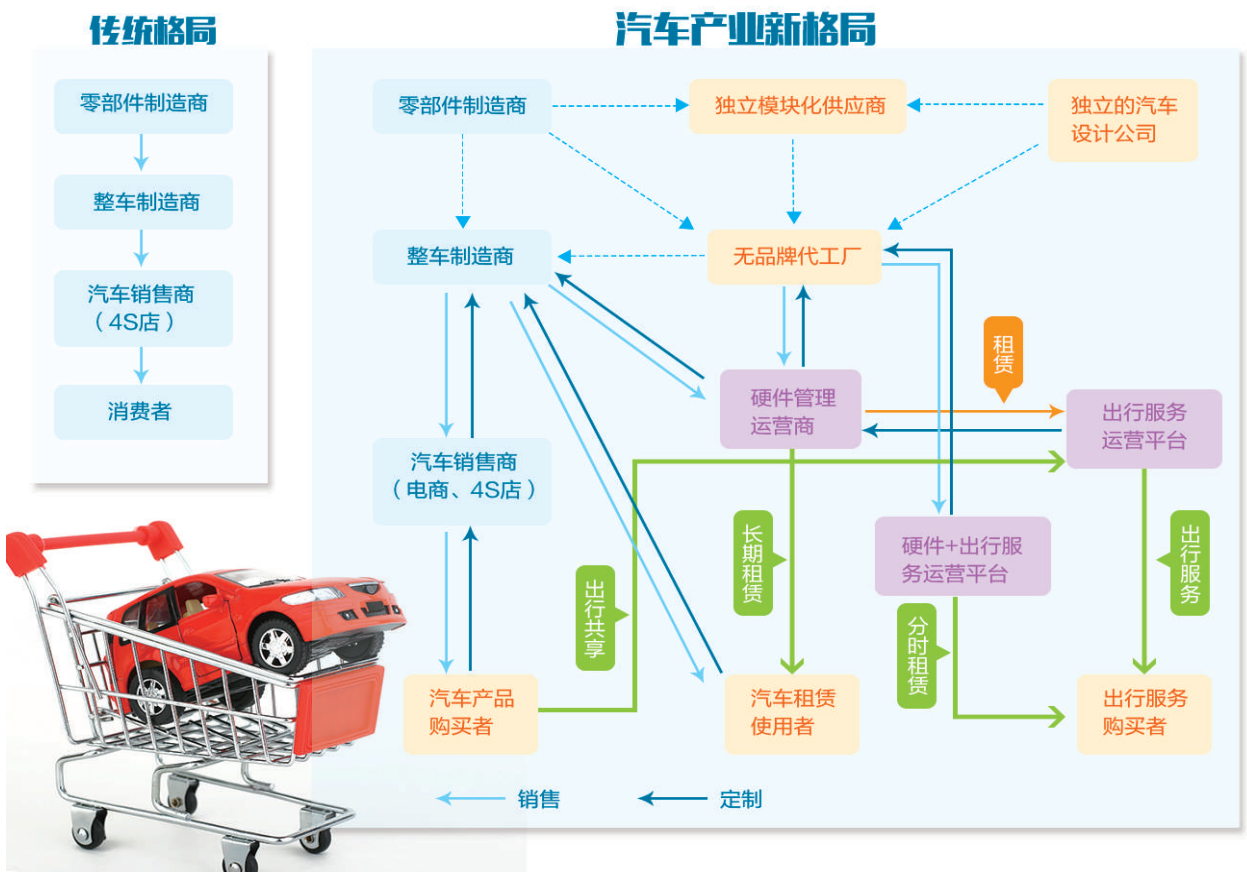
中国汽车产业创新发展策论

国务院发展研究中心产业经济研究部研究室主任　王晓明

智库头条

随着汽车电动化、智能化、网络化和共享化的协同发展，以整车企业为中心、大规模生产和大规模销售模式为主导的传统汽车产业格局正在走向以满足个性化消费和出行服务为中心的新产业格局。传统汽车企业仍是汽车产业的重要基础，但在新格局中的战略定位需进行适应性调整。在新老格局的转换过程中，政府要发挥战略性、前瞻性、引导性作用。

随着互联网和新能源汽车技术的发展，以电动化、数字化、网络化和智能化为特征的技术革命与以平台化、共享化为特征的商业模式创新相结合，正在显著地改变汽车的生产方式、销售方式和使用方式，已经延续了百年的汽车产业格局正面临巨变。



共享化、电动化和数字化，是汽车产业格局变化的驱动因素

第一，消费者由购买汽车转为更加注重购买出行服务。以滴滴、Uber为代表的平台经济和共享出行显著改变了消费理念，新生代消费者“用手机购买出行服务”的习惯逐步养成，对汽车产品本身的购买欲望越来越低。从发展趋势来看，消费者购买出行服务替代购买汽车的倾向会越来越强，对汽车出行服务品牌的认知也会越来越强，这一趋势必然使得传统整车企业通过汽车产品品牌控制市场的能力弱化。

第二，电动化和模块化，将改变汽车生产的传统分工模式，产业组织形态将发生显著变化。汽车电动化，使得传统燃油发动机、变速器等主要零部件被储能电池、电机以及车载充电器等零部件替代，电池厂商通过掌握动力电池的设计和产品标准，推进产品标准化、通用化和模块化，正在取得独立的市场地位，将会显著改变垂直型分工的组织形态，并大幅降低整车领域的进入门槛。

第三，数字化、网络化和平台化，将改变汽车产业的传统流程。数字化转型的核心，是借助数字化的虚拟和仿真、网络的数据和信息集成、平台的数据分析和实时决策，使汽车产业在新的“物理层、数字层、平台层”框架体系下，获得前所未有的流程创新能力。

以满足个性化消费和出行服务为中心的新产业格局将逐步形成

与传统产业格局相比较，未来汽车产业新格局具有三个方面的新特征。

一是包括独立的汽车设计公司、独立的模块化供应商、无品牌代工工厂、硬件管理运营商、出行服务运营商等在内的新产业主体将逐步出现，拓展产业组织的多样性和复杂性。

二是产业垂直分工形成的链式产业结构向水平分工形成的网络状产业结构转变，同时以汽车产品设计、生产、销售、使用和维修保养为主的“物理层”向包括与“物理层”相互映射的“数字层”和以数据集成为基础进行功能整合的“平台层”发展，最终形成汽车产业物理信息系统(CPS)。

三是随着汽车产业数字化程度的加深，具有网络和数据集成能力的硬件和软件服务平台将成为产业的“规则制定者、流程管理者和价值分配者”，以数字为中心的“平台层”将逐步获得对以产品为中心的“物理层”的支配性地位。

出行服务和硬件管理运营平台，将成为新产业格局形成的推动者

出行服务运营平台，是响应汽车产业需求侧变化最先出现的产业新主体。从发展逻辑看，新型的出行服务运营平台是传统公共交通服务平台的“转型升级版”，其驱动力是移动互联网、大数据、云计算等新一代信息技术和消费者对更好出行服务体验的需求升级。从内在机制看，出行服务平台通过撮合出行需求与供给的双边市场效应和集群效应，汇集了消费者最重要的出行大数据，并把累积和实时出行数据变成平台智能服务的驱动资源，从而逐步提高出行服务需求和供给的匹配效率。从发展趋势看，单一的出行服务平台会逐步出现属地、群体、轻重资产等方面的分化，形成多平台共存模式。从汽车产业格局变化的角度来看，出行服务运营平台是汽车产业从挖掘生产效率向挖掘汽车使用和服务效率过渡的主要载体，是汽车产业新格局形成的推动主体之一。

硬件管理运营商，是在出行服务平台之后即将出现的产业新主体。从业务模式上，汽车硬件管理运营商主要从整车厂批量购买汽车，或者从无品牌代工厂批量定制汽车，并对汽车进行全生命周期的所有权持有和管理，以此为基础为个体消费者提供长租服务，为出行服务运营平台提供整车租赁服务。从业务性质上看，汽车硬件管理运营商的本质是提供融资租赁服务、依靠汽车全生命周期租金回报进行运作的金融公司；从内在逻辑来看，借助即将到来的自动驾驶技术和传感器、车联网和云平台等新一代信息技术，汽车硬件管理运营商能够对所属的汽车进行大规模、大范围远程监测、维护和充电管理，汽车全生命周期运维管理的边际成本将大大降低。同时，因为拥有汽车的所有权和管理权，所以硬件管理运营商可以在不涉及消费者隐私数据(消费者的驾驶路线、停车地点、车载人数等)的前提下，对汽车的状态数据进行合法采集和分析，并反馈给相关的汽车零部件公司、设计公司和制造企业，从而不断优化汽车产业的定制化生产。从汽车产业新格局的角度来看，汽车硬件管理运营商因为联结汽车制造和服务中的多个主体，而将成为未来产业结构中的基础性平台。

传统整车和零部件企业在新格局中的定位需要战略性调整

在新的产业格局下，传统整车生产企业受到的挑战无疑是最大的，一部分整车企业，由于其强大的品牌影响力和个性化定制能力，将主要面向高端消费群体销售有品牌、定制化的汽车产品；另一部分整车企业，将退化成无品牌汽车制造商，专注于代工生产和为硬件管理运营商进行大规模定制化生产；还有一部分整车企业，依托自身的设计和定制化制造能力，孵化出独立的汽车长租或分时租赁业务，并在合适的时机进一步分化转型为独立的汽车硬件管理运营商或出行服务运营商。从发展趋势来看，整车企业都需要进行数字化转型和生产方式升级，以更加柔性和智能的大规模定制化生产系统，来满足不断变化的产品和出行服务需求。

新的产业格局下，零部件供应商同样面临转型的问题。一方面，零部件供应商要应对汽车产品电动化、轻量化和智能化的挑战，要进行自身的产品转型；另一方面，零部件供应商要在网络化的产业组织中重新定位，或者继续在保存下来的垂直配套体系中生存，或者升级成为独立的模块化供应商，或者与无品牌代工厂和硬件管理运营商结成战略合作，成为面向汽车使用环节维修保养的产品技术承包商。

随着新格局的逐步形成，一部分汽车后市场服务商也会慢慢转型，例如汽车销售、维修保养、充电服务等企业也会依据自身优势转变为硬件管理运营商或与其进行战略合作。当垂直的分工体系逐步被打破，产业重心从制造转向服务，以及平台型公司大量崛起，汽车产业的进入壁垒将会明显降低，新进入企业将会出现“潮涌”现象。来自互联网领域的一些新兴主体，如互联网车企(特斯拉、蔚来汽车等)以及出行服务平台企业(滴滴、EVCard等)会抓住机遇进入新的产业体系中，与传统汽车企业合纵连横，共同塑造新的产业格局。

政府要发挥前瞻性引导作用

在新老格局的转换过程中，政府要发挥战略性、前瞻性引导作用。

一是要从战略高度，考虑未来交通出行变化对汽车价值链、产业链和创新链的影响，把汽车产业格局变化放在交通出行革命、能源革命、新型城市化、数字经济的大背景下统筹考虑，组织跨行业、跨领域的相关机构和专家学者对汽车产业的中长期格局变化进行前瞻性、趋势性、情景化的研究，准确把握汽车产业格局变化的内在规律和外部推动因素，为相关战略、规划和政策的制定打造理论基础。

二是在产业管理体制改革和产业政策创新上，要顺应汽车产业格局的趋势性发展。管理上，放宽行业和市场准入；产业政策上，鼓励和支持创新，以新型产业平台建设和发展为重点，激发更多创新主体的积极性，推动形成面向未来智能出行的产业生态体系。在传统汽车产业主体的转型方面，要考虑制定专门的支持性政策；在汽车国有企业改革的设计方面，要发挥国企在就业结构调整上的“稳定器”作用。

三是要顺应新产业格局下的业务模式的变化，要由对汽车产品的一致性监管向产品和服务一致性监管并重转变，要由对传统汽车企业的管理向汽车企业和平台管理并重转变，探索借助硬件和出行服务平台对汽车产品和服务一致性监管的新模式，要注重对汽车产业数据资产所有权和使用权的管理。

智库观点

一体联动：粤港澳大湾区城市群发展的关键

□　范恒山

粤港澳大湾区建设被写入党的十九大报告。中央经济工作会议也明确提出，要科学规划粤港澳大湾区建设。这表明粤港澳大湾区的规划建设已提到国家议事日程。这一区域面积广阔、人口众多、综合条件优越，将其打造成全球最具创新创造活力的世界级城市群具有十分重要的意义。

粤港澳大湾区之所以能够快速发展，根本原因在于其以地理和资源等因素支撑带来的便利性、集聚性、开放性，进而形成的创新性、开拓性和超级配置力。开放合作，是湾区的特质和优势，也是湾区得以跨越发展的关键。

但粤港澳大湾区也具有特殊性：三地实行不同的社会制度、采用不同的法律体系、分属不同的关税区，且地区间、城市间发展很不平衡，这使得湾区各行政区、各城市间的合作不仅存在经济上的阻隔，而且还存在社会、法律制度上的阻隔。实践表明，这一地区存在的主要问题，是区域协调性不够强，不仅存在同质竞争，也存在着市场分割、行政封锁和各自为政的现象，三地合作方面实质性进展还不够显著，一体化进程总体缓慢。

建设粤港澳大湾区的关键，在于协调联动、一体发展，超越各自经济利益诉求和特有的社会、法律制度等区别，通过深化合作形成一体联动的格局，这不仅应当成为制定粤港澳大湾区规划的核心所在，也必然成为粤港澳大湾区建设发展的保障所在。

实现粤港澳大湾区各地区各城市一体联动，需要在以下几方面下功夫。

第一，要树立平等意识，这是深化合作，实行一体联动的思想基础。粤港澳大湾区必须基于一个利益共同体来建设，否则，就难以达到预期的目标。大湾区各行政区、各城市间应当秉持合作互动的思想，坚持平等相处、共同协商、权责一致、互利共赢的原则。只有平等合作换来机遇与帮助，才能够实现一体发展共同提升。但平等合作，不等于在资源配置上搞平均主义，也不等于各个地区和城市在大湾区建设中具有同等重要的位势、发挥同样的作用。

第二，要坚持一体规划，这是协调发展、一体发展的行动依据和指南。粤港澳大湾区规划的视角应是一体发展、共同提升；规划的基点和路径应是合作联动。要基于大湾区发展的目标要求，即形成全球最具活力和创新力的发展高地的要求，充分考虑现实基础和发展潜力，来统筹空间布局和体制创新。同时，基于开放合作、一体联动，对基础设施建设、产业体系优化、城乡融合发展、公共服务提升、生态环境保护、营商环境改善等经济社会发展主要领域做出整体安排，并在合作联动原则基础上，制定各领域发展的专项规划。有一点需要强调的是，过去对粤港澳大湾区一些城市特别是几个主体城市有一些重要定位。这些定位一般都考虑了其历史基础和比较优势，是经过慎重研究的，在总体上看是合适的。除某些需要在一体发展的视角下进行提升和调整外，在新形成的大湾区城市群发展规划中都应予以重视和肯定，并且规划的相关安排应有利于促进这些定位的实现和提升。

第三，要制定行为守则，这是一体联动的重要保障。在目前粤港澳大湾区难以形成统一的法规约束的情况下，应通过具有约束力的、类法律的行为准则规范各方的行为。在决策层面，应基于大局发展和一体联动的要求，共同协商制定各行政区、各城市进行重大决策和实施重要行政举措必须遵守的准则，并依据形势发展适时加以完善充实；在操作层面，应在逐项梳理的基础上实行负面清单管理，对各领域的具体行为进行严格约束。与此同时，要明确违反行为守则所应承担的责任及代价。

第四，要建立协调机制，这是推进一体联动的组织支撑。应探索建立多层次的协调机制，全覆盖解决粤港澳大湾区一体化发展中的矛盾与问题。建立高层次的领导机构，研究落实大湾区建设中涉及中央事权和协调解决一体联动中三地存在较大分歧的重大事项；建立由三地政府行政首长参加的推进机制，研究解决大湾区建设中涉及三地利益或需要协同共建的重要事项；相应建立日常工作机制和专项工作小组，负责梳理总体层面和专门领域、重点工程一体联动存在的具体问题，研究提出解决的具体方案。权威高效的协调机制与严肃规范的行为守则，将形成静动两重系统，保障大湾区一体化进程顺利推进、合作联动有效展开。

第五，要共建合作园区，这是实行一体联动的重要途径。应以发挥比较优势或弥补各自短板为导引，以产业合作为主体，以探索新机制、运用新技术、形成新模式、引领新业态为核心，合作共建有一定规模的各类园区。应全面深入总结前海、横琴、南沙等合作区域或新区的实践经验，进一步提高集约化程度和创新水平，适时拓展地域空间，在更广地域推进一体联动，为整体推开积累经验。

第六，要探索通行体制，形成联接三地的体制通道。考虑到粤港澳大湾区一国两制三个关税区三套法律体系等实际情况，推进一体联动需要进行深层的体制创新。通过探索，形成联接三地的体制通道。体制创新的方向，是寻求三地规则可接轨可打通的最大公约数。创新可以在三个层面逐步深化，一是对目前三地在制度层面的共通点进行全面梳理，形成共同规则；二是寻找三地制度上可能的对接点而进行适当融合；三是探索建立利于共同发展的体制机制。

第七，试行“联办”模式，共同处理涉及三地的事务。“联办”即联合办公或联手执业。要在一国两制三区环境下，有效处理各类具体经济社会事务，建议在必要领域由三地熟悉各自规制的专业人士组成联合办公机构，共同处理涉及三地的事务。同时，鼓励三地同类专业人员联合执业，协调有效开展跨地域生产经营和社会服务活动。事实上，这种模式在前海、横琴等试验区的一些企业构架中已有体现，可认真总结完善。

第八，打造创新平台，这是一体联动的有效载体和抓手。围绕构建开放型区域协同创新体系、构建全球性创新基地，通过合作聚焦优势地区、集聚优势创新资源，打造科技创新、产业创新、管理模式创新、军民融合创新、先进科技成果转化应用创新等创新平台，使这些平台成为促进粤港澳创新国际化、高端化的重要支撑与推手。

(作者单位：国家发展和改革委员会)

关于开展2018年“中国智库咨政建言奖”“中国智库学术成果奖”“中国智库创新人才奖”评选工作的通知

为深入贯彻党的十九大精神，服务于中国特色新型智库建设，科学评价当前我国智库的发展现状，中国社会科学评价研究院、经济日报社中国经济趋势研究院共同启动2018年“中国智库咨政建言奖”“中国智库学术成果奖”“中国智库创新人才奖”评选工作。

即日起至2018年4月30日，中国境内的各类智库机构作为申报主体，选择申报“中国智库咨政建言奖”“中国智库学术成果奖”“中国智库创新人才奖”中的相应奖项(可选择多项)参与评选。中国社会科学评价研究院评奖工作领导小组负责评奖工作的具体组织实施，并分别组建各奖项的专家评审委员会，组织专家独立开展评审工作。

评选工作通知全文及三大奖项申报书，请扫描二维码下载。

附：三大奖项申报书

中国智库咨政建言奖　　中国智库学术成果奖　　中国智库创新人才奖

本版编辑　魏倩玮　联系电话　010-58392143
电子邮箱　jjrbjjzk@163.com

社址：北京市西城区白纸坊东街2号　读者服务：13911270606(同微信号)　查号台：58392088　邮编：100054　传真：58392840　零售每份：1.00元　广告许可证：京西工商广登字20170090号　广告部：58392178　出版管理部：58393115　昨日(北京)开印时间：3:15　印完时间：4:30　本报印刷厂印刷