

巨量算数：疫情期间汽车专题研究洞察

巨量算数
2020年3月



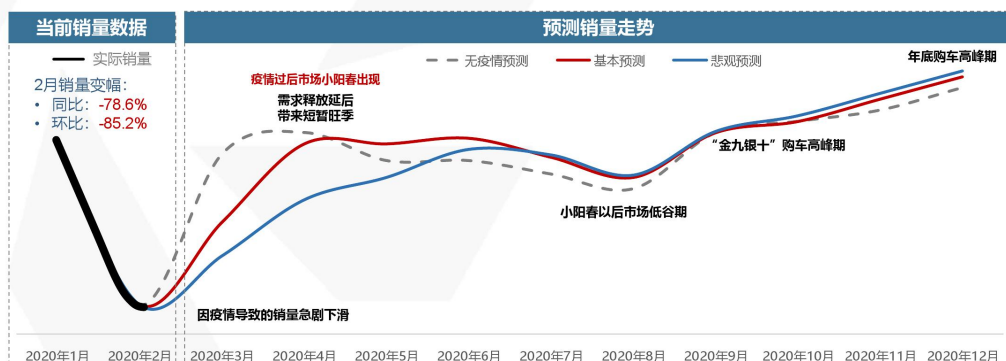
01

疫情对汽车行业的影响

Chapter One

受此次疫情影响，2020年2月中国乘用车市场销量同环比大幅下滑，但根据预期，疫情影响集中在短期作用，积压的销量需求将随着疫情的减弱逐步得到释放。

2020年中国乘用车市场销量表现及走势预测

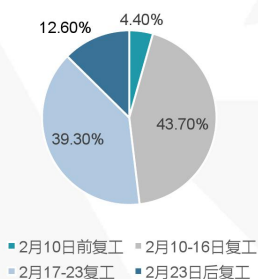


3 数据来源：BCG、东吴证券、乘联会，仅供参考

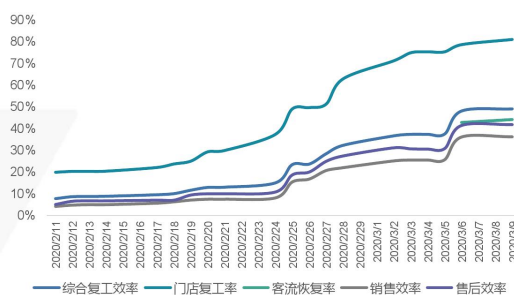
Ocean Insights
巨量算数

虽然2月车企及经销商受疫情影响而导致了产销不佳的表现，但随着2月大部分车企的复工以及经销商复工趋势的向好，疫情影响作用将逐步缩减。

2月车企生产基地复工时间段分布



截止3月9日全国经销商复工情况走势

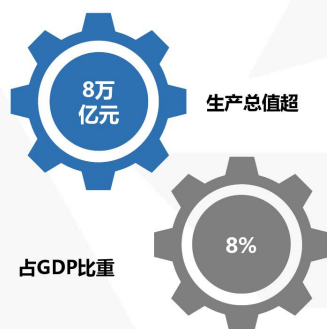


4 数据来源：中国汽车流通协会 数据整理：巨量算数，2020.3

Ocean Insights
巨量算数

同时，因汽车产业作为我国经济的支柱型产业，每当汽车市场处于下行通道时，政府都会采取相应措施提振市场需求。

2019年汽车产业占国民经济比重分析



不同阶段，汽车销量下滑后曾出台的利好政策

政策利好

2008年
销量下滑
受金融
危机影响

购置税减征

汽车下乡

置换优惠

2015年
销量下滑
受股市和房地产
下行影响

购置税减征

新能源车免征购置税

新能源汽车补贴

2019年
销量下滑
受供需变化影响

汽车下乡

新能源汽车推广

5 数据来源：案头研究 数据整理：巨量算数，2020.3

Ocean Insights
巨量算数

此次疫情发生后，政府也在根据疫情的严重程度，出台相关扶持汽车产业发展的政策。

汽车行业利好政策陆续发放

01

2月16日，《求是》中发表的重要讲话，提及要积极稳定汽车等传统大宗消费，鼓励汽车限购地区适当增加汽车号牌配额，带动汽车及相关产品消费。

03

2月20日，广东省政府发表促消费举措通知，推动有条件的地市出台老旧汽车报废更新补贴政策，鼓励广州、深圳进一步放宽汽车摇号和竞拍指标，从政策落实角度考虑，对车市消费影响最大且短期作用最强的是限购放宽和购置税优惠。

02

2月20日，商务部市场运行司副司长表示，商务部将会同相关部门研究出台进一步稳定汽车消费的政策措施，减轻疫情对汽车消费的影响。

04

中国汽车工业协会（简称“中汽协”）向相关部门提交了推迟全国范围内实施国六排放标准的建议。

6 数据来源：案头研究 数据整理：巨量算数，2020.3

Ocean Insights
巨量算数

而从近期业内人士的观点可以看出“购车税优惠”、“补贴”、“开放限购”等利好政策呼声更高。

- 历史上两次购置税优惠政策对汽车消费进行刺激当年立竿见影。



“建议采取2009年在金融危机期间的鼓励措施，**减免车辆购置税**”
--清华大学汽车发展研究中心主任李显君



“政策如果出台，中短期内会促进购车群体意愿的提升，缓解新能源汽车市场下跌的状况”
--安永大中华区战略及运营咨询合伙人舒畅



“**开放限购、补贴、购置税减免**对于汽车消费的拉动金额效果较为明显”
--国盛证券分析



“未来不排除有汽车方面的减税和补贴政策出台，包括**新车购置税补贴、以旧换新补贴等**”
--贸促会研究院国际贸易研究部主任赵萍



“我们对刺激政策很是欢迎”
--某自主品牌车企负责人



“想要刺激汽车消费，就要**减免汽车购置税，同时取消限购**。如果这两项政策实施后，车市也会呈现出转暖迹象”
--汽车行业某专家

7 数据来源：案头研究 数据整理：巨量算数，2020.3



其中，开放限购政策可有效释放存量市场的购车需求，缓解市场下行压力。

限购城市指标放松销量预测

销量预估：假设限购新增50%指标，则总指标为109.8万辆；假设新增100%指标，总指标为146.4万辆。两种情形下对应新增36.6万辆和73.2万辆，**分别占据2019年乘用车市场销量的1.75%和3.5%**。

限购城市	2020年指标 (万辆)		2019年12月 有效排队人数		新增50%有效指标		新增100%有效指标	
	新能源	燃油	新能源	燃油	新能源	燃油	新能源	燃油
北京	6.0	4.0	47.0	340.7	3.0	2.0	6.0	4.0
上海	不限	12.0	/	14.2	/	6.0	/	12.0
广州	1.2	10.8	0.3	74.0	0.0	5.4	0.0	10.8
天津	1.0	9.0	0.4	76.9	0.0	4.5	0.0	9.0
深圳	不限	12.0	/	127.9	/	6.0	/	12.0
杭州	不限	8.0	/	76.7	/	4.0	/	8.0
海南	不限	8.0	/	12.6	/	4.0	/	8.0
合计	8.2	63.8	47.7	723.0	3.0	31.9	6.0	63.8

8 数据来源：华创证券、限购城市中小客车指标调控信息管理系统、限购城市公文，时间周期：2019.1-2020.2，仅供参考

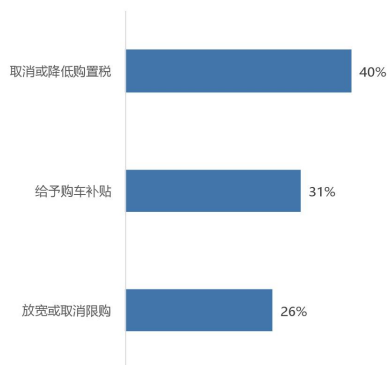


同时，汽车刺激政策，可以有效地提升消费者购车意向，增强市场信心。

消费者对汽车刺激政策的态度

30.0% 的消费者认为
消费刺激政策影响将引发新的换购潮

您认为哪类消费刺激政策对车市提振影响较大



9 数据来源：盖世汽车，时间周期：2020.2.1-2020.2.23，仅供参考

Ocean Insights
巨量算数

除了政府出台的相关政策外，针对疫情影响，部分汽车品牌为经销商及用户提供相应措施，以保证渠道网络的销售及客户服务的正常运转。

疫情发生后汽车品牌对经销商及用户提供的政策及相关措施



① 为经销商减负

1	考核减负	例如不再对销售、进货、推广等进行考核
2	财务减负	延长经销商三方还款期限
3	金融减负	适当调整购车金融政策，支持灵活还款
4	激励措施	设立专项基金激励一线销售团队和人员
5	多维度服务	调整销售模式，促进线上营销、线上看车等业务
6	赋能疫区经销商	对于疫情最为严重、经营压力最大的湖北经销商给予政策支持
7	快速返利	快速返利兑现，缓解资金压力



② 为客户提供贴心服务

1	新车优惠	上汽通用五菱、长安、长城、吉利、广汽传祺等品牌在疫情期间为用户提供购车现金补贴
2	车主上门服务	在疫情期间为车主提供免费上门养修服务
3	疫区服务	针对疫区严重地区车主免费道路救援服务
4	车保服务	大部分品牌均为车主免费延保服务
5	健康关怀	为用户提供免费口罩、酒精消毒、免费更换滤芯等服务

10 数据来源：案头研究 数据整理：巨量算数，2020.3

Ocean Insights
巨量算数

虽疫情在短期对车市影响较大，但长远来看，积压需求释放、购车信心提振都使得市场可期，但短期的“生产真空”将加速汽车市场的洗牌，需求释放或将向头部企业聚拢。



02

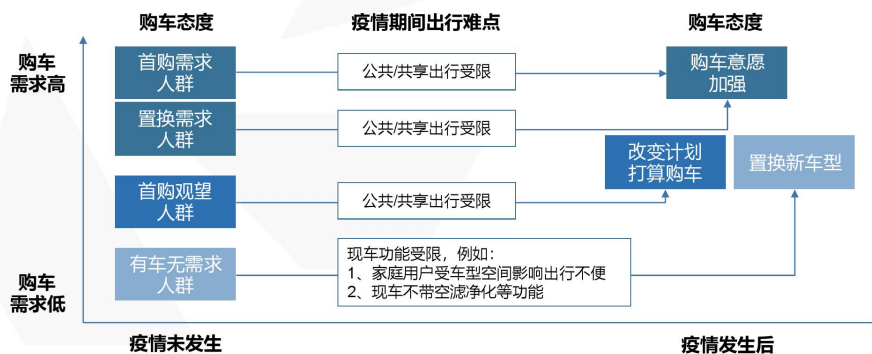
疫情对用户购车决策的影响

Chapter Two

疫情对消费者的购车态度产生了影响，或增加更多新计划购车或置换新车的消费需求。

- 疫情期间，由于高铁、航班、城市公共交通的部分停运及共享出行受限，原本无购车需求的人群基于安全、便捷等因素，或考虑在将来购买私家车，部分现有车主也会出于健康、舒适度等因素，考虑升级现有车型。

疫情期间对不同人群出行方式的影响



13

Ocean Insights
巨量算数

根据调查的结果显示，受疫情影响，居民对于出行的便利性及安全性有了更高的意识，“拥有一辆车”的意愿有所提升。

疫情对用户购车的影响



14 数据来源：经济观察报 疫情对出行影响，仅供参考 数据整理：巨量算数，2020.3

Ocean Insights
巨量算数

同时，受疫情影响所导致的传统线下购车模式受限，催生了多元的线上看车模式。

- 疫情期间，由于外出出行受限，刺激了厂商、经销商加码了线上营销模式，新模式相比较传统线下经销商模式，一方面缓解了特殊时期用户看车需求的压力，同时也促进了用户从看车到买车的无缝转化。



15 内容来源：抖音及懂车帝案例展示

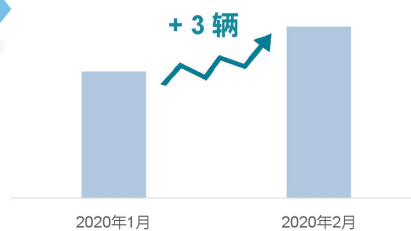
Ocean Insights
巨量算数

购车态度转变、多元线上营销模式进发，使得消费者在购买链路上的特点发生了迁移，在选车过程中用户对比的车型愈发多元，购车态度趋于理性。

疫情期间用户对比车型数量



疫情期间人均对比车型数量变化

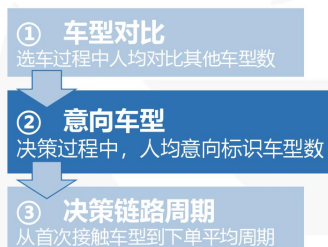


16 数据来源：懂车帝，2020.1-2020.2

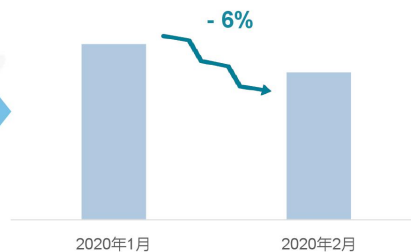
Ocean Insights
巨量算数

与此同时，对比车型增加但最终标识的高意向车型数量却小幅下滑，展现出用户“对比多元，决策聚焦”的购车理念变化。

疫情期间用户高意向车型数量



疫情期间人均高意向车型数量变化

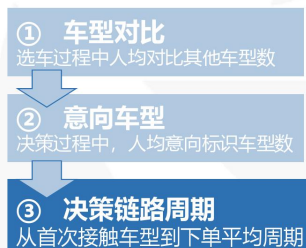


17 数据来源：懂车帝，2020.1-2020.2

Ocean Insights
巨量算数

由于线上多元内容消费场景的增强，用户购车观念的转变，消费者的购车决策周期呈现出增长的态势。

疫情期间人均决策周期时长



疫情期间人均购车决策周期变化



18 数据来源：懂车帝，2020.1-2020.2

Ocean Insights
巨量算数

03

汽车兴趣用户购车意向趋势

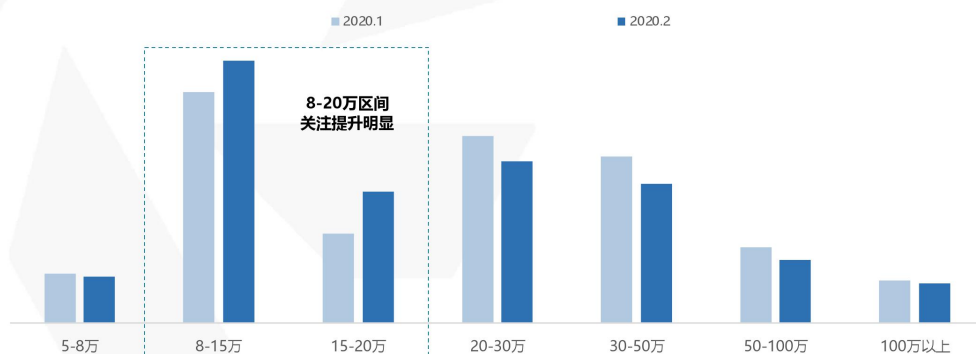
Chapter Three



中低价位区间车型的意愿度提升明显，中高价位区间呈现下滑态势。

- 由于一部分消费者受特殊时期的影响，选择放弃公共交通出行转而考虑私家车，价格在20万元以下的乘用车增幅空间较大，市场关注度增长明显。

分价位段关注份额变化趋势

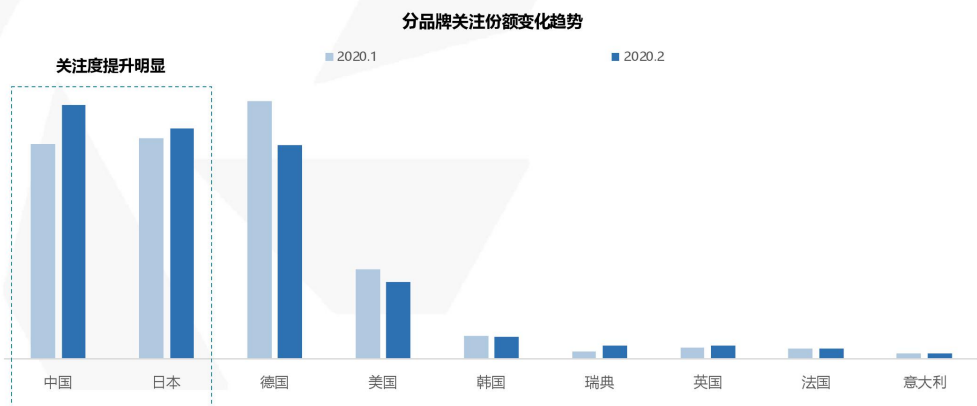


8-20万区间
关注提升明显

20 数据来源：头条指数，2020.1.1-2020.2.29

中国汽车品牌、日系品牌市场关注度有所提升，或与价格区间意愿度相关。

- 中国汽车品牌、日系品牌相较于1月出现明显的上升趋势，或与新增的购车需求所处的价格区间存在关联。

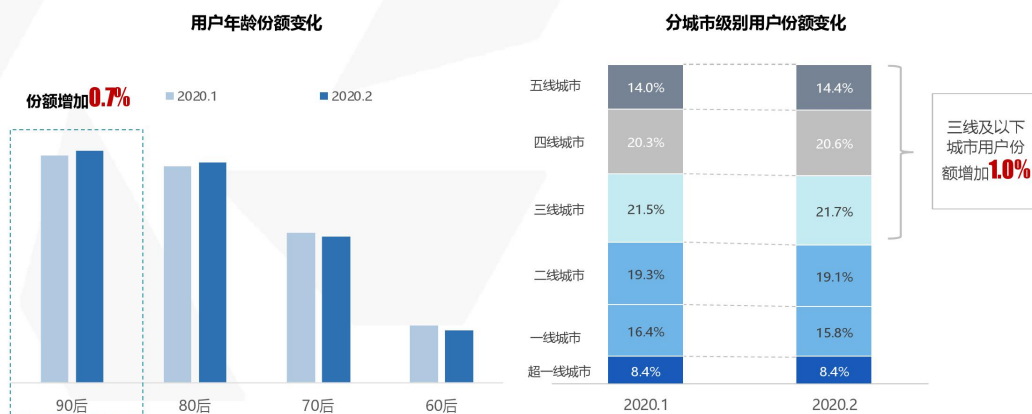


21 数据来源：头条指数，2020.1.1-2020.2.29

Ocean Insights
巨量算数

年轻用户购车意愿提升，低线城市活跃用户增加，超一线城市相对稳定。

- 特殊时期，基于不同城市公共交通的完善度及私密空间安全性的考虑，没有买车的用户意识到私家车的重要性，从而激起年轻用户与低线城市用户的购车意愿。



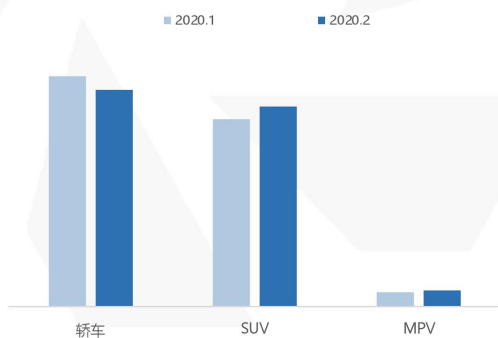
22 数据来源：头条指数，2020.1.1-2020.2.29

Ocean Insights
巨量算数

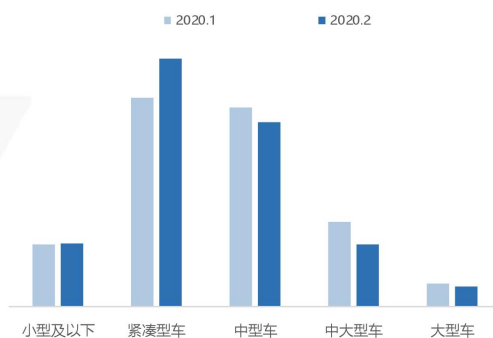
SUV市场关注度提升明显，紧凑型车更受消费者青睐。

- 基于在特殊时期内，用户对产品功能、用车场景及购车预算的叠加影响下，SUV受到用户的关注度呈现上升趋势，紧凑型车更受消费者青睐。

车型类别关注份额变化趋势



车型级别关注份额变化趋势



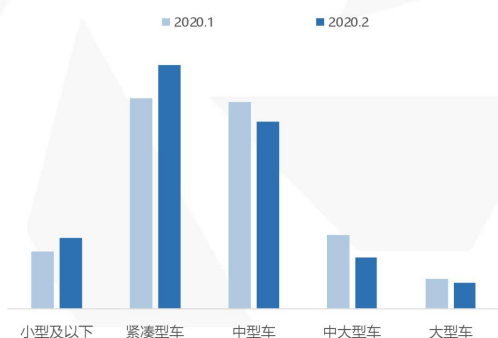
23 数据来源：头条指数，2020.1.1-2020.2.29

Ocean Insights
巨量算数

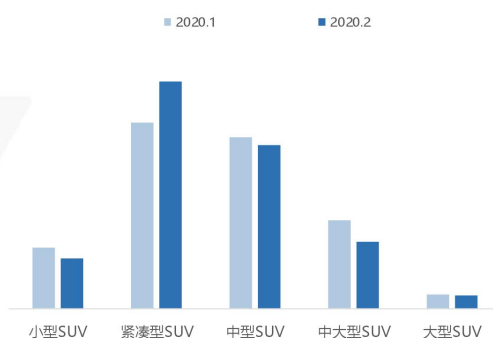
轿车方面，紧凑型及以下车型关注度提升明显，SUV方面，则更倾向于紧凑型产品。

- 轿车方面，用户对于紧凑型及以下车型的偏好呈现上升趋势；
- SUV方面，用户更青睐于紧凑型产品，对小型SUV的热度在减弱。

轿车-车型级别关注份额变化趋势



SUV-车型级别关注份额变化趋势

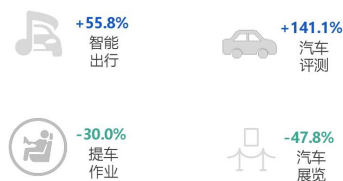


24 数据来源：头条指数，2020.1.1-2020.2.29

Ocean Insights
巨量算数



汽车关注内容变化分析



Ocean Insights
巨量算数

0首付

0月供



54.3%

37.3%

8.4%



81.1%

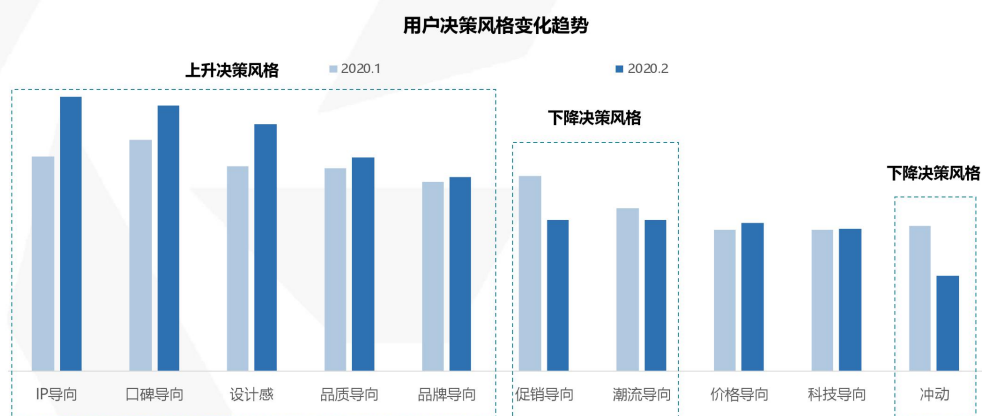
4.7%

12



Ocean Insights
巨量算数

在消费决策时，口碑、产品品质及品牌对于用户消费拉动效应大于商品降价促销。



27 数据来源：云图，2020.1.1-2020.2.29 数据整理：巨量算数，2020.3

Ocean Insights
巨量算数

04

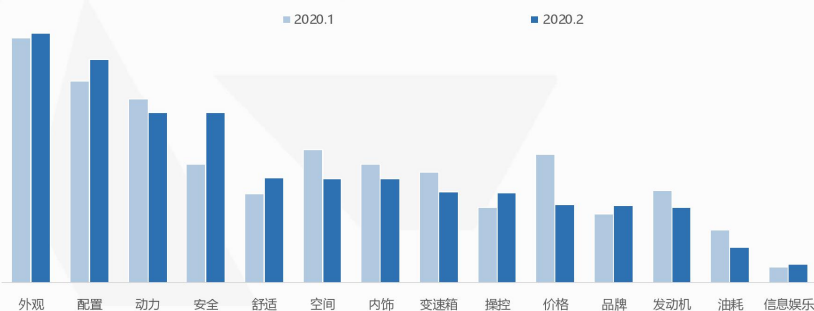
汽车兴趣用户购车需求趋势

Chapter Four

疫情期间大量品牌的“战疫”发声使用户对于品牌关注度提升明显，同时出于健康考虑，用户对安全、配置的兴趣度增强。

- 特殊时期，用户基于安全、便捷等方面的考虑，对安全、配置、品牌的兴趣度有一定幅度提升，同时对动力、内饰、价格方面的偏好程度有所降低。

购车主要考虑因素变化趋势



29 数据来源：头条指数，2020.1.1-2020.2.29

增长率

配置 10.6%

安全 44.3%

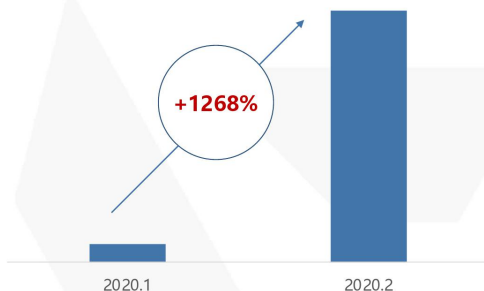
品牌 13.4%

Ocean Insights
巨量算数

在安全方面，车内环境健康的功能成为用户关注焦点之一。

- 特殊期间内，车内空气安全的关注热度呈现大幅攀升态势，其中具有清洁驾驶舱功能、车内空气净化相关功能更加受到用户的青睐，有可能成为未来消费购车的主要因素之一。

车内空气安全关注热度趋势分析



30 数据来源：头条指数，2020.1.1-2020.2.29

车内空气安全功能偏好分析

2月环比1月增长

清洁驾驶舱 +10979%

车内空气净化 +470%

负离子发生器 +269%

车内pm2.5过滤 +22%

Ocean Insights
巨量算数

在配置方面，主被动的安全配置、便利性配置、驾驶辅助等方面均出现环比关注增长。

- 用户出于“健康&安全”、“无接触”的原因，对产品安全性能、便利性能、驾驶辅助性能的偏好持续上升。

偏好度上升的配置

2月环比1月占比增长

主/被动安全配置

+16.4% / 25.19%

便利性配置

+14.5%

驾驶辅助

+4.9%



偏好度下降的配置

2月环比1月占比降低

内部配置

-27.4%

灯光系统

-23.0%



31 数据来源：头条指数，2020.1.1-2020.2.29

Ocean Insights
巨量算数

远程操控、自动化配置等无接触化的便利性用车场景需求有明显提升。

- 受特殊时期的影响，用户逐渐产生与“无接触”的购车需求，因此，远程控制、电动后备箱、感应后备箱、无钥匙进入等配置需求增长幅度较大，同时对于驾驶辅助配置的需要也在增强，如：自动泊车、变道辅助、并线辅助等。



无接触化的便利性用车场景需求

远程控制

+564%

电动后备箱

+180%

无钥匙进入

+129%

泊车辅助

+561%

变道辅助

+200%

并线辅助

+172%



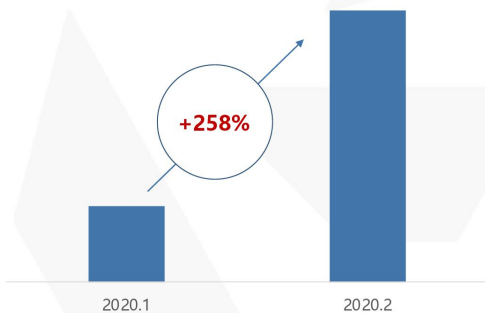
32 数据来源：头条指数，2020.1.1-2020.2.29

Ocean Insights
巨量算数

与此同时，用户对于智能化、网联化的需求也在迅速攀升，科技智能类配置越来越受到消费者的关注。

- 基于特殊时期的影响，用户对于汽车用车场景及使用功能性的影响，用户对于汽车智能化、网联化的热度呈现大幅增长态势。

汽车智能化、网联化热度趋势



用户对科技智能类配置讨论热词分布



33 数据来源：头条指数，2020.1.1-2020.2.29

Ocean Insights
巨量算数

从用户对科技智能类配置的兴趣偏好度来看，用户偏爱驾驶辅助、车载互联等配置，对于智能出行有着更高的期待。

用户科技智能型配置偏好分析



34 数据来源：头条指数，2020.1.1-2020.2.29

Ocean Insights
巨量算数

感谢阅读
Thanks

巨量算数
2020年3月

