

新能源汽车 - 中国 - 2018年4月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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



“新能源汽车的核心购买者从40-49岁转向家庭收入高的30-39岁的群体，说明中国的主力购车群体开始逐渐接纳这一车型。25-29岁的消费者（尤其是男性）对这一车型仍有顾虑，比如担心其安全性。好消息是，他们相信新能源汽车将成为未来主流车型。目前他们似乎只是‘精神上的支持者’，但当市场上出现更多令其放心的车型后，他们会转变为真正的购买者。”

- 过人，研究副总监

在这篇报告中我们探讨了以下议题：

- 本土新能源初创企业面临新一轮洗牌
- 调动新能源购车者的自发购买意愿
- 如何打消购车者对续航里程的顾虑？

2017年新能源汽车国内销售总量达到了57万8千213辆，比2016年增长70.3%。考虑到政府补贴的滑坡，新能源汽车市场的这一增势出人意料，为市场释放了积极信号——这说明政府补贴之外的其他市场动因也值得探究。

英敏特调查显示，尽管政府监管收紧，但在新能源汽车市场的激烈竞争中，各品牌本能地加快了研发步伐。随着车型选择的增多以及充电基础设施的完善，购车者也逐渐形成了自己对新能源汽车的偏好。

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 - 2018年4月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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)

综述

市场

数据2: 中国新乘用车市场销售量预测 (最好和最差情形), 2012-2022年

公司与品牌

数据3: 新能源乘用车品牌市场份额, 2015-2017年

消费者

“瞬时消费者”乘坐公交车更多

数据4: 日常出行方式, 2017年12月

消费升级趋势

数据5: 新能源汽车的品牌认知度 (“这个品牌的名字和商标我都认识”的提及率), 2017年对比2016年

30-34岁的消费者是核心客群

数据6: 对新能源汽车的态度, 2017年12月

纯电动车购买者呈年轻化趋势

数据7: 新能源汽车购买计划, 2017年12月

400公里的续航里程能满足大部分车主的需求

数据8: 对续航里程的要求 (开放问题, 随机回答) ——按混合动力车和纯电动车购买者区分, 2017年12月

相比购买普通车型的消费者, 新能源汽车的购车者预算更分散

数据9: 购车预算 (按新能源汽车和普通汽车的购车者区分), 2017年12月

我们的观点

议题与洞察

本土新能源初创企业面临新一轮洗牌

现状

启示

调动新能源购车者的自发购买意愿

现状

启示

如何打消购车者对续航里程的顾虑?

现状

启示

数据10: 威马的人车互动界面

市场——您所需要了解的

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 - 2018年4月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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

占新乘用车销售的2.2%

在截至2022年的5年内年均复合增长率将为25.5%

补贴政策进一步收紧

市场规模与预测

2017年保持高增速

数据11: 新能源乘用车市场的销售量和增长率, 中国, 2011-2017年

占新乘用车销售的2.2%

数据12: 新能源乘用车的销售量占新乘用车总销量的比例, 2011-2017年

新能源SUV蓄势待发

数据13: 不同车型的新乘用车的占比, 2016和2017年

未来5年内年均复合增长率预计为25.5%

数据14: 中国新乘用车市场销售量预测(最好和最差情形), 2012-2022年

市场因素

免征购置税政策再延3年.....

.....但补贴政策也进一步收紧

数据15: 中央政府出台的系能源乘用车补贴新政策, 2017年对比2018年

数据16: 电池系统能量密度调整系数, 2018年

数据17: 车辆能耗调整系数, 2018年

地方政府的额外要求

数据18: 武汉地方政府的补贴政策, 2018年

新能源汽车电池回收管理办法

搭建基础设施

市场细分

纯电动车将持续主导市场

数据19: 纯电动乘用车市场销售量预测(最好和最差情形), 中国, 2012-2022年

2022年, 混合动力车的销售量在新能源汽车中的占比将压缩至15%

数据20: 混合动力车市场销售量预测(最好和最差情形), 中国, 2012-2022年

纯电动车类别也出现消费升级趋势

重点企业——您所需要了解的

低端品牌发展遭遇困境

推出共享用车业务作为对策

新能源重新定义“豪华”的概念

市场份额

北汽正在挑战比亚迪的主导地位

数据21: 新能源乘用车品牌市场份额, 2015-2017年

市场竞争激烈

数据22: 新能源乘用车前十大畅销车型, 2017年

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 - 2018年4月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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

竞争策略

从电池生产方式看品牌的发展决心

布局汽车共享行业

谁在创新？

重新探讨换电模式

在新能源时代重新定义“豪华”的概念

数据23: 保时捷Mission E CROSS TURISMO车型的内饰设计

数据24: I-PACE车型中控台的额外储存空间

消费者——您所需要了解的

30-34岁的消费者是新能源汽车的核心客群

25-29岁的消费者担心新能源汽车的安全性

续航里程门槛：400公里

日常出行方式

公交车是首选出行方式

数据25: 日常出行方式，2017年12月

明显更多首次购车者选择乘坐公交出行

数据26: 准备购车者和现有车主（参照标准）的出行方式选择差距，2017年12月

出行方式偏好因地而异

数据27: 日常出行方式的使用率（按区域区分），2017年12月

新能源汽车品牌认知

比亚迪的品牌认知度最高

数据28: 新能源汽车的品牌认知度（“这个品牌的名字和商标我都认识”的提及率），2017年对比2016年

部分新能源汽车品牌的核心客群发生变化

数据29: 品牌认知度最高的年龄群，2016年对比2017年

对新能源汽车的态度

整体态度积极

数据30: 对新能源汽车的态度，2017年12月

25-29岁的消费者顾虑更深

数据31: 表示“非常同意”的说法（按性别和年龄区分），2017年12月

新能源汽车的4类购买者

数据32: 新能源汽车购买者细分，2017年12月

数据33: 对新能源汽车的态度——表示“非常同意”的比例（按消费者细分区分），2017年12月

购买意愿

补贴退坡影响购买意愿

数据34: 新能源汽车购买计划，2017年12月

混合动力车的核心客群保持稳定

纯电动车购买者呈现年轻化趋势

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 - 2018年4月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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

高端成熟的购车者更倾向于考虑纯电动车型

蔚来和北汽在纯电动领域大有潜力

数据35: 纯电动车购买者和混合动力车购买者（参照标准）的品牌认知度差异，2017年12月

对续航里程的要求

400公里的续航里程可满足大部分购车者的要求

数据36: 对续航里程的要求（开放问题，随机回答）——按混合动力车和纯电动车购买者区分，2017年12月

35-39岁的群体对续航里程要求最高

数据37: 对续航里程的平均要求（按年龄区分），2017年12月

新能源汽车购车花费

相比购买普通车型的消费者，新能源汽车的购车者的预算更分散

数据38: 购车预算（按新能源汽车和普通汽车的购车者区分），2017年12月

支持者和追随者是关键购买群体

数据39: 购车预算（按消费者分类区分），2017年12月

认识英敏特城市精英人群

英敏特城市精英人群更满意新能源汽车的发展近况

数据40: 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态度差异——表示“非常同意”的比例，2017年12月

英敏特城市精英人群中有更多支持者和追求者

数据41: 消费者细分（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12月

英敏特城市精英人群倾向于选择纯电动车

附录——市场规模与预测

数据42: 新能源汽车市场总销售量，2012-2022年

附录——市场细分

数据43: 纯电动新能源汽车市场总销售量，2012-2022年

数据44: 插电式新能源汽车市场总销售量，2012-2022年

附录——研究方法和缩写

研究方法

扇形图预测

缩写

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