

## 油价“接轨”渐进 汽车业高成长长期谢幕?

对中国汽车工业来讲,油价上调绝不是一个好消息。更不容乐观的是,有业内专家进一步作出预测:三个月内油价还将上调。那么,油价到底是高悬于中国汽车业头上的一柄达摩克利斯之剑?还是汽车行业的“最后一只靴子”?而此刻最大的悬念在于:中国汽车工业的高速发展是否会“戛然而止”?

◎本报记者 宦璐

6月19日晚10点,中国国家发展和改革委员会(下称发改委)突然发文宣布,从6月20日零时起上调成品油和电力价格,其中汽油、柴油出厂价格每吨提高1000元。调价后,汽油和柴油平均零售基准价分别由每吨5980元、5520元调整为6980元、6520元。

本周,汽车业主要原材料之一的钢材也传出“噩耗”:铁矿石的价格上涨了90%。

厦门大学中国能源经济研究中心博士生导师、著名能源经济学家林伯强告诉《上海证券报》:用不了太久,成品油的价格还会涨。具体的涨价幅度则要看国际

油价。而燃油税的出台则要等油价调够之后才会进行。”

无独有偶,摩根士丹利大中华区首席经济学家王庆也在近日表示,如果年内剩余月份CPI增幅如预期保持下行,政府可能继续推行能源价格改革,最终使国内油价与国际接轨。但价格正常化的过程是渐进的,下次价格调整可能在三个月以后。他还认为,中国宏观经济政策已经发生转变,从原来的防止经济过热与通货膨胀“转向增长与稳定优先”。

而就在昨天,大众集团中国总裁范安德对本报记者表示,油价上涨势必会影响消费,但对

企业来说,要到底才会看清楚到底产生了哪些影响。我们在过去三年一直努力降低成本,向管理要成本,消化消费成本上涨所带来的压力。不仅仅是油价,今年的地震、大水等灾情,都对汽车销售造成不利的影响。我们对此非常关注。但我肯定的是,中国宏观经济政策没有变化,只是增长不像去年那么强劲,年初我们预测是15%至20%的增速,现在调整为10%至15%。

而此刻,最大的悬念在于:在汽车消费成本不断上升的今天,中国的汽车工业是否会走上一条由盛及衰的萎缩之路?

### 汽车消费受到遏制

成品油价格的上调对钢铁、航空和汽车等能源消耗行业带来巨大冲击。

国金证券轿车行业研究员李孟涛表示,油价上涨对全行业影响都是负面的。据他测算,此次汽油价格上涨将导致家用汽车消费者每年油耗成本上升550至1200元不等,平均每月增加42至100元不等;而此次柴油价格上涨将使重卡用户每年增加6.7万元的油耗成本,对运输市场的影响最大。他认为,未来3至6个月内,销量在1.0至1.6L之间的家用轿车受冲击最大,但消费者只会推迟其购车时间,需求并

不会消失。尽管其影响是短期的,但汽车行业盈利下滑将是必然趋势。

与此同时,大多数机构普遍认为,相比普通消费者,企业受到能源上涨的冲击可能更大。当5月PPI第一次超过CPI时,包括沈明高在内的多位经济学家表示,PPI传导到CPI需要一定时间,生产成本上升将对很多企业构成压力。这是当前企业必须面对的一个难题。

而在本周一,瑞士信贷(Credit Suisse)发布预测称,中国上调汽油和柴油价格的时间早于预期,涨幅也大于预期,这不仅对

现有的汽车使用者不利,对汽车需求前景也不利。

该行在公告中表示,即使在成品油价格上涨之前,今年年初以来的汽车销售看起来就有些不稳定,不再像去年那样显现出强劲增长趋势;另外,国家发改委预计今年的汽车价格将下跌5%,因为竞争的加剧迫使汽车制造商提供更多的折扣。该行维持对汽车类股的减持评级:将骏威汽车(0203.HK)、东风汽车(0489.HK)、中国重汽(3808.HK)和潍柴动力(2338.HK)评级为“跑输大市”,目标价分别为2.85港元、3.10港元、5.50港元和28.50港元。

### 有利于降低高能耗

油价调整也有其积极一面。经济学家们普遍认为,成品油调价短期内可能推高通胀,但长期而言有利于总体物价回落,经济增速可能进一步放缓。

国家发改委能源研究所研究员周大地指出,这次上调成品油价格,短期看可以缓解国内供需紧张,长期看将向市场传递正确的价格信号,让更多的人意识到高油价将是长期趋势。

这说明低油价对引导合理消费能源没有产生实质作用。“周大地认为,在市场经济条件下,能源低价反而不利于推动能效提高和资源节约。此次上调油电价格,对于我国实现节能减排目标具有重要意义。

全国乘用车市场信息联席

会近日发布了上月的销量情况,轿车销量同比减少10%左右。而大排量高油耗的运动型多用途乘用车(SUV)因高油价在美国遭冷遇的同时,却在我国汽车市场上延续了火爆的销售行情。以SUV为例,4月国内SUV产量达46904辆,同比增长46%,销量为38059辆,同比增长33.3%。而从今年前5个月的总体情况来看,我国国产SUV销量同比增长了39.72%,进口SUV更是涨势迅猛。

乘联会主席饶达表示,在石油价格大幅上升的情况下,全世界的乘用车发动机平均排量都在向下走,唯独我国国产和进口的乘用车发动机平均排量在增大,而国产小排量汽车市场还出现了

严重的萎缩。业内专家分析,造成这一车市反常现象的根本原因在于汽车税收政策的滞后,即讨论了多年的“燃油税”。

饶达告诉本报记者,中国对汽车收的税费在汽车生产大中国中是最低的,而且在乘用车中,大车与小车的税率标准基本一致,这种政策等于“打击小排量汽车,鼓励大排量汽车”。同时,我国汽油的价格按体积计算,比国际市场的石油价格还低。在石油净进口国中,我国的油价最低,到5月初,中国的汽油均价仅为德国汽油均价的29.9%。”而根据计划,近年来国家对石油冶炼企业的补贴将达千亿元,进一步削弱了油价上涨带来的市场杠杆。



### 重税时代或将来临

油价本该提前上涨,但推迟了近半年,可见国家对扩大内需的重视,可这样做的后果是,年底国家又要补贴石油产业几百亿元人民币。加上将要实施燃油税,消费者购买燃油的费用在今后的几年中估计不会再有下降的可能,这不但使明年的市场预测更加困难,也预示着中国汽车市场将向重税时代过渡。”早在去年底的那次成品油提价后,全国乘用车市场信息联席会秘书长饶达就对本报记者作了如上表示。

目前,有消息称,国家有关部门正在酝酿调整汽车消费税,有望将在今年的7月1日推出。国家将再次明确传递出“支持环保小排量汽车,限制大排量豪华车”的宗旨。

有知情人士向上海证券报透露,从消费税调整方向来看,大原则还是根据汽车的价格和相应排量等级征收消费税,排量越大,消费税的税率越高;而新消费税最大的变化,

则是进一步细化根据汽车排量划分的课税级别,增加消费税的税率档次,加大各级别的税率差。我国目前根据不同车种排气量的大小设置了三档税率。其中,微型轿车(气缸容量小于1000毫升)税率为3%,普通轿车(气缸容量大于或等于1000毫升、小于2200毫升)税率为5%,高级轿车(气缸容量大于或等于2200毫升)税率为8%,轻型越野车(气缸容量小于2400毫升)税率为5%。而新的汽车消费税将从目前的3%、5%、8%三档调整至1%、3%、5%、8%、10%五档,排量在1升以下的税率从3%降至1%,3升以上的税率从8%上升至10%。

正如饶达所说,随着油价的越来越高,燃油税的实施以及养车费用的不断增加,汽车的超前消费将会得到缓解。

但是,这会让高速发展的中国汽车市场“戛然而止”吗?

### “2007年中国最具价值汽车企业”评选入选企业系列报道



广汽集团董事长张房有:  
虎视前三强  
发力自主品牌

◎本报记者 吴琼

短短十年,广汽集团从濒临绝境到逼近中国汽车集团前三强,创造了一个奇迹。广汽集团已被视为目前盈利能力最强的中国汽车集团。

如今,以合资起家的“华南虎”——广汽集团,已不满足于中国汽车集团第二梯队的地位,也不满足仅仅成为制造业基地,其掌门人张房有又有了新规划:将广汽集团的版图扩张到中国其他地区,形成自主品牌引领合资品牌的格局,最终成为具有国际竞争力的中国汽车集团。

### 从1法郎到产值千亿

1997年,是广汽集团命运的重要转折点,也是张房有坐上广汽集团掌舵人位子的时间。那一年7月,张房有兼任广州汽车集团有限公司董事长;2000年,其担任广州汽车工业集团有限公司董事长。十年后,广汽集团2007年销售收入和工业总产值突破1000亿元,利润和税收突破100亿元。从1法郎收购亏损的广州标致,到成长为盈利能力最强的中国汽车集团,广汽集团保持了十年快跑的纪录。据公开数据显示,10年中,广汽集团汽车产销量、工业总产值、销售收入年均增长率分别达51%、55%和58%;利润、利税总额年均增长率分别达26%和36%;经济效益综合指数连续多年稳居国内汽车企业第一位。

尽管在销量上广汽集团排在第二梯队,但其销售收入排名已逼近由上汽集团、一汽集团、东风汽车集团等三大汽车集团组成的第一阵营。

广汽集团成功的法宝被外界归纳为:搭上了日系汽车企业在华发展的“快车”。广汽集团的起家始于广州本田,二次发展源于广州丰田。目前,广汽集团业绩主要得益于广州本田、广州丰田:2007年,广州本田及广州丰田销量分别达29.53万辆和17.03万辆,二者共为广汽集团贡献了近八成的产值和利润。

广汽集团旗下两家合资公司的成功背后隐藏着一个事实,即对于全球同步引进车型的坚持,对于零部件配套同步进行的坚持。目前,在广东省的零部件供应量约占广汽集团的60%。正因为这样,作为后来者的广汽集团迅速在广州建立了牢固的汽车零部件产业链。

### 借自主品牌再造辉煌

在第一个十年辉煌面前,广汽集团并未止步。第二个十年,广汽集团正走向从量变到质变的阶段:拟由合资打江山过渡到以自主品牌引领发展的新阶段。

在北京汽车展上,广汽集团三款自主品牌车型——混合动力概念车(AHEV)、新概念四门跑房车和敞篷跑车亮相。而这离广汽公开宣布进军自主品牌仅仅半年。2007年底,广汽集团正式对外宣布,为自主研发投资68亿元。其中研发占地30万平方米,投资30亿元;生产工厂占地120万平方米,一期投资38亿元。

据悉,广汽集团早已在筹划自主品牌一事。2005年,张房有排众难,确定了自主研发自主品牌的主基调。68亿元的巨额投资在三年内或许很难见到回报,但张房有坚信这条路走得通。因为此时的广汽集团已经具备成功的一些要素:在与本田汽车、丰田汽车的合作中,广汽集团积累了一批具有制造技术、管理经验的人才,储备了发展的资金。更重要的是,在珠江三角洲地区,已经形成了以日系零部件厂商为主体的广汽配套体系。

广汽集团甚至公开提出自主品牌的最后期限:首款自主品牌轿车将于2010年投放市场。

广东省有关部门也对广汽集团寄予较大期望:未来几年内,广汽集团实现产值和利税将再翻一番,尽快跻身中国500强前20名、世界500强前300名之列。

保持十年高速发展,且正在逼近前三大汽车集团的广汽集团,能否从“华南虎”变为“中国虎”,且看第二个十年。

## “2008中国汽车产业发展”高峰论坛 “2007中国最具价值汽车企业”评选隆重揭晓

群雄逐鹿中华 中国市场提供全球汽车公司竞技大舞台  
承载时代责任 中国汽车业面对追赶世界一流新契机

●主办单位: 上海证券报 中国证券网 ●协办媒体: 《现代快报》、《现代金报》  
●学术支持单位: 罗兰贝格咨询 ●门户网络支持: 新浪网

www.cnstock.com 中国证券网现场直播 日期: 2008.7.4 地点: 上海浦东东锦江索菲特大酒店

