

2万亿中国汽车市场是谁的奶酪？



ZHONGGUO XIN QICHE WANGGUO

中国：



古清生 编著

新汽车王国

上海大学出版社

2 万亿中国汽车市场是谁的奶酪? ——

中国：新汽车王国

古清生 编著

上海大学出版社

· 上海 ·

图书在版编目(CIP)数据

中国：新汽车王国/古清生编著. —上海：上海大学出版社, 2009. 7

ISBN 978-7-81118-472-3

I. 中… II. 古… 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(2009)第 091045 号

策 划 占 戈 责任编辑 张光斌 装帧设计 柯国富
技术编辑 金 鑫 章 斐

中国：新汽车王国

古清生 编著

上海大学出版社出版发行

(上海市上大路 99 号 邮政编码 200444)

(<http://www.shangdapress.com> 发行热线 66135110)

出版人：姚铁军

*

南京展望文化发展有限公司排版

江苏句容市排印厂印刷 各地新华书店经销

开本 890×1240 1/32 印张 9.75 字数 243 000

2009 年 7 月第 1 版 2009 年 7 月第 1 次印刷

印数：1—5 100

ISBN 978-7-81118-472-3/F·069

定价：20.00 元

目 录



● 开篇 打开的世界——中国汽车必然崛起	1
----------------------	---

● 第一章 车展盛宴	5
------------	---

关于汽车写作,这样一种物器文化的表达,它恐怕永世不达心性表述的高深。从技术到科学,一部汽车所承载的学术要义,不过是它的能量转换、操控与高速移动,这些经久不衰的话题,亦能作为我们永世不休的讨论。

世界汽车开启混合主义时代	5
--------------	---

——上海车展后思考之一

跨界:上海车展的一个高频词	9
---------------	---

——上海车展后思考之二

车展硝烟	10
------	----

——上海车展后思考之三

大上海、德国风以及春雨淹没的鱼	13
-----------------	----

——上海车展后思考之四



一半是狂欢，一半是落没	16
——上海车展后思考之五	
北京车展：盛宴之上的香肠与灌肠	17
国际媒体关注中国车参展底特律	20
有多少跨国公司会起诉中国车企	24
——北京车展后思考之一	
自主品牌模仿创新：北京车展的新意	27
——北京车展后思考之二	
无知者无畏：中国的空想汽车主义	30
——北京车展后思考之三	
中国的务虚文化阻碍技术发展	33
——北京车展后思考之四	



第二章 产业死活棋

37

一、产业分析

中国民营企业可以成为中国汽车技术的发动机，这个命题已经可以成立。

至于那两款发动机与世界最先进发动机的微观上的技术性比较，目前讨论不出什么结果，一是大家都没有拿这发动机来玩，二是你在讨论的时候，人家的第二代发动机又出来了，因为讨论是要付出许多时间的，这些时间足够汽车企业去研发若干种先进发动机。

救车：不要搞后娘主义	37
汽车永远不是气吹之车	40
世贸汽配第一战：输赢很重要	43
中国汽车缺点儿灵魂	46

中国汽车审美趋势大逆转	49
汽车退化性制造与 5 万元到 100 万元价差	52
民企成为汽车技术发动机的可能	55
太平洋西海岸的阳光：崛起的中国汽车群！	58
中国汽车：知道主义要打倒无知无畏	61

二、锐眼看车

不论是制度，还是社会舆论，优秀的人才不肯当工人，不愿做技师，人人向往的是业务员，或者工程师。然而在制造业，没有好的技术工人，没有优秀的技师，这个领域不可能发展的，能够长期存活都不可能！

中国汽车山寨的必然性	64
中国汽车可能深陷另一轮危机	67
养虎伤己：政府应将组装车从采购中剔除	70
游戏的底线是生命：我看马六围堵悍马	73
“碰撞门”事件启示：中国汽车碰撞标准定低了！	76
汽车工业的抄袭要眼光长远	79
汽车不是一个单纯的事件	82
中国汽车缺少诚信这个要件	86
中国制造业的报应：不拿技师当干部	90
造车都是谁人的专利？	93
最高罚款 3 万元＝怂恿厂商隐瞒缺陷？	96



第三章 车市激战



100

一、车市面面观

在今天的中国汽车市场上,所谓的汽车大战都不成立,堪称成立的是汽车广告大战。汽车大战是以车为主体的战争,然而现在是广告为主体,谁都想把热气球吹大一些,飞得高一些。

闲看中国汽车市场	100
房地产泡沫终结对中国汽车经济的影响	103
汽车:买方与卖方不同的解读路径	106
畅销、常销和滞销:市场非理性感觉	109
冷观 2007 年中国汽车价格疯狂泻降	112
中国汽车:赢得本土就是赢得世界	115
打击黑车的唯一办法是让其弃暗投明	123
自主品牌汽车城乡市场前景广阔	126
——吉利教育资助计划考察报告之一	
极贫人群对中国汽车市场的制约	129
——吉利教育资助计划考察报告之二	
中国轿车产业落后关键在于心中无人	133
——吉利教育资助计划考察报告之三	

二、车市对决

基于世界汽车市场环境,全球的汽车激战中国市场,就是一件真正的大事了。2008 年不仅在北京有奥运会,还有一场超级激烈的卖马大会,北京国际车展恰逢其时,因此将展期调至奥运会以前,这真是好聪明。

正版中国汽车正赢得海外市场	137
2008 年奥运：中国汽车战略性转折点	140
对决：营销之战中永远不败的铁律	143
廉价：中国汽车出口没有选择的选择	146
2008 年全球汽车激战中国市场	149
中国汽车：通往法兰克福之路	152
中国汽车引爆激烈的双虫大战	155
中国汽车两大市场板块的碰撞与飘移	158
汽车将面对 80 后：物质化的一代	160

三、车市败笔

中国人不买中国人造的汽车，这在全世界都是一个大笑话，可是中国人自己不认为是一个大笑话。周正虎的邻居说，本来不是笑话，现在弄成了笑话。现在的中国人病得不轻，越是有钱，越有知识，官位越高，越不买中国的自主品牌，越不坐中国人自己造的汽车。

汽车年前涨价：可怕的自杀	164
惨绝人寰的《汽车销售办法》	167
中国人最爱为他人慷慨买车！	169
雪灾过后：SUV 将趋向阳刚化	172
看 2008 年中国汽车产量跃升千万	174
中国人坐韩国车得到了什么？	177



第四章 激情打造国内品牌 181

一、成败细节

将信息透明化,取信于消费者,表现出有信心能够解决自主品牌的问题。其实,有很多问题出自于配套商,也有很多问题在于最后的调校。将汽车厂的信息公开发布,使消费者熟悉了解汽车制造厂的情况,有利于消费者正确驾驶和保养汽车。

安全与赚钱本应两全	181
自主品牌汽车成败在细节	184
自主品牌受到人力资源制约	187
自主品牌双子座给懦夫两记耳光	191
瞄准宾悦开火——众家自主品牌中弹	194
东风控股哈飞：封建式冲喜	196
自主品牌与 2008 年北京奥运会	199
自主品牌：后制造时代的透明工厂	202

二、品牌战略

自主品牌仍然没有摆脱陪衬的角色。此届车展,精品汽车一律都是外国品牌,但是看人家那精品的实体与服务精神,自主品牌差得真远。

活着的,不要将另一些汽车杀死	205
中国自主品牌车标的深刻文化内涵	208
中国汽车自主品牌：你凭什么？	212
面对自主品牌：有多少人涉嫌诽谤？	215

强烈呼吁全国人大过问中国汽车自主品牌定义	218
历史的旁边：崛起的华晨书写英雄史诗	224
自主品牌四大天王豪气干云与六匹骡子悠然漫步	227
中国自主品牌：开始告别欧皮日心	230
抄袭指控频繁：论国际化的倒掉	233

第五章 国际名车冲进中国市场

236

人类没有鸟的翅膀，也没有鱼灵巧的尾鳍，比动物还少了两条腿，人类造出了飞机、轮船和汽车。所以，人类需要汽车，它让人类拥有四条腿。

想象力飞扬：解体福克斯制造乐器	236
美国汽车专家的忽悠工夫一点也不差	239
汽车神山底特律：像泰坦尼克号般沉沦？	242
老树·昏鸦·断桥：底特律的余晖袅袅	245
底特律危机与中美欧零部件摩擦	247
法国雪铁龙汽车的中国梦想	250
世界霸主：通用丰田谁主沉浮	253
拼车杂牌军通用的产品结构与教训	256
法兰克福是这样沦落为发难客户	259

第六章 合资忧思录

263

中国汽车消费者要付出比国外高出 40% 的汽车价



格购买与国外同等的产品,并且得不到与国外相同的售后服务,这真是比窦娥还冤!

赢在简约:捷达是一只不死鸟	263
后合资时代的中国汽车制造	266
汽车合资制造:绑架中国汽车,绑架中国人民	269
合资企业怎么造自主品牌?	272



第七章 轿车杂谈



276

谁也不能不承认,小型乘用车的竞争力,在达标获得生产目录之后,首要竞争力就是价格!在中国这样一个刚刚抵达温饱的发展中国家,谈论名车豪驾,那是少部分先富起来的人的事情,虽也有不富的人谈,那是意淫!

日系全力开火,德系要待放炮	276
德国车系:在退守中巩固领地	278
日本车系:走国道还是走驿道?	281
韩国泡菜:大韩民族主义下的小制造	283
中国火锅:自主品牌汽车的多元吸纳趋势	286
徽菜中华一绝:奇瑞异军突起	289
宁菜咸鲜臭鲜合一:汽车民营吉利第一鲜	291
结束语:血浓于水,最爱你的人是兄弟!	295

开篇

打开的世界

——中国汽车必然崛起

20 世纪初,老福特在底特律雄心勃勃地建造自己的汽车帝国,他从冶炼生铁开始,到汽车下线,一个巨无霸的全能制造企业展示给世界。老福特为了汽车帝国的宏图早日实现,他广揽汽车制造人才,倡导制造业人才高薪制,将工人薪水提高到日薪 5 美元。老福特说,我要用高薪将全美的制造业优秀人才都吸引到福特公司来,我要让制造汽车的人能够买得起汽车,让汽车走进全美的家庭。

在汽车工业的早期,美国与当代中国一样,曾经为汽车能否进入家庭进行过大讨论,诸多有识之士为之嘲笑福特:那怎么可能?汽车就是属于贵族的,它不可能大众化。时间证明了福特的正确性,福特足足用了 20 年时间,让汽车进入美国家庭。在汽车制造方面,福特创造了生产流水线、人体工程学。

时光浩浩,越过辽阔的太平洋。一个世纪之后,汽车在中国毫无疑问地开始走入家庭。中国的一批新兴汽车企业,走过模仿、研发和提升的自主品牌发展道路。正如时下纪念改革开放 30 年的活动亲历者阐述



的那样，现在是一个打开了的世界，这一轮世界金融危机证实了这一点，中国经济与世界经济紧密相连。

不过，我觉得还应该看到一个問題，那就是在老福特时代，汽车制造业属于一个完全的新兴产业，它的创新与发展，推动了欧美经济乃至后来的日本经济的飞速提升，汽车制造业成为经济竞争力的核心力量，它同时让汽车大国整体制造力提升。汽车制造业的百年历程，贯穿了人类工业化伟大足迹。现在，它开始交棒 IT 产业及生物工程产业，底特律走过了历史的辉煌，在美国这个曾经的白人至上的国家，底特律形成白人、非洲裔和阿拉伯裔居住的城市，而且白人正被非洲裔排挤到城外。这个景况不是南非政治版图的再版，据有美国制造业经济推动力的底特律，它的创新与经济发展的核心推动力转向了西部的硅谷。

但是，汽车制造产业在底特律的式微，却不可以说明，它在中国的发展情形。在太平洋的西海岸，喜马拉雅以东的古老的大陆板块，它以一种补课式的产业发展融入民族经济的复兴。那无数的梦想与期望，都展现在汽车工业的勃勃生机。

世界金融危机席卷美洲、欧洲和亚洲辽阔的大地，这个时间在中国，人们正承受着山雨欲来的困境。如同所有的健康的实体产业它是不朽的，汽车产业面对这场危机，它不会死去，可以肯定它能浴火重生。

我前面已经论及中国汽车市场的庞大基数，它的刚性需求必然拯救汽车产业于危难。但是在这个不确定因素巨大的过程中，汽车产业也将发生一系列的洗牌重整的事实，如同 1929 年的底特律，那个汽车帝国经历了从倾覆到再次崛起。

这里一样要重复我前面写到的，汽车产业高处不胜寒，依靠高尖端技术和雄厚资本支撑的高档汽车制造必然最先受到金融危机的冲击，那些小众的汽车产品，它无法续写在经济高速繁荣时期的辉煌。但是，中国汽车制造，实质上的中低端产品，它不仅在本土具有抗危机的能力，并

有希望在金融危机之后,在欧美经济复苏期,顺势进入欧美市场。从日本汽车制造的世界化脚步可以看到,历次经济危机,都是日本汽车进入欧美市场的契机。

我们相信,在这场巨大的百年世界金融危机来临之际,存活下去是中国汽车的现实使命。资金短缺,购买力下降,这些情况对于中国新兴汽车企业,其实一直是一个常态,这使得中国新兴汽车企业如同野生植物,天生具有的顽强的生命力注定了它们拥有强大的抗灾能力。

中国人可以看到,当吉利、奇瑞、比亚迪和华晨四大新兴汽车企业的崛起,它们已经确立了中国汽车在中国汽车市场上,占据三分之一的板块。在跨国公司努力拯救它们在欧美的市场,强力缩减欧美产量,减缓欧美市场的新产品的推出之际,也对中国汽车延揽世界汽车制造人才提供了机会。但这不是中国汽车唯一的优势,当自主品牌在跨国公司巨压之下度过诞生、成长和发展的历程之后,中国汽车产业的自主品牌在打开的世界寻找到存活的空间。

世界金融危机同样是降临到中国汽车头上的冰寒,但冰河期的大冰川不是完整的板块,它有生物性存活的空间。像中国产量占世界之最多的摩托车、农用车和拖拉机制造产业没有跨国公司染指那样,中低端特别是低端的经济型汽车,正好是中国新兴汽车企业的主市场,这种景况,是中国汽车工业的未来的希望。

我在神农架自然保护区原始森林观察到,每一次自然灾害的突降,都是一次物种演化及生长版图重新区划的时机。在几乎所有的自然灾害来临之际,都是高大乔木受到巨大侵害,灌木受伤情况较好,草本植物死后重生的时间最短。在世界经济的实体企业当中,我们一样看到这种景况,小型企业如草本植物,它的抗灾力甚弱,金融危机到来之际,它们即大面积死去。可是,过了冰河期,小型企业的生长也是最快的。巨无霸的跨国公司如高大的乔木,它们必然受到灾害的摧残,飓风最先降临



它们头上。中型企业如同灌木，它具有比草本植物顽强的抗灾力，却又不如高大乔木承受的灾害的袭击力量。中国的新兴汽车企业，正好都是灌木型的企业，在这个成长过程中，它足以应对目下的金融风暴。

打开的世界，中国汽车产业正面临一场世界级的金融危机，这场危机考验着所有的中国汽车企业，并且也提供了一个潜在的冰河期之后的无比巨大的发展机会。像底特律在 1929 年遭受那场金融风暴的剧烈摧残之后重新崛起一样。历史，总在创新的路线上前进，同时也会进入旧辙，重温一些经验。我是说，在悲鸿遍地，秋叶覆盖大地的时候，可以想一想未来的春天，那风和日丽生机勃勃的大地，使之不失勇进之志。

第一章

车展盛宴



关于汽车写作,这样一种物器文化的表达,它恐怕永世不达心性表述的高深。从技术到科学,一部汽车所承载的学术要义,不过是它的能量转换、操控与高速移动,这些经久不衰的话题,亦能作为我们永世不休的讨论。

世界汽车开启混合主义时代

——上海车展后思考之一

混合动力宣告汽车进入历史转折期

混合主义已经构成这个时代的一个标志,2009 上海车展尤其突出。不论顶级的国际豪车,还是中国新兴汽车的自主品牌,悉数都推出了自己的油电混合动力车,或者是汽油车和电力车同台推出。比如吉利、比亚迪、奇瑞、长丰、长安、沃尔沃、丰田、大众、福特、通用公司都推出了混



合动力汽车和电动汽车。它说明了一个趋势，世界汽车将进入一个混合主义时代。

三年前，联合国《生物多样性公约》执行秘书朱格拉夫发出警告：人类正处在自恐龙灭绝后的第六次物种大灭绝的危急关头，而导演这一悲剧的正是人类自身。如果按现在每小时 3 个物种灭绝的速度，四十多年后的 2050 年，地球上四分之一到一半的物种将会灭绝或濒临灭绝。根据计算机模拟，这一速度比生物自然灭绝的速度快 1 000 倍，比物种形成的速度快 100 万倍。

人类开始放弃侥幸心理，修正自己的贪婪与懒惰，加速研究新型能源以代替燃烧做功的化学能。从混动汽车出发，转向未来的纯电动汽车。因为电能可以采自阳光、风和其他能源。这种能源的转换，从根本上改变了人类工业化以来对地球大气的破坏。

因此，混合动力汽车和电动汽车的研发与制造，是作为一个人类的生态良心呈现的。我在 W 馆和 E 转悠，都感受到了这一点，虽然这些电动汽车尚未量产，或者还未达到商用功能，但是它的正确指向已经表明，世界下一步的汽车发展，趋势是电动汽车。在上海市，就有一条电动汽车公交线，它就是 825 路公交车，它由上海市电力公司研发监造，是一种“电池—电容混合电动车”。

这项基于环境保护和电网企业售电业务增长需求而研发的电动公交汽车，可惜未进入上海国际车展。所谓的电池—电容混合电动车，是走超级电容和锂离子电池相混合技术路线。超级电容具有充电快、充放电循环次数高、无二次污染之特性，锂离子电池储电量、储存时间长，混合型电动汽车零排放、低噪音，一次完全充电时间在 3 小时之内，充电后可行驶 100~300 公里，最高时速可达 80~100 公里，每公里耗电小于 1.6 度。用这种电动车替代传统的公交车，折合每公里能耗支出为柴油汽车能耗的三分之一。由于夜间充电为谷电，电价甚低，且有利于电企