

2004 年汽车市场预测及对 汽车轮胎的需求

范增军

(中国汽车报 北京 100036)

据权威部门统计,2003 年中国汽车产量达到 443.7 万辆,同比增长 35.2%;销售 439.08 万辆,产销率 98.87%。中国已经超过德国,成为世界第三大汽车市场。在总产销量中,轿车生产 201.89 万辆,同比增长 83.25%,销售 197.16 万辆,增长 75.28%。回顾过去,汽车的发展无疑是美好的,展望未来,人们将更加关注 2004 年的汽车市场发展。

1 汽车增速减缓

据专家预测,2004 年汽车需求总量将达到 501 万辆,较 2003 年增长 13.5%。而轿车需求将继续保持稳定增长态势,但增幅有所回落,年需求增幅约 25~30%,国产轿车的需求总量将在 240~250 万辆。整体市场份额的扩张不会超过 1%。

国产车在继续快速增长的情况下,总体供求关系可能出现转折。汽车产业经历超高速发展期后将转入快速发展时期,内部经营管理将由粗放更趋精细化发展,投资将趋向理性。厂家在制定战略时,不但要根据汽车市场需求的变化,更要关注竞争形势的变化。

目前中国的平均汽车保有量非常低,与中国的经济发展水平不相称,如果达到世界平均水平,中国应该有 1.6 亿辆汽车,是目前的 8 倍。中国的汽车市场还没有完全形成应有的规模,所以中国汽车市场潜力巨大。但 2003 年增长过快,产量达到 430 万辆。这其中有厂家增加因素(2002 年增 21 家,2003 年增 29 家)。据《中国汽车工业综合分析》提供的资料,到 2003 年 10 月底,国内汽车库存超过 24 万辆,比上年同期增加将近一倍,

其中库存量最大的是货车,接近 9 万辆,客车库存接近 8 万辆,轿车库存达到 7.7 万辆。到 2003 年底,汽车行业的产能过剩 20%。从以上种种现象,可以预测,明年的汽车生产增速将明显放缓,但是仍然可能在 20%以上。预计汽车年产量在 550 万辆左右。

2 降价仍是主旋律

2004 年,由于汽车生产能力的增长超过需求的增长,再加上汽车厂商成本下降以及进口产品的比价效应,汽车降价仍将是车市主旋律。首先是在价格方面,虽然一再降价,但中国汽车还远远没有降到位,目前国内汽车价格仍高于国际市场,据资料统计,一汽、东风和上汽三大汽车集团公司 2002 年的总产量为 185.25 万辆,实现利润 23.3 亿美元,销售利润率达 12%。而美国通用汽车公司 2000 年汽车总产量为 823.5 万辆,是三大汽车集团总产量的 3.44 倍,但仅实现利润 44.52 亿美元,只比中国三大汽车公司高出 91%,销售利润率只有 2.4%。

从生产率和设计能力看,三大汽车集团的人均劳动生产率为 6.5 辆整车,通用公司为 21.33 辆整车。其设计能力虽达到规模经济的起始标准,但实际生产能力还没有发挥出来,并没有达到规模效益的要求。在这种情况下,三大汽车工业公司能够取得很高的经济效益,说明中国汽车工业仍然是在高关税和配额制度的保护下,通过大大高于国际市场的零售价格,获取了超额利润。

因此,2004 年市场价格无疑会进一步下降,轿车价格的年均降幅将达 10%左右。2004 年,不

仅经济型轿车,国产中高档轿车价格也将继续向下调整,并进一步与国际同类车价靠拢。汽车越来越像一个“时尚品”,品种越来越多、更新越来越快、价格越来越低、竞争越来越激烈。汽车产业整体平均盈利水平将随着降价逐步降低。部分优势厂家和优势产品仍将取得高回报。如果到 2006 年,国内轿车价格与国际市场价格接轨,那么今后几年轿车市场每年的降幅将在 13% 左右。汽车营销模式将随着供求关系的变化更趋现实,更加理性。汽车经销商的暴利时代即将结束。

3 新生代新品将陆续面市

预测 2004 年新上市的车型将达 50 余款,一汽奥迪 A4 与 A6 都会有全新的形象冲击宝马与奔驰,一汽高尔夫也会有新招推出。上汽显然也有大动作:将生产凯迪拉克、途安、组装新甲克虫、改进桑塔纳 2000、推出运动版高尔等种种举措非常引人注目,除上海大众、一汽大众、上海通用和东风几家汽车巨头之外,长安福特、长安铃木、北京现代、华晨汽车、南京菲亚特、东风悦达起亚、东南汽车等,目前只能算是第二梯队的新生代。由于多方面原因影响,他们目前尚未建立起完整的产品结构,仍处于竞争中的不利地位,这种状况正在逐渐改变。虽然东风悦达、起亚千里马自 2002 年 12 月 2 日入市后销售还让人满意,但没有形成完整的产品结构。目前该企业正在加紧建立新的生产基地,以期改变这种局面。

美国福特 CEO 比尔·福特一行来中国后,其在中国的战略布局日渐清晰,除将长安福特列为惟一轿车合作伙伴外,他们还将 VOLVO、马自达这两个旗下子公司也纳入与长安的合作轨道。其“同父异母”兄弟长安铃木汽车也计划在明年下半年,推出历史上的第三款车型。

据悉,随着北京现代第二期基础改造工程即将完成,其中档轿车伊兰特在 2003 年年底投放市场后将在明年形成批量生产。

4 车市走向的关键是定位

2004 年,私人购车仍将成为轿车市场的主导购买力量,其比例将超过 60%。新品对老产品的市场侵蚀是不争的事实。新车型继续不断推出,老车型面临降价压力,车型更新周期进一步缩短。

一些定位不准,不具有相对竞争力,形不成规模的车型将“昙花一现”。但由于中国区域的经济特点,市场发展不平衡,需求梯度较为明显。

中国轿车市场在总量激增的同时,厂家之间、品牌之间、车型之间的竞争将更加残酷。规模竞争、成本竞争和品牌竞争更加白热化。通过竞争,各区位的主流车型将逐步形成,市场也越来越细分。因此,只要产品定位准确,就能找到市场。虽然今年新品很多,市场追捧,但一些老产品,由于技术成熟、质量稳定、供给充足、维修方便、配件便宜等特点,仍然保持较大销量,老三样中的“捷达”、“桑塔纳”现在仍占据销量的前三位。

然而,车市走向正在发生变化,私家车市场的主角正逐渐由较为低档的轿车转变为中级轿车。2003 年,特别是下半年,是中级轿车品种空前丰富的一年,一批新款中级车的集中上市,使中级车市场崛起了一股新势力。2004 年中级轿车市场由“三国演义”走向“诸侯纷争”,进入了充分竞争阶段,那种一两个车型长期主宰市场的现象将不复存在。

中级轿车需求的增长将高于整体轿车市场,销量和占有率将进一步上升,预计全年可实现销售 48~50 万辆,市场占有率约为 21%~22%。

5 进口车市场变数增大

2004 年将是进口汽车市场的“调整年”和我国汽车实施配额保护政策的最后一年,进口总量仍将有一个快速增长,进口结构会有所调整。进口品种结构在 2003 年趋向高档化以后,由于许可证供求的缓和,车型结构拉高以后可能会有所回调。由于多个因素的共同作用,进口汽车的价格将会有有一个较大幅度的回落。进口汽车市场将处于变动期,将会面临重新洗牌和调整。进口车对国产车的竞争压力开始加大。

有些专家们较为乐观的估计,按照入世的承诺,2004 年度汽车进口配额总量将在 2003 年基础上再增 15%,达到 104.94 亿美元。但是在过渡期内,国家有关部门对进口车的数量仍会维持在 4%~5% 的水平,即便过渡期后上升比例也不会突然增大,因此进口车短期内不会对国产车构成冲击。另一方面,虽然宝马、奔驰等高档车陆续走上国产化道路,但初期产量受限,也不会对进口

车形成较大威胁。

但也有业内人士认为,明年配额和关税都会做进一步调整,进口车价格可能出现一定幅度下滑,但是否会大幅下滑还要看国家政策。一旦进口车价格大幅下滑,将对国产车形成较大冲击。预计明年上半年进口车价格仍会相对稳定,但因为 2005 年政策的影响,经销商不会轻易进车,下半年进口车市将会出现较大变数。

6 汽车金融难成气候

汽车金融公司在 2004 年内难以形成规模效应。随着《汽车金融公司管理办法》的正式实施,消费者进行汽车信贷时将有更多、更新的选择。但是,就近期而言,无论是银行还是即将成立的汽车金融公司在开展个人汽车消费信贷业务时都面临着几乎相同的信贷风险,即借贷人到期不能按时偿还贷款本息的风险。

最近,吉利、哈飞、上汽财务公司、通用汽车金融、德国大众(中国)投资公司、丰田汽车等 6 家中外非银行金融机构已经向银监会申请成立汽车金融公司,并且经过了银监会的培训。但此前一直呼声很高的福特汽车信贷却出人意料地退出申请。按照国内汽车销售年均增长 13%,个人汽车贷款增长 5%计,我国汽车金融近期难成气候。

7 汽车拉动轮胎业快跑,中高档轮胎成竞争重点

汽车工业的快速发展,必然带动轮胎业向上增长。去年轮胎分会 46 家会员单位 1~11 月产销统计就足以说明了这一点。

轮胎分会 46 家会员单位去年 1~11 月轮胎产量、产值、销售收入分别比上年同期增长 10.67%、16.57%和 21.36%;实现利税 36.7 亿元,实现利润 14 亿元,分别比上年同期增长 3.8%和 14.53%。子午线轮胎市场需求仍呈旺势,产量比上年同期增长 37.4%,其中全钢子午线轮胎增长 63.62%。

近两年,随着我国汽车工业发展以及高速公路建设加快,大大加快了轮胎产品结构调整步伐,尤其是全钢载重子午线轮胎呈供不应求态势。原来具有全钢子午线轮胎生产能力的 13 家国有企

业,均已加快速度扩大产能,2003 年全钢子午线轮胎产量增长 63%以上,已成为企业新的经济增长点。

我国已将子午线轮胎列入国家鼓励优先发展的产业、产品、技术目录和中国高新技术产品目录中。按“十五”规划目标,2005 年载重轮胎子午化率达到 45%,载重子午胎产量约 1300 万条,在今后 3 年内产量将翻番;到 2015 年子午化率达到 80%左右,产量要达到 3000 万条左右,预计上述目标将提前实现。目前汽车工业的大步发展,将大大推动我国轮胎产品结构调整,加快汽车轮胎子午化进程,对适应我国汽车、交通运输业发展需求,对节省能源、改善环境、增加轮胎出口、提高我国在国际市场上的竞争力,无疑具有积极作用。

据分析,现在我国汽车保有量已达 2500 万辆,且 2004 年汽车产量将突破 500 万辆大关,为此,2004 年汽车轮胎总产量将比 2003 年增长 20%以上,达到 1.56 亿条,各种子午线轮胎有望占总量的 42%。国内轮胎企业子午线轮胎发展很快,外资垄断局面将被打破。但特种车轮胎国内企业开发慢,进口量大,特种车企业希望轮胎企业加快开发特种车专用轮胎。另外,消费者希望轮胎企业,根据中国道路特点,开发胎侧加强型轿车轮胎。汽车企业、消费者希望轮胎企业,在开发轮胎新品时,应多与汽车企业、消费者进行沟通,共同扩大中国轮胎市场。

全钢子午线轮胎与轿车子午线轮胎相比,国内轮胎企业具有较大的竞争力,掌握了更适用于国内复杂使用条件的生产技术,在产品质量满足用户要求的前提下,价格优势更能满足市场需求,关键看产品是否确保质量,具有较高和稳定的合格率以及较低的市场退赔率。笔者建议:

1. 国家应在资金方面给予企业更大支持,使若干个现有大型轮胎企业能够尽快扩大全钢子午线轮胎生产规模,加快企业产品结构调整步伐;提倡产学研结合,技术上实现更大创新,不断推出新技术、新产品,缩小与国外知名品牌的差距,继续保持全钢子午线轮胎国内市场主导者的优势,达到规模生产,降低成本,真正实现优质优价。

(下转第 19 页)

的活力。科技创新中的“体制化”管理,把科技创新活动看作一种有序化的活动,体制的作用就是要让科技创新有序化,是一种有目标、有管理、有系统的创新,而不是一种偶然的、无序化的创新。体制本身是约束,是静止,而在体制内的运作是运动的。正是这样的思想和体制,保证了三角外引内联、自主创新能力的不断提高,新产品层出不穷,产品质量不断提高。资本运营中的“围着轮子转”,把主业轮胎看作企业集团的核心,而进行相关、同心圆发展,在发展中不背离核心产业,而是要有助于企业核心产业的发展。静和动的关系,互为表里。

在整个企业的管理上,三角集团更是适时地提出企业的战略目标和阶段目标,并通过管理目标的不断转变,让员工能够理解和便于执行。比如 1992 年提出的“子午化战略”,1994 年提出的“一大、二高、三外”战略,1995 年提出的“资本运营上规模”战略,1997、1998 年提出的“多品种发展”战略,以及较早提出的“以质量创名牌”、“工商携手创名牌”等战略,“以利润为中心,强化企业内部管理”,“以经济效益为中心强化企业管理”,“以财务为中心强化企业管理”等的企业战略目标和经营方针措施,2000 年提出的“以行业领先为目标的战略”、“人本战略”等,都是以适应当时企业的发展现状,又有利于企业长远目标实现的举措。这些做法,由于有具体的工作内容和指标相配合,便于员工接受和实施。保证了企

业内部管理的渐进式改革和发展,企业的战略目标能够在平稳中逐步实现。

再次,这一管理方法,突出了目标管理的适时性和权变性。应当说,目标管理本身在管理目标的制定中就体现了这一点。但由于没能把这一点突出出来,造成很多人在理解上容易陷入教条和僵死化,从而忽视了企业的内外部环境的变化。动静目标管理方法,就象传声筒,把企业外部环境变化给企业带来的压力和机会,通过不断调整的管理目标有效地传递到企业内部。它强调了公司必须适应环境,适时改变管理目标和方法,使公司管理工作在不同时期有所侧重,有所变化。比如说三角的营销工作,1992 年是“努力抓市场,开拓市场”,1994 年是“重点抓货款回收”,1995 年以后就更加重视建立厂商伙伴关系和市场规范。正因如此,三角才避免了一些同行企业陷入的回收货款难、经销商制肘、销售乏力的困境;营销成为公司名牌战略的重要助力。同样是一项工作,每年有不同的侧重面,并能够引导员工去贯彻,去落实,这就需要一定的传达符号和指挥系统。三角的“动静目标管理法”,可以说就起到了这方面的作用。

“动静目标管理法”就像三角集团的一支指挥棒,通过这支指挥棒,教会员工去思考,有效的把公司的战略决策,贯彻到每一个部门、每一个岗位、每一个个人。从而实现了企业的整体联动效应,使三角企业不断发展壮大。

(上接第 12 页)

2. 新建企业仍存在人才不足的问题,尤其是高素质人才不多,人员相对稳定性乃至整体融合问题还亟待解决。因此,要加快企业人才培养,重视投资现代化管理手段,从一开始就使企业管理达到较高水平,这是确保轮胎质量均一稳定至关重要的条件。

3. 目前新建项目仍处于各自为战的态势,这相对增加了投资,也不利于今后扩大规模。如能联合组建股份制集团公司,实行专业化分工生产,将有利于充分利用设备,有利于生产管理和扩大

规模,各级政府为此应加强宏观规划和指导。

4. 在发展全钢子午线轮胎的同时,轮胎翻新技术和生产要相应跟上,真正发挥子午线轮胎使用寿命长的优势,尤其要重视预硫化翻胎技术发展。此外,轻型载重子午线轮胎也有很大的市场空间,可适当考虑上无内胎低断面轻载子午线轮胎项目。

5. 子午线轮胎用原材料的国产化虽然取得较大成果,但在我国加入 WTO 后,价格优势已越来越小,且产品质量水平还有一定差距,原材料生产部门应引起足够重视,跟上子午线轮胎发展步伐。