

北京车展特刊 新动力



汽车零部件 谁的江湖？

■ 本报记者 郝帅

中国汽车产业一直以来“重整轻零”，造成外资对关键汽车零部件的控制高达70%至80%的市场份额，本土汽车零部件企业则被排挤至非关键零部件市场。随着外资零部件企业争先恐后地在中国市场设立独资企业。在这种情形下，怎样做才能有长远的发展，是摆在每个本土汽车零部件企业面前的问题。

盖世汽车网创始人及CEO、上海科森汽车零部件有限公司创始人及CEO陈文凯在接受《中国企业报》记者采访时表示，中国市场上的外资和内资零部件制造企业的权重不能仅仅从规模和金额去衡量。首先要分乘用车和商用车，乘用车要比商用车的规模大。

国内零部件企业技术含量低

陈文凯表示，在商用车领域，像柴油共轨、柴油喷射棒或制动系统中的一些主要技术是外资企业外，很多技术含量不是特别高的部件仍然主要以本土企业为主。所以是本土自主品牌零部件企业占的份额比较大，从金额来说本土企业占主体地位。

但陈文凯同时强调，商用车本身占据汽车工业的比例不到30%，同时消费者更注重的还是乘用车领域。

据悉，在乘用车领域，外资整车企业占70%以上。这些企业在选择零部件时，很自然就会以外资企业为主。技术含量高和系统比较复杂复杂的零部件如发动机的燃油喷射系统、空调系统、自动变速箱等本土企业很难染指，只有技术含量低、污染程度较高或者劳动密集型产品如刹车盘、汽车龙骨等才会轮到本土企业，自主品牌零部件公司主要是在低端车占据了一定份额。

而这种情况形成的原因，陈文凯分析，首先，企业行业中，整车企业和零部件企业的关系非常紧密，这是其他行业所不具备的。整车企业一般会与自己本土和本系列的零部件企业建立非常紧密的关系，比如丰田才有电装，现代汽车才有万都和摩比斯，通用才有德尔福。

其次，外资的整车企业会在汽车的研发阶段就与零部件供应商紧密合作，在该阶段就会确定哪家企业是之后汽车的零部件供应商。就算是来自中国组装的车，在研发阶段也就会确定零部件由谁提供。而设计和研发阶段往往都是在海外进行，这样就为国外厂商提供了很好合作机会的同时直接在国外没有机构的中国零部件厂商关上了合作大门。

陈文凯称，这种现状往往造成强者愈强弱者愈弱的马太效应，越没合作的机会就会越没配套，越没配套就越没经验，越没经验就越没技术，越没技术质量就越差，这样距离就会越拉越远。

从技术管理人才三方面突围

陈文凯认为，本土汽车零部件企业今后最主要应从技术、人才、管理三方面提高和突破。

技术方面的突破有这样几种方式，第一，企业可以加强人力以及资金的投入来慢慢地走自己从小到大，从弱到强的传统发展路线，这种方式有效但需要坚持。很多外资汽车巨头都是这样一步步走来。第二，本土企业在积累了一定实力的前提下可以并购企业或购买技术。这是一种相对简捷的路径。

陈文凯表示，企业的掌控和技术的发展以及革新都掌握在人才手中，企业应下大力气培养自身的人才，也可以通过人才方面的交流来获得技术。

中国汽车零部件企业普遍缺乏战略管理，总是靠后端慢慢搞关系这样的方式去发展，这样的发展模式必然是不够的。陈文凯表示，战略层面的管理包括如何与上游整车企业建立良好而紧密的合作关系，在海外建立研发中心等等。同时，企业管理水平应大幅度提升，应熟悉先进整车企业的流程、文化和风格，否则与国外整车企业根本无法对接。

2012年1月，国家发改委、商务部公布的《外商投资产业指导目录（2011年修订）》中，把鼓励重点由“整车制造”转变为“关键部件的制造和研发”。

陈文凯建议，政府应鼓励外资整车企业的研发机构进入中国。因为总的来说在整车企业中外资企业还是占据优势地位，同时现阶段这些企业的新车都是在海外进行设计研发，然后将成型的车型拿到国内来销售或以合资的方式进行生产。这样国内的零部件企业机会就会非常少，而如果研发中心在中国，那么中国的本土零部件企业参与的可能性就会大大提高。并且在研发过程中有些人才会本土化，这些人才在今后也可能为我国本土汽车企业做出贡献。例如福特有研发中心在德国，而德国研发中心出的车型如蒙迪欧、福克斯完全德国化，同时还到美国去销售。如果这样的例子在中国，那么对于中国整个汽车工业来说无疑非常有益。

中国自主品牌汽车之痛

■ 本报记者 陈青松 原金

中国汽车市场经过两年多的超常规的高速发展，终于收起飞翔的羽翼，回归坚实的地面。业内人士指出，近两年中国汽车行业井喷现象对消费需求的透支、宏观经济的不景气以及通胀预期带来的观望心理，加之国内刺激汽车消费的鼓励政策相继取消，又密集出台各项限购政策等，都影响了汽车销量的增长。同时，城市建设与城市交通环境的矛盾越来越突出，这些问题也迫使汽车工业寻找转型路径。业界预计，今后若干年，国内汽车市场将进入一个时间较长、增长较为稳定的常态发展时期。

但在转型过程中，中国汽车工业仍然面临着自主品牌轿车竞争力较弱、汽车零部件产业高端产品弱、系统供应能力弱、同步开发能力弱、汽车产业政策“变化多端”，政策制定者“摸着石头过河”，缺乏世界级的企业和品牌以及海外战略经验不足等问题。中国汽车工业需要进一步突破这些瓶颈，实现创新和可持续发展。

自主与准自主之和 不足总量的1/4

“与跨国公司相比，中外合资企业技术创新动力明显不足，甚至低于民营企业。”全国政协委员、中山大学企业体制管理研究所所长毛蕴诗说。

在2011年中国汽车市场1851万辆销量中，乘用车销售

1221万辆，包括合资自主和合作自主在内的自主品牌只有295万辆，仅占24%，不到1/4。

国家行政学院决策咨询部研究员王小广曾公开表示，中国汽车市场格局是国际巨头以40%的资本，占据50%的市场份额，攫取70%的市场利润。

中国汽车市场70%的品牌是洋品牌，而中国最大汽车销售企业销售的90%是合资品牌。中国汽车工业企业更多是站在全球汽车供应链的低端，做贴牌生产商，付出最多的人力、土地等资源，但只能吃到微薄利润。

全国乘用车联席会秘书长饶达就多次发出“中国自主品牌内外环境皆忧，已到了生死存亡关头”的预警。多数业内专家也认为，在合资企业的强势进攻下，一直积弱的自主品牌似乎有心无力。因此，政府应在政策层面上加大对自主品牌的倾斜力度，为自主品牌的生存赢得空间和时间。

2012年第一季度的汽车市场，无论是从市场份额还是销量方面来看，自主品牌都呈现出“持续下滑”的趋势。

数据显示，今年1—3月，自主品牌乘用车销售量为161.78万辆，同比下降8.1%。在市场份额方面，自主品牌乘用车占乘用车市场总销量的42.9%，占有率同比下降3.2个百分点。

“自主品牌正处于非常困难的时期。甚至到2013年，自主品牌都将处于调整期。”中国汽车工业协会常务副会长兼秘书长

董扬认为，自主品牌的发展需要一个长期的过程，在研发费用、人才积累以及技术等诸多方面，企业都还没有开始研究。在品牌建立和发展上，自主品牌还有很长的路要走。

研发投入尚有较大空间

董扬指出：自主品牌的发展需要一个长期的过程，在研发费用、人才积累以及技术等诸多方面，企业都需要认真研究。自主品牌发展必须闯过几个关卡，首先就是技术关。近年来，我国自主品牌虽然已经认识到研发的重要性，也投入巨资建设实验中心，但投入依然不够。

有数据显示，2011年我国的研发投入总额为58.6亿元，2009年增加到460.6亿元，虽然总额上增长了近8倍，但是占主营业务的比重只有1.93%，仅比2011年增加0.55个百分点。而在国外这个比例已经达到5%左右。可见我国对研发的投入依然不足。

“虽然我国自主品牌的技术能力、服务等方面已经有了很大的提高，但是低质低价的大帽子依然无法摘去，根本原因还是品牌形象不好，这就直接影响了品牌的销量和市场

占有率。”饶达表示。

不过，在汽车业实现转型的过程中，也并非没有利好因素。实际上，在《政府工作报告》中提及的很多因素都有可能为汽车业带来利好。与此同时，公车改革也在2012年见到了实质性的利好，前不久工信部刚刚发布了《2012年度党政机关公务用车选用车型目录（征求意见稿）》，入选的车型均为自主品牌。如果这一目录在今后能够得到实质性的贯彻和执行，那么这不啻于是自主品牌的“雪中送炭”。

不过，中国汽车流通协会副会长罗磊则认为，新政策虽有明显的示范导向，但自主品牌若不能根本提升产品质量和服务水平，进了采购目录也不能维持其健康发展。

有统计显示，去年自主品牌乘用车销量同比下跌2.56%，市场占有率也下滑了3.37%。很多分析师都认为这次公车采购是

对国产品牌的一个利好消息。银万国的研究表示，按去年自主品牌销量294万辆计算，假设今年的销量和2011年持平，如采购10万辆自主品牌车型的增幅将提升3.4%。

汽车行业资深评论员陈希认为：“政府采购自主品牌汽车，虽然由于公车改革使采购量越来越小，因此在销量上不能对它抱有太大幻想，但是其意义不在销量，而在导向。”在公车消费这种政策性引导下，我国自主品牌获得了一定的发展空间，再加上我国对进口汽车的一些限制性政策，这些都一定程度上减少了自主品牌的市场压力。

王利博制图

新能源汽车规划再度延期

■ 本报记者 陈青松

多方传言“肯定”于2012年7月出台的《节能与新能源汽车产业发展规划（2011—2020）》再度遭遇延期出台（以下简称《规划》）。近日，有发改委官员表示，正式出台时间或在今年年底。

《规划》的难产，折射出我国新能源汽车之路走得并不平坦。

近两年来，在政府大力支持和多方补贴下，我国新能源汽车发展仍然相当缓慢，在成本过高、配套不足、无法大规模普及等几座“大山”面前，起初满腔热情的厂家甚至消费者对新能源汽车的未来产生质疑。

产业尴尬

资料显示，2009年，国务院颁布《汽车产业调整与振兴规划》，提出了“形成50万辆纯电动、充电式混合动力和普通型混合动力等新能源汽车产能；推动纯电动乘用车、充电式混合动力汽车及其关键零部件的产业化，新能源汽车销量占乘用车销售总量的5%左右，主要是乘用车生产企业应具有通过认证的新能源汽车产品”等内容。

此后，国家给予纯电动车极大的政策支持。2010年6月，国家确定在上海、长春、深圳、杭州、合肥5个城市启动私人购买新能源汽车补贴试点工作，纯电动车每辆最高补6万元，而深圳更是以地方之力追加到最高12万元补贴。

2011年7月，科技部更是出台《国家“十二五”科学和技术发展规划》，提出到2015年电动汽车保有量达到100万辆。

一时间，“电动汽车”成为各地、各汽车企业关注的新热点，不

仅仅是整车企业，包括汽车零部件企业甚至很多毫无经验的房地产行业的企业也都纷纷宣布进入新能源汽车整车和零部件领域，欲在这个新兴的产业分得一杯羹。各地政府更是不遗余力地出台政策支持电动汽车，各种不断上马的电动车新项目频频亮



2011年汽车整车企业新能源汽车的产销量分别仅为8368辆和8159辆，与规划的目标有相当大的差距。王利博制图

相。汽车行业，不管是实力强大的行业巨头如上汽、一汽、东风，还是新来者力帆等，都向外界公布了新能源汽车生产“战略规划”。

据中国汽车协会统计，2011年汽车整车企业新能源汽车的产销量分别仅为8368辆和8159辆，与规划的目标有相当大的差距。

截至2011年底，共有75家汽车生产企业的361个车型列入《节能与新能源汽车示范推广应用工程推荐车型目录》。2011年，列入推荐目录的车型共生产12784辆。平均每一车型只生产了35辆，每家企业只生产了170辆。《汽车产业调整与振兴规划》中50万辆和5%两个目标都没有达到。

多种因素阻碍发展

据了解，我国新能源汽车之所以发展迟缓，最主要的是政策问题、技术问题、安全问题、配套设施不足、价格偏高以及无序发展等。

有新能源汽车研究者认为，新能源汽车补贴采用一次性方式直接支付给厂商，激励厂商将战略重点调整到降低整车成本，而不是去综合发展相应的新技术。现在市面上投放的新能源汽车，更多的是国家补贴的结果，不是技术进步的结果。政府的巨额补贴，扭曲了供需关系，在拉动产业的同时也存在一定负面作用。

在价格方面，由于我国新能源汽车处于产业化初期，高昂的价格阻碍其大规模进入市场。比亚迪推出的中国首款纯电动私家车e6先行者，在国家和深圳分别补贴6万元之后，实际价格仍高达25万元左右，远远高于同等性能的普通传统汽车价格。

除去上述因素，与新能源汽车相配套的充电设施缺乏也是阻碍电动车发展的关键原因之一。

截至2011年底，全国范围内总共建成投运243个充换电站，13283台交流充电桩，这与我国目前快速发展的汽车市场很不相称，严重影响插电式电动车及纯电动车的发展。

国家电网公司中国电力科学研究院副总工程师蔡国雄认为，就目前的技术来看，多数纯电动乘用车一次充电续航里程为120公里到160公里，在电池续航能力短期内难以提高的情况下，充电站的建设将直接影响电动汽车