

汽车之家

看车·买车·用车·换车

AR

汽车之家研究院

AUTOHOME RESEARCH INSTITUTE

# 2023 中国新能源汽车消费洞察

项碧波

汽车之家CTO

2023年10月

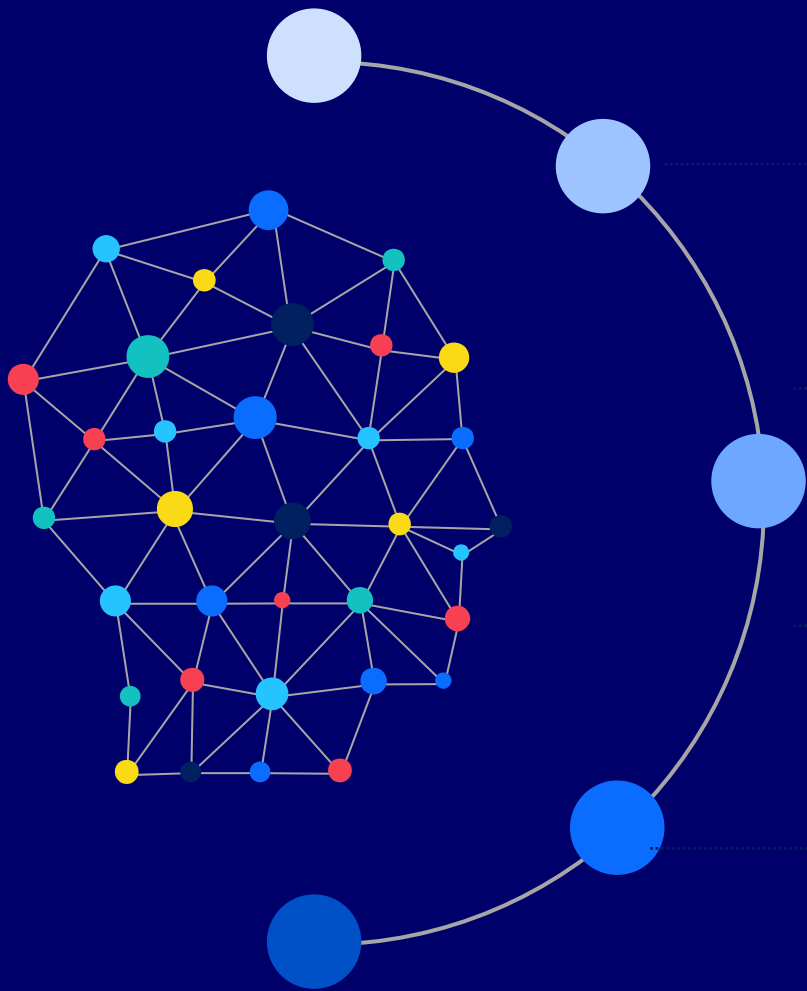
# 「 新能源消费洞察 」

PART 1 | 市场现状观察

PART 2 | 用户消费偏好

PART 3 | 用户对新技术与新服务的需求

PART 4 | 总结与建议

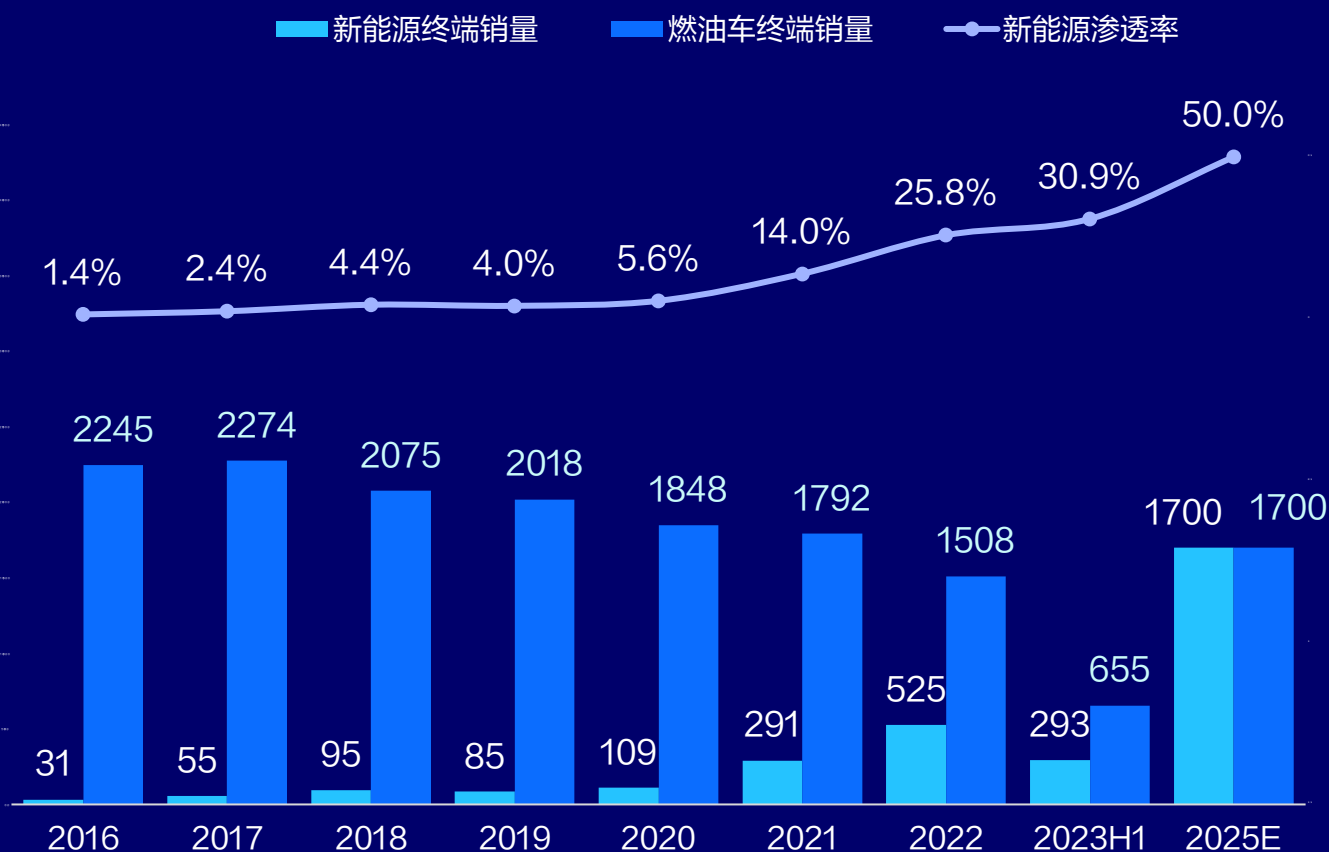


1

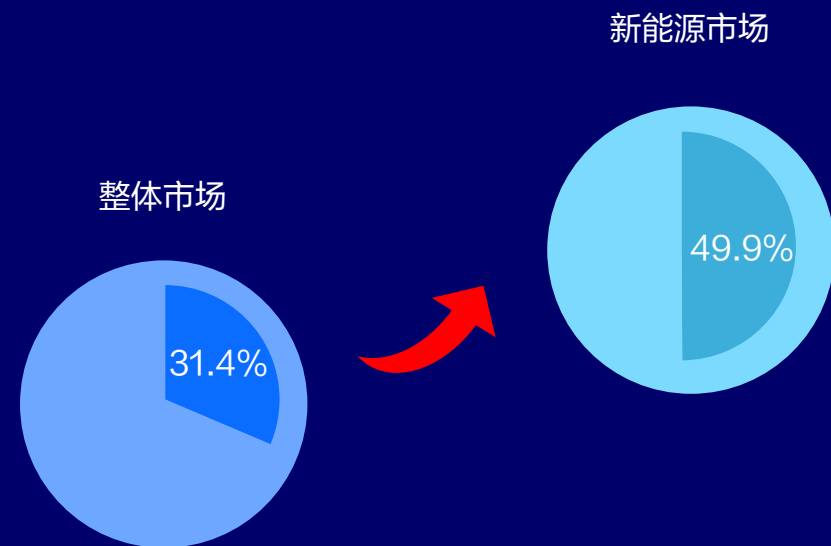
市场现状观察

# 至2025年，新能源汽车渗透率将达50% 智能新能源车渗透率快速增长，至2025年预计超四成

汽车市场终端销量和新能源渗透率走势



中国市场L2及以上智能汽车渗透率

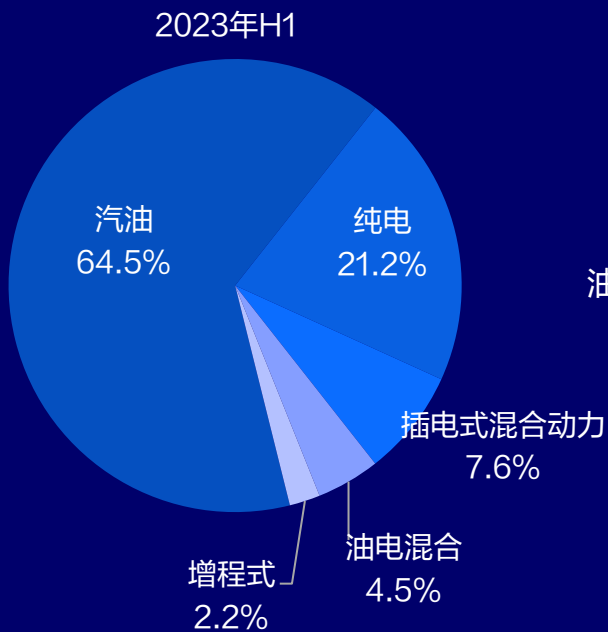


数据来源：中国新能源乘用车终端销量，新能源智能车月报[2023年8月]。

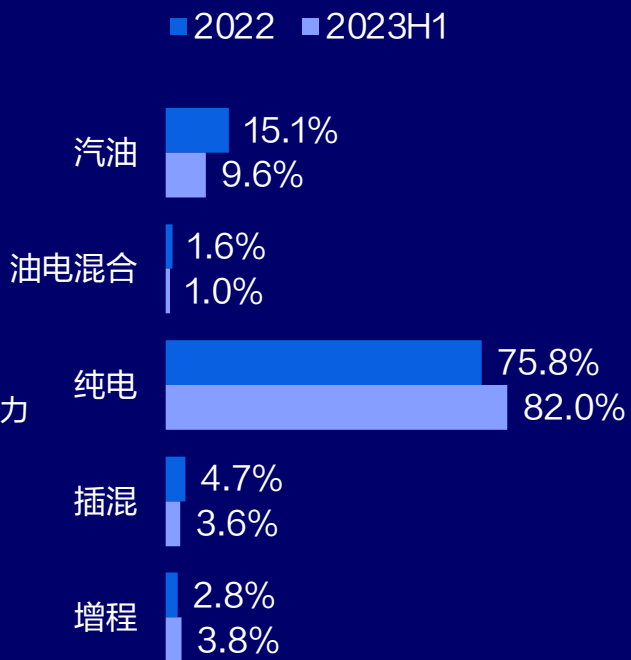
# 纯电市场基本独立 插混仍在转化汽油市场的份额 增程与纯电动之间的斗争愈发显著

## 新能源市场竞争格局

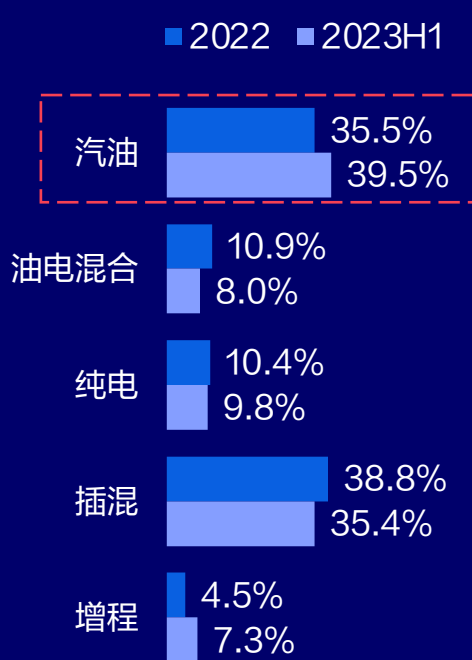
【新能源市场销量格局】



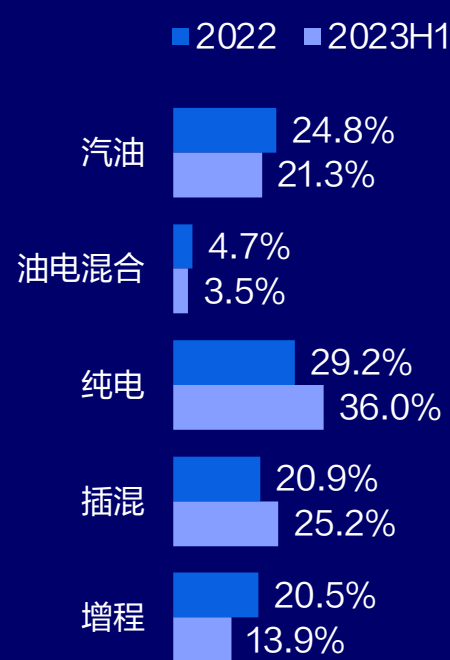
纯电动意向用户  
考虑其他能源对比次数分布



插电式混合动力意向用户  
考虑其他能源对比次数分布



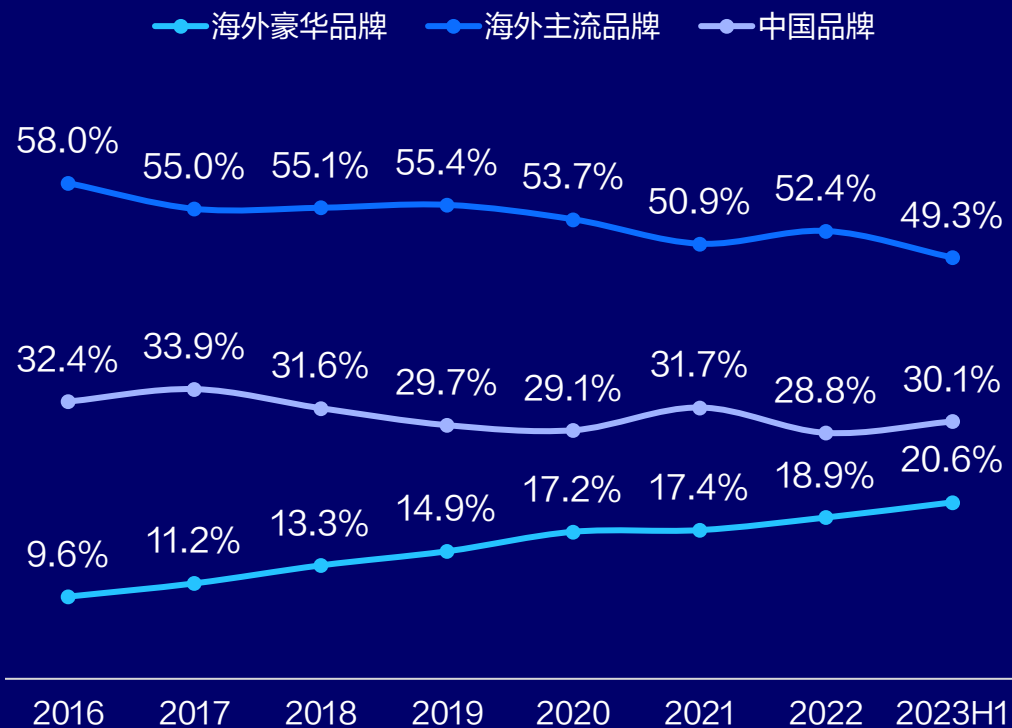
增程式意向用户  
考虑其他能源对比次数分布



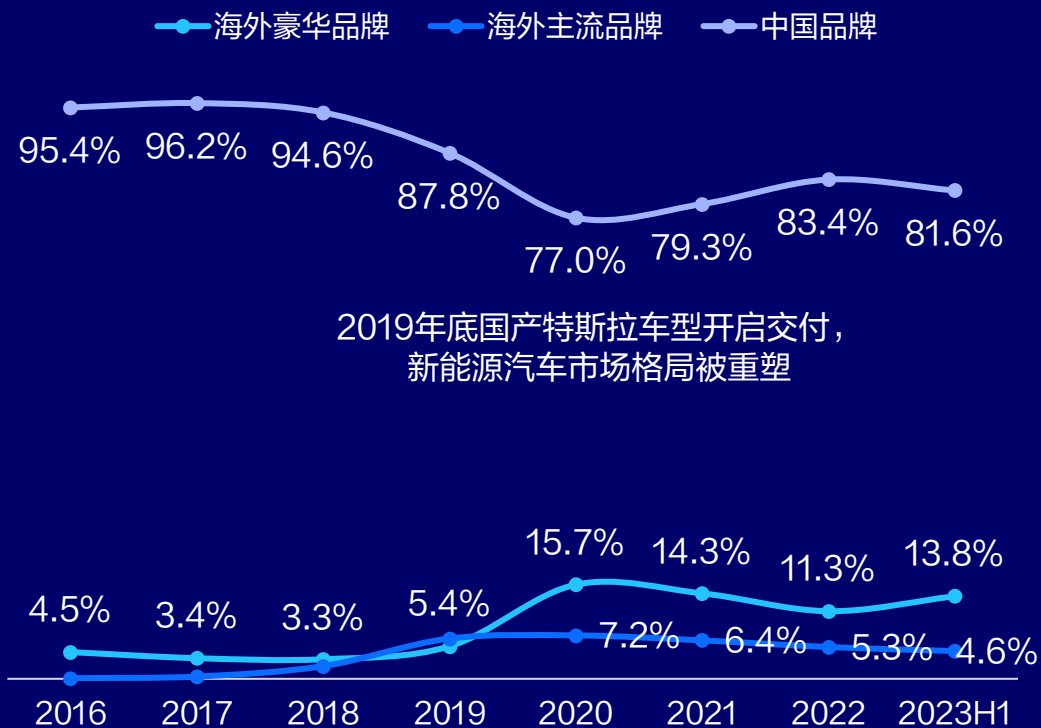
数据来源：汽车之家研究院，乘用车市场。汽车之家对比次数，指某能源类型意向用户选车时，与其他能源类型车型对比的次数分布。

# 传统能源豪华品牌销量份额一路走高 新能源市场中国品牌独树一帜，但份额有所下降

传统能源汽车分品牌阵营市占率走势

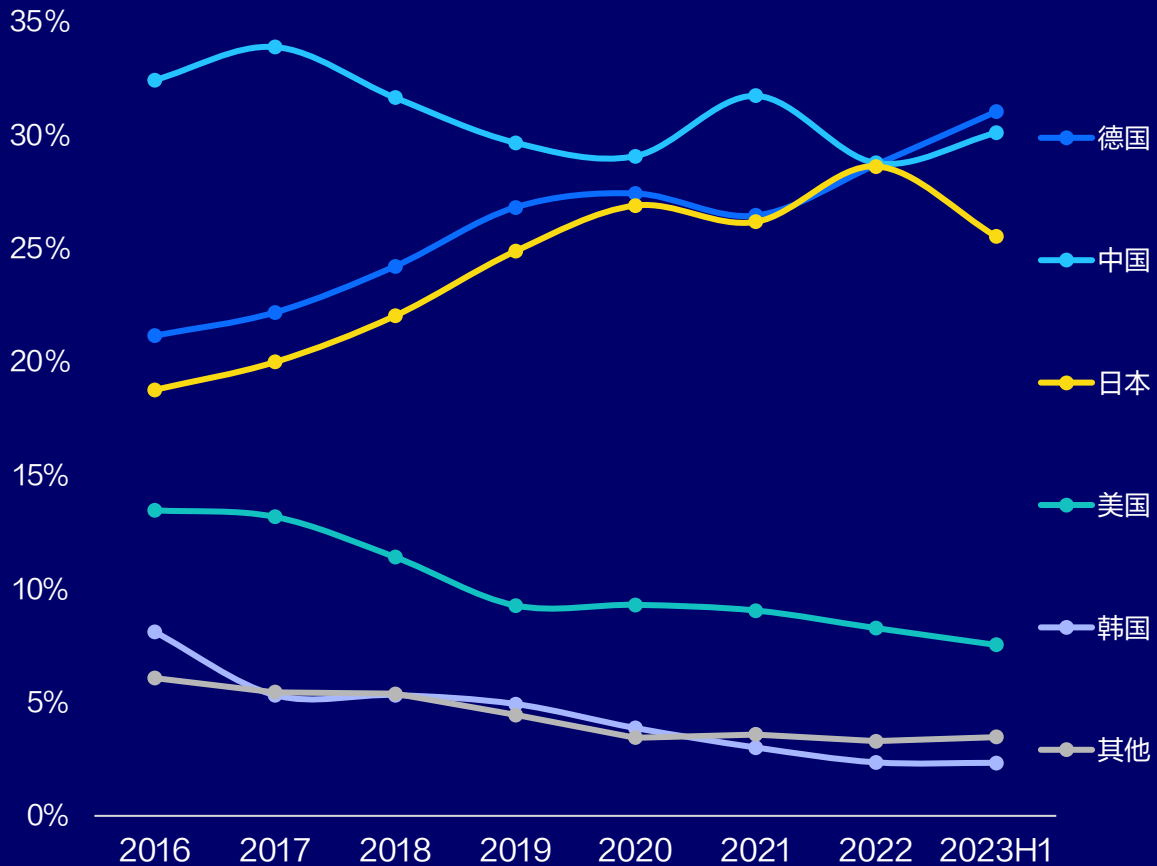


新能源汽车分品牌阵营市占率走势



# 传统能源格局分化日渐悬殊，Top3市占率超八成 新能源汽车市场中国品牌回暖，但难抵特斯拉降价影响

传统能源汽车分品牌国别市占率走势



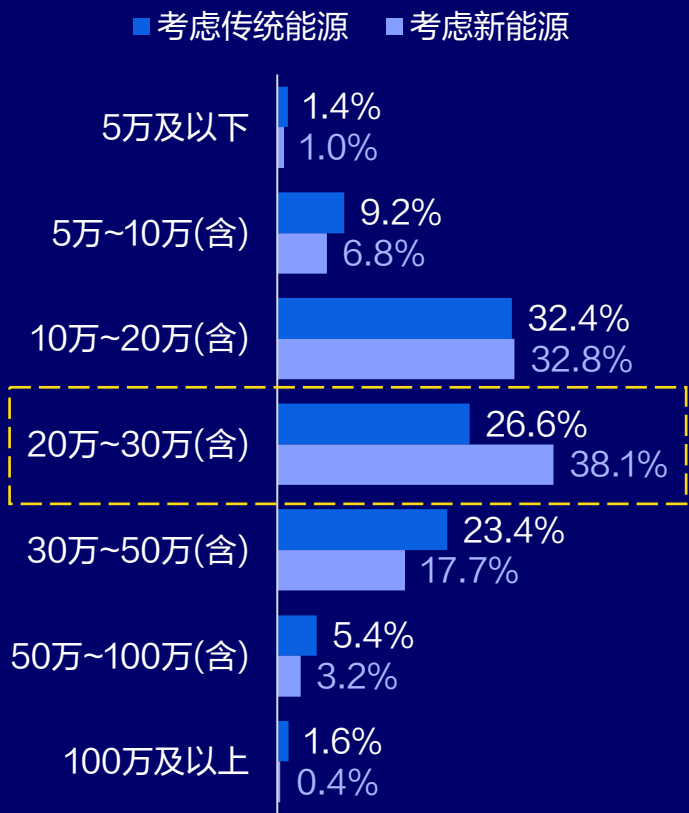
新能源汽车分品牌国别市占率走势



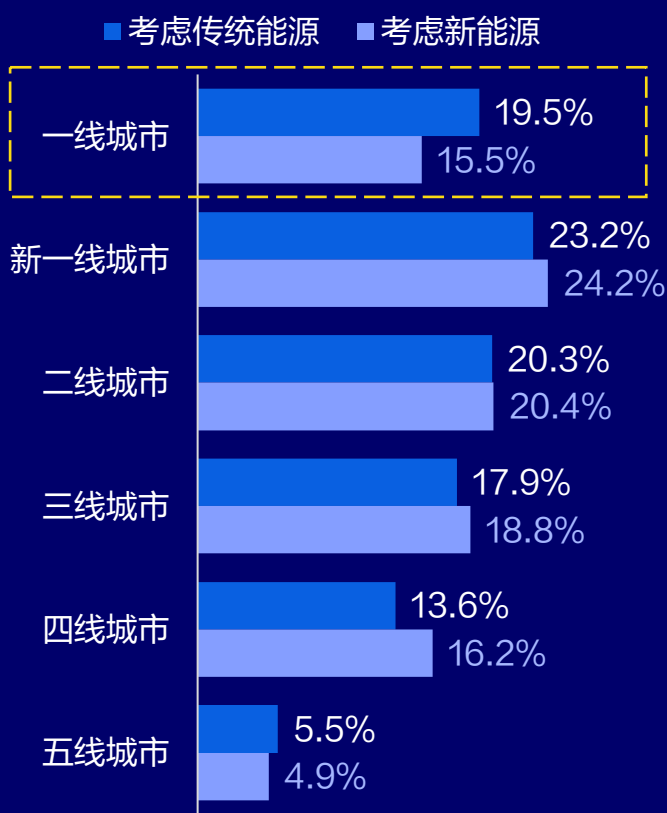
数据来源：中国新能源乘用车终端销量。

# 预算20-30万、非一线城市的年轻用户更加偏爱新能源

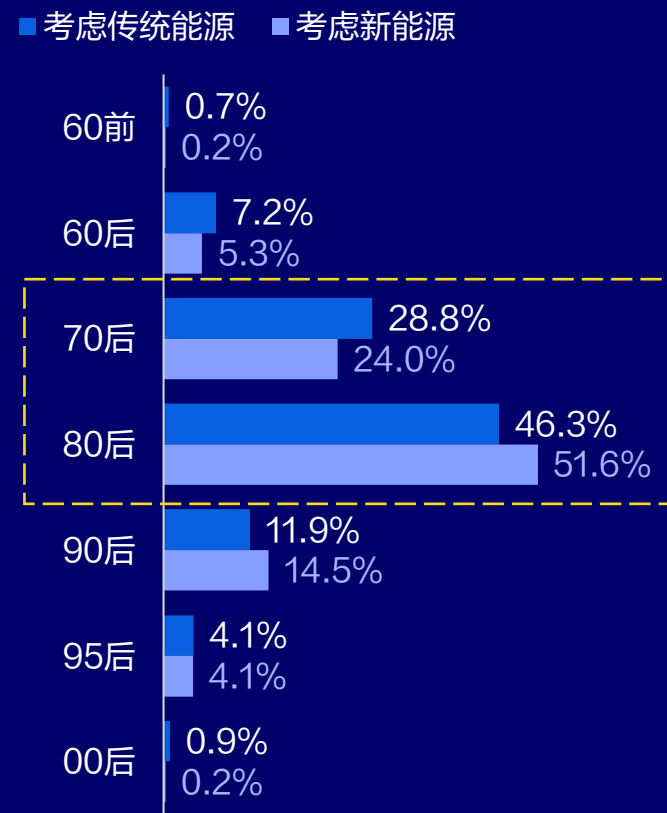
意向用户预算分布



意向用户城市级别分布



意向用户代际分布



数据来源：汽车之家消费调研[2023年1月]，新能源包含纯电动、插电式混合动力和增程式。

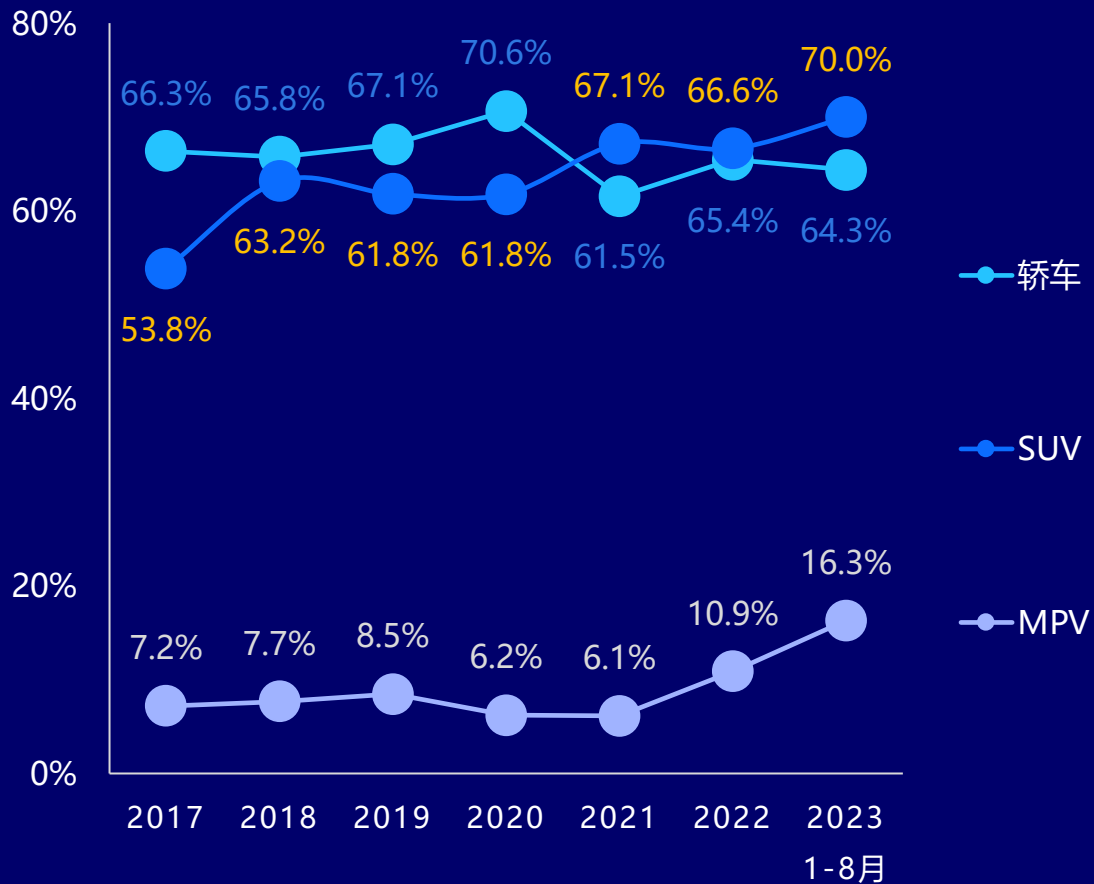


2

用户消费偏好

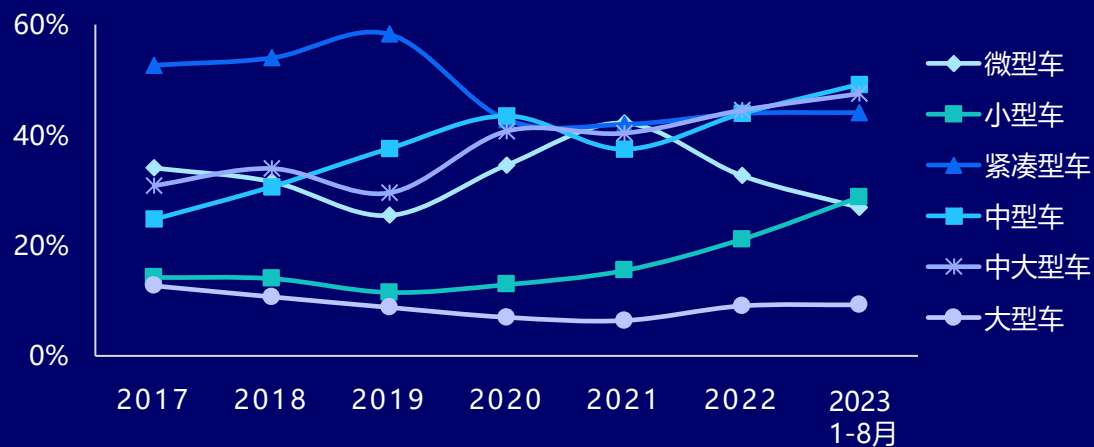
# 新能源MPV市场正在快速崛起，至2023年关注占比突破15%

## 新能源车关注人数走势

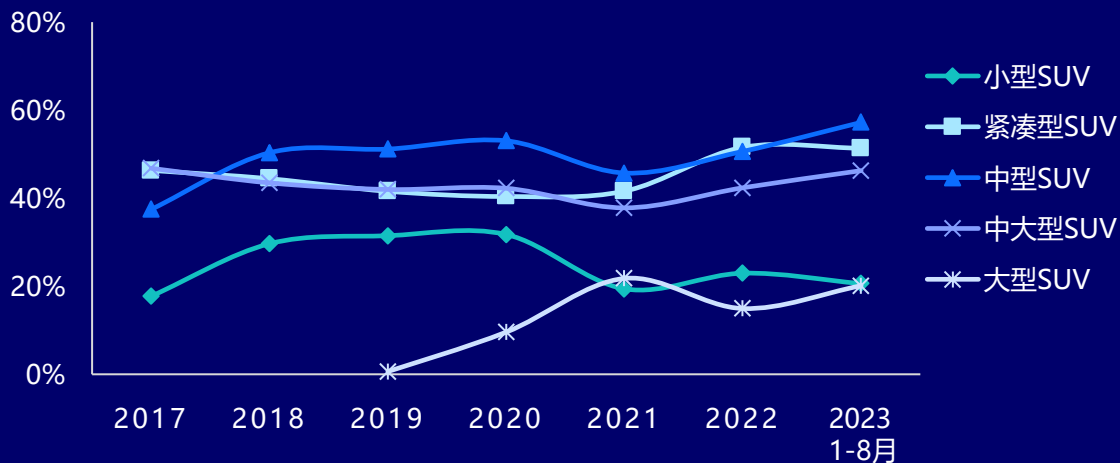


\*由于跨级别关注越来越多，故同一用户可能存在关注多款车型的情况

## 轿车关注人数走势

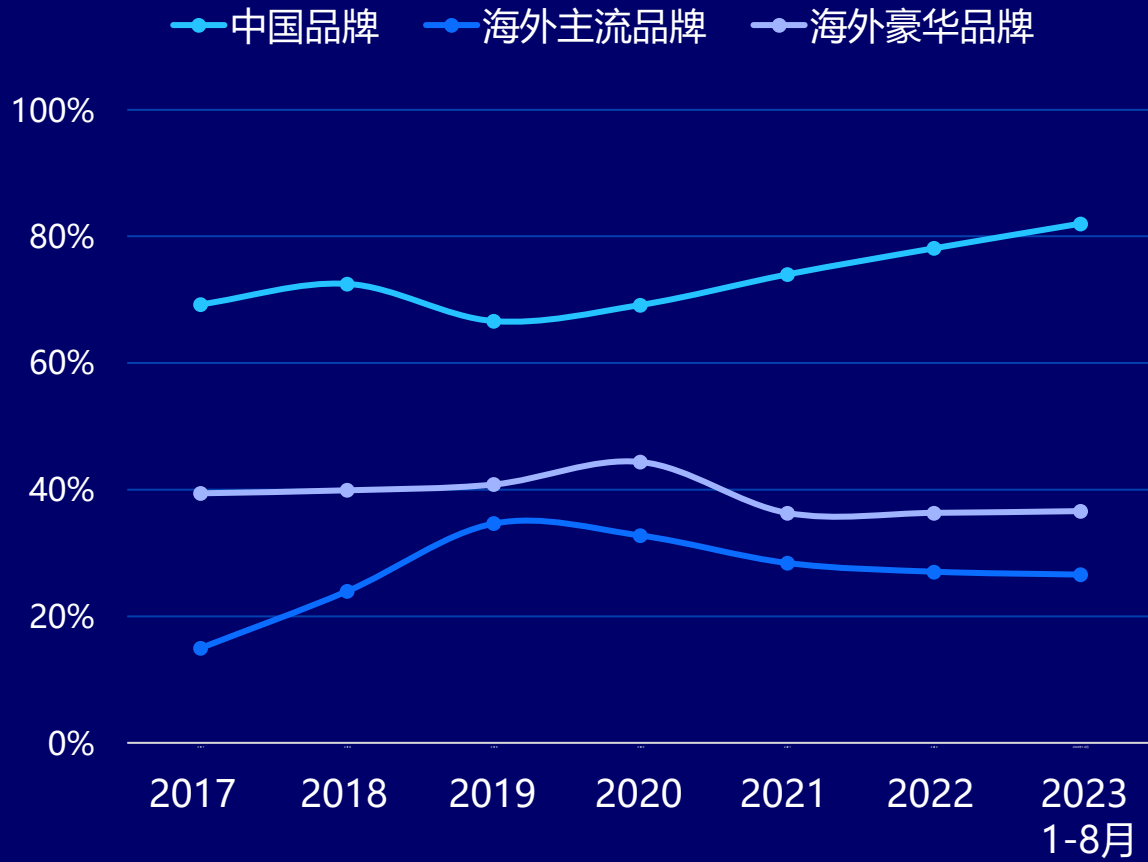


## SUV关注人数走势

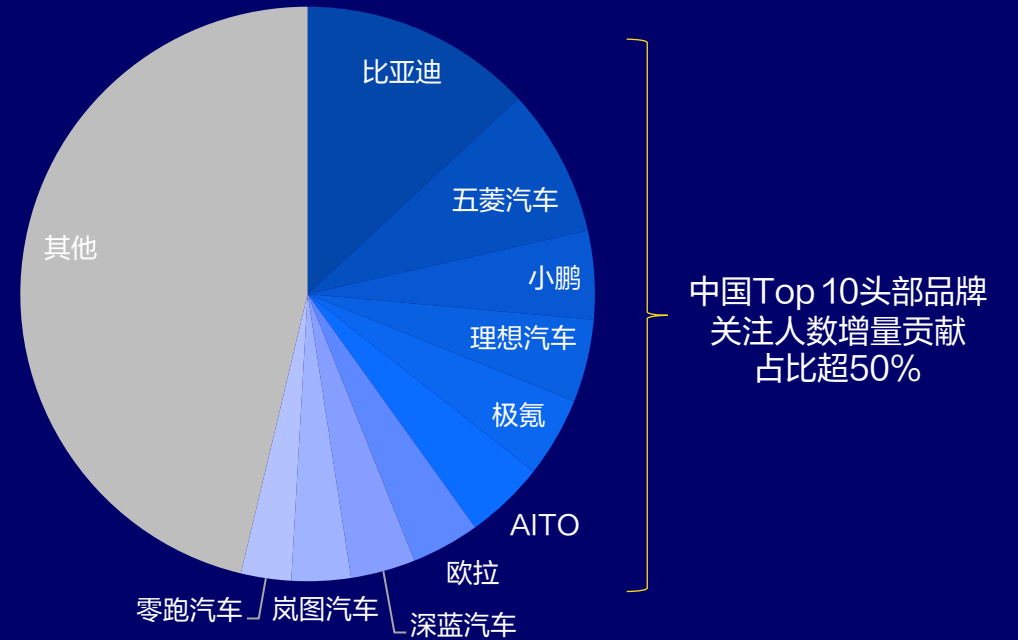


# 中国品牌热度快速增长份额已超八成，头部品牌贡献大

新能源品牌阵营关注份额走势



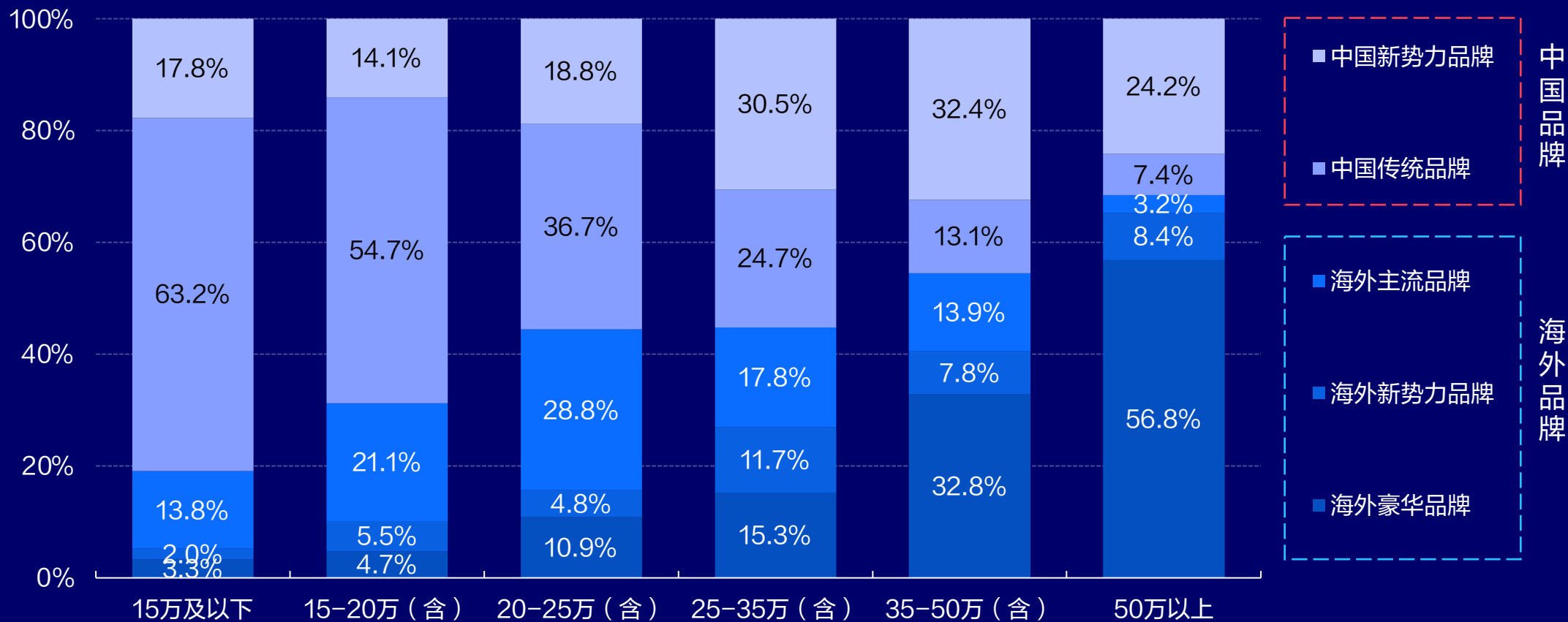
2019年 VS 2022年  
中国品牌关注人数增长Top 10



数据来源：汽车之家车大数据 [2017年-2023年1-8月]，仅包含乘用车。

# 中国新势力品牌中高端市场较量海外豪华 中国传统品牌向上之路已经开启

不同预算的新能源潜在用户的品牌类型偏好

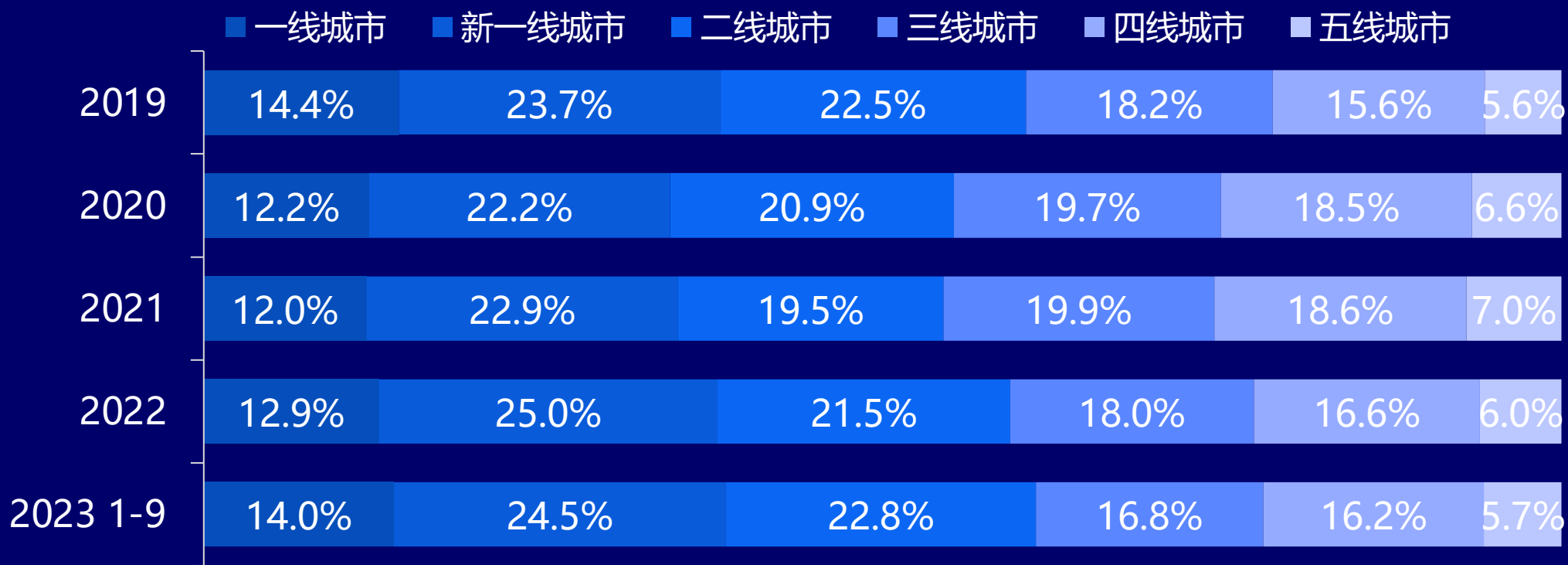


数据来源：汽车之家消费调研[2023年1月]。中国传统品牌包括比亚迪、深蓝汽车、腾势、极氪等；中国新势力品牌包括蔚来、理想、小鹏；海外传统品牌包括大众、奔驰、宝马等；海外新势力品牌仅包含特斯拉。

# 疫情后，高线城市新能源市场关注份额快速回升

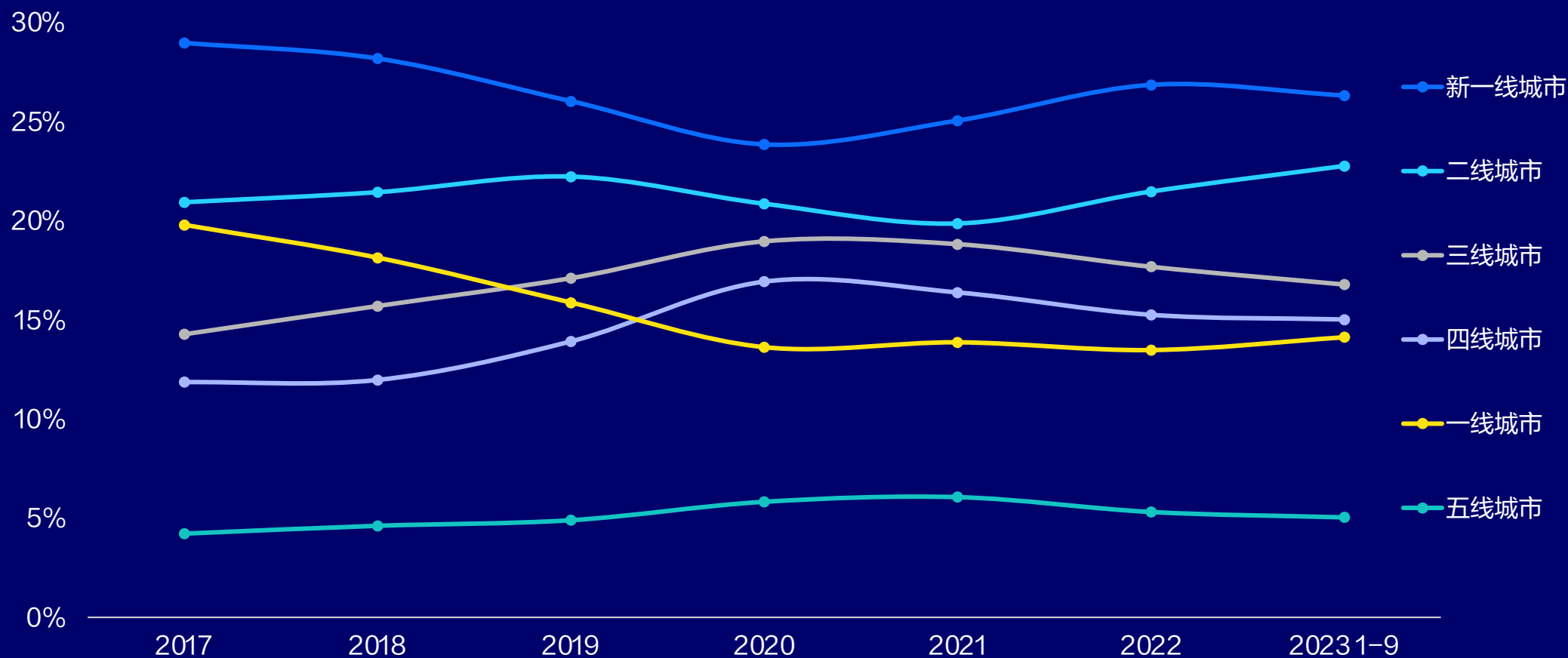
## 新能源关注用户城市级别分布

2020年一、新一、二线城市占比**55.3%** 2023年一、新一、二线城市占比**61.3%**



# 热衷追逐新势力品牌的一线、新一线城市回归冷静 二线城市用户热情高涨 市场潜力足

## 「不同级别城市用户对新势力品牌的关注份额」



数据来源：汽车之家大数据[2017年-2023年1-9月]；数据涉及车型范围为乘用车，新势力品牌包括中国新势力和特斯拉。

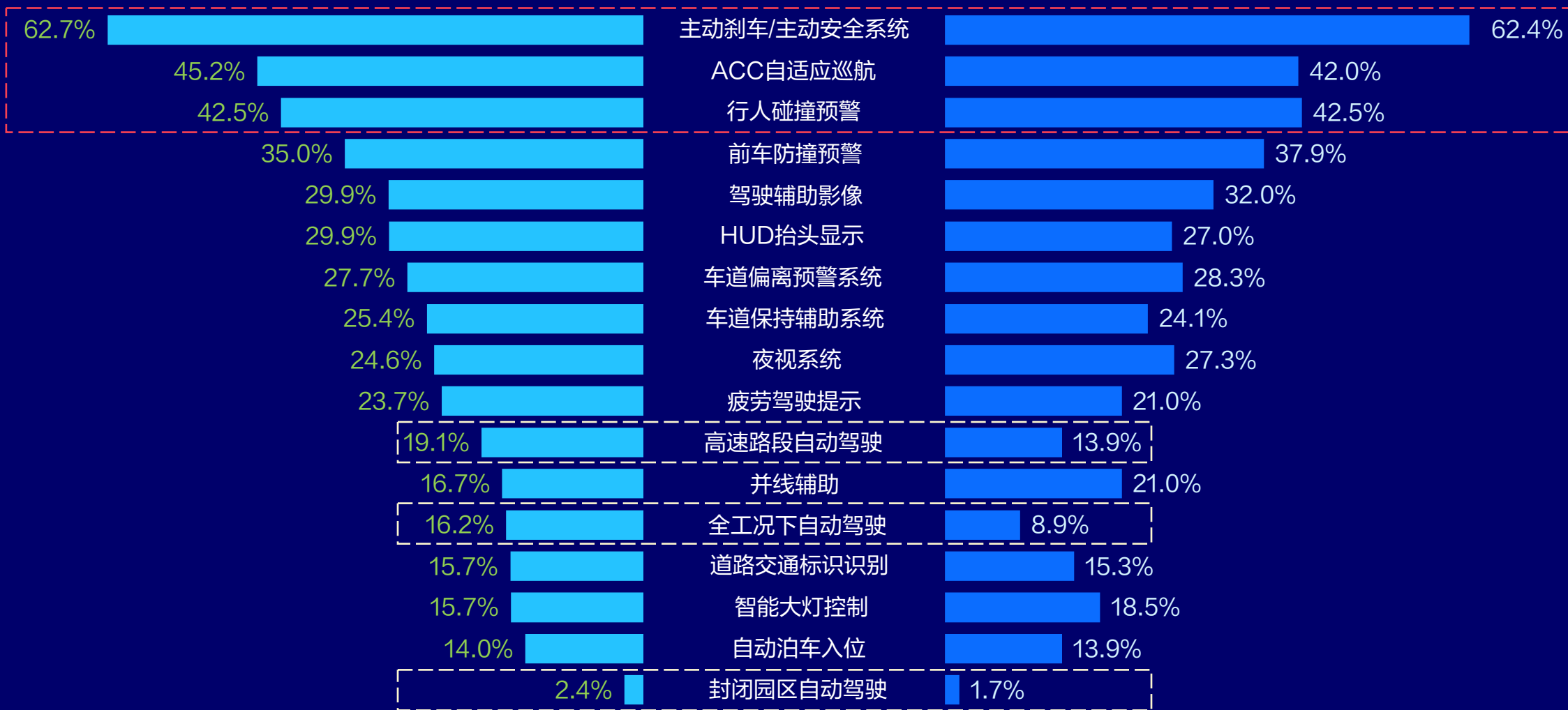
# 3

用户对新技术与新服务的需求

# 安全是所有用户最为迫切的需求 新能源用户更大胆想要尝鲜自动驾驶

考虑新能源车用户需求

考虑传统能源车用户需求

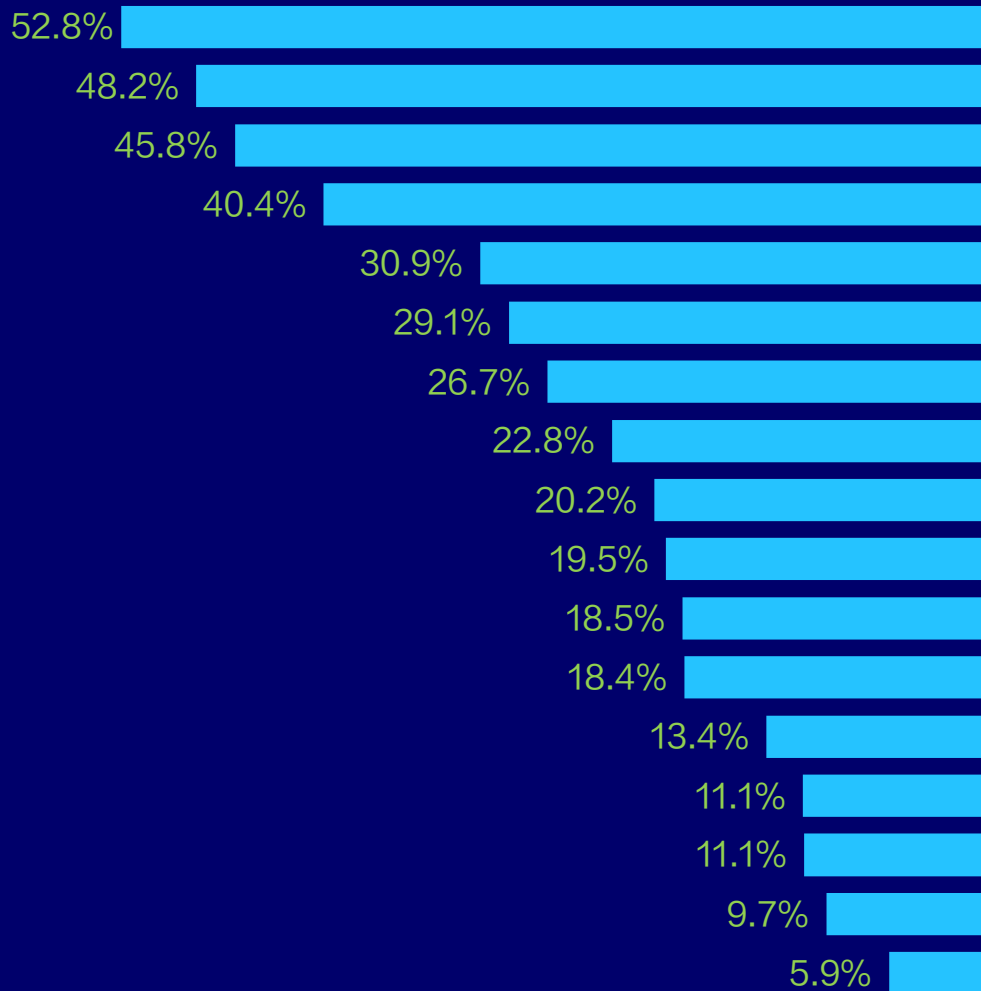


数据来源：汽车之家消费调研[2023年1月]

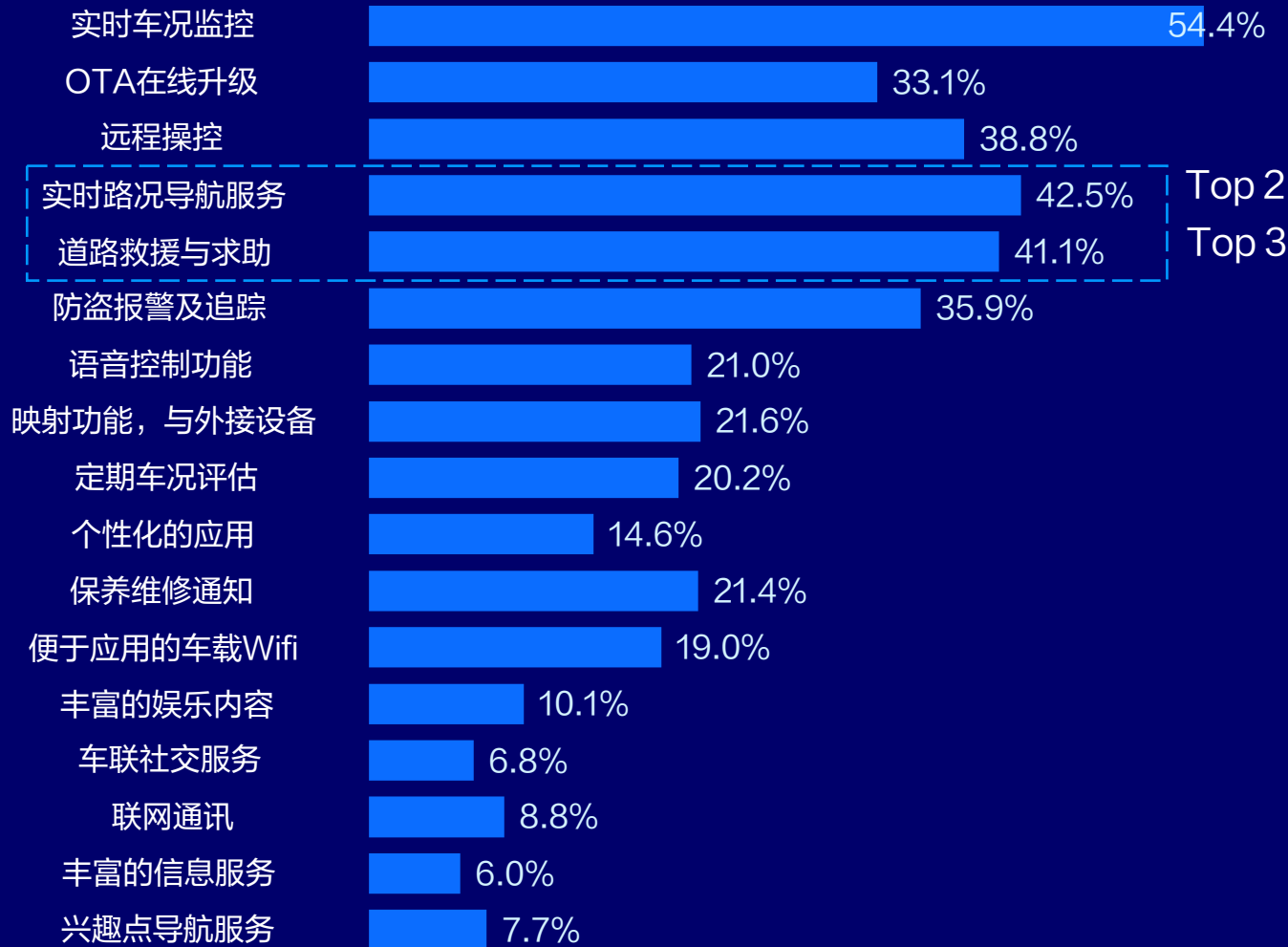


# 新能源用户期待网联化带来更多新鲜感和科技感 传统能源用户更关注提升传统功能的及时性和便利性

## 考虑新能源车用户需求



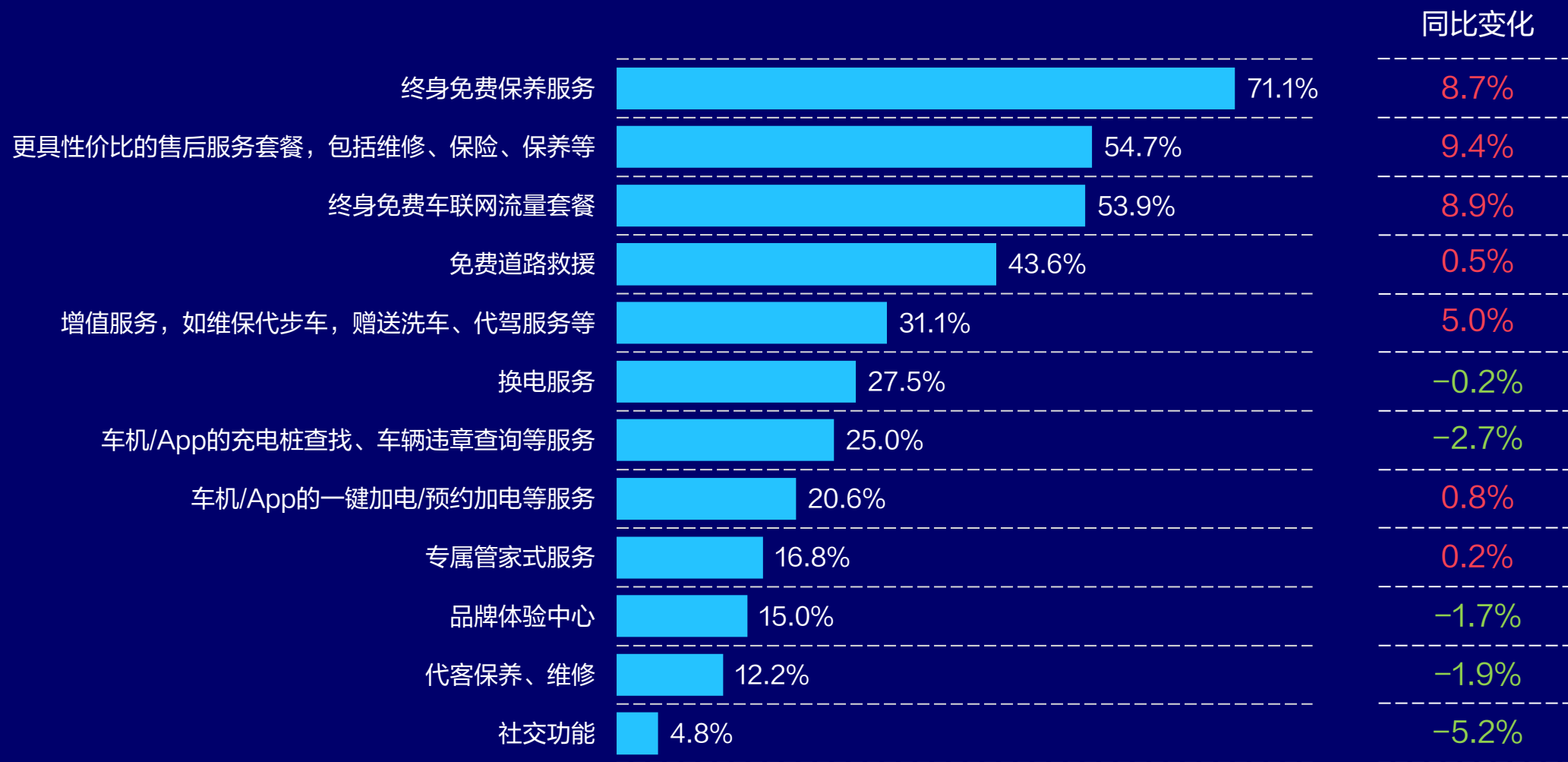
## 考虑传统能源车用户需求



Top 2  
Top 3

# 新兴服务热度下降，新能源用户变得更加务实 对终身免费保养和流量的需求更迫切

## 新能源意向用户期望的新服务类型



数据来源：汽车之家消费调研[2023年1月]；数据涉及车型范围为乘用车

# 4 总结与建议

# 市场侧：把握市场脉动，洞察市场蓝海新机遇

## 市场新增长点：置换用户

燃油车主置换新能源占比

7.9%

2021年



22.2%

2023年

## 热门细分市场：20-50万

2021年-2023年  
潜在用户预算占比变化

20-30万区间

+7.2%

30-50万区间

+2.0%

## 高关注新蓝海：MPV

新能源关注人数走势

6.1%

2021年



16.3%

2023年

# 需求侧：提升产品智能化水平，迎合新能源用户消费偏好

## 智能化水平是核心竞争力

83.1%

2023年超八成意向用户  
考虑购买智能汽车

75.9%

2025年，中国智能网联系统  
装配率将超全球平均水平

## 给予用户更多长期的实惠

新能源用户愈发在意使用成本

63.5%

2020年



74.9%

2023年

\*用户考虑购买新能源汽车的原因

用户最期待的售后服务

TOP 1

终身免费  
保养服务

TOP 2

更具性价比的  
售后服务套餐

TOP 3

终身免费车联  
网流量套餐

## 创新服务提升购买意愿

专属管家式服务

代步车/代驾增值服务

车机/App预约加电

汽车之家

看车·买车·用车·换车

感谢聆听!