

近20家车企承诺压缩账期 汽车行业吹响“反内卷”号角

中经记者 张家振 武汉报道

“听其言而观其行。”在看到主流车企纷纷宣布将“支付账期统一至60天内”的盛况后,中国汽车工业协会副秘书长陈兴林发出了这样的感慨。

陈兴林此前曾长期担任东风汽车有限公司副总裁和东风汽车零部件(集团)有限公司董事长、总经理等职务,在头部车企和零部件公司的任职经历和双重身份,让其对长期困扰汽车产业高质量发展的账期问题感触颇深。

自6月10日晚上8点多开始一直持续到6月11日,国内17家重点汽车企业步调一致又言辞高度统一地组团官宣并作出郑重承诺:将支付账期统一至60天内。

“众多车企表态并承诺将供应商账期缩短到60天以内,这既是积极响应和落实国务院《保障中小企业款项支付条例》(以下

简称《条例》)有关规定的要求所在,也是国家相关部委积极引导的结果。”陈兴林告诉《中国经营报》记者,这对于规范广大汽车企业诚信经营行为,促进汽车产业良性健康发展当然是一件好事。但是在现实中,如何确保这些举措能够切实助力中小企业缓解财务压力,还需要汽车产业链上的相关企业切实遵守承诺并落到实处。

车企的上述表态也得到了相关行业主管部门的高度肯定。6月12日,工业和信息化部(以下简称“工信部”)相关负责人表示,汽车企业主动承诺“支付账期不超过60天”,是积极响应国家号召、践行社会责任与企业担当的体现,对构建“整车—零部件”协作共赢发展生态具有重要意义。“工信部支持整车企业切实履行有关承诺,继续引导整车企业与供应链企业建立长期稳定的合作关系。”

主流车企密集表态

截至6月11日下午5时,全国共有17家主流车企加入到压降供应商账期的战队之中。

17家主流车企排队表态压降账期,在吹响“反内卷”号角的同时,也向零部件、原材料供应商传递出信心。

记者梳理发现,最先通过官方渠道作出供应商账期承诺的是广汽集团。6月10日晚上20:01,广汽集团通过官微发布消息称,广汽集团将一如既往地,坚持以不超过60天的供应商账期,保障供应链资金高效周转,携手上下游伙伴,共同促进行业高质量发展。

当晚,中国一汽、东风汽车、赛力斯集团、吉利汽车集团等多家车企快速跟进,纷纷作出了类似表态。

进入6月11日,排队“出牌”的车企阵营还在扩容。当天早上7:58,奇瑞集团还没等上班便通过官微发出消息称,奇瑞集团决定自6月10日起,将供应商支付账期统一至60天内,以加速产业链资金周转效率,保障产业链供应链稳定。

除奇瑞集团外,上汽集团、北汽集团、小米汽车、长城汽车、蔚来汽车、零跑汽车、理想汽车、江淮集团纷纷跟进。记者梳理发现,截至6月11日下午5时,全国共有17家主流车企加入到压降供应商账期的战队之中。

据了解,在上述车企作出表态之前,国家相关部委和行业协会高度重视汽车行业“价格战”和“反内卷”相关问题。据中国一汽和奇瑞集团方面介绍,工信部、国资委等国家部委已就保障产业链供应链稳定、促进汽车产业高质量发展作出了一系列部署要求。

为避免车企无序“价格战”加剧恶性竞争,进一步挤压企业利润空间,中国汽车工业协会提出了“优势企业不为垄断市场,挤压其他主体生存空间,损害其他经营者合法权益”“所有企业应对照国家相关法律法规进行自查整改”等倡议。

账期问题困扰已久

事实上,汽车产业账款周期普遍较长,已成为困扰行业健康发展的重要问题之一。

事实上,汽车产业账款周期普遍较长,最长的车企账期可达300天左右,已成为困扰行业健康发展的重要问题之一。

相关数据显示,我国自主品牌车企供应商账期普遍高于国际车企。

以2024年为例,奔驰、大众汽车、宝马集团、现代汽车、丰田汽车、福特汽车、通用汽车和斯特兰蒂斯的应付账款周转天数分别为37.91天、41.18天、42.45天、53.78

天、54.84天、56.94天、64.10天和82.76天。

此外,特斯拉2024年应付账款周转天数已进一步降至60.36天,显著低于国内“造车新势力”平均水平。2024年11月,特斯拉全球副总裁陶琳曾发布微博称,特斯拉对供应商的付款周期仅需90天左右,比2023年有所缩短。

而国内车企账期平均水平接

近国际车企的两倍。据Wind数据统计,2024年,国内12家上市车企应付账款周转天数平均达171.6天。

在中国汽车流通协会专家委员会委员章弘看来,之前汽车供应链企业普遍面临较长的回款周期,有时长达9个月甚至更长,导致许多中小配套商的资金链紧张,不得不依靠贴现、短贷等方式维持运营。缩短账期能够缓解供



图为东风本田位于武汉经开区的新能源工厂智能生产线。

张家振/摄影

规范支付方式和现金比例

汽车零部件企业作为串联钢材厂家和整车企业的其中一环,对上下游均承担着财务成本压力。

事实上,主流车企应付账款周转天数过长,对零部件和汽车用钢板等原材料供应商带来的资金周转压力显而易见。

中国钢铁工业协会日前也发文表示,汽车行业是钢铁行业的主要用钢行业,也是重要的高端钢材消费行业,像汽车板、硅钢等品种在汽车行业大量应用。汽车企业“卷”价格,上游原料供应商倍感压力,钢铁企业对此深有同感,严重冲击了企业的稳健经营。

汽车零部件企业作为串联钢材厂家和整车企业的其中一环,对上

下游均承担着财务成本压力。有不愿具名的业内人士向记者分析称,以汽车用钢板为例,汽车零部件企业向钢材厂家采购钢材,至少要提前45天支付预付款,但零部件成品交付给整车企业之后往往执行“T+3”结算,相当于承受着上下游企业至少四个半月的资金占用周期,可想压力有多大。“车企如果用银行承兑汇票支付给零部件供应商,又是多达数月的资金占用期。”

“整车企业在账期调节方面是有很多办法的。就算车企现在承诺两个月内结案,但什么时候报账也

是关键问题,如果不报账就不存在2个月的账期限制问题。”上述业内人士告诉记者,在之前很长一段时间,即使是在大型车企集团内部,处于同一体系的整车厂向零部件企业采购,现金结算比例也很低甚至为零,更何况是体系外的车企。

对此,陈兴林建议,在政策落实过程中,还需要车企规范支付方式,限定现金支付的比例,这样才更有实际价值。例如,如果车企在2个月之后向零部件或原材料企业支付为期半年的承兑商业汇票,还是相当于账期长达8个月。

应商的资金压力,提升其经营韧性和创新能力。

除国家相关部委提出明确要求外,上述车企集体表态也是上述《条例》的具体要求。《条例》规定,鼓励大型企业公开承诺向中小企业采购货物、工程、服务的付款期限与方式。“大型企业从中小企业采购货物、工程、服务,应当自货物、工程、服务交付之日起60日内支付款项。”

中国一汽方面也承诺,将明确付款期限和支付方式,将“60天付款”作为所属单位付款期限要求,加强资金监督和过程管理。

“长期以来,在汽车产业链和供应链中,整车企业占据价值链的主导地位,零部件和钢材等原材料企业处于不利地位,账期形成成长时间的资金占用,对行业健康良性发展带来了非常不利的影响。”陈兴林告诉记者,尤其是在国家大力倡导汽车产业高质量发展的背景下,只有处于汽车产业链上的企业,不管是整车企业、零部件供应商还是原材料企业,都能够有合理的利润空间,整个汽车产业才能健康发展。否则,如果靠牺牲质量为代价,既搞乱了产业良性生态,也会导致整车质量和行业口碑下降。

值得注意的是,对于业内高度关注的车企采用承兑汇票支付货款问题,上汽集团在承诺将供应商支付账期统一至60天内的同时,明确表示不采用商业承兑汇票等增加供应商资金压力的结算方式。上汽集团也是首个作出这一表态的车企。

陈兴林告诉记者,账期从之前行业平均水平的170多天压降到60天内,对于资金困难或效益较差的车企来说,压力是非常大的,这也将倒逼车企更好寻求高质量发展之路。

行业打响价值战 车企多措并举冲刺“下半场”

中经记者 方超 石英婧 上海报道

“反内卷”呼声日益高涨的情形下,多家车企发布的5月成绩单,成为市场观察车市走向的重要窗口。

日前,多家车企密集发布5月成绩单,如吉利汽车5月总销量为23.52万辆,较去年同期增长约46%,上汽集团5月整车批售36.6万辆,同比增长10.2%,此外,奇瑞汽车、零跑汽车、蔚来汽车、阿维塔等销量也实现同比正增长,其中新能源成为不少车企的销量“主力军”。

《中国经营报》记者注意到,尽管多家车企5月销量延续正增长态势,但销量两极分化趋势加剧。在此情形下,自今年5月以来,不少车企通过密集发布重磅产品与购车新政策、进军海外市场等形式,谋求在下半年进一步提升销量。

如6月6日,岚图汽车宣布夏日购车新政策,“用户下定并交付全新岚图梦想家,可立省现金5.5万元起”。而在进军海外市场方面,6月11日,零跑汽车在香港首家门店正式开业,据悉,该门店也是零跑汽车全球第1500家官方门店。

“市场增速放缓,特别是新能源汽车购置补贴退坡后,增长势头明显放缓,导致市场竞争加剧。”中国汽车流通协会专家委员会委员章弘也向记者分析,当下不少车企密集推出重磅新品,主要目的是刺激销售、达成销量目标。

多家车企前五月销量超百万辆

在“价格战”此起彼伏的大背景下,不少车企交出的销量成绩单仍颇为亮眼。

记者从上汽集团方面获悉,今年5月份,上汽集团整车批售36.6万辆,同比增长10.2%,单月销量实现“同比五连增”,终端交付38.9万辆,同比和环比均实现10%以上较快增长。上汽集团方面表示:“产销回升向好势头强劲。”

无独有偶,吉利汽车近日发布的数据显示,今年5月份,其总销量

为23.52万辆,同比增长约46%,而在今年1—5月份,吉利汽车总销量约为117.31万辆,同比增长49%。

除上汽集团、吉利汽车外,奇瑞汽车、零跑汽车、蔚来汽车等车企销量也延续增长态势。5月份,零跑汽车全系交付创历史新高,达45067辆,同比增长超148%,蔚来汽车同期交付新车23231辆,同比增长13.1%。而阿维塔5月销量达12767辆,同比增长179%,再创历史新高。

重磅新车密集投放

车市竞争日益白热化,而为冲击年度销量目标的诸多车企,正谋求通过加快重磅新车上市步伐,快速抢占市场。

如5月29日,沃尔沃全新S90正式上市,起售价为30.09万元,据悉,该款车突出安全优势,沃尔沃汽车集团全球高级副总裁、沃尔沃汽车亚太区总裁兼CEO袁小林直言:“让消费者

加速进军海外市场

在加快新车上市的另一边,在冲击销量目标的压力下,海外市场也愈加受到车企重视。

记者从零跑汽车方面获悉,截至今年6月份,零跑以全球1500家网点稳居中国新势力渠道规模第一,国内实现全覆盖(2024年8月拉萨收官),海外辐射欧洲、中东、非洲及亚太等超24个国际市场,建立超600家销售及服务中心。

者选择沃尔沃,不仅因某一项安全配置,更是因为从研发到生产、从技术到服务的全流程可靠性。”

除了沃尔沃外,5月30日,尊界S800正式上市,售价70.8万—101.8万元。而在6月3日,凯迪拉克全新CT5城市风尚版上市。记者不完全统计发现,自今年5月以来,零跑汽车、智己汽车、沃尔沃、尊界等10多

“今年1到4月份,我们新能源汽车的出口量,在新造车势力排在第一名。”6月11日,零跑汽车CEO朱江明向记者表示,“我们也可以预期,未来零跑汽车在海外‘奔跑’的速度会越来越快。”

上汽集团此前提供给记者的信息显示:“未来3年,依托自身深厚的电动智能网联技术积累,上汽将打造包括SUV、轿车、MPV、皮卡

家车企密集对外发布重磅产品,甚至在5月份的不短时间里,多家车企发布会选择于同一日举办,上市新车数量之多,受到外界广泛关注。

“车企选择在5月和6月密集发布新车的主要原因是为了应对年中目标的实现。首先是市场需求的逐渐恢复,车企通过发布新车来刺激销售,满足市场的需求。”章

在内的17款全新海外车型,搭载全新HEV混合动力系统的车型将覆盖全球主流细分市场。”

不过在海外多地筑起关税壁垒的情形下,出海的中国车企或面临多重挑战。

“随着海外‘低垂的果实’市场基本覆盖、增速回落、竞争加剧等,制胜国际化竞争的新阶段,出海的车企和零部件企业需从出口思维

案例,上汽集团提供给记者的信息显示,自去年下半年以来,上汽加快推进全面深化改革,重组“大乘用车板块”和“大商用车板块”,自主品牌成为上汽销量贡献的“主力军”。今年1—5月份,上汽自主品牌整车销量达到108.1万辆,同比增长21.9%,占集团销量比重达64%,较上年同期提升6个百分点。

而吉利汽车的销量增长,则受益于其在新能源板块的持续发力。记者从吉利汽车方面获悉,今

弘向记者分析。

章弘进一步向记者表示,车企选择在当下密集发布新品,另一大目的是为了完成年度销售目标。“对于车企而言,年中是完成年度销售目标的关键时期。通过密集发布新车,不仅可以在市场引起关注,还能刺激消费者购买,从而帮助企业实现销售目标。”

转向国际化经营思维。”罗兰贝格建议,中国车企从低门槛市场覆盖转向高价值市场突破,在全球政经格局深刻变化的同时,抓住区域窗口期。

除了进军海外市场、加快新品发布上市外,在业内看来,在越来越激烈的市场竞争中,车企也需要动态平衡长短期目标,加码研发、掌握核心技术将更有助

而在车企密集推动新车上市

的另一边,如何避免“内卷”式竞争,实现良性发展也成为行业关注焦点。吉利控股集团高级副总裁杨学良就直言:“‘内卷’是最低级的竞争行为。我们不简单地打价格战,我们要在保持价格优势的前提下,打价值战、技术战、品质战、服务战、品牌战、企业道德战。”

于车企在未来市场竞争中脱颖而出。

“车企在应对下半年的车市挑战时,需要采取综合性的策略,既注重短期销量的提升,也要考虑长期的可持续发展。通过创新产品和服务,加强品牌建设和市场拓展,车企可以在激烈的市场竞争中保持优势,同时避免陷入‘价格战’的恶性循环。”章弘表示。