



暨南大学 经济学文库

中国摩托车行业发展研究

Research of Development of China's Motorcycle Industry

周泳宏 著



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE



暨南大学经济学文库

本书得到国家自然科学基金(71273116、71203077)、广东省自然科学基金(9451009001002715)、中央高校基本科研业务费专项资金(暨南跨越计划:12JNKY001;暨南远航计划:12JNYH002;暨南启明星计划:15JNQM001)、广东省哲学社会科学“十二五”规划青年项目(GD11YYJ10)资助。

中国摩托车行业发展研究

Research of Development of China's Motorcycle Industry

周泳宏 著



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

中国摩托车行业发展研究/周泳宏著. —北京: 经济管理出版社, 2016. 3
ISBN 978-7-5096-4232-0

I. ①中… II. ①周… III. ①摩托车—制造业—工业发展—研究—中国 IV. ①F426.472

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 022666 号

组稿编辑: 杨雅琳

责任编辑: 杨雅琳

责任印制: 黄章平

责任校对: 超凡

出版发行: 经济管理出版社

(北京市海淀区北蜂窝 8 号中雅大厦 A 座 11 层 100038)

网 址: www.E-mp.com.cn

电 话: (010) 51915602

印 刷: 北京晨旭印刷厂

经 销: 新华书店

开 本: 720mm × 1000mm/16

印 张: 9

字 数: 167 千字

版 次: 2016 年 4 月第 1 版 2016 年 4 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5096-4232-0

定 价: 48.00 元

· 版权所有 翻印必究 ·

凡购本社图书, 如有印装错误, 由本社读者服务部负责调换。

联系地址: 北京阜外月坛北小街 2 号

电话: (010) 68022974 邮编: 100836

序

2015年6月15日，接到周泳宏同学从美国发来的邀请，给他的新书作序，暗喜，爽快答应。最初与周同学合作，是大学二年级，我们为学院编排当时最时尚的“劲舞”，参加学校的艺术节。他是团队核心人物，我跟班。没想到一个对舞王迈克尔·杰克逊崇拜至极的“不务正业者”，一个擅长唱粤语的校园“十佳歌手”，今天竟成了满腹经纶的教授，桃李满天下，竟然还以访问学者的身份“修炼”归来。

暗喜原因有二，一是见到周同学对一个领域的研究终于取得了阶段性的成果，为他那份孜孜不倦的坚持感到欣慰，曰“喜”。为什么是“暗”呢？因为几年来我偶尔配合周同学做研究，自私的心理作祟，期望有些成果，满足一下虚荣心。二是这份成果从学术上填补了国内摩托车行业研究的空白，对行业发展、企业决策有着重要的参考意义。本人自大学毕业至今一直从事摩托车行业的工作，经历了合资、国有和改制后的民营三种企业性质下摩托车企业的经营，应该说对行业是不陌生的。

国内学术界对摩托车制造行业的研究不少，但有深度、有价值的却不多见，像周同学这样持续六七年研究一个行业的学者可谓凤毛麟角。

既然是作序，总得对这本书说上几点。通读全书后，感觉有三：

第一，从学术的视角把一个传统的制造业看透。早早收到大洋彼岸发过来的初稿，迫不及待地读完，然而读后第一感觉是：看不懂。多年沉浸于企业经营领域，更多地关注企业本身，所以一下子很难从这样一个高度去俯视全局。还好，周同学的分析可谓是深入浅出，研究方法和视角体现了科研工作者特有的学术水平，把行业内的本质讲明了、说透了。

第二，集聚分析把摩托车行业剖析得更加彻底。不同行业需要有不同的研究方法，即使是公认的科学方法也并非放之四海而皆准。在这个研究中，集聚分析取法有道，把摩托车行业三大板块的情况和龙头企业非常精准地分析到位，读后不禁为其叫好。



第三，研究对行业的发展和企业经营具有重要参考意义。无论是对出口市场、钢材价格的波动，还是对极具争议的禁摩，周同学的分析可谓视角独特，把行业管理的宏观和企业经营的微观有机地结合起来。这有点像个老中医，如果没有深入的思考不可能给行业“把脉”，如果没有刻苦的钻研精神更是无法找准企业的“穴位”。周同学做到了。

总之，这是一本不可多得的好书。

不信，你自己看看。

是为序。

陈金华

乙未年中秋于羊城海珠湖畔

前 言

我国是摩托车生产和出口大国。摩托车作为一种休闲娱乐、代步与运输兼顾的产品，具有相对价格便宜、使用方便、维护成本低等众多优势。对于我国这样一个人口众多、居民收入较低的发展中国家，摩托车行业的发展在经济、民生等方面都具有重要的意义。若干年前，随着温饱问题的解决，摩托车逐步走进居民的家庭。经过多年的发展，我国的摩托车行业地理布局已经形成三大板块、两大集聚的格局：广东、重庆、江浙（即江苏与浙江）板块；珠江三角洲（以下简称珠三角）和重庆集聚。然而，到目前为止，国内尚无针对该行业的较为深入的定量分析研究，使得相关人士缺乏进一步学习和了解的资料。本书欲在此做一定的尝试。

本书中涉及的摩托车行业数据主要来自《中国汽车工业协会（摩托车部分）产销快讯》（以下简称《快讯》），其他宏观经济数据来自国家统计局网站及《中国统计年鉴》等。本书所指摩托车行业包括《快讯》里所有参与报数企业，其业务包括摩托车整车的制造、组装和销售等。

本书主要部分的安排如下：第一章为摩托车行业发展总体分析，介绍了摩托车行业的总体发展情况，内容包括全国总量概括、三大板块和两大集聚的比较分析以及企业之间的差异分析等；第二章为龙头企业的作用分析，基于两大集聚，分析集聚内龙头企业对其他企业的影响，包括龙头企业的挖掘、基于规模拉动和效益促进的龙头企业影响作用分析；第三章为“摩托车下乡”的影响分析，分析“摩托车下乡”对该行业销售量的影响，包括平均定价、企业规模和出口比重存在差异的企业在“摩托车下乡”中的不同表现的比较研究；第四章为摩托车行业发展的其他问题，包括钢材价格对摩托车利润的影响、信息化条件下摩托车企业公司治理问题、关于“禁摩”的讨论以及摩托车行业的未来发展等；第五章为总结与展望。

目 录

第一章 摩托车行业发展总体分析	1
本章摘要	1
第一节 总体概况	2
第二节 板块分析	4
第三节 集聚分析	7
第四节 企业差异分析	11
第二章 龙头企业的作用分析	16
本章摘要	16
第一节 导言	17
第二节 相关文献	18
第三节 珠三角集聚龙头企业分析	20
第四节 重庆集聚龙头企业分析	25
第三章 “摩托车下乡”的影响分析	34
本章摘要	34
第一节 导言	35
第二节 相关文献	36
第三节 研究方法 with 数据	37
第四节 平均定价差异的影响	40
第五节 企业规模差异的影响	42
第六节 出口比重差异的影响	44
第七节 稳健性检验	45



第四章 摩托车行业发展的其他问题	52
本章摘要	52
第一节 钢材价格的影响	53
第二节 信息化与公司治理	56
第三节 关于“禁摩”的讨论	60
第四节 摩托车行业的发展趋势	63
第五章 总结与展望	67
附录	71
附录 1 摩托车企业名录	71
附录 2 板块对比	76
附录 3 企业差异分析的补充图	80
附录 4 集聚区域主要企业指标对比	81
附录 5 “摩托车下乡”影响的回归结果	86
附录 6 “摩托车下乡”影响的 Placebo 检验	92
附录 7 钢材价格指数与每车利润关系	113
附录 8 钢材价格对每车利润影响的稳健性检验	120
附录 9 中国台湾地区摩托车拥有量分析	128
参考文献	129
后记	134

第一章 摩托车行业发展总体分析

本章摘要

摩托车行业在我国制造业发展和出口中占有重要的地位。本章主要从行业整体的角度对我国摩托车行业 2008 ~ 2012 年的发展进行了描述和分析, 包括摩托车行业的总体回顾、地理分布和产业集聚格局、企业层面的发展差异等。主要结论如下:

1. 随着我国城镇和农村居民收入的增加, 我国摩托车行业近年来保持稳定的发展, 虽然“禁摩”影响了摩托车在城镇市场的销售, 但摩托车仍然受到农村消费者的喜爱。

2. 我国的摩托车行业中的三大板块地理布局特色十分显著。广东板块在销售数量、营业收入、出口数量、利润等各个指标上基本处于领先地位, 其次是重庆板块, 江浙地区在各个指标中保持在第三的位置。

3. 凭借良好的经济和工业基础, 我国摩托车行业的发展形成珠三角和重庆两大集聚区。其中, 珠三角摩托车行业的销售数量总额和营业收入总额占全国的 2 ~ 3 成, 利润占全国的 2 ~ 4 成。同时, 珠三角地区摩托车行业的营业收入占本地区规模以上工业企业营业收入的比重高于全国平均水平的 1.24 ~ 1.56 倍, 利润则在 2007 ~ 2009 年高出全国平均水平 3 倍以上, 在 2010 ~ 2012 年高于全国平均水平的 1.48 ~ 1.82 倍。重庆在这三个指标上在全国占据的比重均达到 40% 左右, 高于珠三角集聚区。并且, 重庆地区的工业对于摩托车行业的依赖程度非常高。

4. 在企业差异方面, 企业间在销售数量方面的差异并没有随时间而发生太大变化, 企业间利润的差异则有缩小的趋势, 本书也没有找到企业间效益趋同的证据。



第一节 总体概况

中国经济的发展和城乡居民收入的增加,使得我国摩托车行业发展获得了难得的历史机遇,多年来保持迅猛的发展势头。随着城镇居民首先解决了温饱问题,摩托车受到广大消费者的青睐,逐渐培育起来的消费市场使得摩托车制造和销售行业在 20 世纪 90 年代开始蓬勃发展。在首先富起来的珠三角,20 世纪 90 年代流传着这样的通俗说法,“搏一搏,单车变摩托”。可见,摩托车成为当时城镇居民耐用消费品购买的重要关注目标,甚至成为时尚的导向。“大长江”、“五羊一本田”、“嘉陵”等一大批摩托车品牌也逐步成长起来。虽然接下来,各大城市“禁摩”令(即禁止或限制摩托车登记上牌)的陆续出台使得城市摩托车的需求遭到抑制,但同时农村居民收入的增加以及其用于一般交通和货物运输的需要,使得农村摩托车消费市场蓬勃发展。另外,出口市场的不断拓展也部分弥补了“禁摩”引起的市场萎缩,使我国摩托车行业继续保持稳定的发展。

图 1-1 至图 1-4 为我国 2007~2012 年摩托车行业发展总体情况。2007~2012 年,销售数量保持在 2262 万~2752 万辆(见图 1-1),营业收入保持在 1022 亿~1262 亿元(见图 1-2),利润总额保持在 26 亿~40 亿元(见图 1-3),出口数量保持在 620 万~1048 万辆(见图 1-4)。

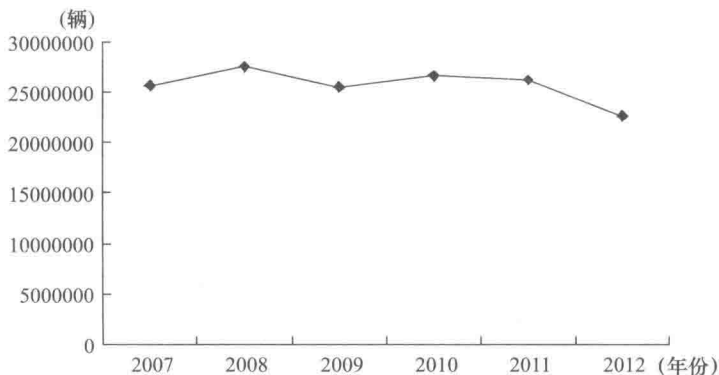


图 1-1 2007~2012 年摩托车企业销售数量

资料来源:《中国汽车工业协会(摩托车部分)产销快讯》。

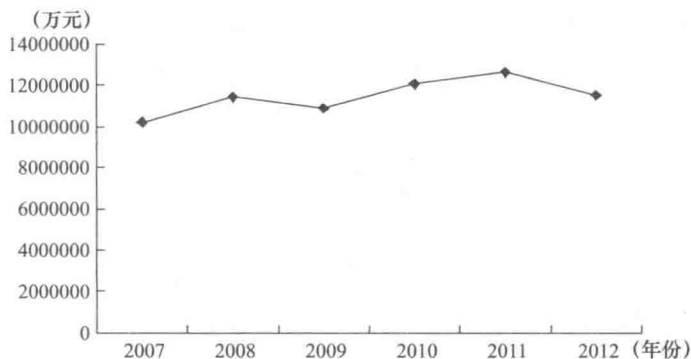


图 1-2 2007~2012 年摩托车企业营业收入

资料来源:《中国汽车工业协会(摩托车部分)产销快讯》。

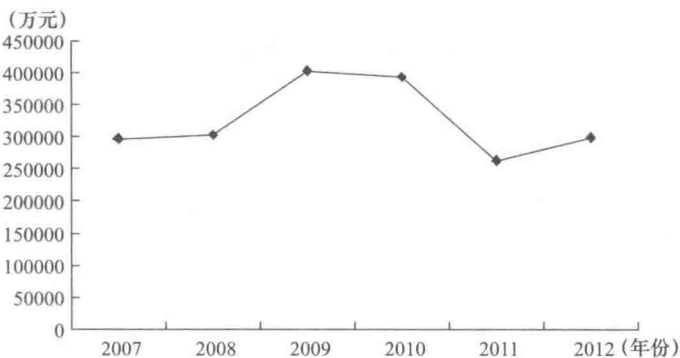


图 1-3 2007~2012 年摩托车企业利润

资料来源:《中国汽车工业协会(摩托车部分)产销快讯》。

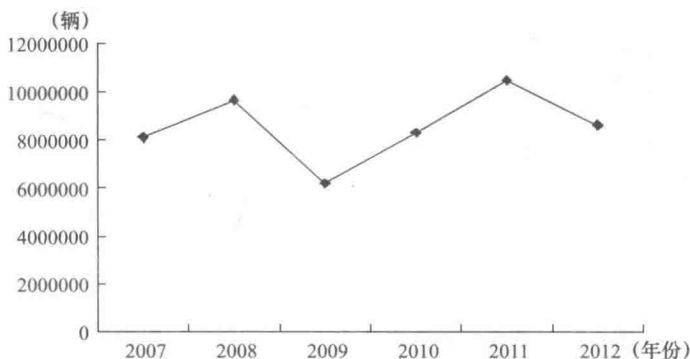


图 1-4 2007~2012 年摩托车企业出口数量

数据来源:《中国汽车工业协会(摩托车部分)产销快讯》。



当然,随着我国居民收入的进一步提高,汽车成为居民外出交通工具的新选择。许多原本的摩托车消费者由此转变为汽车消费者,摩托车市场从而被家庭轿车市场部分替代。摩托车市场的供给逐步接近饱和,这是市场经济发展的一般规律。但由图1-1至图1-4来看,虽然摩托车市场发展的各个指标在2007~2012年没有出现大幅度的提升,但也没有出现大幅度的下降,说明我国摩托车市场尚有一定的消化能力。特别是在农村市场,消费者对于耐用消费品的价格还是比较敏感的,摩托车作为比家庭汽车更为廉价的机动车,仍然有相当大的吸引力。我们将在后文有关于农村市场的研究中进行分析 and 介绍。

经过多年的发展,目前我国摩托车行业的地理分布呈现出三大板块(广东、重庆、江浙)和两大集聚(珠三角、重庆)的特点。下面我们详细分析。

第二节 板块分析

由于产业链上、下游之间的链接、物流成本和市场的分布等,我国摩托车企业的分布呈现较为显著的板块特征。大致而言,我国摩托车企业较为集中地分布于广东、重庆、江浙(由于江苏和浙江毗邻,因此将两个地区合并简称为江浙)地区^①。图1-5描述了2007年和2012年摩托车行业中处于生产状态的企业数量地区分布^②。其中,江浙地区由于地域较为广阔,数量最多,保持在35%~38%,广东板块则紧接其后,保持在27%~30%,重庆地区则保持在16%~19%。

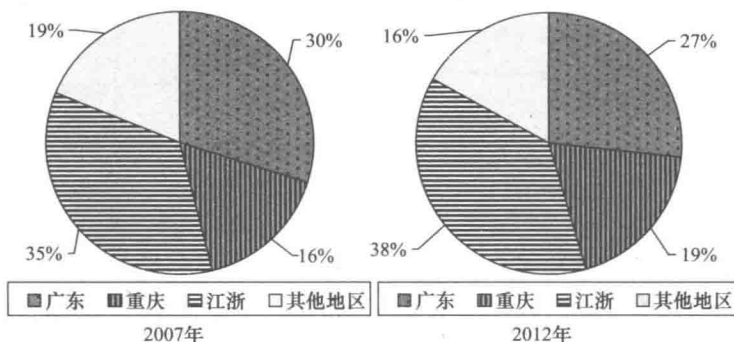


图1-5 摩托车企业数量(处于生产状态)板块对比

注:根据《中国汽车工业协会(摩托车部分)产销快讯》,按生产数量是否大于0判断。

① 摩托车企业所属板块的界定是根据企业主页所标示的公司总部地址来确定的。

② 其他年份的对比见附录2中的附图2-1。



下面通过 2007 年、2010 年和 2012 年三年销售数量^①、营业收入、利润和出口数量四个指标来对三个板块及其他地区的摩托车行业发展情况进行对比。图 1-6 为各板块销售数量对比，广东省板块一直处于领先地位，销售数量保持在 1000 万辆左右；接下来是重庆，保持在 600 万~800 万辆；江浙板块虽然摩托车企业数量众多，但销售额比不上前者，保持在 270 万~380 万辆。在其他几个指标上，均保持这样的格局。如图 1-7 所示，在营业收入上，广东板块保持在 430 亿~530 亿元，重庆板块保持在 240 亿~300 亿元，江浙板块则保持在 180 亿~220 亿元。如图 1-8 所示，在利润对比上，广东板块和重庆板块出现一些逆转，2007 年重庆板块的利润接近 12 亿元，高出广东板块大约 9000 万元；但到了 2012 年，广东板块利润接近 14 亿元，而重庆板块跌至 7 亿元左右，江浙板块则仍处于第三，接近 5 亿元。如图 1-9 所示，在出口方面，广东板块的规模优势最为明显，保持在 357 万~386 万辆，重庆和江浙板块的规模则分别是 198 万~260 万辆和 78 万~103 万辆。^②

通过以上的分析，广东板块在各个指标上基本处于领先地位，其次是重庆板块。江浙地区虽然地域辽阔，摩托车企业数量众多，但在各个指标中一致保持在第三的位置。由此，我国的摩托车行业中的三大板块地理布局特色十分显著。

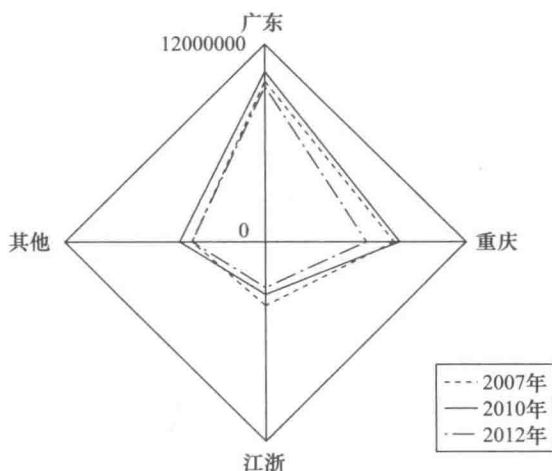


图 1-6 各板块摩托车企业销售数量（辆）对比

① 由于生产数量和销售数量非常接近，正文没有对生产数量进行对比，见附录 2 中附图 2-6 和附图 2-7。

② 其他年份的板块对比见附录 2 中的附图 2-2 至附图 2-5。

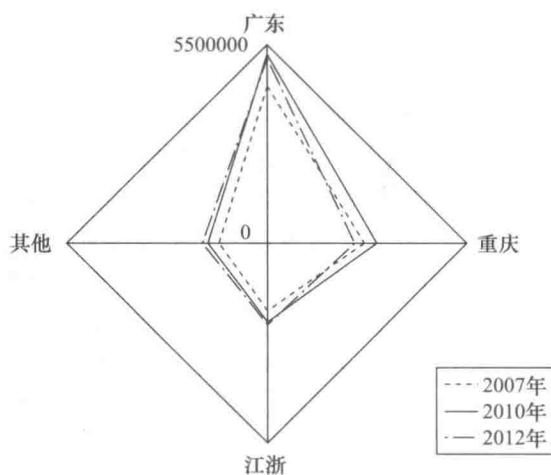


图 1-7 各板块摩托车企业营业收入 (万元) 对比

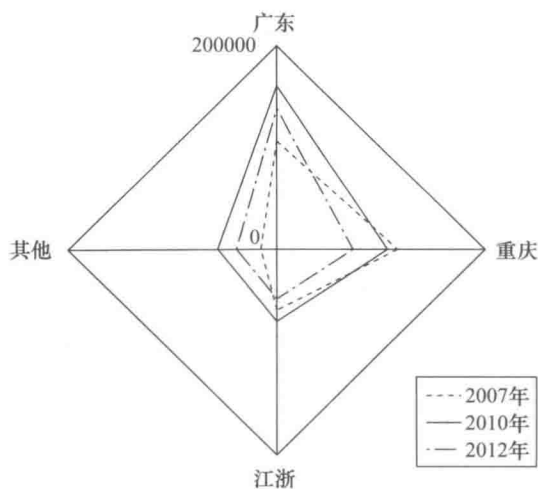


图 1-8 各板块摩托车企业利润 (万元) 对比

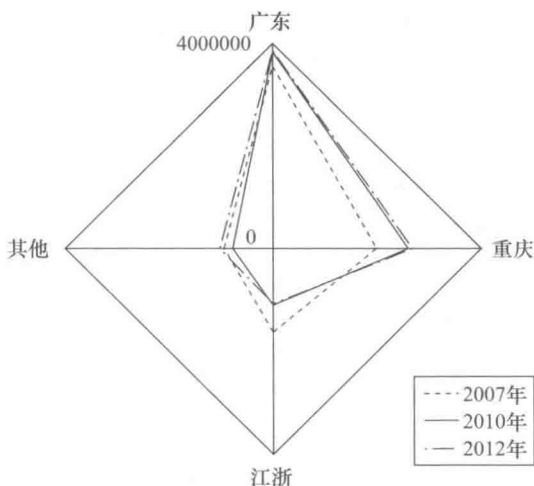


图 1-9 各板摩托车企业出口数量（辆）对比

第三节 集聚分析

一、背景与概要

集聚（Agglomeration）是产业组织形态中较为普遍的现象，一般指在特定地理区域内相同或彼此密切关联的企业高度集中的现象。如美国硅谷、中国台湾新竹、芬兰赫尔辛基、印度班加罗尔等都是全球极具影响力和竞争力的高科技产业集聚。我国在改革开放以来多年的市场发展过程中，也出现了许多较为典型的集聚，如广东佛山的陶瓷产业集群、江苏的纺织品产业集群、北京中关村电子与网络产业集群，以及最新出现的北京 798 创意产业集聚等。在集聚区域内，对劳动力市场、基础服务设施、信息资源、中间产品与原材料供给市场、品牌等资源的共享，以及研发、学习等行为造成的外部性等，使得企业搜寻成本和交易成本下降，提高生产率。因此，企业集聚对它们各自所在地区的经济都起到了重要的推动作用，也往往成为地方政府扶持的重点。

我国作为摩托车制造和出口大国，多年的发展也形成了两个较为典型的摩托车集聚区域。在上文所提到的三大板块中，广东板块的大部分企业处于珠三角地区。在相对狭小但发达的珠三角地区，培育了较高的装备制造业发展水平和良好

的对外开放环境（谭蓉娟、周泳宏，2008；邹建华、韩永辉，2013），江门市大江集团有限公司、广州摩托集团、广州市太阳摩托车有限公司等知名企业实现集聚，共享市场、知识，基于产业链展开合作，并发挥各种外溢效应，较为成功地实现共赢。同样的情况出现在重庆板块，在这里聚集了重庆隆鑫机车有限公司、力帆实业（集团）有限公司、宗申产业集团有限公司等知名企业。本部分将对这两个聚集区域的集聚程度进行概括分析。

二、分析指标

对集聚的度量，一直是该领域应用研究中的主要内容。度量指标有集中度、空间基尼系数、赫芬达尔指数、EG 指数、Hoover 指数、区位熵等。使用这些指标进行的研究也十分丰富，例如 Krugman（1991）、Ellison 和 Glaeser（1997）、吴学花和杨蕙馨（2004）、罗勇和曹丽丽（2005）、路江涌和陶志刚（2006）、吴建峰和付育明（2012）等进行的研究。基于数据的可获得性，我们使用《中国汽车工业协会（摩托车部分）产销快讯》、《中国统计年鉴》等中的数据，通过销售数量、营业收入和利润的集中度和区位熵两个指标来描述珠三角摩托车行业集聚和重庆摩托车行业集聚情况。根据样本数据的前后完整性，珠三角包括 36 家企业，重庆包括 21 家企业。集中度（CR）和区位熵（LQ）的计算公式如式（1-1）和式（1-2）所示：

$$CR_{X,t} = \frac{X_{Region,t}}{X_{Nation,t}} \quad (1-1)$$

$$LQ_{X,t} = \frac{X_{Region,t} / X_{Region,Large,t}}{X_{Nation,t} / X_{Nation,Large,t}} \quad (1-2)$$

其中， $CR_{X,t}$ 为基于指标 X 的第 t 年的集中度，它等于该集聚区域（Region）该年度指标 $X_{Region,t}$ 除以全国指标 $X_{Nation,t}$ ，显然，集中度描述了该区域摩托车行业相对于全国平均水平的集聚程度。 $LQ_{X,t}$ 表示基于指标 X 在第 t 年的区位熵。由于数据获得的限制， $X_{Region,Large,t}$ 采用该区域规模以上工业企业指标 X 的取值， $X_{Nation,Large,t}$ 则为全国规模以上工业企业指标 X 的取值。由此，若区位熵大于 1，则说明相对于工业企业平均水平而言，该区域摩托车行业存在集聚现象。集中度和区位熵越大，集聚水平越高。

三、珠三角集聚

根据销售数量、利润和营业收入几个指标，珠三角摩托车制造业集聚概况如图 1-10 和图 1-11 所示。在集中度方面，销售数量和营业收入分别保持在 0.27~0.30、0.21~0.27，说明珠三角摩托车行业的销售数量总额和营业收入总额占全国的 2~3 成。在 2007~2009 年，利润集中度处于 0.39~0.42 的高位水



平, 虽然之后有较为显著的回落, 但仍然处于 0.20 ~ 0.27 的水平, 仍然占全国 2 ~ 3 成。由于不同行业的销售数量具有不同的经济意义, 因此, 在区位熵的计算中, 我们只使用了营业收入和利润两个指标。两个指标的区位熵均大于 1 的门槛值, 其中, 营业收入保持在 2.24 ~ 2.56, 利润在 2009 年以前保持在 4 以上, 由 2008 年最高的 4.59 跌落至 2.48 ~ 2.82。通俗而言, 这说明珠三角地区摩托车行业的营业收入占本地区规模以上工业企业营业收入的比重高于全国平均水平的 1.24 ~ 1.56 倍, 利润则在 2007 ~ 2009 年高出全国平均水平 3 倍以上, 在 2010 ~ 2012 年高于全国平均水平 1.48 ~ 1.82 倍, 集聚特征显著。

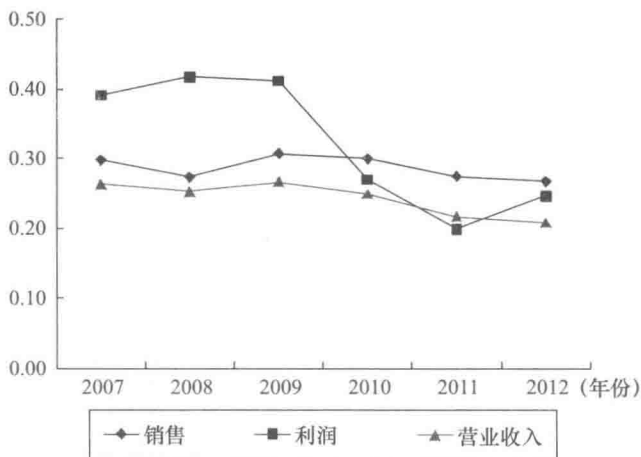


图 1-10 珠三角摩托车行业代表性指标集中度

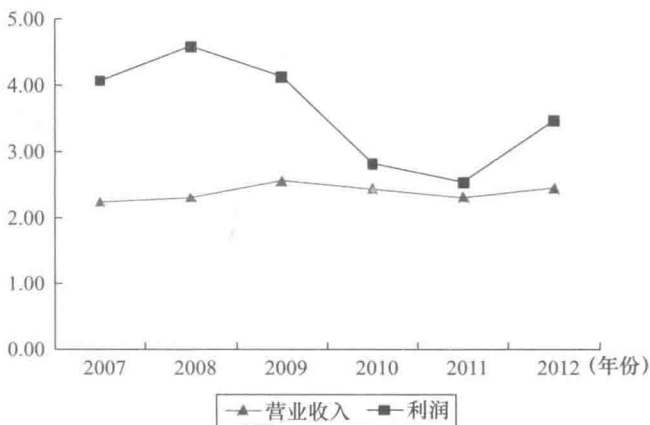


图 1-11 珠三角摩托车行业代表性指标区位熵