

# 与资本角力 左延安“阳谋”江淮轿车局

江淮汽车造轿车一路坎坷。最初宣布造轿车进行定向增发时,曾经备受金融资本青睐的江淮汽车受到两重待遇:部分国内基金用脚投票(卖出股票),QFII则独具慧眼逢低介入。即使最艰难时,江淮汽车董事长左延安也从未退缩,他深知造轿车是不得不上的硬仗,如果江淮汽车不能在轿车市场分一杯羹,可能再也不能跻身于中国汽车前十的行列。

在企业运作的每一个谷底,只有具有慧眼的人才能有更丰厚的回报。江淮人只用一贯的勤勉去坦然应对一路的风雨。

□本报记者 吴琼

2007年2月,江淮汽车乘用车基地的C926总装车间内,首款江淮自主品牌轿车——3辆4.8米的C级车躲在深处;饱满的外观,宽敞的车内空间,堪比东风日产天籁的桃木内饰。江淮汽车总经理安进将其昵称为“中国的雅阁”。

对于江淮人来说,C926项目是一个迟生的孩子:始于2004年9月26日的C926项目(江淮汽车的自主品牌轿车项目),略晚于代号504的江淮瑞鹰项目,但其瓜熟蒂落却落后瑞鹰一年有余。今年1月17日,国家发改委批准了江淮汽车年产5万辆C级

轿车项目。至此,江淮汽车的自主品牌轿车才在呱呱落地前有了合法身份。泰山崩于前而色不变的江淮汽车董事长左延安终于露出了舒心的笑容。在他看来,江淮汽车终于跻身中国汽车业强者之列不远了。

据悉,拿到准生证后,江淮汽车开始着手将产品推向市场:其首次推出的产品为排量2.4升和2.0升的C级车,其中2.4升的轿车旨在树立高端品牌形象,预计售价在15万元左右;抢占市场的主力品种为2.0升的轿车,售价预计在13万元左右。此车将亮相于今年4月举行的上海车展,7月左右将正式推向市场。

## 梦想 缘于刺激

造轿车,是江淮汽车梦想,也是左延安的梦想。

2006年10月,在江淮汽车的员工运动会上,左延安语重心长地说:我曾经错过很多事,比如以为跳至金龙汽车的员工无法做好金龙,但现在证明他们能做好。但有一点,我不会看错,那就是2007年,江淮人正式干轿车,只能成功,不能失败!

此时,正是江湖传言最盛之时:江淮汽车可能拿不到轿车准生证,将以与奇瑞汽车相互持股的方式,借奇瑞汽车的轿车目录生产轿车。但左延安告诉本报记者,感谢外界对于江淮汽车的关心和支持,但双方相互持股一事并不可能。

安徽省主管部门和坚定的左延安开始奔忙于轿车准生证。文采出众的左延安曾向国务院有关领导写过一封言辞恳切的信,详细叙述了江淮汽车进军轿车市场的原因,已具备的能力;以及江淮汽车进军轿车领域,对于中国自主品牌汽车企业阵容的影响,甚至谈到对中国汽车产业的某些想法。据悉,阅读该信后,相关领导大为动容,并在该信上直接作了批示。但由于2006年中国汽车业正处于宏观调控的关口,江淮汽车轿车准生证发放的时间也不得不延迟。

接近安徽汽车业的人士称,左延安的这种韧性源于两件事的刺激。第一件是:安徽省政府领导携江淮汽车、奇瑞汽车掌门人赴海外进行商务洽谈时,轿车企业和商用车企业的两重待遇,大大触动了左延安。国外经销商对中国轿车相当有兴趣,在了解到奇瑞汽车生产轿车后,便围至奇瑞汽车董事长尹同耀身旁,希望代为销售价廉物美的中国轿车;而以卡车闻名中国的江淮汽车,却围拥者少。

第二件则是商用车和乘用车的国际发展规律,以及日本五十铃的最终命运刺激了左延安。江淮汽车董秘王敏表示,过去中国乘用车和商用车市场之比是3:7,未来将变成7:3。在这种大格局下,江淮若只囿于商用车领域,在中国汽车

市场将渐渐被“边缘化”。事实上,左延安对于“边缘化”的担心,在2007年初即被证实:2006年,尽管江淮汽车集团总销量超过30万辆,同比增长超过59%,但仍被挤出中国汽车企业销量前10名。据中国汽车工业协会统计,2006年销量排名前10的,无一例外均为轿车企业,年轻的奇瑞汽车跃居销量第四名。

此外,从国际规律看,江淮汽车如仅执着于细分市场(商用车市场),其最终可能会变成中国的五十铃。但下一步呢? “五十铃是做得最好的商用车企业,但结果还是给通用汽车购并了。”接近安徽汽车业的人士指出。

因为未顺应市场的规律,而让江淮汽车最终淹没于中国自主品牌汽车发展的洪流中,或者最终成为他人的附庸,是左延安所不能承受的。一手将江淮汽车从亏损带到如今规模的左延安,一心想将江淮汽车发展成中国屈指可数的汽车排头兵。



江淮汽车董事长左延安 资料图

## 碰壁 资本质疑

想做轿车的江淮汽车,在准生证前辗转寻门之时,在资本市场上也碰了一鼻子灰。

2006年6月28日,江淮汽车发布公告称,拟向不超过10名特定对象定向增发不超过20000万股,第一大股东安徽江淮汽车集团有限公司有意向认购不低于发行总数32%的股份。

由于基金获悉江淮汽车拟将募集资金投向轿车项目,在随后召开的临时股东大会上,定向增发议案成了争议的焦点,最终以参会股东所持表决权66.8%的赞成票“低空”勉强通过。

此后,江淮汽车造轿车成为基金以及汽车业内人士争议的焦点:造卡车,江淮汽车能行,但在轿车领域能行吗?基金为什么要承受这种不确定性风险呢?受此影响,2006年夏天,曾经受到基金青睐的江淮汽车遭到了基金“用脚投票”的待遇。

据统计,2006年第三季度,江淮汽车的户均持股数锐减35.61%,由上半年的18002.07股下降至11591.84股。其

中基金成了减持主力,基金持股降至1259.88万股,降幅达92.72%,部分基金甚至割肉离场。此时亦是江淮汽车股价的最低谷。而与此同时,另一群机构投资者悄悄登场。数据显示,QFII于2006年第三季度增持49.27%,其持股由1663.99万股增至2483.81万股。

一减持一增持,成败论英雄。2007年1月底,当江淮汽车股价开出久违的阳线时(涨幅超过20%),低谷时入场者收益颇丰:以2006年第三季度的月均价计算,QFII平均入市价为4.39元;截止2007年2月12日,江淮汽车股价收报7.73元,涨幅高达76%。

历史如此嘲弄人。当江淮汽车的股价涨幅70%之后,其轿车项目又开始受到基金和券商的追捧,不少机构调高了江淮汽车的评级。当初乏人问津的定向增发项目成了香饽饽。据悉,江淮集团和合肥市政府下属的一家投资公司将成为增发对象,分别认购3亿左右股份(不超过6000万股)。而QFII也表达了认购意愿。



张大伟 制图

## 备战 三管齐下

QFII对于江淮汽车的看好,在意外之中。套用一句业内人士的话,这家位于中国腹地安徽的汽车企业,从来有备而战,经风雨而不倒。

江淮汽车早已三管齐下,备战轿车市场。

向发改委递交相关申请,以期江淮汽车进入发改委的轿车产品目录,此为其一。

2月初,记者致电江淮汽车董秘王敏,其称,江淮首款轿车已经通过碰撞试验,申报工作正在进行中。按照惯例,新进入发改委汽车产品目录的产品,将每季度公示一次。预计,江淮轿车将出现在今年4月份至5月份发改委的公示名单中。

江淮汽车乘用车事业部进行轿车品牌形象推广和铺设销售渠道,已经开始为今年4月的上海车展奔忙着,此为其二。

憋着一股劲的江淮汽车,打算在上海车展上展示其轿车兵团。为此,左延安甚至砍掉了重卡的部分宣传预算,想将钱用在刀刃上——集中用于未来轿车的推广。

“C级车肯定会出现在上海车展上,或许A级车也会亮相。”接近江淮汽车的人士表示,“无论如何,拿到准生证的江淮汽车,要给投资者和关心者一颗定心丸,以证实江淮具备造轿车的实力。”

据悉,江淮汽车已经为每一款车型定下了明确的进攻目标:C级车更倾向于公务用车,B级车则将竞争对手瞄向上海大众的桑塔纳,

A级车则拟取代夏利的江湖地位。

此外,经销商网络的建设也正在酝酿之中,因为看好江淮汽车,经销商们也忙于打听销售江淮轿车的条件。

“1月2日江淮汽车在九华山召开的商务年会上,我们就了解到,江淮汽车进入轿车领域的事已经原则性没问题了。”一位参会的经销商表示,“但我想,并不是所有的经销商都能够获准销售轿车。”

记者从多方获悉,江淮汽车对于轿车销售渠道的建设可能分几步走:初期的产品,可能会与现有产品(瑞风、瑞鹰)的受众有部分重合,因此可能会从瑞风、瑞鹰的现有经销商中择优,择地区考虑。此后,有部分产品将面对私家车消费市场,这一经销商体系需要重新建立。

“未来,随着轿车产品线的铺开,江淮轿车的销售渠道将由偏重公务用车的渠道,转向组合渠道——即商用车销售网络和私人用车销售网络并存。”

江淮汽车的乘用车制造事业部正在为抓生产和质量而奔忙,此为其三。

在合肥经济技术开发区的江淮乘用车基地里,代号C926项目(即轿车项目)正处在试运行阶段。据知情人士透露,江淮汽车总经理安进、总经理助理兼乘用车制造事业部的总经理严刚,如不出差,每日均会出现在调试现场,尽管目前每个月从流水线下线的轿车仅为个位数,但每一辆

轿车下线后,均会被仔细检查瑕疵。

在三管齐下之前,江淮汽车已经在技术、质量、销售上进行了大量的人才储备。

“多出力可以做得来的事,江淮员工不怕花时间。”江淮汽车内部人士表示,“但轿车毕竟是一个新东西,新人可能犯错很多,摔很多跤,所以,我们也请了一些摔过跤的海外精英加盟。”

在生产系统的管理上,来自于原韩国现代汽车的一位副部长任刚的助理,将韩国现代汽车在生产制造上的经验复制至江淮轿车项目上;在质量管理领域内,来自日产汽车的北泽担任安进的助理,北泽将原来日产的质量管理办法移植至江淮,以期保证量产后的质量稳定;在江淮乘用车事业部,60多岁的日本专家金森丰胜协助乘用车事业部总经理王朝宇坐镇销售渠道的建设。金森丰胜退休前供职于日本丰田,负责丰田在美国的业务、丰田全部车型在日本本土的销售。

“想当初,金森丰胜在丰田时,丰田还不是一个强大的公司,其在北美的年销量不超过1万辆。”熟悉金森丰胜的人士表示,“可以说,金森丰胜和丰田在北美市场共同成长,因此,类似于丰田初期的江淮汽车,需要这些有充足经验的人,以尽可能减少成长中可能出现的问题。”

此外,在乘用车制造车间均有1至2名来自于韩国、日本的专家,在现场培训和指导年轻的中国工人。

## 政府大力扶持 “大安汽”呼之欲出

□本报记者 吴琼

江淮轿车获得轿车准生证,击破此前关于江淮汽车与奇瑞汽车重组的传闻。但一个大安汽车工业的轮廓却越来越清晰。

安徽省主管部门在公开场合并未提及如何打造安徽汽车工业的构想,但其运作却并未止步。今年2月初,记者赴合肥采访时获悉,安徽省主管部门正在左右抉择,或以江淮汽车、奇瑞汽车为中心建立安徽汽车工业走廊;或以某种形式在江淮汽车和奇瑞汽车间建立资本纽带关系,从而打造大安汽车工业集团。

“建议书已经递交给相关主管部门,目前还没有定论。”安徽汽车工业协会会长梁华平告诉记者。此前,基于江淮汽车和奇瑞汽车的发展轨迹不同,不看好双方相互持股的梁华平递交了一份报告,建议打造安徽汽车工业走廊,通过充实本地零部件实力,来强化安徽汽车工业。

江淮汽车的轿车项目获批,也加强了发展汽车工业走廊的可能性。目前,不少知名的国际零部件供应商纷纷找上门来,希望为江淮汽车配套生产零部件;甚至有在安徽建立零部件公司的想法。

汽车工业走廊固然势在必行,但并非获取国家有关政策扶持的捷径。按照《汽车产业政策》:符合其它条件,并且“其核心企业及其所属全资子公司、控股企业和中外合资企业所生产的汽车产品国内市场占有率在15%以上的,或汽车整车年销售收入达到全行业整车销售收入15%以上的,可作为大型汽车企业集团单独编报集团发展规划”。同时,经核准的大型汽车企业集团发展规划,其“所包含的项目由企业自行实施”。

无论是江淮汽车还是奇瑞汽车,仅靠自身的力量,想满足这两个15%中的任何一条,在5年内均无可能。因此,一心想成为中部汽车强省的安徽,将跻身15%的梦想寄托在资本纽带带上。江淮汽车和奇瑞汽车虽然并非中央企业,但均是国有控股的企业,或直属安徽省,或直属于芜湖市。如果建立一个安徽省汽车工业集团,分别持股江淮汽车和奇瑞汽车,那么,凭二者之力,满足市场占有率15%的可能性大增。

更何况,这也顺应了国资委重组汽车企业的大方针。按照国资委想法,应该重组中央汽车企业,打造有竞争力的汽车集团,增强中国汽车企业的国际竞争力。

■记者观察

## 自主品牌团队 日渐壮大

□本报记者 吴琼

2007年伊始,发改委批准了江淮汽车的轿车项目。这似乎是一个信号:中国主管部门的调控手段越来越高明,由限制转向调控,鼓励和支持有能力的企业进入轿车市场。

管理层的思路变化,正越来越反映中国政府对于自主品牌团队的重视。江淮汽车进入轿车领域,虽然目前还不能断言未来是否能成功。但于中国自主品牌的全方位出击,确是一件幸事。

“江淮汽车将和其他企业(上汽、奇瑞汽车、吉利汽车)共同构建自主品牌的组合拳。”CSM汽车分析师黄晔表示,“在一个兵团里,需要有各种特长的,才能制胜。”

尹同耀率领的奇瑞汽车以超常规发展见长,今年1月份奇瑞汽车的销量已经超过上海大众、一汽大众,跃居中国汽车企业销量第二名。

李书福领导的吉利汽车则以独辟蹊径著称。李书福素以不守常规的特殊方式,集合民间资本,以农村包围城市的策略,换取了吉利汽车今日中国汽车企业销量前10名的地位。

尹家绪旗下的长安汽车集团,立足于重庆微车市场,做起了自主品牌,第一轮即为经济性轿车——奔奔,具有竞争力的价格,令奇瑞QQ也有些招架不住。

与奇瑞汽车、吉利汽车、长安汽车集中于经济性轿车不同,上汽集团以高起点、国际化视野,冲向自主品牌市场。其第一招就是高端轿车荣威,这也因其优势——在长达20余年的合资生涯中,培育了大量的轿车人才、零部件供应体系等。

在这个自主品牌阵营中,唯一缺少的是像江淮汽车这一类型——慎出招,出则稳且封喉者。江淮汽车由一个销售收入仅3000万元的企业,发展成中国商用车领域的领袖企业,依靠的就是抓住机遇及时出击。从底盘过渡到生产轻卡,从生产轻卡再成功推出瑞风商用车,江淮汽车成长的每一步都证实了这一点。

江淮汽车销售数据及预测					
	2004	2005	2006	2007预测	2008预测
客车型	22606	22686	25314	22000	22000
轻型载货车	80232	96228	108820	120000	130000
瑞风商用车	24277	31485	33551	38000	50000
瑞鹰SRV			812		
重型载货车		555	3065	8000	10000
轿车				3000	25000

单位:辆

资料来源:公司定期报告、申银万国证券研究所