

中国を見て・感じて・探る…大連事務所発のレポート

大連のネットニュース「天健ネット日本語版」

大連国際自動車展覧会、5日間で6750台契約成立

5日にわたる2010(第15回)大連国際自動車展覧会は22日に終了し、展覧会会場で6750台を販売。去年に比べ13%に増大しており、去年の大連国際自動車展覧会会場販売車数5970台である。

今回の展覧会は国内外12の国から1100台の自動車に参加し、展覧会規模は12万平方メートル。統計によると、展覧会会場販売車数は6750台、見学・購買者は35万人近く来場。中昇グループ所属の全ブランド計2800台あまり販売しており、売れ筋メーカーは一汽トヨタ、一汽フォルクス・ワーゲン、東風日産、東風本田、ビュイック、シボレーなどの販売車数は皆400台を上回った。それ以外に高級自動車メーカーはベンツ、BMW、アウディ、ランドローバー、ドイツのフォルクス・ワーゲン、レクサスの販売車数はすべて100台を上回った。価格数百万円超高級スポーツカーETロードスターは初めて中国に登場し、はやくも二つの注文を受けた。

2010(第十五回)大連国際自動車展覧会が、8月18日から22日まで大連世界博覧広場と大連星海会展中心にて行われた。主催は、中国国際貿易促進委員会、中国自動車工業協会、そして大連市政府などで、開幕式では、夏徳仁・共産党委員会書記、李万才・大連市長の両トップが出席し、市長が挨拶、開幕のテープカットを書記が行うほど、市政府も重要視している展示会だ。

今回の規模は、12万平方メートルで展示車両は1100台余り。初めて、高級ブランドの乗用車、スポーツカー、キャンピングカーも集めて展示されていた。

しかし、モーターショーといっても日本で想像するものとは、かなりかけはなれている。各メーカーのコンセプトカーなどは一切展示されてない、新型車もなく、レースクイーンなどもほとんど見当たらない。

早く言えば、各メーカーの販売店が一堂に集結した、巨大な販売ショールームに入場料を払って行くようなものだ。そこに5日間で35万人が来場する。中国の自動車熱を具現化したような展覧会だ。

入場すると、BMW、アウディ、メルセデスベンツ、ポルシェのドイツ勢、レクサス、インフィニティー、アキュラの日本勢海外戦略高級ブランドが出迎える、それから徐々にフォルクスワーゲンやマツダ、ビューイック、などの海外合弁メーカー、最後に中国民族系メーカーの順に並んでいる。今回は、それに加えて、ランボルギーニやフェラーリ、マセラッティ、ロールスロイスなども高級車館と呼ばれるスペースに並んでいた。中国の自動車バブルもここまで来たかと実感させられる。

新しい高級な車に買い替えられるのは、近年、中古車市場が発達したことも要因のひとつだ。現在では、新車市場の3割程度の販売台数であるが、政府も自動車産業の健全な発展のために、中古車市場の拡大策を行っている。

昔は、自動車というものはある富裕層しか持てないものだった。その時代は、売るのではなく親戚や友人にプレゼントして、新しい車に買い替えたようだ。しかし、今は、サラリーマン層でも車が持てる時代だ。日本と同じように、ある程度乗って、下取りに出し、新しい車を買いたいと思う人は多く、所有者の6割程度は購入から5年以内に新しい車に乗り換えたいとい意向を持っているそうだ。

新車販売が急増した2002年以降の自動車が、買い替え時期を迎えている。比較的質の高い中古車が市場に出てきたことも、中古車市場が大きくなった理由だと考えられている。

中古車の取引量が新車の取引量より多くなることは、自動車市場の成熟において重要な目安の一つといわれているが、中国では、まだまだ新車の取引量の3割程度だ。今後、市場が成熟し、中古車の取引量が新車の取引量をしのぐようになれば、中国のモータリゼーションも成熟期に入ったといえるかもしれない。