



寻找快车道： 中国汽车市场 发展 新趋势





经过多年两位数增长，中国汽车市场增速正在放缓。作为全球最大的汽车市场，经济降温是导致中国汽车市场下行的首要原因。

然而，人们对于汽车消费行为和态度的改变，也在汽车市场增速放缓过程中发挥着作用。为了更好地了解中国汽车消费者在做出其人生的一笔巨大消费决定时的想法和行为，我们于今年3月对3500多名消费者进行了大规模调研。

我们的调查显示，随着中国消费者对汽车的热情有所减退，他们变得更加注重实际，而不再像以往那样将车看成身份的象征。将近一半的调查对象将汽车视为必需品，而非身份地位的标志。对于一二线城市居民而言，购买新车不再是出行的唯一选择——购买二手车、短时或长期租车、通过打车应用软件搭乘车辆及使用汽车共享服务等反而更受消费者青睐。另外，

消费者通过数字渠道比价后，也会向经销商压价。

消费者心态的改变加上宏观经济放缓，使得中国汽车市场进入下行通道。从 2010 年到 2015 年，中国新车销量以每年超过 12% 的速度增长。然而，展望 2020 年，我们预计新车销量增长将会放缓至每年 5%。

通过调查，我们发现尽管新车销量增速放缓，一些增长新引擎也正应运而生。一半以上的消费者换新车时期望选择更好的品牌。大多数电动汽车车主表示如果换新车的话仍会坚持购买电动汽车，而愿意购买电动汽车的消费者较 2011 年翻了三番。消费者已经开始在网上购买汽车，这一趋势会随着汽车电商渠道的开拓进一步提速。同时，我们也很看好为消费者提供其所需汽车养护及其他实时车辆使用信息服务的汽车厂商、经销商和专业服务商。

尽管中国汽车市场增长放缓，希望购买新车和售后服务的人群数量依然巨大。在本报告中，我们首先聚焦消费者对拥有私家车的态度转变，然后探究了汽车行业应采取哪些行动以求在快速变化的市场中保持繁荣。

云报告

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_46828

