

How

To

Make

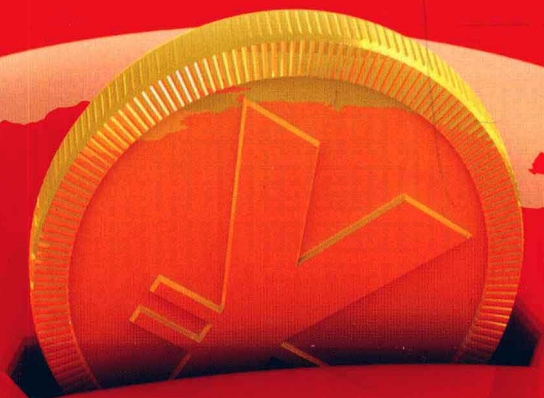
Money

in

China

# 如何在中国赚钱

《21世纪经济报道》编著



二十一世纪出版社  
21st Century Publishing House  
全国百佳出版社

How

To

Make

Money

in

China

# 如何在中国赚钱

《21世纪经济报道》编著

## 图书在版编目 (CIP) 数据

如何在中国赚钱 / 《21世纪经济报道》编著. -- 南昌: 二十一世纪出版社, 2013.4

ISBN 978-7-5391-8463-0

I. ①如… II. ①2… III. ①商业经营 - 研究 - 中国 ②投资环境 - 研究 - 中国 IV. ①F715②F129.9

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第038812号

如何在中国赚钱

《21世纪经济报道》编著

策 划 张 明

责任编辑 张 宇

特约编辑 华超超

出版发行 二十一世纪出版社 (江西省南昌市子安路75号 330009)

www.21cccc.com cc21@163.net

出 版 人 张秋林

经 销 新华书店

印 刷 北京中印联印务有限公司

版 次 2013年4月第1版 2013年4月第1次印刷

开 本 720 × 1000 mm 1/16

印 张 17.25

字 数 280千

书 号 ISBN 978-7-5391-8463-0

定 价 29.80元

赣版权登字-04-2013-142

如发现印装质量问题, 请寄本社图书发行公司调换 0791-86524997

# 序

## 重新思考市场

《21世纪经济报道》主编 刘 晖

为什么地产会十年九控？房价的上涨里面隐藏了什么样的秘密？为什么说地产的问题在地产之外？

为什么在东北的一个地级市里进口车占了绝大部分市场份额，而相邻的一个地级市却又基本上是国产车的天下？为什么在山东一个县级市里，其重型汽车的增长速度可称为全球之冠？

为什么不少全球奢侈品企业要投资中国，这里面隐藏了什么样的政经逻辑？对于一些跨国公司，中国机会怎样得到又为何失去？

为什么有时中国企业在国际资本市场上大受追捧，有时又频频破发，中国概念真正的意味是什么？在“国情折扣”和“中国溢价”之间如何转换？

这样的问题可以一直问下去。

而面前的这本书主要处理的就是这样一些问题。首先要提醒读者的是，虽然取了“如何在中国赚钱”这样一个书名，但这本书并不仅仅是一本理财或者投资的书，想从中得到“不打针、不吃药、一月包治”财富秘方的人也许要失望了。

这本书来自于《21世纪经济报道》年终特刊以及一些专题，主要涉及到产业和投资领域。和此前《21世纪经济报道》丛书一些涉及到的宏观议题的书相比，这本书的内容应该偏微观一些。但无论如何，其价值轴心并未偏移，其方法也大概如此，我们称之为全球化和专业性。而本书提供的场景性知识，蕴含了现场和逻辑的双重纬度，可供投资者和决策者参考。

以前，我们曾提出一个口号：硬新闻硬道理。这句话现在并未过时，反而因为社交媒体的兴趣，有了更深的含义。面对介质的转换，内容的价值并未褪色。当然，舞台和剧目也需要变化。光靠以前的菜单可能要吸引新的读者，有点勉为其难。

做些不一样的事情，用更低的阅读成本来服务读者，无论是何种媒体，都是本分。作为一份财经类媒体，生产及时、准确、客观的内容，并从中寻找趋势，这是应然之事。之所以要重新思考硬新闻，是希望能够回归到媒体的本义，在诸多流言和谣言中给读者提供一份实证。我们以前还有另外一个口号，是摆事实，讲道理。现在看来，除了提供真实商业世界的意见和观点之外，我们也希望呈现出一种视野，毕竟登高才能望远。

经过了30多年的发展，从短缺年代到过剩年代，或者是细分年代，可谓是潮起潮落，江山代有才人出。回到刚才那些问题，读者们也许会发现，我们既对市场发生了什么感兴趣（这里面包含了人口与区域、代际转移和消费特性等），也对市场的逻辑感兴趣（这里面包含了政府与、产业集群与技术溢出等）。重新思考市场，不仅必要，而且可能。

对于中国来说，“一日百年”的说法并不为过。而中国故事，就是在这样叠加的时空中展开，机会和焦虑也隐藏其中。破除迷思，中国动力才能源源不断。

# 目 录

序.....	1
--------	---

## 1 汽车有戏吗

中国汽车之路.....	1
国家队 VS 游击队：谁主未来.....	2
自主品牌还是一个孩子.....	5
瓜分底特律遗产：金砖四国的动力与阻力.....	10
从罗孚到沃尔沃：为什么都来自欧洲.....	11
上山下乡，到农村去.....	13
李书福：保护过度反受其害.....	17
寻找“乔布斯”.....	19

## 2 地产怎么办

停滞的浮华：“地产中国”寻求根本变革.....	23
谁主导地产这幕大戏.....	27
制度改革，是时候了.....	32
任志强：地方政府和开发商是同盟者.....	35
公租房唱主角，住房保障轮廓渐清.....	39
以 GDP 的名义飞翔.....	43

## 3 企业如何长青

现代经济的目的何在.....	48
中国如何与众不同.....	54
毛佩琦：“大明公司”的家族治理.....	59

柳传志：本土“教父”的中国式管理 .....	63
“国美股权之争”启示：重新认识董事会 .....	67
明茨伯格谈战略：蜜蜂和苍蝇的隐喻 .....	70
中国龙，行天下 .....	73

## 4 奢侈品如何赚钱

寻一双清醒防眩红舞鞋 .....	81
奢华中国，你准备好了吗 .....	82
BV：我们的成功源于绝不妥协 .....	87
覬觎大宗奢侈品话语权 .....	94
豪华游艇最好和最坏的时代 .....	98
新钱消费下的失落 .....	101
薄荷糯米葱，设计新中国 .....	104

## 5 怎么投资赚钱

VC、PE 激辩：价值发现者还是资本猎手 .....	109
PE：谁能更长久 .....	114
三问 PE 增值服务 .....	117
赛富基因：做有思想的投资者 .....	120
杨向东：本地化与国际化并不矛盾 .....	123
熊晓鸽：从 IDG 创投到 IDG 资本 .....	125
达晨这 10 年：中国 PE 黑马成长记 .....	127
同创伟业：中国第一个有限合伙制 PE 曲线 .....	132

## 6 如何创业成功

马云的 10 年“折腾” .....	137
江南春：分众的“虚胖”与“减肥” .....	140
朱威廉的 16 年和 4 次创业 .....	145
顾备春：麦考林的“二次创业者” .....	149
滇虹药业：两个老人的创业 .....	152
苏丹瑞：10 年掘金中国 .....	155
联想之星“育成”记 .....	159

## 7 人民币会升值吗

人民币重构国际货币体系 .....	163
目前货币供给机制不可持续 .....	169
汇改十七载未了局 .....	172
监管分、合之“十年之痒” .....	177
债市九龙治水格局难破 .....	181
金融国资委使命 .....	185

## 8 谁是未来中国金融中心

暗战金融中心 .....	192
沪港“金融双城记” .....	197
各地金融试点“倒逼”上海国际金融中心建设 .....	202
加强沪港合作促进上海国际金融中心建设 .....	204

## 9 股票还能够赚钱吗

创业板的机会与陷阱 .....	208
对冲基金的“中国梦” .....	212
私募基金步入黄金年代 .....	223
从刮骨疗伤到浴火重生 .....	227
庄家之死：从草莽、权贵到末路之庄 .....	231
造系远去：造系者十年一梦 .....	236

## 10 资本是罪恶的吗

30后，中国资本市场世界第一 .....	244
股市认识论 .....	248
从草根到大鳄股市造就富豪起落 .....	255
证券行业——中产阶层制造流水线 .....	258
制度的车轮——市场化监管路径探源 .....	261



# 1 汽车有戏吗

## 中国汽车之路

2000 年被称为中国汽车私人消费胎动元年，中国汽车产业此前已经怀胎 20 年，突然迎来 10 年黄金期不是偶然。

1988 年部委改革取消机械工业部，汽车产业划给协会管理后，开始全面市场化转型，散落各地的上百家汽车厂形成一股借壳风，让目录管理带来的产业垄断形同虚设。而汽车产业属于科技含量高，资金密集，产业链复杂，回报周期长的高门槛产业，所以没有陷入“一抓就死，一放就乱”的传统商业困境。

这其中有两个背景：消费井喷带来的市场利益，让地方政府和吉利这样的民营企业嗅到了久违的商机，纷纷入场。新竞争者让产业生态开始变异，坚挺的价格体系随之动摇；从产业进化角度，中国汽车合资 20 多年，产品和销售渠道已经积累到相当规模，私车市场瓜熟蒂落。

这正是自由市场带来的结果。

此后，2005 年入世过渡期行将截止，如何应付外资冲击，引起了整个行业的担心。几个主管部门达成共识：创造宽松竞争环境，减少行政干预，尽快提高本土企业竞争力。

行政壁垒逐步拆除，带来的另一个结果是，外资培育的市场和专业人才，给本土企业为主的新竞争者提供了平台和管理输送渠道，为自主品牌集体性崛起创造了得天独厚的条件。因此一定程度上，2000—2010 年这 10 年，也是“市场换技术”结果的 10 年。

但一个有趣的现象是，当时自主品牌集体萌芽时，中国汽车合资企业正处于产品最低潮，外资品牌垄断的局势理所当然遭遇各方抨击，中国汽车业出路

问题，尤其是“市场换技术”的国家战略被频频质疑。而事实是，自主品牌集体崛起，反向推动了汽车产业发展和市场需求增长，2004年前后消费开始进入报复性增长期。连续三四年高达两位数的增长，让整个行业集体收割高收益。但是本土企业研发空白，工艺落后，产品结构单一，管理粗放等一系列结构性矛盾开始集中暴露，产业升级在市场倒逼下被推上了时间表。合资企业给中国市场以国民待遇，并开始加快产销全球同步、研究中国消费为特征的第二轮本土化。同时，以大国企集团为主的本土企业，开始了拿来主义为特征的自主品牌改造。罗孚破产，双龙被抵押，中国车企海外并购帷幕拉开。这一幕我们可以理解为，中国汽车业实行自由市场，消化中外基因排异后，与全球自由市场的自然对接。对接的结果是：底特律危机爆发把欧美汽车工业推向了深渊，此时中国依靠强劲内需拉动，成功扮演了一次拯救全球汽车产业的重要角色。最近已经有专家和学者，站在自由市场的角度，讨论是否应该拆除合资股权对等产业壁垒。这显然是对自由市场的又一轮思考。目前中国汽车产业，基本在沿着发达汽车工业国家的轨迹追赶，惟一的未来词是新能源。新能源已经上升到国家战略层面，引来各路资本虎视眈眈。给予充分自由空间，让其野蛮生长，这条路径应该继续坚持。

（本文作者：徐峰）

## 国家队 VS 游击队：谁主未来

2001年9月，吉利汽车董事长李书福漫步在北京吉利大学，心中对未来充满不安。“吉利正在产业多元化，也许有一天，吉利不再造汽车了”。此时李书福的言语与之前吉利要淡出汽车业的传闻不谋而合。

2001年，中国加入世贸组织，汽车业被国人认为是中国人世后受冲击最大的行业之一。这种担心使当时的国家汽车主管部门，不得不痛下决心，做出扶持一批、舍掉一批的决定。

在国家计委发布的《汽车产业“十五”规划》中，明确提出要在今后几年“重点扶持两到三个大型汽车企业集团”。随后，在国家经贸委发布的《汽车产品目录》改革中，一些以民营汽车企业为代表的“游击队”轿车产品依然榜上无名。种种迹象在向业内暗示，汽车主管部门要组建“国家队”、削减“游击队”，

对汽车产业进行结构调整。

8年后，一场突如其来的全球金融危机，令汽车业的产业结构调整问题再次凸显。2009年3月，《汽车产业调整和振兴规划》应势而出，明确提出，“通过兼并重组，使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”，一汽、东风、上汽、长安以及北汽、广汽、奇瑞、重汽获得了“四大四小”的身份。

在新一轮的“国家队”组建中，吉利再次落选，不过此时的李书福不再对吉利的未来忧心忡忡，因为他正忙着完成一件“惊天之举”——并购危机中的豪华汽车品牌沃尔沃。此时已在国内汽车市场占据一席之地的吉利与8年前相比早已脱胎换骨。

### 日益模糊的身份界定

2009年，在确立了“四大四小”的位次之后，中央领导指示媒体就吉利的发展模式进行全方位的正面报道，政府对吉利汽车多年发展成果的认可，让李书福感到颇为扬眉吐气。这意味着游走边缘多年的“游击队”终于有了“正规军”的待遇。而之后，各地方政府对吉利收购沃尔沃的“鼎力相助”，更使得吉利汽车的民营色彩变淡了许多。

作为中国汽车企业的“代言人”，中国汽车工业协会秘书长董扬在很早之前，就不赞成将不同资本性质的汽车企业划分为“国家队”、“游击队”两个阵营。

“我反对将竺延风、苗圩‘妖魔化’，也反对将李书福、王传福‘神圣化’，在市场经济环境中，他们的地位都是平等的。”

在董扬眼中，经过10年发展，“国家队”与“游击队”之间的界限早已模糊，政府在对国营汽车企业进行政策扶持的同时，也曾给民营汽车企业不少资助。

“如果不是借助近些年政府大力提倡自主创新和自主品牌建设的东风，民营汽车企业也许现在还得为‘入行’许可和产品‘准生证’备受煎熬。”资深汽车分析师钟师认为，政府为民营汽车企业进入市场打开了大门，而后者10年来在市场中的优异表现，使得这只“游击队”越来越享受到“正规军”的待遇。

市场认可是“游击队”异军突起的根本原因。据中国汽车工业协会数据统计，2011年1—9月，销量排名前十位的轿车生产企业中，以比亚迪、奇瑞、吉利为

首的“游击队”占据三席，分别以 38.56 万辆、34.71 万辆和 28.52 万辆位列第六、第七和第九位。排在它们前面的是实力雄厚的合资车企上海通用、上海大众、一汽大众、北京现代和东风日产，“国家队”在前十位的销量排名中集体失语。

而在海外出口方面，由于商用车业务表现突出，“国家队”与“游击队”平分秋色。根据中国汽车工业协会最新数据统计，2011 年 1—10 月出口前五名的整车制造企业分别为奇瑞、长安、长城、东风和北汽。

10 年中，占据绝对资源优势的“国家队”在自主品牌建设上的缓慢前行，给了“游击队”表现的机会，如今后者已悄然成为中国自主品牌汽车工业的“旗手”，这一市场赋予的荣誉，使得“游击队”在未来的较量中跃跃欲试，而拥有雄厚资金和技术实力的“国家队”在经过一段时间的沉寂之后，已不愿意再因自主品牌发展滞后问题遭人诟病，于是两个具有不同资本性质的企业群体开始了新一轮暗战。

### 齐头并进

在新一轮的较量中，谁将占据上风？如果抛去市场销量的衡量标准，单就车型产品质量和品牌溢价能力而言，“国家队”与“游击队”现在似乎处于同一水平线上。

中国汽车技术研究中心发布了 2010 年 C—NCAP 第三批车型评价结果，其中天津一汽夏利、重庆长安悦翔和重庆力帆 620 的评价结果全部为三星，总体代表了自主品牌 A 类、小型乘用车以及紧凑型 MPV、SUV 的基本水平。同时，在第三届中国汽车安全主题巡展中，奇瑞 A3 和上汽荣威 350 以五星碰撞成绩参加巡展，其余车型均为合资品牌。

“不管是吉利、奇瑞还是一汽、东风，大家现在都由简单的外形设计发展到拥有自己的变速箱和新型发动机技术，在‘十二五’期间，中国汽车的自主研发工作将全面展开。”在董扬看来，未来自主品牌有巨大的发展潜力，无论是“国家队”还是“游击队”都在争分夺秒地力求在核心技术上有所突破。

事实也的确如此。单就车身安全质量环节而言，长城汽车已投资 8000 万元建设了安全试验室，完成了 100% 正面碰撞、40% 正面偏置碰撞、侧面碰撞等各类实车碰撞试验 70 余次，台车模拟碰撞试验 40 余次。一汽自主品牌奔腾旗

下产品 B70 从研发开始，就已经将安全性作为整车开发的一个关键因素来对待，除了对整个车身结构进行强化之外，同时还加装了侧面气帘、气囊和齐全的高端电子安全配置。

中国汽车研究中心副主任高和生认为，虽然与国外汽车巨头有着几十年的差距，但自主品牌近几年的发展可以用“惊人”二字形容。从中国汽车研究中心最近几年的碰撞试验数据来看，自主品牌早已从二星提高到现在的四星、五星，从早些年的单纯模仿，转向了现在的全新开发。

在新一轮的技术研发浪潮中，在不同道路上行走的“国家队”与“游击队”在同一起跑线上开始为自主品牌之战发起新一轮冲刺。不过值得注意的是，随着东风日产“启辰”品牌的诞生，一直与自主品牌绝缘的合资品牌也宣布加入到研发自主车型的队伍中来，于是国营、民企、外资三股力量开始在未来自主品牌这块大蛋糕中，切分市场份额。只不过，随着相互之间的界限日益模糊，谁将是未来最后的胜出者一时还难以断定。

（本文作者：范文清）

## 自主品牌还是一个孩子

自 2007 年，董扬临危受命接手中国汽车工业协会秘书长一职以来，一场不期而至的全球金融危机将这位中国汽车工业协会的新任掌门推到了风口浪尖。在这样一个新的历史节点上，中国汽车产业政策会出现何种变化？汽车出口如何突破困局？兼并重组浪潮能否推动汽车产业结构调整？新能源汽车如何定位自己的角色？自主品牌车企何时出现质的发展？董扬就上述五方面的话题接受了本报记者的专访。

### “目前中国汽车产能不足”

《21 世纪经济报道》（以下简称问）：与第一次购车热潮相比，第二次购车浪潮出现了哪些新的消费特点？

董扬：中国现在正处于汽车普及初期，许多家庭第一次购车使得整个汽车细分市场特征并不明显，消费者对车辆本身寄予多重要求，如果没有政策引导，

会使大车成为市场消费主流，但在这次浪潮中，受购置税减半政策的影响，我们看到 A 级车和 A0 级车成为消费主力。

**问：**当汽车消费热情被激发之后，会不会使许多车企对未来的产能预期过于乐观，进而出现产能过剩的隐患？

**董扬：**从 2011 年来看，中国汽车市场出现的状况是产能不足。2011 年，汽车市场没有出现规模比较大的降价浪潮，很多车企加班加点生产。在产能不足的情况下，许多车企就会增加产能建设，在产能增加之后，市场会自动调节使车企慢慢减少产能，这是一个市场调节的过程。

我认为将来中国汽车产业出现产能过剩的可能性比较小，因为现在我们的汽车工业发展已经比较成熟，现代车企对市场的把握能力和重视程度都在增加。

当然我同意发改委的两个判断，一是有些地方政府存在一哄而上造汽车的状况，二是有些并不具有造车实力的企业打着某种旗号也试图从汽车产业中分一杯羹，这两种状况是我比较担心的。

**问：**随着国内汽车消费环境的变化，未来政府出台的政策将呈现何种趋势？

**董扬：**自 2008 年国际金融危机爆发以来，我们采取的政策取向有两个，一是促进市场发展，一是推动结构调整。我很难预测今后政府会怎么做，不过我希望今后刺激市场发展的政策可以减弱甚至是消除，因为从 2009 年到现在，国内汽车市场的发展势头已经超出预期；但是推动结构调整的政策我希望继续保留，比如说鼓励节能减排、鼓励农村汽车消费、鼓励以旧换新政策等等。

### “吉利最需要兼并沃尔沃”

**问：**自从国家确定发展“四大四小”政策以来，汽车业内兼并重组案例频频上演，这些案例是完全按照市场规律来操作的，还是遵从了政府的意愿？

**董扬：**我不认为政府在这些兼并重组案例中扮演了主导角色，到现在为止，我所看到的案例都是车企愿意做的。现在政府已经不再去做“拉郎配”的事情，而且车企也不会因为某个官员的指令而去做违背企业利益的事情。每个重组案例都有它的合理性，我还是认为在企业的运作过程中，企业家比政府官员、媒体更聪明。

**问：**您认为企业进行兼并重组应该遵从什么样的原则才更有利于汽车产业

的发展？

**董扬：**兼并重组不应该单纯追求数量、规模，而应该以产业发展为纬度。汽车产业发展必然会面临如何变强、如何控制企业数量、如何建设零部件体系和研发体系、如何谋建营销体系、如何处理相关产业关系等等问题，而兼并重组只是产业发展的一个方面，所以它不应该被赋予过多的意义。如果有人推论中国汽车产业落后的问题在于企业布局散、小、乱，通过兼并重组我们就能无敌天下，这种说法显然不合理。汽车产业的发展是一种综合实力的提升。

**问：**吉利收购沃尔沃之后，您如何看待它的发展？

**董扬：**我并不认为吉利能够轻而易举地消化沃尔沃，我也不认为吉利肯定消化不了沃尔沃，事在人为。在中国车企中，与上汽、东风、一汽三大集团相比吉利更需要兼并沃尔沃，因为吉利的品牌知名度和技术来源不如其他，所以吉利是最需要兼并沃尔沃的企业，但并不是最有实力兼并沃尔沃的企业。

**问：**您对吉利“消化”沃尔沃有什么建议？

**董扬：**认真做！

### “产品出口要牢记双赢”

**问：**现在以二三线自主品牌为主的海外出口，面临政策壁垒、自身产品竞争力、贸易模式等诸多问题，中国现阶段的汽车出口是否已陷入困境？

**董扬：**随着我们汽车产品出口的增加和全球金融危机的出现，贸易保护主义有所抬头，和中国汽车产业有关的案件也有所增加。但是总体而言，不存在各国联手围堵汽车产业的问题，因为目前产生的案件比例并没有超出正常的贸易摩擦范围。

我认为，企业应该有一个长远、全面出口战略。要像国外汽车企业当初准备进入中国市场那样，我们的车企才能在海外市场做好。当然最核心的一点就是记住“双赢”。外国车企进入中国市场时，我们希望他们并不是仅为了赚钱，我们走出去时也要考虑双赢。

**问：**您认为现在中国车企走向海外的时机到了么？

**董扬：**在中国已经成为世界汽车第一产销大国的时候，当我们已经拥有产能百万辆的汽车企业集团的时候，走向海外的时机已经到了，但是这并不意味着

着急于求成。

**问：**但是现在中国车企的海外出口产品仍以低端为主，我们的竞争力在哪？

**董扬：**高端产品确实利润率高，资源消耗少，但是出口产品类型并不是企业说了算。从产业发展角度来看，先做低端，后做高端是惯有规律。低端汽车出口现在就是中国车企的比较优势所在。

### “发展新能源汽车是无奈的超前”

**问：**现在有一种言论认为，中国从新能源汽车产业入手进行弯道超车的战略是错误的，您同意这一说法么？

**董扬：**我比较赞同。根据我们的调查研究，在新能源汽车领域，我们与国外也存在差距。在新技术的研究、产业化和产业链的完善上都有差距。电动汽车除了动力不同以外，其他部分与汽油车几乎是一样的，如果传统汽车的技术发展不牢固，电动汽车也不会做好。

**问：**您认为目前我国新能源汽车产业的发展水平到底处在何种阶段？

**董扬：**在技术研究方面，存在一定差距，不过差距并不大。比如我们现在也能研发出深度混合动力车型，但是与丰田的车型相比，可能我们还处在第一轮设计阶段。从产业化的角度来讲，我们现在开始注重产业链的完善，我注意到政府在编制有关战略规划过程中，涉及到产品、材料、工艺设备多个方面。现在全球都将新能源汽车作为战略性新兴产业来考虑，这其中有一种“无奈的超前”。它背后蕴含的问题是全球对能源问题的担心。

**问：**有些地方政府和个别企业利用国家发展新能源汽车的政策，来圈钱圈地，实现自己的某种利益，您怎么看待这一现象？

**董扬：**这种现象不仅局限在新能源汽车领域，在其他领域都会有些企业有些人希望利用特殊机遇获得超额利润，关键在于不管以何种名义，都不要浪费土地资源、污染环境、危害人们的生活。

### “中外品牌此消彼长”

**问：**您认为30年来，中国汽车产业“市场换技术”的路走对了么？



**董扬：**我不同意“市场换技术”的说法。汽车行业不存在“市场换技术”，我们所走的道路属于国家实施改革开放的战略范畴。不存在其他行业不用市场换技术，而汽车行业用市场没有换来技术的问题。它的成功首先体现在通过改革开放，我们解决了没有技术、资金、产品的问题。1984年，中国进口汽车是国产轿车的几十倍，现在国家需要的90%以上汽车通过自己生产。第二，我们建成了具有世界现代水平的汽车产业体系，掌握了现代汽车制造技术，当然在开发技术上还有差距，但是开发技术也在发展。“十一五”期间，自主汽车研发只是开头、局部，到“十二五”汽车自主研发将全面展开。第三，我们坚持了国有、民营、外资共存的局面，其中国有还占据了相当比例，与其他产业相比，汽车产业“养”了更多的人。同时，我们还做到了世界汽车产销第一大国的位置。外国汽车公司独霸世界市场的局面已经结束了，中国汽车产销量目前已经占据了世界市场的20%。

**问：**这“20%”的汽车产品中有多少是出自中国自主品牌车企之手？

**董扬：**这就涉及到品牌问题。目前在商用车领域，90%以上是中国汽车品牌。在轿车领域，我们的市场占有率也从0发展到30%，而实际状况比30%还要多。现在有一部分轿车产品，实际是中国车企开发的，但是却挂上了外国品牌的标。我相信中外品牌目前的状况是此长彼消。

**问：**您如何看待目前一些合资品牌计划生产自主品牌车型这一现象？

**董扬：**这是一个积极的转化，至少说明两方面问题。从企业角度而言，不再单靠原有的外国品牌，因为它已不能充分满足市场需求；从社会消费观念来看，消费者也不再以买洋车作为自己的消费诉求，接受合资企业在中国的开发。

**问：**您认为在以四大车企集团为首的“国家队”与以奇瑞、吉利为代表的“游击队”较量中，谁在未来的胜算更大？

**董扬：**以前我就曾说过，我反对把竺延风、苗圩“妖魔化”，也反对把李书福、尹同跃“神圣化”，要平等看待。

**问：**谁更有机会在核心技术研发上实现突破？

**董扬：**无论是奇瑞、吉利、长城，还是一汽、东风、上汽，都在一点点地突破。在我眼中，自主品牌就像一个孩子，外国品牌就像一个成年人，现在是成年人比孩子力量大，但是你能说将来还是么？

（本文由范文清采写）