

一周车评

博弈下,汽车工业进入“合资新时代”

□本刊记者 李雨璐

今年7月27日,德国《商报》报道,大众汽车就一汽集团侵权行为展开调查。大众指控一汽至少正在模仿4项大众专利技术,以用于其自主品牌车型。

8月30日,德国《商报》再次披露,大众汽车CEO马丁·文德恩对一汽集团侵犯其专利所有权的事件很关注,他表示将坚决维护公司的专利。

11月29日,一汽大众在佛山举行董事会议,大众汽车集团管理委员会主席兼CEO马丁·文德恩和一汽集团董事长徐建一出席会议,共同澄清侵权事件,并表示将延长双方将于2016年到期的合作协议。

一汽集团和德国大众之间这场看似即将硝烟弥漫的“战争”,却在一次会议后变得风平浪静。从事件双方的利益角度分析,似乎是因为双方并不想为此而损害其在市场上的地位,毕竟对于合资企业而言,对利润的追求才是合资双方最大的利益诉求,这符合市场的规则。然而,纵观事件双方的现状:大众旗下的奥迪品牌凭借一

汽集团打造的平台,在中国市场上的占有率飞速增长;一汽集团目前则正处于整体上市的紧要关头,我们发现此番大众突然向媒体表示一汽有侵权行为,并非简简单单的一场信任危机,在未来,中国车企合资双方的博弈其实才刚刚开始。

事实上,“合资”是我国汽车工业发展的必然产物。理性地看,没有合资这个过程,我国乘用车产业很难在如此短的时间内建立起完整而坚实的制造体系,我国的汽车市场也很难有目前的繁荣景象。当然,我们也必须看到,在合资的几十年间,我国汽车市场蓬勃发展的背后,我国汽车在核心技术、创造能力方面的步伐还很缓慢。

但令人欣喜的是,在最近一两年奇瑞牵手捷豹路虎、比亚迪牵手戴姆勒、广汽牵手克莱斯勒、东风牵手雷诺的车企合资过程中,我们看到了中国车企正从最初的打破发展资金、技术瓶颈,优化我国产业结构,提高国内企业的管理水平的旧合资时代,向如今的迅速补足现在短板,扩大规模,寻找合资伙伴的目标更明确、更理性的新合资时代迈

进。悄然之间,中国合资车企的战略已经发生了改变,这也标志着中国合资车企的发展已经进入了新的阶段。

以往国内的合资车企中品牌、技术和车型主要来自外方,虽然是50:50的股比,中方却几乎没有话语权;而在新型车企合资企业的组成中,中方的车企已经具备一定的研发能力、品牌影响力,并拥有了在某些细分市场上的占有率(如奇瑞、比亚迪),这让中国自主品牌的影响力越来越大,也让这些中国车企在未来合资的过程中,拥有了足够的话语权。话语权的取得,不仅有来自自主品牌发展的贡献,更有一汽等第一批合资品牌与外企在合作过程中不断博弈的贡献。

我们有理由相信,未来随着跨国车企对中国市场的更加渴望和国内各大汽车企业自主品牌的崛起,中国汽车产业将持续高速发展,中国汽车企业也必然能够获得更多的话语权,从而让中国汽车工业和汽车品牌真正拥有更高的国际地位和影响力,而不仅仅成为全球最大的汽车生产国和新车市场。

本期导读

明年车市向好 激烈竞争仍是主旋律

.....▶ D04版

汽车消费新趋势—— 一车多用 随需而变

.....▶ D05版

国标缺失品牌杂 慎用汽车添加剂

.....▶ D06版



绘制 薛绮佼