

## March 2021

## Auto Market Beat - Q4 - China

“The sales volume showed growth of over 8% in Q4 2020 compared to Q4 2019. The year-end rise effect was truly significant. The sales volume of passenger cars in 2020 experienced a smaller decline than 2019, as the rigid demand for car usage and the recovery of consumer confidence in ...

## February 2021

## 汽车购买过程 - China

“未超出最初预算购车的车主仅占不到40%，大多数车主在购车时会为更高的配置或更高级的车型超预算。即使在新冠疫情影响下，这样的升级意愿依旧强烈，仍有逾70%的被访车主表示换购新车的档次必须比现在的车更高。

同时，随着车型和选择不断多元化，消费者发现更难分辨其中差异，甚至对汽车设计产生审美疲劳。因此，购车过程中的首要考虑因素是车型和能源类型，而非品牌偏好，高端价格区间的车也不例外。如何打造令人难忘的品牌形象仍是关键问题之一。品牌一直在探索新的途径，包括在视频平台上传递信息，以赶上消费者不断变化的习惯和兴趣。”

## January 2021

## 汽车售后市场 - China

“汽车售后市场维持稳健增势，2020年注册登记的乘用车数量预计将逾2.2亿辆。消费者定期保养的意识和对汽车改装的兴趣提高，这也为售后市场创造了潜在商机。4S店在专项修理方面保持强势，却在快速修理方面日渐丧失优势。质量有保证和努力帮助车主了解更多关于售后服务的信息会对赢得售后市场的消费者起到重要作用，也有益于品牌声誉。此外，新能源汽车的售后市场高度活跃，充满了各类挑战与机遇。如何将用车信息融入售后市场的服务或将在近期为该市场带来颠覆性变化。”

— 周同，高级研究分析师

## Car Purchasing Process - China

“Only less than 40% car owners purchase their cars within the original budgets, while the majority pay extra for better configuration or upper models on car purchase. Such willingness to upgrade stays strong, as

## 汽车市场动态——四季度更新 - China

“2020年第四季度整体销量同比2019年第四季度呈现出超8%的增长，年末销量翘尾效应明显。2020年乘用车销量较2019年跌幅减小，疫情后的用车刚需和消费者信心的恢复成主要因素，预计2021年同比增长率转正。营销方面，汽车品牌在年轻化战略，提升社交化品牌体验以及电商领域合作的道路上进行了多元化的尝试和探索。如何更好地理解消费者需求，将品牌文化理念和性能等优势传递给消费者，成为所有汽车品牌需要着力思考的问题。”

— 袁淼，研究分析师

## Car Aftermarket - China

“The growth momentum of the car aftermarket remains solid with the number of registered passenger cars predicted to exceed 220 million in 2020. Rising awareness of regular maintenance and interest in car modification are creating potential opportunities in the

over 70% of surveyed car-owners state that upgrading is essential for the next car even under ...

aftermarket as well. 4S stores remain strong in specialised repair, but ...

## December 2020

### Auto Market Beat - Q3 - China

“Overall volume sales in the third quarter of 2020 demonstrated monthly average growth of 8% compared to the third quarter of 2019. On the one hand, volume sales of luxury brands continued steady growth in the second quarter, reflecting the stable consumption capacity of consumers targeted by luxury brands. On ...

## November 2020

### 汽车市场动态——三季度更新 - China

“2020年第三季度整体销量同比2019年三季度呈现出月均8%的增长。一方面，豪华品牌销量延续了二季度的平稳增长，体现出豪华品牌的受众消费者稳定的消费能力；另一方面，以长安、五菱和奇瑞为代表的国产品牌也因为其成功的产品更新而获得了更多的市场份额。从营销方面来说，由于消费者将越来越多的注意力从汽车的外在转移到了内部空间体验，因此比起展示速度与“肌肉”，从听觉、视觉等方面尽可能的展现乘客的车内体验成为了当下汽车营销的新趋势。”

— 周同，高级研究分析师