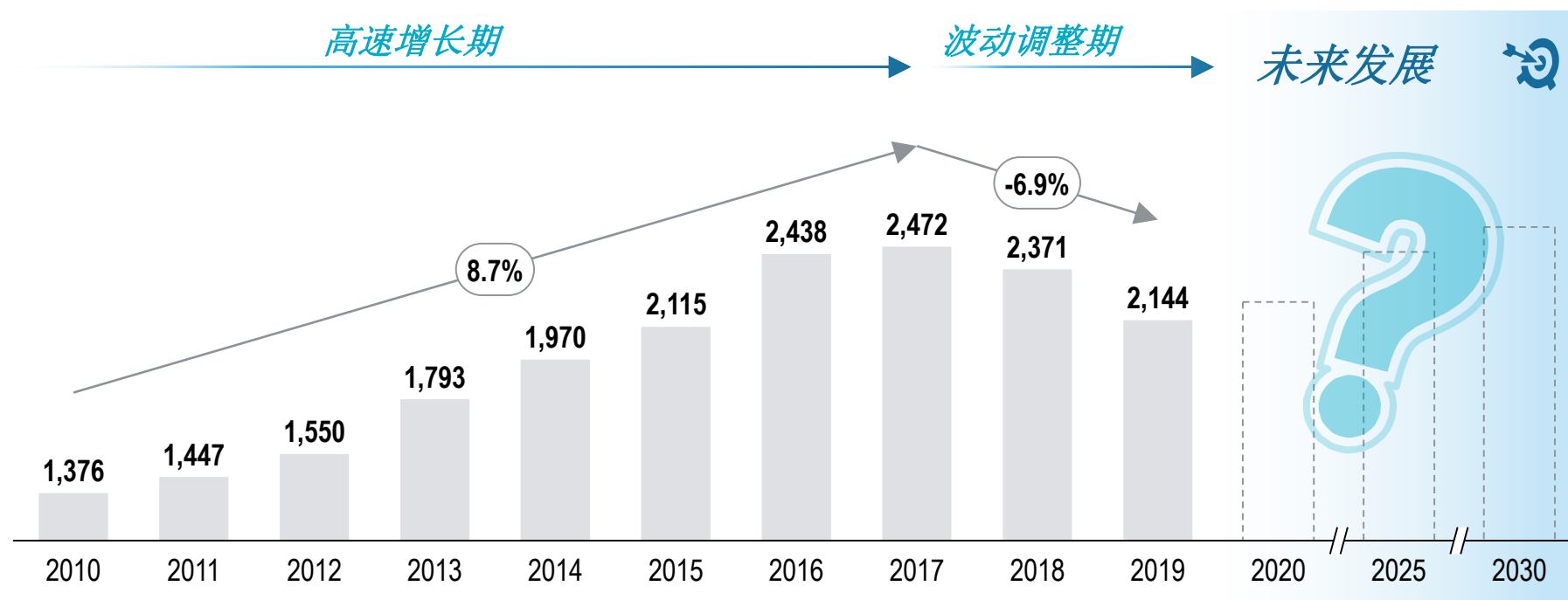


# 中国皮卡市场 发展趋势 白皮书



经历高速增长的中国车市，随中国经济增长进入“新常态”后，逐渐进入波动调整期，新车销量有所回落，未来发展机遇和挑战并存

2010-2019年中国乘用车新车销量 [万台]



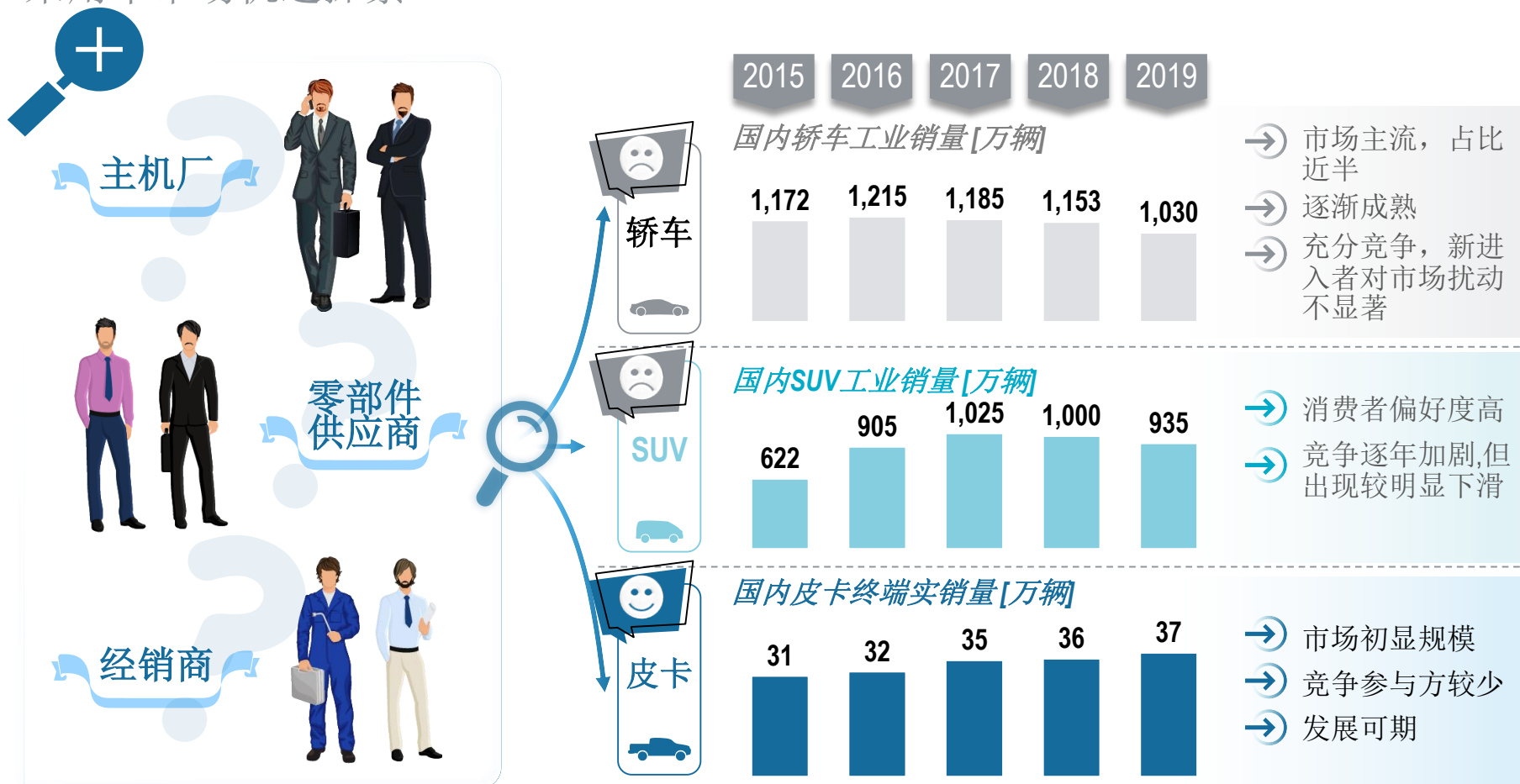
随着人均收入水平快速提高，供给侧产品不断丰富，政策积极鼓励汽车产业发展等因素驱动，中国乘用车新车销售市场经历了**高速增长**



受整体宏观经济增速放缓，需求预支等因素影响，整体市场进入**波动调整阶段**，已连续两年下降

面临行业下行压力，汽车行业玩家逐渐开始探索发展机遇，轿车稳定有回落，SUV销量下滑，但皮卡仍处于发展初期未来发展可期

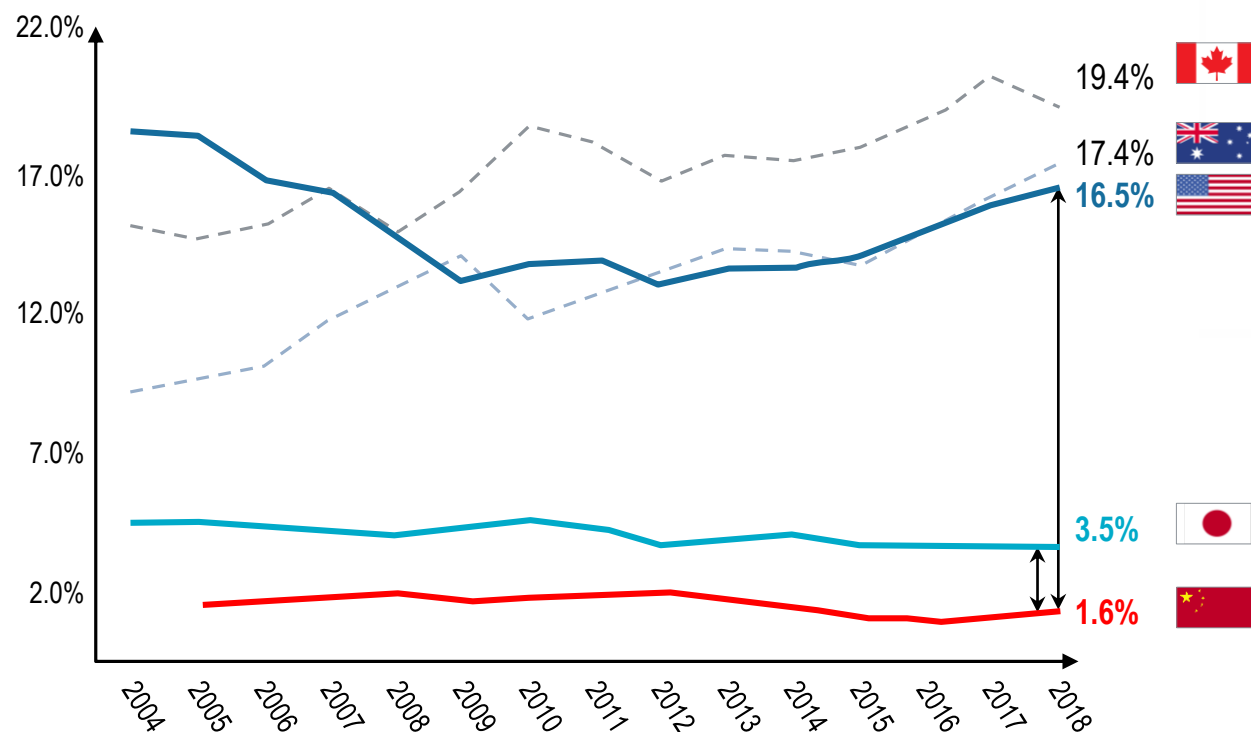
## 乘用车市场机遇探索



# 当前中国皮卡市场与发达国家相比渗透率仍相对较低，对标成熟市场未来仍有较大可提升潜力

## 中国皮卡渗透率

### 2004-2018年全球主要汽车消费市场皮卡车型市场份额



- > 2018年中国皮卡渗透率为1.6%，较美国等国家低10倍，也低于日本的3.5%
- > 生活模式和地理特点决定对皮卡需求
  - 中国部分边远地区地广人稀的特点，与美国加拿大类似
  - 内陆地区城市格局类似于日本
- > 综合而言，中国皮卡渗透率未来有望介于日本(3.5%)和美国(16.5%)之间，仍有较大增长空间

从需求端看，皮卡客群、区域特性及海外出口的机遇有望推动未来皮卡市场呈现进一步增长

## 现状

- > 经历数年增长
- > 与成熟市场渗透率差距大，提升空间大



在利好政策与需求升级等因素影响下，整体皮卡市场有望迎来较好发展前景，其中城市城郊用户需求提升或较为显著

主要皮卡消费者客群结构



私人用户  
(农村)



私人用户  
(城郊/城市)



企业用户

客群特征



- > 承包土地规模较大，收入较高，有高频农用配套运输需求的农村居民

- > 有高频运输需求的个体户/批发户
- > 城郊地区自由职业者
- > 热爱改装/越野文化的高收入群体

- > 企业/单位日常运营过程中有较强的中短途运输需求，且对灵活性要求较高

应用场景



- > 农用机械，产品，原料配套运输
- > 农村区域出行代步

- > 进城/城内个人运输
- > 城郊地区出行代步
- > 越野驾驶、娱乐体验

- > 工程抢修
- > 市政管理
- > 商务运输

未来趋势



↗ 具备一定增长优势    ↑ 增长优势明显

# 受土地流转集约耕种、减税补贴促进消费等政策影响，农村皮卡用户需求有望提升，将进一步推动销量增长

## 皮卡用户需求趋势 - 农村

### 相关政策

#### 土地流转政策



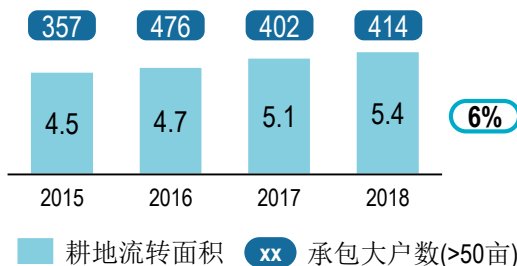
《关于引导农村土地经营权有序流转发展农业适度规模经营的意见》**规范土地流转(2014)**



《关于完善农村土地所有权承包权经营权分置办法的意见》**落实**所有权，承包权，经营权“三权分置”**(2016)**



家庭承包耕地流转面积及承包大户数量 [2015-2018, 万户, 亿亩]



> 全国耕地确权完成和土地法修正促进未来土地流转规模和承包大户数持续增长

### 对皮卡销量的影响

#### 土地流转激发承包大户皮卡刚需



- > 土地流转升温，承包大户数量将持续增加
- > 耕种将呈现**集中化**趋势，带动农业机械化的逐步普及
- > 皮卡作为农业机械**配套服务车型**的需求不断提升

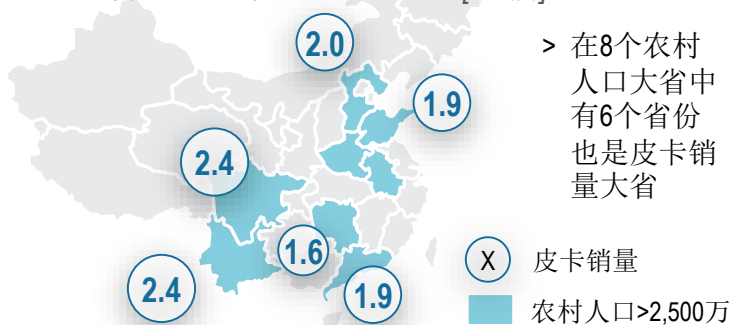
#### 减税补贴政策



《推动汽车、家电、消费电子产品更新消费促进循环经济发展实施方案(2019-2020年)(征求意见稿)》**2020年底前**，对农村居民购置3.5吨以下货车**免征车船税、减半购置税**，并给予补贴**(2019年)**



2019农村人口大省及皮卡销量 [万辆]



> 在8个农村人口大省中有6个省份也是皮卡销量大省

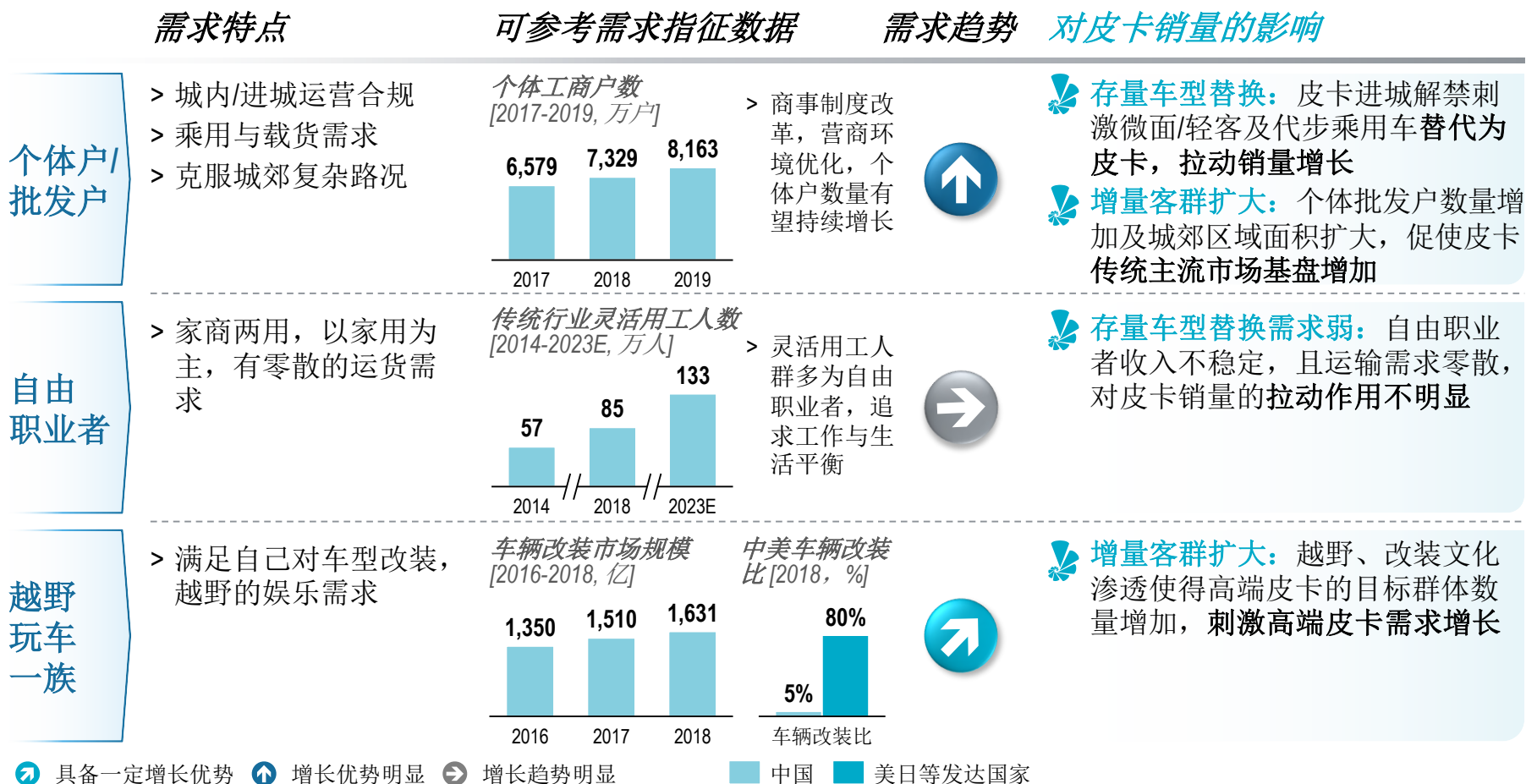
#### 减税补贴进一步拉动农村皮卡销量



- > 针对轻型货车的**汽车下乡、减税补贴**等利好政策，**短期内**将进一步刺激农村刚需用户**购置或升级为皮卡车型**

# 城郊/城市客群未来皮卡需求的主要增长点将来自于有稳定运输需求为主的个体户/批发户

## 皮卡用户需求趋势 – 城郊/城市



具备一定增长优势 
 增长优势明显 
 增长趋势明显 
 中国 
 美日等发达国家



商用运输随农牧基建运输需求提升对皮卡需求增加，工程抢修依托行业增长对皮卡需求将有所提升，市政管理替换升级为主相对稳定

皮卡用户需求趋势 - 企业

客户需求	典型客户	行业趋势	需求趋势
<p>商用运输</p>	<p>&gt; 农牧业/工程建设/零售商贸等有中短途运输需求企业</p>	<p>农村合作社数 [2015-2018, 万个]</p> <p>随着财政、金融保险等政策支持,合作社数量有望持续提升</p> <p>建筑业总产值 [2015-2018, 万亿]</p>	<p>&gt; 随经济回暖, 基建复苏, 有较大增长潜力</p>
<p>工程抢修</p>	<p>&gt; 电力/电信等有抢修设备运输需求企业</p>	<p>电力检修行业市场规模 [2015-2018, 亿元]</p> <p>电网建设和电力消费增长将进一步拉动电力检修市场</p> <p>电信行业市场规模 [2015-2018, 亿元]</p> <p>5G商用化将推动电信行业进一步发展</p>	<p>&gt; 电网维护需求增加和5G落地将带来增长</p>
<p>市政管理</p>	<p>&gt; 公安/城管/路政等政府部门与事业单位</p>	<p>中央公安部公务用车购置费预算 [2016-2018, 万元]</p> <p>以公安部为代表的市政管理部门贯彻落实中央“八项规定”, 严控“三公”经费, 同时公车改革, 相关部门公务用车需求近年与未来将保持稳定</p>	<p>&gt; 稳定无明显增长, 替换需求为主</p>

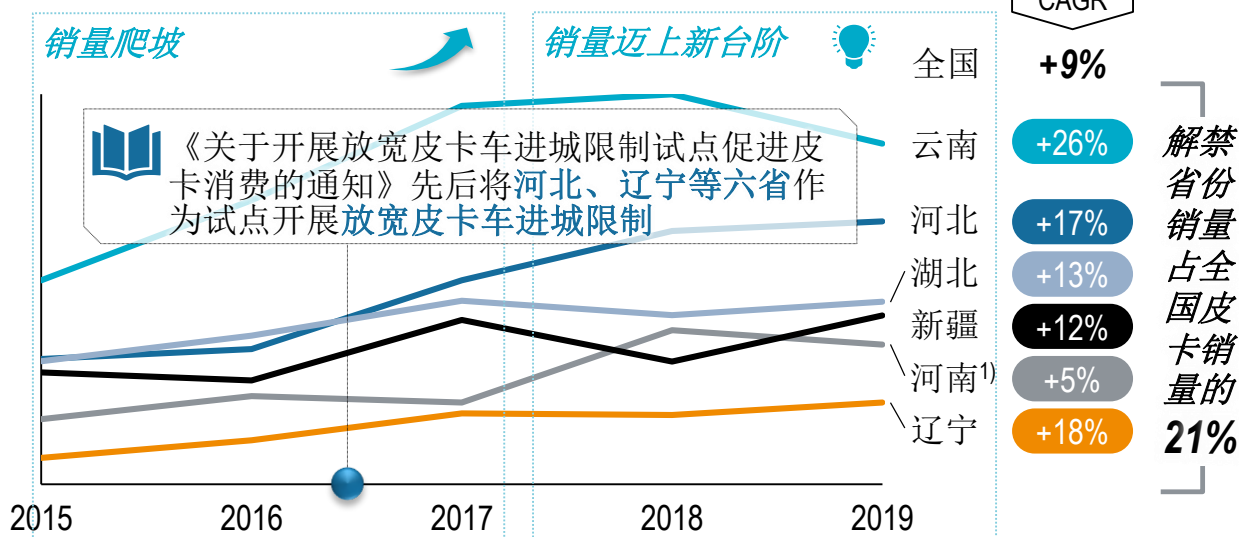
资料来源: 案头研究; 罗兰贝格

目前皮卡进城放开在少数省份的实施已带来销量提升，随着皮卡的限制进一步放开，原有管制严格的高线城市有望出现显著增量

## 皮卡进城政策对销量影响

### 进城解禁带来实质性增长

2015-2019 皮卡进城试点省市销量变化



- ➡ 进城解禁，**解放皮卡的路权**，实质性推动需求增长
- ➡ 短期而言，销量出现**短期的大幅增长**
- ➡ 长期而言，销量**稳定在了新的高度上**

1) 河南作为皮卡生产大省，对于皮卡上路的限制一直以来较松，因而解禁对其影响不显著

资料来源：中国汽车工业协会，上险数，案头研究：罗兰贝格

### 高线城市增量将更显著

📖 2019年6月 发改委、生态环境部、商务部印发《推动重点消费品更新升级 畅通资源循环利用实施方案》

- > 建议地级及以下城市2020年前取消皮卡进城限制

📖 各地逐渐开放皮卡路权

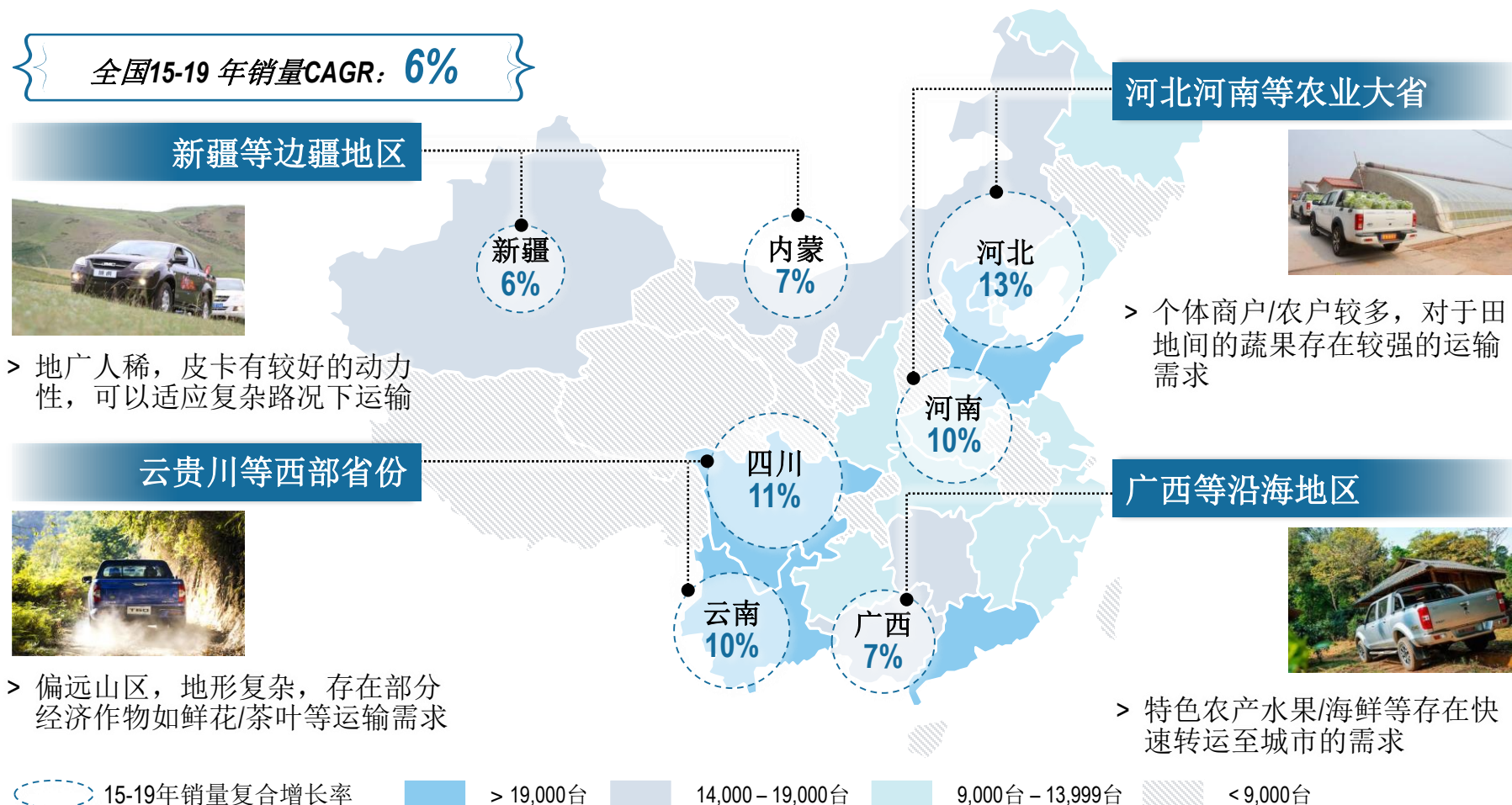
- > 重庆放宽皮卡进场限制
- > 宁波本地皮卡拥有乘用车路权
- > 吉林省全面放开皮卡进城

📖 2020年3月《商务部办公厅 国家发展改革委办公厅 国家卫生健康委办公厅关于支持商贸流通企业复工营业的通知》

- > 再次建议取消皮卡进城限制

皮卡的越野性能和通过性，使其在满足出行需求的基础上，亦可在多重使用情境下满足运输的需求，形成了皮卡销售的区域性机会

2019年皮卡全国销量热力图

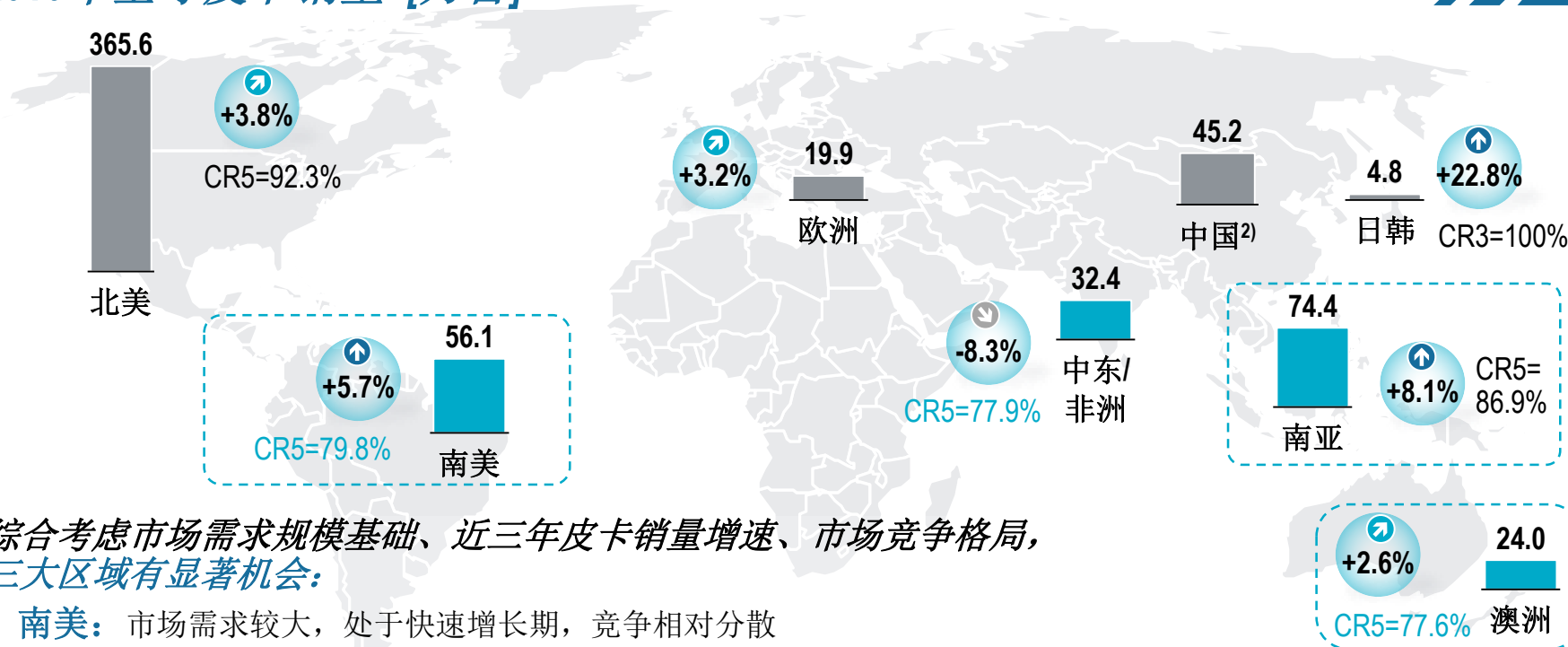


资料来源：中国汽车工业协会，上险数，案头研究：罗兰贝格

南美、南亚发展中地区以及澳洲发达地区的皮卡市场对国内品牌出口有吸引力，而成熟的北美及竞争高集中度的日韩市场机遇有限

基于销量分析中国皮卡出口海外机遇

## 2019年全球皮卡销量 [万台]



# 短期海外市场仅可作为国内品牌的销量补充，南美门槛低、易切入，东南亚关税限制及澳洲的高技术要求相对更难突破

## 基于市场特征分析中国皮卡出口海外机遇

	南美	南亚	澳洲	北美	中东/非洲
<b>渗透情况</b>	~0.5-1万辆	~1,000台	~5,000台	基本无出口覆盖	2,000台
	> 智利、厄瓜多尔	> 马来西亚、缅甸、老挝	> 澳大利亚、新西兰	> 基本无出口覆盖	> 海湾六国，南非
<b>竞争情况</b>	 > 出口以低价切入，便宜20%-30%	 > 出口以低价切入，便宜20%-30%	 > 中高端车型出口占比较高	 > 国内皮卡企业难以实现有效布局	 > 出口以低价切入，便宜20%-30%
<b>需求特征</b>	 > 90%为矿业/伐木企业 > 10%个人	 > 私营业主和个人纯工具用车	 > 个人采购为主，对产品要求低	 > 个人采购为主，对产品要求高	 > 私营业主和农场主和军队
<b>政策法规</b>	 > 关税极低 > 强制欧盟认证，安全配置要求高	 > 普遍关税较高，通常KD形式出口	 > 法规要求较严，强制欧规认证	 > 事后监管，对缺陷车型惩罚严厉	 > 海湾：关税低，认证简单 > 南非：关税高

当前各家皮卡出口均以**销量补充与市场拓展**为主，出口转内销**机会较有限**

短期中国整体皮卡出口仍将以**低价切入**为主，瞄准**低端需求市场**，该市场**规模有限**，**利润较薄**

部分国内品牌已在澳洲占据一定中端市场份额，当地对**产品技术与产品要求高**

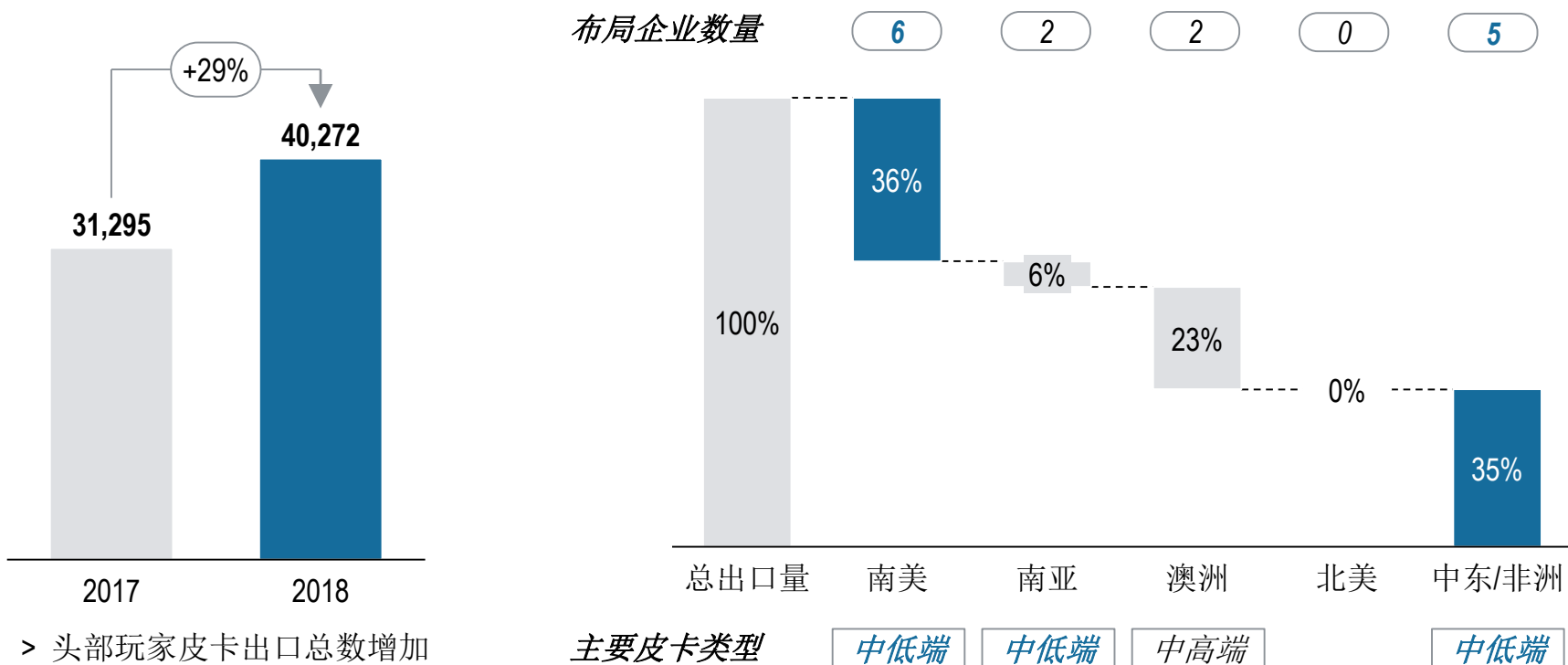
○→● 国内皮卡企业渗透率由高到低

国内主要皮卡企业在南美和中东/非洲等地区布局相对集中且以中低端车型为主，南亚需求量较小，澳洲以高端车型为主

基于销量分析中国皮卡出口现状及主要市场份额

2017-2018年国内行业前六皮卡  
玩家出口量 [万台]

主要出口地区分布及产品类型



皮卡市场增长可期，然而推动爆发式增长出现的动力不确定性较高；限牌限行变化、国五国六切换、新能源替换需求或将带来短期机会

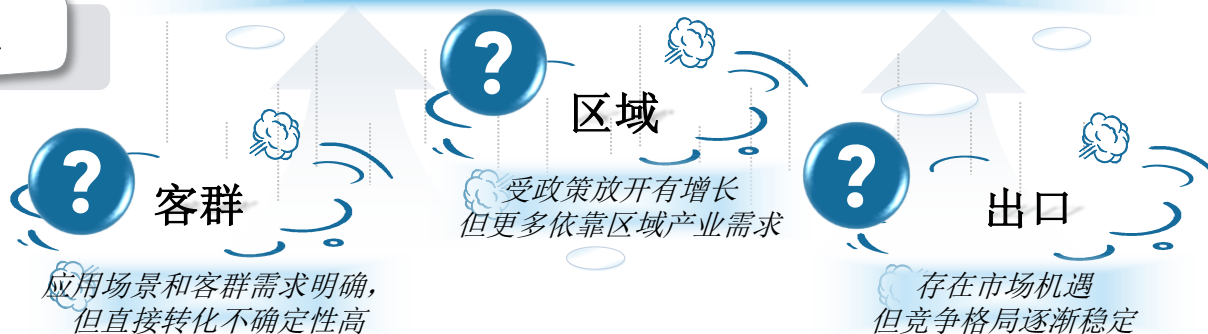
## 短期机遇

- 限牌/限行变化
- 排放标准切换
- 政企新能源替换

## 未来皮卡市场

皮卡存在实际需求增长有望，但爆发性增长不确定性较高

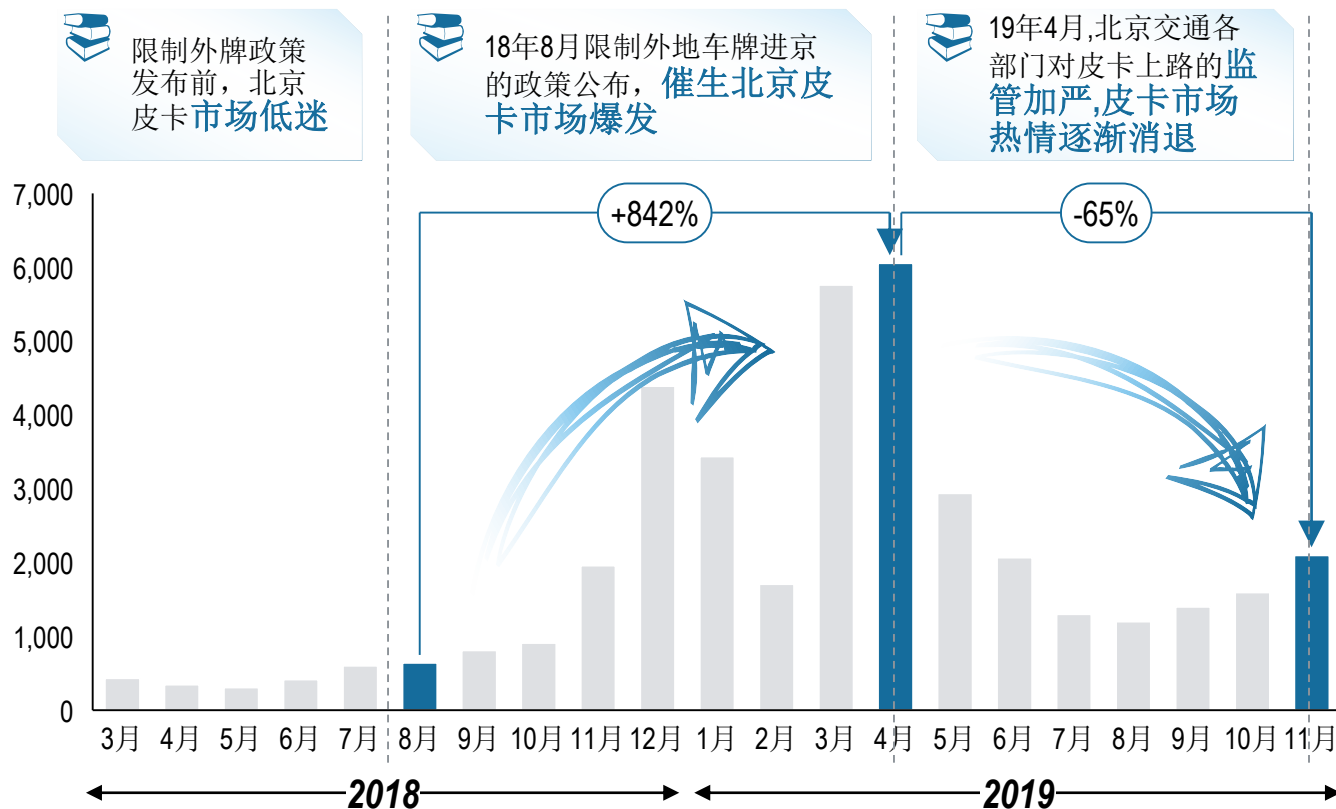
### 2019 现状



北京因限制外牌进京，推动皮卡销量的大幅增长，该类地方政策变化只能带来销量的短期增长，难以形成对皮卡销量的长期刺激

## 北京皮卡销售增长

2018-2019北京地区皮卡销量变化 [单位：辆]



### 短期而言

- > 皮卡作为市场应对政策的**过渡性替代产品**而存在，消费者跟风购买带来短期内的销量暴增

### 长期而言

- > 此类政策对皮卡销售的路权/使用场景等**未产生实质性改善**，因而随着政策落地，销量也自然回落到原始水平



# 国五切换国六仅会导致切换期间的销量波动，但从长期而言不会对销量增长产生直接大幅推动

## 国五切换国六对皮卡销量影响

### 2019全国皮卡销量变化



河北/四川等省市自2019年7月1日起，提前实施机动车国六排放标准



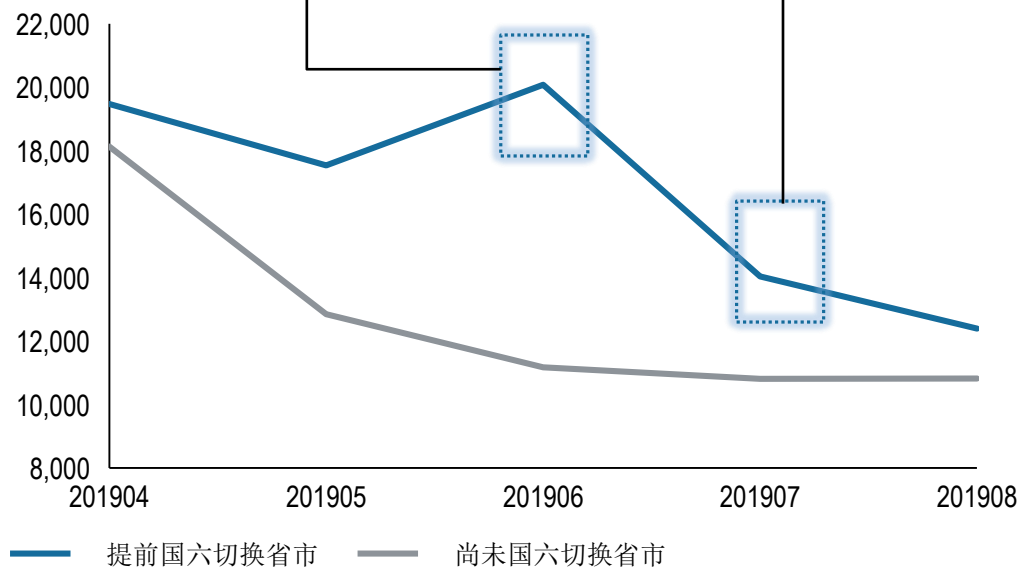
国六切换带来**切换前夕销量暴增**



随着7月1号部分省市国六切换完成

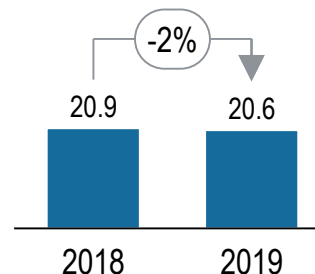


完成切换省市**销量大幅下跌**



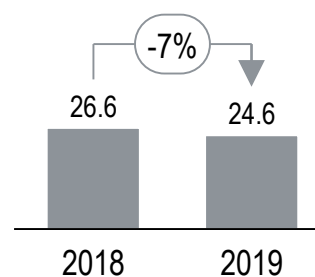
### 18-19提前切换国六省市皮卡总体销量变化

单位: 万辆



### 18-19尚未切换国六省市皮卡总体销量变化

单位: 万辆



### 评论

➔ 国五切换国六会导致的，主要是切换期间的销量的短期波动，销量在切换前夕会有短期增长机会

➔ 但排放标准切换长期来看不会对销量产生直接推动



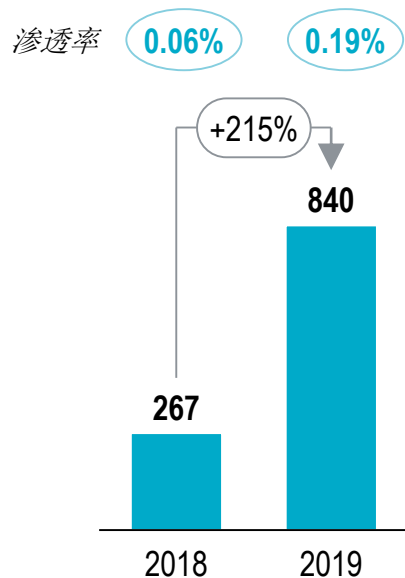
# 新能源车型较传统车型，在续航/性能/成本上都未有突破性的创新；短期销量主要集中在政企客户采购

## 新能源皮卡机会



### 新能源皮卡渗透率增长

> 新能源皮卡自2018年起在市场崭露头角，目前占比仍然较小



### 产品仍有较大可提升空间



#### 可靠性待提升

> 新能源技术总体上尚不成熟，动力性能、电池安全等各方面的可靠性仍有待提升



#### 续航里程短

> 目前续航里程在300公里左右，远低于传统能源皮卡600-800公里的续航里程



#### 购车成本高

> 目前单车补贴后价格~30万，远高于普通皮卡价格  
> 纯电皮卡降本周期较长，与燃油皮卡成本差距较为显著



### 未来主要是政企客户的存量替换



#### 企业客户



政策要求2020年底新购公务车新能源汽车比例>50%，市政/公安部门将在巡逻/管理皮卡换代时逐步替代采购新能源车型



电力系统具有天然的用电资源优势，未来有望采购新能源车型替代现有燃油工程抢险车辆



#### 个人客户



集中在中小型城市和县乡，对于车辆排放/限行/限牌的压力小，新能源的需求更小

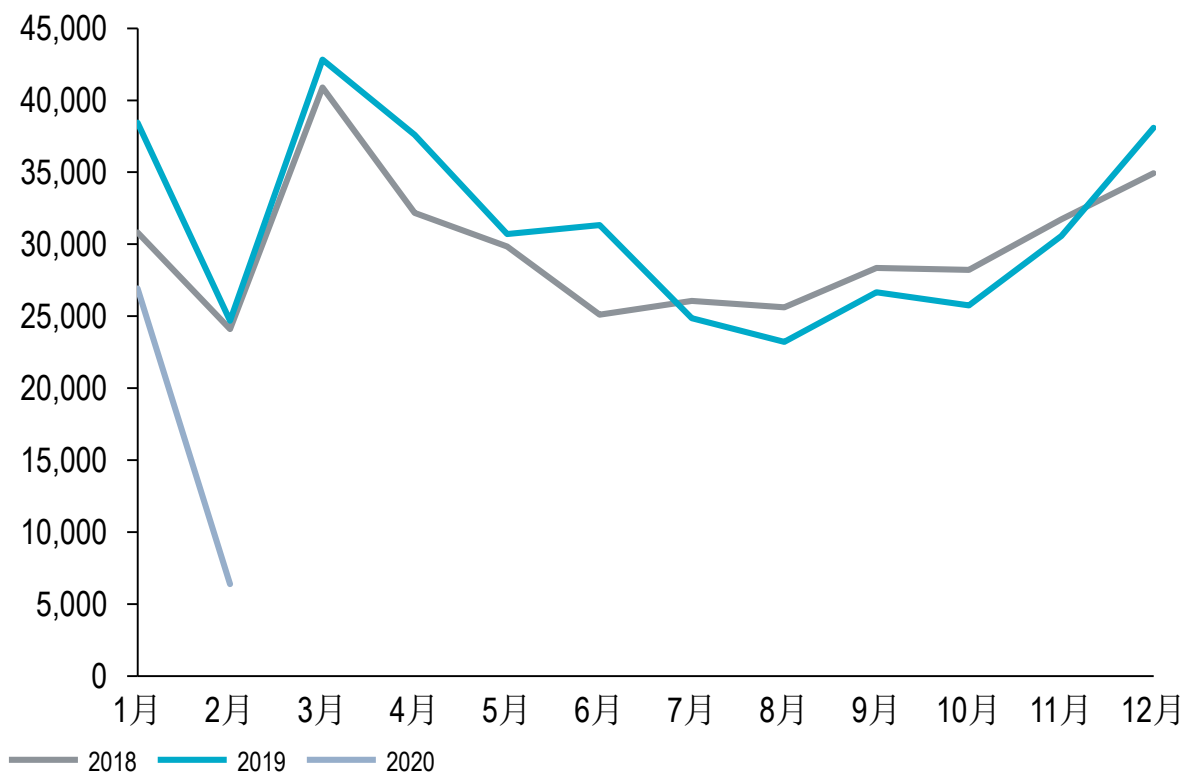


对于载货/越野有较大需求，因此对于动力性/续航有一定需求，新能源难以满足

短期的增长机遇确实推动了2019年后期皮卡销量的持续增长，但2020年初受疫情影响，销量出现显著下滑...

### 近期中国皮卡市场波动

中国皮卡终端分月度销量 [2018-2020.2, 台]






- > 相较2018年，2019年整体终端销量出现小幅增长
  - 2019年上半年保持高速增长，自7月1日起多省提前实施国六后，销量出现明显下滑，七八月尤为显著
  - 四季度前后各大车企国六产品陆续上市，金九银十传统销售旺季到来，皮卡市场逐渐回温
  - 在优惠促销等刺激下，12月终端市场出现下半年首次正增长
- > 在疫情及春节假期等因素影响下，2020年1-2月终端出现较大下滑
  - 整体经济环境下行压力大，消费能力短期内明显下降，购车需求有所收缩
  - 疫情防控要求避免人员规模聚集，对线下销售推广、客户进店和销售转化产生较大影响




...但疫情对皮卡市场的影响相对短期，疫情控制后在政策支持力度增加、需求逐渐回升、产品营销发力的带动下，市场将逐渐复苏

## 疫情对皮卡市场的影响

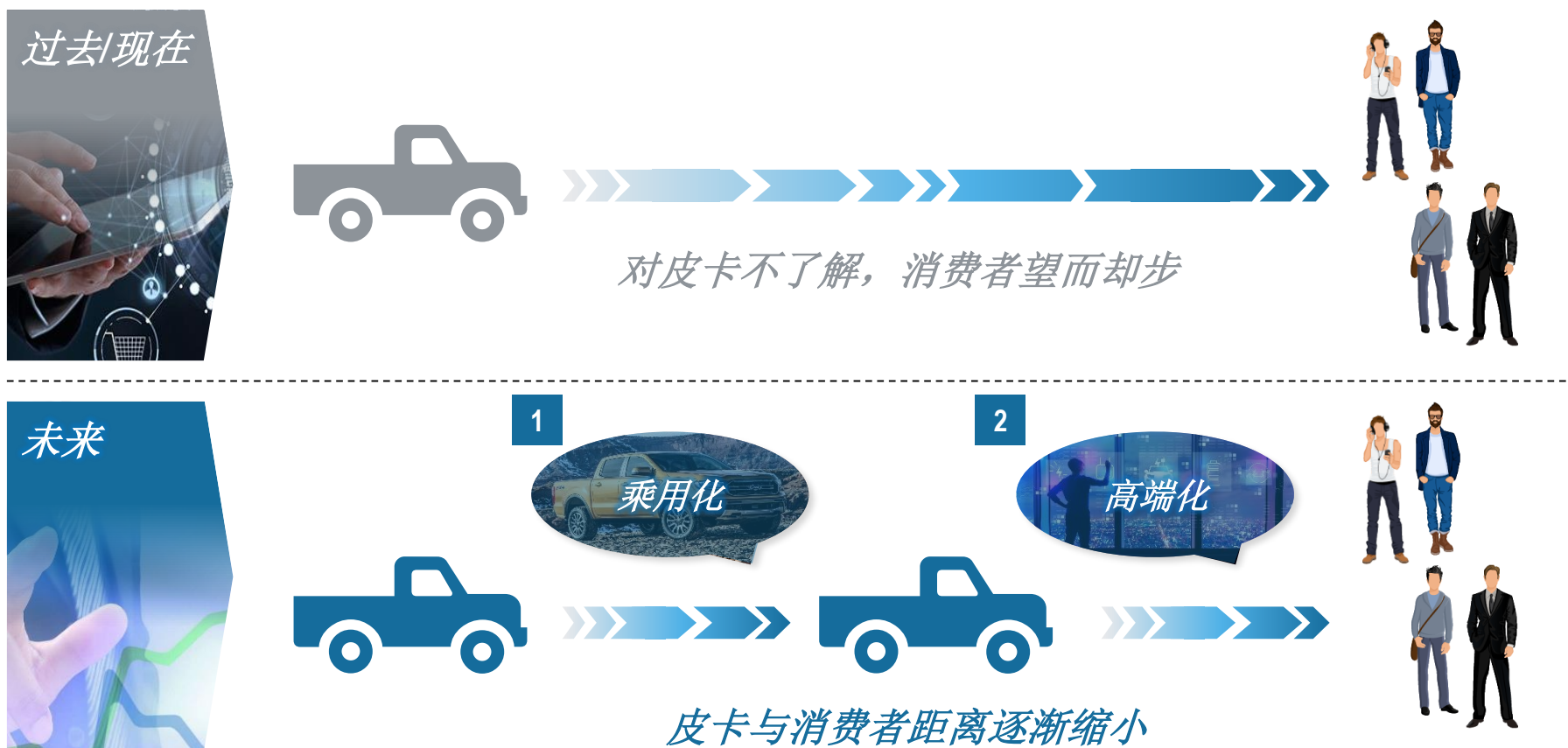
### 疫情期间

-  **生产供给受阻，企业资金流受到冲击**
  - > 工厂延期复工、零部件供应脱节、物流效率降低，使得整体生产供应进度受阻
  - > 企业资金链断裂隐患显现，尽管一系列稳经济、促消费政策接连出台，但疫情带来的短期冲击已经不可避免，对中小企业尤为明显
-  **新品上市推广受影响，竞争加速优胜劣汰**
  - > 疫情扩散使得北京车展等大型活动延期，原计划上市车型销售规划和推广计划效果将打折
  - > 品牌为防疫增加的成本支出需通过销售收入补齐，领先企业将力争更大市场份额，产品力落后品牌和产品将逐渐被淘汰出局
-  **购车需求有收缩/推迟，重点转移车内健康**
  - > 但在疫情影响下，居民收入缩减，车辆等耐用消费品购置需求有所收缩
  - > 消费者购车关注点发生变化，对空间、动力等传统配置外，车内空气净化成为关心话题

### 疫情后期发展

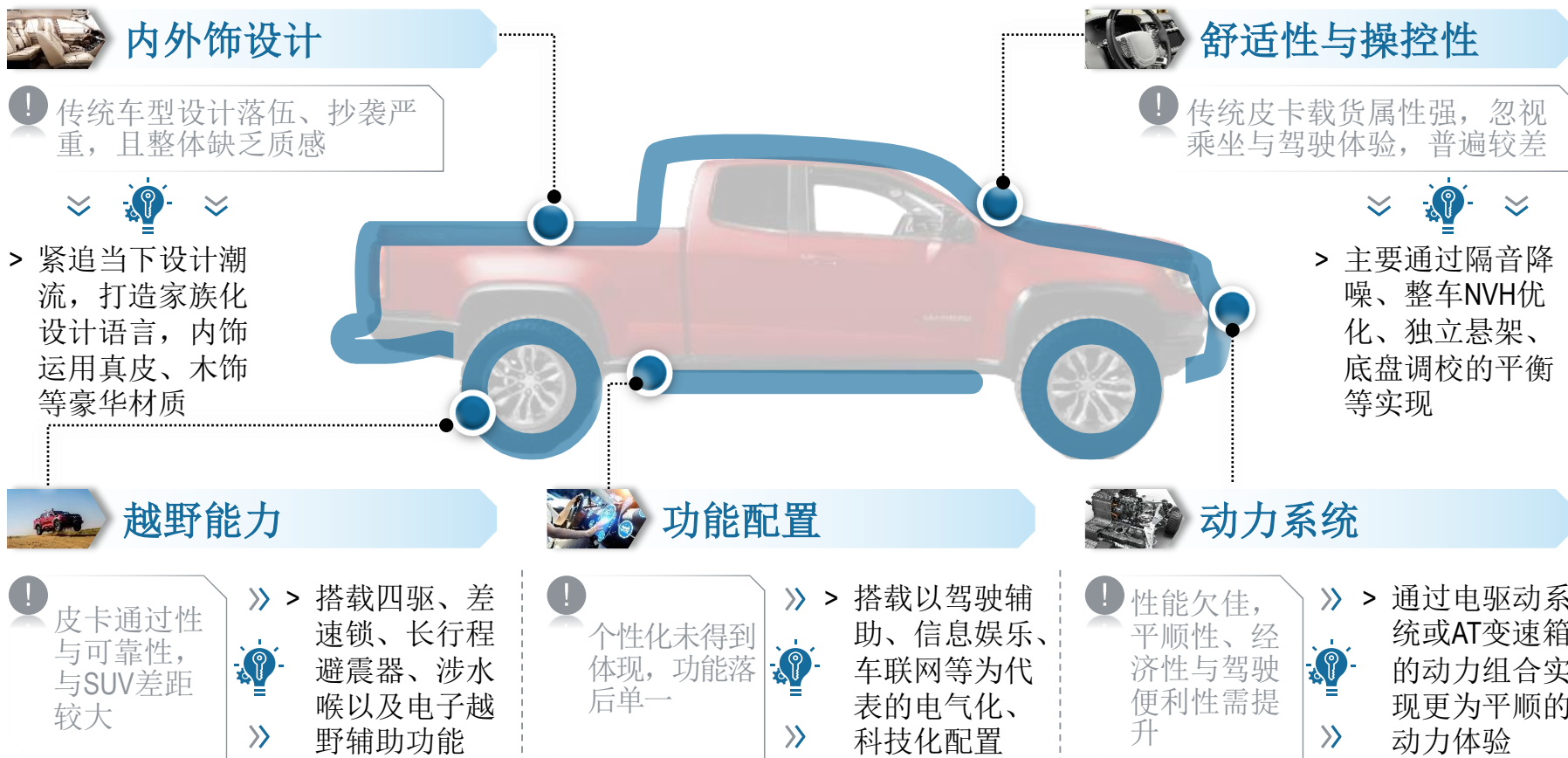
-  **政策促进消费，解禁政策出台提振信心**
  - > 随中央关于“积极稳定汽车等传统大宗消费”决策部署出台，佛山、广州等多地政府陆续出台汽车消费刺激政策以补贴等带动汽车消费
  - > 国家三部门发文再次建议“取消皮卡进城限制”，进一步降低消费者用车门槛
-  **刚性需求回升，入门级皮卡需求更为显著**
  - > 皮卡具备生产工具属性，其主力消费群体（个体户、建筑制造业等）需要尽快恢复生产、增加营收，皮卡市场将迎来一波消费释放
  - > 受收入减少影响，购车预算或受到限制，入门型低端车型受到青睐，对金融需求有望提升
-  **新品发力营销，销售模式加速变革**
  - > 延后上市的产品将发力营销，厂家和经销商联合推出补贴和各类服务政策，推动销量提升
  - > 各大皮卡品牌及经销商进行线上销售多元化尝试，视频/直播看车、上门试驾、免费送车、上门售后等服务，多元渠道进一步推动销量

皮卡未来市场增长，或更多来自于供给端推动：主机厂产品乘用车化和高端化升级，拉近与终端距离，提升对需求端吸引力



皮卡的乘用车化是产品核心趋势之一，主要体现在内外饰、舒适性、动力系统、功能配置与越野能力上

## 皮卡乘用车化技术趋势



纵观国内外领先皮卡，主要产品已逐步实现向乘用车的全面看齐，五星安全、可靠性与舒适性已成为标配

## 领先产品乘用车化

国内外领先皮卡产品，已实现了向乘用车的全面看齐 领先实践举例

	<h3>内外饰设计</h3>	<p>➔ 领先造型设计，多样化外观、内饰风格供选择</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; 实木装饰板，碳纤维材料，质感皮革等豪华材料内饰</li> <li>&gt; 多功能方向盘，皮质座椅，液晶仪表盘及高清触摸屏</li> <li>&gt; 900瓦(HK1)音响套装等</li> </ul>
	<h3>舒适性操控性</h3>	<p>➔ 行驶噪音、驾驶乘坐舒适性均达到乘用车水平</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; 车内静谧环境，80km/h噪音达到59.4db</li> <li>&gt; 空气悬架，方向油门轻，舒适感高</li> <li>&gt; 变速箱智能降档功能提升操作性</li> <li>&gt; ESP车身稳定控制系统，四驱系统等</li> </ul>
	<h3>动力系统</h3>	<p>➔ 变速箱顺滑性和发动机马力及稳定性可观</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; 配备8AT, 10AT变速箱</li> <li>&gt; 配备大马力发动机，如排量为5.7L的V8发动机等</li> </ul>
	<h3>功能配置</h3>	<p>➔ 包括ADAS, 4G热点、车联网, ACC等功能配置齐全</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; ACC、AEB和LKA等安全性辅助功能配置</li> <li>&gt; 盲点检测、车道偏离/前方碰撞预警等功能</li> <li>&gt; 远程控制、语音控制等乘用车级别设置等</li> </ul>
	<h3>越野能力</h3>	<p>➔ 差速锁，减震器等设备确保越野性能</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; 后轮电子差速锁，前后越野减震吸能悬架设备</li> <li>&gt; 悬挂升降机，电子锁止后差速器，特殊调校减震器</li> <li>&gt; 多种地形模式及坦克掉头功能设计等</li> </ul>

1) Harmon Kardon

在消费升级趋势下，虽然不同年龄段消费者偏好各有差异，但潜在消费倾向于购买中高端皮卡产品的意愿已逐渐显现

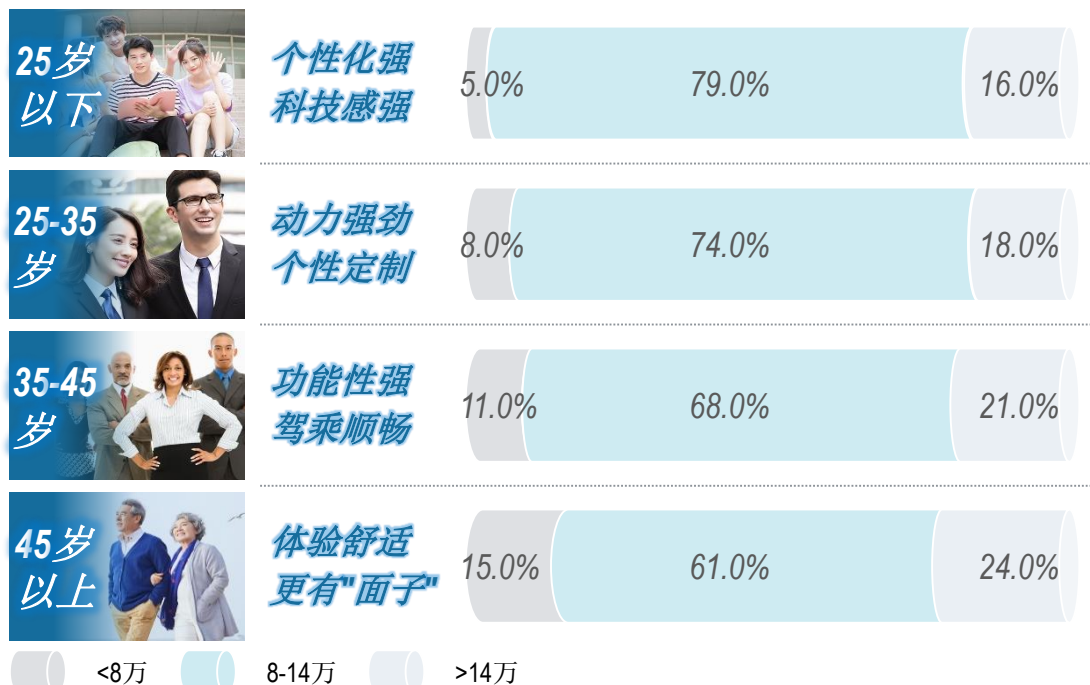
## 皮卡用户消费升级



### 不同年龄人群偏好

> 不同年龄的购车群体对皮卡产品的关注度不同；对不同价格的产品关注度也不同

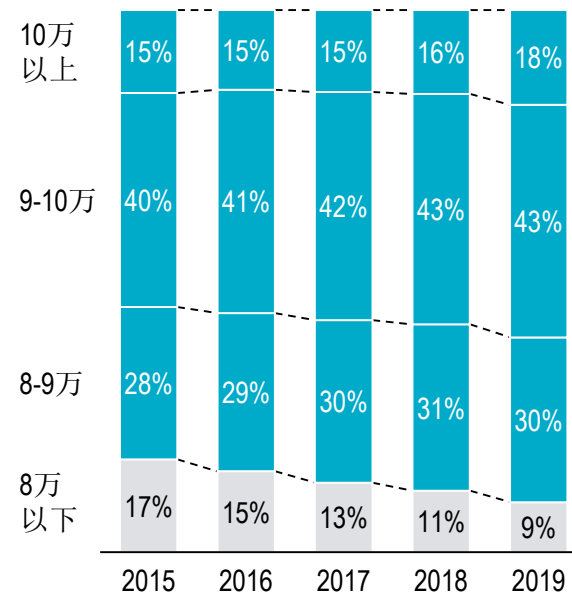
皮卡潜在消费者目标价格区间



### 中高端产品市场接受度提升

> 购车**预算普遍较高**，趋向于购买个性化强、功能丰富、驾乘体验舒适、更有“面子”的中高端皮卡

2015-2019年皮卡销量结构分价格段

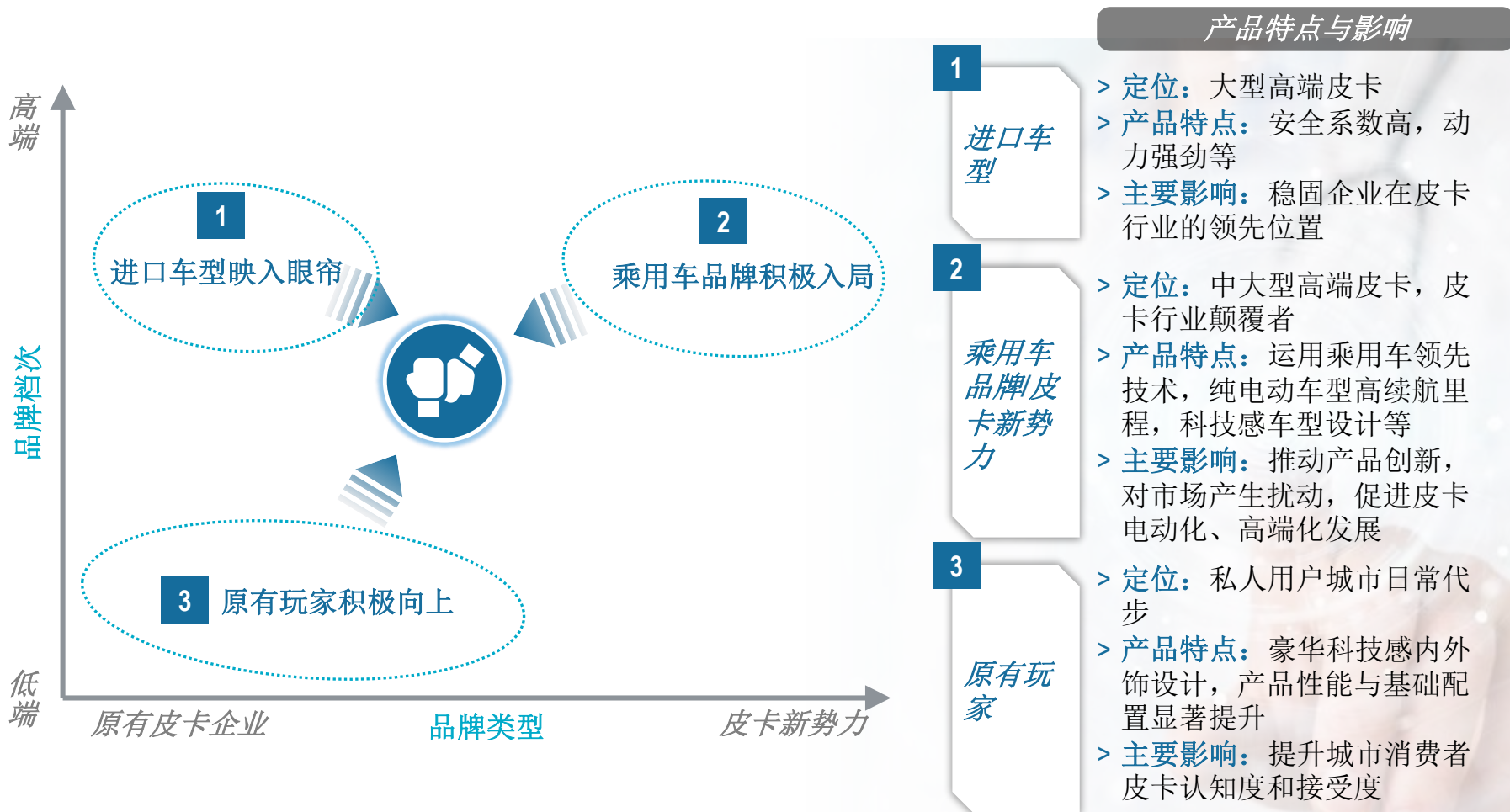


资料来源：新浪汽车2018中国皮卡购车趋势调研，N=5,000；罗兰贝格

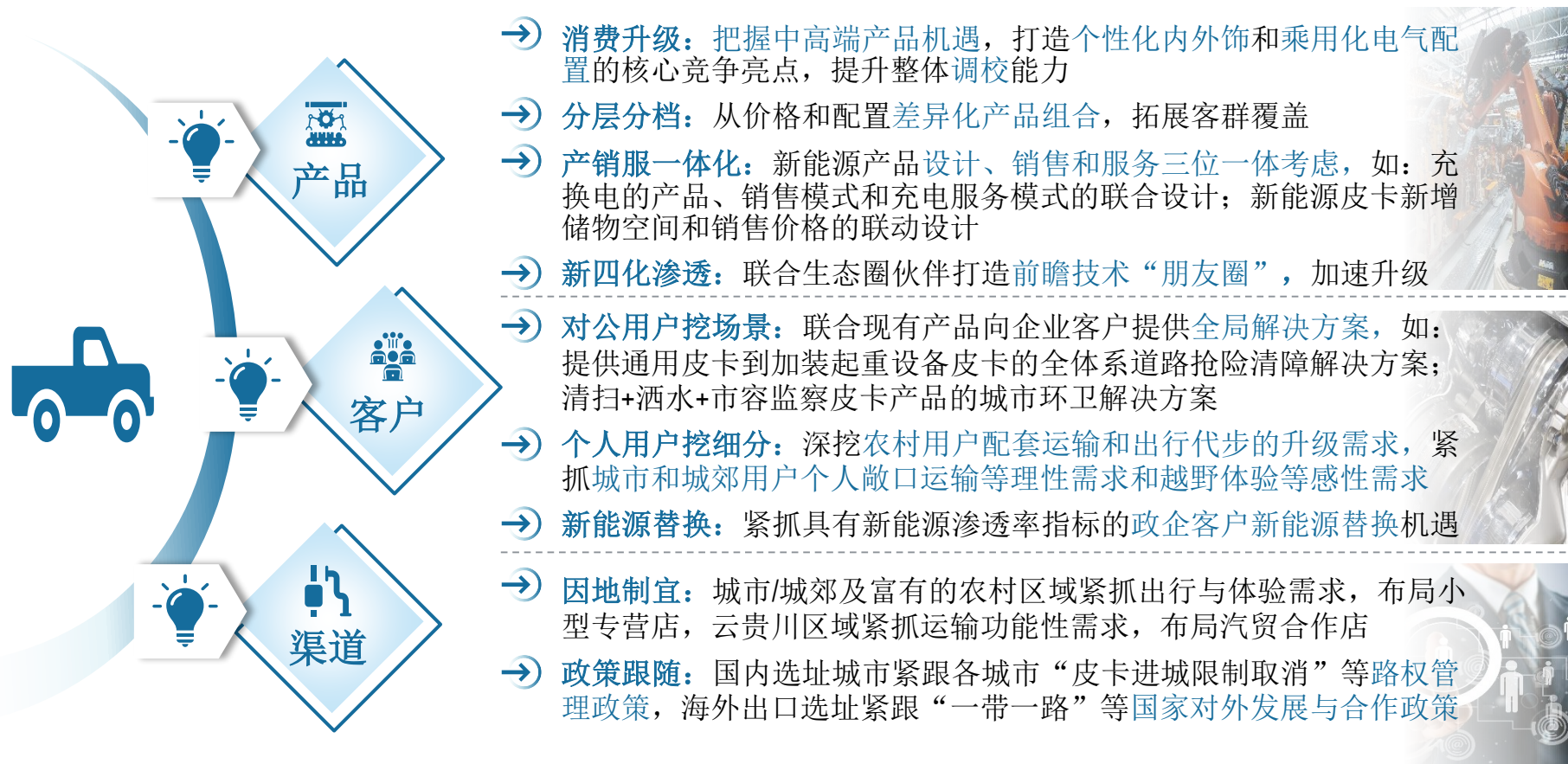


除原有皮卡企业积极向上提升产品力之外，进口车型和乘用车品牌也在逐渐发力，聚焦推出中高端产品提升市场竞争力

中国皮卡市场主流产品形态



# 皮卡作为汽车市场新的增长点，未来发展可期，主机厂可从产品、客户和渠道三个方面进行重点布局



# 中国皮卡市场发展趋势白皮书

## 文章作者



**方寅亮**  
全球合伙人

上海  
**+86 21 5298 6677 – 823**  
thomas.fang@rolandberger.com



**徐虎雄**  
执行总监

上海  
**+86 21 5298 6677 – 124**  
huxiong.xu@rolandberger.com



**袁文博**  
执行总监

上海  
**+86 21 5298 6677 – 826**  
wenbo.yuan@rolandberger.com



罗兰贝格咨询顾问李睿桐、杨晨曦、俞雪梦亦对本文内容做出重要贡献

# 欢迎联系罗兰贝格汽车团队

## 版权声明



**郑贇**  
全球高级合伙人

上海  
**+86 21 5298 6677 – 163**  
ron.zheng@rolandberger.com



**方寅亮**  
全球合伙人

上海  
**+86 21 5298 6677 – 823**  
thomas.fang@rolandberger.com



**Johan Karlberg**  
全球合伙人

上海  
**+86 21 5298 6677 – 810**  
johan.karlberg@rolandberger.com



**徐虎雄**  
执行总监

上海  
**+86 21 5298 6677 – 124**  
huxiong.xu@rolandberger.com



**袁文博**  
执行总监

上海  
**+86 21 5298 6677 – 826**  
wenbo.yuan@rolandberger.com



Roland  
Berger  
罗兰贝格

