

第六章、中國大陸汽車產業績效之綜合評估

產業績效的評估有很多面向，本章除了從質的方面分析大陸汽車產業的整體績效表現外，亦從實證的角度來探討汽車市場結構與績效間的關係，以檢視產業組織理論的一些假設是否適用於大陸汽車產業。

第一節、大陸汽車整體產業績效之分析

企業績效的檢視有許多方式，本節分別從產業的技術進步、促進就業及附加價值率的表現等方面來看整體汽車產業之績效。

一、大陸汽車產業技術進步之分析

技術進步的檢測有很多種方式，本文參酌現有資料以自有品牌、研發活動及專利申請、出口實績為基礎，分別加以檢視。

(一) 自有品牌發展有一定的成績

中國大陸貨車部分已擁有解放、東風、長安、哈飛、中興、長城等自有品牌；客車領域也已擁有宇通、安凱、金龍、黃海等一定數量的自有品牌，這些自有品牌均有一定的基礎，並累積了一定的開發經驗。中國大陸應該努力在保有自己品牌基礎上開展多種形式的國際合作，特別是要努力提高關鍵零組件（如動力總成、底盤、汽車電子控制系統等的開發）的水平，縮短和國外貨車和客車技術水平間的差距，把貨車及客車做大做強，並努力出口，參與國際市場競爭。經濟型轎車方面也已有部分企業如奇瑞、吉利、長安、哈飛等生產，雖然質量還不高，但由於價格具有競爭力，也成為未來具有發展潛力的車種。

總結而言，大陸汽車自有品牌的形成雖未成熟，但亦有一定的基礎，且透過出口來展現其企圖心，並對歐美汽車廠商造成一定的威脅。美國紐約時報及英國金融時報於 2005 年中分別撰文警告，大陸汽車憑其廉價的成本優勢駛入西方，其影響將不下於當年日本汽車對美國市場的衝擊¹。

¹薛潤濤，「紐約時報：中國將成爲世界主要汽車出口國」，中國汽車報（北京），2005 年 5 月 13 日；連雋偉，「英國金融時報警告：大陸汽車，貿戰新引信」，工商時報（台北），民國 94 年 6 月 6 日，7 版。

(二) 研發活動及專利申請均有所提升

目前中國大陸已逐漸開始重視研發活動，部分合資企業或民間企業也給予較多的研發經費來開發更多的車型，以刺激銷路。雖然現階段合資企業的產品還是多來自外國汽車母廠，但國內的汽車研發中心也具有外觀設計功能。如「東風汽車有限公司乘用車研發中心」，即逐漸具有同步開發式的國產化研發，即把日產車型同步引進到國內，再根據國內的需要進行一定的改進研發的技術。而奇瑞、吉利、哈飛、一汽紅旗轎車等具有自主品牌的汽車公司，也能夠開發設計出具自主知識產權的汽車，中國大陸汽車企業在研發技術上也有一定的提升²，如大陸主要汽車集團或骨幹企業2004年所推出的車款(如表5-9)，部分即具有知識技術產權且有一定成績的銷售表現。雖然目前中國大陸學者及官員仍不滿意汽車企業在自主品牌方面的表現，唯整體實力的提升卻是有目共睹的。

汽車產業自主開發的投入亦有重要進展，如中國汽車工程學會理事長張小虞指出，「十五」期間汽車全行業產品開發能力建設投入保持平穩增長，大型骨幹企業科技投入明顯高於全行業平均水平，2004年有的企業投入幾億元甚至幾十億元，2004年實際使用費用排名前8位的分別是：上汽集團、一汽集團、東風公司、中國重型、長安集團、奇瑞公司、江淮集團、哈飛汽車，其中上汽集團實際使用經費高達到80多億元。

根據2000~2004年間發佈的中國汽車工業科學技術獎的207個專案統計，企業獨立或牽線完成的專案占70%，科研機構獨立或牽線完成的占23%，企業間合作完成的占6%，科研機構間合作完成的占1%。這表示大型集團及骨幹企業已經成為推動汽車行業科技進步的中堅力量。他指出，自主開發和聯合設計成為新產品開發的主要方式。在2003年新上市的230種汽車新產品中，59%為自主開發，9%為聯合開發，32%為引進技術；2004年上市的265種新產品中，54%為自主開發，34%為聯合開發，12%為引進技術；在轎車、MPV和SUV產品中，聯合設計的比例不斷擴大，正逐步取代技術引進；客車、載貨車和其他產品中，中低端產品全部為自主開

²徐長平，「奇瑞：苦孩子早當家—專訪奇瑞總經理尹同耀」，中國汽車報(北京)，2005年4月11日，A5版；桂俊松，「哈飛董事長崔學文：哈飛借助車展提升品牌」，2003年5月13日，8版。

發，高端產品正試圖通過聯合設計提高開發能力和產品水平³。

另外，就汽車專利權申請表現來看，中國大陸汽車產業的技術也是有所逐步提升，2002 年全年即有 2525 件汽車專利獲得申請核准，2003 年上半年申請核准的發明專利亦達 254 件（參見表 6-5），證明大陸汽車產業在科技研發及技術進步上確有改善。

（三）、出口實績表現逐年成長

中國大陸自 1980 年代開始即有少量的汽車出口，根據報導安徽江淮汽車即在 1980 年代試圖向海外出口汽車，然而當時因為出口方式的僵化以及停留在小批量整車出口上，因此很快就敗下陣來⁴。直至 1980 年代末才開始有汽車產品的輸出。（參見表 6-1）

表 6-1：1989 至 2004 年中國大陸汽車產品出口量及金額

年份	出口汽車（輛）			汽車零組件金額（億美元）	汽車產品總金額（億美元）
	合計	貨車	轎車		
1989	2676	2063	6	0.48	0.80
1990	4431	3254	73	0.82	1.28
1991	4108	2253	789	1.01	1.53
1992	6375	2243	914	1.24	3.06
1993	11116	4534	2866	1.72	4.24
1994	18648	10234	784	2.46	5.15
1995	17747	9070	1413	3.76	7.21
1996	15112	6256	635	3.82	8.16
1997	14868	8297	1073	4.47	9.88
1998	13627	6306	653	4.90	8.83
1999	10095	3868	326	7.07	11.87
2000	27136	7093	523	11.25	24.79
2001	26073	8527	763	16.32	27.12
2002	21960	10520	969	16.61	33.59
2003	45777	26142	2849	54.20	80.26

³管學軍，「"十五"科技成果豐碩」，中國工業報（北京），2005 年 11 月 17 日。

⁴韋巍，「江淮汽車出海狙擊」，21 世紀經濟報導（廣州），2005 年 6 月 29 日。

2004	136258	52796	9335	79.46	127.66
總計	364792	155886	23103	209.59	351.96

資料來源：《中國汽車工業年鑒 2004 年》（天津：汽車工業年鑒編輯部出版，2004 年 9 月），頁 222；《中國汽車工業年鑒 2005 年》，頁 263。

從表中的資料可以看出，中國大陸汽車產業自 1989 年開始有小規模的輸出，當年有 2676 輛貨、客、轎車的出口，雖然金額不大，僅有 0.8 億美元（含零組件）左右，但亦足以說明大陸的貨車出口實力不容置疑；此後出口車輛逐年均有增加至 1994 年後才開始回落，2000 年後又開始有所增長。出口金額則在零組件的長期增長下，自 1989 年開始整體汽車產業（含整車及零組件）的出口金額始終處於成長情況（1998 年稍有回落），迄 2004 年已達 127.66 億美元之多。

目前出口大多數仍多為商用車輛，轎車較少。但未來在民營車廠及廣州本田在加工區所設的以出口為主的車廠所生產的產品將會愈來愈多，部分合資企業廠商的產品是否會回銷或行銷到東南亞等地區，亦是未來值得觀察的目標。整體而言，中國大陸的汽車企業技術已有幅度不小的進步，雖然仍有部分學者認為大陸汽車技術進步的速度太慢了⁵，但在合資企業中的外商制肘下，大陸民營汽車企業及部分引進技術的汽車企業，近年來的技術進步仍有可觀之處。

二、大陸汽車產業對促進就業之分析

（一）中國大陸就業問題嚴峻

由於在工業化過程中造成農村剩餘勞動力的轉移以及國企改革中的人員下崗分流等所導致的嚴峻就業問題，已經成為當前影響中國大陸經濟和社會穩定的重大問題，而加入 WTO 之後，使這一問題更趨於複雜化。

根據中國人口年鑑的統計數據顯示，2003 年中國大陸城鄉從業人口達到 7.44 億人，1990~2003 年共增加就業人員 9683 萬人，平均每年新增就業人數 745 萬人⁶。根據中國勞動社會保障部副部長王東進表示，中國目前

⁵李虎軍，「技術進步太慢是中國汽車業的苦果」，南方周末（廣州），2001 年 11 月 2 日。

⁶王東岩，「2003 年中國的就業狀況」，輯於中國社科院人口與勞動經研所編，《中國人口年鑑 2004 年》（北京：年鑑雜誌社出版，2004 年 11 月），頁 251-253。

有 1.5 億農村剩餘勞動力。但是依據亞洲開發銀行最新統計資料顯示，中國農村剩餘勞動力已超過 2 億。據估算，中國現在的可耕地占世界的 7%，只需要 6000 萬勞動力就可耕作。但現在中國的鄉村從業人員有 4.99 億，存在大量的剩餘勞動力。未來 10 年，中國大陸需要把 1.5-2 億左右的農村人口實現從農村向城鎮的轉移，只有這樣，才能使留在農村的勞動人口的收入增長並跟上大陸整體國民經濟的增長⁷。

經相關研究預測，中國勞動力總供給在近 10 年內會從 7.1358 億增加到 7.8193 億，出現峰值，此後則會緩慢下降，迄 2020 年為降為 7.7574 億。由於經濟增長對勞動力需求的拉動，按照 7%~8% 的經濟增長率及 0.1707 就業彈性係數估算，20 年內勞動力總需求將從 5.761 億增長到 7.414 億，因此，屆時就業問題的矛盾將得到緩解。

雖然中國人民大學教授劉爾鐸指出，經濟發展和就業問題是連在一起的，只要中國大陸經濟成長持續維持 6 或 7% 以上的增長率，中國的就業問題大體上就能夠得到解決⁸。但中國勞動部副部長王東進則強調，日益嚴重的失業問題將危害社會的穩定，而且根據勞動部的預測，未來幾年中國每年將有一千兩百至一千三百萬勞工進入就業市場，即使每年經濟成長達到 7%，創造的就業勞工人數也只有八百萬人，因此目前大陸的就業問題仍相當嚴峻。

（二）汽車產業可加速促進大陸人民就業

汽車產業能夠解決部分大陸目前即待處理的就業問題，如博鰲亞洲論壇秘書長龍永圖即表示，中國大陸要建立汽車產業的第一個目的即是解決就業問題，其次才是考慮稅收及利潤等因素⁹。另外中國國家經貿委副主任歐新黔亦表示，汽車工業可為解決大陸的就業問題作出貢獻。歐新黔指出，根據中國國家資訊中心統計，2002 年前 10 個月，汽車工業所屬的交通運輸設備製造業，對工業生產的貢獻率是 13.3%，拉動工業增長 1.6

⁷巴曙松，「中國入世後的產業結構變遷與就業結構調整」，2002 年 11 月 15 日，參考中國勞動力市場網站：www.lm.gov.cn。

⁸劉爾鐸，「關注再就業」 人民網強國論壇問答會，2002 年 9 月 20 日。

⁹「龍永圖：中國汽車工業很爭氣」，2005 年 9 月 20 日，<http://finance.sina.com.cn>。

個百分點，對工業增長的拉動作用，僅次於電子及工業設備製造業，居各大行業的第二位，汽車工業的增長對整體國民經濟的增長具有舉足輕重的作用¹⁰。

中國國務院發展研究中心產業經濟研究部長馮飛亦指出，中國的汽車工業對國民經濟影響巨大。其表示，中國汽車產業在國民經濟當中的作用日益提高，對經濟增長的拉動作用也日益明顯。汽車工業占 GDP 的比例，到目前為止，已經到 1.5% 左右¹¹，汽車對其他產業的帶動作用也非常明顯。

此外，根據中國國家發改委和國家資訊中心的相關資料指出，汽車工業每增值 1 元，會給上游產業（所謂上游產業是指原材料、設備、工具機業等）帶來 0.65 元的增值，給下游產業（指汽車銷售、汽車維修、加油站、客貨運輸、汽車租賃、金融、保險、廣告等）帶來 2.63 元的增值，共創造 3.28 元的增值。另外，汽車工業每提供 1 個就業崗位，就會給上下游產業創造 10~15 人的就業機會。另根據國務院發展研究中心產業經濟研究部長馮飛表示，據統計，汽車行業分別對 38 個行業產生不同程度的帶動作用¹²。

在中國大陸，汽車產業不僅是資本及技術密集的產業，亦是勞動密集型產業。據統計，1990 年中國汽車工業職工人數為 156.5 萬人，迄 1997 年達最高峰為 197.8 萬人，2001 年則降為 150.6 萬人，2004 年又回升為 169.3 萬人¹³（見表 6-2），雖然汽車製造業聘用的職工並未增加，但其帶動的相關上下游產業（尤其是服務業）的就業機會則增長甚多。根據學者預估，在近年來汽車產銷量大增的情況下（2004 年大陸國內汽車銷售已達 507 萬輛），圍繞著汽車產業周邊的就業人數，現在最少已達 2000 萬人。目前就業是中國大陸相當大的一個問題，因此提升汽車產業可帶動周邊產業的就業機會，協助解決失業的問題，對中國工業化過程中的就業問題和

¹⁰ 「國家經貿委副主任歐新黔談汽車業就業問題」，中國工業報汽車周報（北京），2002 年 11 月 19 日。

¹¹ 馮飛，「中國汽車工業的發展與競爭力分析」，2005 年 11 月 7 日，參見 www.tongji.edu.cn/~yangdy/car/paper2。

¹² 邵奇惠，「汽車產業將成爲中國第三產業的強力推進器」，中國汽車報（北京），2002 年 10 月 28 日，5 版；華少華，「東風悅達起亞新工廠折射汽車產業與城市發展」，中國青年報（北京），2005 年 11 月 3 日。

¹³ 《中國汽車工業年鑑 2005 年》（天津：汽車工業年鑒編輯部出版，2005 年 9 月），頁 492。

勞動力的轉移發揮了一定的作用。另外在日本，汽車行業創造直接、間接的就業人數占全國就業總數 10%，這和中國大陸的情況差不多¹⁴。

與上汽集團合作的美國通用汽車公司中國地區總裁墨斐亦強調，汽車行業能帶動上下游相當大的就業空間。目前，通用汽車在中國共擁有 13000 名員工，但其在汽車產業周邊也間接地創造了近 20 萬個就業崗位，不僅有效推動了當地經濟的良性發展，也解決了當地的就業問題¹⁵。而福建汽車集團公司閩中產業群在兩岸合資的「東南汽車公司」的帶動下，直接拉動汽車工業投資近 50 億元，新增 115 家企業，其中工業企業 77 家（台資企業 35 家，民營 42 家），直接創造就業崗位 12000 多個。根據相關統計，福州青口汽車城為地方創造稅收 20 多億元，社會效益十分明顯。目前，青口汽車城的產業集群已享譽大陸汽車界，成為海峽西岸經濟區初具規模的產業集群，並仍在進一步發展。因為東南汽車城，青口鎮已發展成為福建省第一大工業大鎮¹⁶。

唯亦有學者指出，中國目前面臨的棘手問題是，假如優先考慮就業，勢必有可能犧牲對汽車產業競爭力的強化。根據日本的經驗顯示，如果汽車產業具有強有力的國際競爭力，將不可避免地導致匯率上升（如日本即因汽車大量出口導致匯率上升）。如果人民幣匯率上升，就很難維持中國迄今保持優勢的勞動密集型產業的價格競爭力，因而也會導致失業率的上升。加之中國僅農村地區就擁有 1.5 億人口剩餘勞動力，因此那種不惜犧牲就業來加快產業升級的論調是站不住腳的，如何在兼顧擴大就業機會和產業升級間取得平衡，已經成為思考中國經濟發展的重要課題¹⁷。

表 6-2：1990-2004 年汽車工業職工人數 單位：萬人、%

年度	年末職工人數	其中：技術人員	技術人員占職工比率
1990	156.5	13.7	8.8

¹⁴張宇賢、楊合湘、王佳元等，「汽車工業發展對國民經濟的促進作用—量化研究與國際比較」，輯於《中國產業發展報告 2000 年》（北京：中國輕工業出版社，2001 年 1 月），頁 155-169；鄭重，「山東汽車工業停滯」，財經時報（北京），2005 年 9 月 19 日。

¹⁵通用汽車中國公司公關部，「奏出“全球化和本土化”交響的最和諧音—通用汽車榮膺“2004 中國最具影響跨國企業”」，2005 年 1 月 18 日，www.gmchina.com/chinese/news。

¹⁶「福建汽車從閩台合作走向國際合作」，福建日報（福州），2005 年 4 月 1 日，2 版。

¹⁷關志雄，「中國會成為汽車出口大國嗎？」RIETI（日本經濟產業研究所）實事求是專欄，2005 年 1 月 14 日。

1991	170.4	14.0	8.2
1992	184.9	15.4	8.3
1993	193.3	16.2	8.4
1994	196.9	16.8	8.5
1995	195.3	16.6	8.5
1996	195.1	16.7	8.6
1997	197.8	17.1	8.6
1998	196.3	16.9	8.6
1999	180.7	16.9	9.4
2000	178.1	16.4	9.2
2001	150.6	15.6	10.4
2002	157.0	16.8	10.7
2003	160.5	17.3	10.8
2004	169.3	20.0	11.8

資料來源：《中國汽車工業年鑑 2005 年》，頁 492。

三、大陸汽車產業附加價值率等績效表現有所增長

另外我們從汽車產業的附加價值率及全員勞動生產率來觀察，亦可發現大陸整體汽車產業的績效確有所增長。表 6-3 示，中國大陸汽車產業的附加價值率整體而言是呈上升的趨勢。如 1995 年工業附加價值率為 19.7%，1996 年則有較高的成長，該年之所以有較大幅度的增長，是因為汽車工業總產值降低（整體成長率低），但由於國產化率提高，進口 CKD 等零組件減少，使中間財的投入減少，因此導致該年增加值有明顯的上升，因此附加價值率提升為 23.6%。（當年工業總產值較低，而工業增加值較高所致），1997 年下跌至 19.9% 之後即逐漸上升，迄 2003 年為 26.1%，顯示大國大陸汽車產業附加價值率有改善的趨勢，整體產業的效率有所提升。

表 6-3：1995-2003 年大陸整體汽車工業的附加價值率成長情形 單位：萬元

年份	汽車工業總產值	汽車增加值	附加價值率(%)
1995	13066497	2579848	19.7
1996	11975508	2827271	23.6
1997	13472636	2681622	19.9

1998	13925101	3037473	21.8
1999	15956255	3425799	21.5
2000	19858382	4393771	22.1
2001	25037775	6006686	23.9
2002	35767718	8795098	24.6
2003	52744496	13745469	26.1

資料來源：根據 1995-2003 各年《中國汽車工業年鑒》資料整理作成。

另外我們再從中國大陸全員勞動生產率的產出來看（如表 6-4），亦可以發現大陸汽車產業的效率有所進步。1995 年大陸全員勞動生產率為 40820 元/人，1996 年有較大幅度的成長，1997 年則為 42565 元，此後則一路上揚，迄 2003 年為 253139 元/人，其趨勢大致上與附加價值率的上升一致，代表大陸汽車產業的產出效率確有明顯的進步。

表 6-4：大陸汽車工業的全員勞動生產率 單位：萬元、萬人、元/人

年份	汽車工業增加值	年末職工人數	全員勞動生產率
1995	2579848	63.2	40820
1996	2827271	62.2	45455
1997	2681622	63.0	42565
1998	3037473	63.2	48061
1999	3425799	55.5	61726
2000	4393771	60.0	73229
2001	6006686	50.7	118475
2002	8795098	53.3	165011
2003	13745469	54.3	253139

資料來源：同表 6-3。

第二節、大陸汽車產業市場結構與績效之直觀性分析

市場結構影響市場行為及績效的理論，已經有許多學者的研究都證實了此種觀點，但其中多集中在研究整體製造業的結構效應，單就個別產業的產業結構、行為及績效的研究則不多見，尤其在汽車產業中，市場結構、行為、績效的討論往往受限於資料的蒐集無法齊全，因此也無法做有效而全面的分析。更何況，中國大陸汽車產業發展早期受限於社會主義計畫經

濟的影響，在自力更生中無法和外界接觸，且在指令性計畫中生產及統購統銷的情況下，其結構與績效間的關係根本無從研究。唯此種情勢在改革開放後有所改觀，在社會主義市場經濟的帶動下，大陸汽車產業逐步引進外資及技術，另外在市場經濟的主導下，政府干預也逐漸減少，市場結構與行為、績效之間的關係也開始顯現。尤其在中國大陸進入 WTO 之後，中國已逐漸融入全球化的市場經濟之中，在跨國汽車公司加大投資大陸的金額及加速進入大陸市場之後，大陸汽車市場亦顯現其重要性。以下即自所蒐獲的資料中分從大陸汽車生產廠商、企業集團及轎車廠商集中度與績效之相關作一直觀性分析。

市場集中度反映某一市場賣者或買者的規模結構，本文選用絕對集中度 (CR4、CR8) 及相對集中度 (HHI) 指數來衡量汽車生產廠家的市場集中度及相關績效 (以工業增加值 IV 來表示)。以下即將近年來中國大陸汽車整車生產廠商、汽車集團及主要的轎車生產廠商相關資料來做一直觀性分析。

一、中國大陸汽車整車生產廠商集中度與績效之分析

從表 6-5 顯示，中國大陸汽車產業 1995 至 2003 年的 CR4 集中度是介於 45% 至 62% 之間，依據 Shepherd, W.G. 將集中度分為六個等級，大陸汽車產業是屬於多頭壟斷和寡頭壟斷之間，即 CR4 集中度大於 50% 屬於寡頭壟斷，15% ~50% 之間屬於多頭壟斷；另外從 HHI 值來看，大陸汽車產業相對集中度有提升的現象，尤其是 2002 及 2003 二年，HHI 值有大幅度成長，顯示其前二位或前三位 (上海大眾、一汽集團、東風汽車) 的市占率有大幅提高的趨勢，市場呈現寡頭壟斷狀況。從績效面來看，CR4 分年所對應的 IV4 (工業增加值率) 其值均較高。如 1995 年汽車產業前四位廠商 (上海大眾、一汽集團、東風汽車及躍進集團)，其市占率 CR4 (以銷售額計算) 為 45.78% ，但其工業增加值卻達 50.72% ，顯示市占率高的廠商，其產值亦相對較高，績效較好；另從表中得知，除了 1997、98 年受到亞洲金融風暴的影響，CR4 或 CR8 有些微的下降外，其餘各年度 CR4 或 CR8 集中度均有逐年上升的趨勢。尤其是 2002 及 2003 年，不論是市占率的集中度或工業增加值均有較大幅度增加，亦顯示近年來汽車產業的集

團化腳步加快，因此集中度的成長亦有顯著的提升，但值得注意的是 2003 年的 CR4 或 CR8 均較 2002 年為高，但績效卻較 2002 年有下降的現象，這是否意味著隨著市場競爭的加速，雖然集中度有些微的提升，但利潤或績效也有下滑的趨勢。

另外從 CR3 的發展來看，中國大陸汽車產業的排名前三位均固定在一汽集團、上海大眾及東風汽車此三家上，此三大汽車廠的排名順序或有變動，但均列名前三位，可說相當穩定。CR3 的變動除受到 1997 金融風暴的影響有些微的下降外，2000 及 2001 年則受到上海通用、廣州本田、一汽大眾等合資企業加速成長的影響，CR3 相對的有些減少，2002 及 2003 年則由於計算方式的改變（一汽大眾併入一汽集團統計，神龍及風神汽車則併入東風集團計算）導致 CR3 有顯著的成長，其績效亦有較大幅度的提升，唯 2003 年不論是集中度或績效均較 2002 年有些微的下降。

表 6-5：1995-2003 年中國大陸汽車廠商集中度與績效分析 單位：%

年份	CR3	IV3	CR4	IV4	CR8	IV8	HHI
1995	41.56	48.05	45.78	50.72	57.19	64.40	678.42
1996	46.73	51.08	50.94	55.62	65.14	70.80	911.77
1997	43.19	50.93	47.28	54.97	60.29	67.40	808.68
1998	43.37	47.56	48.69	56.49	63.69	71.71	779.00
1999	47.63	45.12	54.21	52.99	69.19	71.37	907.34
2000	43.61	45.17	51.45	55.49	67.49	71.59	810.23
2001	44.14	47.28	53	57.99	69.75	75.48	844.61
2002	57.19	63.16	61.69	69.25	74.68	79.03	1312.76
2003	57.16	60.71	62.04	67.02	75.79	77.29	1283.01

資料來源：作者根據《中國汽車工業年鑑》各年年鑑整理；HHI 指數是各個汽車廠商市占率的平方加總而成。

此外，我們從圖 6-1 的附加價值率之比較中亦可以發現，前三大汽車生產廠商（CR3）之附加價值率大致上均較 34 家車廠的平均值要高，除了 1999 年由於上海大眾引進帕薩特（Passat）新車型，需要進口較多的 CKD 件，以致國產化率低落，工業增加值相對較低；另東風汽車則因為神龍轎車廠負債高，盈利一直無法突破，所幸 2000 年獲國家「債轉股」的支持，才有較為穩定的表現，當年上海大眾及東風汽車附加價值率均較平均值

低。其次我們從 9 年的平均值來看，以東風集團的 25.1% 最高，其次是一汽的 24.9% ，上海大眾則為 24.1% ，但三家企業均高於 34 家車廠 9 年的平均工業增加值率 19% 約 5-6 個百分點。

不論從集中度、工業增加值率或附加價值率的表現來看，均可證明目前中國大陸大型汽車企業確有較為亮麗的表現，由於附加價值率的成長象徵著企業績效有所提升，因此結構與績效的正向相關在中國大陸汽車工業上亦得以顯現。

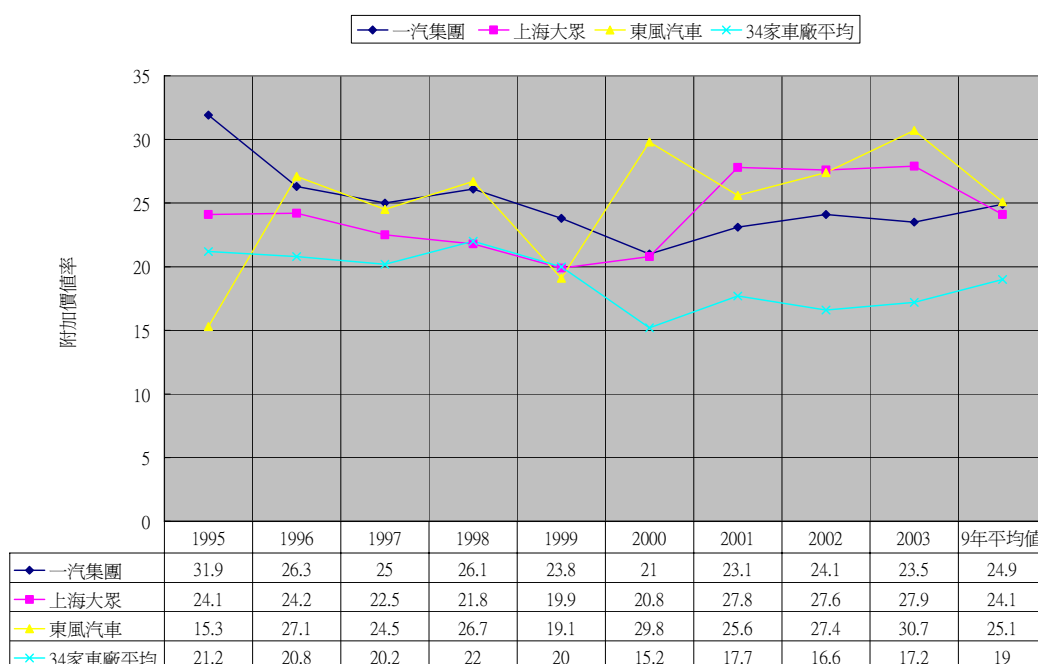


圖 6-1：三大廠商與 34 家汽車廠商附加價值率比較圖表

註：附加價值率=工業增加值/工業總產值

二、15 家汽車企業集團集中度與績效之分析

中國大陸汽車產業集團根據《中國汽車工業年鑑》近年來的主要集團介紹方式，大致上可分為 15 家集團，其中以一汽、上汽及東風三大集團為首，其次為軍工企業集團，如長安集團（屬兵器裝備集團公司）、哈飛汽車公司（屬航空工業第二集團）、昌河汽車公司（屬航空工業第二集團）；各省市的汽車集團，如北汽集團、天汽集團（2002 年併入一汽）、南汽集團、廣汽集團、安徽江淮集團、福建集團；另外再加上金杯集團、重汽集

團、江鈴集團及慶鈴集團等共計 15 家企業集團。

從表 6-6 中可知，大陸汽車集團的市占率集中度 CR4 或 CR8 的比例，或相對集中度指數 HHI 等均較汽車整車生產廠商為高，而其相對的工業增加值 IV4 或 IV8 的增長亦較高。其中在 1999 年，不論是 CR4、CR8 或 IV4、IV8 均有較大的成長，這或許是當亞洲金融風暴沈寂 2 年後於 1999 年開始經濟復甦，汽車產業在當年也有 13% 的成長率所致。2000 年稍有下降，此後則一路上升，CR8 在 2003 年已達 85.7%，而其工業增加值率亦大幅成長為近 90%。顯示中國大陸汽車集團的市占率及其績效成長均有顯著的進步。在相對集中度（HHI）方面，除 1999 年因一汽集團的銷售額較高，其市占率高達 27.32%，致使當年的 HHI 集中度達 1558.5 的最高點外，以最近 4 年的相對集中度比較，其比率持續的上升，有逐漸形成寡頭壟斷的現象。

其實大陸汽車集團主要以前三家為主，我們從表中可知 CR3 所占的比率與 CR4 差距並不大，第四家集團的市占率約在 5% 至 10% 之間，尤其在 2000 年以後，第四家集團的市占率多在 5% 左右。這亦顯示大陸汽車集團隨著時間的變化有愈來愈集中的趨勢，尤其是一汽、上汽及東風三大集團其市占率有相當比率的提升。相對於 CR3 的提升，顯示其績效的 IV3 也相應的提高，且績效提升的比率亦較集中度高，這亦顯示三大集團其整體績效的成績是有進步的。

表 6-6：1995-2003 中國大陸 15 家汽車企業集團集中度與績效之分析 單位：%

年份	CR3	IV3	CR4	IV4	CR8	IV8	HHI
1995	46.43	58.24	55.51	68.31	70.71	84.21	939.15
1996	49.21	60.56	56.81	66.75	71.58	80.93	1046.31
1997	48.76	59.46	54.31	64.51	69.95	75.17	1013.21
1998	50.83	60.88	55.43	67.57	70.39	79.21	1026.06
1999	64.66	62.49	68.83	67.89	83.46	81.53	1558.50
2000	57.88	63.63	61.85	66.48	74.96	79.33	1247.20
2001	59.83	66.60	64.87	72.25	76.63	80.26	1311.85
2002	64.38	64.93	69.72	71.46	82.32	80.57	1524.52
2003	65.09	71.96	70.67	76.38	85.67	89.24	1537.88

資料來源：作者根據《中國汽車工業年鑑》各年年鑑整理。

另根據表 6-7 及圖 6-2 所顯示的三大集團附加價值率表現，大致上與三大汽車廠的表現相似，其平均值亦較 15 家集團的平均值要高。其中以上汽集團的表現最佳，附加價值率的平均值為 28.8%，在各年度的表現也較另外二家集團表現為優。從整體觀之，15 家主要企業集團的表現要較 34 家車廠為佳，顯示集團化後，前三大集團市占率高，附加價值率表現也相對較佳。

表 6-7：三大汽車集團與 15 家汽車集團平均附加價值率比較 單位：%

年度 車廠	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	9 年平 均值
一汽集團	31.9	26.3	25	26.1	23.8	21	23.1	24.1	23.5	24.9
上汽集團	26.3	25.4	26.4	26.5	25.1	24.2	29.5	35.7	40.1	28.8
東風集團	15.3	27.1	24.5	26.7	19.1	29.8	25.6	27.4	30.7	25.1
15 家集團 平均值	17.4	19.2	20.8	20.6	19.4	18.3	21.9	23.9	24.3	20.6

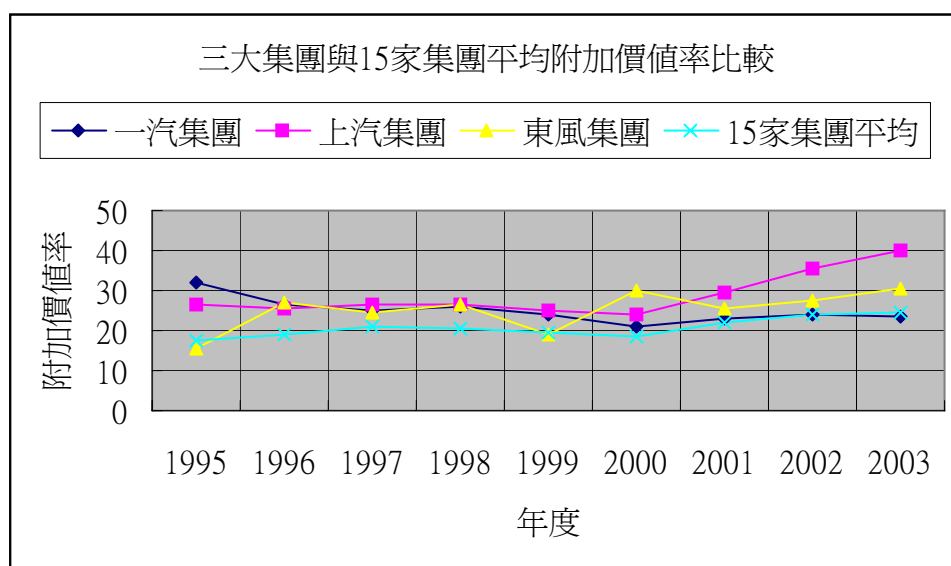


圖 6-2：三大集團與 15 家汽車集團附加價值率比較圖

三、大陸轎車市場集中度與績效之分析

轎車市場是近年來變化最大的車種，從以往轎車一片空白的現象，到1995年轎車產量開始超過30萬輛，占當年產量的22.4%；2000年生產轎車60萬輛，占當年產量的30.1%；2002年生產109萬輛，與貨車、客車並駕齊驅；2003年則一舉生產201萬輛，占當年產量的45.4%，遙遙領先其他車種。此種變化也可說明大陸汽車市場逐漸與已開發國家相同，市場需求以轎車為主，也導致大陸生產轎車廠家增多，且多擴充產能，因此才會產生轎車市場產量的急速擴增。

從表6-8可知，轎車生產廠商中前四家市占率CR4從1995年的83%增加到1996年的87.3%為最高峰，此時期的HHI指數也最高，可以看出大陸轎車產品的生產廠商是屬於寡頭壟斷的產業，且前二家（上海大眾、一汽大眾）的市占率甚高。此後除1998年稍有提升外，CR4的集中度是一直往下降的，其主要原因即是生產廠家逐漸增多所致（1995年約12家廠商生產轎車，2003年則增加至30家廠商）。中國大陸政府於1989年即已制訂「三大三小二微」的轎車生產計畫，唯此項計畫在1998年之後有很大的改變，先有上海通用、廣州本田的獲准合資進入大陸轎車市場，再加上廣州風神、吉利集團、上汽奇瑞及北京現代、天津豐田、悅達起亞、南京南亞、華晨寶馬等的陸續加入生產，使轎車生產廠商於2003年已有30家以上，因此前四大廠商的市占率也一直滑落，迄2003年僅有51.2%。CR8的比例稍有不同，其市占率於1998年達到最高峰98.7%，此後於2000年有此微提升，之後則開始下降，2003年CR8市占率為72.3%。另外由於轎車廠商競爭激烈，排名在5-8名的廠商也急起直追，其市占率均有所提升，因此表6-9也將CR5-8的市占率及績效單列以作比較，發現5-8名轎車廠商的集中度（CR5-8）上升的年度與下降年度相同（各有4年），但上升的幅度較高，進入WTO後也僅有小幅度的下降，與CR4或CR8的大幅下降有所不同，顯示轎車排名5-8名廠商的市占率與前四強的差距有所縮小。

與CR4對照的績效表現IV4（前四家廠商工業增加值所占比率），1995及1996年達到高峰，分別為轎車總增加值的98%及99%；此後於1998年稍有提升，於1999年開始則明顯下滑，2003年CR4所對應的IV4僅有70.65%。

大陸轎車市場的 CR4、CR8 或其所對應的績效表現 IV4 從 1996 年起開始下滑，其間雖有 1、2 年的集中度或增加值有所上升外，整體趨勢是下降的。在表中我們亦可看到 IV4 所占的比率較同年的 CR4 為高，如 1995 的 CR4 為 83%，其所對應的 IV4 為 98.22%，顯示集中度高，其績效亦相對較高。其中雖有 1999 及 2000 年，其 CR4 值高於 IV4 值，原因是排名第五及第六位的廠商（廣州本田及上海通用），其績效較好，導致前四大生產企業的 IV4 值小於 CR4 的比率。

此外，CR5-8 的 IV4 值大致上是呈上升的趨勢，在加入 WTO 之後則先上升，後又大幅下降，其原因為績效較好的上海通用及廣州本田其市占率已擠進前四強，將績效較差的武漢神龍及天津夏利擠到第五及第六名，因此 CR5-8 的績效會有較大幅度的變動，由此亦可看出前四強及前八強的差距已然縮小，轎車廠商的競爭日趨激烈。

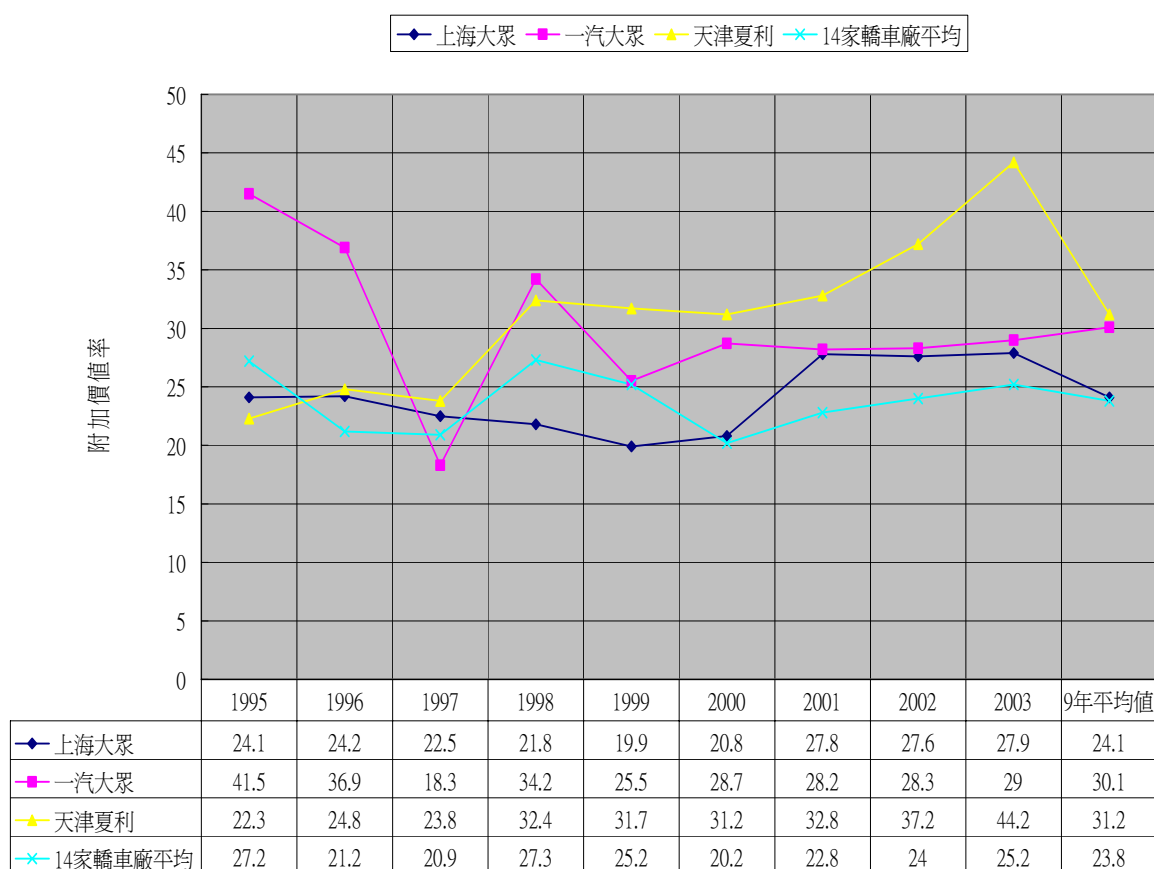
表 6-8：1995-2003 年中國大陸轎車集中度與績效之分析 單位：%

年份	CR ₄	IV ₄	CR ₍₅₋₈₎	IV ₍₅₋₈₎	CR ₈	IV ₈	HHI
1995	83	98.73	11.9	1.76	94.9	99.98	2965.32
1996	87.3	99.1	9.8	0.89	97.1	99.91	3252.42
1997	82.5	85.3	14.7	7.08	97.2	99.79	2812.59
1998	86.1	90.39	12.6	9.87	98.7	99.49	2813.02
1999	81.1	76.43	15.8	23.6	96.9	99.17	2340.92
2000	77	72.22	20.6	26.52	97.6	98.46	2044.40
2001	67.6	75.43	24.9	21.59	92.5	96.95	1746.27
2002	61.4	71.55	23.9	24.26	85.3	92.23	1332.84
2003	51.2	70.65	21.1	10.21	72.3	80.86	952.41

資料來源：作者根據 1995-2003 各年《中國汽車工業年鑑》整理而成。

在轎車附加價值率的表現方面（參見圖 6-3），前三大（上海大眾、一汽大眾及天津夏利）的表現亦較 14 家轎車廠的平均值為優，且轎車整體的附加價值率也要比一般汽車生產廠商或汽車集團的表現為佳。就轎車前三大 9 年平均的附加價值率表現來觀察，市占率排名第三的天津夏利(+上海通用)表現最佳，9 年平均值為 31.2%，其次是一汽大眾的 30.1%，上海

大眾則為 24.1%。這亦顯示出轎車市場中的特殊之處，上海大眾市占率長期獨占轎車產品鰲頭，但在 1999 年引進新產品帕薩特時，除了巨額的技術轉讓費外，其國產化率的進度也較慢，因此導致進口原廠零組件增加，工業增加值減少，附加價值率也相對降低。天津夏利在 2000 年前其市占率處於第二位或第三位，之後由於產品更新速度慢，逐漸退出前三大，代之而起的則是上海通用，其在品牌知名度及產品新穎的優勢下，迅速搶下市占率第三位的名次，且其附加價值率的表現也相當搶眼，2001 至 2003 年均高於上海大眾及一汽大眾，是轎車廠商中附加價值率最佳的企業。



註：2001 年以後上海通用上升為第三大，其附加價值率替代天津夏利。

圖 6-3：三大轎車廠與 14 家轎車廠附加價值率比較圖表

綜合來看，大陸汽車產業整體發展或集團化發展是往集中度提升的方向走，而單以轎車產品來看，其 CR4 或 CR8 的發展趨勢是往下降的，但

也並不能就此認為轎車產業的結構有惡化的傾向¹⁸。而就績效的表現而言，雖然缺乏利潤率的指標，但從工業增加值率及附加價值率的表現來觀察，汽車產業的前4大或前8大廠商都有較好的表現。相對的，以往最令人矚目的轎車生產企業，由於幾乎所有的汽車集團（除重汽、江鈴及慶鈴集團外）均投入轎車生產，再加上所有的大型跨國汽車集團也均赴大陸投資生產轎車，使轎車的市場競爭有愈趨激烈之勢，相對的其CR4或CR8的集中度及整體效益則有下滑的趨勢。不過，在此要特別強調的是，轎車生產企業獲利率雖然逐漸下降，但比起貨車或客車的獲利率仍然較高，因此才會吸引多數的大型企業集團的投入。

另外，值得特別觀察的是汽車集團整體的成長率有提升的趨勢，除了一汽、上汽及東風三大集團的發展及獲利特別醒目外，其他集團也有穩定的成長；再加上中國政府政策的支持，未來中國大陸汽車產業勢必會以三大集團為首，其他具有利基的骨幹集團企業也會有繼續生存的機會¹⁹。以中國大陸幅員的廣大，儘管政府希望能集中在三大集團發展，但要透過兼併重組的方式達到Big-Three的境界，也非在短期內可以達成。

¹⁸在產業高速擴張時期，產業集中度的下降不能表示產業組織結構的惡化。實際上，中國大陸許多產業中排名前幾位企業的規模明顯擴大，競爭力明顯增強，雖然其擴張速度沒有跟上產業總規模的超常規高速擴張，使產業集中度下降，但這並不能看作是產業組織結構的惡化。參考江小涓、劉世錦，《競爭性行業如何實現生產集中—對中國電冰箱行業發展的實證分析》，管理世界（北京），1996年第1期。

¹⁹ Jagdish N. Sheth、Rajendra S. Sisodia, *The Rule of Three—Surviving and Thriving in Competitive Market*, The Free Press, 2002；王柏鴻譯，《企業競爭優勢—三強鼎立的市場新局面》，（台北：時報文化出版社，2002年5月），頁92-122。