

# 我国先进汽车文化发展研究

俞宁<sup>1</sup>, 乔英俊<sup>2</sup>, 胡卫国<sup>1</sup>, 杨沿平<sup>1</sup>, 陈志林<sup>1</sup>, 黄威<sup>1</sup>

(1. 湖南大学机械与运载工程学院, 长沙 410012; 2. 中国工程院战略咨询中心, 北京 100088)

**摘要:** 我国进入汽车社会和建设汽车强国迫切需要有先进的汽车文化。本文在分析论述了建设先进汽车文化重要性的基础上, 对我国汽车文化的现状及存在的问题进行了分析, 明确了我国建设先进汽车文化的目标及指导思想, 提出了发展先进汽车文化的路径, 这些都将有利于我国汽车文化的发展壮大。

**关键词:** 汽车文化; 先进文化; 中国特色; 发展路径

**中图分类号:** U461 **文献标识码:** A

## Research on Development of Advanced Automobile Culture in China

Yu Ning<sup>1</sup>, Qiao Yingjun<sup>2</sup>, Hu Weiguo<sup>1</sup>, Yang Yanping<sup>1</sup>, Chen Zhiling<sup>1</sup>, Huang Wei<sup>1</sup>

(1. School of Mechanical and Transport Engineering, Hunan University, Changsha 410012, China;

2. The CAE Centre for Strategic Studies, Beijing 100088, China)

**Abstract:** With China entering the automobile society, to become an automobile power, it urgently needs an advanced automobile culture. In addition to analyzing and discussing the importance of developing an advanced automobile culture, this study also dissects the present situation and existing problems of China's automobile culture and clarifies the objective and guiding ideology of implementing it in China. The procedure to develop an advanced automobile culture, offered in this study, will be beneficial in developing China's automobile culture.

**Keywords:** automobile culture; advanced culture; Chinese characteristics; development path

### 一、前言

汽车改变了人们的出行方式、生产方式、居住方式和休闲方式等, 极大地丰富了人们的精神文化生活。汽车文化是以汽车为载体形成的一套生活方式、思维方式、行为规范、习俗、法规制度及价值观念等, 是人们在设计、生产和使用汽车的历史实

践过程中创造的物质财富和精神财富的总和。

我国已经迈入汽车社会并提出建设汽车强国的战略目标, 汽车文化的地位和作用越来越重要。先进汽车文化是汽车产业综合竞争力的重要标志, 是汽车社会成熟的象征。因此, 充分认识发展我国先进汽车文化的重要性, 提出发展先进汽车文化的对策和措施已十分迫切与必要。

收稿日期: 2018-01-15; 修回日期: 2018-02-08

通讯作者: 杨沿平, 湖南大学, 教授, 博士研究生导师, 研究方向为汽车全生命周期评价及汽车产业发展战略; E-mail: yyp71@vip.163.com

资助项目: 中国工程院咨询项目“汽车强国战略研究”(2015-XZ-36)

本刊网址: www.enginsci.cn

## 二、发展我国先进汽车文化的重要性

### （一）先进汽车文化是我国迈向汽车强国的必然选择

汽车文化为汽车产业可持续发展提供动力和保障，美、德、日等传统汽车强国均有成熟的汽车文化。我国要成为汽车强国必须要有产业硬实力和文化软实力的共同支撑。发展先进汽车文化也有利于为我国建设汽车强国培养出文化自信。习近平总书记曾指出：“一个没有精神力量的民族难以自立自强，一项没有文化支撑的事业难以持续长久” [1]。

### （二）先进汽车文化是我国建设和谐汽车社会的重要抓手

人们对汽车生活的向往，从拥有汽车的数量开始向更好的汽车生活品质转变。然而，我国进入汽车社会以来，来自于环境、能源和安全等方面的问题与挑战日益严峻。在 2015 年我国机动车四项污染物排放总量初步核算为  $4.532 \times 10^7$  t [2]；据预测，到 2020 年我国石油对外依存度将达到 67.5% [3]。我国发展先进汽车文化，有利于满足人们对美好汽车生活的需求。汽车文化委员会名誉会长张兴业曾强调：“汽车文化建设的任务就是要唤醒人们观念中沉睡的汽车文化意识，从而营造出人、车、环境的和谐”。

### （三）先进汽车文化是我国先进文化建设的有效载体

我国先进文化是面向现代化、面向世界、面向未来的，民族的、科学的、大众的社会主义文化。发展先进汽车文化正是推进我国先进文化建设的有效载体，具体表现在：①互联网、大数据和人工智能等与汽车产业深度融合，使汽车文化产品和形态发生变化，面向现代化和未来是其发展方向；②随着我国汽车产业“走出去”，我国将为世界提供优秀的汽车文化成果；③我国汽车文化因人们生活方式、民族习俗、地理环境、历史传统等差别而具有鲜明的民族性；④在新一轮科技革命中，生产理念、运行规则和服务观念等方面的创新，使我国汽车文化具有科学性；⑤汽车进入了我国寻常百姓家庭，汽车文化已是典型的大众文化。

## 三、我国汽车文化现状与问题分析

### （一）我国汽车文化基本现状

#### 1. 我国汽车文化发展历史较短

1953 年，从我国第一汽车制造厂创建至今才走过 60 多年的历史，而欧、美、日等国家和地区的汽车产业均有上百年历史。2012 年，我国百户家庭拥有汽车量达到 20 辆 [4]，而美国在 20 世纪初期，百户家庭汽车拥有量已超过 20 辆，到 1925 年已经达到了 60 辆 [5]。我国汽车产业相对国外汽车强国而言历史较短，使汽车文化发展相对滞后。

#### 2. 我国汽车文化发展受外来文化影响较大

我国汽车文化缺乏自身特色及外资汽车品牌长期主导我国乘用车市场，导致我国汽车文化受外来文化影响很大。当前国外汽车的企业文化和品牌文化等已渗透到汽车生活中，对人们的思想观念产生了冲击。

#### 3. 我国汽车文化发展面临新变化

全球汽车产业正在向电动化、智能化、网联化及共享化等方向发展，突出表现在：以新能源和智能网联为特征的新产品形态涌现；大规模定制化的智能制造生产方式开始应用；围绕价值链、创新链和产业链出现的新形态，催生了一批新的参与主体、生产理念和思维模式；共享租车、无人驾驶汽车等将为车主带来更加轻松自在、安全便捷的出行体验。在此背景下，汽车作为交通工具的传统概念将被颠覆，人们对汽车有了新的理解，从而形成新的价值观念，产生新的汽车文化需求，汽车文化将发生日新月异的变化。

#### 4. 我国汽车文化产业方兴未艾

随着我国汽车产业进入快速发展通道，汽车文化产业逐渐兴起，陆续涌现出了汽车展览会、汽车博物馆、汽车俱乐部、汽车比赛等文化产业载体。目前我国汽车文化产业在内容与形态上已基本与国际接轨，未来发展的势头将更加迅猛。

### （二）当前我国汽车文化存在的主要问题

#### 1. 我国汽车文化价值取向不够先进，尚需完善

在汽车文化的认识和评价上，是非标准、美丑标准有待完善，突出表现在社会上仍旧存在许多落后的汽车文化现象，如受封建思想影响，人们赋予“汽车”许多等级象征意义，包括权力、地位、财

富等；受面子观念影响，人们热衷购买豪华汽车、大排量汽车；一些人相信迷信，花重金购买所谓的特殊车牌号码等。

#### 2. 我国汽车文化自觉不够，亟待唤醒

汽车文化自觉是在汽车文化上的觉悟和觉醒，包括对在历史进程中地位和作用的深刻认识，对发展规律的正确把握 [6]，但是我国汽车文化建设尚缺乏文化自觉，对汽车文化的发展规律及汽车文化中的一些关键问题认识不足。原机械工业部副部长邵奇惠曾指出：“我国这么大的汽车产业，如果没有正确的思想理论和文化的指导与影响，是不可能持续健康发展的”。

#### 3. 我国汽车文化影响力较弱，需创特色

我国自主品牌汽车的美誉度需进一步提升，文化影响力较弱，突出表现在：①鼓励原始创新的文化氛围还不够浓厚，许多汽车企业倾向采用以模仿为主的逆向开发，正向研发技术的沉淀与积累不多；②虽然我国汽车企业的制造硬件与国外著名汽车公司相比相差不远，但汽车设计方面却差距明显，缺少中国特色，在品牌创意、车标设计、车身外观设计及内饰设计等方面少见中国传统元素；③我国汽车企业在自身汽车文化建设领域，还落后于国外著名汽车企业。

#### 4. 我国汽车文化文明程度不高，需要提升

我国进入汽车社会后，人、车、路的矛盾呈激化趋势，交通礼仪缺乏，不文明、不和谐现象比较普遍。在驾驶员方面，不讲规矩、抢道占道、酒后驾车、开“斗气车”“霸王车”等行为屡禁不止，甚至较为常见。在行人方面，不遵守交通规则、横穿马路、闯红灯等不文明的违规行为依旧普遍存在。

## 四、我国先进汽车文化的理念及发展指导思想

### （一）我国先进汽车文化的内涵与外延

汽车文化有先进和落后之分，先进汽车文化代表着健康、科学、文明和未来发展方向。建设我国先进汽车文化要以社会主义核心价值观为指导，以构建可持续、和谐汽车社会为目标，发展面向现代化、面向世界、面向未来，体现中国特色的、科学的、先进性的汽车文化。

在我国先进汽车文化外延表现形式上，主要是先进的汽车产品文化、使用文化和衍生文化。汽车产品文化主要包括设计文化、生产文化和品牌文化等；汽车使用文化主要包括消费文化、出行文化和服务文化等；汽车衍生文化是汽车与其他文化种类的结合，如汽车会展文化、自驾游文化、汽车俱乐部文化、汽车赛事文化等。

### （二）发展我国先进汽车文化的目标及指导思想

发展我国先进汽车文化的目标是为汽车产业提供持续发展动力、满足人们日益增长的汽车文化需求及促进和谐汽车社会的形成 [7]，具体体现在：①先进汽车设计文化：坚持以人为本，注重自主创新，讲究中国特色，崇尚低碳环保、资源节约等；②先进汽车生产文化：弘扬企业家精神和工匠精神，打造知名品牌，追求卓越品质等；③先进汽车消费文化：反对奢侈，倡导节俭，提倡理性消费、绿色消费等；④先进汽车出行文化：遵交规、尚礼仪、讲安全、乐共享等；⑤先进汽车服务文化：讲究诚信、周到礼貌、以顾客为中心等。

为实现我国先进汽车文化的发展目标，必须树立科学的指导思想，即以社会主义核心价值观为核心，以中华民族优秀传统文化为根源，以新发展理念为指引，以“文明、和谐、特色、可持续”为基本要求，坚持文化自觉、树立文化自信，大力发展我国先进汽车文化。

## 五、新时期我国先进汽车文化的发展路径

### （一）对先进汽车文化发展进行顶层设计

要促进我国先进汽车文化的形成，在国家层面必须对汽车文化发展进行顶层设计。一方面应明确我国汽车文化的长远发展规划，解决制约先进汽车文化形成的体制和机制障碍；另一方面应针对汽车产业发展的新趋势对汽车文化的影响进行前瞻研究，提前规划和部署。

### （二）走自主创新之路，塑造中国特色汽车文化

我国发展先进汽车文化必须坚持自主创新，才能培育出有中国特色的汽车文化和自身优势 [8]。在汽车产品设计上，要挖掘中华五千年文化精髓，

融入中国文化元素。对传统汽车文化的改造，应面向未来，重视体制和机制创新，使之适应发展新形势。

### （三）走绿色之路，保障汽车文化可持续发展

坚持绿色发展理念，是构建和谐汽车社会和保障汽车文化可持续发展的必由之路。大力倡导绿色设计理念，加大低碳绿色汽车产品的研发力度。推广绿色生产，减少生产行为对生态环境的负面影响。注重资源节约和资源回收利用，减少对自然资源的过度开采。推崇绿色消费观念，提高消费者对小排量汽车、电动汽车的接受度。积极引导民众低碳出行。

### （四）走开放融合之路，构建和谐汽车文化

开放融合既可以减少汽车文化冲突，尊重差异，包容多样，又可以彼此学习，促进先进汽车文化形成。一方面应本着“取其精华，去其糟粕”的原则，学习借鉴国外优秀汽车文化，如德国汽车企业的工匠文化，日本汽车企业的精益求精文化，美国汽车企业的创新文化等；另一方面要鼓励我国汽车文化“走出去”，通过文化交流，融合国外文化元素，创造出他国民众喜闻乐见的汽车文化。

### （五）走市场化之路，振兴汽车文化产业

发展我国先进汽车文化要发挥市场决定性作用[9]，充分利用市场资源，探索多种汽车文化产业发展模式。一是依托大企业模式，利用产业集群效应衍生出一系列的文化产业，如汽车博物馆、汽车展览会和汽车文化节等；二是与城市休闲相结合模式，推出汽车休闲文化系列产品，如汽车餐厅、汽车影院和汽车旅馆等；三是开展产业跨界合作模式，如联合旅游业、体育业打造汽车自驾文化产业等。

### （六）走法治之路，构建文明汽车文化

法治是建立文明汽车文化的要求，我国先进汽车文化发展应以法治去规范人们的道德观念和行为习惯。在立法方面，应进一步健全汽车相关法律法规体系，包括交通法则、汽车排放法规和自动驾驶法规等；在执法方面，应提高违法代价，如将交通

违章信息记入驾驶员的电子档案，并影响信用等级；在司法方面，要实现执法与司法的“无缝对接”，凸显法治的公平正义；在普法方面，要加大对公民宣传教育的力度，在全社会倡导“自觉遵守交规，出行礼让三分”的文明理念和交通公德意识。

在我国从汽车大国迈向汽车强国的关键时期，在新一轮科技革命的大背景下，不仅要重塑汽车产业，还要重构汽车文化[8]。先进汽车文化是发展方向，其内容博大精深，复杂纷繁，具有宽广的范畴。发展先进汽车文化是一项庞大的系统工程，需要政府、企业乃至整个社会各司其职，各尽其责，才能有效推进。

#### 参考文献

- [1] 范玉刚. 没有文化支撑的事业难以长久 [N]. 光明日报, 2014-01-08(02).  
Fan Y G. A cause without cultural support is difficult for a long time [N]. Guangming Daily, 2014-01-08(02).
- [2] 中华人民共和国环境保护部. 2016年中国机动车环境管理年报 [EB/OL]. (2016-06-02) [2017-09-26]. [http://www.zhb.gov.cn/home/jrtt\\_1/201606/t20160602\\_353154.shtml](http://www.zhb.gov.cn/home/jrtt_1/201606/t20160602_353154.shtml).  
Ministry of Environmental Protection of the PRC. Report on China motor vehicle environmental management, 2106 [EB/OL]. (2016-06-02) [2017-09-26]. [http://www.zhb.gov.cn/home/jrtt\\_1/201606/t20160602\\_353154.shtml](http://www.zhb.gov.cn/home/jrtt_1/201606/t20160602_353154.shtml).
- [3] 顾海兵, 张帅. “十三五”时期我国能源消费组合模型预测——兼及对经济安全条件影响的量化研究 [J]. 江苏社会科学, 2017(4): 66-76.  
Gu H B, Zhang S. A forecast of the combination model of energy consumption during China's 13th five-year period—and also a quantitative study of the impact on economic security [J]. Jiangsu Social Sciences, 2017 (4): 66-76.
- [4] 王俊秀. 汽车社会蓝皮书: 中国汽车社会发展报告 [M]. 北京: 社会科学文献出版社, 2011.  
Wang J X. Automobile social blue book: China auto social development report [M]. Beijing: Social Science Literature Press, 2011.
- [5] 中国汽车技术研究中心, 国家信息中心, 大众汽车(中国)投资有限公司. 中国汽车社会发展报告 [M]. 北京: 机械工业出版社, 2016.  
China Automotive Technology Research Center, National Information Center, Volkswagen (China) Investment Co., Ltd. China automotive social development report [M]. Beijing: China Machine Press, 2016.
- [6] 任仲文. 觉醒·使命·担当——文化自觉十八讲 [M]. 北京: 人民日报出版社, 2011.  
Ren Z W. Awakening·mission·undertake—Eighteen talk on cultural consciousness [M]. Beijing: People's Daily Press, 2011.
- [7] 李德顺. 简论文化发展观与我国文化体制改革 [J]. 文化学刊, 2006(1): 7-16.  
Li D S. On the concept of cultural development and the reform of China's cultural system [J]. Journal of Cultural Studies, 2006 (1):

- 7-16.
- [8] 赵福全, 苏瑞琦, 刘宗巍. 探索汽车强国战略 [M]. 北京: 机械工业出版社, 2017.  
Zhao F Q, Su R Q, Liu Z W. Exploring the strategy of automobile power [M]. Beijing: China Machine Press, 2017.
- [9] 刘章美, 陈广宇. 苏州汽车文化产业发展模式及发展路径 [J]. 江苏商论, 2013 (36): 41.  
Liu Z M, Chen G Y. The development mode and path of Suzhou auto culture industry [J]. Jiangsu Commercial Theory, 2013 (36): 41.