

PEST 与波特五力模型视角下广汽集团外部环境分析及发展策略研究

黄奥林

广西财经学院

DOI:10.32629/ej.v9i3.3433

[摘要] 在新能源汽车、电动化与智能网联技术快速发展的背景下,汽车产业正经历深刻的结构性变革,企业所面临的竞争环境日益复杂。本文以广汽集团为研究对象,运用PEST分析法从政治、经济、社会与技术四个方面分析企业所处的宏观环境,并结合波特五力模型对汽车产业竞争结构进行系统分析。在此基础上,总结广汽集团在当前产业环境中的发展机遇与挑战,并提出加强技术创新、优化供应链体系、提升品牌竞争力以及深入挖掘消费者需求等发展策略。本研究为广汽集团及汽车行业其他企业制定战略提供参考,助力汽车产业发展。

[关键词] PEST分析法; 五力竞争力模型; 外部环境; 产业环境

中图分类号: F062.9 **文献标识码:** A

External Environment Analysis and Development Strategy Research of GAC Group from the Perspective of PEST and Porter's Five Forces Model

Aolin Huang

Guangxi University of Finance and Economics

[Abstract] Against the backdrop of the rapid development of new energy vehicles, electrification, and intelligent connected technologies, the automotive industry is undergoing profound structural changes, and the competitive environment faced by enterprises is becoming increasingly complex. Taking GAC Group as the research object, this paper applies the PEST analysis method to examine the macro environment in which the enterprise operates from four aspects: political, economic, social, and technological factors. Combined with Porter's Five Forces model, it systematically analyzes the competitive structure of the automotive industry. On this basis, the paper summarizes the development opportunities and challenges faced by GAC Group in the current industrial environment, and proposes development strategies such as strengthening technological innovation, optimizing the supply chain system, enhancing brand competitiveness, and deeply exploring consumer demand. This study provides references for GAC Group and other enterprises in the automotive industry to formulate strategies, contributing to the development of the automotive industry.

[Key words] PEST analysis method; Five Forces model; external environment; industrial environment

引言

近年来,随着新能源技术、智能化技术以及信息技术的不断进步,全球汽车产业正在发生深刻变化。随着经济的稳步增长,消费者对汽车产品的需求从单纯的出行工具向高品质、智能化、个性化方向加速转变。从全球范围来看,各国为应对能源危机和环境污染问题,大力推动汽车产业向绿色、低碳方向转型。我国也将新能源汽车产业列为战略性新兴产业,出台了诸如购车补贴、税收减免、充电设施建设支持等一系列鼓励政策,这在为汽

车企业带来发展机遇的同时,也加剧了行业内的竞争^[1]。广汽集团作为我国汽车行业的领军企业之一,其业务涵盖研发、整车、零部件等多个领域,产业链完整,但要实现“万亿广汽”的宏伟蓝图以及向世界一流科技企业迈进的目标,就必须精准把握外部环境变化,制定并实施有效的发展战略。因此,对广汽集团的外部环境和产业环境进行深入剖析,探寻其应对策略,具有重要的现实紧迫性。

1 外部环境分析

1.1 政治因素——政策叠加创造新机会

国务院于2012年印发《节能与新能源汽车产业发展规划(2012—2020年)》，其中提到：加快培育和发展节能汽车与新能源汽车，既是有效缓解能源和环境压力，推动汽车产业可持续发展的紧迫任务，也是加快汽车产业转型升级、培育新的经济增长点和国际竞争优势的战略举措。除此之外，公车改革和各级政府对国产车的重视将对国民消费产生重要影响，未来可能将是自主品牌发展的机遇期，创新驱动、自主发展将成为汽车行业主流。

1.2 经济因素——经济发展推动新发展

汽车产业作为国民经济的重要支柱，其市场需求与宏观经济环境呈现显著正相关性。具体而言，国内生产总值增速作为核心经济指标，对乘用车消费市场具有双向调节作用：当经济保持中高速增长时，居民消费信心指数与可支配收入同步提升，有效刺激汽车购置需求；反之则可能抑制非必需消费品的支出规模^[2]。近年来中国宏观经济呈现三大特征对汽车产业形成持续支撑：其一，经济总量为消费升级奠定物质基础；其二，中产阶级规模扩大推动购车需求结构优化；其三，国家产业政策通过购置税减免、新能源补贴等工具进行逆周期调节，配合全球产业链重构带来的出口机遇，共同构建起多维度的市场驱动体系。在此背景下，中国汽车市场展现出强大的产业韧性与增长潜力。

1.3 社会因素——能源供应提出新要求

我国整体能源供应处于相对紧缺状态，对外部能源的依赖程度较高，能源安全所面临的风险正与日俱增。与此同时，社会大众的节能环保意识持续增强。在能源供应短缺与节能环保意识提升的双重作用之下，传统燃油汽车的市场会受到一定程度的抑制。节能、智能、安全将成为未来汽车技术革新的核心方向，而发展新能源汽车已然成为顺应时代发展潮流的必然选择。广汽集团紧跟时代步伐，在新能源汽车领域加大了人力、物力、财力等多方面资源的投入，积极推动新能源业务的深入发展。

1.4 技术因素——技术环境促使新变革

从技术发展角度而言，我国智能网联汽车已进入技术快速演进、关键技术指标稳步提升、产业加速布局的新时期^[3]。智能化与网联化技术的蓬勃兴起，为汽车行业带来了全新的发展格局，在显著提升汽车的性能表现和安全水平的同时，还能为消费者打造更为便捷、舒适的出行体验。面对这一技术变革浪潮，广汽集团需要强化创新驱动发展战略，充分激发企业增长的新动力。积极投身于智能化、网联化技术的自主研发工作，加强与科技企业的深度合作，共同推动汽车产业的数字化转型与智能化升级进程。

2 产业环境分析

2.1 潜在进入者的进入威胁

2.1.1 资金与技术壁垒

汽车行业的生产制造需要大规模的资金投入，用于建设先进的生产设施、研发中心以及采购生产设备等。例如，广汽集团

为了在新能源和智能网联领域发展，投入了大量资金用于相关技术研发和生产线改造。同时，汽车技术不断更新换代，新进入者需要掌握先进的动力技术、自动驾驶技术、智能座舱技术等，这对其技术研发能力提出了很高要求。

2.1.2 品牌与渠道壁垒

广汽集团经过多年发展，在消费者中树立了较高的品牌知名度和美誉度，并且建立了完善的销售和服务网络。新进入者要在市场上获得消费者认可，建立起自己的品牌形象和销售渠道，需要花费大量时间和资源。

2.2 替代品的替代威胁

2.2.1 公共交通及共享出行的发展

在城市化进程持续加速的大背景下，城市公共交通体系不断优化与完善。地铁、轻轨以及快速公交等公共交通模式，能够充分满足大规模人群在不同区域间的出行需求。与此同时，共享出行蓬勃发展，为人们的日常出行提供了灵活多样的选择。在一定程度上降低了对私家车的使用频率和依赖程度。

2.2.2 新能源出行方式的多样化

除传统燃油汽车以及广汽集团重点布局的电动汽车之外，市场上还涌现出其他多种新能源出行方式。以电动摩托车和电动自行车为例，它们具备体型小巧、机动灵活的显著优势，购置成本和使用成本相对较低，能够有效满足部分消费者对于短途出行的需求。此外，倘若氢燃料电池汽车未来能够在成本控制、续航里程提升以及加氢设施布局完善等关键领域取得实质性突破，那么极有可能对传统燃油汽车和电动汽车的市场地位构成替代威胁，重塑整个出行市场的竞争格局。

2.3 供应者的议价能力

2.3.1 关键零部件供应商的垄断

汽车生产涉及众多零部件，一些关键零部件如发动机、变速器、芯片、动力电池等，往往由少数几家供应商掌握核心技术和生产能力。以汽车芯片市场为例，在供应紧张的特殊时期，芯片供应商在交易中占据绝对主导地位，对汽车厂商的议价能力显著提升。芯片价格大幅上扬，供应却依旧短缺，这使得众多汽车企业的生产计划被打乱，生产进度受阻，交付周期延长，给企业的市场声誉和经济效益都带来了负面影响。

2.3.2 原材料供应的波动性

汽车生产所需的原材料如钢铁、橡胶、铝等，其价格受国际市场供求关系、地缘政治等因素影响较大。近年来，新能源汽车市场呈现爆发式增长态势，锂、钴等稀有金属作为动力电池的关键原材料，需求急剧增加，而其供应却受到资源开采难度、产地政治局势等因素的制约，价格波动剧烈。广汽集团等新能源汽车企业在成本控制方面面临巨大挑战，需要不断优化采购策略、加强供应链管理，以应对原材料供应波动带来的议价压力。

2.4 购买者的议价能力

2.4.1 市场竞争导致消费者选择增多

当前汽车市场竞争激烈，品牌众多，车型丰富。消费者在购车时，不再局限于少数几个选择，而是能够依据自身的实际需求，

在不同品牌和车型之间进行细致的比较和权衡。这使得消费者在购车过程中具有较强的议价能力,他们可以通过比较不同经销商的价格、优惠政策和服务,来争取更有利的购车条件。

2.4.2 信息对称增强消费者议价底气

互联网的迅猛发展改变了消费者获取汽车信息的方式。他们可以在网上了解汽车的性能、配置、价格、口碑等信息。这种信息的透明化和对称化,让消费者在与汽车厂商和经销商进行谈判时,对市场行情有了更深入的了解,能够准确判断商家给出的价格和条件是否合理。

2.5 产业内现有企业的竞争

2.5.1 自主品牌竞争激烈

国内汽车市场中,比亚迪、吉利、长城、奇瑞等自主品牌发展迅速,在新能源汽车领域取得了显著成绩。它们持续推出有竞争力的产品,在技术、质量、营销等方面大力投入,与广汽集团旗下的自主品牌形成了直接竞争。比如比亚迪在电池技术方面领先且新能源车销量可观;吉利收购整合资源,提升品牌与产品竞争力;奇瑞技术有亮点且产品性价比突出。

2.5.2 合资品牌与国际品牌的压力

广汽集团旗下的合资品牌广汽本田、广汽丰田等在国内具有较高的知名度和市场份额,但随着市场竞争加剧,也面临着诸多挑战。一方面,合资品牌需要应对自主品牌在新能源汽车领域的快速崛起,另一方面,还要与其他国际品牌竞争。大众、丰田、本田、日产等国际品牌在中国市场不断推出新车型,加剧了市场竞争。

3 广汽集团发展对策

3.1 应对政策与技术变革策略

密切关注国家政策动态,深入解读新能源汽车产业发展规划、智能网联汽车相关政策等,确保企业战略与政策导向高度契合。未来,企业需在稳固电动化领域发展成果的基础上,进一步向智能化、网联化领域攻坚突破,推动智能网联新能源汽车产业规模化、高质量发展^[4]。加大新能源与智能网联技术研发投入,设立专项资金,广纳高端技术人才,构建产学研合作联盟,携手高校、科研机构开展前沿研究,加速技术成果转化,推出更具竞争力的相关产品。

3.2 应对市场竞争策略

强化品牌建设,制定全方位品牌营销策略,开展差异化营销。通过提升产品品质、优化售后服务、投身公益活动等途径,提升品牌形象,增强消费者品牌忠诚度。拓展销售渠道,在传统4S店模式基础上,积极开拓线上销售,搭建官方电商平台,与电商巨头合作开展线上线下融合营销。同时,加大海外市场开拓,研究不同地区市场需求与消费习惯,制定本地化营销策略,提升国际市场份额。

3.3 应对供应链风险策略

广汽集团要和关键零部件供应商构建长期稳固的战略合作

关系,借助股权合作、联合研发等手段,提升供应链的稳定性。例如与芯片、动力电池供应商携手投资建设生产基地,从源头上确保关键零部件的稳定供应。强化供应链风险管理,搭建供应商风险评估体系,对供应商的生产能力、技术水平、财务状况等开展实时监测与评估。同时,积极拓展供应商资源,降低对单一供应商的依赖程度,有效分散供应风险。

3.4 应对消费者需求变化策略

广汽集团需建立完善的消费者需求调研机制,定期开展市场调研工作,运用线上问卷、线下访谈等多种方式,广泛收集消费者对汽车产品的需求、意见与建议。借助大数据分析技术,深度挖掘消费者数据,精准洞察消费者需求的变化趋势,为产品研发和市场营销提供有力支撑,推出更多个性化、定制化的汽车产品。

4 结论

随着新能源汽车技术与智能网联技术的快速发展,汽车产业正处于深度转型阶段。企业所面临的竞争环境不仅更加复杂,而且呈现出技术驱动与创新导向的特点。本文基于PEST分析法与波特五力模型,对广汽集团所处的宏观环境及产业竞争环境进行了系统分析。研究表明,在宏观环境层面,国家政策支持、经济稳定增长以及技术进步为广汽集团发展提供了良好的外部条件;而在产业竞争环境层面,企业则面临潜在进入者、替代产品以及行业竞争加剧等多方面挑战。因此,广汽集团需要在技术创新、供应链管理、品牌建设以及市场需求研究等方面持续推进战略优化,不断提升企业竞争能力。

总体来看,随着汽车产业电动化、智能化与网联化趋势不断深化,行业竞争将逐渐由规模竞争向技术创新与服务能力竞争转变。广汽集团只有持续推进技术创新和产业升级,不断提升企业管理水平,才能在激烈的市场竞争中保持长期发展优势。随着汽车产业生态体系不断完善,广汽集团也应积极探索新的商业模式与发展路径,为推动我国汽车产业高质量发展作出更大贡献。

[参考文献]

[1]高艺.税收优惠和财政补贴对新能源汽车产业经济发展的影响[J].中国集体经济,2024,(28):17-20.

[2]孙江永,孟文强.基于产品异质的汽车需求理论分析与实证检验[J].山东科技大学学报(社会科学版),2012,14(01):67-72.

[3]岳超,钟佳儒,宁启立,等.新技术形势下“车能路云”融合发展战略研究[J].中国工程科学,2024,26(01):45-58.

[4]行伟波,武文皓.新能源汽车产业的发展逻辑、国际博弈与未来趋势[J].新疆师范大学学报(哲学社会科学版),2025,46(3):123-139+2.

作者简介:

黄奥琳(2002--),女,汉族,湖北仙桃人,硕士研究生在读,助理会计师,研究方向:管理会计。