



“苦夏”难度 进口车“压境”

中国汽车难以“大笑江湖”

■ 本报记者 魏小央 徐 森

每年的7月,都是汽车市场的传统淡季,今年,中国汽车行业等来的依旧是一个“苦夏”。日前,中国汽车工业协会(下称中汽协)公布了7月份产销数据。7月,中国汽车产销环比呈一定下降,同比小幅增长,其中,商用车产销环比降幅明显大于乘用车。1月至7月,汽车累计产销超过千万辆,同比增幅较上半年温和回落。

自主品牌遇冷

据中汽协统计数据显示,7月,乘用车自主品牌共销售36.56万辆,环比下降18.14%,同比下降3.21%,占乘用车销售总量的36.13%,占有率环比下降4.13个百分点,同比下降3.79个百分点。

中汽协助理秘书长朱一平对此表示,7月是汽车产销传统淡季,多数企业进行设备检修和高温放假,影响产销总量。“因此,我们认为,目前,汽车产销态势符合预期。汽车产销低速增长;多数车型环比回落,同比乘用车好于商用车;1.6升及以下乘用车市场份额下降。”他说。

当然,目前汽车自主品牌市场的不给力还包含其他方面的因素。天津一汽工程师卢梅奎对记者表示,中国市场自主品牌汽车销售的下降,除了传统的季节性因素外,国家的政策导向与政策扶持也是很重要的因素。

“由于汽车产业产能过剩,国家对汽车制造行业的鼓励政策退出。另外,国家加大了对整个行业的的宏观调控,之前出台的对这个行业的利好政策不是已结束,就是即将到期,这使得产销下滑很大。”卢梅奎说,“此外,国家鼓励购买和使用小排量汽车的政策至今发挥出实际作用,造成1.3升以下乘用车市场萎缩。目前,节能车标准和补贴的政策开始出现变化,而且合资



企业强势挤占自主品牌市场,政府仍没有明确的采购自主品牌汽车政策等因素,都使自主品牌厂家在市场回调中不堪一击,随着合资品牌的扩张,自主品牌相对成本优势削弱。这些都导致中国自主品牌汽车的销售下降。”

目前看来,在产销数据上,自主品牌在过去的几个月的表现确实差强人意,但业界对其将来的发展并不悲观。中汽协秘书长董杨此前表示:“我觉得也不能就此断言自主品牌会衰退下去。我相信,自主品牌在小排量、低价位方面还是有优势的。但是,自主品牌要经受住考验,应进一步提高竞争力。”

进口汽车迎来“春天”

在自主品牌汽车销售下降的同时,进口汽车在国内市场却迎来了“春天”。据中汽协统计显示,7月,日系、德系、美系、韩系和法系销量分别占乘用车销售总量的23.16%、18.12%、11.51%、8.33%和2.75%。与上月相比,日系乘用车继续呈现较快增长态势,市场份额提高了4.47个百分点,表现较为突出。上半年,中国进口车销量达39.5万辆,同比增长36%,上牌量居高不下,而国产车销量的增长幅度只是进口车的零头——3.35%。

对此,卢梅奎表示,随着合资品牌的扩张,自主品牌的成本优势被削弱。进口、合资品牌越来越重视低级别市场的消费需

求,不断开发新车型,消费者品味相应地提升,选择更加多元化。另外,自主品牌的车型用户对使用成本更为敏感,随着购置税、车船税、油价、停车费等成本的不断增加,自主品牌的价格优势明显削弱。从限购的一线城市来看,一旦用车成本增加,进口车型受到欢迎也不足为怪。而且二三线市场购车动机主要是为了提高生活品质,除价格因素以外,汽车质量、售后服务越来越被消费者重视。总体来看,自主品牌在品牌附加值上仍弱于进口品牌。

此外,卢梅奎认为,随着国家经济的大步发展,国民购买力上涨,消费者对更高品质的高级消费品的需求加大,这也是进口汽车开始受到偏爱的原因。

汽车出口涨势响起

不仅是汽车进口,中国汽车出口也在美债、欧债危机阴云密布的大环境下,出现逆市上升的现象,与自主品牌汽车在国内销售临界“冰点”的境况形成鲜明对比。

据中汽协公布的汽车整车企业出口数据显示,7月,国内汽车企业出口量达到7.33万辆,同比增速为57.70%,出口量在6月份创出新高后虽有所回落,但仍超过7万辆。7月份的上佳表现使得今年前7个月出口共计45.44万辆,同比增长57.30%。

卢梅奎表示,在全球性的国际金融危机发生之后,欧美汽车企业陷入困境,部分市场竞争力下降。而中国车企提供的产品

种类不断丰富、技术水平日渐提高,在国际市场回暖时抓住了机遇。

来自中国机电产品进出口商会汽车分会的数据显示,今年前5月,中国汽车已出口至174个国家和地区,出口数量位居前三位的国家分别是巴西、阿尔及利亚和俄罗斯。

“中国汽车出口出现逆市上升是由于中国汽车企业对于出口市场的定位比较准确,在小排量、低价格车型的制造上具有独特的优势。低成本、大规模、高效率成为中国自主品牌主动参与国际竞争必须具备的要素,使其在国外市场具有很强的竞争力。”卢梅奎说,“国际汽车巨头尚无暇顾及亚非拉和部分欧洲市场,而中国汽车却将目光锁定在这些地方,并很好地把握了自己的定位,凭借物美价廉的产品特征,它们的确很受欢迎。”



特别报道

韩国造船业订单量继续领跑全球

韩国《亚洲经济》日前称,得益于掌握了高附加值船舶的新造市场,截至7月末,韩造船累计订单量为1020.6034万总吨(CGT),251艘,位列全球第一。其中,7月,韩船舶业共获得18艘、92.5039万总吨,价值17.49亿美元的船舶订单。

越南已成为世界黄金消费大国

据越南《物资价格市场报》近日报道,世界黄金协会的统计数据显示,2010年,越南黄金消费总量为81.4吨,增长11%。越南已成为世界十大黄金消费国之一。印度、中国、美国分列十大黄金消费国前三位。

日本再次放宽签证 热盼中国人救市

据日本新闻网报道,日本政府为了吸引更多的中国人来日本旅游,日前决定进一步放宽中国人来日签证的审核条件,凡是具有一定经济能力者,不问职业和地位,均可申请来日签证,而且一次滞留日本的时间从15天延长到30天。据了解,有一定经济能力指的是年收入10万元人民币(约125万日元),但是申请者如果能够提示自己的资产证明,或者以前有过访日良好记录,年收入的条件可以放宽。

15家高科技企业将在巴西生产平板电脑和智能手机

巴西科技部部长梅卡丹特日前宣布,15家高科技公司已在巴西注册,准备生产平板电脑和智能手机,其中9家即将生产。首批本国产品将于今年9月上市,初期国产化率为20%,3年后达到80%。平板电脑业将得益于今年出台的一项新措施,将减免企业“社会一体化税”、“社会保障资金税”和“工业产品税”。

美报：

“中国制造”要取代美国？还早得很

■ 汤姆·奥利尔克

中国7月份的贸易顺差回升到近315亿美元——达到2009年1月以来的最高水平——这可能引发新一轮有关人民币被不公平低估的歇斯底里的抱怨。但在美国政客们就此问题发表高见前,应该考虑一下旧金山联邦储备银行新近一份研究报告中的发现。

旧金山联邦储备银行高级经济学家加林娜·黑尔和研究顾问巴特·霍布金认为,中国制造的商品在美国消费品市场中所占份额远没有普遍认为的那么高。

他们通过对美国商务部、美国劳工统计局和人口普查局的数据进行分析后发现,美国家庭消费的商品和服务中,88.5%来自美国国内。在剩余11.5%的进口部分

中,中国制造商品刚刚超过四分之一,也就是说只占美国总体消费支出的2.7%。

就连这个数据也夸大了从中国进口的商品在美国总体消费支出中的实际份额。原因何在?因为几乎所有消费品的制造都涉及很多环节,准确统计不同部分产自何地会进一步降低“中国制造”商品的份额。

对此,黑尔和霍布金的解释是:显然,如果一双中国制造的运动鞋在美国要卖70美元,这70美元并不都属于中国制造商。事实上,零售价的大部分会用来支付把鞋运输到美国的运费、售出这双鞋的店面的租金、美国零售商股东的分红以及运动鞋的营销成本。这些成本包括与营销过程有关的美国员工和管理人员的薪金、工资和福利。

旧金山联邦储备银行的统计数据显

示,进口商品价格中平均36%付给了美国公司和员工,对于从中国进口的商品来说,这一比例甚至更高。

黑尔和霍布金写道:“平均来看,在‘中国制造’的商品上每花1美元,就有55美分流向了美国本土服务业。换句话说,‘中国制造’中的美国部分约占55%。”

这就让问题更复杂了。在88.5%这一贡献给美国国内制造商品上的消费支出中,也含有“中国制造”的部分。把这块也加上的话,黑尔和霍布金得出的结论是,“中国制造”的商品在美国家庭消费中的总体份额仅为1.9%。

这意味着什么呢?这既是好消息,也是坏消息。好的是在美国政治争论中如此可怕的“中国威胁论”言过其实。中国出口产品在美国消费总量中所占的比例或许增长迅速,但在总额中仍微不足道。美国员

工和企业也从中获得了相当大的好处。

糟糕的是,有人以为人民币升值可以为美国制造商在本土市场上创造更大空间——这一空间已经饱和了——这种希望似乎更不可靠了。如果“中国制造”的进口商品的大部分成本实际上已经贡献给了美国员工和企业,那么人民币升值仅会对美国制造商的竞争力产生有限的影响。

从经济学角度看,“中国制造”所占份额很小还有一个好处,这意味着中国通胀对推高美国商品价格的影响有限。

美国可能无法迫使中国重估人民币,但他们至少可以逃脱中国经济超速增长所带来的通胀恶果。

(本报综合报道)

资金流

智利政府将向矿业项目注入670亿美元资金

本报讯 据埃菲社报道,智利政府近日宣布一项计划,拟在未来10年内向矿业项目注入670亿美元资金。

据悉,智利矿业部部长德索尔米尼亚克和财政部部长拉腊因共同宣布了上述投资计划,称智利国家铜公司将获得240亿美元,其余资金将被投向私人领域。

德索尔米尼亚克表示,矿业已成为近年来智利最主要的经济活动,预计在未来数年内将继续保持领军地位,上述一揽子项目的实施将使矿业在目前水平上增加至少25%的永久性就业岗位。未来10年内,智利铜项目投资将达到540亿美元,2020年,铜产量将从目前的每年570万吨增加至每年750万吨。

据德索尔米尼亚克透露,38%的投资项目集中于北部的安托法加斯塔大区,27%的投资项目集中于北部的阿塔卡玛大区,12%的投资项目集中于中部的瓦尔帕莱索大区,余下项目分布于国内其他各地。(王 洛)

出口警示

日本节电产品、重建材料进口大增

本报讯 据《日本经济新闻》报道,日本财务省统计显示,随着东日本大地震灾区重建的展开以及核事故引发的电力不足等问题的出现,6月份,日本对节电产品、建材进口大增。

据日本财务省分析,福岛第一核电站事故发生后,采取的停电、节电对策推动了相关产品的大量进口。6月份,日本节能



型电风扇、空调进口额分别达76亿日元、202亿日元,发电机进口额达289亿日元,均刷新历史最高纪录。同时,出于对放射性污染的担心、出口货物安全性检查需求的增加,放射物质检测仪的进口也创历史新高,达10亿日元。此外,为建设临时住宅,日本对木材、塑料等原材料的进口也大量增加。随着重建工作的开展,相关原材料的进口将会进一步增加。(尚 武)

供求信息

埃及公司求购建筑用铝型材

公司名称:Phlopateer Company
电话:0020-2-4180906(可传真)
手机:0020-123992229
电子邮箱:phlopateer_g@yahoo.com
(信息来源:中国驻埃及使馆经商参处)

智利公司求购面粉加工设备

公司名称:Red Mar Ltda
统一税号:77.017.020-6
求购设备:A Flat Wheat Sifter (Planschister) for bread making flour
求购型号:MPAJ 624/630 (6 Door of 24 to 30 Threads e/o)Needs to process approximately 50.000 Kilograms /24 Hours
联系人:Francisco Sabugo
电话:0056-65-438735
0056-65-438736
0056-65-438737
电子邮箱:fsabugo@redmar.cl
通信地址:Via Romana 1822, Puerto Montt
公司网址:www.redmar.cl
(信息来源:中国驻智利使馆经商参处)
(以上信息仅供参考)

海外传真