

新常态下中国汽车产业面临的挑战与对策

随着中国经济进入新常态，汽车产业发展的外部环境和内部条件发生了巨大变化，汽车产业增长速度由中高速转为中低速，汽车消费由中低端转向中高端，汽车生产由模仿转向创新，汽车竞争由价格转向品牌，只有遵循新的规律，采取新的对策，才能促进汽车产业持续健康发展。

一 汽车产业进入新常态

（一）增长速度由中高速转为中低速

近年来，汽车产业发展明显放缓，进入转型调整期。2015年以来，国内汽车市场已从中高速增长转为中低速增长，整个汽车行业的利润大幅下降，这种形势可能还会持续一段时间。中国汽车工业协会发布的全国汽车产销数据显示，2015年1~9月，全国汽车产销量分别为1709.16万辆和1705.65万辆，产量同比下降0.82%，销量同比增长0.31%。同期，我国汽车出口55.36万辆，同比下降16.5%。其中，乘用车出口32.32万辆，比2014年同期下降17.5%；商用车出口23.04万辆，比2014年同期下降15.1%。2015年1~8月，我国汽车整车累计进口71.14万辆，比2014年同期下降25.5%。随着我国经济进入中高速增长的新常态，我国汽车产业将进入中低速增长的新常态。2000~2010年我国汽车产销量年平均增速为24%左右，2011~2014年我国汽车产销量年平均增速下降到7%左右，2015年前三季度降至1%以下。实际上，2015年

以来,汽车市场销量节节下滑,7月销量更是降至17个月的低点,8月才出现销量的环比上升,但同比仍在下降。整个汽车行业的销售形势已经不如以前,这种形势可能在今后相当长一段时间内还会进一步持续。尽管速度有所下降,但是中国仍然是世界最大的和增长最快的汽车市场。我国现在的汽车平均保有量明显低于世界平均水平,还有巨大的刚性发展空间,今后很长一段时间我国汽车产销量还会保持一定的增长速度。中国新能源汽车由示范期进入发展期,增长速度会较快。但是,由于目前中国环境压力和交通压力都很大,为了解决环境污染、交通拥堵等问题,部分大城市实施了限购、限行政策,同时还有大量的摩托车、电动自行车作为补充的交通运输工具,中国汽车产业将可能保持1%~5%的中低速增长。

(二) 汽车消费由中低端转向中高端

2015年1~9月,全国乘用车产销量分别为1460.63万辆和1454.78万辆,同比增长1.49%和2.75%,高于汽车行业的产销量增速。9月,乘用车产销比上月呈现较快增长,乘用车生产162.07万辆,环比增长20.75%;销售175.12万辆,环比增长23.41%。其中,SUV和MPV两大类乘用车品种产销量实现大幅增长。2015年1~9月,SUV产销量分别为413.51万辆和408.42万辆,同比增长45.4%和46.7%;MPV产销量分别为146.46万辆和142.29万辆,同比增长8.4%和8.2%。同期,轿车和交叉型乘用车产销量出现下降,轿车产销量分别为817.94万辆和819.53万辆,同比下降10.7%和8.8%;交叉型乘用车产销量分别为82.71万辆和84.55万辆,同比下降20.0%和20.9%。此外,2015年1~9月,我国商用车产销量分别为248.53万辆和250.87万辆,同比下降12.50%和11.83%。其中,9月国内商用车产销量分别为27.36万辆和27.36万辆,产量环比增长20.00%,同比下降3.20%,销量环比增长11.20%,同比下降4.87%。宏观经济增速放缓是商用车产销量下降的主要原因,同时部分地区开始实施国家四阶段排放标准,一部分商用车因配置提高、价格提高而影响了市场的销量。随着中国居民收入水平的不断提高和中产阶级人数的增多,汽车不仅是代步工具,而且承担着展现自我追求品质的生活方式,汽车消费者的购买偏好将由代步型向舒适型转变。同时,随着“90后”年轻消费者的崛起,他们对SUV、MPV等高端乘用车和新能源汽车更加青睐,这将引领汽车消费结构升级,进入个性化消费的新阶段。

(三) 汽车生产由模仿转向创新

经过 30 多年的发展,我国汽车产业有了长足的发展,汽车生产技术与发达国家已较接近,目前主要的差距在创新能力上。同时,由于我国汽车产业与世界发达国家的差距不断缩小,单纯依靠引进技术已经不能满足汽车产业发展的需要,引进技术对汽车产业发展的作用正在减弱,而付出的成本逐渐增加,以往主要靠引进技术来发展的模式应该加快转为主要依靠创新驱动发展的模式。随着我国汽车产业发展,研发投入不断增长,研发设施不断完善,研发队伍不断扩大,具备了创新发展的条件,因此我国在汽车生产方面的新常态就是创新驱动发展,力争在电动化、信息化、智能化等方面和世界同步。智能化和大数据的快速发展将推动汽车产业出现划时代的变革。今后智能技术和互联网与汽车的结合,将完全颠覆现在的汽车生产和销售模式。汽车产业将成为实现“中国制造 2025”国家计划非常重要的领域,汽车生产将由模仿转向创新,汽车产业将成为制造业创新驱动、智能转型、绿色发展的引领性行业。

(四) 汽车竞争由价格转向品牌

入世前 10 年是中国汽车自主品牌崛起的十年,是自主品牌重要的战略成长期,汽车自主品牌从无到有,再到占据中国汽车市场 1/3 的份额。根据中汽协的统计,2014 年自主品牌乘用车销量为 757.33 万辆,增幅 4.1%,市场占有率同比下降 2.14 个百分点,为 38.44%;自主品牌轿车销量从 2013 年的 328.32 万辆跌至 272.91 万辆,同比下降 16.9%,市场份额较 2013 年下降 5.6 个百分点,跌破 20%,比 2010 年的 30.88% 下滑了 10 个百分点。这是自主品牌乘用车和轿车市场份额连续 4 年下降,特别是自主品牌轿车的市场份额回到 10 年前的水平,形势非常严峻。2010 年以来,自主品牌市场占有率呈现逐年下滑态势,与此同时,外国品牌汽车市场占有率逐年上升。导致自主品牌市场份额下降的因素,除了合资品牌生产的外国品牌汽车在新车推出数量和推出速度上发力、中小型车推出力度加大以及产品价格下降外,支撑自主品牌高速增长的三大支柱在 2011 年开始消失是主要原因。一是伴随着推动中国经济发展的重要动力——人口红利的消失,汽车消费者购买第一辆车的高峰即将过去。二是车市与楼市一直是国家刺激内需的两大支柱,尤其是 2008 年全球金融危机后一系列刺激消费的政策推动了汽车向普通家庭的普及,然而当 2010 年中国车市新增量达 1800 万辆时,这种

高速增长已经难以维系。三是自主品牌汽车的价格优势走到了尽头,当外资企业意识到自主品牌汽车构成威胁时,它们开始发力挤压,自主品牌所谓的“价格优势”不断减弱。目前是合资品牌和自主品牌的二元竞争格局,消费者也被划分成选择价格的自主品牌拥护者和追求品牌的合资品牌追随者两个阵营,未来当擅长价格竞争的自主品牌寻找新的出路时,汽车竞争的格局将由价格竞争转向品牌竞争。

二 新常态下汽车产业面临的主要挑战

(一) 汽车市场有效消费需求进入增速放缓期

从2015年的汽车市场形势来看,国内外压力持续加大是导致当前汽车销售低速增长的主要原因。一方面,经济下行压力加大,对大宗消费产生了明显的制约作用,汽车作为大宗消费品和消耗性商品,受到的影响较大;另一方面,由于销量不振,近期车市的整体价格持续走低,更使得习惯“买涨不买跌”的中国消费者选择观望、持币待购。截至2014年底,我国汽车千人拥有量为105.83辆,这一数字不仅低于欧美发达国家水平,也低于世界平均水平。与此同时,随着人们生活水平的不断提升,消费结构不断升级,这为我国汽车市场增长留下了巨大的空间。问题在于,作为一种使用能源的交通工具,汽车市场的真实需求,不仅受消费者经济实力支撑,同时也受到消费环境制约。随着各大城市汽车保有量的快速上升,城市道路交通拥堵、环境污染等问题日益严重,以及由此引发的北上广深等城市限购政策的影响,全国汽车市场的年平均增速已经从2000~2010年的24%降至2015年前三季度的1%,汽车市场有效消费需求增速明显放缓。曾经的世界第一汽车大国——美国,用了100多年的时间才达到年销量1700万辆的历史最高点,而我国汽车销量从200万辆到2000多万辆仅用了10年的时间,过高的基数很难再保持较高的增长速度。2015年宝马、奥迪、捷豹路虎、沃尔沃等大部分豪华车品牌在华销量呈下滑态势,而一汽大众、上海大众、上海通用、北京现代等主流合资汽车厂商均出现负增长。

(二) 面临发达国家和发展中国家“双重挤压”

国际金融危机后,发达国家纷纷实施“再工业化”和“制造业回归”战略,

以重塑制造业竞争新优势。一些发展中国家也在加快经济转型,积极参与全球产业再分工,承接产业转移,拓展国际市场空间。中国汽车产业面临发达国家和其他发展中国家“双重挤压”的严峻挑战。虽然中国连续几年成为世界上最大的汽车产销国,汽车产业产值相当于 GDP 的 10% 左右,但中国还不是汽车强国,在技术研发、标准法规等方面仍存在诸多短板,自主品牌面临国外车企的激烈竞争。艾睿铂研究预计,中国汽车销售将维持 4.1% 的年增长率至 2018 年,并在其后至 2023 年放缓至 2.9% 的年增长率,2015 年可能是汽车制造商在中国最具挑战的一年。库存增长、销售下滑、利润降低,汽车企业面临的竞争更为激烈、生存环境更为艰难。大部分日本、欧洲及美国企业在中国的整车厂房的产能利用率超过 90%,但中国本土整车厂房的产能利用率几乎低于 60%,明显低于 85% 这一获得盈利的最低运营水平。同时,由于更激烈的价格竞争,自主品牌汽车企业面临的挑战更大,从 2014 年开始,汽车经销商面临财务费用增加、资金链断裂、严重亏损不利的局面,迫于资金压力,出现汽车零售价与出厂价倒挂现象。在 2015 年汽车市场增速进一步放缓的同时,众多汽车厂家依然按原计划释放产量,供需关系失衡,最终引爆价格战。为了缓解资金压力,连往日一些加价的热销车型都不得不加入降价的阵营中。

(三) 节能环保形势日趋严峻

在汽车产业快速发展的背后,隐藏着汽车尾气排放所引起的日益严重的环境污染问题。汽车产业是能源、资源消耗较大的产业,汽车尾气排放也是环境污染的较大污染源。我国已经成为汽车生产和消费大国,节能、环保、节约资源是汽车产业面临的长期任务。随着全球日益严重的能源危机,以及汽车排放引起的环境污染问题逐渐得到世界各国的重视,汽车产业原有的粗放型发展方式将面临越来越大的挑战,发展节能环保汽车已经成为我国乃至全世界汽车产业的必然趋势。同时,我国要完成 2020 年单位 GDP 二氧化碳排放比 2005 年下降 40% ~ 45% 的国际承诺的低碳目标,完成《中美应对气候变化联合声明》中提出的我国在 2030 年左右达到碳排放峰值的目标——在 2030 年将非化石能源在一次能源中的比重提升到 20% 左右,这都对汽车产业的节能环保提出了严峻挑战。国家在不断加严汽车产业节能环保标准法规,国五机动车排放标准可能会在全国提前实施,乘用车平均油耗还要继续下降。节能环保法规的不断加严,给我国汽车产业向低碳绿色转型带来了压力。随着汽车尾气排放成为城市空气污染的主要因

素,各城市又把汽车与环境保护、治理雾霾联系在一起,无论是治堵还是治污,都会使汽车生产和销售受到影响。在可持续发展不断受到重视的大环境下,汽车产业的发展也必须将节能减排列为发展的必要考虑因素。加之我国石油资源严重缺乏,汽车产业实行节能减排更是亟待解决的问题。

(四) 限购政策的负面影响持续扩大

目前,上海、北京、贵阳、广州、杭州、深圳等城市已实施了汽车限购政策,未来其他一线及省会城市也会陆续推出汽车限购政策,其所带来的负面影响将持续扩大。2015年10月9日,北京小客车指标调控管理办公室发布了本年第5期申请参加小客车指标摇号的人数,截至10月8日24时,小客车配置指标累计收到个人普通小客车配置指标申请和确认延期的共2158865个,与上期2087556个申请相比,增加了71309个,本期普通小客车基准中签比为196:1,中签难度继续加大。《北京市2013~2017年清洁空气行动计划》提出,要严格限制机动车保有量,确保2017年底将全市机动车保有量控制在600万辆以内。北京市交通委表示,机动车每年增长量不超过15万辆,2015年,普通小客车指标为12万辆,2016~2017年普通小客车指标降低到9万辆。在执行汽车限购政策的同时,巨大的汽车消费需求被抑制。值得关注的是,汽车限购政策不利于自主品牌的发展。大城市的限购、摇号政策让自主品牌汽车集体受到冲击。上海在获取汽车牌照成本越来越高的情况下,购买10万元以下国产汽车的人较少,质优、舒适、功能好的外资品牌成为购车人的首选。2010年12月北京正式实施汽车限购政策后,2011年北京新车销量下滑最严重的就是自主品牌,同比下滑高达70%。直到现在,自主品牌乘用车在北京的市场占有率也仅维持在10%左右,远低于全国平均水平。

三 新常态下促进汽车产业发展的主要对策

(一) 积极促进汽车消费升级

中国汽车市场在经历了井喷式的高速增长之后,将从以购车为主的时代进入以汽车置换等为主要特点的汽车消费时代。随着汽车需求的人性化和个性化发展,以及科技创新的突飞猛进,消费者对于汽车的需求已不再只是代步工具、零

配件的提供和汽车维修服务,正向着汽车配套领域迈进,汽车装饰、美容和汽车文化等各种需求越来越多,对电子导航、车载音响等汽车电子产品的需求不断增加。部分大城市及购车较早的消费人群,已率先进入了汽车生活时代的更高阶段,汽车文化、汽车旅游、汽车休闲、汽车娱乐、汽车运动、汽车竞技等都在快速发展,汽车产业的发展潜力将逐渐释放。国家应尽快出台鼓励汽车消费升级的优惠政策,降低二手车交易税费,扶持汽车文化、汽车旅游、汽车休闲、汽车内容等行业的发展。

(二) 加快发展节能与新能源汽车

加快培育和发展节能汽车与新能源汽车,既是有效缓解能源和环境压力、推动汽车产业可持续发展的紧迫任务,也是加快促进汽车产业转型升级、抢占国际竞争制高点的紧迫任务,还是推动绿色发展、培育新的经济增长点的重要举措。要突出重点、合理布局,针对产业发展的“瓶颈”和“短板”,着力突破核心技术和关键零部件制约、提升自主创新能力和技术水平,落实和完善扶持政策,优化配套环境,创新商业模式,扩大先进适用的节能与新能源汽车的市场应用,走出一条健康、可持续的产业发展新路,为经济增长和民生改善注入新动力。要加大政策扶持力度,营造良好的发展环境,提高节能与新能源汽车创新能力和产业化水平,推动汽车产业优化升级,增强汽车工业的整体竞争能力。要对实施节能与新能源汽车技术创新工程给予支持,引导企业在技术开发、工程化、标准制定、市场应用等环节加大投入力度,构建产学研用相结合的技术创新体系。

(三) 提升自主创新能力

近年来,全球汽车产业发生深刻变革,信息技术、制造技术及材料技术等新技术与汽车产业的融合加快,新业态、新模式不断涌现,互联网企业积极进入汽车行业,无人驾驶技术正在重塑汽车新形态。汽车工业面临着担当先导产业的任务、承担社会经济技术创新平台升级的任务和引领产业结构调整的任务。要支持汽车企业抢抓机遇,占领未来汽车发展的制高点。要支持汽车企业加快提升自主创新能力,推进由代工、仿制向国际品牌建设转型,同时促进生产型制造向服务型制造转变,把智能制造作为主攻方向,着力掌握汽车核心技术、完善产业链条、形成自主研发能力。要坚持把创新驱动作为转型升级的基本手段,全面提升自主创新能力,加快完善以市场化为基础,产、学、研相结合,注重整合创新、

协同创新和集成创新,形成运作高效的汽车产业技术创新体系,充分发挥汽车产业联盟的作用,促进汽车产业协同发展。要建立汽车产业的共性技术平台,依托和整合现有的行业资源,推动建立汽车产业自主创新中心,突破制约产业发展的关键、共性技术。支持汽车企业自主研发,突破关键零部件壁垒,建立零部件公共研发和产业化的平台。推动汽车产业智能化转型,加强智能网联汽车发展的顶层设计和规划,加快推进智能网联汽车技术标准体系建设和关键技术自主研发体系建设,开展智能网联汽车的试点和示范运行,加快汽车产业智能制造战略的制定和实施,提升汽车制造的数字化、服务化、协同化、智能化发展水平,推动和培育汽车新业态和跨界发展的新模式。建议政府机关和所有享受国家财政拨款的单位在公务和大型活动中积极使用自主品牌汽车,形成示范效应,树立国人以消费自主品牌为荣的观念。

(四) 鼓励汽车企业兼并重组

发达国家的汽车产业,最后均兼并为几家垄断性质的企业,我国情况则不同,汽车企业众多。国家在汽车产业发展中占有重要的位置,要制定培育国际级汽车集团的基本方针,鼓励汽车企业跨地区、跨行业、跨所有制进行兼并重组,增强企业自身竞争力。通过推进汽车企业兼并重组,整合要素资源,优化产品系列,降低经营成本,提高产能利用率,促进规模化、集约化经营,培育企业核心竞争力,形成一批具有国际竞争力的大型企业集团,提高产业集中度,提高市场竞争力,推动产业结构优化升级。颁布有利于汽车产业自主品牌发展的战略政策,侧重于自主品牌汽车重组改造,通过自主品牌企业联合、合并、重组等多种方式,提升企业的整体实力和自主研发等方面的能力,建立系统化、集成化的汽车产业发展模式。力争形成3~5家具有核心竞争力的大型汽车企业集团,到2020年产销规模占市场份额90%以上的汽车企业集团数量减少到6家以内。支持零部件骨干企业通过兼并重组扩大规模,与整车生产企业建立长期战略合作关系,发展战略联盟,实现专业化分工和协作化生产。支持大型汽车企业通过兼并重组向服务领域延伸,完善汽车行业服务体系,以品牌营销为主体,大力发展研发、采购、现代物流、汽车金融、信息服务和商务服务,实现服务业与制造业融合发展。

(五) 引导汽车企业开展全产业链经营

新技术革命和产业革命对汽车产业的发展提出了新的要求,要实现汽车产业

的转型升级光靠汽车制造环节本身的调整是不可能实现的,要从整个产业链、上下游相关产业同时入手,协同推进。在加强汽车产业链整体发展的同时,着力加速技术和业务模式创新,加速向微笑曲线两端延伸,加快转变为向消费者提供全方位产品和服务的综合供应商。在产业链的前端,要充分利用国际、国内资源提升研发水平,加快积累研发数据和经验,加快提升自主研发能力,在关键领域和核心技术上取得新突破,把新技术和市场需求更好地结合起来,加快发展自主品牌汽车,不断增强品牌影响力。在产业链的后端,要高度关注互联网经济对汽车产业和消费者带来的趋势性变化和影响,认真吸收互联网思维中的积极因子,通过与互联网企业开展战略合作,把消费者需求和互联网经济有机地结合起来,抢抓市场机会。要以电商平台为基础,创新汽车服务贸易的业务模式,逐步走向一站式服务模式。要扩展新的领域,加快发展汽车金融业务,整合外部金融资源,建立起完备的服务体系。建设汽车强国要增强战略意识和前瞻意识,推动全产业链协同,包括整车要和零部件协同发展,汽车技术研发和品牌营销有机结合,提升汽车产业的整体竞争力。同时,要出台支持措施,促进汽车产业发展和汽车所需要的装备、汽车所需要的材料等相关行业实现协同发展。此外,要鼓励汽车售后服务市场加快发展,鼓励连锁经营、规模化发展、专业化服务、品牌化营销,推动汽车售后服务基本完成从规模扩张型向质量效益型的转变,形成市场发育更加成熟,市场布局更趋完善,市场结构更趋优化,市场秩序更加公平有序,市场主体更加诚信规范,资源配置更加合理高效,对汽车市场发展引领和带动作用更加显著,基本完成从服务粗放型向服务品质型的转变。

(六) 支持自主品牌汽车“走出去”

走向国际市场是提升我国汽车产业整体实力以及实现可持续发展的必由之路。推动自主品牌汽车“走出去”不仅是提升某一类型汽车产品的国际竞争力,而且要借助国际市场实现我国整个汽车产业的国际化,通过国际市场的激烈竞争,学习国际汽车产业发展模式与技术,从而全面推动我国汽车产业稳步快速发展。近年来,我国汽车企业技术品牌和经营管理实力不断增强,已经具备了“走出去”的能力,随着“一带一路”战略的逐步实施和自由贸易区建设的加快推进,需要加强与沿线国家的汽车产能合作,在全球范围内进行生产布局,更加高效地进行市场资源配置,加快融入全球汽车产业分工体系。推进国际产能合作,是国家提高改革开放水平的战略部署,就汽车产业而言,在国内市场增速放

缓以后，理所当然地应该重视开发国际市场。要制定好中长期战略规划，充分考虑汽车出口或者是投资目的国政府和民众的利益，运用好投资目的国的资源，助力中国汽车产业真正“走出去”。鼓励汽车企业把握时机开展跨国并购，在全球范围内优化资源配置，发展并完善全球生产和服务网络，提升国际化经营能力，增强国际竞争力。鼓励汽车企业在欧美发达国家设立汽车技术和工程研发中心，同国外技术实力强的企业开展合作，提高自主品牌汽车的研发和制造技术水平。鼓励汽车企业在现有贸易方式的基础上，巩固发展中国家的汽车市场，加快向中高端市场转变，逐步进入发达国家的汽车市场。

（七）推动建设汽车社会

中国正在进入汽车社会，这是汽车产业发展和汽车产品普及带来的新常态。要优化汽车行业管理体制，按照市场在资源配置中发挥决定性作用和确定企业投资主体地位的原则，改革汽车投资项目的管理制度，放宽行业审批，促进汽车行业法治化管理和行业管理效率的大幅提高，营造更加公正公平的市场竞争环境。同时，要加强事中事后监管，规范汽车生产秩序，维护公共利益，健全企业退出机制。各地方政府应按照中央的要求，打破地方保护，建立全国统一的市场体系。在节能与新能源汽车的推广过程中，目前还存在一定程度的地方保护，导致优势企业不能更快地发展，这不利于我国汽车企业做大做强。同时，在汽车产业外部，道路的建设和规划、城市的建设和规划、住宅的建设和规划、商业设施的建设和规划都要充分考虑汽车的普及和应用。汽车产业在实现自身发展的同时也要主动支持一切有利于汽车使用的道路建设、交通管理等社会事业发展。中国汽车工业协会等中介组织不仅是政府和企业之间的桥梁，还要全面参与社会运行和经济发展的全过程，加强和行业内企业、其他行业组织的沟通，促进汽车行业和其他相关行业合作，在制造和营销、营销和用户之间发挥协调作用，推动行业共同进步。

（撰稿人：中国国际经济交流中心副研究员、博士李锋）