



世界汽车制造商年鉴2008

市场规模首次突破7,000万辆, 竞相实施地域战略及收益战略争夺市场份额

■ 发刊日期: 2008年3月
■ 体 裁: A4/529页
■ 价 格: 7,800元/册 (含国内邮资)

◆收录各汽车制造商的中长期战略、人事组织、财务、生产和设备投资计划、技术研发体制、零部件采购政策、海外事业、产品投放及营销规划、资本及技术合作等各方面的最新动向。
◆分析各制造商针对新兴地区的发展战略及世界战略车型的投放现状及计划。
◆将新兴国家中发展较快的汽车制造商达西亚(罗马尼亚)、Mahindra&Mahindra(印度)、Ashok Leyland(印度)、上汽通用五菱(中国)等纳入分析范畴。

主要目录

第1章	世界汽车制造商的竞争领域定位	1
第2章	通用集团	43
第3章	丰田集团	89
第4章	福特集团	135
第5章	大众集团	185
第6章	雷诺/日产集团	223
第7章	戴姆勒集团与克莱斯勒	263
第8章	欧日韩独立系汽车制造商	305
第9章	欧美商用车制造商	443
第10章	亚洲汽车制造商	473



FOURIN世界汽车调查月报

中国汽车企业开展全球业务必备参考资料!!

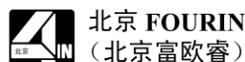
■ 发刊日期: 每月25日
■ 体 裁: A4/70页左右
■ 价 格: 9,800元/年+12期+附刊 (含国内邮资)

- 顺应全球汽车产业发展趋势, 每月定期发布各国产业政策研究以及汽车制造商、零部件供应商事业动向分析的月度调查报告。
- 每月向中国汽车业界人士提供高信誉度调研公司-日本FOURIN发行的3类日文调查月报中精选报告的中文版。每期19篇分析报告将向读者全面而及时地揭示世界汽车产业发展最新动向。
- 涵盖亚洲各国汽车制造商及零部件供应商的事业动向分析、汽车产销动向及市场走势预测。
- 关注全球最大汽车市场北美市场的汽车制造商经营动向及市场发展趋势。定期分析欧洲、中南美洲、非洲、中东及大洋洲各国汽车制造商的事业动向。刊载世界27国月度汽车生产数据和46国月度汽车销售数据, 及各主要世界制造商市场份额动向。



本产品为非书店销售调研报告, 下表为本报告的订单, 如果您要订阅多种资料, 请选择综合订阅申请表, 或直接与本公司营业部联系, E-mail: china@fourin.cn

世界汽车产业调查·研究·咨询报告



〒100020 中国北京市朝阳区东三环中路7号
北京财富中心A座翼楼717室
TEL: (010) 6530-9159 (营业部)
FAX: (010) 6530-9160 (营业部)
Http://www.fourin.cn E-mail: china@fourin.cn

订阅申请表

亚洲汽车产业 2008 (不含中国及日本)

●规格: A4/363页 ●发刊日期: 2008年8月

价格: 7,800元/册 (含国内邮资)

北京富欧睿汽车咨询有限公司

FAX: (010) 6530-9160 (营业部)

年 月 日

公司名称 _____

部门名称 _____

订阅人姓名 _____ 职 务 _____

地址、邮编 _____

电话号码 _____ 传真号码 _____

E - m a i l _____

备注栏 _____

专题调研报告

2008 亚洲汽车产业 (不含中国和日本)

-正式进入汽车社会前的产品及市场营销竞争-

※规格: A4/363页 ※发刊日期: 2008年8月 ※价格: 7,800元/册 (含国内邮资, 只提供印刷版)

- 分析全球汽车制造商如何通过亚洲专用车型确保市场份额
- 展望韩国·马来西亚·印度等亚洲民族系制造商的成长·发展战略及竞争力
- 概观各国围绕扶持本国市场和建设出口基地等2010年产业目标而采取的汽车产业政策
- 鸟瞰全球汽车制造商如何为了获得亚洲市场影响力而强化产品竞争能力



2007年除日本和中国以外的亚洲9国及地区(韩国、台湾、泰国、印度尼西亚、马来西亚、菲律宾、越南、印度、巴基斯坦)的汽车产量已超过900万辆, 而亚洲10国及地区(亚洲9国及地区+新加坡)的汽车销量也已超过550万辆, 此外, 该地区汽车出口总量也超过260万辆。

亚洲各国将在2010年前后逐渐步入汽车化社会, 民族系汽车制造商、外资系汽车制造商制定了与之对应的增产和新产品投放计划, 并根据汽车社会的需要, 不断地降低成本、改善品质和提高性能。同时, 于2004年前后上市并已形成现有销售基础的主力产品, 将于2012年前后迎来车

型换代期, 为此各制造商均力争开发出富有特色的产品。此外, 为了迎合汽车社会的主流趋势并捕捉不同消费群体的市场需求, 各制造商还纷纷强化商品策划和产品开发, 在市场营销能力方面一争高下。

《亚洲汽车产业2008》在对亚洲各国及地区(不含中国及日本)的汽车产业现状和市场动向进行把握的同时, 特别将直接关系未来走势的产业政策动向、市场趋势及各制造商面向2010年的产品及营销计划等作为分析重点。

希望本报告能够为贵公司制定亚洲市场战略及营销计划提供切实可行的参考。

- 泰 国: 伴随Eco Car计划启动, 如何协调中产阶层需求与低油耗车发展备受关注
- 印度尼西亚: 为实现2020年450万辆销量, 以小型MPV为中心培育汽车产业和市场
- 马 来 西 亚: Proton选择自主发展, 与Perodua及外国制造商共同促使市场竞争更为激烈
- 菲 律 宾: 在禁止进口二手车取得成效的同时, 重新鼓励投资增产和建设出口基地
- 越 南: 政府意在扩大内需增加税收, 与旨在构建产业基础的汽车业界展开角力
- 印 度: 塔塔Nano的投放势必引发全球汽车制造商就小型廉价车展开竞争
- 韩 国: 为跻身全球5强, 如何扩大内需和培植国际水准的零部件产业值得关注
- 台 湾: 岛内需求低迷, 力图通过加强在华事业、出口及电子零部件产业等维持增长

第1章 亚洲汽车产业的现状和未来展望 1

1. 产业概况：由于印度和泰国市场的扩大，亚洲汽车产业规模超过900万辆 2

◇生产及出口基地的壮大和获得自主基础 4

◇亚洲浓缩了世界汽车制造商间的竞争 6

◇亚洲作为摩托车及其零部件的生产基地的发展可能性 8

2. 市场概况：预计到2015年将由2007年的555万辆增加到1,200万辆以上 10

◇2007年亚洲汽车销售由2006年的停滞逐渐恢复 10

◇摩托车市场的扩大和潜在需求的增大 12

3. 特集：亚洲各国兴起的市场营销·成本竞争 14

◇符合泰国政府Eco Car计划的市场应对策略 14

◇印度塔塔Nano投放市场带来的冲击 15

◇印度市场的主流向A2级及以下紧凑型细分市场转移 18

◇亚洲市场整体大量多功能车 18

4. 细分市场动向：销售规模扩大及日益细分化的小型乘用车市场 20

◇小型乘用车市场的两大变化及发展方向 22

◇高档高级乘用车扩销 25

◇具备乘用车特征和商用车市场需求的专用车事业 25

5. 零部件产业：为实现当地采购、提高出口竞争力，亚洲各国争相发展优势产品 28

◇泰国：受Eco Car计划影响，积极发展乘用车零部件 29

◇印度：超廉价车生产计划和相关产业政策 30

◇以发展独立产业为目标的亚洲各国 33

◇直接关系到提高零部件技术水平的安全及环境标准 34

第2章 全球汽车制造商在亚洲的事业动向 37

1. 现代汽车集团：实现2010年600万辆产量目标的关键在于，扩大亚洲事业及加强收益基础 38

2. 塔塔汽车：加快扩充产品线及加强与外商合作，力争扩大国内外市场份额 46

3. Mahindra & Mahindra：加强现行产品侧重战略，借与外商合作扩大国内外业务 54

4. Proton：通过自主再建设强化成本管理、扩大海外事业进一步改善经营体制 60

5. 丰田集团：通过扩大生产规模获得市场主导权，力争恢复市场份额 70

6. 本田：为了实现2010年150万辆的销售目标，在中国、泰国、印度大规模开展事业 78

7. 日产：以在华事业为轴心，加强在印度及泰国的事业，台湾及新加坡的事业持续低迷 84

8. 铃木：以印度Maruti Suzuki和开展泰国新事业为中心，旨在扩大销量 88

9. 五十铃：通过扩大涉足东盟国家的经营事业及正式开展印度事业，力争加强事业发展根基 92

10. 三菱汽车：亚洲已成海外最大盈利地区，计划依托泰国、中国扩大事业 96

11. 通用：加强中国和印度事业，通过增强通用大宇的研发能力，力争到2012年实现10%的亚洲市场份额 102

12. 福特/马自达：泰国、印度小型战略车投产准备工作正在进行 110

13. 大众集团：2007年起正式开展印度事业，东盟事业重建有待关注 116

14. 戴姆勒集团：梅塞德斯着力开拓中国市场，三菱扶桑强化东盟销售 124

15. 标致雪铁龙：继中国之后，在东亚、东南亚建立量产基地 128

第3章 东亚汽车产业 131

1. 韩国：优化国内外事业体制及提升海外产量，力争进入全球汽车四强行列 132

◇重视环保，以此应对日益充实的自由贸易协定及向发达国家的出口业务 133

◇出口增加及生产研发基地的强化，拉动2007年产量首次突破400万辆 136

◇现代汽车和起亚协调国内外事业的全球战略 139

◇主导市场复苏的轻自动车新规生效及各制造商产品线扩充 142

◇SUV领域产品多样化及高级乘用车市场产品投放频繁 143

◇进口车市场的量产车型扩销及日系系产品品牌车型增加 147

◇国内零部件产业致力于形成国际水平的技术、品质及成本竞争力 149

2. 台湾：岛内市场滞销及扩大中国大陆事业和增加出口的对台战略 152

◇岛内市场萎缩，亟待加强多品种低产量体制及扩大出口 154

◇中华汽车和裕隆汽车加强中国大陆事业 156

◇岛内40万辆中期销售规模及亟待复苏的消费市场 158

◇政局稳定和新车换代需求推动市场复苏 159

◇加盟WTO后的下调关税严重影响进口车市场 160

◇通过加大对美国市场OEM和维修零部件供货，实现可持续性发展 163

◇零部件产业将继续加强在中国大陆的事业 164

◇推动车载电子零部件产业走向高附加值产品领域 165

第4章 东南亚汽车产业 169

1. 泰国：Eco Car计划启动，小型乘用车投资扩大，力争实现200万辆产能 170

◇Eco Car计划加速汽车及零部件生产的集聚力 172

◇原油价格攀升及政局不稳导致2006~2007年汽车市场滞退，预计2008年以后乘用车将带动市场增长 178

◇需求增加及FTA扩大，推动汽车制造商积极进军泰国市场 180

◇E20燃料汽车物品税下调及Eco Car计划的实施将带动乘用车市场扩大 182

◇出口带动汽车生产扩大，加之Eco Car计划的实施，2010年以后汽车产量将达200万辆 184

◇Eco Car计划启动在即，各汽车制造商纷纷着手准备 186

◇整车出口基地逐渐形成，中东、澳大利亚成主要出口国 190

◇零部件产业集聚扩大，亟待加强开发能力及乘用车领域零部件产业发展 192

◇2006~2007年期间，政局不稳等因素导致摩托车市场缩小 196

2. 印度尼西亚：2015年汽车目标产量为150万辆，亟待制定汽车产业发展的具体措施 198

◇旨在2025年实现400万辆产量的新产业政策 200

◇如果发挥最大潜能，2010年汽车销量有望达到75万辆 204

◇首次买车取代置换及增购，小型多功能车需求上升 204

◇金融销售促使汽车销量增加，日本商社等扩大了事业规模 209

◇加快扩大小型多功能车的生产规模，预测2010年汽车产量将达100万辆 210

◇主要促进对标准功能零部件等的投资，力争零部件产业获得发展 214

◇作为世界三大摩托车国家之一，力争在摩托车及其零部件产业上获得新发展 216

3. 马来西亚：扶植乘用车出口基地建设及实施针对非国民车制造商的鼓励政策 218

◇亟待实施招商引资政策 219

◇汽车市场需求扩大及Proton新车型刺激需求 220

◇内需扩大有望拉动2008年生产复苏 224

◇以国民车制造商为主的出口基地建设方针 225

◇加强国际竞争力的零部件产业 228

4. 菲律宾：步入市场恢复期，为了实现销售20万辆、出口5万辆的目标，探索发展战略 234

◇根据与东盟地区以外国家签署自由贸易协定的进展情况，如何构建生产基础值得期待 237

◇商用车市场恢复，经济型细分市场的乘用车新车投放较为活跃 239

◇禁止进口二手车的措施提前收效，Jeepney需求有可能缩小 241

◇作为零部件生产的候补基地，菲律宾零部件产业将继续扩大海外出口 242

◇当地零部件制造商提出的PhUV项目，逐渐向EV型方向发展 243

5. 新加坡：限制发行COE，导致车市整体需求下降及市场竞争激烈 248

◇受保有量激增影响，2009年以后限制发行COE 249

◇汽车总体销量减少和高级品牌车扩销 251

6. 越南：有待制定明确的中长期汽车产业发展战略 254

◇汽车产业发展政策有待明确核心车型 255

◇中国品牌货车和乘用车发挥带动作用，2007年越南国产车销量倍增 256

7. 柬埔寨：在经济发展的背景下，汽车市场不断扩大，由二手车向更加安全的新车市场转换 262

◇在政治稳定经济发展的背景下，汽车市场不断扩大 263

◇由于安全意识的提高，需求由二手车向新车转换 264

8. 老挝：经济作物和电力出口拉动经济发展，摩托车和汽车销量增加 265

◇国内汽车市场以皮卡为中心销量不断增大 266

◇各汽车及摩托车制造商强化销售体制力争扩大市场 267

第5章 南亚汽车产业 269

1. 印度：内需扩大带动出口竞争力加强，汽车产业力求内外双增长 270

◇新车型投放加速的印度小型乘用车市场 274

◇A2级紧凑型细分市场带动汽车销售 278

◇2007年汽车产量突破220万辆，各制造商计划增强产能 282

◇整车出口以小型乘用车为中心不断扩大 285

◇由于超廉价乘用车的投放，亟待重新构筑具有竞争力的三轮车事业 288

◇高利率直接冲击中产阶级的贷款消费，2007年摩托车销量低于上年 291

◇零部件产业通过削减成本应对卢比升值，加强出口基地建设 294

2. 巴基斯坦：为实现2011年50万辆的年产量目标，强化扩大零部件生产及取得技术 296

◇2008年新汽车产业政策启动，加强建设零部件产业与取得技术 297

◇受利率上调、年末政局不稳的影响，2007年汽车市场发展减速 300

◇实施投资优惠政策，争取2011年度实现50万辆的乘用车年产量目标 302

◇为了构建年产50万辆的生产体制，培育零部件产业 304

◇由于内需扩大产能不断增强的摩托车产业 305

附录 亚洲汽车产销量统计及主要事业基地·相关团体一览 307

1. 亚洲汽车产量·销量统计 308

2. 世界汽车制造商的亚洲主要事业基地一览 342

3. 亚洲地区与汽车产业有关的团体一览 362



http://www.fourin.cn/asian_auto_i_2008.html

样本页1

第2章 丰田

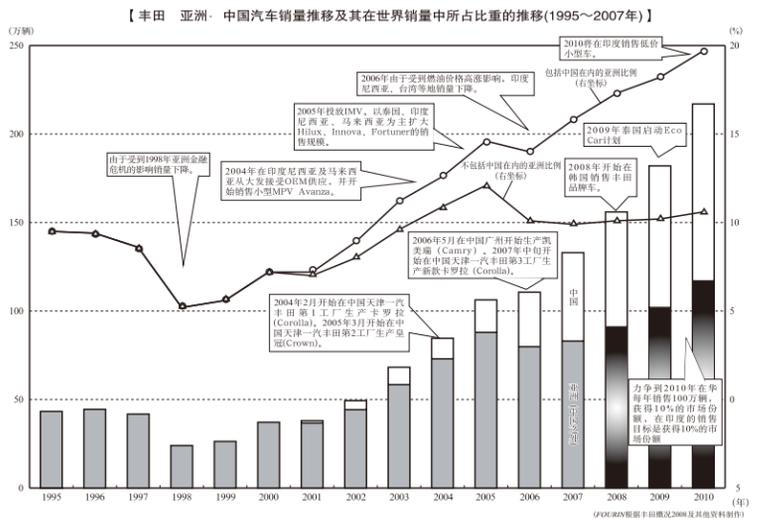
5. 丰田集团：通过扩大生产规模获得市场主导权，力争恢复市场份额

丰田集团在亚洲(除日本和中国、下同)，以丰田主体为核心，在加强与大发/Perodua、日野及集团零部件制造商合作的同时逐步拓展事业，不仅扩大了产销规模，增强了研发机能及统筹机能，还注重强化独立自主的发展能力。其结果是，亚洲事业获得快速发展，并且因其高收益成为集团的重要事业。但是，受到燃料价格高涨及主要销售国家政局不稳的影响，丰田在亚洲的汽车销量于2005年达到顶峰，2006年销量同比下滑。2007年虽然销量有所提升，但无法恢复到2005年的销量水平。这一时期，由于在华销售规模的快速扩大，在分析各汽车制造商的亚洲战略之外，亚洲其他地区所占比重在经历2006年下降之后，2007年保持相对平稳。

产能计划及开展车型

丰田在亚洲以泰国为中心积极扩大生产规模，在泰国、印度尼西亚等国家分别建立汽车及汽车组件的生产基地，通过构建各具特色的生产网络，对各国产业发展做出贡献，并积极实施事业发展战略，力争扩大当地销售份额。尤其是，丰田以2004年底投放的IMV系列皮卡(以泰国及印度尼西亚为主要生产基地)为契机，一方面通过主要国家生产主要组件及多种组成零部件突出了将泰国作为生产基地的作用，另一方面，通过在亚洲各主要国家开展分工生产、实现生产互补，维持和扩大各国销售基础。同时，在2004年初上市的Avanza/Xenia(u-IMV)项目中，将大发设在印度尼西亚的子公司作为生产中心，向丰田设在亚洲地区的基地供应整车及CKD组件。

IMV及u-IMV项目均是通过集中生产获得规模效益，丰田利用这一点在泰国及世界市场中成功扩



样本页2

第4章 泰国

泰国汽车、零部件产业及汽车产业政策概要

◇Eco Car计划加速汽车及零部件生产的集聚力及出口基地建设

泰国政府于2004年初发表了“亚洲的底特律”计划，明确提出力争把泰国打造成为亚太地区的汽车及零部件生产和出口核心基地。此后，又于2006年2月发表了第2次汽车产业基本规划(2007~2011年、第2次基本计划)。该计划提出了具体的生产和出口目标，并明确了实现目标的投资计划。在第二次基本计划中明确增添到2011年将汽车生产规模扩大至200万辆，在实现生产皮卡之后的出口。此外，还制定了将国内汽车及零部件产业进一步集中，巩固出口基地地位。泰国还企图

【泰国 汽车、零部件产业及汽车产业政策概要】

▽泰国的汽车产业发展战略概要

- 构建1吨皮卡的生产、出口基地
- “亚洲的底特律”计划(2004~)
 - 构建汽车和零部件的生产、出口核心基地
 - 获得研发能力
 - 培育具有国际竞争力的汽车零部件产业(在成本和技术方面)
 - 培养人才等
- 降低E20燃料汽车的物品税(2008年1月~)
 - 致力于国内所面临的能源问题
- “环保汽车”计划(2007年公布详细内容、2009年10月计划降低物品税)
 - 继续皮卡之后的发展战略，2008~2010年内，相关的国内投资总额预计将达600亿泰铢。

▽第2次汽车产业基本规划(2006年2月公布)

- 汽车生产：200万辆(国内销售100万辆、出口100万辆)
 - 1吨皮卡：150万辆
 - 乘用车：45万辆
 - 商用车：5万辆
- 截至2007年，预期销量下调至180万辆
- 汽车出口：100万辆/1兆泰铢
 - 1吨皮卡：80万辆
 - 乘用车：20万辆
 - 摩托车生产：400万辆
 - 摩托车出口：200万辆/1,000亿泰铢
 - 汽车零部件出口：4,000亿泰铢
 - OEM供应：1,600亿泰铢
 - 维修市场供应：2,400亿泰铢

(根据FAP资料及其他各种数据制作)

【泰国 新汽车产业政策中的五大发展战略目标】

- 构建贯穿汽车产业整体的产业价值链及提高生产效率
 - 提高生产效率，引进精益生产系统
 - 引进世界最佳生产实践系统
- 扩大整车和零部件在本国及东盟地区的销售
 - 扩大汽车和零部件在本国及东盟地区的销路
 - 开拓汽车动力传动系统的东盟及世界市场
 - 充分利用东盟地区的自由贸易区计划扩大销路
- 获得技术开发能力及工程技术能力
 - 加强汽车及零部件产业的研发能力
 - 设立研发中心、设计中心及工程技术中心
 - 注重自主知识产权，强化附加值的创造
 - 支援中小零部件制造商的研发能力提升
 - 设置大型汽车制造商的研发中心
- 通过与主要零部件制造商加强合作，使汽车产业获得整体开发能力
 - (世界主要零部件制造商中的50家在泰国国内拥有生产基地)
- 培养以经营管理和生产管理为主的人才
 - 加强经营管理和生产管理领域的人才培养

注：根据2007年9月FOURIN在泰国汽车工业协会的采访录音，预计汽车产业政策中将公布具体的数值目标。原计划2007年12月后期公布详细内容。然而截至2008年2月仍未公布。

(根据当地采访录音及各种数据制作)

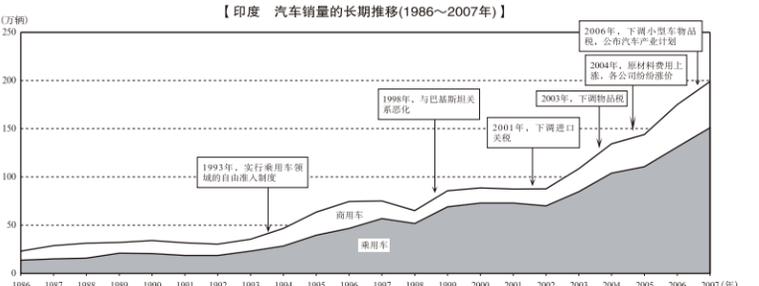
样本页3

第5章 印度

1. 印度：内需扩大带动出口竞争力加强，汽车产业力求内外双增长

印度的汽车产业，自1991年放宽对外资的限制以来，在经济发展的背景下持续保持增长。汽车销售规模于1990年代前半期开始迅速扩大，1996年突破70万辆。此后，于1998年再次回落至65万辆，但在次年的1999年又重新回升至85万辆。2002年以后，政府进一步放宽对外资的限制，由此经济快速增长，同时也带动了汽车市场的迅速扩大。此外，一直作为奢侈品缴纳高额税率的汽车被定位为消费产品，以及汽车贷款得到普及均推动了2002年以后市场的扩大。印度汽车产业2007年的产量为224.6万辆、销量为199.0万辆、出口量为25.2万辆，与2002年相比，销量增长2.3倍、产量增长2.5倍、出口量增长3.9倍。当前的印度汽车产业，已由培育阶段转入发展阶段，迎来了应分析伴随产品投放的加剧，竞争日益激烈的亚洲汽车市场

为适应汽车产业的发展，印度汽车工业于2006年10月公布了汽车产业10年计划(Automotive Mission Plan)及2006~2016年汽车产业总销售收入达1,220亿~1,590亿美元、占印度制造业30~35%/占GDP总体10%的产业目标。此外，AMP中还指出，将重点发展小型乘用车和汽车零部件，并在培育国内产业的同时提高出口竞争力，将印度打造成为小型汽车和零部件的国际化核心生产基地。因此，出口地将不



【印度 汽车销量、产量和保有量(1986~2007年)】

年	销量			产量			保有量(千辆)			
	乘用车	轻、中、大型商用车	合计	乘用车	轻商用车	大中型商用车	乘用车	大中型商用车	合计	
1986	136,834	151,770	230,973	145,252	34,392	56,791	236,435	1,780	1,090	2,870
1987	150,080	137,212	287,292	181,966	39,382	64,662	286,010	2,007	1,229	3,236
1988	159,277	154,290	313,567	195,907	43,395	70,102	309,404	2,295	1,383	3,678
1989	210,477	110,020	320,497	220,134	41,967	72,107	334,208	2,486	1,457	3,943
1990	206,456	133,929	340,385	219,590	54,228	88,103	361,921	2,694	1,536	4,230
1991	185,686	131,755	317,441	210,153	52,882	89,397	352,432	2,954	1,687	4,641
1992	185,442	119,228	304,670	193,016	46,962	77,947	317,925	3,205	1,872	5,077
1993	231,686	123,605	355,211	245,750	62,672	60,808	369,230	3,361	1,967	5,328
1994	283,529	183,399	466,928	288,337	97,410	472,633	3,569	2,083	5,652	
1995	396,691	239,617	636,308	396,287	113,077	124,169	633,533	3,841	2,217	6,058
1996	467,652	278,524	746,176	474,741	138,084	145,091	757,916	4,284	2,480	6,884
1997	568,357	183,756	752,113	549,576	69,203	117,237	736,016	4,672	2,827	7,499
1998	517,399	133,624	651,563	498,367	57,399	71,913	627,679	5,138	3,074	8,212
1999	689,886	167,060	856,946	646,556	57,362	111,584	815,502	5,556	3,094	8,650
2000	1,038,801	305,406	1,344,297	1,178,064	130,368	202,410	1,510,842	6,143	3,272	9,420
2001	1,106,863	333,592	1,440,455	1,264,412	164,747	213,219	1,642,412	n.a.	n.a.	n.a.
2002	729,894	144,887	874,781	676,246	57,067	91,622	824,935	7,058	3,582	10,640
2003	699,612	177,833	877,445	703,948	79,404	111,444	894,796	7,613	3,609	11,222
2004	846,801	237,938	1,084,739	907,988	99,956	153,599	1,161,543	8,619	4,215	12,834
2005	1,038,801	305,406	1,344,297	1,178,064	130,368	202,410	1,510,842	n.a.	n.a.	n.a.
2006	1,106,863	333,592	1,440,455	1,264,412	164,747	213,219	1,642,412	n.a.	n.a.	n.a.
2007	1,311,354	439,519	1,750,873	1,473,233	208,334	276,715	1,958,284	n.a.	n.a.	n.a.
2007	1,510,749	479,394	1,990,143	1,707,839	249,839	288,020	2,245,698	n.a.	n.a.	n.a.

(注：保有量为截至9月31日的数据。)