

# 中国MPV市场梳理

• MPV定义及特点

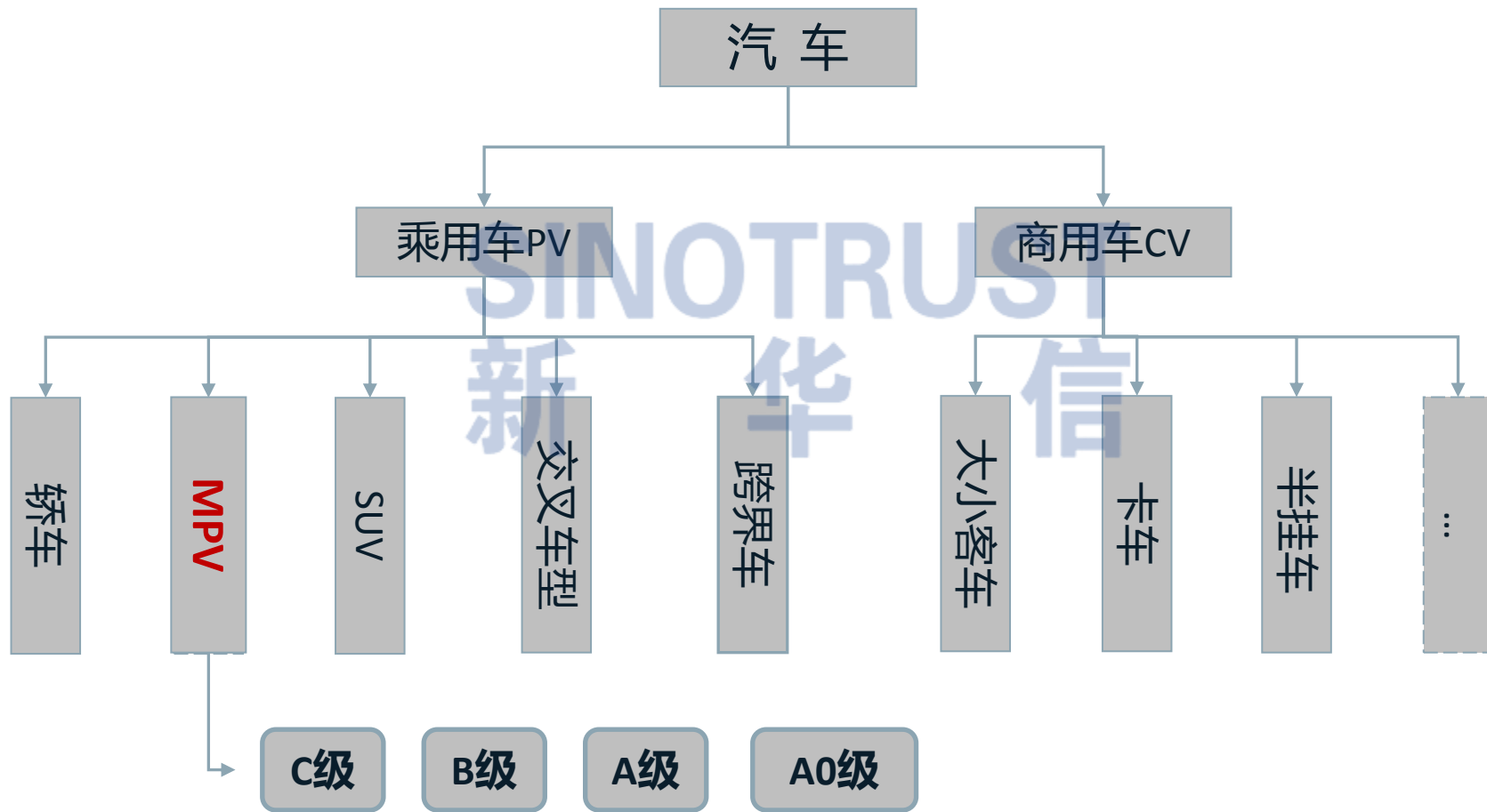
• MPV市场分析

• MPV产品分析

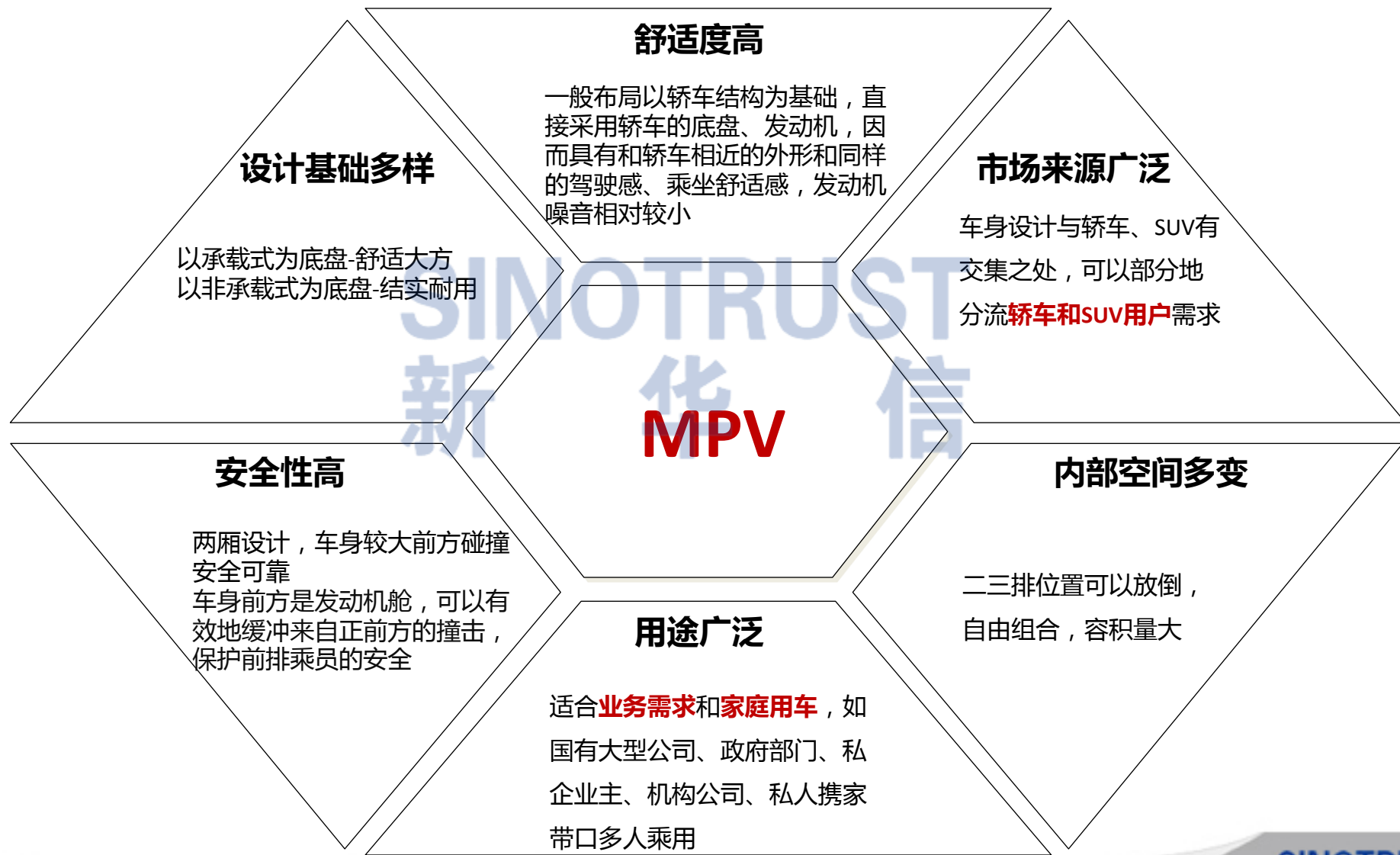
• MPV用户分析

# MPV定义及在汽车工业中的位置

- MPV是指多用途汽车(Multi-Purpose Vehicles)，从源头上讲，MPV是从旅行车逐渐演变而来的，它集旅行车宽大乘员空间、轿车的舒适性、和厢式货车的功能于一身，一般为两厢式结构



# MPV产品具有如下特点和优势



- MPV定义及特点

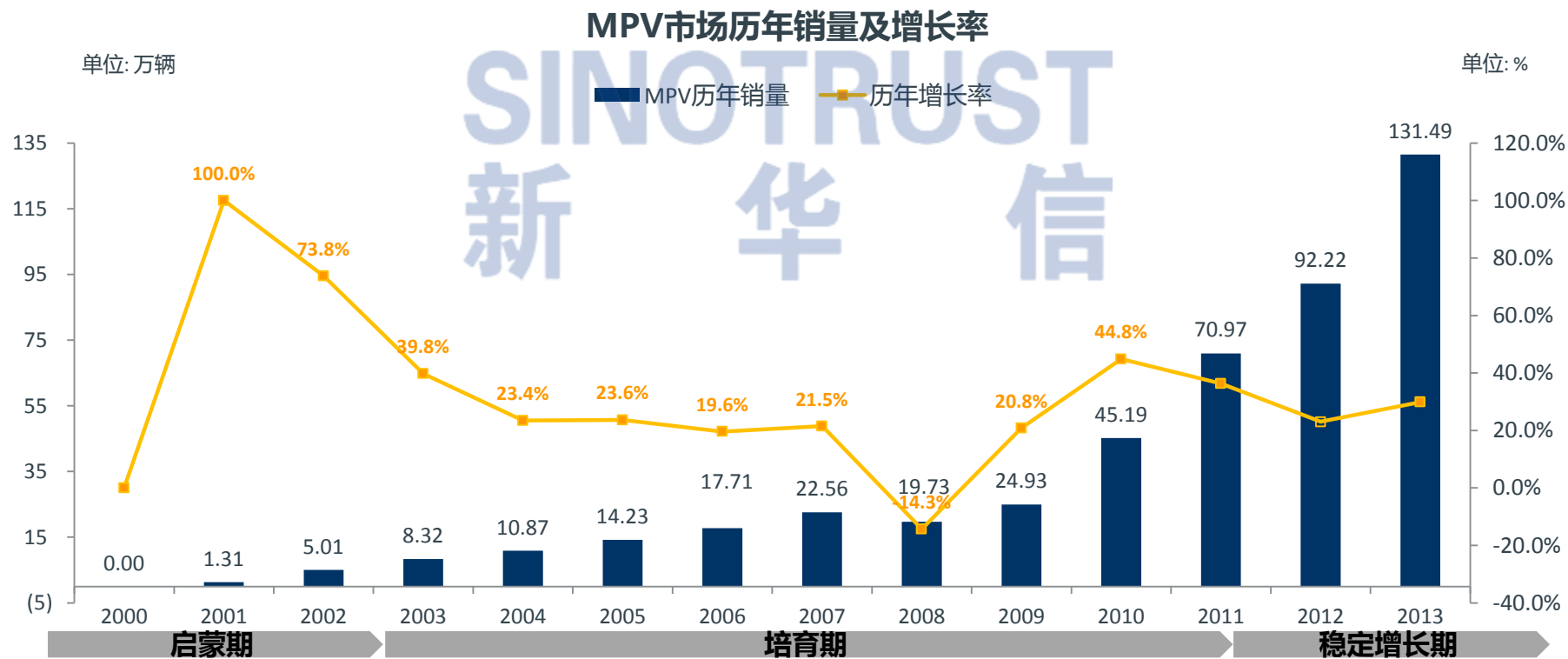
- MPV市场分析

- MPV产品分析

- MPV用户分析

# MPV市场整体发展趋势

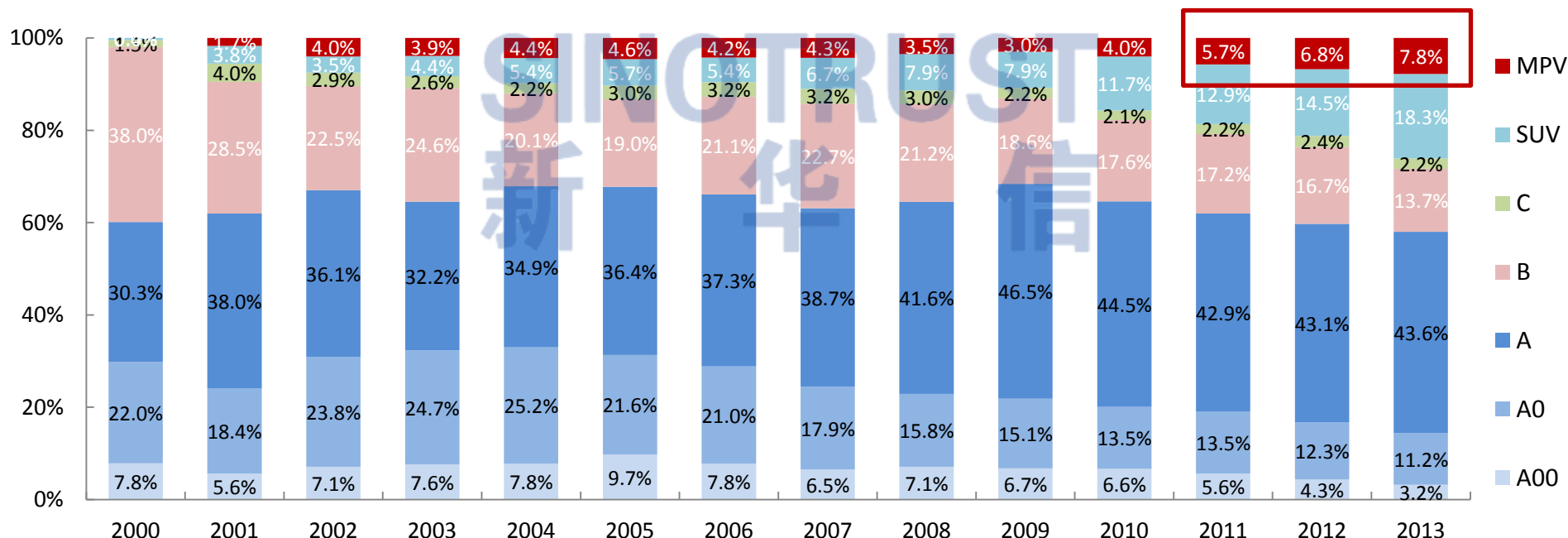
- MPV销量整体呈上升的趋势，至2013年达到131万辆
- 根据专家观点，中国MPV市场在经历启蒙期、培育期之后，已经进入稳定增长期
- 目前中国MPV市场仍以公商务市场为主，其市场发展与经济发展息息相关；受制于宏观经济增速放缓等原因，目前MPV市场销量呈逐年缓慢增长但涨幅回落趋势；这与整体中国汽车市场涨幅回落的趋势一致



# MPV在乘用车市场的份额

- MPV市场在2010年之前在乘用车市场所占份额不大，基本维持在3-4%左右
- 2012年至今MPV市场份额有所扩大，且呈现逐年上升的趋势；主要是因为五菱宏光、长安欧诺等小型MPV进入市场
- 目前小型MPV成为拉动MPV市场增长的重要力量

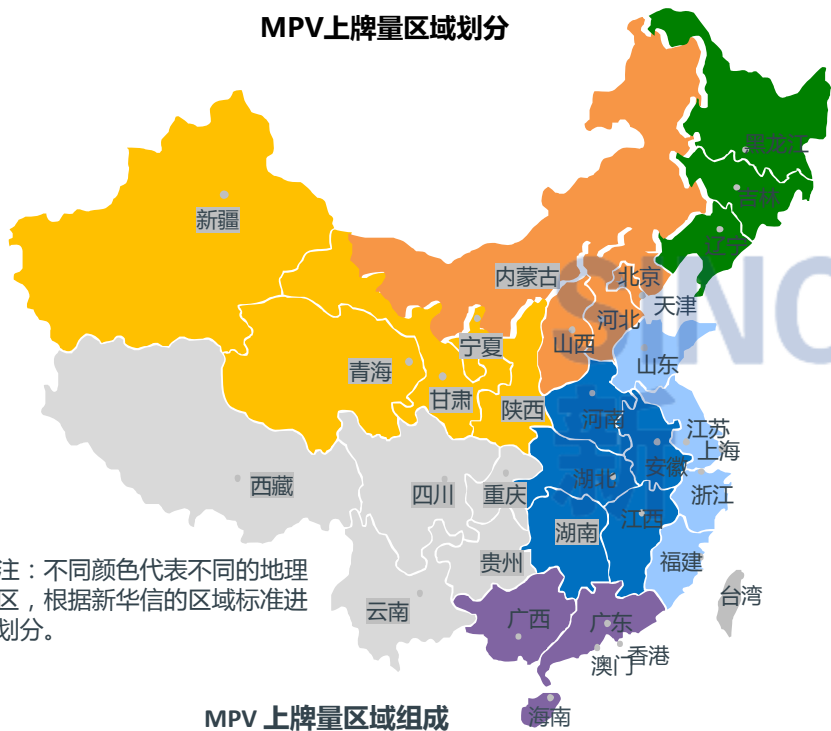
MPV在乘用车市场的份额



# MPV销量区域分布

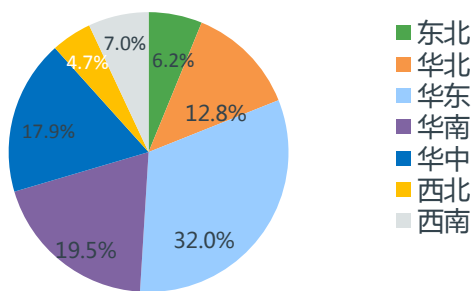
- 销量与经济发展水平息息相关，由东部向西部递减
- 销量集中度非常高，销量前三的省市占全国总销量的35.1%

MPV上牌量区域划分



备注：不同颜色代表不同的地理分区，根据新华信的区域标准进行划分。

MPV 上牌量区域组成



2013年各省份上牌量 (共454235辆)



■ 销量前三的省市占总销量的35.1%

■ 销量前五的省市占总销量的50.0%

■ 销量前十的省市占总销量的68.6%

■ 华东区MPV市场份额最大，其次是华南区。西北区上牌量相对较低；

■ 广东、江苏、山东三个省份市场份额位列前三



- MPV定义及特点

- MPV市场分析

- MPV产品分析

- MPV用户分析

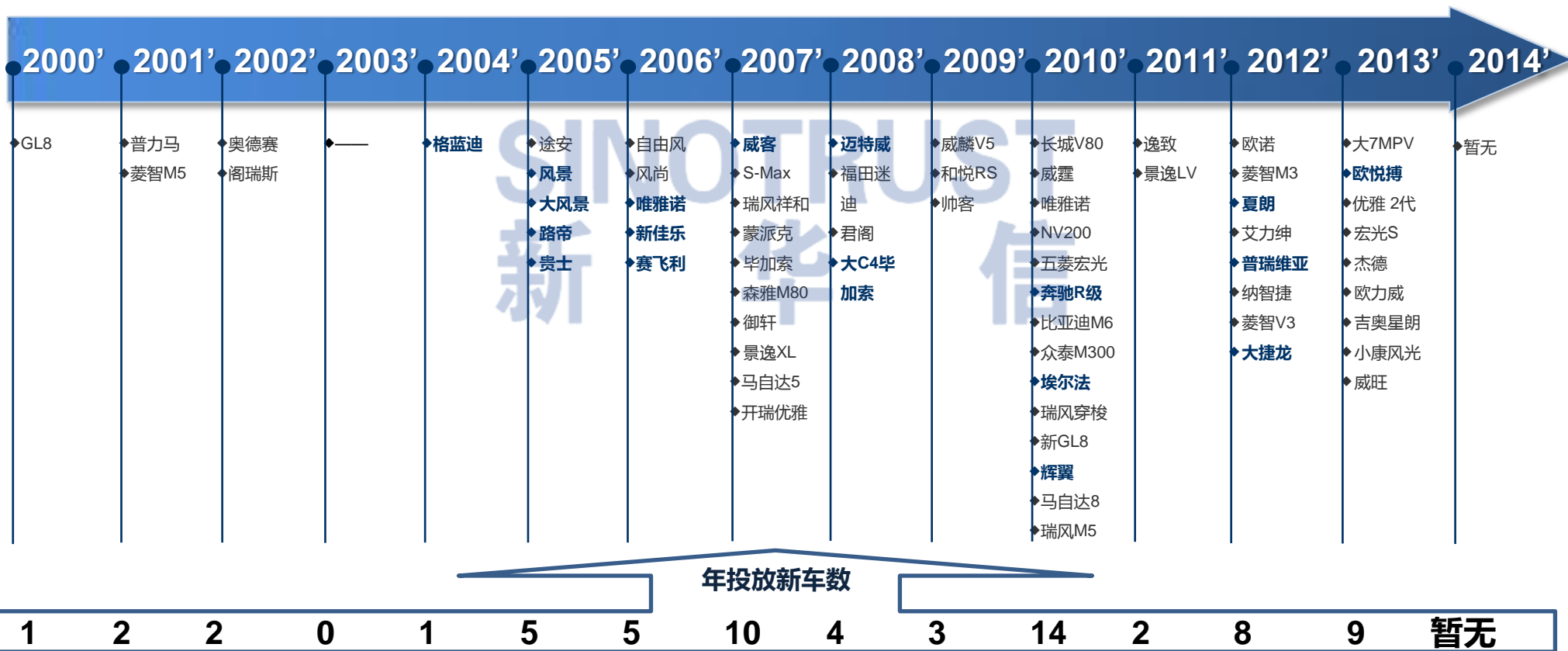
# 中国MPV市场可供品牌

- 目前各汽车厂商均有布局MPV车型



# MPV市场产品供给数量不断增加

- MPV产品供给不断增加，自2000年至2014年上半年，共有66款MPV产品
- 自2010年起，自主小型MPV进入市场较多，如五菱宏光、长安欧诺、五菱宏光S、吉奥星朗等



# 中国MPV市场产品

- 自2000年至2014年上半年，中国市场共有66款MPV产品；各类型产品分别有：

自主品牌

合资品牌

进口品牌

商务				家商兼用						
东风风行菱智M5	江淮瑞风祥和	东风裕隆纳智捷 MASTER CEO	一汽自由风	开瑞优雅	海马普力马	福田迷迪	长安欧诺	长城V80	广汽吉奥星朗	
东风风行菱智M3	江淮瑞风穿梭	福田蒙派克	江淮瑞风M5	一汽森雅 M80	东风风行景逸XL	江淮和悦RS	奇瑞威麟V5	比亚迪 M6	东风小康风光	
东风风行菱智V3	东风裕隆纳智捷大7MPV	金杯阁瑞斯		众泰M300	东风风行景逸LV	陆风风尚	奇瑞开瑞优雅2代	长安欧力威	北汽威旺	
东风日产帅客	东风本田艾力绅	福建奔驰唯雅诺	福建奔驰威霆	上海大众途安	东南三菱君阁	上汽通用五菱宏光S	广州本田奥德赛	一汽马自达8	福特S-MAX	
郑州日产 NV200	上海通用别克新GL8	上海通用别克GL8		东风日产御轩	上汽通用五菱宏光	一汽马自达5	雪铁龙毕加索	广汽丰田逸致	东风本田杰德	
丰田普瑞维亚	克莱斯勒大捷龙 (进口)	梅赛德斯奔驰唯雅诺 (进口)	现代辉翼	雷诺风景	起亚新佳乐	雷诺大风景	起亚威客	西雅特欧悦搏	双龙路帝	
大众迈特威				雪铁龙大C4毕加索	欧宝赛飞利	三菱格蓝迪	大众夏朗	丰田埃尔法	日产贵士	梅赛德斯奔驰R级



# MPV级别分类

- 以价格、车长为主要标准，参考轴距，新华信将MPV划分为三个级别：

分类	A0 MPV	A MPV	B MPV	C MPV	
自主品牌	1. 福田迷迪	1. 开瑞优雅 2. 森雅 M80 3. 众泰M300 4. 普力马 5. 景逸XL 6. 景逸LV 7. 和悦RS 8. 风尚 9. 长安欧诺 10. 菱智M5	11. 菱智M3 12. 菱智V3 13. 威麟V5 14. 开瑞优雅2代 15. 瑞风穿梭 16. 长城V80 17. 比亚迪 M6 18. 自由风	1. 瑞风祥和 2. 大7MPV 3. 纳智捷 4. 蒙派克 5. 阁瑞斯 6. 瑞风M5	---
合资品牌		1. 途安 2. 帅客 3. 御轩 4. 五菱宏光 5. 君阁	6. 五菱宏光S 7. NV200 8. 马自达 5 9. 毕加索 10. 逸致	1. 奥德赛 2. S-Max 3. 艾力绅 4. 马自达8 5. GL8 6. 新GL8	1. 唯雅诺 2. 威霆
进口品牌**		1. 风景 2. 大C4毕加索 3. 新佳乐 4. 赛飞利 5. 大风景		1. 格蓝迪 2. 威客 3. 夏朗 4. 欧悦搏 5. 普瑞维亚 6. 贵士 7. 大捷龙 8. 辉翼	1. 埃尔法 2. 路帝 3. 迈特威 4. 进口唯雅诺 5. 奔驰R级

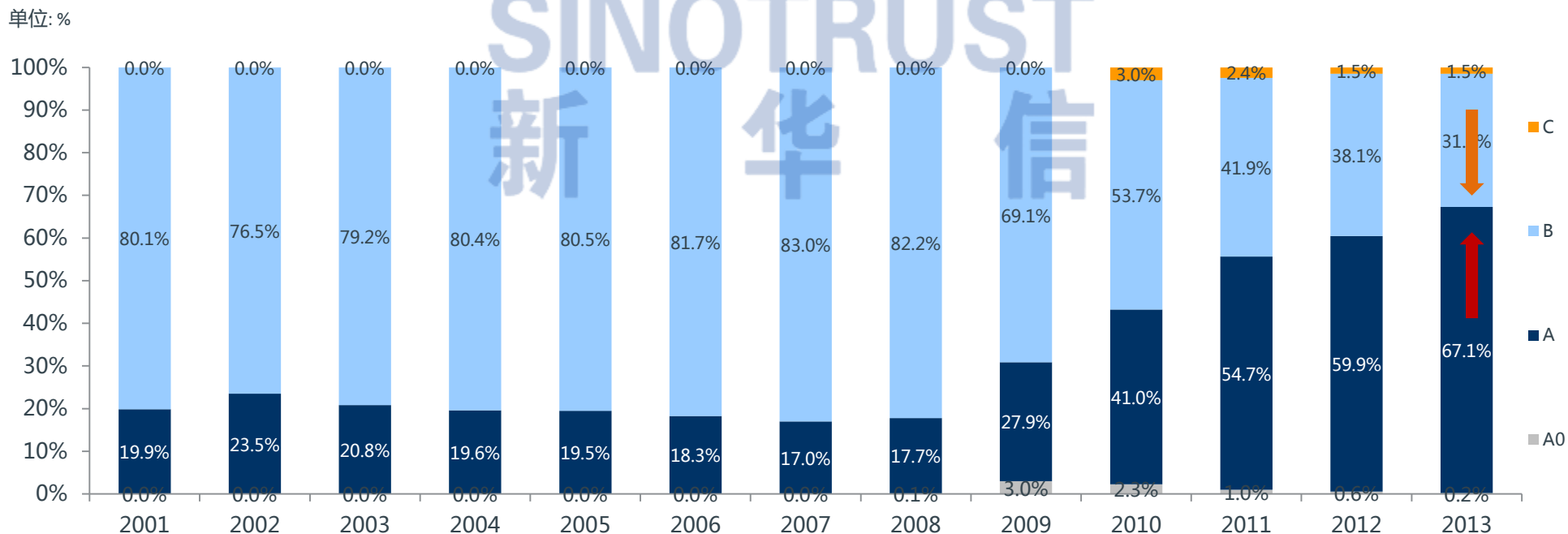
备注: 停产车型及无法在厂商官网上查询到的车型未列入研究范围，如福特E350，丰田Wish。本次研究车型共涉及66款



# MPV各级别销量份额走势分析（不含进口车）

- A-MPV市场开始快速增长，主要挤占了B-MPV的市场
- B-MPV销量自2009年至今逐步缩小，至2013年约占30%
- 2010年C-MPV从无到有，但份额一直不大，近几年比例均不高于3%；2013年C-MPV比例仅占整个MPV市场的1.5%
- 根据专家观点，未来中国MPV市场仍呈金字塔结构，随着单独二胎政策的放开和中国乘用车市场的城市和用车理念的更新，未来A-MPV将会快速发展；C-MPV市场仍处于塔顶，绝对销量仍会有所扩容但比例将保持稳定

## MPV市场历年各级别比例



# MPV按厂商性质和用途分类

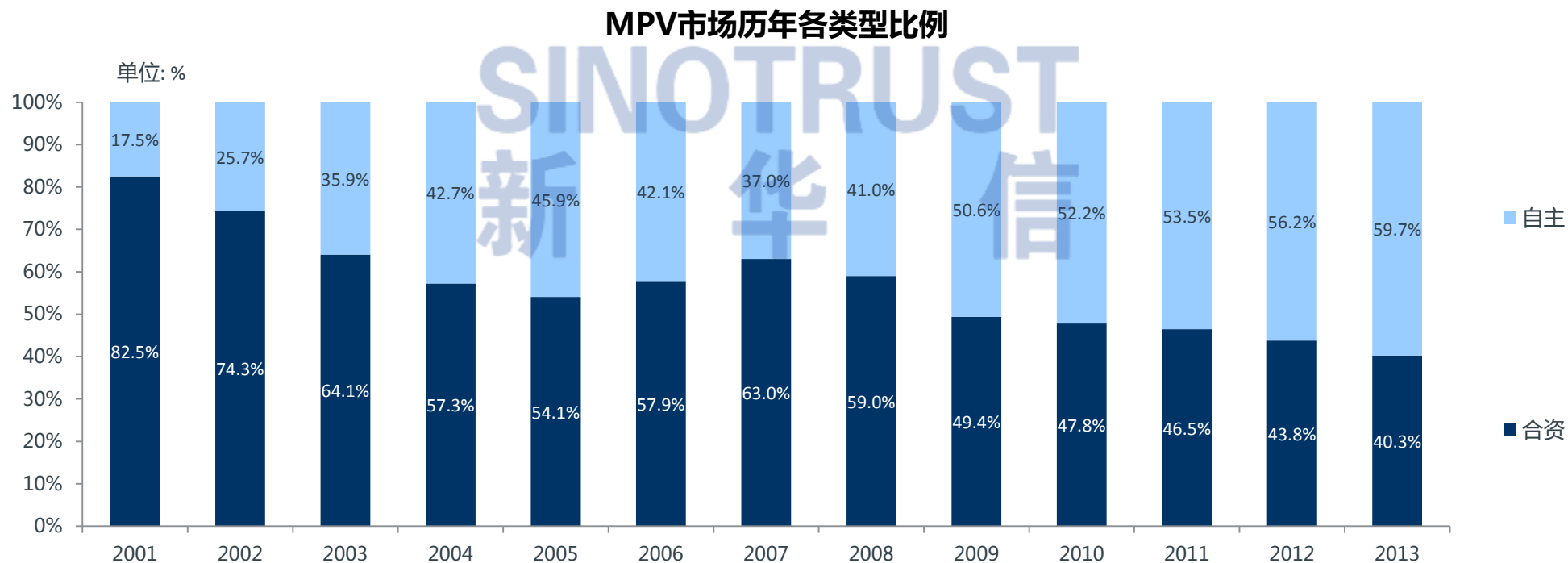
- 按照厂商性质（自主、合资/进口）和用途（商务/商业、家商兼用）可以将中国MPV市场划分为以下四个细分市场

自主商务/商业		自主家商兼用	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 菱智M5</li> <li>2. 菱智M3</li> <li>3. 菱智V3</li> <li>4. 瑞风祥和</li> <li>5. 瑞风穿梭</li> <li>6. 大7MPV</li> <li>7. 纳智捷</li> <li>8. 蒙派克</li> <li>9. 阁瑞斯</li> <li>10. 自由风</li> <li>11. 瑞风M5</li> </ol>		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 开瑞优雅</li> <li>2. 森雅M80</li> <li>3. 众泰M300</li> <li>4. 普力马</li> <li>5. 景逸XL</li> <li>6. 景逸LV</li> <li>7. 福田迷迪</li> <li>8. 和悦RS</li> <li>9. 风尚</li> <li>10. 长安欧诺</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>11. 威麟V5</li> <li>12. 开瑞优雅2代</li> <li>13. 长城V80</li> <li>14. 比亚迪 M6</li> </ol>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 帅客</li> <li>2. NV200</li> <li>3. 艾力绅</li> <li>4. 普瑞维亚</li> <li>5. 迈特威</li> <li>6. 大捷龙（进口）</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>7. GL8</li> <li>8. 新GL8</li> <li>9. 辉翼</li> <li>10. 唯雅诺</li> <li>11. 唯雅诺（进口）</li> <li>12. 威霆</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 途安</li> <li>2. 御轩</li> <li>3. 风景</li> <li>4. 五菱宏光</li> <li>5. 君阁</li> <li>6. 五菱宏光S</li> <li>7. 大C4毕加索</li> <li>8. 新佳乐</li> <li>9. 马自达5</li> <li>10. 毕加索</li> <li>11. 赛飞利</li> <li>12. 大风景</li> <li>13. 逸致</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>14. 奥德赛</li> <li>15. 格蓝迪</li> <li>16. S-Max</li> <li>17. 威客</li> <li>18. 夏朗</li> <li>19. 欧悦搏</li> <li>20. 马自达8</li> <li>21. 埃尔法</li> <li>22. 路帝</li> <li>23. 贵士</li> <li>24. 奔驰R级</li> </ol>
合资/进口商务/商业		合资/进口家商兼用	



# MPV合资和自主销量走势分析

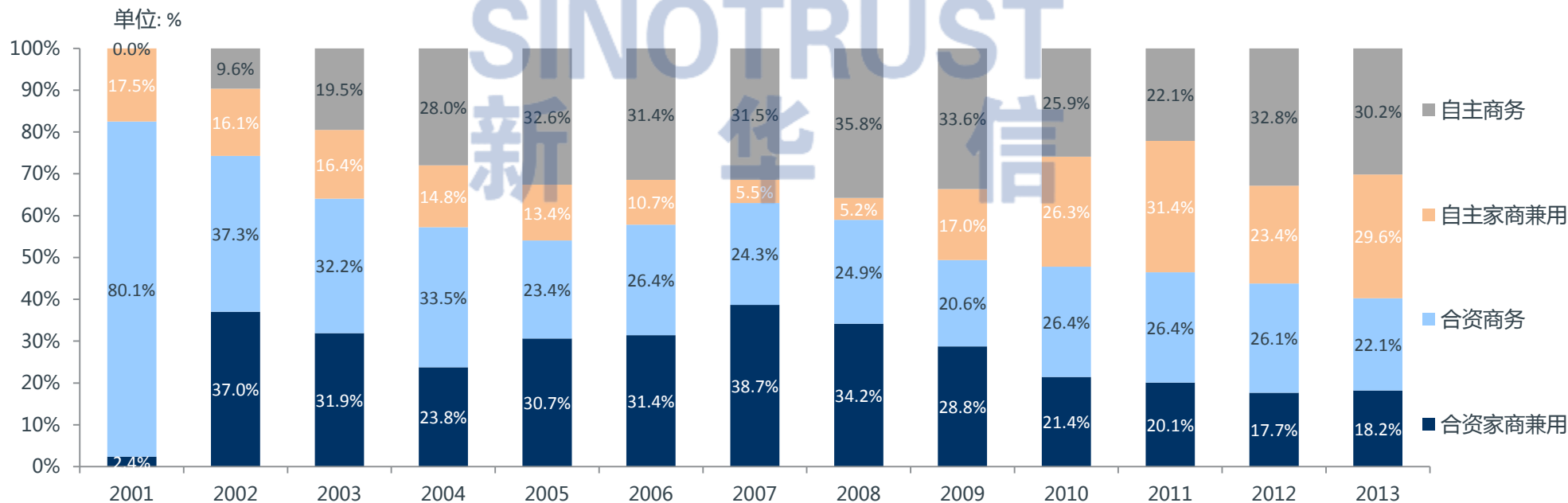
- 自主MPV份额整体呈上升趋势，自2009年至今更是逐年递增，超过合资品牌份额



# MPV各类型销量份额走势分析(不含进口车)

- 自主商务MPV份额近几年起伏较大，2012年至今保持在30%左右
- 自主兼用MPV份额近几年较2008年之前份额增长显著，现已成为除自主商务外最重要的细分市场
- 合资商务MPV份额近几年保持稳定，2013年约占MPV整体市场的五分之一
- 合资兼用MPV份额自2007年起至今整体呈下降趋势

### MPV市场历年各类型比例



- MPV定义及特点

- MPV市场分析

- MPV产品分析

- MPV用户分析

# MPV用户类型

- MPV用户类型主要包括两类：**个人用户**和**单位/组织用户**
- 而单位/组织用户用户又分为**自由决策用户**、**限制决策用户**两种细分类型

## 私人用户

对于购买各因素都有决定权，可根据实际需求进行自由选择  
主要是个人/家庭或者个体户等用户

## 单位/ 组织用户

### 自由决策用户

对于购买各因素都有决定权，可根据实际需求进行自由选择  
主要是来中小型私营企业等用户

### 限制决策用户

有预算、排量、厂商性质等硬性政策限制，但在纳入采购范围的车型中可以决定最终购买哪些车型  
主要有国有企业、私营企业、政府、事业单位、军队等单位

# MPV用户需求和购车关注因素

- MPV用户的功能需求主要集中在两个方面：多座位、大空间
- MPV用户购车共同关注品牌、舒适性和安全

## MPV用户需求



多座位



大空间

## MPV购车关注因素

家商兼用用户

关注：安全、品牌、舒适性、外观和油耗

商务用户

关注：品牌、空间、舒适性、安全和动力

更关注品牌档次和可感知的豪华感

共同关注：品牌、舒适性和安全

# MPV用户车辆用途

- 个人用户的车辆用途大多为家用
- 单位用户因性质不同而用途不同：
  - 政府部门、军队国企事业单位等以商务用途为主；
  - 其余偏盈利性的私营企业则存在商务和商业使用两种情况

用户类型		家用	商务	商业
个人用户	个人/家庭	✓	✓	
	个体户	✓		✓
单位用户	政府/军队		✓	
	国企事业单位		✓	
	大型私营企业		✓	✓
	中小型私营企业		✓	✓

## 车辆用途定义

- 个人出行
- 日常装载生活用品

家用

- 商务接待
- 内部业务出勤

商务

- 租赁盈利
- 载客运输盈利
- 其它盈利模式

商业

注：大型企业指规模为500人以上，且有固定车辆采购计划的企业

---

# 谢谢

SINOTRUST  
新华信

特别感谢：

本文中关于MPV产品的厂商性质和用途的分类思路采纳来唐奕奕女士观点

本文撰写中的很多观点和灵感均受到业内各位专家学者作品观点的启发，在此一并感谢感

**SINOTRUST**  
**新华信**

北京  
北京市朝阳区酒仙桥路14号兆维大厦8层  
邮编：100015  
电话：(010) 5926 7688  
传真：(010) 5867 1800

上海  
上海市黄浦区汉口路398号华盛大厦18层  
邮编：200001  
电话：(021) 6019 6688  
传真：(021) 6019 1688

广州  
广州市五羊新城寺右一马路18号泰恒大厦7层  
邮编：510600  
电话：(020) 2237 3266  
传真：(020) 2237 3299

**Thank You!**

**新华信汽车营销解决方案**

**协助您开拓市场和管理客户关系**