

1999年我国轿车市场预测分析

张伯顺

(上海汽车工业销售总公司 200063)

摘要 分析国内轿车市场产销形势并预测1999年和今后几年的轿车市场需求量。1998年轿车产量比上年增长5.21%,销售增长6.95%。预计1999年轿车需求总量约为55万辆,而生产目标超过63万辆,轿车市场上价格、品种和科技含量等方面的竞争将更加激烈。

关键词 市场,轿车,产销量

1 对1998年轿车生产企业产销分析

中国汽车工业协会公布的统计数据显示,我国目录内轿车生产企业1998年生产轿车50.71万辆,销售50.83万辆,销售率100.24%。

1998年产销同1997年相比,生产增长5.21%;销售增长6.95%。1997年是从1993年起能够完成国家预期产销目标的唯一年份。1998年轿车预期目标53万辆,可见1998年的实际产销是又一次实现不了预期值,况且同比增长增幅跌一位数。

还需要说明的是,轿车生产企业1998年50.83万辆的销量,严格意义上说不是真正的销量,因为作为上海大众桑塔纳轿车总经销的上海汽车工业销售总公司,库存1.13万辆,作为一汽大众捷达总经销的一汽大众销售公司库存1.13万辆,作为一汽红旗、奥迪总经销的一汽轿车销售公司库存0.72万辆,3家轿车总经销的库存为2.98万辆。这些库存仍然滞留在工业系统内,假定将原轿车厂家的销量中减去2.98万辆,轿车厂家1998年的实际销量不过47.85万辆。这样认识1998年的轿车厂商产销数据,对轿车市场的分析才更客观些,对市场的严峻性认识才更深刻些。

2 1999年1~5月份轿车市场的情况

1999年1~5月,全国轿车生产企业累计生产轿车22.17万辆,较去年同期20.52万辆

增长8.04%;销售轿车21.02万辆,与去年同期的20.23万辆相比增长3.90%。

不过,今年同期轿车产销并没有像预期的那样走出低谷,而是微弱增长。因而今年的增长本身带有恢复性。与今年轿车需求的预期目标55万辆相比,市场销售仍有较大差距。

另外,在产销明显增长的同时,库存压力继续加大,至5月底,厂家期末库存5.63万辆;较4月底有增库存紧0.5万辆,1998年年末库存为3.21万辆,同比分别增长8.48%和61.68%。库存压力明显增长将对下半年的生产带来负面影响。

3 对1999年全年轿车市场形势的预测

如果用辩证法研究1999年全年轿车市场,笔者以为既有利好因素,又有不利因素,更有一些不确定的因素。

宏观上的利好因素,一是国家运用积极的财政政策和适当的货币政策,进一步刺激内需,1998年的两个1000亿元和1999年的投资,均会对1999年经济增长起推动作用,从而刺激轿车需求;二是国家继续用铁腕手段强化汽车走私的打击力度,有利于销售市场的扩大;三是银行介入汽车消费信贷,汽车与住房作为1999年消费信贷的两个重要方面,有利于开发汽车需求的潜在市场。

预计宏观上的不利因素,一是1999年国际金融环境的动荡难于预测,还有其它一些不确定因素,使外资和外贸对我国经济增长的拉动作用有减弱的可能;二是汽车消费信贷虽已启动,由于我国百姓消费观念滞后,再加上汽车产权转移的法律环境不健全,银行对汽车这一流

作者简介 张伯顺,男,1940年10月出生。华东师范大学中文系毕业。高级经济师,上海汽车工业销售总公司市场部副经理。曾在《中国汽车市场展望》、《中国汽车贸易年鉴》及其它媒体发表文章多篇。

动性极大的商品风险控制能力弱,个人资信调查复杂,真正形成汽车消费信贷的气候尚待时日;三是汽车购买和使用环境问题,购买过程中的价外收费和使用过程中的收费名目依然太多,收费额依然太高,抑制了私人购车。

4 需求增量有限下的轿车市场发展态势

1999年我国汽车需求总量大约为170万辆,其中轿车55万辆左右。据目前掌握的信息,主要轿车品牌车型1999年预期生产目标超过63万辆,其中红旗1.8万辆,捷达8.8万辆,奥迪0.66万辆,富康5.1万辆,桑塔纳25万辆,别克1.8万辆,夏利12万辆,切诺基1.7万辆,奥拓5.2万辆,雅阁1.0万辆。1998年轿车厂商的库存不低于6万辆。仅就国产车资源已是70万辆,轿车厂商的能力空置超过40%,供大于求的格局依然不变,各厂商争夺市场份额、争夺市场空间的竞争依然是十分激烈的。

(1)年初两个微轿在价格上的“叫板”,没有掀起整个轿车市场价格大战的波澜。1月8日夏利全面调低车价,其中7100PT跌至5万元以下,7100A低于6万元,7100UA在7万元以下。长安铃木奥拓在第3天作出反应,99款铃木也不超过6万元。出于向市场价的回归,1月23日神龙公司富康1.4L由11.8万元调低到11万元,富康988从17.2万元调至17万元;两个微型轿车价格上的“叫板”,富康的跌价,不会引起如同1998年第1季度那样几乎所有轿车车型跌价的多米诺骨牌现象。目前用户担心的是“绿色环保”型车投放市场提价多少,因此,不少轿车厂商不会在这样的时机作出降价举措。

不过价格毕竟是市场经济中很重要的杠杆,在汽车技术含量越来越高的市场背景下,相对落后车型、技术含量相对低的车型、市场已经难于走动的车型,降价是必然的;目前不少车型的市场交易价格再次出现倒挂,出于市场份额的争夺及减轻库存的压力,年内有的车型的降价甚至较大幅度降价的可能性仍然是存在的。

(2)品种与车型科技含量上的竞争进一步加剧。广州本田雅阁和上海通用别克正式投放市场,在中高级轿车方面,给用户多了一份选择;自动变速箱的捷达AT车于1月份在市场

亮相,被羊城与京城用户看好,不愧为“都市先锋”,成为一汽大众新的市场增长点,在普通级与中级轿车市场上,一汽大众增加了竞争的“砝码”;北京吉普的电喷BJ7250于年初投放市场;加长型夏利和双燃料夏利分别在上半年和下半年投产;自动变速箱的富康988在6月份上海国际汽车展上露面;奥迪C5V6估计在9月份进入市场;上海大众的桑塔纳第3代产品B5年底下线,明年投放市场。新车型、新品种在1999年琳琅满目。科技实力的较量,旨在赢得更多的市场。随着如同北京那样提前执行更加严格的汽车排放标准,我国轿车工业进一步提高科技含量的竞争,1999年已是开了个头,以后会更激烈甚至白热化。

(3)济南、合肥等城市取消私人购买轿车的限制,免征私人购买轿车的附加费或控办费;武汉私人购车养路费减半征收;上海放松了对私人购买轿车的限制,原先14万元起价的自备车牌低价拍卖,现在的社会车辆私人桑车牌照竞拍价调低为2万元,并且每周拍卖一次;杭州一块私车牌竞拍价已从以往的3万元下调,调低幅度在25%~30%。

但是呼吁多年的汽车消费上的地方保护仍然盛行,几个轿车生产基地,为了保护地产车销售,限制甚至禁止非地产车销售和使用,中国这块轿车市场被人为地造成区域分割,各个车型在不同地区的市场礼遇是不公平、不公正的。

5 对中期轿车市场需求的预测

展望2000年以及21世纪初几年,我国国民经济将保持健康、快速和持续发展的速度。轿车是现代富裕生活的象征,是便捷的交通工具,又具辅助行政和辅助经营的功能。

政府机构改革和公务员的精简,行政单位数量减少而事业单位增加,因而行政单位公用车需求相对减少,事业单位需求增加,因此公用车需求依然保持一定的增长幅度。

随着人民生活水平的逐渐提高,经济活动和社会活动日益增多,对方便快捷交通工具的追求欲望提高。尽管轿车普及需要经历一个很长的历史进程,大多数居民不会拥有轿车,但富裕起来的人们越来越多,再加上实施汽车消费

(下转第434页)

(上接第 396 页)

信贷 ,私人轿车的需求增长肯定十分可观。

作为一般的普通百姓 ,在提高生活质量的前提下 ,也会对“打的 ”或“租赁 ”发生更高的欲望需求 ,出租用车和租赁用车需求会稳定增长。企业尤其是私人企业、私营企业、股份制企业、合资企业 ,乃至国有企业 ,对商务用车 ,或者商务兼私家用车的需求同样会保持上升的势头。

前几年 ,有关方面对 2000 年甚至 2010 年我国轿车市场需求进行过预测 ,需求量偏高 ,2000 年轿车需求 89 万 ~ 105 万辆 ,2005 年需求 171 万 ~ 221 万辆。我们根据历年轿车销量 ,考虑 GDP 、投资规模、社会消费总额和城镇居民收入等因素的预测值 ,预测几年中每年轿

车市场需求值如下 :

2000 年	67.6 万辆
2001 年	74.4 万辆
2002 年	81.2 万辆
2003 年	87.9 万辆
2004 年	94.7 万辆
2005 年	101.5 万辆

有利于私人购车的消费政策出台与否、出台的时间 ,轿车价格以及价外收费、使用过程中的收费是否有所减少 ,是否被更多的人能承受 ,对轿车市场需求的实现有着直接的影响 ,可能实现不了 ,也可能超前实现。