



买车人群了解一下

2018汽车消费市场研究报告

2018年7月

目录

Contents

01

汽车行业整体情况

02

汽车市场需求分析

03

购车一族VS换车一族用户解读

04

汽车4S店市场概况&上海4S店客流用户分析

05

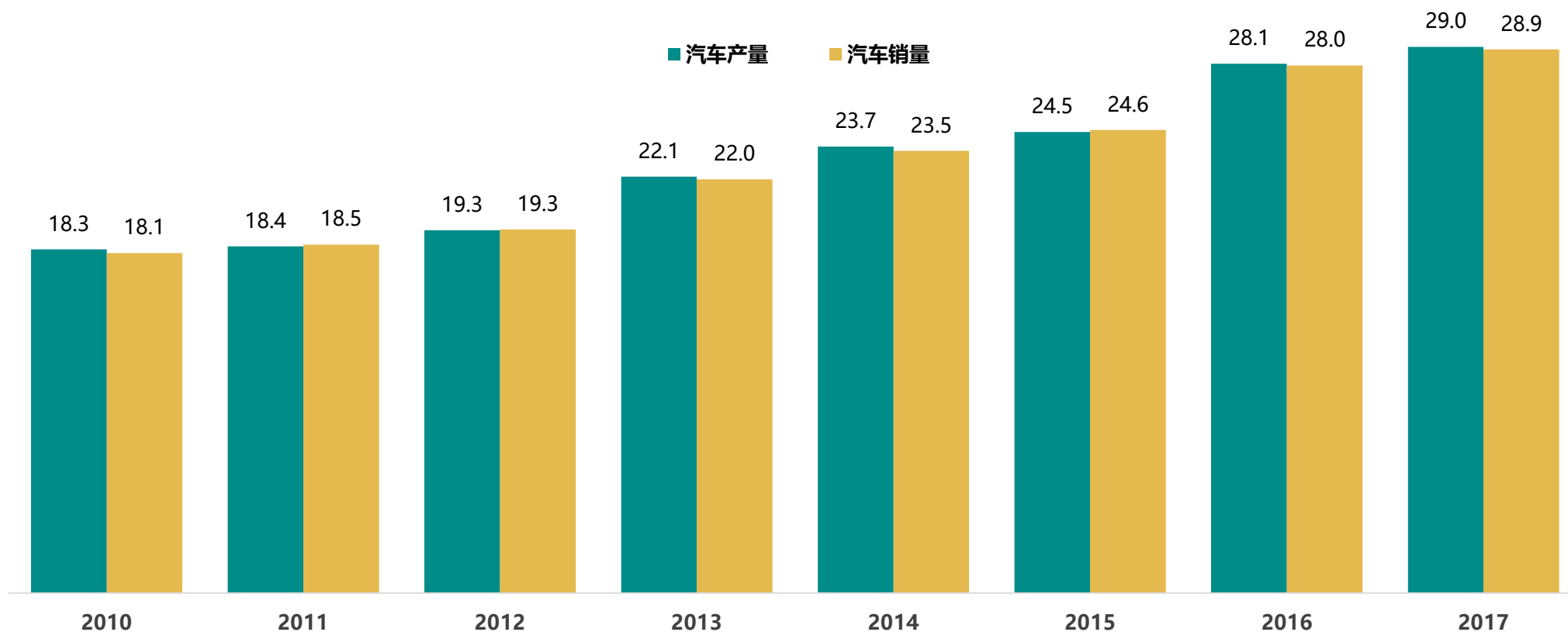
未来发展趋势分析



汽车市场整体情况分析

近年来汽车市场由快速增长期步入平稳增长期，由增量时代进入存量时代

2010-2017年中国汽车产销规模（百万辆）

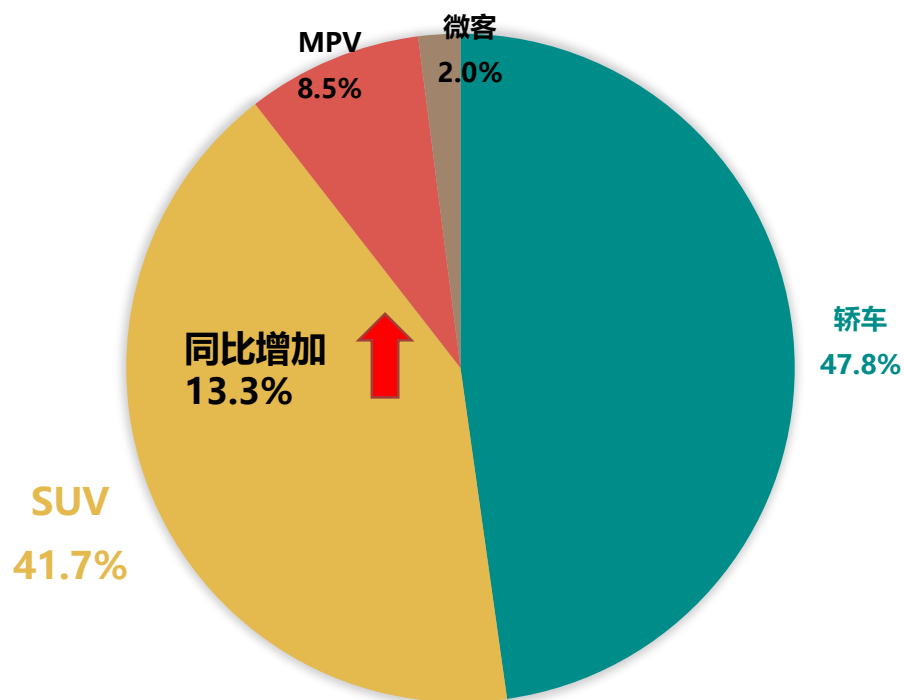


Source：中国汽车工业协会

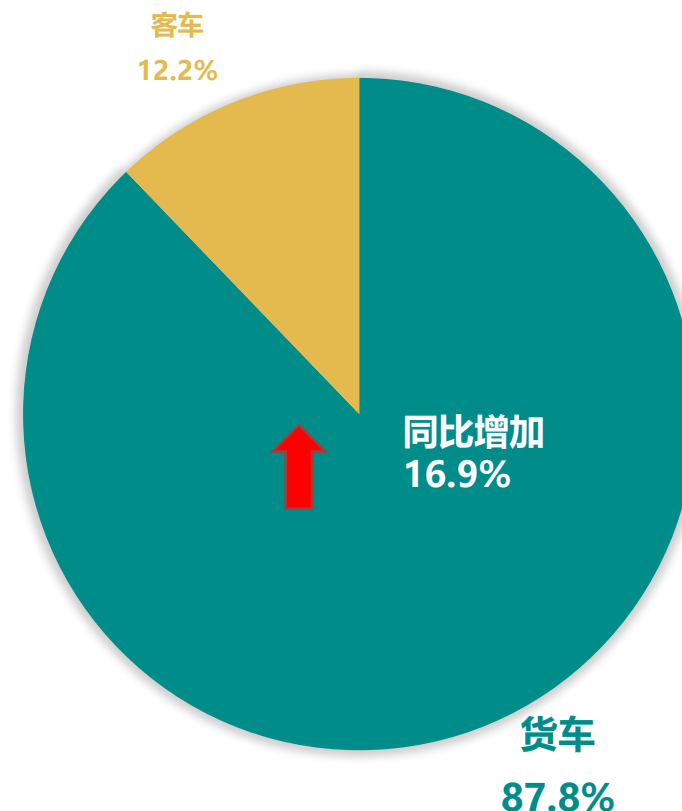
汽车市场不同类型市场分布

乘用车领域SUV销量增长迅猛，商用车领域货车占比逐渐增大

2017年乘用车各分类销量占比情况（百万辆）



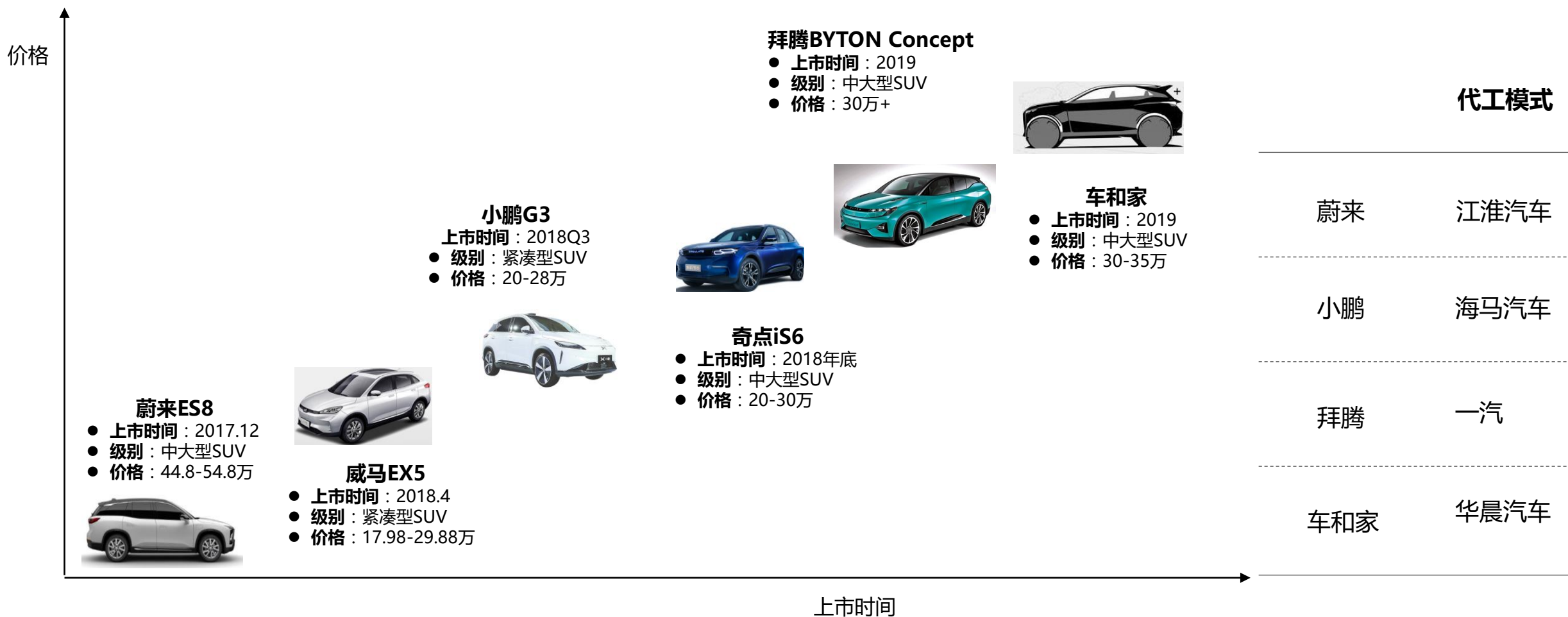
2017年商用车各分类销量占比情况（百万辆）



Source：中国汽车工业协会

造车新势力崛起

通过轻资产代工模式进入市场，聚焦SUV细分领域，近两年是产品集中推出时间

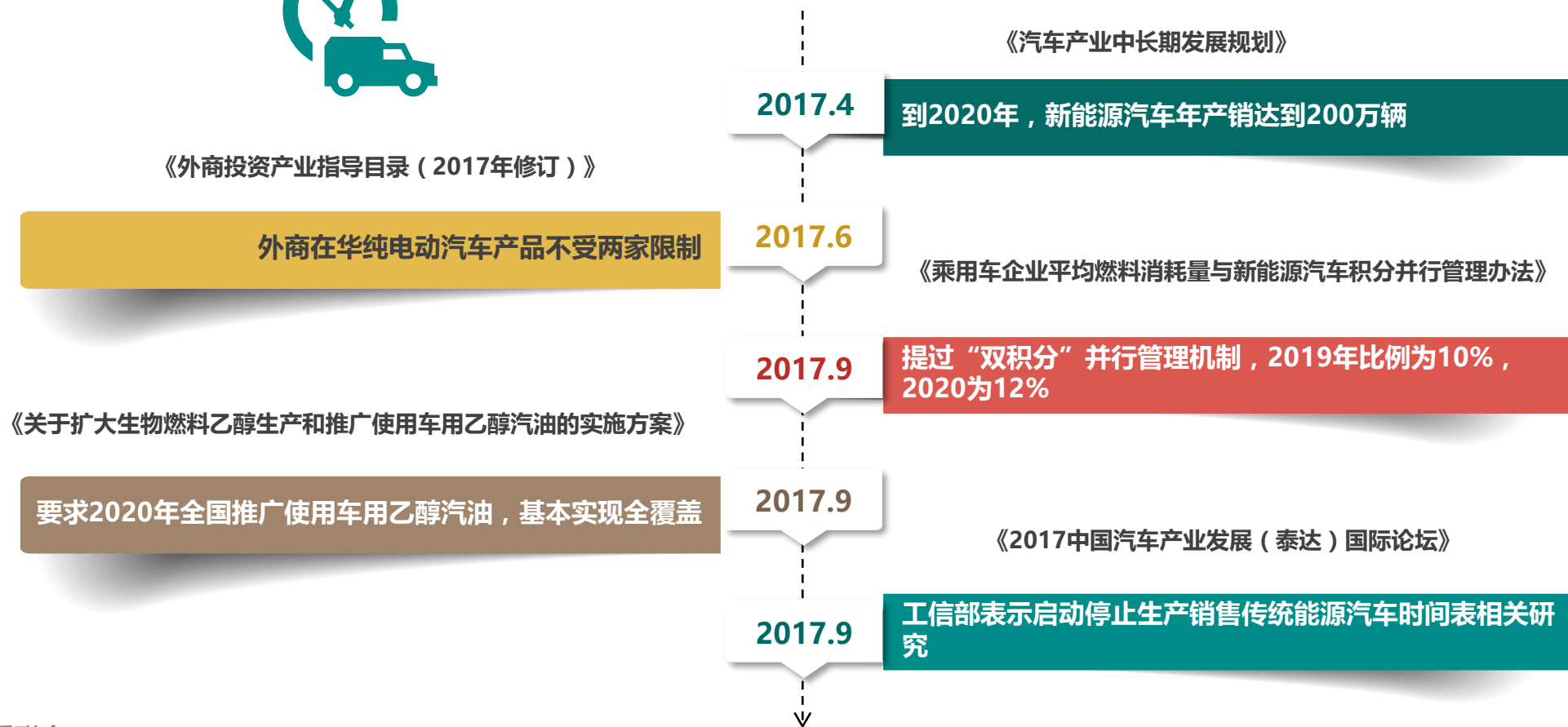


Source : 公开资料整理

新能源汽车利好政策频出，2017年持续放量，未来发展态势良好



2017年新能源汽车相关政策一览表



新能源汽车竞争格局

由传统自主品牌主导，未来随着外资和造车新势力崛起，有望形成三足鼎立局面

发展特点

- 主导中国市场
- 全产业链加速布局
- 主攻纯电动和插电式技术路线

传统自主车企



代表企业

- 北汽
- 比亚迪
- 上汽

外资企业



- 与中国企业合资合作，大力推动多款电动车产品
- 多种技术路线并举，并加快向纯电动转型

- 大众
- 丰田

造车新势力



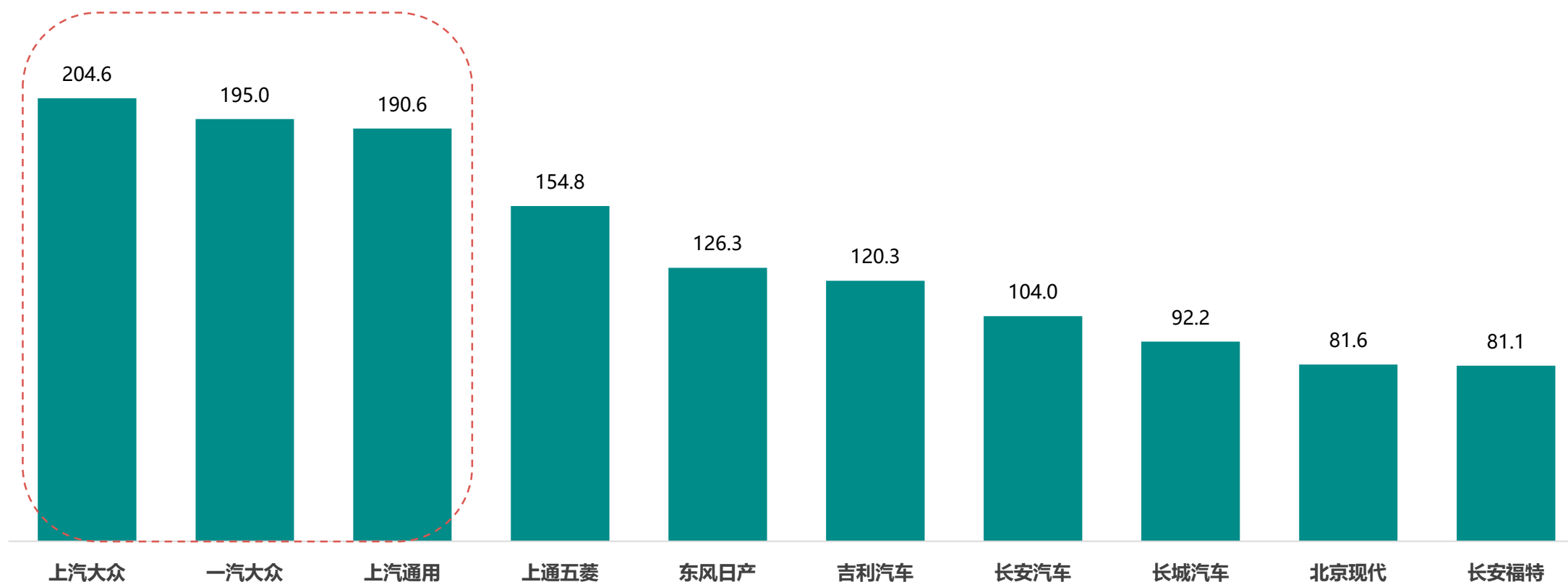
- 借助资本，以代工模式切入
- 强调智能互联，用户体验
- 主攻纯电动技术路线

- 蔚来
- 小鹏

汽车市场主要玩家情况

上汽大众、一汽大众和上汽通用销量遥遥领先，位列车企第一阵营

2017年汽车厂商销量排行TOP10（万辆）



Source：乘联会

汽车销售渠道主要模式

目前4S店仍然是最主流的汽车销售渠道模式



□ 品牌专卖模式—4S店

目前，4S店仍然是最主流的汽车销售渠道模式，渠道模式可表述为厂商-专卖店-最终用户

□ 总代理模式

渠道模式可表述为厂商-特许经销商-最终用户，进口汽车通常采用这种模式

□ 特许经营模式

渠道模式可表述为厂商-总代理-区域代理-最终用户，比起经销商模式来说，此种方式更易规范经销商行为

□ 汽车超市模式

同时经营多种汽车品牌，并为顾客提供休息与服务的汽车销售模式，既是汽车销售中心，又是休闲娱乐的场所

□ 汽车电商模式

包括车企自建电商平台、专业汽车垂直网站、综合电商自建汽车电商平台等多种分类

目录

Contents

01 汽车行业整体情况

02 **汽车市场需求分析**

03 购车一族VS换车一族用户解读

04 汽车4S店市场概况&上海4S店客流用户分析

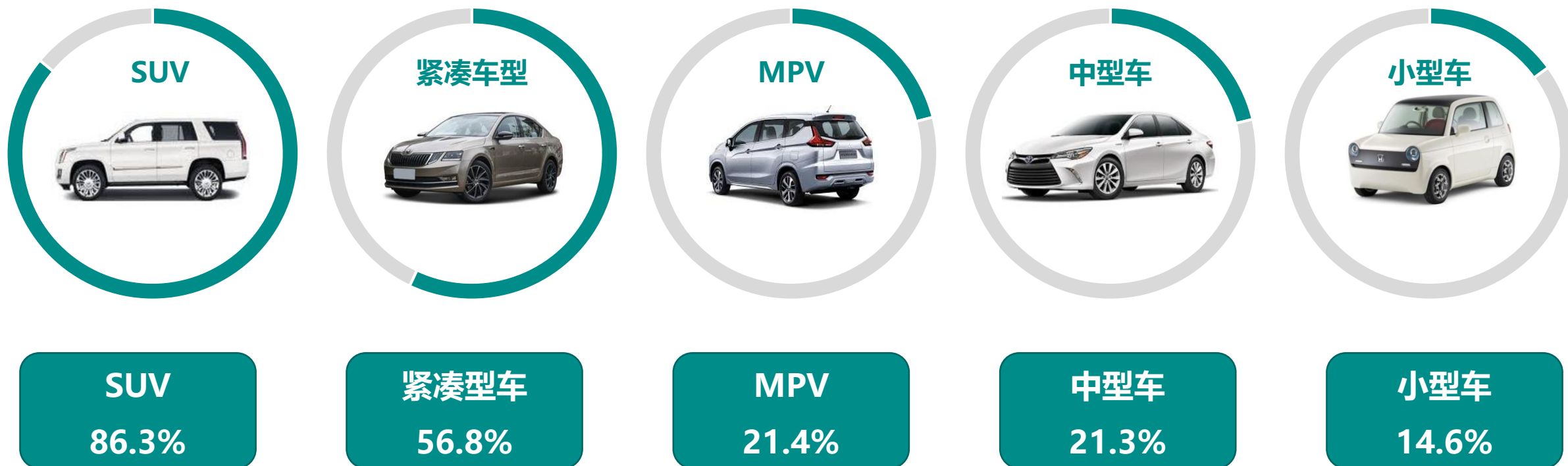
05 未来发展趋势分析



偏爱SUV与紧凑车型

SUV的偏爱度超过八成，紧凑车型也超过半数，其次是MPV和中型车

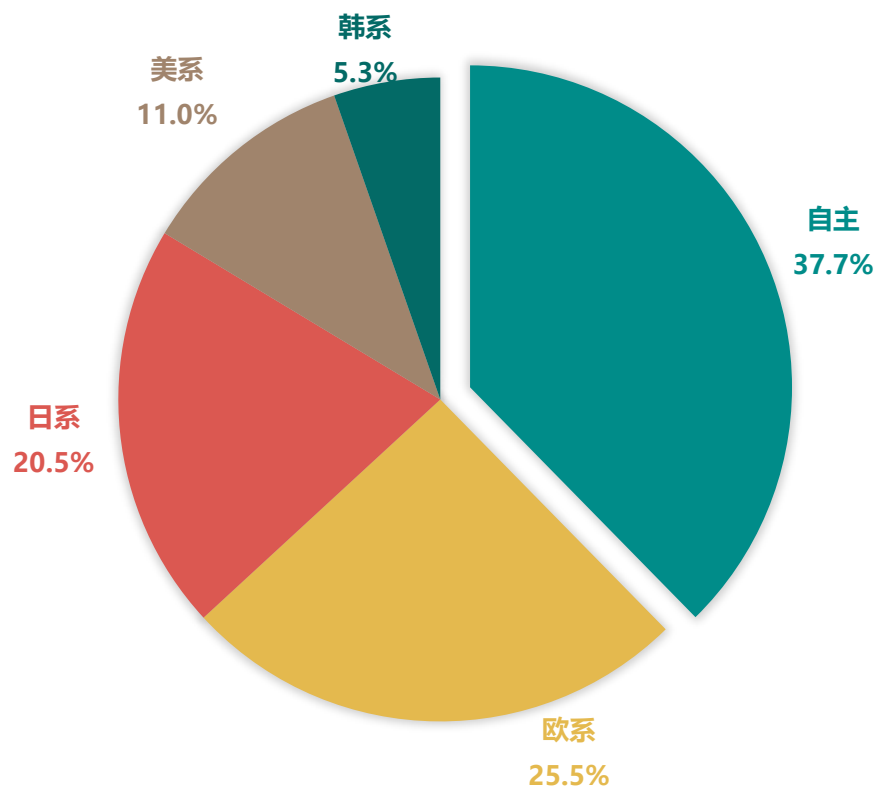
消费者不同车型偏好情况



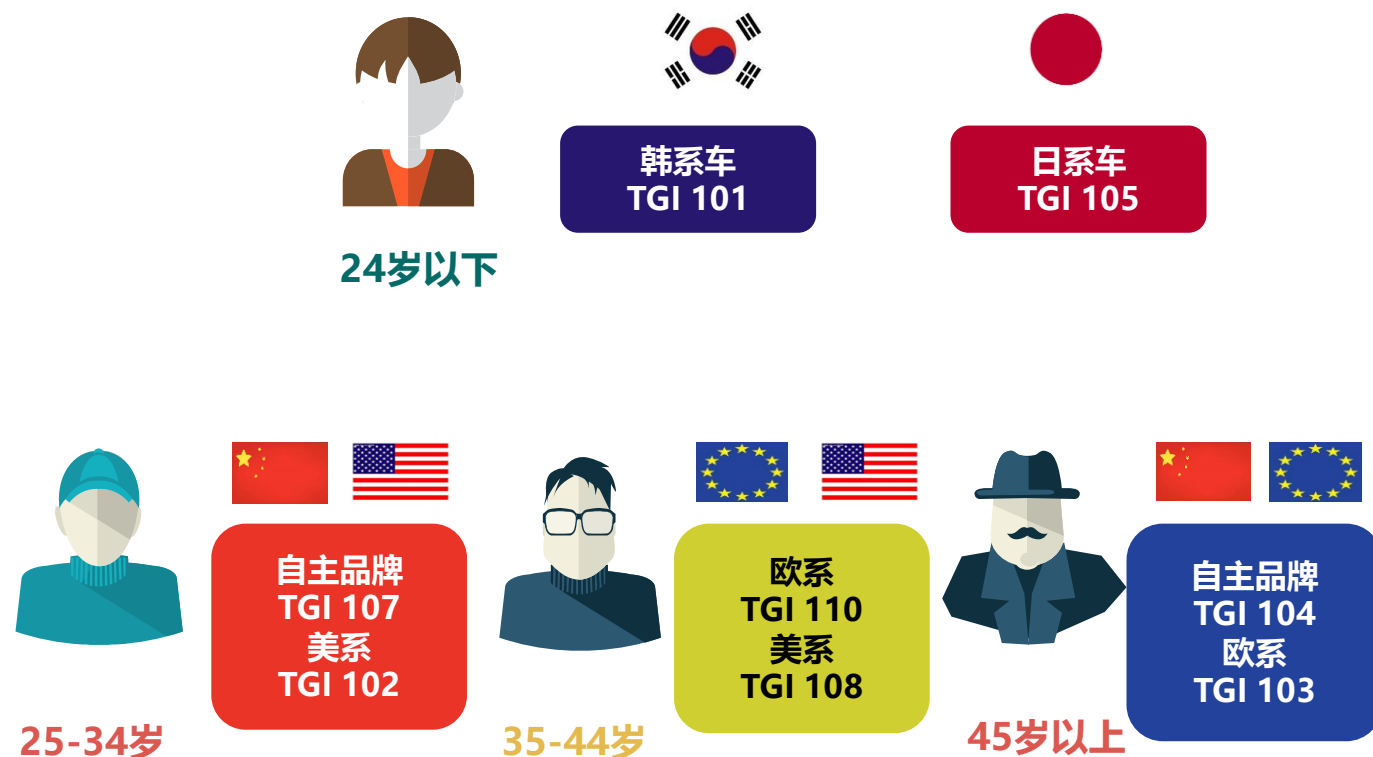
自主品牌与欧系车大热

自主品牌、欧系最受欢迎，日韩车更受年轻人追捧

消费者不同车系偏好情况



消费者不同年龄层车系偏好情况TGI

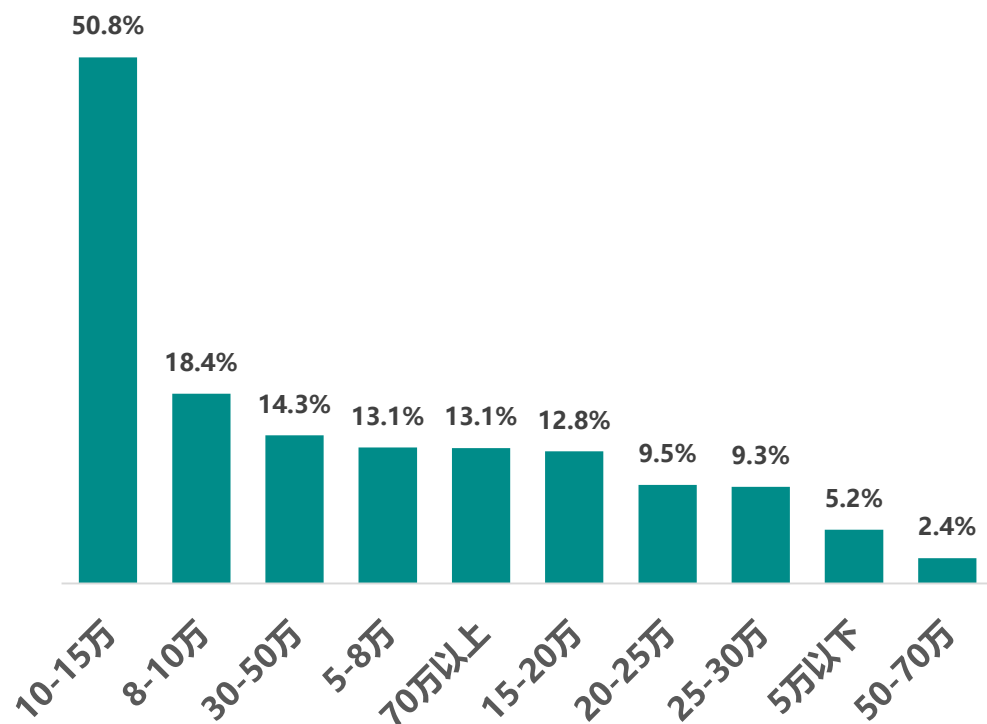


Source : MobData

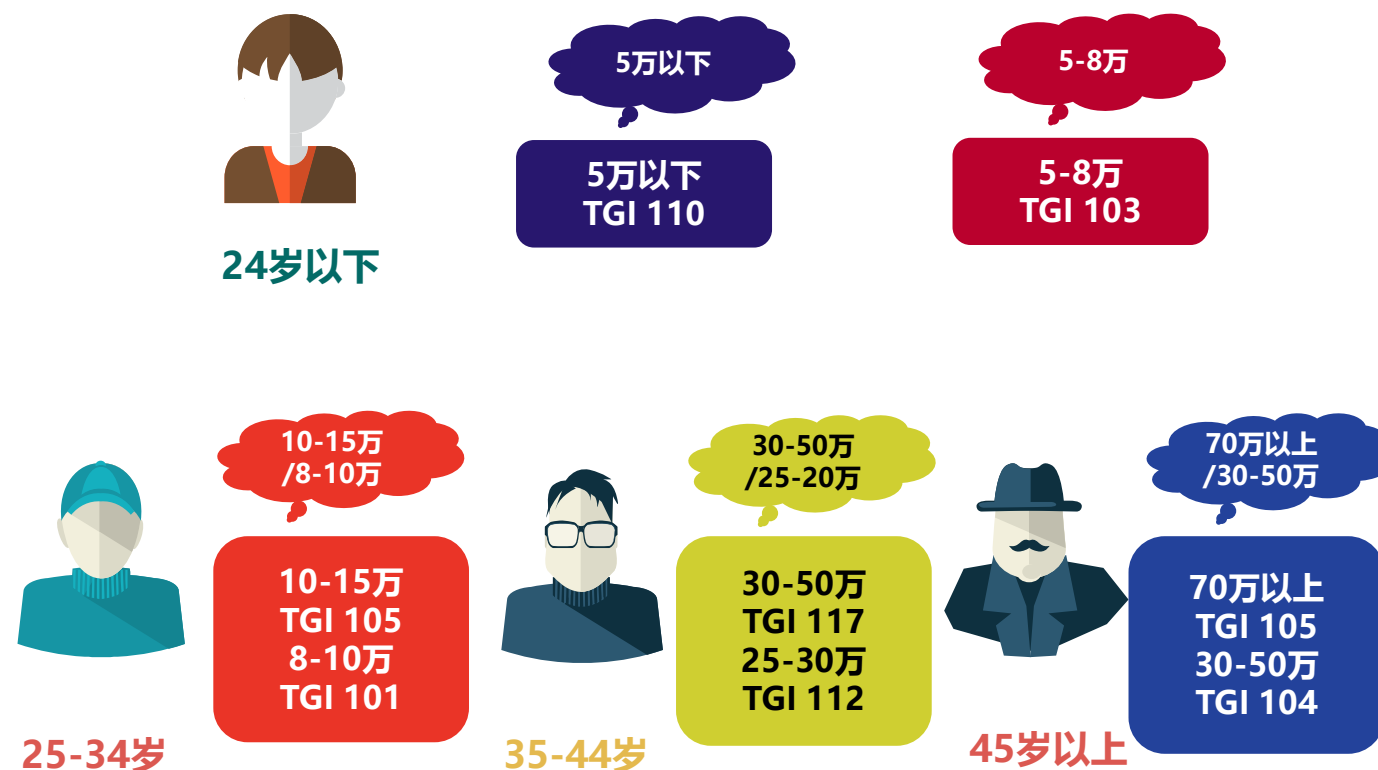
中低价位最受偏爱

10-15万价位最受欢迎，其次是8-10万价位，价格偏好与年龄大小基本成正比

消费者不同车价偏好情况



消费者不同年龄层车系价位情况TGI

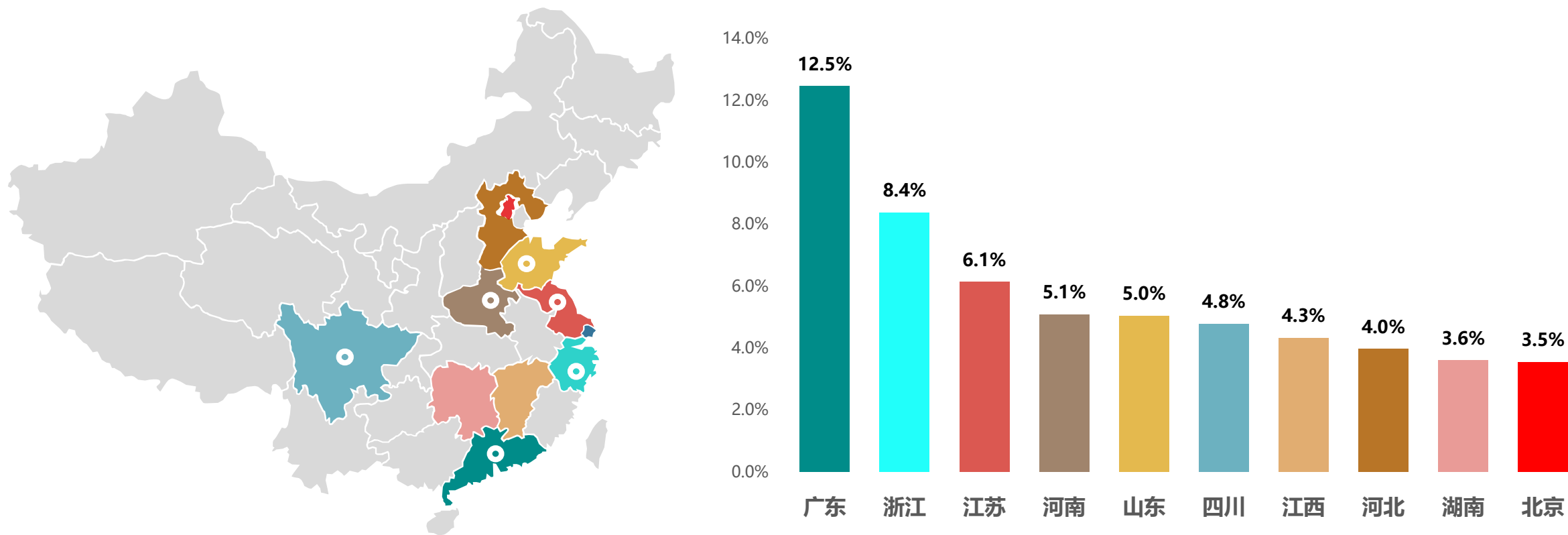


Source : MobData

东部沿海地区对汽车需求旺盛

广东、江浙与华北地区汽车消费者分布最广

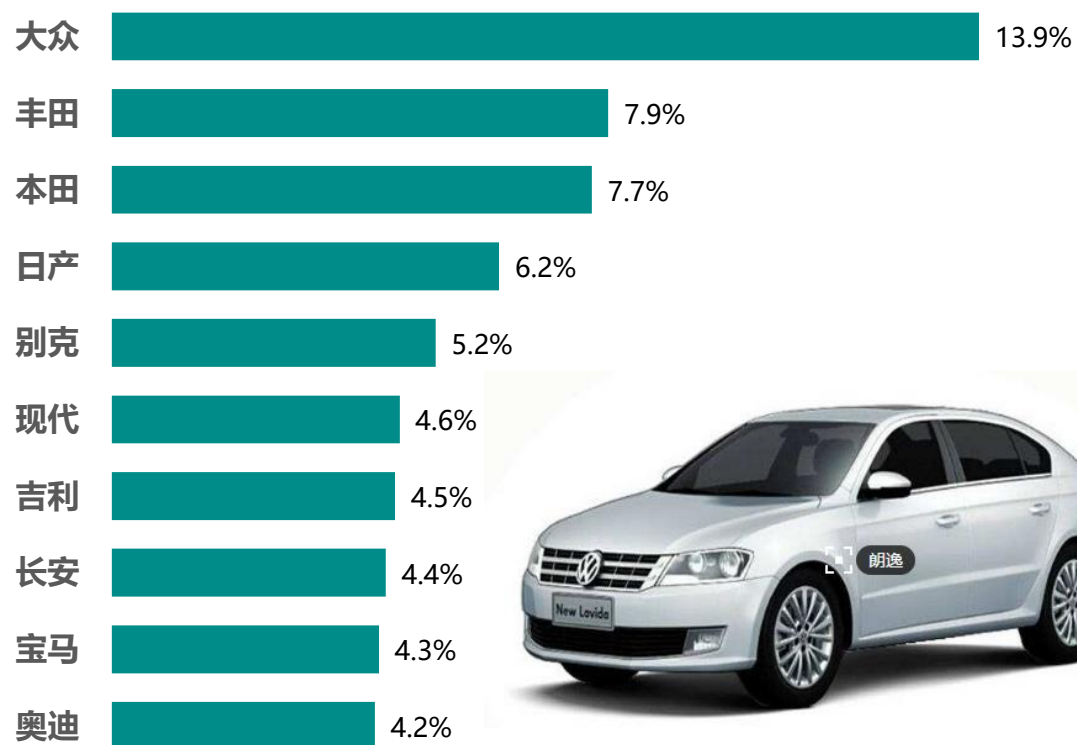
汽车消费者地域分布情况



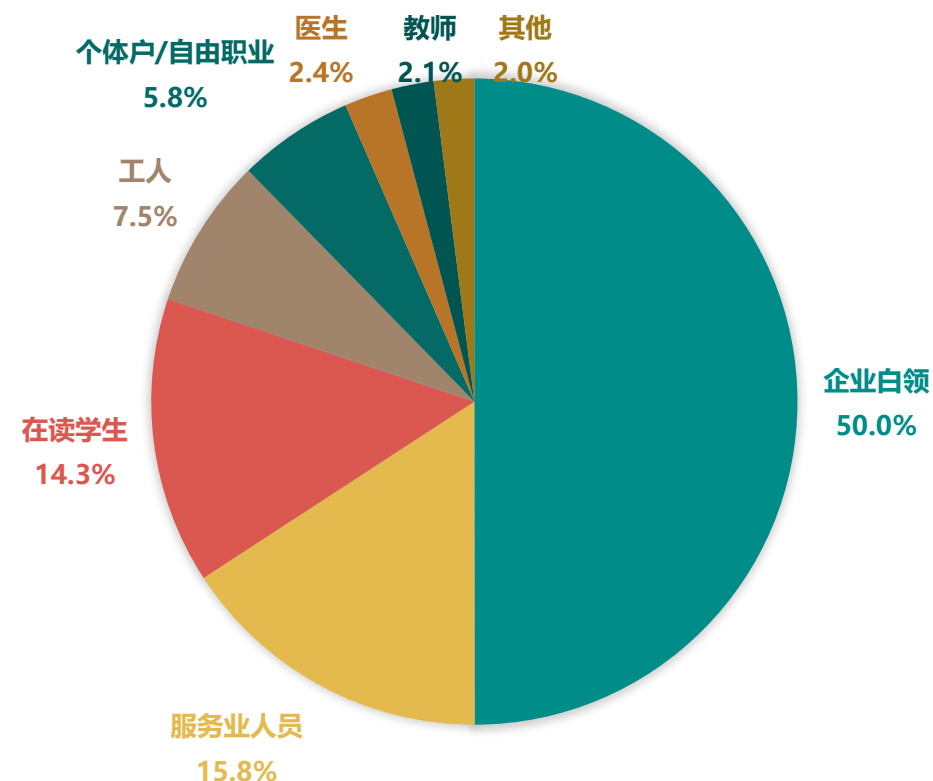
大众是多数人的心头好

大众最受喜爱，其中企业白领居多，其次是丰田、本田和日产

消费者汽车品牌偏好情况



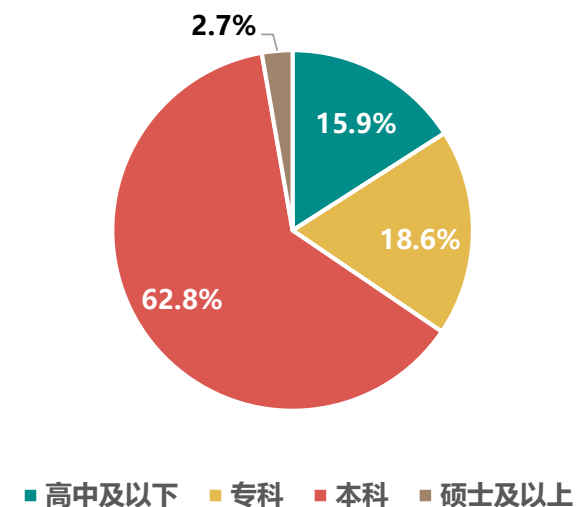
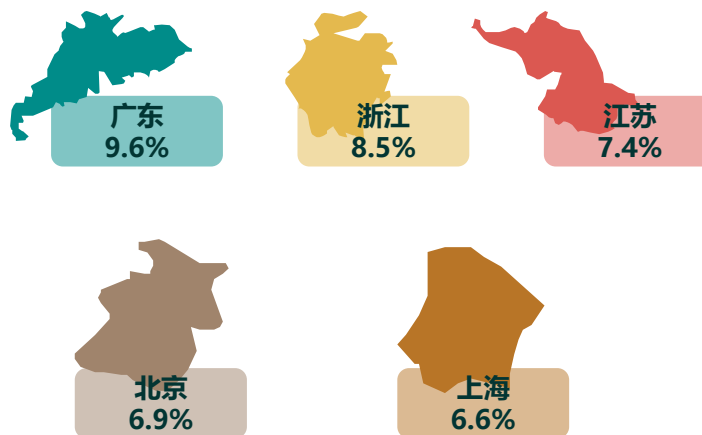
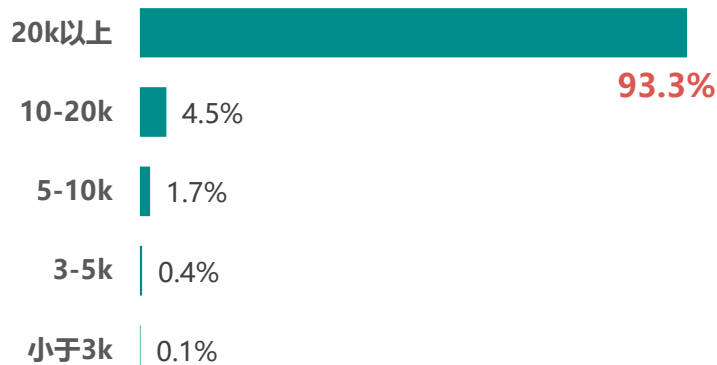
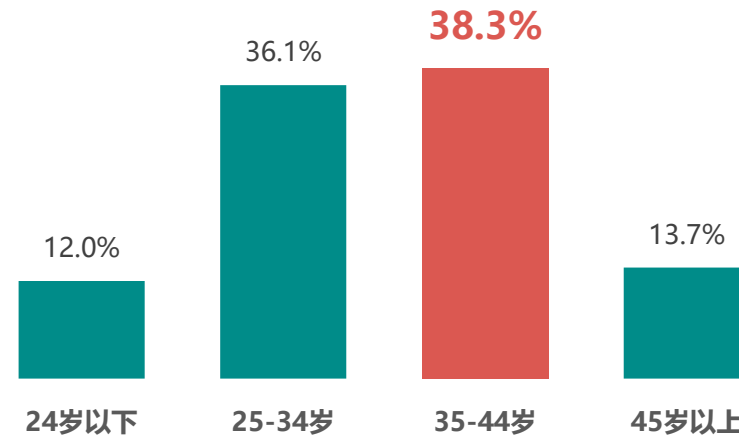
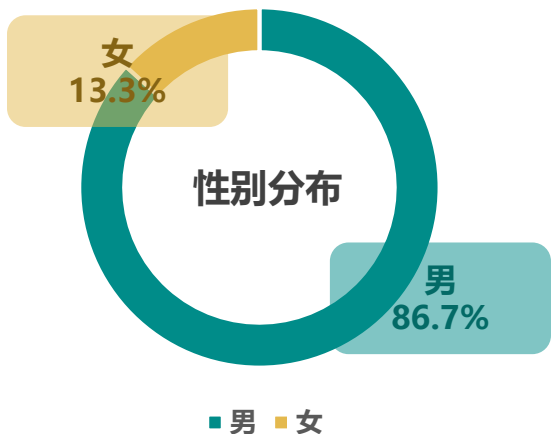
不同职业对大众车偏好情况



Source : MobData

土豪的不二之选—路虎

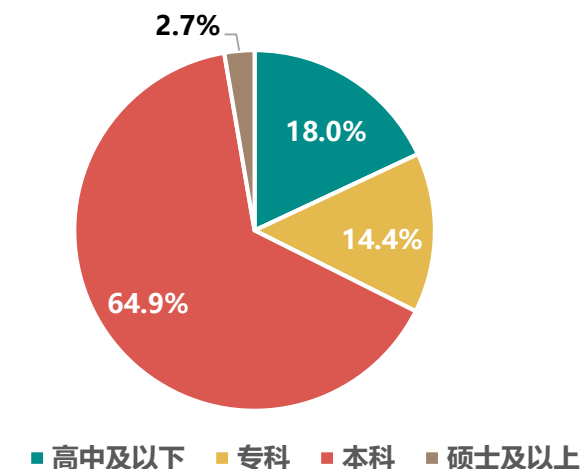
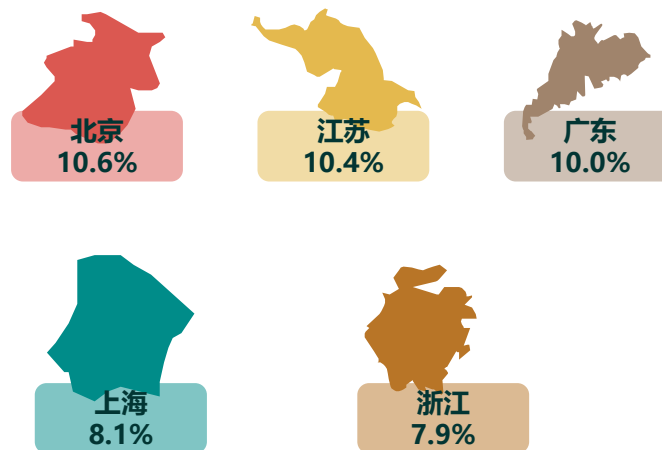
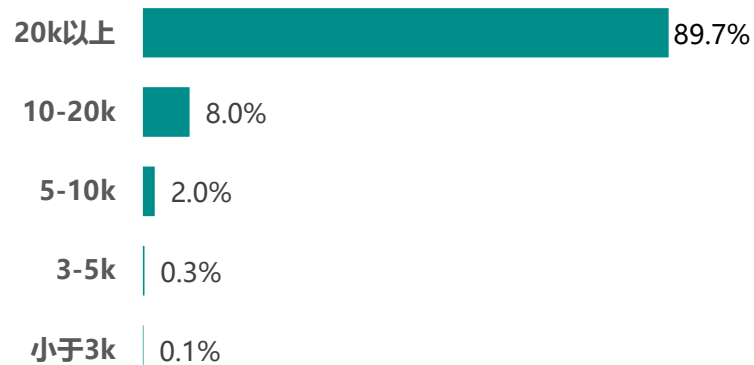
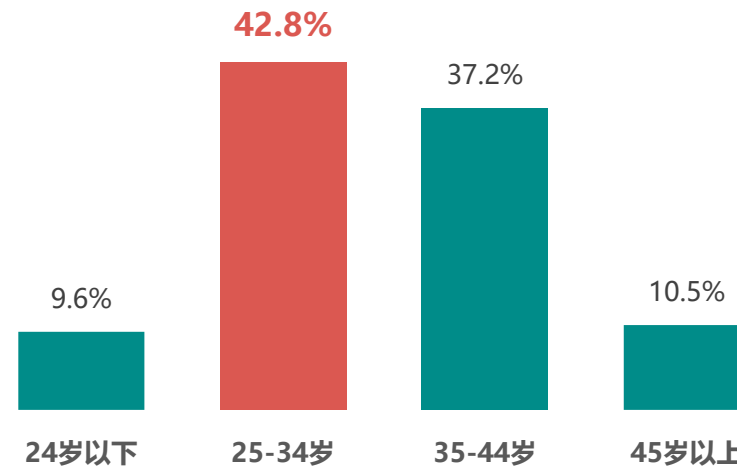
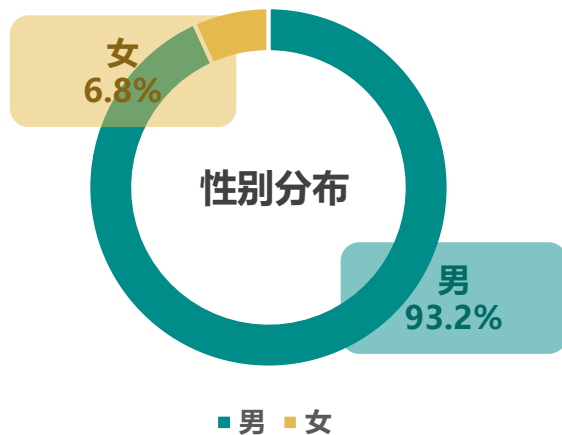
价格30多万起，用户集中在35-44岁，月收入基本都在20K以上，本科学历居多



Source : MobData

精英商务的最爱—奥迪

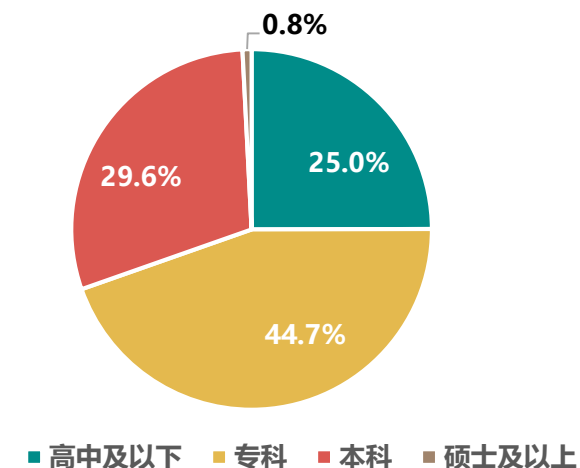
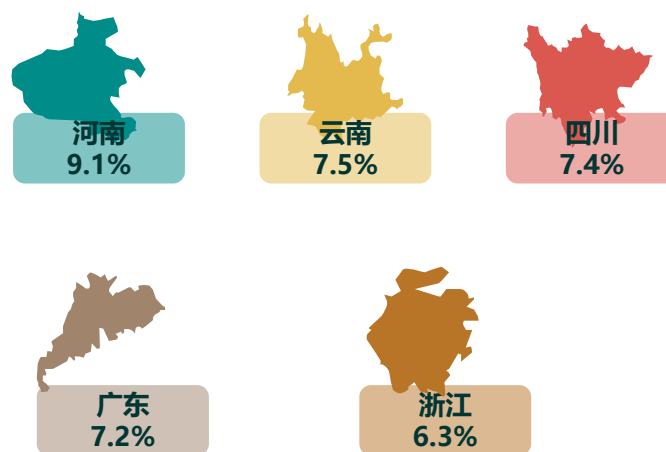
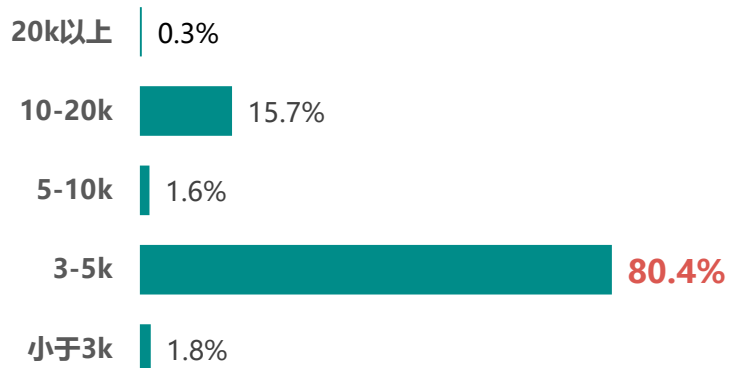
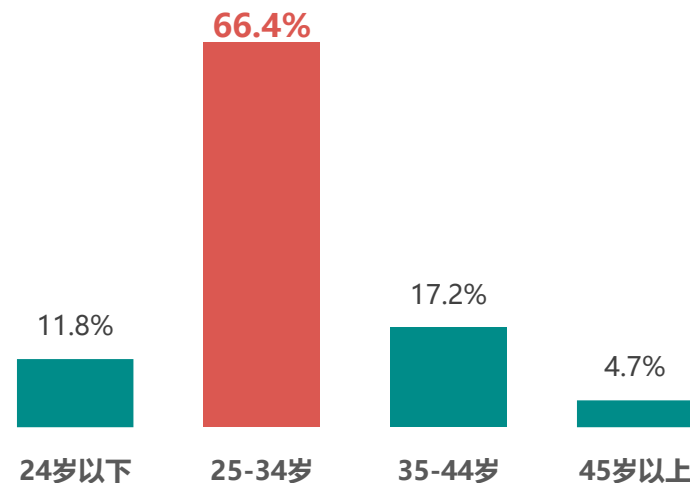
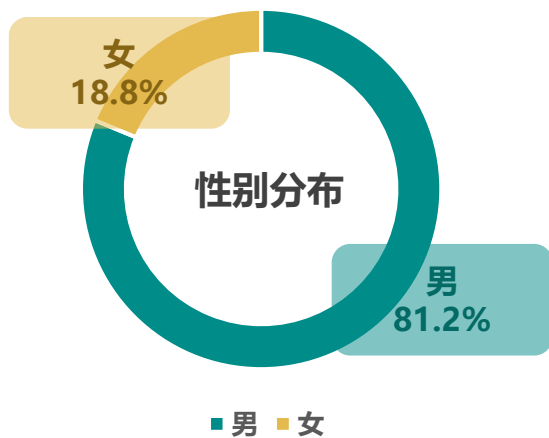
价格20多万起，主要来自25-44岁的男性，北京地区最多，其次是江苏和广东



Source : MobData

普通人的代步工具—长安欧尚

价格5万左右起，25-34岁居多，收入中等偏下，以专科学历为主



Source : MobData

目录

Contents

01 汽车行业整体情况

02 汽车市场需求分析

03 **购车一族VS换车一族用户解读**

04 汽车4S店市场概况&上海4S店客流用户分析

05 未来发展趋势分析



购车意愿人群VS换车意愿人群

与换车意愿人群相比，第一次购车意愿人群比例更高



换车人群占比
30.2%

购车人群占比
69.8%



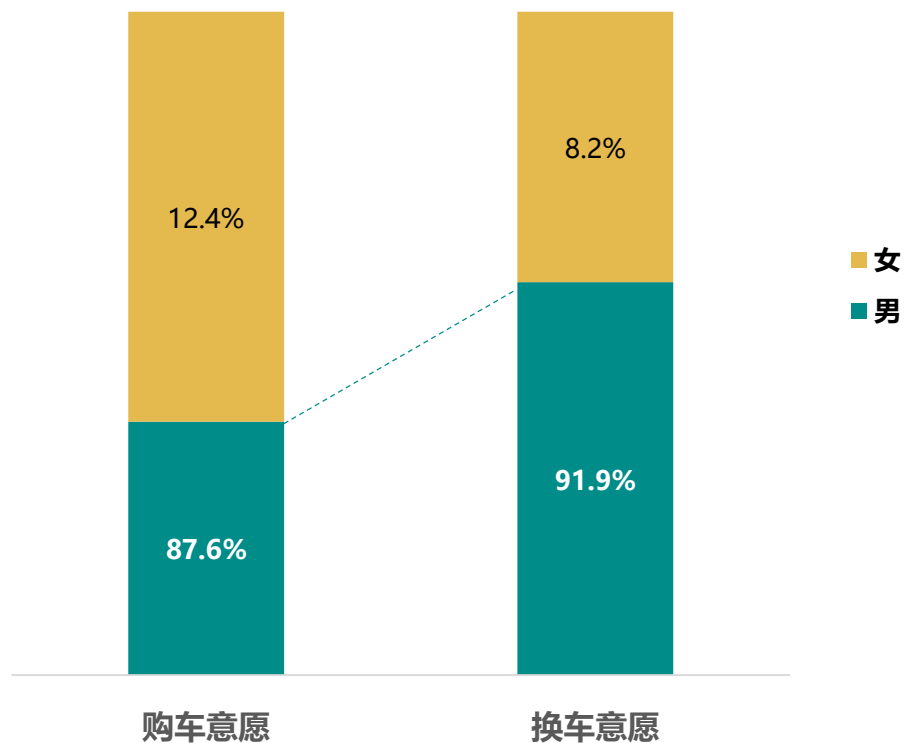
注：本报告中购车意愿人群指的是尚无车产，但有买车需求的人群，换车意愿人群指的是已有车产且有置换意愿的人群

Source：MobData

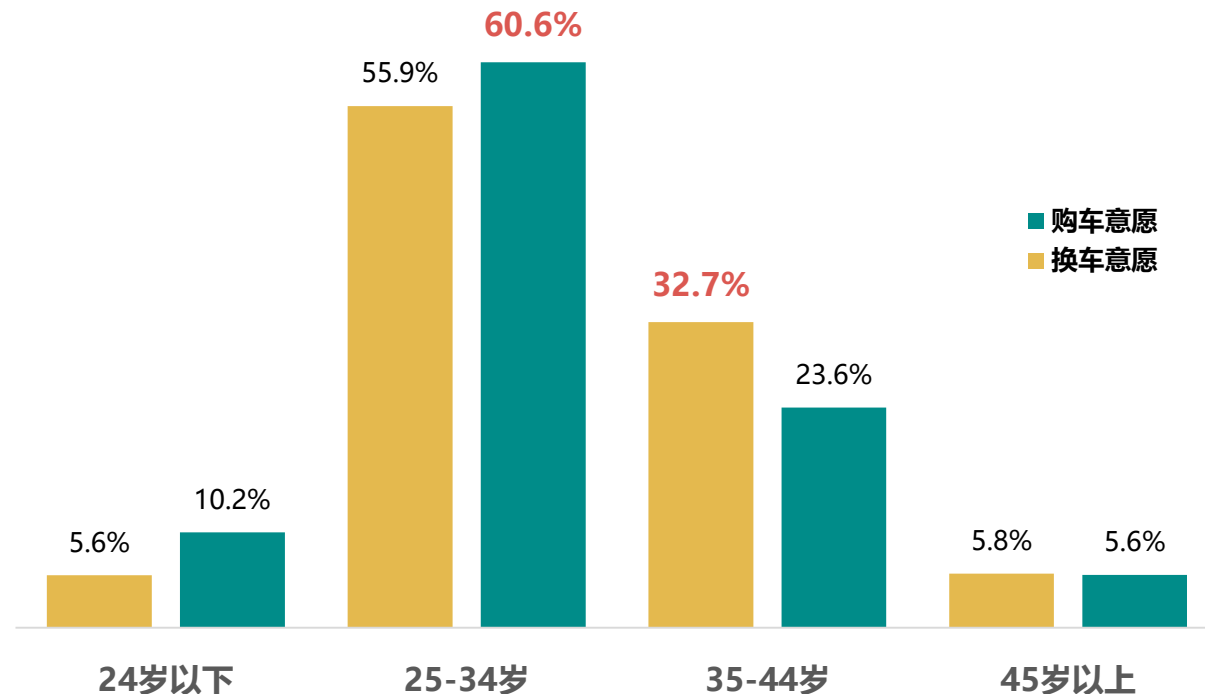
25-44岁，我的汽车我做主

性别分布以男性为主，25-34岁人群购车意愿超六成，35-44岁年龄区间换车意愿更高

性别分布对比情况



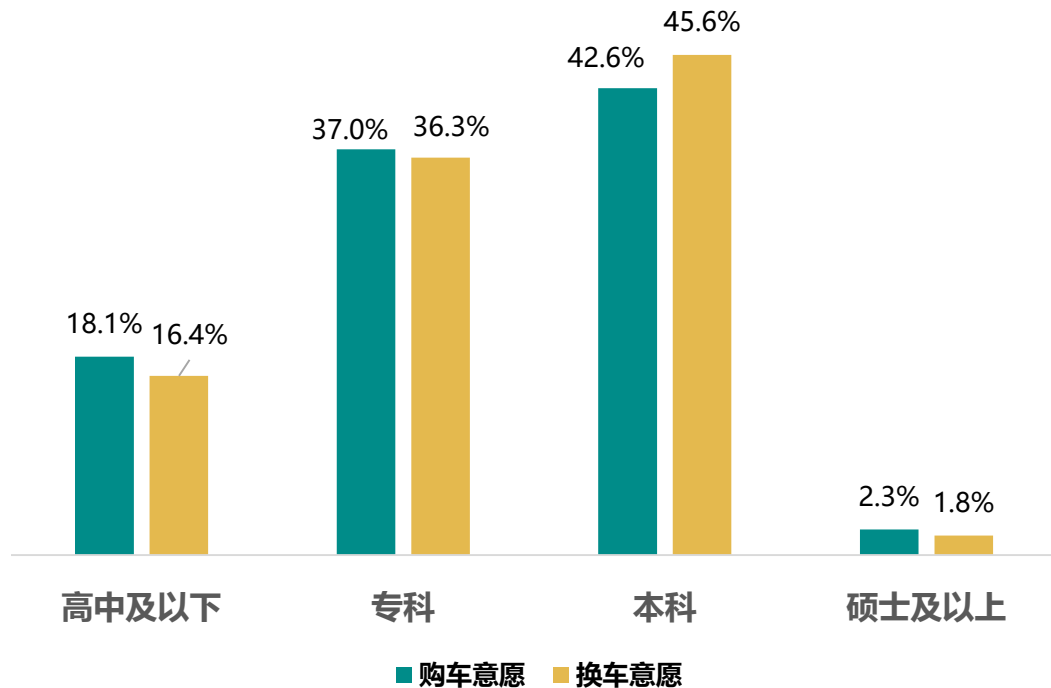
年龄分布对比情况



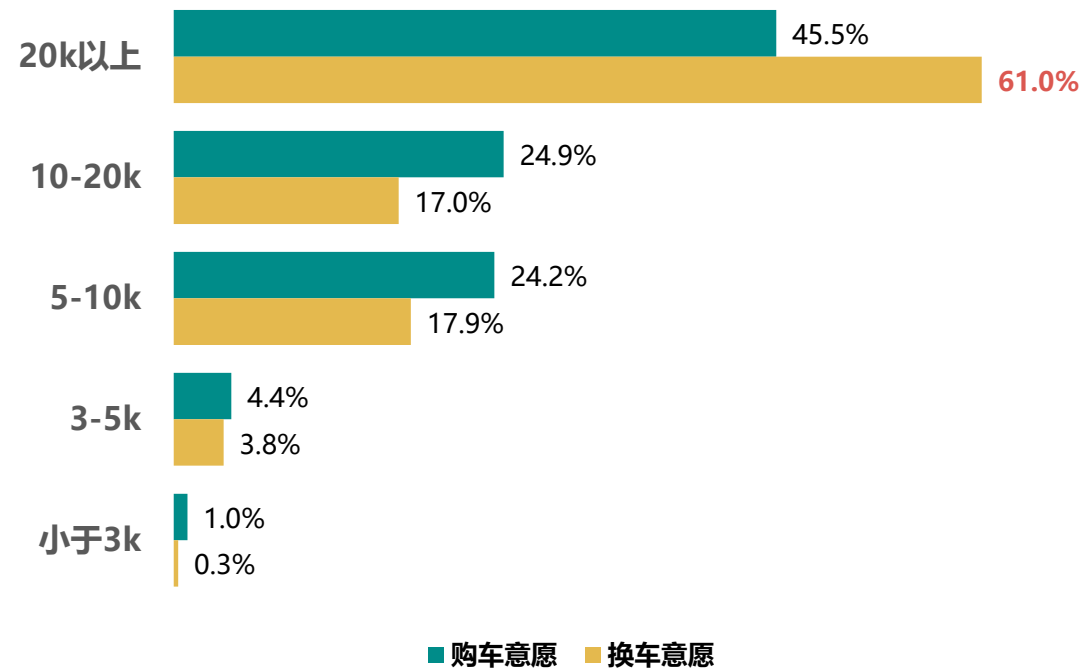
因为有money，所以任性

学历分布基本一致，本科和专科比例较高，20K以上月收入换车人群高达六成

学历分布对比情况



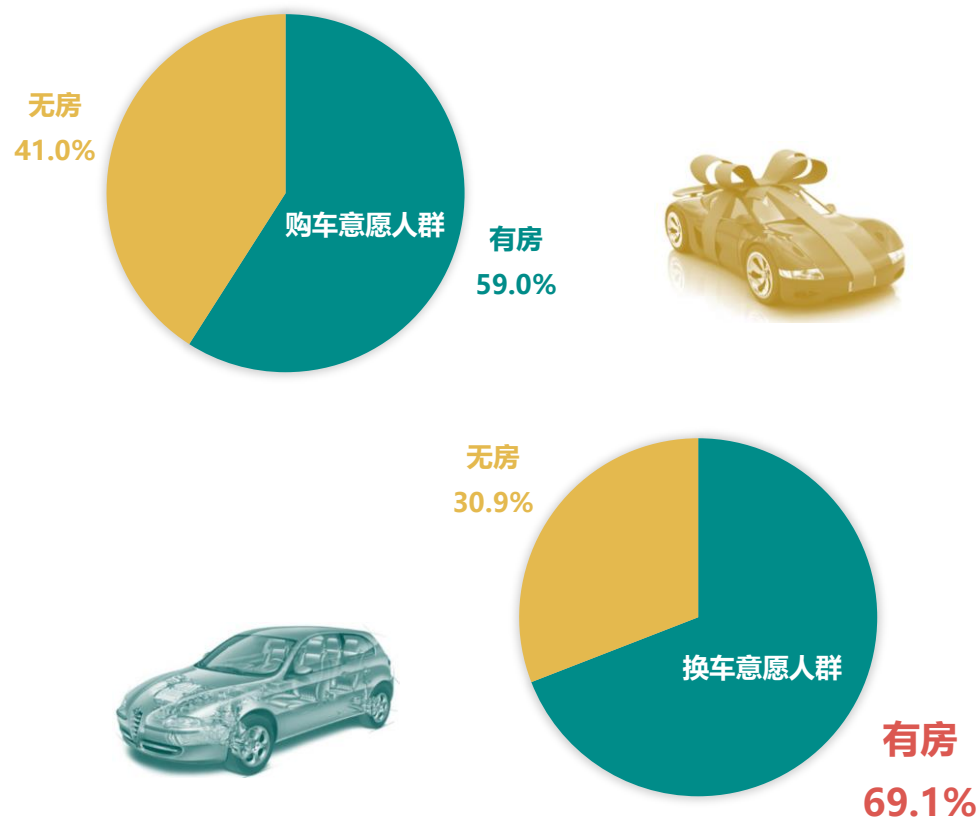
收入分布对比情况



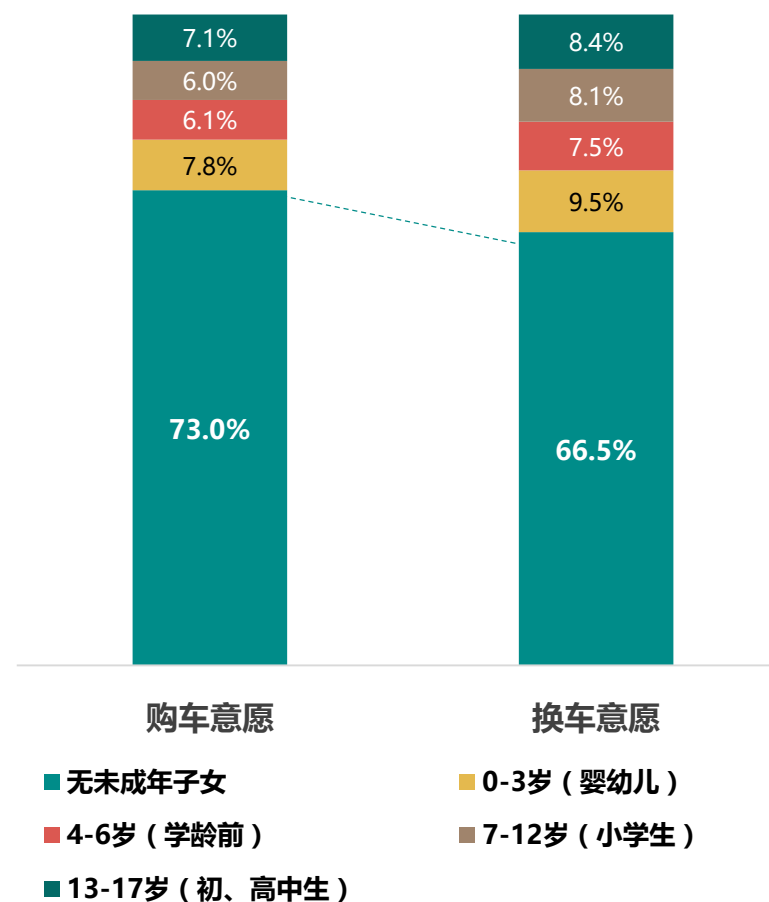
有房有娃，换车了解一下

有房比例均超过半数，换车意愿人群有未成年子女比例高于购车意愿人群

有无房对比情况



有无未成年子女对比情况



Source : MobData

目录

Contents

01 汽车行业整体情况

02 汽车市场需求分析

03 购车一族VS换车一族用户解读

04 汽车4S店市场概况&上海4S店客流用户分析

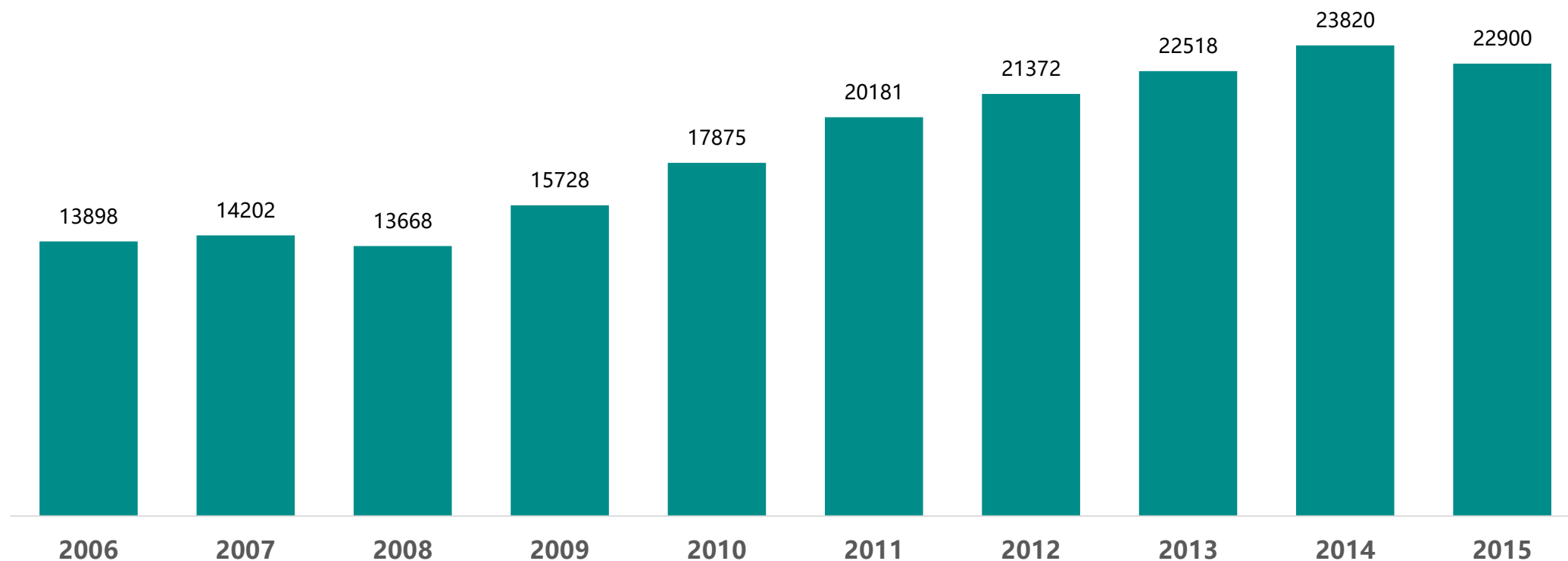
05 未来发展趋势分析



中国汽车4S店规模

我国汽车4S店高速成长期已经结束，汽车产品市场总需求较为稳定，销售格局竞争已进入白热化的状态，整体数量基本稳定

2006-2015年中国汽车4S店数量情况



Source : 中国汽车流通协会

中国汽车4S店经销商

广汇汽车服务集团雄踞榜首，年营业收入超过千亿

2017中国汽车经销商集团TOP10



利星行汽车



庞大集团
P D GROUP



2017年营业收入：1607亿
2017年度销量：110万

2017年营业收入：863亿
2017年度销量：38万

2017年营业收入：801亿
2017年度销量：21万

2017年营业收入：705亿
2017年度销量：50万

2017年营业收入：626亿
2017年度销量：21万



大昌行汽车



元通汽车



万帮金之星
WANBANGJINZHIXING

2017年营业收入：516亿
2017年度销量：27万

2017年营业收入：502亿
2017年度销量：16万

2017年营业收入：422亿
2017年度销量：12万

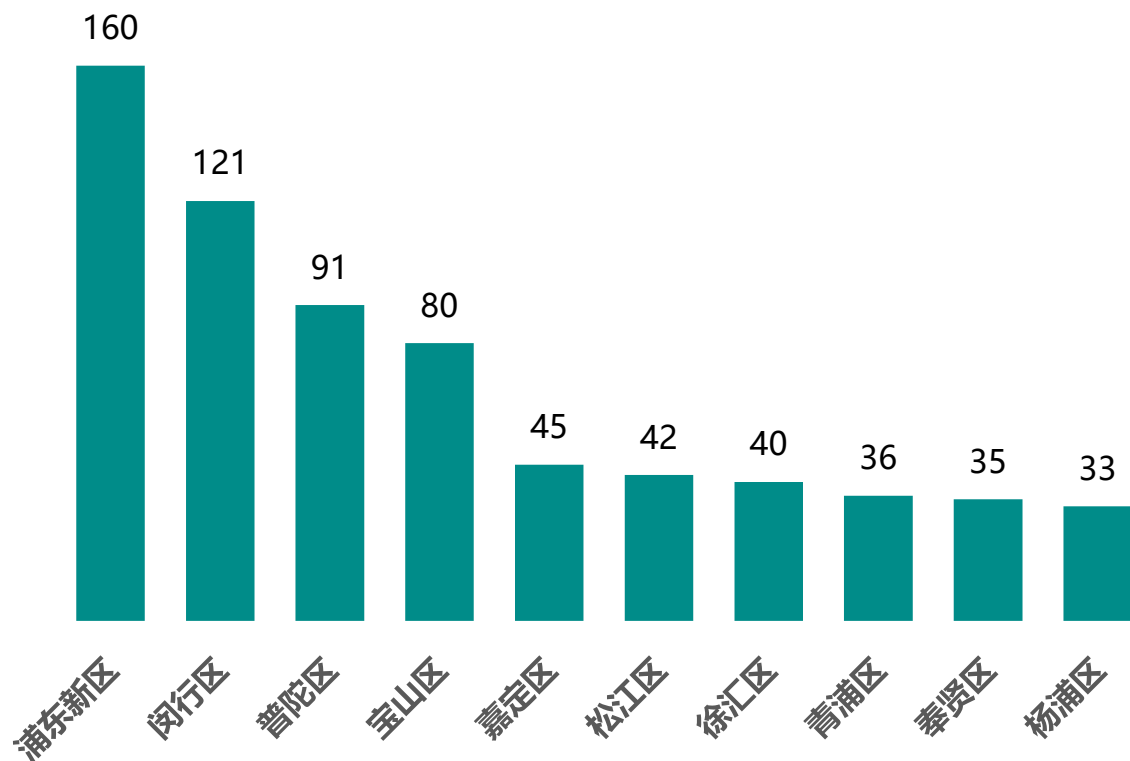
2017年营业收入：387亿
2017年度销量：24万

2017年营业收入：357亿
2017年度销量：14万

上海4S店发展情况

总量在750家左右，其中浦东新区分布最广，大众4S店数量最多，约超过70家

上海4S店主要地区分布情况



上海大众4S店地区分布情况

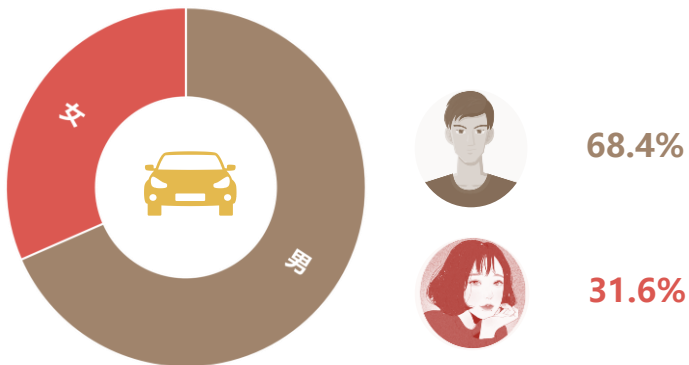


Source : 车主之家

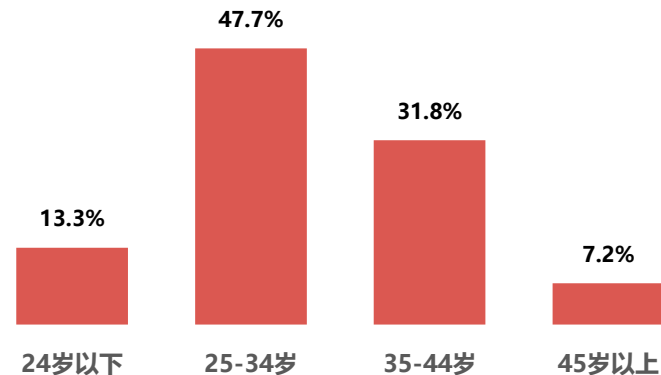
上海4S店客流用户画像



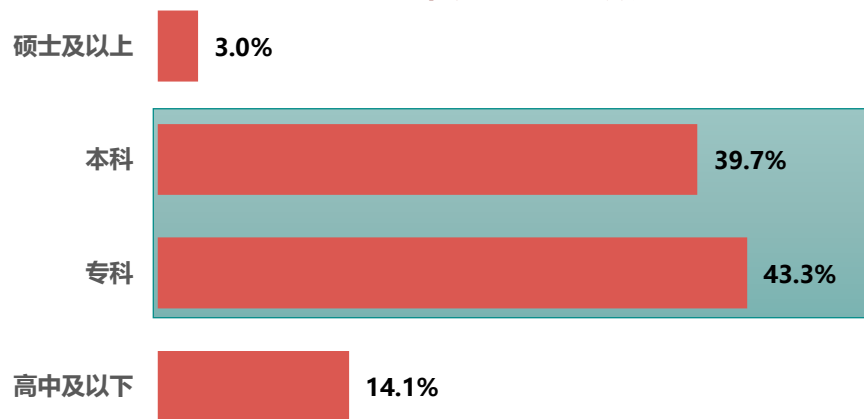
性别占比—男性为主，女性比例不容小觑



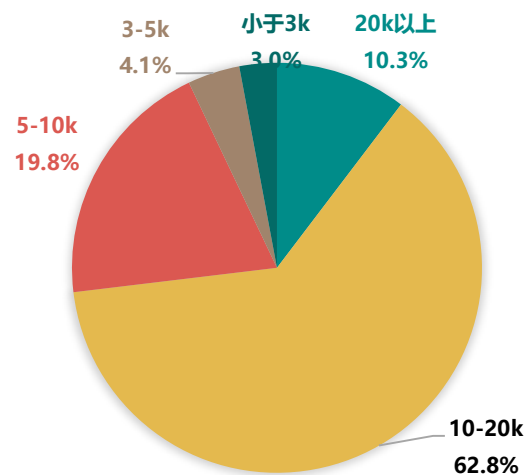
年龄占比—25-44岁接近八成，90后买车群体崛起



学历分布—专科&本科为主，比例超八成



收入分布—中高收入群体，10K以上用户占比73%



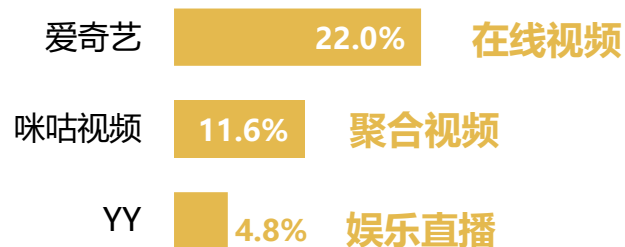
Source : MobData商业地理产品

上海4S店客流媒介偏好

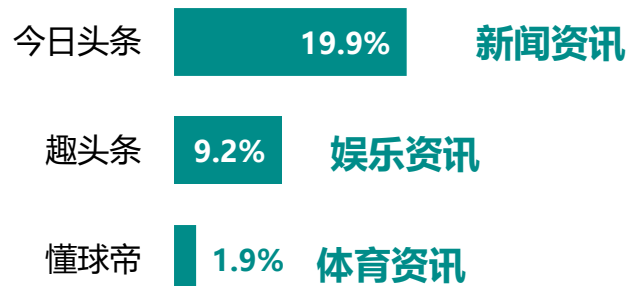


线下客流用户最依赖的休闲生活类App

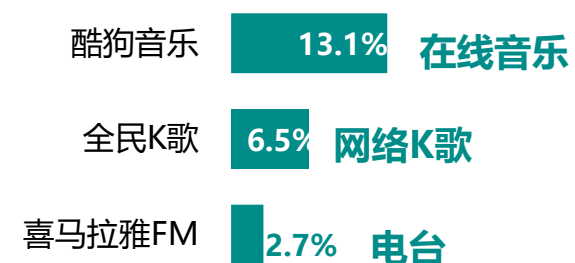
视频服务



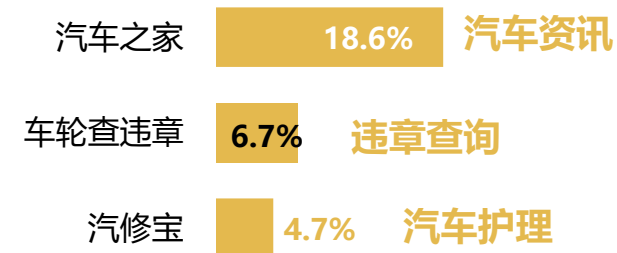
新闻资讯



音频服务



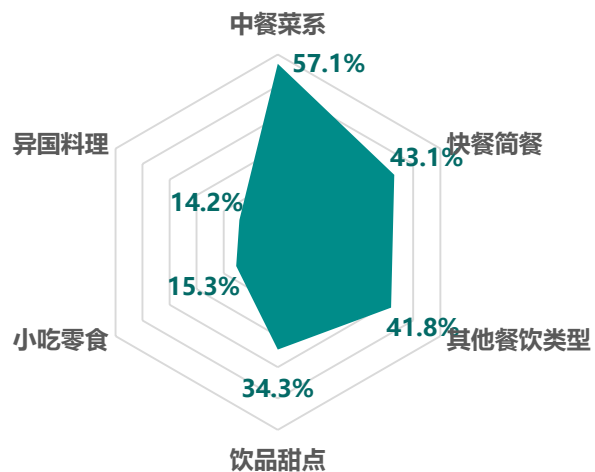
汽车服务



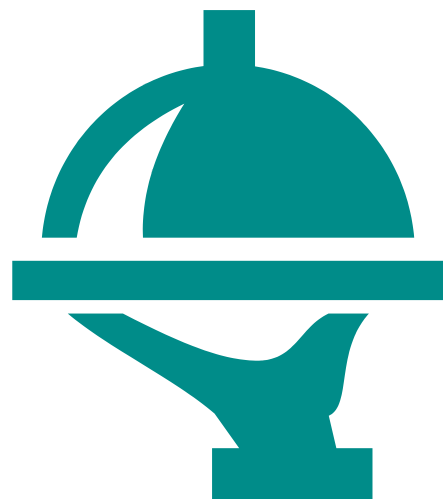
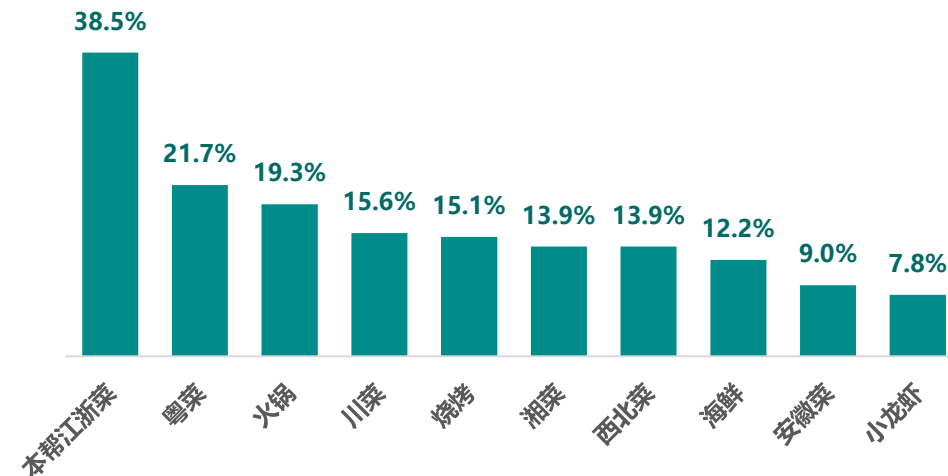
注：排名以活跃渗透率为依据
Source：MobData商业地理产品

上海4S店客流餐饮偏好

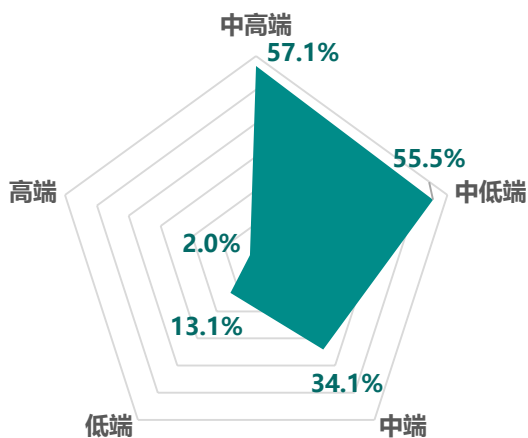
菜系偏好—偏爱中餐菜系



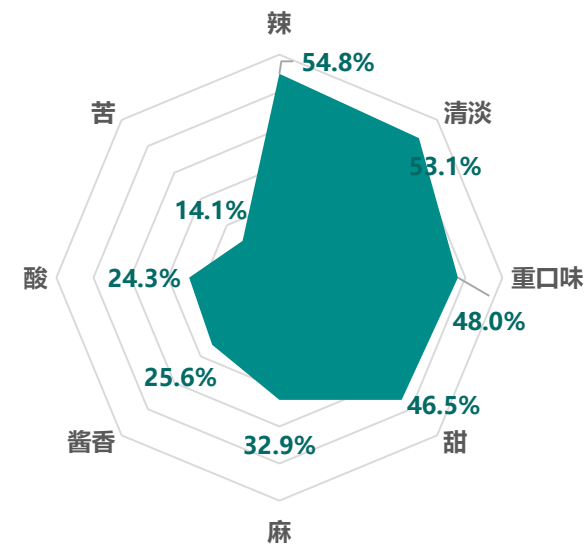
中餐分类偏好—热爱本帮菜和粤菜



价格偏好—以中端价格为主



口味偏好—喜欢重口居多



目录

Contents

01

汽车行业整体情况

02

汽车市场需求分析

03

购车一族VS换车一族用户解读

04

汽车4S店市场概况&上海4S店客流用户分析

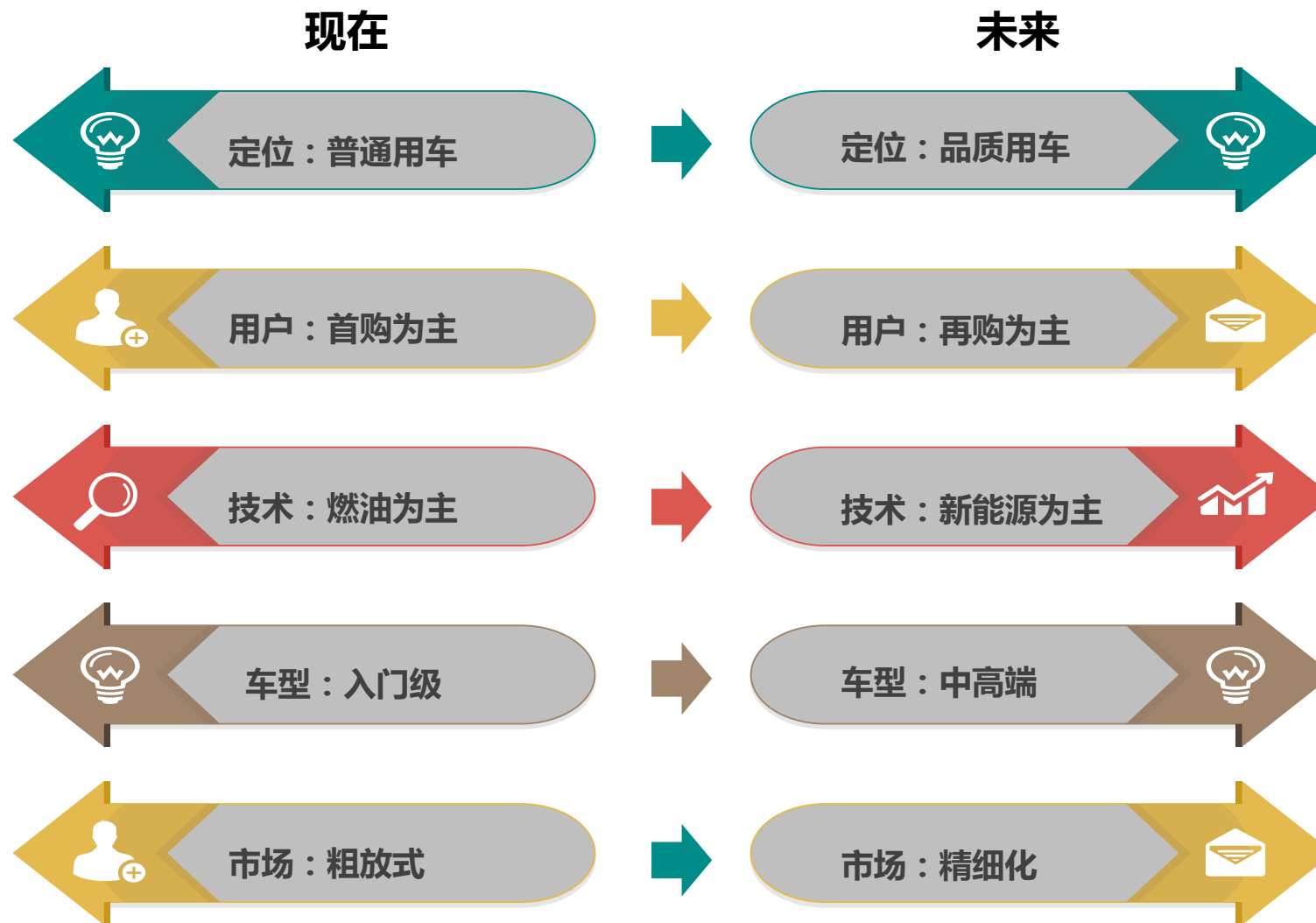
05

未来发展趋势分析



汽车市场将迎来结构性调整

更加注重品质和服务，中高端、新能源汽车将逐渐成为未来汽车市场趋势



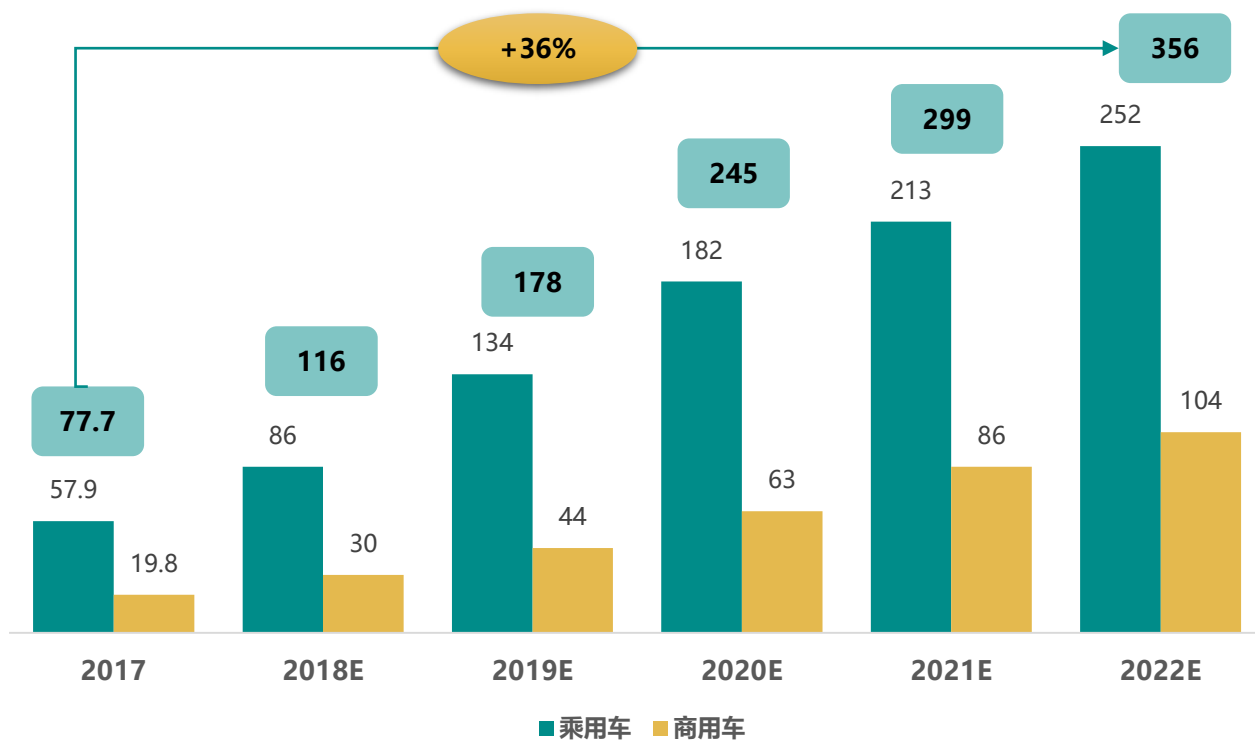
新能源汽车销量将高速增长

预计2020年将达到245万辆左右的年销量

中国新能源汽车销量预测（万辆）

CAGR

+36%



Source : 中汽协、罗兰贝格

中国新能源汽车市场趋势预测



行业由政策驱动转向市场和技术驱动

过去几年新能源车行业增长主要驱动力是“国补+地补”政策，未来积分制有望成为行业发展的主要驱动力



车型的结构将由低端车型向中高端车型发展

新能源车型同燃油车一样将会受到消费升级的带动，由低端向中高端车型升级，车型结构分布也趋于靠拢燃油车



新能源汽车三电发展趋势

动力电池三元高镍化趋势明显，同时在安全、成本、性能方面提升成为未来主要发展方向

自主品牌将受到更多关注

积极探索跨界合作与车联网技术，获得政府与资本的双重加持，未来将更受关注



互联网汽车荣威RX-5

上汽与阿里合作开发，通过整合阿里YunOS推出多种互联网服务，其理念与服务远超合资品牌



战略合作

中兴与比亚迪一起，在无线充电、车联网等诸多领域展开深入合作。其中，中兴AXON天机和比亚迪携手实现智能控制时代手机终端与新能源汽车的连接。



战略合作

双方在车联网、智能汽车、国际化业务拓展、流程信息化、信息化建设等领域协同创新，展开跨界合作

资本市场热捧车联网

各路资本从安全、保养、保险、金融、运输等行业切入车联网服务市场，快速推进与前装市场的融合

标准确立+政府支持：V2X车联网已进入商业化阶段

政府提出2020智能交通发展战略，扶持车联网的发展，自主品牌车联网技术的推广获得政策利好





谢谢观看

THANKS

关注我们

