

Qichexiaxiang Zhengce Jiedu
yu Xiaofei Celue

汽车下乡政策解读 与消费策略



张志勇 王洪亮 漆森林 编



河北科学技术出版社 ·

Qichexiaxiang Zhengce Jiedu
yu Xiaofei Celue

汽车下乡政策解读 与消费策略

张志勇 王洪亮 漆森林 编



河北科学技术出版社

图书在版编目(CIP)数据

汽车下乡政策解读与消费策略/张志勇, 王洪亮, 漆森林编. —石家庄: 河北科学技术出版社, 2009.5

ISBN 978-7-5375-3986-9

I. 汽… II. ①张…②王…③漆… III. ①汽车—农村市场—政策—研究—中国②汽车—农村市场—市场营销学—研究—中国 IV. F724.76

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 069970 号

汽车下乡政策解读与消费策略

张志勇 王洪亮 漆森林 编

出版发行 河北科学技术出版社

地 址 石家庄市友谊北大街 330 号(邮编:050061)

印 刷 石家庄市东方彩印厂

开 本 850 × 1168 1/32

印 张 6.75

字 数 150000

版 次 2009 年 5 月第 1 版

2009 年 5 月第 1 次印刷

定 价 18.00 元

汽车下乡的弦外之音(代序)

从国务院1月14日开始出台汽车行业振兴规划,到3月14日政府推出汽车下乡的具体实施细则,一场让汽车界振奋的汽车运动正式开始了。

之所以称为运动,是因为汽车市场自去年以来的疲软,让汽车企业愁上眉头;被认为是经济形势最严峻的2009年的汽车市场,何去何从,着实让所有的厂商如坠五里雾中。

50亿元的汽车下乡补贴,涉及100万台的市场销售规模,占到了全国汽车年销量的10%多一点。这多少让汽车界松了一口气。但是,几家欢乐几家愁?除了上汽通用五菱、长安、北汽福田等有更大的实惠以外,更多的厂家则在这次补贴大宴中食之甚少,甚至无缘上席。

如果具体这次汽车下乡来说,运动的意义也仅仅是在于少数厂商的小惠,却绝非是中国汽车行业的盛宴。

更多的厂商对于这次汽车下乡表现出很多无奈,甚至抵触。国家是真的要通过这次的补贴行动,振兴汽车行业吗?仅仅有少数厂商受益的规划,怎么能够振兴汽车市场呢?

如果仅仅从这次补贴而言,上述的说法确有一定的道理,但是这些厂商只是把眼睛盯在了50亿的小蛋糕上,却忽略了二三级市场的大蛋糕。

中国汽车市场的年度产销规模目前在900多万辆,按照中国

未来的发展趋势,以及世界发达国家的经济顶峰时期的状况,中国汽车市场未来的目标应该在1700万辆以上。而达到这一目标的时间期限,将需要通过十年,甚至二十年的努力。

更关键的问题是,未来的将近1000万辆的增长份额来自哪里?可以肯定的是,这块诱人的蛋糕不会来自于北京、上海等一线城市,而是来自于那些二三线市场,特别是县乡农村市场。

二三线市场,仅仅是享受这次国家补贴的微客吗?怎么会呢?未来市场份额更大,特别是利润空间更大的小排量轿车市场。

因此,那些这次没有享受到补贴受惠好处的厂商,大可不必为一点眼前的蝇头小利而着急上火,目前需要做的应该是,做好自己擅长的产品与车型的研发、生产、渠道铺设,一旦市场启动,就全力以赴。而国家此次补贴的意义也恰恰在于此。

20世纪80年代末期的农村改革,让中国经济发生了一个天翻地覆的变化,时隔30年,中国经济已经走到了一个关口,是再次启动农村变革的时候了。

农村的城市化进程带来的是道路交通的发达,以及渠道网络的畅通,农村经济的发展带来的是二三级市场所有人收入的大幅抬升,以及实际消费能力的提高。汽车,不仅仅是微客,更多的是轿车走入二三级市场,包括农村市场人们的家庭将逐渐成为现实。

国家此次补贴,其意在于长远的农村市场的启动,这就是“汽车下乡”的弦外之音,这才是汽车企业的真正机会!

张志勇

2009年3月

目 录

第一部分 汽车下乡政策解读

第一章 汽车下乡政策出台始末	(2)
第一节 农村市场的开拓由来已久	(2)
第二节 金融危机成为强有力催化剂	(3)
第三节 “汽车下乡”应运而生	(4)
第四节 “汽车下乡”的引申意义	(5)
第二章 “汽车下乡”是谁人的狂欢	(7)
第一节 为细分行业保驾护航	(9)
第二节 区域市场受众群体的二次划分	(13)
第三节 受惠企业姿态各异	(25)
第三章 “汽车下乡”着眼未来二十年	(42)
第一节 “汽车下乡”对农村市场的影响	(42)
第二节 “汽车下乡”对自主品牌的影响	(47)

第二部分 农村市场汽车消费策略

第一章 如何选购汽车	(56)
第一节 常规选车方略	(56)
第二节 汽车消费政策影响购车取向	(60)
第三节 汽车下乡政策下的购车策略	(64)

第四节 购买二手车的消费策略	(66)
第二章 汽车养护概述	(69)
第一节 汽车养护的意义	(69)
第二节 汽车养护的主要内容	(69)
第三节 汽车保养的误区	(71)
第三章 汽车维护常识	(72)
第一节 新车磨合期的维护	(72)
第二节 换季养护	(77)
第四章 油液检查与更换	(80)
第一节 如何使用润滑油	(80)
第二节 防冻液的选择	(80)
第三节 制动液的选择	(81)
第五章 车身养护	(83)
第一节 车外养护	(83)
第二节 车身抛光打蜡	(84)
第三节 车身的清洗	(84)
第四节 车身漆膜的保护	(86)
第六章 车内维护	(88)
第一节 座椅的清洁	(88)
第二节 仪表板的维护	(88)
第三节 顶棚及其他内饰面的清洁	(89)
第七章 汽车发动机维护	(90)
第一节 发动机的外部养护	(90)
第二节 正时齿带的养护	(91)
第三节 燃油系统的养护	(91)
第四节 水箱的养护	(92)

第八章 汽车底盘养护	(94)
第一节 汽车底盘保养的重要性	(94)
第二节 检查、调整离合器踏板自由行程	(95)
第三节 变速器的保养	(96)
第四节 驱动桥和差速器系统的保养	(97)
第五节 行驶系统的保养	(100)
第六节 转向系统的保养	(104)
第七节 制动系统的保养	(106)
第九章 汽车电器设备养护	(108)
第一节 汽车仪表的正确使用及故障排除	(108)
第二节 汽车空调的使用和养护	(111)
第三节 蓄电池的维护及保养	(113)
第四节 起动机和发电机的维护	(114)
第五节 风挡雨刮及清洗系统的维护	(117)
第六节 汽车车外灯具的全面维护保养	(117)
第七节 电器插接件的维护保养	(118)
第十章 汽车保险与理赔	(119)
第一节 汽车保险的分类	(119)
第二节 如何购买汽车保险	(122)
第三节 汽车投保的技巧	(123)
第四节 投保应注意的问题	(124)
第五节 汽车保险理赔须注意的问题	(125)
第六节 汽车理赔业务的流程	(126)

第三部分 重点“汽车下乡”厂商介绍

第一章 上汽通用五菱——为客户创造价值	(130)
----------------------------------	-------

第二章	长城汽车——稳驾未来·····	(144)
第三章	福田汽车——铸造商用车第一品牌·····	(155)
第四章	长安微车战略——提前布局蓄势待发·····	(160)

第四部分 相关政策法规汇编

关于汽车摩托车下乡补贴审核有关事项的通知·····	(170)
“汽车下乡”推广工作生产企业协议书·····	(177)
关于印发《汽车摩托车下乡实施方案》的通知·····	(182)
关于“汽车摩托车下乡”产品标识及使用规范等 有关问题的通知·····	(188)
汽车产业调整和振兴规划·····	(192)
关于减征1.6升及以下排量乘用车车辆购置税 的通知·····	(200)
关于促进汽车消费的意见·····	(202)
后记·····	(206)

第一部分 汽车下乡政策解读



第一章 汽车下乡政策出台始末

“汽车下乡”作为 2009 年《汽车产业调整振兴规划》的主要内容之一,甫一出台,便在业内引起了轩然大波。如此多的关注是因为公众对“汽车下乡”这一政策的出台和效果寄予厚望,而如此多的期望正是源于这一政策出台的必要因素和特殊的时点背景。

第一节 农村市场的开拓由来已久

随着近年来中国汽车市场的高速发展,北京、上海、深圳和广州等汽车一线城市日趋饱和已是不争的事实,而二、三线市场高速增长,逐步成为主力增长点。

随着社会主义新农村建设的逐步深入开展,农村汽车需求也被进一步激发。根据第五次全国人口普查数据,我国人口总数为 12.5 亿,而居住在乡村的超过 8 亿,占全国总人口数量的 64%。农村汽车市场缺口大,汽车平均保有量低,农村家庭平均每百户拥有汽车不到 2 辆,与发达国家每百户 40~60 辆的水平有很大差距,新华社的一项统计数据表明,我国农村目前机动车保有量仅能完成运输量的 30% 左右,而发达国家是 80%;农村汽车市场的产品单调,以摩托车和低速汽车为主。农村汽车市场空间很大,近年来农民收入不断提高,农村公路建设不断完善,农民受城市居民消费行为的影响等都为农村汽车消费提供了很好的环境。农村市场的这些环境为“汽车下乡”的具体实施提供了保障。

第二节 金融危机成为强有力催化剂

2008年下半年开始,美国次贷危机引发的金融风暴开始在全球蔓延,中国经济的各方面都受到了不同程度的影响。汽车产业也被金融危机的多米诺骨牌效应迅速疯袭而危机重重。汽车出口受阻,国内消费者信心受创,中国汽车市场将告别超高增长时代,出现低迷状态。国家信息中心信息资源开发部主任徐长明指出,美国的这场金融危机对中国市场主要是以间接影响、连锁反应的方式起作用。我国整车出口到美国的很少,但零部件很多,美国的汽车购买力下降,势必影响我国零部件出口。如果金融危机再加深、蔓延,对能源价格、资源型产品的冲击更大,比如俄罗斯、中东等国家和地区受到的影响更大,而这些国家是我国汽车出口的主要市场。有些消费者出于对中国经济减速的担忧,可能会临时取消买车计划,因此整个汽车市场的景气度受到了一定影响。在国内经济发展趋缓、全球金融危机持续大背景下,如何进一步扩大内需、振兴产业、保证增长是关键的问题。国务院相继提出十大产业振兴规划,汽车产业由于产业链长、涉及面广,是国民经济拉动力最强的产业之一,汽车产业的振兴首当其冲。可以说国家的宏观经济形势是汽车下乡政策出台的催化剂。

金融危机使国家急需扩大内需,汽车行业是国民经济拉动力最强的产业之一,在振兴经济,振兴汽车业的呼声下,在鼓励“家电下乡”的进程中,各方面积累了足够的经验之后,汽车下乡政策顺势而生。“汽车下乡”的实施,在促进汽车产品技术更新换代,实现汽车产业结构优化升级的同时还可以提高农民的购买能力,加快农村消费升级,改善农民生产生活条件,实现内外需协调发展。

第三节 “汽车下乡”应运而生

汽车下乡政策的出台经历了汽车行业调整振兴规划的提出与制定、汽车行业调整振兴规划的出台、《汽车摩托车下乡实施方案》正式出台三个基本过程。

(一) 汽车行业调整振兴规划的提出与制定

“振兴汽车产业规划”的雏形最早是在 2008 年 12 月初提出来的。2008 年 12 月 8 日到 10 日,在部署 2009 年经济发展战略的“中央经济工作会议”上,最高决策层就明确提出,要“大力促进农民消费,稳定发展住房消费和汽车消费,着力发展服务消费和旅游消费”。此后,在 12 月 12 日,工业和信息化部部长李毅中表示,正在制定针对汽车行业的救市计划,包括对车辆购置税的减免、金融信贷政策、废旧汽车回收、加大对汽车消费的支持力度等。国务院总理温家宝 12 月 21 日视察重庆一汽车厂时表示,汽车产业链条很长,是应该大力扶持的重要产业。2009 年元旦期间,温总理再次透露汽车业振兴规划已制定完成。

(二) 汽车行业调整振兴规划的出台

2009 年 1 月 14 日,国务院总理温家宝主持召开国务院常务会议,审议并原则通过备受关注的汽车产业调整振兴规划。国务院在 1 月 14 日公布的《汽车行业调整振兴规划》中提出,从 2009 年 3 月 1 日到 12 月 31 日,国家将安排 50 亿元,对农民报废三轮汽车、换购轻型载货车及购买 1.3 升以下排量的微型客车等,给予一次性财政补贴。据悉,在补贴标准方面规定,具有农村户口的消费者,在购买汽车产品时,将获得车价 10% 的政府补贴,两年内不可

过户。农民到指定地点购车后,持“补贴专用存折”并凭相关发票到指定地点领取。如换购车型,则需要出具车辆报废证明。买车或换购车辆 15 个工作日之后,补贴款会从中央财政拨款到地方财政,再经过 30 个工作日,农民可到乡镇领取。补贴车型范围上,包括微型客车、轻卡,不包括微轿车型。即农民仅在两种情况下才可享受购车补贴:一是新购微型客车可直接补贴,二是报废轻卡(含三轮汽车和低速货车)换购轻型载货车。

(三)《汽车摩托车下乡实施方案》正式出台

2009 年 3 月 12 日,《汽车摩托车下乡实施方案》正式出台,详细披露了具体补贴标准,标志着汽车摩托车下乡在全国正式启动。

第四节 “汽车下乡”的引申意义

“汽车下乡”的意义可以从政府和企业两个角度来分析。

汽车下乡政策体现了国家政策干预的进步,以及政府强有力的宏观经济调控。“汽车下乡”的推广在购置税调整的基础上将再度激起车市的购买信心,实施汽车摩托车下乡是促进消费拉动内需的政策措施,是保增长的重要措施,是应对国际金融危机的一项重大决策,是促进汽车工业健康发展的重要举措,也是一项重要的惠农强农工程。全国乘用车信息联席会秘书长饶达表示,不能将汽车产业振兴计划简单理解为“救车市”,而应当看到汽车行业作为带动经济复苏先导行业的重要地位,发展汽车工业是保增长、拉内需的重要方面。汽车行业是拉动就业力度最大的行业,对国家战略目标的实现有着举足轻重的作用。“救车市”是一方面,借此推动经济增长才是最终目的。

从企业的角度来看,国家的这个政策也是对汽车市场的发展

提出了重要规划,给汽车行业发出了一个讯号,有一定的指导意义。汽车下乡最直接的受惠企业是小排量汽车制造商,直接体现了国家的节能减排思想。汽车下乡的另一个效果是产业格局的调整,而调整的对象则主要是自主品牌轿车,因为生产 1.3 升以下排量的汽车制造商绝大多数都是自主品牌,这些企业都有望在这一轮微车的扶持政策中增大销量,并为未来的系列产品开发、生产铺路。

第二章 “汽车下乡”是谁人的狂欢

“汽车下乡”犹如一场豪门盛宴,受惠者众。“汽车下乡”政策之于行业,是微客、轻卡等细分市场发展的契机;之于企业,是深耕农村市场的踏脚石;之于消费者,是一场大型特惠活动。虽说政策的普及面很广,但是市场、区域、企业的受惠程度各不相同。

2009年3月23日,继家电下乡之后,汽车下乡拉开帷幕,财政部等七部委计划与首批30家参与“汽车下乡”的汽车企业签订责任状,对企业产品的质量、价格和服务等进行规划。实施“汽车下乡”,是提振汽车行业信心的举措之一,目的在于惠农、强农,提高农民的购买能力,加快农村消费升级,改善农民生活条件,促进汽车产品的技术更新换代,在实现汽车产业结构的优化升级,在实现内外需的协调发展的同时,促消费保经济增长。

中国社会调查所(SSIC)对北京、上海、深圳、石家庄、郑州、成都、沈阳、武汉、厦门、哈尔滨、西安等地的1000位公众电话调查结果显示,对于“汽车下乡”的意义所在的提问,76%的被访者选择促消费保经济增长;43%的被访者认为其意义在于改善农民生活条件;36%的被访者认为其意义在于促进中国汽车行业的发展。在公众看来,此次活动的意义主要是在于促消费保国民经济增长。

“汽车下乡”对我国二三级汽车市场的发展也有着深远的意义,其必将带动我国2009年汽车销量和GDP的增长。首先,“汽车下乡”从一定程度上刺激了农村市场的汽车消费,并为汽车今后在三四级市场上带来更多发展空间。其次,首选购买微车的这一部

分人群,随着经济收入的增加,将来肯定也会换购其他品牌的车辆,也就相当于这一部分人从购车时便成了一个潜在的汽车换购消费群体,这对将来三四级汽车市场的发展埋下伏笔。

提高老旧汽车提前报废更新补贴力度,也是振兴汽车工业的一项重要举措。原有政策是每车补贴 5 千元左右,则可能拉动约 6 万辆以上的轻型货车与微客的换购需求,即提高行业增长速度 1 个百分点。在中国城市需求相对低迷时期,推行“汽车下乡”既能给农民带来经济实惠的汽车,又能促进需求。

随着新农村建设加快,农村汽车需求不断增长,为国内汽车工业带来了新的发展机遇。当前扩大农村汽车消费有五大有利因素:一是国家投资重点转向农村,每年用于支持新农村建设的投入将达数千亿元;二是农民的收入和消费水平逐年提高;三是农村公路进一步改善;四是农村机动车开始进入升级换型期,汽车逐渐成为首选;五是新农村建设对运输工具的需求越来越旺盛。

根据国家统计局的最新统计,截至 2008 年底,全国民用汽车保有量为 6467 万辆,其中包括三轮汽车和低速货车,也就是农用车 1492 万辆。这些农用车基本为农民个人拥有,仅保有量更新和升级换型的市场就相当可观。随着国家建设新农村等一系列兴农政策的实施,以及应对金融危机扩大农村消费措施的出台,农村汽车市场正进入黄金发展期。50 亿元财政补贴资金将拉动至少 100 万辆轻型货车和微型客车的消费。而 2008 年国内销售的微型货车和微型客车总量也就是 100 多万辆。

2008 年我国乘用车各车型中,轿车、SUV 和 MPV 销量增幅均出现大幅回落,只有农村消费占较大比重的交叉型乘用车增幅不但没有下降,还略有提高。这说明农村市场还是一个待开发的潜力巨大的市场。农村汽车市场的拓展,将会给中国汽车产业发展带来革命性的影响,不仅市场规模会剧增,而且将使汽车产业发展