

新能源汽车 - 中国 - 2021年5月

报告价格: £1995.00 | \$2693.85 | €2245.17

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动

在这篇报告中我们探讨了以下议题

- 对新能源车态度的转变
- 新能源车品牌形象
- 新能源车购买动因
- 新能源车购买担心方面
- 纯电动车价格接受度
- 试驾新能源车渠道

2020年新能源汽车发展回暖。在技术进步、政策支持、资本青睐、充电桩日益完善的背景下，消费者的环保观念也逐步增强，同时，对于新能源车的态度也发生着变化。

本报告探索了消费者对新能源车的试驾渠道、新能源车的品牌形象及购买动因、对纯电动车的价格接受度以及忧虑点等。了解新能源车主对新能源车态度的改变不仅来自于汽车产品本身，也与其销售模式、品牌活动紧密相关，更有助于品牌制定差异化的营销策略。



“新冠疫情后，汽车市场销量受到一定影响，而新能源车逆势增长。国家利好政策不断加码，传统车企、造车新势力、跨界玩家纷纷进入新能源领域，力争进入产业变革快车道。新能源品牌形象加剧分化。新造车势力正通过引领科技感和用户体验，与传统豪华品牌新能源车的品牌价值进行博弈。消费者对新能源车的性能和智能化的认同感进一步提升，并认为拥有新能源车具有环保、潮流和有面子等意义。”

— 袁淼，研究分析师

购买此报告

网址 store.mintel.com

欧洲 +44 (0) 20 7606 4533

巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250

中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

目录

概述

- 您所需要了解的
- 报告关键议题
- 定义

综述

- 市场
- 预计2021年新能源车销量增速将超过**60%**
数据1: 中国新能源汽车市场销售量预测，2015-2025
- 公司与品牌
- 纯电动车市场上上汽通用五菱和特斯拉成最大赢家，代表了高低两端的增长趋势
数据2: 销量前十的BEV车型，2020年
- 消费者
- 对新能源车的积极态度进一步提升
数据3: 对NEV态度，2021年4月
- 特斯拉领跑科技和体验的创新形象，**BBA**新能源车的品牌实力犹在
数据4: NEV品牌形象，2021年4月
- 环保意识成为继经济性之后的第二大购买动因
数据5: NEV购买动因，2021年4月
- 续航和充电问题的改善仍未达到大众期望
数据6: 购买NEV担心方面，2021年4月
- 传统豪华品牌价值作用在新能源车上的影响仍很大
数据7: BEV价格接受度，2021年4月
- 试驾体验并未成为推动新能源车购买驱动因素
数据8: 试驾新能源车渠道，2021年4月
- 我们的观点

议题与洞察

- 通过数字化服务提升用户体验
- 现状
- 启示
数据9: MY BMW APP，2020年
- 借助新零售服务模式提升品牌形象
- 现状
- 启示
数据10: 上汽R STORE体验中心，2020年
- 采用环保材料，传达环保理念
- 现状
- 启示

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

同主题过往报告

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址 store.mintel.com

欧洲 +44 (0) 20 7606 4533

巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250

中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

数据11: 现代汽车IONIQ (艾尼氪) 5, 2021年

市场——您所需要了解的

- 新能源车新车销量连续两年超百万辆
- 新能源车市场由补贴驱动转为市场驱动
- 纯电动车份额进一步加大，特斯拉成最大赢家

市场规模与预测

- **2020年新能源车销量超百万辆，占乘用车新车销量的5.5%**
数据12: 中国NEV及乘用车新车市场销售量和增长率，2015-2020年
数据13: BEV及PHEV销售量和增长率，2016-2020年
- **预计2025年新能源车销量或增长到3倍**
数据14: 中国NEV市场销售量预测，2015-2025年

市场因素

- **限行政策——限牌城市仍是新能源车销量主力军**
数据15: 2020年NEV城市销量排名
- **补贴政策——2020年新能源车销量大幅下滑后稳步复苏回暖**
数据16: NEV月度销量走势，2020年
- **基建政策——政府工作报告提出增加汽车消费，增设换电站为普及新能源汽车铺路**
数据17: 中国公共充电桩保有量，2015-2020年

市场细分

- **纯电动车或进一步挤占插电混动汽车市场份额**
数据18: 中国BEV市场销量预测，2015-2025年
数据19: BEV和PHEV销量占比，2015-2020年
- **高低两端增长趋势明显**
数据20: 零售销量前十的NEV车型，2020年
- **新能源SUV销量榜单——前三均为新势力品牌**
数据21: 新能源SUV车型销量排名，2020年

重点企业——市场份额

- **2020年纯电动车市场上汽通用五菱和特斯拉成最大赢家**
数据22: BEV销量前十的厂商，2020年
- **2020年插电混动市场比亚迪蝉联第一，理想成后起之秀**
数据23: PHEV销量前十的厂商，2020年

竞争策略

- **一汽大众奥迪年轻化战略**
数据24: audi channel，2020年

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

同主题过往报告

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址 store.mintel.com

欧洲 +44 (0) 20 7606 4533

巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250

中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

- 欧拉好猫女性化策略
数据25: 欧拉好猫乐活局，2021年

谁在创新

- 减少碳排放并增加续航里程
数据26: 麦格纳全新电动驱动系统
- 太阳能车顶可用于未来出行
数据27: 聚碳酸酯太阳能车顶
- 眼球追踪眼镜跟踪驾驶员注视方向让驾驶更安全
数据28: 驾驶员眼球追踪眼镜
- 座舱监控系统防止儿童被遗忘在车内
数据29: 座舱监控系统使用场景示意图
- 全球首台飞行汽车获批上路
数据30: 飞行汽车PAL-V Liberty
- 最大中控曲面联屏
数据31: 奔驰EQS内饰

消费者——您所需要了解的

- 对新能源车的积极态度进一步提升
- 特斯拉领跑科技和体验的创新形象，BBA新能源车的品牌实力犹在
- 环保意识成为继经济性之后的第二大购买动因
- 续航和充电问题的改善仍未达到大众期望
- 传统豪华品牌价值作用在新能源车上的影响仍很大
- 试驾体验并未成为推动新能源车购买驱动因素

对新能源车态度的转变

- 对新能源车的积极态度进一步提升
数据32: 对NEV态度，2021年4月
- 年长消费者更认可新能源车的面子感和时尚感
数据33: 对NEV态度（按年龄区分），2021年4月
- 新能源车的性价比更受到高预算意向车主的认同
数据34: 对NEV态度（按购车预算），2021年4月

新能源车品牌形象

- 特斯拉领跑科技和体验的创新形象，BBA新能源车的品牌实力犹在
数据35: NEV品牌形象，2021年4月
- 特斯拉的商圈中心体验店模式在一线城市效果明显
数据36: NEV品牌形象（按城市线级区分），2021年4月
- 男性新能源现有及意向车主对造车新势力更加看好
数据37: NEV品牌形象（按性别区分），2021年4月

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

同主题过往报告

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址 store.mintel.com

欧洲 +44 (0) 20 7606 4533

巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250

中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

新能源车购买动因

- 环保意识成为继经济性之后的第二大购买动因
数据38: NEV购买动因，2021年4月
- 新能源车智能网联功能对年轻的新能源现有和意向车主吸引力更大
数据39: NEV购买动因（按年龄区分），2021年4月
- 环保和趋势因素在一、二线城市中影响力更大
数据40: NEV购买动因（按城市线级区分），2021年4月
- 高收入的新能源现有和意向车主更注重保养和上牌便利性
数据41: NEV购买动因（按家庭收入区分），2021年4月

新能源车购买担心方面

- 续航和充电问题的改善仍未达到大众期望
数据42: 购买NEV担心方面，2021年4月
- 年轻的新能源现有和意向车主的用车场景更丰富，因而更担心续航里程
数据43: 购买NEV担心方面（按年龄区分），2021年4月

纯电动车价格接受度

- 传统豪华品牌价值作用在新能源车上的影响仍很大
数据44: BEV价格接受度，2021年4月
- 年长新能源车主对特斯拉接受度更高
数据45: BEV价格接受度（按年龄区分）—— 特斯拉，2021年4月
- 比亚迪在低线城市拥有国产品牌优势
数据46: BEV价格接受度（按城市线级区分）—— 比亚迪新能源，2021年4月

新能源车的试驾渠道

- 试驾体验并未成为推动新能源车购买驱动因素
数据47: 试驾新能源车渠道，2021年4月
- 口碑成吸引意向新能源意向车主的重要因素
数据48: 试驾新能源车渠道（按新能源车主类型区分），2021年4月
- 低线城市的消费者试驾更难
数据49: 试驾新能源车渠道（按城市线级区分），2021年4月

附录

- 市场规模与预测
数据50: 新能源车市场总销售量，中国，2015-2025年
- 市场细分
数据51: 纯电动乘用车市场总销售量，中国，2015-2025年
数据52: 插电式混合动力乘用车市场总销售量，中国，2015-2025年

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

同主题过往报告

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址 store.mintel.com

欧洲 +44 (0) 20 7606 4533

巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250

中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

报告价格: £1995.00 | \$2693.85 | €2245.17

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

- 研究方法
- 缩写

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

互动式数据手册

同主题过往报告

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址 store.mintel.com

欧洲 +44 (0) 20 7606 4533

巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250

中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

The logo features the word "MINTEL" in a bold, black, sans-serif font, contained within a bright yellow speech bubble shape. Below the main bubble are three smaller, overlapping yellow circles of varying sizes, creating a trail effect.

关于英敏特

英敏特是洞悉消费者需求、熟谙背后原因的专家。作为世界领先的市场情报公司，我们对消费者、市场、产品创新和竞争形势进行分析，提供关于全球和各国经济的独特视角。自1972年起，英敏特通过预测分析和专家推荐，让客户更快做出更优的商业决策。

我们的目标是助力企业与人的成长。要了解我们如何实现这一目标，请点击[mintel.com](https://www.mintel.com)。