

# 安凯客车净利润断崖式下滑

## 新能源补贴政策退坡后盈利能力堪忧

本报记者 陈茂利 石英婧 北京报道

连续五个季度净利润亏损,在新能源补贴政策退坡后,安徽安凯汽车股份有限公司(以下简称“安凯客车”,000868.SZ)盈利能力不容乐观?财报显示,2017年,安凯客车净利润出现断崖式下滑,2018年一季度

度净利润继续亏损。安凯客车第一季度实现营业收入6.57亿元,同比下降34.06%,净利润亏损8197.84万元,同比下降252.39%。

在净利润亏损的情况下,近半年来,安凯客车多次进行“资本运作”。4月23日,安凯客车非公开发行股票获证监会审核通过。3月21

日,安凯客车发布两则公告,一则是委托控股股东江淮汽车申请贷款不超过5亿元、一则是申请利用自有闲置资金购买银行保本型理财产品不超过6亿元。

《中国经营报》记者关注到,安凯客车2017年年报中披露,2017年投资支付的现金(主要系本期购买

理财产品影响所致)较2016年增长1431.43%。对于大幅度投资购买理财产品的原因,安凯客车证券部相关负责人回复称,“2017年公司投资支付的现金大幅增加主要系购买银行理财产品所致,主要是随时可赎回的结构性存款,增长率高主要系上一年的基数小。”

## 净利润断崖式下滑

剔除新能源补贴后,安凯客车营业收入同比下降18.25%,归属净利润约亏损2.3亿元。

公开资料显示,安凯客车成立于1987年,产品覆盖各类公路客车、旅游客车、团体客车、景观车、公交车、新能源商用车等,大中型客车同步、高中档客车并举。

记者查询财报了解到,安凯客车2018年一季度实现营业收入6.57亿元,同比下降34.06%,净利润亏损8197.84万元,同比下降252.39%。对于净利润亏损,安凯客车方面称,2018年一季度业绩波动主要原因是营业收入、营业毛利相比去年同期降幅较大,销售费用与财务费用增加及投资收益、其他收益等因素影响所致。

其中,安凯客车第一季度销售费用相较于去年同期增长了24.89%,财务费用较去年同期增加了5.08%,2018年一季度公司投资收益为-935.35万元,较上年同期下降1.94047%,对净利润影响较大。

事实上,以“中国豪华客车的领导者和标杆”自居的安凯客车,盈利能力并不可观。记者查阅财报发现,2013年~2017年安凯客车归属净利润分别为-3473万元、2354万元、4024万元、5135万元、-23000万元。扣非后净利润分别为-129亿元、-2723万元、648万元、-741万元、-296亿元。

其中,2013年~2017年安凯客车计入当期损益的政府补助分别为9714.7万元、3836.4万元、4492.9万元、6362.2万元、6638.8万元。从数据来看,计入当期损益的政府补助对净利润的贡献占比较大。

依靠“政府补助”来提亮净利润的安凯客车,面对“新能源补贴政策”逐渐退坡,政府补贴减少的现实情况,2017年,安凯客车实现销量同比下降14%,至8717辆,营业收入合计同比增长14.54%至54亿元。但在

还原新能源补贴后,营业收入同比下降18.25%。归属净利润约亏损2.3亿元,同比下降548.2%,净利润出现“断崖式下滑”。

对于亏损的原因,安凯客车并未过多解释,只在年报中表示,“受计提应收账款减值准备等影响,2017年公司经营亏损。”汽车行业分析师贾新光曾



安凯纯电动公交车

在接受记者采访时表示,在长途客运蓬勃发展的时期,安凯客车曾以豪华舒适赢得市场空间,但近年来受高铁动车冲击和行业竞争影响加剧。

事实上,在激烈的市场竞争环境下,2018年一季度同行业的宇通客车、中通客车、金龙汽车、亚星客车普遍存在净利润下降的情况。

## 急需资金解渴

为了满足公司主营业务发展需要,保障生产经营资金,安凯客车3月21日发布了多则与融资贷款有关的公告。

净利润亏损的背后是安凯客车对资金的渴求。记者关注到,近半年来,安凯客车多次进行“资本运作”。

4月23日,安凯客车非公开发行股票获证监会审核通过,公司计划以非公开发行的方式发行新股不超过1.39亿股,募集资金总额不超过5.36亿元,主要用于中型高档商用车项目、产品验证能力提升项目、数字化管理系统能力建设项目、偿还银行贷款。

据了解,安凯客车非公开发行股票相关事宜是经公司2017年5月第

一次临时股东大会审议通过的,距今届满一年。但近日安凯客车将本次非公开发行股票相关事宜的有效期限延长12个月至2019年5月7日。

几乎用了快一年的时间定增才获证监会审核通过,但具体发行时间仍未敲定。一方面项目建设需要资金投入,一方面新能源补贴款延迟拨付。此外,安凯客车还面临20.08亿元的应收账款。

在上述背景下,为了满足公司主营业务发展需要,保障生产经营资金需求,安凯客车3月21日发布了多

则与融资贷款有关的公告,其中包括委托公司控股股东江淮汽车代为申请贷款不超过人民币5亿元,办理应收账款质押总金额不超过8亿元人民币用于融资。

同一天的另一则公告引起了记者的关注,安凯客车公告称,“拟申请利用自有闲置资金购买银行保本型理财产品,使用金额不超过6亿元,在此限额内资金可滚动使用。”

安凯客车在多处融资公告中表现出对“资金的渴求”,但又公告称拟利用自由闲置资金购买银行保本型理

财产品。这笔闲置资金从何而来,为什么不用于项目建设或偿还欠款?

“今年上半年公司收到8个亿的政府补贴,8个亿的补贴到账不可能一下子就花出去。在银行贷款还未到期情况下,为了提高资金使用效率,选择购买银行保本型理财产品。”证券部相关负责人告诉记者。

上海明华有道咨询公司执行总监封士明认为,这可能是一种组合投资,在投资回报率高于贷款利率的情况下,企业出于“逐利”的本能,进行利差的赚取,此类投资决策也属合理。

## 受累于“按揭销售模式”

安凯客车2017年净利润大幅下跌与其采取的“按揭销售模式”有关。

值得关注的是,3月21日当天,安凯汽车在公告中称,“公司拟将在2018年度为购买本公司汽车产品而申请银行或租赁公司按揭贷款的客户,提供总计不超过人民币95亿元的汽车回购担保。”

“为了提高竞争力达到刺激销量的目的,客车行业普遍采取‘按揭销售模式’,但确实存在一定的风

险。”上述证券部相关负责人表示。

事实上,安凯客车2017年净利润大幅下跌与其采取的“按揭销售模式”有关。据了解,截至2017年12月31日止,安凯客车为其法人客户代垫按揭逾期款1.52亿元,为其个人客户代垫按揭逾期款4110.9万元,分别计提坏账准备3636万元、7692.2万元。

“按揭销售模式”在客户无法按期还款的情况下,不仅需要生产销售企业代为垫付,而且存在坏账风险。在此情况下,记者询问安凯客车“是否考虑改变这种销售模式?”

“按揭销售模式是客车行业的基本销售模式,确实存在风险,但取消按揭销售模式可能会造成一个后果:订单量减少。”上述证券部相关

负责人告诉记者。

据上述证券部相关负责人介绍,公司有一整套的流程来把控“按揭销售模式”可能产生的风险。在事前审核阶段,首先要判断客户是否是优质客户,判断客户的信用情况,后续公司会有专门的风控部门对客户进行事中跟踪、事后法务介入等。

上接《C14》

## “押宝”新能源

逐步推动汽车产业转型的同时,新能源汽车已成为我国汽车产业接下来的发展重点,国内汽车市场已经迎来了更为深刻的变革。新能源汽车的热潮下,各家车企都积极在新能源汽车领域进行布局,不愿在错失任何风口的神龙汽车自然也不例外。

关于富康品牌的发展,苏维彬表示,“目前在发展自主品牌的新能源汽车上,可能有更大的空间,未来富康品牌的新能源车会成为神龙汽

车的第三品牌,它将会覆盖到雪铁龙和标致很难涉及到的区域和细分市场。”

在业内人士看来,富康品牌才是神龙汽车将发展新能源汽车落到实处的具体表现。崔东树认为,“富康作为神龙汽车的新能源汽车品牌重新与国内消费者见面,一方面能够填补神龙汽车在国内汽车市场上的空白,另一方面也可借助富康未曾消失的影响力来铺垫自身在新能源汽车领域的影响力,抢夺市场份额。”

此时神龙汽车推出新能源汽车品牌除了是要布局、抢夺市场之外,也是为了应对双积分压力。2017年平均燃料消耗量积分37511,新能源积分为0的神龙汽车压力可想而知。“短期内富康品牌一方面是神龙汽车试水新能源汽车领域的试验,另一方面也是应对双积分政策压力的表现。”汽车行业知名分析师,师田永秋如是说道,“从长远而言,神龙汽车或许利用富康品牌在新能源汽车领域过渡,不排除未来神龙

汽车还会推出其他新能源汽车品牌的可能性。”

神龙公司产品规划部部长、技术中心副总部长程军透露,“在未来3年会有6款全新的新能源车,富康品牌会有两款,标致、雪铁龙总共加起来有4款。今年会有一个全新的富康品牌电动车推向市场,2019年还会有一款富康的纯电动SUV上市,明年下半年会非常密集的推出插电混合动力车,到2020年初会有一个全新的标致品牌纯电动车上市。”

## 前景未知

对于神龙汽车而言,今年是其转型的第一年,也是最为关键的一年;除了要在新能源汽车领域发力之外,重回赛道也是神龙汽车的发展目标。正因如此,富康品牌也被外界看作是拉动神龙汽车销量高增长先锋队的。

面对阵痛期,神龙汽车进行了神龙体系“大手术”,制定了“三步走”战略。在保持神龙公司在股东双方集团中的战略地位不变,神龙公司未来跨越百万辆目标不变以及神龙汽车经营层依靠自身努力重回赛道的信心不变的前提下,神

龙汽车要实现2017年站稳脚跟,2018~2020年重回赛道,2021~2023年追求卓越的中期事业发展规划目标。

当前,神龙汽车基本实现了第一步走目标,进入到2018年~2020年重回赛道阶段。对此,苏维彬解读到,“2018年夯实基础,2019年价值提升,2020年市场突破,全力冲刺70万辆销量目标,经营利润率5%以上,市场份额至少占据3%,质量达到行业前三水平。”

从国内新能源汽车市场的发展来看,新能源汽车是神龙汽车实现

重回赛道目标的重要一环,而富康品牌有着至关重要的作用。一方面,依赖于富康品牌的品牌力,能够刺激到消费者的怀旧情怀,从而吸引消费者产生购买行为;另一方面,对于消费者而言,购买合资自主产品是非常实惠的选择。业内分析认为,如果富康品牌定价合理,就会有一定程度较为良好的销量表现。综合这两方面原因,重启富康品牌在未来能够在一定程度上拉动神龙汽车的整体销量。

此外,上述分析师表示,此番神龙汽车复产富康品牌也颇有应对未

来合资股比放开、品牌发展的考量。随着未来合资股比限制的放开,自主品牌的竞争压力会越来越大。近年来发展受挫的神龙汽车,如果能依靠富康品牌,形成良好的市场竞争力和品牌力,在未来或许可以与外资品牌抗衡。

对于神龙汽车而言,重启富康品牌能否拉动神龙汽车挑战高销量目标,神龙汽车又能否借此重回赛道都值得深思。尽管一切尚需市场考验,但不可否认,神龙汽车此番的转型也恰好是符合汽车市场发展的趋势。

业务进展缓慢盈利模式待考

# 大搜车1%佣金价格战能打多久?

本报记者 刘媛媛 上海报道

汽车新零售平台“大搜车”近来在二手车市场上动作频频。先是于4月初完成了对二手车交易平台车易拍100%的并购,后又于近日宣布推出卖车比价平台,宣传铺天盖地。

据悉,大搜车方面称,在公司卖车比价平台上,可以“在线向全国超10万职业买家发起竞拍,最快15分钟就有拍卖结果”,并打出了“我是中间商,我只收1%服务费”的旗号,承诺这一收费标准5年不变。

不过,《中国经营报》记者在大搜车官网体验后发现,虽然自称是比价平台,但其官网首页仅有“免费卖车”和“快速

估价”两个选项,并未提供任何价格对比功能,且无买家入口。当记者选择“快速估价”这一选项,提交车型及联系方式等信息后,首页也仅跳出“您的专属顾问将在明早8点后与您联系”的字样,所谓的快速估价并未切实感受到。

在二手车电商盈利难题未解的当下,大搜车坚持5年不变只向买家收取1%的服务费,是否有足够资金打赢这场低佣金狙击战,是否能保证评估公允,保证车商的利益都还是一个未知数。连日来,记者多次致电致函杭州大搜车汽车服务有限公司和北京搜车网科技有限公司相关部门,截至发稿,均未获得回应。

## 赔本赚吆喝?

资料显示,大搜车于2012年底成立,由神州租车创始团队成员、前执行副总裁姚军红创建。公司致力于成为中国第一的二手车交易服务提供商,为车商的日常经营提供数据分析、营销管理、金融及交易服务。

2012年设立之初,大搜车即获得晨兴资本、源渡创投两家机构合计数百万美元的A轮融资;2013年9月,大搜车获得由红杉资本领投的千万级美元B轮融资;2016年10月,大搜车C轮融资1亿美元,蚂蚁金服领投,神州租车参与本轮融资;2017年4月,大搜车D轮融资1.8亿美元,美国华平投资集团领投,香港鼎晖投资集团、铂明投资、佐誉资本、海通国际、宜信新金融产业投资基金、晨兴资本、高鸽资本跟投;2017年11月,大搜车E轮融资3.35亿美元,阿里巴巴领投,美国华平投资集团、春华资本、招银国际跟投。

从融资路径来看,大搜车似乎不差钱。但根据现状,虽然我国二手车市场规模达数千亿元,二手车电商的渗透率却只有10%左右,绝大多数二手车电商仍处于亏损状态。

去除检测、过户、物流、服务等硬性成本,再加上巨额的广告营销费用,在官网标明收取4%服务费的人人车与瓜子二手车尚且不盈利,那么宣称坚持5年

只向B端车商收取1%佣金的大搜车是否有资本撑过5年?公司真正的意图又是什么?

对此,姚军红在接受媒体采访时表示,之所以把佣金定得很低,是因为大搜车只是交易赋能逻辑,交易成本很低。公司实际在其他维度上会有机会盈利,并不需要一定在交易环节上收费。“在消费者卖车,车商收购这个环节,我们是否要挣钱不重要,我们其实在四个维度上赋能线下零售店,给他客户、货源、金融产品,帮助他提升能力等,这四个维度都是有可能会盈利的。我跟团队讲,我们定义的是生态之战,我要为我的二手车生态作战,打个仗。生态健康了,未来盈利的机会就越大。”

在记者的采访过程中,中国汽车流通协会专家委员会专家、中国汽车服务产业研究中心顾问指导委员会顾问顾景辉认为,“坚持5年只收1%佣金”的口号实际上是平台为了吸引用户的一个宣传点,否则在与其他二手车电商平台竞争方面没有亮点可言。对于大搜车来说,前期相当于赔钱赚吆喝,烧钱为自己打市场,以期在有限的资源范围内最大化地提高市场占有率,当达到一定规模后,有望实现盈利。另一方面,公司可能也是希望利用大数据资源,在其他方面进行资源整合、利用。

## 流量数据难言乐观

在盈利之外,大搜车的业务进展似乎颇为缓慢。从公司的宣传内容来看,大搜车从4年前就开始进行B端的数字化,其中包括了30000多家二手车车商、60000多家新车二网,以及5000多家4S店,并购车易拍之后,又增加了车易拍多年深耕的车商资源。

不过,记者在下载大搜车旗下面向二手车商的APP后发现,当前平台累计有29000多辆批发车源在售,但并无在拍车辆,拍卖市场累计成交数仅为20辆。

从流量数据来看,近期的密集营销似乎也未带来积极效应。艾瑞数据最新发布3月汽车电商类APP指数显示,前四位分别为瓜子二手车、优信二手车、淘车及人人车,而大搜车、车易拍均未上榜。

有媒体报道称,根据七麦数据iOS端下载量预估情况,大搜车APP下载量从3月12日开始一路攀升,增长势头高涨,但从数量值来看,4月16日为近期高点,下载量仅为441,上线的一个半月时间内,累计下载量预估仅为5184。而优信二手车领先其76倍、人人车领先其近165倍、瓜子二手车领先其超370倍。

体验不够优越,流量数据难言乐观的同时,公司采用的二手车检测评估标准也遭到质

疑。大搜车方面表示,为了解决买卖双方信息不对称的问题,平台采用268V标准化二手车检测评估系统,解决B端车商的后顾之忧。而这一监测评估系统是否公允,是否适用于每辆车尚存疑惑。

汽车工业资深专家陈光祖告诉记者,在二手车检测评估方面,我国的认证师还不够充足及专业,不像美国二手车市场已经非常成熟,二手车的认证师经验相当丰富,几乎一听到发动机的声音就能大概了解车的使用情况。他认为,因为每辆车的情况都不一样,所谓的检测标准也并不完全做到公允,最重要的还是认证师的经验。“这就像我们看病一样,这过程中医生的经验很重要。”

业内外普遍在猜测,大搜车以烧钱模式高调杀入二手车交易市场,是否会打破瓜子二手车、优信二手车、人人车原有的“三国争霸”局面。对此,汽车行业知名评论员颜景辉认为,随着二手车市场热度的日益高涨,必然还会有一批新的成员入局,行业难免会进入前仆后继、优胜劣汰的过程。

“应该会打破,但其并没有太大优势。”全国乘用车市场信息联席会秘书长崔东树说道。  
李静对本文亦有贡献