

逐底竞争将重塑汽车市场格局

■朱利安

虽然中国超过美国成为世界最大的新车市场才仅仅四年，但中国汽车产业已到了一个重要的拐点。

未来中国汽车行业的增速将放缓，到2020年底，增长率可能会降低到6%。行业和竞争态势可能在几年内发生翻天覆地的变化。同时，消费者需求将呈现两极分化趋势。在沿海省份的一线城市中，汽车市场的特点表现为增速大幅下降、置换需求增加以及所购车型档次不断提升的特点。相反，在中国内陆的二三线城市，将会有越来越多的摩托车和电动自行车消费者升级为汽车消费者，这些区域将成为中国最具增长潜力的汽车市场。

尽管目前中国汽车本土制造商仍占据低端市场，但跨国公司已开始抢占这一市场。更微妙的是，目前中央政府也在“积极”推动外国汽车制造商进入该市场。比如规定外国汽车制造商如果想扩大新产能，就必须与中国的本土汽车制造商合资建立中国的自主汽车品牌。大多数外国汽车制造商由于产能受限，并为了下探低端市场，挖掘新的增长源，很多合资企业都建立了合资自主品牌。

这些转变已经引发了逐底竞争——汽车制造商争相开发低端汽车。

首先，这对中国本土汽车制造商造成了最直接的冲击，过去它们在低端市场具有“统治”地位，且这一部分利润来源相对竞争较小。而且，目前大部分中国本土汽车制造商在技术、质量和管理上，都还不能与那些经验和资源更为丰富的外国竞争者一决高下。随着跨国公司进入这一市场，他们的竞争压力可想而知。

其次，从理论上讲，在外国合资伙伴的支持下，中国的国有汽车集团也拥有了富有竞争力的本土品牌。这将使得目前那些较大的民营汽车制造商的发展日益艰难，并将重新整合中国市场上80多家小型本土汽车制造商。

在这种情况下，这场竞争最后可能会演变成不断给国有集团的合资自主品牌提供支持，甚至很有可能包括最低数量要求——要求外国公司在规定年限内，其合资自主品牌数量达到一定比例。

因此，外国汽车制造商需要决定如何积极地在低端汽车市场开展竞争，并明确在合资自主品牌上的投入力度，尤其是涉及可能会溢出技术给中国合资伙伴。他们所面临的一个最重要的选择，是采取降低与安全无关的规格和功能（接受较低的利润率）的低成本方法，还是通过重新设计车辆本身（保持较高的利润率）的低价格方法。从长远看，低价格方法可能是可取的，但它需要大量前期投资和本土工程资源。笔者看到，凭借与上汽合作的泛亚汽车技术中心，通用汽车已具备实施低价格方法的条件。

此外，逐底竞争将对零部件供应基地产生影响，这一影响也许是最显著的，并且它不仅涉及中国，随着时间的推移也会影响到全球其他地区。外国汽车制造商向低端市场进军，要想保持市场竞争力必须降低30%以上的成本，目前部分企业已经在低端市场完成了这一目标，但很多企业仍在努力。为了降低成本，外国汽车制造商越来越多地和中国本土供应商合作。而中国本土供应商在与世界一流的外国汽车制造商合作中，可以提高自己的能力，并逐步开拓高端市场和海外市场。

事实上，至少有一些中国本土供应商有机会最终成为全球某些品类的“杀手”，尤其是在一些未来创新潜力有限、系统整合潜力较少、进入壁垒较低的领域。比如万向集团，目前它在汽车行业已经成为一个重要的全球参与者。万向最初只做万向节，然后有条不紊地扩大到

相关的产品类别，近年来还对美国A123系统公司和菲斯克汽车公司进行战略收购，以便布局电动车市场。

当然，跨国供应商在自己的薄弱品类上，也可能会重复整车的竞争态势，通过各种手段，提升自己低端市场竞争能力，这对中国本土供应商又是一个考验。

（作者系思略特全球合伙人）