

中国汽车行业季度运行报告(2007 年三季度)

一、本季度行业总体运行情况

1. 总体生产和销售情况

今年以来,受市场需求持续旺盛的影响,我国汽车行业生产和销售保持了较快增长,工业总产值和工业销售值增速始终保持在较高水平。1-9 月累计,我国汽车行业共完成工业总产值 14462.46 亿元,同比增长 33.08%,增速比上年同期提高 4.7 个百分点;实现工业销售值 14106.9 亿元,同比增长 33.32%,增速比上年同期提高 5.1 个百分点。2007 年前三季度汽车工业产销形势大致呈现以下特点:汽车产销增速不减,商用车表现尤为出色;乘用车市场需求总体稳定,运动型多用途乘用车增速最为明显;商用车行业总体呈现良好发展,半挂牵引车需求增长依然迅猛;重点企业市场表现总体较为出色,五大集团继续稳居行业主导地位。

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
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

分车型看，乘用车受“黄金周”刺激，呈现快速增长。其中，微型客车因基数已高的缘故，整体增速不足 5%，MPV 受轻型客车影响，总体表现并不理想。而 SUV，特别是两驱型 SUV 因底盘较标准轿车高而受到部分消费者特别是女性消费者的青睐，其增长速度远高于行业平均水平。轿车总体维持与乘用车业基本相当的增速，且细分市场（细分车型）态势依旧，小排量、经济型轿车的情况仍无法令人满意。商用车则继续保持较快增长态势，特别是重型载货汽车开始扭转 6 月份以来的下滑势头，出现触底回升的格局。

2. 企业总体经营情况

今年以来，国内汽车行业总体销量水平增长较快，而汽车制造企业在生产成本上也加大了控制力度。这是前三季度国内汽车行业利润实现较大幅度增长的重要原因。前 8 月汽车业一个显著特点是增产同时增收，而且更重要的是，无论是同比还是环比，利润有显著上升。2007 年 1-8 月累计，我国规模以上汽车生产企业共实现利润总额 759.54 亿元，同比增长 64.17%，增速比上年同期提高 16.09 个百分点，是整个交通运输设备制造板块利润增幅比上年水平唯一提高的行业。

2007 年 1-8 月规模以上累计利润总额增长（单位：亿元）

	实际值	同期比	增速变化
交通运输设备制造业	967.95	66.49	13.49
铁路运输设备制造	23.37	82.02	-17.24

汽车制造	759.54	64.17	16.09
摩托车制造	39.84	38.7	-25.12
自行车制造	9.25	7.5	-1.19
船舶及浮动装置制造	110.49	124.83	-28.53

中汽协统计表明，1-8月汽车工业重点企业利润总额391.02亿元，同比增长82.24%，增长额为164.00亿元，增幅比1-8月提高2.43个百分点。利润增长率超过三位数的企业达到5家之多。重汽集团、庆铃公司、奇瑞公司、北京公司和广州集团增长率均超过三位数，分别为226.82%、169.48%、151.33%、129.50%和122.01%，增幅与1-8月相比，重汽集团、庆铃公司、北京公司分别提高了90.80、58.84和35.99个百分点。利润增长率超过两位数的企业占多数。其中，一汽集团和上汽集团实现利润增长率均超过50%，分别为89.59%和53.69%，增幅分别比1-8月提高了9.24和3.38个百分点。

4. 影响汽车行业的相关因素分析

(1) 钢材价格仍然比较坚挺，生产成本压力较大。9月份国内钢材市场出现震荡，上半月市场跟随8月份上涨强势，价格继续上扬。9月末国内钢材综合价格指数为115.14点，月环比上升2.21点，升幅1.96%；同比升高8.81点，升幅8.29%。汽车用钢材价格的高企，产品销售价格的继续低迷，将积压汽车行业的利润增长空间。

国内钢材价格指数变化表

品种	9月末指数	8月末指数	环比升跌
钢材综合	115.14	112.93	2.21
长材	113.09	108.52	4.57
板材	118.04	116.58	1.46

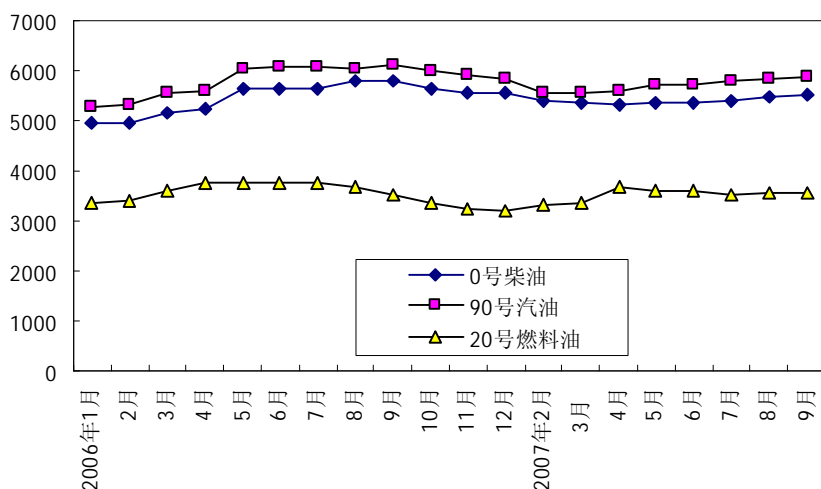
(2) 汽车行业产能过剩，需求走弱的迹象比较明显。1-8月份，全国汽车累计产销575万辆和568万辆，汽车总产量大于总销量7万

辆，二、三季度需求增速明显放缓，4、5、7月份汽车销售环比分别比上月下降4.54%、11.76%和11.65%，从目前看，市场供大于求格局不会马上改变，价格将随产能的逐步释放不断走低。

(3) 汽车信贷消费收紧。今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，都将间接影响汽车行业未来的发展。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。

(4) 油价高位运行，影响汽车消费市场。9月末，国内市场0号柴油价格平均为5528元/吨，比8月底提高1.06%；国内市场90号汽油价格平均为5871元/吨，比8月底提高0.55%；20号燃料油价格为3557元/吨，比8月底下降0.14%。同时，国家发改委10月31日发出通知，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。本次成品油提价，将增加消费者的汽车使用成本，对汽车消费产生一定的冲击。

国内市场成品油价格（元/吨）



5. 行业景气现状及走势预测

2007 年前三季度汽车市场的良好发展为四季度打下了坚实基础，从影响 2007 年汽车市场的各因素来看，后几个月国内汽车市场总体仍将保持快速增长水平，但乘用车和商用车趋势将有所分化。

乘用车方面，经济增速的适当回落对需求的影响不大。2007 年以来，由于持续的贸易顺差导致货币流动性过快增长，出现了通货膨胀的趋势，经济增长从偏快到过热的风险加大，国家果断出台了多项措施，加大宏观调控的力度，后几个月，随着政策效果的逐步显现，预计经济增长速度将适当回调。但从几项主要宏观调控政策来看，对乘用车需求的影响都不大，一是加息，由于我国占消费主流的私家车消费中贷款购车的比重非常低，因此利率的上升对乘用车消费的直接抑制作用非常有限；二是出口退税政策，自 2007 年 7 月 1 日起，财政部和国家税务总局联合发布《关于调低部分商品出口退税率的通知》，调整了部分商品的出口退税政策。这次税率调整涉及行业广泛，

其中汽车产品也在调整之列，部分产品退税税率由 13% 下调至 9%。但由于本次出口退税调整并没有涉及包含乘用车、商用车在内的整车企业，整车出口退税率仍保持在 13%，反映出国家继续鼓励汽车整车出口的意图，因此，政策不但不会对汽车整车出口产生影响，反而通过政策调整有可能将居高不下的钢铁价格降下来，相应降低汽车行业的成本压力。另外，四季度历来是乘用车消费的旺季，大量新车将集中上市，经销商为消化库存回笼资金将加快价格下降的步伐，加上股市赚钱效应引发的轿车需求可能在年底爆发，因此乘用车需求将进一步加快，不过考虑到 2006 年四季度轿车销量的基数非常高，估计轿车和乘用车增速将保持在前三季度的水平并略有上升。

商用车来看，四季度增速预计将有所回落，一方面是由于去年下半年开始的计重收费政策造成的重卡销量井喷，使得同比基数较大，另一方面宏观调控将使固定资产投资增速降低，新开工项目减少将影响到载货车以及自卸车等专用货车的需求，除货车外，商用车中的客车由于出口市场旺盛，需求将能够保持基本平稳。总体来看，四季度乘用车仍将保持前三季度的增速水平，而商用车在货车需求下降条件下增速预计将出现一定回调。初步估计，全年乘用车销量增长将在 25% 左右，销量约 647 万辆，其中，轿车销量增长 27%，销量约 480 万辆，全年商用车销量增长将在 23% 左右，销量约 250 万辆，其中，重卡增长约 35%，销量 17 万辆，客车增长约 30%。

二、行业内主要产品市场供求分析

1. 各主要产品产量情况

经济增长加快，居民收入大幅增长，是 2007 年以来乘用车在总量规模不断攀升条件下，继续保持快速增长的主要推动力。前三季度我国 GDP 同比增长 11.5%，比上年同期加快 0.7 个百分点，城镇居民人均可支配收入扣除价格因素实际增长 13.2%，增幅高于上年同期 3.2 个百分点，农村居民人均现金收入实际增长 14.8%，高于上年同期 3.4 个百分点。居民收入水平大幅度增加，提高了居民的购买力。商用车取得超常规增长，一方面是在经济加快增长条件下，与商用车需求密切相关的固定资产投资居高不下，有力拉动了重卡等车型的增长；另一方面，2007 年以来，物流运输业增势良好，公路长途客运和货运周转都比上年同期明显加快，带动市场对客车和载货车的需求大增；另外，强劲的出口也是带动国产商用车需求大增的重要原因。在需求快速增长的情况下，前三季度，我国汽车生产情况进一步好转，主要品种汽车产量都有较大增长。1-9 月，我国生产各类汽车 676.4 万辆，同比增长 23.61%。其中，乘用车 462.02 万辆，同比增长 21.49%；商用车 188.94 万辆，同比增长 26.04%，产销率 99.26%，与去年同期相比微跌 0.75 个百分点。

2007 年前三季度汽车生产情况（单位：辆）

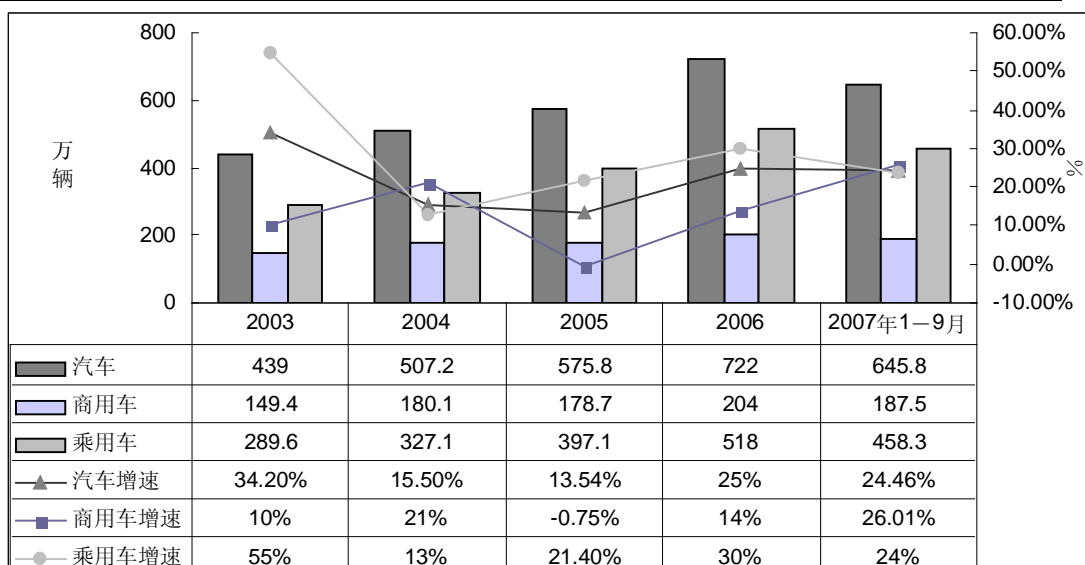
	本月产量	同期比	累计产量	同期比
汽车	783041	19.58	6764499	23.61
载货汽车	204801	19.41	1874851	28.42
公路客车	155172	16.92	1268593	14.22
其中：大型（40 座及以上）	6978	-6.62	51074	18.07

中型（20~40座）	7314	-1.49	56390	9.96
小型（9~20座）	44737	2.19	384607	4.1
其中：越野汽车	25669	79.99	181583	46.39
轿车	421735	20.49	3610095	24.68
排气量 1.0 升及以下	11219	-17.46	103824	-30.92
排气量 1.0~1.6 升（含 1.6 升）	215637	16.03	1796753	15.49
排气量 1.6~2.5 升（含 2.5 升）	185225	27.84	1629753	44.08
排气量 2.5 升以上	9654	69.93	79765	36.79
改装汽车	55396	13.83	512354	25.25

2. 各主要产品市场需求情况

2007 年以来汽车市场保持快速增长势头，截至 9 月底，汽车销售量达到 645.80 万辆，同比增长 24.46%，整体产销率达到 99.2%，从增速看，前 9 月汽车销量增长基本上与 2006 年全年相当，呈现出高位稳定增长的态势。分类别看，前 9 月乘用车销量增长 24%，增速仍较快，但与 2006 年比有所回落；商用车表现突出，前 9 月销量增长达到 26%，不但大大超过前几年，而且超过乘用车，成为拉动汽车总销量保持快速增长的重要因素。前三季度，销量排名前十位的汽车生产企业依次是：上汽、一汽、东风、长安、北汽、广汽、奇瑞、华晨、哈飞和吉利，与上年同期相比，哈飞呈小幅下降，其他企业继续保持不同程度增长，其中广汽增幅最为显著。前三季度上述十家企业共销售汽车 538.64 万辆，占汽车销售总量的 83%。

2003 年以来汽车销量及增长情况（单位：万辆）



注：图中横轴为年份，左纵轴为销量，右纵轴为销量增长

乘用车中，轿车市场尽管仍保持较快增长，但增速与 2006 年同期比有较大程度回落，MPV 和交叉型乘用车增长相对较为平稳，SUV 增幅大幅攀升，是 2007 年乘用车中最大的亮点。商用车中，客车受出口拉动增长良好，增速比去年同期有所提高，其中，轻型客车表现出色，增速比去年同期较大提高；货车前 9 月保持稳定增长，其中重卡（含底盘和半挂牵引车）出现井喷式增长，是商用车中的最大亮点。前三季度，乘用车销量排名前十位的企业依次为：上汽通用五菱、一汽大众、上海通用、上海大众、奇瑞、长安有限、广州本田、东风日产、一汽丰田和北京现代。前三季度，上述十家企业共销售乘用车 266.58 万辆，占乘用车销售总量的 58%。

轿车市场前 9 月同比增长 26%，比 2006 年同期增速下降达 15 个百分点。从原因来看，一方面是上年同期基数较大，另一方面，1.0 升以下和 1.6 升以下小排量车市场的急剧萎缩是造成轿车整体增速

下滑的主要原因。统计显示，2005年，1.0升排量(含以下)车型销量同比增长超过60%，而2007年前9月同比却下降了29.54%，1.0-1.6升车型2006年销量同比增长达到46.88%，2007年前9月却只有26.97%。

2007年SUV市场全线飘红，前9月累计销售25.17万辆，同比增长51.72%，远远超过了同期乘用车市场的平均增长，且增速大大超过前几年。统计显示，2007年前9月SUV平均价格比2006年末期下降了5%以上，新上市的不少SUV车型价位在11—14万的价位区间，正好是目前我国现阶段私家购车的首选区间。

2007年1—9月乘用车各车型增速变化情况（单位：万辆）

	2007年1—9月	同比增长	2006年1—9月	同比增长	增速变化
轿车	343.87	25.76%	272.38	41%	-15.24%
MPV	16.53	20.75%	12.67	28%	-7.25%
SUV	25.17	51.72%	16.2	18%	33.72%
微车	72.68	9.56%	63.85	7%	2.56%
乘用车	458.25	24%	365.1	32%	-8.00%

重卡市场从2006年下半年开始复苏，2007年以来增速进一步大幅攀升，成为商用车中最主要的亮点，前9月重型货车销量同比增长达到75%，半挂牵引车同比增长达到80%，都比2006年同期大幅提高。宏观环境和政策因素是推动其需求快速增长的主要原因：从宏观环境上看，2007年以来，固定资产投资居高不下，前三季度全社会固定资产投资同比增长仍高达25.7%，为重卡市场特别是自卸车提供了强有力的需求支撑，另外，政策因素的推动也是很重要的方面：

公路货物运输计重收费政策 2007 年在全国逐步全面展开，改变了中重型货车需求格局，降低了中卡运输的经济性，导致了重卡对中卡的替代作用，这也是重卡行业从 06 年底出现“井喷”的原因之一，用户新购及更新车辆出现集中释放。同时，欧 III 排放标准 7 月 1 日在部分地区开始实施，促使部分用户在上半年提前购买，在一定程度上促进了重卡的销售。前三季度，商用车销量排名前十位的企业依次为：北汽福田、东风、一汽、江淮、金杯、重汽、长安有限、江铃、南汽和陕汽。1—9 月上述十家企业共销售商用车 126.69 万辆，占商用车销售总量的 68%。

2007 年 1—9 月商业车销量增长情况

		销量 (辆)	同比增长 %
客车	大型客车	20987	41
	中型客车	27592	26
	轻型客车	127403	20
	合计	175982	23
货车	重型货车	69959	75
	中型货车	99573	3
	轻型货车	757835	21
	微型货车	214928	12
	合计	1142295	19
	半挂牵引车	137083	80
	客车底盘	77344	-6
	货车底盘	342808	21

3. 各主要产品进出口情况

(1) 汽车行业（含摩托车及零部件）进出口总体走势

2007年1-9月，全国汽车及零部件累计进出口总值达到486.8亿美元，其中进口总值191.3亿美元，出口总值295.5亿美元，净出口达104亿美元。由于统计角度因素，进出口增长速度统计有误差，但汽车商品进出口实现同步增长，而且出口增长快于进口增长近1倍。这表明随着我国汽车工业的快速成长，我国汽车工业参与国际竞争的程度在不断加深，对国际市场的拓展能力也在不断加强。07年3季度出口已大于进口42.8亿美元。汽车产业逐季的出口出超幅度不断加大，形成出口的新支柱。



(2) 进口情况分析

2007年1-9月，汽车整车(含底盘)累计进口221662辆，同比增长35.4%；累计进口金额75.8亿美元，同比增长38.8%。进口以乘用车为主，占到整车总进口量的96%。乘用车累计进口212768辆，同比增长35.7%，增速较快，但是略低于去年全年平均水平。从十大类

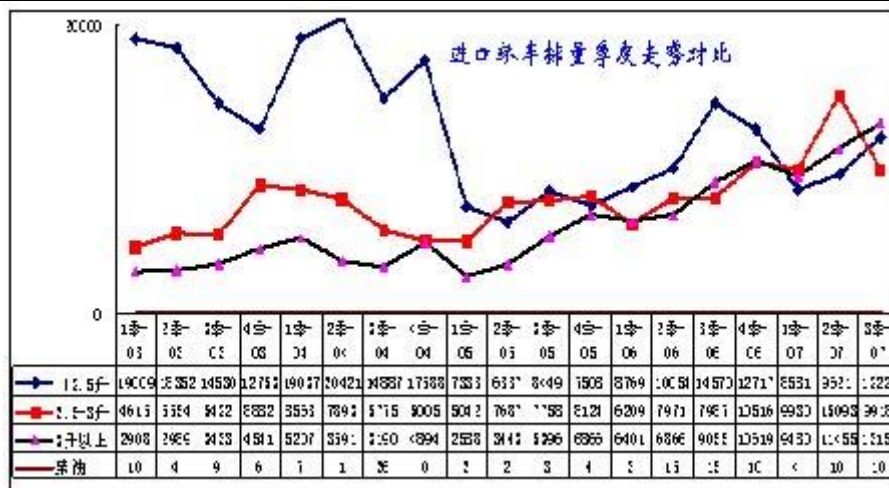
整车进口商品市场表现看，轿车、四驱越野车均保持较快增长，上述 2 个品种共进口 198913 辆，占进口乘用车总量的 93.4%，占汽车进口总量的 89.7%，占绝对主导地位。



从热点车型进口看，汽车进口持续分化，乘用车进口“跃上新台阶”，商用车原地踏步。乘用车中主力是轿车和四驱 SUV，其中四驱 SUV 成为进口高增长的主要动力。轿车进口保持在 3 万台左右的区间已经多年，其中 05-06 年受到政策和需求影响而稍有波动，07 年小幅回升。四驱 SUV 呈现阶梯上升的趋势。03-04 年处于徘徊期，05 年跃上 2 万台的台阶，07 年 2 季度以来迅速跨过 3 万台的台阶，并超越轿车的进口量，成为真正的领涨车型。



从排量看，进口轿车排量主要集中在 1.5-2.5L、2.5-3.0L 和 3.0L 以上三个排量段，上述三个排量段轿车品种占轿车进口总量 99.5%；进口金额占轿车进口总额的 99.8%。在轿车主要进口品种中，排量 >2.5L 品种同比增长较快，尤其是 3 升以上旺销；排量 1-1.5L 轿车同比大幅下滑，3 季度占轿车份额仅为 35%，远低于 03 年的 70%左右的份额水平。其中排量在 3.0L 以上大排量高档轿车市场份额高、增长速度快，市场需求持续旺盛，07 年 3 季度已经成为最大的排量市场，而且几乎是没有波动的稳健上升。在进口越野车主要品种中，3.0L 以上品种市场份额最大，07 年增速最猛。排量在 2.5-3.0L 品种份额排在第二，增速平缓，大排量高档越野车需求出现暴增现象值得深思。其中排量在 1.5-2.5L 越野车同比增长较高，但份额太小。SUV 的进口大排量化趋势显示政策的约束效果较差，奢侈品消费火爆。



2007年1-9月汽车进口增长情况

1-9月进口	进口量-辆	同比增长	进口额-亿美元	同比增长
小轿车	99474	27.7%	34.3	20.6%
四驱越野车	99439	52.8%	29.9	57.6%
9座及以下 小客车	13432	-1.4%	3.1	23.9%
其他	423	131.1%	0.1	121.8%
乘用车小计	212768	35.7%	67.3	34.9%
客车	1112	-24.3%	0.4	-32.0%
货车	6785	42.6%	6.5	129.3%
特种车	332	-22.4%	1.4	17.0%
汽车底盘	665	171.4%	0.2	193.9%
商用车小计	8894	28.9%	8.5	81.1%
汽车总计	221662	35.4%	75.8	38.8%

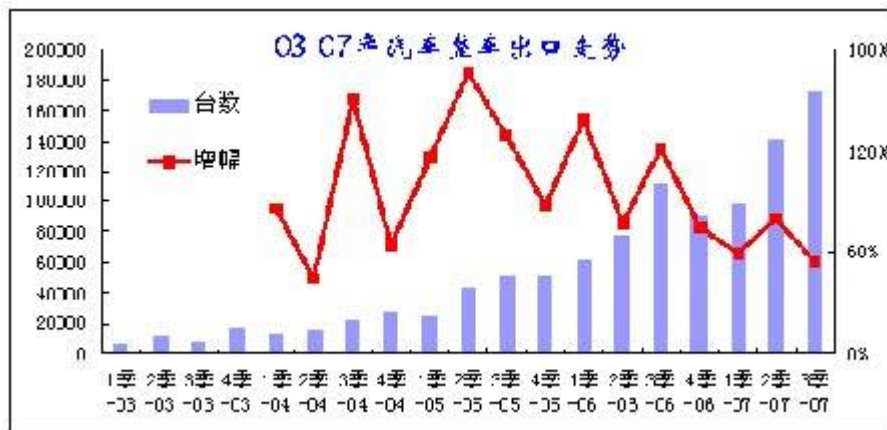
(3) 出口分析

近年来汽车出口飞速增长，但随着基数的增大，增速减缓到高速增长的概念。07年3季度的出口量达到172488台，同比增长55%。同时受到基数的变化的影响，增速波动较大。2007年1-9月，整车出口(含底盘)出口413379辆，同比增长63.9%；出口创汇47.9{亿美元，同比增长117.22%。收入增长快于数量的增长。

2007年1-9月汽车进口增长情况

1-9月出口	出口量-台	同比增长	出口额-亿美元	同比增长
小轿车	124775	85.3%	9.5	107.7%
四驱越野车	16259	288.5%	1.7	259.6%
9座及以下小客车	29773	238.6%	2.4	271.7%
其他	5304	-34.9%	0.4	-39.3%
乘用车小计	176111	99.1%	14.1	118.9%
客车	28520	197.4%	5.9	90.9%
货车	187941	52.1%	20.7	110.1%
特种车	9324	186.8%	6.7	191.4%
汽车底盘	11483	-58.1%	0.6	33.8%
商用车小计	237268	44.8%	33.9	116.1%
汽车总计	413379	63.9%	47.9	116.9%

从出口热点车型看，中国作为世界最大的商用车生产国，其规模效益是国外企业无法比拟的，因此货车的出口始终具有强大的优势，而且出口规模不断快速增长。但相对于乘用车看，世界的商用车规模较小，因此出口的市场增速地位和规模逐步将被乘用车取代。乘用车出口以轿车的增长最为瞩目，而 SUV 的出口并未达到媒体宣传的地步，由于 SUV 的企业散乱、数据缺乏准确性，因此四驱 SUV 和包含两驱的 9 座以下小客的增长并非预期的理想。



从乘用车热点排量出口看，乘用车出口向大排量发展，小排量在海外市场难以发展。乘用车出口有两种势力，一是自主品牌，这些厂家出口目的地一般都是政策法规不健全的发展中国家，因此对大排量较青睐。而跨国集团的出口以小排量为主，例如本田爵士的出口是1.2和1.4升。这从出口目的地的排序可以看出。乘用车出口目的国排名前五名分别是俄罗斯、乌克兰、委内瑞拉、英国和意大利。轿车出口目的国前五名分别为俄罗斯、乌克兰、英国、意大利和德国。越野车出口目的国前五名为俄罗斯联邦、委内瑞拉、安哥拉、乌克兰和叙利亚。小客车前五名为俄罗斯联邦、委内瑞拉、南非、叙利亚和哥伦比亚。

2007年不同排量汽车出口情况（单位：辆）

乘用车出口		06年	07年	增幅
轿车	< 1升	7771	7211	-7%
	1-1.5升	43807	58286	33%
	1.5-2.5升	15691	59140	277%
	柴油等其他	29	118	307%
四驱越野车	1-1.5升	12	2	-83%
	1.5-2.5升	3588	14514	305%
	2.5-3升	57	85	49%
	柴油等其他	528	1658	214%
小客车	1-1.5升	4169	10677	156%
	1.5-2.5升	4066	17454	329%
	柴油等其他	559	1642	194%

4. 各主要产品价格走势

今年以来，全国汽车市场价格持续走低，降幅比去年同期明显加大。一季度汽车价格降幅较深，月均降幅达0.53%，二季度价格走势

较为平稳，进入三季度受供给增加、淡季降价促销等因素影响，价格再次呈下降走势。

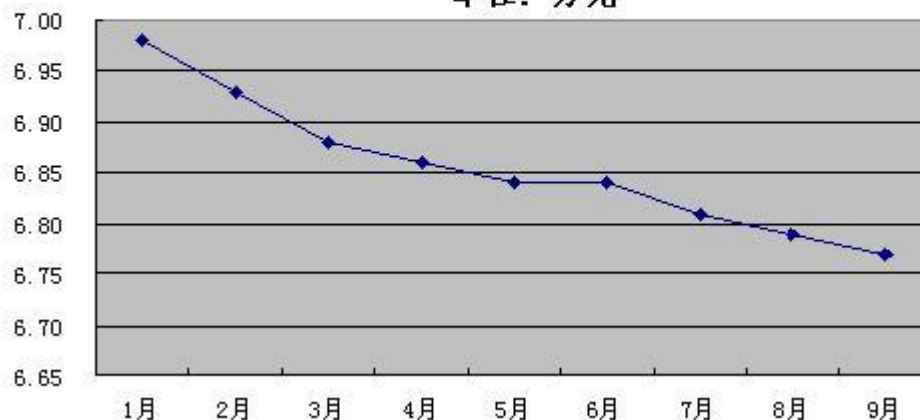
1. 前三季度乘用车价格持续下降，商业车震荡下行

据全国 36 个大中城市监测，1 至 9 月份国产汽车价格累计比去年末下降 3.15%，月均降幅为 0.35%，除 6 月份价格与上月持平外，其余各月价格均呈平稳下降走势。其中，不同种类车型价格涨跌变化略有差异。

乘用车价格以降为主，月环比连续九月走低。前三季度乘用车价格持续下降，至 9 月份环比累计比去年末下降 4.07%，月均降幅达 0.46%。其中基本型、运动型乘用车价格降幅较大，分别比去年末下降 6.61%和 5.16%。基本型乘用车监测品种中，多数品种降幅在 4%以内，个别车型最大降幅接近 20%。微型客车受需求上升及成本增加等因素影响，价格比去年末上涨 6.65%，月均涨幅达 0.72%。

商用车受货车价格涨跌变化影响，价格呈振荡走低态势。今年 1—4 月份商用车价格持续走低，5、6 月份价格小幅回升，其后价格小幅波动，至 9 月份环比累计比去年末下降 2.24%，月均降幅为 0.25%。其中商用客车价格以降为主，至 9 月份环比累计比去年末下降 5.25%，轻型、大型客车价格分别比去年末下降 4.97%和 5.32%。商用货车受需求稳定及生产资料价格上涨影响价格涨多跌少，除 3 月、7 月、9 月份价格环比分别下降 0.57%、0.63%和 0.49%外，其余各月均呈上涨态势。至 9 月份价格比去年末上涨 3.12%，轻型、中型、重型货车价格分别比去年末上涨 1.03%、1.35%和 4.79%。

2007年全国国产汽车平均价格汇总表
单位：万元



另外，今年前三季度进口汽车受进口车型日趋高档化及《进口汽车品牌销售管理办法》实施等因素影响，价格出现较大幅上涨，呈现大涨小落的走势特征，至9月份进口汽车价格比去年末上涨4.0%，月均涨幅为0.39%。其中进口轿车价格比去年末上涨6.42%，进口越野车价格比去年末略降0.12%。进口轿车价格的大幅上涨是拉动进口汽车价格持续走高的主要原因。

三、行业内主要经营情况

1. 前二十家企业生产情况

2007年前三季度，上海汽车工业（集团）公司、一汽车集团、东风汽车集团、长安汽车（集团）有限责任公司、长安汽车（集团）有限责任公司、北京汽车工业控股集团有限责任公司五大汽车生产厂家的产量都有所增长，但北京汽车工业控股集团有限责任公司因上年同期基数较高，主要轿车品种竞争不力，因此产量明显低于行业平均增长速度。而产量增长较快的前五家企业分别是中国重型汽车集团，

同比增长 81.94%；陕西汽车(集团)有限责任公司，同比增长 65.51%；比亚迪汽车有限责任公司，同比增长 59.43%；广州汽车工业集团有限公司，同比增长 55.52%；华晨汽车集团控股有限公司，同比增长 48.84%。

2007 年前三季度排名前 20 家企业产量增长情况（单位：辆）

企业名称	9 月完成	累计产量	同期增长%	累计增长%
汽车企业总计	757102	6509572	17.13	22.78
上海汽车工业(集团)公司	120702	1124626	12.58	20.06
一汽汽车集团	127034	1061297	14.95	19.62
东风汽车集团	106944	857797	22.77	24.57
长安汽车(集团)有限责任公司	69460	623431	23.69	20.48
北京汽车工业控股集团有限责任公司	61968	527106	1.41	5.51
广州汽车工业集团有限公司	50795	369788	39.44	55.52
奇瑞汽车有限公司	41037	300001	37.01	40.93
华晨汽车集团控股有限公司	24957	222602	11.99	48.84
哈飞汽车工业集团	14414	176169	-36.37	-8.91
安徽江淮汽车集团有限公司	20859	158877	9.05	21.15
浙江吉利控股集团有限公司	18679	157322	21.92	5.09
长城汽车股份有限公司	10884	90049	47.06	40.13
江西昌河汽车股份有限公司	8546	79897	-27.25	-15.38
中国重型汽车集团	7439	77694	55.24	81.94
南京汽车集团有限公司	8567	72855	-17.56	-9.99
比亚迪汽车有限责任公司	8021	70919	90.16	59.43
陕西汽车(集团)有限责任公司	5534	50830	46.87	65.51
山东凯马汽车制造有限公司	5460	48360	47.89	36.12
东南(福建)汽车工业有限公司	4096	44534	67.73	16.91

2. 主要汽车公司销售情况

一汽轿车：马自达 6 维持平稳增长，奔腾 10 月销售 2026 台，推动一汽轿车以 23% 的同比增长速度超越行业平均增速。公司 1-10 月累计销售轿车 6.4 万辆，同比增长 43%。

上海汽车：合资企业上海大众和上海通用本月销售平稳，10月份销量同比分别增长11%和18%，增速低于行业平均水平。上海大众主力销售车型桑塔纳本月销售情况不佳，桑塔纳3000系列同比下降40%。此外，公司今年主打的POLO劲情、劲取产品本月也出现了销量下降。帕萨特和新车型明锐支撑公司销量增长。上海通用销量1-10月累计同比增长19%。凯越月销售近1.5万台，乐风、景程等推动上海通用的销售增长。荣威750销量维持在1500左右，预期W2上市之后，自主品牌的销量将显著改善。

长安汽车：长安铃木10月实现30%的同比增长，成为主流经济型轿车厂商中表现最好的公司，1-9月以来累计同比下降9%。福克斯、新款马自达3的热销推动长安福特的销售业绩。长安福特以86%的增长速度。我们坚持认为福特汽车在中国市场的地位与其全球市场地位不匹配，未来三到五年将是其在中国资源投放和产销快速增长的时期，我们相信到2010年福特有望成为与上海通用、南北大众等匹敌的合资厂商。1-10月同比增长超过50%，快速增长期有望维持三年左右。

一汽夏利：由于受经济型轿车市场表现欠佳，而公司产品档次难以显著提升等因素影响，夏利本部销售显著滑落。未来发展主要取决于能否提升产品档次和进一步控制成本，本部走出困境实现较好盈利尚需时日。卡罗拉车型10月销售8163辆，比9月(7478辆)销量有进一步增加。10月，一汽丰田共销售2万台轿车，同比增长54%，大

幅超越行业平均水平。锐志销量逐步提升和皇冠的稳健较快增长将为公司利润水平改善打下坚实基础。天津丰田的产销量较快增长和利润率稳步改善是一汽夏利投资价值所在。

海马股份：福美来仍是海马股份的主力车型，10月销量超过9421辆，环比有所增加。1-10月累计销售超过9万台，同比增长80%。海马3本月表现欠佳，未来改善前景需要公司商务政策调整和自动挡车型上市。

江铃汽车：公司前3季度销售车辆70031辆，包括29194辆JMC系列轻型卡车、660辆运霸、17444辆皮卡、3667辆宝威SUV和19066辆福特全顺系列商用车，比2006年同期上升10%，销售收入62.02亿元，比06年同期上升8%；2007年第三季度净利润比2006年同期上升93.77%，主要是由于销量的增加以及毛利率的上升。公司第三季度的毛利率为25%，比2006年同期上升约2.6个百分点，主要是由于销量上升、成本下降、部分资产折旧摊销到期以及2006年同期因折旧政策的变化而导致的以前年度一次性调整。

金龙汽车：推动业绩增长小金龙1-9月销量达到18332辆，同比增长达到51.34%，销量的大幅增长主要受轻客出口拉动，1-9月小金龙轻客出口量达到8000辆左右。苏州金龙1-9月销量达到12210辆，同比增长达到22.95%。大金龙1-9月销量达到9015辆，同比增长达到20.84%。大金龙投产的轻客生产线，目前仍处于建设期。

2. 主要汽车企业效益对比

整个汽车行业的产销两旺，使今年前 3 季度汽车上市企业的业绩也大幅增长，上市汽车企业净利润同比增长 105.54%，高于行业平均水平。在乘用车市场，福田汽车的净利润增长 15 倍，增幅最高。海马股份则由于定向增发一汽海马 50% 股权及上海海马研发公司 100% 股权利润大幅增长，获得了 3 倍以上的增幅。上海汽车也因去年向控股股东发行股本购买资产利润出现较大幅度增长，前三季度总利润 38.83 亿元，同比增长 339.39%。

净利润出现负增长只有江淮汽车、天津一汽、昌河股份三家公司。江淮汽车因为轿车项目前期投入过大摊薄，其主营的商用车业务并没有变差，而天津一汽和昌河股份均是因为受累于小型车价格下降，导致收益减少。长安汽车虽然第三季度利润出现负增长，但前三季度总利润依然保持增长。

一些企业发布公告对全年业绩做出了预计，海马股份预计全年净利润同比增长 370%-420%，中国重汽表示受重型卡车市场需求旺盛影响，预计全年净利润与上年同期相比将增长 150%-200%。威孚高科也预计同比增长将达 50%-100%。

主要汽车上市公司业绩表（单位：万元）

上市公司	第三季度利润	同比增长	前三季度总利润	同比增长
一汽轿车	3528	56.68%	52357	20.73%
长安汽车	6685	-11.77%	50001	20.49%
东风汽车	10688	39.63%	39063	21.02%
天津一汽	-1684	-115.35%	10189	-66.48%
海马股份	10867	380.35%	390618	534.49%
昌河股份	-2137	-116.04%	-3198	-116.04%



中国发展门户网

上海汽车	116722	310.20%	388312	339.39%
福田汽车	4772	92.08%	28518	1469.34%
江淮汽车	7265	-14.91%	29978	-14.91%
中国重汽	16625	84.39%	50614	51.92%
潍柴动力	4707	128.39%	144596	124.71%
宇通客车	6422	27.18%	16887	33.35%
威孚高科	2308	343.83%	11780	62.50%



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



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