

■ 本版撰文 本报记者 陶海青

编者按:中国汽车业从2000年到2010年飞速发展,用10年的时间完成了西方国家80年的历程。2011年,中国汽车业虽然增速下降,但仍实现产销1842万辆和1851万辆,连续3年蝉联世界第一。然而,巨大的产销数字光环却无法掩饰中国汽车业在高速增长过程中显现出的种种弊端:市场仍被外资品牌垄断,合资公司的品牌使用权和知识产权均需从外方购买,尤其是在中高端领域,自主品牌的话语权依然甚微。

多重问题缠身 中国汽车业遭遇“成长的烦恼”



强国须有名车 政策扶持至关重要

中国汽车连续3年产销全球第一,却无法成为汽车强国;过去10年,市场销量年平均增长25%,而自主品牌汽车的市场份额却持续萎缩,自主品牌汽车的命运再次成为各界关注的焦点。

为扶持中国自主品牌汽车的发展,工信部近日发布《2012年度党政机关公务用车选用车型目录》(以下简称《目录》),此次公务用车选用的车型涵盖了25家自主品牌企业的412款车型,外资和合资企业的车型无一款入选。由此,自主品牌有望独享高达1000亿元的市场蛋糕。

对中国车企来说,这无疑是一个利好消息。公务车采购新政的推出表明,中国政府开始大力扶持自主品牌。但此次《目录》有无明显效果要看两个关键条件:一是市场份额到底有多大,二是该政策是否能执行下去。

一直以来,中国几大汽车集团都将主要精力放在合资品牌上面,因为合资品牌研发成本低,基本都是国外车企的现成技术,而且利润高,市场需求旺盛。如果开发自主品牌,长期的资本投入将是一大负累,高额的研发成本也会削减利润空间。据记者了解,汽车的自主创新非常复杂,像一汽这样有实力的企业,在自主车型上也鲜有收益,比如红旗Q3,每卖出一台就要亏损10万元,但是,这不能成为企业放弃自主创新的借口。

一个崛起的大国一定要有自己的世界级汽车品牌,欧美等国在经济发展的同时实现了汽车品牌建设的同步前行。在德国经济的全面振兴中,奔驰和宝马驶遍全球,“德国制造”享誉世界;当日本制造业快速崛起时,丰田在

世界上大行其道;美国即使在金融危机中都对汽车行业施以援手。这些都充分说明,成为汽车强国是成为经济强国的必由之路。

汽车作为一个国家工业的脊梁,因其产业规模大,对其他相关产业关联性强而备受重视。中国要实现汽车强国梦,必须大力扶持自主品牌汽车。而目前一个不争的事实是:一方面,自主品牌汽车在竞争中表现出明显的弱势,拥有自主知识产权的车企没有获得良性发展,中国汽车的品牌之忧还将进一步显露出来;另一方面,通过合资政策进入中国市场的外资整车企业却取得了丰厚的投资回报,国际资本以40%的资本攫取了70%的利润,且市场份额呈强势扩张之势,中国已经成为跨国车企“借腹生子”之地。在这种大背景下,中国汽车要跻身世界舞台,单靠企业自身的力量是远远不够的。

韩国汽车白手起家,为形成国际竞争力,韩国政府不断出台政策,以支持少数重点汽车企业引进消化国外技术,开发具有自主知识产权的车型。在发展初期,韩国汽车通过与跨国公司合资,引进技术和国外设计人员,利用合资渠道打入国外市场。最后形成本国公司控股,掌握自主开发权。韩国汽车工业的发展说明,产业政策对汽车行业的发展至关重要。

未来10年将是中国汽车工业实现汽车强国目标的关键时期。汽车工业扶持政策如何制定,将事关自主品牌汽车的生死存亡。如果仅仅满足于目前市场的表面繁荣,任由自主品牌在竞争中挣扎求生,却不能出台行之有效的扶持政策,那么,中国失去的将不仅是市场和利润,更是中国汽车业的未来。

中国汽车业在经历了前几年的“井喷式”发展后,回归理性,增速放缓,这意味着自主品牌汽车厂家将面临更加严峻的竞争考验。

3月9日,中国汽车工业协会公布了今年前两个月的汽车产销数据。数据显示,1月至2月,汽车产销金额与上年同期相比分别下降1.68%和4.37%。自主品牌轿车销售业绩尤为惨淡,同比下降16.92%。

中国汽车后市场联合会秘书长路志光对记者表示:“这是中国汽车产销27个月来首现负增长,主要原因是购置税优惠政策退出以及国家宏观调控带来的影响等。汽车厂家应及时调整各自的生产结构,不可盲目乐观。尤其是中国百余家整车企业始终在产业链的下端徘徊,无论在人才还是在研发能力上都存在不足。今年,自主品牌汽车厂家将面临诸多新挑战,发展之路依然艰难。”

中国汽车工业在经历了10年的高速增长之后,俨然成为全球汽车业的一片沃土。丰田、大众、通用、日产、本田等全球汽车巨头纷纷转舵驶向中国,不少跨国车企在华销量都取得了超过20%的年增长率。而在高速增长的背后,却是中国汽车工业仍未掌握全球汽车先进技术的窘境。除此之外,中国汽车产业还需直面其他种种难题。

国际化尚无国家战略

尽管走国际化发展之路已成为汽车业的共识,但中国汽车企业的国际化还处于起步阶段。“主要是缺乏行业引导,不同企业对国际化的定位和行动策略等有较大差异。”路志光认为,国家有必要制订一个有利于中国汽车业整体发展、符合行业共同利益的国际化战略发展路线图,形成系统化的中国汽车业国际化发展战略体系,以提升中国汽车产业的整体竞争力水平。

去年,中国汽车产销蝉联世界第一,但汽车出口量仅为50多万辆,不足总产量的3%,在全球主要汽车生产国中处于最低水平。与此相对应的是,德国的汽车出口量占整个产量的75%,日本是65%,韩国是50%,甚至巴西都占20%以上。

全国人大代表、长城汽车总裁王凤英认为,推动中国汽车产业国际化是一个系统工程,需要制定中国汽车品牌产业政策。国家要从产业政策和配套环境建设方面给予引导,将鼓励“走出去”上升到国家战略高度,制订国家级“中国车”的强制认证体系,建立一套可量化的认证标准,是推动自主品牌提升自身实力和产品品质的必要手段。

她深有感触地说:“中国汽车企业在海外的发展缺乏统一协调,无法实现良性互动。这些问题已成为阻碍中国汽车实现国际化可持续发展的障碍。如果国家没有系统的战略支撑,仅靠单一企业慢慢摸索,其路将更加漫长。”

奇瑞汽车副总经理陆建辉与王凤英的观点不谋而合。他对记者直言:“奇瑞在出口过程中遇到了相当多的困难,在不同国家,困难不同。但有一点是相同的:如果奇瑞的一种产品在某个国家卖得好,那么几个月后,这个国家就会出现很多中国制造的同种产品,而且价格极低,与奇瑞打价格战。”他呼吁,政府在鼓励企业“走出去”的同时,需要制定相关规定,以避免中国车企在国外市场上出现恶性竞争的情况。

重组之路充满艰辛

众所周知,汽车业是最强调规模和开放程度的产业,但中国汽车行业的兼并重组似乎比国际化难度更大。

从国际汽车产业发展现状来看,年产销100万辆以下的汽车公司已经不能单独存在,就是年产销200万辆的车企也面临重组局面。目前,中国有115家整车制造企业,前10家汽车企业集团销量为1609万辆,并且仅有4家进入200万辆俱乐部,超过80%的企业年销量低于20万辆。对此,路志光认为,今年将是中国汽车并购重组的调整年,兼并重组将再度成为汽车行业关注的焦点。

3月5日,温家宝总理在政府工作报告中提出,“要推动以汽车、钢铁、造船、水泥等行业为重点的企业兼并重组”,

汽车赫然位居几大重点行业之首。“这是一个明显的信号,表明国家将进一步推动汽车业的新一轮兼并重组,进一步整治散、乱、小的汽车产业格局。”路志光说。

上个月初,国务院颁发了《工业转型升级规划(2011年至2015年)》(简称《规划》)。<《规划》提出,到2015年,中国汽车行业前10家企业的产业集中度要从2010年的82.2%增加到2015年的90%以上,鼓励企业实施兼并重组,形成3家至5家具有核心竞争力的大型汽车企业集团。

事实上,早在1999年初,国家机械局就提出了一个重组方案,计划把占全国汽车总产量92%以上的13家主要汽车企业重组为3家到4家集团,并形成五六家骨干企业。之后,该方案也曾报国务院审批,但终因阻力太大而搁浅。

2009年初,国务院又下发了《汽车产业调整振兴规划细则》,其中明确提出:通过兼并重组,形成2家到3家产销规模超过200万辆的大型企业集团,培育4家至5家产销规模超过100万辆的汽车企业集团,产销规模占市场份额90%以上的汽车企业集团数量由目前的14家减少到10家以内。

“但就目前状况看,中国汽车产业的格局并没有得到改观:100多家车企的大量业务重叠,各企业集团都没有形成规模,企业集团间和集团内部各自为政。”据路志光分析,汽车行业是高投资、高利税行业,和当地的GDP和税收紧密相连,当地政府当然不愿意这些企业被外省的企业兼并。所以,目前,国内的几大传统汽车集团仍停留在合资的框架中,缺乏竞争力,并由此导致中央关于兼并重组的呼吁仍停留在文件层面,很难执行。

中国第一汽车集团进出口公司总经理李维斗也坦言:“中国汽车产业散、乱、弱、小的格局仍未发生根本性改变。由于汽车企业的所有制和区域管理等问题,没有哪一个企业会主动被整合,跨区域的汽车整合更是受到不少当地政府的干预。因此,国家需要大力推动产业战略重组,提高汽车准入门槛,进一步提高产业集中度。”

目前,中国8个汽车基地已经全面与外商合资,中国汽车工业的局面变得十分复杂,令汽车产业重组难上加难。

零部件产业仍是短板

目前,中国汽车市场有一个耐人寻味的现象:中国整车企业引领零部件产业发展,而在国际上,则是零部件产业推动整车企业前进。从某种意义上讲,零部件的质量决定汽车产品的质量。很显然,中国汽车企业的决策层并未将汽车零部件当作一个产业来考虑。

公开资料显示,外资在中国汽车零部件市场已经占到60%以上的份额。在高新和核心技术如汽车电子和发动机零部件等关键领域,外资控制的市场份额更是高达90%,在外资的挤压下,中国汽车零部件企业的生存空间越来越窄。

事实上,跨国公司在掌握汽车产品开发权的同时,也掌握了汽车零部件的定点权。中国汽车零部件国产化也受到外方控制,关键零部件仍然依赖进口。

商务部研究院研究员梅新育对记者表示,中国汽车业要持续发展,需要壮大零部件业。而中国汽车产品出口的重点应该是汽车零部件方面,这就要求中国造就有国际竞争力的汽车零部件产业。

在汽车零部件领域工作了15年的清华大学客座教授、亚新科集团副总裁倪威也表示:美国、德国、日本都具有竞争力极强的汽车零部件公司,但中国却没有。中国汽车业的发展不能够偏废其一。他希望中国汽车业能达到一个双赢结果,即在发展整车厂商的同时,同步发展汽车零部件和配套厂商。

“中国零部件企业规模小、研发资金少,这是事实。技术落后成为中国汽车零部件产业发展的最大障碍。”路志光认为,中国零部件企业必须提高研发能力,开发核心技术,打造自主品牌。随着中国汽车工业的发展,中国汽车零部件短板将有所改观。他预测,这大约需要3年至5年。

