

2014-07-07

2014年6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

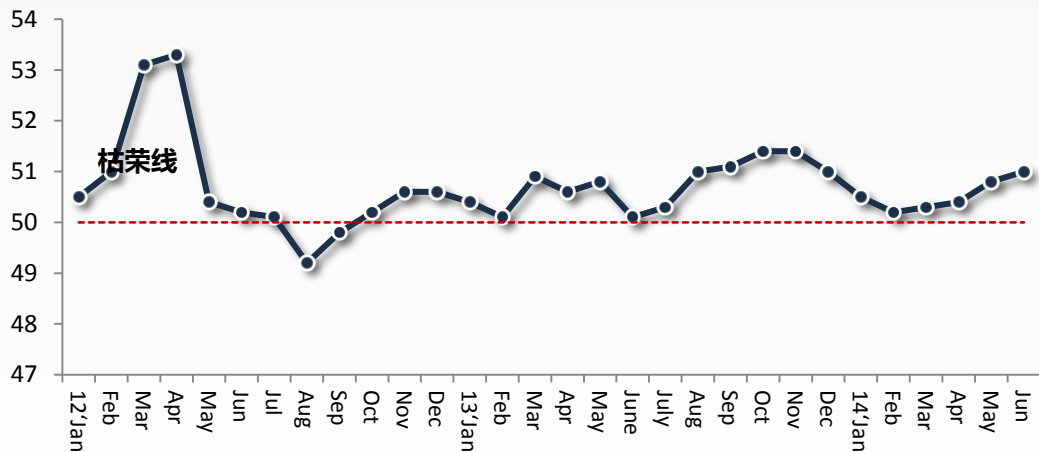
广州市场观察

7-14

宏观经济表现

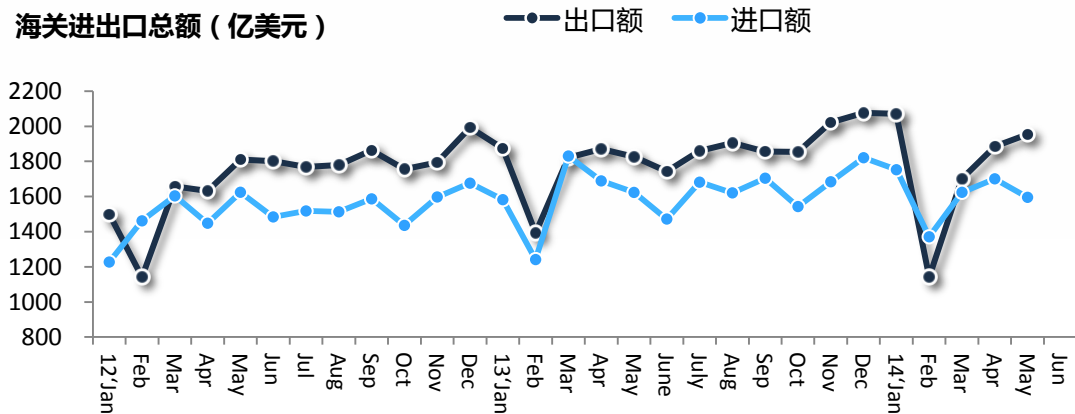
■ 6月PMI为51.0，较上月回升了0.2，季调后升幅进一步扩大至0.7个点，这一数据已属连续第四个月改善，稳增长效果在逐步显现。

中采购PMI



6月PMI采购经理指数为51，比上月回升0.2个百分点。从12个分项指数来看，除采购量和生产经营活动预期指数环比回落外，其它各项指数均呈现回升。

海关进出口总额 (亿美元)



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6月海关进出口数据尚未公布

行业政策动态 (1/1)

广东发布新能源推广计划：到2015年珠三角推广应用新能源汽车4.5万辆

- 广东发改委发布《关于加快推进珠江三角洲地区新能源汽车推广应用的实施意见》，提出从2013年至2015年，珠三角地区推广应用新能源汽车4.5万辆。
- 其中，广州市1万辆，深圳市2.5万辆，珠海市1500辆，佛山市2000辆，惠州市1500辆，东莞市2600辆，中山市1500辆，江门市450辆，肇庆市450辆。
- 规划要求，将新能源汽车充换电基础设施纳入城乡建设规划，提出优化新能源汽车交通管理方式，包括优先办理新能源汽车的入户、年检等业务。
- 对实施牌照额度拍卖、购车配额指标等措施的城市将出台新能源汽车可共享公交车道，不限号行驶约束等政策。
- **影响：政策落实，广东新能源发展将提速，另新能源车共享公交道和不限行限制，是对广州新能源汽车推广的一大利好。**



江苏出台新能源政策，按国家补贴标准40%补贴

- 江苏省新出台的新能源汽车推广应用补贴细则，公用事业单位和私人消费者、承建充换电设施的服务运营单位将给予每辆车最高20万元的补贴，汽车生产商按扣减补助后的价格销售。
- 按照标准，纯电动乘用车每辆补助2.5万元，插电式混合动力乘用车每辆补助1.5万元，纯电动客车每辆补助20万元，插电式混合动力客车每辆补助10万元。
- 国家新能源汽车推广政策是中央和地方按照1:1给予补贴，江苏省的省级财政补贴是按照国家补贴标准的40%支付，剩下的60%由各推广城市财政安排。
- **影响：随着各地新能源补贴政策落实，新能源汽车在全国推广进程加快。**

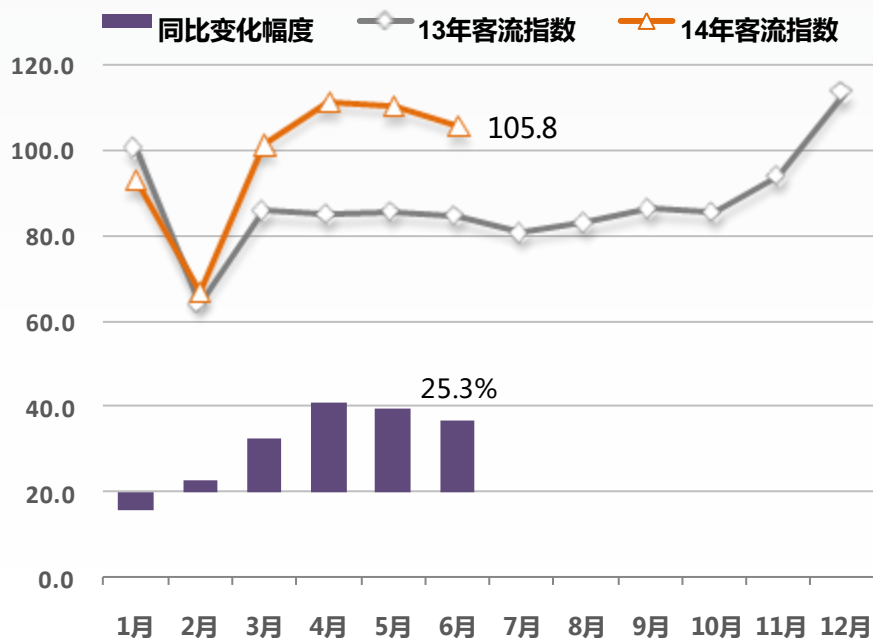


■ 广州市场观察

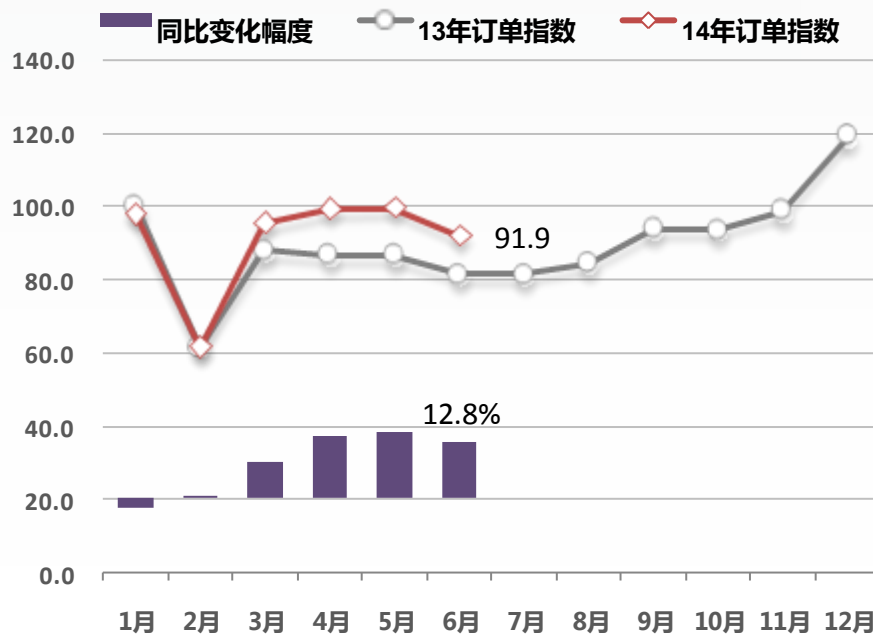
全国终端指数

- 经销商反映，6月促销优惠力度不大，举办市场活动数量减少，加上各地高温多雨天气，影响到店客流，致使订单环比下降。

全国终端人气



全国终端订单

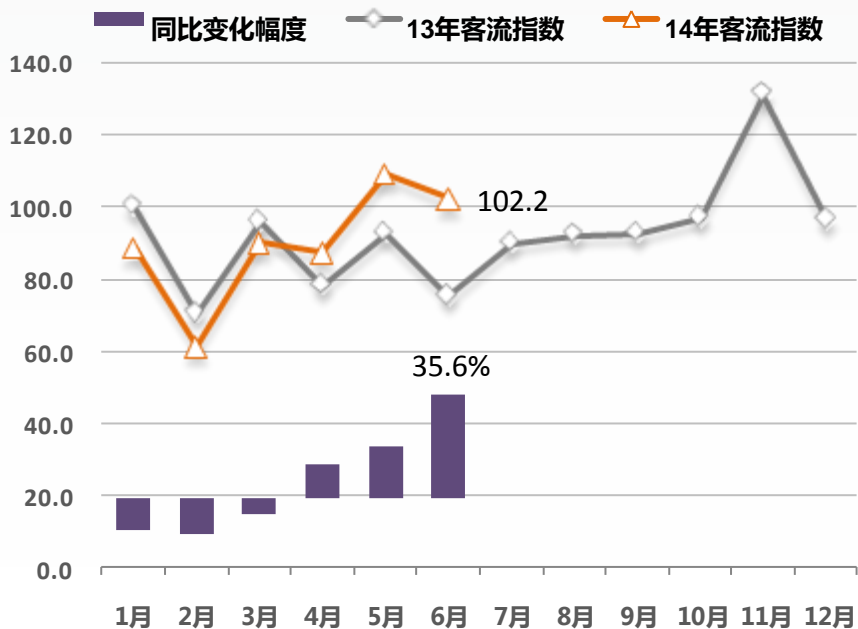


数据来源：威尔森终端市场监测体系
 客流、订单指数基期：13年1月 全国终端数据为16个样本城市终端数据

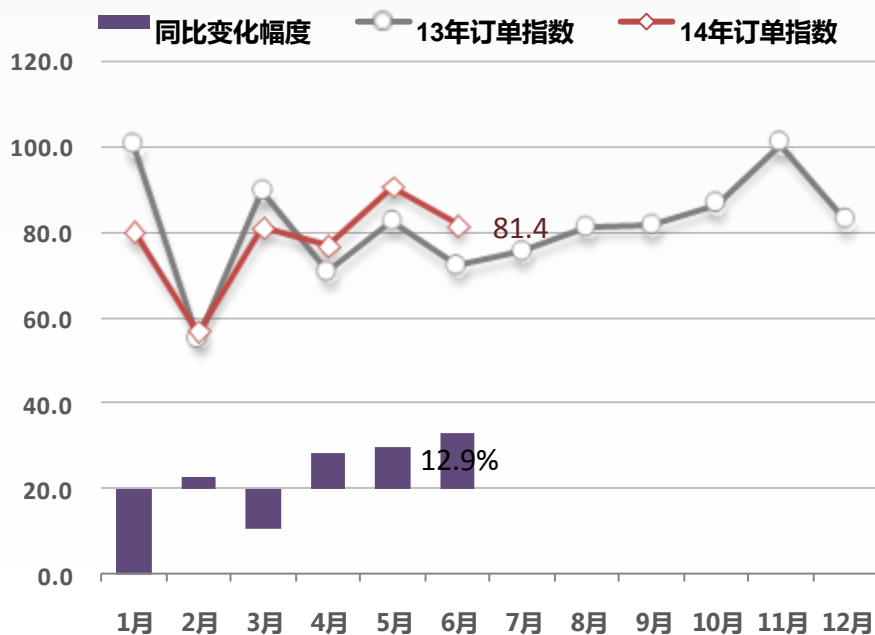
广州终端指数

- 广州经销商反馈，本月车市客流及销量呈下降趋势，一方面广州天气炎热影响出行，客流减少，另一方面，较多消费者抱观望态度，等待更大优惠的促销活动

广州终端人气



广州终端订单

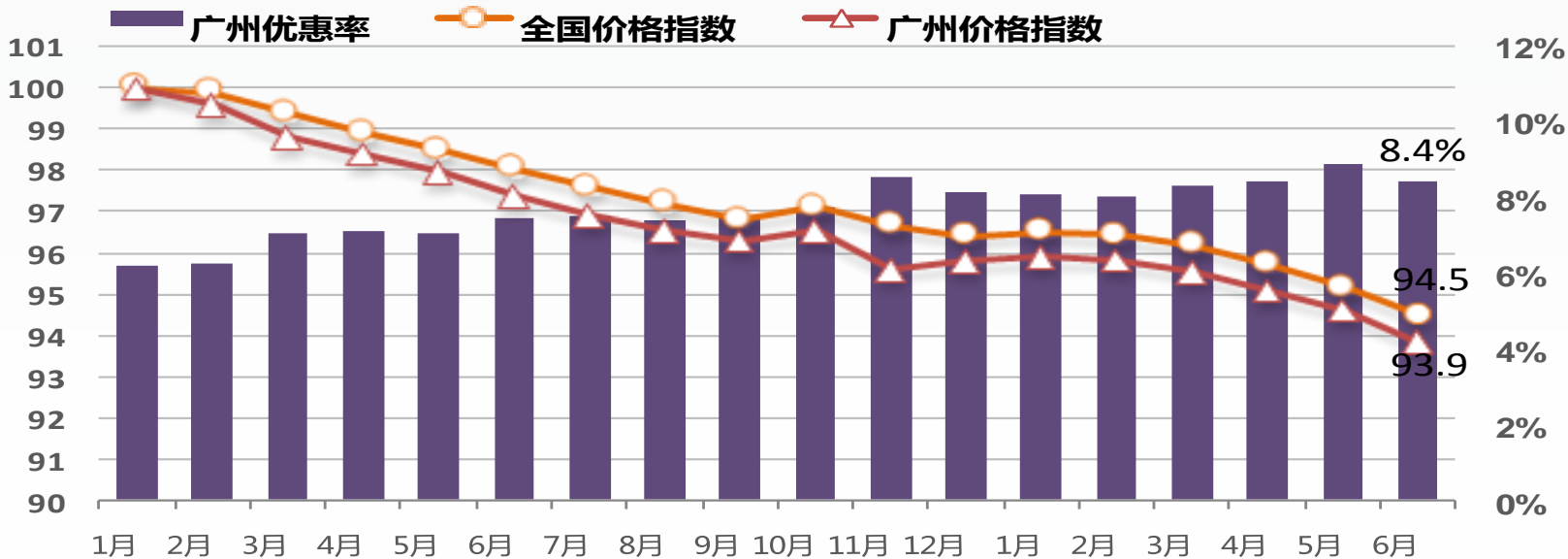


数据来源：威尔森终端市场监测体系
 客流、订单指数基期：13年1月 全国终端数据为16个样本城市终端数据

终端价格分析

- 经销商反映，6月，广州进入销售淡季，促销活动相对减少，优惠率下降。

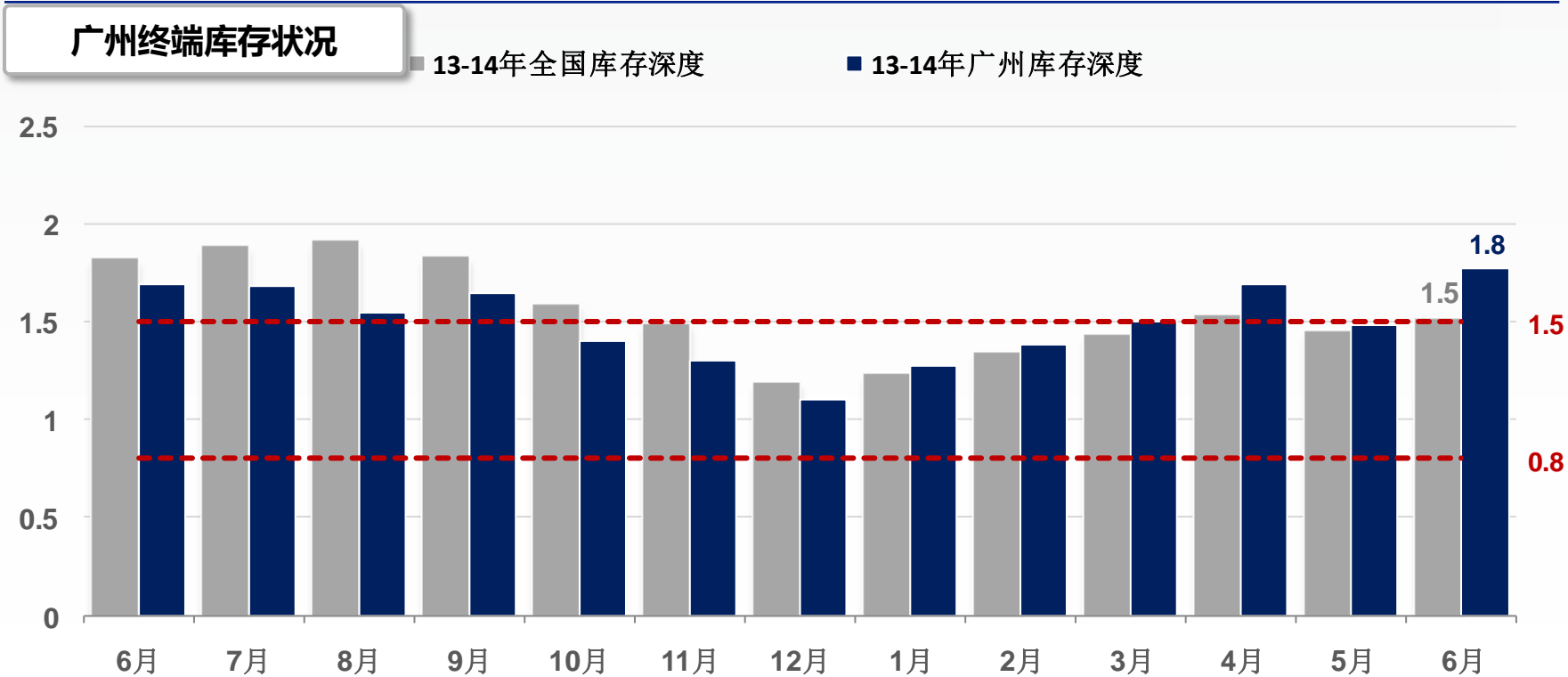
广州终端价格分析



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：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

- 经销商反映，厂商为完成半年任务，向经销商压库，加上当月销售行情不佳，库存深度大幅上升。

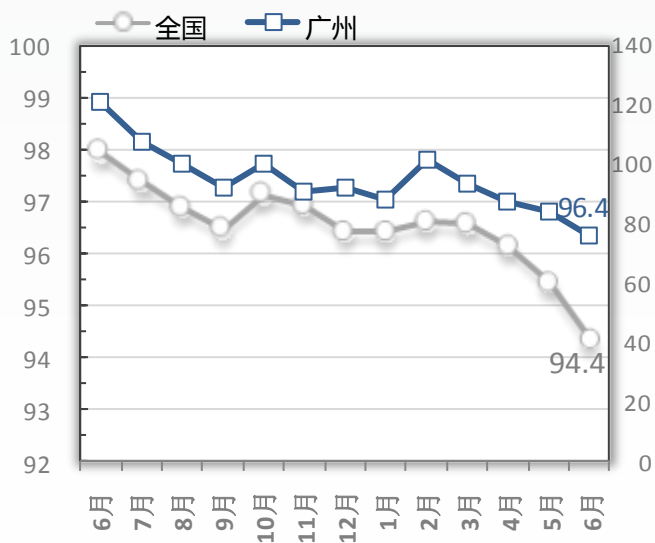


数据来源：威尔森终端市场监测体系
 全国终端数据为16个样本城市终端数据

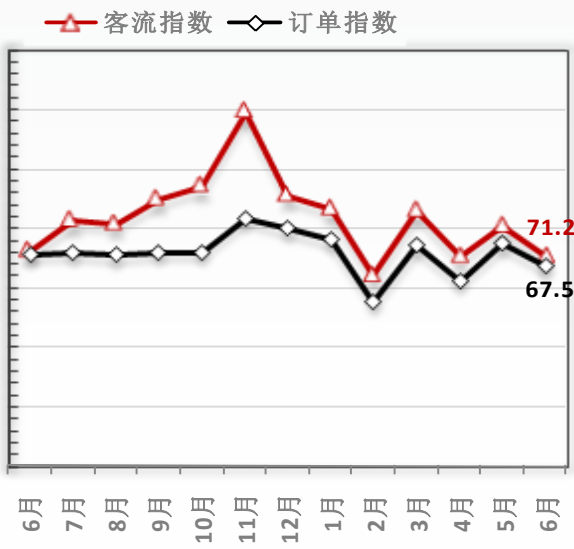
广州A0级车市场终端运行分析

- A0级市场优惠幅度加大，但效果并不明显，客流和订单环比均下降，库存上升，级别市场表现较差。

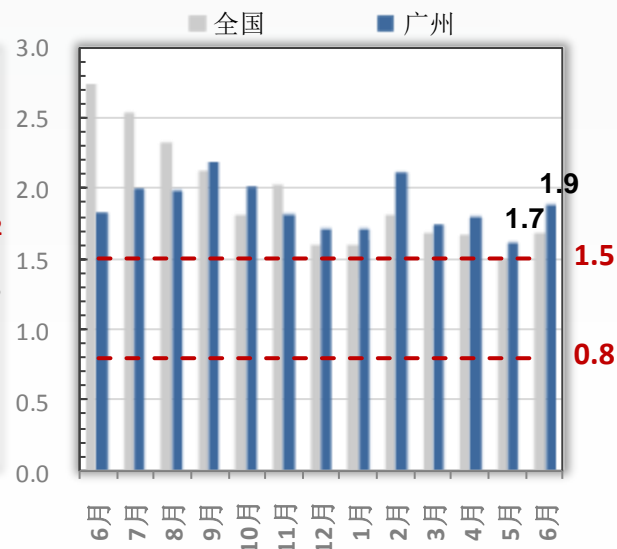
价格指数



客流及订单指数



库存深度

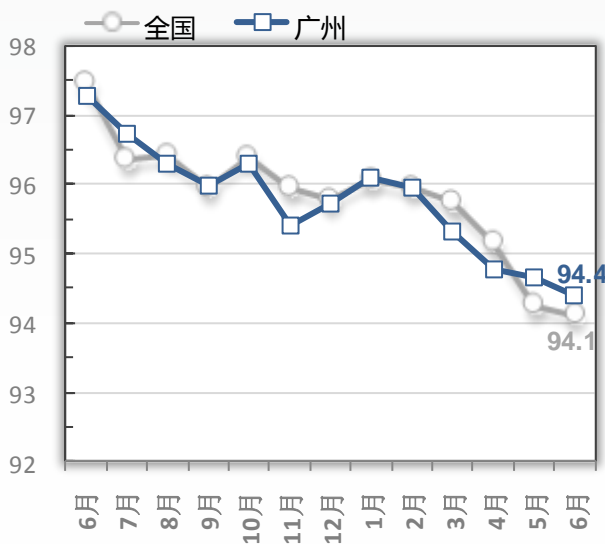


数据来源：威尔森终端市场监测体系 威尔森市场价格监测体系
 全国终端数据为16个样本城市终端数据

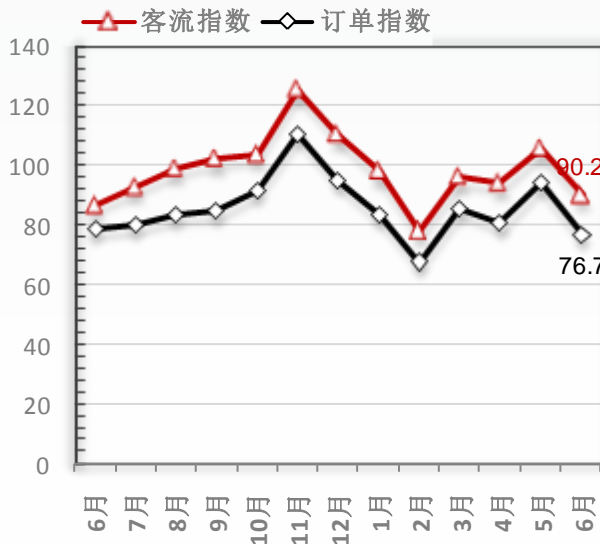
广州A级车市场终端运行分析

- 经销商反映，6月广州进入传统淡季，促销活动相对上月有所减少，到店客流减少，订单量下降；
- 厂商配车增加，库存深度上升。

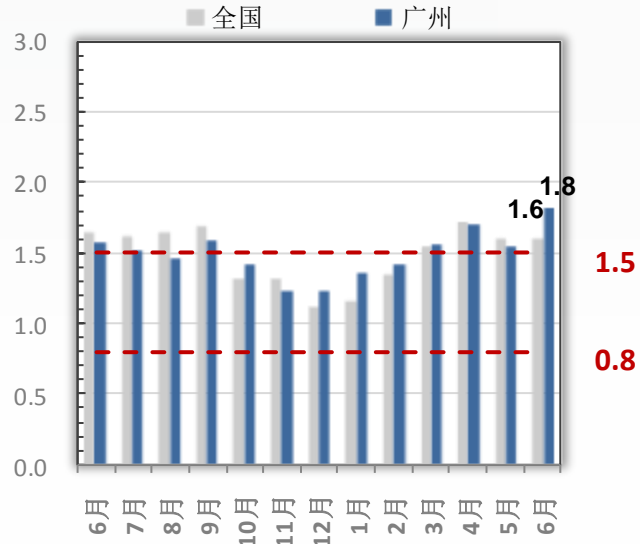
价格指数



客流及订单指数



库存深度

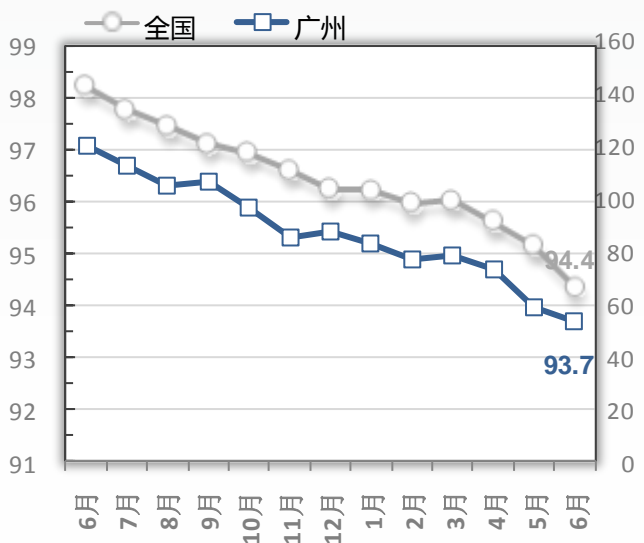


数据来源：威尔森终端市场监测体系 威尔森市场价格监测体系
 全国终端数据为16个样本城市终端数据

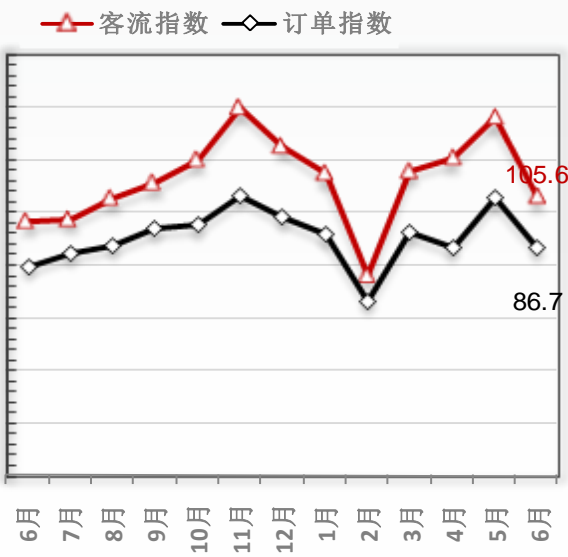
广州B级车市场终端运行分析

- 经销商反映，B级市场优惠幅度相对上月有所收窄，较多消费者持观望态度，等待更大的优惠，致使当月客流和订单下滑。
- 库存深度上升，处于警戒线以上。

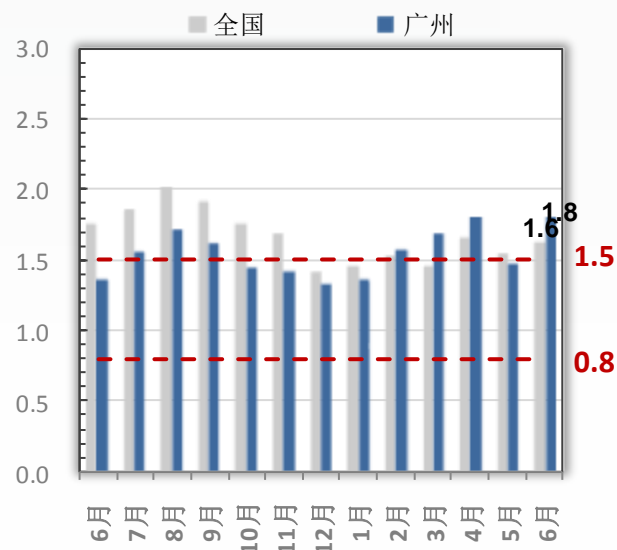
价格指数



客流及订单指数



库存深度

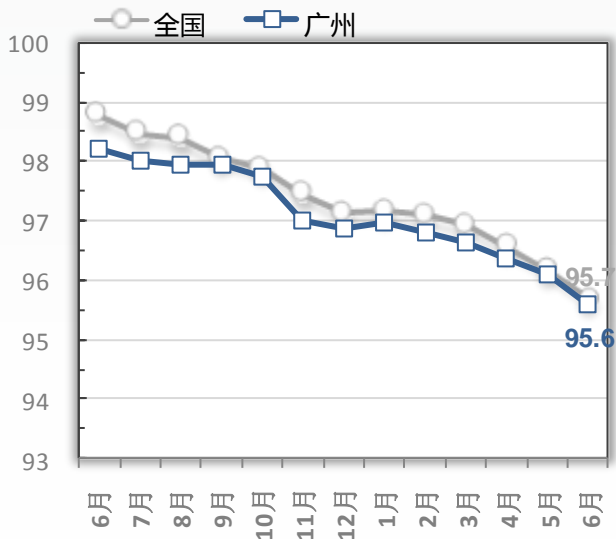


数据来源：威尔森终端市场监测体系 威尔森市场价格监测体系
 全国终端数据为16个样本城市终端数据

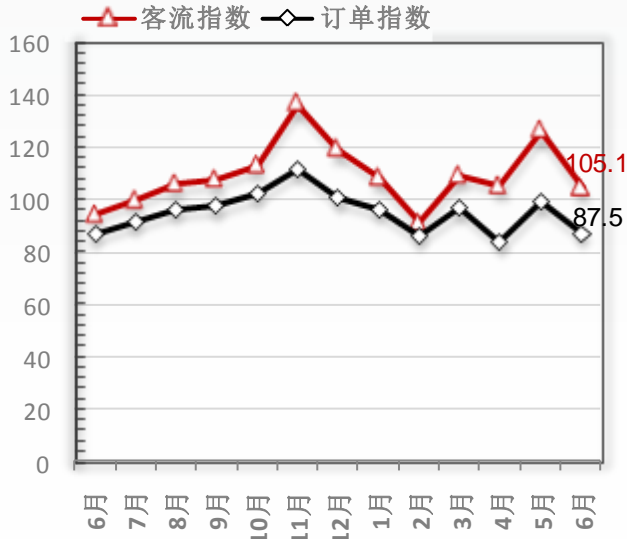
广州SUV级车市场终端运行分析

- SUV市场优惠幅度加大，但效果并不明显，客流和订单均有所下滑；
- 库存深度上升，但仍处正常水平。

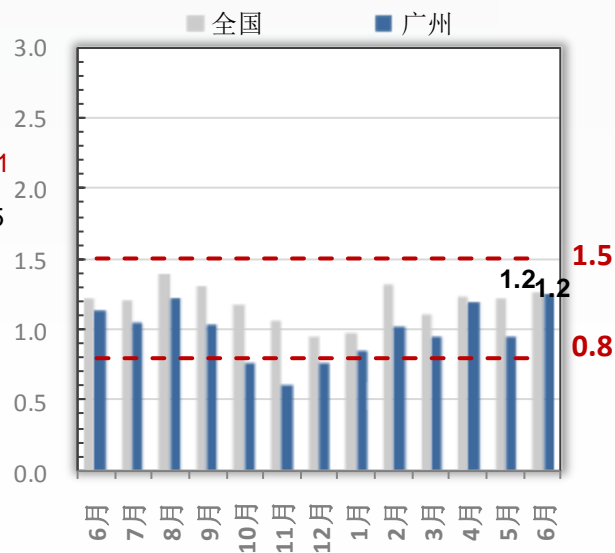
价格指数



客流及订单指数



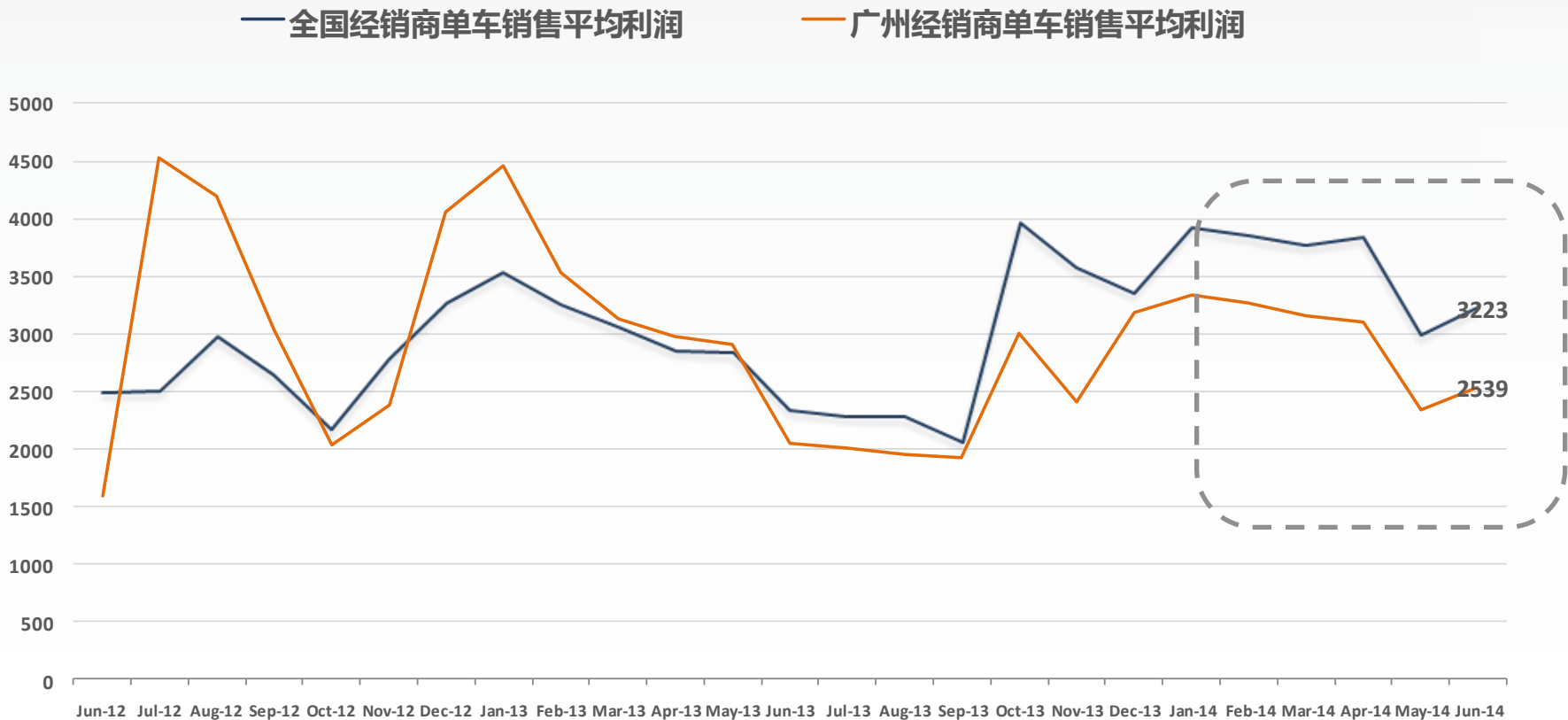
库存深度



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

- 6月，广州市场促销活动减少，单车销售利润小幅提升；
- 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

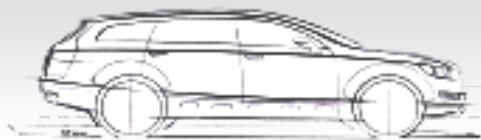
- 订单，指当期单店已付订金的订单数（不包括二级网点批发数和大客户）
- 单店品牌订单指数= 单店品牌订单量/单店品牌基值订单量
- 品牌订单指数= $\sum(\text{单店品牌订单指数} \times \text{样本店权重})$
- 整体市场订单指数= $\sum(\text{品牌订单指数} \times \text{品牌权重})$

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!**