

加入 WTO 对重庆汽车产业的影响及对策

詹乔,陈静宇

(重庆大学工商管理学院,重庆 400044)

摘要:通过分析加入 WTO 对中国汽车产业的影响,结合重庆的自身情况,分析重庆汽车产业所受影响并提出相应对策。

关键词:汽车产业;影响;对策

中图分类号:F407.471 **文献标识码:**A **文章编号:**1008-5831(2000)02-0030-03

The Impact of Joining WTO on Chongqing's Automobile Industry and Countermeasures

ZHAN Qiao, CHEN Jing-yu

(College of Business Administration, Chongqing University, Chongqing 400044, China)

Abstract: Through analyzing the impact of joining WTO on Chinese automobile industry, linking with the condition of Chongqing itself, this paper analyzes the impact on Chongqing's automobile industry and proposes corresponding countermeasures.

Key words: automobile industry; impact; countermeasures

1999年11月15日,中美就中国加入WTO达成协议,中国有望在2000年入世。中国汽车进口关税将从目前的80%—100%在6年内降至25%,零部件降至10%,这对于中国汽车产业无疑是一次不小的冲击和挑战。近日来,沪深股市汽车板块股票的普遍下挫,一定程度上反映了投资者及社会对入世后汽车产业发展的担忧。目前,重庆汽车行业是政府大力扶持的支柱产业,因此研究加入WTO对重庆汽车产业的影响及对策具有现实意义。

一、入世对国内汽车生产行业的影响

(一) 整车业

加入WTO对轿车业特别是附加值高的中高档轿车影响最大,经济型轿车在短期内由于价格和对道路的适应性等因素仍具有较强竞争力,而卡车对入世的承受力要强一些。具体而言,各个厂商受到的影响不尽相同。如一汽轿车是中国的民族品牌,虽然1999的推出大批适合中国国情的新产品,但仍未完全摆脱一汽集团在经营思路和管理体制上的限制,而且公司将产品主要定位在附加值高的高档轿车上,决定了公司与国外厂商会形成面对面的直接竞争。上海汽车由于参股通用汽车,注定该公司在产品领先度和技术领先度上占有先机,再加上公司经过十多年的发展,作为上海大众配套的配件实体,有着质量好、价格低的明显优势,竞争能力相对较强。而东风卡车在国内是两辆卡车的价格相当于一辆桑塔纳,在国际市场上则是两辆桑塔纳相当于一辆东风卡车。

且由于应用了独立悬挂,盘式制动等轿车技术,因而性价比十分理想,具备一定的国际竞争力。

(二) 零配件业

长期以来,我国对整车建设相对重视,而零配件工业整体水平落后,平均规模较小,往往依赖于大型的汽车集团。面对WTO的冲击,国外廉价、质优的配件大量进入中国市场,势必对零配件生产企业形成巨大的冲击。但为取得更低的成本,国外企业会倾向于逐步实现零配件生产的本地化。因此具有一定国际知名度和国际竞争力的企业将会成为国外企业合资的首选对象,面临较大的发展机遇,而质量低下、技术落后、规模较小的零配件企业有相当部分可能成为被冲击和吞并的对象。

(三) 销售代理业

外商进入中国市场必须建立或利用合资厂家已有的销售网络,但他们也将带入国际市场成熟的规范的市场代理机制,因此对代理商的能力要求更高、更严。总的来说会推动国内销售代理业尽快与国际接轨。

(四) 对市场需求发展

外商进入会促使我国不成熟的汽车市场健康发展,市场规范、价格下降与车型的丰富会极大的刺激消费需求,尤其对经济型微型轿车有利。

二、重庆汽车产业面临的挑战

(一) 整车业

收稿日期:1999-12-30

作者简介:詹乔(1977-),男,重庆人,重庆大学工商管理学院硕士研究生,主要从事市场营销策划与管理研究。

重庆具有一定规模和国内市场竞争力的整车企业有长安微型汽车、嘉陵摩托、庆铃客货两用汽车、红岩载重汽车及私营企业宗申摩托等。其中,长安、嘉陵两个品牌在各自所属市场具有较大的市场份额和影响力。庆铃汽车属于运作良好的企业,多次受到中央肯定。宗申企业由于具有自身的所有制优势,近年来发展势头良好。应该说,重庆的汽车整车企业具有较好的基础。

目前重庆的整车也面临一些问题和困难:(1) 技术开发力量薄弱。一方面,重庆的整车业背靠工业制造研究实力雄厚的重庆大学等高校和几十年发展工业城市积累的众多的科研机构,具有一定的技术开发资源优势。另一方面,由于各方面的原因造成高校及科研机构的研究水平与世界先进技术有一定差距,加上企业自身规模、资金实力的限制,技术开发始终停留在低水平及对原有技术的改进方面,对引进国际汽车行业的先进技术力不从心,没有开发出具有自主知识产权的核心技术,尚未形成企业的核心竞争能力。因此,缺乏持续发展壮大,面对和参与国际竞争的潜力。现在取得的发展很大程度上是国内汽车消费市场不成熟,国家对国产汽车实行关税保护的结果。(2) 长期计划经济体制下造成重庆的汽车大型企业机构庞大,人员冗杂,企业办社会,使企业负担过重,管理层难于集中精力思考企业发展大计。(3) 全国各地基于保护本地汽车工业的考虑,设置种种市场进入标准(如排量标准),使重庆汽车的国内市场开拓面临阻力,不利于企业规模的进一步扩大。

入世后,著名品牌的进口汽车纷纷涌入,跨国公司在国内相继设厂,如北京切诺基、广州本田、上海通用别克等,加上国内原有的各类汽车企业,国内汽车市场的竞争将异常激烈,国内汽车企业将受到前所未有的冲击。如近两年投产的通用“别克”、本田“雅阁”一开始就宣称国产化率要达到40%,但事实上,每年最多两万辆的生产规模不可能吸引通用和本田进行国产化生产,他们投资设厂的主要目的是为了提早在国内打响品牌和建立销售网络,为日后成本更低的进口组装作准备。10%的关税使他们可以大量进口零部件,凭借在海外庞大的车型开发能力和零部件的生产供应规模,结合大陆的低成本组装和销售网络,迅速把海外开发的车型不断引进我国市场。由于重庆的汽车以微车和摩托为主,实施是低价策略,虽然价格上受进口汽车的冲击较小,且价格仍有下调的空间,但由于品种规格单一,难以满足不同层次消费者的需要。因此入世后,其市场份额和开拓难度无疑会受进口汽车的较大影响。

(二) 汽车零部件配套行业

重庆汽车零部件配套行业在国内总体竞争力较强,国内某些著名品牌的摩托车采用重庆产的核心零部件就足以说明此点。由于零部件行业对技术、资金的要求不及整车业,技术研发在国内较易取得竞争优势,由此导致了市场进入的相对容易。但重庆生产开发企业过于分散,各自为政,不能集中资金技术进行大规模、高层次的技术开发和市场运作。

直接造成重庆汽车零部件行业长期处于低水平发展阶段,错过了很多腾飞的机遇。而且低水平发展造成了重庆零部件行业没有真正的国内国外知名品牌。专门研究世界最有价值品牌的英国国际品牌公司研究认为,“在当今的工商业界,品牌是增长和获利能力的主发动机。”面对入世后国外著名品牌的冲击,无知名品牌的重庆零部件业将很难生存。

入世后,由于进口汽车零部件关税将降为10%,加上其先进的工艺技术,强大的产品开发能力,完善的服务体系,无论是国内还是合资、独资的汽车企业从机会成本的角度都会倾向于进口最先进的零部件,至少短期内不会采用本地化生产的策略,无疑给重庆零部件生产企业带来很大压力。

(三) 汽车租赁业

目前,重庆市居民及各类机构、工商企业对汽车租赁普遍持认可或欢迎态度,但重庆汽车租赁业的发展与北京、上海及广州等沿海城市相比较为滞后,主要因为重庆的汽车租赁行业总体规模太小,消费者在车的品牌、车型、服务模式上选择的余地不大。

重庆的汽车租赁是新兴的市场,加入WTO以后,外资进入这一行业,从资金和营销等运作模式上会极大地促进重庆汽车租赁业的发展,当然也会对本地的租赁商造成一些冲击。从另一角度看,本地的租赁商以同样的资金能购买更多的高中档汽车,使经营上规模、上档次。

(四) 汽车销售代理业

入世后汽车销售业将有较好的发展机遇。国内汽车生产企业为进口或合资汽车争夺市场,必然在资金和政策上支持其代理商。而进口合资厂商为在最快时间内低成本建立销售网络,也必须寻求实力较强的代理商合作,建立独家代理制,提供资金、管理、营销方面的支持,为其代理商在资本和管理经验上的飞跃创造了条件,也会潜移默化地影响带动国内汽车生产销售企业在市场运作方面与国际接轨。在这一背景下,重庆实力雄厚的汽车代理商将有广阔的发展空间,而实力弱小的企业将举步维艰。

三、重庆汽车产业面对入世的对策

(一) 整车业

制定正确的竞争战略是重庆整车业生存和发展的关键。笔者认为应主要从三方面考虑竞争战略的制定。

1. 市场竞争战略

首先应明确重庆整车业需要制定的是有限资源约束下的市场竞争战略。主要依据是重庆的整车行业虽然有较好的基础,但在资金实力、技术开发现状及能力、营销理念及实际运作能力、管理决策支持系统及管理者素质、品牌的价值和市场的号召力、影响力、产品体系等诸多方面与国外的汽车巨头甚至国内的合资企业有较大的差距,且在短时间内这些差距又很难消除。因此制定市场竞争战略时,不能完全照搬国外成熟的市场运作模式,这些模式需要强大的企业综合实力为后盾。指导思想是不与国外企业作正面竞争,通过利用自身优势,对自身及目标市场进行准确定位;采用集中

竞争策略发展壮大自己,逐步缩小与国外企业的差距。具体思路如下:

第一,以中小城镇市场、城市出租车市场及家庭汽车市场为竞争重点。首先,由于中小城镇道路条件限制,进口汽车难以发挥其性能优势,当地居民的消费能力不高,消费观念与大城市有所不同,其购车主要用于生产运输,对汽车的要求是价廉耐用,这为重庆汽车摩托车提供了较为广阔的市场空间。

第二,随着人们生活水平的日益提高,对出租车的观念接受程度和经济承受能力大大增强,由于出租车行业的自身特点,决定了对主要车型的要求是价格适中、经久耐用、安全性好、上海桑塔纳、神龙富康,每一车型都有自身特点,尚未形成某一品牌的绝对优势,市场的份额有较大的不确定性,但大中城市出租用车市场需求热点将向中档轿车转移,因此重庆汽车业认清趋势,大力发展适合出租车的中档汽车,在安全性和外观上狠下工夫,建立完善的维修服务体系。

第三,目前城市有为数不少的家庭有购车意向,从整个市场看,家用汽车产业前景光明,同时面临国外汽车厂商的挑战也较大。家用汽车消费者注重的汽车是安全性、易操作性、低耗油、低污染、外型美观及个性、价格的适中性。重庆整车业的优势在于微型汽车,而微型汽车在现阶段家用市场有较强的竞争力。所以应针对家用市场的上述特点尽快开发具有核心竞争力的适合家用的经济型汽车。

根据以上思路,重庆整车业应在2000—2005年的过渡期内采用集中竞争策略,把资金技术力量主要放在微型汽车及摩托车的开发、生产、营销方面,把注意力和资源优势集中在上述三个国外企业涉足较少的领域。通过做好这些市场,发展壮大自己,以迎接全面放开市场后的挑战。

2. 技术开发与引进战略

在实施上述市场竞争战略积累实力的同时,集中一切可利用的资金、技术、人才等资源优势,争取政府的资金、政策支持,研制具有核心竞争力的技术,并抓住入世的契机,积极引进国外技术,对现有产品更新改造,搞好技术储备,使企业具备长期发展的动力。同时在中短期内,借关税下降进口先进的零部件,使汽车的内在功能质量与国外汽车缩小差距,提高其性价比。

3. 企业联盟战略

在重庆整车企业各自实力不强大又面临激烈竞争的情况下,实施战略联盟,能有效减少风险,降低成本,提高行业的整体竞争力。这里的战略联盟在企业产权上不发生关系,而旨在集中资源优势合作进行技术创新,共享营销网络,促进重庆整车企业更快地发展。

(二) 零部件业

1. 实施规模化生产经营

面对入世的挑战,重庆的汽车零部件行业应快通过资本运营、政府政策引导扶持建立产权现代化的规模生产经营的大型企业集团,整合现有中小企业和科研机构的资源优势,采取模仿跟随和技术创新的策略,并利用可能的机会引入外资与技术以迅速增强实力,力争在最短的时间内使产品具有国际竞争力。

2. 实施品牌战略

在规模化生产经营的基础上,积极培育有特色优势的品牌是参与国际竞争的前提。

3. 大力开拓发展中国家市场

重庆零部件在一些发展中国家有一定的销路,凭借的是较好的技术、质量和低廉的价位。入世后国内市场受冲击,在实施规模化生产经营和品牌战略的基础上,发展中国家无疑有广阔的市场前景,大力开拓发展中国家市场一定程度上能达到避其锋芒、发展壮大的目的。

(三) 汽车租赁业

重庆的汽车租赁商可以选择与外资合作,或与国内其它实力雄厚的租赁商结成区域联盟,参照国外成熟的租赁业的经验,建立区域内乃至全国范围内的租赁连锁店,以获得规模优势。随着经营的规模化,车型品种的丰富,租赁手续的进一步灵活和完善,将极大地促进租赁市场的消费需求。而且随着租赁业的繁荣,通过租赁商与重庆汽车生产厂商的合作,如建立多种购车付款方式和利益分配模式,亦会有力促进重庆整车和零部件行业的发展。

(四) 汽车销售代理业

中国的汽车销售主要实行代理制,过高的整车及零部件关税限制了代理商的进口车销售业务。目前,国内汽车销售商的主要利润来自于销售整车的利润,而国外整车利润仅占汽车销售商所获利润的很小一部分,大部分利润来源于已售车辆的保养维护和零配件更新。入世后,国内汽车整车销售利润在国内外汽车厂商争夺的过程中会逐步降到行业平均利润,但由于进口整车及零部件关税的下降,销售商可以选择更多的汽车品牌经营,实现从单纯卖汽车到提供全套保养维修服务的转变。重庆的销售代理业据此应及时调整思路,通过股份制、建立销售联盟等方式扩大规模,加强维修服务的技术力量和网络体系,以此为条件争取进口合资及国内领先品牌的独家代理权。壮大自身实力,分享入世后汽车市场增长的成果。

总之,面对入世的冲击,重庆汽车业必须认清形势,既不能妄自菲薄,也不能麻痹大意,而应充分利用自身优势,尽快作好迎接挑战的准备。