

中国重型汽车和大型客车市场状况 与发展预测

张冬青 卜庆忠

(中国重型汽车集团公司, 济南 250031)

摘要 论述我国重型汽车和大型客车的市场现状和发展趋势。当前, 国家加大基础设施投资力度、实施新的汽车报废标准、汽车销售开展租赁和分期付款业务、国家严厉打击走私以及高速公路和公交客运的发展等, 都将促进重型和大型车需求的增长; 同时, 进出口贸易减少导致的港口货物运输量下降、大型国有企业处境艰难限制了购买能力, 对重、大型车的需求有一定的不利影响。预计 1999 年重型汽车的需求将高于汽车市场的平均增长速度, 总需求量为 4.34 万辆。

关键词 市场, 重型汽车, 大型客车, 预测

1 中国重型汽车和大型客车市场状况

1.1 重型汽车市场现状

我国的重型汽车发展走过了漫长而艰难的历程。从 1960 年第 1 辆黄河牌重型汽车在济南诞生, 一直到 80 年代中期, 重型汽车的发展都相当缓慢。一是投资不足, 且十分分散, 形成了大而全小而全的格局; 二是企业技术开发能力较低, 产品技术含量不高, 一个车型几十年不变, 大大落后于国民经济发展的要求, 以至我国汽车市场长期处于“缺重”的局面。

随着我国国民经济持续、健康、快速的发展, 经济增长方式由粗放型向集约型转变, 高等级公路的迅速增长、公路运输结构的变化对车辆的需求迅速向重型化、高速度、高效率、高可靠性方向发展, 因而对重型汽车的质量和可靠性提出了更高的要求, 迫切需要将现有产品的技术性能和可靠性提高一个档次。但价格仍然是购置载重车的一个关键因素, 且越来越与产品的质量和服务支持联系在一起。另外, 重型专用汽车产品品种多、适应性强, 广泛应用于货运、工程建设、矿山及国防建设等方面。因此, 重型专用汽车的发展也势在必行。

从 80 年代国家组建重汽集团引进斯太尔技术, 重型汽车市场面貌开始了积极的变化, 尤其是东风和一汽相继开发重型汽车, 更从根本

上改变了缺重的局面。我国重型汽车供不应求的时代一去不复返了。继之而来的是各大重型汽车生产企业以市场需求为导向, 从产品品种、质量、价格和服务等方面展开了激烈竞争。

从企业看, 重汽集团仍占重型汽车生产优势, 无论市场占有率, 还是生产工艺、配套实力及产品性能等, 优势仍在重汽集团。但是, 一汽、东风已进入重型汽车市场, 虽然起步晚, 但其依靠自身实力和影响, 已成为重型汽车市场的有力竞争者。

1.1.1 宏观环境因素对重型车需求的积极影响

(1) 1998 年, 面对及其复杂的国际经济环境, 国家采取了一系列财政货币及鼓励出口政策, 从而使国民经济出现了稳定增长的良好态势。1998 年, 国内生产总值达到 79 748 亿元, 比上年增长 7.8%, 全社会固定资产投资完成 28 680 亿元, 同比增长 15%, 其中 1998 年下半年确定的 1 000 亿元特别国债及 1 000 亿元银行贷款, 加大了基础设施投资力度以及灾后重建力度, 从而为刺激重型汽车的需求创造了良好的外部环境。

(2) 1998 年 1 月 1 日, 国家新的汽车报废政策开始实施, 重型汽车行驶 40 万 km 或行驶年限达到 10 年即达到报废标准, 国家将强制报废, 从而限制了老旧汽车的使用, 加快了老旧汽车的更新步伐, 促进了重型汽车需求的增长。

(3) 银行、保险业逐步参与重型汽车的租赁、买方信贷、分期付款业务, 一方面将分担企

作者简介 张冬青, 女, 49 岁。机械制造和经济管理专业毕业。计划处处长, 高级经济师。曾在《中国汽车工业通讯》、《企业管理》等刊物发表文章十余篇。

业的经营风险,减轻企业资金压力,另一方面,使资金短缺的企业和私人购车愿望可能变为现实,从而为重型汽车的消费创造了良好的政策环境。

(4)国家严厉打击走私,控制进口重型汽车数量,有利于保护民族重型汽车工业。

1.1.2 宏观环境因素对重型汽车需求的不利影响

(1)从1997年7月开始,亚洲金融危机逐渐蔓延扩大,对世界经济造成严重冲击,中国经济也受到严重影响,致使我国进出口贸易增速下滑,港口货物运输量减少,从而在一定程度上影响了重型汽车需求。

(2)国有企业三年脱困的目标仍处于启动期,尤其是重型汽车的大用户行业如石油、钢铁等没有明显启动迹象,这在一定程度上限制了对重型汽车的购买力。

1.2 大型客车市场简要分析

(1)高速公路用车需求前景广阔

随着国民经济的发展,我国公路通车里程已近128万km,至1998年年底我国高速公路里程已超过日本,达到6258km,跃居世界第8位,目前正在建设中的高速公路里程达1.57万km,取得了举世瞩目的成就。尤其是贯穿东西南北的“两纵两横”3条重要路段的高速公路项目和“五纵七横”国道干线总布局的实施,呈现出我国交通基础设施建设已达到了历史发展最快最好时期,从而带来了对高速客车的强劲需求。

(2)公交客运市场需求快速增长

近年来,全国公交部门用车正处于高峰期,国家经贸委、国家计委、公安部等部门1997年7月联合下发的“关于发布汽车报废标准的通知”中强调了对使用10年的各类汽车强行报废的规定,无疑对客车的更新换代注入了活力,估计近几年客车需求将会随着强制更新政策的到位而呈上升势头。

(3)用户对客车品种、档次及价位的需求分析

公安部门提出的“大型化、柴油化”的用车选型方向为大型客车提供了充分发展的空间。

品种朝着多元化、多方位发展。如采用先进设计的无人售票车、低地板车、高速公路用

车、带卧铺的长途运输车等。

档次要求:中、低、高档的不同需求中,以中档大型客车最受用户青睐。

价位:由于进口车与国产车的价位差异过大,受财力制约,国内大多用户渴望价格在50万~70万元左右、驾乘条件又比较舒适的客车多多投放市场,以满足需求。

1.3 重型汽车及大型客车市场竞争分析

在重型载重车和大型客车底盘方面,国内主要生产企业是重汽、一汽、东风。目前竞争产品主要是重汽的斯太尔、黄河、红岩和太脱拉等以及“八平柴”和东风、解放5t,6t加拖挂载重10t车。潜在的竞争产品是一汽的载重9和16t车以及北方奔驰公司的产品。

东风和解放主导的8~9t系列汽车一般都在超载使用,这使汽车处于不良运行状态并使寿命缩短。只要这些8~9t系列汽车超载使用,它们与重型载重车的竞争将继续。

在10~12t部分,黄河系列汽车主导多年,目前斯太尔汽车4×2载重车是市场的主导者。

在载重15t以上部分,市场主导者是斯太尔6×4系列重型车。一汽近期研制并小批生产中的23kW(310马力)6×4加长驾驶室的15t车已投放市场,1999年产量定在5000辆。一汽该车的入场预示着一场更激烈的市场竞争又拉开了新的帷幕。

重汽集团整车产品总质量14~40t,载重8~28t形成9个吨位级,300多个品种,在“九五”期间将形成高、中、低3个档次的产品系列,可满足不同层次的需要。另外,中国劳动力价格低廉,直接导致我国重型汽车的价格在市场竞争中占有明显优势。与国外同类产品比较,重汽集团斯太尔汽车和绝大多数总成及零部件在技术上已具有较高水平,国际上知名度较高,而价格比国外同类产品低1/3~2/5,具有较大的竞争力。

1999年随着我国交通运输基本条件的迅速改观,国家纵横高速公路框架的逐步实现,国家《报废汽车管理办法》和汽车燃油税的即将施行,重型汽车的需求有望高于汽车市场的平均增长速度。因此,1999年的重型汽车市场对重型汽车生产企业来说,既有机遇,也有挑战。

2 1999 年重型汽车市场需求量预测

2.1 国内 1992 ~ 1998 年重型汽车需求量

如表 1 所示 ,国内重型汽车需求总量 1993 年达到峰顶 ,为 56 101 辆 ,1994 年需求大幅下降 ,1995 年跌入低谷 ,以后逐年缓慢回升 ,但增长幅度较小 ,1998 年受国家加大基础设施投资拉动经济的影响 ,增长幅度较大。

据统计 ,由于车型结构的不同 ,总量增幅不大 ,但拥有的运输总吨位是大幅增加的。

从国产和进口车的情况来看 ,国产重型车销量变化同国内整个重型车需求状况大致相同 ;而进口重型车自 1993 年达到高峰后 ,以后

逐年大幅度递减 ,1997 年仅进口 687 辆。

2.2 国内主要重型汽车生产厂家销售情况

如表 2 所示 ,占据国内重型汽车市场较大份额的仍是重汽、一汽、东风 ,基本形成三足鼎立之势。1998 年一汽集团重型车销量增长迅猛 ,增幅达 81.3 % ;东风集团增幅为 4.1 % ,低于国内平均水平 ;而重汽集团 1998 年则呈下降趋势 ,降幅 5.6 % ,北方奔驰 1998 年增幅达 55 % 左右 ,由于其基数较小 ,其销量绝对量不大。四大生产厂家的总销量约占国内需求总量的 91 % ,其总销量增幅约 5.6 % ,大于国内平均水平 ,说明生产集中度进一步提高。

表 1 1992 ~ 1998 年重型汽车需求量 辆

年 份	国产车销量		进口车销量		合 计	
	总量	增长率/ %	总量	增长率/ %	总量	增长率/ %
1992	30 555	28.5	14 361	340	44 916	66.3
1993	38 400	28.7	17 701	23.3	56 101	24.9
1994	37 277	- 2.9	6 834	- 61.4	44 111	- 21.3
1995	31 916	- 14.5	2 915	- 57.3	34 830	- 21
1996	33 936	0.63	983	- 66.3	34 919	0.3
1997	35 361	4.2	687	- 30.1	36 048	3.2
1998	约 38 500	8.9	—	—	约 39 000	8.3

表 2 1997 和 1998 年国内主要重型汽车生产厂家销售情况 辆

项 目	重汽集团		一汽集团		东风集团		北方奔驰	
	销量	比率/ %	销量	比率/ %	销量	比率/ %	销量	比率/ %
1997 年	12413	34.4	5821	16	11920	32.7	460	1.2
1998 年	11719	30	10554	27.1	12411	31.8	713	1.8
增长率/ %	- 5.6	—	81.3	—	4.1	—	55	—

重型汽车市场需求主要由新增需求和更新需求组成。综合重型汽车保有量发展趋势预测、重型汽车保有量与 GDP 相关分析、重型汽车保有量与公路货物周转量相关分析 ,预计 1998 和 1999 年重型汽车保有量分别为 49.6 万和 51.74 万辆 ,1999 年重型汽车新增需求 2.14 万辆。再加上按 12 年使用寿命推算的 1999 年更新需求 2.2 万辆 ,合计 1999 年重型汽车市场总需求 4.34 万辆。

3 重型汽车产品的发展趋势

“企业振兴 ,科技先行” ,科学技术关系到企业兴亡。许多企业从实践中尝到了依靠科技是第一生产力、准确开发适销对路新产品而救活企业的甜头 ,也有一些企业因对科技进步、新产品开发重视不够而吃尽了苦头。以科技进步为

先导 ,狠抓产品质量 ,选准市场需求的产品开发方向 ,不断推出技术含量高的新产品 ,用新技术改造老产品 ,是使企业长盛不衰、保持旺盛生命力的源泉。

(1) 依靠科技 ,改进产品 ,提高质量。企业之间的竞争归根到底是人才的竞争 ,只有企业领导重视人才 ,留住人才 ,依靠科技进步 ,才能开发市场需求的产品 ,走科技兴企的道路。

(2) 适应市场 ,建立新产品开发的快速反应机制。汽车市场已由卖方市场转变为买方市场 ,“皇帝女儿不愁嫁”的时代结束了。科学地预测未来 ,正确地选择产品开发方案和技术发展方向 ,成了企业生死攸关的大事。有句话说得好 ,“不怕不挣钱 ,就怕货不全” ,企业产品品种的有限性和高新技术发展的无限性之间形成的差距越来越大。许多厂家已开始注重捕捉科

技发展和市场需求两种信息,追赶高新技术和市场需求的主流,研究开发储备产品,基本形成“研制一代、生产一代、储备一代”的良性循环,从市场信息到新产品开发立项、设计、试制到投放市场一条龙计划指挥调度,市场调研、设计、试制、生产、销售一条龙,新产品开发快速反应机制逐步形成。同时制定加速产品开发的激励机制。

(3)大力发展专用汽车。重型汽车的发展,必须以多品种生产为基础。重型专用汽车运量大、油耗小、运输成本低,广泛应用于客货运输、工程建设、能源、矿山、林业、建筑、油田、市政以及国防建设等方面。因此,多品种生产重型专用汽车,满足各种特殊需要,适应市场需求是重型汽车行业发展的总趋势。

有资料表明,我国自行研制生产的重型车品种约 70 余种,按照市场的需求,今后要达到近 200 个种类 500 多个品种。许多大型工程项目中,重型车基本上是奔驰、沃尔沃等进口车。我国现有车辆大多为大路货产品,如自卸车、牵引车、半挂车等。

重型专用汽车属于高技术、高附加值的产物,国际上一般重型汽车的附加值为 25%,而重型专用汽车达到 40%以上。

由此可见,增加规格,扩展功能,走个性特色突出的专用化品种发展之路,是适应市场需要的必由之路。同时,重型专用汽车品种的发展,对于扩大产品销售,提高重型汽车企业的经营效果,乃至对企业的生存与发展都有非常重大的作用。选择符合社会需求和自身条件的多品种生产,是重型汽车发展的总趋势,也是重型专用汽车发展的总趋势。

4 结语

我国社会主义市场经济建设和发展的大环境,给重型汽车生产企业带来了希望,伴随着激烈竞争的压力,重型汽车市场必将呈现新的活力。谁能对市场需求进行深入研究,准确把握市场变化特点,及时开发出适销对路的产品,并为之选择合理的价格、适应的渠道及促销方式,谁就能在激烈的市场竞争中赢得主动。

1999 年中国轮胎市场研讨会论文

征求《橡胶工业》《轮胎工业》网上用户

《橡胶工业》和《轮胎工业》杂志是由北京橡胶工业研究设计院主办的月刊,国内外发行。是中国橡胶和轮胎行业最有影响的综合性技术期刊。

《橡胶工业》和《轮胎工业》于 1999 年初建立独立网站,对外发布两刊的重要内容、最新信息,网站开通后吸引了大批访问者。为方便橡胶、轮胎及相关行业推销产品,我刊特开辟网上广告业务,为用户在网上进行产品宣传。

网上产品推销具有传播范围广、可及时修改和更换的特点,是橡胶、轮胎及其相关行业推销产品的理想园地。如贵厂(公司)的产品需要此项服务,请向编辑部索取合同单,并将填好的合同单与产品宣传资料一起寄往编辑部。网上广告收费标准为 200 元/页·月,全年刊登可享受优惠价 2000 元/页·年。

我们追求的目标是:服务最好,价格最低、更新速度最快、版面设计精美

编辑部地址:北京西郊半壁店北京橡胶工业研究设计院

邮政编码:100039

联系电话:(010)68182211-2149;(010)68156717(兼传真)

网 址:<http://www.rubbertire.com.cn>

电子信箱:crl@public.east.net.cn

联系人:赵 明