



Personbilar i **Kina**

– marknad, produktion och politik

Kina har blivit en allt viktigare handelspartner för Sverige. Samtidigt är Kina på väg att bli en betydande konkurrent inom viktiga sektorer, till exempel bilindustrin. Syftet med rapporten är att belysa och analysera Kinas snabba utveckling på personbilsidan och dess konsekvenser för Sverige.



EMBASSY OF SWEDEN



Personbilar i Kina

Marknad, produktion och politik



EMBASSY OF SWEDEN



Myndigheten för tillväxtpolitiska utvärderingar och analyser
Studentplan 3, 831 40 Östersund
Telefon 010 447 44 00
Telefax 010 447 44 01
E-post info@tillvaxtanalys.se
www.tillvaxtanalys.se

För ytterligare information kontakta Ulf Andreasson
Telefon +86 10 6532 7931
E-post ulf.andreasson@tillvaxtanalys.se

Förord

Kina har utvecklats otroligt snabbt de senaste trettio åren. Genom kraftfulla åtgärder och ett stort stimulanspaket ser Kina nu också ut att bli den första stora ekonomin som tar sig ur den globala krisen. Med starkt självförtroende har Kinas internationella engagemang intensifierats och landet är på väg att bli en global aktör.

Kina har också blivit allt viktigare för Sverige och innebär både enorma ekonomiska möjligheter och omfattande utmaningar. Kina är idag Sveriges största handelspartner i Asien och en viktig marknad, produktions- och inköpsland och plats för forskning och utveckling för svenska företag. Men Kina är också på väg att bli en betydande konkurrent inom sektorer som är viktiga för Sverige, som exempelvis bilindustrin, där den kinesiska regeringen har bestämt sig för att skapa internationellt konkurrenskraftiga bilmärken.

Syftet med denna rapport är att belysa och analysera Kinas snabba utveckling på personbilssidan och dess konsekvenser för Sverige. Förhoppningsvis kan studien konstruktivt bidra till en nyanserad diskussion om vad en eventuell kinesisk ägarroll i svensk bilindustri skulle betyda genom att sammanställa existerande data och dra slutsatser från dessa.

Den rapport som nu tryckts har uppdaterats på vissa punkter jämfört med en tidigare version som cirkulerats. Den allra senaste utvecklingen beträffande Volvo Personvagnar och Saab understryker rapportens huvudbudskap om en stark utveckling inom bilindustrin och -marknaden i Kina.

Rapporten har författats av Ulf Andréasson, Tillväxtanalys kontor i Peking, och Markus Lundgren, Sveriges ambassad i Peking.

Östersund och Peking, december 2009

Dan Hjalmarsson
Generaldirektör, Tillväxtanalys

Mikael Lindström
Ambassadör, Peking

Innehåll

Sammanfattning	7
1 Inledning.....	9
1.1 Bakgrund	9
2 Marknad.....	11
2.1 Framväxten av den kinesiska bilmärknaden.....	11
2.2 Vilka bilar köper kineserna?.....	12
3 Produktion.....	15
3.1 Omfattning	15
3.2 Produktionsstruktur.....	15
3.3 Export–import	16
3.4 Samriskföretag	19
4 Politik.....	23
4.1 Tidig pelarindustri	23
4.2 Teknologioverföring	23
4.3 Krispaket.....	24
4.4 Handelsfrågor	25
4.5 Ett skifte mot grönt?.....	25
5 Slutresonemang.....	27
5.1 Den kinesiska marknaden	27
5.2 En marknad med risker.....	28
5.3 Är Kina ett nytt Japan/Korea?.....	29
5.4 Konsekvenser för svensk bilindustri	30

Sammanfattning

- År 2009 kommer Kina sannolikt att bli både världens största personbilsproducent och -marknad. År 2008 passerade Kina USA vad gäller antalet tillverkade personbilar och förväntas inom kort gå om Japan som hittills varit världsledande. Under första kvartalet 2009 passerade man för första gången USA, som hittills varit störst vad gäller antalet sålda personbilar.
- Kinas bilproduktion och marknad har alltid omgärdats av omfattande politiskt intresse och inblandning. Regeringen pekade tidigt ut bilindustrin som en prioriterad ”pelarindustri” som skulle fungera som draglok för Kinas övergripande industrialisering.
- Kina har ett stort antal små och finansiellt svaga biltillverkare. Kinas regering uppmanar därför landets biltillverkare att gå samman för att kunna möta konkurrensen från utländska producenter.
- Kina har siktet inställt på att bli världens största fordonsexportör. Fordonsexporten överstiger redan idag volymmässigt importen. Samtidigt har importen ett högre värde än exporten. Enhetsvärdet på exporterade fordon är betydligt lägre än värdet på de fordon man köper in från andra länder.
- Det största problemet för kinesiska exportframgångar i dagsläget är bristande kvalitet, inte minst vad gäller säkerhetsaspekter. Det finns även problem vad gäller innovationsförmågan i den kinesiska bilindustrin, liksom i kinesiska samhället i stort.
- Sedan Kina gick med i WTO har landet tvingats att delvis avreglera bil- och fordonssektorn. Många icke-tariffära handelshinder som bl.a. har att göra med samriskföretag och egna standarder, kvarstår dock. Särskilt kravet att ingå samriskföretag uppfattas som problematisk av utländska biltillverkare då de därigenom avhänder sig viss kontroll till en konkurrent.
- I finanskrisens spår har stimulanspaket för 13 ”nyckelindustrier” tagits fram. En av dessa omfattar fordonsindustrin. Förutom exportrabatter, bidrag till FoU, etc., planeras en genomgripande omstrukturering av industrin. De största kinesiska biltillverkarna kommer även att få rena subventioner.
- Kina gör en strategisk satsning på miljö och hoppas inom tre år tillhöra världens ledande producenter av el- och hybridbilar. Siktet är att under perioden 2008 till 2011 gå från 2 000 tillverkade el- och hybridfordon till en halv miljon. Man satsar också betydande resurser på att forska kring alternativa drivmedel.

- Svenska biltillverkare kommer inte heller i framtiden ha någon möjlighet att priskonkurrera med kinesiska tillverkare. Avgörande blir istället hur man lyckas utveckla kärnområden som säkerhet, design, miljö och kvalitet. Idag satsar Kina främst på enkla och billiga miljöbilar. På sikt kommer dock även Kina att vilja ta sig in i dyrare marknadssegment.

1 Inledning

1.1 Bakgrund

Denna rapport tar sin utgångspunkt i två utvecklingstendenser där Kina spelar en central roll. För det första är bil- och fordonsindustrin i hela världen utsatt för starkt omvandlingstryck och stora strukturella förändringar är att vänta under kommande år, inte minst i Sverige. Kina är världens största växande bil- och fordonsmarknad. För många etablerade producenter ses Kina därför som en viktig del av lösningen på stagnerande tillväxt på mogna marknader i västvärlden.

Kina är, för det andra, inte bara en potentiell marknad. Landet är även en konkurrent i vardande till mer etablerade biltillverkare. Med allt aggressivare exportsatsningar hoppas kinesiska biltillverkare att inom några år erövra marknadsandelar runt om i världen, inklusive Nordamerika och Europa. De självsäkra kinesiska företagsledarnas röster står samtidigt i kontrast till somliga bedömare som menar att den kinesiska kunskapsnivån, inte minst den tekniska, inom bilindustrin är allt för låg för att Kina ska kunna konkurrera på allvar på västerländska och nordamerikanska marknader under överskådlig framtid.

Rapporten om personbilar i Kina har fokus på tre delområden: marknad, produktion och politik.¹ I Kina är dessa områden mer sammanflätade än i de flesta andra länder med inhemsk biltillverkning. Särskilt utmärkande för landet är att den politiska sfären har så stor betydelse, liksom bilmarknadens och -produktionens snabba utveckling under senare år.

I rapporten exkluderas andra fordon än personbilar (lastbilar, bussar etc.), helt enkelt för att kunna fokusera på *ett* sammanhållet fordonssegment. Trots vissa likheter mellan, å ena sidan, fordonsindustrin och -marknaden samt, å andra sidan, personbilsindustrin och -marknaden är dessa ändå väsentligen två åtskilda sektorer med olika karaktäristika.

Rapporten avslutas med ett försök att förstå konsekvenserna för svensk del av utvecklingen i Kina inom personbilsindustrin och -marknaden.

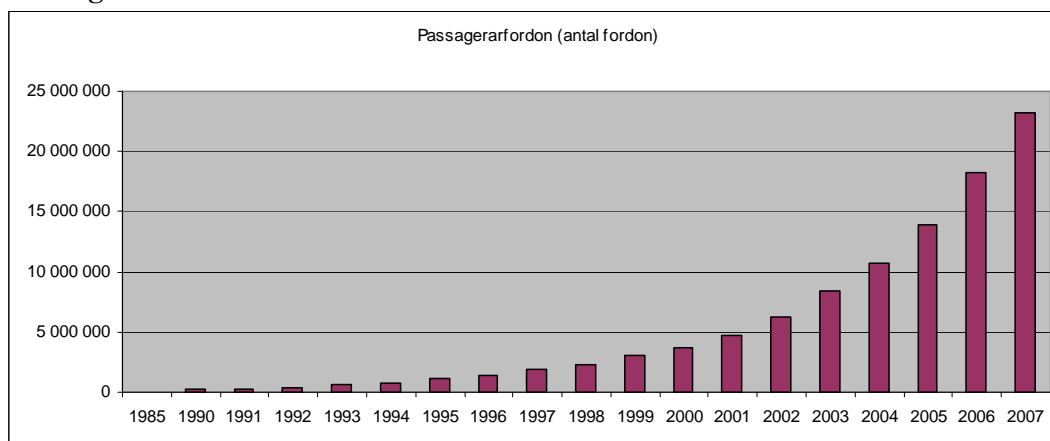
¹ Det ska redan här påpekas att en generell svårighet med att skriva rapporter om Kina är att det finns betydande felmarginal i den officiella statistiken – så även inom personbilssektorn.

2 Marknad

2.1 Framväxten av den kinesiska bilmarknaden

Det privata personbilsinnehavet växer snabbt i Kina. Som framgår av nedanstående diagram har under de senaste 25 åren det privata bilägandet formligen exploderat. Under 1990-talet växte bilförsäljningen årligen med 27 procent vilket fördubblade antalet bilar på de kinesiska vägarna med ett intervall på knappt tre år.² Under 2000-talet har tillväxten varit något lägre, men ändå fortsatt extremt hög; de sex senaste åren har uppvisat årlig tillväxt på över 20 procent. Några krisrelaterade månader under 2008 betyder i det avseendet endast ett hack på denna kurva.³ Under första kvartalet av 2009 tog, trots finanskrisen, bilförsäljningen åter rejäl fart, delvis till följd av regeringens omfattande stimulansåtgärder.

Privatägda fordon



Källa: *China Statistical Yearbook 2008*.

I ett globalt perspektiv passerade den kinesiska bilmarknaden år 2006 Japan i antalet sålda fordon, och blev då världens näst största marknad efter USA:s. Under 2008 ökade försäljningen av personbilar i Kina med 6,7 procent – en låg siffra sett under det senaste årtiondet. Trots det passerade Kina under första kvartalet år 2009 USA vad gäller total fordonsförsäljning, efter att ha sålt 2,68 miljoner bilar, 3,8 procent mer än fjärde kvartalet 2008 och nästan en halv miljon fler än i USA.⁴

Det finns heller inga tecken på en avstannande utveckling. För personbilar steg försäljningen i september 2009 jämfört med motsvarande månad ett år tidigare med 84 procent, för augusti var motsvarande siffra 90 procent. GM ska redan i september 2009 ha passerat hela 2008 års försäljningssiffror. Samma gäller Volkswagen AG. Liknande siffror hävdas även av kinesiska tillverkare som SAIC.⁵ Enligt beräkningar från GM kan den

² Kelly Sims Gallagher, *China Shifts Gears. Automakers, Oil, Pollution, and Development (2006)*.

³ KPMG, *Momentum: A new set of challenges for China's automotive industry (2009)*.

⁴ <http://english.sina.com/business/p/2009/0407/232089.html>.

⁵ *Siffrorna förekommer inom flera kinesiska media i mitten av oktober. Det ska dock påpekas att siffrorna kommer från tillverkarna själva och inte från obundna källor.*

totala fordonsförsäljningen i Kina nå 10,7 miljoner under 2009, nästan en miljon fler än förväntningarna för den amerikanska marknaden.

Den enorma tillväxten av den kinesiska bilmarknaden till trots ska man minnas att bilinnehav i Kina fortfarande är en lyx förbehållet en minoritet av befolkningen. År 2006 ägdes 24 privatbilar i Kina på 1 000 invånare – en siffra som kan jämföras med 900 i USA och 600 i EU samma år. Detta förväntas öka i Kina till 40 bilar på 1 000 personer under 2010.⁶ Fram till 2020 förväntas den kinesiska fordonsparken totalt nästan trefaldigas till över 130 miljoner fordon.⁷

2.2 Vilka bilar köper kineserna?

Kina är geografiskt ett av jordens största länder och har världens största befolkning med stor inkomstspridning. Skillnaderna inom landet är större än vad många utomstående betraktare inser. Kina kan följaktligen inte heller betraktas som en sammanhållen homogen personbilsmarknad. Det finns betydande skillnader i bilkonsumenternas efterfrågan mellan olika delar i landet, inte minst mellan norr och söder, och mellan olika socioekonomiska skikt i samhället.

En socio-geografisk trend är att de centrala delarna av landet under senare tid ökat andelsmässigt av de totala bilinköpen i landet, medan de rikare kustområdena relativt sett minskat sin andel. Trots det är kustområdenas andel fortfarande högre; nästan hälften av alla bilar som köps i Kina inhandlas i kustområdena. Närmare 40 procent köps i landets centrala delar. Övriga ca 15 procent köps i de mer fattiga och glesbefolkade nordliga och västliga delarna.⁸

Om man skärskådar tillväxten på nationell nivå av privatägda bilfordon – se tabell nedan – framgår det att det är i segmentet mindre personbilar som tillväxten varit starkast under senare år, med en ökning på en faktor tre under åren 2002 till 2007.⁹ Dock finns det en del osäkerhet i indelningen av fordonsparken. Kategoriseringen medför exempelvis att gruppen ”små” bilar förefaller omfatta bilar som utifrån svenskt perspektiv skulle ses som tillhörande mellanklassen. Omkring 70 procent av nybilsmarknaden består i alla fall av bilar med en prislapp på 160 000 RMB (ungefärligen samma i SEK) eller lägre.¹⁰

⁶ Enligt en rapport från *China News*, som återrapporterades i flera media, bl.a. *China Daily*, 2006–05–24.

⁷ Enligt en rapport från *China Investment Consulting*, återrapporterad bl.a. i *Global Times* 2009–05–06.

⁸ *Beijing Polk–Catarec*. Se Will Freeman & Yuxin He, “Car wars”, *China Economic Quarterly*, issue 3 vol. 13 (2009).

⁹ *China Statistical Yearbook* 2008.

¹⁰ *Beijing Polk–Catarec*. Se Will Freeman & Yuxin He, “Car wars”, *China Economic Quarterly*, issue 3 vol. 13 (2009).

Annars brukar det ofta påpekas att den kinesiska personbilsmarknaden präglats av större andel stora lyxbilar jämfört med andra länder – en avspegling av både konsumtionsmönster och välståndsskillnader i den kinesiska befolkningen.¹¹ I t.o.m. ännu högre utsträckning än i västerländska länder är bilen för den välbeställda kinesen en viktig statussymbol.

I takt med att allt fler grupper i samhället kunnat ta del av välståndsökningen har privatbilism blivit möjlig för ett växande antal kineser. Dessa nya kinesiska privatbilskonsumenter har dock inte samma ekonomiska ramar som den första gruppen av kinesiska bilägare utan har tvingats söka sig till billigare modeller. Som denna rapport kommer att återkomma till har Kina också nyligen infört skatteregler som ytterligare har förstärkt incitamenten att köpa – motormässigt – mindre personbilar. Över lag är heller inte starka motorer lika efterfrågade som på västerländska marknader eftersom avstånden mellan städerna är alltför stora. I stället är det resor inom städerna som utgör majoriteten av bilfärderna inom landet, vilket förstärker incitamenten för mindre bilar.

Nyregistrering av passagerarfordon

År	Stora	Mellan	Små	Minibilar
2002	97 200	145 062	1 491 479	560 908
2003	100 284	157 523	2 421 951	481 101
2004	96 462	138 357	2 841 668	255 810
2005	99 489	105 314	3 712 056	240 645
2006	95 428	82 758	4 382 206	118 275
2007	90 760	71 857	4 759 449	64 373

Källa: *China Statistical Yearbook 2008*.

Det är också inom segmenten ”små” och ”medelstora” bilar som, enligt initierade bedömare, störst expansion förväntas i Kina under de närmaste åren. Större och mer lyxigare bilar förväntas – relativt sett – ha en lägre efterfrågeökning i Kina, men ändå en fortsatt god tillväxt.¹²

Som framgår av tabellen nedan har utländska märken ett försprång framför de inhemska, men detta håller nu snabbt på att minska. Särskilt i anslutning till krisen har det skett förskjutningar på den kinesiska marknaden till förmån för kinesiska bilmärken.

¹¹ Se exempelvis intervjun med Mikael Wickelgren Handelshögskolan i Göteborg i ”Asiens bilmarknad är bara i startgroparna” GP, 2008–12–08.

¹² Enligt analyser av China Automotive Quarterly, Q4 (2008).

Topp 15 bilmärken (personbilar) i Kina, 2008

	Sålda bilar 1 000-tal	Total försäljning Rmb 1 000	Intäkter Rmb miljarder
Volkswagen	760	126	96
Toyota	525	209	110
Honda	438	179	79
Nissan	339	134	45
Hyundai	288	129	37
Buick	262	170	45
<i>Chery</i>	<i>188</i>	<i>56</i>	<i>11</i>
Chevrolet	183	91	17
Suzuki	169	57	10
<i>Xiali</i>	<i>159</i>	<i>49</i>	<i>8</i>
Ford	157	159	25
Kia	132	120	16
<i>Geely</i>	<i>124</i>	<i>54</i>	<i>7</i>
<i>BYD</i>	<i>120</i>	<i>61</i>	<i>7</i>
Mazda	117	161	19

Icke-kinesiska	3,370		499
<i>Kinesiska</i>	<i>591</i>		<i>33</i>

Källa: FOURIN, Kina.

Not: kursiva märken är kinesiska.

Det är i kategorin mindre, billiga bilar (under ca 90 000 SEK) som de kinesiska tillverkarna har störst marknadsandelar med märken som Chery, Geely och BYD. Konkurrenterna här är dock knivskarpa och de nämnda företagen har planer på att skapa modeller som kan konkurrera även i dyrare segment (särskilt mellansektorn, 90 000 – ca 160 000 SEK) av marknaden.¹³

¹³ Will Freeman & Yuxin He, "Car wars", China Economic Quarterly, issue 3 vol. 13 (2009).

3 Produktion

3.1 Omfattning

Den kinesiska bilindustrin är fortfarande ung. År 1963 producerade Kina sammanlagt elva bilar. Tjugo år senare understeg tillverkningen fortfarande 10 000 personbilar per år. Så sent som år 1990 producerades bara strax över 40 000 bilar inom landet. 1990-talet blev dock det årtionde då den kinesiska bilindustrin vaknade till på allvar. År 2002 översteg man för första gången en miljon nyproducerade bilar på ett år. Två år senare hade man lyckats mer än fördubbla produktionen till 2,3 miljoner.¹⁴ År 2006 översteg produktionen fem miljoner bilar. År 2008 passerade man USA i bilproduktion och blev världens näst största biltillverkare efter Japan. Kina förväntas redan i år passera det sista konkurrentlandet och bli världens största biltillverkare.¹⁵

Det är lätt att bli imponerad av kinesiska produktionssiffror. Man ska dock ha i åtanke att den kinesiska bilproduktionen fortfarande är betydligt mindre än vad som tillverkas sammanlagt i Europa och USA, trots att betydligt fler människor bor i Kina.¹⁶ Produktionsgapet minskar dock i rask takt. Den kinesiska regeringen har också satt upp aggressiva, men ospecificerade, mål vad gäller framtida personbilsproduktion.

3.2 Produktionsstruktur

Kina har i dag cirka hundra inhemska biltillverkare, vilket är fem gånger så många som i USA. De flesta av dessa är små och finansiellt svaga.¹⁷ Trots det räknas i dagsläget fler än tio som *stora* tillverkare i Kina, vilket innebär att de producerar mellan 200 000 och en halv miljon bilar per år. Tillsammans sålde de tio största tillverkarna nästan fyra miljoner fordon, vilket motsvarade 58 procent av den totala inhemska personbilsmarknaden 2008.¹⁸ Chery, Xiali, Geely och BYD räknas i dag som de största inhemska tillverkarna.

Några av de kinesiska biltillverkarna är statliga, såsom Shanghai Automotive Industrial Corp, Chang'an Auto, Sinotruck, Chery Automobile Corp, First Automotive Works Group och Chang Feng. Andra är privata, såsom Great Wall Motor Co. Ltd och Geely. Fram till 2005 hade de statliga kinesiska tillverkarna uttalat en särställning i regeringens planer. Man kan t.o.m. säga att de inhemska privata tillverkarna missgynnades. Det året, när det stod klart att planerna på "San Da, San Xiao" (se nedan) misslyckats övergav till stora delar regeringen sitt tidigare motstånd mot inhemska privata producenter och började istället försöka gynna deras utveckling. I praktiken innebar det ett allmänt gynnande av marknaden för mindre och billiga bilar, som ofta är tillverkade i Kina, i jämförelse mot

¹⁴ Kelly Sims Gallagher, *China Shifts Gears. Automakers, Oil, Pollution, and Development (2006)*.

¹⁵ EE Asia Times, 2009-04-02.

http://www.eetasia.com/ART_8800568569_499495_NT_0a8a4485.HTM

¹⁶ I USA och Europa producerades sammanlagt 24,6 miljoner personbilar 2009.

¹⁷ Beijing Polk-Catarc. Se Will Freeman & Yuxin He, "Car wars", *China Economic Quarterly*, issue 3 vol. 13 (2009).

¹⁸ <http://autonews.gasgoo.com/auto-news/1009223/Top-10-PV-makers-sell-3-95-mln-vehicles-in-08.html>

stora och dyra bilar som vanligen tillverkats utomlands, eller i Kina av utländska tillverkare.¹⁹

En bred omstrukturering av bilindustrin är planerad som syftar till att skapa två eller tre stora grupper som producerar mer än två miljoner bilar varje år. FAW, Dongfeng, Shanghai Automotive Industry Corp. (SAIC) och Chang'an, är de fyra företag som uppmuntrats att gå samman med eller köpa upp övriga tillverkare.²⁰ Därutöver vill man se ett tiotal bilproducenter med tillverkning på cirka en miljon bilar varje år.

Liknande ambitioner har dock tidigare misslyckats i Kina. I mitten av 1990-talet beslöt regeringen att konsolidera de kinesiska producenterna efter amerikansk modell med tre stora producenter. Till dessa skulle även adderas tre mindre kinesiska producenter. Strategin gick under benämningen "San Da, San Xiao" (Tre stora, tre små).²¹ Som framgår av dagens produktionsstruktur lyckades man aldrig förverkliga dessa planer.

Det tidigare misslyckandets orsaker kan bara spekuleras kring. Möjligen ändrades yttre förutsättningar på ett sätt som gjorde planen inaktuell. En bidragande orsak var dock Kinas många regionala och lokala makthavare, vilka värnar lokala intressen och arbetstillfällen. Även försök till konsolidering en bit in på 2000-talet misslyckades, denna gång sannolikt som ett resultat av Kinas inträde i WTO. Förmodligen kommer en genomgripande konsolidering att bli svår att uppnå innan Kinas bilmärknad helt öppnats för konkurrens.

Det har också framförts inhemsk kritik mot detta sätt att på förhand plocka ut vinnare och därigenom påskynda en process som annars sannolikt skulle ha tagit flera årtionden att nå fram till. Kritiken, som bl.a. kommer från den ansedda nationella samhällsvetenskapliga akademien (CASS), går ut på att man riskerar att skapa svagare kinesiska aktörer genom att kringgå en process av marknadskonkurrens som skulle ha stärkt de överlevande aktörerna. Dessutom är det, enligt samma kritiker, svårt att på förhand plocka ut rätt vinnare. Utan så stark inblandning från statligt håll skulle kanske andra företag än dem som nu pekats ut ha överlevt.²²

3.3 Export–import

År 1977 importerade Kina 52 fordon. Tre år senare hade importen stigit till närmare 20 000 fordon, en utveckling som dock snabbt bromsades genom en kraftig ökning av importtullarna.²³ För att kunna undgå de höga importtullarna började utländska bilföretag ingå samriskföretag med kinesiska bilmärken. Det innebär att det är betydligt fler bilar som når den kinesiska marknaden genom denna gemensamma produktion än som direktimporteras. Utländska bilproducenter, oftast i samriskföretag med kinesiska företag, står för drygt 70 procent av alla bilar köpta i Kina.²⁴ Kinesiskt ägda biltillverkare ökar dock successivt sin marknadsandel, inte minst i anslutning till finanskrisen då marknadssegment där kinesiska tillverkare är starka stöttas genom skattelättnader.

¹⁹ "Car taxes in China–Taking another road", [http://chinapedia.chinaassist.com/2008/0828/Car taxes in China 15701.html](http://chinapedia.chinaassist.com/2008/0828/Car%20taxes%20in%20China%2015701.html), Chinaassist.com, 2009–11–03.

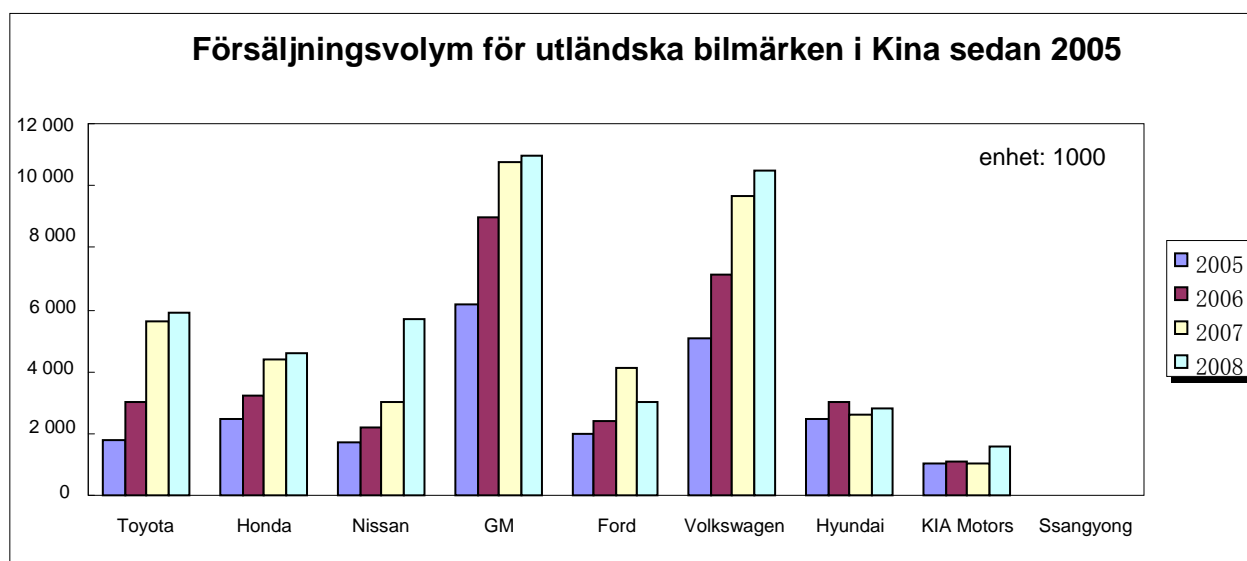
²⁰ China Automotive Review, vol. 4, nr. 4 (2009).

²¹ Gallagher (2006).

²² "Lessons from China's Automobile Industry", i The China Economist, May–June 2009.

²³ Gallagher (2006).

²⁴ china.org.cn, <http://french1.china.org.cn/english/BAT/191884.htm>.



Av de utländska märkena är det Volkswagen och GM som lyckats bäst, vilket till stor del kan förklaras med att de har funnits i Kina längre än övriga aktörer. Toyota, Honda och Nissan har också haft en stark tillväxt under senare år. Också Ford har utvecklats, även om försäljningsvolymen 2008 minskade jämfört med året innan. Andelsmässigt har Ford ungefär en tredjedel av GM:s och VW:s volymer. Ingen av de utländska bilproducenterna med tillverkning i Kina har aviserat minskade investeringar i Kina, snarare ökade: exempelvis planerar GM att årligen investera en miljard USD i Kina – dock oklart under hur lång tid.²⁵

Volvo Personvagnar (Volvo Car Corporation), som sätter samman S-40 och en förlängd version av S-80 på Fords fabrik i Chongqing, sålde 2008 ca 13 000 bilar – ca hälften genom direktimport och den andra hälften genom tillverkning på plats.²⁶ Saab, som inte har tillverkning i Kina, sålde via Shanghai GM år 2008 860 bilar, främst inom Shanghaiområdet.²⁷

En konkurrensnackdel för västerländska biltillverkare är att import av begagnade bilar är förbjuden. Detta innebär att bl. a. svenska bilmärken inte har en tillräckligt stor eftermarknad för att bygga upp ett servicenätverk, något som klart minskar värdet på bilen vid försäljning. Fram tills nyligen har det inte heller funnits någon fungerande andrahandsbilmarknad. Endast en tredjedel av alla sålda fordon är begagnade, jämfört med en majoritet i västvärlden. I och med finanskrisen har dock försäljningen av begagnade bilar både underlättats och ökat påtagligt.

²⁵ China Daily, 2009-03-16.

²⁶ http://english.chinabuses.com/news/2009/0319/article_1132.html. Ifall Ford säljer Volvo PV är det oklart vad som kommer att hända med Volvos sammansättning i Chongqing eftersom dagens samriskbolag ägs av Ford och Chang'an.

²⁷ Enligt uppgifter från Saab huvudkontor.

Kinas fordonsexport har utvecklats iögonfallande snabbt. Den sammanlagda kinesiska fordonsexporten överstiger faktiskt redan volymmässigt importen (644 000 mot 410 000 år 2008). Samtidigt har importen ett betydligt högre värde än exporten (151 miljarder USD mot 89), vilket innebär att värdet för varje enskilt exporterat fordon från Kina är betydligt lägre än för de fordon man köper in från andra länder.²⁸ För att förmedla en känsla för hastigheten i utvecklingen kan nämnas att så sent som år 2004 omfattade den kinesiska personbilexporten endast 10 000 fordon.²⁹

De kinesiska biltillverkarna medger oftast att deras produkter för tillfället inte har den kvalitet som krävs för att framgångsrikt kunna exportera till Europa och Nordamerika, inte minst har deras låga krockssäkerhet väckt uppmärksamhet på dessa marknader. Däremot riktas den ökande kinesiska bilexporten inte till dessa marknader utan främst till områden där kvalitetskrav kan stå tillbaka för billigare pris, såsom Ryssland, Latinamerika, Afrika, delar av Asien och Östeuropa. Chery, som är den största bilexportören i Kina, har som en konsekvens satt upp fabriker i Ryssland, Ukraina, Iran, Egypten, Indonesien, Uruguay och Thailand samt planerat ytterligare sju etableringar utanför Kina. Geely har sammansättningsfabriker i Ryssland, Ukraina och Indonesien.

Inom en inte alltför avlägsen framtid kan situationen dock vara annorlunda i Europa och Nordamerika. Många kinesiska producenter satsar betydande medel på att förbättra kvalitet och design, med den långsiktiga målsättningen att kunna konkurrera med egna produkter på västerländska marknader. Exempelvis satsar Geely åtta procent av sin avkastning på FoU, vilket är mer än gängse internationella nivåer på ca fem procent. Andra producenter, som exempelvis Chery, har anställt hela designteam från Europa för att minska kunskapsklyftan. Att flytta upp kinesiska bilföretag i produktionskedjan ses allmänt som nyckelfaktorn för fortsatt utveckling.³⁰

I en större internationell undersökning svarade fyra av fem chefer inom bilindustrin (och dess underleverantörer) att de tror att den kinesiska bilindustrin kommer att växa, samtidigt som över hälften tror att nordamerikanska bilmärken kommer att förlora marknadsandelar. Inom tio år tror de tillfrågade cheferna att kinesiska biltillverkare även kommer att stå för en stor del av bilförsäljningen i USA. Förmodligen – menar insatta bedömare – är det japanska och i ännu högre grad koreanska bilar som initialt kommer att utsättas för hårdast konkurrens till följd av den kinesiska expansionen.³¹

Detta kan dock sättas i kontrast till de ofta förekommande uttalandena att kunskapsnivån i den kinesiska bilindustrin är allt för låg för att kinesiska personbilstillverkare ska kunna utgöra ett allvarligt hot mot avancerade västerländska tillverkare på västerländska marknader.³² Kinesiska försök att börja sälja på mer mogna marknader har hittills huvudsakligen misslyckats till följd av oförmåga att uppnå de kvalitetskrav som krävs för att få licenser. Frågan är dock om inte den globala nedgången tvingar många västerländska bilköpare att överväga minskad kvalitetshänsyn till förmån för lägre pris, vilket skulle kunna gynna kinesiska bilproducenter, förutsatt att de får nödvändiga licenser.³³

²⁸ China Statistical Yearbook 2008.

²⁹ Gallagher (2006).

³⁰ Will Freeman & Yuxin He, "Car wars", China Economic Quarterly, issue 3 vol. 13 (2009).

³¹ Det menar en bilindustrianalytiker på KPMG som kommentar till sin studie.

<http://www.kpmg.se/pages/106131.html>

³² Intervju med utländska samriskföretagsrepresentanter 2009-03-09.

³³ Se China Daily, 2009-03-04 & 2009-03-14.

I ett större perspektiv framhålls det ofta att Kina har ett allmänt problem med innovationsförmågan i samhället, vilket kan tillskrivas såväl det nuvarande politiska systemet och konfucianska traditioner vilka inte uppmuntrar till kritiskt tänkande och ifrågasättande; avgörande faktorer för innovationsförmågan. Även det kinesiska utbildningssystemet brukar framhållas som dåligt på att skapa kreativa studenter.

Ett annat sätt att expandera utomlands är att köpa upp utländska tillverkare. För Sverige är detta särskilt aktuellt då Beijing Automotive Industry Holding Corporation (BAIC) har aviserat att man vill köpa 20 procent i Saab och Geely utsetts till ”prioriterad” budgivare när det gäller Fords försäljning av Volvo Personvagnar. Genom ett sådant köp skulle BAIC och Geely få tillgång till världsledande teknologi, kända märken, experter, distributionsnätverk, etc.

Förmodligen kommer BAIC:s eventuella minoritetsandelsköp i SAAB samt Geelys eventuella köp av Volvo PV att leda till en omfattande omstrukturering av verksamheten på den kinesiska marknaden. Förhoppningen är att försäljningen av de båda bilmärkena ska öka kraftigt i Kina tack vara den lokalkännedom respektive investerare besitter.

Kinesiska biltillverkare har, å andra sidan, ingen internationell erfarenhet eller expertis hur man leder en utländsk biltillverkare med säljkontor i dussintals länder och starka fackföreningar. Kina har heller inte haft goda erfarenheter av utländska bilmärkesuppköp som redan gjorts. T ex förlorade SAIC Motor Corp. stort på sin 500 miljoner USD-investering i sydkoreanska Ssangyong Motors, som begärde konkursskydd för några månader sedan.

Det finns också röster i den kinesiska regeringen som varnar för att inhemska biltillverkare inte ännu är tillräckligt starka för att samarbeta med internationella tillverkare. NDRC – den inflytelserika Nationella utvecklings – och reformkommissionen – som måste godkänna alla uppköp av utländska företag – har sagt: ”it will be a very big challenge for Chinese companies to stabilize the operations of foreign auto makers and to maintain growth”.³⁴ NDRC önskar hellre se att de kinesiska fordonstillverkarna köper upp varandra.³⁵

3.4 Samriskföretag

När Kina började öppna sig för omvärlden i slutet av 1970-talet saknades den teknologiska kapacitet som krävdes för att bygga egna bilar. Därför vände man sig till utländska företag för att få tillgång till avancerad teknisk kunskap på området, vilket ofta slutade med att kinesiska företag ingick i samriskföretag med den icke-kinesiska motparten. Samriskföretag utvecklades så småningom till ett lagstiftat tvång för utländska biltillverkare för att få påbörja produktion i Kina.

I dag är nästan alla större globala bilmärken representerade i Kina. Först ut var Volkswagen, som etablerade ett samriskföretag med Shanghai Automotive Industry Corporation (SAIC) – den största kinesiska tillverkaren – år 1984, av många menat som Kinas inträde i den moderna bilindustrin. Samarbetet har haft stora framgångar med Passat, som i Kina fick namnet *Santana*. Större delen av 1990-talet dominerade VW den kinesiska

³⁴ Mercopress, <http://en.mercopress.com/2009/03/03/chinese-auto-maker-could-acquire-ford-s-volvo-brand>.

³⁵ Se även kommentar i China Daily, 2009-04-29, där Cherys ordförande, Yin Tongyao, säger på direkt fråga om uppköp av Volvo att man ”avser att bygga ett eget märke som är starkare än Volvo”.

personbilsmarknaden. Volkswagens andel av den kinesiska personbilsmarknaden har dock sedan dess minskat från femtio till arton procent, även om försäljningen ökat i absoluta tal.³⁶ Andra bilproducenter har velat följa efter. I mitten av 1990-talet etablerade GM ett samriskföretag med SAIC. Ford, som också var med i kampen om att skapa ett samriskföretag med SAIC, men till slut förlorade mot GM, väntade till början av 2000-talet innan man startade ett samriskföretag tillsammans med Chang'an.

Det finns tolv stora samriskföretag inom den kinesiska personbilsmarknaden, bl a Shanghai VW, Shanghai GM, Dongfeng Nissan, Guangzhou Honda och Chang'an Ford. Eftersom det endast finns ett fåtal stora biltillverkare har en del ingått partnerskap med flera utländska bilmärken, exempelvis SAIC med både VW och GM, och Dongfeng med Nissan, Peugeot-Citröen, Kia och Honda.

Samriskföretagsformen används generellt av företag för att ta sig in på en ny marknad, i detta fall Kina, för att dra nytta av den lokala expertisen. Att ingå ett samriskföretag är dock inte oproblematiskt. Båda partner ger, åtminstone delvis, upp kontroll och därmed även möjlighet att fullt ut skydda sina rättigheter. Det är rimligt att utgå från att endast ett fåtal utländska tillverkare hade ingått i samriskföretag i Kina ifall det inte varit påtvingat. Det har också visat sig finnas starka skäl för de utländska tillverkarna att vara misstänksamma mot samriskföretagandet med kinesiska motparter,

En frågeställning återkommer ständigt i diskussionerna om kinesiska samriskföretag inom bilindustrin, nämligen vilken lojalitet den kinesiska motparten har till konstellationen. De flesta bedömare menar att motivationen för kineserna att ingå i samriskföretag med utländska företag i grund och botten är önskan att snabbare ta sig fram till en avancerad *kinesisk* bilindustri. När den kinesiska sidan väl fått den kunskap de behöver för att kunna gå vidare på egen hand kommer intresset för samriskföretaget att avta. Detta har också skett vid ett flertal tillfällen att den kinesiska partnern anklagats för att ha kopierat stora delar av den modell som det icke-kinesiska företaget påbörjat tillverkning av i Kina. Det finns bedömare som t.o.m. menar att i stort sett hela den kinesiska bilindustrin är uppbyggd på s.k. omvänd ingenjörskonst (reverse engineering).³⁷

Ett exempel på detta hämtat från fordonsindustrin, och med svensk anknytning, är Volvo Trucks samarbete med China National Heavy Truck Corporation (CNHTC). För att få till stånd ett samarbete på den kinesiska marknaden gjorde Volvo stora åtaganden om tekniköverföring, kapital och produktionskapacitet. Man misslyckades dock att få ned produktionskostnaden på lastbilarna, och dessutom gjorde nya regler för axeltryck det illegalt att köra fullastade Volvo-lastbilar på kinesiska vägar, varpå Volvo valde att bli passiv partner i samriskföretagssamarbetet. Då tog CNHTC, med hjälp av de verktyg Volvo skänkt, fram en egen variant av Volvolastbilen som precis uppfyllde kraven i den nya regleringen. Lastbilen, som fick namnet Ho Wo och marknadsfördes som "utvecklad, designad och tillverkad av Volvo" blev en bästsäljare.³⁸ I Asien har kinesiska lastbilar, däribland Ho Wo, tagit betydande marknadsandelar genom att sälja billiga kopior.

³⁶ The Wall Street Journal, <http://www.livemint.com/2009/02/26141922/VW-outlines-fresh-goals-for-Ch.html>.

³⁷ *Det argumenteras bland annat i: Niklas Nordström, "Kinas bilindustri ur ett joint venture-perspektiv", Uppsats i Ekonomisk Historia vid Lunds universitet (2008). Samma fenomen har också uppmärksamats i svensk media, se GP, 2009-03-15. Se även: Will Freeman & Yuxin He, "Car wars", China Economic Quarterly, issue 3 vol. 13 (2009).*

³⁸ Åsa Käfling, *The Chinese Volvo- Sino Foreign Joint Ventures and Perceived Performance, diss. Linköpings universitet (2009).*

Ett annat nyligen uppmärksammat exempel på kinesisk bilkopiering skedde när det kinesiska företaget Geely vid bilmässan i Shanghai våren 2009 visade upp en mycket snarlik kopia av Rolls Royce Phantom. Företaget försvarade sig med att det framvisade exemplaret skulle ses som en prototyp av vad man kunde göra snarare än som en modell som stod inför marknads lansering.³⁹

Samriskföretagsmodellen medför även problem för de kinesiska företagen. Det brukar ofta påpekas att modellen minskar flexibiliteten och entreprenörskapsförmågan hos kinesiska bilföretag jämfört med om de utvecklats helt på egen hand. Paradoxalt blir dessa negativa konsekvenser starkare ju mer framgångsrikt det kinesiska bilföretaget är som samriskföretagspartner.

³⁹ *Vissa inhemska bedömare menar att syftet är att utveckla en inhemsk lyxigare bilmodell som skulle kunna köras av statsapparatusens ledarskikt, istället för att som idag köra Audi-bilar. Se t.ex. USA Today, 2009-04-27.*
<http://content.usatoday.com/communities/openroad/post/2009/04/66044505/1>

4 Politik

4.1 Tidig pelarindustri

Kinas bilindustri har alltid omgärdats av omfattande politiskt intresse och inblandning. I början av 1990-talet pekade regeringen ut den som en ”pelarindustri” som skulle fungera som draglok för Kinas industrialisering. De spinoff-effekter bilindustrin har på bl.a. infrastruktur, underleverantörer, och ytterst hela det kinesiska samhällets utveckling, angavs som orsak till denna klassificering. Tillsammans med byggindustrin pekades bilindustrin ut som de två viktigaste pelarindustrierna för landet – vilket har gett dem en särskilt gynnad position. Det innebär å andra sidan också att bilindustrin är föremål för särskild uppmärksamhet från den kinesiska centralmaktens sida.

4.2 Teknologioverföring

För att kunna genomgå den omvandling som krävs för att gå från en årlig produktion på elva bilar, som var fallet 1963, till att i dagsläget producera flera miljoner personbilar har Kina på relativt kort tid varit tvunget att få tillgång till teknologi för bilproduktion av masskaraktär. Vägen som stakades ut skulle gå genom utländska tillverkare. Tanken bakom de samriskföretag som skapats med utländska bolag är att de ska baseras på tesen ”marknad mot teknik”. Med VW och dess framgångar som exempel skulle utländska bilproducenter lockas till Kina mot tillgång till en snabbt växande marknad. I gengäld skulle de bidra med teknologisk kunskap till de kinesiska företagen.

Som framgått har man också i hög grad lyckats förmå utländska biltillverkare att etablera tillverkning i Kina. Men i vilken utsträckning de kinesiska ambitionerna om avancerad teknologioverföring lyckats är svårare att avgöra. De utländska bilproducenterna är väl medvetna om riskerna för kopiering, vilket medför att de i de flesta fall försöker undvika direkt tekniköverföring till den kinesiska motparten. Bland annat har flera biltillverkare producerat särskilda kinesiska teknologiplattformar utvecklade från äldre bilmodeller, för att på så sätt undvika kopiering av de senast utvecklade modellerna.

Detta var dock mer vanligt under 1980- och 1990-talen.⁴⁰ I takt med att den kinesiska marknaden utvecklats och kundkraven ökat har det blivit mindre vanligt med tillverkning av äldre teknologiplattformar endast avsedda för den kinesiska marknaden. Kvar finns dock en stark oro om kopiering och en osäkerhet hur den lämpligast ska bemötas. Samtidigt är det uppenbart att den kinesiska marknaden är allt för lockande för att de stora biltillverkarna ska välja att helt avstå från att ta del av den, trots samriskföretag.

De modeller som kinesiska sidan uppenbarligen kopierat och startat egen tillverkning av betraktas av utländska bedömare som lågkvalitativa, vilket främst avser att kopieringen inte når ”på djupet” av teknologin, dvs. att de som kopierat inte fullt ut förstått teknologins betydelse och funktion. Vissa röster vill t.o.m. mena att en av de största riskerna inte är kopieringen i sig utan att den görs på så undermåligt sätt att det riskerar att påverka den utländska aktörens varumärke negativt. Detta är något som påverkar särskilt reservdelstillverkare.⁴¹

⁴⁰ ”Lessons from China’s Automobile Industry”, i *The China Economist*, May–June 2009.

⁴¹ Om exempelvis en olycka inträffar till följd av en piratkopierad reservdel måste originalföretaget bevisa att reservdelen inte härstammar från dem.

Lagstiftningen kring samriskföretag har även lett till etablering av en hel del utländska underleverantörer till bilindustrin, lockade av tillgång till den kinesiska bilindustrin och billig arbetskraft. Genom dessa har troligen betydande tekniköverföring ägt rum till den kinesiska sidan.

4.3 Krispaket

I regeringens stimulanspaket på 4 000 miljarder yuan (ungefär lika mycket i SEK), som lades fram i november 2008, ingick ett åtgärdsprogram för bilindustrin. Detta inkluderar bl a exportrabatter, bidrag till FoU och halverad skatt till fem procent på köp av bilar med motorer mindre än 1,6 liter. Skatten på köp av fordon med låga utsläpp kommer dessutom att sänkas ytterligare i år. Fem miljarder yuan har också avsatts för att subventionera bönders köp av små last- och personbilar, med 10 procents rabatt på bilar och 13 procents rabatt på motorcyklar. Tio miljarder yuan kommer att ges till FoU samt subventioner till ”national champions”. FoU-delen kommer att användas till främst forskning om alternativa drivmedel, men även till forskning om motorer, växellådor, styrsystem, bromssystem och bakaxlar.⁴²

I mitten av februari i år antog regeringen vidare en särskild plan för bil- och fordonsmarknaden och -industrin. Den gäller 2009–2011 och vägleds av fyra principer:⁴³

- Ökad nationell konsumtion. Siktet för 2009 är 10 miljoner personbilar, vilket ska ökas med 10 procent årligen, fram till och med 2011.
- Fortsatt omstrukturering av industrin – färre men större tillverkare. Man siktar på att varje större märke ska kunna tillverka minst 2 miljoner fordon per år.
- Ökad innovationsförmåga – här nämns särskilt nya drivmedel.
- Uppgradering av hela industrin, vilket i första hand verkar avse att förbättra eftermarknaden.

Några andra axplock från programmet är att öka andelen nationellt tillverkade fordon, ökade resurser till nationell FoU, bättre kunskap om reservdelar, ökad export (inga summor eller volymer nämns, utan verkar avse så mycket som möjligt) och en modern reparationsindustri.

⁴² Sichuan Economic Information Net, <http://www.sc.cei.gov.cn/>
(*汽车企业: 自主创新的强大支撑来自于政策*).

⁴³ Qi che chan ye tiao zheng he zhen xing gui hua – Program for reorganization and stimulation of automotive industry (2009). Har översatts från kinesiska utifrån information hämtad från flera sidor på Xinhuas hemsida: xinhuanet.com/auto.

4.4 Handelsfrågor

År 1994 brukar pekats ut som en vattendelare för kinesisk bilindustripolitik. Det året lade den kinesiska regeringen fram sitt första industripolitiska program för bilindustrin. För att skydda de inhemska tillverkarna, inklusive samriskföretag med utländska företag, fastslog man bl.a. höga importtullar på bilar; 180–220 procent, samt beslutade att fortsatt begränsa utländskt ägarskap i samriskföretag till maximalt 50 procent. Man fastslog även att 40 procent av bilens tillverkningsvärde måste produceras i Kina.

När Kina gick med i WTO år 2001 tvingades landet att avreglera handelspolitiken, så även inom bil- och fordonsektorn. Inför inträdet i WTO hade Kina förbundit sig att bland annat reducera höga kinesiska importtullarna för färdiga bilar till 25 procent senast halvårsskiftet 2006 och öka importkvoterna för bilar med 15 procent årligen tills de helt togs bort 2005. Idag direktimporteras dock endast drygt fyra procent av alla bilar, en andel som successivt minskat, trots de allt lägre tullarna. Vad gäller importtullar för bildelar skulle de minska från 35 till 10 procent fram till halvårsskiftet 2006.

I april 2005 implementerade Kina dock "Administrative Measures for the Import of Automobile Components fulfilling the Characteristics of a whole Vehicle". Dessa regler liknar de som antogs på nittiotalet och innebär att minst 40 procent av en bils komponenter måste vara tillverkade i Kina för att inte de importerade komponenterna ska omfattas av den högre tullsatsen för färdigmonterade bilar. Efter att ha fällts i WTO:s skiljedomstol i mars 2008 tog man dock bort tullarna den första september 2009. I dagsläget har Kina dock till stor del uppnått sitt syfte med regleringen då så gott som alla biltillverkare har gått över till lokala leverantörer. Det återstår att se vad som händer om biltillverkarna väljer att börja importera bildelar istället för att köpa dem lokalt.

Ytterligare ett problem för utländska biltillverkare är den kinesiska standarden Compulsory Certification System (CCC). Denna standard är snarlik, ofta identisk, med 1958 UN/ECE Agreement som används i stora delar av världen, och innebär ett stort merarbete vad gäller både tid och kostnader p.g.a. att samtliga tester måste göras om i Kina och utländska fabriker i Europa inspekteras av kinesiska inspektörer. Detta är ett exempel på ett icke-tariffärt handelshinder, en reglering som inte ökar säkerheten, men däremot kraftigt fördyrar och försvårar import av bilar.

4.5 Ett skifte mot grönt?

En fördel av att vara ett land som industrialiserats sent är att det direkt kan implementera senare teknologigenerationer. En sådan trend kan också märkas inom miljöteknikområdet i Kina med bäring på fordon. Det är också uppenbart att denna utveckling till stora delar styrs från politiskt håll i Peking.

För att vara utvecklingsland har Kina redan en stor andel elbilar och el-mopeder på vägarna. Kina har dessutom antagit en plan som syftar till att inom tre år vara en av världens ledande producenter av hybrid- och elbilar (och bussar). Från att ha producerat strax över 2 100 hybrid- och elbilar, inklusive bussar, år 2008 är siktet inställt på att utöka till en halv miljon år 2011 – vilket exempelvis är dubbelt så många som produceras i

dagsläget i Nordamerika. En halv miljon miljöfordon motsvarar närmare fem procent av den förväntade kinesiska bilproduktionen samma år.⁴⁴

Vid bilmässan i Shanghai 2009 visade flera kinesiska bilmärken (Chery, BYD, Great Wall, Dongfen och Chang'an) nya el- och hybridbilar. Viktigast är sannolikt BYD som enligt egna uppgifter avser att lansera en ny elbil som går längre per laddning och kostar mindre än någon annan bil på marknaden. Flera av Kinas övriga biltillverkare uppger också att "gröna" bilar är en viktig del av framtida exportstrategier, där ett fördelaktigt slutpris jämfört med västerländska tillverkare är en betydelsefull komponent.

Ett skifte mot grönare fordonspark gynnas också av att nästan alla bilresor i Kina är inom urbana områden; ännu så länge sker endast ett mindre antal bilresor över landet. Taxiföretag och lokala myndigheter i 13 större städer som köper el- eller hybridbilar får dessutom betydande bidrag, upp till 8 800 USD (ca 66 000 SEK).

En nyss genomförd incitamentsreform innebär att konsumtionsskatten för bilar med motorer mindre än en liter sänkts från tre till en procent. Syftet med denna reform är att öka bränsleeffektiviteten och förbättra luftkvaliteten. Man har även belagt stora bilar med motorer över tre liter med högre konsumentskatt, tjugo procent istället för tio. Detta har dock knappast enbart beslutats pga. en önskan att förbättra det globala klimatet, utan är även ett uttryck för en strävan att skydda kinesiska tillverkare som praktiskt taget har monopol på bilar med små motorer, medan så gott som alla bilar med stora motorer importeras. Försäljningen av bilar med motorer större än 3 liter har fallit med 47 procent sedan den högre skatten infördes,⁴⁵ vilket dock till viss del även kan tillskrivas den globala finanskrisen.

Det ska också nämnas att Kina även satsar stort på att bygga ut lokaltrafiken i landet. Det redan tidigare omfattande programmet för spårbunden kollektivtrafik såväl mellan städerna (tåg) som inom städerna (tunnelbana) fick ytterligare tillskott av medel i anslutning till det kinesiska stimulanspaketet. Vilka effekter detta kommer att få för den framtida kinesiska bilmärknaden är oklart, men man kan tänka sig en allmänt dämpad efterfrågeökning till följd av förbättrade kollektiva transporter.

Över lag har Kina för avsikt, inte minst inom transportsektorn, att hålla en betydligt högre miljöprofil än vad fallet varit hittills. Ovanstående ska därför ses som några exempel på vad man avser göra när det gäller reformer som har betydelse för personbilutvecklingen, och inte som en fullständig lista. Ett ytterligare exempel är de infartstullar och andra begränsningar av personbilstrafiken som många kinesiska städer redan har och som diskuteras i flera andra.

⁴⁴ China Car Times Green, <http://green.chinacartimes.com/2009/03/china-takes-on-america-in-electric-car-race/>

⁴⁵ Huli News, <http://www.huliq.com/3169/77032/imported-vehicle-sales-see-sharp-drop-q1>.

5 Slutresonemang

5.1 Den kinesiska marknaden

Kina är just nu världens största personbilsmarknad efter att första kvartalet 2009 passerat USA. Marknadsutveckling och politisk inblandning har medfört att den kinesiska personbilsmarknaden för tillfället är den enda större globala marknaden som växer. Tillväxten sker också utifrån att en nivå där en privatägd bil varit en lyx som få haft råd med. Detta håller dock på att ändras. Med en fortsatt långsiktigt god ekonomisk utveckling är marknadspotentialen för personbilar i Kina mycket stor, för att inte säga enorm.

Vad som är viktigt att inse i ett större perspektiv är att med växande privatbilism i länder såsom t.ex. Kina, men också i andra så kallade BRIC-länder, kommer den globala bilmärknaden att förändras under de närmaste årtionden; segmenten av billigare och mindre bilar kommer med största sannolikhet att andelsmässigt öka på bekostnad av större och kvalitativt ”bättre” bilar. Detta skulle kunna tänkas utmana många västerländska biltillverkares strategier: ett tryck att förändra produktionen till mindre och billigare bilar.

Samtidigt som tillväxten av marknaden för mindre personbilar i Kina kommer att vara mest markant, finns det inget som talar för att de större klasserna – i absoluta mått – skulle minska. Tvärtom förväntas tillväxten vara gynnsam under överskådlig tid. Möjligheten är därför stor att även de segment som svensk bilindustri riktat in sig på, kommer att öka i absoluta tal. Medan länder som Tyskland – vars bilar ofta konkurrerar med svenska – klarar sig bättre på den kinesiska marknaden jämfört med sin världsandel (18,9 procent jämfört med 14,8 procent) har Sverige stor potential för ökad försäljning eftersom man hittills klarat sig sämre (0,7 procent jämfört med 2,3 procent).⁴⁶ M.a.o. finns betydande potential för ökad försäljning av svenska personbilar i Kina.

Det finns möjligen en risk att värderingarna på den kinesiska marknaden kommer att förskjutas. I vissa andra asiatiska länder, ska enligt uppgifter från västerländska tillverkare, försäljningen av ”premium brands” minskat trots att det nationella välståndet stadigt ökat.⁴⁷ Detta tillskrivs förändringar i värderingar; från så kallad iögonfallande konsumtion till en önskan att, exempelvis, ha tillgång till en tillräckligt bra bil *och* en ny lägenhet. Men i absoluta tal torde en sådan utveckling i Kina ändå inte vara ett hot för tillverkare i de högre standardklasserna.⁴⁸

⁴⁶ “China Strategy Analysis– setting the right priorities for trade promotion in China”, Rapport från Exportrådet i Kina.

⁴⁷ Intervju med utländska samriskföretagsrepresentanter 2009–03–09.

⁴⁸ För att underlätta ytterligare för svensk bilindustri i Kina skulle en eliminering av ”local content”-kravet, att Kina erkänner 1958 UN/ECE Agreement-standarderna, att högre miljökrav ställs, att IPR-rättigheter skyddas, samt att import av begagnade bilar tillåts vara av stor betydelse.

5.2 En marknad med risker

I princip kan utländska biltillverkare som vill vara aktörer på den kinesiska marknaden agera på fyra olika sätt – med olika konsekvenser:

- Inte ha tillverkning på plats, utan istället direktimportera bilar för den kinesiska marknaden. Detta är dock svårt då de höga kinesiska importtullarna gör att bilen får ett mycket ofördelaktigt prisläge för den kinesiske konsumenten.
- Tillverka samma bilar på plats i Kina som tillverkas i övriga världen, men tillsammans med en kinesisk samriskföretagspartner. Detta ger viss politisk goodwill, men risken är å andra sidan överhängande för kinesisk kopiering av teknologiplattformar.
- I Kina enbart tillverka äldre, men anpassade, teknologiska plattformar i samriskföretag. Kopiering blir då inte ett lika allvarligt problem. Det negativa är att man ser den kinesiske konsumenten som mindre medveten jämfört med europeiska och nordamerikanska kunder, vilket kan skapa långsiktiga imageproblem.
- Skapa helt nya bilmärken och modeller tillsammans med kinesisk samriskföretagspartner, som exempelvis GAIG Hondas planerade bilmärke Linian. Dessa skulle då anknyta till den utländska aktören och därigenom kunna ta del av företagets prestige, samt få kinesiska regeringens välsignelse och möjligheter till finansiellt stöd. Ett dilemma för den utländska tillverkaren är att man då inte kan presentera ett globalt sammanhållet varumärke.

Medan SAAB har valt det första alternativet har Volvo PV hittills valt en kombination av den första och andra.

Det är inte vår uppgift att rekommendera strategier för svenska tillverkare, men rapporten vill lyfta fram att det finns nackdelar, eller uttryckt med andra ord *risker*, oavsett vilken strategi man väljer. Oavsett hur man hanterar dessa frågor är det av central vikt att vara långsiktig på den kinesiska marknaden och inse att den till stora delar har andra förutsättningar än den europeiska och nordamerikanska. Det innebär t.ex. att långsiktiga personliga kontakter i det kinesiska systemet inte ska underskattas. För att anpassa sig till kinesiska kunders smak har också allt fler utländska bilföretag etablerat särskilda utvecklingskontor i Kina. En analytiker kommenterar detta som att ”det går inte att skicka varenda detalj som ska ändras tillbaka till Detroit eller Wolfsburg”.⁴⁹ Kinesiska konsumenters önskemål skiljer sig också till viss del från västerlänningars. Ett exempel på detta är att bilen fyller en funktion av s.k. iögonfallande konsumtion – att lyxighet gärna ska synas. Samtidigt bryr man sig mindre om funktion som prestanda o.d. eftersom vägarna i städerna ofta lider av trafikstockning.

⁴⁹ Will Freeman & Yuxin He, “Car wars”, China Economic Quarterly, issue 3 vol. 13 (2009).

5.3 Är Kina ett nytt Japan/Korea?

Kina är inte bara en marknad. Det är också en konkurrerande biltillverkande nation som utvecklat sin bilindustri kraftigt under senare år. Som framgått vid flera tillfällen i rapporten är den kinesiska bilproduktionen ett område som omgärdas av betydande intresse från centralregeringen. Lite tyder på att politikernas inblandning i denna ”pelarindustri” kommer att avta på kort eller medellång sikt. Tre begrepp som kan sägas sammanfatta Kinas strategi för bilindustrin just nu är (utan prioritetsordning): kapacitetsuppbyggnad, konsolidering och strävan efter alternativa drivmedel.

Det finns ett antal bedömare som menar att Kinas kunskapsnivå i dagsläget är för låg för att kunna bli en allvarlig konkurrent på den globala personbilsmarknaden under överskådlig framtid. Sedan Japans och Koreas genombrott på den internationella marknaden har teknologinnehållet i moderna bilar utvecklats så mycket att det idag är betydligt svårare att överbygga teknologigapet mellan avancerade och relativt oerfarna producenter, något som försvårar för länder som Kina att komma ikapp, menar man.

Sådana bedömningar underskattar kraften i den kinesiska utvecklingen. Kina har redan visat att man på allvar kan slåss på världsmarknader. Den kinesiska modellen, som bygger på en stor andel statliga tillverkningsföretag, innebär att politikerna mer eller mindre kan diktera hur framtiden för bilindustrin ska se ut. Tillverkarna måste sedan rätta sig efter dessa diktat eller gå under. Det är svårt att argumentera för att detta inte skulle få globala konsekvenser även på kort sikt.

Det kinesiska exportgenombrottet kommer att ske – eller får sägas redan ha skett – inom de lågkvalitativa segmenten och dessutom i länder där aspekter som säkerhet o.d. inte har lika hög prioritet för konsumenterna som på de marknader exempelvis svenska tillverkare verkar på. Men på sikt är de ofrånkomligt att framgångar även kommer att ske inom andra marknadssegment där man kommer att bli direkta konkurrenter till västerländska biltillverkare på västerländska marknader. En viktig väg för kinesiska biltillverkare att få internationellt genomslag är dock förmodligen genom el- och hybridbilar – områden där man nu genomför stora satsningar.

Det finns givetvis hinder, vid sidan av att kunskapsnivån i dagsläget är låg, som kan motverka att den kinesiska bilindustrin får ett större genombrott på kort sikt. Ett betydande dilemma – inte enbart i bilindustrin utan i det kinesiska samhället i stort – är den låga innovationsförmågan. Det skapar svårigheter för kinesisk industri att ligga i framkanten av teknikutvecklingen.

Men frågan sammantaget är ändå inte *om* de kinesiska biltillverkarna kommer att bli direkta konkurrenter till märken som SAAB och Volvo, utan *när*. Svaret kan mycket väl vara: tidigare än många anar. Mest sannolikt kommer dock inte alla kinesiska bilmärken att få ett internationellt genombrott utan något eller några enstaka. Chery, BYD eller Geely får sägas vara toppkandidaterna för detta.

5.4 Konsekvenser för svensk bilindustri

Några konsekvenser av den kinesiska utvecklingen för svensk bilindustri kan nämnas i punktform:

Den kinesiska bilindustrins snabba tillväxt påverkar konkurrensförutsättningarna för svenska biltillverkare och underleverantörer allt mer. Det finns all anledning att tro att denna utveckling kommer att förstärkas ytterligare över tiden. Om vi blickar tio år framåt kommer Kinas personbilsmarknad förmodligen att domineras av inhemska märken – beroendet av västerländsk expertkunskap lär ha minskat väsentligt.

Mycket talar för att de kinesiska biltillverkarna kommer att specialisera sig på att producera inte bara billiga utan också betydligt mer miljövänliga bilar. Så småningom lär man också vilja ta marknadsandelar i de högre standardbilssegmenten. Denna utveckling kan dock gå snabbare om man väljer att förvärva utländska bilmärken.

En viktig fråga är naturligtvis vad som kommer att ske med tillverkningen i Sverige utifrån framväxten av en stark kinesisk personbilsexport. Som påpekats är inte konkurrensen omedelbar då Kinas strategi in på andra marknader sannolikt kommer gå genom enklare, billiga miljöbilar. Det är därför i första hand länder som Sydkorea som har anledning att se med oro på de närmaste årens utveckling av den kinesiska bilindustrin. Men på sikt kommer konkurrensen också med största sannolikhet även omfatta svenska biltillverkare. Det vore naivt att tro någonting annat.

Svenska biltillverkare kommer inte heller i framtiden att ha någon möjlighet att konkurrera med pris på den kinesiska marknaden. Avgörande för framgångar i Kina blir sannolikt istället hur man lyckas utveckla områden som säkerhet, design och kvalitet – faktorer som förefaller bli allt viktigare på den kinesiska marknaden i takt med att välståndet i befolkningen ökar och de kinesiska bilköparnas preferenser förfinas.

En annan sannolikt allt viktig faktor för utländska märken är miljön. Kina kan mycket väl vara det första verkliga genombrottslandet för alternativa drivmedel. Att den absoluta majoriteten av bilköpare i Kina är förstagångsköpare innebär att majoriteten av konsumenter saknar starka band till bensinmotorer. Transportstrukturen med många resor inom städerna och få utanför dessa gynnar också en övergång till andra drivmedel än bensin.

En annan viktig fråga är vad som kommer att hända med svenska underleverantörer. Det finns bedömare som hävdar att svenska underleverantörer måste söka sig till Asien för att långsiktigt kunna överleva. Om de inte klarar att konkurrera på de asiatiska marknaderna kommer de heller inte att ha möjlighet att behålla den egna hemmamarknaden med ökad lågpriskonkurrens från exempelvis Kina. Idag har, enligt Fordonskomponentgruppen,⁵⁰ endast 30–40 av drygt 200 koncernmedlemmar etablerat sig i Kina.

Samtidigt finns andra röster som menar att den svenska leverantörsindustrin är väl rustad för internationell konkurrens. De internationaliserade tidigt sina inköp och har därför under betydligt längre tid än sina europeiska kollegor levt under global konkurrens. Det finns också tidigare exempel på underleverantörskluster, exempelvis för varvsindustrin, som klarat stora globala strukturomvandlingar bra.

⁵⁰ *En organisation för svenska underleverantörer i fordonsbranschen.*

Tillväxtanalys, myndigheten för tillväxtpolitiska utvärderingar och analyser, är en gränsöverskridande organisation med 60 anställda. Huvudkontoret ligger i Östersund och vi har verksamhet i Stockholm, Bryssel, New Delhi, Peking, San Francisco, Tokyo och Washington.

Tillväxtanalys ansvarar för tillväxtpolitiska utvärderingar, analyser och internationellt kontaktskapande och därigenom medverkar vi till:

- stärkt svensk konkurrenskraft och skapande av förutsättningar för fler jobb i fler och växande företag
- utvecklingskraft i alla delar av landet med stärkt lokal och regional konkurrenskraft, hållbar tillväxt och hållbar regional utveckling

Utgångspunkten är att forma en politik där tillväxt och hållbar utveckling går hand i hand. Huvuduppdraget preciseras i instruktionen och i regleringsbrevet. Där framgår bland annat att myndigheten ska:

- arbeta med omvärldsbevakning och policyspaning och sprida kunskap om trender och tillväxtpolitik
- genomföra analyser och utvärderingar som bidrar till att riva tillväxthinder
- göra systemutvärderingar som underlättar prioritering och effektivisering av tillväxtpolitikens inriktning och utformning
- svara för produktion, utveckling och spridning av officiell statistik, fakta från databaser och tillgänglighetsanalyser
- tillhandahålla globala mötesplatser och främja internationellt kontaktskapande inom tillväxtpolitiken

Om rapportserien:

Rapportserien är Tillväxtanalys huvudsakliga kanal för publikationer. I rapportserien ingår även myndighetens faktasammanställningar.

Övriga serier:

Statistikserien – löpande statistikproduktion.

Svar direkt – uppdrag som ska redovisas med kort varsel.

Working paper/PM – metodresonemang, delrapporter och underlagsrapporter är exempel på publikationer i serien.