

## 2019 上市企业半年财报解读

## 海内外车企共同面对盈利挑战

2019年上半年,海内外车企过得都不太轻松。根据上市车企公开的半年/二季度财报显示,受到销量下滑、研发投入高等多重因素的影响,多家车企出现了业绩下滑乃至亏损的情况。为了及时止损,一些车企也试图通过裁员、关闭工厂或者缩减研发投入等方式来控制成本,以扭转局面。

■ 下调年度销量目标以期稳定发展

上半年,国内汽车市场“降”字当头,反映在上市车企的财报上,就是大家的日子普遍不好过。

近两年一路高歌猛进的吉利汽车,颇有些争当“自主一哥”的气势。但从2018年年底开始,吉利也陷入了销量增速下滑的窘境。公开数据显示,2019年1-7月,吉利汽车累计总销量为74.3万辆,同比下降16%。早前,吉利汽车也宣布将2019年年度销量目标由151万辆,下调10%至136万辆。

而根据吉利汽车日前发布的集团盈利预警显示,截至2019年6月30日,吉利汽车上半年净利润同比减少约40%,远低于去年同期的66.7亿元净利润值。对于盈利下滑,吉利认为这主要是由于集团汽车整体销量下跌超出预期以及主动减少经销商库存所致。

同样受到销量下滑影响的长安汽车,本季度依旧难逃业绩亏损的“命运”。据官方数据显示,2019年上半年,长安汽车净利润亏损19亿元-26亿元,比上年同期下降幅度高达218.04%-261.53%。上半年,长安旗下合资、自主板块均表现欠佳,累计销量同比下降31.65%至82.5万辆。

相比起销量下滑的吉利、长安,上半年实现了销量逆势增长的长城汽车,却同样面临了盈利难题。

2019年上半年,长城汽车共销售新车49.35万辆,同比增长4.7%。尽管如此,长城汽车上半年依旧是营业收入、净利润双下滑。据长城汽车2019年中期业绩预告显示,今年上半年,长城汽车实现营业收入约413.8亿元,同比下滑约15%;净利润约为人民币15.7亿元,同比下滑约58%;归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润约为人民币12.4亿元,同比下跌约65%。

对此,长城汽车表示:“报告期内本公司提高产品优惠额度让利消费者,并继续加大品牌推广力度及研发投入,致使归属于上市公司股东的净利润同比下降。”基于上半年的市场大环境,长城汽车也将2019年度的销量目标调整从120万辆下调至107万辆,以保持整体销售健康、稳定、可持续发展。

今年上半年,海马汽车、江铃汽车及一汽轿车也都遭遇了不同程度的净利润同比大幅下滑。



■ 海外车企盈利水平大幅收紧

中国汽车市场下行,也让不少跨国车企的全球营收大幅收紧。

素以能挣钱而闻名的戴姆勒,就遭遇了“久违”的盈利亏损。据公开报道显示,今年上半年,戴姆勒营收同比增长2%至823.5亿欧元,不过净利润却同比下滑78%至9.07亿欧元。报告显示,今年上半年戴姆勒公司特殊项目支出大幅增加,主要用于进一步处置柴油车尾气排放问题以及召回装配日本高田公司生产的问题气囊的奔驰汽车。

在今年第二季度,戴姆勒公司特殊项目支出就高达42亿欧元,直接影响了公司业绩——第二季度息税前利润为负16亿欧元,这也是戴姆勒九年来第一次出现季度业绩亏损。

销量的下滑也进一步影响了戴姆勒的盈利水平。今年第二季度,戴姆勒乘用车板块的整体销量下降3%至57.5万辆。为此,戴姆勒曾多次发布盈利预警;并表示为提高盈利水平,到2025年将大幅削减梅赛德斯-奔驰汽车的研发成本,并将加强与竞争对手的结盟。

在汽车新四化的浪潮下,大型汽车集团都不想在以上领域落于人后。这直接带来的是研发投入的加码。

得益于中国市场的稳健表现,今年二季度,宝马实现了累计销量增长1.5%至64.7万辆,营收也同步增长3%至257.15亿欧元。尽管如此,公司的息税前利润却下滑了28.4%,从28.66亿欧元降至20.53亿欧元。

对此,宝马集团表示,公司一直在扩大对纯电动车和插电式混合动力车的投入,并继续优化内燃机,利润下滑的原因是电动汽车支出增加拉低了利润率。

同样遭遇业绩下滑的,还有福特汽车。在中国市场近乎“滑铁卢”的销量表现,让这个百年汽车品牌少了几分锐气。据福特汽车公开财报显示,今年第二季度,福特总营收388.5亿美元,低于去年同期的389.2亿美元;净收入降至1.48亿美元,同比下跌86%。其中,福特在中国市场的亏损达到1.55亿美元。此外,福特汽车还表示,第二季度净收入暴跌,还受到了其在欧洲和南美洲业务重组的影响。

■ 控制成本、提升单车利润是关键

几家欢喜几家愁,在一片下滑走势中,总不乏逆势增长的强势选手。

在2020财年第一财季(4-6月),丰田汽车归属于普通股股东净利润为6829.74亿日元,同比增长3.91%;营业收入为7.65万亿日元,同比增长3.85%。

盈利的增长,主要得益于丰田汽车上半年在国内外均取得了不错的销量表现。今年上半年,丰田汽车在日本国内销售同比增长3.6%至121.2万辆,海外销售同比增长1.5%至410万辆。

与此同时,控制成本、较高的单车利润,也成为了车企实现盈利的有效途径。

今年上半年,大众集团全球累计销量为536.53万辆,同比下滑了2.8%。尽管整体汽车销量有所下滑,但受大众品牌利润率更高的SUV以及保时捷品牌销量上升的推动,大众集团依旧实现了盈利值的大幅增长。报告显示,大众集团上半年销售收入达到1252亿欧元,同比增长4.9%;营业利润为90亿欧元,同比增长10.3%。

通用汽车则依靠成本管控,实现了第二季度的稳健表现。凭借北美市场的强劲表现和卓有成效的成本控制,通用汽车第二季度取得了稳健的业绩表现:报告期内公司净收入达361亿美元;其中,净利润达24亿美元,同比增长1.6%;摊薄后每股收益为1.66美元。

此外,通用汽车表示,通过转型提高成本效率的措施卓有成效,目前已实现11亿美元的成本节约。

实际上,国内车企也尝试通过控制成本,以实现轻装上阵。据路透社日前报道,神龙汽车正计划卖掉其位于武汉的第一、第二工厂,并逐步开始裁员,以将更多的资金投入营销环节。 洪晗琪