



## 中国车准备进入黄金时代了吗？

*Siva Yam, CPA, CFA, President, US-China Chamber of Commerce*

*Paul Nash, Editor, US-China Chamber of Commerce*

*For comments or suggestions on this article, please contact:*

*Siva Yam at [sivayam@usccc.org](mailto:sivayam@usccc.org)*

14 世纪中国名著《三国演义》中的曹操在嚼一鸡肋时说过“食之无味，弃之可惜”。他又说，“扔掉它又觉得浪费”。人们可以很容易的发现这跟中国的汽车业很相似。

时下兴起一波波有关中国在美国的汽车销售前景的浪潮。在中国迅速崛起为全球的制造业中心后，这预期的前景对很多人来讲这也并不吃惊。许多美国人开始想中国将要多久实现它所声称要到 2010 年成为汽车制造业领导者的目标。

中国的汽车业在过去 10 年里有了显著的成长。在 1990 年，中国仅产 42000 辆车。但到 2004 年，数量已超过 2300000 辆。在接下来的一年中，有望生产 6000000 汽车和卡车，超过德国成为世界第三大车辆制造国。中国汽车曾被认为是拙劣的，许多是由廉价的劳动力手工制造而成，然而它一直在提高。中国汽车制造商已在积极的引进先进技术，绝大多数是通过跟国外合资，这一策略已将他们的学习步伐缩短了 1/4 个世纪。

但是美国市场是否会包容这突然涌入，毫无预期的竞争诸如 30 年前日本一样？它花费了日本汽车制造商 20 年时间在美占有一立足地，花费了韩国 10 年时间，中国能像有些人期盼的那样仅花 5 年时间吗？

在过去的一些年中，我曾拜访了许多中国汽车零部件工厂，最近参观了近 10 家中国汽车公司。我观察后得出的结论可以用一句中国谚语来总结：“机不可失，时不再来”。

中国品牌的车子要进入美国市场还需等待几年。它们并不如我们通常想象的廉价制造这么简单。而且其质量也低于其他亚洲对手的产品。可能更重要的是，绝大部分（如果不是全部）中国品牌的车子没有达到美国的安全质量标准。

看一下中国的汽车行业，里面存在有许多问题。

- 行业结构呈碎片化，效率低下。中国的汽车工厂太多了。举个例子，我曾经见过至少有 3 家工厂制造相同形式的已过时的有 20 年久的 Toyota 运货车（标着不同的品牌），使用着同样的生产流水线。这种状况毫无经济意义，因为它阻碍了规模经济发展。
- 在汽车设计方面缺少一个公共的平台。一些中国汽车工厂只生产运动型轿车，另一些只制造私家车。在我的最近一次旅行中，我也没发现能生产各种系列的工厂。



尽管产品质量方面持续在进步，很多公司正艰难维持着质量标准。他们是关心产品质量的，但是经常达不到要求。缺少项目管理经验更是使质量控制程序复杂化。由于各种文化和经济的原因，他们缺乏知识经验制定有效的体制来选择，检查和管理他们的供应商。从历史观点上说，多数的工厂已经被垂直一体化。

虽然许多中国汽车制造商意识到安全问题，但这些关注却被竞争的加剧和价格的压力所取代。由于中国社会和他的其他西方对手相比更纵容司机和行人在道路规范上的置之不理，人们对安全规则也就一知半解，收效甚微。

市场技能的缺乏阻碍了中国公司在海外有竞争性地销售他们的产品，而海外销售一直是一出重头戏。例如：LG 以前的名字，好运金星，有多少人记得？有多少美国人能拼出例如“中华”这样的中国汽车工厂名字？如果在海外没有建立强烈的品牌意识和形象，在如今全球品牌销售观念居主流的状态下，拗口的中国汽车名字进入国际市场时将面临一个主要的障碍。

研发部门的落后，创新意识的薄弱把中国的汽车行业封锁在一个时空隧道里了。等到这些汽车生产商弄明白怎样生产更有效率，如何达到一致的质量要求和安全标准，通过什么途径畅销美国市场，那么，他们现在所生产的汽车款式从此将不再面世了。现今，几乎所有中国最新设计的运动型轿车都效仿 BMW X5，但它们又能吸引消费者多久呢？

以后，中国汽车行业的团结局面将会产生；加上国家政策的正确指导和中国经济的持续自由化，这些会帮助解决许多此类问题。但这并不是说中国的汽车制造商会马上占据美国市场。必须记住的是，日本的汽车制造商花了近 20 年时间才在美国有了稳固的立足之地。

同时，美国汽车经销商面临着一个两难境地：他们应该追加投资来和中国的对手竞争还是冒险会被远远赶超？许多人没有看到基本的经济原理，不能预料到以后他们会进口装运到过载的中国制造汽车，在当地建立销售渠道，这是个长期和成本不菲的过程。他们怀疑中国进口的产品，认为只是块鸡肋，弃之了事。

但是他们应该这么做吗？任何人只要有敏锐的观察力，在近几年参观过中国的汽车工厂，目睹了从哈尔滨一路下去到广州发生的顺利发展和变化，会说：“不。”他们肯定会忠告你，带着一丝讽刺性暗示：“尽管现在卷入到中国汽车行业的代价是昂贵的，但是如果你现在不这么做，那么你就永远失去了机会。”