

最新新車登録データから見る

中国乗用車市場トレンド 2009

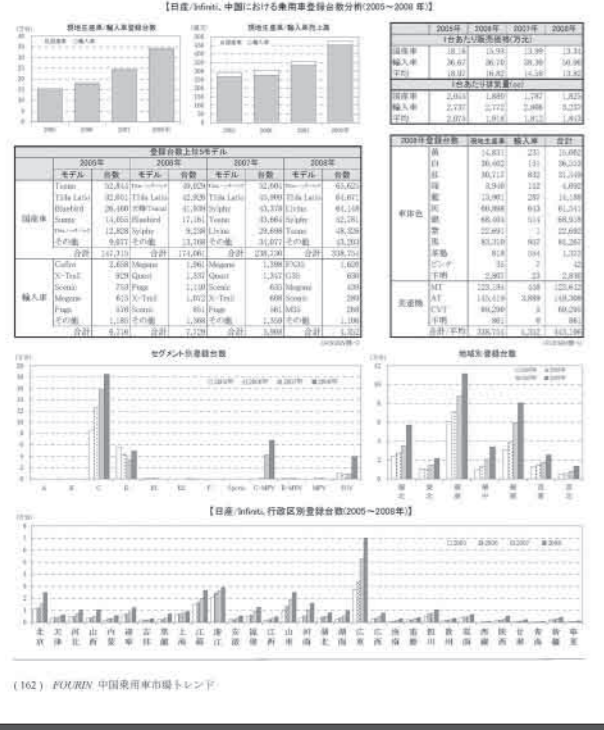
輸入車を含むモデル別販売から地域別消費性向とブランド別事業収益を分析



■ 発刊：2009年3月 ■ 体裁：A4判、225頁+CD ■ 価格：120,000円+税 国内送料込

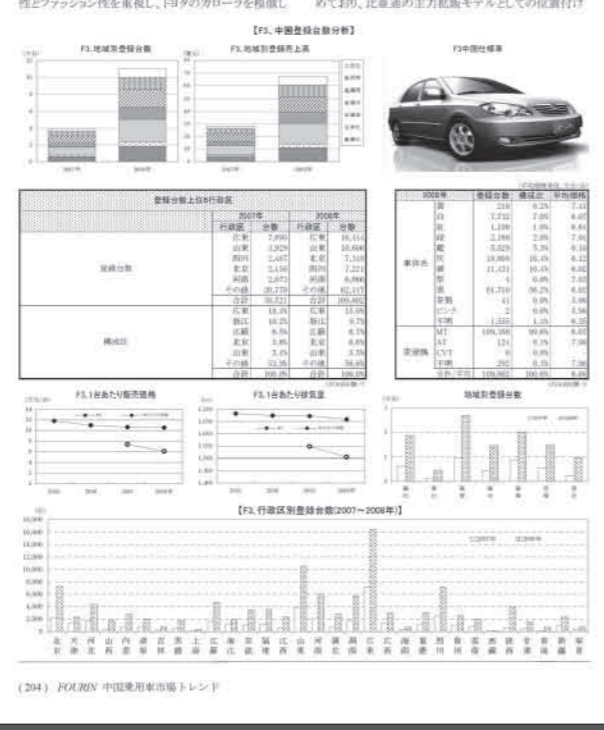
- ◆ 2005～2008年に登録された1,610万台を超える輸入車・国産車の新車販売データ
- ◆ 行政区別、セグメント別、ブランド別とヒット製品から中国のユーザー嗜好を解明
- ◆ エンジン排気量・塗装色・AT/MT比率をセグメント別・モデル別、ブランド別に収録

◇日産、C、Dセグメントにおける価格低下の停止と事業シフトの維持が重要
日産の中国での乗用車登録は、日産、高級車のInfiniti、そしてグループのRenaultとDaciaを含むと、2005年の17万1,000台から2008年の17万5,000台まで増加しています。2008年の17万5,000台は、2007年の17万2,000台から増加しています。2008年の17万5,000台は、2007年の17万2,000台から増加しています。2008年の17万5,000台は、2007年の17万2,000台から増加しています。



「第4章 乗用車18メーカーのブランド別・モデル別・地域別販売と収益構造」より

◇F3「中国製カローラ」の売り方
F3はリチウム電池大手の比亞迪が乗用車市場に参入するための初の自主ブランドとして、2005年9月に発売した。2008年にF3の販売台数(登録台数)は109,802台と注目を集めている。さらに乗客5人用の新プラットフォームとして2008年の販売実績が、F3は排気量1.5L(三菱4G15S)と1.6L(三菱4G18)のガソリンエンジン搭載、その外観デザインはフィット性とファッション性を重視し、トヨタのカローラを模倣し



「第5章 モデル別消費性向と地域別販売動向」より



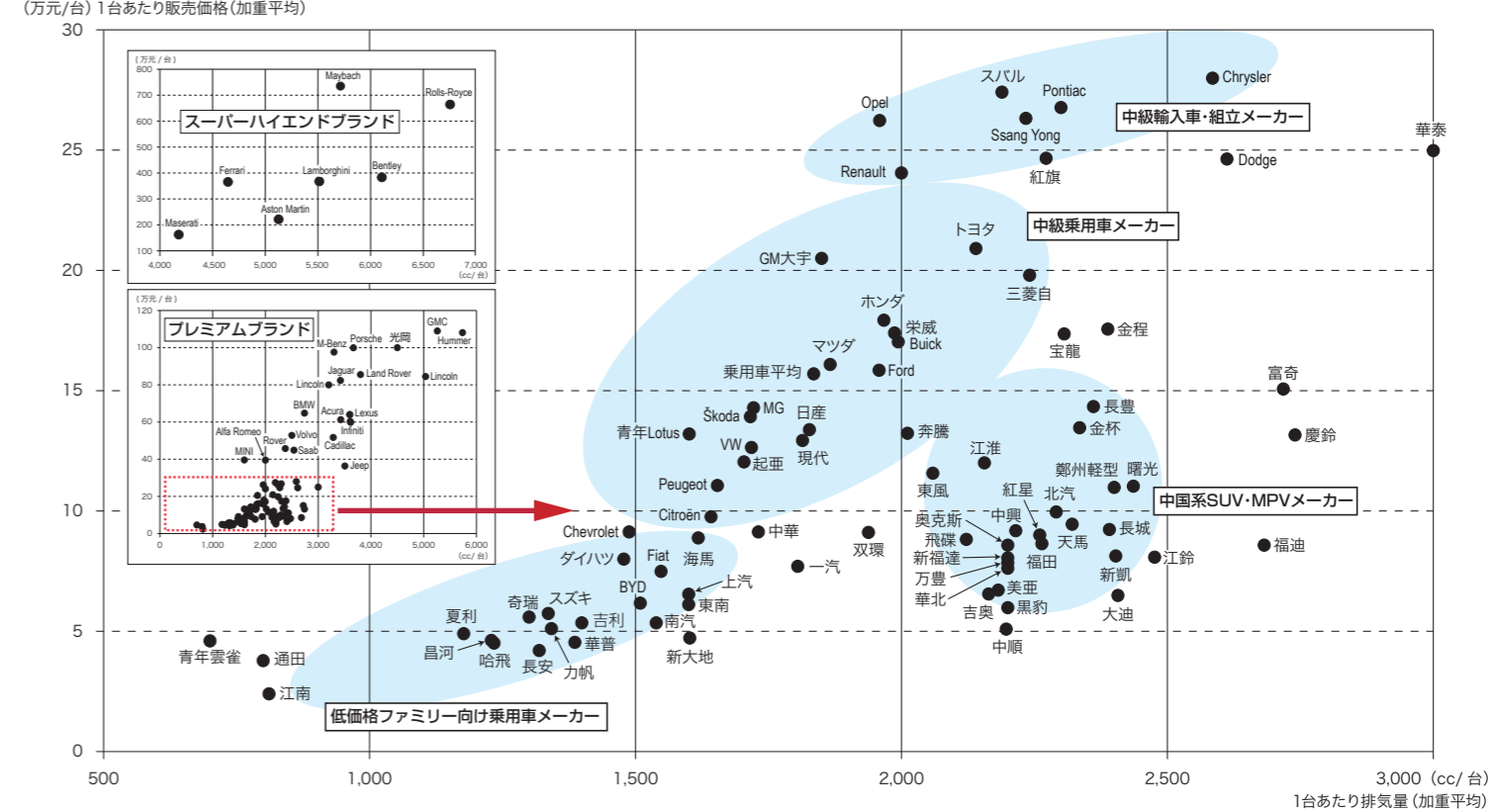
2005年から2008年の4年間は、中国沿海部が高度経済成長を謳歌し、自動車の購入に踏み切る富裕層や新興中間層は、より上級志向を選ぶ傾向が鮮明になりました。このため、販売台数の58%、小売流通ベース売上規模の49%は、日系自動車メーカーが強みを持つローワーマディアム(Cセグメント)とアッパーミディアム(Dセグメント)となりました。

しかし、2008年9月を契機に、これまでC/Dセグメントが主導してきた中国の乗用車市場に異変が起きました。不況期から来た儉約志向により消費者の上級志向が弱まり、かつランニングコストの重視から、新規需要がこれまで低迷していたA(ミニ)/B(スモール)セグメントに流れる機運が高まっています。中国のモータリゼーションは、グローバル同時不況を機に大きく方向転換しており、本調査報告書では綿密なデータ分析によりそのトレンドを知る上での重要なヒントの解明を試みました。

「中国乗用車トレンド2009」では、FOURINが中国全土の乗用車登録台数に基づき、これまで把握されてこなかったユーザーの需要形態とトレンドについて、「行政区別」、「セグメント別」、「ブランド別」、「ヒット製品別」という4つの視点から分析しております。

本案内をご高覧頂き、関係各部署ともご相談の上ぜひとも採用賜りますようお願い申し上げます。

【中国、乗用車ブランド別平均販売価格と1台当り排気量(2008年)】



注) それぞれのブランド別登録台数から加重平均値を算出。 FOURIN作成

申込方法 当調査報告書は書店では取り扱っておりません。お申し込み、お問い合わせは、申込書に必要事項をご記入の上、FAXまたは郵送下さい。またE-mail (info@fourin.jp) による受付もしております。

世界自動車産業専門調査会社
FOURIN (フォーイン)
〒464-0025 名古屋市中千種区桜が丘292 フォーインビル
TEL : 052-789-1101 FAX : 052-789-1147
http://www.fourin.jp E-mail : info@fourin.jp

申込書 中国乗用車市場トレンド 2009 (HP)
● 体裁:A4判/225頁+CD ● 2009年3月発刊
価格 120,000円+税 国内送料込み

(株)フォーイン行 Fax: 0120-0000-73

年 月 日

御社名 _____

御利用部署名 _____

〒 _____

御住所 (送付先) _____

TEL 番号 _____ FAX 番号 _____

E-mail address _____

(フリガナ) 御担当者氏名 _____ 御役職 _____

通信欄 _____

第1章 中国乗用車販売競争の現状と将来展望 1

- ◇総論：中国型モータリゼーションの現状と将来 2
- ◇都市化とマイカー保有拡大：人口の都市部集中で膨らむモータリゼーションへの期待 6
- ◇地域別乗用車販売のトレンド分析 14
- ◇セグメント別乗用車販売のトレンド分析 16
- ◇系列別乗用車販売のトレンド分析 18

第2章 地域別国産車・輸入車販売動向 20

- <沿海発達地域>
- ◇広東省：日系車が人気、国産・輸入ともにSUV志向が高い 22
- ◇山東省：小型車・低コスト車志向が依然強い 26
- ◇浙江省：民営企業家が支える高級車消費、2008年は微減 30
- ◇江蘇省：欧米が強勢な小型車市場 34
- ◇福建省：欧米系が強勢な小型車市場で、日系がトップに 38
- ◇上海市：登録規制で高級車志向が鮮明 42
- ◇北京市：法人需要を狙う高級車市場 46
- <中進地域>
- ◇河北省：低価格志向が突出 50
- ◇河南省：低価格が受けて現代自が人気 54
- ◇山西省：日中韓が拮抗する小型車激戦区 58
- ◇湖北省：東風自動車のお膝元、地元メーカー志向が強い 62
- ◇吉林省：新型Corollaがヒット、トヨタの人気上昇 66
- ◇遼寧省：中国系、欧州系を下し、日系がシェアを拡大中 70

- ◇安徽省：地元メーカー奇瑞に挑む外資系大手 74
- <西部開発地域>
- ◇雲南省：中国系の制覇を阻む日系 78
- ◇陝西省：Aセグメントが人気、スズキの最後の砦 82
- ◇広西自治区：日系が台頭する辺境地乗用車販売 86
- ◇重慶市：地元生産モデルへの消費志向が上昇 90
- ◇内蒙古自治区：SUVの消費ニーズが急増、輸入も拡大 94
- ◇四川省：乗用車消費の上級化志向が上昇 98
- ◇新疆自治区：欧日系の台頭で現地系シェアが低下 102

第3章 乗用車セグメント別販売動向と競争状況 106

- ◇Aセグメント：中国系が圧倒的シェアを獲得 108
- ◇Bセグメント：系列別シェア競争が熾烈化 112
- ◇Cセグメント：2005年以降低価格化に歯止めかからず 116
- ◇Dセグメント：トヨタ・ホンダ・VWが激突 120
- ◇E1セグメント：欧州メーカーの牙城、CVT車が4割強に 124
- ◇E2セグメント：ドイツプレミアムブランドの牙城狙う日系 128
- ◇Fセグメント：不況と新消費税で需要減退が懸念される 132
- ◇Sportsセグメント：欧系はシェア拡大、中・韓系は縮小 136
- ◇B-MPVセグメント：中国系のプレゼンスが拡大 140
- ◇C-MPVセグメント：日産Livinaが大躍進、伸びを索引 144
- ◇MPVセグメント：5万～50万円まで価格帯が多様化 148
- ◇SUVセグメント：最大成長セグメント 152

第4章 乗用車18メーカーのブランド別・モデル別・地域別販売と収益構造 156

- ◇トヨタ、C、D、E2の沿海部拡販で高収益を実現、課題はA、B拡販と内陸部市場の開拓 158
- ◇ホンダ、現地生産車は業界平均に比べ4万円高い単価を維持、課題はAcuraの拡販 160
- ◇日産、C、Dセグメントにおける価格低下の歯止めと華東シェアの維持が重要 162
- ◇スズキ、新車投入効果が限定的、旧型製品と内陸市場に高い依存度 164
- ◇マツダ、スポーティさ演出で競合車との差別化に成功、沿海部の過度依存からの脱却が課題 166
- ◇VW、量産体制を活かした現地製乗用車の価格競争力、収益を重視する輸入車は高価格志向 168
- ◇GM、BuickとChevroletを軸に幅広い価格帯を展開、課題は華南と華北地域向け拡販 170
- ◇Ford、Focusのヒットで支えられる中国事業、沿海部への経営資源集約が加速 172
- ◇PSA、単価引き上げに不可欠な搭載エンジンの刷新、輸入車販売は低迷 174
- ◇Audi、現地生産規模が輸入車を上回る、官公庁やVIP向け「黒」塗装比率が7割超 176
- ◇BMW、輸入車構成比が高く、華東地域の過度依存の見直しが課題 178
- ◇現代自、業界平均を上回る価格設定主導権の獲得が収益向上のカギ 180
- ◇起亜、現地主力車種をCerato、Rioに切り替え、輸入はMPVに集中 182
- ◇奇瑞、QQに次ぐ量産モデルの確立が課題、山東省の構成比が2008年に10%を突破 184
- ◇吉利、拡販と単価引き上げを同時に実現、沿海地域における拡販体制の確立が課題 186
- ◇夏利、2015年40万台目標の実現に向け問われる内陸部販売力の強化 188
- ◇華晨、ヒット製品「駿捷」の新車効果が一巡、業界平均を下回る価格設定が収益低下を招く 190
- ◇比亚迪、F3のヒットで収益基盤を確立、華東、華南と内陸部に強み 192

第5章 モデル別消費性向と地域別販売動向 194

- ◇Accord：ホンダのドル箱の作り方 196

- ◇Camry：トヨタのドル箱の作り方 198
- ◇Passat：起死回生を遂げたモデルチェンジ 200
- ◇Excelle：GMのドル箱の作り方 202
- ◇F3：「中国製カローラ」の売り方 204
- ◇Focus：Fordの収益源 206
- ◇Elantra：韓流モデルチェンジの仕方 208
- ◇Audi A6・A6L：中国の高級車の代名詞 210
- ◇Corolla：新旧モデルの棲み分け 212
- ◇Tiida：新興中間層を捉えたクルマ 214
- ◇QQ：中小都市マイカーブームの火付け役 216
- ◇GL8：カンパニー送迎車両の需要構造 218
- ◇CR-V：都市派SUVの代表格 220
- ◇Lexus ES350：輸入高級車No.1の秘訣 222
- ◇BMW 730Li：ドイツ高級車の地域別分布 224

付録CD 中国乗用車登録台数統計(2005～2008年)

- ◇行政区別国産・輸入乗用車、メーカー別(全メーカー)、新車登録台数(2005～2008年)
- ◇行政区別国産・輸入乗用車、セグメント別、モデル別(全モデル)、新車登録台数(2005～2008年)
- ◇行政区別国産・輸入乗用車、セグメント別、価格帯別、モデル別新車登録台数(2005～2008年)
- ◇行政区別国産・輸入乗用車、排気量帯別、モデル別、AT/MT別、車体色別新車登録台数(2008年のみ)
- ◇中国国力指標基礎統計(1996～2007年)

見本頁

高度成長期の勝ち組は、C/Dセグメントで強みを持つ日系メーカーであった。2005年から2008年の4年間にナンバープレートを取得した1,610万台に及ぶ乗用車の登録情報は、世界が注目する中国の経済力の台頭そのものを反映している。まずは売上規模。2008年に登録された515万1,509台の乗用車は、2007年の497万1,000台から18万4,509台増えた。これは、2008年の中国のGDP規模(30兆6,670億元)に占める割合が、2007年の1.3%から1.5%に上昇した。一方、後の成長性はまだ不況期に選定しており、2009年2月には鉄鋼業とともに実際の支援策を真っ先に発表したことも、自動車産業に対する行政側の重視ぶりを窺える。

2008年に登録される乗用車515万台には、国産車81ブランド321モデル、輸入車58ブランド326モデルがあり、価格帯についても最も安い江南奥拓の2万4,000円から、最も高いMaybach 62Sの900万円と、多様な消費者ニーズと予算に合わせた製品対応が可能になった。さらに、乗用車を12のセグメントで分けてみると、乗用車新車売上総額の4%と22%を占め、このふたつのセグメントは全体の半分以上を占めた。一方、2008年の登録台数は32,554台と、全体台数の0.6%に過ぎないものの、売上規模が421億元と売上全体の5.2%を占めた。このため、C/Dセグメントで世界的競争力を持つ製品の現地生産体制を2002年から敷いた日系メーカーが、

中国21の省行政区の乗用車消費性向を分析

2008年に1.7万台に拡大、輸入台数の拡大を牽引しているのはSUVとE1/E2セグメントで、両者輸入登録台数における構成比は2007年の1.3%から2008年の2.1%に達した。ブランド別では、M-Benz、3位に連れた。2008年に見ると、(2007年)と浙江省の登録台数における構成比は2007年に浙江省に追い越された。45.9%を占めトップ、Dセグメントが8.8万台で21.3%と2位、Bセグメントが5.2万台で12.5%と3位となった。

【中国、平均単価と排気量から見た乗用車製品別ポジション (2008年)】

FOURIN 中国乗用車市場トレンド (3)

見本頁

2008年に1.7万台に拡大、輸入台数の拡大を牽引しているのはSUVとE1/E2セグメントで、両者輸入登録台数における構成比は2007年の1.3%から2008年の2.1%に達した。ブランド別では、M-Benz、3位に連れた。2008年に見ると、(2007年)と浙江省の登録台数における構成比は2007年に浙江省に追い越された。45.9%を占めトップ、Dセグメントが8.8万台で21.3%と2位、Bセグメントが5.2万台で12.5%と3位となった。

【江蘇省、乗用車登録台数分析】

【Cセグメント、乗用車登録台数分析】

【Cセグメント、行政区別登録台数(2005～2008年)】

セグメント	2005年				2006年				2007年				2008年			
	国産	輸入	合計	構成比	国産	輸入	合計	構成比	国産	輸入	合計	構成比	国産	輸入	合計	構成比
国産車	11,960	10,970	22,930	11.0%	10,880	10,530	21,410	10.5%	13,250	13,250	26,500	12.8%	13,250	13,250	26,500	12.8%
輸入車	1,683	1,674	3,357	1.6%	1,673	1,659	3,332	1.6%	1,967	1,881	3,848	1.8%	1,673	1,673	3,346	1.6%
合計	13,643	12,644	26,287	12.6%	12,553	12,189	24,742	12.1%	15,217	15,131	30,348	14.6%	14,923	14,923	29,846	14.4%

FOURIN 中国乗用車市場トレンド (34)

見本頁

この他の見本ページも弊社ホームページでご覧頂けます

12セグメントの製品トレンドを詳細なデータで比較分析

2008年に1.7万台に拡大、輸入台数の拡大を牽引しているのはSUVとE1/E2セグメントで、両者輸入登録台数における構成比は2007年の1.3%から2008年の2.1%に達した。ブランド別では、M-Benz、3位に連れた。2008年に見ると、(2007年)と浙江省の登録台数における構成比は2007年に浙江省に追い越された。45.9%を占めトップ、Dセグメントが8.8万台で21.3%と2位、Bセグメントが5.2万台で12.5%と3位となった。

【Cセグメント、行政区別登録台数(2005～2008年)】

【Cセグメント、平均単価と平均排気量】

セグメント	2005年				2006年				2007年				2008年			
	国産	輸入	合計	構成比	国産	輸入	合計	構成比	国産	輸入	合計	構成比	国産	輸入	合計	構成比
国産車	11,960	10,970	22,930	11.0%	10,880	10,530	21,410	10.5%	13,250	13,250	26,500	12.8%	13,250	13,250	26,500	12.8%
輸入車	1,683	1,674	3,357	1.6%	1,673	1,659	3,332	1.6%	1,967	1,881	3,848	1.8%	1,673	1,673	3,346	1.6%
合計	13,643	12,644	26,287	12.6%	12,553	12,189	24,742	12.1%	15,217	15,131	30,348	14.6%	14,923	14,923	29,846	14.4%

FOURIN 中国乗用車市場トレンド (116)