



轿车行业现状速写

【主要内容】本文从产量和主要厂家生产规模等几个方面描述了当前全球和国内轿车行业的总体概况，并结合当前消费环境现状和产业政策对国内轿车市场作以简要描绘

【关键字】轿车 总产量 产品结构 消费者特征

一、国际轿车工业现状

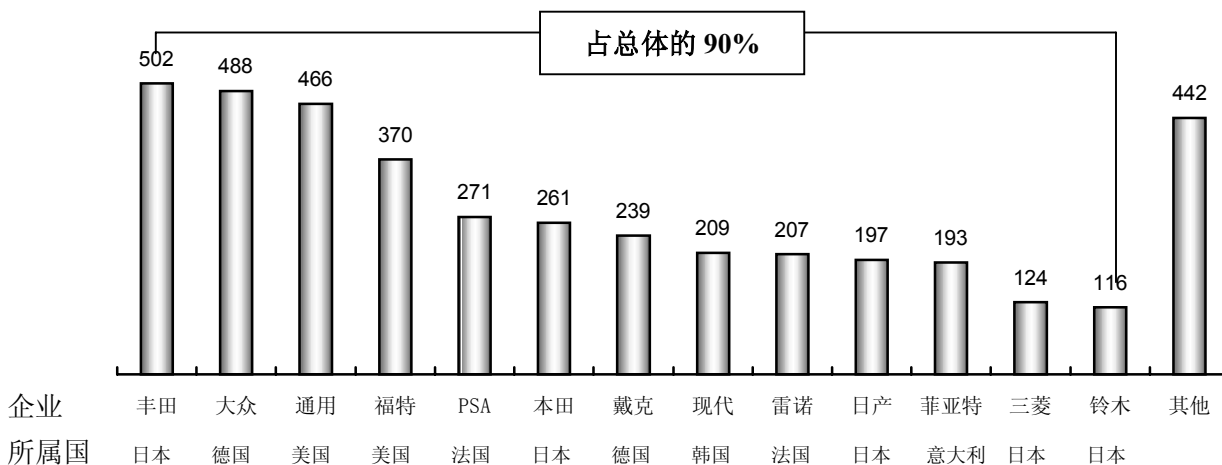
汽车当之无愧为“改变世界的机器”，它从生产方式和生活方式上都极大地影响着现代文明。轿车更是汽车工业中永远的领头羊，流水线生产的 T 型车造就了福特王国、国民车计划孕育的甲壳虫造就了大众汽车。由于轿车功能的综合性，汽车工业的新技术、生产方式大多在轿车生产中率先运用。

汽车工业历经 100 多年的发展，生产的重心先后从欧洲到北美、日本。上世纪末，日本的汽车工业开始下滑，美国重新回到霸主位置，而同时韩国、巴西、中国在国家政策的扶持之下成长迅速，成为世界轿车产量增长的重要动力来源。

1999 年，世界轿车的总产量首次突破 4000 万辆大关，到 2001 年，全球共生产轿车 4085 万辆，比 1993 年的 3410 万辆增长了近 20%，占全年汽车总产量的 73.5%。

2001 年轿车产量超过 100 万辆的厂家有 13 家，它们之和占目前世界轿车总产量的 90%，其中丰田、大众、通用为一线巨头，轿车产量已占全球 1/3 强，值得关注的是，尽管通用和福特在汽车总产量上遥遥领先于其它企业，但由于美国市场的特殊性—轻卡和轿车的需求量相差无几，因此，通用和福特在轿车产量上只位于 3、4 名。

图 1、2001 年世界主要汽车企业轿车产量（万辆）



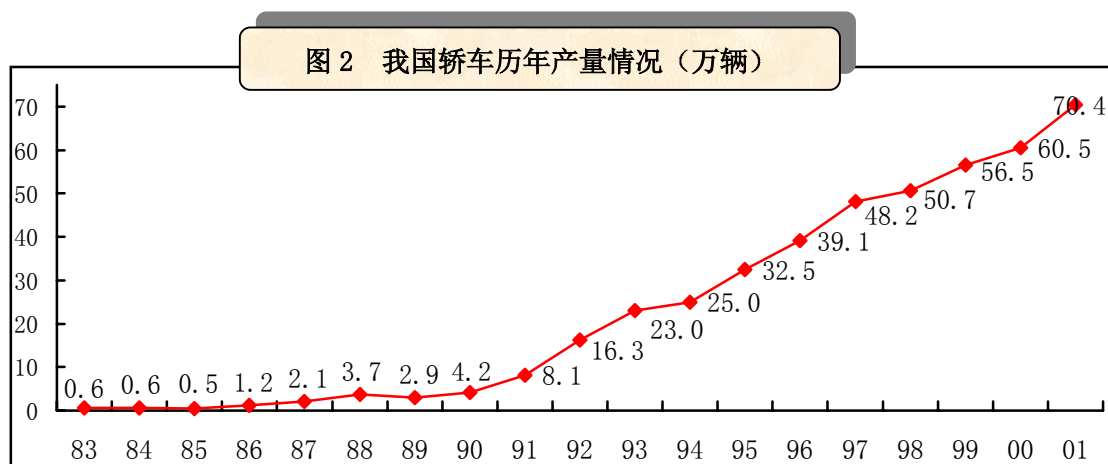
(数据来源：世界汽车制造商协会 OICA 2001 年统计数据)



二、国内行业现状

1、产量

长期以来，我国都是国际汽车工业的一座孤岛，中型卡车几乎就是汽车工业的全部。1958年诞生的红旗轿车和上海轿车是仅有的成批量生产的轿车，改革开放之后逐渐采用合资和技术引进的方式开始大批量生产轿车，使得中国的轿车工业有了较快的发展。随着“十四大”将汽车工业定为我国的支柱产业和 1994 年颁布《汽车工业产业政策》，轿车工业进入了快速增长期。2001 年我国轿车的总产量为 72.15 万辆，占国内全部汽车产量的 30.9%。



（数据来源：《中国汽车产业的现状及发展趋势十年预测》，1999 年，“十五”汽车市场需求预测课题组）
 （《2001 年汽车行业经济运行状况》，国务院发展研究中心产业部课题组，国研网）

2、需求量

全球研究结果表明，人均 GDP 达到 3000 美元时，轿车开始大规模进入家庭，而目前上海、北京、广州、深圳等城市均超过了这一水平，但由于总体消费政策环境的不确定，国内市场对轿车的需求在快速增长中存在一定的波动。随着经济环境的进一步好转，以及购房、社保、关税等一系列影响因素稳定和明朗化之后，轿车进入家庭将成为不可阻挡的趋势。

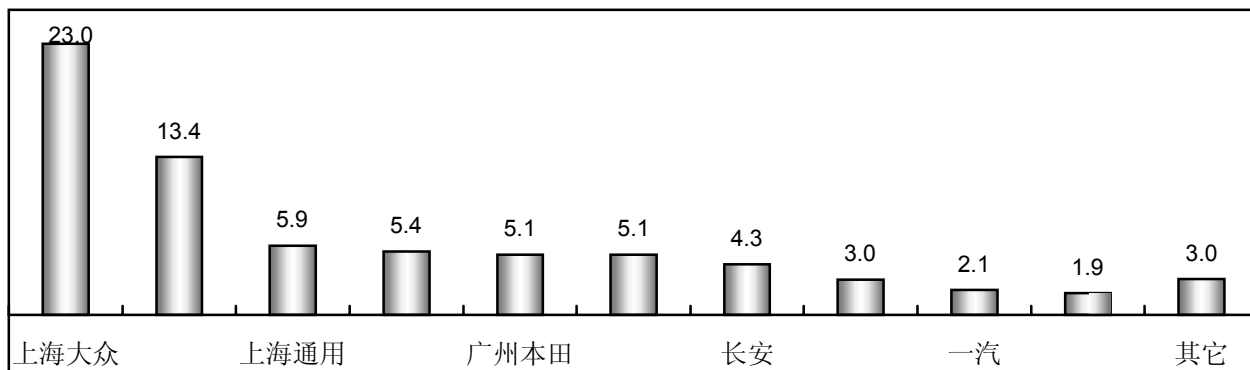
据专家估计，2005 年，我国轿车的需求量将达到 116 万辆，超出目前产量的 64.8%，而到 2015 年将达到 339 万辆，可以预见未来的 15 年，必将是中国轿车工业空前繁荣的时期。

3、厂家格局

国内汽车产业向轿车倾斜的政策，消费环境的进一步改善，引发国外各大巨头纷纷涌入中国，采取合作的方式各自占领一块根据地，以谋求在中国汽车消费需求大爆发之前做好准备。2001 年轿车市场占有率方面，上海大众仍然称大，前 10 家企业的产量占到了总产量的

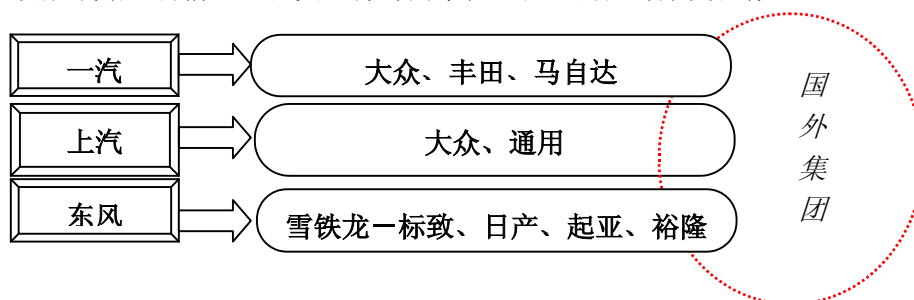
98%。如果将同一集团内企业合并计算，则市场集中度相当高，2002年一汽收购天汽成为国内汽车行业迄今为止最大规模的并购案，目前，业内人士也在不断猜测上汽与南汽的组合以及哈飞和昌河两

图3 2001年我国主要汽车企业轿车产量（万辆）



（数据来源：新华社 2002年1月28日新闻稿）

显然，未来轿车市场的格局主要还是取决于国内“三巨头”（一汽、上汽、东风）和国外合资伙伴的综合发展战略，目前“三巨头”都与两家甚至以上的国外集团合作：



加上国外集团自身之间的多元合作关系，使得生产格局的变化很大程度上将取决于他们之间错综复杂的制衡关系。

4、产品格局

目前国家现行的轿车分类是以发动机排量作为标准，本文将市场上主要的品牌进行了对应归纳



表 1 我国轿车分类及相应品牌对应关系

类型	标准	市场份额（2002上半年销量估计）			
微型	排量≤1 升	15%	长安铃木 天津夏利	贵航云雀 吉利豪情	秦川福莱尔
普通级	1 升<排量≤1.6 升	40%	一汽捷达 神龙富康 别克赛欧 夏利世纪广场 上汽奇瑞 上汽波罗	一汽宝来 1.6 神龙 爱丽舍 南亚帕里奥 南亚英格尔 尤尼科	东风悦达 长安羚羊 福美莱 长安爱卡 松花江赛马
中级	1.6 升<排量≤2.5 升	40%	桑塔娜 帕萨特	宝来 1.8T 广州雅阁 2.0 东风毕加索	一汽红旗 风神 2 代 华晨中华
中高级	2.5 升<排量≤4 升	5%	奥迪 A6 2.8 上海别克	广州雅阁 3.0	帕萨特 2.8
高级	排量≥4 升	<1%	大红旗		

方舟公司研究组认为，国内轿车行业呈现以下四个态势：

4.1 微型车风光不再

两、三年前，由于价格的优势，夏利、奥托一度是家用轿车的首选，而随着普通级轿车新品种令人眼花缭乱、老品种价格不断下调，人们似乎已经开始冷落了微型车，加上北京、广州出台禁止微型车上路的土政策，使得这一档次产品只能向 2、3 级城市撤退，厂家也忙不迭地将产品系列向普通级换代，使得这一级别的竞争失去往日的热度。

而原来生产微型客车的哈飞、昌河、柳微纷纷推出介于客车和轿车之间的微型车，给市场增添了许多光彩。虽然老百姓觉得微型车经济实惠，可消费政策确实有些不利，总体而言，微型车已经不是轿车市场的焦点。

4.2 普通型（经济型）已经成为主战场

从市场上国产汽车的品牌分布来看，普通型轿车的品牌最多，该档次的轿车价格在 7-17 万之间，在如此宽的价格范围内产品多代同堂，从上世纪国际 80 年代的英格尔、捷达，到最新全球同步下线的波罗和宝来，竞争相当激烈。2002 年上半年，在富康杀入 10 万元、夏利全线降价、奇瑞和赛欧销量继续猛涨、波罗和帕里奥新车入市等多方因素作用下，1—1.6 升的经济型轿车销量同比增长一倍，使得这一市场目前热闹非凡。

4.3 中档车仍然是销量最大的市场

普通桑塔娜多年来一直是国内轿车产量的冠军，直到去年才被捷达超过，这标志着普桑时代的结束。在中档市场中，定位商务用车的奥迪、雅阁、帕萨特、价格上从 44 万到 25 万依次排开，都处于各自价格区间的优势地位，虽然这几个品牌在价格区间上已经出现一定程



度的重叠，竞争始终比较明显，但由于市场需求的缺口较大，这一级别的轿车仍是市场上最风光的一族。其中，宝来 1.8T 和毕加索是最近加入的新军，定位在家庭轿车市场，且分别瞄准收入较高的驾驶乐趣一族和温馨之家。而在此之前，所有的中档车型都是定位在商务用车的市场上，即便作为国外标准家庭用车的雅阁，到了国内也可以原封不动地当商务车卖，而且火爆异常。

4.4 中档以上发展稳定

中高级以上的市场中，奥迪 A6 2.8、别克 2.5 和雅阁 3.0 并不能给消费者更多的选择，由于这一市场消费者的价格敏感性较低以及品牌因素的作用，使得进口车具有相当的影响力，2002 年第一季度上海销售的进口轿车中占优势的主要为 3.0 升左右的佳美、风度、奔驰、宝马等中高级轿车。由于高级轿车市场比较特殊，因此吸引的关注也较少，大红旗与奔驰、宝马、林肯等进口豪华车相比，没有足够的竞争力。

5、进口轿车

1986 年为了抵制大量进口轿车，我国大幅度提高了整车进口关税，使轿车进口关税率达到 220%。近年来经过几次关税下调，轿车整车的进口关税目前已降为 80%（排量 3 升及以下）和 100%（排量 3 升以上）。但这一税率仍是我国工业品关税中的最高税率。到 2005 年，中国的汽车进口关税将由目前的 80%至 100%逐年平均降低到 25%；

目前，进口轿车数量的增长率与国内轿车的增长水平相当，市场份额约占轿车市场总体的 7%左右。随着 WTO 承诺的逐步兑现，进口车的影响将逐年增大。

2002 年上半年轿车进口 30026 辆，比去年同期 24310 辆增长 23.5%，从进口轿车的排量分布来看，1.5 升-2.5 升为 22753 辆，占全部轿车的 76%，2.5 升-3.0 升为 3618 辆，占 12%，3.0 升以上为 2934 辆，占 10%，排量为 1.5 升以下共 712 辆，占 2%。因此，进口轿车对市场的影响目前主要在中高档区域内。

6、技术现状

2001 年 8 月，化油器轿车已经被禁止销售，我国的轿车完全进入燃油喷射时代。ABS、安全气囊、三元催化装置、动力转向（微型车除外）基本上已经成为目前出产的新车中的标准配置。随着帕萨特、毕加索、波罗、宝来等国际水准的新车下线，标志着我国汽车产业的向国际水平的靠拢，人们已经发现国产车里面也能找到双顶置凸轮轴 5 气门、电子制动控制。

尽管这主要是由于国际合作伙伴的投入程度远远大于以往时期，但不论怎样，随着各大跨国集团的进入，竞争的加剧将加快中国汽车工业的国际化进程，至少从消费者的角度可以看到，市场上的汽车越来越先进、价格越来越公道。

三、中国消费现状

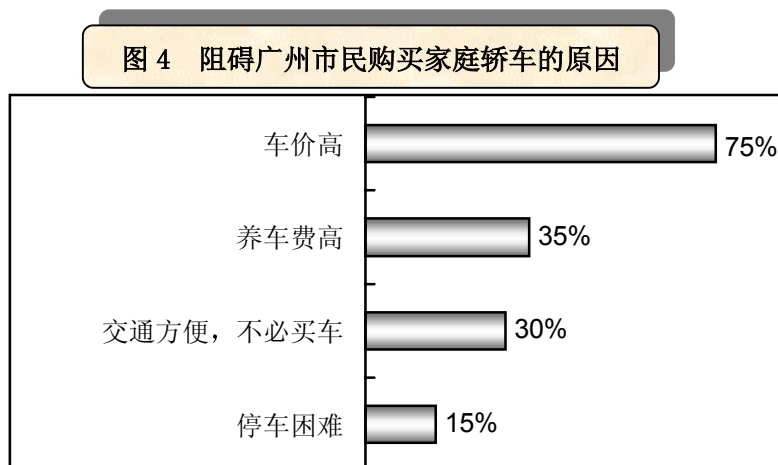
1、私人购车成为主力

1999年我国个人汽车保有量从1990年的81.6万辆增加到534万辆，年均增速为23.2%，远高于汽车保有量增长速度；个人汽车保有量占全国保有量的比重则从14.8%上升到36.8%。1998年以来，50%以上的汽车为个人购买。

我国轿车工业发展历程中，单位购车、出租车起到了至关重要的作用，桑塔娜、夏利、捷达、富康无疑都尝到过甜头，随着居民家庭收入水平的提高，并且在房改、社保等重大问题解决后，城市居民开始瞄准家庭汽车这一消费目标。以北京市为例，从1980年至今，私人购车增势迅猛，年递增率高达50%左右，在近几年新增车辆中，私人购车竟占70%~80%。因此我们不难解释为什么目前车市的焦点都集中在家轿市场上，虽然，目前家庭轿车购买力主要来自珠江三角洲、长江三角洲等几个经济发达地区，但这些地区的人口总数已经接近2亿，如此庞大的市场足以使得国内轿车市场获得相当的发展空间

2、买车的障碍点—价格

2002年，方舟公司的调查数据显示，广州居民家庭决定不买车的的原因主要有以下几项：



(数据来源：方舟资料库)

图中表明:3/4的家庭表示车价仍然太高。毫无疑问，价格和消费环境仍是影响轿车进入家庭的最关键因素，目前有利的一面是：

- 国家汽车“十五”计划已经将1.3升，8万元的经济型家庭轿车确定为发展的重点，相信未来的几年中，轿车工业不仅在技术上，同时在价格上也会同国际接轨。
- 汽车消费贷款的专项金融服务将有助于轿车提前进入家庭，但目前看来，与北京、上海市民相比，广州居民对信贷仍然比较陌生，同时也体现出谨慎的消费心态，因



此关键还在于消费观念的引导。

- 各大城市的交通环境都有极大改观，目前亟待提高的是停车难题，以及汽车保养维护服务的专业化、规范化。

3、买时关注的因素—安全

随着车市的升温，老百姓购车的积极性空前高涨，而目前的消费者在买车时最关注哪些因素呢？

价格自然是首当其冲的因素，2002年初，方舟市场研究公司在北京、上海、广州、成都的调查表明：多达52%的家庭打算选择9-20万元人民币的家庭轿车，而19%的受访者打算选择9万元以下的轿车。

中国经济景气监测中心的调查发现，人们购买家庭轿车的动机主要集中于方便、自由、经济三个方面。42%的受访居民表示是为了方便日常使用，省却等车、倒车、挤车等麻烦；28.8%表示是为了提升生活质量，用自己的车出行既自由又安全；21.8%表示目前的价格挺合算，买辆私人轿车以显示跻身于“中产阶级”。

零点调查公司在2002北京车展期间的一项调查显示，消费者在购车时关注的首要因素是安全，占80.3% 然后才是动力性能、舒适、节能、外观、环保等。

4、消费环境亟待改善

目前轿车消费环境成为除价格外最大的影响因素，具体内容包括：

4.1 购买手续繁杂、税费过多、使用费用负担过重

以购买净价十万元的国产家庭轿车为例，购买时需要支付以下各项费用（估计），即最终的价格将超过11.5万元，每年还需要花费养路费、停车费、油类和保养至少1.5万元。

费用类别	价格
车价	10 万元
购置费	8547 元
各类保险	4496 元
占地证明	1700 元
其他证照、审核费用	400 元
合计	11.5 万元

（数据来源：方舟资料库）



4.2 金融服务滞后影响了汽车消费市场的启动

我国银行从 1998 年 10 月才开展汽车消费信贷业务，而通过贷款购车的比例至今不到汽车总销售量的 10%。而世界各大汽车公司如通用、福特、丰田、大众等，都设立了专为汽车消费者融资的信贷公司，以消费信贷方式购车通常占其汽车总销售量的 50%以上。

2001 年的“911”事件对美国汽车业同样造成很大打击，但通用公司在 2002 年推出免息贷款购车的政策，使得汽车销量不降反升，足见其影响能力之强。

4.3 二手车市场体系不完善影响了市场的增长

由于二手车的合理估价相当困难，同时过户手续繁杂，缺少有实力的中介机构角色，同时也因为信用环境等种种因素的影响，使得二手车交易量始终不高，这也严重制约了轿车市场的快速发展。

四、展望

过去，国家有关部门一直讳言汽车进入普通老百姓家庭的问题，但是 2000 年中共中央在关于“十五规划”的建议中，把汽车作为消费的新热点提出来，在国民经济“十五规划”中明确指出为扩大消费，要促进轿车进入家庭，这是一个重大的变化，因此可以想见，整体消费环境的不断改善、厂商努力搭建的连台好戏、消费群的逐渐成熟将是未来中国轿车工业的主旋律。

参考资料：

- 1、《2001 年世界汽车工业统计数据》 世界汽车制造商协会
- 2、《汽车工业“十五”规划》 国家经贸委
- 3、《中国汽车工业 50 年回顾与跨世纪展望》 中国汽车工业协会 1999.11
- 4、丁宏祥，《2002 年上半年进口车市场分析和下半年走向》 中国汽车新网 2002.8
- 5、“十五”汽车市场需求预测课题组 《中国汽车产业的现状及发展趋势十年预测》 国研网
- 6、孙毅 《车展调查：“大众”受青睐 “富康”失宠》 北京现代商报 2002.6
- 7、符磊 《影响中国汽车消费环境的四点不利因素文章》 中国经济时报 2002.5