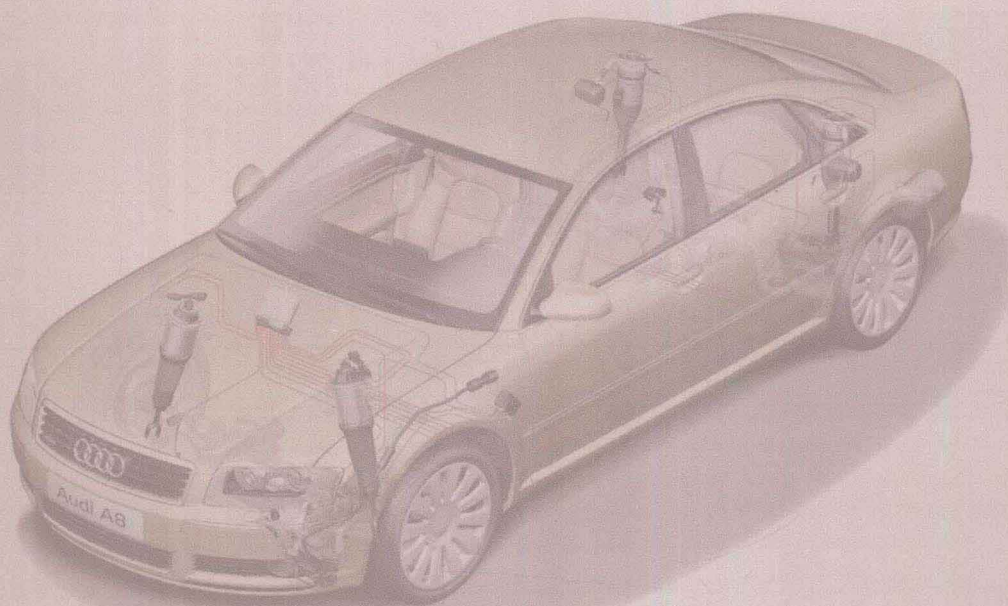


中国 汽车产业发展研究

孙东升著

产业发展研究论著丛书



武汉理工大学出版社
WUTP Wuhan University of Technology Press

产业发展研究论著丛书

中华人民共和国财政部科研所资助项目

中国汽车产业发展研究

孙东升 著

武汉理工大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

中国汽车产业发展研究/孙东升著. —武汉:武汉理工大学出版社, 2012. 10
ISBN 978-7-5629-3846-0

I. ①中…

II. ①孙…

III. ①汽车工业-经济发展-研究-中国

IV. ①F426. 471

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 243335 号

项目负责:王兆国

责任编辑:王兆国 李兰英

责任校对:张莉娟

装帧设计:董君承

出版发行:武汉理工大学出版社

网 址:<http://www.techbook.com.cn>

地 址:武汉市洪山区珞狮路 122 号

邮 编:430070

印 刷:武汉理工大印刷厂

经 销:各地新华书店

开 本:787×960 1/16

印 张:18.25

字 数:389 千字

版 次:2013 年 3 月第 1 版

印 次:2013 年 3 月第 1 次印刷

定 价:59.00 元

(本书如有印装质量问题,请向承印厂调换)

序

汽车产业是我国制造业中的一个重要产业,近年来,其发展势头尤其迅猛,而且经营比较好的企业大多形成了产业链条或组织体系。在这种产业链条或组织体系中,除了汽车整车生产企业外,还有零配件生产企业、汽车装饰品生产企业、仓储运输公司及外销机构。我国大多数的汽车整车生产企业是外资或合资汽车企业,具有完全知识产权的民族汽车生产企业微乎其微。

目前,我国的汽车消费市场尚处于不成熟阶段,国际经验证明:当市场趋于成熟时,汽车生产企业的无序竞争状态将结束。因此,我国汽车的生产,特别是处于盲目状态和无组织状态的轿车生产将面临挑战。

发达国家的成功经验告诉我们,当市场趋于成熟时,处于竞争中的企业就会呼唤产业组织。如何结合我国的国情,把汽车生产、零配件生产、售后服务等相关行业组织起来,形成一个完整的产业链条和产业群,共同参与国内外市场的竞争,是当前我国汽车产业发展面临的一个重要问题。

中国汽车产业面临的另一个问题是在降低生产成本、降低零部件供应成本、提高整车质量和规模效益的基础上,提高自主品牌汽车的核心竞争力,从而提高其国际竞争力。中国汽车产业的发展,关键是如何利用自身是世界最大汽车潜在市场这一优势,利用全球技术资源,加上劳动力成本优势,将汽车产业不仅做大,而且做强,其中重中之重是如何探索出一条有中国特色的自主品牌汽车产业发展道路。但愿本书之出版,能起到抛砖引玉的作用。

孙东升博士撰写的《中国汽车产业发展研究》一书,在深入总结我国汽车产业发展的历史和经验的基础上,运用现代经济理论的分析方法,从我国汽车生产企业的现有特征和零配件生产企业生产的实际情况出发,对我国汽车产业的发展、产业组织以及经营策略等进行了系统的论述与分析。该书针对我国汽车产业发展所提出的政策和建议,可为政府决策者和企业管理者所借鉴与运用。

张战吾

前 言

在世界汽车市场上,中国汽车品牌的数量与中国占世界五分之一的人口数量不成比例,属于“中国制造”的完全自主知识产权的汽车品种更少。外国品牌的汽车占据了中国汽车市场80%的份额,中国自己的汽车研发能力仍然很弱,这是中国汽车产业的结构性难题。

汽车产业已经成为我国国民经济的支柱产业,如果没有强大的自主开发能力和自主品牌,中国在国际汽车市场上就会失去话语权和控制权,更谈不上在竞争中获胜。一个阳光普照、朝气蓬勃的新生市场,除了大量等待占有的市场份额之外,还有一份筑基者的自豪和开拓者的光荣。中国民族汽车产业的发展不仅是时代的感召,也是历史的必然。

福特汽车公司前副董事长布克说:“一切伟大的努力都源于一个伟大的设想。”奔驰公司前副总裁梅塞德斯说:“不仅全世界的汽车界,而且全世界的人都在注视北京。”中华人民共和国——一个具有无限经济潜力的国家正处于一个机动化的新纪元,这将改变其全国人民的生活。跨国公司带着最好的产品来中国竞争,自主品牌在自主创新能力不断提高的推动下快速发展。中国汽车产业的飞速发展令人振奋,在我们迈步前进的时候,后来者也急速赶上,因此,中国汽车产业的健康可持续发展,任重而道远。

本专著的撰写,是在完成国家财政部科研所课题《中国汽车产业发展现状及未来趋势研究》基础上的学术研究成果,在此,对国家财政部财政科学研究所的各位老师致以深深的谢意!

著 者
2012年5月

目 录

上 篇 问题、历史与现状

第一章 导论	(3)
第一节 问题与意义	(3)
第二节 方法与思路	(6)
第二章 汽车产业背景	(11)
第一节 新中国成立前的中国汽车工业	(11)
第二节 改革开放前的中国汽车工业	(12)
第三节 改革开放后我国汽车产业的发展	(19)
第三章 汽车产业与国民经济发展	(26)
第一节 汽车产业发展对国民经济的带动作用	(26)
第二节 我国汽车产业的发展潜力	(31)
第三节 我国汽车产业发展存在的问题	(41)
第四章 我国汽车产业的发展现状	(45)
第一节 国内汽车生产	(45)
第二节 汽车生产企业的分布	(49)
第三节 国产汽车销售	(55)
第四节 我国的汽车出口	(59)
第五节 国内轿车消费	(72)
第五章 发达国家的汽车产业	(81)
第一节 世界汽车产业发展概述	(82)
第二节 北美汽车产业	(92)
第三节 欧洲汽车产业	(97)
第四节 亚洲汽车产业发展的经验	(108)

中 篇 一般理论分析

第六章 研究汽车产业的相关理论	(123)
第一节 有关产业组织理论的回顾.....	(123)
第二节 汽车产业的产业组织学分析.....	(129)
第三节 汽车产业组织与其他产业组织的比较.....	(131)
第四节 汽车产业集群与区域经济.....	(134)
第七章 专业化分工与汽车产业发展	(141)
第一节 产业链内部分工演进过程及其涨落机制.....	(141)
第二节 汽车产业的专业化分工和经济效益.....	(144)
第三节 信息效率与汽车产业发展.....	(147)
第四节 并联耦合与汽车产业链的可靠性.....	(148)
第八章 产权和市场结构对汽车产业的约束	(152)
第一节 与交易成本相关的两个因素.....	(152)
第二节 不确定性与资产专用性.....	(154)
第三节 专用性问题.....	(157)
第九章 产品和生产要素及人文环境对汽车产业发展的影响	(162)
第一节 产品交易方式演进的意义.....	(162)
第二节 资本交易方式创新及其影响.....	(165)
第三节 劳动力交易方式对汽车产业发展的影响.....	(170)
第四节 汽车产业发展的人文环境分析.....	(172)

下 篇 应用分析

第十章 汽车产业发展与我国产业结构调整	(181)
第一节 我国经济发展阶段性矛盾.....	(181)
第二节 我国产业结构调整的目标.....	(183)
第三节 汽车产业自身特征对产业升级的影响.....	(189)
第四节 汽车产业链条内部企业之间的合作与协同.....	(193)
第五节 汽车产业发展的过程——洗牌、淘汰、组合.....	(195)

第十一章	汽车产业发展与技术创新·····	(197)
第一节	对熊彼特创新理论的思考·····	(197)
第二节	创新技术在汽车产业内部的扩散方式·····	(200)
第三节	创新对汽车产业发展的意义·····	(206)
第四节	我国汽车产业创新的阻力分析·····	(211)
第五节	汽车产业的创意发展·····	(215)
第十二章	21 世纪汽车产业发展趋势 ·····	(222)
第一节	知识经济特征及其对企业规模的影响·····	(222)
第二节	知识经济时代汽车产业发展趋势·····	(225)
第三节	汽车产业组织的发展方向——虚拟企业组织·····	(232)
第四节	信息技术进步推动汽车产业发展·····	(236)
第十三章	我国汽车产业发展战略·····	(240)
第一节	完善中间品(汽车零部件)市场体系·····	(240)
第二节	开拓国内外消费市场·····	(244)
第三节	加快科技体制改革、鼓励自主技术创新 ·····	(250)
第四节	提倡清洁生产、促进汽车产业可持续发展 ·····	(253)
第五节	制度创新推动汽车产业发展和汽车社会管理与商务服务·····	(254)
附 录	·····	(258)
附录 I	中国主要汽车集团谱系一览表·····	(258)
附录 II	我国汽车产业发展政策·····	(270)
参考文献	·····	(283)

上 篇

问题、历史与现状

本篇从汽车产业背景出发,分析了汽车产业与国民经济的关系,并在介绍我国汽车产业发展现状的基础上,介绍了发达国家汽车产业发展的可借鉴之处。

第一章 导 论

第一节 问题与意义

一、汽车产业——一个全新的概念

汽车诞生在欧洲,以大规模生产为标志的汽车工业在美国形成,以后又扩展到欧洲、日本直至世界各国。汽车工业是指发动机、底盘、车身等各种零部件设计与制造、营销等所涉及的企业和企业活动。

汽车生产,在人们头脑中的概念应属于工业领域中的,确切地说应算是制造业中的一个行业。而且在人们的传统认识中,工业作为一门产业早已存在。然而,传统工业不应算是现代意义上的产业,由于现代产业是建立在市场经济的基础上,过去的“产业”指的是不同的生产部门。目前中国的工业准确地说应当是正在形成中的产业,因为工业产业化道路刚刚开始。只有当小作坊生产方式被现代企业经营方式取代,完成传统工业向现代工业的过渡,实现工业生产的企业经营才是工业现代化。

与此同时,作为制造业中乃至工业中的汽车业恰恰是正在形成中的一个产业,因为它不仅能够实现企业化经营,而且随着汽车业的发展,汽车产业逐渐发展成由新产品研发、整车制造和零部件生产、销售与售后服务、汽车延伸产业(汽车美容、改装、维修、汽车金融等)组成的产业链条。通过整车生产把钢铁制造、零部件加工、仓储物流和销售等有机地结合起来,实现企业化经营、现代化管理,采取现代化设备和技术,推行规模化生产,实现产业化发展。汽车整车生产是衔接这一“产业链”的桥梁和纽带,它可以在消费结构转变的带动下,促进整个社会经济的发展。

汽车产业发展研究是结合企业管理学、产业组织学的相关知识,借助企业生产经营和现代企业制度等相关知识,把经济学和产业经济学及消费理论对汽车行业及其相关行业的发展进行系统研究的一门科学。

在现代科学的历史进程中,存在着两种趋向,一种是单一学科的发展,一种是交叉学科的发展。前者是学科分化的表现,后者是学科结合的反映。它们同

时存在,相互补充,不断地产生新的学科。近40年来,随着科学发展中综合性研究趋势的日益增强,新兴交叉学科如雨后春笋般地大量涌现,这不仅改变了现代学科的总体结构,加速了科学知识在高度分化基础上的高度整体化进程,而且对政治、经济、文化、教育、军事、工业等社会各领域,以及人类的思维方式都产生了重大影响。现代社会面临的一系列重大问题,诸如能源问题、环境问题、生态问题、人口问题等,它们的解决都需要应用交叉学科的理论和方法。交叉学科已成为当代人类认识和改造现实世界不可缺少的理论工具。

著名科学家钱三强曾经在20世纪指出:“可以预料,在某种意义上说,21世纪到22世纪初将是一个交叉科学的时代。”对中国汽车产业发展的研究,也是在学科交叉的基础上进行的。其目的是为新世纪中国汽车产业及其所涉及的相关行业的发展起到一个抛砖引玉的作用。

二、为什么要提出“汽车产业”这一概念

产业是国家经济的骨架,产业的兴衰是事关国家盛衰的基本要素,任何产业都有萌芽、成长、扩张、成熟的过程。因此,把握好产业演变的时机,进行有效的产业扩张是走向经济发展的必由之路。

汽车业是二十年来我国工业中发展最快的一个行业,自1978年改革开放以来,我国的汽车产量以29.5%的增长率高速发展。截至2011年年底,我国已成为世界工业汽车第一生产大国(2011年全球生产汽车8010万辆,比2010年增长3%,创历史最高水平,我国以1841.89万辆成为世界最大的汽车生产国^①)。汽车生产行业已成为我国国民经济新兴的重要基础产业之一。今天,我国的汽车业已不仅是制造业发展的前提,而且是工业结构调整和国民经济全面发展的动力之一。

21世纪,针对中国汽车产业如何更好地发展,更加进一步促进我国制造业的全面发展这一问题,本书将以问题、历史与现状和一般理论分析及应用分析三篇,共十三章进行系统地分析。

2011年,我国汽车生产企业由于激烈竞争等原因,已处于微利时代,汽车生产,特别是小汽车生产处于相对过剩阶段。为使我国汽车生产企业的发展与资本运营和汽车产业的扩张有机地结合起来,在完成制造业产业化发展的同时,促进汽车产业的结构调整。本书提出“汽车产业”这一概念,目的是通过汽车产业的发展把汽车制造产业链带动起来,在该产业链的发展过程中,丰富壮大产业

^①资料来源:中国汽车工业协会。

群,促进社会经济的全面发展。

汽车产业是以汽车整车生产企业为核心,结合其产业链条的上游和下游,即汽车零配件产业和销售服务业及仓储运输业,形成一个与市场机制紧密结合的产业链组织。该产业的发展特征是众多零配件生产企业积极参与进来,汽车整车生产企业与零配件生产企业、仓储运输业紧密结合,产业链条的终端产品将面向国内外大市场。

三、“汽车产业”与“汽车工业”在概念上的区别

产业是一个居于微观经济的细胞(企业)和宏观经济的整体(国民经济)之间的一个“集合概念”,它既是同一属性的企业的集合,也是根据某一标准对国民经济划分的一部分。由于产业介于微观与宏观之间,所以产业分析至今尚未得到足够的重视。因为在以微观经济学和宏观经济学为基础的传统西方经济理论体系中,“产业”并非必不可少的概念。

产业分析起源于“产业政策”制定的需要。产业经济学是以“产业分析”的需要和“产业政策”的实践为背景而新兴的一门应用经济理论(杨治 1985)。正是基于这样的概念前提下,本人提出“汽车产业”这一概念。

“汽车工业”是由生产汽车整车和生产汽车零配件企业组成的一个行业,其中的主要元素是汽车整车生产企业。“汽车工业”仅仅指的是生产汽车整车这一行业中企业的组合。而“产业”是指国民经济的各个行业,它大至部门,小至行业,不仅指生产性行业,而且还指那些提供服务的非生产性行业。“汽车产业”的研究范围不仅包括其产业结构和产业组织方面,还包括汽车产业的发育、形成及演变过程。由此,对“汽车产业”与“汽车工业”从概念上加以辨析,有助于研究我国从计划经济向市场经济体制转轨过程中经济产业化的生成机制及其演变过程。

首先,它们的适用范围不同。“汽车工业”是指从事汽车整车生产的行业,即生产汽车整车企业的集合;而“汽车产业”不仅包含了汽车工业,而且包括与汽车工业的零配件生产企业和与此相关的服务业以及各种非生产性产业的部门。其内涵已发展至所有从事赢利性经营活动并提供同一类产品(汽车和零配件)或劳动服务的企业群体。

其次,它们的划分依据不同。“汽车工业”所提供的产品仅限于汽车;而“汽车产业”的产品不仅包括汽车,还包括其他产品(如零配件等)和服务(如销售和售后服务)。

需要指出的是,我国从传统计划经济体制下的工业向市场经济体制下的工

业转变,正在推进工业的产业化,而且正处于“产业化”过程中。汽车产业发展所带动的汽车生产产业化则是最具有“产业化”特征的一个产业。推进一些部门和行业的产业化过程,在市场经济成熟的国家不成问题。但是,我国“产业”的概念与西方发达国家相比,由于社会制度不同、社会沿革各异、文化心理存在着差别、经济基础与水平不尽相同,其中的产业分析无法完全用西方的产业理论来分析,其产业发展的构想也必须结合中国国情与传统文化。汽车产业发展的创新,当然要吸收一切当代乃至历史上一切国家、民族的优秀的东西,更要借鉴一切经验,包括失败的教训,但目的和方向必须是和中国社会主义制度自身完善相协调的,是与具有东方特色的中国社会主义市场经济又好又快发展相一致的。

第二节 方法与思路

一、几个相关的概念

要深入研究中国汽车产业发展的一般规律,必须摆脱其他产业研究方法的传统框架的束缚,结合中国社会经济发展的实际情况进行方法上的创新。

本书研究的基本方法力求从汽车生产企业间的相互关系及汽车业与相关行业间的关系这一角度出发,而不是孤立地去分析单个汽车企业的行为。本书就是将汽车生产企业之间实际存在的竞争、合作关系和由于这些关系而产生的“集体”及这一“集体”与其他行业的关系作为研究的对象。因为在现代经济活动中,没有任何一个被称之为企业的经济组织能够孤立存在,所以从这个角度来分析研究汽车产业问题与人们对汽车生产企业的经验感受有所区别。但是,进行这样的研究,已经完全抛弃了新古典经济理论的企业模型和生产函数的假设,这就不可避免地遇到下列几个必须说明的概念。

1. 汽车软科学

汽车软科学是结合与之相关的学科知识(如管理学、营销学),借助管理学和企业管理学、经济学和产业经济学等理论,对汽车行业的发展进行系统研究的一门科学。

软科学(Softscience)本不是一个精确的概念,它是借用电子计算机软件(Software)一词而来,电子计算机的硬件只有在软件的指挥下才能发挥作用。汽车软科学这一说法也充分体现了交叉学科在汽车产业发展中的地位和作用。

2. 汽车生产企业集合

汽车生产企业集合是指所有以生产汽车为主并提供相应服务的企业群体,

它包括汽车整车生产企业、零配件生产企业、仓储运输企业等。它是一个没有结构的集合,也可能有某种意义上的组织。如果其部分集合在某一地理空间的集聚(如开发区),一般也是由于环境因素引起的,例如可以获得较为廉价的资源(钢铁等)、配套部件、良好的工作场所等,目的是降低信息成本和物流成本。对汽车生产企业来说,地理上的过度分散的确是一种奢侈的行为。适当地靠近整车主产区和相关产业链企业附近不仅可以达到资源的合理利用,还可以及时获得信息,以增加汽车生产企业的适应性,减少不确定性,使之具有更好的生存能力。

汽车生产企业集合的内部结构可以从简单到复杂,从准层级别到无序化,呈现多种多样的形式。就研究方法来看,仅仅从汽车生产企业群体的角度研究汽车产业,是不足以获得其发展的运行规律的。

3. 汽车生产企业生态系统

生态系统是用来说明生物群体及其环境组成的功能整体。在其内部,不同生物和相同生物之间作用,在生物与环境的交互作用下,产生不断的能量流。系统中形成营养结构,并造成物种的分化和生物与自然之间的物质交换。将这一概念应用到汽车产业组织中去,则包括汽车整车生产企业和汽车零配件生产企业维持发展系统,其中相对应的有物资流、信息流和产业链,其产业组织表现出的多样性格局,在产业链中表现为资源循环、企业组织的分工与合作、企业组织的自我繁殖和自我调控等。在该产业链外部,则涉及电子、通信、玻璃、皮革、机械、轻工等行业,其跨行业、跨部门、跨学科的特点要求汽车生产企业生态系统的协同性较强。

4. 产业链与生态位

美国著名的管理学家詹姆斯·马丁(James Martin)说:“我们对自然界的生物了解得越多,就越容易被其精妙的设计所打动。”产业链是模仿生物链而对汽车生产企业生态系统中从钢铁加工到零配件生产、整车组装、仓储运输业的概括。

生态位本义是生态学中的一个生物在本生态环境的生物群落中所起的作用。一个生物以及它与其他生物的关系,取决于它的特殊结构、生理和行为。这如同一个汽车生产企业在汽车产业和产业系统及产业链中所起的作用取决于它自身的特殊结构、在产业链中的位置和功能、生产技术和质量一样。

5. 人文环境

汽车产业(以汽车整车生产企业为龙头的产业链)与生物链的最大区别在于前者存在文化现象,这是人类社会特有的资源,其他任何高级动物都不能创造文

化。古往今来,人类的任何经济活动和社会现象的背后都存在着文化根源。脱离特定文化基础的人的活动与创造是不存在的,而文化存在决定性地影响了组织的生成、存在、变迁和发展,也决定性地影响了组织活动的具体运行。人文环境就是指人与人、人与社会的互动所形成的文化情境或氛围。正是这样的人文环境制约着汽车产业和其产业链的社会组织的目标设计、成员之间的行为规范、组织的控制与稳定、系统及产业链条内每个业主的决策意向等,尤其是中国的传统文化与各地不同的地域文化。

结合以上几个概念,现将单个汽车生产企业与汽车产业链内部某个成员的行为方式作比较,见表 1-1。

表 1-1 单个企业与汽车产业系统内企业行为比较

行为性质	单个企业	产业链或系统内企业
竞争	产品对产品 企业对企业	系统内或产业链内的主导者 系统内或产业链内的一员
联合	中间商、零配件、整车生产等	系统内或产业链内的各类企业
经济行为决定因素	在行业内的销售和利润	企业对系统内各种资源的把握, 在与产业链中其他成员关系中的行为
成长与关心	自己企业的成长	系统内相关企业的成长及产业链内相关企业的成长
指定战略原始单位	企业自己	共同发展的汽车产业系统、 产业链的参与者

二、本书的研究方法

正是在以上概念范畴内,本书用下列方法对我国汽车产业的发展进行系统地研究。

1. 多种经济理论相结合的分析方法

运用宏观经济理论结合工业经济理论分析汽车产业的背景、汽车产业与工业的关系,结合工业生产结构的调整阐述汽车产业结构的调整与汽车产业发展的关系;从整个国家的经济结构与人民生活的消费结构来分析汽车产业的发展与制造业的关系。

根据产业化理论,产业化是指生产、加工、销售一体化经营,即在生产过程中把产前、产中、产后各环节连接起来,形成完整的产业链条,我国简称产业化,国外简称一体化(Integration)。汽车产业一体化就是将汽车零配件的生产、整车组装、储存运输、销售服务等组织起来,把分散的、分割的经营者联结起来,形成整体的经济利益共同体,把产品引入市场。企业集团(Enterprise Group)与产业链的结合,以企业为龙头带动分散的企业,进行产业一体化经营。企业与企业之间达成利益共享的分配机制,进行原料供应、生产指导、销售服务等一系列的契约保证,达到共同开拓市场的目的。

2. 典型调查和抽样调查相结合的方法

对我国汽车资源的需求与供给、随人口增长对汽车需求的预测、汽车市场的竞争现状及汽车企业的经营状况,采用典型调查和抽样调查相结合的方法,以便取得详实可靠的数据和资料。

3. 统计分析方法

对于调查所得的数据,在处理过程中应用在这个领域较为成熟的分析模式,并且采用国际公认的学术研究方法和标准术语,以便与国际上通行的理论或他人的研究成果进行比较,得出可据分析的结果。

4. 比较分析方法

通过不同国家和地区在不同时期汽车行业发展的轨迹分析,总结出其共性和个性的两个方面,从中借鉴一些有实用价值的经验。

5. 动态分析和静态分析相结合的方法

对我国汽车工业发展的历史、现状及存在问题和汽车生产企业的经营现状采用静态分析的方法进行研究;对我国汽车资源的供需预测及汽车产业发展趋势分析采用动态分析的方法进行研究。

6. 规范分析与实证分析相结合的方法

随着我国人口的增加及人民生活水平的提高,汽车的消费需求必然在数量和质量上有所提高,而汽车产业如何发展,汽车安全问题如何保障制造业的可持续发展,则要以一定的价值判断作为出发点去研究。本书提出的汽车行业行为准则,表现为规范分析。

在研究汽车产业发展战略时,运用实证分析的方法,对我国汽车资源的供给及平衡进行预测和分析,主要是在考虑效率和经济的同时,假定政策不变,在客观预测各种汽车需求量的基础上,考虑到供方的改革与采用新技术和管理等因素对汽车的需求进行系统地预测。