

新能源汽车 - 中国 - 2017年4月

报告价格: £3211.27 | \$3990.00 | €3757.50

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变



尽管政府补贴力度下降，短期内将面临挑战，但中国新能源汽车市场正逐渐由政策主导转向消费驱动。纯电动乘用车的未来前景更广阔，但插电式混合动力车仍是目前最受欢迎的选择。厂商和品牌可通过与居住在二/三线城市、对新能源汽车感兴趣但还犹豫不决的25-29岁中低收入消费者进行有效沟通来把握商机。”
过人，高级研究分析师，中国

在这篇报告中我们回答了以下问题：

- 新能源汽车市场在补贴削减后将何去何从？
- 可以采用什么样的故事性营销方式？
- 谁是主要目标受众？

您所需要了解的

2012年，中国政府设定在2020年之前新能源汽车累计产销量超过500万辆的目标。现阶段正处于这项八年计划的中期阶段，年销量在过去4年中增长了26.5倍，因此，市场将如何发展以及购车者真正的想法值得挖掘。本报告研究了不同品牌和类型的新能源汽车的目标消费群体以及他们的主要考虑因素，讨论了领先品牌的不同品牌战略，并介绍了这些品牌凭借哪些创新渠道在市场上立足。

购买 这篇报告

地址：
store.mintel.com

电话：
欧洲，中东，非洲
+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

邮件：
reports@mintel.com

想要了解更多内容？

这篇报告只是一系列报告中其中的一篇，整个系列可以提供你整个市场的历史

新能源汽车 - 中国 - 2017年4月

报告价格: £3211.27 | \$3990.00 | €3757.50

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

目录

概述

您所需要了解的

报告定义

定义

数据 1: 不同家庭月收入群体的定义 (按城市线级区分), 2016年11月

不包括

综述

市场

数据 2: 中国新能源汽车销量和增长率, 2011-2016年

数据 3: 新能源汽车销量的最好和最坏预测, 2011-2021年

数据 4: 新能源汽车销量和增长率 (按车型区分), 2013-2020年

公司与品牌

数据 5: 新能源乘用车品牌市场份额, 2015和2016年

消费者

新能源汽车可满足大部分日常通勤需要

数据 6: 日均行驶距离, 2017年1月

整体上对新能源汽车持乐观态度

数据 7: 新能源车印象 (按考虑购买的车型区分), 2017年1月

不同消费群体具有不同的品牌认知度

数据 8: 新能源车品牌认知度, 2017年1月

数据 9: 对某些新能源汽车品牌有较高认知度的年龄群体, 2017年1月

目前新能源汽车购买者青睐插电式混合动力汽车

数据 10: 购买计划 (按家庭月收入区分), 2017年1月

我们的观点

议题与洞察

新能源汽车市场在补贴削减后将何去何从?

现状

启示

数据 11: 德国的“电力高速公路”

可以采用什么样的故事性营销方式?

现状

启示

数据 12: 父亲驾驶雷克萨斯悄悄地护送儿子到校车

数据 13: 在行驶的汽车上完成纹身, 马牌轮胎

数据 14: 拉力赛中的Acciona汽车

谁是主要目标受众?

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +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 |

邮件: reports@mintel.com

新能源汽车 - 中国 - 2017年4月

报告价格: £3211.27 | \$3990.00 | €3757.50

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

现状

启示

数据 15: 印满网易云音乐歌曲评论的地铁线

市场 - 您所需要了解的

未来五年每年将同比增长20-30%

政府补贴推动力减小

纯电动乘用车增速预计将超过插电式混合动力乘用车

市场规模与预测

市场扩张减慢

数据 16: 中国新能源汽车销量和增长率, 2011-2016年

数据 17: 新能源汽车的销量在乘用车新车销售中所占的份额, 2011-2016年

全球领先的新能源汽车市场

数据 18: 全球新能源汽车的累计份额 (按国家区分), 2011-2016年

2020年的销量接近800,000辆

数据 19: 新能源汽车销量的最好和最坏预测, 2011-2021年

市场增长动力

政府补贴变动

数据 20: 中央削减新能源汽车补贴, 2017年

大城市的汽车限购

数据 21: 不同城市的汽车限购措施 (按汽车类型区分)

数据 22: 有无实施汽车限购城市的新能源汽车销量, 2016对比2015年

不断发展的电池产业

日益增多的充电设施

数据 23: 充电桩数量与新能源乘用车数量比率, 2014-2020年

购车者的基本通勤需求

新车型将面世

市场细分

纯电动乘用车的份额最大

数据 24: 新能源汽车销量份额 (按车型类型区分), 2011-2016年

2016年纯电动乘用车的销量增速快过插电式混合动力乘用车

数据 25: 新能源汽车销量和增长率 (按车型区分), 2013-2020年

2021年纯电动乘用车的销量将超过719,000辆

数据 26: 纯电动乘用车销量的最好和最坏预测, 2011-2021年

数据 27: 插电式混合动力乘用车销量的最好和最坏预测, 2011-2021年

重点企业 - 您所需要了解的

比亚迪领先市场, 而北汽新能源增长显著

品牌强调不同档次车型的不同性能

创意营销渠道现身市场

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +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 |

邮件: reports@mintel.com

新能源汽车 - 中国 - 2017年4月

报告价格: £3211.27 | \$3990.00 | €3757.50

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

市场份额

比亚迪占据30%的中国新能源汽车市场

数据 28: 新能源乘用车品牌市场份额，2015和2016年

数据 29: 中国销量前十的新能源乘用车，2016年

北汽新能源2016年销售业绩突出

吉利集团整体所占份额位居第二

竞争策略

推出现有车型的混合动力版本

数据 30: 2017面世的新能源汽车车型范例

在广告中突显不同的特征

数据 31: Model S 的广告语

数据 32: 宝马i3的广告语

数据 33: 北汽新能源EU系列的广告语

数据 34: 比亚迪秦EV 300的广告语

数据 35: 奇瑞小蚂蚁的广告语

数据 36: 众泰云100的广告语

从高端车型起步

数据 37: 蔚来的EVE概念

创建自己的电池厂

数据 38: 特斯拉的“超级电池工厂”

申请纳入目录

谁在创新？

为出租打造的车型

数据 39: EVCard主页上的荣威e50。

通过车赛打响知名度

数据 40: Lucid的Enda电动车在拉力赛中

数据 41: Fast4Ward直线竞速赛之一

推出全面的交通解决方案

数据 42: 比亚迪的云轨概念

消费者——您所需要了解的

20-40公里的日均驾驶里程

大多数消费者对新能源汽车持乐观态度

目前城市消费者青睐插电式混合动力乘用车

比普通汽车购买者更挑剔

消费者——日均驾驶里程

20-40公里的日均驾驶里程

数据 43: 日均行驶距离，2017年1月

男性日均驾驶里程更长，主要是40多岁的男性消费者

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +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 |

邮件: reports@mintel.com

新能源汽车 - 中国 - 2017年4月

报告价格: £3211.27 | \$3990.00 | €3757.50

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

数据 44: 日均驾驶里程 (按性别和年龄区分), 2017年1月

高收入者的活动范围更广

数据 45: 特定的汽车使用场合 (按家庭月收入区分), 2014年12月

中西部居民有更多的长途驾驶需求

数据 46: 日均驾驶里程 (按地区区分), 2017年1月

企业文化影响驾驶里程

数据 47: 日均驾驶里程 (按公司性质区分), 2017年1月

消费者——新能源汽车印象

超过半数认为新能源汽车会是以后汽车的主流

数据 48: 新能源汽车印象, 2017年1月

纯电动汽车被认为更贴近人们的生活方式

数据 49: 新能源车印象 (按考虑购买的车型区分), 2017年1月

不同性别和年龄群体的认知千差万别

数据 50: 持特定看法的消费者比例 (按年龄群体区分), 2017年1月

数据 51: 对特定看法的认同度 (按20-24岁的男性和女性区分), 2017年1月

高收入者认为新能源汽车不仅仅只是通勤工具

数据 52: 对特定新能源汽车的印象 (按家庭月收入区分), 2017年1月

消费者——品牌认知度

比亚迪的品牌认知度最高

数据 53: 新能源车品牌认知度, 2017年1月

品牌名称比标识更容易记

不同年龄群体的品牌认知度各异

数据 54: 对某些新能源汽车品牌有较高认知度的年龄群体, 2017年1月

二/三线城市的高收入者对新能源汽车品牌的认知度最高

数据 55: 新能源汽车品牌认知度 (按城市线级和家庭收入区分), 2017年1月

消费者——购买计划

相比2015年, 更多的消费者考虑购买新能源汽车

数据 56: 考虑购买新能源汽车的消费者比例, 2017年1月对比2015年7月

目前考虑购买插电式混合动力汽车的城市消费者略微更多

纯电动汽车和插电式混合动力汽车的典型购买者

数据 57: 购买计划 (按家庭月收入区分), 2017年1月

消费者——购买影响因素

新能源汽车购买者比普通汽车购买者更谨慎

数据 58: 汽车购买影响因素 (按新能源汽车购买者和普通汽车购买者区分), 2016年7月和2017年1月

纯电动汽车购买者更挑剔, 他们看重其他人的意见

数据 59: 影响插电式混合动力汽车购买者和纯电动汽车购买者的购买因素差异, 2017年1月

消费者——新能源车购车阻碍

非新能源汽车购买者的数量非常少

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +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 |

邮件: reports@mintel.com

新能源汽车 - 中国 - 2017年4月

报告价格: £3211.27 | \$3990.00 | €3757.50

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

说服顽固购车者的进展

数据 60: 新能源车购车阻碍, 2017年1月对比2015年7月

消费者——认识英敏特城市精英人群

英敏特城市精英人群的驾驶活动范围最广

数据 61: 日均驾驶里程 (按英敏特城市精英人群和非英敏特城市精英人群区分), 2017年1月

英敏特城市精英人群对新能源汽车的看法更积极

数据 62: 英敏特城市精英人群和非英敏特城市精英人群对新能源汽车的印象差异 (按差异区分), 2017年1月

消费者青睐纯电动汽车生活插电式混合动力汽车

数据 63: 新能源汽车购买计划 (按英敏特城市精英人群和非英敏特城市精英人群区分), 2017年1月

英敏特城市精英人群比非英敏特城市精英人群更看重品牌形象

数据 64: 影响英敏特城市精英人群和非英敏特城市精英人群的购买因素差异 (按差异区分), 2017年1月

附录——市场规模与预测

数据 65: 新能源汽车的总销量, 2011-2021年

附录——市场细分

数据 66: 纯电动乘用车的总销量, 2011-2021年

数据 67: 插电式混合动力乘用车的总销量, 2011-2021年

附录——研究方法

研究方法

扇形图预测

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +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 |

邮件: reports@mintel.com