

2018 年上半年乘用车市场分析 & 全年展望

作者：数据资源中心 刘春辉

一、上半年乘用车市场走势分析

1、上半年乘用车市场平稳增长，但月度市场逐步走低

根据中国汽车技术研究中心有限公司（以下简称“中汽中心”）终端零售数据，2018 年上半年乘用车市场共销售 1062.8 万辆，同比增长 3.8%，终端市场平稳增长。但从月度走势来看，除了 1-2 月因春节因素以及去年同期较低基数市场实现高增长外，自 3 月份以来市场呈现较大幅度的负增长，尤其是 6 月份终端市场呈现 10.8% 的跌幅，创下历史新低。

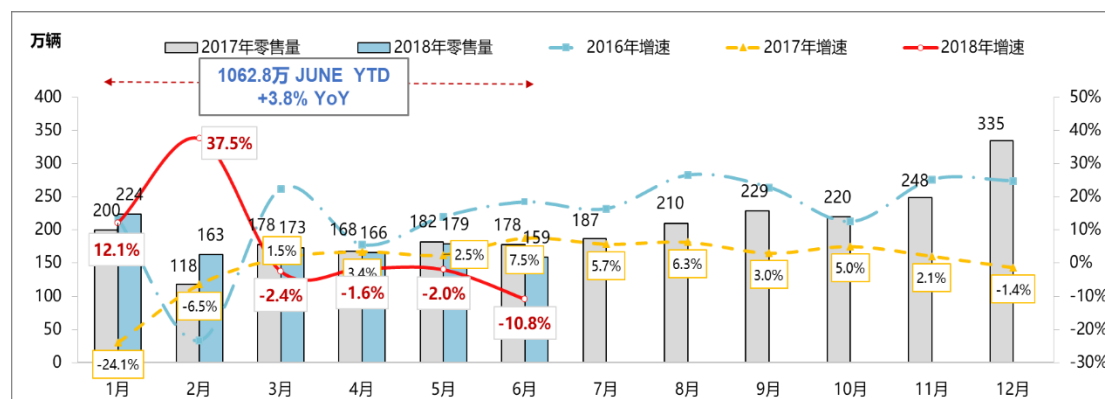


图 1 2018 年中国乘用车市场终端零售量月度走势

数据来源：中汽中心、数据资源中心终端零售数据（含进口）

那么，为什么终端市场逐步走低，尤其是 2 季度以来市场一直呈现负增长？我们判断主要基于以下原因：

1) 周期性回调，市场淡季尤为明显。15 年-16 年的小排量购置税减免政策提前透支市场需求，使得政策退出后市场呈现周期性回调。从历年市场发展来看，2 季度的几个月均为销售淡季，而在整体市场偏弱的环境下将会呈现“淡季更淡”的特点，这一点与 2015 年表现也极为相似。

2) 保有增加，刚性需求减弱。从保有量角度看，2017 年乘用车保有量已经达到 1.74 亿，乘用车千人保有量达到 125 辆/人，市场发展阶段已经发生较大的变化，增量市场向存量市场转化明显，在市场透支后，刚性需求明显减弱，消费

升级需求增加。这与 2009 年-2010 年的小排量购置税减免又有不同，2009 年千人保有量不到 50，首购用户仍然是主要用户。而 6 年后，曾经的 1.6L 小排量购买用户以及汽车下乡用户也到了换车的阶段，在此波政策带动下消费升级加速，该购车已经购车了，非刚性需求的消费者购车需求并不迫切。

3) 经济下行。2018 年 2 季度以来，宏观经济下行压力较大，2 季度 GDP 同比增长 6.7%，增速较一季度下滑 0.1 个百分点，体现稳增长态势。但从相关细分指标来看，2 季度无论是投资、消费还是进出口的需求端还是工业生产端均呈现一定程度下滑，没钱消费和没欲望消费以及消费信心不足是消费下滑的重要因素，总体讲，经济大环境整体偏弱对市场形成一定抑制作用。

4) 房地产分流。2018 年以来，房地产市场交易活跃度提升，尤其是二三线城市，引发资金分流，对购车起到一定延迟效应，这一点从城市的市场数据也可以得到进一步印证（具体详见区域特征分析）。从车与房的关系来看，曾经的购车需求会滞后购房需求 6 个月的结论几乎不再成立，因为房地产与汽车发展阶段均发生了变化，均是由增量向存量转化阶段，房价的上升加之改善型需求的增加，购房对购车的短期负向冲击影响越来越大。尤其是改善型需求的购房者大多数都是已购车用户，在房子改善性需求后或许再考虑购车成为大多数家庭的首选。

5) 消费者观望情绪增加。上半年进口关税调整，中美贸易以及蓝天保卫战政策中提到部分地区提前实施国六政策成为上半年的热点事件，前两个政策直接影响进口车，关税下调在 7 月 1 日实施，上半年持币待购或者观望者较多；另外，中美贸易引发的部分由美国进口豪华车特斯拉、林肯品牌全系车型大幅下滑，同时奔驰、宝马等非美国品牌在美国生产的出口车型也受到波及，也是拖累整体市场走低的原因之一。而地方国六政策的不确定性也会引发消费者形成一定观望情绪。

2、市场低迷引发新车库存再创新高，下半年企业面临去库存压力

2 季度以来终端市场逐步走低，而因为年初的终端“高增长”企业对市场相对乐观，增加批发量，加之到 6 月恰逢半年度，企业半年度冲量明显，不但没有减少批发，批发量仍在增长，引发库存再次创出新高。截止到 6 月末库存量创 2015 年以来的新高度，存销比达到了 3.3，远超过正常水平 1.5。从这一点来看，下半年去库存将是企业的重中之重，所以适当调整产量和批发将是企业当务之急。

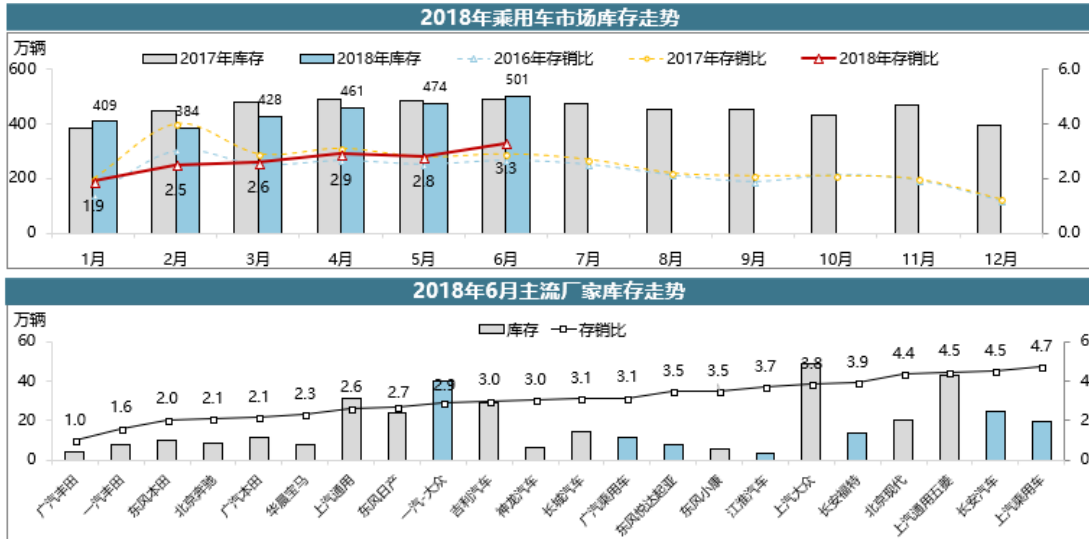


图 2 2018 年 6 月乘用车库存及主流车企库存变化情况

数据来源：中汽中心.数据资源中心库存数据

3、市场低迷下企业竞争格局重塑，吉利与上汽乘用车逆势高增长

2018 年上半年，企业竞争更加激烈，竞争格局呈现明显变化。合资品牌中南北大众表现相对出色，受益于新产品周期，上海大众增长超过 15%，一汽大众同比增长 9.8%，市场份额也呈现上升趋势。自主品牌中吉利与上汽乘用车凭借出色产品竞争力不断向上突破，市场表现可圈可点，成为自主品牌的领军企业，然而消费者受经济环境以及消费升级等因素影响，上汽通用五菱、长安以及长城均呈现不同的回落。日系品牌中除了东风日产外，其他企业增速均呈现不同程度的下滑。

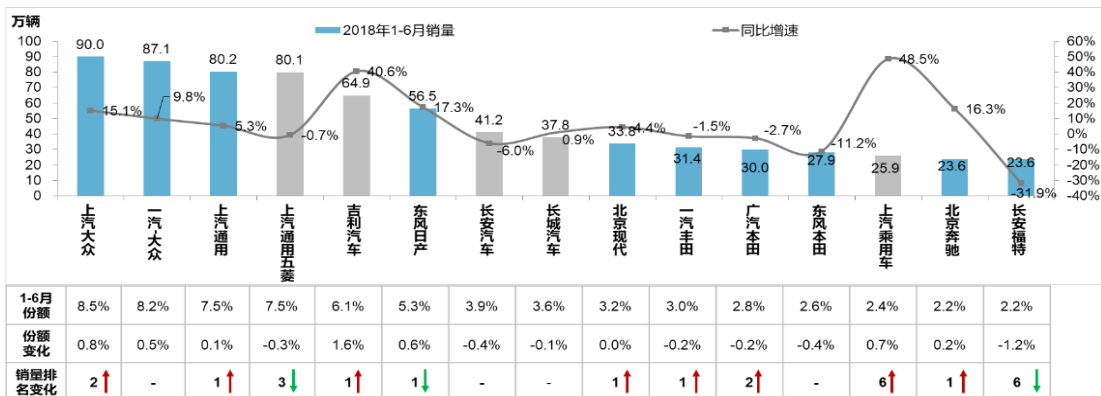


图 3 2018 年上半年乘用车企业 TOP15 市场表现

数据来源：中汽中心.数据资源中心终端零售数据

二、上半年乘用车细分市场特征

1、SUV 告别高增长态势，轿车市场增速首超 SUV

2018 年上半年，轿车与 SUV 市场销量分别为 520 万和 449 万，同比增长分别为 6.9%和 5.9%，轿车市场增速自 2012 年来首次超过 SUV。值得一提的是整个上半年最为突出的特点就是曾经一向高增长(增速超过 20%)的 SUV 市场连续数月呈现负增长态势，这是远远超乎行业预期的，虽然不能预判 SUV 市场从此一蹶不振但是可以判断 SUV 高增长时期已过，未来市场将会面临轿车一样的调整。轿车增速继续回暖主要是经过近几年市场持续负增长，轿车在低基数、主流车型降价促销、新能源以及豪华车市场强带动下呈现快速增长。分析 SUV 市场增长大幅下滑的原因，我们判断如下：1) 外围整体大环境不好是 SUV 市场下滑的主因，整体大盘走弱任何细分市场都不能独善其中；2) 伴随着 SUV 市场的快速发展，SUV 保有基数不断扩大，月销量基本与轿车旗鼓相当，这也是 SUV 市场放慢的重要原因；3) 从区域以及系别来看，2017 年国产 SUV 中自主品牌份额超过 55%，截止到 2018 年上半年已超过 58%，且从区域分布来看，三线以下城市份额超过 50%（轿车仅 45%左右）。经济下行压力增大对自主品牌消费群体影响相对较大；4) 从消费偏好的角度来看，经过 2010 年以来的多年高增长，SUV 市场消费用户也面临新一轮的换购，消费偏好改变，市场审美疲劳均会出现，加之高级豪华轿车的价格下探使得豪华轿车成为换购首选，也是其重要原因。

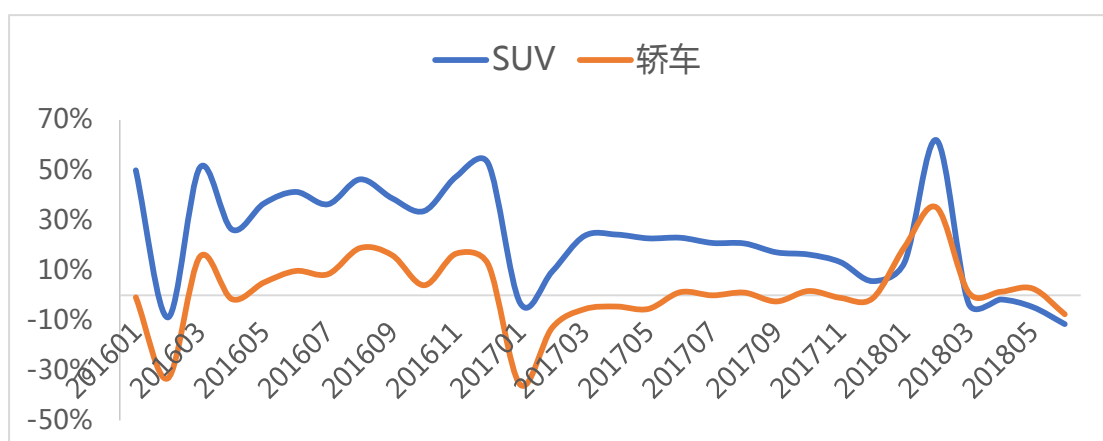


图 4 2016 年以来轿车与 SUV 增速情况

数据来源：中汽中心.数据资源中心终端零售数据

2、消费升级大背景下豪华车市场引领车市增长

2018年1-6月，豪华车销量为133万辆，同比增长11.5%，涨幅较去年同期回落4.7个百分点，但仍远高于乘用车整体市场3.8%的增速，市场份额由2014年的9.08%提升至12.5%，是上半年拉动市场增长的重要动力。

从国产进口方面看，随着国产化进程的加快，国产车型日益丰富，加之国产豪华车价格越来越亲民，国产豪华车的表现明显优于进口豪华车。从上半年数据来看，国产豪华车增速为16.4%，占比也提升到68%，未来这一比重或将继续提升。而受进口关税下调引发的消费观望，上半年进口豪华车仅增长2.1%，尤其是5、6月份市场大幅下滑，6月市场下滑超过10%。

从月度走势来看，整体市场相对低迷的大背景下，豪华车市场受到影响月度增速逐步放缓，4、5、6月份豪华车增速分别为13%，4.5%和0.5%。

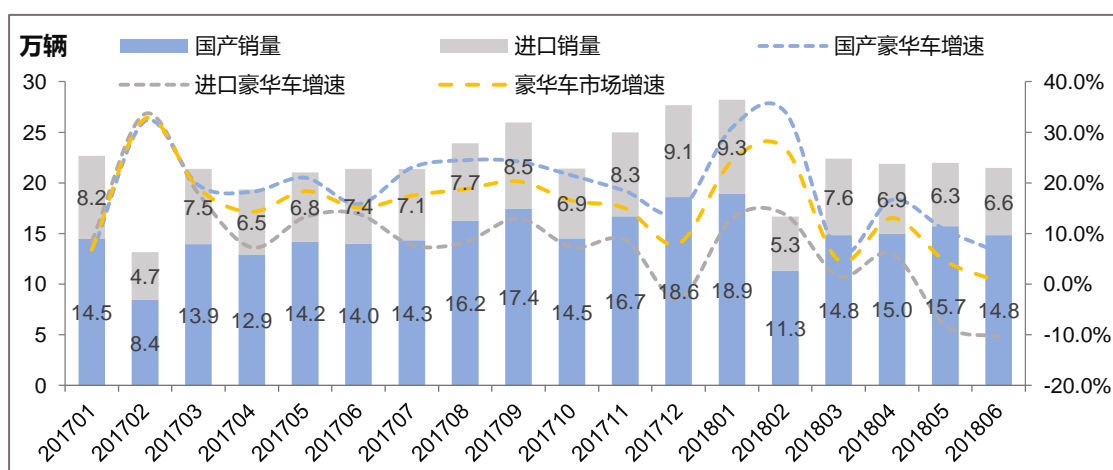


图5 2017-2018年豪华车市场月销量走势

数据来源：中汽中心.数据资源中心终端零售数据

3、新能源市场在政策驱动下再创新高，且内部结构发生明显变化

2018年上半年新能源乘用车市场持续强劲逆增长，共销售28.2万辆，同比增长186.1%，占整体乘用车的比例为2.6%，比2017年全年提升2.3%，可谓是上半年市场一大亮点。从月度走势来看，1-2月是新能源开局良好，同比增速分别达到396.6%和381.0%，呈现强势开门红的特征；3-5月市场持续发力，主要因为2月13日发布补贴新政并于6月12日正式执行促使消费者在6月份前提前消费，使得新能源乘用车销量出现高增长，同时也体现新能源市场政策补贴向面对市场的转变。

从车型来看，2018 年上半年 A00 级依然是新能源乘用车市场的主力车型，销售 13.3 万辆，同比增长 214.9%；但同时，在整体车市消费升级趋势叠加新补贴政策以及汽车产业投资管理等政策实施，新能源乘用车市场也呈现消费升级态势，各车企开始紧随政策调整产品策略，A 级车为主要突破点，成为市场竞争有力车型，2018 年上半年销量分别为 10.8 万辆，规模仅次于 A00 级车，同比增速均达到 2 倍以上。

分技术类型来看，受双积分压力等因素影响，2018 年上半年插电混动呈现走强态势，销量达到 8.1 万辆，累计同比增速为 265.5%，月度同比增速自 2018 年以来一直超越纯电动市场。

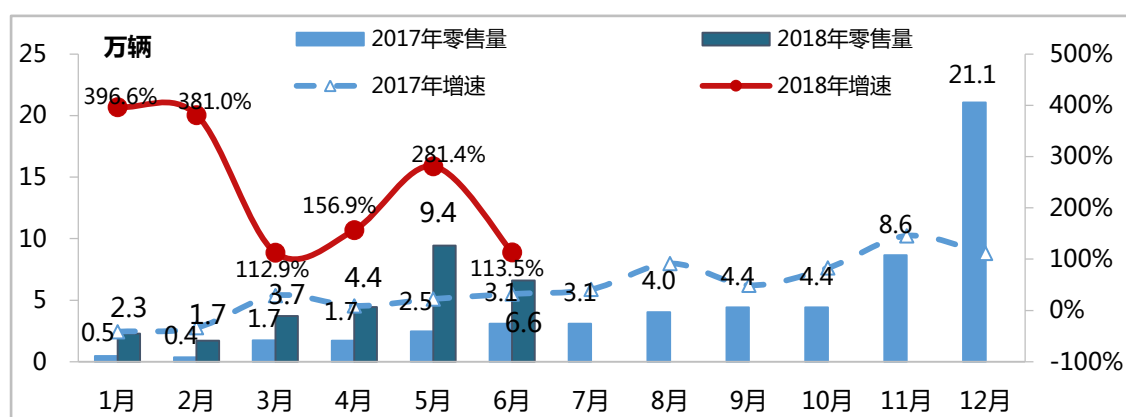


图 6 2018 年新能源乘用车月度市场表现

数据来源：中汽中心.数据资源中心终端零售数据，新能源乘用车不包含专用乘用车

4、区域特征明显，二线城市以下市场下滑幅度较大

1) 中部地区市场表现较好，东北地区大幅下滑。2018 年上半年，东北地区同比下滑 7.7%，是唯一负增长的区域，成为拖累市场增长的主因；中部和西部地区增幅大于东部地区，分别同比上升 5.6%和 4.3%，其中大部分省份增速增幅高于整体水平，是未来乘用车市场增长的热点区域。

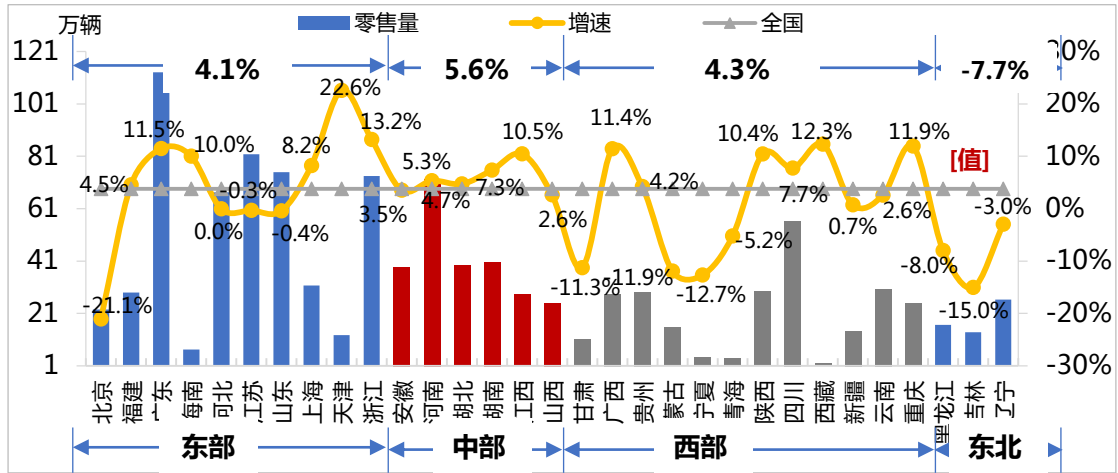


图 7 2018 年上半年各省份零售量及增速走势

数据来源：中汽中心.数据资源中心终端零售数据

2) 低级别城市市场表现不佳，拖累整体市场

2018 年上半年，各级别城市增速分化明显，其中一线和新一线城市维持较高增速，分别累计同比增长 4.4%和 11.8%，成为整体市场增长的主要驱动力；二、三线城市房市的增长延迟部分购车需求，使其增速维持微弱正增长，分别为 3.6%和 0.1%，五线城市则呈现负增长，累计同比下降 1.8%，二线及以下城市表现不佳成为拖累整体市场低增速的主要原因。

5 月，二线城市市场呈现正增长，但 6 月以来，二线城市开始大幅下滑。这主要体现在经济下行压力下，消费能力和消费欲望逐渐降低，已开始由低线城市向高级别城市蔓延。在近两年房地产消费热潮的带动下，没钱消费、不敢消费以及不愿意消费等多种情形并存状态将会持续，并影响着汽车市场的消费。

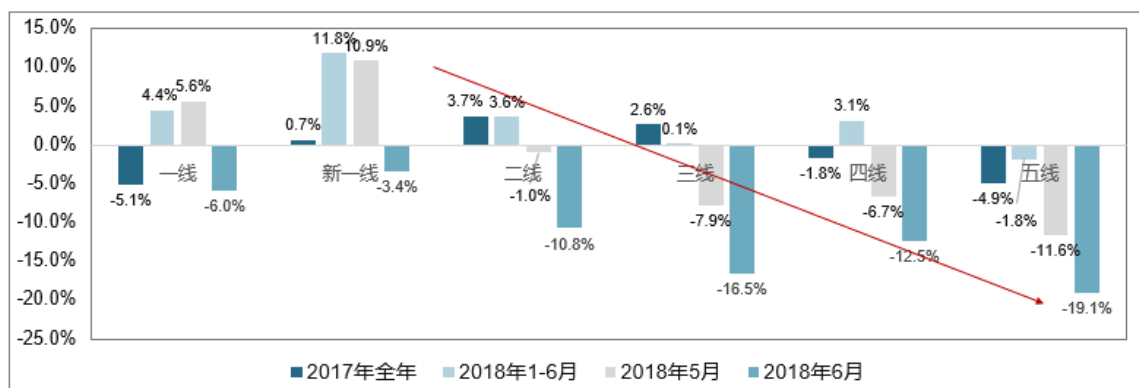


图 8 2018 年乘用车市场分城市级别增速表现

数据来源：中汽中心.数据资源中心终端零售数据

二、下半年乘用车市场展望

在经济、地产、市场周期性回调等多方因素影响下，上半年乘用车市场实现 3.8% 的增长，而通过以上分析，这 3.8% 的增长更多是源于 1 季度的低基数以及春节效应拉动，2 季度市场持续负增长也为下半年带来更大的压力。影响上半年车市走低相关因素将会继续持续，经济下行、消费意愿不足、市场高基数将使得车市承担更大的压力，中美贸易的不确定性将继续影响进口车市场，好在随着关税政策的落地，政策不明朗性逐步消除，观望情绪减弱。且随着消费旺季的到来市场将会有所复苏。但是可以确定的是，若无大的政策出台或者扰动市场，下半年车市维持低位增长。

宏观环境方面，下半年宏观经济面临更大挑战，下行压力加大。对外，贸易战对全球经济复苏带来不确定性，对中国进出口贸易负向影响将会持续发酵。对内坚定去杠杆，信用收紧的不利局面不会改变，货币政策调整空间不大，投资需求难以改善。上半年减税降费财政支撑对稳增长起到了较大的作用，下半年财政中减税降费是财政政策调整的重要看点，通过减税提振城镇居民消费支出，乡村振兴，挖掘四五线消费潜力等将是政策重点。总体而言，下半年经济下行趋势已基本确立，尤其是 3 季度经济面临的短期压力更大，对汽车消费形成较大压力。

市场环境方面，在上半年高库存压力下，被动减产去库存以及降价促销将成为重点工作；3-4 季度向来是市场需求的旺季，上半年观望以及尚未消费的消费群体消费需求将会有所释放，车市逐渐好转将是确定的；但从基数角度来看，从 8 月份开始市场基数不断提升，成为市场增长的重要阻碍因素。

综合考虑以上经济、政策以及汽车市场自身因素，我们判断 2018 年下半年市场在 2017 年高基数基础上增速走低，从全年来看，市场较去年同期略有下滑。