中国汽车品牌2019半年盘点

巨量引擎-汽车数据策略研究院

Ocean Engine
巨量引擎

研究背景

- **深度分析2019上半年中国汽车品牌市场，展望2019下半年发展趋势，助力中国汽车品牌调整市场战略跨过市场挑战。**

研究维度	研究背景及目的
中国汽车品牌市场表现分析 • 市场整体概况 • 中国汽车品牌竞争格局 • 细分市场表现 • 新能源市场分析 • 中国汽车品牌热度分析	• **2019年已经过半，中国汽车市场的表现依然较为低迷** • **而中国汽车品牌市场份额进一步萎缩，市场前景不容乐观。** • **本报告旨在，全面盘点2019上半年中国品牌汽车市场表现；助力中国汽车品牌调整市场战略跨过市场挑战。**
行业市场政策分析	
2019下半年趋势展望	

Content

01 中国汽车品牌市场表现分析

- 市场概况
- 中国汽车品牌竞争格局
- 细分市场表现
- 新能源市场分析
- 中国汽车品牌热度分析

02 行业市场政策分析

03 2019下半年趋势展望

Ocean Engine 巨量引擎

01

中国汽车品牌市场表现分析

- 市场整体概况
- 中国汽车品牌竞争格局
- 细分市场表现
- 新能源市场分析
- 中国汽车品牌热度分析

市场整体概况分析

车市寒冬继续，中国汽车品牌市场份额持续降低

2019上半年中国乘用车市场继续处于下行状态

- **2019上半年中国乘用车销量为1012.7万辆，相比于去年同期，同比降低14.0%。**

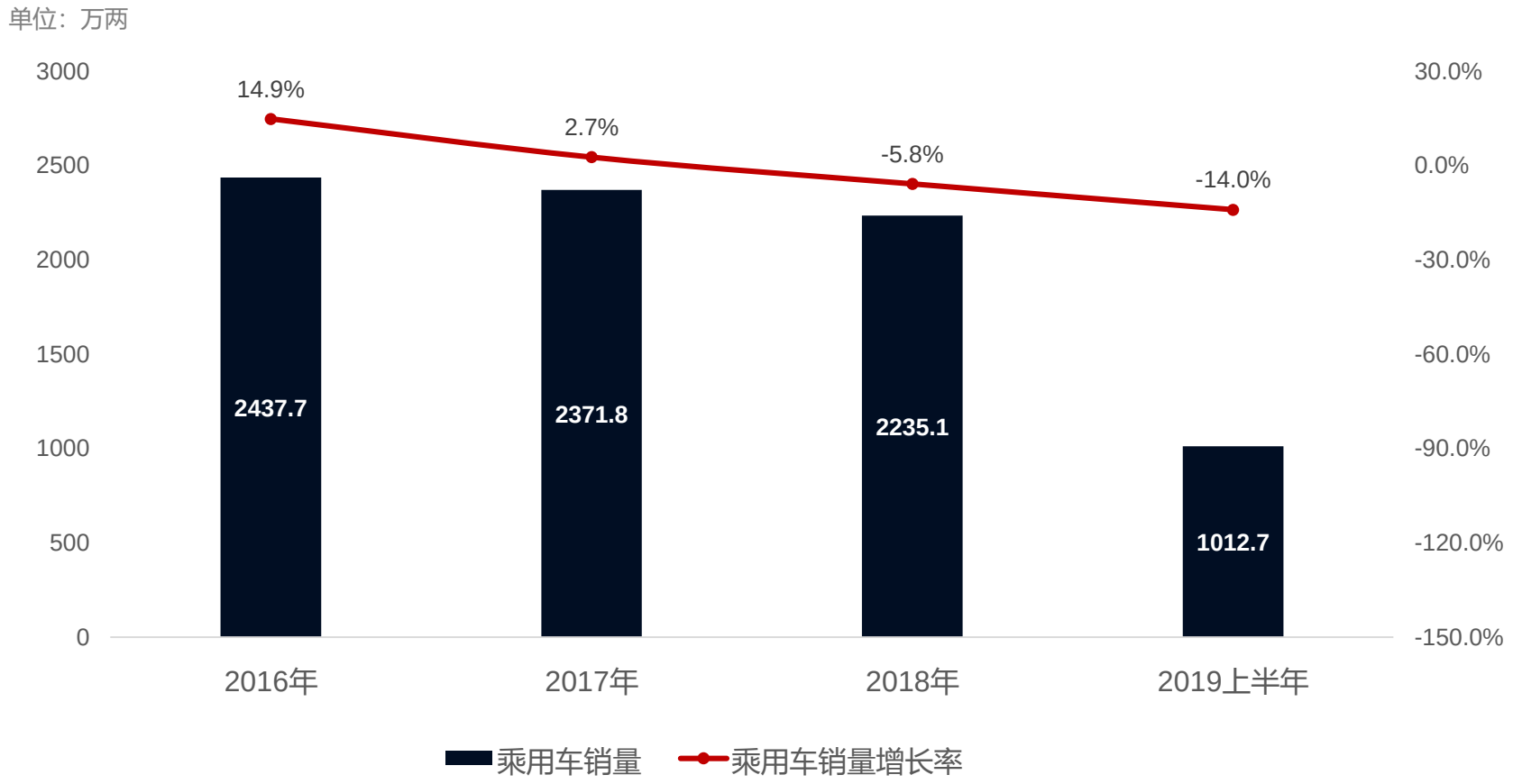
1012.7万辆

2019上半年，中国乘用车市场销量达到1012.7万辆，相比去年同期出现大幅下降，中国汽车市场步入“负增长”时代。

-14.0%

受经济、行业多方面压力影响，2019上半年全国乘用汽车销量同比降低14.0%。

2016-2019上半年中国乘用车市场销量分析



数据来源：中国汽车工业协会 2019年6月

Ocean Engine 巨量引擎

中国汽车品牌销量市场份额持续出现下降

- **具体到中国品牌，市场份额持续出现下降，在2019上半年市场份额占比为39.5%，跌破40%市场份额。**

399.8万辆

2019上半年，中国品牌乘用车市场销量达到399.8万辆，相比去年同期出现大幅下降，下降21.7%。

39.5 %

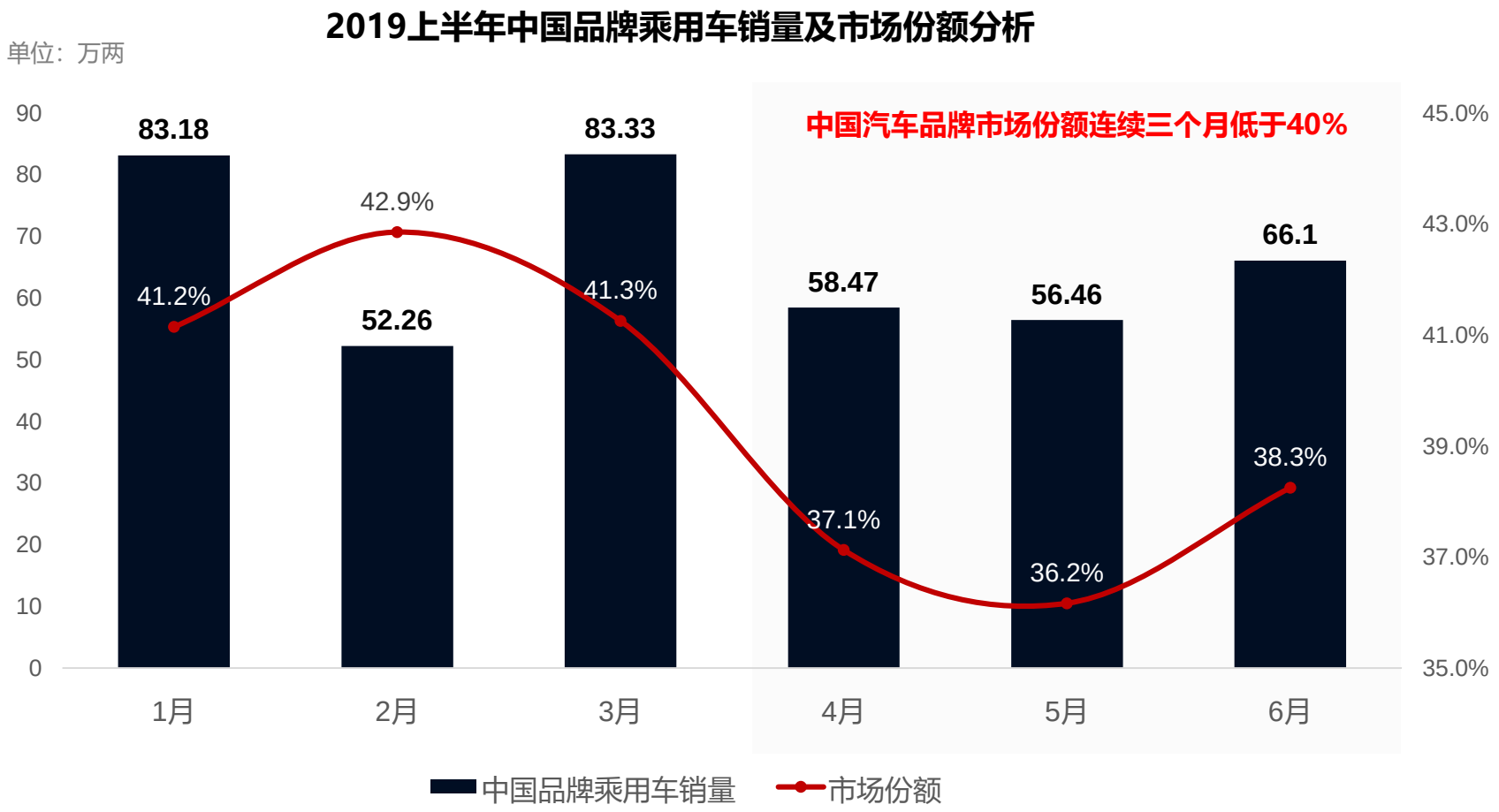
2019上半年，中国品牌乘用车市场份额占比为39.5%，相比去年同期市场份额下降4.4%。

2017-2019上半年中国品牌乘用车销量及市场份额分析

数据来源：中国汽车工业协会 2019年6月

Ocean Engine 巨量引擎

2019年Q2季度，中国汽车品牌市场份额连续三个月低于40%。



40.0%

- 在国五、国六排放标准切换及外国汽车品牌大幅优惠的情况下，2019年Q2季度，中国汽车品牌销量持续走低，市场份额连续三个月跌破40%市场份额；
- 中国品牌受外国品牌价格调整的影响因素较大；

数据来源：中国汽车工业协会 2019年6月

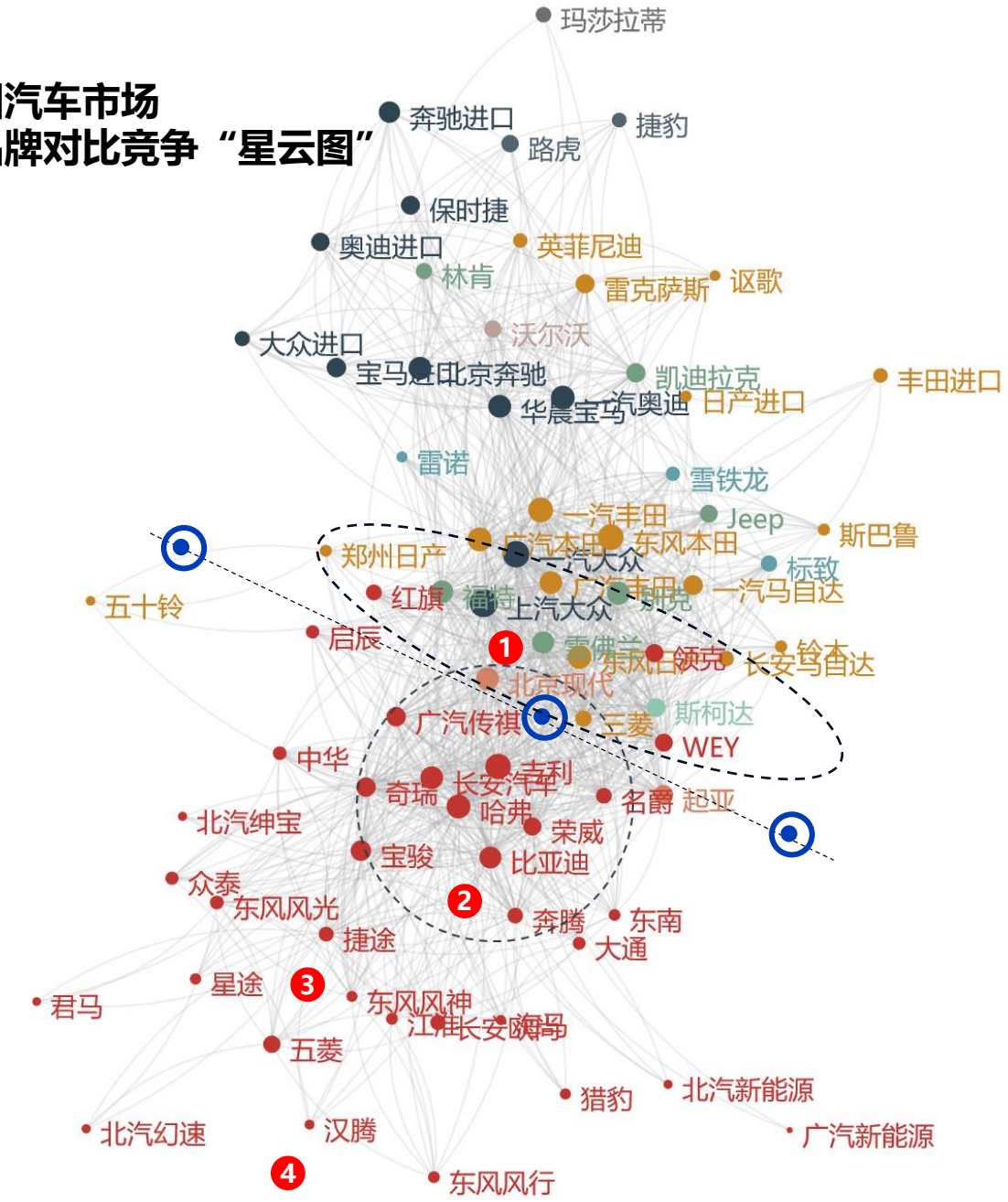
Ocean Engine 巨量引擎

中国汽车品牌竞争格局分析

市场格局已经呈现分化，头部车企占据主要市场份额

销量持续向上集中，高端品牌逆势增长

中国汽车市场
各品牌对比竞争“星云图”



中国汽车品牌竞争格局分析

1	**中国汽车品牌高端化-进入外国品牌市场空间**	随着中国汽车品牌高端化的进行，价格不断的上探及产品力不断的提升，一些中国品牌如红旗、领克 、WEY 在价格和产品力上与合资品牌高度重合， 在用户主动对比上也进入国外品牌的区域；
2	**销量持续向上集中，头部车企占据主要市场份额**	市场表现强劲，产品线丰富，品牌影响力较高，销量份额达到中国汽车品牌总销量的60% 以上，代表品牌：吉利、长安、哈弗、荣威、奇瑞、广汽传祺等；
3	**处于中国汽车品牌的中间区域**	市场表现一般，缺少明星产品，品牌影响力一般，未来增长面临较大的压力，需要不断提升自身研发，打造明星产品，提升品牌影响力；
4	**某些车企边缘化，面临被市场淘汰的风险**	随着市场持续下滑，缺少核心产品力的自主品牌，将会逐渐淡化出用户选择的视线；

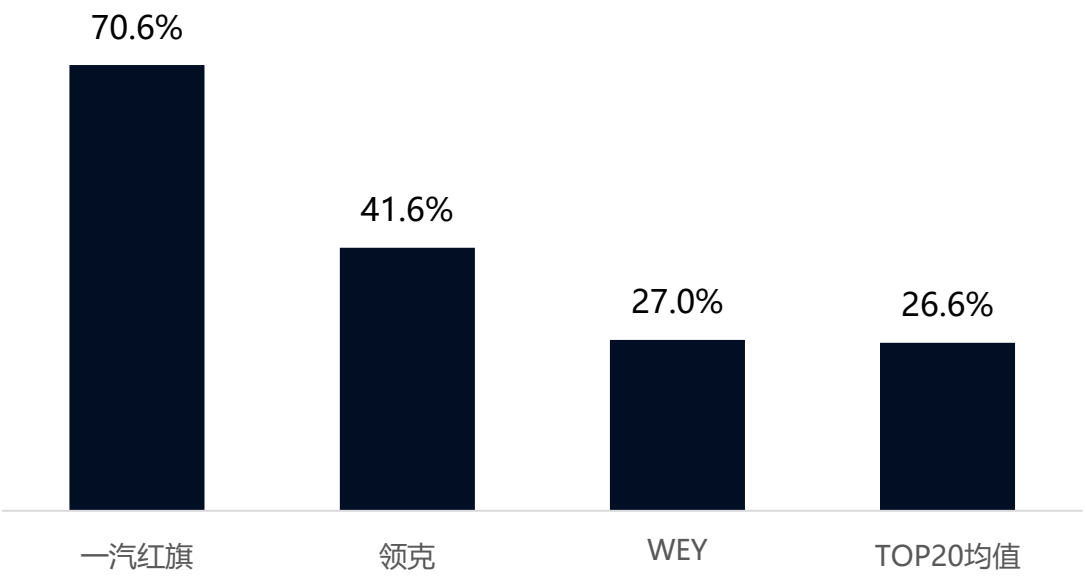
数据来源：汽车数据策略研究院 2019年6月

Ocean Engine 巨量引擎

中国高端品牌竞争渗透力整体高于品牌均值，与合资品牌展开直接竞争

- **一汽红旗定位中国高端品牌，与外国品牌对比次数占比高，对外国品牌的竞争渗透最强，领克、WEY等品牌均高于中国汽车品牌竞争渗透力TOP20均值。**

中国高端品牌竞争渗透力排行



中国高端品牌竞争渗透力分析

红旗：品牌竞争渗透力最强，表明红旗潜客在购车时，对比合资品牌的次数占总人群对比次数的比例为**70.6%。**

领克、WEY：作为自主高端的代表品牌，与外国品牌对比次数均高于中国汽车品牌竞争渗透力TOP20均值。

Note：品牌竞争渗透=某品牌与外国品牌对比次数/该品牌总对比次数*100%

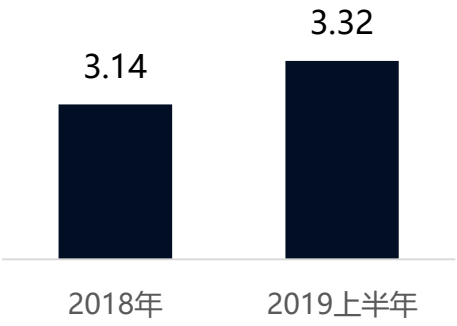
数据来源：汽车数据策略研究院 2019年6月

Ocean Engine 巨量引擎

中国高端品牌寒流中逆势增长，红旗、领克与一线合资品牌竞争关系明显

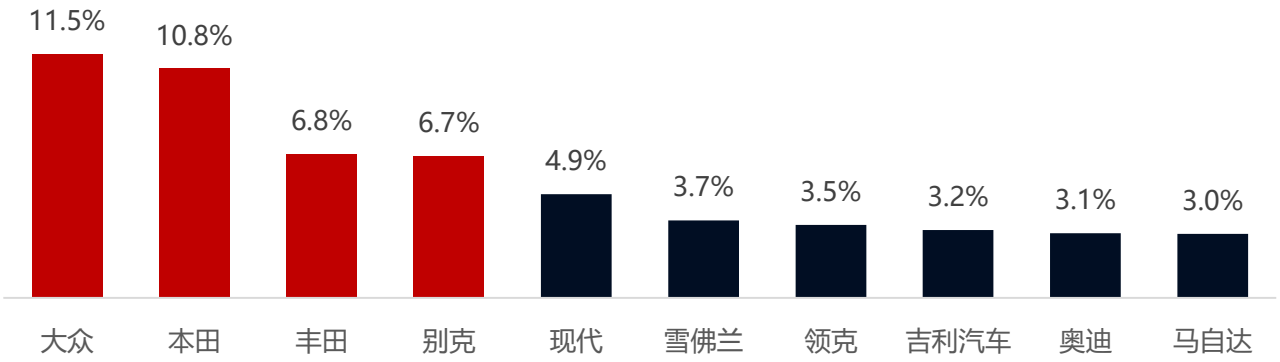
红旗品牌销量分析：

单位：万辆

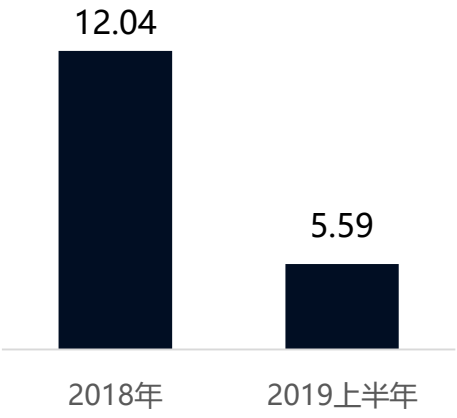


- 在国内车市销量整体下滑的大背景下， 红旗品牌逆势而上，在2019年上半年销量达到**3.32**万辆，同比增幅达超过**200%**；

红旗品牌对比竞品品牌分析（TOP10）：

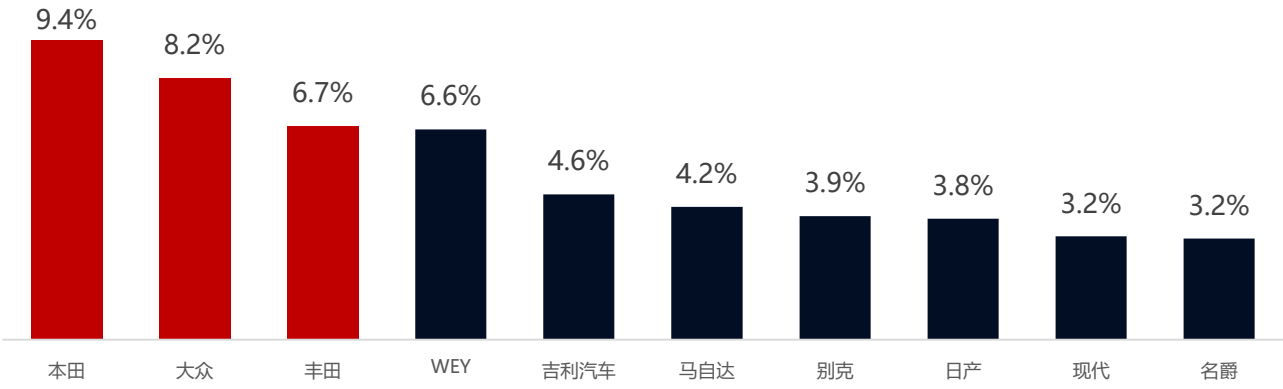


领克品牌销量分析：



- 面对车市下行的巨大压力， 作为吉利旗下向上突破的高端品牌领克，在2019年上半年销量达到**5.59**万辆，同比增长**20.81%**；

领克品牌对比竞品品牌分析（TOP10）：



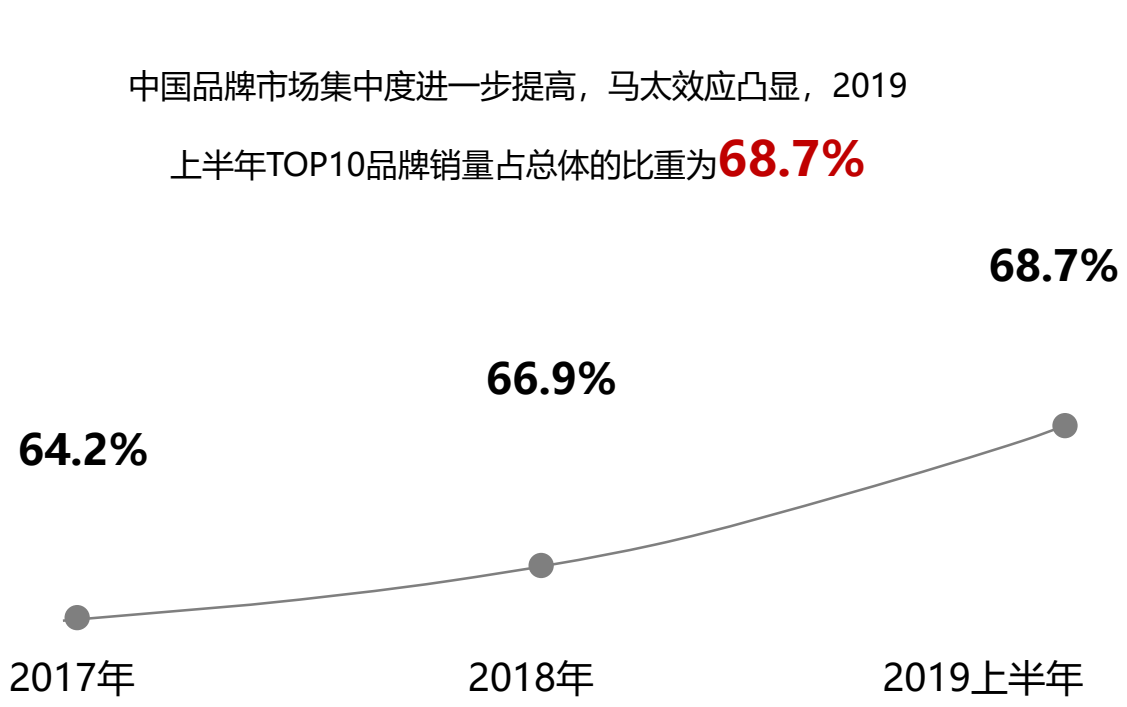
数据来源：中国汽车工业协会 2019年6月；汽车数据策略研究院 2019年6月

Ocean Engine 巨量引擎

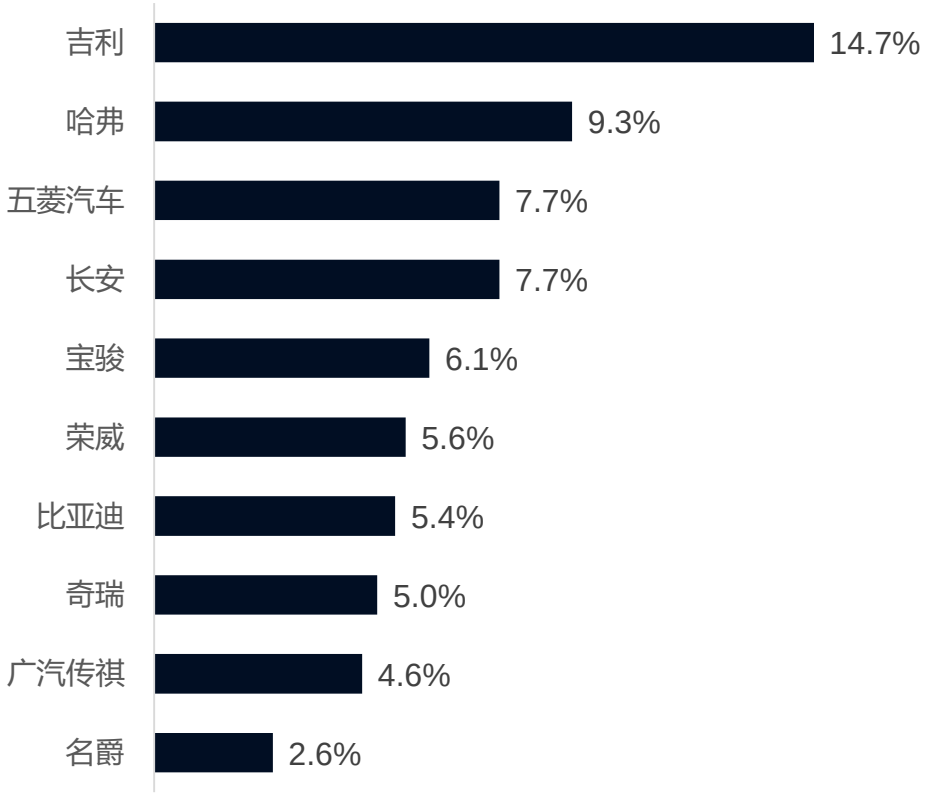
中国汽车品牌市场集中度进一步提高，市场格局继续深度分化，TOP10品牌销量集中度逼近70%

- **2019上半年中国汽车品牌市场TOP3分别为吉利、哈弗、五菱汽车，TOP10品牌销量市场份额达到68.7%，销量持续向上集中。**

中国汽车品牌TOP10销量占比



2019上半年TOP10品牌销量市场份额分析



数据来源：中国汽车工业协会 2019年6月；汽车数据策略研究院 2019年6月

Ocean Engine 巨量引擎

细分市场表现分析

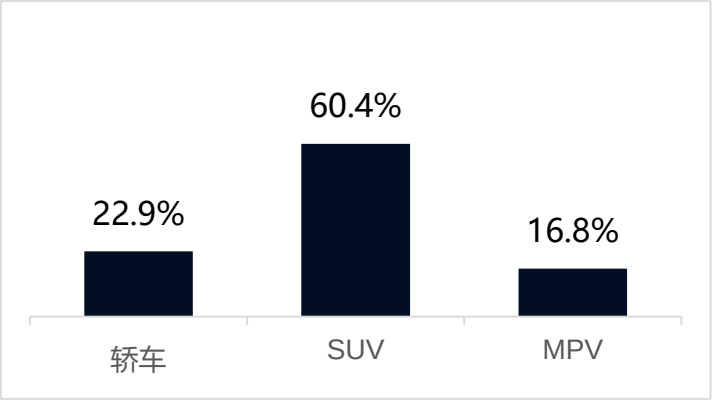
SUV依然是中国汽车品牌销的重要组成部分，消费升级趋势明显

SUV车型是中国汽车品牌销量的重要组成部分，占比超过6成

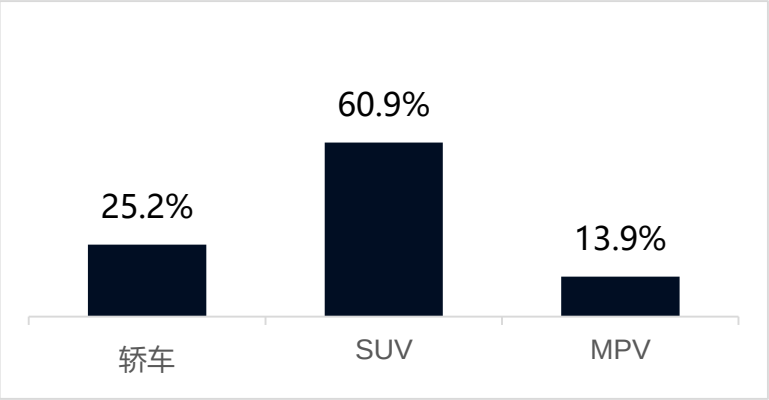
- **SUV依然是中国汽车品牌销量的重要组成部分，占比超过60%；轿车市场在逐渐回升，但市场占有率相对合资品牌依然较低，MPV市场在下滑。**

中国汽车品牌车型类别市场占比分析：

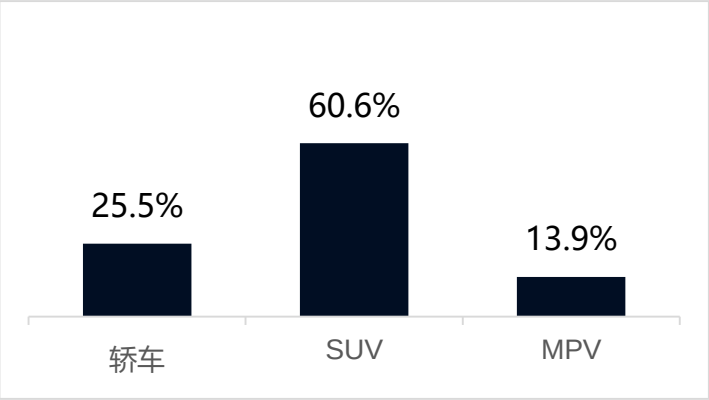
2017年



2018年



2019上半年



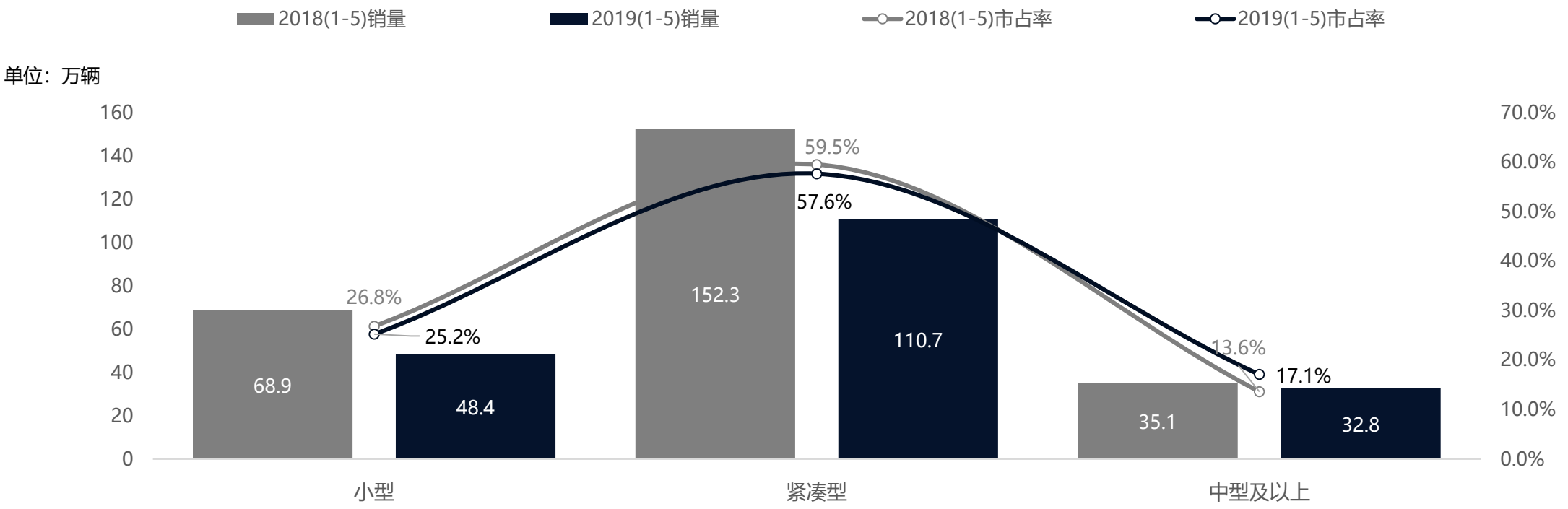
数据来源：中国汽车工业协会 2019年6月

Ocean Engine 巨量引擎

SUV：SUV市场以紧凑型车为主，市场份额占比近6成；中型及以上市场份额出现同比上升

- **2019年1-5月，中国汽车品牌SUV销量为191.9万辆，同比下降25.3%；其中小型、紧凑型SUV车型市场份额同比出现下降，中型及以上SUV车型市场份额出现同比上升。**

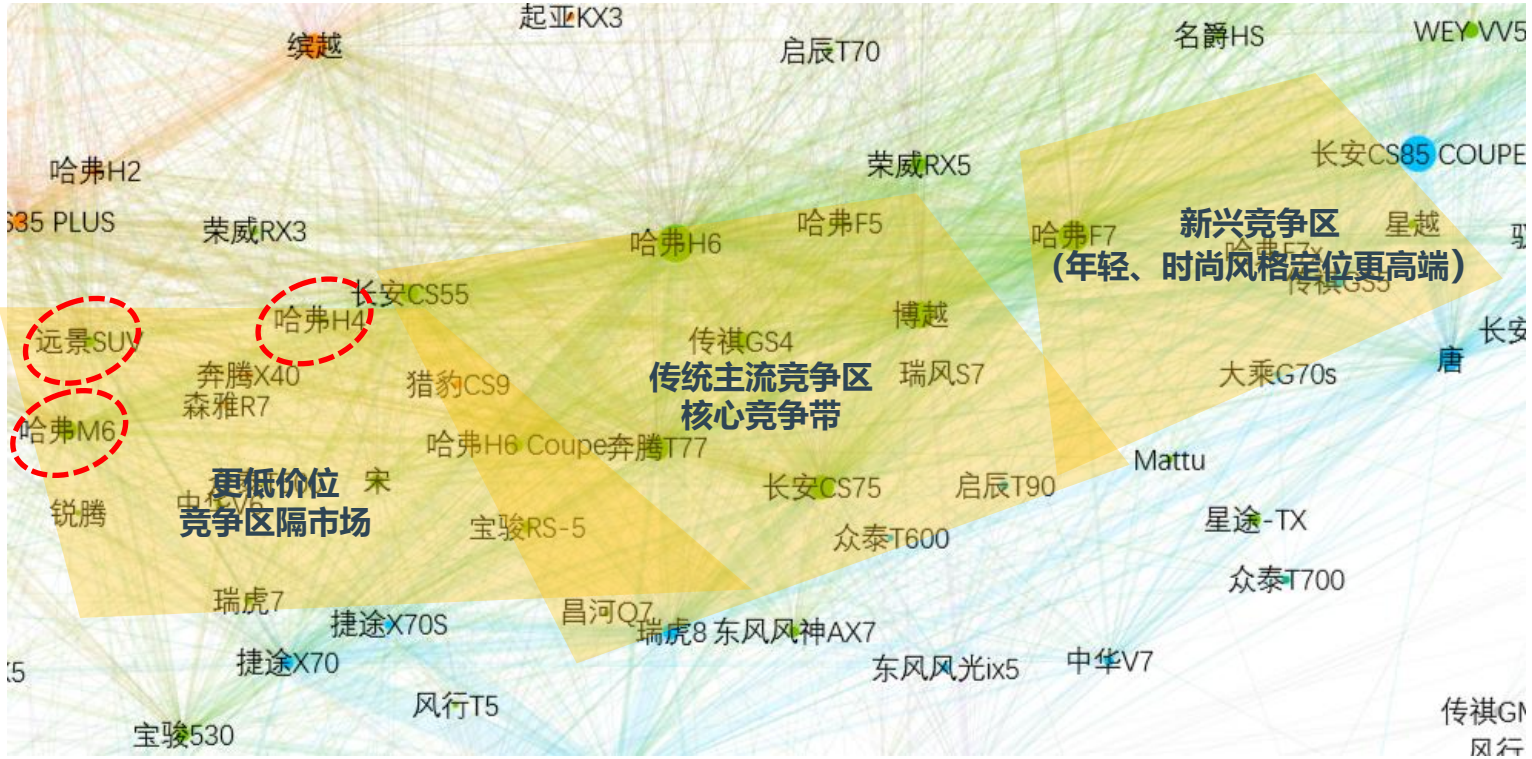
中国汽车品牌SUV分级别销量分析：



数据来源：乘联会 2019年6月

SUV：紧凑型SUV市场竞争已经趋于白热化，随着竞争的深入，市场更趋细分

- **在传统主流竞争区，形成了以哈弗H6、博越、荣威RX5、传祺GS4、长安CS75等为代表的核心竞争带，以及哈弗H4、远景SUV、哈弗M6为代表的更低价位竞争区隔市场。而随着名爵HS、哈弗F7、哈弗F7x、星越等车型陆续上市，形成了定位相对更高，主打年轻人群、造型时尚的新兴竞争细分市场。**



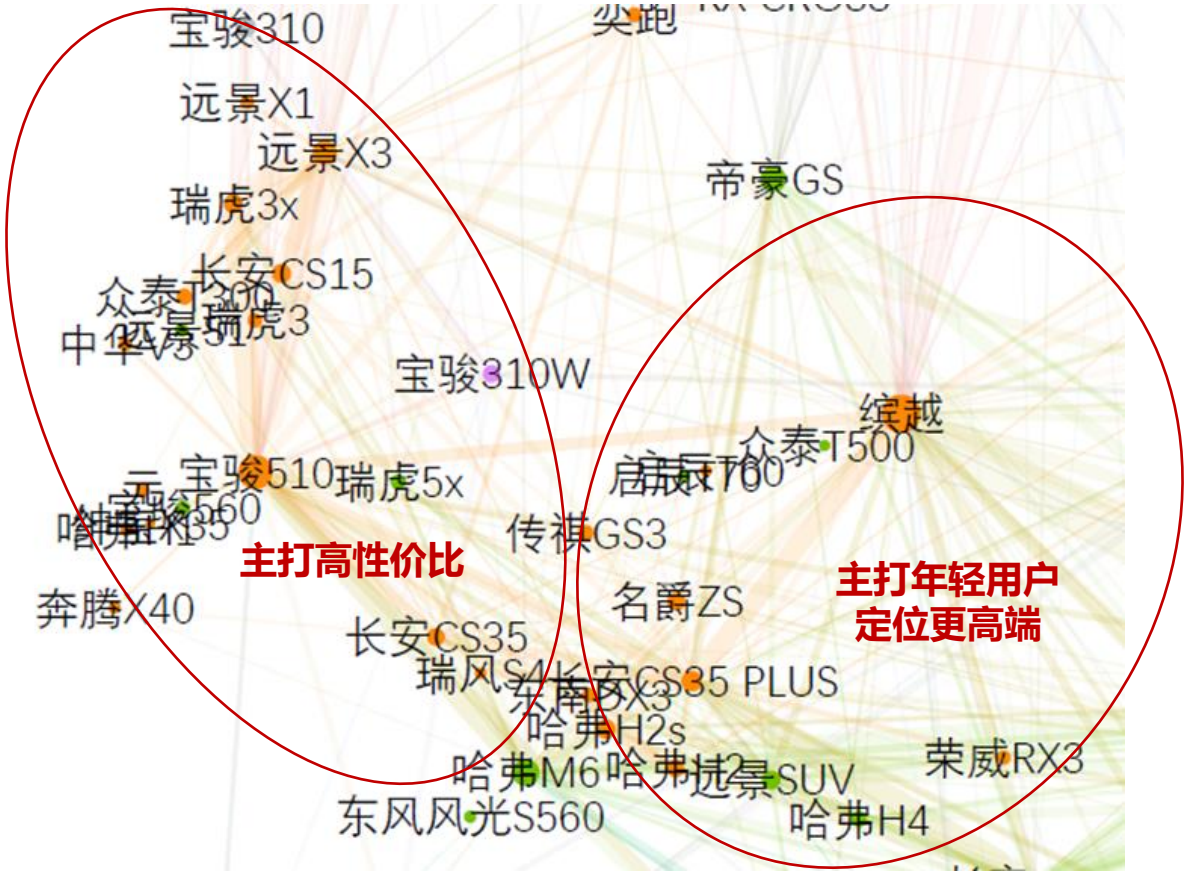
2019年(1-5)紧凑型SUVTOP10销量分析

数据来源：汽车数据策略研究院 2019年6月

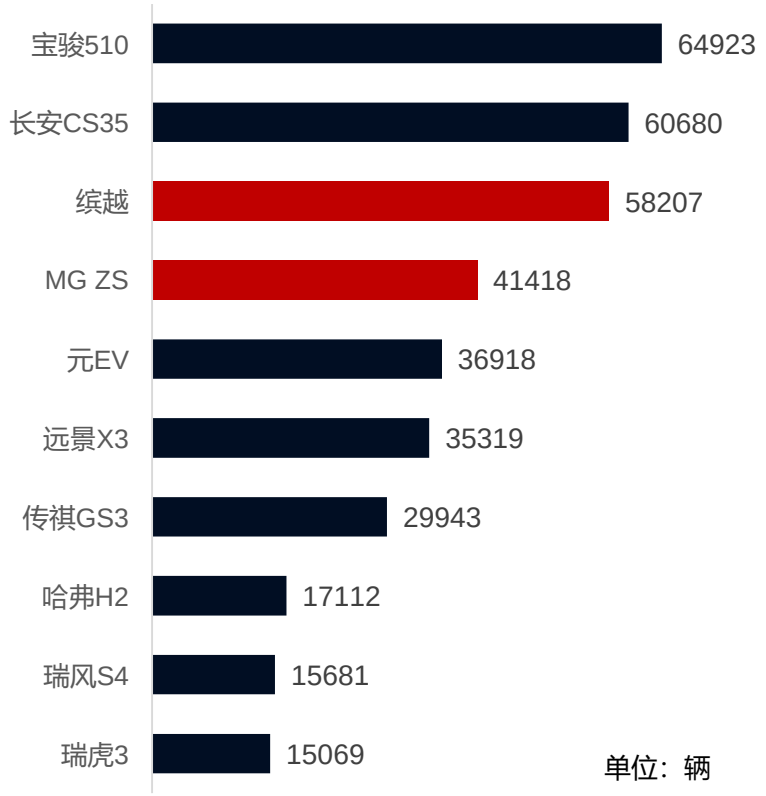
Ocean Engine 巨量引擎

SUV：小型SUV中主打时尚年轻的车型逐渐崭露头角

- **小型SUV市场竞争日益激烈，市场开始出现分化，主打高性价比的宝骏510、长安CS35依然占据市场主要份额。**
- **主打年轻消费者、定位更高端的缤越、MG ZS等车型，逐渐抢占部分市场份额。**



2019年(1-5)小型SUVTOP10销量分析

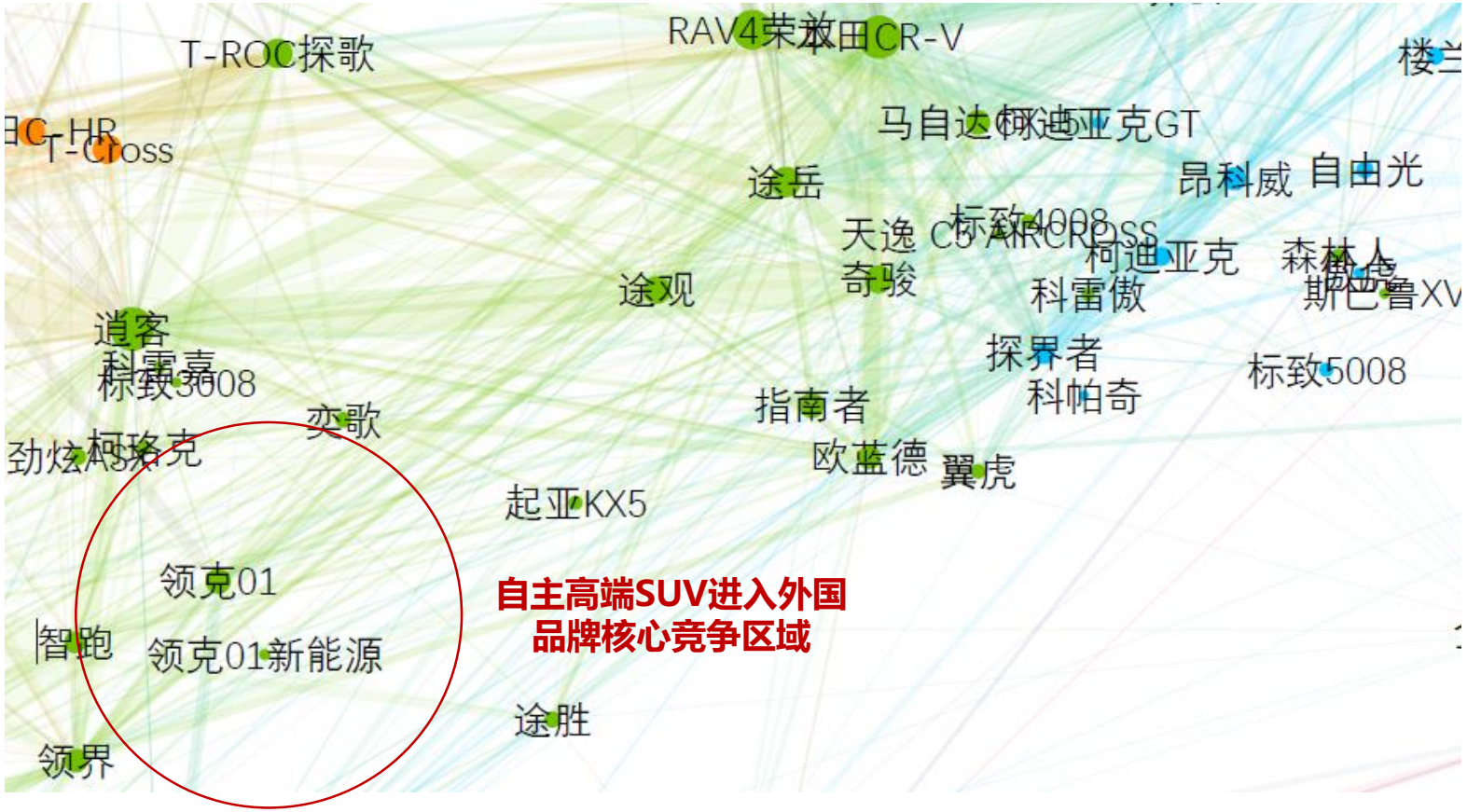


数据来源：汽车数据策略研究院 2019年6月

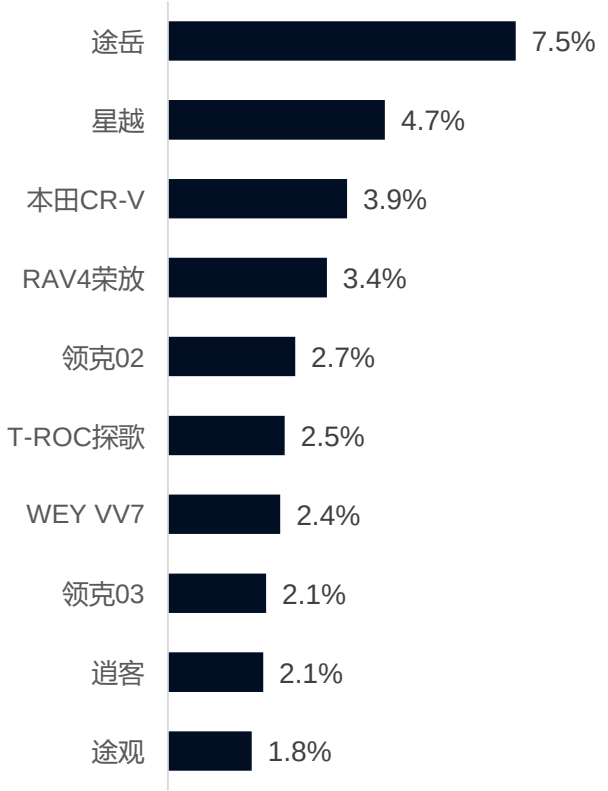
Ocean Engine 巨量引擎

SUV：高端SUV进入外国品牌核心竞争区域，与主流紧凑型SUV车产生竞争

- **随着领克01、HS5、WEY系列等高端SUV陆续进入市场，中国汽车品牌SUV市场不断向15万元价格带突破。**
- **领克01与途岳、本田CR-V、RRAV4荣放等合资品牌主流紧凑型SUV车产生了较为明显的竞争。**



领克01竞争对比车型TOP10



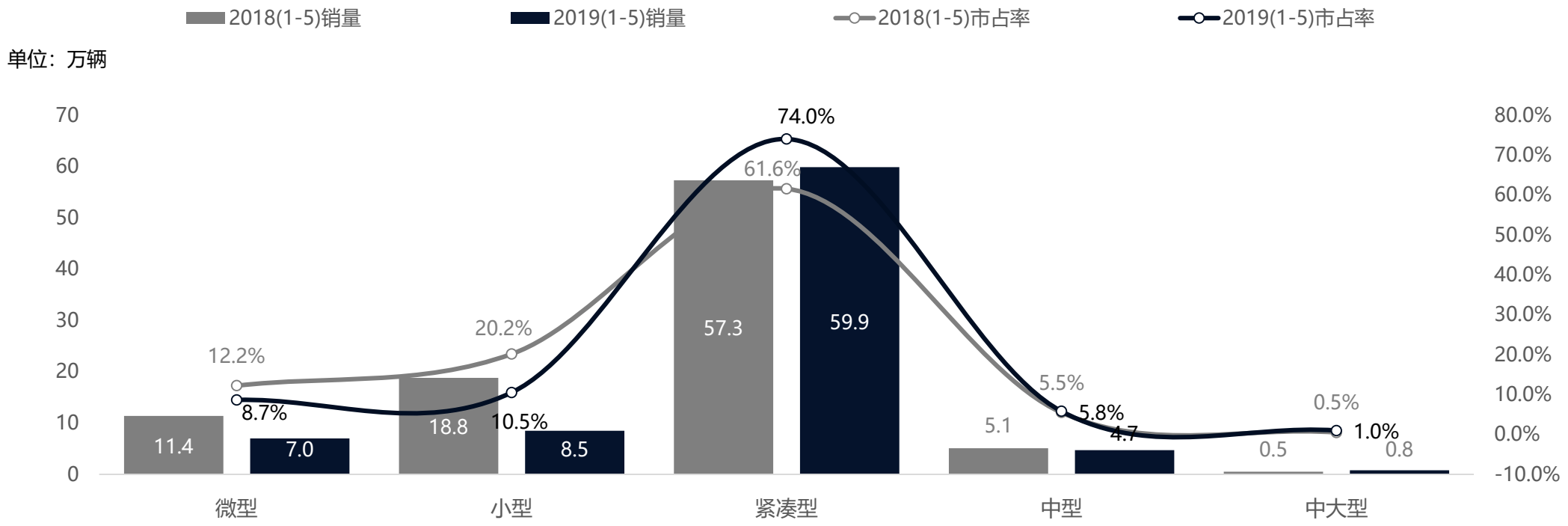
数据来源：汽车数据策略研究院 2019年6月

Ocean Engine 巨量引擎

轿车：低端市场进一步萎缩，紧凑型、中大型市场逆势上扬

- **2019年1-5月，中国汽车品牌轿车销量80.9万辆，同比下降19.2%；其中微型、小型轿车车型市场份额同比出现下降，紧凑型、中型及以上轿车车型市场份额出现同比上升。**

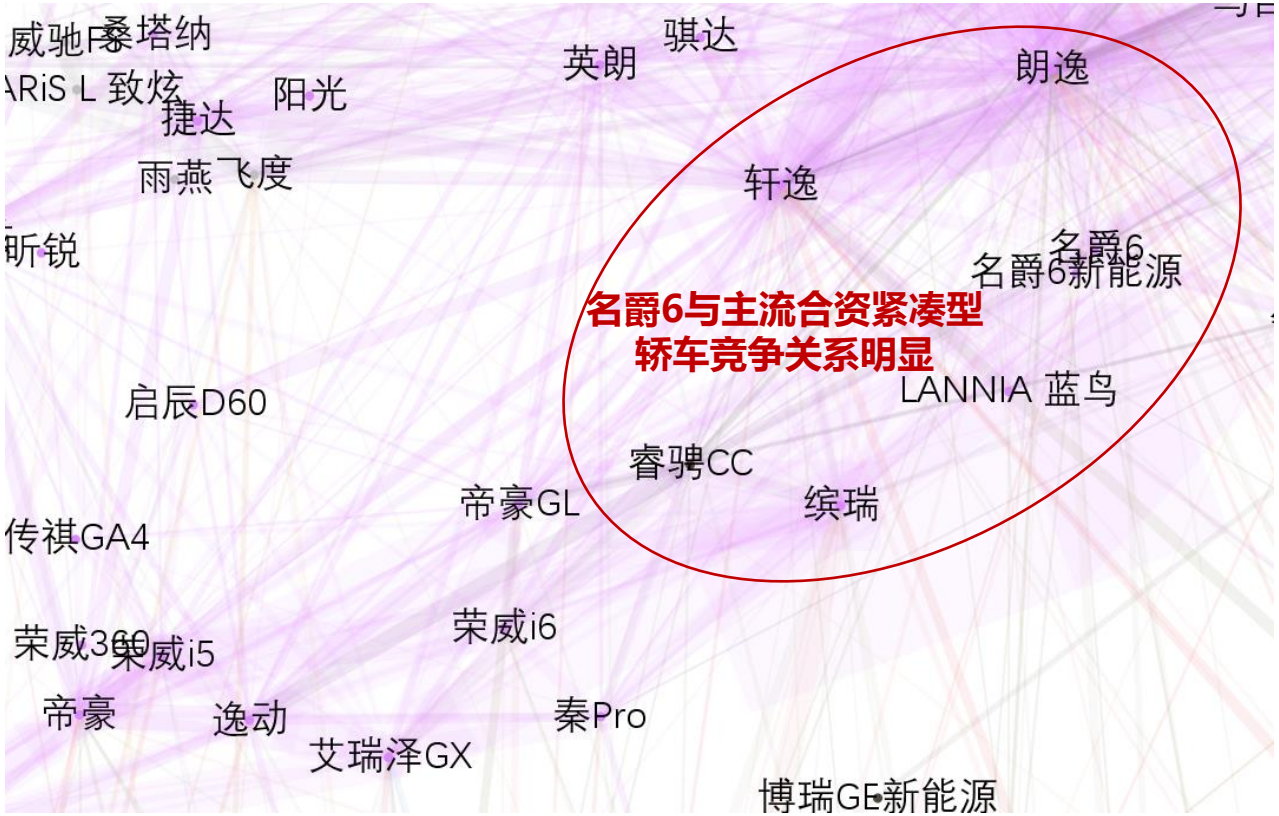
中国汽车品牌轿车分级别销量分析：

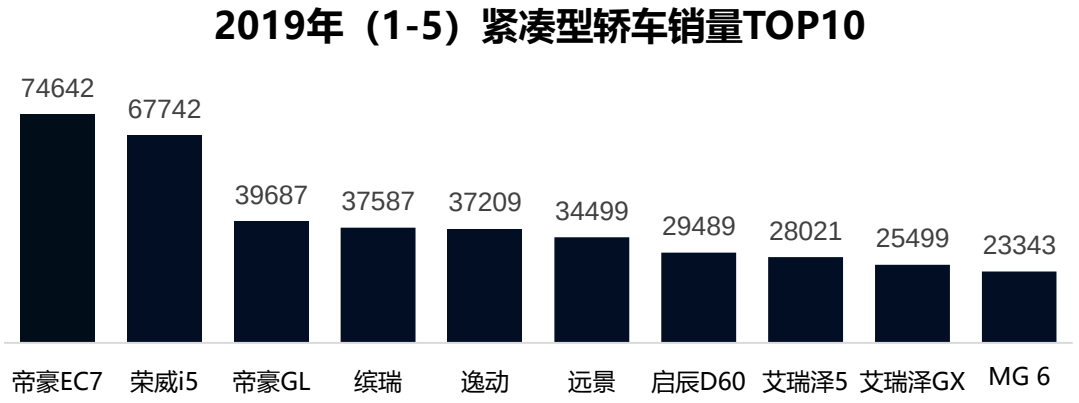


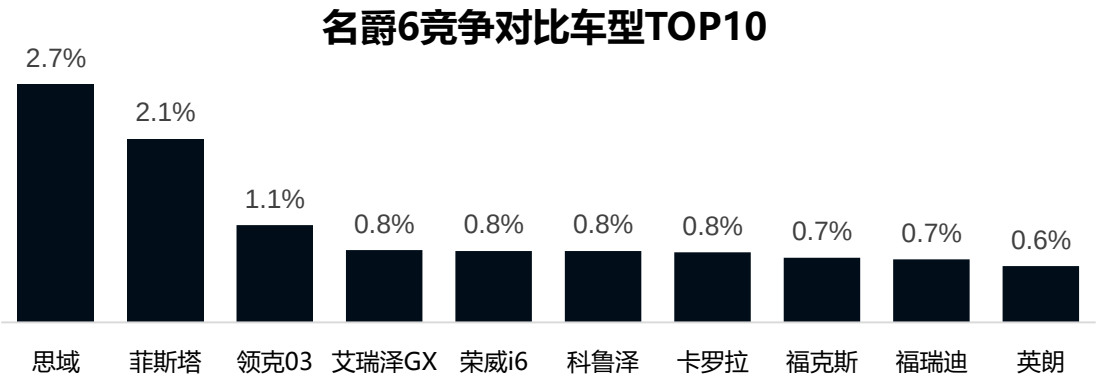
数据来源：乘联会 2019年6月

轿车：定位年轻、运动的紧凑型轿车与主流合资紧凑型轿车竞争关系明显

- **全新名爵6、缤瑞、艾瑞泽GX等定位年轻、运动的紧凑型车，满足了年轻群体的购车需求，受到市场的较大关注。**
- **名爵6与思域、LA FESTA 菲斯塔等合资品牌运动风格紧凑型轿车产生了较为明显的竞争。**





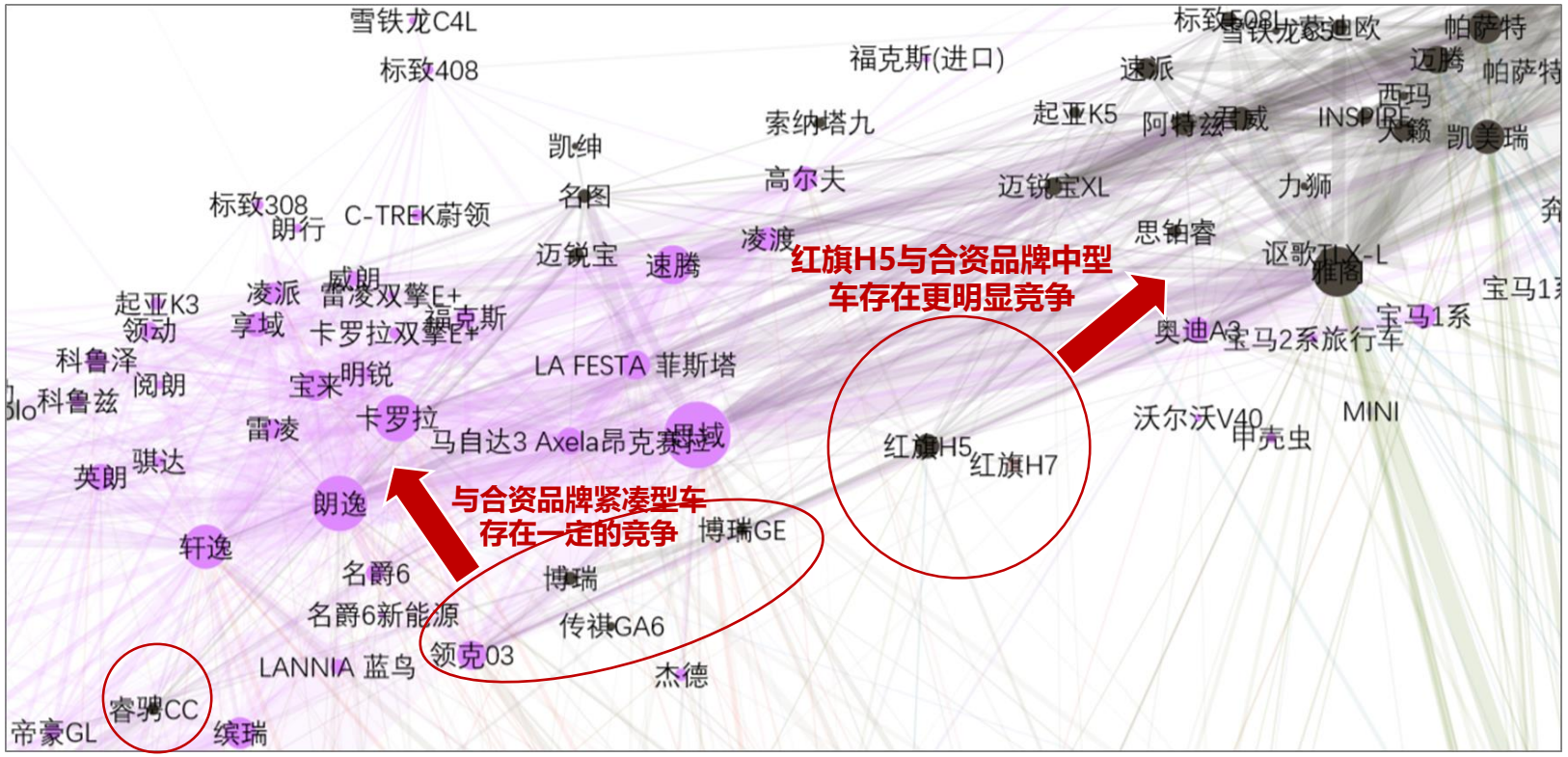


数据来源：乘联会 2019年6月；汽车数据策略研究院 2019年6月

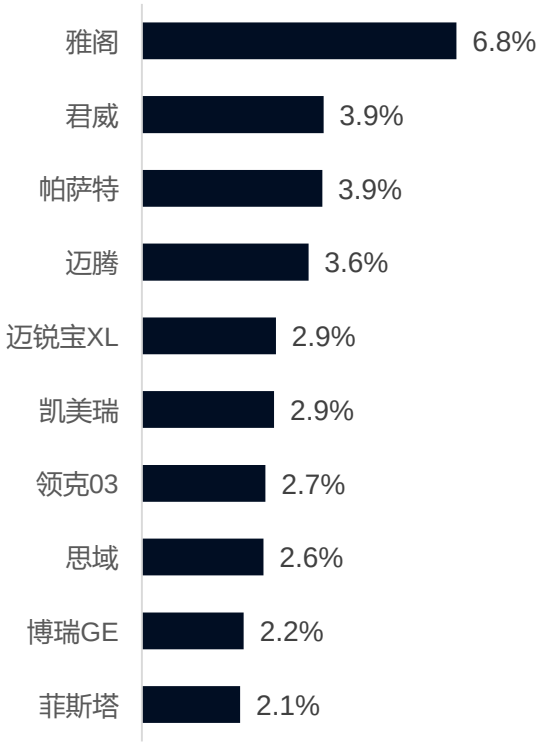
Ocean Engine 巨量引擎

轿车：凭借红旗品牌H5、H7两款车型，中型轿车逐渐在主流B级轿车占据一定的市场份额，实现中国品牌的向上的突破

- 目前中国品牌中型车整体市场规模小，尚未形成明显的独立市场区隔，有限的车型布局在竞争上也存在一定的分化。
- 红旗H5定位相对高端，与合资品牌雅阁、君越、帕萨特等车型存在更明显的竞争。



红旗H5竞争对比车型TOP10



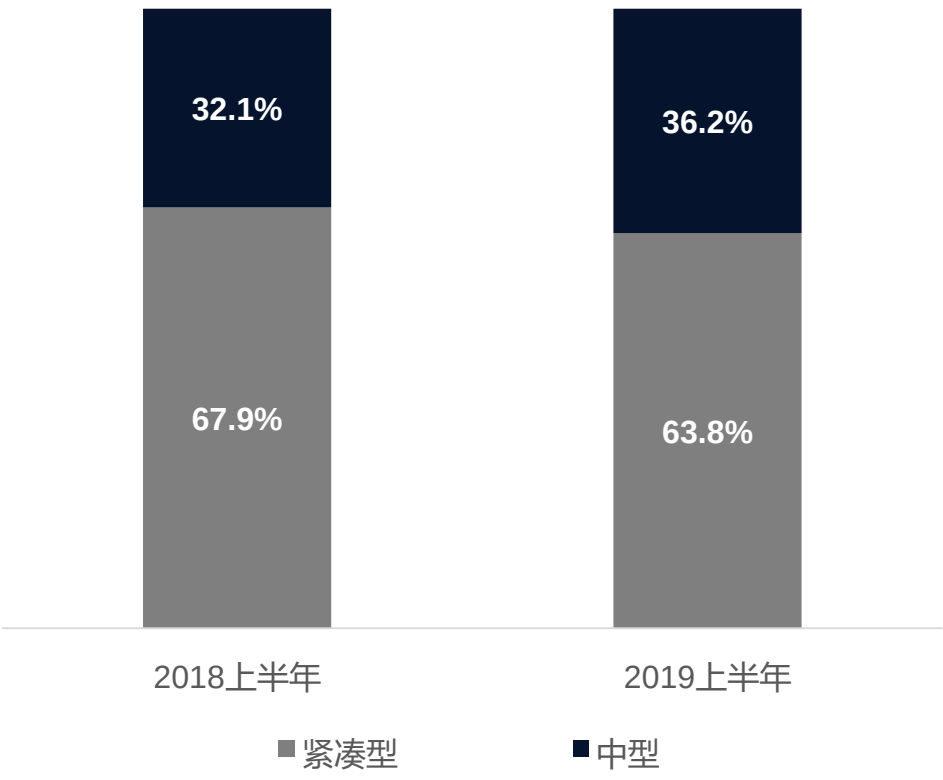
数据来源：汽车数据策略研究院 2019年6月

Ocean Engine 巨量引擎

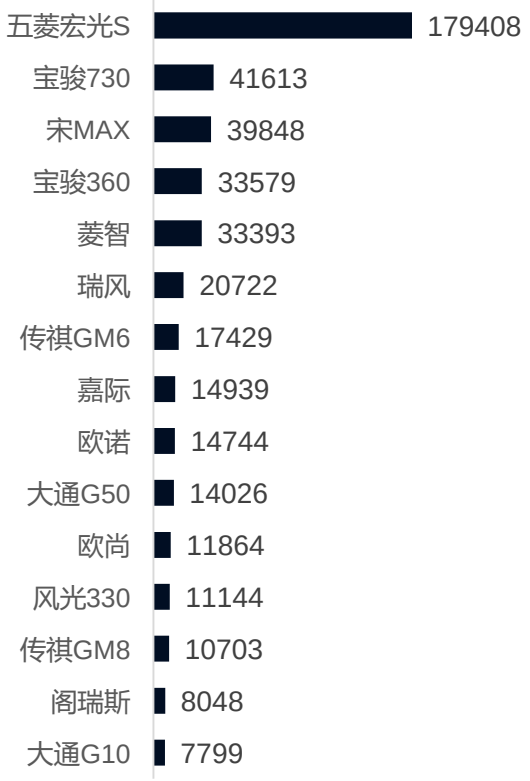
MPV：消费风格向家用、品质转型，中型MPV市场正逐步取得发展机遇

- **随着购车用户升级，家用品质型MPV车型逐渐得到用户的青睐，中型MPV市场分布不断提升，2019上半年达到36.2%。**

2018-2019上半年MPV分类型占比



2019年上半年TOP15销量分析



15万以上高品质商用型SUV，向上打开销路

传祺GM8

10-15万家用型SUV市场被激活

宋MAX

吉利嘉际

传祺GM6

数据来源：乘联会 2019年6月；汽车数据策略研究院 2019年6月

Ocean Engine 巨量引擎

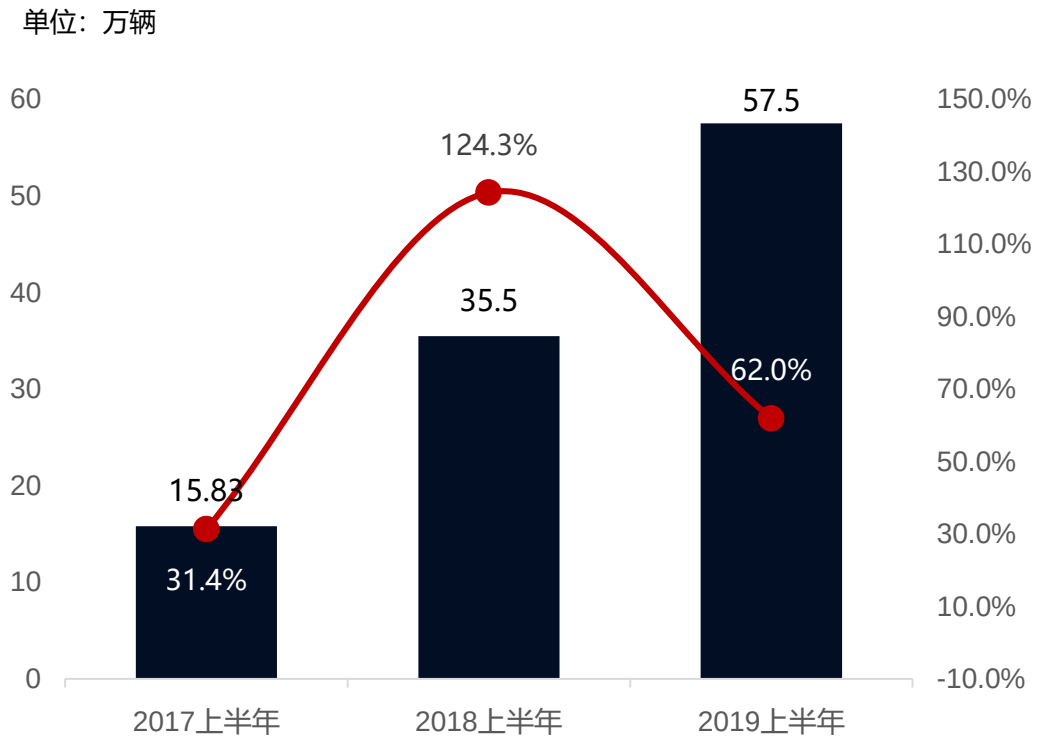
新能源市场分析

新能源市场遭遇挑战，市场淘汰赛加速进行

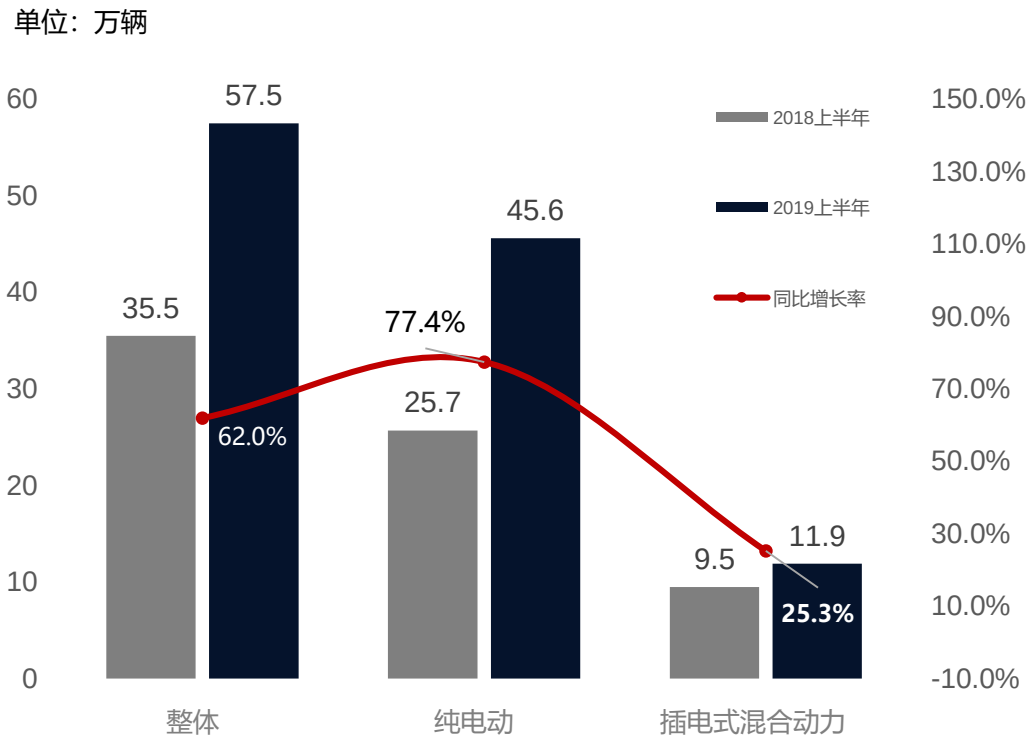
新能源市场整体增长速度放缓，纯电动增长强劲，继续领跑市场

- **2019年上半年新能源汽车市场销量达到57.5万辆，同比增长62.0%，增长速度略有放缓，纯电动同比增速为77.4%。**

2017-2019上半年新能源销量分析



2018-2019上半年新能源分类型销量分析



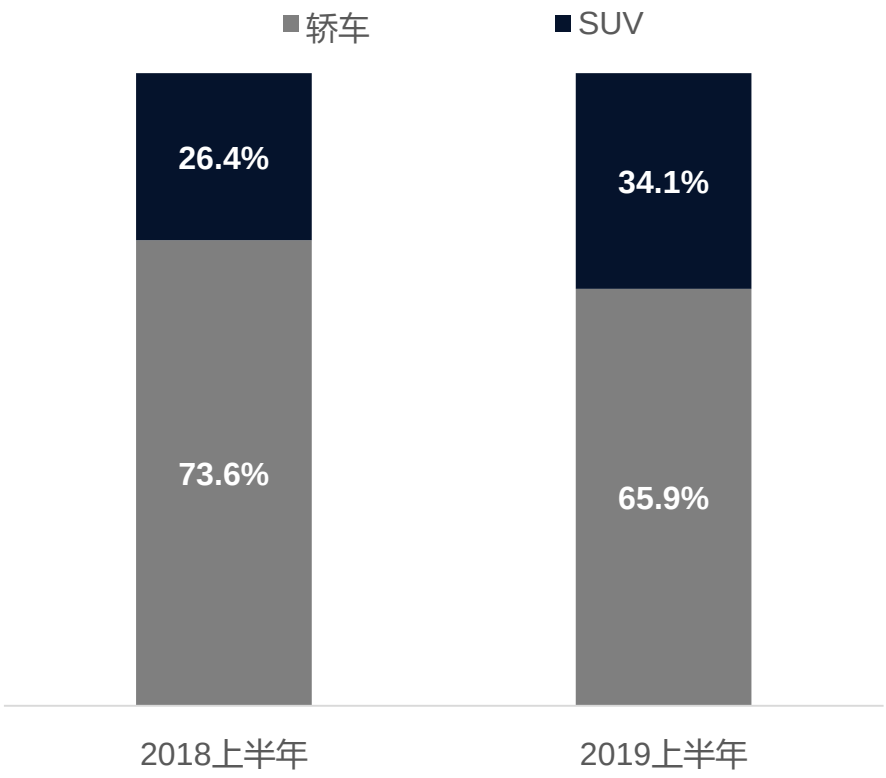
数据来源：乘联会 2019年6月

Ocean Engine 巨量引擎

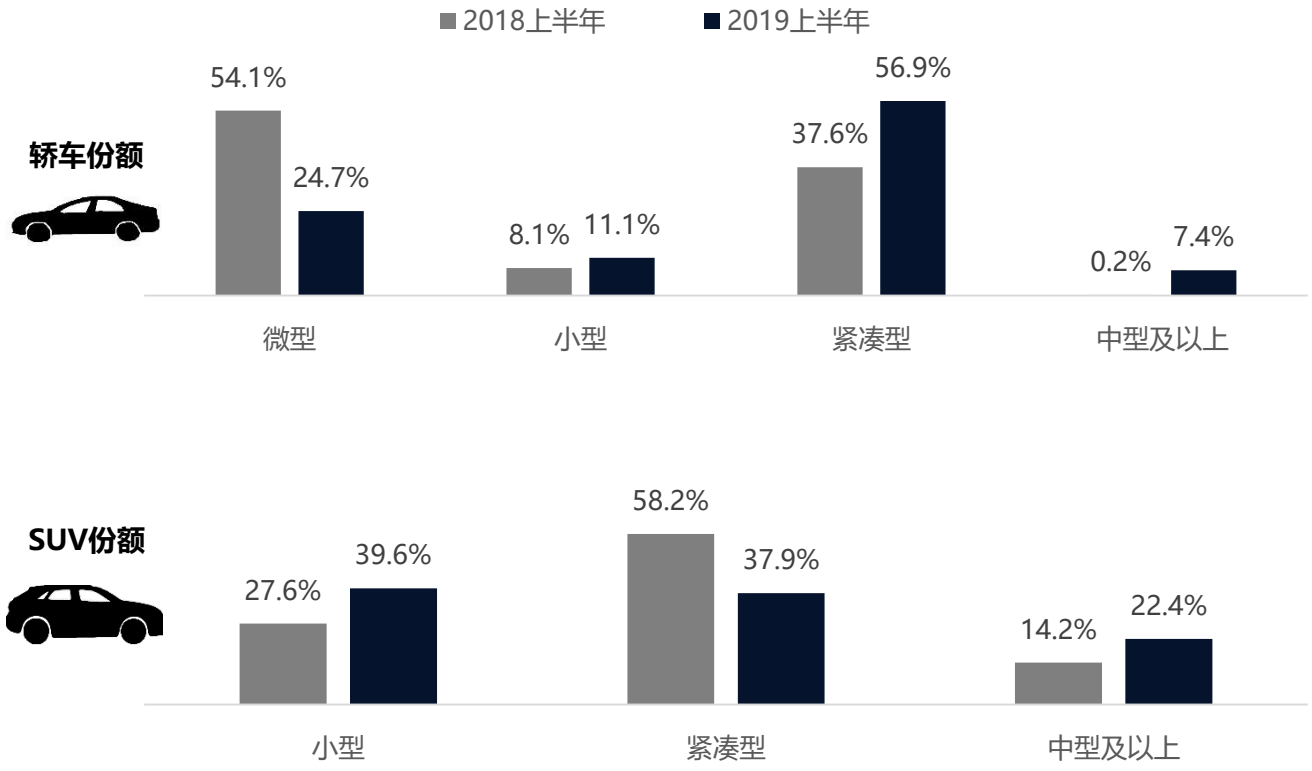
市场不断升级，微型车市场份额跌幅较大，市场以紧凑型车为主

- **SUV车型市场份额不断扩大，微型轿车市场份额不断降低，紧凑型车市场竞争激烈，中型车以上市场增速较快。**

2018-2019上半年新能源分类型份额分析



2018-2019上半年新能源分级别份额分析

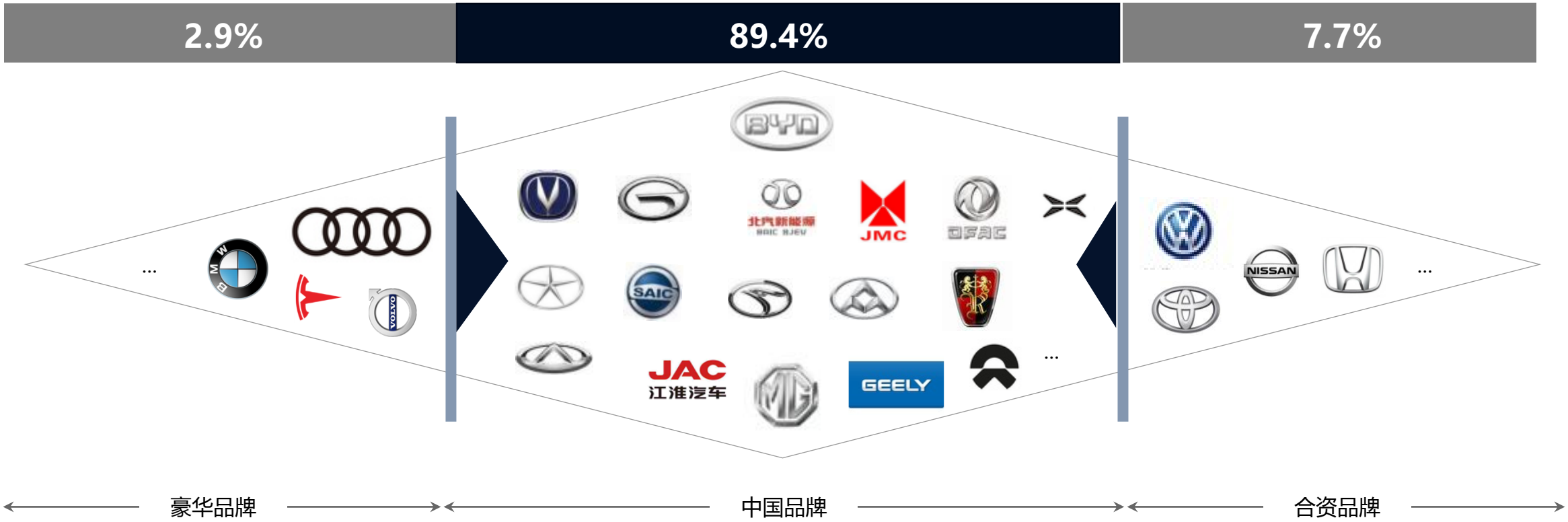


数据来源：乘联会 2019年6月；汽车数据策略研究院 2019年6月

Ocean Engine 巨量引擎

中国品牌占据近90%的新能源市场份额，但随着补贴退坡及外国品牌的集中发力，真正的市场竞争刚刚开始

- **中国汽车品牌份额大，合资、豪华品牌份额小的市场格局现状，随着补贴退坡、合资/豪华品牌发力，自主品牌的份额将被部分蚕食，市场竞争将进一步加剧。**

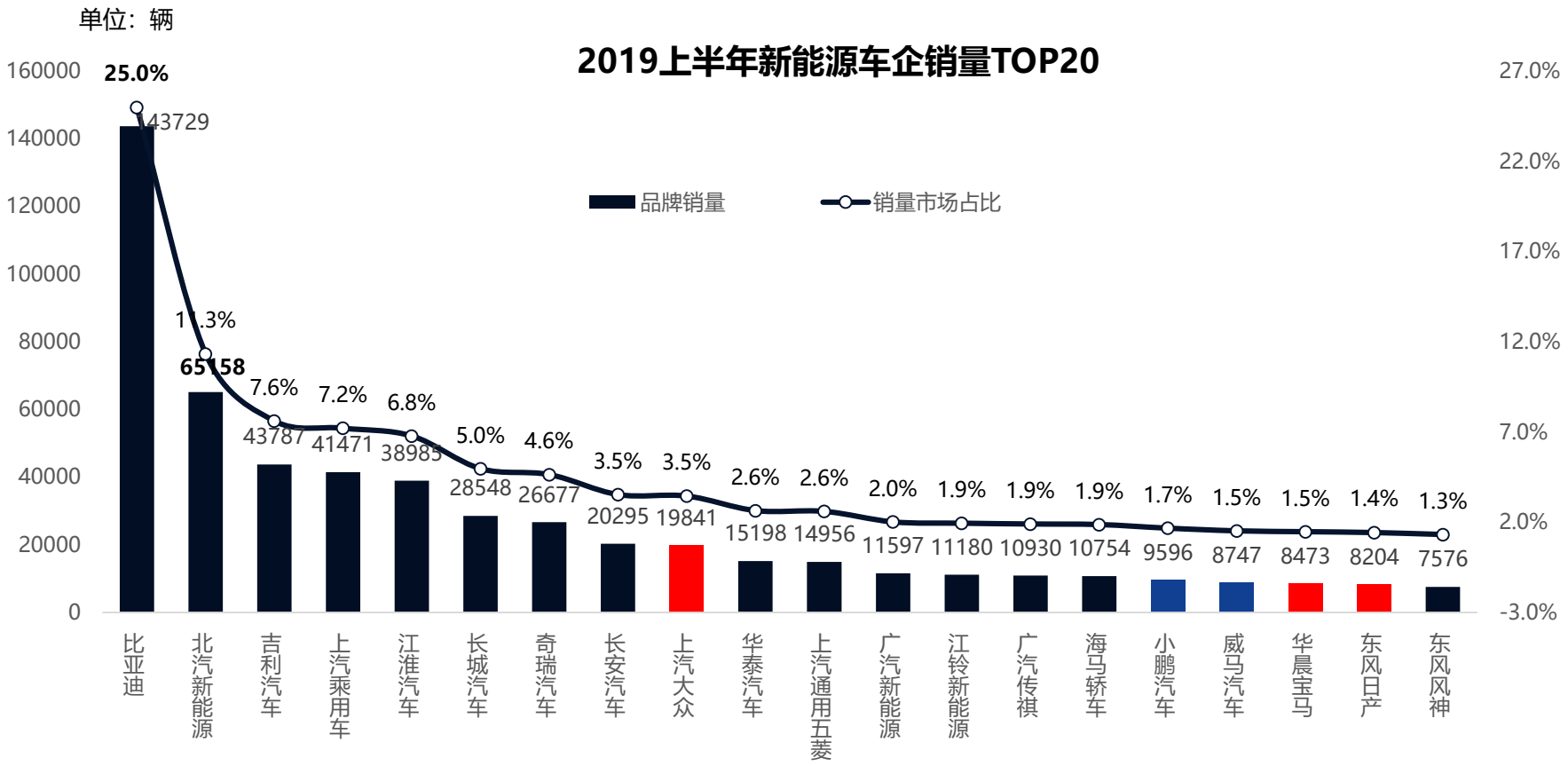


数据来源：乘联会 2019年6月；汽车数据策略研究院 2019年6月

Ocean Engine 巨量引擎

比亚迪在新能源市场一家独大，上汽大众进入销量排行前10

- **比亚迪市场份额高达25%领先于其他品牌，合资品牌与造车新势力均有进入TOP20，传统中国汽车品牌市场份额开始受到冲击。**



外国品牌 (2019.5)

1.	帕萨特1. 4T PHEV	3293
2.	宝马5系 PHEV	2141
3.	轩逸BEV	1478
4.	途观 1. 4T PHEV	1257
5.	雷凌PHEV	759

造车新势力 (2019.5)

1.	小鹏G3	2704
2.	威马EX5	2056
3.	蔚来ES8	1068

数据来源：乘联会 2019年6月；汽车数据策略研究院 2019年6月

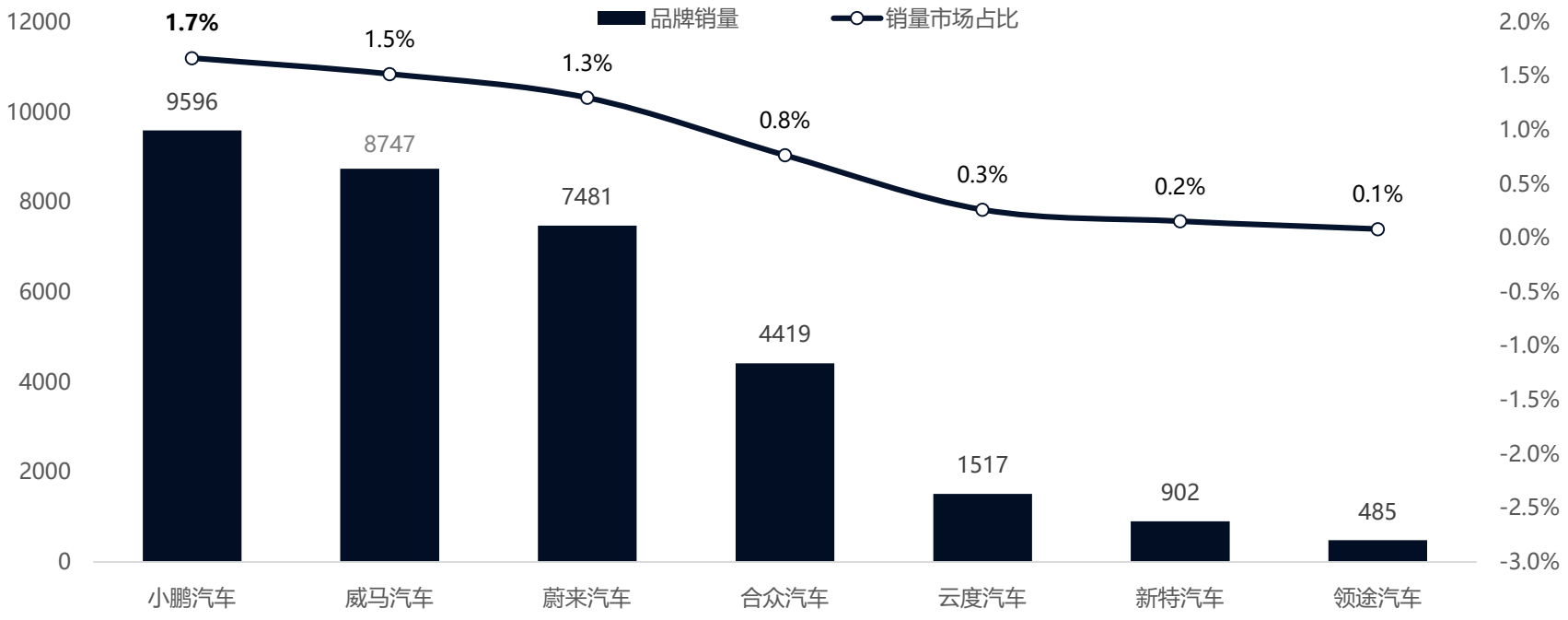
Ocean Engine 巨量引擎

2019年造车新势力车企进入快速交付期，行业洗牌期即将到临

- **小鹏、威马、蔚来等三家造车新势力车企，逐渐在新能源市场占据一定市场份额，但总体上销量较低。**

单位：辆

2019上半年造车新势力车企销量



预计下半年上市新车型

理想制造ONE

威马EX6

蔚来ET7

数据来源：乘联会 2019年6月；汽车数据策略研究院 2019年6月

Ocean Engine 巨量引擎

2019上半年新能源市场现状

新能源市场逐渐回归“理性”

- 随着新能源补贴的退坡、双积分政策开始实行，过去完全由政策驱动的新能源汽车行业将逐步回归市场，有利于中国汽车品牌提高产品竞争力，保证行业健康发展。

市场升级，低端产品被淘汰 促进车企调整产品结构

- 随着新能源汽车市场的不断发展，即将告别过去由低端微型车占据主要市场份额，逐渐向紧凑型、中大型细分市场迈进，低端产品被淘汰，车企布局产品不断合理化。

市场竞争加剧，外国品牌开始发力，冲击中国汽车品牌

- 进入后补贴时代，以及国外品牌（上汽大众、东风日产、广汽丰田、华晨宝马等等）的加入，并开始逐渐占据一定的市场份额，未来新能源汽车企业未来将面临激烈的市场竞争，中国汽车品牌将面临强有力的冲击。

造车新势力车企“困难重重”

- 2019年是造车新势力车企开始大批量交付元年，产品品质、交付能力、政策退坡以及随着越来越多的传统车企在新能源市场的布局，造车新势力未来将面临激烈竞争，部分车企将面临被淘汰的风险。

数据来源：汽车数据策略研究院

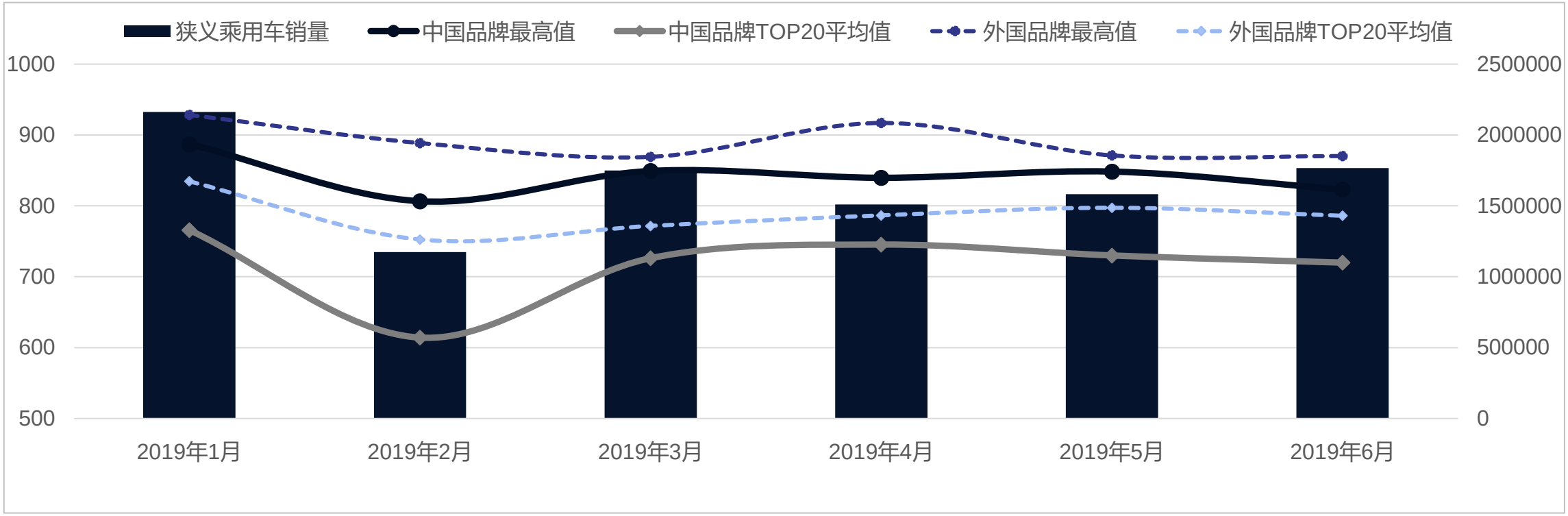
中国汽车品牌热度分析

中国汽车品牌舆情环境整体向好，但与外国品牌相比，仍有一定差距，尚有提升空间

汽车品牌影响力指数走势与车市销量变化趋于一致；与外国品牌相比，中国品牌影响力尚有提升空间

- **2019年上半年，中国汽车品牌影响力走势与整体车市销量变化趋于一致。一月份市场旺季，品牌影响力高，二月份春节期间出现回落，三月份后开始回升；中国品牌影响力与外国品牌相比，尚存在一定差距。**

2019年上半年中国汽车品牌影响力指数变化趋势



品牌影响力指数:
综合品牌在今日头条的内容传播、阅读数据，问答互动及广告表现，得出品牌的综合影响力指数，反应了该品牌在今日头条的综合声量。总分为1000，指数越高，说明品牌在今日头条的用户影响力越高。

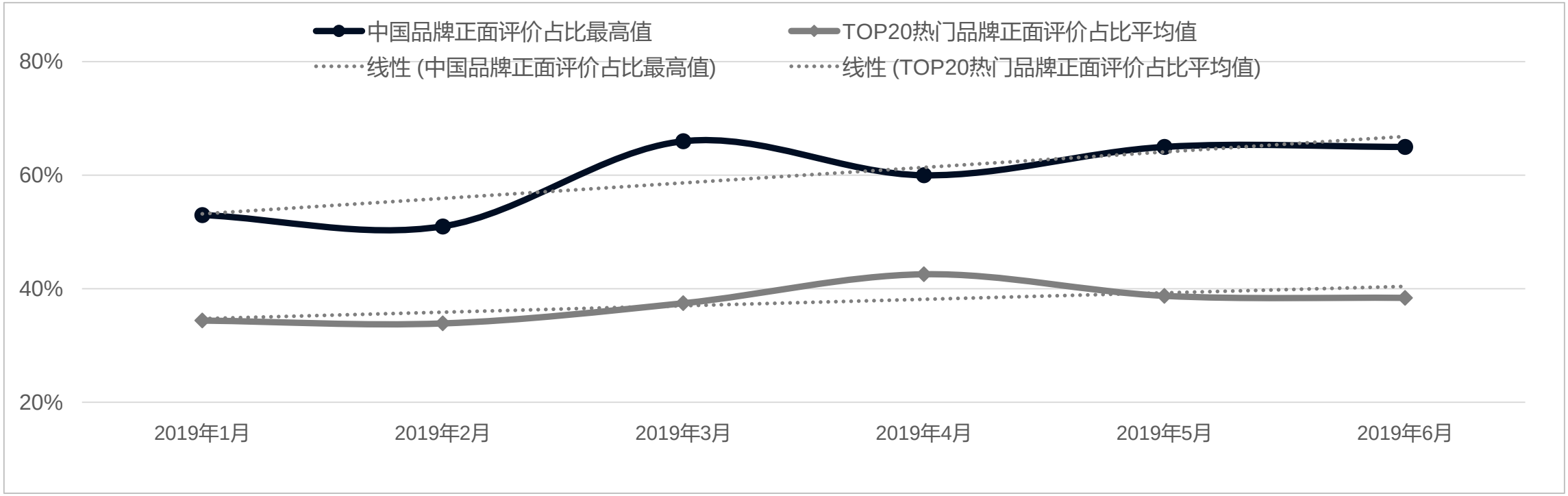
数据来源：乘联会 2019年6月；云图平台

Ocean Engine 巨量引擎

从用户端来看，中国品牌得到越来越多的肯定和鼓励，舆情环境向好。不过，整体品牌好感度仍有提升空间

- **用户对中国品牌的正面评价占比整体呈现上升趋势，品牌的好感度在增加，中国品牌发展的舆情环境向好。**
- **不过，每月用户正面评价声量的平均占比不高，仍有提升空间。**

2019年上半年中国品牌正面评价声量占比变化趋势



根据用户对品牌相关内容的评论情况，利用数据算法判断评论情绪，得到用户评论情绪的占比情况。

数据来源：云图平台

Ocean Engine 巨量引擎

02

行业市场政策分析

行业政策-促进汽车消费政策频出，但终端市场增长依然乏力

- **2018年中国车市首次出现销量下行的背景下，在2019年以来，国家发改委等十部委连续出台多项提振汽车消费的行业政策，旨在提升市场信心。**

2019上半年促进汽车消费政策密集出台

2019.1	2019.3	2019.6	2019.6
新一轮汽车下乡政策发布 促进农村汽车更新升级	**2019年4月1后 税率从16%降至13%**	**放宽皮卡车进城限制**	**严禁各地出台 新的汽车限购规定**
国家发改委、工信部、商务部等10部委联合印发《进一步优化供给推动消费平稳增长促进形成强大国内市场的实施方案（2019年）》	国家税务总局办公厅关于印发《2019年深化增值税改革纳税服务工作方案》的通知	推动汽车、家电等更新消费，不得对新能源车限行限购--发改委	发改委印发的《推动重点消费品更新升级畅通资源循环利用实施方案（2019-2020年）》

数据来源：案头研究

Ocean Engine 巨量引擎

国六标准提前实施，外国品牌忙于去库存，中国汽车品牌终端销售受影响

- **2019年7月1日起，重点区域、珠三角地区、成渝地区提前实施国家第六阶段机动车污染物排放标准；外国车企降价压力传输至中国品牌。**

国六A	国六B		国六B
深圳 上海 天津	山东 山西 海南 安徽 陕西 南京	重庆 河北 河南 四川 杭州	北京

2019.7.1 ——— 2020.1.1 ———→

- 2019年Q2季度，在排放标准升级的背景下，大量豪华、合资品牌在去国五库存，在国外品牌国五车型价格进一步下探，市场优惠力度加大的情况下，中国汽车品牌市场份额进一步被挤压，连续三个月市场份额低于40%；

数据来源：案头研究

Ocean Engine 巨量引擎

新能源政策-新“双积分”政策，升级新能源市场，推动产业健康发展

- **2019年，新政策鼓励发展“节能车”，打击“伪节能”车型，将遵循淘汰伪节能产品，鼓励真正低能耗产品的原则推进。**

1.混动车型被鼓励

新双积分管理办法中，把传统能源乘用车的定义，修改为“除新能源乘用车以外的，能够燃用汽油、柴油、气体燃料或者醇醚燃料等的乘用车（含非插电式混合动力乘用车）。”**其中，“非插电式混合动力乘用车”是指油混车型，也就是节能车**

2.低油耗车型受青睐

即综合工况燃料消耗量不超过《乘用车燃料消耗量评价方法及指标》中对应的车型燃料消耗量目标值与该核算年度的企业平均燃料消耗量要求之积（计算结果按四舍五入原则保留一位小数）的传统能源乘用车

3.打破“唯高里程论”，保持行业平稳发展

进一步弱化纯电动乘用车“续驶里程”在车型积分核算中的影响，引导企业不断优化整车能耗水平、提升质量安全水平的原则。这也是对业内一味追求高里程的畸形业态进行“扭正”，使纯电动汽车更加安全可靠，促进整个行业向健康、良性的方向发展。

数据来源：案头研究

Ocean Engine 巨量引擎

新能源乘用车车型积分计算方法

车辆类型	标准车型积分	备注
纯电动乘用车	0.006×R+0.4	（1）R为电动汽车续驶里程（工况法），单位为km。 （2）P为燃料电池系统额定功率，单位为kW。 （3）纯电动乘用车续驶里程低于150km的，标准车型积分统一为1分。 （4）纯电动乘用车标准车型积分上限为3.4分，燃料电池乘用车标准车型积分上限为6分。 （5）车型积分计算结果按四舍五入原则保留两位小数
插电式混合动力乘用车	1.6	
燃料电池乘用车	0.08×P	

数据来源：案头研究

Ocean Engine 巨量引擎

新能源政策-大幅退坡，未来市场竞争加剧，产业淘汰加速进行

- **2019年新能源汽车国家补贴幅度大规模退坡，新能源汽车地方补贴完全取消。**

补贴金额=里程补贴标准 × 能量密度系数 × 车辆能耗系数

技术标准	EV车型（标准）	2018年	2019年	PHEV车型（标准）	2018年	2019年
里程补贴标准	150≤R＜200	15000	0	R≥50	22000	10000
	200≤R＜250	24000	0			
	250≤R＜300	34000	18000			
	300≤R＜400	45000	18000			
	R≥400	50000	25000			
能量密度系数	105≤T＜125（2018年为120）	系数0.6	/	105≤T＜120	系数0.6	/
	125≤T＜140	系数1	系数0.8	120≤T＜140	系数1	系数0.8
	140≤T＜160	系数1.1	系数0.9	140≤T＜160	系数1.1	系数0.9
	T≥160	系数1.2	系数1.0	T≥160	系数1.2	系数1.0
车辆能耗系数	m=整备质量(kg)，Y=工况条件百公里耗电量门槛标准：当m≤1000kg，Y=0.0126×m+0.45；当1000＜m≤1600kg，Y=0.0108×m+2.25；当m＞1600kg，Y=0.0045×m+12.33。	百公里耗电量（Y）优于门槛： 5% 按 0.5 倍 5-25% 按 1 倍 25%以上 按 1.1 倍	百公里耗电量（Y）优于门槛： 5-10% 按0倍 10-20% 按0.8倍 20-35% 按1.0倍 35%以上按1.1倍	S=纯电续航/标准能耗	60%＜S≤S65% 补贴系数 0.5 S＜60% 补贴系数 1	55%＜S≤S6% 补贴系数 0.5 S＜55% 补贴系数 1

政策过渡期补贴方案

2019年国家补贴过渡期的定义与规则如下：

1. 2019年3月26日至2019年6月25日为过渡期，满足2018国补要求/不满足2019国补要求的车辆，按2018国补标准的10%计算；
2. 同时满足2018/2019国补要求的车辆，按照2018国补标准的60%计算；
3. 过渡期期间销售上牌的燃料电池汽车按2018年对应标准的80%补贴。

数据来源：案头研究

Ocean Engine 巨量引擎

补贴退坡后各家车企应对政策

- **随着补贴退坡的进行，造车新势力品牌基本上保持现有价格不变，传统车企MG6、北汽EU5 R500价格略有上升。**

新能源补贴退坡过渡期后中国汽车品牌应对措施

厂商/品牌		车型	车企政策	期限
造车新势力	合众汽车	全系车型	补贴后价格不变	2019年7月31日
	威马	EX5	补贴后价格不变	未公布
	小鹏汽车	G3	补贴后价格不变	未公布
	蔚来汽车	ES6	• 可享受过渡期内的国家补贴，差额由蔚来承担	• 6月30日前支付定金的并且在今年12月31日前上牌的用户
		ES8	• 可以享受2.7万元的国家补贴和最高1.35万元的地方补贴	• 6月25日之前完成上牌的用户 6月26日-12月31日期间上牌的企业用户将为个人用户补贴的70%

厂商/品牌		车型	车企政策	期限
传统车企	长安汽车	全系车型	全系电动车型将继续以原补贴后的价格销售	未公布
	比亚迪	全系车型	新能源汽车产品均可获得同2018年的国家补贴政策的全额补贴	10月31日前
	广汽新能源	GE3 530/GS4 PHEV	补贴后价格不变	未公布
	名爵	MG6 PHEV	增长1万	未公布
		EZS	补贴后价格不变	未公布
	长城欧拉	欧拉R1	补贴后价格不变	2019年7月31日
	北汽新能源	EX5、EX3、EU5 R550	补贴后价格不变	6月30日后正式实施
		EU5 R500	增长3000	6月30日后正式实施
	江淮汽车	暂无	默认补贴后价格不变	未公布
	吉利/几何汽车	暂无	默认补贴后价格不变	未公布
	荣威	暂无	默认补贴后价格不变	未公布
	奇瑞汽车	全系车型	补贴后价格不变	未公布

数据来源：案头研究

Ocean Engine 巨量引擎

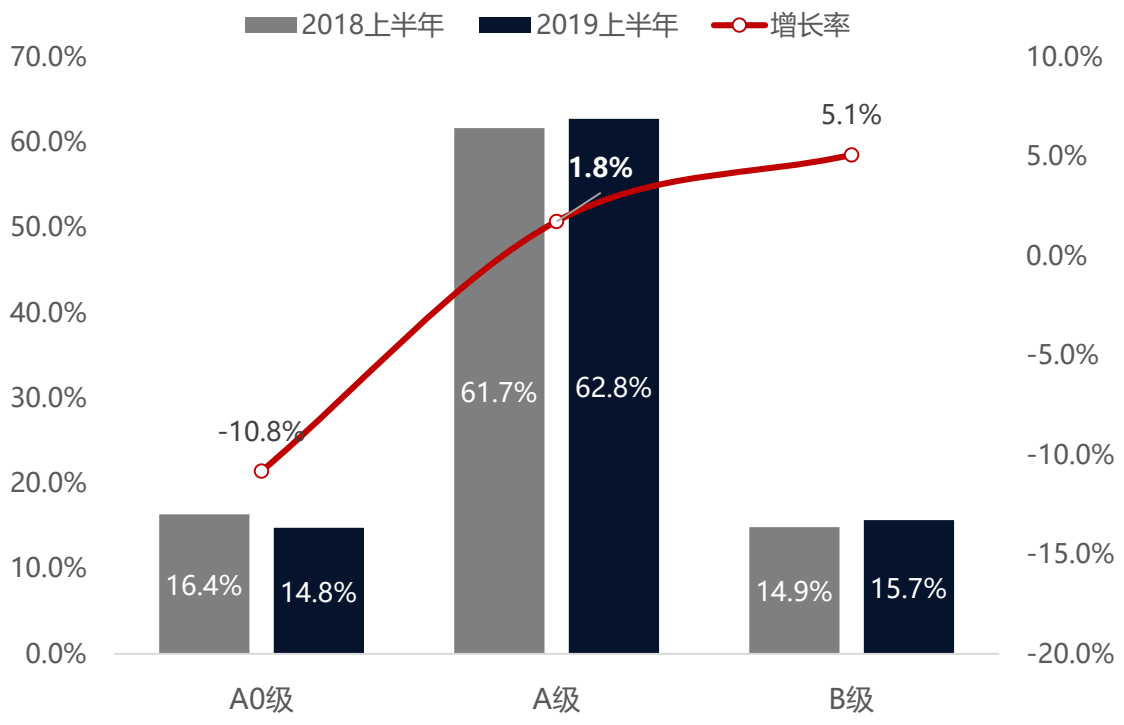
03

2019下半年趋势展望

打造真正的品牌调性，挑战长期被外国品牌占领的中高端市场

- **随着中国汽车市场的不断成熟，消费升级的影响，低端车型的市场占有率持续走低，A0级车型在2019上半年市场份额为14.8%，相较于2018上半年大幅下降10.8%；中国汽车品牌高端化是发展趋势。**

2018-2019上半年中国品牌细分市场份额分析



2019上半年发布的中国汽车高端品牌

吉利汽车发布了旗下电动车高端品牌几何

上海车展奇瑞新高端品牌EXEED星途正式登场

北汽集团电动车高端品牌ARCFOX

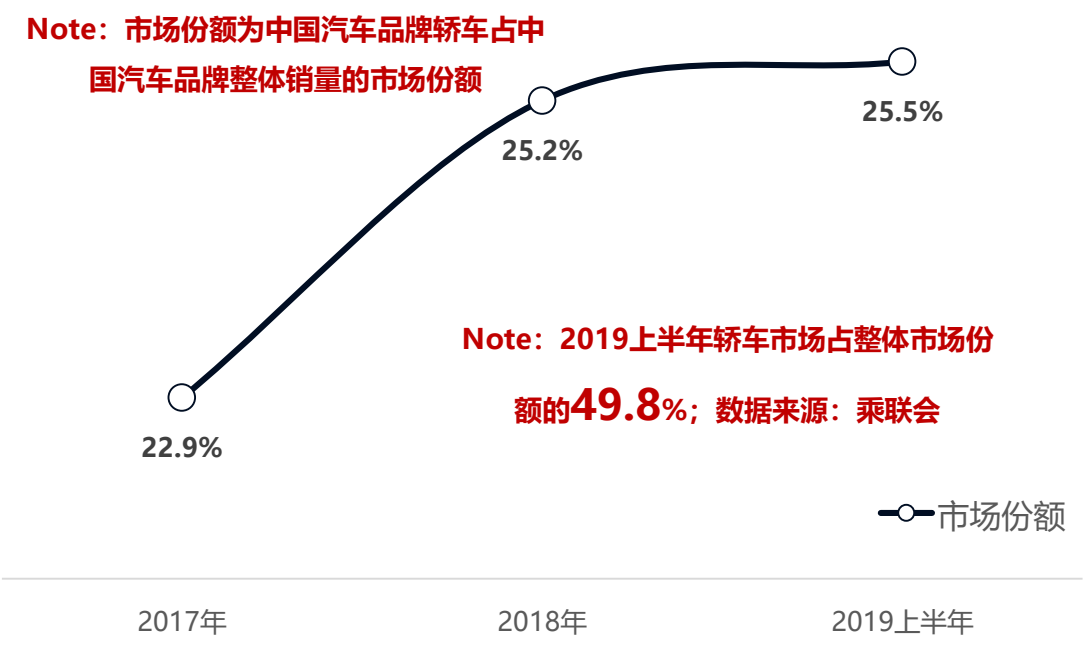
数据来源：乘联会 2019年6月；汽车数据策略研究院 2019年6月

Ocean Engine 巨量引擎

随着消费者购车趋于理性化，轿车市场正在回暖，市场份额在不断上升

- **2019上半年中国汽车品牌轿车市场份额占中国汽车品牌整体销量的25.5%，市场份额不断提升；在2019下半年各车企纷纷在轿车市场发力，推出定位更年轻、运动的车型，抢占市场份额。**

2017-2019上半年中国汽车品牌轿车市场份额



2019下半年上市的中国汽车品牌轿车车型

领克03+	红旗H5运动版
传祺GA6	新宝骏RC-6
荣威i5 GL	东风风神奕炫
江淮A432	…

数据来源：乘联会 2019年6月；汽车数据策略研究院 2019年6月

Ocean Engine 巨量引擎

SUV高端化是众多中国品牌实现向上突围的主要突破口

2019上半年 → **2019下半年**

2019.04.16

2019上海车展：星途-TX/TXL

2019.6.3

长安CS85 COUPE 上市

2019.7.12

红旗HS7上市

2019

荣威

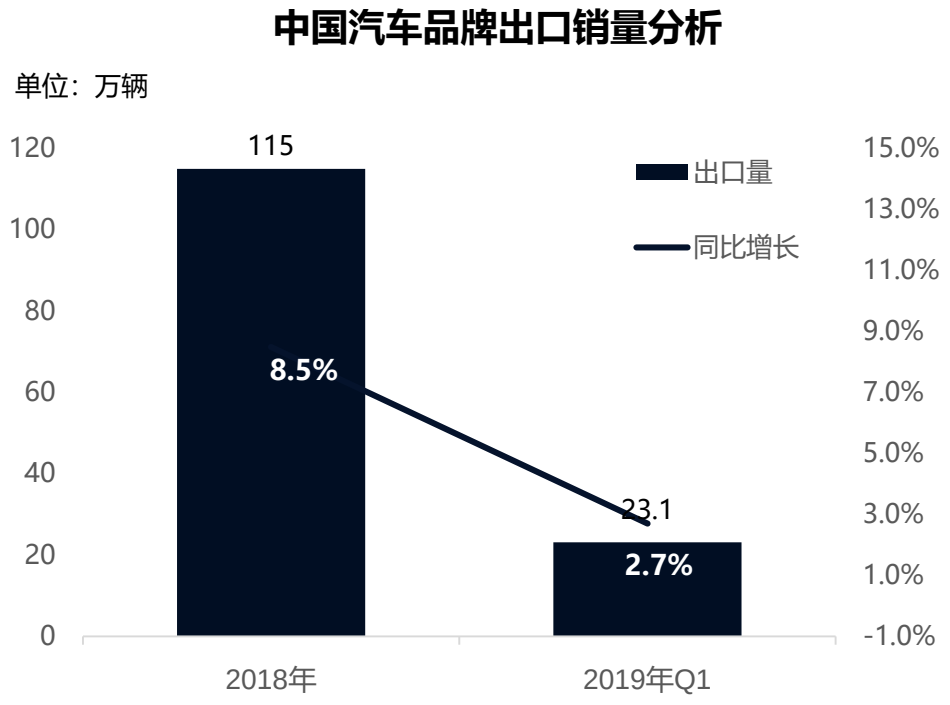
定位7座中大型SUV 曝疑似荣威IS31谍照

数据来源：案头研究

Ocean Engine 巨量引擎

面对车市寒冬，中国汽车品牌开启挖掘全球化增量机会

- **2018年，中国汽车市场首次出现负增长，进入2019年之后国内车市依然没有回暖的迹象，中国车市正由增量市场向存量市场转变，全球化是中国汽车品牌实现销量向上增长的趋势。**



- 长城汽车俄罗斯图拉工厂是自主品牌汽车在海外的首个涵盖冲压、焊接、涂装、总装四大生产工艺的整车制造厂，项目投资5亿美元，历时4年，规划年产**15万辆**，本地化率达到**65%**。

数据来源：乘联会 2019年6月；案头研究

Ocean Engine 巨量引擎

声 明

本报告由巨量引擎汽车数据策略研究院制作。报告中文字、数据等受中国知识产权法等法律保护。除报告中引用的第三方数据及其他公开信息，报告所有权归巨量引擎所有。

巨量引擎汽车数据策略研究院对报告中所引用的第三方数据及其他公开信息不承担任何责任或义务。在任何情况下，本报告仅供读者参考。

如果您对报告中的内容存在异议，可通过auto-data@bytedance.com联系我们。

巨量引擎汽车数据策略研究院依托巨量引擎的庞大数据基础，致力于用数据、研究和量化指标构建更强大的数据策略，提供权威的用户、行业和营销洞察，强化数据服务能力，提升数据的商业价值和影响力。

未经允许，不得对报告进行加工和改造。欢迎转载或引用。如有转载或引用，请及时与我们联系，并注明出处【巨量引擎汽车数据策略研究院】。

Thanks

巨量引擎-汽车数据策略研究院

研究团队：张盼、汪振华

Ocean Engine
巨量引擎