

2009

机电产品报价手册

交通运输设备分册

机械工业信息研究院 编



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS



2009
机电产品报价手册
交通运输设备分册

机械工业信息研究院 编



机械工业出版社
China Machine Press

《2009 机电产品报价手册》(共 8 分册)是中国机电产品价格信息数据库 2009 年版(配套光盘)的纸质出版物,从价格库的 40 多万条数据中选择了国内机电行业 4000 多家企事业单位投放市场的 20 多万条产品,产品价格信息由各单位自报,参照国家标准 GB/T7635.1-2002《全国主要产品分类与代码》分类编辑,是了解机电产品价格信息的参考工具书。其内容包括:产品名称、型号规格、主要技术参数及备注、参考价格、生产厂家、地址、邮政编码及电话等。其主要读者包括:资产评估公司、会计师事务所、招标投标机构、咨询机构、企业销售与采购部门、海关等。

图书在版编目(CIP)数据

2009 机电产品报价手册. 交通运输设备分册/机械工业信息研究院编. —北京:机械工业出版社,2009.1

ISBN 978-7-111-25833-9

I. 2… II. 机… III. ①机电设备—价格—中国—2009—手册②交通运输—设备—价格—中国—2009—手册
IV. F724.744-62

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 199727 号

机械工业出版社(北京市百万庄大街 22 号 邮政编码 100037)

责任编辑:孙立新

封面设计:李永泉

责任印制:王书来

保定市 中画美凯印刷有限公司印刷

2009 年 1 月第 1 版·第 1 次印刷

184mm×260mm·28.25 印张·835 千字

本分册定价:180.00 元

全套定价:2000.00 元(共 8 分册,含光盘)

封面无机械工业出版社专用防伪标均为盗版

《机电产品报价手册》编辑委员会

(按姓氏笔画排序)

- 王文斌 机械工业信息研究院院长、机械工业出版社社长
- 王建军 机械工业信息研究院常务副院长、机械工业出版社常务副社长
- 王德茂 中国印刷及设备器材工业协会常务副理事长
- 邢玉久 中国电器工业协会常务副会长
- 李金生 中国农业机械工业协会副理事长
- 张雨豹 中国通用机械工业协会副会长兼秘书长
- 杨学桐 中国机械工业联合会执行副会长
- 何南至 中国食品和包装机械工业协会常务副理事长
- 吴柏林 中国机床工具工业协会总干事长
- 赵志明 中国石油和石油化工设备工业协会常务副理事长
- 郭 锐 机械工业信息研究院副院长、机械工业出版社副社长
- 顾翔华 中国汽车工业协会副秘书长
- 徐善继 中国重型机械工业协会常务副理事长
- 钱耀恩 中国塑料机械工业协会秘书长
- 曹邑平 山西省资产评估协会秘书长
- 陶德雄 湖北省资产评估协会会长
- 韩学松 中国工程机械工业协会理事长
- 臧公玉 中国仪器仪表行业协会特别顾问

《机电产品报价手册》编辑出版工作人员

总 编 辑 郭 锐

主 编 李卫玲

副 主 编 刘世博

编辑部主任 朱彩绵

责 任 编 辑 孙立新

编 辑 王 良 王 鑫 王军莉 曹 军

魏素芳 赵英华 袁士华

录 入 排 版 刘超琼

发行部主任 肖新军

客 户 服 务 王海臣 杨丽娟

电 话 (010)68326643 68326017 88379822

传 真 (010)68326643 88379825

地 址 北京市西城区百万庄大街 22 号

邮 编 100037

开 户 行 工商行北京百万庄支行

账 户 机械工业信息研究院

账 号 0200001409014473834

网 址 www.mepfair.com

电 子 邮 件 jjjprice@263.net

编辑说明

《机电产品报价手册》是由机械工业信息研究院编辑、机械工业出版社出版的大型工具书。依靠机械工业信息研究院全方位的信息采集渠道和完善的信息处理能力、机械工业出版社专业的编辑和出版能力,自1994年创办以来,共出版了15套《机电产品报价手册》(主要收录国内产品)和《1998 国外机电产品市场价格目录》、《国外机电产品报价手册(第2版)》两套国外机电产品价格信息工具书。这些系列产品自创办之日起就受到广大读者的青睐和好评。《2009 机电产品报价手册》(共8分册)是该手册的第13次正式出版,编委会由中国机械工业联合会、机械工业各行业协会及资产评估协会等有关领导、专家组成。

一、本书特点

- (1) 出版格式规范。包括产品名称、型号规格、参考价格、生产厂家、电话、主要参数及备注。
- (2) 数据新。收集的报价均为2008年1~11月份的价格,参考价格(除特殊说明外)均指出厂价和含税价格,不包含包装费和运输费。
- (3) 权威性强。价格信息直接来源于企业当年的产品市场报价。
- (4) 实用性强。参照国家标准 GB/T7635.1—2002《全国主要产品分类与代码》编辑出版。
- (5) 代表性强。本套书所含20万多条数据是从40多万条产品报价中精心挑选的,涵盖了4000多家大中型企业的主要产品报价。

二、本书内容

(1) 机床分册:包括金属切削机床、锻压机械、拉拔设备、石材加工机床、木材加工机床、气动工具、金属切割和焊接设备、热处理设备和机床附件。

(2) 升降搬运设备分册:包括轻小起重设备、起重机、水利闸门启闭机、叉车及搬运车辆、升降机、输送机械、给料机械、装卸机械和其他升降搬运设备。

(3) 工业专用设备分册:包括农林牧渔机械、非金属矿物制品工业专用设备、陶瓷机械设备、铸造用砂模成型设备、粮油及饮料加工设备、食品加工设备、制药机械、纺织机械、缝纫服饰及制革机械、日用化工机械设备、电工专用设备、木材处理设备、造纸及纸加工设备、印刷工业专用设备、橡胶工业专用设备、塑料工业专用设备、炼油化工设备、社会公共安全设备及器材、机械维修专用设备、文化办公设备、矿山采掘设备、建筑工程机械、钻探机械、铸造设备和其他工业专用设备以及娱乐设备。

(4) 仪器仪表与医疗器械分册:包括自动化仪表及系统、电工仪器仪表、生产或供应气体/液压或电力用的计量仪表、光学仪器、分析仪器、试验机、实验仪器及装置、电子和通信测量仪器、钟表及定时仪器、专用仪器仪表、仪器仪表元件及器材、长度测量仪器/量具、机械量仪表、速度测量仪表/加速度计/计数器/计步器/频闪仪、量仪和医疗器械。

(5) 交通运输设备分册:包括牵引车、客车、载货汽车、专用汽车、专用载人汽车、专用作业车、专用货车、越野车、商务车、轿车、MUV、SUV、皮卡、电动车和船艇。

(6) 通用设备分册:包括锅炉、原动机、真空获得设备与通用真空应用设备、气体压缩机及气体分离设备、烘箱、热交换设备、制冷空调设备、液体或气体净化设备、通用包装机械、衡器、通用

消防设备、风机、分离机械、其他通用设备和通用零部件。

(7) 泵阀分册:包括离心泵、轴流泵、混流泵、旋涡泵、往复泵、回转泵和其他泵;闸阀、截止阀、节流阀、球阀、蝶阀、隔膜阀、旋塞阀、专用阀门、液压阀、气动控制阀、真空阀门、调节阀、柱塞阀、浆液阀、排污阀、电磁阀、切断阀和其他阀门。

(8) 电气设备及器材分册:包括电动机、发电机、潜水电泵、变压器、互感器、电抗器、调压器、电力电容器、低压电器及设备、高压电器、电线电缆、蓄电池、防盗(火灾)报警设备及类似装置、广播电视设备、变频器和可编程序控制器。

三、书中非法定计量单位及其换算

非法定计量单位	单位换算	非法定计量单位	单位换算
ft	1ft=0.3048m	in	1in=0.0254m
Å	1Å=10 ⁻¹⁰ m	lb	1lb=0.45359237kg
den	1den=0.111111×10 ⁻⁶ kg/m	lbf·in	1lbf·in=0.112985N·m
kgf·m	1kgf·m=9.80665N·m	hp	1hp=745.7W
马力	1 马力=735.5W	mmH ₂ O	1mmH ₂ O=9.80665Pa
mmHg	1mmHg=133.322Pa	bar	1bar=10 ⁵ Pa
psi	1psi=6894.76Pa	kcal	1kcal=4.1868 kJ
fc	1fc=10.764lx	°F	1°F= $\frac{5}{9}$ K
kcal/h	1kcal/h=0.001163kW	RT	1RT=3517W
Torr	1Torr=133.322Pa	cP	1cP=0.001Pa·s

四、特别声明

(1) 在未特别注明的情况下,本书所收录的产品报价均为厂家申报的参考出厂价格。鉴于市场瞬息万变,影响产品价格的因素众多,本书产品价格仅为订货提供参考,不作为订货的依据。

(2) 由于机电产品门类繁杂,有些产品在国家标准 GB/T7635.1—2002 上尚未编入,有些产品难以对号入座,所以在分类上难免有诸多不妥之处,敬请广大企业、用户及各行业专家予以指正。

(3) 未经本编辑部的许可,本书中的数据不得以任何形式的转载、复印。

(4) 针对目前市场上出现的多种与本书名称相近或直接盗用本书书名的伪劣图书(内容采用前几年出版的《机电产品报价手册》的数据,其数据的时效性难以保证),编辑部提醒广大读者直接与我们联系(010-68326643、68326017、88379822)或到当地的新华书店购书,以免上当,详情请见本书封三“严正声明”。

本书在编撰过程中,得到了有关协会领导以及广大企业的大力支持和帮助,在此深表感谢!

机械工业信息研究院 机电产品报价手册 编辑部
机械工业出版社

2009 年 1 月

目 录

汽车行业发展概况	(1)
第1章 牵引车	(21)
第2章 挂车	(31)
2.1 全挂车	(31)
2.2 半挂车	(32)
第3章 客车	(37)
第4章 货车	(78)
第5章 专用汽车	(97)
5.1 专用载人汽车	(97)
5.1.1 救护车	(97)
5.1.2 房车	(99)
5.2 专用作业车	(101)
5.2.1 高空作业车	(101)
5.2.2 混凝土专用车	(106)
5.2.3 消防车	(109)
5.2.4 垃圾车	(113)
5.2.5 清洗车	(132)
5.2.6 吸粪吸污车	(135)
5.2.7 吸尘、扫路车	(143)
5.2.8 洒水车	(145)
5.2.9 加油车	(167)
5.2.10 清障车	(174)
5.2.11 其他专用作业车	(175)

5.3 专用货车	(179)
5.3.1 罐式车	(179)
5.3.2 厢式车	(192)
5.3.3 仓栅车	(201)
5.3.4 自卸车	(203)
5.3.5 冷藏、保温车	(215)
5.3.6 运水车	(217)
5.3.7 运油车	(219)
5.3.8 其他专用货车	(228)
第6章 越野车	(237)
第7章 商务用车	(240)
第8章 轿车	(247)
第9章 多用途乘用车 (MPV)	(354)
第10章 运动型多用途乘用车 (SUV)	(369)
第11章 皮卡车	(388)
第12章 电动车	(395)
第13章 船艇	(404)
第14章 其他交通运输设备	(415)
企业名录	(432)

汽车行业发展概况

2007 年,国家宏观经济运行继续保持快速增长的强劲势头,城乡居民收入进一步提高,汽车尤其是乘用车价格下调也在很大程度上刺激了消费需求,受此影响汽车工业整体延续了上年良好发展势头。截至 2007 年底,汽车产销分别达到 888 万辆和 879 万辆,均创历史新高。

一、2007 年汽车工业发展主要特点

(一)产销继续保持较快增长,商用车总体表现更为突出

2007 年,汽车行业继续呈现产销两旺的较好发展态势。其中:汽车生产 888.24 万辆,同比增长 22.02%,比上年净增 160.27 万辆;销售 879.15 万辆,同比增长 21.84%,比上年净增 157.60 万辆。另外,2007 年产销衔接情况依然良好,各月汽车产销率均超过 90%,其中 5 月、8 月、9 月和 12 月产销率均超过 100%。从各季度产销情况来看,2007 年各季度产销总量均超过 200 万辆。2007 年一季度,汽车产销 219.28 万辆和 212.37 万辆;二季度汽车产销 226.39 万辆和 225.01 万辆,产销

分别比一季度净增 7.11 万辆和 12.64 万辆;三季度汽车产销 205.29 万辆和 208.42 万辆;四季度汽车产销 237.28 万辆和 233.35 万辆。

2007 年,商用车总体表现明显好于上年同期。截至 2007 年底,商用车产销 250.13 万辆和 249.40 万辆,同比增长 22.21% 和 22.25%,与上年同期相比增幅提高 6.96 和 8.02 个百分点,高于全行业增幅 0.19 个百分点和 0.41 个百分点。乘用车产销分别达到 638.11 万辆和 629.75 万辆,同比分别增长 21.94% 和 21.68%,产销增幅比上年有所减缓,主要原因是由于小排量乘用车品种需求低迷导致乘用车增速总体放缓。据统计,2007 年,排量小于 1.3L 乘用车品种与上年相比呈现下降趋势,其中排量小于 1L 降幅更为显著。2007 年,排量小于 1.3L 共销售 164.39 万辆,占乘用车销售总量的 26%,与上年同期相比,市场占有率下滑 6 个百分点,其中:排量小于 1L 共销售 74.80 万辆,同比下降 17.19%。

2007 年分车型产销增长贡献度见表 1。

表 1 2007 年分车型产销增长贡献度

主 要 车 型	产 量			销 量		
	2007 年(辆)	同比增加(辆)	贡献度(%)	2007 年(辆)	同比增加(辆)	贡献度(%)
汽车合计	8 882 456	1 602 738	100.00	8 791 528	1 576 003	100.00
基本型乘用车(轿车)	4 797 688	928 297	57.92	4 726 617	898 297	57.00
多功能乘用车(MPV)	224 733	30 023	1.87	225 745	34 655	2.20
运动型多用途乘用车(SUV)	360 060	121 947	7.61	357 366	119 260	7.57
交叉型乘用车	998 635	67 820	4.23	987 810	69 907	4.44
客车	242 022	46 689	2.91	247 490	56 468	3.58
货车	1 522 605	204 465	12.76	1 516 375	199 063	12.63
半挂牵引车	178 040	87 025	5.43	177 776	85 116	5.40
客车非完整车辆	101 983	3 695	0.23	101 990	4 106	0.26
货车非完整车辆	456 690	112 777	7.04	450 359	109 131	6.92

特别指出的是,汽车工业总体呈现良好发展态势,已连续 9 年增幅保持两位数快速增长,2000 年销量突破 200 万辆后,在 2002 年、2003 年、2004 年、2006 年和 2007 年,每年销量均跃升到新的百万辆级规模,2007

年销量水平比 2003 年翻了一番,汽车工业不仅为国民经济又好又快发展贡献力量,同时在国际上的生产大国地位也日趋稳固。

2000 ~ 2007 年汽车销量变化情况见图 1。

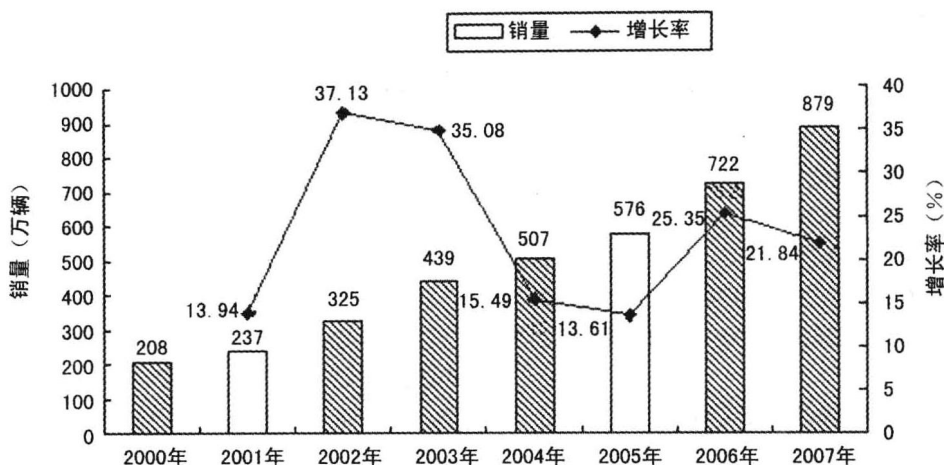


图1 2000~2007年汽车销量变化情况

注：图中斜线部分表示当年汽车销量跃升新的百万辆级。

(二)乘用车市场需求呈稳定增长,轿车销量首次突破470万辆

1. 基本型乘用车(轿车)市场需求增速依然明显,自主品牌轿车累计销量超过120万辆

2007年,轿车市场需求继续保持较快增长。截至2007年底,轿车销量达到472.66万辆,同比增长23.46%。在轿车主要品种中,1.6L以上各系列轿车品种与上年相比增幅较为明显。其中:1.6L<排量≤2.0L系列销售144.55万辆,同比增长45.67%;2.0L<排量≤2.5L系列销售51.66万辆,同比增长26.56%。此外,3.0L<排量≤4.0L系列相比较而言增幅更为迅猛,截至2007年底,该系列共销售1.21万辆,同比增加4.5倍。然而,小排量轿车市场需求仍然较为低迷,据统计,2007年排量小于1.3L轿车品种共销售73.02万辆,占轿车销售总量的11.60%,与上年同期相比,市场占有率下降3.70个百分点。其中,排量小于1L系列销售25.17万辆,同比下降30.90%。

2007年,在轿车品种中,三厢车仍为市场主导,两厢车市场份额与上年相比略有下降。截至2007年,三厢车共销售387.08万辆,占轿车销售总量的82%。两厢车共销售85.58万辆,占轿车销售总量的18%,与上年同期相比,所占比重下滑3个百分点。

从变速箱方式来看,手动档轿车继续占较大市场份额,截至2007年底,手动档轿车共销售286.44万辆,同比增长20.31%,占轿车销售总量的61%;相比较而言自动挡轿车增幅更为明显,2007年自动挡轿车共销售172.45万辆,同比增长29.12%,增幅高于手动档轿车8.81个百分点。

值得注意的是,尽管2007年油价居高不下,汽油轿车品种同比继续保持稳定增长,而柴油轿车市场需求仍呈一定下降。2007年,汽油轿车共销售470.86万辆,同比增长23.64%;柴油轿车销售1.77万辆,同比下降1.21%。

2007年,销售排名前10位的轿车品牌依次为:桑塔纳、捷达、凯越、凯美瑞、夏利、QQ、福克斯、伊兰特、雅阁和福美来,10个品牌共销售轿车151.10万辆,占轿车销售总量的32%。

2007年,自主品牌轿车市场表现总体也较为出色,截至2007年底,自主品牌轿车累计销量达到124.22万辆,占轿车销售总量的26%,其中销量排名前10位的自主品牌依次为:夏利、QQ、福美来、旗云、F3、骏捷、自由舰、A520、奔奔和吉利金刚,10个品牌共销售自主品牌轿车88.91万辆,占自主品牌轿车销售总量的72%。

2007年,销量排名前10位的轿车生产企业依次为:一汽大众、上海大众、上海通用、奇瑞、一汽丰田、东风日产、广州本田、吉利、长安福特和神龙,分别销售45.83万辆、44.58万辆、43.20万辆、32.15万辆、26.91万辆、26.12万辆、24.95万辆、21.95万辆、21.31万辆和20.73万辆。与上年同期相比,吉利和神龙增幅相对略低,其他企业均呈现较快增长,其中一汽大众、上海大众、东风日产和长安福特增幅更为明显。10家企业共销售307.73万辆,占轿车销售总量的65%。

2007年基本型乘用车(轿车)分排量产销增长贡献度见表2。2005~2007年基本型乘用车(轿车)企业排名及市场占有率见表3。

表 2 2007 年基本型乘用车(轿车)分排量产销增长贡献度

主 要 品 种	产 量			销 量		
	2007 年(辆)	同比增加(辆)	贡献度(%)	2007 年(辆)	同比增加(辆)	贡献度(%)
轿车合计	4 797 688	928 297	100.00	4 726 617	898 297	100.00
排量≤1L	246 356	-120 000	-12.93	251 734	-112 558	-12.53
1L<排量≤1.6L	2 516 263	459 429	49.49	2 472 628	435 617	48.49
1.6L<排量≤2.0L	1 465 085	460 633	49.62	1 445 526	453 195	50.45
2.0L<排量≤2.5L	523 824	110 744	11.93	516 598	108 414	12.07
2.5L<排量≤3.0L	31 069	5 358	0.58	27 238	3 751	0.42
3.0L<排量≤4.0L	13 906	11 576	1.25	12 072	9 892	1.10
排量 4.0L 以上	1 185	557	0.06	821	-14	0.00

表 3 2005 ~ 2007 年基本型乘用车(轿车)企业排名及市场占有率 (单位:%)

排序	2005 年		2006 年		2007 年	
	企 业 名 称	占有率	企 业 名 称	占有率	企 业 名 称	占有率
1	上海通用汽车有限公司	10.71	上海通用汽车有限公司	9.54	一汽大众汽车有限公司	9.70
2	上海大众汽车有限公司	8.78	一汽大众汽车有限公司	8.91	上海大众汽车有限公司	9.43
3	一汽大众汽车有限公司	8.55	上海大众汽车有限公司	8.90	上海通用汽车有限公司	9.14
4	北京现代汽车有限公司	8.06	奇瑞汽车有限公司	7.12	奇瑞汽车有限公司	6.80
5	广州本田汽车有限公司	7.29	北京现代汽车有限公司	6.84	一汽丰田销售公司	5.69
6	天津一汽夏利汽车股份有限公司	6.82	广州本田汽车有限公司	5.86	东风日产乘用车部	5.53
7	奇瑞汽车有限公司	6.60	一汽丰田销售公司	5.49	广州本田汽车有限公司	5.28
8	东风日产乘用车部	5.65	浙江吉利控股集团有限公司	5.34	浙江吉利控股集团有限公司	4.64
9	浙江吉利控股集团有限公司	5.38	神龙汽车有限公司	5.26	长安福特马自达汽车有限公司	4.51
10	神龙汽车有限公司	5.04	东风日产乘用车部	5.19	神龙汽车有限公司	4.38

2. 运动型多用途乘用车(SUV)需求呈高速增长,城市 SUV 市场表现最为突出

2007 年,运动型多用途乘用车(SUV)市场需求呈高速增长势头,累计销量达到 35.74 万辆,同比增长 50.09%,高于乘用车行业增幅 28.41 个百分点。其中,四轮驱动 SUV 销售 18.52 万辆,同比增长 51.32%;两轮驱动 SUV 销售 17.22 万辆,同比增长 48.78%。

2007 年,从变速箱方式区分,在四轮驱动 SUV 品种中,手动挡和自动挡所占市场份额大致相当,但自动挡同比增幅更为明显。截至 2007 年底,手动挡四驱 SUV 共销售 9.22 万辆,同比增长 23.41%;自动挡四驱 SUV 共销售 9.30 万辆,同比增长 95.00%。在两轮驱动 SUV 品种中,手动挡占据了绝大部分市场份额,2007 年,手动挡两驱 SUV 共销售 16.40 万辆,同比增长 47.94%,占两轮驱动 SUV 销售总量的 95%;自动挡两驱 SUV 共销售 0.82 万辆,同比增长 67.91%。从燃油消耗方式来看,在四轮驱动 SUV 品种中,汽油 SUV 品

种所占比重仍然最大,但柴油品种同比增幅更为迅猛。截至 2007 年底,汽油四驱 SUV 销售 17.37 万辆,同比增长 45.51%,占四驱 SUV 销售总量的 94%;柴油品种共销售 1.15 万辆,同比增加 2.8 倍。在两轮驱动 SUV 品种中,汽油品种不仅继续占据最大市场份额而且市场需求增速也明显高于柴油品种,2007 年,汽油两驱 SUV 共销售 16.07 万辆,同比增长 55.54%,占两驱 SUV 销售总量的 93%;柴油两驱 SUV 共销售 1.15 万辆,同比下降 7.50%。

在运动型多用途乘用车(SUV)主要品牌中,与上年相比,城市 SUV 成为引领市场快速增长的主导,这类品种在价格、乘坐舒适性、操纵稳定性、安全性包括外观造型等方面均优于传统 SUV,因而成为 2007 年 SUV 市场一大亮点。

2007 年运动型多用途乘用车(四轮驱动)分排量产销增长贡献度见表 4。2007 年运动型多用途乘用车(两轮驱动)分排量产销增长贡献度表 5。

表 4 2007 年运动型多用途乘用车(四轮驱动)分排量产销增长贡献度

主 要 品 种	产 量			销 量		
	2007 年(辆)	同比增加(辆)	贡献度(%)	2007 年(辆)	同比增加(辆)	贡献度(%)
SUV 合计	185 134	64 224	100.00	185 173	62 801	100.00
1L<排量≤1.6L	240	-47	-0.07	295	-1	0.00
1.6L<排量≤2.0L	63 315	25 837	40.23	63 267	26 421	42.07
2.0L<排量≤2.5L	79 346	29 936	46.61	78 826	29 347	46.73
2.5L<排量≤3.0L	27 994	6 478	10.09	28 004	5 596	8.91
3.0L<排量≤4.0L	11 853	2 791	4.35	12 268	2 026	3.23
排量 4.0L 以上	2 386	-771	-1.20	2 513	-588	-0.94

表 5 2007 年运动型多用途乘用车(两轮驱动)分排量产销增长贡献度

主 要 品 种	产 量			销 量		
	2007 年(辆)	同比增加(辆)	贡献度(%)	2007 年(辆)	同比增加(辆)	贡献度(%)
SUV 合计	174 926	57 723	100.00	172 193	56 459	100.00
1L<排量≤1.6L	13 989	6 807	11.79	14 777	8 519	15.09
1.6L<排量≤2.0L	59 713	32 412	56.15	56 225	29 470	52.20
2.0L<排量≤2.5L	89 776	18 068	31.30	89 770	17 949	31.79
2.5L<排量≤3.0L	11 099	87	0.16	10 953	53	0.09
3.0L<排量≤4.0L	349	349	0.60	468	468	0.83

3. 多功能乘用车(MPV)需求总体稳定,奥德赛、别克 GL8 和瑞风三大品牌始终占据市场主导地位

2007 年,多功能乘用车(MPV)市场需求总体继续保持稳定增长,共销售 22.57 万辆,同比增长 18.14%。在 MPV 主要品种中,1.6~2.5L 各系列品种在保持较高市场占有率的同时继续维持快速增长,其中 1.6L<排量≤2.0L 系列销售 5.28 万辆,同比增长 17.19%;2.0L<排量≤2.5L 系列销售 11.94 万辆,同比增长 53.42%。截至 2007 年底,上述两大系列共销售 17.22 万辆,占 MPV 销售总量的 76%。然而,上年呈高速增长的 2.5L<排量≤3.0L 系列进入 2007 年市场需求有所下降,截至 2007 年底,该系列销售 3.91 万辆,同比下降 22.22%。

2007 年,从变速箱方式来看,自动挡 MPV 增幅明显高于手动档。截至 2007 年底,自动挡 MPV 共销售 12.26 万辆,同比增长 31.22%,占 MPV 销售总量的 54%;手动档 MPV 共销售 10.31 万辆,同比增长 10.87%,增幅低于自动挡 MPV 20.35 个百分点。从燃

油消耗方式来看,汽油型 MPV 仍为市场主流,截至 2007 年底,汽油型 MPV 共销售 22.32 万辆,同比增长 20.28%,占 MPV 销售总量的 99%;与上年相比,柴油型 MPV 继续呈明显下降趋势,2007 年柴油型 MPV 仅销售 2 584 辆,同比下降 53.46%。

在多功能乘用车(MPV)主要品牌中,奥德赛、别克 GL8 和瑞风依然稳居主导,2007 年分别销售 4.58 万辆、4.25 万辆和 4 万辆,同比分别增长 28.09%、11.80%和 16.55%。2007 年,上述三大品牌共销售 12.83 万辆,占 MPV 销售总量的 57%。此外,风行、阁瑞斯、骏逸和途安销量也超过万辆,分别达到 1.84 万辆、1.19 万辆、1.07 万辆和 1.06 万辆,与上年相比,风行略有下降,途安和骏逸增幅较为明显。然而,长安旗下的 CM8 销售情况仍不理想,2007 年 CM8 共销售 6 732 辆,同比下降 51.60%。

2007 年多功能乘用车(MPV)分排量产销增长贡献度见表 6。

表6 2007年多功能乘用车(MPV)分排量产销增长贡献度

主要品种	产 量			销 量		
	2007年(辆)	同比增加(辆)	贡献度(%)	2007年(辆)	同比增加(辆)	贡献度(%)
MPV 合计	224 733	30 023	100.00	225 745	34 655	100.00
1L < 排量 ≤ 1.6L	12 954	-3 811	-12.69	14 329	-2 987	-8.62
1.6L < 排量 ≤ 2.0L	54 465	7 390	24.61	52 783	7 743	22.34
2.0L < 排量 ≤ 2.5L	120 783	43 399	144.55	119 368	41 562	119.93
2.5L < 排量 ≤ 3.0L	36 398	-16 829	-56.05	39 136	-11 179	-32.26
3.0L < 排量 ≤ 4.0L	133	-126	-0.42	129	-484	-1.40

4. 交叉型乘用车市场需求增幅稳中略降,上汽通用五菱主导地位依旧稳固

2007年,交叉型乘用车销售98.78万辆,同比增长7.62%,与上年同期相比增幅减缓2.78个百分点。在交叉型乘用车主要品种中,排量≤1L系列市场需求继续呈一定萎缩,截至2007年底,该系列销售49.63万辆,同比下降7.92%;1L < 排量 ≤ 1.6L系列同比保持较快增长,共销售48.57万辆,同比增长31.03%。这充分说明,随着城镇特别是农村居民收入的逐步增加,购车需求逐渐增强,而微型车逐步走向“大型化”、“多功能化”必然成为今后乃至未来刺激市场需求的主要因素。

2007年,在交叉型乘用车主要生产企业中,上汽通用五菱仍旧稳居市场主导地位,共销售46.41万辆,同比增长25.98%,占交叉型乘用车销售总量的47%;长安有限(注:不包括南京长安汽车有限公司,不是集团口径)和哈飞继续位居第2位和第3位,分别销售23.88万辆和12.24万辆,与上年同期相比,长安呈稳定增长,哈飞有所下降。截至2007年底,上述3家企业共销售82.53万辆,占交叉型乘用车销售总量的84%。

(三)商用车行业呈现良好发展态势,货车、客车和半挂牵引车等主导品种表现均较为出色

1. 货车市场需求整体继续保持稳定增长,重型货车良好表现成为市场最大亮点

2007年,GDP的持续快速增长带动了投资需求,同时为完成“五纵七横”国道主干线目标,公路建设力度也进一步加强,另外物流产业的较快发展也在很大程度上刺激了公路运力的需求,受此影响货车市场延续了上年快速增长的势头,其中:货车销售151.64万辆,同比增长15.11%,与上年同期相比,增幅提高1.82个百分点;货车非完整车辆(货车底盘)销售45.04万辆,同比增长31.98%,与上年同期相比,增幅提高17.33个百分点。

在货车主要品种中,随着计重收费政策在全国范

围内的大范围实施和2008年将实施国Ⅲ排放标准,这也可能促进一些运输企业对于中型尤其是重型货车品种在2007年提前购买。综合以上因素,进入2007年后重型货车市场需求受到极大激发,截至2007年底,重型货车(总质量>14t)共销售9.31万辆,同比增长69%。与上年相比,重型货车主要品种均呈现明显增长,其中26t及以上品种销量同比增幅更为迅猛。截至2007年底,14t < 总质量 ≤ 19t系列销售1.61万辆,同比增长29.63%;19t < 总质量 ≤ 26t系列销售4.34万辆,同比增长64.25%;26t < 总质量 ≤ 32t系列销售3.17万辆,同比增加1倍多;总质量>32t系列销售1.885万辆,同比增加2.1倍。2007年,重型货车非完整车辆(重型货车底盘)共销售21.66万辆,同比增长35.76%。在重型货车非完整车辆主要品种中,除14t < 总质量 ≤ 19t系列与上年相比略有下降外,其他品种均呈明显增长,其中26t < 总质量 ≤ 32t系列增幅最为快速。另外,在重型货车(含底盘)主要生产企业中,与上年相比,重汽超过东风销量位居第1位,东风和一汽分列第2位和第3位。截至2007年底,上述3家企业共销售17.74万辆,占重型货车销售总量的57%。

2007年,中型货车需求较上年略有下降。截至2007年底,中型货车(6t < 总质量 ≤ 14t)共销售13.13万辆,同比下降4.40%。在中型货车主要品种中,10t < 总质量 ≤ 12t需求与上年相比降幅较为明显,12t < 总质量 ≤ 14t系列增幅最为显著。与整车形成对照,中型货车非完整车辆(中型货车底盘)则呈现较快增长,2007年,中型货车非完整车辆共销售10.55万辆,同比增长63.20%。其中6t < 总质量 ≤ 8t系列销售1.45万辆,同比增长34.02%;8t < 总质量 ≤ 10t系列销售5.17万辆,同比增长71.85%;10t < 总质量 ≤ 12t系列销售1.40万辆,同比增长29.05%;12t < 总质量 ≤ 14t系列销售2.53万辆,同比增长96.23%。在中型货车(含底盘)生产企业中,与上年相比,东风、一汽继续稳居前2位,成都王牌取代江淮名列第3名,3家企业共销售

15.31 万辆,占中型货车销售总量的 65%。

2007 年,国家对“三农”的投入不断加大,同时随着铁路不断提速也为“门到门”短途运输提供了机会,受此影响,轻型货车在 2007 年也呈现明显增长。截至 2007 年底,轻型货车(1.8t < 总质量 ≤ 6t)共销售 100.53 万辆,同比增长 17.64%。与上年相比轻型货车各品种中均呈较快增长,其中 4.5t < 总质量 ≤ 6t 系列增幅更为明显。2007 年,轻型货车非完整车辆(轻型货车底盘)销售 9.96 万辆,同比增长 3.35%。与上年相比,1.8t < 总质量 ≤ 3.5t 略有下降,其他品种保持稳定增长。在轻型货车(含底盘)生产企业中,与上年相比销售排名前 3 名的企业依然是北汽福田、东风和江淮,3 家企业共销售 54.66 万辆,占轻型货车销售总量的 49%。

2007 年,微型货车(总质量 ≤ 1.8t)需求总体保持平稳,共销售 28.68 万辆,同比增长 6.04%;微型货车非完整车辆(微型货车底盘)销售 2.87 万辆,同比增长 38.69%。在微型货车(含底盘)生产企业中,长安集团、上汽通用五菱和哈飞销量继续稳居前 3 名,与上年同期相比,哈飞增幅较为明显。截至 2007 年底,上述 3 家企业共销售微型货车(含底盘)17.50 万辆,占微型货车(含底盘)销售总量的 55%。

2007 年货车分车型产销增长贡献度见表 7。2007 年货车非完整车辆(货车底盘)分车型产销增长贡献度见表 8。2007 年货车(含非完整车辆)生产企业市场占有率见表 9。

表 7 2007 年货车分车型产销增长贡献度

主 要 车 型	产 量			销 量		
	2007 年(辆)	同比增加(辆)	贡献度(%)	2007 年(辆)	同比增加(辆)	贡献度(%)
货车合计	1 522 605	204 465	100.00	1 516 375	199 063	100.00
重型货车	93 237	40 452	19.78	93 087	38 005	19.09
中型货车	129 718	-5 263	-2.57	131 256	-6 035	-3.03
轻型货车	1 019 313	166 299	81.33	1 005 264	150 755	75.73
微型货车	280 337	2 977	1.46	286 768	16 338	8.21

表 8 2007 年货车非完整车辆(货车底盘)分车型产销增长贡献度

主 要 车 型	产 量			销 量		
	2007 年(辆)	同比增加(辆)	贡献度(%)	2007 年(辆)	同比增加(辆)	贡献度(%)
货车底盘合计	456 690	112 777	100.00	450 359	109 131	100.00
重型货车底盘	218 606	58 814	52.15	216 618	57 064	52.28
中型货车底盘	104 832	37 897	33.60	105 466	40 844	37.43
轻型货车底盘	103 850	7 496	6.65	99 613	3 227	2.96
微型货车底盘	29 402	8 570	7.60	28 662	7 996	7.33

表 9 2007 年货车(含非完整车辆)生产企业市场占有率 (单位:%)

企 业	重型货车	中型货车	轻型货车	微型货车
前 3 家企业	57.30	64.66	49.48	55.48
前 5 家企业	75.61	76.33	60.99	73.80
前 10 家企业	94.16	89.60	80.46	95.86

2. 客车行业总体呈良好发展势头,大、中和轻型客车市场需求均呈现较快增长

2007 年,为了有效缓解城市交通的瓶颈,建设部实施了公交优先政策,另外交通部对公路客运、旅游客运的逐步规范和对农村客运市场的政策倾斜,也显著加强了公路客运特别是农村客运的发展;另一方面,公路通

车里程特别是高速公路快速增长,客车产品升级换代不断加强都在很大程度上促进了市场对于客车的需求。因此 2007 年客车销量较上年呈现明显增长,共销售 24.75 万辆,同比增长 29.56%,与上年同期相比,增幅提高 22.62 个百分点。相比较而言,客车非完整车辆(客车底盘)市场需求增幅明显低于客车整车,截至 2007 年底,客车非完整车辆销售 10.20 万辆,同比增长 4.19%,增幅低于客车整车 25.37 个百分点。

在客车主要品种中,大、中和轻型客车均呈现不同程度增长,为带动行业发展起到了较好的推动作用。2007 年,大型客车(车长 > 10m)共销售 3.02 万辆,同比增长 43.26%。在大型客车主要品种中,10m < 车长 ≤ 12m 继续保持稳定增长,共销售 2.53 万辆,同比增长 25.86%,占大

型客车销售总量的84%。此外,车长>12m系列销量同比增幅更为迅猛,截至2007年底,该系列共销售4909辆,同比增加近4倍。2007年,大型客车非完整车辆(大型客车底盘)共销售约1万辆,同比下降6.45%。在大型客车非完整车辆主要品种中,与上年同期相比,各品种均呈现一定下降,其中车长>12m系列降幅更为明显。从大型客车(含底盘)生产企业市场表现来看,销量位居前3位的企业依次为:宇通、黄海和一汽,与上年同期相比,黄海销量同比有所下降,宇通呈快速增长,3家企业共销售1.75万辆,占大型客车销售总量的43%。

2007年,中型客车(7m<车长≤10m)销售3.79万辆,同比增长25.32%。与上年相比,中型客车主要品种继续保持明显增长。其中,7m<车长≤8m系列销售1.83万辆,同比增长18.40%;8m<车长≤9m系列销售1.21万辆,同比增长37.14%;9m<车长≤10m系列销售0.75万辆,同比增长25.70%。2007年,中型客车非完整车辆(中型客车底盘)销售4.08万辆,同比增长4.53%。在中型客车非完整车辆主要品种中,除8m<车长≤9m系列销量较上年略有下降外,其他品种均保持稳定增长。2007年,在中型客车(含底盘)生产企

业中,销量排名前3名的企业与上年相比没有变化,依然是东风、苏州金龙和江淮,3家企业共销售3.51万辆,占中型客车销售总量的45%。

2007年,轻型客车(7m以下)销售17.95万辆,同比增长28.42%。与上年相比,轻型客车主要品种均呈现明显增长,其中:车长≤6m系列销售16.94万辆,同比增长29.62%;6m<车长≤7m系列销售1.01万辆,同比增长11.05%。轻型客车非完整车辆(轻型客车底盘)销售5.13万辆,同比增长6.27%。在轻型客车非完整车辆主要品种中,与上年相比,车长≤6m系列呈现快速增长,共销售3.62万辆,同比增长86.09%;6m<车长≤7m系列呈明显下降,共销售1.51万辆,同比下降47.54%。2007年,在轻型客车(含底盘)生产企业中,与上年相比,销量位居前3位的金杯、东风和江铃优势地位依旧明显,3家企业共销售11.96万辆,占轻型客车销售总量的52%。

2007年客车分车型产销增长贡献度见表10。2007年客车非完整车辆(客车底盘)分车型产销增长贡献度见表11。2007年客车(含非完整车辆)生产企业市场占有率见表12。

表 10 2007 年客车分车型产销增长贡献度

主 要 车 型	产 量			销 量		
	2007 年(辆)	同比增加(辆)	贡献度(%)	2007 年(辆)	同比增加(辆)	贡献度(%)
客车合计	242 022	46 689	100.00	247 490	56 468	100.00
大型客车	30 821	9 753	20.89	30 169	9 110	16.13
中型客车	38 442	8 205	17.57	37 884	7 653	13.55
轻型客车	172 759	28 731	61.54	179 437	39 705	70.32

表 11 2007 年客车非完整车辆(客车底盘)分车型产销增长贡献度

主 要 车 型	产 量			销 量		
	2007 年(辆)	同比增加(辆)	贡献度(%)	2007 年(辆)	同比增加(辆)	贡献度(%)
客车底盘合计	101 983	3 695	100.00	101 990	4 106	100.00
大型客车底盘	10 442	-14	-0.38	9 970	-687	-16.73
中型客车底盘	40 030	823	22.27	40 750	1 767	43.03
轻型客车底盘	51 511	2 886	78.11	51 270	3 026	73.70

表 12 2007 年客车(含非完整车辆)生产
企业市场占有率 (单位:%)

企 业	大型客车	中型客车	轻型客车
前 3 家企业	43.48	44.61	51.86
前 5 家企业	56.56	61.84	68.89
前 10 家企业	79.71	85.99	92.84

3. 半挂牵引车需求增势不减,一汽、重汽等主导企业继续维持较高市场占有率

2007年,半挂牵引车延续了上年高速增长的发展态势,累计销售17.78万辆,同比增长91.86%,增幅高于商用车行业69.61个百分点。此外,与上年相比,半挂牵引车各品种均呈现明显增长,其中:准拖挂车总质量≤25t系列销售0.20万辆,同比增长46.53%;25t<准拖挂车总质量≤40t系列销售14.60万辆,同比增长

95.65%；准拖挂车总质量 > 40t 系列销售 2.98 万辆，同比增长 78.62%。然而，值得注意的是，从各月销量同比增长率变化情况来看，7 月份后各月同比增长呈现明显下降趋势，其中 12 月份月度同比增长降至全年最低，为 22.10%。

2007 年，在半挂牵引车生产企业中，与上年相比，销量排名前 5 位的企业依次是：一汽、重汽、陕汽、福田和东风，分别销售 4.80 万辆、3.31 万辆、3.13 万辆、2.87 万辆和 2.63 万辆，上述 5 家企业共销售 16.74 万辆，占半挂牵引车销售总量的 94%。

(四) 汽车行业重点企业保持旺盛活力，上汽、一汽和东风产销均超过百万辆

2007 年，行业内重点企业依然占据主导地位，其中销量排名前 10 位企业依次为：上汽、一汽、东风、长安、北汽、广汽、奇瑞、华晨、哈飞和吉利。与上年同期相比，哈飞略有下降，其他企业依旧保持稳定增长，其中广汽和华晨增幅最为明显。10 家企业共销售 733.65 万辆，占汽车销售总量的 83%。

2007 年，乘用车销量排名前 10 位企业依次为：上汽通用五菱、上海通用、一汽大众、上海大众、奇瑞、广州本田、长安有限(不包括长安福特马自达汽车有限公司和重庆长安铃木汽车有限公司。不是集团口径，下同)、一汽丰田、东风日产和北京现代。与上年同期相比，北京现代有所下降，其他企业呈较快增长。10 家企业共销售

乘用车 364.51 万辆，占乘用车销售总量的 58%。

2007 年，商用车销量排名前 10 位企业依次为：北汽福田、东风、一汽、江淮、金杯股份、重汽、长安有限、江铃、南汽和陕汽。与上年同期相比，10 家企业均呈现不同程度增长，其中重汽和陕汽增幅尤为明显。10 家企业共销售商用车 167.69 万辆，占商用车销售总量的 67%。

2007 年上汽、一汽和东风三大集团继续成为带动行业发展的三支最主要力量。截至 2007 年底，三大集团产销均超过百万辆，其中销量分别达到 155.40 万辆、143.60 万辆和 113.73 万辆，同比分别增长 26.96%、23.19% 和 21.98%，市场占有率分别达到 17.68%、16.33% 和 12.94%。2007 年，三大集团分别销售乘用车 146.50 万辆、117.49 万辆和 79.91 万辆，市场占有率分别达到 23.26%、18.66% 和 12.69%；商用车分别销售 8.90 万辆、26.11 万辆和 33.82 万辆，市场占有率分别达到 3.57%、10.47% 和 13.56%。截至 2007 年底，三大集团汽车累计销售 412.73 万辆，占汽车销售总量的 47%。其中乘用车累计销售 343.90 万辆，占乘用车销售总量的 55%；商用车累计销售 68.83 万辆，占商用车销售总量的 28%。

2005 ~ 2007 年汽车行业骨干企业销量排名变化情况见表 13。2006 ~ 2007 年乘用车和商用车前 10 家企业市场占有率变化情况见表 14。2007 年三大集团汽车主要品种市场占有率见表 15。

表 13 2005 ~ 2007 年汽车行业骨干企业销量排名变化情况 (单位:辆)

排名	2007 年		2006 年		2005 年	
	企业名称	销量	企业名称	销量	企业名称	销量
1	上海汽车工业(集团)公司	1 554 039	上海汽车工业(集团)公司	1 224 008	中国第一汽车集团公司	983 140
2	中国第一汽车集团公司	1 435 982	中国第一汽车集团公司	1 165 702	上海汽车工业(集团)公司	917 513
3	东风汽车集团	1 137 255	东风汽车集团	932 344	东风汽车集团	729 033
4	重庆长安汽车股份有限公司	857 693	重庆长安汽车股份有限公司	708 737	重庆长安汽车股份有限公司	631 142
5	北京汽车工业控股集团有限责任	694 074	北京汽车工业控股集团有限	685 062	北京汽车工业控股集团有限	597 258
	责任公司		责任公司		责任公司	
6	广州汽车工业集团有限公司	513 495	广州汽车工业集团有限公司	352 281	广州汽车工业集团有限公司	237 150
7	奇瑞汽车股份有限公司	380 817	奇瑞汽车股份有限公司	302 478	哈飞汽车工业集团	230 051
8	华晨汽车集团控股有限公司	300 518	哈飞汽车工业集团	268 835	奇瑞汽车股份有限公司	189 158
9	哈飞汽车工业集团	243 079	华晨汽车集团控股有限公司	210 214	安徽江淮汽车集团有限公司	154 340
10	浙江吉利控股集团有限公司	219 512	浙江吉利控股集团有限公司	204 431	浙江吉利控股集团有限公司	151 366

表 14 2006 ~ 2007 年乘用车和商用车前 10 家企业市场占有率变化情况 (单位:%)

排名	乘 用 车				商 用 车			
	2006 年		2007 年		2006 年		2007 年	
	企业名称	占有率	企业名称	占有率	企业名称	占有率	企业名称	占有率
1	上汽通用五菱汽车股份有限公司	7.89	上汽通用五菱汽车股份有限公司	7.89	北汽福田汽车股份有限公司	16.79	北汽福田汽车股份有限公司	16.05