模糊不清的战略

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

长期以来中国在建设汽车强国方面方向并不清晰、战略并不明确，导致没有系统连续的产业政策和具体措施，甚至对汽车产业的支柱性地位也没有给予应有的认知和战略上清晰的定位。

战略问题已成为中国建设汽车强国的首要问题，必须高度重视！有了战略才有能不能实现的问题，而没有战略则建成汽车强国根本就无从谈起。战略是方向，是目标，也是前提，是要求。

过去很多年我们一直有一种想当然的思维倾向，认为中国人均资源少、人民生活水平不高、道路交通等基础条件差，汽车产业不会快速发展。这种思想也导致我们忽视了很多支撑汽车产业强势发展的基础和条件，而这些本是制定和实施正确的汽车强国战略必须充分考虑的因素。

在过去的二十年里，我们一方面对经济发展给出了明确的目标，另一方面却没有充分考虑到国民收入急剧增加后，消费升级所带来的对汽车产业发展的需求，低估了汽车在国民消费中所占的重要地位，也低估了汽车社会到来将产生的种种问题。

同时，国家并没有前瞻性地策划好，如何充分利用国民对汽车消费的渴求所产生的巨大市场潜力，把汽车产业做强。

我们不仅对国民购买力的增长估计不足，也没有站在必须建设汽车强国来实现制造强国的国家高度上来看待汽车产业。如果我们充分认识到中国市场的潜力，充分认识到做强汽车产业的战略意义，并充分利用好快速增长的本土市场来发展自主品牌，而非单纯的“市场换技术”，那么中国汽车产业的现状远非如此。

从这个意义上来讲，这是一种国家战略的误判，国家未能在汽车产业上把握好“经济发展-民生需求-产业做强”之间的战略关系。由此我们也能理解中国至今未能成为汽车强国的原因，因为它是与很多国家层面的产业政策直接相关的，单靠企业根本无法解决。

比如国企创新动力不足，如果不从体制、机制上去解决，又有谁愿意放弃通过合资坐享其成的丰厚利润分成，而像苦行僧一样，去做“事倍功半”的自主产品呢？比如创新环境，如果抄袭成本低、风险小，又有谁还会去辛辛苦苦攻关核心技术？又如法规执行不到位，企业到底跟不跟国家的标准走？再如人才培养等等。

这一系列问题靠兴之所至的随机完善恐怕效果有限，且难免反复，更糟糕的是治标不治本，只能亡羊补牢，不能未雨绸缪。唯有在国家战略明确后分解为各个方面、相互协调的具体举措，才有真正的出路。

汽车强国对本国汽车产业保护和扶植从来不遗余力

现在国内有一种声音认为，中国汽车产业没有做强是企业不争气，根本症结在于市场保护，国家应该完全放开，让车企在市场上自由竞争，这样才能催生出真正的世界级强企。

这种观点似是而非，更有混淆概念之嫌。虽然一般而言，保护主义从长远来看对提升本国企业的竞争力是不利的，但前提必须是本土企业已经培育起基本的竞争力。如果建设汽车强国是国家战略，是必须打赢的“民族战争”，国家就决不能以市场规律为借口放手不管。

对于像汽车这样重要的、复杂的、目前又不够强大的产业，政府不在战略、导向、政策、支持上下足功夫，一旦本土企业失守，中国在这个支柱性产业上就将彻底失去竞争力和话语权。

纵观世界各汽车强国的成长和发展史，国家的力量无处不在。实际上，世界各汽车强国对本国汽车产业的保护和扶植从来都是不遗余力的。

比如美国,1970年代发生石油危机，导致美国三大汽车公司经营状况每况愈下，美国政府立即展开了同日本等国的贸易战，最终稳固了底特律的汽车产业；2008年金融危机使汽车制造企业资金链断裂，难以为继。美国政府再次果断出手，总统亲自召集多次会议讨论对策，最终帮助通用破产重组、涅槃重生，为福特准备好资金并鼓励支持其自立渡过危机，做媒“嫁”出克莱斯勒以使其获得转机。这些行动无处不见美国政府保护本土汽车产业的身影。

?1994-2015 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net
ABR photo

现在出现的问题，表层原因是我们的汽车产业发展太快，以至于中国在完全没有做好准备的情况下就跌跌撞撞迈进了汽车社会，更深层原因在于我们对汽车产业的这种快速发展毫无预判，没有做基本的战略准备，从而未能解决或缓解这些问题。

再来看韩国，1970年代初政府正式提出了“汽车国产化”战略后，仅20年时间就成为汽车强国，在这个过程中政府初期封闭了本国市场，以确保本土车企获得初步发展，继而又采取了强制性的统一规划举措。1980年，韩国政府断然实行“汽车工业统一措施”，将小轿车划归现代公司独家生产，起亚公司则垄断5吨以下的卡车生产，以政府力量推动了韩国汽车工业的集中进程。1990年代后期，起亚遇到了经营困难，各国车企竞相收购，但最后起亚花落现代。

我们不禁要问，凭什么中国就应该以市场“自由竞争”为借口，让仍很弱小的自主品牌与外国品牌直接较量？

实际上，并不是市场保护性措施导致了中国自主品牌没能做强，而是在50：50股比的表面保护下，国家没能以坚定的汽车强国战略和系统持续的具体举措，真正帮助自主品牌迅速做强，其根源在于没有在国家战略的高度上充分认清汽车强国与制造强国的内在关系，没有确定汽车强国建设的国家战略地位。

把建设汽车强国确立为高屋建瓴、高瞻远瞩的国家战略

我认为中国应该旗帜鲜明地把建设汽车强国确立为高屋建瓴、高瞻远瞩的国家战略，并坚定不移地推进落实。

高屋建瓴强调的是战略高度，即国家战略必须站在确保中国可持续发展、实现中华民族伟大复兴的最高目标上来进行判断和谋划。

国家战略必须从需求出发，而不是从能力出发，其首要考虑的要素必须是应不应该做，而非能不能够做。简单地按照“做得到的就做、做不到的就不做”来规划，这不是战略，更与国家战略顶层设计的历史使命相悖。

就汽车产业的国家战略而言，如果汽车产业对国民经济影响甚微，于未来发展助力甚小，那么即使我们拥有做强汽车产业的条件和能力，也无需建设汽车强国，大可顺其自然。

反之，如果强大的汽车产业对国家经济转型升级、对国家产业安全、对民族可持续发展作用重大、意义深远，那么无论做强汽车产业需要面对多大的困难和挑战，我们都必须勇往直前、义无反顾。

只有这样，我们才能做到“逢山开路、遇水搭桥”，没有条件创造条件；只有这样，我们才能坚定“别人能做到的，中国人也一定能做到”的信心；只有这样，我们才能使今日之“做不到”变成明日之“做得到”。

高瞻远瞩则强调战略的前瞻性和预见性。国家战略决不能仅仅立足于眼前，更要面向未来，要有“谋万世之太平”的韬略。

对于国家而言，相对具体的短期小战略固然重要，而对本民族20年、50年甚至100年都有深远影响力的长期大战略则更为关键。也只有在正确的长期大战略的指引下，短期小战略才能有的放矢、节次实现，最终成就本民族长远的宏伟战略蓝图。

从这个意义上看汽车产业的发展，虽然我们曾经长期处于自行车时代，至今也还有很多贫困地区和人口，但这些都不能作为不谋划如何应对汽车时代到来的借口。

只根据目前及部分地区的状况，而不预计未来的变化，这样制定的战略难免短视，对于国家而言要付出巨大代价，对于民族而言将错失雄踞世界的历史发展机遇！

长期以来，我们一再对汽车产业的发展速度做出过于保守的估计。“十五发展规划”提出2005年汽车产量达到320万辆，其中轿车110万辆，实际上当年中国生产汽车超过570万辆，其中乘用车突破了300万辆。

贴士01 对汽车发展的连续误判

长期以来，我们一再对汽车产业的发展速度做出过于保守的估计。“十五发展规划”提出2005年汽车产量达到320万辆，其中轿车110万辆，实际上当年中国生产汽车超过570万辆，其中乘用车突破了300万辆。

“十一五规划”，提出2010年汽车产销量达到900万辆，似乎比“十五”要“大胆”了许多，但最终实际数字竟然是超过1800万辆！如此巨大的预测差距，反映了国家严重低估了经济发展带来的国民消费能力骤增以及百姓对拥有汽车的强烈愿望，这就无怪乎我们在各个方面都未能做好准备了。

也许有人会讲，当时的情况下即使最乐观的估计者也很难预料到1800万辆这样惊人的数字。如果是商业误判也在情理之中，但从国家战略的角度，连续的误判的确应该反思！

?1994-2015 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net

“十一五规划”，提出2010年汽车产销量达到900万辆，似乎比“十五”要“大胆”了许多，但最终实际数字竟然是超过1800万辆！如此巨大的预测差距，反映了国家严重低估了经济发展带来的国民消费能力骤增以及百姓对拥有汽车的强烈愿望，这就无怪乎我们在各个方面都未能做好准备了。如果是商业误判也在情理之中，但从国家战略的角度，连续的误判的确应该反思！

发达国家历程是具有重要借鉴价值的参照系

“他山之石可以攻玉”，发达国家实现现代化的历程及其中方方面面的演变，虽然不能照搬照套，却始终是具有重要借鉴价值的参照系。

世界上所有的发达国家无一不是汽车高度普及的社会，包括很多地域狭小、人均资源并不比中国富足的国家。可见，汽车既是现代文明的产物，也是现代文明的标志物之一。

国际上对汽车社会的到来早有定论。一般认为，当人均GDP达到4000美元～5000美元时，就将进入大众消费的汽车时代。按这个标准衡量，2012年中国人均GDP超过6000美元，全国已经达到了汽车全面普及的标准。而到2020年，中央既定的目标是GDP和国民人均收入都要翻番。

在这种情况下，可以判定中国正在全面进入汽车社会，中国成为“绑在车轮上的国家”将势不可挡。这是经济健康发展的必然结果，是百姓生活富足的具体体现，不是简单粗暴的“限”所能抑制的。国家理应为此做好充分的准备，如不未雨绸缪，将在汽车产业发展上再次出现战略误判。

还有一些人以汽车产业发展遇到的制约因素，包括能源、环境、交通拥堵等，作为国家不宜大力发展汽车产业的理由，为此，全国不少城市陆续推出了限行、限购等控制性措施。

实际上，这些汽车社会病并非新鲜事物，发达国家的经验也证明并非无药可医，之所以在中国问题显得格外突出，表层的原因是我们的汽车产业发展太快，以至于中国在完全没有做好准备的情况下就跌跌撞撞迈进了汽车社会，更深层的原因在于我们对汽车产业的这种快速发展毫无预判，没有做基本的战略准备，从而未能解决或缓解这些问题。

倘若20年前我们就预估到了今天汽车产业的规模，那么从能源环保角度，我们可以加大力度要求和刺激技术创新与升级，大力提倡低能耗的小型车，提前推进传统动力技术的优化和新能源技术的攻关，鼓励不同地域根据各自特点发展替代燃料，更严更快地推动汽车节能减排法规的落实，特别是加快对老旧车辆的强制淘汰。

从交通基建角度，我们可以系统规划城际、城乡间的交通模式，可以采用全新理念的城市规划，如建设卫星城、广建停车场、扩宽马路，同时完善城市轨道交通、公交运输和私人汽车的有效组合。试想，如果这些举措都列入此前的国家战略规划，并已变成现实，今天我们还会如此狼狈吗？

正是因为中国以超快速度“跑步”进入汽车社会，才使这些问题显得格外突出。这是中国快速跨进汽车社会的临时性“副作用”，它要求我们的城市规划、产业政策必须从单一依靠公共交通的模式，向“绑在车轮上的国家”的模式转变，它需要全社会用智慧来解决国民便捷出行的问题。不给汽车产业足够的时间处理随之产生的问题，这本身就是不公平的。

发达国家的经验已经证明，能源、环境等汽车社会病并非无法解决，假以时日中国也必能化解这些问题。解决这些问题恰恰是汽车产业做强的又一内在需求，也就是说中国必须在平衡能源、环保等问题的同时，实现汽车产业的持续健康发展，这需要更大的产业集中度，更高的技术水平，更有效的企业运营，而这些都是产业做强的重要内容。

汽车社会病并不能成为阻挠汽车产业做强的借口，同时做强汽车产业不仅仅是为了满足本土市场的需求，汽车出口也是汽车产业走出国门、提高中国制造业核心竞争力的重要着眼点。

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要建设汽车强国！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。

所谓“跨越式发展”其实带有投机或者逃避的心理

对于汽车产业也有人提出了“跨越式发展”的想法：一种观点认为未来可能会出现全新的交通工具来取代汽车，所以直接发展下一代交通工具即可；还

?1994-2015 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net
ABR photo

贴士 02

汽车国家战略的八大思考

1.国家应充分肯定汽车在国民经济中的支柱性产业地位，充分肯定汽车强国对于制造强国的全面拉动和促进作用。应明确以汽车产业为突破口、带动制造业全面转型升级的战略方向，为输出高端制造业打好基础，提升中国制造业的国际竞争力。

2.国家应旗帜鲜明地把建设汽车强国确立为国家战略，并坚定不移地凭借国家智慧和民族勇气来推进落实，为确保中国经济的可持续发展提供有力支撑。

3.国家应站在产业安全的高度上来看待汽车产业，充分肯定本土企业在汽车强国战略中的主体地位，积极行动起来，全力培育本土汽车企业，而不能以所谓“市场规律”为借口放手不管。汽车大国走向汽车强国的关键就在于本土车企能否做强。

4.国家对于像汽车这样重要的支柱性产业，必须“既求所在更求所有”，帮助本土企业尽快做强。否则，等于拱手让出了技术进步、法规制定和国际分工协作的主导权，等于放弃了产业布局、结构调整和做强本土企业的控制权。

5.国家应引导全社会正确看待汽车社会病，针对能源、环境和基础建设等各种制约因素，科学分析，系统思考，积极寻求合理的全面解决方案。

6.国家对汽车产业发展的预期应建立在正确的战略判断之上，即汽车产业的发展与国民经济的发展同步；汽车是中国城镇化进程加速深化的重要战略支撑之一；也是社会进步、人类文明的具体体现。

7.国家应正确看待做强汽车产业与建设健康汽车社会之间的关系，即两者没有矛盾，是并行不悖的两个目标。做强汽车产业的着眼点不限于本土，更在于全球，即使中国本土汽车市场不再发展，也依然有必要做强汽车产业，抢占全球汽车市场，为输出高端制造业打好基础。

8.建设和谐汽车社会，关注的是交通模式、城市规划、节能环保、人-车-社会之间的互动，这也可以视为做强汽车产业的一个子目标。

有一种观点认为在汽车技术领域可以实现某些跨越，而不必做强于眼前。

其实，这些看法似是而非。

作为具有一定承载力和灵活移动能力的交通工具，汽车的基本功能尚无可替代，未来即使出现全新的交通工具，也必须具备这些基本功能，其实质等于“形态”发生变化的新一代汽车而已，汽车的发展绝不会因此失去意义。

更重要的是，如果真有一种全新交通工具能够取代汽车，那么这种所谓的下一代交通工具究竟是什么，到底在哪里？如果只是一个愿望或想象，怎么能以此作为依据来否定当下做强汽车产业的紧要任务呢？

技术发展是一个渐进过程，需要耐心积累和全面提升。即使局部有可能“跨越”，也不能因此放松全局持续的努力。如同新能源汽车也需要传统汽车技术一样，并不是把电池电机的问题解决了，中国就能做出世界一流的电动车，车身、底盘、电子和集成等各方面的差距依然是跨越不了的门槛。传统汽车相对薄弱也是我们新能源汽车一直无法突破的症结之一。

我认为，所谓“跨越式发展”其实带有投机或者逃避的心理，是基于对现有产业竞争力不强的一种变相放弃，国家战略绝不可如此！

汽车产业是建成制造强国、实现经济转型升级目标的最佳突破口，为此国家应该毫不迟疑，下定决心把汽车产业做强。做强汽车产业，建设汽车强国，是国家战略，不是地方战略，更不是企业战略，只有站在国家和民族可持续发展的高度，才能制定落实好汽车强国战略。

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，这是很令人遗憾的。

现在，我们是否已经清醒地认识到了曾经的误判及其危害，并下定决心“亡羊补牢”，重新制定正确的战略，彻底扭转之前的被动局面？我们的汽车强国战略在哪里？谁在制定？谁在实施？又有谁在考核督办？如果这些都没有，我们的汽车强国梦岂非“黄粱一梦”？

遗憾的是，我们现在只能看到，对汽车产业战略定位的模糊，对做强自主态度不明，对合资企业何去何从争议不断，对汽车不断的“限”和“制”。这种状态如果持续太久，做强汽车产业可能会错失最后的“良机”，而中国永远只能是别国汽车的“加工厂”和“大卖场”！

战略必须与时俱进，汽车强国战略也是应运而生的。过去中国可以通过卖服装、卖家电发展经济、赚取外汇，这在当时是有效的战略，因而也是正确的战略。但是未来我们如果继续如此恐将难以为继，新形势下的竞争要求我们必须主动积极地谋求产业升级，通过卖汽车、卖飞机来实现可持续发展，这正是实施战略转型的意义所在。

在中国汽车产业尚无足轻重之时，我们当然提不出汽车强国战略；但当今天中国坐拥全球最大的汽车市场时，我们必须自问，为什么中国就不能像美德日韩等汽车强国那样，让本土汽车企业的产品行销全球？我们到底在哪儿出了问题？

“往事不可追，来者犹可鉴”，汽车强国战略应建立在对历史的反思和总结，而非对历史的否定与抱怨之上。曾经的战略误判固然令人遗憾，但只要能从中吸取教训，那就不是包袱，而是新的起点。“未雨绸缪”尤其难能可贵，“亡羊补牢”更须坚决及时。我们呼唤清晰科学的汽车强国战略。

如果中国像搞两弹一星那样抓汽车，那么我相信，汽车强国一定能够实现，制造强国也一定会随之成为现实。如果说两弹一星事关国防安全的需要，那么建设汽车强国就是国家“产业安全”的长远需要！

“十三五”将是中国汽车产业做强的重要契机，国家必须牢牢抓住！战略坚定与否将成为建设汽车强国的要害！今日汽车强国战略之因，他日必能结出中华制造强国之果，而决策者和践行者们，也都将因此而被载入史册，像饶斌一样被后人称颂！

?1994-2015 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net