新民网:www.xinmin.cn 24 小时读者热线 962288 来稿:xmqc@wxjt.com.cn 信函:dzlx@wxjt.com.cn

责任编辑 张 云 视觉设计 竹建英

数据解读2012汽车业"体检报告"

新年伊始,中央政府有关 部、委、局、总署,以及协会等 先后发布了 2012 年汽车业 -系列数据. 解读这些数据. 我们可以窥见中国汽车业从 投资到生产到流通乃至售后 等产业链的运作情况,搭出调 整态势下车市的脉搏。尽管存 在一些发展中的问题,但汽车 市场已讲入平稳运行。

行业景气

国家统计局中国经济景气监测 中心发布的去年四季度"中国汽车行 业景气动向"显示,行业景气指数 99.9.与三季度持平。

【解读】汽车业运行经过两年来 的下滑和调整,已经趋于稳定;虽然 四季度预警指数有所下滑,整体仍处 于正常区间。鉴于我国汽车年产销基 数已经很高, 企望两位数以上增长, 已经不再现实,我们希望的是能尽可 能保持一个温和平稳的增长态势。

汽车投资

国家统计局公布的数据显示,全 年国家投资汽车制造业 8004 亿元 (绝对值),增长32.8%;民间投资汽车 制造业 5550 亿元, 增长 40.2%

【解读】无论是国家投资,还是民 间投资,投资汽车业的增速,远高于 汽车产销和市场需求,其热度依旧没

有多大降温。近期工信部、发改委和 财政部等12个部、委、局联合颁发的 文件《关于加快推进重点行业企业兼 并重组的指导意见》, 直言汽车业同 样存在组织结构不尽合理,企业特别 是零部件企业小而分散"重复建设 产能过剩和恶性竞争"等问题,不是

产值和利润

工信部发布的信息显示,2012 年全国汽车行业规模以上企业累计 完成工业总产值5.29万亿元,同比增 长 11.8%。17 家重占汽车企业(集团) 累计完成工业总产值 2.09 万亿元,同 比增长 3.3%; 累计实现主营业务收 入 2.41 万亿元,同比增长 2.8%;完成 利税总额 3916.85 亿元, 同比增长 0.6%。国家统计局公布,全年全国规 模以上41个工业大类行业中,29个 行业利润同比增长,其中汽车制造业 利润增长 5.6%。

【解读】从汽车行业各个小行业 看,2012年主营业务收入,最高的是 整车制造业:主营业务收入增速最快 的是汽车零部件制造业;实现利润增 速最高的是摩托车制造业。重点企业 (集团)的经济效益反差很大,直到11 月份,总算有2家扭亏为盈,实行满

汽车零售额、车辆购置税

国家统计局公布,限额以上企业 (单位)商品零售中,全年汽车零售额

23803 亿元(绝对值),增长 7.3%。财 政部公布,全年车辆购置税实现收入 2228.27 亿元,同比增长 9.0%,比上 年增加 183.38 亿元; 同比增速回落 5.1 个百分点。

【解读】全年车辆购置税增速回 落,是因为汽车零售额增速放缓。汽 车零售额增速和车辆购置税增速,虽 然低于全国限额以上企业 (单位)商 品零售 但相对干汽车厂家的产销 (4.63%、4.33%)增速,还是高出不少, 可见市场一线零售的表现,还好于厂 家批销,这也利于确立市场信心。

汽车进出口

海关总署公布全年进口汽车(含 整套散件)113.0万辆,同比增长 9.1%; 进口金额 474.9 亿美元, 增长 10.0%。全年出口汽车配件金额 256.6 美元,增长11.7%。工信部和中国汽 车工业协会的数据显示,全年整车累 计出口 105.61 万辆, 增长 29.7%,比 上年增加24.18万辆,创历史新高。

【解读】汽车进口增速趋缓,但汽 车出口呈现快速增长,不过出口难度 在加大,与全球经济复苏乏力相关。 目前汽车出口主力为自主品牌企业 出口地区集中在发展中国家,出口车 辆多数处于低端,因而逆差很大。

新车销售与二手车交易

中国汽车流通协会的数据显 示,全国二手车2012年前11个月交 易达 431 万辆,预计全年可实现 480 万辆,增长12%。

【解读】全国范围内的二手车交 易量,不到新车销售的25%,说明我 国汽车市场至今仍然是个不完整、不 成熟的市场。新车"限购"的城市,一 定程度上加速了新车和二手车市场 的融合,但全国上百大中城市的"限 迁",影响了二手车市场交易,未达年 500 万辆交易预期。此外还受制于政 府没有在税收上给予更多的关注和 更大的改善,二手车鉴定评估的国家 标准也没有正式落地

汽车价格

国家发改委价格监测中心对全 国 36 个大中城市监测,全年国产汽 车价格呈持续单边下行走势,除4月 短暂回升,其余各月价格均不同程度 走低,至12月比上年末下降1.45%, 月平均价格与上年相比下降 1.15% 进口汽车价格下降态势更明显,至 12 月进口汽车价格比上年末下降 3.38%。国家统计局的统计显示,全年 居民消费价格变动情况中,交通工具 价格同比下降 1.0%, 跌幅 0.8%; 车辆 使用及维修价格上涨 5.1%, 车用燃 料及零配件价格上涨26%。

【解读】全年汽车整车销售价格 依旧一路下滑、进口车更甚于国产 车,主要是供求关系决定。国家发改 委价格监测中心的整车价格会商用 车,国家统计局的价格仅指居民购买 用于消费的乘用车,所以价格变化上 略有差异是正常的。

公安部公布,至2012年底,全国 机动车保有量已达 2.4 亿辆, 机动车 驾驶人达 2.6 亿人。其中汽车驾驶人 年增长2647万人,首次突破2亿人。

【解读】去年学习汽车驾驶技术 的人数有增无减,新增驾照人数 2600 多万, 而市场销售新增只有近80万 辆。机动车保有量中 汽车机突破亿 辆。这显示汽车更新和新增两项刚性 需求相当可观,没有理由怀疑汽车发 展的前景。

新能源汽车

工信部公布,全年在公共服务领 域的节能与新能源汽车示范推广和 私人购买新能源汽车补贴试点,深入 推进,混合动力客车推广范围从25 个示范城市扩大到全国所有城市。列 入《节能与新能源汽车示范推广应用 工程推荐车型目录》628款车型,生产 了 2.48 万辆,产量同比增长 94%,其 中乘用车1.47万辆,商用车1万多 辆;纯电动汽车1.33万辆,常规混合 动力汽车 1.04 万辆, 插电式混合动力 汽车 1000 多辆。

【解读】若按"节能与新能源汽车 十二五规划"要求,2012年新能源汽 车无论是生产制造, 还是市场推广, 都不其理想 仅靠公车领域 市场也 做不大。假如今年再没有大的作为, "50万辆"保有量可能成为空中楼阁。 特约撰稿 张伯顺

国际专业品质 赢得用户口碑

上汽大通海外市场奏响强者音



2012年, 注定是不平常 的一年,我国汽车出口首次 超过 100 万辆。对于中国汽 车业来说,"全球化"是箭在 弦上。作为上汽集团旗下商 用车企业,上汽商用车在 2012年逆势而上、集成集团 强大体系能力和英国 LDV 商用车百年积淀, 凭借国际 化前瞻视野、全球性优势资 源、世界级领先品质、全方位 卓越体系,全面满足全球消 费者的需求,并以用户的价 值口碑促进市场认同, 在全 球市场取得了阶段性突破。

■开拓进取■ 初建全球营销网络

自 2011 年上汽大通 V80 全球发布、同步上市至 今,上汽大通覆盖亚洲、非 洲、南美洲及大洋洲等地的 全球营销网络布局已初具规 模。2012年1月,上汽大诵车 型已作为旅游接待车辆服务 于国际著名度假胜地毛里求

斯:在4月的北京车展现场, 上汽商用车与智利经销商举 行了签约仪式:7月初,首批 102 辆整车出口至南非;10 月,上汽大通首批车型出口 澳大利亚;同期,上汽大通还 批量出口马来西亚、缅甸等 国家;12月底,与哥伦比亚经 销商经销协议的签署,为 2012年的海外布局画上了完 美的句号。上汽大通一次又 一次地用行动证明了其作为 具有国际影响力的全球商用 车品牌的领先实力, 稳步推 讲了全球营销网络的建设。

■精益制造■ 以品质赢客户口碑

上汽大通承袭其品牌的 欧洲制造标准,以全球统一 的产品品质, 契合了各国政 策、标准和消费习惯等需求, 赢得了各国用户的良好口 碑。在被称为"欧洲后花园" 的毛里求斯市场,首批上汽 大通车型已全部作为旅游接

待车辆投入使用,服务干来 自全球的游客。毛里求斯当 地人口以法国和英国移民后 裔为主,他们对于产品所承 袭的"高档、空间宽敞、乘坐 舒适"等特点赞不绝口,并将 其视为接待高档旅行团的最 佳选择。而在马来西亚市场, 通勤旅游车型、货运车型、校 车、救护车、军队用车等专用 车型也都收获了客户的赞 誉。"诰型设计具有现代感、 产品技术领先、油耗较低、内 部空间宽敞"等好评均源自 用户的切身体验, 这些也正 是上汽大通产品的领先优势

展望 2013 年,上汽大通 将凭借稳健的发展策略、完 善的产品布局、优质的服务、 领先的产业链体系为全球消 费者讲一步提供更先讲的技 术、更优质的产品、更完善的 服务,为客户创造更多价值, 让消费者体验到上汽大通的 国际基准与领先实力。

国际专业品质 贏得用户口碑 上汽大通2012年海外市场开拓纪实

2012年,注定是不平常的一年,随着全 球化进程的持续加快,中国汽车工业进军海 外市场已经是大势所趋,我国汽车出口首次 超过 100 万辆。作为上汽集团旗下的商用车 企业,上汽商用车在2012年逆势而上,集成 上汽集团强大的体系能力和英国 LDV 商用 车公司的百年积淀, 凭借国际化前瞻视野、 全球性优势资源、世界级领先品质、全方位 卓越体系,全面满足全球消费者的需求,并 以用户的价值口碑促进市场认同,在全球市 场取得了阶段性突破。

开拓讲取 初步建成全球营销网络

自 2011 年上汽大通 V80 全球发布、同 步上市至今,上汽大通覆盖亚洲、非洲、南美 洲及大洋洲等地的全球营销网络布局已初 具规模,上汽大通的全球化战略正在稳步有 序地推进。2012年1月,上汽大通车型已作 为旅游接待车辆服务于国际著名度假胜地 毛里求斯;在4月的北京车展现场,上汽商 用车与智利经销商举行了签约仪式;7月初, 首批 102 辆整车出口至南非:10 月,上汽大 通首批车型出口澳大利亚·同期、上汽大通 还批量出口马来西亚、缅甸等国家:12 月底, 与哥伦比亚经销商经销协议的签署,为2012 年的海外布局划上了完美的句号。

精益制造 以品质赢得客户口碑

上汽大通承袭其品牌的欧洲制造标准, 以全球统一的产品品质, 契合了各国政策、 标准和消费习惯等需求,赢得了各国用户的 良好口碑。在被称为"欧洲后花园"的毛里求 斯市场,首批上汽大通车型已全部作为旅游 接待车辆投入使用,服务于来自全球的游 客。毛里求斯当地人口以法国和英国移民后 裔为主,对上汽大涌的前身 MAXUS 品牌拥 有较好的认知,车型一经上市即获得用户的 一致青睐,他们对于产品所承袭的"高档、空 间宽敞、乘坐舒适"等特点赞不绝口,并将其 视为接待高档旅行团的上佳选择。而在马来 西亚市场,通勤旅游车型、货运车型及校车、 救护车,军队用车等专用车型也都收获了客 户的赞誉不断,"造型设计具有现代感、产品 技术领先、油耗较低、内部空间宽敞"等好评 均源自用户的切身体验,这些也正是上汽大 通产品的领先优势所在。

上汽大涌始终以国际一流的研发体系、 世界 500 强供应商体系、精益生产制造体 系、全球领先信息系统体系、国际标准质量 控制体系、完善的销售服务保障体系的六大 优势体系为依托,致力于为全球消费者提供 更多高品质的产品选择。上汽大通以全球品 质标准生产产品,保障了国内国外产品的统 一品质

放眼全球,中国汽车走向世界已经是大 势所趋,上汽商用车在全球市场洗礼中发展 壮大,对自身国际资源整合能力、国际化品 牌运营能力、团队协同作战能力提出要求。 展望 2013 年,上汽大通将凭借稳健的发展 策略、完善的产品布局、优质的服务、领先的 产业链体系为全球消费者进一步提供更先 进的技术、更优质的产品、更完善的服务,为 客户创造更多价值,让消费者体验到上汽大 诵的国际基准与领先实力。

