

2012年第二季度中国进口汽车市场报告

Report on the Imported Auto Market in China the Second 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，限制高油耗政策出台，北京提前实施国 5 标准，广州开始限牌，节能与新能源汽车产业发展规划明确产业发展方向	7
(二) 经济环境：内外部经济环境面对“双难”考验，中国经济下滑幅度超出预期，短期内经济突围艰难	12
(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	17
二、2012 年上半年中国进口汽车市场情况	22
(一) 上半年国产汽车市场情况：汽车产销 953.92 万辆和 959.81 万辆，产量同比增长 4.1%，销量同比增长 2.9%，狭义乘用车销售同比增长 8.5%.....	22
(二) 中国进口汽车市场发展特点及分析	23
1、总量：上半年海关进口量达 58.9 万辆，同比增长 26%，增幅下降.....	23
2、品牌：豪华品牌、欧系品牌增长较快，日系品牌持续下滑；进口前三名品牌分别是宝马、奔驰、大众	25
3、车型：乘用车市场份额稳定在 98%；CAR 同比增长 34%，二季度 SUV 市场份额迅速提高，带动上半年 SUV 份额恢复到 50%以上.....	28
4、排量：3.0L 以下车型市场份额达 84.2%，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.....	30
5、价格: 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, 市场供大于求的矛盾突出	31
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, 导致行业库存指数翻倍, 终端库存达到上限, 经销商盈利能力下降.....	32
7、经销商: 网络拓展迅速, 导致市场竞争加剧, 经销商新车销售盈利能力受到较大影响, 经营信心大幅度下降	33
8、港口: 南方的黄埔港、上海港进口量得到迅速发展, 与北方的天津港形成三足鼎立	34
三、2012 年下半年中国进口汽车市场展望及市场预警.....	37
(一) 2012 年市场环境展望	37
1、宏观经济面: 上半年宏观经济持续下滑, 下滑幅度超出预期, 在短期内宏观环境仍无法明显改善的情况下, 经济何时触底回升很难预测.....	37
2、行业政策面: 进口车市场基本消化了“双反”政策的影响, 《乘用车企业平均燃料消耗量核算办法》发布, 以及讨论中消费税的调整, 大排量产品面临进一步的严峻考验	38
3、新产品供给: 多款进口车新产品将进一步投放中国市场, 新车销量进一步推动市场增长, 但刺激力度将有所减弱	39
4、市场总量: 国产汽车市场或在三季度出现二次探底, 全年要达到 5%-8% 的增长难度较大	42
(二) 2012 年下半年市场展望	43
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，价格下降趋势明显	43
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.....	43
3、车型结构：SUV 市场占有率将回升，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	45
4、排量结构：1.5-2.0L 排量区间车型份额增长较快，混合动力车型引入速度加快，《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	47
5、价格趋势：终端库存压力凸显，市场优惠幅度不断加大，经销商新车销售利润下降，进口车市场面临经营的恶性循环.....	49
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	50
（三）2012 年下半年市场预警	51
1、全球汽车业因受经济增长放缓影响不容乐观.....	51
2、中国汽车市场全面低速运行且发展结构不均衡.....	52
3、中国进口汽车市场“以价换量”不能维系，下半年进口车市场或将出现“量价齐跌”的局面	53
附件：研究背景、研究方法、概念与定义	55

综 述

2012年上半年，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；加上欧盟经济正处于下滑通道。另一方面，中国经济投资、消费、出口“三驾马车”增速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%，二季度GDP增长7.6%，明显低于市场预期。

2012年上半年，国产汽车产销分别为953.92万辆和959.81万辆，产量同比增长4.1%，销量同比增长2.9%，相比一季度产销同比下降1.83%和3.40%，市场状况有所改善。其中狭义乘用车（CAR+SUV+MPV）累计销售641.8万辆，同比增长8.46%。

作为中国汽车市场的重要组成部分，中国进口汽车市场开始由快速增长转向平稳增长。2012年上半年，海关进口量58.9万辆，同比增长26%，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。但是，进口车保持较快增长所付出的代价是行业高库存和终端大幅度降价，尤其是进口车经销商背负着前所未有的“高库存、高资金”的经营风险和压力，行业经销商经营信心指数大幅度下降。

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，尤其是超预期的销量目标，将进一步加剧汽车市场竞争。

2012年上半年中国进口车市场特征主要表现在：品牌方面，随着中国中产富裕阶层的日益壮大和对豪华品牌的偏好，豪华及超豪华市场领跑进口车市场。细分市场方面，入门级和大型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%，市场地位进一步巩固。车型方面，SUV 份额相比一季度有所恢复，同比增速达到 20%；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 33.8%；1.5-2.0L 占 27.9% 市场份额，增长最快。价格方面，价格平均优惠金额超过 6.8 万元，即平均优惠幅度接近 7%；经销商销售毛利率进一步下降。库存方面，库存水平处于高位，截止到 5 月份，进口车行业库存指数已经达到 2.9，相比 2010 年底的 1.5，接近翻倍。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，经销商经营信心大幅度下降。

展望 2012 年下半年进口汽车市场形势，从宏观经济形势来看，上半年宏观经济持续下滑，下滑幅度超出预期，在宏观环境仍无法明显改善的情况下，经济何时触底回升很难预测；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，但《乘用车企业平均燃料消耗量核算办法》发布，以及讨论中消费税的调整，使大排量产品面临进一步的严峻考验；从市场面来看，国产汽车市场或在三季度出现二次探底，全年要达到 5%-8% 的增长难度较大；进口汽车市场新产品引入数量持续增长，但是新产品刺激力度将有所减弱；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。

具体看，SUV 份额在经历一季度的低点后将持续提升，其排量结构也将下移，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高，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，市场优惠幅度仍有可能加大。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和混合动力车型引入将进一步加快，同时，也将催生跨国汽车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，针对上半年中国进口车市场的特点，中国进口汽车市场所呈现的趋势性特征已经发出了市场风险预警：2012 年上半年进口车市场“以价换量”的态势不可能维系，下半年进口车市场或将出现“量价齐跌”的局面。进口车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，需要调整半年期市场目标、经营策略，适应进口汽车市场新环境、新趋势，共同营造稳定、可持续发展的市场格局。

值得跨国汽车公司、进口车经销商等企业关注的风险是：跨国汽车公司每年持续、高增长的中国市场战略发展目标是过去两三年中国汽车市场在政策刺激导致的爆发式增长背景下制定的。随着宏观经济环境的变化和整个市场回归理性状态，需要重新审视各自的战略；此外，目前跨国汽车公司和渠道经销商的上下游紧张关系已经达到临界点，应引起高度重视。

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，政府进一步调整了制定汽车产业政策的导向，由前两年的以促进消费为主，转变为以鼓励汽车技术进步为主。从 2011 年年末至今，政府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六项政策措施：

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 2.5 升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面不会造成“洗牌式”影响,其局部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《乘用车企业平均油耗核算办法》(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,国 4 标准进口车探底销售

北京市政府提出 2012 年在全国率先实施国 5 标准。

国 5 标准相当于欧盟的欧 5 标准,欧盟从 2009 年起开始执行,这一标准对氮氧化物、碳氢化合物等机动车排放物的限制更为严格。北京市分别于 1999 年、2002 年、2005 年、2008 年实施新车排放标准。从国 1 提至国 5,每提高一次标准,单车污染减少 30%至 50%。

北京市在全国率先推行国 5 标准,是改善大气环境的客观要求。随着国 5 标准的推行,国 4 标准有可能限行、国 3 标准有可能退出市场。

目前，北京市场国4及以下车型，销售压力较大。国5标准的实行，也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积极的促进作用，对豪华车市场以及进口车市场影响有限

2012年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。所入选车型均全部为自主品牌，合资企业生产的自主品牌无缘上榜。自主品牌中高端车将从中受益，各地方政府或偏好于采购当地自主品牌车辆。

由于此目录对“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”。

5、《节能与新能源汽车产业发展规划》：当前重点推进纯电动汽车和插电式混合动力汽车产业化，推广普及非插电式混合动力汽车、节能内燃机汽车

2012年4月18日，国务院讨论通过《节能与新能源汽车产业发展规划》，明确了汽车产业未来的技术方向，阶段性销售目标和节能目标：

技术方向：规划指出，以纯电驱动为汽车工业转型的主要战略取向，但当前重点是推进纯电动汽车和插电式混合动力汽车产业化，**推广普及非插电式混合动力汽车、节能内燃机汽车，提升我国汽车产业整体技术水平；**

数量目标：争取到2015年，纯电动汽车和插电式混合动力汽车累计产销量达到50万辆，到2020年超过500万辆；

能耗目标：2015年当年生产的乘用车平均燃料消耗量降至每百公里6.9升，到2020年降至5.0升；新能源汽车、动力电池及关键零部件技术整体上达到国际先进水平。

规划首次提出，普及非插电式混合动力、节能内燃机汽车，实施性很强。预计未来相当长一段时间，混合动力车市场份额将会逐渐增加。

6、广州市继上海、北京、贵阳后，对全市中小客车试行总量适度调控管理

2012年6月30日晚9时，广州市政府召开新闻发布会，通报“关于系统改善城市交通及试行中小客车总量调控管理”以及《关于广州市试行中小客车总量调控管理的通告》（试行一年）的相关内容。一年试行期间全市中小客车增量配额为12万辆，按每月1万辆进行配置，其中88%分配给个人购车使用，12%分配单位购车使用。

7月10日上午，广州交通委正式公布广州市中小客车总量调控管理试行办

法和实施细则。广州限牌政策实行内的 12 万台车辆增量配额将在两种分配模式中实现有效分配（一半摇号一半竞拍）。

2011 年广州上牌总量 22.6 万台，月均上牌量 1.88 万台，而实施限购后，每月限购 1 万台，月均上牌量将减少约 47%。根据北京市场的经验，限牌对于进口车市场有一定的冲击，但冲击力度小于国产车。

（二）经济环境

2012 年上半年，中国经济增长速度持续放缓，其回落幅度超出了市场和管理层的预期，拉动经济增长的“三驾马车”在经济周期性调整中均显示出动力不足，投资受基础建设开工不足、房地产投资放缓、制造业投资无增长这三种因素叠加，致使对 GDP 增长贡献最大的投资下滑明显，拖累经济加速回落；国内消费在一系列刺激政策相继退出后，政策出现真空，导致消费也大幅下滑，内需无法承担拉动增长的“火车头”这一经济角色；同时，由于主要受欧债危机负效应的影响，外部需求严重缩水，导致出口受阻。

固定资产投资加速回落、国内消费大幅下滑、外贸出口步履维艰，“三驾马车”动力不足致使宏观经济形势超出市场和管理层预期。面对内外部经济环境两难考验，中国经济短期内突围下滑之困异常艰难。

1、美国经济：经济缓慢复苏，但复苏道路并不通畅，二季度数据显示，美国经济复苏受阻

上半年美国经济缓慢复苏，成为世界经济的一大亮点，但是由于受欧债危机负效应的影响，加之美国经济还没有彻底摆脱房地产泡沫破裂的阴影，其复苏进程在二季度受阻。

5月份美国工业生产环比下滑0.1%，6月份美国采购经理人指数出现18个月来的最低值。美国供应管理学会7月2日公布报告显示，6月份制造业采购经理人指数降至52.5，低于先前预估的52.9，相比5月份这一指数达54，环比下跌1.5，为18个月来的最低值。

美国经济咨询局公布的5月份消费者信心指数为64.9，连续3个月环比下降，创今年1月份以来的新低。这表明美国消费者对经济现状和未来的经济前景看法并不乐观。

5月份非农就业环比仅增加6.9万人，增量是2011年5月以来的最低值，同时，5月份的失业率较4月份环比略有上涨。

针对美国经济复苏受阻，美联储主席伯南克日前表示，如果美国经济继续下滑，美联储将动用必要措施为经济增长护航，但是目前看来，还没有必要采取相应的措施。这番表态说明，美国经济面临的是暂时的困难，从全年经济走势来看，其复苏的方向不变。

2、欧洲经济：二季度欧洲债务危机没有如一季度预期那样风险逐步减小，而是出现反复并深度恶化，在此影响下，欧洲经济持续下行，对世界经济的负效应影响逐步加大

4-5月，国际评级机构降低了西班牙主权信用评级，同时由于希腊有退出欧盟的风险，将原本在3月份已缓和的希腊债务危机又推到深度恶化的浪尖。在此时期，西班牙第三大银行部分国有化，欧债危机新的风险在公共部门和私人部门“烽烟再起”。

欧元区经济在欧债危机反复恶化的拖累下，一直处于下滑态势。5月，欧元区服务业PMI终值为46.7，综合PMI指数为42.8，连续12个月萎缩。其中，法国5月服务业PMI终值45.1，萎缩幅度为近7个月来最大的；德国5月PMI终值51.8，为2011年11月以来的最低点；6月，欧元区投资者信心指数28.9，创2009年5月以来新低。

3、国内经济：GDP持续下滑，下滑幅度超出预期，中央政府调整货币政策和财政政策，加大反周期政策的运用

2012年上半年中国经济持续显现下滑态势，投资、消费、出口、“三驾马车”都处于减速状态。国内经济内外部环境面临不利影响：外部欧债危机的负效应影响持续加大，内部经济也处在周期性调整的下行区间，多重不利因素的叠加，使上半年经济下滑幅度超出了预期。

(1) 上半年，经济增速持续下滑，超出市场预期，导致上半年经济下滑超预期的主要原因是固定资产投资加速回落、国内消费大幅下滑、外贸出口步履维艰，拉动经济增长的“三驾马车”动力不足

自2010年第四季度以来，GDP已连续5个季度下跌。2012年上半年，规模以上工业增加值也持续下滑，进入二季度以后，工业增加值的月度同比增速已

经回落到个位数，4月、5月的增速分别是9.3%和9.6%，下滑幅度超出了市场和管理层的预期。6月，中国制造业PMI指数为50.2，相比5月环比下降0.2个百分点，为近7个月以来的最低点，这意味着经济仍在延续下滑态势。

投资、消费和出口，作为拉动经济增长的“三驾马车”在上半年均显得“力不从心”。

固定资产投资：1-5月，固定资产投资（不含农户）108924亿元，同比名义增长20.1%，增速较1-4月回落0.1个百分点。从环比看，5月固定资产投资（不含农户）增长1.15%。

5月固定资产投资累计同比增速放缓好于预期，主要是第二产业与第三产业固定资产投资完成额当月同比增速均有所反弹，不过第二、三产业的反弹存在一定程度基数原因。分行业来看，第二产业中的制造业与建筑业固定资产投资完成额当月同比增速均有所反弹，采矿业增速则出现回落；另外，以电力、热力生产和供应等行业为代表的基建投资当月同比增速有所回落，其自今年3月以来回升至同比正增长，但近两个月当月同比增速有所趋缓，反弹未能延续强劲势头。

消费：5月，社会消费品零售总额16715亿元，同比名义增长13.8%（扣除价格因素实际增长11%，以下除特殊说明外均为名义增长）。其中，限额以上企业（单位）消费品零售额7923亿元，增长14%。1-5月，社会消费品零售总额81637亿元，同比名义增长14.5%（扣除价格因素实际增长10.9%）。从环比看，5月份社会消费品零售总额增长0.84%。

出口：1-5月，我国进出口总值15108.9亿美元，比去年同期增长7.7%。其中，出口7744亿美元，增长8.7%；进口7364.9亿美元，增长6.7%；累计贸易顺差为379.1亿美元。

由于美国经济复苏继续放缓，欧元区经济仍在底部徘徊，欧美并不乐观的经济状况导致国际贸易环境进一步恶化。因此，未来数月我国仍然会面临一定的压力。

(2) 由于经济下滑超出市场和管理层预期，稳增长再次成为当前经济工作的首要任务，政府将着力从财政政策、货币政策两方面加大对经济的刺激力度

5月23日，国务院召开常务会议。温家宝总理强调，当前经济下行压力加大，要把稳增长放在首要地位，中央政府将从货币、财政、产业三个方面政策入手，出台一系列的刺激政策，促使经济平稳增长。

上半年，一方面是经济的持续下滑，另一方面考虑到物价出现下跌，通货膨胀压力减轻，央行在此背景下实施了两次降低存贷款准备金率，并与近3年来首次降息，并在第一次降息后的一个月之内再次实施非对称性降息，其目的是增加市场流动，缓解资金压力，刺激经济发展。

与此同时，由于之前包括汽车刺激政策在内的各种刺激消费政策的退出，加上房地产调控，造成消费下滑，汽车、家电等消费产品乏力，内需没有起到拉动经济发展的引擎作用。在经济持续下滑的背景下，政府出台了旨在刺激消费的财政支持政策，国务院总理温家宝16日主持召开国务院常务会议，讨论通过《国家基本公共服务体系“十二五”规划》，研究确定促进节能家电等产品消

费的政策措施。决定安排财政补贴 265 亿元，启动推广符合节能标准的空调、平板电视、电冰箱、洗衣机和热水器，推广期限暂定一年；安排 22 亿元支持推广节能灯和 LED 灯；安排 60 亿元支持推广 1.6 升及以下排量节能汽车；安排 16 亿元支持推广高效电机。

同时，上半年，央行对存贷款准备金率进行了两次降准和两次降息，货币政策向宽松方向进行微调。

（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。有利条件主要是经过经济多年的快速发展，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、能源紧张和环境恶化，将促使汽车消费回归理性增长。

1、推动增长的有利因素：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

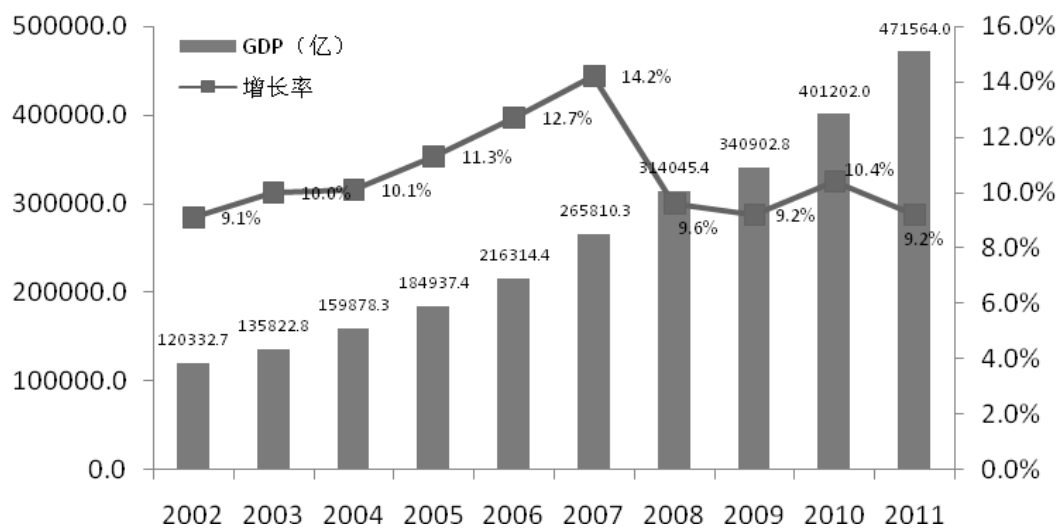
进入新世纪以来中国经济一直保持高速增长，社会财富快速增长，居民收入稳步提高，消费逐步升级，市场积累了大规模的刚性需求。2011 年，中国人均 GDP 达到 4382 美元，步入中等偏上国家；同时，随着城镇化的深入，汽车消费刚性需求仍将持续。

（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，中国经济一直保持快速发展。2011 年，全国 GDP 总量突破 47 万亿元，人均 GDP 接近 4500 美元，按照世界银行的标准（中等偏上组：4000-10000 美元），中国人均收入已步入中等偏上国家，消费进入结构升级阶段。

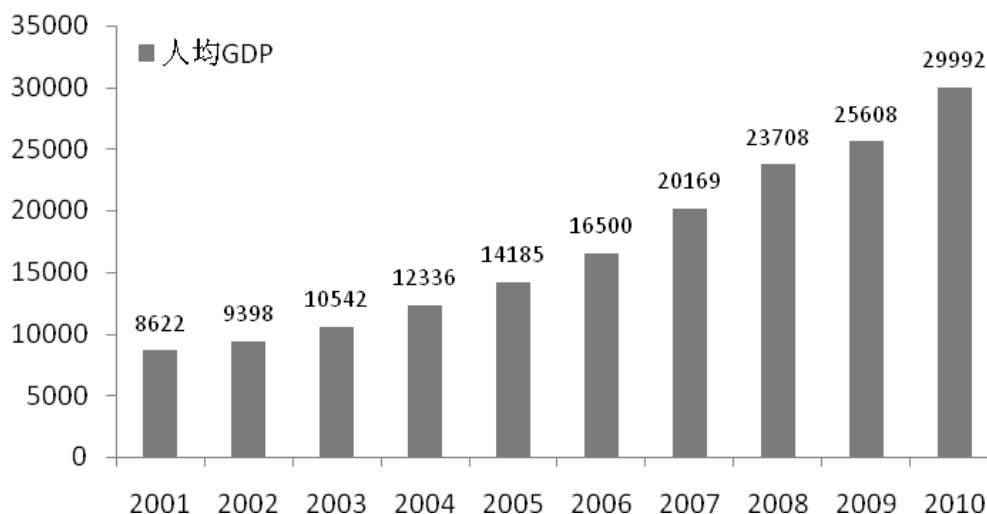
图表 2 近 10 年 GDP 增长情况

单位：亿元 币种：人民币



图表3 近10年人均GDP增长情况

单位：元 币种：人民币



(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) 随着经济持续发展，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趋势。多层次消费格局并存，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，汽车消费结构升级趋势不断增强。其中，发达地区增购小型车和中型车将有所增加；在换购行为中，中高级车型比例将有所上升。

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力更大。

2、约束发展的不利条件：汽车产业的快速发展，给社会环境造成一定的压力，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，其发展受到来自政策、环境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。2009 年以来，政府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，上海、北京、贵阳和广州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。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；国内经济持续下滑，各项经济指标不同程度的下降，将会影响短期需求，汽车增长速度放缓。

二、2012年上半年中国进口汽车市场情况

(一) 上半年国产汽车市场情况

根据中国汽车工业协会数据，2012年上半年，汽车产销分别为953.92万辆和959.81万辆，产量同比增长4.1%，销量同比增长2.9%，与一季度产销同比下降1.83%和3.40%对比来看，市场状况有所改善。

上半年，狭义乘用车(CAR+SUV+MPV)累计销售641.8万辆，同比增长8.46%。其中，轿车销售522.99万辆，同比增长5.5%；MPV销售24.87万辆，同比增长4.3%；SUV销售93.94万辆，同比增长32.0%。交叉型乘用车销售119.55万辆，同比下降0.8%。

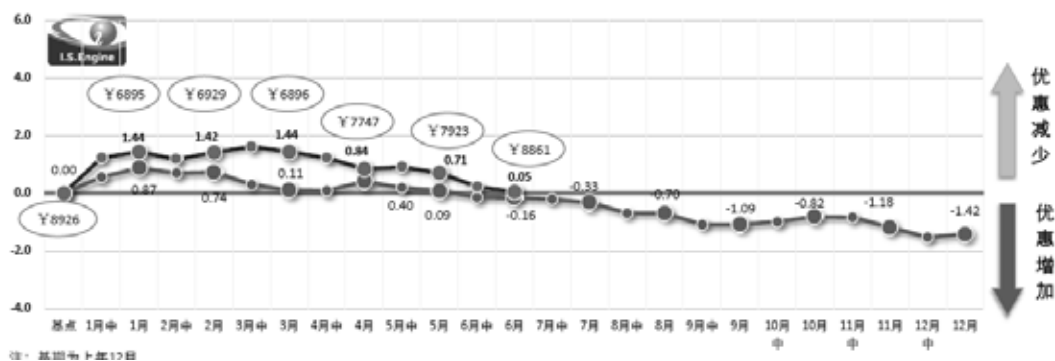
图表4 2012年上半年月中国汽车市场产销情况 单位:万辆

	1-3月			1-6月		
	Y2012	Y2011	同比	Y2012	Y2011	同比
汽车销量总计	479.27	496.13	-3.40%	959.81	932.76	2.9%
狭义乘用车 (轿车+SUV+MPV)	312.65	311.38	0.41%	641.80	590.74	8.46%
轿车	256.12	261.80	-2.17%	522.99	495.73	5.5%
SUV	44.16	37.41	18.05%	93.94	71.17	32.0%
MPV	12.37	12.17	1.62%	24.87	23.84	4.3%
微面	64.73	70.76	-8.53%	119.55	120.51	-0.8%
商用车小计	101.90	113.98	-10.60%	198.46	221.50	-10.40%

数据来源:中国汽车工业协会

从狭义乘用车终端市场成交价格优惠来看，6 月份优惠幅度有所加大，但整个上半年优惠幅度与 2011 年同期水平基本持平。

图表 5 2012 年上半年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

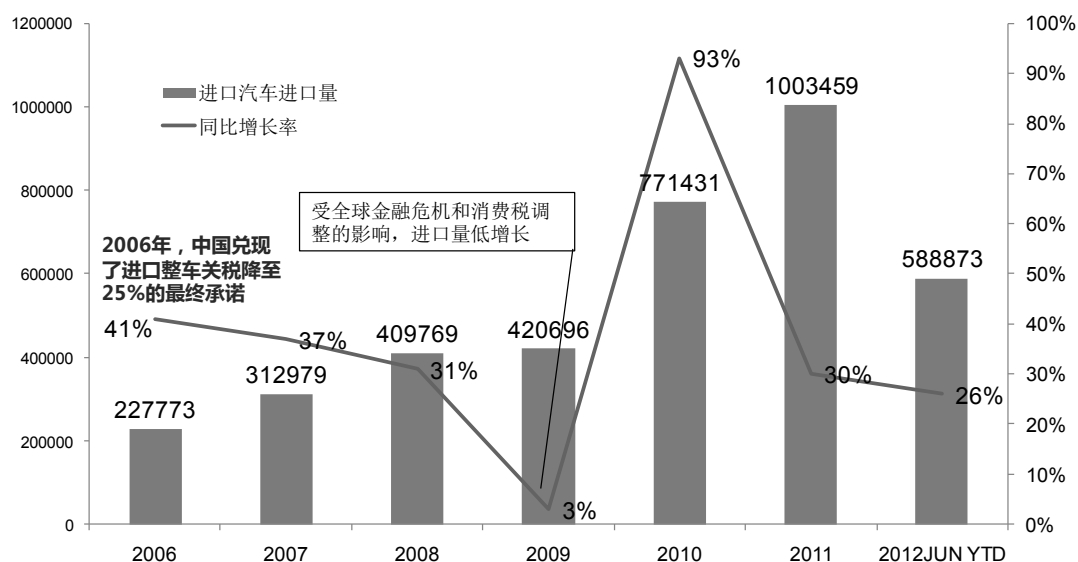
1、总量：随着宏观经济的持续下滑，进口车进入自 2006 年以来的第二次周期性调整，2012 年 1-6 月，海关累计进口 58.9 万辆，同比增长 26%，增幅下降

自加入 WTO 后，中国分阶段降低了进口整车关税税率。2006 年，中国兑现了进口整车关税降至 25%的最终承诺，进口车在国内市场的发展进入了一个新时期，进口量逐年保持较高速度增长。2009 年，受全球金融危机的影响，进口车增速放慢，加之政府调整消费税税率，致使进口车海关进口量增速大幅下降。2009 年到 2010 年，是中国进口车市场的第一次周期性调整。

2010年，在对汽车行业影响大的一系列刺激政策的作用下，海关进口量快速拉升。但是，随着反经济周期政策的退出，加上宏观经济的二次探底下滑，2012年，中国进口车市场再次步入调整期。

1-6月，海关累计进口汽车58.9万辆，同比增长26%，这是自2006年以来的次低点。

图表6 2006年-2012年上半年中国进口汽车进口量 单位：辆

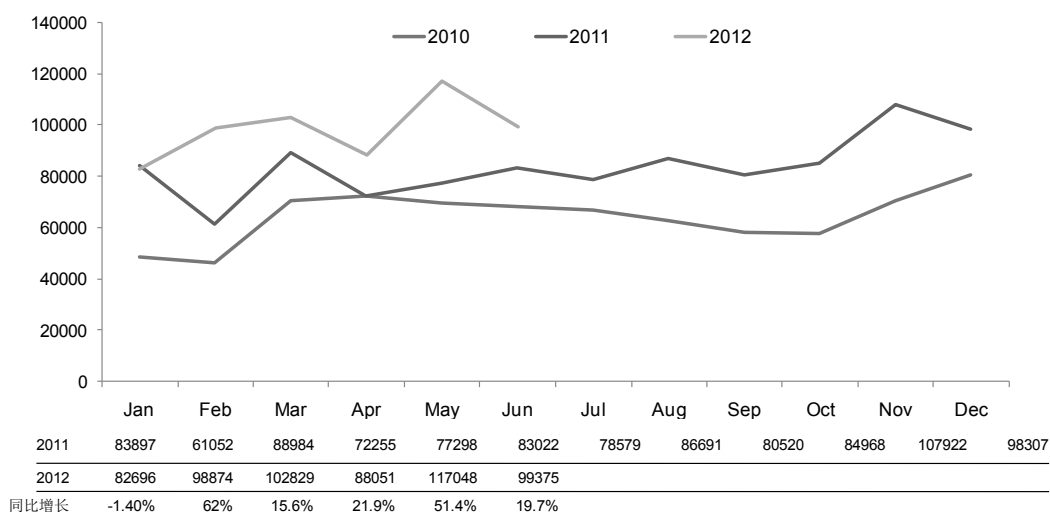


数据来源：中国进口汽车市场数据库

*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，除了1月、2月由于春节因素导致走势与往年不同外，其余各月走势与往年基本一致，其中3月和5月分别单月进口量突破10万辆。

图表7 2010-2012 海关进口量月度走势



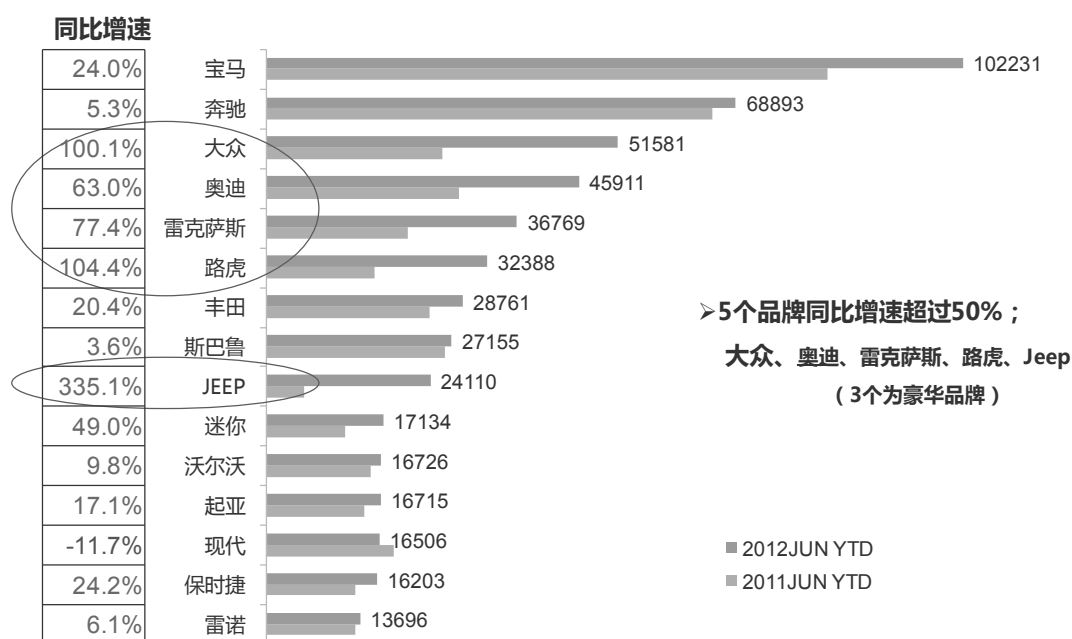
2、品牌：豪华品牌增长依然高于其他品牌；欧系品牌市场份额近四年稳步提高，日系品牌则持续下滑；进口前三名品牌分别是宝马、奔驰、大众，其中宝马品牌市场占有率遥遥领先

从1-6月累计进口量来看，宝马、奔驰、大众、奥迪和雷克萨斯排名前五位。

其中，第一位的宝马遥遥领先于第二、三位的奔驰和大众。1-6月，宝马品牌累计进口102231辆，同比增长24%。而同期奔驰累计进口68893辆，大众累计进口51581辆。宝马成为进口品牌中绝对的领导者。

JEEP 是上半年进口车品牌中最值得关注的“黑马”。1-6月，其累计进口 24110 辆，同比增长高达 335.1%。这一进口量使 JEEP 首次跻身前十位，位列进口榜第九。导致 JEEP 品牌高增长的原因，一是指南者新增一款 2.0L 车型，带动了指南者车型的高速增长；二是大切诺基（3.6L）、自由客和牧马人均表现不俗，整体推动了 JEEP 品牌的快速增长；三是克莱斯勒加大在二、三线城市网络布局，促使市场销量上升。

图表 8 2012 年 1-6 月累计进口车前 15 大品牌情况 单位：辆



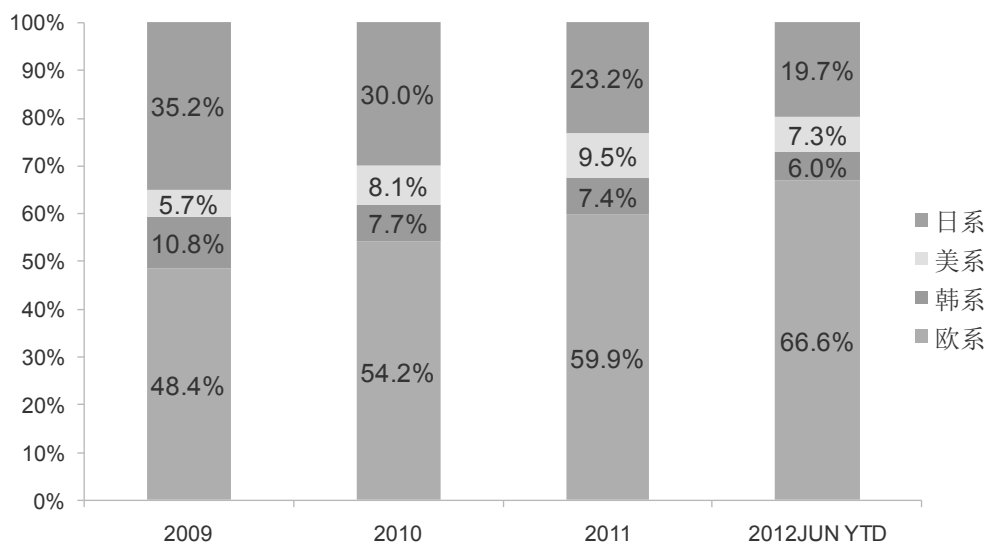
在进口量前 15 位品牌中，有 5 个品牌同比增速超过 50%，分别为大众、奥迪、雷克萨斯、路虎和 JEEP，其中 3 个为豪华汽车品牌。

进口量前 15 位品牌占有所有进口汽车市场份额的 87.4%，市场集中度相比去年同期 81.4% 上升 6 个百分点。

从中国进口汽车市场信息联席会统计的跨国汽车公司终端销售量来看，上半年参与统计的 16 个核心品牌零售数据显示，1-5 月累计销售 34.2 万辆，同比增长 30.2%。16 个核心品牌中，12 个为豪华品牌，4 个为基础品牌。豪华品牌终端销售量为 26 万辆，同比增长 32%；基础品牌终端销售量为 8.16 万辆，同比增长 22.8%。豪华品牌的销售增速明显高于基础品牌，而基础品牌的增长动力主要来自于 JEEP 品牌。

从品牌国别看，近 4 年欧系品牌的市场份额稳步提升，从 2009 年的 48.4% 稳步提升到目前的 66.6%。欧系车之所以取得良好的市场业绩，主要原因在于：一是欧系车大多是强势豪华品牌，进入中国市场的时间早，品牌深得中国消费者青睐；二是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，日系车市场份额持续下滑。今年 1-6 月，日系车市场份额跌至 19.7%。美系车市场份额在中国政府实行“双反”政策后，市场份额也有所下降。

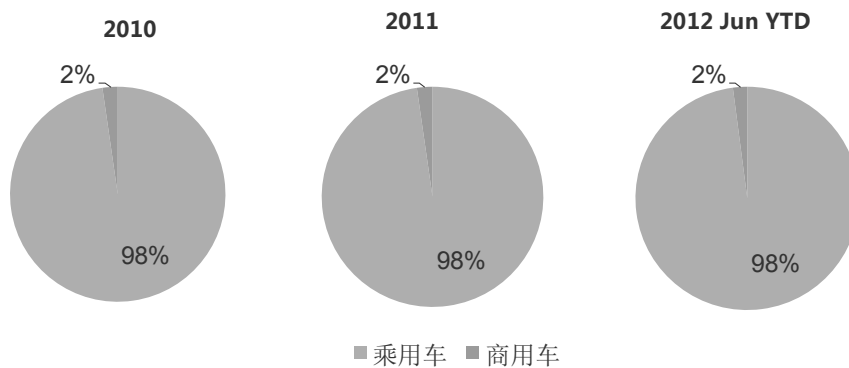
图表9 2009-2012年分来源国海关进口市场份额情况



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%；今年一季度 SUV 市场份额明显下滑，随着宝马 X 系列、奔驰 ML、G、GL 以及 JEEP 车型的供给增加，上半年 SUV 市场份额稳步恢复到 50%以上

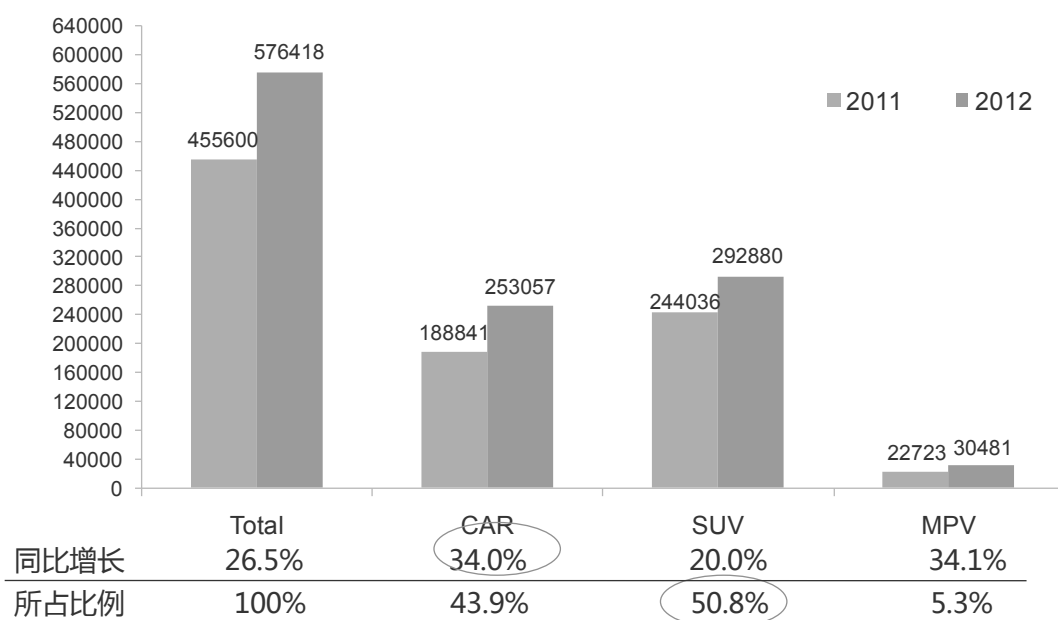
乘用车作为海关进口汽车的主力，占总进口量的比例一直稳定在 98%。

图表10 2010-2012年累计海关进口总量乘用车与商用车对比



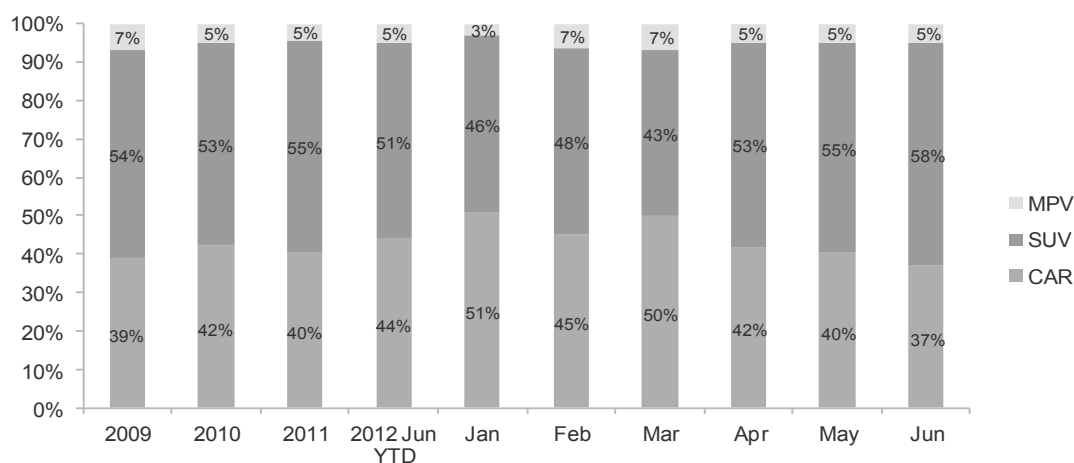
2012年1-6月，乘用车累计进口576418辆，同比增长26.5%；其中CAR进口253057辆，同比增长34%；SUV进口292880辆，同比增长20.0%；MPV进口30481辆，同比增长34.1%。

图表 11 2012年1-6月乘用车累计进口量（分车型） 单位：辆



从分车型的海关进口量占比来看，SUV进口量占比在前一季度有所下滑，随着JEEP各车型、宝马X系列、奔驰ML及G、GL车型进口量的大幅增加，二季度SUV市场占有率回升到55%，带动上半年SUV的份额恢复到50%以上。

图表 12 2009-2012 年分车型市场份额情况



4、排量：节能减排是未来汽车产业面临的重要课题，解决途径是力推小排量车和逐步推进新能源车；上半年 3.0L 以下车型市场份额高达 84.2%，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 1-6 月，3.0L 以下排量车型占整个进口汽车市场份额的 84.2%，3.0L 以下车型在政策调控引导下已经成为市场的绝对主力车型。其中，1.5-2.0L 及 2.5-3.0L 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 195078 辆，市场份额最大，占 33.8%。

1-6 月，1.5-2.0L 排量区间车型进口量 160749 辆，同比增长 53.1%。这一排量区间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。1.5-2.0L 排量区间 1-6 月累计进口的新车型 66377 辆，占整个进口车新增量 12.2 万辆近“半壁江山”。

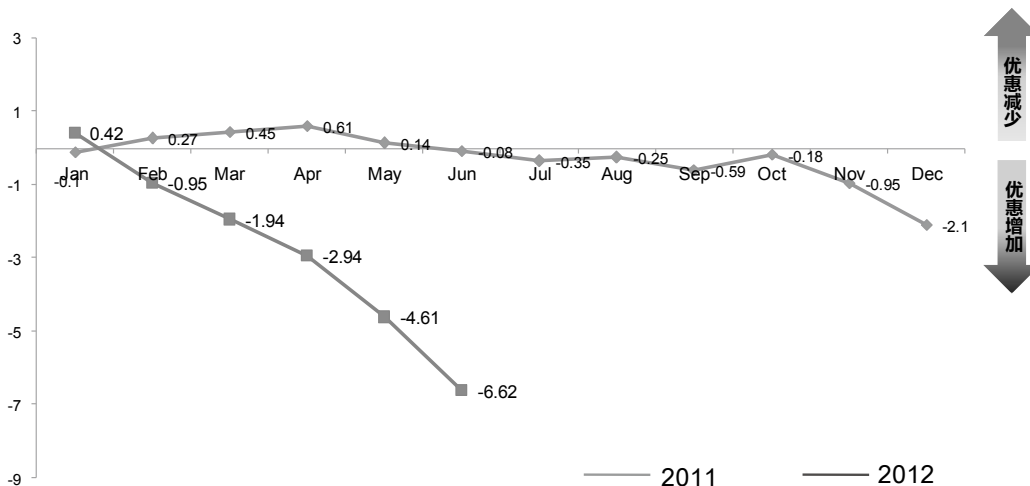
图表 13 2012 年上半年各排量区间累计进口量及所占份额



5、价格：自 2011 年 11 月以来，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，市场供大于求的矛盾突出

从中国进口车近两年的终端优惠指数走势图分析，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 2011 年 11 月，进口车终端优惠幅度迅速加大，优惠品牌、车型增多。截至 2012 年 6 月，进口车终端平均优惠 6.88 万元，其中，CAR、SUV 和 MPV 分别平均优惠 12.4 万元、3.6 万元和 6.9 万元，优惠品牌和车型占进口车市场 75%以上。

图表 14 2011 年-2012 年 6 月中国进口汽车终端优惠

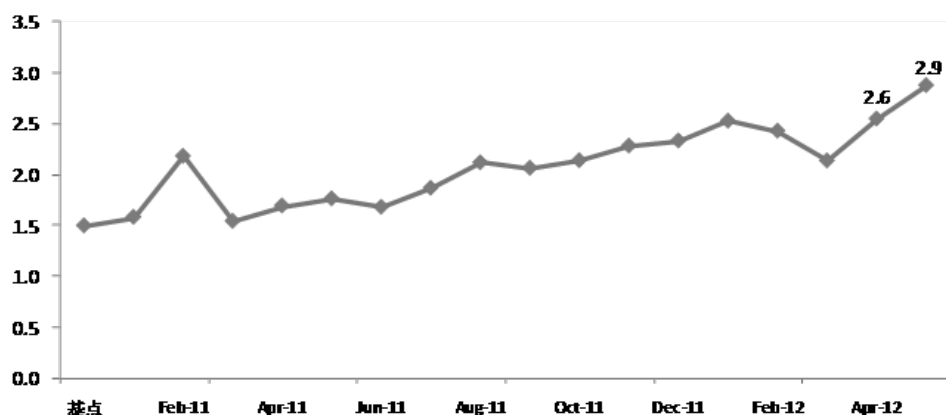


6、库存：进口车市场需求被乐观放大，供给由于高预期的销售目标持续增长，导致行业库存指数翻倍，终端库存达到上限

2011 年，海关进口量和上牌量之间有 14.8 万辆的差额，2012 年 1-6 月，乘用车累计进口 576418 辆，同比增长 26.5%，进口车如此高增速的供给在中国需求不足的态势下，累积了较高的库存。

进口车行业库存指数为累计的库存量除以当月零售量，合理的库存水平一般为 1.5-2 左右。针对 16 个品牌的海关进口量和终端零售数据的差值估算，假设 2010 年底的库存指数为 1.5，则截止到 2012 年 5 月，进口车行业库存指数已经达到 2.9，相比 2010 年底的 1.5 已几近翻倍。

图表 15 2011-2012 年进口乘用车市场 16 个核心品牌累计库存指数



2012 年 7 月 1 日，全国工商联汽车经销商商会对外发布“2012 年上半年中国汽车经销商集团购销存情况调查通报”。400 家 4S 店的抽样调查结果显示，目前国内汽车经销商的平均库存已经达到正常库存的上限 1.7，库存金额约为 113 亿元。资金紧张、经营困难成为目前多数汽车经销商生存的常态。

7、经销商：进口车经销商网络拓展迅速，导致市场竞争加剧，经销商新车销售盈利能力受到较大影响，经营信心大幅度下降

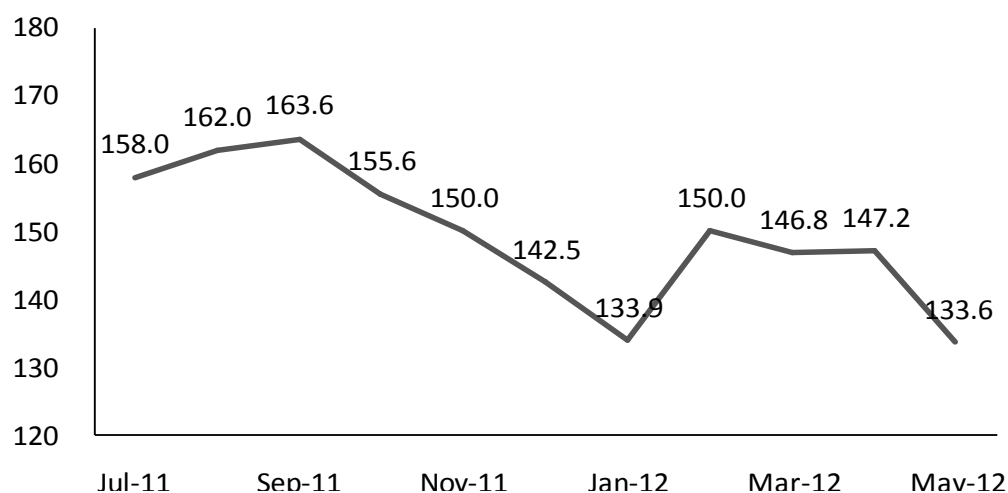
2012 年上半年终端市场价格优惠大幅度增加，跨国汽车公司增加产品供给，增大经销商库存。进口汽车终端市场竞争压力加大，优惠幅度不断提高，经销商的盈利能力将大幅度降低，对于新建的网络压力更大，面临资金和市场的双重压力，对于终端价格的稳定性相当不利。

全国工商联汽车经销商商会的“2012 年上半年中国汽车经销商集团购销存

情况调查通报”结果显示，经销商库存金额约为 113 亿元。资金紧张、经营困难成为目前多数汽车经销商生存的常态。

在目前的市场情况下，经销商经营信心指数大幅度下降。根据进口车经销商市场调研可以看出，5 月份经销商经营信心指数跌落到最低点。

图表 16 2011-2012 年进口车经销商经营信心指数



数据来源：进口车经销商调研

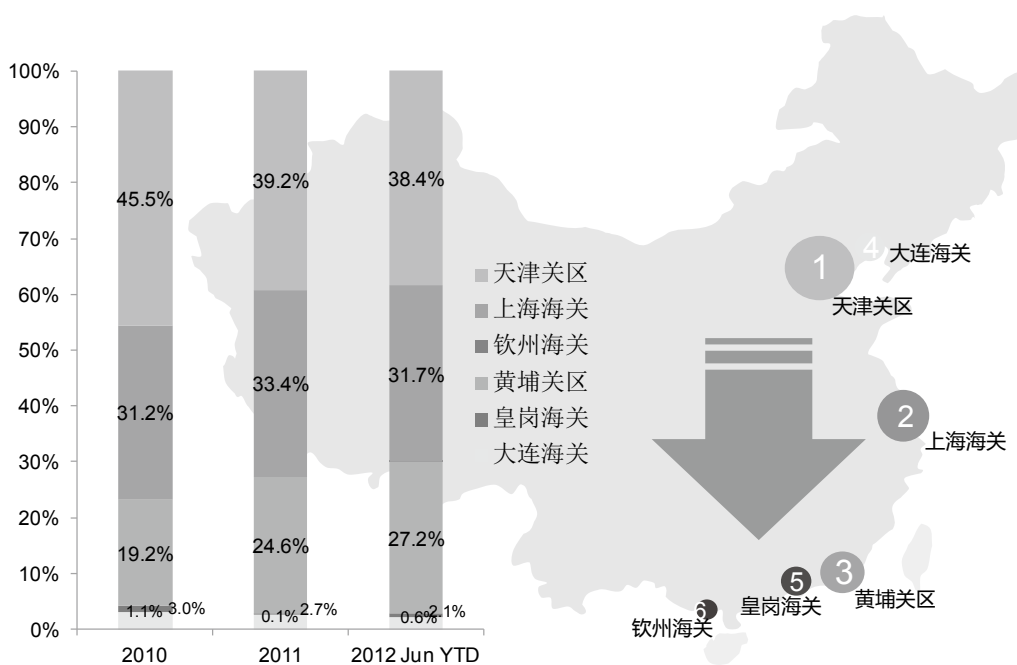
8、港口：随着进口汽车总量的不断增长，加上消费区域不断向二三线城市延伸，进口车面临物流的合理安排。在此背景下，南方的黄埔港、上海港进口量得到迅速发展，与北方的天津港呈现“三足鼎立”态势

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1-6月，上海港和广州港市场份额分别达到31.7%和27.2%。

图表 17 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。2012年5月，广西钦州保税港区已顺利完成第一批21辆车进口。

三、2012年下半年中国进口汽车市场展望及市场预警

（一）2012年市场环境展望

1、宏观经济面：短期内依然面临外需疲软、出口受阻，内需不振、消费不足、结构调整、投资下滑的不利环境，经济何时触底回升很难预测

2012年上半年中国经济面临内外部环境双重困难，一方面外部经济复苏乏力，美国经济复苏不畅，欧债危机反复发酵，负效应影响加大；另一方面拉动中国经济增长的“三驾马车”均显动力不足。中国经济呈现出的局面。

6月份中国制造业采购经理指数（PMI）为50.2%，比上月回落0.2个百分点，接近荣枯线。分企业规模看，大型企业PMI为50.6%，比上月回落0.5个百分点；中型企业PMI为50.0%，位于临界点；小型企业PMI为47.2%，连续3个月位于临界点以下。6月的PMI数据说明未来经济将面临进一步下滑的趋势。

5月23日，国务院召开常务会议，总理温家宝强调当前经济下行压力加大，当前要把稳增长放在首要地位，中央政府将从货币、财政、产业三个方面政策入手，出台一系列的刺激政策，推动经济平稳增长。

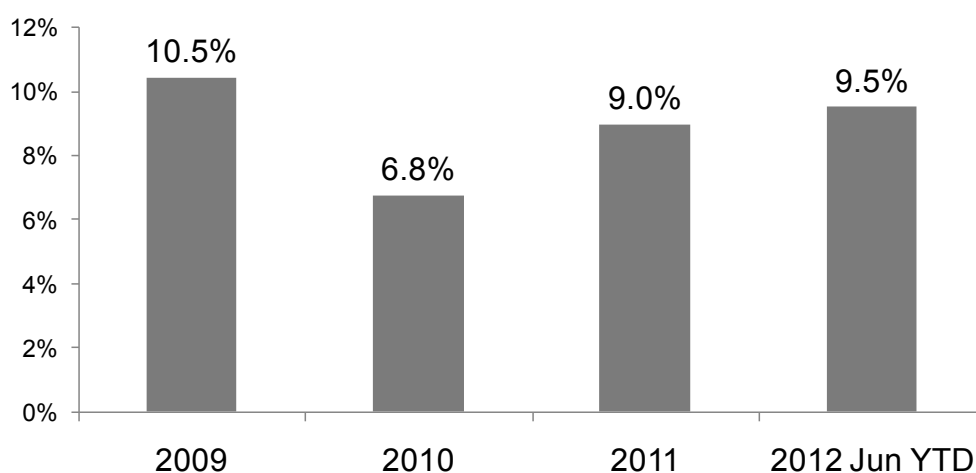
综合分析，2012年下半年宏观经济面临的国际国内诸多不确定因素依然难以发生彻底改观，外部环境仍有恶化的可能，国内政策将加大刺激经济筑底的力度。但由于经济运行处在内生周期调整的下行区间，三季度可能在政策帮助下筑底，但是快速回升的概率很小。

2、行业政策面：进口车市场基本消化了“双反”政策的影响，《乘用车企业平均燃料消耗量核算办法》发布，以及讨论中消费税的调整，将使大排量产品面临更加严峻的考验

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下滑，由 2011 年的 9% 下滑到 6.8%。二季度，原产于美国的 2.5L 以上的轿车和越野车进口量开始恢复，上半年累计进口量占进口乘用车的 9.5%，超过 2010 年和 2011 年的水平。

图表 18 原产于美国 2.5L 以上 SUV 和 CAR 占整体进口乘用车的比重

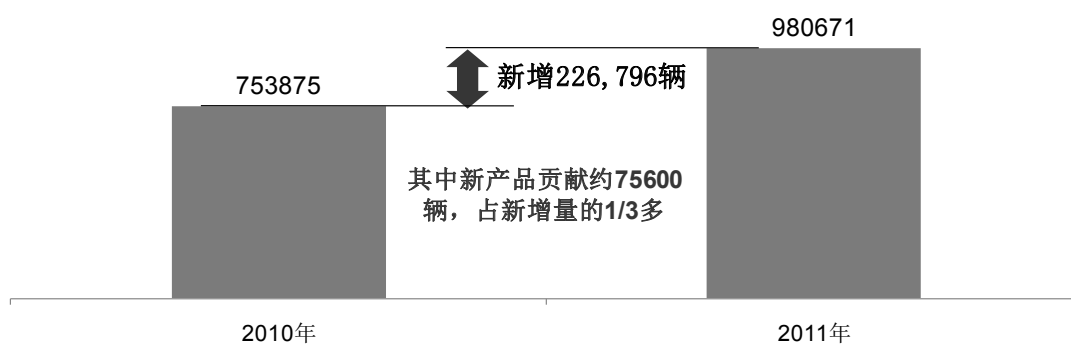


2012年7月1日第三阶段乘用车企业平均燃料消耗量实施，以及讨论中消费税的调整，大排量和高价格产品将面临进一步的严峻考验。

3、新产品供给：多款进口车新产品将进一步投放中国市场，新车销量助市场增长，但刺激力度将有所减弱

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。2012年下半年，新车销量将进一步推动市场增长。

图表 19 2011年新产品增量贡献图



据不完全统计，2012年上半年进口车市场有19款新车陆续上市，其中全新产品12款，分别为全新西亚特 Leon、全新菲亚特 500C、全新 MINI Coupe、MINI Roadster、全新斯巴鲁 XV、全新菲亚特菲跃、全新 JEEP 大切诺基 SRT、沃尔沃 V60、雪铁龙 DS4、DS5、雷诺 Talisman、标致 4008；换代产品有5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、克莱斯勒 300C；

增添版本有 3 款，高尔夫 6 敞篷版、宝马全新 6 系 4 门版和英菲尼迪 M25 长轴距版。

2012 年下半年，预计将有 16 款新车、8 款换代车，1 款增添版本上市。在 16 款全新上市的产品中，包括 8 款 CAR，5 款 SUV，3 款 Wagon。

由于 SUV 市场保持快速增长，下半年，进口车厂商仍将此款车型作为主攻的细分市场，5 款 SUV 新产品即将上市，也反映出市场对 SUV 的旺盛需求。

此外，奥迪即将引入的 RS5、A4 Allroad 以及 Q3 显示出奥迪对于不同消费群体有了更明确的方向，品牌向年轻化发展。专为中国市场加长轴距的宝马 3 系将在 7 月份上市，成为第二款宝马专门为中国市场量身定制的车型。

需要予以关注的是，在进口车市场库存压力加大、优惠逐月增加的形势下，新产品刺激力度将有所减弱。

图表 20 2012 年下半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
马自达/CX-5	7 月	紧凑型 SUV	新车上市
宝马/全新三系	7 月	中型豪华 Car	换代
雷克萨斯/全新 ES	7 月	中型豪华 Car	换代
雪铁龙/ DS3	8 月	小型 Car	新车上市
大众/全新甲壳虫	8 月	紧凑型 Car	换代
讴歌/RDX	9 月	紧凑型豪华 SUV	新车上市
奥迪/Q3	三季度	紧凑型豪华 SUV	新车上市
大众/迈腾 Alltrack	三季度	中型 Wagon	新车上市
英菲尼迪 JX	11 月	大型豪华 SUV	新车上市
别克/Encore	11 月	紧凑型 SUV	新车上市
凯迪拉克/XTS	年底	中大型豪华 Car	新车上市
福特/全新福克斯 ST	年底	紧凑型 Car	换代
凯迪拉克/ATS	年内	中大型豪华 Car	新车上市
现代/I40	年内	中型 Car	新车上市
现代/I40 旅行版	年内	中型 Wagon	新车上市
现代/新胜达	年内	中型 SUV	换代
奔驰/全新 B 级	年内	紧凑型豪华 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
奥迪/ RS5	年内	中型 Car	新车上市
奥迪/A4 Allroad Quattro	年内	中型 Wagon	新车上市
宝马/X6M	年内	中型豪华 SUV	换代
飞度混动版	年内	紧凑型 Car	增添版本
本田/CR-Z	年内	中型混合动力 Car	新车上市

4、市场总量：国产汽车市场或在三季度出现二次探底，全年达到 5%-8% 的增长难度较大

2012 年上半年，汽车产销分别为 953.92 万辆和 959.81 万辆，产量同比增长 4.1%，销量同比增长 2.9%，与一季度产销同比下降 1.83% 和 3.40% 对比来看，市场状况有所改善。上半年，狭义乘用车（CAR+SUV+MPV）累计销售 641.8 万辆，同比增长 8.46%。其中，轿车销售 522.99 万辆，同比增长 5.5%；MPV 销售 24.87 万辆，同比增长 4.3%；SUV 销售 93.94 万辆，同比增长 32.0%。

同时，根据中国乘用车联席会数据，1-6 月，狭义乘用车（不含微面）产量 641.0 万辆，批发销售 645.4 万辆，同比分别增长 8.5% 和 8.1%，终端销售 587.4 万辆，同比增长 7.1%。上半年狭义乘用车终端累计销售同比增速比批发销售量略低，显示供需状况失衡，终端销售较为低迷。下半年，随着乘用车市场新增产能集中释放，以及需求增速放缓的矛盾进一步凸显，供需结构不平衡将继续加剧。

广州自 7 月 1 日开始限购，将进一步打压狭义乘用车市场，年内不会出台强有力的车市刺激政策，同时，考虑到经济增速放缓、汽车销售淡季因素，加上去年三季度有日系恢复生产、节能车补贴等促进销量的措施，导致同期基数较高，狭义乘用车的同比增速或在三季度出现低谷，形成车市“二次探底”。

以旧换新政策主要惠及商用车，预计下半年商用车走势将比上半年有所好转。这一政策对乘用车市场刺激力度有限。

2011 年年底，有关机构预计 2012 年中国汽车市场全年将保持 5-8% 的增长，根据当前经济及行业形势，达到这一目标难度较大。

（二）下半年市场展望

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，市场可能由“以价换量”转向“量价齐跌”

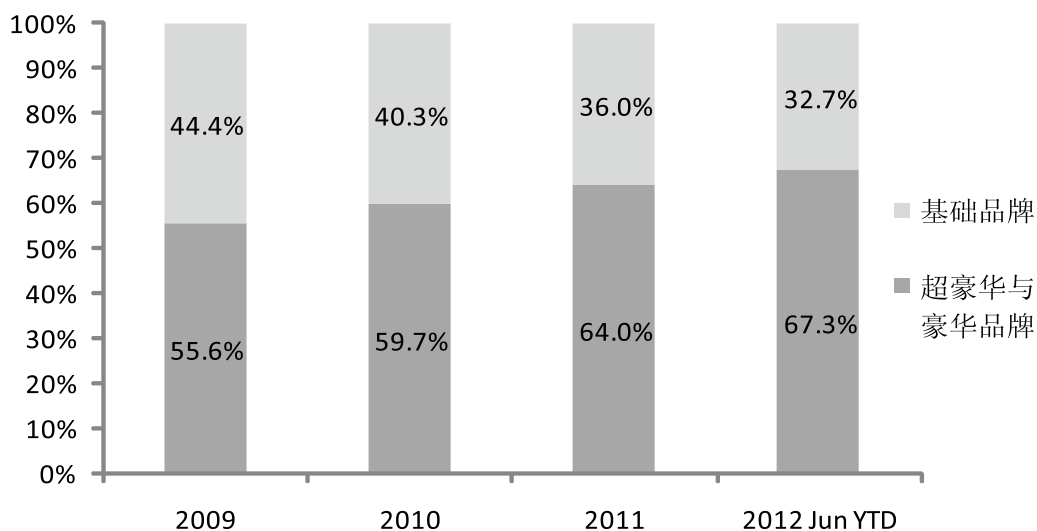
继续维持 2011 中国进口车年度报告中的预测结果，即结合中进汽贸开发的 中国进口汽车市场日均销售量预测模型，2012 年中国进口车上牌量有望冲击 100 万辆，进入一个全新的市场局面。市场增速预计在 20%左右，但结构呈现深度调整。

一方面下半年宏观经济形势依然严峻，市场需求不会出现大幅度增长；另一方面跨国公司市场供给继续加大，进口车行业库存依然处于高位，上半年进口车市场“以价换量”的态势不可能维系，下半年有可能出现出现“量价齐跌”的局面。

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，豪华品牌和超豪华品牌在进口车市场中所占的份额逐年增加，这也体现出汽车市场消费升级的特征。

图表 21 近四年分品牌市场份额情况



2012年上半年进口车前15位品牌中，豪华品牌占据9席，其中3个品牌同比增速超过50%。尽管豪华车整体增速在上半年略有放缓，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。

上半年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，欧系品牌阵营的市场份额进一步扩大，目前市场占有率达66.6%。2012年欧系品牌独占市场鳌头已成定局。

J. D. Power 2012 中国新车购买意向研究显示：中国消费者对于欧系车的购买意向率从 2009 年的 25% 上升到 2012 年的 35%。而对日本车的意向率从 2009 年的 32% 下降到 2012 年的 24%。同时车辆的安全性和质量是购车者的首要标准，66% 的高档车意向购车者将质量和安全性作为选车的重要参考因素。对于未来进口汽车市场来说，消费者对欧系品牌的偏好有助于进口汽车市场中欧系品牌份额的继续提升。

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。近期，进口改装车数量呈快速增长态势。业内预计，未来三年国内改装车产业将以每年不低于 20% 的速度递增，而进口改装业务增长将高于国内改装车整体平均增速。目前国内改装车型主要以欧系车为主，日系车和国产车紧跟其后；国际高端改装品牌如卡尔森、巴博斯、ABT 均已进入中国市场。

3、车型结构：SUV 市场占有率将回升，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

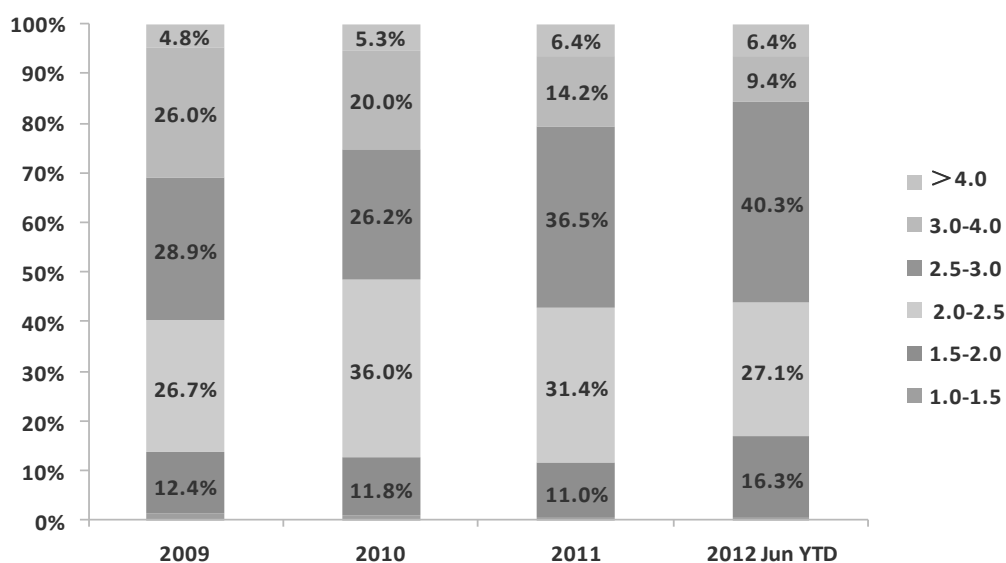
随着汽车消费市场的换购和增购需求增加，近两年 SUV 倍受偏爱，其中高端 SUV 表现尤为抢眼。

从海关进口量分车型来看，2012 年一季度，SUV 进口量占比有所回落，市场份额跌破 50%，主要原因是奔驰 GLK、宝马 X1 实现国产，以及奔驰 ML、奔驰 G 等车型换代导致的供给不足。二季度 SUV 供给增加，其份额迅速恢复到 55% 以上，带动整个上半年 SUV 份额恢复到 50.8%。

2012年下半年，随着新产品如奥迪 Q3、马自达 CX-5、标致 4008，雪铁龙 C4 Aircross、三菱欧蓝德等车型引进中国市场，SUV 市场份额将继续有所提升。

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 22 2009-2012 年进口 SUV 排量结构变化



随着国内消费者逐步认同汽车功能性的多样化，旅行版以及跨界车开始被大众接受。除了目前已经供给中国市场的奔驰 C 级旅行版、大众迈腾旅行版、宝马 5 系旅行版、沃尔沃 V60、大众高尔夫旅行版和 Cross 版、斯巴鲁 XV 以外，2012 年还将引入的大众迈腾 Alltrack、现代 I40 旅行版、奥迪 A4 Allroad Quattro 将会作为旅行版和 Cross 版车型市场的先导产品，以期不断培育该车型细分市场的需求。未来旅行版和 Cross 车型市场份额将继续扩大。

4、排量结构：1.5-2.0L 排量区间车型份额增长较快，混合动力车型引入速度加快，《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，将进一步推动排量下移

在国家消费政策对小排量汽车的倾斜鼓励之下，2012年上半年，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 23 2009-2012 年上半年各排量区间所占份额



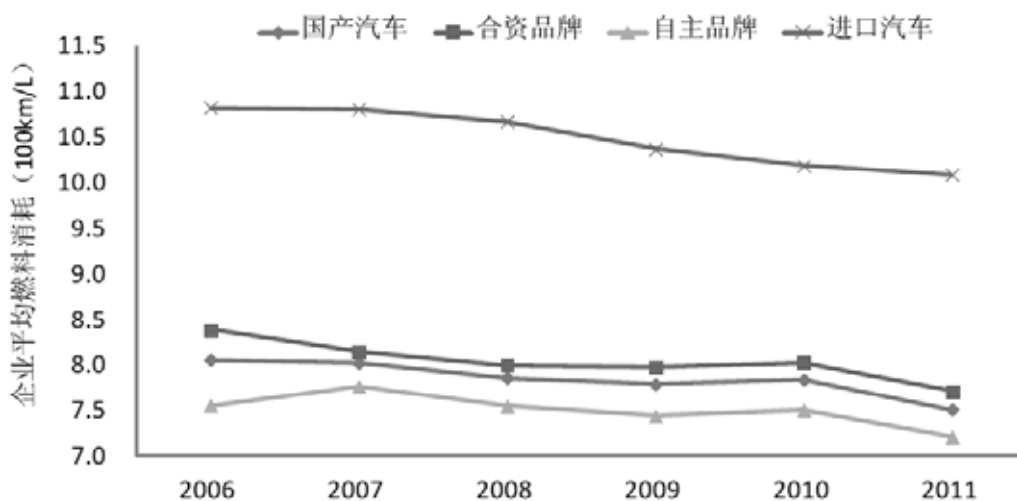
《节能与新能源汽车产业发展规划(2012-2020年)》首次提出普及非插电式混合动力、节能内燃机汽车，实施性很强。预计未来相当长一段时间，混合动力车市场份额将会逐渐增加。因而跨国汽车公司的混合动力车型引入速度加快，雷克萨斯在RX450h，LS600hL两款混合动力车型基础上，2011年11月份

引入小排量混合动力车型 CT200，2012 年上半年份累计进口量接近 8000 辆，成为仅次于 ES、RX 系列的第三大主力车型。

除了雷克萨斯 CT 系列，进口车市场中的混合动力车型还有凯迪拉克凯雷德、保时捷的卡宴、Panamera、本田 Civic、大众途锐、奥迪 Q5。即将引入的还有本田 CR-Z、Fit 混合动力版、雷克萨斯 ES300h、讴歌 ILX。

此外，《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。

图表 24 2006-2011 年中国乘用车 CAFC 总体变化趋势



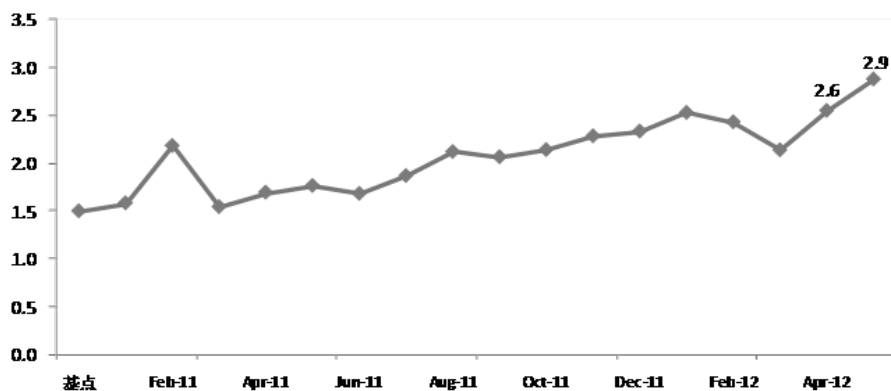
数据来源：中国乘用车企业平均燃料消耗量发展研究报告 2011

2011年进口车经销商的平均燃料消耗量为10.1L/100km，远远高于国产车平均燃料消耗量，平均燃料消耗量与目标值的比率为109-110%之间，短期来看仍有一年的调整期，长期看进口车市场的节能减排压力很大。随着第三阶段燃料消耗量限值标准的实施，进口车在保持高端汽车市场优势的同时，为了满足日益严格的国内标准，进一步国内拓展市场，小排量、小型化、轻量化将成为进口车的发展趋势。

5、价格趋势：终端库存压力凸显，市场优惠幅度不断加大，经销商新车销售利润下降，周转资金减少，进货的积极性下降，进口车市场面临经营的恶性循环

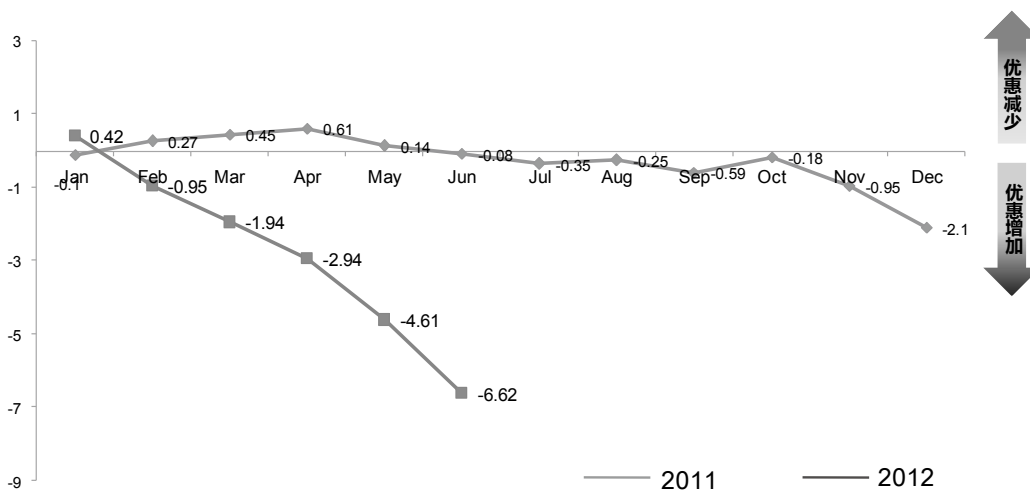
一方面是中国宏观经济增速放缓，导致进口车需求增长放缓；另一方面是跨国公司对中国市场过于乐观，导致供给大幅增加。根据海关进口汽车数据和中国进口车市场信息联席会的终端零售数据显示，第二季度的市场供给进一步加大，导致库存进一步加大，库存指数大幅增加，再创新高。

图表 25 2011-2012年5月进口乘用车市场16个核心品牌累计库存指数



在进口车市场需求萎缩的情况下，库存大幅度增加的结果是库存占用的财务费用快速增加。居高不下的资金压力使得经销商不得不增加优惠，将商品变现，以减少财务费用支出。在终端市场成交优惠价格上，表现出二季度优惠进一步加大的趋势。如果跨国汽车公司对进口车市场的过高目标不做调整的话，进口车市场的价格优惠继续加大，终端成交价格将会进一步走低。对于经销商来说，其新车销售利润下降，周转资金减少，进货的积极性下降，进口车市场面临经营的恶性循环。

图表 26 中国进口车终端优惠指数



6、渠道结构：汽车消费市场向三、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。

(三) 下半年市场预警

1、全球汽车业因受经济增长放缓影响不容乐观

目前, 全球汽车业在财务及运营表现上喜忧参半。欧美及亚洲地区, 尤其是除中国外市场的汽车企业在中短期内将面临巨大的新挑战。

美国人口老化减少需求。美国经济及人口结构影响未来的汽车市场需求。目前就业率持续偏低、经常性开支急速上升, 以及世代人口结构的大转移使得年轻一代对汽车的重视程度不及年长一辈, 而在“婴儿潮”一代现在逐渐步入晚年, 对于驾驶的需要日渐减少, 以致目前潜在汽车买家减少 500 万人。据预测 2012 年美国汽车的销售量仅为 1430 万辆。

受欧债危机影响, 西欧需求锐减。西欧的汽车市场严重依赖于本地的市场消费需求, 在欧债危机影响下, 西欧汽车市场的新车需求将减少约 100 万至约 1350 万辆。在 2020 年前, 西欧的汽车年销量都不大可能重回 1600 万辆。

欧洲汽车行业的情况因产能过剩而变得更加严峻, 自 2007 年起只有三家西欧的汽车工厂关闭, 而同时期还有八家汽车工厂在东欧地区扩张。此情况导致厂

房的使用率及竞争力降低,而且逼使制造商实施较大的折扣进行销售,以增加汽车销量。长远来看,欧洲必须根据需求调节产量,汽车厂商才能再次获得盈利。

低成本策略奏效。在欧洲市场表现最佳的公司分别为高级汽车的制造商,以及采取低成本策略的行业新参与者,当中包括来自韩国的企业。经济型的品牌如达契亚(Dacia)、现代(Hyundai)、拉达(Lada)及起亚(Kia)等品牌正以极高的性价比争夺销量,而高档品牌如奥迪(Audi)、宝马(BMW)及奔驰(Mercedes-Benz)等正加紧推出新的产品抢占以往由中档车厂商主导的市场。

中国汽车行业仍蕴藏着机会。在过去数年中因全球金融危机及其后的全球衰退而被迫以积极进取的态度来面对逆境的跨国汽车公司,如果能够在未来数年中合理应对,继续坚持,在中国的市场中表现出可持续性发展,将会取得成功。

2、中国汽车市场全面低速运行且发展结构不均衡

2012年上半年中国汽车市场总体全面低速运行,前几年的超高速增长不会再现。根据全球汽车市场成熟国家的发展规律,2020年以前我国汽车市场仍处于快速发展区间(即第二高速增长期),增长率相当于GDP增长率的1.5倍左右,但在时间分布上呈前高后低。预测未来几年处于第二高速增长期的中国汽车市场的增速与前几年相比会有大概20个百分点的落差。随着更多汽车厂商的扩产和进入,汽车市场供给仍按照2009年或者2010年的较高增速趋势在发展,而需求已经有较大幅度的下降了。

未来两三年来,国内汽车市场的供求关系会发生较大变化,会导致整个产业的利润水平一定程度下降,进而形成“强者更强、弱者更弱”的竞争格局。

3、中国进口汽车市场“以价换量”不能维系

2012年上半年中国进口车市场保持较快增长所付出的代价是行业高库存和终端大幅度降价，尤其是进口车经销商背负着前所未有的“高库存、高资金”的经营风险和压力，行业经销商经营信心大幅度下降。

中国进口汽车市场所呈现的趋势性特征已经发出了市场风险预警：2012年上半年进口车市场“以价换量”的态势不可能维系，下半年进口车市场或将出现“量价齐跌”的局面。进口车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。

值得跨国汽车公司、进口车经销商等企业关注的风险是：

(1) 自2008年全球金融危机以来，中国作为世界汽车工业最关注和最值得期待的汽车市场，受到持续的、狂热的“追捧”。跨国汽车公司每年持续、高增长的中国市场战略发展目标是在非理性的状态下无限加大。

(2) 中国汽车市场尤其是进口车市场始终与宏观经济息息相关。中国经济的增长长期被大量的刺激政策支撑，这种高增长状态是不可持续的。在未来的几年里，GDP增长会减缓。中国经济增长放缓已成为今后一个时期的趋势。2012年政府经济发展预期目标是，国内生产总值增长7.5%；《我国国民经济和社会发展十二五规划纲要》中提出，“十二五”国内生产总值年均增长7%，由于汽车工业发展与GDP增长速度有着较高相关性，因此随着中国经济增长放缓，国内汽车市场需求也必然受到相应影响。

(3) 从汽车行业本身的发展来看，2009年以来中国汽车市场呈现爆发式增长，从国家出台刺激消费政策，到积蓄刚性消费需要的集中释放。但是，这种爆发式的增长是可遇不可求的，更是无法延续的。为提高内需所作的新一轮刺

激增长的目标应着眼于提高经济效率和生活标准，而非仅仅利用人口众多、市场巨大的优势，简单直接地刺激消费。

一、二线汽车市场进入更新阶段，三、四线市场将成为发展最快的新增市场；沿海市场进入车辆更新阶段，而中西部地区仍是第一次购车市场。

二手车市场开始发力。2011年，国内二手车交易量达到420万辆，增长达到15%左右。2011年新车市场增长缓慢，但二手车市场发展较好。

2005年我国“汽车后市场”的营业额为880亿元，到2009年增加到2400亿元，预计到2012年将增至4900亿元左右，年复合增长率为26.9%，而售后服务利润是整车销售利润的3倍。拓展汽车后市场服务，跨国汽车公司需要重视。

(4) 跨国汽车公司和渠道经销商面临着如下问题：汽车经销商库存总量持续走高，渠道的上下游紧张关系已经达到临界点，关系走向决定了汽车消费环境能否形成一个良性循环。渠道的不稳定为跨国汽车公司的业绩埋下隐患，跨国汽车公司如果不改变已有的强势地位，减弱渠道经销商压力，和渠道经销商构成一种新型合作关系，其未来的可持续发展或将大打折扣，经销商退网态势或将出现。

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
<ul style="list-style-type: none"> 宏观经济指标 经济政策 经济形势展望 对进口车行业影响 	<ul style="list-style-type: none"> 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 	<ul style="list-style-type: none"> 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 	<ul style="list-style-type: none"> 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 	<ul style="list-style-type: none"> 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 	<ul style="list-style-type: none"> 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 	<ul style="list-style-type: none"> MSRP跟踪 市场成交价格收集 成交价格指数 终端优惠指数 	<ul style="list-style-type: none"> 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，促进行业内的沟通和交流，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

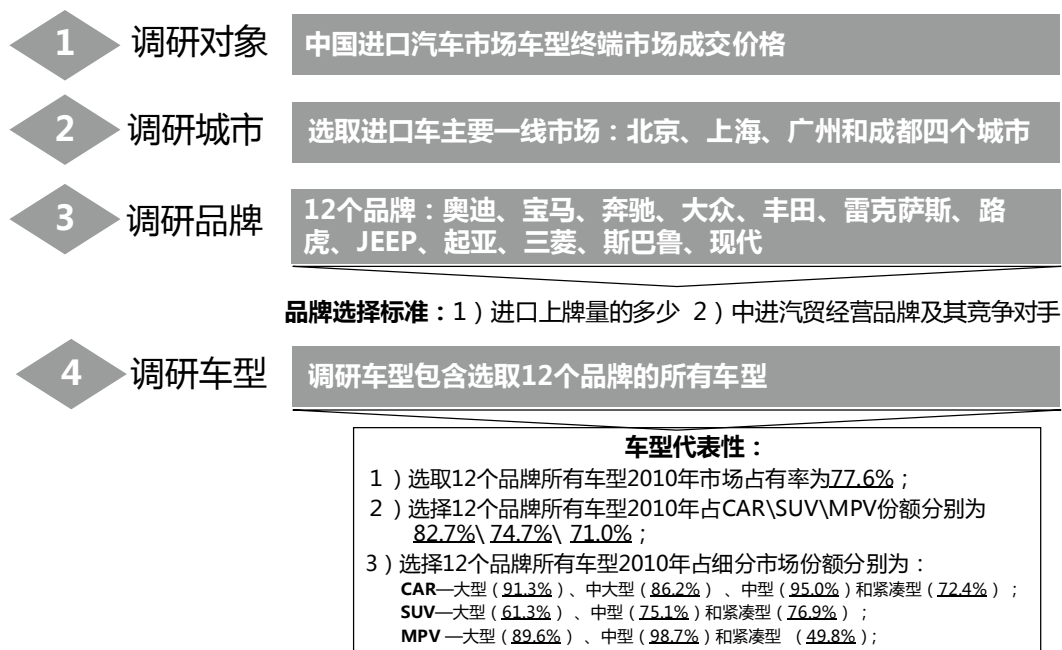


中国进口汽车市场数据库不仅涵盖了进口汽车及其相关市场的权威数据，还集成了进口汽车市场的相关信息和权威的市场研究报告。目前中国进口汽车市场数据库的数据量达到了 300 万条，信息量也有近万条。

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 2 进口车价格调研体系



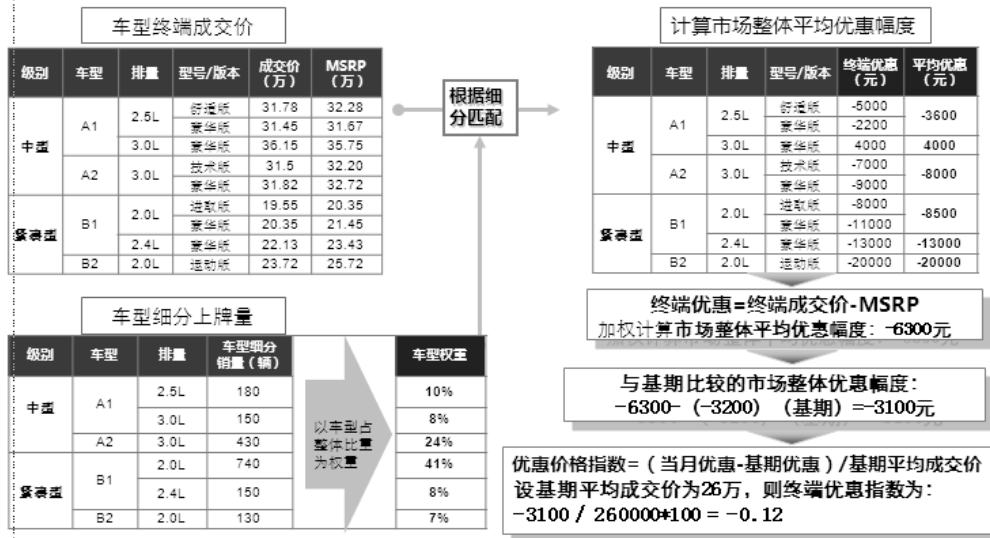
图表 3 CATC 进口车价格指数组成



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

原始车型价格数据

级别	车型	排量	车型名称	当成交价 (万元)
紧凑型	A1	2.0	2.0AT豪华型	16
			2.0AT舒适型	15
		2.0	2.0MT豪华型	14
			2.0MT舒适型	13
	A2	1.6	1.6AT豪华型	12
			1.6AT舒适型	11
		1.6	1.6MT豪华型	10
			1.6MT舒适型	9
小型	B1	2.0	2.0MT舒适型	11
			2.0AT豪华型	10
	B2	2.0	2.0MT舒适型	11
			1.6AT豪华型	10

算术平均计算子车系价格

级别	车型	排量	当月成交价	上月上牌量
紧凑型	A1	2.0	P1-14.5	S1-1000
			P2-10.5	S2-2500
	A2	1.6	P3-11	S3-1000
			P4-10	S4-500
小型	B1	2.0	P5-11	S5-2000
			P6-10	S6-5000
	B2	2.0	P7-11	S7-2000
			P8-10	S8-1000

结合上牌量计算级别权重加权价格

类型	级别	上年12月加权价	当月加权价
Car	紧凑型	10.40	10.45
	小型	9.35	10.40

成交价格指数=当月成交价格/基期成交价格-1

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

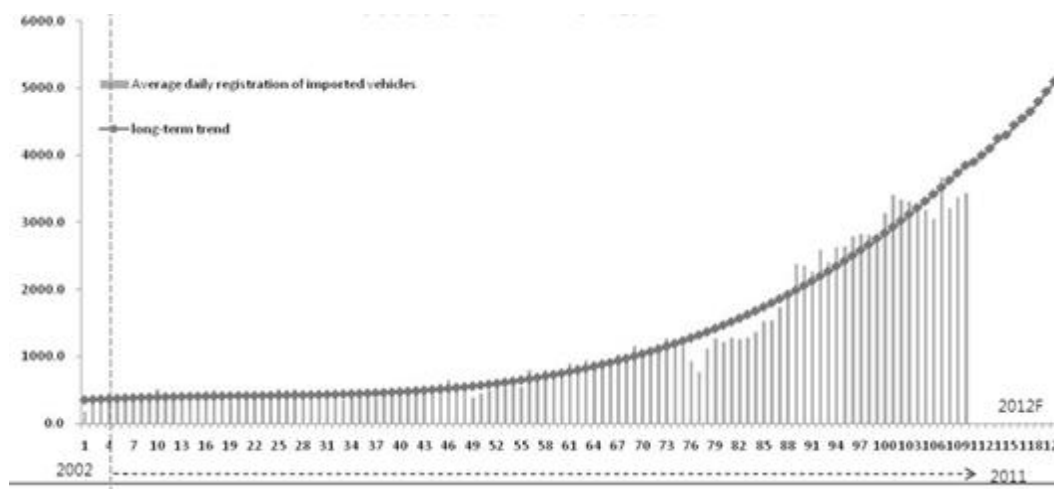
大型SUV成交价格=大型豪华SUV加权价*大型豪华SUV权重+大型基础SUV加权价*大型基础SUV权重+.....

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	
		基础	奔驰-CLS				
	中型	豪华	福特-MUSTANG	现代-ROHENS	现代-AZERA	雪佛兰-CAMARO	
			雷诺-LATITUDE				
			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	
		基础	宝马-3	雷克萨斯-LF	奔驰-SLK		
			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-AVENISIS	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-NEWBETLE		
			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	
雪佛兰-VOLT	雪铁龙-C4						
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				
		豪华	奔驰-VIANO	丰田-SIENNA			
	中型	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	
		基础		别克-ENCLAVE	丰田-SEQUOIA	丰田-LANDCRUISER	雪佛兰-SUBURBAN
	中型	豪华		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
				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
		基础		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	
				奥迪-Q5	路虎-EVOQUE	奔驰-GLK	沃尔沃-XC60
	紧凑型	豪华		宝马-X1	路虎-FREELANDER	路虎-DEFENDER	英菲尼迪-EX
				宝马-X3			
				JEEP-COMPASS	欧宝-ANTARA	丰田-4-RUNNER	双龙-KORANDO
		基础		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	淮安市	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			

（四）中国进口汽车市场信息联席会介绍

目前进口汽车市场研究数据出现不健全、不准确、不及时等问题，如进口汽车上牌量缺失，现有的豪华品牌交换数据局限于少数品牌，占进口汽车市场份额低于 50% 等，从而造成市场研究结果不精准。

为了解决上述问题，全国乘用车市场信息联席会和中国进口汽车贸易有限公司联合成立中国进口车市场信息联席会。中国进口汽车贸易有限公司作为中国进口车市场信息联席会的秘书长单位负责具体工作，首要工作是收集各成员单位分享的相关市场数据，格式化、整合和汇总数据（包含国产乘用车产销数据）并在成员单位内部分享，提高数据的覆盖面和时效性；第二，撰写并在会员内部分享进口车行业（政策、市场与预测）研究报告；第三，通过组织半年一次的内部会议加强会员间的交流学习，提高会员的工作水平。

目前中国进口车市场信息联席会收集的进口汽车品牌达到 16 个，销售量占整个进口车市场销售量的 80% 以上，基本能反映进口汽车市场的发展趋势和特点。

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：北京海淀区中关村南三街6号中科资源大厦北楼

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



让汽车生活更美好



中进汽贸

Add : 北京市海淀区中关村南三街6号中科资源大厦北楼
No.6 South 3rd Street, Zhongguancun, Haidian District, Beijing, China

TEL:86-10-8842.2222 Fax:86-10-6848.8202

<http://www.sinomach-auto.com>