

汽车使用习惯 - 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

- 自驾游场景
- 导航或音乐功能设备使用习惯
- 手机互联功能的使用
- 不同能源类型汽车的用车体验满意度
- 辅助功能的使用与满意程度
- 体现汽车颜值的功能和配置

疫情对人们出行的频率和用车习惯都产生了一定的影响，行程里程减少的状况仍在持续。其中一线城市车主的行驶里程受封控政策影响尤为明显。而与此同时，车主对车内体验的需求也有所变化：基础辅助功能正逐步受到车主认可，科技颜值也为汽车带来了新的情绪价值。

值得一提的是，在疫情期间，相比公共交通，自驾游因在安全性、灵活性上更胜一筹，而更受青睐。不少车主对于崎岖路段的长途自驾游也有着不低的兴趣。品牌可以通过主打不同的驾驶体验，来体现汽车的特性，从而引起不同类型自驾游爱好者的关注。

汽车智能化浪潮下，智能车机的发展使得车主更加愿意将手机连接车机来使用音乐和导航等功能。但当下的车机系统仍然存在很多问题，车主尚不能完全放弃使用手机。因此，对于车企品牌来说，如何优化车机系统、让车主在车内减少对手机的依赖是需要思考的问题。



“大部分车主会将手机和车机连接使用，以获得现阶段的最佳体验。而在高端新能源车领域，以车载系统为中心的车联网生态也已初露锋芒。除了车载系统为车主带来的智能体验，车主对智能科技颜值的期待也有所提升，科技颜值正在为他们带来新的情绪价值。而车主们也越来越能够理性地看待辅助驾驶功能，并越来越认可其中的基础功能。”

— 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

目录

概述

- 您所需要了解的
- 报告关键议题
- 报告范围

综述

- 市场因素
- 智能网联技术简化用车过程
- 具有特殊使用价值的车型受到增购用户青睐
- 年轻消费力崛起促进汽车周边产品多元发展
- 短视频平台正潜移默化地改变车主用车习惯
- 公司与品牌
- 营销案例
- 通过智能驾驶测试培养用户智能用车习惯
数据1: 小鹏3,000公里远征挑战, 2021年
- 亲子营销将环保理念植入儿童群体
数据2: “魔小童”儿童电动玩具车, 2022年
- 沉浸式营销生动传递驾趣体验
数据3: 福特Mustang Mach-E“电马启程”品牌之夜暨“3.65方程式挑战赛”, 2022年
- 产品创新
- 越野影像辅助功能可从车内透视路况
数据4: 丰田越野影像辅助专利
- 特斯拉新软件可扫描崎岖不平的道路并避让
数据5: 特斯拉自适应悬架系统
- 雷诺与应用程序开发商合作丰富车辆互联体验
数据6: 雷诺OpenR Link信息娱乐界面
- 消费者
- 受疫情影响, 行程里程减少状况仍在持续
数据7: 行驶里程的变化, 2022年
- 约三分之一车主有过4小时以上的长途自驾游经历
数据8: 自驾游场景, 2022年
- 手机和车载系统互联使用成为主流
数据9: 导航或音乐功能设备使用习惯 (按年龄区分), 2022年
- 手机互联功能使用率已达半数以上
数据10: 手机互联功能的使用, 2022年
- 纯电动车在乘坐空间及噪音程度方面优势明显
数据11: 用车体验满意度 (按能源类型区分), 2022年
- 基础辅助驾驶功能逐步受到车主认可
数据12: 功能的使用与满意程度, 2022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

- 科技颜值带来新的价值增量
数据13: 认可的汽车颜值，2022年
- 我们的观点

议题与洞察

- 发挥自驾游“种草”带来的连锁效应
- 现状
- 启示
数据14: 福特撼路者，2022年
- 创造从平台思维向生态思维转变的智能互交体验
- 现状
- 启示
数据15: 华为问界M5，2022年
- 颜值需为真实世界而设计
- 现状
- 启示
数据16: 理想L9，2022年

市场

- 市场因素
- 智能网联技术简化用车过程
- 具有特殊使用价值的车型受到增购用户青睐
- 年轻消费力崛起促进汽车周边产品多元发展
- 短视频平台正潜移默化地改变车主用车习惯

重点企业

- 营销案例
- 通过智能驾驶测试培养用户智能用车习惯
数据17: 小鹏3,000公里远征挑战，2021年
- 亲子营销将环保理念植入儿童群体
数据18: “魔小童”儿童电动玩具车，2022年
- 沉浸式营销生动传递驾趣体验
数据19: 福特Mustang Mach-E“电马启程”品牌之夜暨“3.65方程式挑战赛”，2022年
- 产品创新
- 越野影像辅助功能可从车内透视路况
数据20: 丰田越野影像辅助专利
- 特斯拉新软件可扫描崎岖不平的道路并避让
数据21: 特斯拉自适应悬架系统
- 雷诺与应用程序开发商合作丰富车辆互联体验
数据22: 雷诺OpenR Link信息娱乐界面

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

行驶里程的变化

- 受疫情影响，行程里程减少状况仍在持续
数据23: 行驶里程的变化，2022年
- 一线城市车主行驶里程在2022年减幅明显
数据24: 行驶里程的变化（按城市线级区分），2022年
- 疫情中家庭用车成为“刚需”
数据25: 行驶里程的变化（按年龄区分），2022年

自驾游场景

- 约三分之一车主有过4小时以上的长途自驾游经历
数据26: 自驾游场景，2022年
- 新能源车长途自驾游比例已接近汽油车
数据27: 自驾游场景（按能源类型区分），2022年
- “有挑战”的自驾游对中青年车主吸引力大
数据28: 自驾游场景——崎岖路段（按年龄区分），2022年

导航或音乐功能设备使用习惯

- 手机和车载系统互联使用成为主流
数据29: 导航或音乐功能设备使用习惯（按年龄区分），2022年
- 智能车载系统正越来越被高端新能源车主所认同
数据30: 导航或音乐功能设备使用习惯（按能源类型及车价区分），2022年
- 低线城市车主或因生活节奏慢而愿意将手机和车载系统连接使用
数据31: 导航或音乐功能设备使用习惯（按城市线级区分），2022年

手机互联功能的使用

- 手机互联功能使用率已达半数以上
数据32: 手机互联功能的使用，2022年
- 1年内的新车主手机互联功能使用率明显提升
数据33: 手机互联功能的使用——用过（按拥车时长区分），2022年
- 低线城市车主对车内滞留儿童提醒功能使用率更高
数据34: 手机互联功能的使用——用过（按城市线级区分），2022年

用车体验满意度

- 纯电动车在乘坐空间及噪音程度方面优势明显
数据35: 用车体验满意度（按能源类型区分），2022年
- 1年内的车主对车载音箱的体验满意度有明显提升
数据36: 用车体验满意度（按购车时长区分），2022年
- 20万元以上的新能源车相对于汽油车的优势不明显

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

数据37: 用车体验满意度（按购车价格区分），2022年

辅助功能的使用与满意程度

- 基础辅助驾驶功能逐步受到车主认可
数据38: 功能的使用与满意程度，2022年
- 辅助驾驶的使用率有待提高
数据39: 功能的使用与满意程度——使用率及满意度（按能源类型区分），2022年
- 50-59岁**的年长车主对安全类辅助驾驶功能满意度更高
数据40: 功能的使用与满意程度——满意度（按年龄区分），2022年

认可的汽车颜值

- 科技颜值带来新的价值增量
数据41: 认可的汽车颜值，2022年
- 二、三线或以下城市车主对“大气”元素更有感
数据42: 认可的汽车颜值（按城市线级区分），2022年
- 车价在**10-20万**区间的车主更看重实用功能
数据43: 认可的汽车颜值（按车价区分），2022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



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)。