

# 汽车购买过程 - 中国 - 2020年12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



“未超出最初预算购车的车主仅占不到40%，大多数车主在购车时会为更高的配置或更高级的车型超预算。即使在新冠疫情下，这样的升级意愿依旧强烈，仍有逾70%的受访车主表示换购新车的档次必须比现在的车更高。同时，随着车型和选择不断多元化，消费者发现更难分辨其中差异，甚至对汽车设计产生审美疲劳。”

– 甘倩，研究分析师

在这篇报告中我们探讨了以下议题：

- 新冠疫情对汽车购买过程的影响与新冠疫情过后的关键趋势
- 汽车拥有情况与购车考虑过程
- 重视因素
- 不同渠道的品牌曝光
- 品牌形象
- 超预算升级方面
- 汽车换购态度

车主对汽车升级的需求持续强劲，因此即使在后新冠疫情时期市场也前景可期。消费者不断从各方面升级中寻求更好的体验，包括但不限于向更好的品牌升级。同时，车主在购买汽车的整个过程中变得更理性，且更倾向于对不同因素进行综合考量。如何给消费者留下出色且持久的印象对于品牌来说越来越重要。

短视频平台等信息新渠道的出现，令车主获取汽车品牌相关信息的生活方式正在发生变化。为了优化营销策略并从激烈竞争中脱颖而出，品牌需审视不同信息渠道在塑造品牌形象上的有效性、了解消费者在购车决策过程中的痛点，并判断出消费者对各方面升级的需求。

购买  
这篇报告

地址：  
[store.mintel.com](http://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](mailto: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

# 汽车购买过程 - 中国 - 2020年12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

您所需要了解的

本报告涵盖的关键议题

定义

### 综述

新冠疫情对汽车购买过程的影响

新冠疫情后，消费者对交通工具日渐重视且升级意愿不变

数据1: 新冠疫情对汽车购买过程的短期、中期和长期影响，2020年12月

### 市场

2020年新乘用车的销量增长得益于坚实需求

数据2: 新乘用车市场销售量和增长率，2014-2020年（预估）

### 消费者

过去3年，被访者中新能源汽车的拥有率翻倍

数据3: 汽车能源动力类型（按购车时间区分），2020年9月

空间升级需求仍存在，但步入瓶颈期

数据4: 购车考虑过程（按购车时间区分），2020年9月

实用性配置仍最重要，而非设计和可选配功能

数据5: 重视因素，2020年9月

汽车专业网站仍是最有效的平台

数据6: 品牌曝光（按信息渠道区分），2020年9月

宝马时尚形象领先，丰田性价比高

数据7: 品牌形象，2020年9月

仅有不足四成的消费者的购车最终价格未超出最初预算

数据8: 超预算升级，2020年9月

强烈的升级意愿展现出汽车换购市场的潜能

数据9: 汽车换购态度，2020年9月

### 我们的观点

#### 新冠疫情对汽车购买过程的影响

数据10: 新冠疫情对汽车购买过程的短期、中期和长期影响，2020年12月

新冠疫情后的关键趋势/转变

趋势1：消费者的经济状况稳定，购车欲望受政策支持的刺激

数据11: 经济状况，2020年2-11月

趋势2：出于对安全的担忧与对便利的需求，拥有汽车的重要性提升

数据12: 成功人生的定义变化——拥有汽车（按城市线级区分），2020年3月vs2020年10月

趋势3：后疫情时代，对豪华车的渴望驱动着消费不断升级

数据13: 对豪华车的渴望程度（按家庭月收入区分），2020年11月

现在购买这篇报告

网址: [store.mintel.com](http://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](mailto:reports@mintel.com)

# 汽车购买过程 - 中国 - 2020年12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

趋势4：供应链方面的担忧会进一步推动汽车生产的本地化

趋势5：线上沟通变得更为重要

数据14: 新浪汽车×汽车之家合作的2020年广州车展直播

趋势6：加速服务数字化和互联互通

对市场营销组合的影响

凭借线上营销创新促进线上购车研究

数据15: 汽车之家的VR汽车展厅

推出“健康汽车”和远程/智能服务

数据16: 搭载遥控服务的Mercedes Me智能手机app

呈现汽车形象时，将汽车转变为一个安全的居所

## 议题与洞察

随着消费者习惯与兴趣的变化构建令人难忘的联系

现状

启示

数据17: 宝马摩托微电影《野俩的夏天》

超越产品概念，打造差异化的品牌形象

现状

启示

应对消费者对汽车升级的多种期待

现状

启示

## 市场

2020年新乘用车的销量增长得益于坚实需求

数据18: 新乘用车市场销售量和增长率，2014-2020年（预估）

## 消费者——您所需要了解的

过去3年，被访者中新能源汽车的拥有率翻倍

空间升级需求仍存在，但步入瓶颈期

实用性配置仍最重要，而非设计和可选配功能

汽车专业网站仍是最有效的平台

宝马时尚形象领先，丰田性价比高

仅有不足四成的消费者的购车最终价格未超出最初预算

强烈的升级意愿展现出汽车换购市场的潜能

## 汽车拥有情况

过去3年，被访者中新能源汽车的拥有率翻倍

数据19: 汽车能源动力类型（按购车时间区分），2020年9月

高收入消费者越来越接受经济型车

数据20: 家庭月收入（按购车价位区分），2020年9月

年轻人的高端市场前景可期

现在购买这篇报告

网址: [store.mintel.com](http://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](mailto:reports@mintel.com)

# 汽车购买过程 - 中国 - 2020年12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

数据21: 购车价位 (按年龄区分) , 2020年9月

数据22: 宝马4系 x 易烊千玺 x 万物入迷艺术展

不同线级城市之间的购车价格差距正在缩小

数据23: 购车价位 (按城市线级区分) , 2020年9月

## 购车考虑过程

空间升级需求仍存在，但步入瓶颈期

数据24: 购车考虑过程 (按购车时间区分) , 2020年9月

首选考虑品牌的提及率低，高端汽车也不例外

数据25: 购车考虑过程 (按购车价位区分) , 2020年9月

年轻车主对品牌更有热情

数据26: 购车考虑过程 (按年龄区分) , 2020年9月

## 重视因素

实用性配置仍最重要，而非设计和可选配功能

数据27: 重视因素 , 2020年9月

长期的成本考量在较低线级城市更为重要

数据28: 前三大重视因素——部分选项 (按城市线级区分) , 2020年9月

对汽车设计的审美疲劳值得关注

数据29: 前三大重视因素——部分选项 (按购车车价区分) , 2020年9月

3年内购车的车主更强调汽车的多功能用途

数据30: 前三大重视因素——部分选项 (按购车时间区分) , 2020年9月

## 不同渠道的品牌曝光

汽车专业网站仍是最有效的平台

数据31: 不同信息渠道的品牌曝光 , 2020年9月

使用社交媒体有助于建立情感联系

数据32: 社交媒体上的品牌曝光 (按年龄区分) , 2020年9月

数据33: 宝马和FPX电子竞技俱乐部联合举办的互动活动

数据34: 丰田家庭广告片Loving Eyes, 日本, 2015年

在触及更多消费者方面，短视频平台的重要性提升

数据35: 视频平台上的品牌曝光 (按年龄区分) , 2020年9月

## 品牌形象

宝马时尚形象领先，丰田性价比高

数据36: 品牌形象 , 2020年9月

消费者对BBA在科技感方面的品牌形象认知相似，年轻消费者对这方面的认知较弱

数据37: 科技感强的品牌形象 (按年龄区分) , 2020年9月

数据38: 雷克萨斯LF-30的外观和内饰

数据39: 性价比高的品牌形象 (按城市线级区分) , 2020年9月

日系车车主对丰田环保的形象充满信心

数据40: 环保的品牌形象 (按汽车品牌国别区分) , 2020年9月

现在购买这篇报告

网址: [store.mintel.com](http://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](mailto:reports@mintel.com)

## 汽车购买过程 - 中国 - 2020年12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

### 超预算升级方面

仅有不足四成的消费者的购车最终价格未超出最初预算

数据41: 超预算升级方面，2020年9月

### 年轻消费者中更有望出现消费升级

数据42: 部分超预算升级方面（按年龄区分），2020年9月

数据43: 英国的奔驰博物馆（Mercedes-Benz museum）

### 中等价位更有望在同品牌中升级配置和车型

数据44: 部分超预算升级方面（按购车价位区分），2020年9月

### 较低线级城市的女性消费者倾向于追求高端车型提供的快速升级方案

数据45: 部分超预算升级方面（按城市线级和性别区分），2020年9月

### 汽车换购态度

强烈的升级意愿表明汽车换购市场颇具潜能

数据46: 汽车换购态度，2020年9月

### 社会地位仍是较长车主换品牌的动机

数据47: 部分汽车换购态度——同意（按年龄区分），2020年9月

### 对新能源汽车的接受程度达70%，对二手车和国产品牌的接受程度仍较低

数据48: 部分汽车换购态度——同意（按城市线级区分），2020年9月

数据49: 部分汽车换购态度（按购车价位区分），2020年9月

### 附录——研究方法与缩写

#### 研究方法

#### 缩写

现在购买这篇报告

网址: [store.mintel.com](http://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](mailto:reports@mintel.com)