# 汽车产能过剩迷雾

来源：网络 作者：落花无言 更新时间：2024-03-23

*（正文）新一轮高歌猛进奇怪的一幕在6月上演了。场景的一侧，中国最强势的跨国车商发动了迄今为止最强大的降价攻势；另一侧，扩产的声音仍在不断传来。而日经社则报道说，6月8日广州本田计划提前扩大产能，将原本预计到2007年实现的32万辆目标，改为...*

（正文）新一轮高歌猛进

奇怪的一幕在6月上演了。场景的一侧，中国最强势的跨国车商发动了迄今为止最强大的降价攻势；另一侧，扩产的声音仍在不断传来。

而日经社则报道说，6月8日广州本田计划提前扩大产能，将原本预计到2007年实现的32万辆目标，改为今年底实现，到2006年进一步扩产至41万辆。6月10日，通用宣布未来三年将与上汽投入30亿美元，把上海通用总产能从 目前 的53万辆提升至130万辆！这几乎是上海通用去年宣布的扩产产能77万辆的两倍，直逼大众未来五年扩产至160万辆的目标。

这是6月1日新《汽车产业 发展 政策》（下称“新政”）发布以来，主要由跨国公司们掀起的又一轮扩产波澜。但 问题 是，中国的市场究竟有多大的容量？

“扩产”一年间

过去一年，全球跨国车商似乎整体卷入了这场中国扩产狂热，这被普遍认为是受到市场超速成长和高额利润的吸引。高盛 分析 师马克斯·沃伯顿（Max Warburton）估计未来三年将有超过100亿美元的资金投入中国新建或扩建车厂，跨国公司们正在进行一场“浩荡的、旅鼠式的跳崖”（旅鼠因有时会以淹死来结束生命的季节性群体迁徙而闻名）。

2003年中国汽车总产量跃居世界第四位，其中轿车产销增长尤为突出，均接近200万辆水平，同比增长超过75％。谁能够拒绝连续两年以“井喷”速度增长的中国市场？今年6月10日，大众集团副总裁、中国业务总负责人魏智博在北京新闻发布会上表示：“我在德国大众工作了40年，40年中从来没有看到任何一个国家的市场在一年中增长了68％。

自从2002年中国汽车市场进入了井喷式增长期以来，不时能听到跨国公司对中国工厂加班超负荷生产仍然跟不上需求的“抱怨”。几乎每家进入中国市场的全球汽车巨头都在争着宣布自己的新投资／扩产计划，这种声音从2003年下半年开始逐渐达到鼎沸。

作为本土力量代表，生产 经济 型轿车的民营企业吉利同样抛出了自己的2007年销售远景----60万辆，相当于届时日产和标致产能之和。2003年吉利销量为8万辆。吉利董事长李书福对ARA（亚汽资源公司）大胆预告：“就像在摩托行业一样，合资公司将逐渐衰微，未来将由中国民营企业主导汽车。”

似乎没有人在意中国正在制定的新的《汽车产业政策》会给这些投资带来怎样的 影响 。尽管去年5月出炉的征求意见稿曾一度成为跨国公司抨击的焦点，但这并没有减缓投资者前进的步伐。

2004年5月初，两份来自德国的新协议成为新政出台前最引人注目的汽车业投资焦点：5月2日，德国大众汽车与上海汽车集团宣布将为上海大众新增15亿元注册资本，用于在上海浦东临港改扩建上海大众汽车五厂，一期规划产能15万辆。

在此之前，中国汽车工业协会市场贸易委员会秘书长张伯顺撰文称，“有的外国驻华官员要求取消新汽车产业发展政策（征求意见稿）中的一些规定，投资规模的股比。整车合资企业的数量、整车特征的认证、销售渠道的经营等等”，“（新政）还不断地听取和吸收包括外商在内的意见”。

最终出台的新政强调“规模”，被普遍认为是“给外资以国民待遇”，这给已经达到沸点的汽车投资热又加了一把火。本田和通用等公司先后宣布了再一次提升产能的新计划，跨国车商们在原本宏大的扩产计划上继续加码。

算术相加的前景

如果把这张跨国厂商的拟投资清单按时间顺序一直开下去，会是什么结果？

咨询公司科尔尼曾估算，所有跨国公司新增投资将使中国乘用车产能在2006年增至450万辆，届时即使最乐观的市场需求，也仅在350万辆～400万辆左右。如果以“新政”之后跨国公司调整过的产能计划来 计算 ，这个算术相加的前景还在450万以上。

“全球汽车业普遍存在产能过剩，中国也不例外。”ARA董事长邓凯对《财经》表示。目前，全球汽车年产量约7000万辆，销售量在5500万～6000万辆之间。

悲观的看法是全球汽车业已在经受20％～30％产能过剩的折磨，这一幕在中国出现后会如何？《商业周刊》扼要说：“先是产能过剩，接着是价格战，公司利润随之下降，后果是投资紧缩。”

大众中国刚刚宣布的大幅降价措施初显价格战的阴影。观察家们担心10年前跨国公司对巴西市场过度投资会在中国重演。不过，资深的业内人士对产能过剩的理解并非一道是非题那么简单。科尔尼（上海）董事副总经理孙健认为，“从总量上讨论过剩是没有意义的，必须看细分市场----比如北美市场，是市场竞争造成的，不畅销的产品就过剩了。”

实际上，今年6月中旬美国汽车新闻集团举办中国峰会传来的外资声音，已从过去一年的高歌猛进开始变调。敏锐的跨国车商正密切关注中国汽车业增长是否可持续的命题。

谁是这轮增长的真正消费者？根据行业咨询公司ARA研究，中国最大的区域市场在北京、上海、广州和江浙中心城市，它们占去了2003年轿车销售的一半，并且以消费25万元左右价位的车为主。精英群体固然可以带来一两年的高速增长，却无法消化全球跨国汽车巨头源源不断涌入的中高档车型。

“未来的利润率会越来越小，（在中国）建一个厂如果五年后你还能生存，你的市场份额也不会特别好。”亚汽资源董事长邓凯预言说。

而跨国公司们一方面承认扩大投资后价格走低和利润摊薄的趋势，另一方面，对产能过剩的风险似乎并不特别担心。问及大众在巴西过度投资的教训，大众总裁表示在 中国 的投资将逐步地谨慎进行。 目前 市场份额低于1％的福特更为克制。董事长兼总裁小福特表示，福特不会在扩大产能方面投入太多。不过，在做出上述表述的同时，这些厂商也同步宣布自己在中国最新的投资计划。标致雪铁龙董事长对英国《 金融 时报》直率地表示“不必相信汽车制造商做出的所有声明”。

跨国公司是在重复已经犯过的错误吗？新一轮的投资潮是否仅是一场为争夺市场份额而进行的盲目扩张？需要了解的是，十年后，活跃于中国市场的到底是些什么玩家。

十年淘汰赛

大众市场份额的起落，更多地反映出20年来跨国公司在中国竞争的激烈程度。1985年上海大众成立，随后10年出现了大众在中国一枝独秀的局面，主要原因是当时的中国家庭轿车市场尚未启动；多数汽车巨头对中国以及亚洲市场并不热衷。

94版产业政策出台，第一次大规模点燃了外资投资热情。1995年，通用与上汽集团成立上海通用，丰田将自己在与天汽合作的大发公司的股份从17％增持至33％。1996年东风雪铁龙开始规模化生产富康ZX。

这些空前的数字背后，包含着两个至关重要的内外动力。首先是私人消费者已取代政府与公司用户成为轿车最大买家，私人用车保有量占总保有量50．33％。其次，外资争相与中国本地汽车集团联姻以进入市场----三大和广汽每家都至少与两家外资车商建立合资企业，形成了罕有的“一妻一妾”合资模式。

三大国内汽车集团身后的外资车商实际所占的市场份额已超过56％。但大众市场份额遭受严重切割，标致雪铁龙继续萎缩，通用长势迅猛，本田稳步上升，“ 现代 ＋起亚”、马自达、日产、丰田后发力量引人注目，宝马、戴克的进场加深了市场细分程度。

消费者主体与制造商份额变动意味着什么呢？是买方市场话语权增加。同时，经过十年磨砺之后，活跃于中国市场的外资车商少有生手，多为经验丰富的老玩家和灵活大胆的挑战者。前者的代表是通用，后者的代表是“现代＋起亚”，而市场最推崇的精明玩家是本田。

2004年5月中，AC尼尔森通过对北京、上海和广州消费者电话调查发现，价格因素已成为最重要的购买因素。AC尼尔森话音甫落，上海通用即全线下调别克品牌价格，平均降幅达到8％，最高降幅达11％。价格战与成本控制将成为跨国车商在中国面临的最大挑战。

“产品吸引力不足的公司将首先受到冲击”，行业 分析 师邓凯认为，两类公司产能扩张风险较小----“以中国市场利润进行再投资的公司风险偏低；同时，进口量越大的公司，风险越小。”

以此衡量，大众、本田、现代都属于以中国区赢利再投资／扩产的类型，日产则属于后到又挟重资投入，与通用当年的策略相似。6月日产集团副总裁志贺俊之接受《财经》专访时表示，日产对合资公司“东风有限”的10亿美元投资已基本到位。丸川知雄分析说，“日产也许面临着比其他外资更大的风险，因为它选择在合资企业中并入东风汽车的卡车和零部件工厂，不得不承受设备过时和冗员的压力”。

但跨国公司投建新工厂其实包含两种概念，一种是在本地采购生产，部分实现国产化；一种是本地工厂仅为进口零部件的组装车间。前者无疑需要更长的建设周期和巨大的资金投入；后者则是近两年新进入中国市场跨国公司最属意的捷径，主要的原因在于根据实际需求进口零部件装配生产，不但有利于降低市场波动带来的风险，同时也是占领市场最快捷的手段。简单地说，对于在中国只做组装生产的跨国公司而言，其宣称的新产能投资计划只是其中国以外已有产能的释放，是转移而不是增量。

进口还是出口

对产能过剩的猜测也引出了对中国汽车产品未来实行海外出口策略的乐观预期。既然家电业能打入国际市场，为什么汽车不能呢？

商务部初步拟定的四大出口基地为目前中国三大汽车集团所在地加上沈阳----正是跨国车商屯兵所在。上述汽车及零部件出口目标的实现，无疑更多地取决于跨国公司是否有意将合资工厂作为其全球生产基地。

合资公司方面，虽然大众和通用在中国生产的轿车已有少量出口，但两家公司多次表示目前以满足内需为主，并无大规模出口计划。国内企业方面，吉利和奇瑞在2003年也实现了数百到千辆左右的轿车出口。总体而言，目前中国汽车及零部件出口总额在全球市场份额低于0．4％。

观察家认为，外资进入瞄准的主要还是中国的市场，而且近年外资的进入也越来越倾向于在华建设组装车间（即CKD模式）。虽然缺乏数据说明跨国公司进口零部件组装生产的规模，但中国汽车 工业 协会指出，“零部件进口量增长在一定程度上说明整件组装（CKD）现象有所抬头……几乎所有的整车生产企业都存在着很强的从国外进口零部件，降低国产化率的要求”。

出于提高零部件国产化水平的考虑，CKD属于94版产业政策明令禁止的行为，但近两年在外资蜂拥而入之下已成为一个名存实亡的规定。新政仍然保持对CKD的抑制态度，在对零部件进口中引入了“整车特征”的认定，进口关键件达到或超过规定数量的，将“严格按照进口整车和零部件税率征收关税，防止关税流失”。

然而跨国公司选择CKD模式自有缘由，其一是为了迅速地抢占中国市场，其二就是出于成本与技术的考虑。

成本一直是制约跨国公司本地制造的瓶颈。虽然人力便宜，中国仍属于全球汽车制造成本最高的地区。根据美国德硕咨询公司的估算，直接劳动力在汽车成本中仅占6％。

矛盾在于，全球汽车市场已存在20％～30％产能过剩，而且，在目标市场进行独资生产成本收益更为合理。以合资公司名义出口汽车及零部件、与中方合资伙伴分享利润，对跨国公司有什么好处呢？在成本问题解决之前，ARA刘飞认为，“至少未来一两年，出口不是很多厂家的主动选择”。

惟一的启发来自本田与广汽、东风的合资企业----本田汽车（中国）有限公司，该公司成立于2003年6月，初期产能5万辆，产品全部用于出口。本田在合资公司中突破性获得了65％控股权。

虽然2004年6月发布的新政仍然坚守着“汽车整车、专用汽车、农用运输车和摩托车中外合资生产企业的中方股份比例不得低于50％”的底线，却为本田汽车（中国）有限公司这样的新合资公司网开一面，规定“国内外汽车生产企业在出口加工区内投资生产出口汽车和车用发动机的项目，（外资所持股权）可不受本政策有关条款的约束，需报国务院专项审批”。

“中方在合资企业必须持股50％以上”的最大难题，困扰着跨国公司在华经营的每个环节，从成本管理、技术控制、目标市场的设立到未来的扩产计划。早在新政出台之前，就有海外媒体鼓动说，如果中国政府会放宽对股权的限制，“本地制造，出口海外”对跨国车商的吸引力将越来越大。这会是成熟玩家与政策的下一个博弈目标么？

本文档由028GTXX.CN范文网提供，海量范文请访问 https://www.028gtxx.cn