

2011中国车市全年“龟速”增长

政策退潮销量下滑

“2011年我国汽车产销增速大幅回落，国家宏观调控和鼓励政策的退出是影响2011年汽车增长的主要因素。”中汽协助理秘书长朱一平指出，去年全年汽车累计增速基本呈现前高后低、逐月下降趋势，受政策变动影响，8、9月增速略有上升，10月后回落到较低增速水平。

受鼓励政策退出影响，小排量汽车尤其是“以小为主”的自主品牌汽车成为全年车市下滑的重灾区。根据中汽协统计，去年1.6升及以下乘用车销售983.93万辆，低于乘用车增速1.19个百分点。而自主品牌乘用车销售为611.22万辆，同比下降2.56%（扣除出口国内销量同比下降5.42%），占有率较上年同期下降3.37个百分点。

据了解，受宏观政策调整及上两年增速较高双重因素叠加影响，去年商用车产销下降最为严重，达到9.94%和6.31%，全年产销只完成393.36万辆和403.27万辆。

尽管有诸多不利因素影响，但乘用车刚性需求明显。中汽协的数据显示，2011年乘用车产销均超过1400万辆，分别完成1448.53万辆和1447.24万辆，同比分别增长4.23%和5.19%，均高于行业总体增长水平。其中SUV和MPV增长明显，高于乘用车总体增长速度。SUV和MPV占乘用车总量比重同比继续提高，

全国乘用车市场信息联席会和中国汽车工业协会近日均发布了去年汽车产销统计数据。乘联会的数据显示，2011年12月国内乘用车销量为142万辆，虽然环比增长14.2%，但同比下滑3.3%，全年国内乘用车累计销量达到1370万辆，同比仅增长2.8%。而中汽协的数据显示，2011年国内汽车产销仅完成1841.89万辆和1850.51万辆，同比增幅分别为0.84%和2.45%，产销增速为13年来最低。

对乘用车整体增长起到重要作用。

年底销量仍有“雪藏”

乘联会秘书长饶达表示，去年12月份的乘用车市场比预期要好很多，乘用车的库存不但没有增加，反而有所下降，说明汽车厂商对2012年市场预期有所提高。2011年为了取得同比略高的统计销量，乘用车厂家和经销商都付出了巨大的努力，如最后四个月上市新车的车型数量，接近前8个月的水平；仅12月份的促销，厂家和经销商损失的利税达几十亿元，看来在中国汽车销量比利润更重要。

不过，饶达认为，12月统计产销量“不正常”，说明一些汽车企业“隐藏”了部分产销量，以便补充1月份工作日过少造成年初开局差的困境，但藏的产销量仅有10万多辆，几倍的低于2010年年底。

国内终端销量负增长

尽管数据显示2011年汽车产销实现增长，但是饶达表示，2011年的

终端销量实际是下滑。2010年汽车市场极火，厂家对2011年汽车市场不看好，从2010年10月到年底共藏了约50万辆汽车的产销量，在2011年吐出；从2011年年初到年底，经销商库存从较低水平的中线增加到正常水平的上限，增加了70万多辆的经销商库存；2011年汽车出口约80万辆，再加上2011年国产汽车国内终端销量1660万辆，再减去2011年底藏的10万辆产销量，构成了汽车统计批发数。因此2011年国产汽车国内终端销量比批发销量的统计数少了190万辆，而2010年国产汽车国内终端销量计算下来的是1782万辆，2011年国产汽车国内市场的实际增长率为-7%。估计1月份的广义乘用车终端销量在115万辆左右，批发销量在125万辆左右，增长率约为-20%。

“2011年全国汽车库存增加约70万辆，库存仅达到正常水平的上限，估计一季度库存会继续增加，因此大家对今年的汽车市场不应太乐观。”饶达称。

2011年12月及全年国内乘用车产量情况表(单位:辆)					
	轿车	MPV	SUV	微客	合计
12月产量	947068	42235	164074	210762	1364139
11月产量	944656	48987	165201	199704	1358548
环比	0.3%	-13.8%	-0.7%	5.5%	0.4%
同比	-5.8%	-19.9%	23.0%	-16.5%	-5.6%
全年产量	10136812	546092	1606683	2133272	14422859
前年累计	9552875	484026	1323692	2464845	13825438
全年同比	6.1%	12.8%	21.4%	13.5%	4.3%

2011年12月及全年国内乘用车销量情况表(单位:辆)					
	轿车	MPV	SUV	微客	合计
12月销量	1004631	46718	178039	195534	1424922
11月销量	870967	45221	143273	188068	1247538
环比	15.3%	3.3%	24.3%	4.0%	14.2%
同比	-6.4%	-7.5%	24.9%	-5.7%	-3.3%
全年销量	9565007	504710	1493611	2140766	13704094
前年销量	9228347	464341	1232107	2400003	13324798
全年同比	3.6%	8.7%	21.2%	-10.8%	2.8%

数据来源:全国乘联会

制表 贺信

今年车市预测仍增长

乘联会分析人士认为，虽然2012年中国经济继续处于软着陆进程中，但乘用车市场却提前复苏了。根据他们对各车型明年的市场分析，狭义乘用车仍然是汽车市场增长的主要动力，狭义乘用车在二季度可实现累计销量正增长；由于微型客车大型化及技术进步，估计微型客车在三季度累计销量能恢复正增长；这就支撑了广义乘用车的较高速的增长。而载货汽车估计在四

季度累计销量可能出现正增长。客车仍保持较快的增速，这是由于校车的国家买单，为2012年客车增长添加了新动力，由于客车的基数较低，对商用车整体市场的影响较小。

基于以上分析，乘联会对2012年汽车市场做出了预测：在不增大燃油税的情况下，按中汽协统计的批发数将为1980万辆左右，增长约7%，其中乘用车为1555万辆，商用车为425万辆。国产汽车国内市场终端销量为1856万辆，增长12%。
晨阳

“零库存”奇迹见证天籁无限风光

2011年12月31日下午4点35分，位于辽宁抚顺的东风日产瑞晨专营店举办了2011年最后一场天籁交车仪式。在这场交车仪式上，瑞晨专营店也真正实现了“零库存”的目标。

在车市转冷的2011年，“压货”、“滞销”

渐渐成为了经销商之间交谈的主题词，而在此背景之下，东风日产在2011年最后一周，却突然传出了在全国多个市场陆续实现天籁“零库存”的消息，笔者2011年12月末分赴东风日产襄阳工厂和多地专营店，亲身见证这场2011年汽车行业的最后一个“奇迹”。

买天籁必须果断出手

“本来十月底就来东风日产的专营店看了车，当时我还抱着‘货比三家’的态度，到别的品牌那里看了几圈，还是没有中意的。结果半个月后我下定决心买天籁时，却被告知我看中的那个颜色已经没有现车了。”邹先生告诉笔者。事实上，进入11月中下旬，无论购买任何颜色的天籁，都要等上15-20天的时间。

东风日产抚顺东北汽贸瑞晨专营店的负责人告诉笔者：“没办法，天籁太好卖了。9月份以来，每天到店的10个顾客里就有六七个是冲着天籁而来的。”在佛山顺德，急着要开车回家过年的老曹就选择了妥协。被逼急的老曹最后不得不做出一个“艰难的决定”：把展车给买了！

卖天籁是最幸福的事

“现在我们手上还有几十张天籁的订单，但我们的仓库里一台现车都没有。”东莞东风南方龙平专营店的负责人说道。“天籁每次总部有车发过来，刚刚卸货几小时就会被排队的顾客提走。”

他还告诉笔者，一位在某日系主流品牌的同行，年底的日子过得并不如意。主机厂为了满足年度销售目标，在12月不得不靠“压库”的方式来实现，经销商们苦不堪言。某款知名主流中高级车与天籁“零库存”的命运迥异，单店库存水涨船高，可谓“冰火两重天”。上至经销商老总，下至每个销售人员，都承受着莫大的压力。

“相比之下，卖天籁是最幸福的事情。”这位销售经理感叹。

襄阳工厂满负荷运转

当天籁的新车主们在为等车而“幸福地烦恼”时，当东风日产的经销商们在为“无车一身轻”而欣喜时，东风日产襄阳工厂总经理陶晋则在盘算如何应付天籁产能紧张的问题：现在，专门生产天籁的襄阳工厂即便满负荷运转，一周开工六天，每天10个多小时，依然满足不了市场的需求。

2011年，天籁总计卖出了156165台，去年年底的天籁库存加上今年襄阳工厂所有的生产量都已全部出清。

为了不让产能紧张而导致销售脱节，东风日产“异想天开”地推出了天籁的“预分配”系统。该系统可以让订车的消费者在“零库存”的情况下，通过买车身编号的方法下订单。消费者能提前一个月知道自己何时可以提车，同时获悉所订车辆从生产线下线一直到专营店里的全过程。这种把汽车当作期货来卖的做法备受消费者和专营店的欢迎，前者可以从这个高度透明的系统里收获耐心，而专营店也可以在现车紧缺的情况下招揽到客户。

不过，让陶晋松一口气的是，随着襄阳工厂中高级车改扩建项目的顺利进展，预计2012年年中天籁产能紧张的状况会逐步缓解。

谁是2011中高级车真正“冠军” 解读数字中的天雅之争

2011年中高级车市大战终于落下帷幕。从年中到年底，冠军一直在天籁和雅阁之间展开争夺。2012年初，中国乘联会数据显示，这场大战，最终雅阁胜出，摘得中高级车销量冠军。大战刚刚结束，硝烟尚未散尽。用数据解读的方式，更加能够深刻、立体地了解这场大战。

11个月冠军与全年冠军

乘联会数据显示，1-11月份，天籁销量为140045辆，位列第二名的雅阁销量为135702辆。彼时，天籁依然领跑中高级车大势。12月份，风云突变。雅阁单月销量突然暴涨至25036辆，远远超过其2011年前11个月的平均1.2万辆的水平。最终，雅阁以160738辆的成绩夺得中高级车全年销量冠军。在市场正常的状态下，其销量增长是平均销量的2倍左右。

2011年12月，雅阁单月2.5万辆，创造了中国汽车业中高级车单月销量新高。但这个爆发着实令人不解，为何表现一

爆发？其中原因何在？

总之，天籁在扎扎实实领跑11个月

零库存与7天1.18万销量

2011年12月31日，来自东风日产襄阳工厂的消息显示，天籁为零库存。来自东风日产销售系统的数据显示，全国有9个城市天籁库存为零，10个城市库存为个位数。

自乘联会的数据显示，2011年12月最后一周，雅阁销量为1.18万辆。这个销量或许成为汽车行业里，单一品牌一周销量最高纪录。2011年12月最后一周，并没有出现中高级车的井喷热潮，为何雅阁能够出现如此大的销量爆发？

2011年12月，单月销量2.5万辆已足够震撼，而1.18万辆的单周销量，更是前无古人，即使后来者，也需要很久以后才能来。

2.5L冠军与2.0L冠军

在代表中高级车地位和实力的2.5L排量方面，天籁远远领先其他两个日系中高级车，当之无愧成为了冠军。

数据显示，天籁2.5L排量级别销量为66721辆，而雅阁则为54043辆，凯美瑞为46393辆。可以看出，天籁还是以2.5L排量级别取胜。在2.0L排量方面，雅阁稳居第一，在超过16万辆销量中，2.0L级别销量超过了10万辆。可以看出，雅阁已经完全以2.0L排量为主力。

上述这些数字背后的故事在哪里？天籁和雅阁，到底谁赢得了2011？谁是真正的冠军？

