

中国中型载货汽车及中型客车 市场状况与发展预测

周明生

(东风汽车公司,十堰 442001)

摘要 分析我国中型载货车和中型客车的市场状况和中长期发展趋势。随着近几年其它车型的快速发展,中型车市场需求逐年回落。1999年由于基础设施建设投资规模的持续扩张,中型车需求将有可能出现小幅增长,预计全年中型载货车需求为19万辆,同比增长约1.2%,中型客车需求为2万辆,同比增长近20%。从长期来看,我国中型客车市场需求将呈增长态势,中型载货车市场需求将会保持平稳发展,预计2005和2010年中型载货车和中型客车需求分别为18万~20万辆、4万~5万辆和18万~20万辆、6万~8万辆。

关键词 市场,预测,中型载货车,中型客车

1 近几年中型车的市场状况

近几年来,由于我国各车型品种的生产能力迅速形成,我国汽车市场中延续了几十年的“缺重少轻,轿车空白”现象已不再存在,中型车在整个汽车市场中的替代作用逐步消失,尽管近几年我国汽车市场的需求总量仍保持着缓慢增长的格局,但中型车的市场需求却呈现持续下滑态势。整个中型车市场需求的下滑不仅表现在市场份额的下降上,而且表现在需求总量的减少上。

1.1 中型车在行业市场中地位的变动

中型车包括中型载货车和中型客车。1993年以来,我国汽车市场中中型客车的需求量一直在中型载货车需求量的10%以下,因此,当前我国中型车市场以中型载货车需求为主。

(1) 对近几年中型车市场需求状况的分析

受国家宏观调控和社会固定资产投资规模的影响,我国中型车的市场需求在1993年达到最高峰后,近几年需求逐年回落,整个中型车市场需求呈现持续萎缩的态势。

就中型载货车而言,伴随着重、轻型载货车生产能力的形成和市场需求因素本身的变化,中型载货车替代其它车型的可能性逐渐消失,这样中型载货车开始从原有替代领域退出。

其退出行为不仅体现在中型载货车的新增需求上,而且体现在中型载货车的更新需求上,中型载货车的市场需求空间相对缩小。加上近几年国民经济增速放慢,投资总额增速下降,导致市场对载货车需求总量的减少。这样整个中型载货车市场需求便呈现出持续回落的态势。

就中型客车而言,前几年由于国家对经济发展的宏观调控,各类企业效益连年下滑,企业资金周转相当困难,这样中型客车市场不仅部分新增需求被压缩,而且一些更新需求也因资金紧张相对延迟;同时由于当前国产中型客车在性能上还不能很好满足高速公路运输的需要,这些因素综合作用导致了我国汽车市场对国产中型客车需求的下降。

(2) 中型车在行业市场中地位的变动

近几年,汽车行业各车型的需求结构变化相当明显。1991年载货汽车、客车、轿车三者的需求比例分别为63.77%、24.79%和11.44%;1998年三者的需求比例变为40.65%、28.20%和31.15%。8年来,三大车型的市场需求中载货车所占的比例持续下降;客车所占比例变化平稳。就载货车、客车市场中的中型载货车和中型客车部分而言,1991年其市场份额为31.79%,1998年市场份额降为12.32%,故总体上中型车的行业地位是呈快速下降趋势,见表1。

从历史情况来看,载货车的最高产量出现在1994年,达到78.6万辆;中型载货车的最高产量出现在1993年,为33.5万辆,1998年二

作者简介 周明生,男,1972年出生。1997年毕业于兰州商学院统计学专业,在东风汽车公司市场部从事产品市场调研工作。参加1998年度国家机械工业局“影响汽车市场的相关性因素分析”课题的研究。曾发表文章3篇。

表 1 中型载货车和中型客车在行业及相应车型中所占的比例

年 份	中 型 载 货 车			中 型 客 车		
	产辆/ 辆	占汽车总量 比例/ %	占载货车总量 比例/ %	产辆/ 辆	占汽车总量 比例/ %	占客车总量 比例/ %
1991	203 951	28.77	45.12	21 417	3.02	12.19
1992	259 795	24.47	41.47	33 013	3.11	12.11
1993	334 656	25.81	43.19	24 367	1.88	8.34
1994	313 308	23.15	39.87	19 503	1.44	6.15
1995	247 982	17.07	34.36	22 740	1.57	5.61
1996	211 789	14.36	30.76	18 624	1.21	4.71
1997	185 595	11.76	27.85	15 930	1.01	3.71
1998	183 617	11.28	27.75	16 952	1.04	3.69

者产量下降到 66.2 万和 18.4 万辆,分别为最高年份产量的 84.2 %和 54.9 %,中型载货车市场需求的下降速度明显高于同期行业载货车总量的下降速度,成为近几年行业各车型中需求下降最快的车型。1998 年其在行业中的市场份额为 11.3 %,而且呈继续下降的趋势。

客车市场近几年在需求总量和市场份额两方面都有所增长,到 1998 年,客车占行业汽车需求总量的比例达到 28.2 %,比 1991 年上升近 4 个百分点。但中型客车在行业及客车市场中的地位却逐渐降低,而且近几年中型客车的行业需求总量在总体上也呈下降趋势,1998 年,中型客车仅占行业汽车需求总量的 1 %,即便在客车市场中也只占不到 4 %的比例。

1.2 中型车年度需求的特征

中型载货车的年度需求中各月需求波动十分明显,但波动具有共同特征:每年三四月份和 10 月份出现两个需求高峰期,七八月份出现一个低谷期,全年的需求走势呈 M 形。而中型客车每年中各月需求波动相对较小,除在 10 月份前后出现一个高峰期外,其余各月的需求量波动幅度并不很大。

1.3 中型车的市场集中度和主要生产厂家

受国家集中投资的影响,中型车的市场集中度与其它车型相比要高。1998 年,行业中型载货车生产厂家共 13 家,其中一汽和东风两家的市场份额为 98 %;中型客车生产厂家共 12 家,前 4 家市场份额之和为 88 %,见表 2。近几年,中型载货车的行业市场集中度呈上升趋势,其中主要是一汽市场份额的上升,1993 年以来,东风的市场份额基本保持在 45 % ~ 50 % 之间,但一汽的市场份额由 1993 年的 32.8 % 增长到 1998 年的 49.4 %,并在 1998 年产销总量

首次超过东风;中型客车行业市场集中度波动较大,1997 年前 4 家市场份额之和为 81.9 %,比 1995 年下降 10 个百分点。在中型客车生产厂家市场份额排名上,近几年位于前 4 位的一直是东风、江苏亚星、常州客车和一汽集团,但 1998 年具体名次有所变动,东风公司由往年的第 1 名下降到 1998 年的第 2 名。

表 2 1998 年中型车主要生产厂家所占市场份额

次序	中型载货车		中型客车	
	生产厂家	比例/ %	生产厂家	比例/ %
1	一汽集团	49	江苏亚星	39
2	东风	48	东风	27
3	—	—	常州客车	15
4	—	—	一汽	7
其它	—	3	—	12

2 1999 年中型车的市场状况

中型车市场需求受国家宏观经济发展、社会投资增幅、汽车消费政策及使用环境等诸多因素的影响和制约。尽管我国汽车市场的发育仍然很不完善,这在一定程度上会影响当前中型车的市场需求,但 1999 年国家在刺激经济增长和促进汽车市场发育等方面所做的努力,将很有可能使我国的中型载货车和中型客车市场在 1999 年止住下滑并略有增长。

2.1 影响 1999 年市场需求的相关因素

(1) 社会投资规模的扩大

载货车需求量与社会投资的规模密切相关。在国内消费需求不旺、出口受阻的情况下,我国政府为促进经济增长,1998 年开始扩大投资规模,政府投资的主要投向为基础设施建设。1999 年,政府仍将扩大投资作为刺激经济增长的主要措施。在基础设施建设规模持续扩大的影响下,1998 年第 4 季度,中型载货车市场需

求因中型自卸车需求的增长而下滑速度明显减缓,1999年1~2月中型载货车需求量在投资的拉动下开始小幅回升。

(2) 环保意识的增强

严格控制排放、保护生态环境是当前汽车工业发展所面临的一个重大主题。虽然中型载货车的主要生产厂家一汽、东风公司和中型客车的主要生产厂家一汽、江苏亚星、东风公司的产品排放控制严格,但排放要求的提高使从事中型载货车和中型客车生产的“外围势力”发展受到严重影响。环保意识的增强,可以说是对一汽、东风、亚星等重点生产厂家的保护,最终会促进中型载货车和中型客车市场集中度的进一步提高。

(3) 品种竞争

目前中型载货车市场上的品种竞争不仅仅是解放、东风等品牌之间的竞争,还表现在中型载货车与其上下限的产品如8t车、3t车之间的竞争,这种竞争日趋激烈。1999年,除一汽的9t重型载货车、东风公司的3t车继续大量投放市场外,一汽、跃进集团公司的2t车精品又相继推向市场,中型载货车市场面临的竞争压力继续加大。

我国中型客车市场的发展则一直依赖于中型载货车市场,在90年代以前,我国的中型客车生产没有自己的专用底盘,所用底盘都是用中型载货车底盘稍加改进改装而成,产品性能欠佳和市场适应能力不强使中型客车市场需求受到很大影响。近几年随着一汽、东风等厂家对中型客车专用底盘开发力度的加大,各种中型客车的专用底盘相继推出,中型客车的市场适应能力明显增强。中型客车因品种、技术原因而影响市场需求的情况会大大减少。

(4) 地方保护

以前的地方保护是政府采取措施限制外区域的汽车流入本区域,随着市场竞争的深入与汽车生产协作的规范化,地方保护又有了新的发展,即本地企业要想与外地企业配套就必须销售对方的产品。目前我国中型载货车零部件的自制率与其它车型相比要高,这样中型载货车市场的开拓受“以市场换市场”的影响更严重,“以市场换市场”会使得中型载货车的需求被其它配套程度高的车型所取代。而我国中型

客车的销售自始至终就具有较为明显的区域性特征,多数企业的产品都在本省或相邻省份进行销售,因此,中型客车市场受地方保护的影响也就更加明显。

(5) 消费方式

中型载货车的消费大部分是个体消费,消费群体的经济实力仍有待增强;中型客车的消费多为公款消费,近几年由于微观经济效益不佳,消费者的经济实力也在下降,但二者都有潜在需求。在这种情况下,银行、保险开始在中型载货车和中型客车的消费群体中开展买方信贷,这对目前中型载货车和中型客车的销售将起到更加积极的作用。

2.2 1999年中型车市场走势

1999年国民经济发展速度的宏观调控目标为GDP增长7%。在国内需求萎缩、出口受阻的情况下,政府继续实行积极的财政政策和适度的货币政策,并通过扩大投资来刺激国内需求,以实现今年的经济增长目标。尽管中型载货车和中型客车的市场需求与国民经济增长的相关性已没有过去那样密切,但投资规模的大小对中型车需求仍会产生相当大的影响。由于投资规模特别是基础设施建设规模的持续扩张,1999年中型车需求将很有可能出现小幅度的增长。

(1) 预计全年中型载货车需求为19万辆,比1998年增长约1.2%;中型客车需求为2万辆,比1998年增长近20%。

(2) 中型载货车需求的品种继续以适应基础设施建设需要的自卸车、普通载货车为主。中型客车需求的品种表现为适合各种特色市场需要的多品种需求。

(3) 中型车的市场价格保持稳定。

(4) 中型车的国际市场开拓加快。

3 中长期市场状况

从长期来看,我国中型载货车和中型客车的市场份额还会呈下降趋势。但由于我国各地区经济发展水平存在差距,地理环境极为复杂,中型车与其它车型相比仍具有某些不可替代的优点,中型车市场在若干年后仍会保持一定的需求量。

3.1 影响中型车中长期市场需求的相关因素分析

(1) 社会经济发展水平的影响。

社会客货运总量与运输能力之间是一种正比例关系,随着经济的发展,社会生产要素(包括人和物)的流动总量和流动频率将出现一定的增长,流通范围进一步扩大,反映到运输市场即是客运量和货运量的增长。而公路客货运量的增长无疑会要求公路运输车辆保有量相应增长,这样即使中型载货车和中型客车在行业中所占的比例继续下降,但因为汽车市场需求容量扩大,载货车及客车需求总量增长,中型载货车和中型客车市场仍有可能保持比较平稳的发展趋势。

(2) 燃油税实施及其它有关车辆税费制度的改革和完善的影响。

如果单独实施燃油税而不取消各种按标载吨位附加在车辆上的乱收费,车辆超载的现象是不会消失的,只会使用户选择燃油更加经济的车辆进行超载。但如果在实施燃油税的同时对其它有关车辆税费制度进行改革和完善,那么中型载货车的超载优势将逐渐丧失,现在被中型载货车超载所占据的市场会逐步让位于重型载货车;从中型载货车的需求量来看,随着车辆税费制度的逐步完善,其需求量会呈下降趋势;同时在中型载货车和中型客车市场内部,受燃油经济性及动力性的影响,汽油车的市场需求量将会越来越小。

(3) 道路条件改善的影响。

随着我国公路建设步伐的加快,公路条件逐步得到改善,中型载货车的道路适应性优势会越来越小。从运输经济性考虑,随着道路条件改善,重型、轻型载货车的优势更能得到发挥,中型载货车将逐渐从原有使用领域中转移,中型载货车的需求进一步体现出“进山、下乡、扶贫”的特点,主要流向山区、农村和贫困地区。同时随着公路路网的扩展和完善,城市之间、城乡之间以及乡村之间的中短途客运市场对中型客车的需求会有所增长,在当前中型客车市场容量较小的情况下,任何领域的成功开拓,都有可能表现为中型客车需求量的快速增长。

(4) 环保要求及车辆更新的影响。

为减少汽车排放对环境的污染,我国汽车

的排放标准会逐渐提高,并最终与发达国家接轨。在汽车排放控制日益严格的情况下,在用车超期服役的现象会逐渐得到纠正,车辆更新的速度加快。尽管原有中型车的更新会有部分被其它车型所替代,但由于我国汽车保有量是逐年增加的,加上我国地区之间、城乡之间经济发展水平存在差异、道路条件不同,市场对中型载货车和中型客车的更新需求仍有可能保持小幅增长态势。

(5) 其它运输方式特别是铁路运输竞争的影响。

就整个运输市场而言,各种运输方式如陆运、水运、空运等的竞争会导致客货运量在不同运输方式间市场份额的变动。陆地运输同样如此。尽管前几年公路和铁路在客货源的争夺中公路运输取得了较大的胜利,但随着铁路路网的延伸和经营管理方式的转变以及铁路运输速度的提高,铁路运输的相对优势仍会逐渐扩大,反映到公路运输上就是公路客货运总量的相对减少,而公路客货运量的增加或减少都会直接影响市场对中型载货车和中型客车的需求。

(6) 出口需求的影响。

尽管中国市场是国际汽车工业竞争的焦点,但对中国汽车工业来说,开辟国际市场也是中国汽车工业发展的一个关键。就中型载货车而言,性能价格比优、道路适应性强、开发水平较高,随着海外市场开拓力度的加大,利用出口消化现有的过剩能力会给国内中型载货车生产带来新的发展机遇;对中型客车来说,技术密集、劳动密集、手工操作比例较大,在我国生产同样具有成本优势,如果采用国际标准或国外先进标准进行生产,成功进入海外市场也很有可能。这样随着海外市场的拓展,中型车的市场空间逐渐增大,在出口需求增加的带动下,国内中型载货车和中型客车的生产量可能增加。

3.2 中型车中长期市场需求预测

3.2.1 中型车市场内部各品种需求的变化趋势

随着经济的发展和汽车购买、使用等阶段税费制度的完善,我国中型车市场内部各品种需求与目前相比将出现明显的变化。

(1) 对中型载货车来说,其市场内部各品种需求会出现以下变化趋势:

需求向柴油化发展。柴油车的油耗本来就比汽油车低,而燃油税又对柴油和汽油实行差别税率,这样在燃油税实施之后,柴油车的燃油经济性特征更加明显,同时柴油车与汽油车相比还具有动力性强、污染低等优点。因此,在经济效益和环保等因素的驱动下,汽油中型载货车将逐渐退出汽车市场。到2010年,我国的中型载货车市场需求将基本为柴油车。

需求向平头化发展。平头车与长头车相比具有优势,如平头车视野开阔,驾驶室舒适,较长头有更大的承载面积。这些优势会使平头车在中型载货车中所占的比例呈持续上升趋势。

需求向专用化发展。当前中型载货车市场需求80%以上是普通载货车和自卸车,在其它专用车领域,市场开拓力度太小。随着中型载货车市场需求的进一步细分和汽车生产厂家在专用车领域技术开发、市场开拓力度的加大,中型载货车市场需求的专用化趋势会日益明显。

(2)对中型客车来说,需求的产品将出现下述特征:

产品对目标市场更具针对性,在不同需求市场,中型客车产品之间的差异扩大,如城市公交用中型客车为减少排放、上下方便将推广使用低污染的替代能源,采用低地板技术;高速公路运输用中型客车为达到高速、安全、舒适的效果采用大功率发动机,增加安全设备并使用豪华内饰等等。

发动机趋向于装配大功率、低排放的柴

油机,并且多为后置形式。

中型客车需求由中低档向中高档方向延伸,但由于我国各地经济发展不平衡,到2010年,我国低档中型客车仍会保持一定的需求量。

3.2.2 中型车市场需求总量预测

如前所述,我国的中型载货车和中型客车市场需求不仅受国民经济发展水平和投资规模、汽车使用环境、汽车消费政策等诸多外部因素的影响,还受汽车市场其它车型的竞争等内部因素的影响。在我国经济持续快速发展、汽车市场发育逐步完善的前提下,我国中型客车市场从长期来看,需求将呈增长态势。我国中型载货车市场尽管会受到重型、轻型载货车发展的冲击,但由于发展重型车的两个必要条件——发达的高速公路运输体系和先进的货物集散体系在我国同时具备仍需一个漫长的过程,在整个载货车市场容量随经济发展而逐渐扩大的过程中,我国中型载货车市场需求仍会保持比较平稳的发展态势。

综上所述,对我国中型载货车和中型客车中长期市场需求进行预测,结果如表3。

表3 中型载货车和中型
客车市场需求预测

年 份	客车市场需求预测		万辆
	中型载货车	中型客车	汽车总需求
2000	18~19	2	180~200
2005	18~20	4~5	250~300
2010	18~20	6~8	400~450

1999年中国轮胎市场研讨会论文

上半年汽车市场低速运行

国家信息中心有关专家对我国汽车市场作出的分析表明:上半年汽车产销量增速减缓,汽车这一消费热点尚在低速运行。

今年上半年汽车产销量增长速度虽比去年略有提高,但形势并不乐观。汽车市场并未摆脱低速运行的态势,产销量增长速度逐月下降。在这一背景下,不同汽车品种间存在着较大的差异:大中型客车、重型和轻型货车的增长速度在25%~73%之间,轻型客车、中微型货车则

出现了2%~11%的负增长。

轿车的增长速度已经达到了近年来的最低点,直接影响到整个汽车工业的发展。统计发现,在汽车行业,技术含量高的新产品销售增长很快,正在逐步挤占技术含量低的老产品的市场。一汽大众的新款捷达、奥迪,神龙公司的新款富康轿车,今年上半年的销售量分别比去年同期增长了近1/3,说明企业产品的变化在很大程度上决定了该企业的销售形势。

(摘自《中国汽车报》,1999-08-12)