

埃及汽车市场分析及合作建议

陈霖 马欣

埃及地处西亚北非地区,是中国自主汽车产品重点培育和突破的海外市场之一。从2003年中国自主汽车品牌首次入埃以来,目前共有20余家中国汽车公司的各类产品进入埃及市场。其中,奇瑞、华晨、比亚迪等自主汽车品牌在埃及发展迅速,市场占有率和品牌认可度均稳步上升。

一、埃及汽车市场情况

(一)市场保有量

埃及汽车数量增长迅速。截至2010年8月,埃及登记上牌的汽车共574.3万辆,比上年增加14.8%。从构成上看,私家车274.41万辆、卡车88.83万辆、出租车33.8万辆、客车11.23万辆。

(二)市场品牌

埃及市场现有三十多个汽车品牌,市场占有率较高的是法国的标致和雷诺,意大利的菲亚特,德国的大众、奔驰和宝马,美国的雪佛兰,日本的丰田、尼桑和三菱,韩国的现代和起亚,以及中国的奇瑞和华晨等。最新官方数据显示,埃及小型乘用车市场占有率前五位的品牌依次为现代(29%)、雪佛兰(15%)、起亚(9.05%)、奇瑞(7.54%)和尼桑

(5.15%)。华晨名列第17位,市场占有率为1.04%。

(三)市场销售

埃及市场2009年销售车辆20万辆,2010年上升至22.5万台,销售总额由79亿美元增加至近100亿美元。有关研究机构预计,至2014年埃及市场汽车销售量将提高到44.1万辆,总金额超210亿美元。

(四)生产情况

近年来埃及汽车组装业发展迅速,现有轿车组装厂12家(14条生产线)、客车组装厂8家(8条生产线)、货车组装厂5家(9条生产线),年产汽车达7.6万辆。

二、埃及汽车产业的相关政策

(一)发展战略

埃及政府制定了汽车行业“三步走”发展战略,即“引进国外先进生产线组装—带动汽配行业快速发展—逐步实现自主设计和生产”三个阶段,并为此出台了下调汽车零部件进口关税、限制整车进口和使用国产零部件等产业政策和鼓励措施。2011年8月,埃及政府确立了优先发展制造业

的强国战略,并将汽车及相关零配件产业作为最主要的支柱产业之一。

(二)关税政策

目前埃及进口整车的税率如下:

1.6L 以下	税率 40%
1.6—2.0L	税率 100%
2.0L 以上	税率 135%

由于埃及汽车组装生产所需零部件的70—80%依赖进口,为降低生产成本,埃及政府对进口零部件实行低税率,发动机、变速箱和车身的进口税率仅为2%,其余零部件为5—12%不等。

三、中国自主汽车品牌产品开拓埃及市场情况

(一)对埃出口情况

据中国海关统计,2008年中国出口埃及汽车产品5.44亿美元,其中乘用车1.03亿美元;2009年受国际金融危机影响,出口额降到3.69亿美元,其中乘用车0.93亿美元。随着全球经济逐步复苏,2010年中国对埃汽车产品出口额恢复到4.24亿美元,其中多为中低档车,包括各类小轿车、城市越野车、面包车、轻型皮卡车等。

(二)我汽车品牌在埃“落地”情况

目前,奇瑞、华晨、比亚迪等3家中国车企通过设立CKD组装厂,在埃成功“落地”。

1.奇瑞

自2005年开始与埃及合作伙伴DME(Daewoo Motor Egypt)公司合作,以CKD方式在埃及设立生产线,先后组装A113、A516、A620、M11及Tiggo等五款车型,在埃及取得了良好的市场份额,并于2009年以A516车型成功竞标埃及出租车项目,交付5000辆用作开罗出租车。

奇瑞公司已进入埃及乘用车销售市场第一梯队,品牌市场占有率为7.4%,四驱车市场占有率超过40%。在埃销售网点超过40个,售后服务网点约20个。奇瑞产品在埃市场共已销售40000多台。

2.华晨

华晨公司自2005年与埃及BAG集团签订CKD合作项目协议,从中国进口成套散件在埃及本土组装,年产量约2000台,售后服务网点有14个,目前正在新建10多个服务站,可覆盖埃各大城市。华晨产品在埃共已销售10000多台。华晨、中非基金和BAG已确定在埃投资1.2亿美元,设立合资汽车生产公司和销售公司,准备深度开拓埃及汽车市场。

3.比亚迪

在2005年以来整车出口埃及取得良好业绩的基础上,比亚迪公司于2009年12月与埃及国际经济合作2011年第9期

AL AMAL公司签署CKD合作项目,目前共有27个销售网点,覆盖埃及各大城市。

四、开拓埃及市场需解决的问题

(一)产品质量亟待提高

目前中国汽车在埃竞争主要凭借价格优势,整体质量有待进一步提高。有埃及用户反映,中国汽车产品不太适应埃及高温气候,耐用性较差。散热性和动力性是对中国自主品牌汽车产品性能的两大考验。

(二)营销体系尚需完善

中国汽车企业的规模相对较小,在广告宣传方面投入不够,品牌推广严重依赖代理商、经销商。低价抢占市场的策略不利于塑造长远的品牌形象。

(三)服务理念更待加强

目前仅几家中国公司在埃及设有技术服务点,以培训代理商

技术人员,提供零配件供应和技术支持。但当地人员水平参差不齐,维修效果无法保障。

(四)激烈竞争挤压利润空间

中国企业在埃销售汽车多属中档,差异性不大,且由不同代理商代理销售。埃代理商为抢占市场空间,排挤对手,对整车和零部件极力压价,使得汽车在埃销售的利润空间有限。

(五)埃及局势尚未稳定

目前埃及仍处于过渡时期,安全局势尚未完全恢复、政治前景不甚明朗、经济复苏也仍在蓄势,因此埃及民众对国家前景信心不足,从而更多转向储蓄和保守投资,导致非必需品消费下降明显,轿车等高端消费品购买力不足。根据部分汽车销售商统计,尽管目前销售量止跌企稳并开始回升,但与局势动荡前相比下降明显,跌幅约在60—80%之间。



○奇瑞公司已进入埃及乘用车销售市场第一梯队。

本刊资料

五、对中国自主汽车品牌开拓埃及市场的建议

2011年初,埃及局势出现动荡,导致国家安全形势不稳,经济状况恶化。目前,埃及政府致力于吸引投资、创造就业,中国自主品牌汽车公司进入、投资和巩固埃及市场时机不错。除本国拥有8800万人口的市场外,埃及地跨非亚两洲,借助自贸协定可辐射到欧、美市场,区位优势明显,对自主品牌汽车以此为基地开拓非洲、西亚乃至欧美市场,都具有重要意义。

(一)加强源头管理,确保出口质量

随着中国汽车工业迅速发展,汽车出口已进入高速轨道,市场竞争日趋激烈。出口厂商众多,品牌较乱,质量难以保证,影响中国汽车在国际市场上的声誉和发展前景。应加强内部协调和监督,从源头严控资质关、严把质量关,确保产品出口有序进行。

(二)加强行业自律,适时尝试进军高端市场

可推动中国车企建立行业协会,加强内部协调、配合、监督和自律,实现产品错位化和差异化,避免陷入同质化价格竞争,共同经营和做大市场蛋糕。同时,鼓励和支持中国车企逐步进入当地政府采购市场,进行产品高端化尝试。

(三)充分利用埃及汽车产业政策,推动国内车企来埃投资

埃及政府为发展本土汽车制造业,对整车实行高关税、零部件实行低关税,鼓励国外汽车厂在埃开展CKD业务,且埃劳动力

成本低廉。支持国内车企在埃建立生产基地或组装厂,既可避免国内整车出口许可限制,又可享受埃及政府的优惠政策,还可通过埃及与周边国家及欧美的自贸安排,扩大对周边和欧美市场出口,形成辐射效应。

(四)保证售后服务,提升品牌影响力

埃及没有汽车报废制度,车损保险制度也不完善,汽车企业更应重视零部件供应和售后服务,这有助于企业在埃及站稳脚跟,树立良好形象。应鼓励汽车企业研究埃及消费者偏好,针对埃及特殊的路况、地貌和气候条件进行适应性研发,投放适合埃及市场的汽车品种和产品,引导企业树立品牌意识,“放长线钓大鱼”,加大品牌宣传投入,提升品牌影响力。

(五)完善金融服务,提供融资支持

应完善在埃中资金融机构国外分支机构功能,向中国自主品牌汽车出口企业提供客户及买方银行信用咨询服务,对海外分销商提供融资支持。在条件成熟时,可通过银企合作,将车贷、汽车金融引入埃及市场,以支持自主品牌汽车扩大市场占有率。

(六)借鉴宝马、奔驰经验,鼓励驻外机构使用国产品牌

目前,德国宝马、奔驰已分别与我国驻外使领馆签订协议,对驻外外交机构及外交官购车实行优惠价格。外交机构及外交官代表国家形象,如果使用国产品牌汽车,是对国产自主品牌品牌的背书和最权威的品牌宣传。建议

国内有关车企与外交部、财政部就此进行探讨,参照宝马、奔驰的协议,提出更优惠、更有吸引力的条款,鼓励包括中资企业在内的我国各类驻外机构及人员购买国产品牌汽车。

(七)充分利用我国政府援助平台,以援外带动国产汽车“走出去”

对外援助是展示和提升“中国制造”品质和形象的权威平台。目前,全球各种自然灾害频发、治安和安全不时出现状况、发展中国家普遍交通困难,受援国经常提出援助车辆的需求。可选择部分产品质量好、性能稳定、在海外有销售并有售后服务网络的国内车企,并与企业签订延长保修期、保证售后服务等协议,在受援国提出援助汽车需求时,提供这些企业的汽车产品。这是支持我国产汽车品牌“走出去”的一个有效方式。

(八)扎根蓄势,积极应对埃政治、经济过渡期

虽然目前埃及局势不稳,但世界银行、国际货币基金和非洲发展银行等国际金融机构对埃及经济的前景表示乐观,同时沙特、卡塔尔等海湾石油富国和美、英等发达国家都不同程度增加了对埃及经济的支持,经济发展向好、政治局势回稳是埃及今后发展的基本面。因此,汽车企业应抓住埃及经济复苏的机遇,密切跟踪市场、研判形势,制定长远发展战略,积极应对当前过渡时期,力争抓住扎根埃及市场的先机。

(作者单位:驻埃及大使馆经济商务参赞处)