

广州市场观察月报

2012年9月



市场表现及宏观环境

终端市场表现

1. 旺季到来，摇号和拍牌正常开展，广州经销商抓住机会促销，价格下降，客流和订单双双回升，库存小幅抬升，终端市场逐渐回暖；
2. 限购政策明朗，广州各级别市场纷纷回暖，其中A级市场升幅最大，订单环比上升达92.2%，其次是B级市场，订单环比上升82.2%，SUV级市场关注度仍然最高，订单环比上升19.8%，最后是A0级市场，订单环比上升12.1%；

相关政策

1. 广州市财政局网发布《市属行政事业单位公务用车预算编制及购置工作有关说明》
 - 广州市公务用小轿车、商务车及越野车须购置本市自主品牌的9款车型，最高限价26万元；
 - 当年淘汰更新或新增购置1辆小轿车的单位，指定选购广汽“传祺”轿车；
 - 当年淘汰更新或新增购置小轿车2辆以上的单位，选购广汽“传祺”轿车比例不得少于60%；
2. 中国保监会发布《关于支持汽车企业代理保险业务专业化经营有关事项的通知》
 - 鼓励和支持汽车企业出资设立保险代理和保险经纪公司，或者与已经设立的保险代理、保险经纪公司合作，由保险代理、保险经纪公司统筹开展汽车保险业；

宏观经济

1. 2012年9月，中国制造业采购经理指数（PMI）为49.8%，接近临界点，自5月以来首次回升；
2. 9月11日国内油价开始上调，汽油涨550元/吨，柴油涨540元/吨。折算到90号汽油和0号柴油（全国平均）每升售价分别提高0.41元和0.46元；

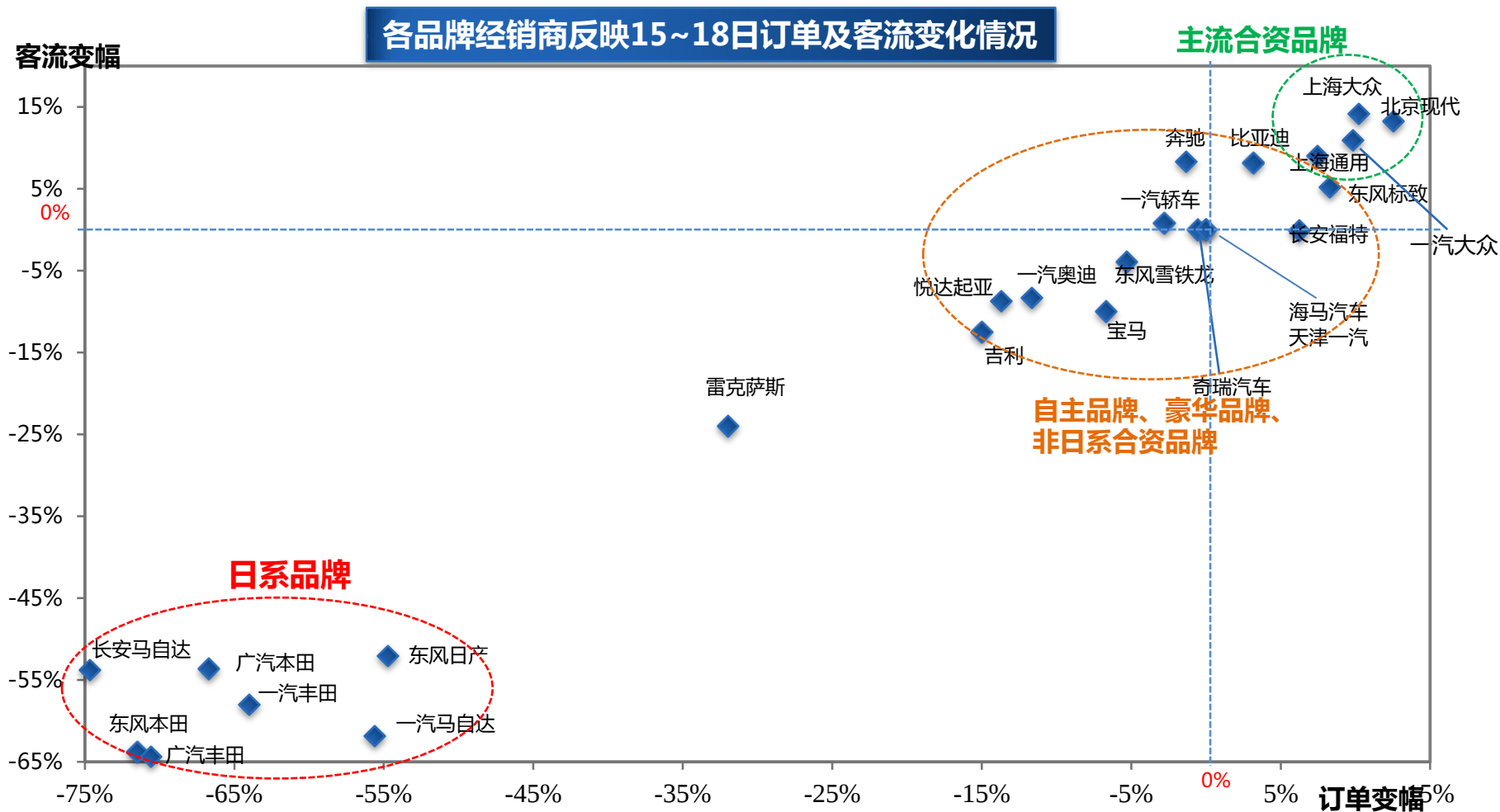
热点：钓鱼岛事件对乘用车市场影响分析

调研说明

- 为持续跟进事件的影响，我们对**17城市21个品牌**（自主品牌、合资品牌、豪华品牌）的**386个经销商**进行电话、问卷访问，了解市场的最新状况，经销商对未来的信心及对厂家的建议等。重点反映18日之后各品牌经销商对市场的判断和预测。
- 本次问卷采集时间：9月20日-24日。
- 样本说明：
 - 品牌选择
 - **日系**：东风日产、广汽丰田、广汽本田、东风本田、一汽丰田、一汽马自达、长安马自达、雷克萨斯；
 - **非日系合资**：上海大众、一汽大众、上海通用、北京现代、东风标致、东风雪铁龙、长安福特、东风悦达起亚；
 - **自主品牌**：一汽轿车、长安汽车、奇瑞汽车、比亚迪、吉利汽车；
 - **豪华品牌**：奥迪、奔驰、宝马
 - 城市选择
 - 北京、长沙、成都、广州、哈尔滨、杭州、济南、南京、青岛、上海、深圳、沈阳、石家庄、太原、武汉、西安、郑州

15~18日各品牌终端市场表现

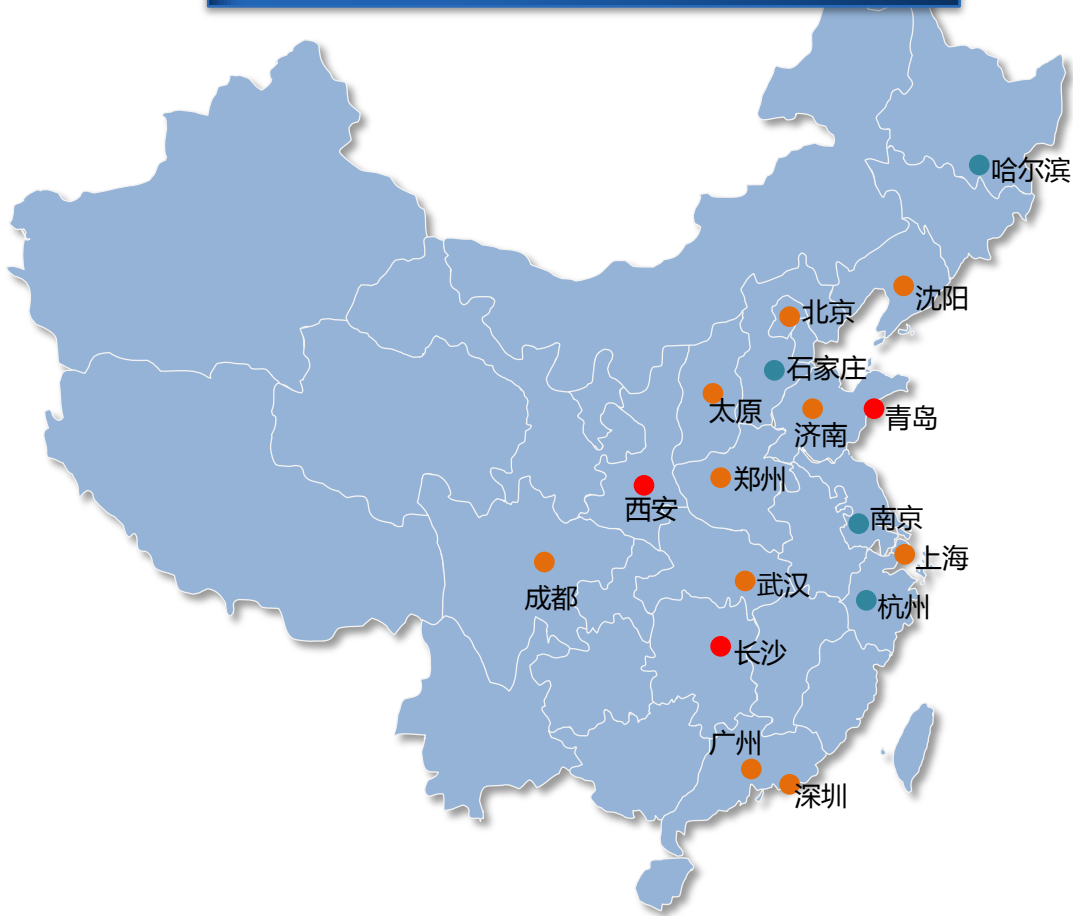
- 事态最严重的15~18日日系品牌订单和客流下滑明显，几个主流合资品牌订单平均提升近10%



15~18日日系品牌终端变化区域分布

- 15~18日西安、青岛及长沙三个游行示威活动较为严重的城市受事件影响最大，有些店甚至出现零成交情况

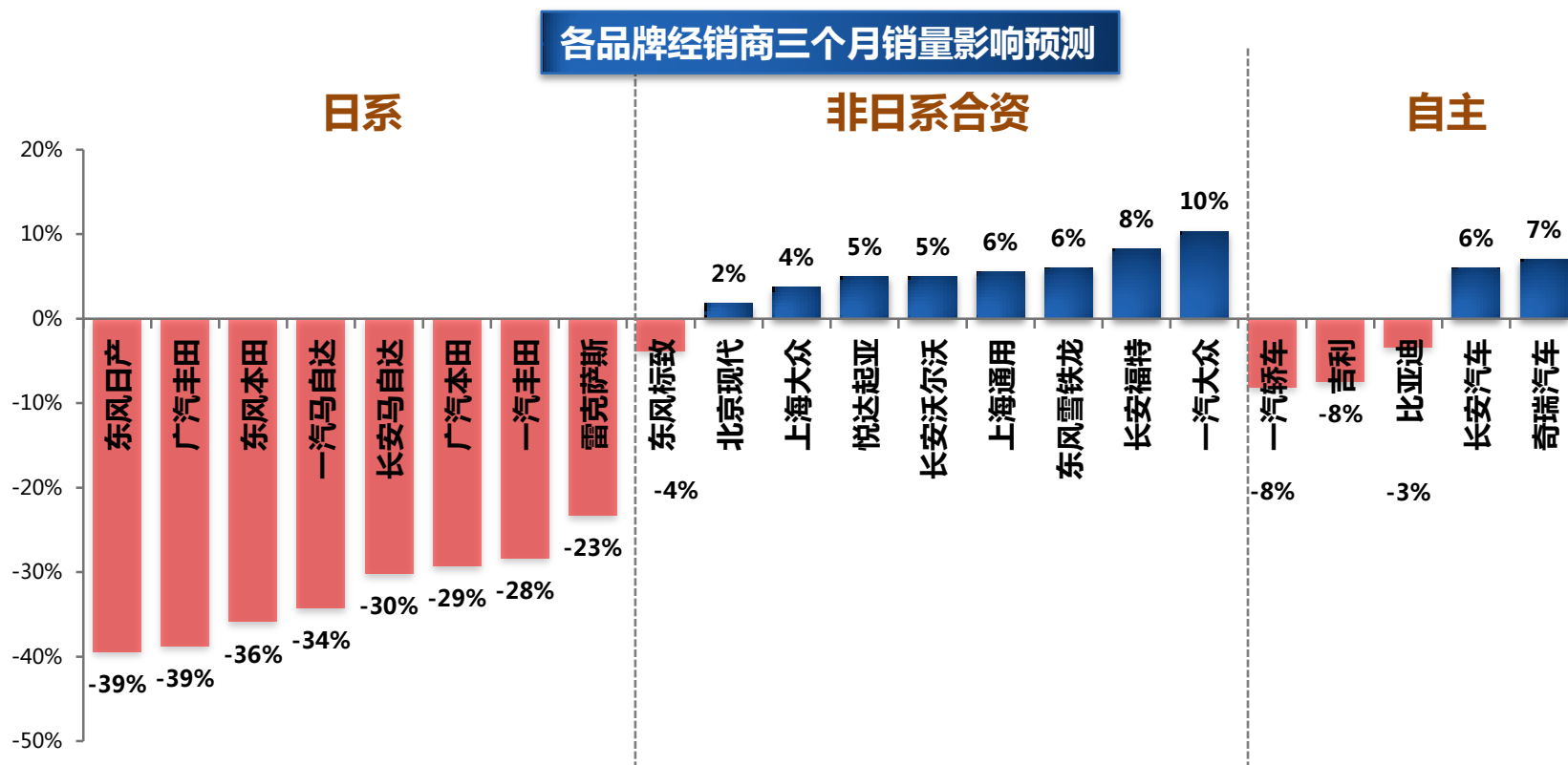
日系品牌各城市15-18日销量影响程度分布



城市	15-18日客流变化程度	15-18日订单变化程度
西安	-93%	-97%
青岛	-85%	-85%
长沙	-77%	-84%
武汉	-65%	-79%
太原	-60%	-56%
上海	-59%	-66%
郑州	-56%	-82%
沈阳	-54%	-69%
成都	-53%	-81%
深圳	-53%	-55%
北京	-53%	-64%
济南	-51%	-56%
广州	-50%	-58%
哈尔滨	-49%	-47%
杭州	-46%	-33%
石家庄	-41%	-43%
南京	-39%	-30%

各品牌经销商三个月销量影响预测

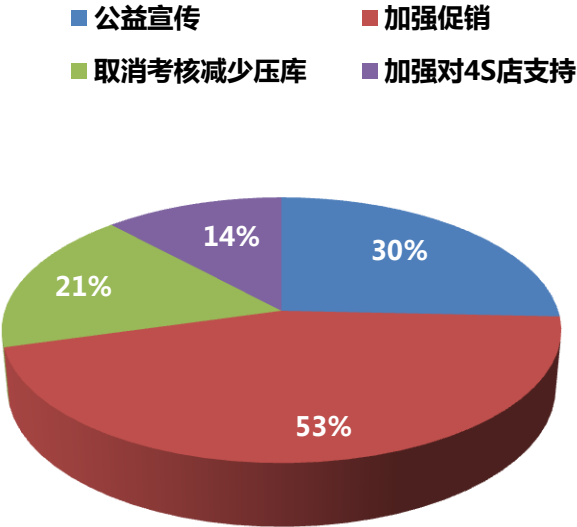
- 从经销商对未来三个月（10月、11月、12月）的销量预测来看，日系品牌与非日系品牌经销商信心区隔明显，其中日系品牌经销商信心受挫严重，对未来三个月有同比30%左右的下滑预测
- 非日系品牌整体预计乐观，合资品牌基本是同比上升的预测



经销商建议厂家应对措施

- 经销商对厂家的应对措施的提议主要体现在加强促销、加大公益宣传、取消经销商考核减少压库及加强对经销商支持上，其中对加强促销以短期内稳定销量及信心的呼吁最多

应对措施分类



措施分类	经销商原话
公益宣传	①主要加强正面宣传力度，呼吁正确爱国表现 ②促销活动礼包，礼包涉及正确爱国宣传教育手册 ③从厂家层面做舆论公关，消除公众对合资品牌的理解误区 ④合理的广宣、给出合理话术、解除客户预防心理
加强促销	①希望能增加促销额度，更多实际优惠刺激市场 ②增加促销，增强客户购买信心 ③临近国庆节建议期间大幅度促销 ④价格政策多多加大 解除客户疑虑
取消考核减少压库	①调整年计，减少配车改善库存 ②希望暂时停发资源，以减少4S店的库存压力 ③减少对经销商的考核，尽快消除负面影响
加强对4S店支持	①增加返利补贴，协助经销商渡过困难时期 ②增加对销售顾问的奖励，提升销售顾问的信心。 ③增加单台返利，保有客户增加关爱服务

日系厂商应对措施分析

■ 随着事态的升级，各日系厂商陆续出台应对措施，协助经销商渡过难关：

措施分类	18日前措施	新增措施
日常考核调整	暂停9~10月的目标考核、检核、神客调查等	降低奖励标准
营销活动	1) 全面暂停媒体广宣、室外推广活动、车展等 2) 公关方面，避免主动做公关传播，慎言慎行	广宣及线下活动推迟，集中至10月份
金融协助	考虑近期的销售压力，与银行接洽，尝试缓解经销店库存车的资金压力	1) 对专营店库存给与利息补贴 2) 应收账款及承兑汇票暂时减息
客户服务	1) 保证救援电话24小时通畅，保证救援车时刻准备 2) 安抚遭受车辆财产损失的客户，协助客户理赔	提醒本品牌客户，对已受损客户进行及时关怀安抚，对意向客户重点关怀
财产安全	1) 库存车辆转移 2) 停止发车，在途车辆遮掩LOGO或者找安全的地方停靠 3) 经销店准备保钬横幅以应对突发事件 4) 经销店24小时值班	无
人身安全	1) 冷静应付突发事件，注意人身安全 2) 调整营业时间，酌情短期停业 3) 与当地警力形成紧密联系，邀请警力到店维持治安	无
客户保险购买提醒	无	保险快到期的客户提醒续保，未购买商业险的客户提醒其购买
经销商补助	无	1) 对受损经销店及其车辆提供维修补助 2) 对店面受损经销商及其员工给与安慰 3) 超期库存车终端促销折让

政策分析

- 广州市财政局网发布《市属行政事业单位公务用车预算编制及购置工作有关说明》简称《广州公车购置说明》，其中规定，广州公车采购指定本地车 广汽传祺不少于60%
- 长春市出台《关于进一步促进经济稳步增长的实施意见》，政府采购、市民消费补贴等方面，力撑一汽自主品牌汽车

《广州公车购置说明》

1. 《购置说明》内容：

- 广州市公务用小轿车、商务车及越野车须购置本市自主品牌的9款车型，最高限价26万元；
- 当年淘汰更新或新增购置1辆小轿车的单位，指定选购广汽“传祺”轿车；
- 当年淘汰更新或新增购置小轿车2辆以上的单位，选购广汽“传祺”轿车比例不得少于60%；

2. 限定新购车型：

规定车型	广汽传祺	本田	丰田	东风日产
规定款数	2	2	2	3

《关于进一步促进经济稳步增长的实施意见》

1. 《意见》内容：

- 支持整车生产企业开发、生产符合汽车下乡和汽车以旧换新政策要求的新车型；
- 鼓励一汽集团研发、生产自主品牌汽车，购买奔腾等车型将给予一定的补贴；
- 鼓励农民购买微轻型载货车、微型客车及1.3升以下小排量轿车，支持出租车以旧换新选用本地自主品牌车型；

2. 补贴车型和金额：

补贴车型	奔腾B50	奔腾B70	奔腾SUV	欧朗
补贴金额	5000元	6000元	7000元	3500元

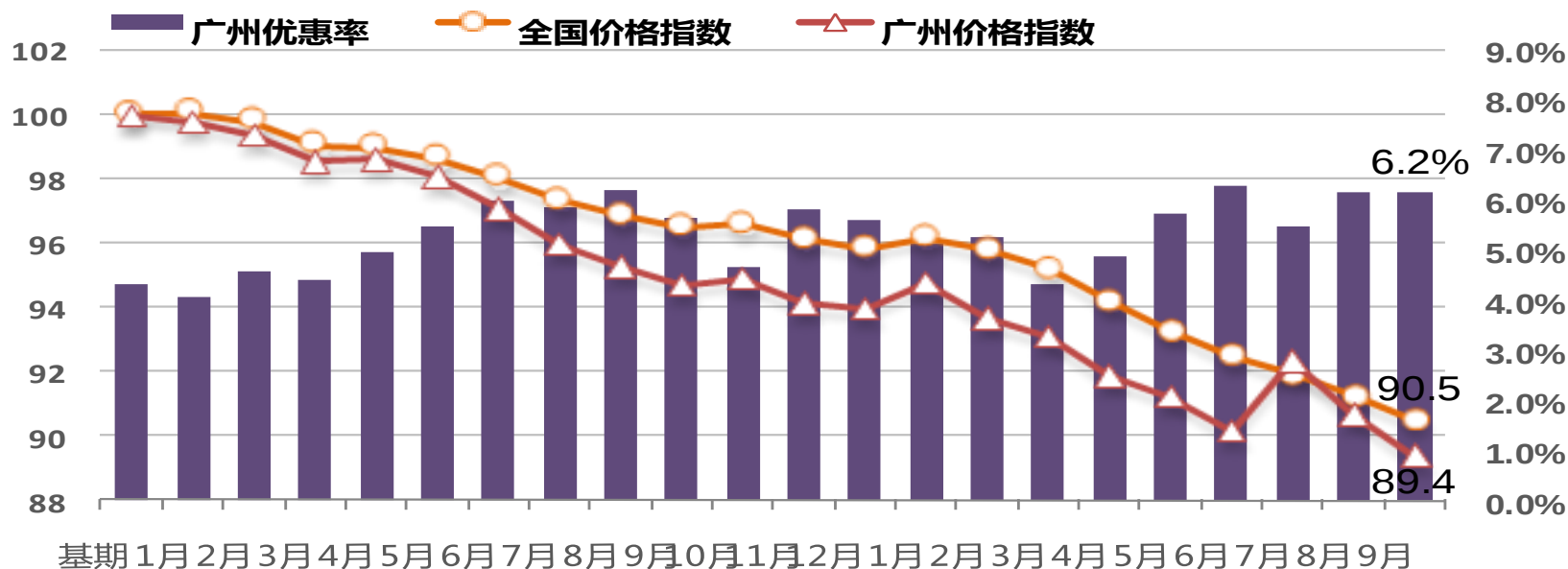
结论：从广州和长春是出台的政策可以看出，国家公务车政策利好自主品牌



终端价格分析

- 旺季到来，广州经销商比全国作出更大的优惠幅度，价格指数为89.4，环比下降了1.4%
- 随着“十一黄金周”到来，为吸引顾客，预计广州经销商会进一步加大优惠幅度

广州终端价格分析

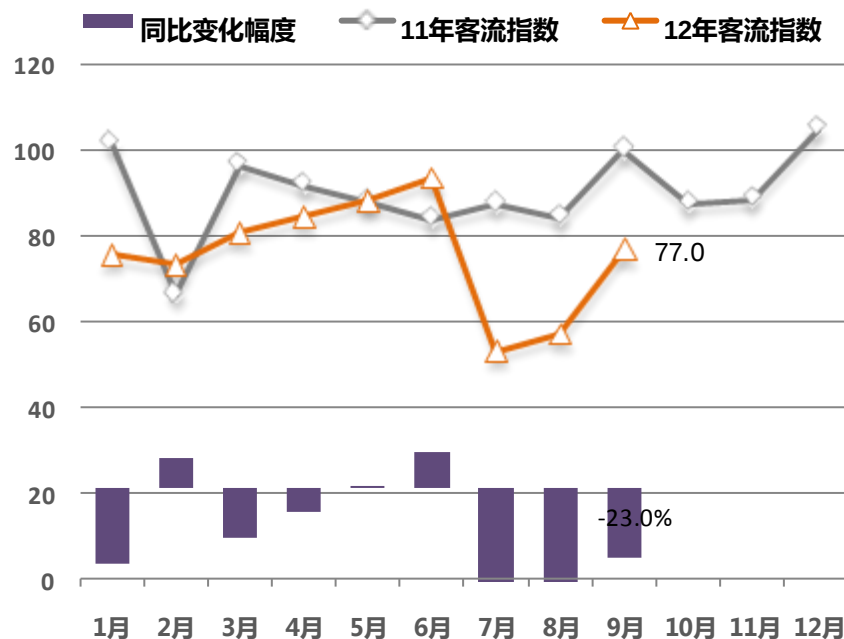


数据来源：威尔森终端市场监测体系 威尔森市场价格监测体系
价格指数基期：10年12月 全国终端数据为16个样本城市终端数据

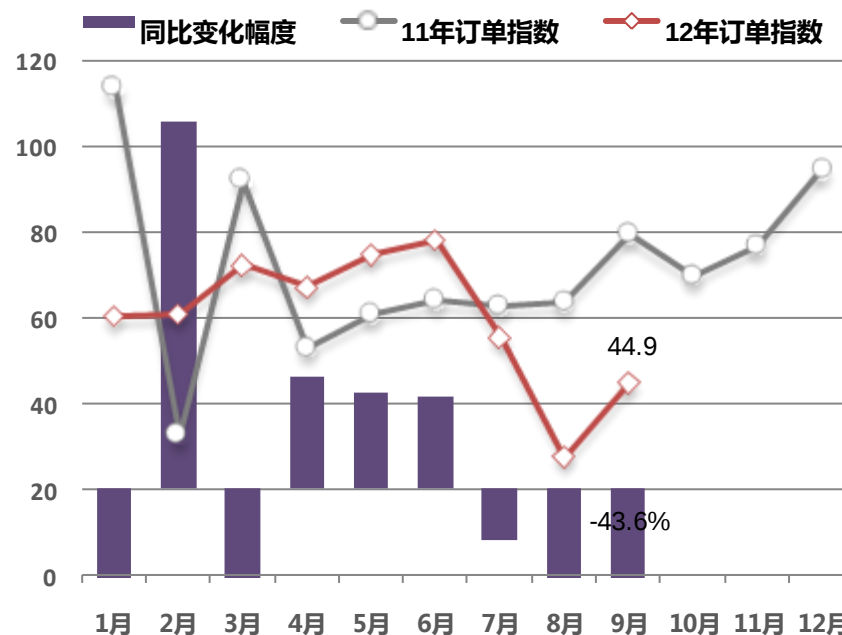
广州终端指数

- 随着摇号和拍牌的正常开展，广州终端逐渐回归正常，客流和订单都纷纷开始回升，但受限购影响，终端订单指数仍远低于去年同期

广州终端人气



广州终端订单



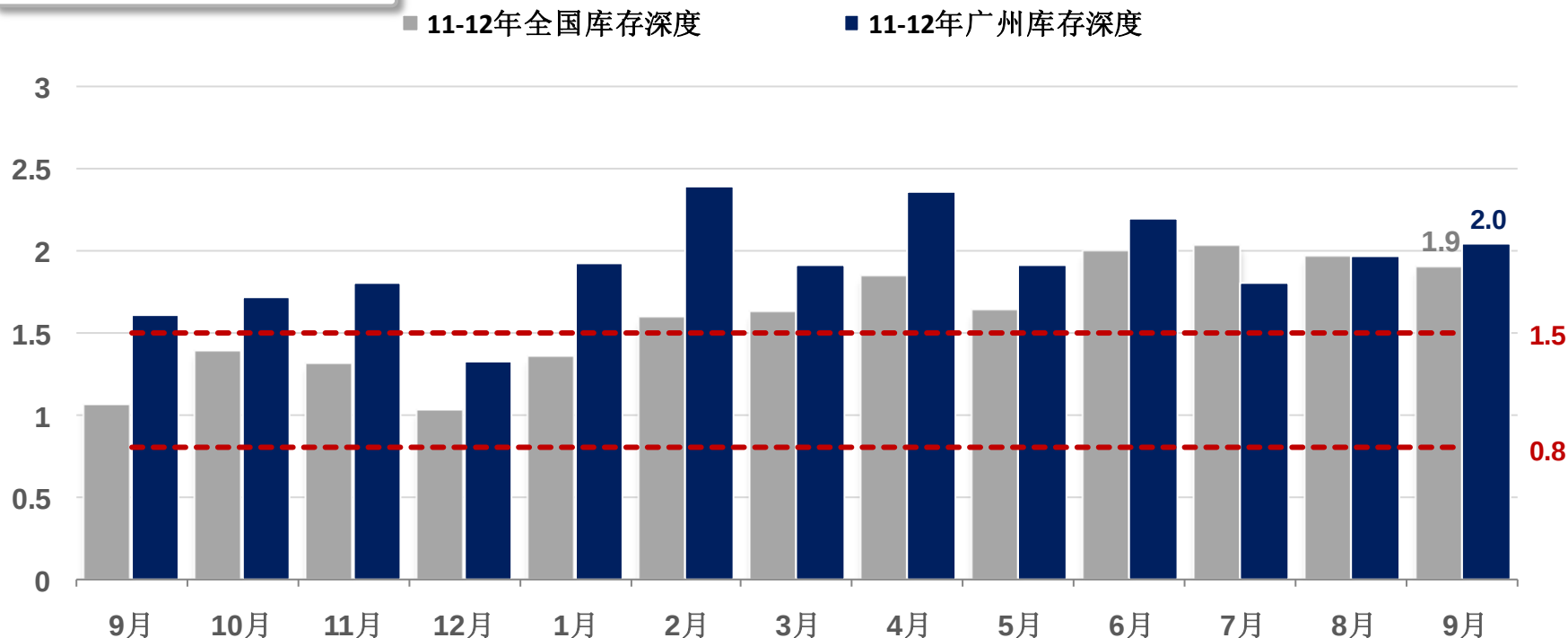
数据来源：威尔森终端市场监测体系

客流、订单指数基期：10年12月 全国终端数据为16个样本城市终端数据

广州终端库存分析

- 限购细则的明朗，厂商开始增加广州配车，但受钓鱼岛事件的影响，日系品牌销量下滑，库存上升，带动整体库存上升
- 库存深度为2.0，高于全国水平

广州终端库存状况

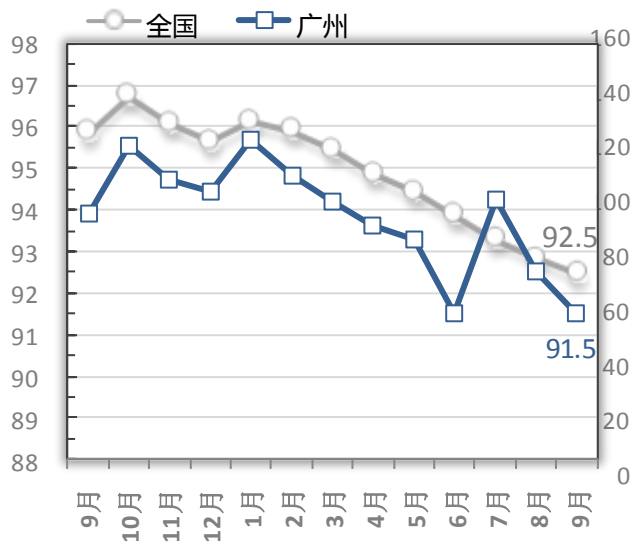


数据来源：威尔森终端市场监测体系
全国终端数据为16个样本城市终端数据
本期新增自主品牌车型

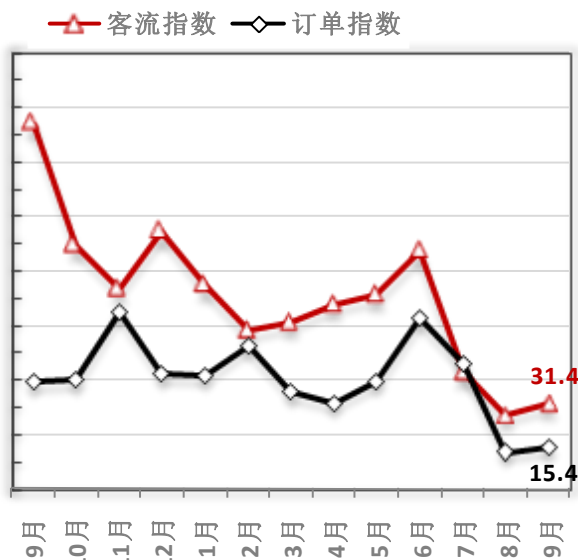
广州A0级车市场终端运行分析

- 市场开始回暖，A0级别市场客流和订单都开始回升，但仍处于较低水平
- 库存深度持续上升，本月为3.3，远高于警戒水平

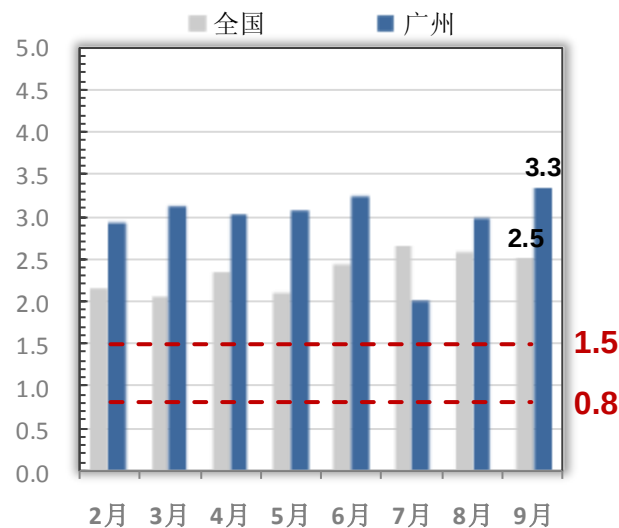
价格指数



客流及订单指数



库存深度



数据来源：威尔森终端市场监测体系 威尔森市场价格监测体系

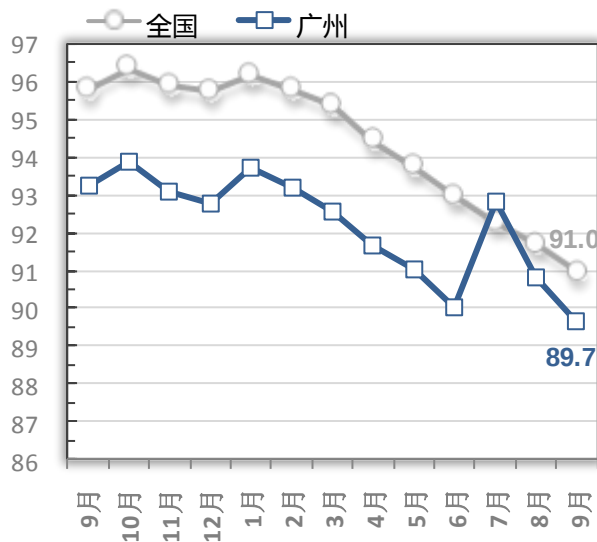
全国终端数据为16个样本城市终端数据

本期新增自主品牌车型

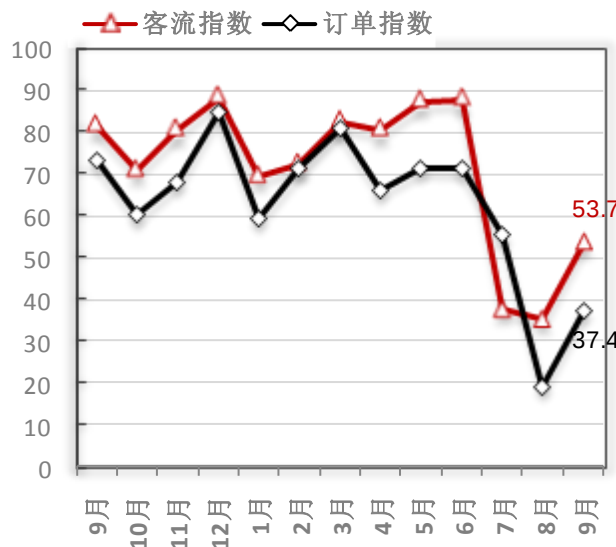
广州A级车市场终端运行分析

- 熬过政策真空期，经销商纷纷加大优惠幅度，客流和订单都开始回升，库存深度与上月持平，低于全国水平，级别市场逐渐回暖

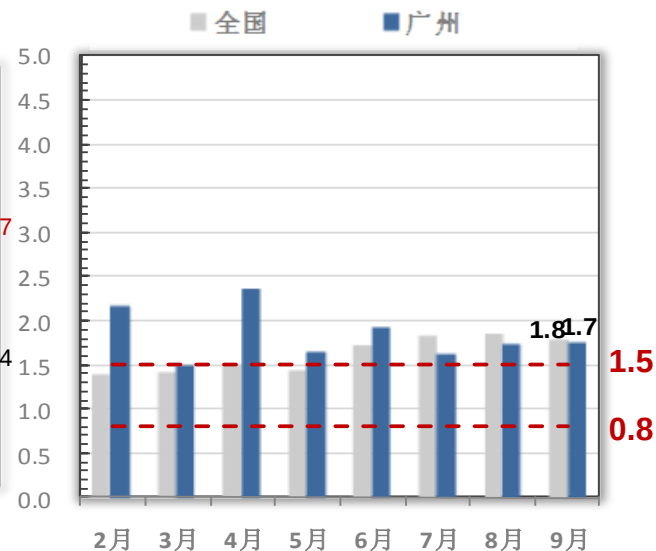
价格指数



客流及订单指数



库存深度



数据来源：威尔森终端市场监测体系 威尔森市场价格监测体系

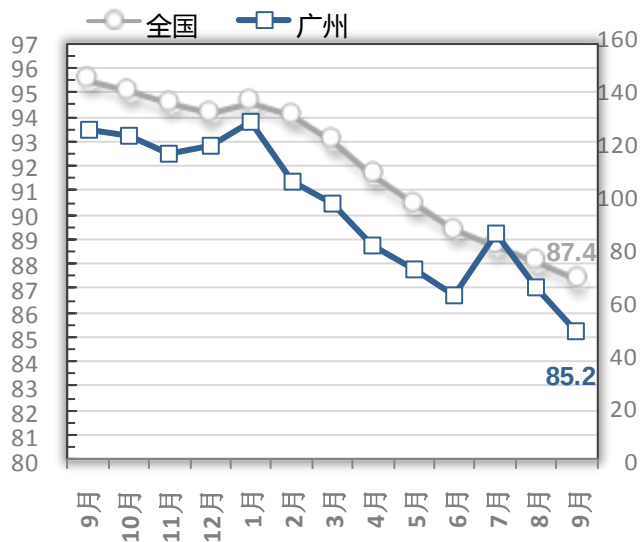
全国终端数据为16个样本城市终端数据

本期新增自主品牌车型

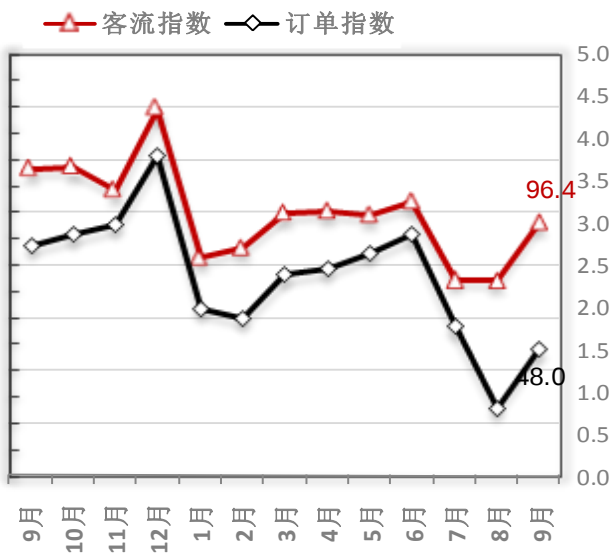
广州B级车市场终端运行分析

- 9月，市场回归正常，B级市场客流和订单双双反弹
- 库存深度环比小幅上升，高于全国水平

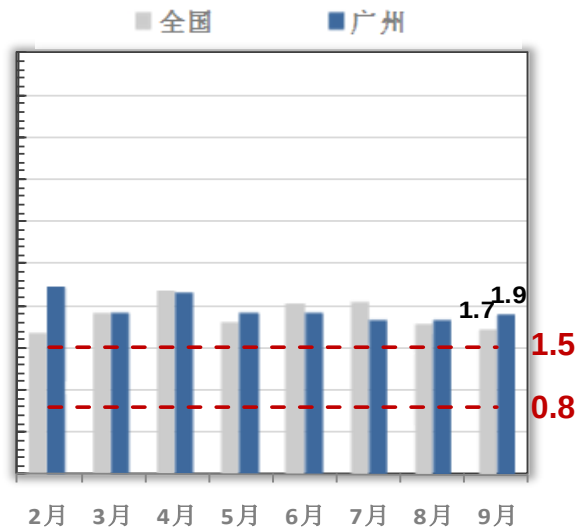
价格指数



客流及订单指数



库存深度



数据来源：威尔森终端市场监测体系 威尔森市场价格监测体系

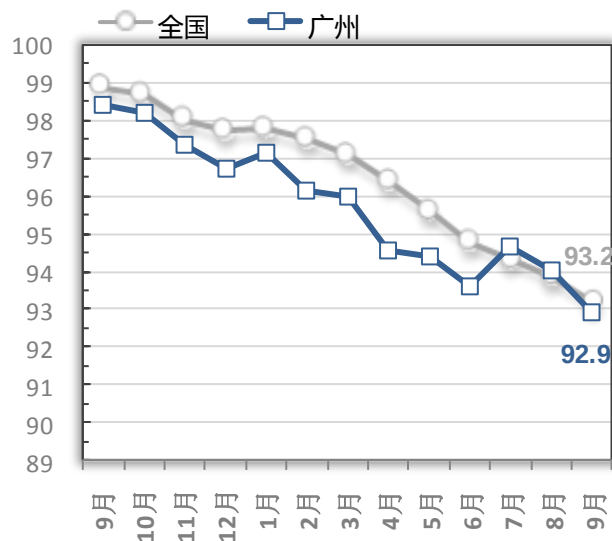
全国终端数据为16个样本城市终端数据

本期新增自主品牌车型

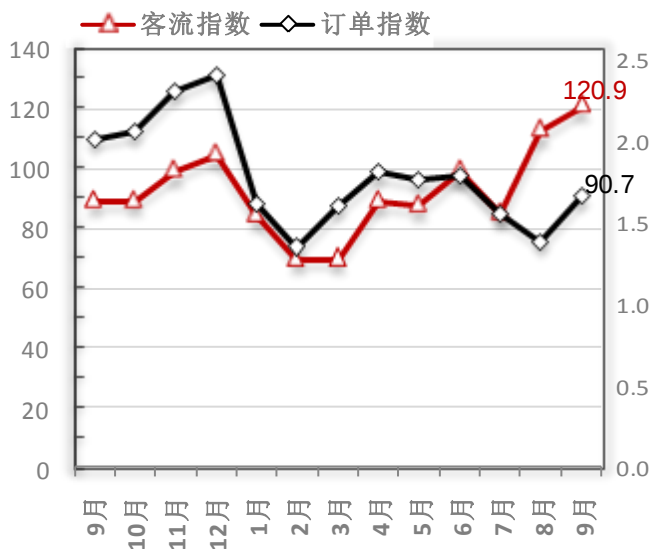
广州SUV级车市场终端运行分析

- SUV级市场关注度仍然高涨，客流指数达120.9，为全年最高，消费者纷纷出手，订单指数也有较大的升幅，库存深度为0.9，处于正常水平，终端市场表现良好

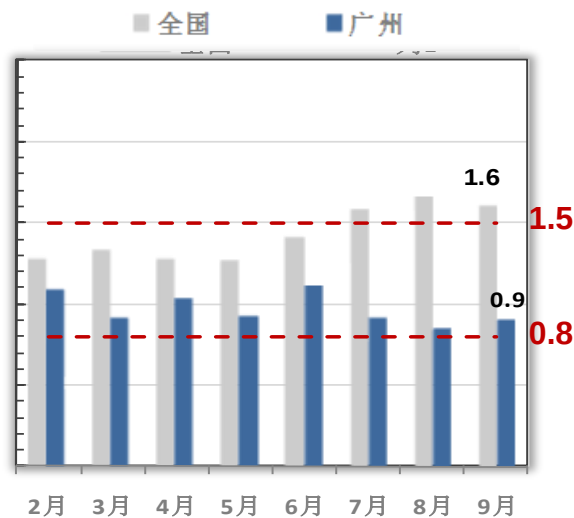
价格指数



客流及订单指数



库存深度



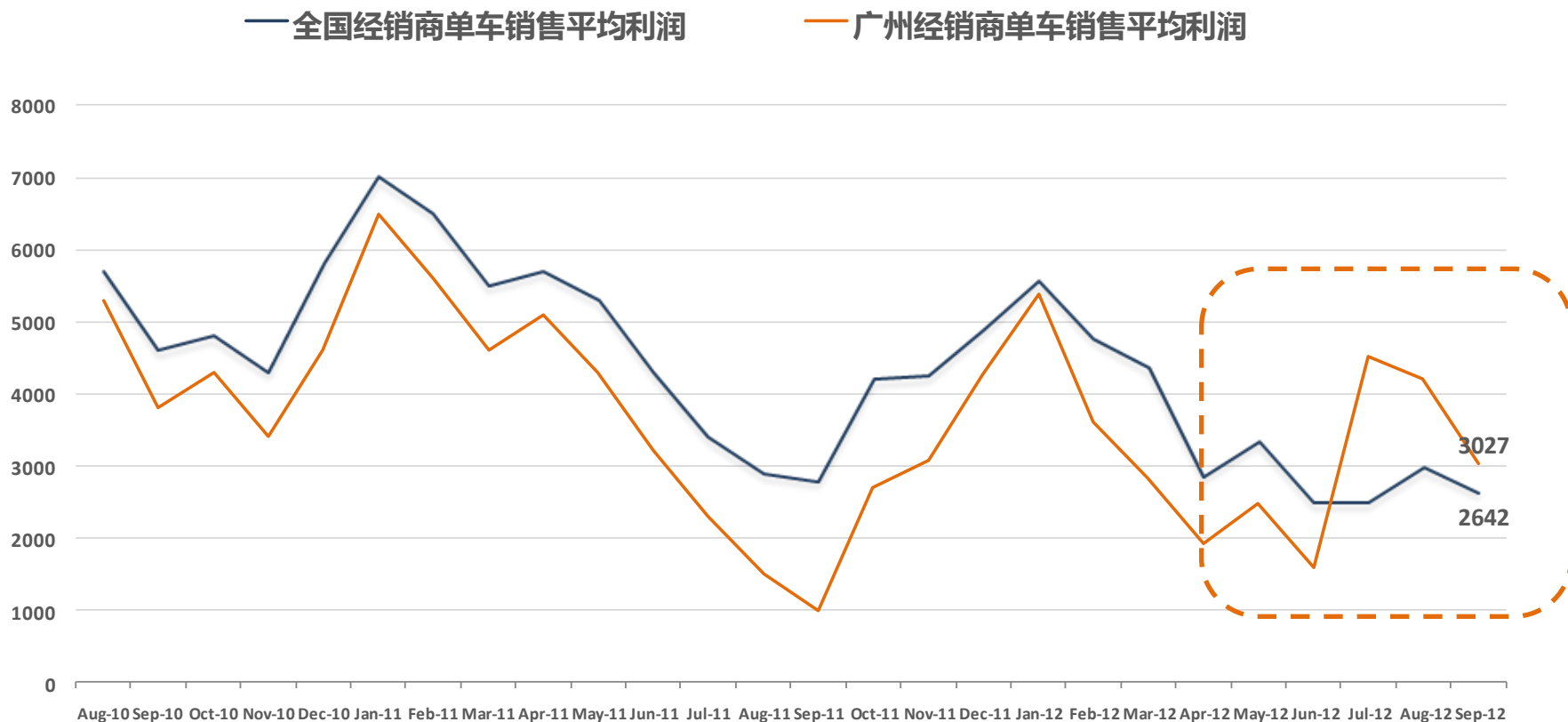
数据来源：威尔森终端市场监测体系 威尔森市场价格监测体系

全国终端数据为16个样本城市终端数据

本期新增自主品牌车型

广州经销商单车销售利润分析

- 9月旺季且市场回归正常，广州经销商加大的优惠力度，单车利润继续下滑
- 广州单车利润高于全国水平



数据来源：威尔森市场价格监测体系



Thank You!