

2017年年度批发量预测

——后购置税时代的中国汽车市场，还可繁荣多久

获取更多经济金融报告，扫描二维码加我微信，我会在尽可能快的时间分享给你

关注公众号**财致心迹**



个人原创为主的金融财经分析阵地

加好友**找我聊天**



私募基金经理帮你理财

目录：

- Part 1 2016年PV市场批发量分析
- Part2 2017年PV市场批发量预测
- Part3 2017年CAR、SUV、MPV市场批发量预测



2,363万辆，**17%**同比增速；
在中国车市“新常态”的情况下，“不平常”的2016年。

■ 增长不平常：增速跳跃式增长，给市场带来的活力

- 中国宏观经济下半年开始企稳回升，工业增加值、发电量等短期指标均有所好转，尤其是房地产市场的火爆短期促进经济增长，经济的回稳保障了汽车市场消费者的购车需求。
- 政府很给力，其中政策“购置税优惠”带来220万批发量。
- 企业很给力，全年97款新车，带来171万批发量。

■ 结构不平常：SUV一枝独秀

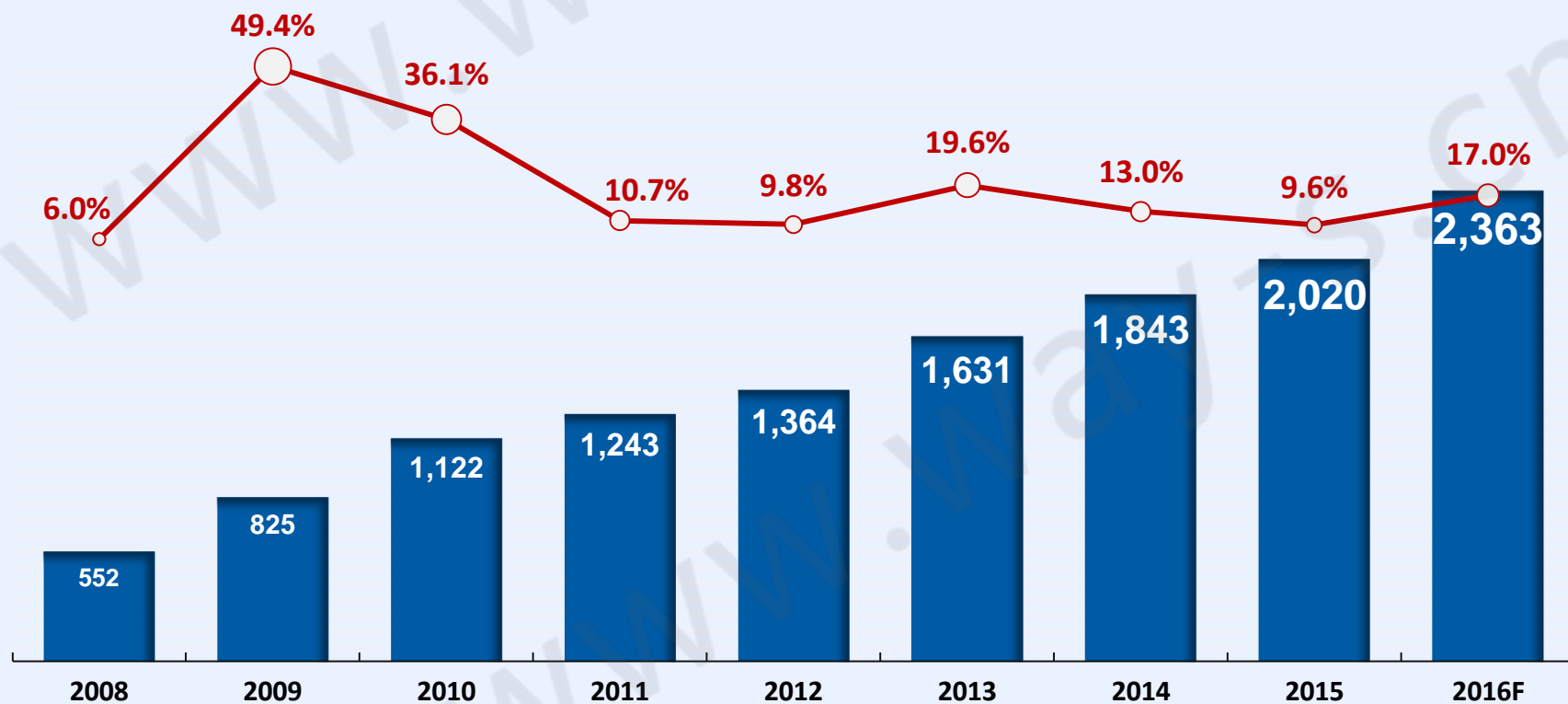
- 三大细分(CAR、SUV、MPV)中，SUV同比增速高达43%，高调向CAR宣战，准备与轿车平分蛋糕。

2016年PV市场批发量大幅度增加

2016年批发量预测值
2,363 万辆 | 同比增速 **17.0%**

- ◆ 2009年以及2010年批发量的高增长主要由于购置税政策导致。
- ◆ 2013年的高速增长是因为日系车回暖以及限购恐慌消费导致。
- ◆ 2016年的高速增长主要由购置税政策导致。

■ 批发量 (万辆) ● 同比增速



数据来源：乘联会批发量&WAYS预测

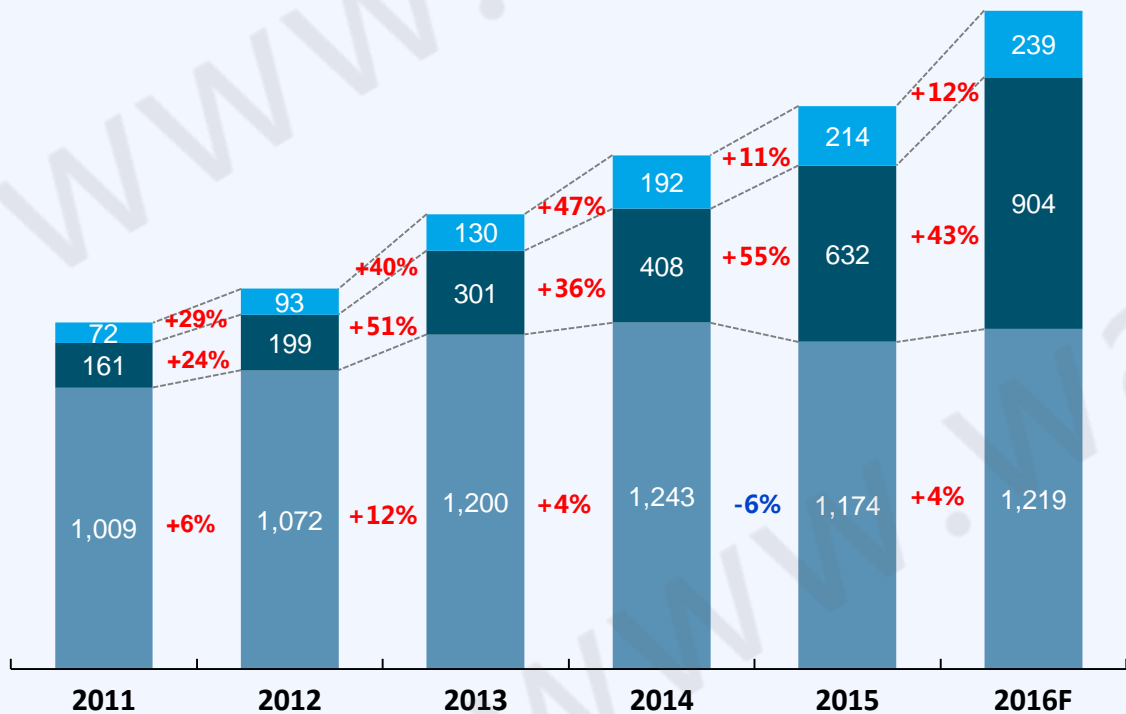
注：所有2016年值均包含了12月份预测值（后同）

SUV超速发展，直逼轿车

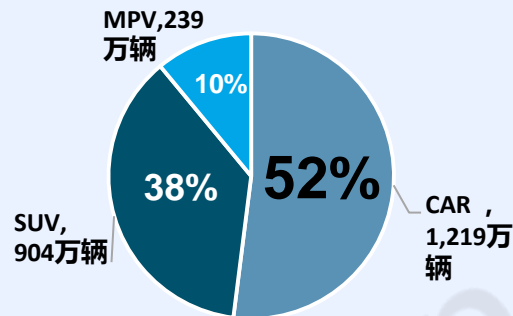
各细分市场批发量&增速概览

- ◆ 2016年CAR细分市场批发量为1,219万辆，同比增长4%
- ◆ 2016年SUV细分市场批发量为904万辆，同比增长43%
- ◆ 2016年MPV细分市场批发量为239万辆，同比增长12%

■ CAR ■ SUV ■ MPV

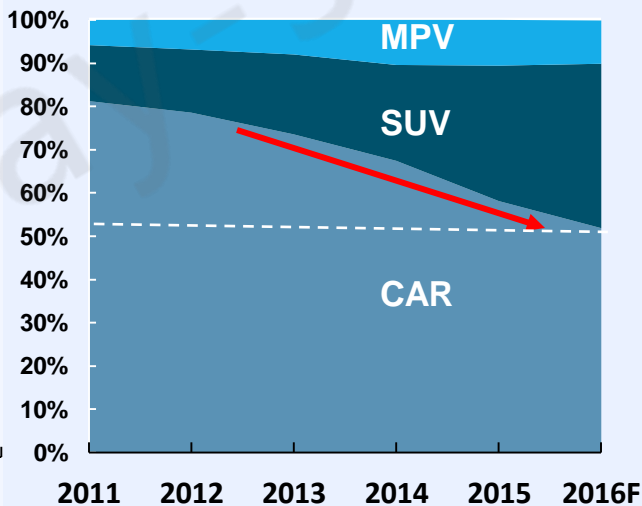


2016年三大细分批发量份额占比



各细分批发量份额占比趋势

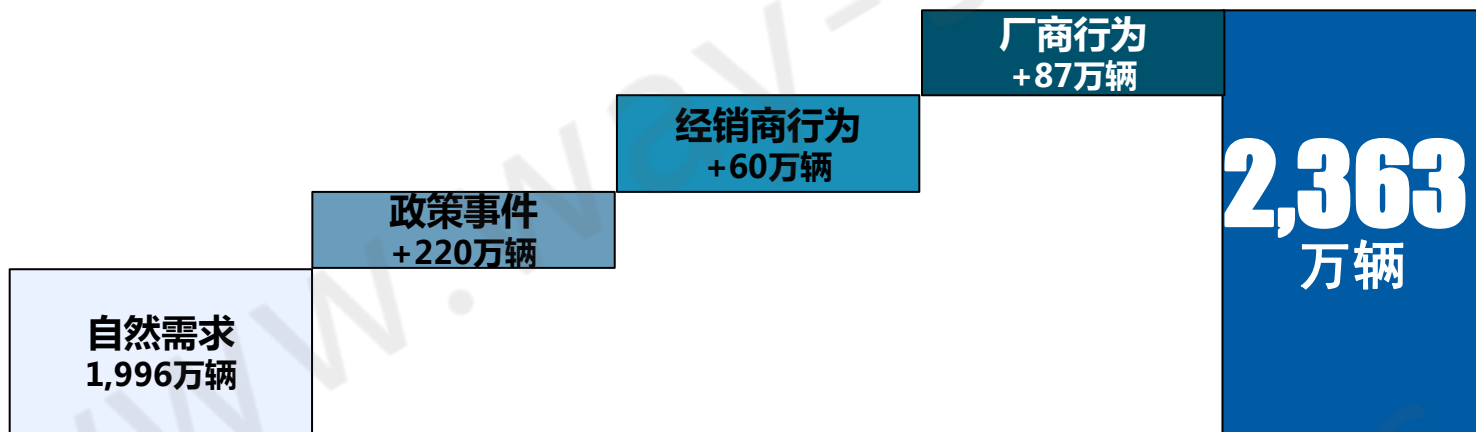
CAR的份额从过去的80%下降到50%左右。
CAR的份额几乎都是被SUV抢占的。



从批发量拆解中看到，购置税优惠影响“巨大”

- 威尔森梳理出影响批发量的主要因素，并量化出不同因素的影响程度。

2016年批发量预测值：



■2016年中国经济水平总体好于预期，保持着稳定增长。

➢“克强指数”的重要指标均回升或持平，社会消费总额及固定资产投资的稳定，保障了汽车市场消费者的购车需求。

■2016年购置税减免5%，极大刺激了汽车批发量。

➢为享受政策红利，17年提前至16年消费量为92万。
➢16年受购置税减免5%导致的价格下降带来128万的增量。

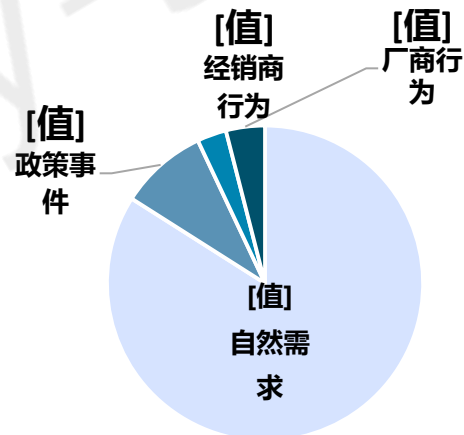
■2016年PV市场成交价降幅较小。

➢2016年成交价降幅仅为3.7%，远低于15年的7.7%以及14年的5.7%。

■2016年是SUV爆发的一年。

➢共计高达55款全新SUV车型上市，众多全新车型的上市也拉动了批发量的上涨。

各因素占批发量比例：



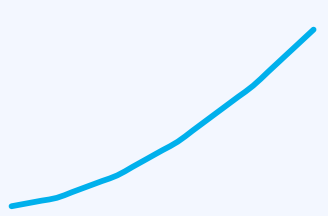

宏观因素稳定的发展保障了需求的稳定

自然需求

政策事件

经销商行为

厂商行为

因素	拆分	说明	使用指标	走势示意图
自然需求	消费能力	主要由长期宏观因素决定，反映未来较长时间内汽车消费的需求趋势。 具体表现为：在未来一定时间内，需求会呈现一种较为稳定的增长态势。	城镇居民可支配收入	
			贷款总额	
			广义货币总量	
	消费意愿	主要由短期宏观因素决定，反映未来较短时间内汽车消费的需求趋势。 具体表现为：在未来一定时间段内，需求会呈现一种波动的态势。	社会消费品零售总额同比（不含汽车类消费）	
			工业增加值同比	
			发电量同比	
			铁路货运量同比	
			固定资产投资同比	
			房地产销售额同比	

细分市场	PV	CAR	SUV	MPV
2016年自然需求决定的批发量（万辆）	1,996	1,077	718	201
自然需求决定的批发量占2016年全年批发量比例	84.5%	88.4%	79.4%	84.1%

注：由于四舍五入，各细分市场批发量增量数值求和会与PV市场略有出入。

中国长期消费趋势保持健康发展

自然需求

政策事件

经销商行为

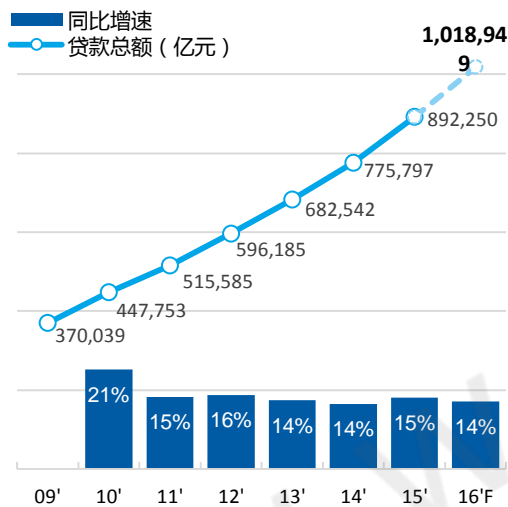
厂商行为

■ 长期趋势（消费能力）：目前中国的消费能力依然以一个较稳定的增速在增长。

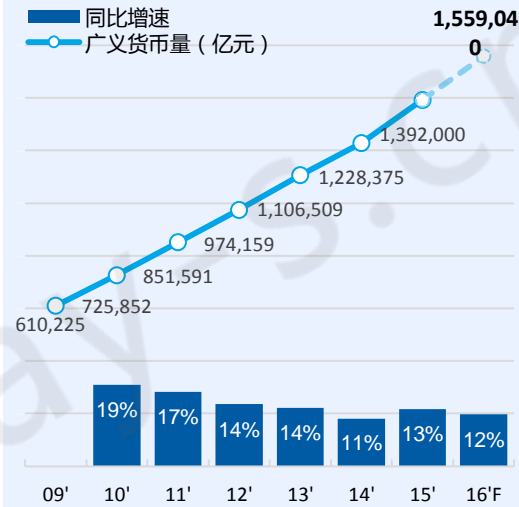
城镇居民人均可支配收入



贷款总额



广义货币总量



短期经济指标2016年下半年回暖，进一步支持车市稳定

自然需求

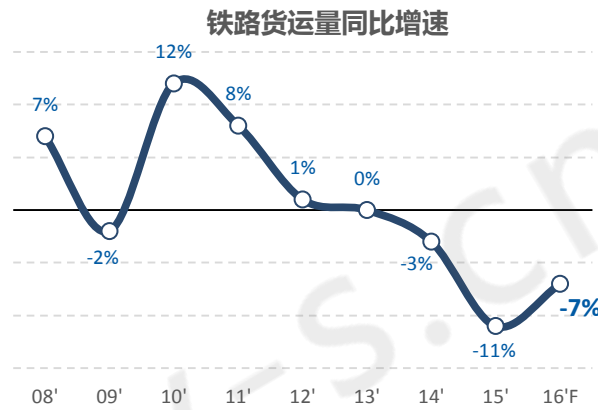
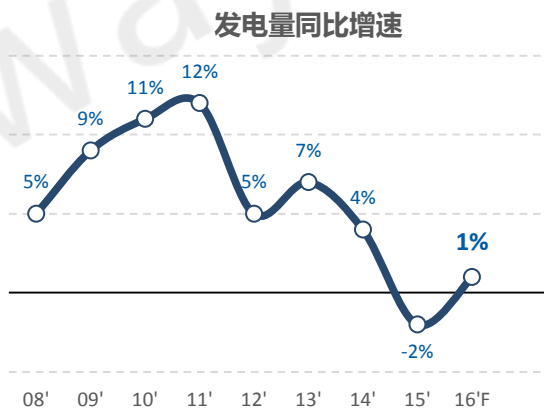
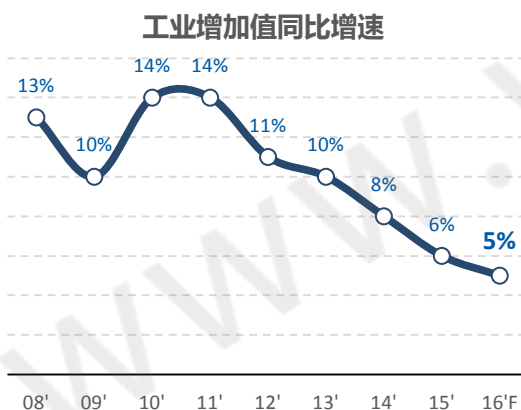
政策事件

经销商行为

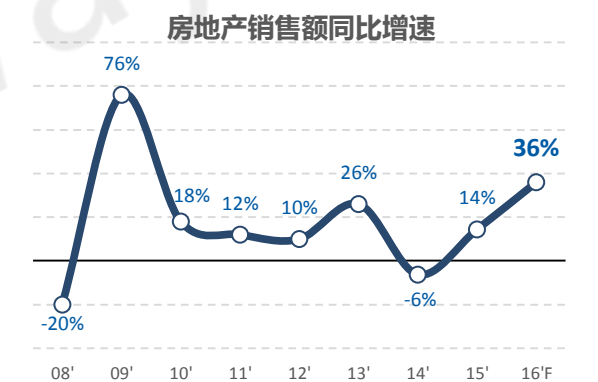
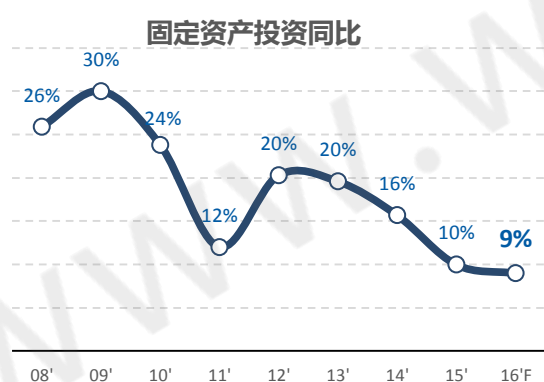
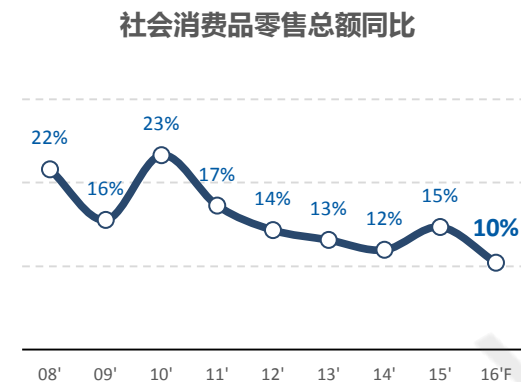
厂商行为

■ 短期趋势（消费意愿）：虽然16年宏观经济仍低位运行，多数指标（除房地产销售额）均处于较低水平，但是下半年各项指标回暖，对购车需求支持力起一定支撑

■ 短期趋势（消费意愿）：以下三个指标能较准确的反映当前社会整体经济环境。



■ 短期趋势（消费意愿）：通过投资与消费类指标来反映当前消费者的消费意愿。



购置税优惠政策对市场影响巨大

自然需求

政策事件

经销商行为

厂商行为

因素	拆分	说明	使用指标
政策事件	购置税政策	标杆法分析	2009-2011年乘联会批发量 (2009-2011年有购置税政策)

细分市场	PV	CAR	SUV	MPV
2016年购置税政策带来的批发量增量(万辆)	220	122	76	22
购置税政策带来批发量增量占2016年全年批发量比例	9.3%	10.0%	8.4%	9.2%

注：由于四舍五入，各细分市场批发量增量数值求和会与PV市场略有出入。

未来消费的提前是购置税政策带来的重要影响

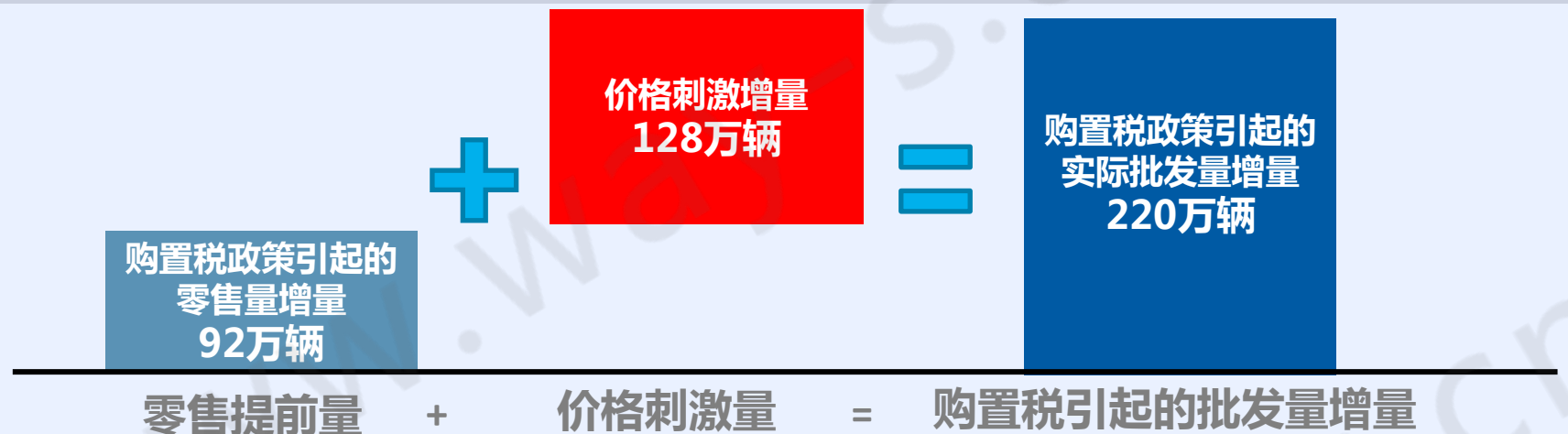
自然需求

政策事件

经销商行为

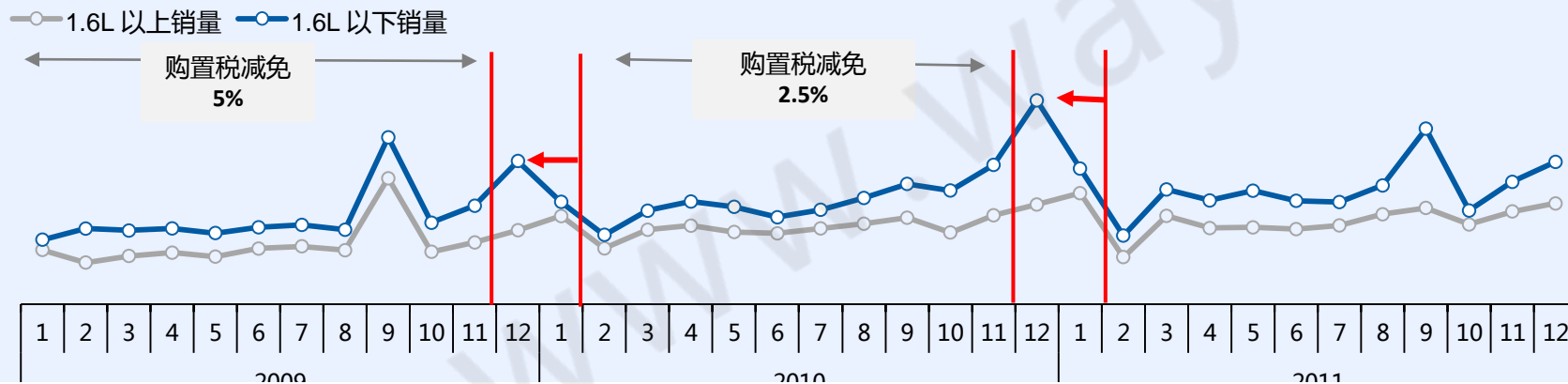
厂商行为

■ 购置税政策提升2016年PV市场批发量为220万辆。



■ 存在购置税政策的年份会导致1月的部分消费需求提前至12月份。

购置税政策导致消费提前现象分析



2016年价格的影响较小

自然需求

政策事件

经销商行为

厂商行为

因素	拆分	备注	使用指标
经销商行为	价格	价格下降将带来更高的零售量，降低经销商的库存水平，从而为批发量的增长提供空间。	成交价价格指数

细分市场	PV	CAR	SUV	MPV
2016年经销商行为带来批发量增量 (万辆)	60	28	23	9
经销商行为拉动的批发量占2016年全年批发量比例	2.5%	2.3%	2.5%	3.8%

价格降幅只有3.7%

自然需求

政策事件

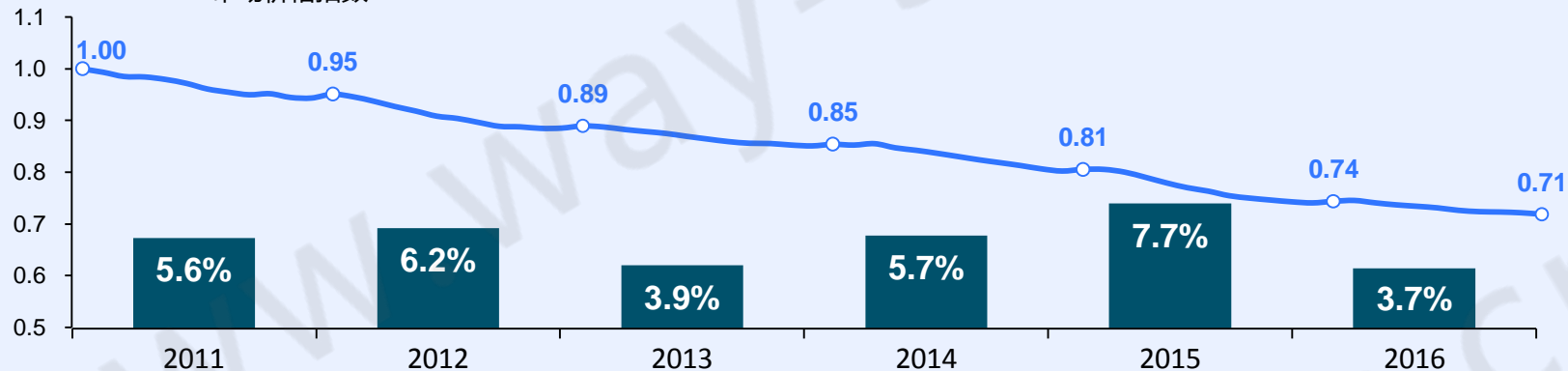
经销商行为

厂商行为

■ 2016年PV市场价格指数走势较为平缓，年度降幅仅为3.7%，对批发量支持力度适中。

PV价格指数走势及同比降幅

■ PV价格降幅 ○ PV市场价格指数

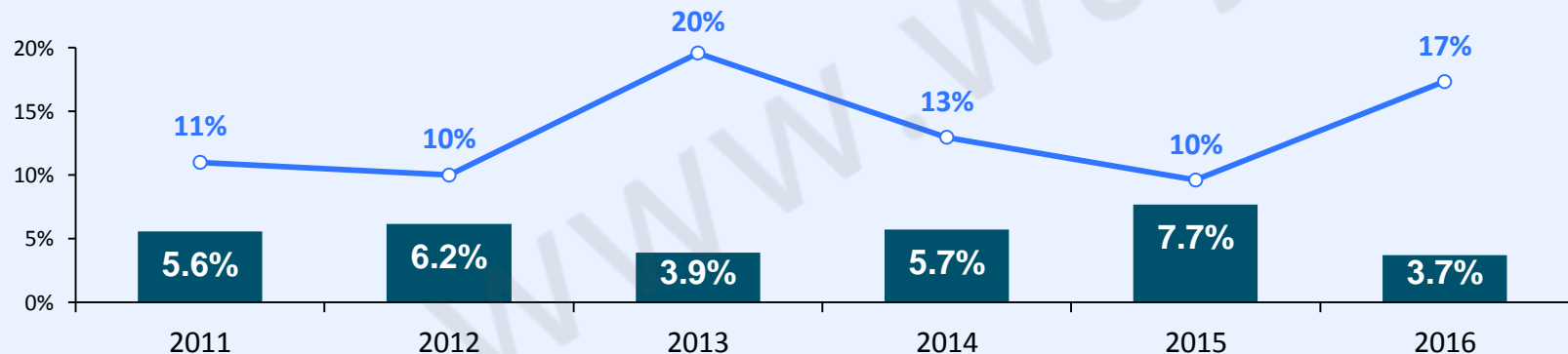


*价格指数以2011年1月为基期计算，数据来源：WAYS监测。

■ 价格指数降幅与批发量同比增速呈负相关关系，价格降幅较小的年份，批发量同比增速较大。说明在销量较好的年份，经销商将采取较稳健的价格策略。

PV价格降幅&批发量同比增速概览

■ PV价格降幅 ○ 批发量同比增速



*价格指数以2011年1月为基期计算，数据来源：WAYS监测。

新车的变化对于批发量的影响依然较大

自然需求

政策事件

经销商行为

厂商行为

因素	拆分	备注	使用指标
厂商行为	细分市场年龄	车型处于生命周期的不同阶段，厂家对该车型预设的产量也会有相应调整。如车型进入生命周期末端时，厂商会下调该车型的生产量，批发目标也随之下降。	车型年龄
	全新车型的增量	当有全新车型上市的时候，会使厂家对该全新车型设置一个批发目标，从而使批发目标增加。	全新车型销量

细分市场	PV	CAR	SUV	MPV
厂商行为带来批发量增量（万辆）	87	-7	88	4
厂商行为拉动的批发量占2016年全年批发量比例	3.7%	-0.6%	9.7%	1.7%

2016年新车增量创新高

自然需求

政策事件

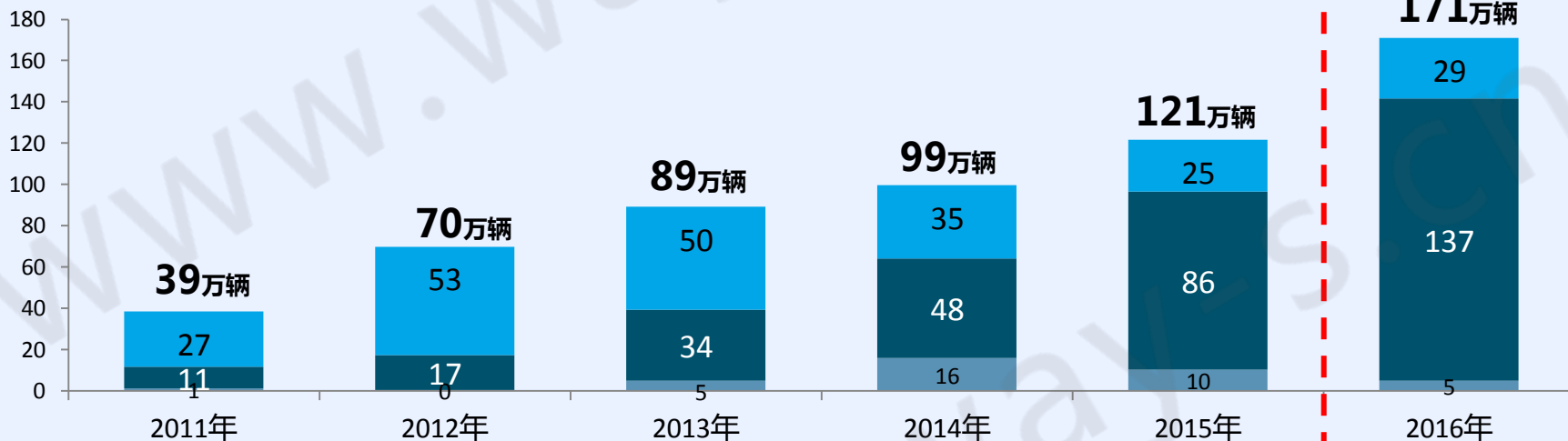
经销商行为

厂商行为

全新车型带来的批发量增量

- ◆ 2016年全新车型带来的批发量增量达171万辆，占2016年全年批发量的7%。
- ◆ 2016年SUV细分市场在全新车型的数量为历史最高的一年，达55款。

■ CAR ■ SUV ■ MPV



数据来源：IHS数据&WAYS监测

车型数量 (款)	2011年			2012年			2013年			2014年			2015年			2016年		
	CAR	SUV	MPV	CAR	SUV	MPV	CAR	SUV	MPV	CAR	SUV	MPV	CAR	SUV	MPV	CAR	SUV	MPV
全新车型	25	13	4	36	13	4	43	18	3	43	31	5	41	34	10	35	55	7

数据来源：WAYS监测

SUV更“年轻”，相比CAR更具吸引力

自然需求

政策事件

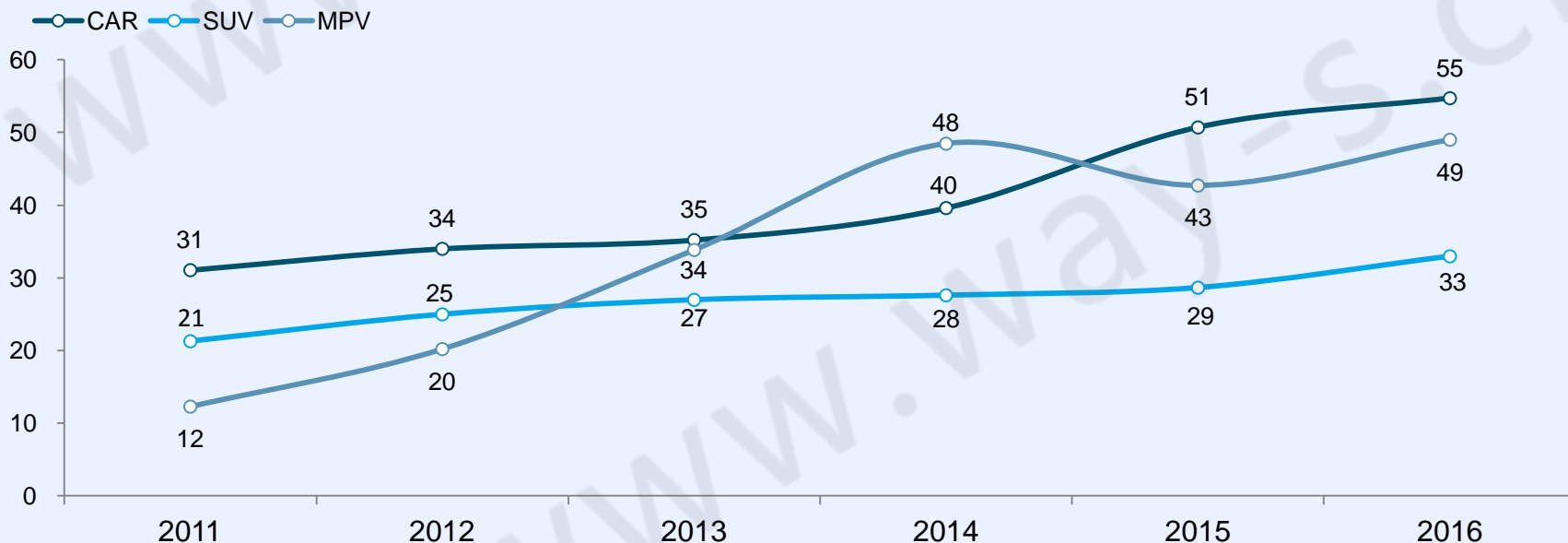
经销商行为

厂商行为

- 细分市场年龄数值是用来量化厂商对该细分车型的规划频次以及消费者对该细分在感知层面变化情况的变量。
- 从细分市场内看，厂商对某细分市场的车型进行新增，换代或者改款时，会使该细分市场的年龄恢复“年轻”，从而提高该细分市场对消费者的吸引力。从不同区隔看，年龄较小的细分市场，相比其他细分市场，其增长势头会更强，最好的例子是SUV细分市场。

细分市场年龄

- ◆ 年龄处于0-20：细分市场仍处于刚刚发展的阶段。
- ◆ 年龄处于20-40：厂商在车型规划的方面保持较为频繁的阶段，细分对消费者的吸引力会快速增涨。
- ◆ 年龄处于40-60：厂商在车型规划方面较为薄弱，细分对消费者的吸引力处于较为稳定的状态。
- ◆ 年龄处于60以上：厂商在车型规划方面匮乏，细分对消费者的吸引力逐渐开始下滑。



目录：

- Part 1 2016年PV市场批发量分析
- Part2 2017年PV市场批发量预测
- part3 2017年CAR、SUV、MPV市场批发量预测



2,570万辆，**增速8.8%**；各因素共同发力，保障车市稳定增长。

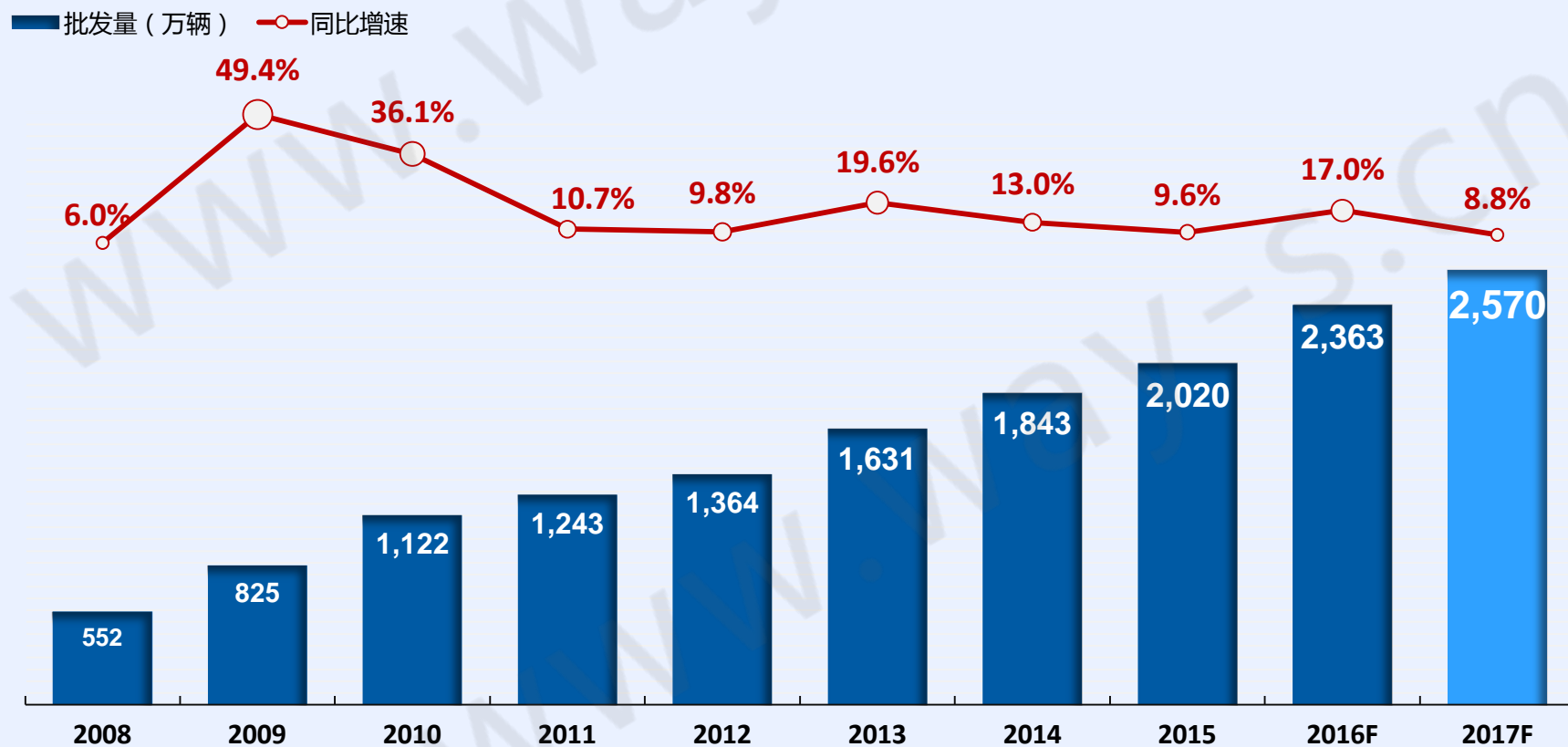
- **经济稳定发展，消费能力也以个位数的增速增长。预判2017年经济增速与2016年基本持平**
 - 带来122万批发量。
- **购置税优惠减半，带来68万批发量（不足2016年的1/3）**
- **购置税优惠力度减弱，厂家、经销商将采取更扩张性的经营策略**
 - 经销商势必加大促销力度以价换量，降价带来122万批发量
 - 厂家除了加大商务政策支持力度，还继续推出更多新车抢占市场，并带来117万批发量

2017年PV市场批发量依然保持稳定的增长

整体乘用车市场批发量

2009年以及2010年批发量的高增长主要由于购置税政策导致。
2013年的高速增长是因为日系车回暖以及限购恐慌消费导致。
2016年的高速增长则是因为购置税政策。

2017年批发量预测值
2,570 万辆 | 同比增速
8.8%

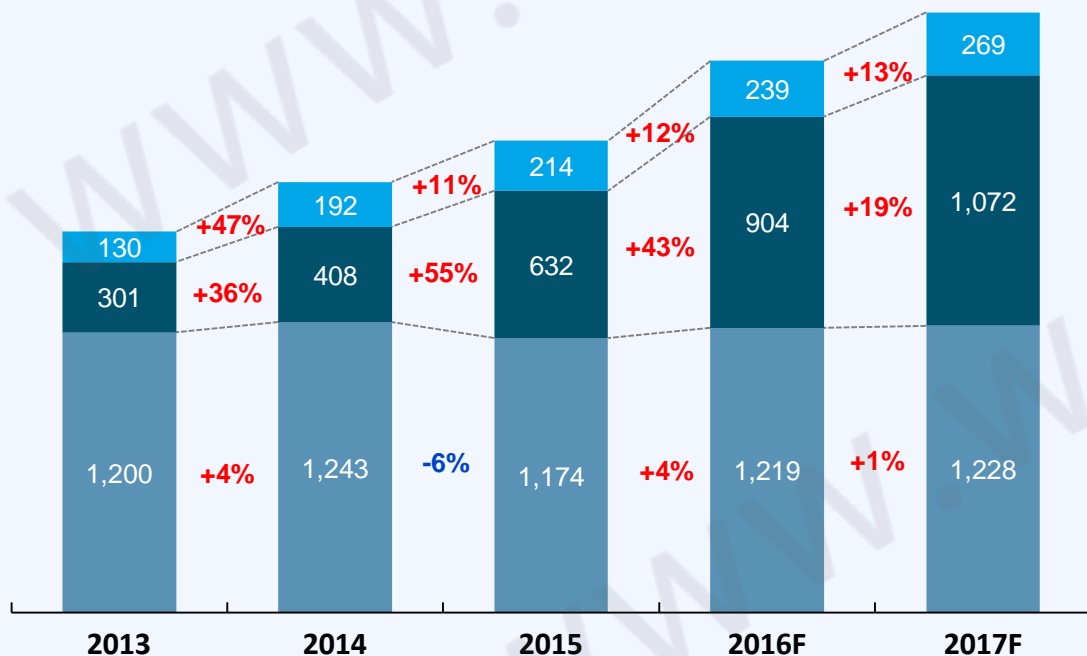


轿车市场份额首次跌破50%

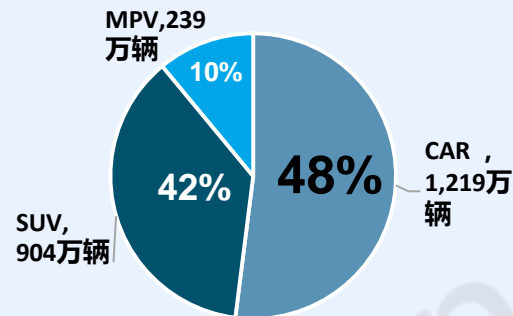
各细分市场批发量&增速概览

- ◆ 2017年CAR细分市场批发量为1,228万辆，同比增长1%
- ◆ 2017年SUV细分市场批发量为1,072万辆，同比增长19%
- ◆ 2017年MPV细分市场批发量为269万辆，同比增长13%

■ CAR ■ SUV ■ MPV

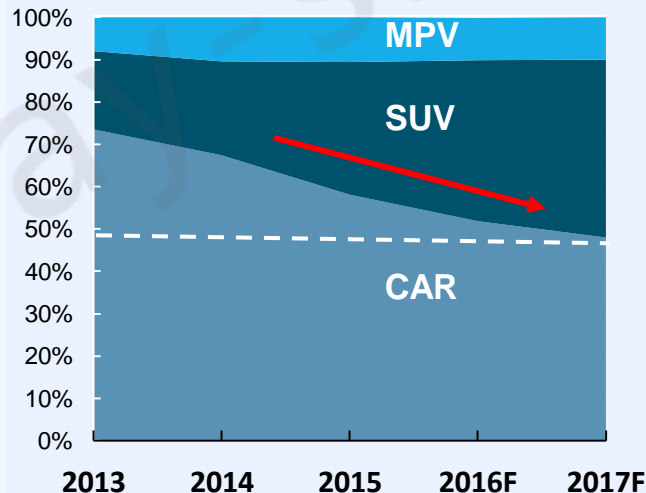


2017年三大细分批发量份额占比



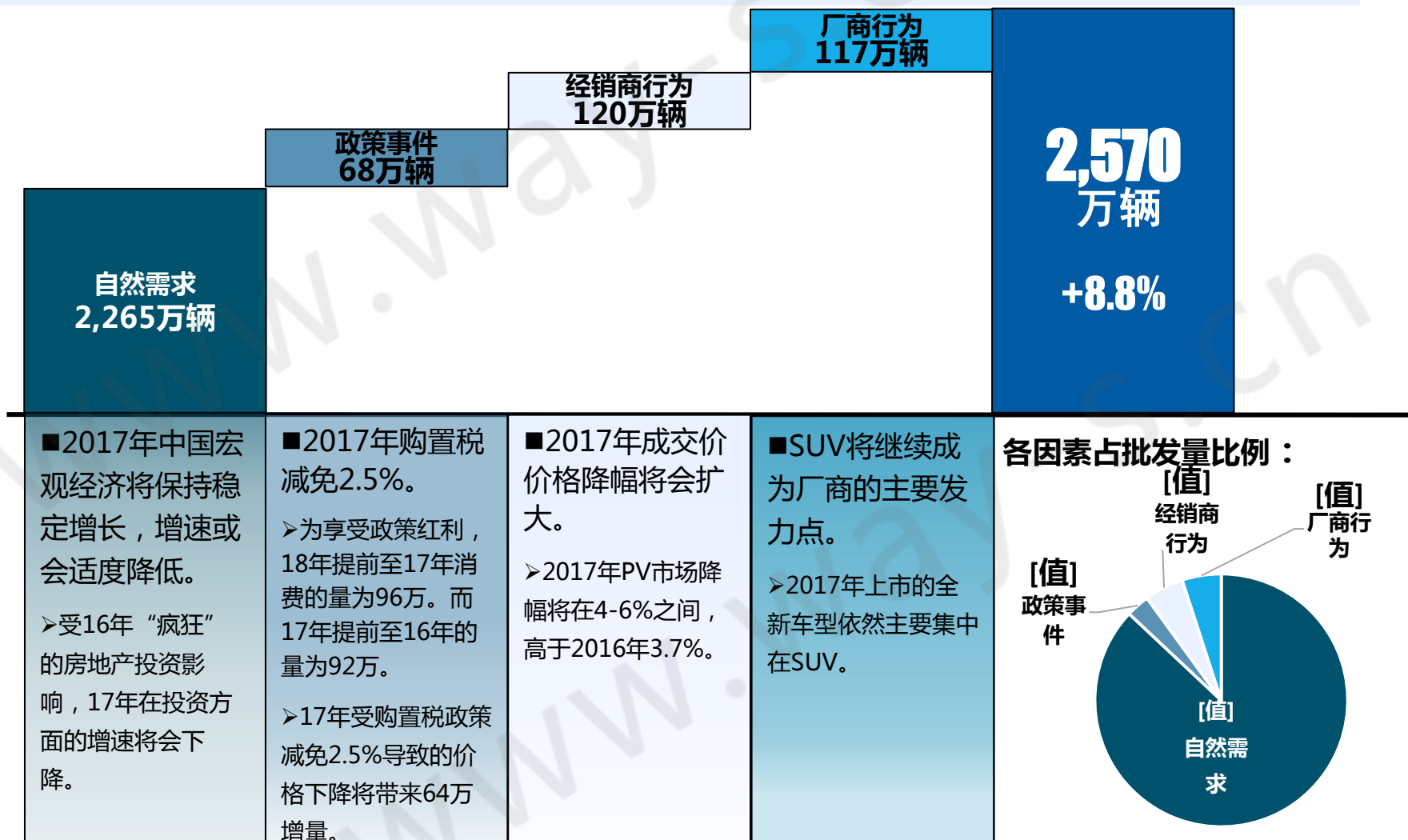
各细分批发量份额占比趋势

2017年SUV继续抢占CAR份额。
CAR份额将首次降至50%以下。



2017年，企业还是主要依靠自己的努力提升批发量

2017年PV市场预测值量化拆解示意图：



2017年长期消费趋势与2016年持平，预示车市将稳定发展

自然需求

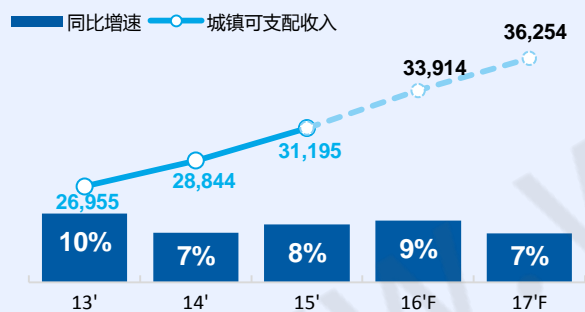
政策事件

经销商行为

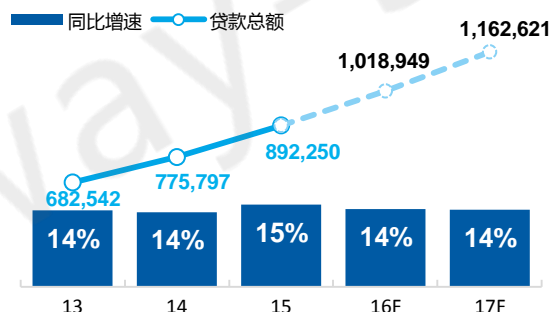
厂商行为

■ **长期趋势（消费能力）：**目前消费能力的各项指标依然保持稳定的增长。预判2017年整体消费能力的增速与2016年基本持平。

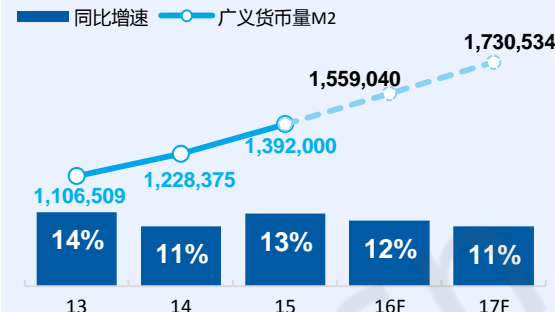
城镇居民可支配收入



贷款总额

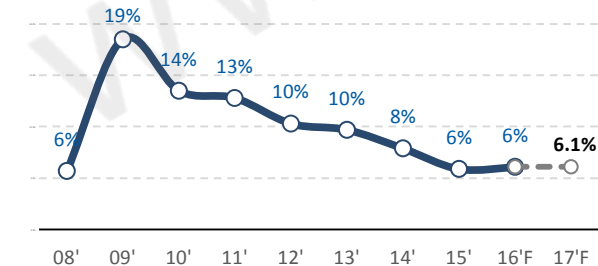


广义货币总量

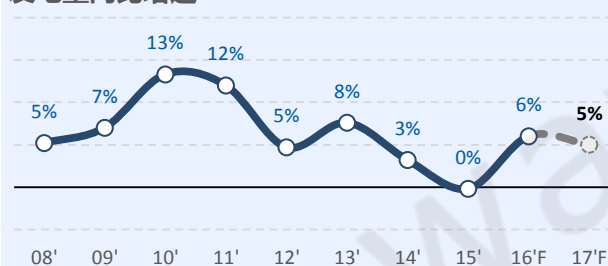


■ **短期趋势（消费意愿）：**预判2017年经济环境类指标增速与16年持平，房地产销售同比会大幅下滑。

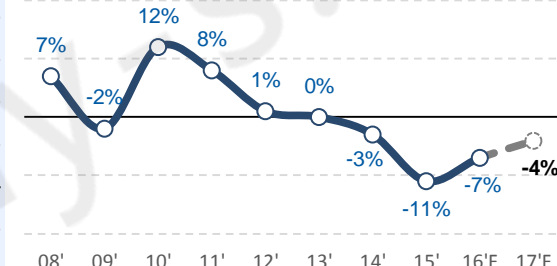
工业增加值同比增速



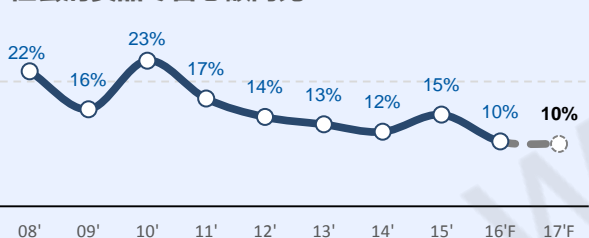
发电量同比增速



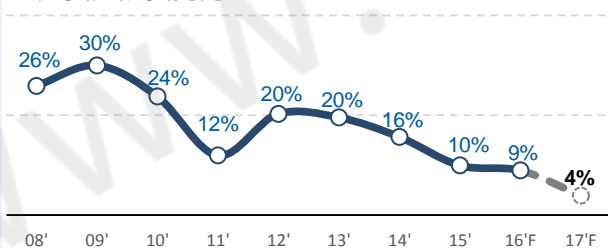
铁路货运量同比增速



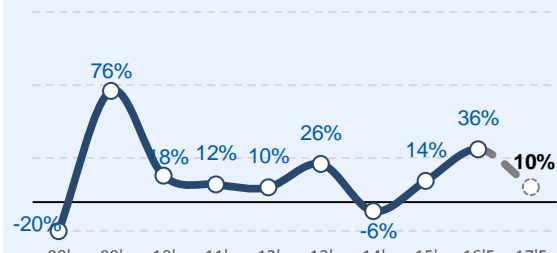
社会消费品零售总额同比



固定资产投资同比



房地产销售额同比增速



备注：宏观指标预判值均来源于政府计划或者第三方机构预测。

2017年购置税影响远逊2016年

自然需求

政策事件

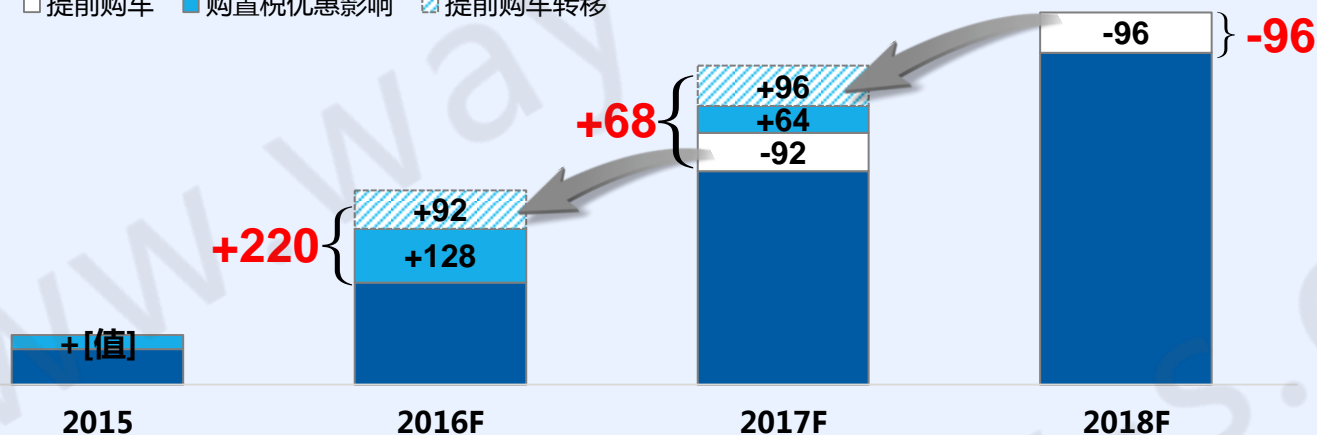
经销商行为

厂商行为

■ 2017年购置税政策对PV市场将总共带来68万的批发量增量。

购置税优惠对PV市场各年批发量影响模拟：

■ 批发量（万辆） □ 提前购车 ■ 购置税优惠影响 ▨ 提前购车转移



时间	因素	CAR		SUV		MPV	
		批发量(万辆)	占比	批发量(万辆)	占比	批发量(万辆)	占比
2016年	批发量	1,219	-	904	-	239	-
2017年	批发量	1,228	-	1,072	-	269	-
拆解 2017年	1.除购置税以外的因素拉动的批发量	1,194	97.2%	1,046	97.6%	261	97.0%
	2.购置税政策拉动的批发量*	34	2.8%	26	2.4%	8	3.0%
	2.1 2016年购置税结束提前购车	-48	-3.9%	-33	-3.2%	-11	-4.2%
	2.2 2017年购置税减免刺激	31	2.5%	22	2.1%	7	2.7%
	2.3 2017年购置税结束提前购车	51	4.2%	37	3.5%	12	4.5%

注：*购置税政策拉动的批发量=2016年购置税结束提前购车+2017年购置税减免刺激+2017年购置税结束提前购车

2017年终端价格的降幅将会加大

自然需求

政策事件

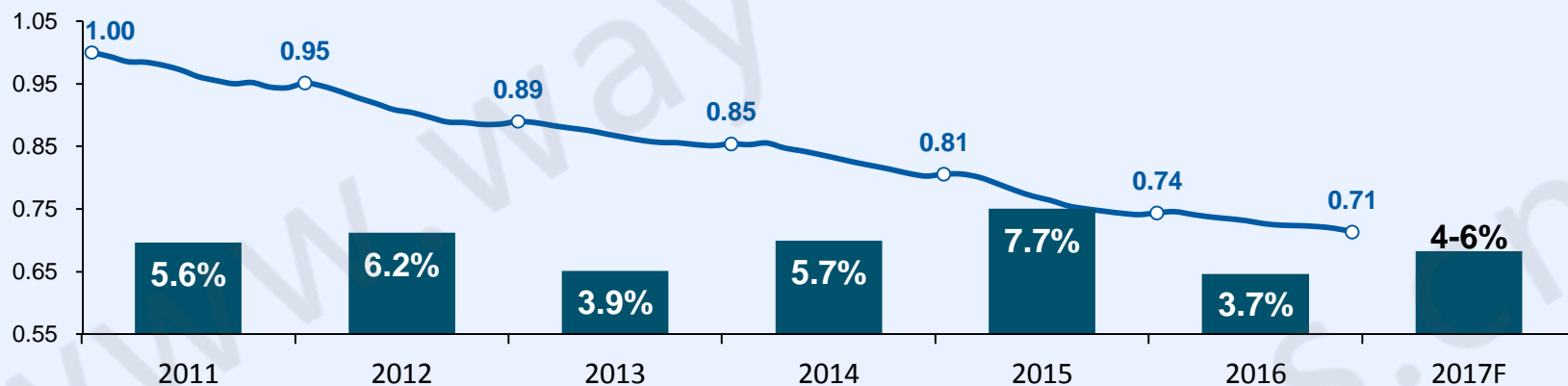
经销商行为

厂商行为

■ 2017年PV降幅会大于2016年，年度降幅在4-6%之间。

PV价格指数走势及年度降幅

■ PV价格降幅 — PV市场价格指数

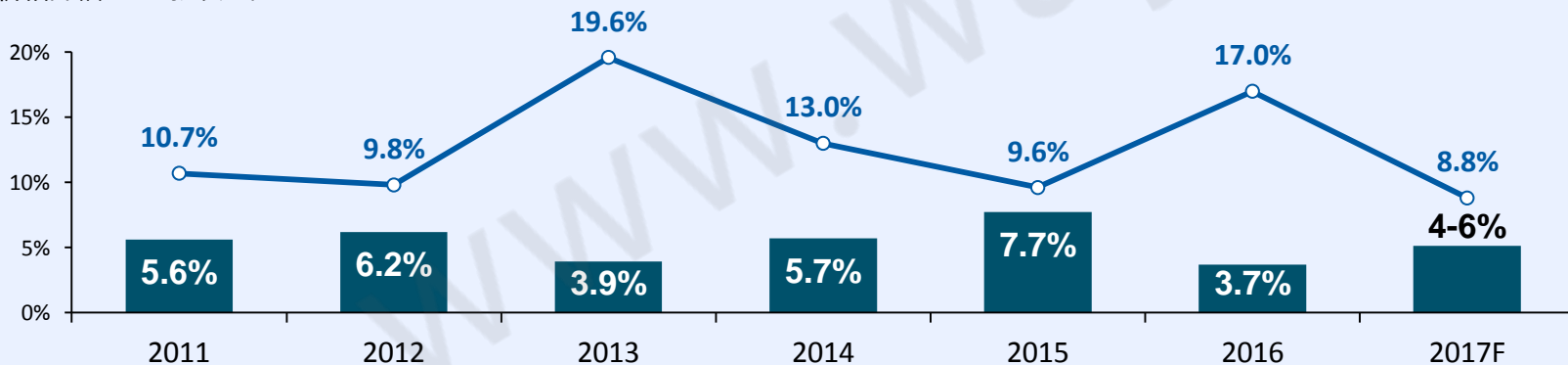


*价格指数以2011年1月为基期计算，数据来源：WAYS监测。

■ 预计2017年PV市场价格降幅为4-6%，批发量同比增速为8.8%。

PV价格降幅&批发量同比增速概览

■ PV价格降幅 — 批发量同比



SUV “老” 得更慢，比起CAR竞争力更强

自然需求

政策事件

经销商行为

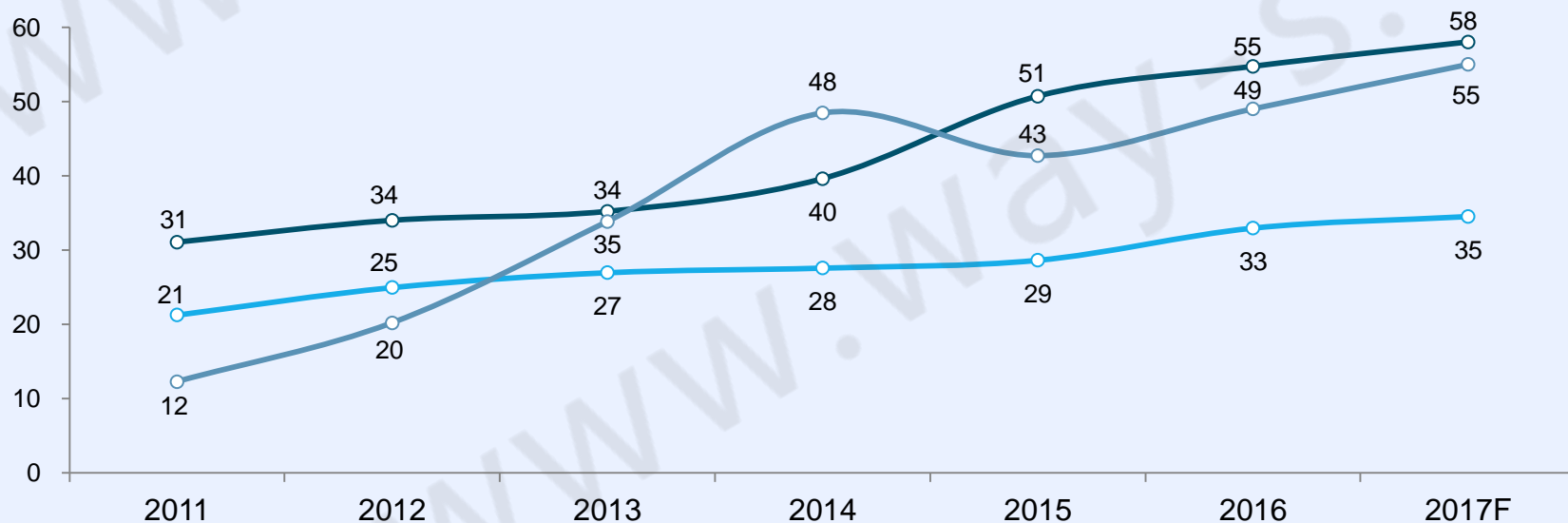
厂商行为

- 细分市场年龄数值用来量化厂商对该细分车型的规划频次以及消费者对该细分在感知层面变化情况的变量。
- 从细分市场内看，厂商对某细分市场的车型进行新增，换代或者改款时，会使该细分市场的年龄恢复“年轻”，从而提高该细分市场对消费者的吸引力。从不同区隔看，年龄较小的细分市场，相比其他细分市场，其增长势头会更强，最好的例子是SUV细分市场。

细分市场年龄

- ◆ 年龄处于0-20：细分市场仍处于刚刚发展的阶段。
- ◆ 年龄处于20-40：厂商在车型规划的方面保持较为频繁的阶段，细分对消费者的吸引力会快速增涨。
- ◆ 年龄处于40-60：厂商在车型规划方面较为薄弱，细分对消费者的吸引力处于较为稳定的状态。
- ◆ 年龄处于60以上：厂商在车型规划方面匮乏，细分对消费者的吸引力逐渐开始下滑。

○ CAR ○ SUV ○ MPV



2017年新车数量锐减，新车增量显著下降

自然需求

政策事件

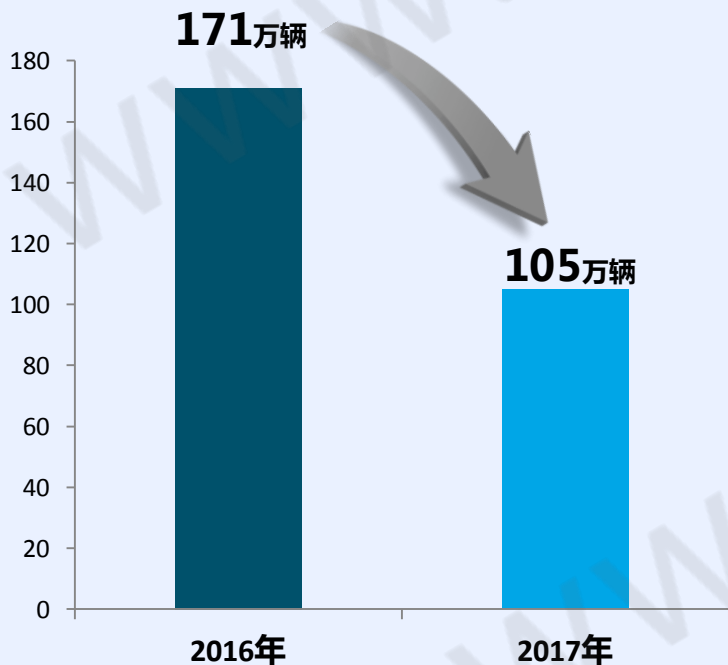
经销商行为

厂商行为

- 预计2017年全新车型带来的增量为105万辆，相较2016年全新车型带来的增量下降66万辆。
- 2017年，CAR和SUV细分市场的全新和改款车型数量都远少于2016年。
- 2017年，MPV细分市场将会有更多的全新车型上市，产品线越发丰富。

PV市场全新车型带来的批发量增量

◆ 2017年全新车型数量大幅减少，全新带来的批发量增量也大幅下降。



车型上市总览 (款)						
形式	全新车型		改款		换代	
年份	2016	2017	2016	2017	2016	2017
PV市场	97	61	41	23	23	29
CAR细分	35	19	22	13	14	13
SUV细分	55	32	15	9	3	13
MPV细分	7	10	4	1	6	3

目录：

Part 1 2016年PV市场批发量分析

Part2 2017年PV市场批发量预测

Part3 2017年CAR、SUV、MPV市场批发量预测



CAR

1,228万辆，增速**0.7%**；
份额占比跌破50%

- 需求越来越显疲软，市场未来发展动力不足。
- 价格带动65万增量，成为最主要的驱动力。
- 新车只带动16万增量。



SUV

1,072万辆，增速**18.6%**
赶上轿车批发量也许就在这几年

- 高速增长，消费者偏爱，厂家重点发展。
- 价格带动45万增量。
- 新车带动80万增量，成为主要驱动力。



MPV

269万辆，增速**12.6%**；
刚需发展，爆点依然未见

- 近几年MPV的增长主要还是满足刚性需求，未来应该不会有大幅度的增加，除非找到引爆点。
- 价格带动14万增量。
- 新车带动5万增量。

2017年CAR市场批发量预测

CAR细分市场批发量

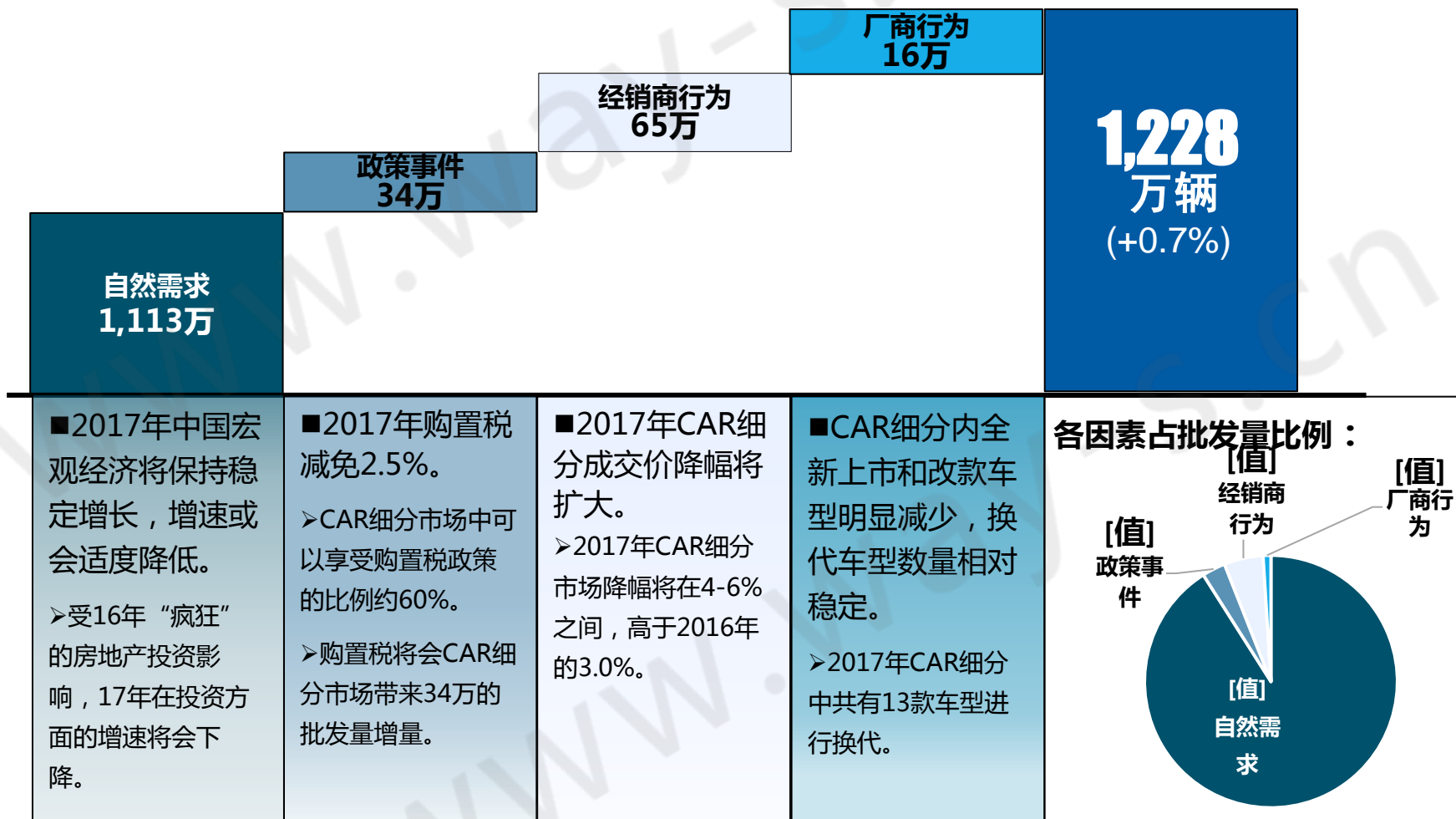
◆ 2017年CAR细分市场批发量为1,228万辆，同比增长0.7%

■ 批发量（万辆） ● 同比增速



降价成为CAR维持销量的主要手段

2017年CAR市场预测值量化拆解示意图：

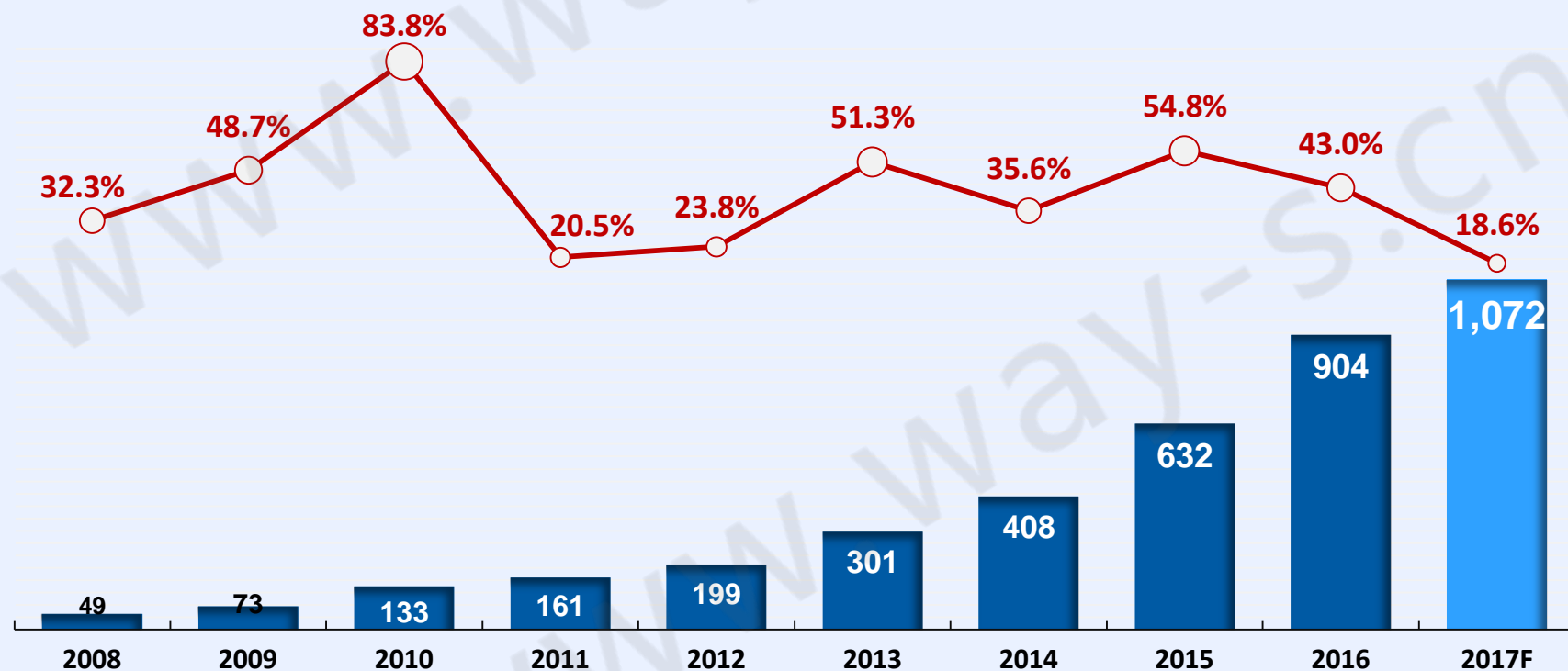


2017年SUV市场批发量预测

SUV细分市场批发量

◆ 2017年SUV细分市场批发量为1,072万辆，同比增长18.6%

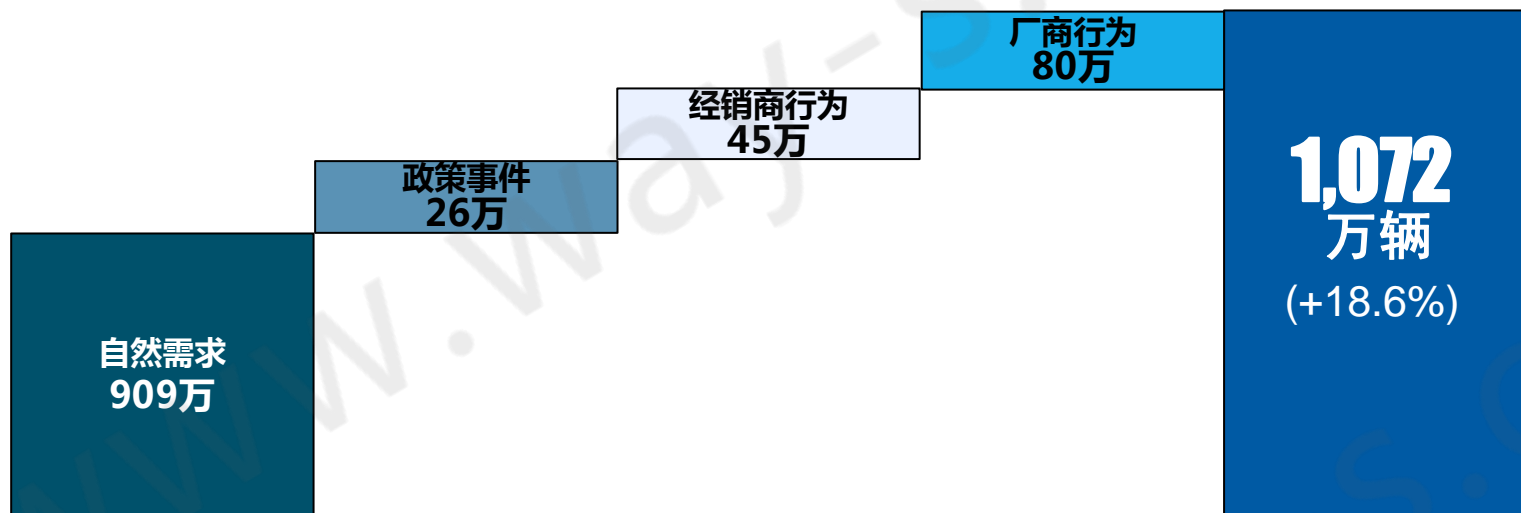
■ 批发量 (万辆) ● 同比增速



数据来源：乘联会批发量&WAYS预测

车型换代续力，拉动SUV高增长

2017年SUV市场预测值量化拆解示意图：



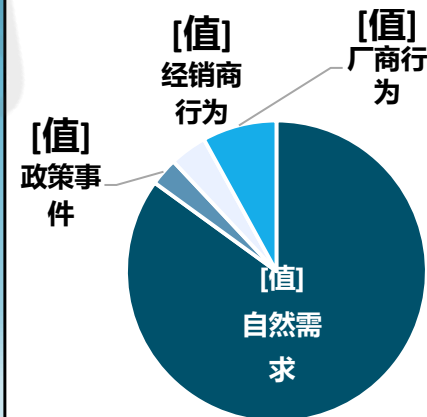
■2017年中国宏观经济将保持稳定增长，增速或会适度降低。
 >受16年“疯狂”的房地产投资影响，17年在投资方面的增速将会下降。

■2017年购置税减免2.5%。
 >SUV细分市场中可以享受购置税政策的比例约为50%。
 >购置税将会SUV细分市场带来26万的批发量增量。

■2017年SUV细分成交价降幅将与16年基本持平。
 >2017年SUV细分市场降幅将在3-5%之间，其2016年的降幅为4.0%。

■2017年SUV依然是厂商发力的重点。
 >2017年SUV细分中共有32款全新车型上市。13款车型进行换代。

各因素占批发量比例：

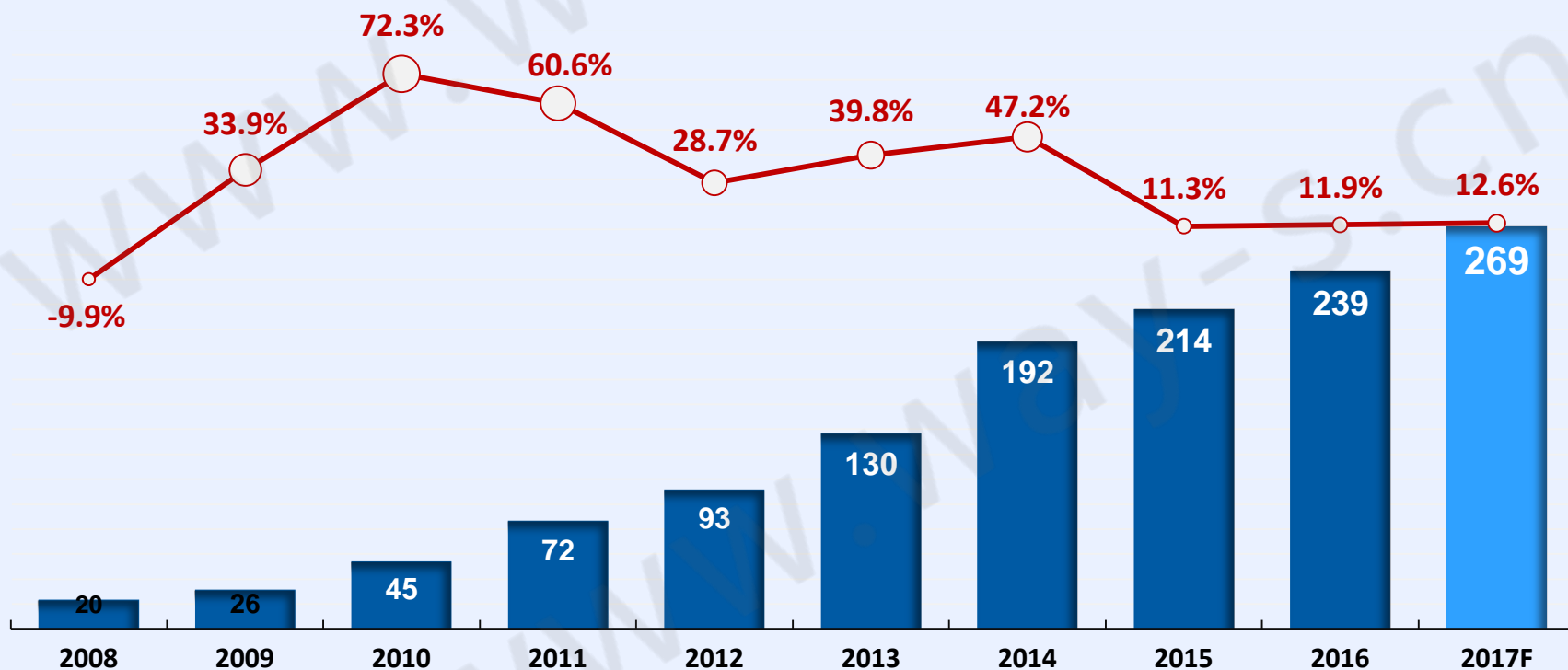


2017年MPV市场批发量预测

MPV细分市场批发量

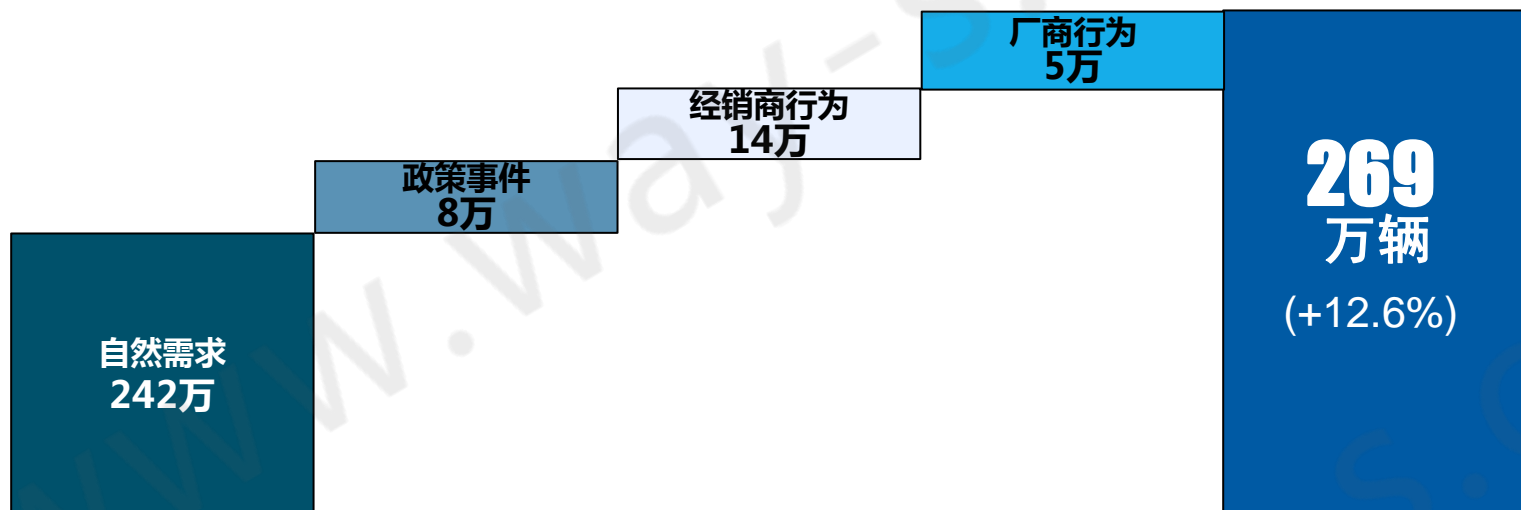
◆ 2017年MPV细分市场批发量为269万辆，同比增长12.6%

■ 批发量（万辆） ● 同比增速



各因素协同发力保MPV稳增长

2017年MPV市场预测值量化拆解示意图：



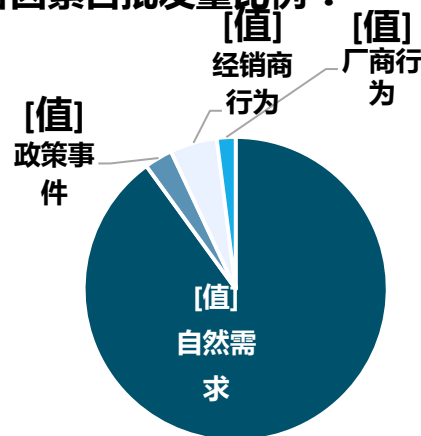
■2017年中国宏观经济将保持稳定增长，增速或会适度降低。
 >受16年“疯狂”的房地产投资影响，17年在投资方面的增速将会下降。

■2017年购置税减免2.5%。
 >MPV细分市场中可以享受购置税政策比例约为85%。
 >购置税将会MPV细分市场带来8万的批发量增量。

■2017年MPV细分成交价降幅将与16年基本持平。
 >2017年MPV细分市场降幅将在3.5-5.5%之间，其2016年的降幅为4.1%。

■2017年是MPV全新上市车型有所增加，产品线逐渐丰富。
 >2017年MPV细分中共有10款全新车型上市。

各因素占批发量比例：



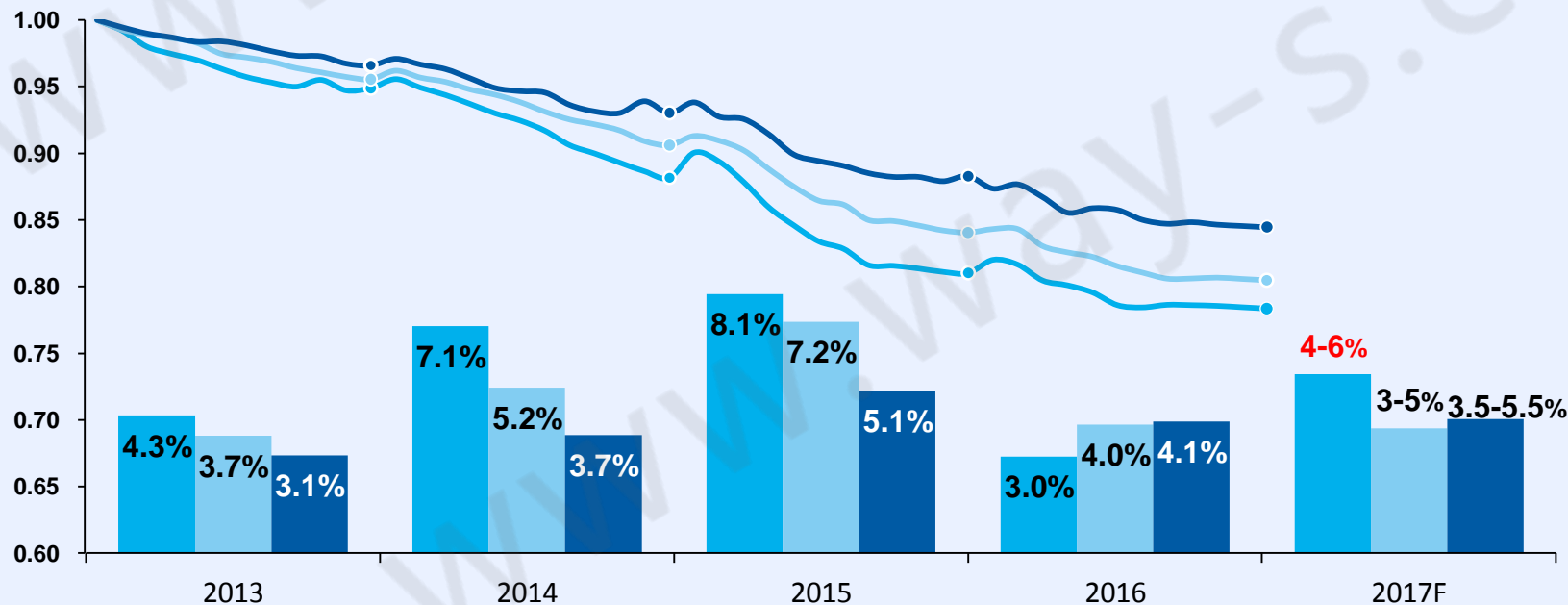
价格对2017年批发量的影响

■ 由于购置税优惠减少，相对2016年，经销商价格的降幅会有所提高，尤其是轿车市场。

分类	CAR	SUV	MPV
经销商行为带来的批发量增量	650,000	450,000	140,000
2017年批发量总量	12,280,000	10,720,000	269,000
经销商行为拉动的占比	5.3%	4.2%	5.2%

CAR、SUV、MPV价格指数&价格降幅总览

— CAR价格指数 — SUV价格指数 — MPV价格指数
 ■ CAR价格降幅 ■ SUV价格降幅 ■ MPV价格降幅



*价格指数以2013年1月为基期计算，数据来源：WAYS监测。

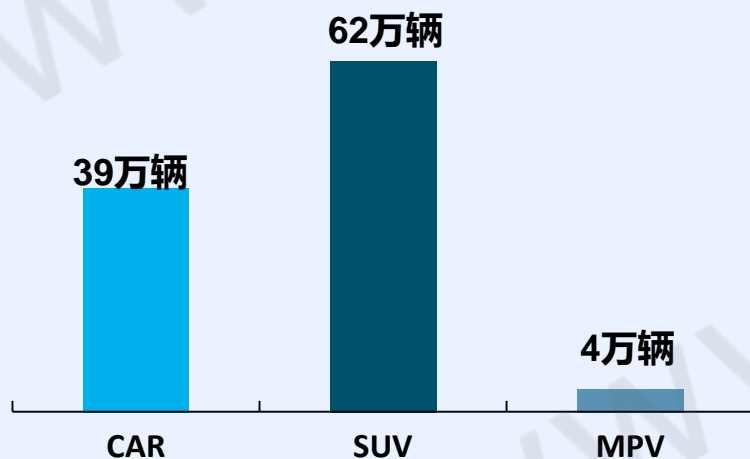
新车对2017年批发量的影响

- 2017年新车上市明显减少，主要集中在目前市场上热销的SUV。

分类	CAR	SUV	MPV
厂商行为带来的批发量增量	160,000	800,000	50,000
2017年批发量总量	12,280,000	10,720,000	269,000
厂商行为拉动的占比	1.3%	6.5%	0.4%

2017年全新车型带来的批发量增量

■ CAR ■ SUV ■ MPV



2017年全新/改款/换代车型数量汇总

细分市场	全新车型 (款)	换代 (款)	改款 (款)
CAR	19	13	13
SUV	32	13	9
MPV	10	3	1



附：威尔森批发量预测原理介绍

威尔森批发量预测介绍

- 威尔森批发量预测，是应用大数据而建立的一套科学严谨的预测体系，它能够给企业更客观、准确、细致的预测结果，协助企业应对快速变化的市场竞争环境



COMSNET



← PAST • FUTURE →

以市场运作的机理为指导，诠释消费者行为，经销商运营，厂家决策

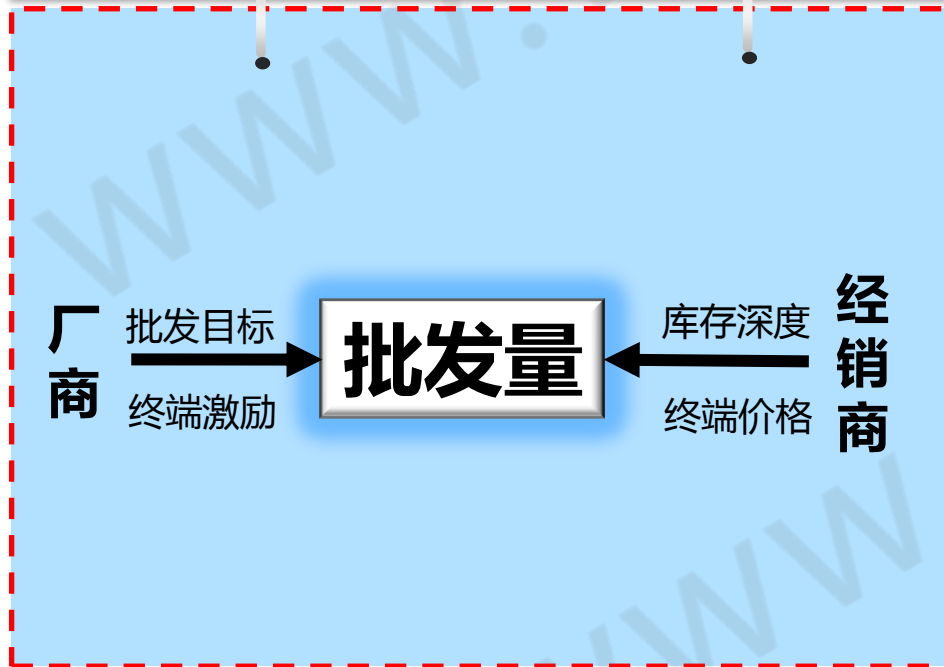
运用计量经济学理论，挖掘历史数据的规律，建立市场量化因果关系

运用量化技术，解读每天所发生的事情，并推理未来

威尔森批发量预测原理

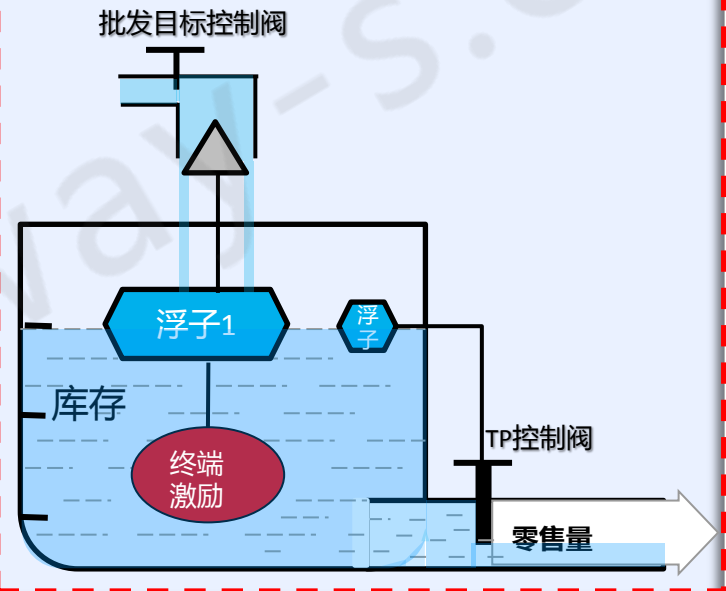
- 威尔森批发量预测是以模拟经销商运营业务机理而建立的，它可以正确地描述经销商在批发量、零售量和库存量三者之间的平衡过程

一定的需求水平下(自然需求+政策事件)：



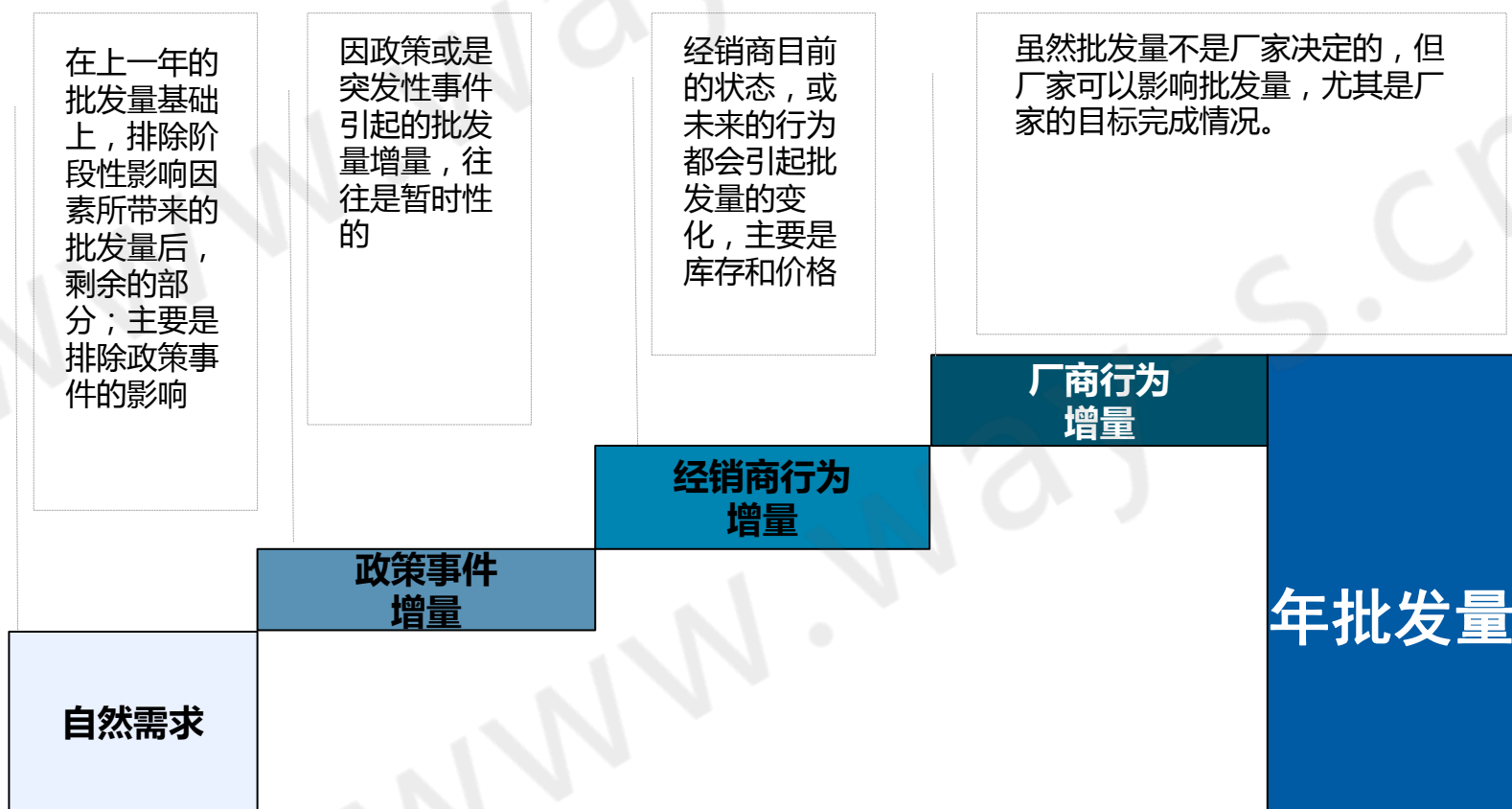
蓄水池原理：

“终端激励”使“浮子1”下沉，从而提升了经销商对“库存”的容忍度，使批发量增加；而“库存”增加导致TP下降，TP控制阀打开使零售量增加，最终使得批发量与零售量达到动态均衡，“库存”也得以维持在合理的水平。



威尔森批发量预测的解读方法

- 通过批发量预测模型，将批发量分解为不同的组成部分，一方面，使读者可以更深入地了解批发量的细节情况，另一方面，使批发量预测结果发挥更大的应用价值。





量化决策
的卓越伙伴

Trusted Partner for Business Decisions Supported by Quantitative Analytics

