

# 日本车企当年拒绝邓小平邀请，如今后悔还来得及吗



胡海阳 早稻田大学政治研究科硕士生

2018-10-20 08:33:25 来源：观察者网

[https://www.guancha.cn/huwancheng/2018\\_10\\_20\\_476164\\_s.shtml](https://www.guancha.cn/huwancheng/2018_10_20_476164_s.shtml)

## 【文/观察者网专栏作者 胡海阳】

“没有现货”“不议价”“加价购”，成了一年多来中国地区日系4S店部分车型的普遍状况。之所以这么“横”，与日系车在华热销有直接关联。

根据《日本经济新闻》的调查，2018年日本车企在中国的销量将超过500万辆，首次超过日本国内市场。在美国汽车市场增长明显放缓、趋于饱和的情况下，对于日本车企来说，已成为世界最大汽车消费国的中国仍具有较大增长潜力。

日产逍客的折扣促销、丰田凯美瑞的升级换代、本田思域小排量T动力的引入，使得日系车“价格实惠、油耗小、耐用且维修费低”的印象继续加深。中国4S店里不少车型的销售十分火爆，始终处于供不应求的状态。

在中日关系向好的氛围中，2018年8月，日本车企“御三家”本田、日产和丰田，相继决定在中国启动增产投资，扩大产能。

## 代号：产！产！产！

2017年，日系品牌累计销售乘用车共计420.4万辆，占乘用车市场销量约17%，已经日益逼近德系车大约21%的市场份额。

“中国是今后最大，也是最重要的市场。”这句话日产社长卡洛斯·戈恩从2011年就开始说。日产连续8年在华销量突破百万辆，并长期占据在华日系车销量第一位的成绩，验证了卡洛斯的设想。



日产（资料图/东方IC）

目前，日产在中国的年产能为160万辆左右，而在去年，日产在华总共销售了151.97万辆车，实现了12.2%的同比增长。这一成绩也是历史最好的销售量，但产能吃紧的情况逐渐显露。

为了解决这一问题，日产表示到 2020 年将在中国扩产 30%，计划通过增强生产设备将产能提高 50 万辆左右，成为首家在华年产能超过 200 万辆的日本车企。建设新工厂的同时，将加强现有两个基地的产能，总投资额预计达 1000 亿日元。

本田在 2017 年也收获了其“在华销量历史最佳”，累计销售汽车 144.13 万辆，同比增加 15.5%。本田的产能问题较早显现，目前本田每年的产能为 108 万辆，将近 40 万辆的缺口需要依靠进口来补足。

东风本田 2017 年曾传出要接管神龙汽车第二工厂的消息，虽被公开否认，但在产能急需扩大的背景下，若有类似动作也是顺理成章的事情。广汽本田则通过收购本田汽车中国股权，增加了一个年产能 6 万辆的工厂；另外还计划在广州增城工厂率先引进一条新的生产线，其年产能将从 60 万辆提升至 72 万辆。本田表示到 2019 年在中国扩产 20%，至此在华总产能将提升至 132 万辆。

日系三巨头的最后一家——丰田，是这次日本车企在中国增产的领军人物。这不但因为其“到 2021 年在中国扩产 70%”的巨额目标，还因为今年 5 月李克强总理访日行程中与丰田的互动，以及丰田对于日本的意义。

2017 年，丰田在华的销量为 129 万辆，比前年增加了 6.3%，刷新了过去年销量的最高纪录。但这个数量屈居日系第三，仍落后于本田和日产。丰田汽车在中国的年产能为 116 万辆，计划到 2021 年将其在华产能提高至 200 万辆，为此丰田将投资 1000 亿日元。



丰田（资料图/东方 IC）

## 丰田之野望

日本汽车行业的经济规模有 52 兆日元，其中有一半的份额是被丰田占据。丰田是日本最大的车企，2018 年名列《财富》杂志评选的世界企业 500 强第 6 位，是凝结着日本匠人精神的民族骄傲、“日本制造”的代表。

丰田曾长时间处于世界销量排名第一的位置，尤其在 2008 年之后，除 2011 年是通用之外，丰田都是排名首位。这得益于丰田在美、日两大经济体的突出市场份额。

但是，随着近年来中国私家车保有量的飙升，在中国市场占主要份额的大众，销量也水涨船高。爆发的中国市场，不仅帮补了大众几乎停滞的欧洲市场和惨不忍睹的北美市场，还助推大众去往更高的位置。2016 年后，大众稳稳坐在了世界第一车企的宝座上，就再也没有下来。

而中国市场对于丰田来说则是个软肋。错过了改革开放的日企进华潮，错过了“中国人民最喜爱车型”SUV，丰田也无意提升在华产量。叱咤世界的、企业管理如教科书般的丰田，却在中国市场犯了商场中大忌——过于保守谨慎，以致延误商机。

看着中国市场的崛起，自身空有力却吃不下，丰田不是不着急。丰田在江苏省常熟市成立了混合动力汽车专用的研发中心，准备2017年大干一场推行本土化生产的时候，中国政府将混合动力车剔除出了新能源车的补贴名单里。丰田，又来迟了一步。

但到了2018年，丰田最为看重的美国市场不确定性在提高：新车需求饱和的同时，特朗普准备提高汽车进口关税以及对进口车型执行更严格的排放等环保标准的举动，也让未来前景变得不明朗。

2017年，日系三巨头的在美十年销量，首次超越了底特律三巨头——通用、福特以及菲亚特克莱斯勒集团。而与此同时，美国车企却难以打入日本市场，特朗普对此耿耿于怀，频频向日本车企发难。日本车企逐渐把船头转向了中国。

坦白说，此时的中国私家车市场，已经不是增长的黄金期了。2017年，中国汽车市场出现了自2008年以来最慢的增长幅度。但相较于成熟的美国市场，中国政府倡导新能源汽车的更新迭代，成为了未来中国市场的最大机遇。“得新能源者得天下”，丰田看到了这层机会。

2018年5月，李克强总理访日期间，考察了丰田汽车北海道厂区。丰田首款量产的氢燃料电池车Mirai（日文“未来”之意）令李克强印象深刻。这种只需要加氢气3分钟便可以跑650公里的次世代汽车，只排水不排尾气，真正实现了零排放。丰田几十年来在混合动力车方面的技术和经验有目共睹，李克强“希望丰田公司抓住机遇，进一步深化对华合作”。



李克强总理参观考察丰田汽车北海道厂区（图/新华社）

“当今的汽车行业正经历大变革，引领变革的是全球发展速度最快的中国，我们将全力追随中国的发展步伐。”社长丰田章男同样表达了与中方合作的强烈意愿。

将于2019年上市的插电混动版“卡罗拉”和“雷凌”，将成为丰田应对中国新能源车积分政策的新型产品。此外，丰田在中国的首座加氢站已在常熟落成，丰田很有可能成为首家在中国引入燃料电池车的跨国企业。



## 失去的 20 年

回顾过往，“没有在中国挖井”，应该是 40 年前日本车企最后悔的一件事。

1978 年，邓小平副总理访日期间，参观了日本的钢铁、汽车和电器工厂。在当时中国迫切希望借助外资力量发展本土产业，邓小平向日本企业抛出了橄榄枝。

他视察新日铁君津钢厂时问道：“能否帮中国建设一个比君津制铁所还好的钢铁厂？”董事长稻山嘉宽欣然接受，于是乎在新日铁的援建下，上海宝钢建设打下了第一根桩。

他视察松下电器公司茨木工厂时问道：“松下老先生，你能否为中国的现代化建设帮点忙？”“经营之神”当即许诺，在北京成立了投资规模达到 248 亿日元的松下彩色显像管有限公司，成为了 80 年代最大的中日合资企业。

面对日本企业的鼎力相助，邓小平强调“饮水不忘挖井人”。新日铁与松下在华获得多项政策优惠，率先在刚刚开放的广阔中国市场扎根，实现了口碑与销量的双赢。

但与此相比，日本车企当年悬而未决的中国投资策略，直接导致了在中国市场“失去的 20 年”。

邓小平并非没有给机会。“来到这里，我明白了什么是现代化”这一金句，就诞生于邓小平参观日产汽车座间工厂，看到机器人生产线的时候。

当年，中国邀请日本车企参与本土化生产的愿望非常强烈，但日本车企巨头思虑再三，最终并未作出投资中国的计划。

而这一错，就错过了 20 多年。

汽车行业具有高度的产业关联度，与普通的制造企业不同，汽车制造企业的入驻需要上游涉及钢铁、机械、橡胶、玻璃、电子等行业，下游涉及保险、销售、维修、加油站、物流等配套行业的全面支持。日中协会理事长服部健治表示，1978 年的中国，配套行业不齐全，且不具备生产关键性汽车零部件的能力，日企若建厂只能大部分零部件从日本进口，会大大提高成本。再加上当时日美贸易摩擦不断，对日本车企来说，当年优先考虑的是急需推进本土化的美国市场，而非中国市场。

企业不是做慈善，最终目的是盈利，经济链条庞大的汽车行业是国家的支柱行业，在尚未成熟的海外市场采取保守的、风险较小的投资策略，这无可厚非。但如此这般，未挖井的日本车企也就成就了“凿井”的德国大众。

360° 展示



1985 年上海汽车和德国大众成立的上汽大众，引入了生产设备、管理理念、经营理念、员工管理等整套体系，被认为是中国现代汽车工业起跑的标志。

大众搬来之后，观望已久的欧洲的零部件企业陆续搬来，解了中国汽车行业零部件几乎为零的“燃眉之急”。在那个“东风吹，战鼓擂”的卡车时代，轿车是个新鲜玩意。而大众生产的桑塔纳轿车，如同一股旋风席卷中国大江南北，到 2012

年累计销售近 230 万辆, 顶峰时在中国汽车市场的占有率超过 60%, 是当时名副其实的中国“国民车”。

而日本主要车企的进入则要晚了 20 多年: 1998 年广汽本田成立, 2002 年一汽丰田成立, 2003 年东风日产成立。

不可否认的是, 日本车企错过了中国改革开放初期的红利。但亡羊补牢, 为时未晚。

截至 2010 年, 中国市场只被日本车企看作是对美日市场构成补充。但在过去 5 年里, 日本车在中国销量增长六成, 这一市场定位也已经改变。

《日本经济新闻》预测, 2018 年中国新车销售预计达到 3000 万辆, 而美国为 1750 万辆左右。

历经了 2012 年钓鱼岛事件引起的反日游行, 日本车企曾一度控制在华产能, 主力开拓东南亚市场。但随着美日贸易摩擦、中日关系回暖、新能源汽车机遇的到来, 日本车企再次燃起开拓中国市场的野心。

这一次, 目标新能源领域, 日本车企全力重押了中国市场。