

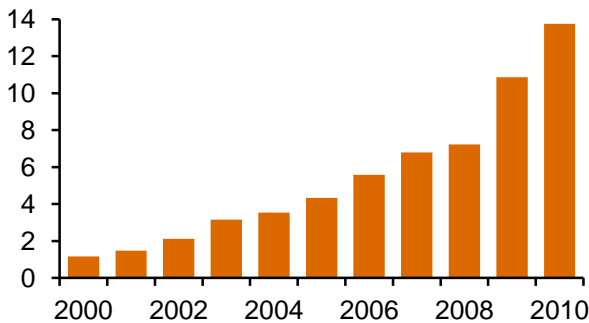
# Autofacts®

2011年3月

## 中国 全球最大市场的长期观点

在政府支持措施的帮助下，中国汽车市场经过两年的快速增长，进入了2011年，面临限购令、拥堵等挑战，但是对于实现中国市场的真正潜力，这些只是暂时障碍。

中国：轻型车销量  
2000 - 2010 (百万辆)



### 市场的最终推动力

连续多年的高速增长帮助中国超过美国，成为世界最大的汽车市场，2010年的乘用车销量接近1,400千万辆。虽然政府取消了刺激方案，出现了一些短期挑战，中国2011年汽车业的增速可能放缓，但真正的讨论是中国的市场容量能否达到3,000万到4,000万辆乘用车和轻型商用车。

Autofacts关于中国汽车业未来状况的观点与下列社会、政治、经济因素有关：

- 内需的增强和房地产升值的趋稳
- 经济发展结构的改善以及通胀的有效管理
- 基于信贷扩张、利率和通胀担忧的车辆购买力

- 城市化可能推动内地居民的新的购车需求
- 新汽车技术的商业化，能源网的改进以满足燃料经济性/排放目标
- 基建的大幅扩张以支持道路建设和经济活动

### 轻型商用车市场前景

中国广大的内陆省份是未来最大的内需来源地，但是在计算中国市场潜力时内陆省份是一个难以衡量的变量。不过，政府开发内地的意图增加了Autofacts对市场的预期。

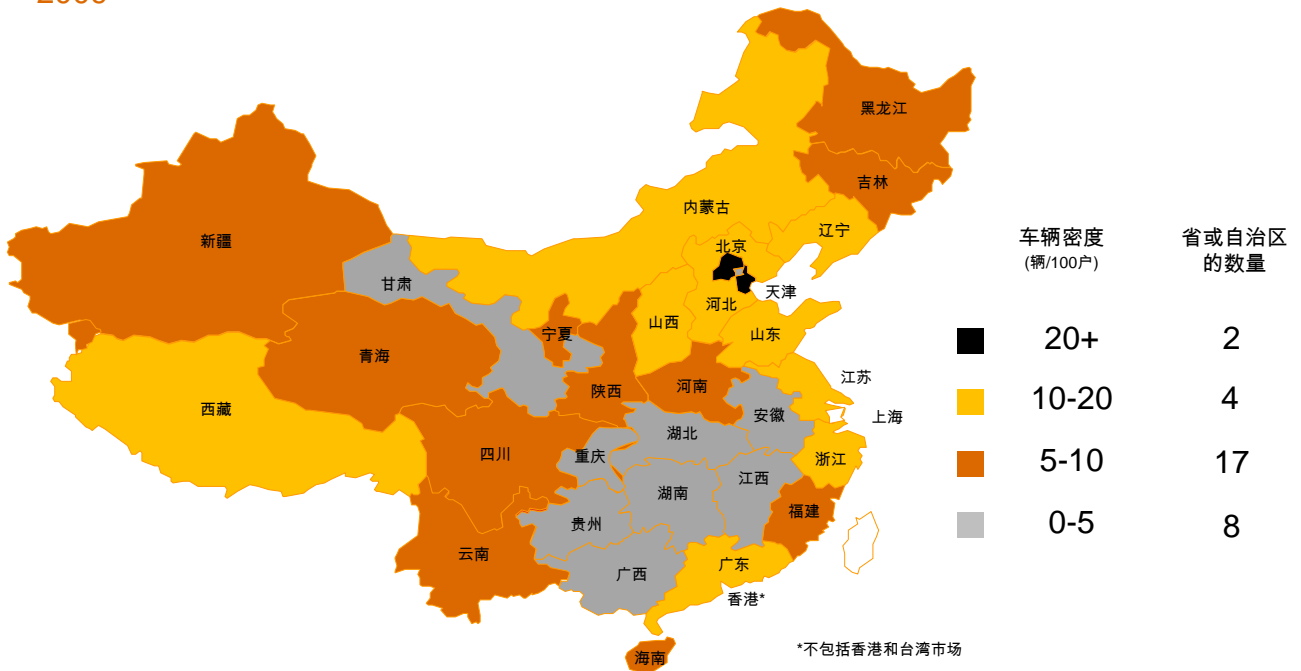
内陆省份居民负债较少，生活成本较低，收入正在提高，所以汽车销售有很大潜力。这也符合细分市场的趋势：从标准的乘用车转向实用的入门级车，面包车，皮卡车等多功能、适应各种路况的车。

从历史上看，中国的商用车市场与国家固定资产投资增长具有相关性，在2009-2010年期间，商用车市场增长了60%，超过了乘用车市场。这一趋势的主要归因于四万亿人民币的国家投资计划，其中45%的经费被分配到城市基础设施。然而，随着中央政府将短期注意力和资源投向欠发达地区，新兴的内陆市场可能激发轻型商用车辆的需求，帮助释放中国汽车市场的潜力。

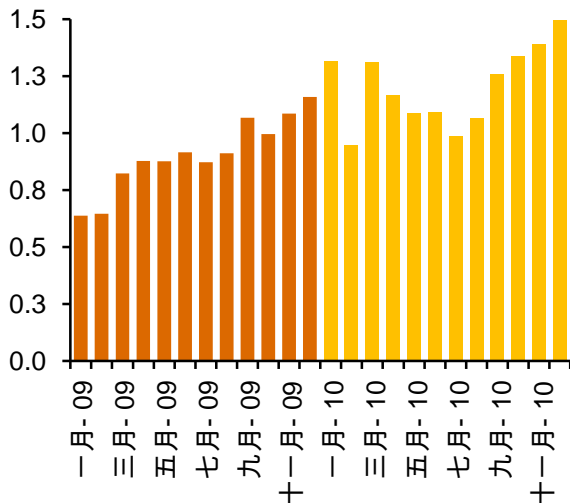
如需了解更多有关我们产品及服务信息，  
欢迎访问我们的网站  
[www.autofacts.com](http://www.autofacts.com)

中国的长期增长轨迹将可能是一个更平衡的经济发展，可持续能源的采购，巨大内部市场需求的函数。中部沿海/中国内陆历史上存在经济差距，这导致了车辆密度的差距- 这一差距未来注定要减小。

中国：各省私人乘用车密度  
2009



中国：月度轻型车销售量  
2009 - 2010 (百万辆)



新车上牌政策\* - 北京

2011 \*控制乘用车数量的临时规定

**240,000**

2011年新车牌上限

较2010年上牌数预计下降

**70%**

**187,420**

1月网上上牌申请数量

2011年1月网上上牌申请获批的比例

**9.4%**

**20,000**

2010年北京每周新增乘用车数量

来源：Autofacts 2011年第一季度数据发布，中国统计年鉴2009年，汽车工业协会，路透社，CE.cn