

# 柳州五菱汽车公司外部环境分析与产业环境分析

鲁永娜

广西财经学院

DOI:10.32629/ej.v9i2.3349

**[摘要]** 本研究运用PEST分析法和五力竞争模型,系统分析柳州五菱汽车公司的外部与产业环境。研究发现,公司在政治环境中面临政策支持与环保法规趋严的双重局面;经济环境下受宏观波动与消费升级的双重影响;社会环境中消费者偏好和人口结构变动作用显著;技术环境新能源与智能网联技术发展带来转型压力。产业环境方面,现有竞争者、潜在进入者、替代品的压力,以及供应商和购买者的议价能力,共同构成公司的竞争格局。基于此,本文提出针对性战略建议,为五菱汽车可持续发展提供参考。

**[关键词]** PEST分析; 五力模型; 外部环境; 产业环境

中图分类号: F121.3 文献标识码: A

## Analysis of External Environment and Industrial Environment of Liuzhou Wuling Automobile Company

Yongna Lu

Guangxi University of Finance and Economics

**[Abstract]** This study employs the PEST analysis and the Five Forces model to systematically examine the external and industrial environment of Liuzhou Wuling Automobile Company. The findings reveal that the company faces a dual challenge in the political environment, characterized by policy support and increasingly stringent environmental regulations. Economically, it is influenced by macroeconomic fluctuations and consumption upgrades. Socially, consumer preferences and demographic changes play a significant role. Technologically, the development of new energy and intelligent connected technologies creates transformational pressures. In the industrial context, the competitive landscape is shaped by existing competitors, potential entrants, and the pressure from substitutes, as well as the bargaining power of suppliers and buyers. Based on these insights, the paper proposes targeted strategic recommendations to support Wuling Automobile's sustainable development.

**[Key words]** PEST analysis; Five Forces model; external environment; industry environment

### 引言

柳州五菱是我国汽车产业重要企业,其发展历程折射出中国汽车工业的变革与崛起。公司1996年成立,为广西国有独资大型企业;2002年与上汽、通用三方合作,成立上汽通用五菱,同时确立零部件、发动机、专用车三大主业。企业拥有柳州、青岛两大生产基地,年产能达百万辆,主营微客、微货、小型MPV等,五菱宏光等车型广受市场认可,还积极布局新能源,推出宏光MINIEV等爆款产品。当前行业竞争激烈、外部环境复杂,系统分析其内外发展环境,对制定科学战略、增强竞争力、实现可持续发展意义重大。

### 1 五菱宏光的外部环境分析

#### 1.1 宏观环境分析

##### 1.1.1 政策环境(Political)

我国新能源汽车产业政策发展历经四个关键阶段:一是2009-2013年的推广期,新能源汽车被列为战略性新兴产业,“十城千辆”试点项目启动,但受技术、配套设施等限制,市场发展缓慢;二是2014-2018年的政策扶持期,政府出台系列购置补贴政策,大幅刺激车企研发和消费者购买意愿,新能源汽车产销量快速增长;三是2019-2021年的过渡期,补贴政策逐步退坡,而新能源汽车技术持续进步,续航里程、使用寿命等指标显著提升,市场成熟度与渗透率稳步提高;四是2022年以后的完全市场化阶段,政策性补贴基本退出,“双积分”机制正式落地,新能源汽车进入市场化竞争阶段,智能网联技术与电动化、自动驾驶的融合,大幅提升了新能源汽车的产品价值,乘用车成为新能源汽车市场增长的核心动力。

##### 1.1.2 经济环境(Economic)

国家统计局发布的数据显示,2024年国内生产总值1349084亿元,比上年增长5.0%。其中,第一产业增加值91414亿元,比上年增长3.5%;第二产业增加值492087亿元,增长5.3%;第三产业增加值765583亿元,增长5.0%。第一产业增加值占国内生产总值比重为6.8%,第二产业增加值比重为36.5%,第三产业增加值比重为56.7%。

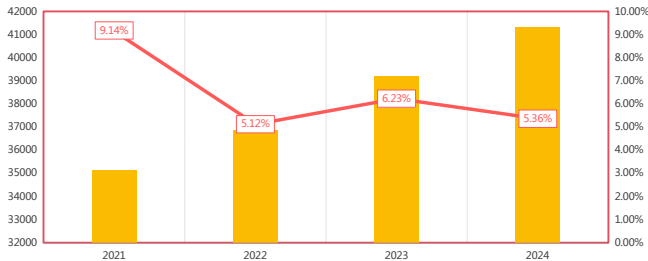


图1 人均可支配收入

居民生活水平同步提升,如图1所示,2024年全国居民人均可支配收入达4.13万元,同比增长5.36%,与经济增长基本同步,居民消费意愿和能力持续提高。从消费支出结构来看,2024年居民人均交通通信消费支出为3976元,同比增长8.9%,占人均消费支出的14.1%,成为居民消费的重要组成部分,为汽车产业发展奠定了坚实的消费基础。

#### 1.1.3 社会环境 (Social)

消费者接受度是新能源汽车市场发展的核心因素,随着全民环保意识的增强和新能源汽车技术的成熟,新能源汽车的社会认可度持续提升,逐渐成为消费者主流购车选择之一。其中年轻消费群体对新能源汽车接受度较高,成为市场消费的主力军。

同时,新能源汽车产业扶持政策进一步降低了购车和用车成本,充电桩的普及有效缓解了消费者的里程焦虑,而上牌照、尾号限行等方面的政策便利,更是持续强化了消费者的购买意愿,多重因素共同推动新能源汽车消费市场的扩容。

#### 1.1.4 技术环境 (Technological)

汽车行业技术创新迭代速度加快,新能源、智能网联、自动驾驶等技术的快速发展,重构了汽车产业的技术格局。新能源领域,三元锂电池能量密度提升、磷酸铁锂电池成本降低,为新能源汽车发展提供了核心技术支撑;智能网联技术实现了车辆与外界的信息交互,自动驾驶技术从理论走向实际应用,未来将深刻改变出行方式与行业竞争格局。

柳州五菱紧跟技术发展趋势,自主研发GSEV全球小型电动车架构,通过高度集成化设计使零部件数量减少40%,车身重量控制在700kg以内,电池成本控制4000元/kWh以下,显著低于6000元/kWh的行业平均水平。此外,公司推出宏光MINIEV等多款新能源车型,凭借小巧车身、亲民价格和实用续航,在新能源汽车市场取得优异销售成绩。

### 1.2 行业发展趋势

#### 1.2.1 新能源汽车市场持续增长

随着全球对环境保护和能源可持续发展的关注度不断提高,新能源汽车市场呈现出迅猛的发展态势。各国政府纷纷出台鼓励政策,推动新能源汽车的普及,消费者对新能源汽车的接受度也在逐渐提升。技术的不断进步使得新能源汽车的续航里程、充电速度等关键性能指标不断改善,成本逐渐降低,进一步促进了市场的发展。柳州五菱汽车公司在新能源汽车领域已经取得了一定的成绩,如宏光MINIEV成为国内新能源汽车市场的畅销车型。未来,公司需要继续加大在新能源汽车技术研发和产品创新方面的投入,以适应市场的快速发展。

#### 1.2.2 智能化与网联化趋势加速

智能化与网联化是汽车产业的核心发展方向,智能驾驶辅助、车联网、远程控制、车辆健康监测等功能,成为消费者购车的重要考量因素。五菱需积极与科技企业开展跨界合作,引进先进技术,加快智能化、网联化产品的研发与应用,提升产品附加值和市场竞争力。

## 2 产业环境分析

本文运用波特五力竞争模型,从同行业竞争者、潜在进入者、供应商、购买者、替代品五个维度,分析五菱汽车所处的产业竞争环境。

#### 2.1 同行业的竞争者

汽车行业市场竞争异常激烈,五菱面临国内外众多车企的全方位竞争。国内自主品牌中,长安、长城、吉利等企业在技术研发、产品质量和品牌影响力上持续提升,与五菱在微型车、新能源汽车等细分市场展开直接竞争,对五菱的市场份额形成一定冲击。合资与外资品牌则凭借先进技术和品牌优势,占据市场重要地位,其中特斯拉、比亚迪在新能源汽车领域技术与市场份额领先,大众、丰田、本田等在传统燃油车领域深受消费者信赖,各类竞争对手在研发、生产、营销等方面各有优势,给五菱带来较大的市场竞争压力。

#### 2.2 潜在进入者的威胁

汽车行业属于资金、技术、人才密集型行业,行业进入门槛较高,但新能源与智能网联汽车的发展,吸引了大量跨界进入者,潜在进入者威胁持续加大。科技与互联网企业凭借在软件、人工智能、大数据等领域的技术优势,纷纷布局汽车产业,特斯拉便是跨界进入的典型代表,其在电动汽车和自动驾驶技术上的成就,对传统车企形成巨大冲击。同时,新兴新能源汽车企业通过创新商业模式和技术应用,不断抢占市场份额,新进入者带来的新技术、新模式,进一步加剧了市场竞争,五菱需密切关注潜在进入者动态,提前制定应对策略。

#### 2.3 供应商的议价能力

五菱的供应商体系中,部分零部件本地配套率较高,柳州已形成完善的汽车零部件产业集群,公司与本地供应商建立长期稳定的合作关系,通过规模化采购和协同发展,有效降低了本地供应商的议价能力。但对于发动机、变速器等高价值关键零部件,五菱仍需从外地采购,此类供应商集中度较高,议价能力较强。此外,钢铁、铝等金属原材料的全球价格波动,会直接影响

供应商的生产成本与议价能力,进而传导至五菱的生产端,给公司成本控制带来挑战。

#### 2.4 购买者的议价能力

汽车市场产品供给丰富,消费者拥有广泛的选择空间,在购车时可对不同品牌、车型的价格、性能、配置、售后服务进行全方位对比,购买者整体议价能力较高。互联网的发展让消费者能够便捷地获取汽车市场行情、经销商报价等信息,进一步提升了其议价的针对性与主动性。此外,大型企业、政府机构等团体购买者,因采购量较大,具备更强的议价能力。五菱需通过提升产品质量、优化服务水平、完善价格策略,满足消费者多元化需求,降低购买者议价能力带来的市场影响。

#### 2.5 替代品的威胁

汽车的替代品主要包括公共交通工具、共享出行工具和电动自行车等,多样化的出行方式分流了部分私家车需求,对汽车行业形成一定威胁。城市地铁、轻轨、公交车等公共交通持续完善,共享单车、共享汽车、网约车等共享出行模式快速发展,已能满足消费者大部分日常出行需求,降低了消费者对私家车的依赖。电动自行车则以便捷、环保、低成本的优势,在短距离出行市场占据一席之地,成为短途私家车使用的重要替代品。五菱需通过提升产品的差异化优势,强化舒适性、安全性、智能化水平,吸引消费者购买,缓解替代品的市场冲击。

### 3 柳州五菱汽车公司面临的挑战与机遇

#### 3.1 面临的挑战

##### 3.1.1 激烈的市场竞争压力

汽车行业的全方位竞争,让五菱在市场份额争夺中面临巨大压力,国内外竞争对手在产品、技术、价格、品牌等方面各展优势,若五菱无法持续提升核心竞争力,将面临市场份额下降、利润空间压缩的风险。

##### 3.1.2 技术创新与变革的压力

新能源、智能网联等汽车技术更新换代速度快,企业需要持续投入大量资金开展研发工作,才能跟上行业技术发展步伐。若五菱在技术创新方面出现滞后,将导致产品技术含量不足,无法满足市场与消费者的需求,丧失市场竞争优势。

##### 3.1.3 原材料价格波动风险

钢铁、铝、橡胶等原材料是汽车生产的基础,其价格的全球频繁波动,直接影响五菱的生产成本。若原材料价格持续上涨,公司无法通过有效方式转移成本压力,将对企业的盈利能力产生不利影响。

#### 3.2 面临的机遇

##### 3.2.1 政策支持带来的发展机遇

国家和地方政府持续出台新能源汽车产业支持政策,补贴、税收优惠等政策红利,能够帮助五菱降低生产成本,提高产品竞争力,为公司加快新能源汽车研发与推广提供了良好的政策环境。

##### 3.2.2 下沉市场的潜力挖掘

我国县域、乡镇等下沉市场汽车需求潜力巨大,且消费者对高性价比车型的需求旺盛。五菱的产品定位与价格策略契合下

沉市场的消费特征,在下沉市场具备天然优势,可进一步深耕市场,挖掘需求潜力,扩大市场份额。

##### 3.2.3 智能化与网联化发展机遇

汽车智能化、网联化的发展趋势,为五菱带来了新的市场增长点。公司可通过与科技企业跨界合作,加快智能网联技术在产品上的落地应用,提升产品附加值与用户体验,开拓新的市场空间,实现产业升级。

### 4 结论与建议

#### 4.1 结论

通过对柳州五菱汽车公司外部环境与分析可知,公司既面临着诸多机遇,也面临着严峻的挑战。在外部环境方面,政治、经济、社会、技术、环境和法律等因素对公司的发展产生深远影响。在产业环境方面,现有竞争者的威胁、潜在进入者的威胁、供应商的议价能力、购买者的议价能力以及替代品的威胁共同构成了公司所处的竞争格局。同时,市场需求的变化和产业链的发展也为公司带来了机遇和挑战。

#### 4.2 建议

针对企业发展可从三方面优化升级:技术创新层面,加大电池、电动驱动系统等新能源核心技术研发投入,联合科研机构探索固态电池等前沿技术,提升产品续航、充电与安全性能;同时联动科技企业,落地智能驾驶辅助、车联网技术,推进车型智能化网联化升级,塑造科技品牌形象。产品策略上,精准匹配国内外不同层级市场需求,下沉市场深耕高性价比实用车型,在一、二线及国际高端市场升级品质配置、开发中高端产品,完善产品矩阵;并通过特色外观内饰设计、个性化定制服务打造产品差异化。供应链管理方面,深化与本地供应商合作以研发降本、提升配套率,与海内外核心供方建立长期合作保障零部件供应;建立原材料价格监测机制,借助调价协商、套期保值及新材料替代,缓解价格波动带来的成本与生产风险。

#### 【参考文献】

- [1]苏秀清,江迅杰.基于PEST模型的吉利汽车财务竞争力分析[J].现代工业经济和信息化,2024,14(12):231-234.
- [2]张庭溢,陈晶晶.基于PEST-SWOT视角下宁德市农产品物流发展分析[J].中国储运,2024,(08):108-109.
- [3]刘圻,雷雪勤,杨惠元,等.企业竞争力与现金流战略管理关系研究——基于五力模型框架下的问卷数据分析[J].宏观经济研究,2015,(10):120-128.
- [4]张建三,张艳鹤.天津市新能源产业发展现状及竞争力分析[J].科技管理研究,2014,34(04):115-119.
- [5]魏小琳.地方高校发展策略:基于SWOT的分析[J].教育发展研究,2009,29(Z1):71-75.
- [6]罗霆.基于“竞争五力”模型的电视产业环境分析[J].现代传播-中国传媒大学学报,2009,(03):99-102.

#### 作者简介:

鲁永娜(1999--),女,汉族,山东省莒南县人,硕士研究生在读,研究方向:企业财务与会计。