

# 吉林省汽车企业进驻俄罗斯远东地区 市场的机遇和挑战

谢 颖

## 一 俄罗斯远东地区汽车市场概况

### (一) 二手车市场遍地开花,日系车销售独占鳌头

提及俄罗斯东部地区汽车市场状况,应从二手车交易说起。远东地区——从符拉迪沃斯托克到伊尔库茨克随处可见二手车市场。比较知名的二手车市场分布在符拉迪沃斯托克、乌苏里斯克、哈巴罗夫斯克、赤塔、乌兰乌德和伊尔库茨克等城市。其中,符拉迪沃斯托克市拥有全俄最大的日本二手车市场“绿色角落”,该市场每天有1万辆车待售,只在每年的新年休息3天,其余时间全部营业。这在把节假日一向看得十分重要的俄罗斯实属特例。

二手车在远东地区很有市场,这是有客观条件的。首先,远东地区远离国家中心,在俄罗斯联邦经济体系中,一直处于边缘地带,长期被作为军备基地,没有自己的汽车制造业,而日本、韩国和中国汽车产品的性价比优势更迎合了远东居民的需求。其次,政府鼓励购买私家车,发放二手车牌照。在这里,小汽车的使用规定非常宽松,只要车辆能开走,就可以上路行驶。同时,购买二手车手续也很简单。在码头选好书,凭身份证和驾照交款、登记、领牌照,一个小时就可完成购买程序。因此,许多人都购买二手车。远东地区离日本很近,仅隔一个海峡,每天都有几百辆二手车进港。一直以来,日本的二手车深受远东居民的青睐,日本汽车在俄罗斯远东地区所占的市场份额

几乎高达80%~90%。

### (二) 国产汽车开始驻足远东地区,国外品牌商竞相抢滩市场

#### 1. 国产品牌车正在收复远东汽车市场

长期以来,俄罗斯远东地区没有自己的汽车产业,一直是二手车的集散地。近几年,俄罗斯政府为了在远东地区发展汽车生产,开始对国外二手车进口设置障碍性关税,同时启动当地汽车制造产业。2009年,索勒尔斯—远东汽车制造厂在符拉迪沃斯托克投产。索勒尔斯—远东汽车制造厂的产品将逐步涵盖商用车和乘用车,包括载货汽车、客车、轿车以及SUV等车型。在商用车方面,主要投产日本五十铃公司的中重卡以及意大利菲亚特汽车公司的轻型商务车;而在乘用车方面,主要是投产其旗下乌拉扬诺夫斯克汽车厂的车型以及韩国双龙汽车公司的系列产品。该厂计划生产的韩国双龙越野车、日本五十铃商用卡车和菲亚特Ducato专业用车,第一期产能将为1.5万辆,2012年产能将达4万辆。俄罗斯伏尔加汽车厂也与俄罗斯阿穆尔州签署协议,将在阿穆尔州组装伏尔加汽车厂的汽车,以填补俄罗斯伏尔加汽车厂在远东的“市场空白”。与此同时,俄罗斯最大的卡车制造商卡玛斯汽车有限公司也宣布,在俄远东哈巴罗夫斯克市成立俄境内的第一家汽车组装公司。新成立的组装公司将组装吊车、保温载重汽车、机(舰)载

作者单位:吉林省社会科学院俄罗斯研究所。

汽车以及若干其他型号的卡玛斯汽车,同时将负责部分产品的自主销售。组装公司设计生产能力为年产200~250辆汽车。

### 2. 日本汽车生产商加快步伐进入俄远东地区

俄远东地区近80%进口车来自日本。近年来,由于俄罗斯对汽车工业的收紧和保护政策,尤其是不久前发生在日本的核危机,致使日本汽车生产商纷纷走出国门,加快步伐进入俄罗斯远东地区发展。

2011年1月,“马自达”在俄罗斯滨海边疆区选址建厂,这是“马自达”在俄罗斯建立的首家工厂。

2011年2月10日,“丰田”联手三井物产与俄汽车制造商索勒尔斯在符拉迪沃斯托克市组装客车,加速在新兴市场的扩张。“丰田”是第一家在俄罗斯远东地区建立生产设施的日本汽车制造商。

2011年6月20日,日本五十铃公司宣布开始在符拉迪沃斯托克市组装生产小型卡车。日本五十铃公司是继“丰田”之后第二家决定在俄远东地区开展生产的日本汽车厂商。日本企业大举进军俄罗斯远东地区的阵势逐渐拉开。“丰田”执行副主席在巴黎车展上明确表示,不会减少在俄的投资。鉴于目前的国际经济危机,他预测,从2011年9月到2012年,俄汽车市场的增长率应为15%<sup>①</sup>。预计,日系车凭借其口碑将会在远东地区占据一定的市场份额。

### 3. 欧美品牌汽车公司运筹融入俄远东地区汽车产业

法国雷诺汽车公司高级副总裁克里斯蒂安·埃斯泰夫在欧洲商业协会会议上表示,法国雷诺汽车公司正在研究在俄罗斯远东地区开设工厂,以来件组装方式生产汽车。除此之外,据俄新网报道,全球几大汽车业巨头先后追加在俄罗斯的投资计划。据估算,“大众”、“通用”与“菲亚特”等几大汽车业巨头,未来3~4年内在俄罗斯的投资总额将达62亿美元,其中不排除向远东市场进军。

## (三) 政府力挺国产汽车,政策施压下矛盾重生

自2009年1月起,俄罗斯政府提高了新车和旧车进口关税。其中,新车进口税税率从25%提高至30%,二手车进口税税率从25%提高至35%。此外,根据俄罗斯汽车组装新规,国外汽车制造商须在俄罗斯年产30万辆汽车以上,才能享受较低汽车零部件进口关税;而国外汽车制造商在俄罗斯的汽车生产,对本土零部件的采购率必须达到60%以上。与此同时,政府出台了一系列政策,如为购买俄产车的消费者提供贷款补贴,为国内大汽车生产商提供无息贷款等。这些政策的推出旨在保护本国汽车工业,减轻“入世”对本国汽车工业的影响。然而,它在远东地区却遭到强烈的抗议。原因在于,这些政策实施后,据2009年前9个月的统计,俄罗斯远东地区进口小汽车4.1787万辆,比2008年同期(35.1096万辆)减少30.8209万辆;进口载重汽车2493辆,而2008年同期进口2.2123万辆。结果是,大量从事二手车交易的人员面临失业。远东居民甚至走上街头,举行大规模示威抗议活动,并声称:“不开俄罗斯的破车。”政府为保护国内市场,居民为维护生存权利,两者的利益纷争在远东地区被激化。为缓和事态,政府表示暂不考虑禁止日本右舵二手车的进口和使用。

## 二 俄罗斯远东地区汽车市场前景

### (一) 远东地区广袤的人文地理环境使人们对汽车的需求成为一种必然

从俄罗斯西伯利亚到堪察加半岛,面积为616.93万平方公里,占俄罗斯总面积的36.1%。广袤的地域空间使远东居民对小轿车、越野车和SUV等多功能乘用车的需求成为一种必然。远东地区燃油的使用费用很低,92号汽油每升价格是20卢布,约合人民币4元多,汽车行驶没有任何附加费用。例如,从布拉戈维申斯克

<sup>①</sup> <http://www.gasgoo.com>

到莫斯科共 7 000 多公里,开车要走 6~7 天,但中途没有一个收费站,不用交任何过路过桥费。除此之外,俄罗斯人特有的生活方式,即每逢周末,城市居民纷纷到郊区的别墅,寻求远离城市的安宁,呼吸新鲜空气,种植蔬菜,并将劳动果实运回家。为适应这种需求,俄罗斯一般家庭只要开支允许,总要千方百计买一辆汽车。

## (二) 远东开发背景下对各种汽车的需求旺盛

未来几年,俄罗斯对商用车的需求将持续增长。随着俄罗斯“东进战略”的实施,远东开发势在必行。政府要实施一系列基础设施建设项目,包括国家的“住得起的住宅项目”、远东和贝加尔经济发展项目、索契 2014 年冬奥会体育设施项目、符拉迪沃斯托克市 2012 年亚太经合组织首脑会议设施项目和符拉迪沃斯托克市—加里宁格勒的汽车公路项目等。除了建筑机械外,到处都需要运送建筑材料的各种汽车运输工具。

## (三) 二手车市场主导下的汽车配件市场空间广阔

目前,远东地区汽车市场仍以二手车为主导。这些二手车大多已跑过 8 万~9 万公里的路程,因而维修配件市场异常火爆。近年来,远东地区进口的大量汽配产品中,用于维修的配件占 75% 以上。一方面,由于当地寒冷的气候和高低起伏的公路对汽车的零部件造成很大损害,因此车身配件需要经常更换,使得汽车配件需求大增。另一方面,每年都有大量二手车流入远东,重新修理也需要一大批配件。修理完毕的二手车一部分流入当地的零售市场,一部分则转口到其他地区。这样一来,远东地区的汽配市场日趋繁荣,许多外资公司在此获利丰厚。

## (四) 俄政府加速二手车以旧换新的进程

目前,俄罗斯远东市场上基本都是右舵二手车。这就意味着有相当多的汽车须要更换或改造。虽说俄政府至今仍未下令全面禁止右舵二手车的使用,但俄当局提高汽车进口关

税及实施提供贷款补贴等政策,都在潜移默化地推进二手车以旧换新的进程。另外,俄罗斯远东地区的公交汽车大多是 20 世纪 80 年代初的产品,也急需更换。

## (五) 泛西伯利亚铁路(TSR)为汽车产品转口贸易提供便捷通道

俄罗斯最大的民营铁路企业“Globaltrans Investment”拥有全球最长的铁路网线——泛西伯利亚铁路(TSR)。“Globaltrans Investment”为“N-Trans”运输集团的子公司,2008 年于伦敦上市,每日由俄罗斯东方港组织 4 列集装箱班列,为中国、日本及韩国托运商运载货物,其中包括韩国最大汽车制造商——现代汽车制造公司。该公司主要运载至欧洲的高价汽车零件及电子产品,运输周期比海运交货时间短 30 天。日本早已开始与俄罗斯泛西伯利亚铁路运输公司合资经营多式联运。从日本把整车和汽车零配件直接运送到俄罗斯东方港,搭上泛西伯利亚铁路列车抵达莫斯科。全程不超过 25 天,仅仅是海运时间的一半。鉴于铁路运输周期较短,加上港口繁忙,泛西伯利亚铁路成为汽车产品转口贸易的便捷通道。

# 三 吉林省汽车企业进驻俄远东市场的机遇与挑战

## (一) 吉林省汽车企业进驻俄远东市场的机遇

1. “中国一汽”的“蓝图战略”及自主品牌为进驻远东市场提供了前提条件

自 2010 年 4 月发布以“品质、技术、创新”为内涵的全新品牌战略以来,“中国一汽”自主品牌实现了年产销百万辆的新突破;“中国一汽”解放第六代 J6 重型系列商用车及重型柴油机自主开发项目荣获国家科学技术进步奖一等奖;在 2010 年车辆可靠性(VDS)调查中,“中国一汽”轿车位列自主品牌第二名;2011 年 10 月 28 日,“J. D. Power”亚太公司公布了 2011 年中国新车品质调查结果,“中国一汽”奔腾 B70 荣膺入门高档中型车新车品质第一名(为

唯一荣获新车品质第一名的轿车自主品牌)。“中国一汽”历经8年自主开发的D-partner驾驶员伙伴系统进入了商业化运营阶段。根据“中国一汽”制定的“十二五”规划目标,到2015年,总产销汽车达到500万辆,自主品牌车要突破256万辆。此外,“中国一汽”重卡载货车质量很好,价格较低,已经得到了俄罗斯人的认可。

## 2. 远东开发与长吉图互动为吉林省汽车企业进驻远东汽车市场提供动力源泉

远东地区的开发应确立优先与中国合作的方针。时任俄总统梅德韦杰夫于2009年5月在哈巴罗夫斯克市召开的边境合作会议上明确表示,必须更加积极地吸引中国对俄远东地区的投资。中国不仅是俄罗斯工业产品的大市场,同时还拥有大量的金融资源可以投入到俄罗斯经济当中。中国的“东北振兴”计划正在如火如荼地进行,加之中国东北地区与俄罗斯远东及西伯利亚地区有着漫长的边境线,俄罗斯“东部大开发”也无疑会给中国东北振兴带来巨大机会。2009年9月23日,中国国家主席胡锦涛在纽约会见俄罗斯总统梅德韦杰夫期间,中俄正式批准《中国东北地区同俄罗斯远东及东西伯利亚地区合作纲要(2009~2018)》(以下简称《规划纲要》),标志着中俄两国地区性合作已经进入实质性操作阶段。这也为中国东北振兴与俄远东开发相互对接以及两国经济的可持续发展注入新的活力。《规划纲要》包括中俄两国边境地区的205个主要合作方案,涉及矿产、能源、农业、林业、渔业、机械、建筑、建材等产业及其他加工业。其中在中方实施的大约100个项目中,吉林省占37个,位居榜首。与此同时,《中国图们江区域合作开发规划纲要——长吉图开发开放为先导区》也正式启动。这是迄今唯一一个上升为国家战略的沿边开发开放区域规划。先导区涉及长春市、吉林市两个特大型城市和延边朝鲜族自治州,总面积3万平方公里,约770万人口。目标是建设中国沿边开发开放的先行区和示范区、面向东北亚开放的重要门户、东北

亚经济技术合作的重要平台和东北地区新的经济增长极。中国政府赋予了先导区先行先试的政策,在经贸、涉外、土地、投资和人才等方面享有更加灵活和宽松的政策。这为吉林省汽车企业寻求与俄远东地区开发合作提供了更有力的政策支持和物质保障。

## 3. 地处中、俄、朝三国交界地带的珲春市为吉林省腹地汽车企业进驻远东提供便捷通道

作为东北亚地区和图们江区域核心城市,珲春在“十二五”期间将积极承接吉林省腹地向外转移的汽车产业,依托“中国一汽”和日韩汽车产业大力发展汽车组装及零部件加工业,突出汽车组装与汽车零配件生产和农机制造,促进装备组装制造业快速发展;以“中国一汽”为依托,发展电动汽车、混合型环保汽车和新能源汽车;以国内大型整车及零部件物流企业为龙头,引进国内及日韩汽车制造配套企业,建设面向俄、日、朝、北美市场的特种车辆和汽车零部件产业基地及汽车零部件产业园区。同时,针对相关国际市场,珲春市正规划发展推土机、挖掘机和拖拉机等装备组装制造业。“十二五”期间,装备组装制造业产量计划年均增长25%以上。

## 4. 日核危机冲击远东居民一贯的购车理念,为吉林省汽车企业进驻远东市场提供了极好机会

日本二手车占据远东汽车市场八九成空间。长期以来,无论是从汽车的质量、价格以及对远东路况的适应程度来说,日本二手车始终都是远东居民的首选。但日核危机后,俄罗斯远东地区海关加紧对过关车辆的核辐射检查,而俄远东居民由于害怕买到受淹的汽车和受到核辐射的汽车,也停止通过互联网等途径购买日本二手车。核辐射的危害不是在短期内能消除的。这便为吉林省汽车企业进驻俄远东市场提供了极好机会。

## 5. 俄罗斯“入世”成为吉林省汽车企业开拓远东汽车市场的最佳时机

目前,俄罗斯向外国品牌汽车征收很高的进口关税。然而根据规定,俄在“入世”后应放

弃这种保护本国汽车制造商的措施。2011年11月,俄罗斯“入世”谈判代表团团长马克西姆·梅德维德科夫表示,俄罗斯“入世”后将立即把全新进口小型车的进口税从30%下调至25%,随后3年内此税率维持不变,再往后4年内每年下调约2.5%，“入世”7年后其关税将降至15%。同时,车龄3~5年和5~7年的二手车进口关税也将降至25%,此税率将维持5年不变,再往后2年内降至20%。俄罗斯进口汽车关税下调将成为吉林省汽车企业开拓远东汽车市场的最佳时机。

## (二) 吉林省汽车企业进驻俄远东汽车市场的挑战

### 1. 俄罗斯对进口汽车产品认证出新规

2008年,俄罗斯全面修改汽车认证体系,进一步规范汽车的进口程序并提高其市场准入门槛。以往,俄罗斯认证机构直接到中国汽车厂家进行认证标准的审核;从2008年起,所有进口车辆都要由俄方的汽车检测机构在俄罗斯进行检测。这一认证规定的出台不是针对中国提出的,而是针对包括中国在内的所有非1958年日内瓦协议国家——这些国家生产的汽车将不再按最低要求通过认证,凡在俄罗斯组织汽车生产和发布新型汽车必须通过全部完整的认证试验,而且对于每一种品牌、每一种型号、每一种规格的汽车每次只进行小批量(150辆以内)的认证。认证要符合《机械运输工具和挂车认证系统的认证规定》并登记运输工具认证证书,包括符合俄罗斯从2008年1月1日起开始实行的欧Ⅲ环保标准的要求以及2010年实行的欧Ⅳ环保要求。在商用车出口方面,此前只需要通过11项检测即可。新规出台之后,如不能达到55项质量标准认证,则无法进入俄罗斯市场<sup>①</sup>。

### 2. 俄汽车市场上的中国自主品牌车凸显种种弊端

中国自主品牌车自2003年进入俄罗斯汽车市场。2006年,俄罗斯成为中国汽车最大的出口对象国。之后,中国汽车企业因俄推出的汽车工业保护政策而大受挫折。中国汽车并

非像俄方希望的那样,在高端产品和技术领域与国际同行竞争,而是以“低价换市场”,恰恰对俄本土汽车业构成致命威胁。这不仅使俄政府面临本土汽车企业的压力,也不符合俄方“市场换技术”的长远战略。俄汽车市场上的中国自主品牌车常常是研发时间较短,整体工艺水平不高,质量监管不到位,品牌知名度不显著,尤其是售后服务体系不完善。例如,出现故障的中国汽车,特别是在远离首都莫斯科的城市,一般需要等待几周甚至几个月才能得到需要的零配件。在与俄政策对接上,中国汽车企业常采取“你进我退,你退我进”的原则,总试图通过其他更加简捷的不规范渠道去应对汽车质量等问题。

## 四 对 策

### (一) 找准定位,试探性输出产品

吉林省汽车产品进入远东市场,定位很关键。这关系到未来产品是否有市场,是否能立住脚。在自身产品并不占比较优势时,吉林省汽车企业可以考虑转换一下进驻方式,投其所好,即先以资本和技术输出为主,同时结合远东地区汽车市场的特点、气候条件和路况等因素,试探性输出汽车产品。目前,对于远东汽车市场来说,重要的并不是当前需要多少产品,而是需要资金和技术来扶持其刚刚起步的汽车产业。前期投入工作做到位,才会有深入虎穴得虎子的机会。此外,鉴于远东二手车市场状况,吉林省汽车企业也可以考虑中国汽车企业进军中东市场的经验,以汽车零部件挺进。在这一方面,吉林省汽车企业仍拥有比较优势。

### (二) 加强调研,及时应对市场变化

对俄汽车市场要进行深入系统的调研,以便及时应对俄罗斯汽车市场的变化。例如,在俄罗斯汽车质量认证方面,中方行动明显滞后。从2008年1月1日起,俄对进口汽车实行

<sup>①</sup> <http://news.gd.sina.com.cn>

欧Ⅲ标准,2010年将实行欧Ⅳ标准,对此中国汽车企业须早做准备。而中国汽车企业长期以来一味以低价为法宝,实际上这种低价战略越来越不适应俄罗斯市场的变化。俄罗斯人越来越注重汽车的质量、品牌和售后服务,价格正在退居次要地位。企业必须研究进口国的市场准入条件、技术法规、标准和评定程序,防止盲目进入,避免不必要的损失。

### (三) 重视品牌,提升产品的认可度

品牌是事物个性的符号,就如奔驰、宝马在人们心中都是尊贵、豪华的代言者一样。目前,汽车家族品牌正在“脸谱化”,更清晰、更容易识别,使品牌、产品在消费者心中的定位更加明确,并成为制胜市场的秘密武器。要通过营造品牌来不断提升产品的知名度、信任度、美誉度乃至忠诚度,因为汽车销售有一个主流趋势:重复消费,当然包括回头客及老客户推荐新客户。这其实是服务营销、品牌营销的至高境界。由此可见,树立品牌意识很重要。“中国制造”并不等于“中国品牌”,只有制定相关战略,投入资金创建和培育自己的品牌,并获得消费者的认可,才能获得巨大的品牌附加值。

### (四) 保证质量,提升产品的信誉度

与日用品相比,汽车产品属高价位产品。因此,质量的好坏对于消费者来说是至关重要的。对进入远东地区的中国汽车及零部件要严把质量关,这是决定产品出口具有生命力的重要举措。远东地区气候条件及路况使俄远东普通百姓对汽车质量的要求远胜于对外观的向往。目前,日本外观破旧的二手车在远东市场上很受欢迎的原因就是它们的耐用性。

### (五) 扩大宣传,提高产品的知名度

信息产业的发达分散了消费者的注意力,因此,在大众消费时代,如何引起消费者的关注则显得尤其重要。要充分发挥相关媒体的作用,选择“实效媒体”并进行科学的“媒体组合”。所谓“实效媒体”指根据汽车的级别(A、B、C级)、目标消费主体(富豪、政府官员、白领等)、汽车功用(商用、乘用)等多方因素综合考

虑媒体的选择;科学的“媒体组合”指报纸和期刊等平面媒体、影视广告等电波媒体、户外路牌等户外广告及网络媒体的组合。此外,还要深入研究俄罗斯人的审美和消费心理,扩大宣传,增强俄民众对产品的感性认识和亲切感。

### (六) 增进合作,扩大产品的流通渠道

吉林省汽车企业进驻远东地区,要增进与各方的合作。首先,要加强与各边疆区、州、市政府部门的合作,以便为今后处理各种关系搭建交流平台;其次,要主动寻找自己品牌的俄方代理公司,为拓展市场找到一个畅通的渠道;再次,要潜心研究与俄汽车企业的合作,以在合作中寻找到一个利益均衡点。

### (七) 建立相应的营销体系,完善售后服务

要在以售后服务为中心的经营理念指导下,建立相应的经营制度和完善的企业人力资源支持体系。建立“特约店+维修连锁+超市”的综合营销模式,以应对市场需求;要加强计算机网络建设,建立客户信息资源,利用互联网促进销售。除此之外,要建立维修、保养及售后服务体系。只有建立运行有效的销售服务网络,才能取得用户的信任,逐步打开并稳定占领市场。

俄罗斯远东汽车市场对国外汽车企业的吸引力正在提高,俄罗斯汽车工业发展基调正在发生变化。吉林省汽车企业需要将眼光放长远,切实扎根于这个市场。要克服短期市场行为,改变“做一单是一单”的思想,避免由于缺少长远规划、追求短期利益、与俄罗斯政策不合拍、打政策擦边球而最终导致项目申请失败的恶性循环。要做好市场调研,慎重选择合作伙伴,解读相关政策,做好产品营销。从而把握机遇,规避风险,立足长远,循序渐进。

(责任编辑:高德平)

