



# 今年中国汽车产销增速远低于预期

从15%到2%

■ 本报记者 徐 森

据中国汽车工业协会(以下简称中汽协)日前发布的最新数据显示,11月,中国汽车产销量分别同比下降3.41%和2.42%;1月至11月,汽车产销量分别为1672.83万辆和1681.56万辆,同比增长2%和2.56%。中汽协预计,今年,汽车产销量将达到上年水平并有一定增长。

早在今年年初,中汽协曾预计,今年全年,汽车产销增速在10%到15%之间。半年过去以后,中汽协调低预期至5%。如今,11个月过去了,产销增速仅为2%。对于这种状况,中国汽车工业协会常务副会长兼秘书长董扬表示,预判有所失误。

“我只能说我有点失误。前年(中国汽车产销)增速为46%,去年是34%,打个对折是17%,而我们之前预计的10%到15%,

不多吧?”董扬说,“我觉得,对于影响中国汽车产销的两大因素,我们当初估计到一个,就是政策退出的影响,但没有想到宏观调控的影响。”

不过,董扬也表示,今年,中国汽车产销不会出现负增长。

**11月产销忧中有喜**

中汽协助理秘书长朱一平在介绍11月份中国汽车工业经济运行特点时表示,11月,中国汽车产销环比增长,同比下降;乘用车产销同比微增,商用车同比降幅继续扩大;1.6升及以下乘用车市场份额环比略有回升,同比下降;乘用车自主品牌市场份额同比下降;汽车出口增长贡献度继续提高;重点企业集团经济效益保持一定增长。

回顾前11个月,董扬表示,一方面,11

月份,中国汽车产销虽然同比下降,但忧中有喜。在去年年底高产销的背景下,2011年全年,中国汽车总产销仍能保持正增长,这一情况是可喜的。另一方面,由于节能惠民政策的调整,1.6升以下轿车的销售持续走低,可见政策的波动对于汽车的产销有较大影响。

今年,国内车市进入调整期,汽车产销增幅急剧下降,是近10年来增长最低的一年。中汽协表示,产量增速2%已回落至年内新低,销量增速也首次回落至3%以下。“刺激政策的退出,国家的宏观调控和汽车使用环境的进一步恶化这三大因素直接导致车市不景气。对于明年,预计情况应该会好转,汽车出口在国际经济形势不恶化的情况下也会有较好表现,同时SUV等细分市场的热销势头也会延续。”董扬说。

## 出口成绩有数量没“含金量”

虽然今年国内汽车产销差强人意,中国车企却出乎意料地在国际市场取得了收获。今年前10个月,中国汽车出口量达到70.37万辆,已超过2008年68万辆的出口成绩,创历史新高。

据中汽协负责人介绍,今年,东欧和南美仍是中国车企出口的主要市场,其中,中国对俄罗斯市场的汽车出口比去年增长了一倍。

董扬认为,目前,中国车企出口量在总产销量中所占比重还很低,未来的出口潜力还很大。他预计,今年,中国汽车产销量

在1850万辆左右,全年出口量将达到80万辆,出口比例依旧不高,仅为4%。“目前,出口比例最高的奇瑞汽车,出口比例也只有30%。而美、欧、日、韩等汽车发达国家和地区,汽车出口量能占到总产量的40%以上。”他说。

此外,中国出口汽车的“含金量”(附加值)也有待提高。中汽协援引全国海关汽车商品进出口统计数据称,2011年前三季度,全国汽车商品出口金额达501.67亿美元,同比增长34.25%,明显低于出口量的增幅。而目前中国拥有汽车出口资质的企业多达500家,彼此压价竞争,也导致汽车出口微利甚至无利。

今年是中国加入世界贸易组织十周年。入世的10年给中国汽车带来了生机,目前,中国已经成为世界第一汽车产销大国,但仍要面对“大而不强”的问题。董扬在肯定入世成绩的同时也点出了汽车产业的不足和发展方向:“虽然我们的汽车生产工艺已经达到一流水平,但研发技术还有待积累,产品竞争力和品牌影响力尚弱,包括设备制造、实验设备开发、材料研发、服务系统构建等在内的全产业链的进一步扩展和打造将是中国汽车业努力的方向。一个汽车强国就不应该有短板,应该各个方面都强。”

## 特别报道

## 英媒:

## 美国婚庆策划公司瞄准中国市场

随着中国年轻人越来越富有,他们越发希望通过婚礼给家人和朋友留下深刻印象,并留下终生回忆。

据悉,半数年轻人表示希望在婚礼筹划方面获得帮助。美国美丽婚礼国际(Weddings Beautiful Worldwide)看好其中的巨大商机:培训中国婚礼策划师。

美丽婚礼国际刚刚在中国成立了一家合资公司——美丽婚礼中国(Weddings Beautiful China),培训婚礼策划师,帮助年轻夫妇计划婚礼支出。

“随着中国经济的快速发展,消费者倾向于选择更加个性化的婚礼,这有利于中国婚庆行业。”美丽婚礼中国的总裁劳尔·瓦斯克斯(Raul Vasquez)近期在北京表示。

美丽婚礼中国的中方合伙企业柏灵私人婚礼顾问是一家高端婚礼顾问机构,主要面对高端中国客户、外籍客户和中国明星,并提供在线咨询。该公司与花店、汽车租赁公司和酒店等服务提供商建立了合作关系。

瓦斯克斯指出,随着全球化和经济快速发展,中国年轻人要的不只是传统、正式的中式婚礼,还希望加入西方和现代的元素,比如走秀。

美丽婚礼中国计划通过18节培训课程打造“认证婚礼策划师”,该行业市场需求很大。

根据中国婚庆行业发展报告,随着婚礼受重视程度上升,中国年轻人的婚礼相关支出上升至每年约为570亿美元。支出中的大部分用于婚纱摄影、婚车租赁、礼服和海外蜜月。

随着财富的增加和社交活动更为繁忙,中国对婚礼策划师的需求不断上升。中国社会工作协会婚庆行业委员会数据显示,北京已有注册婚庆公司1168家。

美丽婚礼中国仅在北京运营,但已有学员从深圳和广州慕名而来。“我们不只要向婚礼策划师和希望从事该行业的学员传授西方风俗,还要通过传授商业管理、客户服务、市场营销、社交媒体、时间管理、演讲和沟通技巧等课程,让他们成为更加出色的创业型人才。”瓦斯克斯称。他还表示,对希望成为婚礼策划师的学员来说,最重要的一门课是“学会聆听新娘的心声”。

(郭文静 编译)



## 海外传真

## 越南移动通信市场发展迅猛

据越南《劳动报》日前报道,尽管通胀高企,但移动电话市场今年第三季度又比上季度增长了43%,其中智能手机增长48%,普通手机增长42%。

## 投资中国IT、汽车业 韩国企业全线飘红

据《朝鲜日报》日前报道,中国市场前景广阔,率先投资中国的韩国企业,如IT企业、汽车企业备受关注,企业股票也成为“受益股”,表现出强劲的上升势头。

## 俄罗斯未来将重点开拓亚洲能源市场

据俄罗斯《商报》日前报道,俄罗斯能源部长什马特科表示,开拓亚洲能源市场是该国能源产业的长期战略抉择,俄罗斯已启动建设辐射中国、日本、韩国及整个亚太地区的能源供应基础设施。

## 叙利亚电力进口将耗国库1.7万亿叙镑

叙利亚电力部部长日前称,在当前进口电力情况下,叙利亚电力缺口将耗费国库1.7万亿叙镑(约合339.525亿美元),这一数额将是叙利亚财政面临的一个巨大困难和挑战。他指出,目前,叙利亚只能通过消费指导和加快开发利用新能源来提高能源利用率,从而缓解能源紧缺情况。

## 保加利亚公司将出口目标转向“传统”市场

保加利亚索非亚新闻社日前报道称,据该国商工会调查结果显示,60%以上的保加利亚企业希望提高其出口额,但对欧盟市场并不抱期望,而是将目光转向“传统”市场(1990年以前的市场),如亚洲和阿拉伯国家。该商工会主席西美昂诺夫表示,利比亚市场具有极大的潜力,一方面因为其正处于重建时期,另一方面因为卡扎菲政府执政时期拘押保加利亚医护人员事件,利比亚人民觉得有愧于保加利亚,希望能做出一些补偿。



## 混合动力车走俏日本市场

据《日本经济新闻》日前报道,今年1月至11月,日本国内混合动力车销售占新车销售比例首次超过10%。11月,日本市场混合动力车销售占比为14%,创历史新高。据报道,由于丰田等日本各大车企明年预计将推出混合动力车新车型,混合动力车销售占比有望进一步扩大。此外,与混合动力车有关的零件、材料供应厂家经营业绩也有望进一步改善。

## 泰国水灾突显保险重要性 需求趋增

据泰国《世界日报》日前报道,泰国保险业促进及监管委员会秘书长巴威透露,委员会与民间企业合作,推动保险业2012年的整体保费收入达到国内生产总值的6%,摆脱2011年保险业不景气的阴影。泰国产物保险业协会主席吉拉攀指出,民众及企业自此次特大水灾吸收教训后,将增加购买保险以规避风险,所以,2012年保险业可望呈现大幅增长。

(本报综合报道)

## 进口提醒

### 韩国商品希望通过电视购物进入中国市场

**本报讯** 据韩国国际贸易研究院日前发表的题为《通过电视购物进军亚洲市场的方案》的报告显示,韩国商品可通过电视购物的手段进军作为最大消费市场的中国。

该报告介绍了中国、日本、越南、印尼和印度等6个国家和地区的市场情况与特征,并指出正在上升为亚洲最大消费市场中国电视购物市场前景广阔。预计在2015年前,中国电视购物有望达17万亿韩元(约合955亿元)。

目前,韩国出口企业进军中国市场需要与廉价的中国商品展开激烈竞争,并需要根据地区情况细分市场。但若韩企利用电视购物这一平台,充分实施“韩流战略”,则有望成功进入中国市场。(仲 商)

## 出口警示

### 前10个月越南从中国进口195.8亿美元商品

**本报讯** 据越南工贸网日前报道,来自越南海关总局的统计数据显示,2011年前10个月,越南累计从中国进口195.8亿美元商品,约占同期进口总额的25%,同比增长23.36%。其中,进口金额超10亿美元的有:布料、计算机、电子产品及零配件、电话及零配件、钢材、汽油。

此外,报道称,前10个月,越南从中国进口的机械设备及零配件达41.7亿美元,而从日本、韩国和德国进口的仅分别为22亿美元、10亿美元和8.26亿美元。(尚 武)

### 中国商品畅销墨西哥市场



**本报讯** 墨西哥《经济学家报》日前报道称,尽管墨西哥对中国部分商品实施45%至250%的高额关税,中国在玩具、儿童车和鞋市场中仍占优势。

据介绍,2010年,墨西哥进口不同类型玩具3.9亿美元,儿童车2000万美元,其中80.4%和74.8%来自中国,但中国玩具和儿童车出口商必须分别额外支付75%和50%的关税。

报道称,过渡性措施没有能够阻止中国商品在墨西哥市场的占有率。其中,来自中国的工具、锁、电动工具和蜡烛等,在墨西哥市场的占有率分别达29.4%、39.2%、40.4%和57.6%。墨西哥IQOM咨询公司总经理称,如果提高关税,该政策应该对所有与墨西哥没有自由贸易协定的国家实施,而不应该有任何歧视。(王 洛)

## 供求信息

### 俄罗斯客商求购助听器等医疗、康复用品

**求购物品:**助听器、吸水内衣、尿不湿、尿壶、尿袋和阅读发声图书设备等医疗、康复用品

**联系人:** NOVAKOVSKYA

**电子邮箱:** t79@bk.ru

**联系语言:** 俄语或英语

(信息来源:中国驻俄罗斯叶卡捷琳堡总领事馆经济商务室)

(以上信息仅供参考)