

都是因为消费升级?

■ 国家信息中心信息资源部主任 徐长明

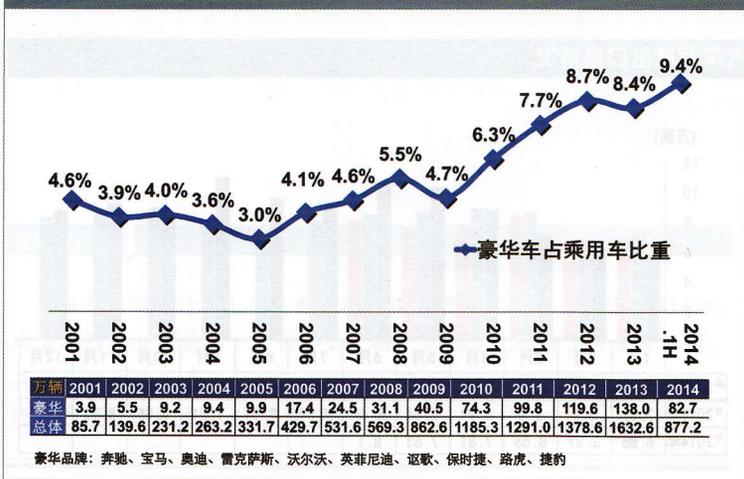
2014年上半年新车销量的增速和相关数据在各行各业里面算是名列前茅。从内需角度看,汽车销量增长10.4%,就是国产车扣掉出口的部分,也可以理解为国产车在国内销售部分加上进口车。我们的统计口径是批发的数据。汽车企业的利润增长还是比较快,相对于钢铁行业和煤炭行业26.6%和43.9%的降幅,汽车全行业29.6%的利润增长可谓相当高了。从汽车行业自身角度看,销售收入增长高于产



部分行业1~5月经营指标增速(%)



豪华车占乘用车总体的比重(内需)



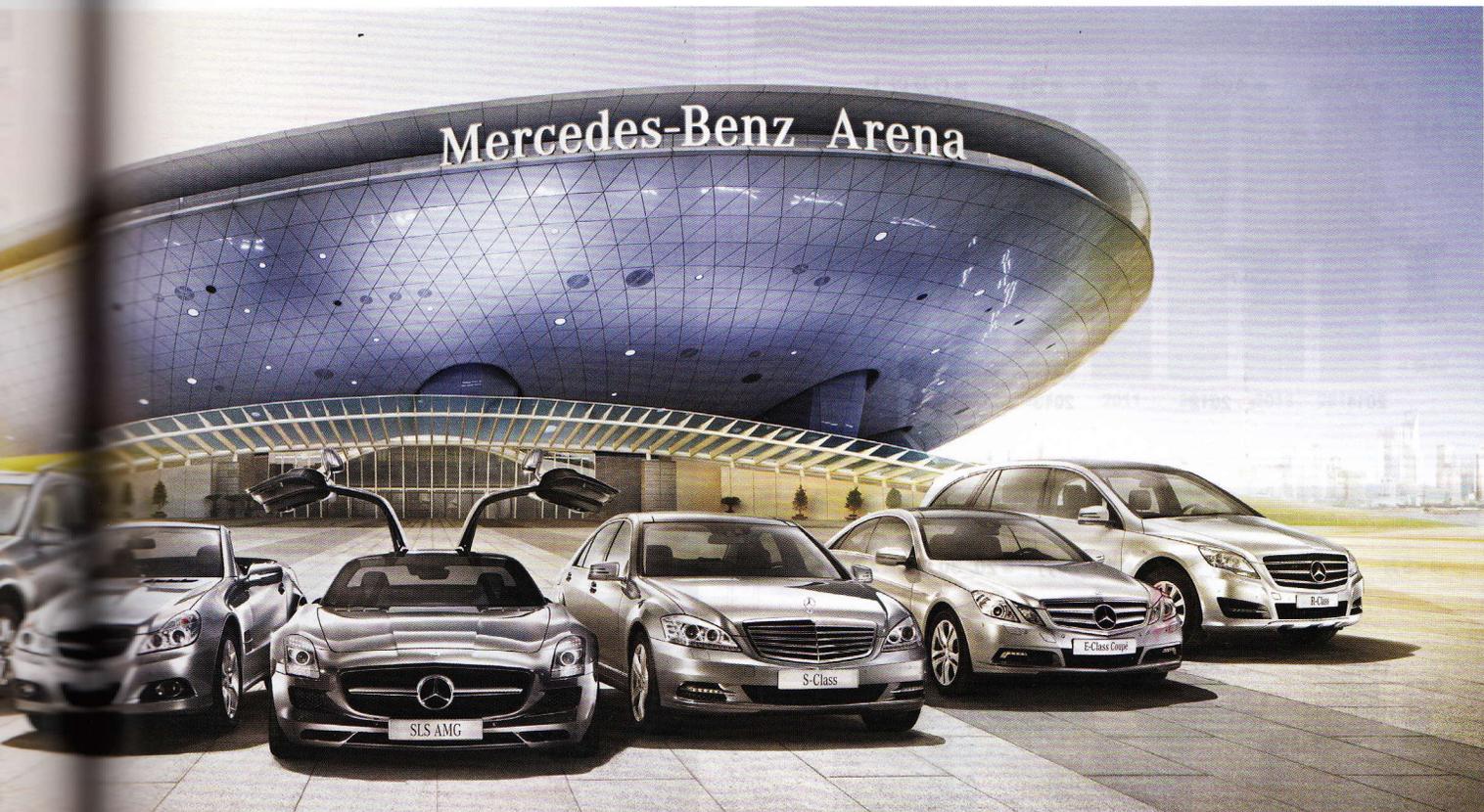
量,产量增长10.8%,销售收入增长15.2%,利润增长29.6%。

各个车型中,乘用车销量最好,上半年是13.9%的增速;商用车是负增长的。

乘用车为什么保持了这么高的增长速度?原因主要有两个:一个是发展阶段所决定的,另一个是限购带来的恐慌性购买。我们国家乘用车市场目前还处在第二个快速增长期。在这个时期,新车销量增长的速度应该在10%左右。这是一个潜在速度,有很大决定性作用,每年的数据是在它上下波动。上半年增速超过10%的部分,差不多有百分之七八十是限购导致的恐慌性购买带来的。我们研究了八个传言限购城市,他们的新车销量的增速大大高于前两年。估计限购还要持续四五年的时间,因为现在国务院的文件里面已经有为了治理大气污染,而允许控制机动车总量的说法。

产品结构升级

产品结构升级从豪华车与乘用车新车销量的对比可以看出。近几年由于豪华车的销量增速一直高



于乘用车的平均增速，导致豪华车销量占乘用车总销量的比重迅速提高。到今年上半年豪华车的市场比例已经达到 9.4%。9.4% 的数据还不是全部的豪华车品牌，只是我们选取了奔驰、宝马、奥迪、雷克萨斯、沃尔沃、英菲尼迪、讴歌、保时捷、路虎、捷豹 10 个常见的豪华车品牌而已。

产品结构升级还可以通过 SUV 车型的发展趋势得以说明。SUV 的销量增速已经连续若干年高于乘用车平均增长速度，甚至以超过乘用车两倍的速度在增长。SUV 的市场占有率也是在迅速提高，从 2009 年以来，几乎每年的增长都超过 2 个百分点，今年上半年达到 24.5%，也就是说每销售四辆乘用车里就有一辆是 SUV。一般 SUV 都比同级别的轿车贵几万块钱，所以 SUV 的增长趋势可以解读为产品结构的升级。

而与此同时，以奇瑞 QQ 为代表的 A00 级小车，销量份额已经连续好几年下降。以 POLO 为代表的 A0 级车，增长速度也比较低。今年上半年 C 级及以上车型的销量增速为 21.2%。

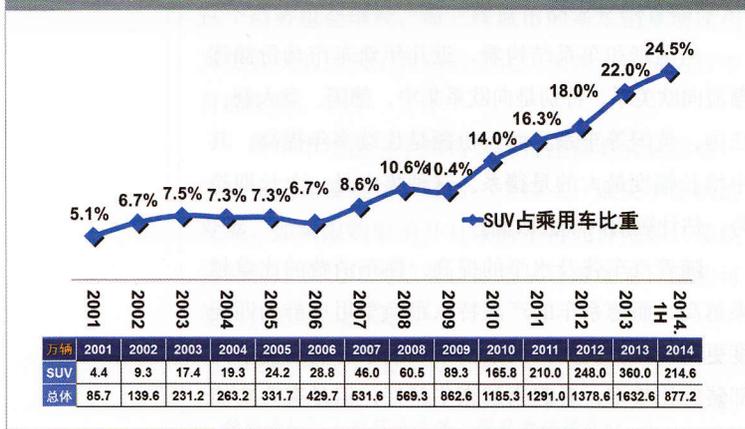
除了级别，从新车价位的维度也可以看到同样

近几年由于豪华车的销量增速一直高于乘用车的平均增速，导致豪华车销量占乘用车总销量的比重迅速提高。

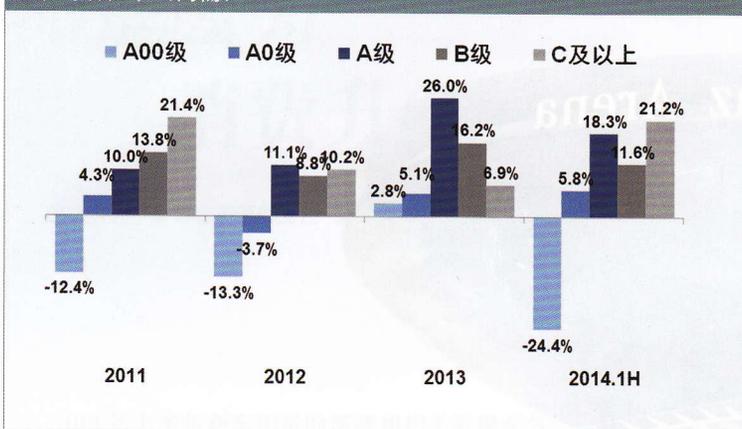
的趋势。近几年来，价位越高的车销量增长的速度越快。五万块钱以下车型的销量已经连续四年下降，所以现在如果哪个企业主销五万以下价位的车型，那这个企业日子肯定是非常难过的。

消费升级的趋势有几个原因：第一，收入在增长，GDP 以每年 8% 左右的速度在增长，大家的购买力因此提高；第二，中国消费者对高端品牌的偏好非

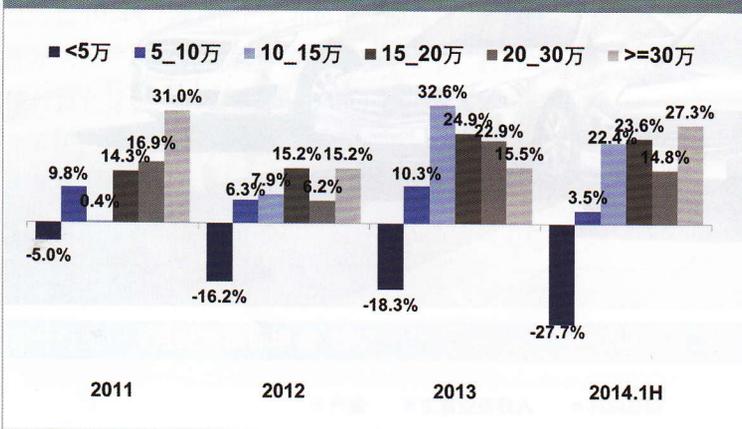
SUV占乘用车总体的比重（内需）



分级别增长率 (内需)



分价位增长率 (内需)



常强。去年中国人均 GDP 是 6800 美元，豪华车占比就高达 9%；第三，我国汽车保有量在提高，普及率在提高，以前有汽车代表身份和地位，现在好车才代表身份、地位。有人开玩笑说，晚上六点到北京的饭店吃饭，5 万以下的车不好意思停在饭店门口，要停 500 米以外，因为没面子。综合这些原因看，汽车消费升级的趋势在未来还会继续。

份额流向欧美系

从国别和车系结构看，近几年新车市场份额逐渐流向欧美系，特别是向欧系集中，德国、意大利、法国、英国等车系。而且份额是连续多年提高，其中增长幅度最大的是德系。这种集中是一个长期趋势，估计短期内不会回调。

随着汽车普及水平的提高，换车消费的比重越来越高，而德系车的产品特点跟换车用户群的匹配度更高一些。例如，大家买第一辆车可能会要求内部装饰比较多，看起来越豪华越好，但是有些功能

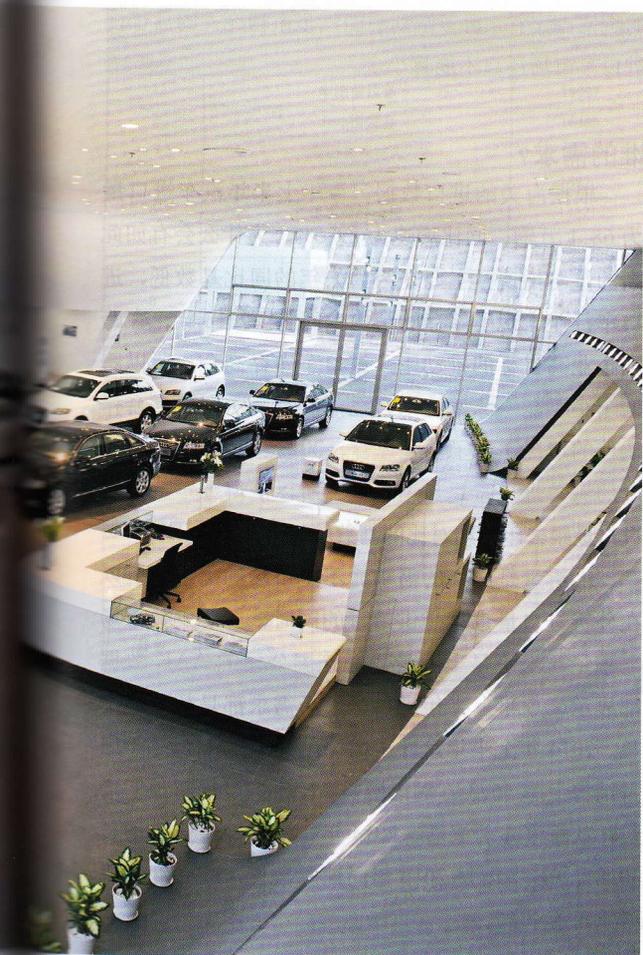
不实用。买第二辆车的时候就不同了，大家可能更注重车的性能，德系车可能相对更适应换车消费此类需求特点。

韩系车在新车市场的占有率大概是一个稳中有升的走势。

新车市场份额下降的两个车系是自主品牌和日系车。

日系车市场份额的下降不是因为其产品竞争力不够，而是因为中日关系对消费者产生的不利影响。近几年，日系车市场份额下降得很快，从 2007 年的 29% 下降到现在的 18.2%，特别是 2012 年之后，因为中日钓鱼岛事件，一下从 23% 下降到 19% 左右，记得降幅最大的一个月，从 20% 左右一下降到 14%。未来日系车份额若能回升，要么依靠中日关系的改善，要么日系车产品竞争力有一个迅速的提高。

自主品牌在新车市场的份额这两年有所下降，我觉得最主要原因是我们新车消费升级速度太快，以至于自主品牌的产品质量和品牌形象提升速度跟



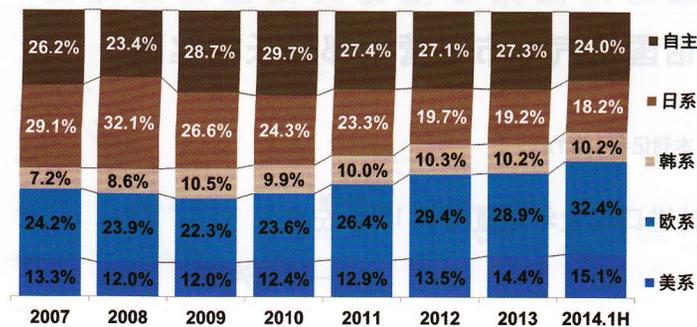
不上。这也是目前我们汽车行业倍感压力的一面。日本、韩国当年发展汽车产业可能没出现这个情况，当时消费升级再快也得买本国车，因为当时他们的市场是封闭的，投资是封闭的，所以日韩汽车市场消费升级的过程没带来其本土产品竞争力的下降，他们是自己跟自己竞争。

而现在，我们跟他们当年不一样。目前，我们新车市场的外资品牌占了75%的市场份额，自主品牌是25%，只占四分之一。对中国车主来说，消费升级会有大量的产品可供选择。所以自主品牌份额下滑的趋势可能还会延续几年。中国汽车消费升级换代的太快，主要蚕食了自主品牌和日系车的份额。

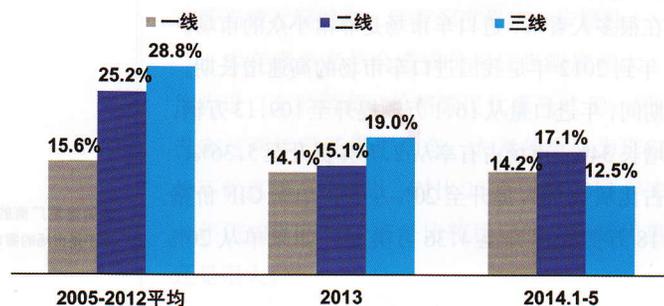
地域结构的小变异

从今年的新车销量增长的分区城数据看，一二线城市的销量增速差在缩小。2005年到2012年这段时间，一线城市平均每年的新车销量增速是15.6%，二线城市的年均增速是25.2%，三线城市是28.8%。

分车系份额变化趋势（内需）



不同级别城市乘用车市场增速



也就是说在这七八年，存在一个持续的区域市场特点，就是越低级别的城市增长速度越快。

从2013年开始，不同级别城市新车销售增长的速度差变小了，一二线城市增速的差别不明显，三线城市的优势也不像之前那么突出。今年上半年的情况更不一样，一线城市新车销量的增长速度比三线城市还高。主要是由于今年大城市汽车限购导致消费者的恐慌性购买，如果汽车限购城市继续蔓延，这个趋势也会继续。而三线城市的新车销量增速相对更客观的反映了市场的变化，反映了经济运行本身的影响。

新车市场前三个结构变化特点都具有延续性，未来可能还要继续，最后一个特点，取决于限购的发展，如果限购取消并且政府不再允许限购，那就会回到之前几年的趋势。但是从目前来看，限购可能还会蔓延。

(本文根据作者在“2014上半年汽车市场形势及未来发展趋势论坛”上的报告改编，题目为编辑自拟。)