

山东农村“山寨汽车”现象引发的思考

徐世伟,李 挺

(重庆工商大学 管理学院,重庆 400067)

摘要:“山寨汽车”在山东农村汽车市场畅销这一现象背后有其深层次的原因。从当地农村消费者的需求、企业行为及政府政策导向三个方面剖析了“山寨汽车”现象出现的原因。诠释了该现象导致的负面影响、利益冲突;提出了相应的对策和政策建议。

关键词:“山寨汽车”;农村地区;汽车市场;对策

中图分类号:F42

文献标识码:A

文章编号:1002-2767(2011)05-0131-04

2009年底央视等媒体报道的有关“山寨汽车”的新闻,在社会上引起极大的争议。所谓的“山寨汽车”,其实是一种电动车,采用最常见的铅酸蓄电池提供动力,外形模仿市面上常见的一些汽车如奇瑞QQ、雪佛兰Spark等车型。在山东聊城地区,有多家企业在生产、组装这种电动车,并且还销往省外的多个地区。然而,这些生产厂家并没有获得国家颁布的轿车生产许可证,很多上路行驶的电动车驾驶员都没有驾驶执照。现对导致“山寨汽车”现象出现的原因,进行剖析。

1 “山寨汽车”现象出现的原因

1.1 当地农村消费者存在对价格低廉的运输工具的需求

虽然这种电动车的生产销售和上路行驶并不符合国家有关标准,但是仍然在当地拥有市场。企业违规生产这种电动车,也是因为看到了农村市场的广泛需求。这种技术含量较低、安全性较差的电动车会引发农村地区消费者争相的购买行为,主要有4个原因:

1.1.1 价格低廉 农村居民的消费能力较低,购车首要考虑的是价格问题。可以这样说,价格决定了一款汽车在农村市场上的成败。这种电动车结构简单,很容易生产。而且材料成本低,如车的外部采用的并不是钢板而是玻璃钢材料,车的动力来源是最常见的铅酸蓄电池。由于成本低,厂家在销售时的定价也非常低,低价格对农村消费者具有较大的吸引力。

1.1.2 符合农民购车的心理特点 农民由于身处信息相对闭塞的农村,能够获得的信息有限,并且具有比较浓厚的从众心理和一定的攀比心理;同时农村居住特点,使得邻里之间、亲朋之间经常走户串门,口头传播是信息传播的主要方式。调查表明,在购买汽车时,向有车人打听消息的占37.8%,听家人朋友意见的占23.2%,远超其它渠道^[1]。一旦有人购买了这种电动车,并且在使用中反映效果不错,在没有出现太大问题的情况下,尽管车的质量和安全性并不好,仍然会导致其他人的跟风购买行为。

1.1.3 使用成本低 农村居民之所以热衷于购买该类电动车,在于其使用成本不高。首先,该类车采用铅酸电池供电,不需要加油,省去了油钱。其次,维修成本低,由于车本身几乎没有什么技术含量,而且周边的厂家众多,因此维修起来很方便,花费也少。第三,由于当地政府的“优惠”政策,电动车驾驶员上路不需要驾照,这样就省去了考驾照的费用。第四,由于该车不是机动车,不需要缴纳各种机动车税费。综合起来,购置和使用这种“山寨汽车”的综合成本,远远小于小排量的轿车。

1.1.4 与当地道路交通状况有关 山东地区多为平原地貌,道路交通情况较好,即便是农村地区,对于汽车的动力要求也不是太高,这就给了电动车很大的市场空间。因为农民购买这种电动车的初衷就是为了短途代步,只要路况允许,这种电动车就会有市场。但是如果放在西部地区,由于山多路陡,这种车的动力就很难满足农民的需要。这也是“山寨汽车”能在山东地区农村销售火爆的一个重要原因。

收稿日期:2011-03-01

第一作者简介:徐世伟(1965-),男,重庆市人,教授,硕士生导师,从事中小企业发展、企业信息化、企业发展战略等研究。E-mail:cqxushiwei@126.com。

1.2 地方企业生产经营的“擦边球”行为

引发当地的电动车企业进行违规生产的原因有两个:一是地方政府违反国家规定给予这些企业的宽松政策;二是当地电动车企业看好农村和县级市场。这种电动车技术含量低、生产成本低,而平均售价能够达到2万元左右,利润丰厚,这对于该类运输工具生产厂家是很有吸引力的。在利益的驱使下,不单单是小作坊形式的小企业在生产电动车,一些大企业也开始涉足,如中国最大的农用车生产企业山东某集团公司也投入大量资源生产该类电动车。

当地很多企业在销售宣传时,都采取了混淆概念的做法,宣称他们生产的是新能源汽车。而事实上,关于包括电动车在内的新能源汽车,国家有明确的定义。在2009年6月17日工业和信息化部发布的《新能源汽车生产企业及产品准入管理规则》中,对新能源汽车的定义为:“本规则所称新能源汽车,是指采用非常规的车用燃料作为动力来源(或使用常规的车用燃料、采用新型车载动力装置),综合车辆的动力控制和驱动方面的先进技术,形成的技术原理先进、具有新技术、新结构的汽车。新能源汽车包括混合动力汽车、纯电动汽车(BEV,包括太阳能汽车)、燃料电池电动汽车(FCEV)、氢发动机汽车、其它新能源(如高效储能器、二甲醚)汽车等各类别产品。”而当地生产电动车的企业,不仅没有开发、研制新能源汽车的技术,甚至很多连生产普通轿车的资质都没有。如某集团公司在生产这种电动车时,是以电动观光车的生产许可证来生产。而结果是,这种电动车在生产出来之后,不但被以新能源汽车的名义出售,而且还与其它机动车辆一样的在道路上行驶。企业的这种“擦边球”行为,不但违反了规定,还给当地道路交通安全埋下了隐患。

1.3 地方政府相关政策的引导和支持

根据部分地方政府如《聊城市电动车管理暂行办法》规定,该办法允许电动汽车在一级以下公路行驶,走机动车道,同时要求电动车的驾驶人员应取得C2及以上驾驶证。也就是说,当地政府默认了这种电动车可以在机动车道行驶的这一行为,并且在实际操作和执行中,对该类车驾驶人员是否持有驾驶执照的要求并不严格。而事实上,以这种电动车的技术和安全标准,根本无法达到国家规定的机动车上路标准。地方政府之所以违

反国家法律,出台与国家法律相悖的地方法规,是看到了当地电动车行业发展对当地经济的带动作用 and 政府的税收利益。在电动车生产企业比较集中的地方,政府将电动车与其它机动车辆同等对待,甚至给予特殊政策,如电动车上路免收其它的费用等。

2 “山寨汽车”现象折射出的问题

2.1 “山寨汽车”存在的隐患

2.1.1 存在安全隐患 首先,这种汽车本身的安全系数低,车身采用的不是钢板而是玻璃钢材料,一旦发生交通事故,整个车身很容易损毁。其次,车辆在出厂之前,没有经过一系列的安全测试,购车者的生命安全难以得到保障。第三,由于这种电动车的上路行为本身就不符合国家的有关规定,因此,在发生事故时,事故责任很难界定,购车人很难得到法律保障。第四,这种电动车操作简单,即使不会开车,没有驾照,也可以轻松上路。在地方政府允许电动车驾驶员可以无照上路的情况下,很多不会开车的人在没有接受驾照培训和考试的情况下,贸然上路,这对当地道路交通安全是一个重大的隐患。

2.1.2 可能存在的环境污染问题 这种电动车的动力来源是普通的铅酸蓄电池,而铅酸蓄电池在报废之后很难处理,残留的废渣、废液会对环境造成极大的危害。目前,我国处理报废电池的工作还只在起步阶段,城市废旧铅酸电池回收机制和网络还远不健全。某些城市的铅酸电池维护和废旧铅酸电池回收处理现状更是令人堪忧,报废铅酸电池大都通过街边巷中小贩回收,这些小贩以低价从各修车摊点收购废旧电池,就把废酸液倒进下水道,然后把电池铅栅和塑料外壳装运到边远地区,最后砸碎,进行熔炼。这样不仅危及城市道路和排水系统,更会对周边城镇的环境造成极大破坏^[2]。

2.2 地方利益与国家利益的冲突

当地政府鼓励“山寨汽车”的生产,主要是看到这一产业背后存在的巨大经济利益。总体来看,表现在三方面:首先,“山寨汽车”每年的产值比较大,对于地方的税收有一定的贡献,是地方财政很可观的一笔收入。其次,由于制造“山寨汽车”的技术含量不高,对工人的技术和相关知识的要求自然也就比较低,发展这一产业,有助于带动地方的就业。第三,目前我国很多地区都顺应国

家政策,提出发展新能源汽车的口号,但是,新能源汽车产业的发展需要在前期投入大量的资金。而由“山寨汽车”这一低端领域起步,完成资本的原始积累,再向高端的新能源汽车产业升级,不能不说是一条捷径。

但是,当地政府在明知国家有关法律禁止的前提下,出台鼓励电动车的相关管理办法和政策,这在无形之中鼓励了一些根本不具备电动车生产资质的企业上马电动车项目,盲目地进行生产。山东省汽车行业协会认为,按汽车的标准衡量这些电动车没有一家产品质量是完全合格的,在没有取得生产许可的情况下是不能上路的,因为一旦发生交通事故,责任难以认定,产品没有国家的生产许可,没有通过 3C 认证,上路就是不合法^[3]。而实际上,这种所谓的电动车其实是电瓶车的升级版,根本不能代表中国未来电动汽车的发展方向。

国家的新能源汽车产业处于发展初期,需要严格规范市场。首先,新能源汽车是未来汽车产业的发展方向,世界各国的汽车企业都投入巨资进行生产研发,国内的许多汽车生产企业也在努力开发研制有自主知识产权的新能源汽车。如果在这个阶段,让“山寨汽车”产业发展壮大,将极大地危害整个新能源汽车产业的发展。其次,由于新能源汽车目前的成本较高,与同类机动车相比,性价比不高。再加之配套设施不完善,还不太受广大消费者的认可。新能源汽车还属于市场培育期,而一旦让“山寨汽车”大行其道,不但不利于市场的发展,也会大大降低正规汽车生产企业开发研制新能源汽车的积极性。

2.3 汽车制造企业忽视农村这一特定市场的需求

“山寨汽车”现象的出现,也反映了正规车企在某种程度上对这一特定市场的忽视。目前,各大车企在农村汽车市场投入的主要车型是微型客车。微型客车作为一种介于商用车和乘用车之间的边缘车型,凭借国内广阔且稳固的农村市场以及有利的刺激政策,表现了顽强的生命力。微型客车因其载人载货两相宜的特征,在农村和城市的城乡接合部具有广阔的市场,成为汽车市场最重要的组成部分之一。2009 年前 9 个月,微客市场累计销售 142.1 万辆,已经远远超过 2008 年全年的 106.4 万辆。高基数、高增长的突出表现,使

得微型客车成为 2009 年中国汽车市场最耀眼的明星车型,而众多企业选择进入微型客车制造领域,显然是受此振奋形势的鼓舞^[4]。由于微型客车市场的潜力巨大,成为近期各大汽车制造企业进入农村汽车市场的首要车型。

对于小排量的轿车,业界主要针对的是城市消费者。国产自主品牌为了提高竞争力,也开始向高端汽车市场进军。在这种情况下,就出现了两个问题:一个是适合农村的小排量轿车市场的逐渐萎缩,转而由微客代替;二是原有的小排量轿车开始升级换代,随着品质的提高,价格也相对上升。基于这两点,农民在购车时更愿意选择性价比高的微客,即使有对小排量轿车的消费需求,也会由于价格、实用性等原因,放弃购买。“山寨汽车”的出现,正好满足了一部分农村消费者对小排量轿车的需求,在仅仅只需要代步工具而不是客货两用的情况下,这一部分农村消费者更倾向于购买“山寨汽车”。

销售渠道不畅通和售后服务的缺失也在某种程度上抑制了农民对小排量轿车的需求。与微客相比,小排量轿车在农村的分销点很少,农民很难在当地购买到心仪的小排量轿车,至于汽车使用过程中的维修保养方面的服务,就显得更加不到位。

3 对策与建议

3.1 对“山寨车”的生产和行驶采取疏导行为,规范汽车市场

政府相关部门应当加大对“山寨汽车”违法现象的查处力度,对于地方政府的“开小灶”行为应坚决杜绝。各级政府相关部门应严格执行国家有关新能源汽车的行业准入机制,对于不符合标准的企业,应及时叫停其生产行为,对具有规模和实力的厂家,引导其发展真正的新能源汽车。

对于农民购买“山寨汽车”的行为,要予以理解,同时加大对农民的宣传教育。让农民了解“山寨汽车”的安全隐患和可能对他们造成的人身财产伤害,提高农民购车的安全意识,将山寨车的购买量降到最低。有关部门要严格查处“山寨汽车”上路和无照驾驶等违法行为,保证农村地区的道路交通安全。

3.2 加快并规范地方新能源汽车产业的发展

“山寨汽车”现象中所反映出的地方利益与国家利益的冲突给人以警示,要解决这一问题必须

加快和规范地方新能源汽车产业的发展,避免这一新兴产业在发展初期走弯路。各地应认真贯彻国家《新能源汽车生产企业及产品准入管理规则》和《节能与新能源汽车示范推广管理暂行办法》,以国家发展新能源汽车的战略方针为指导,避免“山寨汽车”之类的现象再次发生。

加快自主创新,培育地方的骨干企业,鼓励企业进行新能源汽车的研发和制造,并给予优惠政策。坚持发展整车与突破关键零部件技术相结合。发挥市场在资源配置中的基础作用,加强新能源汽车产品生产企业与零部件产品企业以及科研单位的合作,以整车带动零部件,加快实现新能源汽车产业全面发展。

坚持新能源汽车应用示范与发展配套产业相结合。落实新能源汽车的政府采购和补贴政策,加快各地应用示范城市建设。同时,积极发展与新能源汽车配套的相关产业和生产性服务业,增强产业配套能力,延伸产业链条^[5]。

3.3 企业应重视农村汽车细分市场

通过前面的分析可以发现,小排量汽车在农村地区并不是没有市场空间,特别是在经济条件较好的东、中部农村地区。农民对于汽车的消费需求由于各种原因长期被抑制,在经济条件转好的情况下,更趋向于个性化的汽车消费方式。仅仅靠微客这一种车型,并不能满足所有的农村汽车市场。汽车生产企业应当根据不同地区农民收入水平的差异,有差别地进入不同的细分市场。

对于经济条件较好的农村地区,不妨适当增加车型种类,满足不同消费者的需求。同时可以考虑在某些地区逐渐建立起县级及以下的分销和售后体系,方便农村地区消费者在本地区购车及保养。

随着各大汽车制造企业纷纷进入微型客车市场,微型客车市场的竞争将日趋激烈,企业微客车型的利润也会受到影响。因此,培育农村汽车市场新的增长点,将是大势所趋。企业在设计生产时,应当充分考虑不同地区农村消费者的需求,在设计理念上,从农村消费者的角度来思考问题。自主品牌的汽车生产企业在向高端市场进军的同时,应给予农村汽车市场更多的关注,在产品的设计中,保留一部分适合农村消费者购买的小排量轿车等车型。

参考文献:

- [1] 王亚辉.当前农村汽车市场状况分析[J].交通建设与管理,2009,46(4):12-17.
- [2] 廖东波,秦昌峰,周一丹.电动自行车用铅酸电池污染问题及对策的思考[J].环境科技,2008,21(S2):93-95.
- [3] 新华网.汽车也山寨?山东“山寨汽车”年产能可超十万辆[EB/OL].(2009-10-24).http://news.xinhuanet.com/fortune/2009-10/24/content_12312691_1.html.
- [4] 戴博奇.潜力巨大微型客车市场竞争将更趋激烈[EB/OL].(2009-10-22).<http://www.motorlink.cn/html/marketInfo/100001245d4bd78d2009102215124500.html>.
- [5] 山东省人民政府办公厅关于推进新能源汽车产业发展的若干意见(鲁政办发[2009]64号).

Consideration on “Cheap Copy Automobile” Phenomenon in Rural Areas of Shandong Province

XU Shi-Wei, LI Ting

(Administration College of Chongqing Technology and Business University, Chongqing 400067)

Abstract: There are some deep reasons in the phenomenon that “cheap copy automobile” has good sales volume in the automobile market of Shandong rural areas. The reasons were analyzed from the demand of rural consumers, enterprise behavior and policy guidance of government in detail. Then the interpretation of this phenomenon's negative influence and interest conflict were clarified. Finally, some countermeasures and policy suggestions were put forward.

Key words: “cheap copy automobile”; rural areas; automobile market; countermeasure