



乘用车整体市场分析月报-2019年9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

双积分新规大调：外资车企间可转让积分

10月16日，在国内召开的国务院常务会议中提到，要优化汽车外资政策，保障内外资汽车制造企业生产的新能源汽车享受同等市场准入待遇。修订《乘用车企业平均燃料消耗量与新能源汽车积分并行管理办法》（以下简称双积分管理办法），允许外资在华投资的整车企业间转让积分。

修订《乘用车企业平均燃料消耗量与新能源汽车积分并行管理办法》（以下简称双积分管理办法），允许外资在华投资的整车企业间转让积分。业内人士指出，既然国务院常务会议中公开表态要“保障内外资汽车制造企业生产的新能源汽车享受同等市场准入待遇”，则意味着自主车企和外资车企（包括外资单独投资和外资合资）都将在双积分规则中享有一样的交易地位和权力。而对于本次国务院提出的外资在华投资企业的新转让规则将如何落地，到时也或将变得明晰。

2019年智能网联汽车蓝皮书正式发布

日前，由中国汽车工程学会、国汽(北京)智能网联汽车研究院有限公司组织智能网联汽车及相关行业资深专家共同编写完成的2019智能网联汽车蓝皮书（以下简称“蓝皮书”）在北京正式发布。

2019智能网联汽车蓝皮书由总报告和6大主题研究组成。其中，总报告从国际智能网联汽车产业最新进展、中国智能网联汽车最新进展与产业发展挑战、中国智能网联汽车产业化对策与实践、未来中国智能网联汽车产业发展建议等四方面深度综述了中国目前智能网联汽车产业的整体态势，并通过对整合行业力量开展核心技术研发、推进建设产业协同创新平台、探索建设新型产业模式生态体系等前瞻性话题的分析，概述全面推进我国智能网联汽车创新发展的可能性。此外，通过对未来出行愿景的展望、出行场景建构的解读、产业变革方向的探索、协同发展战略的研究及创新政策框架的建议，总报告分析了未来出行图景下，智能网联汽车产业结构及产业生态的大变革；主题研究则秉承总报告思想，以产业、技术、应用、热点、政策和借鉴6大篇章，对未来出行的发展方向和路径进行系统论述，阐明了智能网联汽车多产业交叉融合的特点，需要相关领域企业强强联合，通过资源整合，实现企业优势互补，加速技术发展迭代升级。两大板块相辅相成，为中国智能出行生态的建构，以及政府公共政策的制定提供有益借鉴。

新能源车冒烟/起火事故需在12小时内报告

10月9日，国家市场监督管理总局网站发布《市场监管总局质量发展局关于进一步规范新能源汽车事故报告的补充通知》。《补充通知》要求生产者获知其生产、销售或进口的新能源汽车在中国市场发生冒烟、起火事故的，应在事故发生后12小时内向市场监管总局质量发展局报告事故基本信息，如造成人员伤亡或重大社会影响的，报告时间缩短为6小时。此外，《补充通知》还指出生产者应在事故发生后48小时内向市场监管总局质量发展局报《新能源汽车火灾事故信息表（试行）》。一、生产者获知其生产、销售或进口的新能源汽车在中国市场发生冒烟、起火事故的，应在事故发生后12小时内（如造成人员伤亡或重大社会影响的，应在事故发生后6小时内）向市场监管总局质量发展局报告事故基本信息，包括《新能源汽车火灾事故信息表（试行）》（见附件）中第一项至第五项。

优势互补/以合应变 北汽自主新品牌BEIJING正式发布

近日，北汽集团BEIJING品牌正式发布。全新的BEIJING品牌是由北汽集团旗下两大自主品牌北汽新能源和北京汽车整合而来，新品牌将建立6个“更”的优势：更受期待的全新品牌——1个品牌蓄势待发；更全的渠道布局——合计700+渠道；更丰富的产品矩阵——11款油电产品全面覆盖；更完善的售后服务——650+服务网络资源共享；更广的客户资源——油电总计百万客户积淀、优势互补；更强的销售团队——900+人员强强联合。

北汽新能源与北京汽车的整合将有利于集中优势资源，应对汽车市场正在发生的变化，将自主品牌的发展提升至一个新的高度。需要指出的是，二者的整合对于北京汽车而言更具深意。当下国内汽车市场正处于深度调整期，一些车企并未顶住压力，出现了掉队的情况，而北京汽车就是其中之一，根据乘联会公布的数据显示，北京汽车今年前9月销量下滑幅度达到50%以上。BEIJING全新品牌的发布，将有效整合北汽集团旗下全方面的资源，助力北京汽车触底反弹。

沃尔沃计划20年内停售内燃机车 只生产纯电动车

日前，沃尔沃汽车集团总裁兼首席执行官汉肯·塞缪尔森（Hakan Samuelsson）表示，该公司将在未来20年内成为纯电动汽车品牌，具体时间将由客户需求决定。沃尔沃刚刚推出了其首款电动车型XC40 Recharge，并计划到2025年纯电动汽车占其总销量的一半。从现在到那时，该公司每年将推出一辆纯电动汽车，同时每一辆新车都将配备电动动力系统。XC40建立在该公司全新的紧凑模块化架构平台CMA上，同时沃尔沃也在开发更大平台SPA2的新版本。目前这一平台适用于XC60、XC90和S60车型。新的版本平台预计在2021年或2022年推出，并可能首先出现在下一代XC90大型SUV上。

大众宣布开发MPE平台发力氢燃料汽车

日前，大众汽车集团爆出了“正在开发支持燃料电池汽车的全新模块化平台”的消息。目前，在电动汽车平台上，大众汽车集团内部已经拥有了可生产插电式混合动力的MLB Evo平台、纯电动模块化的MEB平台、由奥迪和保时捷合作开发的PPE平台以及生产旗舰车型的J1平台。据大众汽车集团首席战略官迈克尔·约斯特（Michael Jost）介绍，目前该集团正在开发的MPE平台适用于集团旗下所有品牌的B级（中级）以上车型研发，该平台的可拓展性极高，不止包含长度及宽度，甚至包括体积、豪华级别等多个维度。

特斯拉上海超级工厂开始调试 最快明年3月投产

据最新消息透露，特斯拉上海超级工厂生产线已于10月17日正式通电，这意味着上海工厂已进入投产前的冲刺阶段。另据了解，该工厂一期项目已于9月11日竣工，年产15万辆纯电动整车，分A、B两个阶段实施，预计投产时间为2020年3月份，而目前整个工厂已正式进入调试阶段。

众所周知，今年1月，特斯拉上海超级工厂一期正式开工；6月份，特斯拉为新工厂建设变电站，供电站项目于9月份与主厂房同步完工。特斯拉上海工厂供电项目从提交申请到完成送电仅用时168个工作日，创下了上海同等规模供电配套项目的最快接电速度，较同等规模客户的平均接电用时缩短约50%。

发力移动出行 本田收购Drivemode公司

日前，本田技术研究所宣布，将收购美国网联出行公司Drivemode的所有流通股份，从而进一步加强本田汽车在数字化和网联出行产品领域的创新价值能力。2019年4月，本田研发部门成立了数字解决方案中心，继续加深与Drivemode的合作，加快互联移动服务领域的价值创造。到2030年，本田要引领移动生活的进程，并强化三大重点发展领域：第一个领域是重视区域协调与合作。

即将投产新能源车 广汽丰田扩建生产线

近日，广汽丰田官网发布了一份“第四线扩建项目环境影响报告书报批前公示版”文件，报告中显示，为满足新能源车产能，新项目可满足20万辆/年的新能源车型产能，计划2022年建成投产。报告中提到，在已拥有三条传统燃油汽车整车生产线的基础上，广汽丰田将再扩建（新建）20万辆/年新车型整车生产线，即第四生产线。但目前我们尚未得知关于电动MPV、电动SUV的更多消息，根据参数显示，该MPV车长超过4800mm，轴距达到2850mm，SUV更是车长超过了5100mm，轴距超过了3000mm。

投资2446亿元 现代开发未来汽车技术

日前，现代汽车集团对外表示，计划在2025年之前在未来汽车技术方面投资41万亿韩元（约合人民币2446亿元），现代汽车集团正在加强自动驾驶技术方面的研发工作。现代汽车集团表示，公司此项投资包括自动驾驶、智能网联和电动汽车等多个方面，此前，现代汽车集团曾与安波福共同组建自动驾驶合资企业，将针对L4级和L5级自动驾驶技术进行开发，并在2020年开展完全无人驾驶系统测试。

通用或重启“悍马”为全新电动品牌命名

据路透社消息，通用汽车集团正在考虑为计划中的电动皮卡、SUV产品线使用“悍马”品牌，首款产品预计将在2021年底投产。计划中的首款车型将会是一辆内部代号“Project O”的皮卡，不过目前尚未确定使用何种品牌作为新车的归属，公司高层称正在考虑复活“悍马”这个于10年前退出市场的品牌。此外，通用汽车集团也正在打造一款GMC旗下的电动皮卡以及属于凯迪拉克的电动SUV，两款车均会在2023年面世。

宝马/奔驰合资出行公司向更多车企开放

近日，据外媒报道，宝马新任首席执行官奥利弗·齐普斯（Oliver Zipse）表示，公司正在寻求更多的合作伙伴，加入到与戴姆勒共同运营的移动出行服务合资企业中。今年2月，宝马和戴姆勒联合宣布，双方将共同出资10亿欧元（约合人民币79亿元），将戴姆勒的Car2Go汽车共享业务与宝马DriveNow共享服务、ParkNow停车服务和ChargeNow充电业务合并，双方均持有合资公司50%的股份。不过，外媒报道称，合资公司业务进展不是很顺利，公司移动出行服务部负责人Daniela Gerd tom Markotten已于今年9月离职，有消息人士称，其离职原因是认为宝马和戴姆勒对合资公司业务的投资力度不够。

2019年9月重点上市新车

级别	厂商	车型	指导价(万元)	变化描述	上市时间	图片
A-SUV	一汽-大众	捷达VS5	8.48-11.28	新车型	2019年9月5日	
A	长安马自达	马自达3昂克赛拉三厢	11.59-16.89	换代	2019年9月26日	
A-SUV	东风柳汽	风行SX6	5.99-7.59	新型号	2019年9月26日	
A-SUV	长城汽车	哈弗H4	10.89	新型号	2019年9月29日	

2019年10月重点新车上市预测

级别	厂商	车型	指导价 (万元)	变化描述	上市时间	图片
B-SUV	广汽新能源	Aion LX	24.96-34.96	新车型	2019年10月17日	
B	上汽通用	CT5	28.00-34.00	新车型	2019年10月20日	
A0-SUV	东风雷诺	科雷缤	11.00-15.00	新车型	2019年10月25日	
C-SUV	奥迪(进口)	Q8	77.00-102.00	新车型	2019年10月25日	
A0-SUV	北京现代	ENCINO EV	-	新车型	待定	
A-SUV-H	一汽丰田	RAV4荣放	20.00-23.50	换代	2019年10月25日	

PART 2

第二部分 整体市场销量表现

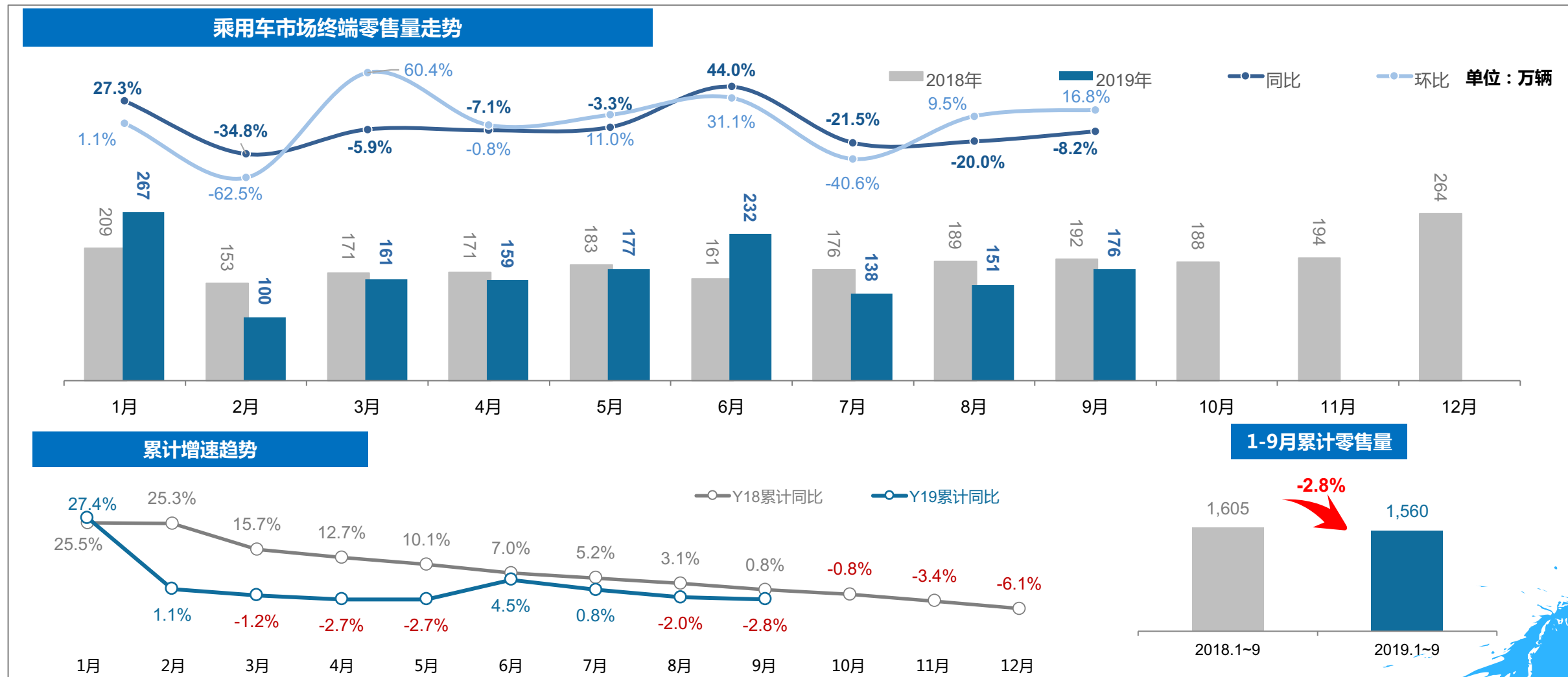
- ※ 整体市场销量
- ※ 细分市场销量
- ※ 豪华/自主/合资销量
- ※ 系别销量
- ※ 厂商销量
- ※ 省份销量
- ※ 城市销量
- ※ 消费者人群分析

整体市场摘要

- 9月整体乘用车市场终端零售量为176万辆，同比下降8.2%，环比上升16.8%；19年累计销量1560万辆，累计同比下滑2.8%；传统销售旺季到来，厂商为促进销售，加大了终端支持力度，车型价格继续下探，前两月观望的意向客户开始购车，终端销量环比有所上升，但市场表现未如预期，虽同比降幅收窄，但缺口仍不少，“金九月”成色略显不足
- 各细分市场本月环比均有不同程度上升，但同比均未能转负为正；SUV整体表现好于轿车，同比小幅下降3.4%，而轿车市场降幅虽较上月有所收窄，但仍超10%，而MPV市场同比降幅已持续多月超20%以上，市场萎缩迹象明显
- 豪华品牌停止跌势，同比恢复正增长，合资与自主品牌销售情况有所改善，合资品牌同比下降幅度收窄为个位数6.6%，自主品牌跌幅虽仍达16.3%，但下跌速度已较前两月有所减缓；各系别品牌环比均有不同程度上升，但仍只有日系与德系9月的同比是正增长的，而其他系别销量同比仍在下降；美系品牌同比缺口收窄，但销量增长乏力，降幅接近25%
- 9月TOP10车企中，头部车企方面，一汽大众同比增长11.2%蝉联冠军位置，且较大距离抛离排在第二的上汽大众，排在第三位的上汽通用跌幅仍超20%；吉利汽车环比大幅回升，同比降幅收窄至个位数水平，挤下东风日产重回第四名；本田品牌表现强势，东风本田与广汽本田同比与环比均有不错增长，排名进一步上升

零售量9月乘用车市场终端零售同比下降8.2%

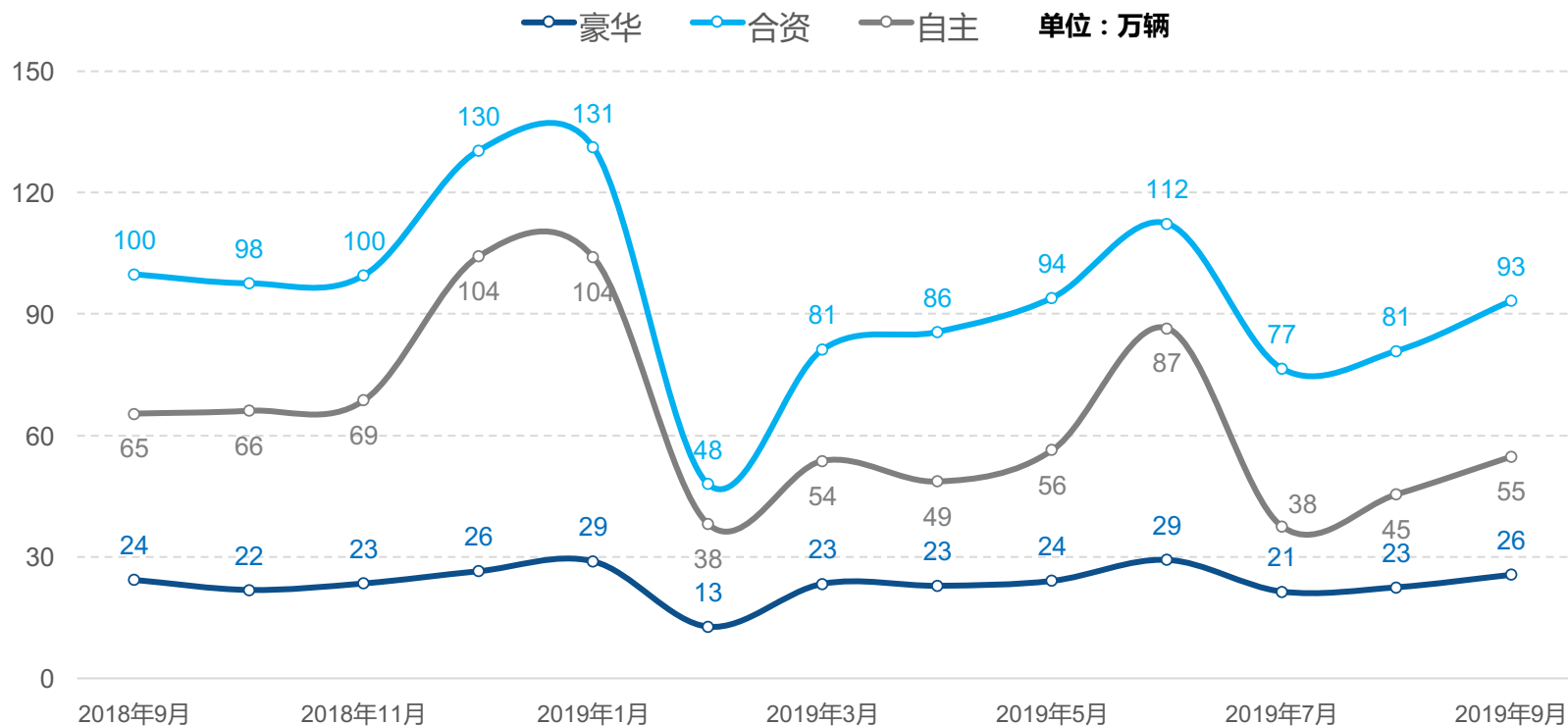
- 9月整体乘用车市场终端零售量为**176万辆**，同比**下降8.2%**，环比**上升16.8%**
- 19年累计销量**1560万辆**，累计同比**下滑2.8%**



豪华品牌止住跌势，合资品牌降幅收窄

- 豪华品牌停止跌势，同比恢复正增长5.2%，合资与自主品牌销售情况有所改善，合资品牌同比下降幅度收窄为个位数6.6%，自主品牌跌幅虽仍达16.3%，但下跌速度已较前两月有所减缓
- 1-9月累计销量方面，豪华品牌仍保持正增长，合资品牌基本持平略有轻微下降，自主品牌累计同比缺口接近10%

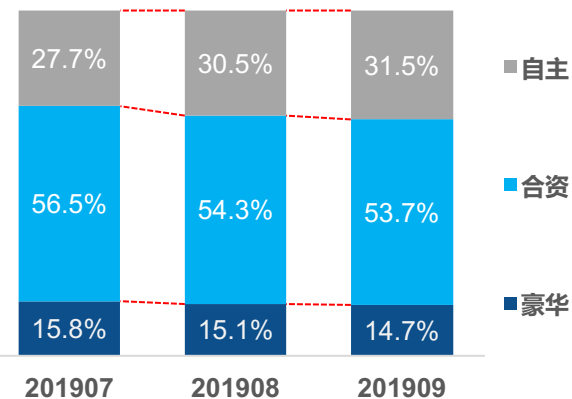
19年9月全国终端零售量走势



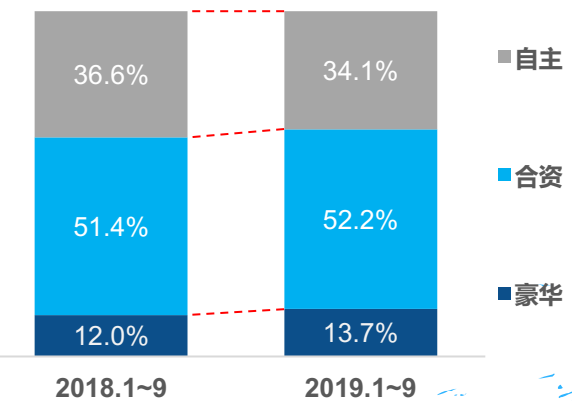
	豪华	合资	自主
9月销量同比	5.2%	-6.6%	-16.3%
1-9月累计销量同比	10.9%	-1.3%	-9.2%

全国终端零售量结构

分月零售量结构 201909



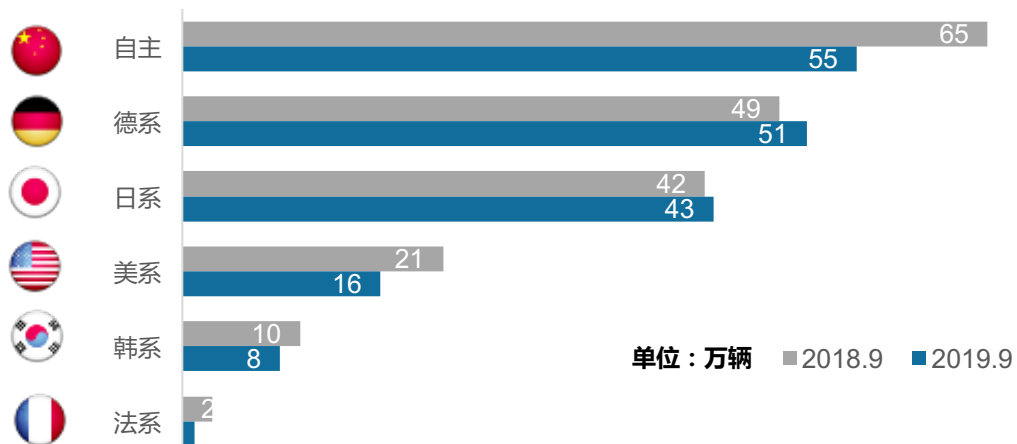
累计零售量结构 2019.1~9



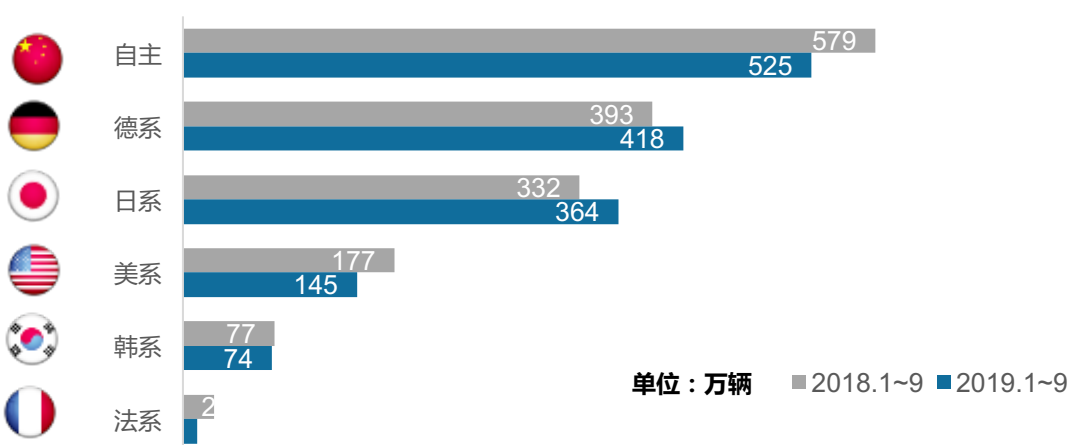
9月德系与日系品牌继续领跑市场

- 虽已到销售旺季，各系别品牌环比均有不同程度上升，但仍只有日系与德系9月的同比是正增长的，而其他系别销量同比仍在下降；值得注意的是，德系品牌市场占比达29.2%，正逐步逼近自主品牌；美系品牌同比缺口收窄，但销量增长乏力，降幅接近25%
- 累计销量方面，日系品牌累计同比增幅达9.8%，领先于其他系别品牌，市场份额明显提升

车系国别销量状况201909



车系国别销量状况2019.1~9

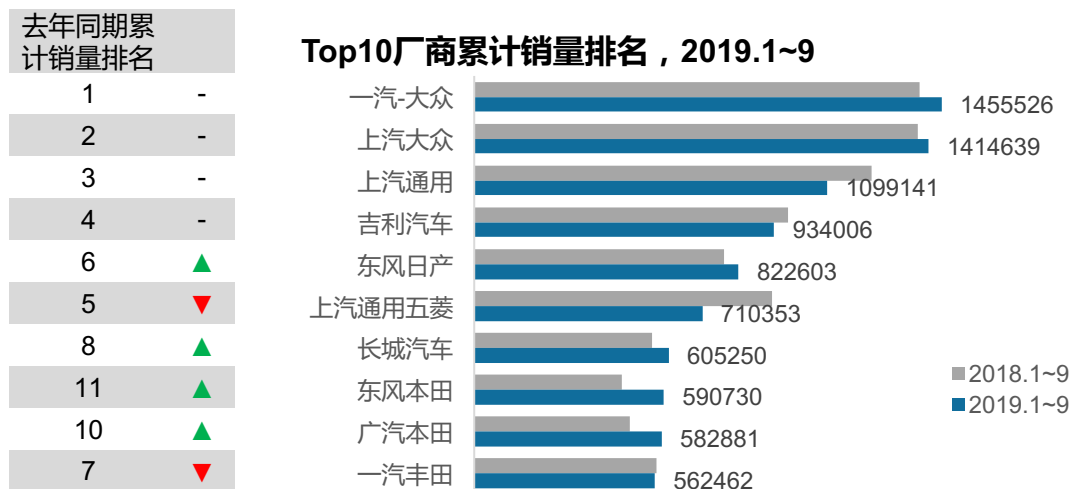
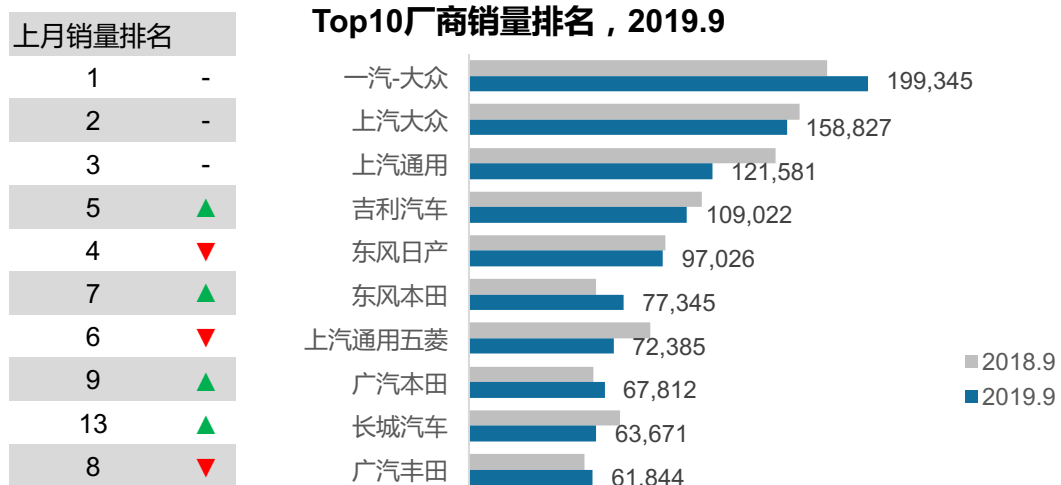


车系	销量同比	销量环比	9月份额	份额环比	份额同比
自主	-16.3%	20.5%	31.5%	1.0%	-3.0%
德系	4.5%	15.5%	29.2%	-0.3%	3.6%
日系	1.6%	13.4%	24.8%	-0.7%	2.4%
美系	-24.0%	17.6%	9.3%	0.1%	-1.9%
韩系	-16.8%	14.7%	4.6%	-0.1%	-0.5%
法系	-58.8%	16.1%	0.6%	-0.0%	-0.7%

车系	累计销量同比	累计销量份额	份额同比
自主	-9.2%	34.1%	-2.4%
德系	6.5%	27.2%	2.4%
日系	9.8%	23.6%	2.7%
美系	-17.8%	9.4%	-1.7%
韩系	-2.9%	4.8%	-0.0%
法系	-53.6%	0.8%	-0.9%

TOP10车企排行榜

- 9月TOP10车企中，头部车企方面，一汽大众同比增长11.2%蝉联冠军位置，且较大距离抛离排在第二的上汽大众，排在第三位的上汽通用跌幅仍超20%；吉利汽车环比大幅回升，同比降幅收窄至个位数水平，挤掉东风日产重回第四名；本田品牌表现强势，东风本田与广汽本田同比与环比均有不错增长，排名进一步上升
- 累计销量前十方面，上汽通用五菱下降23.5%，是榜单里下降幅度最大的厂商，而同属自主品牌的长城汽车，则保持稳健增长，同比上升接近10%

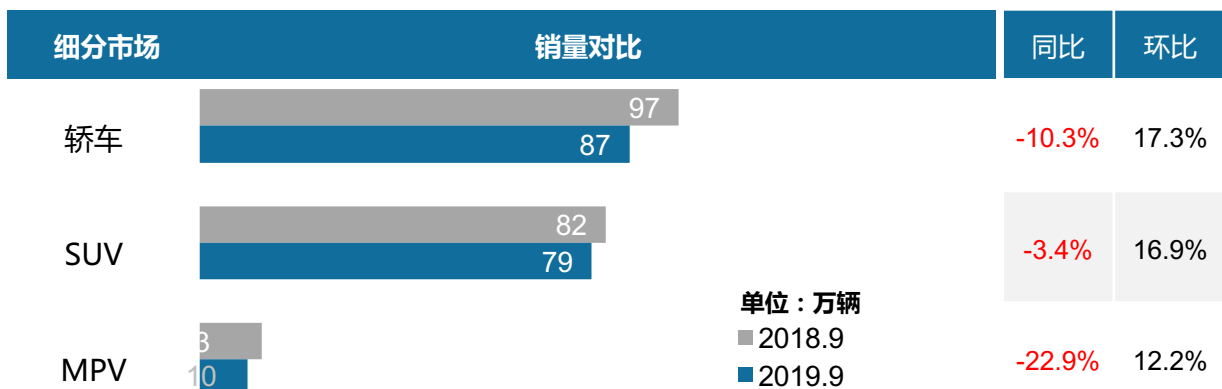


车企	销量同比	销量环比	9月份额	份额环比	份额同比
一汽-大众	11.2%	24.5%	11.3%	0.7%	2.0%
上汽大众	-3.8%	14.9%	9.0%	-0.2%	0.4%
上汽通用	-20.7%	15.7%	6.9%	-0.1%	-1.1%
吉利汽车	-6.2%	23.3%	6.2%	0.3%	0.1%
东风日产	-1.0%	3.4%	5.5%	-0.7%	0.4%
东风本田	21.9%	25.0%	4.4%	0.3%	1.1%
上汽通用五菱	-20.3%	11.6%	4.1%	-0.2%	-0.6%
广汽本田	9.0%	23.7%	3.8%	0.2%	0.6%
长城汽车	-15.6%	33.0%	3.6%	0.4%	-0.3%
广汽丰田	6.9%	9.5%	3.5%	-0.2%	0.5%

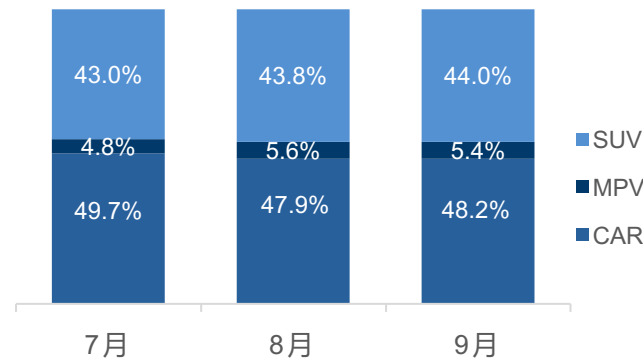
车企	累计销量同比	累计销量份额	份额同比
一汽-大众	5.0%	9.3%	0.7%
上汽大众	2.4%	9.1%	0.5%
上汽通用	-11.1%	7.0%	-0.7%
吉利汽车	-4.4%	6.0%	-0.1%
东风日产	5.6%	5.3%	0.4%
上汽通用五菱	-23.5%	4.6%	-1.2%
长城汽车	9.3%	3.9%	0.4%
东风本田	28.3%	3.8%	0.9%
广汽本田	19.9%	3.7%	0.7%
一汽丰田	-0.9%	3.6%	0.1%

各细分市场同比均未能转负为正

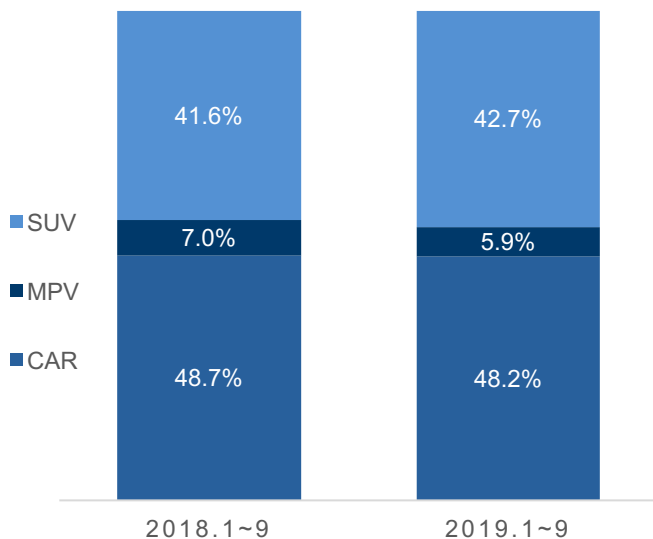
- 各细分市场本月环比均有不同程度上升，但同比均未能转负为正；SUV整体表现好于轿车，同比小幅下降3.4%，而轿车市场降幅虽较上月有所收窄，但仍超10%，而MPV市场同比降幅已持续多月超20%以上，市场萎缩迹象明显
- 累计销量方面，SUV市场基本与去年同期持平，轿车市场略有小幅下滑，MPV市场跌幅仍达17.4%



各细分市场份额走势，2019.9



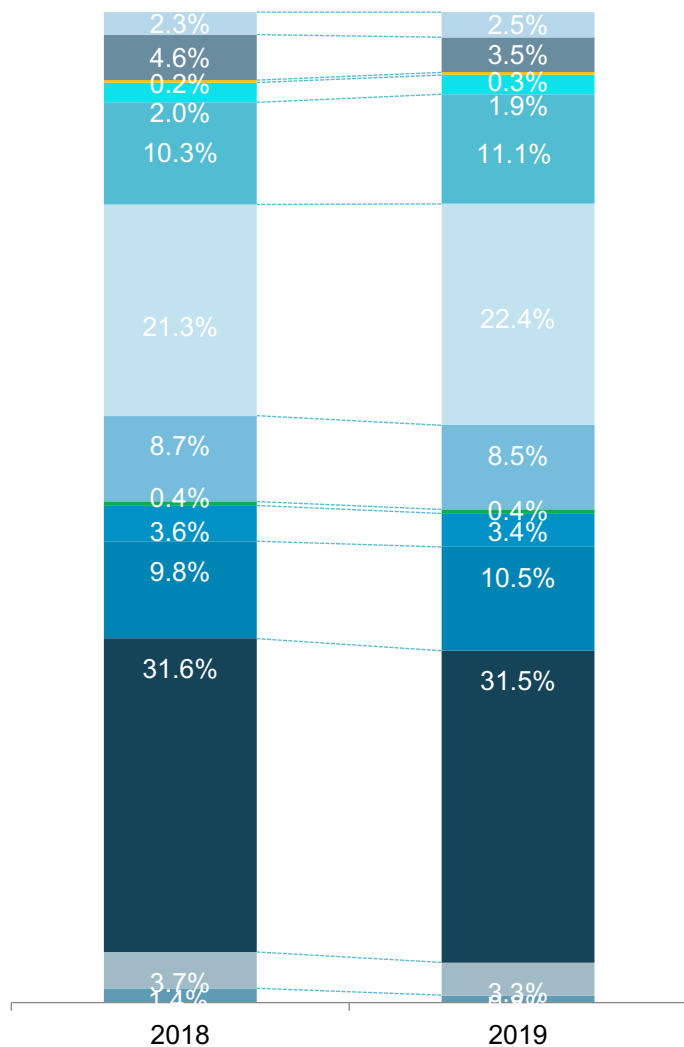
各细分市场累计份额走势，2019.1~9



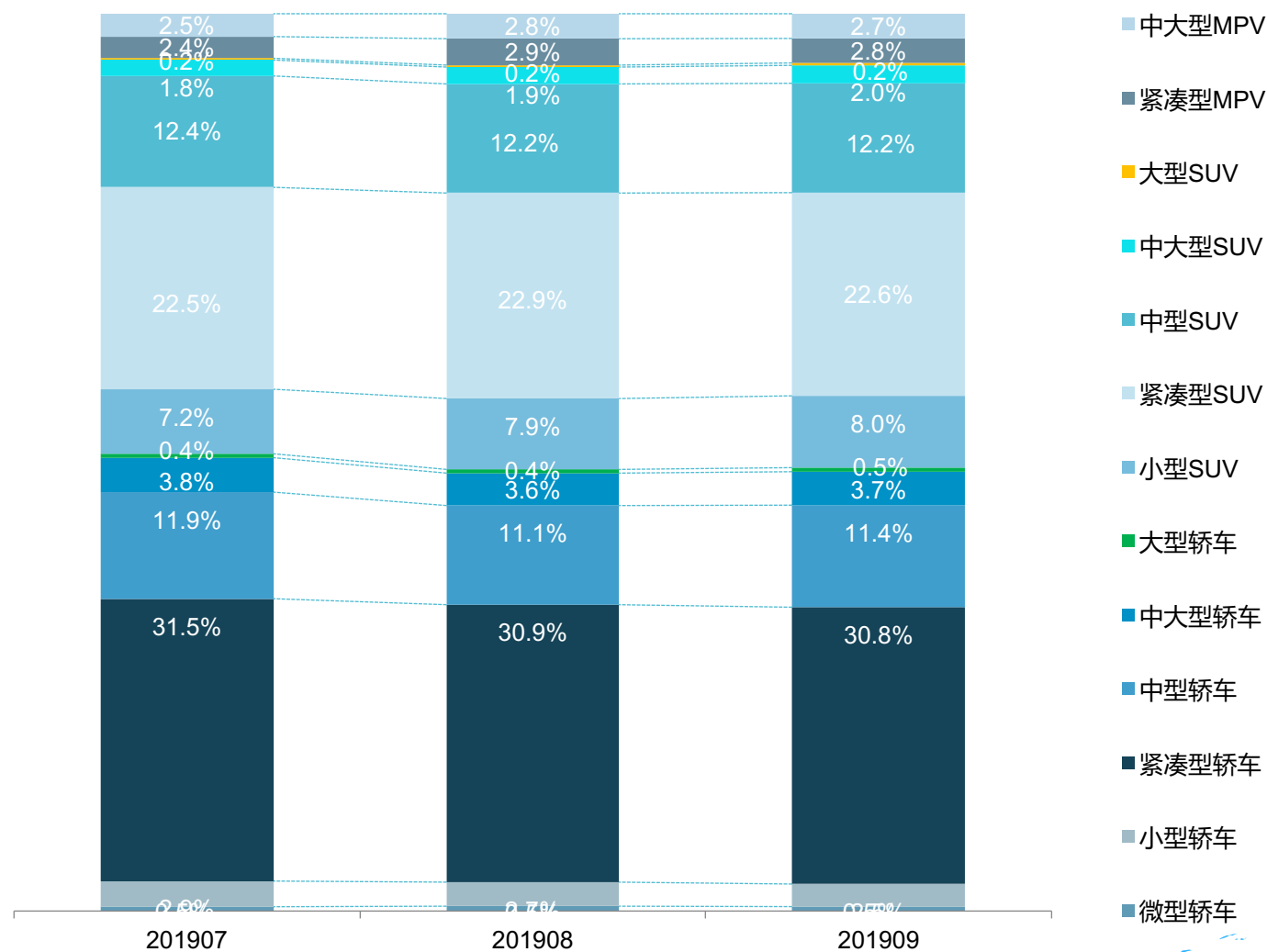
细分市场	累计份额	份额同比	1-9月累计销量	销量同比
轿车	48.2%	-0.6%	7,760,745	-3.4%
微型轿车	0.7%	-0.3%	117,441	-31.0%
小型轿车	3.2%	-0.3%	515,634	-10.5%
紧凑型轿车	30.4%	-0.1%	4,904,215	-2.4%
中型轿车	10.1%	0.4%	1,632,645	1.6%
中大型轿车	3.3%	-0.3%	527,426	-10.5%
MPV	5.9%	-1.1%	947,885	-17.4%
紧凑型MPV	3.4%	-1.2%	553,130	-27.7%
中大型MPV	2.5%	0.1%	394,755	3.4%
SUV	42.7%	1.1%	6,877,173	0.3%
小型SUV	8.2%	-0.1%	1,323,857	-2.9%
紧凑型SUV	21.6%	0.9%	3,483,971	1.8%
中型SUV	10.7%	0.4%	1,725,605	1.2%
中大型SUV	1.9%	-0.1%	302,119	-7.9%

各细分市场销量份额

年度结构对比



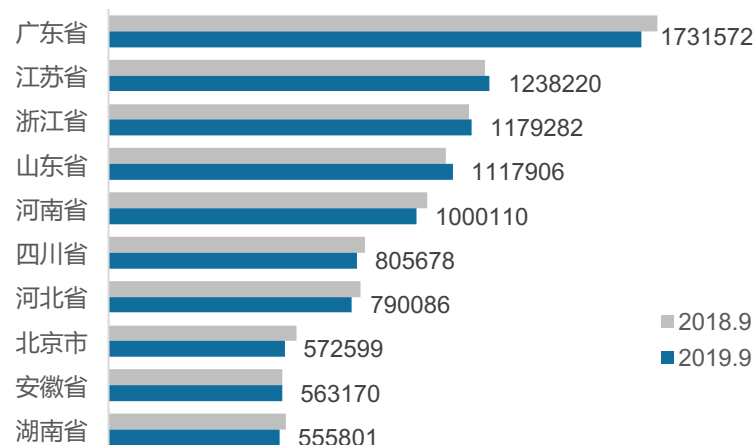
全国终端零售量—细分市场结构



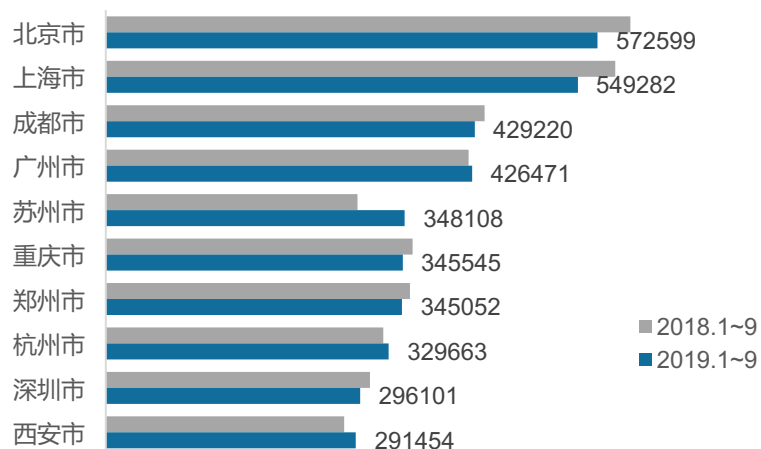
TOP10区域销量排名

- 9月累计销量TOP10省份中仅江苏省、浙江省和山东省同比保持上升
- 排名前三的城市北京、上海和成都累计销量同比仍为负增长状态

Top10省份累计销量排名，2019.1~9



Top10城市累计销量排名，2019.1~9



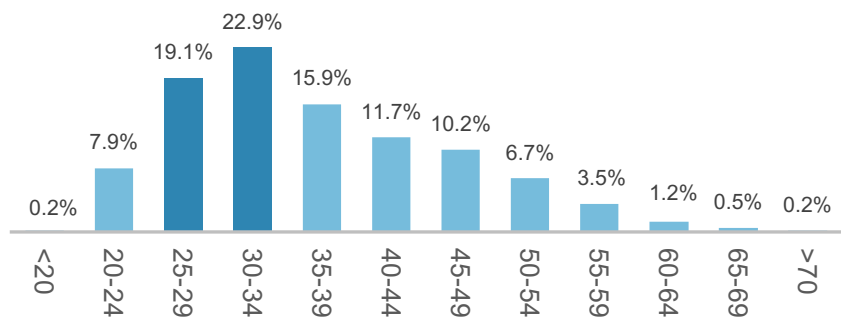
省份	累计销量同比
广东省	-2.8%
江苏省	1.3%
浙江省	0.7%
山东省	1.9%
河南省	-3.3%
四川省	-3.1%
河北省	-3.4%
北京市	-6.2%
安徽省	-0.3%
湖南省	-3.4%

城市	累计销量同比
北京市	-6.2%
上海市	-7.4%
成都市	-2.7%
广州市	1.1%
苏州市	18.9%
重庆市	-3.4%
郑州市	-2.5%
杭州市	2.0%
深圳市	-3.8%
西安市	5.1%

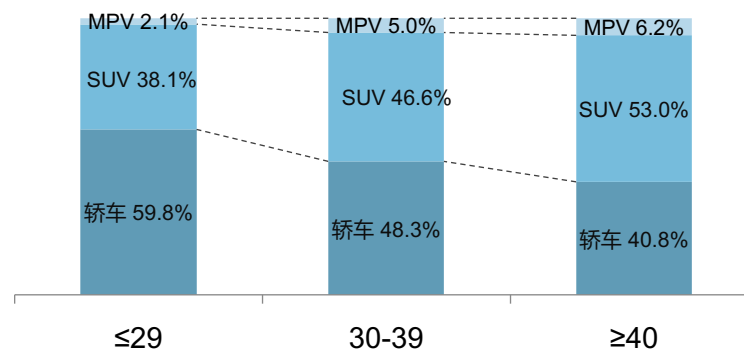
消费者人群分析

- 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69%，女性为31%；男性对SUV和轿车的消费基本接近，而女性更偏爱轿车；男性对自主车的喜爱明显超过女性

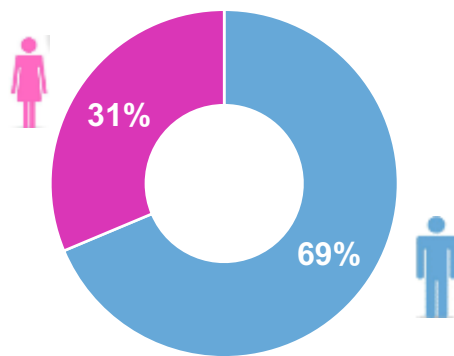
全国终端零售量 年龄 2019.9



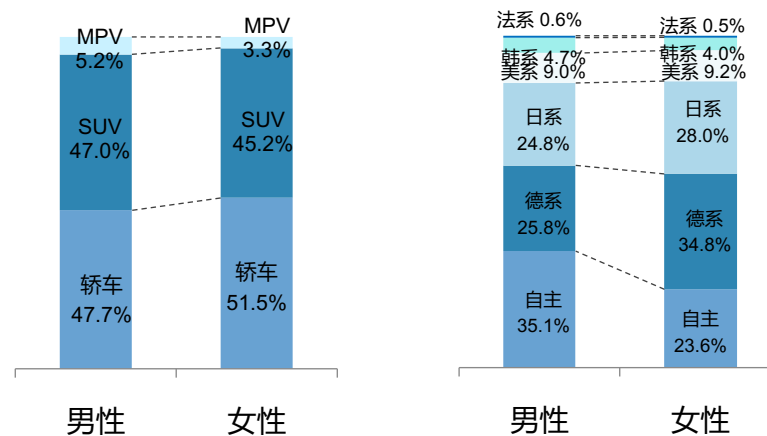
年龄段消费群分析



全国终端零售量 性别



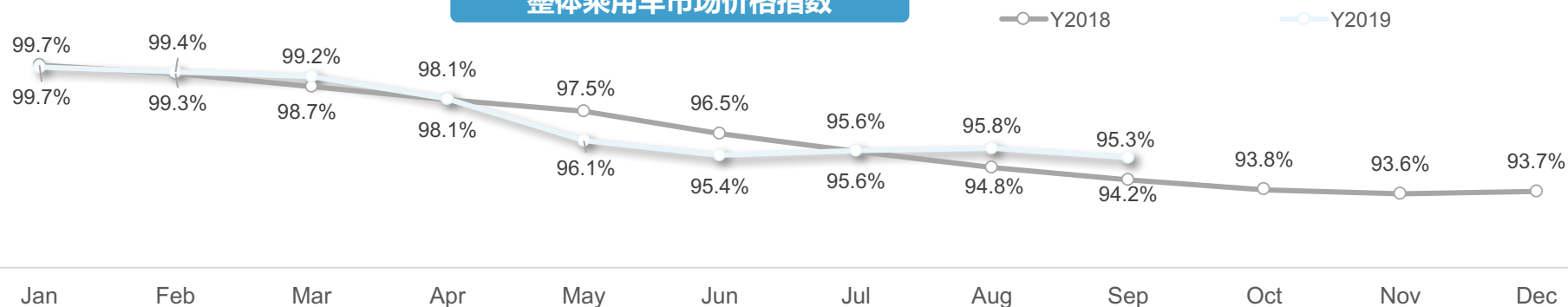
男女消费群分析



整体市场价格表现

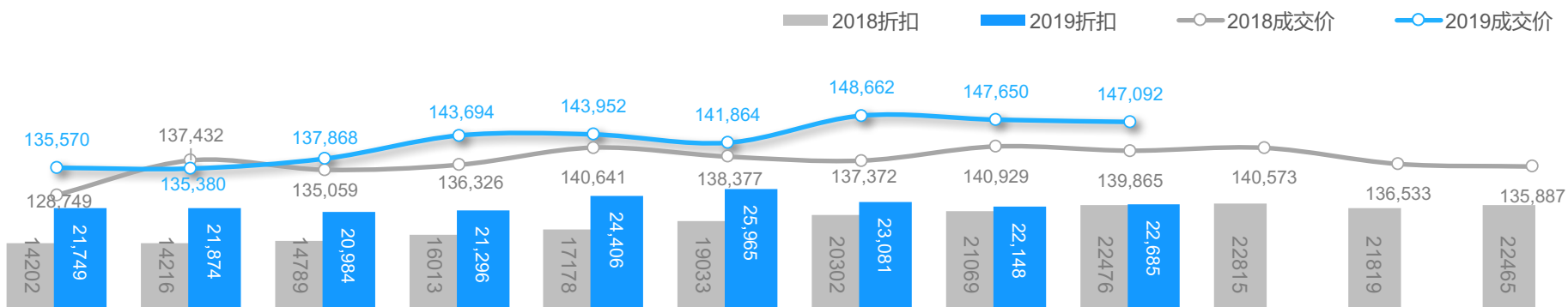
- 9月整体市场价格指数为95.3%，同比上升1.1%，环比下降0.5%
- 整体市场成交价为147,092，折扣率为13.4%，环比上升0.4%

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



折扣率

	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec
Y2018	9.9%	9.4%	9.9%	10.5%	10.9%	12.1%	12.9%	13.0%	13.8%	14.0%	13.8%	14.2%
Y2019	13.8%	13.9%	13.2%	12.9%	14.5%	15.5%	13.4%	13.0%	13.4%			

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

- 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

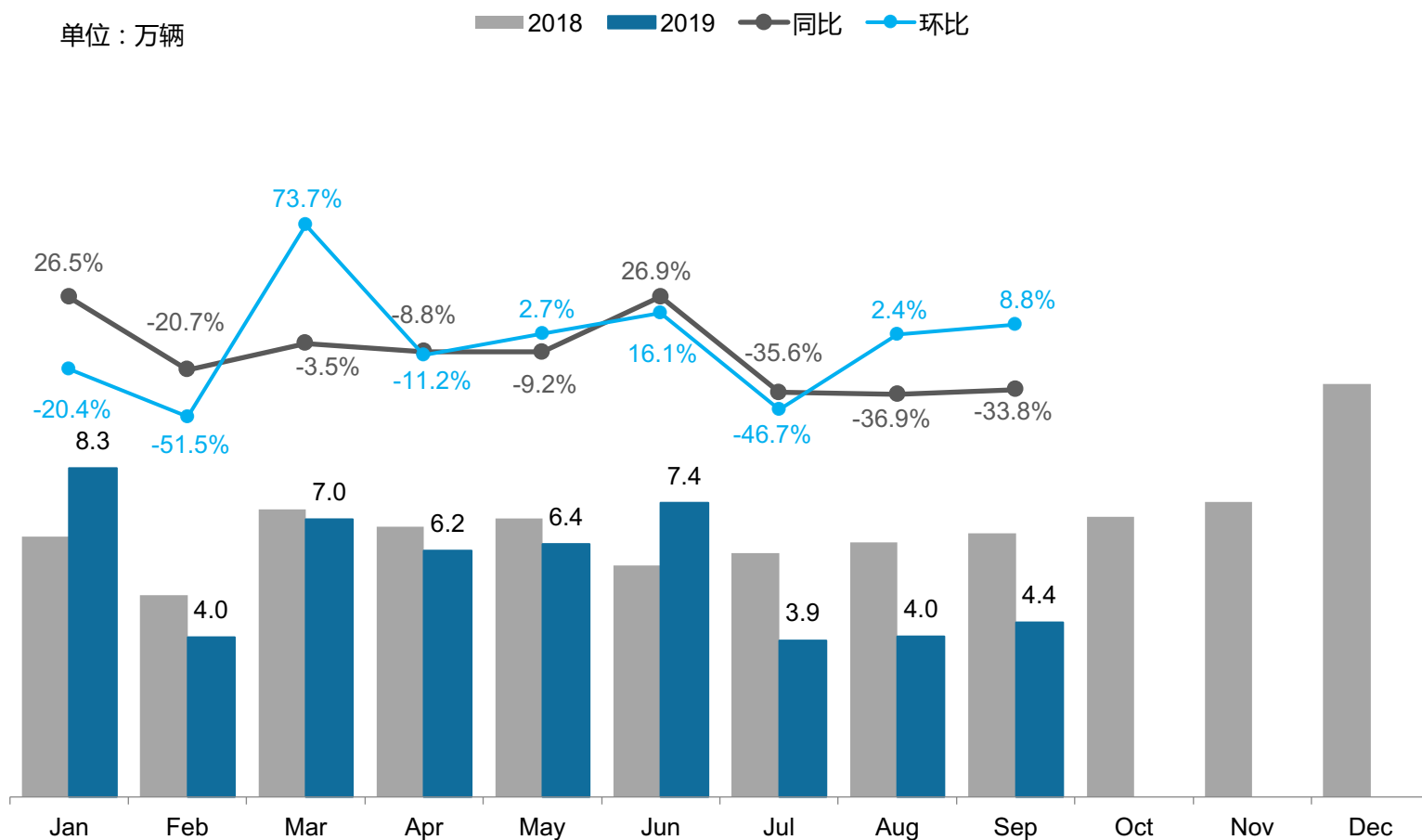
小型轿车市场摘要

- 9月小型轿车销量为4.4万辆，同比下降33.8%
 - 9月小型轿车份额为2.5%，同比下降1.0%
-
- 小型轿车市场自主车零售量近两月持续提升，市场份额环比持续增长；但从同比看，自主车同比降幅仍较大，累计市场份额被合资车挤占；
-
- 9月小型轿车中，飞度两厢以仅6台的微弱优势超越致炫重回冠军宝座，但其缺少国六车型销售，销量同比仍近腰斩；致炫销量同比增长26.7%位列第二，近数月同比持续正增长，表现突出；新能源车e2上市首月就跻身前10榜单，销量表现不容小觑

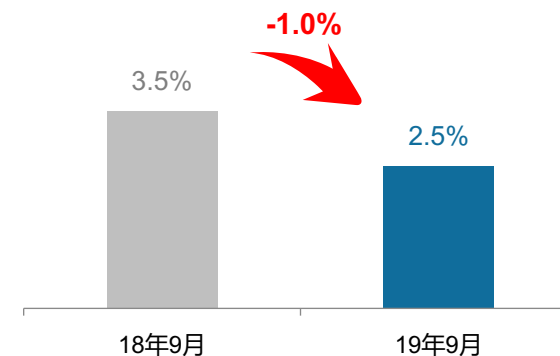
小型轿车市场销量表现

- 9月小型轿车销量为4.4万辆，同比下降33.8%
- 9月小型轿车份额为2.5%，同比下降1.0%

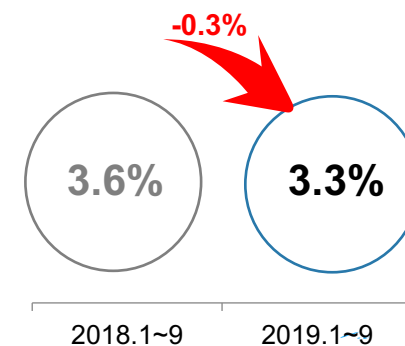
2018-2019年小型轿车销量走势



9月份额同比



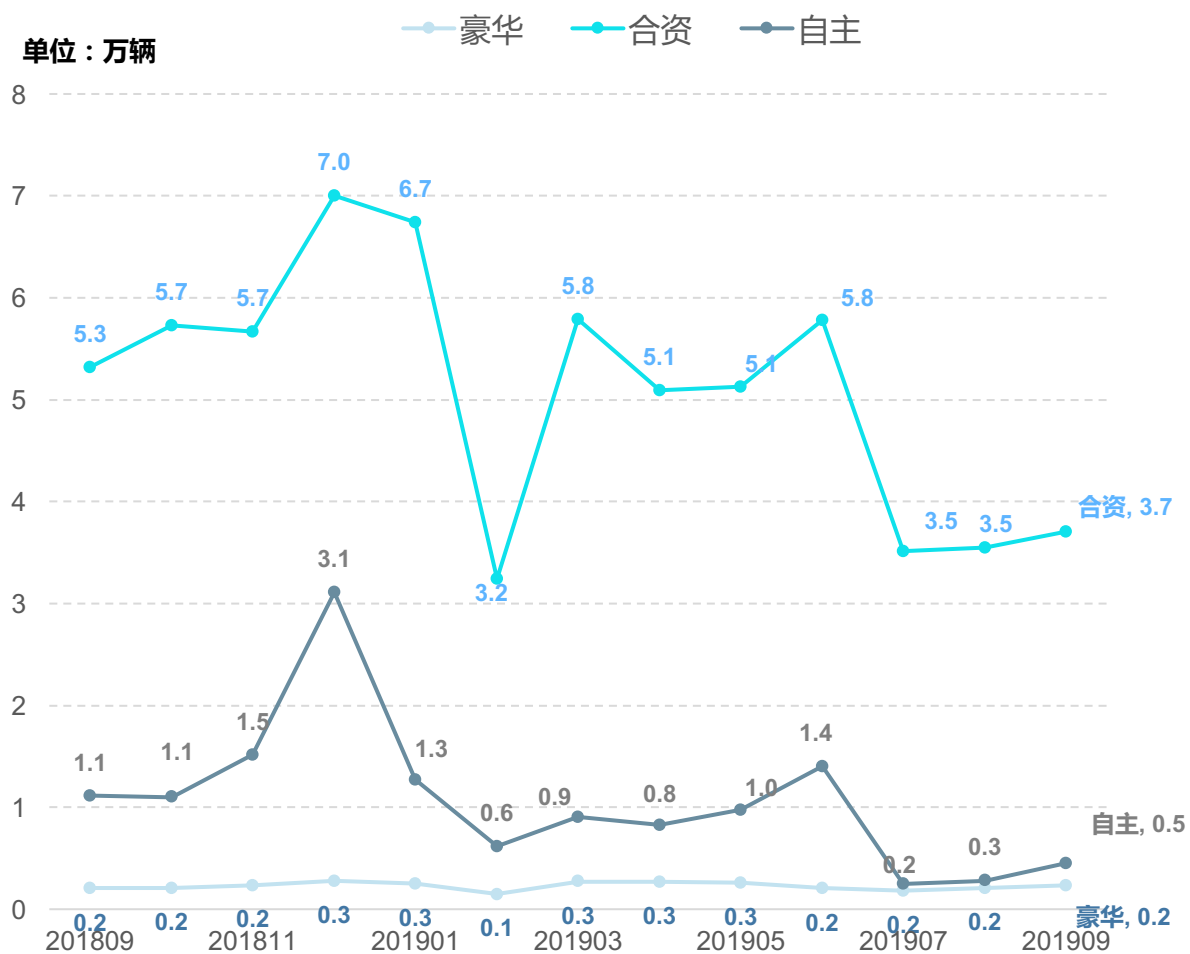
累计份额变化



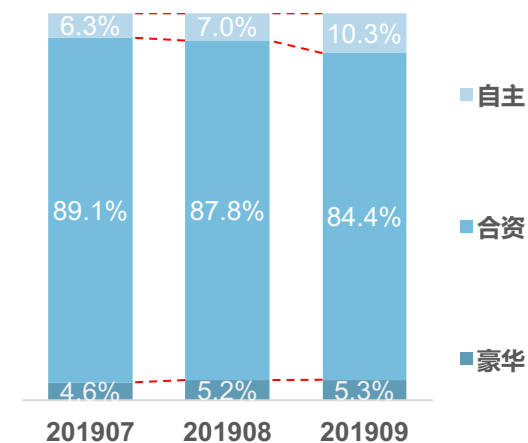
自主车终端零售量同比下降，市场份额环比上升

- 小型轿车市场自主车零售量近两月持续提升，市场份额环比持续增长；但从同比看，自主车同比降幅仍较大，累计市场份额被合资车挤占；

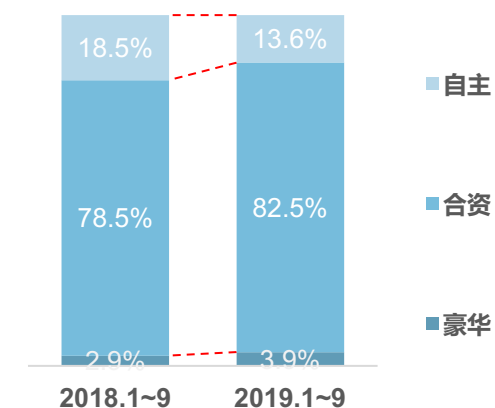
小型轿车市场零售量走势-2019.9



分月零售量结构 2019.9



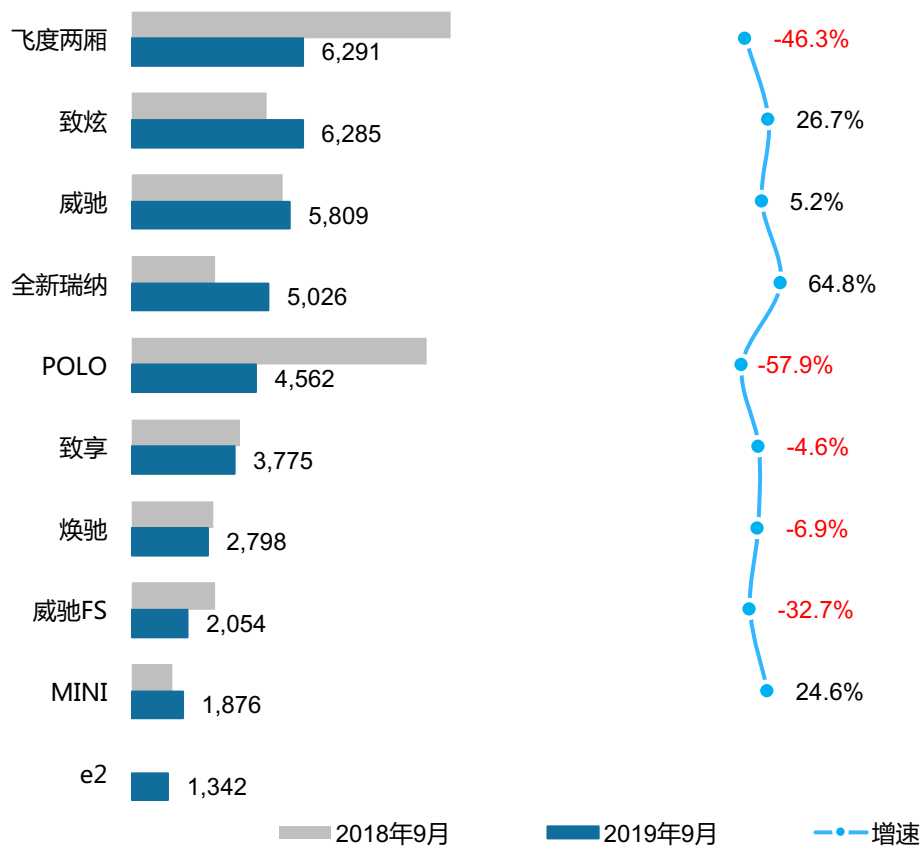
累计零售量结构 2019.1~9



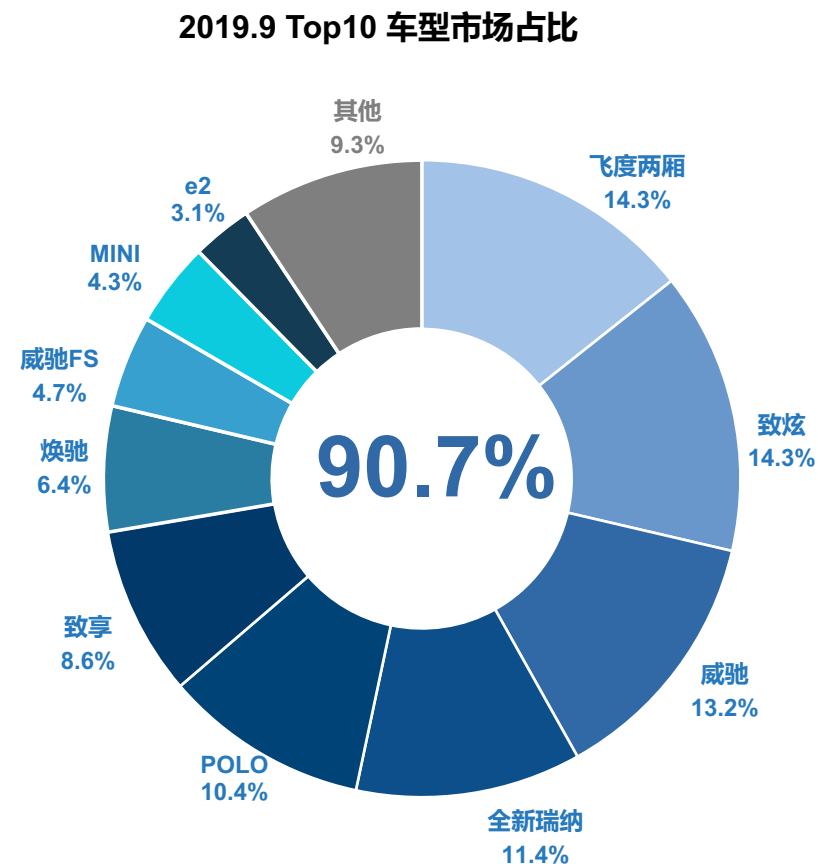
小型轿车市场主力车型飞度两厢零售量0.6万辆

- 9月小型轿车中，飞度两厢以仅6台的微弱优势超越致炫重回冠军宝座，但其缺少国六车型销售，销量同比仍近腰斩；致炫销量同比增长26.7%位列第二，近数月同比持续正增长，表现突出；新能源车e2上市首月就跻身前10榜单，销量表现不容小觑

小型轿车市场—Top10车型排名



小型轿车市场零售量结构



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

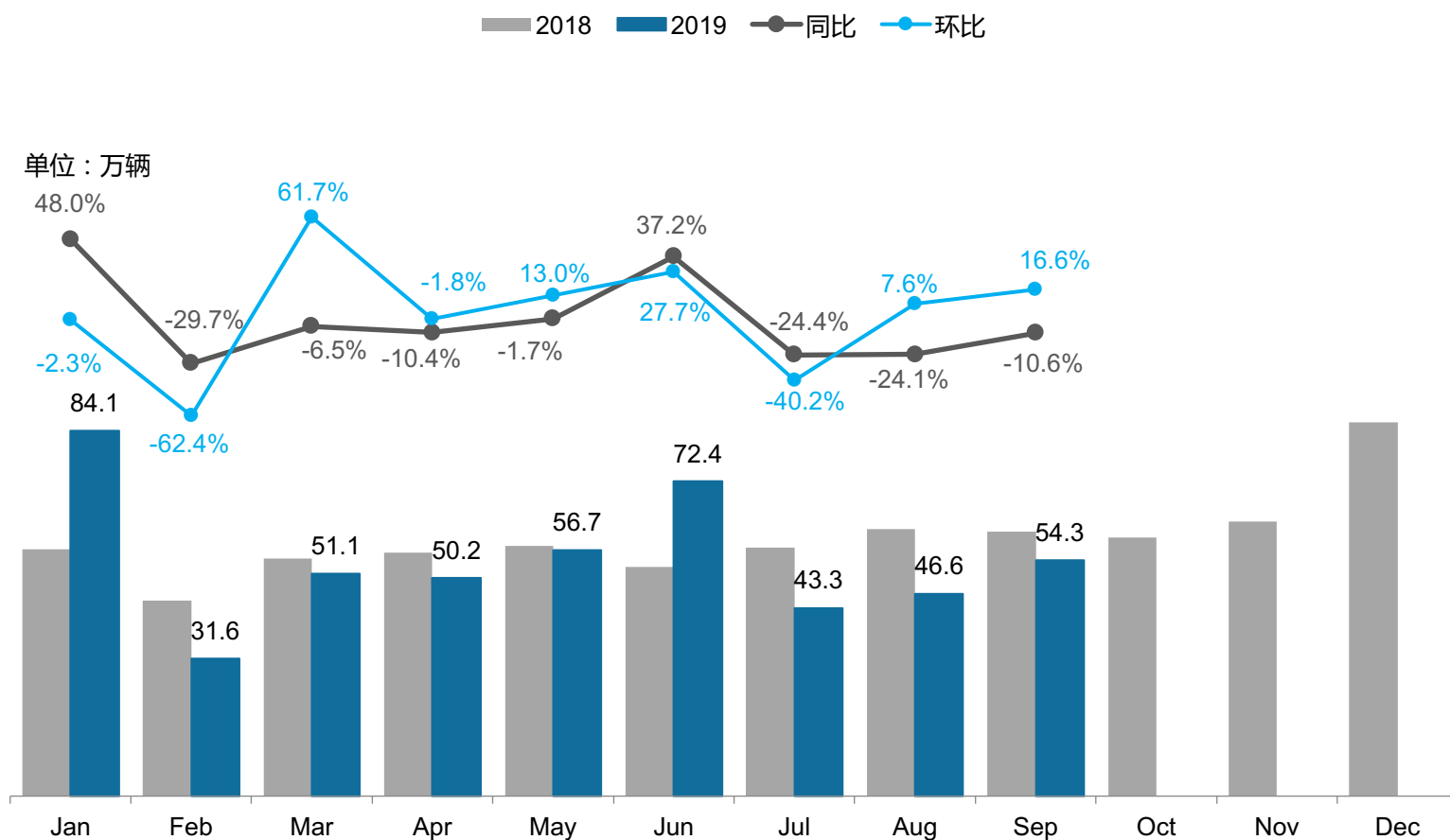
紧凑型轿车市场摘要

- 9月紧凑型轿车销量为54.3万辆，同比下降10.6%
 - 9月紧凑型轿车份额为30.8%，同比下降0.9%
- 9月紧凑型轿车市场自主车零售量10.4万辆，销量同比下降，占比整个细分市场19.2%，市场份额较上月基本持平；但累计销量来看，市场份额有明显提升
- 9月紧凑型轿车中，基本被德系与日系车型包揽，仅剩英朗和科鲁泽两个美系选手顽强撑着；朗逸Plus销量同比大增84.6%继续稳守冠军宝座，速腾销量同比增长19.9%紧随其后，两者并无太大差距；宝来近数月销量持续提升，销量同比增幅超六成；换代卡罗拉销量开始爬升，但较去年同期销量仍有较大差距

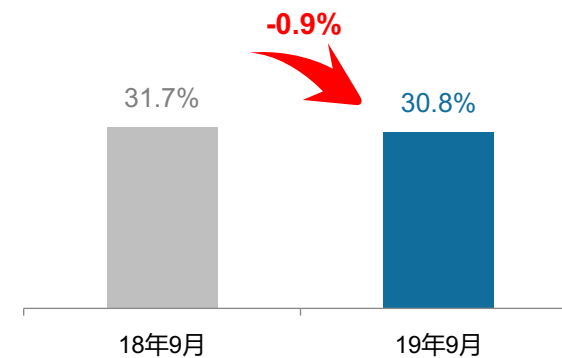
紧凑型轿车市场销量表现

- 9月紧凑型轿车销量为54.3万辆，同比下降10.6%
- 9月紧凑型轿车份额为30.8%，同比下降0.9%

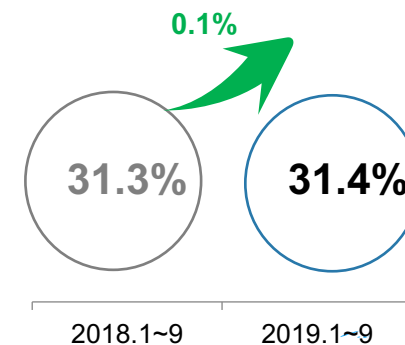
2018-2019年紧凑型轿车销量走势



9月份额同比



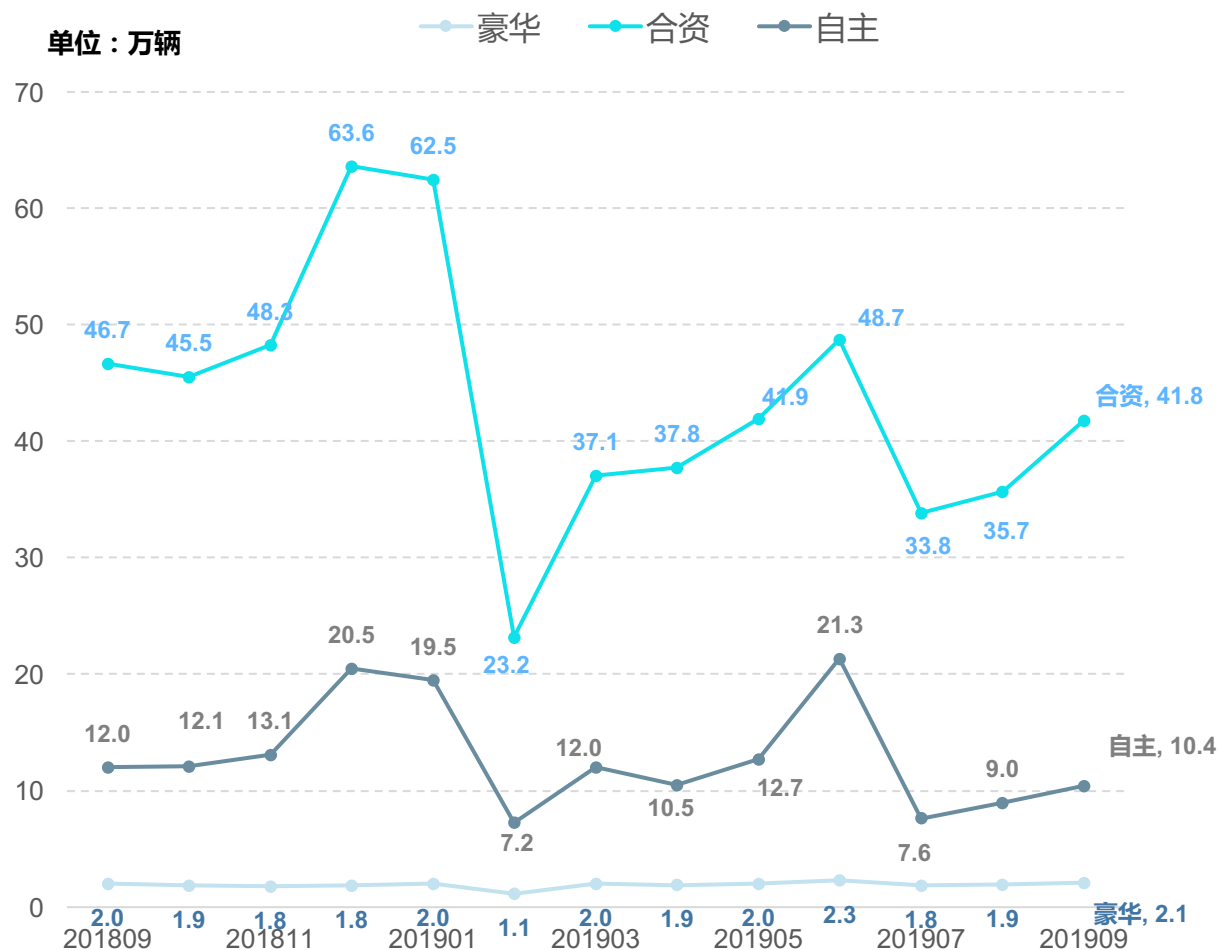
累计份额变化



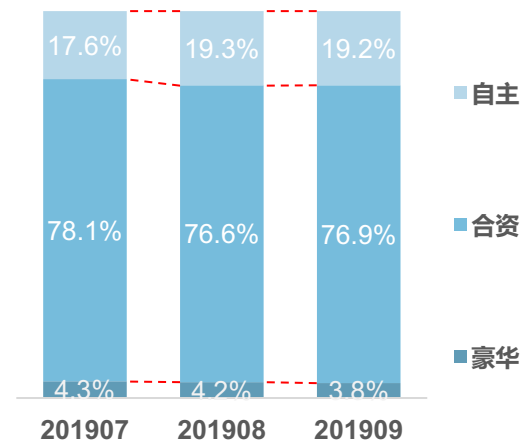
自主车终端零售量同比下降，市场份额环比持平

- 9月紧凑型轿车市场自主车零售量10.4万辆，销量同比下降，占比整个细分市场19.2%，市场份额较上月基本持平；但累计销量来看，市场份额有明显提升

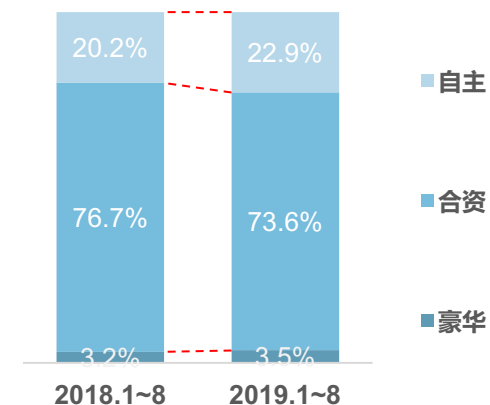
紧凑型轿车市场零售量走势-2019.9



分月零售量结构 201909



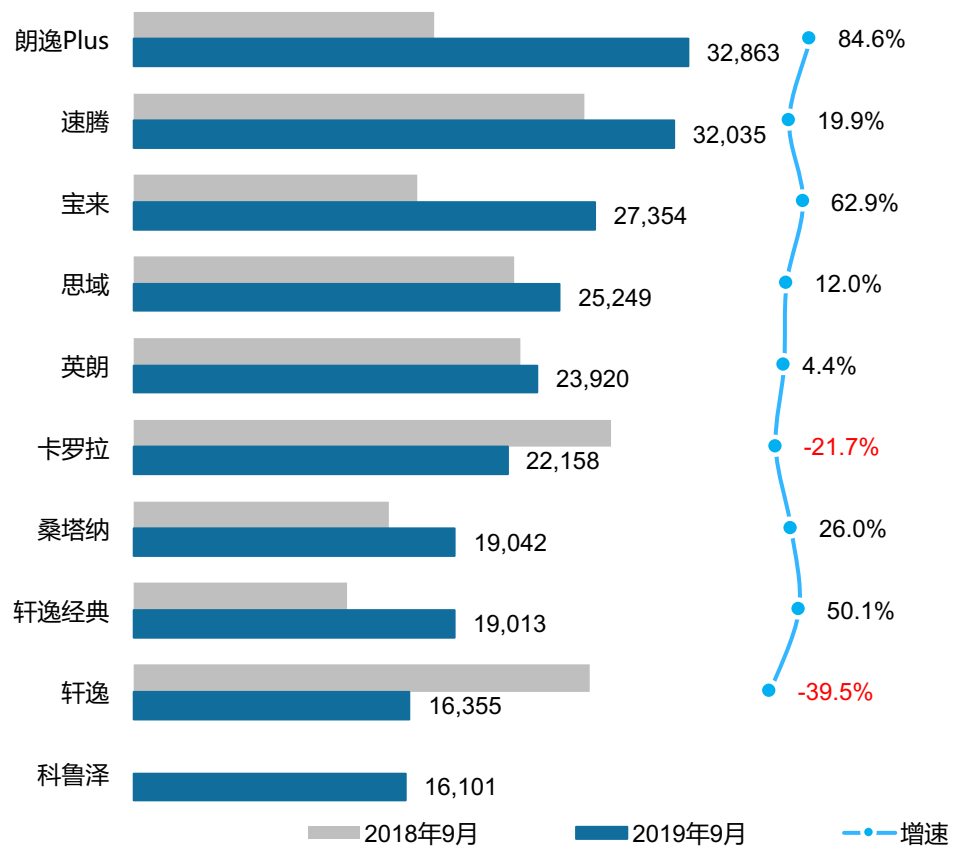
累计零售量结构 2019.1~9



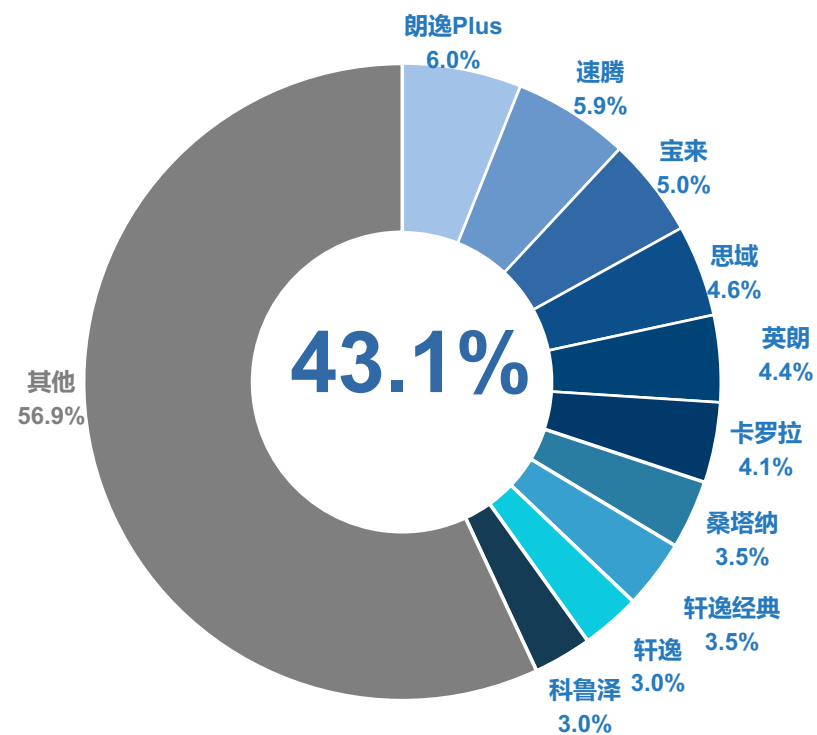
紧凑型轿车市场主力车型朗逸Plus零售量3.3万辆

- 9月紧凑型轿车中，基本被德系与日系车型包揽，仅剩英朗和科鲁泽两个美系选手顽强撑着；朗逸Plus销量同比大增84.6%继续稳守冠军宝座，速腾销量同比增长19.9%紧随其后，两者并无太大差距；宝来近数月销量持续提升，销量同比增幅超六成；换代卡罗拉销量开始爬升，但较去年同期销量仍有较大差距

紧凑型轿车市场—Top10车型排名



紧凑型轿车市场零售量结构



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

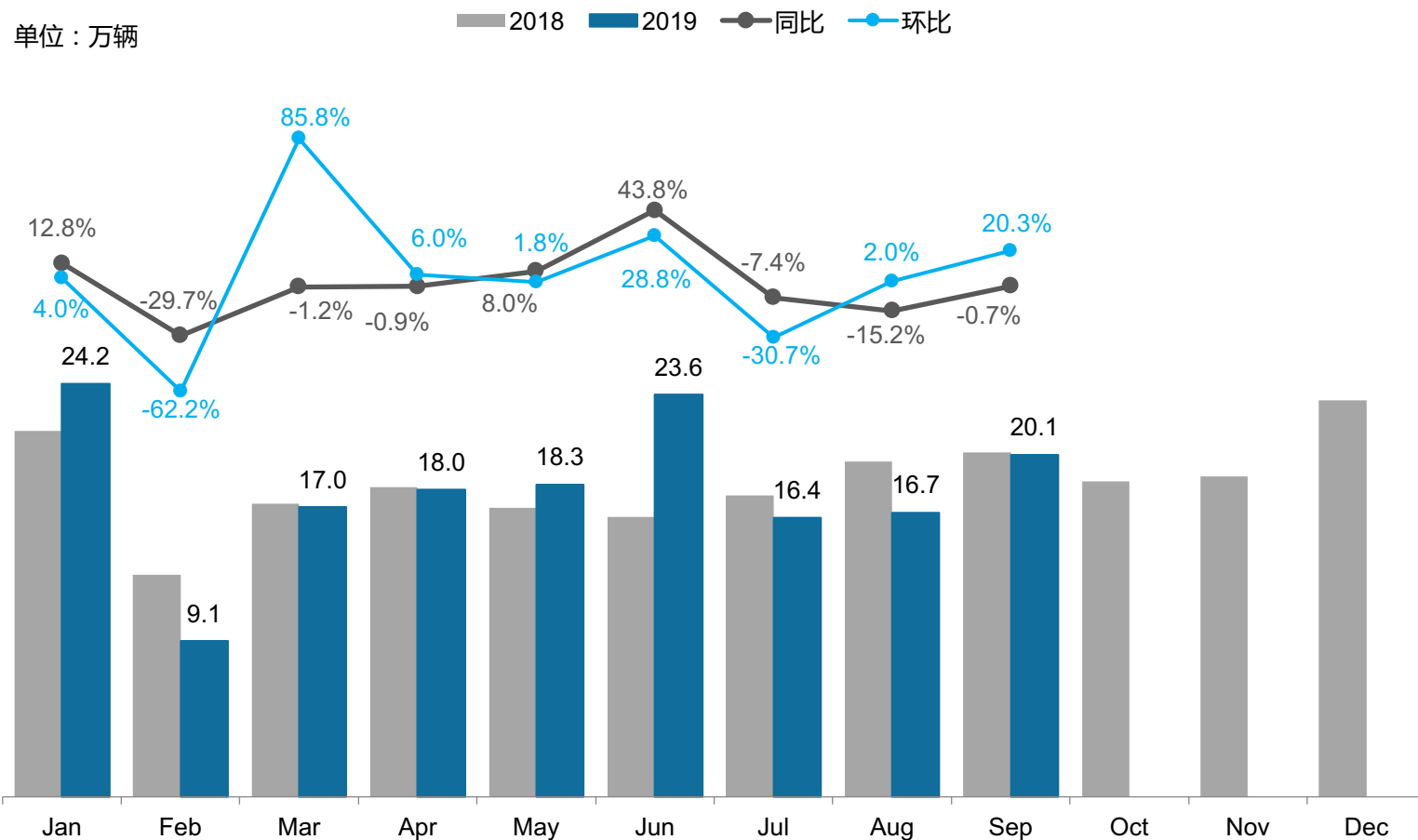
中型轿车市场摘要

- 9月中型轿车销量为20.1万辆，同比下降0.7%
 - 9月中型轿车份额为11.4%，同比上升0.9%
-
- 9月中型轿车市场合资车零售量12.9万辆，同比略有上升，占比整个细分市场65.0%；而近两月自主车零售量环比均有较大增幅，逐步挤占合资车的市场份额；
-
- 9月中型轿车中，帕萨特销量表现稳定，同比增长近三成稳居冠军宝座，份额同比增长2.1%；雅阁摆脱“失速门”事件影响销量同比略增4.2%，重返榜单前三；新上市不久的3系其终端优惠较小，仍未恢复到换代前水平，销量同比虽仍为负增长；同为豪华品牌的ES，价格上调并不影响其畅销程度，销量同比增幅超七成，表现亮眼

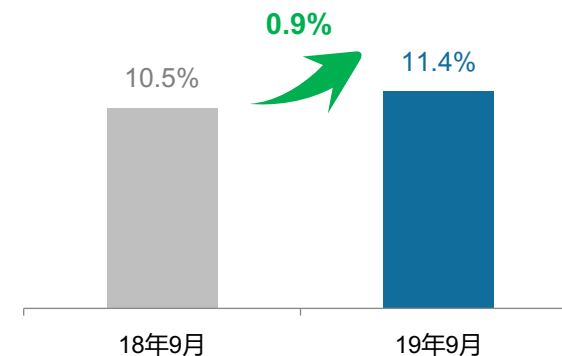
中型轿车市场销量表现

- 9月中型轿车销量为20.1万辆，同比下降0.7%
- 9月中型轿车份额为11.4%，同比上升0.9%

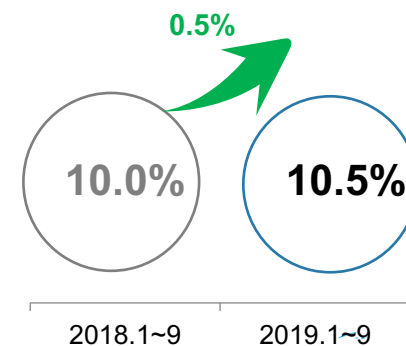
2018-2019年中型轿车销量走势



9月份额同比



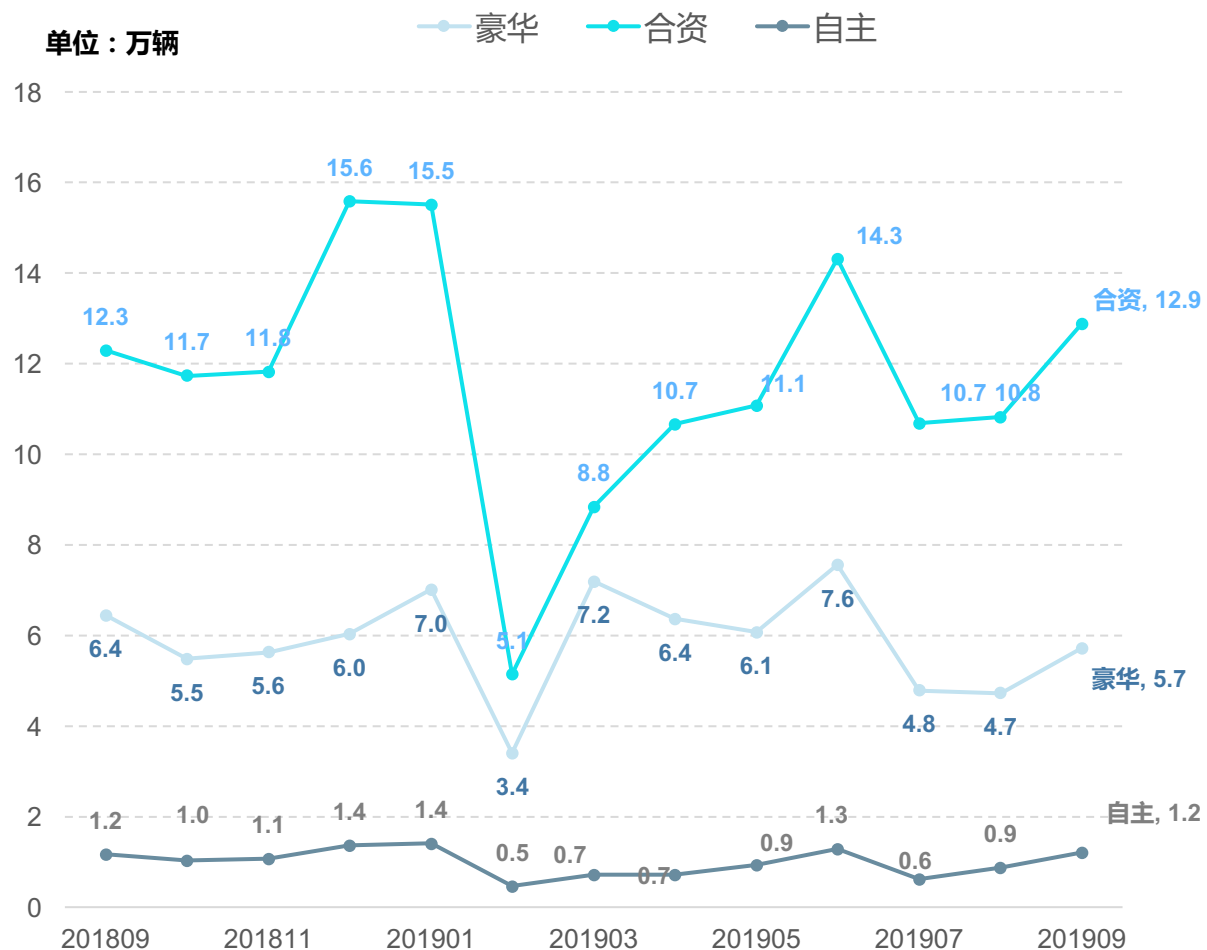
累计份额变化



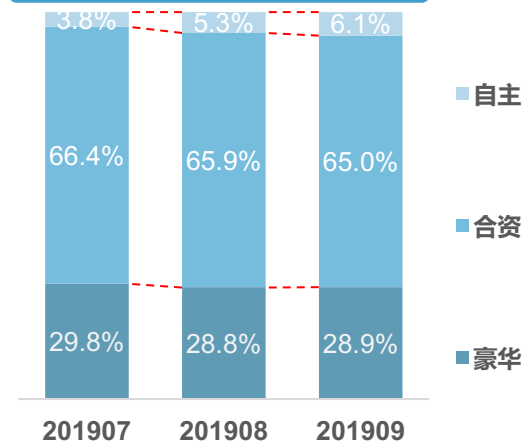
合资车终端零售量同比上升，市场份额环比下降

- 9月中型轿车市场合资车零售量12.9万辆，同比略有上升，占比整个细分市场65.0%；而近两月自主车零售量环比均有较大增幅，逐步挤占合资车的市场份额；

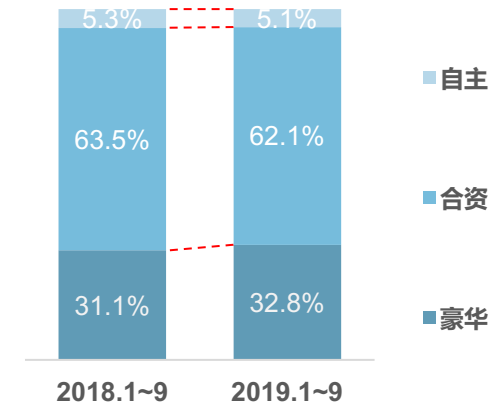
中型轿车市场零售量走势-2019.9



分月零售量结构 201909



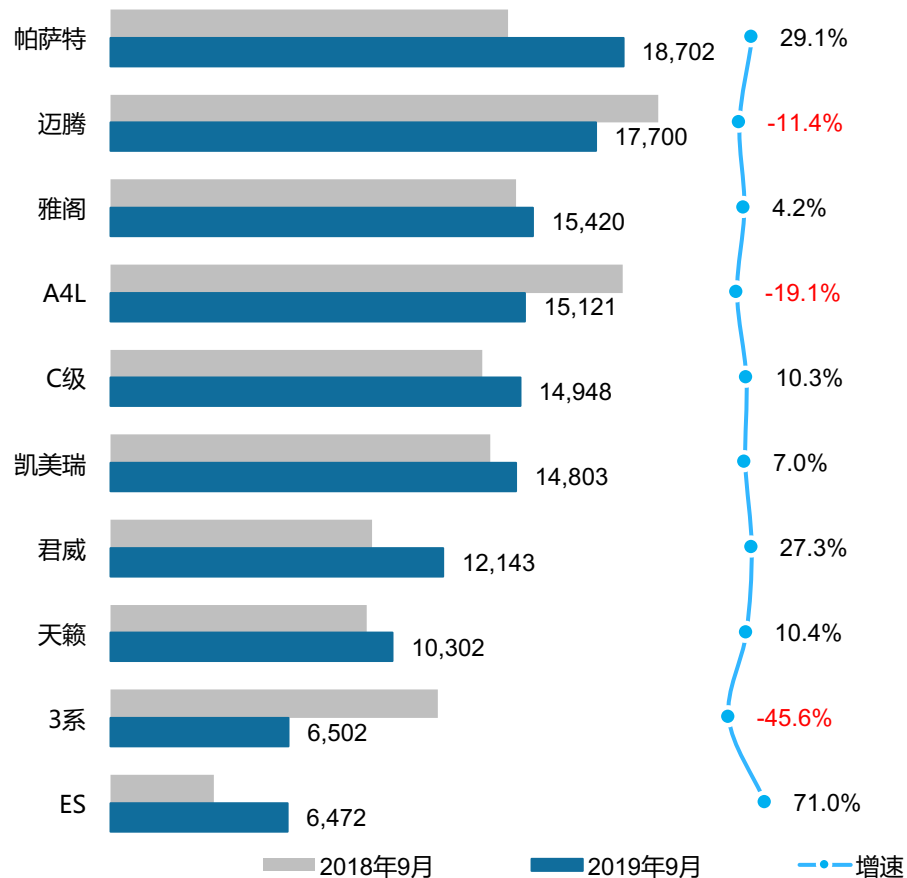
累计零售量结构 2019.1~9



中型轿车市场主力车型帕萨特零售量1.9万辆

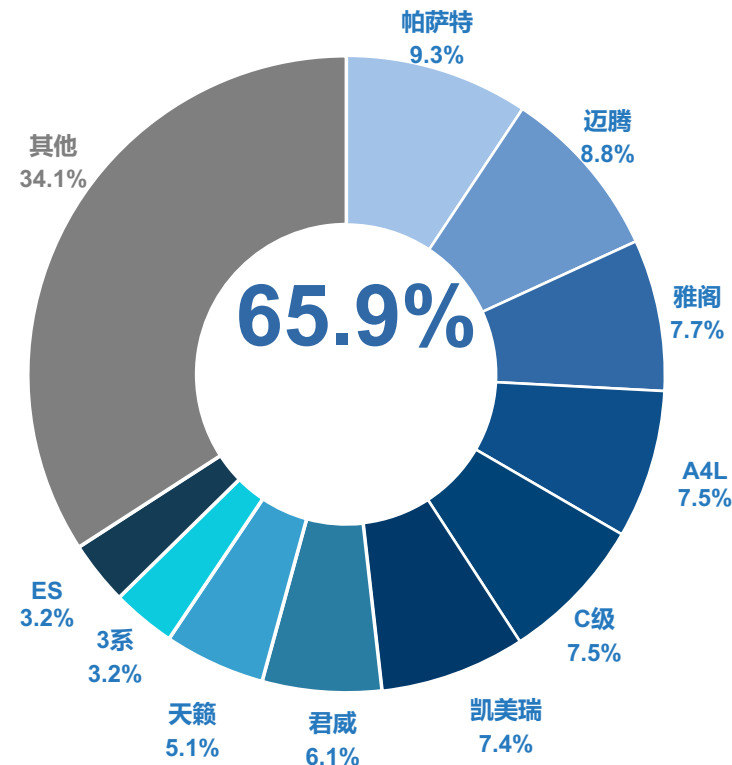
- 9月中型轿车中，帕萨特销量表现稳定，同比增长近三成稳居冠军宝座，份额同比增长2.1%；雅阁摆脱“失速门”事件影响销量同比略增4.2%，重返榜单前三；新上市不久的3系其终端优惠较小，仍未恢复到换代前水平，销量同比虽仍为负增长；同为豪华品牌的ES，价格上调并不影响其畅销程度，销量同比增幅超七成，表现亮眼

中型轿车市场—Top10车型排名



中型轿车市场零售量结构

2019.9 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

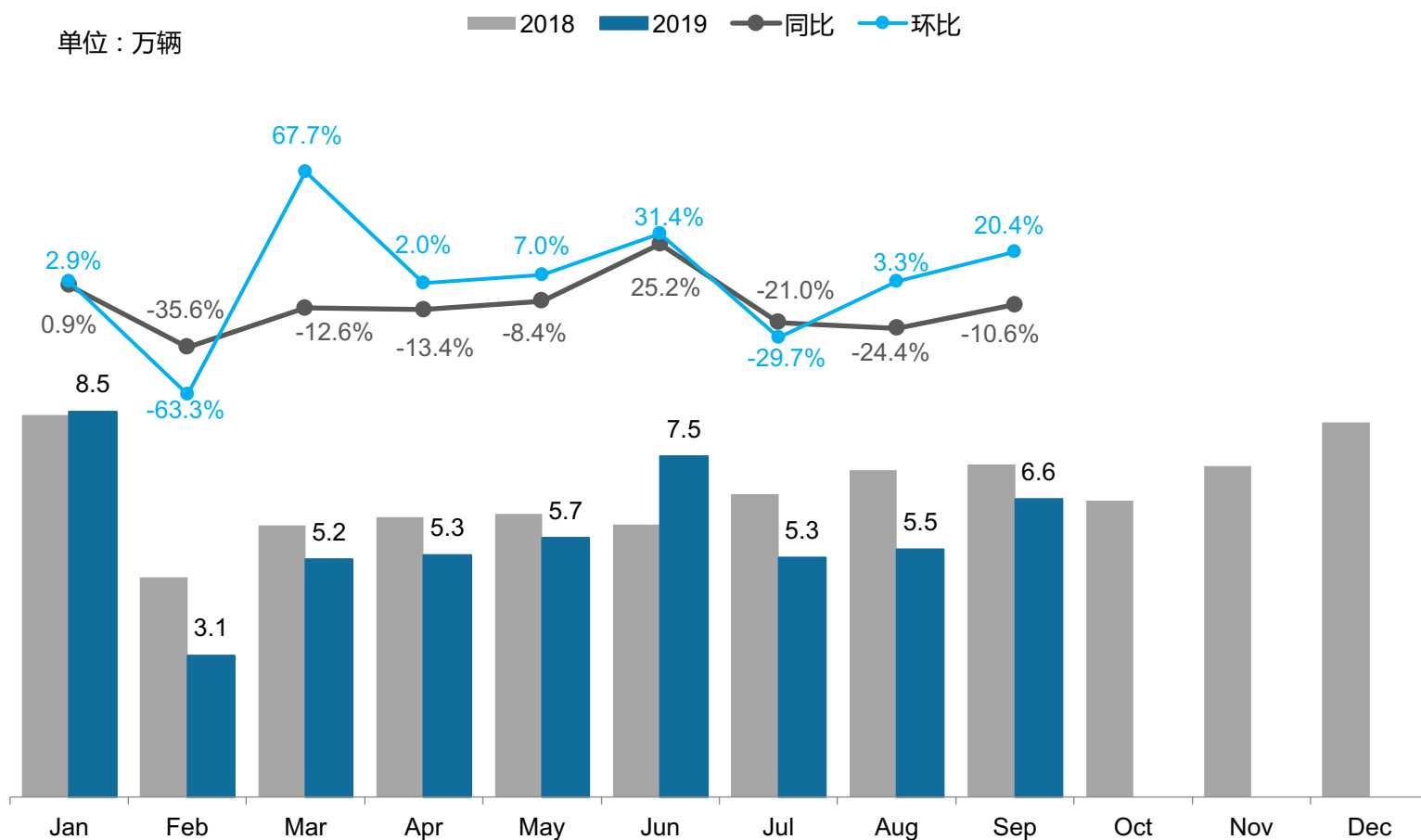
中大型轿车市场摘要

- 9月中大型轿车销量为6.6万辆，同比下降10.6%
 - 9月中大型轿车份额为3.7%，同比下降0.1%
-
- 9月中大型轿车市场豪华车零售量5.5万辆，同比基本持平，占比整个细分市场90.4%；合资车2019年月销量较去年同期有较大差距，累计市场份额被豪华车挤占；
-
- 9月中大型轿车中，A6L险胜E级夺得细分市场销量榜首位置，其加大终端优惠力度成效显著；E级销量同比增长11.0%紧随其后；CT6销量同比增长82.7%表现亮眼，而其兄弟车型XTS由于缺少国六车型，销量同比锐减

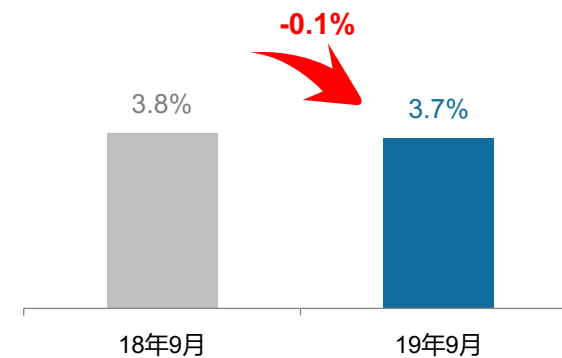
中大型轿车市场销量表现

- 9月中大型轿车销量为6.6万辆，同比下降10.6%
- 9月中大型轿车份额为3.7%，同比下降0.1%

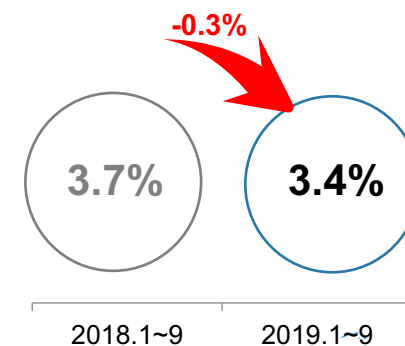
2018-2019年中大型轿车销量走势



9月份额同比



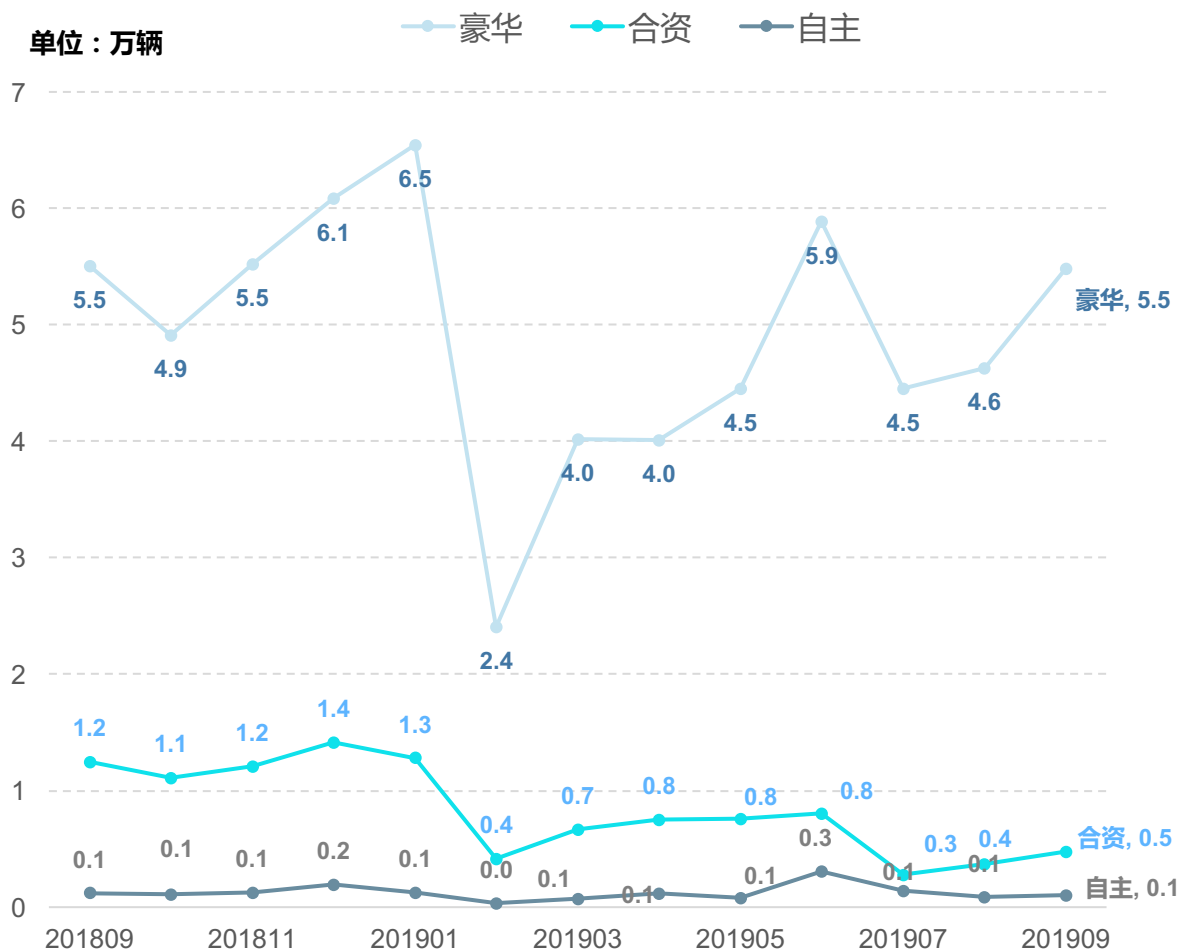
累计份额变化



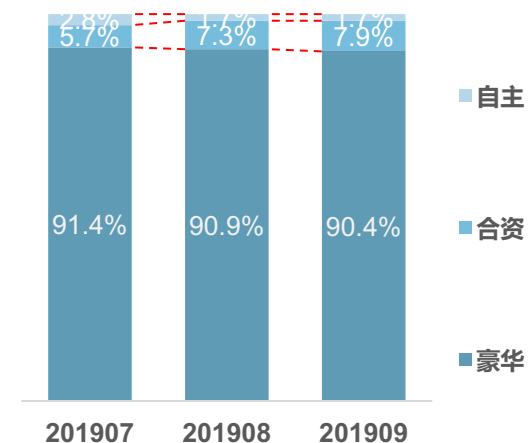
豪华车终端零售量同比基本持平，市场份额环比略有下滑

- 9月中大型轿车市场豪华车零售量5.5万辆，同比基本持平，占比整个细分市场90.4%；合资车2019年月销量较去年同期有较大差距，累计市场份额被豪华车挤占；

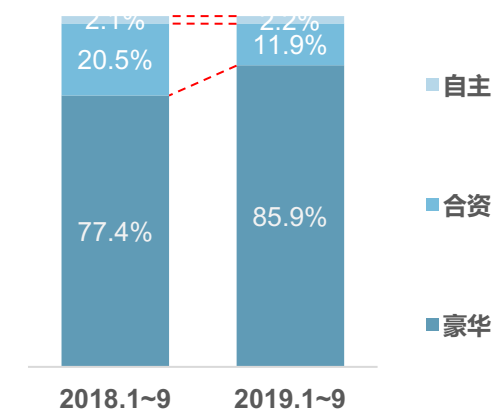
中大型轿车市场零售量走势-2019.9



分月零售量结构 2019.9



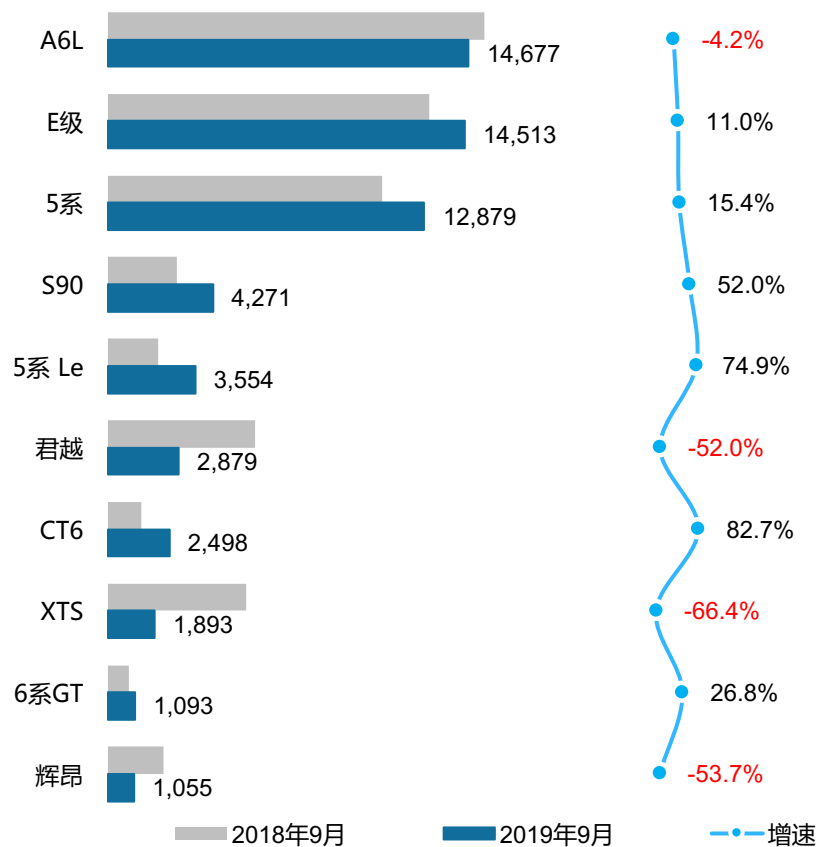
累计零售量结构 2019.1~9



中大型轿车市场主力车型A6L零售量1.5万辆

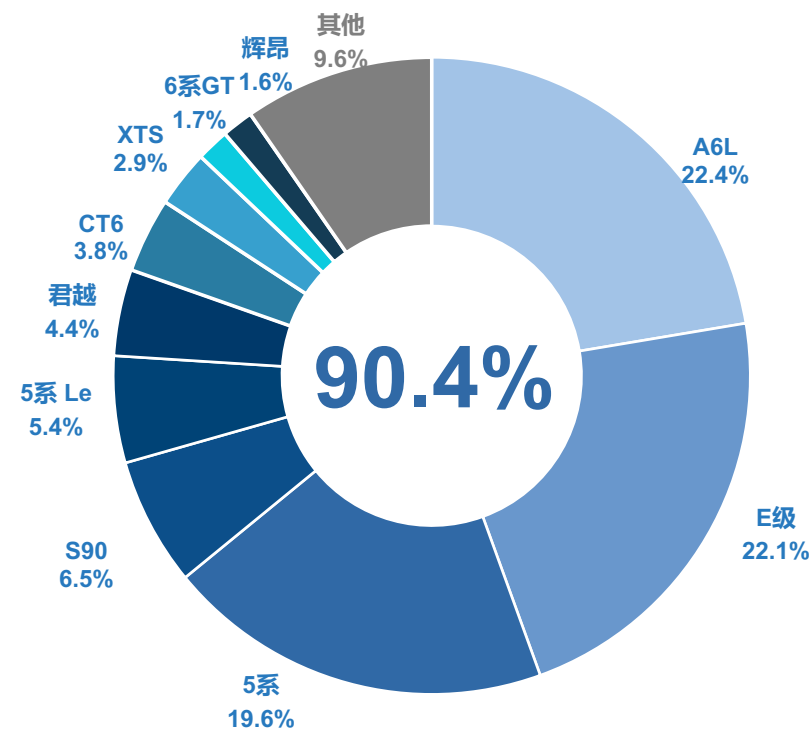
- 9月中大型轿车中，A6L险胜E级夺得细分市场销量榜首位置，其加大终端优惠力度成效显著；E级销量同比增长11.0%紧随其后；CT6销量同比增长82.7%表现亮眼，而其兄弟车型XTS由于缺少国六车型，销量同比锐减

中大型轿车市场—Top10车型排名



中大型轿车市场零售量结构

2019.9 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

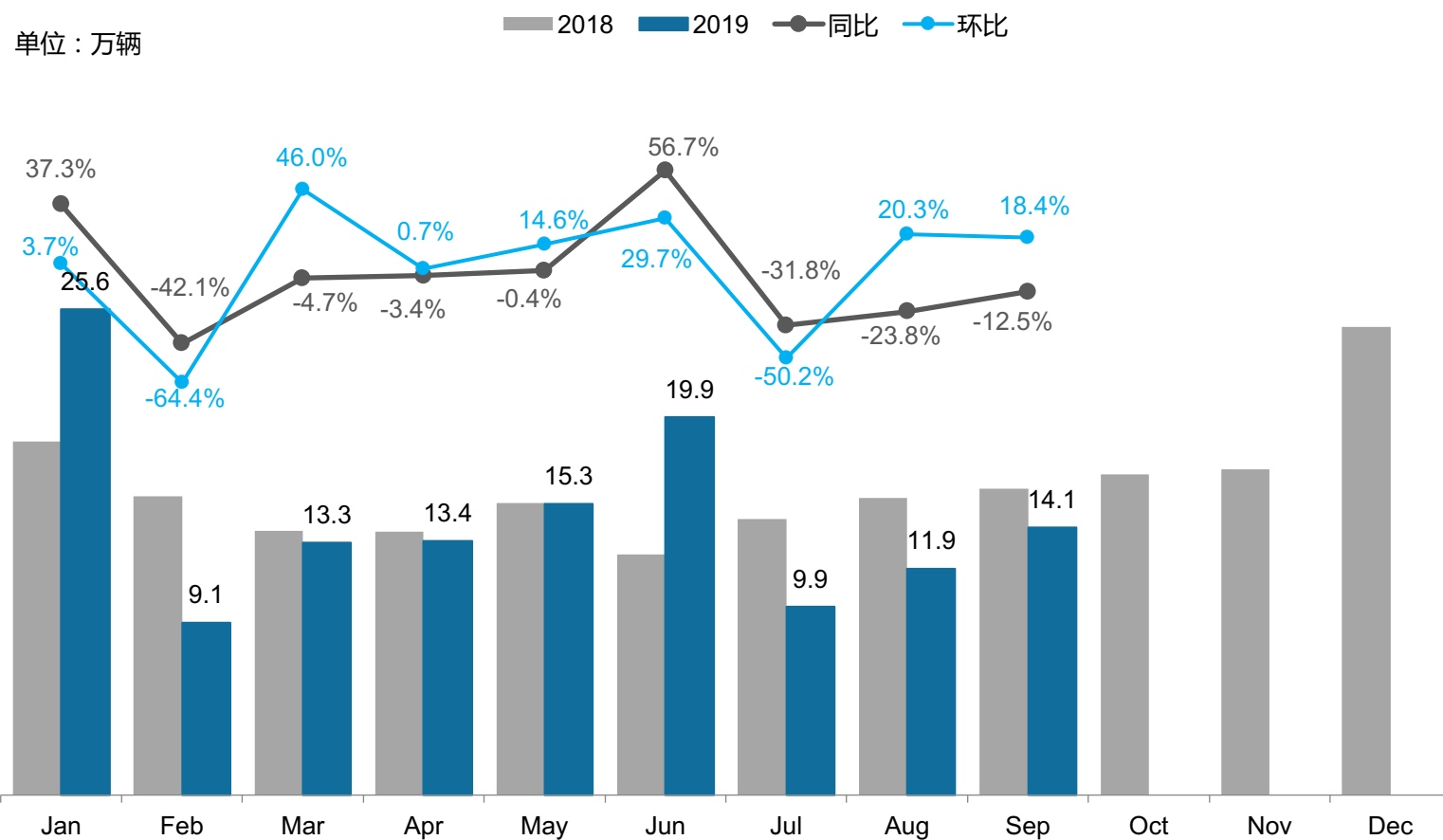
小型SUV市场摘要

- 9月小型SUV销量为14.1万辆，同比下降12.5%
 - 9月小型SUV份额为8.0%，同比下降0.4%
-
- 9月小型SUV市场合资车零售量5.9万辆，同比上升，占比整个细分市场41.7%，市场份额持续扩张；而自主车销量同比大幅下滑，累计市场份额被合资和豪华车蚕食；
-
- 9月小型SUV中，XR-V同比增长6.7%夺得冠军宝座，改款后的XR-V产品力提升，提振销量效果明显，其兄弟车型缤智排名第三；而榜首常客510销量同比持续下滑位居第二；缤越去年同期刚刚上市，销量基数较小，同比增幅较大

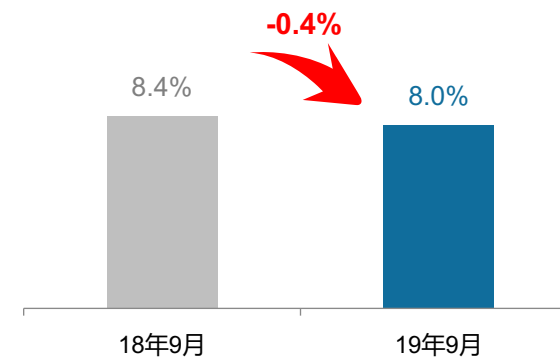
小型SUV市场销量表现

- 9月小型SUV销量为14.1万辆，同比下降12.5%
- 9月小型SUV份额为8.0%，同比下降0.4%

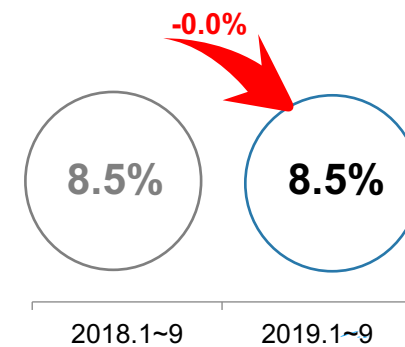
2018-2019年小型SUV销量走势



9月份额同比



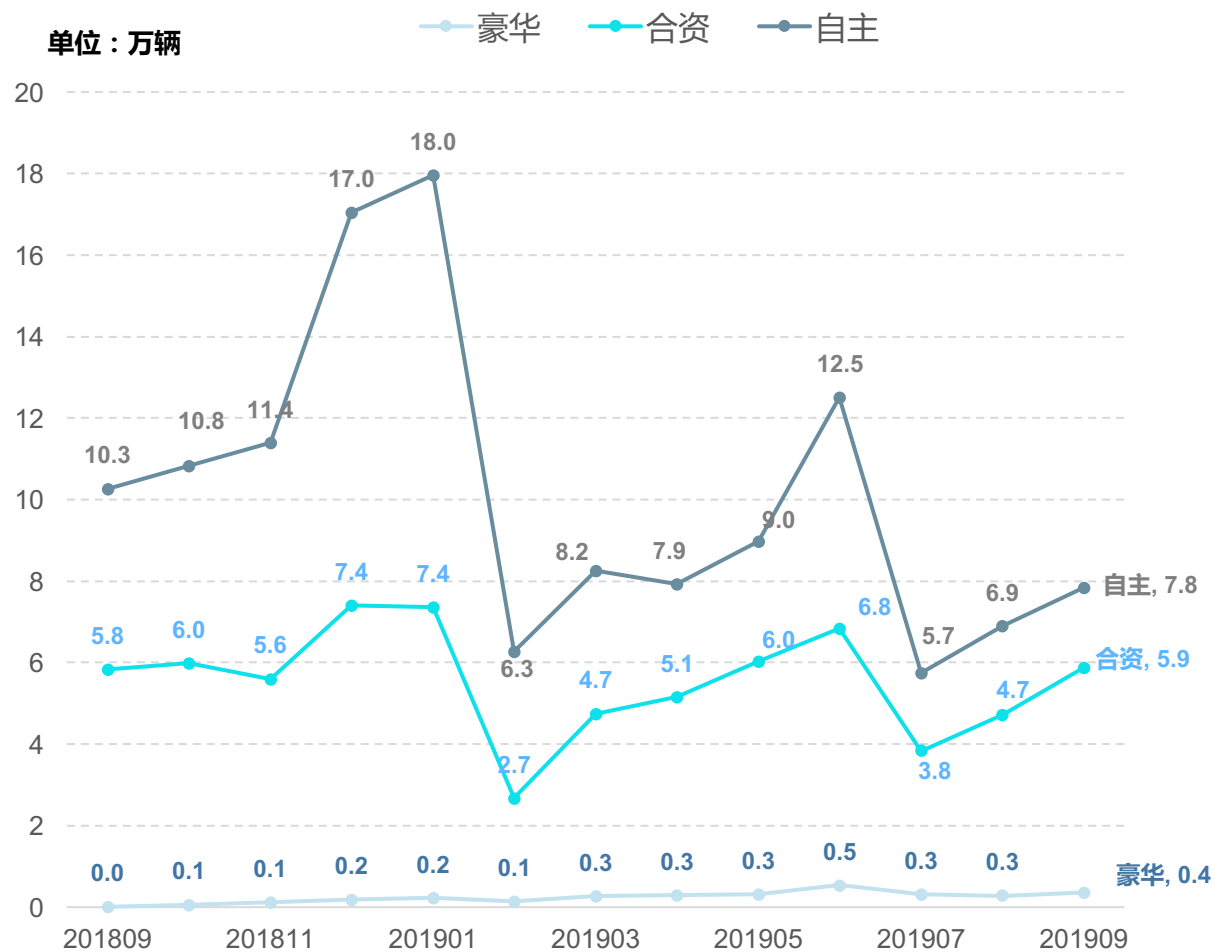
累计份额变化



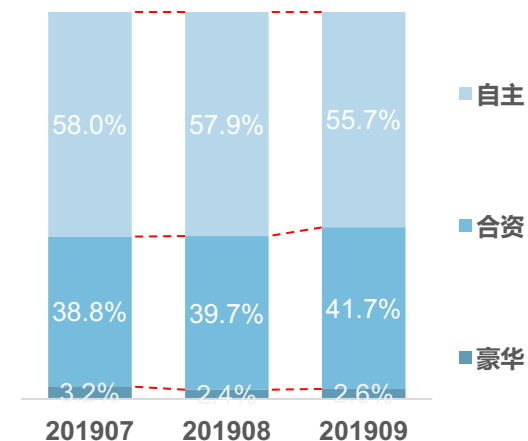
合资车终端零售量同比上升，市场份额环比上升

- 9月小型SUV市场合资车零售量5.9万辆，同比上升，占比整个细分市场41.7%，市场份额持续扩张；而自主车销量同比大幅下滑，累计市场份额被合资和豪华车蚕食；

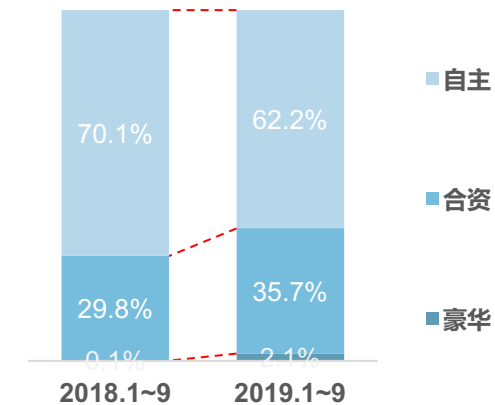
小型SUV市场零售量走势-2019.9



分月零售量结构 201909



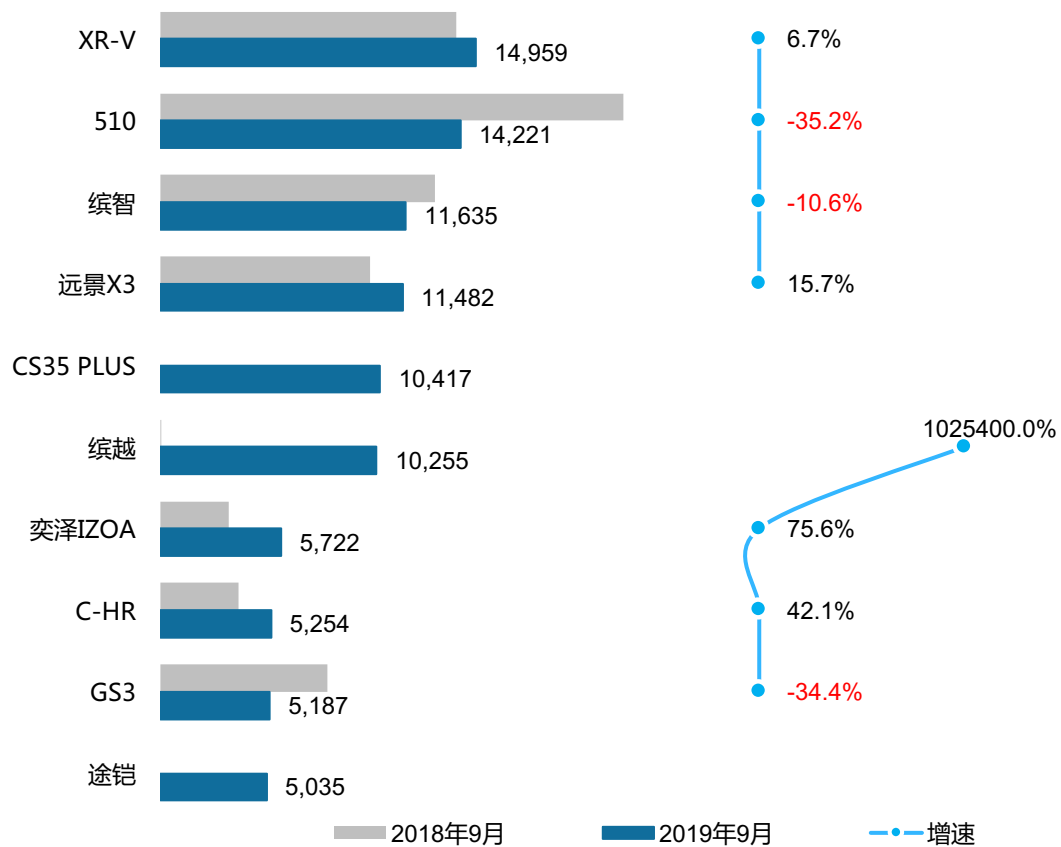
累计零售量结构 2019.1~9



小型SUV市场主力车型XR-V零售量1.5万辆

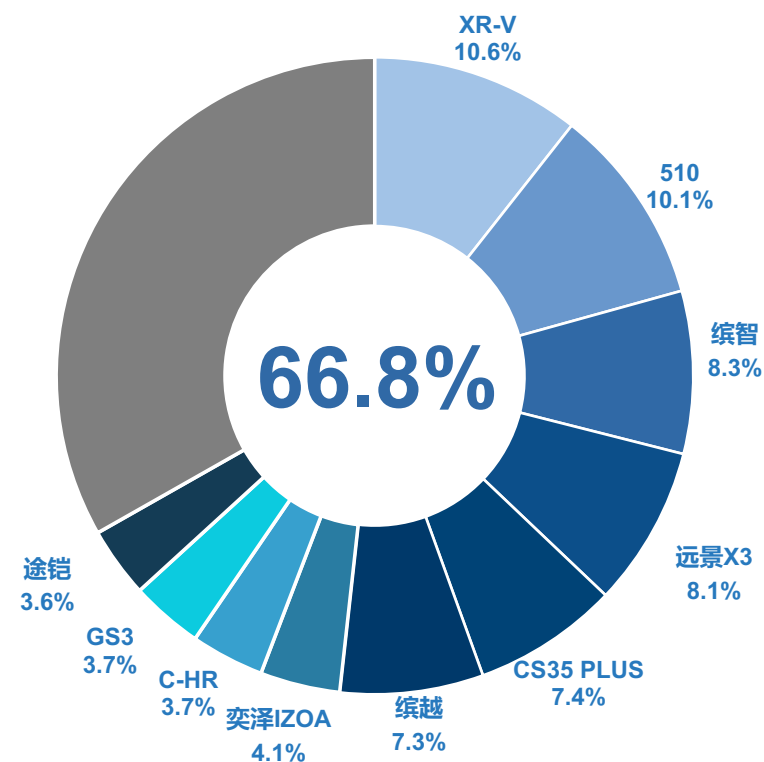
- 9月小型SUV中，XR-V同比增长6.7%夺得冠军宝座，改款后的XR-V产品力提升，提振销量效果明显，其兄弟车型缤智排名第三；而榜首常客510销量同比持续下滑位居第二；缤越去年同期刚刚上市，销量基数较小，同比增幅较大

小型SUV市场—Top10车型排名



小型SUV市场零售量结构

2019.9 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

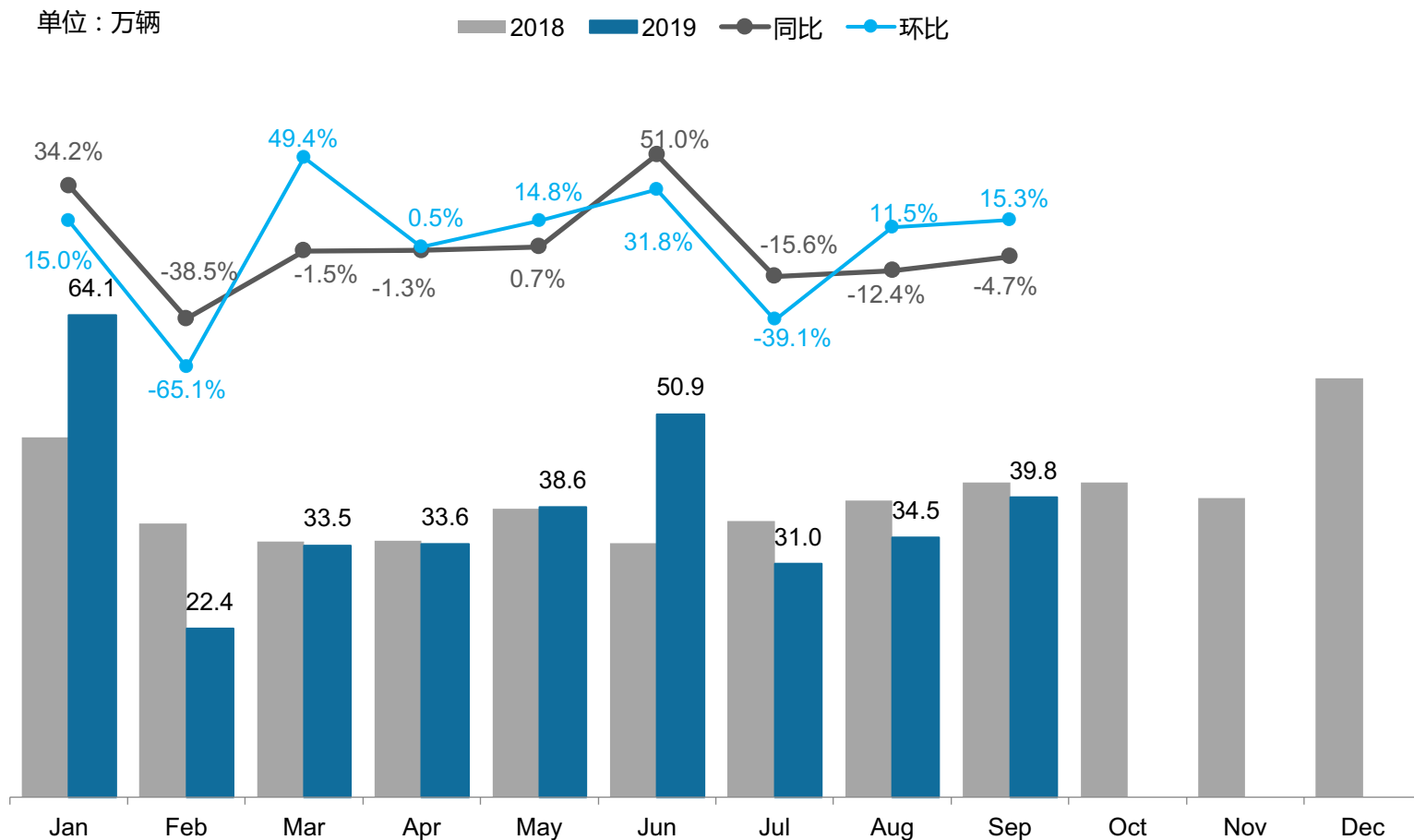
紧凑型SUV市场摘要

- 9月紧凑型SUV销量为39.8万辆，同比下降4.7%
 - 9月紧凑型SUV份额为22.6%，同比上升0.8%
- 9月紧凑型SUV市场自主车零售量21.3万辆，同比有所下降，从累计来看，自主车同比下降仍有较大幅度，累计市场份额被挤占；但近两月自主车销量均持续增长，单月市场份额明显扩大，有望持续增长收复失地；
- 9月紧凑型SUV中，常胜将军哈弗H6重回榜首位置，但其销量同比跌幅超四成，逍客和CR-V蝉联第二、三名，销量差距只在数百台间，竞争激烈；而奇骏销量同比下降8.7%跌出前三；更新车型后的哈弗M6销量同比增长78.1%，表现突出；下月将上市换代车型的RAV4荣放，近几月销量同比均有不少降幅

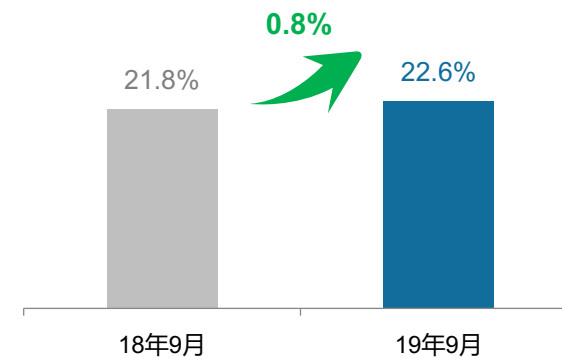
紧凑型SUV市场销量表现

- 9月紧凑型SUV销量为39.8万辆，同比下降4.7%
- 9月紧凑型SUV份额为22.6%，同比上升0.8%

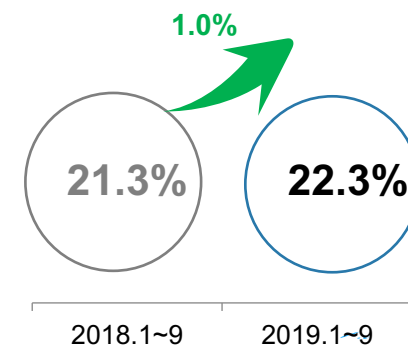
2018-2019年紧凑型SUV销量走势



9月份额同比



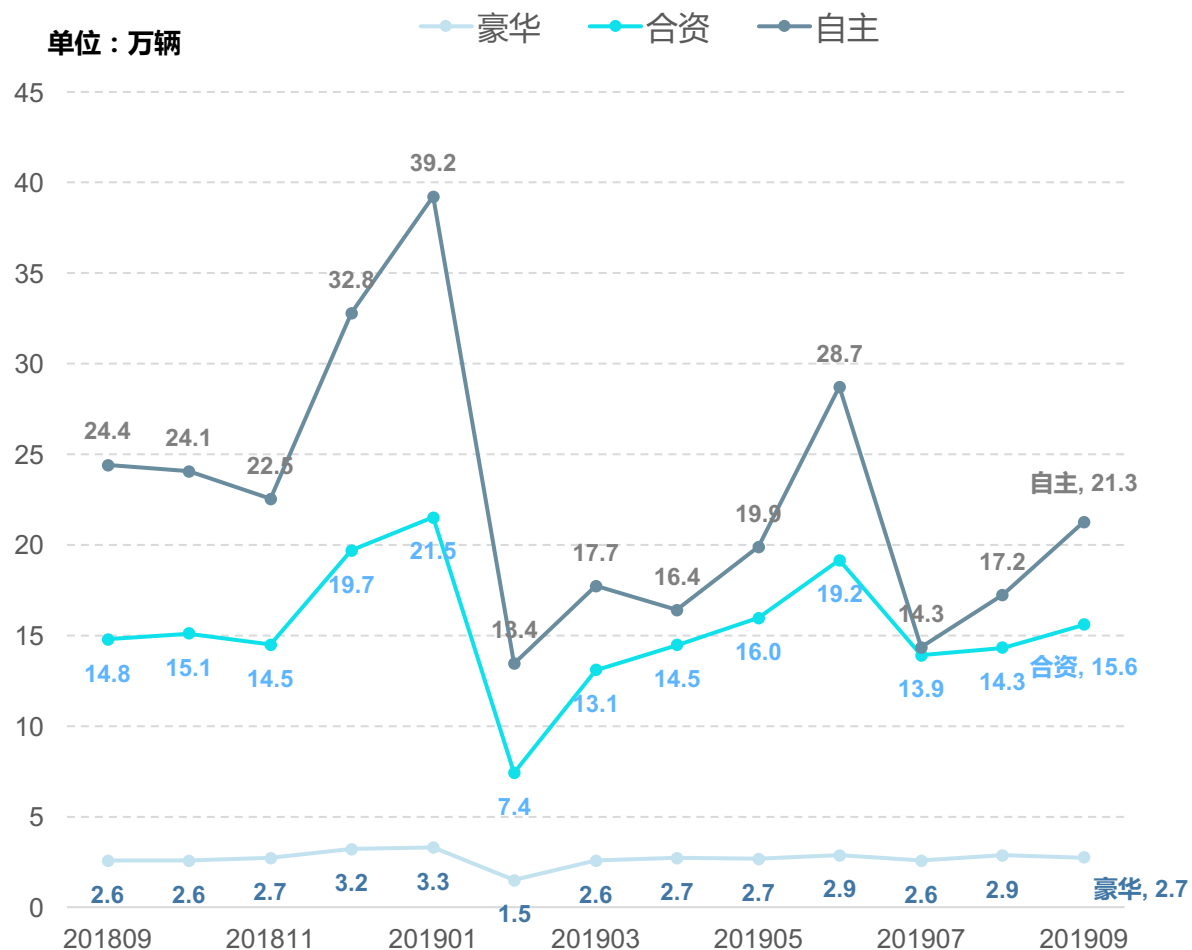
累计份额变化



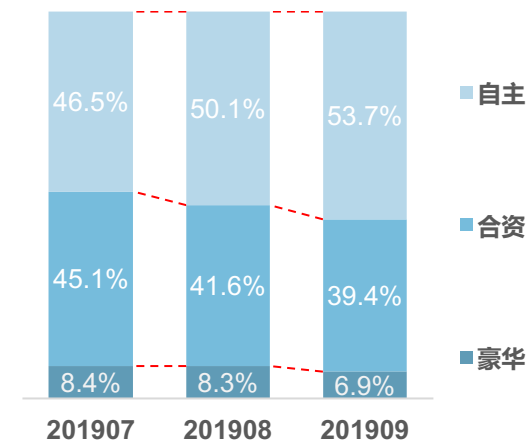
自主车终端零售量同比下降，市场份额环比上升

- 9月紧凑型SUV市场自主车零售量21.3万辆，同比有所下降，从累计来看，自主车同比下降仍有较大幅度，累计市场份额被挤占；但近两月自主车销量均持续增长，单月市场份额明显扩大，有望继续增长收复失地；

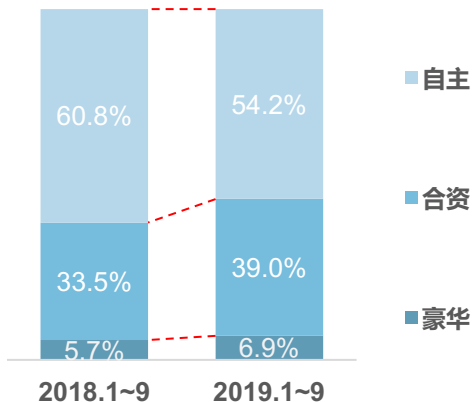
紧凑型SUV市场零售量走势-2019.9



分月零售量结构 201909



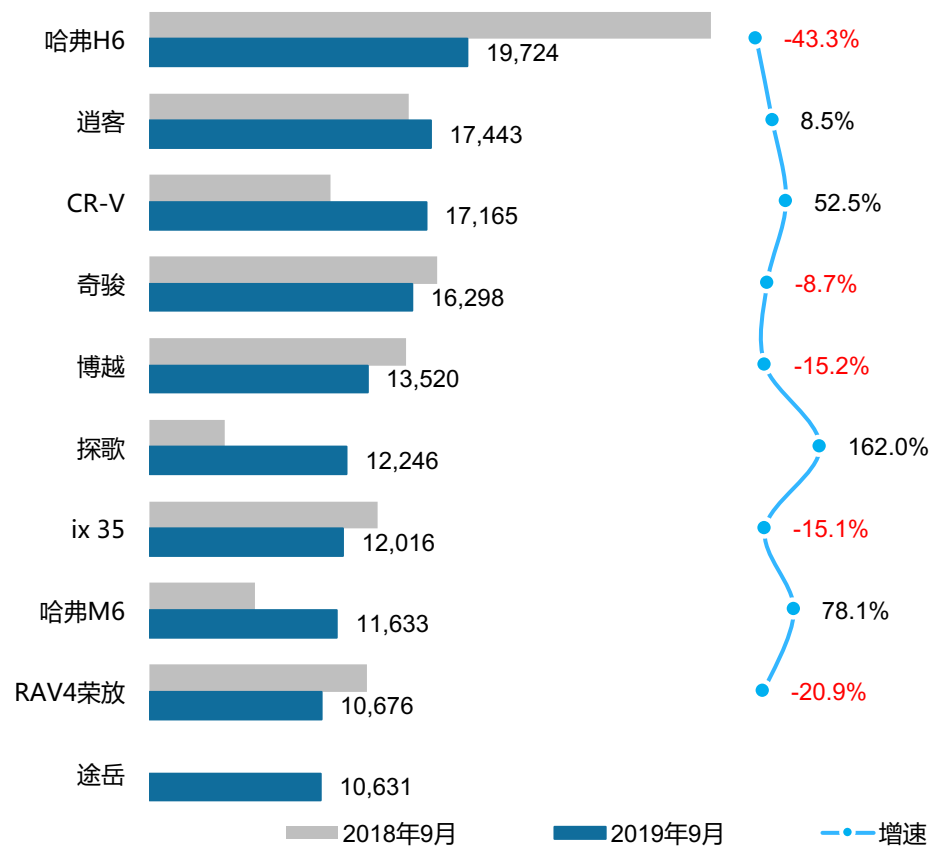
累计零售量结构 2019.1~9



紧凑型SUV市场主力车型哈弗H6零售量2.0万辆

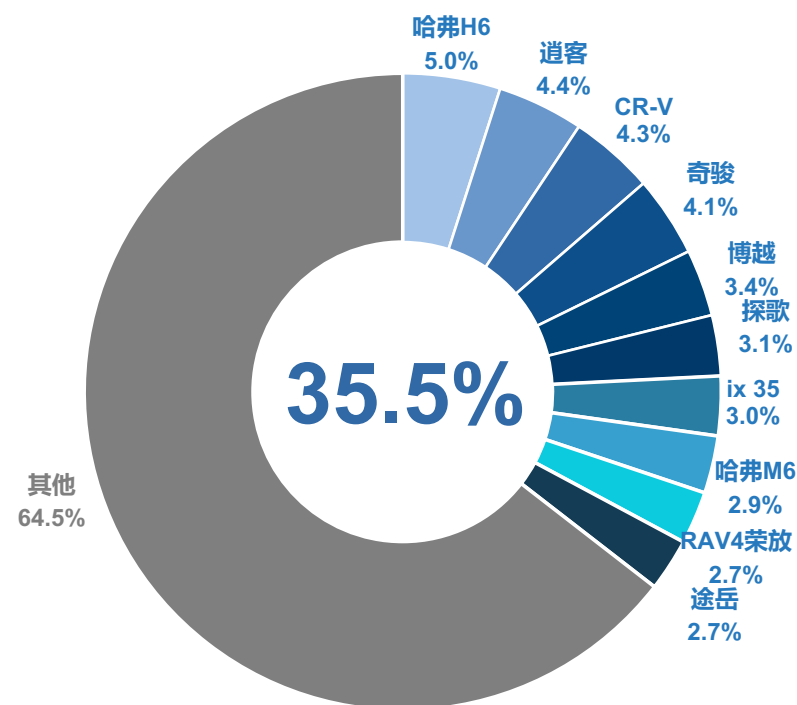
- 9月紧凑型SUV中，常胜将军哈弗H6重回榜首位置，但其销量同比跌幅超四成，逍客和CR-V蝉联第二、三名，销量差距只在数百台间，竞争激烈；而奇骏销量同比下降8.7%跌出前三；更新车型后的哈弗M6销量同比增长78.1%，表现突出；下月将上市换代车型的RAV4荣放，近几月销量同比均有不少降幅

紧凑型SUV市场—Top10车型排名



紧凑型SUV市场零售量结构

2019.9 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

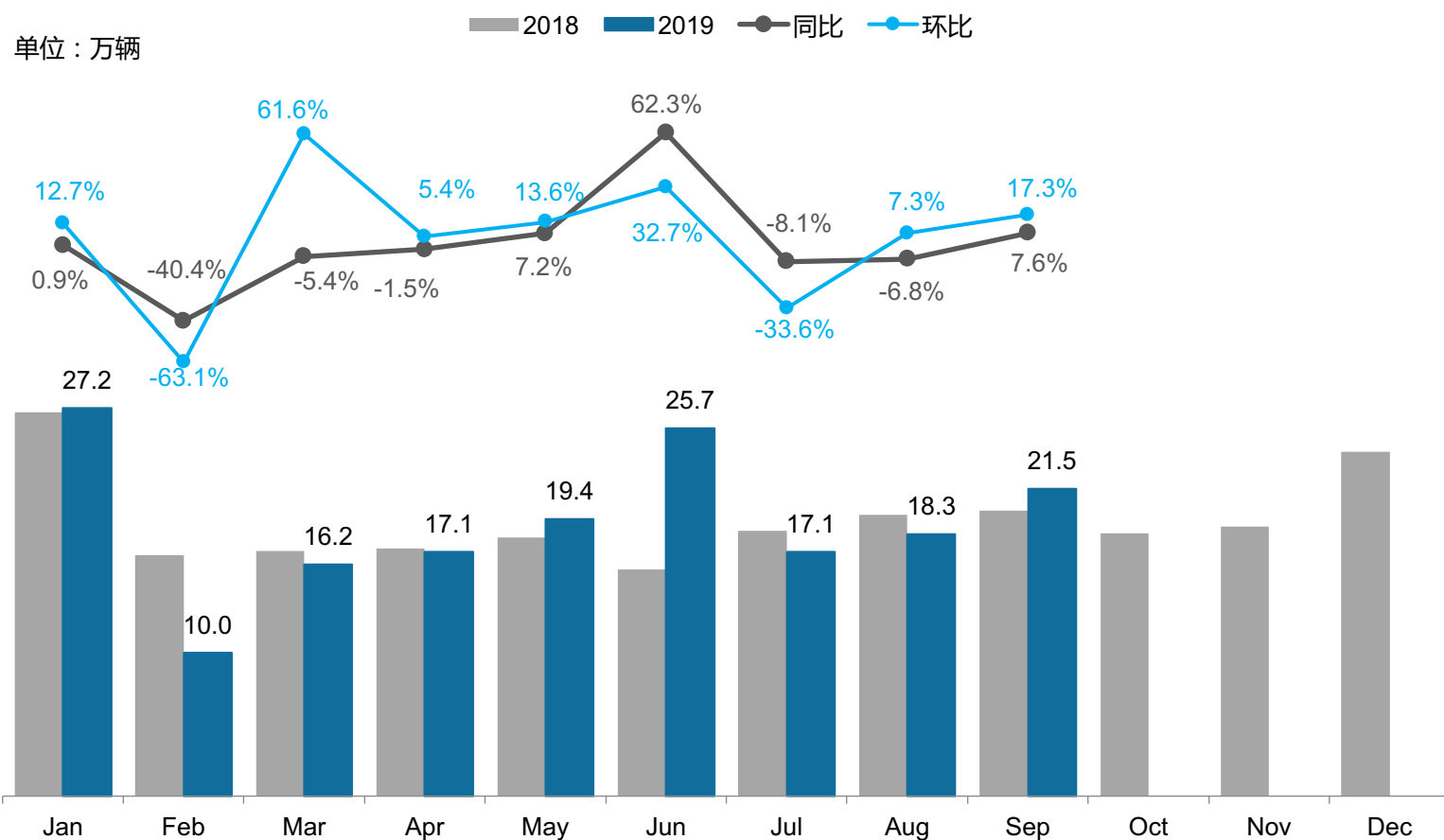
中型SUV市场摘要

- 9月中型SUV销量为21.5万辆，同比增长7.6%
 - 9月中型SUV份额为12.2%，同比上升1.8%
-
- 9月中型SUV市场豪华车零售量6.0万辆，同比大幅上升，占比整个细分市场29.6%，累计市场份额也有明显增幅；而自主车销量虽近两月持续增长，但比去年同期仍有较大差距，累计市场份额被挤占
-
- 9月中型SUV中，探岳蝉联榜首位置，虽上市不满一年，销量持续增长表现亮眼；Q5L销量同比大增393.6%，超越途观L位居第二；X3凭借较高的性价比，销量同比增长146.7%，其去年同期上市不久，销量尚在爬升期，销售基数较小

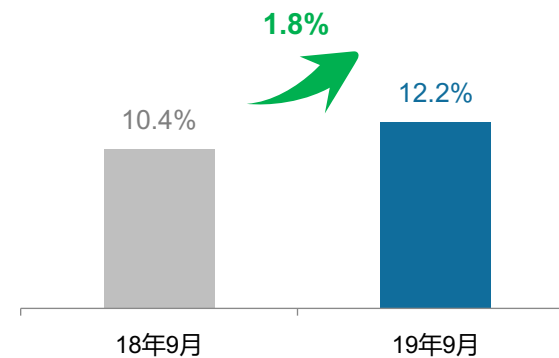
中型SUV市场销量表现

- 9月中型SUV销量为21.5万辆，同比增长7.6%
- 9月中型SUV份额为12.2%，同比上升1.8%

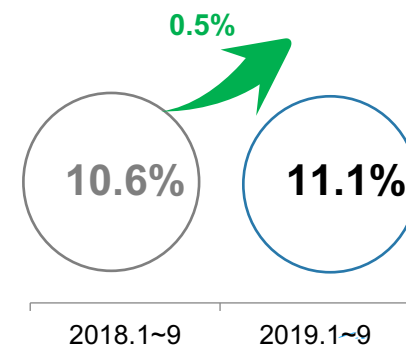
2018-2019年中型SUV销量走势



9月份额同比



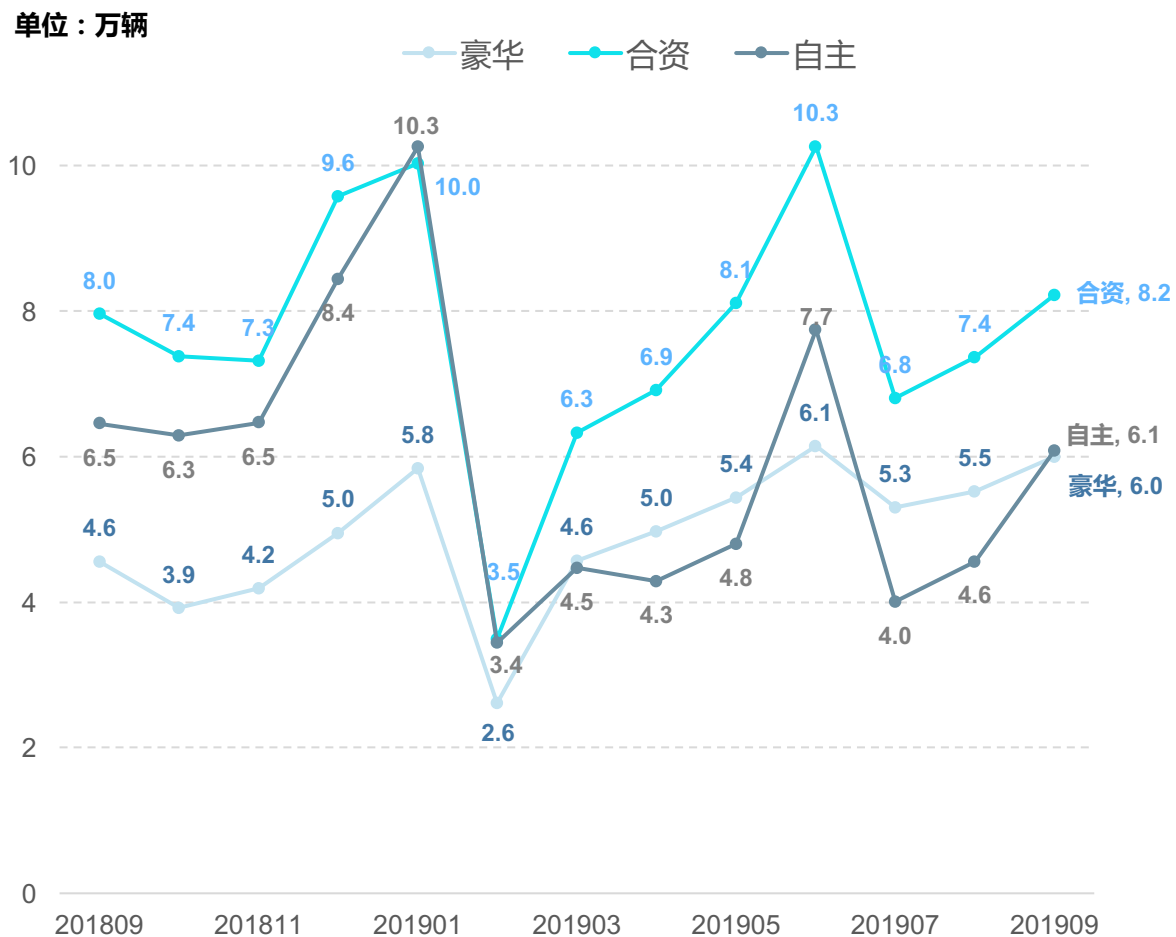
累计份额变化



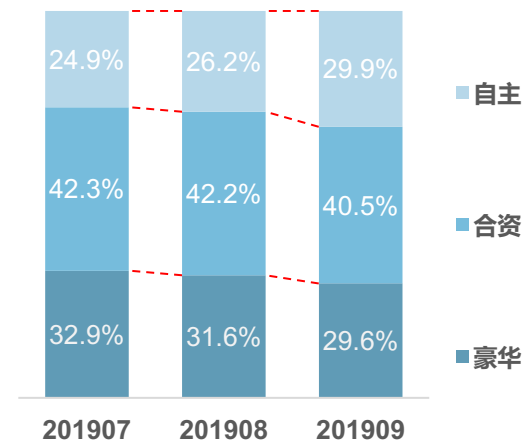
豪华车终端零售量同比上升，市场份额环比下降

- 9月中型SUV市场豪华车零售量6.0万辆，同比大幅上升，占比整个细分市场29.6%，累计市场份额也有明显增幅；而自主车销量虽近两月持续增长，但比去年同期仍有较大差距，累计市场份额被挤占

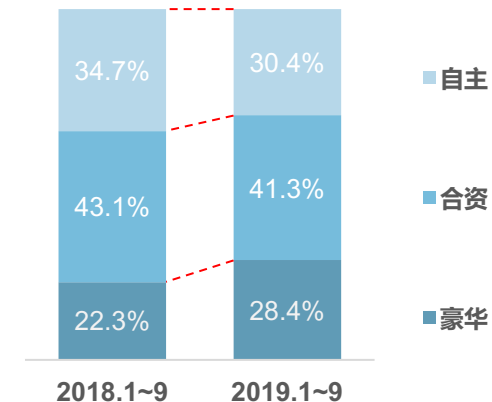
中型SUV市场零售量走势-2019.9



分月零售量结构 201909



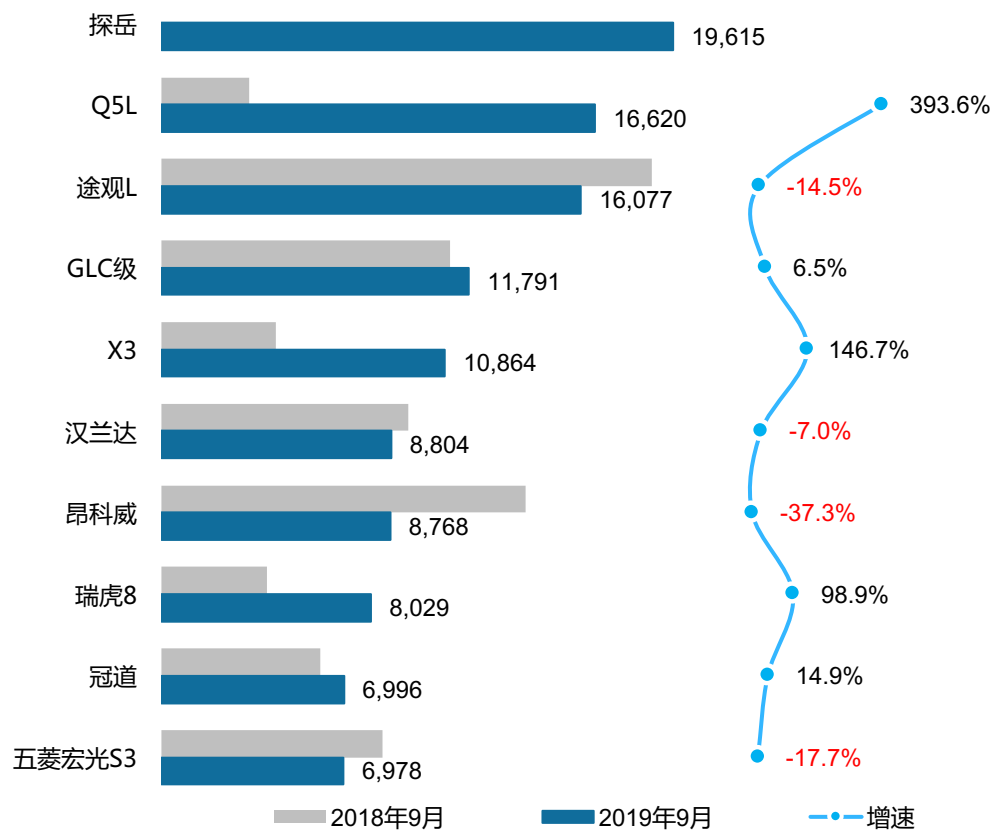
累计零售量结构 2019.1~9



中型SUV市场主力车型探岳零售量2.0万辆

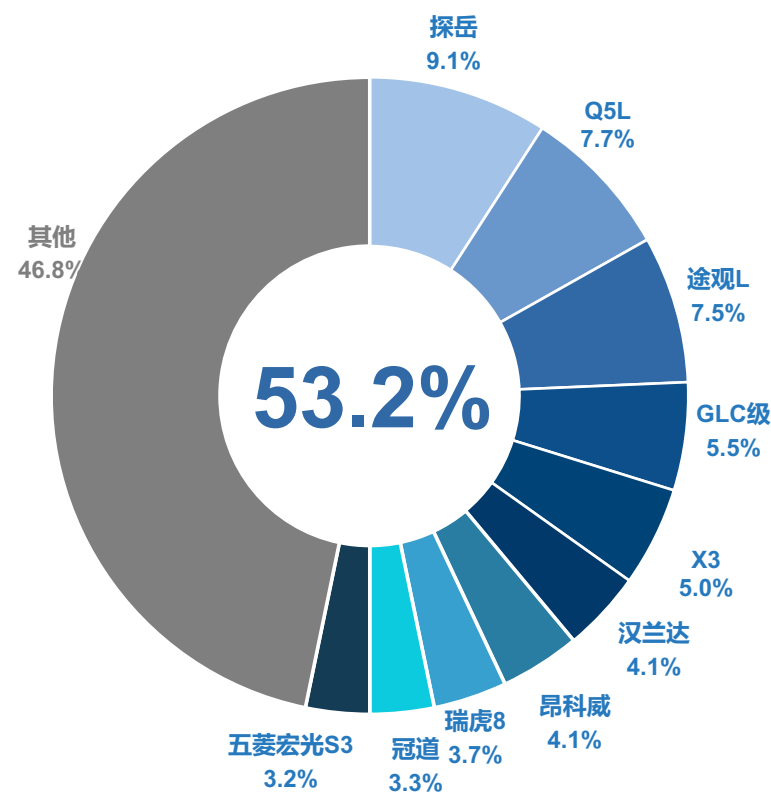
- 9月中型SUV中，探岳蝉联榜首位置，虽上市不满一年，销量持续增长表现亮眼；Q5L销量同比大增393.6%，超越途观L位居第二；X3凭借较高的性价比，销量同比增长146.7%，其去年同期上市不久，销量尚在爬升期，销售基数较小

中型SUV市场—Top10车型排名



中型SUV市场零售量结构

2019.9 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

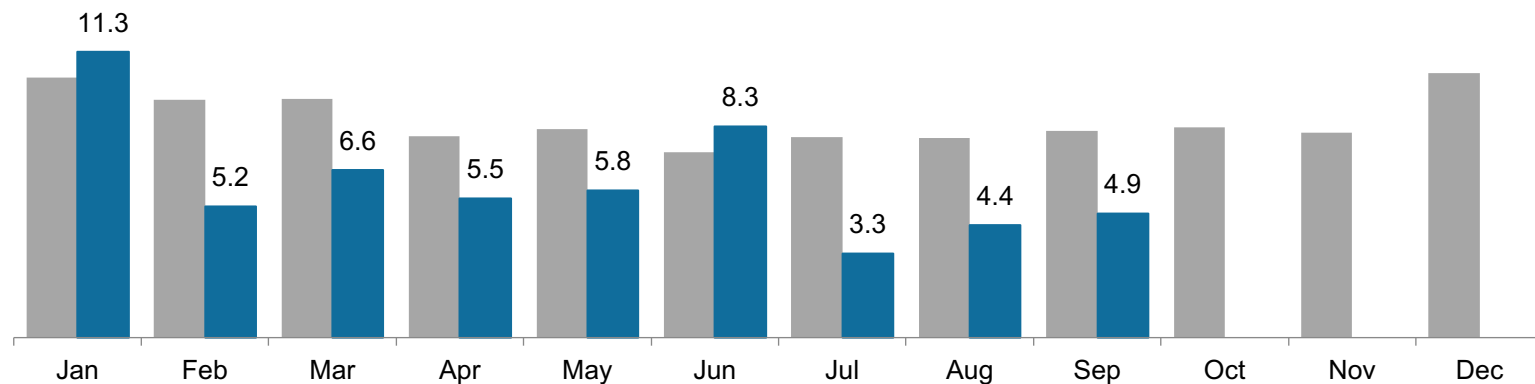
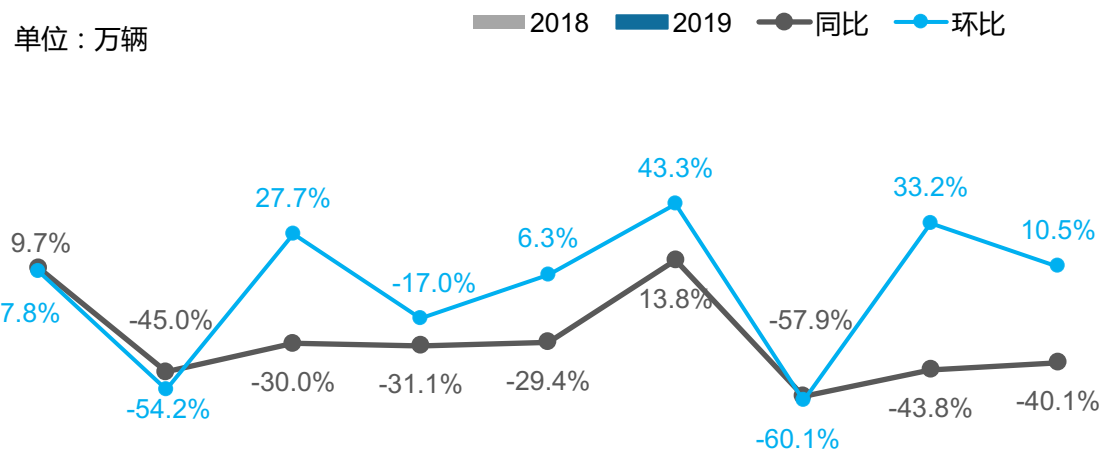
紧凑型MPV市场摘要

- 9月紧凑型MPV销量为4.9万辆，同比下降40.1%
 - 9月紧凑型MPV份额为2.8%，同比下降1.5%
-
- 9月紧凑型MPV市场自主车零售量4.5万辆，近两月销量持续上升，占比整个细分市场91.1%，市场份额持续扩张；
-
- 9月紧凑型MPV中，所有畅销车型都难逃跌势，五菱宏光依旧占据榜首位置，销量同比下降17.5%；360和宋MAX销量近乎腰斩；新上市车型RM-5跻身榜单前5，表现不错

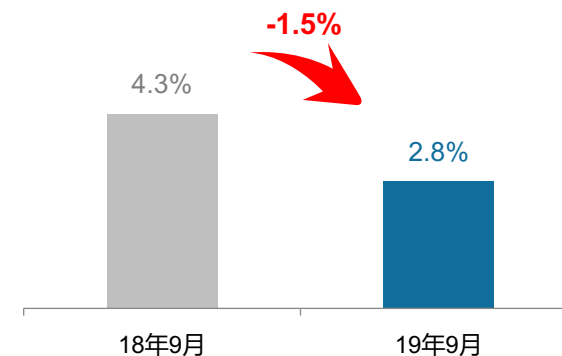
紧凑型MPV市场销量表现

- 9月紧凑型MPV销量为4.9万辆，同比下降40.1%
- 9月紧凑型MPV份额为2.8%，同比下降1.5%

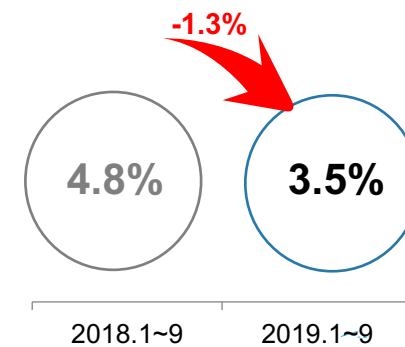
2018-2019年紧凑型MPV销量走势



9月份额同比



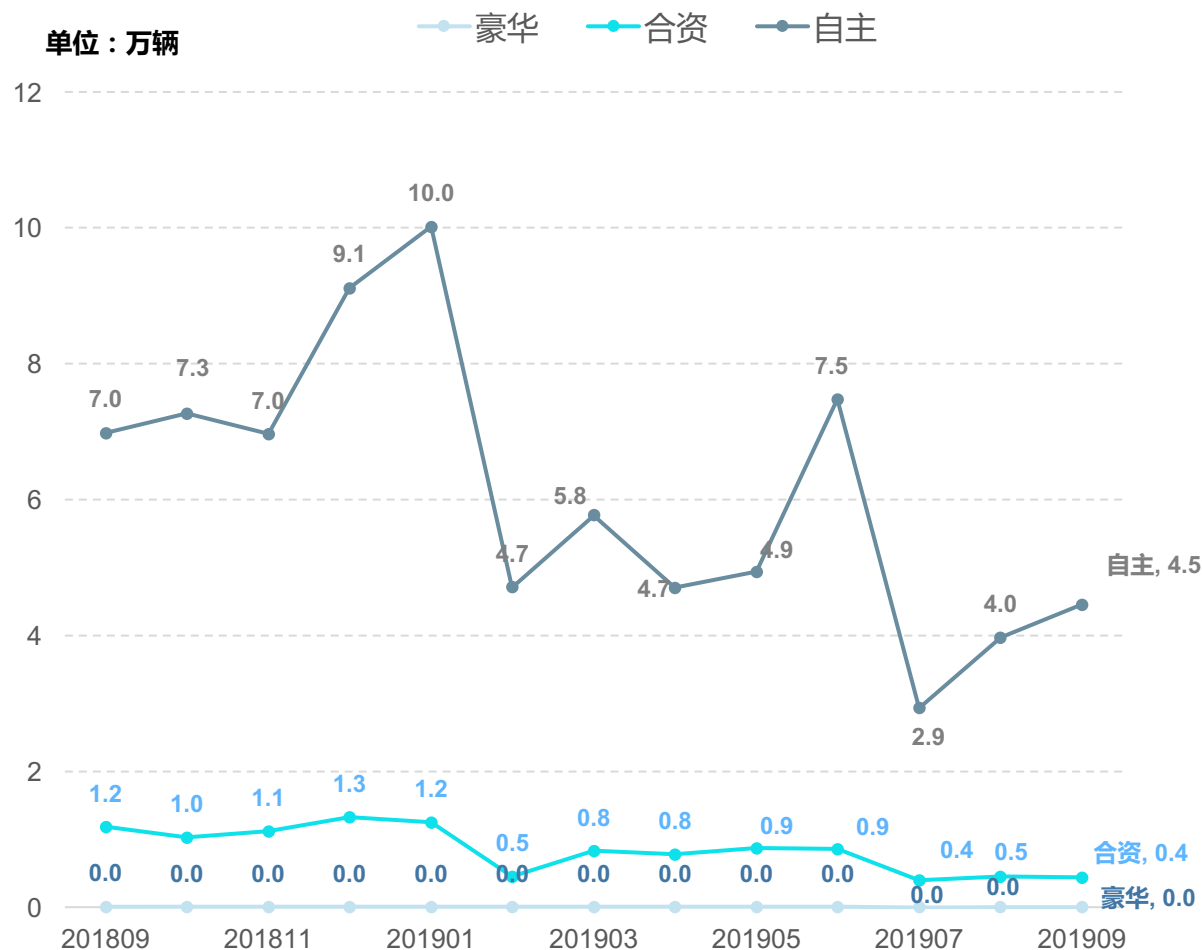
累计份额变化



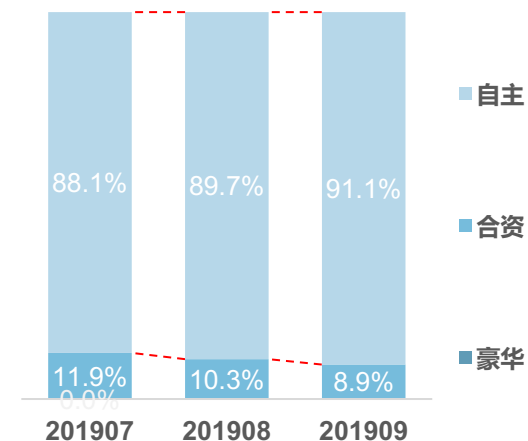
自主车终端零售量环比上升，市场份额环比上升

9月紧凑型MPV市场自主车零售量4.5万辆，近两月销量持续上升，占比整个细分市场91.1%，市场份额持续扩张；

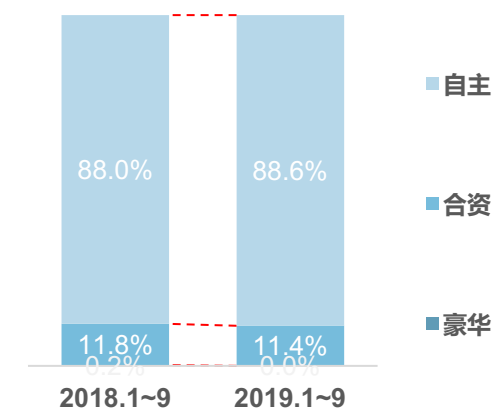
紧凑型MPV市场零售量走势-2019.9



分月零售量结构 201909



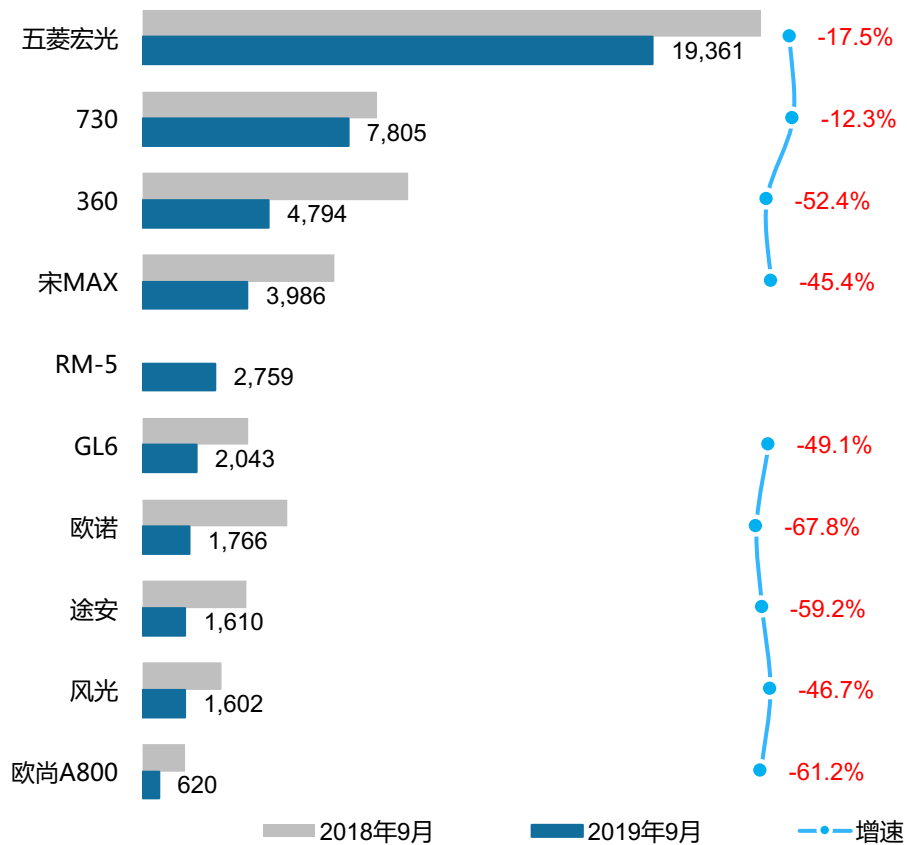
累计零售量结构 2019.1~9



紧凑型MPV市场主力车型五菱宏光零售量1.9万辆

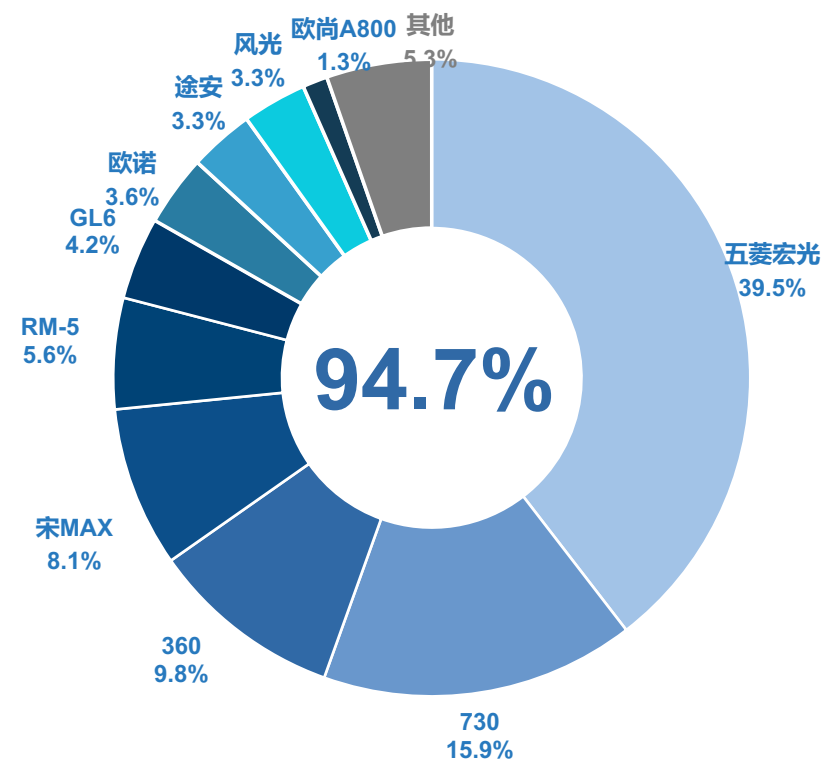
- 9月紧凑型MPV中，所有畅销车型都难逃跌势，五菱宏光依旧占据榜首位置，销量同比下降17.5%；360和宋MAX销量近乎腰斩；新上市车型RM-5跻身榜单前5，表现不错

紧凑型MPV市场—Top10车型排名



紧凑型MPV市场零售量结构

2019.9 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

- 9月中大型MPV销量为4.8万辆，同比增长8.9%
 - 9月中大型MPV份额为2.7%，同比上升0.4%
-
- 9月市场自主车零售量2.0万辆，同比小幅上升，占比整个细分市场40.9%，市场份额环比基本持平；累计市场份额明显提升；
-
- 9月中大型MPV中，GL8销量同比增长28.6%领跑市场；GM6、奥德赛 HEV等新车型也有不错的表现，其中奥德赛 HEV车型已成为销量主力，取代了燃油版奥德赛的位置

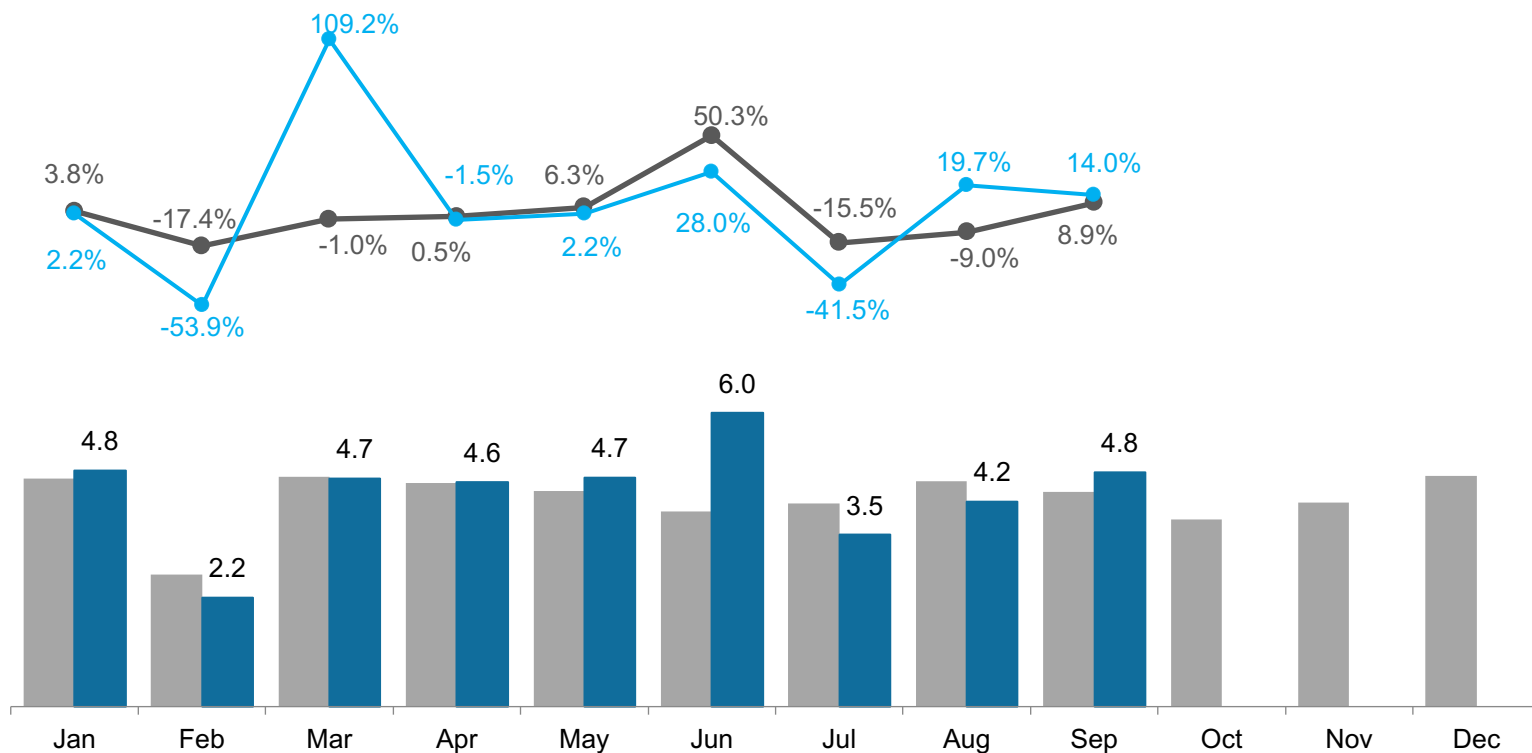
中大型MPV市场销量表现

- 9月中大型MPV销量为4.8万辆，同比增长8.9%
- 9月中大型MPV份额为2.7%，同比上升0.4%

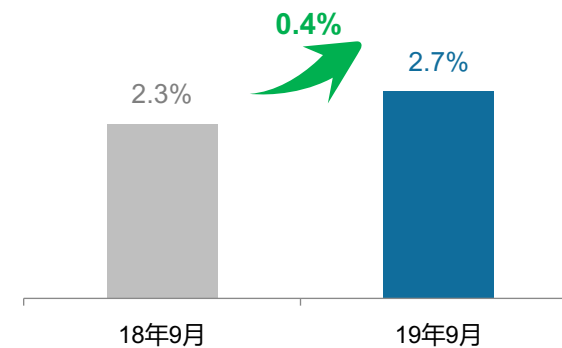
2018-2019年中大型MPV销量走势

单位：万辆

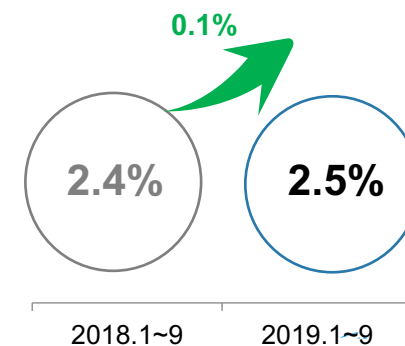
■ 2018 ■ 2019 ● 同比 ● 环比



9月份额同比



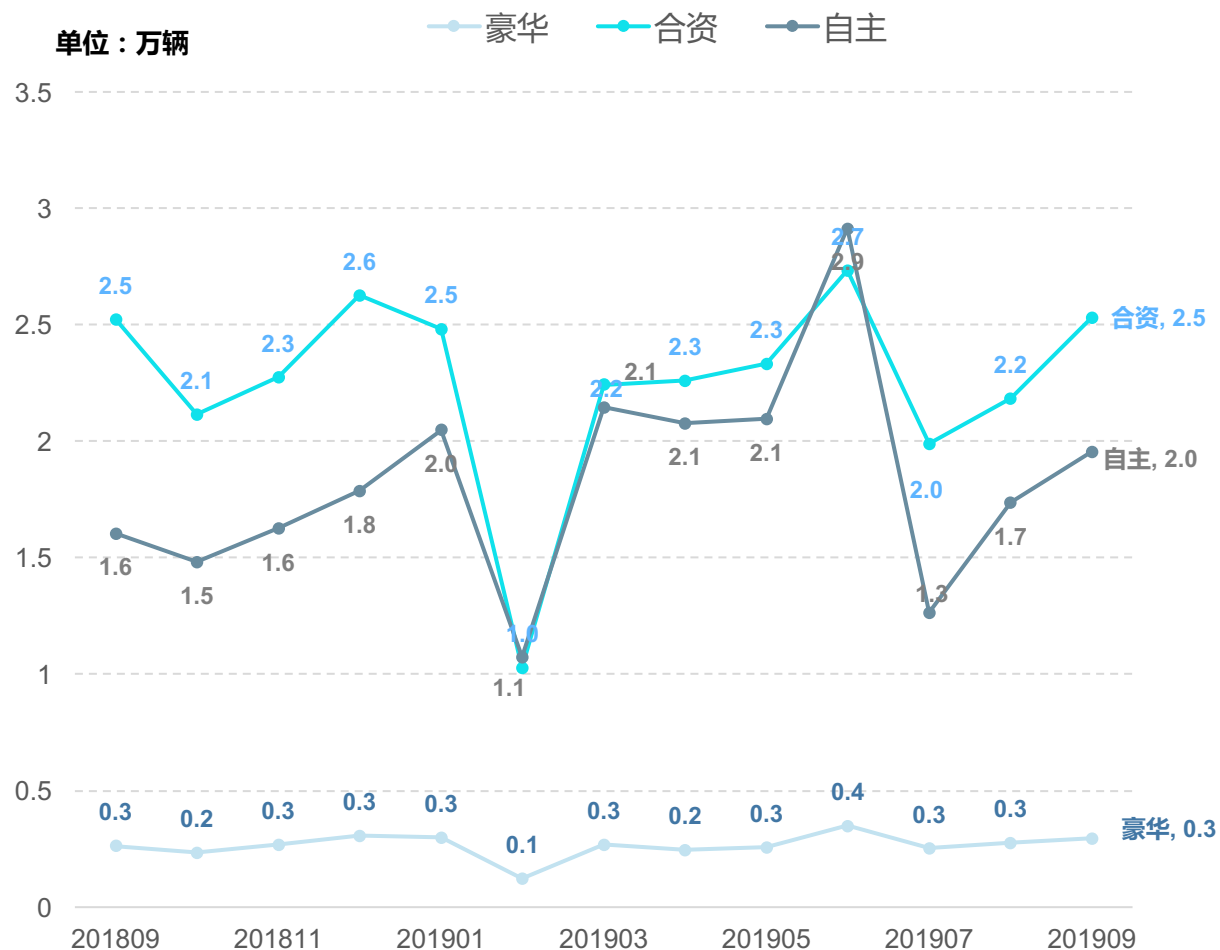
累计份额变化



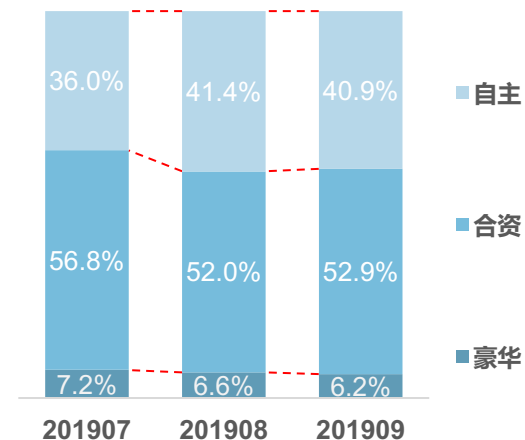
自主车终端零售量同比上升，市场份额环比基本持平

■ 9月市场自主车零售量2.0万辆，同比小幅上升，占比整个细分市场40.9%，市场份额环比基本持平；累计市场份额明显提升；

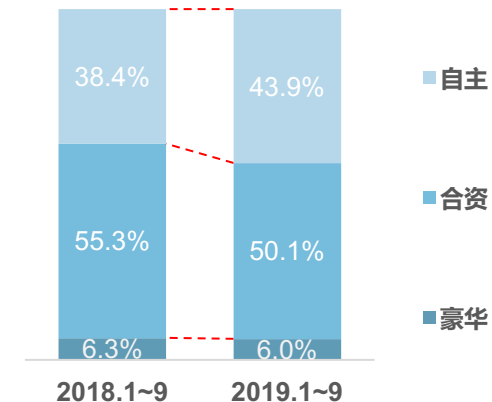
中大型MPV市场零售量走势-2019.9



分月零售量结构 201909



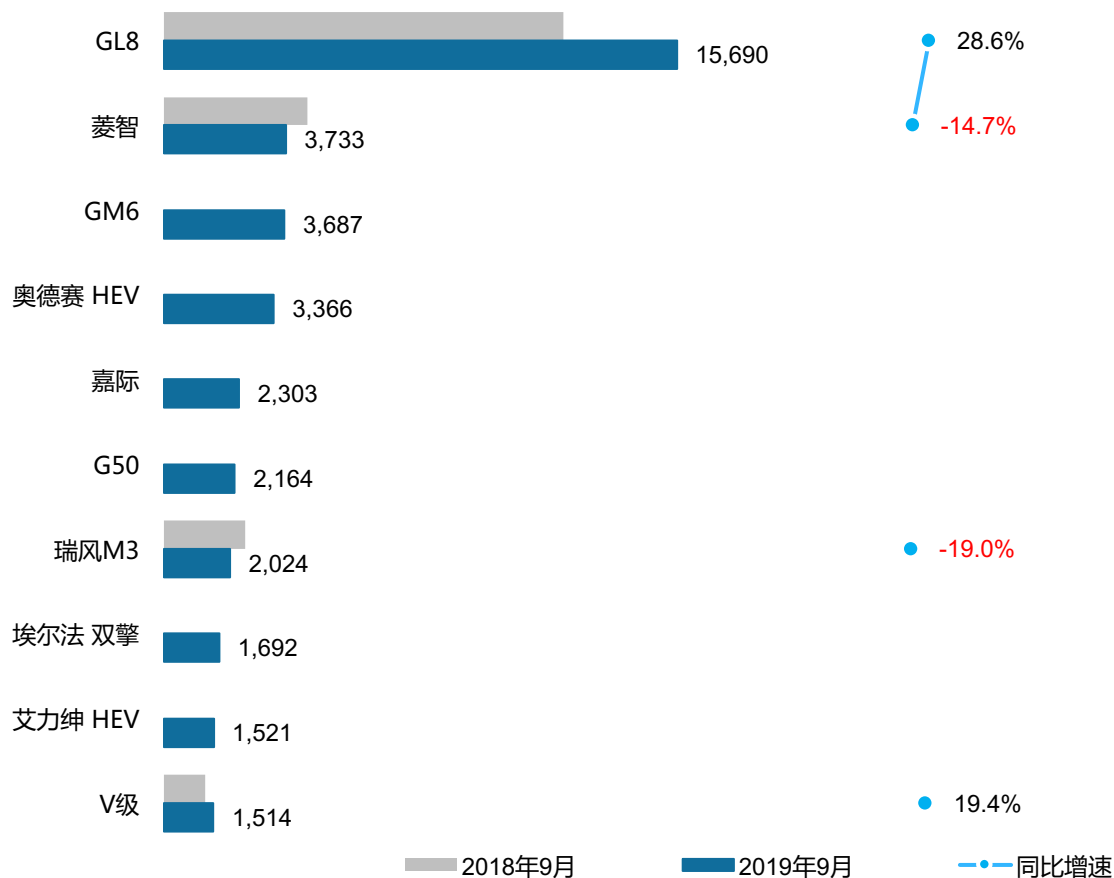
累计零售量结构 2019.1~9



中大型MPV市场主力车型GL8零售量1.6万辆

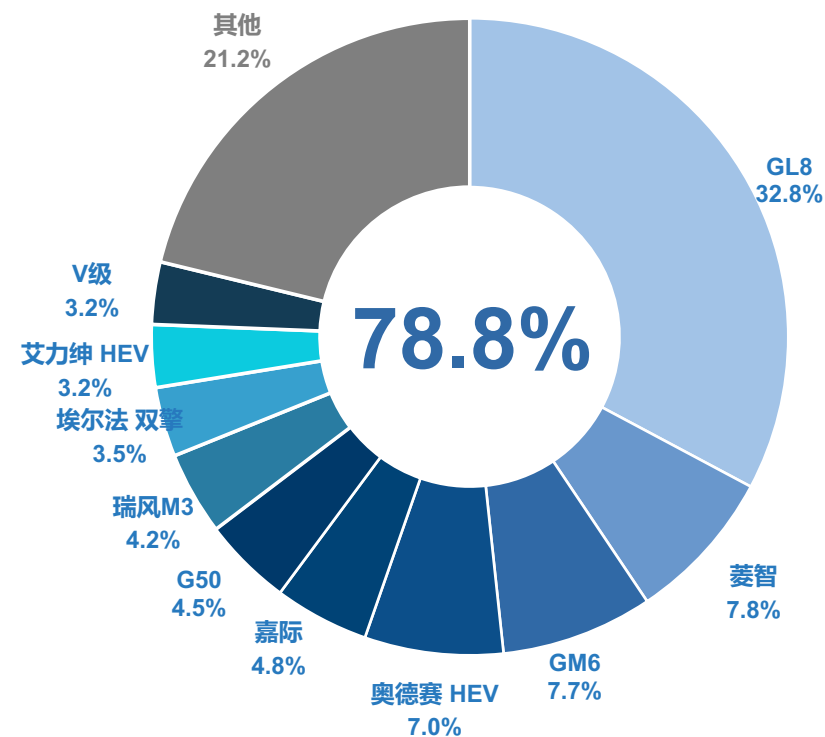
- 9月中大型MPV中，GL8销量同比增长28.6%领跑市场；GM6、奥德赛 HEV等新车型也有不错的表现，其中奥德赛 HEV车型已成为销量主力，取代了燃油版奥德赛的位置

中大型MPV市场—Top10车型排名



中大型MPV市场零售量结构

2019.9 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



广汽传祺全新GS4官图发布

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。



国产雪佛兰Blazer申报图曝光

日前，工信部公布了新一批申报目录，上汽通用雪佛兰Blazer名列其中，新车沿用海外版雪佛兰Blazer的设计，除了与海外版相同的五座车型，经过车身加长，新增了七座车型，或将命名为Blazer XL。

上汽通用雪佛兰Blazer沿用海外版雪佛兰Blazer的设计，采用分体式大灯和大面积梯形格栅。车身侧面窗线在C柱上扬，并在D柱与车顶汇合，营造出悬浮式车顶设计，车身加长主要集中在车尾。新车分普通版、RS版和Redline版三个版本，用户可以根据喜号选不同版本以彰显个性。动力方面，采用直列四缸2.0T涡轮增压发动机，最大功率为230马力。



广汽丰田全新SUV实车首次曝光

日前，广汽丰田全新SUV实车首次曝光。新车与雷克萨斯ES同平台，还有着酷似雷克萨斯的纺锤式前脸，而且新车的英文名称为“WILD LANDER”（此前商标网申报中文名为“威兰达”），而新车的动力将提供：燃油四驱版和混动版车型。

新车将搭载2.0L自然吸气发动机和2.5L混合动力系统，传动系统分别匹配CVT和E-CVT变速箱。四驱系统应该也是三种，动态扭矩控制系统（DTC）、动态扭矩矢量控制系统（DTV）以及电子四驱系统（E-Four），其中，2.0L版车型将搭载DTV动态扭矩矢量控制系统，并做后桥扭矩独立分配。而2.5L混合动力车型则搭载的电子四驱系统（E-Four），在三电机加持下，前后轮扭矩比例可达20:80。此外新车将提供ECO、NORMAL、SPORT三种模式，从而应对消费者不同的驾驶需求。



新一代大众T7测试谍照首次曝光

近日，有媒体曝出全新一代大众Transporter（以下简称大众T7）路试的谍照，在重度伪装之下我们依然可以看出新车的一些明显变化。此处变化可以有效降低风阻、风噪，同时被伪装包裹的A柱很粗，相信是在车门之前设置了小三角窗，从部分谍照中隐约露出的内饰部分也证实了这一猜想。消息人士透露，大众T7将会基于MQB平台打造，提供前驱或四驱两种驱动形式，同时提供汽油、柴油动力供消费者选择，并且会有混合动力版本出现

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

