中国市场概览 China Market Overview

Automobile

© 2016 Beyond Summits

BEYOND SUMMITS 思為

Summary：

- 2014年我国汽车总体产销增速相比13年增速减半， 其中乘用车市场增速放缓，但增幅仍旧高于整体汽车市场平均增幅水平。
- 中国汽车市场的基本型乘用车（轿车）市场规模占比最高，SUV和MPV2014年销量比上一年明显提高，交叉型乘用车近年的市场规模呈现下降态势。而相比于2013年商用车产销的强劲增长，2014年中国商用车市场再次陷入泥潭，全面下滑。
- 2014年，中国自主品牌乘用车市场占有率同比下降，并且连续4年呈现下降态势。德系、美系、韩系、法系乘用车市场占有率进一步提高。

© 2016 Beyond Summits

BEYOND SUMMITS 思為

Summary：

- 中国的汽车市场以多寡头集中为主，八家巨头企业的销量占汽车销售总量的85.67%，且仍旧在小幅攀升。

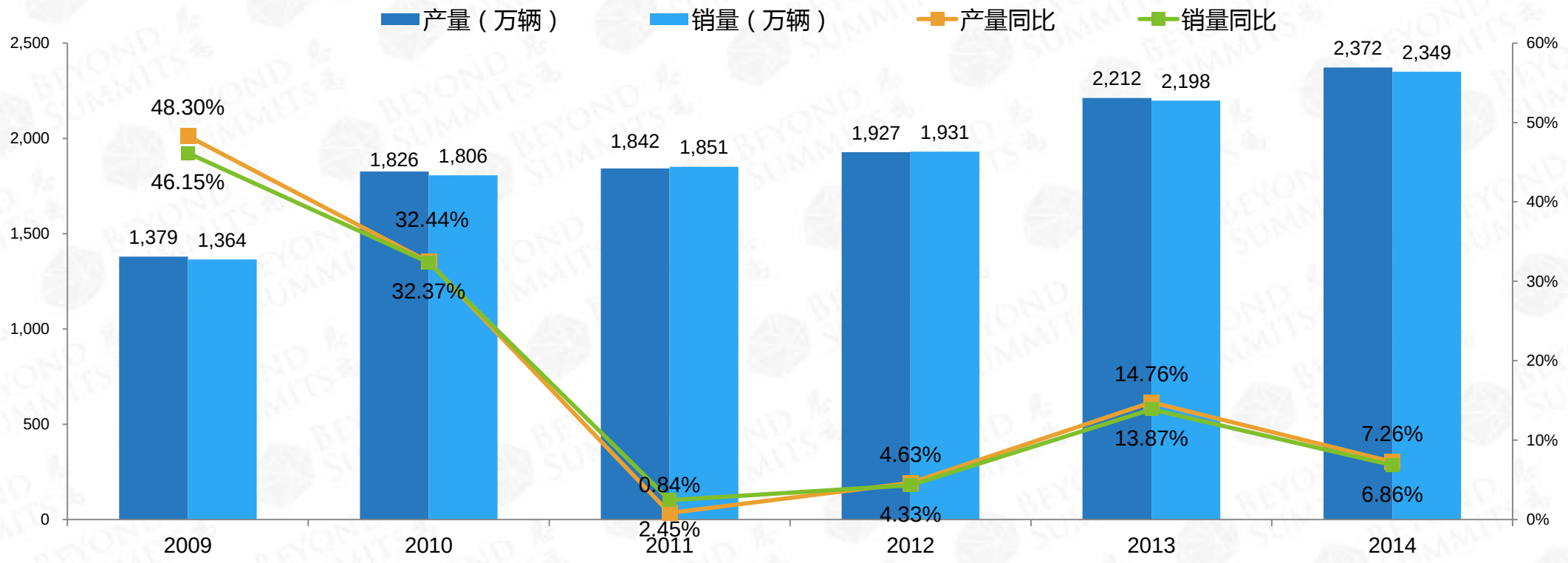
- 从整体市场看，汽车已经成为整个大众富裕阶层生活的必需品。随着个人资产规模的扩大，大众富裕阶层对汽车会有更多的需求，需要不止一辆汽车来面对不同的生活场景。对于大多数准备买车的大众富裕阶层来说，中高档车将会是他们的购买主要目标。

© 2016 Beyond Summits

BEYOND SUMMITS 思為

与2012、2013年汽车产销触底反弹，增速逐年提高不同，2014年我国汽车总体产销增速相比去年增速减半，下降约为7个百分点。

2009-2014年中国汽车产销走势

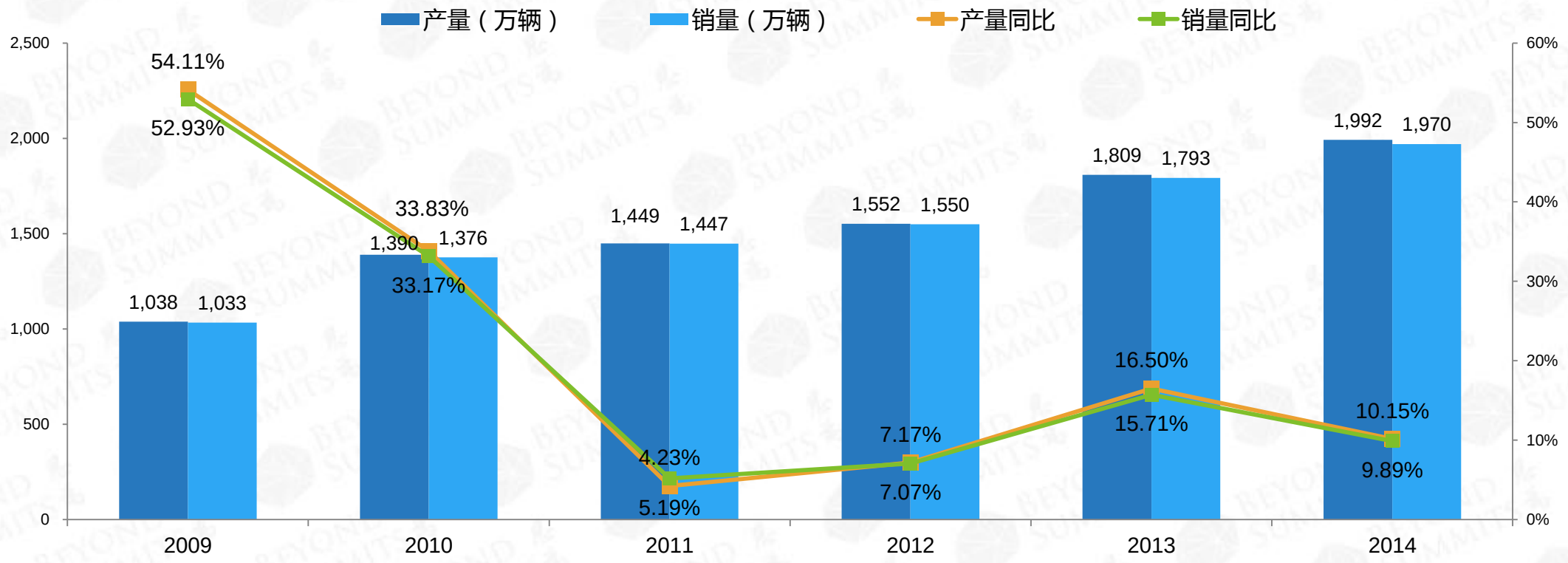


Source：2014中国汽车工业协会

© 2016 Beyond Summits

2014年，乘用车产销增速放缓。当年乘用车生产1991.98万辆，同比增长10.15%；销售1970.06万辆，同比增长9.89%。虽然乘用车产销增速相比去年有所放缓，但增幅仍旧高于整体市场平均增幅。

2009-2014年中国乘用车产销走势

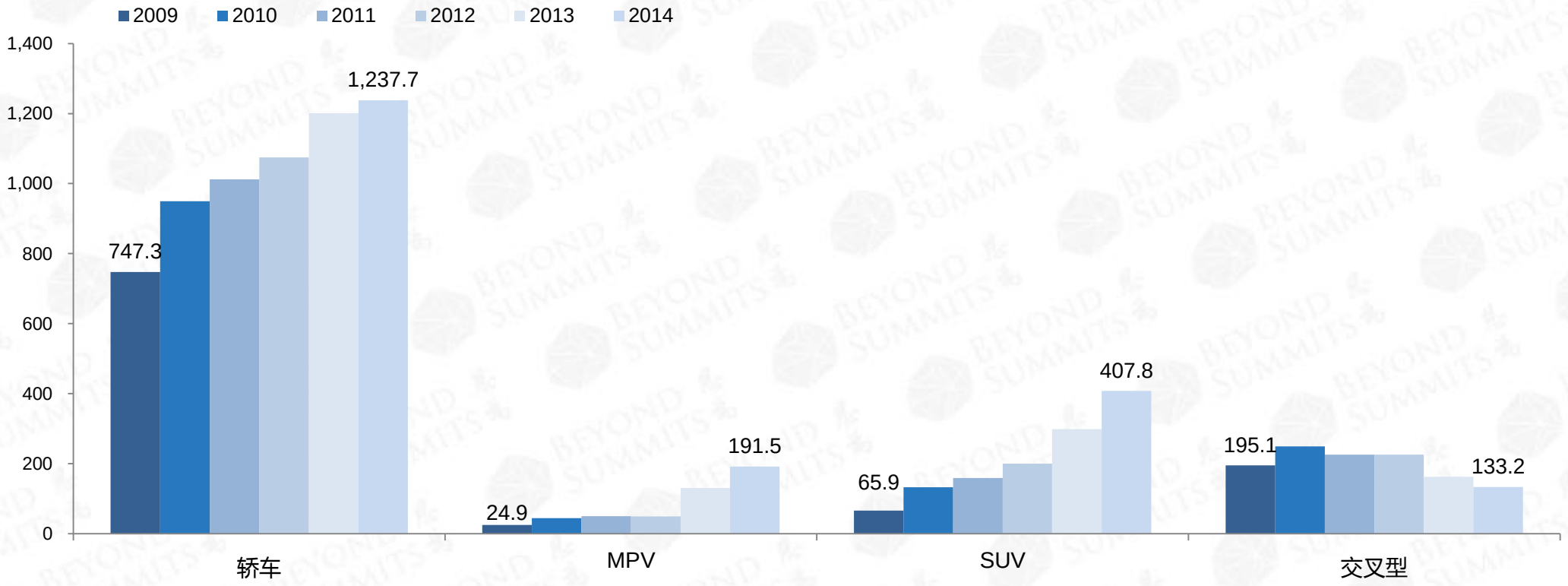


Source：2014中国汽车工业协会

© 2016 Beyond Summits

基本型乘用车（轿车）市场规模占比最高，2014年市场份额达到62.82%，但是相比于2013年下降了4.17个百分点。SUV和MPV2014年销量比上一年明显提高，交叉型乘用车近年的市场规模呈现下降态势。

2009-2014年乘用车分车型销售情况



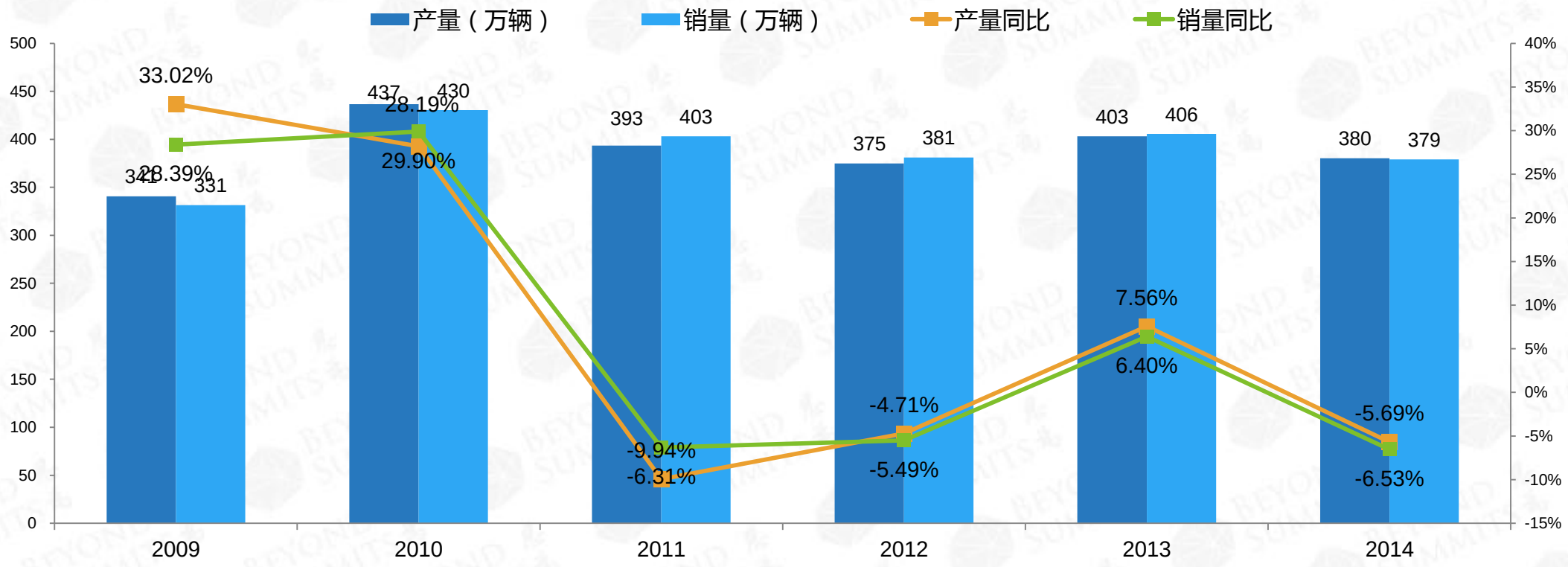
Source：2014中国汽车工业协会

© 2016 Beyond Summits

BEYOND SUMMITS 思為

相比于2013年商用车产销的强劲增长，2014年商用车市场再次陷入泥潭，全面下滑。与整体市场依旧保持增幅不同，2014年乘用车市场不增反减，产销“增速”与整体市场平均增速实际相差12.95%和13.39%。

2009-2014年中国商用车产销走势

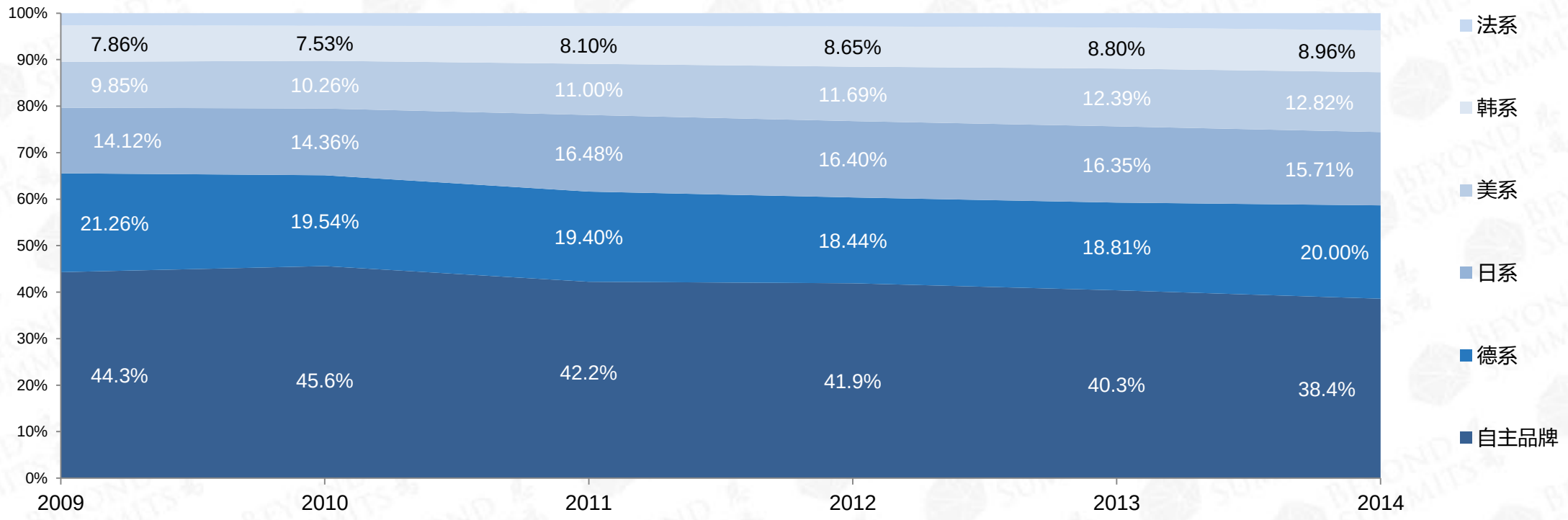


Source：2014中国汽车工业协会

© 2016 Beyond Summits

2014年，中国自主品牌乘用车市场占有率同比下降，并且连续4年呈现下降态势。德系、美系、韩系、法系乘用车市场占有率进一步提高，日系乘用车占有率同比有轻微下降。

2009-2014年中国乘用车分系列市场份额走势图

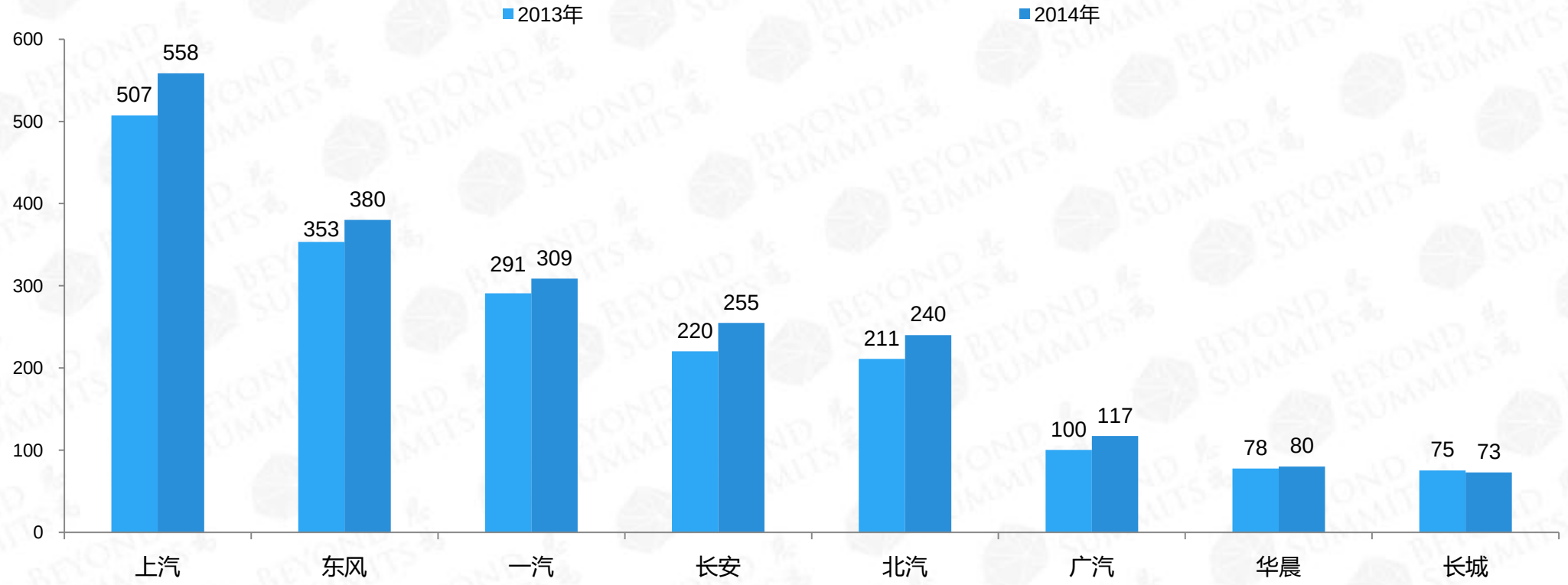


Source：2014中国汽车工业协会

© 2016 Beyond Summits

2014年，汽车销量排名前八位的企业依次为：上汽、东风、一汽、长安、北汽、广汽、华晨、长城。上述八家企业共销售2012.58万辆，占汽车销售总量的85.67%，比重比去年上升2.12个百分点，汽车市场集中度小幅上升。

2013-2014年汽车市场主要厂商销量（万辆）

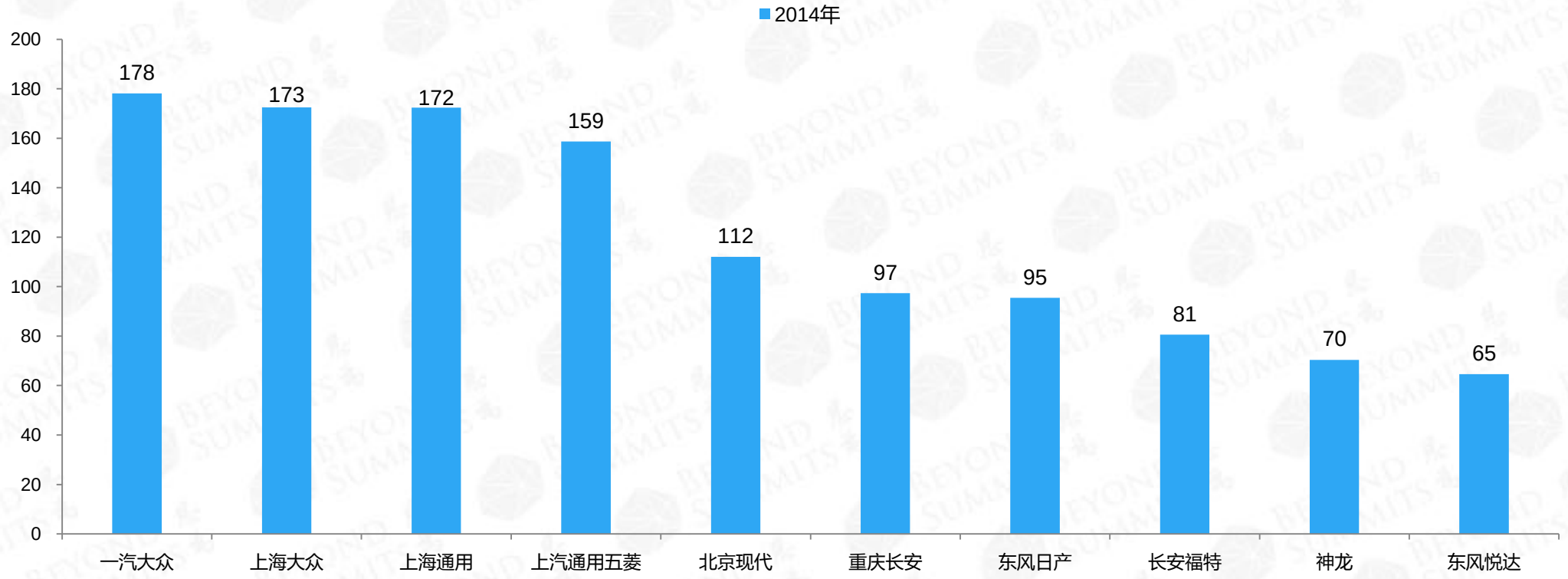


Source：2014中国汽车工业协会

© 2016 Beyond Summits

2014年，乘用车销量排名前十位的企业共销售1201.97万辆，占乘用车销售总量的61.01%，比重比去年上升1.61个百分点。

2014年乘用车生产企业前十家销量排名（万辆）

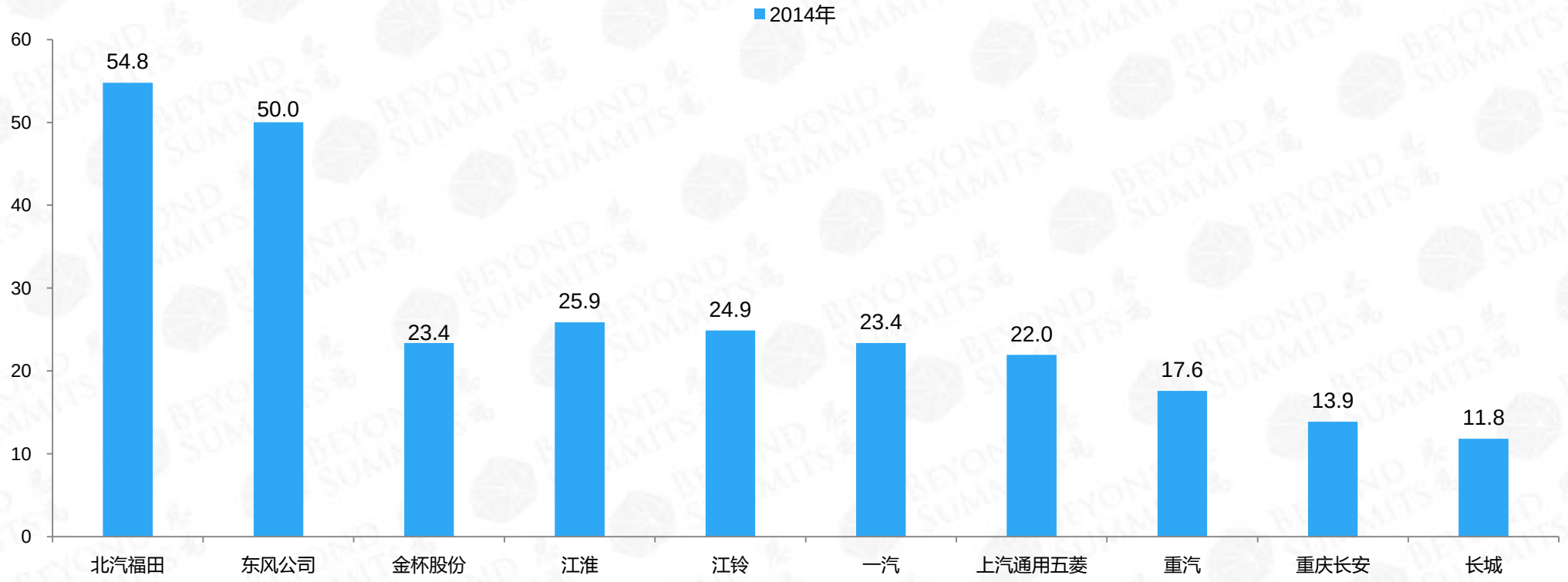


Source：2014中国汽车工业协会

© 2016 Beyond Summits

2014年，商用车销量排名前十位的企业共销售272.59万辆，占商用车销售总量的71.90%，比重比去年上升0.26个百分点。

2014年商用车生产企业前十家销量排名（万辆）

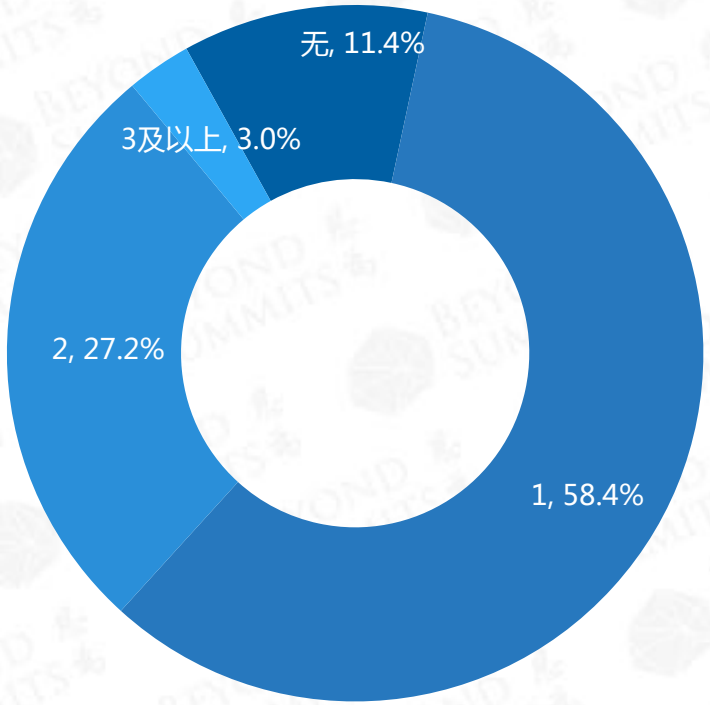


Source：2014中国汽车工业协会

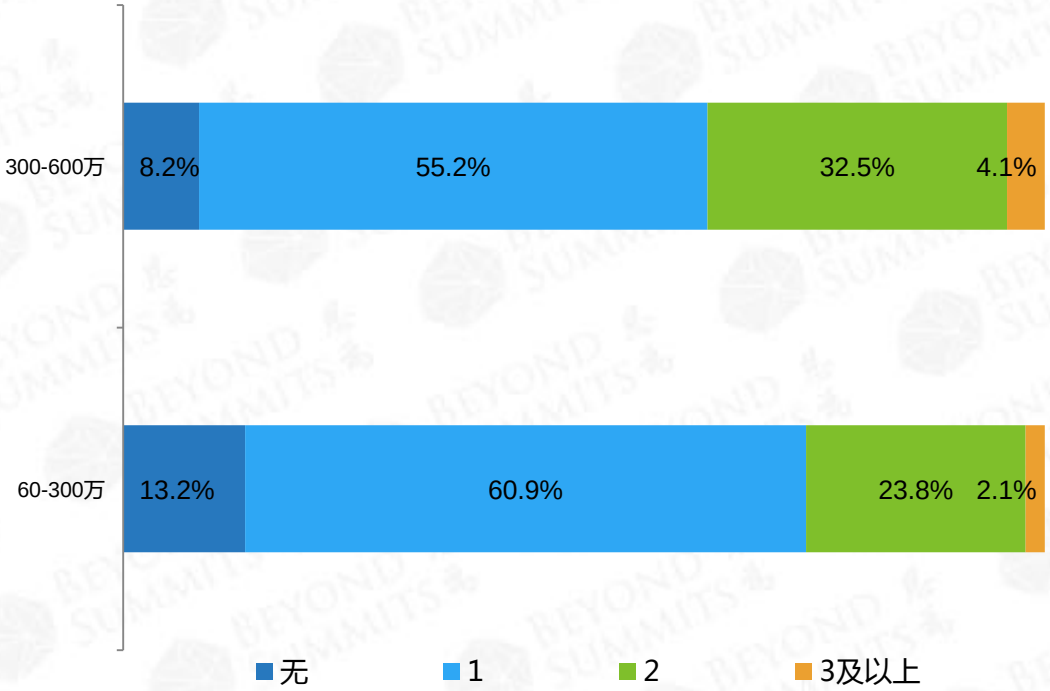
© 2016 Beyond Summits

目前尚未购车的仅占11.4%。从整体上看，汽车已经成为整个大众富裕阶层生活的必需品。随着资产规模的扩大，大众富裕阶层对汽车会有更多的需求，需要不止一辆汽车来面对不同的生活场景。

2014年中国大众富裕阶层拥有的汽车数量



2014年不同个人可投资资产规模的大众富裕阶层拥有的汽车数量

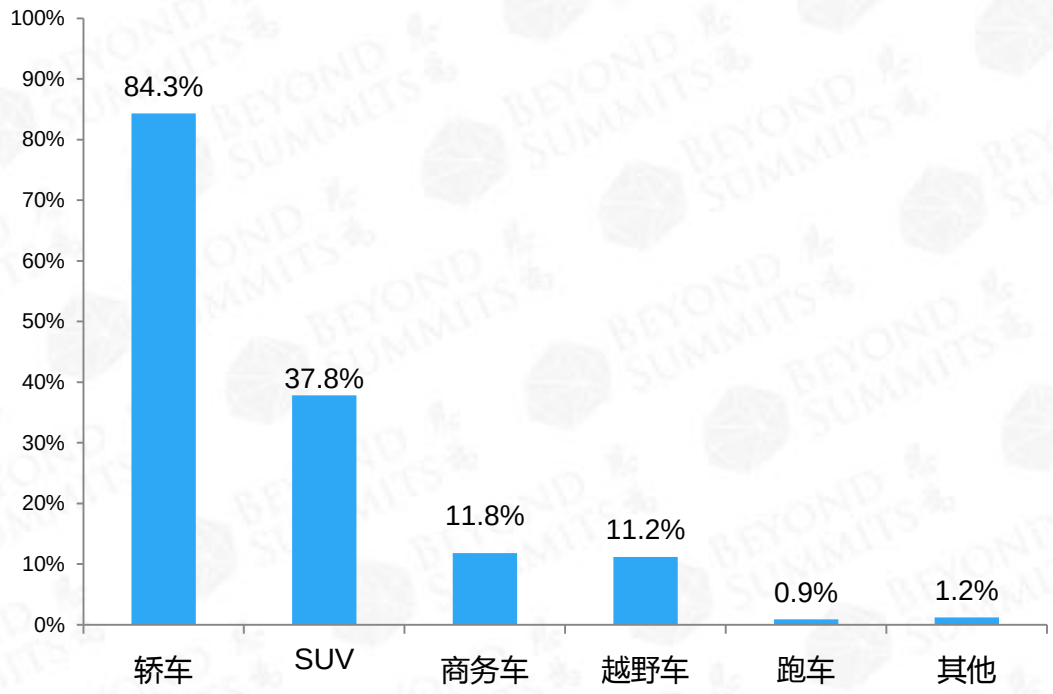


Source：福布斯《2015年中国大众富裕阶层财富白皮书》
大众富裕阶层：个人可投资资产在60 万至600 万人民币之间的中国中产阶级群体和高端人士。

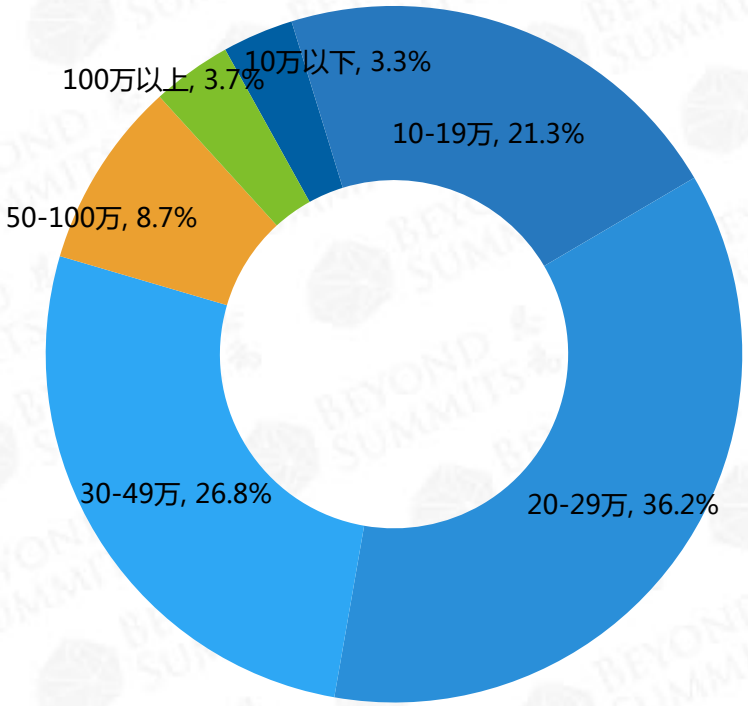
© 2016 Beyond Summits

在大众富裕阶层拥有的汽车中，“轿车”是最普遍的选择，比例达到了4.3%。选择购车预算为“20-30 万”的比例最高，预示着对于大多数准备买车的大众富裕阶层来说，中高档车将会是他们这次选择的主要目标。

2014年大众富裕阶层拥有的汽车类型



2014年中国大众富裕阶层购车预算



Source：福布斯《2015年中国大众富裕阶层财富白皮书》
大众富裕阶层：个人可投资资产在60 万至600 万人民币之间的中国中产阶级群体和高端人士。

© 2016 Beyond Summits

上海思为文化传播有限公司是国内领先的跨境全媒体整合营销服务供应商，公司在媒体代理、跨境整合营销、全媒体营销、会展会奖服务、线下活动和市场咨询方面有着丰富的经验。

2015 China Overview 是上海思为文化传播有限公司推出的年度研究报告。整套研究报告提供了2014-2015中国宏观经济、中国媒体和中国市场三方面最新、最全、且最有价值的数据、信息、知识、结论和洞察。整套研究报告涵盖的领域包括：经济、全媒体市场、互联网、移动互联网、社交媒体、电视、电台、杂志、报纸、户外媒体、电影、机场户外、城市研究、代际研究、富人市场、奢侈品市场、投资、旅游、汽车、跨境商业和移民及留学市场。

该报告是上海思为关于2014-2015中国汽车市场报告的完整版，更多报告可以通过上海思为获取。下载地址：http://www.beyondsummits.com/reports_downloading

思为联系方式

上海办公室

地址：上海市静安区昌平路68号静安现代产业大厦701室
电话：+86 021 - 6199 2660
传真：+86 021 - 3100 1328
邮箱：info@beyondsummits.com

北京办公室

地址：北京市东城区安定门东滨河路乙1号航星工业园8号楼首层东侧
电话：+86 010 - 5619 2032
传真：+86 010 - 5166 7658
邮箱：info@beyondsummits.com

公司微信号：BSL思为跨境营销

BEYOND 思为 SUMMITS

Your Global All-media Marketer

长按二维码识别关注

BEYOND SUMMITS 思為

Your Global All-media Marketer

Visit our website to learn more: www.beyondsummits.com

We have collaborating offices in

· SH · BJ · HK · TYO · SEL · SYD · MOS · BER · LON · PAR · ROM · NYC · SF ·