

MOTOR ECONOMY

TAPOMEIC

WTO 框架下

中国汽车经济的增长极

武康平 / 费淳璐 = 著

The Growth Pole of Motor Economy In China

经济科学出版社

WTO

框架下

中国汽车经济的增长极

武康平 费淳璐 著

经济科学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

WTO 框架下中国汽车经济的增长极 / 武康平, 费淳璐
著. —北京: 经济科学出版社, 2002. 12

ISBN 7-5058-3287-5

I. W... II. ①武... ②费... III. 汽车工业 - 经济发展 - 研究 - 中国 IV. F426.471

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2002) 第 093253 号

责任编辑: 马 兰

责任校对: 徐领弟

版式设计: 代小卫

技术编辑: 潘泽新

WTO 框架下中国汽车经济的增长极

武康平 费淳璐 著

经济科学出版社出版、发行 新华书店经销

社址: 北京海淀区阜成路甲 28 号 邮编: 100036

总编室电话: 88191217 发行部电话: 88191540

网址: [www. esp. com. cn](http://www.esp.com.cn)

电子邮件: [esp@ esp. com. cn](mailto:esp@esp.com.cn)

永恒印刷有限公司印装

690×990 16 开 26 印张 420000 字

2002 年 12 月第一版 2002 年 12 月第一次印刷

印数: 0001—3000 册

ISBN 7-5058-3287-5 / F·2641 定价: 39.50 元

(图书出现印装问题, 本社负责调换)

(版权所有 翻印必究)

编辑委员会

金建忠	程 光	费淳璐	武康平
荣文伟	何智奇	郭鸿勋	皮 舜
邹 骏	卢振毓	李 鹏	钱震杰

前 言

通过发展汽车产业来带动和提速国民经济的发展，这是所有发达国家共同走过的发展历程。中国汽车产业的发展究竟应该走怎样的道路？事关中国汽车产业的前途和命运。

过去，中国汽车工业长期倍受政府保护，汽车生产供应的严重不足造就了汽车生产的丰厚利润，从而形成了我国各地区自发发展汽车工业的倾向，造成汽车工业“散、乱、差”和资源严重浪费的不良局面。国家对汽车工业采取的目录管理、控制、整顿政策，使汽车走私一度猖獗；人们对汽车的向往与政府对汽车产业采取的以抑制为主的政策，又形成了尖锐的矛盾。

虽然现在中央已将大力发展公共交通和鼓励轿车进入家庭写进“十五计划”，但面对经济全球化和加入 WTO 的新形势，中国汽车产业面临着强大的国际竞争和严峻的挑战。中国政府加入 WTO 的承诺，概括起来，就是要坚持市场经济和开放市场。“市场经济”将给中国汽车产业的发展带来新的机遇，而“开放市场”无疑又为中国汽车产业的发展带来严峻挑战：不仅整车和零部件生产企业形势严峻，更大的挑战还来自汽车服务业。我国的汽车服务是比汽车生产更加幼稚的行业，尤其是在加入 WTO 后，具有重要增值能力的汽车服务市场面临着被国外厂商瓜分占领的命运。因此，必须从国家战略的高度来重视和研究加入 WTO 后，政府在汽车产业发展中如何正确发挥作用以及中国汽车产业的发展道路和方式选择问题。

在 WTO 框架下，中国汽车产业原有的发展战略、管理模式和政府政策必须进行全方位调整，要重新定位政府、市场与企业在市场化过程中的角色。政府要务政务、抓政策，企业要务实、抓效益。政府与企业各行其道，各取所得，彻底改变过去那种不该由政府管、应该由企业自主决策的事情却是在政府的管理和控制之下的错位局面，政府职能必须从以行政性

WTO 框架下中国汽车经济的增长极

审批为主要手段的行业职能管理转向市场经济条件下的政府一般职能。

在 WTO 框架下，中国汽车产业必须以营造核心竞争力为发展的切入点和突破口。虽然改革开放以来，资本和技术的引进使中国汽车工业发生了巨大变化，汽车制造能力一下子从 40、50 年代的“解放牌”水平提高到可以制造奥迪 A6、帕萨特 B5、别克等近代先进技术水平的轿车，然而这些高水平的轿车往往在未达到国产化的预期目标时就已经又落后了，汽车工业没有跳出“引进——落后——再引进——再落后”的“怪圈”。究其原因，是我国汽车产业缺乏核心竞争力。必须清楚地认识到，汽车行业竞争的现状不是大鱼吃小鱼，而是活鱼吃死鱼，没有核心竞争力的企业就如同死鱼一般。因此，不可妄自菲薄，不要妄自尊大。

要营造汽车产业的核心竞争力，不但要提高汽车产业的研发、生产、服务和投融资能力，更重要的是要提高汽车产业将这些环节有机整合在一起的系统运作能力，还必须通过创新和扩大汽车经济维度来创造产业结构调整的高维效应，以实现汽车产业结构的优化。为此，需要以经济学的科学理论为指导，坚持实事求是的态度，在认真分析现状的基础上制定正确的汽车产业发展战略，培育汽车产业的增长极，依此促进和带动中国汽车产业和汽车经济的发展。我们认为，未来一个时期我国汽车产业发展及其结构调整的战略是要“退二进三，以三引二”，以新的理念和观念建设中国汽车产业，培育中国汽车经济的增长极，为汽车产业的发展营造良好的社会经济环境。本书正是对我们为了这一目的而进行研究所取得的研究结果的总结，将它奉献给广大读者，并欢迎与我们进行讨论。

武康平 费淳璐

2002 年 11 月



第一章 世界汽车产业发展的新特点	1
第一节 汽车产业在竞争中创新	1
一、汽车生产方式的变革	2
二、技术创新	5
三、服务创新	5
第二节 汽车产业的国际化	6
一、国际化的概念	6
二、汽车产业国际化的表现	8
三、汽车产业国际化的原因	14
第三节 进军发展中国家	18
一、汽车产业向发展中国家的延伸	18
二、汽车产业进军发展中国家的方式	19
三、汽车产业全球化对发展中国家的影响	19
第二章 加入 WTO 对中国汽车产业的影响与要求	21
第一节 与汽车有关的 WTO 协议条款	21
一、加入 WTO 前的汽车产业保护措施	22
二、中国汽车领域进入 WTO 后的相关承诺	22
三、加入 WTO 协议中没有承诺的保护措施	25
第二节 加入 WTO 对中国汽车产业的影响	25
一、加入 WTO 给中国汽车产业带来的挑战	25
二、加入 WTO 为中国汽车产业带来的机遇	32

WTO 框架下中国汽车经济的增长极

第三节 从国际化视角看 WTO 的影响	34
一、加入 WTO 与国际化的不同效应	34
二、加入 WTO 与国际化的内在联系	35
第四节 积极应对 WTO	36
一、未来中国汽车产业发展的环境与条件判断	36
二、从国家战略看汽车经济	37
三、营造中国汽车产业核心竞争力	39
第三章 汽车经济	45
第一节 汽车产业与宏观经济	45
一、汽车产业在宏观经济中的地位	45
二、汽车产业与宏观经济目标之间的关系	52
第二节 汽车产业与微观经济	56
一、汽车服务在汽车微观经济中的地位	56
二、汽车产品服务市场的特点	58
三、汽车市场的结构、行为与绩效	65
第三节 汽车产业与发展经济学	70
一、发展经济学的观点	71
二、政府对汽车产业发展的影响	73
三、市场对汽车产业发展的影响	75
第四章 汽车产业发展的模式与路径	77
第一节 汽车产业的发展模式	77
一、汽车产业发展模式选择的决定因素	78
二、汽车产业发展模式的国际比较	79
三、不同发展模式对中国的借鉴意义	86
第二节 汽车产业的发展路径	89
一、市场选择的发展路径	89
二、政府促进的发展路径	91
三、关于两条路径的评价	94
第三节 汽车产业的第三种选择	96
一、传统汽车大国的政府与市场	96
二、新兴汽车大国的政府与市场	99

三、政府主导、市场化运作	100
第五章 中国汽车产业剖析	104
第一节 中国汽车产业发展现状	104
一、中国汽车产业历史回顾	104
二、中国汽车产业现状分析	107
第二节 中国汽车产业的国际竞争力	113
一、贸易竞争指数	113
二、国际市场占有率	114
三、国内市场占有率	115
四、出口产品质量指数	116
第三节 中国汽车产业的比较优势和劣势	117
一、比较优势	117
二、比较劣势	118
三、一个着力点	120
第四节 中国轿车市场	120
一、中国轿车市场的总体特征	121
二、中国轿车市场的发展特点分析	122
三、中国轿车市场的影响因素分析	123
第五节 中国汽车产业发展战略思考	127
一、发展方向：汽车产业国际化	127
二、发展道路：政府主导、市场化运作	129
三、发展的立足点：提高市场能力，发展服务贸易	130
四、发展的切入点：营造中国汽车产业核心竞争力	131
第六章 营造核心竞争力	134
第一节 企业核心竞争力	134
一、核心竞争力的含义	134
二、核心竞争力的组成	136
三、企业核心竞争力的构建	138
四、塑造核心竞争力应注意的问题	140
五、汽车企业的核心竞争力	142
第二节 营造核心竞争力的机遇与挑战	143

WTO 框架下中国汽车经济的增长极

一、营造中国汽车产业核心竞争力的挑战	143
二、营造中国汽车产业核心竞争力的机遇	149
第三节 汽车产业核心竞争力的营造方式	154
一、营造汽车产业核心竞争力的联动	154
二、营造中国汽车产业的增长极	158

第七章 营造产业集群效应

第一节 产业集群与产业竞争力	164
一、产业集群是现代产业发展的一般特征	164
二、产业集群是开放条件下发展中国家增强产业国际竞争力的有效途径	166
第二节 产业集群与城市化	167
一、产业是城市发展的推动力	167
二、城市是产业发展的必要条件	169
第三节 产业集群与汽车经济	170
一、追求集群效应，促进中国汽车产业发展	170
二、汽车产业集群及相应城市化的供求分析	171
第四节 国外的汽车城	173
一、世界著名汽车厂商总部所在地	173
二、汽车产业集群中心	174
三、相关与支持产业能力强	174
四、产业竞争力强	175
五、国际性强	176

第八章 汽车城理论

第一节 汽车城的概念	177
一、汽车产业集群	177
二、完善的城市功能	179
三、国际性	180
第二节 汽车城的战略定位	182
一、战略意图：提高两种竞争力	183
二、指导思想	188
第三节 汽车城的功能设定	192

一、已有的各种设想	193
二、功能设定的思路	194
三、基本功能	197
四、辅助功能	209
第四节 汽车城的边际条件	213
一、汽车城内企业的基本需求	213
二、企业如何选择汽车城作为其设置地点	218
三、重点产业环节所需条件分析	218
第五节 上海的优势分析	225
一、面临的竞争对手	225
二、上海的优势	230
三、存在的问题	234
第六节 构建汽车城是上海发展的内在要求	237
一、汽车产业是上海的重要支柱产业	237
二、汽车产业在上海产业结构抉择和优化中的定位	238
三、建设汽车城是上海城市功能定位的要求	242
第九章 上海国际汽车城	243
第一节 运作方案	243
一、地点选择	243
二、空间布局	245
三、开发阶段与步骤	248
四、资金及政策	248
五、立法与体制	249
第二节 实现建设目标的制约因素	252
一、需求者的评价	253
二、上海国际汽车城建设工作范围	254
三、上海国际汽车城的建设费用	255
四、上海国际汽车城建设进度	257
五、四因素之间的关系	257
第三节 建设管理的主要内容	259
一、建设工作范围管理	259
二、时间管理	260

WTO 框架下中国汽车经济的增长极

三、费用管理	261
四、质量管理	262
五、人力资源管理	263
六、沟通管理	263
七、风险管理	264
第四节 以招商促进形态建设	264
一、及时抓住三个机遇	264
二、处理好以楼招商与以地招商的关系	265
三、注重以城招商	270
第五节 树立功能开发的观念	272
一、以功能为导向推进一批标志性项目	272
二、全面实施功能开发	276
三、功能开发需要特别注意的若干问题	284
第六节 人才发展战略	294
一、人才发展战略的意义	294
二、国际汽车城与人才国际化	295
三、上海国际汽车城人才需求分析	297
四、人才发展战略的基本思路	299
第十章 风险管理与控制	309
第一节 风险认识与评价	309
一、风险性质与总体评价	310
二、主要风险	312
三、风险管理与控制	316
第二节 时间	318
一、关于时间的一般分析	318
二、时间风险的发生机理	320
三、上海国际汽车城的建设时机	322
四、上海国际汽车城的建设进度	326
五、把竞争优势建立在时间基础之上	328
第三节 联动	332
一、联动问题的基本分析	333
二、政府与市场联动	334

三、各功能区建设联动	336
四、旅游与建设联动	337
五、与中国参与经济全球化形成联动	339
六、市场与技术联动, 跨国产学研联动, 促进融合发展	340
第四节 资本活化	342
一、资本活化的概念	342
二、资本活化的意义	344
三、资本活化的实现途径	348
四、五项控制要点	353
第五节 管理	361
一、管理是一项风险因素	361
二、上海国际汽车城建设管理的目的与原则	363
三、上海国际汽车城建设管理面临的挑战与主要问题	367
第十一章 前景展望	379
第一节 中国汽车经济前景展望	379
一、中国的汽车潜在市场正在走向现实	379
二、汽车经济的发展促进中国产业的融合与联动	381
三、现阶段的中国汽车经济的发展需要退二进三	383
四、零部件经济可以成为中国汽车经济纳入国际汽车经济的 支撑点	387
五、中国汽车经济的发展可以促使汽车产业完备核心竞争力 的形成	388
第二节 国际汽车城前景展望	389
一、加入 WTO 后中国汽车产业与世界连接的重要门户	389
二、汽车产业经济的重要集成地、发祥地和信息集散地	392
三、引领中国汽车经济发展的潮流	397
四、有力地带动社会经济的全面发展	398

第一章 世界汽车产业发展的新特点

汽车产业发展至今，生产和经营方式、生产工艺、产品设计及相关的生产配套体系都发生了深刻的变化，各国汽车产业也从具有强烈民族工业色彩的国民经济支柱产业逐渐发展成为最具有国际化产业特征的产业。在汽车产业的发展历程中，值得重视的是市场竞争对于汽车产业的特殊意义，正是市场竞争给汽车产业带来了源源不断的新鲜血液，促使汽车产业成长和不断升级，朝着更高级的方向不断演进。

这种从低级向高级演进的过程主要表现在汽车产业技术的不断创新和整个汽车产业的国际化。技术创新是汽车产业在时间上的演变，国际化的特征则是汽车产业在空间上的发展。两者都是汽车产业发展的重要特征，技术创新是市场竞争内化于汽车产业的体现，而国际化是市场竞争外化的必然趋势。如果说市场竞争有质和量两个维度的结果，那么技术体现了汽车产业质的变化，国际化体现量的变化。

第一节 汽车产业在竞争中创新

汽车产业创新与变革的动力源泉来自于市场竞争，它涉及汽车产业的方方面面。激烈的市场竞争促使汽车生产厂家千方百计缩减成本，标新立异：或以成本优势，或以产品性能差别吸引顾客，以在市场竞争中立于不败之地。如果说在汽车产业作为民族产业时，其主要的技术进步表现在设计和生产技术上的话，那么随着汽车产业的全球性化和竞争的日益加剧，汽车贸易和销售技术就成为汽车产业技术创新的重要内容和汽车经济发展的新动力源泉，它将为汽车产业在全球范围内的竞争增添新的内容和手段。因此，汽车的生产方式变革和销售方式变革成为最能体现汽车产业技术进步的标志。

一、汽车生产方式的变革

汽车产业生产方式的理论起源于亨利·福特提出的“大众化生产理论”，从此逐渐形成了以手工及非连续生产线为主要生产方式的中、小规模汽车厂商，然后转向以大机器及生产装配线为主要生产方式的大批量汽车生产，出现了有限数量的大规模厂商。生产方式的这一转变极大地提高了劳动效率，并从供需两方面实现了汽车产业从贵族化产业走向大众产业，进而成为国家支柱产业的必要条件，完成了汽车生产向大规模进军的历史进程。遵循降低成本以提高竞争力的思路，当今的汽车生产方式正在朝着多样化方向发展。汽车产业生产方式的这些变化，可以划分为着眼于汽车生产厂家内部生产方式的变革和着眼于与关联企业的关系改变引发的生产方式变革。

（一）着眼于内部的生产方式变革

亨利·福特之后的理论家们跟随他的思想足迹，将生产方式的变革主要集中在生产成本的降低上，演变出了各式各样的生产方式，尤其是斯隆（Alfred Sloan）提出的纵向一体化理论及其后 Taiichi Ohno 提出的精益生产方式（Lean production），对世界汽车产业的发展和世界竞争格局产生了重要影响。

纵向一体化理论的主要思想是为了降低外部投入的不确定性及与交易成本，通过自筹资本投资建设单独零件厂的方式来解决和完善整车厂零部件的供应问题。这一理论的忠实执行者是通用汽车公司，它依靠这种生产方式占据了市场领先地位。即使是今天，通用汽车公司仍然保持着部分纵向一体化自我独立的零部件生产配套体系，其零部件的自制率仍处在世界汽车产业的最高水平。不过，这种方式的问题在于，完全的从头至尾的纵向一体化生产在现实世界中既无必要、也无可能，尤其是这种大而全的生产体系往往造成某些部门，如零部件生产商，不能达到规模经济的水平，使生产成本反而比从外部采购更高；再者，衡量零部件供应因不确定性带来的损失和零部件生产内部化带来的成本提高并不容易，尤其是在产量不断增加的今天，很难评价纵向一体化的功过如何。总之，由于存在外部供应的不确定性，容易使汽车生产厂商由此受到不利影响。虽然纵向一体化理论通过将零部件外购转化为自行生产，彻底解决了外购带来的问题，但

却同时引发了诸如规模不经济带来成本的提高等问题，限制了这种生产方式作用的发挥。

精益生产方式则不同于纵向一体化方式，它不是从解决外部不确定性问题着手，而是从内部管理着手，试图降低各个生产环节的成本。精益生产方式的基本思想是：制造商们要从顾客的角度共同确定每件产品由概念到最终消费的价值链，打破传统职能部门或公司之间的各种界限，并把这个价值链予以最优化。换句话说就是，把最终顾客、主机厂和所有零部件厂都纳入到一个大系统中进行操作，在生产时间、技术开发、资金、劳动等其他要素资源上进行整体协调，使之优化，从而最大限度消除浪费，降低成本，以提高效率和效益，增强长期的、综合的竞争力。概括而言，就是要按整个价值链来确定设计、订购和生产中所必须的步骤和减少非增值的浪费，要求在产品的设计、生产组织、零部件协作配套、市场销售等各个环节贯穿精益求精、消除浪费的观念。

精益生产方式首先在日本获得了巨大成功，在此基础上总结形成了精益生产方式理论。丰田当时推行这种生产方式的目的是试图以最小的投资、最短的时间、最少的人员、最小的场地对生产的产品进行持续改进，从而实现零库存、零浪费、零不良品、零故障和零误期，由此确保整车厂与配套协作厂生产体系的整体和谐统一。

与纵向一体化生产方式相比，精益生产方式更有生命力和现实意义：在世界汽车市场需求越来越高，全球竞争日益激烈的今天，精益生产方式无疑对制造商尤其是最终装配企业生产效率和经营效益的提高起着非常重要的作用，目前仍然是一种占主导地位的重要生产方式。

不过，精益生产方式也存在着一定的问题，关键在于一个整车厂在内部实现了精益，降低了成本，提高了效率，只说明这个公司控制了该产品价值链中的一部分，而其他部分仍然失控于其他外部公司（或协作厂），因此从生产经营过程的整体来看，任何环节的厂商都无法实现真正的精益生产。这样，这个公司所取得的效益是很难维持的，很容易被供应链中其他公司的失败而抵消，最终还是缺乏持久的竞争力。

最后值得一提的是共用平台战略。在汽车产业发展的历史新时期，除了纵向一体化生产和精益生产方式之外，国际汽车厂商对原有的生产线作业方式进行了创造性改进，争相实施起平台战略。对汽车生产厂商来讲，为了争取市场份额，营造竞争力，除了缩减生产成本外，更要通过汽车本身的性能创造绝对优势。对汽车性能差异起决定作用的部分是作为车辆基

础的汽车底盘，因此汽车生产厂商总是非常注意汽车底盘的开发，其开发费用约占整个车辆开发总费用的 80%。共用平台战略的内涵是为了提高汽车产品对柔性化生产线的适应性，在厂房内部甚至厂商之间，开发可共用的汽车底盘和发动机，使在生产平台数量有效减少的前提下，增加品种和批量。共用平台的直接效果主要体现在一个底盘多品种车型的效率上。有专家认为这一汽车生产方式的变革将在 21 世纪成为汽车生产的主流。

（二）着眼于外部的生产方式变革

无论是纵向一体化生产还是精益生产方式，都有其不足的地方。正是基于这一点，现在大多数汽车生产厂家正趋向于从外部寻找解决降低汽车生产成本和降低生产过程中不确定性问题的方法，其中与零部件供应商关系的改变成为主要内容。

目前，日本、美国、欧洲的不同生产风格的汽车厂商都有一种共同倾向，强调从整个设计概念到生产、从订单到交货、从原材料到制成品的所有活动来整体考虑有效率的生产经营。他们认为，只有帮助供应链涉及的所有公司，使得整个价值流中所有过程变得精益，理顺供求关系，使他们都遵循同样的逻辑，应用同样的方法和技术，进行精益作业，才能最终都获得显著而持久的效益。本着这一理念，不同的汽车厂商基于各自不同的生产经营模式，纷纷从原有生产方式存在的问题出发改进与零部件供应商的关系，通过与零部件厂商在设计、技术和制造等方面展开合作以提高生产效率，开始了从生产制造商外部寻找技术进步的动力，从而使整个汽车生产行业的生产方式呈现出多样化趋势。

在传统的零部件供应体系中，汽车整车厂商与零部件厂商之间的关系是对立的。对整车厂来说，如果零部件供应商的市场势力得到增强，整车厂的买方垄断势力和讨价还价的能力就被削弱，从而失去其对价格和汽车价值分配体系的操纵和控制。正因为如此，长期以来汽车整车装配厂都处心积虑地设计出各种体系来限制汽车零部件厂商的发展，包括采取诸如信息保密、压低利润、甚至采取盗用对方创新主意、拖延付款、挖人才等不体面的手段。这种遏制手段在一定程度上显示出了其效果：美国的汽车零部件供应商没有哪一家能与汽车厂商挑战，或生产出独特的差异产品向汽车厂商索要高价。但问题是明显的：首先，汽车生产厂商增加了产品成本。这主要表现在生产设计的直接费用增加，交易成本增加，库存成本增加等。再者，汽车生产技术失去了更快提高的机会。比如，零部件生产厂