



买车人群了解一下

2018汽车消费市场研究报告

2018年7月

蜜蜂内参

让您深入洞察整个商业世界



每天精挑细选3份最值得关注的学习资料；
不定期分享顶级外文期刊。

关注公众号：**mifengMBA**

回复“入群”加入“蜜蜂内参”城市群

(不需要转发哦.....)



扫一扫

回复“入群”

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

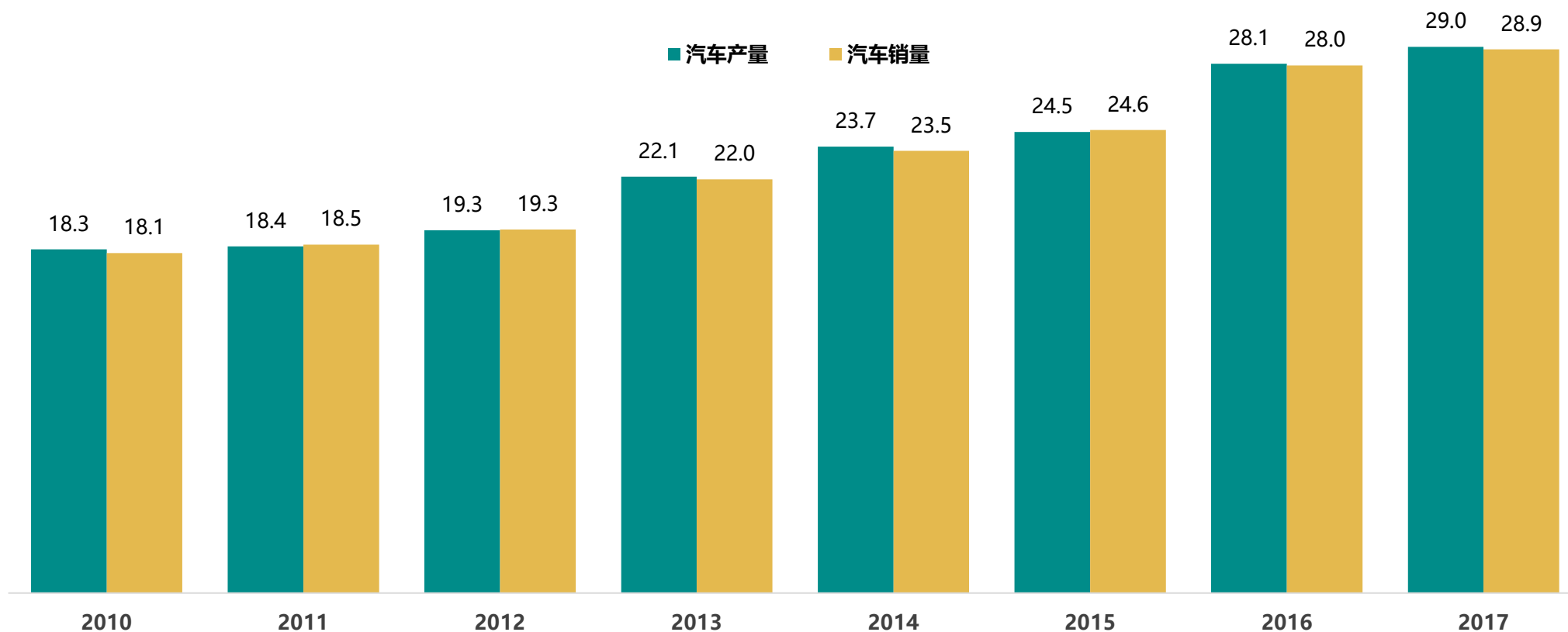
未来发展趋势分析



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）

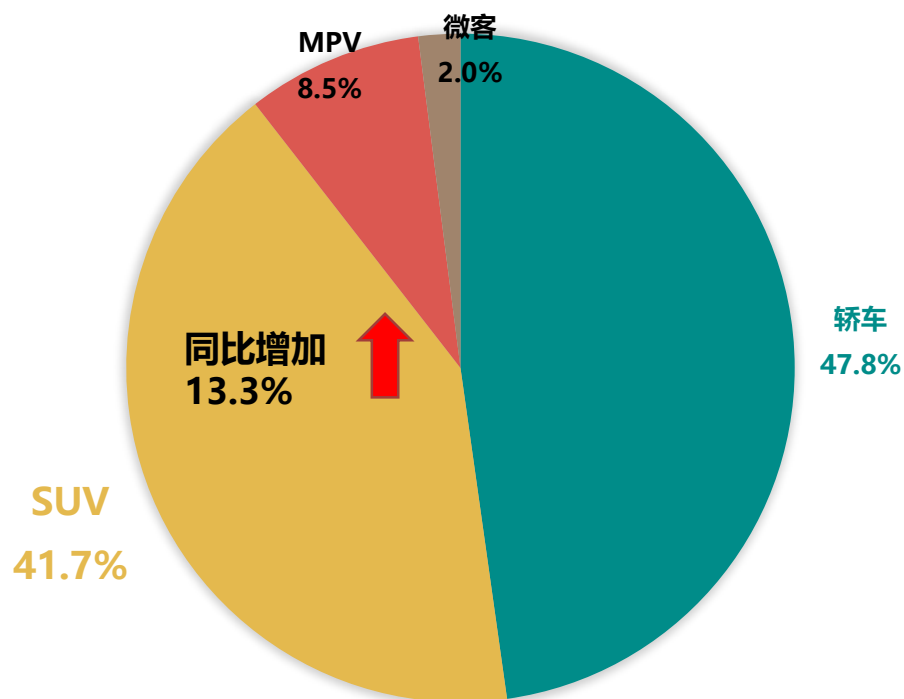


Source：中国汽车工业协会

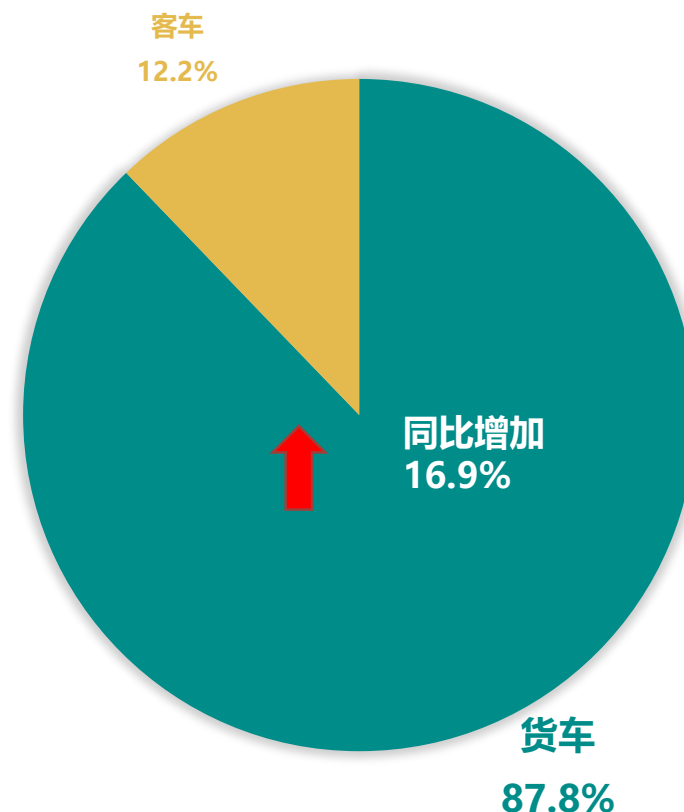
汽车市场不同类型市场分布

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）



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



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



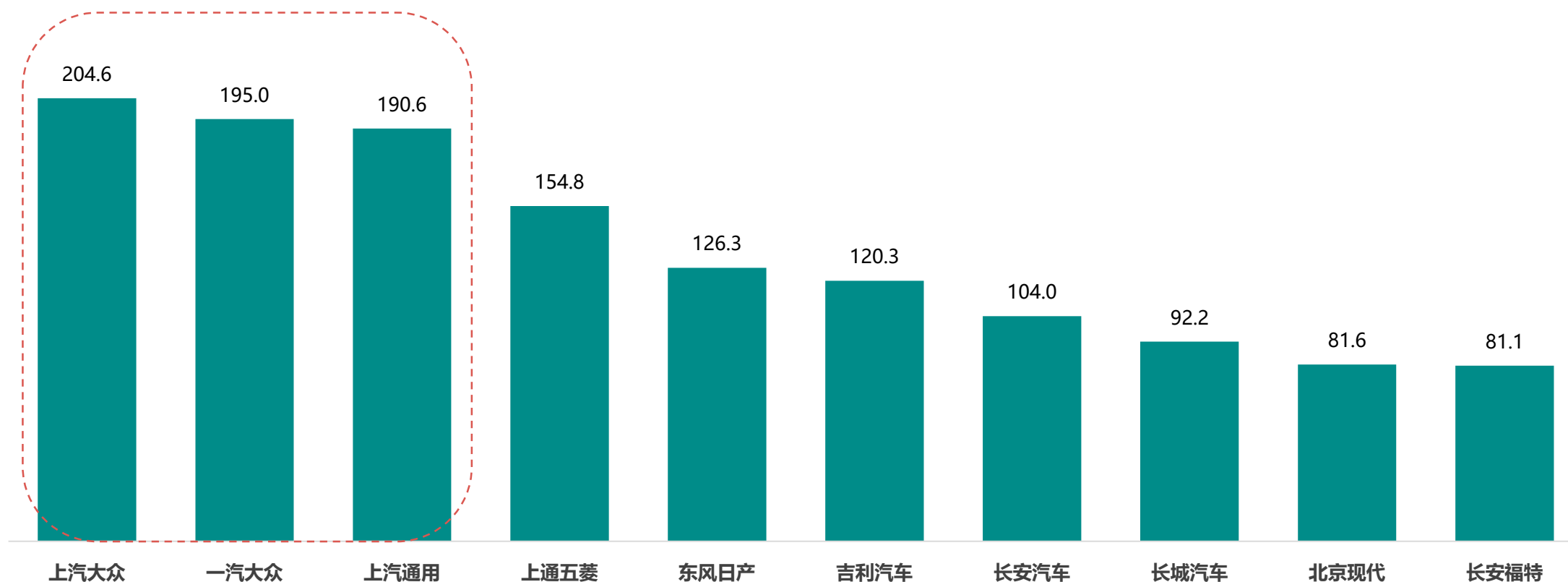
- 借助资本，以代工模式切入
- 强调智能互联，用户体验
- 主攻纯电动技术路线

- 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）



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

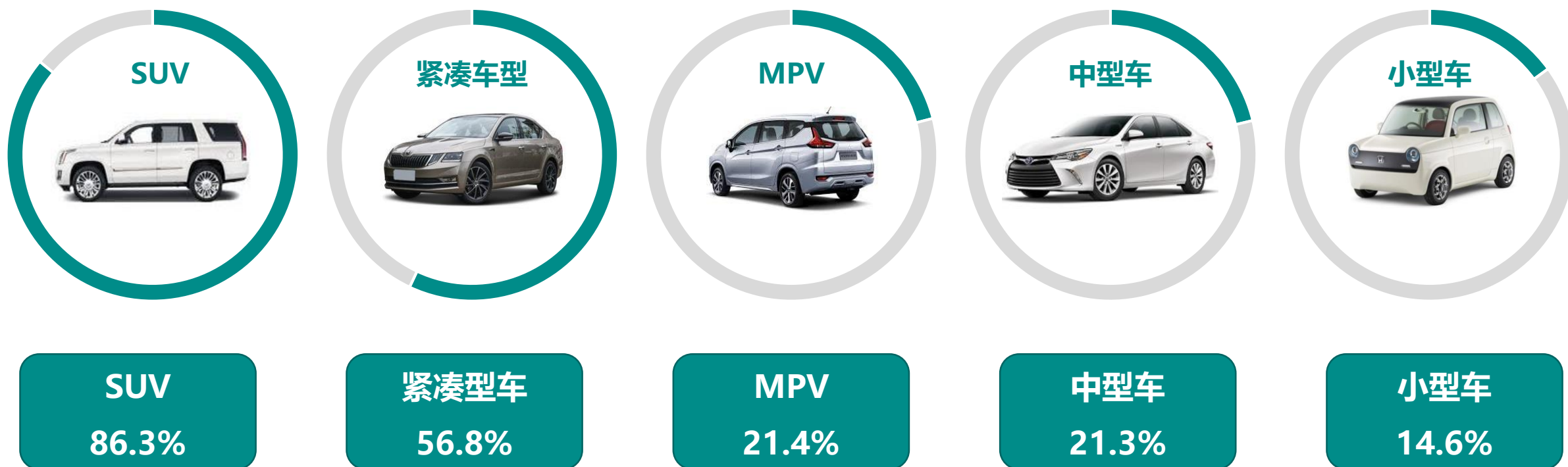
未来发展趋势分析



偏爱SUV与紧凑车型

SUV的偏爱度超过八成，紧凑型车也超过半数，其次是MPV和中型车

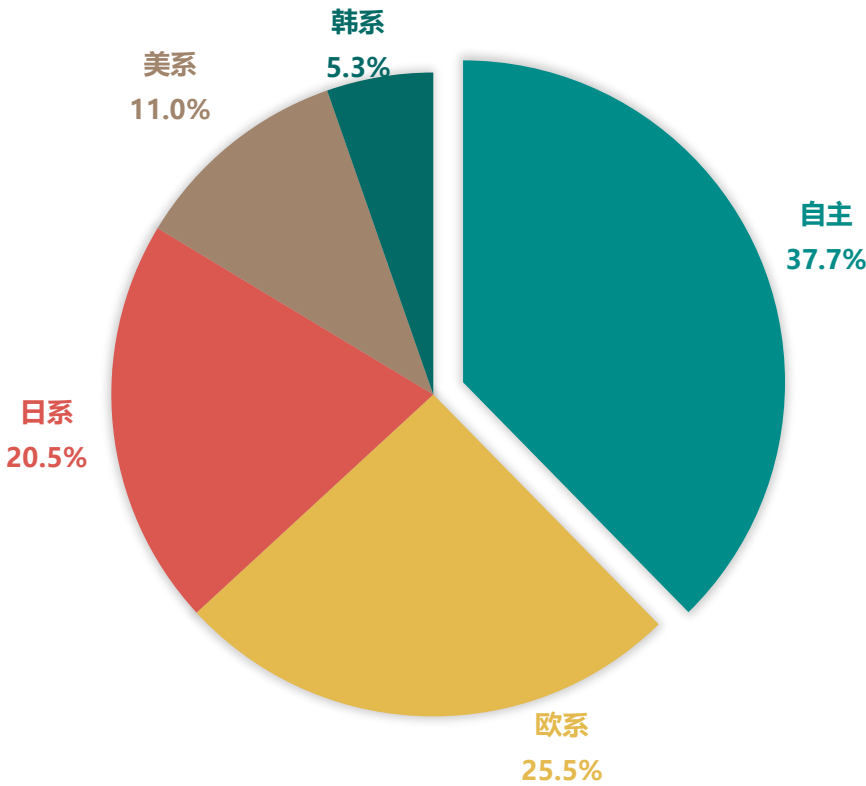
消费者不同车型偏好情况



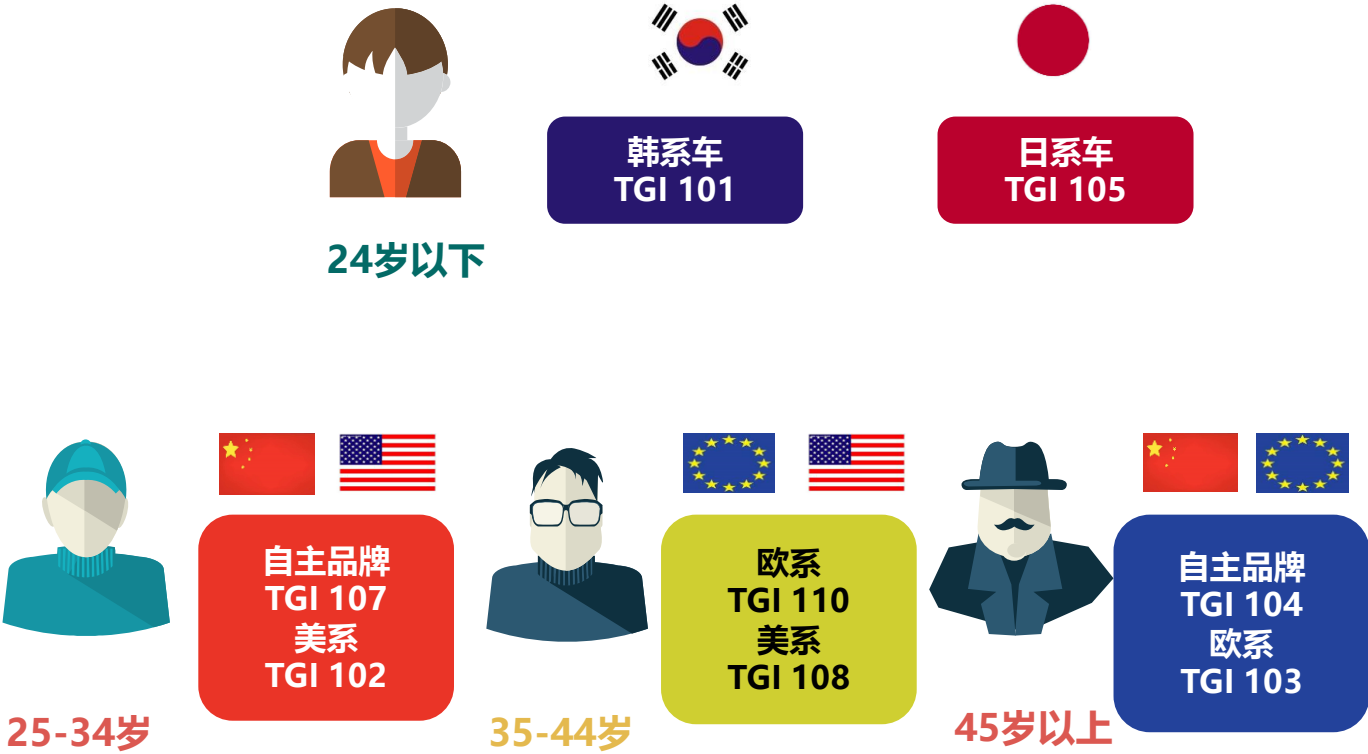
自主品牌与欧系车大热

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

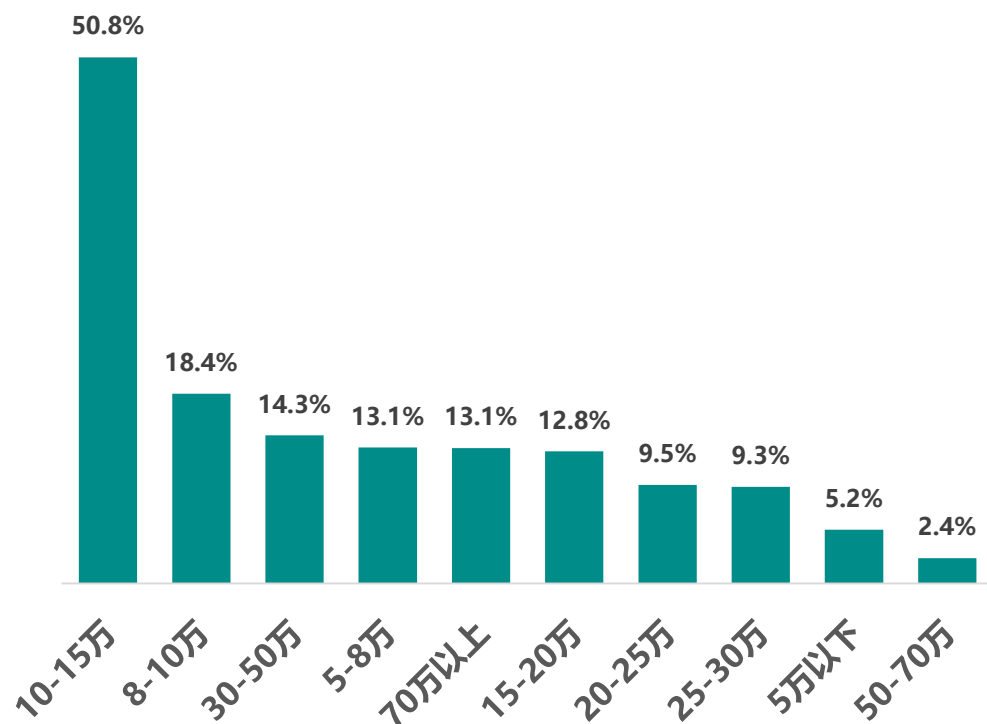


Source : MobData

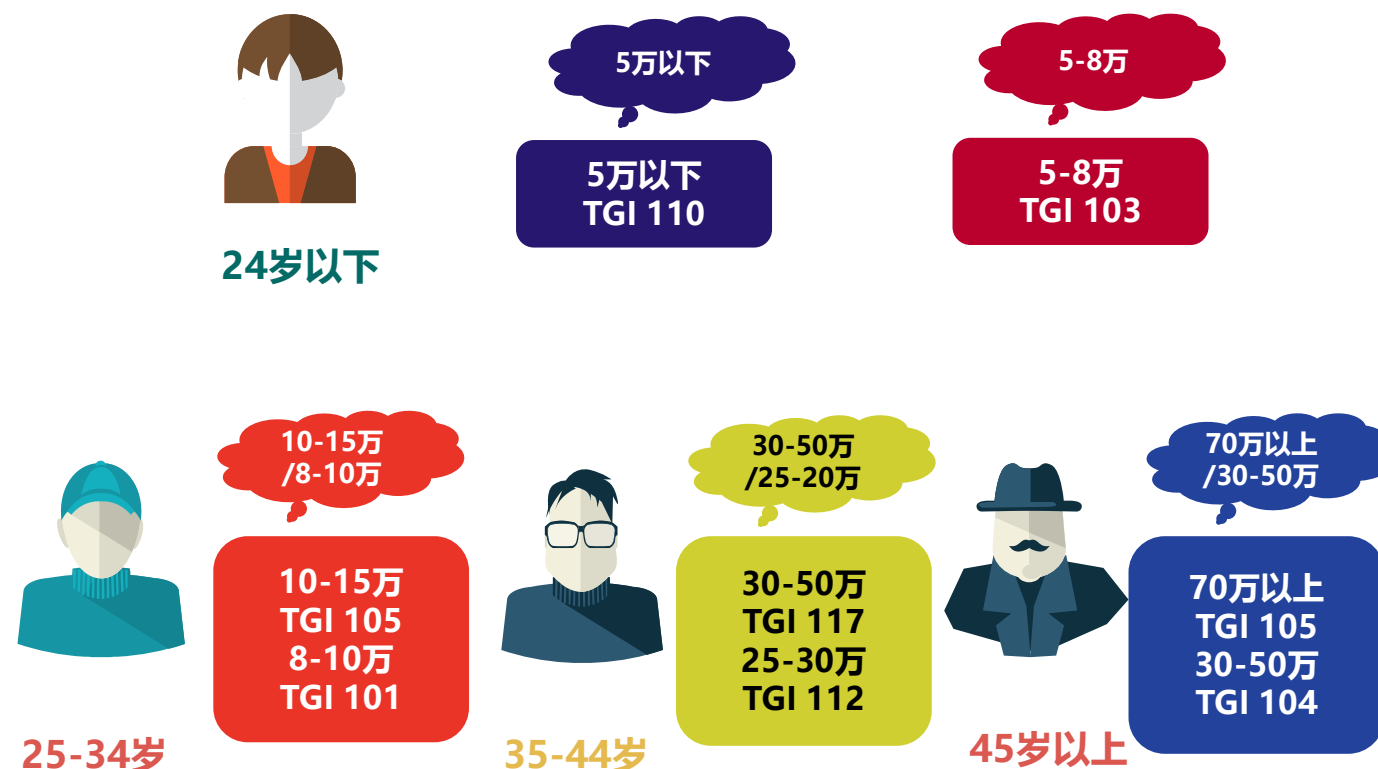
中低价位最受偏爱

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



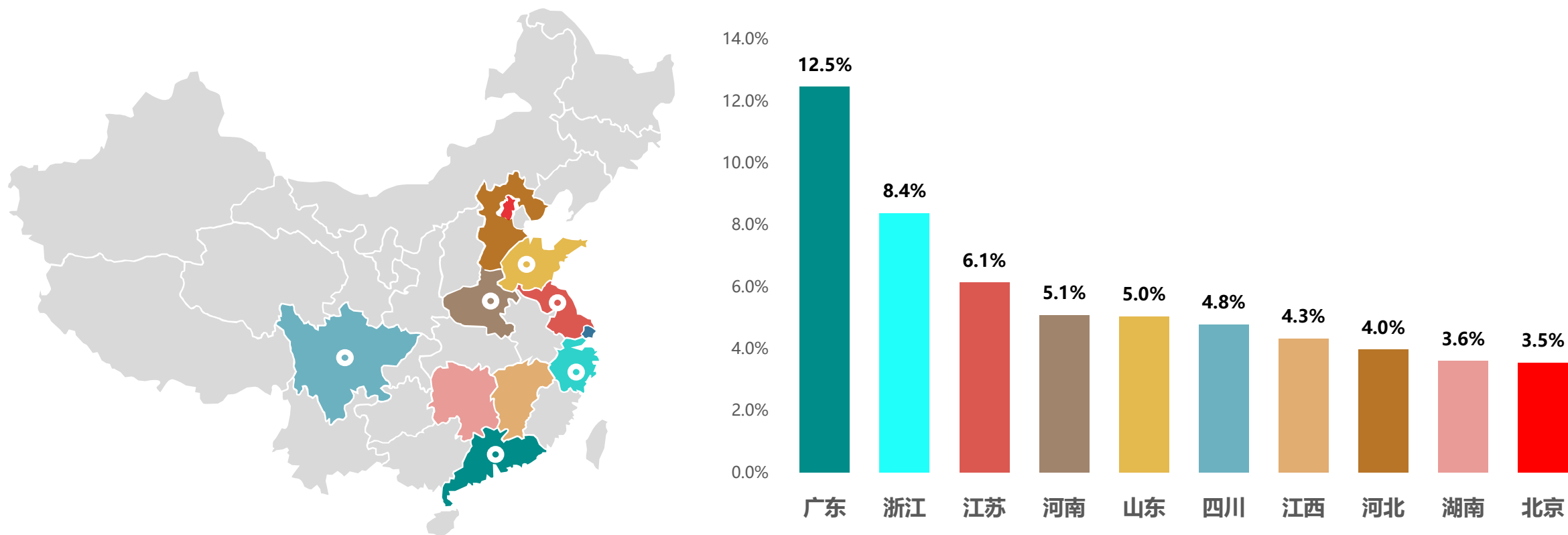
消费者不同年龄层车系价位情况TGI



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

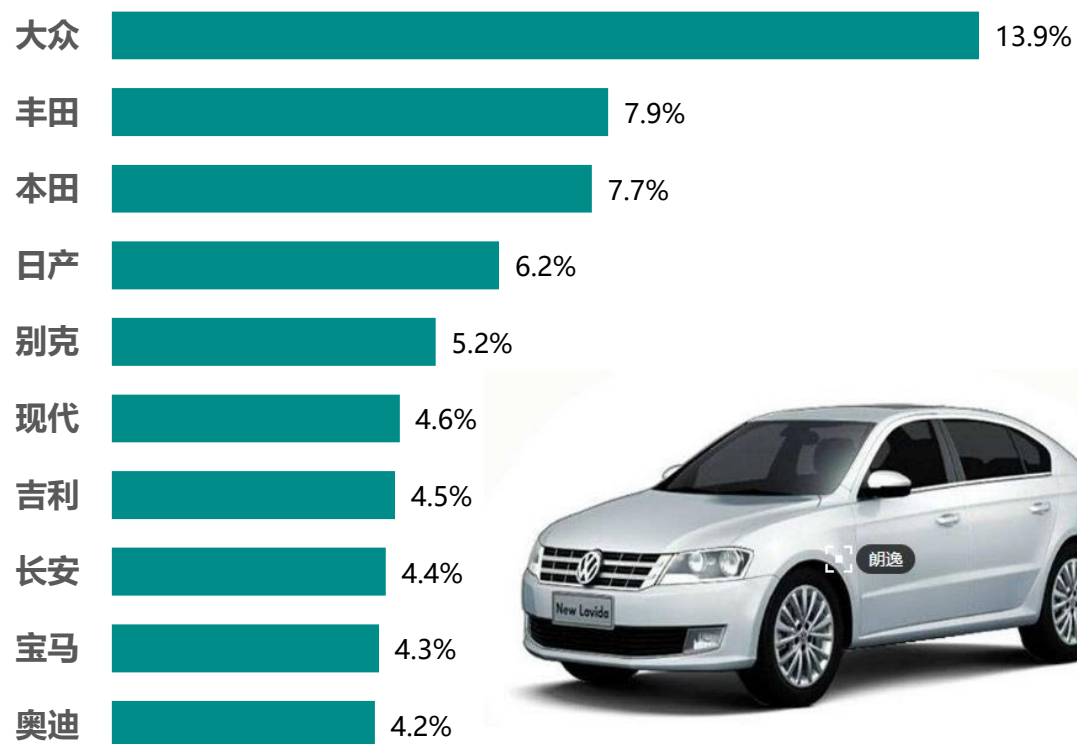
汽车消费者地域分布情况



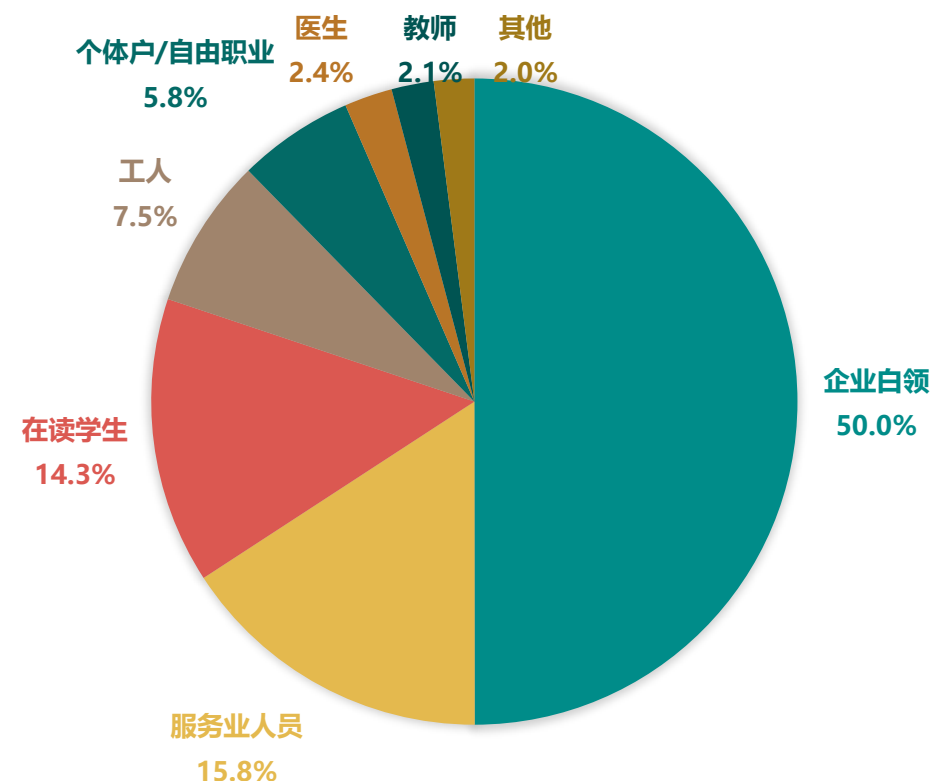
大众是多数人的心头好

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

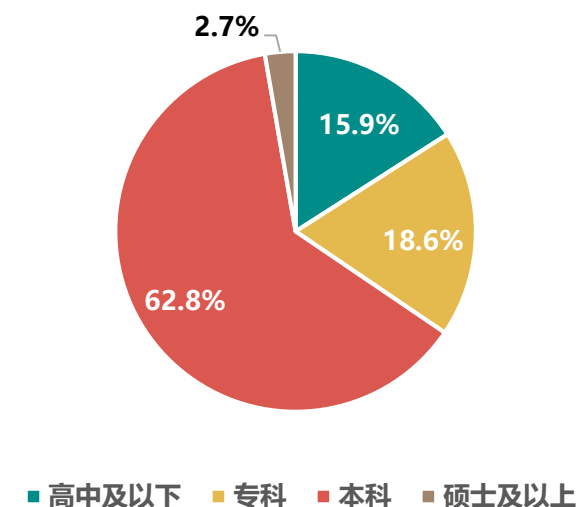
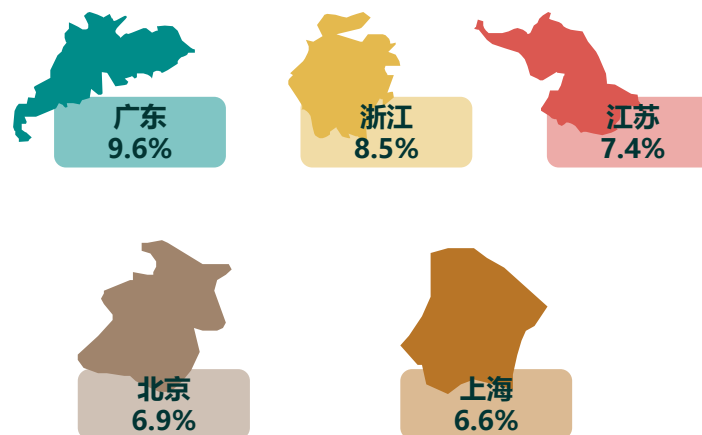
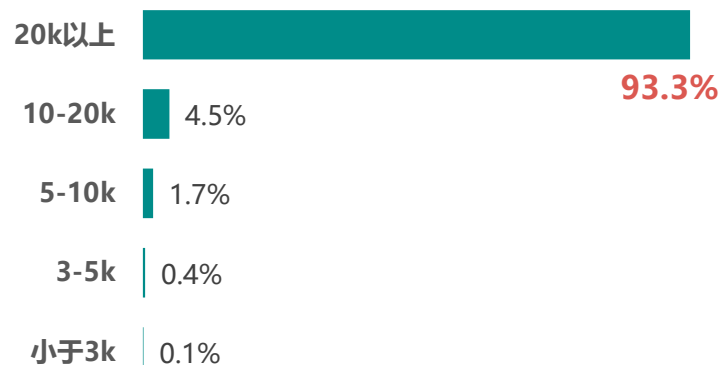
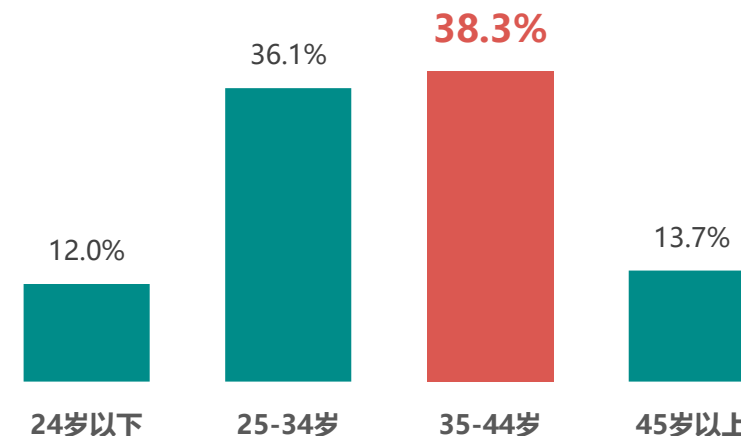
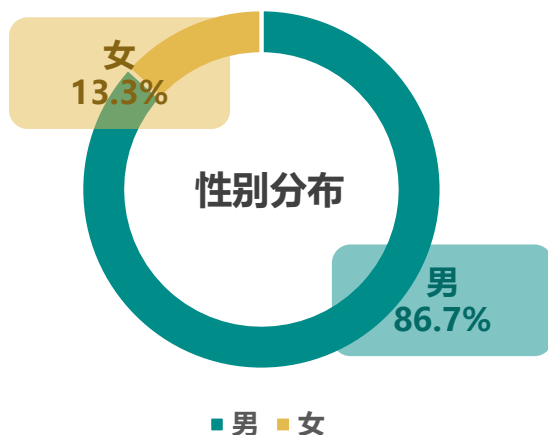


不同职业对大众车偏好情况



土豪的不二之选—路虎

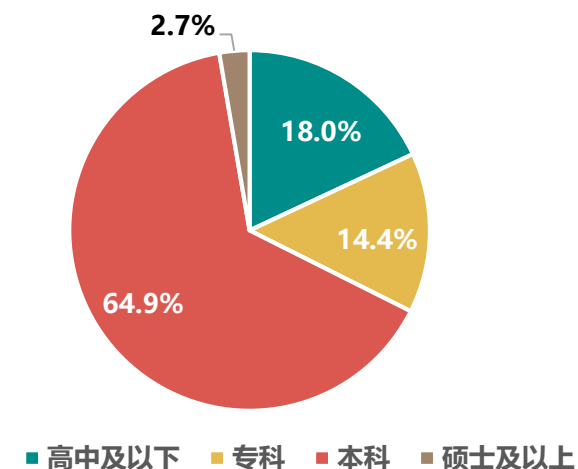
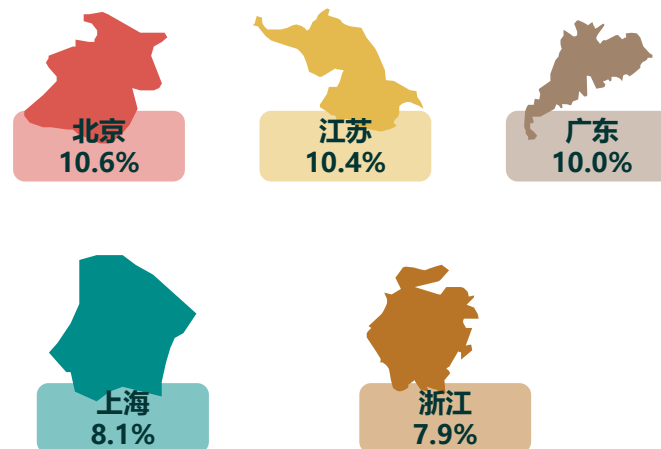
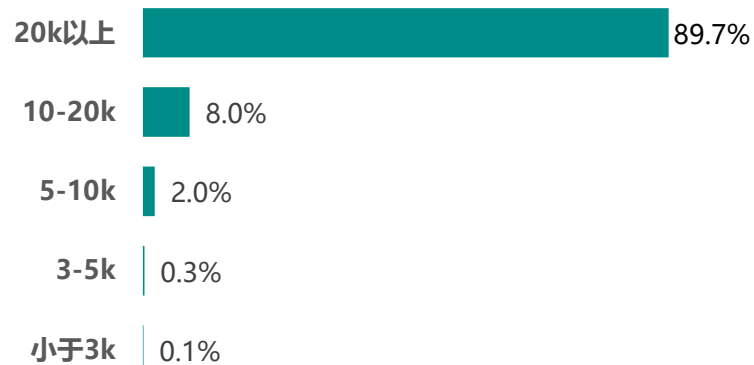
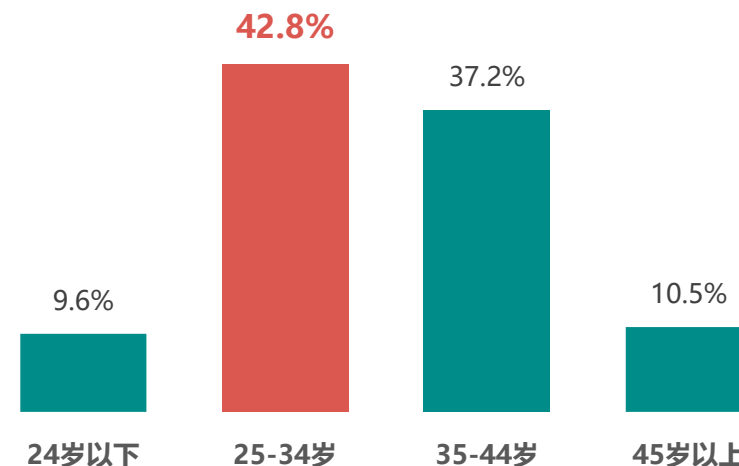
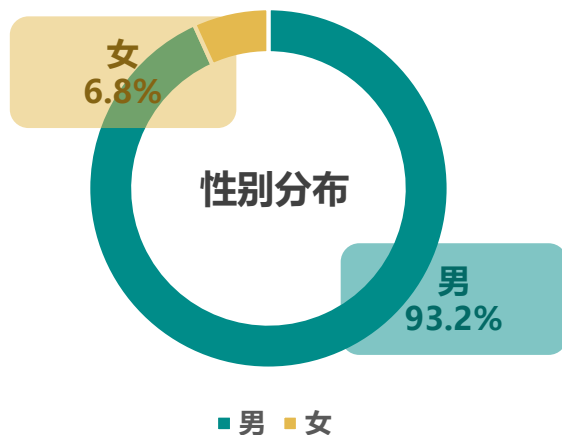
价格30多万起，用户集中在35-44岁，月收入基本都在20K以上，本科学历居多



Source : MobData

精英商务的最爱—奥迪

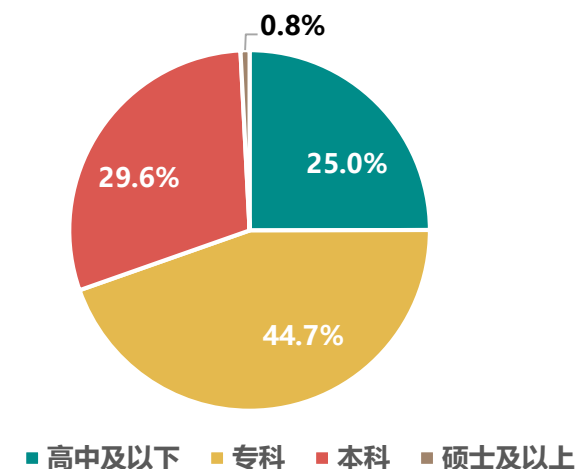
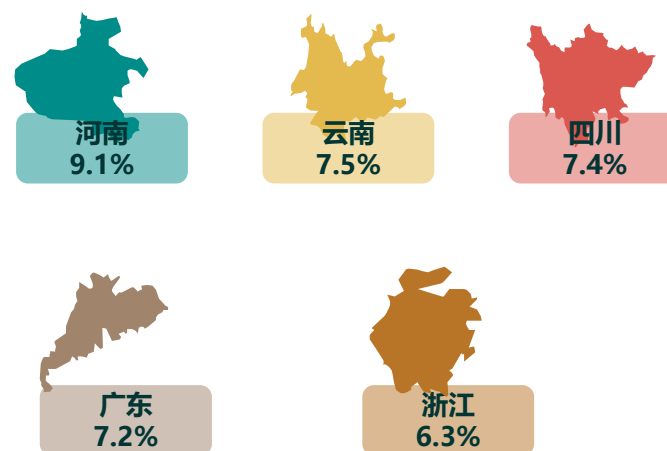
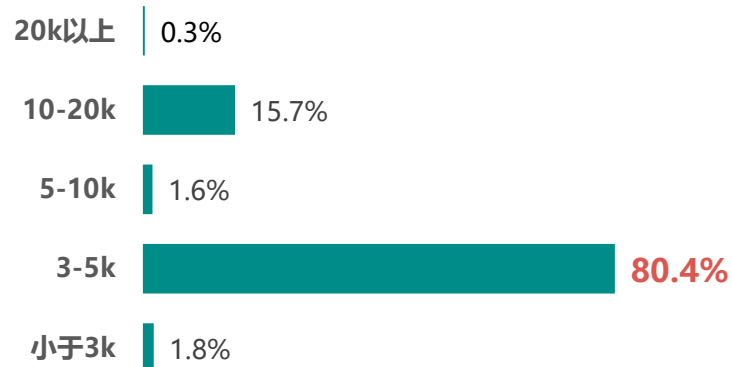
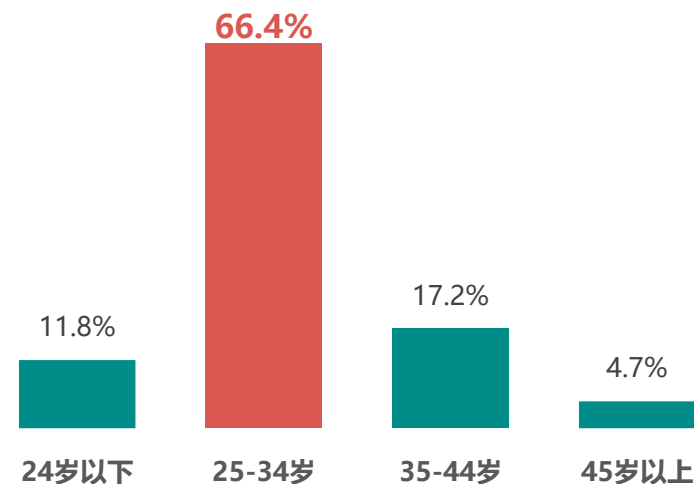
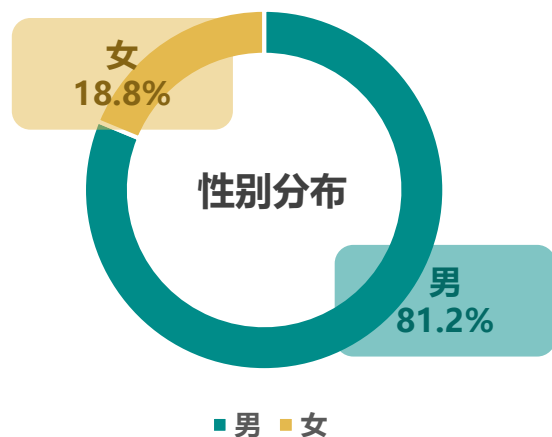
价格20多万起，主要来自25-44岁的男性，北京地区最多，其次是江苏和广东



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%



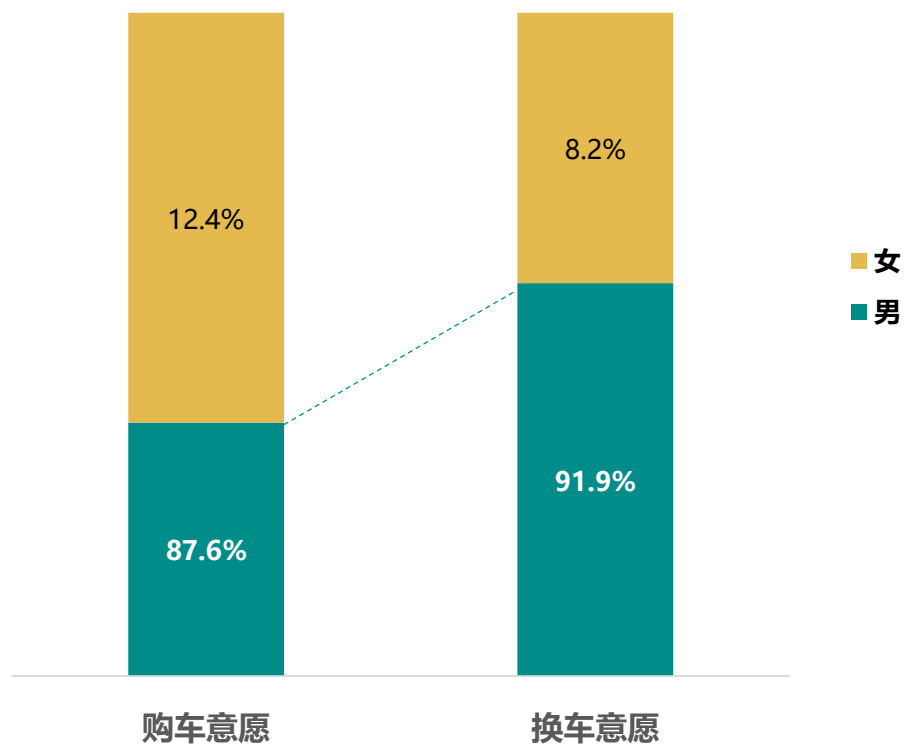
注：本报告中购车意愿人群指的是尚无车产，但有买车需求的人群，换车意愿人群指的是已有车产且有置换意愿的人群

Source：MobData

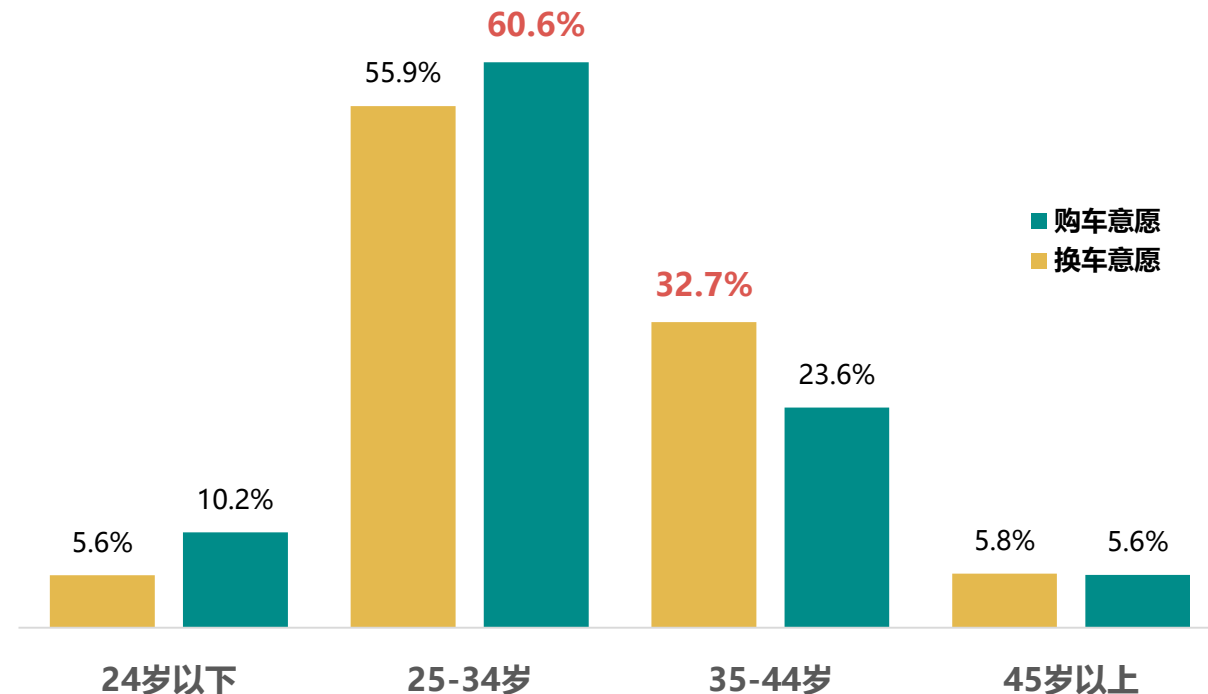
25-44岁，我的汽车我做主

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



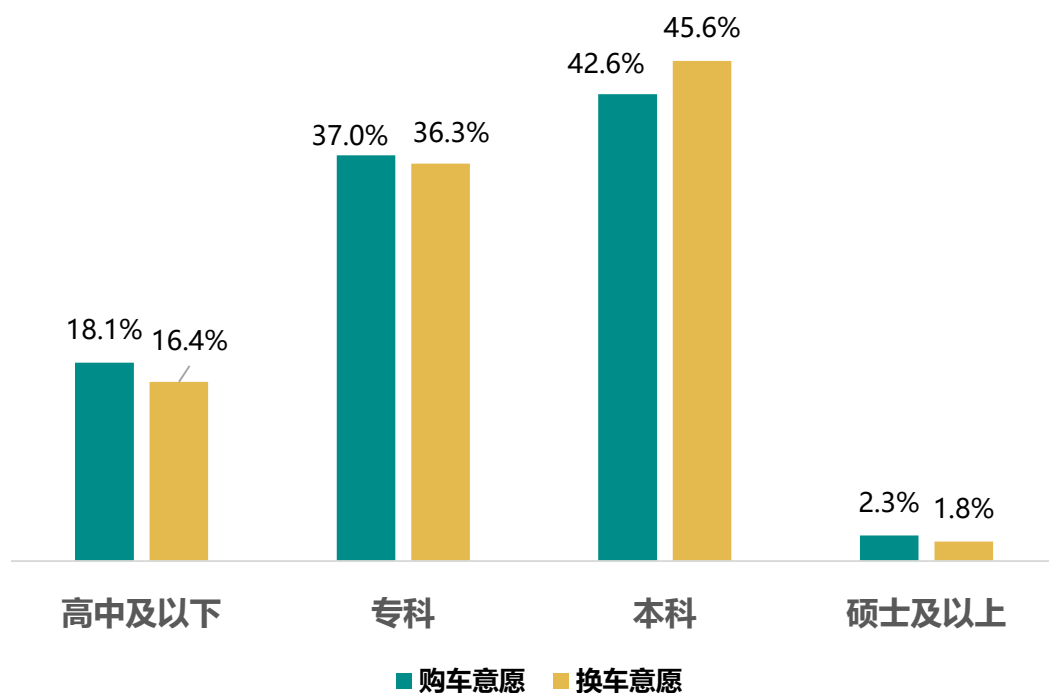
年龄分布对比情况



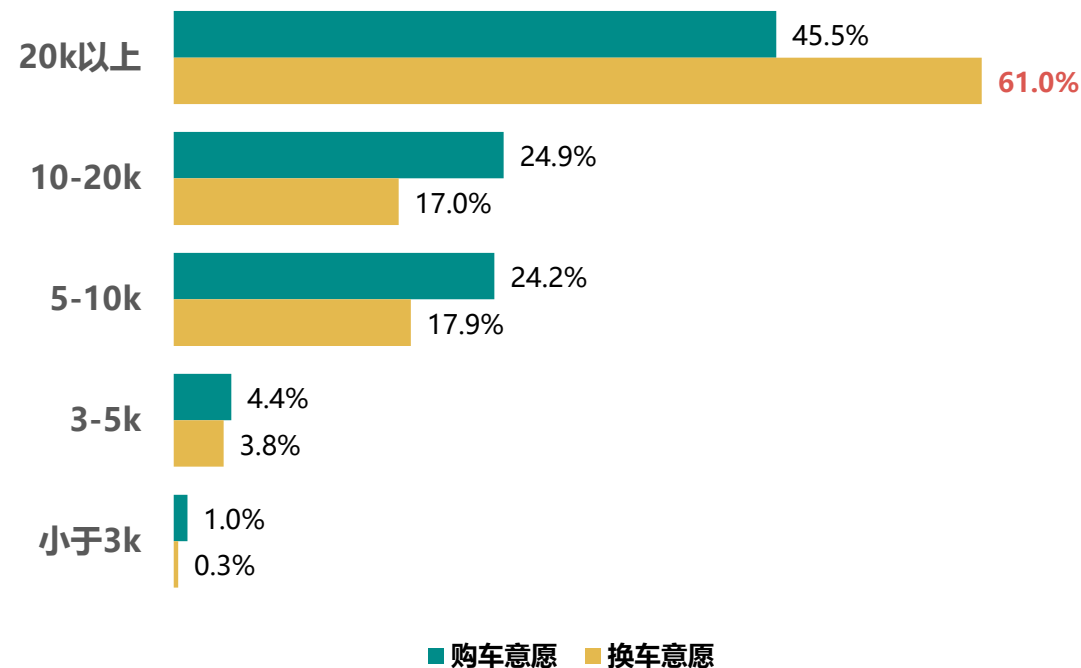
因为有money，所以任性

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



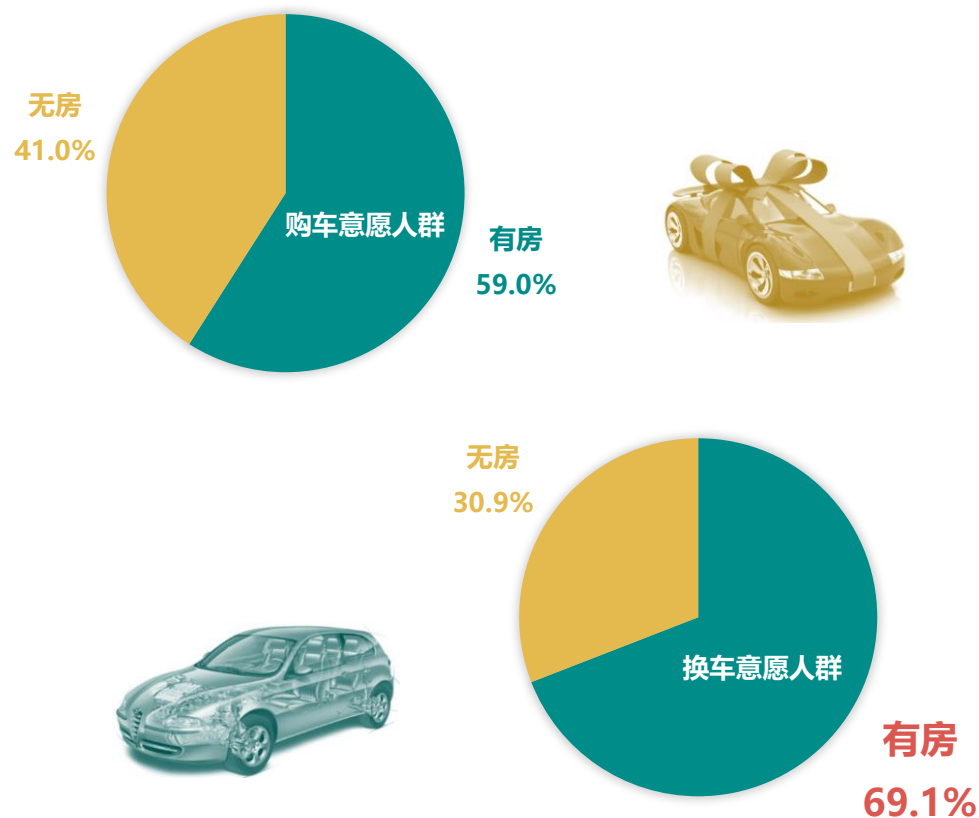
收入分布对比情况



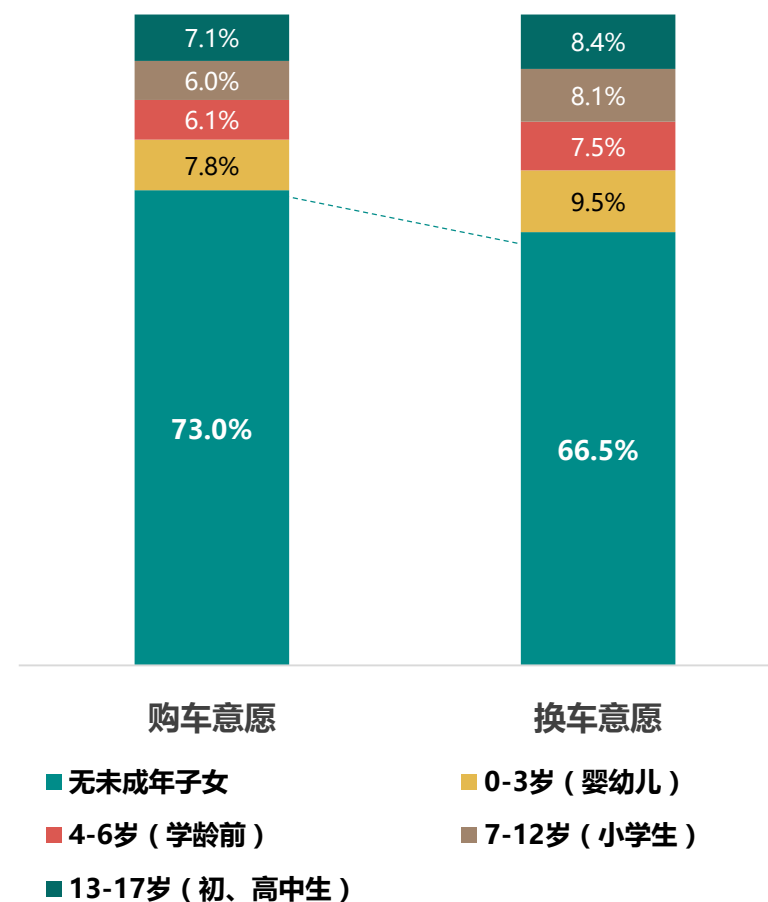
有房有娃，换车了解一下

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



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

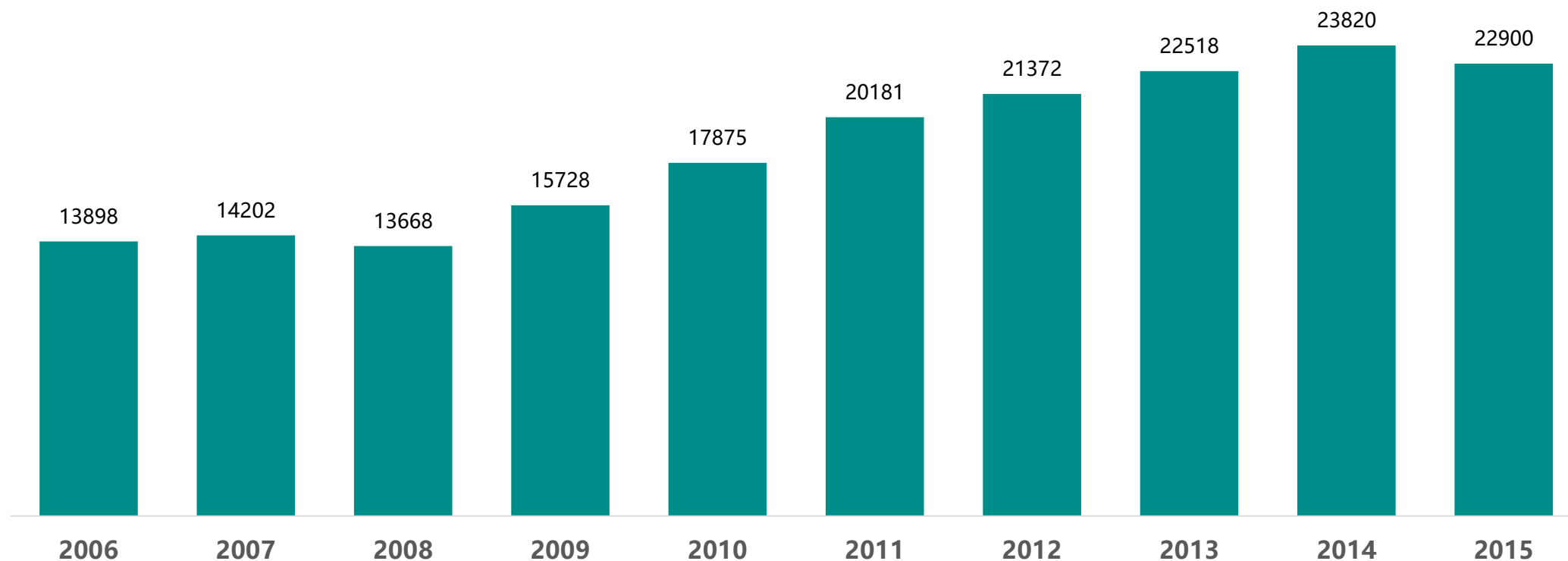
未来发展趋势分析



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



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



利星行汽车

2017年营业收入：801亿
2017年度销量：21万



庞大集团
PD GROUP

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



2017年营业收入：516亿
2017年度销量：27万



国机汽车

2017年营业收入：502亿
2017年度销量：16万



大昌行汽车

2017年营业收入：422亿
2017年度销量：12万



元通汽车

2017年营业收入：387亿
2017年度销量：24万



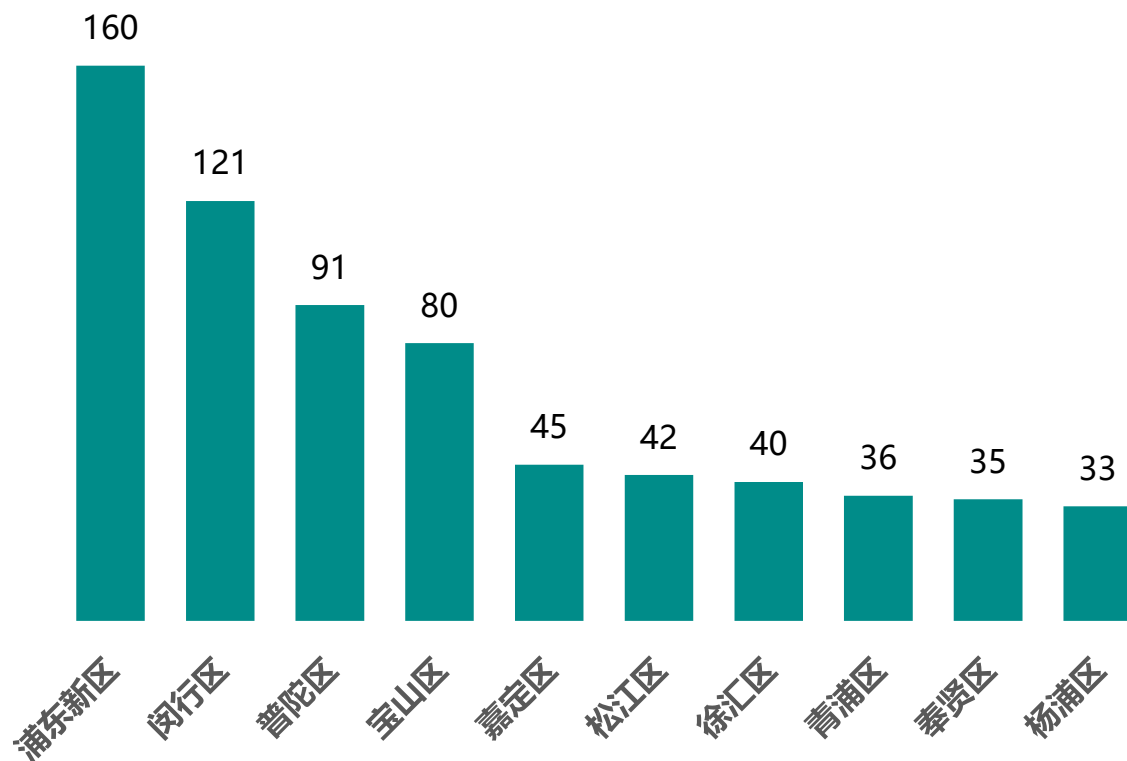
万帮金之星
WANBANGJINZHIXING

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



Source：车主之家

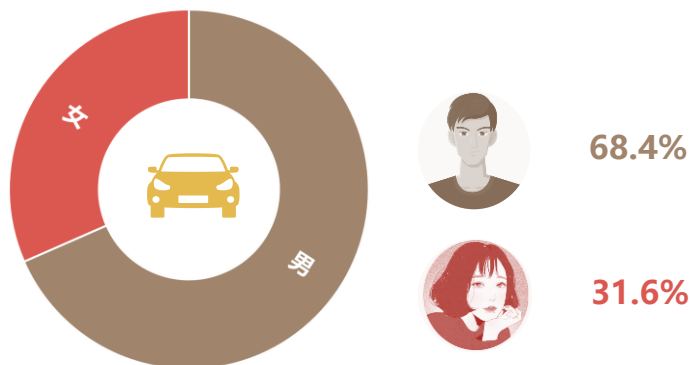
上海大众4S店地区分布情况



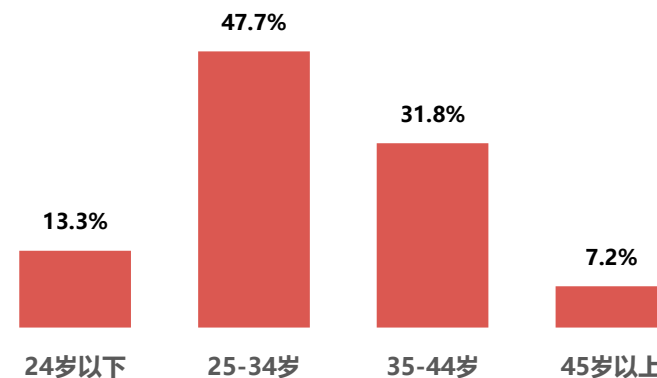
上海4S店客流用户画像



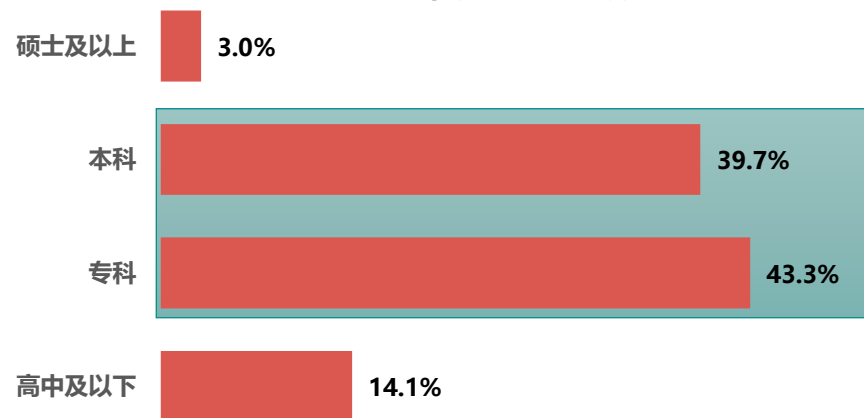
性别占比—男性为主，女性比例不容小觑



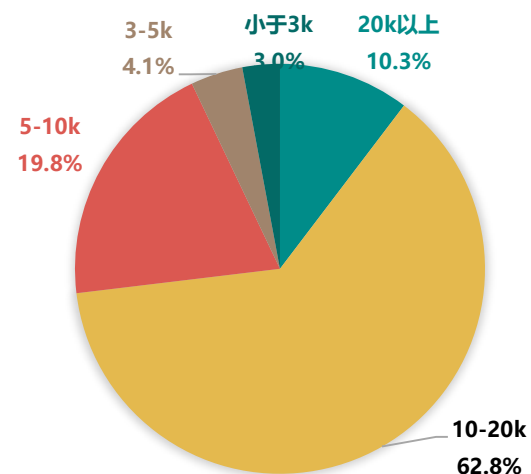
年龄占比—25-44岁接近八成，90后买车群体崛起



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%

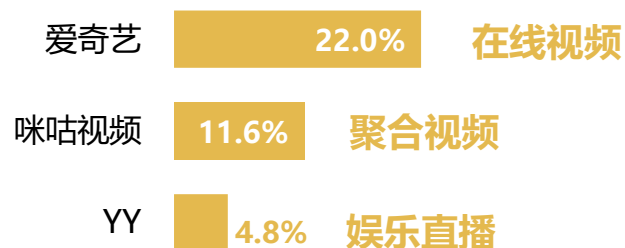


上海4S店客流媒介偏好

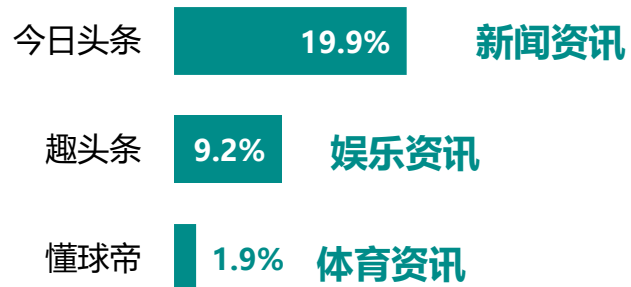


线下客流用户最依赖的休闲生活类App

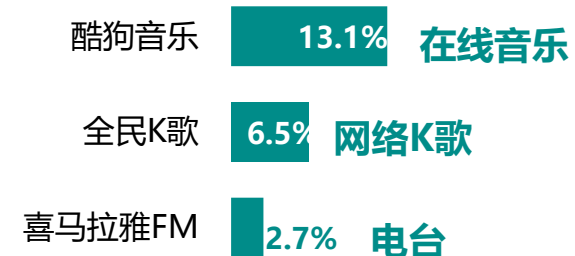
视频服务



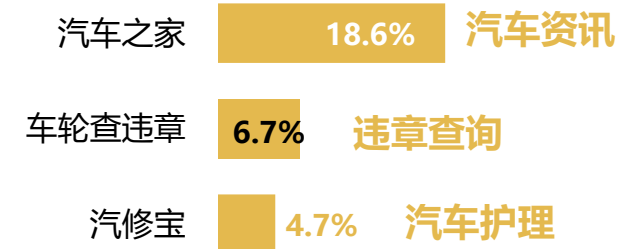
新闻资讯



音频服务

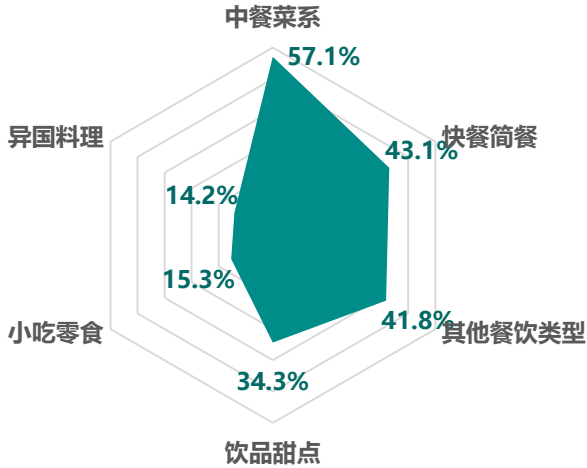


汽车服务

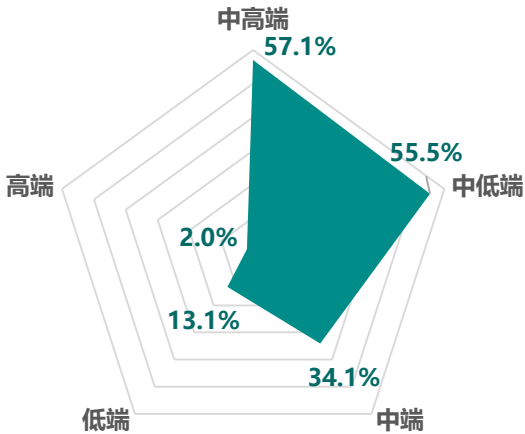


上海4S店客流餐饮偏好

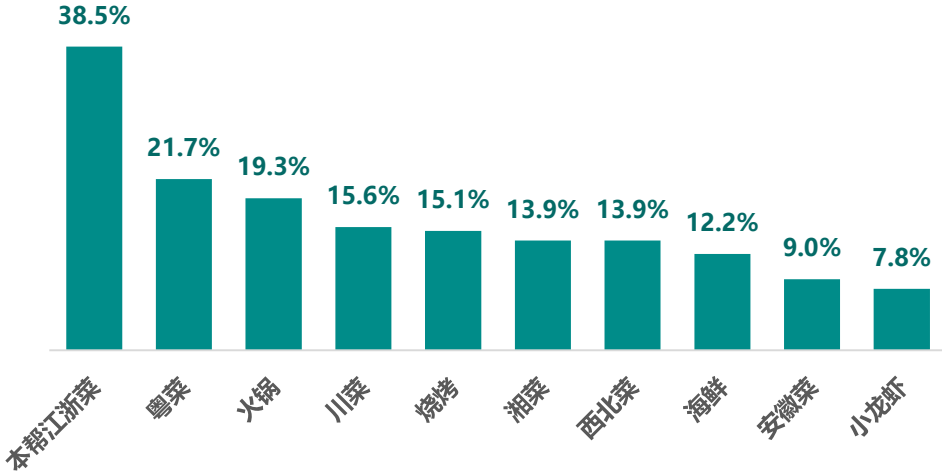
菜系偏好—偏爱中餐菜系



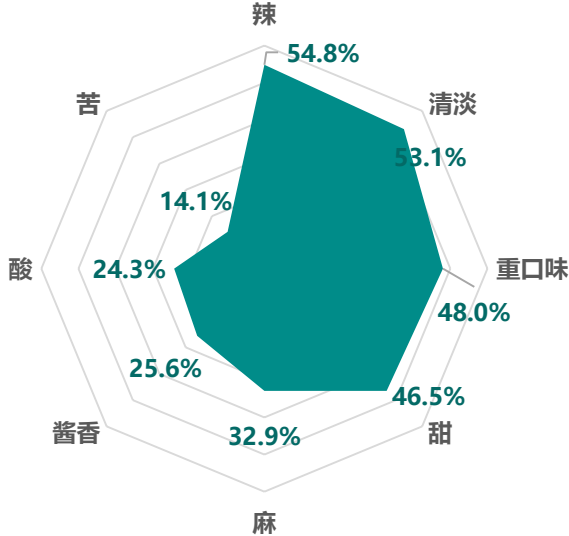
价格偏好—以中端价格为主



中餐分类偏好—热爱本帮菜和粤菜



口味偏好—喜欢重口居多



Source : MobData商业地理产品

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

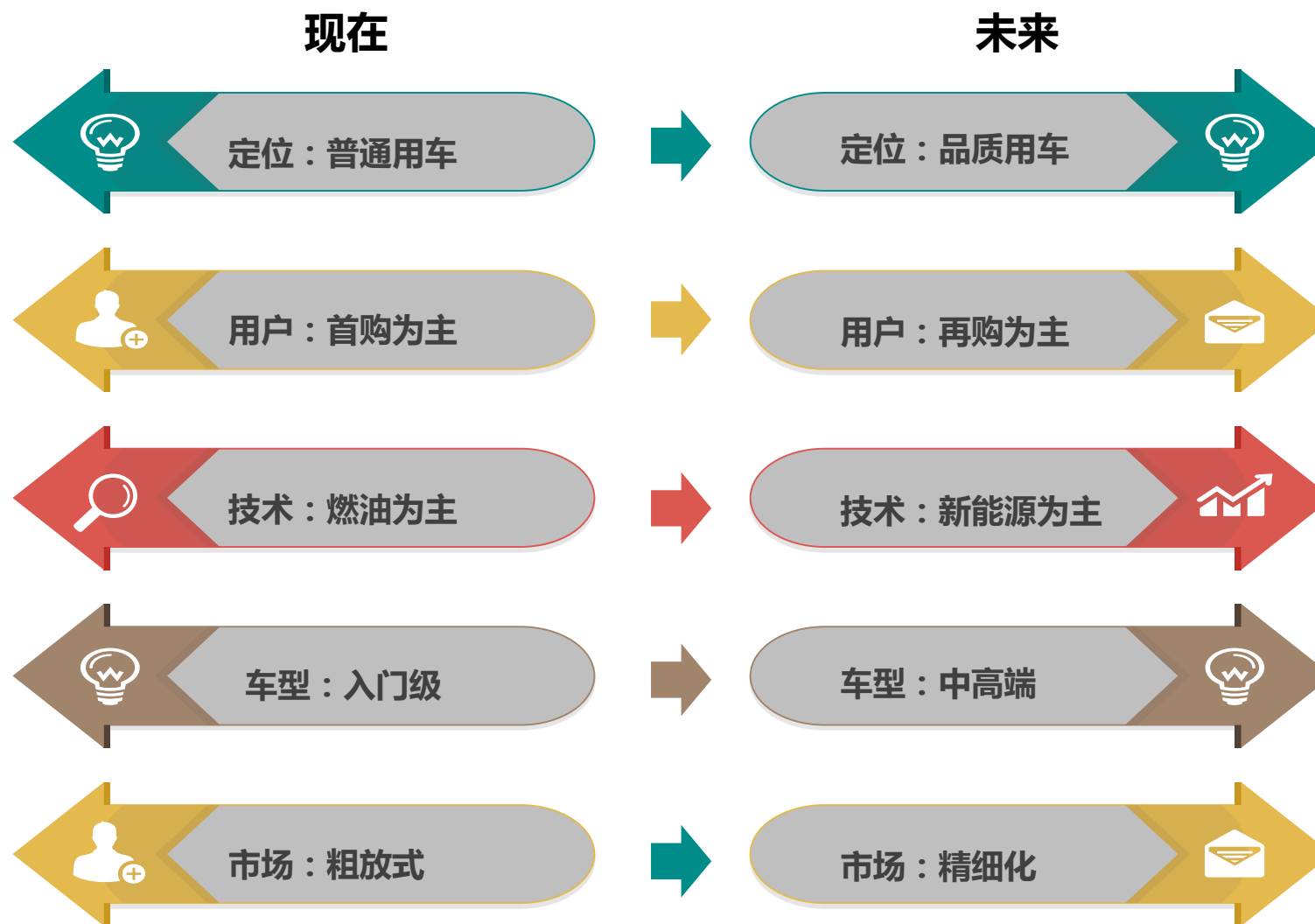
05

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



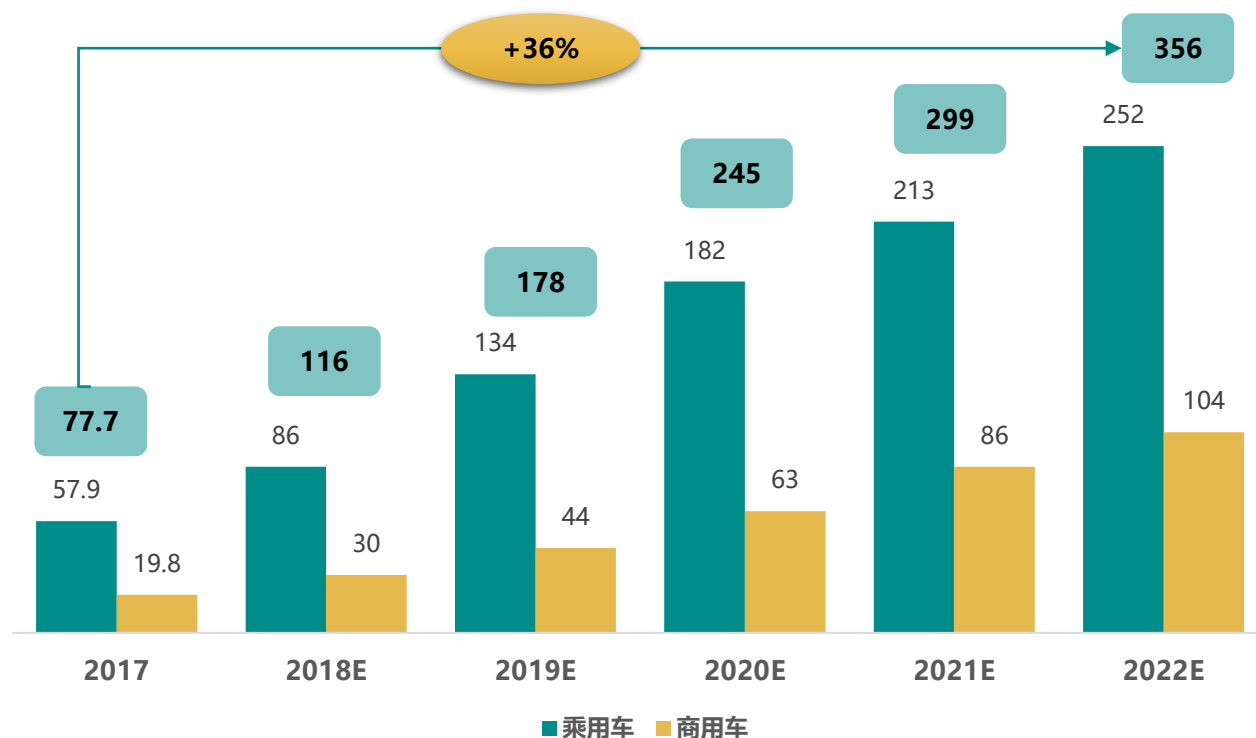
新能源汽车销量将高速增长

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

