原则同意易安财险进入破产重整程序。

重整批复发布5天后,易安财险管理人对外发布重整战略投资者招募公告。资料显示,共有包括比亚迪在内的3家机构报名参与,最后仅比亚迪提交了重整投资方案。

随着银保监会发布易安财险股东变更的批复,意味着比亚迪正式拿下保险牌照,同时其重整易安财险的方案也被公布。

根据重整计划,比亚迪作为重整投资者,为7家原股东提供的100%股权支付对价为700万元;提供约5.47亿元用作债务清偿及填补易安财险的净资产;同时承接易安财险所有员工,并在后续增加30亿元资本金。

对此,《国际金融报》记者采访比亚迪方面,其回应公司对于易安财险的收购细则后续将在官方发布,暂无信息可以透露。

实际上,比亚迪对于保险业务的布局远不止此。去年3月,比亚迪在深圳市设立了比亚迪保险经纪有限公司,不同于以往国内车企通过设立保险经纪公司入局保险业,如今比亚迪通过收购易安财险已经正式拿到了保险牌照。

汽车分析师钟师接受记者采访时表示,比亚迪入驻保险行业后有着先天的客户优势,保险也能帮其巩固消费者群体,“车是一次性买断的,但保险不是”;另一方面,比亚迪可以通过后期对新能源车险的开拓为自己进行资金的周转。



吴迪 摄

新能源车险挑战大

比亚迪并非第一家瞄准保险业务的车企。

此前,上汽集团成立上海汽车集团保险销售公司,广汽集团入股众诚汽车保险,吉利汽车入股众安财险成为第二股东,甚至新势力中的“蔚小理”截至去年均已完成了自己在保险业务的布局。

面对竞争愈发激烈的车险行业,新

能源车险其实是一把双刃剑。

2021年12月,新能源汽车专属保险正式上线,但由于新能源车在成本结构、风险特征、费率厘定方面相较传统燃油车存在明显差异,部分新能源车型的保费有所上调,而这也与新能源车出险率、保险成本高于传统燃油车等因素相关。

据了解,保险成本主要与维修成本相挂钩。乘联会秘书长崔东树称,由于目前新能源车的主要零配件都集中在主机厂手中,其对于配件等定价掌握主导

权,部分车企为了降低制造成本,将车辆高昂的维修成本转嫁给消费者承担。

而出险率高则是由于新能源汽车“过度”智能化,在部分应用场景中因操作失误、车身故障等原因导致事故频发,出险率也随着新能源车销量的提高而逐步提升。

业内人士称,比亚迪目前在新能源车市场的发展势头虽好,但若在车险初期没能为车主提供优质的服务,甚至在车险费用上“操作”,即便其在维修

保养方面表现再好,也会间接影响到公司的口碑,这在竞争激烈的汽车销售市场并不是件好事。

对于去年禁售燃油车,全面转型新能源的比亚迪而言,想要短时间内发展自身的新能源车险业务并不容易。

据了解,比亚迪在重整计划中提出,易安财险将申请车险经营资质,拓展机动车辆保险经营范围,在发展原有财险业务基础上推进新能源保险业务经营;其次,在客户触达方面,采用线上、线下相结合的方式,线下依托投资者比亚迪现有新能源汽车服务网络,线上通过易安财险自有网络渠道销售。

由于新能源车险上线时间不到两年,比亚迪在该领域经营的人才较少,而易安财险此前涉及车险方面业务也较少,对于新能源车险方面经验几乎为零,这也是公司亟需解决的问题之一。

从好的一面看,比亚迪在汽车领域拥有的销售渠道、资金以及资源,在将来或以“价格”优势为主的的新能源车险市场中有着一定优势。

平安证券表示,新能源车险是车企生态链的重要一环,有助于发挥车企在数据和技术方面的优势。目前市场上新能源汽车主要采用直销模式,通过直营商场店业态或线上销售,车企与用户联系紧密,同时拓展汽车保养、理赔维修、汽车金融等汽车后市场业务。而在后期的维修、保养售后中,车企可以积累大量数据,对车辆使用情况以及用户习惯有更好的认知,帮其提升保险定价的精准性和有效性。

据悉,目前新能源车平均保费比燃油车贵30%以上,若比亚迪入主易安财险后能够控制车险价格,则有助于汽车销售。