

2012年第一季度中国进口汽车市场报告

Report on the Imported Auto Market in China the First Quarter of 2012



目 录

Contents

综述	4
一、2012 年中国进口汽车市场发展环境	7
（一）政策环境：原产美国进口车受到贸易制裁；限制高油耗政策相继出台，北京提前实施国 5 标准，引发国 4 产品探底销售	7
（二）经济环境：外部经济复苏乏力，出口受挫；内部经济结构调整，增速下滑，消费信心不足	11
（三）消费环境：以增购、换购等消费升级为代表的刚性需求仍然存在，但消费群体、结构和节奏发生变化	15
二、2012 年第一季度中国进口汽车市场情况	20
（一）第一季度国产汽车市场情况：2012 年 1-3 月，汽车产销 478.43 万辆和 479.27 万辆，同比下降 1.83%和 3.40%，乘用车销售同比增长 0.41%.....	20
（二）中国进口汽车市场发展特点及分析	21
1、总量：1-3 月海关进口量达 28.4 万辆，同比增长 22%，海关进口量增速继续回落.....	21
2、品牌：豪华品牌、欧系品牌增长较快，日系品牌则持续下滑；宝马、奔驰和大众位列进口量前三名	23
3、车型：乘用车市场份额稳定在 98%，1-3 月 CAR 大幅增长 43.4%，SUV 增速大幅下滑	26

4、排量： 3.0L 以下车型市场份额稳步提高至八成以上，其中 2.5-3.0L 排量区间市场份额最大, 1.5-2.0L 排量区间车型份额增长最快.....	28
5、价格：在高库存压力下，市场优惠幅度逐月加大，优惠品牌和车型全面增加，市场供大于求的矛盾突出	29
6、库存：进口车市场需求被乐观放大，供给在高预期的销售目标下持续增长，导致经销商库存压力加大	30
7、区域：二、三线市场持续崛起，成为拉动进口车增长的主力区域，渠道下沉已经成为拉动销量增长的主要手段	31
8、经销商：进口车经销商扩网迅速，覆盖二、三线城市；市场竞争加剧，经销商新车销售盈利能力受到较大影响	33
9、港口：天津港进口份额相对稳定，上海、广州港份额均接近 30%.....	33
三、2012 年二季度及全年中国进口汽车市场展望	35
（一）2012 年市场环境展望	35
1、宏观经济面：一季度经济延续下滑趋势，在国际国内各种不确定因素影响下，经济仍处于“寻底”过程中	35
2、行业政策面：“双反”政策经历 4 个月的市场反应，政策的影响力度、范围有限；节能减排压力增加，《乘用车企业平均燃料消耗量核算办法》发布，大排量产品面临进一步的严峻考验	36
3、新产品供给：进口新产品的不断引入和产品结构的调整，将助推中国进口汽车市场的增长	37
4、市场总量：国产汽车市场预计一季度为增速低点，二季度将逐步恢复，全年达到 5%-8%的增长	40

（二）二季度及全年市场展望	40
1、总量预测：维持 2011 年进口汽车市场年度报告的预测，2012 年进口车需求有望冲击 100 万辆，市场结构有较大调整.....	40
2、品牌结构： 豪华品牌份额不断提升，欧系品牌潜力继续放大，日系、美系品牌市场规模下降，个性化汽车消费升级趋势明显.....	41
3、车型结构：SUV 走势呈现前低后高，SUV 排量结构继续下移；CAR 高增长的趋势将回落；旅行版和 Cross 车型进入市场培育期.....	43
4、排量结构：1.5-2.0L 排量区间车型份额增长较快，第三阶段《乘用车燃料消耗量限值》对进口车燃油消耗的单独核算，将进一步加快排量下移趋势.....	44
5、价格趋势：终端库存压力将继续凸显，市场优惠幅度仍将加大，豪华车价格长期来看仍有一定的下调空间	45
6、渠道结构：市场向三、四级城市延伸，发达地区换购和增购趋势明显.....	47
附件：研究背景、研究方法、概念与定义	48

综 述

概要：随着中国汽车市场整体步入调整期，中国进口汽车市场开始由快速增长转向平稳增长。2012 年一季度，海关进口量 28.4 万辆，同比增长 22%，增速远高于国产车增长速度，但增幅比 2011 年一季度回落 20 个百分点，回落速度超乎市场预期。一季度，中国进口汽车市场所呈现的趋势性特征标志着市场格局已步入深度结构调整时期，特别是增速放缓、库存加大、排量下移、价格下探，将进一步加剧进口汽车市场竞争。无论跨国汽车厂商，亦或经销商，如何及时调整市场目标、经营策略，适应进口汽车市场新环境、新趋势，共同营造稳定的、可持续发展的市场格局，是行业各方需要共同面对的课题。

2012 年一季度，中国经济增速继续回落。虽然降幅处于平稳、可控的区间，但是内外部宏观经济环境的不确定因素依然不容乐观。一方面，外部经济复苏乏力，美国经济虽然在缓慢复苏，但是复苏的基础不牢固；欧盟债务虽然渡过危险期，但是欧盟经济正处于下滑通道。另一方面，中国经济“三驾马车”均出现不同程度下滑，经济发展延续了 2011 年下滑的态势。同时，今年政府工作报告已将 2012 年 GDP 预期增速主动下调至 7.5% 的水平，一季度，GDP 增长为 8.1%，明显低于市场预期。

2012 年第一季度国产汽车产销 478.43 万辆和 479.27 万辆，同比分别下降 1.83% 和 3.40%，其中，乘用车销售同比增长 0.41%，显示中国汽车在夺得全球第一大市场后，进入调整期。

作为中国汽车市场的重要组成部分，中国进口汽车市场却依然表现出较快

的增长态势，增速远高于国产车增速。第一季度海关进口量达 28.4 万辆，同比增长 22%，但增幅比 2011 年同期回落 20 个百分点，承袭了 2011 年末进口汽车市场所呈现的“消费升级、增速放缓、结构调整”的发展趋势。

正如中进汽贸 2011 年底的预测，2012 年中国进口汽车市场以“结构调整”为主基调，尤其是第三阶段《乘用车燃料消耗量限值》对进口车燃油消耗的单独核算，将进一步加快排量下移趋势。同时，各跨国汽车厂商日益提升中国在其全球市场的战略地位，新产品的放量式引进、产品价格的策略性调整，将进一步加剧汽车市场竞争。

2012 年第一季度中国进口车市场特征主要表现在：**品牌方面**，豪华品牌和超豪华品牌以 29%增速领跑进口汽车市场增长，尤其是入门级豪华汽车增速大大超过整体进口车市场增长。**国别方面**，欧系品牌具备技术优势，其市场份额继续提升至 66.6%，比去年同期提高 10 个百分点。**车型方面**，SUV 虽然继续保持 45.9%的市场占有率，但其增速仅为 5.5%，远低于 CAR 43.4%的增速；旅行版车型和 Cross 车型进入市场培育期。**排量方面**，结构继续下移，2.5-3.0L 市场份额最大，占 31.7%；1.5-2.0L 占 29.9%市场份额，增长最快。**价格方面**，价格平均优惠金额超过 3 万元，即优惠幅度接近 2%；经销商销售毛利率进一步下降。**库存方面**，库存水平仍将处于高位，库存指数超过 2，而 2011 年平均库存指数仅为 1.8。**渠道方面**，进口车市场的销售渠道下沉，一级市场份额下滑，二、三级市场份额继续提升。**经销商方面**，为进一步抢占市场份额，导致终端市场价格松动、市场竞争加剧，经销商新车销售盈利能力受到较大影响力。**细分市场方面**，随着中国中产富裕阶层的日益壮大和对豪华品牌的偏好，豪华及超豪华市场仍高于进口车市场的平均增速。

展望 2012 年二季度及全年进口汽车市场形势，**从宏观经济形势来看**，一季度经济将延续下滑趋势，在国际国内各种不确定因素影响下，经济仍处于“寻底”过程中。**从行业政策面来看**，出台对进口车市场产生较大影响的政策，可能性比较小；**从市场面来看**，预计一季度将是增速最低点，全年国产汽车市场增长仍将保持在 5-8%左右；进口汽车市场新产品引入数量持续增长；我们仍然保持 2012 年中国进口车上牌量有望接近 100 万辆的预测判断，但结构性调整将继续加大。

同时，SUV 将继续保持 50%以上的市场占有率，但从全年份额来看将呈现前低后高的走势，SUV 排量结构也将下移，旅行版车型和 Cross 车型进入市场培育期；豪华品牌份额继续提升，欧系品牌潜力继续放大，日系、美系品牌市场规模下降，个性化汽车消费升级趋势明显；终端市场库存压力凸显，市场优惠幅度不断加大，豪华车价格长期来看仍有一定的下调空间。另外，随着《乘用车燃料消耗量限值》第三阶段标准即将实施，进口汽车排量结构下移将进一步加快，同时，也将催生跨国汽车公司品牌总经销商格局出现集团化整合运作趋势。

结合全球及中国经济形势，针对一季度中国进口车市场的特点，各跨国汽车厂商与汽车经销商需要制定具有前瞻性的策略，以及更加合理的市场预期；密切关注市场动态，注重防范政策、市场等方面的潜在风险，及时合理调整对中国市场的销售计划，调控在中国市场的经营节奏。通过加强品牌力、产品力、服务力、渠道力和应变力，及时、准确地修正、调整企业运营策略，实现品牌、企业、市场、行业的可持续发展。

一、2012 年中国进口汽车市场发展环境

（一）政策环境

汽车产业经过几年的快速发展，已成为中国经济的支柱产业。但是，随着汽车保有量的快速增加，交通拥堵、空气污染、能源消耗等社会问题日益突出。为了促进汽车与社会的和谐发展，国家制定汽车产业政策的角度也在转变，由前两年的以促进消费为主，到如今的以鼓励汽车技术进步为主。从去年年末至今，国家有关部门出台了一系列的汽车行业法规条例，涉及进口贸易、自主品牌、节能环保、公车采购等领域。下面重点分析对进口汽车领域影响较大的四项政策措施：

1、对美国产部分汽车征“双反”税：对原产于美国的 2.5 升以上部分进口小轿车和越野车征收反倾销和反补贴税，对进口车市场结构格局产生影响，但对市场基本面影响有限

2011 年 12 月 14 日，商务部发布关于对美部分进口汽车实施反倾销和反补贴措施的公告，决定从 2011 年 12 月 15 日起，对原产于美国的排气量在 2.5 升以上的部分进口小轿车和越野车征收反倾销和反补贴税，实施期限 2 年，到 2013 年 12 月 14 日止。

图表 1 近两年美国原产进口汽车主要进口品牌和车型情况

	2010	2011-2012
宝马	X5、X6	X1 (<2.5L)、X3、X5、X6
奔驰	GL、GLK、ML、R	GL、GLK、ML、R (MPV)
克莱斯勒-Jeep	COMPASS (<2.5L)、GRANDCHEROKEE、WRANGLER	Patriot (<2.5L)、COMPASS (<2.5L)、GRANDCHEROKEE、WRANGLER
别克	ENCLAVE	ENCLAVE
道奇	CALIBER (<2.5L)	CALIBER (<2.5L)
丰田	LANDCRUISER、PRADO、SEQUOIA、SIENNA (MPV)、VENZA	LANDCRUISER、PRADO、SEQUOIA、SIENNA (MPV)、VENZA
凯迪拉克	CTS、ESCALADE	CTS、ESCALADE

注：车型后没有标注的为 2.5L 以上排量小轿车或越野车

2010 年和 2011 年，美国原产进口乘用车占整体进口乘用车市场份额的 9.8% 和 12.2%。其中，2.5 升以上美国原产进口小轿车和越野车占整体进口乘用车的市场份额的 6.8% 和 9.0%，2.5 升以上美国原产进口小轿车和越野车占美国原产进口乘用车的市场份额在 68.9% 和 73.4%。

从以上数据可以看出，对原产于美国的 2.5 升乘用车征收双反税，对整体进口乘用车市场基本不会造成“洗牌式”影响，其有限影响主要体现在市场结构方面，包括品牌结构、排量结构和车型结构。

2、《乘用车企业平均燃料消耗量核算办法》（征求意见稿）：该办法的实施将促使企业发展小排量节能车型，加速车企节能技术发展，对进口汽车而言，将促使进口车型的排量结构下移，并促使汽车品牌总经销商格局向多品牌集团化运作方向发展

2012 年 2 月 17 日，工业和信息化部发布《乘用车企业平均燃耗核算办法》（以下简称《办法》）征求意见稿。该办法拟于 2012 年 7 月 1 日起实施。

《办法》适用于在中国关境内销售的能够燃用汽油或柴油燃料的乘用车以及纯电动、插电式混合动力、燃料电池乘用车。

《办法》所称国产乘用车是指在中国关境内生产的乘用车整车产品。进口乘用车包括原产地为中国关境外的乘用车整车产品和按国家有关规定构成整机特征的在中国关境内组装生产的乘用车整车产品。

《办法》规定,《车辆生产企业及产品公告》内每一个独立法人乘用车生产企业、每一个单独注册的进口汽车经销商作为一个企业平均燃料消耗量核算主体;国内汽车生产企业之间或进口汽车经销商之间,可按照自愿原则申请成立企业组合,作为一个核算主体进行企业平均燃料消耗量核算。

办法的实施将对中国进口车市场格局产生较大影响,在排量结构上,将促使进口汽车企业优先进口小排量车型;在经销商格局上,跨国企业集团为了使集团内不同汽车品牌的车型排量得到合理组合,将采取以多品牌集团化方式组建总经销商,取代以单一品牌组建总经销商的方式。

3、北京市率先实施国 5 标准,将进一步加快进口车型的更新换代和新车型的引进,并已经出现国 4 标准进口车探底销售

北京市将在全国率先实施国 5 标准,对国 4 及以下车型形成较大的压力。

国 5 标准相当于欧盟的欧 5 标准,欧盟已从 2009 年起执行,其对氮氧化物、碳氢化合物等机动车排放物的限制更为严格。从国 1 提至国 5,每提高一次标准,单车污染减少 30%至 50%。

北京在全国率先推行国 5 标准,也是出于净化空气方面的考虑。国 5 标准推行代表着国 4 标准有可能限行、国 3 标准有可能退出市场。

国 5 标准的实行,将进一步加快进口车型的更新换代和新车型的引进。

4、《2012 年度党政机关公务用车选用车型目录》（征求意见稿）： 目录的发布将对自主品牌的发展起到很好的促进作用，对豪华车市场以及进口车市场影响较小

2月24日工业和信息化部发布《2012年度党政机关公务用车选用车型目录》征求意见稿。这是继2011年11月18日《党政机关公务用车选用车型目录管理细则》要求轿车一般公务用车排量不超过1.8升，价格不超过18万元后首次公布具体的车型目录。此次公务用车选用车型目录只包括一般公务用车和执法执勤用车。

此次公布的车型目录共412款车型，包括265款汽柴油轿车，64款MPV、78款SUV、5款新能源车，共涉及25家企业。所有入选车型均全部为自主品牌，合资企业生产的自主品牌也无缘上榜。自主品牌中高端车将从中受益，各地方政府或偏向于采购本地自主品牌车企车辆。

由于本目录对“领导干部用车”等三类车并无约束，对国产高档车、进口车影响较小。根据2011年11月发布的《党政机关公务用车选用车型目录管理细则》规定，本细则所称公务用车是指党政机关用于履行公务的机动车辆，即一般公务用车和执法执勤用车，不包含“领导干部用车”、“特种专业技术用车”和“其它用车”。

（二）经济环境

一季度，中国宏观经济继续面临内外部不确定性继续增大的环境。一方面，外部经济复苏乏力，美国经济虽然在缓慢复苏，但是复苏的基础尚不牢固；欧盟债务虽然度过危险期，但是欧盟经济正处于下滑通道。另一方面，中国内部经济“三驾马车”均出现不同程度下滑，经济发展延续了去年下滑的态势，同时，今年政府工作报告将 2012 年 GDP 预期增速主动下调到 7.5% 的水平，增加了经济下滑的容忍度。

1、美国经济：经济缓慢复苏，但复苏基础尚不牢固，同时在国际原油价格上涨的带动下，通货膨胀压力抬头

从近几个月美国公布的经济数据看，美国经济在缓慢复苏，但是复苏的基础不牢。

2 月份美国工业产值指数环比零增长，低于 0.4% 的预期值，也低于 1 月份 0.4% 的增长幅度，为近 10 个月以来的最低增速。其中，汽车及汽车零部件产值环比下滑 1.1%，结束了前两个月强劲增长的势头。

2 月份美国零售额环比增长 1.1%，比 1 月的 0.6% 有所增长，但 3 月消费者信心开始下滑，根据密歇根大学公布的数据，1-3 月消费者信心分别为 75、75.3 和 74.5，消费者信心出现近 8 个月来的首次下滑。

同时，受国际能源价格持续增长的影响，美国物价上升，2 月份 CPI 环比上涨 0.4%，高于 1 月份的 0.2%，是自 2011 年 4 月以来最大升幅。通货膨胀有重新抬头的迹象。

美联储的一举一动牵动着美国经济的神经。美联储在 3 月 13 日货币政策例会后宣布，维持历史最低基准利率不变，同时不出台任何新宽松货币政策刺激经济。美联储对经济现状和预期的判断比较乐观，但同时强调危机远未过去。

2、欧洲经济：欧债危机继续恶化风险基本解除，但是欧洲经济还在下滑，要走出经济低迷的“泥潭”尚需时日

3 月 9 日，希腊政府通过债务置换成功减少 1000 多亿的债务包袱，并顺利获得第二轮国际救助贷款，避免无序违约，最重要的是为解决债务争取了时间。短期内，欧洲继续恶化的风险基本解除。

目前，经济增长、采购经理指数 PMI、就业、物价等各种经济指标均反应欧洲正处在经济衰退期。

从经济增长上看，2011 年四季度欧盟 GDP 季度环比下降 0.3%。

从采购经理指数 PMI 看，2 月份德、法、奥等国的制造业 PMI 重回 50 以上，但有些国家的这一指标依然不容乐观，如希腊的 PMI 急剧萎缩下降至历史新低 37.7。此外，欧洲统计局称“欧洲新订单在继续减少”，这意味着欧洲的经济的发展停滞不前，购买力持续下降。

从就业看，欧元区 and 欧盟的 1 月失业率分别为 10.7%和 10.1%，创 1999 年欧元诞生以来的新高。处于高位的失业率，也反映出欧洲经济增长速度减缓。

3、国内经济：一季度 GDP 增长 8.1%，低于市场预期 0.3 个百分点，中国经济开始向慢车道行驶，导致经济下滑的原因是拉动经济发展的“三驾马车”同时显示马力不足

2012 年中国经济继续显现出下滑态势，出口、投资、消费“三驾马车”都处于减速状态。在出口方面，外需短期内难以恢复，出口拉动经济增长的贡献率下降；在投资方面，由于高速铁路、房地产等基建类投资大幅下滑，加上前两年为刺激经济实行的大量财政投资所遗留的诸多问题，如地方债务，物价膨胀等，2012 年投资增速将有所下滑；在消费方面，由于社会保障体系有待进一步完善，对未来收入预期增长的不确定，导致居民消费低迷，尤其是高支出的耐用品消费信心不足，使内需短期内难以支撑经济较大增长。

（1）一季度各项经济数据显示经济继续下行，规模以上工业增加值同比增长 11.6%，相比去年 12 月下滑 1.2 个百分点；固定资产投资明显下降；消费出现回落；出口虽有好转迹象，但是远不足以抵消内需下滑造成的影响

一季度，规模以上工业增加值同比增长 11.6%，其中 3 月份同比增长 11.9%，比 1-2 月加快 0.5 个百分点，虽然工业增加值有所好转，但是 3 月份是传统的生产旺季。因此，这一数据尚不能支撑经济企稳的判断。目前，我国经济仍处于“寻底”阶段，继续下探的可能性较大。

从三驾马车情况来看，固定资产投资、消费和出口均显现出“马力不足”。

固定资产投资：1-3 月，固定资产投资同比增长 20.9%，增速较 1-2 月继续回落 0.6 个百分点，较去年全年回落 2.7 个百分点。

消费：1-3 月社会消费品零售总额同比名义增长 14.8%，增速比去年全年回落 2.3 个百分点。其中，3 月份，社会消费品零售总额名义增长 15.2%，较前两月小幅回升 0.5 个百分点。消费回升的主要是居家类商品上升，而高档商品的消费依然下滑。

出口：1-3 月，出口同比增长 7.6%。3 月，我国出口同比增长 8.9%，出口有所恢复；3 月份出口出现小幅回升的主要原因一是对美国出口增长，二是巴西、俄罗斯和南非等新兴市场国家出口增加。但是由于美国经济复苏缓慢，加之欧洲经济还未回暖，出口短期内难以出现明显改善。

（2）2012 年政府对 GDP 预期增长设定为 7.5%，这是近 8 年来首次将 GDP 预期增长调到 8% 以下，同时，设定 2012 年出口增长 10% 左右，广义货币预期增长 14%。GDP 增长主动下调，说明政府对经济下滑的容忍度增加，今后靠大规模投资刺激经济增长的可能性不大，同时今年货币转向宽松的可行性极小

国务院总理温家宝 3 月 5 日在十一届全国人大五次会议作政府工作报告时提出，2012 年国内生产总值（GDP）预期增长 7.5%，这是我国 GDP 预期增长目标 8 年来首次低于 8%。增长目标的主动下调首先是考虑到经济结构调整的必要性，经济增长必须从注重数量增长转变到注重质量增长；其次，预期增长目标调整表明中国经济面临内需、外需“双重疲软”的两难境地，加之前两年大量固定资产投资的不可持续性，经济发展面临巨大压力。

同时，报告明确 2012 年广义货币预增 14%，这意味着今年货币政策不会太过宽松，政策调整空间十分有限。

（三）消费环境

目前，对汽车消费环境而言，既具备有利条件，又面临不利因素。有利条件主要是经济经过多年的快速发展，积累了刚性需求。不利的因素是由于汽车保有量的急剧增加所带来的交通堵塞、能源压力和环境压力，将会促使汽车消费回归理性。

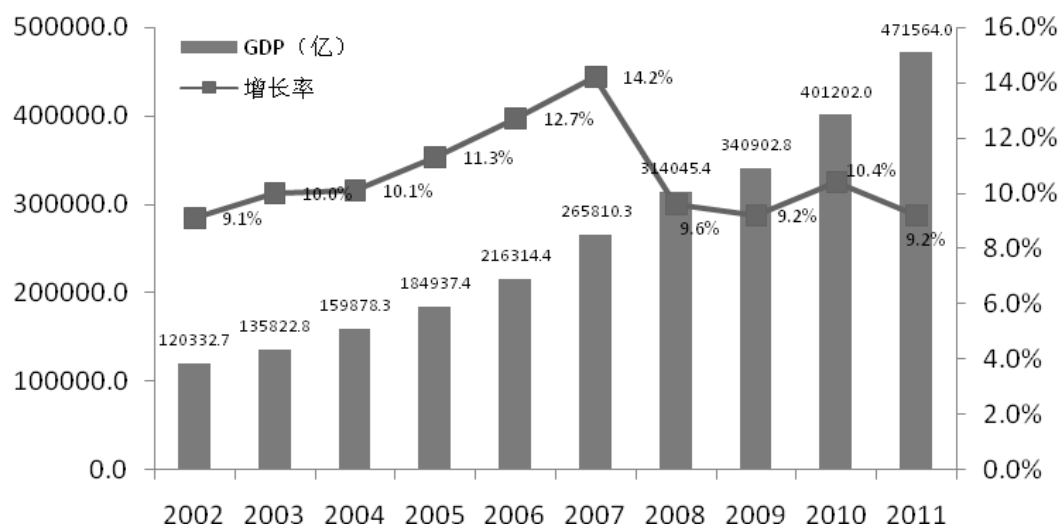
1、刚性需求积累：经过多年持续快速发展，积累了大量的社会财富，培育了大规模的购车人群。刚性需求让汽车消费长期看好

进入新世纪以来中国经济一直保持高速增长，社会财富快速增长，居民收入稳步提高，居民消费逐步升级，市场积累了大规模的刚性需求，2011年，中国人均GDP达到4382美元，步入了中等偏上国家水平；同时随着城镇化的深入，汽车消费刚性需求仍将持续。

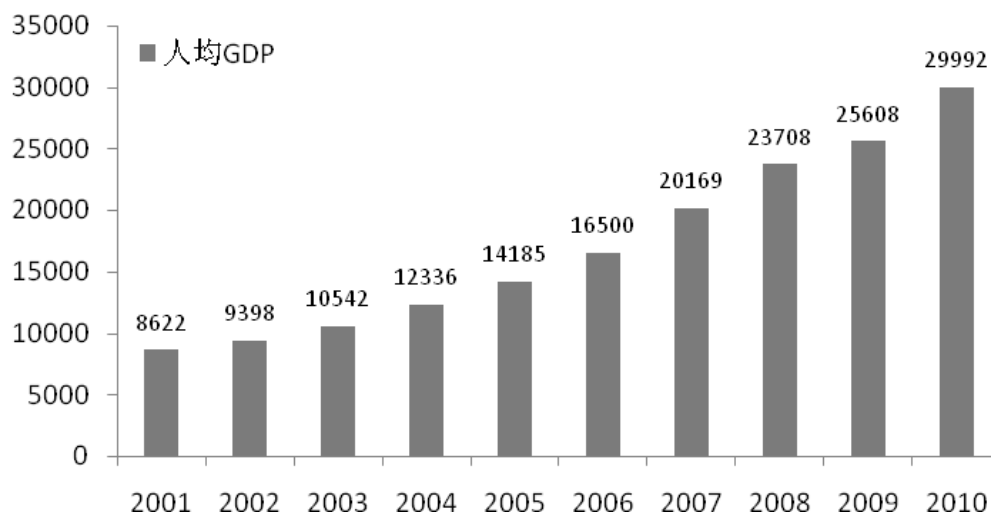
（1）GDP连续多年快速增长，积累了雄厚的社会财富，人均GDP突破4000美元，步入中等偏上的发展阶段

进入2000年以来，中国经济发展一直保持快速发展，至2011年，全国GDP总量突破47万亿元，人均GDP突破4500美元，按照世界银行的标准（中等偏上组：4000-10000美元），中国人均收入步入中等偏上国家水平，消费进入结构升级阶段。

图表2 近10年GDP增长情况



图表3 近10年人均GDP增长情况



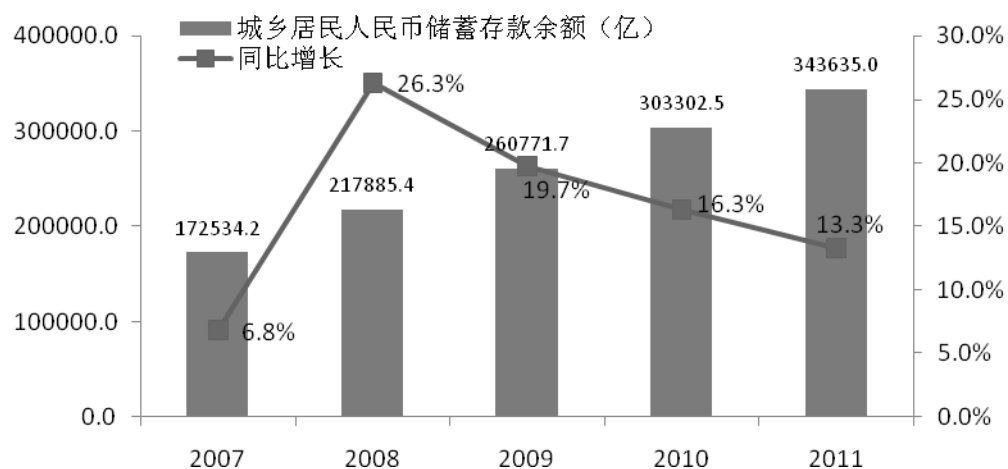
（2）城镇化、工业化不断深入，居民消费结构升级，汽车等耐用消费品进入普通家庭

2011 年，中国城镇化率达到 51%，且逐年在增长。城镇化带动整个产业结构调整，拉动经济发展。有研究表明，城镇化率每提高 1 个百分点，拉动经济增长 1.2 个百分点。

（3）城乡居民存款余额巨大，存款增长速度放慢，居民用于投资和消费的比重增加

截止到 2011 年底，城乡居民个人储蓄存款余额为 343635 亿元，同比增长 13.3%，同比增速连续三年下降，这说明居民随着财富增加到一定程度，对投资和消费的需求在增加，用于储蓄的比例在下降。

图表 4 近 5 年城乡居民人民币储蓄存款情况



(4) 随着经济发展持续，汽车消费结构深化，区域向三、四级城市延伸，消费群体向年轻化发展，发达地区换购和增购趋势明显

汽车市场经过多年的发展，消费结构发生显著变化。具体表现在以下三方面：

一是区域发展呈现差异化发展趋势。多层级消费格局并存，为汽车产业的长期持续发展奠定了基础。有研究表明，一线城市汽车消费领先三、四线城市 5 到 10 年。各类汽车市场发展形态并存，为我国汽车市场的持续增长提供了足够的发展空间。

二是汽车消费呈现多元化发展趋势。至少在 5 年以内，汽车消费仍然以首购为主，但增购换购的群体将不断增加，汽车结构升级将不断增强。发达地区消费结构升级趋势将更加明显，增购小型车和中型车将有所增加，在换购行为中，中高级车的比例将有所上升。

三是消费群体呈现年轻化的发展趋势。随着“80 后”、“90 后”新兴消费群体的崛起，汽车消费年轻化、个性化的趋势将更加明显，年轻人注重个性、品牌，在这点上，合资品牌和进口品牌对年轻消费者吸引较大。

2、发展约束：汽车产业的快速发展，给社会环境造成很大的压力，继续发展面临政策、环境和资源的多重约束

虽然经济的持续发展给汽车市场带来了刚性需求，但是汽车产业的快速发展，也给社会环境带来诸多压力，其发展受到政策面、环境面以及资源方面的约束。

(1) 政策约束：政策环境发生改变，对车市影响显著。2011 年以来，国家为应对世界金融危机出台的一系列刺激汽车消费的临时政策相继取消，车补范围缩小，北京更是出台了严格的限购政策。

(2) 资源约束：资源与环境约束将成为影响汽车产业发展的重要因素。2012 年，节能型汽车和新能源汽车将有较大发展空间。2011 年末全国民用汽车保有量达到 10578 万辆（包括三轮汽车和低速货车 1228 万辆），比 2010 年末增长 16.4%，其中私人汽车保有量 7872 万辆，增长 20.4%；民用轿车保有量 4962 万辆，增长 23.2%，其中私人轿车 4322 万辆，增长 25.5%。有关数据显示，汽车燃油消耗量占汽油生产量的 80%以上，占柴油生产量的 20%以上。而 2011 年中国石油对外依存度已经达到 56%，汽车产业的快速发展给能源带来极大的压力，汽车产业的长期发展受到资源约束。

(3) 宏观经济下滑约束：国外经济复苏缓慢，欧盟还处于下滑态势；国内经济延续下滑，各项经济指标不同程度的下降，将会影响短期需求。

二、2012 年第一季度中国进口汽车市场情况

（一）第一季度国产汽车市场情况

根据中国汽车工业协会数据，2012 年 1-3 月，汽车产销 478.43 万辆和 479.27 万辆，同比下降 1.83% 和 3.40%。

分车型来看，1-3 月，狭义乘用车整体销售 312.65 万辆，同比增长 0.41%，其中 SUV 仍然同比增长 18.1%；微型面包车一季度销售 64.73 万辆，同比下降 8.53%，商用车销售 101.90 万辆，同比下降 10.60%。

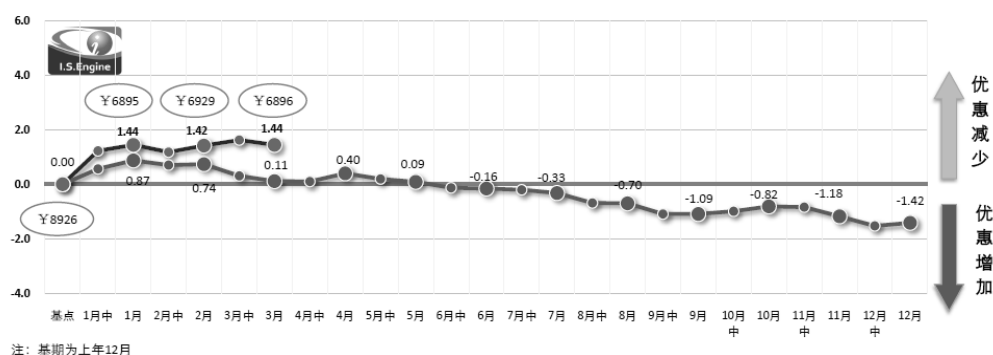
图表 5 2012 年一季度中国汽车市场产销情况

单位:万辆

	3月			1-3月		
	Y2012	Y2011	同比	Y2012	Y2011	同比
汽车销量总计	183.86	182.00	1.02%	479.27	496.13	-3.40%
乘用车 (轿车+SUV+MPV)	115.69	109.34	5.81%	312.65	311.38	0.41%
轿车	93.55	91.53	2.21%	256.12	261.80	-2.17%
SUV	17.62	13.31	32.38%	44.16	37.41	18.05%
MPV	4.52	4.50	0.42%	12.37	12.17	1.62%
微面	24.30	24.57	-1.11%	64.73	70.76	-8.53%
商用车小计	43.86	48.09	-8.80%	101.90	113.98	-10.60%

2012 年一季度狭义乘用车终端市场价格趋势符合第一季度终端优惠处于较低态势的规律，终端市场成交价格处于平稳状态。

图表6 2012年一季度狭义乘用车市场优惠指数

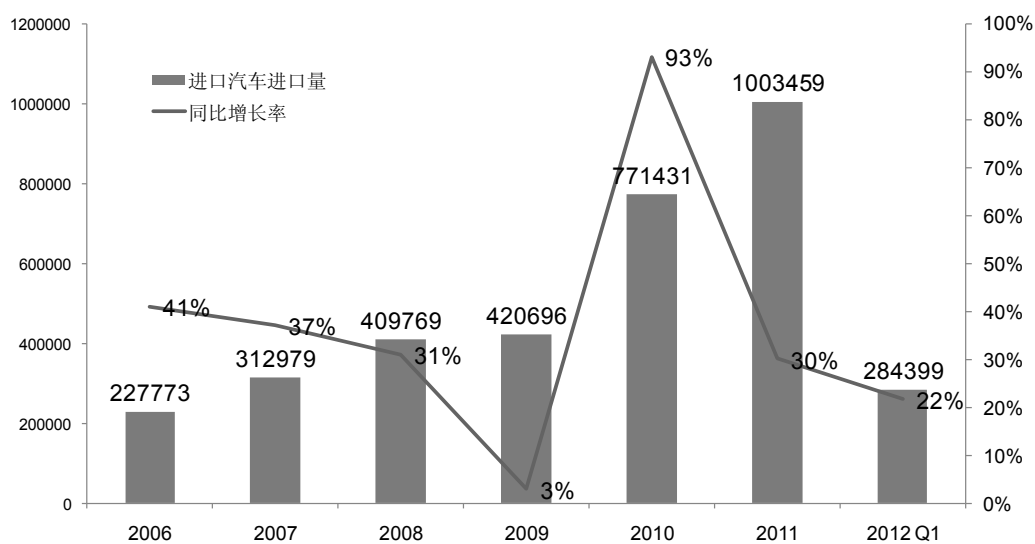


（二）中国进口汽车市场发展特点及分析

1、总量：在宏观经济下滑及货币整体调整的情况下，加之消费刺激政策退出，自2011年以来，海关进口量增幅步入下行通道。2012年一季度，海关进口量28.4万辆，同比增长22%，增速继续回落

自2009年以来，汽车消费市场结构升级逐年加速，进口车销售明显好于国产车。但是随着前两年高增长后的基数增加，加之宏观经济下滑等多重因素叠加，进口量增速步入下行通道。2012年一季度，中国进口汽车累计进口28.4万辆，同比增长22%。

图表 7 2006 年-2012 年 1-3 月中国进口汽车进口量

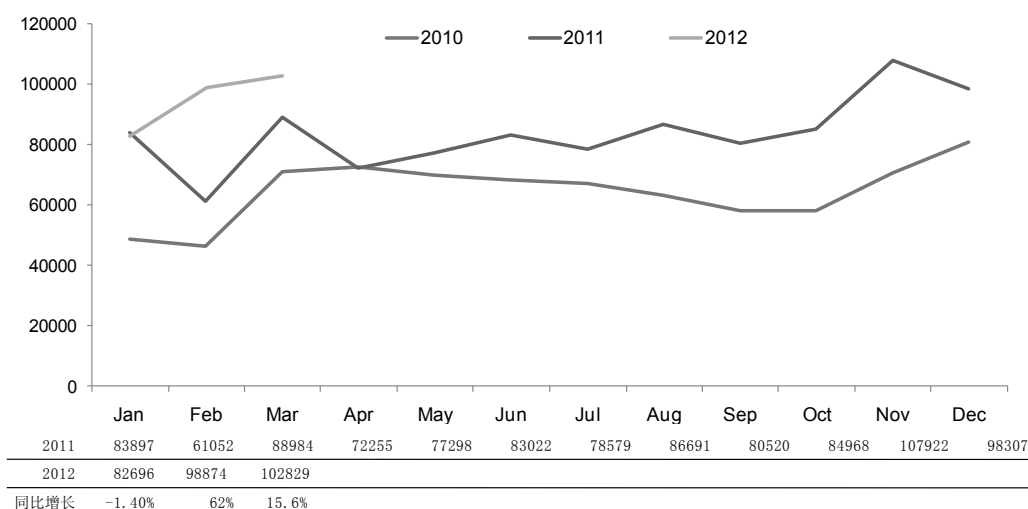


数据来源：中国进口汽车市场数据库

*本年度报告中关于进口汽车相关数据均来源于中国进口汽车市场数据库，不再赘述。

从月度走势看，由于 2012 年 1 月份春节因素，进口量下降，2、3 月份恢复正常进口。

图表 8 2010-2012 海关进口量月度走势

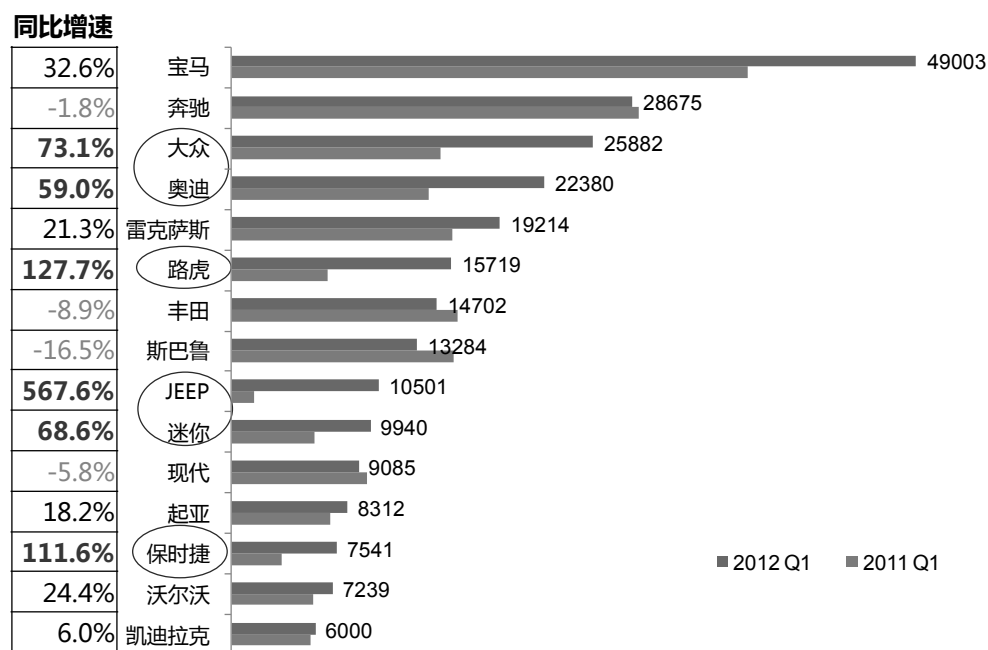


2、品牌：豪华品牌增长依然高于其他品牌；欧系品牌市场份额近四年稳步提高，日系品牌则持续下滑；进口前三名品牌分别是宝马、奔驰、大众。其中，大众第一次进入前三甲，主要原因是进口大众对中国市场的战略定位提升，新车型引进力度较大。另外，前两名的宝马和奔驰之间的进口差距加大

从一季度累计进口量来看，宝马、奔驰、大众、奥迪和雷克萨斯排名前五位。其中，由于大众在中国市场目标制定比较高，产品供给充足，新车型引进力度大。一季度大众品牌在新车型夏朗、高尔夫、MAGOTAN 的拉动下，以及在辉腾和尚酷增长均超过 90%的强劲增长带动下，进口量首次冲进前三甲；奔驰是前 5 名品牌中唯一负增长的，主要原因是奔驰 GLK 以及 E300 国产，加之其 M 级、GL 级以及 G 级等 3 款 SUV 车型都将在年内升级换代，致使一季度进口量大幅下降。但随着其几款经典 SUV 升级换代车型的上市，其进口量将会回升。

JEEP 成为一季度进口车品牌中最值得关注的“黑马”。一季度其累计进口 10501 辆，同比增长高达 567%。这一进口量使 JEEP 首次挤进前十位，位列进口榜第九。导致其高增长的原因，一是指南者新增一款 2.0L 车型，带动了其增长；同时，克莱斯勒加大二、三线城市网络的布局，促使市场销量上升。

图表 9 2012 年 1-3 月累计进口车前 15 大品牌情况

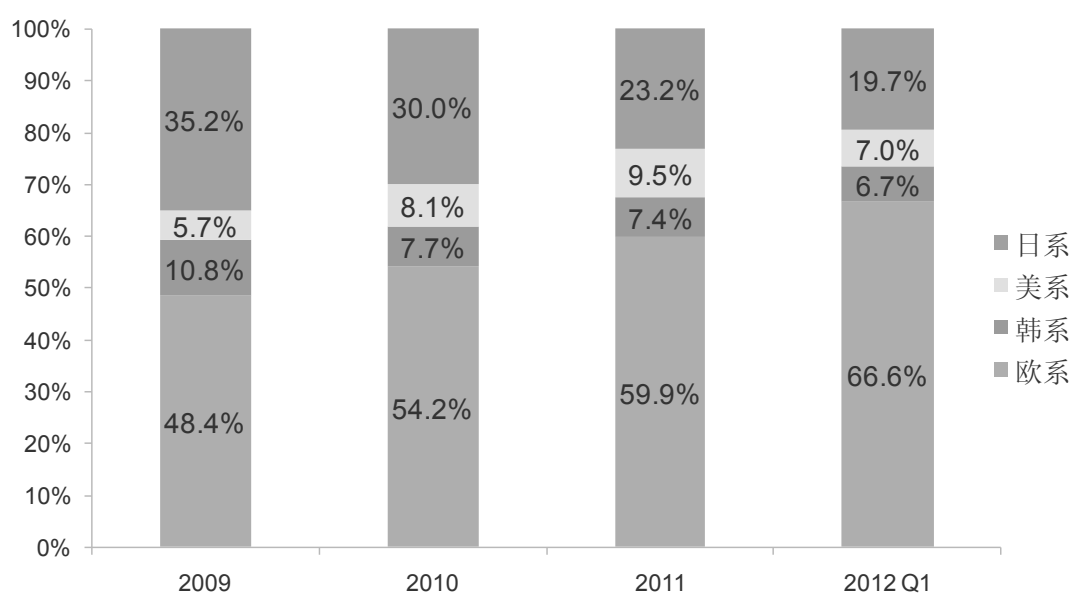


在进口量前 15 位品牌中，有 6 个品牌同比增速超过 50%，分别为大众、路虎、JEEP、迷你、奥迪和保时捷，其中 4 个为豪华汽车品牌。

进口量前 15 位品牌占有所有进口汽车市场份额的 88.9%，市场集中度相比去年同期的 82.8% 有所上升。

从品牌来源来看,近4年欧系品牌的市场份额稳步提升,从2009年的48.4%到目前的超过66.6%。欧系车之所以能取得这么好的市场业绩,主要原因一是欧系车大多都是强势豪华品牌,进入中国早,品牌赢得了中国消费者青睐;二是缘于欧洲汽车厂商注重技术开发,特别是小排量发动机和变速箱技术领先,比如涡轮增压、双离合变速箱等,与中国汽车消费政策相吻合。相比欧系车强势增长,日系车的市场份额在近4年持续下滑。今年一季度,日系车市场份额竟跌破20%。美系车在中国商务部实行双反政策后,市场份额也有所下降。

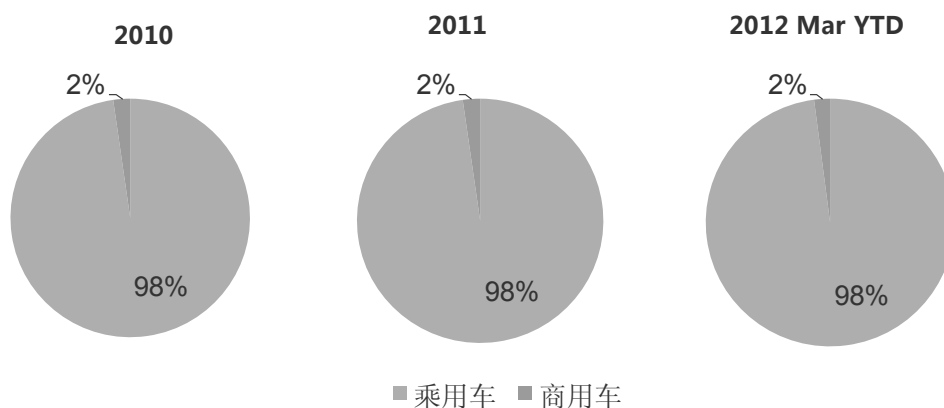
图表 10 2009-2012 年分来源国海关进口市场份额情况



3、车型：乘用车是进口汽车市场的绝对主力，其市场份额一直稳定在 98%；今年以来 SUV 高增长势头明显减弱，CAR 则增长抢眼，大幅增长 43.4%

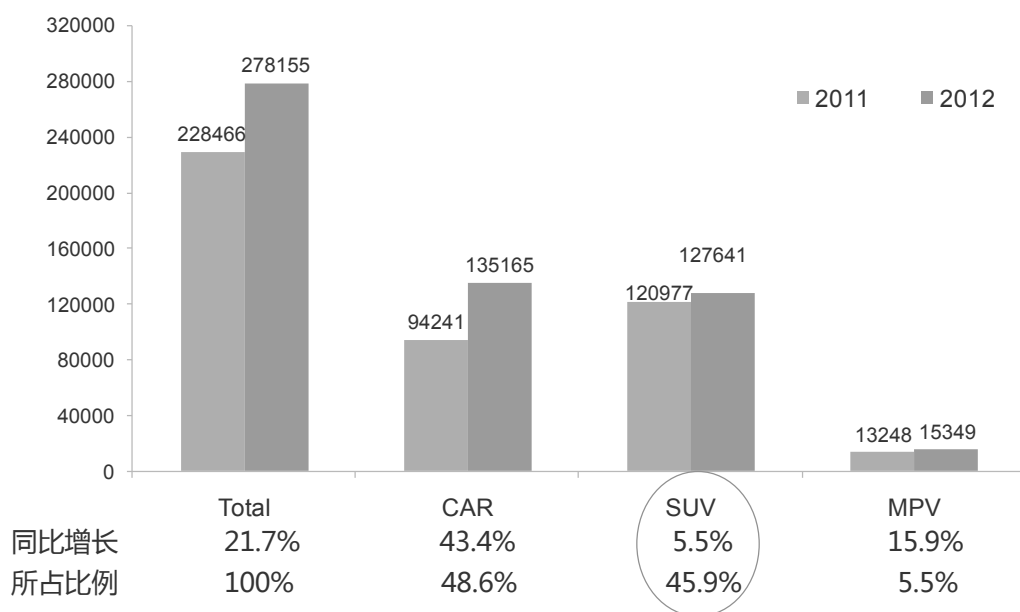
乘用车作为海关进口汽车的主力，占总进口量的比例一直稳定在 98%。

图表 11 2010-2012 年累计海关进口总量乘用车与商用车对比



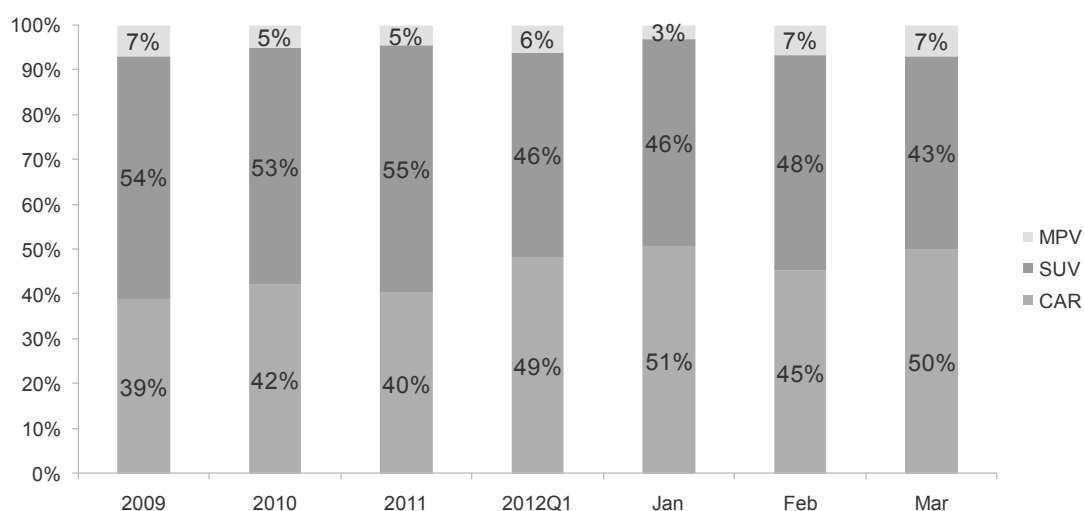
2012 年一季度，乘用车累计进口 278155 辆，同比增长 21.7%；其中 CAR 进口 135165 辆，同比增长 43.4%，SUV 和 MPV 的增速相对较低，分别为 5.5%和 15.9%。

图表 12 2012 年一季度乘用车累计进口量（分车型）



从分车型的海关进口量来看，SUV 进口量占比有所下滑，CAR 和 MPV 有不同程度的提升，SUV 连续三月市场份额跌破 50%，CAR 市场份额连续三月均高于过去三年市场份额。

图表 13 2009-2012 年分车型市场份额情况



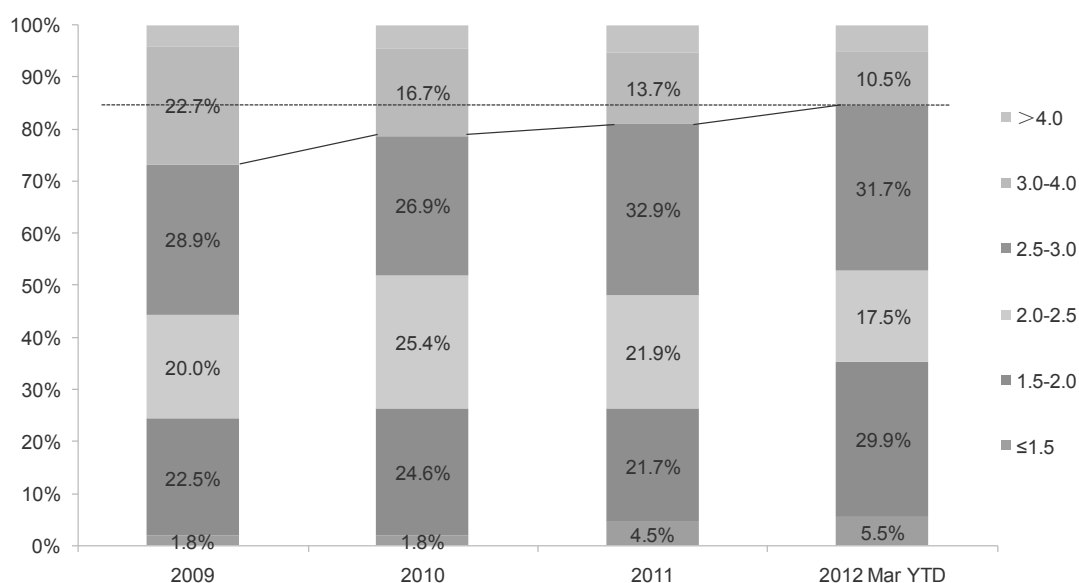
4、排量：由于受到资源的约束，国家汽车消费政策倾斜鼓励小排量车型，一季度，3.0L 以下车型市场份额自消费税调整以来继续稳步提高至八成以上，其中 2.5-3.0L 排量区间市场份额最大，1.5-2.0L 排量区间车型份额增长最快

2012 年一季度，3.0L 以下排量车型占到整个进口汽车市场份额的 84.6%，超过进口总量的八成水平，3.0L 以下车型在政策调控引导下已经成为市场主力车型。其中，1.5-2.0L 及 1.5L 以下两个排量区间车型增长明显；2.5-3.0L 排量区间累计进口量 72442 辆，市场份额最大，占 31.7%。

一季度，1.5-2.0L 排量区间车型进口量大幅增长的原因主要是新车型拉动，其中包括 BMW1 (1.6L)、BMW Z4 (2.0L)、GOLF R (2.0L)、MAGOTAN (2.0L)、SHARAN (2.0L)、雷克萨斯 CT (1.8L)、路虎极光 (2.0L) 等 18 款新车型，累计进口 31412 辆，超过 1.5-2.0L 新增量的 90%，占整个进口车新增量的 63%。

受节能减排的压力，2008 年 9 月 1 日国家对汽车消费税税率进行调整，其中调低了 1.0L 以下车型的税率，大幅调高了 3.0-4.0L 和 4.0L 以上车型的税率，从政策上鼓励小排量车型消费，抑制大排量车型消费。

图表 14 2012 年 1-3 月各排量区间累计进口量及所占份额

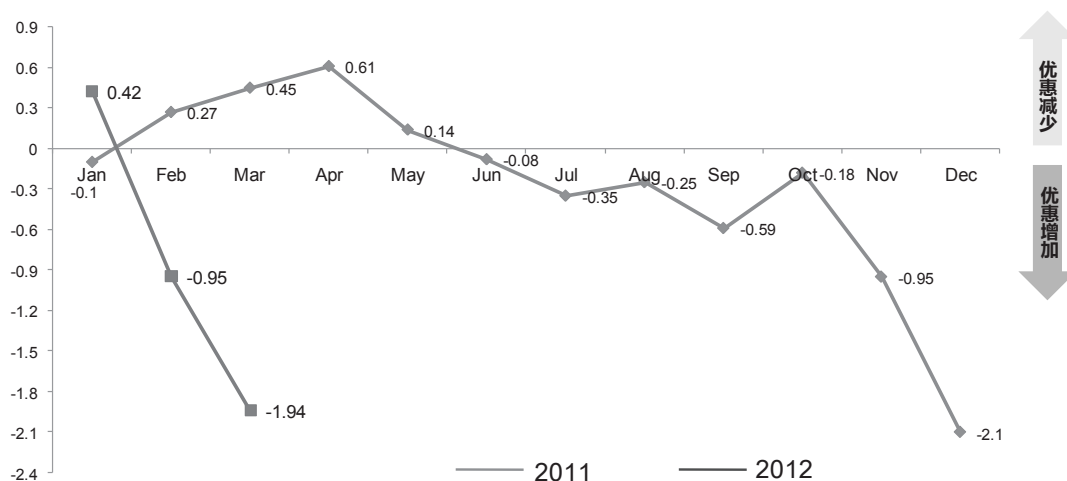


5、价格：自 2011 年 11 月份以来，进口车在库存压力下，市场优惠幅度逐月加大，优惠品牌和车型全面增加，反映出市场供大于求的矛盾突出

2011 年，海关进口量和上牌量之间有 14.8 万辆的差额，2012 年一季度，乘用车累计进口 284399 辆，同比增长 22%，进口车如此高增速的供给在中国经济下滑态势下，累积了较高的库存，终端销售压力突出，价格优惠幅度持续加大。

从中国进口车近两年的终端优惠指数走势图来看，自 2011 年 5 月以来，进口车整体终端市场呈现优惠销售状态。随着经济的持续下滑，进口车终端销售市场压力持续加大，到去年 11 月份，进口车终端优惠幅度迅速加大，优惠品牌、车型增多。截止到今年 3 月份，进口车终端平均优惠 3.8 万元，其中，CAR、SUV 和 MPV 分别平均优惠 8.5 万元、1.2 万元和 4.3 万元，优惠品牌和车型占进口车市场总体的 75%以上。

图表 15 中国进口汽车终端优惠



6、库存：进口车市场需求被乐观放大，供给在高预期的销售目标下持续增长，导致终端库存压力突出，经销商盈利能力下降

2011 年，进口汽车市场库存深度达到 1.8。2012 年一季度，在既有库存压力较大的情况下，海关乘用车进口同比增长 22%，在终端市场销售出现下滑

的情况下进一步加剧了库存压力，供需矛盾突出，降价销售成为众多进口车企的选择。

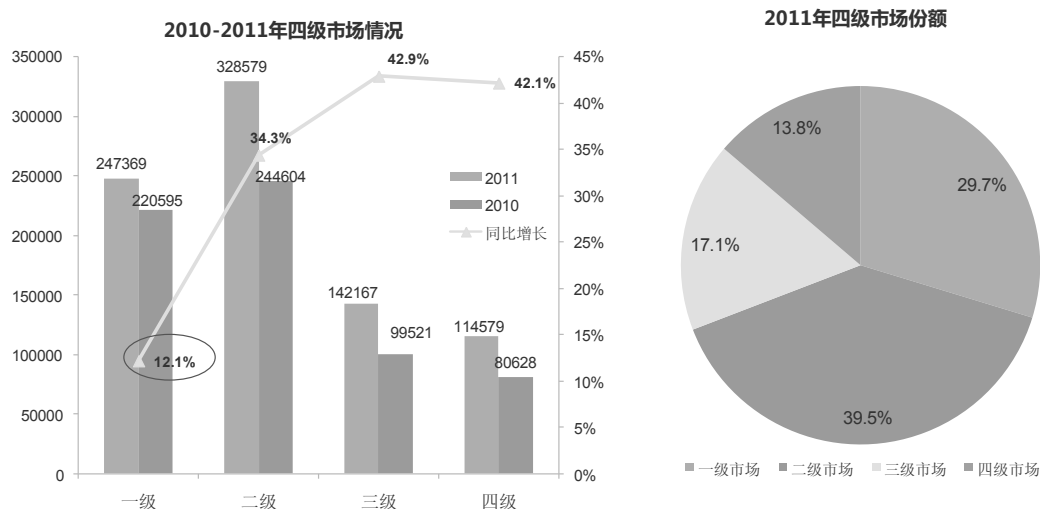
2 月份，豪华品牌奔驰 S 级率先大幅度全国范围的降价，开启进口车大幅度降价销售的先例，随后其他豪华品牌和非豪华品牌也跟进，就连去年一直加价销售的路虎品牌在严峻的销售形势下变为优惠销售。

7、区域：自 2009 年以来，二、三线市场迅速崛起，成为拉动进口车增长的主力区域；2011 年，基础品牌在一级市场已出现负增长；渠道下沉已经成为拉动销量增长的主要动力

2011 年，各级市场销量情况依然延续了前两年的走势，一级市场增速低于二、三及四级市场增速，其中占市场 56.6% 市场份额的二、三级市场销量增速远高于进口车整体增速，成为拉动进口车增长的主要区域。

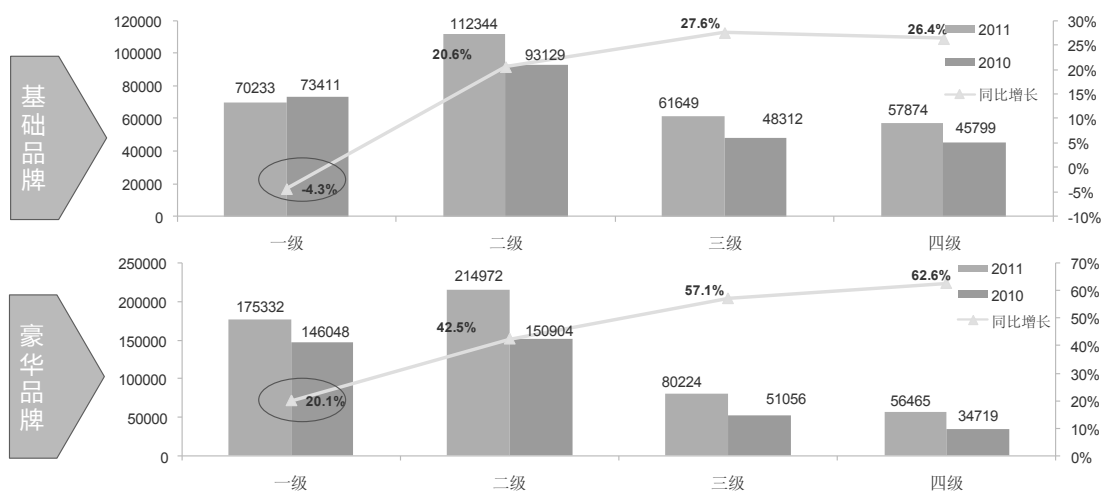
进口车增长区域从一级市场向二、三级市场转移，主要原因一是一级市场启动比较早，销售由高增长向稳定增长转化；二是受经济下滑影响，导致增购或者换购的消费者延迟或取消购车计划。上述两方面因素共同导致一级市场增速下滑。同时二、三线市场由于启动较晚，刚性需求较足，因此增长较快。

图表 16 2009-2011 年分级别市场销售情况



基础品牌在一级市场已呈现负增长态势，豪华品牌在一级市场增长也低于整体增长，渠道下沉已经成为汽车厂商寻求持续增长的重要市场策略。

图表 17 2010-2011 年分品牌、分区域销售情况



8、经销商：进口车经销商网络拓展迅速，覆盖二、三线城市，导致市场竞争加剧，经销商新车销售盈利能力受大较大影响

2011 年国产汽车增速大幅放缓，而进口汽车市场仍维持 30%以上的增长，使得跨国汽车公司对中国市场增长预期过高，从而纷纷拓展网络，如进口大众在华南市场引入更多的经销商，在更多的一、二线城市，甚至三、四线城市扩张渠道。目前大众进口汽车的经销商数量已增加至近 70 家，另外 30 余家授权经销商也正在积极建设中。捷豹路虎在 2011 年大幅度扩展网络，一批新授权的 4S 店尚处店面基础建设中。

2012 年一季度终端市场价格优惠大幅度增加，一方面是跨国汽车公司增加产品供给，增大经销商库存，另一方面是现有经销商评估到未来会有更多的经销商加入竞争，从而提前促销，减少库存，降低经营风险。进口汽车终端市场竞争压力加大，优惠幅度不断提高，经销商的盈利能力将大幅度降低，对于新建的网络压力更大，面临资金和市场的双重压力，对于终端价格的稳定性相当不利。

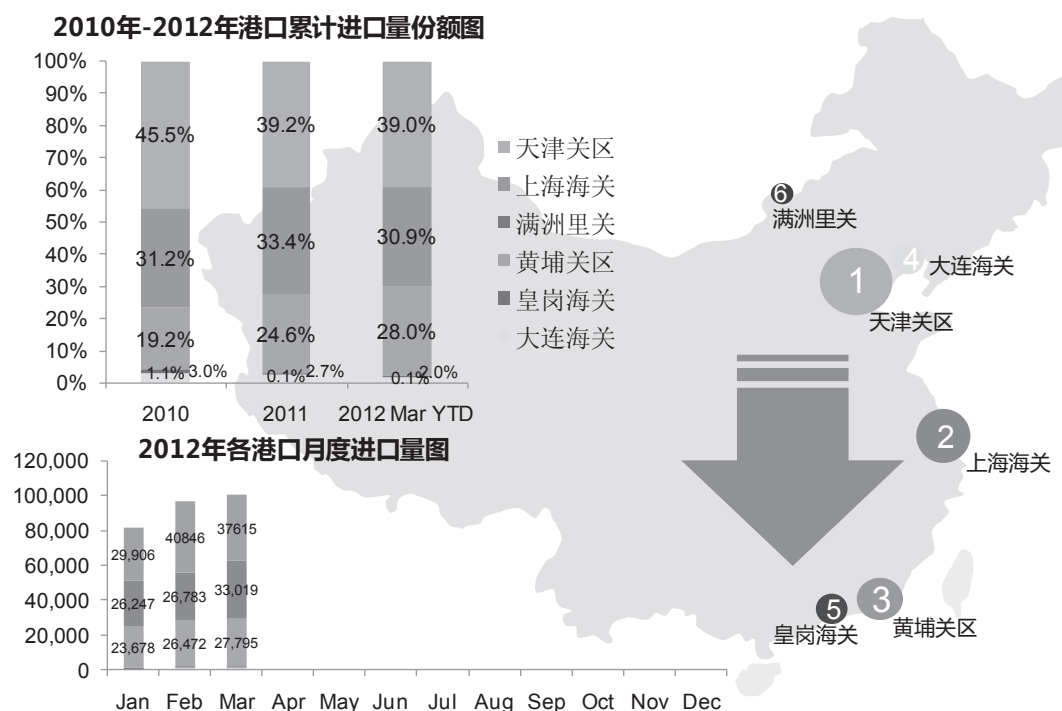
9、港口：进口量提升带来汽车流量、流向变化，天津港进口份额相对稳定，上海、广州港份额提升

目前进口汽车市场规模已达 100 万辆，10 余个品牌销售量超过 5 万辆。伴随着数量的增长，以前只靠一个港口来进口汽车已经不能满足全国销售网络的需求。为进一步降低运输成本、缩短物流时间，跨国汽车公司不断开拓新港进口车业务，第一大进口车港口——天津港地位有所减弱。2010 年天津港进口量

为 346061 辆，份额从 2009 年的 49% 下降至 45%；2011 年，天津港累计海关进口量为 389559 辆，份额继续下滑到 39%。

近两年，华中、华南沿海地区进口汽车需求快速增长，带动上海港和广州港业务规模迅速扩大。2012 年一季度，上海港和广州港市场份额分别达到 30.9% 和 28%。

图表 18 2010-2012 年各港口进口量状况



另外，随着西部市场的快速增长，广西钦州保税港区已成为继天津、大连、上海、广州黄埔、深圳皇岗后，西部沿海唯一的整车进口口岸。目前，这一口岸设施预验收已顺利通过，11 月 1 日将开展整车进口业务。

三、2012 年二季度及全年中国进口汽车市场展望

（一）2012 年市场环境展望

1、宏观经济面：一季度经济延续下滑趋势，在国际国内各种不确定因素影响下，经济仍处于“寻底”过程中

2012 年一季度中国经济面临多重困难，一方面外部经济复苏乏力，美国经济复苏缓慢，欧盟经济处于下滑通道；另一方面中国经济三驾马车均出现不同程度下滑，内外需同时疲软，投资增速下降。

3 月份各项经济数据也显示出经济持续下滑趋势。3 月份 CPI 同比上涨 3.6%，呈现反季节上升，通货膨胀压力犹存。PPI 出现 28 个月以来的首次下跌，跌幅达 0.3%，表明经济景气程度比较低。3 月份进出口总值为 3259.7 亿美元，增长 7.1%；其中，当月贸易顺差 53.5 亿美元。虽然出口有缓慢复苏的迹象，但是复苏的压力很大。

2012 年政府对 GDP 预期增长设定为 7.5%，这是近 8 年来首次将 GDP 预期增长调至 8%以下，主动下调 GDP，说明政府对经济下滑的容忍度增加，今后靠大规模投资刺激经济增长的可能性不大。同时，政府设定广义货币预期增长 14%，说明今年货币政策转向宽松的可行性极小。

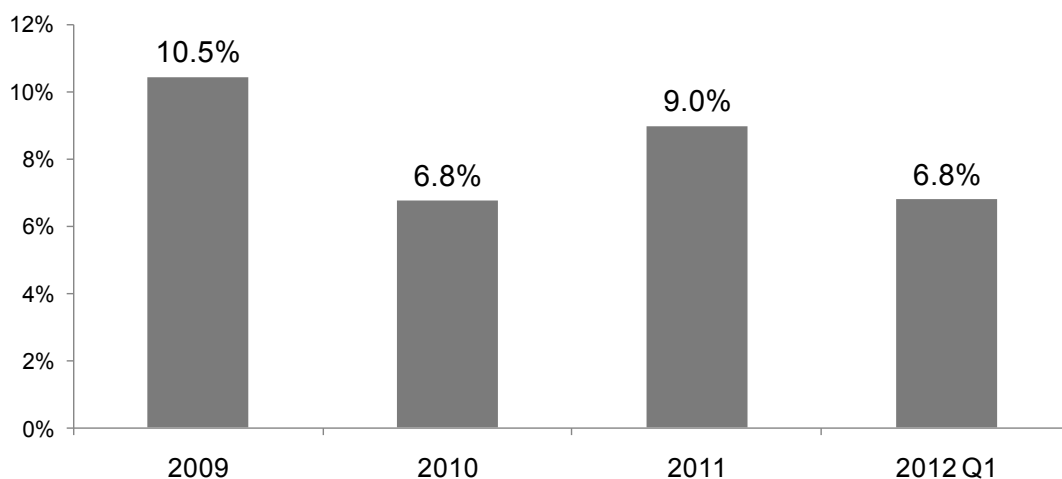
综合分析，2012 年经济发展面临的国际国内诸多不确定因素依然很多，外围经济下行风险加大，经济进入结构调整的转型期。目前，宏观经济仍处于寻底过程中。

2、行业政策面：“双反”政策经历4个月的市场反应，该政策影响力度和范围有限；节能减排压力增加，《乘用车企业平均燃料消耗量核算办法》发布，大排量产品面临进一步的严峻考验

商务部公告2011年第20号双反文件规定自2011年12月15日起，进口经营者在进口原产于美国的排气量在2.5L以上的进口小轿车和越野车时，应向中华人民共和国海关缴纳相应的反倾销税和反补贴税。实施期限从2011年12月15日起到2013年12月14日止。

2012年一季度政策调整初见其效，原产于美国的2.5L以上的轿车和越野车占整个进口乘用车的比重有较大的下滑，由2011年的9%下滑到6.8%。从实际进口数量来看，2012年一季度累计进口原产于美国的2.5L以上的轿车和越野车达2.25万辆，同比仅增长2.7%，相比整体进口车市场超过22%的增速，增速有较大回落。

图表 19 原产于美国 2.5L 以上 SUV 和 CAR 占整体进口乘用车的比重

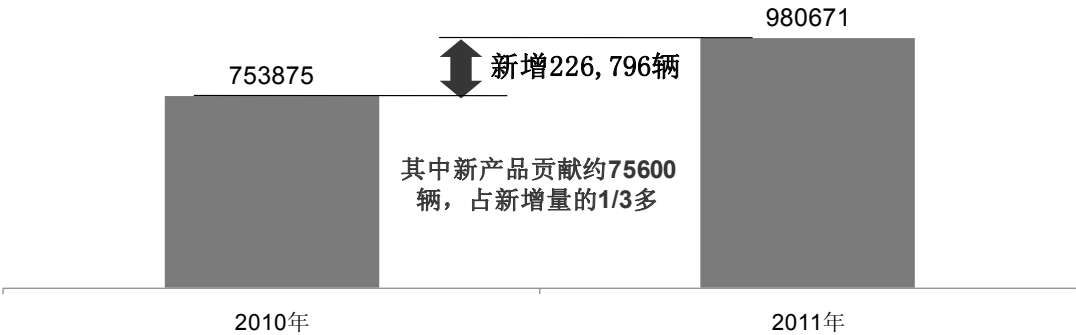


但是从同比增速大幅度回落显示出对整个进口车市场有一定的影响，但是考虑到所占份额不到 7%，影响的范围有限。同时，从原产于美国的 2.5L 以上的轿车和越野车主力车型来看，回落不是很明显。只有奔驰 ML 由于换代原因，导致进口量大幅度减少，随着一季度 ML 的上市，预计二季度进口量将有所恢复。

3、新产品供给：进口新产品的不断引入和产品结构的调整，将助推中国进口汽车市场的增长

根据中国进口汽车市场数据库统计显示， 2011 年新产品供给拉动 1/3 的销量增量。这一“新产品效应”也将进一步助推 2012 年中国进口汽车市场的持续、稳定发展。

图表 20 2011 年新产品增量贡献图



据不完全统计，2012 年一季度进口车市场上市的新车型主要有 10 款，其中全新产品 6 款，分别为全新西亚特 Leon、全新菲亚特 500C、全新 MINI Coupe、全新斯巴鲁 XV、全新菲亚特菲跃、全新 JEEP 大切诺基 SRT；换代产品有 4 款，换代奔驰 ML、换代雷克萨斯 GS、换代大众夏朗、换代日产贵士；此外 2011 年

底上市的产品，如换代宝马 1 系、全新日产途乐、雪佛兰沃蓝达、换代保时捷 911、全新宝马 5 系旅行版也进入销售状态。

即将于 4 月 23 日举行的第十二届北京国际车展中，预计将有 120 款全球首发新车亮相，成为历届北京车展全球首发新车数量之最。

预计 2012 年未来三个季度还将有 21 款新车、10 款换代车，2 款增添版本上市。在 21 款全新上市的产品中，15 款 CAR，5 款 SUV，1 款 MPV。

图表 21 2012 年即将上市的进口车新产品：

品牌/车型	上市时间	所属细分市场	换代/新品
沃尔沃/V60	4 月	中型豪华 Wagon	新车上市
克莱斯勒/300C	4 月	中大型 Car	换代
雪铁龙/ DS4	4 月	紧凑型 Car	新车上市
雪铁龙/ DS5	4 月	中型 Car	新车上市
本田/CR-Z	4 月	中型混合动力 Car	新车上市
雷诺/Talisman	4 月	中型 Car	新车上市
标致/4008	4 月	紧凑型 SUV	新车上市
大众/高尔夫 6 敞篷版	5 月	紧凑型 Car	换代
英菲尼迪/M25 长轴距版	6 月	中大型 Car	增添版本
宝马/全新 6 系 4 门版	5 月	中大型豪华 Car	增添版本
凯迪拉克/XTS	6 月	大型豪华 Car	全新
大众/新甲壳虫	二季度	紧凑型 Car	换代
凯迪拉克/ATS	二季度	紧凑型豪华 Car	新车上市

品牌/车型	上市时间	所属细分市场	换代/新品
讴歌/RDX	二季度	紧凑型豪华 SUV	换代
马自达/CX-5	二季度	紧凑型 SUV	新车上市
现代/I40	二季度	中型 Car	新车上市
现代/I40 旅行版	二季度	中型 Wagon	新车上市
宝马/全新三系	8 月	中型豪华 Car	换代
大众/UP!	下半年	小型 Car	新车上市
雪铁龙/ DS3	下半年	小型 Car	新车上市
现代/全新 Santa Fe	10 月	紧凑型 SUV	换代
英菲尼迪 JX	11 月	大型豪华 SUV	新车上市
福特/全新福克斯 ST	年底	紧凑型 Car	换代
奥迪/Q3	年底	紧凑型豪华 SUV	新车上市
别克/Encore	年底	紧凑型 SUV	新车上市
奔驰/SLS AMG Roadster	年内	中型豪华 Car	新车上市
法拉利/458 Spider	年内	中型豪华 Car	新车上市
雪佛兰/奥兰多	年内	中型 MPV	新车上市
奔驰/全新 B 级	年内	小型豪华 Car	换代
三菱/欧蓝德	年内	紧凑型 SUV	换代
本田/Insight	年内	紧凑型混合动力 Car	新车上市
讴歌/ILX	年内	紧凑型豪华 Car	新车上市
雷克萨斯/全新 ES	年内	中型 Car	换代

4、市场总量：国产汽车市场预计，一季度是增速的低点，二季度将逐步恢复，全年将达到 5%-8%的增长

一季度，国产汽车产销 478.43 万辆和 479.27 万辆，同比下降 1.83%和 3.40%，其中国产狭义乘用车（轿车+SUV+MPV）累计销售 312.65 万辆，同比增长 0.41%

同时，一季度狭义乘用车终端累计销售同比增速好于批发销售量，表明车市需求仍相对旺盛。去年一季度受年底销量延迟确认和补充库存的影响，导致同比基数较高，预计一季度将是全年狭义乘用车增速的低点，二季度销售增速将明显好于一季度，有助于市场预期的逐步改善。

相关机构预计 2012 年汽车市场将恢复常态运行，接近长期潜在增长，中国汽车市场全年将保持 5-8%的增长，其中，国产乘用车增速在 10%左右。

（二）二季度及全年市场展望

1、总量预测：维持 2011 年进口汽车市场年度报告的预测，2012 年进口车需求有望冲击 100 万辆，市场结构有较大调整

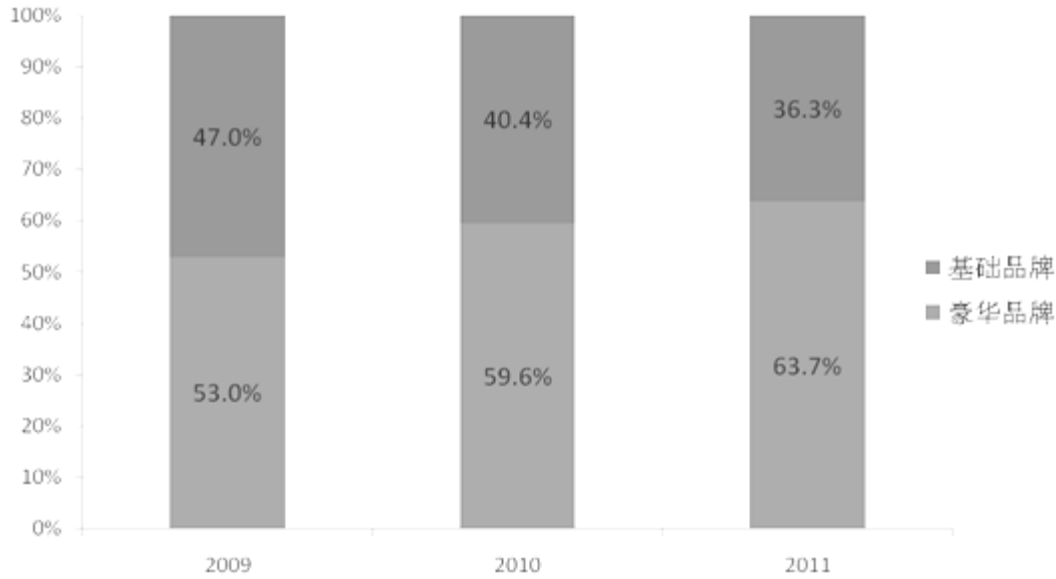
综合分析影响因素：2012 年宏观经济增速有所放缓，但与汽车行业密切相关的货币政策有望比 2011 年有所局部性放松；从行业政策方面看，双反惩罚性政策对进口车市场影响有限；有关机构预计 2012 年国产乘用车市场增长在 10%左右；从供给面看 2012 年进口汽车的市场供给也比较充分，新产品引入较多。

继续维持 2011 中国进口车年度报告中的预测结果,即结合中进汽贸开发的中国进口汽车市场日均销售量预测模型,2012 年中国进口车上牌量有望冲击 100 万辆,进入一个全新的市场局面。市场增速预计在 20%左右,处于相对正常的增长通道,但结构会有较大调整。

2、品牌结构： 豪华品牌份额不断提升，欧系品牌潜力继续放大，日系、美系品牌缩水，个性化汽车消费升级趋势明显。

从近三年市场发展来看，豪华品牌份额增长明显，也体现出汽车市场消费升级的特征。

图表 22 近三年分品牌市场份额情况



2012 年 1-3 月累计进口车前 15 位品牌中，豪华车品牌占据 9 席，其中 4 个品牌同比增速超过 50%。尽管豪华车整体增速在一季度稍有放缓，但其份额明显增长。随着消费结构升级趋势更加明显，豪华品牌在进口汽车品牌中所占份额还将持续提升。

一季度位列进口汽车销量前四位的全部是欧系品牌，即宝马、奔驰、大众、奥迪，这意味着欧系品牌阵营的市场份额进一步扩大。

近 4 年欧系品牌的市场份额稳步提升，2009 年欧系品牌市场占有率为 48.2%，目前超过 65%。其强势增长的主要原因是消费者接受度高，技术开发较为积极，特别是小排量发动机和变速箱技术领先，比如涡轮增压，双离合变速箱等，和中国汽车消费政策相吻合。2012 年欧系品牌的潜力将继续放大，独占鳌头成为定局。

对于未来进口汽车市场来说，消费者对汽车动力的需求强烈，因此对于掌握中小排量的涡轮增压核心技术的欧洲跨国汽车公司是利好，有助于进口汽车市场中欧系品牌份额的继续提升。

相比欧系品牌的稳步提升，日系品牌由于受到日本地震和泰国洪水的双重打击，市场份额一路下降，今年一季度已跌破 20%。与此同时，美系车在中国商务部实行双反政策后，市场份额也有所下降。

长期来看，日系和美系厂商，特别是美系在涡轮增压技术方面也有储备，如通用、福特，也将迎头赶上，涡轮增压有望将成为未来一段时间进口车市场发动机的主流技术。

此外，随着居民收入水平的提高，个性化汽车消费升级趋势明显。对比国内乘用车市场个性化需求由于受政策限制还处于刚刚起步的阶段，近期进口改装车数量呈快速增长态势。ABT、劳伦士、巴博斯、卡尔森、哈曼、光冈等国外顶级改装品牌已纷纷进入国内市场，进口改装车市场潜力巨大。

3、车型结构：SUV 将继续保持 50%以上的市场占有率，全年走势呈现前低后高，排量结构继续下移。进口市场中旅行版和 Cross 车型进入市场培育期

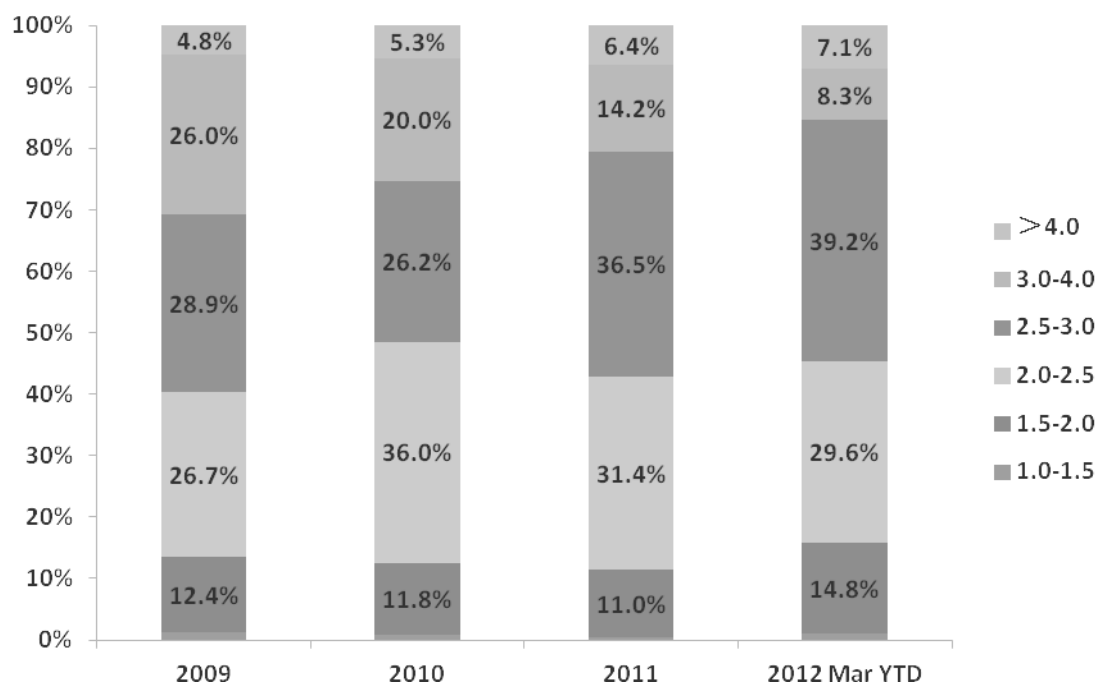
随着汽车消费市场的换购和增购需求增加，近两年 SUV 倍受偏爱，逆势而上，高端 SUV 表现尤为抢眼。

今年以来，从海关进口量分车型来看，SUV 进口量占比有所下滑，连续三个月市场份额跌破 50%，主要原因是奔驰 GLK、宝马 X1 的国产，以及奔驰 ML、G 等车型换代。

展望 2012 年全年，SUV 市场份额将呈现前低后高态势。一季度除了以上提到的两款 SUV 国产以及部分 SUV 换代出现供给不足，导致上半年 SUV 的市场份额将有所回落，随着换代结束，新产品如奥迪 Q3、马自达 CX-5、标致 4008 等车型的引进，以及宝马新 3 系国产，SUV 市场份额在下半年将有所提升。

当然，SUV 市场也面临结构调整，全新引入的 SUV 车型集中于紧凑型，排量结构也将继续下移。

图表 23 2009-2012 年进口 SUV 排量结构变化



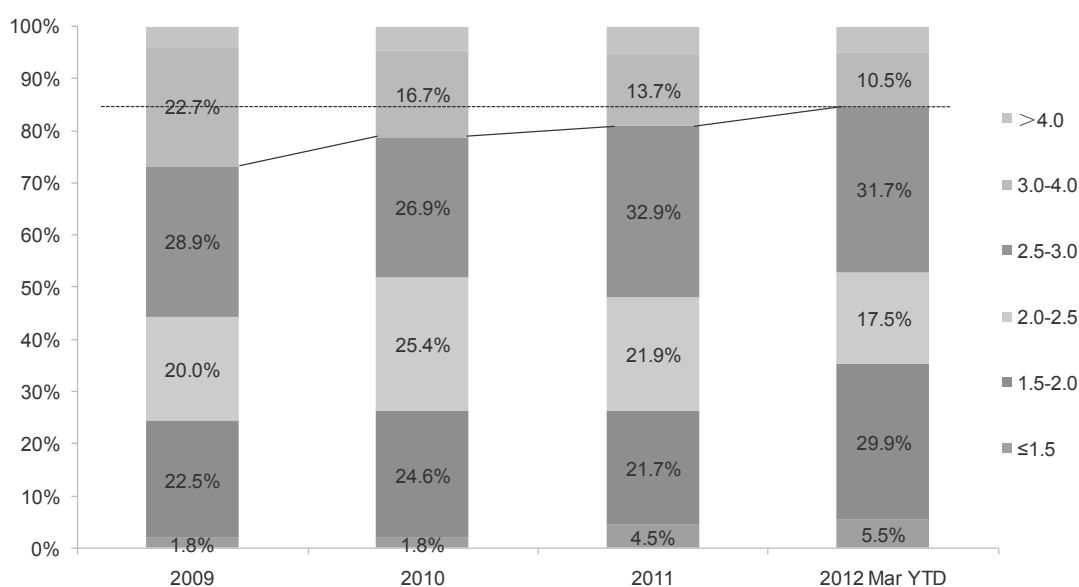
对于在欧洲市场广受偏爱的旅行版轿车，目前在中国市场供给有限，对于进口车来说只有奔驰 C 级旅行版，大众的迈腾旅行版和宝马 5 系旅行版。2012 年还将引入的沃尔沃 V60、大众高尔夫旅行版和 Cross 版、斯巴鲁 XV，将会作为旅行版和 Cross 版车型市场的先导产品，不断培育该车型细分市场的需求。

4、排量结构：1.5-2.0L 排量区间车型份额增长较快，《乘用车燃料消耗量限值》第三阶段标准对进口车燃油消耗的单独核算，将进一步加快排量下移趋势

随着能源限制和国际油价持续上涨，发展环保节能汽车成为共识。在国家消费政策对小排量汽车的倾斜鼓励之下，2012 年 1-3 月，3.0L 以下车型市场份

额自消费税调整以来继续稳步提高至八成以上，已成为市场主力车型。其中，1.5-2.0L 排量区间车型份额增长最快。预计未来这一排量区间的车型份额还将维持较快增长。

图表 24 2012 年 1-3 月各排量区间累计进口量及所占份额



《乘用车燃料消耗量限值》第三阶段将于 2012 年 7 月正式实施，明确提出进口车单独核算，因此进口汽车的油耗平均水平下降趋势明显，排量下调是必然趋势。

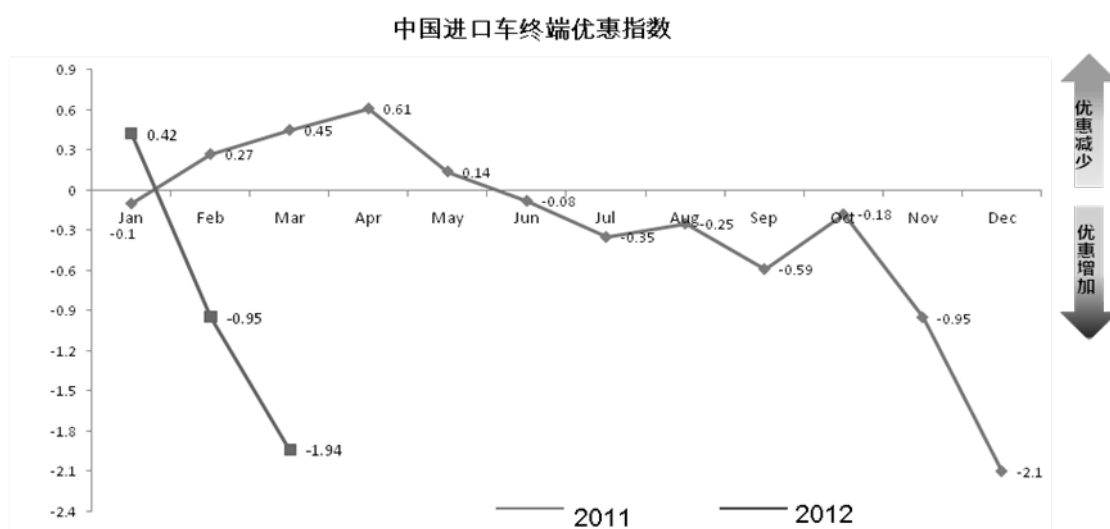
5、价格趋势：终端库存压力凸显，市场优惠幅度不断加大，豪华车价格长期来看仍有一定的下调空间

由于跨国公司对中国市场过于乐观，导致供给大幅增加。根据海关进口汽车数据显示，奔驰 S 级从 2011 年 11 月开始大量进口。其原因是为全新 S 级的

海外上市，原属欧洲的配额转到中国。为迅速消化新增库存，大幅降价促销在所难免。因此 2012 年 2 月出现了最高 38 万元的巨大降幅，从而引发豪华车市场动荡。

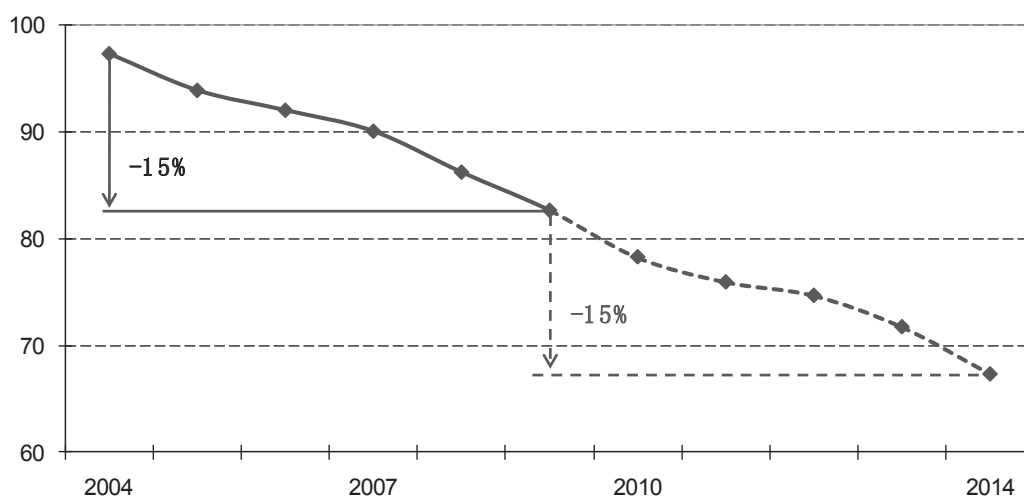
1-3 月进口车市场终端优惠指数不断增加，2 月进口车市场终端优惠加大主要是奔驰 S 的率先降价，随后多数品牌经销商有所跟进，导致 3 月份进口车市场优惠幅度进一步加大，与 2011 年相比，明显走出不同的价格优惠趋势，显示终端市场销售压力较大。

图表 25 中国进口车终端优惠指数



2012 年供需矛盾的加剧还将继续加重经销商库存资金压力，经销商新车销售利润下降。随着中国汽车市场竞争越来越充分，加之入门级产品的加大供给，豪华车价格长期来看仍有一定的下调空间。

图表 26 豪华车价格指数趋势图



数据来源：IHS Global Insight 预测

6、渠道结构：随着经济发展持续，汽车消费结构深化，市场向三、四级城市延伸、发达地区换购和增购趋势明显

渠道结构调整主要体现为地区型结构调整，区域发展呈现差异化的发展趋势，不同消费阶段并存，为汽车产业的长期持续发展奠定了基础。有研究表明，一线城市汽车消费领先三、四线城市 5~10 年，进入更新阶段，换购和增购趋势明显。但是，一线城市随着汽车保有量越来越大，政府会出台一些相关限制购车政策。

随着区域经济的发展、消费需求的增长，以及进口车销售渠道下沉，二、三级市场份额将为进口汽车市场的稳定增长注入新动力。大部分省会城市及二、三线城市增速将继续高于一线城市，并向四线城市延伸。经销商集团在三、四线市场的布局方面将发挥更大的作用。

附件

（一）研究背景

得益于中国进口汽车市场二十年的发展，中国进口汽车贸易有限公司（以下简称“中进汽贸”）随之成长壮大。在此期间，中进汽贸在此领域深耕细作，时刻关注进口汽车市场的变化和发展，形成具有行业权威的市场研究成果，包括月度、季度、年度进口汽车市场分析报告，政策研究、专题性分析等。这些研究成果既能让行业了解进口汽车市场的真实情况，也能为有进口汽车业务的企业提供制定发展战略的参考。在这些研究成果中，中进汽贸公布的季度报告和年度报告影响范围最广，特别是报告中对未来季度、年度性预测部分，已经成为行业和企业必读的重要内容。感谢进口汽车行业企业对中进汽贸的支持，感谢进口汽车行业企业对市场分析报告的关注，中进汽贸将一如既往，与大家分享数据，分享研究成果。

市场研究产品屋

							
宏观经济 分析报告	进口车行业 政策研究	进口车市场 可持续发展 策略报告	海关汽车进口 量分析报告	进口车市场 研究报告	进口车产品 跟踪与研究		进口车经销商 调研报告
◆宏观经济指标 ◆经济政策 ◆经济形势展望 ◆对进口车行业影响	◆现行政策梳理及解读 ◆未来可能实施政策跟踪 ◆新政策解读与影响评估 ◆对合作伙伴提供应对建议	◆战略定位及市场策略 ◆产品策略 ◆品牌提升策略 ◆渠道策略 ◆后服务策略 ◆综合应变能力	◆总体趋势分析 ◆分车型分析 ◆细分市场分析 ◆分品牌排名 ◆分排量分析 ◆整体/车型库存分析	◆上牌总量与增速 ◆各车型分析 ◆细分市场分析 ◆分排量分析 ◆中进经营品牌表现	◆跟踪新车上市 ◆跟踪未来上市产品 ◆特定产品详细研究 ◆洞察进口产品趋势	◆MSRP跟踪 ◆市场成交价格收集 ◆成交价格指数 ◆终端优惠指数	◆销售表现 ◆销售订单 ◆库存状态 ◆消费信贷 ◆客流量/人气 ◆成交价格 ◆信心指数
月度	即时	年度	月度	月/季/年度	即时		月度

中国进口汽车市场数据库



中国进口汽车市场 春季报告



中国进口汽车市场 夏季报告



中国进口汽车市场 秋季报告



中国进口汽车市场 策略报告



中国进口汽车市场 年度报告

为了进一步达成顺畅的行业交流，中进汽贸还为行业、企业搭建沟通平台，举办中国进口汽车高层论坛。论坛每年举办一次，旨在服务于中国进口汽车市场，为国家政府部门、政策研究机构、全国汽车生产和销售企业、国际汽车厂商等提供交流机会。自2004年以来，中国进口汽车高层论坛已成功举办八届，论坛邀请到国家有关部委领导、国内外汽车厂家代表、汽车行业市场分析专家就中国宏观经济走势对汽车市场的影响，以及国内主要区域汽车市场现状等重要议题发表演讲。

（二）研究方法

1、中国进口汽车市场数据库

中国进口汽车市场数据库是由中国进口汽车贸易有限公司首家开发建设、以进口汽车市场为主要内容。进口汽车作为整体汽车的重要组成部分，近几年得到了快速发展，进口汽车市场也越来越受到人们的关注。中国进口汽车市场数据库的诞生，有助于业内外人士全面、系统、深入地了解进口汽车市场，促进行业内的沟通 and 交流，推动、引导进口汽车行业健康发展。

图表 1 中国进口汽车市场数据库

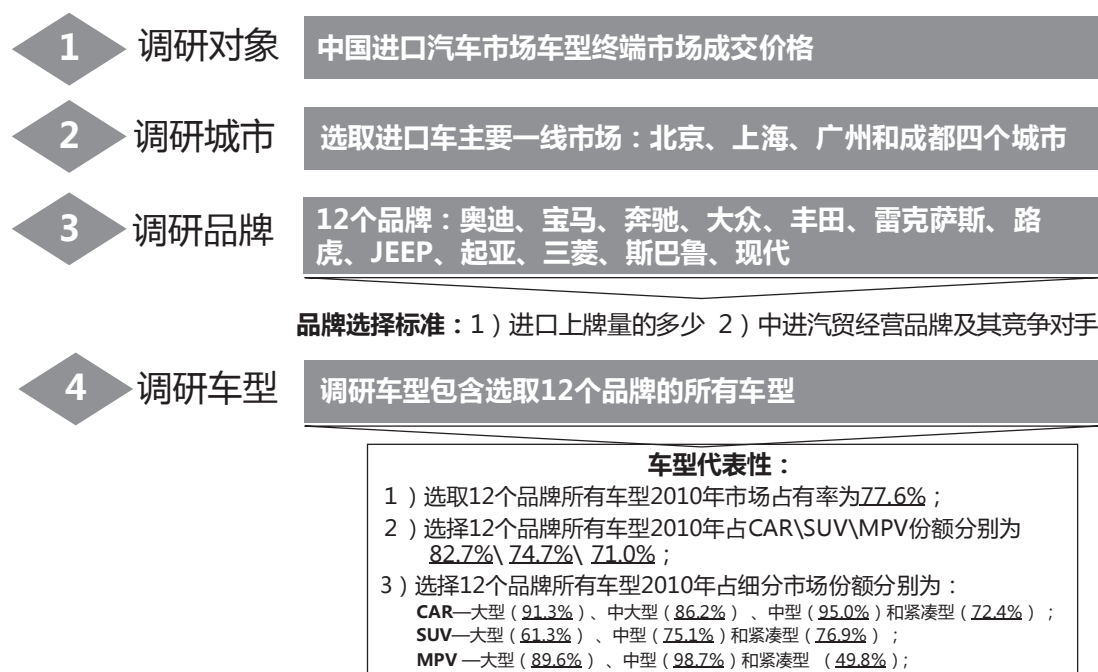


中国进口汽车市场数据库不仅涵盖了进口汽车及其相关市场的权威数据，还集成了进口汽车市场的相关信息和权威的市场研究报告。目前中国进口汽车市场数据库的数据量达到了 300 万条，信息量也有近万条。

中国进口汽车市场数据库的市场数据包括海关进口数据、市场销售数据、市场价格数据、车型数据、海外市场数据和经济数据等数据模块，市场数据可以实现按月更新。市场信息包括每日资讯、政策动态、政策法规、产品动态、价格趋势、金融信息等信息模块，市场信息可以实现按日更新。研究报告实时收集中国进口汽车贸易有限公司和其他权威机构的市场研究产品。中国进口汽车市场数据库具有数据权威、内容完整、功能齐全、更新及时、操作简便、使用灵活等特点。

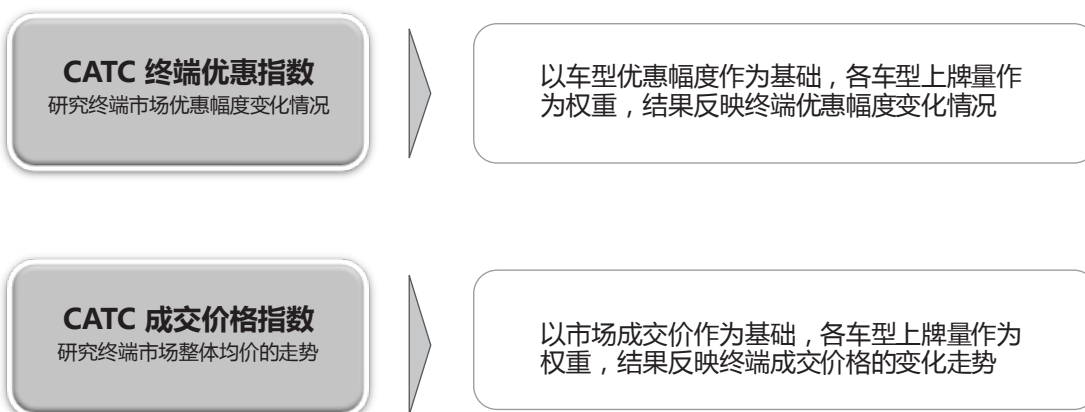
2、中国进口汽车市场 CATC 价格指数

图表 1 进口车价格调研体系



图表 2 CATC 进口车价格指数组成

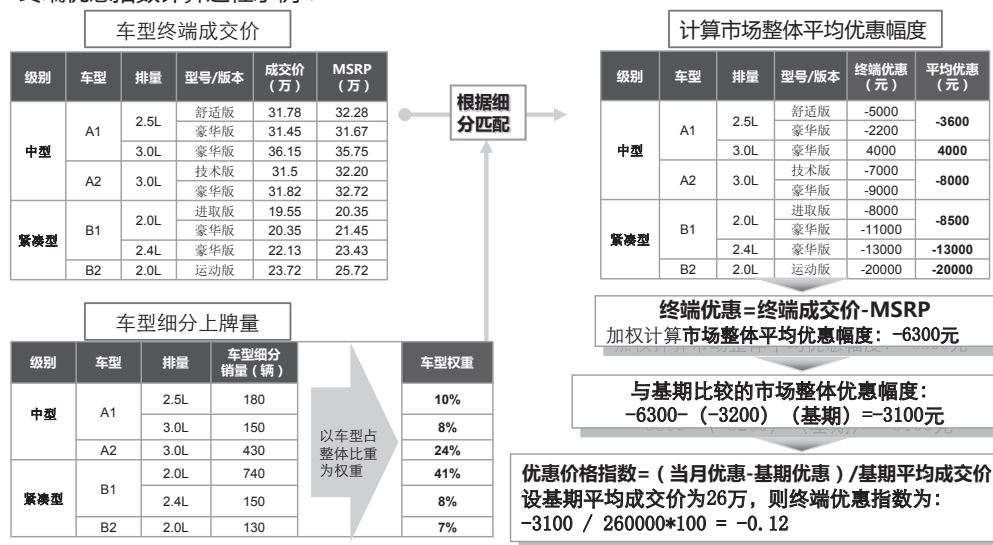
两大指数：终端优惠指数+成交价格指数



图表 4 终端优惠指数计算方法

CATC终端优惠指数是反映中国进口车市场终端优惠幅度变化的综合指数体系

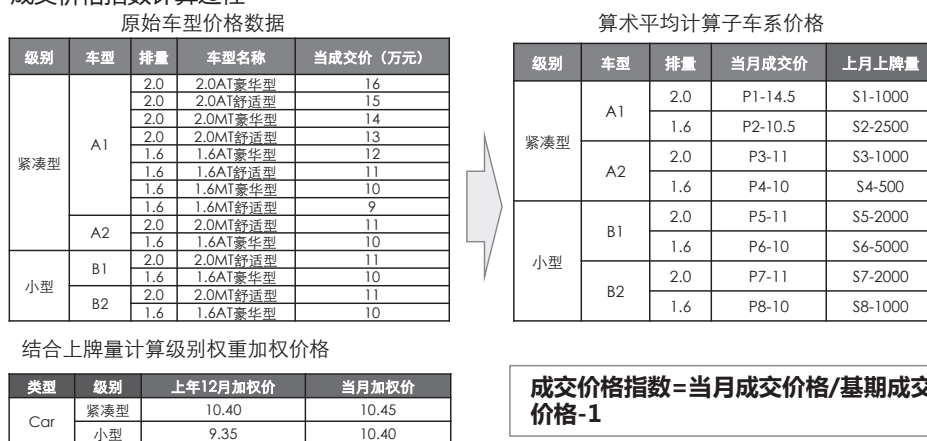
终端优惠指数计算过程示例：



图表 5 成交价格计算方法

CATC成交价格指数反映中国进口车市场实际销售价格变化趋势的综合指数体系

成交价格指数计算过程



CAR成交价格=大型CAR加权价*大型CAR权重+中型CAR加权价*中型CAR权重+.....

整体成交价格=SUV加权价*SUV权重+CAR加权价*CAR权重+MPV加权价*MPV权重

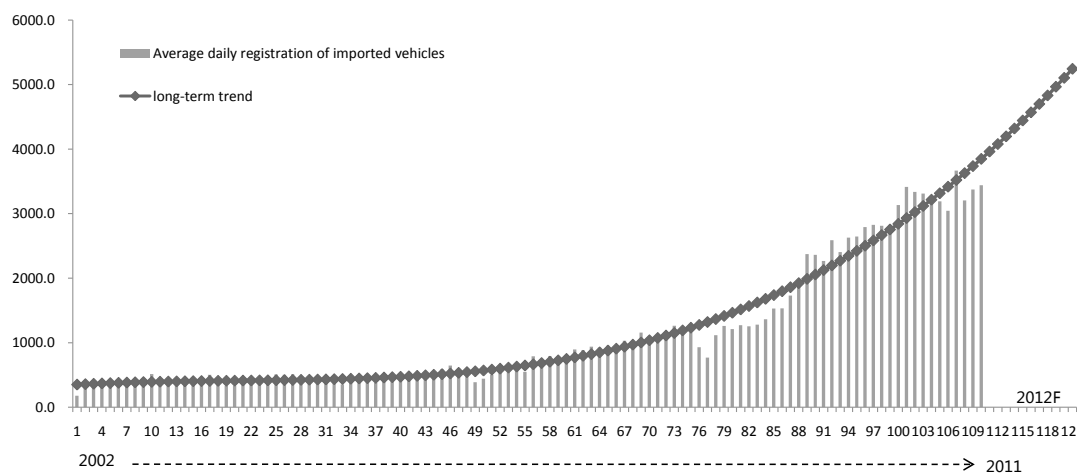
大型SUV成交价格=大型豪华SUV加权价*大型豪华SUV权重+大型基础SUV加权价*大型基础SUV权重+.....

3、中国进口汽车市场需求预测模型

长期趋势线加季节因子的预测模型：

- 以上牌量作为基础数据，反映真正的市场需求
- 以工作日均上牌量作为构建模型的数据，减少月度上牌量的波动，同时一定程度上反映月度市场消费特点（淡旺季、金九银十……）
- 为了减少1月或2月春节因素的影响，将1月和2月合并看作一个月数据

图表 6 进口车日均上牌量与趋势图



(三) 概念定义

1、车型

CAR	大型	超豪华	ASTON MARTIN-DB	兰博基尼-GALLARDO	法拉利-458 ITALIA	玛莎拉蒂-others
			ASTON MARTIN-one-77	兰博基尼-OTHERS	法拉利-CALIFORNIA	玛莎拉蒂-QUATTROPORTE
			ASTON MARTIN-V8 Vantage	劳斯莱斯-GHOST	法拉利-FF	迈巴赫-MAYBACH
			宾利-CONTINENT	劳斯莱斯-PHANTOM	法拉利-FIORANO	世爵-C8
		豪华	奥迪-A8	奔驰-S	保时捷-911	捷豹-XJL
			奥迪-R8	奔驰-SL	保时捷-CARRERA	凯迪拉克-XLR
			奥迪-S8	博速-奔驰S	保时捷-PANAMERA	雷克萨斯-LS
			宝马-6	大众-PHAETON	雪佛兰-CORVETTE	林肯-TOWNCAR
			宝马-7	捷豹-XJ		
			双龙-CHAIRMAN	现代-EQUUS		
	中大型	豪华	宝马-5	捷豹-XF	奔驰-E	讴歌-RL
			保时捷-BOXSTER	捷豹-XK	林肯-MKZ	沃尔沃-S80
			保时捷-CAYMAN	雷克萨斯-GS	英菲尼迪-M	英菲尼迪-G
			奔驰-CLS			
		基础	福特-MUSTANG	现代-ROHENS	现代-AZERA	雪佛兰-CAMARO
			雷诺-LATITUDE			
	中型	豪华	奥迪-A4	奔驰-SLS	宝马-M	讴歌-TL
			奥迪-A5	凯迪拉克-CTS	宝马-Z4	萨博-9-3
			奥迪-S5	雷克萨斯-ES	奔驰-C	沃尔沃-C70
			奥迪-TTCOUPE	雷克萨斯-IS	奔驰-CLK	沃尔沃-S60
			宝马-3	雷克萨斯-LF	奔驰-SLK	
		基础	阿尔法罗密欧-ALFAROMEO	丰田-CAMRY	大众-MAGOTAN	起亚-CADENZA
			本田-ACCORD	丰田-ZELAS	大众-PASSAT	日产-370Z
			标致-407	雷诺-LAGUNA	大众-R36	日产-GT-R
			大众-CC	铃木-KIZASHI	丰田-AVENSIS	日产-leaf
			斯巴鲁-LEGACY	雪铁龙-C5		
	紧凑型	豪华	奥迪-A3	奔驰-B	雷克萨斯-CT	沃尔沃-C30
			宝马-1	大众-NEWBEETLE		
		基础	本田-CIVIC	雷诺-MEGANE	大众-SCIROCCO	起亚-SHUMA
			大众-EOS	马自达-MAZDA3	菲亚特-BRAVO	三菱-LANCER
			大众-GOLF CROSS	马自达-MX-5	丰田-WISH	斯巴鲁-IMPREZA
			大众-GOLF R	欧宝-ASTRA	雷诺-FLUENCE	现代-Veloster
	小型	豪华	奔驰-A	奥迪-A1	迷你-MINI	斯玛特-SMART
		基础	标致-207CC	菲亚特-500		
MPV	大型	豪华	奔驰-R			
		基础	丰田-ALPHARD	克莱斯勒-Town & Country		
	中大型	基础	现代-H1			
	中型	豪华	奔驰-VIANO	丰田-SIENNA		
		基础	大众-MULTIVAN	起亚-VQ	丰田-PREVIEW	日产-QUEST
	紧凑型	基础	雷诺-SCENIC	欧宝-ZAFIRA	马自达-MAZDA 5	起亚-CARENS

SUV	大型	豪华	奔驰-G	凯迪拉克-ESCALADE	悍马-H1	林肯-NAVIGATOR
			奔驰-GL	雷克萨斯-LX	悍马-H2	路虎-RANGEROVER
			博速-奔驰GL	林肯-MKT	悍马-PREDATOR	英菲尼迪-QX
	中型	基础	别克-ENCLAVE	丰田-SEQUOIA	丰田-LANDCRUISER	雪佛兰-SUBURBAN
			奥迪-Q7	雷克萨斯-GX	奔驰-ML	讴歌-MDX
			宝马-X5	雷克萨斯-RX	大众-TOUAREG	沃尔沃-XC90
		豪华	宝马-X6	林肯-MKX	悍马-H3	英菲尼迪-FX
			保时捷-CAYENNE	路虎-DISCOVERY	凯迪拉克-SRX	讴歌-RDX
			GMC-TERRAIN	马自达-CX-7	丰田-PRADO	双龙-Rexton
			JEEP-GRANDCHEROKEE	起亚-BORREGO	丰田-VENZA	双龙-RX
			JEEP-WRANGLER	日产-MURANO	福特-EDGE	斯巴鲁-TRIBECA
			丰田-FJ CRUISER	日产-PATROL	福特-EXPLORER	现代-VERACRUZ
			丰田-FORTUNER	三菱-PAJERO	福特-FLEX	
	紧凑型	基础	奥迪-Q5	路虎-EVOQUE	奔驰-GLK	沃尔沃-XC60
			宝马-X1	路虎-FREELANDER	路虎-DEFENDER	英菲尼迪-EX
			宝马-X3			
		豪华	JEEP-COMPASS	欧宝-ANTARA	丰田-4-RUNNER	双龙-KORANDO
			JEEP-PATRIOT	起亚-SORENTO	福特-MAVERICK	双龙-KYRON
			大众-TIGUAN	三菱-ASX	雷诺-KOLEOS	斯巴鲁-FORESTER
			道奇-CALIBER	三菱-OUTLANDER	铃木-GRANDVITARA	斯巴鲁-OUTBACK
			道奇-JOURNEY	双龙-ACTYON	马自达-TRIBUTE	现代-SANTAFE
			雪佛兰-CAPTIVA			
	小型	豪华	迷你-COUNTRYMAN			
	微型	基础	铃木-JIMNY			

2、区域

一级	北京市	深圳市	杭州市	重庆市	天津市
	成都市	苏州市	上海市	广州市	
二级	保定市	青岛市	贵阳市	温州市	南京市
	长春市	泉州市	哈尔滨市	无锡市	南宁市
	长沙市	绍兴市	合肥市	武汉市	南通市
	常州市	沈阳市	济南市	西安市	宁波市
	崇左市	石家庄市	嘉兴市	厦门市	鄂尔多斯市
	大连市	台州市	金华市	烟台市	福州市
	东莞市	太原市	昆明市	郑州市	淄博市
	潍坊市	唐山市	临沂市		
三级	安阳市	商丘市	惠州市	镇江市	银川市
	鞍山市	泰安市	吉林市	中山市	榆林市
	包头市	泰州市	济宁市	株洲市	运城市
	滨州市	通辽市	江门市	珠海市	枣庄市
	沧州市	威海市	揭阳市	吕梁市	张家口市
	长治市	乌鲁木齐市	晋城市	洛阳市	邯郸市
	承德市	芜湖市	晋中市	绵阳市	菏泽市
	赤峰市	西宁市	来宾市	南昌市	衡水市
	大庆市	忻州市	兰州市	南阳市	呼和浩特市
	大同市	新乡市	廊坊市	平顶山市	湖州市
	德州市	邢台市	丽水市	齐齐哈尔市	日照市
	东营市	徐州市	聊城市	秦皇岛市	汕头市
	佛山市	许昌市	临汾市	曲靖市	龙岩市
	赣州市	盐城市	柳州市	扬州市	海口市

四级	阿坝州	双鸭山市	衡阳市	楚雄州	襄阳市
	阿克苏地区	朔州市	红河州	达州市	孝感市
	阿拉善盟	四平市	呼伦贝尔市	大理州	新余市
	阿勒泰地区	松原市	葫芦岛市	大兴安岭地区	信阳市
	阿里地区	宿迁市	怀化市	丹东市	兴安盟
	安康市	宿州市	淮南市	德宏州	宣城市
	安庆市	绥化市	淮北市	德阳市	雅安市
	安顺市	随州市	淮南市	迪庆州	延安市
	巴彦淖尔市	遂宁市	黄冈市	定西市	延边州
	巴中市	塔城地区	黄南州	鄂州市	阳江市
	巴州	天门市	黄山市	恩施州	阳泉市
	白城市	天水市	黄石市	防城港市	伊春市
	白山市	铁岭市	鸡西市	抚顺市	伊犁州
	白银市	通化市	吉安市	抚州市	宜宾市
	百色市	铜川市	济源市	阜新市	宜昌市
	蚌埠市	铜陵市	佳木斯市	阜阳市	宜春市
	宝鸡市	铜仁地区	嘉峪关市	甘南州	益阳市
	保山市	吐鲁番地区	焦作市	甘孜州	鹰潭市
	北海市	渭南市	金昌市	固原市	营口市
	本溪市	文山州	锦州市	广安市	永州市
	毕节地区	乌海市	荆门市	广元市	玉林市
	亳州市	乌兰察布市	荆州市	贵港市	玉树州
	博州	吴忠市	景德镇市	桂林市	玉溪市
	昌都地区	梧州市	九江市	果洛州	岳阳市
	昌吉州	武威市	酒泉市	哈密地区	云浮市
	常德市	西双版纳州	喀什地区	海北州	湛江市
	巢湖市	锡林郭勒盟	开封市	海东地区	张家界市
	朝阳市	仙桃市	克拉玛依市	海南省省直辖	张掖市
	潮州市	咸宁市	克州	海南州	漳州市
	郴州市	咸阳市	拉萨市	海西州	昭通市
	池州市	湘潭市	莱芜市	汉中市	肇庆市
	滁州市	湘西州	乐山市	和田地区	中卫市
	河池市	舟山市	七台河市	那曲地区	临沧市
	河源市	周口市	潜江市	南充市	临夏州
	贺州市	驻马店市	黔东南州	南平市	六安市
	鹤壁市	资阳市	黔南州	宁德市	六盘水市
	鹤岗市	自贡市	黔西南州	怒江州	陇南市
	黑河市	遵义市	钦州市	攀枝花市	娄底市
	上饶市	三亚市	清远市	盘锦市	泸州市
	韶关市	山南地区	庆阳市	平凉市	漯河市
	邵阳市	汕尾市	衢州市	萍乡市	马鞍山市
	神农架林区	商洛市	日喀则地区	莆田市	茂名市
	十堰市	石嘴山市	三门峡市	濮阳市	眉山市
	石河子市	三明市	连云港市	普洱市	梅州市
	丽江市	凉山州	辽阳市	辽源市	牡丹江市
	林芝地区	内江市			

法律声明

本报告为中国进口汽车贸易有限公司制作，报告中所有文字、图形、图片、表格均受到法律保护知识产权条例的版权保护。未经过本公司书面许可，任何机构、个人不得使用本报告作为商业目的之用。

本报告中相关市场预测主要为本公司研究员采用自身研发的数据模型，市场调研和行业交流后再研发所得。本报告只提供给客户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据准确性不承担法律责任。

公司研究产品咨询

中国进口汽车贸易有限公司

地址：北京海淀区西三环北路 72 号世纪经贸大厦 A 座 23 层

中国进口汽车数据库网址：<http://insight.ctcai.com.cn>

报告购买/咨询：8610-88825660 wangcun@ctcai.com

