



CHINA DATABAR
融天资讯

最短时间把握最有价值的产业信息

中国产业地图

——汽车

2004-2005

中国产业地图编委会 编
中国经济景气监测中心

CHINA
INDUSTRIAL
MAPS

AUTOMOBILES

“井喷”过后的理性回归

- 中国汽车产业的SWOT分析
- 3大细分市场、7大产业基地概览
- 5大汽车集团、96家整车生产企业、11家零部件生产企业考察



社会科学文献出版社
Social Sciences Academic Press

中国产业地图

——汽车

2004-2005

中国产业地图编委会 编
中国经济景气监测中心

CHINA
INDUSTRIAL
MAPS

AUTOMOBILES



社会科学文献出版社
Social Sciences Academic Press

图书在版编目 (CIP) 数据

中国产业地图: 汽车 2004—2005/中国产业地图编委会,
中国经济景气监测中心编. —北京: 社会科学文献出版
社, 2005. 12

ISBN 7-80190-824-4

I. 中… II. ①中… ②中… III. ①经济发展—研究—
中国—2004~2005 ②汽车工业—经济发展—研究—中国—
2004~2005 IV. ①F124 ②F426.471

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 123662 号

中国产业地图——汽车 2004—2005

编 者 / 中国产业地图编委会
中国经济景气监测中心

出 版 人 / 谢寿光
出 版 者 / 社会科学文献出版社
地 址 / 北京市东城区先晓胡同 10 号
邮政编码 / 100005
网 址 / <http://www.ssdph.com.cn>
责任部门 / 财经与管理图书事业部
(010) 65286768
项目负责 / 周 丽 (ZhouLi@cass.org.cn)
责任编辑 / 陆 辉
责任印制 / 同 非

总 经 销 / 社会科学文献出版社发行部
(010) 65139961 65139963
经 销 / 各地书店
读者服务 / 客户服务中心
(010) 65285539
法律顾问 / 北京建元律师事务所
印 刷 / 北京美通印刷有限公司

开 本 / 787×1092 毫米 1/16 开
印 张 / 9.75
字 数 / 264 千字
版 次 / 2005 年 12 月第 1 版
印 次 / 2005 年 12 月第 1 次印刷

书 号 / ISBN 7-80190-824-4/F·253
定 价 / 50.00 元

本书如有破损、缺页、装订错误,
请与本社客户服务中心联系更换



版权所有 翻印必究

中国产业地图编委会

主任：	张林俭	上海市企业联合会会长、上海仪电控股（集团）公司董事长
委员：	张仲梁	中国经济景气监测中心副主任、《中国经济景气月报》总编辑
	李兆熙	国务院发展研究中心企业研究所副所长、研究员
	康荣平	中国社会科学院世界经济与政治研究所世界华商研究中心主任、研究员
	姚锡棠	浦东改革与发展研究院院长
	陈伟恕	上海上实（集团）有限公司董事长
	佘宝庆	上海金陵股份有限公司董事长
	华 民	复旦大学世界经济研究所所长
	郑 韶	上海市体制改革研究所副所长
	蒋守雷	上海集成电路行业协会秘书长
	孙海鸣	上海财经大学工商管理学院院长
秘书长：	李小军	上海融天投资顾问有限公司董事长

中国经济景气监测中心

中国经济景气监测中心是中国国家统计局（NBS）下属的一个经济指标研发、发布的权威机构。其主要职能为：监测国民经济运行的景气状况，预测发展态势，及时发掘经济领域中的新情况、新问题，并发布有关经济景气指数；编辑出版《中国经济景气月报》；为社会各界提供经济景气调查信息咨询服务；指导各地开展经济景气监测工作。

鸣 谢

上海市企业联合会

上海市企业联合会是上海市企业、企业家和企业团体的联合组织。以为企业、企业家服务，维护企业、企业家的合法权益，促进企业、企业家守法、自律和发挥桥梁纽带作用为宗旨，并协调企业与政府、社会和法人间以及经营者与劳动者之间的关系。

上海仪电控股（集团）公司

上海仪电控股（集团）公司是经上海市人民政府批准，接受上海市国有资产管理委员会授权，1995年在原上海市仪表电讯工业局基础上改制而成的国有资产运营机构。

截至2004年，上海仪电控股（集团）公司总资产达到144.21亿元，净资产77.51亿元，从业人员3.75万人，拥有4家上市公司、十家中外合资企业以及证券公司和数家投资公司。

上海融天投资顾问有限公司

上海融天投资顾问有限公司是一家专注于国内外企业并购策划、企业资产管理、产业信息、行业研究的合资咨询机构。公司业务涉及资产管理、财务顾问、企业管理咨询、信息分类研究和产业战略咨询等。公司致力于中国产业信息和中国重点区域经济结构的研究，并帮助海内外投资者全面深入了解国内的相关行业。

序

在经历这么多年的市场经济的洗礼之后，相信有很多人认同这样一个判断：没有数据，就没有管理。

从政府的角度看，统计数据既是政府施政的反映，又是政府决策的基础。环顾世界，有哪个国家没有承担数据集成功能的政府统计系统？

从企业的角度看，市场数据的运用已成为企业运行过程的一部分。实际上，越是表现卓越的企业，其对数据的运用就越擅长；越是擅长运用数据的企业，其走向卓越的可能性也就越大。

正是鉴于数据的价值，中国产业地图编委会和国家统计局中国经济景气监测中心合作编撰、出版中国产业地图系列丛书，希望藉此让产业数据发挥更好的效用。

以图说数是中国产业地图系列丛书最大的亮点，在集成整理和细致发掘的基础上，丛书通过图表的形式生动、直观地展现了中国多个区域、多个产业的图像，而丛书对产业数据言简意赅的点评，则在保证信息客观性的同时，加强了丛书的可读性。

中国产业地图系列丛书的价值首先表现在丛书的使用价值。面对浩瀚庞杂的产业数据，人们经常陷入其中而难以迅速形成概念。而有了产业地图，我们的搜索效率有大幅的提升，阅读乐趣也随之增加，因而能更加轻松、更加快捷地理解关联的产业。

中国产业地图系列丛书的价值还在于她的示范意义。在大多数人的视野里，数据枯燥乏味，难以理解。然而，产业地图却以一种全新的理念整理和解读数据，为产业数据的社会化开辟了一条新路。

当然，对数据而言，重要的不是数据的集成，而是数据的解读。我们承认统计数据的局限性，但不能把对统计数据的误读和滥用全部归责于统计数据本身。数据本身没错，关键在阅读者如何阅读、解读者如何解读。因此，我特别希望，产业地图的使用者能用自己的眼睛阅读数据，用自己的头脑理解数据。

古话讲：集腋成裘，聚沙成塔。我真切地希望，中国产业地图系列丛书的编撰人员，能在不断创新的基础上，持之以恒地推动这项有利于统计数据社会化的事业，让数据生出更多的乐趣，创造更大的价值。

国家统计局副局长



2005年3月25日

编者说明

2004年,中国汽车产业形成了与以往不同的显著特征:一是产销规模继续增加,但增幅大幅回落。全年中国汽车产销量均突破500万辆,但增幅仅在15%左右,2003年的“井喷”效应并没有出现。二是降价与竞争加剧。随着中国汽车产业管制逐渐放开,跨国公司加快了投资步伐,而民营资本也不甘落后,市场竞争日趋激烈,汽车企业之间的价格战与整合风潮成为2004年中国汽车产业的一道独特风景。同年实施的《汽车产业发展政策》,对投资门槛、销售体系规范、研发投入与个人消费等四方面做出了全新的规定,业界人士争议纷起。2004年的中国汽车产业已经成为人们关注的焦点之一。

本书延续了“融天资讯”首创的中国产业地图系列丛书的编撰风格:以产业为脉络,以图表为主要表现手法,配以精炼的文字,集中而有侧重地反映了2004年中国汽车产业的发展状况。与其他汽车行业的工具书相比,本书有着自己的特点:首先,观点鲜明、视角独特。本书并没有局限于中国汽车市场,而是从世界汽车工业整体格局出发,通过横向比较,突出中国发展汽车产业的优势、劣势以及环境因素,一针见血地指出中国汽车产业的薄弱环节,为投资者提供了更广阔的发展思路。其次,脉络更加清晰、视野更加开阔。本书体现了整体-局部、宏观-微观的产业分析方法,打破了企业的地域限制,高屋建瓴地分析汽车产业发展思路。最后,本书重在企业分析,对中国主要汽车生产企业作了全面扫描。内容上则兼顾了企业之间的可比性,对投资者所关心的股权结构、经营状况等指标予以详细考察。

全书共分为3个部分:第一部分为中国汽车产业解读,对2004年世界汽车产业格局进行了透视,并对中国汽车产业环境进行了SWOT分析;第二部分则对汽车产业进行市场细分,着重描述了2004年中国轿车、客车、货车以及零部件产业的竞争格局,内容涵盖了市场特点与企业布局;第三部分描述了中国主要城市汽车产业的发展概况,城市的选取则综合考虑了中国五大汽车集团及生产企业的地理分布等要素。

本书在编撰过程中,得到了国家统计局中国经济景气监测中心唐有成处长、程宏丽副处长,新世纪信息咨询有限公司鲍庆、英国ATKINS高级咨询顾问余新海和上汽集团的马振刚经理等的帮助和指导;吴国术、李宁参加了本书的编写工作,在此一并向他们表示衷心地感谢!

编 者

目 录 CONTENTS



第一篇 中国汽车产业解读 Part One

第一章 世界汽车产业格局.....	2
第二章 中国汽车产业的 SWOT 分析	4
第一节 中国汽车产业的优势	4
第二节 中国汽车产业的劣势	6
第三节 中国汽车产业的机会与挑战	9
专题 世界主要汽车消费市场概览	12
第一节 2004年美国汽车产业概览	12
第二节 2004年西欧汽车产业概览	15
第三节 2004年亚洲汽车产业概览	20
第四节 2004年韩国汽车产业概览	22



第二篇 中国汽车产业竞争格局

Part Two



第三章 2004 年中国汽车产业竞争格局.....	24
第一节 2004 年中国汽车市场概览	24
第二节 中国五大汽车集团布局	28
专题 跨国公司在中国的战略布局	32

第四章 2004 年中国轿车产业竞争格局	34
第一节 2004 年中国轿车产业概览	34
第二节 中国轿车生产企业布局	39
第三节 中国 MPV 与 SUV 生产企业布局	58
第五章 2004 年中国客车产业竞争格局	62
第一节 2004 年中国客车产业概览	62
第二节 中国客车生产企业布局	67
第六章 2004 年中国货车产业竞争格局	76
第一节 2004 年中国货车产业概览	76
第二节 中国货车生产企业布局	80
专题二 中国部分特种汽车制造企业	86
第七章 2004 年中国汽车零部件产业竞争格局	88
第一节 2004 年中国发动机产业竞争格局	88
第二节 2004 年中国轮胎产业竞争格局	93
第三节 中国其他零部件生产企业布局	98
专题三 世界主要零部件企业在中国的战略布局	104



第三篇 中国主要城市汽车产业概览

Part Three



第八章 上海市汽车产业概览	106
第九章 北京市汽车产业概览	110
第十章 天津市汽车产业概览	114

第十一章 广州市汽车产业概览.....	120
第十二章 长春市汽车产业概览.....	122
第十三章 武汉市汽车产业概览.....	124
第十四章 重庆市汽车产业概览.....	126



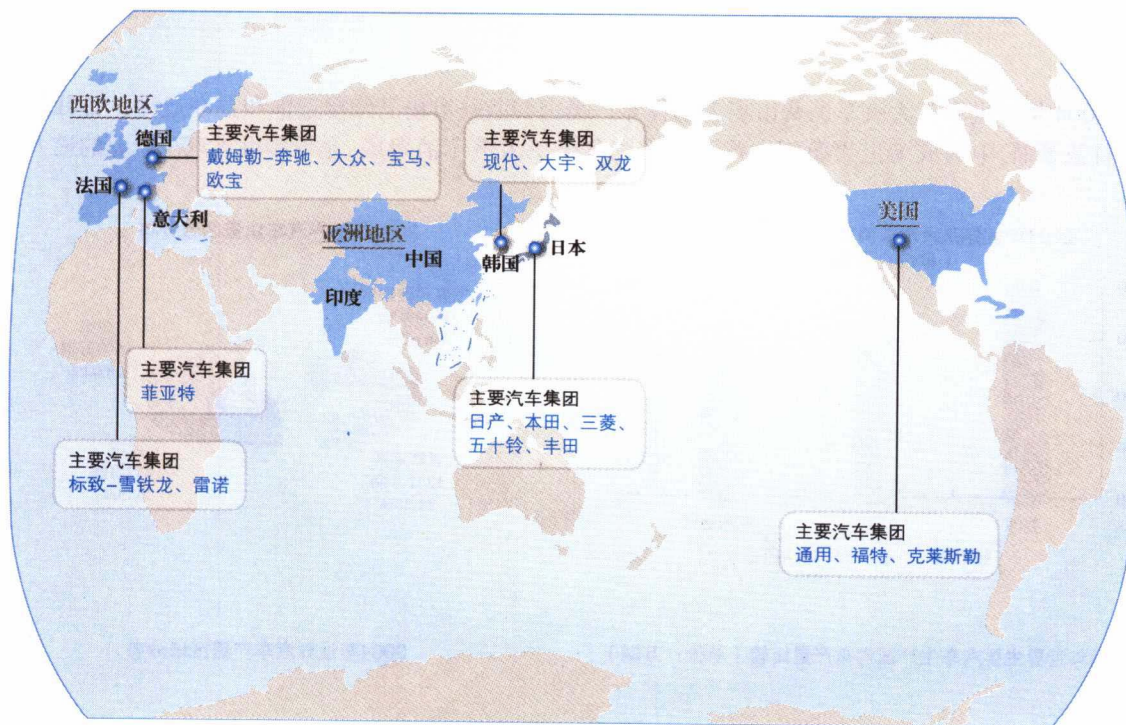
附录一 新中国汽车工业发展简史	128
附录二 2004 年中国汽车产业大事记	130
附录三 2004 年中国二手车市场概览	132
附录四 2004 年中国颁布的汽车产业政策	134
附录五 2004 年《汽车产业发展政策》四大热点	135
附录六 2004 年中国汽车电子产业竞争格局	136
附录七 2004 年中国汽车分类标准	138
企业名录索引	139
资料来源网址索引	144



第一篇 *Part One*

中国汽车产业解读

2004年世界主要汽车产业基地分布图*



* 西欧地区主要包括：法国、德国、意大利、比利时、荷兰、卢森堡、丹麦、爱尔兰、英国、希腊、西班牙、葡萄牙、芬兰、瑞典、奥地利、冰岛、挪威、瑞士；亚洲地区主要包括：中国、日本、韩国、印度。

第一章 世界汽车产业格局

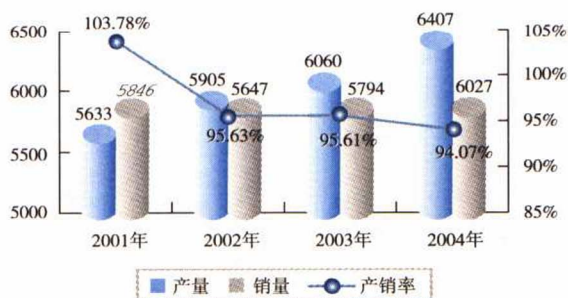
第二章 中国汽车产业的SWOT分析

专题 世界主要汽车消费市场概览

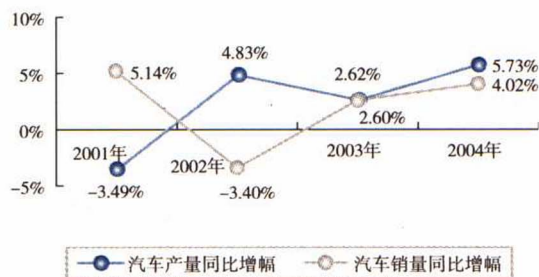
第一章 世界汽车产业格局

产能过剩进一步加剧仍是2004年世界汽车产业的主要特点,世界需要新的汽车消费市场。

2001-2004年世界汽车产销量走势 (单位: 万辆)

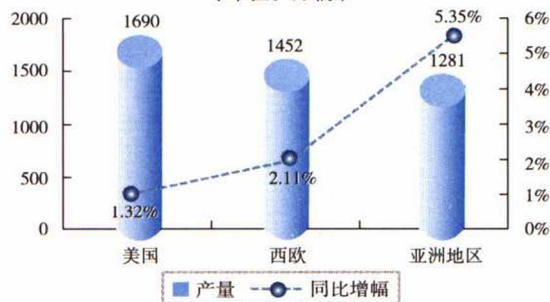


2001-2004年世界汽车产销量同比增幅比较

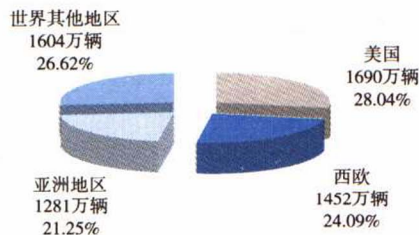


2004年,世界三大汽车消费市场表现各异,美国与西欧市场已经接近饱和;在亚洲,日韩两国市场日益萎缩,中国成为世界第四大汽车生产国和第三大汽车消费国,是当年世界汽车产业的最大亮点。

2004年世界三大汽车消费市场销量比较 (单位: 万辆)



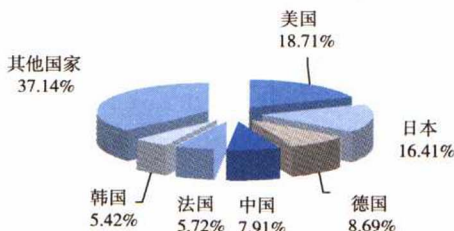
2004年世界汽车销量区域分布



2004年世界主要汽车生产国汽车产量比较 (单位: 万辆)



2004年世界汽车产量区域分布

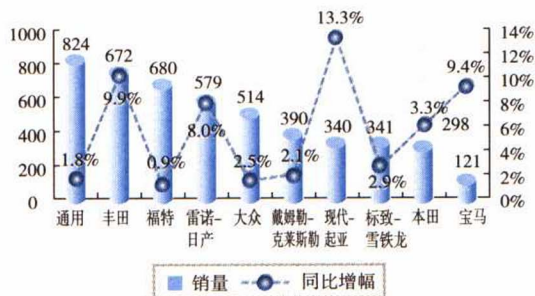


2004年世界主要汽车生产国汽车销量比较
(单位: 万辆)

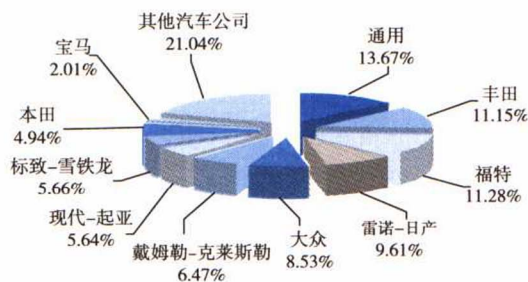
2004年世界汽车销量区域分布



中国汽车产业的高速发展引起了跨国公司的密切关注,他们纷纷进入中国建立合资企业。新兴的中国市场已经成为汽车巨头们争夺的焦点。

2004年全球十大跨国公司汽车销量比较*
(单位: 万辆)

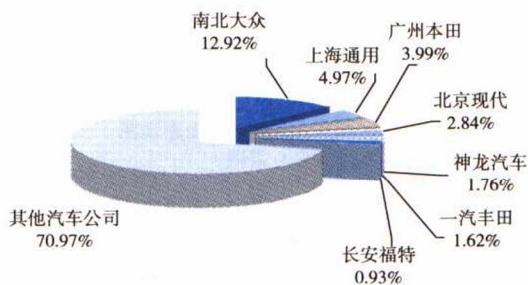
2004年世界汽车销量企业分布



* 丰田、本田是2004年财政年度统计数据,以下同。

2004年部分跨国公司在华合资企业销量比较*
(单位: 万辆)

2004年中国汽车市场占有率分布



* 南北大众指上海大众与一汽大众; 一汽丰田2003年9月正式更名, 所以无法计算同比增幅。

资料来源:《2004-2005世界制造业重点行业发展动态》(徐建国)、OICA统计报告、中国汽车工业信息网

第二章 中国汽车产业的 SWOT 分析

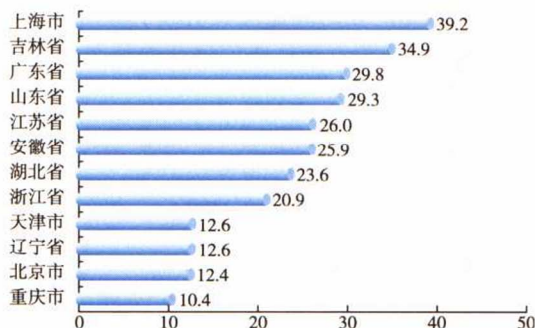
第一节 中国汽车产业的优势

尽管中国汽车工业进入高速发展阶段不过短短十几年,但已初具规模,在国民经济中日益凸现重要地位。

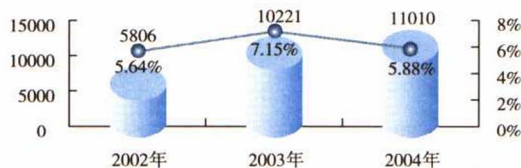
2000-2004年中国汽车制造业投资额走势
(单位:亿元)



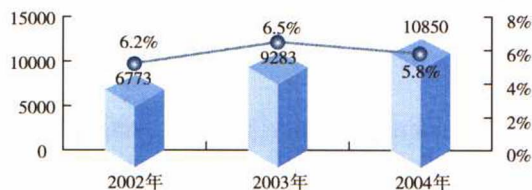
中国汽车制造业投资额前十位省市比较
(单位:亿元)



2002-2004年中国汽车行业总产值状况
(单位:亿元)



2002-2004年汽车行业产品销售收入状况
(单位:亿元)



2001-2004年中国汽车保有量状况
(单位:万辆)



据世界汽车制造商协会 (OICA) 的最新统计,2004年,全球汽车产业从业人员为1000万人,总营业 (销售) 收入为18450亿美元,全球汽车总保有量达到8.5亿辆。

小链接

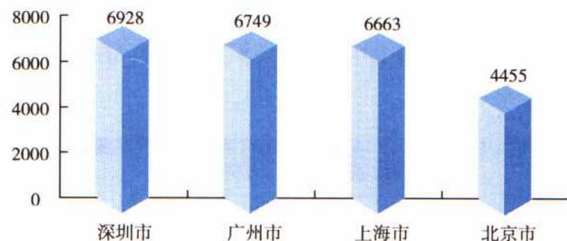


中国经济的高速增长，人均收入水平不断提高，使汽车消费成为可能。特别是上海、广州、北京、深圳，人均 GDP 已经达到了中等发达国家水平，开始迈入汽车社会。

2001-2004年中国人均GDP状况* (单位: 美元)

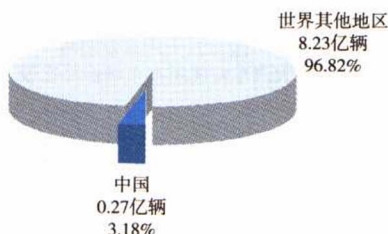


2004年中国四城市人均GDP比较 (单位: 美元)

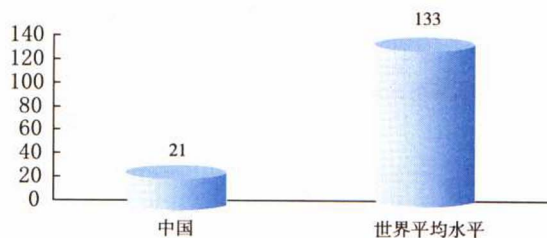


*按照1美元=8.2675人民币的平均汇率计算。

2004年中国汽车保有量占世界比重

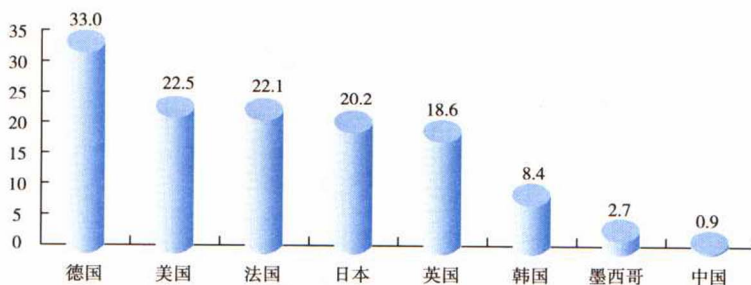


2004年中国人均汽车保有量与世界平均水平比较 (单位: 辆/千人)



相对于发达国家，中国汽车产业具有劳动力成本优势，这也是跨国公司进入中国投资设厂的重要原因之一。

2004年世界主要汽车生产国劳动力成本比较 (单位: 美元/小时)



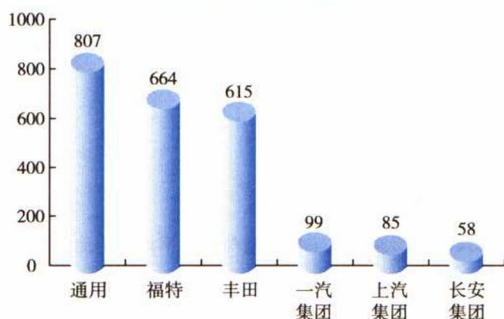
资料来源: 2000-2004年中国国民经济和社会发展统计公报、中国汽车工业信息网、融天资讯

第二节 中国汽车产业的劣势

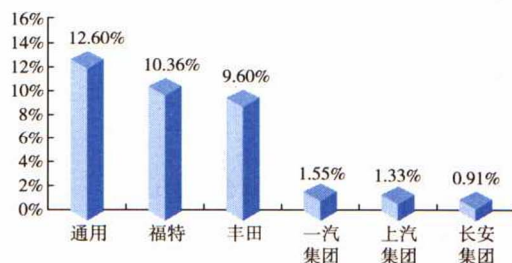
■ 规模劣势

2004年,中国前三大汽车集团的产销量虽然有了较大增长,但与世界跨国公司相比还有很大的差距。

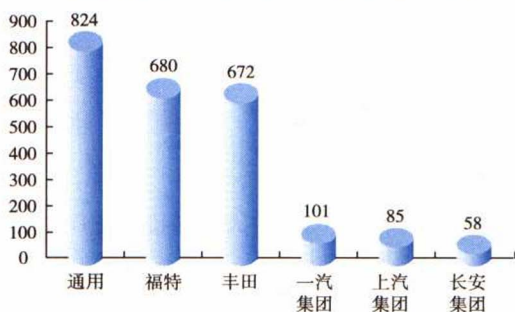
2004年中国前三大汽车集团产量与世界三大汽车集团产量比较 (单位:万辆)



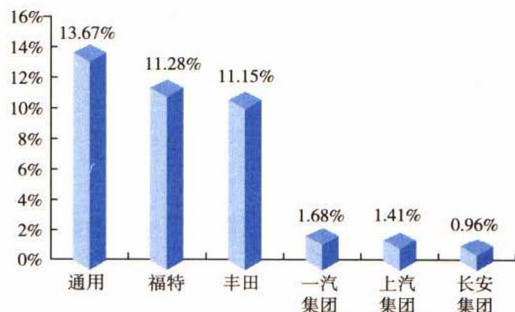
2004年中国前三大汽车集团与世界前三大汽车集团产量所占市场份额比较



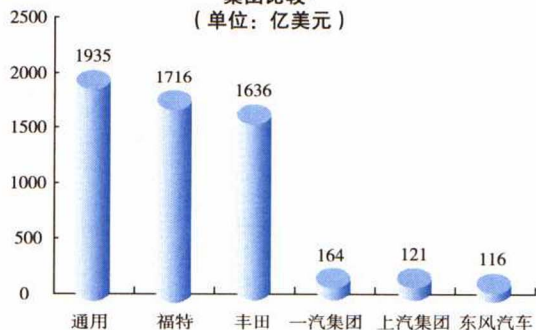
2004年中国前三大汽车集团与世界前三大汽车集团销量比较(单位:万辆)



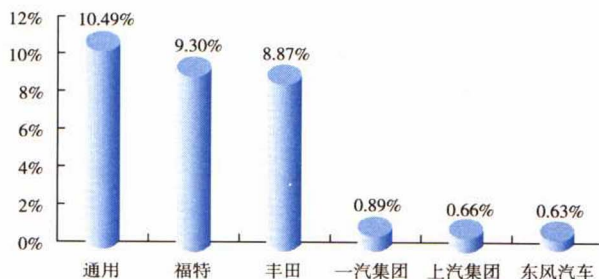
2004年中国前三大汽车集团与世界前三大汽车集团销量所占市场份额比较



2004年中国销售收入前三大汽车集团与世界前三大汽车集团比较* (单位:亿美元)



2004年中国前三大汽车集团与世界前三大汽车集团销售收入占市场份额比较

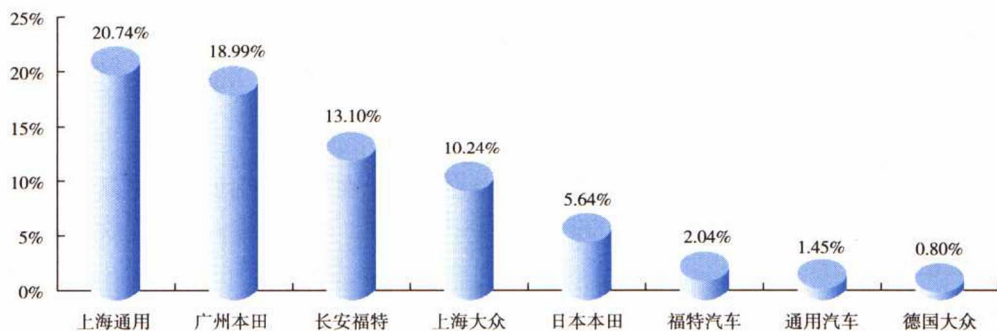


*中国企业的销售收入按照1美元=8.2675人民币的平均汇率折算。

行业竞争不充分

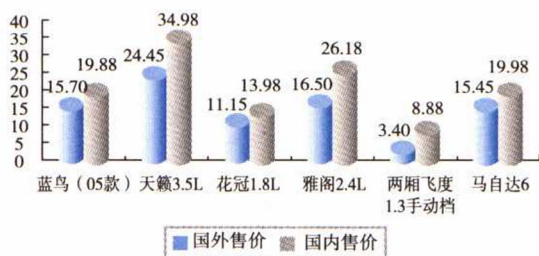
2004 年, 尽管中国汽车产业竞争加剧, 利润率水平有所降低。但与世界相比, 中国汽车行业仍然属于竞争不充分、高利润的行业。

2004年部分跨国公司及其在中国合资公司的利润率比较

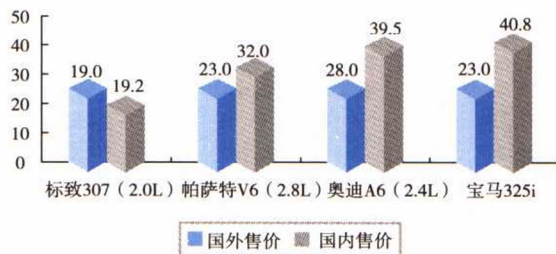


以日系车为代表的部分车型, 其销售价格与在国外的售价仍有相当的差距; 而韩国及欧洲中低档车型, 其国内售价与国外相比差距稍小, 但国内配置水平与国外差距较大。

2004年部分日系车型国内外售价比较*
(单位: 万元)



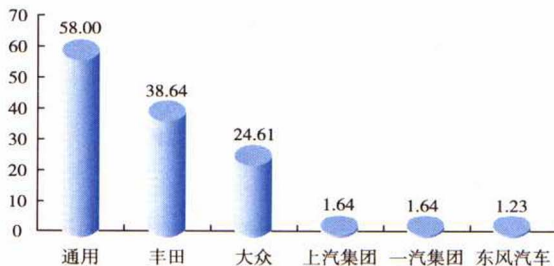
2004年部分欧美系车型国内外售价比较
(单位: 万元)



*国外售价已经按照2004年平均汇率折算成人民币。

中国汽车企业在研究开发方面的投入远远落后于通用、大众和丰田等跨国公司, 这也是中国汽车企业没有形成自主开发能力、缺乏自主品牌的主要原因。

2003年中国三大汽车集团与世界三大汽车集团
研发投入的比较 (单位: 亿美元)



2003年中国三大汽车集团与世界三大汽车集团
研发投入占销售收入比重的比较

