

Polk insight 新闻快报

2007年9月

十大城市轿车消费面面观

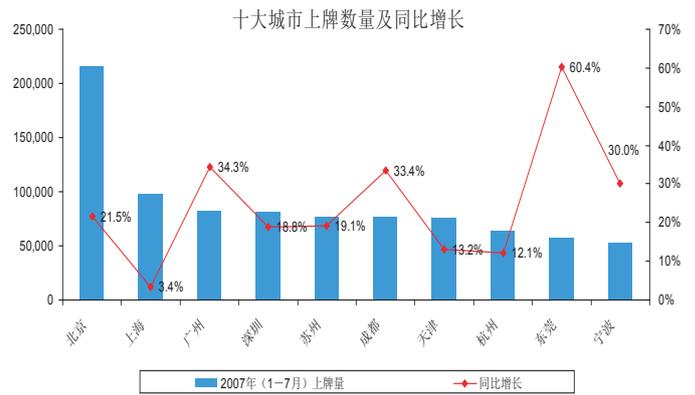
2007年7月，乘用车（含厢式车）上牌447,772辆，同比增长42.2%，创今年以来同比最高。从车型来看，各车型均呈现高速增长态势。其中，三厢车同比增长42.9%。两厢车也一改颓势，同比增长达42.6%。而增长最快的当属SUV，同比增长高达95.3%。

十大城市稳定增长

由于国内各地区经济发展不平衡，乘用车消费在不同地区消费也强弱不均。自2005年起，北京、上海等10大城市稳居乘用车消费的前10名，但其市场总份额逐年下降。十大城市中，除北京高居榜首外，其他九个城市的上牌数量相差不大。其中，广州连续两年在名次上保持增长，而天津的名次两年来持续下滑。

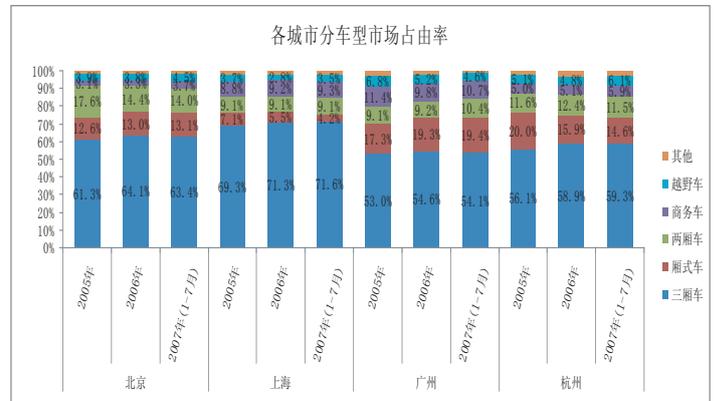
城市	名次	2005年 市场份额	名次	2006年 市场份额	名次变化	名次	2007年(1-7月) 市场份额	名次变化
北京	1	9.0%	1	6.9%		1	6.5%	
上海	2	4.5%	2	3.7%		2	2.9%	
广州	6	2.6%	4	2.6%	↑	3	2.5%	↑
深圳	3	3.3%	3	2.8%		4	2.5%	↓
苏州	5	2.7%	6	2.4%	↓	5	2.3%	↑
成都	7	2.5%	7	2.3%		6	2.3%	↑
天津	4	3.1%	5	2.4%	↓	7	2.3%	↓
杭州	8	2.3%	8	2.2%		8	1.9%	
东莞	10	1.6%	9	1.7%	↑	9	1.7%	
宁波	9	1.7%	10	1.6%	↓	10	1.6%	
十大城市总市场份额		33.2%		28.6%			26.6%	

从增长率来看，十大城市除上海外均保持稳定增长。其中，东莞、广州及成都保持30%以上的同比增长，而东莞的增长率高达60.4%。

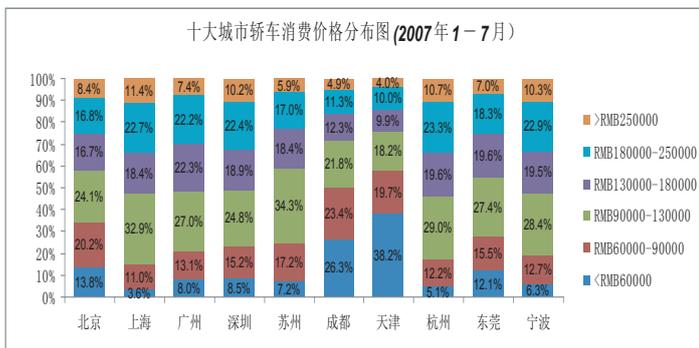


地区消费差异明显

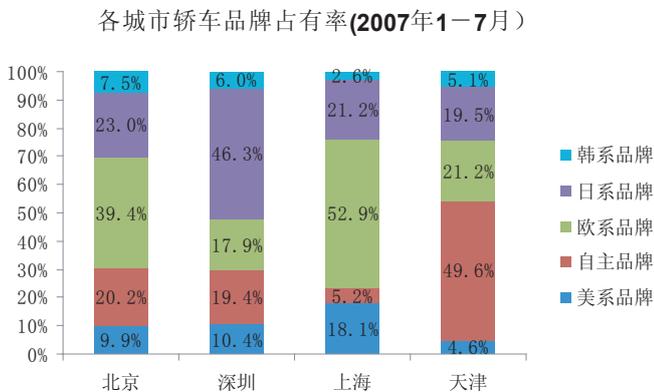
尽管10大城市乘用车消费数量上相差不多，但其消费习惯却存在着很大差异。从车型来看，三厢车在各城市均居主导地位。其他车型中，厢式车及商务车在广州有较大市场，而北京两厢车的市场较大。



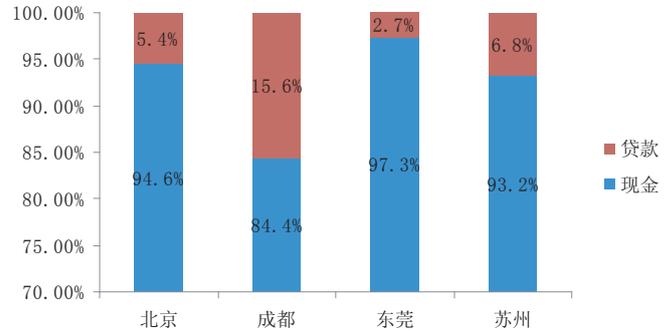
从轿车消费来看，江浙一带轿车消费较高，上海、杭州及宁波的25万以上的轿车占有率均超过10%，而低于9万的轿车不足20%。而同样富裕的广东省，高价位轿车的市场份额较低，广州和东莞均只有7%左右。北京各价位的车型消费比较平均，而天津、成都低价位的车型仍占主导，9万以下的车型约占50%左右。



从轿车品牌分布来看，上海欧系品牌居主导地位，而低价的自主品牌和韩系品牌市场很小。日系品牌在深圳较受欢迎，而自主品牌在天津占有半壁江山。北京各品牌间差距相比较小，欧系、日系及自主品牌均占有相当市场。



各城市轿车购买方式分布图(2007年1-7月)

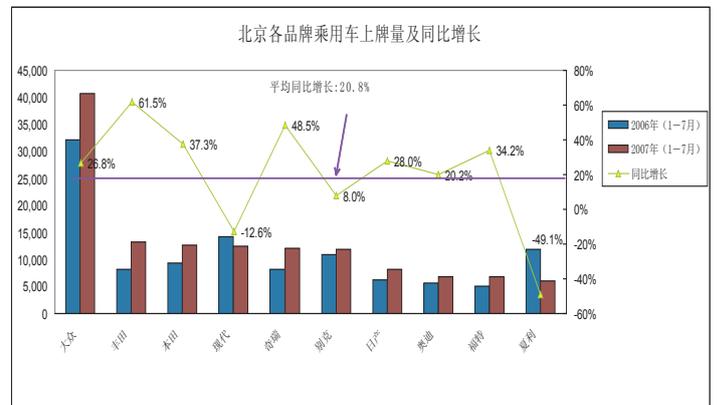


从消费者的购买方式来看，现金是消费者购买轿车的主要方式。相比之下，成都贷款购买的比例较高，约15.6%的消费者采用贷款购车。而东莞的消费者贷款购车的比例仅占2.7%。

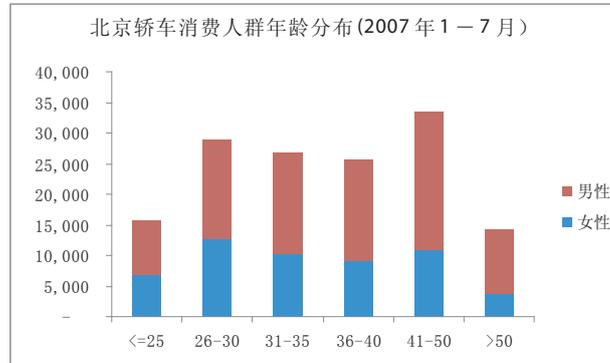
乘用车消费城市分析：北京

作为城市乘用车消费的排头兵，北京一直是各汽车厂商重点关注的市场。尽管这两年北京的市场份额出现了下降，每月上牌的乘用车数量依然保持在3万以上，超过绝大多数省份一个省的上牌数量。庞大的市场空间，使得其市场竞争空前白热化。

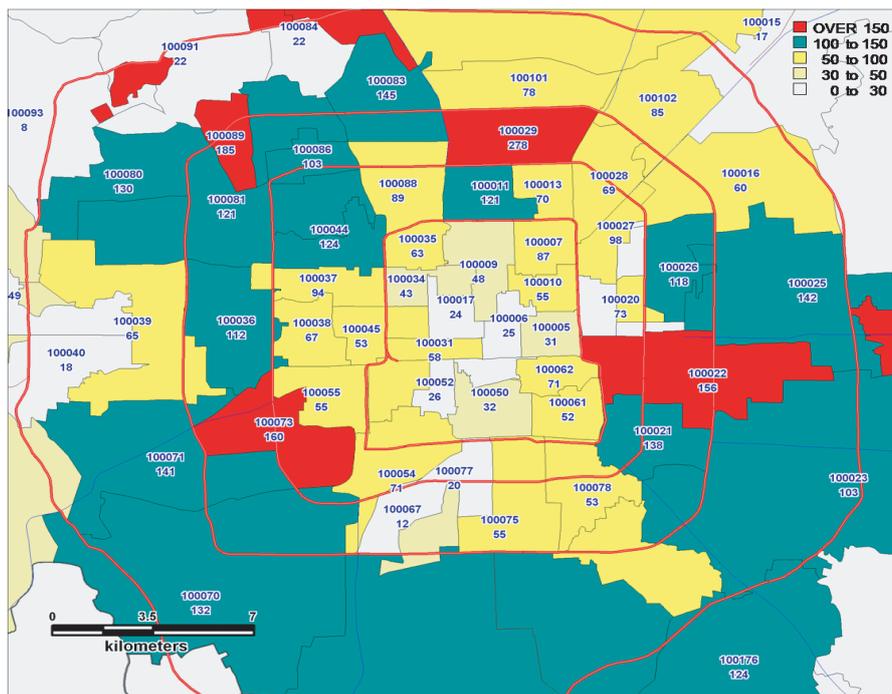
从品牌来看，大众在北京一枝独秀，而其他品牌则竞争激烈。丰田、本田及奇瑞今年均保持高速增长，而现代和夏利则出现了大幅下滑。特别是夏利，其同比下滑了近50%，从去年的第三名落到了第十的位置。



从消费人群来看，41—50岁的人依然是消费的主力人群，而女性约占40%的市场份额，年轻购车人群中，女性的购车比例较高。如25岁及以下人群，女性约占44%的份额。年龄越大，这一比例越低，超过50岁的人群中，女性购车比例仅占26%。



北京市奥迪分区上牌分布图 (2007年1-7月)



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）。