

制造业转型升级背景下

中国汽车产业国际化的发展策略

■ 程源 冯杰 东风柳州汽车有限公司

摘要:汽车产业是制造业的核心产业之一,我国汽车产业在国际化进程中取得了一定的成就,对外出口及投资规模不断扩大,品牌影响力逐渐提升,但技术研发能力较低,国际化模式单一、国际化战略定位不明等问题依然存在。基于此,我国汽车产业在国际化进程中,必须要强化顶层设计,优化产业结构,开拓新市场化解产能,扩大海外并购来提升品牌影响力以及强化汽车价值链各个环节的协同性。

关键词:汽车产业;国际化;转型升级;出口;投资

随着新一轮科技革命的到来,发达国家为推动制造业转型升级,纷纷出台了相关支持政策,如德国的“工业 4.0 战略”、美国的制造业回流战略、日本的智能制造战略等。在全球制造业加速转型背景下,中国也出台了“中国制造 2025 计划”,致力于推动中国从制造大国转向智造强国转型。汽车产业属于资本、技术密集型产业,是制造业中的核心行业,具有生产链宽、价值链广以及产业关联性强等特征。推进汽车产业的转型升级是“中国制造 2025 计划”的内容之一,改革开放 40 多年来,中国汽车产业不断融入全球价值链,成为全球汽车产销大国。然而,汽车产业的国际化水平不高。汽车产业国际化指的是通过核心技术创新以及多元化的对外投资布局推动汽车产业上升至全球价值链中高端。而我国汽车产业当前的国际化仅限于部分汽车产品及非核心技术“走出去”,而对外投资也限于发展

中国家,难以进入发达国家市场。由此看,汽车及零部件、核心技术具备国际竞争力是汽车产业国际化的关键。从这个意义上看,在制造业转型升级大背景下,加速推进中国汽车产业的国际化,是促进中国汽车产业价值链地位提升的重要路径。

一、我国汽车产业国际化的成就

(一) 对外出口规模不断扩大

从数量上看,2001 年我国汽车整车出口规模仅为 2 万辆,还不到国内市场销量的 1%。从 2005 年开始,在国家出口战略的推动下,2006 年汽车整车出口首次突破 10 万辆大关,到 2012 年突破 100 万辆大关,达到了 103 万辆,12 年间中国汽车对外出口年平均增速达到了 38.7%。随着“一带一路”战略的推进,在“稳外贸、促增长”及产业结构调整等政策推动下,2017 年中国汽

车整车出口量开始增长,2019 年出口量达到了 136 万辆,创历史新高。如东风集团作为中国四大汽车集团之一,在过去 10 年内,整车出口取得了显著成绩,2019 年对外整车出口量达 21.4 万辆。整体而言,中国汽车出口的主要市场是东盟、南美、北非、中亚等发展中国家和地区,最近几年,欧洲、北美、大洋洲等发达国家和地区在中国汽车出口市场中的地位日渐提高,出口市场多元化格局逐步形成。

当前,中国汽车对外出口能够保持稳定增长,与新能源汽车出口量增加有着密切的关系。2019 年中国汽车工业协会(CAAM)的统计数据显示,北汽、比亚迪、吉利、长城四家汽车制造企业出口的电动汽车、混合动力汽车达到了 30.3 万辆,接近中国汽车出口总量的 25%。如今,应对全球气候变化为新能源汽车的发展提供了机遇。从《巴黎协定》达成至今,全球已有多个国家和地区出

[作者简介]程源(1983—),男,东风柳州汽车有限公司进出口公司副总经理;研究方向:汽车进出口。冯杰(1980—),男,东风柳州汽车有限公司进出口公司副总经理;研究方向:国际经济与贸易、汽车海外市场拓展。

台了燃油车禁售时间表。全球汽车产业面临着一次全新的革命，新能源汽车成为未来汽车发展的主要方向。当前我国汽车新能源技术得到了一定的发展，技术水平及产业化程度与发达国家车企相比差距较小。因此大力发展新能源汽车可以为中国汽车产业国际化发展提供机遇，我国汽车企业必须要加速新能源汽车产业布局，进而以此来提升中国汽车产业的国际化发展层次。

（二）对外投资水平不断提高

在“走出去”政策的引导下，中国汽车企业按照自身的发展战略及需求，不断探索海外市场开拓模式，积累了丰富的海外投资经验，取得了一定的成效。按照德勤会计师事务所发布的 2019 年中国汽车行业对外投资报告显示，从 2006-2019 年间，中国汽车企业对外投资金额以每年 23.1% 的速度在增长，2019 年对外直接投资额 131.4 亿美元，成为全球汽车对外投资第五大国家，仅次于美、日、德、法。除了投资规模不断增长之外，投资项目的数量也在增长，2005 年海外投资项目仅为 5 个，到 2019 年增加到 74 个，而且投资方式也较为均衡，海外并购和绿地投资并重，彰显了中国汽车产业对外投资的整合能力。

同时，“一带一路”战略为汽车产业扩大对外投资及开拓沿线国家市场创造了条件。“一带一路”沿线国家 80 多个，涵盖人口接近 50 亿，且绝大多数是发展中国家和新兴经济体，对汽车产品的需求及消费定位与中国汽车产品及产业结构具有较强的契合度。因此，在“一带一路”建设中，我国汽车产业通过其国际化战略，不断开拓沿线国家市场，扩大投资规模，在化解国内产能的同

时推进投资本土化。随着投资壁垒的减少以及贸易便利化程度的提升，特别是我国与沿线国家在投资保护、避免双重征税等方面建立了卓有成效的协商机制，可以帮助我国汽车企业以更低的成本和更高的效率来布局沿线国家市场，从而提升中国汽车产业的国际化发展水平。

（三）品牌影响力日渐提升

我国汽车制造企业在扩大对外出口过程中，不断了解国际市场，逐步建立了稳定的营销渠道，从单纯的汽车出口升级到品牌营销，注重售后服务和保障，扩大了中国汽车产业的品牌竞争力。在对外投资过程中，通过海外并购的方式，使得我国汽车企业获得了行业内的先进技术，打破了发达国家对汽车发动机技术的垄断，进而利用了海外的资源来为我国汽车产业国际化培养了更多的人才，增强了汽车产业的整体竞争力。同时，随着“一带一路”战略的推进，我国汽车企业在沿线国家加速进行投资及销售布局，不仅实现了国内剩余产能的转移，还扩大了中国汽车产业的技术外溢效应。截至到 2019 年底，我国汽车企业在海外独立设厂 145 个，建立了 9800 多个海外营销网点，除了四大国有车企之外，民营的奇瑞、比亚迪、吉利、长城等品牌影响力也在不断提升。

当前，全球汽车产业竞争格局日渐呈现多极化势头，为中国汽车产业国际化提供了机遇。在过去的几十年内，全球汽车市场基本上被欧美日汽车巨头所垄断，这些汽车企业通过控制技术、服务和市场来掌控汽车发展标准，处于价值链的顶端，其他国家和地区的车企很难

进入其塑造的竞争体系之中。然而，近些年来，信息技术以及电子集成技术的快速发展，跨界技术特别是互联网技术开始进入汽车产业，传统的燃油和机械技术在汽车竞争体系中逐渐弱化，冲击了欧美日汽车寡头控制的价值链。发达国家的新兴汽车产业开始以新能源和智能化汽车研发及商业生产为目标，推动了全球汽车产业竞争的均衡化，如 Google 的智能汽车、特斯拉的新能源汽车等获得了广泛的市场。这些新科技汽车品牌注重用户体验及智能创新，成为世界汽车市场上的新势力，在这种情况下，中国汽车企业也应该主动与信息企业、电子集成企业合作，加速智能化汽车和新能源汽车技术研发，以此作为提升中国汽车品牌国际化的突破口。

二、我国汽车产业国际化存在的问题

（一）技术创新能力较弱，国际竞争力不强

发达国家的车企通常有上百年的历史，有着深厚的技术沉淀。与发达国家汽车产业相比，我国汽车产业历史短暂，技术创新能力不足，特别是在发动机技术方面，没有自己的自主品牌，成为制约我国汽车产业国际化的最大障碍。发动机是汽车的核心零部件，我国自主生产的发动机所占市场份额不到 5%，绝大部分汽车发动机均需要从发达国家进口。欧美日等发达国家的汽车企业一直处于全球价值链的顶端，在研发、核心技术等领域处于上游环节，通过投资并购以及品牌、技术附加等服务，掌控了全球汽车市场的绝大部分份额。我国汽车产业则处

于全球价值链的底端，汽车生产依然是以低附加值和低技术含量的组装为主，汽车产业核心竞争力较弱，参与全球汽车产业链分工体系的程度不深，阻碍了中国汽车产业的国际化发展。

另外，2018年我国取消了专用车、新能源汽车领域外资股权的比例限制，随着2019年中美达成第一阶段贸易协议，到2021年我国汽车领域外资股权限制以及合资企业数量限制将全面取消。由此，外资汽车企业可以在合资中扩大股份比例或直接投资独立建厂，使得国内汽车市场将迎来更加激烈的竞争。市场准入的放宽，必然会使得中国汽车产业重新洗牌，国有或民营车企如果没有足够的技术创新力，注定会被市场所淘汰。在这样的背景下，中国汽车产业国际化会遇到更大的挑战。

（二）国际化发展模式单一，发展绩效较差

改革开放以来，我国汽车产业大胆改革，逐步融入国际汽车产业分工体系之中，建立了市场化的生产链。然而因为核心技术缺失以及创新能力不强，我国汽车产业国际化模式比较单一，主要是以整车或零部件出口为主，在海外新建投资也多是从小国内出口零部件在当地组装，少部分汽车企业能够在海外与发达国家车企合资建厂，也有极少数车企能够并购发达国家汽车企业。总体看，海外投资的层次与方向还处于初级阶段，国际化的绩效较差。

当前受全球经济下行趋势的影响，中国、北美、欧洲三大汽车市场均出现了不同程度的销量下滑，2019年世界汽车销售总量为9200

万辆，比2018年下降了5.84%。而发展中国家和新兴经济体市场虽然有小幅度上涨，但趋势并不明显，南非、印度、巴西等国家2019年汽车销量比2018年略有上涨，但平均涨幅不超过0.3%。可见，全球汽车市场的低迷，会影响我国汽车产业的出口及投资，阻碍其国际化水平的提升。

（三）国际化进程存在严重的同质化现象，外部保护主义盛行

当前，我国各大车企正在大力推进国际化发展战略，在谋求扩大海外市场的过程中，出现了贸易模式、贸易目的地、投资方式、投资目标地以及销售价格等方面的同质化现象。正是如此，导致我国汽车企业在相同的出口或投资目的地出现了内部恶性竞争事件，有的车企为了抢占市场，甚至不惜恶意降低销售价格或随意抬高并购价格，导致利润外流和自身经营成本的提升，整体降低了中国汽车产业的国际化效益。

同时，随着多边贸易体系日渐边缘化，区域贸易协定正在重构全球贸易新规则，特别是美国主导的区域贸易协定中对原产地价值含量标准的提升，在很大程度上限制了我国的汽车零部件出口。另外，部分国家包括新兴经济体如印度、俄罗斯等，将汽车产业列为敏感领域，通过增加关税和限制投资等措施，也降低了我国整车及零部件的出口规模，削弱了汽车企业的投资积极性。而发达国家的贸易保护则体现在对新能源汽车、智能汽车的投资方面，通过加大投资审查力度，阻碍了我国汽车企业对其智能制造、新能源汽车企业的并购，限制了我国汽车企业对外技术寻求路径，必然会影

响我国汽车产业的国际化进程。

（四）国际化战略定位较低，缺少顶层制度设计

发达国家汽车产业的国际化是一种技术、资本、生产和服务的全面国际化。而我国汽车产业的国际化目标是扩大海外贸易的市场份额以及在海外建立生产或组装基地，这是一种初级的国际化模式，对提升我国汽车产业在全球价值链中的地位没有太多的促进作用。正是如此，再加上我国缺乏汽车产业国际化战略的顶层设计，降低了中国汽车产业国际化的内涵。虽然部分国有汽车企业在国际化发展中主动嵌入到国家战略体系中，注重海外资源的利用和自身能力体系的建设，注重贸易出口与海外投资的并重，但技术与服务跟不上，限制了其国际化的深度；民营汽车企业在探索国际化目标中，以海外优质汽车资产并购和新能源技术为目标，但受制于自身经济实力，能够取得成功并不多。因此我国汽车产业的国际化定位较低，对整体推进汽车产业的转型发展支撑力度有限。

三、我国汽车产业国际化的实施策略

（一）强化国际化的顶层设计

随着信息技术的快速发展，数字化、智能化、绿色化是引领汽车产业发展的基本方向。欧美日等汽车巨头在技术研发、生产制造、销售及服务等方面已经提前做好了国际化布局，与跨界汽车势力也进行了有效的协商与联合。对此，我国政府应该尽快围绕中国汽车产业转型升级做好规划，研判未来汽车产业国际化发展的趋势，抓住汽车产业国际

化的机遇,从全球价值链的角度,明确我国汽车产业转型升级以及国际化进程的技术路线图,为汽车企业的转型发展提供方向支撑。同时,我国汽车制造企业应该立足于自身的产业结构及技术优势,着力布局智能化汽车、新能源汽车等领域,打造具有前瞻性的制度支撑体系,为我国汽车产业国际化发展确立方向和目标。

(二)优化我国汽车产业结构

产业结构的优化是推动汽车产业转型升级的关键,也是推进其国际化发展的基础。因此,政府部门要做好宏观政策的引导以及后续服务的支持,按照不同汽车企业的技术及产品优势制定好产业结构优化策略,积极培育智能汽车、新能源汽车试点企业。同时,鼓励汽车企业与高校、科研机构以及国外技术研发机构联合设立技术研发中心,推进生产技术、应用技术、材料技术与新能源技术、智能制造技术的结合,培育中国汽车发展的新空间。汽车企业在政府政策及规划的引导下,明确其国际化发展目标,集中自身优势资源,主动加大核心技术攻关,抢占新技术的制高点,进而以技术水平提升来优化汽车行业整体产业结构,提升其国际竞争力。

(三)加速国际合作来化解过剩产能

中国汽车产业的国际化不能一蹴而就,扩大出口依然在国际化战略中占有重要位置。汽车企业应该充分抓住“一带一路”战略带来的外部机遇,扩大对沿线国家的整车及零部件出口,实现我国中低端汽车产能的释放或转移。从根本上看,我国汽车品牌定位与沿线国家民众的汽车消费意愿契合度较高,通过扩

大出口来占领当地市场,并适时地扩大投资在当地建厂,主打新能源汽车或智能汽车,进而拓展新的经济增长点。东风柳汽近些年来通过对越南、柬埔寨的汽车出口,在稳固当地市场的同时,2018-2019年在两国累计投资6.11亿美元,建立了四个整车生产厂,实现了国内产业链与国外市场的对接。此外,还可以通过国外市场的倒逼机制来调节我国汽车生产工艺,加速对落后产能的淘汰,以此来推动我国汽车产业结构的优化。

(四)推进海外并购来扩大中国汽车产业品牌竞争力

随着环保治理力度的加大,传统的燃油车不是未来中国汽车国际化的主导产品。我国汽车产业在国际化进程中应该以新能源汽车、智能互联汽车为主导产品,并以技术创新来作为基本驱动要素,抢占这些技术标准的主导权。欧美日发达国家的汽车企业已经实现了跨界联合,在汽车信息技术、新能源技术、材料技术、电子元件等方面掌控了优质资源。在这种情况下,自主研发可能需要耗费更大的成本,通过海外并购来获取优质资源及先进技术不失为捷径。中国汽车企业可以选择那些品牌认知度高、技术沉淀性深、技术研发能力强的企业进行并购,承继其品牌、技术、人力资源及营销渠道,进而实现资源整合与互补,以此来提升中国汽车产业整体国际竞争力。

(五)强化汽车产业价值链的协同性

我国汽车产业在国际化进程中,必须以互利共赢为原则,凸显汽车行业的整体竞争优势,因此需要加强产业价值链各个环节的协同和

融合。具体而言:第一,以中国汽车工业协会为主导,构建我国汽车国际化的信息平台,强化各个车企之间的协同合作,合理布局海外市场和资源投入,避免恶性竞争,实现各个汽车企业之间的信息互通。第二,汽车企业与零部件生产商之间应该建立同步国际化发展模式,扩大双方的资源共享和相互依存度,特别是在智能汽车、新能源汽车领域要实现强化技术研发的合作,形成稳定的供需关系。第三,汽车企业要与金融企业强化协同合作力度。因汽车产业是技术和资本密集型产业,特别在海外并购过程中,不仅需要金融企业专业的财务、资产、技术价值等方面的评估和调查,还需要金融企业的证券、债券、信贷等平台来帮助其拓宽其国际化发展的融资渠道,确保金融资本对汽车产业国际化进程的支撑力。▲

参考文献:

- [1] 左世全,赵世佳,祝月艳.国外新能源汽车产业政策动向及对我国的启示[J].经济纵横,2020(1):113-122.
- [2] 王元彬,汪春雨,郑学党.中国汽车产业的全球价值链地位及新形势下的发展路径[J].国际商务(对外经济贸易大学学报),2019(3):59-68.
- [3] 聂炳胜.江西省汽车产业国际化战略的研究[D].南昌:江西财经大学,2019.
- [4] 刘刚,张晓兰.我国汽车产业国际化路径探讨——基于制造业转型升级战略背景[J].商业经济研究,2020(2):189-192.
- [5] 梁君,石璐.广西汽车制造业迈向全球价值链中高端路径探析[J].现代商贸工业,2019(9):1-4.
- [6] 周蕾,周传豹.增加值贸易视角下汽车产业全球价值链国际分工地位及其影响因素[J].浙江树人大学学报(人文社会科学),2018(5):35-42.