**商务信息与调研**

第66期

（总第639期）

苏州市商务局 2020年7月27日

2020年上半年苏州市汽车消费市场

销售情况简析

今年以来，受新冠肺炎疫情影响，我市汽车消费市场面临前所未有的挑战，全市各级商务主管部门和汽车销售企业积极创新思路，多措并举提振汽车消费，统筹做好疫情防控和经济社会发展，为活跃市场、扩大内需提供强劲推动力。现将今年上半年我市汽车消费市场情况汇报如下：

一、上半年汽车消费市场主要特点

2020年1-6月，苏州大市范围内累计销售汽车143963辆，同比下降26.8%。其中，一季度累计销售汽车59093辆，同比下降35%；二季度累计销售汽车84870辆，同比下降19.8%，降幅较一季度收窄15.2个百分点，汽车消费市场逐步回暖。上半年汽车消费市场主要呈现出以下特点：

（一）市场集中度不断提高。2020年1-6月，奔驰、宝马、上汽大众、奥迪、上汽通用别克、一汽大众、东风日产、一汽丰田、广汽丰田、吉利分别以10769辆、9994辆、9495辆、9127辆、7093辆、7035辆、6993辆、6365辆、6352辆、5848辆，位居品牌销量前十。上半年TOP10汽车品牌销量占我市汽车销量的54.9%，相比去年同期提升3个百分点。

近年来，汽车消费市场从中高速增长进入调整期，受新冠肺炎疫情影响，今年汽车销售面临更大挑战，但头部品牌资源多，社会认可度、抗风险能力强，市场集中度不断提升。与此同时，弱势品牌抗风险能力较差，资金流和供应链稳定性不足，部分品牌已出现破产闭店的情况。

（二）豪华车表现突出。豪华车延续高增长态势，上半年豪华车份额21%，较去年同期提升了3%，达到历史新高。宝马、奔驰等豪华车销售企业均保持在20%以上的增幅，逆势增幅的主要原因是消费升级和汽车促销费活动价格优惠大等。中低端车型仍存在一定降幅，吉利、长安、风行、传祺等自主品牌车辆降幅明显，其中传祺、风行等品牌降幅接近40%，主要原因是疫情对中低收入群体的影响更为明显，消费需求被抑制。

（三）SUV整体表现优于轿车。上半年SUV整体表现优于轿车，随着汽车消费市场企稳，SUV车型二季度同比增速率先转正，尤其是高端SUV市场，成为疫情期间被压制需求的主要释放点。2020年1-6月，A0级小型车、A级紧凑型车、B级中型车、C级中大型车、新能源车、MPV、SUV销量分别为2420辆、38657辆、22811辆、9258辆、4994辆、4771辆、56131辆。

（四）新能源汽车销售率先恢复。2020年1-6月，新能源车销售4994辆，同比增长0.1%，表现强于整体市场。2020年6月，Model 3、瑞驰新能源EC35、北汽新能源EU5、蔚来ES6、宝马5系插电、蔚来ES8、威马EX5等车型销量均突破50辆，其中Model 3当月销量达336辆。

二、提振汽车消费所做的工作

（一）强化顶层设计，研究出台政策。为积极应对新冠肺炎疫情对汽车销售企业的影响，根据市领导要求，市商务局深入开展调研，充分听取行业协会和汽车销售企业的发展诉求，提请市政府出台《关于提振汽车消费促进消费回补的若干措施》，从鼓励消费者购置新车、引导高排放车辆淘汰、提升购车便民服务、创新车展活动形式、提升金融保障水平等方面提出政策支持。

（二）举办车展活动，推出更大优惠。围绕“品质生活·苏新消费”主题，鼓励支持各板块、行业协会举办一系列车展促消费活动，推出更大力度的促销举措，有效实现了市县联动、产业联动、营销联动。5月1日-3日太仓举办“2020五•一汽车购车节”，5月30日-31日在常熟国际展览中心外场举办“2020常熟市汽车流通商会夏季汽车展览会”，6月6日-14日在新区举办了“高新区国际汽车城购车节”，6月13日常熟举办为期一个月的常熟奇瑞捷豹路虎和观致汽车优惠促销活动，6月15日-21日在木渎汽车城举办了“木渎凯马汽车城购车节”，7月9日新区举办为期一个月的“2020高新区购车节暨汽车嘉年华”，7月11日-12日在相城体育艺术馆举行“相城国际汽车城购车节”，7 月 24 日-27 日在昆山国际会展中心举办汽车展会。此外每周周末各经销商还结合实际情况举办各种主题促销和团购活动。截止目前，我市已举办8场购车节活动，经销商开展各类主题促销和团购活动200余次，其中6月份共销售车辆30134辆，带动汽车消费45.2亿元，环比增长9.3%。

（三）创新活动形式，打造浓厚氛围。各地商务部门按照“品质生活·苏新消费”部署，创新工作思路，积极组织汽车销售企业参加“姑苏八点半 苏州锦鲤节”促消费活动，通过举办购车节、推出消费券、购车抽奖等方式开展促销，对符合各级商务发展政策的企业加快资金兑付，协助企业多渠道获得融资。昆山开展“惠动鹿城”消费促进季活动，推出500万元新能源乘用汽车专项消费券。吴中区举办为期一个月的“惠买车，来约惠”在线购车月活动，并安排3000万元开展苏州锦鲤购车抽奖等活动。相城区出台汽车销售企业专属促销购车补贴政策，车企参展商携手中国银行苏州分行推出多重购车优惠和银行“零首付”金融大礼包，并在车展现场进行“相城有礼”电子住餐券抽奖。高新区创新宣传手段，通过多渠道、全媒体方式营造促销氛围，并将车展现场设置在苏州乐园森林世界，实现汽车消费与文旅消费紧密衔接；同时，组织企业进社区、进工厂，实现零距离购车，举办汽车公益科普活动。

（四）优化营商环境，解决实际困难。市商务局积极组织汽车销售企业复工复产，指导企业统筹做好疫情防控和经济社会发展，第一时间召集相关职能部门研究出台帮助企业渡过难关的举措，并将各类惠企政策及时传达给企业，增强企业发展信心。为进一步协调解决企业在日常经营中遇到的实际问题，市商务局召集市公安局、市住建局、市生态环境局、市应急局、市消防支队等单位对相关政策进行集中解读和宣讲，持续优化汽车流通行业发展营商环境。

三、持续做好汽车促消费工作

（一）鼓励支持新车销售。**一是**继续贯彻落实《汽车销售管理办法》，规范新车销售市场，规范汽车经营行为，维护良好的市场秩序和交易环境，保障消费者的合法权利。**二是**创新车展活动形式。支持协会发挥桥梁纽带作用，组织汽车流通行业协会继续举办形式多样的车展，引导汽车销售企业在车展中推出更大力度的促销活动。**三是**提升购车便民服务，继续推进汽车销售企业快捷代办服务和简化暂住人员上牌限制政策。**四是**按照市场主导和政府扶持相结合的原则，为新能源汽车发展创造良好的发展环境，加快培育市场，降低使用成本，促进新能源汽车消费市场健康快速发展。**五是**鼓励金融机构等开展新车消费信贷业务，创新信贷产品，简化信贷手续，扩大汽车信贷消费。

（二）繁荣二手车交易。**一是**继续贯彻落实国务院、省政府便利二手车交易、繁荣二手车市场的相关政策，协调推进取消省内二手车限迁政策，降低交易成本，促进二手车市场繁荣。**二是**支持二手车交易市场进行以完善交易服务功能、建设信息服务系统为重点的技术改造，着力解决交易信息不对称的问题，保证车辆信息公开透明。**三是**积极争取二手车出口业务试点，提升二手车流通工作新格局。

（三）引导高排放车辆淘汰。继续做好苏州市国一国二高排放汽油车鼓励淘汰补助工作，支持国三及以下排放标准柴油车以旧换新和鼓励提前淘汰工作。鼓励报废机动车拆解企业优化服务，提高拆解工艺和水平，实现绿色、高效、精细拆解。

（四）积极发展汽车后市场。随着新车销售增速的放缓，以及汽车保有量和车龄的快速上升，整个汽车相关产业将从增量市场转向存量市场。欧美等发达国家汽车后市场利润贡献占比达到57%，是汽车产业链中最稳定的利润来源，整车和零部件制造合计利润仅为38%。相比之下，我国汽车产业链中，后市场利润贡献只有28%，整车制造利润近70%，汽车后市场发展潜力巨大。汽车后市场要通过品牌化、规模化，做好线下门店的运营和服务，建立可靠稳定的供应链体系，为消费者提供更优的选择和服务体验。

下一步，市商务局将继续坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，坚定信心，迎难而上，在危机中育新机，于变局中开新局，引导汽车销售企业高质量发展，力争我市全年汽车销售实现正增长，继续走在全国前列。

（苏州市商务局 市场体系建设处）

本期责任编辑：任星宇 校对：冯俊龙 审核：王志明

报送：市委、市人大、市政府、市政协领导，市委、市人大、

市政府、市政协办公室，省商务厅领导，省商务厅办公室、

综合处，各市、区党委、政府，各省级以上开发区党工委、

管委会，各市、区商务主管部门、招商局，各有关单位。

苏州市西环路1638号 邮编：215004 共印220份

电话：68630322 传真：68707112