

中国家用MPV市场洞察报告

©2022.4 iResearch Inc.

概念界定与研究方向

本次项目重点研究家用MPV发展趋势及需求

随着全面二孩政策、三孩政策的出台和国内消费水平的不断提高，我国家庭出行需求逐渐增加。传统的SUV和轿车在保证造型和操控的同时却牺牲了一部分乘坐舒适性和驾乘便利性，已经不能满足新家庭人口结构下用车场景的需求。在此背景下，多功能、大空间及高安全的家用车辆需求凸显。



产品分类	类别	车身	轴距	产品特点			
	紧凑型	<4800mm	<2850mm			 多功能	• 集轿车的 舒适性 、厢式货车的 承载性 、旅行车的 便捷性 于一身。
	中型	4750-4950mm	2850-3000mm			 大空间	• 拥有完整宽大的乘员空间和超长的 载货空间 。一般容坐 7-8人 ，后排座椅可 灵活调节 。
	中大型	4900-5350mm	3000-3400mm			 高安全	• 被动安全防护强。质量较大， 碰撞安全性高 、 驾驶稳定性高 ；宽松的侧面空间可 削弱侧面撞击强度 。
	大型	>5300mm	>3400mm				

来源：公开资料整理；艾瑞咨询自主研究绘制。

摘要



家用MPV行业发展环境：家用MPV的发展得益于**政策、经济、技术、社会**的多方面红利，尤其是近年来不断开放的**人口政策**，成功使得我国家用MPV市场从一个冷门细分市场蜕变成各大品牌和厂商都争相涌入的新兴热门市场。



家用MPV行业发展现状：疫情并未显著延缓家用MPV行业发展的脚步，近年来**上汽通用别克、东风风行、上汽通用五菱**等品牌纷纷推出了专门的家用MPV车型来迎合新的市场需求。现阶段家用MPV产品仍有可改善之处，目前正朝着**智能化、网联化、高端化、节能化、年轻化**的方向改进升级。



消费者使用行为及习惯：家用MPV消费者主要为26-45岁、高收入、高学历、事业小有成就的已婚已育男性，大多为了出行方便选购MPV。在购车时，**安全性、舒适性、性价比**等是车主主要关注的因素，**驾乘舒适性、安全性、车身稳定性**是车主的主要诉求。



家用MPV产品发展趋势：越来越多品牌重视家用MPV市场，开始布局家用MPV产品，并推出符合家庭需要、**驾乘体验舒适、内部空间宽敞、智能配置丰富、安全配置完善、外观时尚大气**的车型来满足家用MPV消费者的需求，推动了家用MPV产品的创新和完善。

家用MPV行业发展环境

1

家用MPV行业发展现状

2

家用MPV使用行为分析

3

典型车企案例分析

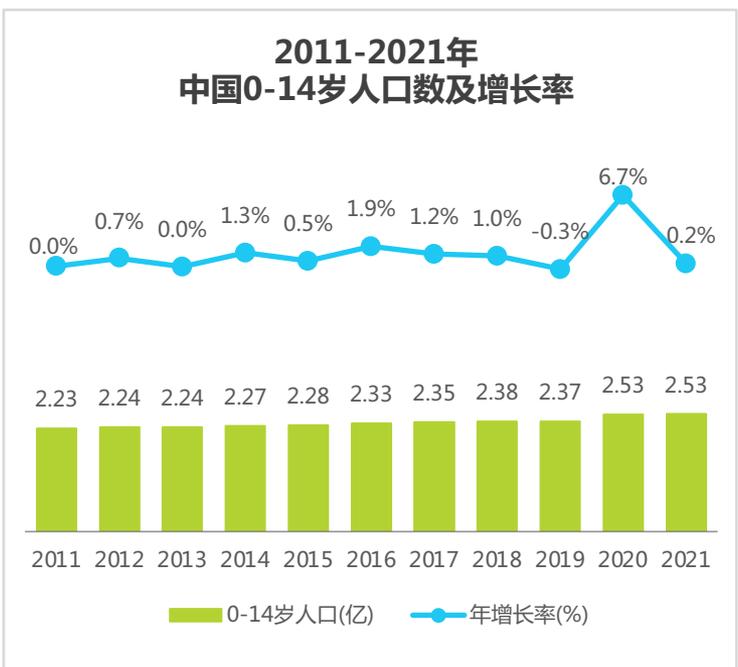
4

家用MPV发展的政策环境

生育政策提供广阔市场，扶持政策提供保障且指明发展方向

全国第七次人口普查数据显示，2021年的0-14岁少儿人口比2011年多了3077万人，十年增长率约为13.8%。“单独二孩”、“全面二孩”等生育政策取得了积极成效，家用MPV市场需求也逐渐增加。自2015年《中国制造2025》纲领颁布后，我国又先后制定了一系列旨在推动汽车制造业发展的产业规划和扶持政策。政策的频频出台为我国家用MPV产业提供了强有力的政策支持和保障，有助于家用MPV产业的健康稳定发展。

生育政策



汽车产业扶持政策

2015-2021年中国汽车产业相关国家政策法规梳理（部分）

2015年5月

国务院发布《中国制造2025》

2016年12月

工信部、财政部发布《智能制造发展规划（2016-2020年）》

2017年4月

工信部、发改委、科技部发布《汽车产业中长期发展规划》

2021年1月

商务部等12部门发布《关于提振大宗消费重点消费促进释放农村消费潜力若干措施的通知》

2020年10月

国务院发布《新能源汽车产业发展规划（2021-2035年）》

2018年12月

工信部发布《车联网（智能网联汽车）产业发展行动计划》

生产方面

- 指导我国汽车产业朝着绿色化、智能化、数字化的方向发展，指明家用MPV发展需要顺应的趋势。

消费方面

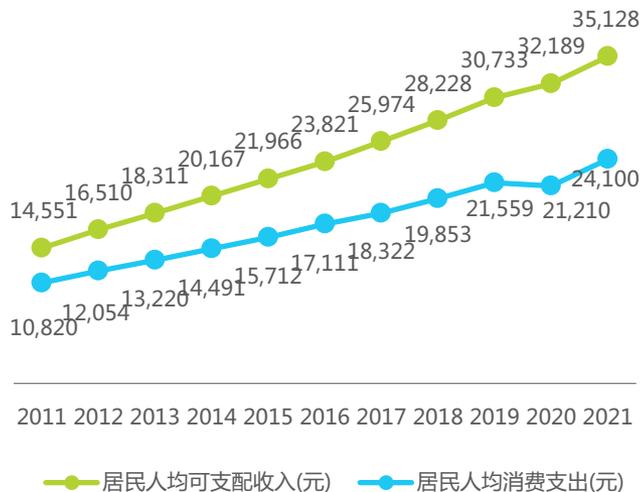
- 国家鼓励和支持汽车消费，不断优化相关税种并完善相关基础设施，为家用MPV消费提供了良好的环境。

家用MPV发展的经济环境

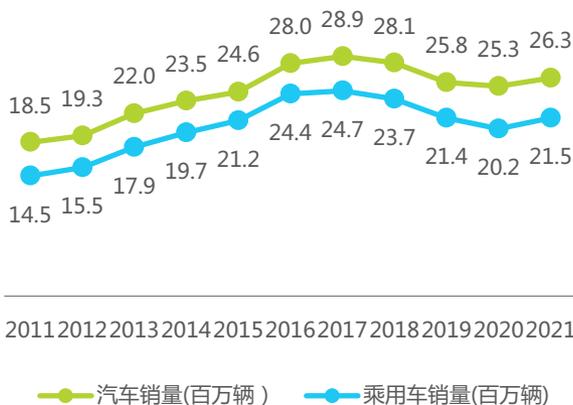
居民可支配收入增长、消费能力稳定，市场仍存在巨大潜力

即便在疫情影响下我国居民消费有所放缓，但总体而言，我国居民人均可支配收入和居民消费水平呈现上涨态势。汽车作为居民的重要消费品，在如今的经济环境和消费环境下仍能获得巨大红利。我国乘用车销量与汽车销量的变化趋势保持高度一致，从疫情中迅速恢复，在未来仍拥有乐观的发展前景。虽然疫情对我国汽车用户的消费能力产生了一定影响，但整体上看，汽车用户预计财务指标的变化将保持在一个相对稳定的区间内。

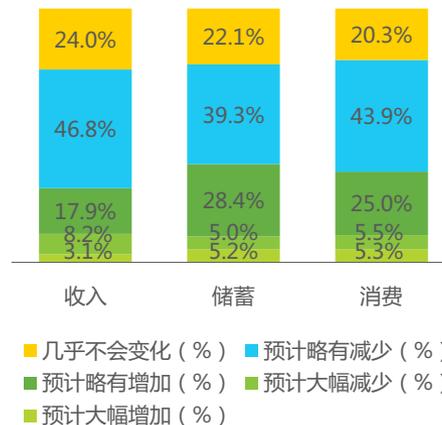
2011-2021年 中国居民人均可支配收入 及人均消费支出



2011-2021年 中国汽车销量及乘用车销量



2020年 疫情对中国汽车用户 财务指标的影响



来源：国家统计局；中汽协；国家统计局联网直报门户；国务院新闻办公室网站；工信部网站；中国政府网。艾瑞咨询自主研究绘制。

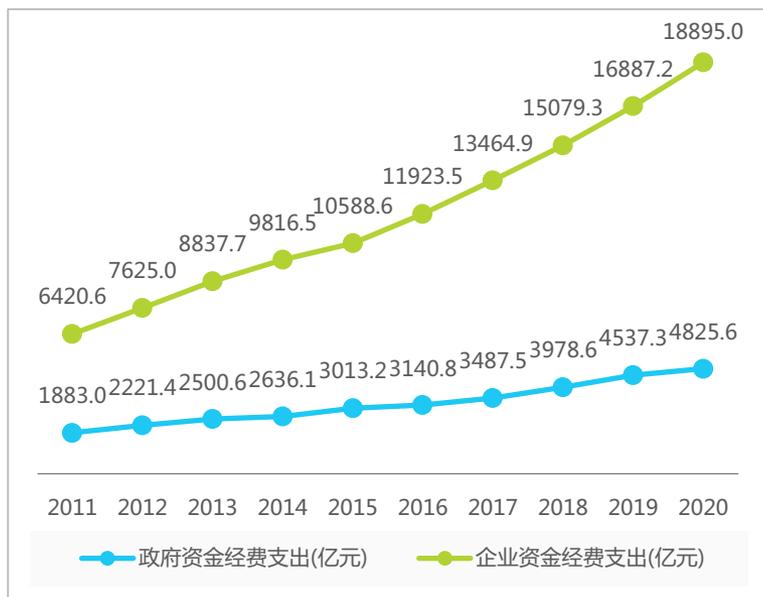
来源：2020年7月艾瑞“艾客帮”平台调研。

家用MPV发展的技术环境

创新环境不断优化，创新投入持续增加，技术发展日趋成熟

从2011年到2020年，我国政府在研究与试验发展中的资金经费支出持续稳定增加，在创新驱动发展的大环境下，企业也更加重视科研与创新，资金投入力度连年加大。相关部门明确将制造业企业研发加计扣除比例由75%提高到100%，有望带动企业进一步加大科技创新投入、提高技术能力、提升产业链和供应链水平。中国汽车制造业的各项技术在政府利好的政策中良好推进，为家用MPV的生产与升级提供强有力的资金和技术支撑。

2011-2020年 中国研究与试验发展的资金经费支出



中国汽车制造业技术推进情况



来源：中国政府网；国家统计局；公开资料整理。艾瑞咨询自主研究绘制。

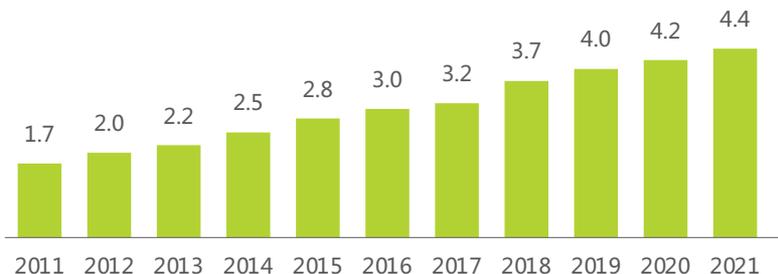
家用MPV发展的社会环境

汽车普及促成了消费者更积极的购车态度和更高的汽车审美

进入21世纪以来，汽车在我国家庭的普及程度越来越高、被更多寻常家庭所接受，我国汽车驾驶员人数也在稳步上升。汽车的普及和汽车市场的繁荣为消费者提供更多选择，也将消费者培育得更加挑剔。伴随着消费者审美意识的提升，汽车外观越来越受重视，平庸死板的汽车外观设计已难以打动消费者。截至2021年9月，我国26-50岁的驾驶人占比70.9%，该年龄段消费者在选购汽车产品时常常赋予汽车外观更高的权重，他们对汽车造型设计提出了更高的要求。家用MPV的大体积导致其外观设计有着更高的难度，但消费者的要求并不会因此而降低。

2011-2021年中国汽车驾驶信息数据

2011-2021年中国汽车驾驶员人数



汽车外观设计的“模仿/仿生路线”



福特牌T型汽车

模仿完整的人脸

模仿移动的船只

模仿飞行的黄蜂



上海牌船型汽车



预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_41140

