

中国汽车市场



沈荣 葛鹏 著



95
F724.76
2
2

XA147/14

中国汽车市场

沈荣 葛鹏 著

经济科学出版社

一九九三年·北京

C

097153

(京) 新登字 152 号

责任编辑：冯仲华

封面设计：卜建晨

版式设计：代小卫

中 国 汽 车 市 场

沈荣 葛鹏著

*

经济科学出版社出版、发行 新华书店经销

中国人民解放军第一二〇二工厂印刷

*

850×1168 毫米 32 开 10.5 印张 268000 字

1993 年 12 月第一版 1993 年 12 月第一次印刷

印数：0001—2000 册

ISBN 7-5058-0650-5/F·513 定价：12.00 元

目 录

第一章 汽车产品流通的历史演变过程及其特征	1
一、流通体制的变迁.....	2
二、流通渠道的变迁.....	9
三、流通量的变化	11
四、需求域的变化	12
第二章 汽车市场的运行规律	15
一、汽车市场发育的历史	15
二、汽车市场波动的年度特征	16
三、汽车市场波动的月度特征	21
第三章 汽车产品价格的形成机制及变动特征	26
一、汽车产品价格的形成机制	26
二、汽车产品价格的变动特征	35
三、影响汽车产品价格变动的因素	42
第四章 汽车市场的国内供给状况	47
一、国内供给能力	47
二、国内供给资源的结构	53
三、国内供给资源的存量	59
四、我国汽车生产技术与产品水平状况	63
第五章 汽车市场进口资源状况	73
一、汽车进口状况	73
二、汽车进口的影响因素	81
三、汽车进口的未来走势	84
第六章 汽车市场的主要需求域	87

一、公务用车市场	87
二、商务用车市场	91
三、经营用车市场	96
四、私人用车市场	99
第七章 轿车市场	101
一、轿车生产状况	101
二、轿车进口状况	108
三、近年轿车市场存量的特征	112
四、近年轿车销售状况	117
五、轿车市场的需求	121
六、微型轿车市场	126
第八章 重型载重汽车市场	135
一、重型载重汽车的生产现状	135
二、重型载重汽车的进口状况	141
三、重型载重汽车市场的特征	149
四、未来十年重型载重汽车市场的特征	154
第九章 中型载重汽车市场	158
一、中型载重汽车的生产特征	158
二、中型载重汽车市场的存量特征	163
三、中型载重汽车市场的需求特征	166
四、中型载重汽车的更新特征	169
五、世界汽车市场对我国中型车市场的影响	172
第十章 轻型载重汽车市场	174
一、轻型载重汽车是世界汽车发展的主要方向之一	174
二、轻型载重汽车发展的基本状况	182
三、轻型载重汽车市场的存量	198
四、未来十年轻型载重汽车市场的特征	201
第十一章 轻型客车市场	206
一、轻型客车生产状况	206

二、轻型客车的发展规划和发展思路·····	216
三、近年轻型客车销售状况·····	225
四、轻型客车市场的存量·····	228
五、轻型客车市场的需求特征·····	232
第十二章 影响汽车市场波动的宏观环境·····	237
一、宏观经济波动的影响·····	237
二、固定资产投资规模的影响·····	241
三、信贷规模的影响·····	244
四、零售市场的影响·····	247
五、进出口状况的影响·····	251
六、非经济因素的影响·····	252
七、社会丰裕程度的影响·····	253
第十三章 燃料供应与汽车市场·····	256
一、原油生产形势·····	256
二、成品油市场形势·····	265
三、成品油市场需求·····	272
四、汽车市场燃料的需求形势·····	280
第十四章 钢铁工业与汽车工业·····	288
一、钢铁工业是汽车工业发展的保障·····	288
二、汽车工业与钢铁生产·····	291
三、汽车工业的未来发展与对钢铁的需求·····	298
第十五章 公路运输与汽车工业的发展·····	304
一、世界公路运输业与汽车工业发展的关系·····	304
二、我国的公路运输业·····	310
三、公路建设的发展·····	315
四、公路运输的未来发展及对汽车工业的影响·····	318
第十六章 汽车市场预测的主要方法与基本结论·····	321
一、汽车市场预测的主要方法·····	321
二、未来十年我国汽车市场预测的基本结论·····	325

参考文献.....	326
后 记.....	331

第一章 汽车产品流通的历史 演变过程及其特征

世界汽车工业发展的百多年历史表明,汽车工业生产的发展、产量的扩大、品种的更新、技术的进步、生产工艺手段的演变等诸方面的变革都无不牵动于汽车产品流通的演变,无不伴随着流通体制的发展完善和汽车市场的发育成长。可以说,没有市场的持续扩展,没有流通领域的不断扩充,汽车工业不会也不可能成为世界上诸多国家引以为荣的支柱产业,汽车产品也不会被冠上世界第一商品的桂冠。市场赋予了汽车工业长久不衰的生命力。从这个意义讲,世界汽车工业发展的历史同时也是一部汽车市场成长史,是一部汽车产品流通变化的历史。

同世界汽车工业相比,我国汽车工业的历史还相当短暂,无论在生产规模、技术水平、产品档次、品种质量及生产组织等方面,都还处于发展的初级阶段,要成为国民经济的支柱产业并带动相关行业的发展,从而推动国家加速现代化进程的理想目标还有相当距离。尽管如此,我国汽车工业毕竟经历了近 40 年的锤炼,已经构成了具有相当规模的市场容量,并且这个市场正在以前所未有的速度扩展着。

市场是商品经济运行的基础。在商品经济条件下,市场维系着社会经济关系的运转。没有市场,也就谈不上商品经济的存在和发展。党的十一届三中全会以后,经济发展走上注重商品经济规律的运行轨道。作为宏观经济运行主体的一个分支,汽车工业生产与产品流通也发生了深刻的变革,市场机制逐步成为调节生产与需求的重要手段。从这个意义上讲,尽管我国汽车市场的形

成只有短短的十年时间，然而汽车作为一种现代社会生产与生活所必需的资料，从生产领域到消费领域的运动却从新中国的经济起步开始就存在着，并一直延续至今。正是这种运动推动了我国民族汽车工业的建设和发展。当然，在我国汽车市场雏型形成以前，这种从生产到消费的运动是通过一种特殊形式进行的，也可以说是在一种特殊环境下运行的特殊意义的市场，其表现形式自然也“与众不同”，但在我国汽车产品流通的发展演变过程中却占有不容忽视的地位。

一、流通体制的变迁

从 1953 年我国开始着手建立民族汽车工业，到 1991 年汽车市场步入新的发展阶段的近 40 年中，我国汽车产品流通在管理体制上大致可分为三个不同的发展阶段。

从 1953~1978 年可以称之为第一阶段。这一阶段以严格计划控制下的分配制度为汽车贸易的形式，从生产到消费的“流通”过程深深地刻着计划的痕迹。在这一阶段中，按汽车产品流通表现形式的不同，又可分为三个不同时期，即中央统一控制时期，以中央管理为主，地方管理为辅时期和中央地方两级管理时期。

从 1953 年国家开始编制第一个五年计划到 1966 年为第一时期。在这期间，汽车按其在国民经济中的重要程度和产销特点被列为国家统一分配的物资。随着国民经济的发展，统配物资的目录几经调整，但汽车一直被作为统配物资管理，由国家计委统一编制物资平衡表和分配计划，并报国务院批准下达。主管汽车生产的第一机械工业部的销售部门根据物资分配计划统一组织产品订货，供需双方签订合同，生产企业和其他部门无权支配。

1958 年，中央决定改革物资计划分配体制，实行“在全国统一计划下的以地区管理和地区平衡为主的物资调拨制度”，即所谓“地区平衡”的办法。为了确保重点单位的需要，实行统一分配、

归口安排、厅局订货、省内调剂的“一竿子插到底”的分配办法。其间曾一度由集中订货改为分大区订货，但为了加强管理和全面安排“产供销”，分大区订货的办法又很快被中央部门统一组织订货的形式所取代。在三年调整时期，中央对包括汽车在内的生产资料实行物资部门统一销售、统一供应、统一管理中转仓库的办法，汽车的供销贸易按经济区域用经济方法就近组织。1963年，国家经委物资管理总局改为国家物资总局，由其下辖的机电设备公司负责汽车调拨和销售工作。1964年设立国家物资管理部，根据中央对重要物资实行统一领导、分散管理的方针，由国家物资管理部承担起了对汽车产品的统一销售、统一供应、统一中转仓库、统一资金管理的责任。

1966~1976年的十年间，由于政治风云的变化，汽车产品流通的管理也发生了变化，汽车产品流通进入第二时期。由于许多分配、供应的制度及办法被废弃，因此在相当长的时间内，物资分配供应工作处于混乱状态。1970年撤销了物资管理部，此后共有23个省、自治区、直辖市撤销了物资厅局，汽车订货和销售工作交由各工业部门管理，实行产销合一，下放地方经营，汽车统配数量大大减少。汽车的当年准备物资和周转库存由国家计委物资局调度。汽车计划管理体制实行在国家统一计划下地区平衡，差额调拨，品种调剂，保证上缴的分配办法。企业下放以后，为了促进统配物资的生产，在扩大地方权限，试行地区平衡法的同时，1972年试行在汽车生产厂给地方留出一定的能力，便于地方自行提供原材料、配套件安排生产任务。这一部分产品由地方支配。在此期间，地方可支配的汽车资源占汽车总资源的近1/4，表现出以中央管理为主，地方管理为辅的特点。

1976年以后，国家对物资管理工作进行了整顿，对汽车资源实行中央和地方两级管理的办法，即由中央安排的汽车生产计划由中央解决原材料，产品由中央分配；由地方安排生产的，由地方解决原材料，产品由地方分配。汽车产品流通演化到第三时期

即中央地方两级管理时期。从1977年起，汽车的销售工作统一由国家物资局下属的机电设备局负责，汽车的供销业务由物资专业公司与主管生产的部门双重领导和组织，汽车流通体制开始转向多层次化。这一时期尽管时间短暂，但仍体现出明确中央和地方两级管理的显著特点。

不难看出，在第一阶段大体沿袭了中央控制→以中央控制为主、地方管理为辅→中央地方两级管理的演变过程，但抛开形式变化，生产直接计划、投资直接计划、分配直接计划的三位一体构成了这一阶段汽车产品流通体制的核心。这一体制具有以下几个显著特征。

一是靠纵向隶属、依附关系确保包揽一切的宏观决策。在实际运作中，生产资料配置称为物资计划分配，分为纵向性的国家统一分配、生产部门主管的统一分配和地方政府主管的统一分配三个等级，汽车资源分别简称为“统管物资”、“部管物资”和“地管物资”。在这种行政组织体系中，汽车配置的决策权掌握在纵向性的各级行政机构手中。行政级别越高，掌握的物资越重要，数量越多；级别越低，掌握的物资越次要，数量也越少。因而形成了强烈的下级对上级的层层隶属关系，下级只是上级决策的执行机关，生产企业只是行政机构的“附属物”，高度集中的宏观决策通过这种纵向隶属关系，主宰着生产企业的投入和产出。

二是以计划调拨和计划供应的方式，组织汽车物资的供销衔接。宏观决策通过纵向关系实行生产资料的直接配置，实质上对企业再生产的两极，即购置生产资料和出售产品都进行了限定。剩下的事情就是企业之间按计划组织调拨，或通过物资部门按计划组织供应，被动地实现这种既定的配置。在这种场合，作为交换主体的生产企业，其应有的决策权力都由生产资料行政性分配所取代，企业之间的交换也是既定的，并且是在主管部门的组织和监督下进行的。

三是物资部门只是宏观决策的参与者和执行机构，物资部门

的职能只是通过自己的行政机构组织计划调拨和计划供应，以参与、执行和实现宏观决策，物资部门与企业的关系是主管部门与行政机构附属物的关系。

四是调节机制采取超经济形式。由于在体制上排斥企业决策，实质上也就基本上排斥了中观决策，因此这种调节机制是单一化的，即单纯行政命令式的；是纵向的，即自上而下的；是实物性的，即基本着眼点和落脚点是单纯的使用行政指标，因而是超经济的。

在这种具有强烈的反市场倾向的计划管理体制下的汽车产品流通，是通过一种特殊的形式完成其生产循环的，即生产计划下达→生产物资供应→生产计划执行→生产产品计划分配，在整个过程中，计划操纵着全部生产过程。置于严格的计划体制下，是这一时期汽车产品流通的显著特点。

从 1978~1984 年，可以认为是汽车流通体制演变的第二阶段，也可以称之为过渡阶段。这一阶段以严格的计划分配渐变到计划分配体制出现局部松动为特征，但在运行中仍有较浓厚的计划色彩。

1978 年以后，汽车产品的流通体制开始发生新的变化。1978 年 4 月，中共中央《关于加快工业发展若干问题的决定》指出，要加强物资管理，要统一计划、统一调拨，除少数进口汽车由国家计划分配外，计划分配外的国产汽车由各省、自治区、直辖市自行安排。由此，严格管理的计划体制开始出现局部松动。1991 年，国务院批转《关于工业品生产资料市场管理的暂行规定》，规定各生产企业在完成国家下达的生产分配计划的供货合同的前提下，有权自销部分产品，企业自身的利益开始得到承认，汽车产品的流通开始了向市场化方向的转化。

这一阶段的特点是在基本不触及汽车物资分配体制的前提下，从供应方式入手进行小改小革。改革的主要内容包括：(1) 以城市为中心合理组织物资流通，重点是实行由城市物资企业统一

组织对当地生产企业的物资供应，如对市属企业采取“统一供应、两级设库、指标到局、实物到厂”的办法，减少企业主管局二次中转储运的供应环节。对中央和省属企业实行划转分配指标，由市场物资企业负责订货，组织实物供应，以城市为中心，合理调整汽车产品流向，通过划转分配指标，打破行政区划，就地就近组织对周围地区的汽车供应；开展物资协作，对多余物资进行协作串换，在城市之间建立物资高度调剂网；在城市设立中心供应站，对一些品种规格繁多，又有条件放开的物资实行敞开供应。

(2) 发展多种供应方式。主要是根据物资供需的不同情况采取了敞开供应，按需供应，凭票供应和划转指标代供等多种方式，并重点开展定点直达供应的配套承包供应。(3) 开展物资的“四代一调”（代购、代销、代加工、代办运输和组织物资调剂）和代订货、协作、租赁、联营联销等信托业务。

严格地讲，在第二阶段，汽车产品的流通体制仍置于计划管理的控制之下，所不同的是，在管理方式及计划的严格程度上有所改变，到1984年，国家指令性计划分配的汽车占汽车资源的比重由1980年的92.7%，下降到58.3%，表明计划管理有了较大的松动。当然，此时的指令性计划仍控制着一半以上的汽车资源，指令性计划为主仍是这一阶段的基本特点，企业自销等只是这种体制外延的补充，并未根本改变计划体制。

从1985年开始至今，汽车产品流通体制的变革进入了突破性阶段，即汽车产品流通体制演变的第三阶段。这个阶段的特点是从正面触及旧体制的根基即分配体制，大步骤缩小指令性分配计划，大面积、深层次地引入市场机制，突破了生产资料资源配置决策的原有格局，使整个流通体制发生了较大变化，双轨运行逐步向以市场为主的单轨靠拢，市场机制开始成为汽车产品流通的主要运行机制。

在整个物资流通领域，减少了国家计划分配物资的种类和比重，扩大了市场调节的范围和企业与地方支配物资的自主权；调

放结合，推动了生产资料价格双轨制的形成；推广了对计划内物资实行“同一销价、价差返还、放补结合、扩大市场”的过渡办法；进一步推广定点定量和配套承包供应办法，保证国家重点建设的需要；发展有形的生产资料市场的形式即物资贸易中心；发展横向经济联合与物资协作；物资企业实行政企分离，推行商业化和职能综合化，扩大经营范围和活动领域。

物资流通体制的变革在汽车产品流通体制的演变中得到了体现。1984年底，有关部门决定，在对外实行开放，对内搞活的新形势下，为衔接产需，搞活流通，适应新的供求关系，成立包括汽车在内的几大类产品的生产资料交易中心。1985年2月，有关部门联合发出《关于向市场投放汽车和建立汽车贸易中心的通知》，决定先在北京、上海、沈阳、武汉、重庆、西安等六个城市建立汽车贸易中心，由所在城市的省市机电公司、机电产品贸易中心和国家物资局所属的机电管理处联合组成，并吸收厂家参加。1986年又针对当时出现的一些问题，撤销了这六个贸易中心，成立了华北、华东、东北、中南、西南和西北六个汽车贸易中心，作为国家物资局和中国机电设备公司直属的全民所有制物资企业，实行独立核算，依法独立承担经济责任，主要负责国家指令性汽车分配计划的执行和当年准备的调拨，办理进口汽车的接货发货，组织投放市场的经营业务，开展经销、联销、代销等业务。这时的汽车贸易中心已成为经济实体，改变了原来作为计划执行部门的单一职能。1988年，国务院批准成立中国汽车贸易总公司，上述六个汽车贸易中心改为汽车贸易分公司，新建天津、广州两家公司，共计8家汽车贸易公司，下辖1000多个销售网点。1992年，中国汽车贸易总公司中原属中国汽车工业总公司销售服务公司部分回归中国汽车工业总公司，成立中国汽车工业销售总公司，恢复了原有的汽车公司的销售渠道。与机电公司、汽车销售公司的更迭发展同步，汽车生产企业的自销体制也逐步建立并发展起来。以机电公司和汽车销售公司主管的计划内汽车产品流通体制和以

汽车销售服务公司与企业经营的计划外流通体制，形成了汽车产品流通的双轨运行机制。这种机制在相当程度上可视同于过渡性管理体制，未来的发展将以市场机制的单轨运行取代双轨并行，几年来国家指令性计划由 50% 以上降至不到 10% 的发展已经证明了这一点（见表 1—1），汽车产品流通体制将被一种全新的、符合商品流通规律要求的新体制所代替，汽车工业的发展也将在汽车市场的推动下步入新的发展阶段。

表 1—1 我国汽车产品流通中指令性计划分配比例变化情况

年份	生产计划（万辆）	指令性分配（万辆）	比重（%）
1982	15 200	14 036	92.3
1983	18 430	14 646	79.5
1984	24 700	14 410	58.3
1985	39 110	15 235	39.
1986	43 187	15 570	36.1
1987	36 500	13 440	36.8
1988	41 542	14 000	33.7
1989	50 920	11 300	22.19

资料来源：《中国汽车贸易指南》经济日报出版社 1991 年版。

在我国汽车产品流通管理体制演变的这三个阶段中，严格计划分配的流通管理体制占据的时间最长，持续了 25 个春秋，占了近 2/3 的时间；作为机制转换的调整过渡阶段，也就是双轨制运行阶段的时间相对较短，共持续了 7 年，占了近 20% 的时间；汽车产品流通步入商品经济运行轨道的时间最短，到目前只有 6 年，但却经历了汽车产品流通体制的一次最深刻的变革。

二、流通渠道的变迁

不同的管理体制决定了不同的流通形式和不同的流通渠道，我国汽车产品的流通渠道随着汽车产品流通体制的改变而变迁，在不同的流通体制下，汽车产品的流通渠道也是不一样的。

在计划管理体制下，汽车产品的流通渠道，是由国家物资总局构成渠道的初始端，由其下设在省、地、县、乡等地的各级物资管理部门构成中间环节，并由持有指令性计划分配指标的企业或其他用车部门构成渠道的终结，整个渠道的畅通以强有力的计划管理为保障，整个流通过程无经营性质，整个渠道呈现一种自上而下的线状分布，企业生产资料的来源是唯一的，产品销售渠道也是唯一和固定的，物资部门的资源来源和流向是一定的，最终需求者获取汽车的渠道也是唯一的。

在汽车产品流通体制变革的过渡阶段，汽车产品流通渠道的唯一性被打破了。汽车产品生产所需原材料的来源扩展为国家计划调拨、地方调拨、企业自筹三部分。产品流通由此而步入三条不同的渠道，用国家调拨原材料生产的产品由物资部门组织流通，地方调拨物资生产的产品由地方主管部门组织流通，企业自筹原材料生产的产品由企业自主销售，计划调拨、地方调剂和企业自销构成了这个阶段汽车产品流通的三条渠道。

随着汽车产品流通体制演变到第三阶段，汽车产品的流通渠道得到了进一步的拓展。国家下达的生产和调拨计划由单一指令性计划转变为指令性计划和指导性计划两部分，加大了地方调拨和企业自行支配的权力，使得通过地方主管部门调拨和企业自销两条渠道流通的汽车资源大幅上升。在机电设备公司系统流通的汽车资源，除包含计划内一块外，还增加了一部分指导性产品；地方管理部门的汽车产品也包括了计划与自筹两部分；企业自销也加入了指导性产品。与此同时，计划调拨、物资串换等流通形式

转变成了展销会、订货会、汽车市场、汽车贸易中心、机电公司、汽车进出口公司、企业自销服务网点等多个渠道。这些多边多向流通的网络构成了覆盖全国的汽车产品流通的新渠道，体现了我国汽车市场的初步形成。

到目前为止，我国汽车产品流通大体形成了四条脉络清晰的流通渠道。一是物资部门设立的汽车贸易中心及其销售网点构成的渠道；二是中国汽车工业总公司系统的汽车贸易公司及其下设在各地的贸易分公司组成的行业销售网络；三是各汽车生产企业自建的销售机构形成的流通渠道；四是中央各行业主管部门承担本系统供销任务的物资企业组成的销售网络。四条主渠道构成了目前我国汽车产品流通的基本途径。

用市场概念来衡量，我国的汽车市场（即汽车流通渠道）可大体划分为如下三个层次。

首先是国家交易市场。这实际上就是上述的以国家指令性计划为根据，以指令性计划产品为货源的供应市场，需求者是由指令性分配计划确定的，因而也是定向投放市场。它的运行主要是为满足承担国家重点项目企业的交通运输部门的需要，由物资部门和行业管理部门联合设点（一般设在交通较发达的大城市），由承担国家指令性计划的汽车厂和国营大型经销企业参加，实行资源定向投放的方法和直达供货的方式，供货量与订货量均按指令性计划量控制。

其次是批发市场。这是投放指导性计划产品的市场，一般设在省、自治区、直辖市和计划单列市的政府所在地，由中国汽车贸易总公司、产地汽车贸易公司和汽车生产厂共同组织，全国定点生产企业自愿参加，经销者必须具有合法的经营资格。

再次是零售市场。这种市场一般由具有合法经营资格的销售企业组织，完全开放，价格公开，销售对象也不分国营、集体和个人。

此外，随着商品经济体制的不断发育，在国外发展历史悠久