

汽车家庭权利的启蒙，《汽车社会》的姊妹篇



Auto Families

AUTO FAMILIES

AUTO FAMILIES

AUTO FAMILIES

Auto Families

汽车家庭

南 辰 著

山东人民出版社

汽车家庭

南辰 著

山东人民出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

汽车家庭/南辰著. —济南: 山东人民出版社,
2011. 1

ISBN 978 - 7 - 209 - 05601 - 4

I. ①汽… II. ①南… III. ①汽车工业—经济发展—
研究—中国 IV. ①F426.471

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 255194 号

责任编辑: 董新兴

装帧设计: 李海峰

汽车家庭

南辰 著

山东出版集团

山东人民出版社出版发行

社 址: 济南市经九路胜利大街 39 号 邮 编: 250001

网 址: <http://www.sd-book.com.cn>

发行部: (0531) 82098027 82098028

新华书店经销

莱芜市华立印务有限公司印装

规 格 16 开 (165mm × 230mm)

印 张 18

字 数 250 千字

版 次 2011 年 1 月第 1 版

印 次 2011 年 1 月第 1 次

ISBN 978 - 7 - 209 - 05601 - 4

定 价 28.00 元

如有质量问题, 请与印刷厂调换。(0634) 6216033

序 言

重视汽车家庭,迎接汽车社会的挑战

王松奇

2009年,美国稳坐百年的“汽车王国”宝座正式让给中国。据中国汽车工业协会统计:2009年中国汽车产、销双双突破1350万辆,分别达1379万辆和1364万辆,而美国由于受金融危机影响,2009年仅卖出1040万辆汽车,比2008年下跌达21%。另据专家估计,2010年中国家庭用车将再增长15%,整体汽车销售有望超过1700万辆。从宏观经济稳定快速发展的长期趋势、中国中产阶级队伍的快速膨胀、城镇居民收入的快速提高等因素看,今后20年内,中国的汽车市场潜力将延续展现惊世表现。上述数据说明,人均GDP刚刚接近4000美元的中国,已提前向汽车社会迈进。

汽车家庭是汽车社会出现的前提。当中国城镇家庭绝大多数变为汽车家庭,中国农村居民也有相当一部分拥有汽车时,中国的汽车社会阶段就真正到来了。我们这个年龄段的人都经过计划经济体制下的物质匮乏时代。20世纪50年代、60年代、70年代的城镇家庭大都是每月几十元工资养活一大家子人,那个年代的富裕家庭的标准是所谓“四大件”(自行车、手表、缝纫机、收音机)

的拥有程度。而改革开放后的今天,我们的“80后”特别是“90后”的青年一代再听我们讲“过去的故事”,他们大多数人的表情是惊奇或不耐烦,他们认为这些老故事都是大人们出于“忆苦思甜”的教育目的故意编出来的。

我清楚地记得,1982年大学将毕业时,我在长春大姐家吃饭时说:“大姐,将来我到北京住,你去串门,我开车接你。”大姐撇撇嘴说:“你就吹吧!”而现在,当年认为我根本买不起汽车的大姐已有两辆家用汽车。按照当年的收入和生活水平,的确,谁也不会想到近30年中国的经济发展速度会这样快,人民群众的生活水平能有这样大幅度的提高,是中国经济发展神话即连续30年超过9%的经济增速已经把这一切都变成了现实。由匮乏社会转向丰裕社会,由家徒四壁变为汽车家庭,中国城市居民正在面临许许多多新的问题。

新华社记者南辰以他的敏锐和才气及时地捕捉了中国社会财富结构的新变化,在已出版著作《汽车社会》的基础上又撰写了《汽车家庭》这部出色的书稿,用跨越社会学和经济学的分类方法,构建了一个以私家车消费为中心线索的逻辑体系,从汽车家庭的“权利观”、汽车家庭的可持续发展、汽车家庭的“安全观”“文明观”,汽车家庭的烦恼、支出负担到农村汽车家庭趋势、汽车家庭的“低碳未来”等问题均进行了新颖而贴近现实的描述。我不是汽车问题专家,但却是一位有着20年驾龄的司机,当然也是一位经济理论工作者,所以,可以从司机和理论研究者的角度对南辰的这部出色书稿进行简单的评论。从司机角度看,对每个汽车家庭来说,本书的三、四、五、六章的内容非常适用,其中第六章“汽车家庭的小账本”尤显细致入微;而从经济理论工作者的角度说,第二章“汽车家庭的‘可持续发展’”中则提出了一个十分重大的问题,即:“中国的土地能容纳多少辆汽车?”2010年春节前,我参加了一个名曰“在京金融界领导团拜会”,我家乡吉林省的省长王儒林在介绍家乡经济发展情况时曾痛心地说,吉林省本有汽车工业优势,但当年我们在某些型号家庭用车的发展上却没有抓住机遇,当时设计的年产量太少,为什么没有考虑到年产50万辆甚至是100万辆、200万辆的规模呢?以至于让其他省份的一些厂家抢占了先机迅速发展起来。王省长的讲话当然很对,在区域经济竞争中,往往领先一步就会步步领先。但当时我马上想到:生产这么多的汽车能卖出去吗?中国的汽车市

场容量在一定时期内到底有多大？南辰在这部书稿中将市场的市场容量归结为中国土地的承载能力问题，并最终在汽车与农作物之间在麦地和稻田上的争斗而出现，这给我留下了十分深刻的印象。据南辰引证的数据：在美国，每辆汽车平均使用的土地为 0.07 公顷的公路和停车场，仅按 2004 年美国汽车保有量为 2.4 亿辆计算，美国用于道路和停车场的土地面积估计为 1600 万公顷，这几年和美国农民用于种植小麦的土地面积差不多，那么在拥有 13 亿人口和大约 4 亿个家庭的中国，有朝一日汽车保有量达到接近两个人一部车时即 6.4 亿辆并且中国的车辆用地面积只相当于美国的 50%，那么，也需要 2240 万公顷，这样大量的土地按平均经验产量计算，每年能生产近两亿吨稻米，这是我的计算，南辰书稿中的计算稍保守些，他的假设是假若中国将来拥有 6.4 亿辆汽车，需铺平的土地面积为 1300 万公顷，而目前这样大的土地面积能出产稻米 1.22 亿吨，即使如此，前景也是不堪设想。因为大家都知道，中国近些年每年粮食产量在 5 亿多吨，如果将可生产中国粮食年产 1/4 的土地用作公路和停车场，也就是中国每年的粮食直接或间接地减少 20% 多，那么就必須从国际粮食市场上进口同样多的粮食，按照正常推断：13 亿人口的中国如果每年粮食需求的 20% 以上靠进口来满足的话，那么，国际粮食市场会面临崩盘的威胁。截至 2009 年年底，中国的机动车保有量为 1.98 亿辆车，一旦在不远的将来增至 6.4 亿辆，且不说石油供应，且不说京藏高速公路动辄十数天的大堵车、北京首都已被更名为“首堵”，就只是对世界粮食市场，都是一个巨大的威胁，所以，想想中国汽车家庭、想想中国将来要不可避免地步入汽车社会，我们真的可以用“瞻念前途，不寒而栗”来形容。

毫无疑问，中国汽车家庭的出现，中国汽车工业的发展，中国汽车社会的管理和规划，必須纳入一个通盘的考虑，必須像 20 多年前中国推行计划生育政策时那样，也要有一个缜密的逻辑考虑。汽车家庭无节制地发展和膨胀，对中国肯定是一个灾难。要避免这个灾难的出现，恐怕是仅靠提倡购买小排量汽车或在短暂的时间段里搞“无车日”活动所无法解决的。的确，我们现在面临着两难选择：一方面，中国的老百姓有追求现代化的权利，中国的各级官员希望汽车需求旺盛以拉动汽车工业发展；另一方面，我国的 18.2 亿亩土

地红线,我国的城市管理能力以及汽车家庭膨胀后的消极影响又迫使我们不得不未雨绸缪。所以从现在开始,我们的宏观经济管理者就应当将汽车消费的结构转型、城市管理水平的大幅提升作为一项重要的思考内容。从这一点可以说,即将问世的南辰的这部《汽车家庭》,不仅有车家庭要看,就是那些坐着公车负有管理职责的各级官员们也应当好好读一读。

引言

南 辰

(一)我为什么关注汽车家庭

什么是汽车家庭？狭义的解释就是最起码拥有一辆私家车的家庭。长期以来，业内习惯把私人拥有的用于消费的小汽车统称为私家车，即不管一个家庭拥有的是一辆轿车，如3万多元的奇瑞QQ、六七万元的捷达、富康、桑塔纳等，还是一辆运动型多功能车(SUV)，如上百万元的宝马X5、二十几万元的东风本田CR-V等，抑或是一辆多用途汽车(MPV)，例如广州本田奥德赛、上海通用别克GL8等，只要你或家人名下有一辆不用于运营用途的私人小汽车，恭喜，你们家就迈入了汽车家庭的行列。

那么，为什么要对拥有私家车的家庭单独分类进行研究呢？据统计，全国有近4亿个家庭。研究数量如此庞大的中国家庭，当然会有不同的分类方法。例如，在近4亿个家庭中，不想要孩子的家庭被划为丁克家庭，这种分类是社会学分类的方法。另外，我们还可以从经济学的角度以财富的多少对家庭分类进行研究，这样就有了百万资产家庭这个概念。例如，根据波士顿咨询公司2007年对全球62个国家和地区家庭管理资产的调查，2007年，中国拥有百万美元金融资产的家庭数量已达39.1万个，该公司预计从2007年至2012年五年内，中国的百万资产家庭数量将保持年均14.6%的复合增长率。我们不难发现，研究百万资产家庭，对剖析中国社会的财富分配形态和趋势很有帮助。

而汽车家庭则是一种跨越社会学与经济学的分类方法,它以家庭是否拥有私家车为分类标准。按照这种分类标准,我们还可以研究宽带家庭等新鲜的概念,即以家庭是否接入信息化高速公路为分类标准。例如,艾瑞市场咨询根据 eMarketer 针对中国宽带应用的研究数据整理发现,2010 年,包括 ADSL、有线宽带在内的中国宽带家庭用户将达到 8143.6 万户。而之所以要把宽带家庭从中国家庭中单独分出加以研究,就是因为宽带网会在很大程度上改变一个家庭的信息获取方式、娱乐休闲方式、消费模式乃至学习方式等,对研究未来中国家庭的走向有重要意义。研究汽车家庭的意义也在于此。

一个有趣的现象是,彩电、冰箱、空调乃至摩托车,这些产品也曾经在某一特定历史阶段成为诱惑中国老百姓的大件消费品。但是没有任何一种消费品能够像私家车一样,在家庭拥有后会对家庭产生如此大的“反作用”,产生如此深远的社会影响和改变。因此,没有人去研究“彩电家庭”“冰箱家庭”或者“摩托车家庭”是很自然的事情。

(二) 汽车家庭:反映中国崛起的社会力量

那么,一个普通中国家庭在拥有私家车后会发生哪些变化?首先,是出行半径大幅增长。尤其是在“黄金周”和“小长假”中,私家车的“休闲功能”被放大出来,带动家庭的休闲消费升级,休闲品质得到提高。

我国 1999 年开始实行长假制度。2002 年,百姓购车逐步步入高峰期。2003 年,我国汽车产量达到 400 万辆,其中轿车 220 万辆,成为世界第四大汽车生产国。国内轿车市场连续几年的“井喷”行情,恰逢“黄金周”假期制度的“稳定期”。在这期间,私家车拥有者越来越多,越来越多的汽车家庭也借助一个接一个的“黄金周”,逐渐学会了应当怎样利用汽车使自己享受休闲生活。

例如,北京人过“黄金周”和“小长假”,可以选择的自驾车出游线路就有山西游、山东游、天津游、上海游等等。凭借“京藏高速”“京哈高速”“京港澳高速”“京沪高速”等国家高速公路网络,百姓自驾车出游变得十分便捷、舒适。过去多要借助飞机、火车等公共交通工具才能完成的“跨省游”,如今借助私家

车这一载体和“黄金周”这一时段,成为更加个性化、更加丰富多彩的休闲生活方式。

从汽车发达国家的经验看,汽车家庭对私家车“休闲功能”的开发也是逐步的。专家介绍,国外把汽车消费的过程分为三个阶段:第一个阶段是汽车没有普及的时期,那时汽车还是身份和地位的标志,只有有钱人才能消费得起汽车;第二个阶段是汽车的大众化普及阶段,汽车成为大众的代步工具,汽车的普及率急剧提高;目前,汽车发达国家正在进入第三个阶段,就是汽车成为“充实生活的手段”的时代,人们对汽车的安全、环保、舒适、信息化、娱乐化的要求越来越高,汽车已经不再是简单的代步工具,而是住宅和办公室的延伸,成为“全能”的生活工具。

在我国,大部分汽车家庭刚刚步入第二个阶段。由此可见,对于刚刚步入汽车社会的我国一些大城市来说,私家车功能的拓展、延伸和发现也是一个逐步的过程。在这个过程中,汽车家庭的生活方式、休闲方式、消费方式都在发生着深刻的变革,放大来看,这种变革也是中国时代大变革的重要组成部分。

家庭因拥有私家车产生的深刻变化不仅于此。近些年,在北京等大城市,汽车家庭可以选择在远离城市中心区的地段购买面积大些的便宜房子。刚刚工作的年轻人也好,从平房生活中搬迁走出的老北京人也罢,还有上百万在京工作的外地人,不管是住在天通苑、亦庄、怀柔、顺义还是大兴、延庆,不管是买辆夏利、QQ 还是吉利,私家车不但圆了上百万个家庭的汽车梦,还帮一些白领摆脱了“蜗居”的窘境,帮助一些家庭间接地圆了自己的“大房梦”。

从更大范围看,长三角、珠三角、京津冀等区域经济的助推器——快速交通圈,如果没有汽车家庭数量的膨胀,也难以起到实质性的城际间快速沟通功能。

因为有了私家车,汽车家庭可以做到全天候出行,再也不怕风雨冰雪;因为有了私家车,汽车家庭的社交圈子得到拓展,以汽车品牌为中心、以网络为凝聚力,各大车友会成为汽车家庭拓展社交的新热点;因为有了私家车,汽车家庭的消费模式、消费水平、消费意识都得到了大大的升级;因为有了私家车,汽车家庭的交通文明水平在城市交通的磨砺中变得更加成熟;因为有了私家

车,公民的私人财产意识和物权意识得到大大提升……

回首轿车大规模进入中国家庭这二十多年,私家车由早期只有先富起来的人才能消费得起,到成为广大中产阶级的生活“必需品”和时髦消费品,再到成为普通工薪阶层的代步工具,千万个拥有私人轿车的家庭,已经成为改变中国经济和社会、反映中国崛起的重要力量,其经济支撑则来自中国大城市人均收入的高速增长和地方城镇化进程的加快。未来,中国面临的更加深刻的经济和社会变革,也绝离不开汽车家庭数量的发展和壮大。

(三) 汽车家庭:前瞻性研究

1885年,卡尔·奔驰在德国西部曼海姆利用一个自制的单缸、水冷内燃机制成了世界上第一辆三轮汽车。卡尔·奔驰家算得上是世界上第一个汽车家庭,西方汽车发达国家的“汽车家庭史”大概可以从此写起。

中国汽车家庭的历史则短得多。新中国成立后,由改革开放算起至今,谁是国内第一个拥有私家车的家庭?国内一家专业汽车杂志曾经在全国范围内寻找这个答案。自2008年6月开始至同年10月,该杂志大张旗鼓地在全国范围内寻找“第一个拥有轿车的家庭”,最终找到了1982年就拥有私家车的车主。

我们不管这个评选到底准确与否,它都能从侧面证明一个无可争辩的事实,直到20世纪70年代末,中国的老百姓既没有经济实力、也没有政治环境和社会基础拥有自己的私家车,这也是当时中国汽车工业异常羸弱的基础所决定的。实际上,中国从20世纪80年代才开始出现我们通常所说的私人轿车。

20世纪90年代,私人购车出现松动。1994年,国务院公布了中国第一个《汽车工业产业政策》,最重要的精神是“国家鼓励个人购买汽车……任何地方和部门不得用行政和经济手段干预个人购买和使用正当来源的汽车”。2001年,家庭轿车启动。在原新华社记者李安定所著的《家庭轿车诱惑中国》中提到,那时家庭轿车只能是“踮起脚才能摘到的果子”。

资料显示,根据世界汽车发展的经验,当一个国家人均 GDP 超过 1000 美元时,轿车开始进入家庭。2003 年,我国人均 GDP 突破 1000 美元,也正是从这一年开始,我国汽车保有量开始大幅增长,在 4 年时间里增加了近 2000 万辆。

2004 年,中国第二个《汽车产业政策》出台,鲜明地提出“推动汽车私人消费”。中国机械工业联合会执行副会长、中国汽车工程学会理事长张小虞曾经表示,新世纪以后,我国汽车工业最大的事情就是在第十个五年计划,第一次写进去了一句话:“鼓励轿车进入家庭”,这对中国汽车市场起到了极大的推动作用。

随着我国人均 GDP 向 3000 美元、4000 美元迈进,我国家用轿车消费进入快速增长时期。据国家统计局 2009 年初发布的《2008 年国民经济和社会发展统计公报》,2008 年末,全国民用轿车保有量 2438 万辆,增长 24.5%,其中私人轿车 1947 万辆,增长 28.0%。全国民用汽车保有量达到 6467 万辆(包括三轮汽车和低速货车 1492 万辆),比上年末增长 13.5%,其中私人汽车保有量 4173 万辆,增长 18.1%。在 2007 年底,我国每百户城镇居民家庭拥有家用汽车的比例约为 5%,这意味着我国实现了家庭轿车零到千万辆级的突破。而根据国际经验,这种增长势头一直会持续到汽车保有量达到每千人 500 辆左右时,才有所减慢或回落。

公安部交管局 2010 年 10 月发布的数据,目前我国机动车保有量已达 1.99 亿辆,每年新增机动车 2000 多万辆;机动车驾驶人达 2.05 亿人,其中汽车驾驶人 1.44 亿人,每年新增驾驶人 2200 多万人。

但是请注意,机动车是个大概念,涵盖了汽车、专用汽车、特种车、有轨电车、电瓶车、三轮摩托车、二轮摩托车、四轮农用运输车、三轮农用运输车、拖拉机、全挂车或半挂车等种类。要想弄清楚中国汽车家庭的数量,还要统计出中国私人轿车的数量。目前,我国汽车保有量是 8500 多万辆。根据公安部交管局 2009 年 9 月发布的数据,截至 2009 年 8 月底,我国私人轿车保有量为 23773791 辆,占轿车总量的 81.89%,与 2008 年同期相比增长 31.46%。2009 年前 8 个月私人轿车保有量保持较快增长速度,私人轿车月增量占私人机动

车月增量的45.42%。23773791辆私人轿车中,减去其中部分用于运营的车辆(如私人出租车等),再减去一个家庭中拥有两辆以上私家车的情况,才是中国汽车家庭的数量。与中国社会近4亿个家庭的基数比较,与中国有能力购车的上亿个家庭的基数比较,未来我国汽车家庭的数量还有很大增长空间。

中国的私家车第一城是北京。2010年上半年北京市机动车增加了34.5万辆,每月增长近6万辆机动车,每天增长近2000辆,截至2010年11月21日,北京全市机动车保有量达到467万辆,驾驶员达到619.7万人。据北京市交管部门分析,2010年年底,北京市机动车总数将接近500万辆。据介绍,2010年以来机动车和驾驶员持续保持快速增长趋势,平均每天净增机动车1900辆左右。据统计,北京市机动车从300万辆增加到350万辆历时不足一年半的时间,从350万辆至400万辆经过了一年的时间。照此速度,最迟2011年上半年,北京市机动车就可突破500万辆。而根据北京市发展和改革委员会2010年11月发布的数据,北京市城镇居民家庭每百户家用汽车拥有量由2005年的14.1辆提高到2009年的29.6辆,翻了一番多。

看来,汽车家庭在中国方兴未艾。如果说在十几年前,人们对家庭轿车这一家庭财产和产品层面的新鲜事物更感兴趣,那么在轿车大范围进入家庭后,研究汽车家庭消费行为的变化趋势,研究汽车家庭与汽车社会的关系,研究汽车家庭在下一个10年、20年中如何科学发展,是当前急需受到重视的经济与社会课题。

(四)从汽车社会到汽车家庭

说到汽车家庭,就不能不提汽车社会。因为汽车家庭是汽车社会的微观组成分子,而汽车社会是千万个汽车家庭的宏观聚合形式。

加入世界贸易组织后,中国汽车产量5年翻了一番多。尤其是2009年,在全球金融危机和汽车市场低迷的背景下,中国汽车工业逆市而上,产销量双双突破了1360万辆,使中国汽车市场成为全球最大的新车市场。而数据显示,推动中国汽车市场高速增长的正是私人购车力量。应当说,十几年前业内

专家提出的让轿车进入家庭的“梦想”已经成为现实,家庭轿车已经成为拉动国民经济快速增长、人民群众提升生活质量的重要推手,反过来,汽车家庭也为我国快速步入汽车社会打下了基础。

中国机械工业联合会副会长、中国汽车工程学会理事长张小虞于2010年7月在长春表示,2009年中国汽车产业产值已超过3万亿元,实现利税超过3000亿元。而此前在北京召开的中国自主汽车技术与产品成果展相关论坛上,商务部市场体系建设司有关领导介绍,中国的汽车零售额,特别是规模以上的汽车零售额,已占到了社会消费品总额的27%。也就是说,社会消费1元,就有0.27元是汽车贡献出来的。这些数字都可以证明,汽车业对经济增长、人民生活水平提高、拉动消费发挥着越来越重要的作用。

然而,伴随着越来越多汽车家庭的出现,能源、土地、环境、交通等一系列制约汽车发展的因素也开始从宏观层面凸显出来,近几年,越来越多的媒体和公众开始把注意力从微观层面的家庭轿车,转向由此汇聚成的宏观层面的汽车社会。

汽车社会是工业社会发展到一定阶段,特别是随着轿车大规模进入家庭后出现的一种社会现象。国际上通常认为,一个地区进入汽车社会的重要标志是每百户居民拥有汽车数量达到二十辆左右。目前我国已有北京、深圳、东莞、广州等发达城市达到或接近这一标准。据估计,2010年,中国将有100个以上的城市进入狭义的汽车社会。

其实汽车社会还有更广阔的含义。广义的汽车社会是指随着时代的发展,汽车在中国已经不像十几年前那样仅仅是人们的代步工具,人们认识汽车也不再仅仅局限于经济学的产业视角。随着轿车大步伐驶入寻常百姓家,汽车社会有了自己的“社会分子基础”,其主体也已经由过去的公车转变为现在的私车,汽车的触角和“影响力”已经辐射到文化、法律、道德、环境、交通、家庭、阶层等各个社会领域。

特别是中央号召树立和落实科学发展观,启发人们用全新的和谐视角观察中国的汽车社会。人们不难发现,我国汽车社会目前面临着能源、土地资源紧缺及法律、法规、制度建设滞后等一系列尖锐的经济、社会矛盾。如何在能

源、土地紧缺及人口数量世界第一、环境承受能力脆弱的中国建设一个和谐的汽车社会,成为亟待破解的新课题。

我认为,要想破解汽车社会的难题,最重要的就是处理好宏观的汽车社会与微观的汽车家庭的关系。

举例来说,你家的车一年跑多少公里?要加多少升油?养车支出总共多少?排出的温室气体有多重?这些问题,恐怕不是每个有车的中国家庭都能回答上来的。但是随着2009年1月1日成品油税费改革的实施,中国越来越多的汽车家庭养成给私家车记账的习惯。原因很简单,由于每升汽油中的消费税涨到了1元,每年加多少升油将直接决定车主缴纳的成品油消费税税额,而用这些油能跑多少公里,则体现了私家车主的驾驶水平、驾驶习惯和车辆购置选择的科学性。

就在2008年最后一天,也就是我国成品油税费改革正式实施的前一天,国家发展和改革委员会向全国汽车驾驶人员发出倡议,号召驾驶者养成节能环保的良好驾驶习惯,积极参与节能减排。乍一看,负责宏观职能的发改委把目光聚焦到司机的驾驶习惯上,似乎有些“突兀”。但实际上,政府对汽车社会的组成分子——汽车家庭驾驶习惯的引导是非常有必要的。

目前,我国已成为世界石油消费的第二大国和石油消费增长的头号大国,中国石油和化学工业联合会会长李勇武介绍,2010年上半年,由于我国石油需求持续增长,石油对外依存度不断扩大,已至55.14%,同比扩大4.2个百分点。其中,原油表观消费量为2.15亿吨,同比增长18.6%,对外依存度为54.26%,同比扩大5.7个百分点。在2007年,我国石油进口量就已逼近2亿吨大关;专家预计,如果不采取相应措施,到2020年,中国石油供需缺口将达4亿吨。从这个角度看,汽车家庭的节能小账本直接关联到我国汽车社会节能的大账本,关系到整个国家能源安全的大局。

发展改革委提供的数据表明,我国石油利用效率低,浪费现象严重。我国单位GDP石油消耗和机动车每百公里油耗比发达国家高20%以上。据有关部门估算,如果我国汽车燃油能耗赶上欧洲的平均水平,那么,我国一年可以节约大约2000万吨成品油。

当前,要在汽车节能方面实现大的突破,除了要加速汽车产品升级换代外,还必须从千万个汽车家庭的细微驾驶习惯和出行习惯改起,从看似不起眼的一点一滴做起。辩证地看,撬动宏观汽车社会转变的支点在如何调动微观汽车家庭的积极性和主动性上。

著名经济学家梁小民教授认为,几乎每一个人都有一个汽车梦,各种汽车展会上人头攒动预示了一个汽车时代的来临,但关注汽车文明的人远远比想实现汽车梦的人少得多。如果每个人都不关心汽车文明,汽车梦的实现就将是一场灾难,个人的理性行为将会引致社会的非理性状态。梁小民教授的话,点出了微观的汽车家庭与宏观的汽车社会之间的辩证关系。

新华社副总编辑吴锦才同志则认为,汽车作为我们所生存的社会的一个标志性、象征性物品,所发生的各种现象,已不仅仅是汽车本身,既不能用单线的因果关系,也不能用某种单一因素来解释,需要联系各个角度的事实加以综合观察,借助各种学科的理论从不同方面予以说明。

因此,我们既要研究宏观的汽车社会,又要综合经济学与社会学等研究方法透视微观的汽车家庭,二者缺一不可。

2003年1月我调到新华社国内部负责汽车报道,至今已有六年多。2007年8月出版的《汽车社会》是我的第一本汽车专著,从不同的角度综合透视中国汽车社会发展的隐疾,捕捉中国汽车社会发展的趋势,为我国汽车社会的第二次重大转型建言献策。而《汽车家庭》应该算是《汽车社会》的姊妹篇。《汽车社会》主要从宏观角度剖析中国汽车产业、汽车文明和汽车文化,《汽车家庭》则更注重微观层面的实用性和前瞻性。对于已经拥有汽车的家庭或正在准备购车的家庭来说,《汽车家庭》的实用性和参考性可能更强些。

我认为,在20世纪80年代到90年代,轿车进入中国家庭的启蒙阶段,家庭轿车应该是当仁不让地诱惑中国社会的关键词。

而进入新世纪后,随着私家车消费的成熟和普及,应当说,十几年前业内专家提出的让轿车进入家庭的“梦想”已经成为现实,家庭轿车已经成为拉动国民经济快速增长、人民群众提升生活质量的重要推手。然而,伴随着越来越多的老百姓家庭轿车梦的实现,能源、土地、环境、交通等一系列制约汽车发展

的因素也开始从宏观层面凸显出来,越来越多的媒体和公众开始把注意力从微观层面的家庭轿车,转向由此汇聚成的宏观层面的汽车社会,汽车社会成为各界所关注的新焦点。

而在我研究汽车社会的过程中,又深感不能回避从微观着眼剖析汽车家庭的重要性。因为轿车进入家庭是社会变化的开始而不是结束,用发展的眼光看,拥有私家车的家庭正在对中国社会的改变发挥着越来越大的影响。

作为从新世纪开始关注汽车报道的一名新华社记者,我有幸抓住了近十年方兴未艾的汽车社会与汽车家庭这两个关键词。实际上,从“家庭轿车”到“汽车社会”,再从“汽车社会”到“汽车家庭”,一脉相承的三个关键词充分体现了改革开放三十年间,私家车在中国社会普及过程中所带来的焦点话题和社会共鸣的递进,也是中国社会进步和经济变革的一个缩影。