

破解品牌升级难题 纷纷A股赶考

国内车企资本市场求解

商报记者 蓝朝晖 王万利/文 田艺/漫画

比亚迪进入A股市场获批，正式拉开了今年国内汽车企业回归A股的序幕。

事实上，除了比亚迪外，广汽、长城汽车都高调宣布了将转移阵地，加速回归A股。品牌提升和新能源汽车业务的发展都需要大量资金的支撑，也正因如此，越来越多的车企开始寄希望于A股市场融资。中投顾问高级研究员李胜茂在接受记者采访时表示，国内车企普遍患上了“资金饥渴症”。回归A股市场的浪潮不仅可以拓宽其融资渠道，同时还可以提升其品牌知名度，在即将出台的《新能源汽车规划》的千亿元补贴中分得更多份额。

A股募资启动

5月9日，比亚迪顺利过会，正式启动了回归A股之旅。同时宣布战略目标，将致力成为全球领先的新能源解决方案提供商。

比亚迪总经理助理李云飞告诉记者，比亚迪计划将募集资金投资于深圳市比亚迪锂电池有限公司锂离子电池项目、深圳汽车研发生产基地项目和比亚迪汽车有限公司扩大品种及汽车零部件建设项目，募集资金投资21.92亿元。其中，11.4亿元用于投建汽车研发生产基地，6.52亿元用于汽车公司扩品种及汽车零部件项目，4亿元用于锂电池公司锂离子电池生产项目。“A股回归，将加速比亚迪太阳能电站、储能电站、电动车这三大梦想实现的步伐。”李云飞称，比亚迪将借此回归A股的机会，实现资本平台和品牌运营的双赢，成为全球瞩目的中国品牌。

类似的车企还有长城汽车和广汽集团。据长城汽车副总经理商玉贵透露，2003年已经港股上市的长城汽车去年开始谋划A股回归，现在已经向相关部门递交了A股申请，并且“已经开始走程序了”。而在去年8月刚刚实现在港股整体上市的广汽集团也宣布，确定在9月底之前A股上市。若广汽集团可以顺利实现A股整体上市，按照目前其港股总市值558亿港元的规模，则无疑是又一次重量级回归。

资源整合补漏

虽然比亚迪在新能源业务已经有了不错的业绩

贡献，同时在公开的《招股说明书》中所述的融资投资项目前景诱人。但有业内人士分析人士认为，A股相对较高的市盈率和去年IPO异常火爆的局面，才是汽车企业纷纷回归A股的主因。

统计数据显示，4月份比亚迪汽车销量较上个月提升了0.2%，但同比下降12%，为40100辆。虽然这一趋势与全国汽车销量出现了27个月以来的负增长相吻合，但汽车销量下滑、新能源推广的难度持续，都威胁着比亚迪汽车业务的资金链。A股上市，无疑将解决比亚迪在资金方面的燃眉之急。

A股上市后募集到的资金对任何企业来讲都是不小的助力。但实际上，对于很多汽车企业而言，上市为其带来的好处并非全部在资金上。不少车企负责人向记者表示，上市更多是出于企业战略资源整合的目的。

商玉贵告诉记者，长城汽车2003年港股上市时“并不缺钱”，但上市却是长城汽车发展中一个重大的转折点。“港股上市大大提高了长城汽车在国际上的品牌知名度，同时更规范的经营也保证了我们之后的高速发展。”商玉贵称，一直到现在，长城汽车也没有贷款、没有债务，自有资金非常充足，发展势头很猛，而这一切，都可以说是得益于8年前的港股上市。而回归A股，将进一步

提升长城汽车的品牌形象，有助于其进军全球市场的战略。

广汽集团董事长秘书卢飒也表示，A股上市的主要目的是想通过上市实现公司内部战略资源的整合。

此外，早已A股上市的上海汽车、江淮汽车也不同程度地表示，资本市场对于其企业运作的规范性和融资的便利性起到了很大的连带作用。

品牌向上多样化

我们知道，品牌知名度是自主品牌车企的软肋。业内人士分析认为，除了资金需求外，提升知名度与品牌形象是汽车企业上市的另一大原因。

商玉贵并不讳言资本上市对企业知名度提升的影响。他坦言，长城汽车作为一家生产皮卡与SUV起

家的企业，港股上市对于企业知名度有极大的提升，而这对海外出口也有很大帮助。而计划回归A股，不仅是增加了轿车业务、企业版图扩张时期的需要，更是长城汽

车在国内提升品牌的关键一步。

当然，也并不是所有的车企都依靠上市来解决品牌问题。作为自主品牌龙头企业，奇瑞汽车上市的一举一动吸引着整个汽车行业甚至产业外的关注。奇瑞股份总经理助理金弋波在接受记者采访时表示，奇瑞虽然有IPO上市的计划，但由于上市时机并不

成熟，奇瑞资金的缺口也不大，因此目前还没有明确的上市时间表。

不过，金弋波同时也肯定了上市的积极作用。“引入资金、贷款以及上市融资，这样的资本多元化运作，更有利于一个企业的健康稳定发展。”金弋波认为，一旦奇瑞能够顺利上市，将会更有助于理顺管理机制，提升管理水平。“但目前在资金并不短缺的情况下，奇瑞仍是要先保证做好产品，打响品牌。”金弋波说。

北汽股份相关负责人表示，目前北汽在自主品牌的研发和生产上都已取得了突破性进展，通过海外收购不仅收获了相关技术，同时也对在海外市场上的品牌建立有一定帮助。

在很多观察家眼里，汽车产业规划指定的“四小”企业中，只有北汽和奇瑞尚未真正实现上市。虽然这并没有妨碍两家企业在国内外的品牌发展计划，但专家们认为，可以肯定的是，上市对这两家企业的发展将起到很大的推动作用。

同时，专家们还指出，还没能实现上市的车企不妨多向奇瑞学习，扎实练好内功，“尽量做到让上市成为锦上添花，而非雪中送炭”。一位专家这样说。李胜茂也认为，目前国内车企大都将上市作为解决自主品牌发展瓶颈的主要思路，实际上还可以采取兼并收购国外知名汽车企业，在获取对方的先进技

术后，加快自主品牌建设步伐的方式；另外，在牢牢掌握发展主导权的情况下，也可以引进一些战略合

资者，增强企业创建自主品牌的实力。

商报链接

别把上市当成噱头来炒作

可以肯定，上市对一个汽车企业的作用是积极的，且利好是多方面的。但是，不少业内专家纷纷提醒车企，别把上市当成一个噱头来炒作。

专家称，现在都说股民们是在“用脚投票”，就是觉得好就进来，觉得不好就跑了。“股市正常的发展就是这样的，大家都在用智慧赚钱。你要融资，首先要确保你能帮股民们赚到钱，才能得到信任。”一位业内人士称，靠炒作坚持不了太久，或许刚开始能吸引一些关注，但当吹起来的气泡破碎之后，随之而来的负面影响很可能是企业难以承受的。

“现在股市的实际情况较乱，所以破发率一直很高，这在一定程度上表示了股民们普遍缺乏信心。”汽车分析师贾新光认为，汽车企业如果选择在这个时候入市，就更应该谨慎，绝对不能用不靠谱的噱头忽悠人。

“踏踏实实才靠谱。像上汽那样优质资产比较多的企业，整体上市的每一步都很顺利。反之，缺乏优质资产的车企无论在上市还是增发上，都会遇到困难。”贾新光提醒要上市的车企，别把股民当笨蛋。“像当初长安的增发，不少人都能看出问题。你扩张的是很快，但同样风险也很大。你很需要钱，但投资者能否跟着你赚到钱？你不考虑这些问题，人家股民也自然不买你的账。”

商玉贵也表示，作为一家企业，如果上市就是为了融资，为了圈钱，那就太没意思了。“很多企业都把融资当成上市的主要目的，反而收不到理想结果。”商玉贵认为，汽车企业上市应该是让自己更规范、更努力地提高经营业绩和盈利水平，帮股民赚到钱，而非大肆炒作圈钱，图一时之利。

“上市后，你就要靠真金白银说话。每年分红时你能给股民多少‘实惠’，直接决定人家对你的信任度，决定你的品牌形象。”商玉贵称，这么多年长城汽车品牌形象能得到不断提升，最根本的保障就是来源于股市上给股民的回报。“要上市的车企都应该少搞假大空，多做点实事。”商玉贵说。

此外，专家们还提醒车企，别拿新概念来炒，画的饼不能充饥，这个道理谁都应该懂。“现在很多车企都在用新的概念炒作，比如大炒新能源车、‘十二五’汽车产业概念，甚至是某些事件。”贾新光认为，这样的炒作很不负责任，“就拿新能源车来说，实际上发展前景不是很清晰，什么时候能赚钱更不好说。你过度炒作这方面，一旦不行，就会让股民们的钱都跟着赔进去。那以后谁还信任你？”

总之，进入资本市场面对股民时要尽量做到坦诚。赢得了大家的信任，才能获得更多的支持，保证更快更好的发展。

