



Winter is coming

# 2018-2019中国汽车市场 研究报告

MobData、汪氏整合、蓬景数字  
联合发布




MobData研究院



—— 蜜蜂学堂 ——

你的需求都可以找她

超级助教 



识别二维码添加Eva助教哦



# 目录 Contents

---

## 1、2018年汽车市场整体情况

凛冬已至，春必不远

## 2、2018年汽车用户偏好与画像分析

## 3、2018年不同品牌汽车分析

## 4、汽车行业未来发展趋势

# 2018年汽车市场整体情况分析

## 市场增长幅度逐渐放缓，2018年负增长情况几成定局



MobData  
研究院

WIN'S

汪氏整合营销传播集团  
WIN'S INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION GROUP



蓬景数字  
POWERWIN DIGITAL TECHNOLOGY



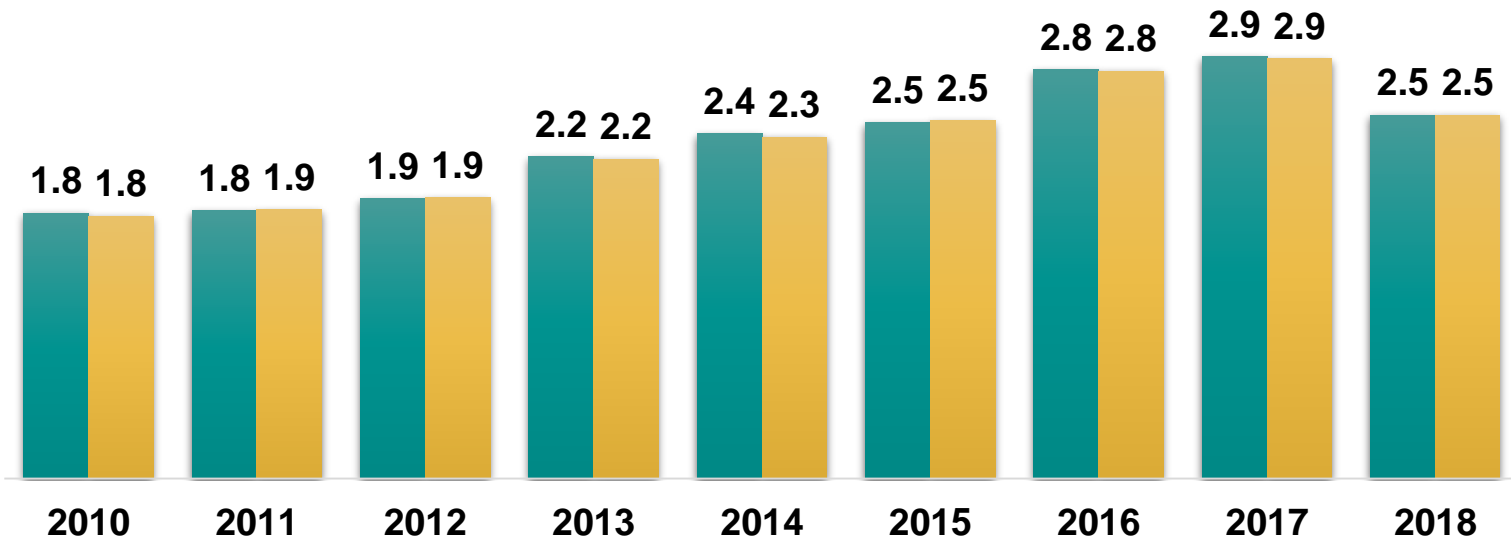
MobData  
研究院

### 2010-2018年中国汽车产销规模

■ 汽车产量

■ 汽车销量

单位：千万辆

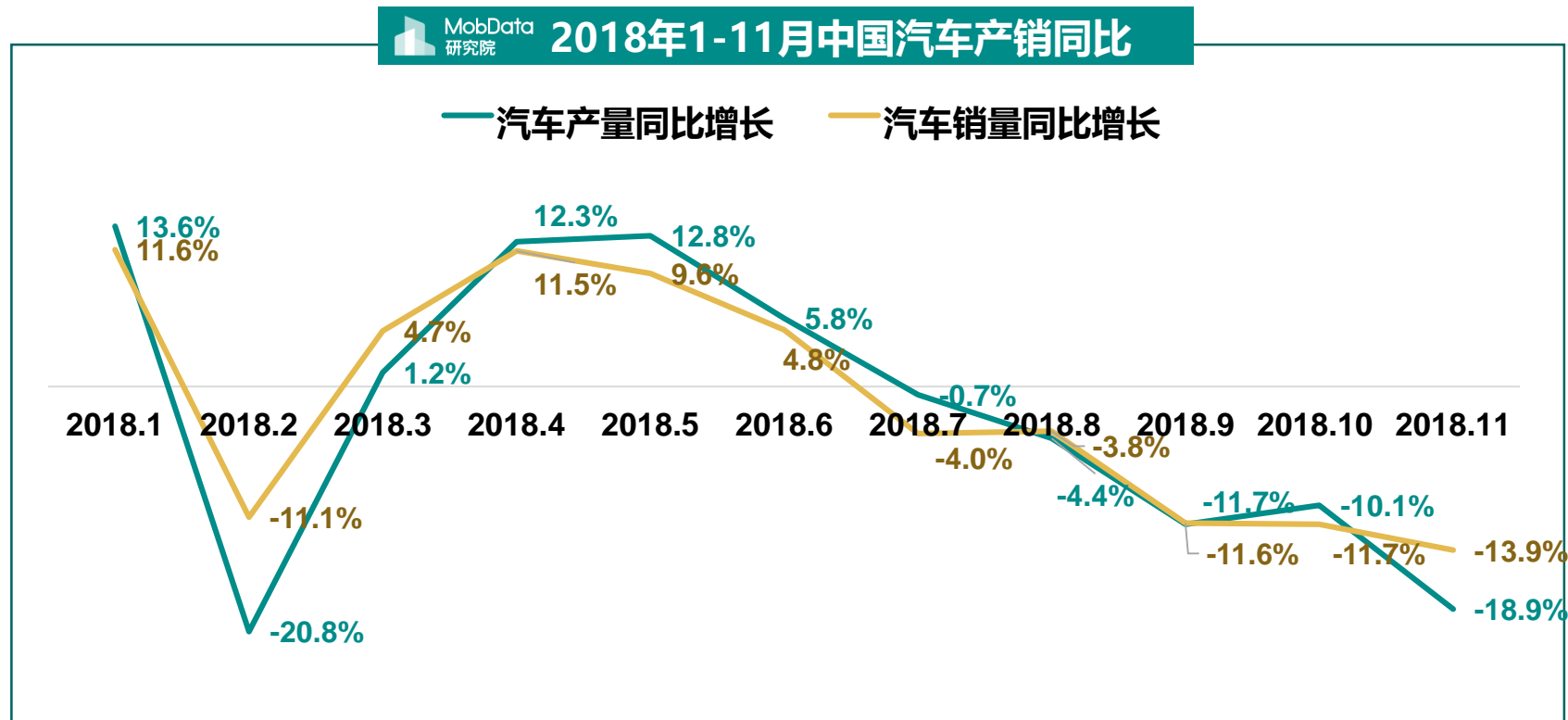


注：2018年截止至11月

Source：中国汽车工业协会、MobData研究院

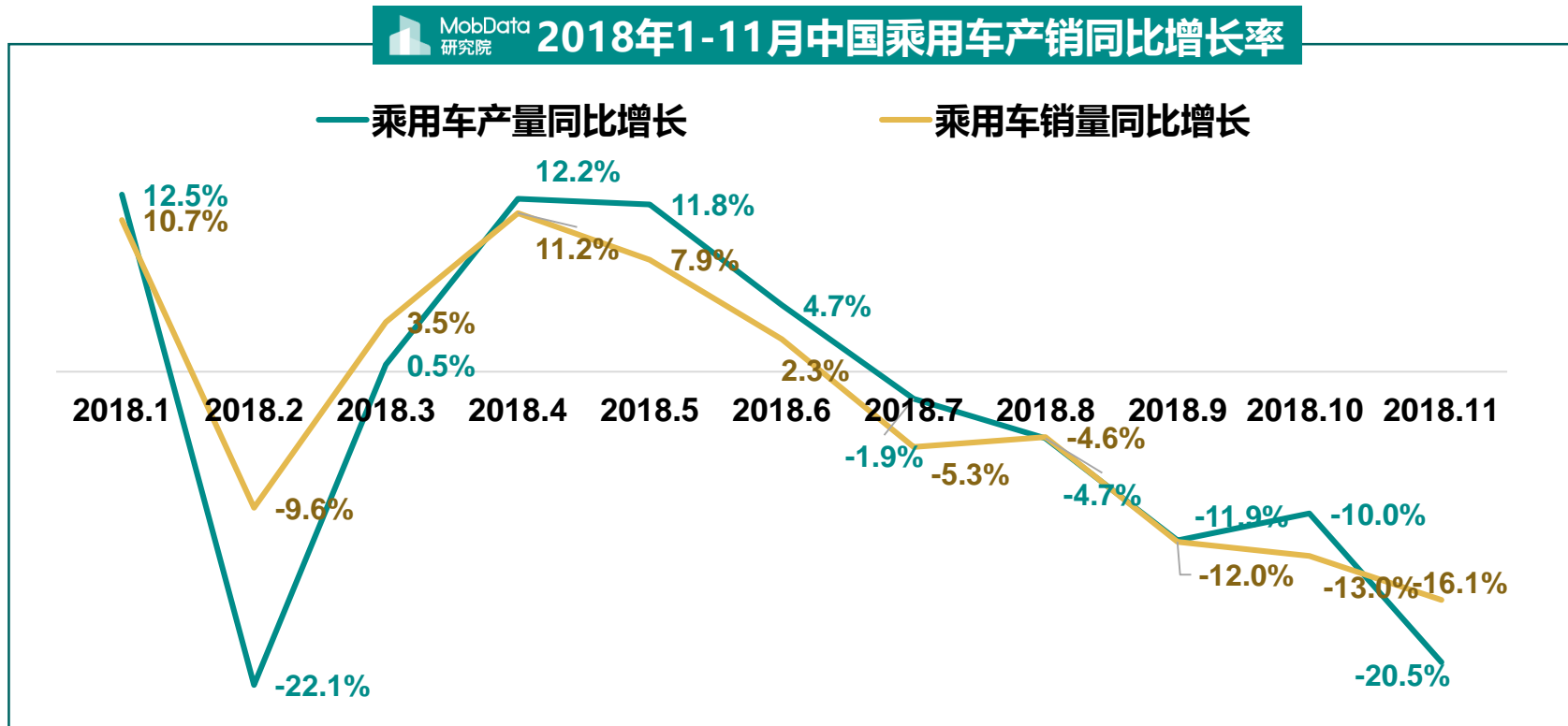
# 2018年汽车市场情况

## 1-11月，汽车产销同比呈下降趋势，汽车销量降幅11月有所扩大



# 2018年乘用车市场情况

乘用车领域降幅明显，成为整体汽车市场下行的“罪魁祸首”



# 2018年乘用车市场情况



MobData  
研究院

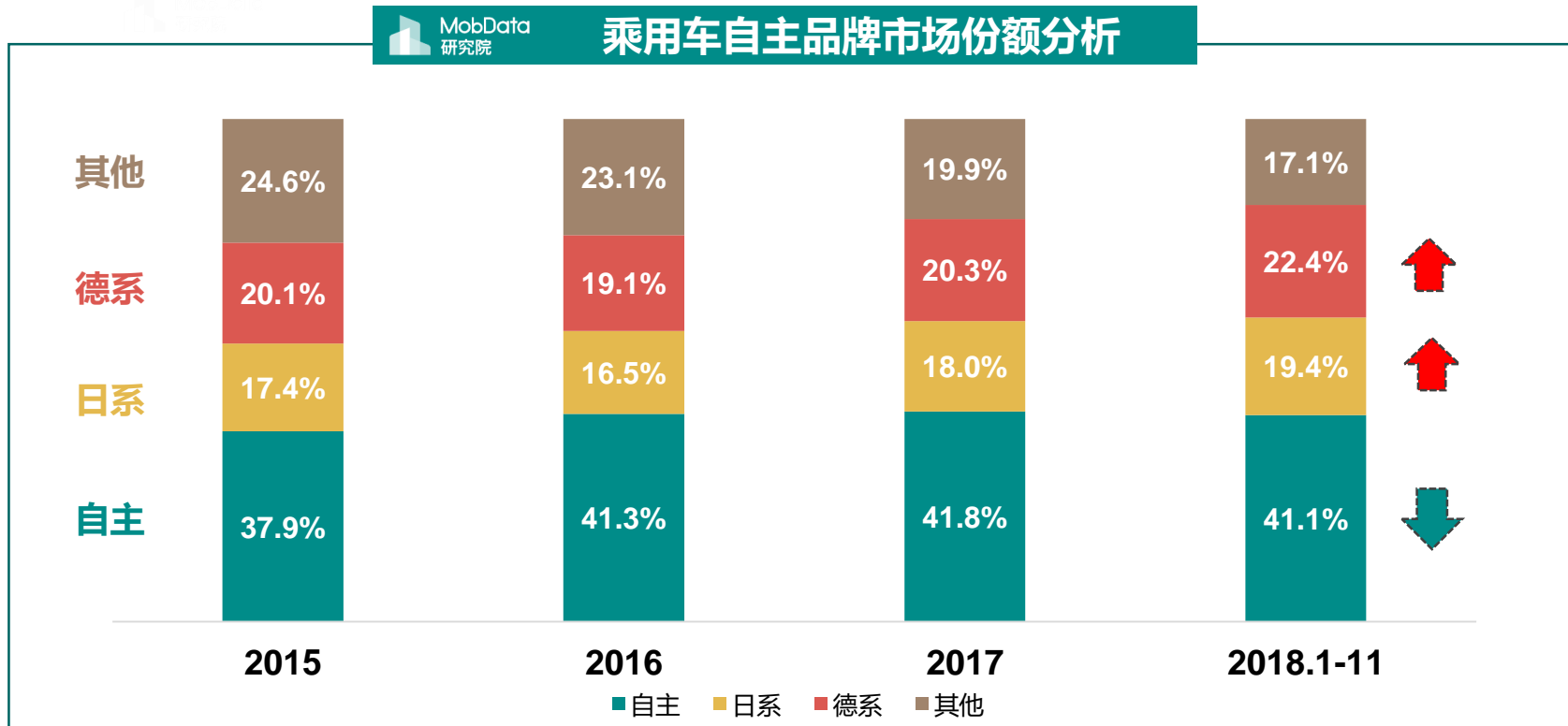
WIN'S

汪氏整合营销传播集团  
WANG'S INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION GROUP



蓬景数字  
POWER WINE DIGITAL TECHNOLOGY

## 日系、德系产品结构下移，集中推出紧凑车型，挤压自主品牌市场份额



# 2018年乘用车市场下行洞察

各种因素叠加导致整体车市在2018年遭遇寒冬，其中国六政策影响较大



01

1.6L以下排量汽车  
购置税减半政策



02

部分地区限制购车



03

二手车认可度提升  
市场增速快



04

国六政策影响较大



05

其他因素

□ 1.6L以下排量汽车购置税减半的政策优惠，某种程度上提前透支了18年购车量

□ 目前全国已经有9个地方实行了机动车限购政策，对汽车市场无疑是沉重打击

□ 2018年我国二手车市场交易量突破了一千万大关，必然会影响到新车市场的销售成绩

□ 市场上在售的很多车型，排放标准都只是符合国四和国五排放标准

□ 整体外部大环境、中美贸易战、股市楼市遇冷、共享出行以及公共交通便利等各种因素



# 寒冬中的“一枝独秀”——新能源汽车

新能源汽车在2018年表现亮眼，产销量同比增幅明显



2018年1-11月

产量

销量

我国新能源汽车

105.35万辆  
▲ 63.63%

102.98万辆  
▲ 68.0%

其中

纯电动汽车

80.66万辆  
▲ 50.30%

79.09万辆  
▲ 55.66%

插电式混合动力  
汽车

24.66万辆  
▲ 130.27%

23.86万辆  
▲ 127.58%

# 寒冬中的“一枝独秀”——新能源汽车

短期来看，2018年国补政策仍然是市场最大推动力


MobData  
研究院

## 新能源乘用车补贴标准

类型	续航里程 (km)	2017年国补 (万元)	2018年国补 (万元)	涨跌幅度
BEV (纯电动车)	$100 \leq R < 150$	2	0	-100%
	$150 \leq R < 200$	3.6	1.5	-58.3%
	$200 \leq R < 250$		2.4	-33.3%
	$250 \leq R < 300$	4.4	3.4	-22.7%
	$300 \leq R < 400$		4.5	+2.3%
	$R \geq 400$		5	+13.6%
PHEV (插电式混合动力汽车)	--	2.4	2.2	-8.3%


MobData  
研究院

## 2018补贴政策分析



**补贴方案削低补高：**明确鼓励高能量密度、低能耗车型应用，将补贴资金显著倾斜于更高技术水平的车型，而且维持对燃料电池的补贴额度不变



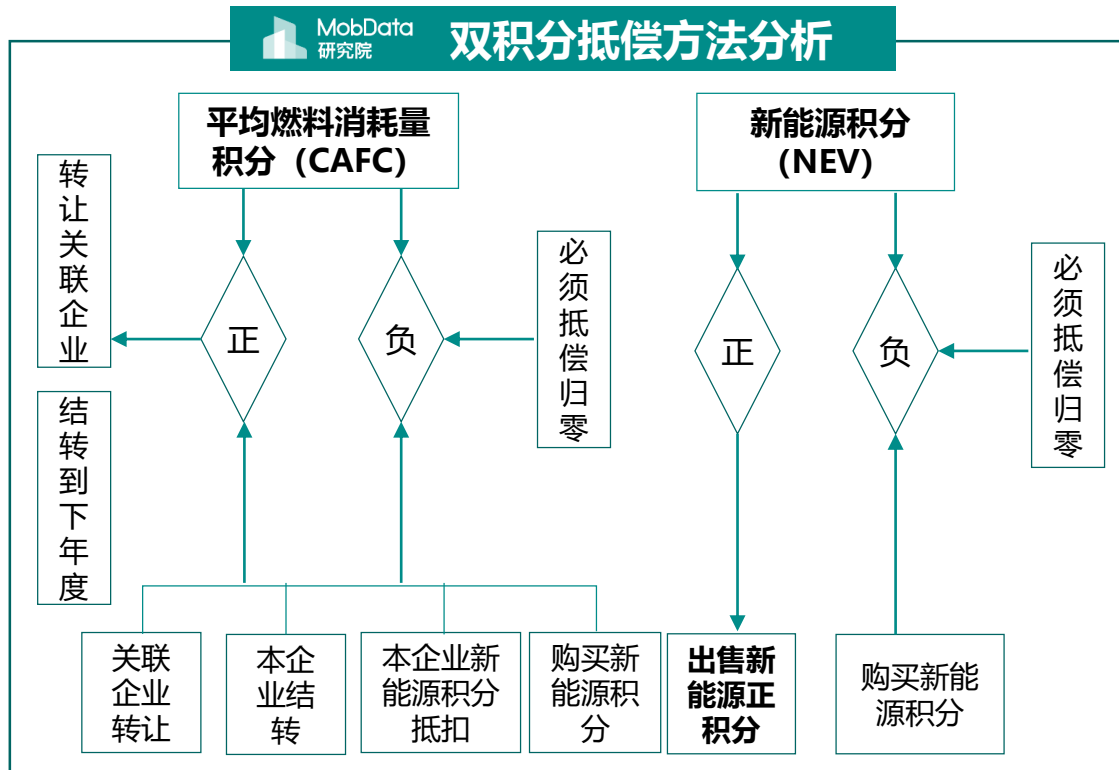
**细化中段标准：**补贴由三档调整为五档，对于续航在150-300km之间的车型补贴都出现了不同程度的降幅



**提高顶端补贴：**对于续航超过300km的车型，补贴提升，未来这部分车型发展潜力巨大，同时取消对续航里程150km以下车型的补贴

# 寒冬中的“一枝独秀”——新能源汽车

长期来看，由单纯政策驱动逐步向市场化发展转变



# 2018成拐点，2019汽车市场将进入淘汰赛

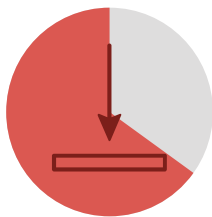
面对2018年的车市寒冬，各家车企亟需思考和判断以下问题



本轮拐点是否是  
超级周期的拐点？

MobData分析师认为，很长一段时间，我们将面对的只是**中小周期**的波动，情况尚不会很严重，无需过度担心；基本面应该不存在较长时间大幅滑落的情况

下跌到什么时候  
是见底信号？



到什么程度才见底？反转信号是什么？从2018汽车销售数据来看，什么时候乘用车销量反弹成为关键，何时能够反转？资本玩家的经验通常是**赌政策底**



何时市场会升温？

MobData分析师认为，从乘用车2018年销量趋势来看，尽管今年“金九银十”未出现，同比跌幅较惨，但环比来看有逐步增长趋势，**明年**有相当的概率能够看到市场企稳

告别高增长，精准营销  
成关键



购置税减半实际上是透支了2018年的消费能力，可持续性上是有折扣的，除了进一步在技术和工艺上下功夫，了解和洞察消费需求，做到**精准营销**是各家车企的着力点



# 目录 Contents

---

1、2018年汽车市场整体情况

2、2018年汽车用户偏好与画像分析

购车一族vs换车一族

3、2018年不同品牌汽车用户画像分析

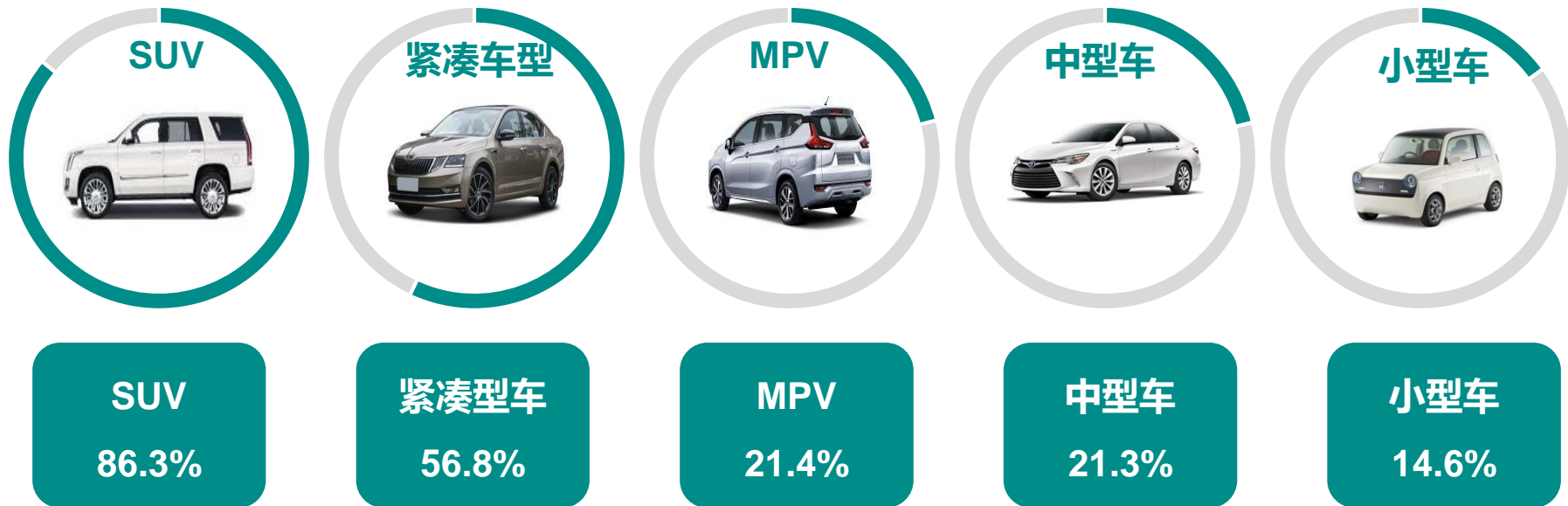
4、汽车行业未来发展趋势

# 消费者车型整体偏好

## 偏爱SUV与紧凑车型，其次才是MPV、中型车



### 消费者不同车型偏好情况

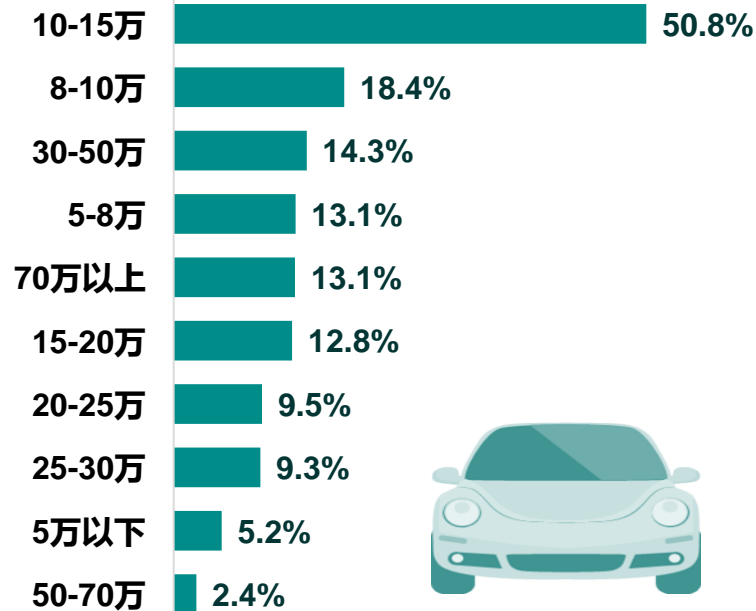


# 消费者价格整体偏好

10-15万价位最受欢迎，价格偏好与年龄大小基本成正比



## 消费者对不同车价偏好情况



## 消费者不同年龄层偏好车价

24岁以下



≤5W



5-8W

25-34岁



8-10W



10-15W

35-44岁



25-30W



30-50W

45岁以上



30-50W



70W以上

注：TGI数值即对于某样事物的偏好程度

Source: MobData研究院

# 购车人群vs换车人群



MobData  
研究院

WIN'S

汪氏整合营销传播集团  
WANG'S INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION GROUP



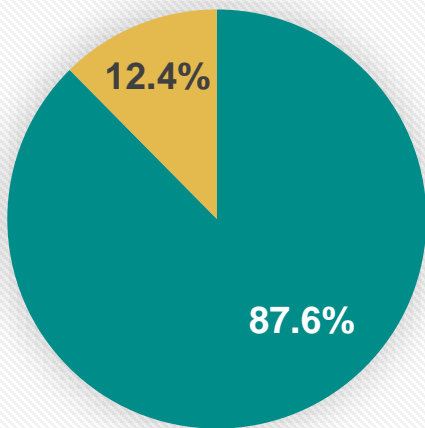
蓬景数字  
POWER KING DIGITAL TECHNOLOGY

性别分布上，主要以男性为主，换车人群中男性比例更高，达到九成



MobData  
研究院

## 购车人群性别分布情况

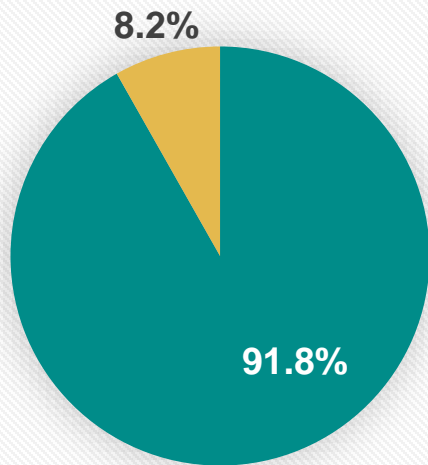


■ 男 ■ 女



MobData  
研究院

## 换车人群性别分布情况



■ 男 ■ 女

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

Source: MobData研究院



# 购车人群vs换车人群

年龄分布上，购车人群多集中在90后，换车人群多80后



MobData  
研究院

WIN'S

汪氏整合营销传播集团  
WANG'S INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION GROUP

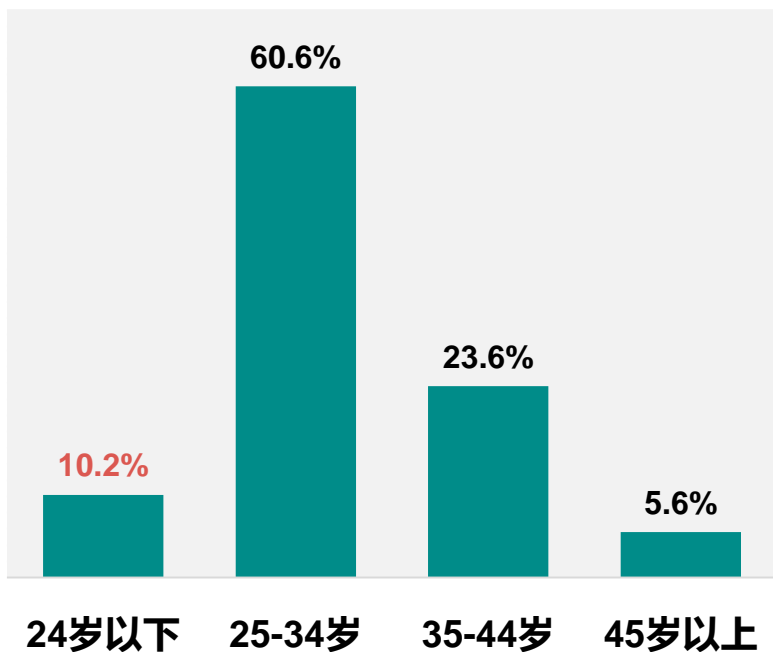


蓬景数字  
POWER JING DIGITAL TECHNOLOGY



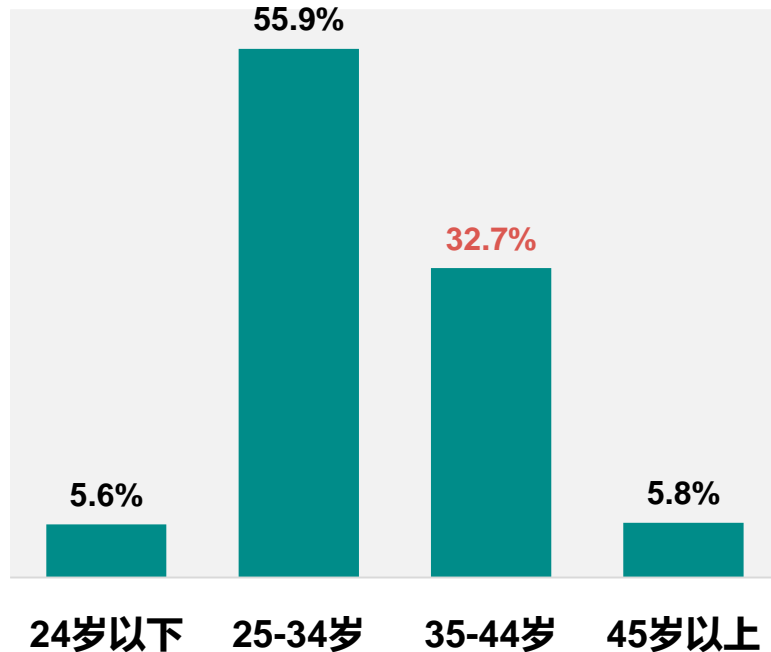
MobData  
研究院

## 购车人群年龄分布情况



MobData  
研究院

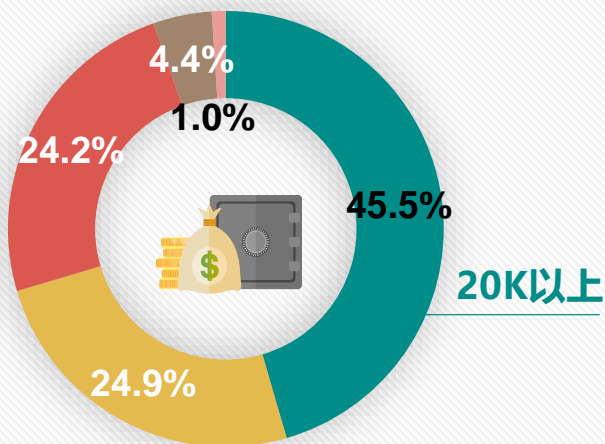
## 换车人群年龄分布情况



# 购车人群vs换车人群

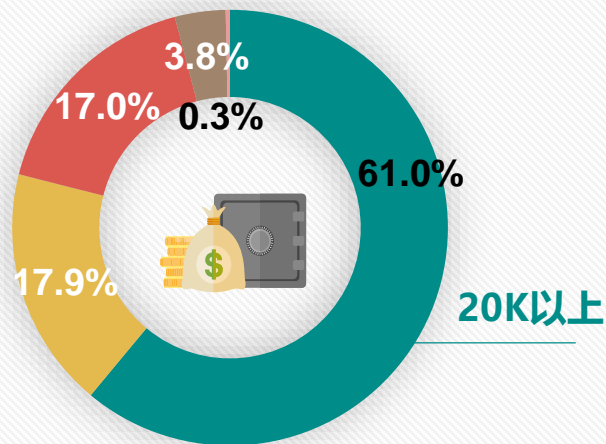
收入分布上，换车人群收入水平明显高于购车人群

## 购车人群月收入分布情况



■ 20k以上 ■ 10-20k ■ 5-10k ■ 3-5k ■ 小于3k

## 换车人群月收入分布情况



■ 20k以上 ■ 10-20k ■ 5-10k ■ 3-5k ■ 小于3k

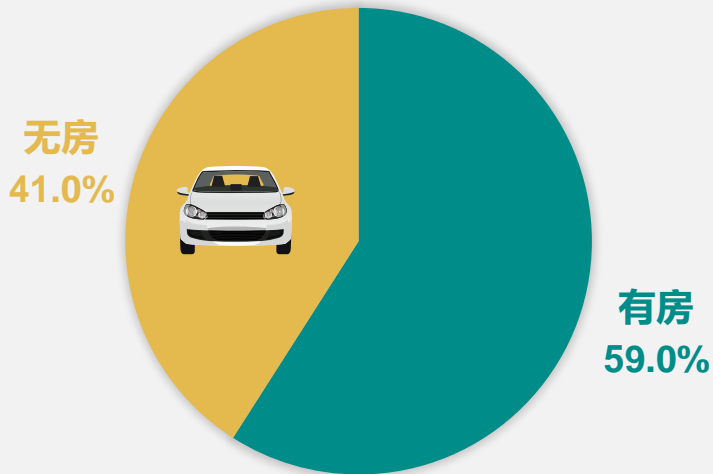
# 购车人群vs换车人群

有房比例均超半数，换车人群年龄和收入偏高，有房比例也更高一些



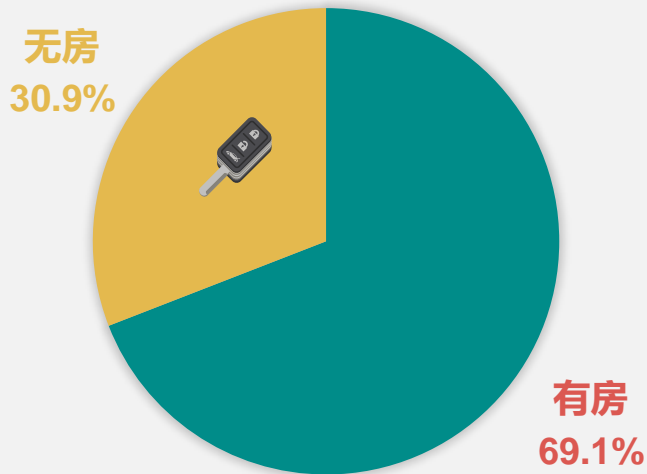
MobData  
研究院

## 购车人群房产情况



MobData  
研究院

## 换车人群房产情况





# 目录 Contents

1、2018年汽车市场整体情况

2、2018年汽车用户画像分析

3、2018年不同品牌汽车分析

豪华品牌—奥迪、宝马、奔驰、保时捷

合资品牌—大众、别克、北京现代、雪佛兰

自主品牌—比亚迪、奇瑞、北汽、哈弗

4、汽车行业未来发展趋势

# 2018年各类品牌市场份额

## 豪车比例逐年提升，合资品牌比例逐年递减



MobData  
研究院

WIN'S

汪氏整合营销传播集团  
WANG'S INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION GROUP

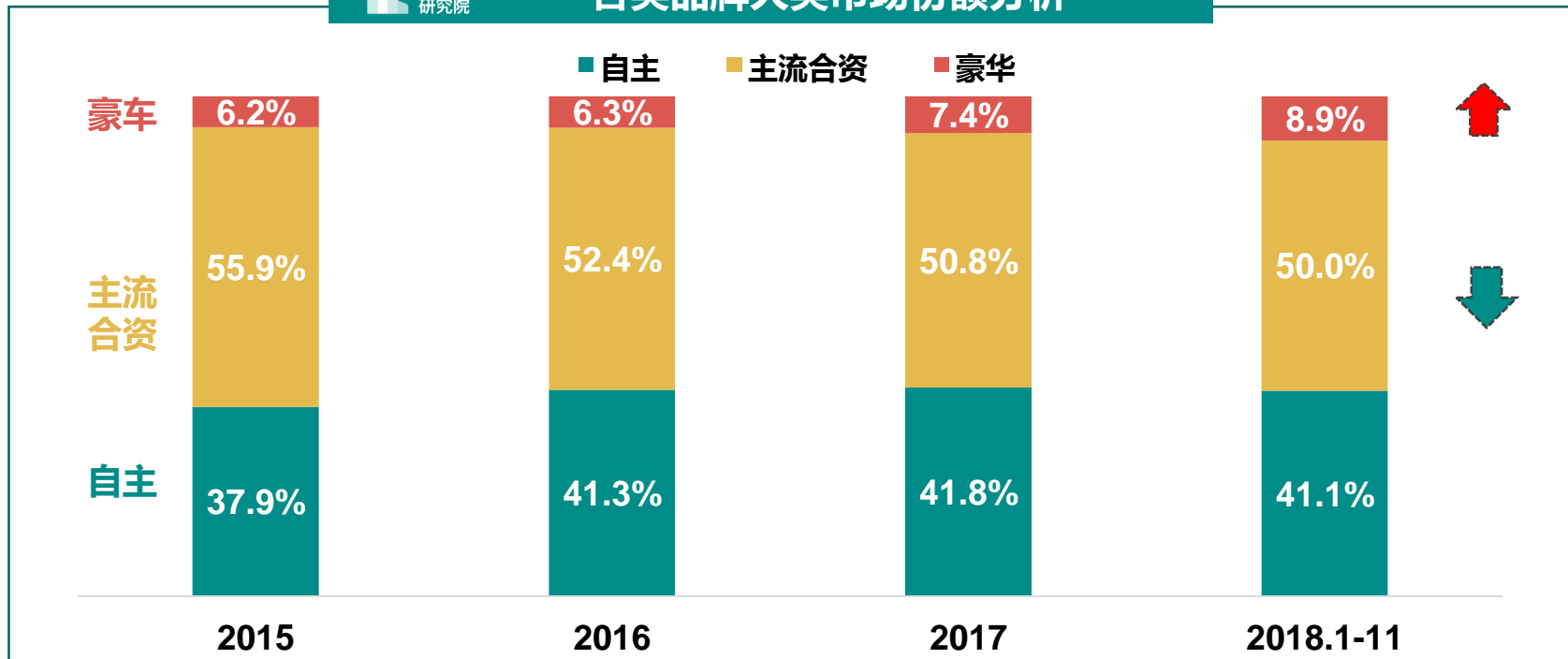


蓬景数字  
POWER WING DIGITAL TECHNOLOGY



MobData  
研究院

### 各类品牌大类市场份额分析

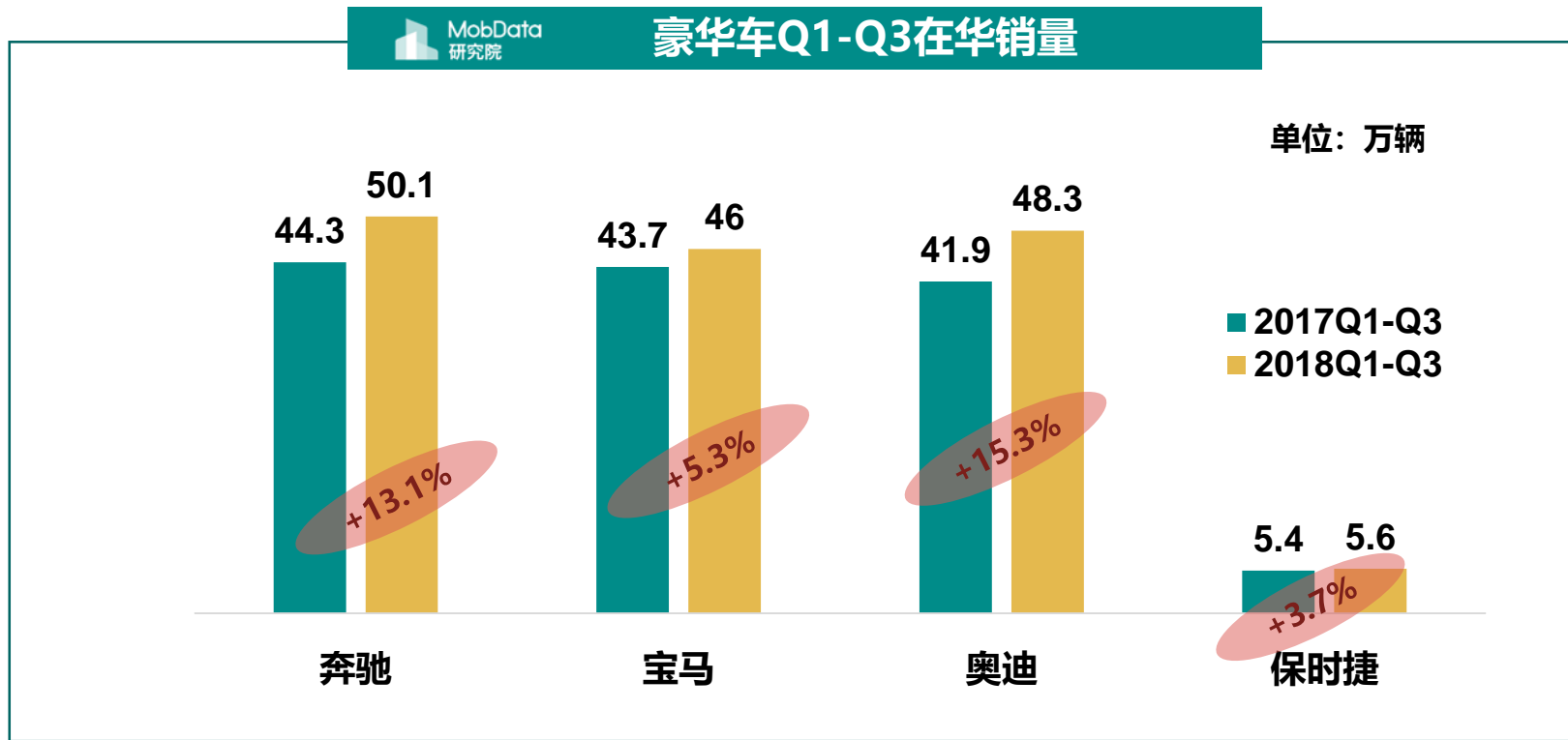


注：此处豪车定义取自乘联会，即奔驰、宝马、奥迪、凯迪拉克、捷豹、路虎、沃尔沃、英菲尼迪、讴歌

Source：乘联会、MobData研究院整理

# 1、豪车的2018

豪华车在华销量抢眼，BBA三大一线品牌的销量冠军之争依然胶着



# 豪车用户画像概览

北奥迪、南奔驰，活力土豪选宝马，时尚新贵保时捷



MobData  
研究院

## 豪华车用户画像概览



奥迪

### 北方政商精英

- ✓ 男性
- ✓ 北方地区
- ✓ 政商界人士
- ✓ 有房多金



奔驰

### 南方成熟老板

- ✓ 女性比例相对其他车型最高
- ✓ 江浙地区
- ✓ 45岁以上，老板
- ✓ 已婚人士



宝马

### 活力新晋土豪

- ✓ 浙江人士居多，尤其杭州、宁波
- ✓ 偏爱买房、健身、旅游
- ✓ 较有活力，土豪



保时捷

### 时尚商圈新贵

- ✓ 上海人居多
- ✓ 多集中年轻人群体
- ✓ 专科居多，学历相对不高
- ✓ 多企业白领、服务业人士



# 奥迪车主—北方政商精英

主要来自男性，北京地区最多，政商界精英，用户多年龄偏大



MobData  
研究院

## 奥迪用户画像



男性

93.2%



已婚

72.5%



奥迪



45岁以上

10.5%

35-44岁

37.2%

25-34岁

42.8%

24岁以下

9.5%

35岁以上

47.7%



硕士及以上

2.7%

本科

64.9%

专科

14.4%

高中及以下

18.0%

本科以上学历

67.5%



北京

10.6%



20k以上

89.7%

10-20k

8.0%

5-10k

2.0%

3-5k

0.2%

小于3k

0.1%

月收入20K以上

89.7%



# 奔驰车主—南方成熟老板

女性比例超两成，主要来自江浙地区，年龄偏大，45岁以上接近两成



MobData  
研究院

## 奔驰用户画像



男性

77.3%

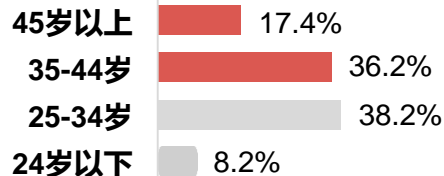


已婚

91.3%



AGE



35岁以上

53.6%



奔驰



硕士及以上

2.5%

本科

58.6%

专科

19.9%

高中及以下

19.0%

本科以上学历

61.1%

金华

TGI  
266

南京

TGI  
230

江浙

16.8%



20k以上

92.0%

10-20k

5.2%

5-10k

2.1%

3-5k

0.5%

小于3k

0.2%

月收入20K以上

92.0%

# 宝马车主—活力新晋土豪

主要来自浙江，绝对土豪级别，购物达人，买房爱好者



MobData  
研究院

WIN'S

汪氏整合营销传播集团  
WANG'S INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION GROUP



蓬景数字  
POWER JING DIGITAL TECHNOLOGY



MobData  
研究院

## 宝马用户画像



男性

80.0%



已婚

89.0%



宝马



购物达人

55.9%

理财达人

11.2%

旅游达人

6.1%

健身达人

1.2%

买房一族

0.4% TGI 300

购物达人

55.9%



硕士及以上

2.5%

本科

60.1%

专科

20.4%

高中及以下

17.0%

本科以上学历

62.6%

杭州

TGI 274

宁波

TGI 222

浙江

10.5%



20k以上

91.8%

10-20k

5.2%

5-10k

2.0%

3-5k

0.4%

小于3k

0.6%

月收入20K以上

91.8%

# 保时捷车主—时尚商圈新贵

主要来自上海，年龄偏年轻化，企业白领与服务业人员占比最高



MobData  
研究院

## 保时捷用户画像



男性

89.5%



已婚

70.8%



45岁以上

6.6%

35-44岁

23.2%

25-34岁

56.5%

24岁以下

13.7%

25-34岁

56.5%



保时捷



硕士及以上

1.8%

本科

49.0%

专科

36.9%

高中及以下

12.3%

本科以上学历

50.8%



上海

21.2%



企业白领

56.2%



服务业人员

20.5%

# 豪车用户分析



MobData  
研究院

WIN'S

汪氏整合营销传播集团  
WANG'S INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION GROUP



蓬景数字  
POWER KING DIGITAL TECHNOLOGY

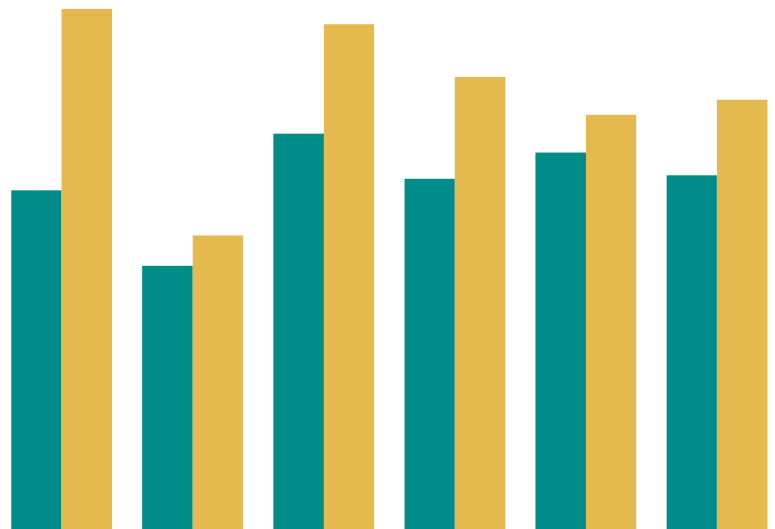
## 年龄偏大人群偏爱BBA，保时捷车主年轻化，奔驰俘获女性芳心



MobData  
研究院

### BBA热销车型

■ 2017.1-10 ■ 2018.1-10



奥迪A4L 奥迪A3 奔驰C级 奔驰E级 宝马3系 宝马5系



MobData  
研究院

### 豪车用户画像

#### □ 北奥迪，南奔驰

与传统印象相同的是，奥迪品牌向来受到政商界偏爱，北京作为大本营用户比例高达10.6%，奔驰车主则主要分布在江浙地区

#### □ 年龄偏大BBA,年龄偏小保时捷

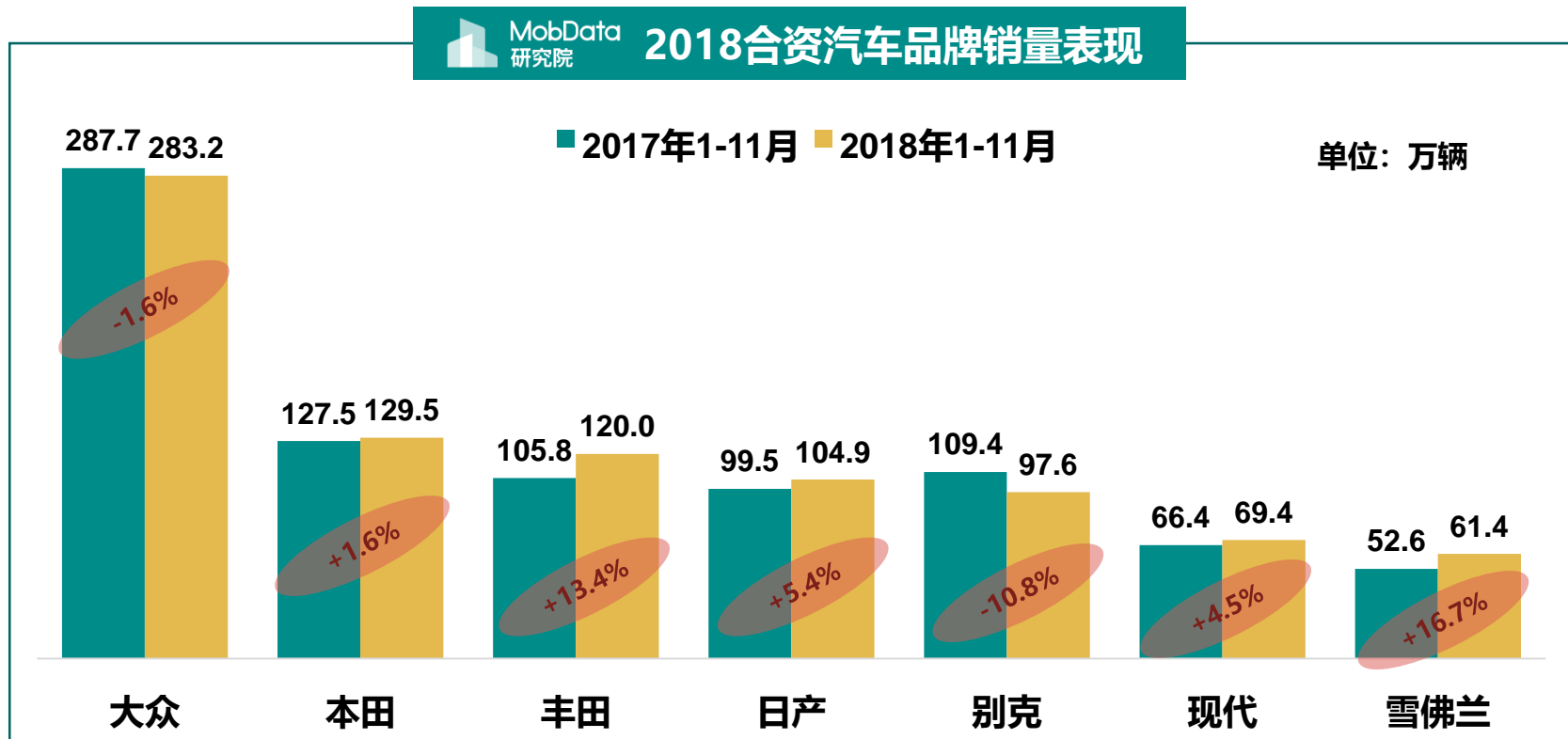
BBA车主（奥迪、奔驰、宝马）年龄层普遍偏大，基本集中在35岁以上，其中尤以奥迪、奔驰车主年龄更偏大；保时捷车主用户则属于年轻一族，基本集中在35岁以下用户

#### □ 奔驰俘获女性芳心，奥迪典型“和尚车”

男女占比来看，奥迪属于典型的男性车，宝马、奔驰女性比例较之有所提升，奔驰女性用户超两成

## 2、合资品牌的2018

主力合资企业中，大众销量遥遥领先，丰田、雪弗兰销量同比提升较大





**主要分布在沿海地区，35岁中年企业白领居多，月入20K以上精英阶层**



# 雪佛兰车主—都市职场小白

## 一线城市白领，买房一族，偏好华为、小米手机



MobData  
研究院

### 雪佛兰车主用户画像



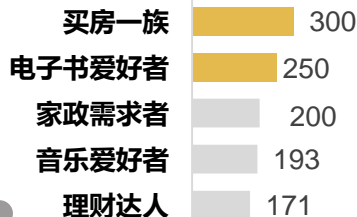
男性

85.7%



已婚

84.5%



买房一族

TGI 300



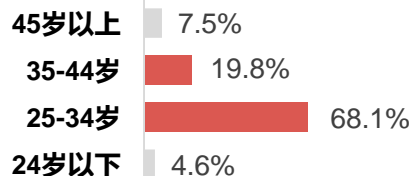
一线城市

TGI 201

21.6%

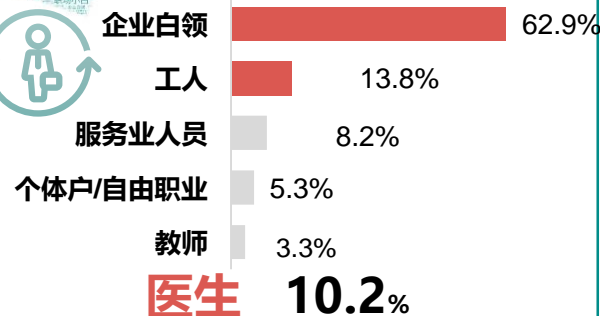


AGE



25-34岁

68.1%







# 合资品牌用户分析

## 大众分布最广泛，别克、雪佛兰和北现分别有不同的偏好受众



MobData  
研究院

### 合资品牌用户画像



大众

北方经济适用男



别克

沿海中年精英



雪佛兰

都市职场小白



北京现代

小城中年中产



MobData  
研究院

### 合资品牌用户分析

#### 大众是最爱，受众分布最广泛

大众车主用户分布最为分散，各个年龄层、各类职业分布上均有一定比重

#### 别克成为商务精英的首选

别克车型以商务车见长，普遍分布于一线城市以及长三角、沿海发达地区，企业白领、政府及事业单位精英人士居多

#### 雪佛兰是职场小白的“买菜车”

雪佛兰车主普遍年龄偏低，主要分布在25-34岁之间初入职场人群，一线城市居多，企业白领和蓝领人群的代步车

#### 北京现代用户更偏爱金融和理财

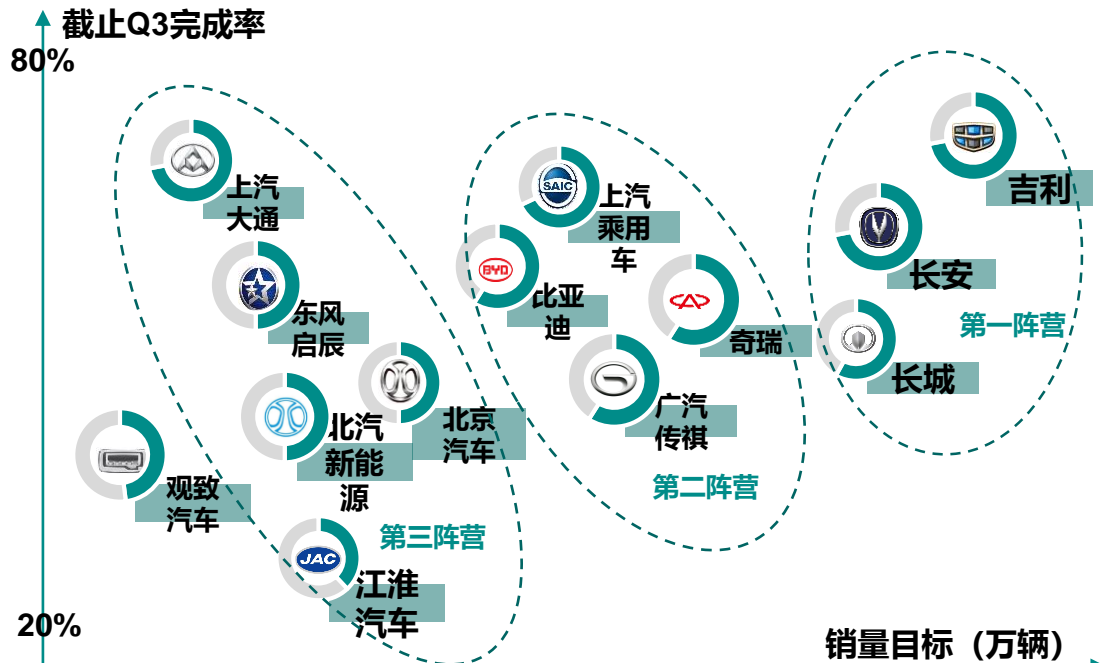
车主主要集中在中年，中产阶级，偏爱炒股和理财

### 3、自主品牌的2018

## 冰火两重天，大部分自主品牌将无法达成2018年销量目标

MobData  
研究院

### 2018年自主品牌销量完成情况矩阵



注：此阵营划分只代表分析师个人观点

Source: 乘联会、MobData研究院

MobData  
研究院

### 下滑原因与影响分析

#### □ SUV不再是香饽饽

随着合资品牌持续压低产品售价，逐步向SUV市场进军，价格已经和自主品牌车型相差无几，对自主品牌SUV的发展构成了不小的威胁

#### □ 三大阵营已现，两极分化严重

吉利、长安和长城三巨头依然强势，位列第一阵营，奇瑞、上汽乘用车、广汽传祺和比亚迪则把守第二阵营；北汽、东风启辰等则位于第三阵营；自众泰之后的车企则置身行业末端，整体形势不容乐观

# 自主品牌用户画像概览

## 选取主流自主品牌哈弗、比亚迪、奇瑞、北汽进行用户画像洞察和分析



MobData  
研究院

WIN'S

汪氏整合营销传播集团  
WANG'S INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION GROUP



MobData  
研究院

### 自主品牌用户画像

HAVAL

哈弗

电子产品爱好者

- ✓ 男性
- ✓ 西南地区
- ✓ 青年一族
- ✓ 二三线城市
- ✓ 电子产品爱好者



比亚迪

城市海螺人

- ✓ 一线城市
- ✓ 公职人员居多，包括政府事业单位、医生等
- ✓ 男性已婚人士
- ✓ 喜欢听新闻



奇瑞

小镇文艺青年

- ✓ 四线城市居多
- ✓ 职业分布上个体户、自由职业者比例较大
- ✓ 中青年人士
- ✓ 出行达人，电子书爱好者



北京汽车

旅游达人

- ✓ 主要分布在一线城市
- ✓ 女性占比超过三成
- ✓ 年龄分布较为均匀
- ✓ 热爱旅游、音乐

# 自主品牌用户分析



MobData  
研究院

WIN'S

汪氏整合营销传播集团  
WANG'S INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION GROUP



蓬景数字  
POWER KING DIGITAL TECHNOLOGY

## 哈弗受年轻人偏爱，比亚迪是事业单位首选，北汽女车主比例最高



MobData  
研究院

### 自主品牌用户画像



HAVAL

哈弗



比亚迪



奇瑞



北京汽车



MobData  
研究院

### 自主品牌用户分析

#### 分别来自不同级别城市

比亚迪、北汽用户主要位居一线城市，哈弗用户则分布在西南地区，奇瑞更多聚焦在四线城市

#### 聚焦不同职业

哈弗、北汽用户职业分布较为广泛；比亚迪用户多为政府及事业单位人员，医生、教师比例也较多；奇瑞用户多为小镇青年，个体户、自由职业者、服务业人员较多

#### 年龄分布有差异

哈弗车主相对呈现年轻化态势，主要聚焦在25-34岁年龄层，比亚迪、奇瑞、北汽车主则更多在35岁以上，其中北汽车主女性比例最高，接近三成



# 目录 Contents

- 1、2018年汽车市场整体情况
- 2、2018年汽车用户偏好与画像分析
- 3、2018年不同品牌汽车分析
- 4、汽车行业未来发展趋势

乘用车市场会阶段性低迷，但未来整体向好

# 进军新能源，未来市场竞争将加剧

## 各类品牌纷纷确立电动化战略方向，未来新能源市场竞争加剧



奔驰

#### “CASE” 电动化战略

2022年所有车型电气化



宝马

#### 第一战略

2025年推12款纯电动车



奥迪

#### 全球电气化

2025年推超过20款新能源车



捷豹

#### 电动化战略

2020年所有车型电动化



大众

#### “Roadmap E”

2030年集团全系产品电动化



北京现代

#### “纯电动战略”

2020年前推8款纯电动车



福特

#### “创新2020” 战略

2022年前推8款纯电动车型



通用

#### “Evness” 战略

2025年实现全自动化



比亚迪

#### “电动未来战略”

未来3-5年在200城推广双模车



吉利

#### “蓝色吉利行动”

2020年40款NEV车型



上汽

#### “新四化战略”

13款BEV, 17款PHEV



长安

#### “香格里拉计划”

21款BEV, 12款PHEV

# 汽车制造商纷纷向出行服务商转型

## 目前众多传统车企纷纷向移动出行服务商转型，但尚处于探索期

### 共享出行平台：

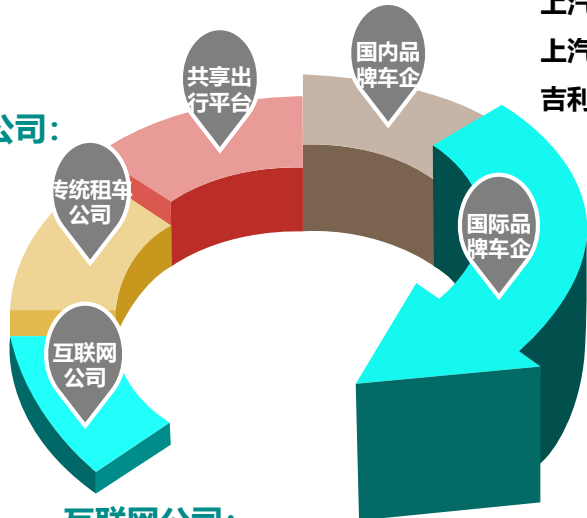
滴滴、Uber

### 国内品牌车企：

北汽新能源—轻享出行  
上汽环球车享  
上汽集团 EVCARD  
吉利曹操专车

### 传统租车公司：

神州专车  
首汽约车



### 互联网公司：

美团、携程、高德

### 国际品牌车企：

戴姆勒 Car2Go  
宝马 DriveNow  
福特 Ford2Go  
大众 Moia、ezia  
丰田 e-Palette平台



MobData  
研究院

## 汽车厂商转型分析

### 出行巨头深度布局扩大市场份额

滴滴联合12家车企，共建新能源共享出行服务体系；联合31家汽车企业共建汽车运营商平台；与广汽、车和家等合作定制化共享汽车产品，未来随着其运营经验和用户资源优势进一步发挥，车企可能沦为弱势地位

### 车企通过多种战略布局出行业务

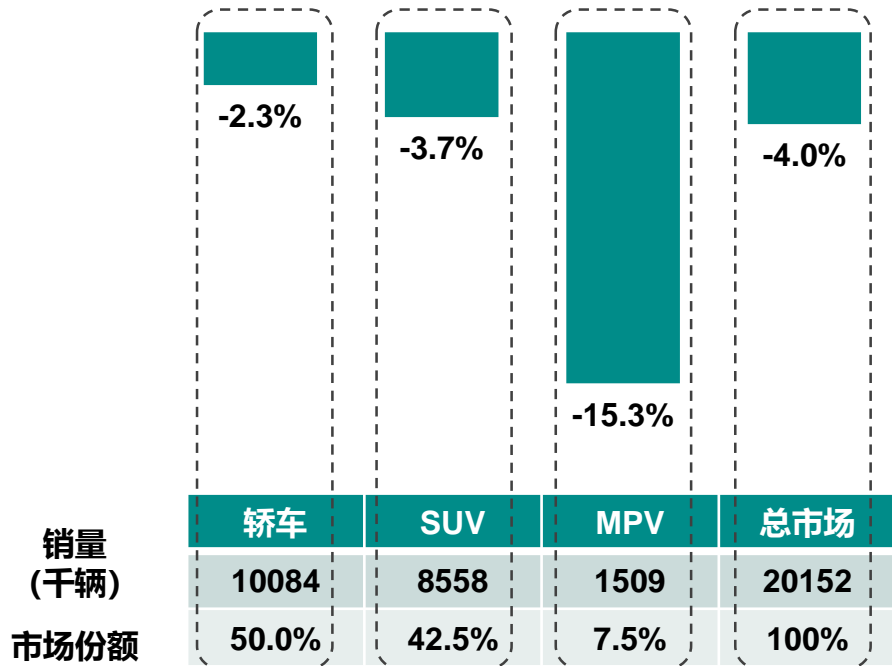
各车企通过自主发展、投资、合作等不同方式布局出行业务，包括上汽EVCARD、北汽新能源的轻享出行等



# 乘用车市场会阶段性低迷，但未来整体向好

低增长是未来发展的一个常态，SUV和轿车将迎来结构性调整

## 2018年1-11月乘用车各类型增速、销量和份额

MobData  
研究院

## 乘用车2019预测

### □ 轿车、SUV迎来结构性变化

轿车的再购用户比例会持续增多，品质将成为核心卖点，SUV市场将改变低于1.6L排量为主的格局，合资品牌的价格与级别将大规模下探

### □ 低增长将成为常态

产销高速增长的时期可能已经过去，低增长恐怕是未来发展的一个常态，但由于汽车行业市场集中度较高，行业主营业务收入增长高于产销量增速，因此整体市场较为健康，未来发展仍然可期



MobData研究院

谢谢观看

关注我们

