

小型轿车举步维艰

2007年上半年，乘用车(含厢式车)上牌2,874,560辆，同比增长22.1%。从车型来看，三厢车保持高速增长，同比增长达30.8%。两厢车增长缓慢，同比增长8.5%。

小型轿车淡出前十

随着近几年来国内轿车市场的快速发展，市场的消费也呈现出结构升级的态势。2007年上半年，夏利(不包括N3)首次退出了车型销量前10名之列，从而导致了小型轿车全面无缘十强。十大车型当中，低价位车型仅剩QQ一名，而中级车和中级高级车各占6和3个名额。

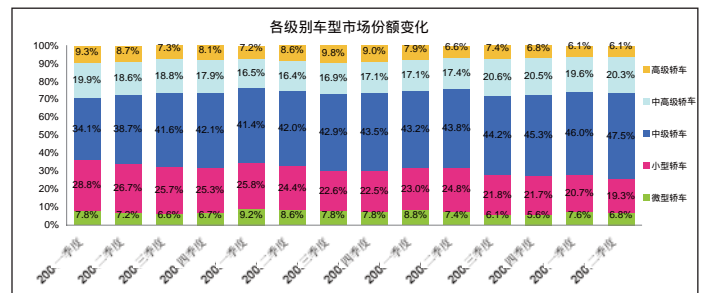
从价格上看，尽管国内轿车价格战不断上演，降价声此起彼伏，但是单车加权平均价格自2005年以来基本保持不变。上牌数量前10名车型加权平均价格反而出现大幅提高：从2005年的10万多元上升至2007年上半年的13多万元。随着市场竞争的日益加剧，前十名车型占轿车市场总份额从2005年的41.6%下降至2007年上半年的31.5%。

2005年上牌十大车型	2006年上牌十大车型	2007年上半年上牌十大车型
伊兰特	凯越	捷达
凯越	捷达	凯越
捷达	伊兰特	凯美瑞
夏利	雅阁	伊兰特
雅阁	QQ	QQ
桑塔纳	颐达(骐达)	颐达(骐达)
飞度	帕萨特领驭	雅阁
QQ	夏利	帕萨特领驭
花冠	花冠	福克斯
千里马	桑塔纳3000	桑塔纳
单车加权平均价格：135,186元	单车加权平均价格：135,158元	单车加权平均价格：134,131元
前10名车型加权平均价格：108,699元	前10名车型加权平均价格：122,195元	前10名车型加权平均价格：132,096元
前10名在轿车市场总份额：41.6%	前10名在轿车市场总份额：33.6%	前10名在轿车市场总份额：31.5%
各细分市场前10名车型数量：	各细分市场前10名车型数量：	各细分市场前10名车型数量：

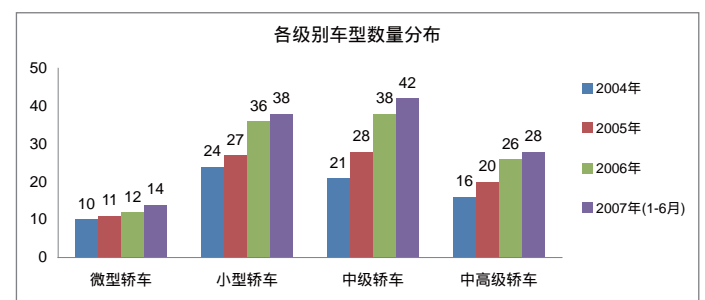
注：1. 同一款车的两厢三厢计为一种车型
2. 价格基于厂商指导价计算

小型轿车市场萎缩价格失去弹性

小型轿车的萎靡不振不仅表现在十大车型中，该市场的份额这几年也在不断减少，从2004年一季度的28.8%降低到2007年二季度的19.3%。2007年二季度，中高级车的市场份额首次超过小型轿车，成为仅次于中级车的第二大细分市场。中级车这几年的市场份额更是大步攀升，夺取了相当一部分小型轿车的市场。

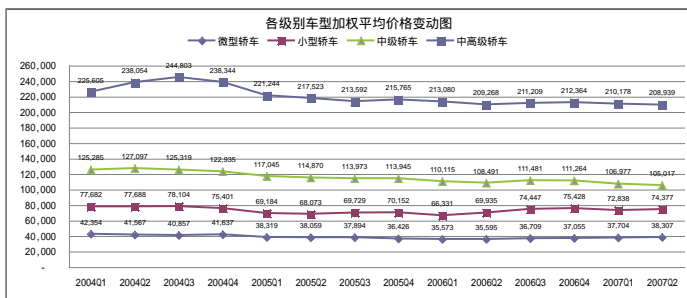


是什么导致了小型轿车的萎靡不振?从这几年市场上各级车型的数量上看，小型轿车市场的缩减并非因为其车型数量上的不足。每年均有相当数量小型轿车新车被推向市场，近几年其车型的数量和中级轿车基本持平。



注：以上车型不分两厢三厢

从各级别车型的加权平均价格变动来看，小型轿车加权平均价格起起落落，但其价格无论升降都无法挽回其市场份额不断下降的局面，小型轿车价格已失去弹性。反观中级车型，2007年二季度加权平均价格相比2004年初已下降近20%，是所有车型中价格下降幅度最大的车型，其市场份额也在随着其价格的下降而不断扩大。中级轿车和小型轿车的价格差距越来越小，从2004年初的相差近5万元下降至3万元。价格差距的缩小进一步提升了中级车的性价比，从而使其不断夺取小型轿车的市场。



PolkInsight 是 Polk 公司的一个重要产品，为汽车业决策者提供数据理论支持。这是一个单一数据源的工具，可以使客户更有效地分析和解读汽车注册数据。这个工具可以帮助很多不同职能的工作人员，从市场展示、销售计划到零部件分配等。

PolkInsight 中国提供 2002 年到现在的每月更新的中国乘用车新车的注册数据，数据涵盖中国三十一个省（目前不包括中国台湾，香港和澳门的数据），地域上具体到省，地级市，区/县及具体的邮政编码的覆盖范围。数据包括国产和进口车辆，四轮九座以下（含九座）的乘用车（包括厢式客车，但不包括大型客车和卡车）。

高质小型轿车依旧畅销

2007 年上半年，市场上 38 款小型轿车中，只有 4 款车型实现了连续两年的增长，其中的佼佼者当属 POLO。2006 年改款的 POLO 劲情劲取，当年同比增长 104%。在小型轿车市场一蹶不振时，POLO 今年上半年同比增长却高达 146%，在所有车型中居最高（2006 年上市的全新车型除外，其基数太低同比没有意义）。今年上半年，POLO 劲情劲取上牌数量达 42,164，仅比该级别第一名的夏利（不包含 N3）少一千多台，大有取而代之之势。

作为上海大众 2006 年全力打造的新款 POLO 劲情劲取，充分抓住了该层次汽车消费者的需求，大气的外观、时尚的内饰与全新的发动机使之内外兼备，辅之以上海大众精心营销和遍布全国的经销维护网络提供的优质服务，共同造就了 POLO 的成功。

在所有小型轿车中，POLO 劲情劲取属于高端小型轿车，9 万至 13 万的价格甚至超过了很多畅销的中级车如捷达和福美来等。POLO 的热卖说明了并非小型轿车没有了市场，当价格因素的影响随着消费者的理性化逐渐变淡，优质的产品和高附加值的服务才能受到消费者的青睐。