新京报玖周年纪念特刊

黄金时代

汽车产业十年回顾

新京报制图/师春雷

世纪缩为十年：中国汽车的黄金年代

过去的10年中，中国汽车产业经历了启蒙、低谷和井喷式增长等各种发展形态，并最终在2010年成为全球第一大汽车市场。从产业上下游到消费者，也都经历了史无前例的快速成长。中国汽车产业的这10年几乎凝聚了海外传统汽车市场一个世纪走过的历程，但快速膨胀的车市也隐藏着脆弱和危机。

毫无疑问，合资道路是中国汽车工业发展的重要基础，外资厂商带来了先进的零部件供应体系、生产方式、营销和市场理念，并且快速在中国培育了一大批上下游供应商，在这个过程中，事实上中国汽车产业得到了快速的提升。与此同时，中国民族品牌也开始尝试通过各个方式突围，整个行业水平的提升也为其发展带来了原动力，虽然在这10年中也逐渐开始摆脱跟随和模仿，更多高品质的自主创新的设计、技术和整车涌现，但不可否认，中国民族品牌还存在巨大差距。

这10年中，随着汽车产业的成熟，对于消费者来说最直观的改变就是汽车已经不再是遥不可及的奢侈品，而成为了生活中不可分割的组成部分。快速释放并膨胀的消费需求让中国汽车市场在经历了2003年到2004年的短暂低谷之后，快速飙升。卖方市场一下子转变成了买方市场，细分化程度越来越高，消费者的选择余地也越来越大。

但车商的好日子从2011年开始逐渐走了下坡路，整体经济环境不景气的影响居首，另外的压力包括大城市为缓解拥堵出台的限购政策和鼓励消费政策的取消。同时，闭着眼也能卖车的局面导致的市场发展过于粗放化、营销能力匮乏等问题，在2011年车市增速放缓之后开始显现。

可以说，如今的中国车市正在进入到10年连续快速发展之后的平静期，行业在这个阶段必将经历一个成熟化、精益化的洗牌过程，而消费者也必将从中受益，更合理的价格、更符合需求的产品以及更完善的服务会越来越多地来到身边。

而在下一个10年，可持续发展无疑将成为重要话题，怎么进一步降低对传统石油能源的依赖，如何让新能源技术更快、更好地投入量产都是至关重要的问题。而汽车与日常生活的结合也愈发密切，网络无疑将更多地普及到移动的汽车上，车载互联技术可以实现的功能超乎想象。

B09–B30版专题采写/新京报记者 尹蔚 梁静晶 谢涛 魏学珍 张洁 朱行远 崔卓佳

责编 魏希宁 图编 高玮 美编 叶绿 责校 薛京宁