

我国汽车产业国际竞争力现状与提升对策

欧阳峤, 徐姝

(湖南商学院, 湖南长沙, 410205)

摘要: 伴随着经济全球化浪潮和我国的入世, 我国汽车产业如何提升国际竞争力, 如何发挥汽车产业的主导产业作用成为一个迫切需要探讨的问题。本文基于我国汽车产业国际竞争力亟待提升的事实, 系统分析了我国汽车产业国际竞争力现状, 通过与国外汽车产业发展对比, 阐释了造成汽车产业国际竞争力较低下的原因, 并从宏观与微观层面研究了提升我国汽车产业国际竞争力的对策。

关键词: 中国汽车产业; 产业结构调整; 国际竞争力

中图分类号: F407.471

文献标识码: A

文章编号: 1672-3104(2007)03-0317-04

产业竞争就是国际竞争的一种主要形式。可以说, 一国产业竞争力的大小决定了该国的国际竞争力的强弱。汽车产业是一种前后关联度很高的产业, 它的发展对一国经济增长所发挥的带动作用相当大。对我国来说, 汽车产业竞争力既是我国综合竞争力的重要组成部分, 也将成为我国能否较好实现新一轮经济增长的关键。一方面, 在我国新型工业化过程中, 汽车产业日益成为我国国民经济的支柱产业, 在我国经济发展中占据重要的战略地位。发展汽车产业对带动我国的工业化进程无疑至关重要。另一方面, 由于外商直接投资的增加, 尤其是入世后国外进口汽车关税的逐渐降低, 国内汽车产业的市场份额受到严重的冲击。因此, 清晰认识和有效提升我国汽车产业国际竞争力, 对于保护我国汽车产业安全, 促进其可持续发展有着重要的现实意义。

一、我国汽车产业国际竞争力现状

汽车产业国际竞争力是指在现有的宏观环境和产业发展水平上, 在国内外汽车市场上以较低的生产(服务)成本和与众不同的产品(服务)特性来取得最佳市场份额和利润的能力。近几年来我国汽车产量基本上保持持续大幅增长, 目前已成为世界第四大汽车生产国; 轿车等乘用车产业生产的车型已经

和世界同步, 货车、客车等商用车产业已经初步具备了自主研发实力和自主品牌, 并初步具备了一定的国际竞争力^[1]。但从规模经济、技术水平、产业集中度、劳动生产率和贸易竞争指数等方面来看, 我国绝大多数汽车生产企业规模小, 生产批量小, 规模经济作用难以发挥(见表1)。就单个企业而言, 我国汽车产业的前4名还明显落后于世界汽车产业先进水平。我国汽车产业研究开发能力较弱, 尤其体现在轿车制造方面。我国排名前8家的轿车生产厂家都不具备整车开发的能力, 而国外汽车公司一个技术平台就能推出几十种车型, 可以满足不同顾客的需要, 质量也非常稳定。从产业的绝对集中度来看, 虽然我国汽车产业集中度在不断提升, 但还远远低于发达国家水平(见表2)。随着汽车产业技术水平的提高, 我国汽车产业劳动生产率近几年有了一定程度的提高。2000年上海大众的人均年生产已达4.57辆, 一汽则为3.65辆。但与国外相比, 差距仍然很大, 例如世界主要汽车公司在1993年的人均年生产量为: 丰田32.93辆, 戴姆勒-克莱斯勒24.75辆, 福特18.33辆, 通用10.38辆, 日产12.6辆。虽然汽车的进出口贸易状况在近10年以来已有了很大改善, 但目前我国汽车产业的贸易竞争指数仍然为负, 这表明我国汽车产业的生产效率还低于国际水平, 出口竞争力还较弱(见表3)^[2]。

收稿日期: 2007-03-02

作者简介: 欧阳峤(1962-), 男, 湖南宜章人, 湖南商学院教授, 中国世界经济学会贸易与投资委员会副会长, 主要研究方向: 国际经贸战略。

表1 中外汽车产量比较

中国企业名称	产量(万辆)	国外企业名称	产量(万辆)
中国第一汽车集团	99.36	通用汽车公司	874.58
上海汽车工业总公司	84.75	福特汽车公司	679.8
东风汽车集团	53.01	戴姆勒—克莱斯勒公司	461.77
长安汽车有限责任公司	58.24	大众汽车公司	442.42
哈飞汽车股份有限公司	20.60	丰田汽车公司	754.72

资料来源:《中国汽车工业年鉴》(2005年)

表2 中外汽车产业集中度比较

国家	CR3/%	HHI
中国	41.7	902
美国	98.9	3 676
日本	63.1	1 771
韩国	97.1	3 435

注:①CR3指该国最大的前3家企业的市场占有率之和;②HHI指该产业中每一个企业市场份额平方后的加总。

表3 1998~2002年中国汽车产品贸易竞争指数

年份	进口额(万美元)	出口额(万美元)	贸易竞争指数
1998	205 789.0	88 343	-0.438 12
1999	258 018.0	118 727	-0.409 65
2000	404 750.2	247 854	-0.284 25
2001	470 325.7	271 227	-0.311 61
2002	659 985.3	335 890	-0.366 87

资料来源:《中国汽车工业年鉴》(2003年)

从上述分析可见,与国外发达国家相比,我国汽车产业国际竞争力还较为低下。造成这种情况的主要原因有以下几方面。

(一) 产品研制与开发技术相对落后,缺乏自主品牌

目前,我国的汽车产业技术还多集中在通用零部件生产和成车组装等制造环节,产品的核心零部件以及整体研发技术基本上还是空白。核心技术的缺乏在很大程度上制约了汽车产业整体竞争力水平的提升。同时,由于大量进口国外零部件在国内组装生产,国内零部件行业无法得到发展。从品牌开发角度来看,我国汽车制造企业的自主知识产权和自主品牌意识也

不强,这主要是由于较弱的自主技术开发能力和市场开拓能力所引起的。从创新角度来看,我国汽车产业广泛存在于合资企业中的问题并不是初始的技术引进不对,而在于后来的消化、吸收和创新没有走下去,而仅仅停留在引进上。另外,我国汽车产业的研发费用投入普遍不足。我国国内汽车企业在产品开发方面远远落后于国际先进水平,汽车企业在产品研发方面投入的资金远少于国际竞争对手^[3]。研究与开发费用与能力的欠缺,自主品牌意识的薄弱极大影响了我国汽车产业国际竞争力水平。

(二) 汽车产业集中度较低,企业专业化分工不合理

随着经济全球化发展速度的加快,全球汽车市场的生产集中度不断提高。美国本国汽车产业规模最大的前3家企业的市场占有率之和达到了90%,日本达到了80%。而反观我国汽车产业,以2002年为例,规模最大的前3家企业市场占有率之和仅为57%。虽然近几年来,我国汽车产业通过重组和购并等资本运作手段已呈现出集中度不断增加的情况,但与国外汽车产业相比仍有一定的差距,这也反映出我国汽车产业组织的落后状态^[4]。同时,从国外汽车产业发展经验来看,汽车集团都非常重视专业化。而在我国大型汽车企业集团中,多为“大而全”或“小而全”的汽车集团,只有少数几家企业在做自己的核心业务,如中国重型汽车集团有限公司集中生产重型载货车,江铃汽车集团公司与庆铃(集团)有限公司以及安徽江淮汽车股份有限公司主要生产轻型载货车与轻型客车,东风柳州汽车有限公司主要生产微型车。企业核心能力不明显在很大程度上也制约了企业的可持续发展,不利于竞争力水平的提升。

(三) 汽车产业生产模式和管理水平相对落后

当前跨国汽车生产商基本实现了在全球范围内配置资源,为了获得更高的规模效益和竞争力,世界级巨型汽车生产商的购并与合作进一步加剧。我们看到,为使产品更符合当地市场的需要并能充分利用当地的人力和技术资源,跨国汽车生产商大都采取了本土化战略。为了追求专业化利益,他们也普遍进一步缩减自有零部件生产部门,采取外包采购的方法,生产的专业化管理水平日益提升。“适时生产”“敏捷生产”等新兴的术语和生产管理方式逐步为汽车产业所熟悉和采用。而相对于世界汽车产业生产模式的变化而言,我国汽车产业生产方式仍较为落后。首先,无论从生产还是从市场的角度看,我国汽车产业的发展空间基本上还局限于国内,条块分割的局面依然存在,难以做到全国范围内配置资源,就更不用说在全球优化配

置资源了。其次,我国汽车产业至今仍存在散、乱、差的局面,由于地方和部门利益的驱动以及资本市场发育的限制,结构调整举步为艰。再者,一方面整车生产企业存在大而全、小而全的问题,另一方面零部件生产企业存在分散化和规模不经济现象,零部件工业存在多种标准体系和配套体系,严重缺乏技术开发能力。总之,我国汽车产业管理还停留在较为粗放的水平,缺乏先进的管理理念和手段。

(四) 汽车产业发展与相关产业发展不够协调

与汽车产业发展联系较为紧密的是原材料和能源等产业,这些相关产业的发展也在极大程度上影响着我国汽车产业竞争力的提升。首先,原材料紧张将对我国汽车产业发展产生很大影响。以钢铁工业为例,中国的关键钢材品种生产能力严重不足。其次,能源紧张也影响着我国汽车的产销。能源价格的上涨,不仅使汽车生产本身开支增加,也使汽车工业上游产品涨价,比如钢铁有色冶金零部件等。尽管汽车厂商可以把原材料价格上涨带来的负担转嫁给供应商,但这仅仅是一种短期内的权宜之计,而不可能长期维持。油价上涨也将抑制私人汽车消费,这有可能导致汽车销量的下降或减缓消费增长速度。另外,还有一些相关产业,诸如汽车用纺织品、塑料生产产业等的发展都还不够理想,不能很好地满足我国汽车产业快速发展的需要。

二、提升我国汽车产业国际竞争力的对策

(一) 加大研发投入力度,促进自主品牌开发

我国汽车产业发展的最大瓶颈不是资金和市场,而是技术,技术的改造与升级是提高汽车产业国际竞争力的一个重要途径。为了打破技术瓶颈,树立起具有国际竞争力的民族品牌,政府应在其中发挥积极的作用。具体来说,政府应加大对自主研发的支持力度,放宽在汽车产品设计开发方面的政策,促进国内汽车生产企业与科研单位进行横向联合,鼓励到主要汽车生产国设立机构,利用当地的技术和人才从事设计研发^[5]。可以通过协调中国企业的集体行动和对关键环节进行投入,来加快汽车产业的经验积累和能力发展。鼓励建立常设的开发组织,这可以依托大学和研究机构,但研发项目应坚持以企业产品开发的需要为导向。这样的联盟将有足够的力量来建立联合研发的平台,对国外先进技术和产品进行分析、反求、改进,从而促进企业的数据库建设,加速研发能力的积累。此外,某些投资昂贵的生产设备使用频率也许并不很高,然

而对于提高产业整体的开发环境、提高产品质量而言却有重要的作用,政府也可以投资或者参股形式建立相应的行业公共实验室来给予支持。另外,政府应鼓励大型汽车集团根据我国市场自己的偏好及自身的技术水平进行国产品牌产品的定位、自行设计和开发;运用适宜的技术,生产适应国民需求的产品。为了树立民族品牌,我国大型汽车集团还应全力实施品牌战略,将企业的发展战略、经营思想、营销策略全面地融入到品牌战略中去,丰富品牌内涵,树立品牌形象,培育消费者的品牌忠诚度,最终形成一批有自主知识产权的国际知名品牌。

(二) 加强政府宏观管理,促进大企业集团合理分工

加强政府对汽车产业的宏观管理,不仅有利于我国汽车产业的持续、健康、快速发展,而且有利于我国汽车产业与外资的合作。从客观上讲,我国汽车产业与外资相比,无论在资本还是技术上,我国都处于非常弱势的地位。在此情况下,跨国汽车企业之所以还要和我们合作,而且中资的利益还能得到相当的保证,除了得益于我国汽车市场的巨大吸引力外,一个最重要的原因就在于我国政府的宏观管理政策,尤其是外资管理政策。加强我国政府宏观管理,提高宏观管理质量和有效性,改变管理方式和手段对提升我国汽车产业国际竞争力意义重大。具体来说,我国政府在对汽车产业的宏观管理中应遵循一个总的原则,即有理、有利、有节。“有理”就是要符合WTO有关约束条款的要求,至少不要公然违背,为此,有必要加强对WTO规则的研究;“有利”就是要有利于我国汽车产业发展总目标的实现。即要有利于发展汽车制造业,要有利于企业集团化的发展,要有利于培育自主研发能力,要有利于汽车产业的可持续发展;“有节”就是要保持政策的连续性和原则的一致性,要尽量运用经济手段和法律法规手段,减少行政干预。政府应始终处于一种宏观管理者的位置,采取必要手段,根据各企业集团的优劣势来促进大企业集团的合理分工。

(三) 推进我国汽车产业集群化发展

产业集群可以作为绝大多数产业提升竞争优势的一种战略方式。对于汽车产业来说,其集群效应更为强大。国际上绝大多数国家的汽车产业都是通过产业集群的方式予以发展的,如美国的底特律、日本的丰田城等。根据我国汽车产量地理集中的现状,选择几个区域作为汽车产业集群区,通过“自上而下”的产业集群发展方式予以发展,可以在较短的时间内迅速提升我国汽车产业的国际竞争力。具体来说,我国可采取在一些特大型企业周围,结合一些国有企业转制与

改革的方案,利用精干主业与分离企业办社会的方式,将一些“大而全”的国有特大型汽车企业的非核心业务剥离出来,通过股份制、股份合作制、资产租赁等方式转制,就近形成一个外部市场配套群体。对于原有零配件供应商,可通过一些扶持政策与措施,将他们尽可能地迁移到集群中来,对于那些迁移确有困难的配套商,可要求他们的新增投资必须落入集群中。可通过业务扶持的方式,吸引新的投资者进入集群内投资。鼓励原有企业内的职工离开本企业,以及在集群内创业等等^[6]。

(四) 加快汽车相关产业及其支持性产业的发展

汽车产业国际竞争力还受机械制造业、原材料工业、电子信息产业以及汽车服务业等相关产业的影响。以钢铁工业为例,中国虽然已经成为世界第一大钢铁生产大国,但是汽车专用钢材的产量尚不能满足国内需求,还需要从国外大量进口。又如汽车服务业,当今世界以市场营销全球化、售后服务全球化和服务贸易全球化为核心内容的汽车服务业全球化进程日益加快,汽车金融、电子商务等新型贸易方式广泛应用。汽车服务业不仅是汽车产业链条的主要利润源泉,而且能极大地增强汽车厂商的市场控制和扩张能力。因此,政府应当通过税收优惠和优先安排贷款等措施,积极扶持置身于汽车产业上游的产业,推动它们建立规范的现代企业制度、加强技术改造和结构调整,实现产业升级和市场供求衔接。政府应当推动金融体制

创新,允许规模较大的汽车产业集团的财务公司开展汽车金融服务,鼓励金融资本和工业资本合资设立汽车金融服务机构。各大汽车厂商要加紧整合自己的营销网络,通过大规模地建立品牌店来掌控汽车销售终端,增强市场控制和扩张能力^[7]。另外,还应通过优化企业产权结构,加快企业体制改革,改善管理方式,制定发展战略等手段提升我国汽车零部件产业竞争力。

参考文献:

- [1] 宋丹妮,宗刚. 对提升我国汽车产业国际竞争力的思考[J]. 学习论坛, 2006, (1): 42-44
- [2] 邵秋萍. 中国汽车工业国际竞争力现状和影响因素分析[J]. 中国制造业信息化, 2005, (4): 81-83.
- [3] 李泓欣,丁孟春. 我国汽车产业竞争力问题分析[J]. 工业技术经济, 2006, (3): 129-131.
- [4] 陈伟,刘秋,刘冬. 我国汽车产业国际竞争力分析与研究[J]. 商业研究, 2005, (13): 91-93.
- [5] 王健,唐五湘,刘涛. 对提升汽车产业竞争力的思考[J]. 汽车工业研究, 2006, (5): 25-28.
- [6] 钱平凡. 产业集群: 速成中国汽车产业竞争力[J]. 中国高校科技与产业化, 2004, (6): 14.
- [7] 李桂娥,王斌. 浅谈入世后中国汽车业国际竞争力提升的战略[J]. 太原大学学报(社科版), 2004, (9): 46-49.

Research on the actuality and advance tactics of international competitiveness of China's auto industry

OUYANG Rao, XU SHU

(Hunan Business College, Changsha 410205, China)

Abstract: With the acceleration of the economy globalization and China's entry into WTO, how to upgrade the international competitiveness of Chinese auto industry and how to bring its the leading industry role into full play become a problem crying for discussion. Based on the fact of the international competitiveness of Chinese auto industry to be advanced, this paper makes a systematical analysis of the actuality of the international competitiveness of Chinese auto industry, explains the reasons of its rather low international competitiveness according to the comparison with that of foreign auto industry, and then suggests the tactics of the international competitiveness advance of Chinese auto industry from the macroscopic and microcosmic layers.

Key words: Chinese auto industry; industry structure adjustment; international competitiveness

[编辑: 汪晓]