

低线城市车主 - 中国 - 2020年11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



“虽然在购车决策和售后渠道的选择上都呈现出以实用性为导向的偏好，低线城市车主对于了解前沿科技资讯的渴望、对新能源车的接受程度却更高。这也是由于他们在注重基础功能的同时，更加期待能展现自己的时尚和个性，并希望通过与家人朋友分享更多关于车的话题和增加车内互动场景来增进人际交往和感情交流。”

— 袁淼，研究分析师

在这篇报告中我们探讨了以下议题：

- 汽车观的变化
- 信息影响力
- 汽车功能偏好
- 汽车零售
- 汽车售后
- 新能源车接受度

低线城市车主在购车关注因素及汽车观上展现出了与一、二线城市不一样的一面，通勤距离短和相对固定的出行场景等因素让他们在购车时对能源类型、售后渠道、安全功能等偏好产生独特的见解。品牌想要打入下沉市场，势必要充分掌握低线城市消费者的驾乘出行特点、售后渠道选择及媒体接触渠道，制定更贴近低线城市市场的下沉策略，从而获取低线城市车主的信任。

本报告通过定量（基于2019-2020年多份英敏特报告的定量数据）和定性分析（基于2020年对10个三线或以下城市的18位车主及潜在购车者的深入访谈），对不同线城市消费者的消费行为和态度进行比较。本报告主要探讨了低线城市车主对配置功能及售后维修保养等方面的诉求，同时结合一系列商业案例阐释了品牌和平台在低线城市增强竞争力的有效策略。

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@intel.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

低线城市车主 - 中国 - 2020年11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

引言

报告关键议题

目标和研究方法

定量研究方法

数据1: 每个城市的取样结构如下所示:

定性研究方法

数据2: 定性研究采访城市

数据3: 定性研究中的受访者属性一览

综述

汽车观的变化: 实用性和自我展现需求并存

数据 4: 拥有汽车的意义 (按城市线级区分), 2019年10月

信息影响力: 了解汽车前沿科技的渴望强烈

数据 5: 感兴趣内容 (按城市线级区分), 2019年12月

汽车功能偏好: 重视安全辅助技术带来的便利性, 更易产生习惯性依赖

数据 6: 感兴趣的汽车周边产品 (按城市线级区分), 2020年5月

汽车零售: 线下渠道及加装定制服务优势明显

数据 7: 价格咨询的初始渠道 (按城市线级区分), 2020年3月

汽车售后: 品牌信任与“人缘”信任的融合

数据 8: 维修保养渠道满意度 (按城市线级区分), 2019年7月

新能源车接受度: 受地区性政策及趋势引领影响大

数据 9: 对新能源车的购买意愿 (按城市线级区分), 2019年2月

我们的观点

中国低线城市简介

低线城市人口规模与消费能力

三线或以下城市消费规模的扩大和占比的升高

数据10: 城市人口及消费规模 (按城市线级区分), 2018年末

可支配收入和人均消费实力的增长

数据11: 人均工资vs人均消费品零售额 (按城市线级区分), 2018年

疫情以来的消费信心

数据12: 各产业占GDP比重 (按城市线级区分), 2018年全年

数据13: 财务状况的变化, 回答‘变好了’的百分比 (按城市线级区分), 2020年4-7月

数据14: 对未来财务状况信心, 非常有信心-比较有信心 (按城市线级区分), 2020年4-7月

消费者人口结构概览

不同线级城市间教育差距的缩小

数据15: 受访者受教育水平, 2017-2020年6月

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

低线城市车主 - 中国 - 2020年11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16: 汽车拥有情况、健身房会员拥有率(按城市线级区分), 2017-2020年6月

消费者控制购车支出的方式

数据17: 控制支出的方式 -- 排在第一位的比例(按城市线级区分), 2020年6月

消费者—汽车观的变化：实用性和自我展现需求并存

定量数据揭示了什么不同？

更看重实用性需求

数据18: 拥有汽车的意义(按城市线级区分), 2019年10月

对汽车的定义已不局限于出行

数据19: 对车作为独享的放松空间的态度--非常同意+同意的比例(按城市线级区分), 2019年10月

定性分析给出了什么解释？

能“施展得开”的车内空间

数据20: 空间需求的相关访谈节选

数据21: 考量使用成本相关访谈节选

这对品牌来说意味着什么？

突出多样化的场景应用是强加分项

案例分析：雷诺Morphoz“动态车”概念

数据22: MORPHOZ电动概念车官图, 2020年

案例分析：东风风神奕炫GS超大后备箱空间

数据23: 东风风神奕炫GS, 2020年

信息影响力：了解汽车前沿科技的渴望强烈

定量数据揭示了什么不同？

希望更多了解新款车型和前沿科技

数据24: 感兴趣内容(按城市线级区分), 2019年12月

更愿意参考不同博主的意见输出

数据25: KOL对汽车购买决策的影响, 2019年12月

定性分析给出了什么解释？

权威机构的测评结果更容易获取消费者信任

数据26: 信任权威机构的相关访谈节选

渴望从汽车博主获取前沿资讯

数据27: 汽车博主选择相关访谈节选

这对品牌来说意味着什么？

提升内容质量，增加消费者触点

案例分析：“带货铁三角”沉浸式直播卖蔚来ES6

数据28: 李斌、汪涵、李锐直播卖车现场, 2020

案例分析：疫情当下，东风日产与千万车主相约NISSAN FAMILY DAY云家宴

数据29: 东风日产云家宴直播现场, 2020

汽车功能偏好：重视安全辅助技术带来的便利性，更易产生习惯性依赖

定量数据揭示了什么不同？

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

低线城市车主 - 中国 - 2020年11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 30: 感兴趣的汽车周边产品 (按城市线级区分), 2020年5月

数据 31: 汽车功能原装和加装 (按城市线级区分), 2020年5月

定性分析给出了什么解释?

对安全辅助技术带来的便利性产生依赖

数据 32: 对安全辅助系统产生需求相关访谈节选

这对品牌来说意味着什么?

暖心的配置为安全出行保驾护航

案例分析: 哪吒U推出“透明A柱”选装服务, 解决盲区痛点

数据 33: 哪吒汽车“透明A柱”, 2020

案例分析: 沃尔沃全系标配ACC双效空气净化系统

数据 34: 沃尔沃ACC空气净化系统, 2020

汽车零售: 线下渠道及加装定制服务优势明显

定量数据揭示了什么不同?

线下渠道仍是主流询价渠道

数据 35: 价格咨询的初始渠道 (按城市线级区分), 2020年3月

加装定制服务拥有广阔市场

数据 36: 线下可做得更好的方面, 2020年3月

定性分析给出了什么解释?

定制化加装服务满足消费者多样化需求

数据 37: 加装定制服务需求的相关访谈节选

这对品牌来说意味着什么?

敏锐洞察消费者需求, 培养消费者使用习惯

案例分析: 小鹏P7推出电动尾门加装服务, 女性车主开关车门不再是难题

数据 38: 小鹏P7加装电动尾门, 2020

案例分析: 针对养狗车主, 特斯拉推出“爱狗模式”

数据 39: 特斯拉“宠物狗”模式, 2020

汽车售后: 品牌信任与人缘信任的融合

定量数据揭示了什么不同?

独立汽修店性价比优势明显

数据 40: 维修保养渠道满意度 (按城市线级区分), 2019年7月

线上平台存在一定市场空间

数据 41: 部分关于维修保养的态度 (按城市线级区分), 2019年7月

定性分析给出了什么解释?

选择4S店源于对专业性和质量的信任

数据 42: 相信4S店专业性和质量的相关访谈节选

选择独立汽修店源于对人的信任

数据 43: 因信任人而信任修理店的相关访谈节选

这对品牌来说意味着什么?

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

低线城市车主 - 中国 - 2020年11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

建立消费者信任的维修保养品牌，占得后市场先机

案例分析：I-Mechanic APP助力自动手修车

数据 44: I-MECHANICAR应用程序，2020

数据 45: 途虎养车上门取送车服务，2020

数据 46: 途虎养车直播宣传界面

新能源车接受度：受地区性政策及趋势引领影响大

定量数据揭示了什么不同？

对新能源车的认可源于对短距离通勤的刚需

数据 47: 对新能源车的购买意愿（按城市线级区分），2019年2月

使用成本成新能源车最大优势

数据 48: 购买动机（按城市线级区分），2019年3月

定性分析给出了什么解释？

低保值率和高维修保养成本是忧虑点

数据 49: 担忧新能源车低保值率和高维修保养成本的相关访谈节选

能源成本是接受新能源车的主要因素

数据 50: 考虑新能源车能源成本相关访谈节选

广西柳州地区性免费充电政策

数据 51: 柳州街头新能源车

这对品牌来说意味着什么？

针对高维修成本的营销实践

案例分析：比亚迪推出电芯终身质保服务

数据 52: 比亚迪新能源旗舰轿车汉EV，2020

案例分析：特斯拉ModelS推出保值回购服务

数据 53: 特斯拉ModelS，2020

附录——缩写

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