

LEGAL STATEMENT

The Information contained within the Service is either licensed from third party information providers or is the intellectual property of EMIS. This information –including the document to be made available to you- is therefore protected by copyright laws, database rights, trademarks and/or patents owned by the relevant party.

Except as otherwise permitted in the agreement (if any) between the Subscriber and EMIS, or as otherwise expressly approved in writing by EMIS, any reproduction, publishing, redistribution, sell, broadcast or circulation of the Information to any third party is strictly prohibited. No rights are granted to the Subscriber except the limited use rights. The Subscriber may not store in electronic form any shared library or archive of Information which could be used as a research application nor remove, conceal or alter any copyright notices contained in the Service or in this document.

第七章 乘用车市场

第一节 中国乘用车市场分析及预测

一、乘用车市场产销分析

2015 年，我国乘用车产销量分别为 2107.94 万辆和 2114.63 万辆，同比增长 5.82%和 7.30%；2016 年 1-4 月，中国乘用车产销量分别为 753.67 万辆和 744.81 万辆。

图表 1 2011-2016 年中国乘用车产销量情况

	乘用车产量（万辆）	乘用车销量（万辆）
2011 年	1448.53	1447.24
2012 年	1552.37	1549.52
2013 年	1808.52	1792.89
2014 年	1991.98	1970.77
2015 年	2107.94	2114.63
2016 年 1-4 月	753.67	744.81

数据来源：中国汽车工业协会、中商产业研究院

二、乘用车主要品牌销量

图表 2 2015 年乘用车前十家生产企业销量情况

排名	企业名称	销量（万辆）
1	上海大众	180.56
2	上海通用五菱	179.76
3	上海通用	172.50
4	大众一汽	165.02
5	长安汽车	111.33
6	北京现代	106.28
7	东风日产乘用车公司	102.61
8	长安福特	86.87
9	长城汽车	75.32

10	神龙汽车	71.07
合计（万辆）	1251.32	
所占比重（%）	59.17	

数据来源：中国汽车工业协会、中商产业研究院

图表 3 2015 年乘用车细分品牌销售排名前十情况

单 位 (万辆、%)	轿车		SUV		MPV	
	品牌	销量	品牌	销量	品牌	销量
1	朗逸	37.91	哈弗 H6	37.32	五菱宏光	65.55
2	轩逸	33.41	途观	25.58	宝骏 730	32.11
3	英朗	29.02	瑞风 S3	19.68	威旺 M20	14.74
4	速腾	27.99	瑞虎	18.73	欧诺	14.23
5	桑塔纳	27.62	CS75	18.66	菱智	11.69
6	解答	27.49	幻速	18.11	小康风光	9.96
7	朗动	26.71	CS35	16.93	别克 GL8	1.90
8	卡罗拉	25.43	哈弗 H2	16.85	瑞风	5.87
9	科鲁兹	24.61	奇骏	16.64	杰德	5.26
10	福克斯	24.61	昂科威	16.30	Q26	4.64
合计（万辆）	284.80		204.80		171.95	
所占比例（%）	24.30%		32.92%		81.62%	

数据来源：中国汽车工业协会、中商产业研究院

三、乘用车市场增长分析

1、民间财富和消费能力将提升推动汽车行业中长期发展

民间财富增加推动可选消费占比提升。过去十年随着社会经济快速发展，房地产行业持续升温、民营企业上市融资大幅增加，以及 IT 互联网等新兴产业的造福效应，社会存量财富迅速增加。财富效应带动汽车、奢侈品等可选消费比例提升，而日常必须消费占比在下降。目前中国正处于从温饱到小康的发展阶段，民间财富提升将推动汽车行业中长期发展。

居民收入增加，社会保障体系趋于完善，购车门槛降低，使得汽车消费意愿和能力均有提升。目前我国城镇居民人均可支配收入接近 2 万元，部分沿海城市及地区已经达到中等发达国家水平。同时社会保障体系趋于完善，大部分城市居民基本养老及医疗需求得到保障。而随着近年来房价不断攀升，车价/

房价比也相应下降。此外，信用体系建立以及汽车金融形式和流程日益多样化、便利化，都大大降低了汽车消费门槛。消费者买车的意愿和能力均有不同程度提升。

购车群体年轻化，消费意愿强，个性化需求提升。目前国内汽车消费正呈现年轻化的趋势，20-40 岁购车人群占比逐年提升，这一年龄段的购车者消费意愿和能力都比较高，且更能认同西方社会的汽车文化，成为汽车新增需求的主要来源之一。同时，年轻人对于个性化需求更强烈，也更倾向于购买 SUV 及个性化车型。

低端车型对使用成本变化更敏感。汽车日常使用成本主要包括油费、维修保养费、保险费、部分公路收费以及大城市的停车费。近几年油价增长较快，但车辆燃油经济性提升可以部分缓解油价上升的压力。厂家保修周期延长，保险覆盖范围扩大使得维修保养费用维持在适度增长。养路费改革以及治理高速公路乱收费使得公路收费维持在适当水平。而停车费高的问题也仅在部分超大型城市才有。总体来看，居民收入提升能部分抵消用车成本上升的影响，中高端车型使用成本相对于车价占比仍较低。对于低端车型，使用成本上升对于其销量有一定负面影响。

2、新增需求和更新需求共同驱动乘用车向前发展

目前国内汽车行业呈现存量消费和流量消费双重提升的趋势。汽车消费在不同发展阶段的城市之间形成阶梯型增长趋势。其中，一线城市消费升级加速，汽车消费以更新需求为主，SUV、中高级和个性化车型受到青睐。而在二、三线城市，随着近年来经济高速增长，汽车消费已进入快速普及期，新增需求旺盛，带动中低端和入门级车型保有量提升。

2003-2007 年一线城市购车高峰更新需求在 2011 年开始大幅度释放。这期间，A00、A0 和 A 级车销量从 100 多万辆发展到接近 300 万辆。而 2009 年起 B 级车和 SUV 销量合计基本与当年销量相当，判断这部分需求主要来自于更新替换需求，消费者从原来中低端车型转向更高一级的 B 级车或者 SUV。而二三线城市，汽车销量增长遵循着过去一线城市当年发展路径，汽车快速普及使得许多首次购车用户加入到汽车消费当中，形成新增需求。因此目前存量消费和流量消费处于同时发展期。

3、区域性发展机遇较大，二三线成为增长主力

中西部汽车销量仍具备较大提升空间，二三线城市成为增长主要来源。汽车作为一种代步工具，其便捷性已得到消费者认可。城镇化不仅带来经济水平的提升，也带来消费观念的升级。从近几年上牌量来看，城镇化较快的地区汽车销量增长也更快。中西部地区上牌量增速快于沿海地区。从发达国家和我国沿海地区汽车发展经验来看，千人保有量处于 50 辆以下时，汽车销量将以超高速增长，汽车进入快速普及阶段。当千人保有量达到 50 辆以后，增速逐渐放缓，但仍将维持较快增速直至达到 200 辆。目前我国千人保有量约在 70 辆左右，而部分中西部地区仍不足 20 辆。

随着这些地区消费能力陆续达到汽车快速普及区间，将复制沿海地区发展经验，汽车消费仍存在较大提升空间。

四、乘用车市场预测分析

1、汽车消费刚性需求依旧存在

随着国家宏观经济调控力度的变化，我国汽车出现了一些增长幅度的起伏，但目前并没有看到对汽车消费的需求有减弱趋势，今后一段时期我国乘用车消费仍会处于平稳上升阶段。加之中国汽车保有量还处于 100 辆/千人左右的水平，仍有继续提升的空间。此外在国家鼓励消费，国民人均收入保持平稳上升的同时，一二线城市升级换购需求进一步提升，三四线城市市场潜力逐步释放，继续促进未来的乘用车市场发展。

2、政策环境将进一步促进新能源汽车的发展

目前国家对发展新能源汽车高度重视，出台了一系列的促进新能源汽车发展的政策措施，由于政策的延续性，会继续对新能源车市场产生影响。

第一，目前工信部出台的三批《免征车辆购置税的新能源汽车车型目录》和对用电实施价格上的优惠会对新能源车的消费起到促进。

第二，《政府机关及公共机构购买新能源汽车实施方案》要求 2014 年至 2016 年，公务车采购中新能源车比例不低于 30%，逐年提高。充电接口与新能源汽车数量比例不低于 1:1。因此公务机构的新能源汽车购买也会对整体市场起到推动。

第三,《节能与新能源汽车产业发展规划(2012-2020)》政府已经把新能源汽车作为重点支持的新兴产业。随着各级政府大力的支持,企业产品技术的不断提升,产品种类的可选择性逐渐增多,以及基础设施建设的不断完善,预计我国的新能源汽车销量将继续保持高速增长。

3、《汽车销售管理办法》的修订和实施对汽车市场的影响

随着未来新办法的出台,将会对汽车厂家、经销商等相关企业在产品的销售、渠道的建设以及提供服务等方面都会带来不同程度的影响,由此将导致营销模式的变化、增加市场的不确定性。

4、公车改革促进个人用车的购买

党政机关及行政事业单位公务用车的改革,将会促使部分政府、事业单位人员购买个人用车,对汽车消费起到积极作用。

5、黄标车淘汰政策将增大汽车需求

在 2014 年政府工作报告指出中,针对雾霾频发、大气污染等问题,要加强淘汰黄标车工作,促进节能产品推广,并加快油品升级。同年印发的《2014 黄标车及老旧车淘汰工作实施方案》规定在 2015 年继续实施黄标车的淘汰工作,完成 500 万辆的淘汰目标,规定的够严格执行落实,将对汽车消费升级有较大的提升作用。

6、限购措施将影响到汽车消费市场的健康有序发展

个别地方政府为了缓解交通及环保压力采取汽车限购措施,将会对汽车消费起到明显的负面影响。汽车购买作为带动消费重要的组成部分,对经济提升的作用较为明显,在当前国家鼓励更多消费提升经济的背景下,汽车限购措施与国家促进经济发展的目标明显相悖。不发挥市场的调节作用,而是通过简单的行政手段来限制消费,从各方面看都会对汽车市场健康有序的发展产生不利影响。

第二节 轿车市场分析及预测

一、轿车市场产量情况

2015 年，我国轿车产量达 1163 万辆，同比下降 6.84%。

图表 4 2010-2015 年中国轿车产量统计

	产量（辆）	同比增长（%）
2010 年	9575890	--
2011 年	10137517	5.9%
2012 年	10767380	6.2%
2013 年	12100772	12.4%
2014 年	12484223	3.17%
2015 年	11630895	-6.84%

数据来源：中国汽车工业协会、中商产业研究院

二、轿车市场销售情况

2015 年中国轿车销量达 1172 万辆，同比下降 5.33%。

图表 5 2010-2015 年中国轿车销量统计

	销量（辆）	同比增长（%）
2010 年	9494269	--
2011 年	10122703	6.6%
2012 年	10744740	6.1%
2013 年	12009704	11.8%
2014 年	12379769	3.08%
2015 年	11720184	-5.33%

数据来源：中国汽车工业协会、中商产业研究院

三、轿车市场发展形势

宏观经济总体稳定，消费者信心增强。汽车消费的刚性需求还是依然存在的。国家还仍然处在汽车消费扩张阶段，随着一二线城市对汽车购买使用限制条件的增多，汽车的实际消费逐渐转移到了具有巨大刚性需求的三四线市场。而中国人均汽车保有量仍然远远低于欧美日等发达国家和世界平均水平，长期

来看，中国汽车市场的增长空间依旧诱人。

新型城镇化会促进需求。城镇化必然会促进消费，伴随着我国新型城镇化进程，居民生活水平会提高，对出行便利的需求自然会加快汽车消费。此外，新型城镇化基础与公共设施的建设，新住宅项目的建设，农村土地的拆迁，加上城市物流，环卫，市政工程等等都会增加对汽车的需求，提供广阔的市场空间。

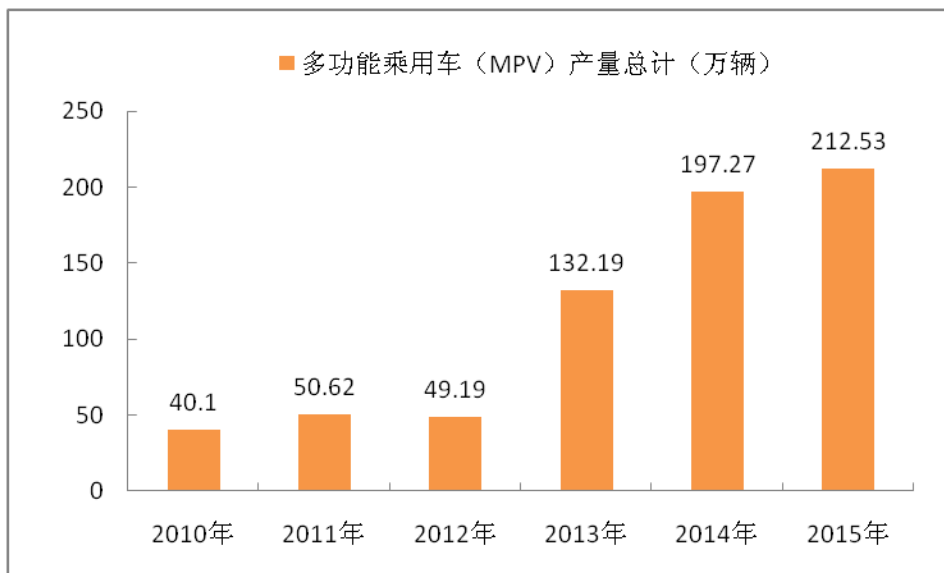
消费升级促进汽车需求。2016 年国内经济是趋好的，国民人均收入增长也保持平稳的水平，继续支撑居民的消费，新一轮新购、增购需求的到来会对今年汽车市场有拉动作用。

第三节 多用途车和运动用车市场分析及预测

一、MPV 市场产量情况

根据中国汽车工业协会数据：2012 至 2015 年，我国 MPV 产量上升迅速，2015 年，我国 MPV 产量为 212.53 万辆。

图表 6 2010-2015 年中国 MPV 总产量情况

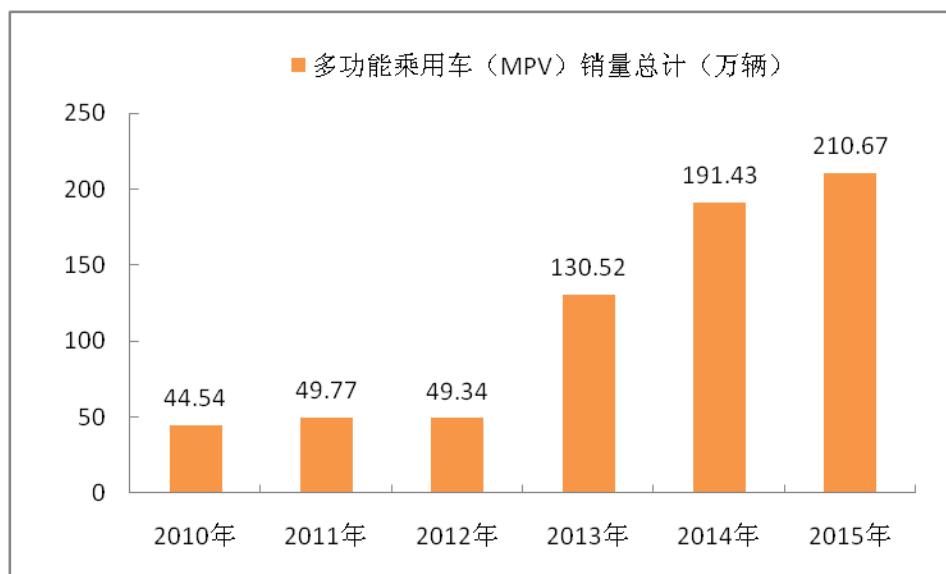


数据来源：汽车工业协会、中商产业研究院

二、MPV 市场销售情况

数据显示：2015 年我国 MPV 车销量为 210.67 万辆。

图表 7 2010-2015 年中国 MPV 总销量情况



数据来源：汽车工业协会、中商产业研究院

三、MPV 市场特点分析

1、MPV 市场：基数小但增长空间较大

由于 MPV 车型具有空间大、乘坐舒适等特点，正好符合当下国内消费者的购车定位，因此，在 2015 年市场表现十分抢眼，但从中汽协的统计数据来看，2015 年，我国 MPV 车型产销 212.53 万辆和 210.67 万辆，SUV 车型产销 624.36 万辆和 622.03 万辆。MPV 无论产量或销量与传统轿车以及 SUV 车型相比都有不小的差距，整体基数偏小。

但不可否认的是，经过近两年的市场培养，国内消费者对 MPV 车型的认可度已经明显提升。同时，就这一细分市场来看，合资品牌着力打造的是 20 万元及以上的 MPV 车型，但在 10 万元以下的 MPV 市场完全是自主品牌的天下，这无疑给国内众多的家庭用户带来了更多的购车选择空间，同时也给自主品牌提供了绝佳的机会，按照这样的市场趋势，MPV 市场的增长空间还很大。

2、销量 TOP10：自主品牌是主力

汽车工业协会发布了 2015 年全年国内汽车销量总数据，从中整理的 2015 年中国车市 MPV 车型销量排行榜中，共列出 52 款 MPV 车型。其中，五菱宏光全年销售 655531 辆，成为毫无疑问的 MPV 市场销量冠军，但是相比 2014 年的

750019 辆的数据还是下降了 12.6%；排在第二位的是同旗下的宝骏 730，全年销售 321069 辆；值得称赞的还有排名第十的奇瑞 K50，作为 2015 年上市的新车却已挤进前十，表现非常抢眼。

在 2015 年全年销售的 212.53 万辆 MPV 车型中，前十名车型累计销售 171.95 万辆，约占全年总销量的 81.62%；其中前十名中的自主品牌 MPV 车型累计销售 158.69 辆，约占全年总销量的 74.7%，可以看出，自主品牌成为绝对的主力。

四、SUV 市场产销情况

近年来，我国运动型多用途乘用车(SUV)的产销量不断攀升。2015 年，我国运动型多用途乘用车(SUV)的产量为 624.36 万辆，销量达到 622.03 万辆。

图表 8 2010-2015 年中国运动型多用途乘用车（SUV）产销量统计

	产量（辆）	销量（辆）
2010 年	1337947	1326036
2011 年	1602618	1593714
2012 年	1998557	2000410
2013 年	3025751	2988758
2014 年	4172046	4081938
2015 年	6243638	6220279

数据来源：中国汽车工业协会、中商产业研究院

五、SUV 市场前景

运动型多用途汽车(SUV)仍将是中国乘用车市场增长的主要驱动力，尤其是在低端消费者对 SUV 的需求强劲、2015 年 10 月开始国家下调车辆购置税的背景下，小型低排放 SUV 的市场份额可能会进一步增长。但 SUV 利润率可能会因竞争日趋激烈而承受一定压力，这可能会削弱一些 SUV 业务比例较大的汽车制造商原本丰厚的利润率。

预期 2016 年 SUV 市场将以两位数的增长速度进一步蓬勃发展，SUV 的表现将继续高于中国乘用车市场的整体表现。中国消费者对 SUV 车型越来越感兴趣，海内外汽车制造商也推出了各类 SUV 产品。但是经过 2013-2015 年供给驱动的“SUV 热”之后，这个市场开始面临放缓的可能。