

自動車 2024 業界分析レポート

THE BRIEF MARKET ANALYSIS REPORT ON OVERALL AUTOMOTIVE MARKET

MARKET
ANALYSIS

MICR



01. 自動車業界、消費による刺激に再直面

- 2024年には各地で自動車消費刺激策が相次ぎ、現金補助や消費者商品券を中心に強度が大幅に強化され、自転車補助金の額は1台あたり1000～7000元となる。
- 上海市商務委員会は3月2日、燃料車の下取り補助金政策と新エネルギー車買い替え政策の新たな方針を発表した。この方針によると、上海市は2023年の基準を継続し、車の買い替えに最大1万円の自動車購入補助金も継続する。
- 今回の下取りは、より直接的で有益な方法で消費者を刺激し、消費の実質的な後押しを実現するために、中央政府と地方政府の結びつきを強調している。

各省・市の補助金政策

省/市	政策開始日/活動開始日	政策/活動期限	政策/活動名	主な内容
浙江省紹興市新昌縣	2024年3月5日	2024年3月31日	自動車購入補助金	自動車消費補助金の新たな申請が間もなく開始されるが、今回の上限は500万元、自転車補助金は1台あたり20万元である。
黒龍江省ハルビン市	2024年3月12日	2024年3月31日	自動車購入補助金	現在の重慶市の補助金政策資金は2,000万元で、自転車補助金は1台当たり3,000～5,000元である。
重慶市	2024年3月5日	2024年3月31日	自動車購入補助金	現在の消費者向け補助金政策資金は2,000万元で、新車を購入する消費者は1台あたり最大3,000元の補助金が受けられる。
広東省深セン市佛山区	2024年2月1日	2024年3月15日	自動車購入補助金	このイベントの基金予算は4,500万元で、自転車補助金は1台当たり1,000～7,000元である。
広東省佛山市	2024年3月1日	2024年3月24日	自動車購入補助金	20万元未満と20万元以上の自動車に対する補助金はそれぞれ3000～4000元である。
内モンゴル自治区鄂爾多斯康巴什区	2024年3月4日	2024年3月10日	暖城の年越し用品節、新年を楽しむ	2024年3月4日から2024年3月10日まで、康巴什区人民政府は280万元の補助金を発行し、請求金額（付加価値税を除く）が10万元以下の場合3,000元、10万元以上20万元以下の場合4,000元、20万元以上の場合5,000元の補助金を申請することができる。
上海市	2024年1月1日	2024年12月31日	下取り補助政策と新エネルギー車代替政策	個人消費者がCN-5以下の排出基準を持つ非営業用燃料ミニバスを廃車または譲渡（登録変更を除く）し、新たにCN-6B号燃料ミニバスを購入する場合、新車購入時に2,800元の一括補助金を申請できる。非営業用ミニバスを廃車または譲渡（登録変更を除く）し、純電動ミニバスを購入する個人消費者は、新車購入時に1万元の一括補助金を申請できる。
浙江台州	2024年2月25日	2024年3月31日	自動車補助金	補助金総額は1400万元で、車両本体価格5万元（含む）と15万元で購入した車両の補助金は2000元、補助率は1840台となる。15万元以上30万元以下で購入した車両には4,000元の補助金が支給され、補助率は1,350台となる。30万元（含む）以上で購入した車両には6,000元の補助金が支給され、補助率は820台となる。
吉林省長春市	2024年2月19日	2024年3月31日	自動車消費券	長春市では2月20日から6000万元の自動車消費補助券が発行され、さらに2月20日から200万元の自動車購入補助金も発行され、長春市の自動車消費補助券と積み重ねることができる。自転車補助金は1台当たり200～6000元である。
北京市大興区	2024年2月24日	早い者勝ち	千万元の自動車消費券	イベント期間中、30余りの自動車企業が参加し、消費者のために1000万元の自動車消費券を発行した。イベント期間中、消費者は本来の店頭割引を享受する以外に、自動車消費券を重ねて使用することで、最大5500元の補助割引を享受することができる。
浙江省杭州市蕭山区	2024年2月24日	2024年3月31日	自動車補助金	一回の投資額は3,000万元で、自転車補助金は1台当たり200～6,000元である。
江蘇省南通市	2024年2月1日	2024年3月31日	手当の現金支給	1500万元。自転車補助金は1台当たり1,000～5,000元である。
四川省綿陽市	2024年2月1日	2024年3月31日	消費券	1500万元。自転車補助金は1台あたり10万元である。
河南省鄭州市	2024年2月1日	2024年3月15日	電子消費券	総額は5000万元。自転車消費券は1台あたり1,000～3,000元である。
浙江省金華市婺城区	2024年1月25日	2024年3月31日	消費券	新エネルギー車に対する補助金は1600万で、自転車補助金は1台あたり1,000～5,000元である。燃料自動車消費券は400万元で、自転車補助金は1台あたり2,000～5,000元である。
浙江省紹興市上虞区	2024年2月1日	2024年3月31日	手当の現金支給	総額は1億元。自転車の補助金は1台あたり1,000～5,000元である。
浙江省紹興市越城区、滨海新区	2024年2月3日	2024年3月20日	手当の現金支給	総額は2000万。自転車の補助金は1台あたり200～6,000元である。

02. 2023年の自動車需要が回復

- 2023年1月～12月、中国の乗用車の卸売販売台数は2,601万台、前年同期比10.5%増を達成した。中国需要に焦点を当て、輸出要因を除いて、端末の自動車保険加入数も中国自動車市場の需要の強い弾力性を反映して、3月以降の毎月の自動車保険加入数は、基本的に近年の高水準である。
- 伝統的な自主ブランドの販売量では、BYDが300万7000台、奇瑞が172万7000台、吉利が168万2000台、長安が159万9000台、長城が102万8000台（前年同期比61.5%増、53.3%増、17.4%増、22.7%増、16.7%増）。
- 新勢力のブランドでは、アイオンが48.6万台（前年同期比79.1%増）、理想汽車（LEADING IDEAL）が37.6万台（同182.2%増）となり、シェアは0.7%、0.9%上昇した。

乗用車月次卸売台数の重要な変化点（2005-2023年）

2009.01.20-2009.12.31

1.6リッター以下の車の購入税率が10%から5%に半減。

2010.01.01-2010.12.31

1.6リッター以下の車の購入税率が10%から5%に半減。

2015.10.01-2016.12.31

1.6リッター以下の車の購入税率が10%から5%に半減。

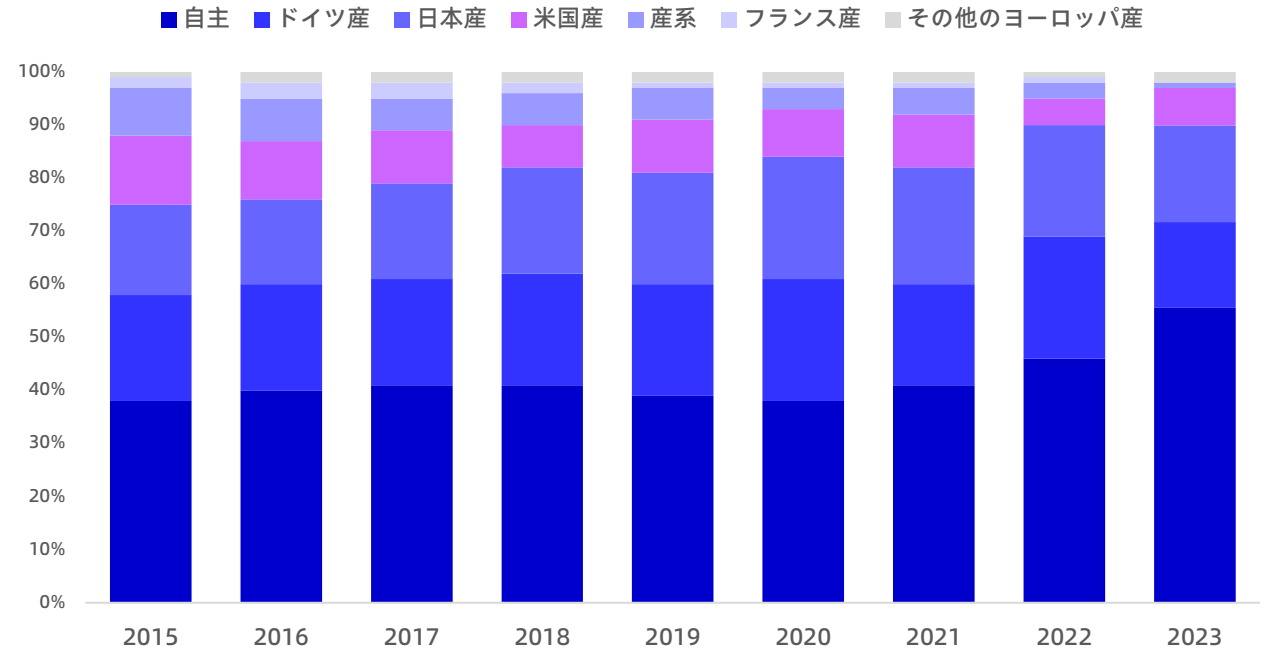
2017.01.01-2017.12.31

排気量1.6リッター以下の乗用車の購入税率を10%から7.5%に引き下げる。

2022.06.01-2022.12.31

コロナ禍などの影響で、30万円を超えない排気量20リッター以下の乗用車の購入税率を10%から5%に半減する。

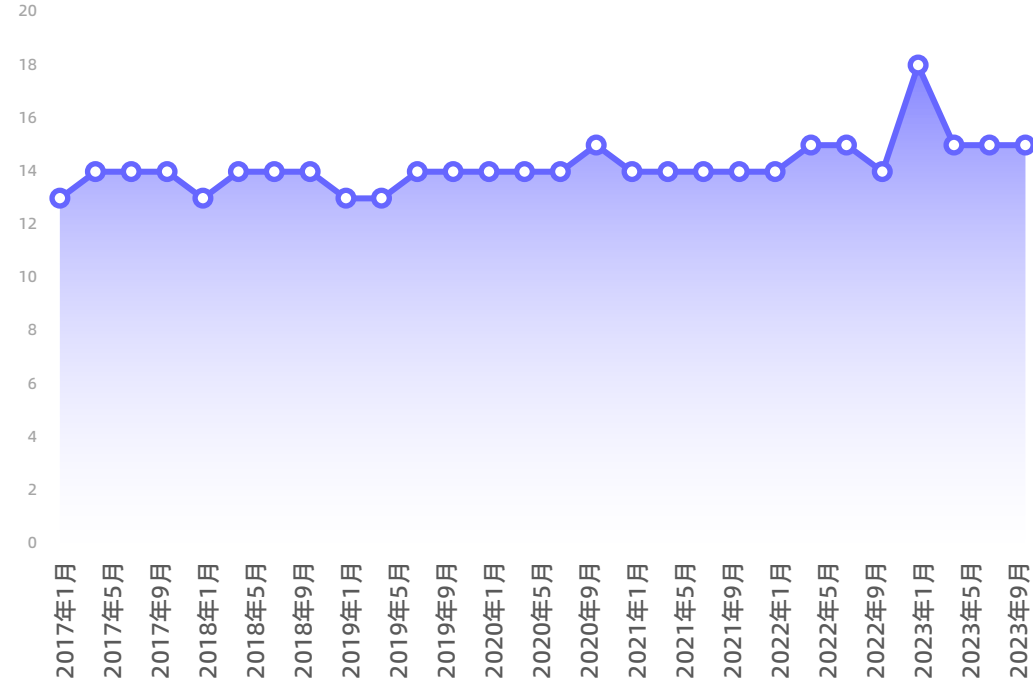
中国乗用車のブランド別販売台数シェアの推移



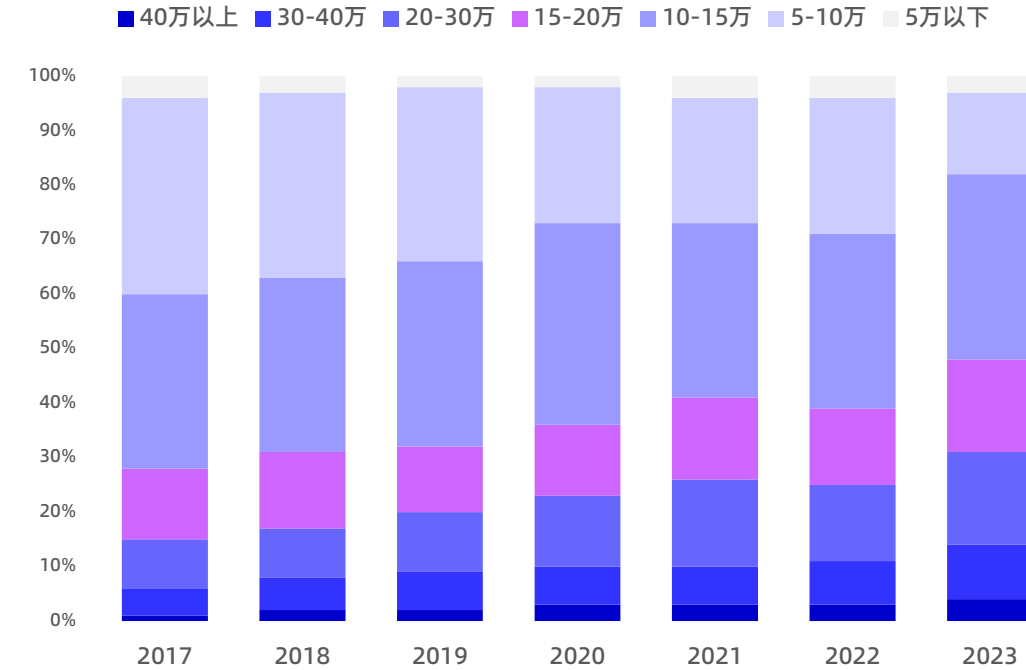
03. 中国全体の乗用車の平均価格が大幅に上昇

- 2023年11月の乗用車の平均価格は17万円で、2017年1月から40,100元改善した。2023年度を見ると、年初に取引平均価格が急上昇した後、下げに転じている。
- 2023年、10万元以下の車種の販売シェアは2017年の40.4%から2023年11月の18.1%に減少し、15万元から40万元のシェアは2017年の26.2%から現在の44.6%に増加した。
- これは主に、消費者の買い替え需要がもたらした消費のアップグレードによるものである。現在、新車の買い替え比率は50%を超え、15万-40万元が主な買い替え価格帯となっている。バッテリーのコストやインテリジェントな構成などの要因によって、新エネルギー車の価格軸は同クラスの燃料車よりも一般的に高くなっている。

2017～2023年乗用車の平均取引価格（万元）



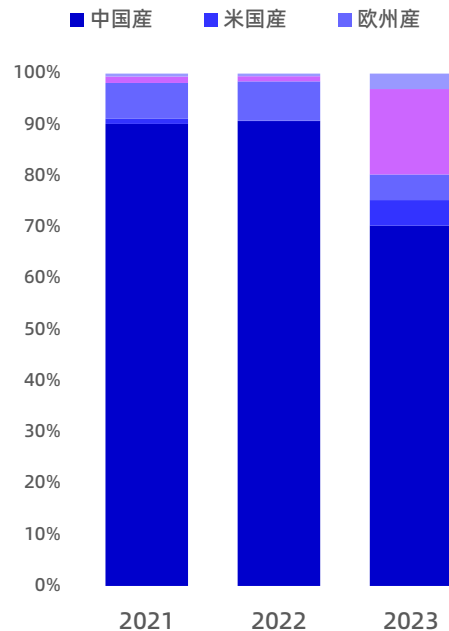
2017-2023年乗用車市場価格帯の販売シェア



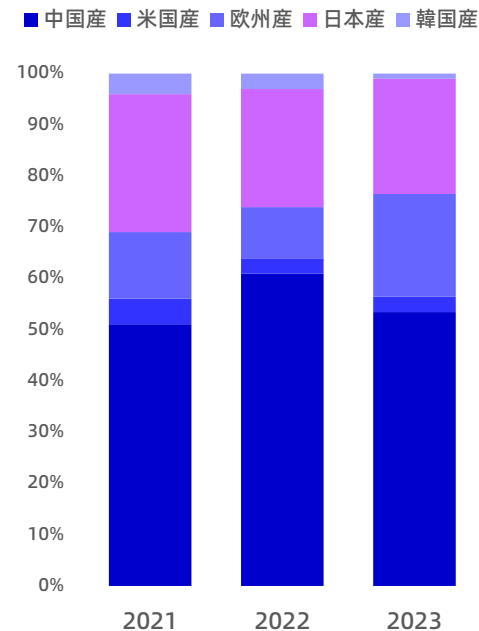
04. 中高級市場のシェアが着実に拡大

- 2018年以降、10万以下の車の販売シェアは減少を続けており、10万～20万のがまず改善し、2023年に初めて減少した。20万～30万、30万～40万、40万～50万、50万以上の車、年々販売シェアが増加している。
- 20万元～40万元の価格帯における国産車種のシェアは35%未満であり、改善の余地は大きい。2023年には価格20万元～40万元までの中国ブランドのシェアはそれぞれ31.0%と35.4%となる。0～20万と比べると改善の余地がある。
- 2021年以降、20万～50万元の価格帯における国産車種のシェアが徐々に高まっている。中高価格帯の市場では、国産車種の普及率が高まっており、この価格帯のOEMに大きな投資機会がもたらされている。

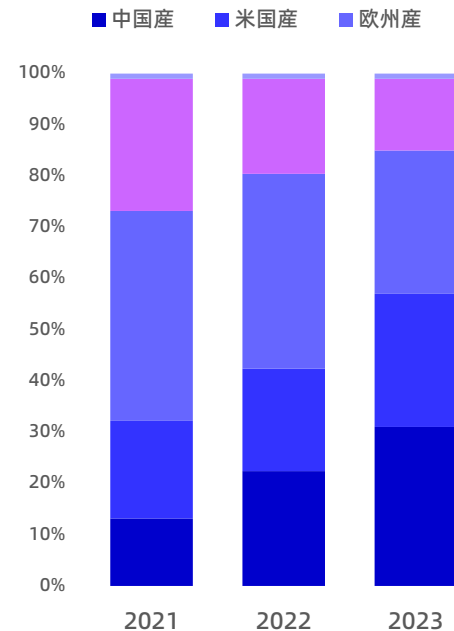
0～10万元の中国ブランドの割合



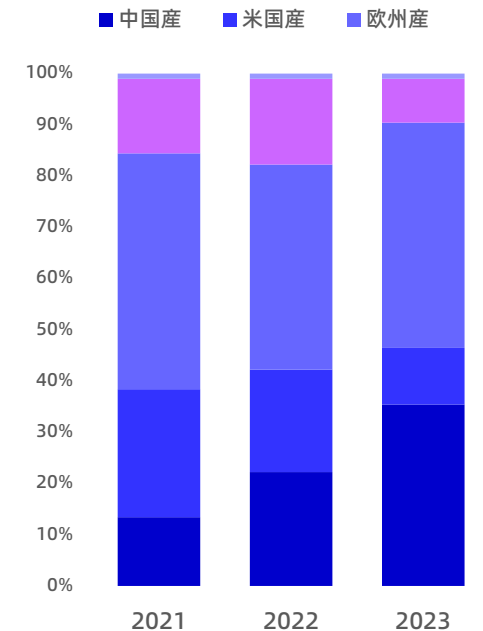
10～20万元の中国ブランドの割合



20～30万元の中国ブランドの割合



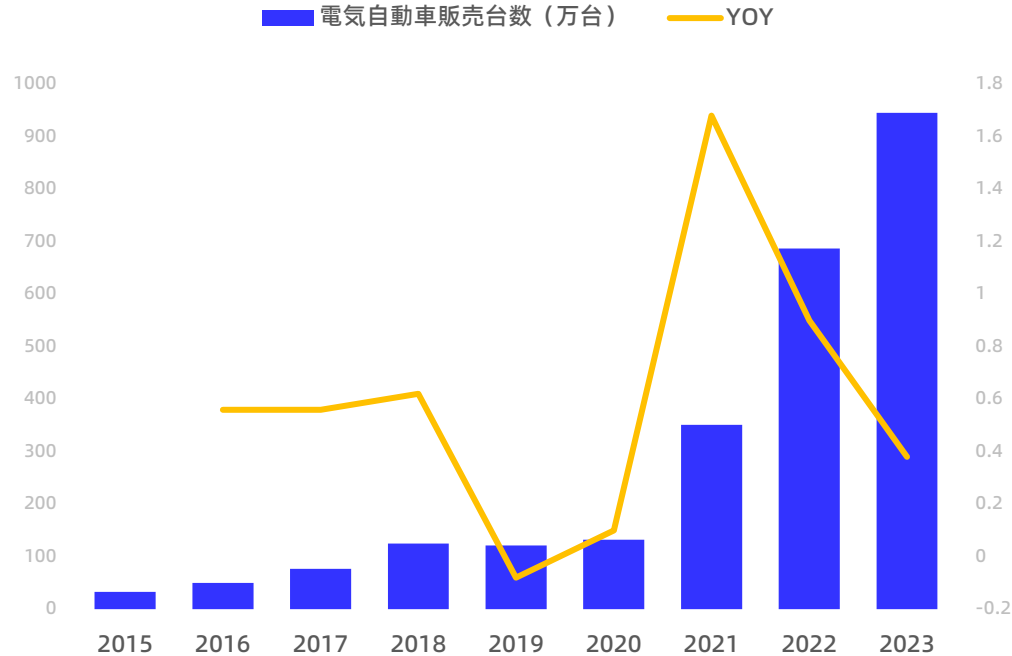
30～40万元の中国ブランドの割合



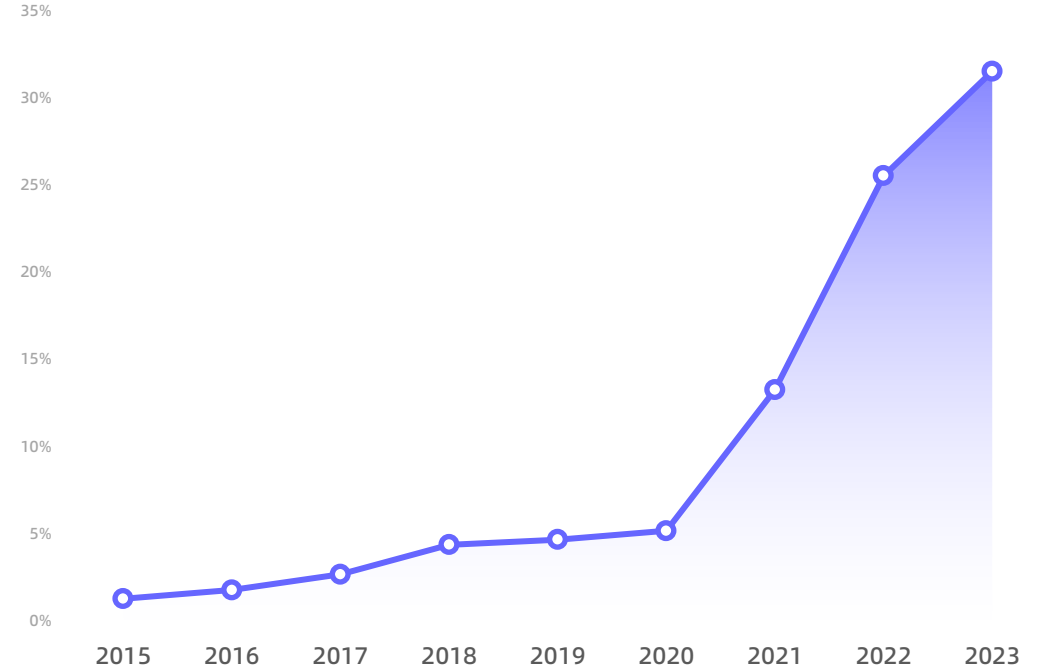
05. 中国における電気自動車の急速な発展

- 中国の新エネルギー車は過去3年間で急速に発展し、2023年には944万8000台の車両が販売され、普及率は31.6%となり、2020年から2023年のCAGRは世界全体の72.5%を占めていた。過去3年間の急速な発展の中で、中国は完全かつ主導的な電気自動車産業チェーンを形成し、自動車製造における豊富な経験を蓄積した。
- 2022年と2023年、中国の電気自動車の販売台数はそれぞれ前年比95.7%と37.6%増加しており、成長率が徐々に鈍化し、競争が激化している。従って、数多くのOEMメーカーや部品メーカーが第二の成長点を見つけるために、高度な自動車製造の経験を生かして海外に進出することを望んでいる。

中国の電気自動車販売台数（万台）



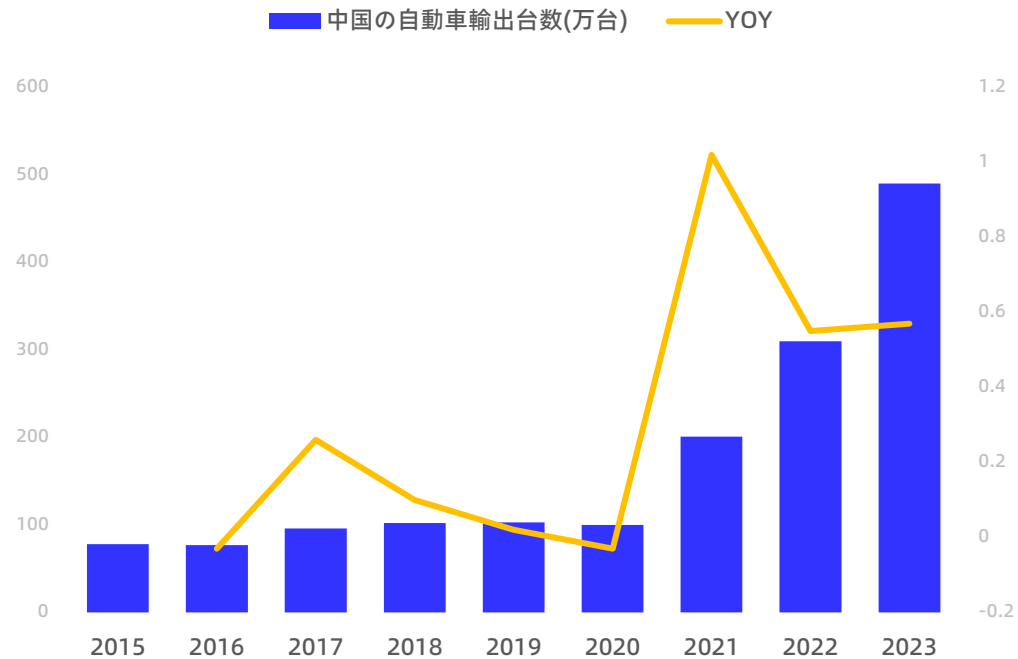
中国の電気自動車普及率(%)



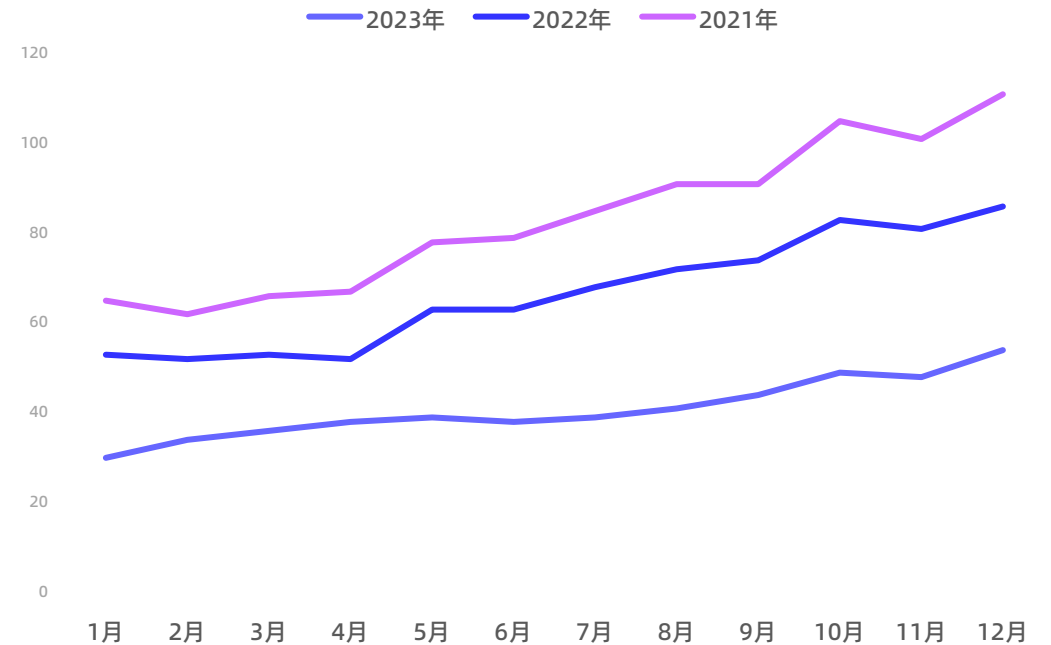
06. 自動車輸出が好調

- 2021年以来、中国の自動車輸出市場は素晴らしい成長を示しており、輸出増加の重要な理由は、燃料自動車の国際的なコストパフォーマンスの向上と新エネルギー車の輸出急増であり、中国ブランドの自動車企業は海外市場のレイアウトを加速し、海外工場の設立、海外共同販売ルート of 構築、海外販売ルートの自主的な構築を通じて市場開拓を加速し、中国の自動車輸出台数の継続的な上昇に貢献している。
- 2023年1月から12月までの中国汽車の輸出台数は522.1万台で、輸出増加率は57.4%であった。月別の傾向から、近年の輸出には季節的な特徴があり、夏場にピークを迎えて減少するが、2023年の輸出は引き続き好調で、2022年第4四半期の販売台数を維持し、着実に増加しており、中国自動車産業の世界競争力が高まっていることを反映している。

中国の自動車輸出台数と伸び率(万台、%)



過去3年間の月間自動車輸出台数 (万台)



07. 自動車産業の競争環境、5つの勢力が中心

- 現在、中国の自動車産業は、中央企業、地方国有企業、民間伝統企業、新車製造勢力、新規参入勢力の5大勢力に分かれている。
- 中央企業の代表は、中国第一汽車集団、DongfengMotor、長安汽車である。地方の国有企業代表は、上海汽車集団、広東汽車集団等。国有自動車企業は、資本、人材、材料資源において明確な優位性を持っている。
- 長城汽車、吉利汽車（ジーリー）、比亞迪（ビーヤーディ）などの伝統的な民間企業は、安定した生産システム、成熟した市場経験、規模効果を有している。
- 新車製造勢力には、上海蔚来汽車、小鹏汽車、理想汽車などがあり、自動車製造コンセプト、新車種のレイアウト、マーケティングコンセプトが優位性を持っている。
- 新規参入勢力は小米、創維汽車等。

中央企業

中国第一汽車集団
DongfengMotor
長安汽車

地方国有企業

上海汽車集団
広東汽車集団
北京汽車集団
江淮汽車
奇瑞汽車
... ..

伝統的民間企業

比亞迪
長城汽車
吉利汽車
東風小康
... ..

新車製造勢力

上海蔚来汽車
小鹏汽車
理想汽車
哪吒汽車
... ..

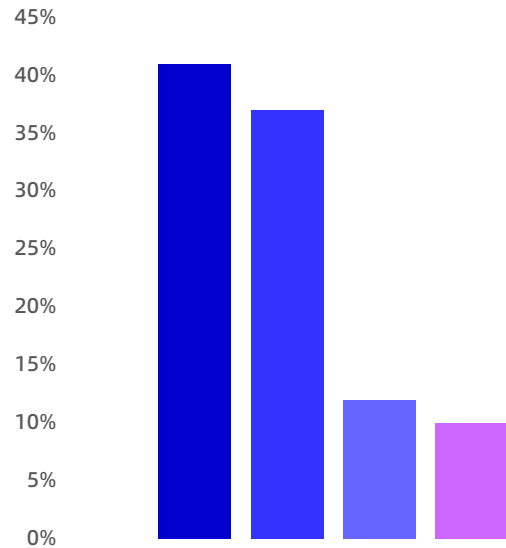
新規参入勢力

小米汽車
創維汽車
... ..

08. 中国消費者の自動車オンライン購入意欲は非常に高い

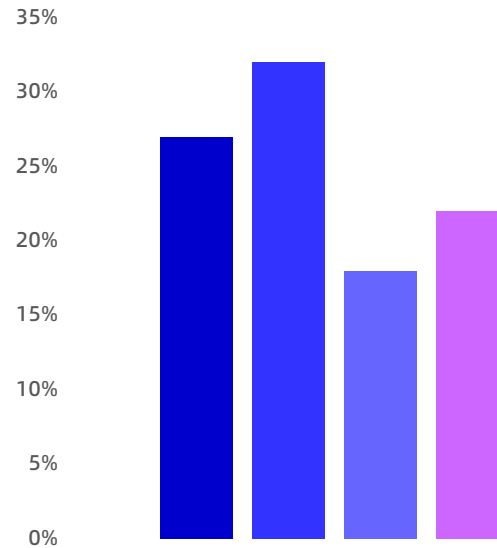
- オンラインで車を購入する意欲は、国によって大きく異なる。中国では、特定のステップ、あるいは購入プロセス全体をオンラインで完了することに特に前向きである。
- 対照的に、ドイツの回答者の大半は、オフラインの店舗で手続きを完了することを希望している。

2023年ドイツの消費者の自動車オンライン購入意欲



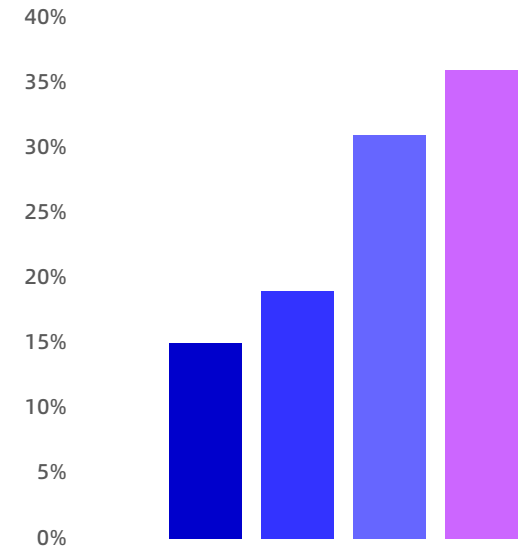
- 全てのプロセスを店で終わらせたい
- オンラインで注文を選んでサインするのでもいいが、店で試乗したい

2023年アメリカの消費者の自動車オンライン購入意欲



- オンラインで選択するつもりだが、店でサインと試乗をしたい
- すべてのプロセスをオンラインで行うつもりだ

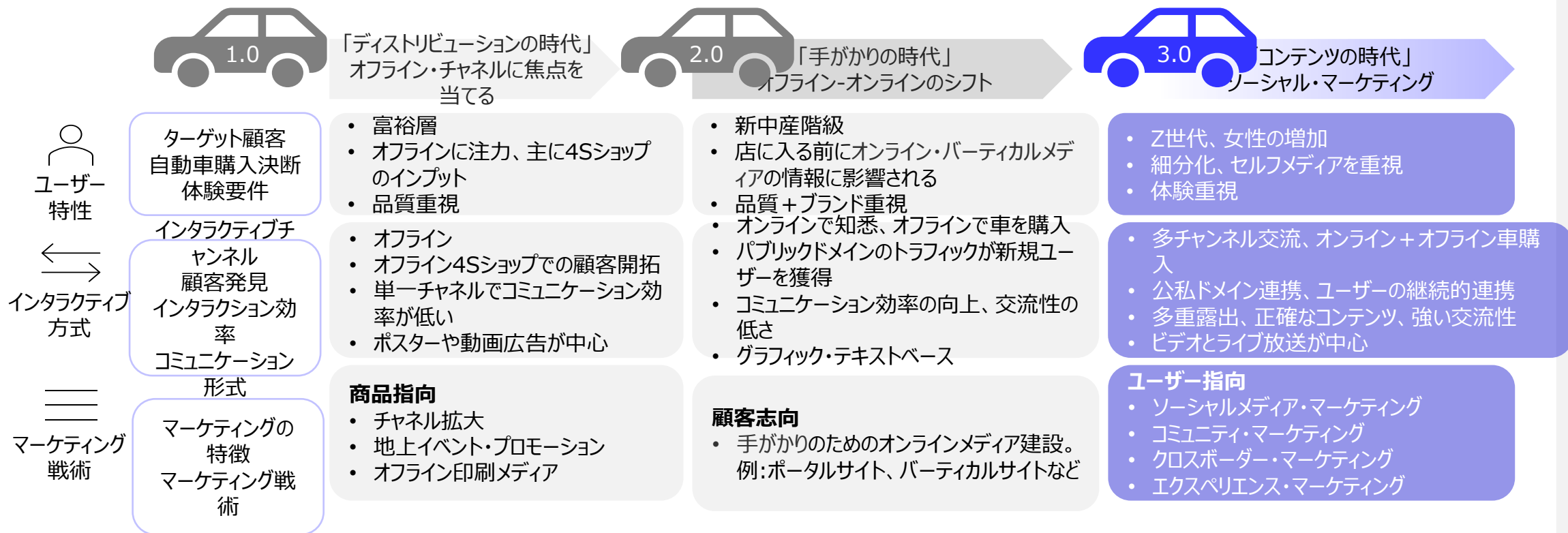
2023年中国の消費者の自動車オンライン購入意欲



09. 自動車業界における新たなマーケティング戦術の変化

- モバイル・インターネットの発展と消費者行動の変化に伴い、自動車業界の顧客獲得マーケティング手段も、オンライン・バーティカルメディアからセールス端緒の手がかり、そして今日のソーシャルメディア、ショート・ビデオ、ライブ放送などの新しいマーケティング方式へと、大きな変貌を遂げている。

自動車業界のマーケティング戦術



10. 燃費削減と走行距離の向上が自動車会社の技術開発の指針に

- デュアルカーボン構造に適応するため、省エネと排出削減が自動車産業の発展方向となっている。燃費規制の強化は、自動車産業を省エネ・排出削減の方向に押しやったため、燃費削減は自動車会社が追い求める目標となっている。
- 自動車の軽量化とは、自動車の強度と安全性能を確保することを前提に、自動車全体の品質を可能な限り低下させることである。自動車の軽量化は燃費を下げる効果ももっと重要で、自動車産業が省エネと排出削減を実現する重要な道であり、電気自動車が航続距離を向上させるために重要な役割を果たす。

中国の自動車技術開発の全体目標

	2025年	2030年	2035年
乗用車	乗用車（新エネ含む）の新車燃費が4.6L/100kmに達する（WLTC）	乗用車（新エネ含む）の新車燃費が3.2L/100kmに達する（WLTC）	乗用車（新エネ含む）の新車燃費が2.0L/100kmに達する（WLTC）
商用車	2019年比で、トラックの燃料消費量を8%以上、バスの燃料消費量を10%以上削減する	2019年比で、トラックの燃料消費量を10%以上、バスの燃料消費量を15%以上削減する	2019年比で、トラックの燃料消費量を15%以上、バスの燃料消費量を20%以上削減する
低燃費車	従来型エネルギー新乗用車の平均燃費は5.6L/100km（WLTC）で、新ハイブリッド車は従来型エネルギー乗用車の50%以上を占める	従来型エネルギー新乗用車の平均燃費は4.8L/100km（WLTC）で、新ハイブリッド車は従来型エネルギー乗用車の75%以上を占める	従来型エネルギー新乗用車の平均燃費は4L/100km（WLTC）で、新ハイブリッド車は従来型エネルギー乗用車の100%以上を占める
新エネルギー自動車	新エネルギー車は総販売台数の約20%を占める	新エネルギー車は総販売台数の約40%を占める	新エネルギー車が主流に（総販売台数の50%以上）
	水素燃料電池車の保有台数が約10万台に到達	水素燃料電池車の保有台数が約100万台に到達	
コネクティッドカー	PA/CAクラスのコネクティッドカーが年間販売台数の50%以上を占め、HAクラスが市場に参入し始め、C-V2X端末搭載の新車比率が50%に達した	PA/CAグレードのコネクティッドカーは年間自動車販売台数の70%を占め、HAグレードは20%以上、C-V2X端末搭載は基本的に普及している	中国では、さまざまなタイプのコネクティッド高度自律走行車が幅広い地域で広く運行されており、スマートエネルギー、スマート交通、スマートシティとインテリジェント・コネクティッドカーを深く統合するための中国プログラムも実施されている

11. 2024年の新車市場は熾烈な競争が予想され

- 2024年は独立系新エネルギー車の新製品にとって重要な年となり、合併自動車会社のフェイスリフト製品が引き続き主流となるだろう。
- 最新の自動車市場の実績と各自動車会社の新車計画に基づいて、新車のペースが速く、ターゲット市場での成長の可能性が大きいOEMに焦点を当てる。

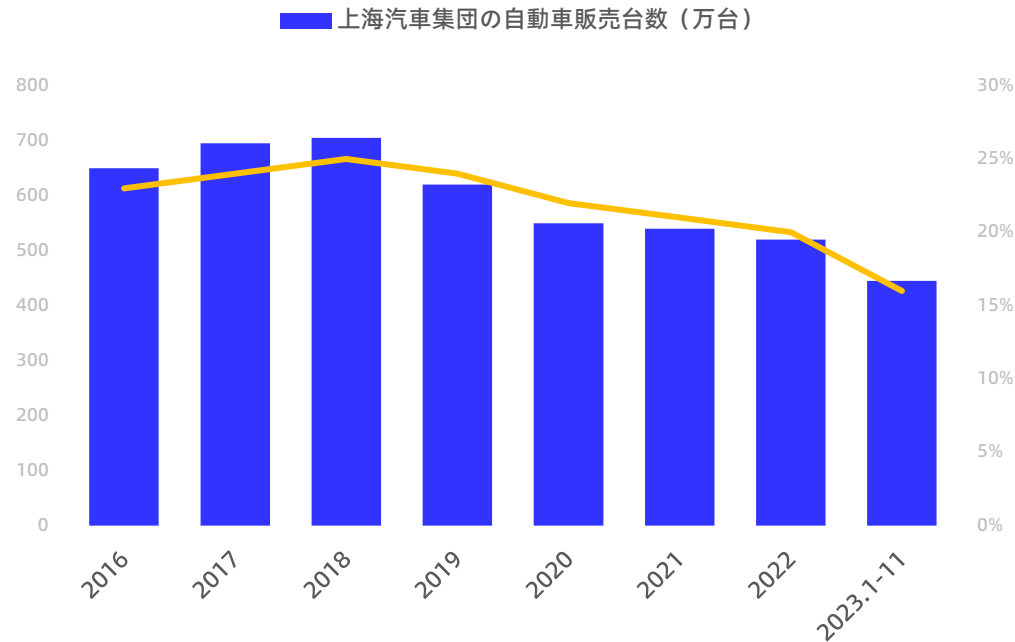
2024年までの各新エネルギー分野での自動車会社のレイアウト

			比亞迪	吉利	長安	長城	奇瑞	蔚來	小鹏	理想	零跑	上海汽車	広東汽車	东风	北京汽車	第一汽車	SERES (賽力斯)	江淮	
乗用車	電気	10-15万	1					1											
		15-20万													1				
		20-30万		4	1		2	1	1				1						
		30万+	4												1	1			
	ハイブリッド	10-15万	1		1		1												
		15-20万		1															
		20-30万			1														
		30万+	2																
SUV/ MPV	電気	10-15万	1																
		15-20万	1		1		1		1						1				
		20-30万	4	1	2		2		1			1		1		1			
		30万+							1	1								2	1
	ハイブリッド	10-15万			1								1						
		15-20万	1		1		1					1			1				
		20-30万	2	1	1	1	1				1								
		30万+	3				3												2

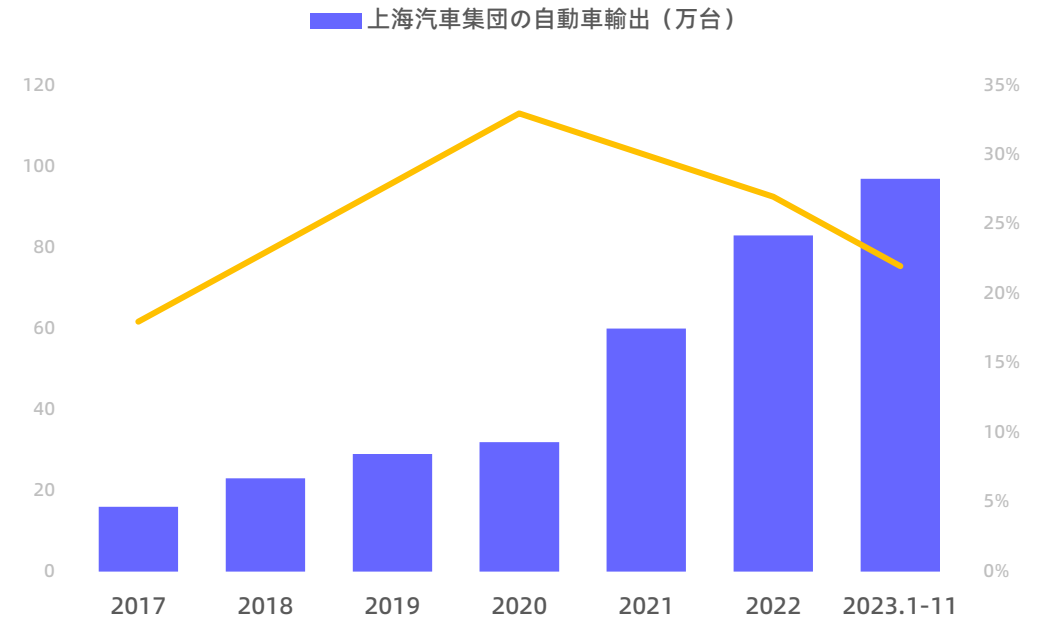
12. 手本:上海汽車集団—自律、新エネルギー、海外が3つの成長新原動力に

- 集団レベルの自動車販売台数と市場シェアは2019-2023年も減少し続けるが、これは主に2大合併ブランドであるSAIC-GMとSAIC-Volkswagenの相次ぐ販売圧力によるものである。
- 2023年1-11月の上海汽車集団の販売台数は前年同期比8.0%減の438.4万台で、シェアは16.3%に低下した。一方、集団全体の自動車販売に占めるSAICのプライベートブランド（Feifan、Zhijiを含む）の比率は前年同期比で上昇しており、2023年1-11月期の販売比率は20.7%に上昇した。集団は今後プライベートブランドの成長と海外市場に依存し、販売圧力を緩和する見通しである。

上海汽車、自動車販売台数と市場シェアに低下圧力



上海汽車、国内自動車輸出で引き続きNo.1



13. 自動車業界が直面する5つの課題

01

業界統合の突破口

自動車とエネルギー、交通、情報通信などの分野との深い融合は、必然的な方向となっている。自動車産業の境界は、境界のあるものから境界のないものへと発展しつつあるが、産業界間の有機的統合と同調的成長のメカニズムはまだ改善される必要があり、効果的な新モデルと新ビジネスモデルはまだ模索される必要がある。

02

補助金の削減

2023年1月1日、中国の新エネルギー車産業は補助金に別れを告げ、多くの新エネルギーモデルが値上げを正式に発表した。新エネルギー車への長期的な補助金は国家財政に影響を与えるため、アメリカ、ドイツ、イギリスなどは新エネルギー車への補助金を削減している。

03

技術ルート

レンジエクステンダーと純電気という2つのモードを前にして、新エネルギー車の技術開発路線に適しているのはどちらなのか、意見が分かれている。多くの自動車会社は、強力なパワーと長い走行距離を理由にレンジエクステンダーを選択している。しかし、バッテリーのコストが下がり、充電設備やネットワークが改善されれば、最終的には純電気に向かっていこう。

04

収益性のジレンマ

電池用炭酸リチウム価格が再び上昇の兆しを見せ、新エネルギー車の生産採算が悪化した。新エネルギー車の生産・販売が高成長を続けられれば、動力電池用原料の需要がさらに高まり、炭酸リチウム価格の上昇が予想される。

05

チップの不足

中国の自動車用チップの不足は明らかであり、輸入依存から脱却することが最優先事項である。自動車用チップ産業チェーンは、技術的な欠点があり、自動車用チップは厳しいテストと認証に直面し、集積回路の専門家の不足は、技術進歩の巨大なボトルネックとなっている。

14. 自動車会社が注目する4つのトレンド

01

プレジジョン・マーケティングに向けて

車両オーナーと車両データの収集、分析、洞察に基づき、2つの「正確」を実現する。ひとつは、車両オーナーの真の緊急ニーズを正確に把握し、ターゲットを絞った商品・サービスを開発することであり、もうひとつは、既存の商品・サービスに基づいて、ターゲットとなる見込みの高い顧客グループを正確に把握し、的確なデリバリーを実現することである。

02

車のサブスクのモデルはまだ始まったばかり

現在、中国市場における自動車サブスクリプション・サービスは、主にOEM（新エネルギー・ブランド）が提供し、中国の一部の主要都市で運営されており、通常、包括的な「バトラー・スタイル」のサービスをセールスポイントとして提供している。OEMは、短期間のサブスクリプション・サービスを自社製品を宣伝するチャネルとして利用し、自動車購入意向の高いユーザーが、サブスクリプションを申し込んで製品やサービスを深く体験することで、販売転換を促進する。

03

自動車サービスのデジタル化

自動車業界は、より長いバリューチェーンのために、デジタルサービスの「より深い」コンテンツを活用しようとしている。インテリジェンスの時代において、自動車は再定義され、もはや単なる移動のための道具ではない。スマートカーは、駐車場に停まっても、道路を走っていても、大量のデータを生成し、それが完全に運用されれば、より大きな価値を生み出すことになる。

04

生産力の海外流出は今後のトレンド

現地生産の傾向が決定し、国産車の輸出はRORO船の能力不足の問題に直面しており、同時に、地政学的リスクを避けるために、海外に工場を建設することがより良い選択となっている。22年まで、独立系自動車会社は海外に大量の工場を投資しており、これらの工場は24-25年に生産能力と販売量に転換され、国産車の輸出を大幅に後押しする。

著作権表示

本レポートは、上海嘉世营销咨询有限公司(MCR)の完全なレポートから抜粋したショート・バージョンです。
詳細な内容については、mcr@chinamcr.comまでお問い合わせください。

本レポートにおけるすべての内容（文字記事、写真、映像、イラスト、図表等の資料を含むがこれらに限定されない）は、『中華人民共和国著作権法』、『中華人民共和国著作権法実施規則』および万国著作権条約により保護されています。

本レポートの著作権は、MCRに帰属しており、転送、転載、引用が必要な場合は、出典を明記しなければならず、内容に関してはいかなる変更も行ってはなりません。

本レポートは無料であり、いかなる組織または個人も、課金を目的として営業活動に使用してはなりません。

