



极光大数据

2019年汽车4S店访客画像

极光大数据

2019.03

目录

1 全国汽车4S店访客整体画像

2 不同城市等级的汽车4S店访客画像

3 不同档次汽车4S店访客画像

4 不同品牌汽车4S店访客画像

报告指标说明

汽车4S店访客：指2018年Q4（销售旺季）到访过全国汽车4S店的人群（剔除了汽车4S店工作人员）



S 整车销售
ale



S 零配件
parepart



S 售后服务
ervice



S 信息反馈
urvey

除了汽车4S店访客整体画像之外，本报告还包含一线、新一线、二线城市4S店访客画像、豪华车4S店访客画像、普通车4S店访客画像、合资品牌车4S店访客画像以及自主品牌4S店访客画像

豪华车



本报告中的豪华车是指定位于高端的汽车品牌，其售价高于相同配置的普通品牌汽车，如：BBA、保时捷、凯迪拉克、英菲尼迪、路虎、雷克萨斯等品牌

普通车



本报告中的普通车是指定位于中低端的汽车品牌，其售价低于相同配置的豪华车，如：本田、丰田、大众、吉利等品牌

2016-2019年中国乘用车销量

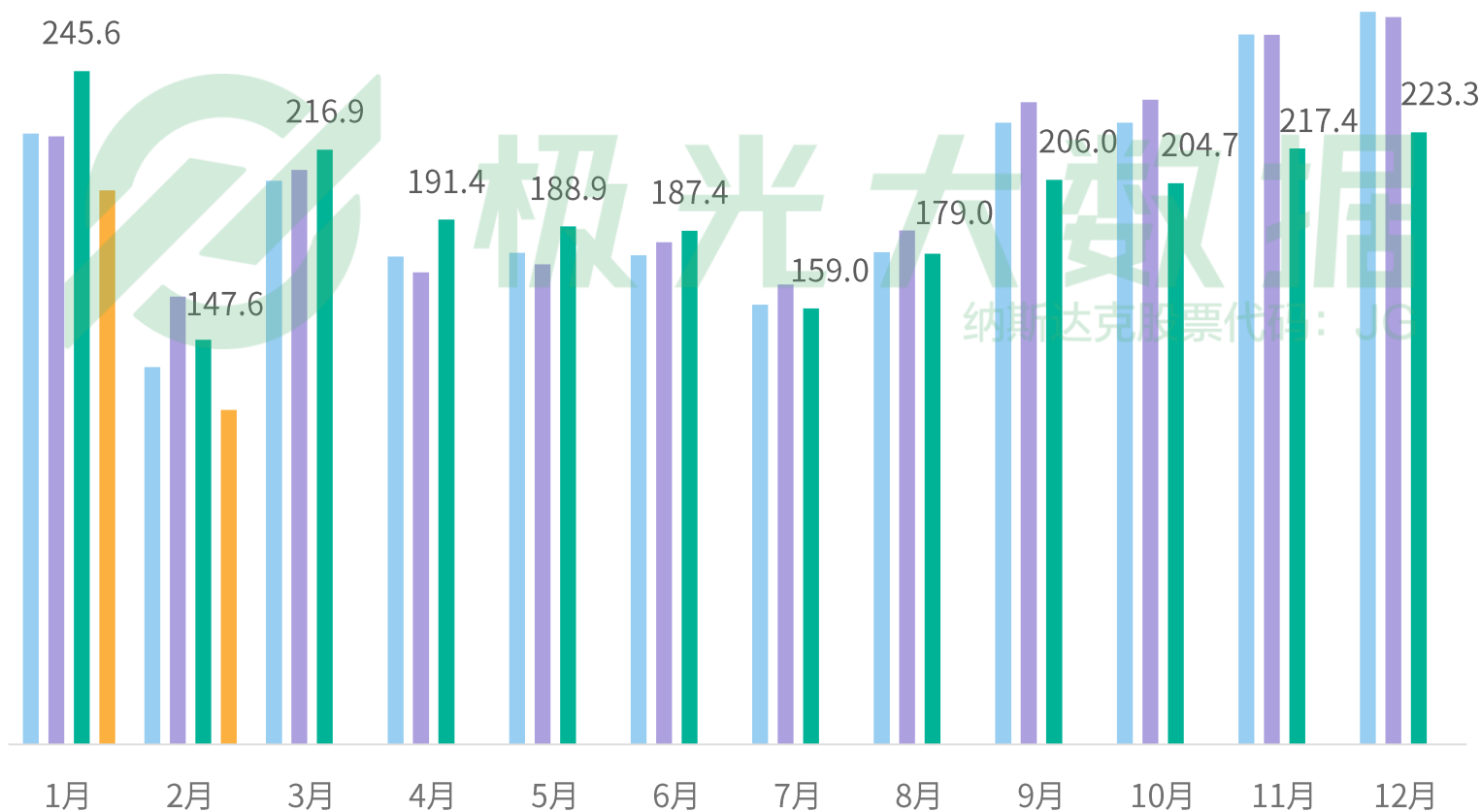
2019年1-2月，中国乘用车销量延续下滑趋势

- 据中国汽车工业协会统计，从2018年下半年开始，乘用车销量比往年同期有所下降；2019年1-2月，乘用车销量延续下滑趋势，2月乘用车销量为122万辆

2016-2019年中国乘用车销量

单位：万辆

2016 2017 2018 2019



数据来源：中国汽车工业协会

乘用车前十家生产企业销量排名

大众合资车是汽车销售最大赢家

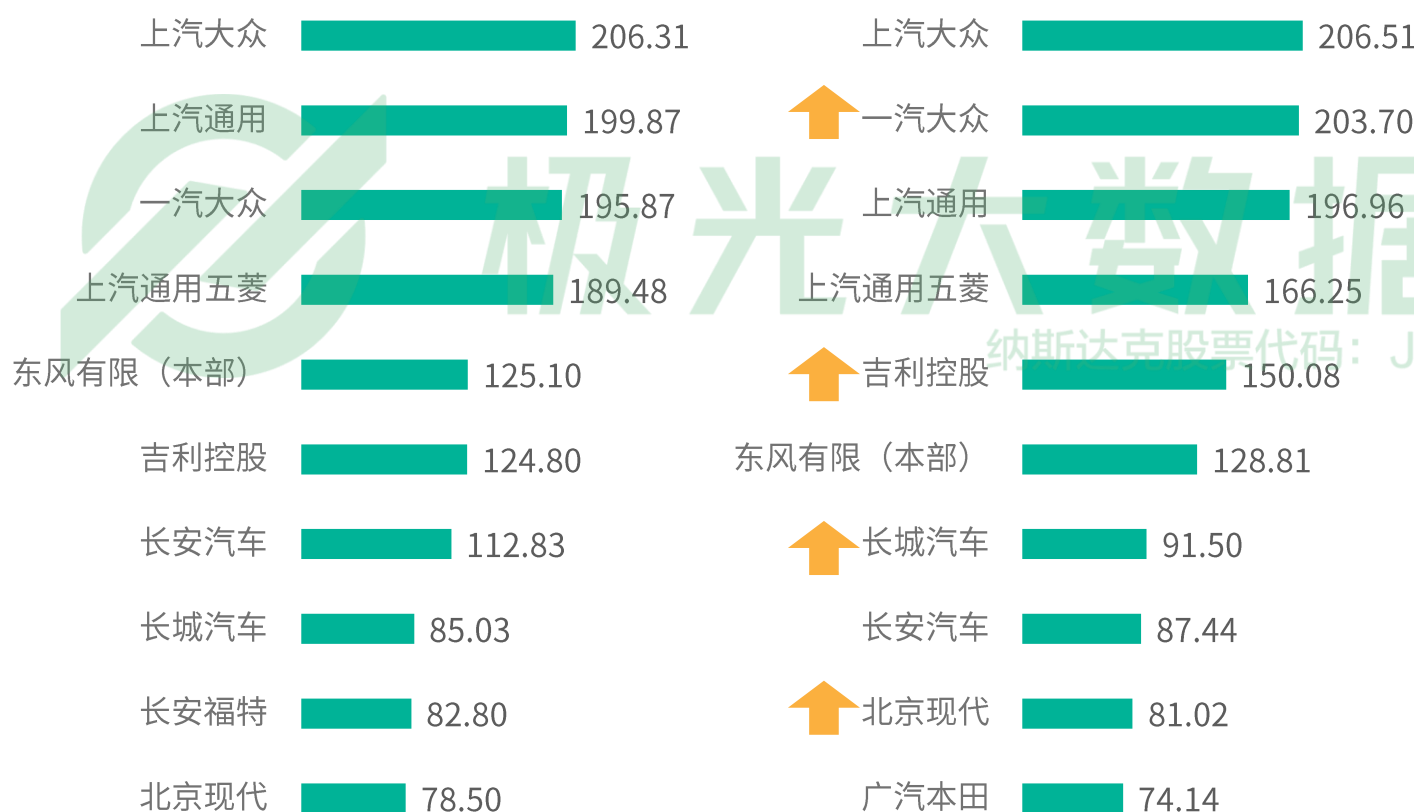
- 2018年，上汽大众和一汽大众分列销量前两名，销量分别是206.51万辆和203.7万辆，排在第三名的是上汽通用，销量为196.96万辆；国产车企吉利控股销量达150.08，较去年有所增长，位列销量第五
- 2018年前十车企销量所占比重有所增长，侧面反映消费者更加看重头部品牌

乘用车前十家生产企业销量排名

单位：万辆

2017年

2018年



57.08% ◀ 前十销量所在比重 ▶ 58.47%

数据来源：中国汽车工业协会

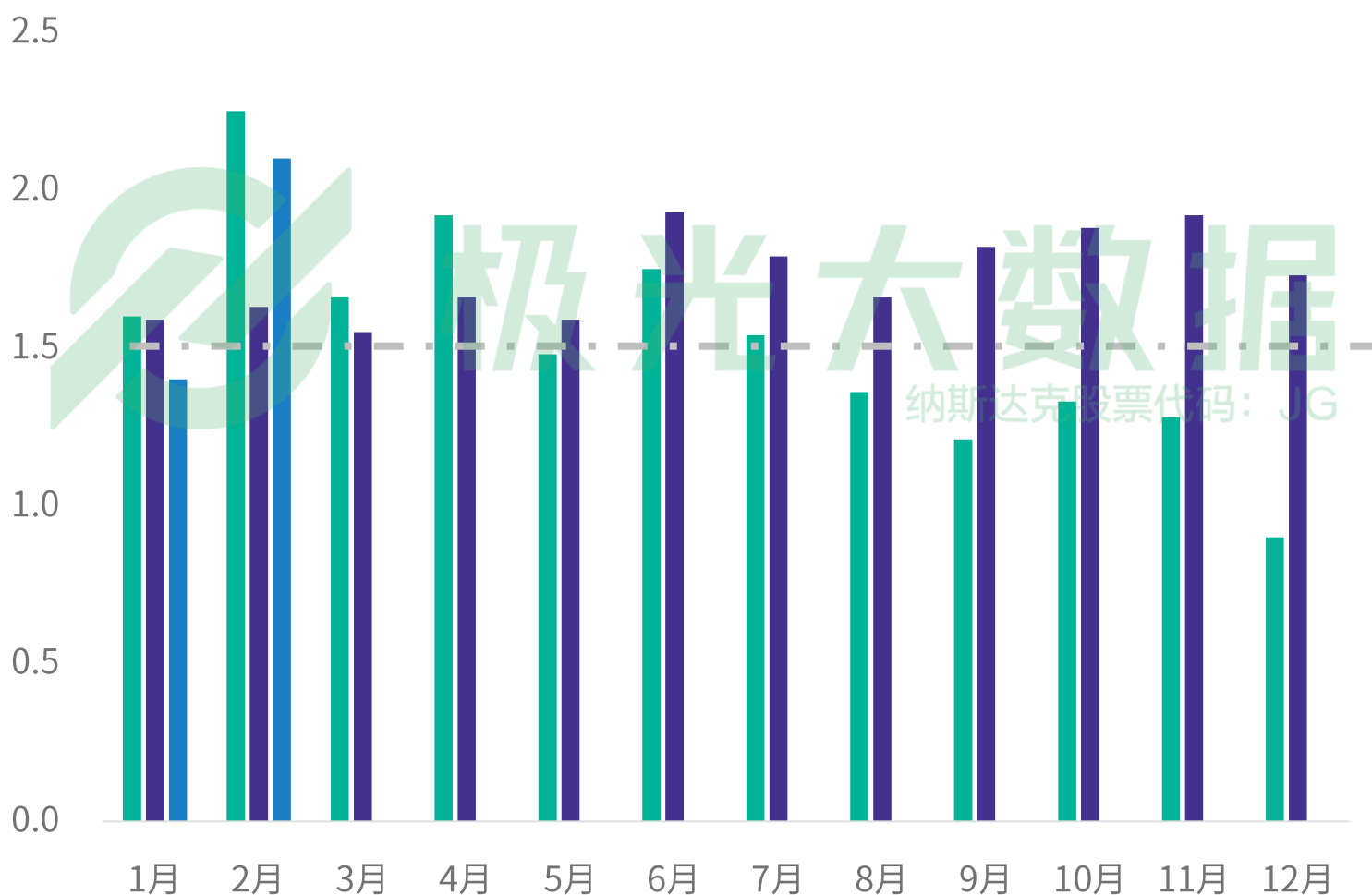
汽车经销商库存系数

2018年各月份汽车经销商库存系数均达到警戒水平

- 根据中国汽车流通协会发布的“汽车经销商库存”调查结果，2018年汽车经销商库存系数普遍高于1.5，反映出经销商汽车库存偏高，资金压力加大

汽车经销商库存系数

■ 2017 ■ 2018 ■ 2019



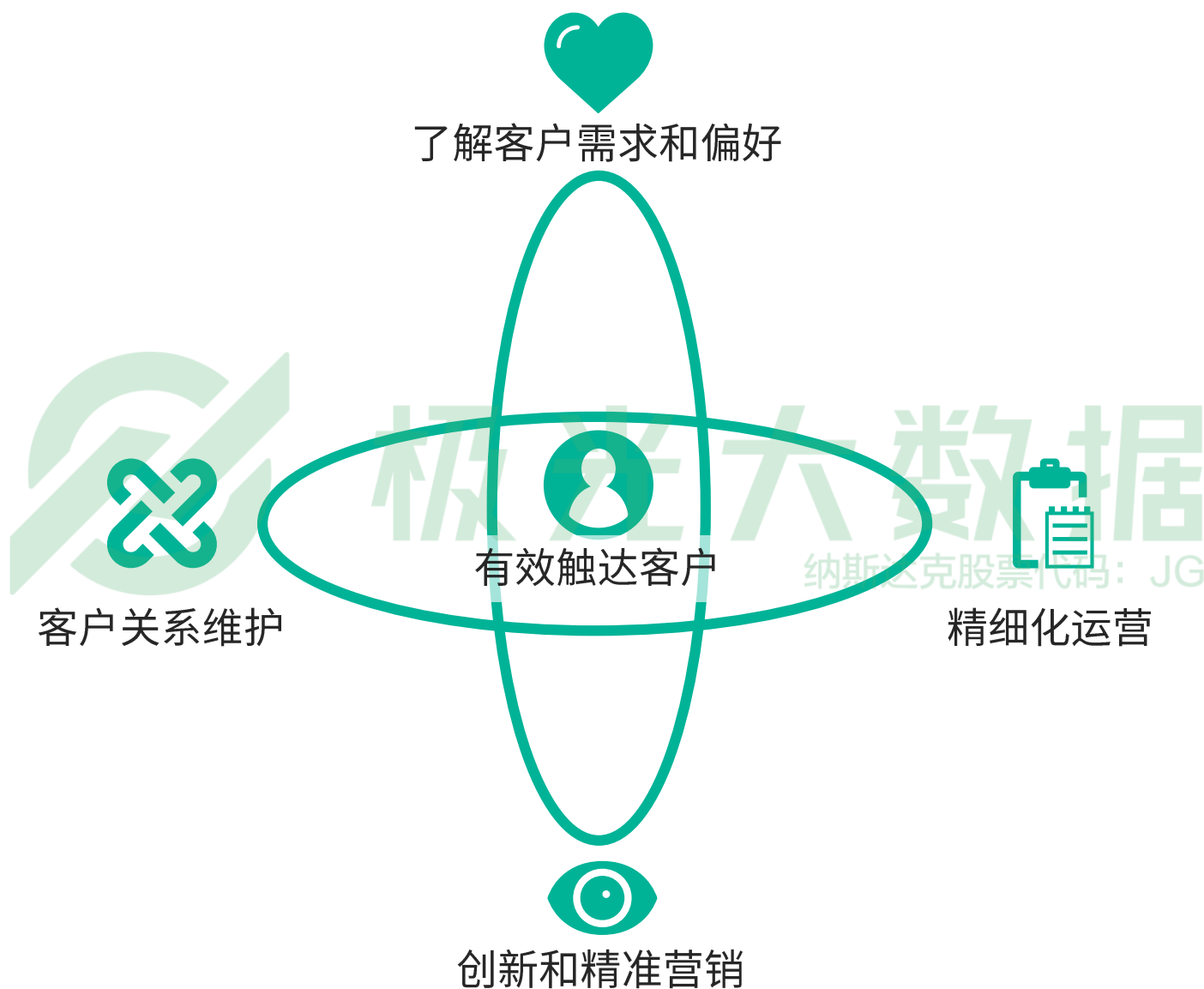
数据来源：中国汽车流通协会

根据国际同行业通行的惯例，库存系数在0.8~1.2之间，反映库存处在合理范围；库存系数> 1.5，反映库存达到警戒水平，需要关注；库存系数>2.5，反映库存过高，经营压力和风险都非常大

汽车销售企业面临的挑战

如何高效触达用户将成为汽车销售企业面临的主要挑战之一

- 随着汽车行业进入存量竞争阶段，城市的限行和限牌问题，90后和00后成为新的市场消费主体，汽车销售将面临新的挑战
- 如何了解新消费群体的需求和喜好，如何创新和精准营销，如何有效触达客户，如何加强精细化运营和客户关系维护将是汽车销售企业面临的主要挑战



数据来源：根据公开资料整理

CHAPTER 01

全国汽车4S店访客整体画像

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_22086

