

中国汽车工业 发展研究

CHINA AUTOMOTIVE INDUSTRY
DEVELOPMENT STUDIES

上海汽车工业(集团)总公司董事会
战略委员会课题组 编著
 上海科学技术出版社

本书出版由上海汽车工业教育基金会资助

中国汽车工业发展研究

上海汽车工业(集团)总公司董事会
战略委员会课题组

上海科学技术出版社

图书在版编目(CIP)数据

中国汽车工业发展研究/上海汽车工业(集团)总公司
董事会战略委员会课题组编著. —上海:上海科学技术
出版社, 2005. 5

ISBN 7-5323-7973-6

I. 中… II. 上… 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(2005)第 013705 号

世纪出版集团 出版、发行
上海科学技术出版社

(上海瑞金二路 450 号 邮政编码 200020)

新华书店上海发行所经销

上海华成印刷装帧有限公司印刷

开本 787×1092 1/16 印张 22.75 插页 4

字数 538 000

2005 年 5 月第 1 版

2005 年 5 月第 1 次印刷

印数 1—1 250

定价: 98.00 元

本书如有缺页、错装或坏损等严重质量问题,
请向工厂联系调换

内 容 提 要

全球从事汽车产业链各环节业务(包括汽车整车、汽车零部件,汽车金融、服务、贸易业务)的跨国公司,以及我国的国有的、中外合资的、民营的汽车产业企业都云集中国市场,展开了激烈的国际化竞争。我国政府、经济界、学术界、产业行业各界都十分关注汽车工业的竞争态势和我国汽车工业的发展前景。

本书是立足全球一体化的汽车市场环境中,对于构成我国汽车产业国际竞争力的各种要素,汽车产品开发能力、自主品牌的建设,以及我国汽车工业的发展模式等关系我国汽车工业发展的重大战略、热点问题,在理论上和企业的实践上进行了深入系统的研究,论述富有新意。

本书是课题组研究成果的总结,汇集了大量国内外最新的行业资料。本书可作为汽车行业决策人员、管理人员以及汽车企业战略研究人员的参考资料。

前 言

在我国古典文学名著《水浒传》中,有个神行太保戴宗,被描绘成一日能行八百里,《三国演义》中,又有诸葛亮以木牛流马运输军粮的描述,反映了古人的想像、愿望和需求。然而,在古典文学名著所讲述的时代,这是无法实现的。只有汽车,这个由上万个零部件组合的行走机器的出现才实现了人类的想像和愿望。它的诞生、发展,维系着人们的文化意念,凝结着人类的智慧结晶,汇聚着当代先进的科学技术,闪耀着时代造型艺术的光芒,诠释着今日人类文明与骄傲,改变着人们的生产和生活方式,带动着全球经济的繁荣发展。

从汽车问世以来,世界汽车工业有了巨大发展,汽车在全球获得广泛应用和普及,给世界经济和社会进步带来深远影响,以致人们把现代社会称为汽车社会,把汽车看作是“改变世界的机器”、推动社会进步的车轮。汽车的发展历史表明,一个国家汽车化的进程,也就是一个国家的工业化进程。汽车是一个国家工业生产能力和科学技术水平的综合体现。它是资金、技术、人才密集的,综合性强、经济效益高的产业,与国民经济许多部门息息相关,对社会经济建设和科学技术发展起重要的推动作用。

在汽车的制造与使用过程中,汽车产业能有效地带动冶金、钢铁、机械、电子、橡胶、石化、塑料、玻璃、化学、纺织等相关工业的发展,而且延伸到商业、金融业、保险业、运输业、公路建筑业、维修业、驾校、诚信资质认定等汽车消费配套的服务行业,并促进衍生经济的产业链延伸和服务类产品的不断创新,对国民经济的发展有很强的辐射效益,对就业有巨大的带动作用。

从汽车产品本身和制造过程中技术应用的情况来看,每辆汽车产品都是当代高新技术的结晶。汽车工业是应用机器人、数控机床、自动生产线最大的产业,现代轿车也运用了大量新材料、新工艺、新设备和新技术。同时汽车企业是开展现代企业科学管理的先驱,是大批量、高效率、专业化、标准化产业的代表。

从人们需求结构看,在满足了“吃”和“穿”的基本需求之后,“行”的需求上升到了提高生活质量的关键位置,而汽车是所有“行”的方式中最便捷、最个性化,最能满足这一需求的产品。

从汽车拉动消费的角度来看,它由上万个零部件组成,价格达上万美元,一次购入消费较大,是大额消费品。它又是全世界使用最普遍,保有量最大及损耗量最大的商品,全世界每年产量超过5 000万辆,其中大多是因损耗而需要更新的。汽车又是持续消费品,只要使用还在进行,消费就不会停止,是全球消费拉动经济增长最有力的商品。可以说,需求方面的力量也决定了汽车工业在现代经济和社会发展中无可替代的支柱作用。

总之,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著,是其他产业所难以相比的。汽车的发展不仅仅是汽车产业本身的问题,也不仅仅是汽车相关产业的问题,而是整个国民经济总量能不能保持高速增长的大事情。目前,全世界汽车总保有量已超过6亿辆,每年产量超过5000万辆,工业总产值近5000亿美元,已成为名副其实的世界第一商品。世界各个工业发达国家几乎无一例外地把汽车工业作为国民经济的支柱产业。

汽车与人们生活关系如此紧密,对国民经济带动作用如此巨大,以及我国具有大国市场的优势,决定了我国必须自主发展自己的汽车产业。

本书从汽车整车、汽车零部件、汽车自主开发、我国汽车产业发展模式四个方面,分为四篇进行研究和阐述。

在第一篇《整车》中提出,由于世界市场对汽车产品的安全、环保和节能要求不断提高,法规标准日益严格,以及产品个性化、多样化的需求日益提高,促使汽车产品技术含量加大,新产品推出速度加快,汽车生产成本的上升,世界汽车产能的过剩,竞争的加剧,各汽车公司面临以上诸多矛盾,而世界发达国家的汽车市场已趋饱和,世界跨国汽车公司急需寻求新的发展市场。

由于中国汽车需求市场具有发展快、容量大、多层次、易进入的特征,以及中国汽车工业发展的比较优势,吸引了国外“6+3”跨国汽车集团来中国投资。文中对跨国汽车集团来中国投资的情况作了详细的介绍,对世界“6+3”跨国汽车集团在中国及周边地区的战略作了分析研究。由于我国汽车产业政策的影响,国际汽车集团是以与国内汽车企业合作的方式进入中国市场的,因此又对国内汽车集团的战略、中国汽车市场竞争格局作了深入的研究。从汽车企业个体视角、从中方汽车企业集团视角、从跨国汽车企业集团视角来研究中国汽车市场的竞争格局。由于市场竞争还不充分,以及规范竞争的新汽车产业政策还刚出台实施,中国汽车产业结构还未稳定,但由于汽车产业对经济强大的带动作用,汽车产业良好的投资回报率,以及在政府规划培育和市场经济获利诱导的双重作用下,跨国汽车公司、国有企业、民营企业都投资进入我国汽车产业,使得我国一些地区的汽车产业得到迅速发展,在长江三角洲、珠江三角洲、京津地区、东北地区、华中地区、西南地区出现了汽车产业集群的雏形。

世界汽车产业的发展,使石油能源的消耗日益增大,促使了世界从能源短缺快速走向能源枯竭。汽车排放造成的大气污染和地球的温室效应已成为全人类的公害。人类社会和汽车产业的可持续发展,受到极大的威胁,发展汽车新能源、开发汽车新动力,已成为世界汽车产业面临的十分紧迫的任务。本书从汽车新动力的发展背景、技术知识、世界各国汽车新动力的研发情况、汽车新动力的发展趋势展开研究,并提出我国汽车新动力、新能源发展战略建议。

在第二篇《零部件》中提出,汽车零部件工业是汽车工业发展的基础,汽车零部件和整车是互为依存、互相促进、共同发展的。研究中国汽车工业的发展,就必须研究汽车零部件工业。我们首先研究国际汽车零部件产业的发展历史和现状,通过对世界汽车零部件各大公司发展历史和现状的研究,了解到世界汽车零部件产业的发展变化新趋势。改革开放以来,随着我国汽车整车工业的快速发展,汽车零部件工业也得到快速的发展,同时也吸引了国际著名的大汽车零部件公司纷纷进入中国市场。于是我们又研究了各公司进入中国市场的发展情况,并对中国汽车零部件产业的国际竞争力进行了分析。在以上研究的基础上,作出了我国汽车零部件工业发展走势的预测。

在第三篇《自主品牌产品开发》中提出,改革开放以来,我国的汽车工业得到快速的发展,这是无容置疑的事实。但再看我国市场上琳琅满目的汽车和国际汽车品牌,在我国汽车界就引发了中国汽车业自主开发、自主品牌以及企业核心竞争力的讨论。我们从中国汽车业自主开发的重要性,面临着新的竞争环境的挑战和新的发展机遇,中资汽车企业自主开发的实践探索,中外合资汽车企业的产品开发,以及汽车产品技术开发的推动和规范等问题,作了深入的调查研究,并对中国汽车工业产品自主开发的前景作了展望。

在第四篇《我国汽车产业发展模式》中,研究了我国汽车产业发展模式。许多年来,伴随着我国汽车工业的发展,在经济界、汽车行业,关于“中国汽车工业发展模式”的讨论就一直没有停止过,而且越来越激烈:有人认为,世界的汽车市场被瓜分完了,不可能再有新的大品牌出现,世界“6+3”跨国汽车公司在中国市场竞争国际化,不可能再有中国汽车品牌发展的机会,主张学习采取巴西的“完全开放模式”,对外资完全开放,只要能增加税收,提供就业岗位就行了;又有人认为,汽车工业是一个国家工业化的重要标志,汽车产业对国家经济带动作用太大,对国家经济安全也有特殊重要的意义,完全让给外方,不符合我国国家利益,主张学习采取韩国的“自主发展模式”,对外资进入严格限制,实行关税和非关税保护,举全国之力建立完整的、有一定自主开发能力的汽车工业体系。

我们在研究我国汽车工业的企业市场份额的变化中,清楚地了解到中外合资企业在占主导地位的同时出现民营企业、业外企业涉足轿车领域的局面,由此深入研究汽车行业目前形成的格局与中国汽车市场特征的内在联系。通过合资企业与我国汽车产业发展关系的研究,不难发现,合资企业对我国汽车产业发展所起的作用和所作的贡献,并为中资自主品牌企业的形成与发展创造了一定的客观条件。在今后汽车发展的进程中,汽车行业和政府都认同,还必须坚持合资发展汽车产业的发展形式。但是,国际合资企业具有不稳定性,不稳定的原因是多方面的。从长远来看,在投资方之间,冲突是难以避免的。但是在一定的条件下,我国汽车合资企业是相对稳定的,我们要充分利用合资企业相对稳定的时期,努力抓紧提高企业核心竞争力的建设,尤其是自主开发能力的建设。

通过对中资自主品牌企业的研究,我们认为正确的市场、产品定位和充分发挥其比较优势是其发展的成因。在对汽车行业的大量研究的基础上,面对我国汽车工业发展的现状,面对汽车产业全球一体化的格局,面对国家新的汽车产业政策确立的发展目标和要求,汽车行业肩负着发展我国汽车工业的重任,为此提出了具有中国特色的中国汽车工业发展模式。

世界汽车工业的发展并没有固定模式,成功的发展模式只能是在发展中遵循汽车工业发展的规律,在竞争中不断发展,与时俱进。在目前阶段,不论是合资发展还是中资自主发展,各种方式的发展都有意义,都应在这个发展探索的过程中去不断学习、不断积累。

本书收集了大量国内外最新资料,来研究世界汽车工业的发展规律及新趋势,并对中国汽车工业发展面临的重大战略问题、热点问题进行研究分析,提出了我国汽车工业的发展思路。书中对中国市场预测研究是从产业发展战略研究角度提出的。在汽车产业集群,中国汽车产业结构的不稳定性,关键汽车零部件系统的划分,汽车零部件产业国际竞争力分析,中国汽车零部件工业的发展走势,中外汽车合资企业不稳定性研究,中国汽车产业发展模式,中国将孕育出国际大公司等篇章中,都在理论上和对企业实践的调研上进行了深入地探讨、研究,论述都富有新意。书中还介绍了汽车新动力、新能源的相关技术知识,世界汽车整车和零部件跨国公司的发展历史、现状、业务、战略等内容,是一份丰富的世界汽车发展

史料。

本书是课题组在多年集体研究成果的基础上总结汇编而成,目的是希望能给关心汽车行业发展和从事汽车工业工作的人员,提供一些有价值的最新的信息资料,总结一些影响中国汽车工业发展的重大战略问题、热点问题的研究成果,提出研究汽车工业发展一些思路,一种科学的思想方法;同时,也展示出我国一定会发展成为汽车制造强国的良好前景,使关心汽车行业发展和从事汽车工业工作的人们消除疑虑,积极向上,奋发有为。

本书由胡安生、冯夏勇执笔。胡安生负责总体构思及进行全书写作,冯夏勇收集资料并参与了写作,最后由胡安生定稿。

本书的写作和出版得到了许多方面的帮助和支持:集团领导不仅为我们创造了非常好的研究环境和条件,更为我们指引研究的方向,提供了许多极为宝贵的研究思路;在课题的研究和本书的写作过程中,我们走访了许多汽车整车和零部件企业的领导和专业技术人员,提出种种问题作为本书研究的内容和需要解决的问题;在写作过程中得到了本部门众多同事的支持和帮助;本书在研究写作过程中参阅了许多论文和著作以及一些报刊、杂志、信息网站上登载的资料,那些虽然知名但却不相识的作者们也为本书的完成提供了有力的支持;上海汽车工业教育基金会副理事长孟嗣宗教授,聘请专家对本书进行审阅,提出了很好的修改意见;上海汽车工业教育基金会为本书的出版提供了资助。在此向所有关心、支持、帮助的领导和同志们一并表示衷心的感谢。但愿本书的出版不至于辜负以上各方面的支持和期望。

本书的内容涉及面广,所研究的问题不少是尝试性的,编写此书的指导思想、内容安排,以及战略分析是否恰当正确,都有待广大读者来评价和通过实践来检验。由于我们水平有限,再加上不少问题尚待实践和进一步研究,书中不当之处和错误在所难免,恳请读者批评指正。

上海汽车工业(集团)总公司董事会
战略委员会课题组

目 录

第一篇 整车	1
1 世界汽车工业的变化趋势	1
1.1 世界汽车工业面临的新情况	1
1.2 世界汽车企业联合重组的原因	4
1.3 世界汽车企业联合重组的历程	5
1.4 联合重组后形成的新格局	5
1.5 世界汽车工业分工转移的趋势	6
2 中国汽车需求市场特征	7
2.1 中国汽车市场特征之一——发展快	7
2.2 中国汽车市场特征之二——容量大	12
2.3 中国汽车市场特征之三——多层次	14
2.4 中国汽车市场特征之四——易进入	21
3 中国汽车工业的比较优势	22
3.1 比较优势概述	22
3.2 市场优势	23
3.3 劳动力资源的比较优势	24
3.4 相关产业的比较优势	26
3.5 制造业发展的比较优势	29
3.6 汽车零部件工业的优势	29
3.7 后发优势	31
4 跨国汽车公司在中国的投资	31
4.1 通用(General Motor)联盟	31
4.2 大众(Volkswagen)集团	35
4.3 丰田(Toyota)集团	38
4.4 福特(Ford)联盟	41
4.5 戴-克(Daimler-Crysler)联盟	43
4.6 雷诺-日产(Renault-Nissan)联盟	45

4.7	本田(Honda)公司	48
4.8	PSA 标致-雪铁龙(Peugeot-Citroen)集团	49
4.9	宝马(BMW)公司	51
4.10	跨国汽车公司中国市场战略分析	52
5	中国轿车整车企业	53
5.1	上海汽车工业(集团)总公司	53
5.2	中国第一汽车集团公司	55
5.3	东风汽车公司	57
5.4	长安集团	59
5.5	广汽集团	60
5.6	奇瑞汽车	61
5.7	北汽控股	62
5.8	南汽集团	63
5.9	东南汽车	63
5.10	哈飞汽车	64
5.11	华晨控股	65
5.12	吉利控股集团	66
5.13	昌河汽车	67
5.14	其他新进入汽车领域的企业	68
6	汽车产业集群	68
6.1	产业集群概述	69
6.2	国际国内产业集群的发展情况	69
6.3	产业集群的结构	71
6.4	产业集群的优势	72
6.5	我国汽车产业集群雏形	73
6.6	汽车产业集群发展评议	77
6.7	汽车产业集群发展思考	82
6.8	汽车产业集群的培育	85
7	竞争格局与产业结构变化	87
7.1	从多视角看中国汽车市场竞争格局	87
7.2	目前中国汽车产业结构的不稳定性	95
8	研读《汽车产业发展政策》	99
8.1	汽车产业发展政策概述	99
8.2	汽车产业发展政策内容	100
8.3	研读汽车产业结构政策	100

8.4 研读汽车产业组织政策	102
8.5 研读汽车产业技术政策	106
8.6 全面发展我国完整强大的汽车产业	108
8.7 贯彻执行《汽车产业发展政策》几项重要突破	109
8.8 配套政策与实施	110
9 汽车新动力的发展趋势	111
9.1 汽车新动力的发展背景	112
9.2 汽车新动力技术知识	113
9.3 世界各国研究汽车新动力情况	119
9.4 汽车新动力的发展趋势	121
9.5 我国汽车新动力的发展战略	126
第二篇 零部件	135
10 国际汽车零部件公司	135
10.1 北美汽车零部件公司	136
10.2 欧洲汽车零部件公司	153
10.3 日本汽车零部件公司	170
10.4 世界汽车零部件工业的发展与特点	178
11 零部件与整车企业关系模式	180
11.1 欧美模式	180
11.2 日本模式	181
11.3 两种企业关系模式的比较	181
11.4 从整零关系研究看零部件发展的机遇和风险	182
11.5 两种关系模式的融合发展趋势	183
11.6 中国企业关系模式	184
12 世界汽车零部件工业的发展趋势	184
12.1 零部件与整车业务关系的发展趋势	185
12.2 汽车零部件产业结构发展趋势	187
12.3 汽车零部件技术发展趋势	189
12.4 汽车零部件价值结构发展趋势	192
12.5 应对世界零部件产业发展趋势的思考	193
13 中国汽车零部件工业发展概况	195
13.1 中国汽车零部件行业的基本情况	195
13.2 跨国汽车零部件公司在中国的投资	197
13.3 形成零部件行业分工协作的供应体系	200

13.4	从配套关系看汽车零部件行业格局·····	201
13.5	从产权结构看汽车零部件行业格局·····	203
13.6	日韩汽车企业对中国零部件工业的影响·····	206
14	中国汽车零部件产业竞争力分析·····	209
14.1	产业国际竞争力概述·····	209
14.2	汽车零部件产业竞争力影响因素分析·····	210
14.3	汽车零部件产业国际竞争力的表现·····	214
14.4	企业国际竞争力分析评价的思路·····	215
14.5	汽车零部件系统·····	216
14.6	国内各零部件系统企业竞争力测评·····	219
14.7	各零部件系统国内外企业竞争力比较·····	227
14.8	汽车零部件产业国际竞争力的综合分析·····	231
15	中国汽车零部件工业发展走势·····	233
15.1	市场环境对汽车零部件工业的发展要求·····	233
15.2	汽车零部件企业业绩分化加剧·····	237
15.3	集中整合是汽车零部件工业的发展趋势·····	238
15.4	零部件产品开发能力与整车同步发展·····	241
15.5	民营汽车零部件企业的发展·····	244
15.6	我国成为世界汽车零部件重要生产基地·····	251
15.7	新动力汽车发展对零部件工业的影响·····	254
15.8	发展我国汽车零部件工业的战略思考·····	256
第三篇	自主品牌产品开发·····	267
16	发展自主品牌产品的重要性·····	267
16.1	汽车产业的地位及对经济发展的带动作用·····	267
16.2	汽车工业的稳定发展关系到国家的经济安全·····	269
16.3	自主开发与汽车产业发展的关系·····	269
16.4	汽车产业发达国家十分重视技术创新·····	270
16.5	从发达国家产业分工转移战略来看自主开发的重要性·····	271
16.6	汽车产业肩负着发展国家支柱产业的使命·····	272
17	产品开发能力和自主品牌产品·····	273
17.1	概述·····	273
17.2	企业的竞争是品牌的竞争·····	274
17.3	以国际竞争的眼光创立品牌文化·····	274
18	自主品牌汽车开发的新环境·····	275

18.1 挑战	275
18.2 机遇	277
19 中资企业自主品牌产品开发的实践探索	281
19.1 开发的组织方式	281
19.2 承接开发的国内外开发机构	283
19.3 零部件系统的参与程度	284
19.4 车型系列	284
19.5 投放市场后的销售情况	285
19.6 自主开发实践的经验及特征	285
20 合资企业产品开发	287
20.1 合资企业产品开发现状和特征	287
20.2 合资企业产品自主开发迟缓的原因分析	288
20.3 合资企业产品开发的动因	289
20.4 合资企业产品开发的实践探索	290
20.5 合资企业产品开发小结	293
21 自主品牌建设是一个系统工程	293
21.1 产品开发能力建设	294
21.2 产品生产基地	298
21.3 产品销售服务网络	299
22 汽车产品开发的推动与规范	301
22.1 市场竞争是产品开发的主动动力	301
22.2 产业政策对企业产品开发行为的引导和规范	302
22.3 汽车企业产权制度改革促进产品开发	303
23 汽车产品开发的展望	304
第四篇 我国汽车产业发展模式	307
24 从市场份额变化看行业格局	307
24.1 中外合资企业占主导地位	307
24.2 民营企业、业外企业涉足轿车领域	308
25 市场特征与行业格局形成的关系	309
25.1 “发展快”市场特征对行业格局的影响	309
25.2 “容量大”市场特征对行业格局的影响	309
25.3 “多层次”市场特征对行业格局的影响	310

25.4 “易进入”市场特征对行业格局的影响	311
26 合资企业与中国汽车产业发展的关系	311
26.1 合资企业发展阶段	312
26.2 合资企业外方的作用和中方任务	313
26.3 合资企业为中国汽车产业发展所作的贡献	315
26.4 中国汽车工业必须坚持中外合资的发展方向	317
26.5 中外汽车合资企业不稳定性研究	319
27 中资企业市场定位及比较优势	326
27.1 产品市场定位	326
27.2 产品技术	327
27.3 成本价格优势	327
28 汽车工业的发展模式	328
28.1 世界后起国家汽车工业发展的两种模式	328
28.2 我国汽车产业的发展模式	328
28.3 我国汽车行业将孕育出国际性大公司	329
附录 汽车产业发展政策(全文)	339
参考文献	349

第一篇 整 车

1 世界汽车工业的变化趋势

1.1 世界汽车工业面临的新情况

自 20 世纪 90 年代以来,世界汽车市场结构发生明显的变化,新兴国家汽车市场快速发展,成为世界汽车市场增长的主要动力。世界汽车市场的需求更加多样化,一方面新产品推出越来越快,并且对汽车安全、环保、节能的要求也日益提高,而另一方面,由于企业生产能力过剩,造成企业生产成本上升等等。下面就从世界汽车工业的供方、需方市场和工业企业内部三个方面来看世界汽车工业面临的新情况。

(1) 新兴汽车需求市场的发展

北美、西欧和日本是世界上三大传统汽车市场,这三个地区的汽车产销量和汽车保有量最大。目前,虽然这三大市场的汽车生产和需求仍然占主导地位,但由于这些地区市场经济起步早,市场发育和市场机制完善,汽车需求市场已趋于饱和,需求增长相对较慢,市场需求主要以车辆的更新为主,而发展中国家(地区)作为非传统汽车市场需求发展却很快。

随着亚太、东欧、南美经济的持续发展,人均收入水平的提高和市场的对外开放,汽车市场成长迅速,这三大地区正在成长为世界上新兴的汽车市场,其发展前景越来越被国际汽车大公司看好。据估计,未来十年,世界汽车市场的增长动力将主要来自亚洲、东欧和南美洲。某国际咨询公司对 1994~2004 年世界各国和地区轿车年销售量的统计和预测情况如表 1-1。

表 1-1 全球国家和地区轿车销量增长情况

(单位:百万辆)

国家和地区	1994 年	1999 年	2004 年(预计)	年增长率(%)
北美自由贸易区	10. 10	9. 10	8. 10	- 1. 00
西欧	12. 10	14. 60	15. 30	1. 00
东欧	1. 50	2. 30	3. 30	6. 00
日本	4. 20	4. 10	4. 60	2. 00
拉丁美洲	1. 90	2. 00	2. 50	5. 00
非洲	0. 19	0. 20	0. 21	1. 00
亚洲(除中国和日本)	3. 10	2. 80	4. 50	9. 00
中国	0. 25	0. 57	2. 40	25. 69
全球	34. 50	37. 00	42. 02	2. 00

由表 1-1 可见,中国轿车市场增长最快,年增长率达 25.69%,其次为亚洲(扣除中国与日本)9.00%、东欧 6.00% 和拉丁美洲 5.00%。

21 世纪上半叶,在发展中国家有可能出现新的世界汽车制造中心,这些国家或地区的汽车产量是世界上增长最快的。由于中国经济持续快速增长,中国汽车(主要是家用轿车)市场正处于普及前期,巨大的潜在需求即将转化为现实需求。

为了抓住新的发展机遇,世界主要汽车生产国美、日、德、法、韩,看准了这亚太、东欧、南美三大新市场的巨大发展潜力与增长空间,尤其是以中国为中心的亚太地区(除日本外)的增长潜力,纷纷进入这些地区,先后涉足中国市场,进行了实质性的合资合作,投资建厂,并加紧建立和完善营销服务网络,围绕分割市场份额展开竞争。

(2) 汽车需求更加多样化

随着人们生活水平的提高和社会的进步,汽车消费一个突出特征是消费者的个性化选择更多,差别更大,对汽车多样化需求的趋势越来越明显,个性化是轿车消费的发展趋势。今后的汽车不再是简单的代步工具,人们追求个性化、特色化的思想会日益普遍,更加注重休闲、个性的人性化设计,用户个性化的追求成为一种时尚,消费者开始对轿车更加挑剔。轿车的设计在满足工具性、使用性的基础上,更强调多样化、个性化,以满足不同消费者的审美情趣和文化品位,而能够体现不同驾驶理念的轿车选装件更多地被消费者所接受、所青睐。此外,用户对汽车产品的安全、环保和节能也提出越来越高的要求。

因此,汽车生产企业要适应这一需求,面对如何更有效地满足需求多样化特征的市场,不断推出符合不同消费群体的新车型。

(3) 安全、环保、节能要求

1) 从安全性方面看 目前,汽车安全气囊、ABS(防抱死制动系统)等几乎成了汽车的标准配置,中、高级轿车还装备了 ASR(驱动防滑系统,又称牵引力控制系统)、ESP(电控行驶平稳系统)。其他安全装置还包括防止翻车系统,该系统可以通过传感器判断驾驶员是否转向太急,从而可以自动实施制动以防止出现意外;光纤制造的保险杠,可以判定前面的障碍物是固定物体还是人,从而在碰撞时自动启动保护装置;新一代自动巡航系统,可以根据交通情况自动停车和起步,而目前的巡航装置仅通过雷达装置使车与前车保持一定距离;电子测距装置,可自动测定与前方汽车的距离,如果测算出要追尾,会自动报警、自动刹车,并启动安全带等保护装置,将撞车危害减小到最低限度;车灯自动跟踪系统,只要一打方向,车灯就能够自动跟踪改变照射角度;唤醒打瞌睡的驾驶员装置及自动缓冲对行人冲击的系统等。总之,这些有助于提高汽车安全性的功能为用户提供了多样化的选择。

2) 从环保和节能方面看 目前日益严峻的环保问题和合理有效使用有限石油资源问题已成为国际汽车厂商紧迫的研究攻关课题。日本汽车厂商早在十几年前就已经积极地研制小排量汽车、混合动力汽车、燃料电池汽车;通用汽车公司在 21 世纪企业发展战略中,加强了环保技术产品的开发,全力开发混合动力汽车和燃料电池汽车等新能源汽车,推广使用可回收材料;德国汽车厂商开发出先进的轿车柴油发动机技术,正着力进行新一代发动机技术和替代燃料的研究,旨在提高发动机性能,减少二氧化碳等有害气体排放及噪声污染,适应环保、节能的大趋势和要求;另外,韩国、巴西和墨西哥等国汽车工业也高度重视环保科技,推广使用环保型汽车。其中韩国的燃料电池公共汽车已投入小批量生产,墨西哥也与美国联合发展电动汽车,世界汽车产业在环保领域里的投资增长加快。据美国加州国际汽车

经济研究所的调查显示,20 世纪 80 年代,北美、西欧和日本的汽车工业在环保技术上的投资,年均增幅约为 5.5%,90 年代前 5 年约 8.5%,而 1996~2000 年达到 12.5% 以上,其中德国达到 15%。

(4) 生产能力过剩

从供给与需求平衡的角度看,全球汽车工业生产能力过剩是一个长期的现象,并且近年来呈现出逐年加大的趋势。2002 年全球生产汽车 5 796 万辆,其中,美国 1 224 万辆,日本 1 026 万辆,德国 548 万辆,法国 338 万辆,中国 325 万辆,韩国 315 万辆,西班牙 285 万辆,加拿大 263 万辆,英国 182 万辆,意大利 179 万辆,巴西 177 万辆。而全球生产能力总和约 7 500 万辆左右,生产能力过剩 1 704 万辆,产能过剩 23%。2002 年全球汽车工业生产能力利用率约在 77% 左右。由于生产能力过剩,使得汽车企业之间的竞争十分激烈,导致行业平均利润水平下降。表 1-2 为 1999 年全球轿车和旅行车生产能力过剩情况。

表 1-2 1999 年全球轿车和旅行车生产能力过剩情况 (单位:万辆)

地区及国家	生产总量	生产能力	过 剩 量
北美	1 760	1 860	100
南美	160	400	240
西欧	1 680	2 010	340
东欧	260	420	160
日本	990	1 400	410
韩国	280	430	150
合计	5 130	6 520	1 390

注:资料来源自国务院发展研究中心。

(5) 企业生产成本上升的压力

汽车产业链从研发、采购、制造,到营销服务等各环节都具有资金密集的特征。自 20 世纪 90 年代以来,产业链各个环节表现出成本增加的趋势。在产品研发方面,据有关统计,目前开发一个全新车型,费用在几亿至十几亿美元之间。近年来,世界汽车大公司每年的研发费用约占销售额的 5% 左右。同时,要保持一支庞大的研发队伍;在制造环节,要消化过剩的生产能力,按规模经济组织生产;在营销服务环节,要构建有国际竞争力的营销服务体系,面向国内外两个市场销售汽车产品。

为在激烈的竞争中处于有利地位,各汽车生产企业均积极进行技术创新,加大研发力度,加快推出新车型。2003 年德国汽车工业研发投入总计达到 150 亿欧元,居各行业之首,占德国研发总支出的三分之一;汽车工业投资近 130 亿欧元,占德国工业投资的 26%,凸显汽车工业在德国经济中的核心地位,并确保德国在全球汽车工业的技术领先地位。

在竞争日益激烈的世界汽车市场,各公司为赢得用户和市场,均不惜投入大量资金用于研究开发和掌握领先技术。当前,汽车产品生命周期不断缩短,产品开发速度加快,而且由于高新技术的广泛采用,使汽车的资本密集度越来越高,新产品开发的投资规模越来越大。即使在亏损年份里,有的汽车公司对产品开发投入也不减少,甚至还要增加,使汽车企业面临生产成本上升的压力。