

中国汽车行业月度运行报告(2007年11月)

一、汽车产销分析

1. 乘用车市场回升，拉动11月汽车产销增幅反弹

11月，汽车产销形势明显好于上月，其中乘用车增幅略高于商用车。11月，汽车生产83.68万辆，比上月增长17.36%，同比增长19.33%；销售80.09万辆，比上月增长15.69%，同比增长16.25%。在汽车主要品种中，乘用车生产61.63万辆，比上月增长18.02%，同比增长21.07%；销售58.27万辆，比上月增长17.27%，同比增长16.63%。商用车生产22.05万辆，比上月增长15.55%，同比增长14.71%；销售21.82万辆，比上月增长11.68%，同比增长15.26%。

汽车制造业工业产销值增长变化 亿元、%

	工业总产值		工业销售值	
	实际值	同比增长	实际值	同比增长
200605	5830.43	31.77	5677.91	30.72
200606	7156.88	31.35	6961.30	29.75
200607	8303.78	30.26	8053.07	28.3
200608	9443.61	29.04	9185.52	28.13
200609	10758.77	29.12	10473.10	28.21
200610	12011.56	30.12	11674.18	28.71
200611	13401.95	30.44	13026.16	28.93
200612	14881.91	30.6	14535.93	28.78
200702	2629.63	35.01	2545.22	34.29
200703	4368.18	31.81	4199.40	29.47
200704	6112.88	31.12	5926.19	30.38
200705	7801.57	32.17	7588.26	32.12
200706	9569.29	32.66	9308.16	32.66

200707	11159.69	33.18	10856.83	33.55
200708	12732.31	33.72	12416.05	34.13
200709	14462.46	33.08	14106.90	33.32
200710	16075.77	32.79	15686.94	33.13
200711	17910.08	32.73	17455.00	32.94

2. 商用车是促进前 11 月汽车市场保持较快增长的生力军

1-11 月,汽车产销 805.94 万辆和 795.12 万辆,同比增长 22.25% 和 23.19%, 分别比 2006 年全年净增 77.97 万辆和 73.52 万辆。乘用车产销 575.86 万辆和 566.21 万辆, 同比增长 21.64%和 22.82%; 商用车产销 230.08 万辆和 228.91 万辆, 同比增长 23.83%和 24.12%。

根据前 11 月走势判断, 2007 年全年商用车增速快于乘用车成基本定局, 这是 02 年以来少有的现象, 04 年出现此种情况是乘用车的市场受到严重的冲击, 而 07 年是商用车的自身走势超强。

商用车的高增长是内需与出口的共同促进, 出口成为中国汽车市场最强大和持久的增长动力。商用车在历经 05 年的负增长后快速回升, 07 年 1-11 月达到 24%的增速。而乘用车 07 年增速放缓, 07 年 1-11 月达到 22.6%的增速, 较 06 年的增速下滑 8 个百分点。商用车市场的走强也相应拉动了汽车销量中商用车市场份额的增加, 2007 年 1-11 月的乘用车占汽车市场份额仍维持在 71%的水平上, 较 06 年下降 0.5 个百分点, 其比例已经相对成熟市场较合理。

从 2003 年以来汽车市场的增长情况来看, 我国汽车市场在历经 04-05 年的低增长后, 06-07 年增速大幅提升。这种提升与乘用车的走势并不相同, 乘用车主导汽车市场的能力减弱。而商用车成为这两年汽车市场增长的关键因素。尤其是在乘用车增速出现与 05 年近似的较低增速后, 07 年的商用车高速增长成为汽车增速较高的最大支

撑因素，否则 07 年的汽车市场增速必然低于 20%。

从月度汽车市场来看，07 年商用车销售增长走势与乘用车相近，但波动幅度较大。由于 06 年下半年的商用车进入增长周期，上半年的商用车拉动汽车市场的快速增长，而下半年则是乘用车贡献越来越大，11 月的商用车增速继续小幅下滑。但 11 月的乘用车增速大幅回落，增速为年内次低点。

3. 轿车市场 2007 年走势平稳

轿车、微客、货车是汽车市场的 3 大主力车型。11 月的乘用车销量创出新高主要是轿车的贡献。但总体来看，2007 年轿车市场走势异常平缓，11 月的轿车销量虽创出新高，但较 9 月的高点仅高出 1.2 万台。厂家竞争策略改变导致月度的销售规律改变。而货车市场增速回落，销量仅将近达到 5 月的水平，持续 1 年的高增长态势逐步结束。

从排量看，07 年 1-11 月轿车市场的增长主要依靠 1.6-2.0 升的中档轿车拉动，影响轿车市场增长的主要车型是 1 升以下小排量。2.5 升以上大排量市场份额总体降低。1-1.6 升的份额下滑 1%与 2-2.5 升的上升 1%形成互补，而 1.6-2 升的上升 5%与 1 升以下的下降 5%也形成对等，需求升级的排量互补较明显。连续的 2 年的 1 升以下市场的份额以 4 个百分点的速度快速萎缩终于引起政府关注，小排量的支持政策逐步务实。

影响 11 月轿车市场增长的主要是 1-1.6 升系列的车型，其较 9 月减少 0.4 万台，这主要是自主品牌和日系的销售波动。而前期的 1.6-2.0 升的强势车型销量持续下滑，创出下半年新低，这是大众的

生产调整和雅阁调整的共同影响。

二、市场价格分析

据全国 36 个大中城市监测，11 月份国产汽车与进口汽车价格均小幅下降，其中国产汽车价格稳中有降。

1. 国产汽车价格以降为主

数据显示，国产汽车价格稳中有降。11 月份，国产汽车价格比上月下降 0.30%，降幅比上月略有减小，比年初价格下降 3.87%，其中乘用车与商用车价格均有不同程度下降。

乘用车价格持续走低，降幅比上月减少。11 月份，乘用车价格环比降幅由上月的 0.80%减小到 0.36%，比年初价格下降 4.77%。其中，基本型、运动型乘用车及微型客车价格分别比上月下降 0.15%、0.39%和 1.01%。从监测情况看，不同地区价格变化情况有所差异，其中青岛、济南、石家庄、郑州市乘用车价格环比降幅分别为 1.14%、1.62%、2.35%、2.63%，其余多数城市降幅不足 1%，个别城市乘用车价格略有上涨。

商用车价格延续小幅下降走势。11 月份，商用车价格比上月下降 0.21%，与上期降幅基本持平，比年初价格下降 2.35%。

其中，客车价格由升转降，环比由上月上涨 0.26%转为下降 0.26%，比年初价格下降 4.39%。轻型、大型客车价格环比降幅分别为 0.71%和 0.12%。载货汽车价格小幅波动，不同车型价格涨跌互见。11 月份载货汽车价格比上月略降 0.14%，中型载货汽车价格与上月持平，轻型、重型载货汽车价格环比涨幅分别为-2.43%和 0.45%。

2. 进口汽车价格小幅上涨。

数据显示，进口汽车价格小幅下降。11 月份，进口汽车价格由升转降，月环比由上月上涨 0.39% 转为下降 0.34%，比年初价格略降 0.19%。其中，进口轿车价格继续小幅走高，比上月和年初价格分别上涨 0.07% 和 2.36%；进口越野车价格有所回落，环比由上月上涨 0.84% 转为下降 0.92%，比年初价格下降 3.53%。

3. 汽车价格仍将以降为主

综合各方面因素判断，预计后期影响汽车价格下降的因素将起主导作用，平稳下行趋势仍会延续，2007 年降幅预计在 4% 左右。影响价格变动的主要因素：

第一，2007 年以来，汽车行业产能过剩需求走弱是造成汽车价格下降的主要原因。第二，随着产能扩大新车上市频率加快，进一步加剧新老车型的市场竞争，尤其是国产化率较高，价格咬合紧密的中档、中高档基本型乘用车市场将面临较大降价压力。同时，临近年底季节性降价因素也对汽车价格走势产生一定影响。多数经销商受清理库存，回笼资金以及消费者持币待购心态逐渐转强等因素影响，将采取或明或暗的降价销售方式。第三，2007 年以来国家继续实行“双稳健”的财政政策和货币政策，车贷门槛仍处较高水平，汽车信贷消费业务增长缓慢。同时，出行难、停车难、保险费用上涨、燃油税费改变预期转强等造成的养车成本上升，都将间接推动汽车价格的下降。

另一方面，随着国家对汽车行业安全生产和汽车碰撞性能指标的逐步完善，以及提升汽车尾气排放环保标准等宏观政策的实施，在一定程度上对汽车价格下降起到抑制作用。

总体看，2007年以来油价的高位运行，汽车质量投诉的不断增多，以及配套服务企业的诚信不高等，间接影响了汽车需求增长，供大于求的买方市场格局将推动汽车价格继续下降。但受政策性因素变化影响，汽车生产成本与安全性能有所增加，在一定程度上抑制了汽车价格过快下降。因此，预计后期汽车价格将继续呈稳中小幅下降走势。

三、进出口分析

截至2007年11月，汽车出口呈现量价同增的喜人势头。中国机电产品进出口商会汽车分会提供的数据显示，2007年前3季度整车出口达到41.35万辆，出口收益48亿美元，分别比去年同期增长64%和117%。同时，据中国汽车工业协会统计整理的全国海关汽车商品进出口数据显示，2007年11月，汽车进出口金额与上月比均呈现明显增长，其中进口金额增幅更为显著。11月，汽车进口金额26.54亿美元，比上月增长37.48，同比增长39.90；出口创汇41.95亿美元，比上月增长17.19，同比增长61.68。1-11月，全国汽车商品累计进出口总额为597.81亿美元，其中进口总额231.40亿美元，同比增长22.01，出口创汇366.41亿美元，同比增长43.60。

出口数据显示，2007年汽车的平均出口单价一改近年来不断下滑的趋势，止落回升，汽车平均出口单价比去年增长32%，达到1.16

万美元。载货车、轿车以及专用车的出口价格都有不同程度增长，其中载货车的出口价格增幅最大。

自主品牌依然是汽车出口的主力，比例占 90%以上，出口商用车几乎全部是自主品牌。业内人士认为，按照目前的出口情况，预计 2007 年全年汽车出口将超过 55 万辆，有望达到 60 万辆。

四、油价上调影响分析

国家发展和改革委员会决定自 11 月 1 日零时起将汽油、柴油和航空煤油价格每吨各提高 500 元, 93 号汽油零售价每升提至 5.34 元。汽油的涨价给车市带来利空影响，加之油价可能继续上涨的不确定因素，以及风传的燃油税将实施的信息，对想买车的用户是一个巨大的心理打压，正因为如此，11 月份乘用车市场在一定程度上收缩，并没有如期望的那样创造出历史销量的新高。

从数据来看，虽然 11 月份乘用车的销量比 10 月份有所增长，但同比增长率仅比 3 月份略高，而且已经连续四个月同比增长率下降。造成同比增长率连续大幅度下降的根本原因在于，自去年 8 月份开始，消费者持币待购的能量大量释放，连续五个月市场销售同比大幅增长。此外，对油价继续上涨的担忧和最近两个月股市的大幅度调整，让很多想买车的潜在用户不得不延迟购车计划。

不过，尽管油价的上涨会对汽车消费者产生不小影响，但从历史情况看，这种影响具有暂时性，且不会过大。从汽车购置及使用费用占汽车生命周期消费总支出的比例来看，我国汽车购置费占总支出的

66%，而使用费只有 22%左右。相比之下，国外使用费用比例明显较高。我国的费用情况与国外存在明显区别，这是国内油价上涨对汽车行业影响程度低于国外的原因，也是汽车价格下调对消费的刺激作用大于油价上涨对购买抑制作用的重要原因。目前来看，市场需求旺盛依然是决定我国汽车市场走势的主导因素，即商用车受益国民经济发展；居民收入增长与个人资产增值促使购买力提升拉动乘用车消费。

五、行业效益分析

尽管汽车市场竞争激烈，价格下降幅度更大，但与 2006 年许多汽车厂家增产不增收的状况相比，2007 年的汽车企业经济效益普遍要好于上年，增幅稳步攀升，多数企业盈利水平显著。

数据显示，前 11 月，规模以上汽车工业企业累计实现销售收入和利润总额同比分别比 2006 年增长 31.47%和 64%，增速都比 2006 年同比有所上升，特别是利润总额，增速上升了 20 个百分点，提升非常明显。

规模以上汽车企业效益增长情况 亿元 %

	销售收入	同比增长	利润总额	同比增长
200611	13129.52	30.66	668.88	44.09
200612	14651.32	29.46	752.17	44.44
200702	2507.27	33.32	138.59	70.43
200705	7528.85	29.76	456.10	61.57
200708	12441.07	32.75	759.54	64.17
200711	17483.73	31.47	1102.72	64.07

2007 年汽车生产企业的经济效益有较大的提升，这很大部分是源于合资企业新投产车型的起步国产化率都有了大幅度的提高，最高

可达 80%以上。90%以上的合资企业上市的全新车型，起步国产化率超过 40%。包括老车型在内，估计合资企业的国产化率平均水平可达 75%左右。由于降价竞争，合资企业的外方不得已加大了国产化的力度来降低成本，同时中国的汽车零部件产业比整车行业更高速发展，为快速提高国产化率创造了可能。

另外，前 11 月汽车市场的增长率达 22%以上，大大高于中国制造业的市场增长率。市场的扩大也使单车摊的固定资产折旧费大大下降，加上有限的人员、能源消耗增长和这几年降本增效措施的落实，使汽车企业效益大幅度提高。

制作：



中国发展门户网 www.chinagate.com.cn/

友情站点：



全球招标投标网 <http://www.toubiao.info/>



www.china.com.cn/economic/node_5001716.htm



中国发展门户网



中国采购与招标网 <http://www.chinabidding.com.cn/>