



中国狭义乘用车经销商网络分布季度报告

2013年2季度

1

季度报告说明

2

全国狭义乘用车经销商网络概览

3

部分重点品牌经销商网络分析

4

专题-城市限购影响

本报告由新华信国际信息咨询（北京）有限公司编制，季度发布

数据来源

新华信汽车网络分析系统DealerMap <http://www.dealermap.com.cn>

数据范围

覆盖中国大陆地区的所有狭义乘用车品牌（轿车+SUV+MPV）

数据定义

汽车经销商特指直接与品牌厂商签约的汽车销售商。本文经销商数据均来源于汽车品牌厂商官方网站，并经过排重、电话核实等处理

本报告主要分为三部分内容：

- ◆ 第一部分为全国狭义乘用车品牌网络总体分析，覆盖中国全部的狭义乘用车自主、合资、进口品牌网络，本季度共收集整理了111家品牌网络的数据
 - ◆ 第二部分为典型品牌的网络分析，选取了9家品牌网络作为典型品牌网络，包括3家豪华品牌：奔驰、奥迪及宝马，和其他6家品牌网络：合资品牌的上海通用别克、广汽本田及一汽-大众和自主品牌长城汽车、奇瑞汽车以及比亚迪
 - ◆ 第三部分为网络热点分析，每期内容扑捉相关网络热点
- 本报告的所有图片、表格及文字内容的版权归新华信公司所有，未经新华信许可，请勿用于商业用途
 - 各厂商网站的数据更新、数据标准存在不一致性，且收集处理过程中难免会出现纰漏，因此本报告中的数据与真实情况可能会出现个别不一致现象，敬请谅解
 - 本季度开始采用新的城市分级标准

网络热度指数

反映网络扩张的冷热程度 (>1网络发展较快; <1网络发展较慢; <0网络开始收缩)

= 本季度经销商增长率/基准经销商增长率

其中, 基准经销商增长率为从2005年4季度到2012年4季度的复合季度经销商增长率, 即3.88%

复合季度经销商增长率为一段时间内季度增长率。等于该段时间总增长率百分比的n方根, n等于该段时间内季度数

城市覆盖率

反映汽车品牌网络对城市的覆盖情况

= (存在该品牌经销商的城市的数量/某类级别城市的数量)*100%

入网率

反映汽车品牌网络发展程度

= (本季度新增经销商数量/本季度在网经销商总量)*100%

本季度新增数是指本季度在网, 上季度未在网的经销商数量

退网率

反映汽车品牌网络不稳定程度

= (本季度退网经销商数量/本季度在网经销商总量)*100%

退网指本季度不在网, 上季度在网

波动率

反映汽车品牌网络的变动程度

= ((入网经销商数量+退网经销商数量)/本季度在网经销商数)*100%

1

季度报告说明

2

全国狭义乘用车经销商网络概览

3

部分重点品牌经销商网络分析

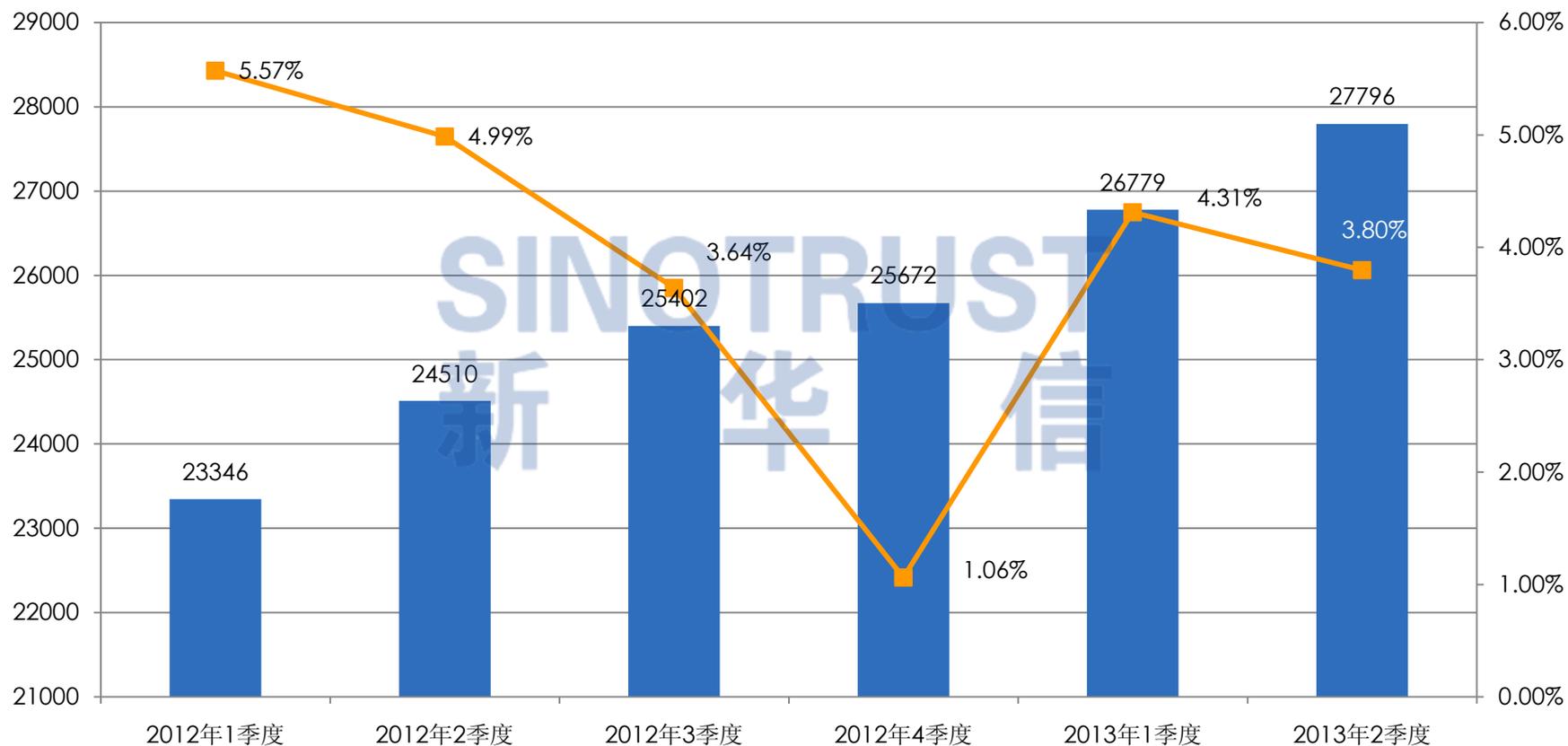
数据范围

数据定义

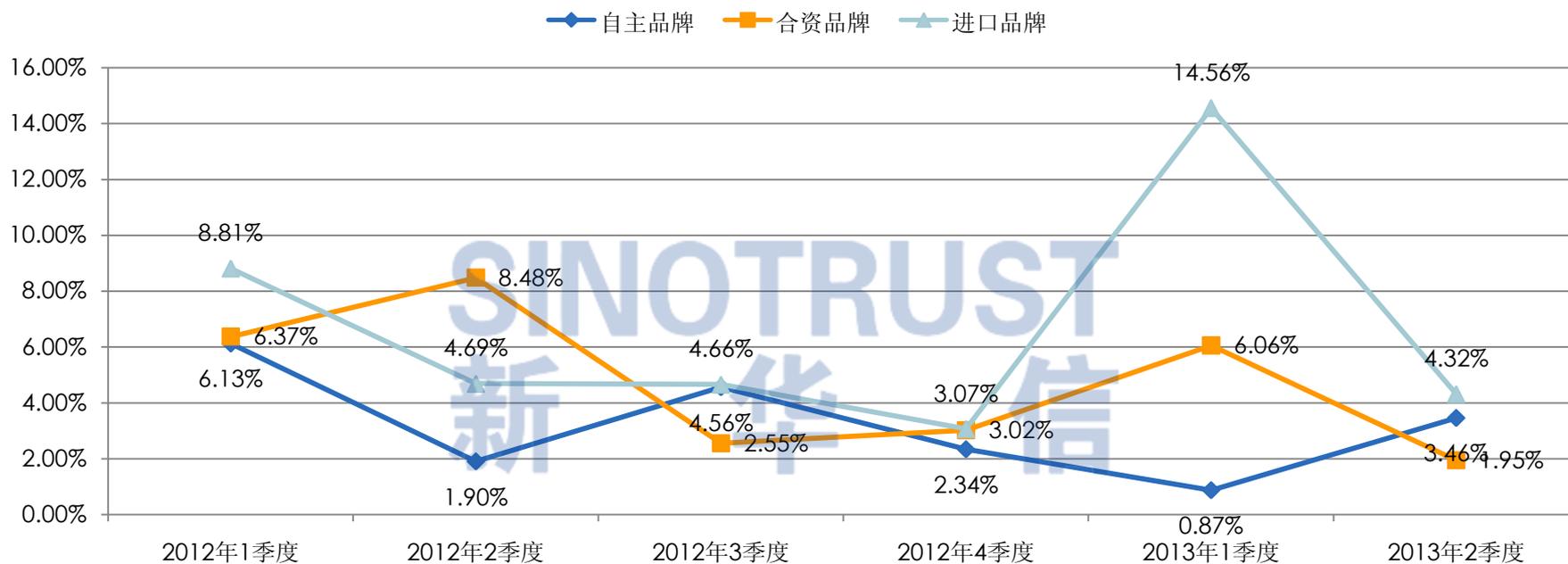
4

专题-城市限购影响

2012年1季度到2013年2季度，汽车经销商在网总数从23,346家增长到27,796家。与上年相比可看出，1季度经销商数量增长率通常有所回升，但2季度增长速度趋缓

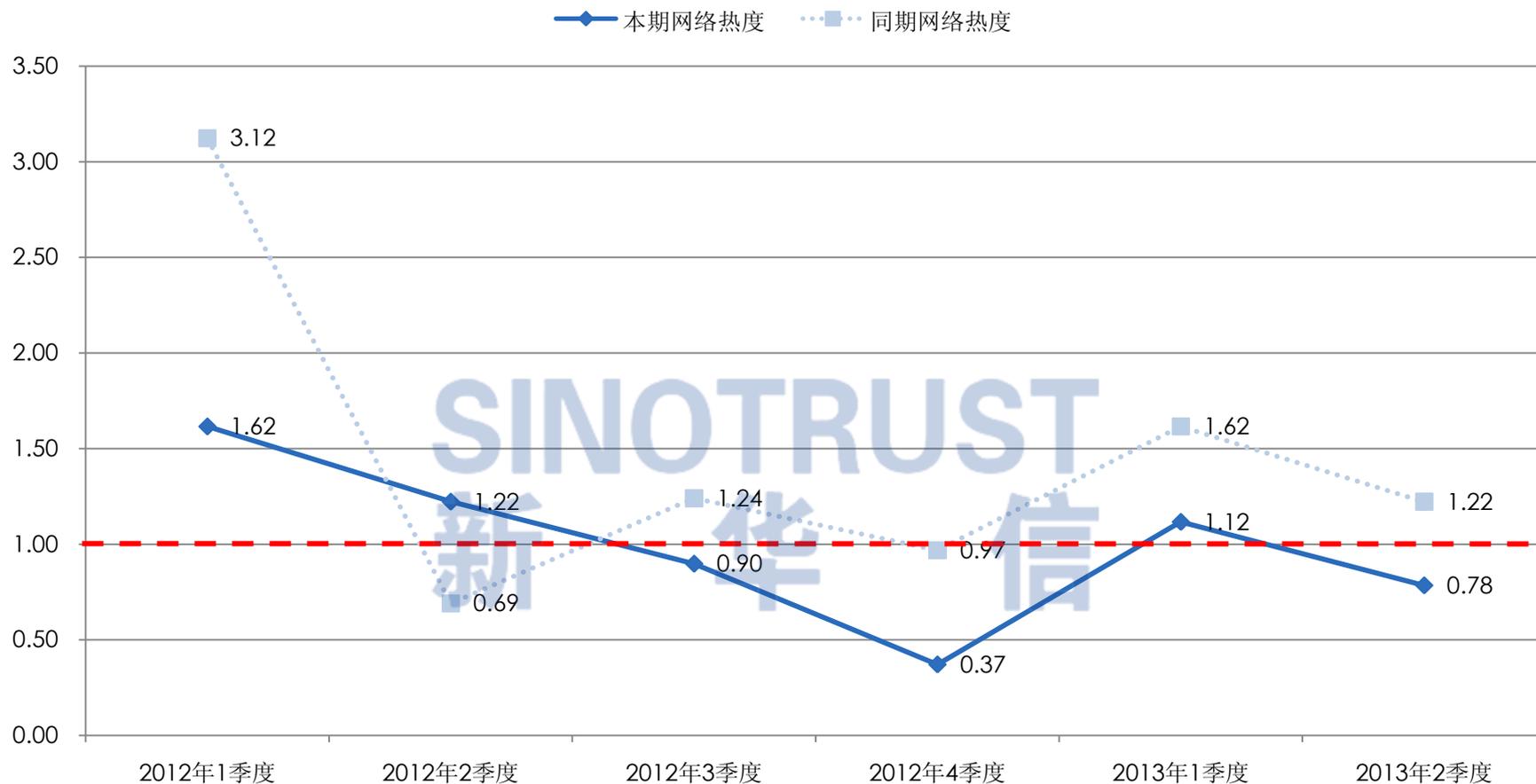


本季度进口品牌的经销商数量增长率达到最高，为4.32%；与上季度相比，自主品牌的增长速度有所提升，进口及合资的增长速度均有所放缓

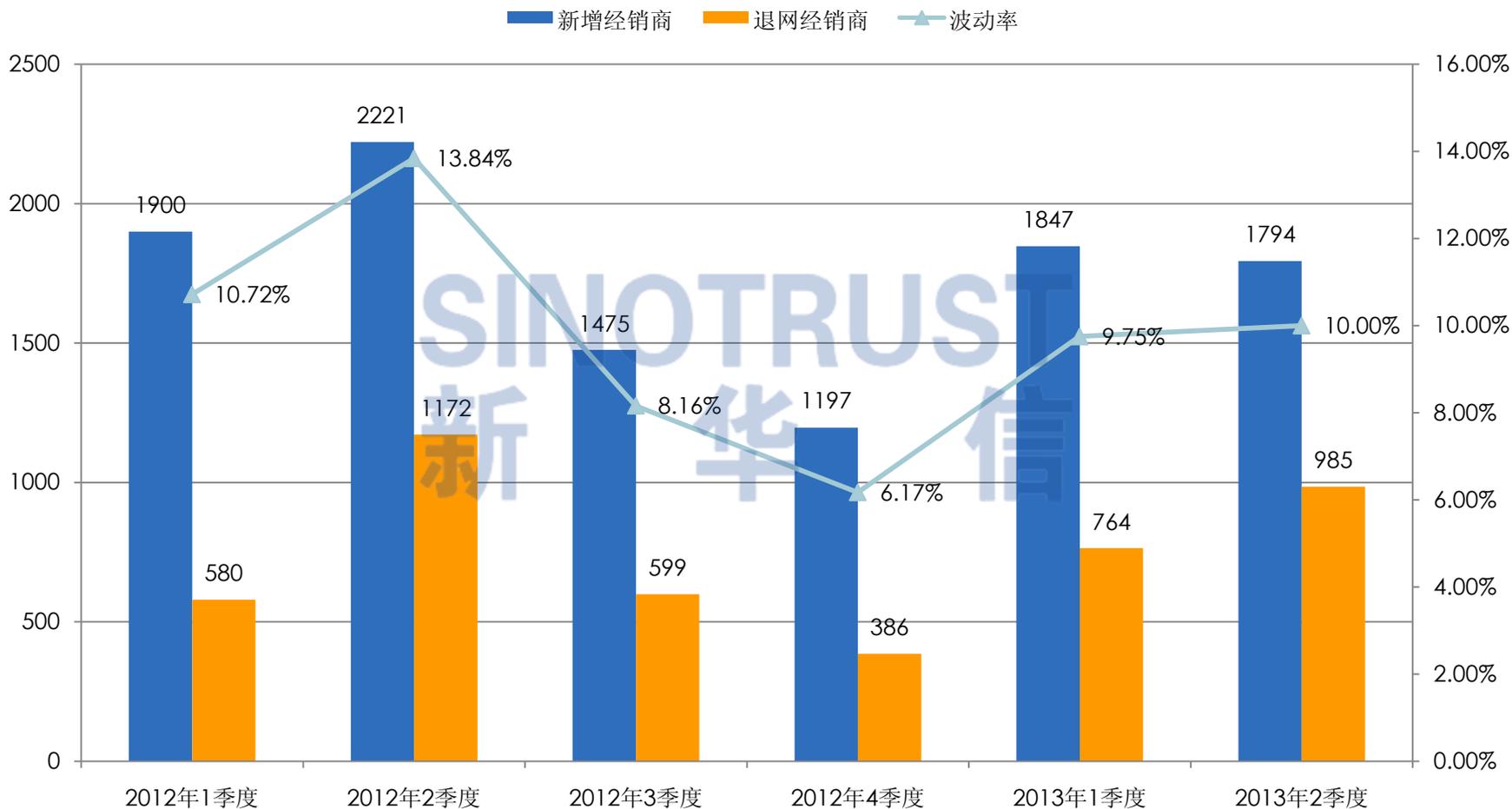


	2012年1季度	2012年2季度	2012年3季度	2012年4季度	2013年1季度	2013年2季度
自主品牌	11035	11245	11758	12033	12138	12558
合资品牌	9997	10845	11122	11458	12152	12389
进口品牌	2111	2210	2313	2384	2731	2849

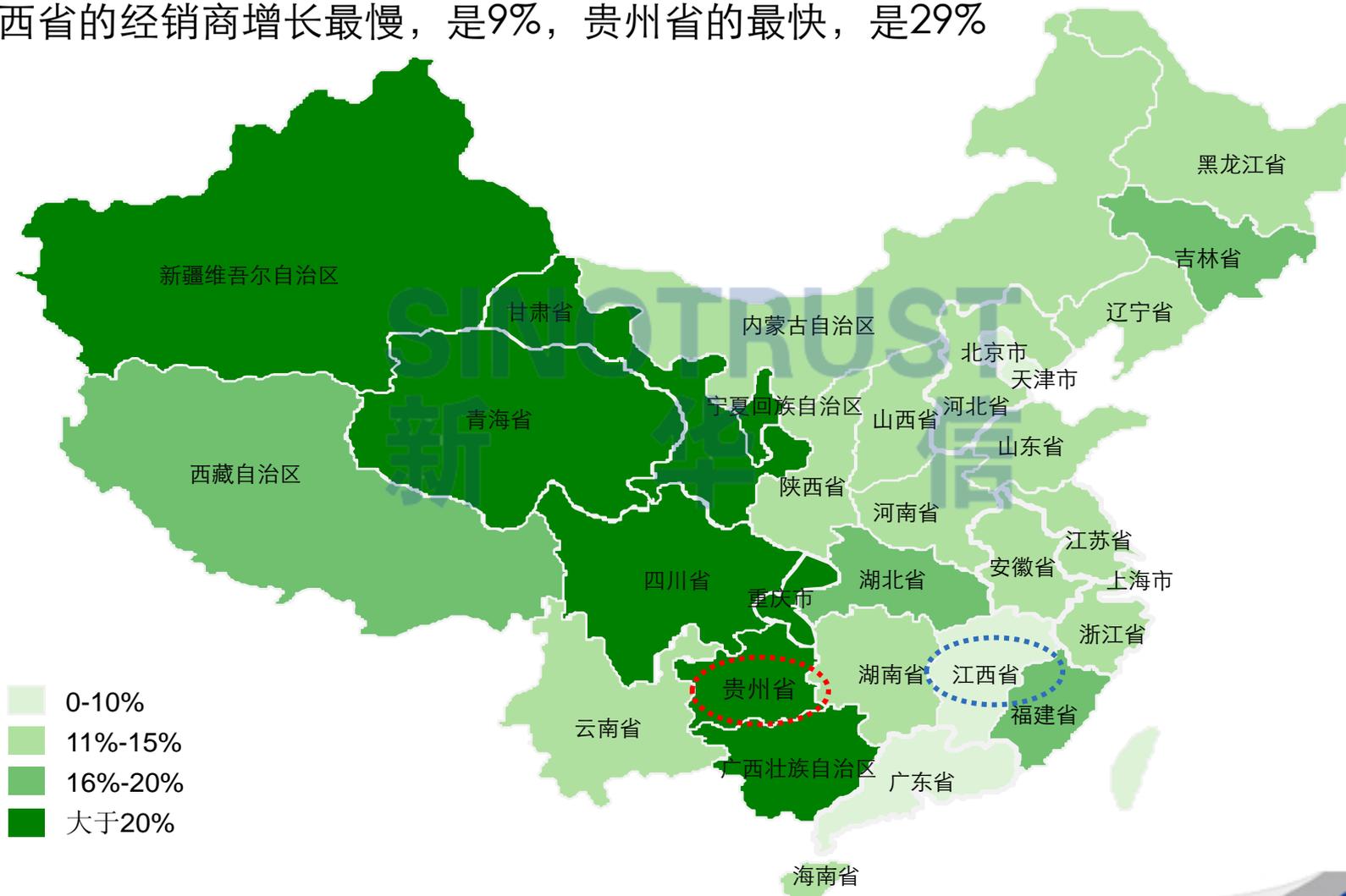
网络热度指数有所下降，网络发展较为缓慢，且延续了网络发展减速的趋势



与去年相比，2013年经销商波动率较为平稳，维持在10%左右。各品牌大都采取保守政策，主张平稳扩张



从本季度各省份经销商数量同比增长可以看出，经销商发展重心依然向西倾斜。江西省的经销商增长最慢，是9%，贵州省的最快，是29%



1 季度报告说明

2 全国狭义乘用车经销商网络概览

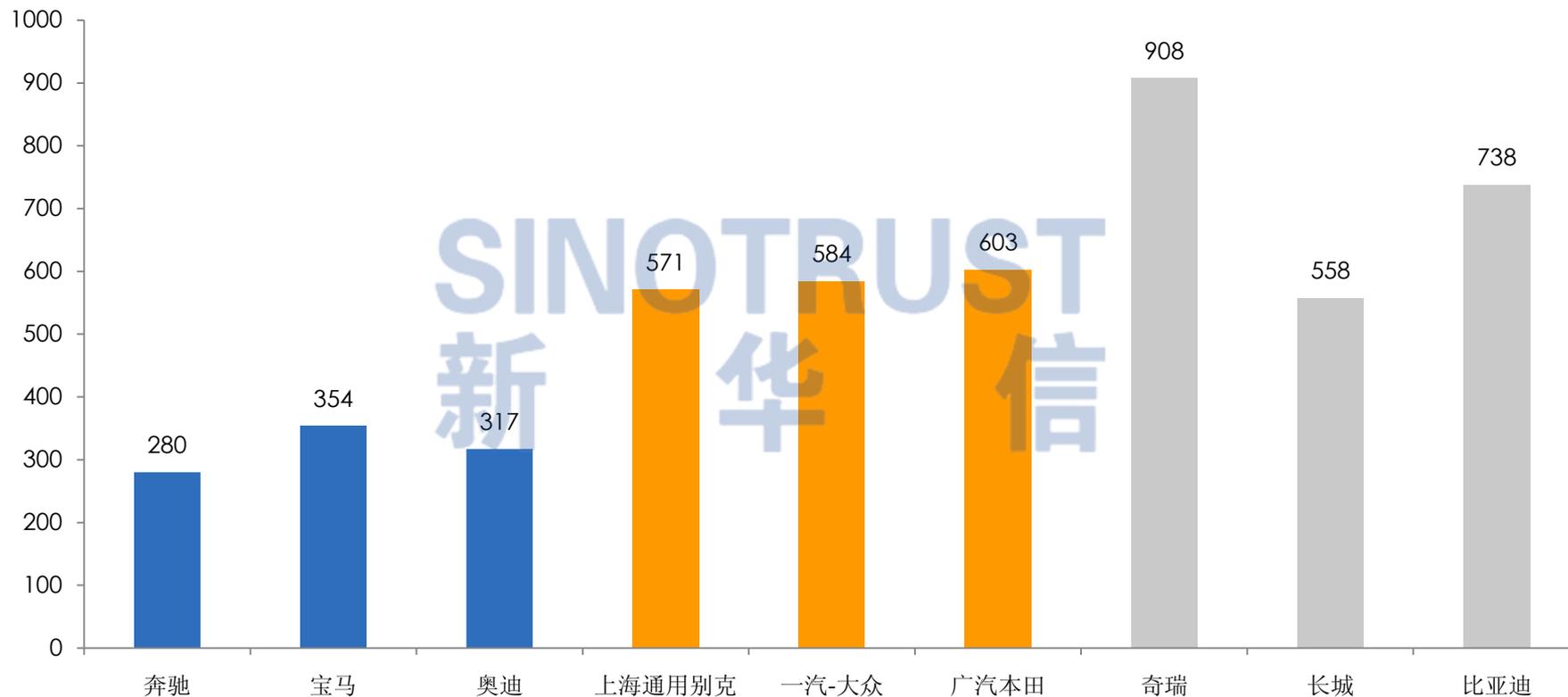
3 部分重点品牌经销商网络分析

数据范围

数据定义

4 专题-城市限购影响

长城经销商网络有突破性发展，各品牌的经销商排名未发生变化

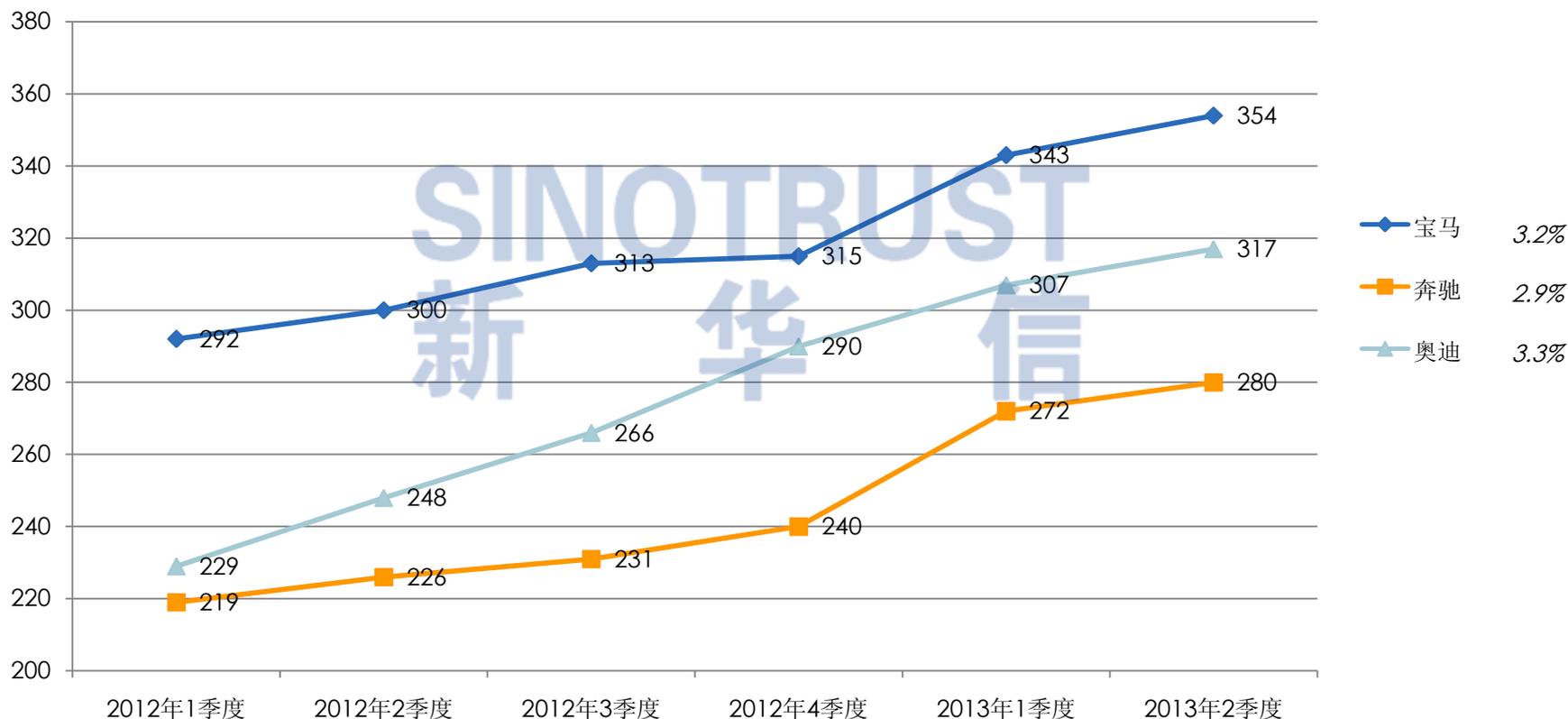


注：奔驰、宝马、奥迪：均包含进口车经销商

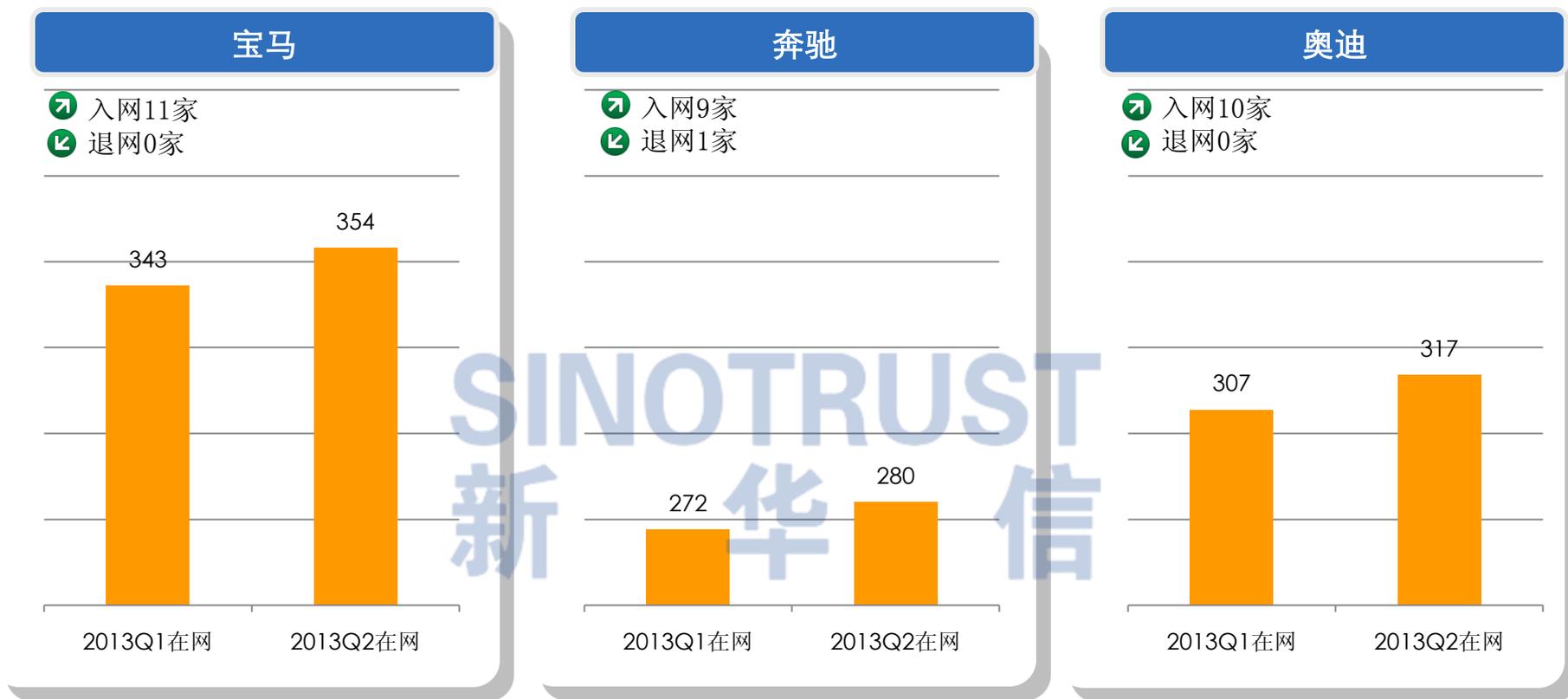
奇瑞：整合了奇瑞汽车、开瑞、瑞麒和威麟经销商网络

长城：整合了长城和哈佛经销商网络

三家典型豪华品牌的经销商数量环比增长基本保持一致，相对于1季度均明显降低



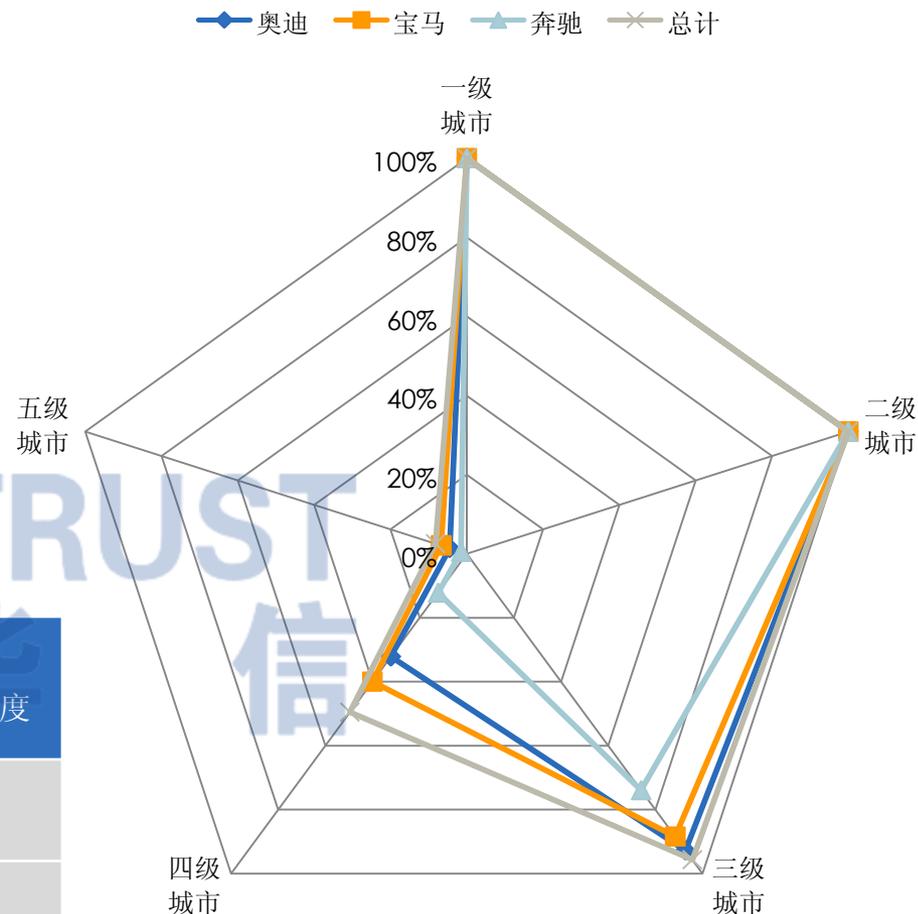
三家典型豪华品牌网络的入网及退网均保持基本一致。其中宝马波动率为3.11%，奔驰波动率为3.57%，奥迪波动率为3.15%



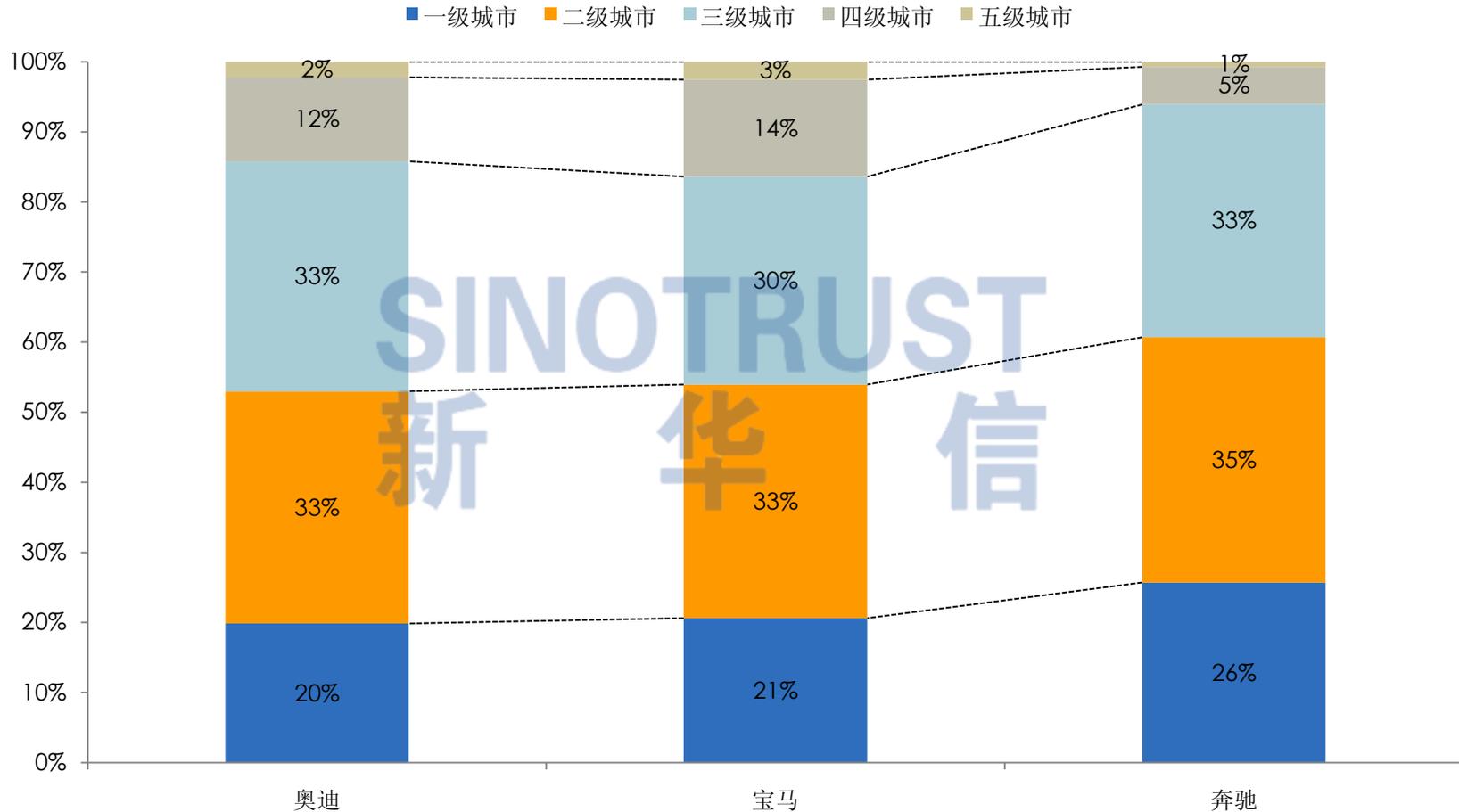
SINOTRUST
新华信

本季度三家典型品牌网络布局变化不大，依然延续上个季度的布局趋势。宝马、奥迪城市覆盖率分布相似，但奔驰的经销商密度略高；奔驰四、五级城市的覆盖率明显低于宝马、奥迪

品牌	覆盖城市总数	经销商数量	2013Q1 覆盖城市密度	2013Q2 覆盖城市密度
宝马	147	354	2.4	2.4
奔驰	98	280	2.8	2.9
奥迪	138	317	2.1	2.3

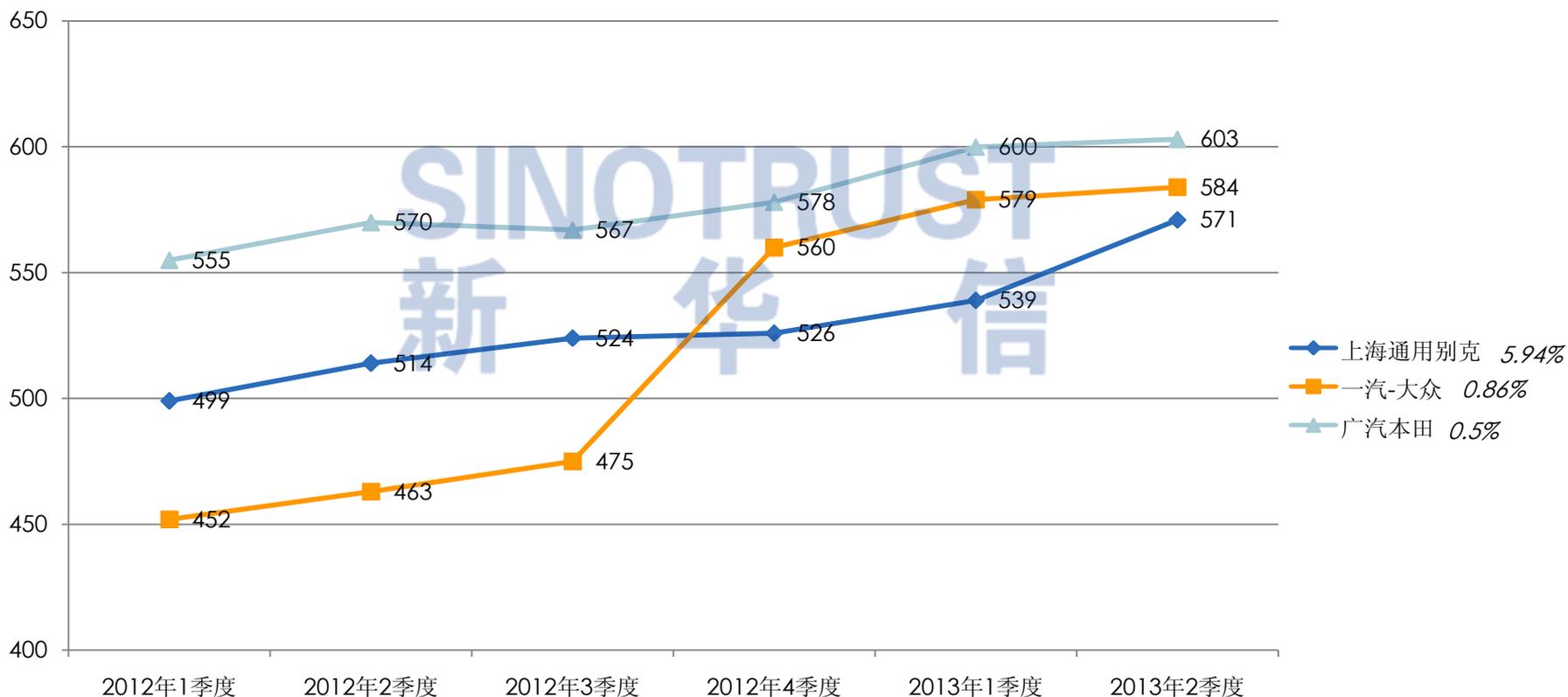


奔驰在一级城市、二级城市的经销商比重比奥迪及宝马稍大



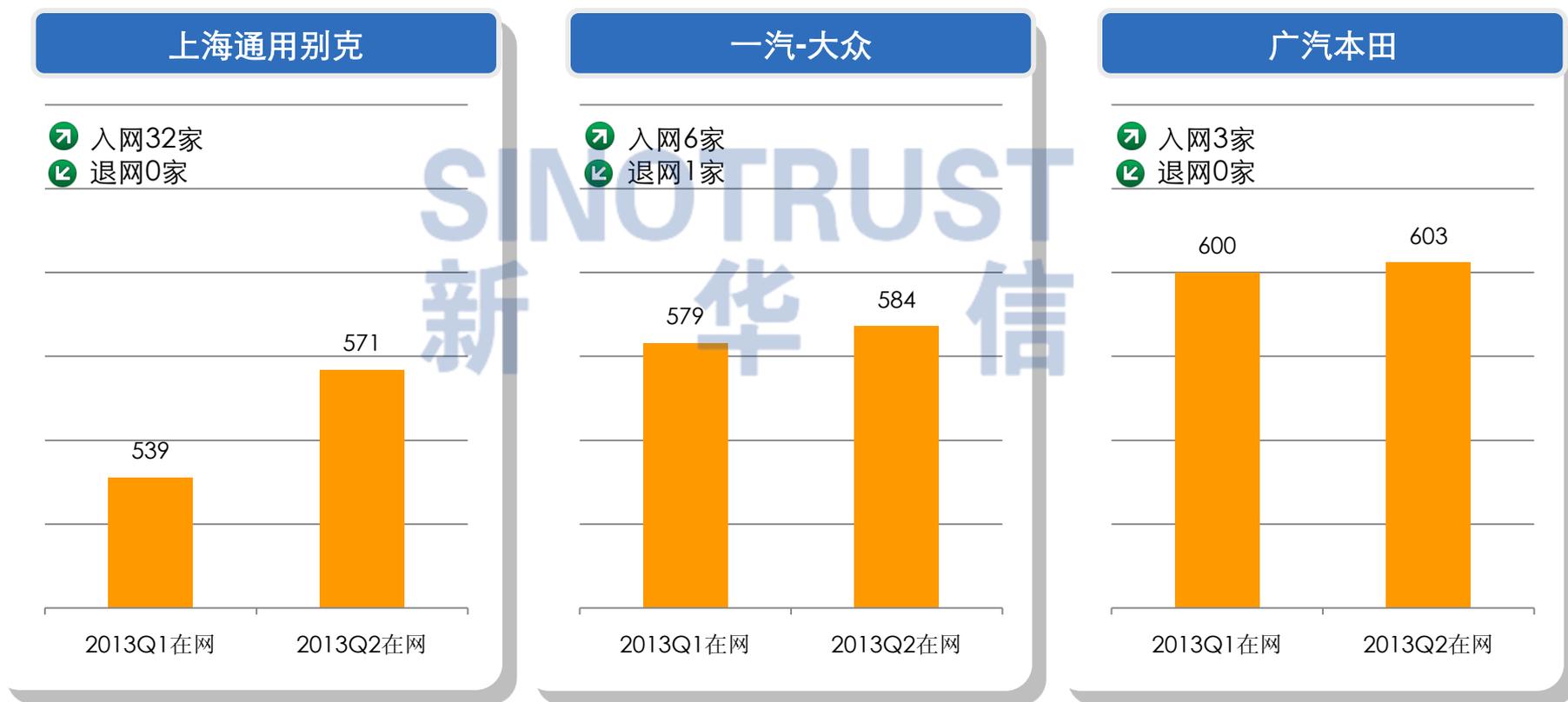
SINOTRUST
新华信

上海通用别克表现较为突出，达到5.94%。一汽-大众上季度对区域市场布局进行了调整，但1、2季度经销商数量并未有明显变化



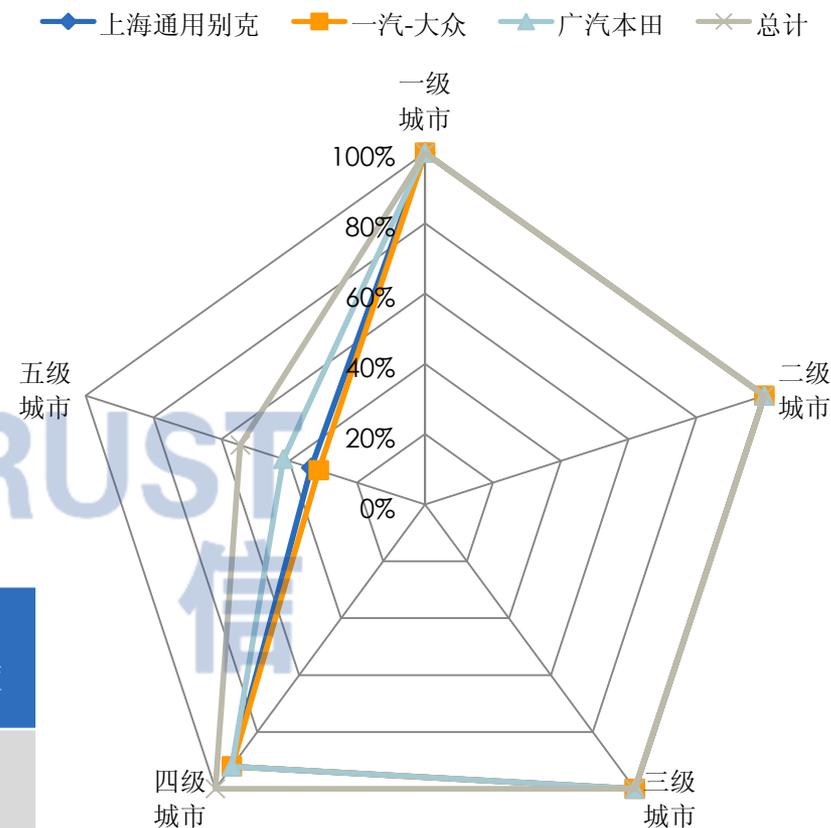
上海通用别克入网经销商32家，远大于广汽本田的3家，一汽-大众的6家；

三家品牌均几乎没有退网经销商



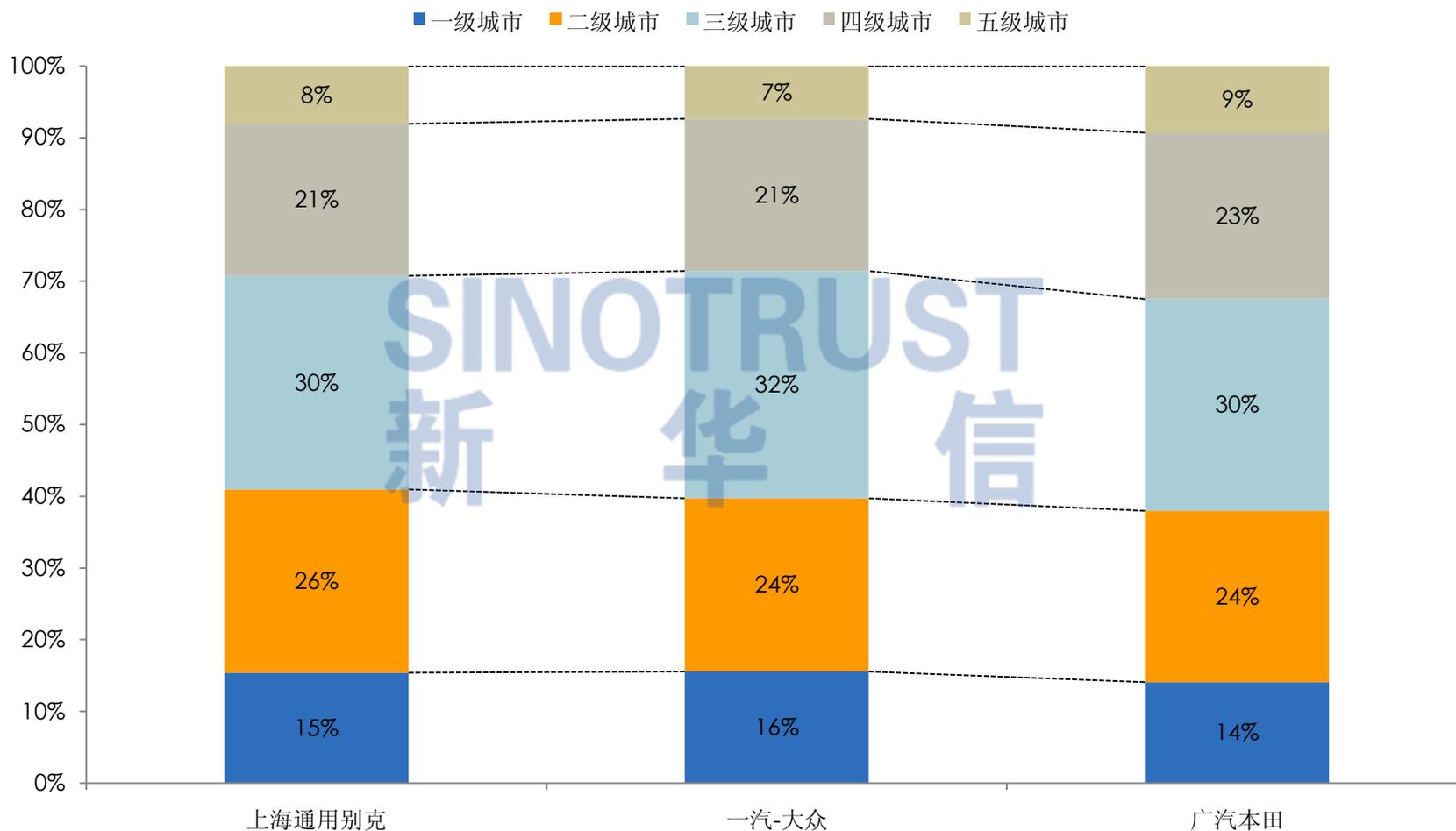
三家合资品牌不论是在经销商网络覆盖面还是在经销商密度方面，都依然呈现相近的分布势态。三者在一、二、三级城市均实现完全覆盖，在四、五城市覆盖率依次递减，五级城市覆盖率达到一半左右

品牌	覆盖城市总数	经销商数量	2013Q1 覆盖城市密度	2013Q2 覆盖城市密度
上海通用别克	251	571	2.3	2.3
一汽-大众	248	584	2.3	2.4
广汽本田	262	603	2.3	2.3



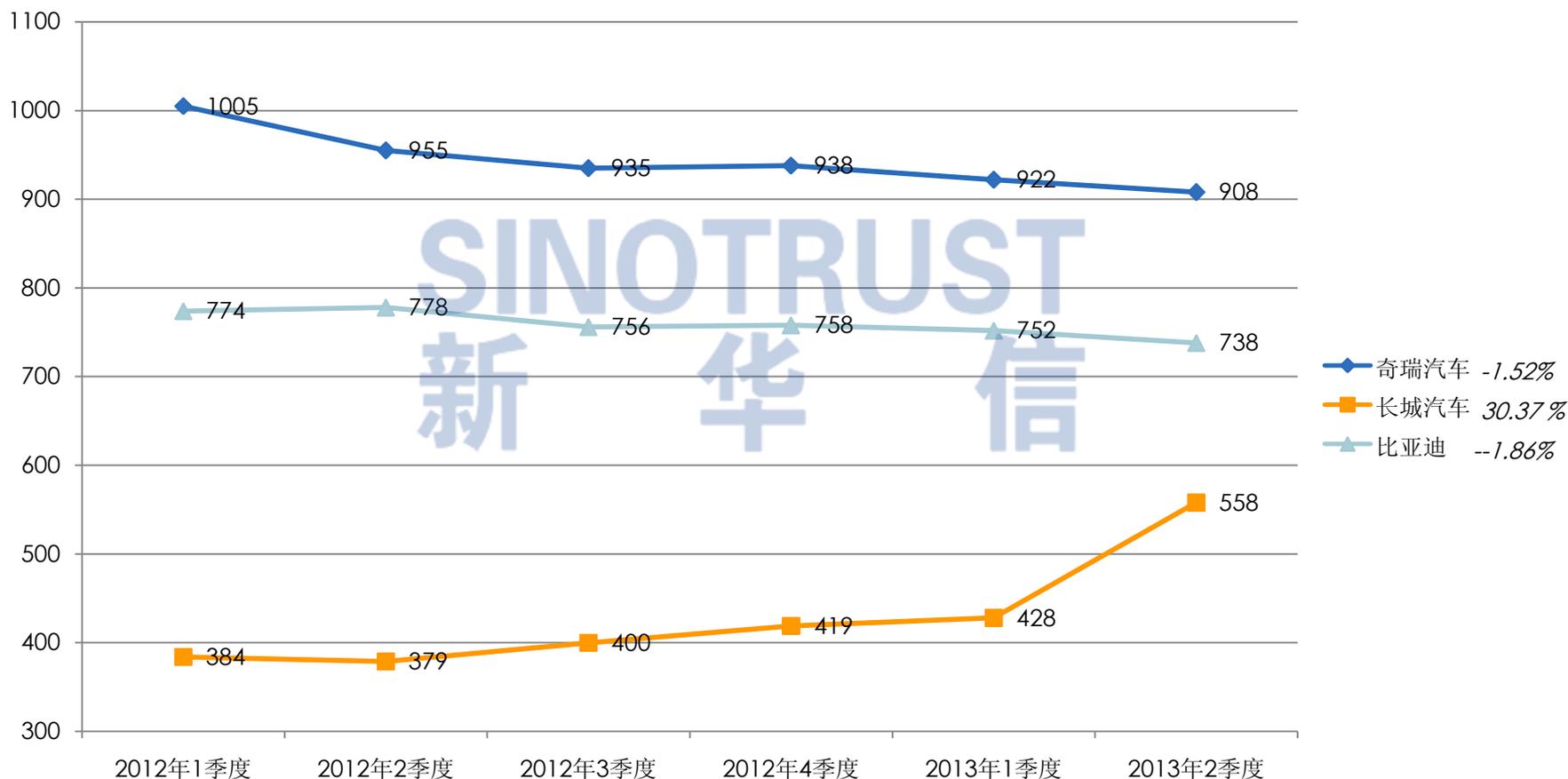
SINOTRUST
新华信

三家典型合资品牌在五个城市级别的分布基本一致

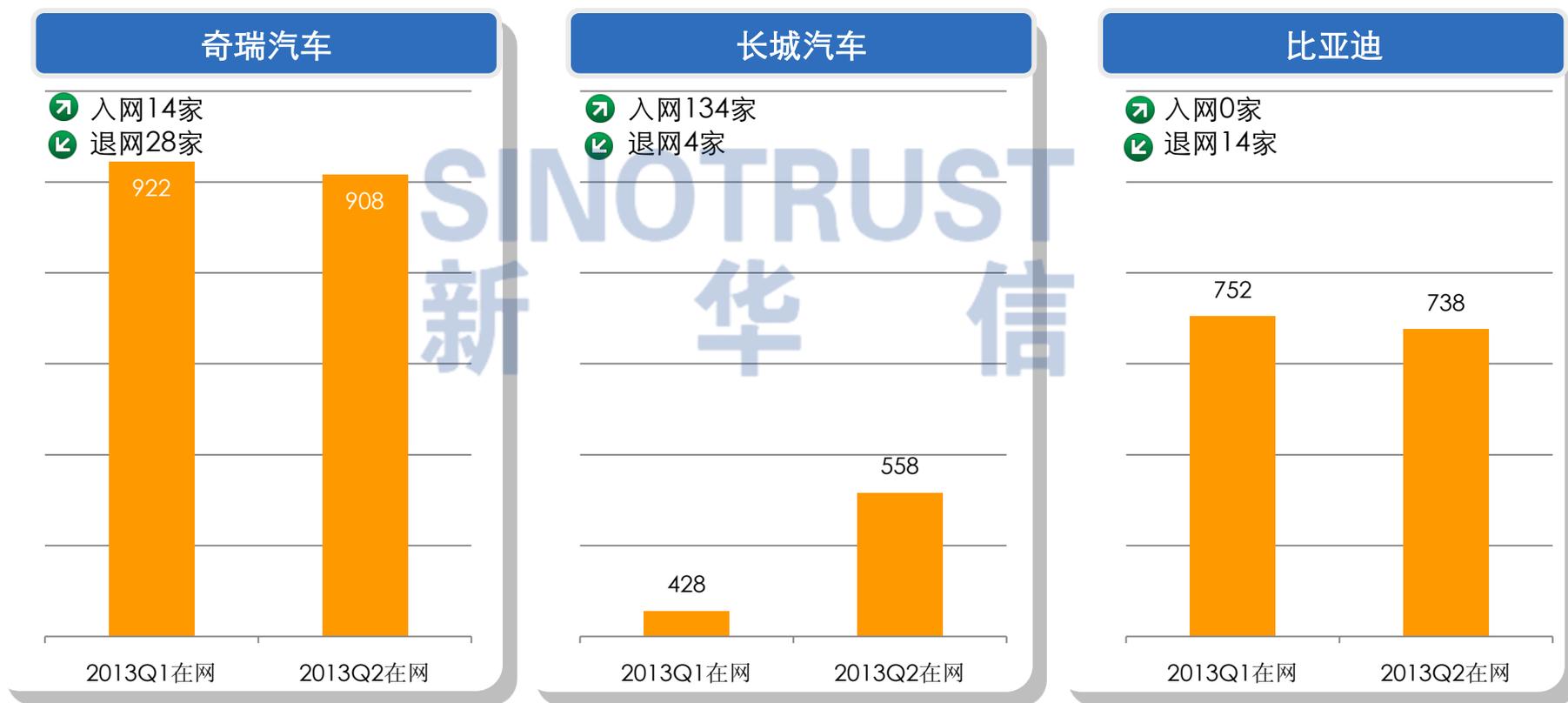


SINOTRUST
新华信

奇瑞与比亚迪网络数量环比继续负增长；但是长城汽车逆势增长迅猛，环比增长达到30.37%，经销商数量达到558家

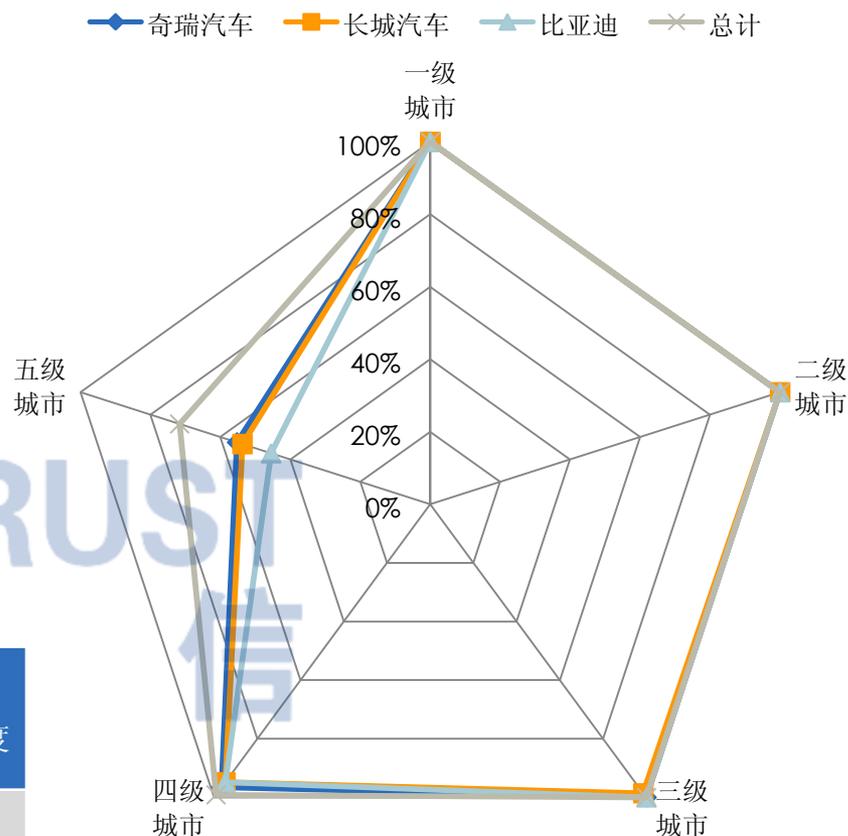


长城表现较为突出，入网经销商数量为134家。主要原因可能有：长城汽车销量持续走高；长城和哈弗品牌独立，分网销售；产能扩大



SINOTRUST
新华信

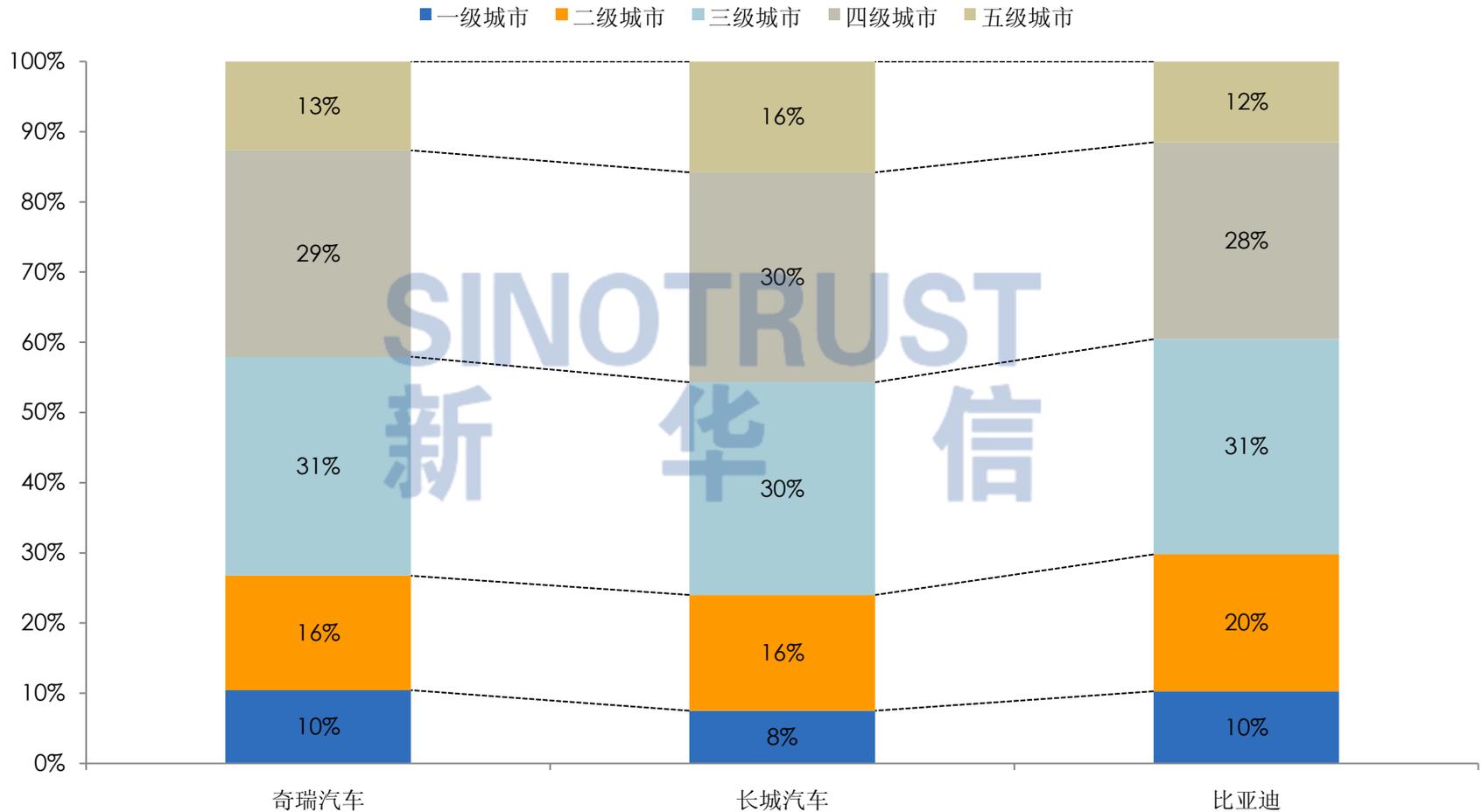
奇瑞汽车的经销商网络覆盖率最高，同时经销商的密度也名列首位。长城汽车的经销商网络取得大幅度进展，哈弗品牌已经独立，销售渠道处扩张阶段，城市覆盖密度有所上升



品牌	覆盖城市总数	经销商数量	2013Q1 覆盖城市密度	2013Q2 覆盖城市密度
奇瑞汽车	285	908	3.2	3.2
长城汽车	280	558	1.8	2.0
比亚迪	270	738	2.8	2.7

SINOTRUST
新华信

三家典型自主品牌的经销商分布重心依旧在三、四级城市



SINOTRUST
新华信

1 季度报告说明

2 全国狭义乘用车经销商网络概览

3 部分重点品牌经销商网络分析

数据范围

数据定义

4 专题-城市限购影响

上海 1994年 拍卖车牌

- ◆ 对新增客车额度实行拍卖制度，开始对私车牌照实行有底价、不公开拍卖的政策，购车者凭着拍卖中标后获得的额度，可以去车管所为自己购买的车辆上牌

北京 2010.12.23 摇号购车

- ◆ 2010年12月23日，北京市政府颁布《北京市小客车数量调控暂行规定》，对小客车实施数量调控和配额管理制度。《规定》明确2011年和2012年，北京每年新增小客车的指标都是24万个。

贵阳 2011.7.11 专段摇号

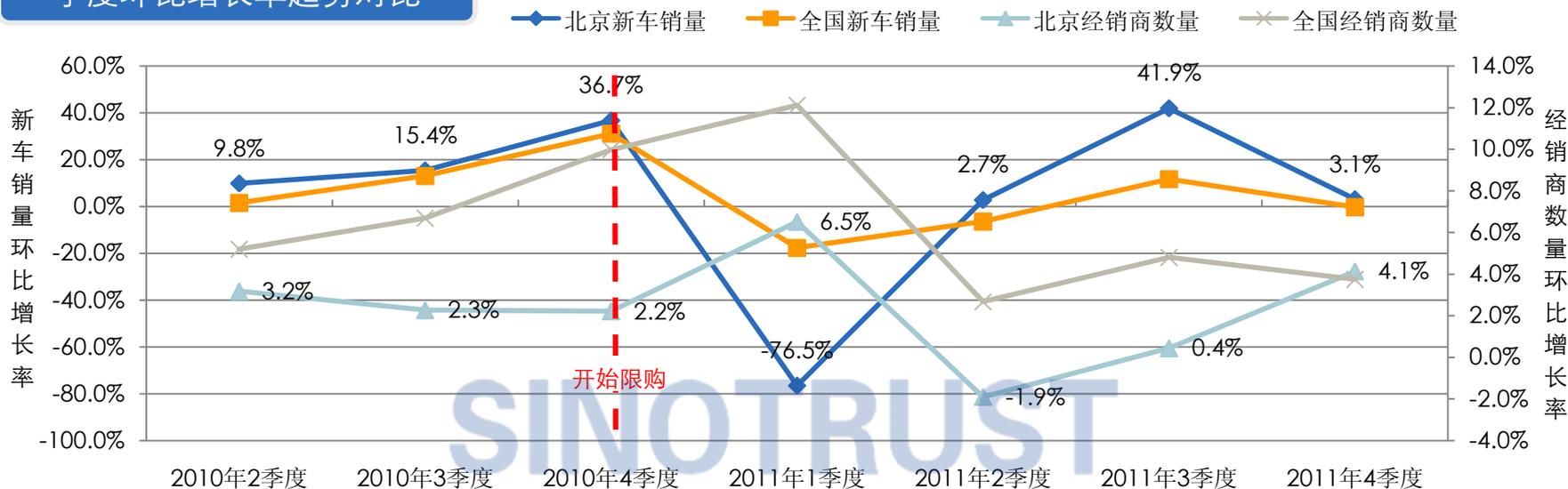
- ◆ 2011年7月11日，贵阳市政府发布了《贵阳市小客车号牌管理暂行规定》。《规定》要求对在贵阳市新入户的小客车核发专段号牌和普通号牌，**专段号牌摇号购车**，普通号牌在老城核心区限行

广州 2012.6.30 配额管理

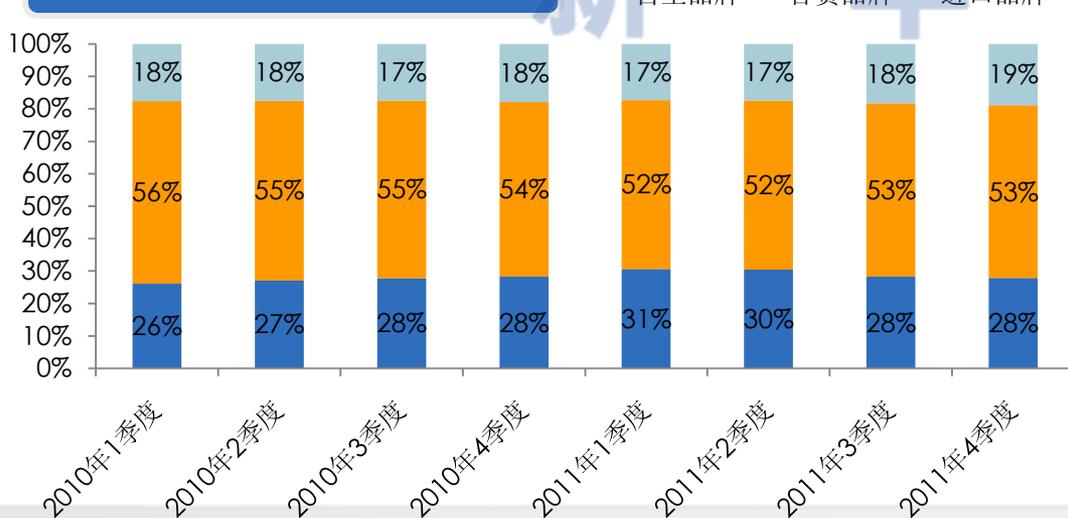
- ◆ 2012年6月30日，广州市政府发布《关于广州市试行中小客车总量调控管理的通告》，对全市中小客车施行总量调控管理。《通告》规定，在为期一年的试行期内，全市中小客车增量配额为12万辆

注：由于上海限购时间较久远，缺乏经销商数据，将不做详细分析

季度环比增长率趋势对比

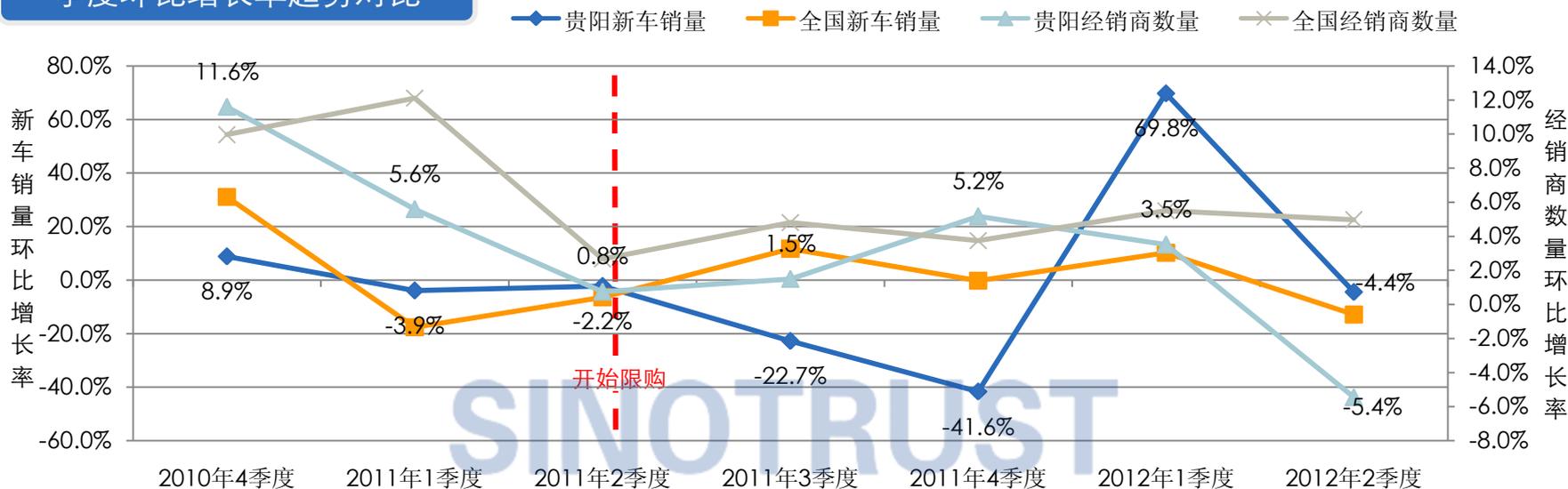


各类经销商数量占比趋势对比

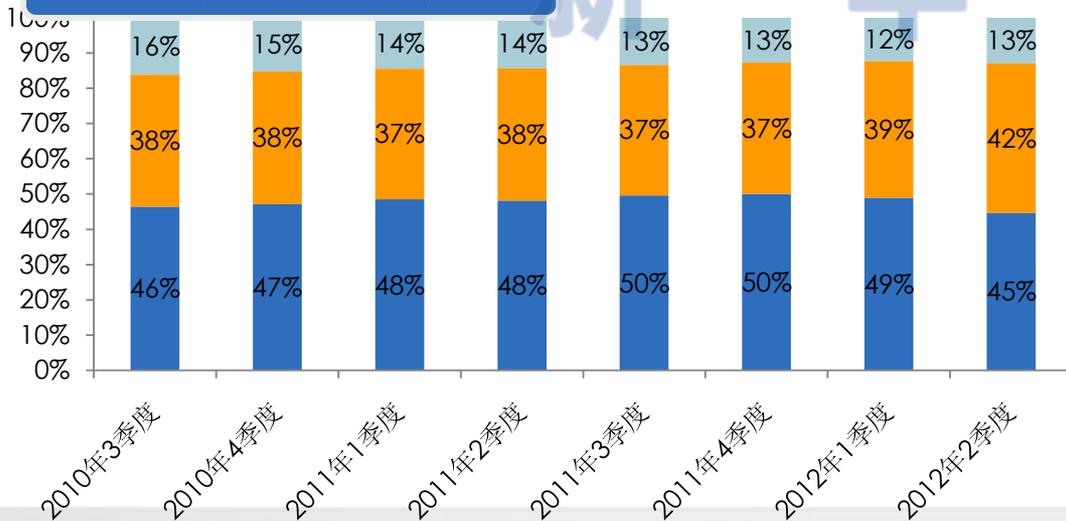


- ◆ 北京的摇号购车政策控制了机动车数量的快速增长，新车销量受之影响，增速明显下降
- ◆ 由于网络变化具有滞后性，所以网络数量并非像上牌量那样剧降，而是呈现增速逐步下降趋势

季度环比增长率趋势对比

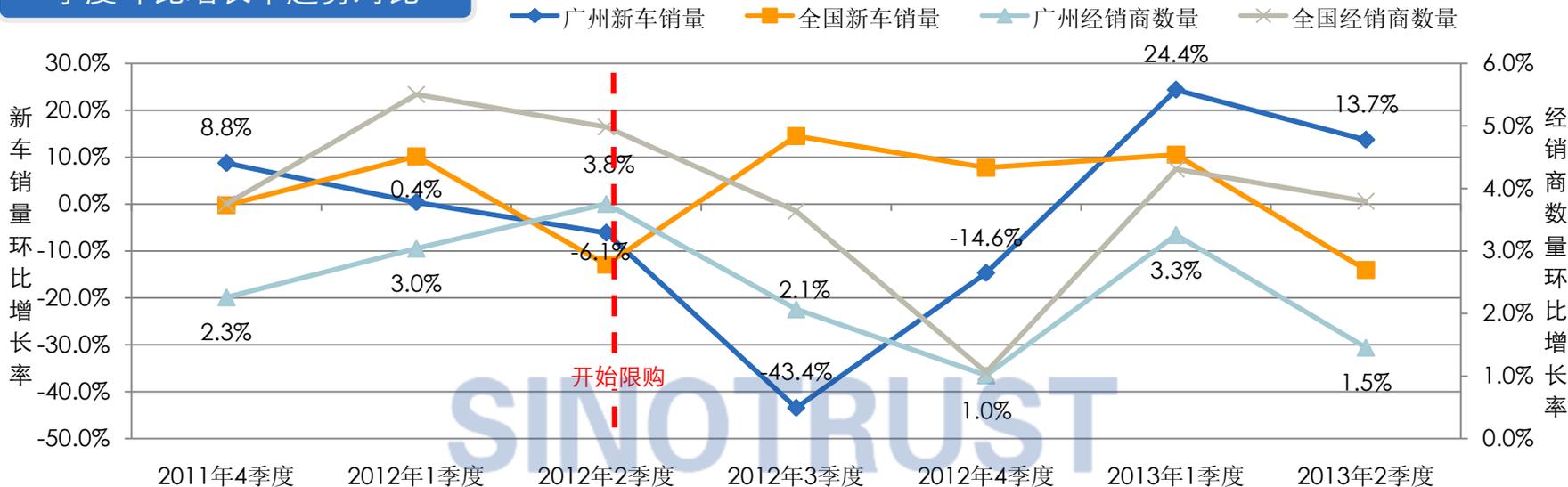


各类经销商数量占比趋势对比

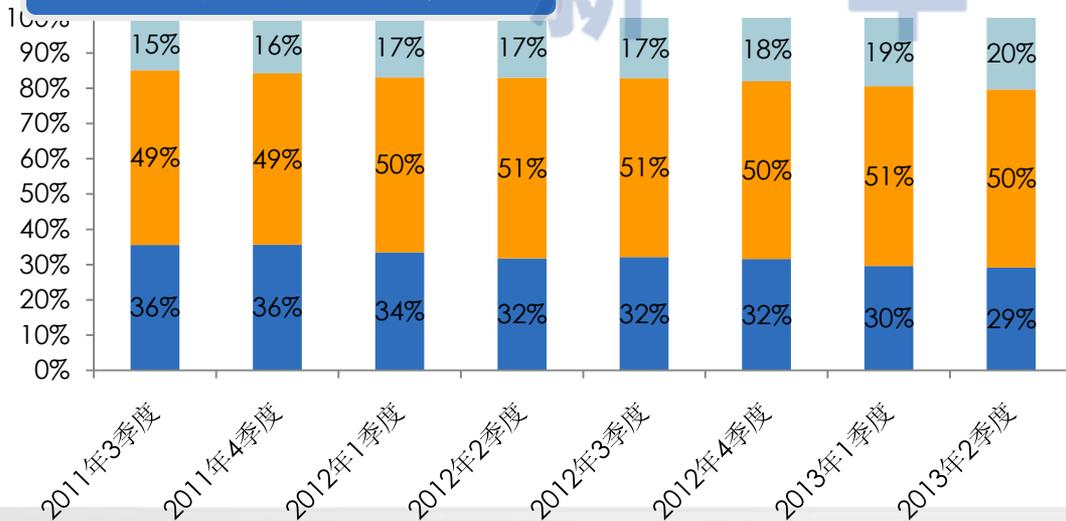


- ◆ 贵阳的限购政策效果明显。老城核心区内平均道路车流量下降了12%，路段路口饱和度全面下降，路段堵塞率下降50%，路口堵塞率降低了70%
- ◆ 限号政策给车市的冲击给经销商也带来了巨大压力，限号后一年经销商网络增长缓慢，本季度甚至出现了负增长

季度环比增长率趋势对比

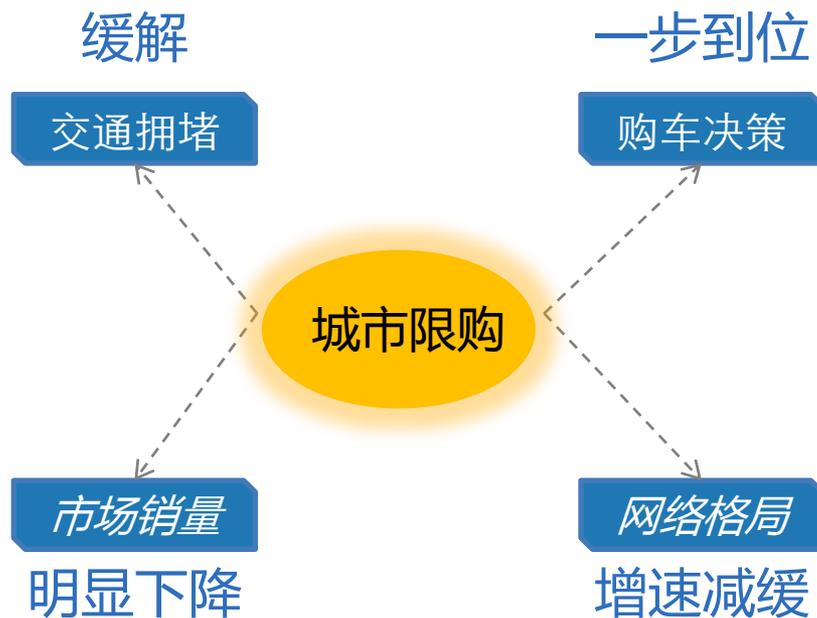


各类经销商数量占比趋势对比



- ◆ 广州的限号政策实施后第一个季度，新车销量急剧下降，后续虽有所增长，但是仍然低于同期水平
- ◆ 汽车销量持续走低，导致经销商网络的发展速度较为缓慢

- ◆ 交通拥堵在某种程度上得到了一定缓解



- ◆ 限购前井喷，限购后剧降
- ◆ 销量饱和
- ◆ 中、高级车与SUV占比增加，低端车占比减少

- ◆ 更趋向于买大尺寸车、大排量车、高价车、进口车

- ◆ 网络数量增速趋缓，逐步下降
- ◆ 合资、进口品牌经销商网络均保持较低稳定的发展趋势，稳步扩张

DealerMap汽车网络管理分析解决方案是融合位置智能和商务智能于一体，集成中国乘用车经销商网络数据库、地图和数据分析平台，以及相关配套服务三位一体的解决方案，可以帮助汽车网络分析专业人士轻松跨过数据、分析和技术壁垒，全面掌握经销商网络数据的深层内涵，并为自身的经销商网络规划和经营管控做出科学的商业决策

直观地图展示分析

- 细节地图上精确展示位置
- 地图模式、卫星模式、三维模式切换
- 品牌厂商、省市县、经销商名称筛选
- 多边形选择经销商、多折线测距
- 省市县经销商数量统计地图
- 地图内容搜索

简单省心的应用体验

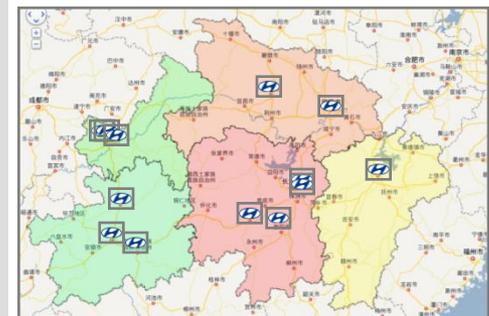
- 软件及服务的应用模式
- 简单直观的应用形式
- 低廉的时间成本和建设应用成本

强力网络数据支持

- 包含100多家合资自主进口品牌厂商的经销商全国范围地址库
- 近27,000多家经销商标点信息
- 从2005到现在季度收集
- 数据收集多重质量检验

丰富的网络数据报告

- 包含60多种统计报表
- 整体、本品、本竞品对比和覆盖分析
- 现状、变化、历史分析



业务联系人：张新华
客户代表：郑世晨

电话：(010) 5926 7579
电话：(010) 5926 7536

邮箱：zhangxinhua@sinotrusted.cn
邮箱：zhengshichen@sinotrusted.cn

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