

1998年汽车市场形势分析及1999年预测

徐长明

(国家信息中心,北京 100045)

摘要 从需求总量、品种和车型需求3个方面分析了1998年国内汽车市场的形势。讨论了1999年影响汽车市场的有利和不利因素,预计1999年汽车需求将由1998年的缓慢增长转为适度增长。指出1999年汽车市场的主要特征是:用户结构——向私人转移;品种态势——轿车和微型车将对汽车需求的增长起主导作用;价格走势——以降价为主调,但降幅不一。

关键词 汽车,市场,预测

1 1998年汽车市场回顾

1998年我国经济发展遇到了改革开放以来少有的困难:对外方面遇到了东南亚金融危机,出现了比年初预料大得多的负面影响;对内各种体制改革政策集中出台,影响了居民消费需求的增长,同时又遇到了百年一遇的特大洪涝灾害。因此,尽管中央果断出台了扩大内需的政策,对经济发展的下滑势头起到了延缓作用,但经济发展整体下滑的大势未能改变,全年国内生产总值增长7.8%,比1997年下降了1个百分点,这已经是连续第5年下降。在这样的经济背景下,我国汽车市场形势出现了与以往不同的特征。

1.1 需求总量:由适度增长转为缓慢增长

1997年汽车总需求增长7.6%,处于适度增长区间。1998年增长速度明显减缓,总需求比上年增长2.6%,增长速度回落5个百分点。1998年汽车产量比上年增长3.05%,增长速度回落4.4个百分点;国产汽车销售量增长2.44%,同比回落5.4个百分点。

一般来讲,汽车需求是由集团单位自备用车(简称集团用车)、私人用车(不含营运用)、营运用车等三部分组成。据有关方面资料显示,1998年私人用车继续保持了较快的增长速度,因此,可以判断1998年汽车需求的下降主要是由集团用车、营运用车两部分所引起的。

(1)集团用车的下降是促成1998年汽车需求增长速度下降的最主要原因。集团用车的下降是由多方面原因促成的,其直接原因是由经济增长速度的持续下降所导致的(当然,从深层次讲与体制改革有很大关系)。由于宏观经济增长速度的持续下降,企业的经营环境不断恶化,许多企业生产经营非常困难。从反映经济效益的几个主要指标看,1998年1~11月独立核算工业企业实现利润比上年同期下降22.1%,产成品资金占用同比增长5.5%,而销售收入同比仅增长3.9%,职工工资总额同比仅增长0.3%。

企业生产经营难度的不断加大、效益的持续低下,导致很多企业目前只能维持简单再生产,而且把能够给职工正常发放工资作为最主要的经营目标。企业的消费尤其是对长期被视为奢侈品的汽车的消费明显减少。据上海大众、一汽-大众等汽车公司的调查,1998年轿车销售量中私人购买的比例大幅度上升,集团购买的比例明显下降,桑塔纳车集团用车的比例下降8个百分点左右,捷达车的集团用车比例下降7.5个百分点。从统计数字来看,集团用车占80%以上的红旗轿车1998年销售量比上年下降12.7%,集团用车占50%以上的桑塔纳车1998年销售量仅增长2.1%。

(2)营运用车的下降对1998年汽车需求增长速度的回落也产生了一定的影响。营运用车包括出租用车、长途客运、长途货运、市内公交用车等。这部分用车的增长速度1998年明显放慢,以这种用车为主要用途或主要用途之一的一些车型反映很明显:1998年,中型货车销

作者简介 徐长明,男,1963年出生。1985年毕业于天津大学管理工程专业,高级经济师。国家信息中心经济咨询中心副主任,《中国汽车市场展望》副主编。曾在《经济日报》、《中国汽车报》、《汽车工业研究》、《中国物价》等报刊发表报告和文章八十余篇。

售下降 0.53%,以中短途运输为主要用途的中低档轻型客、货车大幅度下降,如跃进汽车集团轻型货车销量下降 18.54%,一汽集团轻型货车销量下降 12.77%。营运用车的下降与经济形势的持续不景气有直接关系,因为经济增长速度放慢,直接影响货运和客运量的增长,这必然影响到营运用车的需求。据调查,现在有很多货车仍处于停运状态,新车需求受冲击也就不可避免了。

(3)生产性的私人用车下降。由于经济形势不景气,客货运输量增长缓慢,加上铁路、航空等运输方式与公路运输之间的竞争加剧,使得汽车运输需求增长极其缓慢,许多私人车主已经报停运输,因此,新车的需求必然受到影响。反映到汽车品种上,主要是中型货车、轻型货车、轻型客车的销售下降。

1.2 品种需求:高份额车型的需求量增速明显回落,低份额车型需求量由降转升

(1)近几年一直在支撑我国汽车市场容量扩张的主导车型——轿车和微型车的增长速度 1998 年明显回落。1998 年轿车需求量增长速度为 6.3%,而 1997 年增长速度为 23.4%,增长速度这样大幅度的下降近几年来尚属首次。1998 年微型客车的需求量虽然继续保持了较快的增长速度,比上年增长 9.3%,但与 1997 年 23.6%的增长速度相比仍然下降了 14.3 个百分点;微型货车需求量 1997 年增长速度为 7.45%,而 1998 年增长速度为 -4.5%。

(2)3 种低份额车型需求快速增长。1998 年大型客车、中型客车和重型货车这 3 种市场份额较小的车型需求量增长很快,增长速度分别为 14.2%,6.2%和 14.1%,但这 3 类车型的绝对量太小,三者需求量合计仅为 6.7 万辆,占汽车总需求量的比例为 3.59%。

(3)近几年来一直对汽车市场的扩张起负面效应的一些车型 1998 年继续保持负增长。第 1,中型货车市场 1998 年继续萎缩,中型货车需求量比上年下降了 1.4%,产量同比下降了 1.45%。这是自 1994 年以来中型货车需求连续第 5 年下降。第 2,轻型车需求继续有一定程度的下降。1998 年轻型客车需求量下降 2.8%,轻型货车需求量下降 0.4%。因此,可以看出,中型车和轻型车需求的下降对 1998 年

汽车市场的发展又产生了一定的负效应。

1.3 车型结构:发生 3 种变化

受汽车市场宏观环境变化的作用及汽车用户结构变化的影响,1998 年汽车需求结构在 3 个方面发生了较大的变化。

(1)由载货型向乘用车转移。进入 90 年代后,载货汽车的需求比例逐年下降,而乘用车的需求比例逐年增大,到 1995 年乘用车比例开始超过 50%,1998 年乘用车比例接近 60%。这种趋势是国际汽车发展的一般规律,而且随着市场经济的发展,这种趋势将会更明显。

(2)由中间向两极转移。除轿车外,汽车可分为大、中、轻、微 4 种类型。从表 1 所示的数据可以看出,与 1997 年相比,1998 年大型汽车的需求比例上升了 0.5 个百分点,微型客车的需求比例上升了 0.87 个百分点,而中型和轻型车分别下降了 0.34 和 1.03 个百分点。

表 1 汽车需求比例的变化(按国产车计算) %

车 型	需求量比例		产量比例	
	1998 年 *	1997 年	1998 年 *	1997 年
重(大)型车	4.33	3.83	3.65	3.25
中型车	18.50	18.84	17.90	18.42
轻型车	43.00	44.03	42.54	44.46
微型车	34.17	33.30	35.92	33.87
合计	100	100	100	100

注: *1998 年预计。

(3)由公用型向私用型转移。从汽车的用途来看,轿车和微型客车作为家庭用车的比例最大,其它车型基本上作为公务用车。90 年代以来,轿车及微型客车的比例逐年大幅度上升,1998 年继续保持了这种趋势,轿车和微型客车占汽车总需求的比例合计已经接近 50% (见表 2)。

表 2 轿车及微型客车占汽车总需求的比例 %

年 份	微型客车	轿车	轿车 + 微型客车	汽车总计
1991	1.24	12.71	13.95	100
1992	2.67	16.62	19.29	100
1993	1.16	21.90	23.06	100
1994	4.52	20.07	24.59	100
1995	10.34	23.29	33.63	100
1996	12.06	26.58	38.64	100
1997	13.84	30.43	44.27	100
1998 年				
1~11 月	15.06	34.12	49.18	100

2 1999年汽车市场总体形势预测

2.1 1999年汽车市场的环境是近几年来最宽松、最有利的一年,因此,汽车市场即使不能进入全面活跃状态,也将出现结构性活跃局面

(1)汽车工业作为国民经济支柱产业的观点被重新认可将对1999年汽车市场的好转起到积极的推动作用。早在十几年前,我国政府就提出要将汽车工业作为国民经济的支柱产业来发展,在90年代初期的几年内,汽车工业确实发展很快,但由于当时发展的市场依托是公务用车,从这一点来看,这种快速发展是不可能持久的。因为,国际国内都没有这种先例,国际上没有哪个国家是靠公务用车来长期支撑其汽车市场和汽车工业发展的,我国也没有哪种耐用消费品是主要靠集团消费来长期支撑的。从根本上来讲,汽车市场及汽车工业的发展必须依靠私人消费来带动,而现在重提汽车工业的支柱产业地位问题,正是针对私人需求的快速发展的现实来讲的,它的基础是牢固的。可以肯定地说,汽车工业将从现在开始逐步成为国民经济的支柱产业。以此为契机,国家将陆续出台一系列真正鼓励购买与消费汽车、发展汽车工业的政策措施。

(2)汽车消费信贷政策的出台将对汽车需求的增长起到一定的刺激作用。社会各界呼吁几年的汽车消费信贷政策终于在1998年由官方出台,这一政策对汽车市场的积极作用至少体现在3个方面。第1,对生产性用车将起到明显的促进作用,如价值量较高的载货、载客汽车,城市出租用车,都需要以贷款方式购买。第2,对希望买车而目前资金又有困难的消费者有显著作用,据抽样调查,目前国产轿车车主中,年龄在20~30岁的人为22.65%,而希望购车的人中,20~30岁的比例要远大于这一数字,他们主要是资金问题,从这个角度看,汽车消费信贷政策将产生一定作用。第3,对一些特定人群有积极作用。由于我国正处于向社会主义市场经济迈进的过渡时期,各种法律法规都不很健全,有一批收入很高并已经具有购车能力的人,但他们的收入中灰色成份较多,因此,很多人不愿意泄露自己的真实收入,消费信贷正好提供了这样的机会,使他们既能买车又不会

泄露自己的收入。从这3个方面来看,消费信贷将对汽车的消费起到一定的积极作用。

(3)税费整治措施的出台对汽车消费需求的增长将起到直接的促进作用。目前,汽车的价外税费名目繁多,各种各样的税费达几百种,这其中只有极少数是属于按国家规定征收的,大部分属于地方、部门擅自征收。据估算,汽车价外税费相当于汽车价格的25%~40%,最近我们在广州、深圳、珠海、青岛、烟台等城市的调查中发现,汽车购买者对汽车的不合理的价外税费意见极大,并严重限制了汽车需求的增长,因为目前私人买车占越来越大的比例。根据这种情况,国家将对汽车的价外税费进行彻底的清理,汽车费改税的政策也将在年内出台,并且国家是把清理汽车税费作为国家清理各种乱收费的突破口来实施的,因此,政策的贯彻执行将比较彻底,因此,汽车市场尤其是私人汽车市场将有一定起色。

上述三大政策的出台,使得1999年汽车市场具有了其它年份所不具备的条件,而且规范我国汽车市场的一些措施(如汽车管理条例)也在研究之中,汽车消费政策也可能于1999年出台,因此,1999年我国汽车市场将有一定起色。

2.2 与1998年一样,1999年我国汽车市场也将受到一些不利因素的影响,汽车需求难以出现汽车厂商期望的大幅度增长局面

(1)国民经济增长速度的缓慢回升将使汽车需求缺乏快速增长的宏观基础。虽然现阶段由于汽车市场的结构变化导致国民经济运行态势对汽车市场的直接作用不像计划经济时期那么大,但是经济运行形势的好坏仍在很大程度上左右着汽车市场的运行。由于住房制度、医疗制度、保险制度、教育体制等改革措施在最近一二年的集中出台,居民的消费行为趋于谨慎,因为广大居民不得不节约当前支出而用于远期消费。投资也将由于缺乏效益好的项目而难以大幅度增长,出口的增长应该说比1998年还要困难。因此,国内很多权威机构对1999年的经济发展并不很乐观。据预测,1999年经济增长速度只能比1998年略有提高,预计为8%左右。因此,从经济增长的角度看,汽车市场缺少快速增长的空间。

(2)在私人汽车需求快速增长的同时,集团

用车将继续保持低速缓慢增长的状态。根据我们掌握的资料看,集团用车自 1994 年以来在逐年下降,这主要是两个原因导致的:第 1,1994 年以来,经济发展一直处于收缩期,新成立机构的数量增长速度在下降,导致新成立机构对汽车需求增长变缓;第 2,企业经济效益连续几年持续低下,对集团用户购车形成了明显的制约。从目前情况看,1999 年企业效益难有明显好转,因此,集团用户汽车需求至多是微弱增长,如果国家推行公车制度改革,集团用车需求还有可能下降。集团用车需求下降对汽车总需求的增长将形成制约,最近几年私人用车需求快速增长而汽车总需求增长并不明显的主要原因就是集团用户汽车需求下降。

(3)一系列新出台的政策要发挥明显作用需要一定的时间。近一个时期以来,国家出台了一系列有利于汽车工业发展的政策,如上面提到的汽车消费信贷、费改税政策,以及有可能出台的汽车消费政策、汽车管理条例等,要真正发挥作用需要一定的时间。如汽车消费信贷政策,由于现在方方面面的相关政策不配套,消费者要真正得到贷款,需要相当苛刻的条件,而如果不以苛刻条件做抵押的话,银行要承担很大的风险,这个矛盾不解决,真正需要购车贷款的人就得不到贷款,而要解决这个问题需要诸多部门的配合才行,而且需要一定的时间。再比

如,汽车费改税的问题,社会各界都认为应该这样做,但涉及的部门利益太多,调整起来也有相当难度。因此,政策措施对 1999 年汽车市场的实际作用与预想的相比要打个折扣。

2.3 综合来看,1999 年汽车需求将由 1998 年的缓慢增长转为适度增长,增长速度有可能接近 1997 年的水平

根据 90 年代以来的数据分析(见表 3),GDP 每增长 1%,汽车保有量平均增长 1.15%左右,1998 年 GDP 的增长速度按 8.2%考虑,1999 年的新增需求将达到 135 万辆左右,加上更新需求,汽车总需求量 170 万辆,比 1998 年增长 6.25%。

表 3 1999 年汽车总量预测 万辆

项 目	1996 年	1997 年	1998 年 (预计)	1999 年 (预测)
汽车总需求量	145.0	155.0	160.0	170.0
汽车总产量	147.5	157.0	162.7	168.0 *
汽车进口量(含散件)	7.54	5.00	4.01	3.00

注: *建议数。

3 1999 年汽车市场的主要特征分析

3.1 用户结构:加快向私人转移

90 年代以来,私人汽车市场地位持续升高,对我国汽车市场的影响力持续加大,私人汽车保有量的变化见表 4。

表 4 私人汽车保有量及其占全社会汽车保有量的比例

年 份	私人汽车总保有量		私人货车保有量		私人客车保有量	
	数量/ 万辆	比例/ %	数量/ 万辆	比例/ %	数量/ 万辆	比例/ %
1990	81.62	14.80	57.30	16.02	24.07	14.84
1991	96.04	15.85	65.42	16.92	30.36	16.39
1992	118.20	17.09	75.82	17.72	41.87	18.51
1993	155.77	19.05	93.18	19.28	59.85	20.93
1994	205.42	21.81	122.62	22.55	78.62	22.48
1995	249.96	24.03	131.01	23.04	114.15	27.32
1996	289.67	26.33	142.07	25.45	143.04	29.31
1997	358.36	29.39	161.94	26.93	191.27	32.95

预计 1999 年私人购车比例的提升幅度将加快,主要判断依据如下:

(1)私人购车在特定领域已经形成优势。一是在长途货运方面,私人用车已经形成了公车无法抗衡的竞争优势,目前 80%的中型货车和 50%的重型货车都是由私人购买,这个传统优势 1999 年将继续保持。

(2)随着建设工程体制的改革,大中型建设项目用车体制已经发生变化,以前是伴随一个新项目上马,建设单位要购买一批新车,而现在都讲究经济效益,大部分新建设项目所需的运输任务几乎全由个体运输户来承担,从而刺激私人购车比例的增长。

(3)随着私营经济的发展,汽车需求中越来越

越大的部分由私人或私营企业购买。

(4) 随着人民收入水平的提高,越来越多的家庭开始购买汽车,尤其是汽车消费信贷政策的实施将对私人购车产生积极的推动作用。

专家预测,1999 年私人购车比例将达到 55.6%,比 1998 年提高 5 个百分点,这个提升幅度明显大于 1997 (2.4 个百分点) 和 1998 年 (1.2 个百分点)。专家预测 1999 年私人购车量将达到 92.2 万辆 (见表 5),比 1998 年增长 12.4%,如果按总需求 170 万辆考虑,私人汽车需求有可能达到 94.5 万辆 (其中包括私人生产性用车)。

年 份	数量/万辆			比例/%		
	总计	私人需求	非私人需求	总计	私人需求	非私人需求
1995	146.0	66.3	79.7	100	45.4	54.6
1996	145.0	68.2	76.8	100	47.0	53.0
1997	156.0	77.0	79.0	100	49.4	50.6
1998 (预计)	160.0	82.0	78.0	100	50.6	49.4
1999 (专家预测)	165.8	92.2	73.6	100	55.6	44.4

3.2 品种态势:轿车和微型车将对汽车需求的增长起主导作用

1998 年以来,随着投资增长速度的逐步加快,重型货车的需求开始加大,另外,随着公路条件的改善,大型客车的需求也明显增大,但是,重型货车、大型客车的需求量占汽车总体市场的份额太小,对汽车总需求的带动作用终究是有限的。中型货车和轻型货车的增长要依赖于经济的活跃程度,从 1999 年的经济形势来看,中型货车和轻型货车市场都不具备明显好转的条件。因此,1999 年汽车市场的主要增长

点仍在轿车和微型车上。

90 年代以来轿车和微型车一直保持着高速增长的气势,尤其是 1994 年以来,在国民经济增长速度逐年下降的情况下,汽车市场基本保持了平稳运行的格局,1997 年以来汽车需求还出现了较快增长,这主要是轿车和微型车所带动的。1993 ~ 1998 年轿车和微型车需求量增长的影响见表 6。如果不考虑轿车和微型车,其它车型需求量合计 1994 ~ 1998 年是逐年下降的,1998 年与 1993 年相比,需求量减少了 30 万辆,下降 29.5%。

年 份	需求量/万辆				对需求量增长的贡献度/%			
	微型车	轿车	其它车	合计	微型车	轿车	其它车	合计
1993	14.99	32.85	102.16	150.00	—	—	—	—
1994	20.45	29.50	97.05	147.00	3.64	- 2.23	- 3.41	- 2.00
1995	26.00	34.00	86.00	146.00	3.78	3.06	- 7.52	- 0.68
1996	31.02	38.50	75.48	145.00	3.44	3.08	- 7.21	- 0.68
1997	36.16	47.50	72.34	156.00	3.54	6.21	- 2.17	7.59
1998	37.50	50.50	72.00	160.00	0.86	1.92	- 0.22	2.56

1999 年轿车和微型车将继续保持较快的增长速度,主要基于以下两个判断:

(1) 私人汽车需求的快速增长是带动轿车和微型车需求增长的最大的动力。1994 年以来,我国汽车总体需求之所以没有出现明显下降的局面主要是私人需求的带动,而私人需求最主要的车型是轿车和微型车。在大城市,轿车的需求日益旺盛,而在中小城市微型车有着广泛的市场,这主要是微型车的价格适应了当地购买力水平。1999 年,在私人需求对汽车市

场的作用更大的情况下,轿车和微型车无疑将成为汽车市场的主要增长点。

(2) 出租车需求的增长是轿车和微型车需求增长的另一个主要动力。十多年来,我国出租汽车增长了近 10 倍,从 1986 年年底的 6 万辆增加到 1997 年年底的 65 万辆,出租用车的增长对我国汽车需求的稳定增长起到了重要作用。未来一段时期内出租用车对我国汽车市场的促进作用仍将十分明显。其原因:第 1,出租车总量仍将快速增长,主要在中小城市和欠发

达地区;第2,出租车的更新需求将不断增加。轿车在大中城市的出租市场中所占比例越来越大,而在小城市和县镇一级微型车占有优势。出租车需求的稳定增长使轿车和微型车享有了其它车型所不具备的市场优势。

详细的预测结果见表7。

表7 汽车分品种需求预测

车 型	1998 年 预计/万辆	1999 年 预测/万辆	1999 年占总 需求比例/%
重型货车	4.1	4.8	2.8
中型货车	18.4	18.2	10.7
轻型货车	29.2	29.2	17.2
微型货车	13.9	13.6	8.0
大型客车	0.7	0.8	0.5
中型客车	1.9	2.0	1.2
轻型客车	18.0	17.8	10.5
微型客车	23.6	25.6	15.0
轿车	50.5	58.0	34.1

3.3 价格走势:以降价为主调,但降幅不一

由于持续几年汽车供给能力的增长速度快于需求的增长速度,目前汽车工业生产能力过剩的矛盾已很突出,生产能力利用率平均在50%~60%,有些车型如中型货车不足50%。汽车厂商为了保住或扩大市场份额,不得不采取一切可能的手段与对手展开竞争,在目前阶段,价格竞争仍是最直接、也是比较有效的手段。预计1999年汽车价格仍将出现不同程度的下降。从表8所列的专家调查结果看,轻型车降价的可能性最大,其次是轿车和微型车。

轿车生产能力近几年迅速增长,目前,上海大众汽车公司具有30万辆的生产能力,一汽-大众15万辆生产能力已经形成,神龙富康15万辆生产能力也将于1999年年底形成,天津汽车公司具备了15万辆夏利轿车的生产能力,加上其它车型,我国轿车生产能力在100万辆以

表8 专家对1999年汽车价格走势各种可能性的判断

%

车 型	价 格 变 化 趋 势					合计
	明显上升	稳步上升	基本持平	略有下降	明显下降	
总体	0	0	63.64	36.36	0	100
重型货车	0	50.00	40.91	9.09	0	100
中型货车	0	4.55	50.00	40.91	4.55	100
轻型货车	0	0	26.09	65.22	8.70	100
微型货车	0	4.55	36.36	45.45	13.64	100
大型客车	8.70	47.83	43.48	0	0	100
中型客车	0	13.04	73.91	13.04	0	100
轻型客车	0	4.17	29.17	66.67	0	100
微型客车	4.35	4.35	43.48	39.13	8.70	100
轿车	3.57	7.14	39.29	50.00	0	100

上,而预计1999年的轿车需求在62万辆。众多轿车厂商为了争夺有限的市场必然进行激烈竞争,而价格竞争是最原始、在现阶段也是最有效的方式之一,因为轿车市场越来越多地面对私人消费者,而私人消费者对价格是极敏感的。

从供给的角度看,几个主要轿车厂商随着生产能力的扩大,也纷纷具有了降价的潜力,因此,1999年轿车市场是否会出现价格战主要看几个关键轿车厂商能否进行有效协商。

从微型车来看,虽然最近几年微型车的需

求在快速增长,但微型车供给能力的增长要远大于需求的增长。几个主要的微型车厂家为了能在未来的市场上占有一席之地,都迅速扩大生产能力,因此必然出现争夺市场的局面,而大家又普遍存在一个共识,即让利不让市场,其结果就是不断地降低价格以赢得用户。根据对几个主要厂家的调查,现在微型车的利润水平已经很低,降价的潜力已经很小。但根据价格形成机制来看,微型车的价格战仍在所难免。

1999年中国轮胎市场研讨会论文

启事 《轮胎工业》已在因特网上建立了自己的网站。欢迎广大读者上网访问本刊,欢迎作者通过网络向本刊投稿。本刊将利用网站为客户发布网上信息,沟通供求,宣传客户产品和技术。发布500字以下信息月收费200元,500~1000字信息月收费400元。本刊网址: <http://www.rubbertire.com.cn>; E-mail: cri@public.east.net.cn

本刊编辑部