

产业在国民经济中具有独特的复杂性、关联性和带动性，因此要建设制造强国，就必须建设汽车强国。

二、长期以来，我们一再对汽车产业的发展潜力估计不足，对汽车产业的重要地位肯定不足，对汽车强国的战略意义认识不足，对如何做强汽车产业研究不足。

三、汽车强国必须以本土企业为基础，通过本土企业的做强来予以实现。对于中国这样的泱泱大国、汽车这样重要的战略产业，必须“既求所在更求所有”。

四、提出九大指标——市场份额、品牌力、产品竞争力、核心技术掌控力、生产制造能力、供应链能力、销

售及服务能力、基础工业水平和人才水平——量化评价汽车产业。

五、汽车强国是国家战略，政府必须解决多头管理问题，转变政府职能，科学立法、严格执法，为本土企业的做强、为汽车社会的健康发展提供清晰引导和有力支持。

赵福全认为，“千里之行始于足下”，厘清汽车强国战略的脉络和要素固然重要，但要真正做强中国汽车产业，更需要实实在在的行动，需要国家与企业的共同努力和紧密互动——国家机遇强有力的支持和引导，自主品牌坚持走正规化、国际化道路。

汽车强则国家强



汽车要做强，整个制造业必须做强；而汽车做强了，又会推动制造业走向更强。更进一步说，汽车强则制造业强，制造业强则国家强

十八届三中全会后，中国全面深化改革的航船再度踏上征程。在中国经济发展提质增效的“第二季”（李克强总理语）里，通过改革红利的不断释放，通过实施产业升级转型和经济结构的战略性调整，确保中国经济的长期可持续发展，成为根本性的核心任务，而提升制造业水平则是重中之重。

正如此前习近平总书记在辽宁视察时所说，技术和粮食一样，靠别人靠不住，要端自己的饭碗，自立才能自强。实体经济是国家的本钱，要发展制造业尤其是先进制造业，加强技术创新，加快信息化、工业化融合。

应当说，中央关于发展先进制造业的战略抉择是高瞻远瞩的，恰恰抓住了中国经济提质增效的要害。我个人认为中国经济要想完成转型升级，就必须建设制造强国，全面提升制造业水平。

中国已经成为制造大国，但还远不是制造强国。虽然制造业总体规模已达到世界第一，但总体上技术水平低、生产效率低、能耗高、污染高，尽管有少数行业达到或接近了世界先进水平，但多数行业都是大而不强或者不大也不强。

制造强国不仅仅在于装备水平和生产能力的强弱，也不仅仅在于制造出的产品的优劣，而是制造产品的知识产权、技术先进性、品牌附加值、市场价值以及利润分配的综合体现。

即使能够造出性能卓越、质量上乘、成本受控的可靠产品，如果品牌和技术不属于自己，劳动含金量不高，那也只是在给人家打工，“帮别人养儿子”！能否决定产品的DNA，才是制造大国和制造强国的本质区别所在！

根据美国经济咨询机构IHS Global Insight研究数据显示，2010年中国就已占世界制造业产出的19.8%，高于美

国的19.4%，成为全球最大的制造国。但是同期美国制造业只有1150万工人，而中国制造业雇用员工则约有1亿人。同时中国单位产品的能耗高出国际平均水平20%~30%，与发达国家相比相差更远。

这个对比是令人震惊的。显然中国制造业决不能满足于这样的低水平，否则将会制约经济的可持续增长。简单依靠积累量的发展模式已经无以为继，毕竟能源、劳动力以及环境承载力都是有限的。未来我们必须依靠提升质的发展模式才有出路，才能做到以最小的人力投入、最小的资源使用、最小的环境伤害，最大限度地创造价值 and 利润，实现中国制造的历史性突破。也只有这样，不断增长的制造业才能带动中国经济整体的持续攀升。

作为13亿人口的泱泱大国，制造业的强弱事关全民族的竞争力，做强制造业是中国别无他途的战略选择。

如果说一些较小的国家有可能主要依靠第三产业实现富足的话,中国则没有这种可能。中国自成世界之一极,如果没有实体经济的基础,广大百姓的收入就没有保障,广阔的消费市场也就失去了原动力。

反过来讲,有了强大的制造业,创造了充分的就业,创造了足够的财富,第三产业才有了发展的依托。一句话,中国如果不建成制造强国,创造价值并带动产生更多的价值,让广大制造业及相关从业者都得到更高的收入,将很难走出中产阶级陷阱,向高收入国家阵营迈进,经济的可持续发展也就无法实现。中国成为富国的梦想将遥遥无期。

建设制造强国意味着中国要在世界大分工中从低端向高端跨越,而这正是经济转型升级的目标和方向。目前中国所谓“世界工厂”的地位,只是在为先进工业国“卖苦力”,我们能造出世界一流的产品,却依然只是为人家代工,同时能耗和污染又由我们承担。

比如苹果手机就是最典型的例子。可能很少有使用者注意到, iPhone 的背面清清楚楚地写着“美国加州设计、中国组装 (Designed by Apple California, Assembled in China)”。有数据显示苹果公司的利润率高达58.5%,而代工方的利润则只有可怜的0.5%。从这里可以看出,我们制造出了世界一流的手机,但我们制造的产品并不属于我们,我们只从中分得了少得可怜的利润。

中国自己真正具有高科技含量和核心竞争力的产品还不多,在国际竞争中仍处于低端和劣势地位。这种局面必须扭转,转型升级的内在需求非常迫切、外在压力异常巨大,因此,必须加快提升技术水平、建设制造强国!

那么,建设制造强国的突破口在哪里呢?建设制造强国不能眉毛胡子

一把抓,必须选好龙头产业、实施重点突破。

在经历了改革开放三十年之后的今天,我们已经有了了一定的基础和积累,完全有理由把眼光放得更高更远些,从国家的长远利益出发进行战略选择,而无需再过分关注眼前。要把工作重点放在产品链条长、拉动性强的产业,即使眼前能力弱,也必须要选择与国家民族长远利益息息相关的支柱性产业来进行培育发展。

而汽车产业正是提升制造业水平的最佳突破口之一,是国民经济当之无愧的支柱性产业。说得更明确一些,要建设制造强国就必须建设汽车强国!这并非笔者王婆卖瓜,而是基于对汽车产业的充分思考和深刻理解得出的结论。

汽车在国民经济中的重要地位无可比拟

以规模和产值看,2013年中国汽车产销量双双突破2000万辆,而美国即使在最巅峰时期也不过1700万辆。2012年仅汽车产业本身的产值就高达5.29万亿元,这个数字等于国内生产总值的10%。

如果考虑到汽车上下游及横向行业的产值,包括能源、材料、机械、电

子,也包括金融和服务业等,即使按照保守的汽车产业拉动效应1:5计算,其数字也将更为惊人。汽车在国家经济增长和财富积累方面的推动作用是非常明显的。这也是很多国家和地区发展经济时首选汽车的原因之一。

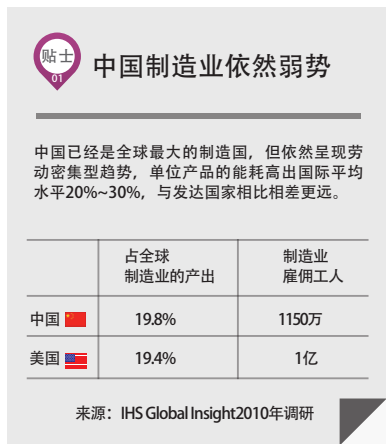
以吸纳就业看,汽车不仅自身产业大军庞大,而且带动相关产业(包括其他制造业、金融业和服务业等)的间接就业数量更为可观。目前中国汽车行业直接就业人数正向300万大关逼近,而带动相关产业就业人数超过3000万人,占全国城镇就业人数的11%。这还没有包括因汽车工业而产生的基础建设、管理部门以及非汽车产业中与汽车使用有关的就业。

以发展潜力看,2012年中国千人汽车保有量仅为88辆,而包含不发达国家在内的世界平均水平则为159辆,越来越多无车的中国人开始有能力购买汽车,一些大城市的限购、限行恰恰从反面证明了中国汽车消费的潜力,未来预期居民收入翻番,将为汽车消费带来更大的商机。

同时,“中国制造-世界销售”汽车也存在着巨大的商机,中国汽车业走向世界将为国家带来巨大的就业和税收机会。在这种历史机遇下如不坚定地做强本土汽车产业,将对中华民族的可持续发展带来不可估量的损失。

以社会价值看,在与百姓衣食住行紧密相关的大众化消费产品中,汽车是价值仅次于房地产的大宗商品,而相比于房地产的一次性投资,汽车又是需要不断置换更新的商品,平均十年左右就要以旧换新。

从百姓角度来讲,拥有汽车事关幸福指数,是其“中国梦”的重要组成部分;从国家角度讲,让国民享受到便捷的交通是一种责任,汽车产业是一项民生事业,更何况国家可以从中获得大量利税。



制造业的兴衰往往与汽车业紧密相连。比如英国，其制造业的衰退与其汽车产业空心化是同步的；又如俄罗斯，民用工业的短板与汽车产业的艰难也是息息相关的。一国的汽车产业对于其制造业的关系，可谓一损俱损、一荣俱荣。

汽车业的基础性、关联性和带动性绝无仅有

汽车产业是以整车产品的研发、制造、销售为主线，贯穿原材料、机械、电子、能源、金融、服务以及基建等各个领域，涉及人才、管理、技术、品牌等诸多要素，几乎与现代民用产业的方方面面都有关联的立体式产业网络，其巨大的拉动效应不仅几乎覆盖了整个制造业，而且也延伸到制造业之外的相关产业。

要想在激烈的竞争中赢得优势，汽车厂商不仅要做好自己的规划、研发、采购、生产、质量、销售和售后，做好自己的管理、技术、法务和财务，也需要相关产业的支持，相关产业的强弱也决定着汽车产业的水平。

比如国家基础工业水平低，制造装备和工艺能力不足，汽车制造水平就会受限；供应链完整度低，零部件核心技术掌握在外方手中，自主品牌就没有话语权；人才缺口大，自然会导致发展滞后和恶性竞争；金融服务跟不上，汽车消费就会受影响，等等。

作为民用工业中最为复杂的产业，汽车的产业链条长，涉及面广，资金、人才和技术都高度密集。因此，建设汽车强国的过程，也是提升机械、材料、电子、能源等相关产业水平的过程，是促进金融、服务、基建等领域发展的过程，是国家不断改善创新环境、通盘考虑产业政策、有针对性开展

贴士 02 制造强则国家强

1. 中国已经成为制造大国，但还远不是制造强国。虽然制造业总体规模已达到世界第一，但总体上技术水平低、生产效率低、能耗高、污染高。
2. 作为13亿人口的泱泱大国，制造业的强弱事关全民族的竞争力，做强制造业是中国别无他途的战略选择。
3. 建设制造强国意味着中国要在世界大分工中从低端向高端跨越，而这正是经济转型升级的目标和方向。

贴士 03 世界汽车强国无一不是制造强国

美国，2012年仅三家本土整车企业的销售额就高达3303亿美元，约等于当年国内生产总值（156760亿美元）的2.1%。

德国，汽车工业的总产值2012年达到4654亿美元，与当年国内生产总值（33982亿美元）之比高达13.7%，汽车产业为德国解决了1/7就业，带来了1/4的税收。

日本，仅6家本土整车厂2012年产值就达5355亿美元，相当于当年国内生产总值（59639亿美元）的9%左右，目前在家电业地位受到挑战的情况下，汽车已成为日本制造业唯一的支柱。

韩国，后起之秀势头迅猛，现代和起亚两家汽车公司均已进入世界500强，2012年销售额合计1091亿美元，为当年韩国国内生产总值（11292亿美元）的9.7%。

人才培养的过程，最后也是培养技术水平高、管理水平高的优秀人才大军的过程。

因此，也可以说，建设汽车强国正是建设制造强国的最直接的拉动和最

有效的举措。反之建设制造强国也为建设汽车强国提供最有力的支持。没有汽车强国成为制造强国这一皇冠上的明珠，制造强国就会显得乏力，会失去直接动力，会大打折扣。

世界制造强国无一不是汽车强国，反之亦然

制造业的兴衰往往与汽车业紧密相连。比如英国，其制造业的衰退与其汽车产业空心化是同步的；又如俄罗斯，民用工业的短板与汽车产业的艰难也是息息相关的。一国的汽车产业对于其制造业的关系，可谓一损俱损、一荣俱荣。

美国，2012年仅三家本土整车企业的销售额就高达3303亿美元，约等于当年国内生产总值（156760亿美元）的2.1%；德国，汽车工业的总产值2012年达到4654亿美元，与当年国内生产总值（33982亿美元）之比高达13.7%，汽车产业为德国解决了1/7就业，带来了1/4的税收。

日本，仅6家本土整车厂2012年产值就达5355亿美元，相当于当年国内生产总值（59639亿美元）的9%左右，目前在家电业地位受到挑战的情况下，汽车已成为日本制造业唯一的支柱；韩国，后起之秀势头迅猛，现代和起亚两家汽车公司均已进入世界500强，2012年销售额合计1091亿美元，为当年韩国国内生产总值（11292亿美元）的9.7%。

可见，汽车产业的重要作用及支柱性地位无可替代。这些国家并非都是汽车消费大国，但都成为汽车强国和制造强国。以拥有核心技术、一流品牌的本土企业为基础，通过出口及在他国建厂，创造了巨大的产业利润和国家税收，同时解决了大批本国国民的优质就业。如果以汽车产业1:5的拉动效应来看，其对本国GDP和就业的贡

献就更加惊人。

以带动效应来看,汽车产业对于制造业整体水平提升的推动力无疑是最大的,试问还有什么产业自身具有巨大的规模,又与如此众多的其他产业相互关联、相互促进?尤其对于中国这样的大国,在个别相对孤立的领域取得突破意义有限。

瑞士可以凭借精密制造而闻名于世,但中国如果仅仅是钟表造得好,肯定构不成制造强国。唯有把汽车这样关联度极强的产业做好,并在此过程中,实现短板要素的不断突破和提升,才能提升整个中华民族在更高端制造业上的核心竞争力,才能向着制造强国的总目标迈进,并持续拥有这一核心竞争力。

中国国情对汽车产业的特殊的需求

汽车不仅仅是生活水平提升的标志,更是人类追求更大自由度的象征。正如电报、电话再到网络,为人类沟通交流提供了更大的自由和便利一样,汽车也给人类的移动创造了前所未有的自由和便利,这一点对于中国这样幅员辽阔、地理复杂的大国而言,意义尤为深远。

如果说飞机实现了重要城市之间“点”的对接,高铁实现了横跨东西、纵跃南北的“线”的贯穿,那么汽车则实现了中国不同地理环境下众多城市、城镇和乡村之间全“面”的联通。物理距离的“缩短”既是现代化进程的结果,更是实现现代化的前提。

十八届三中全会明确提出要进一步打破城乡二元结构,推动新一轮的城镇化进程。而在此进程中,汽车将发挥难以替代的重要作用。13亿国人都能顺畅流动,将带来全新的资源配置和优化组合,这本身就是最大的生产力。更重要的是,它所带来的巨大市场



是我们做强汽车业的强有力保证。

2012年,中国汽车的千人保有量只有88辆,而世界平均值则为159辆。值得注意的是,这个平均值是把全世界所有贫穷国家都计算在内的。中国地域差异大,具有多元化的刚性需求。而且中国将很快进入汽车更新换代的高峰期。目前近2000万辆的销量在10年后就是最基本的刚性需求。我的预测是:中国本土市场到2020年可以达到3000万辆的规模,而在此基础上输出海外的销量也将有巨大增长,从而使总产量更高。

当然,做强汽车产业不仅仅是针对国内市场的增长潜力,更是基于13亿人的泱泱大国如何做强实体经济、做强制造业进而输出制造业、占领国际市场的角度来认识的。这也是中国经济转型、提升国际竞争力的重中之重。

即使中国汽车市场不能再扩大了,我们也要努力做强汽车产业去争夺份额高达3/4的国际汽车市场,否则我们提升制造业对外出口增量的“突破口”又在哪里呢?做强汽车产业是抢占国际市场的前提。中国快速的经济发展所带来的市场需求,恰恰为汽车产业在“家边”上做强提供了强有力的

支撑和后盾。

事实上,所有汽车强国都是先立足于本土市场,再从本土出发,逐步“占领”世界的。韩国只相当于中国一个省的体量,却能跻身世界汽车强国之列。相比之下,中国如果不能充分利用好本土市场快速发展的历史机遇期做强汽车产业,并以此辐射国际市场,将成为中华民族的遗憾!

综上所述,从国民经济中的地位,对经济增长的贡献度,符合产业结构演进方向、有利于产业结构优化以及产业的关联度强、能够带动众多的相关产业发展等诸多方面来看,汽车产业毫无疑问已经成为国民经济中举足轻重的支柱性产业。

目前中国已进入深化改革的全新攻坚期,做强汽车产业无疑是持续增长、以质取胜、提升制造业含金量的重要战略抉择。汽车强国战略既可以说是制造强国战略最核心的子战略;也可以说,两者如同鸡和蛋一样,是互为因果的互动要素。汽车要做强,整个制造业必须做强;而汽车做强了,又会推动制造业走向更强!

更进一步说,汽车强则制造业强,制造业强则国家强! 