强大本土品牌是根本

本土企业在汽车强国战略中居于毋庸置疑的主体地位，是否拥有世界级的本土强企与否是汽车强国的基本判断

国家经济转型升级必须建设制造强国，而建设制造强国必须建设汽车强国，中国理应旗帜鲜明地将建设汽车强国确定为国家战略。那么汽车强国的内涵究竟是什么？汽车强国又应该如何实现呢？

我认为汽车强国的标志是，本土汽车企业，拥有优秀的品牌和有竞争力的产品，掌控关键的核心技术并具备完整的供应链，同时在世界范围内占据一定的市场份额。也就是说，汽车强国战略必须由国家制定并推行，最终通过本土企业的做强来予以实现。

韩国跻身于汽车强国之列，其标志是现代起亚的崛起；英国汽车业没落，是因为其本土汽车企业全军覆没了；德国成为当之无愧的汽车强国，在于拥有大众、奔驰、宝马这些世界一流车企，而不是通用在德国卖了多少车；美国是汽车强国，是因为其三大既拥有雄厚的技术积累，又拥有享誉世界的品牌影响力，而非丰田在美国市场上卖了多少辆车、赚了多少钱。

再比如巴西，它拥有近400万辆的汽车市场，却没有本土汽车产业，尽管菲亚特、丰田、通用在这个市场上的表现都不错，但是无人认为巴西是汽车强国；而中国虽然是全球第一大汽车市场，但本土车企还很弱小，所以中国只是汽车大国，而不是汽车强国。

本土企业在汽车强国战略中居于毋庸置疑的主体地位，是否拥有世界级的本土强企与否是汽车强国的基本判断。

努力做强本土企业，这原本是不应该有疑问的论题，然而长期以来“只求所在不求所有”的言论却一直不绝于耳，甚至在某些时期某些场合似乎还占据了主流。大多数持此论者仅仅关注于眼前的一些“硬性”指标，认为无论本土还是外国企业，只要“所在”即能确保受益，所以无需在意“所有”。这未免过于短视。

实际上，尽管仅从扩大产业规模、产出GDP和确保就业等角度来看，短期的“所在”确实够了，而且可能比“所有”来得更快更容易。但是从长远来看，没有“所有”的“所在”是要大打折扣的，而且没有“所有”也无法确保永远的“所在”。

对于汽车这样重要的产业，作为泱泱大国的中国，必须“既求所在、更求所有”，否则国家和民族的可持续发展根本没有基本的保障。

“所有”是主导权和控制权的问题

有些人讲，全球经济一体化了，中国不一定非要拥有掌控核心技术和优秀品牌的本土企业，像汽车产业何必关心品牌和技术所有，我们就做制造基地也不错，也一样解决就业、上缴利税。

然而，国际分工协作谈不上真正的公平，利润的绝大部分从来都是流向品牌和知识产权的实际拥有者，因为他们主导着技术，主导着产品，主导着品牌，主导着市场，从而也就主导着利润的分配和未来的竞争优势。

“所有”首先是主导权的问题，没有主导权，我们的“所在”其实只剩下一种别无他途的选择，即做世界制造业的低端，为发达国家代工，让他们赚得脑满肠肥，而我们自己的所得却微乎其微。这样的“所在”肯定难以长久，也无法支撑国民经济的转型升级和可持续发展。

还有些人认为，外国车企来中国只能与我们进行50：50的合资，利润也是按股比分配的，这样的“所在”我们何乐而不为？然而，且不说限制股比的合资政策能否持续下去，也不论表面利益均分之下合资公司通过技术转让等巧妙的向外方母公司转移隐性利润，单就合资本身而言，中方真的拥有和外方一样的主导权吗？

实际上中方的收获只不过是眼下可以跟着外方一起赚钱，基本没有任何长期的收益。因为技术是外方的，所有花在产品开发和技术升级上的钱，打造的只是外方更多更好的产品；品牌更是外方的，所有广告宣传的巨额投入，打造的只是一个强大的外国品牌形象。

真要是到了分手的那一天，外方没有任何惋惜和遗憾，因为它们的技术始终保持优势，而它们的品牌已在中国深入人心，而中方又能拿到什么，靠什么来和这些昔日的“伙伴”继续同台竞技呢？

?1994-2014 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net
ABR photo

汽车强国的标志是，本土汽车企业，拥有优秀的品牌和有竞争力的产品，掌控关键的核心技术并具备完整的供应链，同时在世界范围内占据一定的市场份额。也就是说，汽车强国战略必须由国家制定并推行，最终通过本土企业的做强来予以实现。

更主要的是，“所有”控制“所在”，这是一个控制权的问题。“所有”决定着“所在”，“所有”者会根据自身的利益和战略需求来决定在何处“所在”。因此，即使只以确保规模为目标，也不能“只求所在不求所有”。

原因很简单，你不掌握“所有”，人家随时都可以“不在”。外国企业是以自身利润最大化为经营目标的，今天他们在中国加快扩大产能，是因为看好中国庞大的汽车市场和未来的发展潜力。可是如果有一天，随着中国劳动力成本的不断提升，中国制造不再“便宜”，出现比中国更有“吸引力”的低成本制造国家时，比如印度或者非洲，再加上中国进口关税的不断下降（WTO所决定的），外国企业选择转移产能将是很自然的经营决策。

因为到那时，“国外制造-中国销售”将是更有效的商业模式，对于“所有”者来说，他们能赚得更多。而只有“所在”的我们，除了努力提供优惠条件挽留“所有”者之外，还能做点什么呢？试问这种情况谁能担保不会发生？如果发生了，曾经拥有“所在”的我们能承受由于产业转移带来的大量失业和GDP下滑的后果吗？

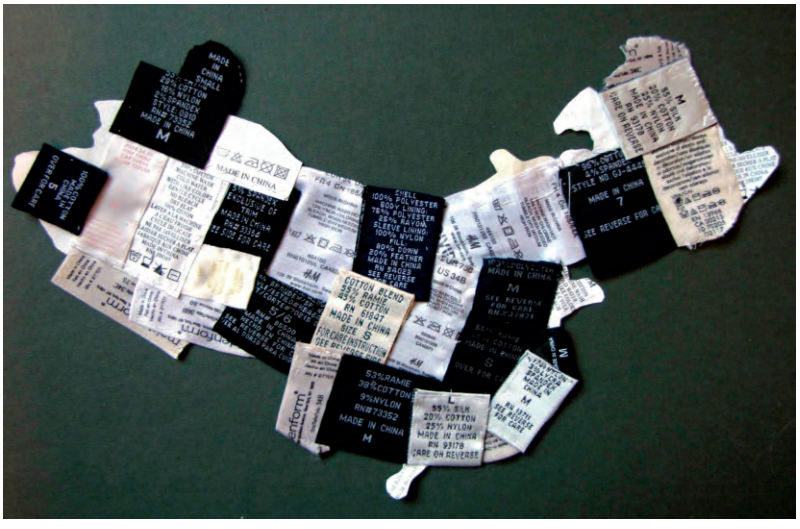
通用汽车公司2014年第二季度将其国际运营的总部从上海迁至新加坡。或许通用海外总部的外迁是巧合，但也不能不说这代表着一种新的战略倾斜，其背后深层次的意义可能只有通用高层最为清楚。由此也可以看出，外国企业只会根据自身的利益需要来选择“所在”。如果不拥有强大的本土企业，不掌控属于自己的品牌和技术，中国即便想维持大打折扣的“所在”也要看“所有”者的意愿了。

“只求所在不求所有”，等于拱手让出了技术进步的主导权，让出了法规制定的主导权，也让出了国际分工协作的主导权，等于放弃了产业布局的控制权，放弃了产业结构调整的控制权，也放弃了做强本土企业的控制权，这无论如何是不可接受的！

相反，我们理应培育属于自己的有世界影响力的优秀品牌，打造具有国际视野和竞争力的世界级本土强企。唯有如此，我们才能成为真正的“所有”者，中国才能在国际竞争中逐步向高端转移，才能以最小的人力投入、最小的资源使用、最小的环境伤害，最大限度地创造价值和利润，从而进入不断创新和升级的良性循环，实现中国汽车产业乃至整个制造业由量到质的历史性突破。

如果说，短期内产业规模的大小只需关心“所在”，那么长期看产业实力的强弱恰恰必须关注“所有”。虽然我们的自主品牌目前还相对弱小，但就是这些弱小的本土企业支撑起中国汽车产业掌握了一定的“所有”，它们在一些国家（如俄罗斯、巴西等）的布局，构成了中国汽车产业除本土以外的“所在”，并从当地获取了利益，实现了中国汽车产业自己的出口税收！

当我们的这些自主企业一天天做大做强，直至成为很多发达国家“招商引资”的重点对象，实现在发达国家的“所在”时，作为这些自主企业“所有”者的中国，才能真正成为汽车强国。所以，汽车大国与汽车强国的本质



?1994-2014 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net

区别其实就在于本土汽车企业的实力。

本土企业具有天然的主人翁精神和民族使命感

本土企业代表着本国的力量，代表着本民族的希望。在国家经济建设中，本土企业是理所当然的主力军，是最核心、最根本的主要力量；而外国企业是协同军，是辅助力量，他们对中国经济的贡献主要基于最基本的“买与卖”的商业模式。

我认为，本土企业的主人翁精神和民族使命感不是别人赋予的，而是与生俱来的。无论何时，国家都可以毫不迟疑地向本土企业发出号召和要求，而本土企业也都有责任和义务，更有使命感，为本国经济的繁荣发展做出应有的贡献。

实际上从全球范围看，世界各国无不紧密依靠自己的本土企业。以美国为例，与政府全力保护本土企业相对应的是，本土企业对于本国经济的担当和责任。

在“911”袭击后，美国主要企业纷纷提出“以国家利益为重”，保险公司没有任何推诿就承担了巨额的赔偿；美国三大为了提振恐怖袭击后不景气的美国市场，先后推出了零利率贷款的促销计划，尽管这些举措导致了自身财务状况持续恶化，他们也在所不惜。

又如在金融危机之后，美国提出了“重振制造业”的战略调整，此时被约到白宫共商美国制造业复兴大计的正是美国三大，而不是丰田或者现代，因为无论政府还是三大自己，都认为这是他们共同的分内事。

再看欧洲，尽管意大利汽车销量连年萎缩，2012年新车销量同比下滑19.9%，由2011年的175万辆降至140万辆；菲亚特自身也面临很大的财政压力，但还是一再承诺不会关闭意大利工厂，不会在意大利进行裁员。同样的例子还有雷诺，虽然境况不佳，但也承诺不会关闭在法国的工厂。但这些企业都不同程度缩减了在其他地区的投资或建设。

前面提到通用准备将国际总部迁出中国，但是无论海外布局如何，通用的总部永远都不会迁出美国，哪怕底特律城破了产，其总部依然屹立在底特律市中心。尽管今天中国的汽车销量已远超过美国了，但你能设想通用或者福特有一天会“迁都”中国吗？

反过来讲，中国本土企业也自然是以本国利益为重的，国企如此乃是理所当然，民企其实也是一样的，像长城、吉利、比亚迪，无论将来可能发展到怎样强大的地步，它们也绝不可能把总部和主要力量搬出中国。

有些人迷信完全开放市场的理想主义，认为无论本土企业还是外国企业，国家都应该一视同仁，放手让他们在市场上公平竞争，而不应该也不需要给本土企业特殊的关注和待遇，这恐怕失之于天真了。

举一个浅显的例子，清华北大每年招生名额有限，是你的孩子还是别人的孩子考上，对你的意义一样吗？孩子参加高考当然不能作弊或者走后门，否则有失公平，但谁说父母不能把自己的孩子送去补习班来提升成绩呢？说得再直白一些，如果认为“所有”不重要，无论姓“中”或姓“外”，只要“所在”就都一样，那我们还含辛茹苦地养育自己的孩子干吗！？

事实上，很多时候“只求所在不求所有”的论调只不过是一种无奈的阿Q，是在始终没能掌控核心技术，始终没能打造出世界级本土强企的情况下，一些人的自我安慰而已，是一种无奈心

是否拥有本土强企是国家相关产业强弱的关键，而是否拥有核心技术、优秀产品及品牌则是本土企业强弱的关键。核心技术是否属于自己，起着决定性作用。没有核心技术则产品只能无奈地选择跟随，始终落后一步，企业最终将在市场上失去竞争力。

贴士 不能只求所在不求所有

1.尽管仅从扩大产业规模、产出GDP和确保就业等角度来看，短期的“所在”确实够了，而且可能比“所有”来得更快更容易。但是从长远来看，没有“所有”的“所在”是要大打折扣的，而且没有“所有”也无法确保永远的“所在”。

2.“所有”控制“所在”，这是一个控制权的问题。“所有”决定着“所在”，“所有”者会根据自身的利益和战略需求来决定在何处“所在”。因此，即使只以确保规模为目标，也不能“只求所在不求所有”。

3.“只求所在不求所有”，等于拱手让出了技术进步的主导权，让出了法规制定的主导权，也让出了国际分工协作的主导权，等于放弃了产业布局的控制权，放弃了产业结构调整的控制权，也放弃了做强本土企业的控制权。

4.有人说中国现在有市场，也有钱，完全可以通过交换或者外购获得核心技术甚至优秀的品牌，这种兼并已经不乏先例。既然“所有”可以换到、买到，现在是不是属于本土企业又有什么关系呢？这种观点似是而非，实在是高估了“交换”和“购买”的作用。

5.拥有核心技术并不断升级，就可以牢牢掌控未来的主导权；而没有核心技术则不得不面对竞争对手的技术壁垒，往往难越雷池一步；拥有核心技术就可以进一步扩大优势并拥有更大的选择空间；没有核心技术则很难走出“追赶-落后-再追赶-再落后”的恶性循环。

?1994-2014 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net
ABR photo

理支配下的对产业的放弃。

其实大家心中都明白，“自家的孩子”再不行也得培养，而不能因为暂时比不过“别人家的孩子”就放弃，而且越有差距就越需要加快培育、加大鼓励和加强支持。

将汽车强国战略立足于本土企业，并不是狭隘的民族主义或者国粹主义。我们当然要肯定市场在调配资源方面的主导地位，尤其在十八届三中全会之后更是要充分发挥好市场的决定性作用，但这与亲疏有别并不矛盾，也与国家把汽车强国梦寄托于本土企业并不矛盾。

美国市场是全世界最开放的市场之一，有世界顶级的竞争对手在那里角逐，但是美国三大始终控制着本土45%以上的市场份额，无论在品牌美誉度及核心技术的掌控上都占有主导地位，支撑着美国汽车强国的地位。

目前中国自主企业在国内市场只占30%的份额，且产品长期集中在低端领域。本土汽车企业在核心竞争力上如不能有质的飞跃，那么中国的汽车强国梦将遥遥无期！我们大可不必也不可能要求本土企业占领中国的全部汽车市场，但是本土企业理应也一定要占有重要的地位。

核心技术得由本土企业来掌控才靠得住

是否拥有本土强企是国家相关产业强弱的关键，而是否拥有核心技术、优秀产品及品牌则是本土企业强弱的关键。核心技术是否属于自己，起着决定性作用。拥有核心技术就可以推出具有竞争力的产品，从而赢得市场；没有核心技术则产品只能无奈地选择跟随，始终落后一步，企业最终将在市场上失去竞争力。

拥有核心技术并不断升级，就可以牢牢掌控未来的主导权；而没有核心技术则不得不面对竞争对手的技术壁垒，往往难越雷池一步；拥有核心技术就可以进一步扩大优势并拥有更大的选择空间；没有核心技术则很难走出“追赶-落后-再追赶-再落后”的恶性循环。

中国在大飞机上的失判至今仍然让很多国人痛心不已。1970年代初，当空客公司第一款客机A300还在襁褓之中，中国“运十”项目就已上马，并于1980年试飞成功，到1985年“运十”已经飞了130个起落，其性能堪与空客比肩。但之后居然因为中美“麦道”合作项目等种种原因，把“运十”项目停了下来。

然而，与美方前后十年的合作并没有给我们带来希望获得的大飞机技术，到2007年中国不得不被迫重启大飞机计划，然而过去20多年的黄金时间已经白白浪费掉了。这段历史足以说明：一、任何国家都不会平白无故向外输出核心技术，用习主席的话讲，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；二、不掌控核心技术就没有优势产品，就无法获得竞争优势；三、最终能否掌控核心技术还得靠自己。

试问如果当时中国不等不靠，坚决地继续推进“运十”项目，之后我们又怎会在“麦道”合作项目中处处受制于人而最终一无所得？如果当时我们掌握了大飞机的关键技术，今日的天空又怎会完全被空客、波音所主宰。这个教训应该牢记，这种遗憾不应在汽车产业上重演。

有人说中国现在有市场，也有钱，完全可以通过交换或者外购获得核心技术甚至优秀品牌，这种兼并已经不乏先例。既然“所有”可以换到、买到，现在是不是属于本土企业又有什么关系呢？这种观点似是而非，实在是高估了“交换”和“购买”的作用，也把掌控核心技术和打造优秀品牌看得太轻松了。

首先，外方根本不可能轻易献上核心技术。看看汽车产业，“市场换技术”20年了，结果如何呢？70%的市场份额让外国品牌占领了，而且集中在中高端，利润惊人；与之相比，中国拿到的技术可以说微乎其微。

外方在技术转让方面始终拖拖拉拉、扭扭捏捏，这也没什么奇怪的，转让技术等于是给自己培养竞争对手，是自断财路，人家岂能心甘情愿，将自己赖以生存的核心技术拱手相让？尽管随着中国在转让技术方面的诉求越来越强烈，外方可能会做出一些姿态来迎合，但可以断定的是，外方骨子里是不会把真正先进的技术给中方的。中国对核心技术越在意，外方的控制也将越严密。

其次，在某些外国公司运营出现困难时，确实可能买到一些技术或企业。但是购买本身并不能保证实现真正的“所有”，关键还在于本土企业自己有没有足够的技术积累和消化能力，以及管理驾驭外国企业的能力。

如果本土企业的实力不够，即使买来了技术也很难用好，更无法升级；即使买来了企业也很难经营得好，无法保持“所有”。可见坚持“所有”形成自己的实力，才有可能凭借购买加快实现更多的和真正的“所有”。

海外兼并是本土企业加速成长的有效催化剂，应积极倡导和鼓励，并给予力所能及的支持。但能否发生化学反应，还是要看反应物本身，要看我们本土企业的真功夫。

最后，通过“交换”或“购买”获得技术其实恰恰证明了本土企业拥有核心技术的重要性，所以才值得我们花大代价去换去买，以加速实现“所有”。

总之，交换也罢，购买也好，其主体都是本土企业，这些都不能成为不需要本土企业做强的理由。恰恰相反，只有本土企业具有真正的实力，才能实现名符其实的长久“所有”。

?1994-2014 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net