

# “国内汽车经销商第一股”光环褪去 \*ST庞大12年A股旅程行将“谢幕”

本报记者 尹丽梅 董海华 北京报道

庞大汽贸集团股份有限公司(以下简称“\*ST庞大”,601258.SH)长达12年的A股旅程即将走至终点。

5月25日,\*ST庞大发布公告称,公司已收到上海证券交易所(以下简称“上交所”)上市公司管理二部下发的《关于拟终止庞大汽贸集团股份有限公司股票上市的事先告知书》。上述公告显示,截至2023年5月24日,\*ST庞大股票收盘价已连续20个交易日低于人民币1元,根据《上海证券交易所股票上市规则(2023年2月修订)》(以下简称《股票上市规定》)规定,\*ST庞大股票已经触及终止上市条件,上交所依据《股票上市规则》相关规定对\*ST庞大股票作出终止上市的决定。

## 从“4S店之王”到濒临退市

从2017年到2023年,\*ST庞大的前进之路颇为曲折。

\*ST庞大曾有“4S店之王”的美誉。\*ST庞大成立于2003年,2011年4月28日,其在上交所正式挂牌上市,成为国内第一家通过IPO实现登陆A股的汽贸集团。

官网信息显示,2014年,\*ST庞大首次荣登世界汽车品牌百强榜,作为唯一入选的汽车经销商集团,排名第50位,品牌价值达17亿美元;在2018年中国新零售百强排行榜TOP100中,排名第21位。在2020年之前,其一直位列中国汽车经销商集团百强排行榜前十。

\*ST庞大曾经是国内规模最大的汽车经销商,其多年的发展一直受业内关注。

记者注意到,2022年,\*ST庞大位列“2022中国汽车经销商集团百强排行榜”第17名,排名相较此前有所下滑。

与此同时,根据\*ST庞大今年4月19日发布的2022年年度报告,截至2022年12月31日,公司拥有267家经销门店。可以看到,\*ST庞大经营网点数量在持续缩减。数据显示,2019年~2021年,其经营网点数量分别为402家、329家和283家。值得注意的是,2020年~2022年,\*ST庞大整车销量分别为14.1万辆、14.14万辆和12.98万辆。

时间的指针走向2023年,\*ST庞大“4S店之王”等光环褪去,根据上交所以及中国证券监督管理委员会下发的相关文件,\*ST庞大退市已无悬念。

根据\*ST庞大5月25日发布的《关于收到股票终止上市相关事项监管工作函的公告》,截至2023年5月24日,\*ST庞大股票收盘价为

至此,在完成破产重整3年多时间后,昔日“4S店之王”“国内汽车经销商第一股”——\*ST庞大退市已经是“板上钉钉”。5月25日开市起,\*ST庞大股票停牌。

5月27日,\*ST庞大再次发布公告称,公司于2023年5月26日收到中国证券监督管理委员会下发的《中国证券监督管理委员会立案告知书》(编号:证监立案字0162023008号)。因涉嫌信息披露违法违规,根据《中华人民共和国证券法》《中华人民共和国行政处罚法》等法律法规,证监会决定对公司立案。立案调查期间,公司将积极配合证监会的相关调查工作,并严格按照监管要求及时履行信息披露义务。

\*ST庞大旗下4S店一度超过

1400家,市值超过500亿元,其走向退市的结局令人唏嘘。一位资深豪华品牌销售总监对记者表示:“国内大的汽车经销商集团大多采用重资产模式,庞大集团就是个典型案例。买地建店再加上向厂家采购汽车支付购车款,4S店资金周转庞大,一旦遇到市场环境恶劣,资金链就容易出现问题。基于此,很多经销商集团会采用上市的方式进行融资和资金周转,但上市之后,扩张的脚步一步一步不能停,时刻都得想着财务报表数据。在高压之下,激进扩张所带来的风险也会越来越大。”

据悉,在购地建店的模式下,\*ST庞大的土地拥有量曾高达1.25万亩,这使得其资金大量被占用,这一重资产模式叠加其面临的发展运营环境不利,使得\*ST庞大陷入困局。

2019年,因资金紧张无法清偿到期债务,\*ST庞大被债权人申请重整,并导致控制权易主,三大重整方之一的深圳市深商控股集团股份有限公司总裁黄继宏成为实际控制人。

“2018年,受市场环境波动较大及公司立案调查事件持续发酵等因素影响,公司经营面临前所未有的压力与挑战,部分金融机构对公司采取了一系列紧缩信贷措施,公司资金紧张的情况进一步加剧,严重影响公司的正常经营。”\*ST庞大方面此前曾表示。

根据2019年经法院裁定批准的《重整计划》,\*ST庞大重整投资人及其关联方受让人曾承诺:\*ST庞大2020年、2021年、2022年净利润分别不低于7亿元、11亿元、17亿元,或三年净利润合计达到35亿元。

而根据今年4月\*ST庞大披露的2022年度报告,庞大集团2020年、2021年和2022年,实现归属于上市公司股东的净利润分别为5.80亿元、9.02亿元和-14.41亿元,三年累计实现归属于上市公司股东净利

润为0.41亿元。根据《重整计划》的规定,重整投资人需补足的业绩承诺补偿款为34.59亿元。

从“4S店之王”到走向退市,\*ST庞大何以迎来今天的结局?多位业内受访人士认为,\*ST在上市之后,通过自购土地建店的方式快速扩张,其重资产运营模式使其面临较大的运营压力和现金流负担。据悉,\*ST庞大将大部分在销售端获取的利润投入到了重资产购地建店上面,这使其经营风险加剧。

在2016年度财务报告公告中,\*ST庞大曾有这样的表述:“公司的营业网点主要在自有土地上建设,虽然短期内造成资金沉淀、费用增加的负担,从财务报表上对公司业绩造成一定的影响,但随着土地升值,公司的实际资产价值快速增加,使公司经营的安全性得到很大提升,长期来看公司的土地资源有利于降低企业经营成本,充分发挥资产效益,有利于公司的长期发展。”

显然,彼时\*ST庞大没有料到其接下来会陷入困局。在陷入困局之后,\*ST庞大曾经的“掌舵手”庞庆华曾表示:“2017年被中国证监会调查的事件给公司的经营带来了前所未有的负面影响,特别是融资困难、资金紧张制约了公司的正常经营,这给我们带来了很大的伤害。”

一位经销商集团负责人对记者说道:“除了自购土地建店扩张导致资金压力加大外,国内汽车市场增速放缓,汽车销售利润变薄也加大了庞大的经营压力。而面临市场环境的变换,庞大也未能及时、有效地调整和转型。”



通过自购土地建店的方式快速扩张,\*ST庞大重资产运营模式使其面临较大的现金流负担。

本报资料室/图

## 传统经销商模式的困局与变革

过去以燃油车产品为主体的汽车经销商,迫切地需要对产品品牌进行“瘦身”。

\*ST庞大今天面临的局面不仅令人心生感慨,也让汽车产业传统经销商模式的困局与变革再次回到聚光灯下。

根据2023年2月6日中国汽车流通协会发布的《2022年全国汽车经销商生存状况调查报告》(以下简称“《调查报告》”),2022年,完成年度销量目标的经销商占比仅为19.4%,42.2%的经销商完成了年任务指标的80%以上。2022年汽车经销商亏损面较2021年有所增加。豪华/进口品牌整体盈利情况较好,超过四成的经销商实现盈利,合资品牌及自主品牌的盈利经销商占比分别为30.3%及23.8%。

《调查报告》显示,资金压力大、获客成本居高不下、客流量减少是经销商的核心痛点。

与此同时,根据中国汽车工业协会披露的数据,今年1~4月,我国汽车产销分别完成835.5万辆和823.5万辆,同比分别增长8.6%和7.1%。值得关注的是,今年1~4月,新能源汽车产销分别完成229.1万辆和222.2万辆,同比均增长42.8%,市场占有率达到27%。

可以看到,新能源汽车正在进一步挤压燃油车的市占率。

而目前汽车经销商面临的情况是,燃油车销售仍是国内汽车经销商的支柱业务。

“传统燃油车下行已成趋势,新能源车高速增长,进入了政策与市场双轮驱动的全新发展阶段,此消彼长的趋势愈发明显。”近日,在2023中国汽车经销商大会上,中国汽车流通协会会长沈进军表示,伴随着产品的变化,过去以燃油车产品为主体的经销商,迫切地需要对产品品牌进行“瘦身”。经销商需要根据企业自身发展的特点和状况,对经营的区域和结构进行量身定制与优化调整。

“对于广大经销商而言,市场的持续下行带来了巨大的生存压力,从去年百强经销商集团的数据来看,出现了营收、利润等多个维度的下滑,这在以往是罕见的。唯有变革方能实现破局,希望经销商能够充分发挥好自身在诚信经营和品牌口碑,以及在打造新车、二手车全生命周期闭环等方面所具备的独特的渠道价值和服务优势。”沈进军说道。

沈进军建议,汽车经销商应从四个方面发力:其一要充分利用好政策红利,全力推动

二手车发展;其二要全面拥抱新能源,顺势而为打造新能源车销售服务新模式;其三要牵住数字化“牛鼻子”,实现精益化运营,推动用户价值增长;其四要以汽车新零售驱动线上线深度融合。

头豹研究院汽车行业分析师黄鸿羽认为,近年来造车新势力的兴起,一方面意味着新能源汽车挤压传统燃油汽车市场,传统经销商完成销量任务的难度加大。另一方面,当前行业内出现了自营、代理等新模式来取代传统授权经销,部分车厂为了获取更大的利润而试图把经销商从汽车交易链中剔除。在这一背景下,二手车市场的崛起将为市场注入新的活力。

“2023年后的二手车市场将朝着更规范、更集中的方向快速发展。预计在2025年我国汽车经销商市场规模将超过1万亿元。目前看来,未来的经销商行业最重要的是维护自己作为主流渠道的同时,抓住新的细分市场变革机遇。汽车经销商需要在二手车、汽车金融的模块找到新的增长点,来应对当前趋势下可能损失的一部分收益。”黄鸿羽表示。

# 智充科技丁锐:做中小型运营商的钉钉 以技术手段提高投资回报率

本报记者 陈茂利 北京报道

“我们目前服务的运营商基本上能在9个月左右完成投资回报,这得益于智充科技与运营商从软硬件和运营上不断共创。”电动汽车充电设备及能源方案供应商智充科技创始人、董事长丁锐表示,“未来,智充科技会坚持为提升运营者ROI(投资回报率)效率而持

## 充电桩下乡需要政府支持

就电站“县县全覆盖”、充电桩“乡乡全覆盖”这一目标,丁锐解读说,“充电桩下乡并不是表面上所指的将充电桩建到村子里,而是主要布局在县级城市。当前,农村人口正在向城市迁移,我觉得新能源汽车的增长点来自于人口城镇化带来的需求,比如城镇新开发小区、新建的商场、新建的道路,这些地方需要公共充电站。”

据悉,充电站建设需要满足四个要素:地、电、车、桩,涉及场地规划、技术支持、供电设备、运营管理等多个方面。

续做出努力。”

近日,就推动“充电桩下乡”以及充电桩下乡面临建设成本高、回本周局长、运维难度大等痛点,《中国经营报》记者对丁锐进行了采访。

丁锐曾担任特斯拉家庭充电项目负责人,在敏锐嗅到充电桩市场的巨大商机后,于2015年创办了智充科技。

“在农村地区适度超前建设充

在丁锐看来,在县城、乡镇建立充电桩首先要考虑的就是选址问题,也就是“地”的问题,“充电站是公共设施,建在哪儿是个问题,是建在乡镇医院,还是建在乡镇政府,还是乡镇政府为了推广电动汽车建设专用充电站,这需要考虑。20年、30年前加油站建设就面临这一问题,这不仅仅是批块地的问题,需要科学选址。”丁锐指出,“在‘地’‘电’上需要地方政府和相关部门的支持。”

“明确建设主体和落地的位置,下一步才是谁投资、谁运营、谁管理、谁使用的问题。”丁锐表示。

电基础设施”,“加快实现适宜使用新能源汽车的地区充电站‘县县全覆盖’、充电桩‘乡乡全覆盖’”。近期,国家发展改革委与国家能源局公布《关于加快推进充电基础设施建设 更好支持新能源汽车下乡和乡村振兴的实施意见》(以下简称《实施意见》),《实施意见》中提出上述目标。

对于推动充电桩下乡,丁锐

采访中,记者了解到,对于充电桩下乡,定位为“做中小型运营商的‘钉钉’”的智充科技将发挥其建设、运营、管理的优势。在充电桩行业深耕多年,智充科技拥有成熟的硬件产品和自主研发的“智充云”智能管理SaaS平台。

“充电是非常本地化的生意,相比价格和位置来讲,用户很看重充电的便利性。”丁锐介绍,“在低线城市,有一些大型运营商无法顾及的地区,在这些地区有一些手握停车场、新建的小区、新建楼盘、老旧小区、老旧商业和写字楼等资源

直言,对于充电桩行业是产业机遇。“离我们的最终目标更近了一步,我们从2015年创办至今一直以来的愿景就是‘让充电服务无处不在’。”

而对于充电桩盈利难的普遍现状,丁锐告诉记者,智充科技已经迈进了盈利门槛,“我们已经连续三年盈利了,充电桩是一门赚钱的生意”。

的人,恰恰可以加入充电市场以弥补空缺。对于手握本地化资源且想要成为充电站运营商的人,智充科技可以给他们提供软硬件系统及服务。”

丁锐告诉记者,这种服务中小型充电站运营商的模式可以很好地被复制到县城、乡镇。“我们认为,任何有停车场、停车位的地方都需要充电设备,而我们的一整套软硬件设备就是服务这种完全分布化的生态,无论是大城市,还是小城镇,有资源的人都可以去自由地经营他们的充电服务。”

## 以智能化技术提高投资回报率

目前充电桩运营企业主要的盈利模式是赚取充电服务费和相关的广告费,充电服务商盈利难是行业普遍存在的现象。不过,智充科技已经连续三年实现了盈利。

据了解,目前智充科技有两种销售模式。一种模式是直接销售硬件,软件采用租用的形式。另一种是CaaS(Charger-as-a-Service,充电即服务的托管模式)服务模式,这种模式对运营者来说更为省心。对一些有资本、有资源,想进入充电桩领域,但不了解充电桩行业的客户。他们将建站、实施、运维等业务完全外包给智充科技,只需支付服务费用即可。

丁锐告诉记者,基于这两种模式,智充科技的业务范围已经覆盖了能源系统、政府企业、整车企业、网约车平台、物流公司、中小运营商等领域。

通过智能化的技术手段持续提升运营者投资回报率是智充科技实现盈利的关键。据悉,

智充科技的技术平台已经从V1发展到V3,最新的V3平台将实现COA(全自动化充电运营)的目标。

“为了推动电动汽车发展,让充电更便捷,我们将用技术手段实现全自动化管理,充电桩能够自动处理故障、自动优惠充电费用、自动优化产品参数、自动运维、自动排除故障。相当于买了一个全自动化的机器人。”丁锐表示,“我们的系统和设备都是围绕提高运营者的投资回报率设计的,没有过多的功能,有的都是为了达到让运营者以更快的速度赚到钱的目的。”

丁锐介绍,智充科技当前客户的投资回报率在80%左右,而东莞试点采用V3平台后,投资回报率提高了50%。另外,基于安卓系统的开放性硬件底层,智充科技的核心研发团队可自研开发支持各种应用扩展,以满足各类运营商的定制化需求。