



中国狭义乘用车经销商网络分布季度报告

2013年1季度

1

季度报告说明

2

全国狭义乘用车经销商网络概览

3

部分重点品牌经销商网络分析

数据范围

数据定义

本报告由新华信国际信息咨询（北京）有限公司编制，季度发布

数据来源

新华信汽车网络分析系统DealerMap <http://www.dealermap.com.cn>

数据范围

覆盖中国大陆地区的所有狭义乘用车品牌（轿车+SUV+MPV）

数据定义

汽车经销商特指直接与品牌厂商签约的汽车销售商

本报告主要分为三部分内容：

- ◆ 第一部分为全国狭义乘用车品牌网络总体分析，覆盖中国全部的狭义乘用车自主、合资、进口品牌网络，本季度共收集整理了109家品牌网络的数据
- ◆ 第二部分为典型品牌的网络分析，选取了9家典型品牌，包括3家豪华品牌：奔驰、奥迪及宝马，和其他6家品牌网络：合资品牌的上海通用别克、广汽本田及一汽-大众和自主品牌的长城汽车、奇瑞汽车以及比亚迪
- ◆ 第三部分为网络热点分析，每期内容不固定，本期暂未加入

本报告的所有图片、表格及文字内容的版权归新华信公司所有，未经新华信许可，请勿用于商业用途

网络热度指数

反映网络扩张的冷热程度 (>1网络发展较快; <1网络发展较慢; <0网络开始收缩)

= 本季度经销商增长率/基准经销商增长率

其中, 基准经销商增长率为从2005年4季度到2012年4季度的复合季度经销商增长率, 即3.88%

复合季度经销商增长率为一定时期内的季度增长率。计算方法为这段时间总增长率百分比的 n 方根,
 n 相等于此段时期内的季度数

波动率

反映汽车品牌网络的变动程度

= ((入网经销商数量+退网经销商数量)/本季度在网经销商数)*100%

城市覆盖率

反映汽车品牌网络对城市的覆盖情况

= (存在该品牌经销商的城市的数量/某类级别城市的数量)*100%

入网率

反映汽车品牌网络发展程度

= (本季度新增经销商数量/本季度在网经销商总量)*100%

退网率

反映汽车品牌网络不稳定程度

= (本季度退网经销商数量/本季度在网经销商总量)*100%

1

季度报告说明

2

全国狭义乘用车经销商网络概览

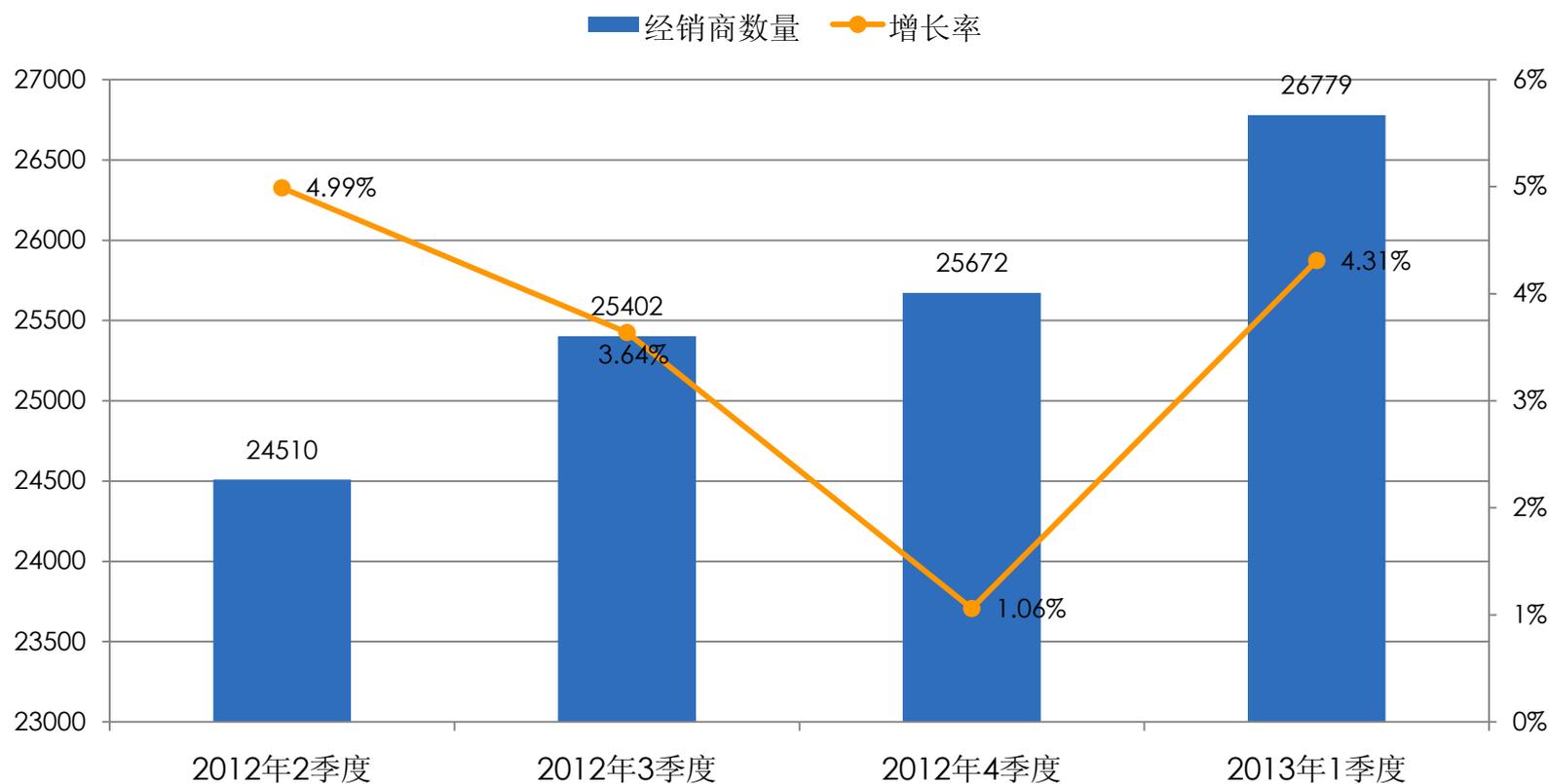
3

部分重点品牌经销商网络分析

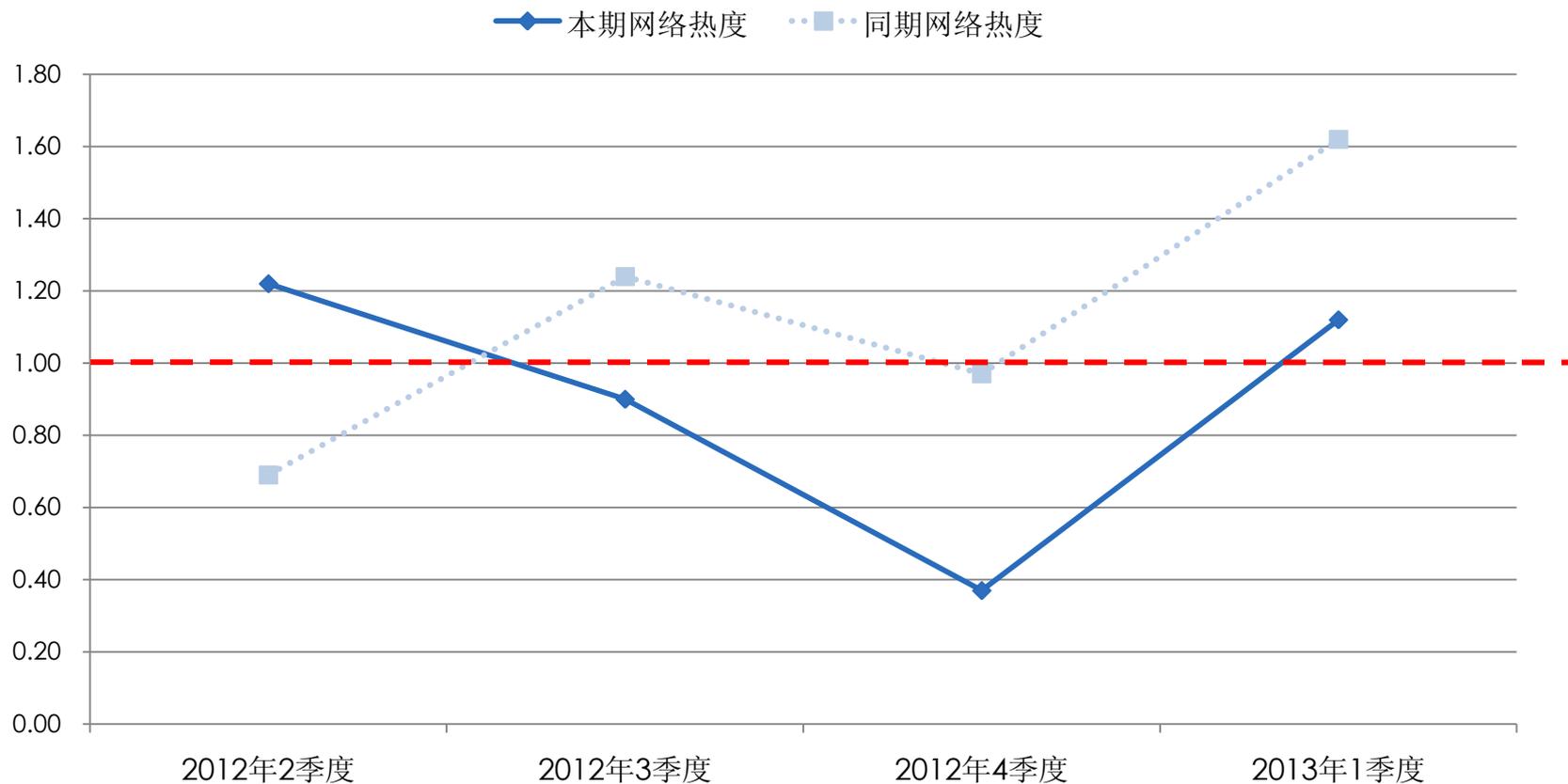
数据范围

数据定义

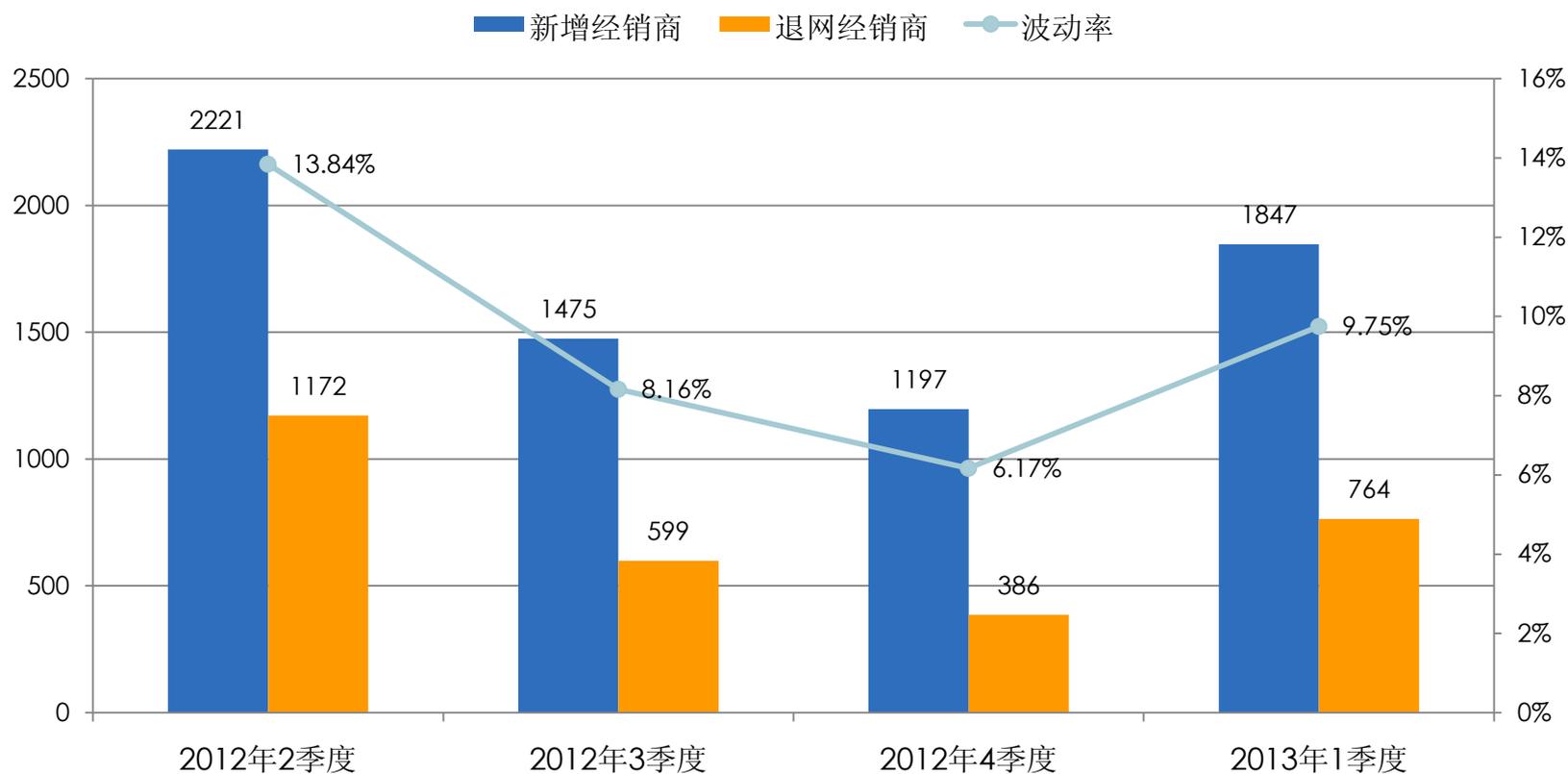
2012年2季度—2013年1季度，汽车经销商在网总数量从24,510家增长到26,779家，增长速度在2012年4季度达到最低点1.06%，2013年1季度市场有所回暖，增长速度为4.31%



虽然本季度网络热度指数有所提升，但考虑到时间周期因素，与去年同期网络热度相比，网络发展减速的趋势依旧明显



从2012年2季度开始，经销商入、退网数量均在减少，波动率也由2季度的13.84%降到了4季度的6.17%。由于季节因素，2013年1季度波动率又有所回升



2013年1季度与2012年1季度相比，北京的经销商增长最慢，是6%，甘肃的最快，是26%



1 季度报告说明

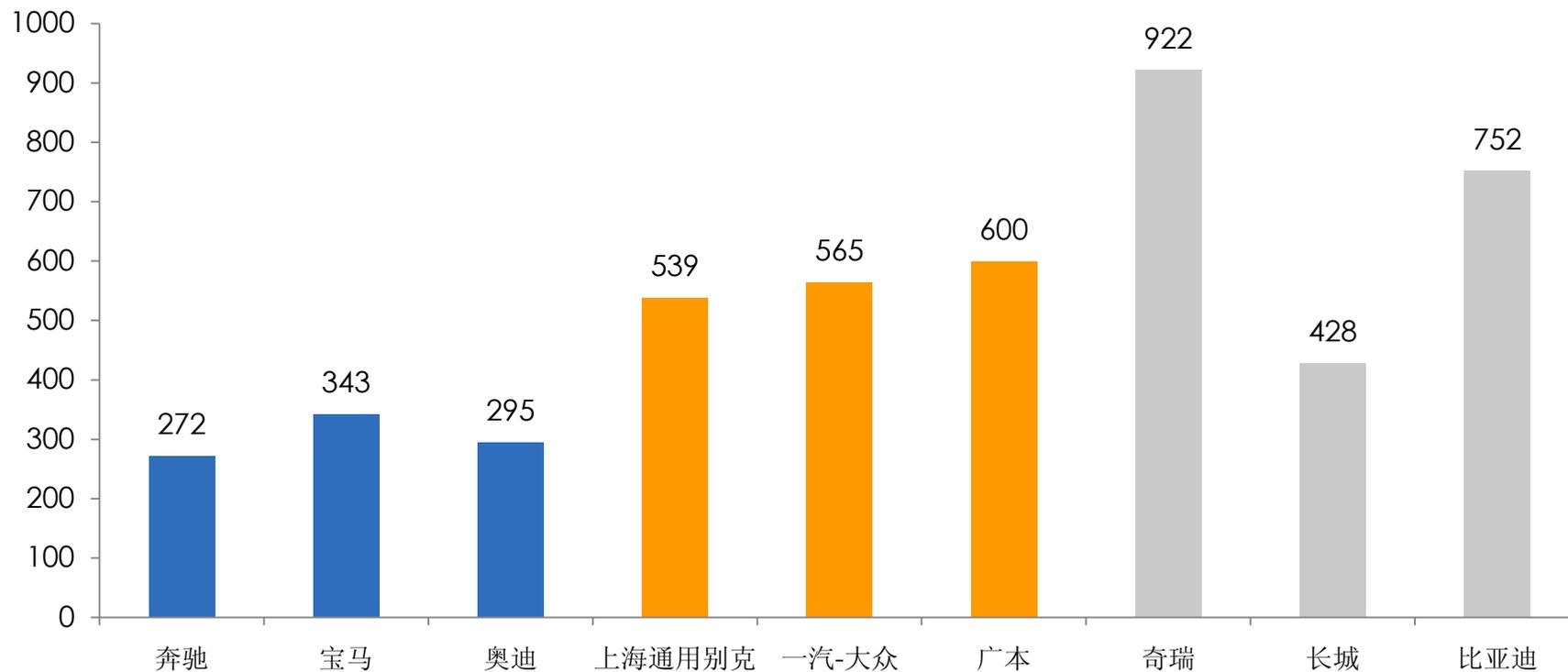
2 全国狭义乘用车经销商网络概览

3 部分重点品牌经销商网络分析

数据范围

数据定义

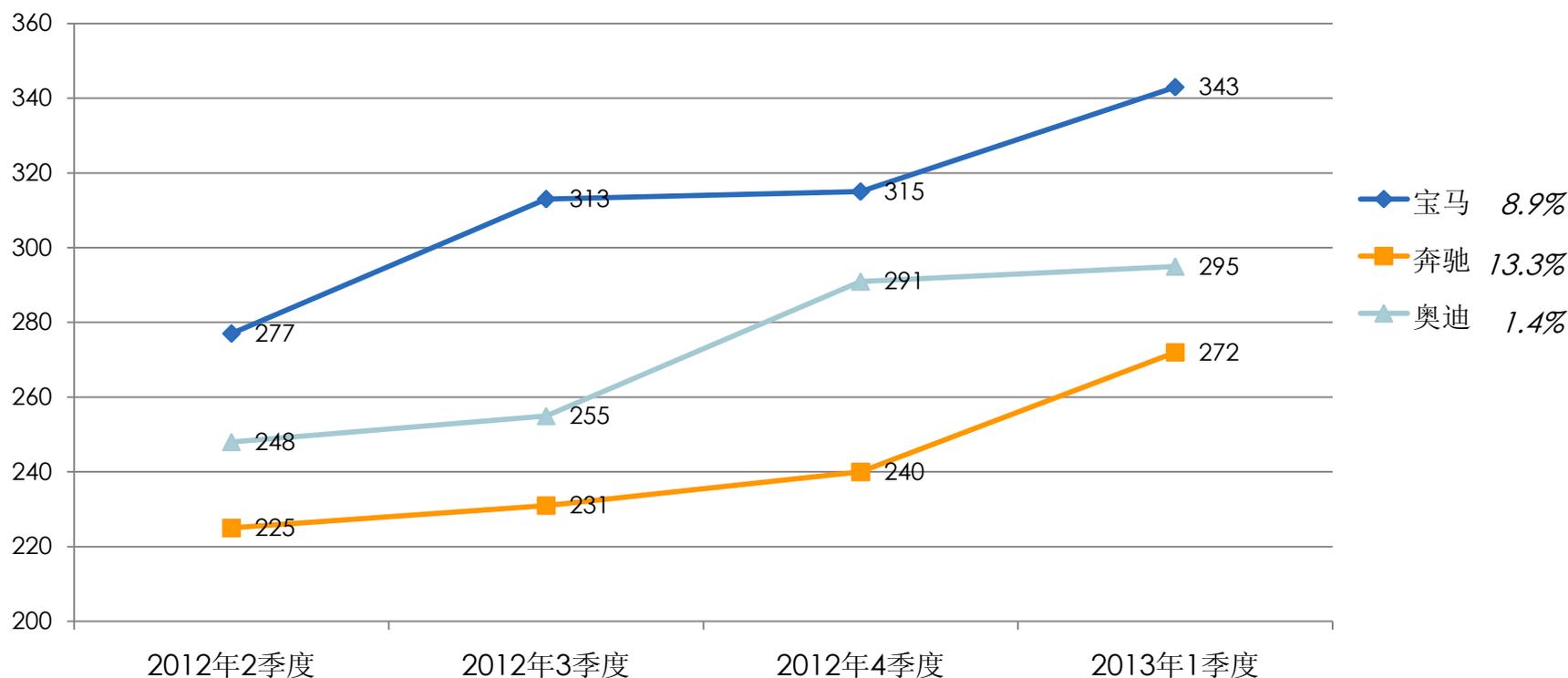
2013年1季度，宝马逐渐拉大与奔驰和奥迪的差距，合资品牌缩短网络规模差距，自主品牌中奇瑞和比亚迪裹足不前，而长城稳步发展



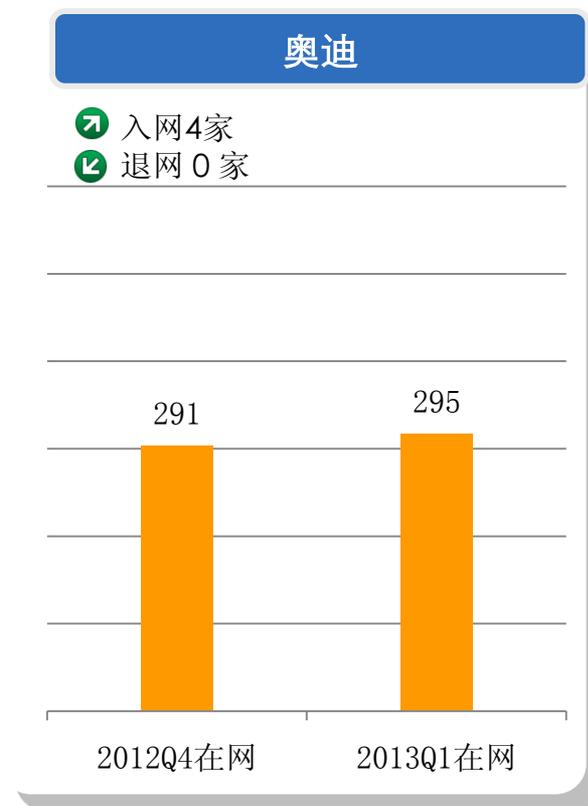
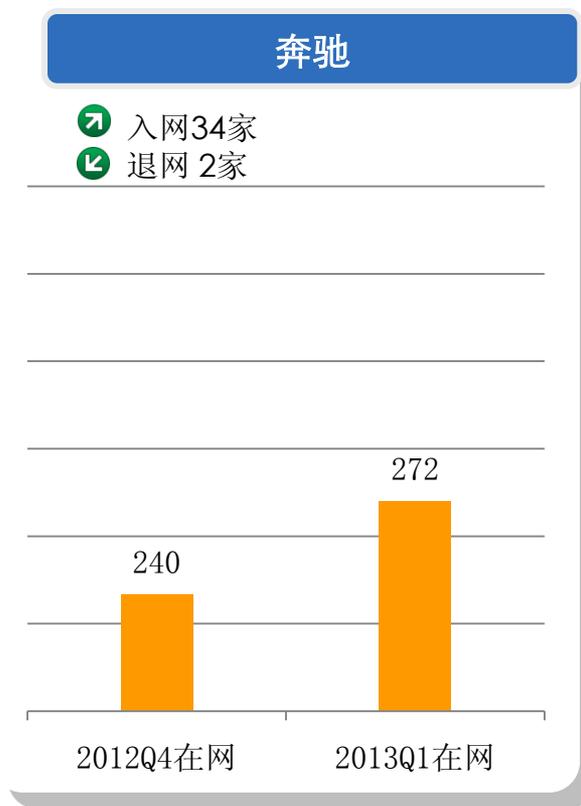
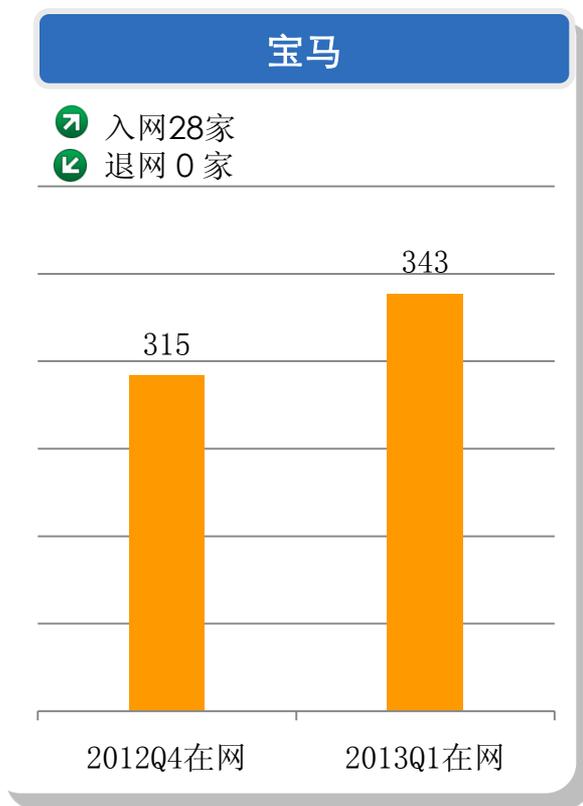
注：奔驰、宝马、奥迪均包含进口车

奇瑞，包括奇瑞汽车、开瑞、瑞麒和威麟；

2013年1季度，奔驰经销商数量环比增长最快，为13.3%。截止2013年1季度，奥迪经销商数量达到295家，环比增长速度远小于奔驰、宝马。经销商数量最多的为宝马的343家

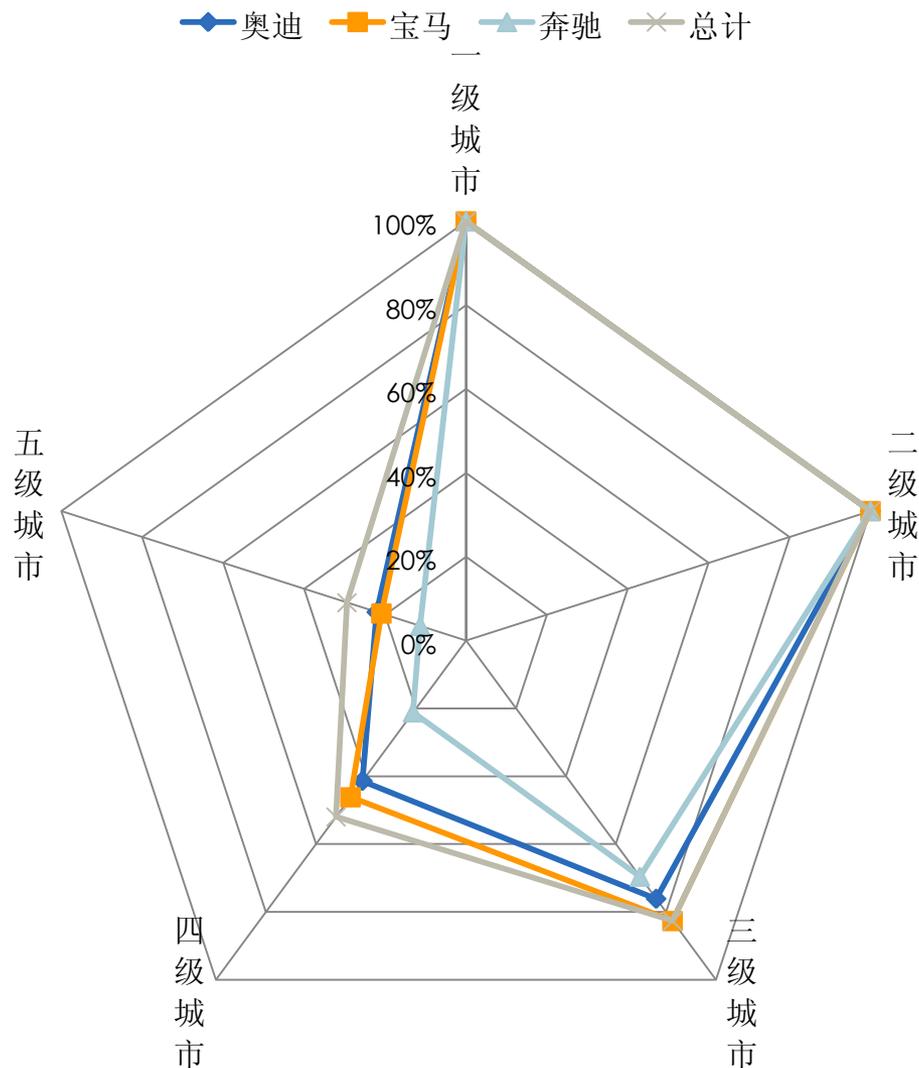


2013年1季度，奔驰入网经销商34家，宝马入网经销商28家，远大于奥迪的4家。其中宝马波动率为8.16%，奔驰波动率为13.23%，奥迪波动率为1.35%

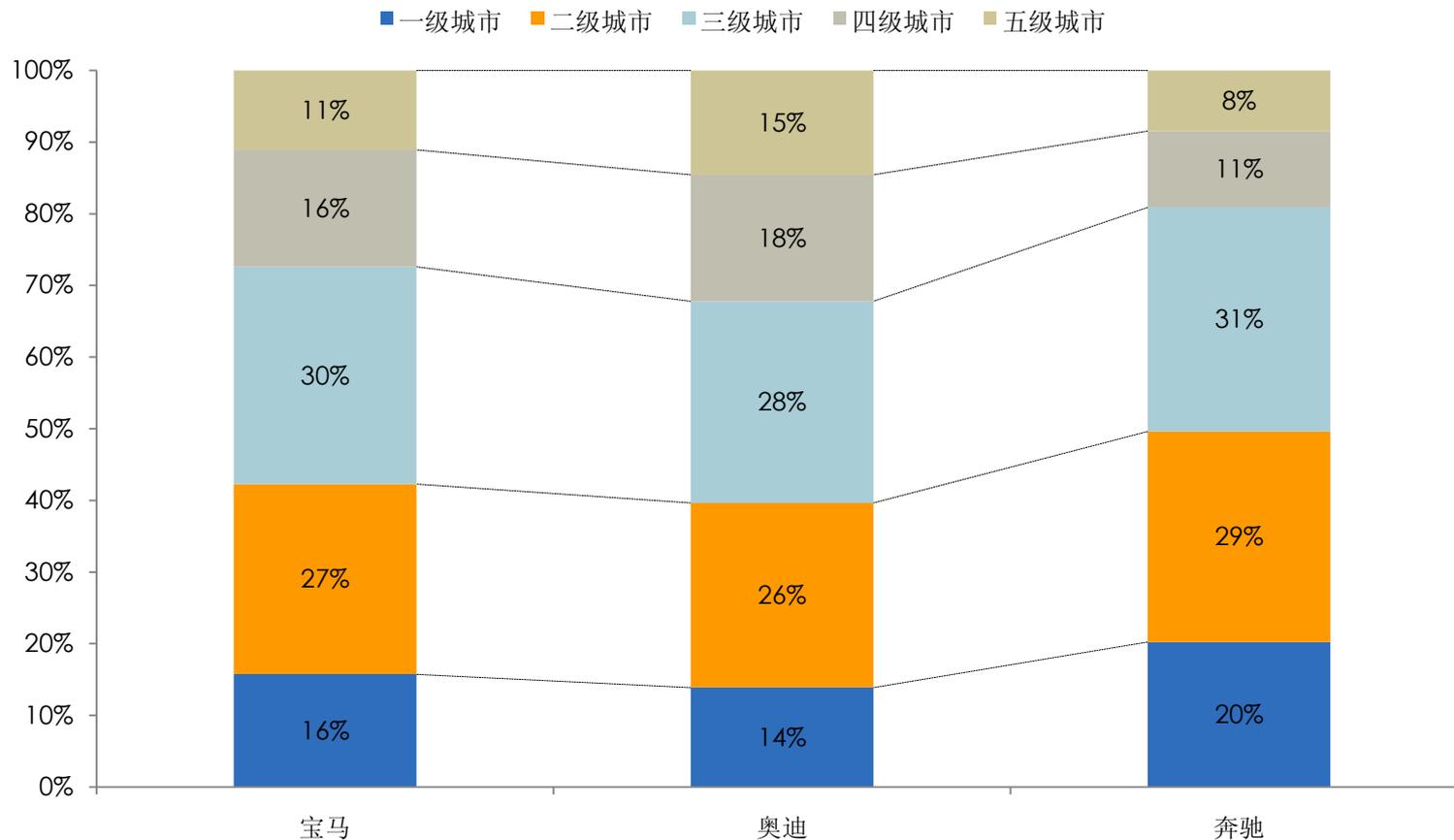


宝马、奥迪的城市覆盖率分布相似，但宝马的经销商密度略高；奔驰三、四线城市的覆盖率明显低于宝马、奥迪，但经销商密度是最高的

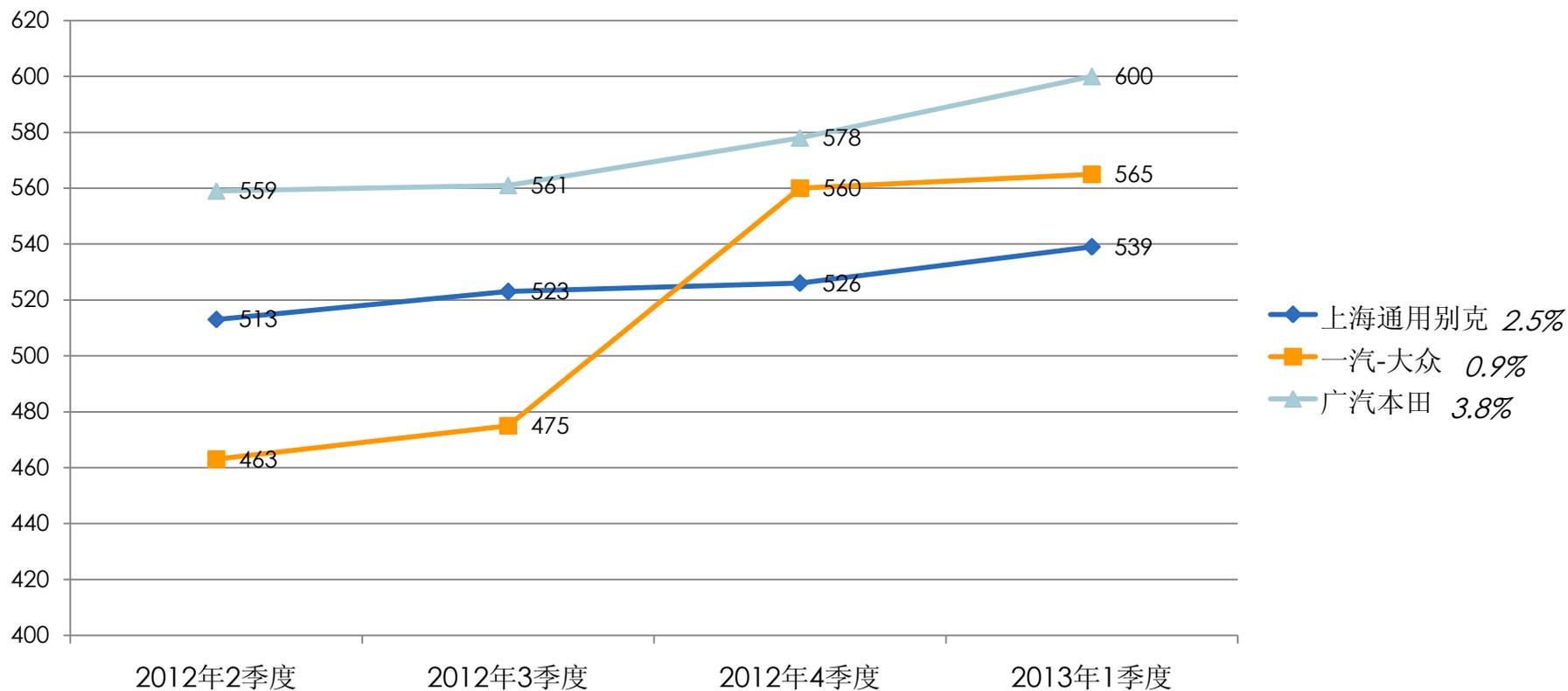
品牌	覆盖城市数	经销商数量	覆盖城市经销商密度
宝马	145	343	2.4
奔驰	96	272	2.8
奥迪	139	295	2.1



宝马、奔驰在一级城市、二级城市及三级城市的经销商比重比奥迪稍大



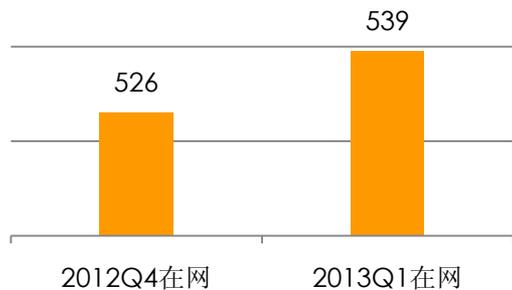
2013年1季度，合资品牌经销商数量整体环比增长均不高，其中以广汽本田环比增长较快，增速为3.8%；一汽-大众本季度对区域市场布局进行了调整，现有的大区管理跨度已经制约了经销商网络的快速发展



2013年1季度，广汽本田入网经销商23家，大于别克的16家，一汽-大众的5家；三家合资品牌均有退网，但是数量均不是很多

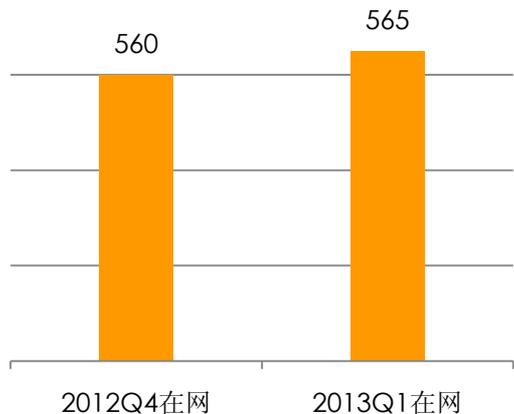
上海通用别克

- ↑ 入网16家
- ↓ 退网3家



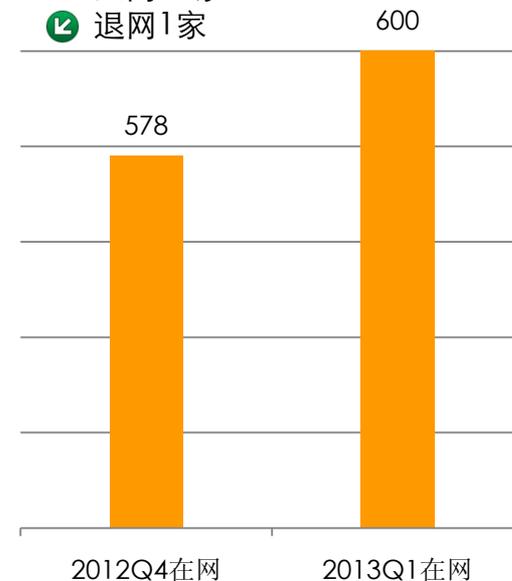
一汽-大众

- ↑ 入网5家
- ↓ 退网0家



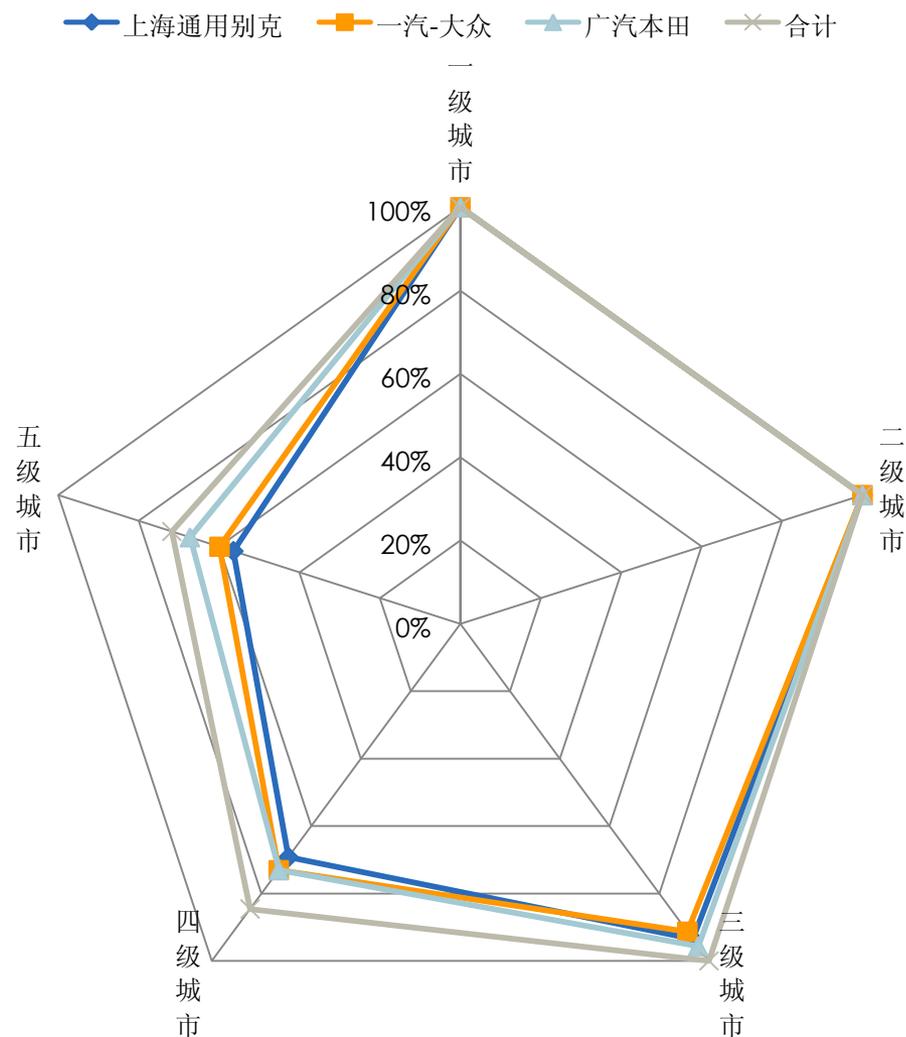
广汽本田

- ↑ 入网23家
- ↓ 退网1家

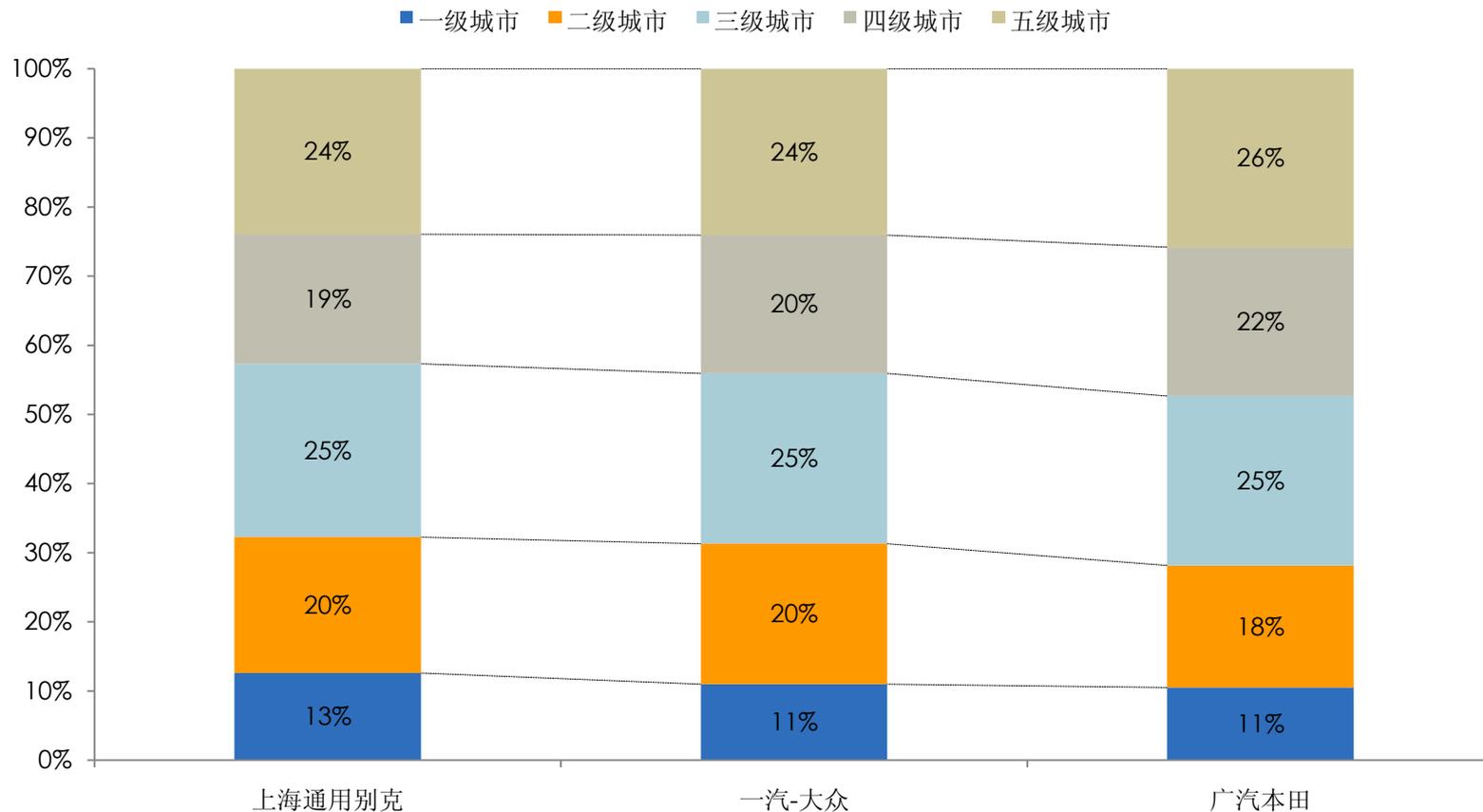


三家合资品牌不论是在经销商网络覆盖面还是在经销店密度方面，都呈现相近的分布势态。三者在一、二级城市均实现完全覆盖，在三、四、五城市覆盖率依次递减，五级城市覆盖率达到一半左右

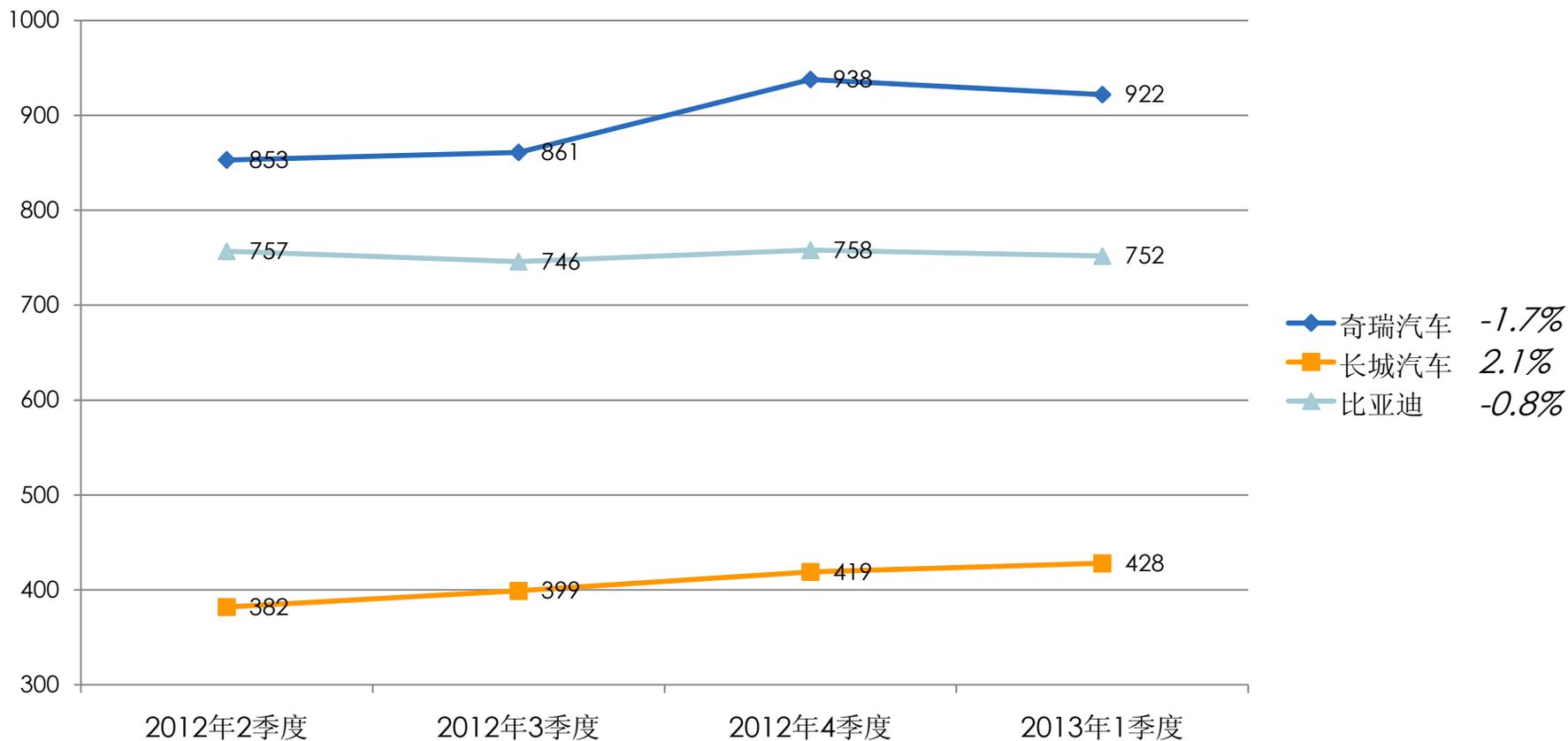
品牌	覆盖城市数	经销商数量	覆盖城市 经销店密度
上海通用别克	237	539	2.3
一汽-大众	246	565	2.3
广汽本田	261	600	2.3



三品牌中，上海通用别克在一、二线城市的比重优势较为明显，广汽本田在四、五线城市的分布稍高于上海通用别克和一汽-大众



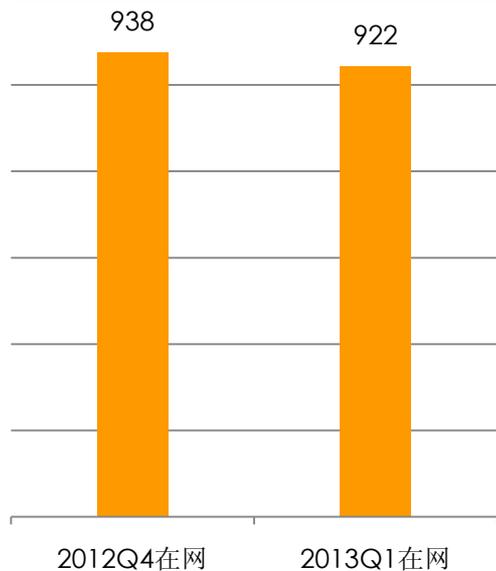
2013年1季度，自主品牌中，奇瑞与比亚迪经销商数量环比出现了负增长；长城汽车依旧保持较稳定的增长势头，经销商数达到428家



2013年1季度，三家自主品牌入网经销商数量不相上下。但是由于奇瑞汽车的退网经销商达到27家，所以奇瑞品牌的波动率较大，达到4.12%

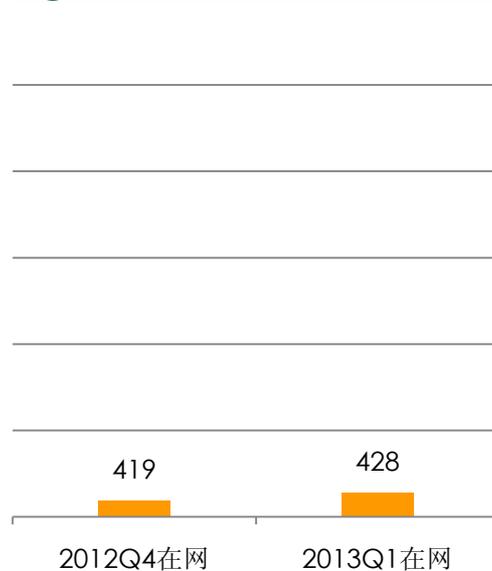
奇瑞汽车

- ↑ 入网11家
- ↓ 退网27家



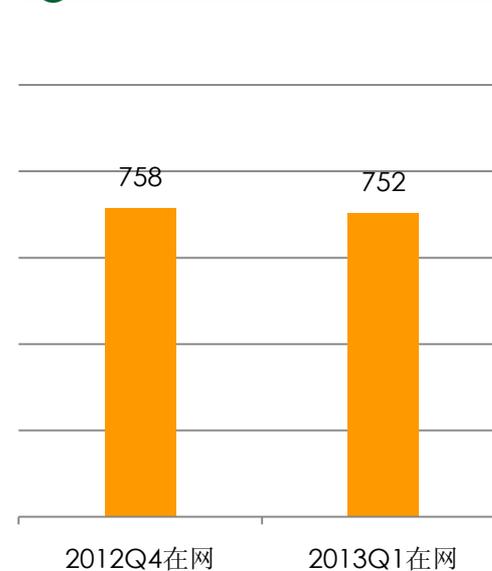
长城汽车

- ↑ 入网12家
- ↓ 退网3家



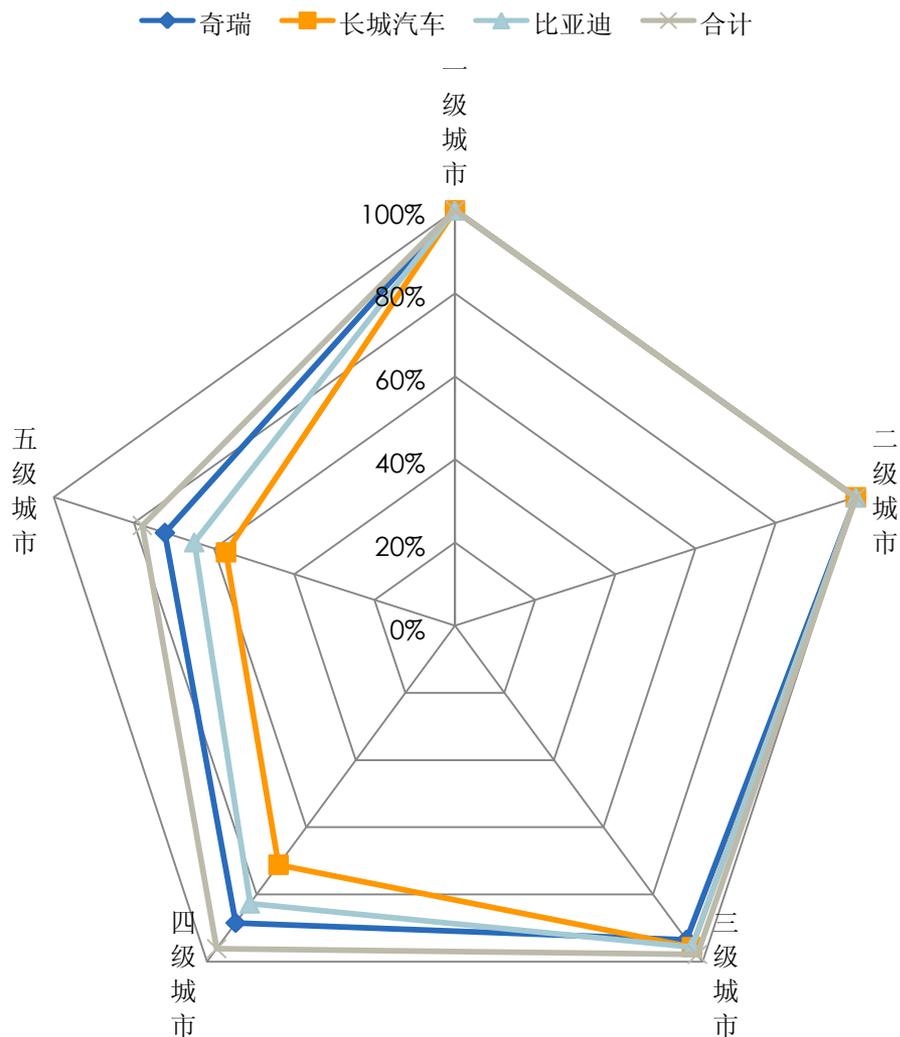
比亚迪

- ↑ 入网11家
- ↓ 退网17家

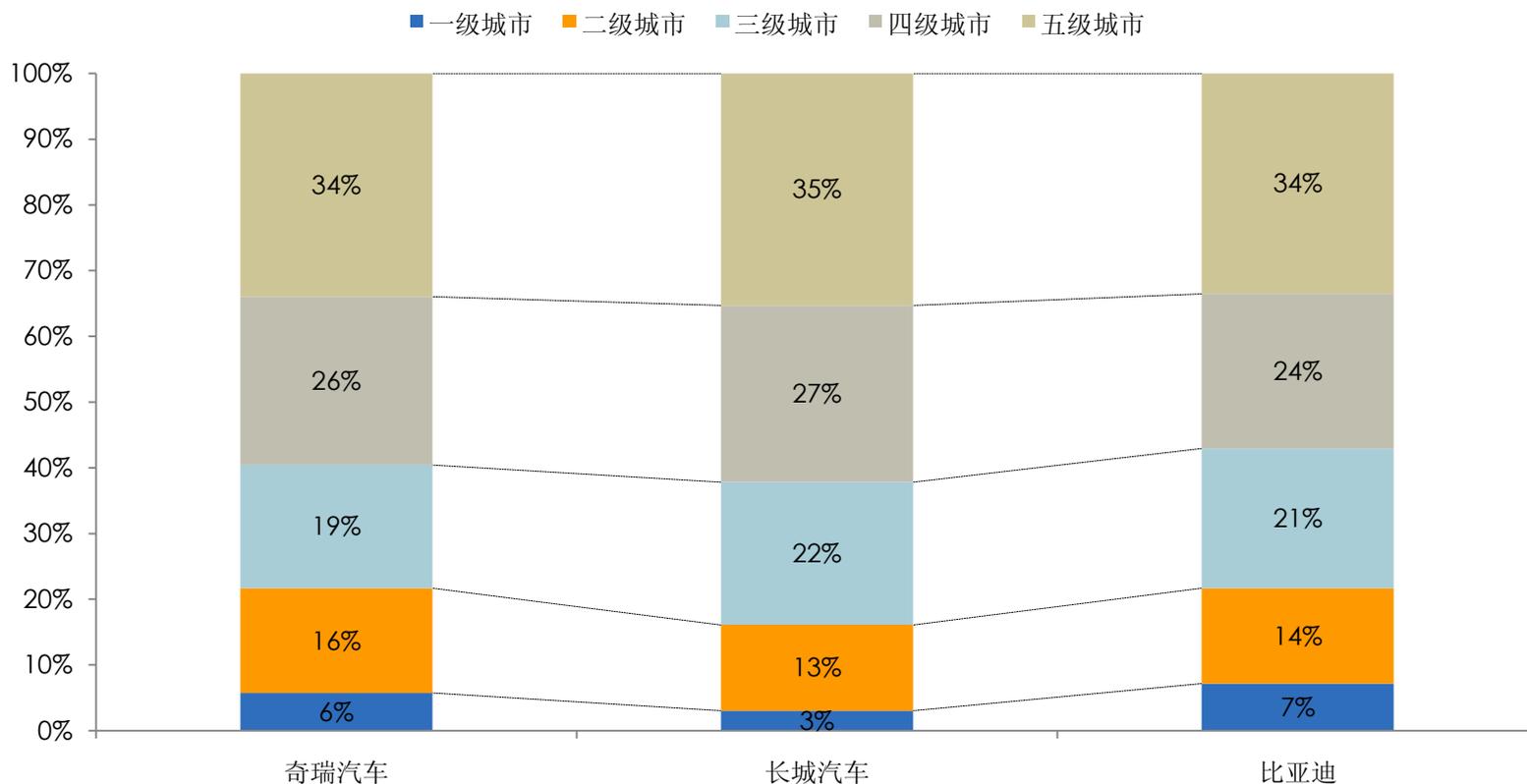


三个自主品牌中，以奇瑞汽车的经销商网络覆盖率最高，同时经销店的密度也名列首位。长城汽车的经销商网络虽然稳步发展，但是由于目前经销商数量较少，所以城市覆盖率低于奇瑞与比亚迪；哈弗品牌销售渠道建成之后，这种情况或许会有所改变

品牌	覆盖城市数	经销商数量	覆盖城市经销商密度
奇瑞汽车	285	922	3.2
长城汽车	241	428	1.8
比亚迪	267	752	2.8



自主品牌的经销商分布重心在五线城市，长城汽车达到35%；但是在一、二级城市的分布就低于奇瑞汽车和比亚迪。



DealerMap汽车网络管理分析解决方案是融合位置智能和商务智能于一体，集成中国乘用车经销商网络数据库、地图和数据分析平台，以及相关配套服务三位一体的解决方案，可以帮助汽车网络分析专业人士轻松跨过数据、分析和技术壁垒，全面掌握经销商网络数据的深层内涵，并为自身的经销商网络规划和经营管控做出科学的商业决策

直观地图展示分析

- 细节地图上精确展示位置
- 地图模式、卫星模式、三维模式切换
- 品牌厂商、省市县、经销商名称筛选
- 多边形选择经销商、多折线测距
- 省市县经销商数量统计地图
- 地图内容搜索

简单省心的应用体验

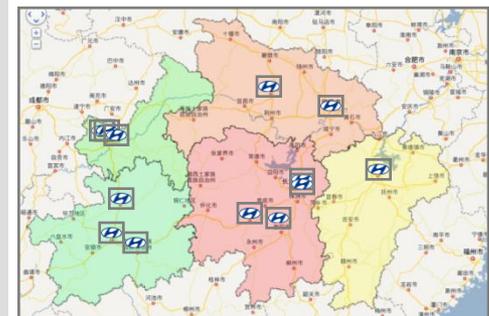
- 软件及服务的应用模式
- 简单直观的应用形式
- 低廉的时间成本和建设应用成本

强力网络数据支持

- 包含100多家合资自主进口品牌厂商的经销商全国范围地址库
- 近22,000多家经销商标点信息
- 从2005到现在季度收集
- 数据收集多重质量检验

丰富的网络数据报告

- 包含60多种统计报表
- 整体、本品、本竞品对比和覆盖分析
- 现状、变化、历史分析



业务联系人：张新华
客户代表：郑世晨

电话：(010) 5926 7579
电话：(010) 5926 7536

邮箱：zhangxinhua@sinotrust.cn
邮箱：zhengshichen@sinotrust.cn

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