

汽车购买过程 - 中国 - 2022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

- 能源类型和品牌趋势
- 购买预算及升级意识
- 有效的信息渠道
- 促成线下看车的因素
- 各渠道的试驾品牌数
- 目前和将来考虑因素的对比

在汽车购买的选择上，新能源车正在快速地占领市场，消费者对国产品牌尤其是纯电动车产品的认可度显著高于传统合资品牌。同时，新能源品牌高端化趋势明显，这也意味着高端车市场的竞争将更加激烈。

在疫情常态化的2022年，仍有6成车主超预算购车，与2020年持平，说明消费升级的需求犹在。而近半数受访车主表示下次购车时会考虑购买延长质保，反映出消费者对于售后服务升级所带来的保障感的期待。

随着短视频、社交媒体等信息渠道多元化的发展，兼具专业和娱乐等多重属性的内容将更能打动消费者。但在针对特定人群进行定向投放时，不仅需要关注目标客群的反应，也需要考虑到普通大众的情绪。

消费者对汽车智能化的期待在不断提升。创新技术亦已成为最为吸引车主去线下门店了解候选车型的因素之一。品牌可以通过在线上渠道传递创新功能等信息，完成潜在用户从线上到线下的转化。



“中国乘用车市场在经历了第二波疫情的短暂低谷期后，已恢复至稳定的增长，其中新能源车的占比增长尤为醒目。相比过去，车主的消费升级需求犹在，升级方面除了配置、品牌、车型外，对售后服务升级的需求也有所增加。另一方面，汽车智能化的趋势使得车主对创新技术有了更高的期待，品牌需要持续扎根于技术创新，并将技术优势通过试驾等营销渠道传递给潜在用户，为占领智能车市场打下用户基础。”

— 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
- 报告范围

综述

- 市场
- 中国乘用车零售销量与去年几乎持平，未来五年或接近**2,293**万辆规模
数据1: 中国乘用车零售销量，2016-2022年（预估）
数据2: 中国乘用车批发销量，2016-2022年（预估）
数据3: 中国乘用车零售销量规模与预测，2016-2026年
- 增换购是车市的核心增长动力
数据4: 首增换购占比，2016-2021年
- 消费升级推动购车价格持续上行
数据5: 乘用车市场价格段销量结构，2016-2022年
- 新能源车高速增长，或提前三年完成**20%**的销量目标
数据6: 中国新能源车零售销量占比，2018-2022年
- 国产品牌销量占比进一步扩大，新能源车型功不可没
数据7: 销量占比——按国别，2018-2022年
- 公司与品牌
- 新零售玩法层出不穷
数据8: 元宇宙卖车合同签订，2022年
- 订阅服务满足灵活用车需求
数据9: 极氪订阅 ZEEKR Subscription，2022年
- 拓宽车内使用场景为用户带来价值增量
数据10: 特斯拉ZOOM视频会议
数据11: 搭载于奥迪汽车的尖端车载娱乐平台
数据12: 跨车游戏解决方案
- 消费者
- 新能源车占比提升迅猛
数据13: 能源类型（按拥车时长、能源类型及城市线级区分），2022年
- **6**成车主超预算购车，对配置升级需求仍在
数据14: 购买预算及升级意识，2020-2022年
- 短视频平台促成看车的效力不容小觑
数据15: 有效的信息渠道，2022年
- 创新技术的吸引力显著提升
数据16: 促成线下看车的因素（按拥车时间区分），2022年
- 试驾渠道的多样化扩大了品牌选择的不确定性

报告内容

综述
PDF格式完整报告
演示文稿
互动式数据手册

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

数据17: 各渠道的试驾品牌数，2022年

- 售后保障和环保意识的增强

数据18: 目前和将来考虑因素的对比，2022年

- 我们的观点

议题与洞察

- “小剧场”共情购车感受

- 现状

- 启示

数据19: 上汽大众汽车系列短剧《皓史成双的ID.新生活》，2022年

- 线上购车体验的数字化互动创新

- 现状

- 启示

数据20: 宝马实车互动平台，2020年

- 便利店、科技馆等“新潮”促销场景

- 现状

- 启示

数据21: 宝马便利店，2021年

市场规模与预测

- 中国乘用车零售销量与去年几乎持平，未来五年或接近**2,293**万辆规模

数据22: 中国乘用车零售销量，2016-2022年（预估）

数据23: 中国乘用车批发销量，2016-2022年（预估）

数据24: 中国乘用车零售销量规模与预测，2016-2026年

市场因素

- 增换购是车市的核心增长动力

数据25: 首增换购占比，2016-2021年

- 消费升级推动购车价格持续上行

数据26: 乘用车市场价格段销量结构，2016-2022年

- 新能源车高速增长，或提前三年完成**20%**的销量目标

数据27: 中国新能源车零售销量占比，2018-2022年

市场细分

- 国产品牌销量占比进一步扩大，新能源车型功不可没

数据28: 销量占比——按国别，2018-2022年

- SUV增速放缓，但电动化趋势下市场潜力犹存

数据29: 中国车市各车型销量占比，2018-2022年

营销活动

- 新零售玩法层出不穷

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

互动式数据手册

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

数据30: 元宇宙卖车合同签订，2022年

- 订阅服务满足灵活用车需求

数据31: 极氪订阅 ZEEKR Subscription，2022年

新产品趋势

- 拓宽车内使用场景为用户带来价值增量

数据32: 特斯拉ZOOM视频会议

数据33: 搭载于奥迪汽车的尖端车载娱乐平台

数据34: 跨车游戏解决方案

- 汽车周边传递品牌理念，提升用户粘性

数据35: 日产办公椅，2022年

数据36: 丰田午睡座椅

能源类型和品牌趋势

- 新能源车占比提升迅猛

数据37: 能源类型（按拥车时长、能源类型及城市线级区分），2022年

- 纯电动车中国品牌占据绝对主力

数据38: 品牌占比（按能源类型区分），2022年

- 新能源车高端化趋势明显

数据39: 购车价格（按能源类型区分），2022年

购买预算及升级意识

- 6成车主超预算购车，对配置升级需求仍在

数据40: 购买预算及升级意识，2020-2022年

- 年轻车主消费升级趋势更明显

数据41: 购买预算及升级意识（按年龄区分），2022年

- 购买售后服务或更长保修期的比例上升

数据42: 购买预算及升级意识（按能源类型区分），2020-2022年

有效的信息渠道

- 短视频平台促成看车的效力不容小觑

数据43: 有效的信息渠道，2022年

- 专业和官方平台光环对年轻车主的影响在减弱

数据44: 有效的信息渠道（按年龄区分），2022年

- 低线城市车主受亲戚朋友的影响减弱

数据45: 有效的信息渠道（按城市线级和拥车时长区分），2022年

促成线下看车的因素

- 创新技术的吸引力显著提升

数据46: 促成线下看车的因素（按拥车时间区分），2022年

- 新款车型更能引起中年车主的注意力

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。

- 数据47: 促成线下看车的因素（按年龄区分），2022年
- 新能源车主更关注创新技术
- 数据48: 促成线下看车的因素（按能源类型区分），2022年

各渠道的试驾品牌数

- 试驾渠道的多样化扩大了品牌选择的不确定性
- 数据49: 各渠道的试驾品牌数，2022年
- 年轻车主试驾渠道更多样
- 数据50: 各渠道的试驾——试驾过（按年龄区分），2022年
- 4S店以外的试驾渠道的使用有明显提升
- 数据51: 各渠道的试驾——试驾过（按拥车时长区分），2022年

目前和将来考虑因素的对比

- 售后保障和环保意识的增强
- 数据52: 目前和将来考虑因素的对比，2022年
- 超一半纯电动车主考虑下次购车时购买延长质保
- 数据53: 目前和将来考虑因素的对比（按能源类型区分），2022年
- 一线城市车主对软件升级服务更为看重
- 数据54: 目前和将来考虑因素的对比（按城市线级区分），2022年

附录

- 研究方法

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



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)。