

我国车轮行业的竞争力分析

刘彦戎,刘翔海

(中国汽车技术研究中心,天津 300162)

摘要:概述我国车轮行业的发展状况,分析我国车轮行业参与国际竞争的影响因素:有利因素是跨国汽车公司零部件全球采购战略和本土化战略、国家政策扶持、我国车轮行业劳动力成本相对低廉和我国汽车市场的高速发展;不利因素是企业研发能力弱、缺少名牌、核心技术空心化、管理落后、人才匮乏、售后服务能力不足、企业间无序竞争、可能面临反倾销诉讼风险等。建议车轮生产企业加大研发力度、重视人才引进与培养、加强管理、积极向出口导向战略转变以及充分发挥行业协会的职能,以增强车轮企业的竞争力。

关键词:车轮;竞争力

中图分类号:U463.34 **文献标识码:**B **文章编号:**1006-8171(2005)09-0524-04

近年来,随着我国汽车工业的快速发展以及汽车生产、销售全球化步伐的加快,我国车轮行业呈现出快速发展势头,企业的生产规模和产品的质量水平有了较大提高,一些企业积极引进国外技术与资金,大力开拓国内外两个市场,市场竞争力不断提高。

本文结合我国车轮行业的特点与现状,分析我国车轮企业参与国际竞争的影响因素,并提出增强车轮行业竞争力的建议。

1 我国车轮行业的发展状况

改革开放之前,钢制车轮在我国一直占据主导地位。随着我国汽车市场的不断发展以及国外先进车轮制造技术的引进,铝合金车轮的生产与应用发展迅速。20世纪90年代,业内一些知名企业,如戴卡轮毂制造有限公司、中南铝合金轮毂有限公司和浙江万丰奥威汽轮股份有限公司相继建立。铝合金车轮以其美观、轻质、散热好、耐腐蚀等特性逐渐得到市场认可。2003年,我国生产铝合金车轮2300万件,铝合金车轮装车率超过50%,逐渐取代钢制车轮成为市场主流。

进入21世纪,我国车轮生产继续保持高速增长,铝合金车轮出口增速加快。据统计,我国车轮

产量从1999年的1200万件增长到2004年的5500万件,铝合金车轮出口数量由1999年的100余万件增长到2004年的1200余万件^[1]。一些车轮企业以出口为战略导向,积极开拓国外市场,竞争力大大增强,市场份额不断提高。少数产品质量好、技术水平高、成本有竞争力的企业开始OEM(Original Equipment Manufacturer,跨国汽车公司的原始设备制造商)供货。据我国汽车工业协会车轮委员会统计,2004年我国出口到美国的铝合金车轮总金额达3.3亿美元,数量为550万件,占其销售市场的50%份额。

车轮属于劳动密集型、原材料消耗较大的加工型产品。从制造技术与工艺来看,我国主要采用成本较低的低压铸造工艺(约80%采用此技术),少量采用最简便的重力铸造工艺。少数企业近年来加大科研开发力度,采用先进的挤压铸造或锻造工艺,使产品的技术含量和附加值大大提高,在国际市场上赢得较高声誉。如戴卡轮毂制造有限公司积极采用美国、德国和日本等发达国家的先进技术标准,采用先进锻造技术,使铝合金车轮质量减小近30%,强度提高30%,产品质量显著提高,获得了较强的市场竞争力,不仅为上海大众汽车有限公司、一汽大众汽车有限公司、广州本田汽车有限公司、天津一汽夏利汽车股份有限公司和长安汽车(集团)有限责任公司等国内合资企业配套,还成为大众汽车公司全球供应商,具备

作者简介:刘彦戎(1963-),男,陕西西安人,中国汽车技术研究中心高级工程师,学士,主要从事汽车标准与法规制定、汽车市场分析、汽车信息情报技术以及汽车科技开发与管理工作。

为其在世界各地的汽车制造厂批量供货的资格。

目前,我国车轮制造逐渐朝着轻量化、大直径、宽轮辋、高强度的方向发展。

2 参与国际竞争的有利因素

2.1 跨国汽车公司零部件全球采购战略

跨国汽车公司为降低生产成本、增强产品的国际竞争力,纷纷放弃传统的采购模式,采取零部件全球采购战略,在世界范围内寻找提供质优价廉产品且供货及时的供应商。全球化采购为汽车产业在世界范围内实现分工与协作提供了理想舞台,有利于汽车整车制造企业少投入、多产出、降低成本并保持高效率,也有利于零部件企业注重并发挥各自的比较优势、做大做精优势产品。由于在我国可以采购到价格更低的零部件,各汽车公司近年来纷纷将目光锁定我国。跨国公司在我国采购零部件金额逐年递增,预计在今后3~4年内,通用汽车公司在我国采购零部件金额将达100亿美元;2010年,福特汽车公司在我国采购零部件金额将达100亿美元,占其全球采购金额的近10%。跨国汽车公司零部件全球采购战略为我国车轮企业走出国门提供了前所未有的机遇。

尽管我国车轮企业在国外市场上已占据了一席之地,但大部分产品目前还很难进入国际OEM配套市场。车轮企业应分析各汽车公司的零部件采购策略,发挥自己的比较优势,争取在国际OEM市场上取得突破。

2.2 跨国汽车公司本土化战略

我国汽车市场目前已成为全球公认的最有吸引力、最有发展潜力的市场,各跨国汽车公司纷纷将我国作为生产加工基地,不断增大投资金额,增建新厂。本土化战略在降低成本、促进销售、增强产品竞争力等方面发挥着重要作用,积极推进本土化战略成为各汽车企业的共识,而在当地采购零部件是本土化战略的重要组成部分。如大众汽车公司在实施本土化战略时,注重提高引入车型的国产化水平,在质量、价格、技术、服务同等条件下,鼓励在我国的两家合资企业优先选择本土零部件供应商,同时,支持我国汽车零部件企业进入大众全球配套体系。另外,汽车的客户订单生产

模式逐渐取代单一品种的大批量生产,同一条生产线上配置不同的汽车需要选装不同的车轮,这对车轮企业及时供货提出了更高要求,而本土车轮生产企业相对其它厂家更容易达到及时供货的要求。本土化战略为我国车轮企业成为本土合资企业的OEM供应商提供了有利条件,而取得合资企业的OEM供货资格又为产品进入跨国公司全球配套体系提供了机遇。

2.3 国家政策扶持

随着国际贸易自由化及经济全球化程度日益加深,国际汽车零部件业加快了向我国转移的步伐,为了适应这种变化,我国政府制定了相关政策扶持国内零部件业的发展。2001年发布的《汽车工业“十五”规划》提出,“汽车零部件业实施市场导向、调整结构、发挥优势、集中突破,实现同步发展,参与国际分工。支持鼓励优强企业形成经济规模,面向国际市场,扩大出口创汇”。2004年颁布的《汽车产业发展政策》明确提出,“培育一批有比较优势的零部件企业实现规模生产并进入国际汽车零部件采购体系,积极参与国际竞争”。2005年3月份发布的《构成整车特征的汽车零部件进口管理办法》规定,“整套总成散件进口或进口关键件达到规定数量的视为构成该总成特征,进口总成数量达到规定限定条件或进口总成达到整车价格规定比例的视为构成整车特征,按整车税率纳税”。一系列政策、法规的出台为车轮企业参与公平竞争提供了良好的外部环境。

我国车轮企业应充分利用国家政策,引进并吸收国外先进技术,提高自身的技术装备水平和研发能力,尽快提升产品质量,利用本土企业的优势先在国内市场赢得有利地位。

2.4 车轮行业生产特点

车轮属于劳动密集、原材料消耗较大的加工型产品,科技含量和附加值相对较低。我国劳动力成本相对低廉,原材料较丰富,使我国车轮产品的价格在国际市场上具有较强的竞争力。我国车轮行业要想占领国际市场,必须发挥自己的比较优势。

2.5 我国汽车市场的高速发展

2004年,我国汽车产量超过500万辆,2005年将超过550万辆,汽车的社会保有量超过3000

万辆^[2]。我国汽车工业的高速发展及庞大的市场为车轮行业的快速发展提供了有力支撑。

3 参与国际竞争的不利因素

3.1 企业内部

(1) 车轮企业重生产、轻研发, 没有形成必要的研发能力。我国车轮企业一般生产能力较强, 但产品技术含量低, 大部分属于低端产品, 结构性矛盾突出。企业技术研发能力薄弱, 没有形成与整车同步研发的能力。跨国汽车公司普遍要求其零部件供应商具备一定的研发能力和相应的测试设备, 能独立进行技术更改与升级, 具有可靠的质量保障及与整车厂同步研发的能力。如大众汽车公司要求其全球供应商必须通过 ISO 9000 和 VDA 6.1 等质量管理体系认证, 并在大众质量保证评审中取得 A 级配套厂资格(配套厂在评审中取得 90 分以上的成绩)。目前, 大众在欧洲的配套企业中超过 70% 具有 A 级资格, 而为大众在我国的合资公司配套的 600 家国内企业中 A 级配套厂不足 20%。

(2) 企业缺少名牌产品、核心技术空心化问题严重。我国企业受产品专利及技术许可的制约, 很难在短时间内消化吸收引进的技术, 更谈不上产品创新和形成自主品牌, 大部分企业只能贴牌生产销路较好、含金量不高的产品, 虽然企业短期内能取得一定的利润, 但丧失的是企业自主创新能力和自主品牌, 最终可能成为外国企业的附属。

(3) 企业管理落后、人才匮乏, 尤其是缺少了解国际市场环境与贸易规则的人才, 影响了企业的国际化经营。一些国有车轮企业存在负担重、机制不灵活、经营管理不善、质量控制能力弱、缺乏批量生产条件、出口意识薄弱等一系列问题。目前国内通过 QS 9000 和 VDA 6.1 等认证的车轮企业不足 10%, 车轮产品质量达不到国际标准要求成为主要出口障碍。

(4) 企业售后服务能力不足。我国车轮产品出口到某个国家或地区时, 由于批量小, 导致维修服务成本高、供货不及时、售后服务不到位, 许多企业甚至没有建立售后服务网点。售后服务能力是汽车企业考查 OEM 供货资格的重点, 对我国车轮企业进入国际市场至关重要。

(5) 成本的增加使产品价格逐渐丧失竞争力。由于原材料价格不断上涨使车轮企业采购成本不断增大, 外国公司把劳动密集型产品转移到我国生产使国内人工成本逐年上升, 加上企业生产规模偏小等不利因素, 未来我国车轮产品价格保持低于国际水平已经不易, 未来我国车轮产品将逐渐失去价格优势。

3.2 企业外部

(1) 企业间无序竞争。目前, 我国车轮企业在国际市场上的竞争优势主要是价格。尽管大部分企业在产品出口时能根据市场行情及自己的产品状况客观报价, 秩序相对较好, 但不排除个别企业为获得国外订单采取不正常竞争手段, 即拼命压低产品价格从国内竞争对手中抢夺订单。特别是一些中小企业没有长远战略, 只顾眼前利益, 以低价格挤占开拓者的市场份额, 干扰整个行业的出口秩序。对企业来说, 持续的价格战将使企业无法获取应得的经济利益, 产品质量得不到保证, 没有资金进行研发与技术革新, 最终丢掉市场; 对整个行业来说, 行业利润水平将大幅降低, 对产品结构升级、自主知识产权保护、品牌培育以及产品在国际市场上的声誉产生不利影响。对车轮进口商来说, 他们往往利用我国企业之间的相互竞争以超低价格相要挟, 甚至在适当时机对我国产品提起反倾销诉讼。

企业间无序竞争的原因从表面看是出口企业多、秩序乱、组织性差, 深层上看则是整个行业长期低水平重复建设导致生产能力过剩, 产品长期定位于低端市场使企业核心竞争力不足造成的, 国内相应法律法规体系不健全, 缺乏行业协会的统一协调与指导也是重要原因之一。

(2) 可能面临反倾销诉讼风险。随着国际贸易自由化的不断深入, 非关税壁垒逐渐替代关税壁垒成为世界各国贸易保护的主要手段。反倾销诉讼由于简便易行、技术条件要求低, 已成为目前最行之有效的非关税贸易壁垒之一, 因此被各国普遍使用。我国加入 WTO 以来, 国外对华反倾销势头呈现愈演愈烈之势, 我国车轮产品近几年在国外市场增长较快, 同样存在被提起反倾销诉讼的危险。

相对欧洲市场而言, 美国市场技术壁垒较低、