



中国汽车走出去需要协调与指导

► 董扬

过去几年，中国一直是世界第一汽车生产大国，去年又成为整车出口第一大国。下一步我们应该扩大在海外的汽车生产，已成为行业共识。

但是，对于中国汽车产业如何顺利走出去？业界有普遍的担心：一是与世界汽车生产大企业相比，中国汽车企业总体上缺乏在海外发展的经验；二是如何维护在目标市场国的竞争秩序，特别是如何避免中国企业间的“内卷”；三是在目标市场国，如何获得政策、法律、经贸、金融等各方面的支持；四是如何坚持长期主义，与目标市场国的经济、产业等各方融合发展。

对此笔者认为，中国汽车走出去需要协调与指导，需要有强有力的协调与指导机构或组织，在重点市场要有长期发展战略。在这方面，我们是有教训的。20 多年前，我国摩托车产业就发展到世界产销量第一，在国内发展受阻后，摩托车企业纷纷走向海外，先是走向越南等东南亚国家，又走向南美，最终因为在海外的无序发展，恶性竞争，商誉扫地，铩羽而归，对产业发展和国家声誉都造成了不良影响。

中国实施现代市场体制时间较短，而且由于技术进步和社会发展的速度都较快，缺乏有序竞争的经验。所以需要指导和协调，需要在重点市场建立行业协调机构。对比我国企业在海外和国

内市场机制中发展的历程，可以看出：在国内有政府指导和协调，竞争就比較有序。在海外市场放任自流，问题就比较多。这方面已经有很多领域的教训。而汽车产业不同于一般的加工工业，无论是对于产业发展，还是对于良好的国际经贸关系，这个问题都更加重要。因此，对于汽车产业走出去不能放任自流。

在主要市场建立协调机构的主体应该是行业社团组织。虽然我国政府在主要市场设有外交和外经贸的驻外机构，但多年发展实践证明，这些机构并不能起到足够的协调和指导作用。另外，在国内，由外经贸或产业主管部门采取不定期会议形式进行协调和指导，也不能起到良好的作用。因为如果没有正常连续的工作流程和及时地发现问题、解决问题，也会鞭长莫及或经常发生疏漏。

当然，只有行业社团组织在重点市场设立派出机构是不够的，还需要加强力量，建立权威性，才能起到足够的协调和指导作用。由于我国的行业社团组织目前普遍比较弱小，财力比较弱，人才储备也不够。要完善各行业社团组织，政府对于财力不足的行业社团驻外机构应该给予财力上的支持。行业社团组织要建立正常的、连续的工作流程和机制，明确职责和责任；另外政府外经贸和产业主管部门要给予经常性的指导和支持。同时行业社团驻外机构也要主动

■ 作者简介

董扬，1977 年考入清华大学汽车工程系，1984 年研究生毕业。现任中国汽车工业协会常务副会长兼秘书长。



与当地的政府驻外机构取得联系，以便于取得政策支持，也有利于和当地政府打交道。

这些做法符合国际惯例。因

为政府部门对于非盈利性的非政府组织给予财政支持，符合国际惯例；政府主管部门与行业社团及行业主要企业协调一致，也是

国际惯例。日本是国际公认的产业在海外发展比较好的国家，日本通产省和日本汽车工业协会以及各大企业之间一直是协调行动，这是不争的事实。

中央经济工作会议指出，必须统筹好有效市场和有为政府的关系。我国汽车企业正在开始出海竞争，如果不采取强有力的措施，很难避免汽车企业把“内卷”带到国外，产生损害行业发展和国家声誉的恶果。我国政府有关部门应该正视这个问题，做好顶层设计，可以先在重点目标市场做试点，并在实践中不断积累经验。

延伸阅读

2024 年我国汽车产销双双突破 3100 万辆

据中国汽车工业协会发布数据显示，2024 年我国汽车产销量累计完成 3128.2 万辆和 3143.6 万辆，同比分别增长 3.7% 和 4.5%，产销量双双再创新高，连续 16 年稳居全球第一。

创新高的数据背后，汽车产业变革亦呈现出前所未有的速度、广度和深度，并实现了全方位跃升。2024 年，中国新能源汽车加速跑，实现多项突破。

7 月，新能源乘用车月度零售销量首次超越传统燃油车。此后，连续多月保持超越态势，消费者对新能源汽车的认可度不断提升。11 月，新能源汽车年产量首次突破 1000 万辆。从年产过万辆，到年产首次突破百万辆，中国新能源汽车产业历时 6 年。同样的时间，中国新能源汽车实现了从年产百万辆到千万辆的跨越，我国从汽车大国迈向汽车强国走出坚实一步。

