

# 汽车购买过程 - 中国 - 2021年

报告价格: £3695.00 | \$4995.00 | €4400.00

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

- 购车契机：考虑职业发展需求的心理高居购车契机首位
- 购车关注因素：智能座舱概念不能忽视空间实用性的考量
- 购车考虑因素：配置要求成为前三位优先锁定的因素
- 购车信息渠道：专业渠道仍是影响受访车主购车决策的主要入口
- 品牌形象：高端新能源品牌性价比仍受质疑
- 好感度提升活动：辅助出行的专属服务或帮助车企实现从产品到服务的转型

消费者对拥有自己的专属汽车实现出行自由的意愿强烈，并且认为汽车是可以帮助自己职业发展的重要组成部分，这也预示了中国汽车消费市场的潜力犹在，并将迎来进一步的增长。同时，在汽车智能化浪潮下，车主对智能化系统及配置的要求越来越明确。相比之下，品牌国籍导向意识正在弱化。

在信息获取方面，专业渠道仍是影响受访车主购车决策的主要入口。随着数字化营销的深入，如何通过私域流量与用户深度互动是品牌发力的关键点，同时也是一个品牌客户运营能力的核心体现。品牌可以通过“公私域营销一体化”和用户更多地互动，达到反复触达的效果，最终影响购车决策。

造车新势力及跨界玩家的入局为汽车市场的竞争格局增加了许多不确定性。新势力品牌急需优化自身安全性及性价比的品牌形象，而传统汽车品牌也需要着力于强化在用户心中的智能化标签，并提升车主的实际驾乘感受。



“随着中国国内宏观经济的持续回升利好，汽车消费市场的增换购需求进一步得到释放，新车销量同比增长明显。相比过去，消费者在购车初期，对智能化配置、动力性能和颜值等实用性方面的要求变得更加明确。因此，对于品牌而言，洞察消费者对于产品不断变化的需求，通过在产品设计和平台互动上更直接和直观的交流，来提高品牌认知和好感度也变得越发重要。”

— 袁淼，研究分析师

## 购买此报告

网址 [store.mintel.com](https://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
- 报告范围

### 综述

- 市场
- 疫情和芯片供货逐步缓解，中国汽车销量持续稳步增长  
数据1: 中国乘用车销量，2016-2021年（预估）
- 未来五年将可接近**2,767**万辆规模  
数据2: 中国乘用车销量规模与预测，2016-2026年
- 消费升级的需求仍维持强劲  
数据3: 换购规模及占比，2016-2020年
- 硬件和营销双发力，国产品牌销量占比扩大  
数据4: 销量占比——按国别，2018-2021年
- 公司与品牌
- 通过科技形象强化智能化标签  
数据5: 捷达智能汽车人Jettaman，2021年
- 通过线下试驾体验展现性能优势  
数据6: 晴隆二十四道拐秘境挑战，2021年
- 借力“体验官”打造国潮IP  
数据7: 哈弗H6国潮版，2021年
- 奥迪变色涂料技术提供多种颜值选择  
数据8: 奥迪自适应颜色
- 捷尼赛思推出人脸识别优化交互体验  
数据9: Face connect
- 消费者
- 考虑职业发展需求的心理高居购车契机首位  
数据10: 购车契机，2021年
- 智能座舱概念不能忽视空间实用性的考量  
数据11: 购车关注因素，2021年
- 配置要求成为前三位优先锁定的因素  
数据12: 购车考虑因素，2021年
- 专业渠道仍是影响受访车主购车决策的主要入口  
数据13: 购车信息渠道，2021年
- 高端新能源品牌性价比仍受质疑  
数据14: 品牌形象，2021年
- 辅助出行的专属服务或帮助车企实现从产品到服务的转型  
数据15: 好感度提升活动，2021年
- 我们的观点

## 报告内容

### 综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

## 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。

### 议题与洞察

- 智能化标签要有颜有值
- 现状
- 启示  
数据16: 林肯全息徽标, 2021年
- 车企APP创新助力私域流量的打造
- 现状
- 启示  
数据17: 蔚来NIO DAY现场, 2021年
- 通过真诚的服务价值“证明”品牌意义
- 现状
- 启示  
数据18: 车企品牌驰援河南, 2021年

### 市场规模与预测

- 疫情和芯片供货逐步缓解，中国汽车销量持续稳步增长  
数据19: 中国乘用车销量, 2016-2021年 (预估)
- 未来五年将可接近**2,767**万辆规模  
数据20: 中国乘用车销量规模与预测, 2016-2026年

### 市场因素

- 消费升级的需求仍维持强劲  
数据21: 换购规模及占比, 2016-2020年
- 集中发力纯电动产品，促进新能源化转型  
数据22: 中国新能源车销量占比, 2018-2021年

### 市场细分

- 硬件和营销双发力，国产品牌销量占比扩大  
数据23: 销量占比——按国别, 2018-2021年
- 凭借空间和动力优势，SUV销量占比进一步提升  
数据24: 中国车市各车型销量占比, 2018-2020年

### 营销活动

- 通过科技形象强化智能化标签  
数据25: 捷达智能汽车人Jettaman, 2021年
- 充满萌趣的二次元营销迎合女性消费者  
数据26: Chinajoy欧拉展台, 2021年
- 通过线下试驾体验展现性能优势  
数据27: 晴隆二十四道拐秘境挑战, 2021年
- 借力“体验官”打造国潮IP  
数据28: 哈弗H6国潮版, 2021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

## 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: £3695.00 | \$4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

### 新产品趋势

- 奥迪变色涂料技术提供多种颜值选择  
数据29: 奥迪自适应颜色
- 捷尼赛思推出人脸识别优化交互体验  
数据30: Face connect
- 斯柯达将生态材料应用于汽车内饰  
数据31: 斯柯达生态材料内饰
- 小鹏汇天飞行汽车计划2022年上半年在欧洲试飞  
数据32: 小鹏汇天飞行汽车

### 购车契机

- 考虑职业发展需求的心理高居购车契机首位  
数据33: 购车契机，2021年
- 汽车正成为年轻人职业发展的必需品  
数据34: 购车契机（按年龄区分），2021年
- 女性受访车主希望拥有自己专属座驾的渴望强烈  
数据35: 购车契机（按性别区分），2021年

### 购车关注因素

- 智能座舱概念不能忽视空间实用性的考量  
数据36: 购车关注因素，2021年
- 外观内饰的颜值要求在年轻人车主中居高  
数据37: 购车关注因素（按年龄区分），2021年
- 高价位段车主尤为注重智能化配置及可选配置丰富性  
数据38: 购车关注因素（按车价区分），2021年

### 购车考虑因素

- 配置要求成为前三位优先锁定的因素  
数据39: 购车考虑因素，2021年
- 对配置、动力、颜值的差异化需求的增高弱化了品牌导向意识  
数据40: 购车考虑因素（按拥车时长区分），2021年
- 6成SUV车主购车时锁定车型  
数据41: 购车关注因素（按车型区分），2021年
- 大多数汽油车车主亦没有锁定只考虑汽油车  
数据42: 购车考虑因素（按能源类型区分），2021年

### 购车信息渠道

- 专业渠道仍是影响受访车主购车决策的主要入口  
数据43: 购车信息渠道，2021年
- 垂直平台在20-29岁车主中影响力减弱  
数据44: 购车信息渠道（按年龄区分），2021年
- 高价位车主受官方及舆论影响大

### 报告内容

综述

---

PDF格式完整报告

---

演示文稿

---

交互式数据手册

---

## 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: £3695.00 | \$4995.00 | €4400.00

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45: 购车信息渠道（按车价区分），2021年

### 品牌形象

- 高端新能源品牌性价比仍受质疑  
数据46: 品牌形象，2021年
- BBA年轻化策略见成效，车型颜值成最大发力点  
数据47: 品牌形象——时尚感强（按年龄区分），2021年
- 智能化赛道为传统车企品牌带来新的增长机会  
数据48: 品牌形象——智能化程度高（按拥车时长区分），2021年

### 好感度提升活动

- 辅助出行的专属服务或帮助车企实现从产品到服务的转型  
数据49: 好感度提升活动，2021年
- 品牌组织的自驾游活动对年轻人的吸引力减弱  
数据50: 好感度提升活动（按年龄区分），2021年
- 高价位段车主更希望获得专属服务  
数据51: 好感度提升活动（按车价区分），2021年

### 附录

- 研究方法
- 缩写

## 报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

## 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)。