

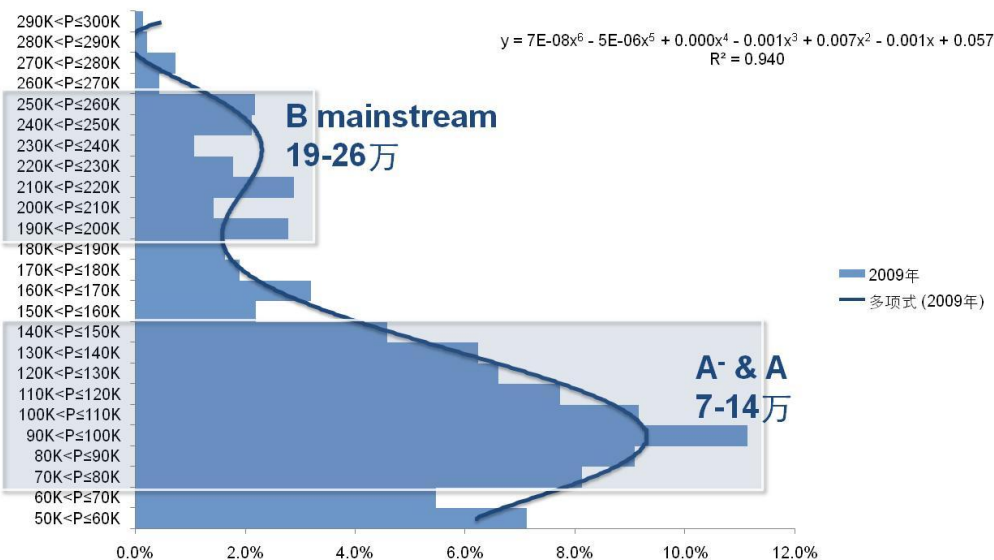
15-19万市场，下一个焦点？

— 2012年5月汽车政策与市场研讨会 —

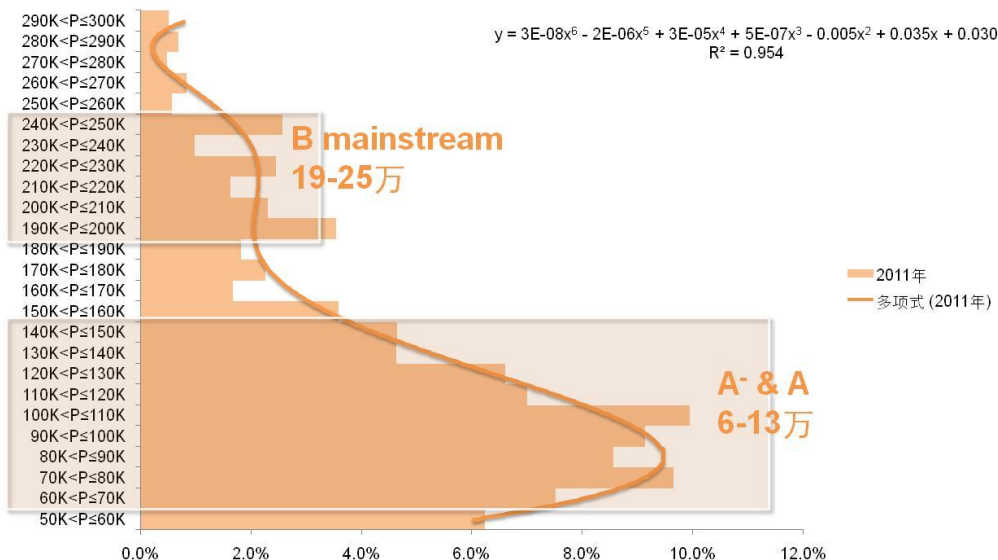
■ 从历年狭义乘用车价格峰值来看，15-19万市场，存在市场空隙

- 历年狭义乘用车价格分布呈现两个峰值，即以小型和紧凑型车为主的**7-15万价格段**和以主流中高级车为主的**19-26万价格段**
- 在这两个峰值的中间呈现**15-19万价格段**的市场空隙

2009年乘用车主销价格段



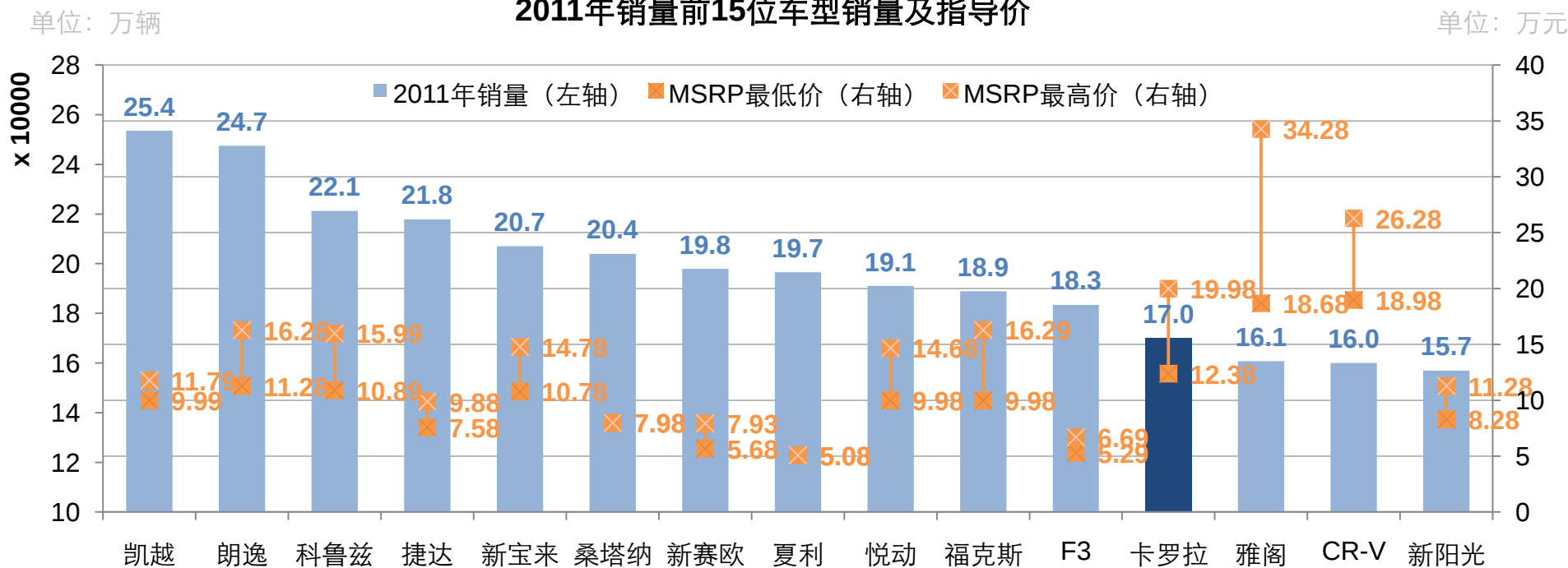
2011年乘用车主销价格段



■ 从单车销量来看，销量最大的车型也主要集中在主流紧凑型和中高级三厢轿车

- 2011年销量前15名车型中，只有A+级卡罗拉的MSRP覆盖到15-19万元区间
- 而卡罗拉的主销排量为1.6L，其MSRP为13.28-14.08万元

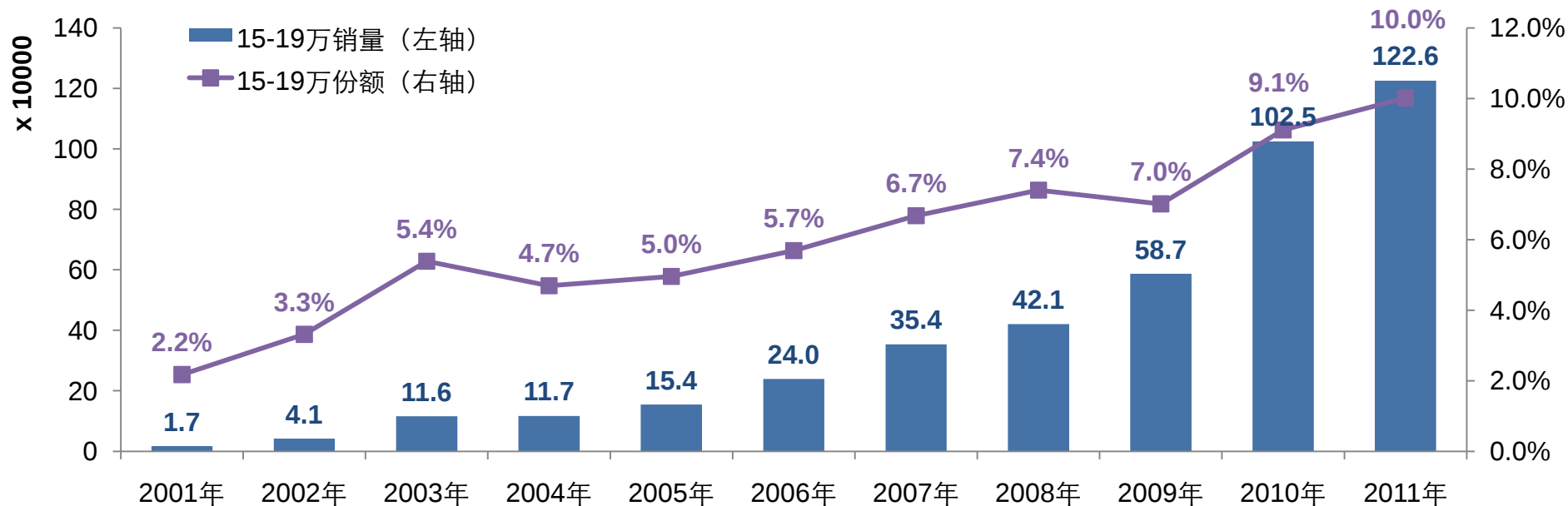
2011年销量前15位车型销量及指导价



■ 虽然15-19万价格段份额在稳步提升，但仍在10%左右

- 15-19万价格段占狭义乘用车总体的份额从2001年的2.2%稳步上升到2011年的10.0%
- 2010年起，该市场的销量首次超过100万辆

15-20万市场销量、份额



■ 当前15-19万价格段的车型主要覆盖三个细分市场

- 15-19万SUV，日韩系为主
- 15-19万中型轿车，日韩系为主
- 15-19万紧凑型轿车，德系、日系为主

序号	级别	品牌	车型	MSRP (万元)	2011年销量
1	SUV	逍客 (日)	逍客二驱 2.0L	15.18-18.88	94080
2	中型轿车	八代索纳塔 (韩)	八代索纳塔 2.0L	16.69-23.29	67582
3	SUV	智跑 (韩)	智跑二驱 2.0L	16.48-20.98	57337
4	中型轿车	马自达6 (日)	马自达6 2.0L	17.08-19.98	91358
5	SUV	途胜 (韩)	途胜 2.0L	15.58-18.93	51188
6	SUV	IX35 (韩)	IX35 2.0L	16.98-21.58	89800
7	紧凑型轿车	卡罗拉 (日)	卡罗拉 1.8L	13.78-18.98	47795
			卡罗拉 2.0L	16.98-19.98	26
8	紧凑型轿车	速腾 (德)	速腾 1.4T	14.18-16.98	46911
			速腾 1.8T	17.28-18.48	3928
9	SUV	狮跑 (韩)	狮跑 2.0L	15.98-19.68	44642
10	MPV	途安 (德)	途安 1.4T	14.98-20.08	30601
			途安 2.0L	16.18-24.85	354
			途安 1.8T	17.98-23.78	286
11	紧凑型轿车	高尔夫A6 (德)	高尔夫A6 1.4T	13.68-16.78	53769
12	中型轿车	蒙迪欧-致胜 (美)	蒙迪欧-致胜 2.3L	16.48-20.48	27540
13	中型轿车	马自达6睿翼 (日)	睿翼 2.0L	17.68-19.48	26351
14	SUV	RAV4 (日)	RAV4 2.0L	18.78-22.78	25381
15	紧凑型轿车	明锐 (德)	明锐 1.4T	14.70-17.75	21184
			明锐 1.8T	16.90-18.55	3833

■ 15-19万的SUV

- 除主打小众市场的逍客外，主要为日韩系品牌（如智跑、途胜、IX35）
- 这些车型对标以CRV为代表的紧凑型 SUV，以性价比、造型为核心卖点



ix35 & 智跑



- 家族的、时尚的外观造型
- 高性价比



■ 15-19万的中型轿车

- 以日韩系中型轿车为主（如八代索纳塔、马自达6）
- 对标以雅阁、凯美瑞为代表的主流中高级轿车，同样以性价比为主要卖点



索纳塔第八代

- 动感造型
- 高性价比



马自达6

- “B级车身A级价格”

■ 15-19万的紧凑型轿车（主要指A+级）

- 以日韩系中型轿车为主（如卡罗拉、速腾、高尔夫A6）



卡罗拉 & 高尔夫A6 & 全新速腾

- A+级主流车型
- 随着高尔夫A6、全新速腾的相继上市，掀起一阵A+级热潮，但该市场仍以家轿为主，英朗XT的上市并没有明显带动个性化市场的启动

■ 未来15-19万市场展望

- 该市场未来可能是非常有活力的市场

15-19万市场	当前市场状况	未来市场机会
SUV: 非主流	以价位更高的CRV、途观、RAV4对标 	机会: <u>同价位小型SUV</u> 与价位更高的主流SUV比较商务化的色彩不同, 15-19万的小型SUV可能更适合时尚、年轻的首购用户使用
中型轿车: 非主流	以价位更高的雅阁、凯美瑞、天籁对标 	机会: <u>同价位两厢三厢轿车</u> 比A级车提供更高的品质、更好的性能 对于新一轮的技术升级战而言, 15-19万的轿车市场也是非常好的新技术投放场地
紧凑型轿车 (主要指A+级): 主流	经典车型, 但选择有限 	

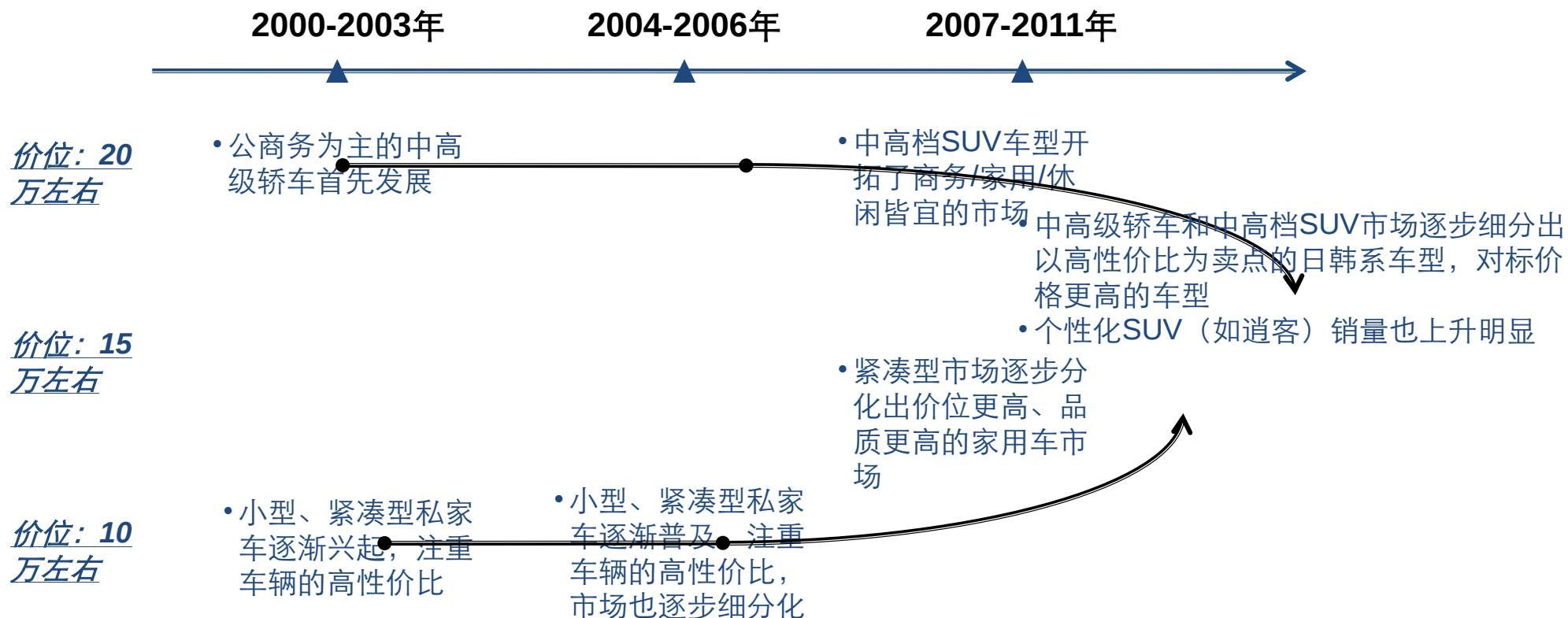
■ 未来15-19万市场展望

- 1-2年内有望国产的15-19万小型SUV（价格为预估）



■ 结论

- 上下两端市场逐步向中间聚拢，给15-19万市场的发展留出空间



■ 结论

- 未来15-19万价格段市场的发展有赖于三个方面

2012年及以后



价位：20
万左右

15-19万价格段市
场能否启动？

价位：15
万左右

该市场的启动有赖于：

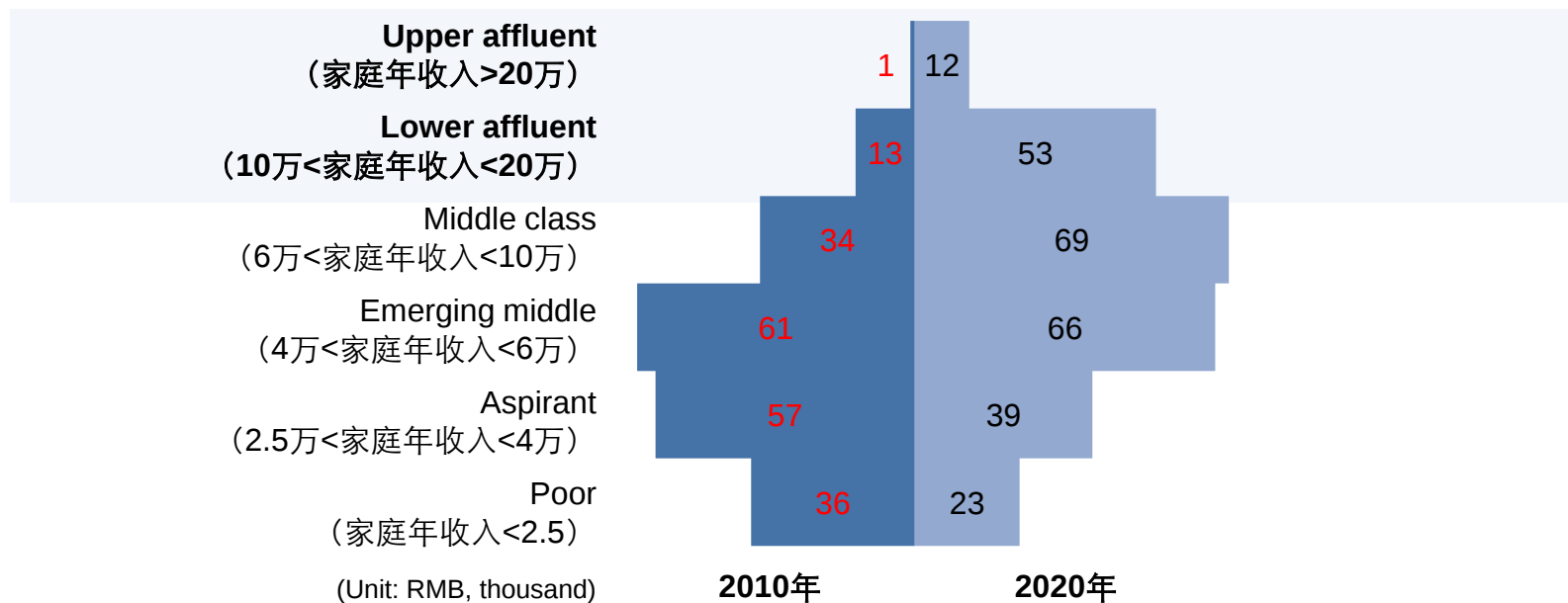
1. 首购用户群体购买能力的提高
2. 产品能够与上下竞争市场做好区隔，避免用户流失
3. 产品能够找准目标市场

价位：10
万左右

■ 首购用户群体购买能力提高是15-19万价格段市场启动的基础

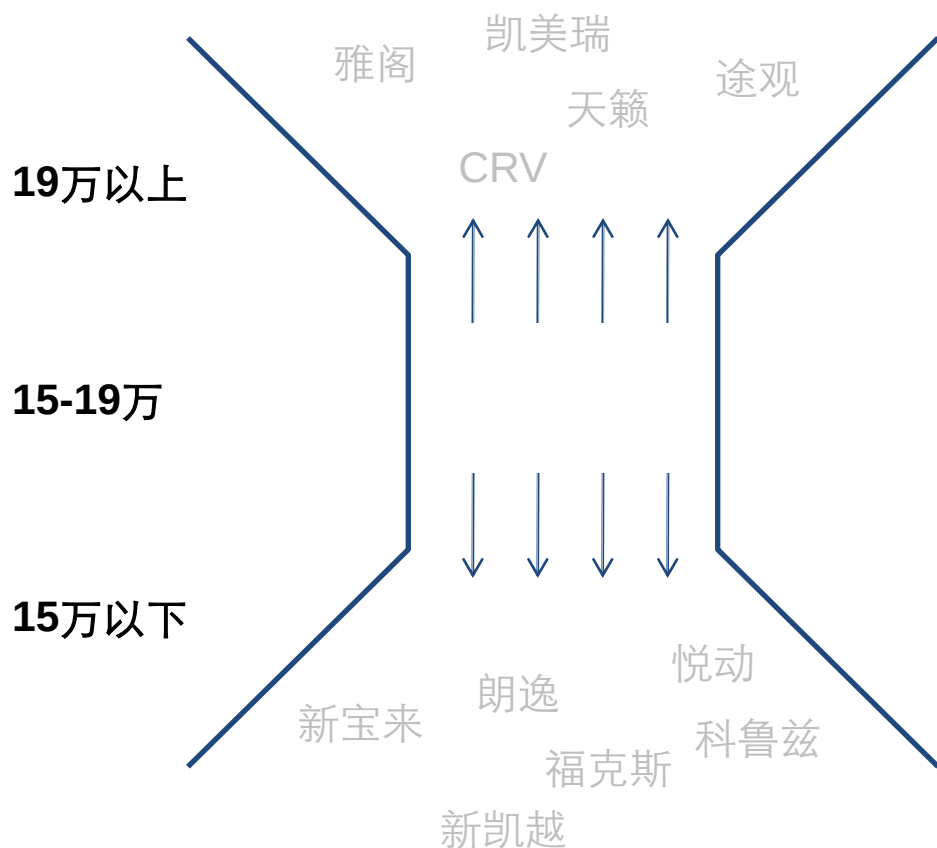
- 15-19万价格段用户以首购用户为主
- 他们家庭年收入在20万左右
- 未来，随着中国城镇家庭收入结构的变化，家庭年收入在20万左右的城镇家庭数量有明显上升
- 因此，为15-19万价格段市场的启动提供物质基础

2010~2020年城镇家庭数量（单位：百万）



■ 15-19万价格段产品需要与上下价格段市场做好区隔

- 该市场的发展向上、向下都面临强大的吸力
- 因此，该价格段产品的定位要与当前市场主流车型做出明显区隔，才能吸引用户

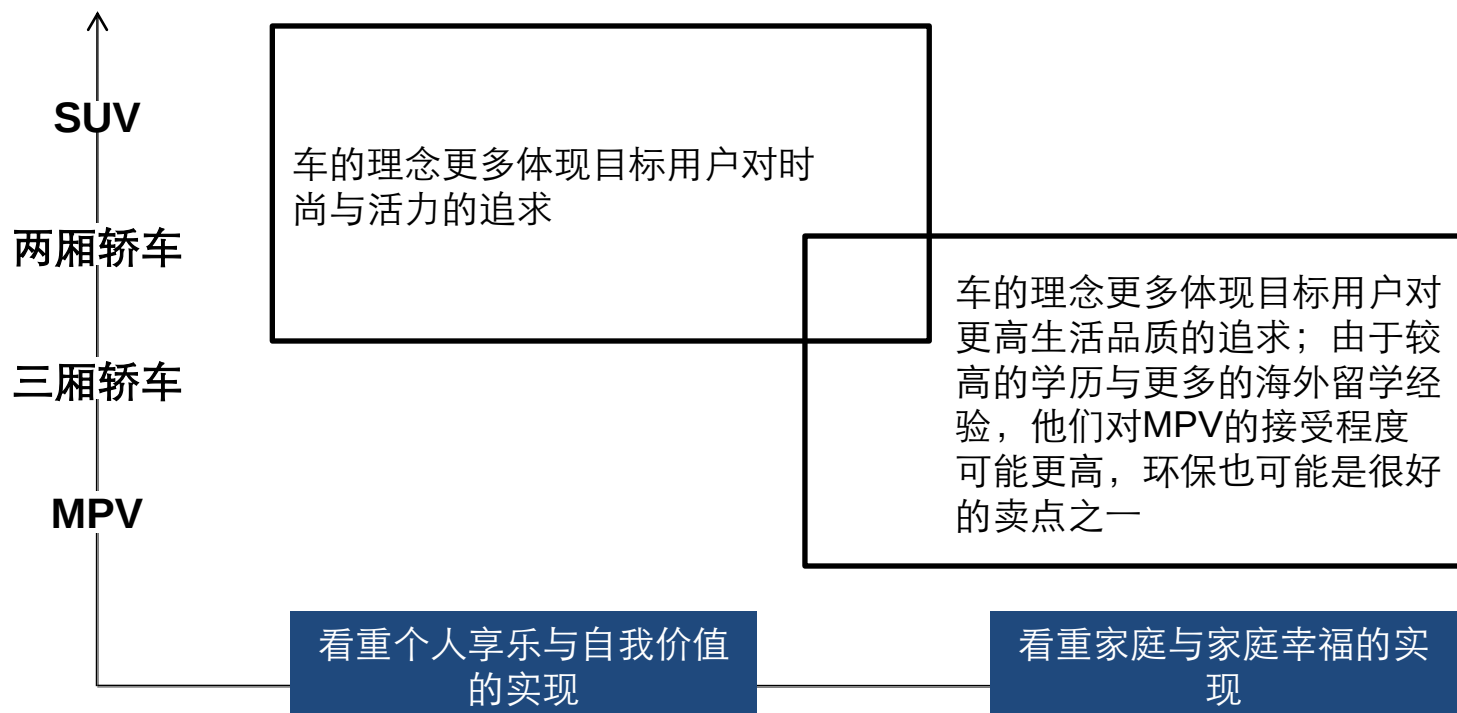


— 品牌集中度高，车型成熟，几个主要车型被市场公认为经典车型，用户认可度高，多年销量稳步上升

— 几乎所有主流合资厂商都在该市场聚集，市场份额最大，车型选择丰富、技术成熟、更新换代快，满足多数车型的日常生活用车

■ 15-19万价格段产品间需要细分不同的产品满足不同用户的需求

15-19万价格段
产品特征



15-19万价格段
目标市场特征

共同特征：“智一代”、“智二代”，有较高的学历，80后为主，事业处于上升阶段或小有成就，对生活的品质和时尚有较高的需求

SINOTRUST
新华信

北京
北京市朝阳区酒仙桥路14号兆维大厦8层
邮编：100015
电话：(010) 5926 7688
传真：(010) 5867 1800

上海
上海市卢湾区建国中路29号国信商务大厦7层
邮编：200025
电话：(021) 6133 1788
传真：(021) 6133 1766

广州
广州市五羊新城寺右一马路18号泰恒大厦7层
邮编：510600
电话：(020) 2237 3266
传真：(020) 2237 3299

Thank You!

新华信汽车营销解决方案

协助您开拓市场和管理客户关系