



乘用车整体市场分析月报-2019年8月

PREFACE

研究目的

- 近年来，我国汽车市场销量增长有所放缓，但依然保持着较高的增长率。2016年汽车销量跟突破了2000万辆，稳居世界第一；
- 巨大的汽车市场日趋成熟，如何制定销售策略，调整产品结构，才能保持高速增长，获取更多的收益，占领更多市场份额，是客户最关心的问题；
- 报告通过对整个乘用车市场的销量持续监测和分析，掌握整体市场和各细分市场销售状况、走势的变化，为客户制订、调整和检查销售策略，完善产品结构提供依据。

细分市场说明

- 根据轴距与车身形式，分为微型、小型、紧凑型、中型、中大型、大型、小型SUV、紧凑型SUV、中型SUV、中大型SUV、大型SUV、紧凑型MPV、中型MPV、微客、客车、跑车16个细分市场；
- 报告重点研究整体市场和小型、紧凑型、中型、中大型、小型SUV、紧凑型SUV、中型SUV、中大型SUV、紧凑型MPV、中型MPV这些级别的市场表现。

报告说明

- 销量数据来源：达示数据销量监测体系
- 除非特殊说明，报告销量数据不包含商用车

目录

CONTENTS

01 汽车市场动态

02 整体市场销售表现

03 各重点细分市场销量表现

04 未来新品介绍

DaaS-Auto

PART 1

第一部分 汽车市场动态

※ 行业发展

※ 厂商动态

※ 上市新车

行业发展

深圳新政：新增网约车须为纯电动汽车

日前获悉，此前一直处于修订中的《深圳市网络预约出租汽车经营服务管理暂行办法》(以下简称《办法》)已经得到深圳市政府相关部门的通过。值得注意的是，修订后的《办法》明确规定，新注册的网约车必须为纯电动汽车，也就是说传统燃油汽车及混动汽车将被排除在网约车之外。

另外，在维护驾驶员和乘客合法权益方面，修订后的《办法》也做出了调整。据悉，深圳要求网约车经营者应加强对驾驶员身心健康和资质变化等情况的动态管理，对于驾驶员存在不适宜驾驶情况的，应当立即停止该驾驶员营运，并向市交通运输主管部门报告。

网约车经营者还应公布服务评价体系，明晰乘客对驾驶员服务质量评价的渠道，建立驾驶员申诉处理制度，对乘客不遵守乘车规定的行为，明确驾驶员可以拒绝或者终止提供服务，网约车经营者不得因此对驾驶员实施经济处罚或其他限制措施。

四大变化 双积分政策修正方案再迎调整

此前工信部曾发布了“双积分办法修正稿”并公开意见，近日获悉，工信部再次发布了对“修正稿”的修改稿，其作出了四项新的调整，意见反馈期截至10月11日。

一、在新增的“第四条第四款”中，将低油耗乘用车的综合燃料消耗量计算结果从“保留1位小数”，变成“保留两位”小数，变化影响较小。调整后为“本办法所称低油耗乘用车，是指综合燃料消耗量不超过《乘用车燃料消耗量评价方法及指标》中对应的车型燃料消耗量目标值与该核算年度的企业平均燃料消耗量要求之积(计算结果按四舍五入原则保留两位小数)的传统能源乘用车。”

二、在新增的“第十六条第二款”中，将低油耗乘用车的新能源达标计分方式从“0.2倍”改成“0.5倍”，降低了低油耗乘用车核算新能源汽车积分达标值的基数。调整后为“计算乘用车企业新能源汽车积分达标值时，低油耗乘用车的生产量或者进口量按照其数量的0.5倍计算。”

三、在“第二十三条”的基础上，对关联企业进行了定义的微调，删去了“同为境内第三方直接或者间接持股总和达到25%以上的境内乘用车生产企业”中的“境内”二字，增加了获境外授权进口企业的股权关系注解。调整后为“同为第三方直接或者间接持股总和达到25%以上的境内乘用车生产企业”、“获境外乘用车生产企业授权的进口乘用车供应企业，与该境外乘用车生产企业直接或者间接持股(或者被持股)总和达到25%以上的境内乘用车生产企业”。

四、将《新能源乘用车车型积分计算方法》中的纯电动乘用车电能消耗量目标值、插电式混动乘用车的油耗要求进行了调整。纯电动乘用车电能消耗量目标值从： $m \leq 1000$ 时， $Y \leq 0.0112 \times m + 0.4$ ； $1000 < m \leq 1600$ 时， $Y \leq 0.0038 \times m + 10.28$ ，变成 $1000 < m \leq 1600$ 时， $Y = 0.0044 \times m + 9.24$ 。粗略计算下来，该调整对1730kg以下的纯电动汽车电耗要求加严了，1730kg以上的车型则放宽了些要求。

贵阳正式取消汽车车牌摇号

近日，贵阳宣布《贵阳市人民政府关于废止〈贵阳市小客车号牌管理暂行规定〉的决定》已于市人民政府第62次常务会议通过。这意味着贵阳市民未来将无需摇号买车，而是想买就能买。

此前，贵州省已发文要求贵阳市取消专段号牌摇号。而近日贵州省发展和改革委员会等九单位在联合下发的《省发展改革委等九单位关于促进汽车消费市场持续健康发展若干政策措施的通知》，2019年贵阳市号牌发放量在2018年基础上增加3万个以上，并根据具体情况实时取消小客车专段号牌摇号等。

如今，贵阳响应贵州省及国家相关部门要求，放宽了汽车购买限制，且正式取消了车牌摇号。据不完全统计，目前仍有北京、上海、杭州、天津、石家庄及海南等多省市实施汽车限购政策。

奥迪已将产品组合削减27%

近日获悉，为削减成本，奥迪正致力于通过缩减车型的方式关停部分生产线。据了解，整个2018年，奥迪在全球范围内将其车型缩减了27%，但奥迪首席执行官伯蓝·绍特仍不满足，他表示该企业最终的车型削减目标为40%-45%；生产线缩减目标为30%。

绍特表示，奥迪将通过更少的车型对消费者进行更精准的服务。“比如在高端汽车细分市场，奥迪品牌将通过奥迪A6、奥迪A7、奥迪Q7、奥迪Q8等车型实现增长；而为了吸引年轻消费者，奥迪也将打造一些性价比更高的小型车。”

奥迪的一系列成本控制计划也是在为布局新四化而服务。为了提前布局未来市场，加快奥迪在新能源、数字化、自动驾驶等领域的发展，绍特曾于2018年底宣布了一系列投资计划，根据计划，在2023年前，奥迪将在“新四化”领域投资140亿欧元(约合人民币1096.8亿元)，这笔钱将占奥迪在2023年前总支出的三分之一。

除了削减效益低的车型外，为了进一步控制成本，奥迪此前还推出了削减10%高管的计划，此外，下一代奥迪A4也将不再基于发动机纵置布局的MLB平台打造，而改为基于发动机横置布局的MQB平台打造，据悉此举将为奥迪节约9亿欧元(约合人民币70.5亿元)的成本。通过上述一些列措施，到2022年，奥迪将总共节约150亿欧元(约合人民币1175.19亿元)成本。

北京现代推出悦享出行

在2019成都车展期间，北京现代品牌传播室室长车宇准表示，北京现代推出了在线订阅式用车服务——悦享出行，并与阿里巴巴等电商平台合作，尝试创新的销售模式。

悦享出行是北京现代针对中国消费者推出的订阅式用车服务，其将通过第四代胜达、昂希诺钢铁侠版和菲斯塔等车型，满足用户通勤代步、商务接待及旅行出游等多种出行需求。目前该服务已经进入试运营阶段，并将于2019年10月1日起正式运营。

这项全新的服务将包含三种服务模式：第一种是ENCINO 昂希诺钢铁侠版与菲斯塔交替体验，称之为换新版，周期为30天，价格在3,600元左右；另外两种都是针对6座或7座SUV胜达 2019款，单周版周期为7天，价格1,480元左右，双周版周期15天，价格2,380元左右。

悦享出行承诺只使用北京现代旗下且车龄1年以下的新款车型服务用户，并提供上门取车、到店洗车等管家式服务，车辆全程在4S店进行维修保养。据悉，该服务将率先在成都落地，只要年满18岁且取得驾驶证满1年即可申请使用。

此外，北京现代接下来还会联手阿里巴巴这样的互联网企业，进行合作推广。通过造点新货(原淘宝众筹平台)，发起为期9天、限量499台的ENCINO 昂希诺钢铁侠版众筹活动，预定金仅为499元。通过与漫威和阿里巴巴的跨界式营销，北京现代将吸引更多热爱动漫、追求创新与激情的年轻消费者的心。

捷豹路虎公布新车规划

日前，捷豹路虎官方公布新车规划，其将在2021年年底前推出30款新车，包括揽胜家族50周年SV典藏版、新款XEL、新款发现神行、全新一代卫士等。

具体来看，捷豹路虎将在2019年余下的时间里相继推出揽胜50周年SV典藏版以及新款XEL。2020年，发现神行中期改款车型将在一季度推出，全新一代卫士将在二季度推出，具体预计为4月开幕的2020北京车展。在2020年四季度，还将有两款未知身份的新车引入国内市场销售。

拟置入一汽解放 一汽轿车重组草案公布

为解决同业竞争问题，一汽轿车发布了迟来已久的置换方案。一汽轿车的重组草案显示，拟将轿车有限100%股权作为置出资产，与一汽股份持有的一汽解放100%股权中的等值部分进行置换。

其中置出资产为轿车有限100%股权，作价50.88亿元，一汽解放100%股权作价270.09亿元，二者差额为219.21亿元；差额部分，一汽轿车的支付方式为，199.21亿元对价由公司发行股份的形式支付，剩余部分以现金支付20亿元。

一汽轿车表示，交易完成后，一汽股份对一汽轿车的持股比例进一步提升，由此前的53.03%增至83.41%，一汽轿车主营业务也将变更为商用车整车研发、生产和销售。未来，置入资产的盈利能力和资产规模有望进一步提升，为一汽轿车的持续经营提供保障。

马自达/丰田合作新款直列式六缸发动机

日前获悉，马自达将与丰田合作研发具有高度创新性的新款SkyActiv-X直列式六缸发动机。新款发动机将与后轮驱动平台相搭配，同时适用于马自达和丰田旗下多种车型。作为技术合作的一部分，丰田将为马自达3等多款车型提供混合动力系统。

据悉，丰田将把与马自达合作的SkyActiv-X直列式六缸发动机应用于新款四门轿跑车型及新一代雷克萨斯IS和雷克萨斯RC车型中。马自达则将在马自达6等新款车型中使用该款发动机。此外，根据双方的协议内容，丰田还可以将马自达Vision Coupe概念车的部分外部设计风格应用于旗下车辆的设计当中。

另外获悉，新款SkyActiv-X 3.0L直列式六缸发动机将首先被用于2022款马自达6车型中，预计新款发动机的动力输出在300hp以上。此次合作将帮助马自达分摊发动机研发所需的高昂成本，同时马自达还将借此合作推出采用新后驱架构的中大型轿车。

丰田收购铃木近5%股份 双方结成资本联盟

日前，日本丰田汽车与铃木汽车联合宣布，将结成资本联盟以加快在自动驾驶等新技术领域的合作研发，应对颠覆全球汽车行业的全面变革。

通过此次联盟，丰田将斥资约960亿日元(合9.1亿美元)收购铃木4.94%的股份，而铃木也将向丰田投资480亿日元。在声明中，合作双方表示，希望在新兴领域建立和深化合作，克服汽车行业面临的新挑战，实现可持续增长。

2019年8月重点上市新车

■ 数据来源：威尔森标准统计口径终端零售量数据,不包含跑车等部分数据

级别	厂商	车型	指导价(万元)	变化描述	上市时间	图片
A	北京现代	领动 PHEV	15.78-17.88	新车型	2019年8月14号	
A-SUV	上海汽车	RX5 MAX	10.68-17.78	新车型	2019年8月28号	
A-SUV	奇瑞汽车	瑞虎e	10.99-14.39	新车型	2019年8月25号	

2019年9月重点新车上市预测

■ 数据来源：威尔森标准统计口径终端零售量数据,不包含跑车等部分数据

级别	厂商	车型	指导价(万元)	变化描述	上市时间	图片
C-SUV	奇瑞汽车	捷途X95	-	新车型	待定	
A-MPV	比亚迪	宋MAX EV	-	新车型	待定	
A	长安马自达	马自达3昂克赛拉三厢	12.59-17.89	换代	2019年9月26日	
A0	北京现代	悦纳	-	改款	待定	
A-SUV	长城汽车	哈弗H4	10.89	新型号	待定	
A-SUV	东风柳汽	风行SX6	6.99	新型号	待定	

PART 2

第二部分 整体市场销量表现

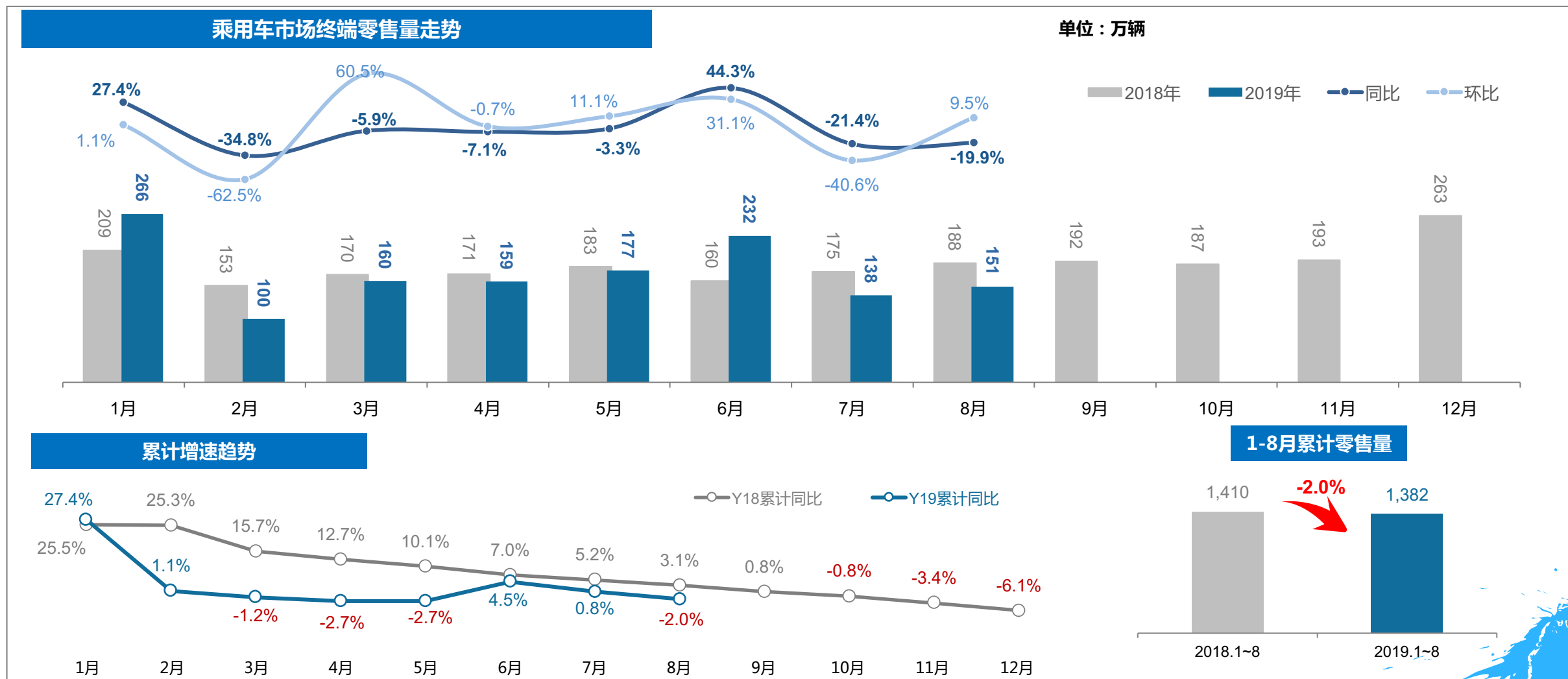
- ※ 整体市场销量
- ※ 细分市场销量
- ※ 豪华/自主/合资销量
- ※ 系别销量
- ※ 厂商销量
- ※ 省份销量
- ※ 城市销量
- ※ 消费者人群分析

整体市场摘要

- 8月乘用车市场终端零售量为151万辆，同比下降19.9%，环比上升9.5%；19年累计销量1382万辆，累计同比下滑2.0%；目前市场上国六车型供应充足，可选择度高，且经销商为了在淡季完成销售任务，加大了车型的折扣力度促进成交，终端销售状况较7月有所改善，但无奈上两月国五强力清库带来的需求透支影响仍在持续，即使临近金九，市场却未见有明显回温的迹象
- 各细分市场仍以双位数的跌幅下行，相对于轿车与MPV市场的跌幅均超20%来说，SUV市场跌幅稍微较好，能在15%以内，而MPV市场则是重灾区，跌幅接近30%；SUV市场销量累计同比仍为正增长，轿车市场累计同比有小幅下滑，MPV市场的累计跌幅仍在15%以上
- 各类品牌延续上月跌势，即使已逆势增长多月的豪华品牌在近两月也未能稳住，8月同比下滑7.6%；合资品牌跌幅已接近20%，降幅较以往有所加大；各系别销量对比去年同期虽仍有不同程度的降幅，但基本上环比均有所增长，销售情况较上月有所改善，其中自主品牌环比增长21%较为领先，而日系品牌同比与环比均双双下跌
- 8月TOP10车企中，一汽大众蝉联冠军位置，上汽通用虽夺第三，但同比跌幅接近30%；一汽丰田同比与环比均有大幅下跌，主要受其主力车型卡罗拉正处于换代交替期所影响；吉利同比下跌超20%，吃力紧守第五的位置，上汽通用五菱环比大幅增长，冲回前十榜内

零售量8月乘用车市场终端零售同比下降19.9%

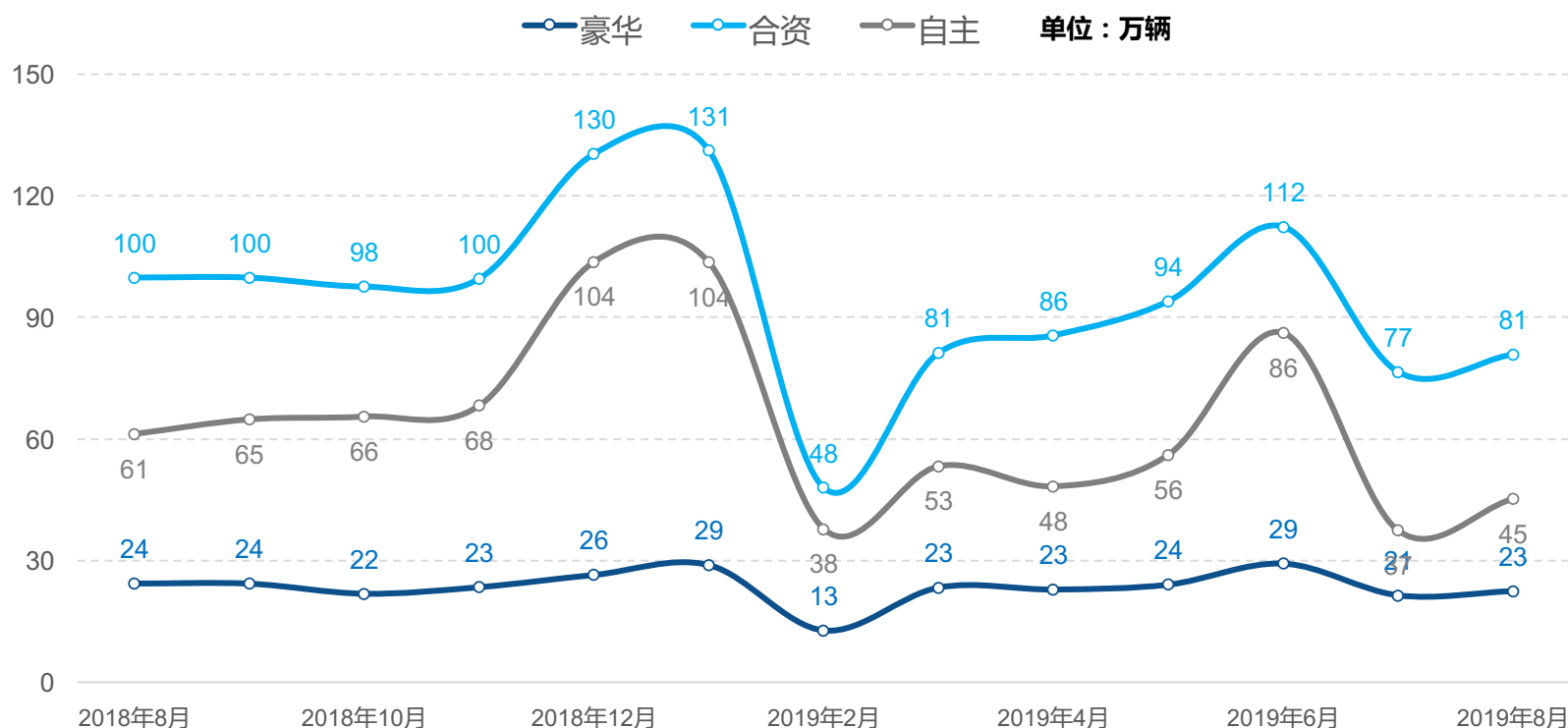
- 8月整体乘用车市场终端零售量为**151万辆**，同比**下降19.9%**，环比**上升9.5%**
- 19年累计销量**1382万辆**，累计同比**下滑2.0%**



各类品牌延续上月跌势，合资品牌跌幅扩大

- 各类品牌延续上月跌势，即使已逆势增长多月的豪华品牌在近两月也未能稳住，8月同比下滑7.6%；合资品牌跌幅已接近20%，降幅较以往有所加大；自主品牌的同比下跌幅度已超25%
- 除豪华品牌1-8月的累计销量同比仍为正增长外，合资与自主品牌的累计同比均为负增长，而自主品牌的缺口更是一再加大

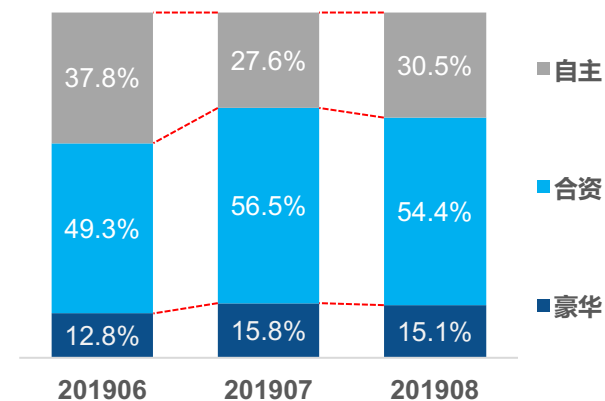
19年8月全国终端零售量走势



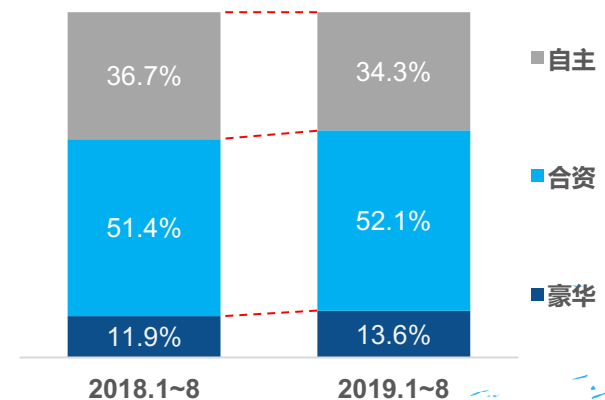
	豪华	合资	自主
8月销量同比	-7.6%	-19.0%	-26.1%
1-8月累计销量同比	11.7%	-0.5%	-8.2%

全国终端零售量结构

分月零售量结构 201908



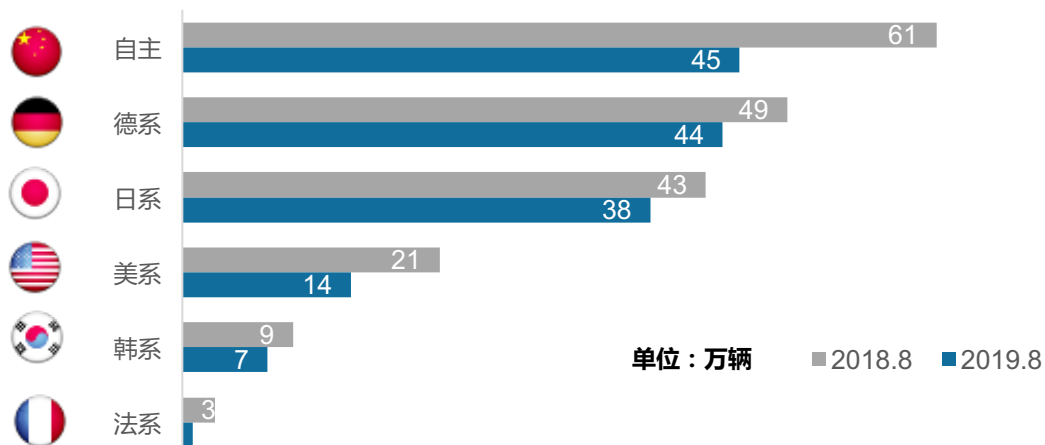
累计零售量结构 2019.1~8



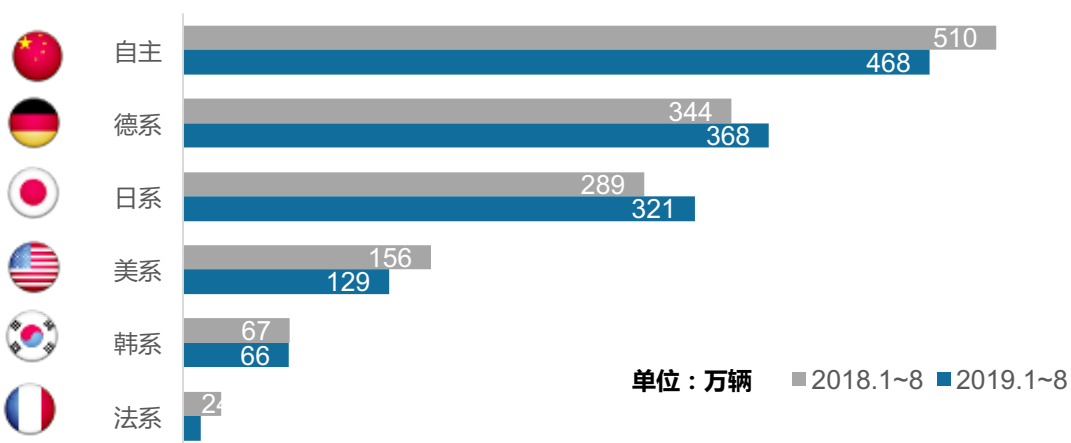
8月日系品牌同比与环比双双下跌

- 8月各系别销量对比去年同期虽仍有不同程度的降幅，但基本上环比均有所增长，销售情况较上月有所改善，其中自主品牌环比增幅较为领先；而日系品牌主要受一汽丰田环比大幅下降的影响，整个日系同比与环比均双双下跌
- 德系与日系1-8月的累计同比保持正增长，累计份额持续增大，而此消彼长，自主与美系品牌的份额已明显被挤压

车系国别销量状况201908



车系国别销量状况2019.1~8

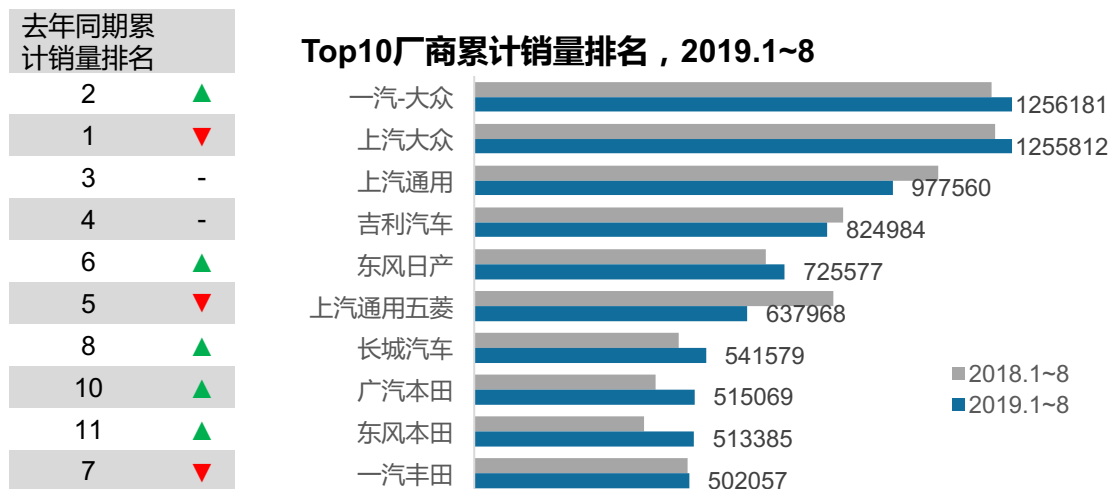
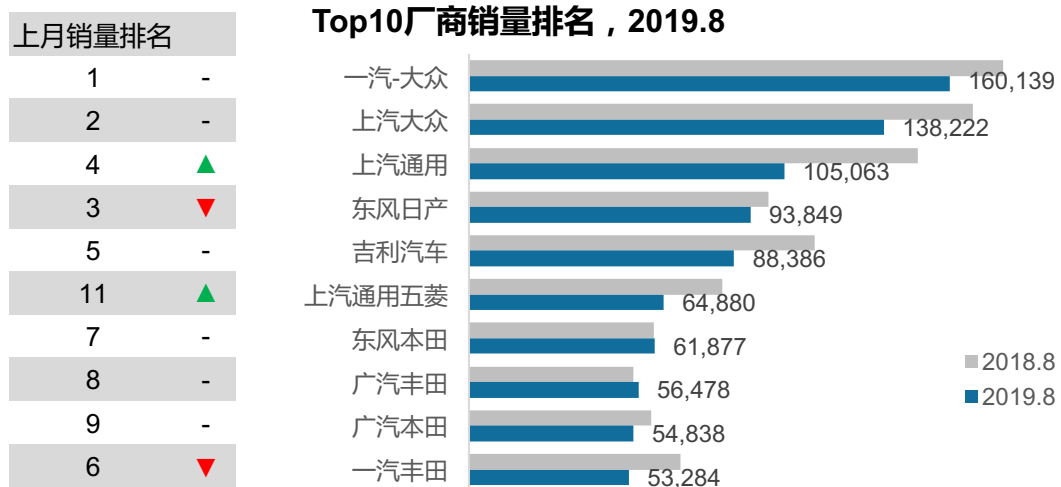


车系	销量同比	销量环比	8月份额	份额环比	份额同比
自主	-26.1%	21.0%	30.5%	2.8%	-2.6%
德系	-10.6%	8.7%	29.5%	-0.3%	3.0%
日系	-10.6%	-1.3%	25.6%	-2.9%	2.6%
美系	-34.4%	13.9%	9.2%	0.3%	-2.1%
韩系	-22.9%	10.8%	4.7%	0.0%	-0.2%
法系	-67.5%	2.1%	0.6%	-0.0%	-0.9%

车系	累计销量同比	累计销量份额	份额同比
自主	-8.2%	34.3%	-2.4%
德系	6.8%	27.0%	2.2%
日系	11.0%	23.5%	2.7%
美系	-16.9%	9.5%	-1.7%
韩系	-1.0%	4.9%	0.0%
法系	-53.1%	0.8%	-0.9%

TOP10车企排行榜

- 8月TOP10车企中，一汽大众蝉联冠军位置，上汽通用虽重返第三名，但同比跌幅接近30%；一汽丰田同比与环比均有大幅下跌，主要受其主力车型卡罗拉正处于换代交替期所影响；吉利同比下跌超20%，吃力紧守第五的位置，上汽通用五菱环比大幅增长，冲回前十榜内
- 1-8月累计销量上，一汽大众以300多台的优势险胜上汽大众排名第一，南北大众双方势均力敌，首位之争斗得难分难解

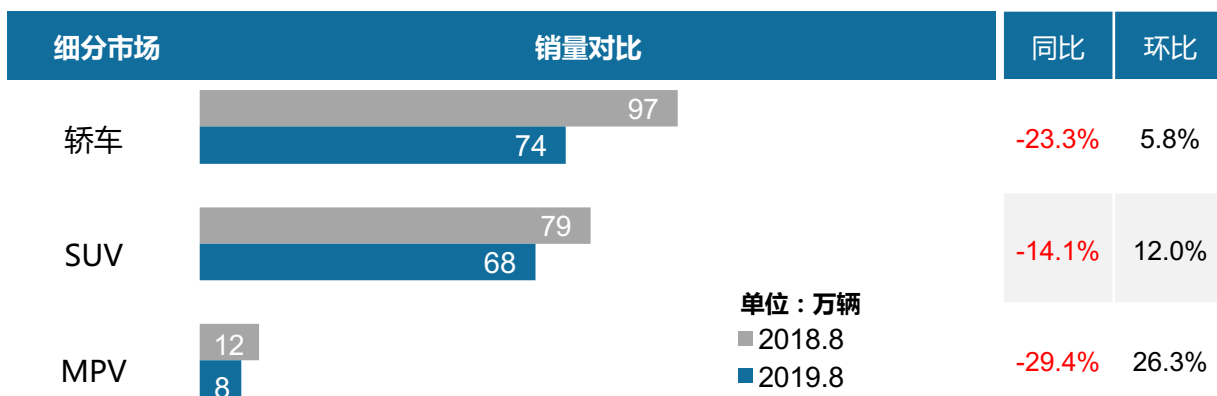


车企	销量同比	销量环比	8月份额	份额环比	份额同比
一汽-大众	-9.9%	8.8%	10.6%	-0.1%	1.2%
上汽大众	-17.6%	13.2%	9.2%	0.3%	0.3%
上汽通用	-29.7%	15.8%	7.0%	0.4%	-1.0%
东风日产	-5.9%	2.8%	6.2%	-0.4%	0.9%
吉利汽车	-23.2%	17.8%	5.9%	0.4%	-0.3%
上汽通用五菱	-23.2%	41.9%	4.3%	1.0%	-0.2%
东风本田	0.4%	3.2%	4.1%	-0.2%	0.8%
广汽丰田	2.8%	-1.8%	3.7%	-0.4%	0.8%
广汽本田	-9.8%	8.5%	3.6%	-0.0%	0.4%
一汽丰田	-24.5%	-19.1%	3.5%	-1.3%	-0.2%

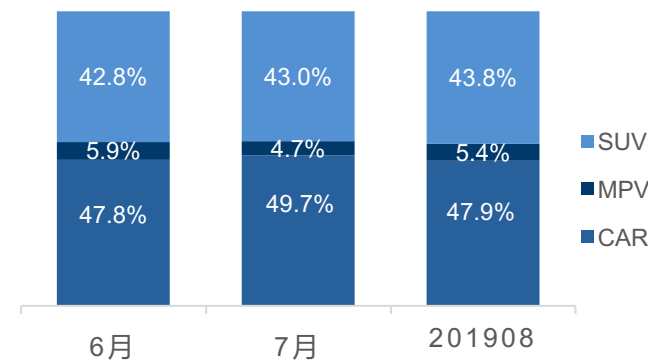
车企	累计销量同比	累计销量份额	份额同比
一汽-大众	4.0%	9.1%	0.5%
上汽大众	3.2%	9.1%	0.5%
上汽通用	-9.8%	7.1%	-0.6%
吉利汽车	-4.2%	6.0%	-0.1%
东风日产	6.6%	5.3%	0.4%
上汽通用五菱	-23.9%	4.6%	-1.3%
长城汽车	13.2%	3.9%	0.5%
广汽本田	21.6%	3.7%	0.7%
东风本田	29.4%	3.7%	0.9%
一汽丰田	0.7%	3.6%	0.1%

各细分市场零售量同比均大幅下滑

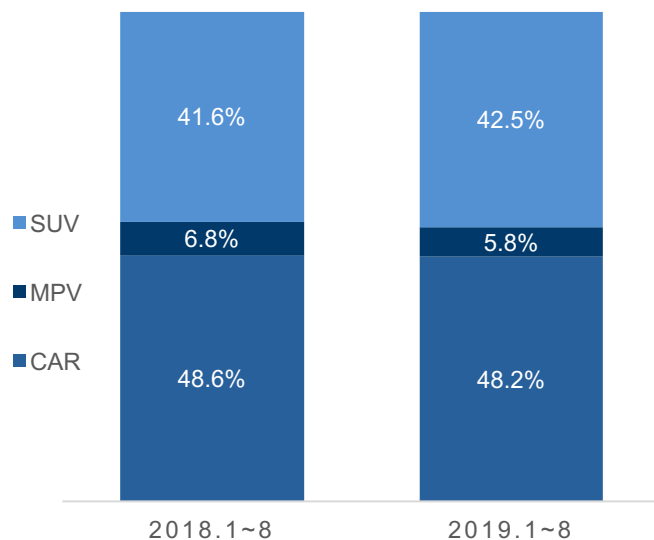
- 各细分市场仍以双位数的跌幅下行，相对于轿车与MPV市场的跌幅均超20%来说，SUV市场跌幅稍微较好，能在15%以内，而MPV市场则是重灾区，跌幅接近30%
- SUV市场销量累计同比仍为正增长，轿车市场累计同比有小幅下滑，MPV市场的累计跌幅仍在15%以上



各细分市场份额走势, 2019.8



各细分市场累计份额走势, 2019.1~8

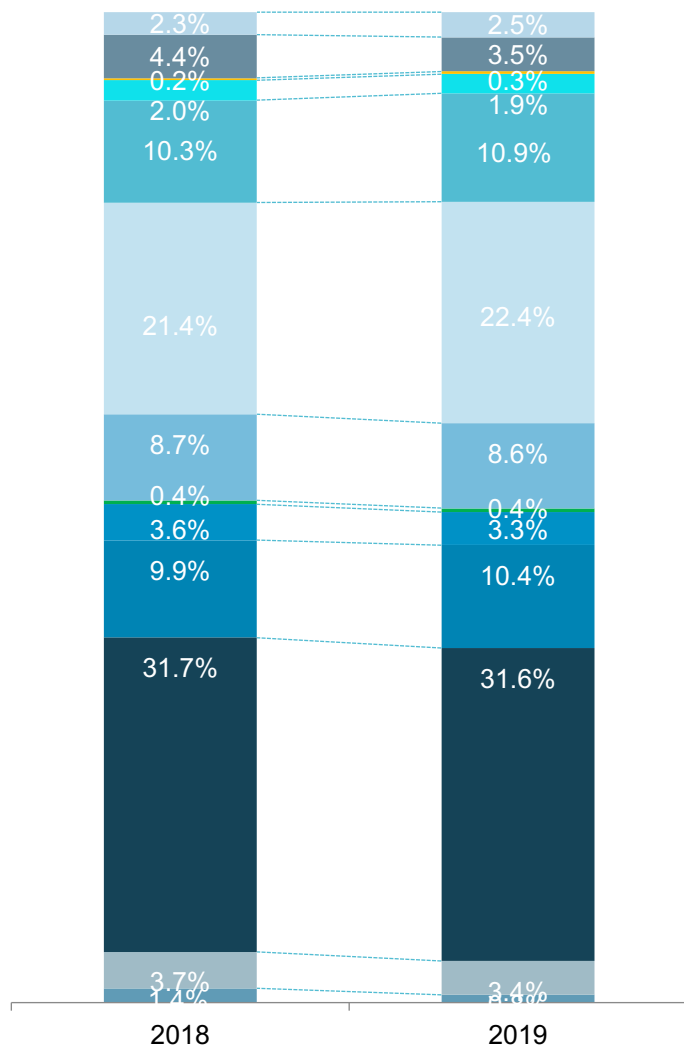


细分市场	累计份额	份额同比	1-8月累计销量	销量同比
轿车	48.2%	-0.5%	6,890,411	-2.4%
微型轿车	0.8%	-0.3%	108,298	-31.1%
小型轿车	3.3%	-0.2%	471,730	-7.4%
紧凑型轿车	30.5%	0.1%	4,360,716	-1.3%
中型轿车	10.0%	0.3%	1,432,081	2.0%
中大型轿车	3.2%	-0.3%	461,782	-10.5%
MPV	5.8%	-1.0%	827,129	-16.2%
紧凑型MPV	3.4%	-1.1%	480,168	-26.0%
中大型MPV	2.4%	0.1%	346,961	2.7%
SUV	42.5%	0.9%	6,082,482	0.8%
小型SUV	8.3%	-0.0%	1,182,876	-1.6%
紧凑型SUV	21.6%	0.9%	3,085,701	2.7%
中型SUV	10.6%	0.2%	1,510,469	0.4%
中大型SUV	1.9%	-0.1%	266,217	-7.9%

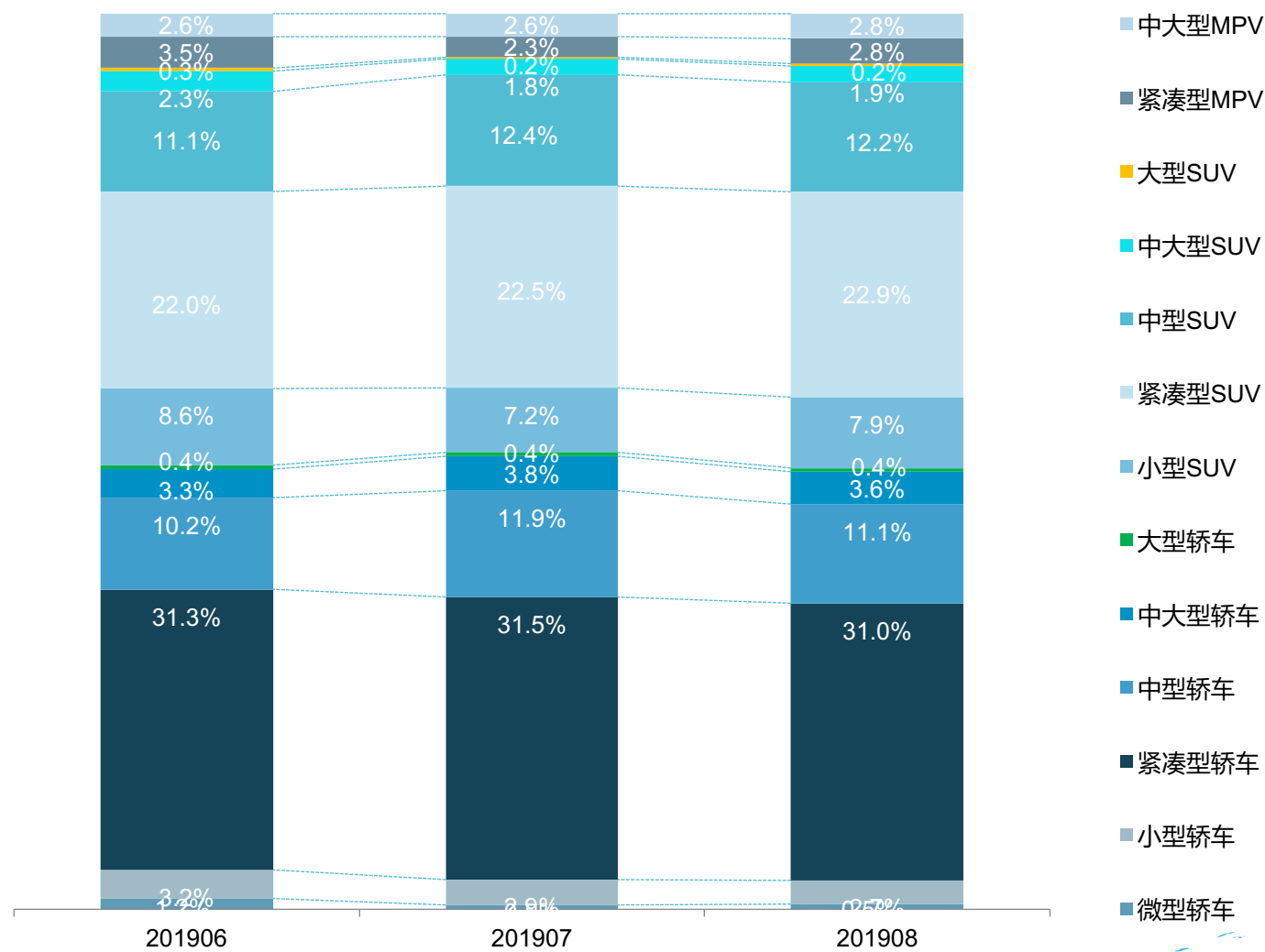
各细分市场销量份额

8月紧凑型SUV和小型SUV市场份额明显扩大

年度结构对比



全国终端零售量—细分市场结构

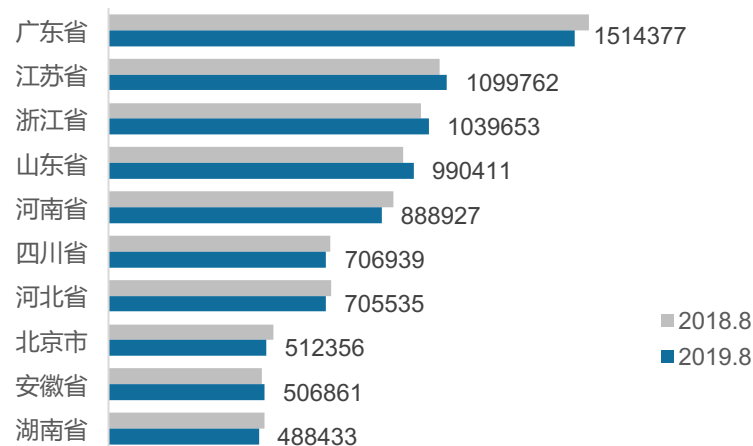


- 中大型MPV
- 紧凑型MPV
- 大型SUV
- 中大型SUV
- 中型SUV
- 紧凑型SUV
- 小型SUV
- 大型轿车
- 中大型轿车
- 中型轿车
- 紧凑型轿车
- 小型轿车
- 微型轿车

TOP10区域销量排名

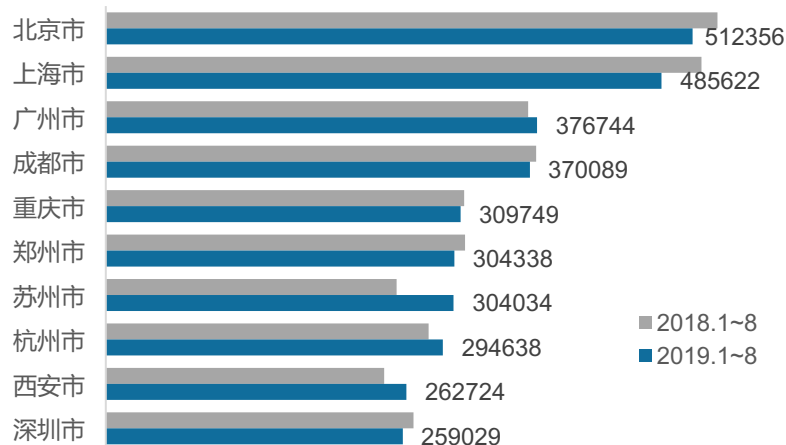
- 1-8月城市累计销量，北上广成几个体量较大的城市仅广州市销量同比为正增长；TOP10城市中苏州市同比增幅近两成
- 1-8月省份累计销量，TOP10省份中江苏、浙江、山东和安徽等省份同比小幅增长；

Top10省份累计销量排名，2019.1~8



省份	累计销量同比
广东省	-2.9%
江苏省	2.2%
浙江省	2.3%
山东省	3.5%
河南省	-3.8%
四川省	-1.7%
河北省	-2.5%
北京市	-4.1%
安徽省	1.9%
湖南省	-3.3%

Top10城市累计销量排名，2019.1~8

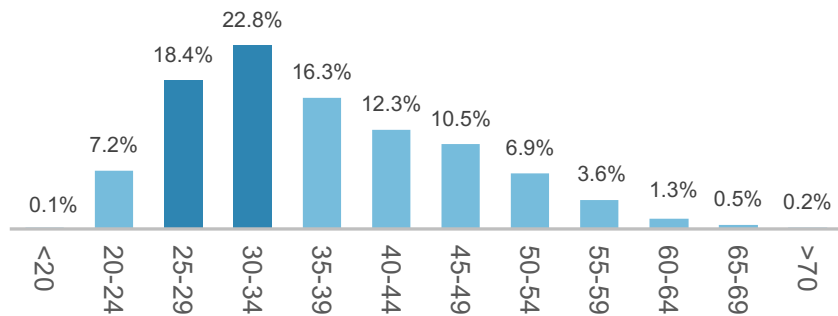


城市	累计销量同比
北京市	-4.1%
上海市	-6.7%
广州市	2.2%
成都市	-1.4%
重庆市	-1.1%
郑州市	-3.0%
苏州市	19.6%
杭州市	4.4%
西安市	8.0%
深圳市	-3.5%

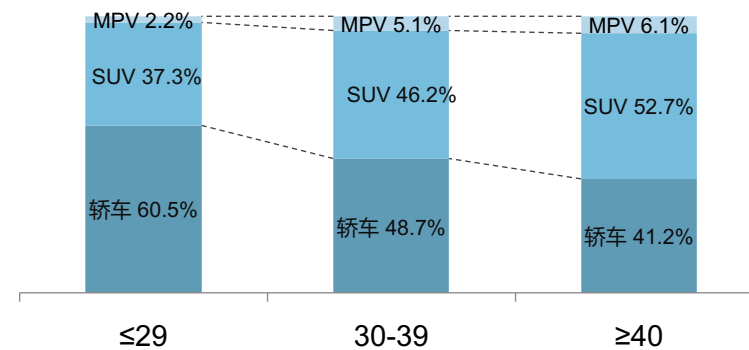
消费者人群分析

- 根据年龄段划分，购车主力人群集中在25-39岁；40岁以上人群明显偏好SUV，而40岁以下人群更偏好轿车
- 消费购车人群以男性为主，占比达到68%，女性为32%；男性在SUV、MPV的占比均大于女性，而在系别偏好上，男性比女性更偏爱自主汽车，女性对德系的热衷明显高于男性。

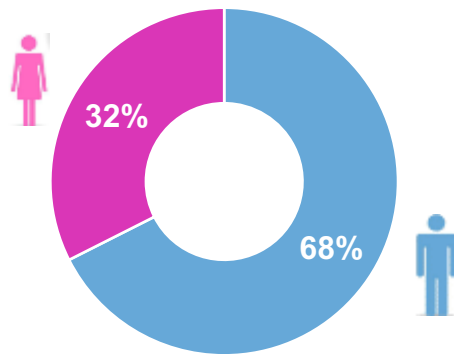
全国终端零售量 年龄 2019.8



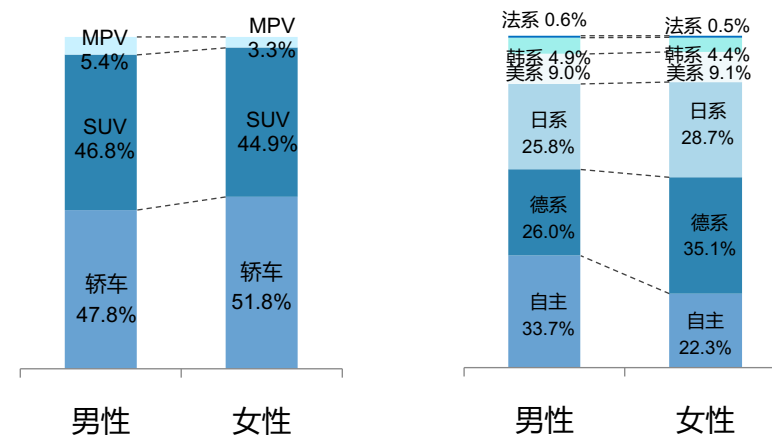
年龄段消费群分析



全国终端零售量 性别



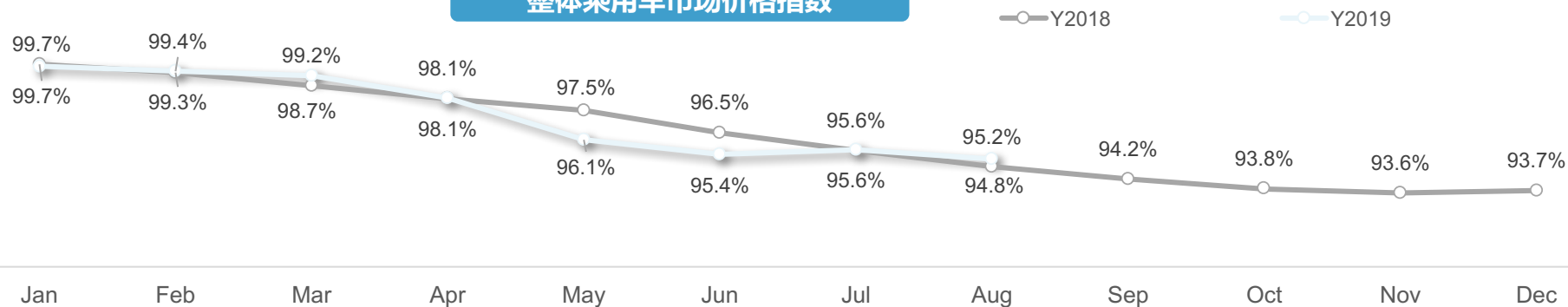
男女消费群分析



整体市场价格表现

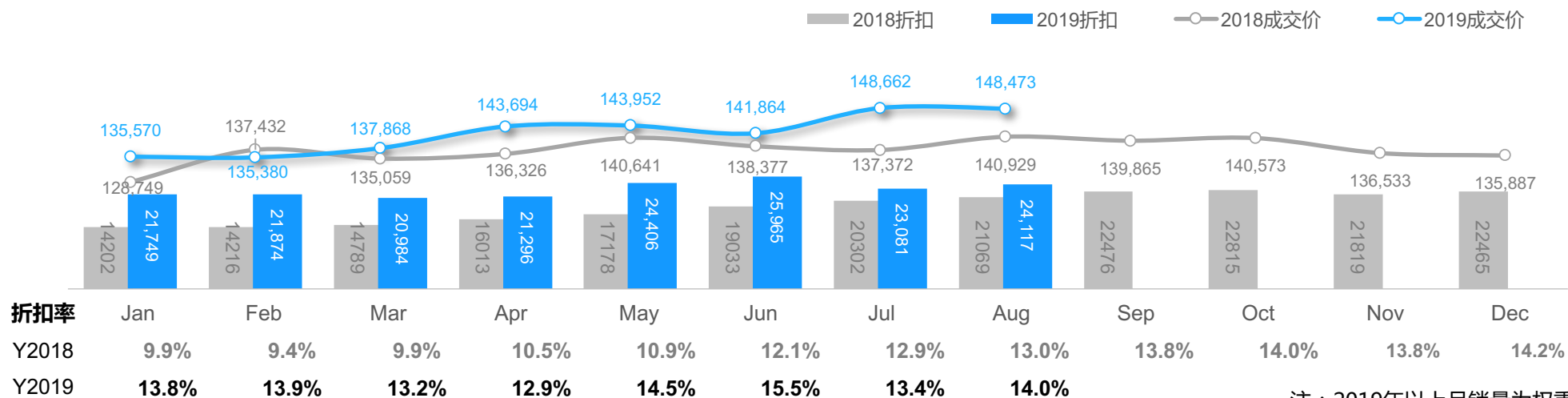
- 8月整体市场价格指数为95.2%，同比上升0.4%，环比下降0.4%
- 整体市场成交价为148,473，折扣率为14.0%，环比上升0.6%

整体乘用车市场价格指数



注：以上年12月价格为基期价格

整体乘用车市场成交价走势



注：2019年以上月销量为权重

PART 3

第三部分

各重点细分市场销售表现

※小型轿车

※紧凑型轿车

※中型轿车

※小型SUV

※紧凑型SUV

※中型SUV

※紧凑型MPV

※中大型MPV

重点细分市场销量分析

- 小型轿车市场
- 紧凑型轿车市场
- 中型轿车市场
- 中大型轿车市场
- 小型SUV
- 紧凑型SUV
- 中型SUV
- 紧凑型MPV
- 中大型MPV

小型轿车市场摘要

- 8月小型轿车销量为4.0万辆，同比下降36.9%
- 8月小型轿车份额为2.7%，同比下降0.7%
- 8月小型轿车市场自主车零售量0.3万辆，销量同比跌幅超五成，累计市场份额大幅下降；而合资车销量同比跌幅较小，逐渐挤占自主车的市场份额
- 8月小型轿车中，威驰超越飞度和致炫夺得榜首位置，缺少国六车型的飞度仅靠部分地区销售，销量近两月持续大幅下滑；致炫销量同比增长12.6%，份额同比增长6.1%表现突出；POLO尚处于换代后销量爬升期，后期销量有望止跌回升

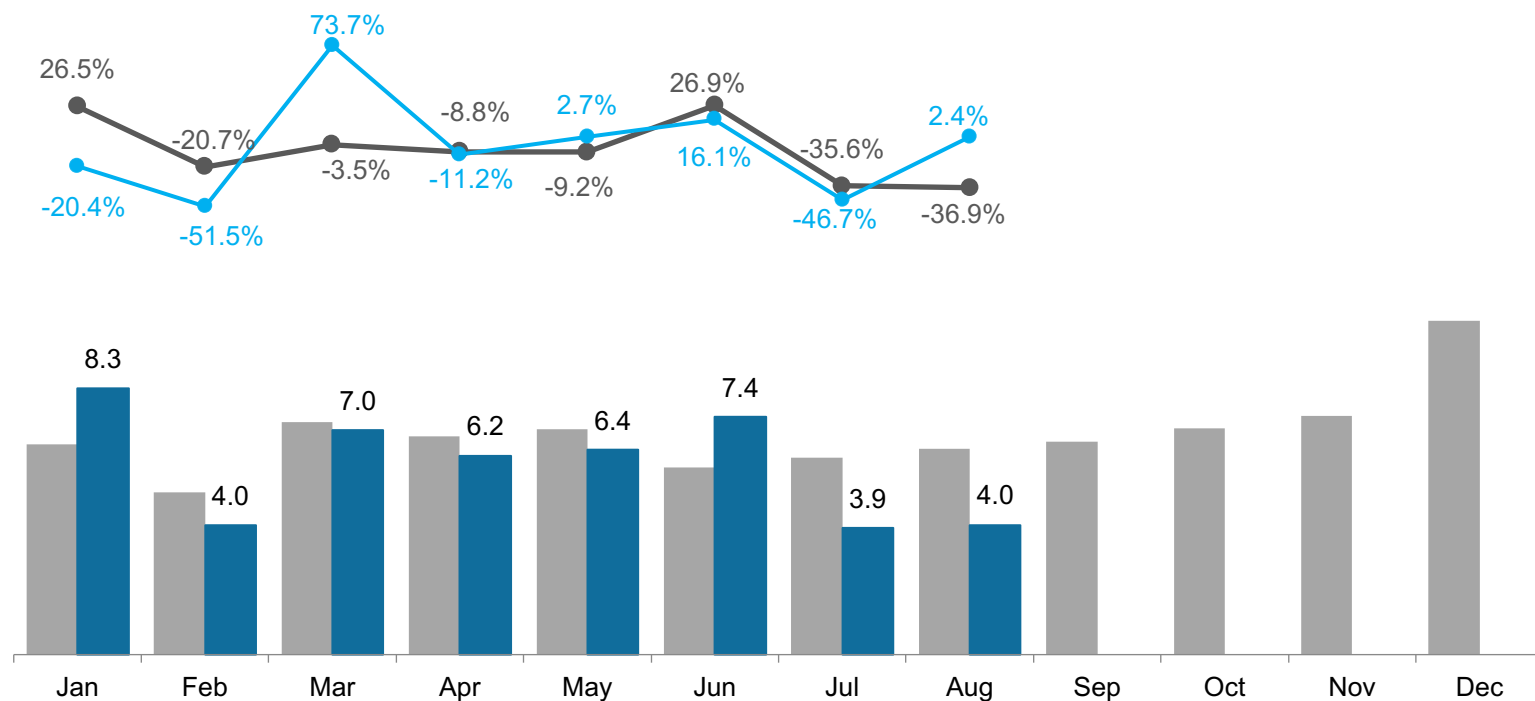
小型轿车市场销量表现

- 8月小型轿车销量为4.0万辆，同比下降36.9%
- 8月小型轿车份额为2.7%，同比下降0.7%

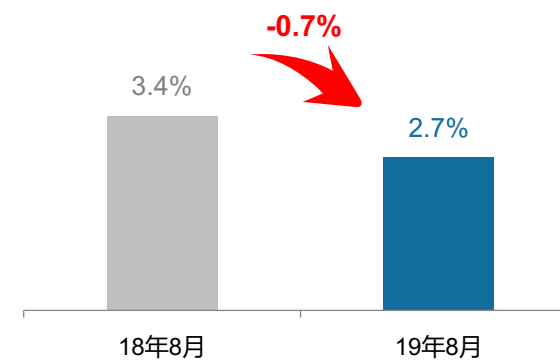
2018-2019年小型轿车销量走势

单位：万辆

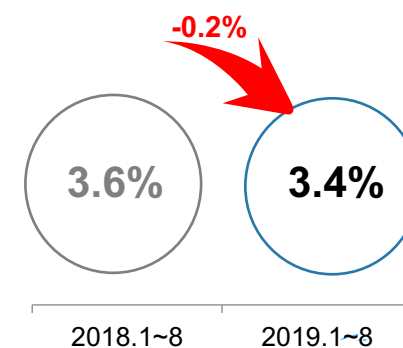
2018 2019 同比 环比



8月份额同比



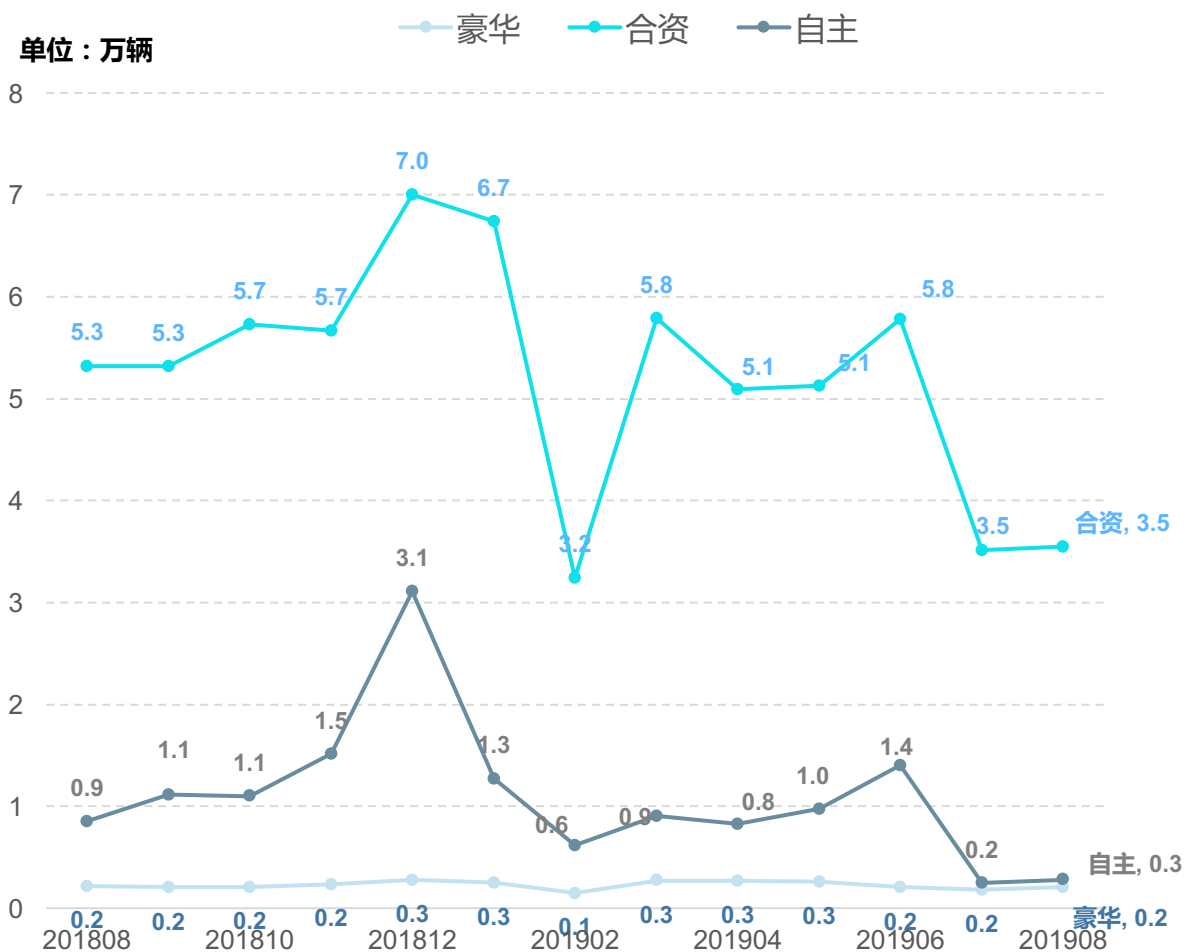
累计份额变化



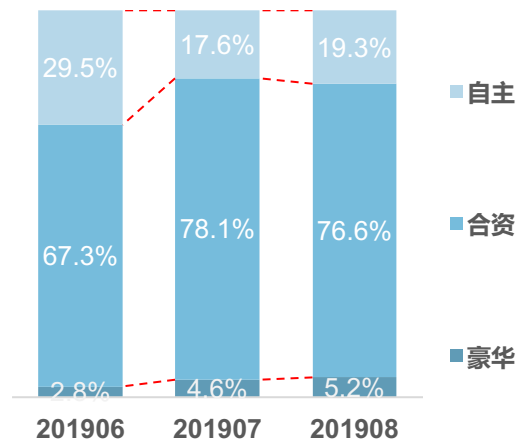
自主车终端零售量同比下降，市场份额环比上升

- 8月小型轿车市场自主车零售量0.3万辆，销量同比跌幅超五成，累计市场份额大幅下降；而合资车销量同比跌幅较小，逐渐挤占自主车的市场份额

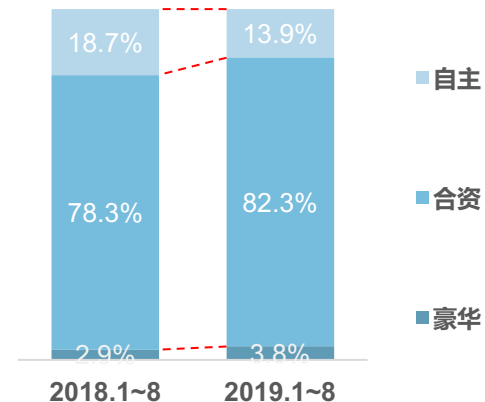
小型轿车市场零售量走势-2019.8



分月零售量结构 201908



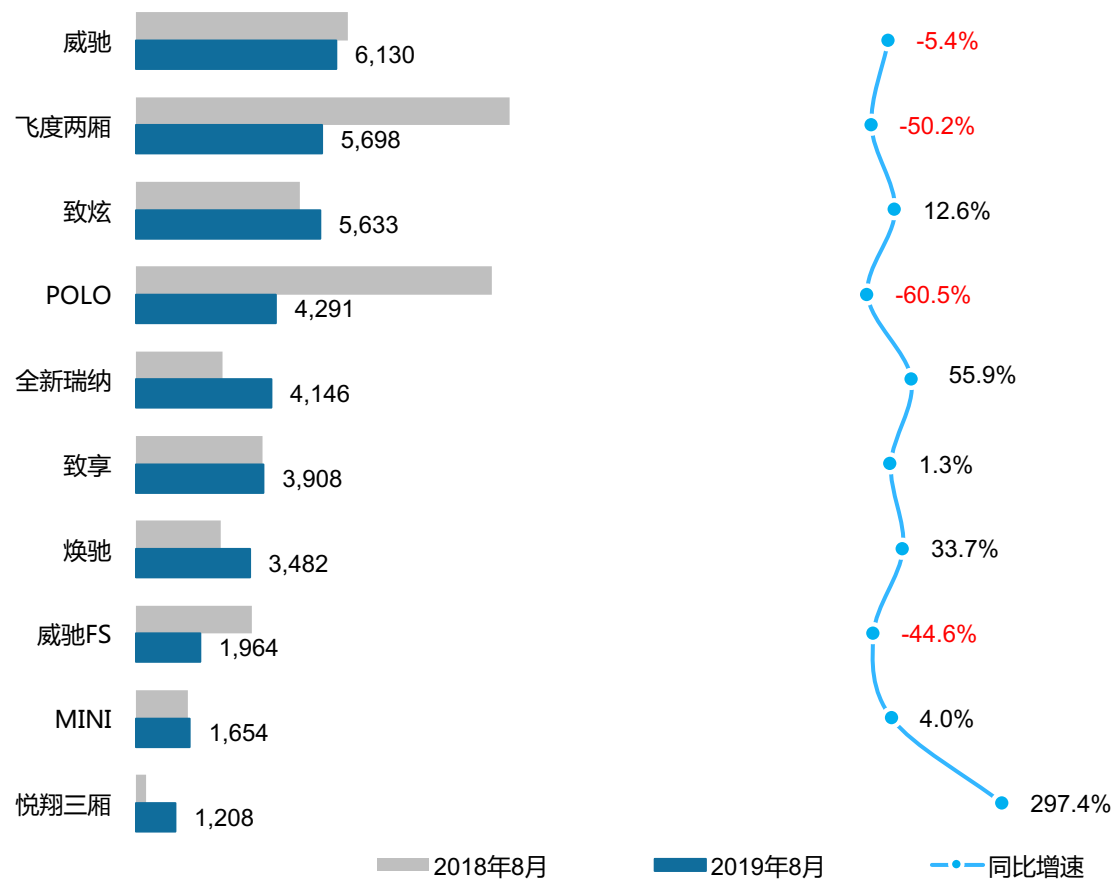
累计零售量结构 2019.1~8



小型轿车市场主力车型威驰零售量0.6万辆

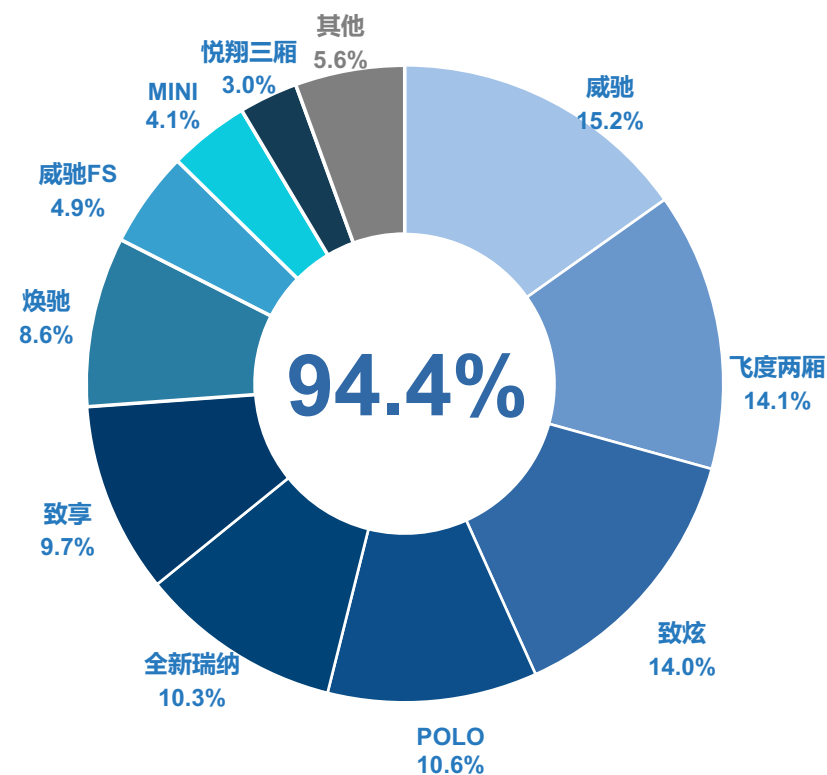
- 8月小型轿车中，威驰超越飞度和致炫夺得榜首位置，缺少国六车型的飞度仅靠部分地区销售，销量近两月持续大幅下滑；致炫销量同比增长12.6%，份额同比增长6.1%表现突出；POLO尚处于换代后销量爬升期，后期销量有望止跌回升

小型轿车市场—Top10车型排名



小型轿车市场零售量结构

2019.8 Top10 车型市场占比



重点细分市场销量分析

- 小型轿车市场
- 紧凑型轿车市场
- 中型轿车市场
- 中大型轿车市场
- 小型SUV
- 紧凑型SUV
- 中型SUV
- 紧凑型MPV
- 中大型MPV

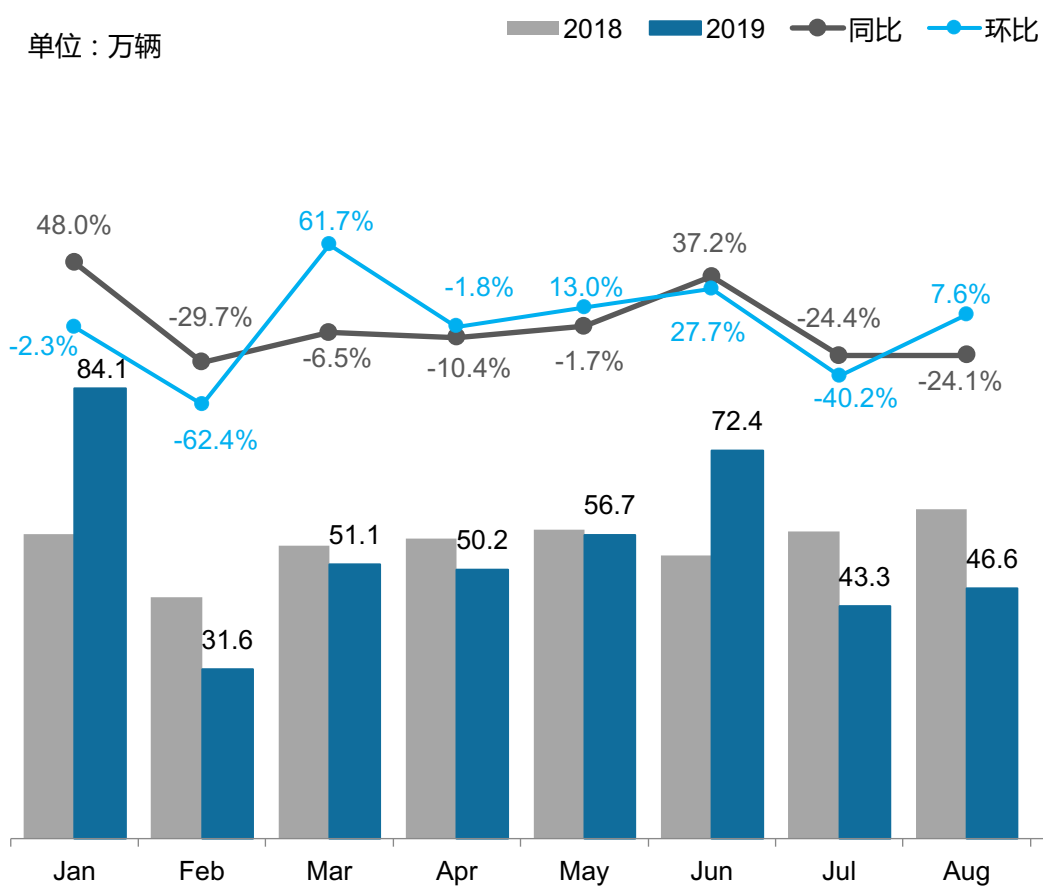
紧凑型轿车市场摘要

- 8月紧凑型轿车销量为46.6万辆，同比下降24.1%
 - 8月紧凑型轿车份额为30.9%，同比下降1.7%
-
- 8月紧凑型轿车市场自主车零售量9.0万辆，销量同比小幅下降，而合资车销量同比降幅较大，市场份额被自主车挤占
-
- 8月紧凑型轿车中，销量前三均被大众品牌的车型包揽，朗逸Plus同比大增125.6%蝉联榜首，宝来同比增幅超两成位居第二，兄弟车型速腾虽位居第三但近月来跌势未至；卡罗拉目前正处于新旧款交替期，较去年同期销量下跌超30%，科鲁泽上市半年首次进入前十榜单，有望成为雪佛兰的销量主力

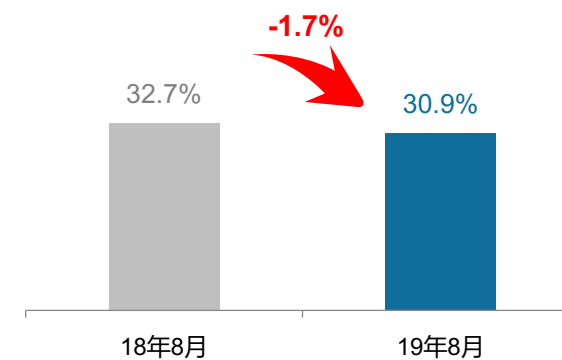
紧凑型轿车市场销量表现

- 8月紧凑型轿车销量为46.6万辆，同比下降24.1%
- 8月紧凑型轿车份额为30.9%，同比下降1.7%

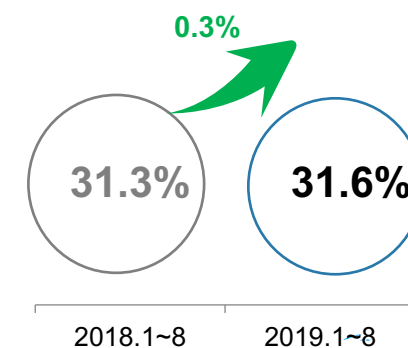
2018-2019年紧凑型轿车销量走势



8月份额同比



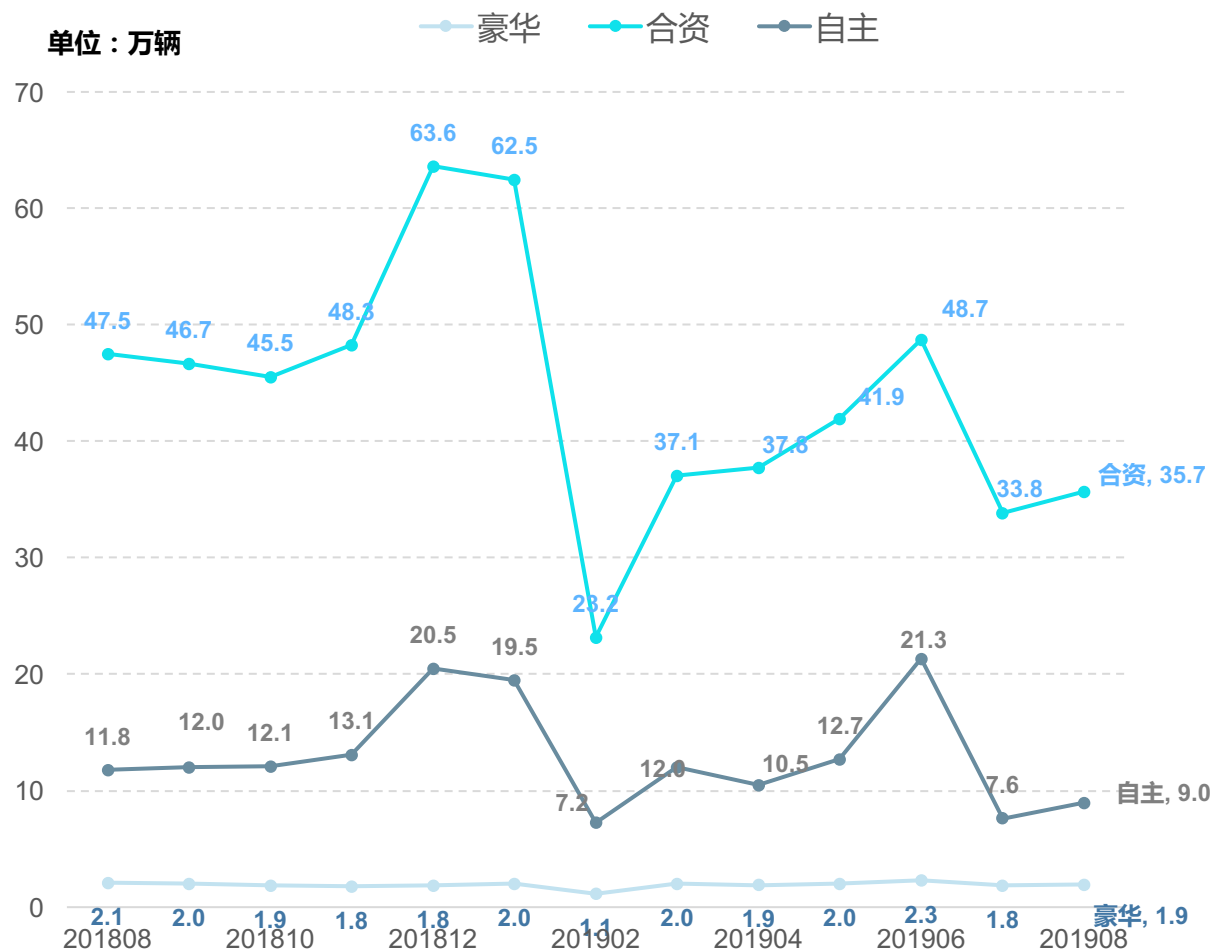
累计份额变化



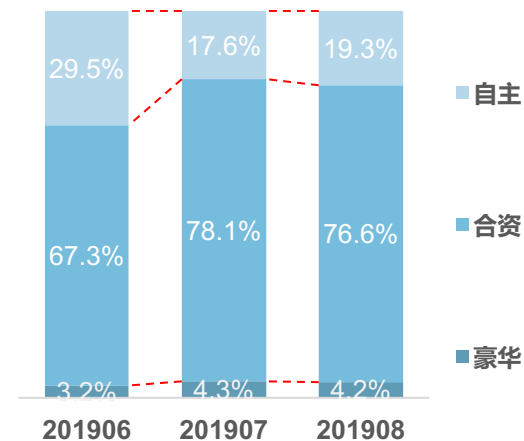
自主车终端零售量同比小幅下降，市场份额环比上升

- 8月紧凑型轿车市场自主车零售量9.0万辆，销量同比小幅下降，而合资车销量同比降幅较大，市场份额被自主车挤占

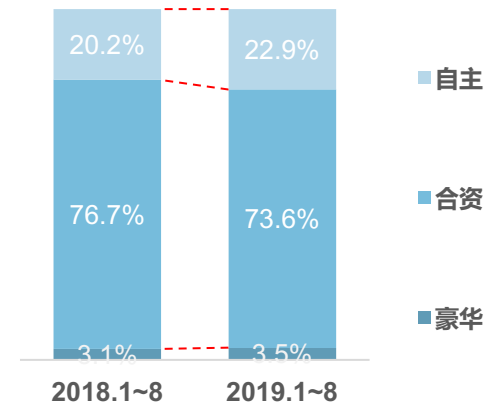
紧凑型轿车市场零售量走势-2019.8



分月零售量结构 201908



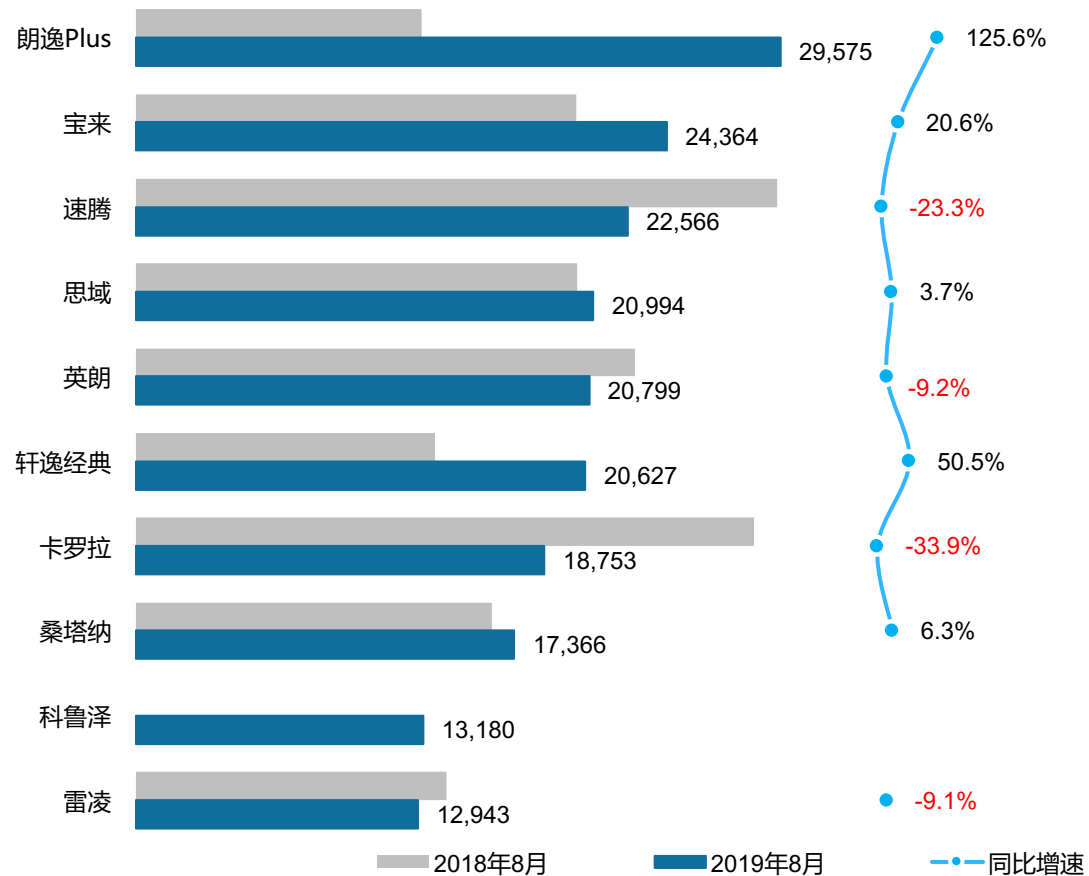
累计零售量结构 2019.1~8



紧凑型轿车市场主力车型朗逸Plus零售量3.0万辆

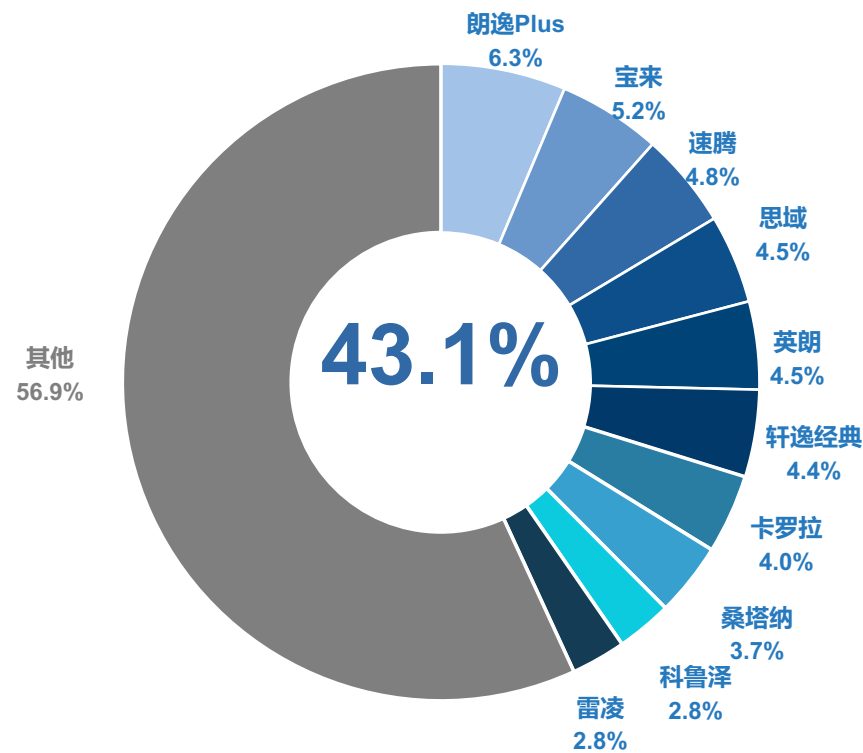
- 8月紧凑型轿车中，销量前三均被大众品牌的车型包揽，朗逸Plus同比大增125.6%蝉联榜首，宝来同比增幅超两成位居第二，兄弟车型速腾虽位居第三但近月来跌势未至；卡罗拉目前正处于新旧款交替期，较去年同期销量下跌超30%，科鲁泽上市半年首次进入前十榜单，有望成为雪佛兰的销量主力

紧凑型轿车市场—Top10车型排名



紧凑型轿车市场零售量结构

2019.8 Top10 车型市场占比



重点细分市场销量分析

- 小型轿车市场
- 紧凑型轿车市场
- **中型轿车市场**
- 中大型轿车市场
- 小型SUV
- 紧凑型SUV
- 中型SUV
- 紧凑型MPV
- 中大型MPV

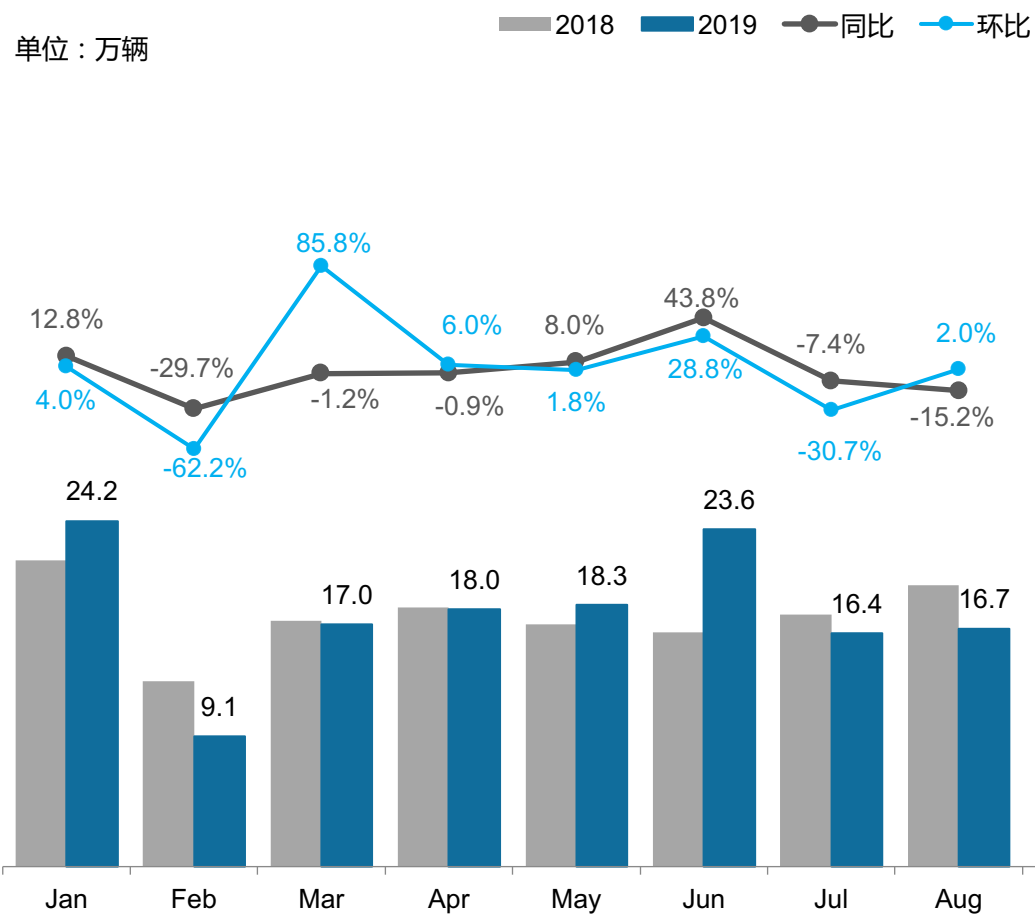
中型轿车市场摘要

- 8月中型轿车销量为16.7万辆，同比下降15.2%
 - 8月中型轿车份额为11.1%，同比上升0.6%
-
- 8月中型轿车市场合资车零售量10.8万辆，同比小幅下降，占比整个细分市场65.9%，合资车销量环比增幅略低于细分市场增幅，市场份额环比下降
-
- 8月中型轿车中，前3名均被德系车型包揽，帕萨特同比增长6.8%夺得冠军宝座，改款后的帕萨特销量表现稳定，在车市遇冷环境下能一直保持不错的增幅尤为不易；C级销量同比增长13.8%，位居第三；而雅阁略受“失速门”事件影响，销量同比下降7.6%

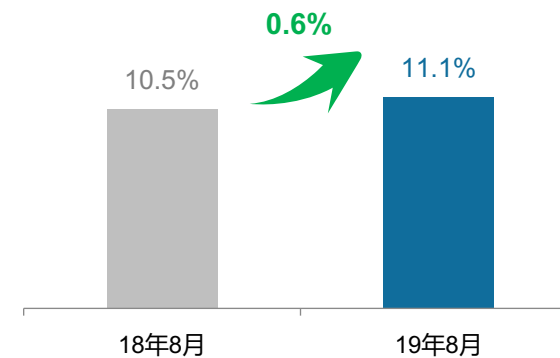
中型轿车市场销量表现

- 8月中型轿车销量为16.7万辆，同比下降15.2%
- 8月中型轿车份额为11.1%，同比上升0.6%

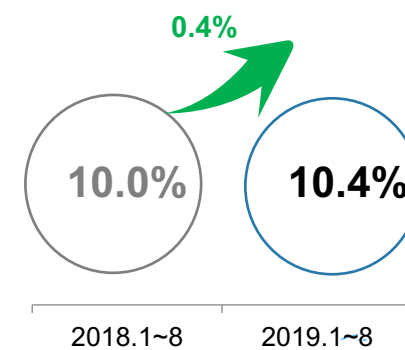
2018-2019年中型轿车销量走势



8月份额同比



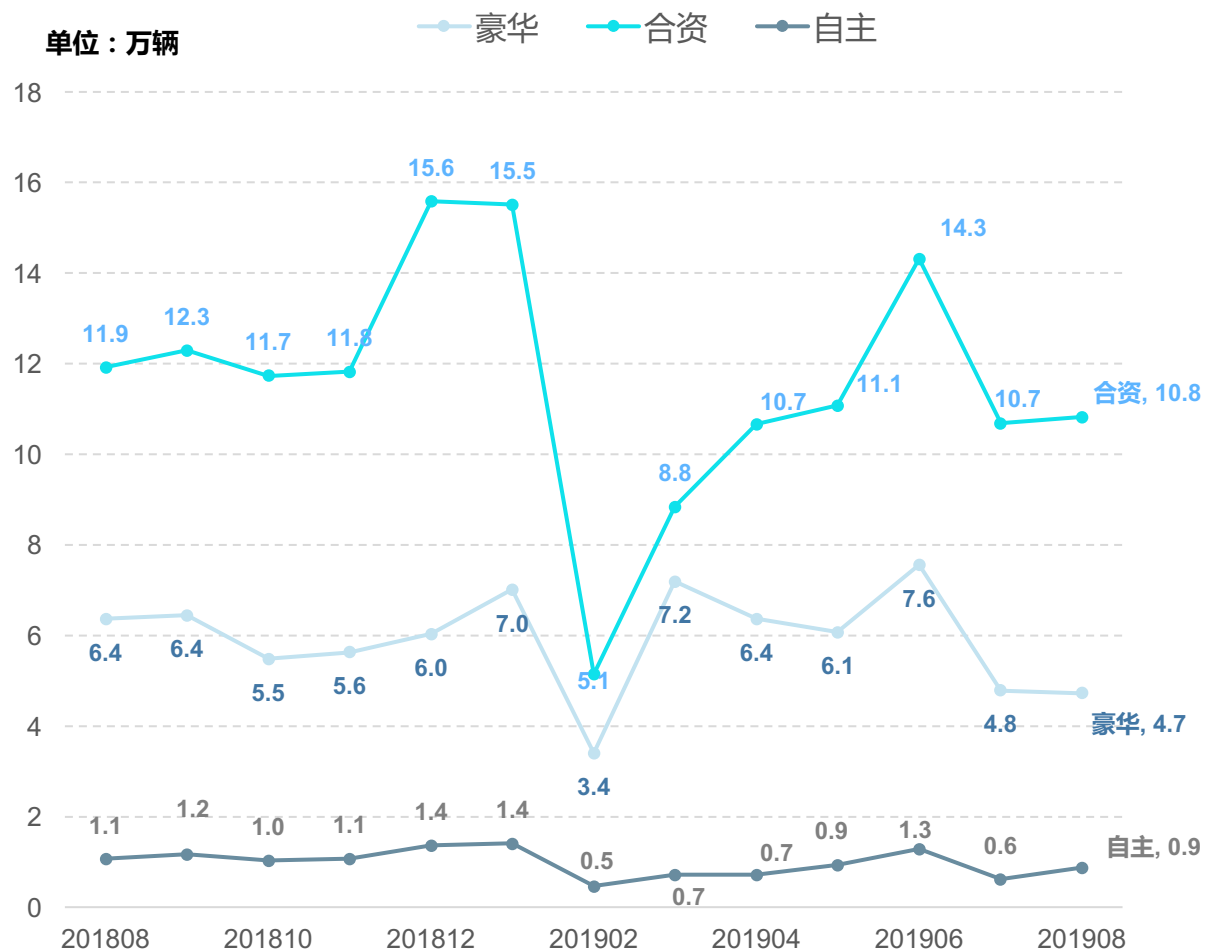
累计份额变化



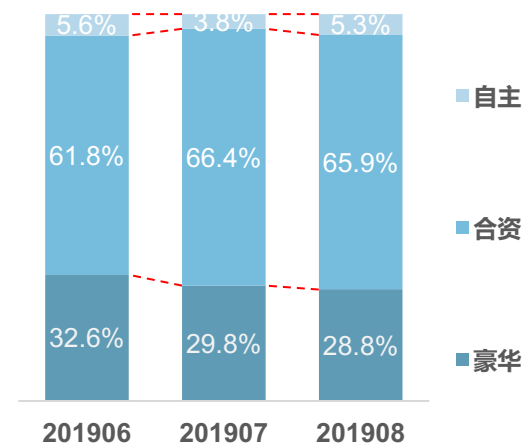
合资车终端零售量同比小幅下降，市场份额环比下降

- 8月中型轿车市场合资车零售量10.8万辆，同比小幅下降，占比整个细分市场65.9%，合资车销量环比增幅略低于细分市场增幅，市场份额环比下降

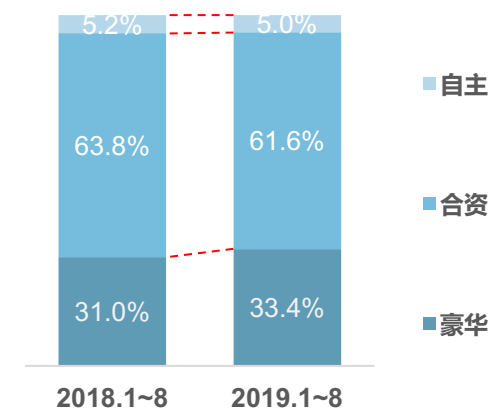
中型轿车市场零售量走势-2019.8



分月零售量结构 201908



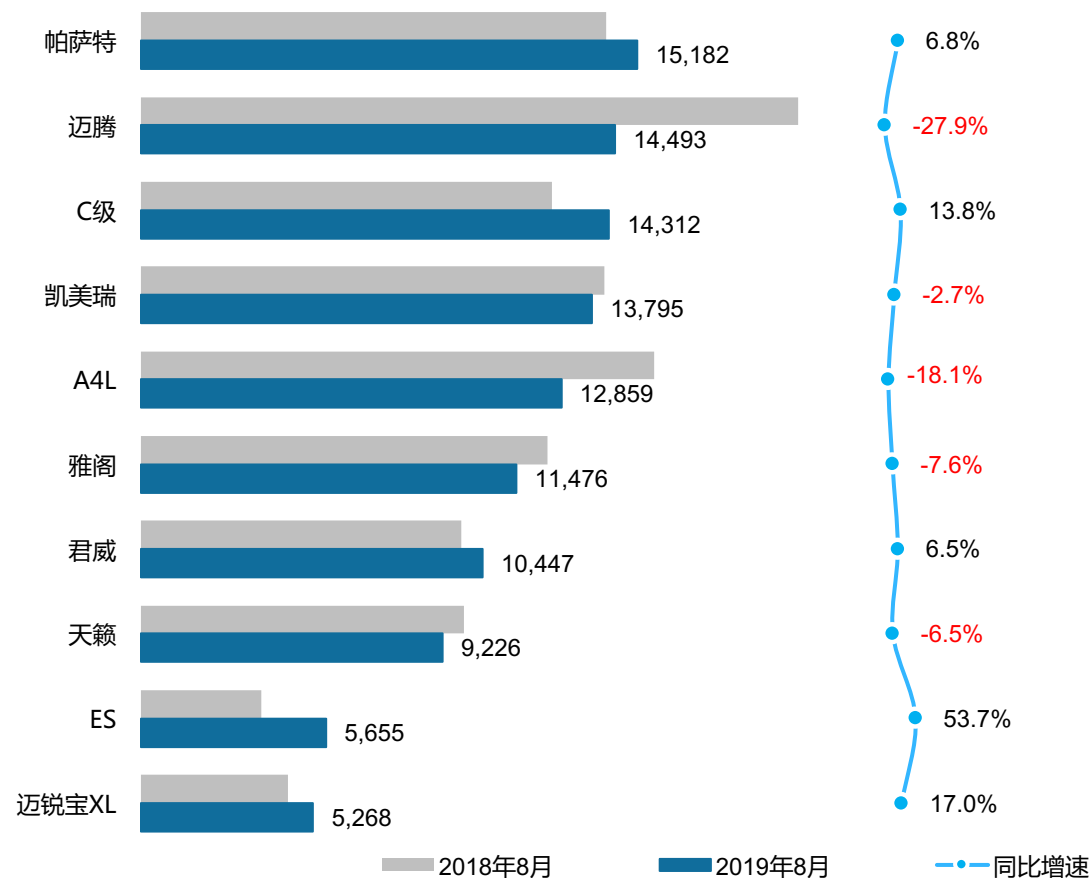
累计零售量结构 2019.1~8



中型轿车市场主力车型帕萨特零售量1.5万辆

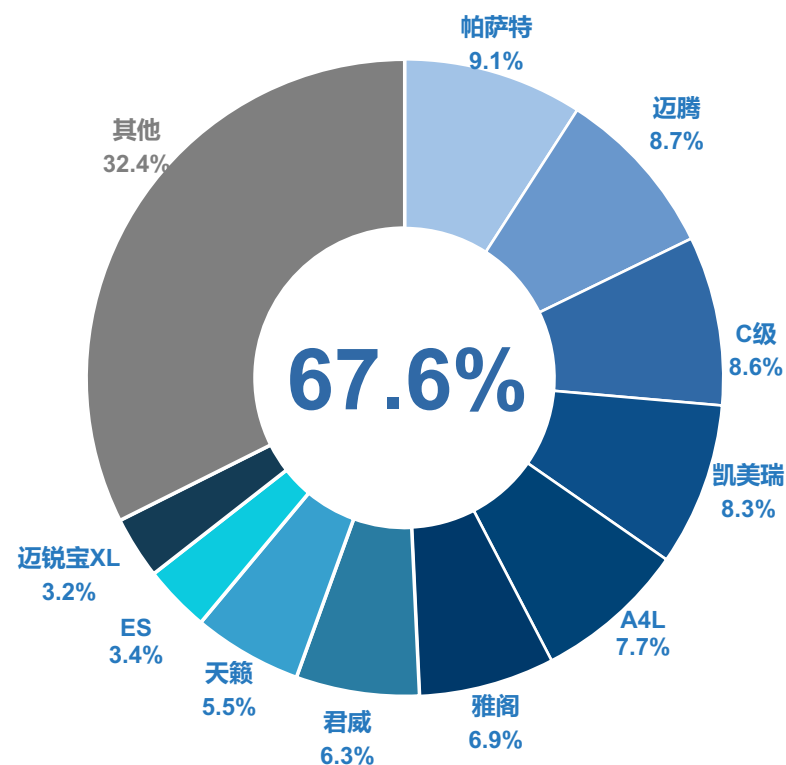
- 8月中型轿车中，前3名均被德系车型包揽，帕萨特同比增长6.8%夺得冠军宝座，改款后的帕萨特销量表现稳定，在车市遇冷环境下能一直保持不错的增幅尤为不易；C级销量同比增长13.8%，位居第三；而雅阁略受“失速门”事件影响，销量同比下降7.6%

中型轿车市场—Top10车型排名



中型轿车市场零售量结构

2019.8 Top10 车型市场占比



重点细分市场销量分析

- 小型轿车市场
- 紧凑型轿车市场
- 中型轿车市场
- 中大型轿车市场
- 小型SUV
- 紧凑型SUV
- 中型SUV
- 紧凑型MPV
- 中大型MPV

中大型轿车市场摘要

- 8月中大型轿车销量为5.5万辆，同比下降24.4%
 - 8月中大型轿车份额为3.6%，同比下降0.2%
-
- 8月中大型轿车市场豪华车零售量4.6万辆，同比小幅下降，占比整个细分市场90.9%，市场份额环比略有下降，而合资车近一年销量下降趋势明显，累计市场份额被豪华车挤占；
-
- 8月中大型轿车中，E级、5系、A6L蝉联前三，E级销量同比增长7.3%稳居冠军位置，位居第二的5系近月准备上新，销量同比有所下滑，而A6L凭借终端价格不断下探，销量同比跌幅较前数月有明显收窄

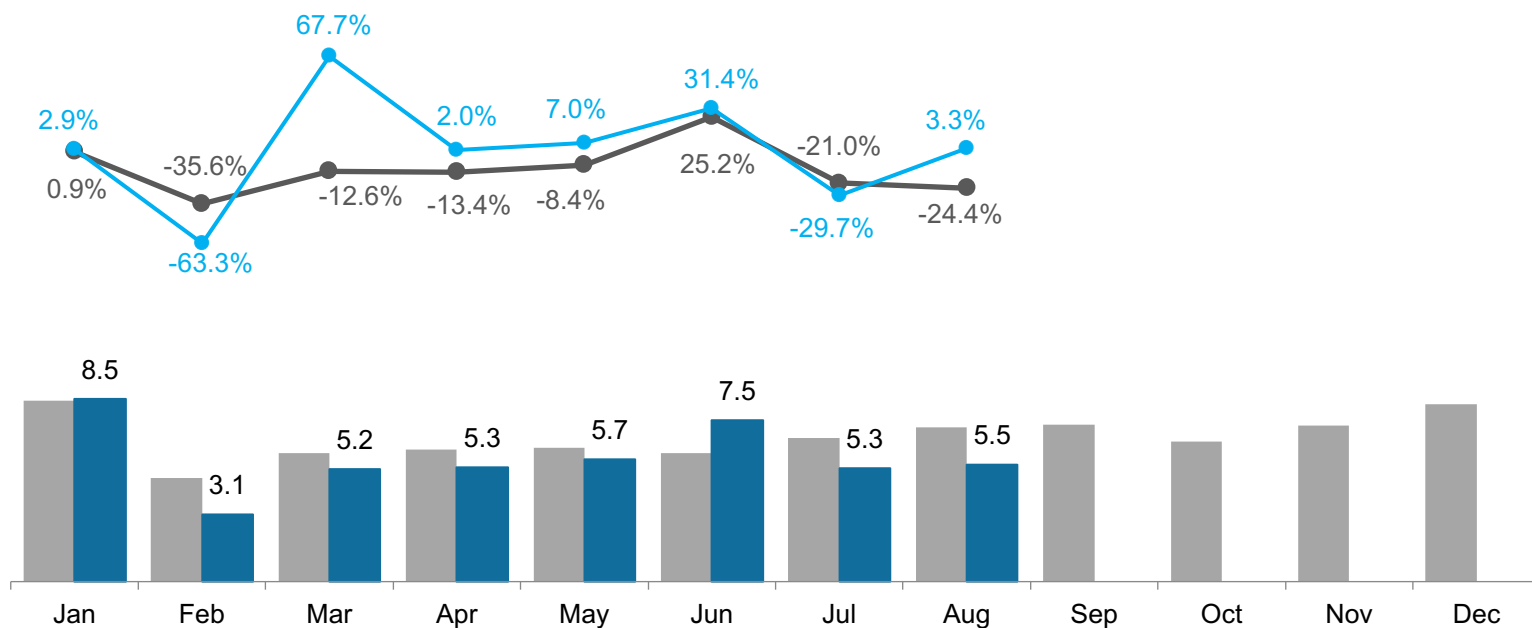
中大型轿车市场销量表现

- 8月中大型轿车销量为5.5万辆，同比下降24.4%
- 8月中大型轿车份额为3.6%，同比下降0.2%

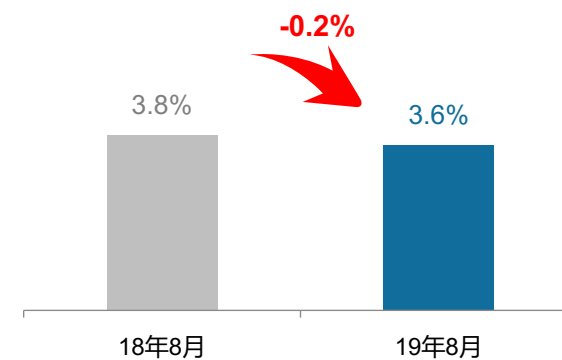
2018-2019年中大型轿车销量走势

单位：万辆

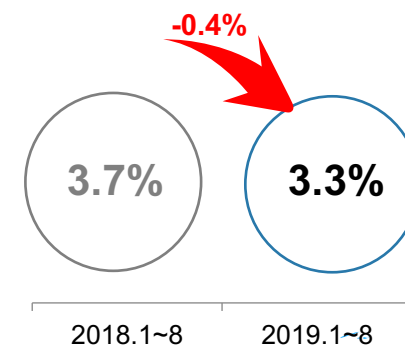
■ 2018 ■ 2019 ● 同比 ● 环比



8月份额同比



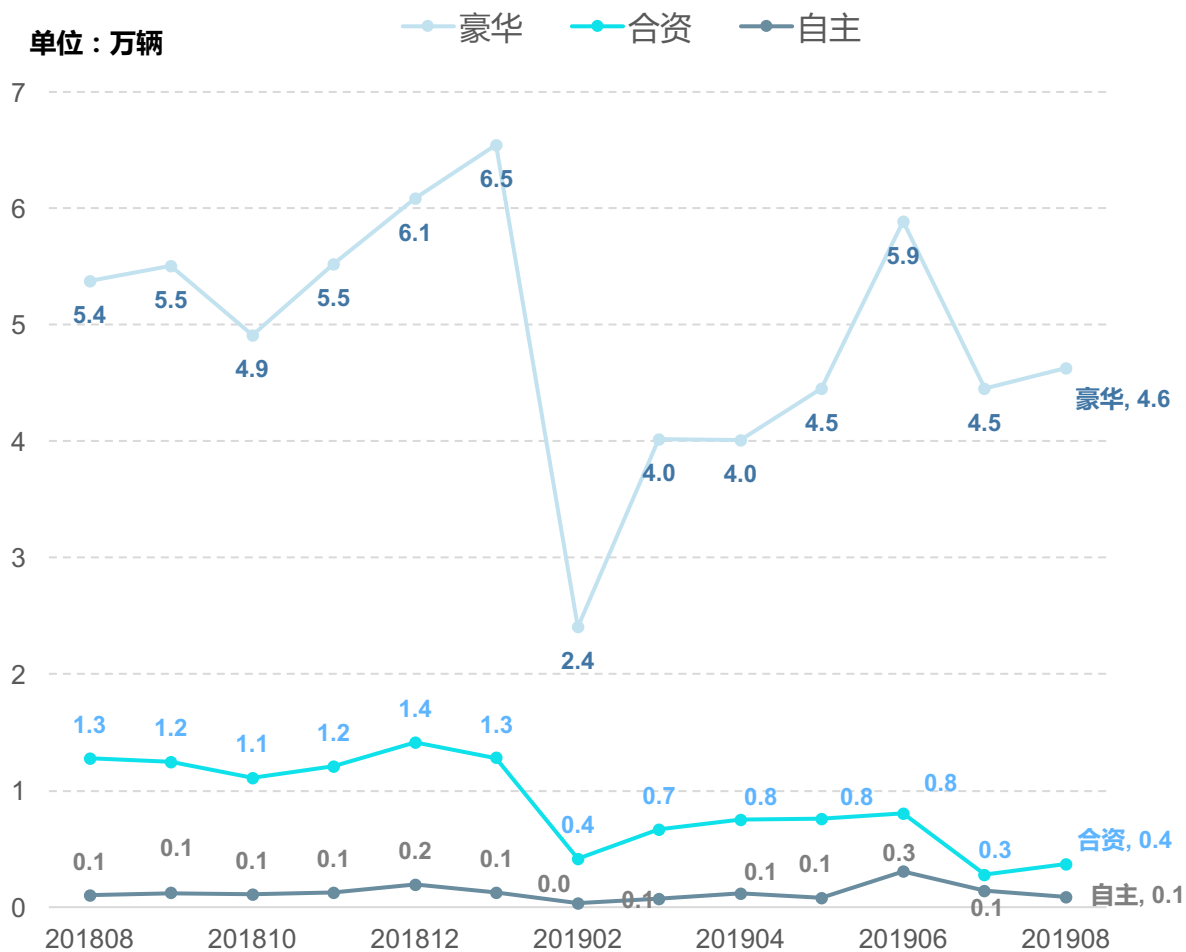
累计份额变化



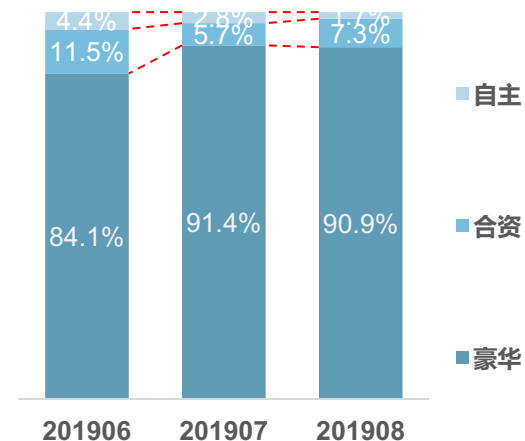
豪华车终端零售量同比小幅下降，市场份额环比微降

- 8月中大型轿车市场豪华车零售量4.6万辆，同比小幅下降，占比整个细分市场90.9%，市场份额环比略有下降，而合资车近一年销量下降趋势明显，累计市场份额被豪华车挤占；

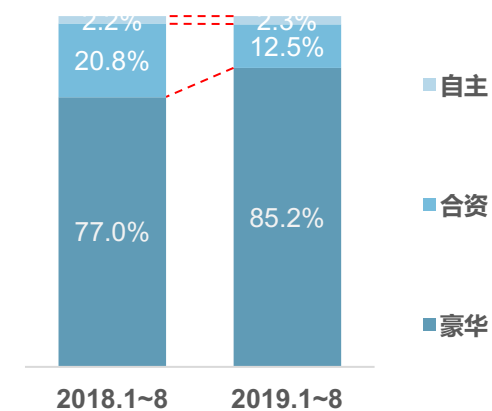
中大型轿车市场零售量走势-2019.8



分月零售量结构 201908



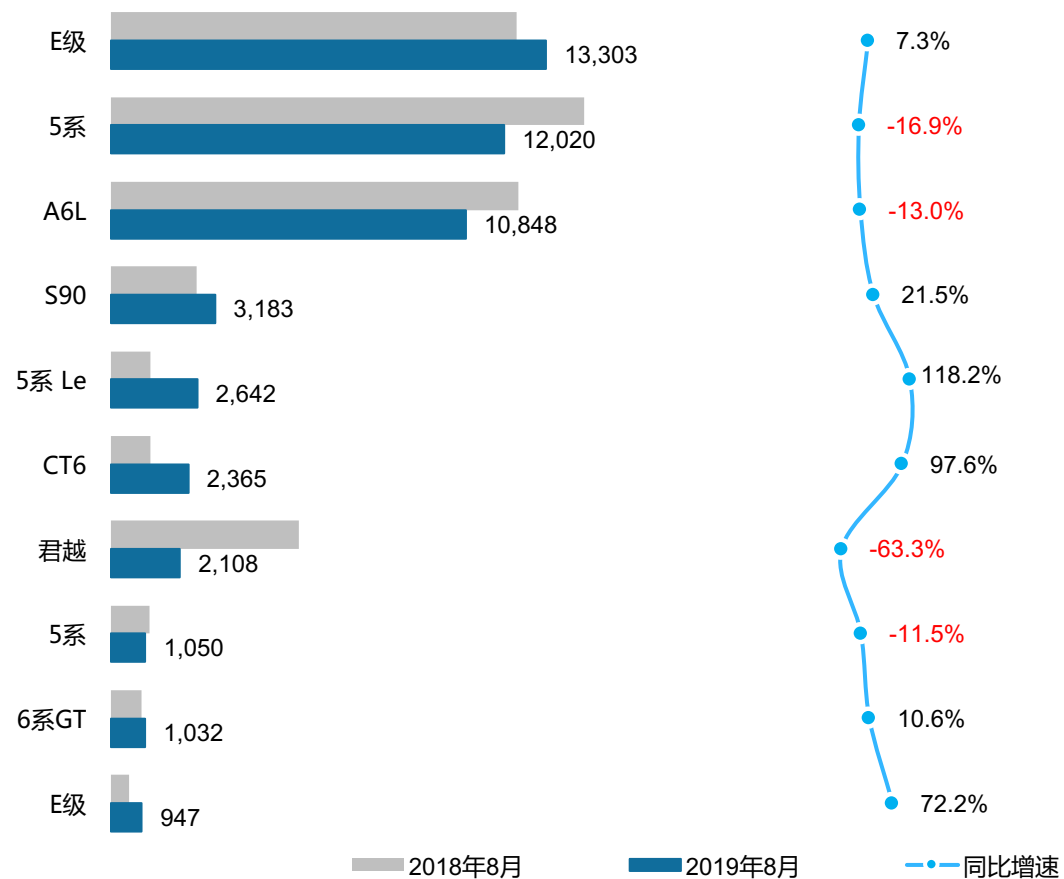
累计零售量结构 2019.1~8



中大型轿车市场主力车型E级零售量1.3万辆

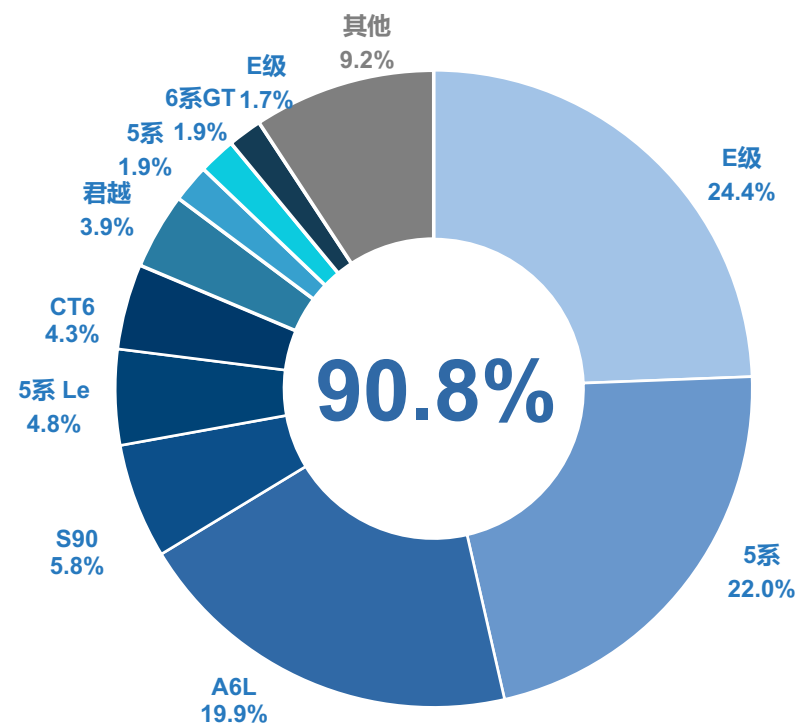
- 8月中大型轿车中，E级、5系、A6L蝉联前三，E级销量同比增长7.3%稳居冠军位置，位居第二的5系近月准备上新，销量同比有所下滑，而A6L凭借终端价格不断下探，销量同比跌幅较前数月有明显收窄

中大型轿车市场—Top10车型排名



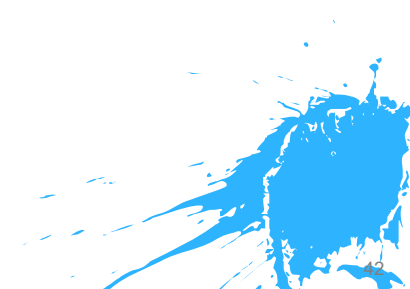
中大型轿车市场零售量结构

2019.8 Top10 车型市场占比



重点细分市场销量分析

- 小型轿车市场
- 紧凑型轿车市场
- 中型轿车市场
- 中大型轿车市场
- **小型SUV**
- 紧凑型SUV
- 中型SUV
- 紧凑型MPV
- 中大型MPV



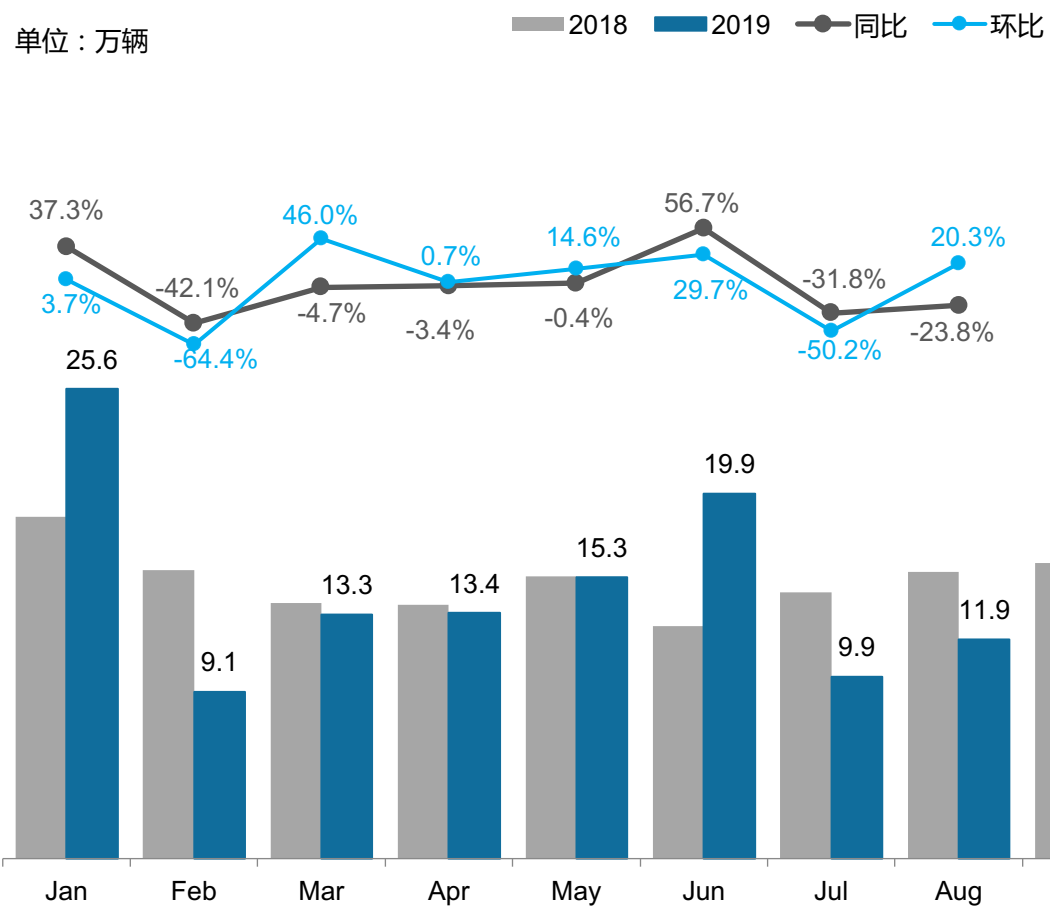
小型SUV市场摘要

- 8月小型SUV销量为11.9万辆，同比下降23.8%
 - 8月小型SUV份额为7.9%，同比下降0.4%
-
- 8月小型SUV市场合资车零售量4.7万辆，销量同比小幅下降，降幅低于细分市场降幅，市场份额持续上升
-
- 8月小型SUV中，510稳居榜首位置，但销量同比下降35.6%；改款上新不久的XR-V和缤智销量同比降幅超四成，销量爬升仍需时日；C-HR销量同比大增163.4%，去年同期刚刚上市不久，销售基数较小

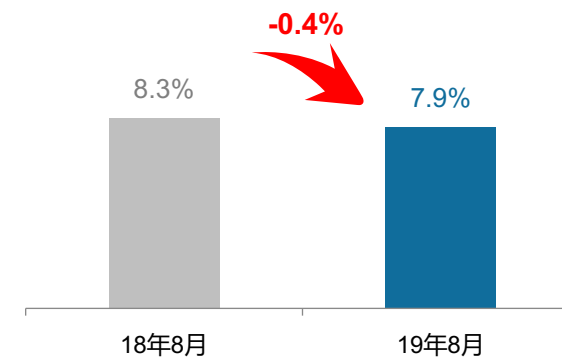
小型SUV市场销量表现

- 8月小型SUV销量为11.9万辆，同比下降23.8%
- 8月小型SUV份额为7.9%，同比下降0.4%

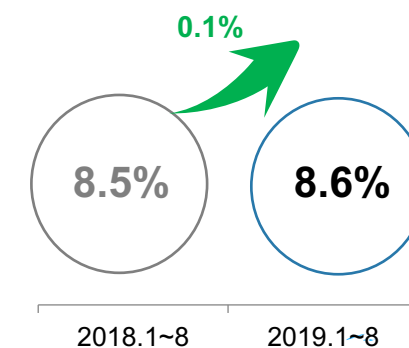
2018-2019年小型SUV销量走势



8月份额同比



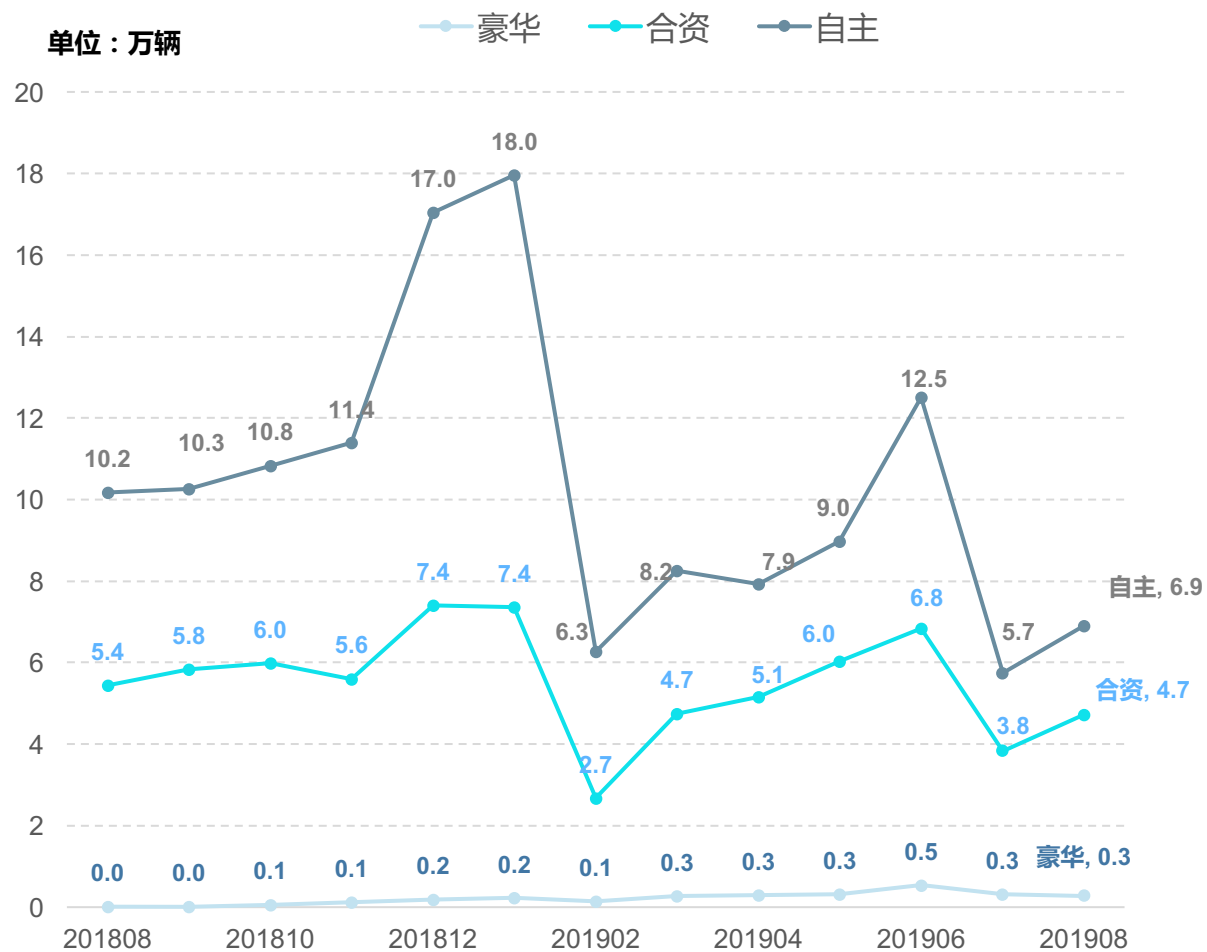
累计份额变化



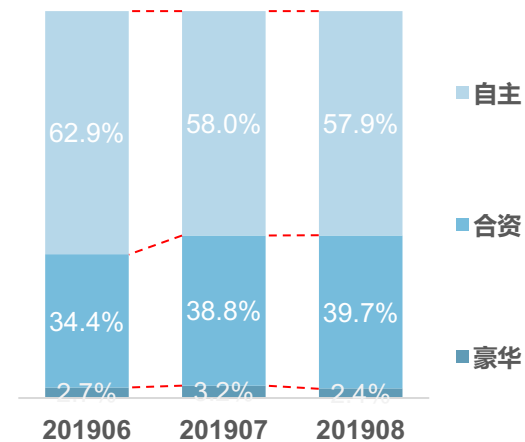
合资车终端零售量同比下降，市场份额环比上升

- 8月小型SUV市场合资车零售量4.7万辆，销量同比小幅下降，降幅低于细分市场降幅，市场份额持续上升

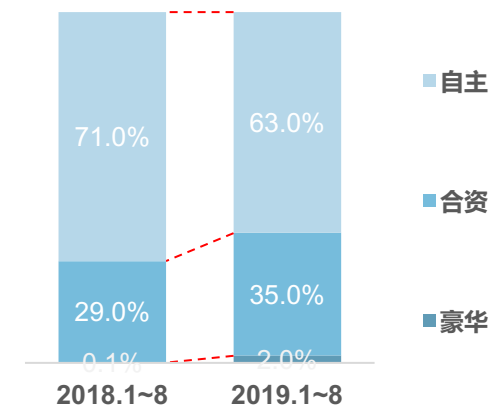
小型SUV市场零售量走势-2019.8



分月零售量结构 201908



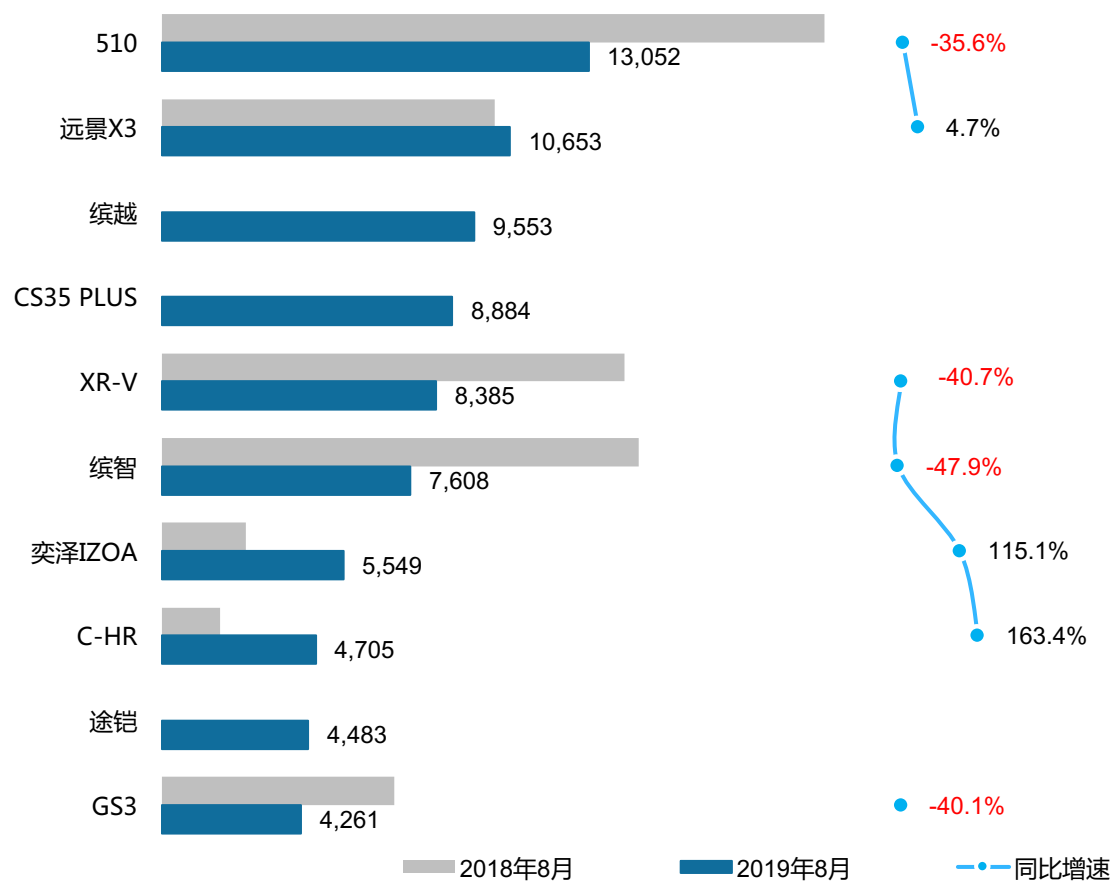
累计零售量结构 2019.1~8



小型SUV市场主力车型510零售量1.3万辆

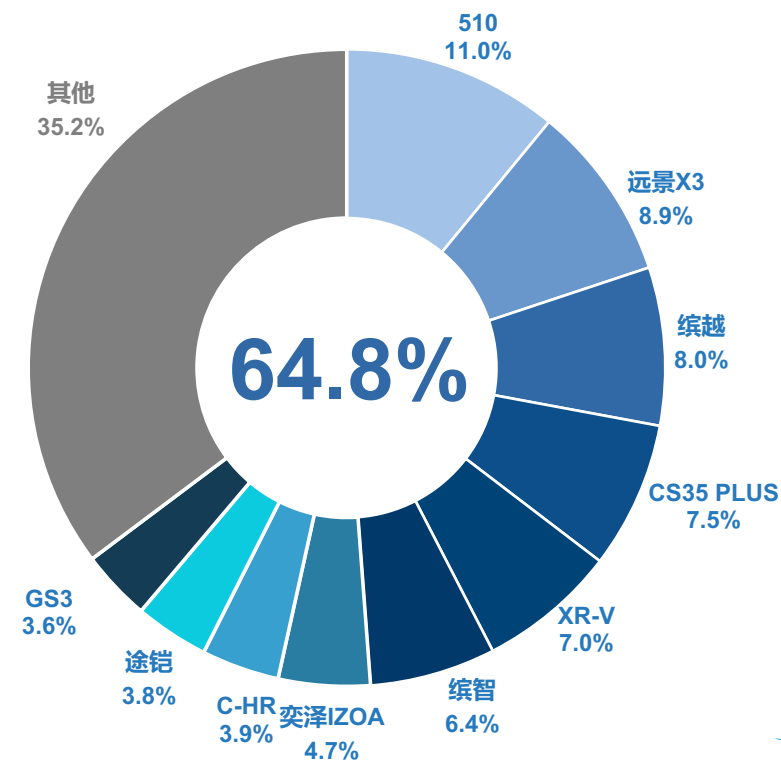
- 8月小型SUV中，510稳居榜首位置，但销量同比下降35.6%；改款上新不久的XR-V和缤智销量同比降幅超四成，销量爬升仍需时日；C-HR销量同比大增163.4%，去年同期刚刚上市不久，销售基数较小

小型SUV市场—Top10车型排名



小型SUV市场零售量结构

2019.8 Top10 车型市场占比



重点细分市场销量分析

- 小型轿车市场
- 紧凑型轿车市场
- 中型轿车市场
- 中大型轿车市场
- 小型SUV
- **紧凑型SUV**
- 中型SUV
- 紧凑型MPV
- 中大型MPV

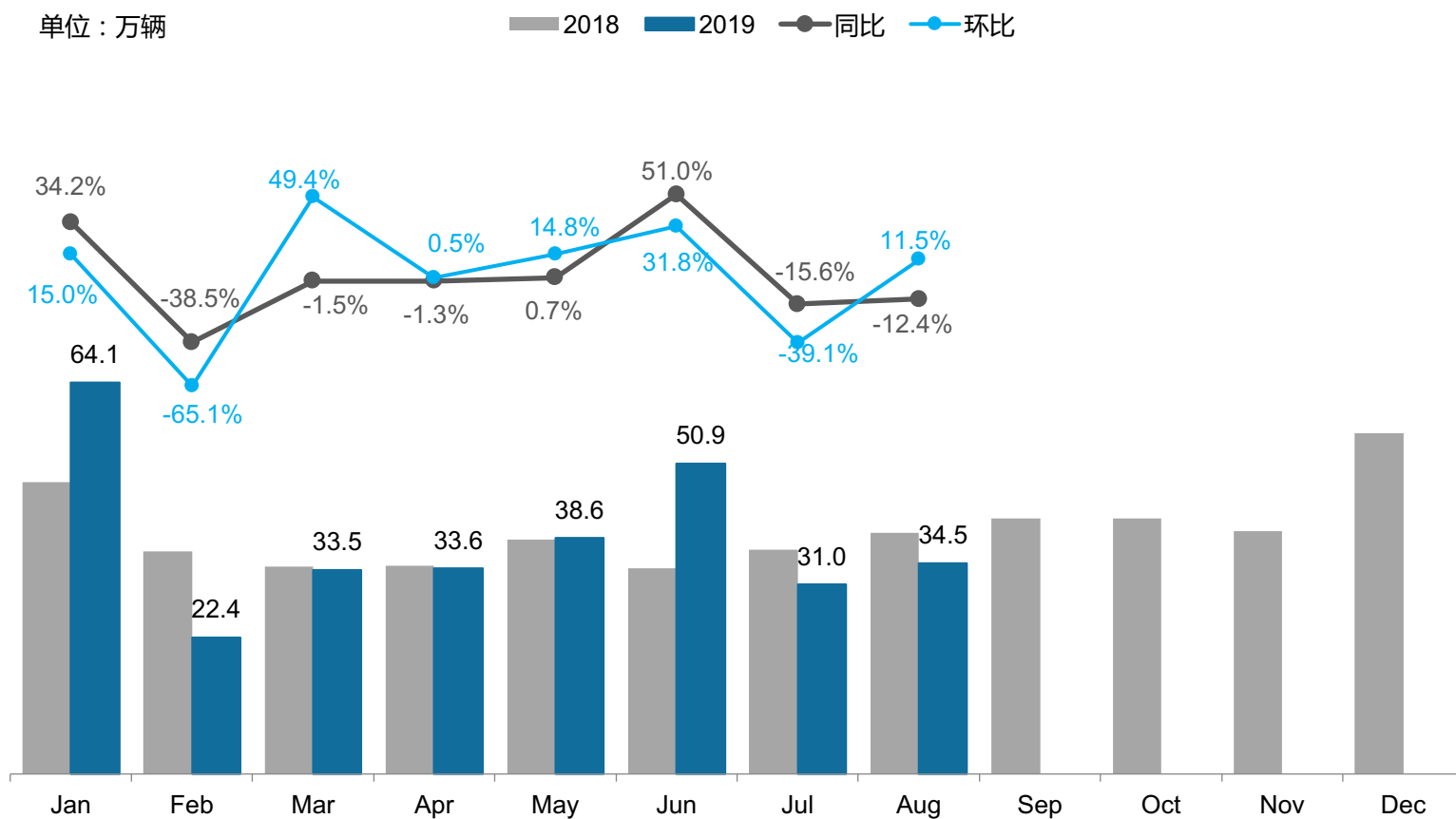
紧凑型SUV市场摘要

- 8月紧凑型SUV销量为34.5万辆，同比下降12.4%
 - 8月紧凑型SUV份额为22.9%，同比上升1.9%
-
- 8月紧凑型SUV市场自主车零售量17.2万辆，同比大幅下降，累计市场份额下降明显；而合资车销量同比基本持平，且销量波动较自主车相对稳定，累计市场份额大幅上升
-
- 8月紧凑型SUV中，东风日产旗下的奇骏和逍客包揽冠亚军，CR-V销量同比大增47.2%紧随其后；昔日的常胜将军哈弗H6销量同比跌幅近四成，再度失守冠军宝座，而大众旗下探歌销量同比大增257.9%，其去年同期刚上市，销售基数较小；途岳上市虽不满一年，其销量稳居前十，销量表现突出

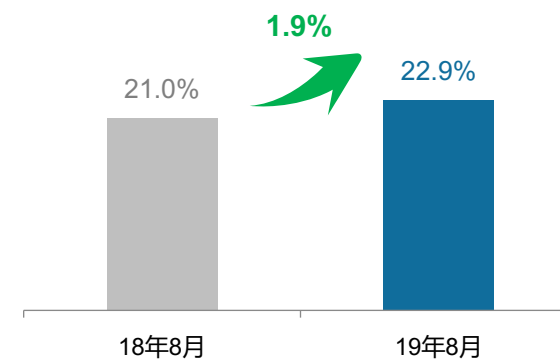
紧凑型SUV市场销量表现

- 8月紧凑型SUV销量为34.5万辆，同比下降12.4%
- 8月紧凑型SUV份额为22.9%，同比上升1.9%

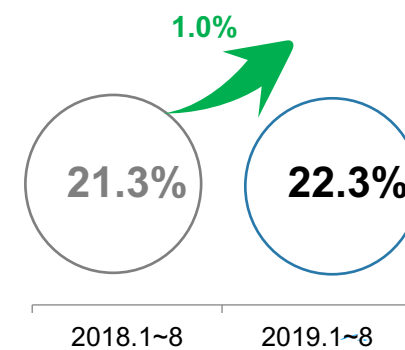
2018-2019年紧凑型SUV销量走势



8月份额同比



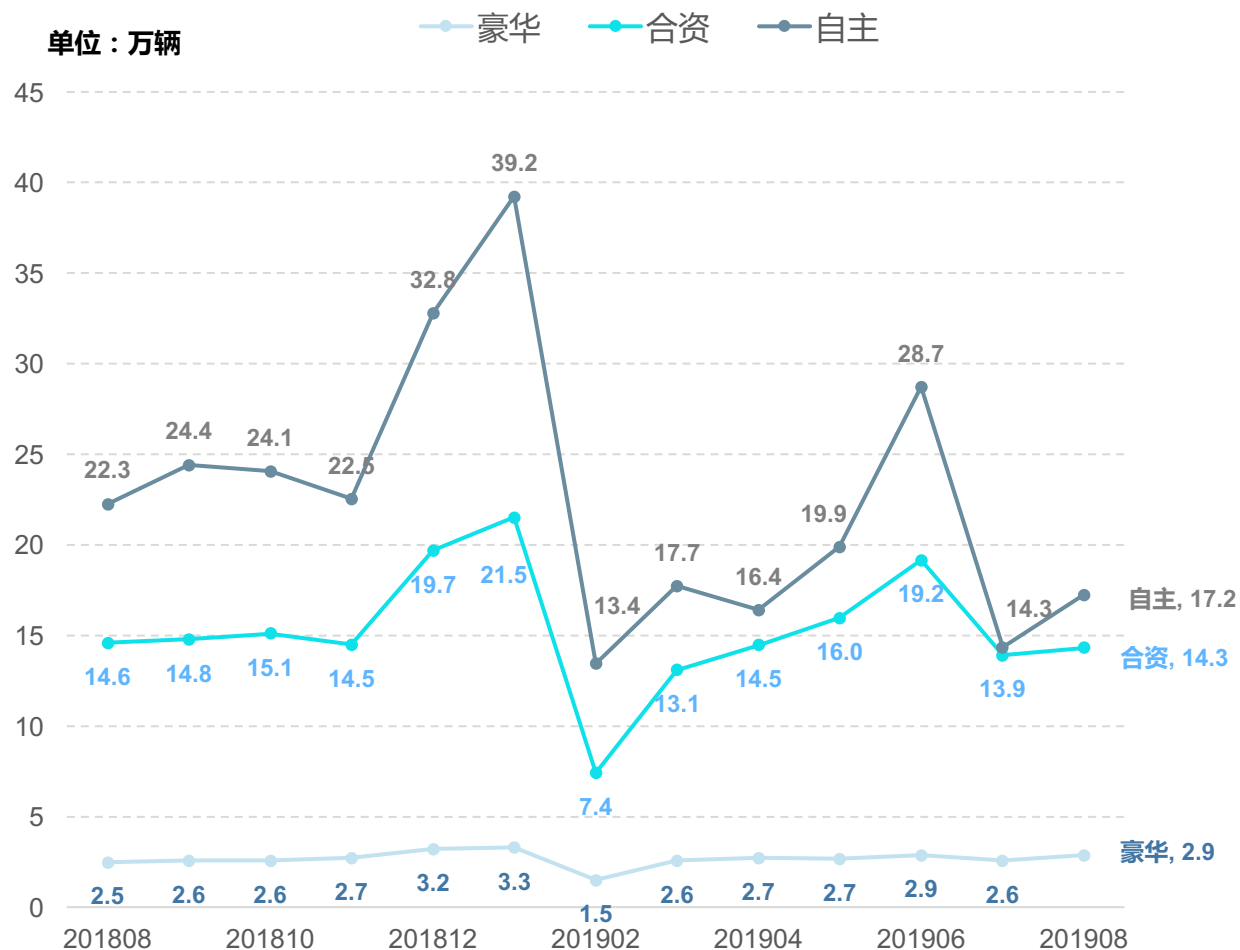
累计份额变化



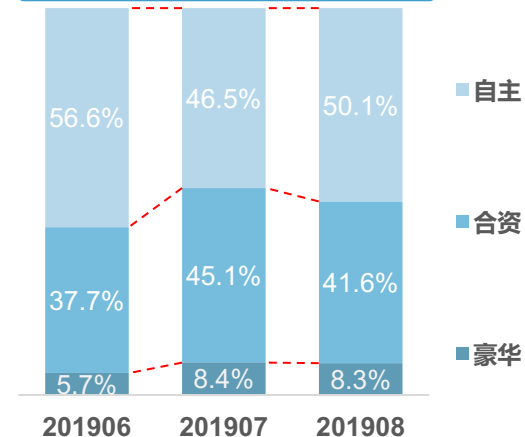
自主车终端零售量同比下降，市场份额环比上升

- 8月紧凑型SUV市场自主车零售量17.2万辆，同比大幅下降，累计市场份额下降明显；而合资车销量同比基本持平，且销量波动较自主车相对稳定，累计市场份额大幅上升

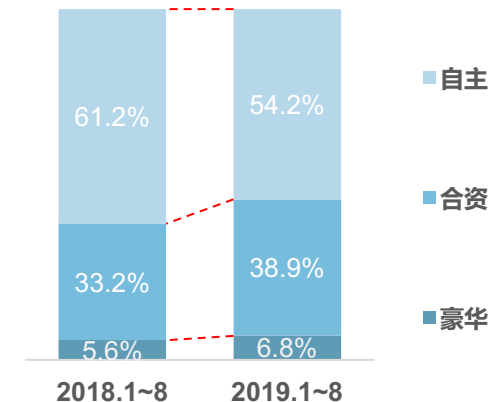
紧凑型SUV市场零售量走势-2019.8



分月零售量结构 201908



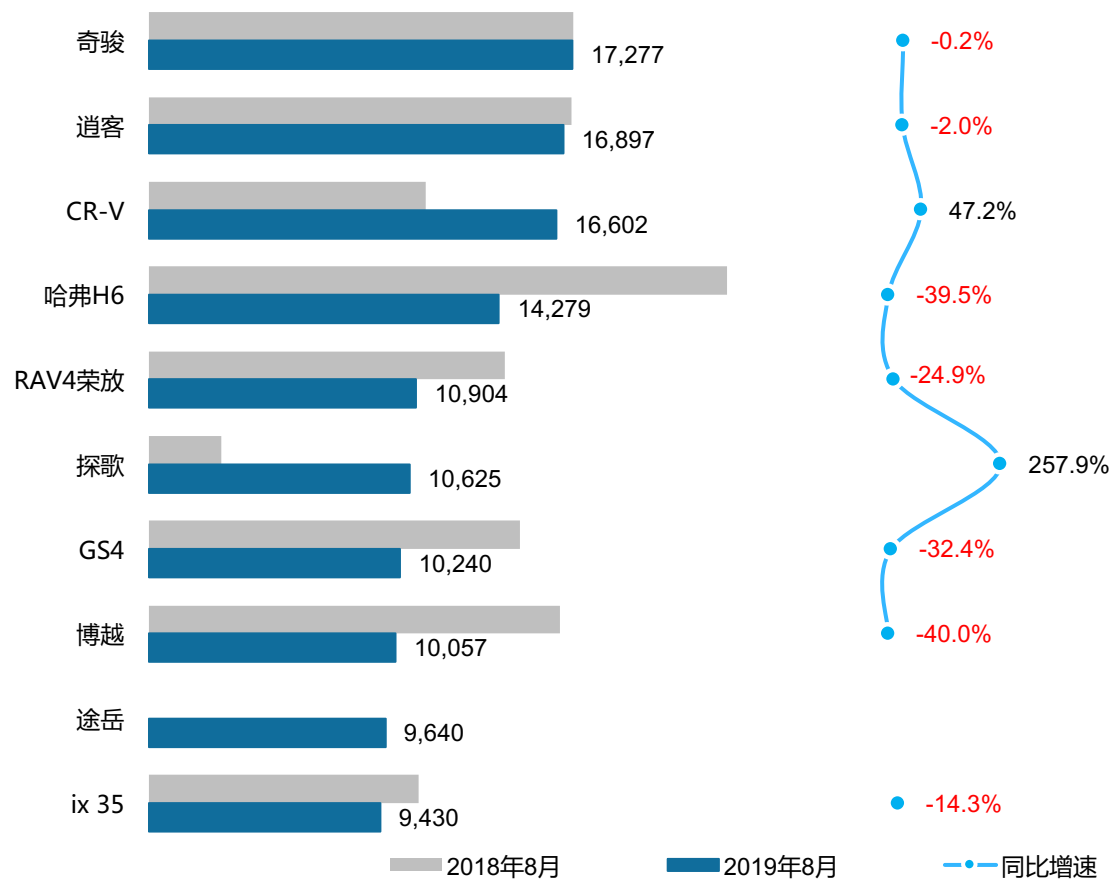
累计零售量结构 2019.1~8



紧凑型SUV市场主力车型奇骏零售量1.7万辆

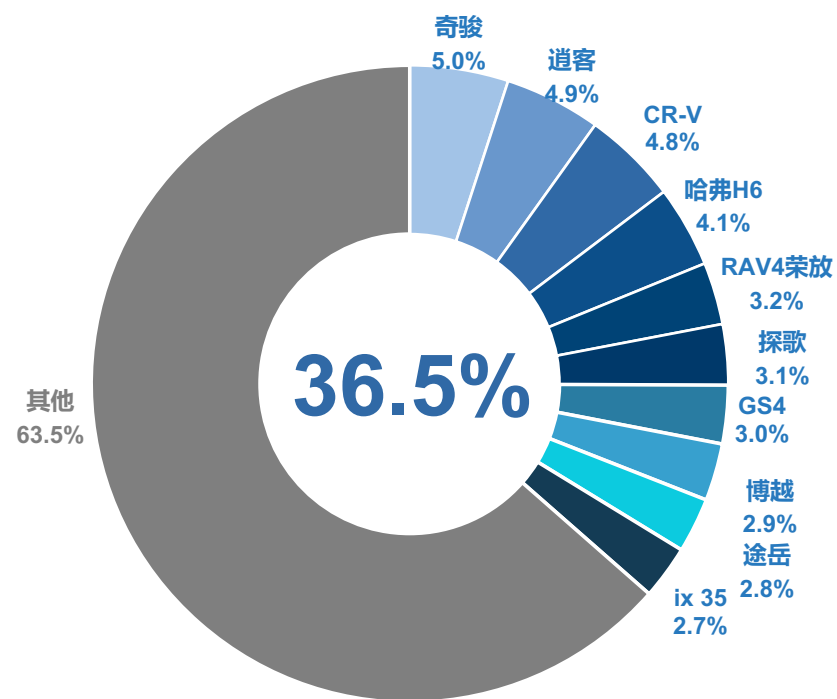
- 8月紧凑型SUV中，东风日产旗下的奇骏和逍客包揽冠亚军，CR-V销量同比大增47.2%紧随其后；昔日的常胜将军哈弗H6销量同比跌幅近四成，再度失守冠军宝座，而大众旗下探歌销量同比大增257.9%，其去年同期刚上市，销售基数较小；途岳上市虽不满一年，其销量稳居前十，销量表现突出

紧凑型SUV市场—Top10车型排名



紧凑型SUV市场零售量结构

2019.8 Top10 车型市场占比



重点细分市场销量分析

- 小型轿车市场
- 紧凑型轿车市场
- 中型轿车市场
- 中大型轿车市场
- 小型SUV
- 紧凑型SUV
- **中型SUV**
- 紧凑型MPV
- 中大型MPV

中型SUV市场摘要

- 8月中型SUV销量为18.3万辆，同比下降6.8%
 - 8月中型SUV份额为12.2%，同比上升1.7%
-
- 8月中型SUV市场豪华车零售量5.5万辆，同比上升，累计市场份额大幅上升；而自主车销量同比下降严重，累计市场份额被豪华和合资车蚕食
-
- 8月中型SUV中，探岳上市以来销量持续上升稳居冠军宝座；而其兄弟车型途观L，随着大众加强对旗下SUV产品矩阵的布局，销量一定程度上被分流，销量增长乏力；Q5L和X3去年同期刚上市不久，基数较低，且随着豪华车终端优惠力度加大，销量同比增幅亮眼

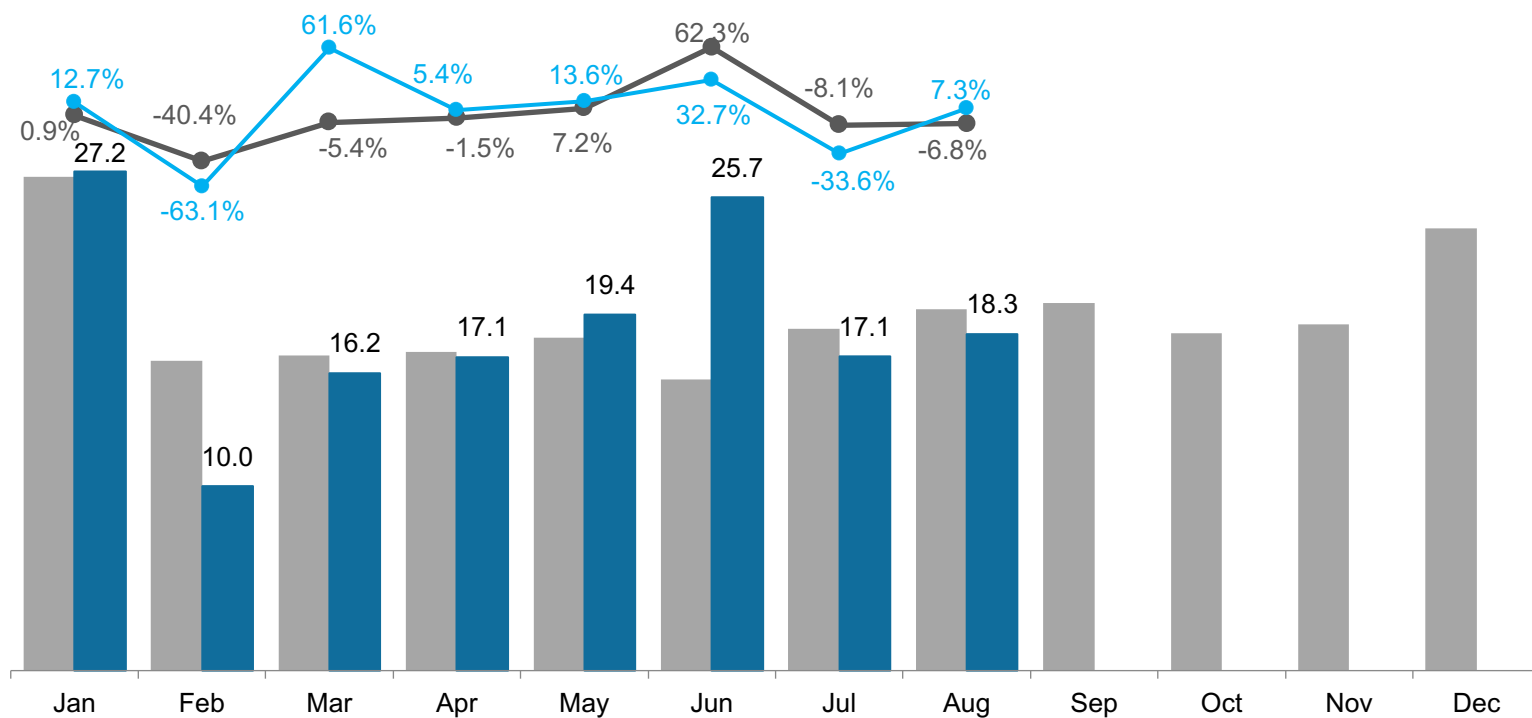
中型SUV市场销量表现

- 8月中型SUV销量为18.3万辆，同比下降6.8%
- 8月中型SUV份额为12.2%，同比上升1.7%

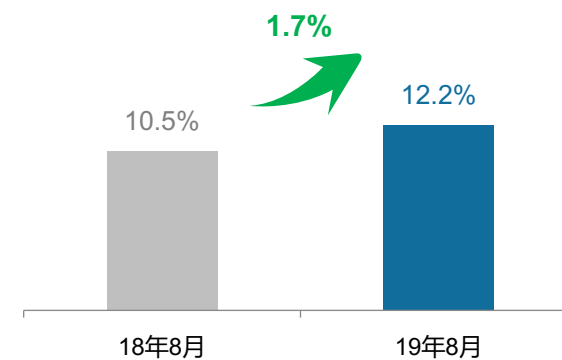
2018-2019年中型SUV销量走势

单位：万辆

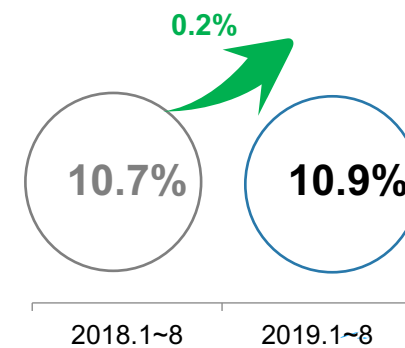
■ 2018 ■ 2019 ● 同比 ● 环比



8月份额同比



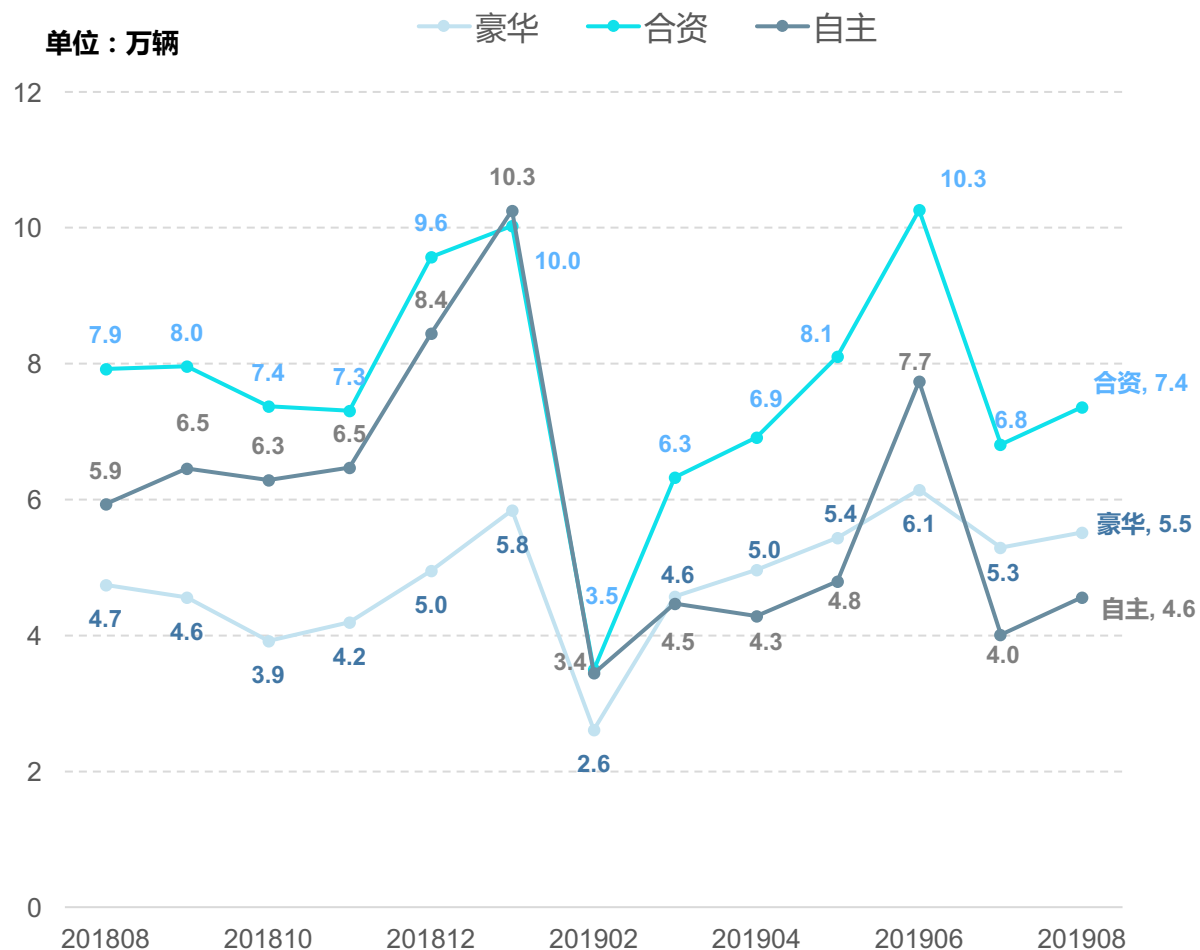
累计份额变化



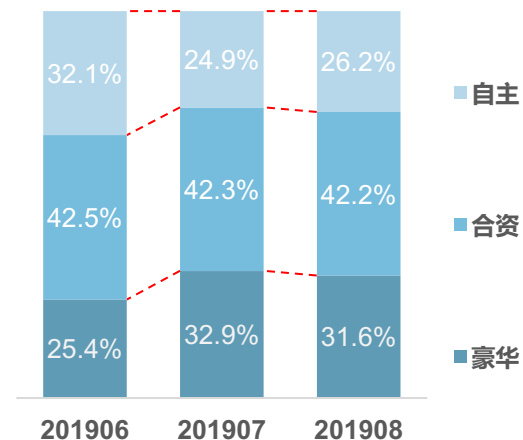
豪华车终端零售量同比上升，市场份额环比下降

- 8月中型SUV市场豪华车零售量5.5万辆，同比上升，累计市场份额大幅上升；而自主车销量同比下降严重，累计市场份额被豪华和合资车蚕食

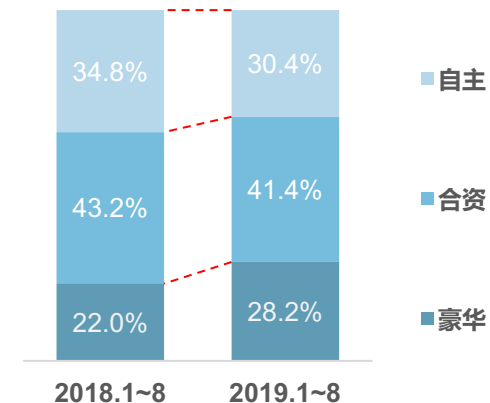
中型SUV市场零售量走势-2019.8



分月零售量结构 201908



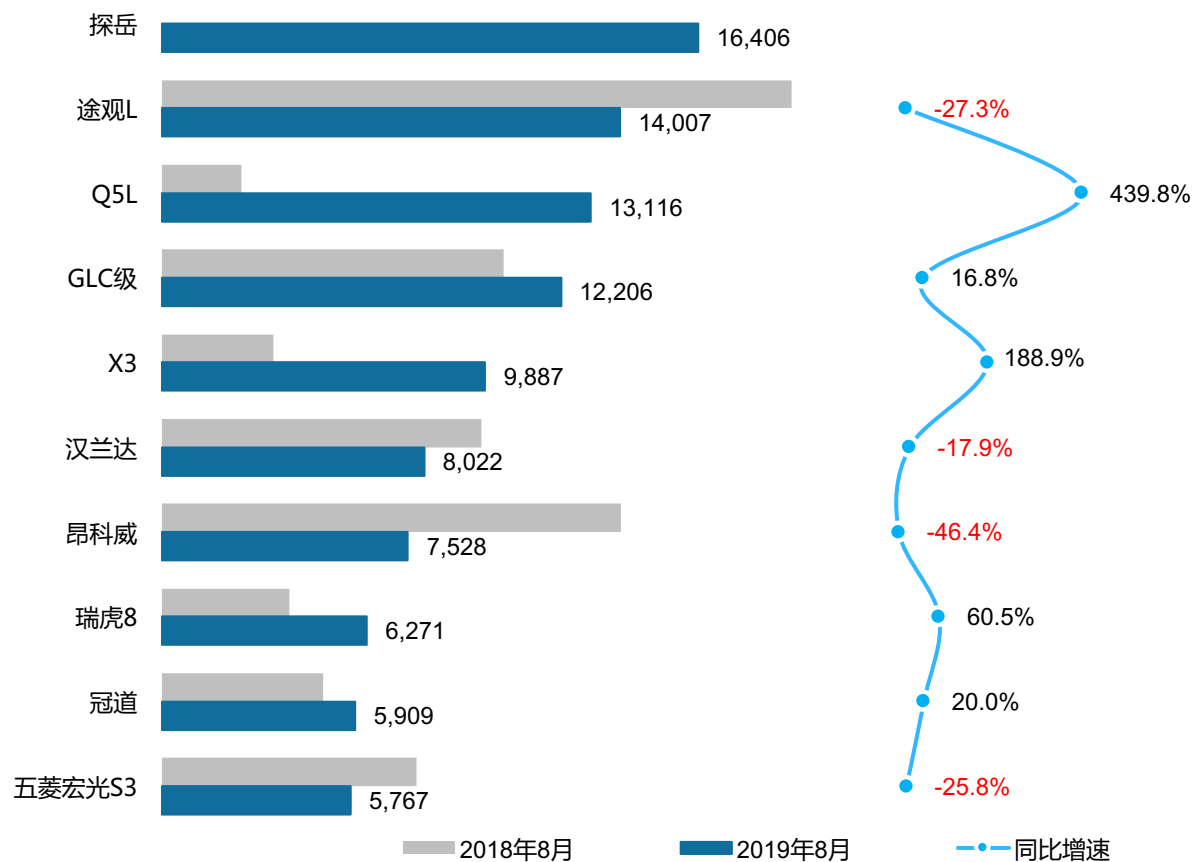
累计零售量结构 2019.1~8



中型SUV市场主力车型探岳零售量1.6万辆

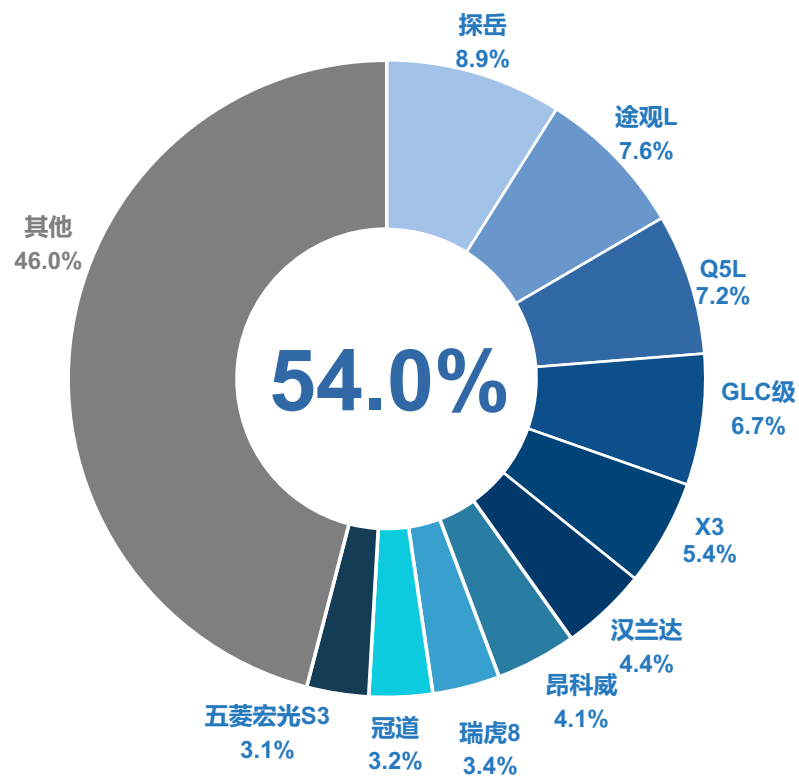
- 8月中型SUV中，探岳上市以来销量持续上升稳居冠军宝座；而其兄弟车型途观L，随着大众加强对旗下SUV产品矩阵的布局，销量一定程度上被分流，销量增长乏力；Q5L和X3去年同期上市不久，基数较低，且随着豪华车终端优惠力度加大，销量同比增幅亮眼

中型SUV市场—Top10车型排名



中型SUV市场零售量结构

2019.8 Top10 车型市场占比



重点细分市场销量分析

- 小型轿车市场
- 紧凑型轿车市场
- 中型轿车市场
- 中大型轿车市场
- 小型SUV
- 紧凑型SUV
- 中型SUV
- 紧凑型MPV
- 中大型MPV



紧凑型MPV市场摘要

- 8月紧凑型MPV销量为4.2万辆，同比下降42.2%
 - 8月紧凑型MPV份额为2.8%，同比下降1.1%
-
- 8月紧凑型MPV市场自主车零售量3.8万辆，销量同比降幅低于细分市场降幅，市场份额环比上月上升，累计市场份额基本持平；
-
- 8月紧凑型MPV中，所有畅销车型销量同比全线飘红；榜单前三依旧被上汽通用五菱包揽：宏光以绝对优势稳居冠军宝座，730同比跌势已有所收窄位居第二，而360销量同比跌幅仍接近50%

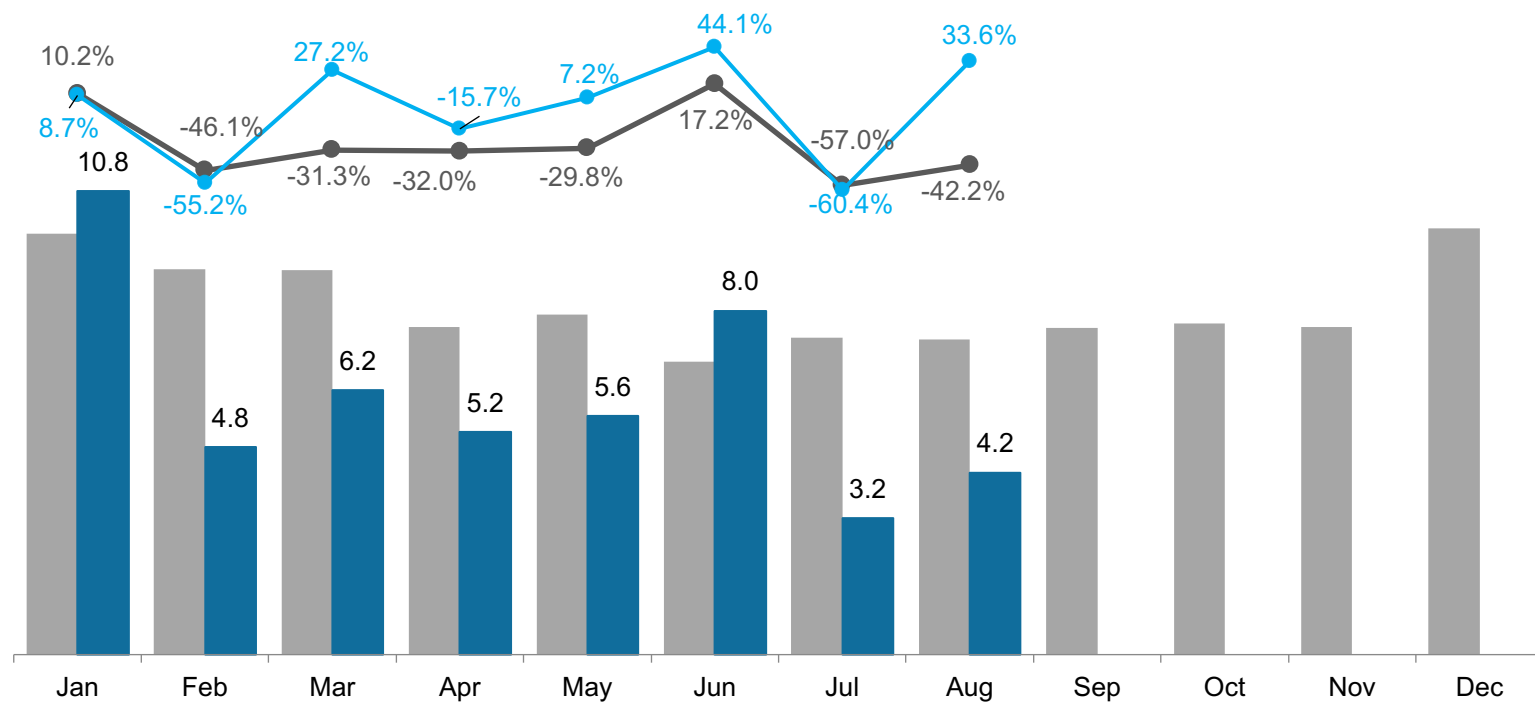
紧凑型MPV市场销量表现

- 8月紧凑型MPV销量为4.2万辆，同比下降42.2%
- 8月紧凑型MPV份额为2.8%，同比下降1.1%

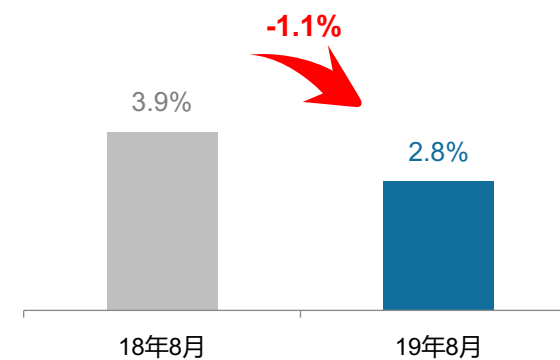
2018-2019年紧凑型MPV销量走势

单位：万辆

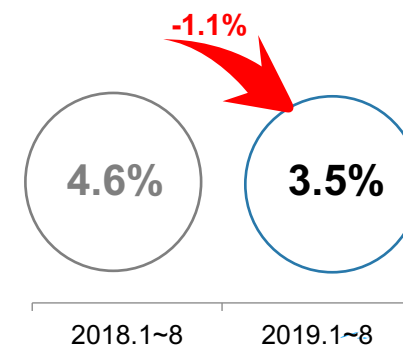
■ 2018 ■ 2019 ● 同比 ● 环比



8月份额同比



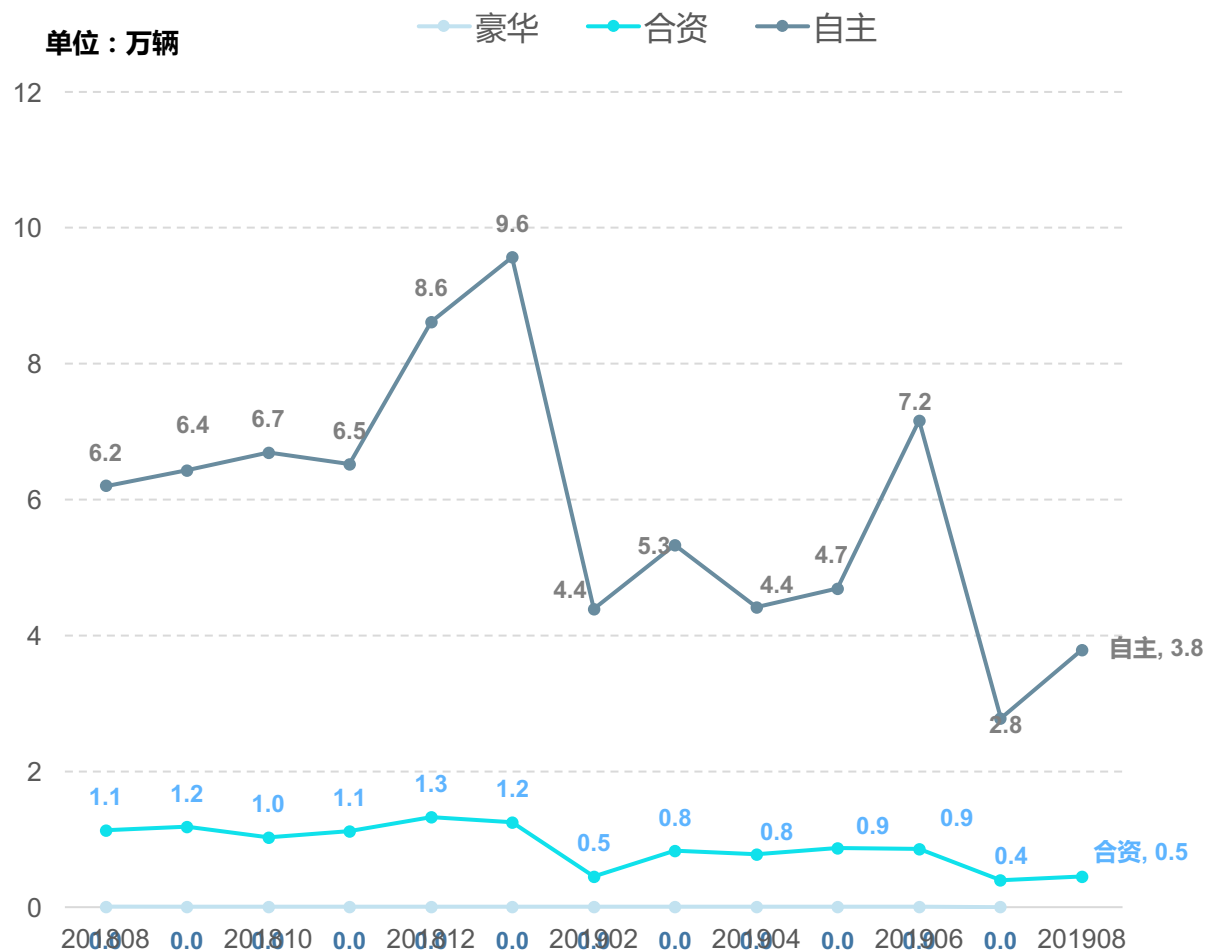
累计份额变化



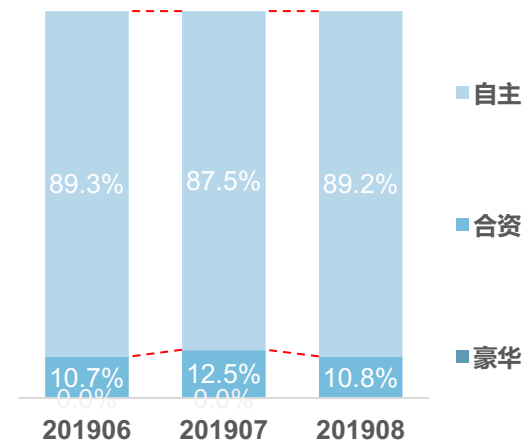
自主车终端零售量同比下降，市场份额环比上升

- 8月紧凑型MPV市场自主车零售量3.8万辆，销量同比降幅低于细分市场降幅，市场份额环比上升，累计市场份额基本持平；

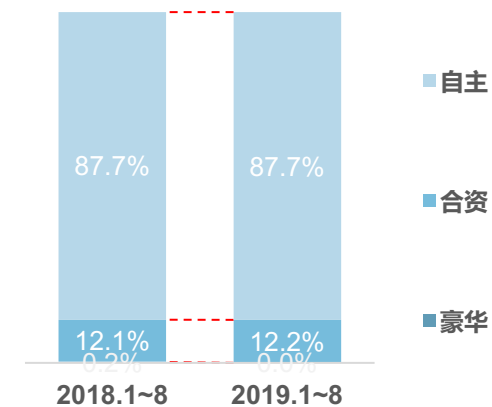
紧凑型MPV市场零售量走势-2019.8



分月零售量结构 201908



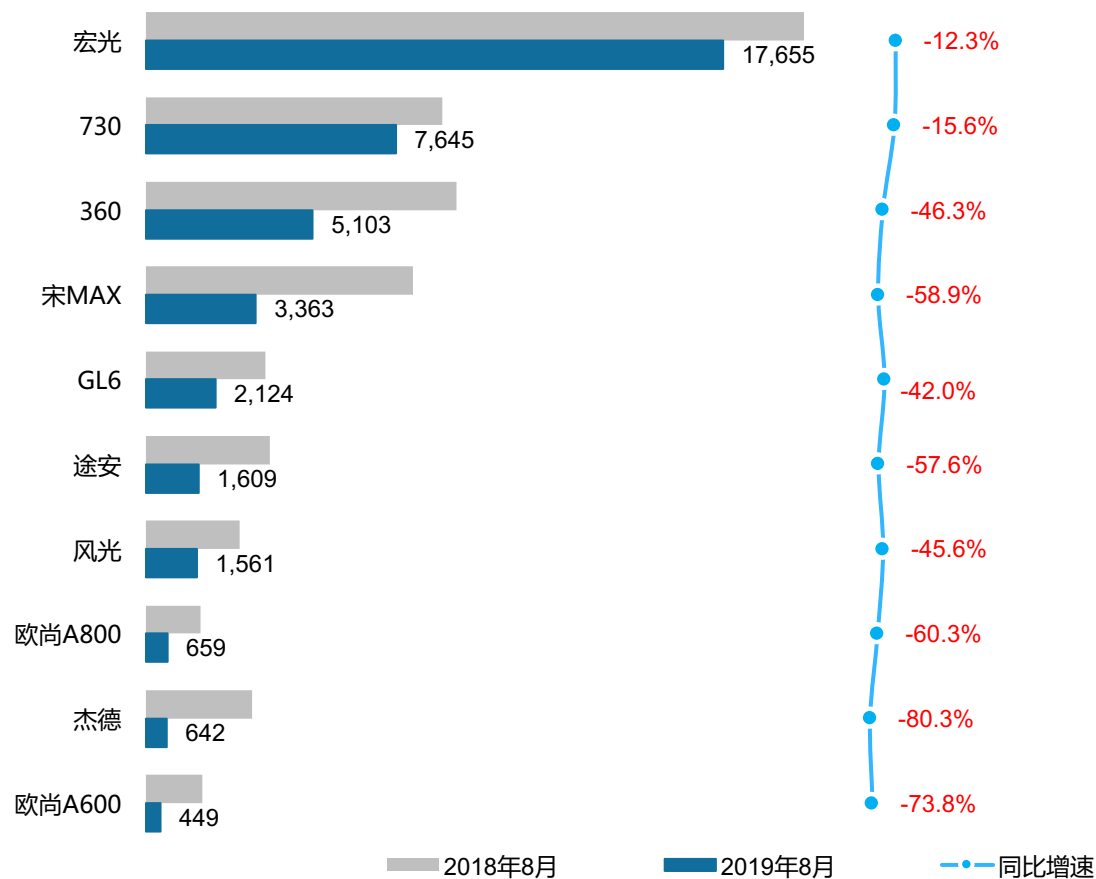
累计零售量结构 2019.1~8



紧凑型MPV市场主力车型宏光零售量1.8万辆

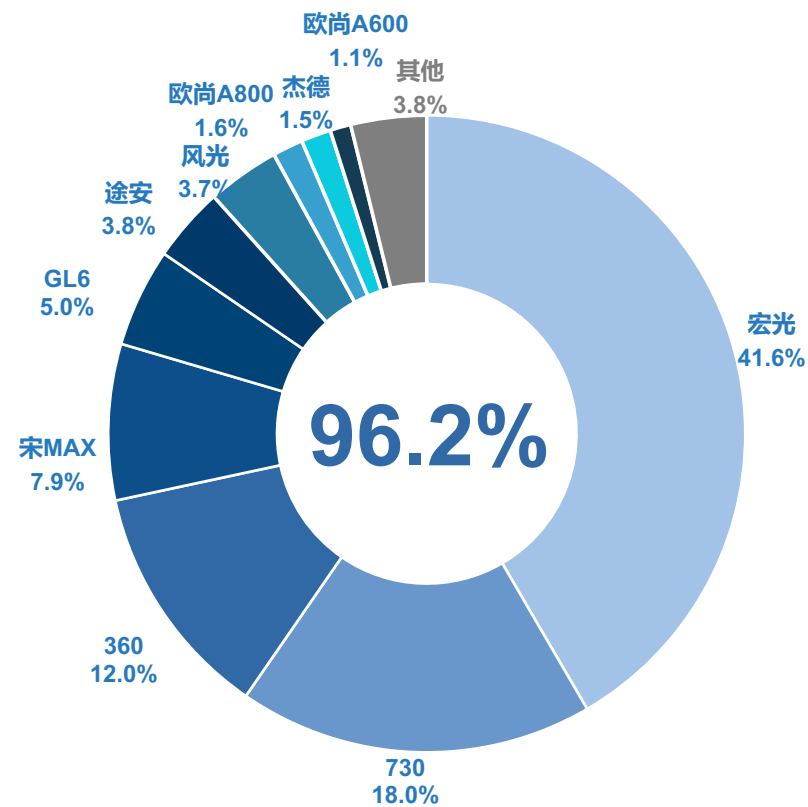
- 8月紧凑型MPV中，所有畅销车型销量同比全线飘红；榜单前三依旧被上汽通用五菱包揽：宏光以绝对优势稳居冠军宝座，730同比跌势已有所收窄位居第二，而360销量同比跌幅仍接近50%

紧凑型MPV市场—Top10车型排名



紧凑型MPV市场零售量结构

2019.8 Top10 车型市场占比



重点细分市场销量分析

- 小型轿车市场
- 紧凑型轿车市场
- 中型轿车市场
- 中大型轿车市场
- 小型SUV
- 紧凑型SUV
- 中型SUV
- 紧凑型MPV
- 中大型MPV

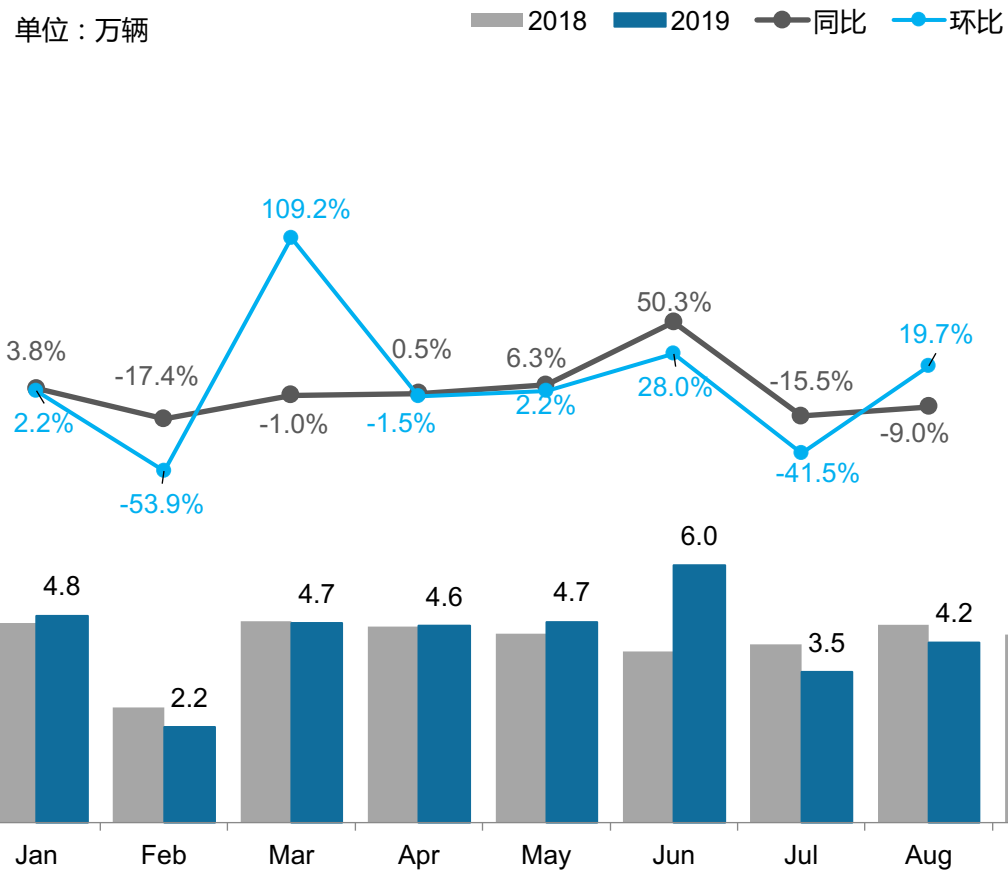
中大型MPV市场摘要

- 8月中大型MPV销量为4.2万辆，同比下降9.0%
 - 8月中大型MPV份额为2.8%，同比上升0.3%
-
- 8月中大型MPV市场自主车零售量1.7万辆，同比基本持平，市场份额环比上升，占比整个细分市场41.4%；而合资车销量同比小幅下降，市场份额被自主车挤占
-
- 8月中大型MPV中，GL8以价换量销量同比增长9.5%，份额同比增长5.6%，稳居第一位置；菱智虽排名第二，但销量同比下降26.2%；奥德赛 HEV上市仅数月就稳居榜单前三，表现亮眼

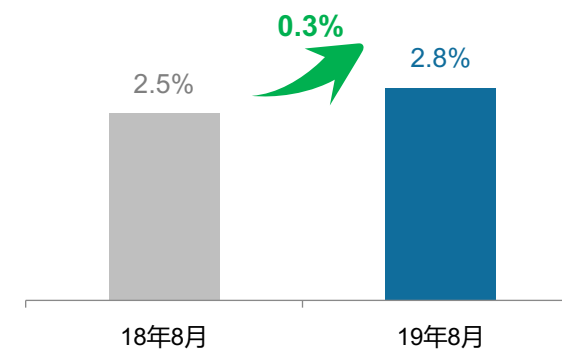
中大型MPV市场销量表现

- 8月中大型MPV销量为4.2万辆，同比下降9.0%
- 8月中大型MPV份额为2.8%，同比上升0.3%

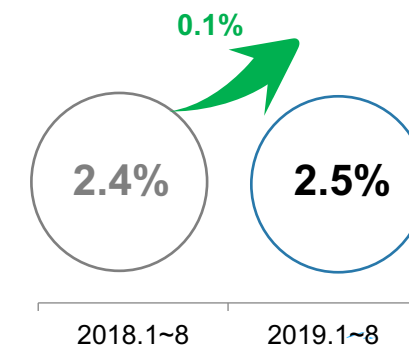
2018-2019年中大型MPV销量走势



8月份额同比



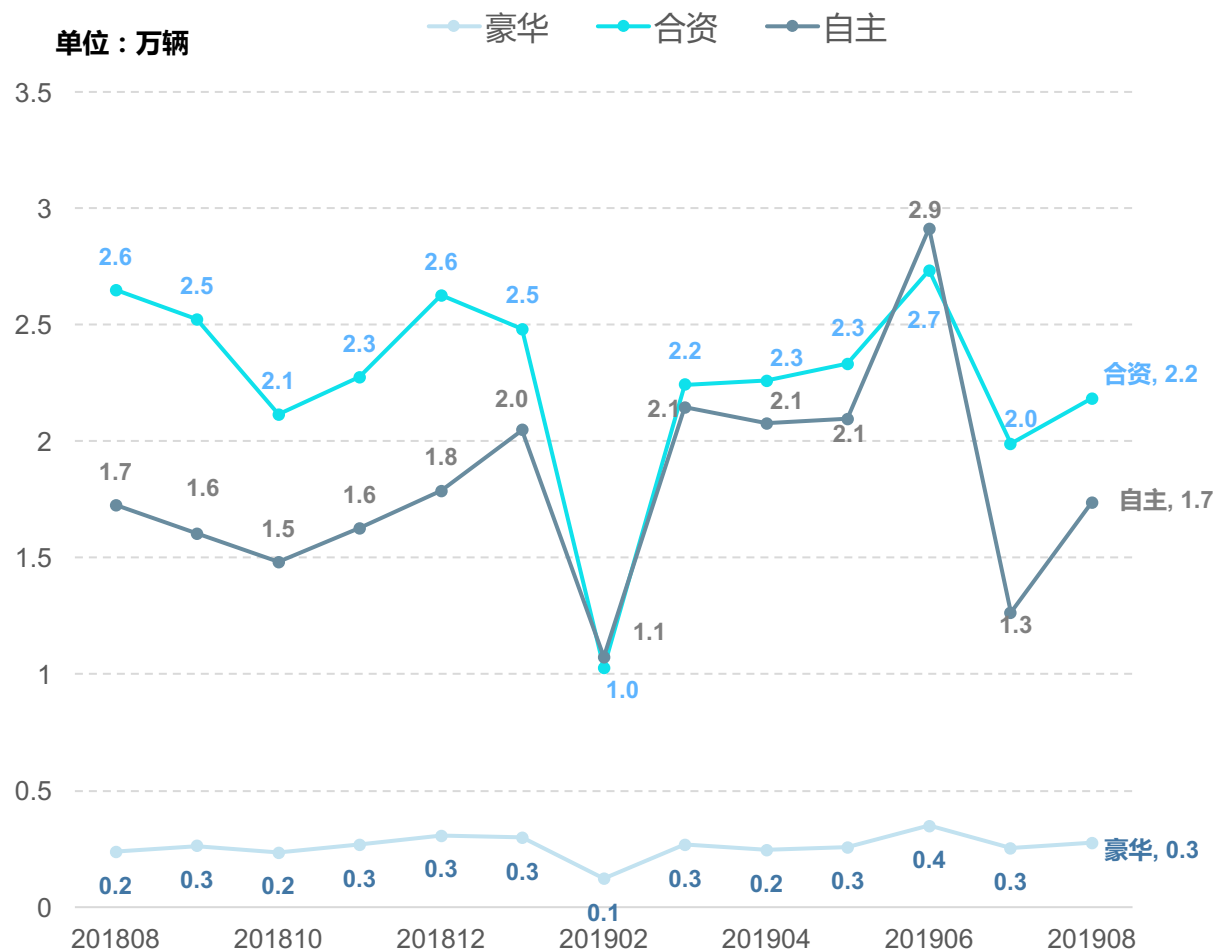
累计份额变化



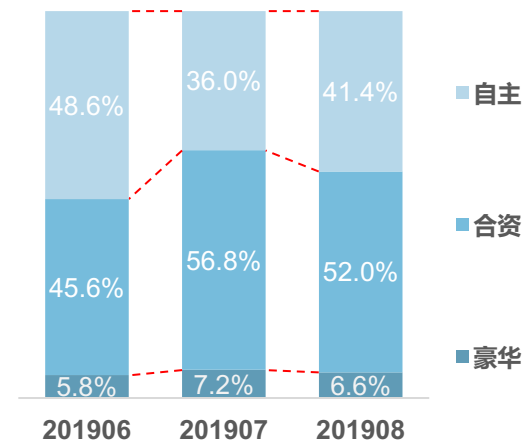
自主车终端零售量同比基本持平，市场份额环比上升

- 8月中大型MPV市场自主车零售量1.7万辆，同比基本持平，市场份额环比上升，占比整个细分市场41.4%；而合资车销量同比小幅下降，市场份额被自主车挤占

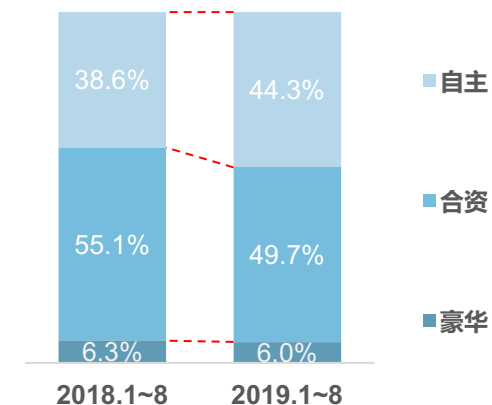
中大型MPV市场零售量走势-2019.8



分月零售量结构 201908



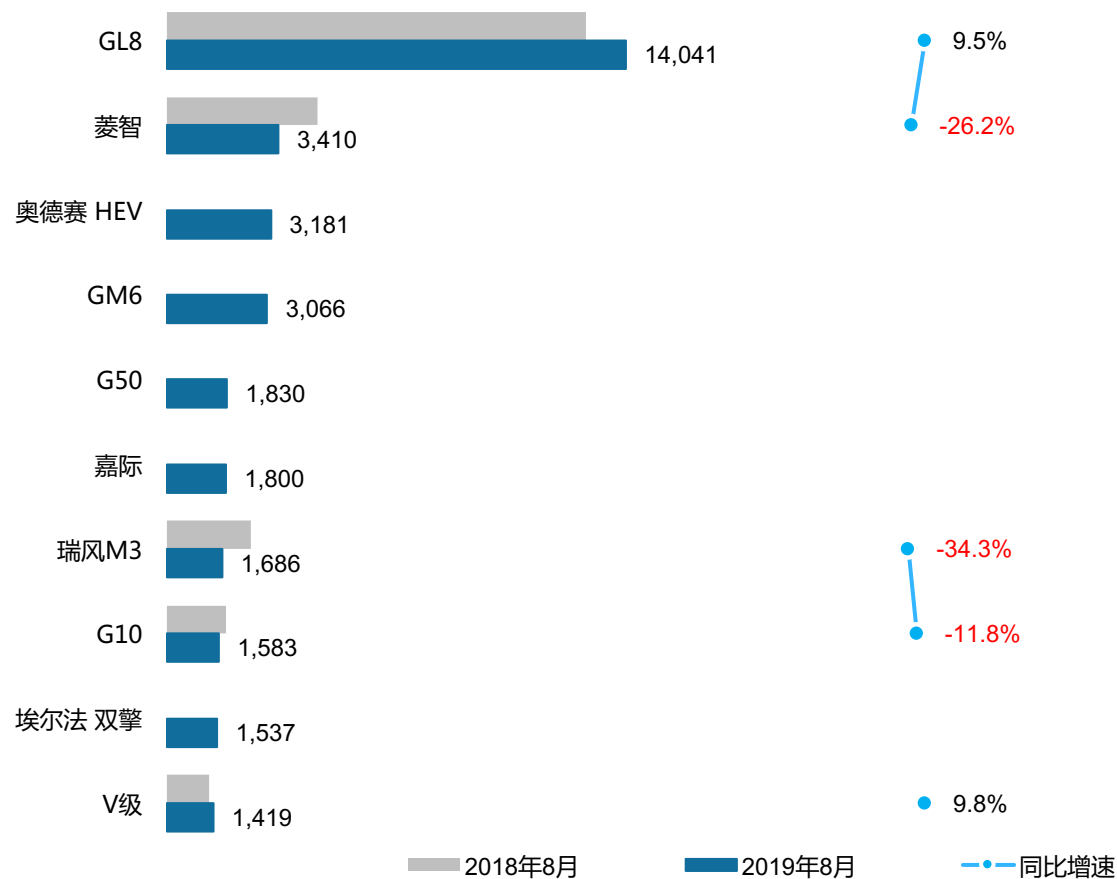
累计零售量结构 2019.1~8



中大型MPV市场主力车型GL8零售量1.4万辆

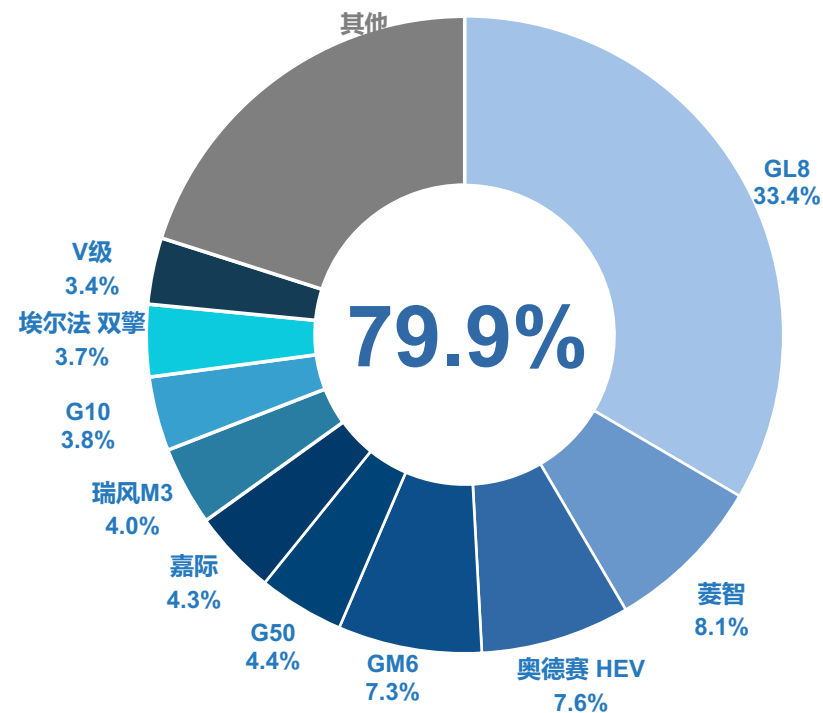
- 8月中大型MPV中，GL8以价换量销量同比增长9.5%，份额同比增长5.6%，稳居第一位置；菱智虽排名第二，但销量同比下降26.2%；奥德赛 HEV上市仅数月就稳居榜单前三，表现亮眼

中大型MPV市场—Top10车型排名



中大型MPV市场零售量结构

2019.8 Top10 车型市场占比



PART 4

第四部分 未来新品介绍

※ 未来新品介绍



上汽MAXUS D60纯电车型亮相

日前，上汽大通官方正式亮相上汽MAXUS D60纯电动车型，并公布其命名为上汽MAXUS EUNIQ 6。

外观方面，新车整体沿用了燃油版车型的主体设计，并在多处细节进行调整。例如，该车采用了全封闭式前格栅设计，配合两侧造型夸张的进气口，让新车看上去十分大气。尾部方面，其采用了当下流行的贯穿式尾灯组，配合下方MAXUS品牌标识，让新车辨识度得到很好地提升。

据官方介绍，该车未来将搭载宁德时代三元锂电池，NEDC综合工况续航里程为600km。



国产凯迪拉克CT5谍照曝光

日前，一组国产凯迪拉克CT5的谍照曝光，据悉该车将于9月5日开幕的2019成都车展上首发。

外观方面，新车采用家族式的外观设计风格，扁平的盾形前格栅内部疑似采用全黑涂装。此外新车的LED日行灯采用了上下分段式竖向结构，搭配镀铬饰条和U形前包围进气口，看起来颇具攻击性。车身侧面来看，新车笔直的腰线从前大灯外角端点一路经过侧窗下部来到尾灯前缘，勾勒出了硬朗而年轻的姿态。车尾部分，CT5折线形的LED尾灯内嵌有两根走势不同的LED灯带，造型短促的后备厢搭配扰流板和双边共两出式镀铬排气，富有运动感。

车身尺寸方面，新车的长宽高分别为4,924/1,883/1,453(1,445)mm，轴距为2,947mm。

动力方面，新车将搭载2.0T可变缸发动机，其最大功率172kW，满足国六排放标准。



一汽丰田全新RAV4荣放实车图曝光

日前，一汽丰田全新RAV4荣放实车图曝光。据悉，新车将于10月份上市。外观方面，新车沿用了海外版全新RAV4的设计，整体造型在现款车型基础上变得更加刚正硬朗。分体式中网由一字形进气口和大尺寸梯形中网组成，雾灯边框区域的设计也更具立体感与运动感。此外，国产版车型入门版尾灯即为灯带式样，而海外版入门车型则为卤素灯泡。

车身尺寸部分，新车的长宽高分别为4,600/1,855/1,680mm，轴距为2,690mm。

动力方面，新车搭载2.0L自然吸气发动机和2.5L混合动力系统，均可满足国六排放标准，最大功率分别为125kW和130kW，传动系统分别匹配CVT和E-CVT变速箱，混动版车型申报油耗为4.6L/100km。此外，新车将提供三种四驱系统，包括现款的升级版：动态扭矩控制四驱系统(DCT 4WD)；动态扭矩矢量控制四驱系统(DTV 4WD)以及电子四驱系统(E-Four)。

哈弗H4 Pro官图发布

日前，长城汽车官方发布了哈弗H4 Pro的官图。新车将于9月份的成都车展首发并开启预售，预计在9月下旬正式上市。

从外观来看，新车整体延续哈弗家族化设计语言，前脸采用六边形进气中网，并用橙色作为装饰，内部采用熏黑色进气格栅横条，看起来非常霸气，同时新车的前大灯组造型更加凌厉。车尾方面，沿用了现款哈弗H4的设计，车尾造型相对饱满，黑色下包围处辅以银色亚光板进行装饰，双边共两出排气筒为其增添了一份气势。动力方面，新车搭载1.5T GDI增压发动机，最大功率为124kW，匹配7DCT湿式双离合自动变速箱，排放标准满足国六。



公司介绍

达示数据是威尔森旗下品牌，以汽车产业数据交易为主营业务，集报告营销、多元化数据交互为一体的大数据交易平台，为客户提供全面、实时、准确的汽车行业数据。

公司通过多年的数据管理经验搭建了高效、稳定、标准化、互联互通的数据仓库，拥有逾10年的历史数据，数据种类超59种，公司具有丰富的行业经验，市场占有率高达80%，与40多家厂商客户成为长期的合作伙伴。

版权声明

本报告为达示数据制作，报告中所有的文字、图片、表格均受有关商标和著作权的法律保护，部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原著者所有。没有经过本公司书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制或传递。

任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

联系我们



吕先生

Tel +86 20 83780030
Cell +86 18520135922
E-mail lvchengxuan@way-s.cn



何先生

Tel +86 20 83780030
Cell +86 13824495935
E-mail hejunjie@way-s.cn



THANK YOU

WWW.DAAS-AUTO.COM

