

广州市场观察月报

2013年2月



市场表现及宏观环境

终端市场表现

1. 整体市场：受春节假期的影响，广州市场出现量价齐跌，客流和订单大幅下降，库存深度抬升，终端市场表现较差；
2. 细分市场：广州各级别市场价格下探，客流和订单都出现较大幅度的下降；A0级市场库存深度高于警戒线；A级价格下调幅度最大；B级市场订单下滑幅度最大；SUV级市场库存深度上升，达到自去年7月以来最高位；

相关政策

1. 国务院发布《关于加强内燃机工业节能减排的意见》意见提出：到2015年，节能型内燃机产品占全社会内燃机产品保有量的**60%**，与2010年相比，内燃机燃油消耗率降低**6%-10%**；
2. 广州市交委公布：广州针对外地车限行已制定初步方案，市内指定区域，高峰时段，外地车禁行，接下来经过向社会公开征求意见、组织法制审查等有关程序后，将正式发布并组织实施；
3. 商务部发布了《机动车强制报废标准规定》，规定对私车的报废没有使用年限的限制，但是注明报废行驶里程参考最大值为60万公里。

宏观经济

1. 2013年2月中国制造业采购经理指数(PMI)为50.1%，比上月下降0.3个百分点，连续两个月出现回落，PMI指数连续出现回调主要是受春节因素影响的正常性波动，总体来看经济运行仍处在企稳区间；
2. 国家发改委宣布，25日零时起，国内汽、柴油零售价每吨分别上涨300元和290元，折算成90号汽油和0号柴油每升零售价格分别提高0.22元和0.25元，调整后国内部分执行国四标准级以上标准的地区汽油价格再次进入8元时代。

政策分析

- 2月17日，国务院办公厅发布《关于加强内燃机工业节能减排的意见》，意见提出，到2015年，节能型内燃机产品占全社会内燃机产品保有量的60%，与2010年相比，内燃机燃油消耗率降低6%-10%；

重点推广应用增压直喷技术

➢乘用车用汽油机方面，重点推广应用增压直喷技术，掌握燃烧和电子控制等核心技术，开发直喷燃油系统、增压器等关键零部件，鼓励2.0升以下排量特别是1.6升以下小排量汽油机采用增压和直喷技术，推广轻量化技术；

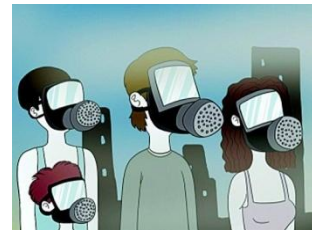
➢到2015年，30% - 40%新生产的车用汽油机产品应用缸内直喷燃油系统，燃油消耗率比2010年降低6% - 10%；

■目前，市场上“涡轮增压”车型呈爆发式增长趋势，除了德系车、美系车搭载有涡轮增压发动机，日系品牌和自主品牌也逐渐加入“涡轮增压”的阵营，《意见》的出台，势必会导致市场上低排量涡轮增压等车型增多，**小排量“涡轮增压”或会迎来发展的黄金期。**

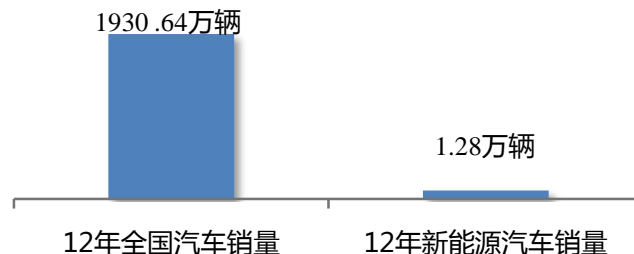


《意见》出台是新能源发展的过渡期

➢近期，国内多个城市连续出现雾霾天气，空气质量改善迫不及待；



➢新能源汽车真正实现产业化还有很长的路要走，传统内燃机的地位仍难以取代；

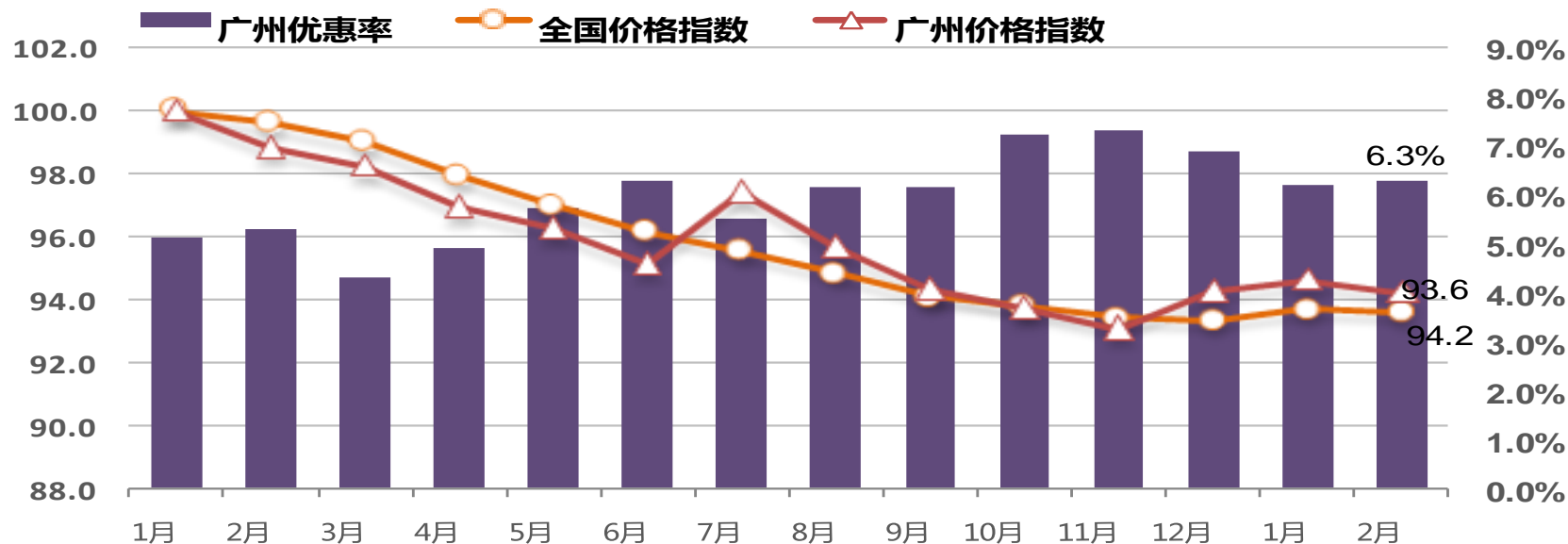


■一边是新能源车型销售迟缓，一边是空气质量改善迫不及待，因此，《意见》的出台，是传统动力向新能源汽车发展的一个过渡期。

终端价格分析

- 2月，价格指数结束了连续两个月的上升，优惠率上升，广州市场重启价格下调窗口
- 近年3月的销售量都比较好，预计经销商会作出更大优惠吸引顾客，价格指数将会进一步下降

广州终端价格分析

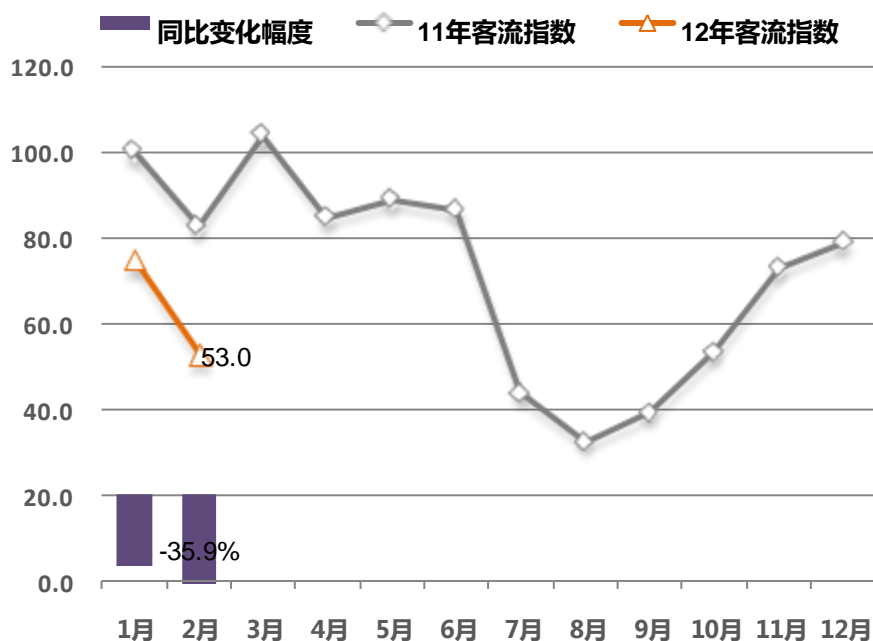


数据来源：威尔森终端市场监测体系 威尔森市场价格监测体系
价格指数基期：12年1月 全国终端数据为17个样本城市终端数据

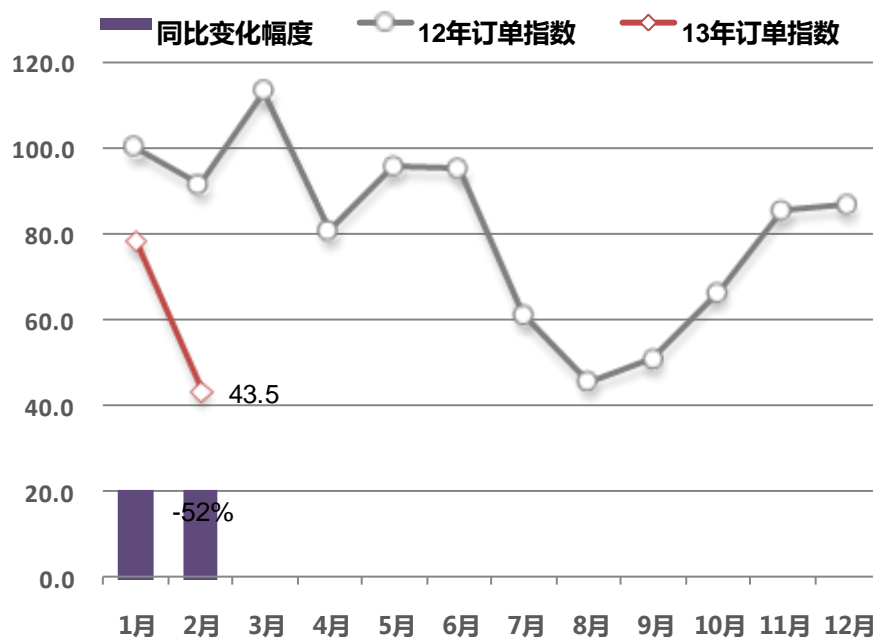
广州终端指数

- 2月，广州经销商反映春节大量意向客户返乡过年，同时节后进入销售淡季，因此终端客流与订单均出现较大幅度的下降

广州终端人气



广州终端订单

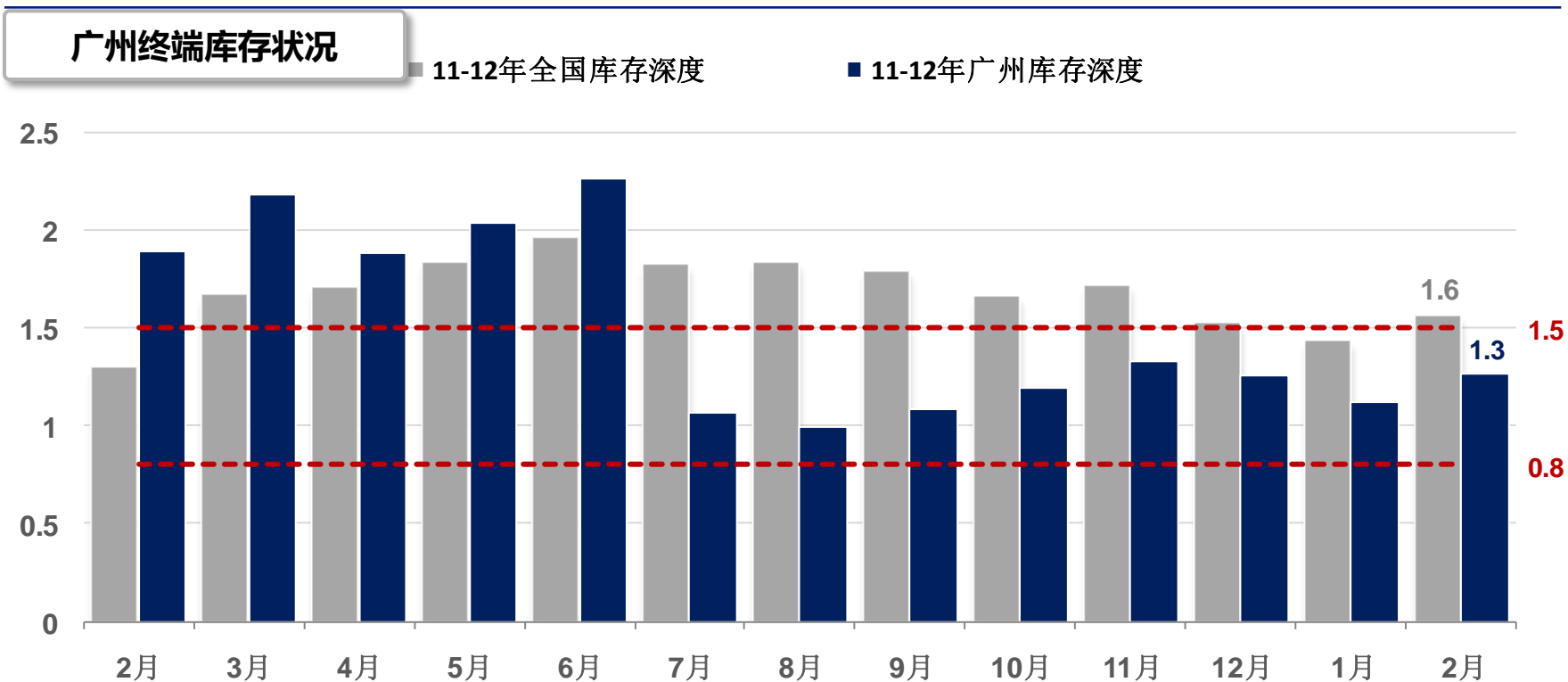


数据来源：威尔森终端市场监测体系

客流、订单指数基期：12年1月 全国终端数据为17个样本城市终端数据

广州终端库存分析

- 近年3月的销售量都比较好，广州经销商本月开始增加配车，库存深度环比出现较大幅度的上升

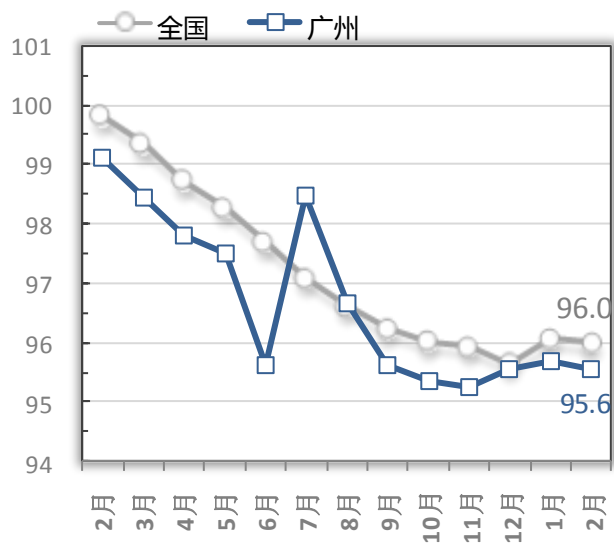


数据来源：威尔森终端市场监测体系
全国终端数据为17个样本城市终端数据

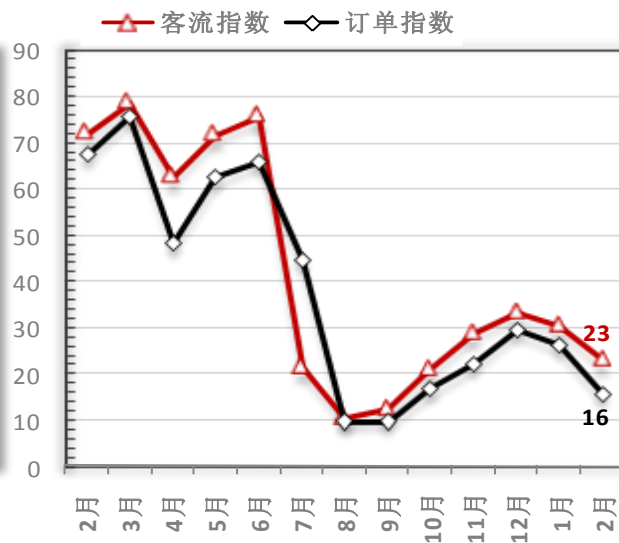
广州A0级车市场终端运行分析

- 销售淡季，A0级市场出现量价齐跌，价格指数小幅下跌，订单和客流都出现较大幅度的下滑，库存深度小幅上升，高于警戒线以上；

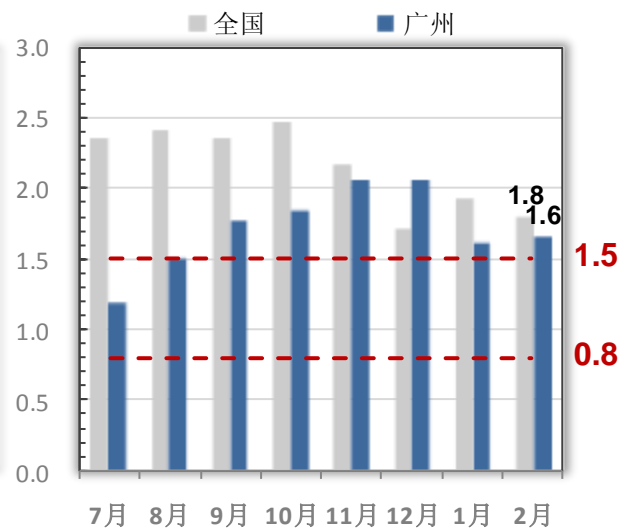
价格指数



客流及订单指数



库存深度

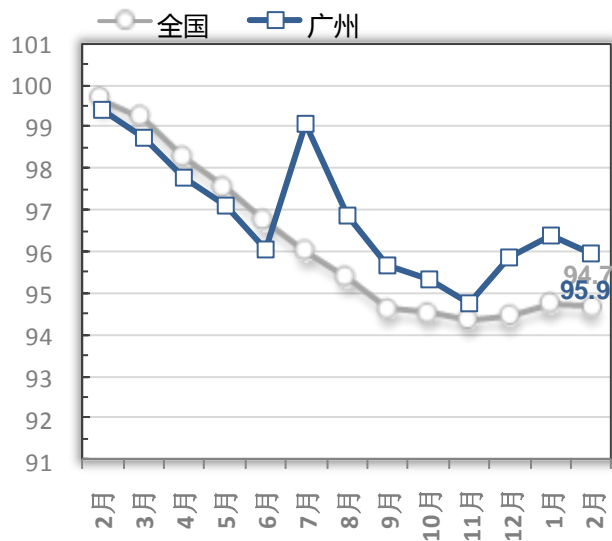


数据来源：威尔森终端市场监测体系 威尔森市场价格监测体系
全国终端数据为17个样本城市终端数据

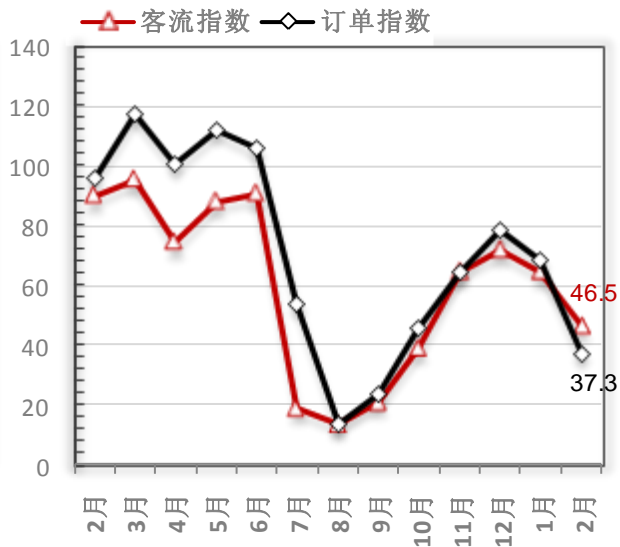
广州A级车市场终端运行分析

- 广州A级市场价格较全国作出更大幅度的下调，客流和订单大幅下降，库存小幅上升，级别市场表现较差

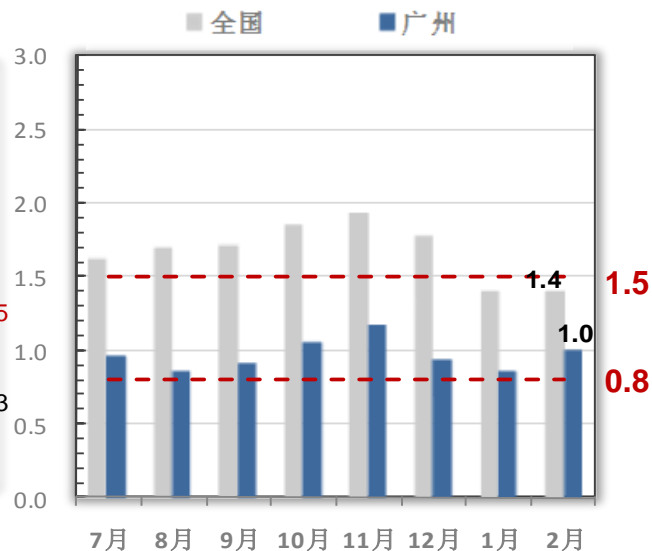
价格指数



客流及订单指数



库存深度

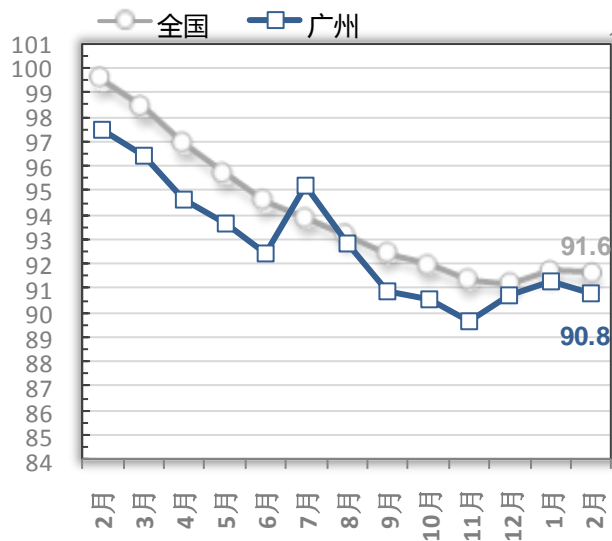


数据来源：威尔森终端市场监测体系 威尔森市场价格监测体系
全国终端数据为17个样本城市终端数据

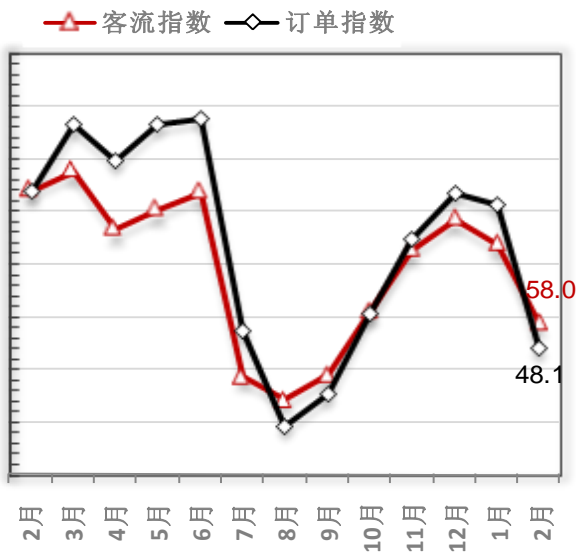
广州B级车市场终端运行分析

- B级市场价格小幅下调，客流和订单出现较大幅度下滑，库存深度小幅上升，终端市场表现一般

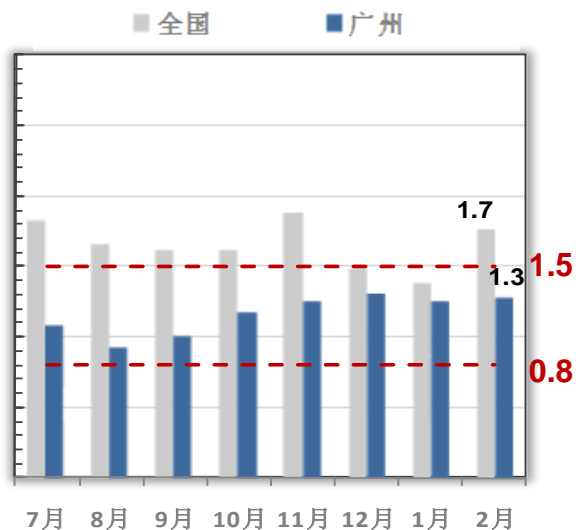
价格指数



客流及订单指数



库存深度

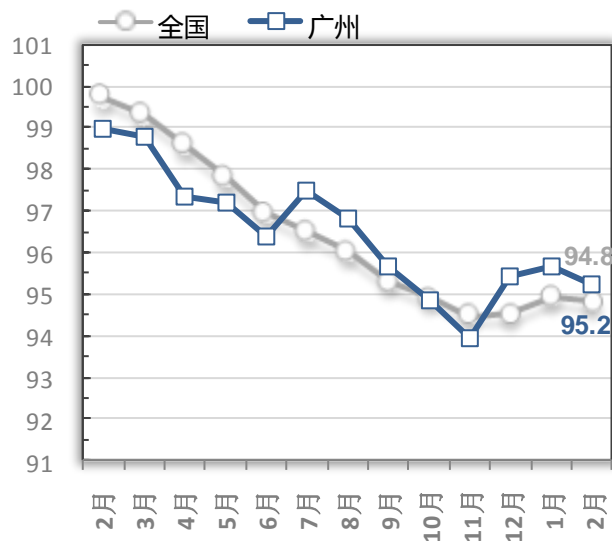


数据来源：威尔森终端市场监测体系 威尔森市场价格监测体系
全国终端数据为17个样本城市终端数据

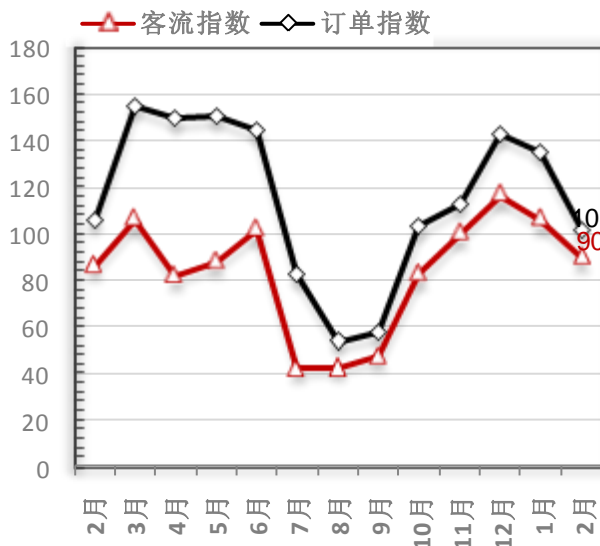
广州SUV级车市场终端运行分析

- 2月，SUV级市场价格结束连续两月的上升，客流和订单指数出现较大幅度的下滑
- 库存深度大幅上升，达到1.2，为去年7月以来最高点

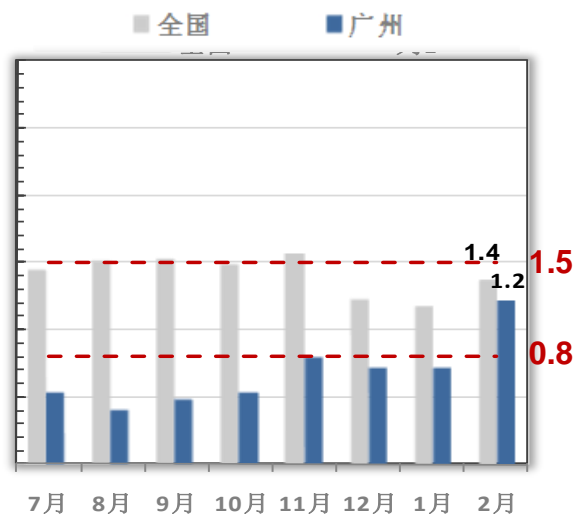
价格指数



客流及订单指数



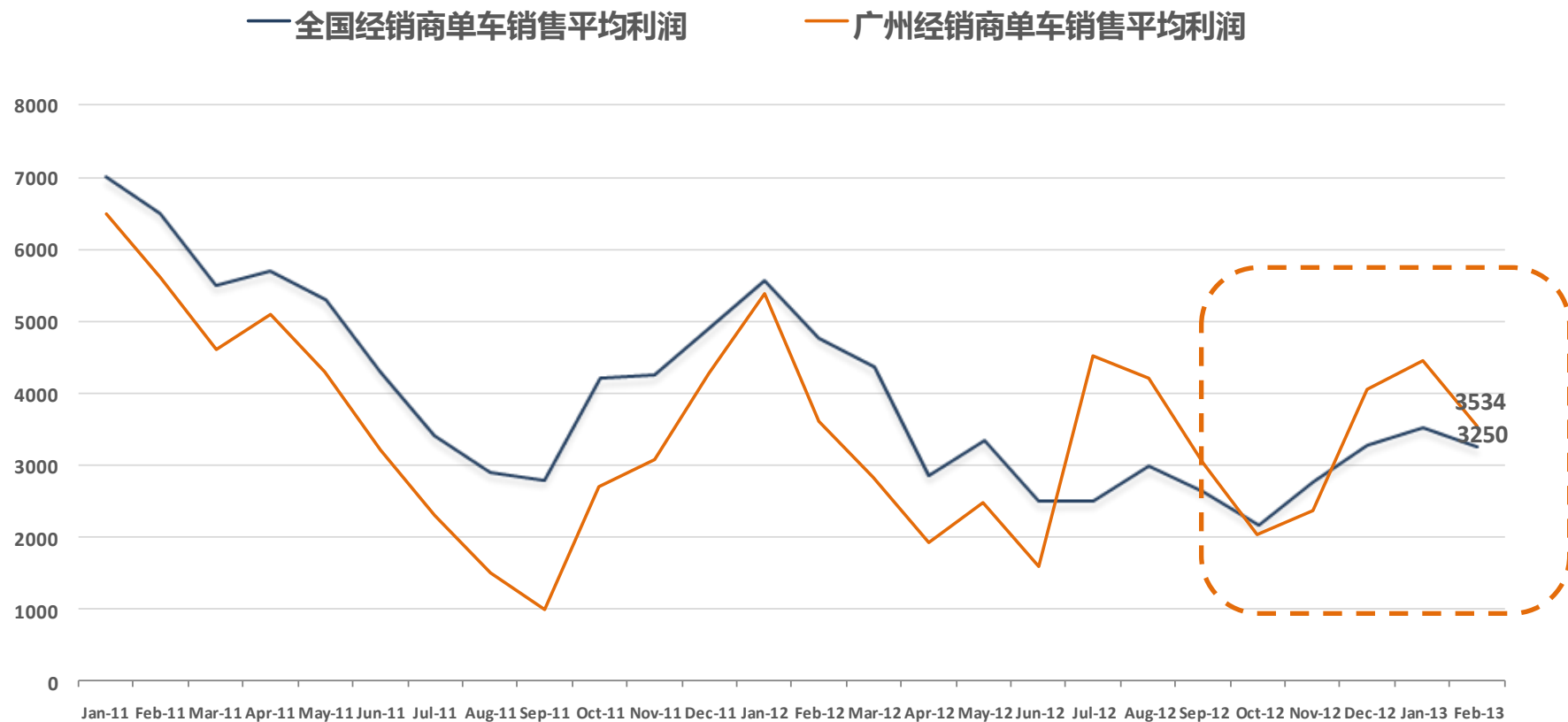
库存深度



数据来源：威尔森终端市场监测体系 威尔森市场价格监测体系
全国终端数据为17个样本城市终端数据

广州经销商单车销售利润分析

- 广州市场开始加大优惠幅度，价格下调，经销商单车利润下降
- 广州单车利润高于全国水平



数据来源：威尔森市场价格监测体系

指标及算法相关说明

■ 指数说明

● 客流指数说明

- 客流，到店或者来电，已留下联系方式的人数
- 单店品牌意向指数= 单店品牌意向量/单店品牌基值意向量
- 品牌意向指数= $\sum(\text{单店品牌意向指数} \times \text{样本店权重})$
- 整体市场意向指数= $\sum(\text{品牌意向指数} \times \text{品牌权重})$

● 订单指数说明

- 订单，指当期单店已付订金的订单数（不包括二级网点批发数和大客户）
- 单店品牌订单指数= 单店品牌订单量/单店品牌基值订单量
- 品牌订单指数= $\sum(\text{单店品牌订单指数} \times \text{样本店权重})$
- 整体市场订单指数= $\sum(\text{品牌订单指数} \times \text{品牌权重})$

● 库存深度说明

- 库存量，经销商统计期内的店内的现车库存
- 库存深度=月底库存量/最近三个月月底交车量平均
- 库存深度安全范围是0.8-1.5，2.0是经销商库存深度的警戒点

● 基期选择

- 2012年1月作为基期计算



Thank You!