

从日韩汽车产业国际化经验看中国汽车出口之路

国家信息中心 李婷

引言

汽车产业国际化水平是全球汽车产业发展的一个重要组成部分，也是衡量一个国家汽车工业水平的标志ⁱ。

2000 年以后，我国汽车企业纷纷走出国门。经过十几年的发展，特别是在加入 WTO 之后，我国汽车产业国际化取得了一定进展：汽车产品出口量大幅提升；出口方式除传统的产品出口外，向海外投资以及跨国并购迈进。但我国汽车产业国际化仍处于初级阶段，出口量占产量的比重低，出口产品单价低，出口目的国波动较大等仍然是我国汽车产业在国际化进程中亟待解决的问题。

反观日韩，经过若干年的发展，两国已跻身世界汽车强国之列。研究两国汽车产业国际化进程，汲取其经验教训，对我国汽车产业的国际化将大有裨益。

一、产业国际化与企业国际化

产业国际化指产业内的产品生产和销售已实现高度的国际化，同时，产业内主要企业的生产经营已不再以一国或少数国家为基地，而是面向全球并分布于世界各地的国际化生产体系。ⁱⁱ

产业的国际化是一个双向的过程，包括内向国际化和外向国际化两个方面。内向国际化，是通过吸引国外跨国公司投资国内产业，引进先进技术、管理经验和竞争机制，带动本国企业向国际化发展的过程；外向国际化是指一国企业积极向外扩张，把生产、经营等环节延伸至国外，开辟国外市场和原料来源地，以国内为基础，在国际市场上开展竞争的过程。

二、日韩汽车产业国际化发展历程

日韩汽车产业国际化也同样经历了国产与内向国际化和外向国际化两个阶段，其中外向国际化阶段又经历了产品出口、境外投资设厂、全球化经营三大阶段。

（一）国产与内向国际化阶段

多为两国汽车工业的起步和初步发展阶段。政府的政策引导与扶持在此阶段对汽车产业影响较大。日韩两国政府均颁布汽车产业扶持政策，提倡汽车国产化，并通过大力吸收引进国外先进技术来促进本土汽车产业的快速发展。从汽车市场发展来看，内向国际化阶段虽然产能成长较快，但规模不大，主要用于满足国内需求，较少用于出口。

1964年以前是日本汽车产业内向国际化阶段。早在二战以前，伴随日本汽车制造行业法的正式实施，日本汽车国产化序幕就此拉开。战后，日本政府为扭转战后经济贫困与停滞的局面，提出重点发展资本和技术密集型产业，汽车产业被放在了日本经济发展的主导地位。在车型选择上，日本政府考虑到本土是有资源匮乏，道路水平相对较差，同时在大型车方面面临美欧系等外国车企的竞争，将小型车确定为未来日本汽车产业的发展重点。在此期间，日本汽车产能主要用于满足国内需求，汽车出口量年均不足10万辆。

相比日本，韩国汽车工业起步较晚，但发展迅速。上世纪60年代到70年代中期是韩国汽车工业的起步和国产化阶段。

1962年韩国政府制定了汽车工业发展计划，并出台《汽车工业保护法》。在政府一系列优惠政策的扶持下，新国、新进、亚细亚、现代等汽车企业纷纷建立。ⁱⁱⁱ生产方式主要以进口零部件组装汽车开始，年产量仅为数百辆。1970年，韩国政府实施“汽车国产化”政策，提出1972年实现小轿车生产国产化、1974年实现大轿车生产国产化的目标。同时各汽车公司开始大规模引进国外生产技术。如1967年现代与福特的英国分公司合作，由福特提供生产轿车及轻型卡车所必需的技术。这一时期，现代花费巨资在公司内部消化吸收福特技术。1975年在新建车厂中生产出国产化率为100%的小汽车。

（二）外向国际化阶段

①产品出口阶段

产品出口阶段车企主要以整车出口的方式进行国际化贸易。汽车产业进入这一阶段往往伴随着汽车生产的迅速发展以及汽车千人保有量的迅速上升，以及国内汽车需求的日趋饱和。在这一阶段，汽车出口往往经历一个随着规模的扩大而增幅放缓的过程。根据增速的变化，可以分为产品出口前期和产品出口后期两个阶段。

1965-1974年是日本汽车产品出口的最初发展期，也是产品出口前期阶段。在此期间，本土汽车生产迅猛发展，1967年日本超过德国成为全球第二大汽车生产国。汽车由富裕家庭进入一般家庭，由奢侈品变为代步工具。之后，汽车销量进一步增加，1973年国内汽车销量已接近500万辆，汽车千人保有量迅速拉升，到1974年达到243辆，较1964年的64辆增长近3倍。在政府大力促进出口政策的带动下，日本汽车产品出口在此阶段增长迅速。到1974年，汽车出口量达到262万辆。出口占总产量的比重由1965年的10.4%上升至37.7%。

到1975年，日本汽车产品出口进入后期，主要表现在国内需求增幅进一步放缓。1975-1979年间汽车销量复合增长率仅为4.6%，远低于1965-1974年的9.7%。在国内需求放缓的同时，日本车企产能继续扩张，1980年汽车产量首次超过1000万辆。汽车产品出口成为释放产能的关键途径。外围环境也为日汽车出口提供了较好契机，1973年和1979年先后

爆发石油危机，日本汽车小型节油的特点逐渐在国际上受到认可。受产能和外围环境的双重带动，日本汽车产品出口量快速上升，1977年出口量达435万辆，首次超过国内销量。

同样，韩国产品出口阶段也伴随着产能的扩充、汽车千人保有量上升等背景。与日本略有不同，国家政策在此阶段发挥了至关重要的作用。在汽车国产化实现之后，韩国政府提出出口导向战略，并在70年代针对汽车出口出台了一系列鼓励政策：1974年在《长期汽车工业振兴计划》中提出了汽车出口的总体目标；1977年指定汽车工业为出口战略产业并制定了“振兴出口综合政策”，提出对出口产业实行外汇贷款、设备融资、援助技术引进等优惠措施。^{iv}政府还向主要汽车出口企业提供紧缺原材料、低息和长期贴息贷款等。产品出口阶段后期，外部环境的变化给韩国汽车出口带来了良好契机：美日贸易摩擦激烈，欧美国家均加强了对日本汽车出口的限制，这就为韩国的小型轿车进入欧美市场提供了良机。同时，韩国政府又提出新的汽车产业发展目标，要求企业进一步扩大生产规模、加速技术开发、增加对外出口。1988年，韩国年汽车产量首次超过100万辆，较1980年增长7.8倍；出口量达57.6万辆，较1980年增长21.8倍。

②投资设厂阶段

比较优势的日益丧失是日韩两国汽车车企从整车出口向海外投资设厂转变的最主要因素。

日本汽车产业在此阶段初期延续了产品出口阶段的特征：产能继续扩充，1980年日本汽车总产量首次超过美国成为世界最大的汽车生产国。国内汽车千人保有量继续上升，汽车需求继续趋于饱和。

但与上一阶段不同，日本汽车厂商面对更为严峻的外部环境和市场竞争：一方面，两次石油危机之后世界经济普遍低迷，欧美发达国家增强了对本土汽车工业的保护，自1980年起几乎年年发生日美贸易摩擦。另一方面，1985年召开的G5会议使得日元急剧升值，日系车低价优势被削弱。同时，美国汽车企业为顺应政府新的燃油经济性指标转而开发与生产小型车。日系车相对比较优势日益丧失，日本汽车的产量和出口量迅速回落。作为应对，日本车企纷纷着手转移生产基地进行海外生产。日本汽车海外生产量迅速上升，并在在1994年首次超过整车出口量。

③全球化经营阶段

在上世纪90年代中后期，日韩两国汽车产业步入全球化经营阶段。以丰田为例，自90年代后期丰田一方面加强了国际间合作化分工协作，在海外工厂所在国及周边国家或地区调配零部件。另一方面，丰田除了海外工厂外，还大范围的设置研究开发据点、设计工厂等，并大范围在当地开展人才培养，并进行慈善活动、环境保护宣传活动、安全教育等。

三、影响汽车产业国际化的因素与中国对比

（一）影响日韩汽车产业国际化的因素分析

回顾日韩汽车产业国际化的不同发展阶段，不难发现，国际化产业的推进有其内生动力和外助力：

首先，在国内需求日趋饱和、汽车产能持续扩大是汽车产品出口的根本动力。日韩两国国土面积小，人口密度高，人均道路资源、能源匮乏，国内汽车市场容量较为有限，只能依靠海外市场释放其不断增长的汽车产能。当汽车千人保有量快速上升时，两国汽车产品出口获得较大突破。日本和韩国汽车出口量分别于 1970 和 1996 年突破 100 万辆，而当年两国汽车千人保有量分别为 243 辆和 228 辆。

同时，汽车产能持续扩大也是汽车产品出口的重要动力之一。规模是汽车产业竞争力的重要因素。汽车产业自身具有研发投入高、品牌价格价值差异大等特点，为产业寻求规模经济提供了有力条件。随着产业竞争的加剧，产品出口成为企业扩大市场规模、提升市场占有率的重要选择。

第二，海外市场进入门槛较低、竞争强度相对较低，是两国在产品出口阶段取得成功的重要外因。日本汽车产品出口初期，主要以美国市场为主。美国当时汽车市场较为开放，汽车供给以大型轿车为主。车身小巧、油耗较低的日本小车，在市场上竞争较少，迅速抢占市场；同样，韩国汽车也是在日系车受阻、市场竞争较为不充分的时期成功进入美国市场的。

第三，汽车产品相对竞争优势丧失，是由产品出口向海外投资设厂、国际化经营转变的促发因素。在日韩汽车产品出口迅速上升之后，两国均不同程度遭遇了贸易摩擦、本币升值等困境，在国际市场上，两国相对比较优势日益丧失。为应对汽车产品出口的下滑，两国车企纷纷转向在出口目的国当地投资设厂，并逐步实施国际化经营。

第四，在汽车产业国际化的进程中，汽车企业要审时度势，充分利用外部环境。同时，汽车产业的国际化进程也离不开政府的支持与帮助。

（二）中国汽车产业国际化现状

经过若干年的发展，我国已经成为世界汽车市场重要的汽车生产与消费国。2013 年，汽车产销双双超过 2000 万辆，再次刷新世界纪录并连续 5 年蝉联第一。在汽车出口方面，中国汽车出口量在 2012 年首次突破 100 万辆。出口方式除传统的产品出口外，向海外投资以及跨国并购迈进。尽管汽车出口近年来取得一定进步，但存在一些突出问题：

首先，出口量占产量比例低，产销大国而非出口大国。2013 年中国汽车出口量总产量的

比重仅为 4.4%，在世界主要汽车市场处最低水平，仅相当于日本 1958 年的水平；其次，出口市场稳定性差，且多集中于中低端市场。目前中国汽车出口目的地大多集中于亚洲、南美洲、非洲等地区。这类地区经济和政治风险均较为突出，不利于我国汽车出口的稳步持续发展；第三，出口产品竞争优势主要体现在低廉的价格，而非先进技术。

（三）日韩汽车产业国际化路径对中国的启示

从汽车产业的发展阶段来看，我国汽车产业更接近于产品出口阶段。主要表现为：汽车需求由富裕家庭进入一般家庭，国内汽车需求和汽车产能快速扩张，汽车千人保有量呈上升阶段。但从汽车产业国际化的表现来看，我国汽车出口水平远低于先导市场在同阶段的表现。

国内汽车需求较为旺盛且潜力巨大，是我国与日韩汽车产业国际化发展差异较大的主要原因。汽车产品的国际化不是孤立的，而是与国内市场发展阶段息息相关。日韩两国汽车产品的国际化往往伴随产能的急剧扩张与汽车千人保有量的快速上升。反观国内，与日韩两国的快速普及不同，由于我国市场广阔，汽车市场从东部到中西部，从一线城市向二三线城市下沉需要相当长的一段时间。在国内市场巨大潜力的吸引下，多数车企将重心放在国内市场的争夺上。

尽管如此，由于国内竞争的加剧，以自主品牌为代表的汽车企业已经寄希望于海外市场来释放产能、增加收益。相信在不久的将来，会有越来越多的企业加入汽车出口的行列。为促进中国汽车产业国际化的顺利进行，结合外部环境的最新变化，特提出以下建议：

①汽车产品的出口，要注意选择符合自身比较优势的地区和产品，避免与其他强势产品正面竞争。目前建议若以产品出口进行，应优先选择本土缺乏汽车产品或者已有产业难以满足本土需求的发展中国家市场，以及与中国签署自由贸易协定、对汽车产品减免关税的国家或地区。

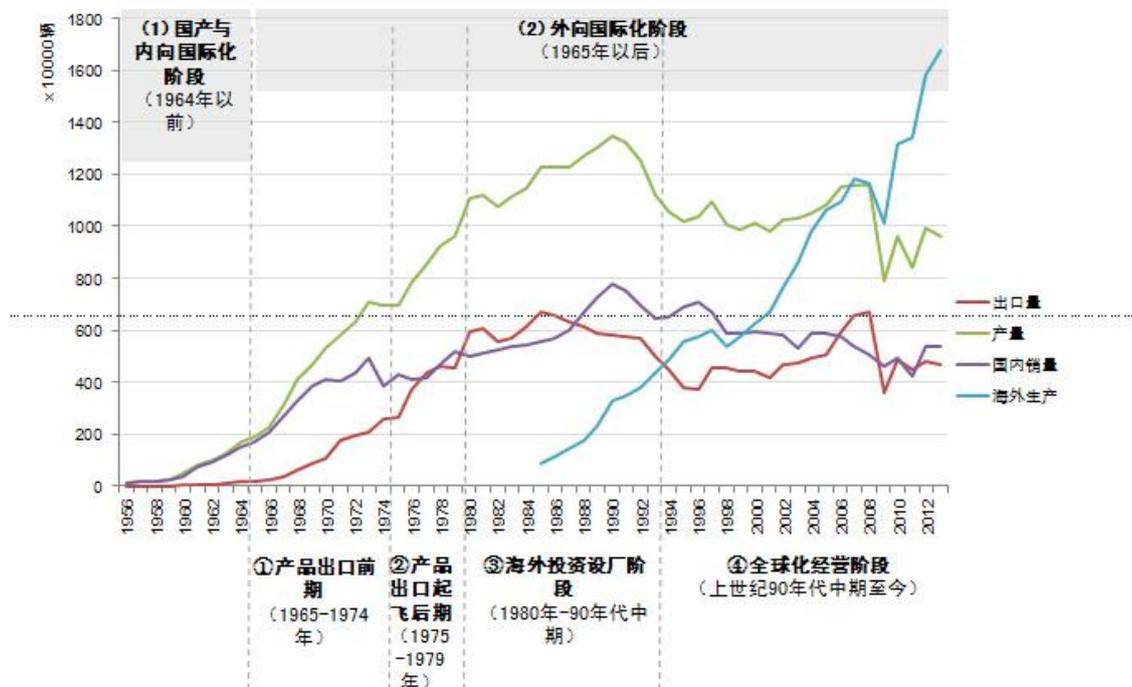
②未来中国汽车产业国际化，最终要立足于海外投资设厂，进行全球化经营。近年来，国内人工成本的不断上升，人民币的不断升值，加之日韩汽车等竞品本币不断贬值，我国汽车产品的低价优势被不断削弱。同时，由于主要出口目的国均有意发展本土汽车产业，关税非关税贸易壁垒不断加剧。尽管我国汽车产业发展仍处于先导市场的初期阶段，但外部环境的改变迫使我们跨入产业国际化的中后期，进行海外投资设厂与全球经营成为新时期我国汽车产业国际化的必然选择。

③国际化过程中，政府应对汽车产业国际化进行更为有效的扶持

作为汽车产业的后起之国，与同时期日韩相比，国际市场环境已经发生了较大变化。政府应该在提供融资、促进整合和海外监管等方面提供最大可能的支持。在融资方面，可包括外汇贷款、设备融资、援助技术引进等在内的优惠措施。政府还可考虑向主要汽车出口企业

提供紧缺原材料、低息和长期贴息贷款等。同时，应促进汽车企业的重组整合，逐步淘汰规模小、市场抗风险能力弱、研发技术差的企业，培养一批国际化企业，参与国际竞争。

图 1 日本汽车产业国际化历程



ⁱ 支陆逊.中国汽车产业国际化发展趋势与政策措施.汽车与安全.2014年6月

ⁱⁱ 张纪康.产业国际化：理论界定、跨行业和跨国比较.教学与研究.2000年第2期

ⁱⁱⁱ 欧阳敏.韩国汽车工业发展历程.时代汽车.2012(2)

^{iv} 尹栾玉.中国汽车产业政策的历史变迁及绩效分析.学术与探索.2010(4)

注：本文发表于 2014 年 11 月《汽车工业研究》（第 11 期，总第 246 期）