

陈清泰 刘世锦 冯 飞 /等著

迎接中国 汽车社会

前景 · 问题 · 政策

THE COMING OF
AUTO AGE
IN CHINA

中国发展出版社

F426.471
F-443

陈清泰 刘世锦 冯 飞 / 等著

迎接中国 汽车社会

前景 · 问题 · 政策

THE COMING OF
AUTO AGE
IN CHINA

图书在版编目 (CIP) 数据

迎接中国汽车社会：前景·问题·政策/陈清泰等著.
北京：中国发展出版社，2004.8

ISBN 7-80087-745-0

I. 迎... II. 陈... 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 (2004) 第 065705 号

书 名：迎接中国汽车社会——前景·问题·政策

著作责任者：陈清泰 刘世锦 冯 飞 等

出版发行：中国发展出版社

(北京市西城区百万庄大街 16 号 8 层 100037)

标准书号：ISBN 7-80087-745-0 / F·456

经 销 者：各地新华书店

印 刷 者：北京新华印刷厂

开 本：670 × 960mm 1/16

印 张：19.25

字 数：320 千字

版 次：2004 年 8 月第 1 版

印 次：2004 年 8 月第 1 次印刷

印 数：1—8000 册

定 价：32.00 元

咨询电话：(010) 68990692 68990630

购书热线：(010) 68990682 68990686

网 址：<http://www.developress.com.cn>

电子邮箱：fazhan@dre.gov.cn

版权所有·翻印必究

本社图书若有缺页、倒页，请向发行部调换

目 录

代 序 汽车社会与可持续发展	1
一、中国具有汽车产业持续增长的潜力	1
二、大众汽车消费将改变社会	2
三、大众汽车消费遇到巨大的挑战	4
四、把大众汽车消费引导到可持续发展的轨道	5
五、关于控制汽车固定资产投资规模	9
导 论 中国汽车产业发展的新格局	11
一、汽车产业已经成为国民经济的主导产业	11
二、增长带来的新格局	12
三、进一步发展中可能的趋势和特点	14
四、让市场更多地起作用	19
五、政府要将重点放在解决外部性问题上	23
第一章 未来 20 年中国汽车市场增长前景	27
一、居民人均年收入与汽车拥有量之间的关系	28
二、对未来 20 年中国汽车市场的预测分析	35

三、中国汽车市场的增长前景：若干基本判断	50
第二章 产业集群与中国汽车产业空间布局战略	53
一、产业集群是汽车工业发展的重要形态	53
二、我国汽车产业集群发育不足	63
三、我国汽车工业集群化发展的战略思路与汽车集群 分布预测	71
第三章 中国成为新兴汽车生产基地的可能性与出口潜力分析	82
一、全球化背景下世界汽车生产基地发展的新趋势	82
二、中国成为世界汽车生产基地可能性分析	89
三、“中国—东盟自由贸易区”的建立对中国成为汽车 生产基地有利	105
四、制约中国成为世界新兴汽车生产基地的因素及对策	110
第四章 汽车工业高速发展与石油供应、石油安全问题	115
一、本世纪头 20 年中国石油需求量的预测	115
二、石油供应能力和石油安全问题	120
三、减少机动车燃油消耗、提高燃油效率的综合措施和 相关政策	125
第五章 汽车普及、城市化和交通模式改造	141
一、汽车普及对城市化和交通模式的影响	142
二、车路矛盾主要是由汽车普及与传统城市结构之间的 矛盾引起的	146
三、缓解车路矛盾的主要出路在于优化城市结构	156
第六章 汽车排放对大气质量的影响与对策	168
一、中国汽车保有量的增长态势及地域分布	168
二、中国城市大气质量状况	172
三、中国在用车排放对大气质量的影响	175
四、中国汽车排放污染大的成因分析	192
五、未来汽车使用对大气质量产生的影响	195

六、控制汽车污染的对策建议	203
第七章 建立与国际接轨的汽车产业政府管理模式	208
一、中国汽车产业现行管理体制的问题与成因	209
二、国外汽车行业政府管理模式的基本经验	220
三、中国汽车产业政府管理体制改革的：目标、原则、 模式选择与对策	230
附 录：新形势下中国汽车产业发展的战略与政策研究	237
一、国际环境：汽车工业全球化的趋势、特点和起因	237
二、国内环境：新阶段经济增长中的支柱产业	248
三、新形势下中国汽车产业发展模式选择	256
四、现阶段中国汽车产业发展面临的若干重要问题	270
主要参考文献	300

代 序 汽车社会与可持续发展

陈清泰

近年来中国汽车产业的快速增长，一方面带动了国民经济进入新的增长周期，另一方面，也是更为重要的，正在推动中国进入汽车社会。在这种新形势下，汽车产业的进一步发展面临着一系列需要认真研究和解决的新问题。为此，国务院发展研究中心产业经济研究部和大众汽车（中国）投资有限公司联合开展了《中国汽车产业的增长潜力和外部发展环境》的课题研究，力图在深入研究的基础上对这些新问题有所解答。本书汇集了这项研究的主要成果。在这里，我想就如何迎接汽车社会的问题谈一些看法。

一、中国具有汽车产业持续增长的潜力

促进中国近期汽车产业快速增长有四个原因。一是人均国内生产总值提高，部分居民经济上已经具备了汽车消费能力；二是政府为扩大内需，调整了消费政策，被压抑的汽车消费潜力逐步转变为现实购买力；三是加入 WTO 后人们的预期改变了，持币待购汽车消费能力逐步释放；四是中国人“从众心理”的消费习惯起作用，推动了一些城市的汽车消费热潮。

在 2002 年汽车产销高速增长的基础上, 2003 年汽车仍保持产销两旺, 总产量同比增长 36.7%, 其中轿车同比增长 85.0%。

从发达国家的经历看, 人均 GDP 达到 1000 ~ 2000 美元, 开始进入大众汽车消费时代。据世界银行的研究, 此时国民收入每增加 1%, 机动车拥有量增加 1.02% ~ 1.95%。人均 GDP 超过 2000 美元, 轿车增长进入高峰期。

中国地域辽阔, 经济发展有很大的不平衡性, 尽管中国人均 GDP 刚刚跨过 1000 美元, 但在相对发达的东南沿海 2 亿人口的地区和城市, 人均 GDP 已经越过 2000 ~ 3000 美元, 达到了大众汽车消费快速增长经济水平, 部分居民具备了轿车进入家庭的经济能力。加上一些短期因素的影响, 促成了近期汽车消费的爆发式增长。

目前中国人均汽车保有量不到世界平均水平的 20%, 与同等发达程度的国家相比差距更大。随着经济增长, 从东部到中部、西部, 从城市到农村, 不断地有越来越多的人群加入汽车消费的行列, 由此构成一个较长时期的汽车消费增长过程。

具体地讲, 到 2020 年之前, 中国具有年均 7% 以上的 GDP 持续增长潜力, 全国人均 GDP 将由 1000 美元增加到 3000 ~ 4000 美元。可以预计这是中国汽车消费持续快速增长的重要时期。而增长趋势将由高速增长逐渐转向平稳增长。即总体由 20% 以上转向保持 10% 左右的增长。到 2020 年, 中国千人拥有汽车有可能接近今天的世界平均水平。

据审慎的预测, 2005 年我国汽车保有量将达到 3356 万辆, 当年需求为 518 万辆; 2010 年保有量 5669 万辆, 当年需求 859 万辆; 2015 年保有量 8905 万辆, 当年需求 1219 万辆; 2020 年保有量 13103 万辆, 当年需求 1692 万辆。可以肯定, 这将是全球增长最快的汽车市场。

二、大众汽车消费将改变社会

对中国大众汽车消费, 在国内外一直是一个有争论的问题。但总体而言, 各国居民消费结构随人均国内生产总值提高而升级的轨迹, 对中国人来说也难以绕过。就是说, 在解决了温饱、满足了一般家庭需要之后, 就会进入以住房、汽车为代表的改善生活质量的消费时代, 这是不以人的意志为转移的社会进步的规律。

汽车是一个特殊的商品。汽车产业内、外的广泛关联效应，使它荣登制造业皇冠地位。这种集零件数以万计、年产量以千万计、保有量以万万计为一身，百年不衰的产品，在世界上几乎是绝无仅有的。我国从发达地区开始正在步入大众汽车消费时代。居民汽车消费一旦形成气候，就会围绕汽车创造一个年销售额几千亿、上万亿、直至几万亿元的持续增长的市场，从而构成我国以内需为主经济发展战略的一块基石。

汽车是一个高投入、高产出、集群式发展的产业部门。汽车自身的投资、生产、研发、供应、销售、维修；前序的原材料、零部件、技术装备、物流；后序的油料、服务、信贷、咨询、保险，直至基础设施建设、汽车旅游、汽车旅馆、汽车影院、汽车餐厅等构成了一个无与伦比的长链条、大规模的产业体系。

汽车可以带动的行业和产业面之宽，能包容和吸收各种新技术、新材料、新工艺、新装备之广，可形成的生产规模、市场规模之大，可创造的产值、税收和就业岗位之多，对国民经济拉动作用之大、之持久，对改善人民生活质量作用之显要，是其他产业所难以相比的。在居民享受汽车文明的同时，汽车将成为我国经济增长的动力、实现工业化的重要载体、制造业产业结构升级的领头羊、增加就业的生长点和社会进步的车轮。这一过程已被发达国家的实践所证实，今天，正逐渐成为中国人的共识。

汽车又是“改变世界的机器”。汽车消费走向大众化的过程，将改变人们的生活，它的影响将远远超出汽车产业自身的范畴，自觉或不自觉地就会进入“汽车社会”。汽车消费普及到一定程度，特别是轿车较大规模进入家庭后，个人有了交通手段，距离和时间的概念就发生了变化。在此过程中，不仅会改变人们的生产和出行方式，而且会改变城市结构、乡村结构和就业结构，改变人们的区域概念、住地选择、消费结构、商业模式、生活方式和休闲方式；改变人们的社会关系、沟通方式、活动节奏，以及知识结构、文化习俗，逐步形成中国的“汽车文化”。

“汽车社会”带来的经济结构、生活方式和社会习俗的变化是悄然发生的。国际经验显示，这是极其深刻的、系统性的社会变化。如果有所准备，正确引导，这不仅会拉动经济增长，而且会提高居民生活质量、推进社会进步；如果对这一形势准备不足，或引导不当，要么可能浪费了推进经济增长、提高居民生活质量的机会，要么由于盲目性而带来资源、环境和社会等方面的灾难性后果。因此，我们面前的挑战就是，在大众汽车消费时代的起点，如何正确引导，使中国的“汽车社会”朝着有益于社会进

步、可持续的轨道前进。

三、大众汽车消费遇到巨大的挑战

私人交通是居民提高生活质量的消费选择，但是它必须建立在可持续的基础上。在走向汽车社会的进程中，我们正面对诸多方面的挑战。

一是来自能源问题的挑战。2000年，我国机动车消耗的石油为6560万吨，约占全国总石油消费的1/3。在石油消费中，交通是增长最快的一个部门。据预测，2010年和2020年机动车的燃油需求分别为1.38亿吨和2.56亿吨，占当年石油总需求的43%和57%。由于国内的石油储藏量和开采量有限，新增的石油需求将越来越多地依赖进口。高对外依存度将影响国家的石油安全。就是说，在社会可接受价格下的石油稳定供应将成为十分重要的问题。与此同时，节约燃油、提高燃油经济性和开发替代能源，将是汽车能源战略中三个极为重要的领域。

二是来自环境问题的挑战。随着汽车保有量的增加，汽车污染物排放总量日趋上升。近年来北京、上海、广州等大城市的市区，机动车排放已经成为一氧化碳、氮氧化物、碳氢化合物等污染物的第一大污染源。据国家环保总局预测，2005年我国机动车尾气排放放在城市大气污染中的分担率将达到79%左右。尽管目前我国的大气污染仍以煤烟型为主，但从环境变化的趋势看，如果不能有效控制汽车污染，汽车尾气污染的分担率将进一步上升，城市污染也将从煤烟型污染向汽车尾气型污染转化。通过多种途径降低燃料消耗、发展清洁能源、提高燃烧技术是通向可持续发展的必经之路。

三是来自交通问题的挑战。随着个人交通手段的发展，城市结构、居民出行模式必须重新规划和设计。现有城市的规划、结构、基础设施已经不适应居民汽车消费的形势。在北京，交通高峰期市区一些主要道路的汽车均速只有每小时11公里左右；即便在一些新建的居民区，上下班时间已经变得难进、难出、难停车。个人交通与城市公交不是替代关系，也不是对立的关系。在国际上可以举出不少城市规模不及北京，汽车拥有量大超过北京，而交通状况相当不错的例子。重要的是必须把部分居民拥有汽车作为城市规划的一个基本因素，重新考虑城市格局、交通结构和城市发展战略。

四、把大众汽车消费引导到可持续发展的轨道

汽车产业发展必须考虑的最重要因素是可持续性。为使大众汽车消费产生好的效果，首先应发挥市场作用，这是不容置疑的。中国汽车产业和汽车工业发展中的许多问题离开了市场作用是不可能解决的。但是，由于汽车生产和消费涉及能源、环境、安全等大量“外部性”因素，离开了正确的政策导向，仅靠市场那只“看不见的手”并不必然能走向可持续发展。

汽车是高价值的耐用消费品，只有明确的消费导向政策和稳定的消费环境，才能抑制过度消费和奢侈性消费，引导居民走向与资源环境水平相一致的汽车消费。汽车的研发、生产具有长周期、高投入的特点，国家有关技术法规升级时间表、可预期的法律环境和经济政策，可以把厂商的资金引向有效投入。汽车是一个大量耗能、影响环境的产业和产品，需要一套科学、严谨的政策和法规，才能引导汽车生产和使用走向节能、环保和安全的可持续发展轨道。

因此，借鉴国际经验，从中长期着眼，制定与我国经济水平和资源环境水平相适应的汽车消费和汽车产业发展的法律、政策框架，使消费者、厂商和服务机构有长期、稳定的预期，具有重要意义。它一方面可以有效引导大众消费，另一方面可以积极影响厂商的产品开发和投资计划。目前正处于居民汽车消费快速增长和汽车产业大量投资的时期，汽车消费可持续的政策、法律框架早制定、早颁布和早实施，会少走弯路，少支付代价十分昂贵的学费。

为此，必须有政府、企业和消费者的共同努力。汽车大量进入社会后，汽车与经济、社会、环境协调发展所涉及的问题远远超出了汽车投资和生产层面。消费者应牢固建立节能和环保意识；厂商应主动承担起企业公民的社会责任；而政府关注的重点则应转向汽车生产与消费的“外部性”问题，从迎接汽车社会、维护公共利益和可持续发展的角度关注汽车产业、从汽车产业的发展看待汽车工业。其中政府的有关政策和法律框架处于基础地位。

从可持续发展的角度看，当前至少有以下几个方面应当引起重视。

（一）设定清晰而富有远见的汽车产业的战略目标

1. 把节约资源、改善环境放到优先位置。在进入“汽车社会”的起点，就要以能源消耗最少，环境污染最小为前提，保障大众汽车消费的可持续性。

2. 注重基础设施建设和与汽车相关的行业、服务业以及配套领域的发展，使通过汽车消费提高居民生活质量和推进社会进步的目标顺利实现；使汽车产业稳定成为扩大内需、拉动经济增长的主要动力。

3. 发挥汽车产业链条长、包容新技术能力强的特点，把汽车作为战略产业，使之成为技术进步的重要载体、产业结构升级的领头羊。

4. 主动参与汽车产业的国际分工、重组，引进战略投资者，优化产业和企业结构，壮大本国、本土企业，提高技术水平，成为汽车产业强国，实现大宗汽车产品的净出口。

（二）制定汽车消费政策，引导大众汽车消费

汽车消费政策有两方面的任务，一是净化汽车消费环境，废止各种抑制性政策，使汽车消费稳定地成为拉动内需、促进经济增长的主要动力。二是使居民汽车消费与中国小康社会的经济水平相适应、与资源环境可持续发展相协调。其中车型结构是影响燃油消费总量的主要因素。

总体而言，在中国大众汽车消费起步之时，与人均 GDP 只有 1000 美元的水平相比、与资源环境的制约条件相比，车型结构不尽合理。在中国大城市，轿车的排气量、车身尺寸、汽车重量的平均水平不仅比 20 世纪 50 年代欧洲、20 世纪 60~70 年代日本大众汽车消费起步时高了许多，甚至比今天欧洲一些大城市的平均水平还要高。由此使中国轿车平均百公里油耗高于欧洲和日本，略低于美国，对刚刚走出低收入国家的中国来说，这过于奢侈了。2003 年，燃油消耗较高 SUV 四轮驱动车销量增长 180%，在各类车中 fastest，至今势头不减，就是例证。造成这一结果的原因，一方面，是长期以来受官本位的影响，人们不仅把汽车作为身份的象征，而且更不应该的是，不少城市对燃油消耗量较低的小型车、两厢车、柴油车采取歧视性政策，使欲购者产生不稳定的预期。这种强烈的逆导向人为地把汽车消费水平抬高了。

另一方面，中国汽车价格比国外高了许多，燃油价格比大多数国家水平又低了许多。在没有税费政策导向的情况下，这就使居民选购汽车时较多考虑的是买车时的一次性投入，较少顾及使用过程中燃油消耗量高低和

相关税费的影响。这是中国资源、环境和国力所无法支撑的。

因此,在大众汽车消费的起点,政府就应通过一系列差别税费政策向社会明确无误地传达鼓励低油耗、少污染的倾向和限制奢侈性汽车消费的信号。政府以消费政策引导居民汽车消费,买主以“货币选票”影响厂商的研发、生产和投资。以政府为主导,在市场机制作用下将不断扩大的居民汽车消费和厂商研发、生产、投资引导到当期国家能源、环境、配套条件可承受的范围,形成可持续发展的良性循环。

(三) 制定基于节能和环保的燃油政策

燃油政策包括燃油清洁化政策和燃油经济性政策。城市大气污染中,机动车排放所占份额逐年上升。燃油清洁化对改善机动车排放具有基础意义。目前中国燃油质量与国际水平有较大差距,要以改善城市大气环境的需要为依据,制定分阶段的长期燃油改善计划;配合机动车排放标准的提高及实施时间表,制定燃油质量标准提高和实现的时间表。

在今后20年或更长一段时间内,可以预计机动车燃油消耗不仅是石油消费总量中增长最快的部分,而且所占份额很快就会上升为第一位。节约燃油是国家石油战略的核心部分,是降低石油风险中最现实、最有效的战略。

燃油税政策是调节汽车消费和发展节能技术最有力的经济杠杆,各个国家都十分重视用燃油税调节需求。国际能源署的一份研究表明,燃油价格上升1%,美国居民燃油需求减少0.22%,欧洲减少0.84%,日本减少0.26%。减少的幅度与各国的燃油税水平大体一致,与上市新车的燃油经济性改善相一致。即燃油税对用户的节油倾向作用明显,对厂家节能技术发展有强大的推动作用。

在不同国家,燃油税是影响燃油价格的主要因素,而不同的油价水平导致了差异性很大的居民对车型的选择。以汽油为例,美国税率为30%,加拿大为70%,日本为120%,德国为260%,英国为280%,法国为300%。美国的低油价政策导致了美国轿车普遍偏大、偏重,油耗偏高;欧洲的高油税政策促进了节油技术的发展和小型车的普遍使用。中国目前燃油价格中不含税,因此与上述国家相比,价格最低。如折合美元计算,2003年每升汽油,中国0.32美元,美国0.43美元,加拿大0.53美元,法国0.97美元,德国0.99美元,日本1.0美元,英国1.22美元。中国的油价不足欧洲的1/3。从长期看,中国目前的低油价政策会带来严重的后果。这种实质上鼓励高耗油的政策,一方面导致居民选购和使用汽车时较

少顾及燃油消耗。类似美国的油价，会导向“类美国”的车型；另一方面会削弱厂家开发节能车型、发展节能技术的动力。最终加剧能源的供需矛盾和环境保护的压力，导致可持续发展。

中国汽车燃油税方案已经制定，应择机出台。在实施中需要进一步研究的是现在的燃油税方案仅包括养路费的含量，这一政策力度是否足以发挥汽车消费的导向作用。

（四）制定燃油经济性限值标准

在石油危机冲击下，1975年美国制定了强制性汽车燃油经济性法规，并于1978年生效。要求各汽车公司出售汽车平均燃油消耗达到国家规定的标准。这项法规的执行，使美国新生产的轿车平均燃油经济性从1975年6.8公里/升，提高到1986年的11.8公里/升；新的轻型卡车由5.9公里/升，提高到8.9公里/升。十年燃油经济性提高了73.5%和50.1%。和标准实施前相比，仅2000年美国节油1.9亿吨，节约资金920亿美元。这是一个很好的政府调控的案例。

中国燃油经济性现状，以每公升燃料行使里程计算，与日本2010年目标相比高出24.7%，与欧盟第二阶段将达到的目标相差高达48.4%。

根据中国汽车技术研究中心的一份研究，以2000年中国汽车燃油经济性为基准，对乘用车实行以重量分组的强制性的燃油经济性限值标准，平均百公里油耗将逐年降低。考虑到汽车保有量增长的因素，到2020年，按低方案当年可节油4000万吨，中方案节油5000万吨，高方案节油6000万吨。高方案2020年节油量相当于2000年中国石油进口总量，并可减少相应的碳排放。

（五）以税费工具促进节能和环保

许多国家通过税费引导大众汽车消费和促进厂家开发节能、环保汽车产品方面发挥了重要作用。我们应借鉴国际经验，在汽车购置、保有和运行环节都应以促进节能和环保为原则，实行差别税费。例如，按汽车重量或发动机排气量或百公里耗油量实行差别税费，鼓励购买和使用重量轻、排气量小、百公里油耗低的汽车。

（六）制定和实施越来越严格的排放标准

发达国家通过制定和实施越来越严格的汽车排放法规，在千人保有汽

车 400~700 辆的情况下，仍保持了较好的环境状况。这对我们具有重要借鉴意义。我们要通过制定和实施越来越严格的排放标准，控制汽车对环境的污染。但是，标准的制定和实施是一项技术性很强、对经济社会影响重大的举措，必须用科学的方法推进。

首先，新标准是对新车的要求，新标准对在用车不具有追溯性，即不能用新标准要求标准出台以前的车辆。因为居民过去购买汽车时是符合当时国家标准的。在它的寿命周期内用新的标准来要求，既侵犯了消费者权益，也缺乏依据。

其次，与实施燃油经济性限值标准一样，实施新的排放标准必须给出必要的准备期。因为生产达到新标准汽车，涉及庞大的系统升级和改造。在准备期，汽车制造厂商要进行技术开发和生产准备；石油化工企业要开发相应的燃油、改造工艺流程，并能大量生产和普遍供应；还有新标准的监督、检测方法，相应的检测系统改造；以及汽车售后服务、备品备件的准备等都需要一个准备期。

因此，政府应统筹经济技术和资源环境因素，从长计议，经科学论证，及早制定并颁布中长期的汽车排放标准升级时间表。一方面，保证政府官员和专业人员从交通可持续发展的角度考虑污染控制，提高社会性管制科学性；另一方面，使厂家以长期眼光考虑开发新的技术和进行技术改造。

五、关于控制汽车固定资产投资规模

汽车市场看好，吸引资金投向汽车产业，这符合一般市场规律。在市场体制下，适度“重复建设”不可避免。竞争会提高资源配置效率，但过度重复投资就会浪费社会资源和加大金融风险。近两年汽车消费爆发式增长和高额利润的吸引，使人们对汽车市场抱有过于乐观的预期，2003 年汽车工业投资增长 87.2%，确实有过度投资的倾向。这应引起大家关注。

汽车行业是政府控制投资最严的行业之一。各类资金对汽车行业投资的热情孕育已久，各行业资金涌向汽车产业的压力不自今日起。实践证明，行政性控制越严，进入汽车行业的投资冲动越强烈。一个重要的经验是，离开了政府职能转变和发挥市场机制的作用难以解决问题。为克服可能出现的过度投资，要着重做好几项工作。

1. 首先是政府资金不再进入汽车行业，也不指挥国有企业和鼓动民间投资进入。政府也应动用行政力量、减免税手段和市场保护等措施为本地汽车企业护航。

2. 政府掌握着更多的市场和政策信息资源，有责任及时发布信息，引导企业投资，降低社会风险。

3. 政府强化社会性管制，放松经济性管制。公平市场准入，以技术标准、节能、环保法规为准，把好产品进入市场的门槛。

4. 深化企业改革，明晰投资责任主体。民间投资具有自担风险的硬约束机制。在国有资产管理委员会成立之后，国有企业应进一步明晰产权责任，形成有效的公司治理、科学决策和风险防范机制，强化产权约束，建立内部化的财务硬约束机制。

5. 深化银行改革，投资项目由银行自主评估、自主放贷、自担风险。汽车产业具有投资规模大的特点，银行对项目的评估、放贷和监督具有重要作用。

6. 严格土地管理。

中国进入大众汽车消费时代，是时代的伟大进步。中国汽车产业正在成为世界汽车产业的一个重要的、不可分割的组成部分。21 世纪在中国大众享受汽车文明的同时，中国汽车产业在世界汽车产业大格局当中所处的位置与作用，在很大程度上将取决于我们今天所做的选择与努力。

导 论 中国汽车产业发展的新格局

刘世锦

一、汽车产业已经成为国民经济的主导产业

在中国产业发展历史上，恐怕没有其他产业像汽车产业一样引起如此之多的争议。中国是否应当和在多大规模上发展汽车产业，汽车是否应当进入家庭，汽车产业是否应当和如何成为经济发展中的主导产业，都是争论中的焦点问题。现在，这样的争论基本上可以结束了。原因不是由于另外一些理论的“正确”或“强大”，而是基于一个事实：汽车产业已经成为中国经济增长中的主导产业。使由来已久的争论有了一个大家都可接受的结局，不能不说是近年来汽车产业发展的一个相当有意义的“副产品”。

从2002年下半年开始的新一轮增长，主要依赖于一批新的高增长产业的带动。其中处在“龙头”位置上的是住宅、汽车、电子通讯和基础设施建设等行业；这些行业拉动了一批中间投资品性质的行业，主要是钢铁、有色金属、机械、建材、化工等，以上两个方面又拉动了电力、煤炭、石油等能源行业的增长。在由这种逻辑关系构成的增长格局中，汽车产业处于非同寻常的位置。在我们对产业和宏观经济增长相互关系的研究