

我国汽车消费升温为经济注入强劲动力

■ 梁 达

在国际金融危机冲击下,全球汽车产业遭遇重创,生产、消费急剧萎缩。与之形成明显反差的是,中国汽车行业异军突起,产销均出现“井喷”效应,作为一种高价值的耐用消费品,其对经济的强大拉动力功不可没。从发展趋势看,我国居民自身的消费特性和潜力决定了未来几年汽车消费将会继续充当经济增长的第一引擎。

多种因素助推汽车销售 加速增长

首先,大多数中等收入阶层的居民消费水平已到购车临界点,汽车消费已进入第三次浪潮。中国汽车产业过去十年出现过两次浪潮,第一次为2002—2003年,由北京、上海、广州、深圳等一线城市的居民主导。第二次浪潮从2003年开始,由二线省会城市居民主导,持续4年之久,直到2008年国际金融危机来袭才结束。目前,中国汽车产业已迎来第三次消费浪潮,三线城市的居民开始买车。2008年我国人均GDP已超过3000美元,大多数三线城市的居民已处于买车的初始阶段,潜力较大。

我国三线城市约有3亿人口,预计第三次浪潮还将持续5年以上。其次,汽车消费政策的拉动。今年以来,国家采取了燃油税改革、小排量车型购置税减半、汽车下乡、报废补贴、以旧换新等一系列鼓励汽车消费的政策,刺激了汽车消费,对消费增长起到了事半功倍的作用。此外,高收入阶层的汽车更新换代、部分城市机关事业单位公车改革、消费者的攀比和从众消费行为、厂家与商家的多种促销手段等,都有力地拉动和刺激了汽车消费。

汽车拉动GDP超过10%

汽车工业在国民经济中处于举足轻重的地位,是由其超长的产业链和在居民需求结构中的地位所决定的。汽车消费上连工业生产,下连销售服务,产业链长,辐射面广,带动力强,对当前应对国际金融危机冲击、保持经济平稳较快增长具有重要意义。

从经济学角度看,通过汽车消费的促进,可以拉动汽车上下游产业链的发展,为人们创造更多的收入以拥有更强的汽车购买力,形成良性的

“生产—消费”循环,对经济发展起到推动作用。从产业链分布看,在上游原材料环节,汽车产业和钢铁、有色金属、橡胶、石化、塑料、玻璃等产业休戚与共;在中游生产制造环节,汽车产业与机械电子、数控机床、自动化生产线等行业利益相关;到了下游环节,汽车产业又与物流、金融、保险、销售、广告等服务业密不可分。除此之外,汽车保有量的增长,还将拉动高速公路的投资需求,从而带动水泥、建材等基建行业的发展。据有关资料表明,汽车业能带动钢铁、机械、电子、橡胶、玻璃、石化、建筑、服务等156个相关产业的发展。我国私人汽车每增加1万辆,将拉动GDP增长88.82亿元,钢产量将增加14.1万吨,生铁产量增加12.3万吨,原油产量增加2.03万吨,玻璃产量将增加16.7万箱,合成橡胶产量增加0.1万吨,轮胎外胎产量增加13.4万条,公路里程增加428.8公里。汽车消费对服务业也有重要的带动作用。汽车产品需要大量的配套服务,如汽车快修、售后服务、旅游、汽车旅馆、配件、汽车金融、保险、汽车用品等等。据测算,汽车消费可以引致批发和零售贸易、储运、实业

和商业服务、社会和个人服务等相关服务业增加30—80%的投入。汽车作为一种价高值大的消费品,对消费品市场的增长带动作用也日益凸显。如今年前7个月汽车零售额对全国限额以上零售额的贡献率达30%左右。此外,汽车属劳动密集型产业,可以创造大量的就业机会。据测算,汽车工业每提供一个就业岗位,上下游产业的就业人数就增加10—15个。可见,汽车消费的拉动作用范围大、层次多,与社会生产和人民生活关系密切,可以产生突破一点、收获一片的效果。2008年,汽车工业总产值占GDP的比重已超过8%,如果加上对上下游行业的带动,汽车工业对国民经济的拉动作用远远超过10%。

创造条件继续发挥汽车对经济的强大拉力

当前世界经济仍未走出金融危机的阴影,在出口拉力明显减弱的情况下,依靠内需特别是消费需求来促进经济平稳较快发展显得尤为重要。近年来,我国消费品市场持续较快发展,居民消费结构逐步升级,2003—2008年,每百户城市居民汽车拥有量由1.4辆提高到9.8辆,汽车消费逐渐成为内需增长的主要动力。作为“保增长、扩内需”的重要引擎,国家应该积极创造条件扩大汽车消费,发挥其对经济的强大拉力。

一要鼓励汽车消费。国际上通常用车价和人均GDP的关系来推测轿车进入家庭的时期,即当轿车的价格相当于人均GDP的2—3倍时,就是轿车进入家庭的转折点。目前我国不少居民的收入水平已经达到经济型轿车的平均价格,从经济基础上看轿车进入家庭的时机已经成熟。为

此,要把鼓励汽车消费作为一项长期战略,以经济发展为保障,以改善消费环境为条件,继续稳定和扩大汽车消费需求,积极培育汽车消费市场,完善社会保障体系,改革税收政策,加强基础设施建设,在养车、规划、交通、市场、金融制度、政策等多方面进行综合考虑,出台配套措施,力促汽车消费的发展与成熟。

二要加快城市规划布局调整。目前我国城市规划设计明显滞后,还不能适应汽车大量进入家庭生活的要求。要在大到地区城镇规划,中到道路交通体系建设、商业中心等功能区布局,小到社区规划建设等多方面体现适度超前的思想,充分考虑汽车消费的发展前景,提高城市发展的容量,扩展城市发展的空间,为汽车消费的普及提供外部条件。在道路交通上,要继续加快城市干线公路的建设与改造,加大快速路建设力度,进一步推进城市交通体系立体化,解决道路交通拥堵、卡口路段多等行车难问题。在配套设施建设上,要从新建项目设计和规划上下手,提高建设项目特别是新建住宅区的配建停车场标准。改造和完善现有配套设施,在主要商业中心地带增建一批停车场,改善用车环境,方便有车一族的出行和消费。

三要扶持二手车市场。要积极发展专业二手车经销企业,倡导汽车品牌经销商开展“以旧换新”、“以旧换旧”等二手车置换业务,简化二手车交易手续,降低交易成本。建立二手车市场公共信息服务平台,加强二手车市场建设,规范优化交易环境,形成多层次梯度发展的汽车消费体系,满足不同层次购车需求,使低收入人群拥有低价二手轿车,高收入人群可以经常更换和使用新轿车,既可以促进轿车的循环使用,也可以活跃

汽车消费市场。同时,加快老旧汽车报废更新,鼓励有条件的地区集中建立报废汽车处置中心,支持回收拆解企业进行技术改造,引导汽车生产企业通过参股、并购回收拆解企业等方式开展报废汽车回收、拆解业务。

四要鼓励汽车消费信贷。鼓励金融机构开展新车和二手车消费信贷业务,降低汽车消费的门槛,不断扩大汽车信贷消费。推动金融机构根据信贷原则和汽车流通企业的特点,制定差别化授信条件,创新担保方式,加大信贷支持力度,满足汽车流通企业的合理信贷需求。稳步发展汽车消费贷款保证保险业务,推动保险机构与汽车消费信贷机构进一步加强合作,加大汽车消费信贷的比例。大力扶持以汽车金融公司为主的汽车消费信贷,拓宽汽车金融公司的融资渠道,降低其融资成本,促进汽车消费市场平稳发展。通过发展消费信用,促使居民消费模式从自我积累型向信用支持型转变,可以提前实现汽车等高价商品的消费,解决“购上不足,购下有余”的消费断层问题。

五要启动农村汽车消费市场。在党的一系列惠农、利农政策推动下,近年来农民收入实现较快增长,潜力巨大的农村汽车市场将启动,尤其是低速汽车、微型车、低端客车和经济型轿车需求将加速。为此,要积极研究培育和发展农村汽车市场的政策和措施,探索适合农村地区发展的汽车经营模式,引导企业开发和生产适合农村地区使用的低价位节能型汽车,建立和完善农村地区汽车销售服务和回收网络,确保汽车下乡产品质量和售后服务。严厉打击坑农害农、虚假开具报废汽车回收证明等违法行为,切实把汽车下乡政策落到实处。

责任编辑 李艳芝