

LEGAL STATEMENT

The Information contained within the Service is either licensed from third party information providers or is the intellectual property of EMIS. This information –including the document to be made available to you- is therefore protected by copyright laws, database rights, trademarks and/or patents owned by the relevant party.

Except as otherwise permitted in the agreement (if any) between the Subscriber and EMIS, or as otherwise expressly approved in writing by EMIS, any reproduction, publishing, redistribution, sell, broadcast or circulation of the Information to any third party is strictly prohibited. No rights are granted to the Subscriber except the limited use rights. The Subscriber may not store in electronic form any shared library or archive of Information which could be used as a research application nor remove, conceal or alter any copyright notices contained in the Service or in this document.

第五章 中国汽车对外贸易分析

第一节 中国汽车贸易形势

2015 年，汽车商品进出口总额 1573.72 亿美元，同比下降 13.96%。其中：进口金额 773.26 亿美元，同比下降 21.58%；出口金额 800.46 亿美元，同比下降 5.06%。

2015 年，汽车整车进口同比呈明显下降。共进口 110.19 万辆，同比下降 22.73%；进口金额 450.88 亿美元，同比下降 25.98%。在汽车主要进口品种中，越野车、轿车和小型客车等三大类汽车进口品种同比均呈明显下降。

2015 年，汽车整车共出口 75.55 万辆，同比下降 20.25%，降幅比上年扩大 20.17 个百分点；出口金额 124.37 亿美元，同比下降 9.92%，结束上年增长。在汽车整车出口主要品种中，与上年相比，轿车降幅有所扩大，载货车和客车均结束增长，呈较快下降。

尽管在 2012 年我国汽车出口首次超过百万辆，但自 2013 年以来，受新兴市场需求不振等因素影响，我国汽车出口开始走弱，2015 年，我国汽车整车出口量和出口金额出现双下滑，形势严峻。汽车出口的低迷，从另一方面来看也是中国出口汽车的产品竞争力和出口方式存在问题的集中反映。虽然中国汽车已有十几年的出口历程，但产品大多是依靠低价优势与外资品牌竞争，只能满足海外市场的低门槛需求。伴随着出口市场的日益升级，低价战略带来的汽车出口红利正在消失。面对市场环境的变化，各自主车企正积极转变思路，从过去追求速度、规模和销量，到追求产品品质和品牌形象转变的趋势将越来越明显。此外，随着“一带一路”战略的不断推进，自主车企在海外建立工厂已经具备了一定条件，发展势头看好。未来，各汽车企业海外投资将继续增加，全体系能力输出、全球化分工的趋势也将更加显著。

第二节 中国汽车进出口分析

一、中国汽车进口情况分析

2015 年，中国进口汽车 110.19 万辆，同比下降 22.73%；2016 年 1-3 月，

中国进口汽车 20.95 万辆。

图表 1 2010-2016 年中国汽车进口情况统计

	汽车进口（万辆）	增长率（%）
2010 年	81.33	93.32%
2011 年	103.86	27.70%
2012 年	113.20	8.99%
2013 年	119.5	5.57%
2014 年	142.6	19.29%
2015 年	110.19	-22.73%
2016 年 1-3 月	20.95	-18.9%

数据来源：中国汽车工业协会、中商产业研究院

二、中国汽车出口情况分析

2015 年，中国出口汽车 75.55 万辆，同比下降 20.25%，降幅比上年扩大 20.17 个百分点；2016 年 1-3 月，中国出口汽车 14.76 万辆。

图表 2 2010-2016 年中国汽车出口情况统计

	汽车出口（万辆）	增长率（%）
2010 年	56.67	53.16%
2011 年	84.98	49.96%
2012 年	101.56	19.51%
2013 年	94.85	-6.61%
2014 年	94.73	-0.08%
2015 年	75.55	-20.25%
2016 年 1-3 月	14.76	-24.4%

数据来源：中国汽车工业协会、中商产业研究院

三、汽车零部件进口分析

2015 年，我国汽车零部件进口量达到 185.16 万吨，同比下降 0.6%。中国汽车零部件进口金额达到 232 亿美元，同比下降 15.3%。

图表 3 2010-2015 年中国汽车零部件进口数量及金额

	进口量（千克）	进口额（美元）
2010 年	975386169	17984509987
2011 年	1033737827	21163635818
2012 年	1053390265	21925923480
2013 年	1163520670	24158945914
2014 年	1862161152	27375880001
2015 年	1851573426	23199521783

数据来源：中国海关、中商产业研究院

四、汽车零部件出口分析

2015 年，我国汽车零部件出口量达到 639.28 万吨，同比增长 0.3%。中国汽车零部件出口金额达到 280.72 亿美元，同比下降 1.3%。

图表 4 2010-2015 年中国汽车零部件出口数量数量及金额

	出口量（千克）	出口额（美元）
2010 年	4326041043	16645156967
2011 年	4955883145	20353475988
2012 年	5036994685	22648192236
2013 年	5446970949	25517522311
2014 年	6371893573	28455187658
2015 年	6392772371	28071701262

数据来源：中国海关、中商产业研究院

第三节 中国汽车出口的策略

（一）扩大中国汽车出口过程中存在的问题

1、汽车质量不够硬

民族品牌当前最需要注意的是跨过质量关。虽然国产汽车的质量近几年已经有了大幅度提高，但是与国外品牌相比，仍有较大差距。俄罗斯媒体指出，出口到俄的中国车存在很多的问题：虽无重大质量缺陷，但是发动机有的噪声大，排放超标；主要问题是做工粗糙，仪表盘尤其粗劣，内饰马虎，座椅质量不好。

总的来说，中国车装配问题最大：许多小的零部件，特别是一些塑料件、橡胶件、标准件根本不合格。这些易损件，坏了没处买，零部件供应不及时，几乎没有售后服务。

2、营销体系上存在问题

虽然我国汽车出口发展迅速，但毕竟处于国际化发展初级阶段，海外发展经验较少，相对于国内市场，海外市场更加复杂，充满了变数。2008 年出现的全球金融危机也在一定程度上对我国汽车出口造成影响。因此，应清楚地看到我国汽车工业国际化发展还面临着很大压力和挑战。从产销规模来看，我国虽然已成为全球汽车生产大国，但从自主创新能力、自主品牌企业发展水平以及我国在全球汽车产业链中地位方面看，我国离世界汽车强国仍还有较大距离。在出口方面，我国汽车出口以低端市场为主，低价格、低利润、低质量低技术水平的格局尚未取得根本性改变；出口规模相对于德、日、韩等汽车出口大国还比较小，出口企业的质量和效益都不高；汽车企业的海外经营尚停留在直接产品出口阶段，大部分出口企业还没有制定和实施真正意义上国际化战略。

3、中国汽车出口竞争力存在问题

我国国有汽车企业的出口数量是民营汽车企业出口数量两倍左右，说明虽然政府政策对民营经济有了很大松绑，但是在操作上，仍然存在着重国有、轻民营的倾向；当然，这本身还有民营车企经营时间不长，自身的规模还不能与国有企业相提并论。

目前，我国汽车产品出口中，自主品牌仍然是绝对主力，其中出口量最大的是奇瑞汽车。我国整车出口还是以自主品牌为主，外资品牌数量极少。这是由于跨国汽车集团进入中国市场目标是扩大其中国市场份额，取得在中国竞争优势，并非想依靠中国廉价劳力在中国生产或组装汽车再出口到其他国家和地区。相反的，出于保护他们原有的国际营销渠道及利润，以及母国企业裁员压力，这些在华跨国汽车企业根本不考虑在华从事汽车出口。

从贸易政策来看，中国的汽车贸易政策还处于进口替代阶段，即合资企业生产进口品牌的汽车在国内销售。政府的工作还集中于完成加入 WTO 的各种相关承诺，对于国产汽车出口方面还没有系统的、健全的鼓励措施，从日本、韩国汽车出口的发展过程来看，政府鼓励出口的贸易政策对于支持本国汽车厂商打开国际市场，进而形成一定国际竞争优势起着相当重要的作用。

（二）扩大中国汽车出口的对策

1、提高汽车质量

“物美价廉”是中国人对商品使用价值和价值最佳结合点精辟概括，每位消费者都希望买到物美价廉优质商品，在商品社会越来越发达的今天，消费者对商品使用价值的要求也越来越高。从某种程度上讲，物美比价廉更重要。在保持价格优势的同时，全面提升产品的质量和技术含量，才是自主品牌汽车在海外市场发展之长久计。有了质量和技术含量过硬产品，自主品牌汽车的出口之路才能越走越远，越走越宽。

2、完善营销体系

建议中国汽车企业按国别性进行全球市场细分。国际市场与国内市场情况完全不同，企业应该有针对性的在不同国家和地区推出不同的、适合当地市场产品，真正做到“Think globally, Act locally”。由于汽车不属于全球标准化产品，发达国家的汽车在世界各地的产品都会因当地市场做出相应的改动。因此，中国汽车企业在属于热带非洲国家或中东地区销售汽车应当不同于位于寒带的俄罗斯的产品；进军发达国家的汽车由于配置高、价格贵自然不同于卖到第三世界国家的、价格能让当地消费者承受的产品。

自主品牌汽车企业应当给世界消费者留下一个质量可靠、价格合理的产品定位，而不是质量一般、价格低廉产品形象。因为一旦产品在消费者心目中赢得了与众不同地位，就能获得消费者选择性记忆和青睐。就如同美国车在消费者心目中就是安全的保证，日本车在消费者心目中就是省油的标志。另外，民族企业还可以通过分析目标市场上发达国家汽车产品，推出具有自己特色的产品，比如小型、省油的经济型轿车，对产品进行合理地定位，作一个市场“补缺者”（Niche），也会为企业带来丰厚回报。

3、解决汽车出口竞争力存在的问题

受自身企业规模以及资金实力制约，短期里大幅度增加研发投入是困难的。关键是要“把钱用在刀刃上”，提高投入的产出率和研发投入对整体营业增长的贡献率。投入总量方面，要逐步提高研发投入占营业额的份额，充分发挥企业研发投入的主体作用；投入领域方面，要更为注重优化研发在新能源技术、环

保技术中的使用配置，争取在当前新的汽车研发潮流中抢占先机。

如果缺乏足够高质量、多层次的研发人才，那么无论投入多少研发经费，都不能取得预期的效果。国际著名大型汽车企业都拥有健全的各种层次的研发人才团队，产品开发战略核心内容之一的人才战略也是全球各大汽车公司非常重视的，它们高级技术人员收入都非常高，从而保证了先进技术的研发动力。我国汽车产业为提高自身自主创新能力，保证实现汽车产业的总体战略目标，应该实施科学的汽车产业人才战略。