

刘洪德 / 著

中国汽车产业 组织系统研究

Systemically Research On the Organization
of China Automobile Industry



经济科学出版社
Economic Science Press

中国汽车

产业组织系统研究

刘洪德 著

经济科学出版社

责任编辑：王东萍

责任校对：张长松

版式设计：代小卫

技术编辑：李长建

中国汽车产业组织系统研究

刘洪德 著

经济科学出版社出版、发行 新华书店经销

社址：北京市海淀区阜成路甲 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)

北京密兴印刷厂印装

880 × 1230 32 开 9 印张 200000 字

2007 年 5 月第一版 2007 年 5 月第一次印刷

ISBN 978 - 7 - 5058 - 6260 - 9/F · 5521 定价：16.00 元

(图书出现印装问题，本社负责调换)

(版权所有 翻印必究)

图书在版编目 (CIP) 数据

中国汽车产业组织系统研究 / 刘洪德著. —北京: 经济科学出版社, 2007. 5

ISBN 978 - 7 - 5058 - 6260 - 9

I. 中… II. 刘… III. 汽车工业 - 产业组织 - 研究 - 中国 IV. F426. 471

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 047196 号



作者简介

刘洪德，1960年生于黑龙江齐齐哈尔，1982年毕业于西北工业大学，先后任职于哈尔滨东安汽车动力股份有限公司任副总经理、总经理、董事长，哈飞汽车有限公司总经理等职，现任江西昌河汽车股份有限公司董事长、党委书记。

2004年毕业于哈尔滨工程大学，获得博士学位；现任中国汽车工程学会常务理事，中国汽车工业学会副理事长。学术文章发表于《软科学》、《技术经济与管理研究》等学术期刊；主要研究领域为汽车产业组织和市场营销等。

中国汽车产业 组织系统研究

Systemically Research On the Organization
of China Automobile Industry

前

言

汽车产业是国家工业化水平的标志性产业，在中国全面建设小康社会的新的历史阶段，汽车产业是我国国民经济的重要支柱产业。中国汽车市场的国际地位及影响力已提升到新的高度，中国汽车的产量和销量已经排名世界前列，进入世界汽车大国的行列；2005 年汽车产品出口首次大于进口；汽车行业改变过去单一模仿的模式，自主创新有显著的进展，标志我国汽车工业已经进入了关键的发展时期。

在 21 世纪新的国际竞争形势下，中国为实现跻身世界汽车产业强国的战略目标，必须用新的思路去探索产业的发展，制定具有前瞻性、合理性的产业政策。中国汽车工业的持续快速发展，得益于国家把汽车工业作为支柱产业的产业结构政策，同时也是推进规模经济、深化企业重组与兼并、实行产品差别化策略、鼓励自主创新等一系列有效的产业组织政策实施的结果。从理论和实践的结合上探索中国汽车产业组织演进的规律和产业组织优化的方向，为我国汽车工业的可



持续发展提供科学借鉴，是本书写作的初衷。

本书是一部从理论和实践的結合上对中国汽车工业产业组织进行研究的专著。根据产业经济学的理论逻辑，借鉴市场结构、市场行为、市场绩效的S—C—P框架，构建了中国汽车工业产业组织的研究体系。在SCP框架的基础上，提出DSCP（Market Development, Market Structure, Market Conduct, Market Performance）框架，提出以产业发展愿景为导向的新思路，从产业发展前景的新视角，探索产业组织优化的驱动力。

鉴于市场结构的基础作用，本书对中国汽车产业市场结构进行了全方位的研究。对中国汽车工业的规模经济、产品差异化、进入与退出壁垒及生产集中度进行了深入的剖析，揭示了中国汽车工业市场结构特征与成因；并在与发达国家比较的基础上，指出中国汽车产业绝大多数汽车产品门类具有寡头垄断特征，是在非规模经济基础上的寡头市场结构；中国汽车产业市场结构优化的方向，是早日实现规模经济基础上的寡头垄断结构与纵向非一体化结构。

价格行为是企业市场行为的核心内容，本书从定价模型、形成机理及协调机制诸方面，系统、深入地研究了中国汽车产业的定价行为。给出了基于寡占型市场结构的定价模型，用折曲的需求曲线诠释企业市场定价行为特征，得出中国汽车市场同类、同档次产品倾向于实行通行价格的结论。从体制环境分析出发，揭示了我国汽车价格长期维持在“三高”水平的成因及产业价格变化趋势；分析了政府、行业协会及企业集团等不同主体的价格协调功能。

本书从产业组织的崭新视角，对汽车企业的技术创新行为



进行了深入的研究，系统论证汽车产业技术创新的地位、作用、特点、历史规律及发展模式，指出我国汽车产业应以模仿创新和二次创新的发展模式为主，逐步向基于原始创新的自主创新模式发展的方向，模仿创新、二次创新都是行之有效的自主创新模式。提出我国应充分利用市场需求优势、后发优势，走“企业为主，政府协调，组织起来，联合攻关”的技术创新之路，创造拥有自己知识产权的名牌产品，才能在经济全球化的世界市场中立足。

加快我国汽车企业战略重组，是一个关系到我国汽车产业发展的重大战略问题。本书阐述了汽车工业产权重组与委托代理机制，对汽车工业企业兼并与合并进行分析，指出产权重组并不是实现市场资源配置的惟一正确选择；同时，从汽车产业价值链优化的角度分析，垂直一体化的分工模式不适应产业发展的需要；比较世界汽车产业成功与失败的经验，结合我国汽车产业现状，得出我国汽车产业企业组织战略的调整方向应是发展产业集群、战略联盟、虚拟企业等中间体制型网络组织，逐步实现基于产业链的产业组织扁平化、专业化、协作化、弹性化。

市场绩效是产业组织优化的结果和标志。本书从产业的市场结构、资源配置效率、技术进步程度、市场开放程度入手，提炼出评价汽车产业市场绩效的指标体系，并运用模糊 Borda 数法对我国汽车产业的市场绩效进行了实证分析，指出我国与国外发达国家的汽车产业相比，市场绩效差距还在逐步拉大，揭示了我国汽车工业在快速发展中基础仍然比较脆弱。

本书在对汽车产业组织进行深入分析的基础上，提出完善我国汽车产业组织政策的对策建议。主要是：完善市场准入规制；完善价格调控机制；推进汽车产业技术创新联合；深化体制改革；完善中小企业政策；推进特大型企业集团发展；加强



行业协会建设；强化行业整体协调功能等，旨在为我国汽车产业组织优化，促进我国汽车工业持续、稳定、健康发展提供决策借鉴。

汽车产业组织研究涉及产业组织领域一些新的前沿性课题，诸如自主创新、引进外资与发展民族工业的关系、战略联盟和虚拟组织企业间的磨合和交易费用等问题，尚有待今后进一步深入研究。本书作者将继续努力，和理论界及实业界的朋友们共同进行新的探讨。

刘洪德

2007. 3. 14



第一章 导论	(1)
第一节 中国汽车产业组织研究的背景、目的 及意义	(1)
一、研究的背景	(1)
二、研究的目的及意义	(5)
第二节 研究的总体思路与主要内容	(6)
一、研究的总体思路	(6)
二、研究的主要内容	(7)
第三节 研究方法 & 主要创新	(8)
一、研究方法	(8)
二、主要创新之处	(10)
 第二章 汽车产业组织的相关基本理论	 (13)
第一节 产业组织理论的基本框架	(13)
一、有关产业组织理论体系	(13)
二、产业组织研究的理论渊源	(14)
第二节 有关市场结构基本理论	(20)



一、市场结构的概念及特征	(20)
二、影响市场结构的主要因素	(21)
第三节 有关规模经济基本理论	(24)
第四节 有关企业行为基本理论	(27)
一、价格行为	(27)
二、产品战略和推销战略	(28)
三、研究与开发	(28)
四、企业组织调整行为	(29)
第五节 有关产品差异化基本理论	(30)
一、产品差异化的内涵	(30)
二、产品差异化的原因	(31)
三、产品差异化策略	(32)
第六节 有关产业集群基本理论	(33)
一、产业集群的概念	(33)
二、产业集群的特点	(35)
三、产业集群的成因和功能	(37)
第七节 有关产业组织政策的基本理论	(38)
一、产业组织政策的概念	(38)
二、产业组织政策的分类	(39)
三、产业组织政策的目标	(39)
四、确定产业组织政策目标的主要依据	(41)
五、实现产业组织政策目标的手段	(42)

第三章 中国汽车产业组织概况及产业发展

愿景

第一节 中国汽车产业组织概况

一、中国汽车产业发展总体状况	(45)
二、中国汽车产业发展的特征	(49)
三、中国汽车产业组织演进及产业发展现状	(52)
第二节 中国汽车产业市场需求分析	(57)
一、中国汽车产业市场需求潜力分析	(57)
二、中国汽车产业对相关产业的带动作用分析	(60)
第三节 中国汽车产业发展态势分析	(61)
一、经济全球化环境下汽车工业发展新趋势	(61)
二、中国汽车工业当前发展态势	(66)
第四节 中国汽车产业规模预测及发展愿景	(68)
一、中国汽车产业发展规模预测	(68)
二、中国汽车产业发展战略愿景目标	(73)
三、实现中国汽车工业发展愿景的基本策略	(74)

第四章 中国汽车产业的生产集中与市场结构 (76)

第一节 汽车产业的规模经济	(76)
一、汽车产业规模经济趋势	(76)
二、影响汽车厂规模经济的因素	(79)
三、轿车厂规模经济	(81)
四、轻型车厂规模经济	(83)
第二节 汽车产业的产品差异化	(86)
一、产品差异化内涵及成因	(86)
二、汽车产品的物理差异	(88)
三、买方需求差异	(89)
四、对顾客服务差异	(91)
五、中国汽车工业产品差异化特征	(92)



第三节 汽车产业的进入与退出壁垒	(95)
一、影响进入壁垒因素	(95)
二、影响退出壁垒因素	(97)
第四节 中国汽车产业生产集中度分析	(98)
一、中国汽车产业生产集中度发展及现状	(98)
二、影响中国汽车产业生产集中度因素分析	(102)
第五节 中国汽车产业市场结构与发达国家比较及 优化方向	(105)
一、汽车产业寡占型市场结构特征	(105)
二、世界汽车市场结构	(108)
三、中国汽车产业市场结构与发达国家比较呈现 的特征	(109)
四、世界汽车产业市场结构发展趋势分析	(112)
五、中国汽车产业市场结构优化的方向	(114)
 第五章 中国汽车产业定价行为分析	(116)
第一节 市场行为的内涵及定价模型	(116)
一、市场行为的内涵及主要内容	(116)
二、汽车产业寡头垄断定价模型	(117)
第二节 产品市场定位及定价目标	(119)
一、产品市场定位	(119)
二、定价目标	(120)
第三节 汽车产业通行定价及中国汽车产业价格 变化趋势	(125)
一、汽车产业通行价格定价法及其理论诠释	(125)
二、基于体制与市场环境的中国汽车产业价格	

变化趋势	(128)
第四节 中国汽车产业价格协调机制	(132)
一、政府价格协调	(133)
二、行业协会价格协调	(134)
三、企业集团价格协调	(136)
 第六章 中国汽车产业技术创新行为分析	(138)
第一节 技术创新在汽车产业发展中的地位和作用	(139)
一、汽车工业的发展和当代高新技术发展相伴生	(139)
二、技术创新在汽车产业发展中的作用	(140)
第二节 中国汽车产业技术创新发展的范式轨迹	(143)
一、汽车产业技术创新的特点	(143)
二、汽车产业技术创新的历史性经验借鉴	(146)
三、汽车产业技术创新的模式	(148)
第三节 中国汽车产业技术创新的垄断与竞争	(153)
一、技术创新与市场结构关系的一般认识	(153)
二、中国汽车产业组织与技术创新的不适应性因素分析	(154)
三、中国汽车产业技术创新的优势因素	(157)
第四节 优化汽车产业技术创新行为的方向	(160)
一、中国汽车产业技术创新的联合	(160)
二、引进技术基础上推进二次创新	(167)
第五节 创建汽车自主品牌,提升核心竞争力	(169)
一、创建汽车自主品牌是中国汽车发展的必由	

之路	(169)
二、我国汽车自主品牌的现状及原因分析	(171)
三、自主品牌与核心竞争力的关系	(174)
四、创建汽车自主品牌, 提升核心竞争力的 策略	(176)

第七章 中国汽车产业组织战略调整

第一节 产权重组与市场资源配置	(180)
一、产权重组与产业组织优化的关系	(180)
二、我国汽车企业产权重组的动因	(181)
三、我国汽车企业产权重组的目的	(183)
四、我国汽车企业产权重组障碍	(184)
五、我国汽车企业产权重组的推动措施	(187)
第二节 健全企业治理的委托—代理机制	(189)
一、我国汽车企业治理的委托—代理问题剖析	(190)
二、委托—代理问题的解决机制	(193)
第三节 中国汽车产业的企业合并、兼并与联合 经营	(195)
一、中国汽车工业的两次合并、兼并与合资经营 浪潮	(195)
二、企业合并、兼并与合资经营中存在的弊端	(197)
三、推进企业合并、兼并与合资经营的对策	(199)
第四节 中国汽车产业链的组织优化	(202)
一、汽车产业链组织优化的趋势	(202)
二、汽车产业的产业集群	(208)
三、汽车产业战略联盟与虚拟企业	(212)

第八章 中国汽车产业市场绩效评价 (221)

第一节 中国汽车产业市场绩效评价指标体系 (221)

一、评价指标体系的构建 (221)

二、评价指标体系框图 (226)

第二节 汽车产业市场绩效评价模型 (227)

一、指标权重的确定 (227)

二、指标评分标准的选择 (230)

三、综合得分的确定 (231)

第三节 中国汽车产业市场绩效评价实证分析 (231)

一、评价指标体系的构建 (231)

二、评价标准及得分 (232)

三、评价指标体系中指标权重的确定 (234)

四、综合得分的确定 (238)

五、汽车产业市场绩效综合评价结果分析 (239)

第九章 优化中国汽车产业组织的政府规制 政策 (244)

第一节 完善市场准入规制, 增强市场竞争活力 (244)

一、放松行政性进入限制, 加快推行型式认证 制度 (245)

二、创造与维护统一、公平、竞争的市场环境和 竞争秩序 (245)

三、建立产业经济信息发布制度 (246)

四、对行使社会性管制机构建立监督和制约 机制 (246)