

第一章

汽车业要正视“WTO”的冲击

“成熟组织的管理者若要不使其组织垮台,就必须有意识地制造一些危机。”

——戴维·K·赫斯特

长期以来,我国汽车行业经常以本国汽车工业与国际先进水平的差距为依据要求政府给予保护。差距的存在及其难以缩小的事实,给汽车工业赢得了不断延长的保护期,但是,凭借差距获取保护的做法,却产生出为延缓冲击而维持差距、不思进取的负效应。因此,依靠保护,我国汽车工业难以真正成长起来,只有加入世界贸易组织,给国内汽车生产企业以强大的外部压力,使其在生存危机的压迫下,不断创新技术,提高自身竞争力。

——作者题记

一、加入“WTO”：利大于弊的选择

在当今世界经济一体化趋势日益突出的背景下，加入世界贸易组织是促进中国经济健康、稳定发展的必然选择。而中国的汽车工业由于长期以来受到高度的贸易保护，其国际竞争力十分低下，许多人因此认为加入“WTO”对我国汽车工业将是一场灾难。届时，我国汽车工业将难以承受国外汽车产品的冲击。但是，我们有理由坚信加入世界贸易组织对我国汽车工业是一个利大于弊的正确选择，将有效地促进我国汽车工业生产率的提高、产品的更新换代、国际竞争能力的提升。

（一）在高度贸易保护条件下，我国汽车工业抗冲击力并没有提高

从1953年兴建第一汽车制造厂开始，我国汽车工业就处在过高的关税和非关税贸易壁垒保护之下，到1998年末我国汽车工业历经46个春秋，累计投入1300亿元左右的资金（实际完成投资额约1628亿元），引进近600项国外先进技术，基本建成了门类比较齐全的汽车工业体系。从1955年第一辆解放车问世，累计产出1633万辆国产汽车（其中小轿车262.6万辆）及相应的汽车零配件。通过近年来的重组兼并，全行业整车和零部件生产企业共2953家，职工161.4万人，资产总值5000多亿元（其中固定资产原值2200多亿元），主要设备64万台，生产建筑面积7200多万平方米。形成了年产250万辆（其中轿车近百万辆）和600亿元

汽车零部件的综合生产能力，拥有整车和零部件。到 1998 年，我国汽车行业年均产量已经由 1957 年的 0.79 万辆上升到 162.8 万辆，名列世界第十位。以汽车工业为主的交通运输设备制造业已在全国工业总产值中占到 6% 成为仅次于纺织业、化学工业的第三大支柱产业。

但是，与其他国家相比，尤其是与日本、韩国相比，我国汽车工业的发展速度就显得很慢，国际竞争力明显偏低。在五、六十年代，我国汽车工业与日本、韩国的差距较小，三国政府都对汽车工业给予了高度的贸易保护，然而数十年之后，我国汽车工业与日、韩的差距加大，被日、韩两国远远地甩在了后面。单从产量来看，1950 年日本汽车产量为 31000 辆，1957 年我国汽车产量为 7900 辆，1962 年韩国汽车产量为 1770 辆，三国基本处于同等水平。但是，到 1997 年日本汽车年产量已达到 1097.5 万辆，占世界汽车总产量的五分之一，仅次于美国，名列世界第二位。韩国同年产量也达到 281.8 万辆，占世界总产量的 5% 其产量仅次于美、日、德、法老牌发达国家，名列世界第五位。而我国同年产量仅为 158.25 万辆，名列世界第十位，产量仅为世界总产量的 2.9% 从各自发展过程来看，日本汽车生产能力从 10 万辆扩大到 100 万辆，用了 7 年的时间，从 100 万辆到 200 万辆仅用了 4 年；韩国则分别用了 11 年和 5 年。相比我国汽车生产能力从 10 万辆扩大到 100 万辆，却用了 21 年。我国汽车工业发展速度远远落后于日、韩两国。而从人均装备率来看，我国汽车工业在 50 年代和 60 年代中期以前一直高于日本，到 80 年代末却只有日本丰田

公司的 1/100，韩国的 1/36。国外发达国家整车厂的人均年产整车能力，日本公司为 40—60 辆，美国和欧洲的公司为 20—40 辆之间，而我国 1996 年的人均年产整车能力仅为 2.4 辆。从各国汽车生产企业在世界的排名来看，日、韩两国均有汽车生产企业列入世界 500 大公司，而我国汽车生产企业却无一当选。从产品质量来看，我国与日、韩两国的差距就更大，日本有享誉全球的丰田、三菱等知名品牌，韩国也有现代、大宇等著名品牌，而我国知名企业基本上都是与国外公司合资，产品品牌多数都是借用他人商标，缺少完全属于自己的知名商标。由此可见，我国汽车工业无论在生产规模、技术水平还是在质量上都与日、韩两国存在着巨大的差距。

虽然三国初始条件相似，但日、韩两国汽车工业能够在较短的时间内赶上甚至超过老牌发达国家，而我国汽车工业长期发育不良、竞争力低下。其差别就在于日、韩两国汽车生产企业能够充分利用高度保护的市场环境，不仅使汽车这一幼稚产业免受冲击，而且还通过在国内市场上获得高额收益，迅速积累了资金，扩大了生产规模，加快了发展速度，并努力开拓国际市场，不断提高国际竞争力。我国汽车生产企业却在高度保护下，外部竞争压力极低，缺乏应有的危机感和紧迫感。过度的贸易保护使国内汽车价格居高不下，汽车普及率难以提高，这就对汽车厂扩大规模、降低成本、加快发展形成制约，从而使我国汽车工业在近几年来，年均增长速度仅为 7%，始终未达到国外汽车普及时代来临阶段应有的高增长速度。同时，高度保护形成的高额利润又引发了全国汽车热，造成散、乱、差的行业局面。汽车价高利大，一个小厂只要装出百十辆车就可获得数额可观的利润。十几个省区都把

汽车工业定为支柱产业，在汽车热高涨时期，全国整车厂多达 130 多家，而实际上未上名录的整车厂远不止此数，仅四川省就有 100 多家。之后，尽管国家采取有力措施进行了治理，但贸易保护加上行政分割体制构成了几大定点汽车厂明显的行政垄断格局，资源配置不当、经济效益低等问题十分严重。长期以来，我国汽车行业经常以本国汽车工业与国际先进水平的差距为依据要求政府给予保护。差距的存在及其难以缩小的事实，给汽车工业赢得了不断延长的保护期，但是，凭借差距获取保护的做法，却产生出为延缓冲击而维持差距、不思进取的负效应。经过几十年保护期后，我国汽车工业仍然落后发达国家 15 年以上，汽车工业抵御冲击的能力并没有得到多少提高。因此，依靠保护，我国汽车工业难以真正成长起来，只有加入世界贸易组织，给国内汽车生产企业以强大的外部压力，使其在生存危机的压迫下，不断创新技术，提高自身竞争力。

（二）加入世贸组织对我国汽车工业可能遇到的风险

由于中国汽车工业是在高关税和非关税贸易壁垒保护下成长起来的，一旦加入世贸组织，就要直接面对国外强大的汽车生产企业的竞争，这就给我国汽车工业带来许多经营风险。

1. 我国企业将难以应对世界汽车工业和汽车市场的垄断趋势

当今世界由于全球汽车行业生产能力全面过剩，汽车生产企业间的竞争更加激烈，在激烈的市场竞争中，世界汽车工业和汽车市场垄断趋势日益突出，主要表现在以下几方面：

（1）国际汽车贸易迅猛发展，争夺国际市场的竞争日益激烈。

1997 年世界汽车出口前 12 名的国家生产汽车 4769 万辆 出口汽车 2037 万辆，出口量占生产量的 42.7% 其中法国和德国的出口

量分别占其生产量的 71%和 60%。各国汽车大公司为了争夺国际市场份额，千方百计在产品档次、性能、质量、品种、价格和销售服务等方面展开了全方位激烈竞争。

(2) 国际资本流动加快，规模不断扩大，投资形式多样化。80年代中期，国际直接投资总额每年约为 700亿美元，到 1995 年增长到 3000 亿美元。同时证券投资、股权收购以及国际信贷也迅速增长。各国竞相吸引和利用外资，加剧了各国吸引外资的竞争。

(3) 跨国公司在国际竞争和投资中的作用越来越大。他们的海外子公司、科研、销售网点遍及全球 160 多个国家和地区，从事和控制全球 60%的贸易，70%的直接投资，75%的技术转让和 90%的技术开发费用，主导了世界汽车工业的竞争和发展。

(4) 汽车和零部件企业强强联合和收购兼并。这是当今世界汽车和零部件企业资本重组和结构调整的新特点。1996年，德国博世公司（年销售额 345 亿美元）和美国联想公司（年销售额 128 亿美元）的跨国零部件企业兼联合和 1998 年德国戴姆勒——奔驰汽车公司和美国克莱斯勒汽车公司的跨国联合兼并，标志着世界进入了新一轮汽车和零部件巨型公司时代^①。最近戴姆勒—克莱斯勒公司又收购了日本三菱公司，使其成为世界第三大汽车公司。

当今世界，汽车工业生产、贸易的全球化趋势已是大势所趋，估计今后世界前三名最具实力的大跨国公司将占有全球大部分汽车市场份额。而我国汽车工业一年的产量却不及国外一个中等汽

^① 《“人世”：焦点问题及对有关行业的影响专题分析之六：中国汽车行业将会怎样》，《中国信息报》2000年1月11日。

车生产企业的产量，根本不具备与国外同行进行平等竞争的实力。而地方和行业保护主义又阻碍着企业间的兼并、重组，使我国汽车行业始终处在诸侯割据的状态，制约着汽车行业“航空母舰”的形成。如果这种“散乱差”的局面继续下去，面对国际上越来越强大的竞争对手，我国汽车工业在入世之后将很快就被跨国大公司所吞没。

2. 人世将对零配件企业产生巨大冲击

加入“WTO”，整个汽车工业都将受到较大冲击，其中受到最严重冲击的将是零配件企业。随着汽车跨国公司全球生产销售、全球合作开发和降低自制率、全球最佳采购，促使了世界汽车零部件产业集团化、全球化、系统化、集成化，形成了一批零部件跨国公司，他们面向全球市场，致力于全球生产、全球合作开发、全球系统供货和全球最佳采购。这一局面的形成将使我国汽车零部件行业处于更不利的竞争地位，将对我国零部件行业构成巨大威胁。这主要是由于我国零部件行业存在着质量低下、技术落后等问题，根本没有能力与国外大公司相抗衡。目前，全国汽配目录内厂商达 1700 多家，有相当一部分依靠大型整车厂而存活，一旦中国加入 WTO，价格本来就低的国外汽车零部件将大量涌入中国，我国汽配厂商企业的固定市场必会被人分去大半。如果不适时调整产品结构，积极开发新产品，在全球汽车供应商正掀起吞并浪潮、实行全球化采购和大型供应商的系统集成化开发战略的大气候下，中国本来就弱小的零配件业命运将令人担忧。

（三）加入“WTO”可能带来的利益

尽管加入世贸组织所产生的贸易自由化会给我国汽车工业带来巨大的经营风险，但是，加入世贸组织同样会给我国汽车工业

的发展带来长期利益。

1. 适当降低关税和非关税壁垒可以促使汽车生产企业提高效率、降低生产成本高度贸易保护下的国内汽车市场是卖方市场，由于汽车产品经常处于供不应求的状态，使得汽车产品价格大大高于国际市场。在这种情况下，汽车生产企业缺乏提高效率 and 降低生产成本的动力。由于生产汽车可以轻而易举地获取高额利润，各地纷纷建了一些汽车装配和改装厂，这些工厂都达不到规模经济，成本很高，质量不稳定，但在高度贸易保护下，不仅能够生存，而且可以获利，而这种情况所带来的资源浪费和社会福利的损失往往被忽视。适当降低关税和非关税壁垒，引进国际竞争，不仅可以通过进口满足国内汽车需求，而且对国内汽车的高价格起到制约作用，迫使汽车生产企业提高效率 and 降低成本。实行贸易自由化和引入国际竞争可能会使一些小汽车厂、小改装厂倒闭，但只要这一过程不超过社会的承受能力，会起到优胜劣汰的效果，使得各种资源更集中于有发展潜力的企业。

2. 贸易自由化可以降低生产汽车的投入品价格

由于当前我国汽车生产企业多数仍处在 CKD、SKD 组装阶段，因此，我国汽车生产所需投入品对国际市场的依赖程度很高，平均每年进口的汽车零部件达 20—30 亿美元 如果把生产所需的钢材、化工材料都考虑在内，进口额还要大。据有关部门调查，相当部分的企业都希望降低所需投入品的进口关税，取消进口许可证和配额。而加入 WTO 之后，贸易壁垒的降低必将使国产汽车的生产成本大幅下降，增强其市场竞争力。

3. 促进汽车工业集团的发展壮大

随着入世后市场的开放，世界著名的大众、通用、本田等汽

车集团都会尽最大的可能介入中国市场，这必然会造成国内厂商结构的变化。但这样的变化是有限的，因为这些国外大型汽车制造商大都以合资的形式与我国大型汽车集团有着密切的联系，都在中国投入了大量的资金和人力，有着重要的合资生产基地，因此国外大型汽车制造集团在中国市场的纷争更多的表现为合资企业之间的纷争，而作为合资方的国内大型汽车集团将会在激烈的市场竞争中不断提高技术水平，加快结构调整，促进集团的发展壮大。

4. 贸易自由化将促进私人汽车市场的发育

在高关税和进口配额的双重保护下，国内汽车价格昂贵，只有机构消费者才能进入汽车市场，私人消费者几乎完全被排斥在外，至今中国每年只有 1 万人购买私人轿车。如果汽车不能进入家庭，中国庞大汽车市场的潜力就难以发挥出来，也就不可能实现汽车的大批量生产，中国汽车工业就不可能真正成为带动国民经济增长的支柱产业。贸易自由化可以使汽车价格降低，随着国民收入的提高，越来越多的个人消费者进入汽车市场，汽车将逐渐替代家用电器成为新一代主导消费品。

5. 有利于改善汽车消费服务环境

加入 WTO 后 制约汽车消费的两个最大问题，一个是汽车税费，另一个是二手车市场。有数据表明，汽车工业每年利润仅 50 亿元左右，而上交的税费总计约 1200 多亿元。极低的利润返还，使得汽车制造企业无法有充足的资金投入新产品开发和技术改造。而过重的税费，尤其是使用过程的苛捐杂税，令老百姓对买车和用车深感不安，加入 WTO 降低关税 开放市场 长期制约汽车消费的高税费问题将成为中国汽车工业发展的最大阻碍。

信，只有在税费上作更大的清理，保持国产车与进口车相比仍有相当的价格优势，才能激起消费者购买国产车的信心，进而带动汽车工业快速发展。

在美国，汽车工业能够持续增长的重要原因是每年 1800 万辆新产汽车中约 85% 用于更新，这样巨大的新老更新得益于汽车二手车市场的发达。我国每年旧车更新比例不到 30%，二手车市场规模和影响有限。主要原因是我国汽车报废制度相当落后。所有的非营运类国产车一律强制 10 年、进口车 12 年报废，这样就造成进口车和国产车的不平等待遇。人世后，我国汽车报废的管理必须有较大改进，应当从汽车本身安全、环保、节能的标准决定汽车能否继续使用。除报废制度外，还可以在汽车保险上加以限制。依国外的经验，在德国、美国等经济发达国家，不同使用年限报废的车，车主所要缴纳的税收及保险不同，年限越长，缴费越多，而且年限越长，每年的年检次数也相对增加。很多车主会因为旧车耗资、耗时，而主动申请更换新车。如果从报废和保险两方面着手，推进二手车市场的扩容，加大国内新车的需求，不仅可以取消国产车和进口车的不平等待遇，而且对环境保护、交通安全、汽车保险会有很大的促进。

通过以上分析，我们可以看到尽管加入“WTO”将使我国汽车工业受到一定的冲击，但是，人世也会促进国内企业生产效率的提高、实力的壮大、国际竞争力的提高和汽车消费市场的发育。同时，展望未来我国汽车工业发展前景，我国汽车工业存在三方面的优势：一是潜在的国内市场规模大。二是中国经过 40 多年的发展，已经建立了一个比较完整的工业体系，工业门类比较齐全。中型卡车的批量生产已有 30 多年的历史。80 年代中期以来在轿

车生产方面也形成了上海、东北、京津等相对集中的地区。三是劳动力资源丰富且价格便宜。根据对汽车工业的调查，组装成本中劳动成本所占的比重在 3%至 5%，低于国际水平。随着产量的增加，劳动力成本的比例还会进一步降低，这是未来中国汽车工业参与国际竞争的重要优势。只要汽车生产企业积极对待加入世贸组织，全力以赴地迎接国外大型汽车企业进入中国所带来的挑战，我国的汽车行业必将能够在未来国际汽车贸易中占据一席之地。

二、中国，世界汽车竞争 21 世纪初主战场

（一）中国是世界上潜力最大的汽车消费市场

根据国际消费规律，当人均 GDP 达到 500 美元时，轿车开始进入家庭，随着人均 GDP 继续提高，到 1000 美元以上时，汽车进入家庭的速度将会加快。我国经济经过 20 年的快速发展，人均 GDP 已达到 700—800 美元，人民生活水平有了明显提高，而城镇居民据统计人均 GDP 在 1500 美元左右，城镇居民在满足了吃穿用等基本生活需求之后，消费重点开始向住和行方面转移，消费结构逐渐升级，汽车进入家庭的趋势正在逐渐形成。自 80 年代国家允许私人购买汽车以来，私人汽车消费市场保持了较高的增长速度 尤其是进入 90 年代以来，私人汽车保有量已占据相当比重，正逐步替代集团消费成为市场消费主体。1991—1998 年，私人汽车保有量年均增长速度达到 22.86%，是全社会汽车保有量年均增长速度的 1.98 倍，是公用汽车保有量年均增长速度的 2.72 倍。到 1998 年底，私人汽车保有量已占到全社会汽车保有量的三分之

一，而当年需求量已占到当年全社会汽车需求量的多一半。私人购车不仅已成为一种发展趋势，而且私人购车已经成为总体汽车市场中一支重要力量。

然而，与国外相比，我国汽车的人均拥有量水平仍然很低。1996年，世界使用中的汽车数为6.71亿辆，其中乘用小汽车4.86亿辆，商用车1.85亿辆；平均每百人拥有汽车12辆，其中小汽车8辆。美国使用中的汽车数为2.1亿辆，其中乘用小汽车1.3亿辆，商用车0.8亿辆；平均每百人拥有汽车78辆，其中小汽车49辆，汽车普及率是世界平均水平的6倍以上。而1997年中国汽车拥有量仅为1319万辆，平均每百人拥有汽车1辆，小汽车0.2辆，远远低于美国及世界的平均水平。而私人小汽车拥有量仅为178.6万辆，占小汽车全部拥有量的38%，平均每百人中只拥有0.24辆私人汽车，而美国、日本、德国、法国、韩国、巴西等国家每百人分别拥有私人汽车51.3辆、35.7辆、49.6辆、42.4辆、42.3辆、13.3辆和7.4辆。我国私人小汽车普及率非常低。而造成我国私人汽车普及率低的主要原因是国内居高不下的汽车价格和过重的各项费用，制约着我国私人汽车的发展。但是，这从另一方面也充分说明我国存在着巨大的汽车潜在消费市场。一旦汽车价格大幅度下降，限制私人购车的各项政策取消，将使我国汽车需求量大幅度提高。那时，我国汽车消费的巨大潜力将得到充分释放。

（二）世界汽车生产能力全面过剩

90年代以来，全球汽车工业出现了严重的生产过剩。美国一家汽车调查机构估计，2001年世界汽车生产能力将由1997年的6500万辆上升到7700万辆，而对汽车的需求量却仍然保持在

6000 万辆，这意味着全世界 630 个汽车制造厂中有 80 个要关闭。更加悲观的估计则认为，1996 年世界汽车产量就已经过剩 1500 万辆到 2000 万辆，相当于整个欧洲的汽车产量。

由于欧美汽车市场趋向饱和，各大汽车公司的设备利用率难以达到理想状态。美国汽车占有率因为 90 年代初期的经济衰退而从每千人 441 辆下降到 430 辆，直到 1993 年才恢复了增长，但年度销售额的增长率只有 1%—2%，这表明美国汽车市场已经饱和。而西欧市场也由于法国、德国和西班牙汽车市场的不景气，使供求缺口扩大。据统计，1996 年西欧汽车生产能力为 1600 万辆，销售量为 1280 万辆，产销缺口达 320 万辆。这导致拥有欧洲最大市场份额的大众汽车公司 1996 年在其国内销售情况欠佳。尽管大众在当年曾创下 18.2% 的市场占有率纪录，比排在第二位的欧洲通用汽车公司高出 4.3 个百分点，但它在国内市场的销售情况不容乐观。大众汽车公司采取了薄利广销的战略，1996 年汽车生产能力保持在 80 万辆，成为德国最大的汽车生产商。尽管如此，1997 年它的设备利用率只有 80%，利润减少了一半，而它的设备利用率只有达到 105% 时才能赢利。意大利菲亚特汽车公司下属厂家的设备利用率，几乎都难以达到 85% 这个理想的指标。其中都灵菲亚特汽车厂生产能力为 26.4 万辆，由于对蓝旗亚汽车的需求量减少，该厂的设备利用率只达到 42%。米兰菲亚特汽车厂由于销售情况不好，决定停止生产阿尔法—罗密欧赛车。1997 年福特汽车公司下属的十个欧洲汽车厂的设备利用率不到 82%，1998 年又下降到 80% 以下。西班牙制造出微型汽车后，使福特公司在科隆

的汽车厂的设备利用率从 90% 下降到 78%^①。

正是由于当今世界汽车生产能力存在着严重过剩，使寻找和挖掘新的消费市场成为各大汽车公司的重要任务，而我国巨大的潜在需求，被许多跨国大汽车企业确定为主攻目标。

（三）中国，21 世纪初世界汽车竞争的主战场

由于我国巨大的汽车消费潜力，从 80 年代中期开始就吸引了国外诸多知名企业纷纷与我国汽车生产企业合资办厂，促进了我国汽车工业的发展。自从 1984 年我国第一家中外合资汽车厂——北京吉普有限公司在北京诞生之后，汽车合资企业便像雨后春笋一样大量涌现出来，到 1995 年，已有 20 个国家和地区的汽车公司在我国建立了 381 家三资企业。其中合资企业 324 家，占 85%；合作企业 46 家，占 12.1%；独资企业 11 家，占 2.9%。中方控股的 215 家，占 56.4%；外方控制股的 106 家，占 27.8%；双方平分股权的 60 家，占 15.8%。到 1997 年为止，我国政府已经批准建设 10 个轿车项目，其中 6 个合资、4 个技术合作。此外，我国汽车企业还通过合资、合作经营方式引进了许多种外国载货车和客车的组装线与生产线。抢占中国汽车市场成为缓解美国等汽车王国生产过剩的重要途径。

我国最早希望引进的汽车外资是日本丰田公司和德国梅塞德斯—奔驰公司，但都被它们拒绝了。丰田公司当时因为害怕对中国的投资会使中国学走它的技术，而只愿意向中国大量出口汽车特别是轿车；梅塞德斯—奔驰则认为中国不可能鼓励轿车消费因

而难以形成庞大的轿车市场，结果让大众和奥迪汽车公司顺利地进入了中国汽车投资市场，赚了大钱。1995年，梅塞德斯一奔驰重返中国汽车市场与国内企业签订合资协议，同年，丰田汽车公司在天津成立了“丰田中国技术中心”，并与天津汽车公司合资建立了天津丰田汽车发动机有限公司。1997年美国通用、福特汽车公司也分别与上海汽车公司和江西江铃汽车公司签订了合资协议。至此，大多数国际知名大公司都在我国建立了合资企业，使我国成为美、欧、日等汽车大国竞争的新战场。

另外，从引进外资发展过程来看，在引进外资初期，国内众多合资生产厂家和国外合资，无论是引进生产的车型还是国外厂商转让的技术水平及相应的国内汽车产品整体质量，和国外相比都有巨大差别，只是由于国内汽车市场的不成熟及开放程度不够，这种差别没有引起足够的重视。但是，随着国内和国际市场接轨步伐的加快，国外汽车厂商对中国汽车业的投资力度越来越大：已经上市的上海通用别克、广州本田雅阁、一汽大众奥迪 A6 和刚上市不久的上海大众帕萨特 B5 以及德国大众已把其最新款式的伯乐(Bora)轿车定为一汽大众捷达轿车的替代产品，这些汽车品牌不但车型和国外同步，而且产品技术含量、整车质量水平都迈上了一个新台阶。令人关注的是这些品牌在中国投产的年产量虽然很小，但在品牌形象设计和推销上动作很大。国外厂商在中国树立品牌形象的同时，也按国际标准建立自己独特的“品牌专卖”营销体系，并依托中国合资伙伴现有的服务体系建立自己的服务体系。国外的汽车融资公司已获准在中国开展汽车消费信贷业务，为消费者提供“以车为抵押”的灵活优质的购车服务，这种方式对于国内消费者而言无疑是颇吸引人的“消费诱饵”。国外厂家

加大在中国的投资力度，根本目的是以此为跳板在中国这个世界上最后也是最大的汽车潜在市场划分市场“势力范围”，扩大市场份额。通用汽车公司投巨资转让许多先进技术与中国上汽合资生产“别克”轿车，只是通用汽车公司在中国的长期战略的第一步行动，国外其他大的汽车厂家也各有其“中国战略”。中国加入世贸组织，汽车工业的低水平低效率已迫使中国的汽车工业进行大规模的资产重组，全面提高汽车产品质量，这无疑为国外厂商进入中国提供了最佳时机，中国将成为世界汽车竞争新的“斗牛场”。

众所周知，市场竞争的法则是优胜劣汰，适者生存。在目前国内汽车业产能开工率只有 60% 的情况下，生产企业要想发展必须形成规模，要形成规模则必须降低成本扩大产销量，要扩大产销量又必须扩大市场份额，激烈的市场竞争是不可避免的。而对于国外汽车生产企业来说，世界经济一体化加速了汽车工业在全球范围内的联合重组，各大型跨国公司纷纷通过联合、兼并、相互持股等形式，扩大自己在技术、市场、规模等方面的优势，极力抢占下一世纪汽车工业发展的制高点；以“本地化”支撑跨国公司的“全球化”战略，在生产、采购、开发“全球化”的基础上，利用各地区市场的人力、物力资源，开发符合当地实际的汽车产品，提高“本地化”率，加大对汽车工业不发达国家市场的控制。而中国作为世界上最后一个巨大的潜在汽车消费市场，必然成为它们争夺的对象，在高度的贸易保护条件下，与中国汽车生产企业合资办厂是它们占领市场的一种手段。而随着国内市场的进一步开放，国外各种质优价廉的汽车将大规模进入中国市场，居高不下的国内汽车价格也会随之下调，汽车需求也将随之进一