

## 行業概覽

本節載有我們從事的行業及若干相關行業的資料及統計數據。下節所載資料乃部分摘錄自多份官方政府刊物，董事及聯席保薦人在複製該等資料時已經過審慎考慮。有關資料並無經我們、我們的任何聯屬公司或顧問或任何聯席保薦人或彼等各自的任何聯屬公司或顧問獨立核實。該等資料或許與中國境內或境外所編製的其他資料不一致。此外，本節所載的若干財務資料及數據(包括該等與我們相關的財務資料及數據)乃根據中國公認會計原則釐定，有別於本上市文件其他地方所呈列的我們財務資料或數據。我們並無就本節所載資料的完整性或準確性發表聲明，因此不應過分依賴該等資料。

### 中國汽車工業概覽

自20世紀90年代以來，中國汽車工業經歷了強勁的增長。中國經濟快速增長令中國乘用車及商用車的市場需求激增。中國汽車的年產量及銷量於2000年首次突破2百萬輛。該數字於2003年翻一番增至逾4百萬輛，而於2008年再翻兩番至逾9百萬輛。經過2008年相對緩慢的銷量增長(主要受全球金融危機影響)後，中國汽車行業的銷量於2009年恢復並經歷雙位數增長，達到13.6百萬輛。此外，全球化、發達國家的需求飽和及汽車製造商之間日益加劇的全球競爭亦對較為成熟的汽車市場施以壓力，從而促使汽車的生產基地轉向中國等生產成本更為低廉且需求日益增長的地區。

因此，按產量及銷量計算，中國已成為全球汽車市場的主要參與者。根據汽車信息平台(Marklines)，2009年，中國生產約13.8百萬輛汽車。該總產量較2008年增長約47.6%，令中國於2009年成為全球最大的汽車生產國。

#### 2009年汽車產量的全球排名

名次	國家	2009年產量 (百萬輛)	自2008年起的 百分比變動
1	中國	13.8	47.6%
2	日本	7.9	-31.4%
3	美國	5.7	-34.3%
4	德國	5.2	-13.8%
5	南韓	3.5	-8.2%

資料來源：汽車信息平台([www.marklines.com](http://www.marklines.com))

## 行業概覽

自2006年至2008年，就汽車銷量而言，中國是僅次於美國的全球第二大汽車市場。於2009年，中國成為全球最大的汽車市場，其汽車銷量約為13.6百萬輛，較2008年大幅增長45.5%。

### 2009年汽車銷量的全球排名

名次	國家	2009年銷量 (百萬輛)	自2008年起的 百分比變動
1	中國	13.6	45.5%
2	美國	10.4	-21.3%
3	日本	4.6	-9.2%
4	德國	4.0	17.6%
5	巴西	2.7	10.0%

資料來源：汽車信息平台([www.marklines.com](http://www.marklines.com))

下表顯示中國自2005年至2009年期間汽車的年產量及銷量：

	千輛					年複合 增長率
	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年	
產量.....	5,718	7,280	8,882	9,345	13,791	24.6%
銷量.....	5,767	7,216	8,792	9,381	13,645	24.0%

資料來源：《中國汽車工業產銷快訊》2005-2009第1期及2009年第7期

中國源自銷售汽車及汽車相關產品的年度收入從2004年的人民幣9,134億元飆升至2008年的人民幣18,767億元。下表顯示從2004年至2008年間中國源自銷售汽車及汽車相關產品的收入的增長情況。

### 從2004年至2008年間源自銷售汽車及汽車相關產品的年度收入

	人民幣十億元					年複合 增長率
	2004年	2005年	2006年	2007年	2008年	
年度收入.....	913.4	1,010.8	1,381.9	1,720.1	1,876.7	19.7%

資料來源：2009年《中國汽車工業年鑒》

中國的汽車產量增長於2004年至2008年超越全球產量的增長。從2004年至2008年間，中國汽車工業產量的年複合增長率為16.5%，而全球汽車的產量從2004年的64.1百萬輛增至2008年的69.5百萬輛，年複合增長率僅為2.1%。從2004年至2007年間，中國的汽車生產增量佔全球汽車生產量增長的42.7%。2008年，儘管發生全球金融危機且全球生產量下降4.8%，中國的汽車生產在產量方面仍達到5.2%的年增長率，且中國是2008年汽車產量最高的五國中唯一實現增長的國家。

根據中國汽車工業協會的資料，由2005年至2009年，中國的乘用車產量顯示較商用車產量有強勁得多的增長。乘用車佔中國汽車總產量的比重由2005年的68.9%增加至2009年的

---

## 行業概覽

---

75.3%。乘用車的產量由2005年的3.9百萬輛增加至2009年的10.4百萬輛，期內的年複合增長率達到27.4%。同期內，商用車的生產由1.8百萬輛增加至3.4百萬輛，年複合增長率為17.7%。

### 影響中國汽車工業的行業政策

中國汽車工業受中國政府規管，包括相關行業政策。於2004年5月21日，發改委就汽車工業頒佈《汽車產業發展政策》，旨在壯大中國汽車工業、提升其國際競爭力、令其可加強裝備以迎接中國加入世貿後面對的挑戰，同時確保其穩健發展及持續增長。根據此政策，以下目標預期於2010年前達成：

- 中國應成為全球主要汽車生產國之一。國內汽車生產應以滿足國內及國際汽車及汽車相關產品的大量需求為目標。
- 中國將擁有國內及國際所認知的汽車及汽車相關產品品牌。
- 中國將發展其具有國際競爭力的汽車製造企業集團以期躋身全球500強企業之列。

中國汽車產業政策(其中包括)載有兩大關鍵策略：(1)鼓勵國內與國際汽車製造商之間的國際合作，旨在為中國引入汽車產品的生產及汽車製造及銷售經營管理的頂尖技術及經驗；(2)支持開發自主品牌產品，旨在發展獨立技術創新及發展國內製造商完全擁有相關知識產權的自主品牌產品。

### 鼓勵國內與國際製造商之間的合作

為鼓勵國內與國際汽車製造商之間的合作，中國政府准許一家外國汽車製造商擁有不超過兩間生產同一類別汽車的中外合營企業。倘一間外國汽車製造商持有另一間製造商的控股權，中國政府亦視該兩間外國汽車製造商為一個單一實體。因此，該等彈性令任何國內製造商的合營方在滿足此等條件的情況下可以加入多個具競爭性的合營企業。根據中國《汽車產業發展政策》，生產汽車整車、專用汽車、農用運輸車或摩托車的中外合營企業的中方持股比例不得低於50%。因此，在中國生產乘用車乃主要透過中外合營企業來進行，在此基礎之上成立共同控制實體並透過其開展該等合營業務成為中國汽車產業的常見慣例。例如，中國前四大汽車生產商(即上海汽車工業(集團)總公司、中國第一汽車集團公司、東風汽車公司及中國長安汽車集團)的大型乘用車合營企業均主要透過共同控制實體經營其汽車製造業務。由此，這些大型汽車生產商集團的絕大部分收入及利潤均來自共同控制實體。

---

## 行業概覽

---

### 支持國內自主品牌汽車產品之發展

中國政府就汽車製造商的研發活動提供(其中包括)若干財政援助(例如稅務優惠及補助),藉以開發中國國內自主汽車品牌。例如,誠如中國多數生產自主品牌產品的汽車製造商所披露,彼等已於過往三年接獲額外的政府補助,以對自主汽車品牌的研發及生產相關的經營開支提供補償。此項政策對生產自主汽車品牌的國內汽車製造商的發展及擴充產生了激勵作用,令自主汽車品牌的年度總銷量有所增加。例如,於2009年,該等製造商售出2.2百萬輛自主品牌轎車,佔2009年轎車總銷量的29.7%,與2008年相比增長69.5%。

透過支援國內自主汽車品牌,此舉措對中國生產自有品牌汽車的製造商的發展及擴充產生了激勵作用。董事相信,該等政府支持及補助將繼續並將進一步促進中國國內自主汽車品牌的發展及銷售。

### 2009年汽車產業調整和振興規劃

汽車產業被視為中國經濟的支柱產業,對中國的現代化及城市化極為重要。為消除2008年全球金融危機對全球汽車業的不利影響,國務院於2009年第一季度推出《汽車產業調整和振興規劃》,希望鼓勵可持續的汽車市場及通過採取一系列方案以提高國內消費者信心。

該規劃於2009年至2011年有效,並列出8項主要任務:(1)培育汽車消費市場;(2)推進汽車產業重組;(3)支持企業自主創新;(4)實施技術改造專項;(5)實施新能源汽車戰略;(6)實施自主品牌戰略;(7)實施汽車產品出口戰略;及(8)發展現代汽車服務業。

為完成以上任務,中國政府採取11項具體的政策措施:(1)減徵乘用車購置稅;(2)開展「汽車下鄉」;(3)加快老舊汽車報廢更新;(4)清理取消限購汽車的不合理規定;(5)促進和規範汽車消費信貸;(6)規範和促進二手車市場發展;(7)加快城市道路交通體系建設;(8)完善汽車企業重組政策;(9)加大技術進步和技術改造投資力度;(10)推廣使用節能和新能源汽車;及(11)落實和完善《汽車產業發展政策》。

### 支持及發展新能源汽車

中國政府提供了(其中包括)若干產業政策,以鼓勵發展新能源汽車,旨在刺激中國新能源汽車的發展與市場增長。

---

## 行業概覽

---

於2009年1月23日，財政部及科技部聯合發佈「關於開展節能與新能源汽車示範推廣試點工作的通知」，制訂了特定的推廣政策，包括但不限於以財政政策鼓勵在13個主要城市在公共服務領域(例如公交及出租車)率先推廣使用節能與新能源汽車。同時，國務院2009年發佈《汽車產業調整和振興規劃》，旨在鼓勵擴充新能源汽車(例如純電動汽車及混合動力電動汽車)的產能，到2011年年底，新能源汽車的產能須達到50萬輛，新能源汽車的銷量將佔乘用車銷售總量的5%左右。此外，國家對個人購買新能源汽車的補貼政策也有望於2010年下半年推出，這將促進中國汽車市場新能源汽車的銷售及擴充。董事相信，該等政府支持有利於本公司新能源汽車業務的發展，進一步提高我們的市場地位及銷售收入。

### 中國汽車需求的驅動因素

我們相信，以下因素已並將繼續促進中國汽車工業的發展：

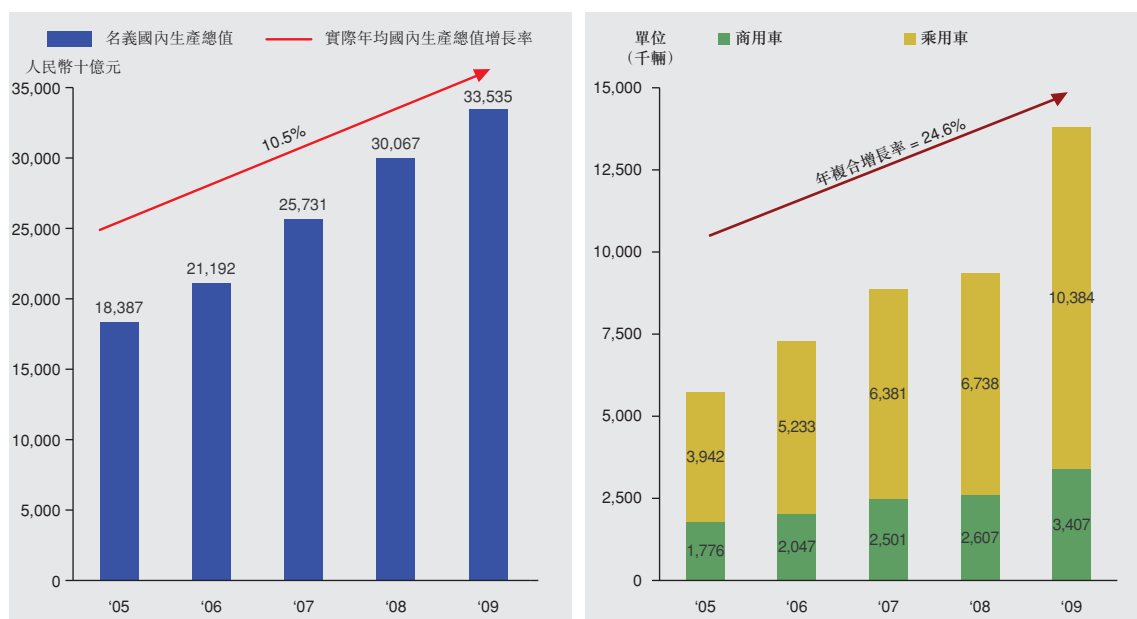
- 中國經濟快速增長推動城市化及個人財富增長
- 於改善交通基建方面增加投資
- 政府的政策鼓勵汽車生產與銷售

## 行業概覽

### 中國經濟快速增長推動城市化及個人財富迅速增長

中國經濟快速增長大力促成了中國汽車工業的快速發展。持續增長的國內生產總值導致城市化及中國生活水平得到改善，從而激發了人們對汽車的強大需求。我們相信，中國經濟的持續增長將會對汽車及相關產品帶來更大需求，並進一步加速中國汽車工業的擴充。

### 中國於2005年至2009年間汽車產量



資料來源：中國國家統計局

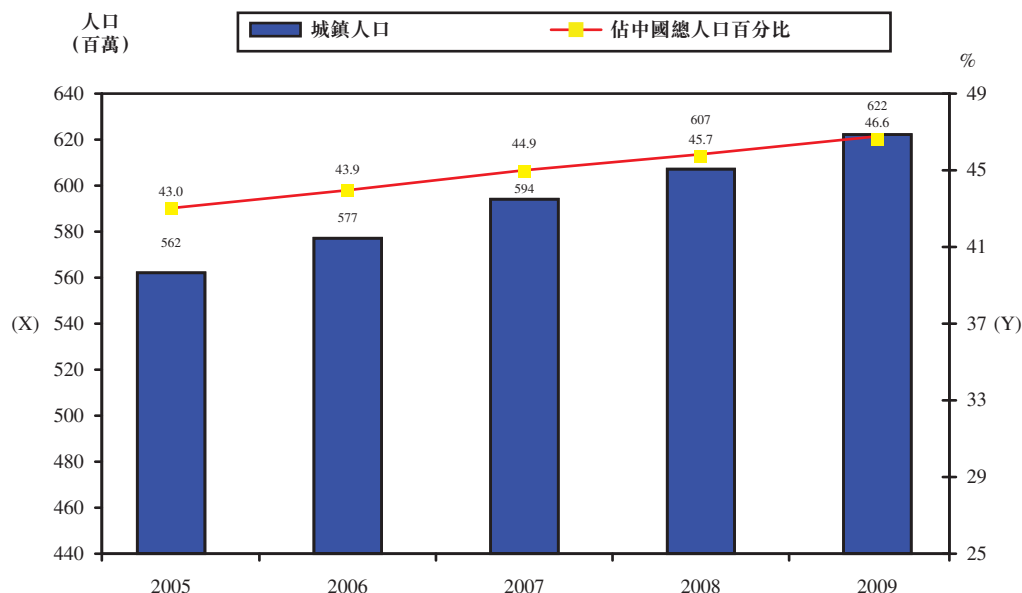
資料來源：《中國汽車工業產銷快訊》2006-2010年第1期

中國經濟的快速增長造就了中國汽車業的高速增長。2005年至2009年間，中國經濟的實際年均國內生產總值增長率為10.5%，位列全球經濟增長最迅速的經濟體系之一。於2009年，中國的國內生產總值為人民幣335,350億元，年比增長8.7%。尤其是，中國城市化的加快與生活水平的提高帶動了汽車及汽車相關產品內需的強勁增長。

## 行業概覽

由於城市居民追求更便捷及可供選擇的交通工具，故中國的城市化已為汽車工業帶來莫大商機。中國於過去五年的城市化進程日益加速。下表顯示中國從2005年至2009年間城鎮人口的增長情況。

中國於2005年至2009年間的城鎮人口



資料來源：中國國家統計局

根據中國國家統計局所提供的資料，中國城鎮居民於2005年的人均可支配收入約為人民幣10,493元。到2009年，該數據已增至約人民幣17,175元，年複合增長率約為13.1%。中國的高儲蓄率亦為汽車及汽車相關產品的需求提供了堅實基礎。中國居民的存款從2005年的人民幣14.1萬億元增至2009年的人民幣26.1萬億元。下表顯示城鎮居民從2005年至2009年間人均可支配收入及中國居民的存款總額的增長情況：

從2005年至2009年間中國城鎮居民人均可支配收入及存款

	人民幣					年複合增長率
	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年	
城鎮居民人均可支配收入.....	10,493	11,759	13,786	15,781	17,175	13.1%
城鄉地區存款.....	14.1萬億元	16.2萬億元	17.3萬億元	21.8萬億元	26.1萬億元	16.6%

資料來源：中國國家統計局

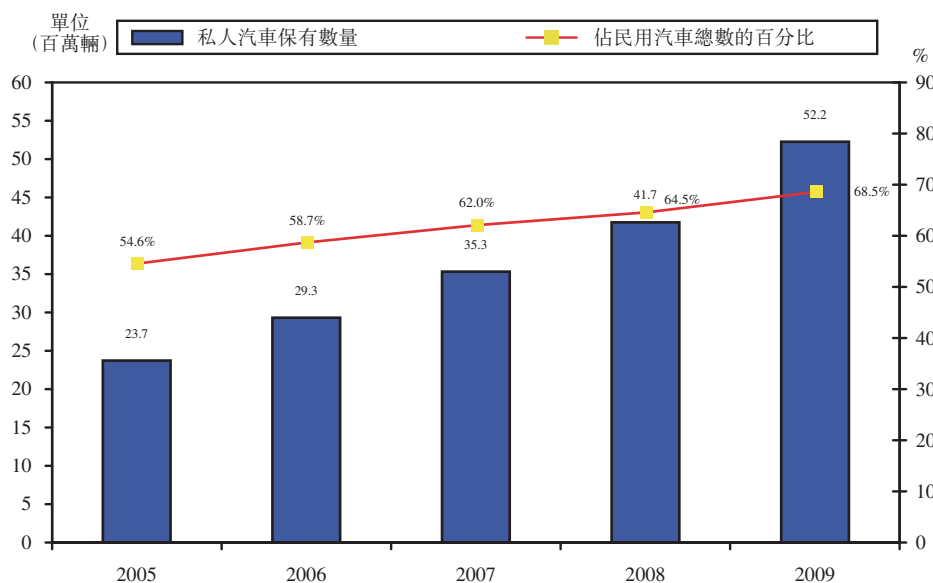
在20世紀80年代初期中國經濟轉型之前，中國的大部分乘用車是由中國政府採購。直至1998年，在中國私人汽車佔民用汽車總數的比例不到三分之一。然而近年來，中國日益增長的人均收入及薪金已導致私人購車量不斷增加。到2009年，私人汽車的數目已增至約52.2百萬輛，約佔中國民用汽車總數的68.5%。

## 行業概覽

從2005年至2009年，中國的民用汽車總數由43.3百萬輛增至約76.2百萬輛，年複合增長率為15.2%。同期，中國的私人汽車由2005年的23.7百萬輛增加至2009年的52.2百萬輛，年複合增長率為21.9%。在此期間，私人汽車的增長佔中國民用汽車總增長的約86.7%。

下圖列示了2005年至2009年期間中國私人汽車保有數量的增加及該等汽車在中國民用汽車總數中所佔的百分比：

中國私人汽車保有數量



資料來源：中國國家統計局

目前在中國，私人家庭、出租車經銷商及公司為乘用車需求的三大主要來源。大部分乘用車購買者是初次購車，私人購車預計將是未來乘用車銷售的主要來源。截至2009年12月31日，中國的每千人汽車保有量為57輛，而全球的平均汽車千人保有量約為140輛。我們預計隨著每個家庭可支配收入的持續增長，中國乘用車市場的增長潛力相當龐大。

### 對改善交通及其他基建方面增加投資

中國政府在交通運輸基建方面投入大量資源，令中國的汽車需求激增。中國公路的總長度已從2006年約3.5百萬公里每年增加約3.9%至2008年的約3.7百萬公里。此外，為了促進及加快城際交通運輸，中國政府已專注於高速公路的建設。從2006年至2008年，高速公路的總長度由2006年的約45,300公里增至2008年的約60,300公里，年複合增長率為15.4%。



## 行業概覽

下表列示了2006年至2008年期間中國的公路及高速公路的總長度。

	千公里			年複合 增長率
	2006年	2007年	2008年	
公路.....	3,457.0	3,583.7	3,730.2	3.9%
高速公路.....	45.3	53.9	60.3	15.4%

資料來源：中國交通統計信息網

公路及高速公路日趨增長，進一步方便了城市間的往來及貨櫃運輸，並因此增加了乘用車及商用車的使用，繼而刺激汽車銷售額。中國政府一直大力建設城際高速公路。根據中國政府的《國家高速公路網規劃》，預期到2010年人口超過20萬的中國城市中90%將有高速公路相連。預期將為城際交通創造更大的機會，令商用車與乘用車的需求將相應增加。

### 鼓勵汽車銷售與生產的政府政策

中國政府的目標是，到2010年國內製造的產品將能夠滿足國內大部分的汽車需求。有關更多詳情請參閱本上市文件「行業概覽 — 影響中國汽車工業的行業政策 — 支持國內自主品牌汽車產品之發展」一段。

為應對全球金融危機帶來的影響，中國政府於2009年一季度頒佈了《汽車產業調整和振興規劃》，採取各種措施促進國內汽車市場的發展。該大型刺激計劃包括鼓勵購買替代燃料汽車和電動汽車，廢除限制新車購買的法規以及降低汽車購置稅。該刺激計劃極大推動了國內汽車市場的發展。由於大力推廣該等政策，2009年中國汽車產量及銷量分別達致13.8百萬輛及13.6百萬輛，分別較2008年增長48.30%及46.15%。這令中國超過美國，在產量及銷量方面成為全球最大的汽車生產國。就汽車產量及銷量而言，乘用車的產量及銷量分別為10.4百萬輛及10.3百萬輛，分別較同期增長54.11%及52.93%；商用車的產量及銷量分別為3.4百萬輛及3.3百萬輛，分別較同期增長33.02%及28.39%。尤其是，根據2009年推出的鼓勵汽車消費的政策，購買排量為1.6升或以下的轎車的購置稅大幅調減，令排量為1.6升或以下的轎車銷量出現較大幅度的增長。因獲益於該項政策，公司新上市的排量為1.5升的車型City (鋒范)的銷量達致101,956輛，經計及排量為1.8升的City (鋒范)的銷量，於2009年，City (鋒范)的總銷量達致113,191輛。

---

## 行業概覽

---

此外，根據2009年《汽車產業調整和振興規劃》，為推進汽車產業的重組，國家鼓勵包括本集團在內的大型汽車集團公司實施兼併重組(既可在全國範圍內展開，亦可在區域範圍內展開)。此舉為本公司營造了一個有利的外部政策環境，可透過併購進行未來的擴張。

此外，由於中國汽車行業的飛速發展，中國銀行業監督管理委員會(「銀監會」)於2008年1月頒佈新的《汽車金融公司管理辦法》，力圖進一步拓展汽車金融市場，擴大人們購買汽車的機會。與2003年頒佈的《汽車金融公司管理辦法》相比，新的管理辦法為汽車金融公司開發了新的融資渠道，引進六項新的業務並在極大程度上改善了汽車金融公司的發展。具體而言，新的融資管道允許汽車金融公司發行金融債券，享有同業拆借業務的利益並拓寬吸納存款的範圍。其中六項新業務包括：(1)接受汽車經銷商採購車輛貸款保證金和承租人汽車租賃保證金；(2)經批准，發行金融債券；(3)從事同業拆借；(4)提供汽車融資租賃業務(售後回租業務除外)；(5)辦理租賃汽車殘值變賣及處理業務；及(6)經批准，從事與汽車金融業務相關的金融機構股權投資業務。該等辦法成功促進了汽車金融公司(「AFC」)在中國的成立，並加強了對汽車金融服務的管理。於最後實際可行日期，中國政府已審批十家汽車金融公司。因此，該等新的融資渠道及六項新的業務將令中國市場的汽車金融公司得到充分的發展。

本公司積極主動作好準備涉足汽車金融領域並與東方滙理個人金融有限公司共同成立廣汽滙理汽車金融有限公司。該合營企業申請於2009年11月得到銀監會的批准，並於2010年5月25日成立。我們預期新的《汽車金融公司管理辦法》將對我們日後的金融業務帶來正面影響。

有關中國汽車金融法規的進一步詳情，請參閱「附錄六 — 中國主要法律及監管規定概要 — 6. 中國汽車行業的規定 — 汽車金融」一節。

### 國內汽車製造商

## 行業概覽

中國政府實施(a)鼓勵國內與國際汽車製造商之間的國際合作及(b)支持開發自主品牌產品的戰略，為中國汽車工業締造出全新局面。於2008年，中國前十大汽車集團的銷量合計佔中國汽車產品總銷量的約83.4%。下表列示了2008年中國前五大汽車製造商(在收入方面)：

<u>汽車製造商</u>	<u>2008年收入</u> (人民幣十億元)
上海汽車工業(集團)總公司.....	227.1
中國第一汽車集團公司.....	219.2
東風汽車公司.....	197.7
廣州汽車工業集團.....	102.3
北京汽車工業控股有限責任公司.....	70.3

資料來源：2009年《中國汽車工業年鑒》

下表列示了2009年中國前十大汽車製造商(在銷量方面)：

<u>汽車製造商</u>	<u>2009年銷量</u> (單位：千輛)
上海汽車工業(集團)總公司.....	2,706
中國第一汽車集團公司.....	1,945
東風汽車公司.....	1,898
中國長安汽車集團股份有限公司.....	1,870
北京汽車工業控股有限責任公司.....	1,243
廣州汽車工業集團.....	607
奇瑞汽車股份有限公司.....	500
比亞迪股份有限公司.....	448
華晨汽車集團控股有限公司.....	348
浙江吉利控股集團有限公司.....	329

資料來源：《中國汽車工業產銷快訊》，2010年第一期

### 主要市場分類

根據中國汽車工業協會於2005年實施的車型統計分類標準，汽車分為乘用車及商用車。乘用車包括轎車、MPV、SUV及CUV。商用車包括卡車及客車(不包括9座以下的微型客車或小巴)。

於2009年，乘用車及商用車銷量方面所佔的市場份額分別約為75.7%及24.3%。近年來，中國汽車銷售最大的轉變是乘用車銷售上升，原因是乘用車價格下降及個人財富增加。

## 行業概覽

下表列示2007年至2009年期間中國乘用車及商用車的年產量。

	千輛			年複合 增長率
	2007年	2008年	2009年	
乘用車	6,381	6,738	10,384	27.6%
商用車	2,501	2,607	3,407	16.7%

資料來源：《中國汽車工業產銷快訊》，2008-2010年第1期

### 乘用車

中外合營企業乃中國乘用車製造的主導，使中國汽車製造商得以借助其國際夥伴的品牌及技術。現時，國際夥伴僅能持有汽車製造合營企業最多50%的股權。生產自主品牌汽車的國內製造商面臨中外合營企業在產品質量及技術方面帶來的競爭，但一般在價格及性價比方面更具競爭力。國內製造商面對的主要挑戰為質量、技術、產品種類、售後服務及國際銷售和營銷網絡。

中國城市化加速及城鎮居民人均收入增加，為各種乘用車帶來大量需求。截至2009年12月31日止年度，轎車、MPV、SUV及CUV分別佔中國已售乘用車總數的約72.3%、2.4%、6.4%及18.9%。

下表列示各細分類別的乘用車於2007至2009年的銷售量：

	千輛			年複合 增長率
	2007年	2008年	2009年	
轎車	4,727	5,047	7,473	25.7%
MPV	226	197	249	5.0%
SUV	357	448	659	35.8%
CUV	988	1,064	1,950	40.5%

資料來源：《中國汽車工業產銷快訊》，2008-2010年第1期

### 轎車

於2007年、2008年及2009年，轎車為中國乘用車銷售的主要部分，分別佔乘用車總銷量的75.1%、74.7%及72.3%。目前，中國轎車主要由「自主品牌」和「合資品牌」構成。合資品牌在中國佔有絕大部分市場份額，且可按國別分為日系、德系、美系、韓系和法系。其中，日系車在合資品牌轎車銷量中佔比最高，其佔2009年總銷量的24.9%。本公司的日系轎車亦獲得客戶的高度認可。由於受惠於汽車工業刺激政策，尤其是購買排量為1.6升或以下的轎車的購置稅大幅調減，故於2009年，轎車銷售總量為7.5百萬輛，較2008年同比大幅增長25.7%。

## 行業概覽

公司名稱	銷量(千輛)	
	2008年	2009年
上海汽車工業(集團)總公司	964	1,527
中國第一汽車集團公司	1,237	1,490
東風汽車公司	689	1,050
中國長安汽車集團股份有限公司	368	652
北京汽車工業控股有限責任公司	276	541
<b>廣州汽車工業集團</b>	<b>495</b>	<b>540</b>
小計	4,029	5,800
總市場份額	79.8%	77.6%

資料來源：《中國汽車工業產銷快訊》2010年第1期

中國大多數汽車製造商正提高其產量，表明其對中國汽車市場的長期增長潛力持樂觀態度。過去三年，轎車的產量已由2007年的4.8百萬輛增至2009年的7.5百萬輛，大部分汽車製造商正在或正計劃進一步擴大產能。

轎車市場一般可分為五個類別，分別為微型轎車、經濟型轎車、中級轎車、中高級轎車及高級轎車。

中高級轎車擁有2.60米至2.80米的軸距及1.8升至2.5升的排量，市場價格一般由人民幣180,000元至人民幣250,000元不等。隨着經濟復蘇，於2009年中高級轎車的銷量達1.1百萬輛，較2008年增長23.9%。下表載列中高級轎車自2007年至2009年佔整體轎車市場的市場份額及年增長率。

	2007年	2008年	2009年
中高級轎車的市場份額	18.7%	18.0%	15.1%
年增長率	26.3%	2.5%	23.9%

資料來源：《中國汽車工業產銷快訊》，2008-2010年第1期

於2009年，中高級轎車銷量佔中國轎車總銷量的15.1%。除本公司外，中高級轎車的其他主要生產廠商包括上海通用、一汽轎車及上海大眾。該細分市場在2009年的五大最暢銷車型為廣汽本田 Accord(雅閣)、廣汽豐田 Camry(凱美瑞)、上海大眾 PASSAT 領馭、東風日產新天籟及一汽馬自達6，就銷量而言，該等車型合共佔56.3%的市場份額；其中就銷量而言，廣汽豐田 Camry(凱美瑞)及廣汽本田 Accord(雅閣)合共佔29.5%的市場份額。

車型名稱	銷量(千輛)		市場份額(百分比)	
	2008年	2009年	2008年	2009年
廣汽本田Accord(雅閣)	170.5	175.4	18.8%	15.6%
廣汽豐田Camry(凱美瑞)	152.8	156.2	16.8%	13.9%
上海大眾PASSAT領馭	89.5	111.3	9.9%	9.9%
東風日產新天籟	43.5	108.5	4.8%	9.6%
一汽馬自達6	69.8	81.6	7.7%	7.3%
小計	526.1	633.0	58.0%	56.3%

資料來源：《中國汽車工業產銷快訊》2009年及2010年第1期

## 行業概覽

中級轎車擁有2.45米至2.65米的軸距及1.6升至2.0升的排量，市場價格一般由人民幣80,000元至人民幣180,000元不等。於2009年，中級轎車銷量達4.0百萬輛，較2008年增長54.8%。下表載列中級轎車自2007年至2009年佔整體轎車市場的市場份額及年增長率。

	2007年	2008年	2009年
中級轎車的市場份額 . . . . .	49.3%	51.7%	54.1%
年增長率 . . . . .	35.3%	12.0%	54.8%

資料來源：《中國汽車工業產銷快訊》2008年-2010年第1期

中級轎車在中國整個轎車市場佔有最大市場份額，於2009年佔54.1%的市場份額，而2008年佔51.7%的市場份額。

廣汽本田 City (鋒范) 為我們首個型號的中級轎車，是廣汽本田思迪的升級車型。鋒范作為新推出的車型，其銷量於2009年達到113,191輛，取得驕人的佳績。中國主要的中級轎車生產廠商包括一汽大眾、上海大眾、北京現代及上海通用。

2009年中級轎車市場中的五大最暢銷車型為比亞迪F3、上海通用凱越、北京現代伊蘭特悅動、一汽大眾捷達及上海大眾桑塔納，就銷量而言該等車型合共佔29.8%的市場份額。

車型名稱	銷量(千輛)		市場份額(百分比)	
	2008年	2009年	2008年	2009年
比亞迪F3 . . . . .	136.8	291.0	5.2%	7.2%
上海通用凱越 . . . . .	175.5	241.2	6.7%	6.0%
北京現代伊蘭特悅動 . . . . .	86.0	239.4	3.3%	5.9%
一汽大眾捷達 . . . . .	202.3	224.9	7.7%	5.6%
上海大眾桑塔納 . . . . .	197.9	205.6	7.6%	5.1%
小計 . . . . .	798.5	1202.1	30.5%	29.8%

資料來源：《中國汽車工業產銷快訊》，2009年及2010年第1期

經濟型轎車擁有2.35米至2.55米的軸距及1.3升至1.6升的排量，市場價格一般由人民幣60,000元至人民幣100,000元不等。由於購買排量為1.6升或以下的轎車的購置稅優惠，於2009年經濟型轎車於五個分類中錄得59.1%的最高增長率，在整個轎車市場中的市場份額進一步增加，自2008年的15.1%增至2009年的16.2%。於2009年經濟型轎車銷量達到1.2百萬輛。下表載列經濟型轎車自2007年至2009年佔整體轎車市場的市場份額及年增長率。

	2007年	2008年	2009年
經濟型轎車的市場份額 . . . . .	16.0%	15.1%	16.2%
年增長率 . . . . .	15.8%	0.6%	59.1%

資料來源：《中國汽車工業產銷快訊》2008年-2010年第1期

我們的共同控制實體及聯營公司生產的經濟型轎車包括廣汽豐田Yaris (雅力士)、廣汽本田思迪、廣汽本田Fit (飛度) 及本田Jazz爵士，該等車型在2009年合共佔有7.8%的市場份額。

## 行業概覽

此外，其他主要經濟型轎車製造商包括：吉利汽車、上海大眾、上海通用及東風汽車。該市場五大最暢銷車型為上海通用樂風、吉利自由艦、上海大眾POLO、東風汽車驪威及長安悅翔，就銷量而言，該等車型於2009年合共佔41.2%的市場份額。

品牌名稱	銷量(千輛)		市場份額(百分比)	
	2008年	2009年	2008年	2009年
上海通用樂風.....	107.4	119.0	14.1%	9.8%
吉利自由艦.....	81.1	113.7	10.7%	9.4%
上海大眾POLO.....	67.9	106.3	8.9%	8.8%
東風汽車驪威.....	70.0	98.7	9.2%	8.2%
長安悅翔.....	0.0	60.4	0.0%	5.0%
合計.....	326.4	498.1	42.9%	41.2%

資料來源：《中國汽車工業產銷快訊》，2009年及2010年第1期

### MPV

MPV 一般較轎車寬敞，並用作商務、娛樂及其他用途。近年市場對MPV的需求較穩定。MPV的銷量從2007年的225,745輛增長至2009年的248,943輛，年複合增長率為5.0%。

	2007年	2008年	2009年
MPV在所有乘用車中的市場份額.....	3.6%	2.9%	2.4%
年增長率.....	18.1%	-12.6%	26.1%

資料來源：《中國汽車工業產銷快訊》2008年-2010年第1期

一般而言，由合營企業生產的MPV均以高科技及奢華見稱，而具相似特色的自主品牌MPV的價格則較低。我們透過我們的共同控制實體生產廣汽本田 Odyssey (奧德賽)。除本公司以外，中國其他主要的MPV製造商包括江淮汽車及上海通用。在該細分市場，五大最暢銷車型為廣汽本田 Odyssey (奧德賽)、江淮瑞風、上海別克GL-8、上海大眾途安、東風風行。就銷量而言，該等車型於2009年合共佔60.9%的總市場份額。

品牌名稱	銷量(千輛)		市場份額(百分比)	
	2008年	2009年	2008年	2009年
江淮瑞風.....	36.3	46.0	18.4%	18.5%
上海別克GL-8.....	36.3	40.1	18.4%	16.1%
廣汽本田Odyssey (奧德賽).....	28.9	28.4	14.6%	11.4%
上海大眾途安.....	12.0	20.1	6.1%	8.1%
東風風行.....	14.1	16.9	7.1%	6.8%
小計.....	127.7	151.5	64.7%	60.9%

資料來源：《中國汽車工業產銷快訊》，2009年及2010年第1期

### SUV

SUV乃擁有較高底盤、乘客較適合戶外駕駛的乘用車。中國SUV市場近年來呈現高速發展的態勢，尤其是城市SUV和柴油SUV的推出及發展更好地滿足了消費者對時尚和節能的需求，並已逐漸成為SUV市場發展的動力。於2009年，SUV於中國的銷量達658,821輛，較2008年增長47.2%。

## 行業概覽

	2007年	2008年	2009年
SUV在所有乘用車中所佔的市場份額..	5.7%	6.6%	6.4%
年增長率.....	50.1%	25.3%	47.2%

資料來源：《中國汽車工業產銷快訊》2008年-2010年第1期

我們通過我們的共同控制實體生產廣汽豐田 Highlander (漢蘭達)，從2009年6月至2009年12月，其銷量達35,466輛。除本公司以外，主要的製造商包括東風本田、一汽豐田及長城汽車。SUV在2009年的五大最暢銷車型為東風本田CRV、長城哈弗、一汽豐田RAV4、北京現代途勝及華泰現代聖達菲，就銷量而言，該等車型合共佔51.1%的市場份額。

車型名稱	銷量(千輛)		市場份額(百分比)	
	2008年	2009年	2008年	2009年
東風本田CRV .....	80.6	105.2	18.0%	16.0%
長城哈弗 .....	56.7	71.5	12.7%	10.9%
一汽豐田RAV4.....	0.0	68.2	0.0%	10.4%
北京現代途勝.....	41.2	49.3	9.2%	7.5%
華泰現代聖達菲.....	12.3	46.7	2.7%	7.1%
小計.....	190.8	340.9	42.6%	51.8%

資料來源：《中國汽車工業產銷快訊》，2009年及2010年第1期

### 商用車

與乘用車市場比較，中國的商用車市場不如乘用車市場般分散，五大經營者的產量約佔中國商用車銷量的一半。雖然此分部較少倚賴國外的合營夥伴，但在主要產品技術上常見國際間合作。與乘用車市場相似，國際製造商若無本地夥伴不得在中國營運。進口的汽車正努力佔據市場份額，惟受彼等的較高售價及經營的較低靈活性所阻礙。產品質量及技術仍為國內製造商的主要競爭因素。國內製造商的主要挑戰為需就遵守更高的排放標準的新法規作出迅速應對。

商用車主要分為卡車及客車。商用車的市場需求與中國政府宏觀經濟有關。鑑於中國宏觀經濟持續發展，預期商用車的市場將繼續保持穩定。

### 卡車

中國的卡車市場一般分為四類 — 重型卡車、中型卡車、輕型卡車及微型卡車。於2005年，卡車的需求(特別是重型卡車)首次大幅下降，此乃由多項因素，如中國政府宏觀調控、行業規則及規例、市場供求、上游產品價格，以及國際政治及經濟環境所致。於2006年，卡車的市場需求復蘇，總銷量從2005年的1.5百萬輛增至2006年的1.8百萬輛，增長15.4%。卡車的銷量持續增長，於2008年增至2.3百萬輛，於2009年增至3.0百萬輛，自2007年至2009年的年複合增長率為17.5%。



---

## 行業概覽

---

### 客車

客車主要分為大型、中型及輕型。目前，長途客運業務因備受中國鐵路及空運發展的競爭壓力而衰退。由於中國內陸省份的經濟發展及隨之而增加的中國地區經濟活動，令中國當地顧客對中短途客車運輸需求日益增加。

根據《關於優先發展城市公共交通的意見》，公共運輸於近年來，一直在各地迅速發展，特別是北京、天津、上海、深圳、廣州及杭州等發達城市。此項發展已為大型公共運輸業務的強勁發展帶來相當大的動力。客車銷量從2005年的269,152輛增長至2009年354,054輛，年複合增長率為7.1%。

### 中國汽車零部件行業

2004年的《汽車產業發展政策》表明中國政府旨在培育及發展繁榮的汽車零部件製造業，以滿足來自國內及海外市場的需求。中國汽車工業迅速增長，使得中國的汽車零部件需求有所增加。

不斷擴張的中國汽車零件製造業已吸引許多從業者，導致形成由國內汽車製造商的汽車零部件關聯實體主導的分化行業。分化性質及全球採購的趨勢相對地降低了市場的進入門檻。然而，由於在被列入汽車製造商的合資格供應商前，汽車零部件製造商一般須達到若干技術及質量標準，故仍存在進入障礙。具領導地位的國際汽車零件製造商(包括 Visteon、Delphi、Bosch 及 Denso)亦紛紛與地方零件製造商組建中外合營企業。國際汽車零部件製造商及彼等的中國合營夥伴通常在技術及質量方面享有優勢，且著重獲利較高的尖端技術高檔汽車零部件。另一方面，全內資汽車零部件製造商一般在維持產品質量於可接受程度的同時，亦享有成本優勢。

中國汽車零件行業的發展專注於兩大需求來源 — 採購汽車零部件的汽車製造商及需要汽車零部件以滿足其持續的維修、保養及其他售後服務要求的終端客戶。

基於中國勞工成本相對較低，產品價格較為低廉，令海外對中國製造汽車零部件的需求迅速增長，故近年國產汽車零部件的出口銷售增長驚人。於2008年，中國汽車零部件出口所得收入增加至約329億美元，自2007年以來增長10.3%，佔2008年中國汽車業出口總收入(包括汽車出口銷售所得收入)的69.2%。

---

## 行業概覽

---

### 中國汽車金融行業

*經過多年發展，中國汽車金融行業已進入一個嶄新的快速發展階段。*

於2002年前，僅允許商業銀行從事汽車金融業務。於2003年底，汽車消費信貸結餘已達年度汽車銷售額的22.4%。於2003年10月，銀監會頒佈了「汽車金融公司管理辦法」，允許非銀行的金融機構從事汽車金融業務。於2004年8月，首家專業汽車金融公司，即上海通用汽車金融有限責任公司，於上海開業，標誌著專業汽車金融公司在中國汽車消費信貸市場發展業務的第一步。由於2003年之前銀行的汽車信貸監管體系並不健全，故出現了大量汽車金融壞賬。2004年至2005年間，銀行開始大規模收緊汽車資本信貸，自此，該年度的汽車貸款佔銷售額的比例有所下降。2006年至2007年間，汽車信貸市場的發展緩慢。從2008年起，汽車貸款開始出現反彈，年內，購買汽車的貸款比例由約7%增至約20%。汽車信貸結餘增加了人民幣476億元，較2007年增長43%。中國快速發展的汽車產業及政策扶持為汽車金融行業的發展提供了巨大的空間及強勁的發展動力。發展前景看好。

*專業汽車金融公司正在持續發展，在汽車金融行業的地位逐步提高。*

經過數年發展，汽車金融公司已在汽車信貸市場逐步佔有一定的市場份額。於2008年年底，整個中國的所有汽車金融公司的消費信貸結餘達人民幣318億元，佔汽車消費信貸結餘的23.2%。

*汽車金融監管政策為該行業帶來健康發展。*

於2008年1月3日，銀監會頒佈了「關於汽車貸款風險提示的通知」，對商業銀行、汽車金融公司開展汽車信貸業務提出了有針對性的風險提示及防範措施要求。

於2008年1月24日，銀監會頒佈了一套新的《汽車金融公司管理辦法》(以下簡稱「新《管理辦法》」)。與2003年頒佈的《汽車金融公司管理辦法》相比，新《管理辦法》擴大了汽車金融公司的業務範圍，明確了三項核心業務，即汽車零售貸款業務、汽車批發貸款業務及汽車融資租賃業務；調整了進入該行業的門檻及監管要求；拓寬了融資渠道，大大擴大了汽車金融公司的發展空間。

於2009年8月18日，中國人民銀行及銀監會共同頒佈了一項公告，允許合資格金融租賃

---

## 行業概覽

---

公司及汽車金融公司發行金融債券。該項政策拓寬了專業汽車金融公司的融資渠道，且有望解決汽車金融公司在發展階段所面臨的資金不足的問題。

**預期就業人口架構的變動將促進汽車金融行業的快速發展。**

隨着80後開始踏入社會參加工作，汽車購買人群已呈現年輕化的趨勢。由於彼等的消費喜好越來越傾向於消費信貸，因此，通過信貸購買汽車的比例預期將在未來三至五年快速增加，為汽車金融行業的快速發展提供了需求驅動力。

### 中國汽車保險經紀行業

保險經紀行業是保險中介業務的一種。「保險經紀機構」指基於投保人的利益，為投保人及保險公司訂立保險合同提供中介服務，並按規定收取佣金的機構。在中國成立保險經紀機構，必須符合中國保險監督管理委員會（「保監會」）的資格要求，並取得經營保險經紀業務的許可證。

汽車保險經紀機構為專門從事汽車經紀保險業務的保險經紀機構，其所從事的業務受到於2009年9月25日由保監會頒佈的《保險經紀機構監管規定》的監管。

近年來，中國保險經紀業務正以穩定的速度發展。保險經紀機構已由2006年年底的303家增至2009年年底的378家，佔所有保險經濟機構業務的14.5%。於2009年，保險經紀機構的物業保費收入達人民幣194億元，佔2009年全國財產保險保費收入的6.8%。

汽車保險在中國是財產保險的一個重要組成部分，保費收入佔財產保險保費收入總額的約70%。受中國汽車市場快速發展的推動，近年來，保費收入呈相對快速的增長，為汽車保險經紀行業帶來良機。

### 中國汽車行業的規定

有關現時生效或即將生效並影響中國汽車工業的關鍵中國法規概要，請參閱本上市文件「附錄六 — 中國主要法律及監管規定概要 — 6. 中國汽車行業的規定」一節。