

赵福全对话徐长明：数字背后的精神刷新

本文来源：凤凰汽车 2015-04-23

第三季《赵福全研究院》力邀一汽技术中心主任、长春汽车研究所所长、中国工程院院士李骏、中国汽车报社社长李庆文、国家信息中心信息资源开发部主任徐长明做客凤凰汽车展台，与赵福全院长一道指点江山，把脉行业。以下是赵福全院长对话国家信息中心信息资源开发部主任徐长明先生的对话实录。

赵福全：凤凰汽车各位网友欢迎大家来到上海车展，凤凰汽车《赵福全研究院高端访谈栏目》。我们今天非常荣幸地请到国家信息中心信息资源开发部主任徐长明先生。徐主任一直致力于中国汽车市场的监测、预测和未来发展趋势的展望，欢迎徐主任跟网友打个招呼。

徐长明：各位网友大家好。

赵福全：徐主任您这么多年一直在观察中国汽车市场，不仅仅是观察今年，也观察明年，也观察未来。首先您跟大家分享一下你怎么看 2015 的车市？大致能增长多少？在哪个细分市场上会有变化，另外新能源汽车今年有什么大的变化？

徐长明：今年的车市我们现在预测乘用车还是能够有一个比较好的发展，大概全年的增长率能够在 10%左右的一个水平，跟中长期的发展趋势大体上是匹配的。总体上来讲还是不错的，但是商用车今年不是那么乐观，因为整个经济的形势下行压力比较大，对商用车的影响比较大一些，但是乘用车有需求的刚性，总体上千人保有率比较低，大家都处在刚性需求的阶段，乘用车市场还是比较好的。从乘用车市场内部来看，如果从细分的角度来看，SUV 今年还是增长的亮点。另外，就是一些车型比较大一点的，A 级车可能会比较好，特别小的车，跟长期趋势一样，今年的趋势还是不会很好。从细分市场来讲，SUV 会比较好，但是今年的豪华车跟以往的形势会有略微一些变化，我们中长期预测，豪华车的增长率比乘用车总体平均增长率大概要高 3%到 4%的水平。但是今年还是由于经济的速度有一些压力，豪华车再加上我们现在“八项规定”，还有其他一系列的东西对豪华车还是会有一些影响。今年车市总体上还是不错的，亮点还在 SUV。

赵福全：总体讲不错，你觉得按照轿车能有 10%的增长，总量应该能够达到多少？

徐长明：应该在 6%-7%。

赵福全：能达到 2550 万辆？

徐长明：差不多，接近 2600 万辆。

赵福全：基本上跟去年的水平差不多？去年轿车也在 10%左右，整个市场 7%。

徐长明：总体速度比去年略慢一点，乘用车和去年差不太多。

赵福全：在细分市场以外，分品牌来看，合资品牌和自主品牌您怎么看？去年自主品牌比较艰难，到去年下半年一点点恢复，尤其今年前几个月状态还算可以，尤其 SUV 的后发崛起，你觉得今年自主品牌总体销量怎么看？

徐长明：总体的话自主品牌压力还是比较大的。最近这几年我也观测了一下数据，应该说主要的增长是来自于 SUV。自主品牌的轿车增长率是比较慢的，市场份额的下滑也比较大，主要靠的是 SUV。今年我想哪个企业在 SUV 上有新的产品，竞争力比较强的，新产品出来，就自主品牌的企业相对就会比较好。如果自主品牌没有新的 SUV 的诞生和这样的产品投放，这个企业相对比较难，因为轿车占市场份额的下行，总体上来讲可能还是会持续一段时间。

赵福全：SUV 增长的部分也可能被轿车下行吃掉？自主品牌整体的增长要低于市场的平均增长？

徐长明：我判断应该是这样的，自主品牌的增长率比总体市场的增长率要慢一些，单独和合资比可能会更慢一点，主要是轿车部分往下拉。

赵福全：谈到 SUV 现在很热，各个厂家也都非常着急，没有的在拼命琢磨。实际上今年的市场就是三年前的战略规划，没有三年前的规划就没有今天市场把握的准确性。SUV 市场会热多久呢？也不可能中国市场全都是 SUV 吧？

徐长明：这个市场我觉得至少还有几年的增长期，去年 SUV 占乘用车的 26%，今年一季度已经到了 29%。下一步要再判断 SUV 还有多少年火热期，肯定要判断 SUV 占整个乘用车百分比的饱和点在哪。这个饱和点我们现在看还需要几年的时间才能达到，饱和点的水平我觉得中国可能最像美国，全世界 SUV 在整个乘用车市场占比最高的就是美国。中国消费者的消费行为更像美国，全世界你看都是小车，唯独美国是大国。前两天刚从德国回来，德国是小车、英国是小车，意大利是小车，整个欧洲基本都是小车为主。非洲是小车，南美也是小车，只有美国是大车，我们国家车型大小的话仅次于美国，比那些国家都要大，说明我们的消费

行为更接近于美国。美国的 SUV 在全世界最高，我们将来 SUV 的占比可能也会非常高。跟美国相比我们还有很大的差距，还会有几年。消费心里，消费行为，更倾向于美国。

赵福全：大家也有一个争议，因为 SUV 开起来坐姿整个舒适有一种居高临下的感觉，都比较好。另外一个角度讲，SUV 车的自重，包括迎风面积，它的油耗相对同级别的轿车有些劣势。尤其 2020 年的 5 升油耗在即，对企业来说提出了很大的挑战。您觉得在 2020 年 5 升油耗的大环境下，SUV 要想满足同样的油耗法规，就要有更高的成本，消费者要付出更大的代价。你觉得消费者愿意再多花一些钱买同样的 SUV 来满足 5 升油耗的法规吗？

徐长明：从消费者的角度来讲是愿意付的。为了多花点钱，他不会在意的，只要这个车能带来他的满足，这是没有问题。现在 5 升油耗我觉得从生产者的角度怎么去满足。

另外看国家什么样的政策，如果 SUV 我们的 5 升油耗采取罚款的模式解决不了这个问题，消费者愿意付，你罚了企业，企业就转嫁给消费者，5 升油耗就达不到。如果说行政手段达不到 5 升油耗对企业是新政处罚，不是罚款，不让你生产，你要生产必须达到，这个将来企业就会调整，SUV 的比重可能会受影响，你说长度差不多，宽度差不多，SUV 它高，重量还是要重。技术水平相同的情况下，同级别 SUV 比同级别轿车还是费油，这样的话我觉得看政府的决心和态度，如果政府决心态度非常大，就是到 2020 年 5 升油耗，可能企业就要调整它的产品结构和技术水平，如果政府软一点，我觉得看政府的态度。

赵福全：老百姓是愿意掏一些钱买价格高一点的 SUV 来满足自己个性化的需求，但是 5 升油耗又是实实在在对于国家，对于产业的压力，就看国家有多大的决心把油耗控制在什么的程度？

徐长明：我觉得看国家的态度，看国家的决心。我自己的观点来看，要使我们的汽车工业能够保持可持续发展，5 升油耗的政策是非常有力的一个政策，它意味着将来我们的汽车保有量可以翻一番，但是我们的油耗和现在的水平差不多，对我们能源供应的压力大大减少，城市污染的排放也会大大减少，这是非常好的一个政策，但是看决心了。

赵福全：今年整个还是比较乐观，但是实际上很多人都问我一个问题，咱们中国什么时候能达到饱和？另外这个饱和的量到底是多少？这是大家比较关注的话题。我们从 100 万辆、200 万辆、500 万辆、1000 万辆、2000 万辆，不可能我们就 3000 万辆、4000 万辆、6000 万辆往上走，13 亿人口每个人都要实现中国梦，中国梦其中一部分就是汽车梦。我们什么时候

能够达到一种饱和的状态，基本上老的车淘汰新的车入市，基本就饱和了呢？这个量到底是多少呢？什么样的时间段呢？

徐长明：从我们研究的结论看，按国际对比的规律角度看，饱和点的形成至少还有 20 年的时间，差不多才能够形成。在这 20 年之内销售量的发展速度是不一样的，20 年的前十年销售量还是快速增长的时期，后十年速度会大大下降，这是从国际规律的角度做的一个分析。我们保有量很难做预测，你如果从对比的角度来看，按照国际上的一个惯例，现在千人汽车保有量，发达国家的水平基本在千人 600 辆，我们说千人保有量的水平有三个水平，最高的水平是美国，一千个人 800 辆汽车。中间的状态是多数国家的状态，千人 600 辆。最低的我们研究有一个国家叫丹麦，它也是高速发达的国家，但是它千人保有量偏低，是接近 500 辆。我们国家看达到美国的水平不可能，它国土面积和我们一样多，但是它的人口比我们少多了，我们达到它的水平是很难的。但是我们达到欧洲和日本的水平是有可能的，因为千人保有量这个值饱和点的水平多高，它的决定因素是一个国家的人口密度，每平方公里多少人，这个是决定保有量水平的一个决定因素。

每平方公里的人数，就是人口密度越高，千人保有量越低。人口密度越小，千人保有量越高，这两个是反比的关系。这平方公里有这么多人，就决定了这么大的面积放多少辆车，密度太高了就没地方停车了。日本千人保有量 600 辆，但东京千人不到 400 辆，小城市再千人 700 辆。我们算了一下我们国家的人口密度大体上和日本差不多，理论上讲日本可以达到的水平，我们也可以达到，我一直在呼吁这是一个规律。你违背它就会遭到它的惩罚，你应该顺从这个规律，中国梦老百姓都想有一个车。我们大城市是不是能够做一家一辆车，小城市可以一家两辆车，全球的规律，大体就是如此。如果我们只要把能源的问题解决的比较好，我觉得这个是能够实现的，能够达到这样的水平。

赵福全：如果说千人 600 辆，我们年产要多少万辆才可以达到这个指标？

徐长明：如果都是国产车，我们的辆应该在 6000 万辆左右。

赵福全：中国造中国销，一年得 6000 万辆，就能满足中国千人保有接近日欧的水平。

徐长明：如果按照丹麦的算，我们一年的量应该在 5000 万辆左右。我觉得达到丹麦千人 500 辆的水平应该是完全可能。

赵福全：如果说达到千人 600 辆，或者 500 辆。

徐长明：按 500 辆算。

赵福全：你按照 13 亿人口，我们应该是 6500 万辆了。13 亿人口的话，要是平均千人 500 辆，年产就得是 6500 万辆。

徐长明：没到这个数。

赵福全：咱们就算 5000 万辆，什么时间点可以达到那个水平？

徐长明：大概 15 年差不多。

赵福全：那就是 2030 年。

徐长明：如果按照千人 600 辆算，可能就得 20 年。我们现在倾向于保守一点的估计，按千人 500 辆。我觉得这个水平从我们研究的角度来说，按国际上绝对因素就是人口的密度来决定的，那它就差不多。我们看全世界差不太多，主要决定因素就是人口密度，其他因素都是次要的。能源状态，国家汽车工业的发展水平，国家对汽车的政策是鼓励还是限制等等，这些都是次要因素，主要因素就是人口密度。

赵福全：老百姓有钱了，要改善生活，中国梦的一部分就是汽车梦。

徐长明：你挡是挡不住了，北京你想限制现在看马路边都是车，已经没有办法。如果你顺从这个规律，我在比较早的时间段设计 100 个家庭一户一辆车，车位强行要求房地产开发的时候，必须建设一家一个车位，就不是北京今天这么乱的状态。让老百姓每家拥有一辆车，这是中国梦的一部分。你说这个车怎么去用，政府有很多手段可以去调节。你可以规定一个像日本、台湾、新加坡、香港，它有一个汽车法叫停处入位，你必须把车停到车位里面。你在家也要停到车位里，你在单位也要停到车位里面。如果这个法律受到尊敬，也得到执行，大家可能上下班就不是天天开车了，因为单位没有那么多车位，那个车位谁付的价格高给谁用。这种情况下你拥有了车，中国梦也实现了，但是交通也没有拥堵，也没有环境问题，是比较好的调节方式。

赵福全：按照您讲的，中国人随着国家的经济水平提升，老百姓拥有车是一个挡也挡不住的经济规律。包括中国人口密度跟日本、欧洲的一些国家也比较接近。应该说未来的 20 年到 30 年，中国还是有一个很大的汽车发展空间？

徐长明：20 年。

赵福全：我就想说，5000 万辆，你想没想过 20 年之后实现的时候，中国是个什么样的汽车社会？北京是不是现在 500 万辆都解决不了这个问题了？

徐长明：这个普及不主要在北京、上海这种大都市，他们的增长空间应该没有这么大，没有车位就没有办法，但是中小城市会更好的发展。这个发展的前景将来跟我们城市化的状态也有很大关系。如果我们将来都是以北京、上海这种大都市为主的模式，千人保有量就达不到丹麦的水平，千人 500 辆可能也达不到，因为没有办法。东京就是千人不到 400 辆车，就算政策执行到位，也就这个水平，这跟城市化的状态有关系。

赵福全：未来汽车发展的主要空间还是二线甚至三四线城市，这种实际上是主要的增长点。

徐长明：随着人均 GDP 水平的提高，不会那么多人都往北上广深去挤了，各地的小城市生活都不错，那个时候车位随便可以放，生活状态是完全不一样的。我对汽车前景比较看好，我觉得随着人均收入水平提高，那么多人不愿意在大城市挤，愿意在小城市生活，在小城市人口密度没有那么高，千人保有量就会保持比较高的状态。

赵福全：中国的人的中国梦不一定在北上广实现，在三线城市更容易实现，而且空间也会更大。

徐长明：对，更舒服。

赵福全：你谈到 2030 年可能达到 5000 万辆，2020 年是很多企业，包括很多外资零部件的老总跟我探讨，他想知道 2020 年是多大的市场容量？

徐长明：2020 年乘用车按年均 10% 这样的增长，商用车略有增长，微型客车略有下降，大概就可以测算出来了，3500 万辆应该是有把握的。一年增加 200 万辆，底线是 3500 万，如果我们的经济保持年均 7% 左右的速度，这是前提，没有这个前提是不行的。

赵福全：您是专家，既看国家的经济发展形势，又看老百姓的收入，又看跟国际平均水平去比，听了您讲的，今年我们是 2600 万辆。

徐长明：接近 2600 万辆。

赵福全：2020 年保守是 3500 万辆，有希望冲 4000 万辆？

徐长明：我希望不要冲的那么快，它是一个平稳健康的发展，因为汽车和别的行业不一样，既是链条非常长，它拉动别人，它发展的时候把别人拉动起来，同时它又受制于别人，能源、交通、环境都会制约你。如果你发展太快，别的方面跟不上的话，它就会反过来影响你的发展。我觉得还是不要那么快。

赵福全：2030 年我们是期待年 5000 万辆？

徐长明：用不了那么晚，也差不多。我们测算过了 2025 年之后，这个速度就会慢下来。虽然饱和点需要 20 年，但是前 10 年会快，后面速度就降下来了。这个也是值得厂家在规划产能、投资，应该考虑的。

赵福全：中国市场还是可以无限的期待，因为还有很大的增长空间，至少未来十年应该是一个稳定的增长期，20 年还有一个增长的空间。

徐长明：可以这么理解。各大企业，各大厂商包括外资的，包括自主品牌，应该按照这样的发展路径去规划。大家也别把速度搞的那么快，搞的比较平顺一点，这样的话大家在这里面，消费者也能够得到好处，厂家也比较好。10%增长，每家都按 20%多少产能，那么好的市场，整个行业搞的也不理想。

赵福全：汽车产业因为它是一个系统工程，不是简简单单汽车产业本身发展就可以，它的道路、交通、环境、能源都要匹配一起发展，这样才能让整个汽车产业健康发展。其中有一个问题，尤其消费者也有一个担心，包括汽车产业的老总们也担心，就是所谓的限行限购，对汽车产业到底有多大的影响？首先消费者担心一旦限行限购了，我就买不到车了，提前储备，也有一个提前消费。整车厂包括零配件商就担心限行限购，将来汽车产业是不是不会像你讨论的那么值得期待，也有一种悲观的情绪。限行限购到底对整个汽车市场短期和长期有多大的心理的或者将来的一些负面影响？

徐长明：限行作用不大对整个车市，不会影响购买。限购的影响比较大。我们研究的结论看，限购对短期市场是一个促进，往上拉，哪个城市说限购，马上这个城市销量和周邻城市和跟它差不多状态的城市，马上就购买，提前消费。但是它影响了未来，限购就决定了千人保有量的水平一下就打下来了，把中国的饱和点往下压。原来我判断正常状态下千人 500 辆车，如果大家都限制，可能千人 300 辆就增不上去了，它对长期的发展非常不利。如果中

国大城市，现在是一线，将来二线也有可能，如果大家都去采取限购，对整个汽车工业的发展是非常不好的一个状态，不健康。

我们现在这个办法也是没有办法的办法，应该尽快采取一些其他的措施。只能叫没办法，非常不好，行政措施非常浓。但是目前的状态下也是没有办法，现在应该未雨绸缪，赶紧采取可以理想的调控模式去做。比如说停车法也好，停车入位这是一个最好的东西，你在家里有车位才可以买车，在单位有车位才可以开车上班，要有这样的政策，我们很多状态就可以变了，不用现在的模式。现在等于是强行行政手段限购，将来应该有更好的办法可以替代这个政策。

赵福全：你觉得限购短期会刺激消费，长远看还不利，限行的话对汽车消费市场影响不是太大。

徐长明：对。

赵福全：利用这个机会，我认为限购这种事情还是政府应该有所作为的一件事情，因为都是政府决定不允许购买，按理说消费者自己有钱了，能够改善生活，实现自己中国梦的一部分，就是汽车梦。这个东西按理说是很不合理的一件事情。你觉得国家应该到底做什么事，系统的从国家到地方能够把不得已而为之的事情能够彻底改变掉？

徐长明：国际上跟我们类似的国家都有先例了，像日本管理就很好，香港管理也很好，新加坡管理也很好。能不能从法制的角度，出台一部法律来解决这个问题，最好的办法就是停车入位，买车有车位才可以买，像香港、新加坡、日本，你要去买车证明你拥有一个车位，或者是你租到一个车位，而且这个要严格的，谁要给他做假，没有车位给你开一个车位证明，这是要负法律责任的。这些方面实际上做起来，跟我们国家法治社会建设串在一起了。确实是方方面面，现在这个手段是最灵，短期效果最好，但是影响了老百姓消费。我有钱你还不让我买车，有点说不过去了。停车要有一个法，这个法要想得到执行，整个国家的法治建设必须要跟进。否则的话，你像以前北京曾经有过一段时间，买车要靠停车位，结果没有车位，随便可以开一个证明，也没有人去查，这个必须要禁止，否则你有一个停车法，没有用。挺复杂的一个事情，但是我觉得政府是完全可以作为的。

赵福全：我们换一个话题，事实上大家都觉得中国市场很大，但是很遗憾的是这么一个市场，自主品牌在这里面所发挥的作用，得到的好处，甚至是发展的速度都不尽人意。你

觉得现在这个问题到底出在哪？有的人讲技术上不国硬，或者品牌的时间短，另外有的时候国家可以的话更有一些作为来支持自主品牌，有的觉得企业也不够努力，到底怎么能够突围呢？从您的角度跟大家分享一下，给大家开一个方子。

徐长明：开方子开不出来，在后发国家里面汽车工业能发展起来的，目前看只有两个国家做到了，一个是日本，一个是韩国。他们当时的背景对国门是封闭的，外国车是进不去的，外国厂商也进不去。你想建合资企业你也做不了，你想把进口车到韩国、日本销售也做不到，这样的一个背景下，它把自己的企业给做起来了。韩国现在包括日本的几家企业都是在这样政府保护的背景下，我们现在这个背景已经不存在了，我们国家高度开放，不可能为了整个汽车工业再收回去，我们现在汽车厂要想再找到日本、韩国汽车厂商所面临的环境，它不具备的。在一个开放的环境下怎么把自主品牌实现突围，确实是一个难事，难度非常大。我想将来可能得找到几种模式，每个企业可能中国不是一种模式来实现突围。有的企业从低端往高端走，有的企业上来就做的和国外差不多同品质的做法。

中国没有一个模式，应该是几种模式找到跟企业有关系，我这个企业有这个特点，我有这个基因，我有资本，这个企业可能有技术，那个企业有其他的特征，我可能有其他行业的背景。比亚迪有电动车，我想将来我们还是很有希望的。但是有一点，我们必须要有国际上的市场，两个市场要同时用。你不能光在国内市场，国内市场外资占了 75% 的份额，自主占 25%，这个份额你想往上挤难度比较大，全世界毕竟发达国家人数比较少，大部分是新兴市场国家，和发展中国家，他们的收入水平也不是很高，对我们中国这种车这样一个价格的车是有市场的，现在是关键我们怎么把我们的产品做的比较好。

最近我也关注了一下产品的研究，前两天咱们交流，我还在说，我说我们的产品可以从三个维度勾画它。

第一个维度叫可靠性、耐久性。

第二个维度叫表观质量。

第三个维度是车的性能。

这三个维度从我的最近观察来看，消费者对它的需求是有一个演进的过程。首先我不管买多便宜的车，可靠性和耐久性要够。过一阵我有钱了关注外观和内饰，这些要精细一些，再有钱可能注重车的性能，这三个是一递进的关系。我们现在自主品牌不管你多注重性能，

在品质可靠性和耐久性这个维度上，这是必要条件，必须把它做好。现在我们衡量一下真的是跟国际做了一下对比，我们很多自主品牌的车在第一个维度上还没完全过关，这个维度不过关，你即使打开国际市场也不行。我们的企业还是有很多做法，政府给予支持是必要的。再大的力度支持，企业自身你要把这个产品和汽车的发展规律摸清，第一个维度必须下大工夫，只要你想在自主品牌里面，你想汽车工业里面长期发展，那你就首先第一关要过关，可靠性、耐久性，这关过不了，做性能、做外观都没有用，它是必要条件。我们的企业还是要有自己清晰的发展思路，我说我是技术派，我技术性能做的很高，结果车老抛锚这个还是不行。我们自主品牌我是很有信心，只要把规律摸透，我觉得还是有机会的。毕竟我们国家市场太大了，你让人家占了 3/4，1/4 给你，2000 万还有 500 万辆，如果将来有 3000 万辆需求，25%那还有 750 万辆，这么大的规模。市场还是足够大，将来会有几个企业会创出来，200 万辆的规模还会有四五家是自主品牌的企业，我是乐观派，我觉得大有希望，但是要把规律摸透。

赵福全：中国市场足够大，应该也必须能诞生出来几家在市场上能够打拼和外资同台竞技。现在包括大众也要推出来更便宜的车，合资自主的企业有的已经进入到 4 万块钱的价位，这种对自主品牌来说无意中你的性价比也没有优势了。人家的车质量可能不差，或者更好，而且又有品牌的溢价力，这种情况下是不是你盲目乐观？

徐长明：也不能叫盲目乐观，他们有他们的优势，我们自主品牌有自主品牌的优势。

赵福全：原来的优势就是性价比，现在大众也要推出 6 万块钱的车，合资自主有的车都 4 万、5 万，这些产品你说对自主品牌？

徐长明：我相信他造的 6 万块钱的车可能也是在第一和第二维度上的东西，可靠性和耐久性做的不错，外观和内饰，技术性能上的一些先进技术一定是大大取消了，否则他做不出来那样的车。他做的也是那样的车，我们也可以做出那样的车，随着时间的发展，大家对自主品牌的认知就会变的比较好。以前到今天的状态，还是我们很多企业汽车的规律，我说的从消费者需求的角度，没有把握好，我们很多企业盲目地去做技术了。把它性能做的多好，结果你的品质，可靠性、耐久性还没过关，消费者是有感知的，那个维度上有。虽然我们更多企业把握住这种规律，大家按这个操作就会比较好。长城感觉好一点，他的可靠性、耐久性，它的研发投入，也许我掌握的不全面，我感觉他们往可靠性、耐久性和外观质量投的钱更多一点。

赵福全：你感觉到还是我们自主品牌在一些基本功上没有过硬？

徐长明：没有很好地把握住消费者的心理特点。

赵福全：中国企业最应该学的就是韩系的企业，在这么短的时间之内就崛起。你也搞过中韩的论坛，我们最应该向韩国现代企业学什么呢？

徐长明：要打造性价比，它就靠性价比来取胜的。之所以性价比比较高，我觉得韩国车就是在刚才我讲的品质的第一维度跟第二维度上下了大量的工夫。两个方面韩国车不输于日系、德系和美系，不管是从消费者的感知、国际知名机构，J.D. Power 的调查。最早的时候我跟北京现代很熟，蔡总往出租车去打北京现代的车，我当时开玩笑说，我非常担心你的举动，因为我对韩国车印象也是停留在 1994、1995 年，这个动作是 2003 年、2004 年，我说你这么做风险很大，你出租车一个月就一万公里，一年就 12 万，我一个私家车开了 5 年卖出去才六七万公里，你半年就见效了你的质量行还是不行。他们对他们的品质可靠性、耐久性，他有信心。我跟出租车司机交流，他说这个车基本上没有什么大毛病。

赵福全：敢进出租车市场也是一种对产品品质自信的表现？

徐长明：确实出租车司机开了之后，觉得和他们用的日系车、德系车，它的品质上没有形成什么区别。这就是我们中国企业要学的，我刚才总结的那三条就是从韩国那总结过来的。可靠性、耐久性是第一维度，表观质量，然后才是技术性能。成本还比较低，那两个维度还好，你一定要牺牲一个东西。

赵福全：自主品牌在性价比上的优势一点点丧失，我们在价格上做的也还是有一定的优势，但是我们在性能上尤其是所谓的耐久性这方面做的功课还不够，造成我们的性价比并不是有绝对的优势？

徐长明：我们还是大有希望，要研究消费者的心里，把产品购成分成几个部分，好好研究，学习韩国现代。

赵福全：从市场的角度跟您讨论一下，现在互联网很火，互联网+，还是+互联网，汽车产业+互联网，最主要的我想跟你探讨，在汽车产业的销售，消费者和整车厂互动的角度，怎么样把互联网技术能够利用的更好，能够让消费者的需求更快地反馈到主机厂，你有什么好的想法建议？

徐长明：你是指营销渠道的环节？

赵福全：不一定完全是营销渠道，实际是消费者和整车厂的互动，所谓的 C2B，现在这个渠道还是相对来说比较断档，还是依靠一些咨询公司提供一些市场的反馈信息。怎么样能够让消费者的需求第一时间反馈到整车厂的设计、更新，通过互联网？

徐长明：这是一个很好的想法，如果厂家有一套模式，把消费者的声音能够跟他直接对接起来，这是非常有价值的。现在好多企业有呼叫中心，那个呼叫中心有的企业就把它的数据整理起来，做大数据的分析。这个渠道应该加强，我们说用互联网直通和消费者的调研，这两个不能矛盾起来。他们俩还是不一样，大数据和严格抽样调查出来的结论，他俩不一定是完全一致的。最典型就是美国最早有总统选举，有的机构可以做一千万个问卷上来，最后不如严格抽样调查的东西上来的更准，一般网上的调查，我们调查有两个特点：第一特别满意的人可能上网跟你反映，还有特别不满意的人，处在中间的状态经常不跟你说，很多抱怨回不去。我觉得厂家可以利用这个，至少知道抱怨点在什么地方，对哪块反映的问题比较多，你可以改进，这个还是很有价值的。他不能代表中介机构做的事情，但是很有价值。

赵福全：这是互联网，另外一个现在比较热的就是新能源。去年叫新能源的元年，从数据上讲，突然有了很大的销量增加。占 2350 万辆来说还是沧海一滴水，大家看到一种很好的苗头，今年新能源市场会有怎么样的变化从消费者的角度？

徐长明：我觉得从数据来看，前几年都在一万辆出头的水平，去年突然将近八万辆，这是一个大的突破，这说明我们国家的政策还是发挥了很大的作用。政策作用还是比较大的，前两年第一轮释放是在 2001 年到 2002 年，大家觉得没有起作用，连目标的 10% 都没能实现，但实际上它效果还是不错，去年将近 8 万辆车里面，3/4 都是第一轮试点的 6 个城市，他们消费者买去了。这个说明政策效果还是很明显，说明我们消费者越来越多的机构和消费者认同这样一些新能源汽车。我觉得短期来看，新能源汽车发展还会比较快，今年有可能达到 15 万辆，翻一番。

现在我有一个小的担心，我们现在车的品质是不是过关了，如果不过关的话，有可能一个高潮过去又可能下去，消费者一买你的车之后感觉不是那么回事，现在着急，摇不到号弄一个车开一开，到那在摇着，摇了之后再换，什么心态都有。首先车的品质要过关，这是我们要提醒一下自主品牌企业，应该向合资企业学习的地方，合资企业他们做事相对比较扎实，

一步一步，它可能不是为了今年多卖 1 万辆车而牺牲它的产品和品质，我们自主品牌应该向他们去学习。

赵福全：新能源车未来这五年会是怎么样一个销售的态势？

徐长明：五年预测不好预测，从消费者需求的角度讲，可能接受度会越来越高，但是我们的产品质量如果说跟它预期一样，这个趋势一路走下去，每年百分之十几、二十几的增长速度，我们的产品品质不行，消费者一用之后感觉失望，就有可能有一个下行，这是供需双方来决定未来的发展趋势。

赵福全：从国家的补贴一点一点的话到 2020 年之前会选择退坡的制度，这个对于未来五年，为什么问五年呢？也是这个原因，这个对于未来五年的销售会起多大作用，您更多从质量的担忧，如果说没有达到消费者的预期，这样的话会带来一个滑坡。实际上补助也是很重要的一块，而且这个是已经很明确的，到 2020 年补助要全部退出。

徐长明：这个退出的政策跟供给有关系，也跟需求有关系。你现在靠的是政府补贴那 12 万块钱，你这个企业才能把车卖到消费者接受的价格水平，国家希望销量上去之后，企业的规模上去成本就下来了，是这样的想法。你的成本能不能做下来，如果有一个企业把这个做下来，我觉得也是好事情，政府不再补贴了，不再补贴的时候，消费者想买哪个车就买哪个车。

赵福全：大家也有一个很大的担心，如果到了后期补助的比例越来越小，反过来真正的技术有多大的突破，未来五年也还看不到很大的希望，这个时候新能源车会有一个突然的滑坡，你怎么看？

徐长明：我觉得他看看我们的政策，我昨天开新能源的会还在呼吁，我们国家新能源汽车的政策，没达到应有的效果。为什么？因为有地区保护，每个地方政府都保护当地的企业生产的新能源汽车，这个状态下很难有一两个优秀的企业冒出来。如果是在发达国家，他们没有这种积极封锁的情况下，哪个州给政策，都会让那个优秀的企业去分享，我们国家现在做不到，这种状态下未来就能测出这是一个非常危险的事情。如果是开放的一个市场，有五年的时间，可能能打造出一个企业年产量达到 30 万辆，甚至 40 万销量的企业出来。规模批量就会导致成本下来，现在的政策状态下达不到，这也是我一直在呼吁，我们政策要调整，

虽然中央给这么大政策，但是达不到它想要的效果，就是被地区封锁的方式分割了。每个地方保护一点点，到五年之后每个地方的产量都在两三万辆，没有一个优势的企业冒出来。

赵福全：我们还是需要全国一盘棋，不是把某一个企业都有点平均数，打造一个规模企业。

徐长明：每个企业都有点平均数的做法，政策效果大打折扣。没有一个企业有规模经济出现。

赵福全：但愿这个声音可以传播出去。

徐长明：我在各个场合都在讲地区封锁的模式使得中央想发展新能源车的政策大打折扣。

赵福全：新能源车的发展是国家的战略需求，不是区域性。

徐长明：各地为了自己保住经济增长点，发现新的经济增长点而采取这样的政策。

赵福全：这样对整个国家的产业发展是很不利的。另外一个问题想跟徐主任交流一下，中国群雄逐鹿，日系车有日系车特点，韩系车性价比也超过了日系，德系有德系的技术含量。美系有它的大气，法系车也有浪漫的氛围，您觉得各个区域性的品牌在中国竞争过程中，他们有哪些特别的地方，让中国的自主品牌可以学习，同时也给他们这些企业提一些建议？可以在中国做的更好？

徐长明：在中国表现比较明显的三个车系，日系、德系、韩系，这三个车型有明显的性格特点。美系和法系做的也不错，但是不像他们那么突出。德系车消费者感觉最好的就是产品和技术含量，这个在中国消费者心目中最突出，也可以叫它的竞争优势，这是他们下一步一定要保持的，如果不保持它的竞争优势就会受影响。

日系是体现在制造，日本的制造，精细、执行力比较，导致它的产品小毛病比较少，可靠性比较高。再加上可能一些省油的特点，小毛病小、省油，它这个印象的形成得益于它的制造。

韩系车打造的是性价比，质量也不错，外观不错，价格比较低，技术含量上消费者也没去追求。消费者是分层的，有人追求产品技术，有人追求制造的小毛病少，省油，有人追求性价比，各种各样的消费者都有，他们都能够分享到。未来他们还是应该保持各自的优势，

我们自主品牌现在阶段，最应该学的是韩国现代。我们能走的路，它的路是我们最能够走的，应该向它学，想学反正也不容易。

赵福全：德系、日系、韩系，他们就没有需要改进的地方吗，他们的劣势在中国市场竞争里面体现在哪？

徐长明：各自的经营之中肯定还有不一样的地方，德国比较严谨，它就反映在对什么事情反应比较慢，慢的话就会丢失市场的机会。比如一个 SUV 这个市场，像上海大众，七八年就在做了，SUV 高速增长之后，好几年 CRV 一年卖了那么多辆，它都没有产品出来，其实它丢了好几年的市场机会，因为做事比较严谨，一旦出来之后卖的就比较好，导致它的反应速度像德国就比较慢一些，包括像新能源汽车，它也没有那么明显，反应比较慢，这是他们的劣势。

赵福全：可能它的优点也是它的缺点。

徐长明：优点太明显了，另外一个方面就会表现出来。

赵福全：最后一个问题，实际机会也难得，你也研究市场，你觉得我们的消费者面对广大的消费者，怎么怎么样可以更进一步挖掘自主品牌的优点？我们看品牌，我们的积累也就十几年，你看技术我们也有一个过程，事实上有很多自主品牌的老总跟我讲，实际上我们的车已经不错了，从性价比的角度、配置的角度，包括消费者从自己掏腰包的角度，钱并没花那么多，得到的东西是比较物超所值。怎么样能让消费者最大限度把这个挖掘出来，认识到，能够愿意掏钱买呢？

徐长明：你靠思想工作也好，靠爱国，靠其他工作也好，让消费者改变观念去教育他，还是比较困难的，还是应该引导消费者，适应和引导消费者，消费者他想买什么样的车，你得去造什么样的车。你靠灌输，靠宣传，难度是比较大。引领和适应首先要适应，然后才是引领。咱们的企业应该学韩国现代，先做好品质。现在咱们可靠性还可以，耐久性上还得做大的工作，大的提高。消费者是不是看重你多装了几个配置，他就愿意多掏钱，不一定，够他基本功能，你总得切一个细分市场，你不能说我想买合资车的人自主品牌想抢过来，你是很难的，你得把消费者做一个细分，分一部分人，这部分的人需要什么样的点，把这部分的消费者抓住就可以了。研究消费者的需求，适应消费者需求，别把产品里面什么东西同样的分量，同样的资金去做，最后消费者不买单不认同你。你再说自主品牌做技术，消费者没有

认为自主品牌技术会跟外资品牌比的了，你再花钱也没有用，那还不如满足基本的技术性能够了，我把功力下在可靠性、耐久性和外观、内饰这些方面。我觉得还是很有希望。

赵福全：时间过的很快，感谢徐主任，徐主任给我们分享了很多的真知灼见。有很多东西给我们带来了信心，第一中国市场今年有望冲 2600 万辆，2020 年保守也会做到 3500 万辆。如果中国的经济持续发展，按照这种态势，应该中国在 2025 年左右，能够接近欧洲千人保有的平均水平，有望冲 5000 万辆，至少在晚一点时间也会是 2030 年。

总体来说中国市场还是值得期待，另外一个老百姓腰包里有钱了，就要拥有汽车的中国梦。政府应该采取一些更有效的法制措施，而不是简单的限购，让汽车市场社会能够健康的发展，同时大家应该对自主品牌还是要充满信心，给自主品牌提一个建议，还是要做好基本功，把消费者关注的痛点做到极致，这点多向韩国的一些企业学习。因为它跟我们起步比较接近，相对来说起步比较低，确实赢得全球的认可。同时中国的企业应该认识到中国市场再大，也不能只做中国市场，应该放眼世界的市场。毕竟还有很多发展中的国家，它跟中国的三线城市消费水平比较接近，对中国的企业来说也是很大的发展空间。对新能源来说跟普通车也没有区别，要把基本的东西做到家，保证质量，否则刚刚培育起来见点曙光的市場，由于消费自信不够，又可能丧失殆尽，这也是非常遗憾的一件事情。

自主品牌的企业还是要多顺应消费者的需求，而不是简简单单地强硬让他去认可，要把产品做的过硬，同时努力让消费者接受，未来中国自主品牌的企业还是大有可为，谢谢徐主任。

徐长明：谢谢，谢谢各位网友。

赵福全：感谢徐主任的真知灼见，谢谢。