2019年1月2日 星期三 周口晚报
组版编辑 方珍 E-mail/zkwbxjz@126.com

# 改革四十载 中国人圆了『汽车梦』

几十年前，中国人想要买车，除了高昂的价格外，还要通过管理部门的层层审批；十几年前，在汽车经销商店里面对面交易，是当时人们习惯的购车方式。如今，随着汽车产业和互联网的深度融合，“网购”逐渐成了越来越多消费者买车时的选择。

改革开放40年，无论是中国的汽车工业还是百姓们的用车生活，都发生了翻天覆地的变化。改革的东风让中国的汽车产业经历了从无到有、“由小变大”的巨变，成为我国经济和社会发展的支柱产业；更让汽车从人们眼中可望而不可即的奢侈品变成了今天平常百姓家的出行代步工具。截至2018年9月份，我国汽车保有量达到2.35亿辆、连续9年成为全球最大的汽车消费市场。买车，对于今天的中国人来说，已经不再是一个遥不可及的梦想。

## 产业加速 引进合资让轿车走上发展的快车道

把时间的轴线拉回到40年前——对外开放的大门刚刚打开，中国经济进入世界经济大循环。望着国门外陌生的世界，我国的汽车人们一方面震惊于自身和世界汽车工业的巨大落差，一方面踌躇满志，摩拳擦掌着筹备属于自己的民族汽车工业。

“一开始，我国本打算自主开发轿车产业。但是，世界汽车工业早在19世纪末期就已经诞生，几十年的技术差距很难在短时间内迅速赶上，在走了不少弯路后，中国汽车工业开始寻求合资之路，以求弥补技术和资金的差距。”原中国汽车工业总公司副董事长、中国汽车工业协会名誉会长、中国汽车工业改革的亲历者和见证者之一胡信民这样回忆。“在当时的历史条件下，从头研发轿车的生产、建立体系花费的时间成本太高了。”他说，“改革开放的到来，让中国的汽车产业开始能够对外引进技术和资金，让中国汽车看到了快速赶上世界汽车工业的可能。”

“1978年11月9日，邓小平同志专门对汽车合资作出批示：‘可以。不但轿车可以，重型汽车也可以搞合资经营。’”胡信民说：“自此以后，我国的汽车工业开始走上一条合资的道路。”

现年91岁的大众集团前董事长卡尔·哈恩博士是当年促成中国汽车工业和大众汽车合资的关键人物。2018年12月中旬，他又一次来到了中国，接受记者采访时，他说，人生中最大的骄傲就是亲手在中国促成了两家合资公司的建立。

上世纪80年代，哈恩力主大众进入中国市场。当时，几乎所有的跨国汽车公司都拒绝这样做。他回忆，“大众集团来到中国，是得益于改革开放的政策。大众汽车进入中国市场初期是凭借高层的接洽来推进的，当初我跟随时任德国总理科尔访问中国，参加了所有的与中方领导人的会面与洽谈，我们意识到，中国有一套自己的发展理念，正在推行市场经济，且有着一套完整的策略与执行手段。我对此印象深刻，并且觉得耳目一新。在经过一番市场调查，特别是和当时的上海汽车拖机联营公司有了进一步的接触和交流以后，更进一步坚定了我们对中国的信心。当时只有我们有这样的信心，其他外国汽车公司没有这样的信心。特别是对于很多外国汽车公司来说，它们并没有把它们的技术转让给中国的想法。”

造访中国后，卡尔·哈恩确信中国政府正在筹备向市场经济进行转型。他认为，相较于其他国家，中国的转型更具成功可能，因为当时中国正在向全世界取经，并将市场经济领域和教育领域内最好的经验和案例带回中国学习研究。在经过了一番考察后，大众作出了集团发展史中最重要的决定之一——成为中国这个世界领先的国家的一位企业公民。

后来的历史证明了哈恩选择的正确。“现今的中国已超越美国、德国成为德国车企最大的市场，大众每生产2辆汽车就有1辆销往中国。”哈恩说，“这在很大程度上归结于中国的改革开放。”

“以大众汽车为代表的外国车企在与中国企业实现合资以后，还把许多国际知名的零部件供应商引入国内，逐渐帮助我国建立了完整的供应商体系，为中国汽车产业的后续发展打下了基础。”中国汽车工业协会常务副会长董扬这样评价合资为中国汽车产业带来的影响。

## 夯实基础 零部件国产化体系的建立奠定产业基石

合资企业的成立，带来了外方资金和先进的汽车技术，加速了我国汽车产业的发展。但是想要真正成为汽车制造强国，零部件的国产化才是基石。即便有着对外开放带来的有利条件，也没有捷径可走。

原中国汽车零部件工业公司副总经理，同样也是中国汽车产业发展的亲历者之一的陈光祖一直致力于汽车零部件的国产化事业，他表示，“没有改革开放初期艰难的国产化过程，我国的汽车产业就不可能有进入新世纪后的井喷，自主创新更是全无基础可言。”

在合资的最初，我国汽车工业还普遍使用手工的方式生产轿车，零部件生产商更是几乎没有。据陈光祖回忆，一次为了寻找国内制造消声器的厂家，他一连在北京跑了几天，最后终于在建国门附近一家专门为外国使馆修汽车的工厂里看到有老师傅用手工敲打轿车的消声器。

接着，他提到了桑塔纳的国产化案例，“上海大众是我国最早的汽车合资企业，它的首款产品桑塔纳的国产化，在当时牵动着整个中国的汽车工业。为了完成桑塔纳的国产化，1987年，时任国家经委副主任的朱镕基组织一个大型工作组到上海，任命当时上海汽车工业公司总经理陆吉安为主任，以上海为主吸取全国零部件企业对上海国产化的支持，才终于在近10年后完成了桑塔纳的国产化进程。”

他接着说道：“在这个过程中，一方面政府对各个企业加大了投资力度，一方面在国家有关部门的支持下，成立了国产化基金，再加上外方提供的技术人员指导和自身艰苦卓绝的努力，终于让我国的零部件生产厂家逐渐发展壮大。在经历过艰难的国产化进程之后，不少零部件企业得到了‘脱胎换骨’的改造。”

“后来，上海国产化的经验，向全国有关企业进行推广，到上世纪末全国基本建成了零部件的国产化体系，有效推动了当时汽车产业的发展。”陈光祖说。

## 自主创新 中国品牌在开放市场中激流勇进

如果说加入世贸组织以前，中国的汽车工业还是国家的重点保护对象，那么自从2001年加入世贸以后，我国的汽车产业开始真正拥抱市场经济，直面竞争，中国的本土汽车品牌开始逐渐崭露头角。

吉利汽车就是在那个时候开始广为人知的。无巧不成书，在中国加入世贸组织的前夜，吉利集团终于获得了生产轿车的“准生证”。“中国入世”和“李书福入局”几乎同时出现在当时的报纸上。

民营汽车企业以一种低价的姿态迎接中国的入世。吉利首款轿车“豪情”一面世，就以5.8万元超低价格在市场上刮起了一阵“旋风”。它的直接竞争对手，天津夏利不得不把车价从13万元，一直降低到3万元。而每一次降价，吉利都会应声再降。如今，吉利汽车集团董事长李书福回忆起这段经历，依然充满自豪：“我们生产汽车，把中国汽车价格降了一大截，为用户带来了实惠！”

一开始，中国汽车品牌以这种低价入市的打法现身江湖，借着中国私车市场“井喷”的大势，在中国汽车行业找到了很好的突破口，然而，价格战也是一把“双刃剑”。经过几年高歌猛进，中国品牌开始后劲乏力。

就像董扬所说，中国汽车工业走合资的道路，快速引进了现代化的制造技术和零部件体系，但是汽车技术的开发，却并非合资所能直接换来。在需要自主研发时，中国品牌在一段时间里大多遇到了瓶颈。

然而，激烈的市场竞争环境，并未摧垮中国品牌。相对开发周期缓慢的合资车企，中国品牌更加直面中国的消费者，在市场竞争中，迅速反应推出符合消费者喜好的产品，让中国品牌往往能够占得先机。前几年，SUV市场的热潮和近年来互联网技术在车载娱乐系统上的应用就是中国品牌快速反应，抢占市场份额的最好例证。

另一方面，中国品牌也在不断加大研发的投入和力度，想尽办法提升自身的核心技术。吉利通过海外并购的方式，消化吸收了沃尔沃的技术，并推出了向上突破的领克品牌；长城深耕SUV市场，近年来也推出了WEY品牌；上汽乘用车旗下的荣威和名爵两大子品牌，更是在海外出口方面有所斩获……

以合资为引导，打下汽车生产的基础、以“入世”和“轿车进入家庭”两大推举力，造就了中国汽车市场的此后十余年的井喷。如今，我国汽车市场不仅是全球汽车所有大跨国公司竞争的舞台，更孕育着世界汽车产业发展的全新方向。在激烈的竞争过程中，中国从2000年年产200万辆汽车的“小国”，成长到如今年产量近3000万辆的世界最大汽车生产国，是改革开放让这一切成为可能。中国品牌、自主创新、汽车出口、竞争、新能源车成为中国汽车业这十多年间的关键词。轿车从中国老百姓难以企及的奢侈品，成为出行的基本工具；汽车业从计划经济的活化石，成为中国最全球化、市场化、竞争最激烈的产业。**（据人民网）**