

经销商多模式竞争格局隐现

资本市场暗流涌动

近日有消息称,上海最大的汽车经销商集团——永达汽车计划赴港上市拟集资 5~6 亿美元。而一位业内人士透露,除了人们所熟知的永达汽车、广汇汽车等觊觎上市准备数年的知名汽车经销商集团之外,还有一些平时甚少出现在公众面前的汽车经销商集团也开始酝酿上市,据不完全统计,仅北京市场有上市想法的汽车经销商集团就不下 20 家。

公开资料显示,近两年,国内已有中升控股、正通汽车、庞大汽贸等 7 家汽车经销商集团上市或基本完成上市工作。

在罗磊看来,经销商集团上市融资,在一定程度上缓解了资金紧张的难题,同时为扩张收购提供了丰厚的资本。今年准备上市的经销商将呈现出喷发的态势。

据了解,目前不少经销商的销售收入和利润甚至高于一些上市的小型汽车公司,尤其是一些经营豪华车或者中高端合资汽车品牌的经销商。而对于资本市场的追捧暗合了当下汽车流通领域正在涌动的变局——在国内车市火爆的大背景下,汽车流通领域正在经历一场由分散到融合的聚变。

广汇汽车曾预计,如果上市且募集资金 300 亿元,则每年可拿出不低于 70 亿元的资金进行连续收购,收购后可令每年营业收入达到 350 亿元,而上市融资后每年可新建或收购的经销店的数量,也将呈现大幅度的上涨。

事实上,随着国内汽车市场产销纪录的不断飙升,汽车经销商的销售及售后服务利润也在不断增长。部分经销商不断扩建规模,积累了雄厚的资金,为上市奠定了良好的基础。另一方面,随着消费者需求的增长,尤其是二三线城市汽车业的良好发展前景,加之国家政策的垂青,也令资本市场将目光投向了这块蛋糕,这无疑为经销商做大做强提供了机会。

新华信调查显示,经销商的发展首先是利用自有资金,然后是贷款,而在运营阶段,大部分中小经销商的贷款首先来源于汽车企业的金融公司。目前汽车企业的金融公司重要的业务就是针对旗下经销商的借贷,但这种借贷一般发生在经销商向厂家购车的环节,而且资金规模有限,并不能长期满足经销商的需求。解决企业资金链紧张无外乎几种方式,贷款、引入战略投资者,或是上市。目前规模大的经销商集团更倾向于上市,这已成为经销商集团融资的最佳路

日前,一则广汇汽车准备收购四川申蓉汽车的消息,揭开了 2012 年经销商集团扩张的序幕。记者通过采访获悉,进入 2012 年,各大汽车经销商集团都在通过不同的方式扩充自身实力。伴随着车市增速放缓,永达汽车、惠通陆华等大型经销商集团前赴后继地准备投入资本市场,而庞大汽贸却悄然试水汽车奥特莱斯的大卖场模式。此外,广汇集团、运通汽车、捷亚泰等多家经销商集团今年都有收购计划,跑马圈地扩张自己的势力范围。

“汽车经销商这个行业本身就是资本密集型行业,国内汽车经销商集团正呈现出借并购大举扩张的趋势。”中国汽车流通协会副秘书长罗磊告诉记者,“为了避免销售下滑的风险,经销商们只有不断做大做强才能挺过难关。”

径。

汽车业资深专家苏晖表示,市场的好转或许并未给经销商带来更多的利润,勉强维持的仍不在少数。面对增长放缓的市场,苏晖认为,厂家提升产销目标,不断增加产量和扩张渠道,正在让经销商的利润摊薄。经销商们不得不开始寻求更能壮大自身的经营模式,为迎接即将到来的渠道变革扩充自身实力。

流通业再起并购潮

不过,上市融资并非是经销商集团快速扩张的惟一途径,在去年上市未成的经销商中,广汇汽车准备收购四川申蓉汽车的消息不胫而走。一旦双方联姻成功,或将取代庞大集团,成为中国第一大汽车流通集团。

虽然接受记者采访时,广汇汽车公关部相关负责人表示,只是从媒体的报道中才知道广汇汽车收购申蓉汽车的消息,目前对此事并不知情。但广汇汽车欲收购申蓉汽车代表了一种趋势,即收购兼并已经成为各大企业迅速做大的重要方式。

罗磊认为,一旦此消息属实,这将是继去年 9 月份正通汽车斥资 55 亿元收购深圳中汽南方全部股权之后又一起大的收购案。

据记者了解,2009 年广汇汽车的业务主要集中在新疆、广西、河南、河北、重庆、甘肃、安徽 7 个区域,2010 年广汇汽车通过并购将内蒙

古、河南和山东纳入广汇汽车版图,完成西北、西南和北方布局,逐渐成长为全国性的经销商集团。

2011 年广汇汽车整车销售 41 万多辆,经营收入 630 多亿元,在全国 20 个省、自治区拥有 4S 店近 400 家。

苏晖表示,广汇汽车大部分现有的经销店都是并购过来的,广汇汽车的发展很有特点,通过资本运作在短时间内扩大规模,虽然收购一家成熟网点花费可能比自建店要高,但收购的方式可以快速出业绩。

近两年,多家汽车经销商集团纷纷发起了收购。2011 年下半年,在香港上市的正通汽车出资 55 亿元收购深圳中汽南方全部股份。正通汽车称,中汽南方 2010 年营业收入排名第九,收购后将有利于提升正通汽车在豪华车领域的竞争力。中汽南方是豪华车细分市场的巨头,主要销售捷豹、路虎、沃尔沃等 11 个豪华汽车品牌,分销店遍布深圳、天津等 6 个省市。此外,正通汽车 2011 年已经完成了 3 次收购,收购资金高达 5.34 亿元。

2011 年 10 月,联拓集团出资 2850 万元,成功收购浙江一家丰田代理商 50%控股权益。联拓集团 2010 年营业收入约 39 亿元,国内排名第 44 位。

苏晖表示,中国汽车流通领域已经进入了结构性分化时代,规模效应和利润将决定未来竞争格局。一些有远见者提前开始进行强强联盟。

“去年经销商集团整合资源、兼并重组步伐已经开始加快。”罗磊告诉记者,2011 年经销商之间兼并重组案例大幅增加,如广汇汽车公司先后收购了唐山中润汽车等 30 多家汽车销售服务有限公司;庞大集团收购了长沙和信丰田汽车销售服务有限公司等 7 家汽车销售服务有限公司等。

跑马圈地已成趋势

虽然大型经销商集团的发展目标已经确立,但经销商集团在兼并重组潮中能有大动作的并不多,更多的经销商选择了申请建新店的模式。

运通集团总经理张建华向记者透露,目前运通集团在全国很多主要城市申请并新建了品牌店,其中包括在北京、成都、杭州等地申请建设的奥迪、宝马、英菲尼迪、一汽-大众等中高端品牌店 15 家。

张建华认为,现在经营风险越来越大,需要积极变通化解风险。为降低投资风险集团采取了多方面的战略方针,采取多地域发展,选择经济消费强的城市,并转向高质量品牌、向中高端品牌发展。

与其他汽车经销商不同的是,庞大汽贸自去年上市以来,兼并收购的动作反而开始放缓,更多的是将资金投入到自己的汽车商圈集群的建设。去年,庞大汽贸在北京的“庞大奥特莱斯”汽车园开业,正式拉开了低成本运营的汽车大卖场模式序幕。

庞大汽贸相关负责人告诉记者,

2012 年,庞大在兼并重组方面暂时还未有大的计划,未来庞大的发展模式并不倚重并购,而是以自建为主。此外,该负责人称,由于运营时间较短,北京庞大奥特莱斯汽车园开业两个多月以来,成交量还未出现大幅增长,现在还处于品牌知名度和消费者对这种经营模式认知、认可的过程。

上述负责人表示,新的模式需要有一段时间来磨合和观察,庞大汽贸眼下正在观察北京地区奥特莱斯汽车园的运行效果,并以此来计划未来是否在其他城市再建。

可见,各大经销商集团正在通过各自不同的手段扩张势力范围。专家预测,今年经销商集团的扩张行为将呈现多样化,很多新的手段将被使用。

千亿经销商的诱惑

“在今年汽车市场降温的情况下,资金相对充足的经销商将获得扩张的契机,这些经销商可以利用市场相对较差的时机实施扩张战略。”罗磊说,“可以预见,收购、兼并、重组的结果,将使行业集中度大幅提高。”

目前,汽车流通业集中度明显偏低,行业整体呈现“小散乱”的局面。数据显示,目前在国家工商总局注册的汽车经销商超过 6 万家,其中 75%为单店经营。

去年年底,商务部出台的《关于促进汽车流通业“十二五”发展的指导意见》提出,提高行业的集中度,力争到“十二五”末,汽车零售百强企业营业额占行业总量的比重超过 30%。将培育 30 家主营业务收入超 100 亿元的区域性汽车流通企业,3~5 家超 1000 亿元的大型汽车流通企业。

在 2010 年汽车经销商 100 强名单中,仅有庞大汽贸和广汇汽车两家汽车经销商集团营业收入超过 500 亿元,与《关于促进汽车流通业“十二五”发展的指导意见》要求规模尚有不小的距离。

尽管业内普遍认为,虽然今年收入超过千亿元的汽车经销商仍难以出现,但罗磊表示,“十二五”期间汽车流通行业将会迎来洗牌与兼并重组,经过大规模跑马圈地,2012 年汽车经销商行业面临深度洗牌,“大鱼吃小鱼”、“快鱼吞慢鱼”式的兼并重组将不断上演。这无疑将使得经销商集团在汽车厂商面前的话语权有所提升。更为重要的是,经销商发展速度将远高于整车厂增速,对单一品牌的依赖度也相对减弱。

(商报)

广告