

杨建文 陆军荣·著

危机与变局： 透视全球汽车业的 重组与调整



上海社会科学院出版社

危机与变局：透视全球汽车业 的重组与调整

杨建文 陆军荣 著

上海社会科学院出版社

图书在版编目(CIP)数据

危机与变局:透视全球汽车业的重组与调整/杨建文,陆军荣编著. —上海:上海社会科学院出版社, 2010

ISBN 978-7-80745-718-3

I. ①危… II. ①杨…②陆… III. ①汽车工业-经济发展-研究-世界 IV. ①F416.471

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 124229 号

危机与变局:透视全球汽车业的重组与调整

编 者:杨建文 陆军荣

责任编辑:赵玉琴

封面设计:闵 敏

出版发行:上海社会科学院出版社

上海淮海中路 622 弄 7 号 电话 63875741 邮编 200020

<http://www.sassp.com> E-mail:sassp@sass.org.cn

经 销:新华书店

印 刷:上海市江杨印刷厂

开 本:787×1092 毫米 1/16 开

印 张:13

字 数:230 千字

版 次:2010 年 7 月第 1 版 2010 年 7 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-80745-718-3/F·128

定价:38.00 元

版权所有 翻印必究

前言

2008年,一场始于美国本土的金融危机爆发并快速向全球蔓延,当人们还在担心金融巨头们何去何从时,危机已经开始深入到实体经济领域,而首当其冲的便是汽车产业,尤其是美国本土的汽车产业,受金融危机的影响更为甚。金融危机冲击汽车产业的直接导火索是以消费信贷作为支撑的汽车消费需求的萎缩。欧美国家消费信贷占整个消费支出的比例很高,在欧洲是60%—70%,在美国则高达80%—90%。如此高的比例,在宏观经济景气的时候,繁荣了汽车市场,但在金融危机冲击下,汽车消费信贷如釜底抽薪,直接导致汽车销售的萎缩。对于汽车产业重大影响的不仅只有外因,以美国通用、福特、克莱斯勒为代表的美国汽车产业,长期累积的内部问题,更是导致美国汽车产业在金融危机冲击下,风雨飘摇,最终选择破产、重组、被并购的道路,从而成为影响未来世界汽车产业格局变化的重要因素。

金融危机对于汽车产业的影响,主要是从汽车消费市场再传导至汽车产业的格局调整。在危机期间,美国汽车市场急剧萎缩,2009年美国汽车销售量虽保住了千万辆的大关(达到1043万辆),却是27年来跌幅最大的一年,比最高峰时期下降了近700万辆,回到了1982年汽车销售量水平(该年汽车销量为1035万辆)。美国汽车消费市场的萎缩,直接导致以美国汽车市场为重点的汽车生产商,面临前所未有的压力,其中最主要的是美国三大(通用、克莱斯勒和福特)汽车公司和日本丰田汽车。相比之下,欧洲汽车厂商因为一直没有成功地在美国市场占领一席之地而受到的冲击较小,虽然欧洲汽车销售市场也存在着需求下降的情况,但其程度要比美国市场好得多,而且欧洲消费者对于本国汽车品牌的忠诚度较高,所以受影响较大的是外来品牌。尽管如此,由于各汽车生产商各自成本结构、区域布局结构、汽车产品结构、股权结构、工会因素等多方面内部条件的不同,外部需求的下降对他们产生了的影响也各不相同,进而打破了原有的汽车产业格局的平衡,引发了人们对于全球汽车产业变局的各种猜测。

在此次可能的汽车产业变局之中,最令人关注与担忧的是美国汽车产业与

美国三大汽车厂商。2009年6月1日,通用汽车正式按照《美国破产法》有关规定向美国曼哈顿破产法院申请破产保护,并在美国本土关闭或停产了10余家汽车生产厂;紧接着6月2日,纽约南区的美国破产法院批准将相关资产出售克莱斯勒集团有限责任公司——并与菲亚特结盟成立新公司,就汽车产量而言,作为欧洲车企的菲亚特公司在全世界进不了前十位。不管怎样,经历了金融危机洗礼的美国汽车产业,总体而言“破而未倒”,美国政府给予了及时的救援,虽然作为原公司的股东破产了,但公司生产运营仍得以继续维持,只不过公司的股东换了,换成了政府或者外国投资者。福特是美国三大中唯一通过自力更生而躲过一劫的公司,原因是因为其调整的战略提前了两年,但更有巧合的是,其与危机中得以成长扩张的其他汽车企业如大众、菲亚特等汽车公司一样,都属于家族控制与影响下的企业。虽然美国的汽车产业并没有崩溃,但美国三大在全球汽车产业格局的地位却是受到了根本性的打击,美国汽车产业与汽车厂商在今后20—30年内,将很难再占领全球汽车业的制高点。新通用、新克莱斯勒虽然得以重生,但要再现往日的辉煌,不确定因素有很多。

受金融危机影响紧随其次的是日本汽车产业。由于受本国人口减少和老龄化的影响,日本汽车销售市场已经日渐趋于饱和,即便在金融危机之前,其销售量也呈萎缩趋势,增长空间非常有限。受到金融危机的冲击,其2009年的销售量严重下滑,自1971年到现在首次不足300万辆,与2008年相比,下降了9个百分点。对于日本汽车产业影响最大的还不是国内市场的萎缩,而是其原本不合理的汽车产销结构。日本汽车消费市场与生产结构,与美国的情况有很大差异,日本本土的汽车产能达到了1000万辆以上,而本国的市场容量仅为300—500万辆,因此在日本的汽车产能中将有一半以上是用于出口的,而其中美国是其最重要的汽车出口市场。美国的汽车需求萎缩,也直接影响了日本国内的汽车生产格局,在国内外需求的双重萎缩下,产能严重过剩。而且还有另外两重原因,更加加重了日本车企的压力:一是日本国内汽车市场受到严格保护,日本本土品牌的市场占有量达95%以上,日本市场萎缩的市场压力全部压在日本车企;二是以丰田为代表的日本汽车企业在美国市场因“质量门”,而受到了市场的信任危机。在这些因素的综合作用下,金融危机对于日本汽车企业与汽车产业的发展将是一个转折点,2008年丰田首次获得全球销量第一的宝座,但这一荣誉与位置能保持多久令人担心。对于日本汽车产业而言,大规模的“制造—出口”模式将很难持续,尤其是在金融危机后的贸易保护势力的作用下,日本车企将面对更大的挑战。但相对美国车企而言,日本车企善于控制成本并且在电动汽车生产领域在全球仍然占有很大优势,因此,仍具有复苏潜力的想象空间。

在美国、日本、欧洲三大传统汽车市场中,受影响最轻微的欧洲市场,2008年、2009年的销量分别微降7.8%和1.6%。受经济刺激政策的影响,德国和法国分别创出了1990年代以来的历史销量新高,2009年德国新车销量380万辆,比上年增长23%,法国销量超过226万辆,同比增长10.7%。德国大众、法国的标致雪铁龙、意大利的非亚特,欧洲汽车厂商的共同市场布局特点,就是能够牢牢控制住在本国市场以及欧洲市场上的份额。虽然欧洲汽车公司在海外市场的布局不尽如人意,除了德国大众在中国市场上有所斩获,在其他市场的布局都输于竞争对手,但本土市场的支持,使欧洲汽车厂商成为此轮危机中,在战略上最具有主动权的企业,其在危机中全球布局的主动性与投资力度,都明显超过了日本企业与美国企业。欧洲的汽车企业都具有家族血统,德国大众与保时捷之间的收购与反收购之争,实质上是两个家族联手将德国政府的控制权排除在外,而完全使公司在家族的控制与影响之下。无论从技术实力、资本状况、战略位置以及治理结构而言,欧洲的汽车企业最有可能成为下一阶段全球汽车产业的制高点。

在金融危机中最令人兴奋的是新兴市场汽车销量增长,以中国、印度、巴西为代表。2009年巴西国内汽车销量创纪录突破300万辆,同比增幅为11.35%;印度汽车市场的销量也开始出现井喷,相对于巴西与中国的人口数量,随着印度人均收入水平的上升其未来的市场空间非常大。最引全球注目的是中国汽车产销2009年分别实现1379.10万辆和1364.48万辆,同比分别增长48%和46%。中国汽车产销量也首次超越美国,成为全球第一汽车生产和消费国。而相比之下,一直被认为金砖四国之一的俄罗斯,却意外的下跌了近一半,这一方面是由于汇率因素,另一方面与其特殊的社会阶层结构与汽车产业组织结构有关。金融危机中,中、印、巴新兴市场的增长,给予全球汽车产业调整的空间与时间,成为众多跨国汽车厂商丰厚利润的来源地。这使得在危机中与危机后,各大汽车厂商对于中、印、巴三国都进行密集重磅投资,谋划未来格局。而对于新兴市场的本土汽车厂商而言,也给人们带来了猜想,诸如是否会诞生新的汽车巨子等,但从目前的结果看来还是很遗憾,新兴市场的汽车生产商还没有能够真正崛起。巴西已经没有本国的汽车产业,全部为外国汽车厂商所控制;俄罗斯由于对汽车产业一直控制得过死,在限制了外国汽车厂商的发展的同时,也限制了本国汽车产业的升级进步。未来只有中国与印度,在现有汽车产业政策框架内,可能会有新的跨国汽车企业诞生,但不是在现在,或许在10年内希望都很小。

危机中汽车产业的黑马非韩国莫属了,2009年现代一起亚的全球销量已超过福特升至全球第四位,跻身于与丰田、通用、大众并列的“第一集团军”行列。

现代一起亚同时宣布 2010 年全球产销目标提升至 539 万辆。早在 1980 年,全世界 120 位汽车界的专家学者曾预言,继日本之后的第四次重大变革将发生在韩国或其他“次发达国家”。而此次韩国企业的意外表现,存在着如汇率变化等外部因素而提升了其产品价格竞争力的因素,但或许也有其长年发展积淀下来的产业竞争力,但韩国汽车企业与产业要进入全球领先行列,目前还言之过早。

2008—2009 年,金融危机影响下的汽车产业重组与调整,给人们留下了太多的猜想空间。全球是否会出现汽车产业的第四次变革与转移呢?目前我们所能猜想的汽车产业变革与转移可能发生在:汽车新能源技术的突破与应用?汽车产业组织管理的创新?新兴市场本土汽车工业巨头的诞生?汽车产业全球生产布局的调整?目前,我们做出第四次变革的判断还尚早,什么时候发生,以什么事件为标志还有待观察。本书研究探讨的重要目标就是从全球汽车厂商的在金融危机期间所采取的各种战略布局调整与重组策略中,窥测汽车产业格局的变化与未来可能走向。

本书对全球汽车业在 2008 年金融危机和经济衰退前后的战略布局调整与重组策略问题进行分析研究。全球汽车产业主要以美、日、欧汽车产商为主导,因此选择三大区域的代表性企业,包括美系(通用、福特、克莱斯勒)、欧系(大众、标致雪铁龙、菲亚特、雷诺—日产、戴姆勒、宝马)、日韩系(丰田、本田、现代—起亚)等,这些企业在金融危机中都是处于此次危机风口浪尖的企业,能体现全球汽车企业的未来格局。同时考虑到新兴市场的巨大成长空间以及新兴市场汽车产商的未来发展方向,也将金砖四国(中、俄、印、巴)汽车产业发展的情况一并进行分析。分析的重点在于“两大方面、八个要点”。第一大方面是战略布局问题(从市场布局、生产布局与新能源汽车布局三个要点分析);第二大方面是重组策略分析(从股权债务重组、资产重组策略、业务重组策略、品牌重组策略、战略联盟策略五个要点分析)。在分析过程中,先对每家企业战略布局与重组策略的信息资料进行收集、整理、分析;在此基础上分系别、类型分析比较其中的共性、趋势及经验教训;结合新兴市场的发展情况,总结出危机后全球汽车产业战略布局调整的方向、格局及有关策略。本研究信息资料均来自于公开信息,包括公司网站、行业网站、研究报告、媒体报道。通过本书的分析,一是想总结出危机后全球汽车产业战略布局调整的方向;二是总结出全球主要汽车企业重组的经验与教训;三是梳理发展中国家汽车企业包括中国的汽车企业,在危机后全球汽车产业发展中所处的战略位置,以及当前及未来发展的某些思路 and 应注意问题。

从危机后全球汽车产业发展格局而言:

——近五年内,中国汽车市场的规模将相当于一个美国市场加上一个日本

市场;巴西、印度、俄罗斯的汽车市场规模之和相当于一个美国市场;在未来10—20年内,印度汽车市场的销量规模将相当于一个美国市场。中国将成为世界最大的汽车市场;印度是潜在的增长大国,未来的超级市场;俄罗斯具有快速恢复的市场消费能力;巴西保持稳定小幅增长,是西半球国家汽车市场的领跑者。传统三大市场的需求趋于平稳:日本市场进入成熟萎缩后的平稳期;欧洲市场是成熟稳定的市场;美国市场急剧滑坡后,有所恢复,但不会持续以前的高增长。

——随着通用的重组,戴姆勒与克莱斯勒的“分家”,菲亚特与克莱斯勒联盟的“诞生”,大众、现代的突飞猛进,全球汽车行业的竞争格局,显然不再适合用笼统的“6+3”来概括。从当前各大跨国汽车集团的发展动态来分析,下一阶段(5—10年内)全球汽车市场主导产商会形成“4+3+X”的产业格局:四大独立汽车巨头、三大跨国汽车联盟集团、若干家以区域或产品细分市场立足的汽车企业。四大独立汽车巨头:一家德国企业、一家日本企业、一家美国企业、一家韩国企业;三大跨国汽车联盟集团:欧美联盟、欧日联盟、美X联盟;若干细分市场汽车集团:本田、标致雪铁龙、宝马、戴姆勒等。在四大独立汽车产商中,德国大众会成为下一轮汽车产业格局中的“牛首”。

——现有的汽车制造业不会大规模发生转移,现有新兴市场国家汽车制造业的投资主要是伴随当地需求而发展。但汽车制造业的结构会在紧靠市场的周边区域进行布局或是产品结构的调整。美国汽车产业不会大范围萎缩,为规避汇率风险仍会有新的日资、欧资进入美国汽车产业;欧洲汽车制造业可能会进入新的繁荣阶段;在汇率与召回因素影响下,日本出口制造模式恐难持续。墨西哥、巴西、东欧有望形成基于自由贸易区的汽车出口生产基地,印度成为小型车生产基地。

——在下一阶段,全球领先的十大汽车产商中,都会存在这样一个特点,即“其汽车产品在所在国都占据了稳定的优势地位,再以此为基础在新兴市场上占领一定的市场份额”。欧洲市场:将以欧系品牌为主导,日系、美系、韩系为补充;美国市场:以美系、日系为主导,欧系、韩系为补充;日本市场:日系占主导(95%以上,由于政策所致);巴西市场:欧系主导,日系、美系补充;中国、印度、俄罗斯市场:欧日美系车都难以一家主导。

——危机后,美系、欧系、日系明确了可实施的电动汽车发展方向与步骤。从材料分析看出,日系在电动汽车发展领域占据主动权;欧系其次;美系较弱。2010—2012年间,各大企业根据自身不同情况都要推出混合动力或是纯电动汽车,但各自的预估市场销量都不大。2012—2015年将是电动汽车发展的快速增长期,先油电混合再到纯电动。

——新兴市场汽车厂商发展。在金融危机发生后面对发达国家汽车业的破产重组过程中,发展中国家汽车业与汽车产商,在局部领域存在走出去和进一步加深合作的机遇,但并不会改变发展中国家对于发达国家汽车制造商与制造业的依赖与从属地位。

通过对于金融危机期跨国汽车厂商重组的分析,也可以给予我们不少启示,譬如:

——如何规避汽车产业全球化的风险。汽车产业全球化要注意两个风险:一是市场过于集中的风险。二是汇率风险。简单的汽车出口模式对于企业而言不是长久之计,依托中国制造汽车出口美国市场,在人民币升值、美元贬值的情况下是不可取的。

——组织调整是适应战略环境与条件变化的需要。在此轮危机中出现了许多完全相反的重组策略:通用实施组织扁平化,权力上移;而丰田却是建立区域事业部,下放权力。美系欧系的零部件供应商体系出现纵向一体化、内部化趋势;而日本丰田却表示要开放其供应商体系,增加竞争降低成本。美系在精减品牌,但欧系与日系的多品牌战略却是很成功。组织架构没有不变的最优,根据自身环境变化随时作出调整。在危机前能及时反应并作出调整的公司,在此次危机中都居于主动。

——战略联盟合作形式:资本合作前提下的独立或是融合。前一轮的并购联盟合作形式基本失败,只有雷诺—日产是成功的,未来全球汽车市场的竞争中,必然要出现进一步的跨国集团之间合作联盟。从经验教训看,存在两种趋势:一是资本合作基础上的独立运行(雷诺—日产与标致雪铁龙模式);二是资本控制上的融合运行(菲亚特—克莱斯勒)。从发展的成功经验看,联盟合作必须是要有实质的融合,在近期的战略中,无论是雷诺—日产、标致雪铁龙模式、菲亚特—克莱斯勒都提出了平台共享战略、零部件共享战略、销售网络共享战略。

——工会力量与家族力量在全球汽车产业中不可忽视。在巴西、韩国、印度因工人罢工问题而经常影响企业的正常运营;在美国,工会力量已经开始融入到资本层面,通过资本的结合而缓和工厂发展与工人之间矛盾,这是危机后所产生的一个新现象。而家族力量在前十位汽车企业中有至少六家是家族控股企业。企业跨国发展必须考虑这两个因素,要学会如何与工会和家族打交道。

——未来发展中国家车企成长扩张的第三个思路。通常的两种模式是:一是资本扩张,以外制外,通过收购子品牌或是集团公司的方式,利用市场已经接受的品牌与渠道进入全球市场。二是自主品牌扩张,直接将自有品牌打入国际市场。上面两种扩张模式的基础是在本国市场上站稳了一席之地。而在发展中

国家,还没有一家企业能做到这一点。因此可以考虑第三种思路:“先外围再中心”的战略思路。包括两层含义:一是先做强汽车零部件产业,再向上并购核心汽车企业(国外出现了这种情况),中国企业收购零部件企业存在机会与能力;二是先布局发展新兴市场,最后是布局发达国家市场。发展中国家市场的产品接受难度低且处于快速增长阶段。

本书是在作者承担的上海汽车战略研究中心 2009 年度课题“全球汽车业在金融危机和经济衰退中战略布局调整与重组策略研究”的基础上,作了大幅度的调整、补充、完善而成稿。在上述课题研究过程中,得到了上海汽车工业(集团)总公司副董事长张广生研究员、董事会办公室副主任张明高级工程师,上海社会科学院左学金研究员、袁恩桢研究员、张幼文研究员、韩汉君研究员等专家学者的点评指正,在此表示感谢!

在本书写作过程中,吴亚菲(第一章)、郭舒(第二章)、吴萍(第三章)、刘敏(第四章)、顾成昌(第五章)及邱飞博士对于相关各章的资料收集与文字编撰工作提供了很大帮助。对于危机后全球汽车产业走势的分析判断,是本书在现有各汽车厂商公开媒介资料的基础上进行收集整理分析,再综合得出若干结论。这些认识需要进一步深化,敬请读者批评指正。书中所有判断与观点,都是作为第三方研究者的角度而言,并不代表任何企业的官方结论。

杨建文 陆军荣

2010 年 5 月 4 日

目 录

前言	1
第一章 危机前的全球汽车产业格局简析	1
一、21 世纪以来全球汽车产业格局的发展变化	1
(一) 汽车产量的国别结构	1
(二) 形成寡头竞争格局	2
二、危机前国际汽车产业的调整与重组分析	4
(一) 调整和转移	4
(二) 全球化生产	6
(三) 全球化重组	8
三、危机前全球汽车产业发展存在的问题	9
(一) 大企业病与企业效率	9
(二) 工会力量与用工成本	10
(三) 美国汽车消费的需求泡沫	11
(四) 全球化组织体系的不成熟	11
(五) 传统汽车增长模式与能源瓶颈	12
第二章 全球汽车产业战略布局与重组策略·美国篇	14
一、通用:摔跤的大象如何转身	14
(一) 简要背景	14
(二) 战略布局调整取向	14
(三) 重组策略研究	19
二、福特:在危机中实现战略转折	26
(一) 简要背景	26
(二) 战略布局调整取向	27
(三) 重组策略研究	30
三、克莱斯勒:委身于人换主双赢	34

(一) 简要背景	34
(二) 危机中战略布局的调整取向	35
(三) 重组策略研究	38
四、美系车企布局调整与重组特点	45
第三章 全球汽车产业战略布局与重组策略·欧洲篇	47
一、大众:危机后全球汽车产业的王者	47
(一) 简要背景	47
(二) 战略布局调整取向	48
(三) 重组策略研究	53
二、标致—雪铁龙:一家立足欧洲的汽车企业	58
(一) 简要背景	58
(二) 战略布局调整取向	59
(三) 重组策略研究	62
三、菲亚特:从被拯救者到拯救者	66
(一) 简要背景	66
(二) 战略布局调整取向	67
(三) 重组策略研究	71
四、雷诺—日产联盟:跨国联姻的模范拍档	74
(一) 简要背景	74
(二) 战略布局调整取向	74
(三) 重组策略研究	78
五、两大豪华巨头:戴姆勒与宝马	82
(一) 戴姆勒	82
(二) 宝马	92
六、欧系车企布局调整与重组特点	99
第四章 全球汽车产业战略布局与重组策略·日韩篇	101
一、丰田:在危机中走过巅峰	101
(一) 简要背景	101
(二) 危机中战略布局调整取向	103
(三) 重组策略研究	109
二、本田:一家拒绝长大的公司	113
(一) 简要背景	113
(二) 战略布局调整取向	114

(三) 重组策略研究	117
三、现代一起亚:预言中的黑马能跑多远	120
(一) 简要背景	120
(二) 战略布局调整取向	121
(三) 重组策略研究	124
四、日韩三小:铃木、三菱与大众	127
(一) 铃木汽车	127
(二) 三菱汽车	131
(三) 大众	136
五、日韩系车企布局调整与重组特点	140
第五章 全球汽车产业战略布局与重组策略·新兴市场	142
一、巴西:南美的汽车中心	142
(一) 产销量与增长趋势	142
(二) 汽车工业结构:外资主导	143
(三) 危机期间当地车企的战略变化	145
(四) 危机前后的国内汽车产业政策	146
二、俄罗斯:工业强国汽车小国	147
(一) 产销量与增长趋势	147
(二) 汽车工业结构:生产内主,市场外主	149
(三) 危机期间当地车企的战略变化	152
(四) 危机前后的国内汽车产业政策	153
三、印度:等待崛起的大市场	155
(一) 产销量与增长趋势	155
(二) 汽车工业结构:内外平衡发展	156
(三) 危机期间当地车企的战略变化	159
(四) 危机前后的国内汽车产业政策	162
四、中国:危机中最亮丽的产业	163
(一) 产销情况与增长趋势	163
(二) 汽车工业结构:从合资走向自主	165
(三) 危机期间当地车企的战略变化	170
五、新兴国家汽车市场特点	177
第六章 危机后全球汽车产业发展格局与启示	179
一、全球汽车产业发展格局走向	179

(一) 市场格局:新兴市场崛起后的改变	179
(二) 厂商格局:强者主导下的格局调整	182
(三) 生产布局:危机后现有汽车产业不会发生大规模转移	185
(四) 各厂商的市场占领格局:依托本土,分割全球	186
(五) 新能源汽车的发展趋势:电动汽车	187
(六) 新兴市场汽车厂商发展:第三种思路	188
二、全球汽车产业重组与调整对中国汽车产业的启示	189
(一) 全球汽车产业重组中的经验教训	189
(二) 新战略布局中的中国汽车产业发展的战略定位	190

第一章 危机前的全球汽车产业格局简析

一、21 世纪以来全球汽车产业格局的发展变化

(一) 汽车产量的国别结构

全球汽车总产量从 2000 年 5754 万辆,上升到 2008 年的 6500 万辆,年均增长 1.53%,其间最高在 2007 年达到了 7326 万辆。但在持续增长的格局中,各国生产量的国别结构变化明显。老牌的汽车生产国美国的汽车本土生产量持续下降,从 2000 年的 1278 万辆下降至 2008 年的 870 万辆,其占全球的生产份额下降了 10 个百分点。与美国相似,法国的汽车生产量也减少了近 50%,英国汽车产量变化虽然不大,但其本国的生产能力已经非常低,仅占全球的不到 2.5%。

表 1-1 全球主要国家汽车产量(2000、2005 和 2008 年)

国 家	2000 年		2005 年		2008 年	
	产量(万辆)	比重(%)	产量(万辆)	比重(%)	产量(万辆)	比重(%)
全 球	5754	100	6600	100	6500	100
美 国	1278	22.2	1198	18.15	870.5	12.34
英 国	210	3.65	180.3	2.73	165	2.34
法 国	529.8	9.21	604	9.15	256.9	3.64
德 国	519.7	9.03	550	8.33	604	8.56
日 本	1210	21.03	1080	16.36	1156	16.39
韩 国	311.5	5.41	370	5.61	380.70	5.40
中 国	207	3.60	570.49	8.64	934.5	13.25
印 度	100	1.74	163.87	2.48	231.4	3.28
巴 西	169	2.94	253	3.83	322	4.57
俄罗斯	120	2.09	135.4	2.05	179	2.54

数据来源:国际汽车制造商协会 OICA 及作者整理。

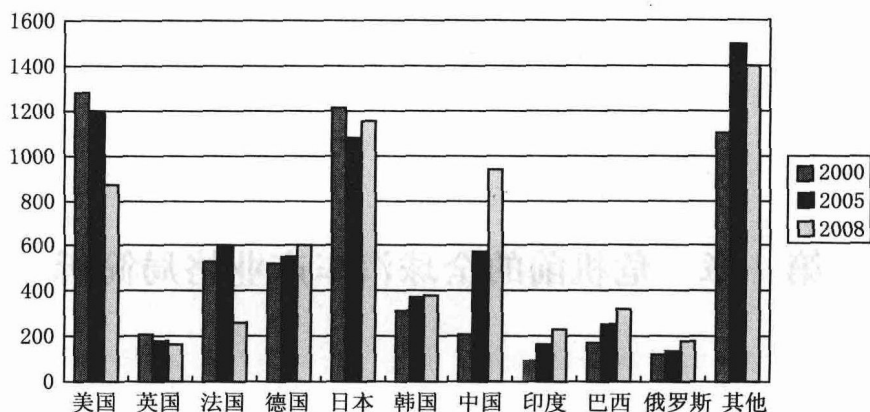


图 1-1 全球主要国家汽车生产量比较(单位:万辆)

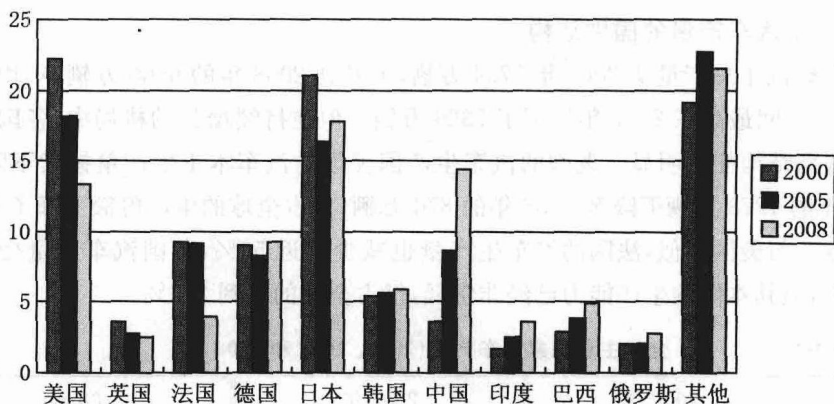


图 1-2 全球主要国家汽车产量增长比例、结构变化(单位:%)

数据来源:国际汽车制造商协会 OICA 及作者整理。

德国和日本的汽车生产能力变化不大,甚至略有上升,但由新兴市场国家汽车生产量的猛增,其产能占全球的比例在 2000—2008 年仍略有下降。

以金砖四国为代表的新兴发展中国家汽车的生产量呈直线上升态势,他们的产能从 2000 年的 596 万辆上升至 2008 年的 1666 万辆,与所占全球份额比例从 10.4% 提升至 24%。而其中,中国的产能增长速度与市场占有率提升幅度最大。2009 年,中国汽车产销量超 1360 万辆,产销量已居世界第一。

(二) 形成寡头竞争格局

1964 年,全世界独立的较大规模的汽车公司有 52 家,到 1980 年减少为 30 家。经过近年来大规模的购并和联合,2008 年金融危机前的世界汽车产业已经初步形成了“6+X”的格局。其中的“6”表示:通用系、福特系、戴姆勒—克莱斯

勒、大众系、丰田系和雷诺—日产系，“X”表示：标致—雪铁龙、本田、宝马、菲亚特^①和现代。表 1-2 中可以看出，三个代表年份中，产量排进前十位的公司基本只是在排名先后上有所变化。

表 1-2 2000、2005 和 2008 年世界汽车产量排名 (单位:万辆)

2000 年世界汽车排名		2005 年世界汽车排名		2008 年世界汽车排名	
公 司	产 量	公 司	产 量	公 司	产 量
通 用	813.3	通 用	879.8	丰 田	923.8
福 特	732.2	丰 田	781.2	通 用	828.2
丰 田	595.5	福 特	775.1	大 众	643.7
大 众	510.7	大 众	503.3	福 特	540.7
戴姆勒— 克莱斯勒	466.6	戴姆勒— 克莱斯勒	466.4	本 田	391.3
PSA	287.9	现代—起亚	354.7	日 产	339.5
菲亚特	264.1	日 产	338.1	PSA	332.5
日 产	262.9	本 田	331.7	现 代	277.8
雷 诺	251.4	PSA	311.6	铃 木	262.3
本 田	250.5	雷 诺	236.9	菲亚特	252.4
前三位	37.21%	产业集中度	36.91%	产业集中度	33.97%
前五位	50.32%		49.35%		44.33%
前十位	77.08%		75.44%		67.96%

数据来源：国际汽车制造商协会 OICA 及作者整理。

2000 年以来，这种寡头竞争型的市场格局并没有太大改变，前三位与前五位厂商的产能集中度基本维持在 37% 和 50% 左右。前十位的产业集中度在 70%—80% 之间，并在此期间有下降态势。其中日本汽车生产商的产量，无论是一线的丰田，还是二线的本田、日产、铃木在此期间一直处于上升趋势。

这些趋势可以说明以下几个问题：第一，寡头垄断的竞争格局是汽车产业结构的较优选择。汽车产业寡头垄断的竞争格局较难以打破，高效率的企业可以占有较大的市场份额，并提高产业集中度的。也就是说，寡头垄断的市场结构在某种程度上是效率的体现，是当前汽车产业发展的必然。第二，潜在竞争力量较强，寡头地位可能会更替。寡头垄断的竞争格局下，汽车产业的竞争性仍相当

① 菲亚特集团在 2005 年之前被通用汽车控股，但在 2005 年通用汽车放弃了对菲亚特的控股权。