



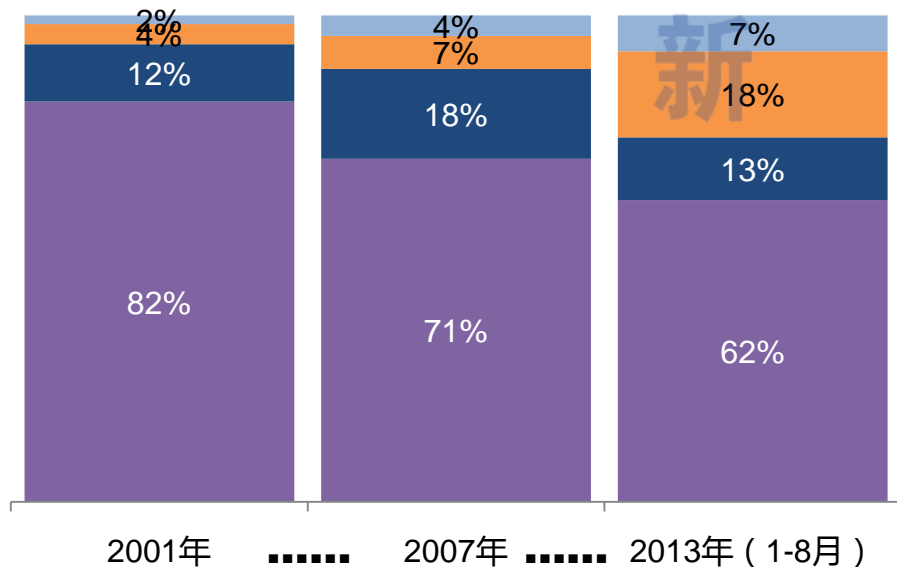
“掀背正当时”

厢体多元化趋势分析

01年以来，狭义乘用车厢体多元化的趋势越来越明显

- 三厢轿车的比例由01年的82%下降到13年的62%
- SUV是除三厢轿车外最受欢迎的厢体结构，两厢轿车排在SUV之后

狭义乘用车理念厢体结构变化

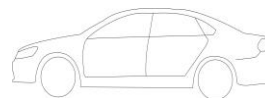
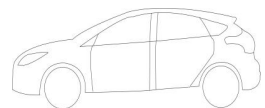
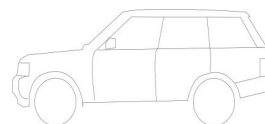
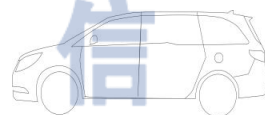


MPV

SUV

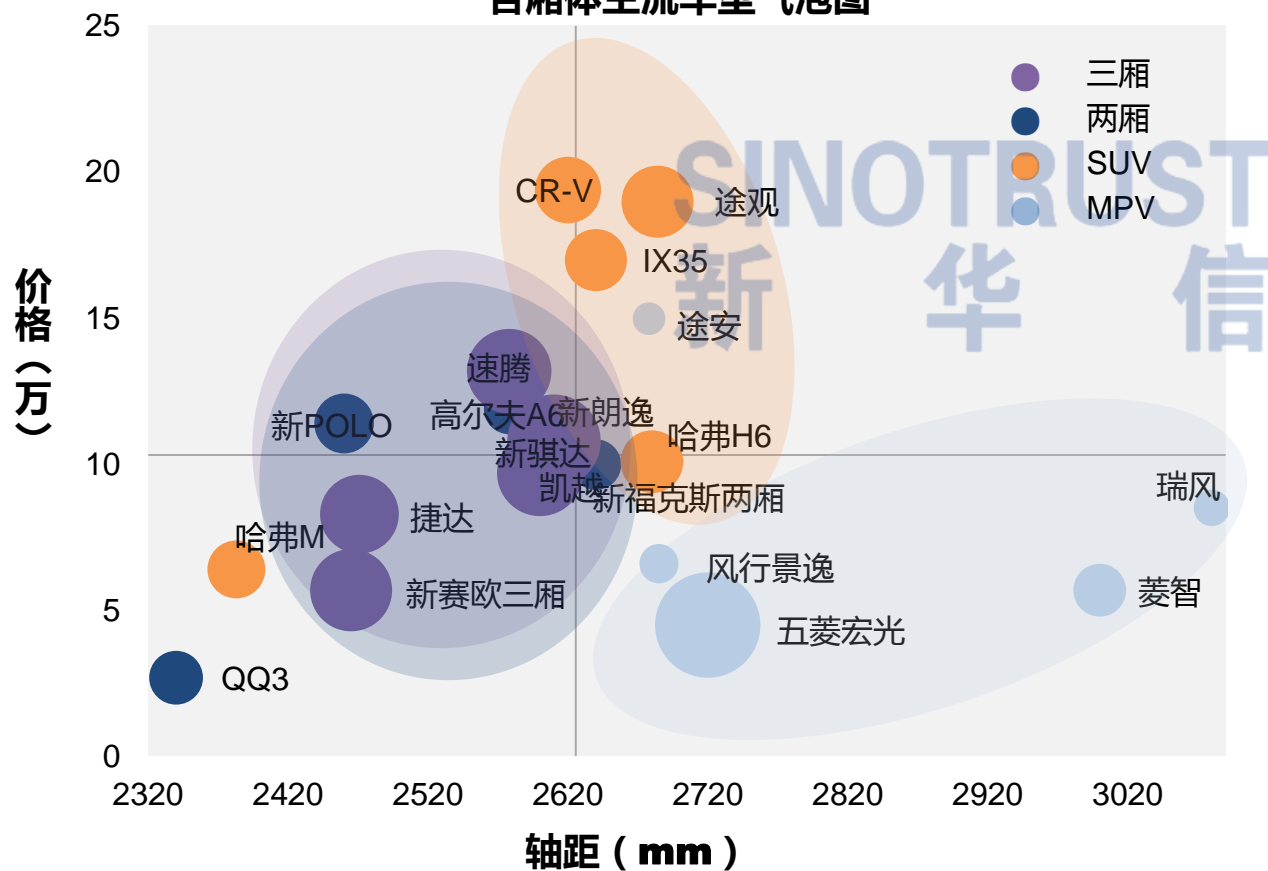
两厢

三厢



除三厢/两厢车市场外，各厢体车型的目标细分市场有明显区隔

各厢体主流车型气泡图



气泡图解读：

1. 气泡大小代表车型2013年1-8月销量
2. 各厢体市场选取2013年1-8月销量Top5的车型

从消费者购车需求来看，各厢体市场的区隔更为明显

各厢体用户购买当前厢体的原因

三厢厢车用户

- 1. 空间大 **64%**
- 2. 外观大气 **53%**



两厢车用户

- 1. 外观时尚 **72%**
- 2. 省油 **49%**
- 3. 操控灵活 **45%**



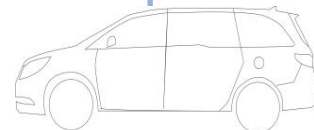
SUV用户

- 1. 视野好 **68%**
- 2. 空间大 **55%**
- 3. 安全性好 **36%**



MPV用户

- 1. 空间大 **67%**
- 2. 实用 **56%**



2013年，朗行和科鲁兹掀背先后上市



朗行



科鲁兹掀背

Jun

Jul

Aug

Sep

Oct

一汽大众朗行

长/宽/高 (mm) : 4454/1765/1460

轴距 (mm) : 2610

排量 : 1.4T, 1.6L

MSRP (万) : 11.59-16.39

6122

8493

10247

2013年6月

2013年7月

2013年8月

上海通用雪佛兰科鲁兹掀背

长/宽/高 (mm) : 4598/1797/1477

轴距 (mm) : 2685

排量 : 1.6T, 1.6L

MSRP (万) : 11.59-14.99

新的市场趋势开始出现

2013年以前



厢体间的细分化

- ✓ 厢体差异形成明显的细分市场
- ✓ 细分市场间需求差异明显，特别体现为**功能性需求**的差异明显
- ✓ 厂商工作的重点在于各细分市场产品的布局

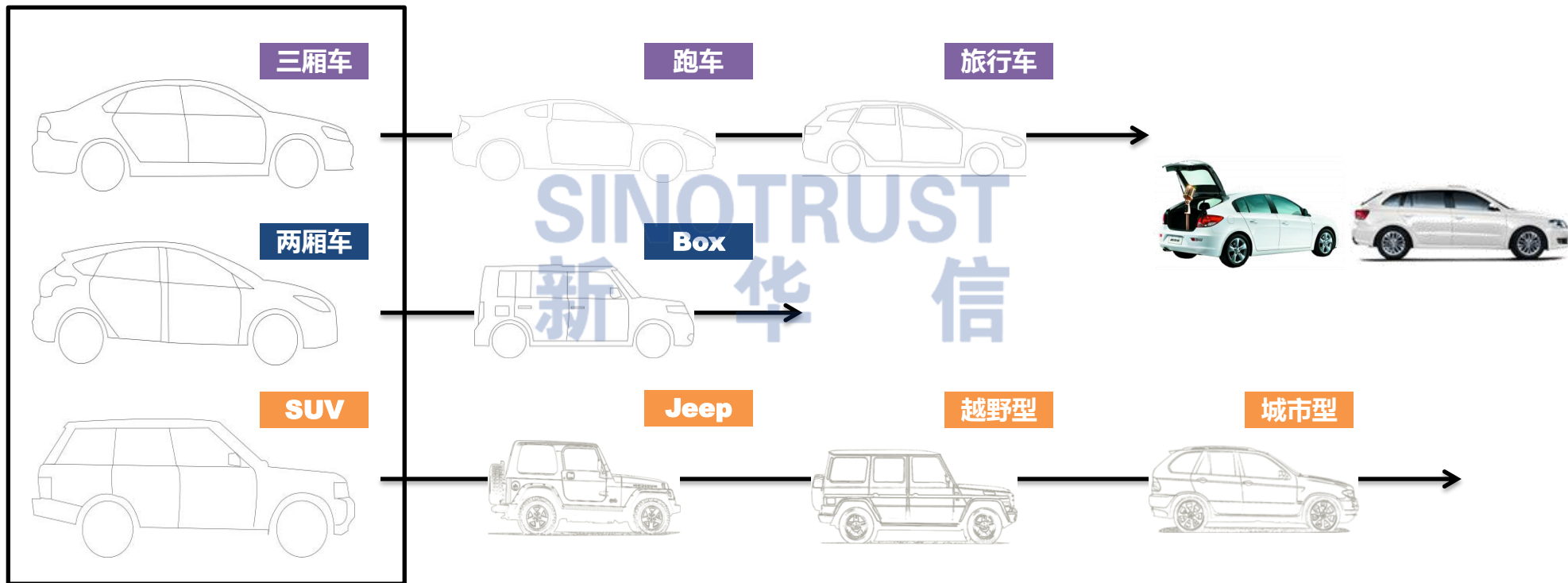


2013年以后

厢体内的细分化

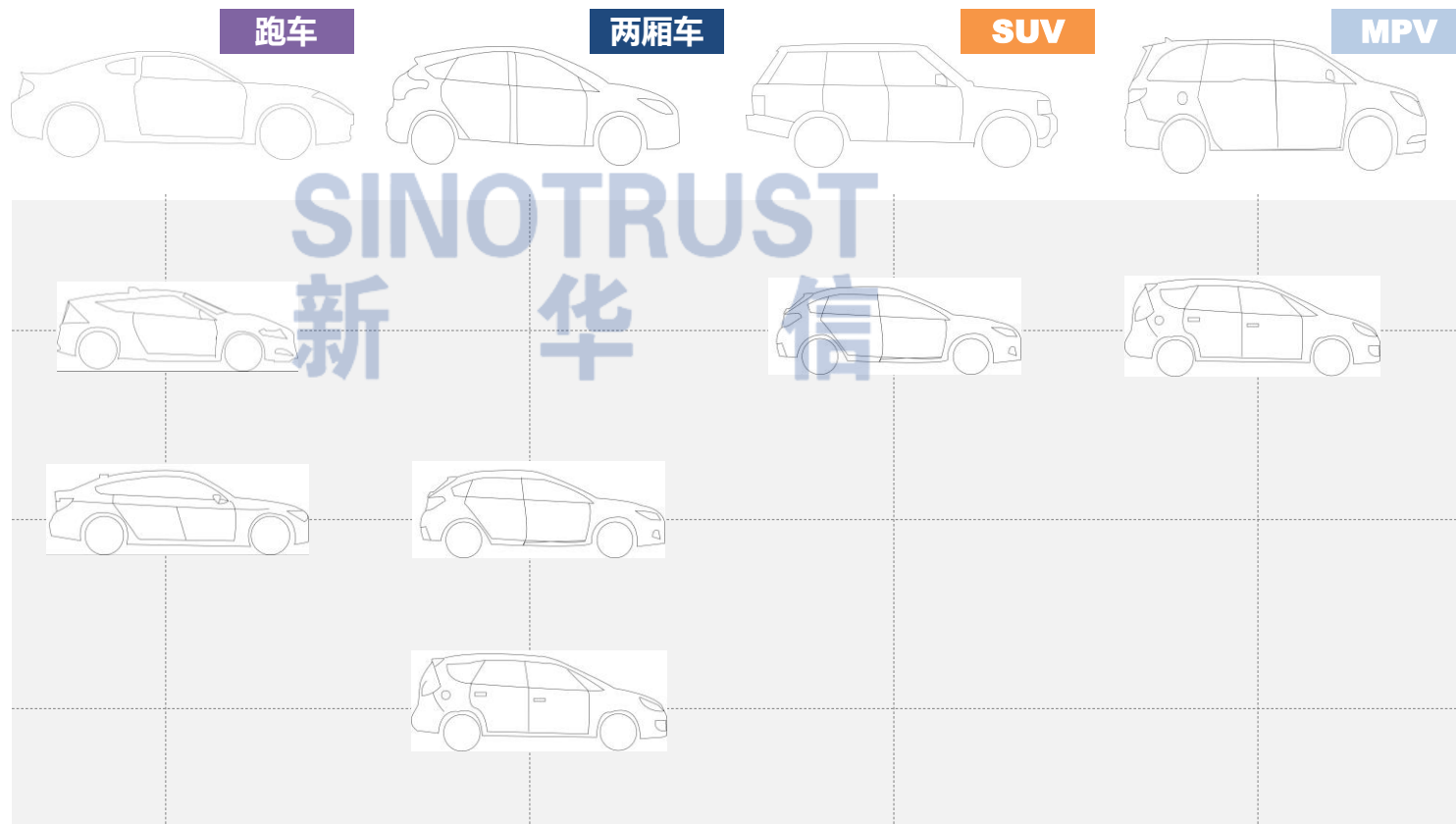
- ✓ 同一厢体内细分市场需进一步细分
- ✓ 产生两种趋势，即**衍生**和**Cross**
- ✓ 同一厢体内细分市场的需求差异除功能性差异外，还更多体现为**情感性需求**的差异

趋势一：衍生

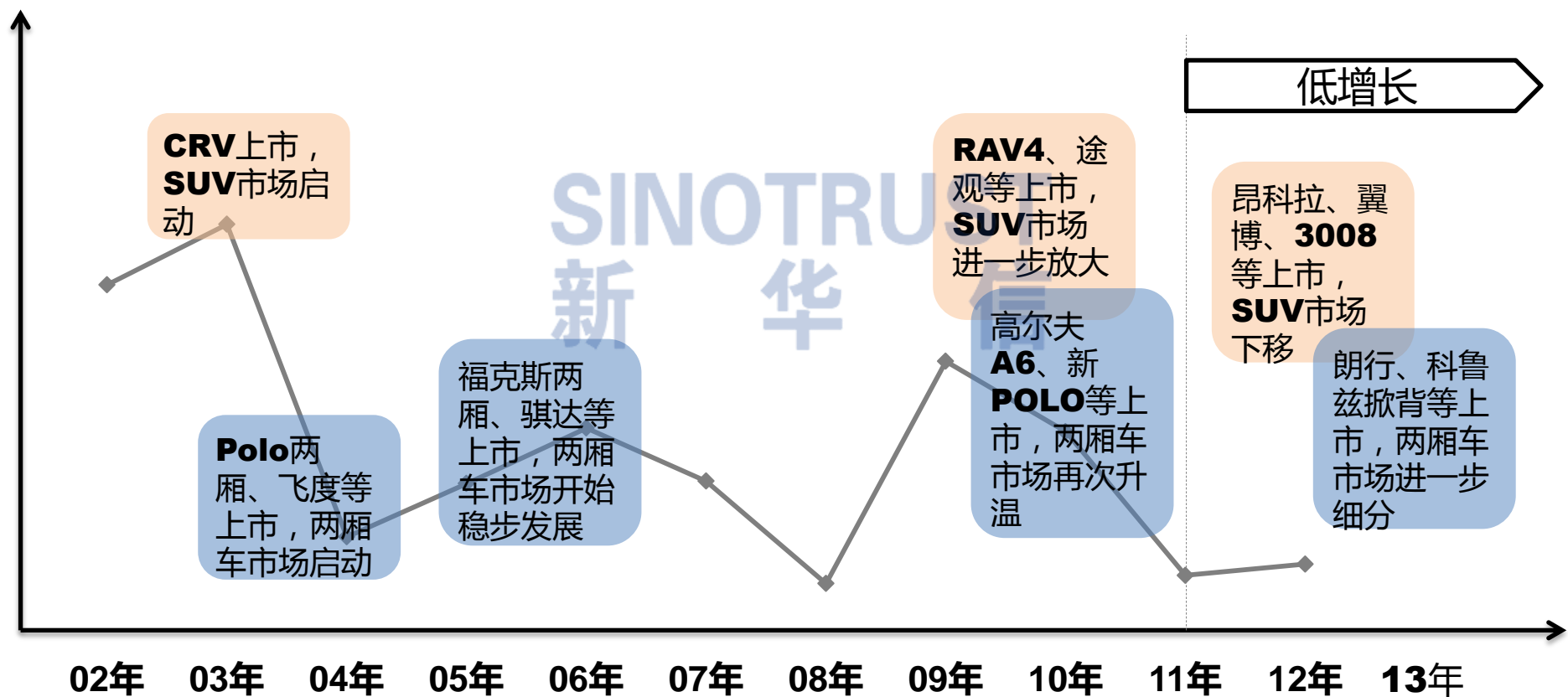


☆说明： 本文所指的衍生不是从严格意义上的物理角度的车型衍生概念，而更多指造型的多元化

趋势二：交叉 (Cross)



朗行、科鲁兹掀背的上市是低增长时期市场的活跃剂



趋势的深化有赖于市场条件的进一步成熟



SINOTRUST
新华信

北京
北京市朝阳区酒仙桥路14号兆维大厦8层
邮编：100015
电话：(010) 5926 7688
传真：(010) 5867 1800

上海
上海市卢湾区建国中路29号国信商务大厦7层
邮编：200025
电话：(021) 6133 1788
传真：(021) 6133 1766

广州
广州市五羊新城寺右一马路18号泰恒大厦7层
邮编：510600
电话：(020) 2237 3266
传真：(020) 2237 3299

Thank You!

新华信汽车营销解决方案

协助您开拓市场和管理客户关系