



中国汽车工业60周年特刊

“

核心提示：如果，以三十年为中国汽车重新划界，前三十年自力更生，后三十年合资大于自主。相当于一只脚踏上合资的加速器，另一只脚踏下自主的制动板。

中国汽车界和媒体早就该“照镜子、正衣冠、洗洗澡、治治病”了。

”

一、心路

六十年是一个甲子，也是一个工业化国家的阶段心路历程。

新中国初期，面对几近崩溃的民族工业，毛泽东感慨地说，“我们会造什么？除了桌子椅子，连一辆汽车都造不出来。”

依托建国初苏联援建的156个基础项目之一的一汽，终于有了解放汽车项目。

在外来封锁的情况下，以人敲，用肩扛，陆续在南北各诞生出红旗与上海牌轿车。

勾勒出建国初共和国一无所有的机械纯洁和劲往一处使的团结性及产业年代的萌芽与对未来国家制造高端所迸发出的战略价值。

关键是在物质缺乏的年代里，早期汽车人吃糠咽菜，爬冰卧雪对未来的产业奠定了生生不息的品牌发展基础。正是历经了风雨沧桑的红旗、上海才具备了比肩奔驰、宝马品牌飞扬的底蕴力量。

或许，也只有红旗与上海两大品牌的煎熬，历史能够理清震动的自主心脉。也只有能够从屡战屡败的角度，红旗和上海为整个工业体系提供了如此丰富宝贵的经验。而再战与再败划清了自主要干的事。红旗与上海起到种子和孵化器的作用。

如果，以三十年为中国汽车重新划界，前三十年自力更生，后三十年合资大于自主。

中国的汽车工业从总体上讲，大体分为三个阶段：从1953年到1978年，属于从无到有的阶段，当时全国的汽车保有量只有5万辆左右。到1978年为一个点，我国已经能生产15万辆汽车了。

第二阶段，从1979年开始到2009年，用了30年的时间，中国从15万辆的产量达到了世界上第一的产量，到2009年的时候能生产1400万辆。

现在正进入第三个阶段，一个由大变强的阶段，在由汽车大国到汽车强国转变过程中，技术创新是标志性指标。

二、困境

怎么形容中国汽车呢？东、西、南、北，年度1620万辆的盘子，却永远像攥不紧的拳头，点石并非成金，聚拢形不成力量。直接刻画出了中国汽车工业发展中的散、乱、差的问题。

核心的汽车厂不到二十家，主要零部件厂也不过万家，而汽车的产量集中度却不如国外一两个汽车厂的

总体产量。这就反映了中国汽车工业高耗能，低水准，产业链引进重复，产能放空困境。

习近平同志在近期一个会议上表示，在考核干部时，“再也不能简单以国内生产总值增长率来论英雄了”。

这一点中国汽车人真应静下心来好好地向航天人学习。学什么？怎么学？最重要的是学习航天人“可上九天揽月，可下五洋捉鳖”的专业精神和钻研斗志。

而非靠抄袭，靠小聪明，为了图省事方便形成的懒惰，避困难绕道而行，关键是逆向开发不可能解决自主根本之路？

自主就是要靠正向研发的积累，形成国家体系自主制造能力的“定海神针”。事实证明，中国不可能把工业化国家道路的方向盘掌控在合资手中。

目前中国机动车总保有量已超过两亿辆，从入世之初的2001年到十年后的2011年，中国汽车产销量从234万辆激增到1800多万辆，年均增幅超过24%，创造了世界汽车发展史上的奇迹。中国汽车销量占全球汽车销量的比重，也从2001年的4.27%增加到现在的25%左右。

反观世界汽车百年史不难发现，凡是工业现代化的强国都是汽车大国。如美国、日本、德国、法国等，因为汽车工业关联效益大，另一方面它也创造了巨额的产值，而另一方面对相关产业带动作用也是其他行业不可替代的。

60年过后，中国已经成为了全球最大的汽车市场。中国正在推行减少审批、放松管制的改革，却又强调对诸多行业严格准入、禁止新上项目，岂不自相矛盾？

作为世界工厂，中国在技术与生产驱动型发展模式上一路前行，并保持着对这个领域内高教育水平人才的强烈需求。

但过度集中的金融与金融相关行业通过集聚资本、资源与人才的方式空心化了制造业，加剧了对于可持续发展的担忧。

除行业之间的错配外，地域错配是另一个担忧。大部分的毕业生会倾向于高度发达的东部地区，从而导致对人才需求增加的西部地区的劳动力短缺。西部地区的劳动力需求/供给比率已经达到了1.16，超过了东部的1.09和中部的1.08。

换句话说，启动经济转型方面等得越久，就越难管控转型过程。中国现在开启迈向新经济发展模式的征程是正确的。

三、源泉

自主是什么？是按体系标准，不打马虎眼真刀真枪地干。制造出品质高、消费低、百姓满意的符合汽车和谐社会的市场商品规则。

夯实以人民需求为满意细节重点，将自主品牌脚踏实地地推向可持续发展的轨道。把自主品牌塑造成为一个国家经济动力的源泉和支柱。

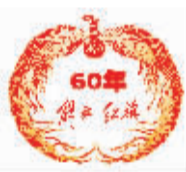
中国经济基本上属于制造业经济。制造业目前对中国GDP的贡献率高达45%，就业贡献率达30%。不能一只脚踏上合资的加速器，另一只脚踏下自主的制动板？新8城限购的苗头就是如此？

1984年1月中国汽车的第一个中外合资企业——北京吉普诞生。有了先行者，中国汽车工业很快就进入了第一轮的合资高潮。

随着合资时代的到来，加之家庭轿车市场孕育多年的潜能被无限放大，富裕起来的中国人，对轿车激发了强烈的购买能量，中国汽车工业在九十年代进入了全面发展时期。

为了加入世界贸易组织，中国人世谈判代表团花费了整整15年的时间，而其中仅汽车这一个行业，谈判谈了近8年的时间，从1990年12月起，在

中国汽车人的甲子梦



主笔：祝虹



近10年的时间里，中国参加了中美市场准入谈判、关贸总协定，以及世界贸易组织的双边及多边谈判，在谈判当中汽车自始至终都是焦点。

1996年美国之音曾经播出这样一条消息，说由于中国的强硬立场和机敏狡辩，价格是人家三倍左右，产品是人家5年、10年前的产品，使得中美GATT谈判陷入僵局。

为什么中国不放呢？因为中国汽车工业的发展是处于初始阶段，是属于幼稚工业，幼稚工业按照世贸组织的规则，有一个幼稚工业的例外条款，完全可以保护的。即使守也是被动的守，挨打的守，煎熬的守。合资与自主本不在一个起跑线上。

面对兼具低成本优势和大市场优势的中国市场，跨国车企们显然不满足于产品进口。

入世十年间，欧、美、日、韩，韩国的现代、起亚，日本的丰田、本田，日产、三菱、马自达，欧洲的宝马、奔驰，标致雪铁龙，美国的福特、通用，几乎所有跨国车企悉数来华，世界汽车工业6+3格局已通过合作先后进入中国。

中国汽车界与媒体人很长时间处于一种浮躁的心态，说是汽车生产大国，但绝非是汽车强国。

四、依赖

关键是三十年来中国的机动车驾驶人数量已达到2.34亿人，其中汽车驾驶人1.72亿。平均每百户家用汽车拥有量由2002年底的0.9辆，增加到2012年底的19.7辆。发达地区已达百分之二十七。对外石油依赖度达百分之七十以上。

去年，中国再次成为全球石油消费涨幅最高的国家，增幅5%，涨幅低于其过去十年平均水平，中国的石油净进口量增长61万桶/日。

美国石油净进口量下降93万桶/日，与2005年的峰值相比，降幅为36%。

一旦外方“卡脖子”满街趴窝，重要的是百分之八十以上的核心零部件受制于独资。品牌与销售网点也掌控于合资，这就是大多数有车一族缺乏知晓的国情。

因为，在中国还没有哪一个行业像汽车工业一样，依赖于合资模式。但是中国汽车工业的飞速发展，并没有如期望的那样，带来汽车产业竞争力的提升。拿市场换技术的传统合资模式开始受到质疑。

难道合资的过度依赖症让中国汽车变笨了？让曾经有过气节的骨头变软了？让劲往一处使干自主的人心涣散懒惰了？

换句话说，在消费过程中有相当的消费被合资“洗脑”了。甚至可以说是面上的道德与秩序，但实际上在“埋消费地雷”。

中国的汽车合资企业，实际上是国家最强的大汽车厂，完全走的是合资道路，但是合资道路以后呢，不仅没把核心技术掌握了，核心零部件80%都是外国的独资，或者合资企业两头控股，再加上本土研发力量不够，所以本土汽车的空心化及核心技术空缺是相当严重的。

问题是合资的成功，为何使央企在一定程度上反而颓败了？“汽车三包”为何未让消费者受益？相信本土这一模式不会在世界任何角落照搬模仿？

第二轮福特对本土杭州林肯的国产化，证明了中国轿车产业在转型扩产中力在高端。

反过来，没有一个国家的轿车工业被全球汽车品牌瓜分得如此遍体鳞伤？为何央企在以市场没有换到技术失败后，仍在重复以往的简单扩产失误？自主历经了“了不起”与“不容易”的艰辛过程。

反思近年来，政府部门对豪车的消费从目录到基层部门配车的扩大何止中着了合资奢华之风，何止影响了省部级的楼台馆所，又何止生灵屠炭

了攀比之风。而攀比只是汽车社会的一个缩影。

公权力来源于公众，它承载了公众的信任与期待。因此，恪尽职守、为公众福祉服务，是公职人员的本分。

难道只有助推了林肯、凯迪拉克、雷诺、英菲尼迪深度国产化，才能真正撑起红旗、上海？难道中国轿车工业只有央企合资一条路可走？难道央企与各省仍把高端轿车引进合资当作唯一增长经济途径的理念？

不是本土拥有了所有高端品牌制造就能返销到品牌所属国——这本身就是全球化贸易不公平？难道本土除了只有输出海外制造就无多条路选择可走？

分析认为：中国作为一个欠发达的转型国家的现实、社会和经济结构的巨大变迁、有限的资源和技术水平，决定了它会和当年那些处于发展期的西方国家一样，必然处于特殊的发展历史阶段。

五、挤压

合资的国产化，从某种程度加速了恶化了自主生存的空间。何止是对民企起跑线不公平的资本挤压——区别在于一个是国家投入，一个是自掏腰包？关键把合资轿车市场搞得大大的，把自主空间搞得冷寂狼狽为何何益？

可怕的是当下中国不缺合资，尚缺自主汽车制造的市场容量下，央企依然选择对合资制度的可怕再复制？

反过来，走在韩国的大街上，很少看到奔驰和宝马，而日本控制是采用技术壁垒，用小小的技术就把美国车卡得死死的，中国是一点防范都没有，可以说，是畅行无阻型的。仅去年中央行政单位公车支出40个亿。

如果说，钱荒的背后是本土整个信用系统都在套体制的“利”，那么，所有的本土合资也都套属于本省政府属地用车目录上榜名单的“利”。

六、无声

外国品牌已在汽车领域里，何止骑在中国品牌头上拉屎撒尿。可以说，有独立观点的北、上、广中国的汽车媒体不超过20家。少数媒体何止被合资的软文打上了狭隘的功利性的烙印？出国旅游，头等商务，住五星酒店，甚至沦为合资的代言人？主机厂少了正向研发，媒体多了合资与公关交易的广告挤压，又怎么可能正确引导国民认同自主呢？

尤其让公众和主机厂令人生厌泛滥的各种车型年度和老总的评奖？合资品牌何止以广告市场份额瓜分了媒体话语权，更改变了本土格局。

大前年，大众汽车范安德在狼堡年会针对斯柯达亚洲市场的增长变化，所说过的至今记忆犹新和十分掉底儿的一句话：“总之，我们要利用他们所有的一切”。

想起台湾作家龙应台写的让人汗颜的文章，“中国人你为什么生气”？

这种活生生的现实扭曲就发生在周围，关键是令人心惊肉跳，麻木不仁，高高挂起的精神状态，更具有广泛而又现实的深刻意义。中国汽车界和媒体早就该“照镜子、正衣冠、洗洗澡、治治病”了——习近平同志语。

2013年伴随着自主品牌战略转型，中国汽车业进入了调整改革的深水区，无论是产业政策，还是企业自身，都明确了品牌向上的市场目标，默默潜心变革。

未来几年，中国汽车产业走出去的态势将更加明显，参与全球化的程度也将不断加深，中国汽车产业将在开放中逐步加入全球分工体系，通过发挥比较优势而提高国际竞争力。

上个六十年甲子，中国汽车人可以说浴火重生。下一个甲子，能再生凤凰吗？