

2014-06-09

2014年5月广州市场观察月报

导读目录

宏观经济表现

3

行业政策动态

4-6

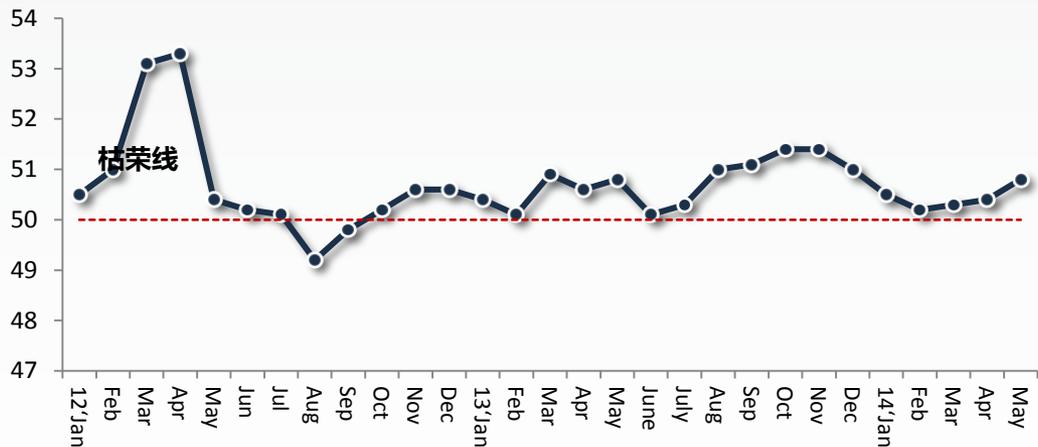
广州市场观察

7-16

宏观经济表现

■ PMI连续三月回升，进出口贸易顺差扩大，近表明国内经济整体仍处于恢复阶段，且恢复速度加快。

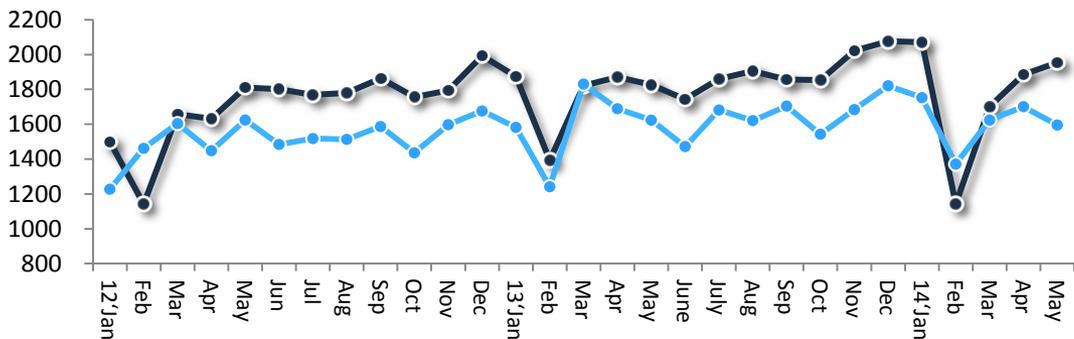
中采购PMI



5月制造业PMI为50.8%，比上月微升0.4个百分点，PMI恢复提速。

海关进出口总额 (亿美元)

● 出口额 ● 进口额



5月份，我国进出口总值3550.2亿美元，增长3%。其中，出口1954.7亿美元，增长7%；进口1595.5亿美元，下降1.6%；贸易顺差359.2亿美元，扩大74.9%。

注：14年4月海关进出口数据尚未公布

行业政策动态 (1/3)

■5月15日，国务院办公厅印发《2014-2015年节能减排低碳发展行动方案》，规定加大机动车减排力度。

国家明确各地区黄标车淘汰任务

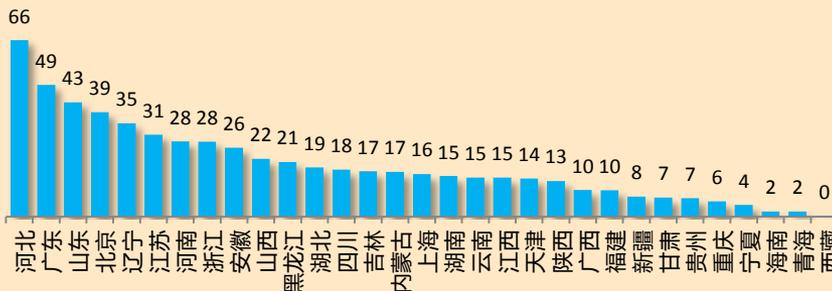
➢新方案在不同时间节点，对油品标准及车辆淘汰数量均定下任务：

新方案关于机动车减排规定

时间节点	升级所供应油品标准	淘汰黄标车和老旧车
2014年底前	•全国：供应国四标准车用柴油	•全国：淘汰黄标车和老旧车600万辆
2015年底	•京津冀、长三角、珠三角等区域内重点城市：全面供应国五标准车用汽油和柴油	•全国：淘汰2005年前注册营运的黄标车； •京津冀、长三角、珠三角等区域内：基本淘汰500万辆黄标车。

2014年各地区黄标车及老旧车辆淘汰任务

单位：万辆

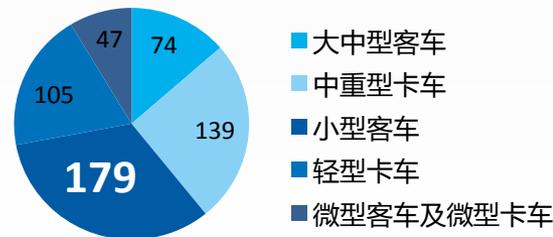


计划2015年淘汰179万台黄标小型客车

➢2012年10月，国家发布的《重点区域大气污染防治“十二五”规划》，明确规定投资总需求为940亿元的黄标车淘汰项目。

➢项目规定，重点区域2012-2015年将合计淘汰“黄标车”544万辆，其中小型客车（即广义乘用车）179万辆，占比约达33%。

2012-2015年重点地区各类型黄标车淘汰任务



淘汰黄标车释放新车空间 对乘用车影响较微

➢乘用车在黄标车中所占比例较小，对于乘用车市场来说，黄标车淘汰对其新车销售的影响较为微小。

➢据预测，仅以北京而言，乘用车黄标车淘汰后将带来的新车空间或不超过5%。

行业政策动态 (2/3)

- 5月19日，武汉、西安、江苏省6市相继出台了新能源汽车补贴政策；
- 5月20日，上海政府宣布《上海市鼓励购买和使用新能源汽车暂行办法》正式落地；安徽在即将审议的《安徽省大气污染防治专项资金管理暂行办法》中规定对新能源汽车的补贴细则。

补贴力度较大 新能源竞争力增强

区域/城市	补贴内容	乘用车补贴力度(万/辆)		
		插电式混合动力	纯电动	燃料电池
武汉	按国家补贴标准的1:1给予地方配套补贴	3.3	3.3-5.7	20
西安	按国家补贴标准的1:1给予地方配套补贴	3.3	3.3-5.7	20
江苏六市(南京、常州、苏州、南通、盐城、扬州)	按照中央财政补贴标准的40%对购置新能源汽车进行补贴，地市财政的补贴力度不低于60%	≥3.3	≥3.3	≥20
上海	对列入上海市新能源汽车目录的车型进行补贴	3	4	20
安徽	私人购买新能源乘用车每台给予补贴1万元	1	1	1

➢ 除上海外，各地均未设定地方新能源汽车目录，较大力度推动新能源汽车在各地的发展。

其他优惠及配套设施政策共同推动新能源发展

城市	优惠政策	配套设施
武汉	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 落实免征车船税有关政策 ◆ 免收城市道路桥梁隧道车辆通行费 ◆ 免费在指定的公共充电设施场所充电 ◆ 在市内行驶时不受尾号限制 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 新建小区和公用大型停车场按20%的比例规划和配置新能源汽车充电设施 ◆ 采取公开招标采购，并验收合格的交（直）流充电桩，按设备投资额的20%给予一次性补贴
西安	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 免征车船税 ◆ 新能源汽车挂牌、年审等服务措施，设置绿色通道 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 新建的各类停车场需建有30%的新能源汽车充电车位
上海	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 免费发放车牌 ◆ 对直接或组织员工一次性购买新能源汽车超过10辆的法人单位，再给予2000元/辆的财政补助 	

行业政策动态 (3/3)

工信部：关于加强乘用车企业平均燃料消耗量管理的通知

■工信部发布《关于加强乘用车企业平均燃料消耗量管理的通知》，为实现2015年我国乘用车平均燃料消耗量降至6.9升/百公里的目标，决定加强乘用车企业平均燃料消耗量管理。

- ① 对企业平均燃料消耗量超过6.9升/百公里的乘用车企业，将进行公开通报；
 - ② 对上一年度不达标企业，将暂停企业新品公告；
 - ③ 上一年度平均燃料消耗量不达标企业的项目，暂不办理；
 - ④ 不达标乘用车企业，在海关通关审核、进口检验等方面将加强监管；
 - ⑤ 不达标企业需递交计划承诺书，提出具体的年度改善目标、改进措施等。
- **影响：《通知》中，工信部明确了一系列惩处措施，将促进节能车和新能源发展，小排量乘用车或迎来发展契机。**



广东7月1日起开始分阶段推广使用国V车用燃油

- 5月22日，广东发布《广东省人民政府关于全面推广使用国V车用燃油的通知》。
- 国V汽油：2014年7月1日部分城市开始实施，2014年10月1日省内所有城市完成国V汽油更换；
- 国V柴油：2015年4月1日部分城市开始实施，2015年7月1日省内所有城市完成国V柴油更换；
- 影响：随着京津冀、广东明确提前两年供应国五油品，各地油品升级计划提速。**

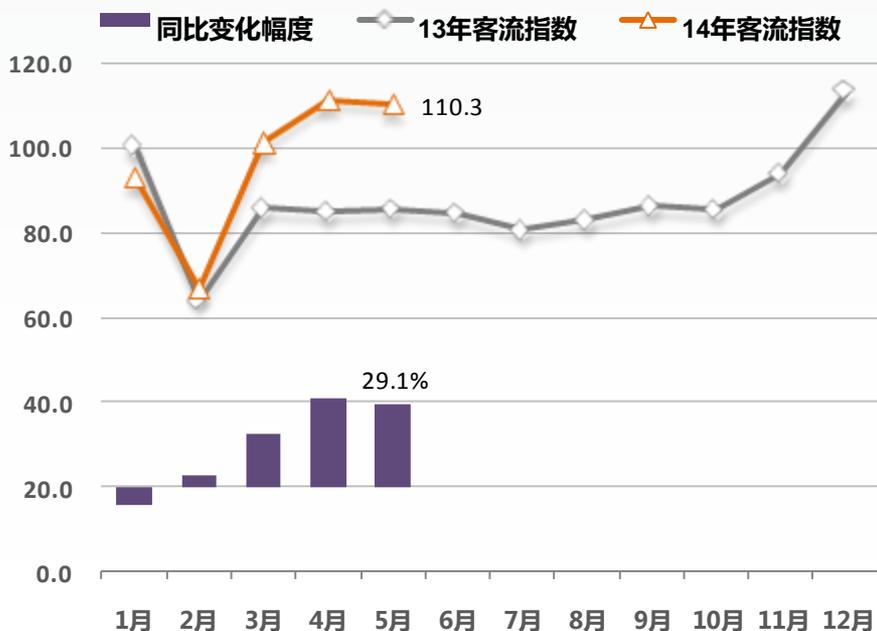


■ 广州市场观察

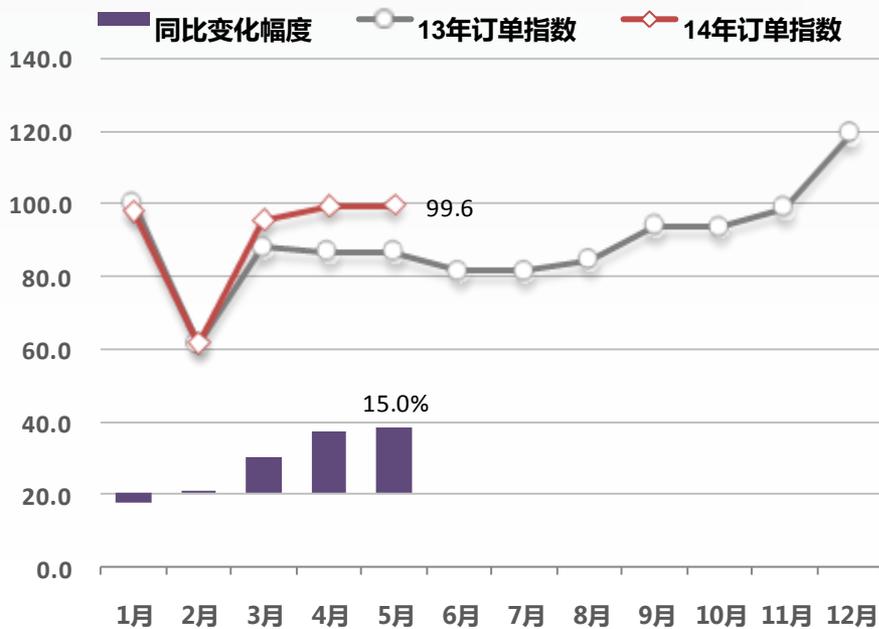
全国终端指数

- 上月大型车展及持续不断的团购、试驾会等促销活动提前消化意向客户，本月新增意向客户减少，订单与上月基本持平。

全国终端人气



全国终端订单

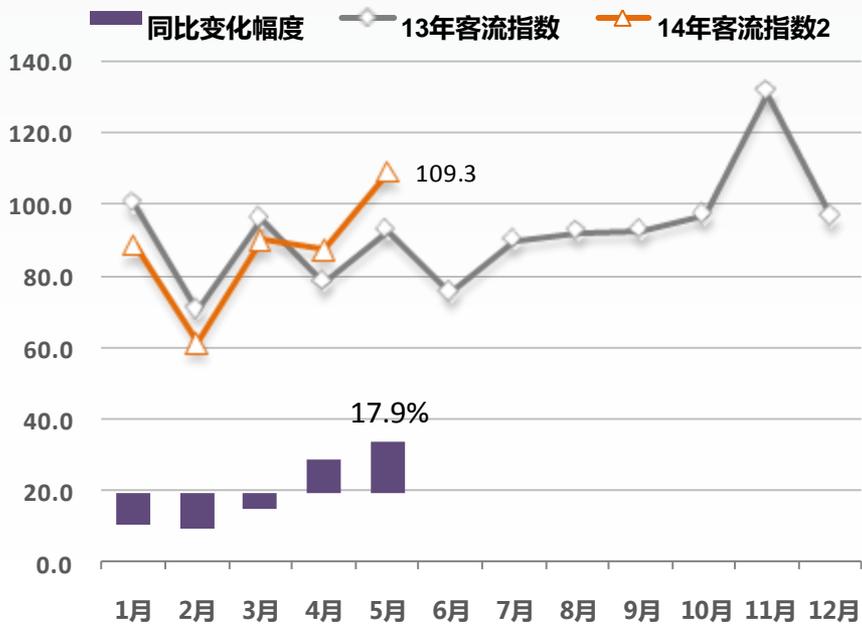


数据来源：威尔森终端市场监测体系
 客流、订单指数基期：13年1月 全国终端数据为16个样本城市终端数据

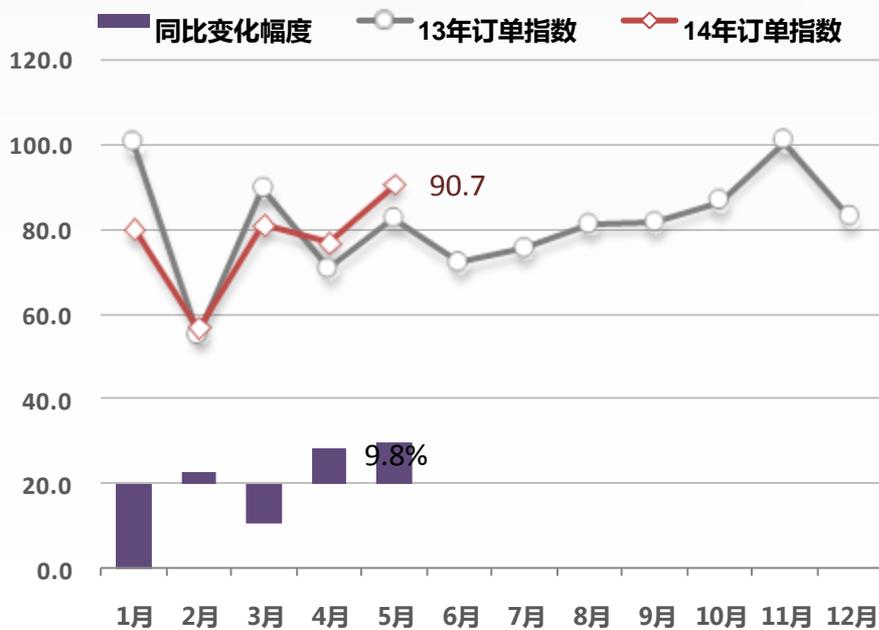
广州终端指数

- 经销商反映，上月积累的潜在意向客户开始释放，加上5月广州有地方车展，促销活动多，优惠力度大，促使意向和订单环比上升。

广州终端人气



广州终端订单

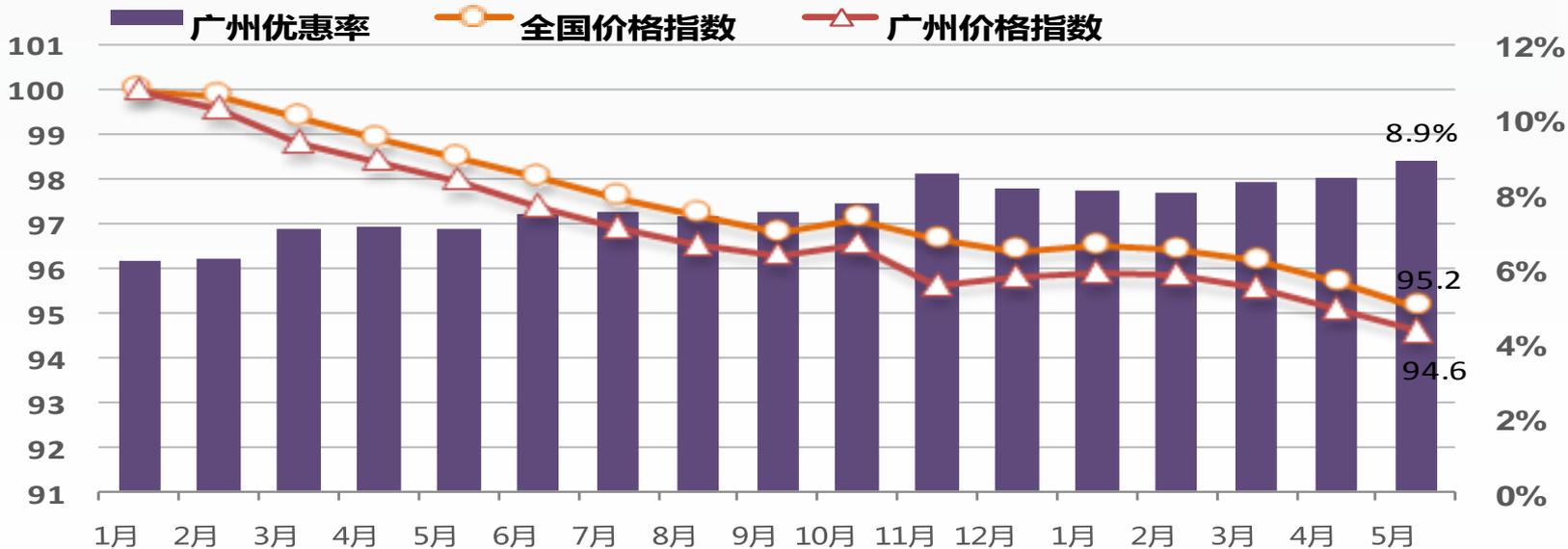


数据来源：威尔森终端市场监测体系
 客流、订单指数基期：13年1月 全国终端数据为16个样本城市终端数据

终端价格分析

- 广州经销商反映，五一期间，促销活动较多，优惠幅度加大，价格指数继续下探。

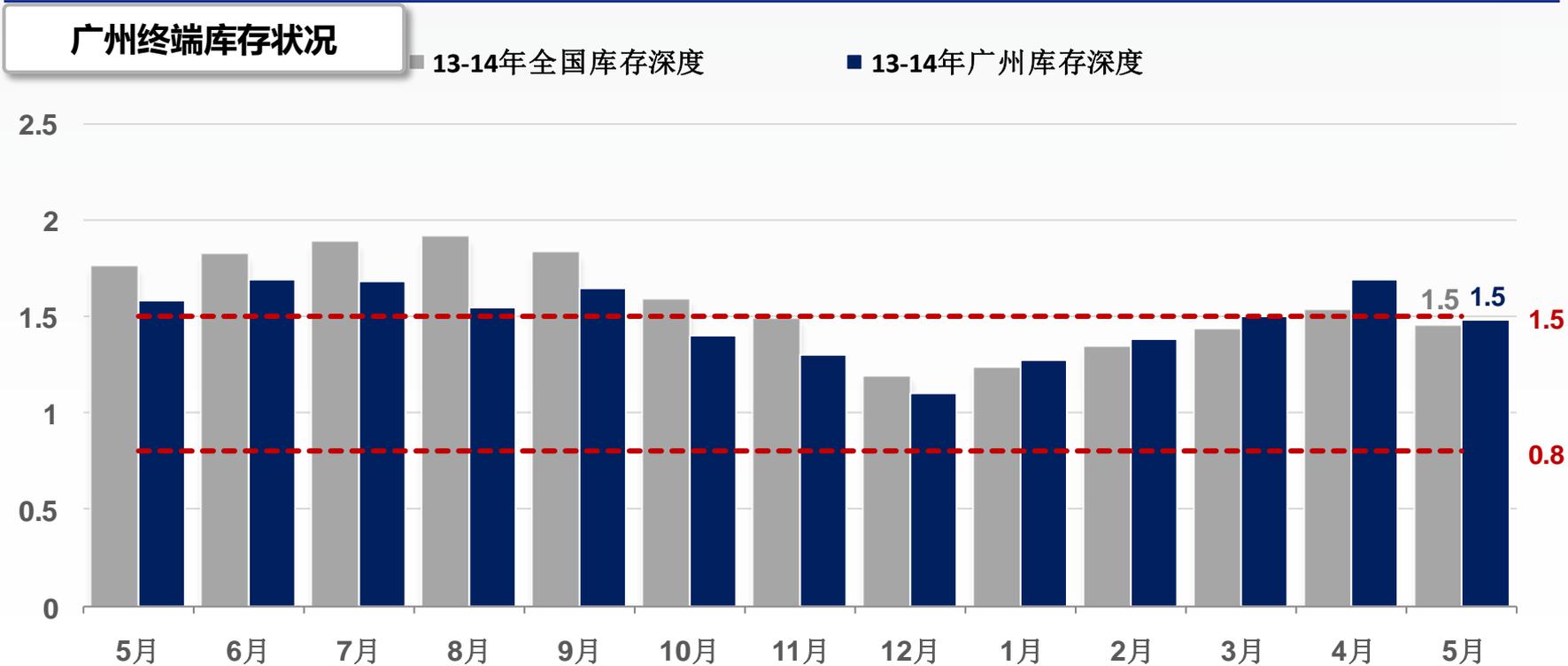
广州终端价格分析



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：13年1月 全国终端数据为16个样本城市终端数据

广州终端库存分析

- 5月广州市场销售较好，消化了较多库存，库存深度环比上月下降；
- 广州库存深度回落至正常水平。

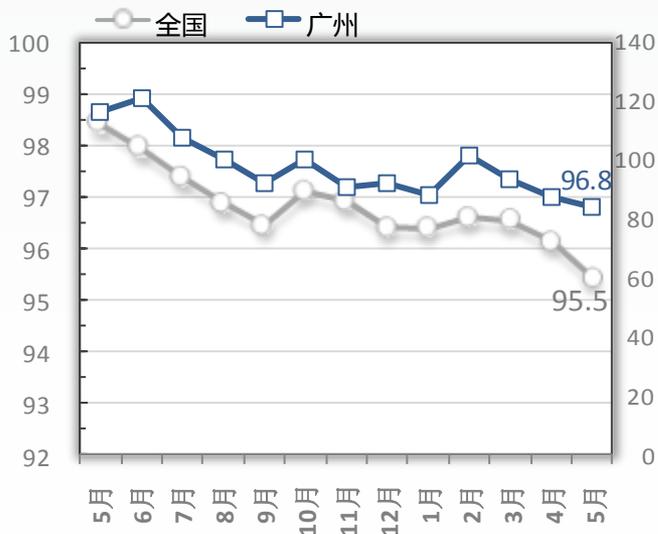


数据来源：威尔森终端市场监测体系
 全国终端数据为16个样本城市终端数据

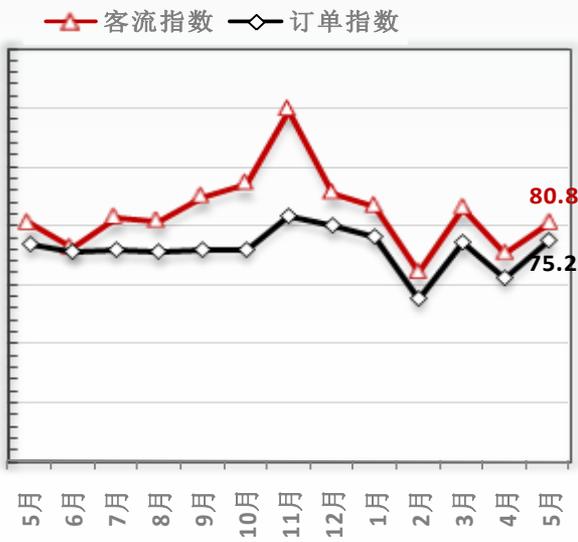
广州A0级车市场终端运行分析

- A0级市场优惠力度加大，效果明显，客流和订单环比上升，库存深度下降，级别市场表现较好。

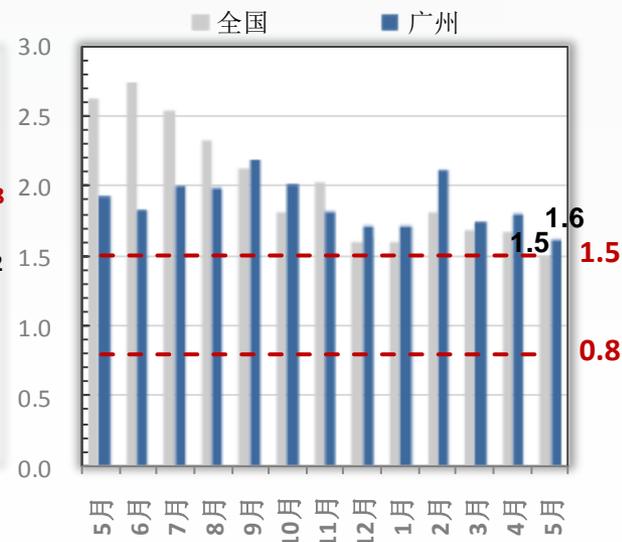
价格指数



客流及订单指数



库存深度

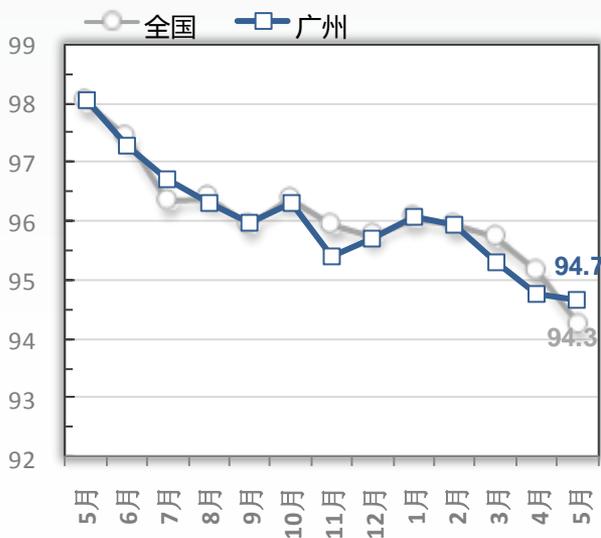


数据来源：威尔森终端市场监测体系 威尔森市场价格监测体系
 全国终端数据为16个样本城市终端数据

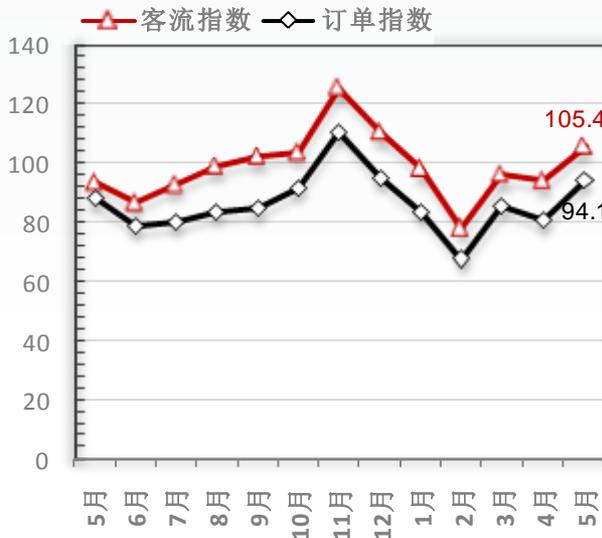
广州A级车市场终端运行分析

- 经销商反映，5月广州迎来旺季，较多市场促销活动，效果较好，客流和订单指数都有较大幅度上升；
- 库存深度下探，处于正常水平。

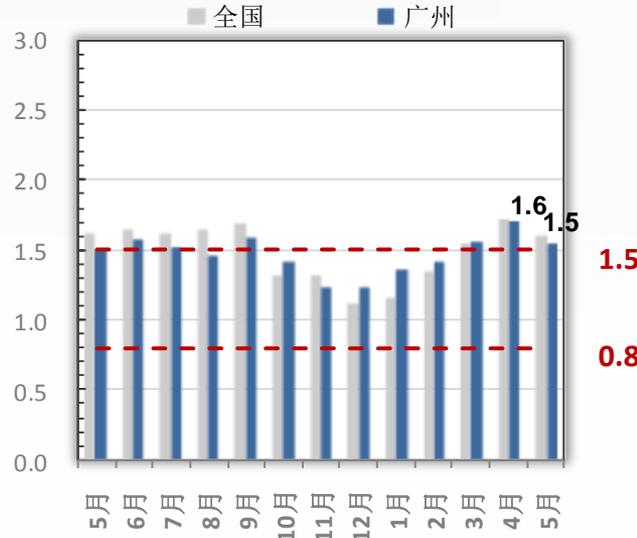
价格指数



客流及订单指数



库存深度

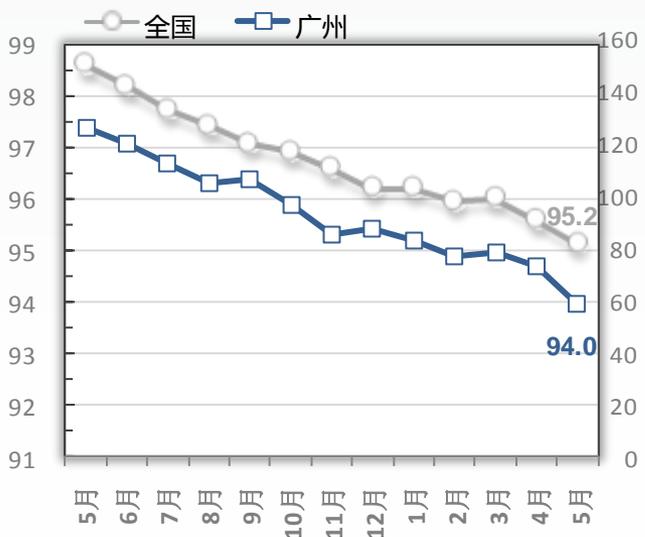


数据来源：威尔森终端市场监测体系 威尔森市场价格监测体系
 全国终端数据为16个样本城市终端数据

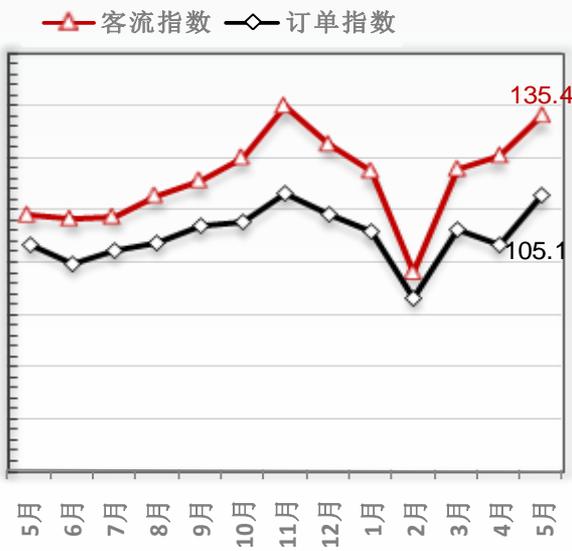
广州B级车市场终端运行分析

- 经销商反映，B级市场价格下探幅度级别最大，较多意向客户出手，客流和订单都有较大幅度上升；
- 库存深度下降，自今年2月以来首次回落到正常水平。

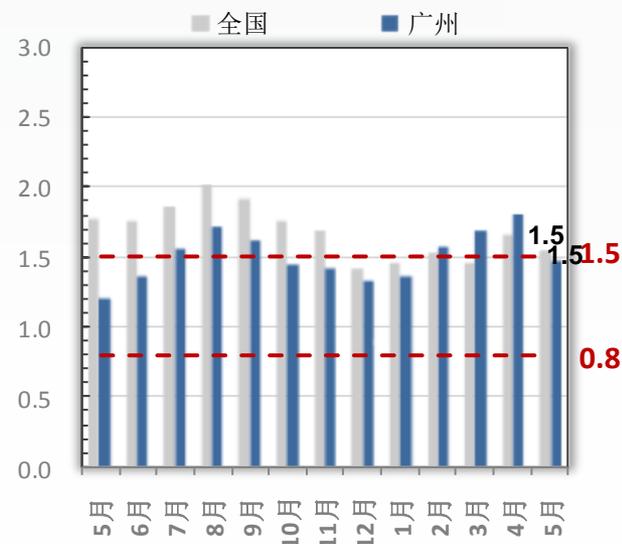
价格指数



客流及订单指数



库存深度

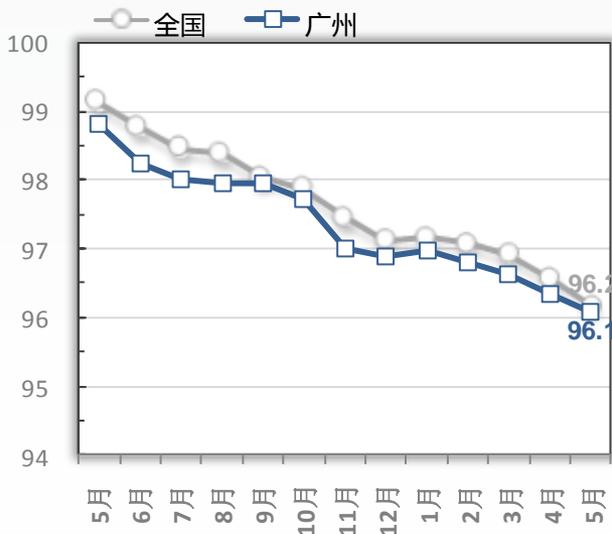


数据来源：威尔森终端市场监测体系 威尔森市场价格监测体系
全国终端数据为16个样本城市终端数据

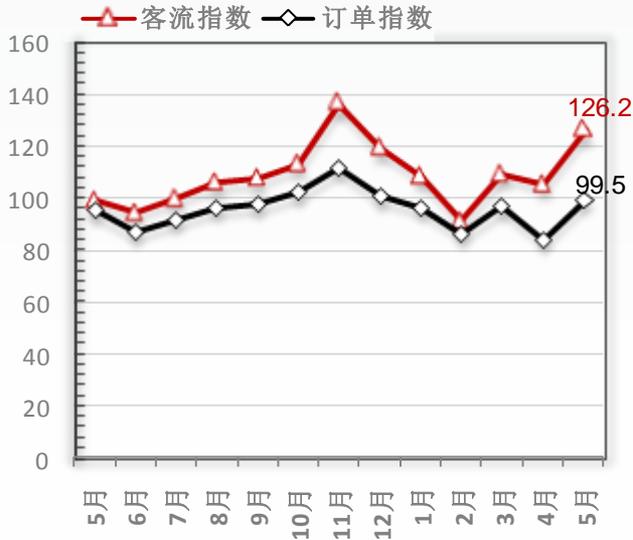
广州SUV级车市场终端运行分析

- SUV市场关注度仍然高涨，客流指数达年度高位，订单指数上升，为本年新高；
- 库存回落，仍处正常水平。

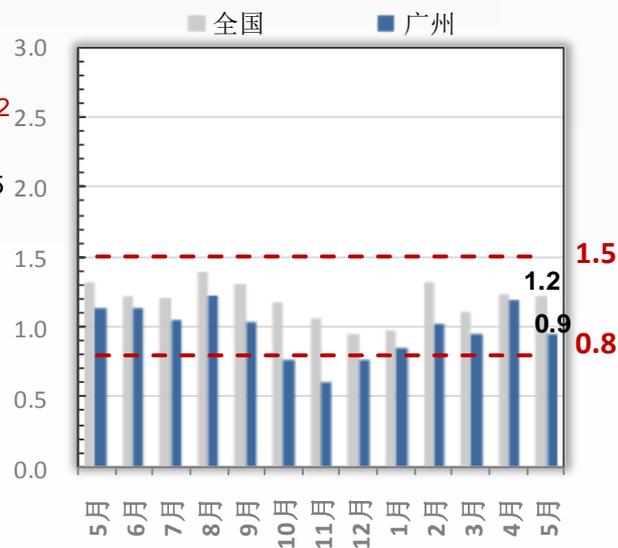
价格指数



客流及订单指数



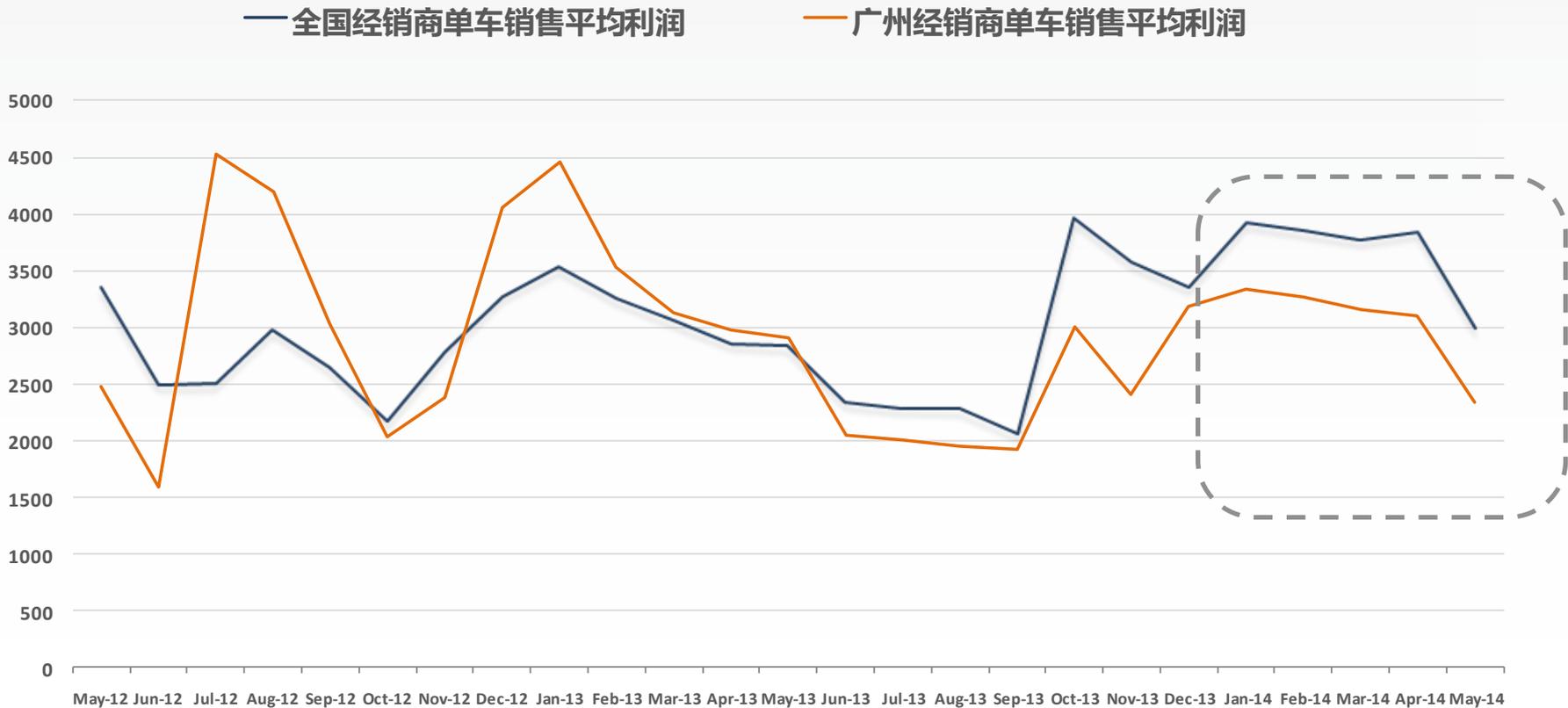
库存深度



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16个样本城市终端数据

广州经销商单车销售利润分析

- 5月，广州市场促销活动多，优惠幅度大，单车销售利润呈较大幅度下降；
- 广州单车销售利润低于全国水平。



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

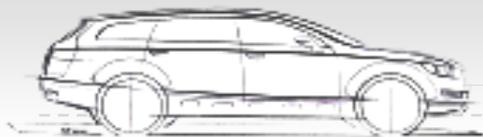
- 订单，指当期单店已付订金的订单数（不包括二级网点批发数和大客户）
- 单店品牌订单指数= 单店品牌订单量/单店品牌基值订单量
- 品牌订单指数= $\sum(\text{单店品牌订单指数} \times \text{样本店权重})$
- 整体市场订单指数= $\sum(\text{品牌订单指数} \times \text{品牌权重})$

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

- 2013年1月作为基期计算



产品详情

www.way-s.cn



**Thank
You!**