



# 乘用车整体市场分析月报-2019年11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

## 商用车车联网白皮书发布 2025年市场规模超800亿

近日，由中国汽研、罗兰贝格共同完成的《中国商用车车联网白皮书》正式发布。该报告指出，预计2025年中国商用车车联网硬件及服务市场规模达806亿元。该报告指出，相比乘用车，商用车车联网盈利模式更为清晰；从商用车的全生命周期管理角度来看，车联网对TCO潜在成本优化空间巨大，潜在市场价值可达万亿。《白皮书》预计商用车车联网市场将保持28%的复合增速，2025年中国商用车车联网硬件及服务市场规模达806亿元，前装市场占比37%，后装市场占比63%。从产业链角度来看，围绕商用车全生命周期管理和行业降本增效增值服务的运营服务是未来的行业核心价值所在。从北美、欧洲等成熟市场发展经验来看，中国商用车车联网市场在单车价值等方面还有较大增长空间，同时在数据深入挖掘利用、上下游合作分工等领域有借鉴发展意义。另外，中国商用车车联网发展经历了从“政策监管驱动”向“市场需求驱动”的逐步转型，历史发展过程中留下的行业痛点有待逐步解决。提升协作整合能力和赋能下游行业发展将成为未来商用车车联网行业两大关键趋势。

## 上海拥有电动汽车充电设施25万个 提前达到目标

日前，上海市委副书记、市长应勇在市政府常务会议上明确表示，随着电动汽车的快速发展，上海市电动汽车充电设施已经达到了25万个，提前达到“十三五”规划中建设21万个充电设施的目标。不过，应勇也表示，在提前完成目标的同时，充电设施在使用和建设过程中，仍然存在及时充电、老小区配套、安全监管、电网承接等难点。为了进一步规范上海市电动汽车的充电设施的使用和建设，会议提出了三点建议，首先要加强对充（换）电设施的运营管理，逐步将公用充（换）电设施纳入公共交通服务管理范畴，制订规范统一的标准，引导不同车企加强共享共用，提升兼容水平。其次要加强充（换）电设施数据互联互通，推进智能化设施建设，切实提高使用效率。最后要着力破解电动出租车充电的痛点和堵点，提高便利程度。

## 中汽协预计明年汽车销量下滑2%

日前，从中国汽车工业协会（以下简称“中汽协”）获悉，中汽协预计，2020年中国汽车市场全年销量2531万辆，同比下滑2%，汽车市场有望在2022年回暖。中汽协秘书长助理许海东表示，2018年中国汽车市场产销量下滑8%，2019年这一数据预计会控制在9%以内。除传统燃油车受到国六排放政策等因素影响而销量下滑外，曾一路高歌猛进的新能源汽车也由于补贴政策退坡等原因，在今年下半年出现产销同比“五连跌”。“相信中国车市在连续两年负增长后，通过行业和社会的共同努力，加速消费体制机制改革，坚定信心推动汽车消费，中国乘用车市场在2020年有望见底，实现正增长。”

## 重庆智能网联汽车试验基地落成 可测试自动驾驶

近日，中国通用技术集团、中国汽车工程研究院股份有限公司旗下的智能网联汽车试验基地在重庆大足区正式落成。据了解，该汽车试验基地规划总投资5.8亿，占地面积940亩，是西南地区第一个智能网联汽车综合测试评价基地，第一个专业的重型汽车试验基地，能同时涵盖客车、轿车专项测评道路。试验基地具备汽车试验所需的常规道路、高速直线性能道路、典型综合路、动态广场、ABS制动测试道路、ESC试验道、弯道制动测试道、耐久特征道路、RDE道路、车外噪声测试道路、NVH异响测试道、涉水池、坡道路、智能汽车试验道路等。

## 一汽/东风等国企将考核新能源研发投入

在最新公布的新能源汽车规划征求意见稿中，有一条“国有企业考核新能源研发投入”的措施值得注意。其中提到，“制定将新能源汽车研发投入纳入国有企业考核体系的具体办法”，这也是首次对企业研发投入层面提出具体要求。研发投入是一家企业的创新能力和可持续性能力的保障，在汽车产业转型的关键时期，中国车企是选择沉心静气地加大研发创新，还是重利润、轻研发使短期报表显得更好看，这就体现出了车企的战略眼光，也将为未来的新能源车市格局埋下重要伏笔。

## 投资73.82亿！SK创新在江苏盐城建电池厂供应给起亚汽车

据报道，韩国电池制造商SK创新（SK Innovation，SKI）计划投资10.5亿美元（约合73.82亿元人民币）在中国江苏省盐城市建一家电动汽车（EV）电池制造厂，很有可能会成为SK创新在中国的第二家电动汽车电池制造厂。此前，该公司在江苏省常州市还有一家电池厂。SK创新此举与韩国汽车制造商起亚汽车（Kia Motors）汽车的商业战略有关，因为随着中国内燃机汽车需求下降，中国政府计划为绿色汽车提供更多激励政策，预计起亚汽车盐城工厂会生产更多的电动汽车。

## 布局移动出行 丰田在海南成立出行公司

日前，丰田中国宣布，公司已在海南省成立南出行有限公司（以下简称“丰田海南出行”），开始在海南省提供高品质的出行服务。其中短期租赁主要面向岛内外游客，可通过丰田海南出行有限公司的微信公众号、旅行网站、合作酒店等多种方式预约，服务车型以凯美瑞、亚洲龙、RAV4荣放、汉兰达等中高端车型为主。丰田中国称，为了满足日益增长的中高端用车需求，公司率先在海南地区开展高品质的出行服务，加速企业向移动服务提供商转型，今后还将为更多的中国用户提供更加丰富多样的高品质移动出行服务。

## 广汽本田开启纯电汽车新事业

在广州车展上，广汽本田携Honda、Acura、理念三品牌全车系产品亮相。由全新战略SUV 皓影领衔，T动力、混动家族和热销车型强势出展，广汽本田展车区挤满了各种市场“爆款”。广汽本田汽车有限公司副总经理、广汽本田汽车销售有限公司副总经理兼第一事业本部本部长袁小华现场接受新京报记者采访，预测明年的市场会略好于今年，而首款纯电动SUV VE-1的上市将助力提速广汽本田电动化发展进程。

## 1077万辆 丰田发布2020年全球销量预期

近日，丰田汽车对外公布其2019年及2020年全球销量预期。按照丰田汽车的预测，其2019年全球销量预计为1072万辆（包括大发和日野），而其2020年全球累计销量预计为1077万辆。据相关统计数据显示，丰田汽车2018年全球累计销量达到1059.4万辆，实现了2%的同比增长。如按照丰田汽车的最新预测，其2019年全球累计销量也将实现1%左右的同比增长，这也将是丰田汽车连续第三年打破全球累计销量纪录。

## 吉利将与丹麦盛宝银行组建金融技术公司

日前，浙江吉利控股集团子公司吉利瑞典控股公司（下称“吉利”）与丹麦盛宝银行有限公司（下称“盛宝银行”）宣布，双方将成立金融技术合资公司，致力于向中国金融机构和投资者提供一系列金融和监管科技解决方案，双方各持股50%。该合资公司将基于盛宝银行在金融和监管科技能力，以及数据化服务等领域积累的经验，利用金融云服务、大数据、人工智能等技术为中国金融机构提供全方位领先技术解决方案。

该合资公司将基于盛宝银行在金融和监管科技能力，以及数据化服务等领域积累的经验，利用金融云服务、大数据、人工智能等技术为中国金融机构提供全方位领先技术解决方案。公司将关注交易投资、智能投顾、资产管理、风险定价、监管科技等领域。吉利方面则主要为合资公司提供在华落地和本地化经营管理经验。

## 4亿美元融资后，小鹏汽车开始进行C +轮融资

日前，小鹏汽车董事长兼CEO何小鹏在第十屆全球新能源汽车大会上表示，继不久前刚刚完成4亿美元的融资之后，小鹏汽车正在进行C +轮的融资。同时，小鹏汽车还获得招行、中信以及汇丰银行等多家中外银行总额达数十亿元的无抵押信用贷款。未来小鹏汽车也会继续以集团整体利益为目标，不断进行结构优化。

最新消息，据国家企业信用信息公示系统显示，小鹏汽车运营主体广州橙行智动汽车科技有限公司47位股东将其所持的全部股权悉数出质，质权人均为广州小鹏汽车科技有限公司，股权出质等级日期为12月10日。针对此事，小鹏汽车通过微博回应称，这是小鹏汽车进行集团重组的一部分，属于企业发展及优化企业股权结构的正常行为。未来小鹏汽车也会继续以集团整体利益为目标，不断进行结构优化。

## 福特研究不同照明颜色以延长续航里程

据报道，福特正利用不同颜色的环境照明节省能源以延长电动汽车的续航里程。此项研究基于新型福特Transit车型，其车上采用了新型环境照明灯，红灯会让乘客感觉更温暖，而蓝灯会感觉更凉爽。拿蓝色举例，由于蓝色可以使人感觉更凉爽，从而能够减少空调系统的使用，节省下来的能源可以供汽车行驶更长的里程。美国国家可再生能源实验室进行的研究表明，如果在纯电动汽车上使用空调，最多会减少50%的续航里程。小巴等配备较大座舱的车辆还会需要更多的电量从而维持车内温度，以及确保每位乘客都感到舒适。

## 长安汽车新能源拟引入战略投资 公司持股比例降至48.95%

日前，长安汽车发布公告称，全资子公司重庆长安新能源汽车科技有限公司（简称“新能源科技公司”）拟引入南京润科、长新基金、两江基金、南方工业基金作为战略投资者，四方股东分别拟增资10亿元、10亿元、7.4亿元、1亿元。长安汽车表示，为了增强新能源科技公司的发展活力，提高其运营效率，加速整合新能源汽车产业链资源，并不断拓展产业链发展空间，需引入外部资源进行股权多元化改革，最终实现新能源科技公司的顺利转型。此次增资将引入优质社会资本，建立符合市场需求的法人治理机制、经营管理体制和运营机制，进一步增强新能源科技公司核心竞争力，助推新能源汽车业务加速发展。

# 2019年11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
C-SUV	林肯(进口)	飞行家	62.88-68.88	新车型	2019年11月15日	
A0-SUV	一汽-大众	Q2L e-tron	22.68-23.73	新车型	2019年11月18日	
C-SUV	上汽通用	昂科旗	29.99-37.99	新车型	2019年11月20日	
A-SUV	广汽本田	皓影	16.98-23.58	新车型	2019年11月30日	
C-SUV	宝马(进口)	X6	76.69-93.69	换代	2019年11月22日	



# 2019年12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
A	东风乘用车	奕炫 EV	-	新车型	待定	
C	现代(进口)	Genesis G90	-	新车型	待定	
A-SUV	长安福特	锐际	-	新车型	2019年12月19日	
A	上海汽车	荣威 Clever	-	新车型	待定	
A-SUV	长安福特	林肯 Cosair	-	新车型	待定	
A-SUV	吉利	帝豪GS PHEV	-	新车型	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

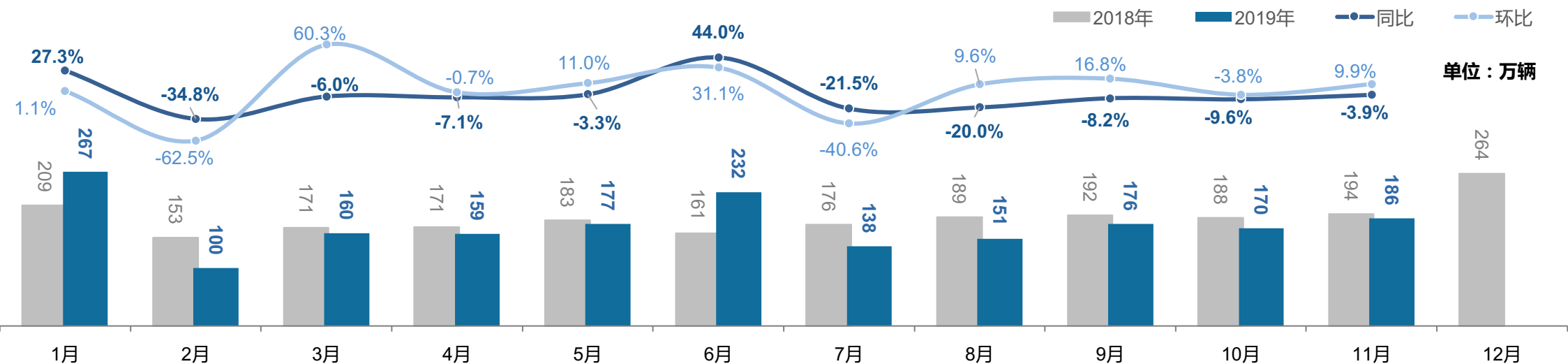
- 11月整体乘用车市场终端零售量为186万辆，同比下降3.9%，环比上升9.9%，19年累计销量1916万辆，累计同比下滑3.5%；临近年底厂商为冲刺销售目标加大终端支持力度，经销商让利幅度持续加大促进销售，刚需客户缩短成交周期，市场出现季节性回暖
- 11月随着市场季节性升温，SUV市场成功扭转负增长的局面，同比有4.8%的小幅增长，轿车与MPV市场同比跌幅也有所收窄，轿车市场同比下跌9.3%，MPV市场下降14.9%
- 11月豪华品牌表现依然坚挺，同比增长8.7%，而合资与自主品牌销量同比虽仍延续跌势，但跌幅较前数月有明显收窄，自主品牌跌幅已收窄到个位数水平，同比下降9.2%；合资品牌下降3.7%；德系与日系依旧领跑市场，且德系越到年末爆发力越强，11月同比增幅接近10%，在如此大环境下，实属不易；经历完前两月主力车型切换的阵痛后，日系销量恢复平稳增长，而其他系别的表现均不够理想，美系品牌环比虽有明显增长，但同比缺口仍接近20%
- 11月TOP10车企中，一汽大众同比大幅增长18.3%，力压群雄稳居冠军宝座，排名第二的上汽大众奋力直追，同比终于恢复小幅增长，上汽通用环比增长14.2%重回第三名，但同比缺口仍接近20%，吉利与长城两位自主品牌的选手同比与环比均有不错升幅，表现不俗；RAV4荣放等新车上市热销拉动一汽丰田环比大幅增长，重回前10榜单



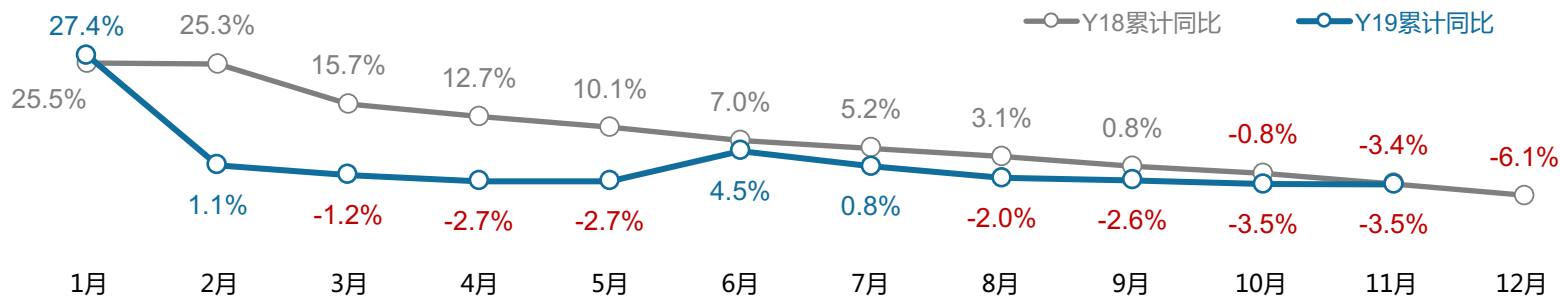
# 零售量11月乘用车市场终端零售同比下降3.9%

- 11月整体乘用车市场终端零售量为**186万辆**，同比**下降3.9%**，环比**上升9.9%**
- 19年累计销量**1916万辆**，累计同比**下滑3.5%**

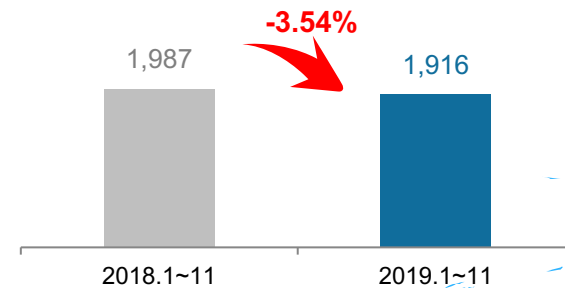
## 乘用车市场终端零售量走势



## 累计增速趋势



## 1-11月累计零售量



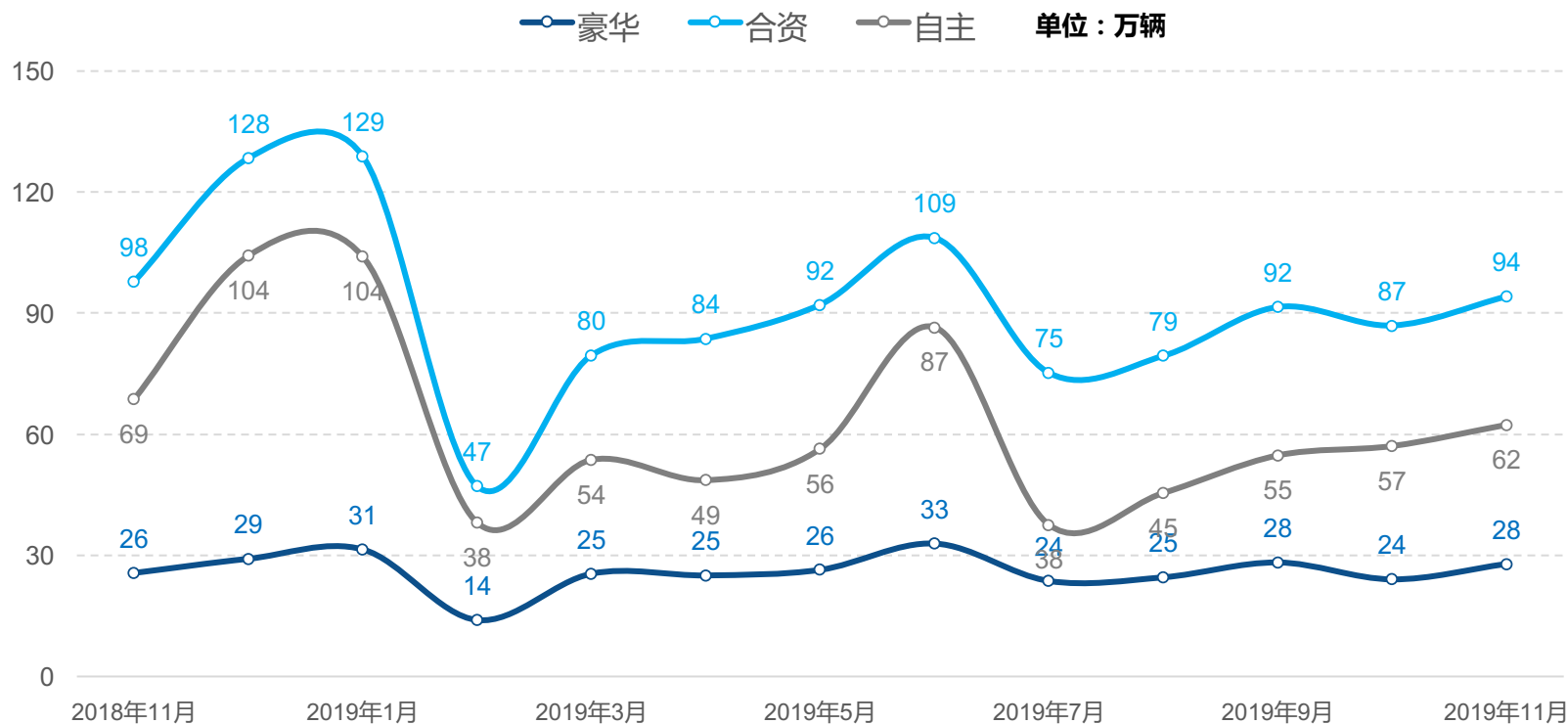
数据来源：威尔森标准统计口径终端零售量数据,不包含跑车等部分数据



# 合资与自主品牌同比跌幅明显收窄

- 11月豪华品牌表现依然坚挺，同比增长8.7%，而合资与自主品牌销量同比虽仍延续跌势，但跌幅较前数月有明显收窄，合资品牌下降3.7%，自主品牌跌幅已收窄到个位数水平，同比下降9.2%
- 前11个月的累计销量方面，仍只有豪华品牌保持一定增幅，合资品牌与自主品牌仍未扭转负增长的局面

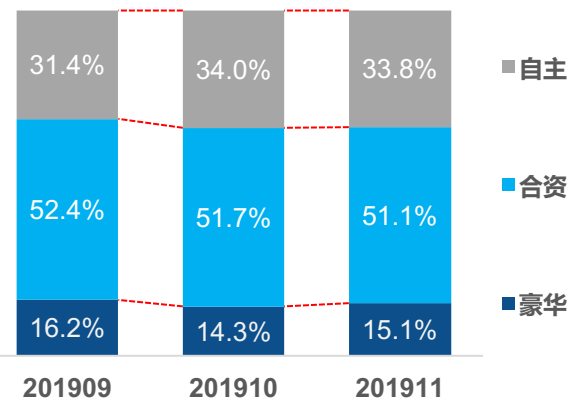
19年11月全国终端零售量走势



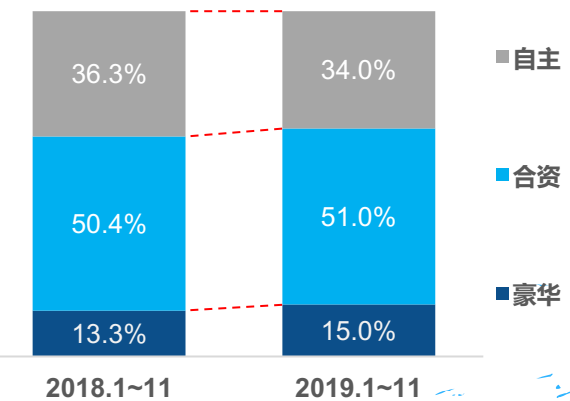
	豪华	合资	自主
11月销量同比	8.7%	-3.7%	-9.2%
1-11月累计销量同比	8.2%	-2.3%	-9.7%

全国终端零售量结构

分月零售量结构 2019.11



累计零售量结构 2019.1~11



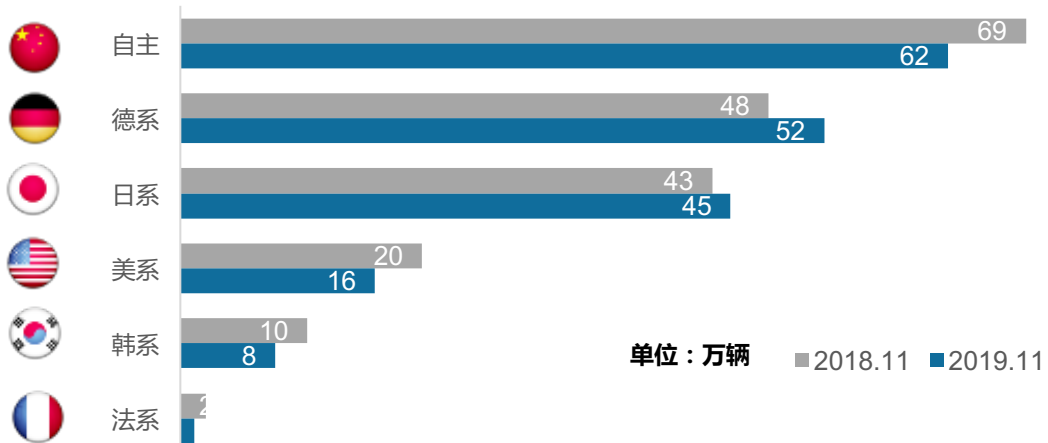
数据来源：威尔森标准统计口径终端零售量数据,不包含跑车等部分数据



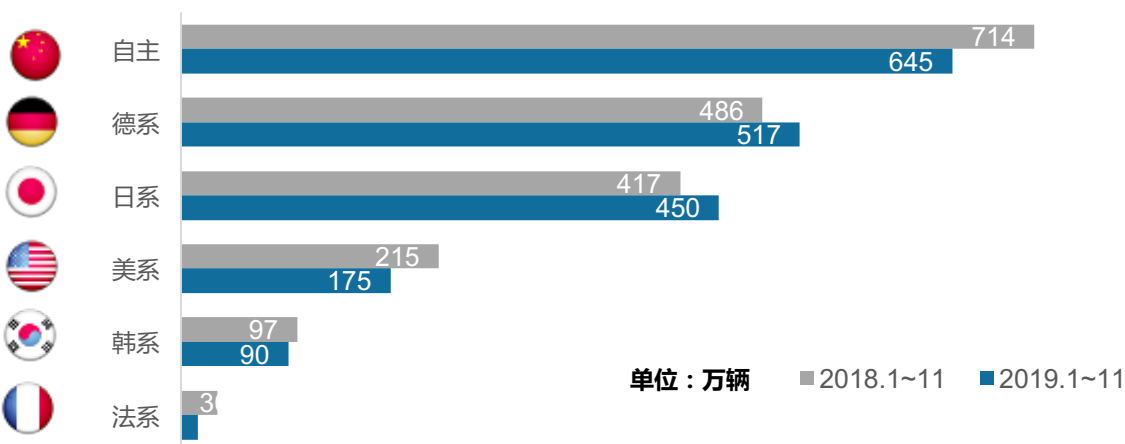
# 11月德系与日系继续领跑市场

- 11月仍然是德系与日系保持领跑市场的节奏，德系越到年末爆发力越强，11月同比增幅接近10%，在如此大环境下，实属不易；经历完前两月主力车型切换的阵痛后，日系销量恢复平稳增长，而其他系别的表现均不够理想，美系品牌环比有明显增长，但同比缺口仍接近20%
- 累计销量方面，除日系与德系同比增速为正增长外，其他系别均仍在大幅度下滑

车系国别销量状况2019.11



车系国别销量状况2019.1~11



车系	销量同比	销量环比	11月份额	份额环比	份额同比
自主	-9.2%	9.2%	33.9%	-0.2%	-1.9%
德系	9.4%	11.6%	28.4%	0.5%	3.5%
日系	3.4%	8.4%	24.3%	-0.3%	1.8%
美系	-19.4%	14.2%	8.6%	0.3%	-1.6%
韩系	-25.1%	1.5%	4.2%	-0.3%	-1.2%
法系	-47.0%	21.5%	0.6%	0.1%	-0.5%

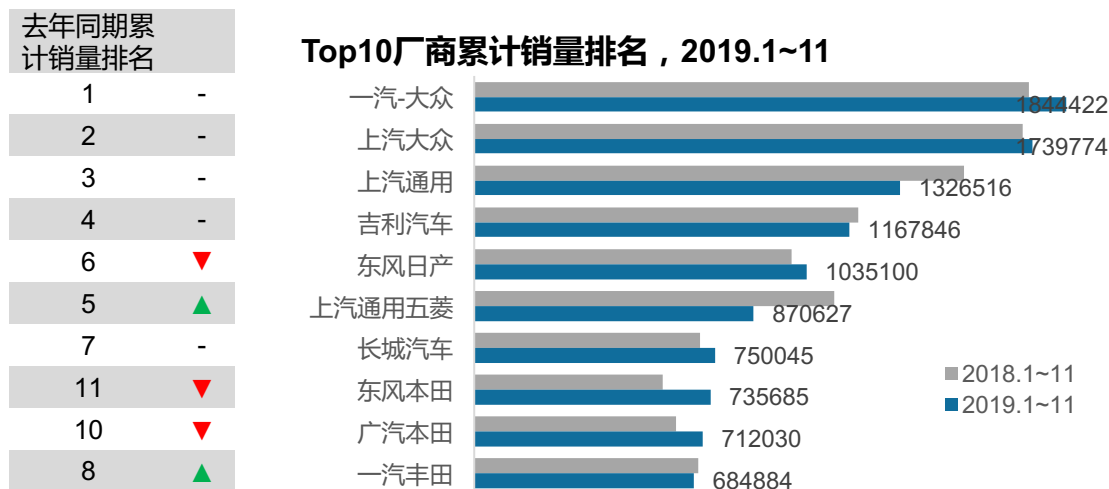
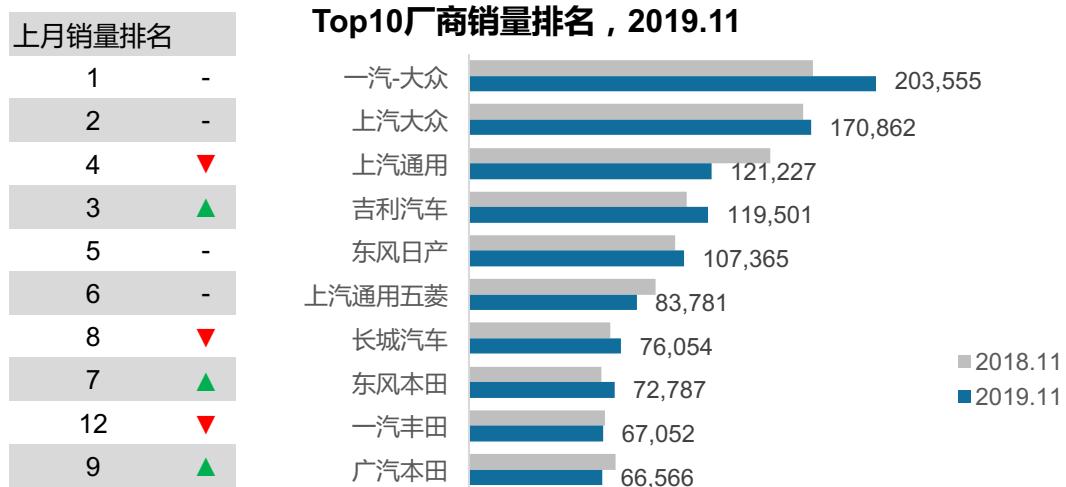
车系	累计销量同比	累计销量份额	份额同比
自主	-9.7%	34.1%	-2.3%
德系	6.4%	27.4%	2.5%
日系	7.8%	23.8%	2.5%
美系	-18.7%	9.3%	-1.7%
韩系	-7.6%	4.7%	-0.2%
法系	-53.4%	0.7%	-0.8%

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



# TOP10车企排行榜

- 11月TOP10车企中，一汽大众同比大幅增长18.3%，力压群雄稳居冠军宝座，排名第二的上汽大众奋力直追，同比终于恢复小幅增长，上汽通用环比增长14.2%重回第三名，但同比缺口仍接近20%，吉利与长城两位自主品牌的选手同比与环比均有不错升幅，表现不俗；RAV4荣放等新车上市热销拉动一汽丰田环比大幅增长，重回前10榜单
- 累计销量方面，除上汽通用与上汽通用五菱两个厂商的累计跌幅仍在双位数水平外，其他榜单上的厂商均已基本追平去年同期水平或有不错的增幅

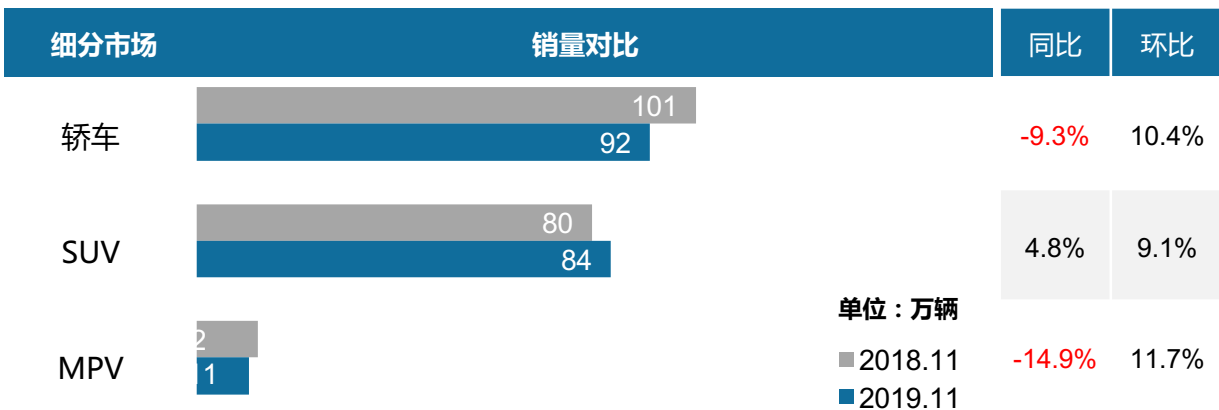


车企	销量同比	销量环比	11月份额	份额环比	份额同比
一汽-大众	18.3%	9.8%	10.9%	-0.0%	2.0%
上汽大众	2.4%	10.8%	9.2%	0.1%	0.6%
上汽通用	-19.5%	14.2%	6.5%	0.2%	-1.3%
吉利汽车	9.8%	4.5%	6.4%	-0.3%	0.8%
东风日产	4.3%	2.1%	5.8%	-0.4%	0.5%
上汽通用五菱	-10.1%	9.5%	4.5%	-0.0%	-0.3%
长城汽车	7.8%	10.6%	4.1%	0.0%	0.4%
东风本田	10.3%	0.9%	3.9%	-0.4%	0.5%
一汽丰田	-1.3%	21.1%	3.6%	0.3%	0.1%
广汽本田	-9.2%	6.4%	3.6%	-0.1%	-0.2%

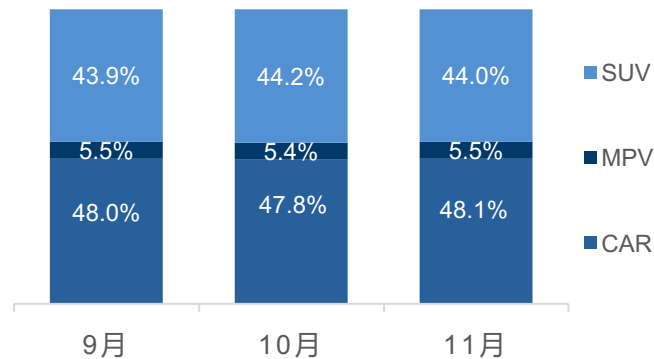
车企	累计销量同比	累计销量份额	份额同比
一汽-大众	6.8%	9.6%	0.9%
上汽大众	1.9%	9.1%	0.5%
上汽通用	-13.0%	6.9%	-0.8%
吉利汽车	-2.3%	6.1%	0.1%
东风日产	4.7%	5.4%	0.4%
上汽通用五菱	-22.4%	4.5%	-1.1%
长城汽车	6.7%	3.9%	0.4%
东风本田	25.1%	3.8%	0.9%
广汽本田	13.4%	3.7%	0.6%
一汽丰田	-1.9%	3.6%	0.1%

# SUV市场扭转负增长局面，同比小幅上升

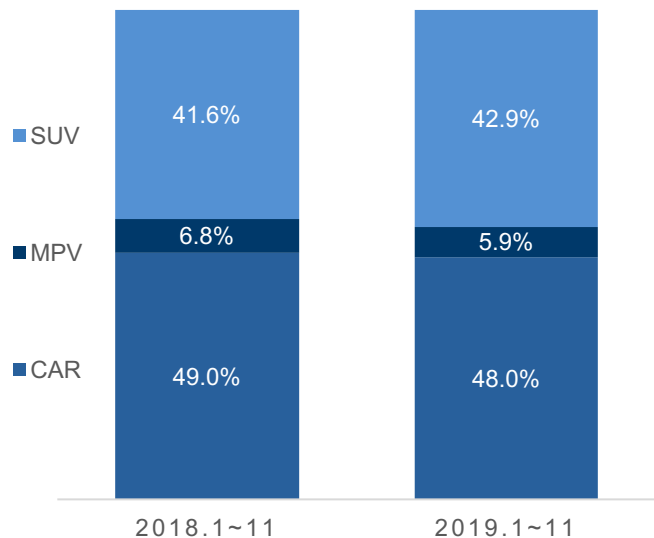
- 随着市场季节性升温，SUV市场成功扭转负增长的局面，同比有4.8%的小幅增长，轿车与MPV市场同比跌幅也有所收窄，轿车市场同比下跌9.3%，MPV市场下降14.9%
- 累计销量方面，SUV市场终于追平去年同期水平，实现小幅正增长，轿车市场仍有一段距离，而MPV市场的缺口仍相对较大



各细分市场月份走势，2019.11



各细分市场累计份额走势，2019.1~11

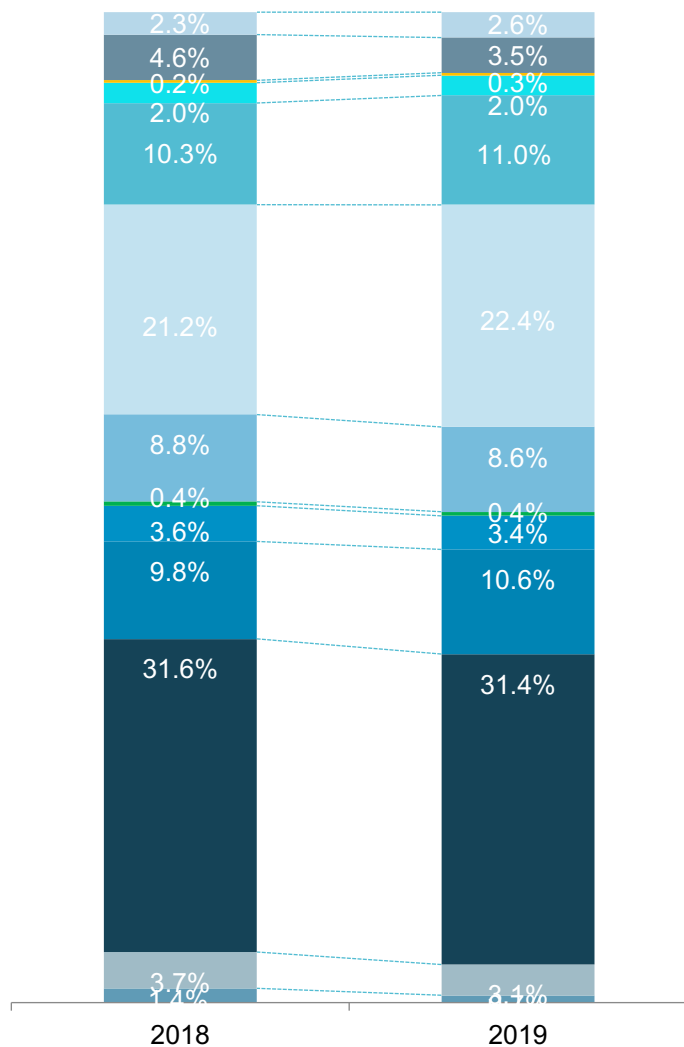


细分市场	累计份额	份额同比	1-11月累计销量	销量同比
<b>轿车</b>	<b>48.0%</b>	<b>-1.0%</b>	<b>9,487,350</b>	<b>-5.0%</b>
微型轿车	0.7%	-0.4%	142,624	-37.0%
小型轿车	3.0%	-0.5%	593,214	-17.7%
紧凑型轿车	30.4%	-0.3%	6,001,632	-4.0%
中型轿车	10.2%	0.5%	2,021,400	2.1%
中大型轿车	3.3%	-0.3%	648,295	-10.9%
<b>MPV</b>	<b>5.9%</b>	<b>-0.9%</b>	<b>1,170,057</b>	<b>-16.1%</b>
紧凑型MPV	3.4%	-1.1%	678,319	-27.2%
中大型MPV	2.5%	0.2%	491,738	6.5%
<b>SUV</b>	<b>42.9%</b>	<b>1.4%</b>	<b>8,485,819</b>	<b>0.2%</b>
小型SUV	8.3%	-0.2%	1,637,998	-5.3%
紧凑型SUV	21.7%	1.1%	4,292,837	1.9%
中型SUV	10.7%	0.6%	2,115,177	2.3%
中大型SUV	2.0%	-0.0%	390,648	-5.0%

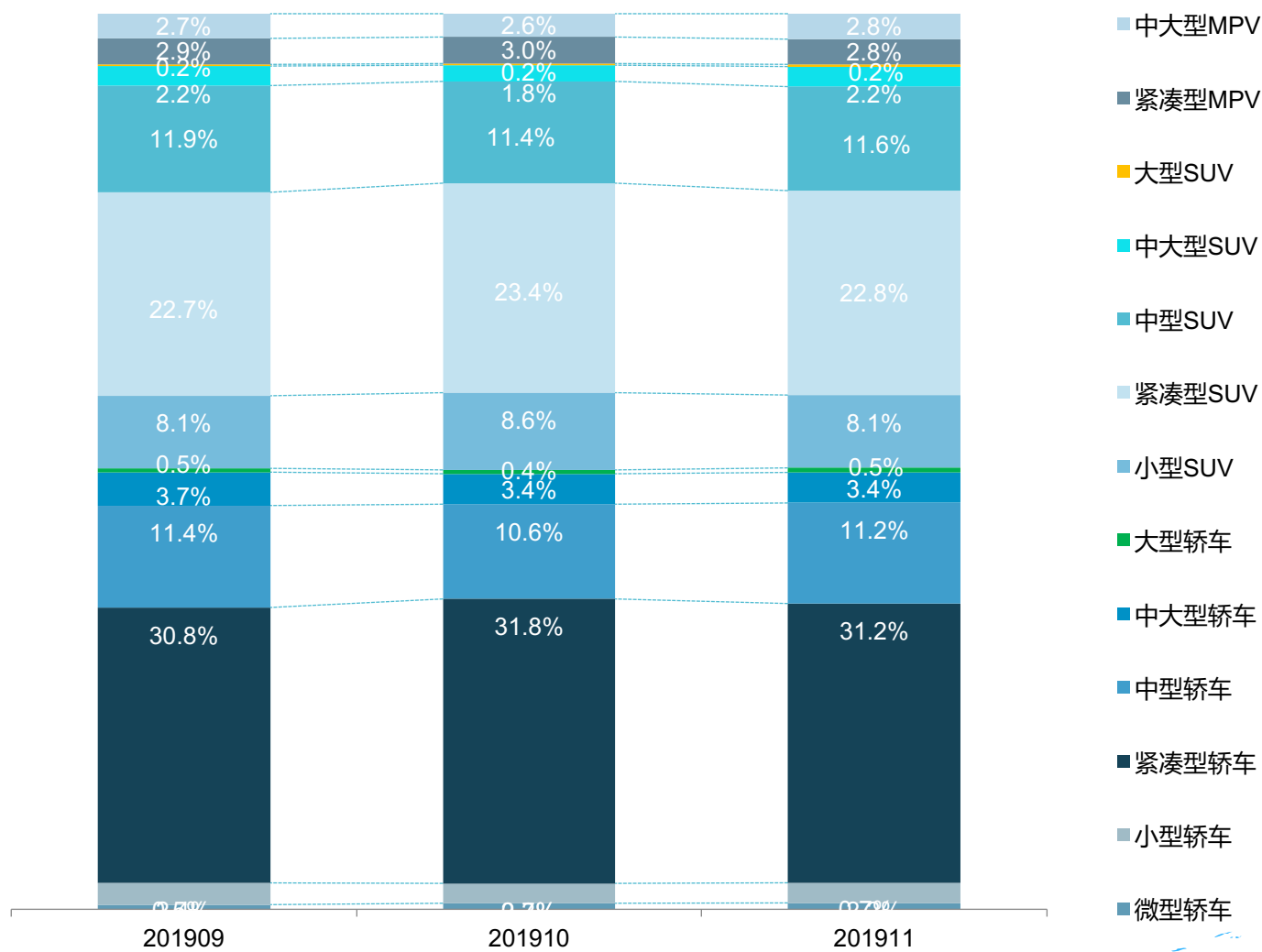


# 各细分市场销量份额

## 年度结构对比



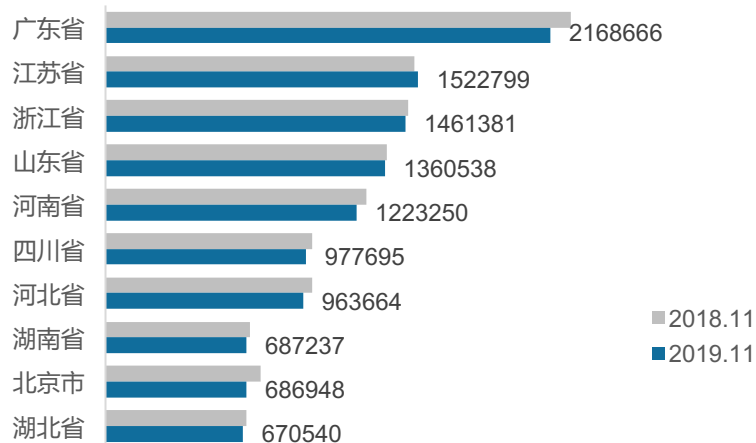
## 全国终端零售量—细分市场结构



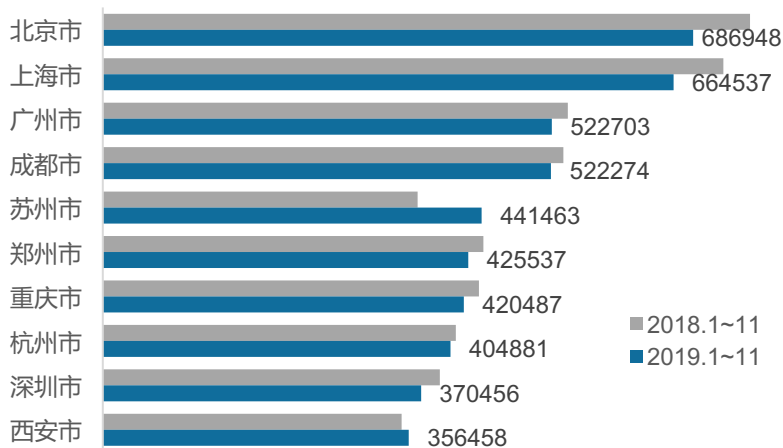
# TOP10区域销量排名

- 11月累计销量TOP10城市中仅苏州市与东莞市同比上升，苏州市累计同比增速达20.5%，表现抢眼，而11月有大型车展加持的广州市，同比降幅尚未止跌回升%
- 累计销量TOP10省份中，仅有江苏省同比正增长

## Top10省份累计销量排名，2019.1~11



## Top10城市累计销量排名，2019.1~11



省份	累计销量同比
广东省	-4.4%
江苏省	1.3%
浙江省	-1.0%
山东省	-0.6%
河南省	-3.9%
四川省	-3.1%
河北省	-4.3%
湖南省	-2.6%
北京市	-8.9%
湖北省	-2.6%

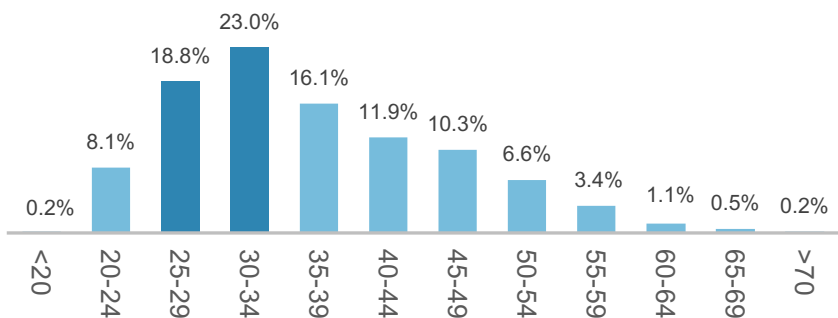
城市	累计销量同比
北京市	-8.9%
上海市	-8.1%
广州市	-3.4%
成都市	-2.5%
苏州市	20.5%
郑州市	-3.9%
重庆市	-4.1%
杭州市	-1.5%
深圳市	-5.7%
西安市	2.5%



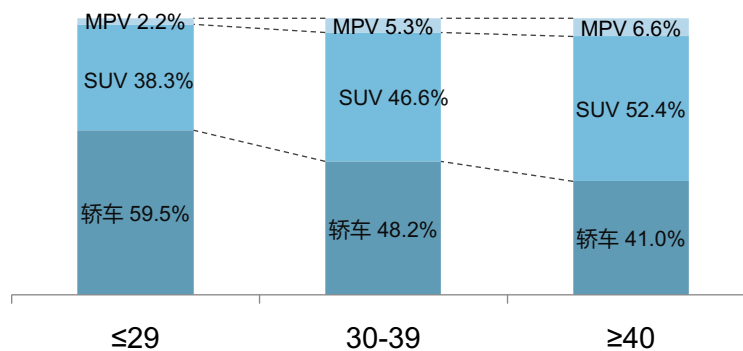
# 消费者人群分析

- 数据显示，根据年龄段划分，购车主力人群集中在25-39岁；29岁以下近60%青睐于轿车市场，40岁以上超50%青睐于SUV市场；
- 消费购车人群以男性为主，占比达到70%；男性选择SUV和轿车的占比接近，而女性更多倾向选择轿车；而在系别偏好上，男性更偏爱自主汽车，女性则更偏爱德系。

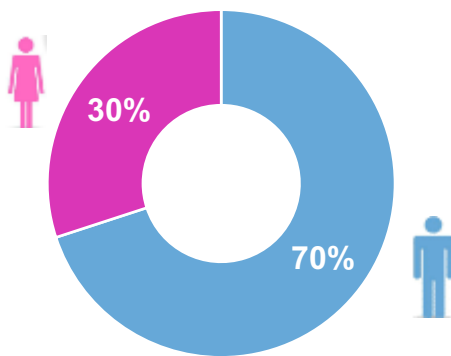
## 全国终端零售量 年龄 2019.11



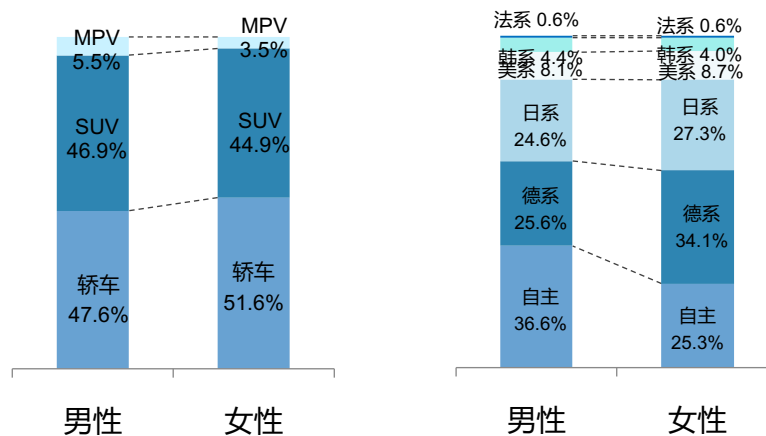
## 年龄段消费群分析



## 全国终端零售量 性别



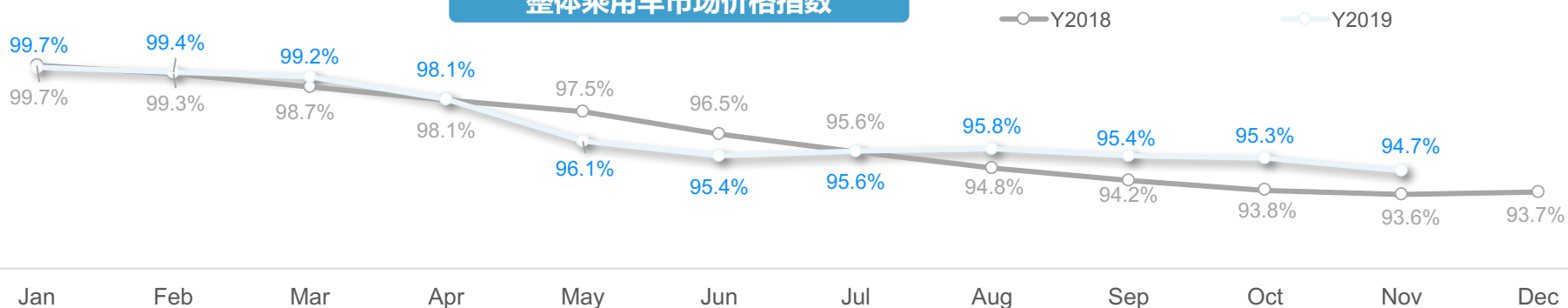
## 男女消费群分析



# 整体市场价格表现

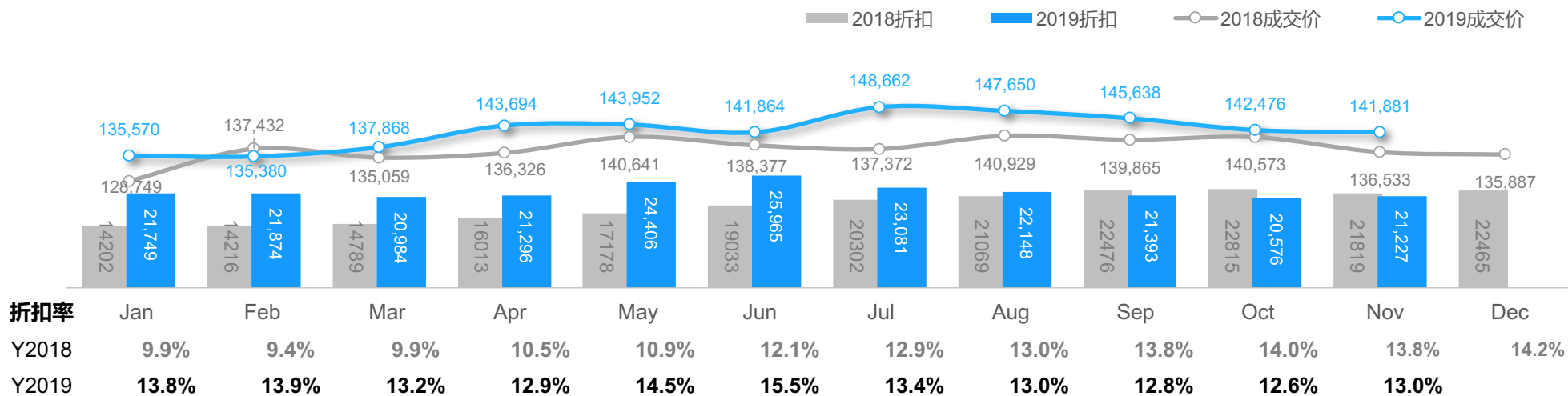
- 11月整体市场价格指数为94.7%，同比上升1.1%，环比下降0.6%
- 整体市场成交价为141,881，折扣率为13.0%，环比上升0.4%

## 整体乘用车市场价格指数



## 整体乘用车市场成交价走势

注：以上年12月价格为基期价格



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%	12.8%	12.6%	13.0%	

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



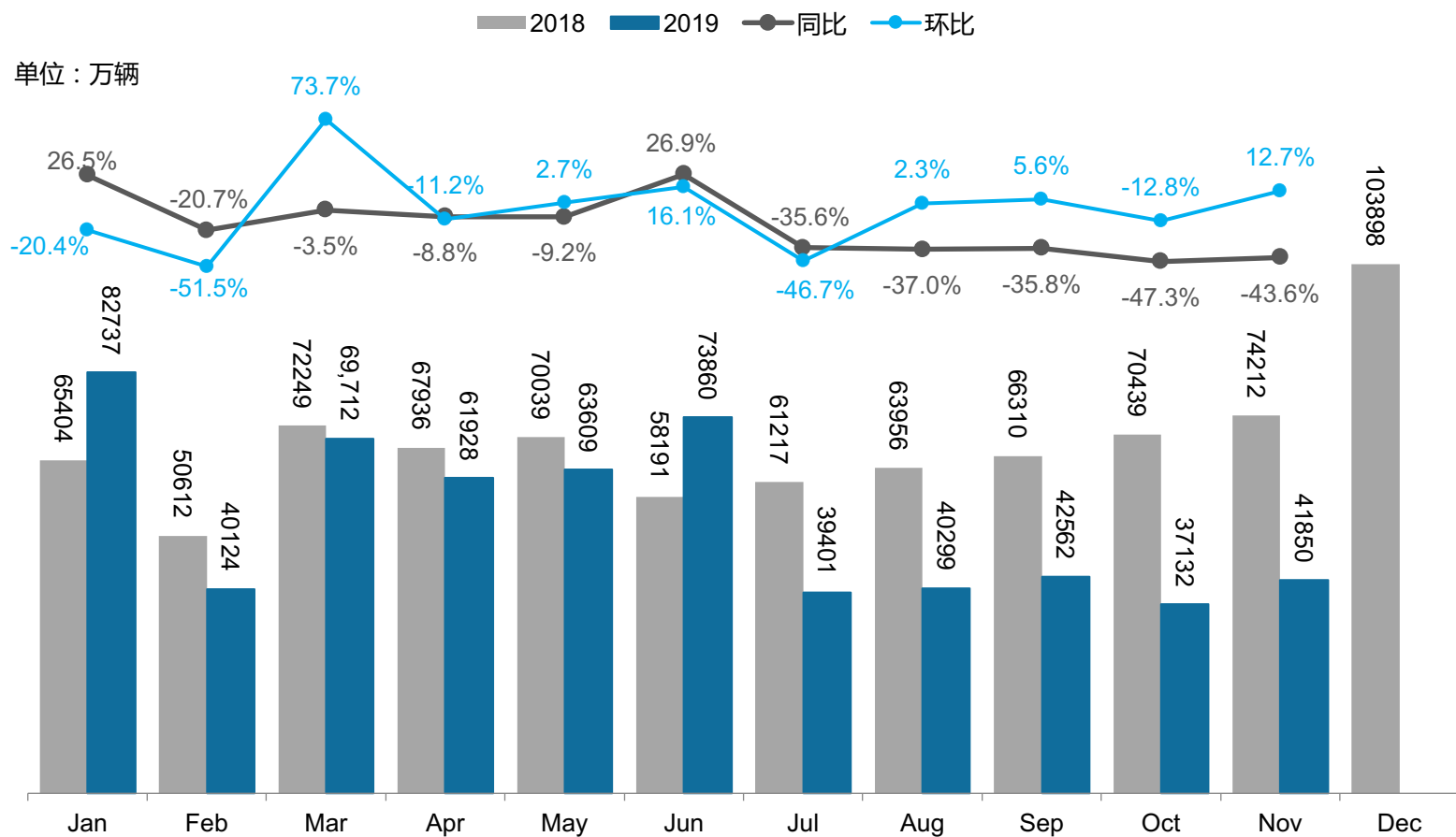
# 小型轿车市场摘要

- 11月小型轿车销量为4.2万辆，同比下降43.6%
  - 11月小型轿车份额为2.2%，同比下降1.6%
- 
- 11月小型轿车市场自主车、合资车均同比大幅下跌，市场份额环比当期收窄；从累计份额同比来看，自主车市场份额持续受合资车和豪华车挤压
- 
- 11月小型轿车中，POLO经历换代调整期后顺利登顶榜首位置，同比跌幅有所收窄；致炫销量同比增长37.6%跻身榜单前三，飞度两厢虽有新款上市助力销售，但仍无国六车型，销量同比降幅仍较大，从榜首跌落

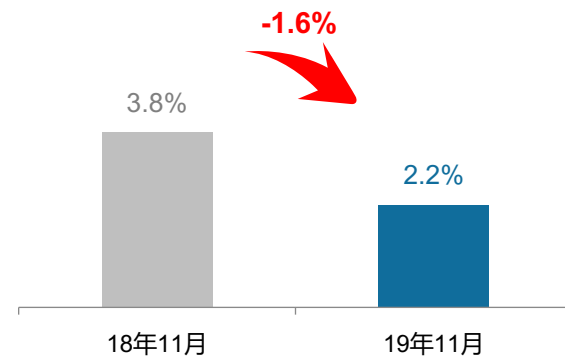
# 小型轿车市场销量表现

- 11月小型轿车销量为4.2万辆，同比下降43.6%
- 11月小型轿车份额为2.2%，同比下降1.6%

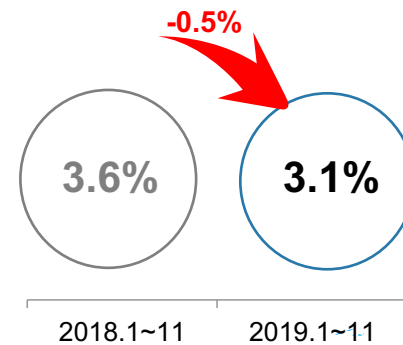
2018-2019年小型轿车销量走势



11月份额同比



累计份额变化



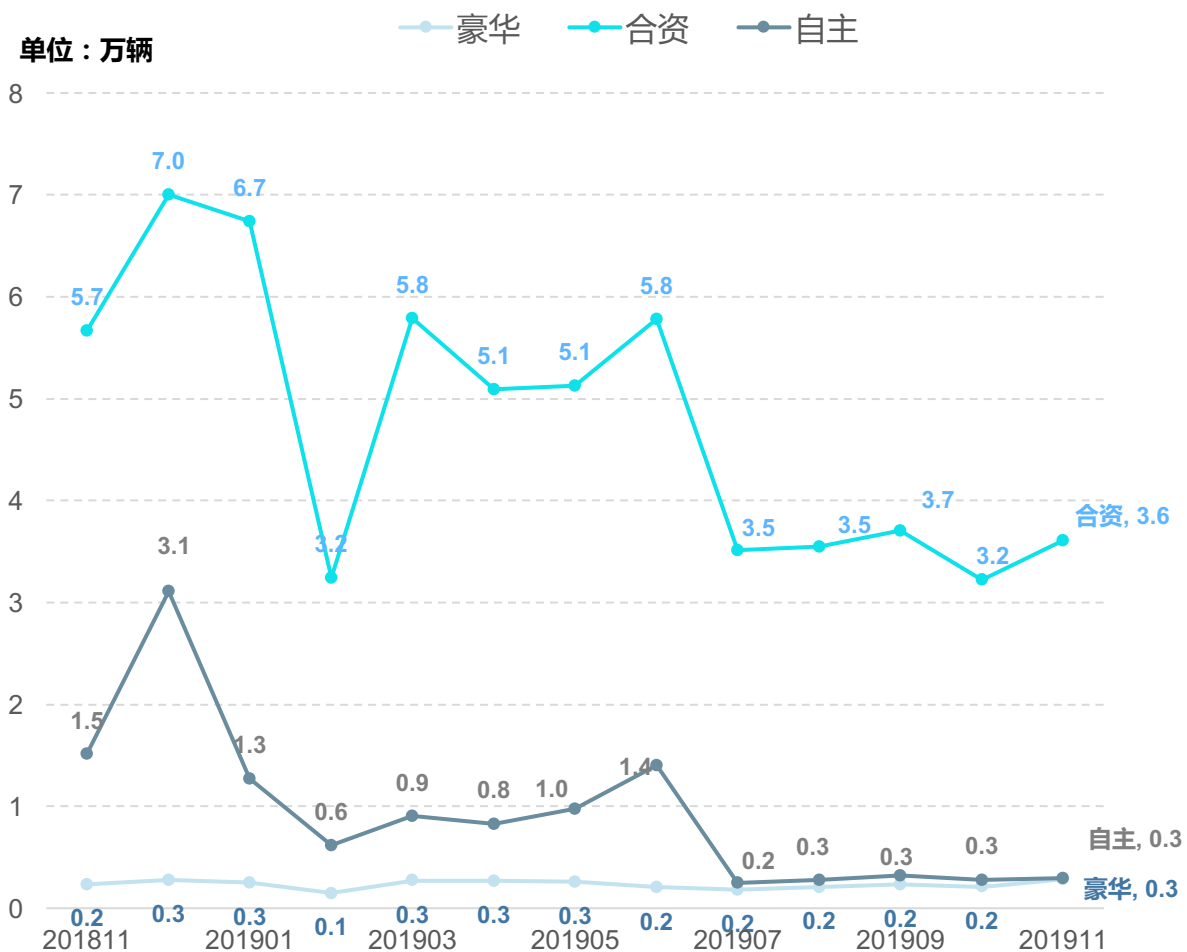
数据来源：威尔森标准统计口径终端零售量数据,不包含跑车等部分数据



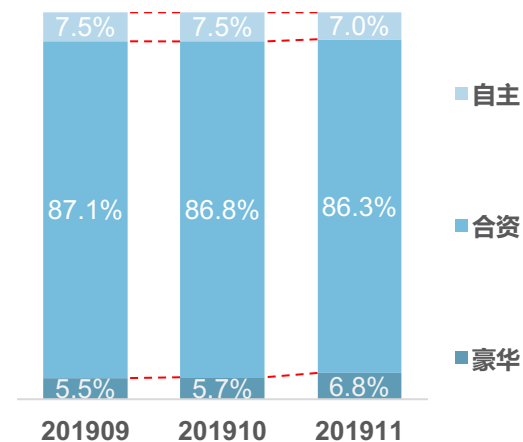
# 自主车、合资车终端零售量同比下滑，市场份额环比当期收窄

- 11月小型轿车市场自主车、合资车均同比大幅下跌，市场份额环比当期收窄；从累计份额同比来看，自主车市场份额持续受合资车和豪华车挤压

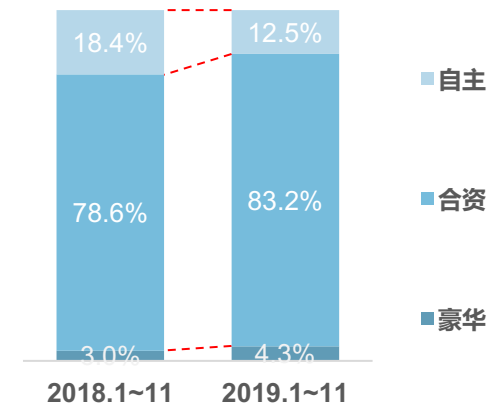
## 小型轿车市场零售量走势-2019.11



## 分月零售量结构 2019.11



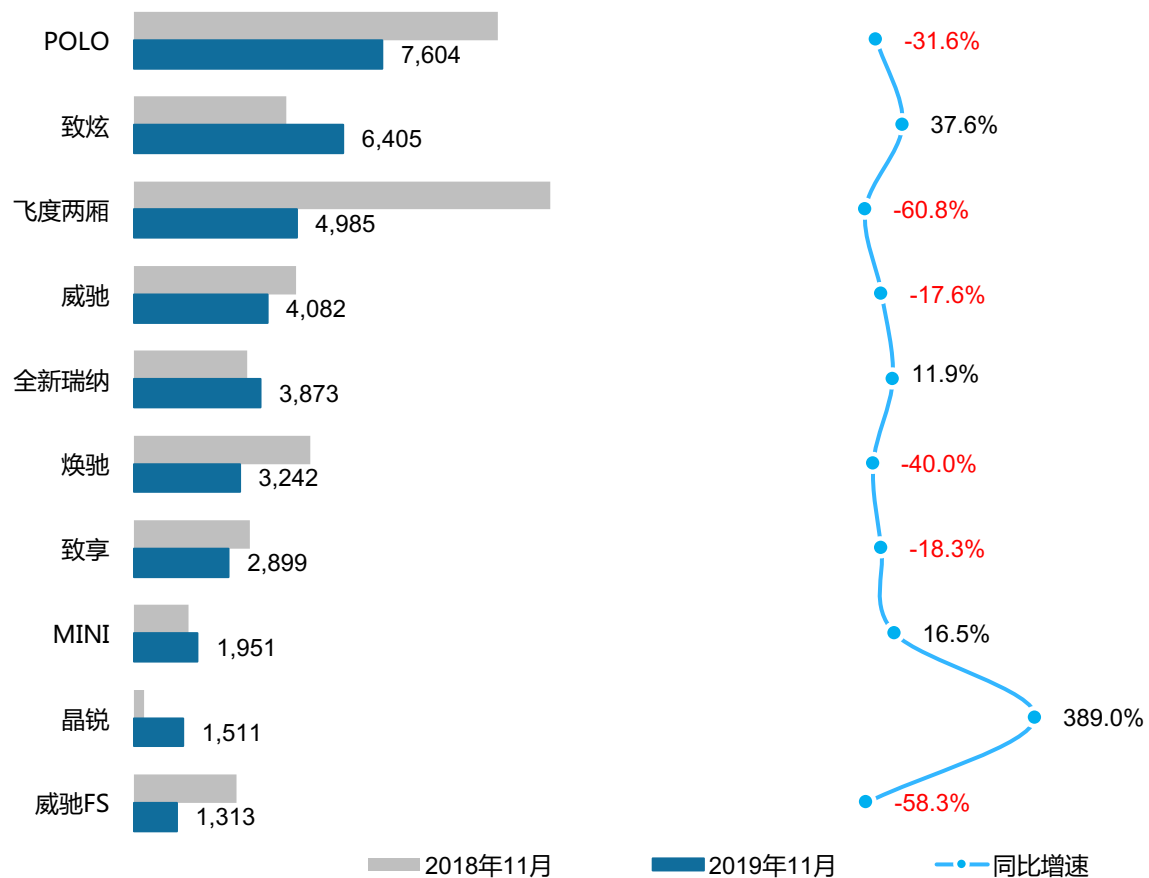
## 累计零售量结构 2019.1~11



# 小型轿车市场主力车型POLO零售量0.8万辆

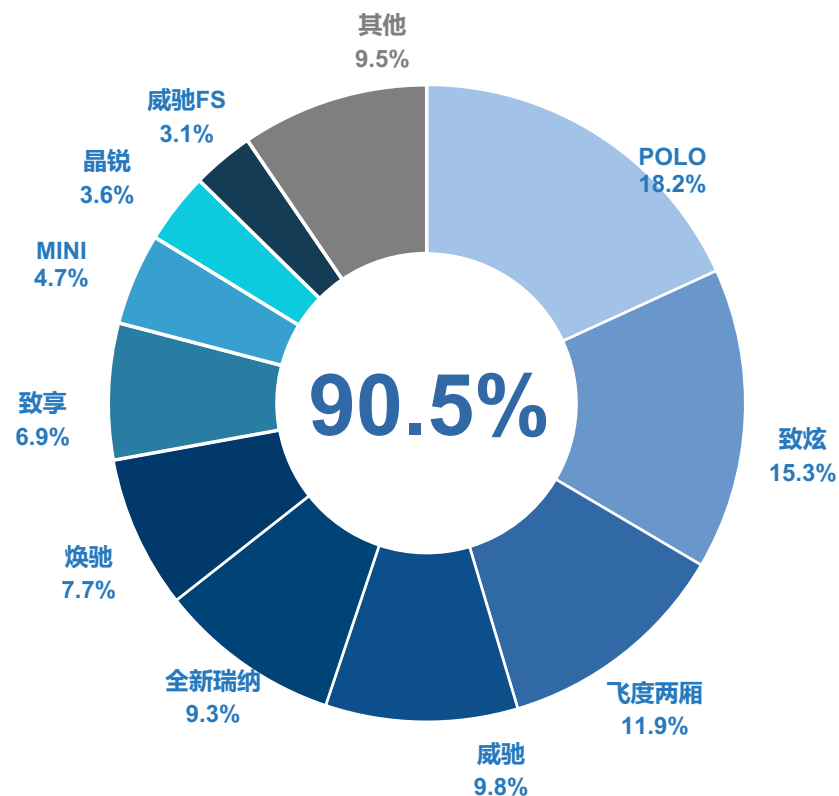
- 11月小型轿车中，POLO经历换代调整期后顺利登顶榜首位置，同比跌幅有所收窄；致炫销量同比增长37.6%跻身榜单前三，飞度两厢虽有新款上市助力销售，但仍无国六车型，销量同比降幅仍较大，从榜首跌落

## 小型轿车市场—Top10车型排名



## 小型轿车市场零售量结构

### 2019.11 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

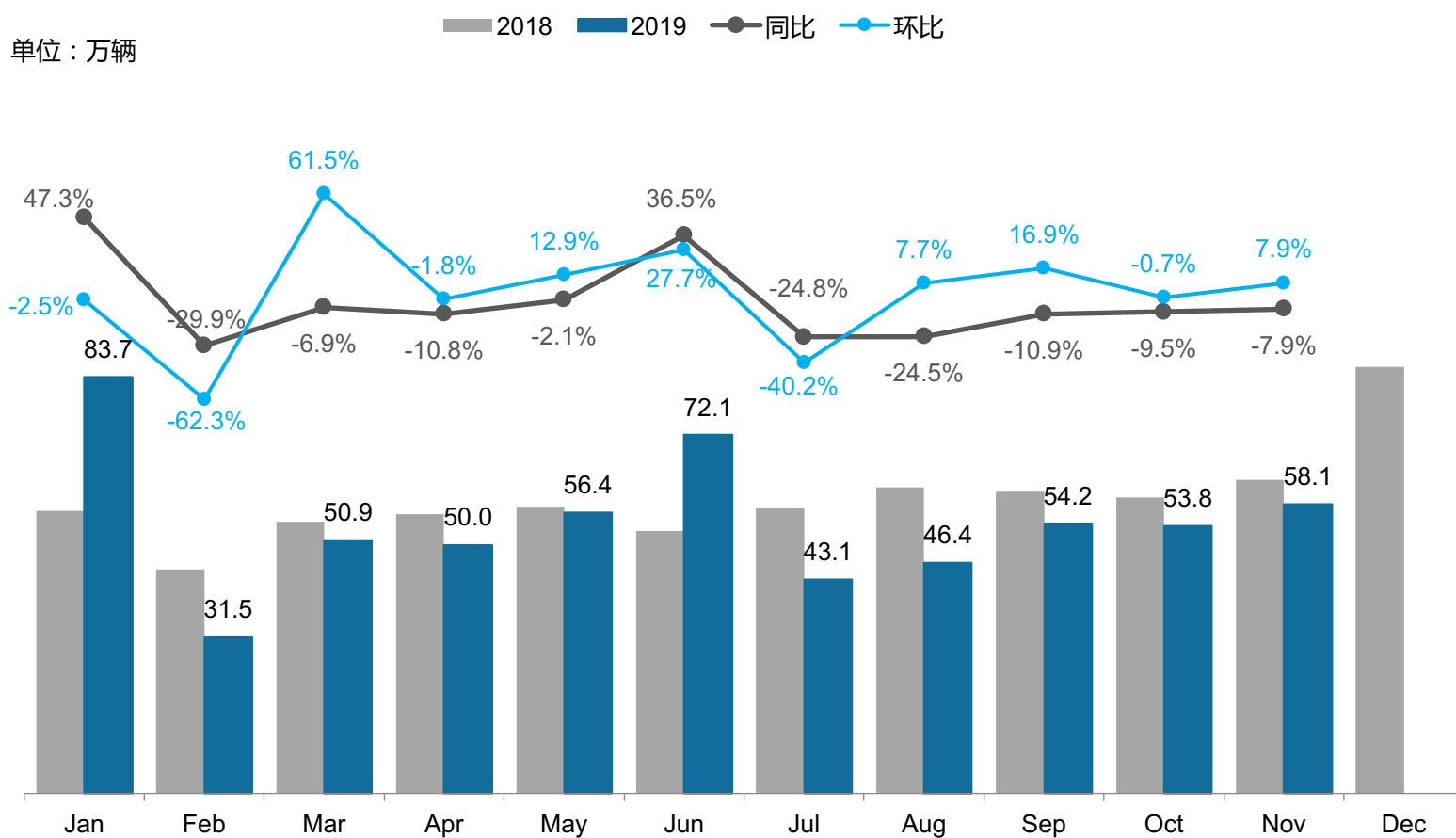
- 11月紧凑型轿车销量为58.1万辆，同比下降7.9%
  - 11月紧凑型轿车份额为31.2%，同比下降1.3%
- 
- 11月紧凑型轿车市场自主车12.3万台，环比增长稳定，市场份额上升0.6%，累计市场份额同比上升2.1%
- 
- 11月紧凑型轿车中，速腾同比增长超五成从朗逸Plus手中夺得细分市场冠军宝座，份额同比增长2.4%；朗逸Plus虽劲增36.0%，但不敌速腾强势冲击；轩逸经典依旧热销，销量同比大增64.4%位列第三



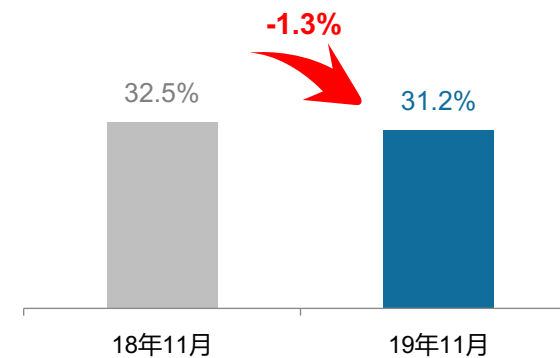
# 紧凑型轿车市场销量表现

- 11月紧凑型轿车销量为58.1万辆，同比下降7.9%
- 11月紧凑型轿车份额为31.2%，同比下降1.3%

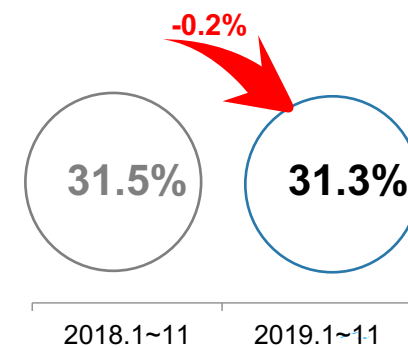
## 2018-2019年紧凑型轿车销量走势



## 11月份额同比



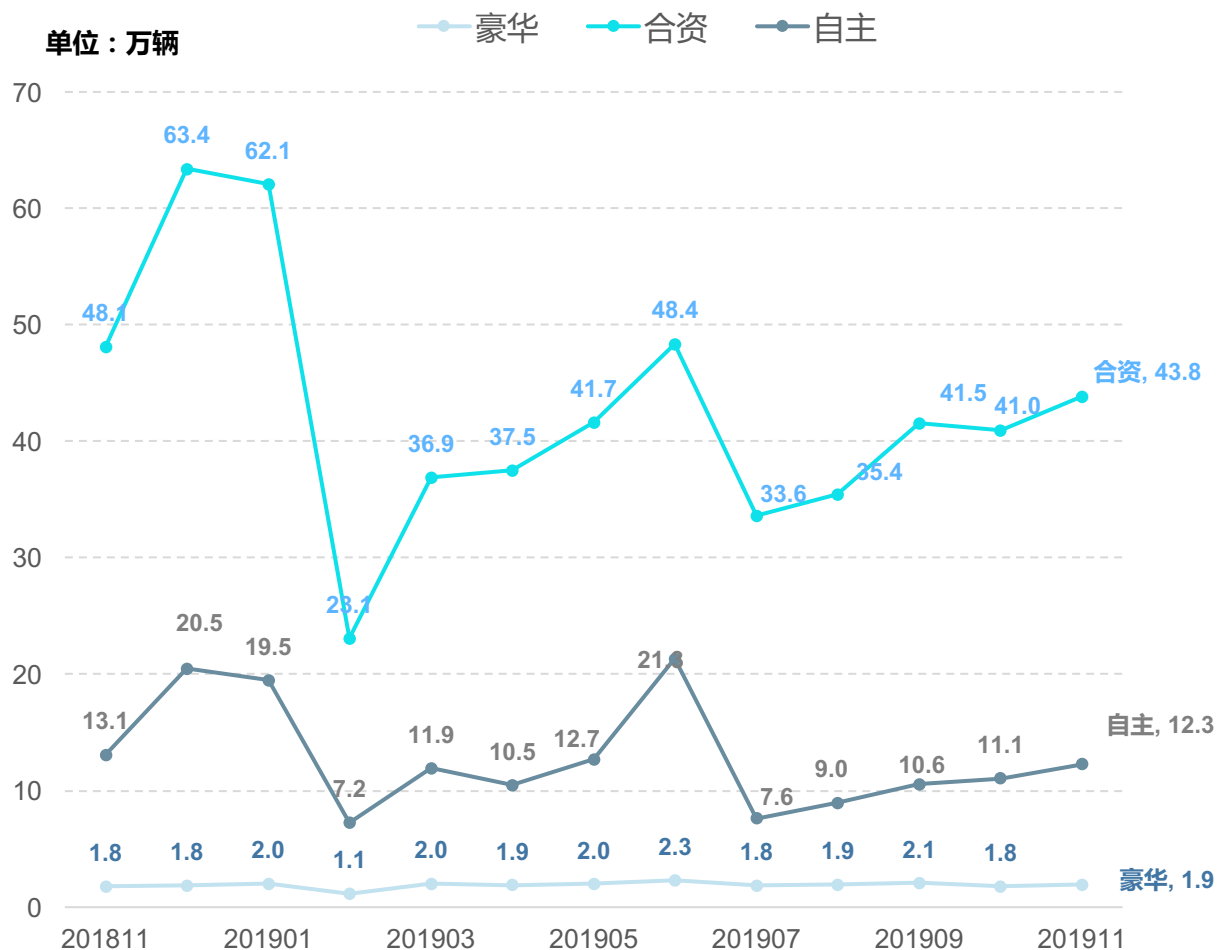
## 累计份额变化



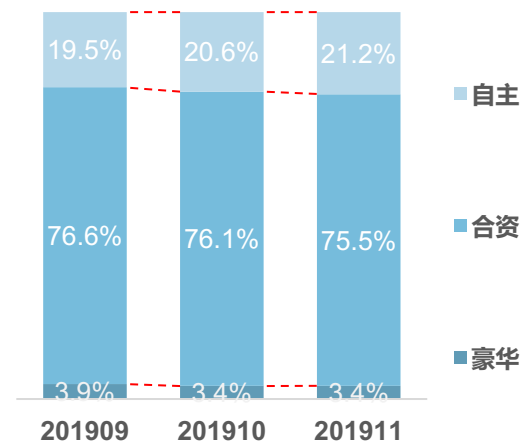
# 自主车终端零售量环比增长稳定，市场份额环比持续回升

■ 11月紧凑型轿车市场自主车销量12.3万台，环比增长稳定，市场份额环比上升0.6%，累计市场份额同比上升2.1%

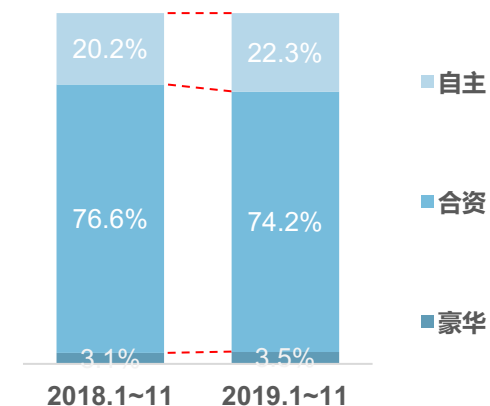
## 紧凑型轿车市场零售量走势-2019.11



## 分月零售量结构 2019.11



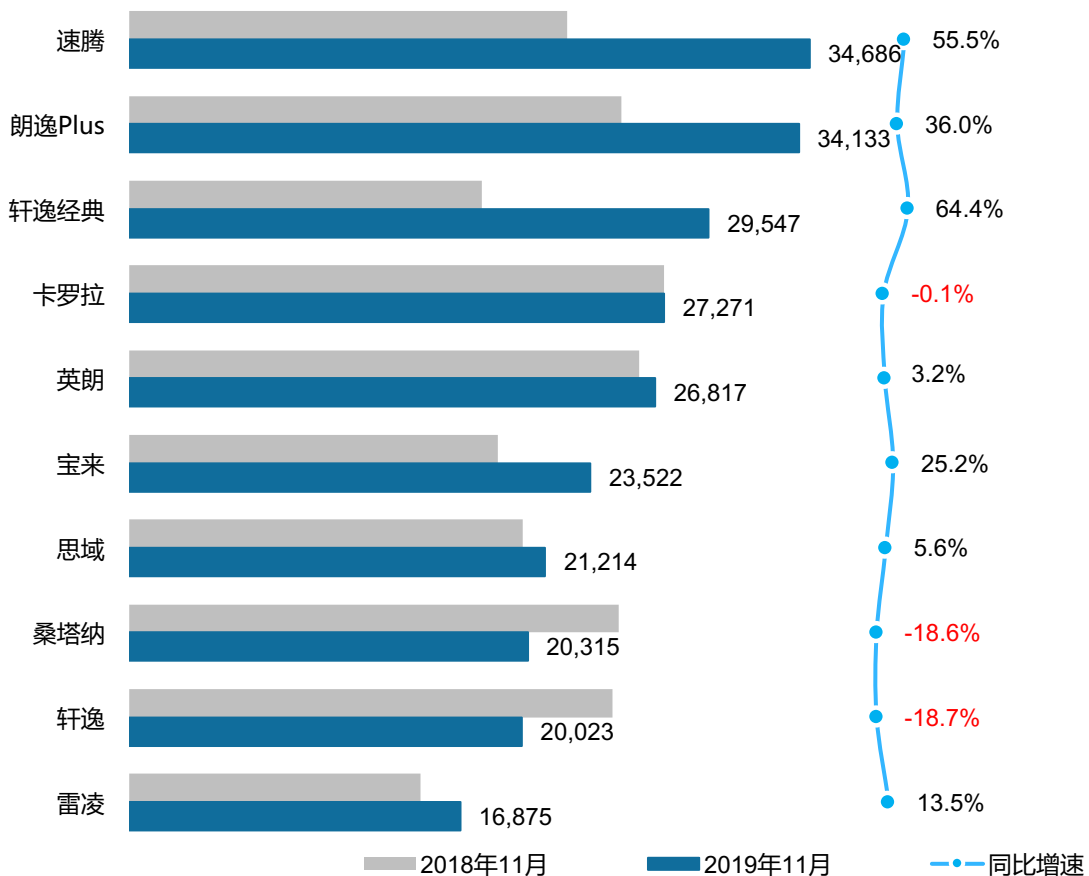
## 累计零售量结构 2019.1~11



# 紧凑型轿车市场主力车型速腾零售量3.5万辆

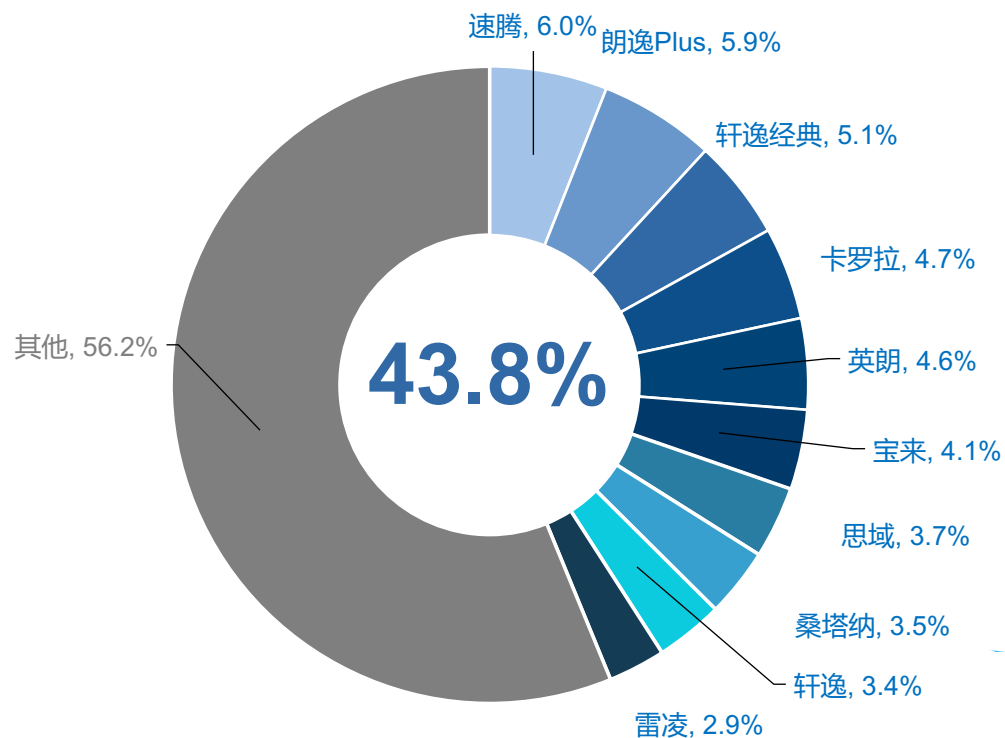
- 11月紧凑型轿车中，速腾同比增长超五成从朗逸Plus手中夺得细分市场冠军宝座，份额同比增长2.4%；朗逸Plus虽劲增36.0%，但不敌速腾强势冲击；轩逸经典依旧热销，销量同比大增64.4%位列第三

## 紧凑型轿车市场—Top10车型排名



## 紧凑型轿车市场零售量结构

### 2019.11 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

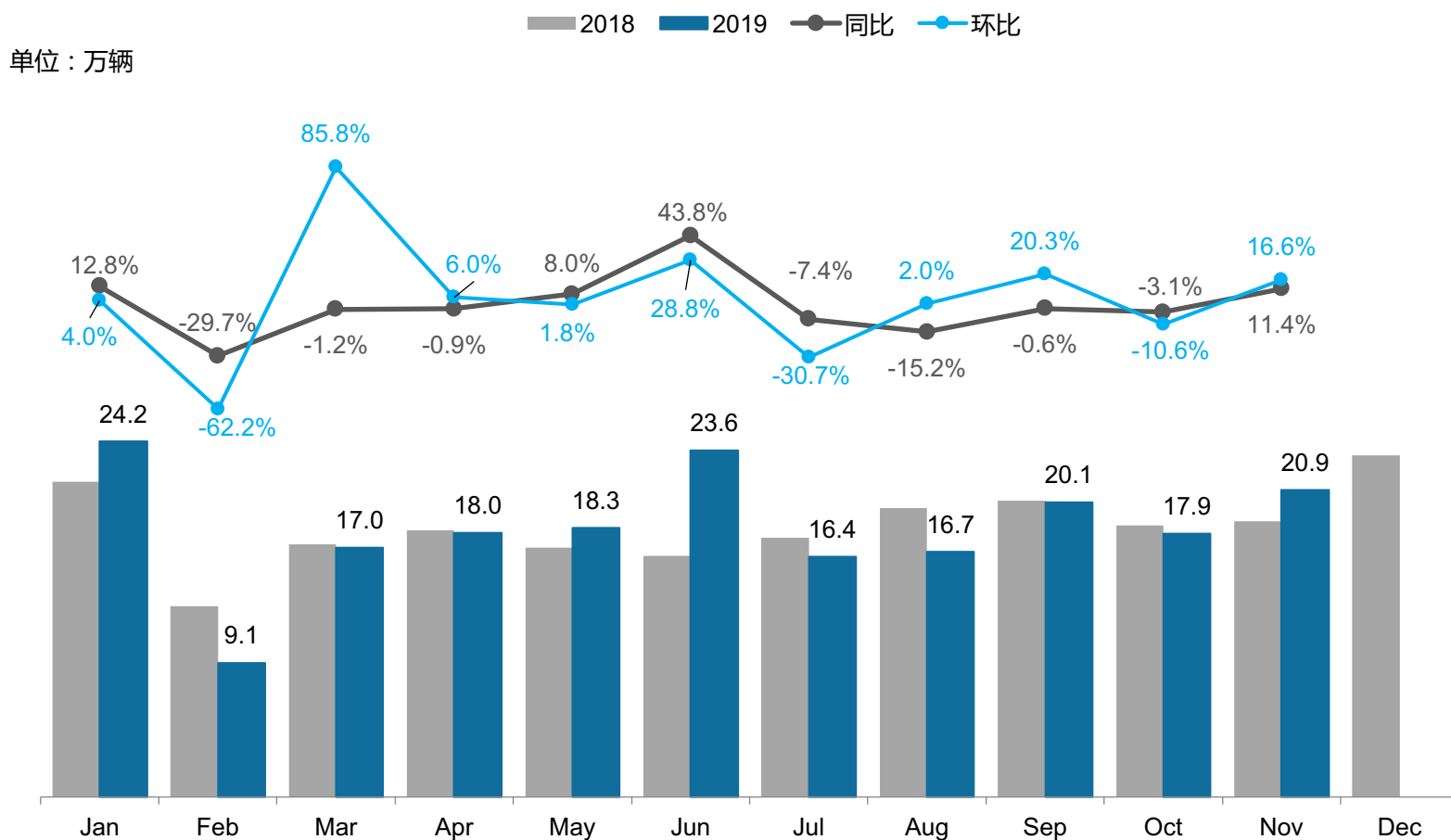
- 11月中型轿车销量为20.9万辆，同比上升11.4%
  - 11月中型轿车份额为11.2%，同比上升1.5%
- 11月中型轿车市场自主车零售量1.6万辆，同比上升，市场份额环比持续扩张，上升0.4%，累计份额同比增长0.2%
- 11月中型轿车中，帕萨特再度展现强大的竞争优势，同比增长56.0%大幅度抛离后部对手；凯美瑞销量同比增长16.0%，虽其终端优惠较竞品不占优势但凭借强大的产品力依旧热销位列榜单第三；而榜首常客雅阁表现失利，销量同比降幅达两成，跌出榜单前三；君威终端价格下探，近数月销量同比持续增长

# 中型轿车市场销量表现

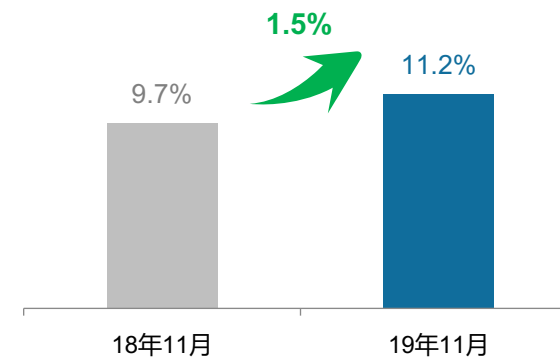
■ 11月中型轿车销量为20.9万辆，同比上升11.4%

■ 11月中型轿车份额为11.2%，同比上升1.5%

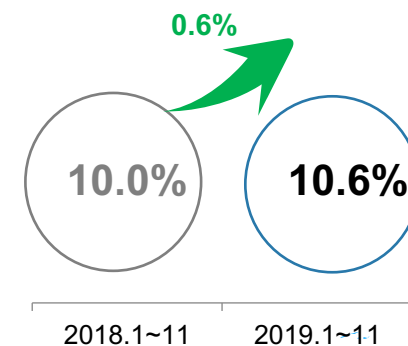
## 2018-2019年中型轿车销量走势



## 11月份额同比



## 累计份额变化

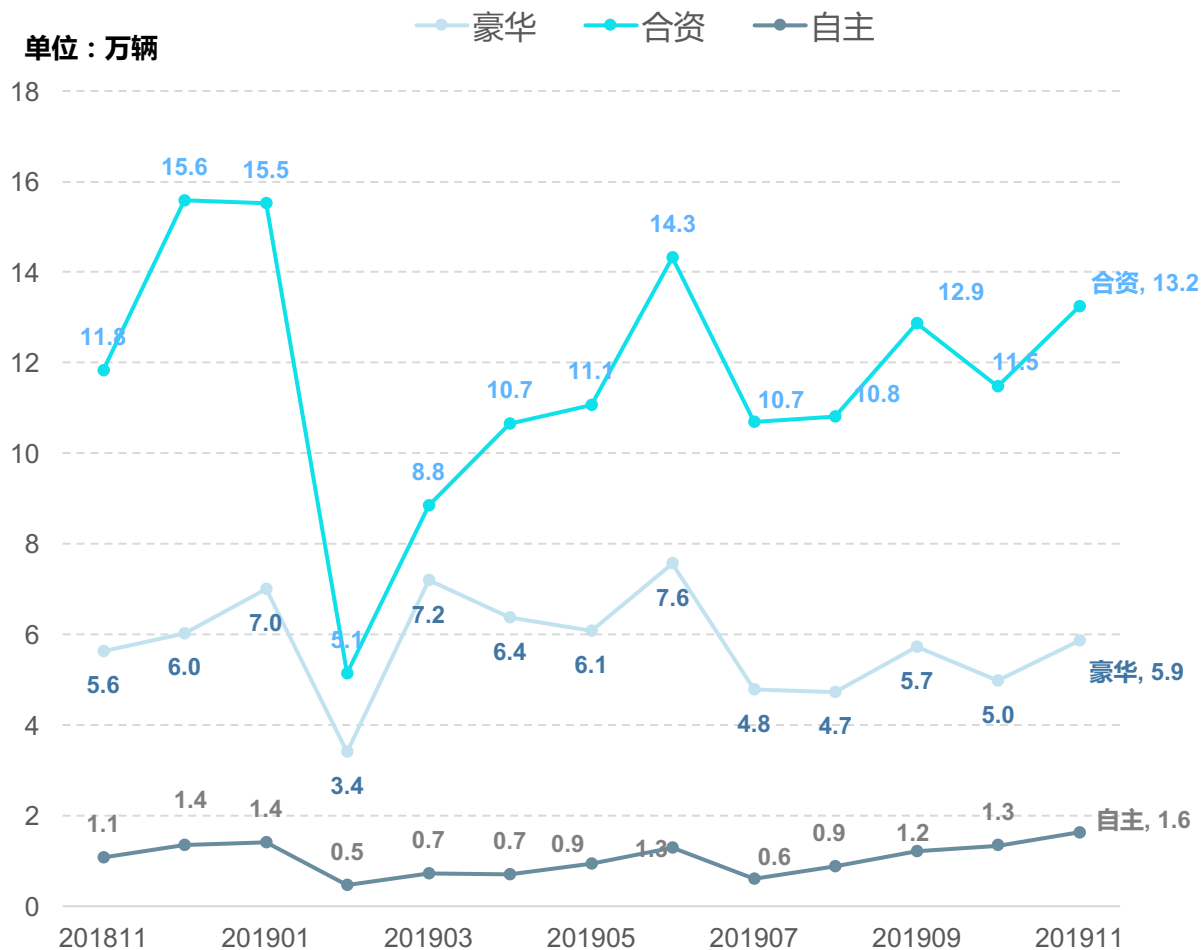




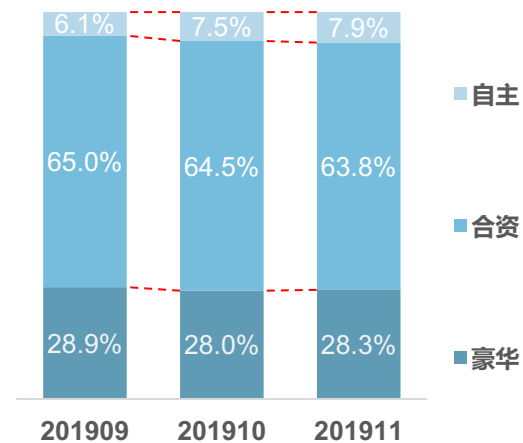
# 自主车终端零售量同比上升，市场份额环比上升

11月中型轿车市场自主车零售量1.6万辆，同比上升，市场份额环比持续扩张，上升0.4%，累计份额同比增长0.2%

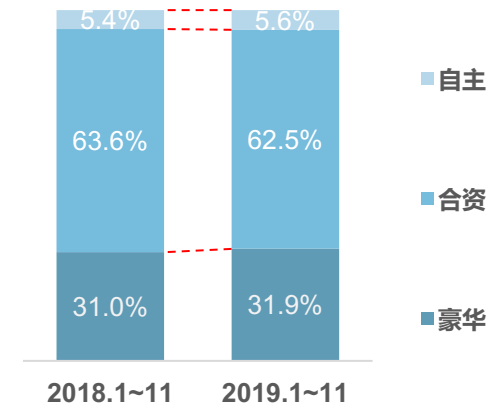
## 中型轿车市场零售量走势-2019.11



## 分月零售量结构 2019.11



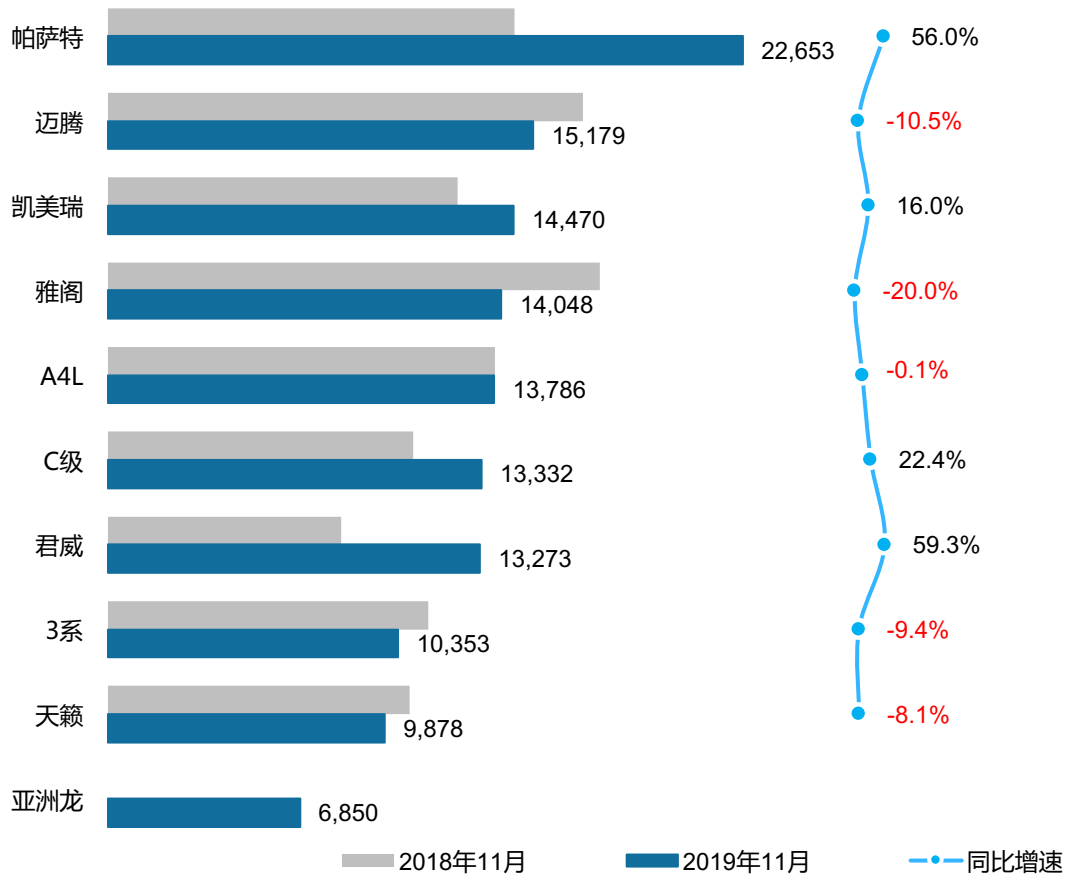
## 累计零售量结构 2019.1~11



# 中型轿车市场主力车型帕萨特零售量2.3万辆

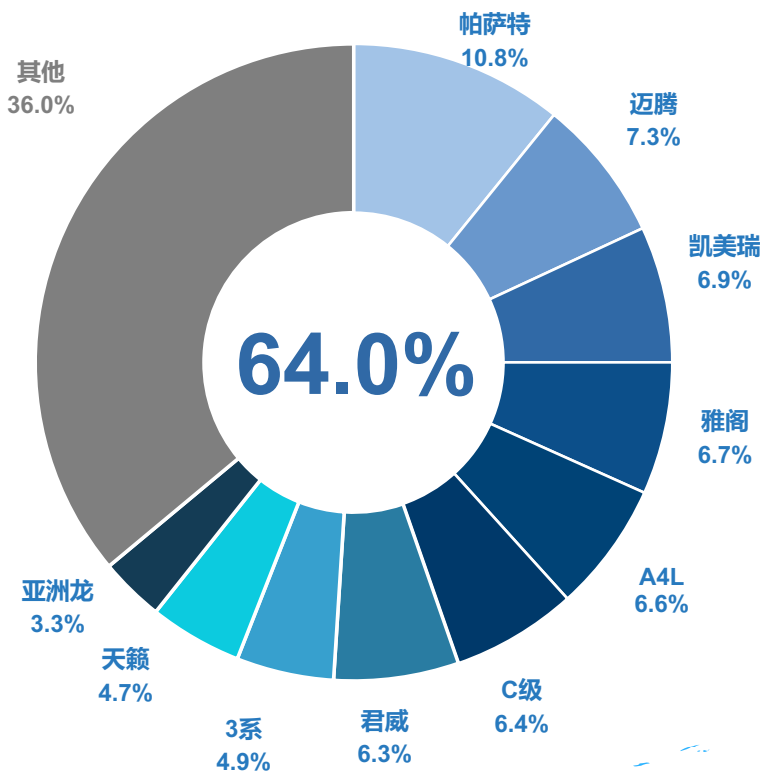
- 11月中型轿车中，帕萨特再度展现强大的竞争优势，同比增长56.0%大幅度抛离后部对手；凯美瑞销量同比增长16.0%，虽其终端优惠较竞品不占优势但凭借强大的产品力依旧热销位列榜单第三；而榜首常客雅阁表现失利，销量同比降幅达两成，跌出榜单前三；君威终端价格下探，近数月销量同比持续增长

## 中型轿车市场—Top10车型排名



## 中型轿车市场零售量结构

### 2019.11 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



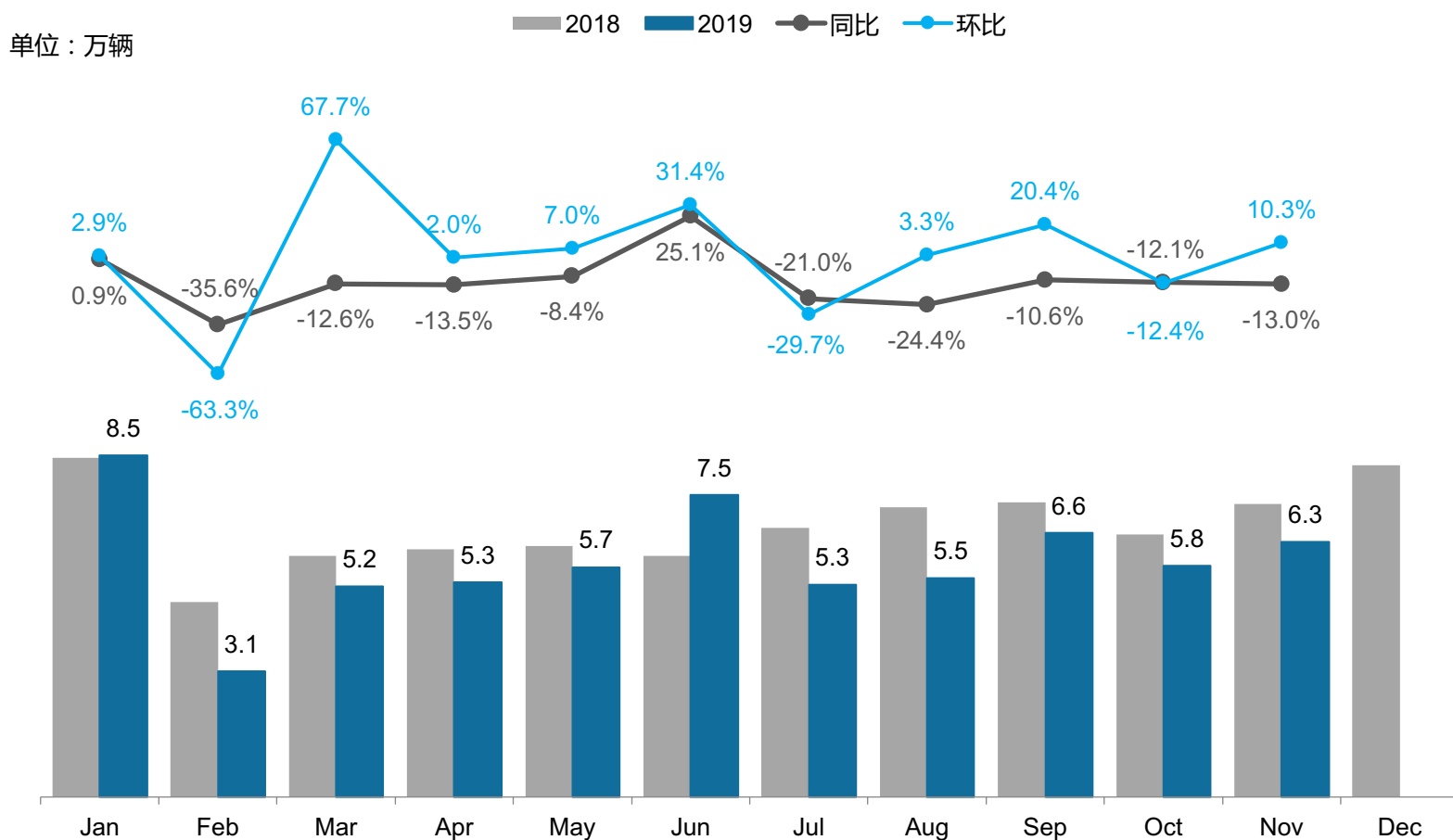
# 中大型轿车市场摘要

- 11月中大型轿车销量为6.3万辆，同比下降13.0%
  - 11月中大型轿车份额为3.4%，同比下降0.4%
- 
- 11月中大型轿车市场合资车零售量0.6万辆，同比下降，市场份额扩张明显；累计市场份额同比下降8.5%，豪华车仍染占据主导地位
- 
- 11月中大型轿车中，A6L销量小幅增长2.9%蝉联冠军宝座；5系销量同比增长9.9%超越E级重回亚军位置；CT6终端降幅加码效果显著，销量同比去年同期几近翻番

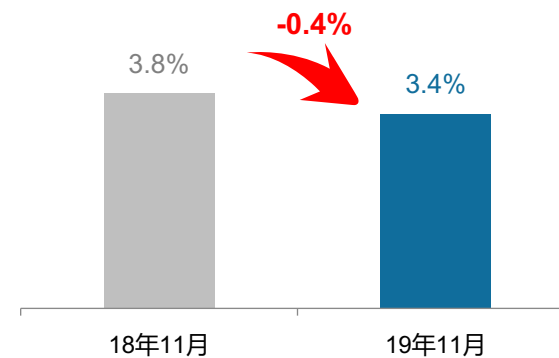
# 中大型轿车市场销量表现

- 11月中大型轿车销量为6.3万辆，同比下降13.0%
- 11月中大型轿车份额为3.4%，同比下降0.4%

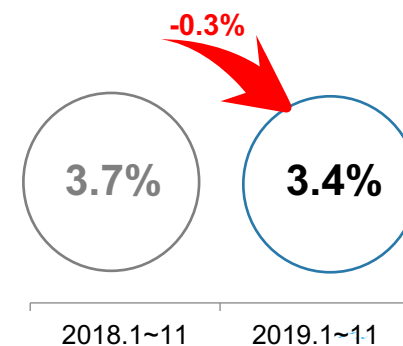
## 2018-2019年中大型轿车销量走势



## 11月份额同比



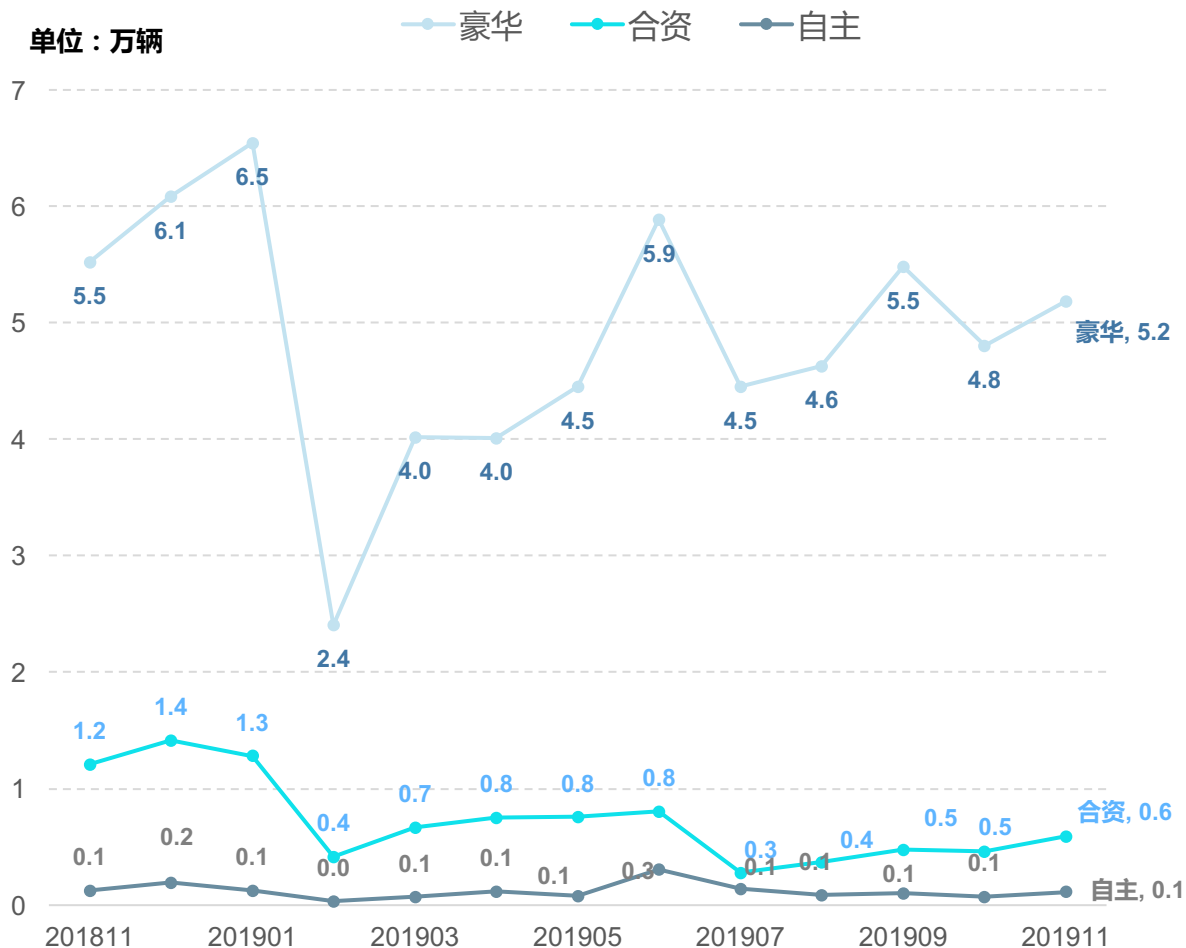
## 累计份额变化



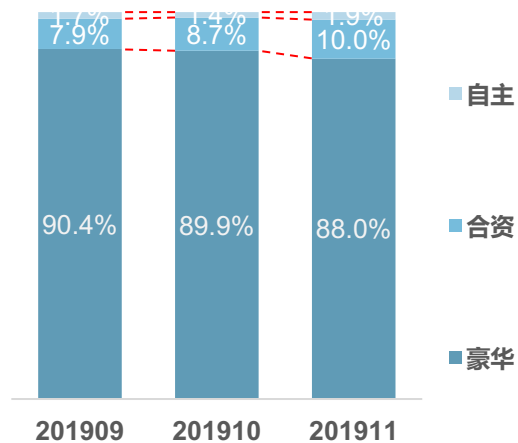
# 合资车终端零售量同比下降，市场份额增长明显

11月中大型轿车市场合资车零售量0.6万辆，同比下降，市场份额扩张明显；累计市场份额同比下降8.5%，豪华车仍然占据主导地位

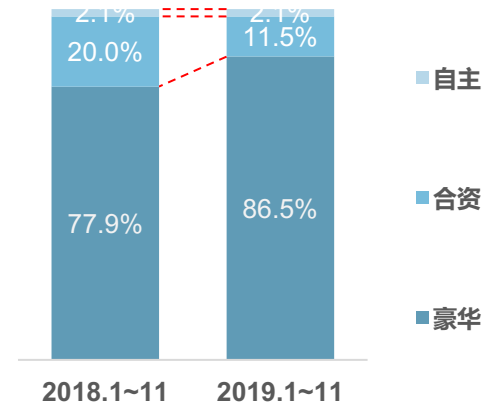
## 中大型轿车市场零售量走势-2019.11



## 分月零售量结构 2019.11



## 累计零售量结构 2019.1~11

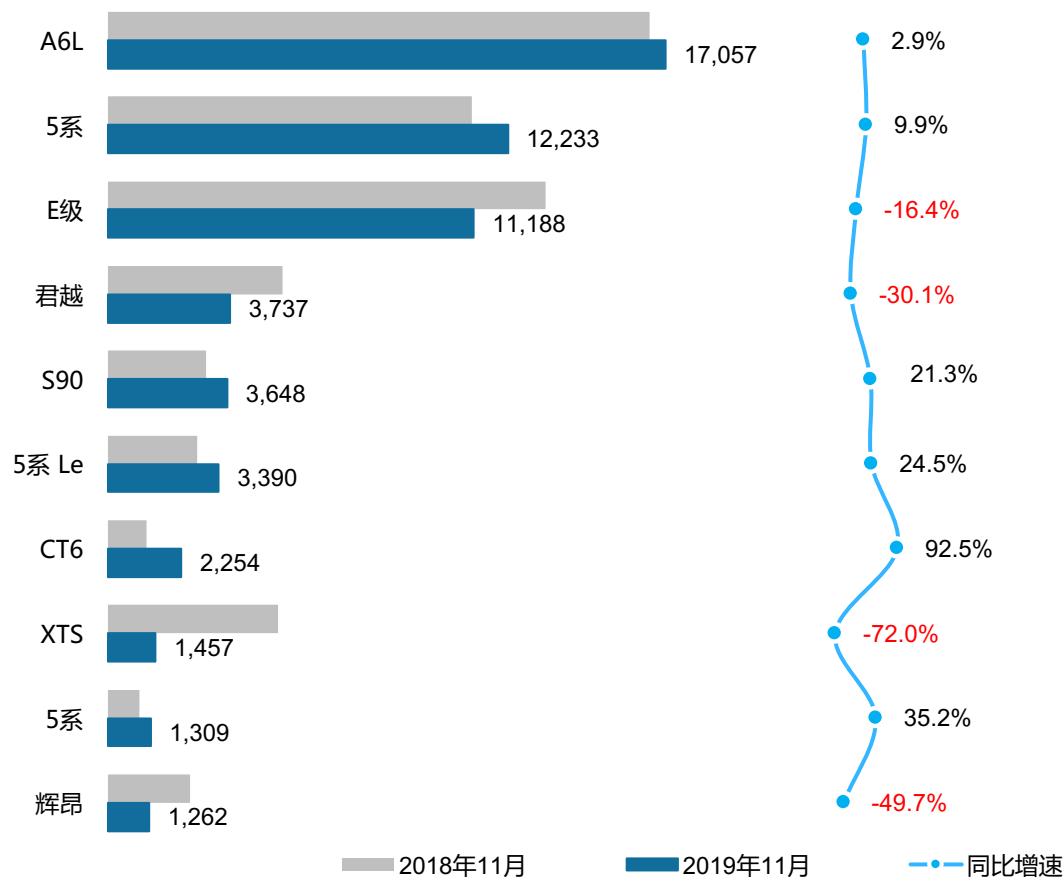




# 中大型轿车市场主力车型A6L零售量1.7万辆

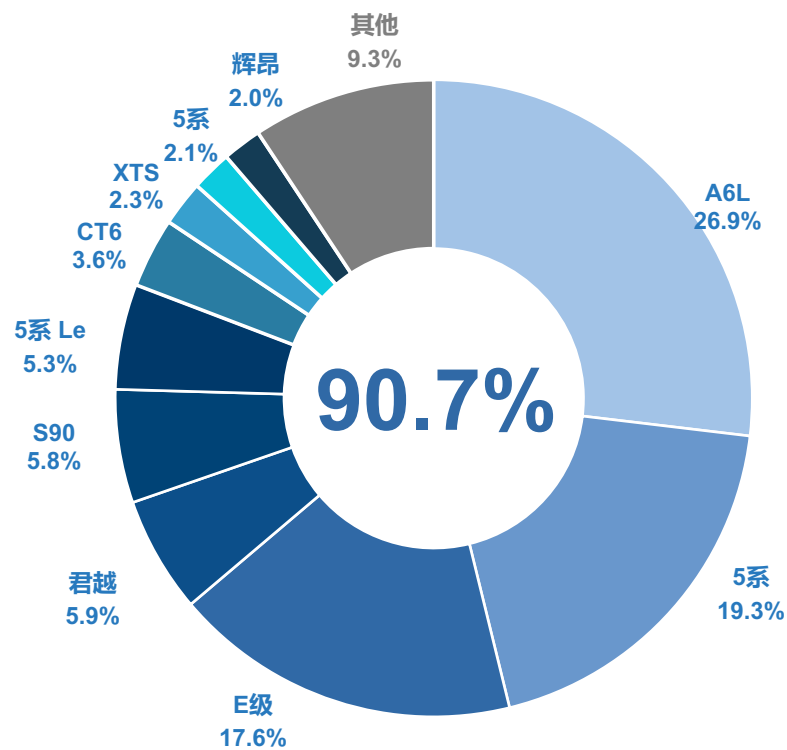
- 11月中大型轿车中，A6L销量小幅增长2.9%蝉联冠军宝座；5系销量同比增长9.9%超越E级重回亚军位置；CT6终端降幅加码效果显著，销量同比去年同期几近翻番

## 中大型轿车市场—Top10车型排名



## 中大型轿车市场零售量结构

### 2019.11 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

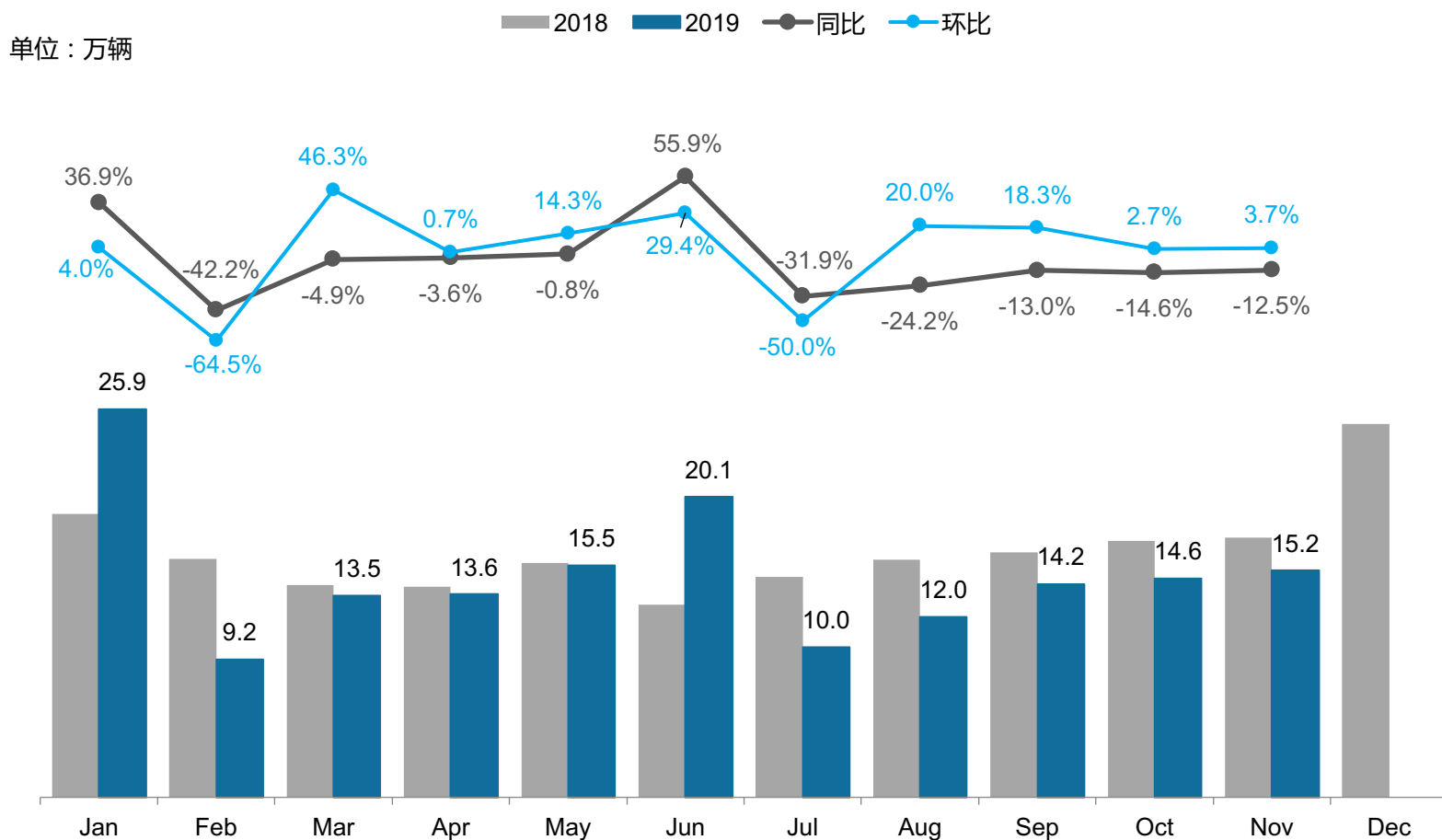
- 11月小型SUV销量为15.2万辆，同比下降12.5%
  - 11月小型SUV份额为8.1%，同比下降0.8%
- 
- 11月小型SUV市场自主车零售量8.4万辆，同比下降，占比整个细分市场55.6%，市场份额环比基本持平，累计份额受挤压明显，同比下降7.7%
- 
- 11月小型SUV中，冠亚军XR-V和510销量同比均有所下降，而位列第三的缤智，销量同比增幅超三成，与510销量差距缩窄至不足20台，竞争进入胶着状态，远景X3销量持续增长表现稳定，CS35 PLUS去年同期刚刚上市，销量连续三月过万台，成功接棒CS35成为销量担当



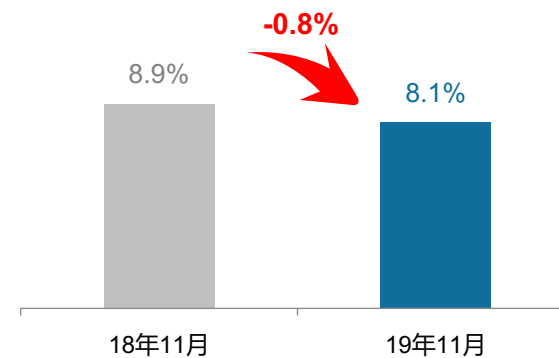
# DaaS 小型SUV市场销量表现

- 11月小型SUV销量为15.2万辆，同比下降12.5%
- 11月小型SUV份额为8.1%，同比下降0.8%

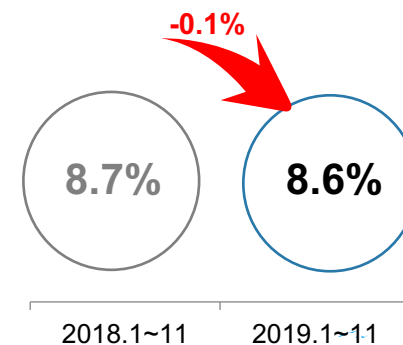
## 2018-2019年小型SUV销量走势



## 11月份额同比



## 累计份额变化

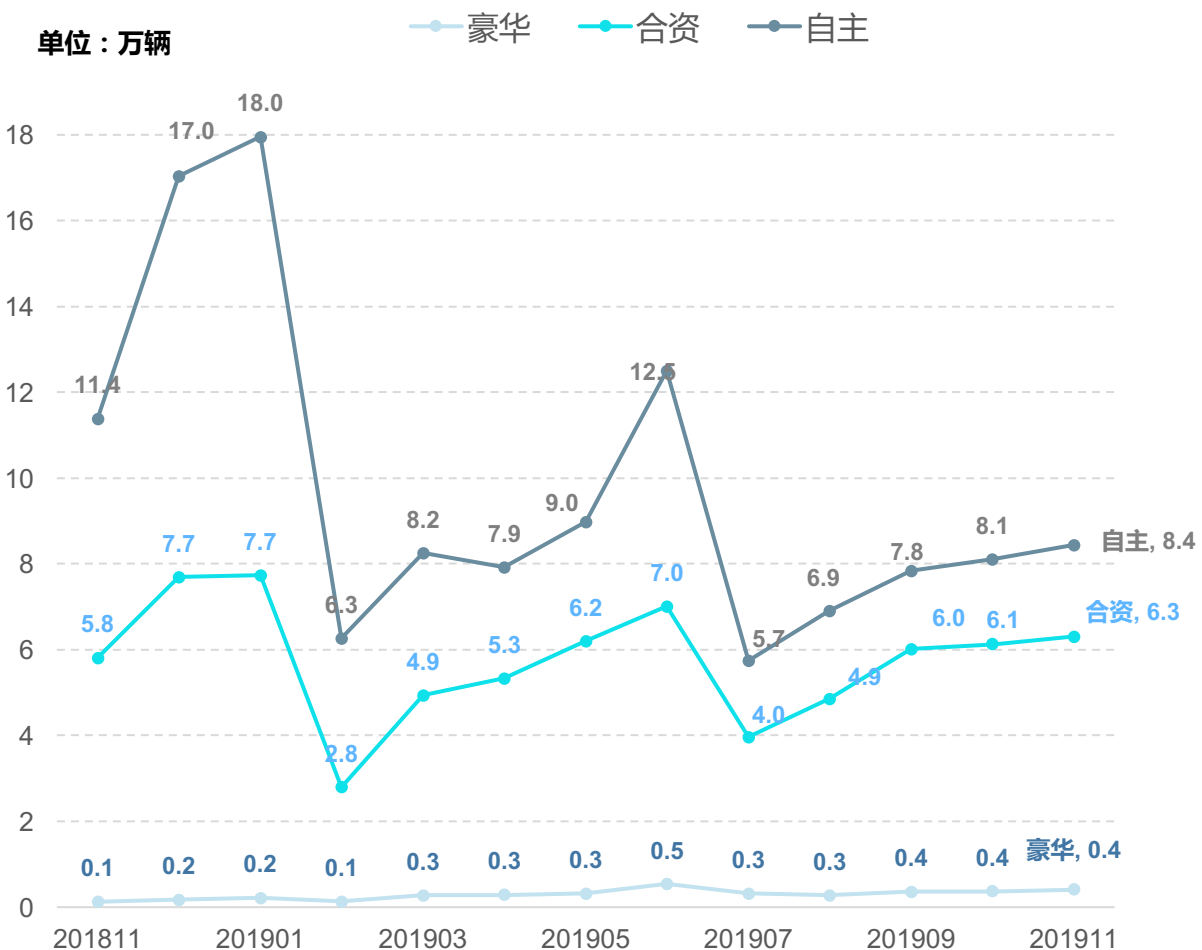


数据来源：威尔森标准统计口径终端零售量数据,不包含跑车等部分数据

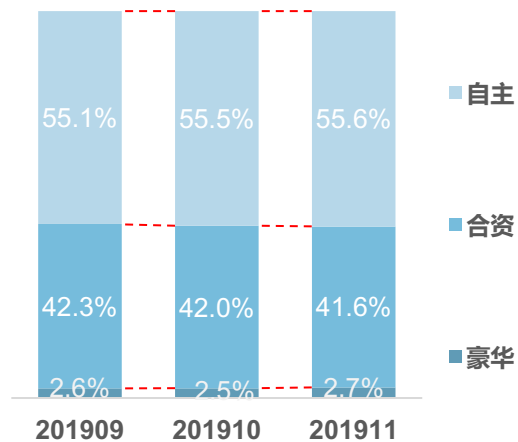
# 自主车终端零售量同比下滑，市场份额环比基本持平

- 11月小型SUV市场自主车零售量8.4万辆，同比下降，占比整个细分市场55.6%，市场份额环比基本持平，累计份额受挤压明显，同比下降7.7%

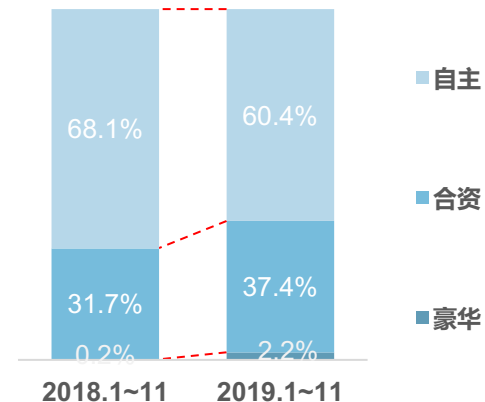
## 小型SUV市场零售量走势-2019.11



## 分月零售量结构 2019.11



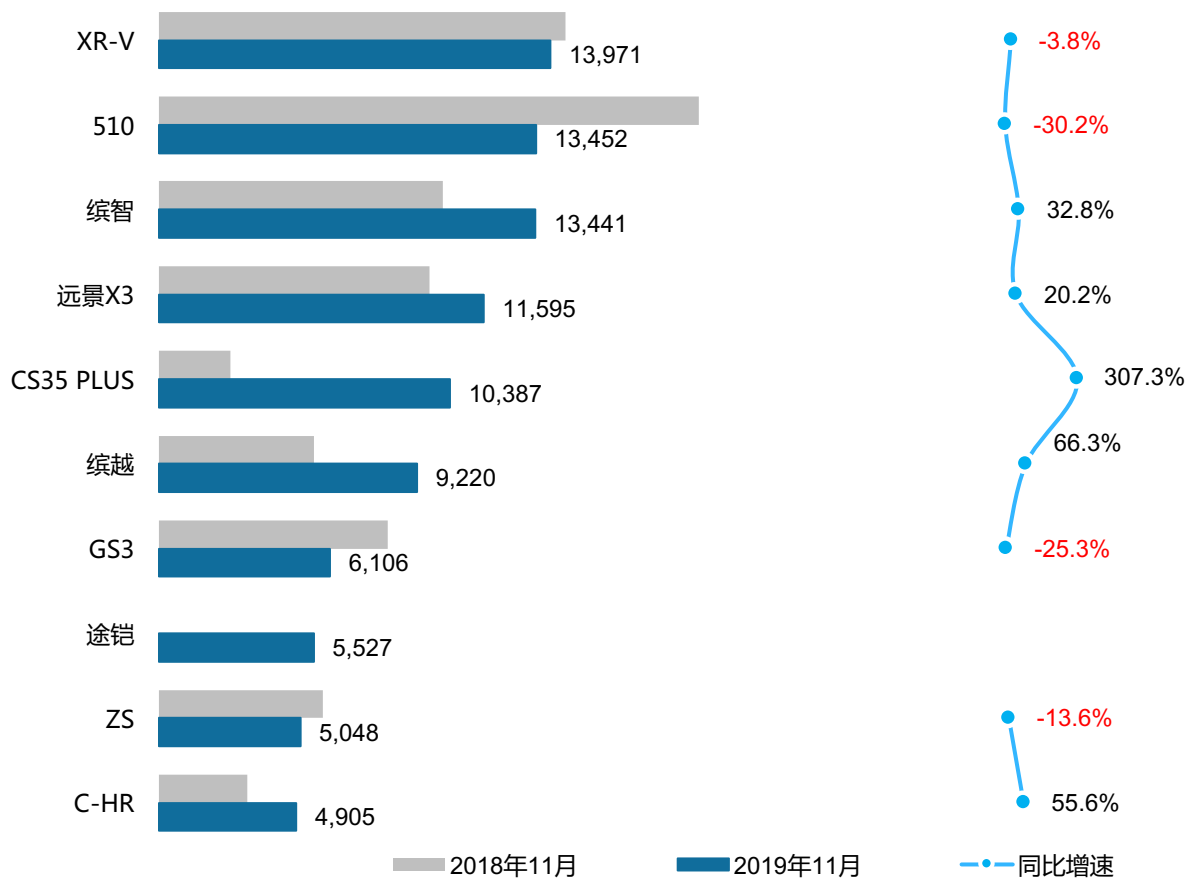
## 累计零售量结构 2019.1~11



# 小型SUV市场主力车型XR-V零售量1.4万辆

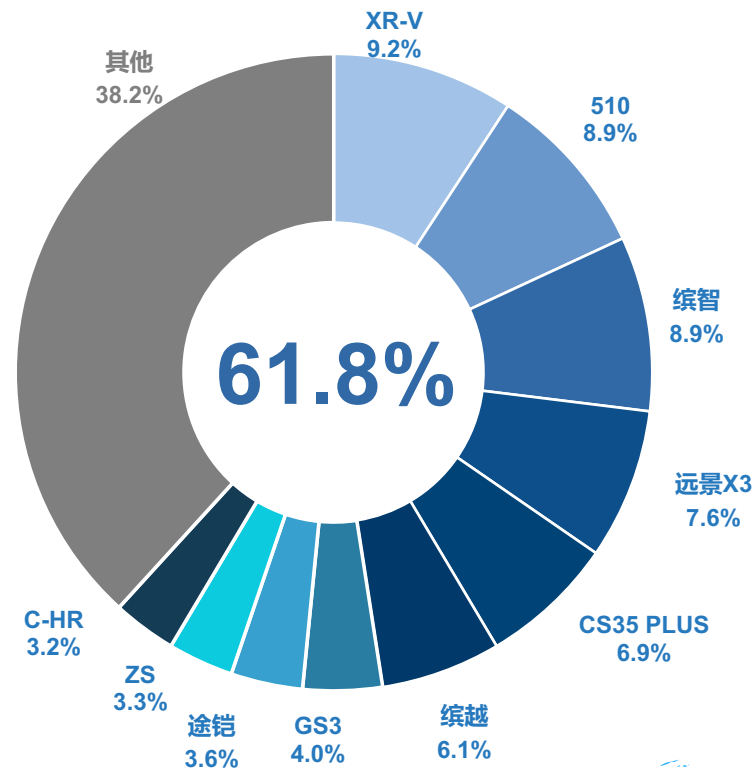
- 11月小型SUV中，冠亚军XR-V和510销量同比均有所下降，而位列第三的缤智，销量同比增幅超三成，与510销量差距缩窄至不足20台，竞争进入胶着状态，远景X3销量持续增长表现稳定，CS35 PLUS去年同期刚刚上市，销量连续三月过万台，成功接棒CS35成为销量担当

## 小型SUV市场—Top10车型排名



## 小型SUV市场零售量结构

### 2019.11 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

- 11月紧凑型SUV销量为42.5万辆，同比上升7.4%
  - 11月紧凑型SUV份额为22.8%，同比上升2.4%
- 
- 11月紧凑型SUV市场自主车零售量24.7万辆，同比实现上涨，市场份额环比上涨，占细分市场68.3%；累计市场份额受挤压明显，同比下降5.4%
- 
- 11月紧凑型SUV中，“国民神车”哈弗H6销量超越第二名近万台同比增长5.9%稳居冠军宝座；其兄弟车型哈弗M6销量同比增长超七成，跻身榜单前三；东风日产旗下奇骏和逍客均排名较上月有所下滑，但与前部车型销量差距仅数百台；CS75 PLUS和宋PRO上市仅数月，跻身榜单前10表现亮眼

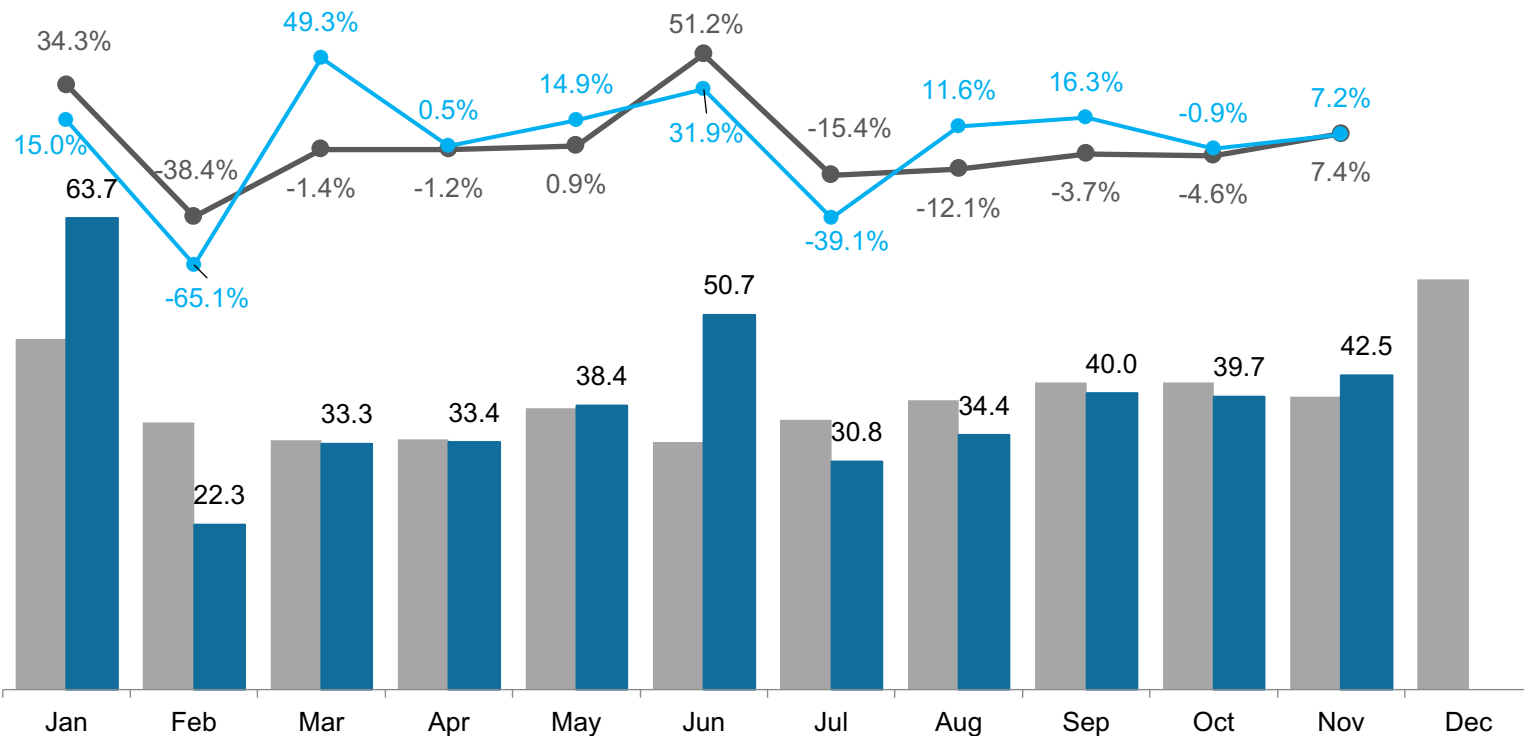
# 紧凑型SUV市场销量表现

- 11月紧凑型SUV销量为42.5万辆，同比上升7.4%
- 11月紧凑型SUV份额为22.8%，同比上升2.4%

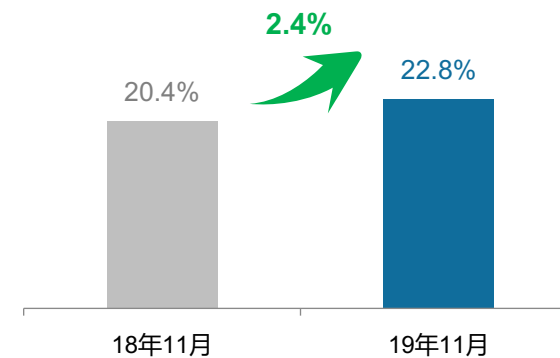
## 2018-2019年紧凑型SUV销量走势

单位：万辆

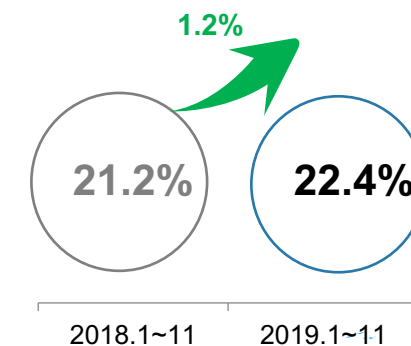
■ 2018 ■ 2019 ● 同比 ● 环比



## 11月份额同比



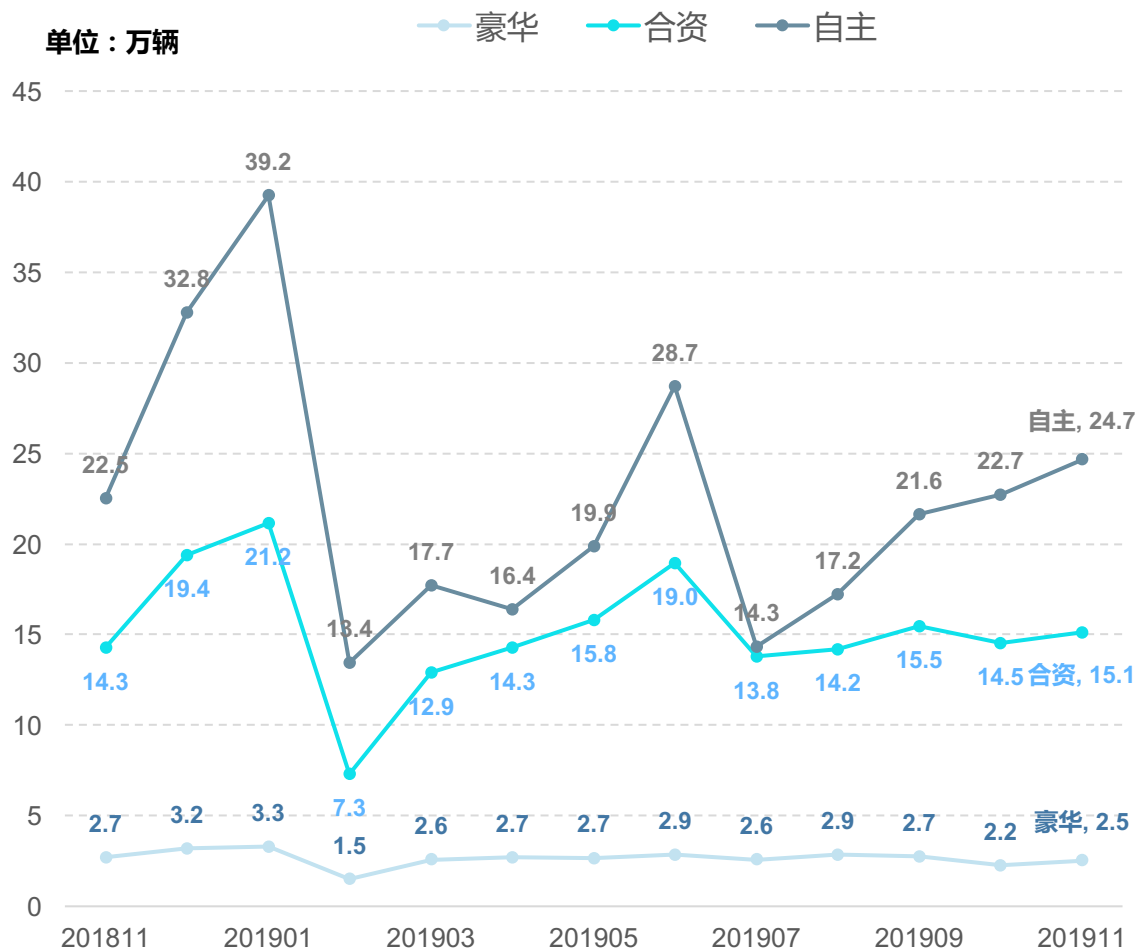
## 累计份额变化



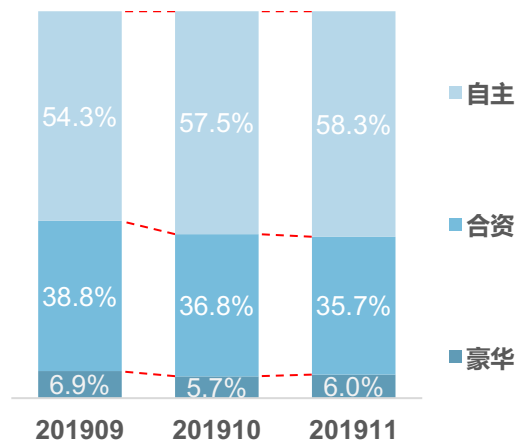
# 自主车终端零售量同比上涨，市场份额环比上升

- 11月紧凑型SUV市场自主车零售量24.7万辆，同比实现上涨，市场份额环比上升，占细分市场68.3%；累计市场份额受挤压明显，同比下降5.4%

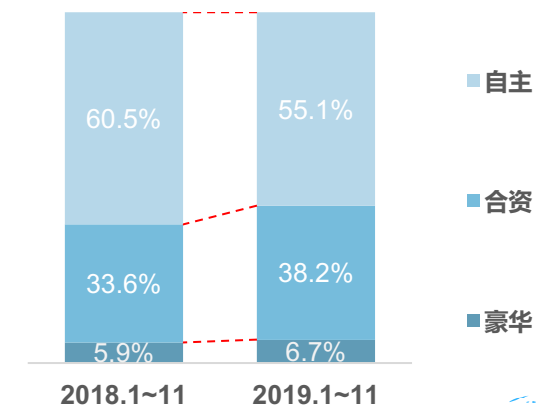
## 紧凑型SUV市场零售量走势-2019.11



## 分月零售量结构 2019.11



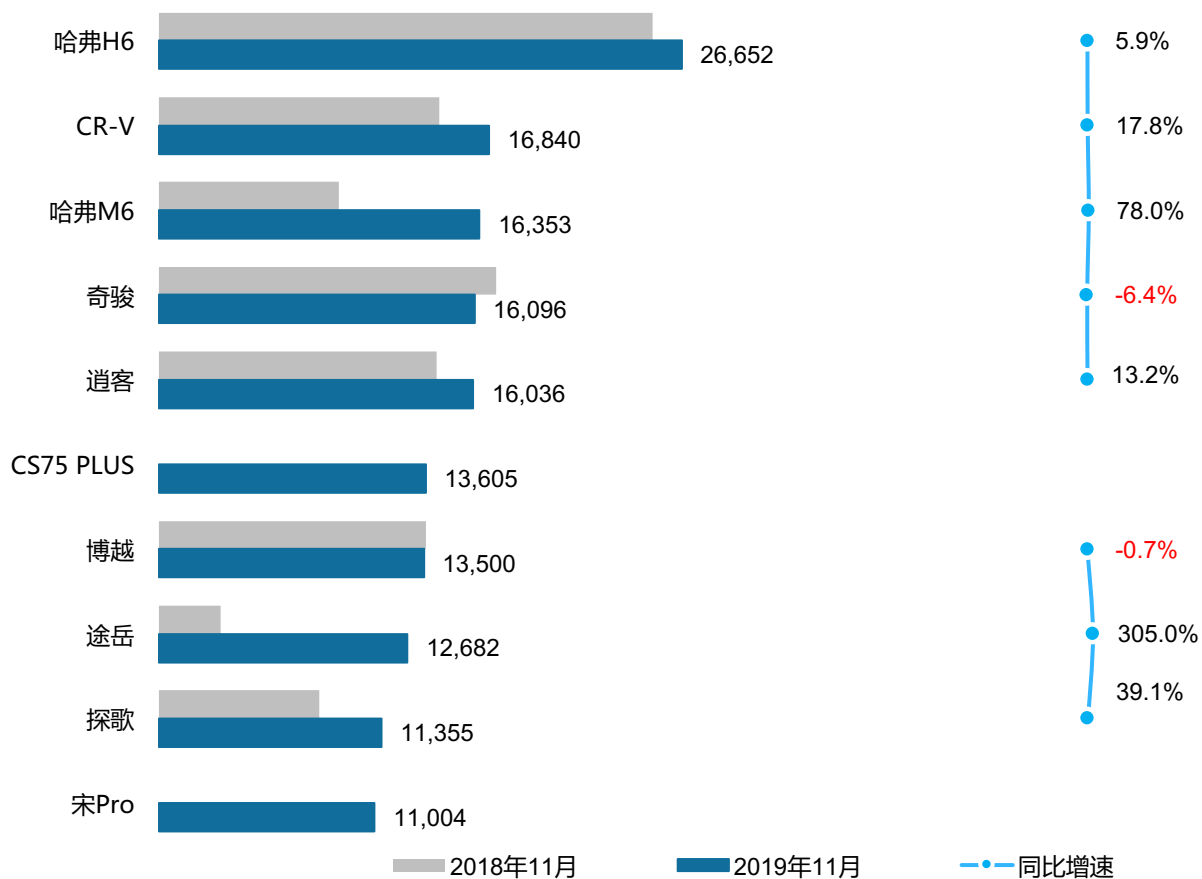
## 累计零售量结构 2019.1~11



# 紧凑型SUV市场主力车型哈弗H6零售量2.7万辆

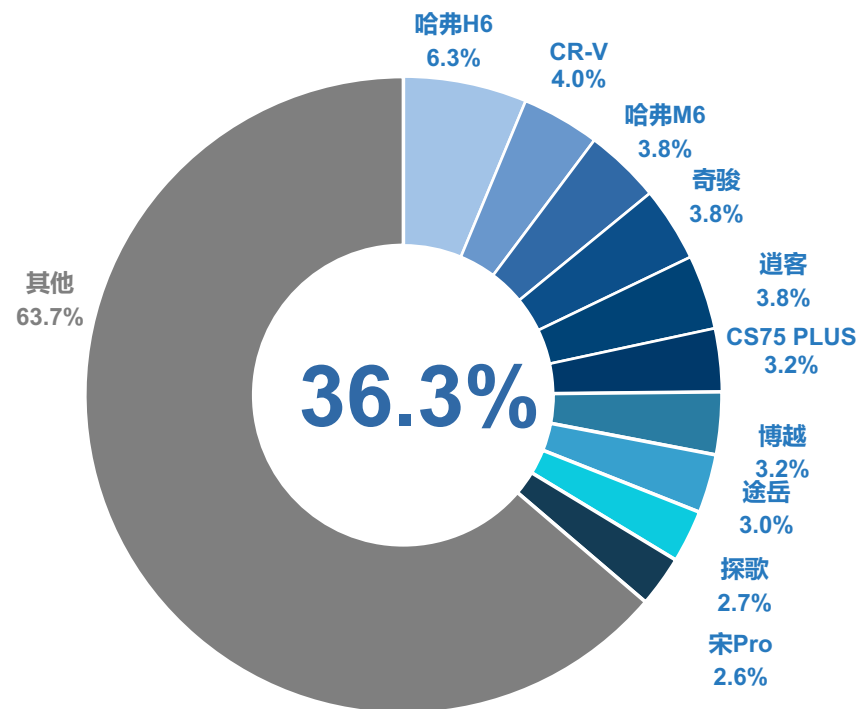
- 11月紧凑型SUV中，“国民神车”哈弗H6销量超越第二名近万台同比增长5.9%稳居冠军宝座；其兄弟车型哈弗M6销量同比增长超七成，跻身榜单前三；东风日产旗下奇骏和逍客均排名较上月有所下滑，但与前部车型销量差距仅数百台；CS75 PLUS和宋PRO上市仅数月，跻身榜单前10表现亮眼

## 紧凑型SUV市场—Top10车型排名



## 紧凑型SUV市场零售量结构

### 2019.11 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

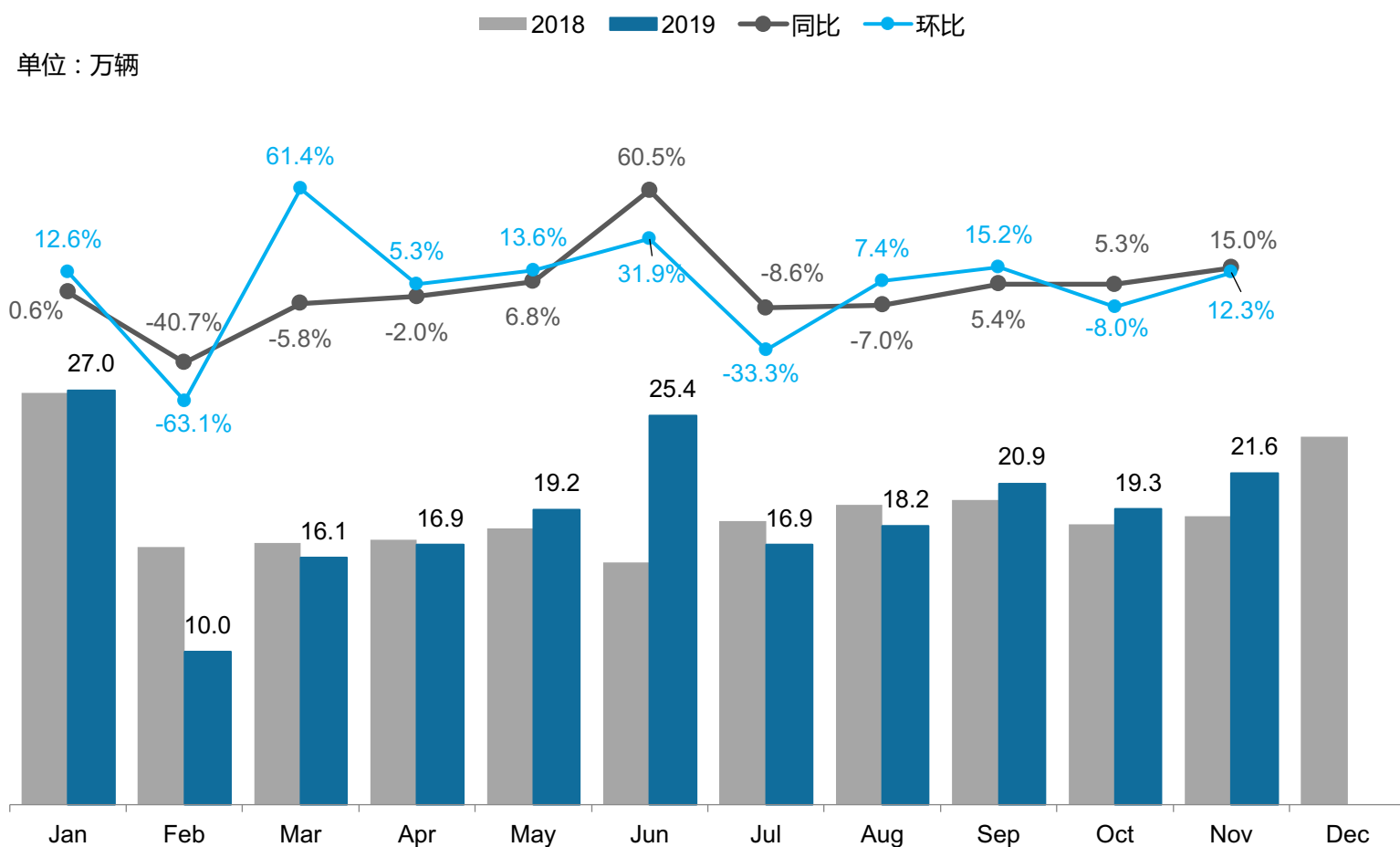
- 11月中型SUV销量为21.6万辆，同比上升15.0%
  - 11月中型SUV份额为11.6%，同比上升1.9%
- 
- 11月中型SUV市场自主车零售量6.4万辆，同比下降，市场份额环比走势平稳，累计市场份额受挤压明显，同比下滑3.1%
- 
- 11月中型SUV中，探岳销量突破两万台遥遥领先领跑市场，自上市以来销量稳中有进表现亮眼；Q5L终端折扣有所回收但仍在同级车型中占据优势，销量同比大增146.4%，GLC和X3虽同比也有不错增幅，仍被Q5L拉开差距

# 中型SUV市场销量表现

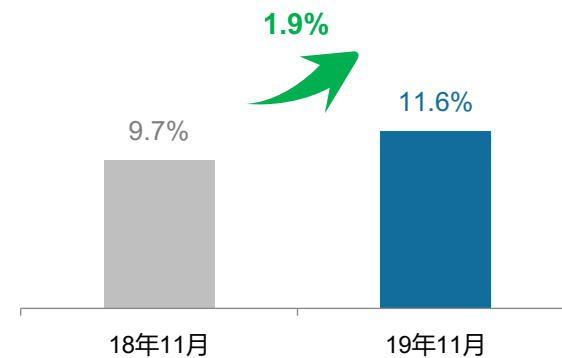
■ 11月中型SUV销量为21.6万辆，同比上升15.0%

■ 11月中型SUV份额为11.6%，同比上升1.9%

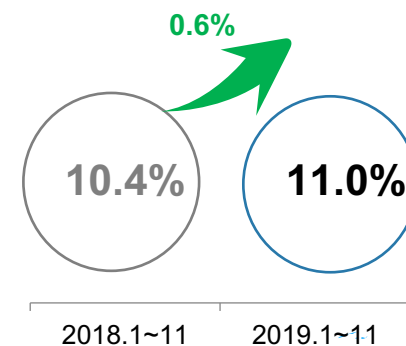
## 2018-2019年中型SUV销量走势



## 11月份额同比



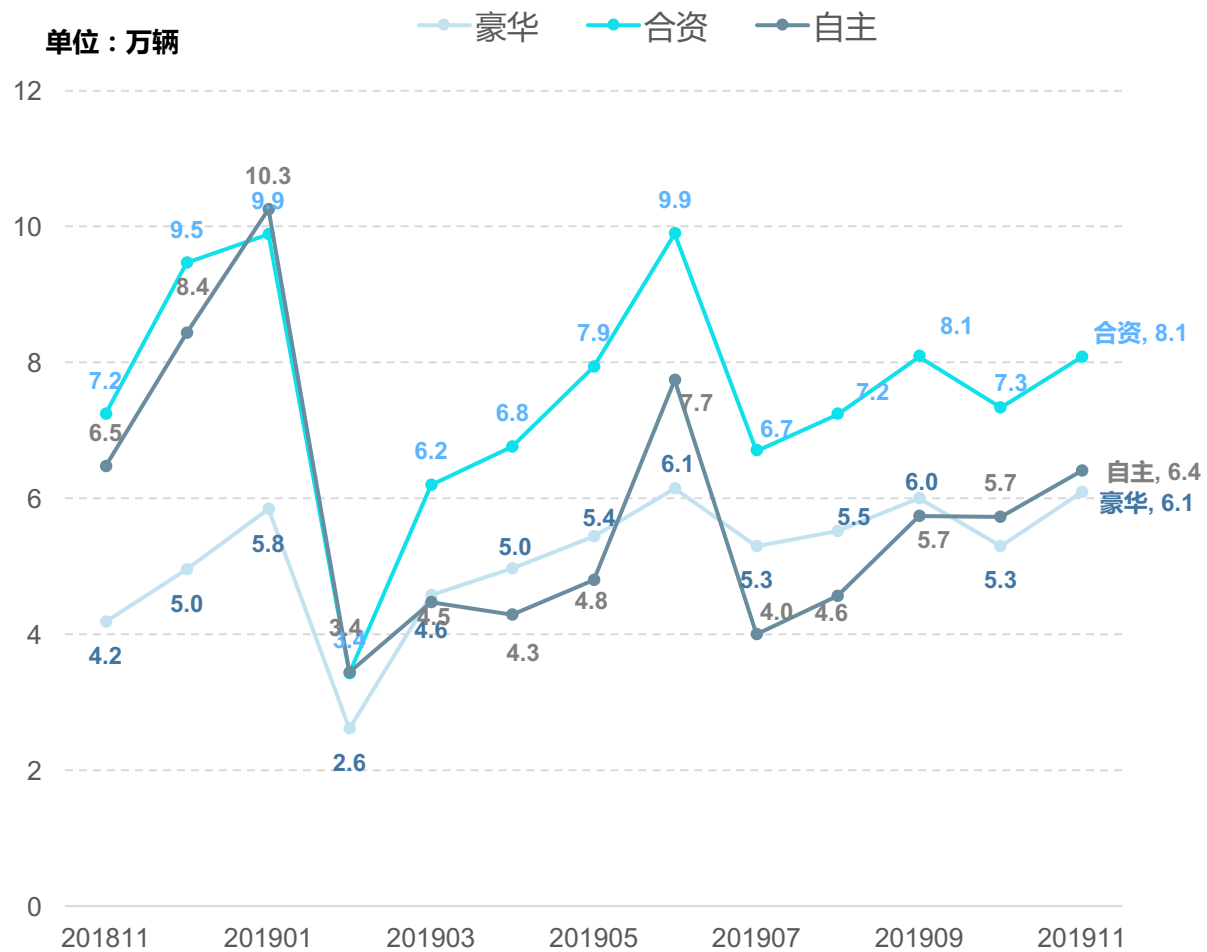
## 累计份额变化



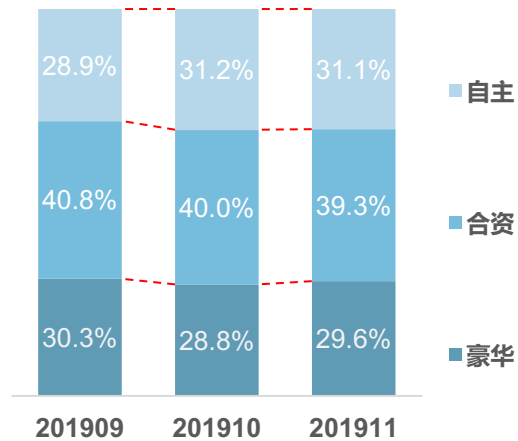
# 自主车终端零售量同比下降，市场份额环比走势平稳

11月中型SUV市场自主车零售量6.4万辆，同比下降，市场份额环比走势平稳，累计市场份额受挤压明显，同比下滑3.1%

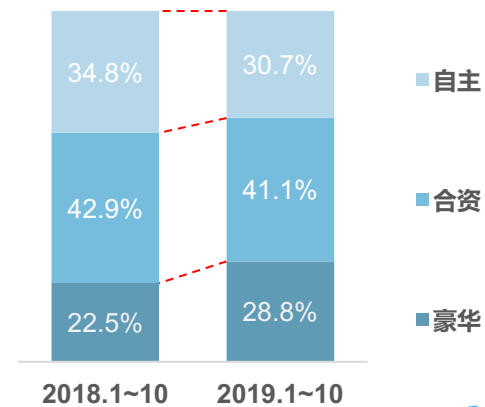
## 中型SUV市场零售量走势-2019.11



## 分月零售量结构 2019.11



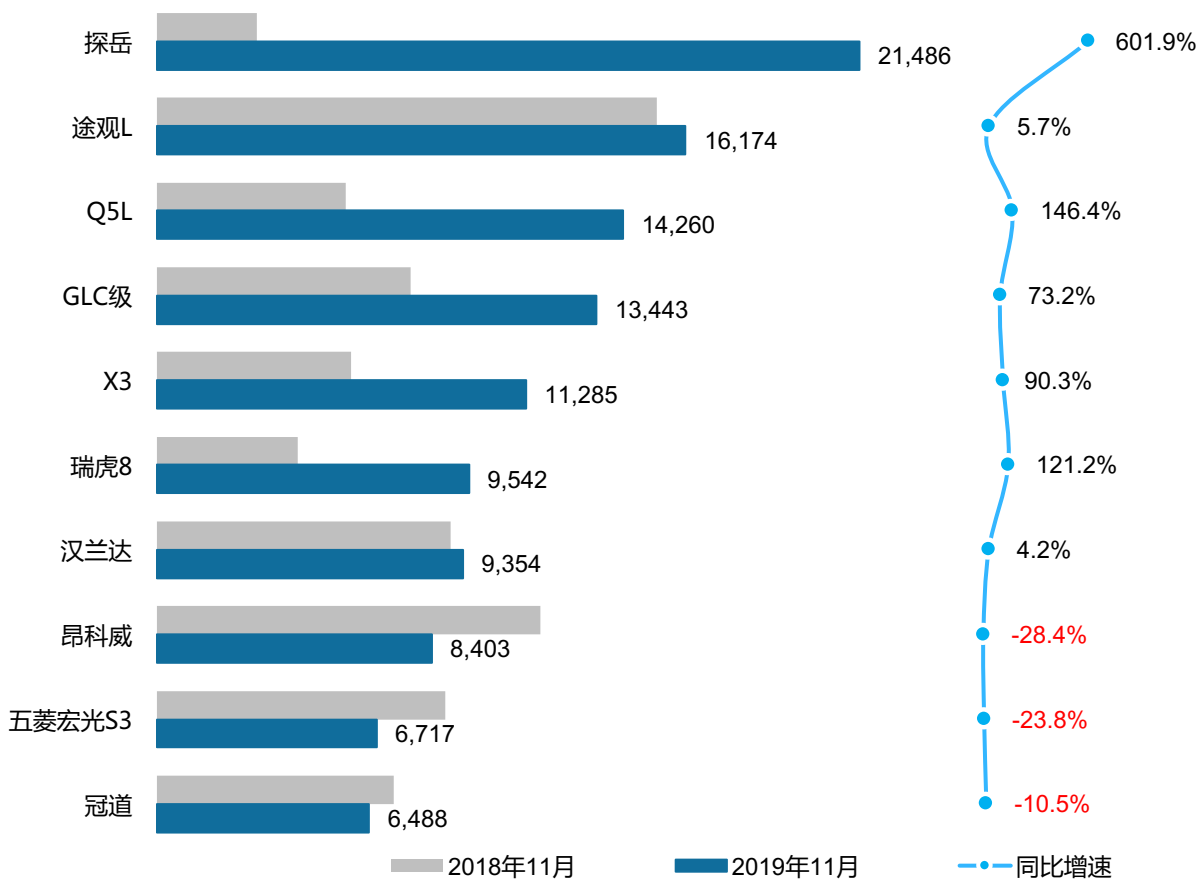
## 累计零售量结构 2019.1~11



# DaaS-A 中型SUV市场主力车型探岳零售量2.1万辆

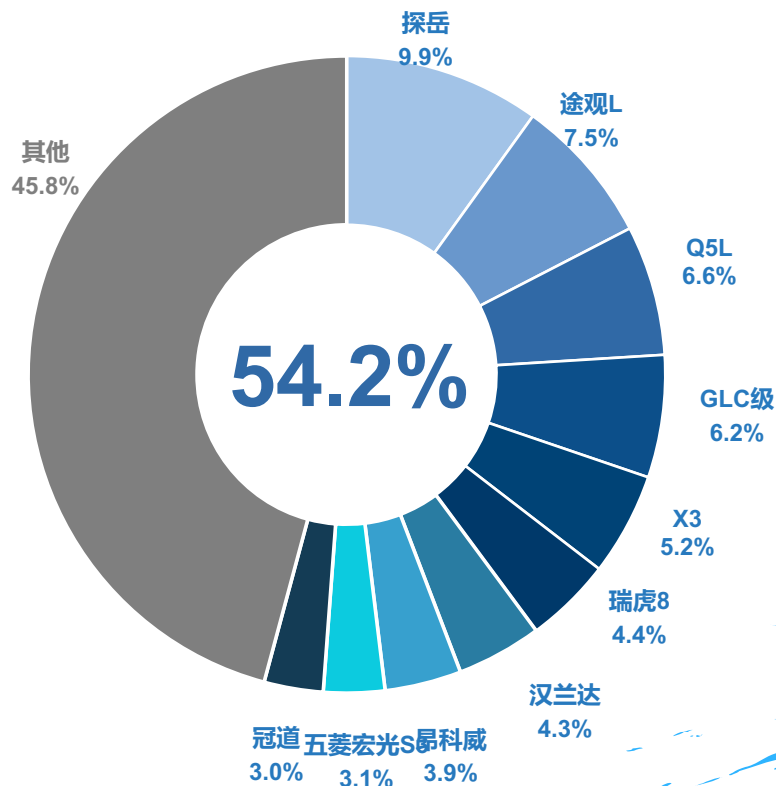
- 11月中型SUV中，探岳销量突破两万台遥遥领先领跑市场，自上市以来销量稳中有进表现亮眼；Q5L终端折扣有所回收但仍在同级车型中占据优势，销量同比大增146.4%，GLC和X3虽同比也有不错增幅，仍被Q5L拉开差距

中型SUV市场—Top10车型排名



中型SUV市场零售量结构

2019.11 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

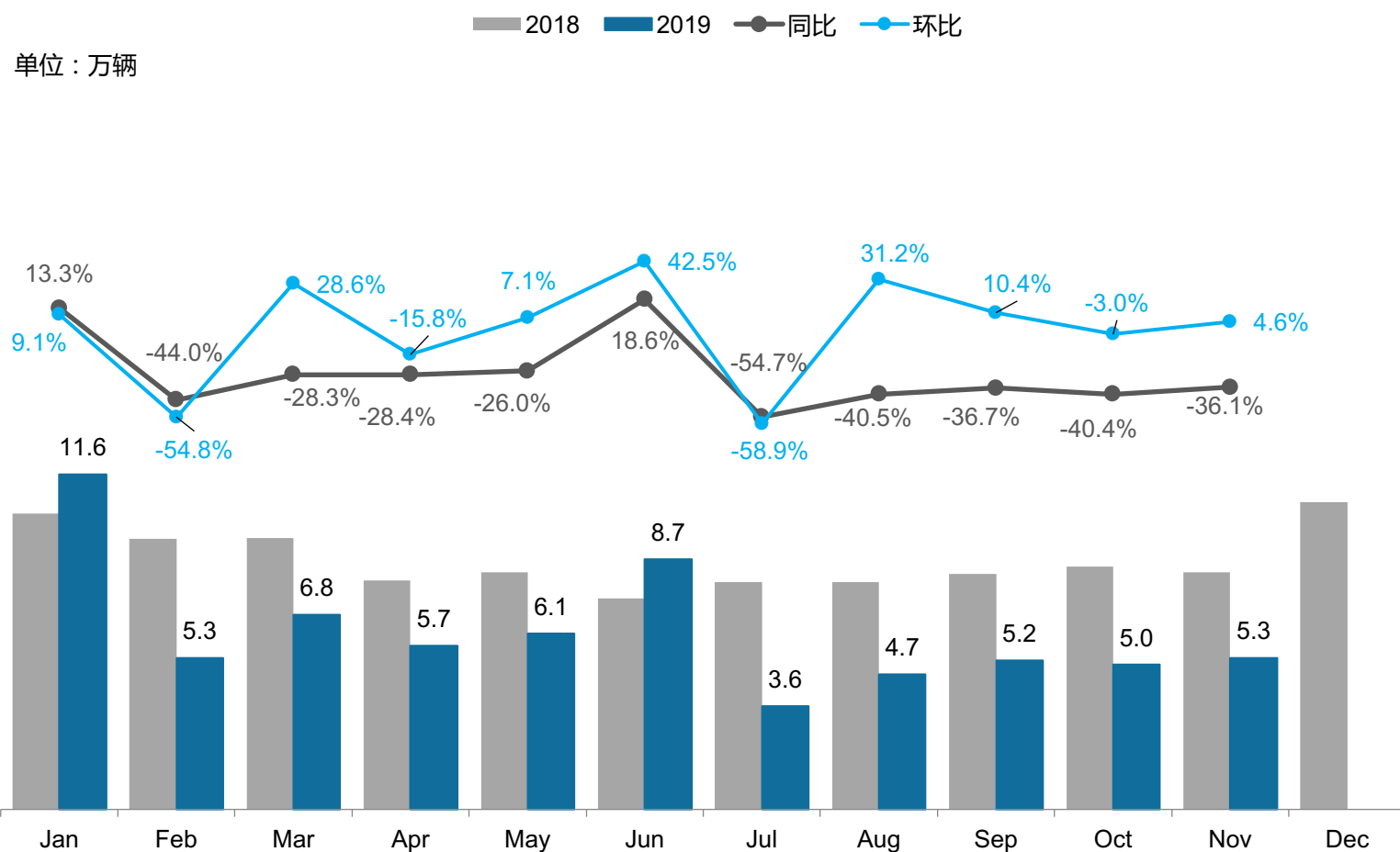
# 紧凑型MPV市场摘要

- 11月紧凑型MPV销量为5.3万辆，同比下降36.1%
  - 11月紧凑型MPV份额为2.8%，同比下降1.4%
- 
- 11月紧凑型MPV市场，自主车零售量4.7万辆，环比走势上涨明显，市场份额持平，累计市场份额占比达85.7%
- 
- 11月紧凑型MPV中，大部分车型都有不同程度跌幅，五菱宏光依旧以绝对优势碾压其他车型，但销量同比仍降两成不复昔日风光；RM-5销量和排名都较上月有所提升，而同门车型360销量同比腰斩；沃兰多销量同比增长49.1%表现亮眼，其去年同期刚刚上市基数较小

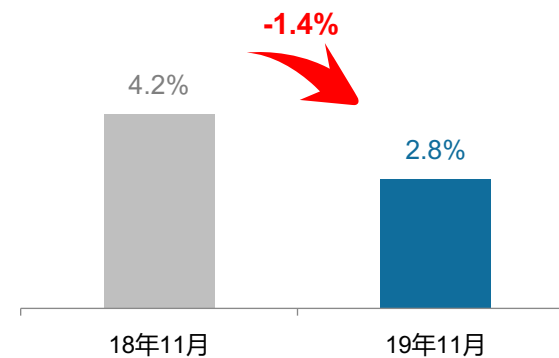
# 紧凑型MPV市场销量表现

- 11月紧凑型MPV销量为5.3万辆，同比下降36.1%
- 11月紧凑型MPV份额为2.8%，同比下降1.4%

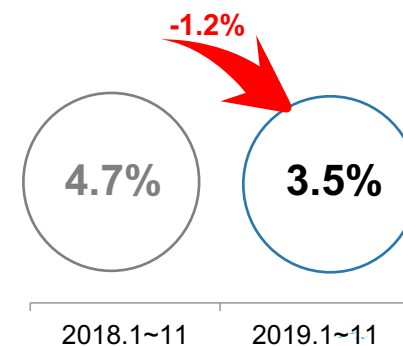
## 2018-2019年紧凑型MPV销量走势



## 11月份额同比



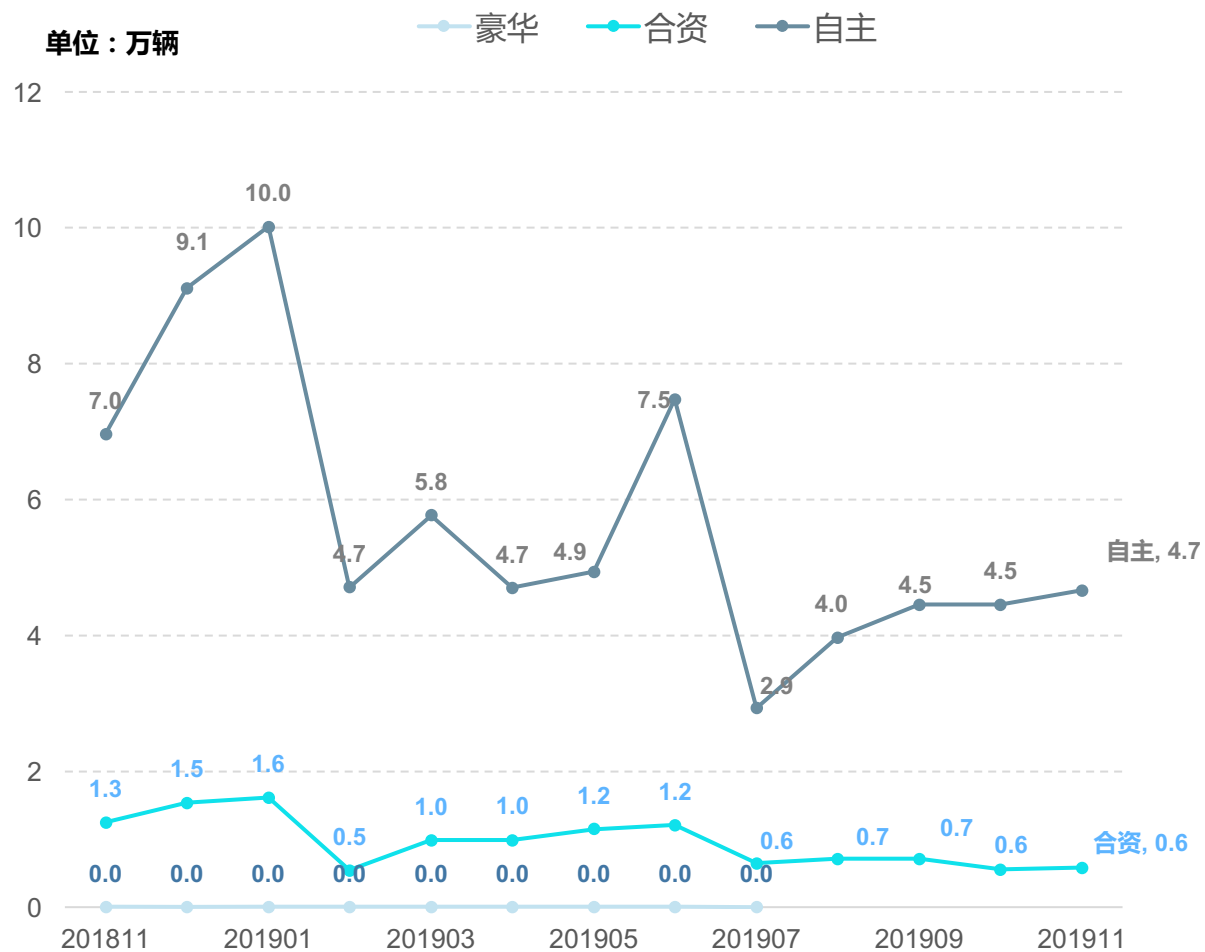
## 累计份额变化



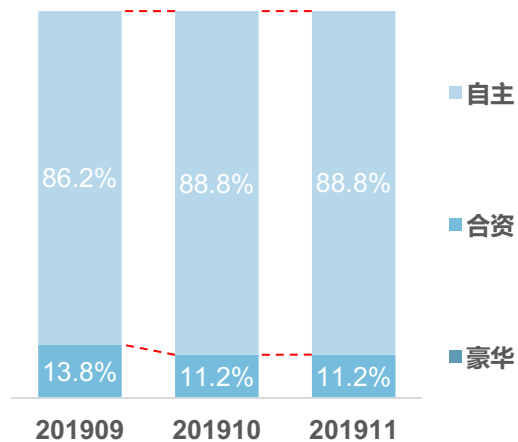
# 自主车终端零售量同比下降，市场份额环比持平

11月紧凑型MPV市场，自主车零售量4.7万辆，环比走势上涨明显，市场份额持平，累计市场份额占比达85.7%

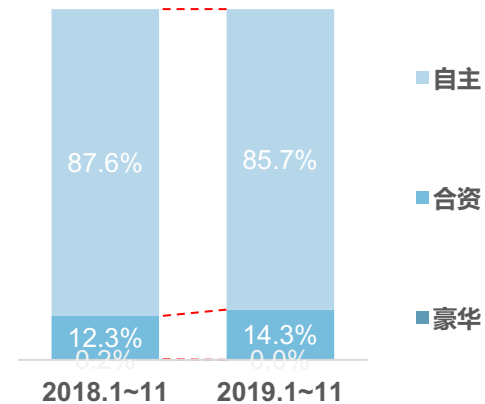
## 紧凑型MPV市场零售量走势-2019.11



## 分月零售量结构 2019.11



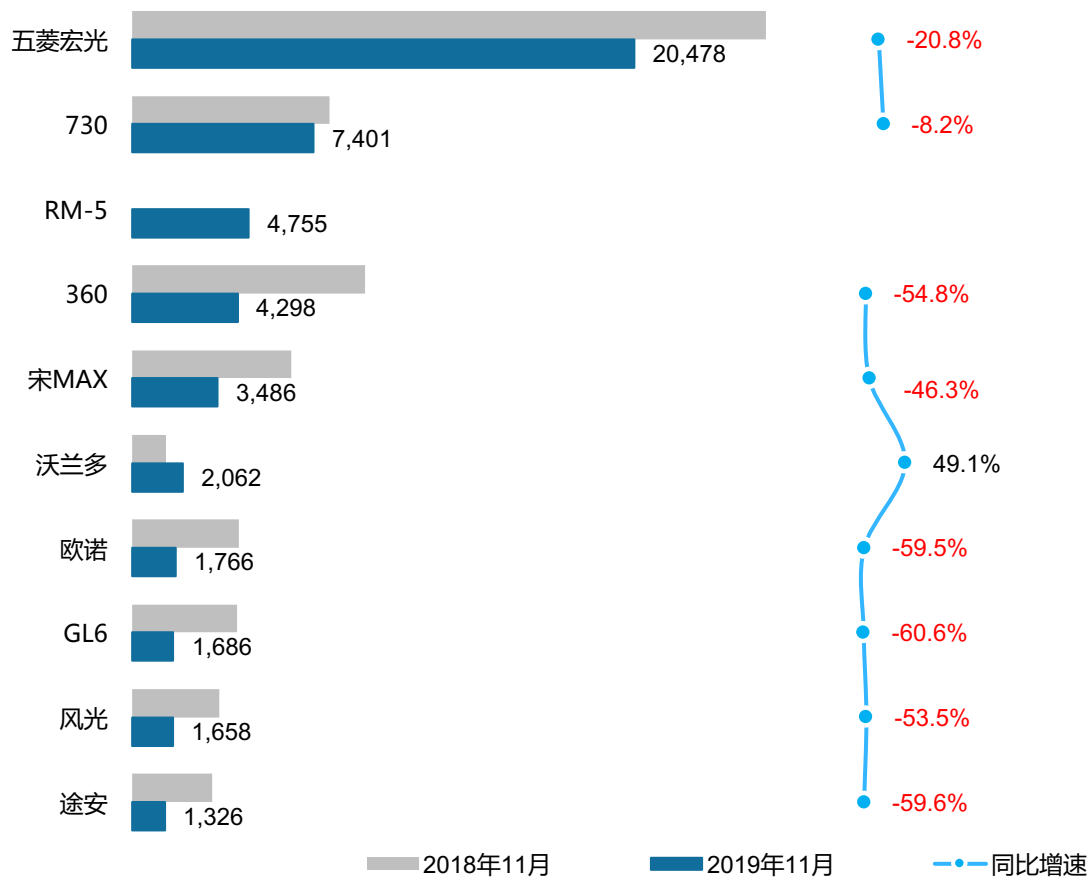
## 累计零售量结构 2019.1~11



# 紧凑型MPV市场主力车型五菱宏光零售量2.0万辆

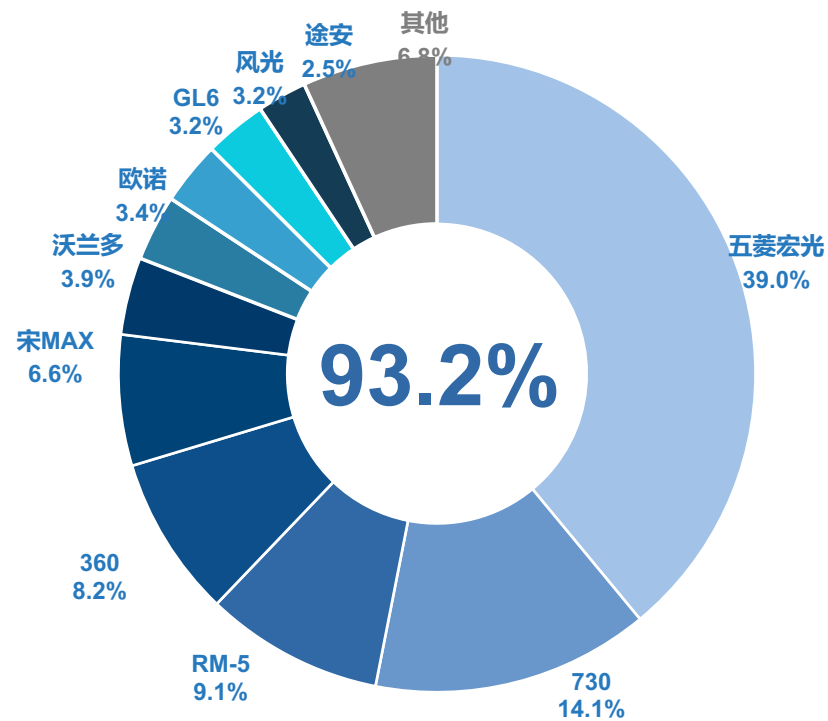
- 11月紧凑型MPV中，大部分车型都有不同程度跌幅，五菱宏光依旧以绝对优势碾压其他车型，但销量同比仍降两成不复昔日风光；RM-5销量和排名都较上月有所提升，而同门车型360销量同比腰斩；沃兰多销量同比增长49.1%表现亮眼，其去年同期刚刚上市基数较小

## 紧凑型MPV市场—Top10车型排名



## 紧凑型MPV市场零售量结构

### 2019.11 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

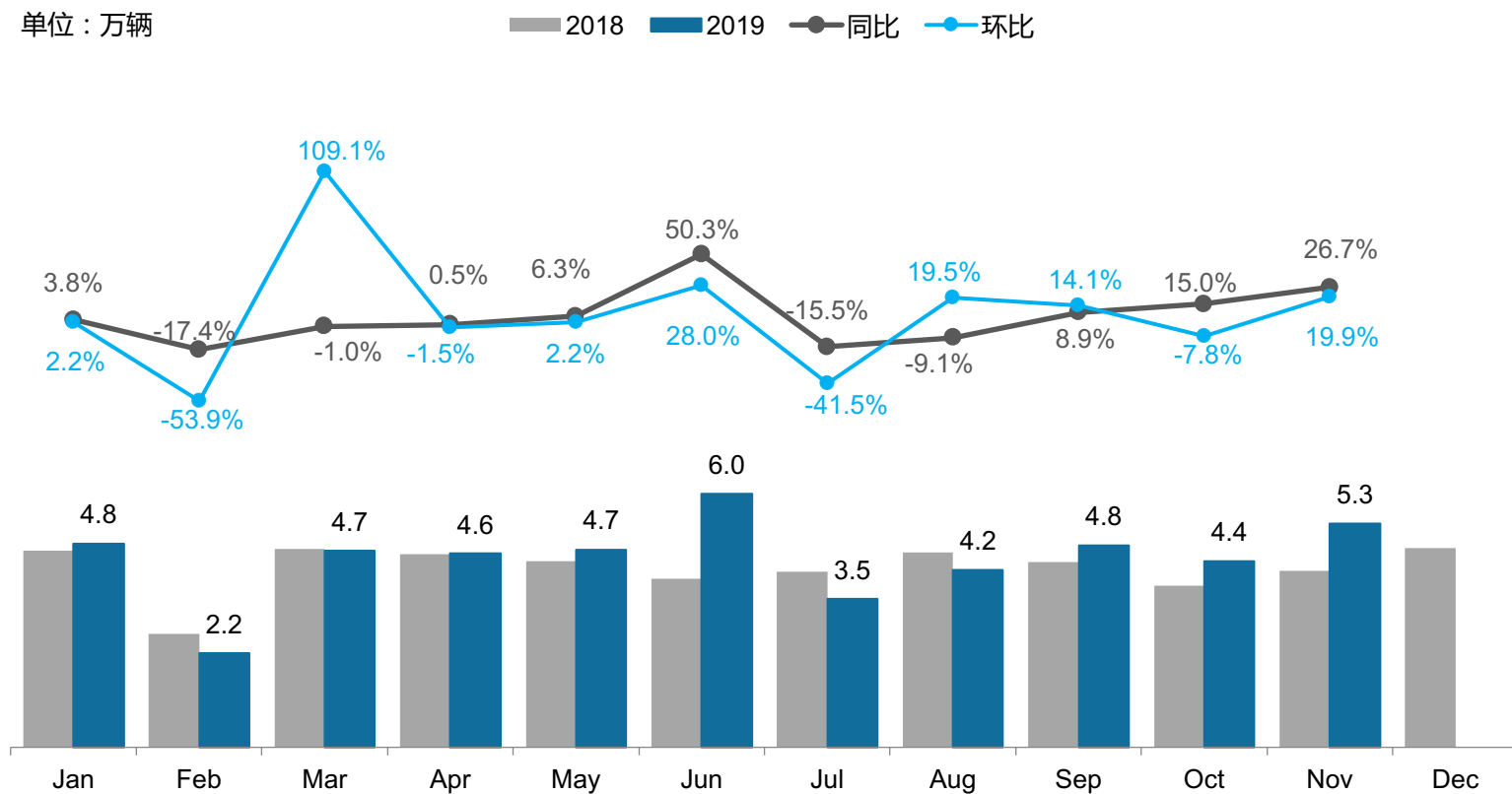
- 11月中大型MPV销量为5.3万辆，同比增长26.7%
  - 11月中大型MPV份额为2.8%，同比上升0.6%
- 
- 11月中大型MPV市场，自主车零售量2.4万辆，同比大幅上升，占比整个细分市场45.0%，市场份额环比下降；累计市场份额扩大
- 
- 11月中大型MPV中，大部分畅销车型均为上市不满一年车型；GL8一枝独秀销量同比增长29.4%，增幅持续扩大；五菱宏光PLUS上市销售次月便跻身榜单第二表现亮眼；GM8自增加国六车型促进销售后，同比降幅缩窄

# 中大型MPV市场销量表现

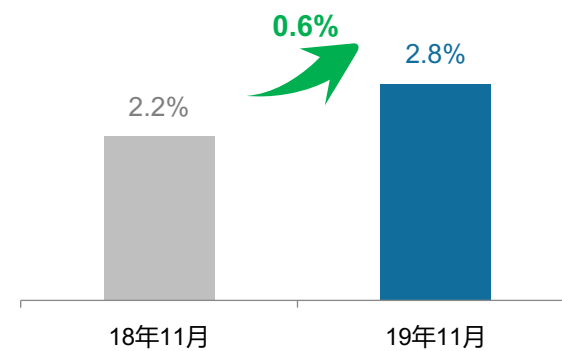
- 11月中大型MPV销量为5.3万辆，同比增长26.7%
- 11月中大型MPV份额为2.8%，同比上升0.6%

## 2018-2019年中大型MPV销量走势

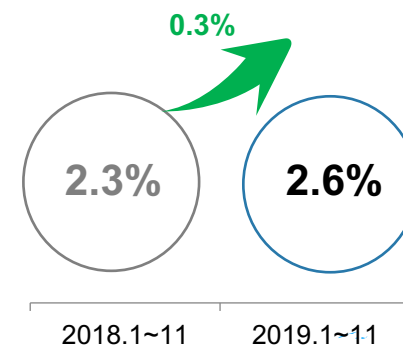
单位：万辆



## 11月份额同比



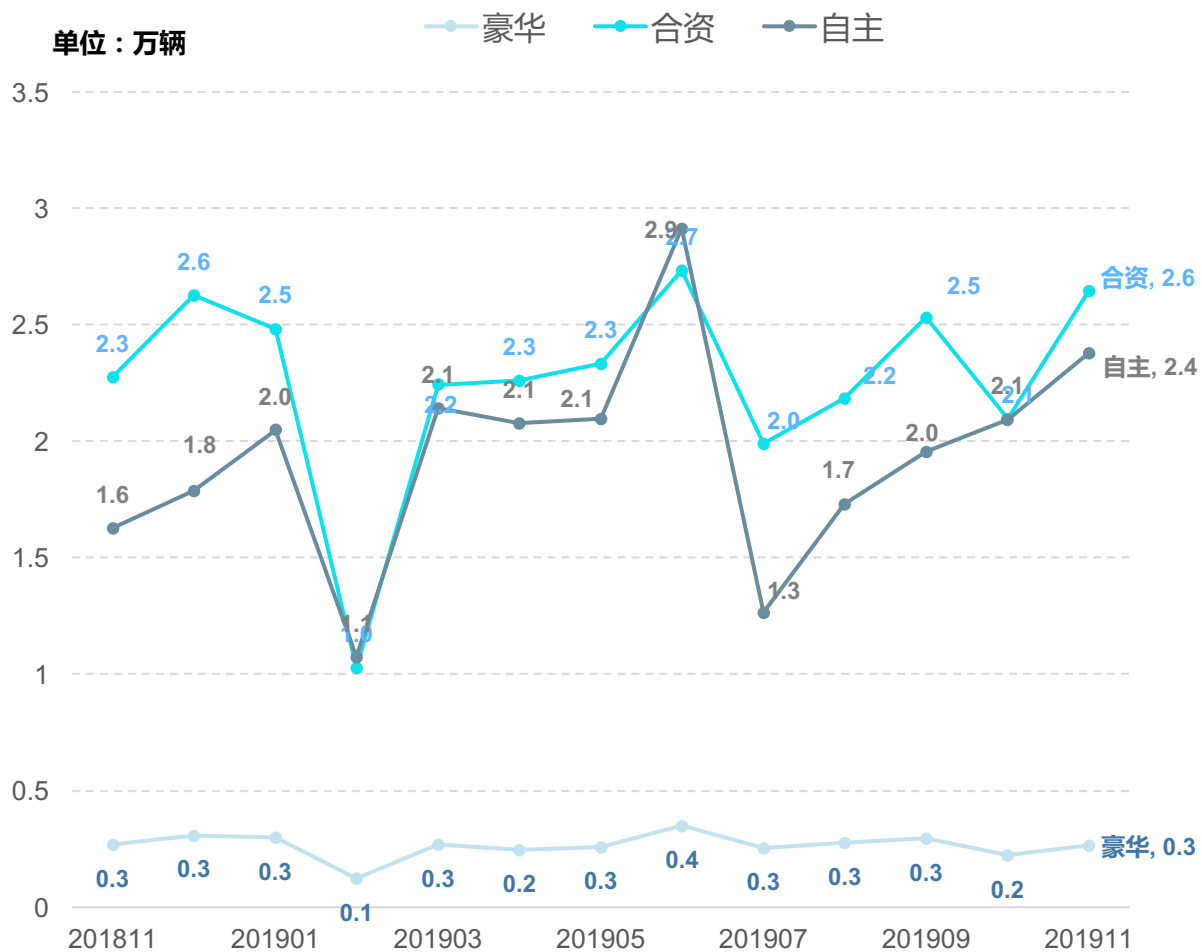
## 累计份额变化



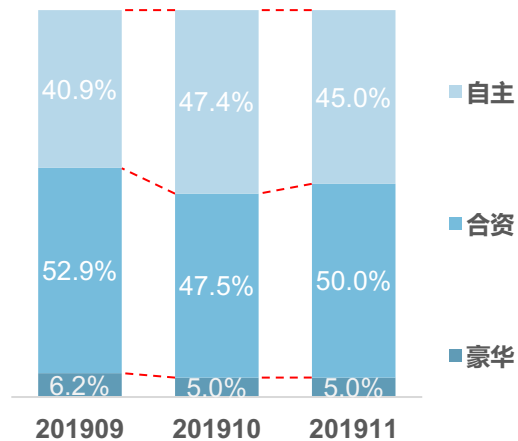
# 自主车终端零售量同比大幅上升，市场份额环比下降

11月中大型MPV市场，自主车零售量2.4万辆，同比大幅上升，占比整个细分市场45.0%，市场份额环比下降；累计市场份额扩大

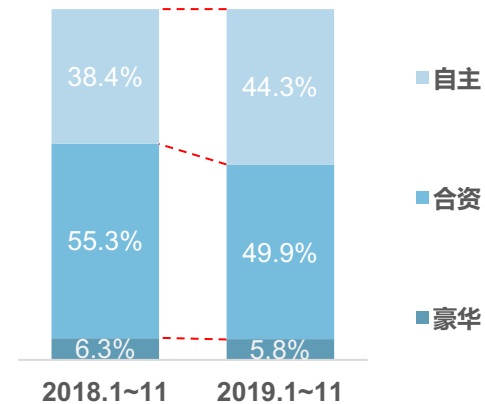
## 中大型MPV市场零售量走势-2019.11



## 分月零售量结构 2019.11



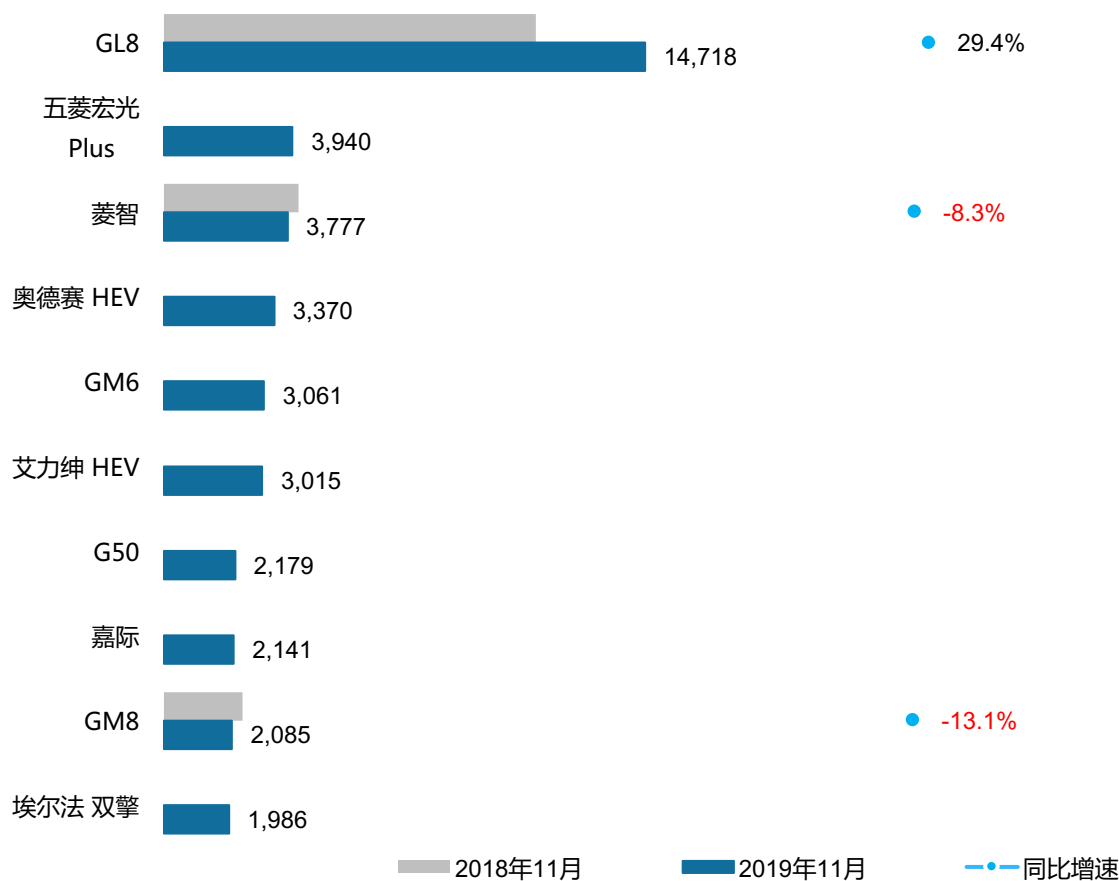
## 累计零售量结构 2019.1~11



# 中大型MPV市场主力车型GL8零售量1.5万辆

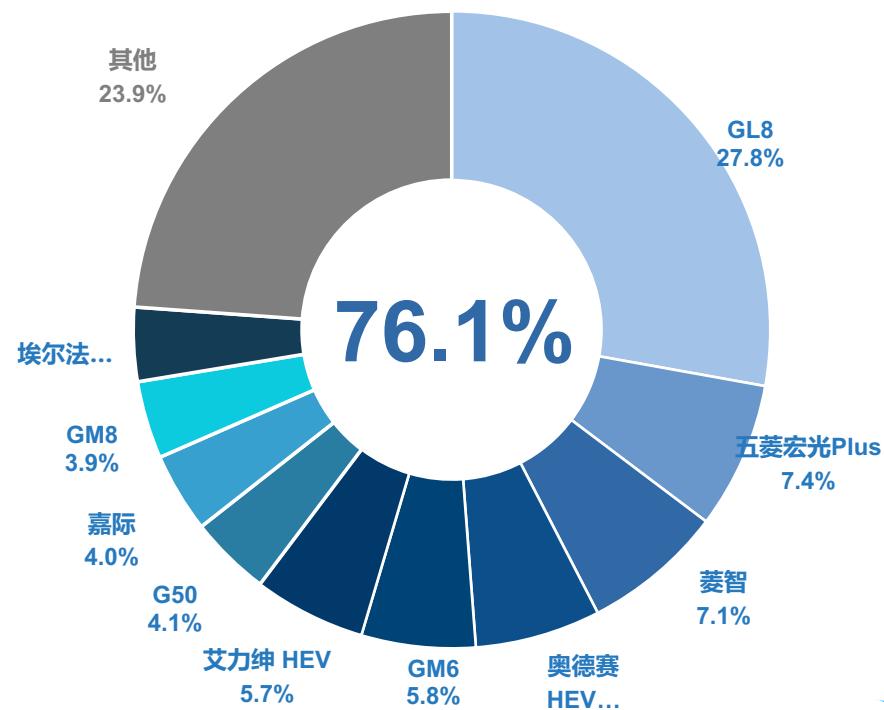
- 11月中大型MPV中，大部分畅销车型均为上市不满一年车型；GL8一枝独秀销量同比增长29.4%，增幅持续扩大；五菱宏光PLUS上市销售次月便跻身榜单第二表现亮眼；GM8自增加国六车型促进销售后，同比降幅缩窄

## 中大型MPV市场—Top10车型排名



## 中大型MPV市场零售量结构

### 2019.11 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





## BMA平台首款车型 领克06实拍图曝光

日前，领克品牌第五款车型06的实拍图曝光。新车基于BMA平台打造，定位小型SUV，上市后将作为领克最入门的车型，预计起售价在11万元左右。动力方面，目前已知领克06提供1.5T、1.5T插电混动两套动力系统，其中插混版油耗仅为1.5L。

从领克内部体系看，06定位最低，尺寸远小于CMA平台打造的02、01。放到整个吉利体系看，尽管同为BMA模块化架构产物，领克06和同平台的吉利缤越、icon在尺寸参数上也略有差异，综合来看，其尺寸介于两者之间。



## 全新奥迪RS 7 Sportback国内谍照曝光

日前，一组全新一代奥迪RS 7 Sportback的国内实车谍照曝光。外观方面，新车整体外观与全新奥迪A7保持一致，其前包围两侧拥有尺寸更大的进气口，看起来更加凶狠。动力方面，新车搭载了与新奥迪RS 6 Avant相同的4.0升双涡轮增压V8发动机+48V轻混系统的动力总成，最大功率为600马力，峰值扭矩为800牛·米，0-100km/h的加速时间为3.6s。

内饰方面，在平底造型的运动方向盘、多边形造型的运动座椅的加持下，新车的运动感表现的十分强烈。同时与A7相同，采用了三联屏的设计，科技感满满。此外，根据此前发布的实车来看，新车采用重新设计的仪表盘更加运动，转速表采用L型设计。此外，仪表盘还可额外显示功率、扭矩、车身的实时G值等参数。



## 定名为E300 新宝骏纯电动车申报图曝光

日前，我们从工信部获取到了一组新宝骏纯电动车型的申报图，新车定位为微型纯电动车。同时，其车名也被一同曝光，其采用家族式命名方式，定名为E300。

外观方面，新宝骏E300采用了家族式“星际几何”设计语言，外观采用较多方形设计元素，显得较有科技感。尾部方面，新车采用分体式尾灯设计，下方灯组造型与前大灯保持同一风格。而关于动力方面，跟据此次的申报信息来看，新车将搭载一台浙江方正电机股份有限公司生产的最大功率为39马力的电机，电池采用磷酸铁锂蓄电池。



## 更新家族式设计 曝新款奔驰E级国内谍照

日前，一组中期改款的奔驰E级路试谍照曝光。外观方面，新款奔驰E级或将采用奔驰全新的家族式前脸设计。外观方面，新车在前脸及尾部方面预计将会进行较大改动，或将与现款车型有着较大的区别。动力方面预计新车将沿用现款车型的动力配备，或继续采用1.5T直列四缸发动机+48V轻混系统、2.0T发动机以及2.0T发动机+48V轻混系统。

动力方面预计新车将沿用现款车型的动力配备，或继续采用1.5T直列四缸发动机+48V轻混系统、2.0T发动机以及2.0T发动机+48V轻混系统。

## 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

