

中国汽车产业唯一软科学期刊

# 汽车工业研究

Auto Industry Research

第10期

2014年10月5日

总第245期

邮发代号: 12-147

## 我国建设汽车强国的行动方向

对建设汽车强国的国家行动和企业行动方向进行系统梳理,建设汽车强国应上升为国家战略。本土企业是实现汽车强国战略的主体和基础,要建立清晰企业战略,坚持自主正向研发、掌控核心技术,坚持走正规化、国际化道路。

## 五大汽车集团产能布局及产能规划分析

## SUV市场发展特征及未来趋势判断



ISSN 1009-847X



9 771009 847019

订阅: 8元 零售: 10元

- 15 国内二手车市场现状与展望
- 24 新能源城市客车的安全设计理念
- 28 山西省汽车零部件产业集群分析



上期封面回顾

# 汽车工业研究

2014.10 (总245期)

特邀顾问 (按姓氏笔画排序)

王虹 卢卫东 陈郎

苏桂锋 赵欣 扈凡

主管 / 中国第一汽车集团公司

主办 / 中国第一汽车集团公司

出版 / 《汽车工业研究》杂志社编辑部

编委会主任 / 孙国武

编委会副主任 / 黄勇

编委 / 王刚 王立志 王金伟 田聪明 田青久  
 安铁成 许宪志 刘松平 刘鑫博 李骏  
 李惠乐 刘立岩 刘振国 张丕杰 张晓军  
 胡咏 胡汉杰 姜君 姜立堂 荆青春  
 高放 矫有林 葛树文 董修惠 范海涛  
 (按姓氏笔画排序)

社长 / 黄勇

总编 / 李惠乐

主编 / 范海涛

通联部主任 / 石荣

记者部主任 / 杜言宾

编辑部主任 / 远山

社址 / 吉林省长春市锦程大街30号

邮编 / 130011

编辑部 / 0431-85907709

广告部 / 0431-85901098

电子信箱 / qcgyyj\_xcb@faw.com.cn

主编信箱 / bsczk\_xcb@faw.com.cn

国际标准刊号 / ISSN 1009-847X

国内统一刊号 / CN22-1231/U

邮发代号 / 12-147

广告经营许可证 / 2201005050130

广告营销 / 上海康诺广告有限公司

印刷 / 长春一汽四环汽研印刷有限公司

国内订阅 / 全国各地邮局

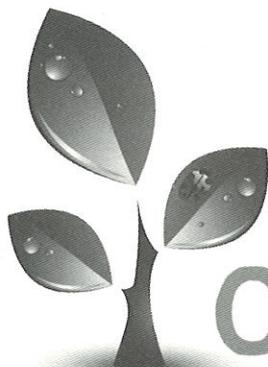
国内发行 / 长春市报刊发行局

出版日期 / 每月5日

零售价 / 人民币 8元

如发现印刷、装订等质量问题,

调换电话: 0431-85767741



# CONTENTS

## 目录

### 卷首语 Frontwords

01 主编手札 / 互联网也要沾汽车的“光”儿

### 声音 Voices

02 高端发言 / 徐建一、徐宪平、张小虞、李德毅、安铁成等

### 特稿 Special

04 我国建设汽车强国的行动方向

08 我国五大汽车集团产能布局及产能规划分析

### 趋势 Trend

15 国内二手车市场现状与展望

20 国内SUV市场发展特征及未来趋势判断

### 创新 Innovation

24 新能源城市客车的安全设计理念

28 车内饰纺织时代来临

### 辨析 Analyse

31 山西省汽车零部件产业集群分析

### 观察 Observe

35 美国汽车维修配件流通领域经验及对我国启示与借鉴

### 建议 Suggestion

39 报废汽车的“善后”不应滞后

### 焦点 Focus

41 从汽车服务产业的人才需求看高校教育转型

### 专栏 Column

45 观察法在汽车研究不同领域的应用

### 研究 Research

50 汽车零部件在线采购管理系统的设计与实现

53 基于QFD的汽车零配件制造企业服务质量研究

### 报告 Reports

57 四轮驱动带高低档电动汽车变速装置的设计与开发

61 直喷发动机电控系统原理初探

### 公司 Company

63 一汽-大众销量六连冠 1-8月市场排名第一

64 解放节油赛引爆陕西

稿件凡经本刊使用,即视为作者同意授权本刊享有对其作品数字电子版出版权及信息网络传播权、无线增值业务权;并且本刊有权授权网络合作方再使用,本刊已许可中国学术期刊(光盘版)电子杂志社在中国知网及其系列数据库中数字化使用刊内文章;本刊支付的稿费已包括上述使用方式的稿费。

DOI:10.3969/j.issn.1009-847X.2014.10.001



赵福全



刘宗巍

## 我国建设汽车强国的行动方向

**摘要：**汽车产业在国民经济中占有重要地位，为了实现我国经济转型升级，建设汽车强国是别无他途的战略选择。本文对我国建设汽车强国的国家行动和企业行动方向进行了系统的梳理。在国家层面上要旗帜鲜明地把建设汽车强国确立为国家战略，围绕着汽车强国这一战略目标成立领导小组，为本土企业做强提供各种有力的支持。本土企业是实现汽车强国战略的主体和基础，要建立清晰的企业战略，坚持自主正向研发、掌控核心技术，坚持走正规化、国际化道路。



关键词

清华大学 汽车  
产业与技术战略研  
究院

## 1

## 引言

要实现中国经济的转型升级，必须建设制造强国。由于汽车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。建设汽车强国作为国家战略，必须坚定不移。“千里之行始于足下”，理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。本文对国家和企业的行动方向进行了系统梳理。

## 2

汽车强国建设——  
国家行动

国家应从以下几个方面系统地展开建设汽车强国的行动：

## (1) 国家战略及清醒认识

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。

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。

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。

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。

国家应引导全社会正确看待汽车社会病，针对能源、环境和基础设施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。全社会既要有耐心，更要有信心，相信国家会用全民族的智慧去建设健康的汽车社会，让汽车更好地服务百姓。不应该以这些问题为借口限制汽车产业的发展。

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。

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。而建设和谐汽车社会，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。实际上从输出汽车制造业的角度看，做强汽车产业甚至还需要系统研究外国的汽车社会特色及其演变方向。

## (2) 治理架构及管理范畴

国家应围绕着汽车强国这一战略目标成立领导小组，并赋予其协调甚至领导相关部委的权力。该领导小组作为做强汽车产业的责任部门，应站在国家的高度，统领相关部委，整合各方资源，以实现汽车强国为主线，以汽车社会健康发展为支线，以系统解决汽车产业制约问题（能源、环保、交通等）为出发点，以做强本土整车及零部件企业为目标，牵头组织全面研究并系统提出汽车强国战略及实施方案，包括但不限于国家

## &gt;&gt; 阅读提示

由于汽车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。建设汽车强国作为国家战略，必须坚定不移。“千里之行始于足下”，理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。

产业规划、基础工业水平提升方案、人才培养、创新激励、能源布局、环境保护、城市规划、交通模式及组合方案。从而为做强汽车产业和建设健康汽车社会，统一目标、统一规划、统一部署、统一行动。

国家对具有战略前瞻意义的重点领域，应高度关注，及时跟踪，同时协调各部委密切合作，积极推进。对于事关中华民族未来可持续发展的新能源技术，应协调各方加快解决新能源产业化所面临的基础配套设施问题，以加速其全面推广进程。国家应认真研究以大数据、信息化、智能化、数字化制造等新兴技术为代表的第三次工业革命，充分把握这一难得的历史机遇，以汽车为载体加大研发及应用力度，从而提升中国制造业的总体水平，为经济转型提供强有力的支撑。

国家应针对阻碍本土企业做强的宏观层面的“硬性短板”，逐一改进，统筹解决。应全力打造创新环境，让“抄袭”成本增高，风险加大，以保护和激励企业通过自主研发掌控核心技术。应从产业实际需要出发，积极推进教育体系改革，形成更灵活、更有针对性的人才培养机制。应从国家产业安全的高度看待汽车产业链，系统规划并选择关键环节的重点本土供应商进行培育。应致力于提升基础工业水平，包括材料、能源、装备制造和机械加工等领域，为做强汽车产业提供有力支撑的同时，全面提升中国制造业的总体实力，为建设制造强国奠定基础。

国家应将政府职能由行政审批型向监督服务型转变，更进一步简政放权。应给予地方更大的灵活度，鼓励各地区根据自己的区域特点发展汽车产业，建立有地方特色的健康汽车社会。国家应给予企业更大的自由度，允许其按市场经济的需求兼顾眼前与长远利益自由搏击。应放手让企业自行决定技术路线，国家专注于目标的制定和结果的监控。

### (3) 政策法规及落地实施

国家应不遗余力地为本土企业做强提供各种有力的支持。应本着务实的态度，对相关职能部

门的工作内容重新评估并大胆合并和删减，以杜绝管理浪费，减轻企业负担，使企业高效参与市场竞争。国家应认真考虑取消准入政策，这将更有利于汽车产业的市场化竞争，更有利于像新能源这样的新兴产业的快速崛起和发展。国家应加速推进国企的机制改革，为企业松绑，让企业按经济规律参与市场竞争。建立面向做强而非做大、关注自主而非合资、提升长期竞争力而非短期效益的考核机制，促使国企聚焦自主、专注研发。让拥有丰富资源的国企在汽车强国建设中发挥更大作用。国家应把鼓励发展低能耗的小型车（如1.3升以下）作为基本国策，对小型车减税、免税。这对于建设节约型社会意义重大，在同样资源条件下可以让更多中国人实现汽车梦，同时又有利于本土企业参与竞争。国家应积极牵头组建产业联盟，帮助尚不够强大的本土企业“抱团取暖”，凝聚合力，实现重点领域的联合攻关和资源共享。同时国家应为本土企业海外出口提供外交、结汇等方面的实际支持，并以此为考核相关部门政绩的指标。

国家应确保任何新规出台都能有效落地。应科学立法，在政策和法规制定过程中出面组织讨论，广泛征求意见，尤其是本土企业的意见。国家在制定任何新规时，应给企业留出充足的时间以做好技术储备，坚决避免法规政策出台的随意性。同时国家应严格执法，真正做到“令行禁止，违法必究”，打击投机行为，维护立法的权威性，以达到法规应有的效果。

对于牵涉诸多因素的复杂问题，国家应积极应对，给出综合性解决的治本方案。例如雾霾问题：应科学全面地分析雾霾的原因，根据污染大小采取有针对性的措施。应认真研究发达国家“治污史”，前瞻性地立法或制定预案。应系统规划城际、城乡间的交通模式，采用全新理念的城市规划，同时完善城市轨道交通、公交运输和私人汽车的有效组合。应在鼓励技术进步的同时，更认真严格地执行汽车排放法规，坚决取缔“国四立法，国三甚至国二国一执法”的执法怪象，

同时加快对老旧车辆的强制淘汰。此外，应确保油品质量与汽车排放控制技术及相关法规实施时间同步，否则应对相关部门、企业予以问责及处罚。建议从国家层面限制各地方政府出台限行和限购政策。不是通过行政而是通过经济手段来疏导眼前的交通拥堵问题，并从城市规划、公共基础设施建设及交通模式等维度寻求长期系统的根治方案。一些发达国家大都市的管理经验证明，采取强化交通管理、减少路边违章停车等有效措施，可以在没有任何投入的情况下改善交通拥堵30%以上。从对百姓负责的角度，这些才是各级政府应有的科学态度。

国家在充分论证和征求意见的基础上，应对各类政策、方向问题明确表态，避免混淆，减少不必要的争议，以免企业无所适从。如合资股比放开问题，尽管不是出于市场选择的“拉郎配”，但合资走到今天仍有其历史作用，在本土企业仍不够强大的今天，合资股比决不能放开。但是最终的目标一定是要放开，让本土企业在市场上自由竞争。国家理应出面组织研究，达成共识，然后明确表态——合资政策近期不会调整，同时给出将来调整的时间表。确保本土企业有充足的时间成长壮大，同时督促本土企业早作准备，未雨绸缪。

### 3 汽车强国建设——企业行动

本土企业是实现汽车强国战略的主体和基础。在国家的指引和配合下，本土汽车企业理应有大作为。要充分肯定中国汽车工业已经取得的长足进步。过去十年，自主品牌从无到有，发展迅猛，市场份额达到三分天下有其一，产品性能、技术含量和质量明显改观，自主研发能力及品牌形象大幅提升。中国以10年时间走完了韩国汽车20年、日本汽车30年的发展历程，这种速度有目共睹，足以令人自豪。因此，自主品牌大可不必自甘暴弃。泱泱十三亿人口的大国，坐拥2000万辆的本土市场，国家和百姓也不会允许本土车企就此衰败沉沦。相反，国人应该坚信，只要踏实努力，

本土车企是大有希望的。

与此同时本土车企必须增强危机意识。目前合资企业不断加强本土化战略，不断加快产能建设及产品线下探，消费者在中低端领域的选择越来越多，这对本土企业的竞争力构成了严重挑战。同时，我国车企与外国企业在管理、技术、资金和经验等方面的差距依旧明显，且非短期内所能弥补。

为建设汽车强企，本土企业应展开如下行动：

(1) 建立清晰的企业战略，建设健康的企业文化并坚持不懈地努力

本土企业应建立清晰、科学、可持续的企业战略。同时形成积极、团结、创新、健康的企业文化，在运营管理过程中应摒弃投机取巧心理，坚信“不走捷径才是最佳的捷径”，以扎实的步伐稳健经营。

(2) 坚持走正规化、国际化之路

正规化是企业运营管理及价值创造全过程的规范化、标准化、流程化，就是要靠体系来打造和提升企业的核心竞争力。对于汽车这种产业链长、开发周期长、需求资源多、投入大的复杂产业，正规化（即依体系、按流程做事）是高效协同作战的基本保障。国际化是企业资源在国际间的顺畅调配和有效利用，是在全球范围内的正规化。对于本土企业实现有含金量的出口、占据世界市场份额来说，国际化是必由之路。

(3) 坚持自主正向研发、掌控核心技术

核心技术不是简单的排它性技术，也不等同于新技术，而是难以掌握，也难以复制，能够帮助企业提升产品技术含量、降低成本、改善性能、提高质量的一系列技术，是企业独有的know-how，是常规技术的诀窍和精髓以及有效集成的方法。既是“无中生有”，更是精益求精。本土企业现阶段应努力在常规技术上做精，在差异化技术上做强。同时企业间应努力共享关键技术（平台），避免各自为战，重复投入，面面俱到，全面开花。为掌控核心技术，企业应走自主正向开发之路，以不断积累，不断提升，掌握技术诀窍，最终实现自我超越直至领先。🚗 (责任编辑 远山)