

# “调整期”销量继续下探 北京现代称尚无转移闲置产能计划

本报记者 郭少丹 北京报道

“目前尚无此事项的。”针对外传北京现代计划转移闲置产能一事，北京现代营销策略部部长沈鹏9月25日在接受《中国经营报》记者采访时表示。

近日，据外媒援引消息人士称，北京现代在华市场销量复苏待时，为解决产能闲置问题，正计划将在中国制造的汽车向东南亚等新兴市场出口。

从2017年国内销量遭遇滑铁卢后，北京现代便进入了以价换量的“调整期”。但“调整期”头年销量继续下探，2018年前8个月北京现代总销量为46万余辆，同比不及

## 产能“包袱”越来越沉

粗略计算，即便北京现代能够顺利完成今年销售目标，今年年底，将可能增加70万辆闲置产能。

北京现代产能闲置从2017年8月底重庆工厂投产便开始加码。

2002年出现在中国市场的北京现代，依靠合资品牌中高性价比优势，迅速赢得了市场青睐，成为韩系车明星品牌，曾在2013年~2016年连续年销量过百万辆。2015年北京现代开始扩充产能，生产工厂从北京向河北沧州、重庆工厂扩展，其中河北沧州工厂于2016年下半年投产。

2017年北京现代的年总产能已达135万辆，但这一年北京现代遭遇了十多年来从未有过的市场打击，销量连续多月负增长，年目标从125万辆紧急下调至80万辆年，并实施降价策略试图走量。

记者粗略计算，2017年北京现代实现全年销量82万辆。若抛开重庆工厂后几个月贡献的产能，以135万辆年产能计算，2017年北京现代闲置产能或近50万辆。

2018年是北京现代的“调整年”，继续降价策略，同时加速推出新车刺激销量。但从目前数据来看，2018年前8个月北京现代的销量走势犹如低空过山车，效果不及预期，总销量46万余辆，同比不及去年低谷时期的销量，其中7月全

去年低谷时期的销量。

战绩“萧条”导致产能闲置。据了解，北京现代目前共有五大整车工厂，合计产能165万辆。关于产能闲置的具体情况，记者从官方求证未果。不过，记者按照北京现代年目标完成量和工厂开工时间粗略计算，2017年、2018年两年的闲置产能或将达120万辆。

在销量继续下探、产能闲置量增多的情况下，沈鹏虽明确表示，2018年“暂无”调整产能计划，但称四季度会有两款新车上市。尚无产能转移计划、暂不调整产能，仅靠降价推新如何解决百万闲置产能问题？

系车型总销量仅约3万辆，环比腰斩，创近年单月销量新低。

销量承压下，年销目标也几经调整。年初北京现代将2018年销售目标设定为90万辆，4月初调至95万辆，9月中旬再次调回90万辆。按照90万辆计算，北京现代前8个月的总销量仅约占总目标的一半，接下来4个月时间里北京现代背负44万辆的销量任务。依照目前表现情况，业内预估北京现代实现目标压力巨大。

巨大压力或许还来自闲置产能的继续增加。就在2017年8月初紧急下调目标的同时，北京现代的生产线反继续扩充，彼时刚建成的重庆工厂于8月底投入生产。重庆工厂是北京现代的第五大工厂，规划整车年产能可达30万辆，发动机年产能达30万台。重庆工厂投产后，北京现代目前总产能达165万辆。

记者粗略计算，即便北京现代能够顺利完成今年销售目标，今年年底，将可能增加70万辆闲置产能，2017年、2018年两年总闲置产能或将达120万辆。接受记者采访时，沈鹏明确表示2018年“暂无”调整产能计划。

## 产品力滞后

北京现代主要问题是产品力未能与市场需求同步，曾经热卖的车型，在竞争日趋激烈的环境中，逐渐失去竞争力；产品推陈出新速度也未能跟上市场节奏。

针对上述北京现代的市场表现，业内已有诸多分析，普遍认为北京现代如今深陷销量走跌、产能积压困境，去年国际关系原因只是引爆点。北京现代副总经理、销售本部副部长樊京涛也曾表示，通过去年(2017年)的政治影响后，我们发现了很多内功不足的地方，我们需要夯实基础工作。

汽车分析师封土明表示，在消费升级下，市场环境大变，上有一线合资品牌碾压，下有自主品牌追赶，北京现代在品牌塑造、产品推新增质、营销模式等本土化方面均较显滞后。

其中，从乘联会公布的销量数据显示出的外因是，自主品牌崛起、关税下降合资品牌价格下探等正在削弱北京现代的高性价比优势；2017年车企排行前十名依次是上汽大众、上汽通用、一汽-大众、上汽五菱、东风日产、吉利汽车、长安汽车、长城汽车、长安福特、北京现代。北京现代被

## 何去何从？

从市场信息来看，北京现代“不急不缓”，对闲置产能并未表现出过多担忧。但市场关注的是，降价推新策略刺激销量的效应，在琳琅满目的汽车市场，能持续多久？

不论何种原因，目前摆在北京现代面前的一道难题是，闲置的产能如何处置。

中国汽车流通协会副秘书长罗磊表示，产能闲置过高直接影响企业资金盘活率降低，给研发生产制造等方面带来制约。一般情况下，去产能的途径不外乎是实施有效措施提升产能利用率，或转让闲置产能，减少压力。

按照北京现代的战略，2018年是北京现代全新品牌战略的落地年，北京现代将通过新产品、新技术、新营销、新服务，全面唤醒品牌活力、提升智慧品牌形象，推动全年销量目标达成。并通过



记者按照北京现代年目标完成量和工厂开工时间粗略计算，2017年、2018年两年的闲置产能或将达120万辆。

本报资料室图

多家后来者碾压。

内因则从业内反馈中表现出，北京现代“多代同堂”的销售模式常遭诟病，诸多业内人士吐槽其新老款车同卖导致北京现代内部竞争，老车降价策略则折损相应产品在细分市场的品牌

影响力。

但有人对此不以为然，认为从消费者角度考虑，多款同售的方式能满足不同层级的消费群体的需求。汽车分析师钟师便表示，“多代同堂”、降价只是一种销售策略，北京现代的结症不

在于此。

钟师认为，北京现代主要问题是产品力未能与市场需求同步，曾经热卖的车型，在竞争日趋激烈的环境中，逐渐失去竞争力；产品推陈出新速度也未能跟上市场节奏。

# 和谐汽车2018上半年收入下滑7.8% 押宝拜腾发力新能源

本报记者 梁德明 童海华 广州报道

近日，中国和谐新能源汽车控股有限公司(以下简称“和谐汽车”)发布2018年中期报告。

据了解，和谐汽车2018年上半年的收入为46.87亿元，同比下滑7.8%。报告期内，和谐汽车新乘用车销售业务所得收入为39.99亿元，与2017年同期的

## 战略调整负面影响犹存

从和谐汽车的2018年中期报告得知，和谐汽车2018年上半年的收入为46.87亿元，较2017年同期的50.85亿元下滑7.8%。

此外，报告期内，和谐汽车归属于母公司拥有的人的期内溢利约为4.24亿元，较2017年同期的5.65亿元下降24.8%。截至2018年6月30日，本集团拥有的流动资产净额为20.09亿元，与截至2017年12月31日的流动资产净额20.76亿元相比下降3.2%。

对于2018年上半年业绩情况，和谐汽车表示，归属母公司溢利低于去年同期主要归因于集团投资收益方面，并不影响公司现金流。

此外，据了解，2018年上半年和谐汽车的资本开支为3.33亿

43.14亿元相比有所下降。

和谐汽车回复《中国经营报》记者表示，和谐汽车2018年上半年传统4S店业务与去年同期相比发展稳定，利润基本持平。归属母公司溢利低于去年同期主要归因于集团投资收益方面，并不影响公司现金流。

此外，和谐汽车在报告中提到其参股的FMC(品牌名为拜

腾)发展现状。据了解，拜腾于2018年第二季度完成了B轮5亿美元的融资，投资估值为22亿美元。

和谐汽车表示，随着拜腾汽车量产和新车交付，和谐汽车在新车销售、售后服务方面与FMC的紧密合作，将会给和谐汽车带来可持续性的更大的收益和现金流。

和谐汽车表示，随着拜腾汽车量产和新车交付，和谐汽车在新车销售、售后服务方面与FMC的紧密合作，将会给和谐汽车带来可持续性的更大的收益和现金流。招商证券国际在分析中提到，公司目标在2021年实现盈亏平衡。

此外，和谐汽车在公告中表示，该公司将于股票市场回购股份，拟以自有资金进行股份回购不超过5500万股。和谐汽车向记者表示，目前公司价值被严重低估，故董事会决定回购股票，以表示董事会和管理层的信心。

## 汽车销售业务承压

在具体业务上，和谐汽车的收入主要来源于新乘用车销售业务，占2018年上半年收入的85.3%；收入的其余部分均来源于售后及精品业务，占2018年上半年收入的14.7%。而在报告期内，集团销售汽车所得收入为39.99亿元，与2017年同期的43.14亿元相比有所下降。

此外，和谐汽车于2018年上半年的其他收入及收益净值为4.38亿元，较2017年同期的5.74亿元下降23.7%。

和谐汽车表示，2018年上半年乘用车销量增速已大为放缓，同时豪华汽车市场受到房地产停滞、股市下跌及关税政策不确定性等因素影响，各豪华汽车品牌的销售增速表现不一。对于和谐汽车而言，其专营豪华及超豪华汽车，进口汽车约占业务量的40%，以上因素对

## 押宝拜腾发力新能源

虽然营业收入、净利均出现了下滑，但和谐汽车在新能源汽车项目上持有较大信心。

此前，和谐汽车已经参股FMC，目前仍为FMC最大股东。2015年7月，富士康、腾讯与和谐汽车按照3:3:4出资，共同注册成立河南和谐富腾互联网+智能电动汽车合伙企业(有限合伙)(以下简称“和谐富腾”)，初始规模10亿元。后来，和谐富腾基金孵化出了FMC以及爱车两个电动汽车项目，其中FMC依靠着和谐汽车单方面推动发展。

和谐汽车表示，随着拜腾汽车量产和新车交付，和谐汽车在新车销售、售后服务方面与FMC的紧密合作，将会给和谐汽车带来可持续性的更大的收益和现金流。招商证券国际在分析中提到，公司目标在2021年实现盈亏平衡。

进口汽车业务影响较大。

从市场情况来看，根据中国汽车工业协会统计，2018年上半年中国乘用车销量达到1177.5万辆，同比增长约4.64%，市场增长趋于平缓。而中国汽车流通协会公布的“中国汽车经销商库存预警指数调查”则显示，2018年同期的43.14亿元相比有所下降。其中，8月汽车经销商库存预警指数为52.2%，同比上升5.1个百分点。

中国汽车工业协会秘书长助理许海东认为，近几个月来，车市销售下滑主要与底层消费者较少及消费信心不足相关。市场竞争会在车市下滑的情况下更加激烈，但是未来十年中国汽车市场还会保持增长。

中国汽车流通协会副秘书长罗磊则表示，尽管2018年国内汽车市场增长出现放缓趋势，但总体

销量仍然不错，汽车市场并非真的出现“寒冬”。而对经销商来说，上半年金融吃紧，货币流动性比以往差，因此在经营层面压力较大。此外，市场需求趋于疲软也考验着企业的盈利能力。

不过，在整体车市增长放缓的背景下，豪华车的发展情况较好。2018年前8个月的豪华车市场份额已经达到12.8%，同比增长1.2%。罗磊表示，豪华车市场的整体表现比中低端车市场要好一些，有消费升级的趋势。

和谐汽车认为，随着进口车关税下调，进口车平均单价下降，汽车消费有向豪华端转移的趋势。此外，和谐汽车透露，集团于7-8月的新车销售数量已恢复正常，与2017年同期略有增加，预计上半年销量的滞后压力将于下半年得到释放。