

■ 中国汽车工业协会/叶盛基

中国汽车零部件行业发展转型升级进行时



中国汽车工业协会副秘书长叶盛基

当前中国汽车行业现状和发展形势

中国汽车工业经过60年的发展，特别是近十年来的快速发展，现已成为国民经济名副其实的重要支柱产业。现在，中国汽车工业已经步入稳健的发展阶段，但是面对复杂多变的国内外发展环境，中国汽车工业面临诸多挑战的局面没有改变。

当前，汽车行业发展呈现如下特点：

1. 汽车产销平稳较快增长，总体发展情况良好

2013年1~10月，汽车产销均超过1780万辆，比2012年同期分别增长13%以上。其中，乘用车产销分别完成1450万辆左右，比2012年同期分别增长接近15%；商用车产销分别达到333万辆和336万辆，比2012年同期分别增长8.7%和7.4%，发展增速高于年初预期。这一切得益于国家以提高经济增长质量和效益为中心，加快转型升级和结构调整，坚持稳中求进的总要求；得益于持续增长的国内消费场所提供的巨大发展空间。可以预计，2013年中国汽车产销将超过2100万辆，同比增长率将超过10%。

2. 外资品牌汽车发展强势，中国品牌汽车形势严峻

在汽车市场增速趋于平稳的形势下，中国品牌产品竞争力不足的问题表现明显。2013年1~10月，中国品牌乘用车销售577万辆，比2012年同期增长接近12%，占乘用车销售总量的近40%，比2012年同期下降1.1个百

分点；中国品牌轿车销售261万辆，比2012年同期增长近9.6%，占轿车销售总量的26.7%，占有率比2012年同期下降0.4个百分点。总体情况是，外资品牌乘用车发展强势，呈现市场份额不断扩大趋势，而中国品牌乘用车发展形势令人担忧，市场份额呈持续缩小态势。

3. 新能源汽车发展逐步推进，产业化发展进程面临困难

据不完全统计，2013年1~3季度中国节能与新能源汽车产销比2012年同期有较快增长：新能源汽车产销近9000辆，比2012年同期增长50%左右；普通混合动力汽车产销近12 000辆，比2012年同期分别增长60%以上。尽管如此，节能与新能源汽车发展还是面临许多困难，包括政策扶持的稳定性、消费环境建设、市场培育、产品技术成熟度和消费者认知度等问题。我们认为，在节能与新能源汽车产业化推进初期，国家政策是其产业化发展的基本保障。当前，我们要全力推进节能汽车和新能源汽车两方面的协同发展。

4. 中国品牌汽车出口下降，形势不容乐观

国际市场的低迷对中国汽车出口影响较大，同时人民币的升值也对中国汽车出口造成一定的负面影响。据中汽协统计数据，2013年1~10月汽车整车出口81万辆，比2012年同期下降8%，整体呈现下降态势。中国汽车出口可持续发展基础较薄弱，缺乏整体战略规划，要实现汽车“走出去”战略，在产品、质量、服务以及品牌培育和影响力等各方面都有许多工作要做。

5. 中国汽车零部件产业发展滞后，影响整车工业发展

伴随着我国汽车整车的发展，汽车零部件也取得了长足的进步，多年来国内部分零部件企业在技术研发和自主创新方面进行了积极的探索，取得了一定成绩，但远不能满足整车发展要求。中国汽车零部件总体基础薄弱，研发能力不足，缺乏关键核心技术，已严重影响中国汽车工业的发展，加快发展中国汽车零部件已是刻不容缓。

中国汽车零部件行业面临多方面挑战

目前，能源紧缺、环境污染、城市交通拥堵等因素严重困扰着中国汽车工业发展。同时，由于中国汽车企业研发投入不足，技术创新力差，缺乏原创产品，中国品牌汽车及零部件企业自主创新能力、产品核心竞争力难以与国外先进企业相抗衡。汽车零部件行业面临多方面挑战。

1. 市场竞争更加激烈，中国品牌零部件缺乏足够竞争力

中国汽车市场是全球增长最快、最热的市场，汽车零部件市场的竞争态势将更加激烈。中国品牌零部件企业多数没有完全掌握产品核心技术，产品市场大多为中、低端，高端很少；在汽车电子电控技术方面，尤其涉及动力系统、油耗、排放及安全等电控零部件方面技术落后，部分领域空白；缺乏上游基础产业（如关键原材料、元器件及工艺装备等）的有力支撑，这一切直接导致中国品牌零部件缺乏市场竞争力。值得注意的是，当前中国品牌整车企业基于竞争需求，其采购的零部件已有相当一部分来自外资企业，许多中国品牌整车企业又与跨国零部件公司建立战略合作伙伴关系，今后中国品牌整车企业向外资企业采购零部件的品种及数量将进一步扩大。

2. 产品质量要求越来越高，中国品牌零部件企业压力巨大

经过多年发展，中国品牌零部件质量有了很大提高，但中国品牌零部件质量水平与外资企业产品相比仍有一定差距，特别是产品的一致性、可靠性有待进一步提升。当前中国品牌整车企业面对消费者对产品要求越来越苛刻，国家对节能、环保、安全法规的越来越严格，特别是国家“三包”规定的实施，未来对配套的零

部件企业将提出更高的质量和可靠性要求，汽车零部件企业面临全面提升质量的巨大压力。

3. 技术进步要求愈加强化，中国品牌零部件需加紧追赶

竞争的加剧将加速产品的升级换代。对于整车企业，谁掌握的核心技术更多，谁将在市场竞争中占有优势。对于零部件企业，谁掌握核心技术，谁将受到整车企业的重视。零部件企业具备与整车企业同步开发能力，已逐步成为进入整车配套体系的基本要求。面对未来汽车能源多元化发展的趋势，以及节能、环保、安全要求的日益严格，要求零部件企业不仅要拥有基本的开发能力，还应拥有超前技术开发能力。为此，零部件企业的开发能力将受到更大考验，谁能适应这种需求，谁将获得更多的市场，有更好的发展。汽车零部件企业加快技术进步，提升创新开发能力时不我待。

中国品牌汽车零部件企业存在的问题

综合看来，中国品牌零部件企业需要改进如下事项：

1. 发展理念尚需改进，战略性投入需切实加强

汽车零部件产业，具有规模化、专业化、大批量、大投入和回收期较长等特点。整车厂商对供应商的基本要求是可持续、长期发展，这就要求零部件企业应以长远发展为目标，实施正向设计、正向发展，按产品开发、生产实际要求，投入必要的软件、硬件资源，同时满足环境和社会的要求。只有这样，零部件企业才可能持续长期发展，才能持续地开发、生产出高质量的产品，为此，需要必要的战略性投入。不讳言，一些中国品牌汽车零部件企业，缺失长远规划，追求短期效益，确定的项目投资回收期都较短。在引进技术消化吸收方面，工作也不够扎实，出现了引进—引进一再引进的重复现象，核心技术很难掌握。企业的研发投入不足，人才的培养不够，缺乏领军人物不说，在研发、生产实现、质量管控、销售服务、采购开发等各个环节人才都呈现匮乏现象。产业认识不足，缺乏战略规划，实际投入不够，追求短期效益，是造成中国品牌零部件企业与外资企业发展差距的重要原因。

2. 自主研发创新力培育不足，零部件企业需加倍努力

相当部分中国品牌汽车零部件企业自身的开发方式

采用仿制开发，自主研发较少。有些企业把仿制做主要手段，仿制研发投入少、见效快，误以为产品核心技术靠仿制就可以掌握，所以重视制造设备的引进，不重视研发投入。不掌握核心技术，产品质量水平不高，很难达到整车配套要求，多数企业只能进入低端市场。企业自主创新不足，人才也难以培育，零部件企业高端人才缺乏。同时，缺乏与上游产业的合作，尤其是与上游关键原材料、元器件企业的合作，也是影响我国汽车零部件开发能力提升的重要因素。

3.企业系统管理不给力，需提升管理体系运行绩效

汽车产业精益生产方式从产品开发、生产管理、协作体系、销售和服务网络均表现其先进性。当前，精益生产方式得到世界各大汽车公司及零部件公司的广泛应用。目前，部分中国品牌零部件企业仍停留在大量生产方式阶段，缺乏对工艺系统研究和持续改进，过程控制能力不足，质量不稳定，产品一致性差，很难形成高质量的产品。生产方式的落后是影响中国汽车零部件质量重要因素。

4.上下游产业合作存在不足，合作双方亟需共同努力

从整车企业尤其是自主整车企业方面看，目前中国整车企业培养、带动本土零部件企业共同发展能力有待提升。同时，零部件企业也存在开发能力、质量与成本控制能力不够，支撑整车企业发展需求不足。加之部分零部件企业追求短期效益，与整车企业长期合作的意识不强等，对双方的合作产生消极影响。同样，零部件企业与其上游产业的合作也存在类似问题。同时上游企业对下游客户的需求关注度不足，双方共同研发合作少或合作意愿不强，因此造成了中国相当部分的关键原材料、元器件以及高端装备等仍大量依赖进口。上述外，中国汽车零部件行业在满足整车发展需求方面还存在其他问题，如成本控制、人才培育问题等。这一系列问题亟待逐步解决，以适应汽车工业的整体发展要求。

中国品牌零部件企业努力方向

1.加快转变发展理念，适应汽车工业发展的新需求

基于汽车零部件行业发展特点，企业只有达到了一定的规模，成本才可能具有优势；只有专业化，才能将产品做精、做专；只有走正规化的道路，才能不断积

累、不断改善、不断提升，才能达到领先。实现企业规模化、专业化、正规化发展，树立长远发展目标，切实加大战略投入，是中国品牌汽车零部件企业适应新形势下汽车工业发展的基本取向。

2.加快生产方式转变，实现产业转型升级

当前，中国汽车零部件产业的发展尚处在粗放式、传统管理模式逐步向精细化发展的过渡阶段。“十二五”时期是全面建设小康社会的关键时期，是深化改革开放、加快转变经济发展方式的攻坚时期，中国汽车零部件产业转变发展方式的关键在于转变现有的生产方式，实现向精细化发展，向专业化、规模化、机电一体化、信息化发展。全面形成企业的产品研发能力，提高质量与成本的控制能力，实现零部件产业转型升级是现阶段的重点任务。

3.加强上下游产业合作，努力实现合作共赢

在当前形势下，企业间加强多形式合作十分重要。我们积极倡导行业内同行之间联合开发合作、产业链上下游之间的联盟合作，以及产学研结合等多形式的合作。整车与零部件的关系是行业关注的焦点。整车企业应加强对零部件企业的带动和培养，把供应链建设提高到战略高度，结合自身情况，建立稳定、相互信任的战略合作关系；同时零部件企业应采取积极行动，主动了解整车企业需求，完善和强化自身的研发、生产、质量、成本、交付等管理流程，加大开发投资力度，提高自身的创新发展能力。打造具有竞争力的整零合作体系，共同做大做强汽车零部件，共同为做大做强汽车工业奠定基础。

4.继续实施走出去战略，加快推进企业国际化

中国要实现从汽车生产大国向强国转变，很重要的一点就是整车和零部件企业要主动地、有战略地、有规划地、有策略地走出去。企业结合自身发展实际，发挥优势，着眼国际市场，加快企业国际化步伐，力争在国际市场上获取更多资源，以更高的标准要求自己，求得更大发展。整车要走出去、零部件更需要走出去，实施协同推进发展战略，共同为实现中国汽车工业走出去而努力，实现中国汽车工业国际化。

关键词：

中国汽车零部件 转型升级 自主品牌

(收稿日期20131210)