

2014-08-07

2014年7月广州市场观察月报

导读目录

宏观经济与政策

3

广州市场热点-上半年广州市场回顾

4-6

广州市场终端市场表现

7-16

宏观经济表现

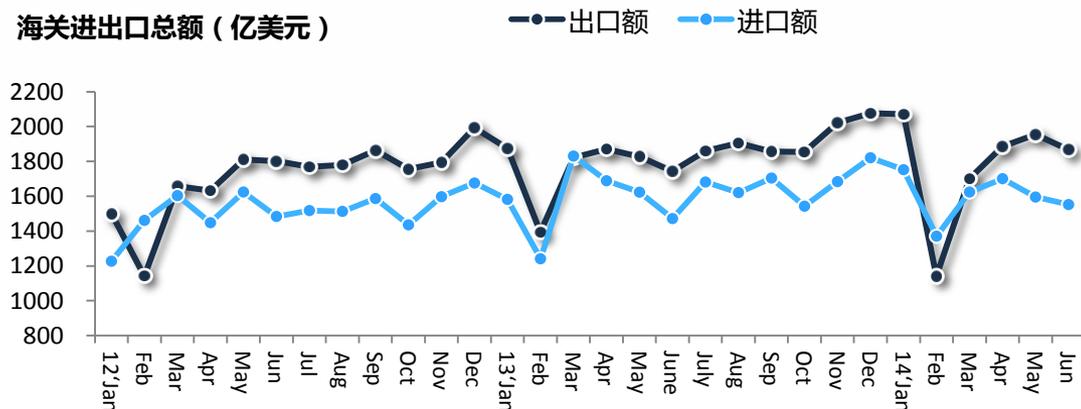
■ PMI连续四月上升，创年度新高，进出口回暖，表明在稳增长措施传导下，市场景气改善。

中采购PMI



7月中国制造业采购经理指数(PMI)为51.7，比上月上升0.7，创年度新高。

海关进出口总额 (亿美元)



2014年6月，我国进出口总值3420.13亿美元，同比增长1.2%。其中出口1867.89亿美元，同比增长7.2%；进口1552.24亿美元，同比增长5.5%，贸易顺差315.64亿美元。

注：14年7月海关进出口数据尚未公布

行业政策动态 (1/1)

工商总局：停止实施汽车总经销商和汽车品牌授权经销商备案

■7月31日，国家工商总局发布《关于停止实施汽车总经销商和汽车品牌授权经销商备案工作的公告》。公告自2014年10月1日起实施，响应了此前国务院简化注册程序的要求，同时意味着汽车经销商经营范围将去掉品牌限制，即一个经销店可同时售卖多个品牌的汽车。

- ① 工商总局自2014年8月20日起，不再接收汽车供应商报送的备案材料；
 - ② 从事汽车品牌销售的汽车经销商，统一登记为“汽车销售”；
- 影响：利好经销商，经销店建店时间缩短，无需等3-6个月的备案时间，另销售模式将多元化，不再局限于4S店，或有更多“汽车大卖场”“汽车超市”等。



国务院再出新能源车推广细则 地方目录废止

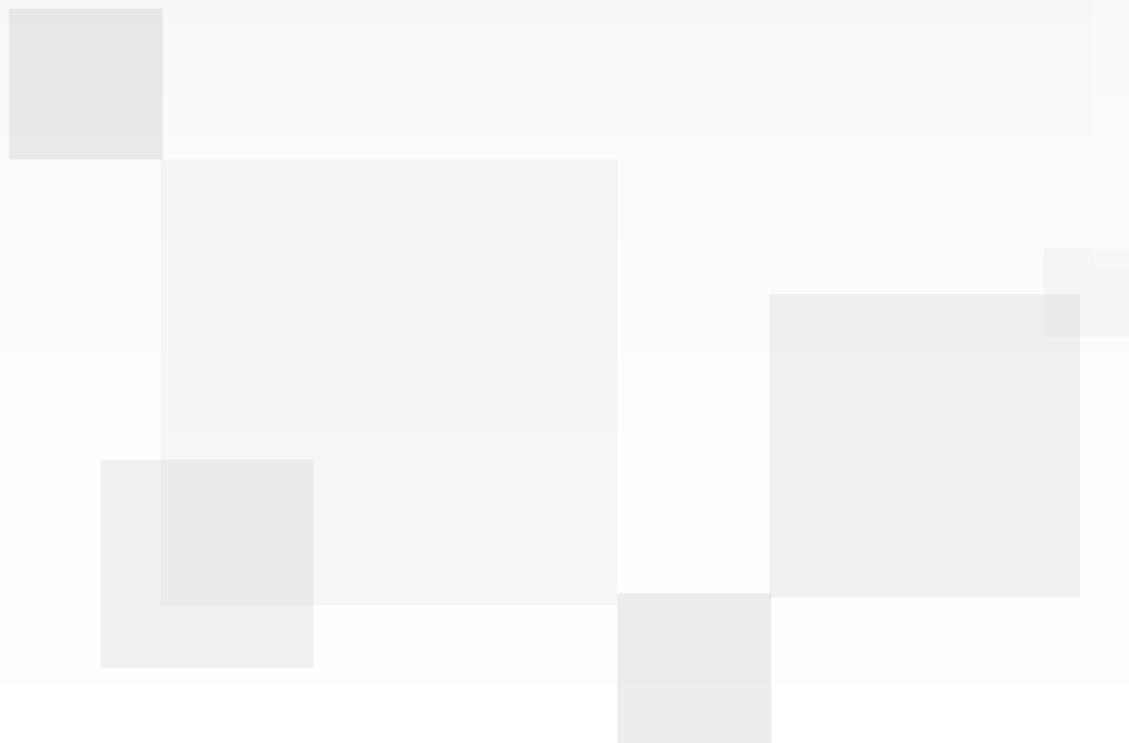
■7月21日，国务院印发《关于加快新能源汽车推广应用的指导意见》，明确要破除地方保护，各地区要执行全国统一的新能源汽车和充电设施国家标准和行业标准，执行全国统一的新能源汽车推广目录。

- 加快充电设施建设、积极引导企业创新商业模式；
- 推动公共服务领域率先推广应用
- 完善政策新能源政策体
- 破除地方保护，全国统一标准和目录
- 加强技术创新和产品质量监管

影响：新政最大亮点是破除地方保护，如果政策落实，包括比亚迪E6、江淮和悦iEV4等目前尚不能享受上海市地方现金补贴的车型，也将享受到中央和地方的双重补贴。



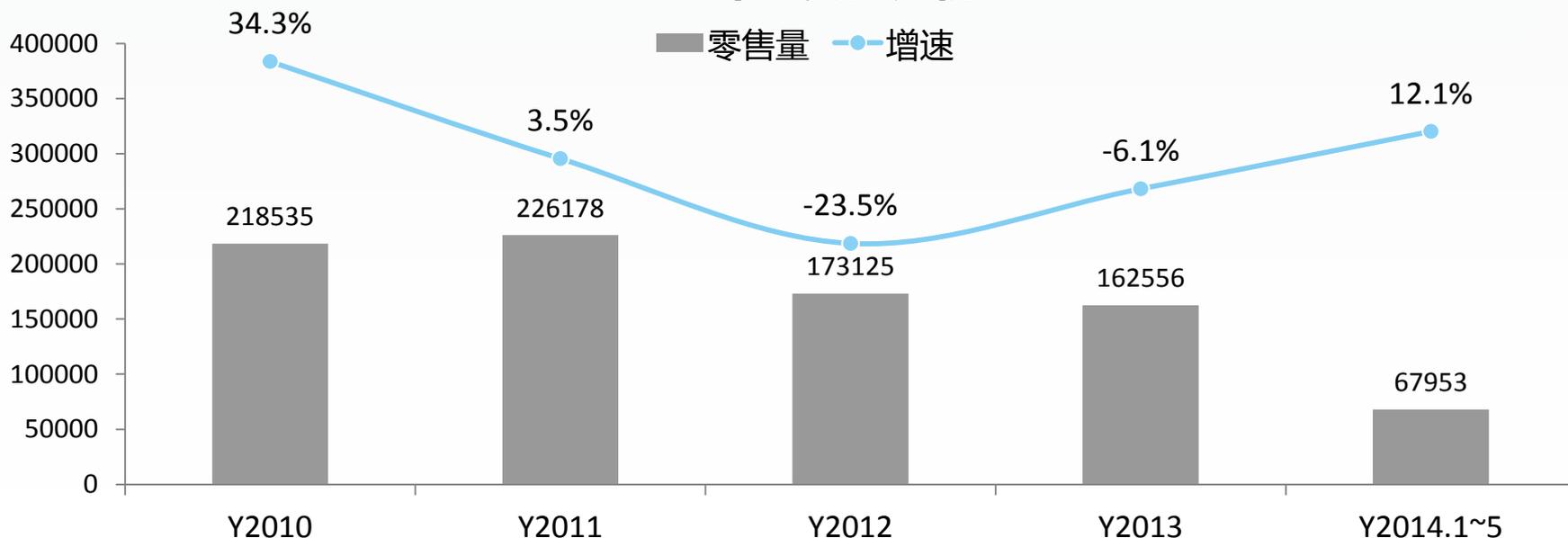
■ 广州上半年车市回顾



广州市场累计上升12.1%

- 2014年1-5月，广州市场累计销量为67953辆，同比增长12.1%；
- 限购政策调整后，旧车更新规则放宽，置换比例提升，新车销量有所增长。

广州市场变化分析

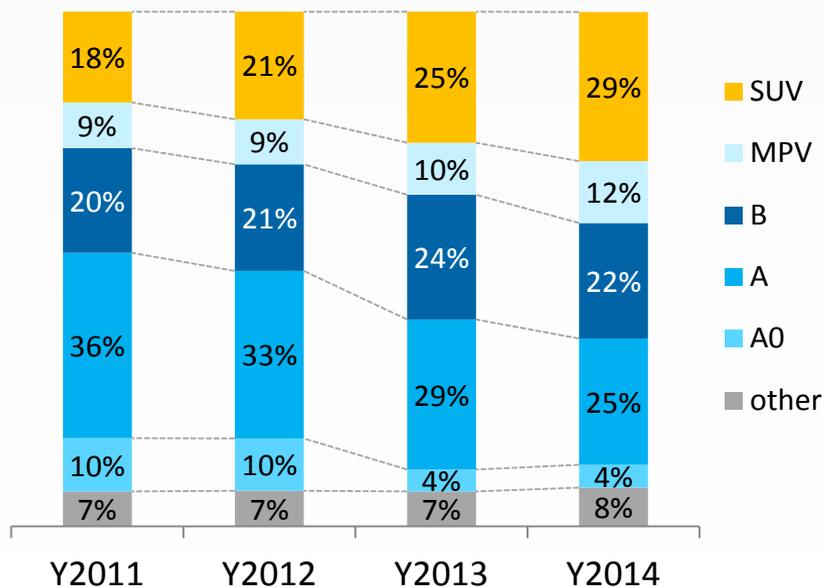


销量来源：零售量

SUV市场份额超过A级，成为广州最大的细分市场

- 2014年上半年SUV市场增长迅速，市场份额已超越A级，成为广州最大细分市场；
- 限购后广州市场细分市场结构发生较大的变化，SUV和MPV市场份额持续扩大，A0级、A级市场份额则逐步缩小。

广州细分市场份额变化

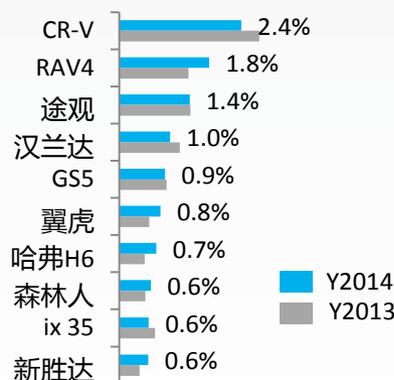


数据来源：零售量

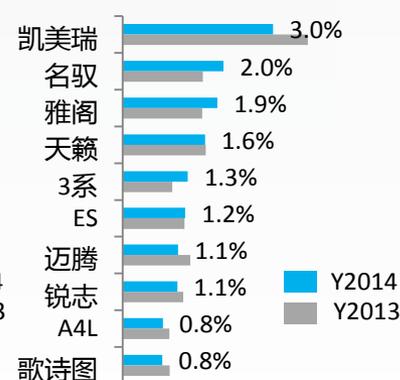
2014年数据为2014年1-5月零售量

地址：广州市越秀区白云路22号嘉星广场A区23A、28层 电话：020-28838251

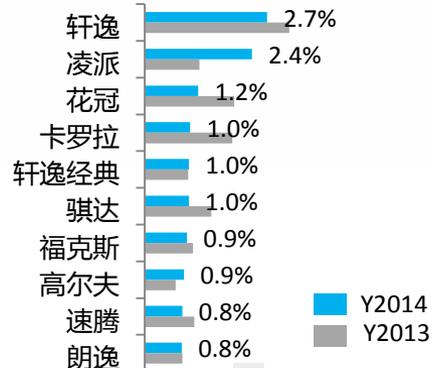
SUV市场主要车型份额



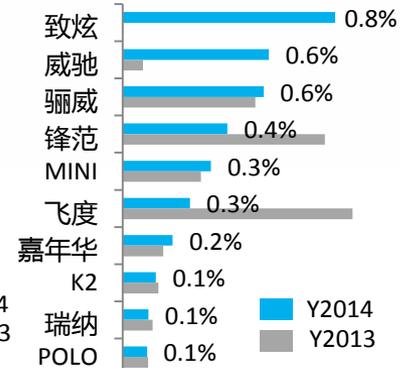
B级市场主要车型份额



A级市场主要车型份额



A0级市场主要车型份额

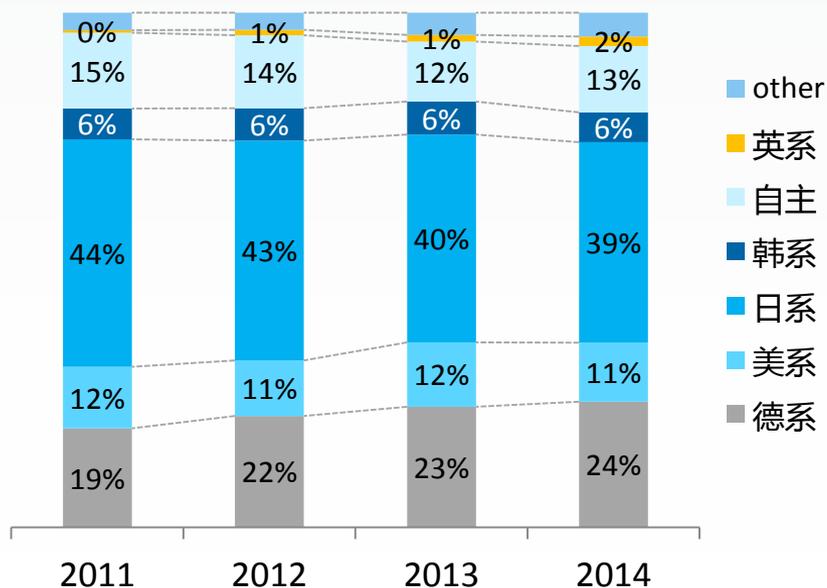


数据来源：WAYS 威尔森

德系品牌抢夺，日系品牌市占率下滑

- 系别市场中，德系品牌得益于宝马和奔驰快速增长，市占率持续扩大；
- 日系品牌市占率仍然最大，但在德系品牌抢夺下，市场份额连续三年下滑。

广州各系别市场市占率变化

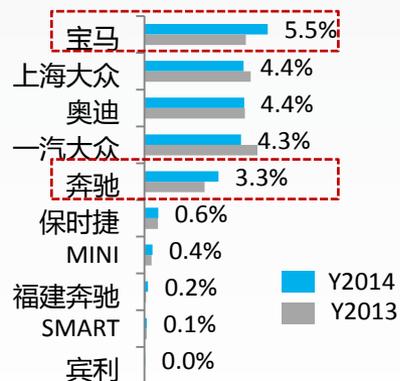


数据来源：零售量

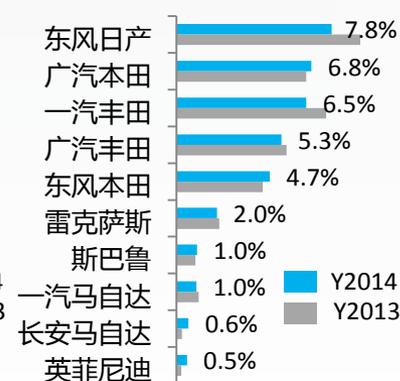
2014年数据为2014年1-5月零售量

地址：广州市越秀区白云路22号嘉星广场A区23A、28层 电话：020-28838251

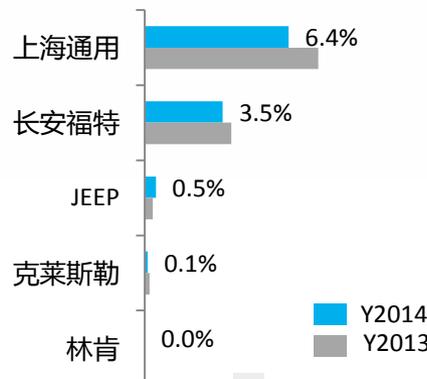
德系品牌市占率变化



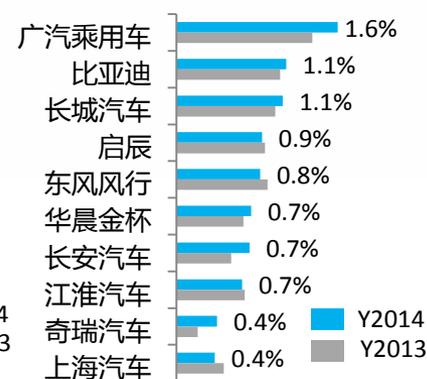
日系品牌市占率变化



美系品牌市占率变化



自主品牌市占率变化

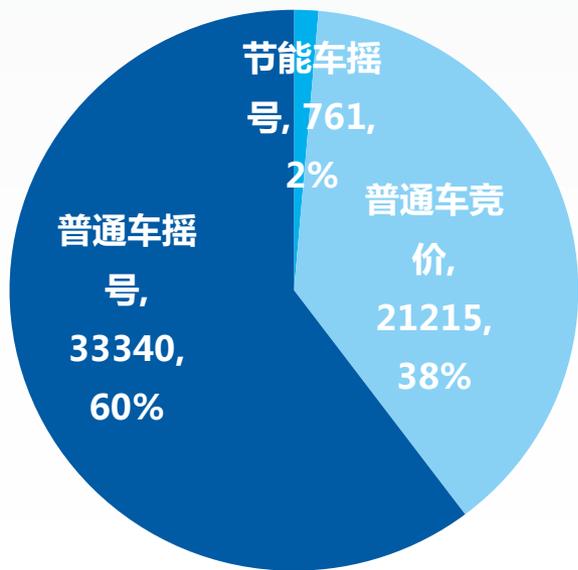


数据来源：WAYS 威尔森

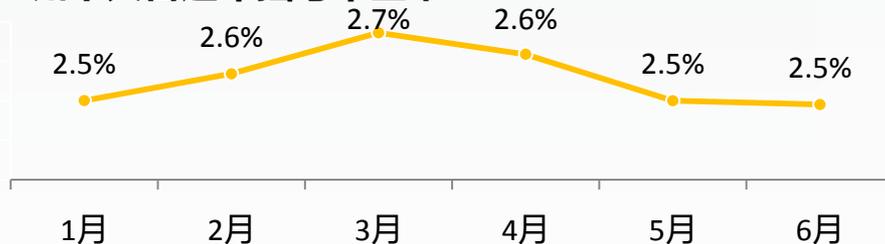
摇号中签率持续下滑 竞拍价格飙升

- 广州普通车摇号中签率下降到2.5%，中签人与申请人的比例为1:40；
- 摇号中签率持续下降，较多消费者转向车牌竞拍，车牌价格快速上升，6月车牌价格突破了1.7万元；
- 节能车市场仍不乐观，实际配置人数远低于计划量。

上半年广州个人摇号、竞价情况



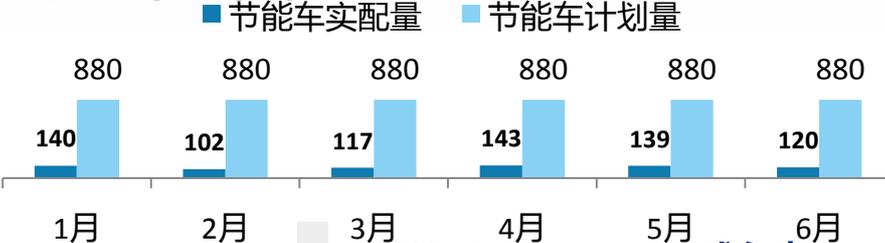
广州个人普通车摇号中签率



广州个人普通车平均竞价走势



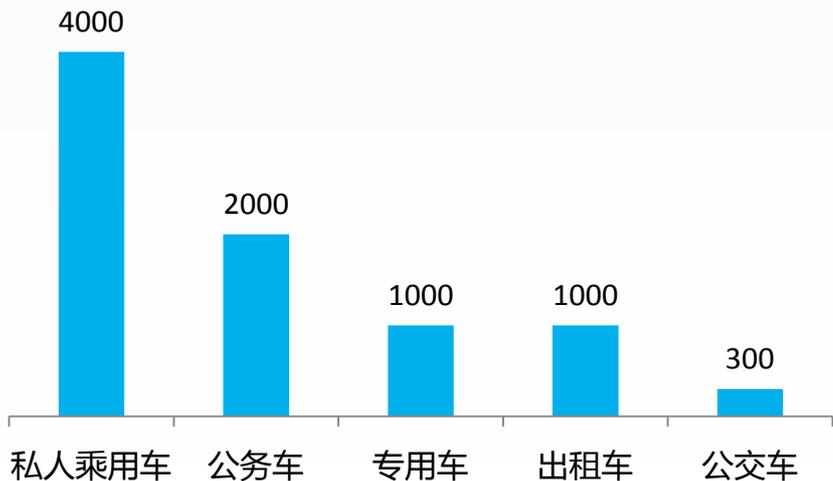
广州个人节能车摇号



政策落实广州新能源汽车推广将提速

- 广东省为新能源车发展大开绿灯。省发改委日前发布了《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》，表示将在2015年前在广州市推广应用1万辆新能源车，甚至可共享公交车道、不受限号行驶等政策约束。

广州2013-2015新能源汽车推广计划



广州2013-2015新能源汽车补助资金

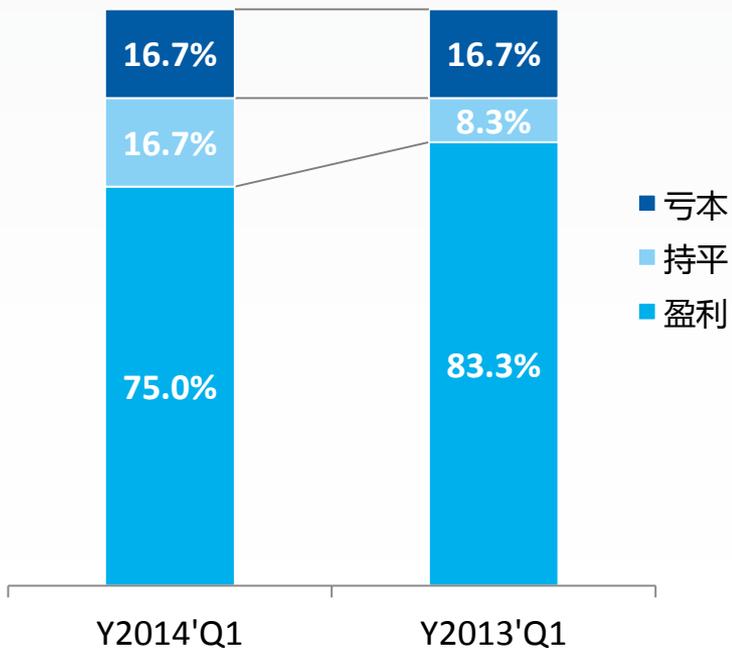
2014年国家纯电动、插电式推广应用补助标准				
车辆类型	纯电续航里程R			
	80公里≤R <150公里	150公里≤R <250公里	R≥250公里	R≥50公里
纯电动乘用车	3.325万元/辆	4.75万元/辆	5.70万元/辆	
插电式混合动力乘用车(含增程式)	---	---	---	3.325万元/辆

广州目前新能源政策补贴1万元，未来实行与国家补贴政策1:1，即广州补贴与国家补贴政策金额一致

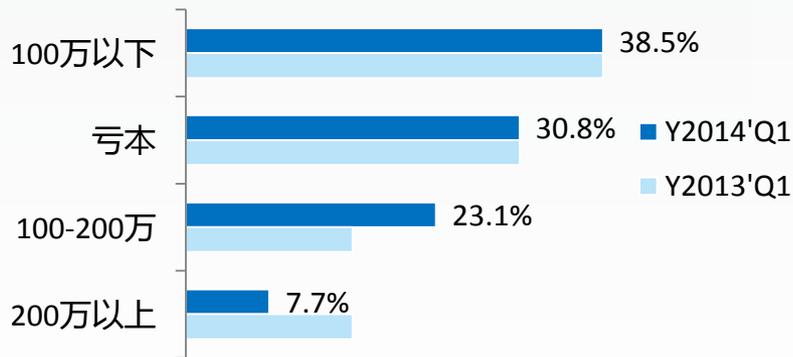
经销商整体盈利水平下滑，销售盈利水平仍然较低

- 经调研可知，广州75%的经销商经营状况为盈利，同比去年下降了8.3%；
- 广州经销商中销售毛利为盈利占69.2%，售后毛利为盈利的占92.3%。

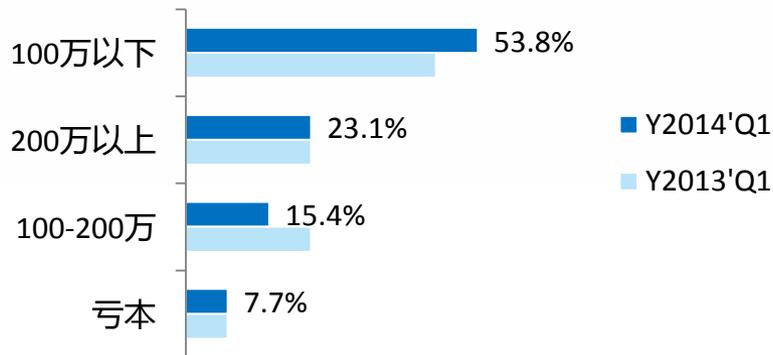
广州经销商经营状况调查分析



广州经销商销售毛利变化

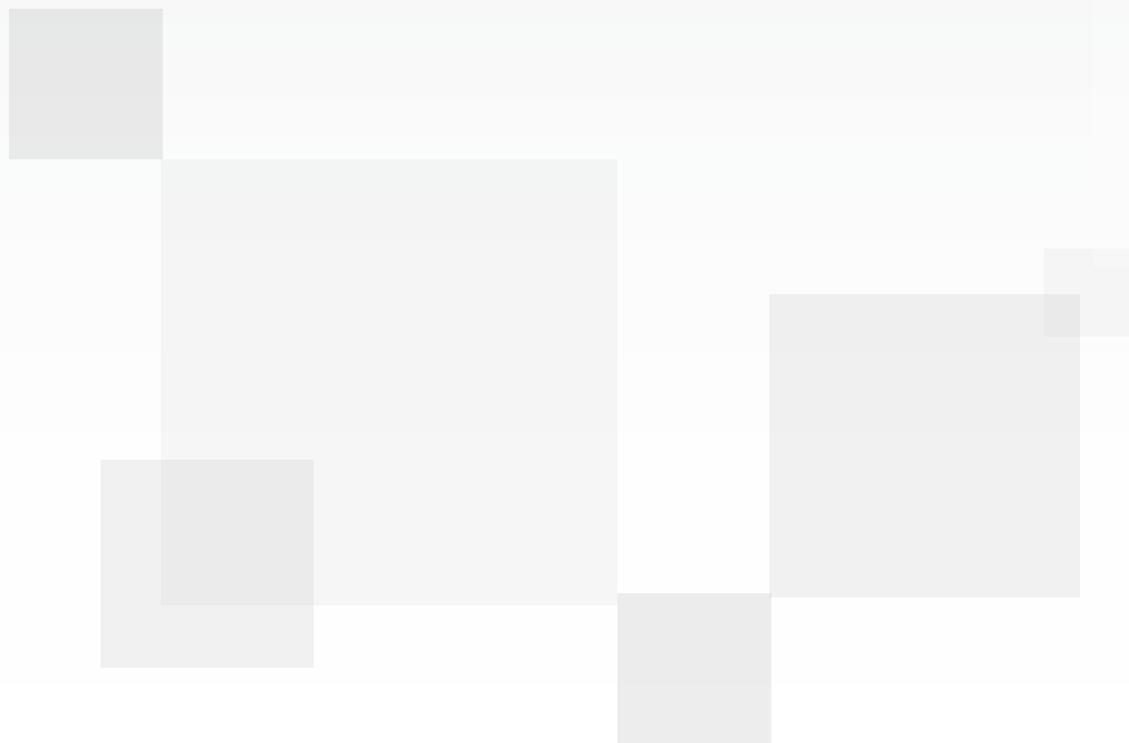


广州经销商售后毛利变化



数据来源：威尔森调研
样本量：N=30

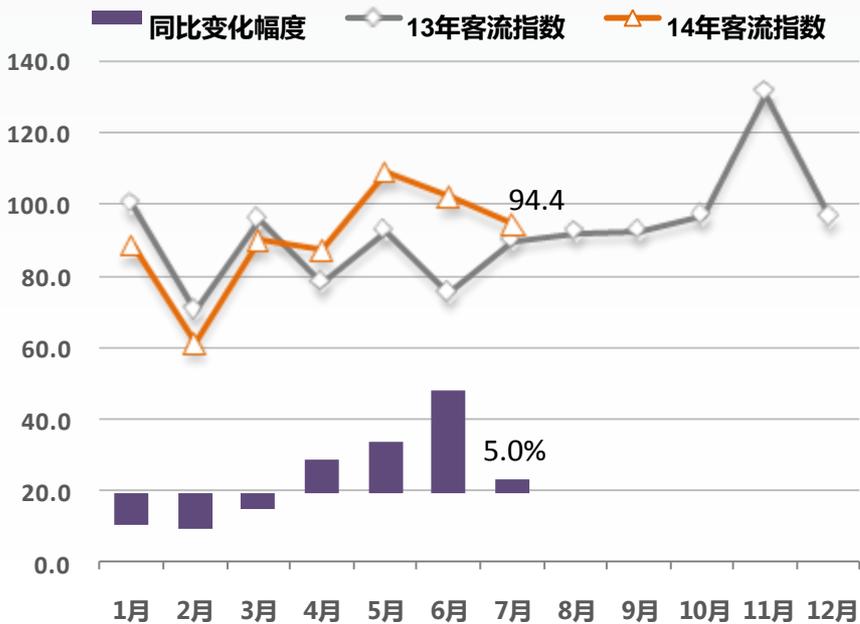
■ 广州终端市场表现



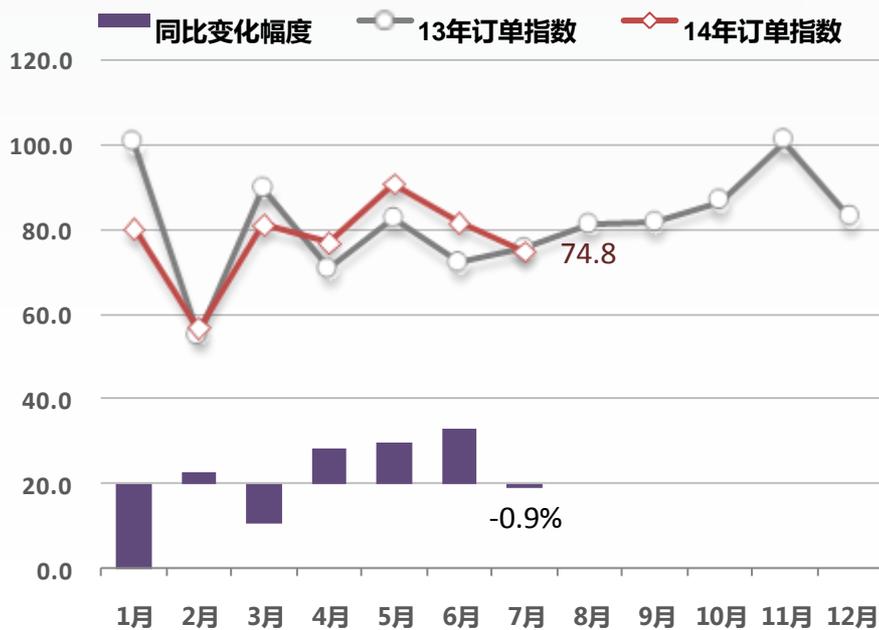
广州乘用车市场终端表现

- 广州经销商反馈，由于广州天气炎热多雨，影响消费者到店看车，且大部分购车意向客户均持币等待金九银十的销售旺季，本月意向和订单进一步下降。

广州终端人气



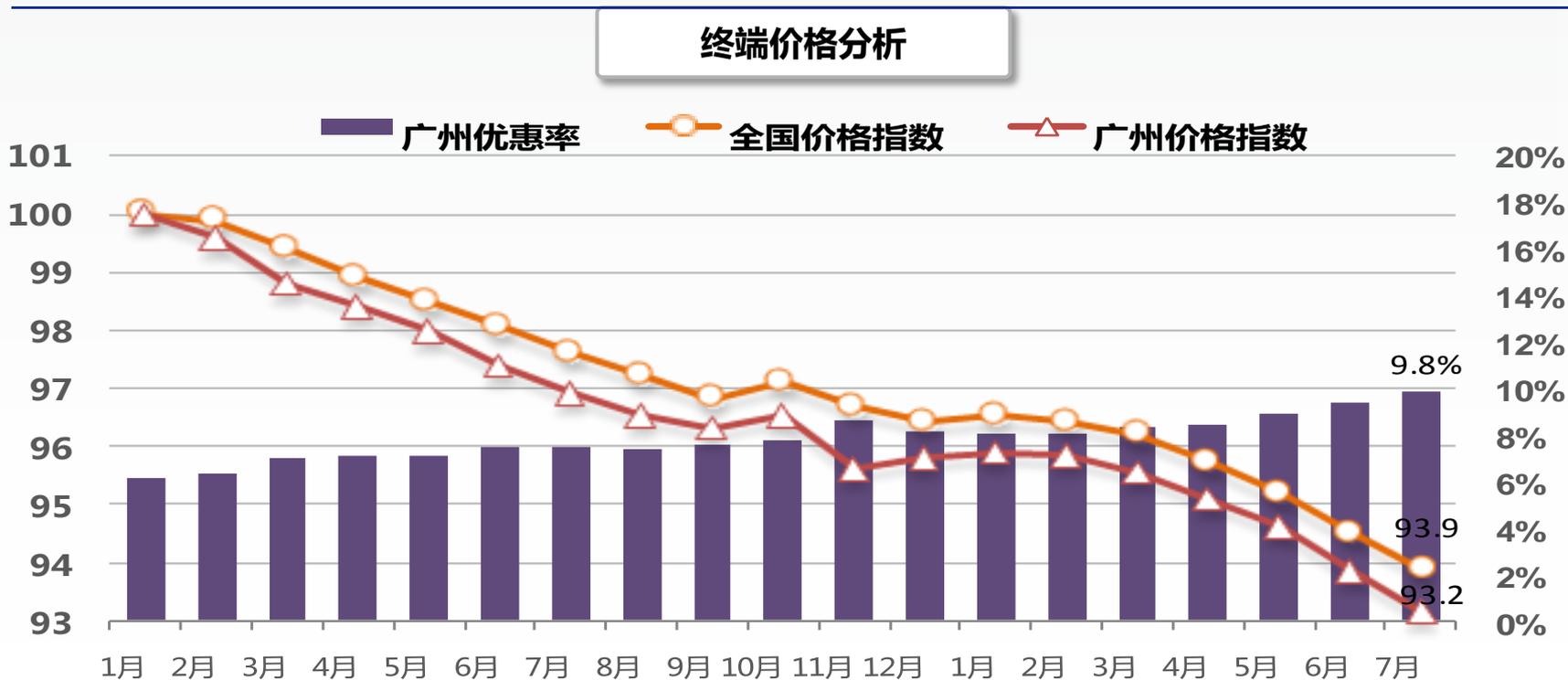
广州终端订单



数据来源：威尔森终端市场监测体系
 客流、订单指数基期：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

■ 7月，广州经销商加大优惠幅度，价格指数进一步下调，优惠率为9.8%，创年度新高。



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

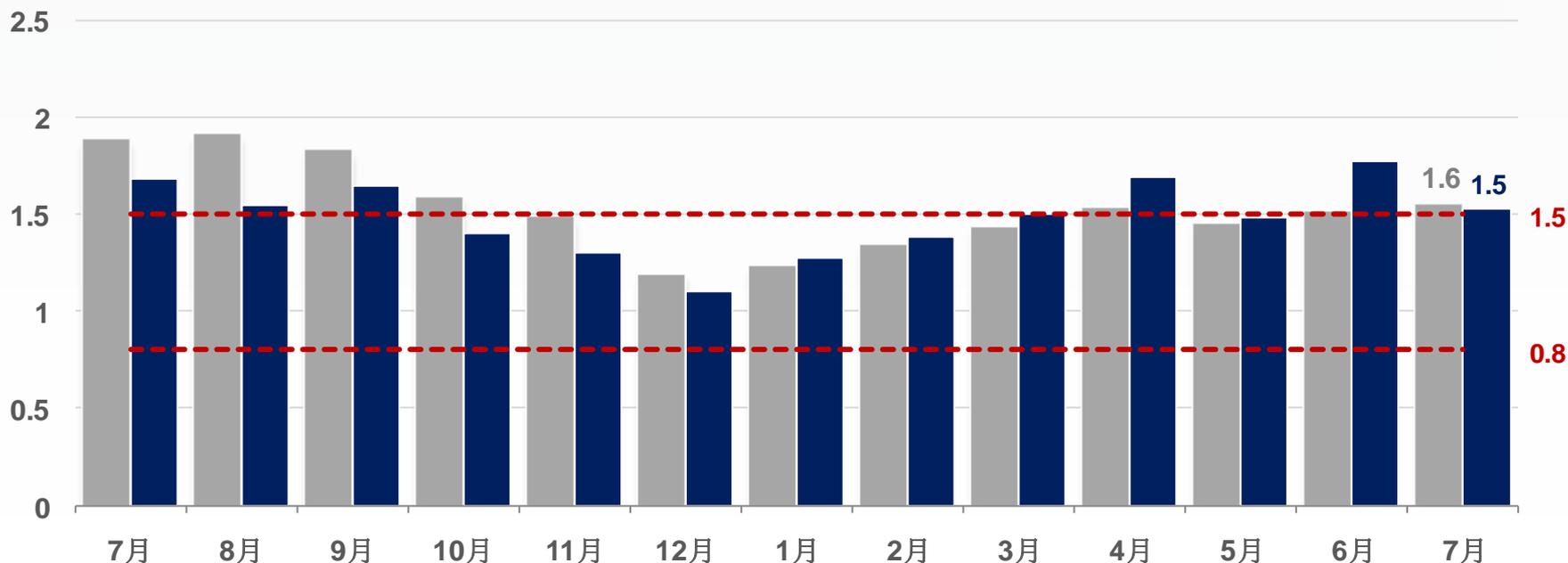
广州终端库存分析

- 经销商反映，7月，广州进入销售淡季，加上部分厂家放高温假，配车任务减少，库存深度下降；
- 广州库存深度回落至正常水平。

广州终端库存状况

■ 13-14年全国库存深度

■ 13-14年广州库存深度



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

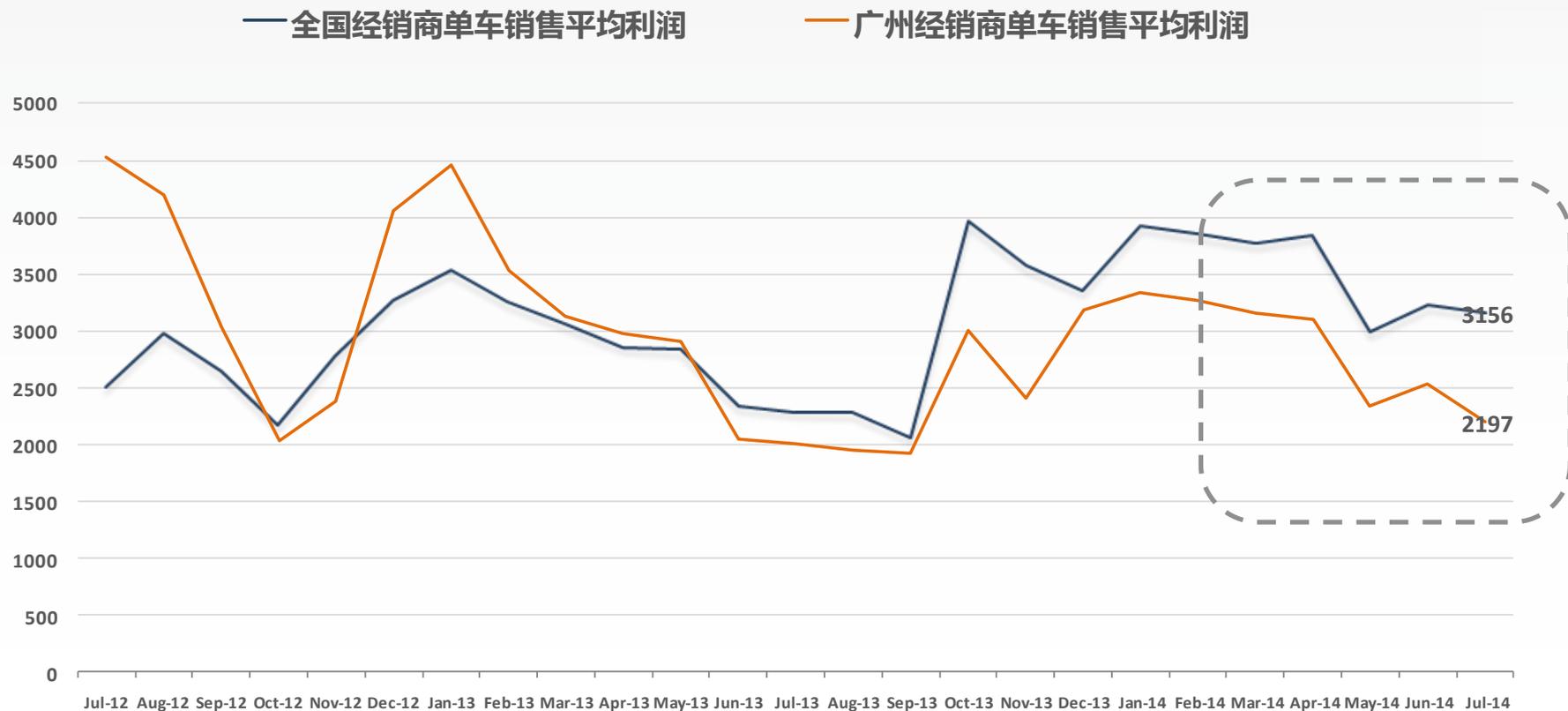
广州细分市场终端表现

- 各细分市场客流和订单指数均有所下降，其中A0级和A级下滑幅度最大；
- SUV市场热度仍然高涨，订单转化率为级别最高。

终端客流			终端订单			订单转化率		
	7月	环比		7月	环比		7月	
整体市场	94	-7.6%	整体市场	75	-8.1%	整体市场	22%	
A0	64	-10.0%	A0	61	-9.0%	A0	16%	
A	83	-8.1%	A	70	-8.5%	A	23%	
B	98	-7.3%	B	81	-7.1%	B	21%	
SUV	98	-3.0%	SUV	82	-5.5%	SUV	28%	

广州经销商单车销售利润分析

- 7月，广州市场优惠幅度加大，单车销售利润继续下探；
- 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

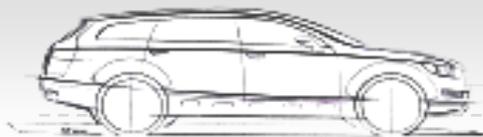
- 库存量，经销商统计期内的店内的现车库存
- 库存深度=月底库存量/最近三个月月底交车量平均
- 库存深度安全范围是0.8-1.5，2.0是经销商库存深度的警戒点

订单转化率说明

- 客流转化为订单的比值
- 单店订单转化率=单店品牌意向量/单店品牌订单量

基期选择

- 2013年1月作为基期计算



产品详情

www.way-s.cn



**Thank
You!**