

---

# 安徽商用车企喜忧参半

陈浩

由于“先天发育不足”和缺乏区位优势等掣肘因素，安徽商用车企的市场份额较低，在重卡领域更是毫无话语权；不过，安徽的商用车企在一些领域亮点频现，如江淮汽车轻卡产品市场占有率较高；华菱星马自主研发的发动机达到国内一流水准；安凯的客车产品市场份额稳定……

“2016年上半年净亏损2.03亿元，亏损幅度同比有所收窄；报告期内营业收入为16.75亿元，同比下降26.89%”。

8月27日晚间，上市皖企华菱星马汽车（集团）股份有限公司（证券代码：600375.SH，以下简称：华菱星马）发布2016年半年度报告，在经历了2014年度和2015年度连续两年亏损后，2016年上半年华菱星马并没能实现扭亏为盈。

与华菱星马身陷“退市”边缘形成鲜明对比的是，安徽的另一家上市商用车企业安徽江淮汽车股份有限公司（证券代码：600418.SH，以下简称：江淮汽车）以扣除非经常性损益净利润（以下简称：扣非净利润）5.29亿元的数据跻身12家A股商用车企净利润排行榜“三甲”。

据业内人士分析，安徽的商用车市场可谓困局与亮点并存：一方面，由于“先天发育不足”和缺乏区位优势等掣肘因素，安徽商用车企的市场份额较低，在重卡领域更是毫无话语权；另一方面，安徽的商用车企在一些领域亮点频现，如江淮汽车轻卡产品市场占有率较高；华菱星马自主研发的发动机达到国内一流水准；安凯的客车产品市场份额稳定……

## 身陷“退市”边缘

人少，这是记者深入华菱星马厂区采访时的第一印象。偌大的冲压车间内，并没有想象中的机器轰鸣声，数台数控冲压机床和“机械手臂”闲置在一旁，而在喷涂车间内，记者甚至没有看到一名工人的身影。

“现在是行业淡季，企业产能只开启了10%，大部分工人都处于轮岗状态”。8月10日，华菱星马营销分公司副总经理方毅在接受本刊记者采访时并不讳言，“除了淡旺季因素外，这两年华菱星马的销量确实一直在走下坡路，最鼎盛时期，企业年销量能够突破三万辆，而2015年度销量仅为16700辆，是鼎盛时期的五成左右”。

销量的下滑也直接反映到了华菱星马的财报上。本刊记者梳理发现，2013年—2015年公司年度营业收入分别为65.6亿元、50.0亿元、35.4亿元，随着营收的萎缩，华菱星马也于2014年度首次亏损，而在随后的2015年，更是以年度净利润—9.43亿元成为A股上市车企中亏损最多的股票。

“企业销量在这两年出现大幅下滑主要缘于之前的主打产品混凝土搅拌车市场需求大幅萎缩。”

方毅解释道，与大多数以重型运输卡车起家的车企不同，华菱星马发展初期的主打产品是混凝土搅拌车。在基础设施建设投资和房地产投资近乎“疯狂”的前两年，这样的定位为企业带来了高速发展。但这两年，随着投资力度的回落，混凝土搅拌车等专用汽车市场首当其冲地受到影响。

更为企业无奈的是，以往，混凝土搅拌车的核心技术是华菱星马的“看家本领”，可谓“一招鲜，吃遍天”，现在则是各家

---

商用车企都已经开发出相关产品。三一重工、中联重科等专用车市场的行业龙头甚至打出了“零首付”的优惠政策来抢占市场份额，华菱星马销量自然大不如前。

方毅告诉记者，针对行业现状，华菱星马已经开始布局海外市场以及物流市场，“目前，企业已经与顺丰物流、内蒙古煤炭运输企业签订了批量采购协议。”

不过，摆在方毅和华菱星马面前的难题不仅仅是如何在未来重振雄风，更为紧迫的是，依据中国证监会相关规定，一旦上市公司连续三个财务年度的净利润为负数，就有被强制退市的风险，留给华菱星马的时间仅剩半年。

国信证券分析师黄觉告诉记者，纵观 A 股市场的整车生产企业，因为连续两年亏损而被冠以“ST”的仅有\*ST 星马和\*ST 黑豹（证券代码：600760.SH）两家。对于华菱星马来说，想要在下半年实现超过上半年亏损幅度的盈利并非易事，毕竟整个行业都处于下行阶段。“作为 ST 公司，往往会在最后半年采用争取政府补贴，或是出售资产的方式进行自救，但 2.03 亿元的巨额亏损仅靠当地政府补贴未必‘管用’，出售资产或成自救的有效路径”。

对于“保壳”一事，华菱星马方面并没有予以直接回应，仅表示“企业有信心在下半年扭亏为盈”。

## 困局与亮点并存

除了华菱星马以外，主打产品为客车的安徽安凯汽车股份有限公司（证券代码：000868.52，以下简称：安凯汽车）和拥有重卡系列“联合卡车”的奇瑞汽车股份有限公司的日子也并不好过。

前者 2015 年度销量为 10017 辆，实现扣非净利润 650 万元。据本刊记者对 12 家 A 股商用车企业 2015 年度年报的统计，安凯的这一数据仅高于榜单上报告期内亏损的华菱星马、曙光客车、福田汽车三家商用车企。

而据搜狐汽车公开报道显示，2015 年度“联合卡车”的年销量仅为 4984 辆，同比下滑 29%，这一数据仅为中国重汽 7.46 万辆年销量的一个零头。

不过，在安徽的商用车制造领域，有忧也有喜。

年报显示，安徽的另一家上市商用车企业江淮汽车以扣非净利润 5.29 亿元“一支独秀”领跑安徽市场。凭借这一数据，江淮汽车甚至能够跻身 12 家 A 股商用车厂商净利润排行榜“三甲”。

不过，有市场人士分析，江淮汽车是依靠 58.79 万辆的年销售量才达到这一利润水平。而榜单前两位的宇通汽车和江铃汽车分别以 6.7 万辆、25.7 万辆的年销量就实现了 32.47 亿元和 15.88 亿元的扣非净利润数据。此外，亦有业内人士透露，江淮汽车的利润构成中有很一部分来源于 SUV 等乘用车系列产品。

“安徽商用车销量在全国范围内一直处于一个相对稳定的位置，货车维持在 7、8 位，客车能够进入前 5 位，排在安徽前面的是辽宁、武汉、北京、陕西等拥有知名商用车企业的省市”。

8 月 22 日，安徽省汽车工业协会专家顾问委员会主任梁华平在接受本刊记者采访时表示，安徽之所以无力冲击“前三甲”主要是缘于汽车工业“先天不足”，商用车领域的龙头企业东风、中国重汽、陕汽等成立时间都早于安徽商用车企业，企业在行业初期积累了较为稳定的客户群。

---

此外，与坐落于北京的北汽福田等后期之秀相比，安徽的商用车企并无区位优势，在人才、研发、品牌推广上自然要落后身处一线城市的车企。

“别看安徽的排名情况尚可，但乘用车领域行业集中度高，安徽车企的市场份额并不大。”他以 2016 年 6 月全国客车销量为例，纳入统计口径的 48 家车企共完成销量 41874 辆，而排名前五的江铃汽车、金杯汽车、宇通客车、北汽福田、南京依维柯累计完成 23216 辆，占到总量的 55.23%。

在梁华平看来，在经济大环境下行，基础设施投资放缓的市场背景下，与之密切相关的商用车市场萎缩无法避免。而另一方面，铁路运力的与日俱增、航空运输的异军突起、高铁的普及都给商用车市场带来了直接的影响。

“在市场规模下滑的行业环境中，品牌效应就体现得尤为明显，具有市场口碑的品牌受到冲击明显要小很多”。梁华平分析道，当下，商用车企想要盈利，必须要发挥规模优势，“比如宇通客车，它是国内客车领域的‘老大’，它的净利润就是其他 11 家上市商用车企的总和”。一般来说，产能利用率达到 70% 才能维持企业的盈亏平衡，再往下，企业就会亏损。

不过，就在市场对安徽商用车领域普遍持审慎态度的同时，合肥工业大学汽车与交通工程学院教授、博士生导师钱立军却提出了不同的看法，他认为安徽商用车企表现总体稳定，且亮点颇多。江汽的轻卡在市场上具有良好的口碑；安凯的客车产品也占有一定的市场份额；而近两年亏损的华菱星马自主上线的发动机生产线也达到了国内一流水准。

针对商用车企的面临整体产销量下滑的破局之道，梁华平表示，行业的决定性因素是市场，在宏观经济“回暖”之前，“企业能做的不多”。而对于商用车企能否通过“跨界”近两年“意气风发”的乘用车领域，他表示，“隔行如隔山，上马一条乘用车生产线的成本太高了，况且相对于商用车来说，乘用车领域的竞争更为激烈”。