

中国汽车行业市场结构分析及启示

邹田畑 (厦门大学 福建 厦门)

【摘要】 本文分析了中国汽车行业的市场结构的现状,认为我国汽车工业存在着这样的问题:中小企业众多、达不到规模经济,主导企业“大而全”、国际竞争力不强。文章接着分析了这些问题产生的原因,并提出了一些政策建议:加强主导产业的专业化生产,规制地方政府行为,加快产业内整合和重组等。

【关键词】 汽车行业 市场结构 市场集中度 规模经济

Analysis and Enlightenment to Market structure of China's Automobile Industry. ZOU Tiantian (Department of Economics04, Xiamen University)

【Abstract】 Based on the analyses to market structure of china's automobile industry, this paper figures out some problems: many small and medium-sized enterprises, up less than economies of scale, leading enterprises "large and all-encompassing" and weak international competitiveness. The article then analyzes reasons of these problems, and makes some policy proposals: enhancing the leading industry specialization, regulating the local government's act, accelerating integration and reorganization within the industry.

【Key words】 Automobile industry market structure market concentration economies of scale

1 引言

近年来,中国汽车行业蓬勃发展,汽车行业已成为成为国民经济支柱产业。根据国家统计局的最新统计,2004年主营业务收入在百亿元以上的超大规模企业中,汽车行业拥有13家,超大规模企业数量位列第五。“十五”期间,我国汽车市场每年都跨上一个新的百万台阶:2001年我国汽车产销首次跃上200万辆的台阶;2002年跨上了300万辆的台阶,提前三年达到了“十五”规划的目标;2003年我国的汽车产销量444.4万辆和439.08万辆;2004年迈过了500万辆的门槛,产销量分别达到了507.05万辆和507.11万辆,我国汽车工业在全世界的排名也由第8位上升到第3位。在2005年由爱国华人商会世界著名企业联盟、美中经贸投资总商会、世界品牌组织、全球华人名牌网等机构联合评选的2005年度世界著名品牌500强中,一汽、上汽、东风汽车榜上有名。

加入WTO后,我国汽车行业逐步失去了政策上的保护,要面对全球市场的国际竞争,在加入WTO的过渡期能取得这样的好成绩是可喜的,但同时我们也应该看到我国汽车产业存在的一些问题。下面本文就我国汽车行业的市场结构展开分析,描述其市场结构的现状并指出问题,同时分析原因并提出建议。

2 我国汽车行业市场结构现状及存在的问题

2.1 汽车行业主导企业的作用明显,但却呈现“大而全”的状况

近年来,我国汽车的生产集中度不断提高,主流生产企业的主导作用不断显现。2001年,前15家企业集团年总产量214万辆,占全国总产量的91%(CR15=91%),2005年前5位的企业共销售汽车385.8万辆,占全国汽车销售的67%(CR5=67%),前十位企业的市场份额更是超过了70%(CR10=70%)。

上汽集团在2003年实现了年产70万辆轿车的目标,销售收入达到1600亿元,同年上汽集团成为进入世界500强行列的第一家中国汽车企业,比计划整整早了3年;到了2004年,一汽集团更是达到了销售超过100万辆、销售收入达到了1175亿元的佳绩,同时迈进了世界500强的门槛。当然,我们也应该看到,这与世界汽车巨头通用、福特、大众的年产几百万辆的实力还是难以匹敌的。

这些主导企业在产业重组上也活动积极。2002年,天津汽车集团公司实现了与一汽的重组,这次重组弥补了一汽在经济型家用轿车上的空白,重组之后夏利的销量也不断创出历史新高。同

时,“天一重组”还为一汽与丰田的联手扫清了障碍。2002年到2005年,上汽集团先后收购了山东烟台车身有限公司、柳州五菱、青岛颐中汽车,重组了沈阳金杯通用。2005年,东风日产与郑州日产也实现了在华业务的整合,东风有限也弥补了在中高档皮卡和SUV领域的空白。2004年销量跃居全国第三的长安集团,也通过与江铃的合资延续了扩张之势,在商用车方面的拓展有了现实的载体。

但与此同时,同时,我国汽车行业的这些主导厂商普遍存在“大而全”的特点,它们往往都有为自己配套的零部件生产,整车与零部件之间的专业化分工合作程度非常低。我国最大的三家汽车企业一汽集团、东风集团和上汽集团不但是整车生产企业,同时也是大的零部件生产企业。一汽集团拥有九个铸造厂、大连、无锡的柴油机厂、长春、哈尔滨的齿轮厂等零部件厂家;东风集团有自己的汽车电器、电子仪表、化油器、散热器、变速箱、车轮等生产厂家;上汽集团有自己的传动轴、制动系统、内燃机、汽车电器、离合器、铸造等厂家。这是纵向一体化程度高的现象,实际上是违背汽车工业非纵向一体化、高度专业化分工这一基本规律的,因为就汽车工业而言,规模经济性明显而范围经济性并不明显。在全球汽车工业的发展过程中,总的趋势是整车生产与零部件生产的非一体化。高度的纵向一体化,在历史上可能对我国汽车工业的建立、发展和对合资汽车企业的国产化进程起到过积极的作用,但目前却有不少的负面效果,它影响了整车和零部件各自对规模经济的利用,也不利于独立的零部件企业进行公平竞争。

2.2 我国汽车产业不同门类产品的市场集中度是有差异的

在汽车产业的不同产品门类中,轻型载货车和轻型客车是比较典型的竞争型结构,这两类产品由于市场需求大、通用性强技术也相对比较简单一些,同时,国家恰恰对这两类产品的规制较松,行政性进入壁垒不高,所以企业数量多、集中度低。另外汽车发动机等零部件市场也是分散程度较高的竞争型结构。大型客车介于竞争型结构和多厂商并存的寡头型结构之间。

然而,其他产品要么属于典型的寡头结构,要么带有较强的寡头色彩,属于准寡头结构。重型、中型和微型载货车及中型和微型客车属于准寡头结构,而轿车市场是比较典型的寡头结构。轿车在我国进入批量生产的时间非常晚,根据我国的经济增长情况,轿车尚处于快速成长阶段的前期。在一般情况下,这个阶段的集中

度往往较低。而恰恰相反,我国轿车市场的寡头结构最为明显。

2.3 我国汽车产业企业众多,难以实现规模经济

我国现有 120 多家整车生产企业,数量几乎等于美、日、欧所有汽车厂家数量之和,这其中年销量不足 1 万辆的企业占了绝大多数。2000 年之前,我国汽车的年产量还不及发达国家一个大型汽车企业的年产量。中国汽车产业结构与国际相比明显落后,规模不经济、市场集中度低、配套布点太分散的现象非常明显,面对汽车业全球竞争的现实,中国汽车远远处于相对软弱的竞争地位。参与国际竞争必须要有大企业,尤其是 WTO 过渡期基本结束,没有能跟国际企业抗衡的大企业,我国汽车产业就没有发言权。然而,汽车业是一个极具规模化特征的产业,据专家分析,按国际水平,一个汽车企业年产量为 20 万辆才能达到盈亏平衡点,30 万辆才具有竞争力,25 万辆才不会有被兼并的危险。而目前,中国汽车企业中能年产销 30 万辆的屈指可数。2005 年中国汽车年产量约 560 万辆,却拥有 100 多家整车厂,规模经济性相当薄弱。尽管中国汽车工业在近年来市场集中度已经开始提升,但是仍未达到具备国际竞争力的规模水平。

3 针对我国汽车产业市场结构的一些建议

自 20 世纪初英国新古典经济学家马歇尔发现了后来被人们称为“马歇尔冲突”(即大规模生产能为企业带来规模经济,企业追求规模经济的结构是垄断的发展,而垄断又会阻碍竞争机制在资源配置中发挥作用)的矛盾后,学者们对以市场结构和市场绩效之间的关系就存在很多争论,很少有固定不变或毫无争议的结论。然而,在我看来,对于汽车产业的市场结构的选择,过多的争论似乎并不存在。汽车产业是规模经济非常显著的产业,同时还要考虑维持一定的产品差异性,因而趋近于寡头垄断的市场结构似乎是一种比较理想的状态。同时我们也不用担心垄断势力导致的消费者福利的损失,加入 WTO 后,中国汽车行业必然面对着激励的国际竞争,从世界范围看,竞争机制仍然可以在资源配置中发挥一定作用。因此以下就针对趋于寡头垄断市场结构这个目标,并且与上文对我国汽车产业市场结构现状的分析相结合,提出几点建议:

3.1 增强汽车主导企业的国际竞争力,走专业化生产的道路

提升我国大型汽车企业集团的竞争力。目前,世界汽车工业的巨头也只有那么几大集团,而我国大型汽车集团多达 16 家。加入 WTO 后,我国大型汽车企业集团竞争力培育的目标应是,近期要能够在国内市场迎接国际汽车集团的挑战,远期要具备参与国际市场竞争的能力。因此,一方面政府要创造有利的国内竞争环境,扶持大型汽车企业集团的发展,促进其竞争力的提高。另一方面,大型汽车企业集团要制定好发展战略,调整经营方向,增强研发,打造自主品牌。改革开放以来,我国汽车产业引进了不少国外的先进技术,这对我国汽车产业的发展的确起到了重要的作用,然而,引进技术毕竟在一定程度上受制于人,从长远来看,要在国际市场上参与竞争,我们的自主品牌是非常重要的,因此,主导的汽车企业决不能松懈,不能满足合资合作带来的不错的经济利润的现状,打造中国汽车自主品牌才是王道。

另外,大企业也要通过主辅分离,走专业化生产的道路。大企业不仅要做大,更要做强,要突出主营业务,精干主体,增强其竞争优势。雄霸世界汽车制造业的六大集团中的通用出了已经出售菲亚特和铃木的股份,还把自己尚在盈利的金融公司 GMAC 的股份

出售;福特则把旗下的阿斯顿-马丁汽车卖出,在此之前还出售了零部件公司;而戴姆勒-克莱斯勒集团除了抛出手中三菱汽车的股票,现在则酝酿把克莱斯勒卖出。实力雄厚的世界汽车业巨头尚且要专注于主营业务,更何况我们了,因此,应加快完成汽车工业中整车行业与零部件行业之间的相互独立和分离。

3.2 区别对待汽车产业中不同门类产品

因为我国汽车工业不同门类的产业集中度是有差异的,因此因该予以区别对待。

对于轻型货车和汽车零部件这样的趋于完全竞争的门类,应该构筑适度的进入壁垒和合理的退出机制来遏止过度竞争。为改变其进入壁垒过低的状态,政府应提高进入汽车市场的行业标准,只有用适度的壁垒才能将低素质和低效率的企业拒之门外,才能为具有发展前景的企业创造良好的竞争环境。在构筑市场壁垒时要明确其目的是为了规范市场,达到适度竞争。因此,应根据行业的性质来设置不同的壁垒标准,制定实施建立大型企业的审批制度。同时,政府也要制定合理的退出机制,降低退出壁垒,让在竞争中面临破产的企业能够退出,减少资源浪费。另外,对于零部件企业也可以适当引进外资或技术,进行合资合作,利用外资的溢出效应快速提升部分企业的实力,淘汰掉一些实力较弱的企业。

而对于重型货车、轿车等市场集中度本来就比较高的门类,则应该如前所述,走专业化生产的道路,进一步提高企业的竞争力。

3.3 加强行业的整合重组

要减少那些规模不经济的小企业,应从规制地方政府行为入手。因为汽车工业投入产出比高,能够带动地区经济发展,减轻就业压力,增加税源。地方政府为提高政绩,会加大汽车产业的投入,很多省份把汽车作为自己的支柱产业,其结果是小规模汽车厂的重复建设。这些开工的汽车项目,无论经营业绩如何,无论规模如何都会长期存在下去,因为地方政府从政绩角度会采取歧视性政策,以行政壁垒保护、扶持本地区落后的汽车企业的生存和发展,形成了高退出壁垒。另外,许多地方在政府采购、牌照、税费和交通管理等方面对非本地汽车设置各种障碍等。因此,管住地方政府,消除地方保护,从全国的角度来实现资源的优化配置是关键。

另外,积极引导并鼓励大企业兼并重组中小企业。企业合并和联合从来就是生产集中的最佳途径,通过市场竞争达到的企业兼并与联合比政府安排的并购行为具有更高的效率。因此,在主要通过政府协调方式推进国有资产改组的同时,市场竞争所导致的生产集中仍然不可替代,政府应当在政策上为企业兼并重组提供积极引导和鼓励,这其中最为重要的一项政策便是为企业大力提供金融支持,更为迅速增强大企业投资能力。兼并重组既可以是资本运作上的渗透,也可以是技术合作方面的联合;既可以是国内企业间的两方合作,也可以是中外合作伙伴在内的两方甚至多方联合。

参考文献

- [1] 张文魁. 我国汽车产业组织现状和重组政策取向 [J]. 财经科学, 2001 (4).
- [2] 贺继红. 中国汽车产业集中度现状及发展趋势 [J]. 经济纵横, 2005 (6).
- [3] 罗飞. 中国汽车产业集中度分析 [J]. 经济纵横, 2005 (3).
- [4] 曹建海. 我国汽车工业过渡竞争实证分析 [J]. 中国工业经济, 1998 (12).