



# 汽车产业新格局 ——新型汽车服务平台 或将异军突起

## 2020年共享汽车发展趋势研究报告

极光 (Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

2020.07

# 核心观点



疫情冲击下，转型中的中国汽车市场产销两端加剧下滑；车企线上直播卖车开展自救，各地政府密集出台扶持政策；多方刺激下，中国汽车行业转型升级全面提速



以服务为导向的产业生态是汽车行业的演进方向，产业链中新型汽车服务平台异军突起，成为重要节点，共建汽车产业互联网



经过多年发展，共享汽车行业用户规模持续上升，2020年1月覆盖用户同比增长率达26.6%；共享汽车正向汽车管理和出行服务平台的2.0模式演进，赋能B端和连接用户双核驱动



集硬件、软件、运营管理能力于一体的GoFun Connect体系是共享汽车2.0模式的典型代表，覆盖车辆全生命周期的产业链

# 目录

## CONTENTS

- 01 中国汽车产业发展面临的新形势及疫情影响
- 02 中国汽车产业转型升级的战略和方向
- 03 共享汽车在中国汽车产业转型中的作用
- 04 共享汽车转型升级企业案例
- 05 共享汽车未来发展趋势

# 01

## 中国汽车产业发展面临的新形势 及疫情影响

# 中国汽车买方市场已然形成

中国汽车市场结构调整，由卖方市场向买方市场转换

- 汽车市场正在进行结构性转变，由过去以资源型、渠道型主导的卖方市场时期，进入以市场行为为导向的买方市场阶段
- 一方面，2019年，中国汽车行业零售额近4万亿，全国私家车的保有量首次突破2亿辆，显示出汽车产业在中国国民经济的支柱产业地位和汽车市场消费需求日益增长；另一方面，2019年中国汽车产销量出现下滑，降幅较上年进一步扩大；受车市下滑态势影响，经销商库存预警指数已连续2年高于50%

## 2019年中国汽车产销数据

中国汽车行业零售额达**39,389亿元**

全国私家车保有量达**2.07亿辆**

汽车产量**2,572.1万**辆，同比下滑**7.5%**

汽车销量**2,576.9万**辆，同比下滑**8.2%**

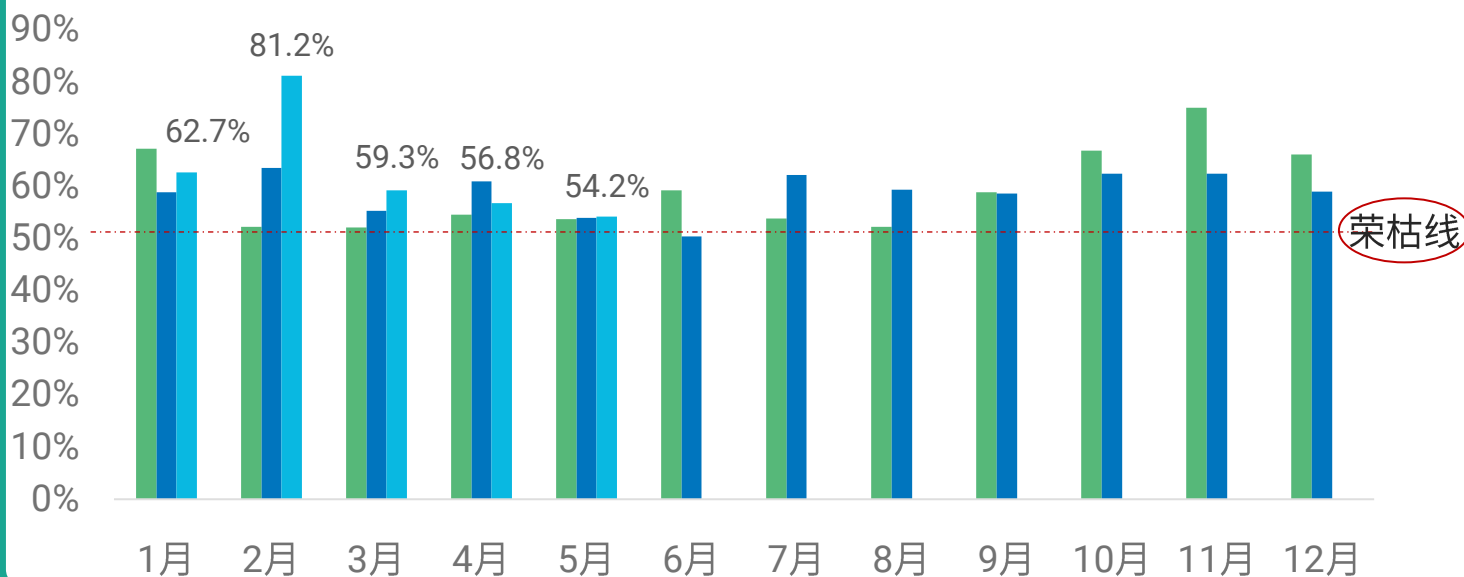
占全国商品零售额比值达**9.6%**

首次突破**2亿**辆

产销量降幅比上年分别扩大**4.2**和**5.4**个百分点

## 2018-2020年中国汽车经销商库存预警指数图

■ 2018年 ■ 2019年 ■ 2020年



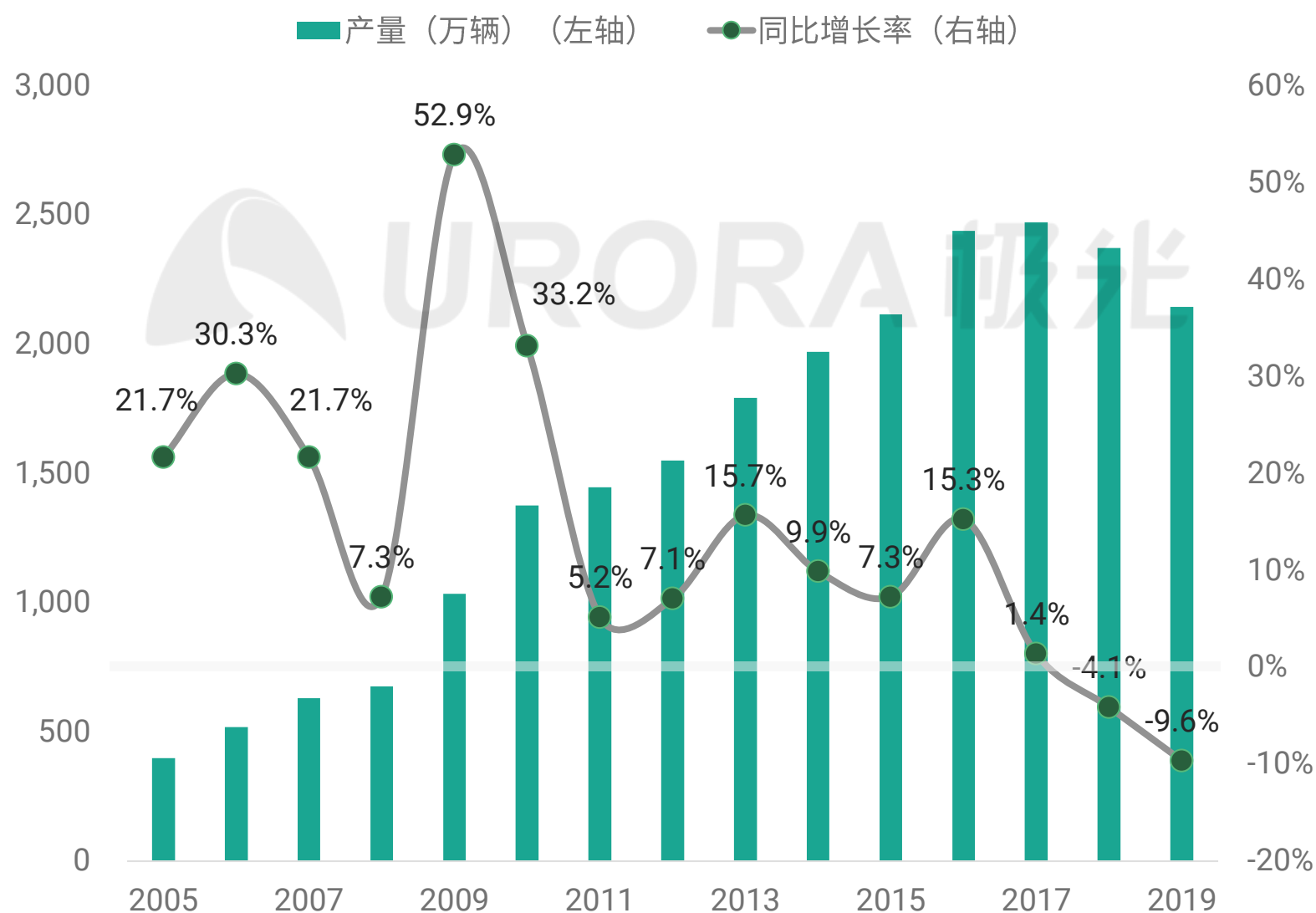
数据来源：中国汽车行业零售额来自国家统计局；全国私家车保有量来自公安部；汽车产销量来自中国汽车工业协会；经销商库存预警指数来自中国汽车流通协会

# 中国乘用车销量连续两年下滑

## 2019年中国乘用车销量同比下滑9.6%

- 虽然从2009年起中国就成为世界上最大的汽车生产国，但从2018年开始，中国汽车产销量已连续两年同比增长率下滑；2019年，乘用车销量2144.4万辆，同比下滑9.6%；汽车产业转型升级压力凸显

### 2005-2019年中国乘用车销量



数据来源：中国汽车工业协会

# 疫情对中国汽车产业的影响

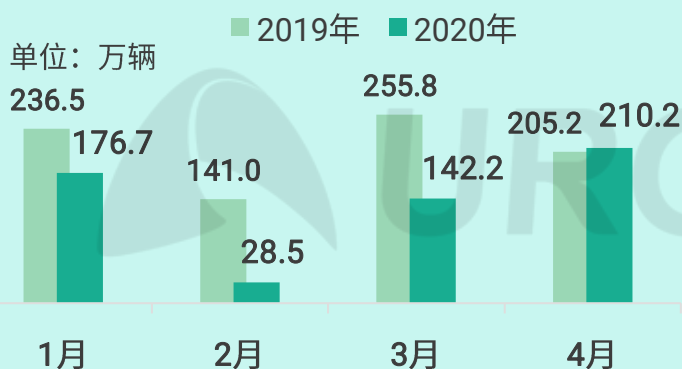
## 4月国内汽车产销回暖，中国汽车产业链仍面临考验

- 疫情对汽车产业的供应链、物流配送、市场营销和客户服务等方面均带来冲击；2020年4月，汽车产销分别达到210.2万辆和207万辆，比上月分别增长47.8%和44.8%，比上年同期分别增长2.4%和4.5%，表现出中国汽车产业链的强劲韧性
- 全球疫情的背景下，海外零部件企业复工迟缓的情况下，中国汽车产业链再次面临考验

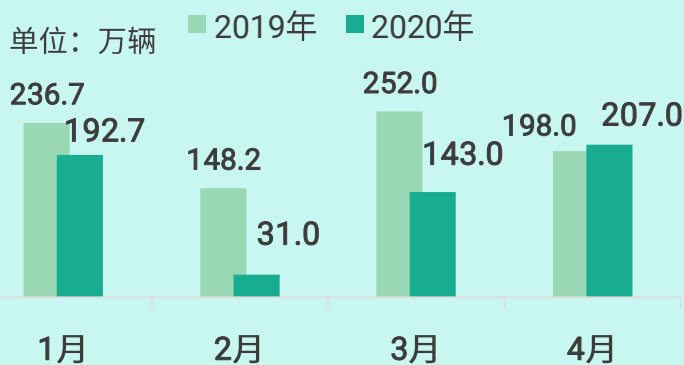
## 疫情之下中国汽车行业产销情况

### 汽车行业总体

#### 汽车行业生产规模



#### 汽车行业销售规模



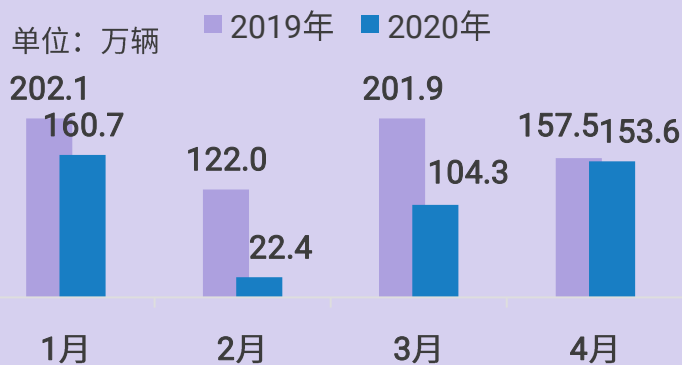
数据来源：中国汽车工业协会

### 乘用车

#### 乘用车生产规模



#### 乘用车销售规模



# 汽车产业链各环节面临的问题

## 产品导向模式下，汽车产业链各环节承压

- 过去二十多年的中国汽车产业链建立起以整车制造厂为中心，以产定销的传统汽车消费模式
- 在汽车产销量下滑和转型升级的背景下，产业链上中下游均暴露了一些问题；上游汽车制造环节，由于销量下滑，整车厂存在厂能过剩，资金压力增大；中游汽车销售环节，4S店存在库存积压和厂家主导的被动营销问题显现；下游汽车后市场环节，市场广阔但行业集中度低，服务质量亟待提升

### 产业链环节

### 面临的问题

#### 上游汽车制造

零部件厂 整车厂

关键核心技术掌握不足  
产能过剩风险显现  
销量下滑带来的资金压力  
造车新势力的崛起

#### 中游汽车销售

4S店 汽车卖场  
电商平台

库存积压  
厂家推动的被动式营销模式  
新零售模式的冲击

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\\_22041](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_22041)



云报告  
<https://www.yunbaogao.cn>

云报告  
<https://www.yunbaogao.cn>

云报告  
<https://www.yunbaogao.cn>