

**汽车之家**  
看车·买车·用车

**AR**  
汽车之家研究院  
AUTOHOME RESEARCH INSTITUTE

# 大数据视角下的中国新能源汽车消费洞察

2022年5月

# 「新能源消费洞察」

PART1 | 市场景气度观察

PART2 | 用户消费偏好洞察

PART3 | 用户产品需求特征

PART4 | 用户对新技术与新服务的期待

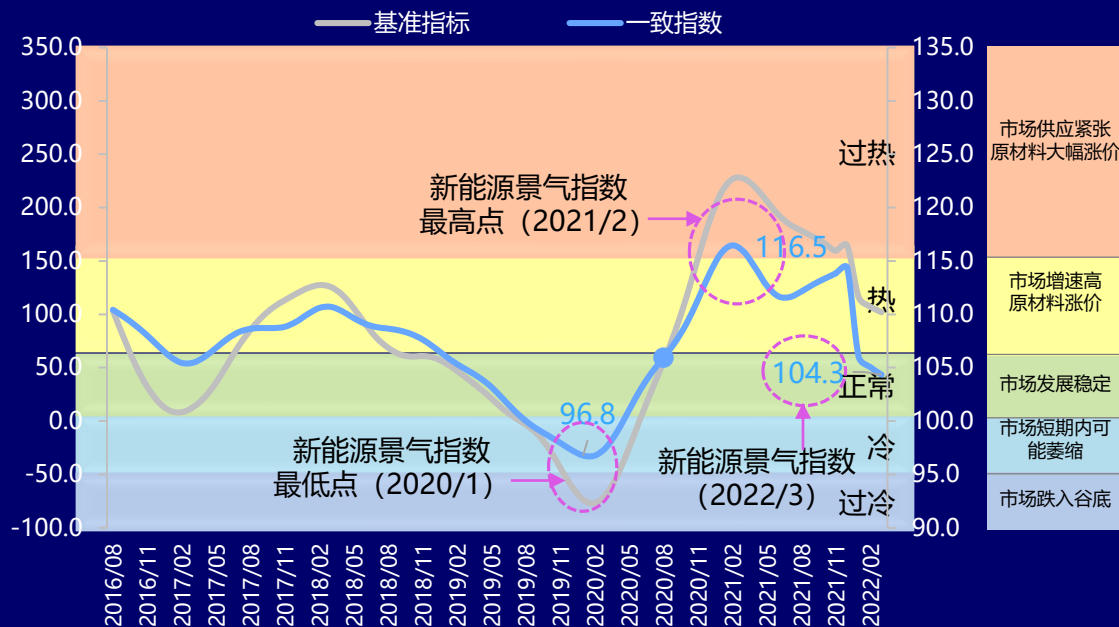


1

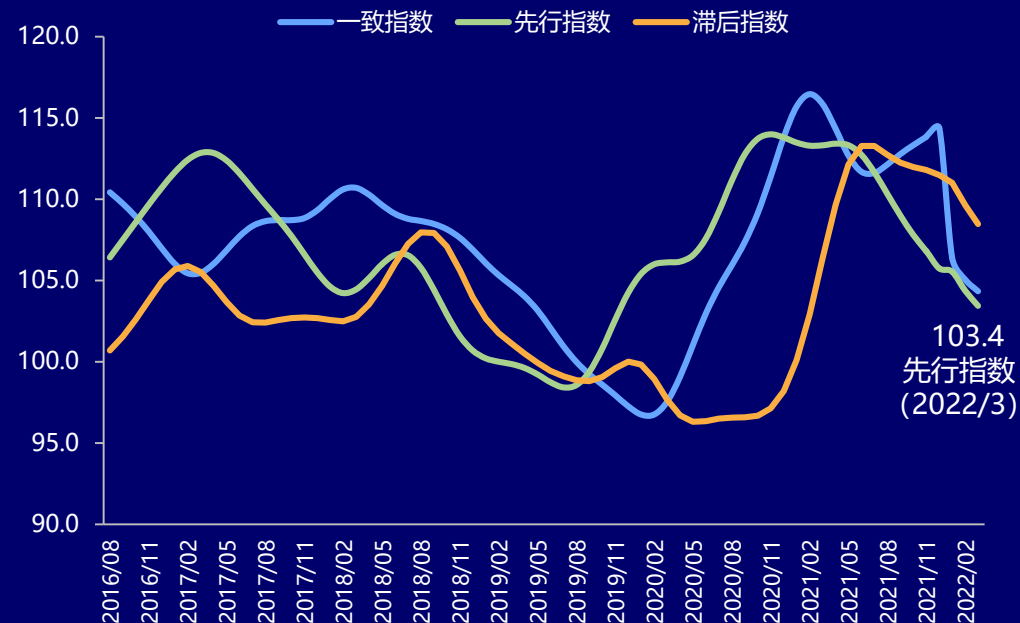
市场景气度观察

# 2021年新能源汽车行业景气度一度创五年来新高， 2022年，受疫情反复影响市场转为平稳发展

新能源行业景气指数（百人会与汽车之家联合发布）



新能源行业景气指数分指数走势



数据来源：中国电动汽车百人会与汽车之家联合发布的新能源行业景气指数，其中基准指标指2016年以后的新能源汽车月度销量同比增长率。

# 纯电动车整体消费质量稳步上升，微小型车、紧凑型车 感官质量提升迅速，SUV安全性与性价比提升显著



新能源消费质量指数-微小型车

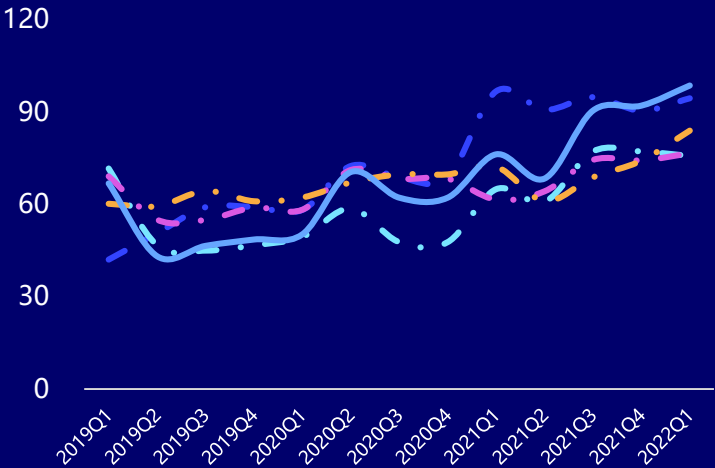


22Q1 较19Q1

48% ↑

124% ↑

39% ↑



新能源消费质量指数-紧凑型及以上

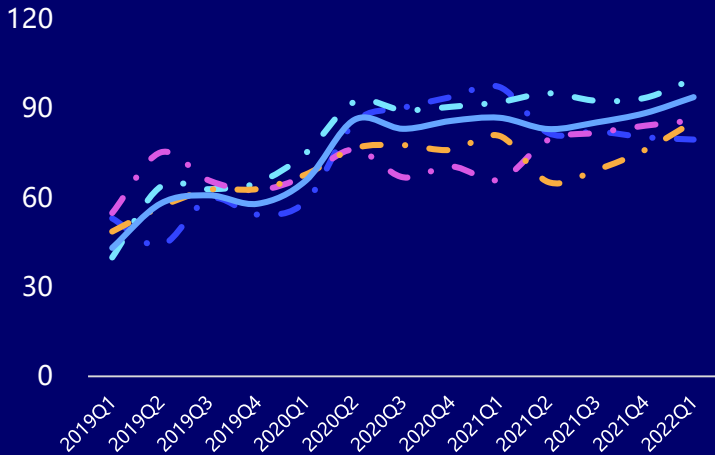


22Q1 较19Q1

118% ↑

150% ↑

76% ↑



新能源消费质量指数-SUV

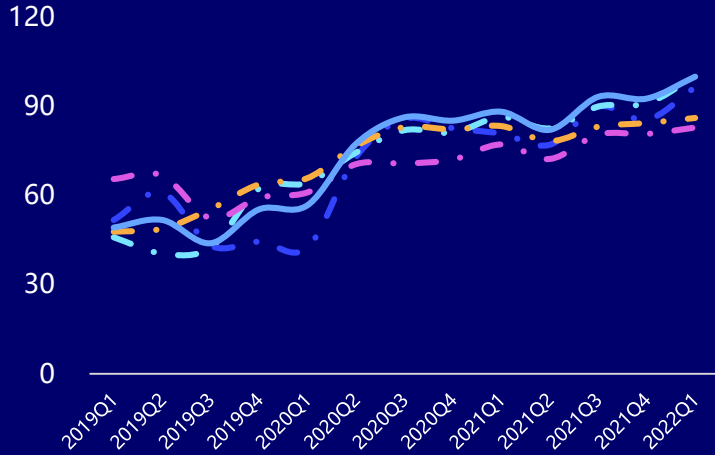


22Q1 较19Q1

103% ↑

118% ↑

86% ↑

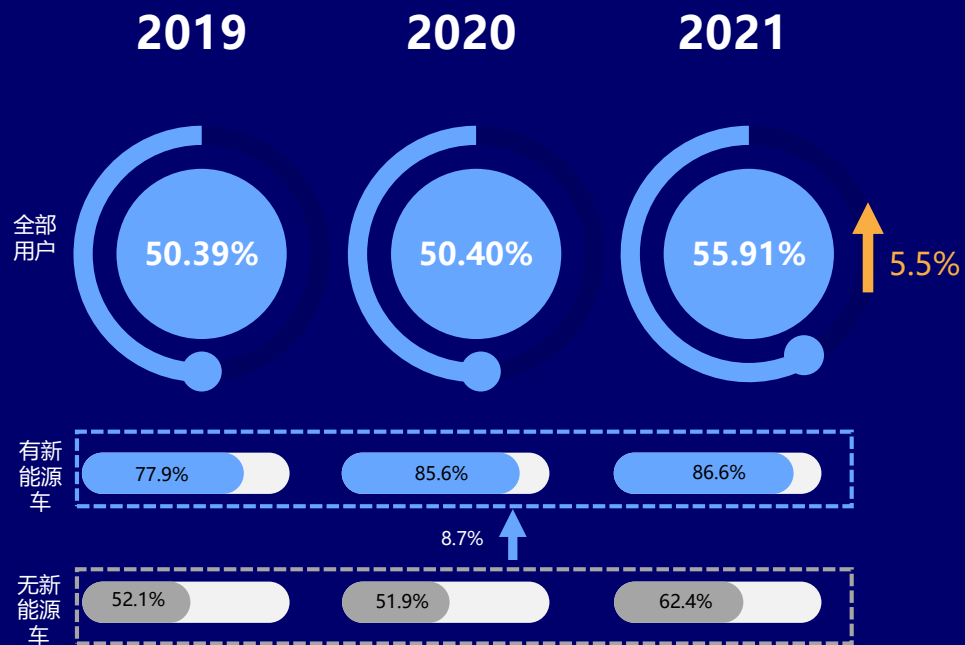


— 消费质量指数 — 感官质量 — 安全性 — 性能设计 — 性价比

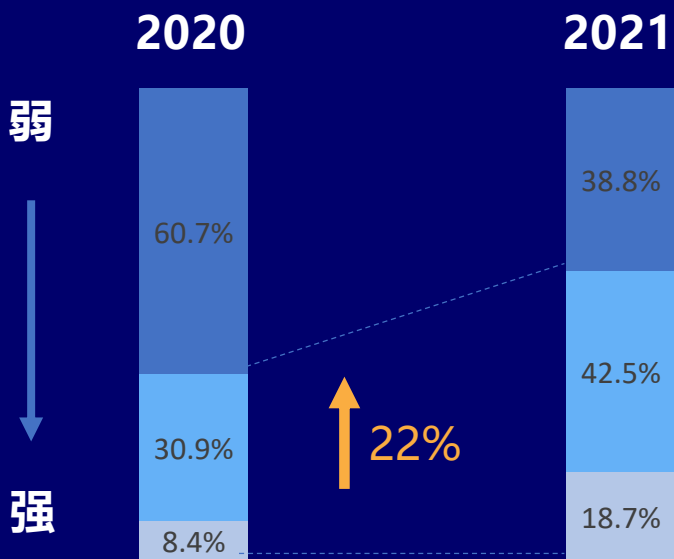
数据来源：中国电动汽车百人会与汽车之家联合发布的新能源汽车消费质量指数（CQI）——纯电动汽车，包括感官质量、安全性、性能设计、性价比4个维度。

# 纯电动产品消费质量提升带动新能源车用户接受度快速提升，购买意愿显著增强

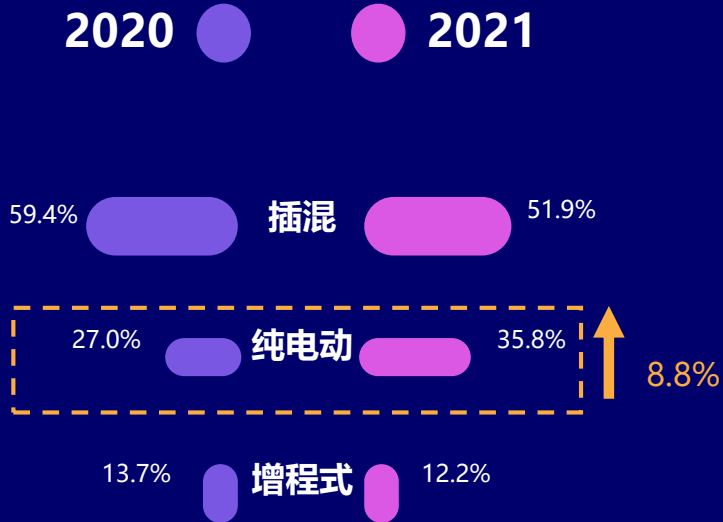
潜在用户-考虑购买新能源车比例



潜在用户-新能源车购买意愿程度

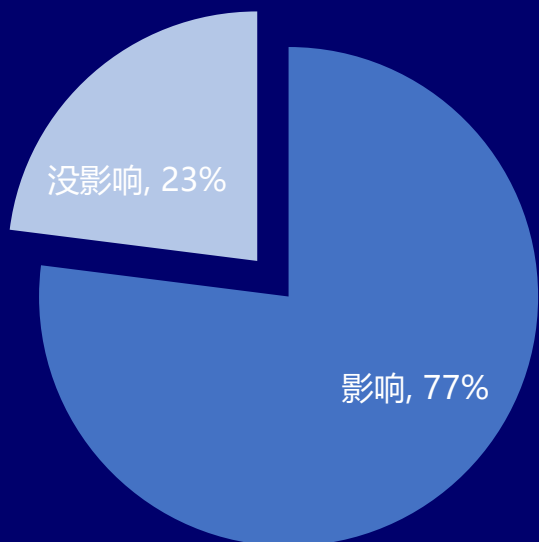


潜在用户-新能源能源类型偏好

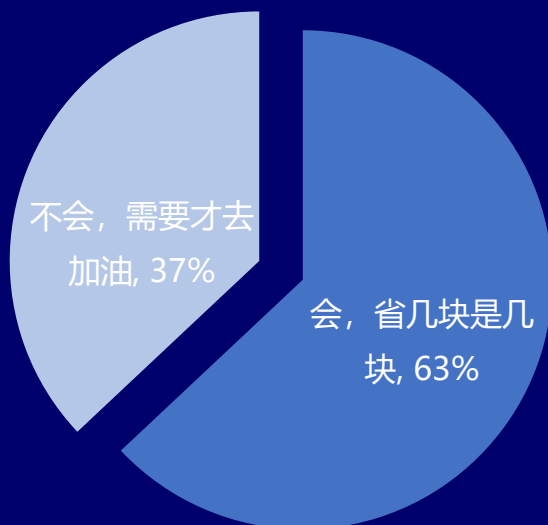


# 用户对于油价上涨非常敏感，超3成用户开始考虑转向购买新能源车

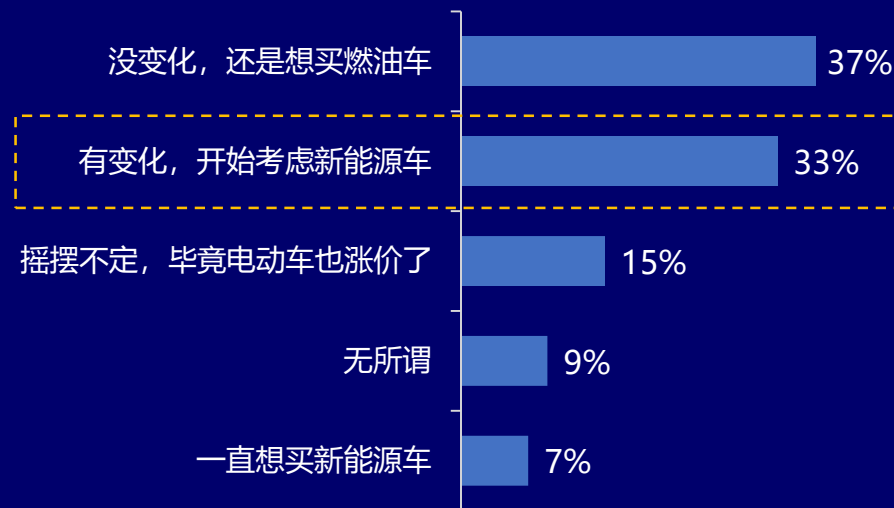
油价上涨是否影响开车频率？



您会经常关注油价，提前加满油吗？



油价上涨是否影响购车选择？



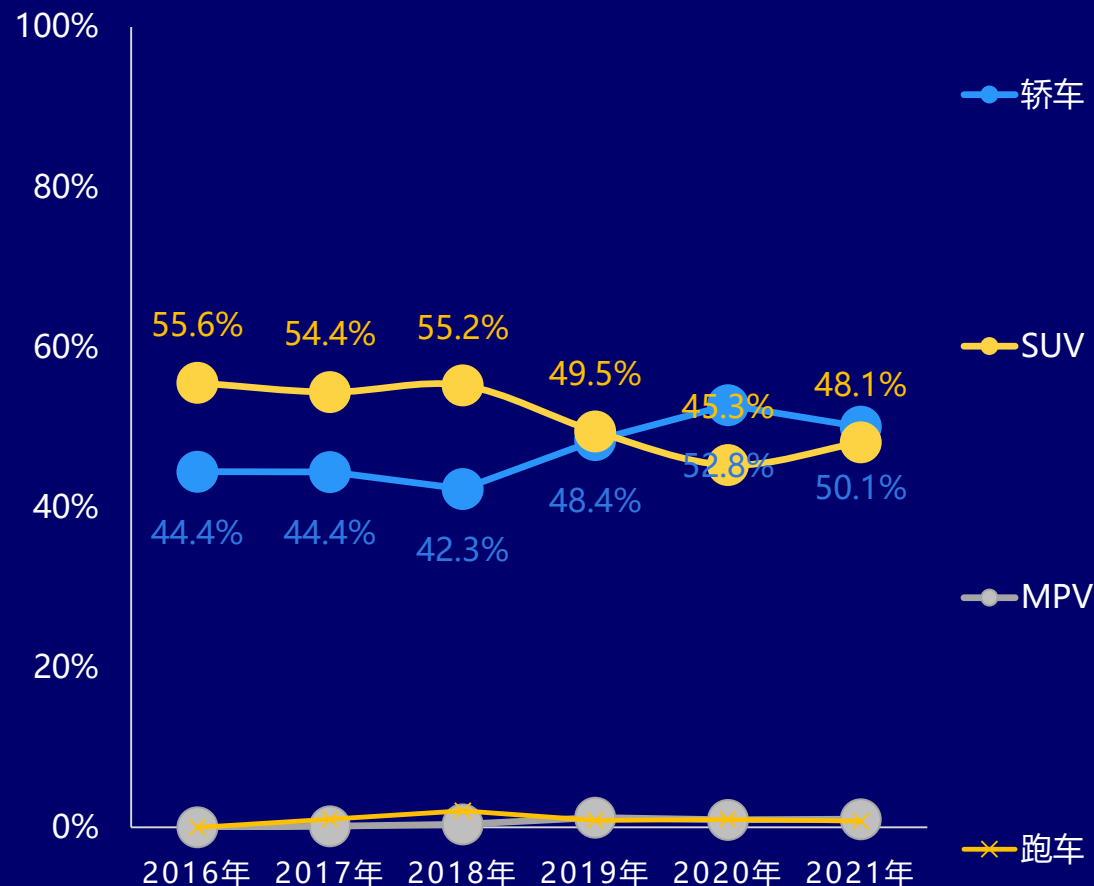
2

**用户消费偏好洞察**

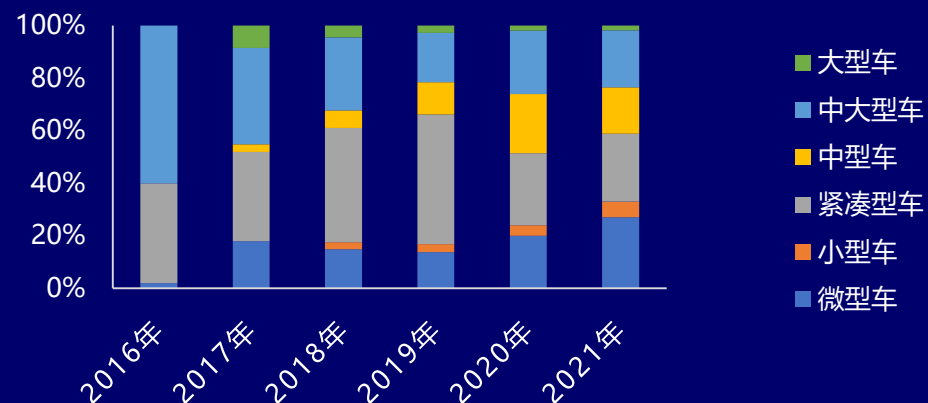


# SUV关注高销量低，发展潜力大，中型以上市场用户热度高

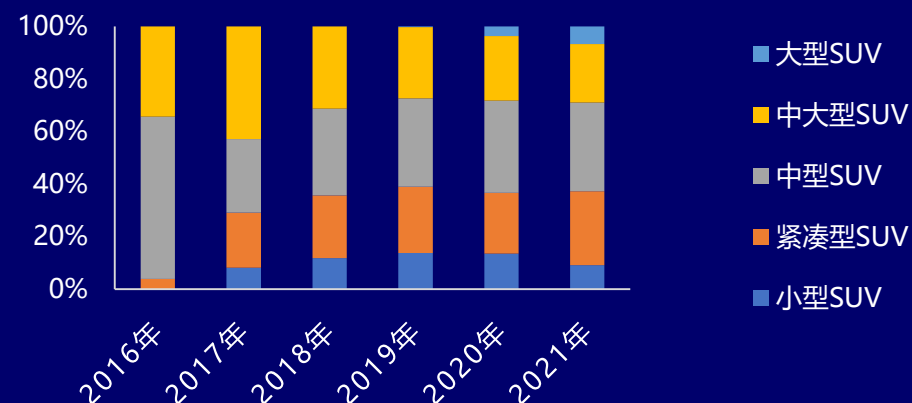
## 新能源车关注人数走势



## 轿车关注人数走势

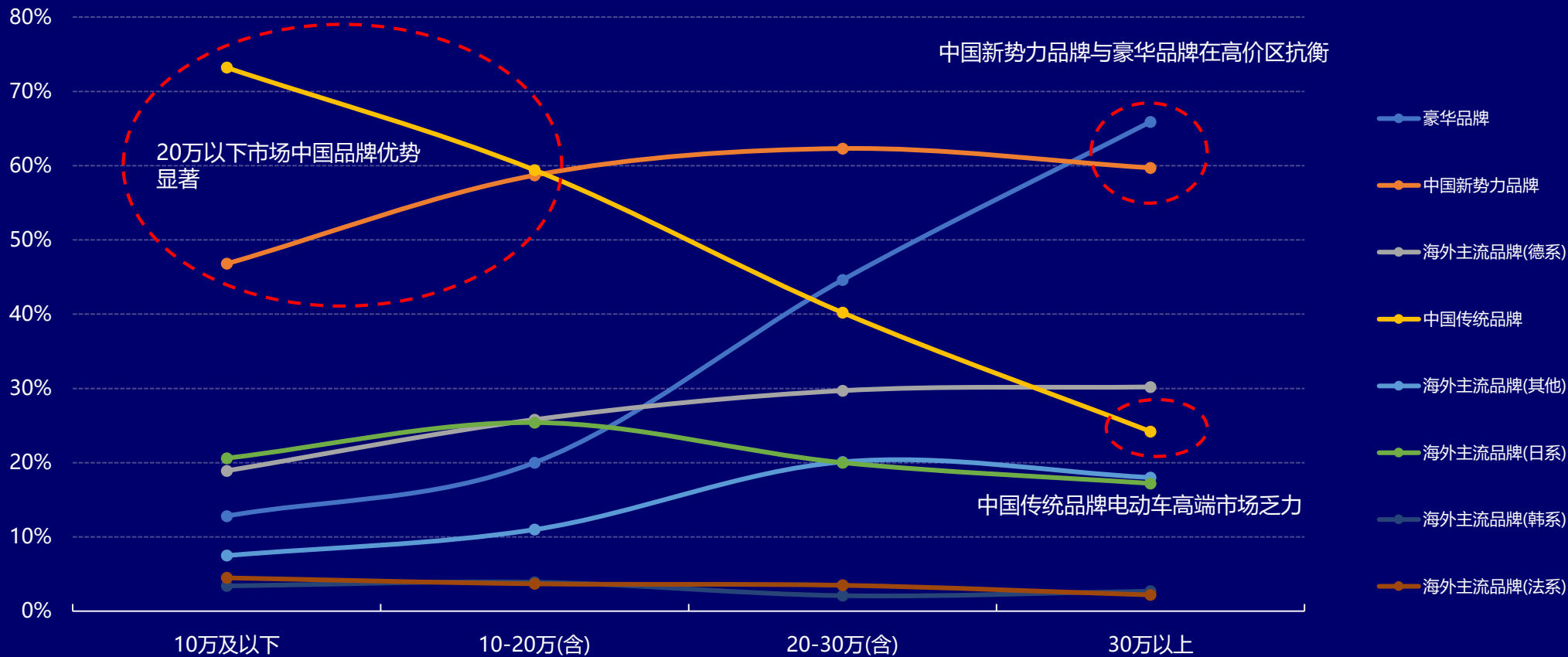


## SUV关注人数走势



# 中国新势力品牌占位高端，中国传统品牌溢价能力相对较弱

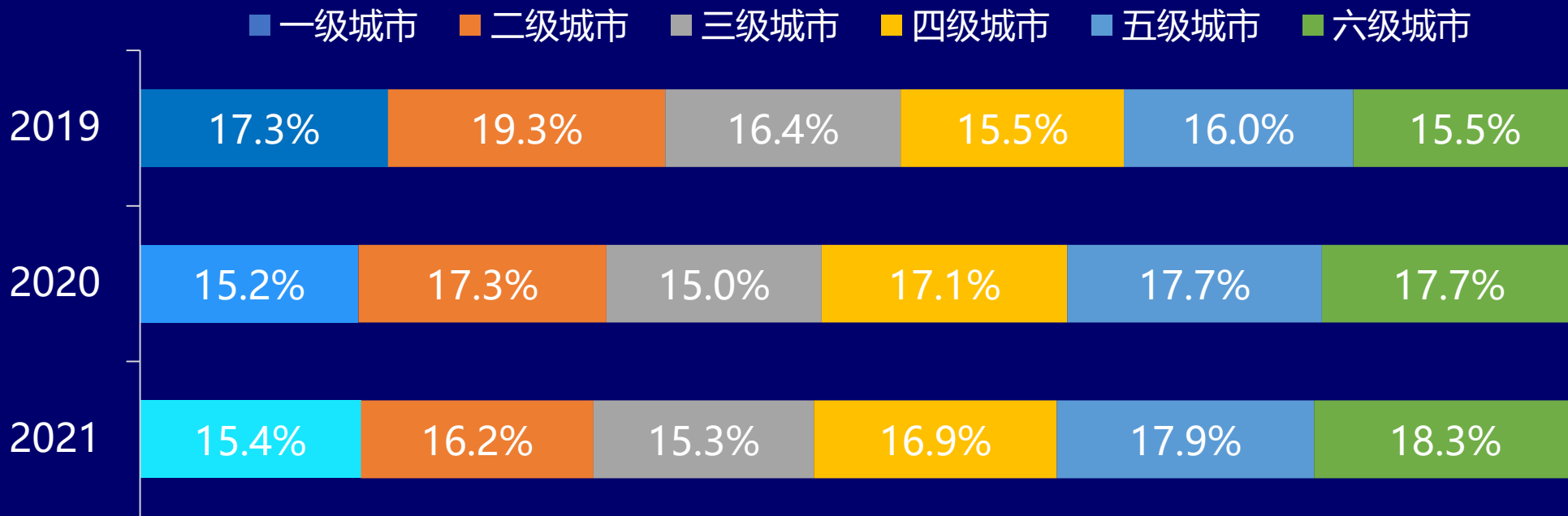
## 不同预算的电动车潜在用户的品牌类型偏好



# 低线城市新能源关注份额持续增长

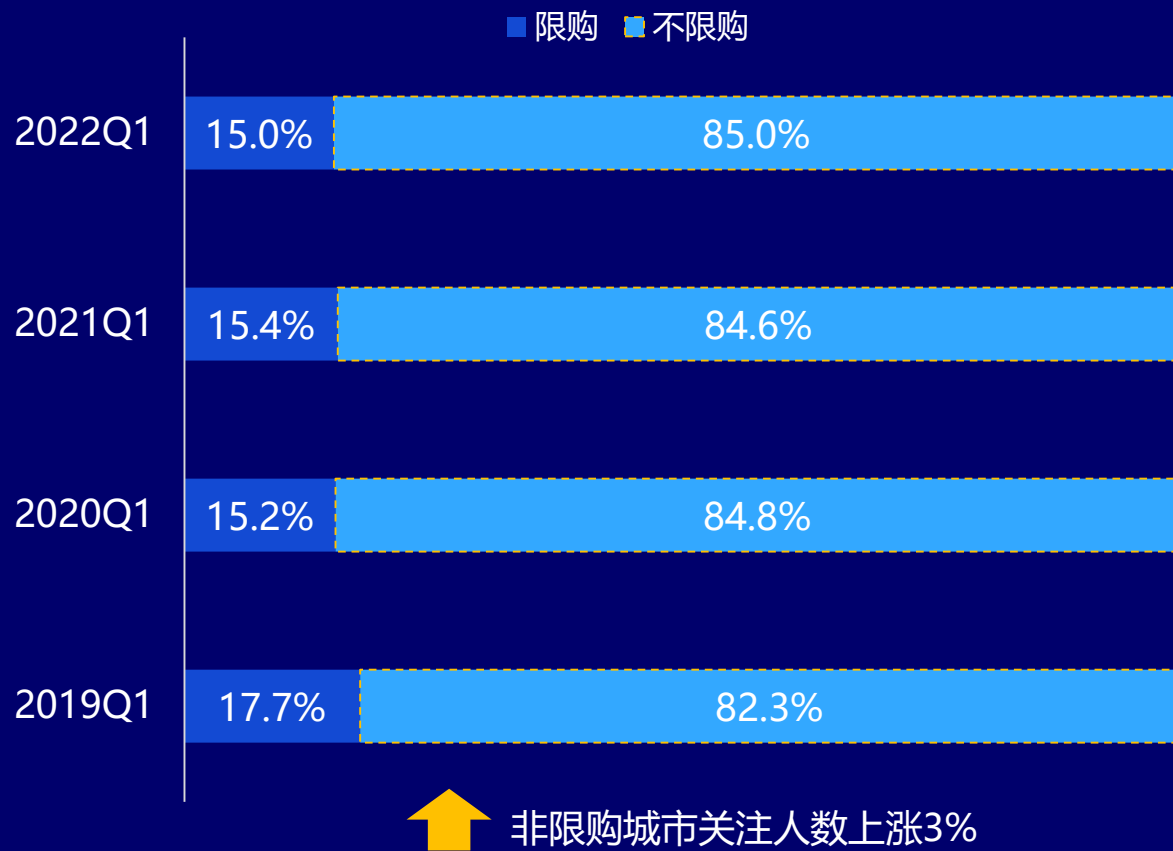
新能源关注用户城市级别分布

2019年三线及以下城市占比**63%**      2021年三线及以下城市占比**68%**

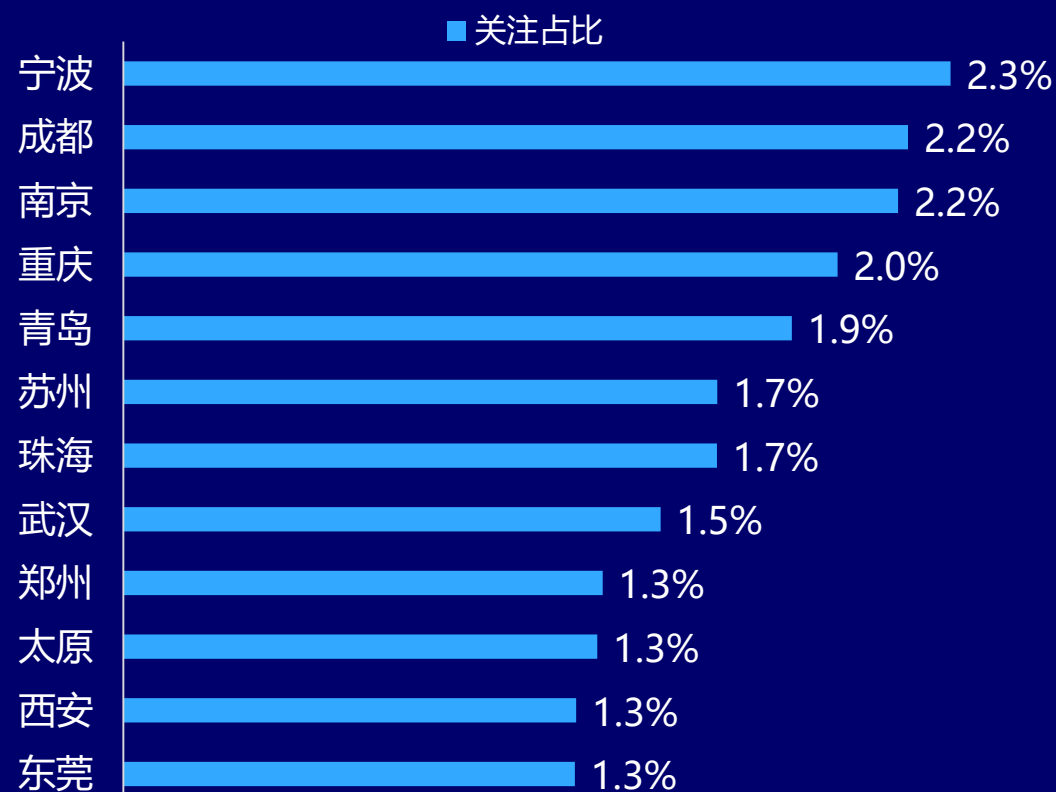


# 非限购城市新能源关注份额不断增长，华东、西南等地区 热点城市关注热度高

## 限购/非限购城市 关注份额对比

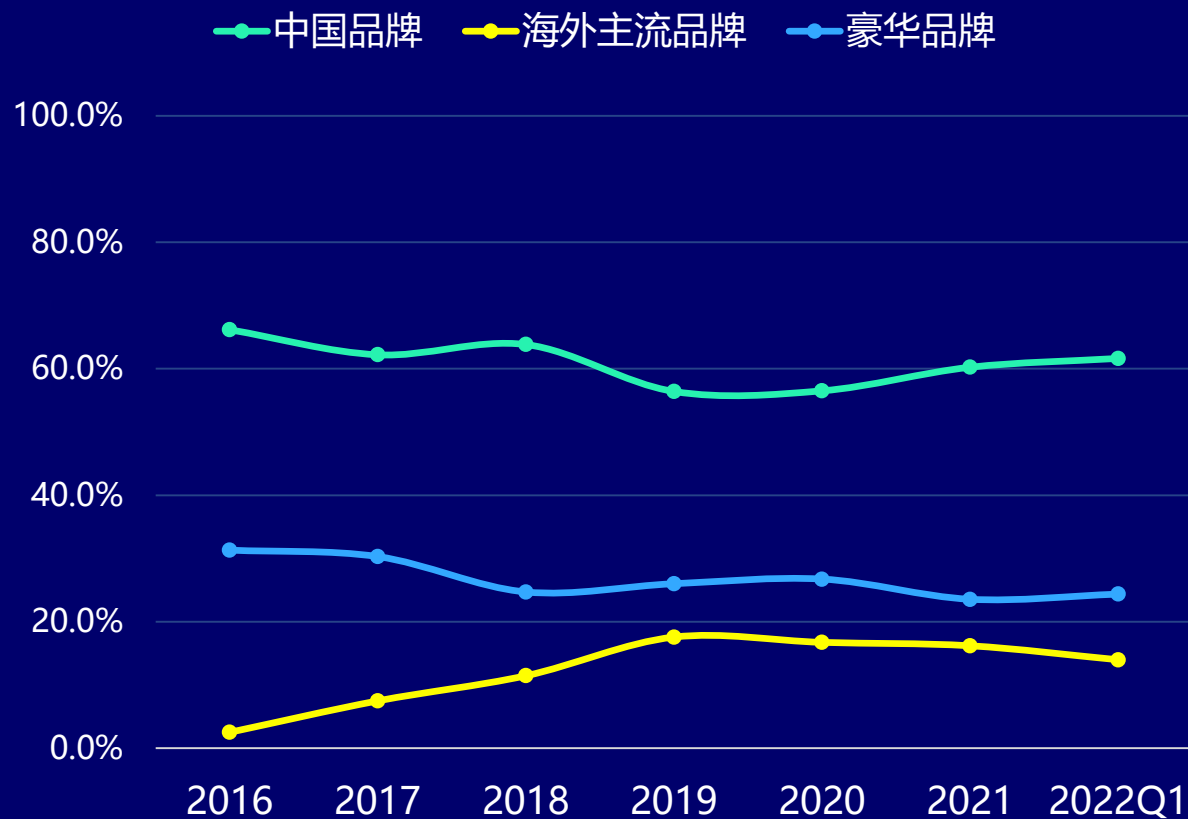


## 非限购城市关注份额Top 12 (合计占比20%)

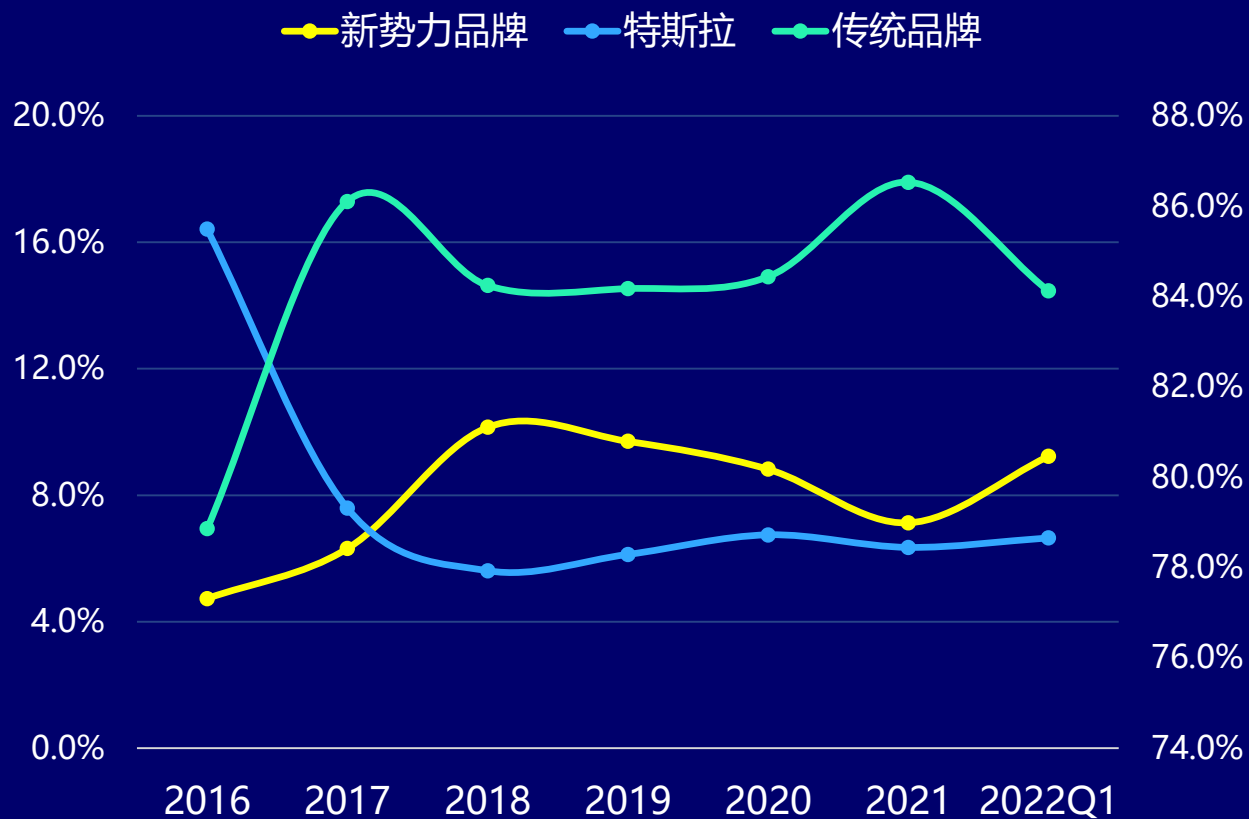


# 中国品牌关注份额平稳增长，新势力关注度开始回升

## 新能源品牌阵营关注份额走势

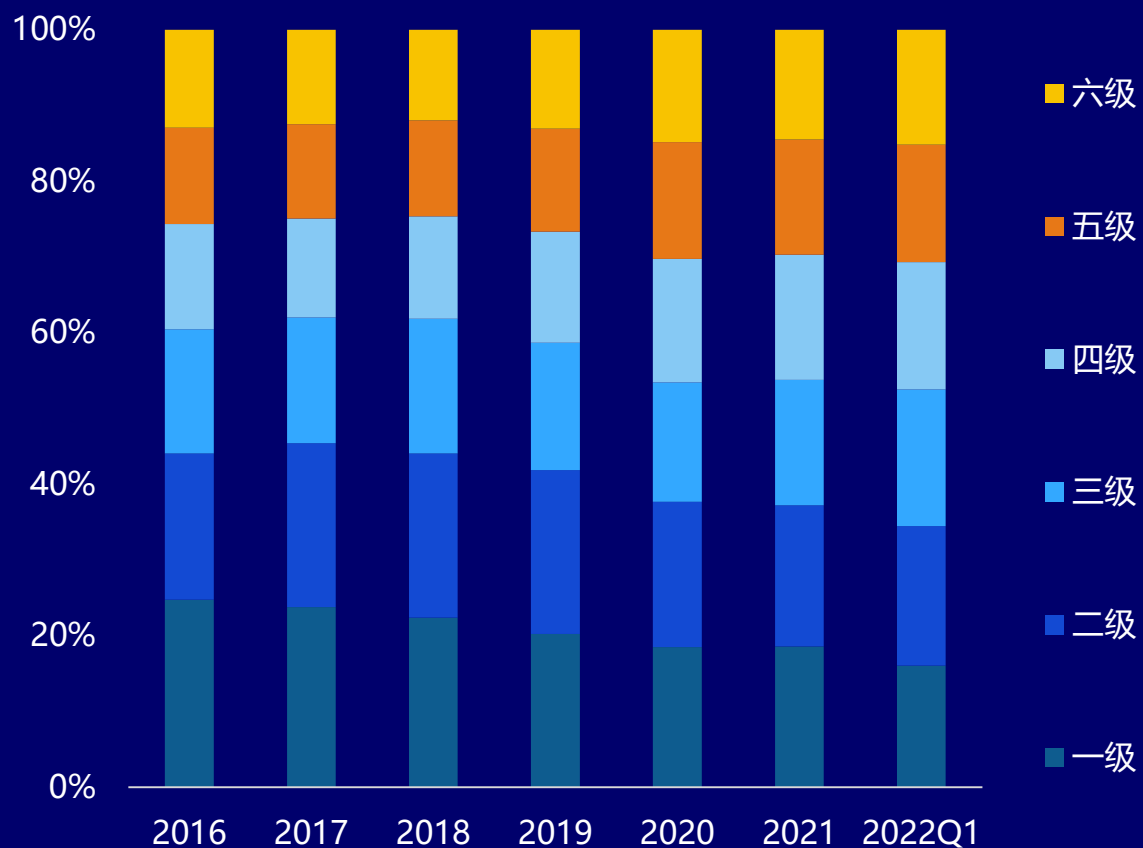


## 新能源品牌类型关注份额走势

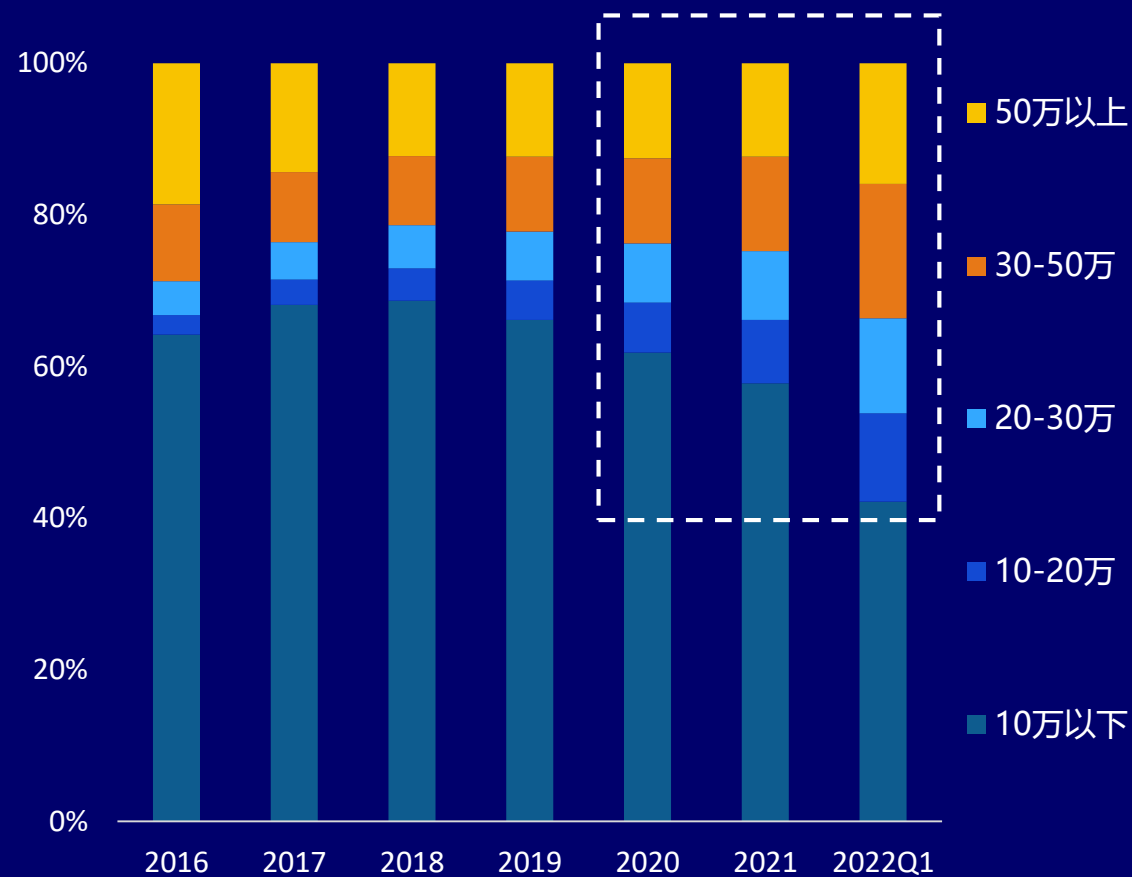


# 二线以下城市、年收入30万以上用户 对新势力品牌关注明显走高

「不同级别城市用户对新势力品牌的关注份额」



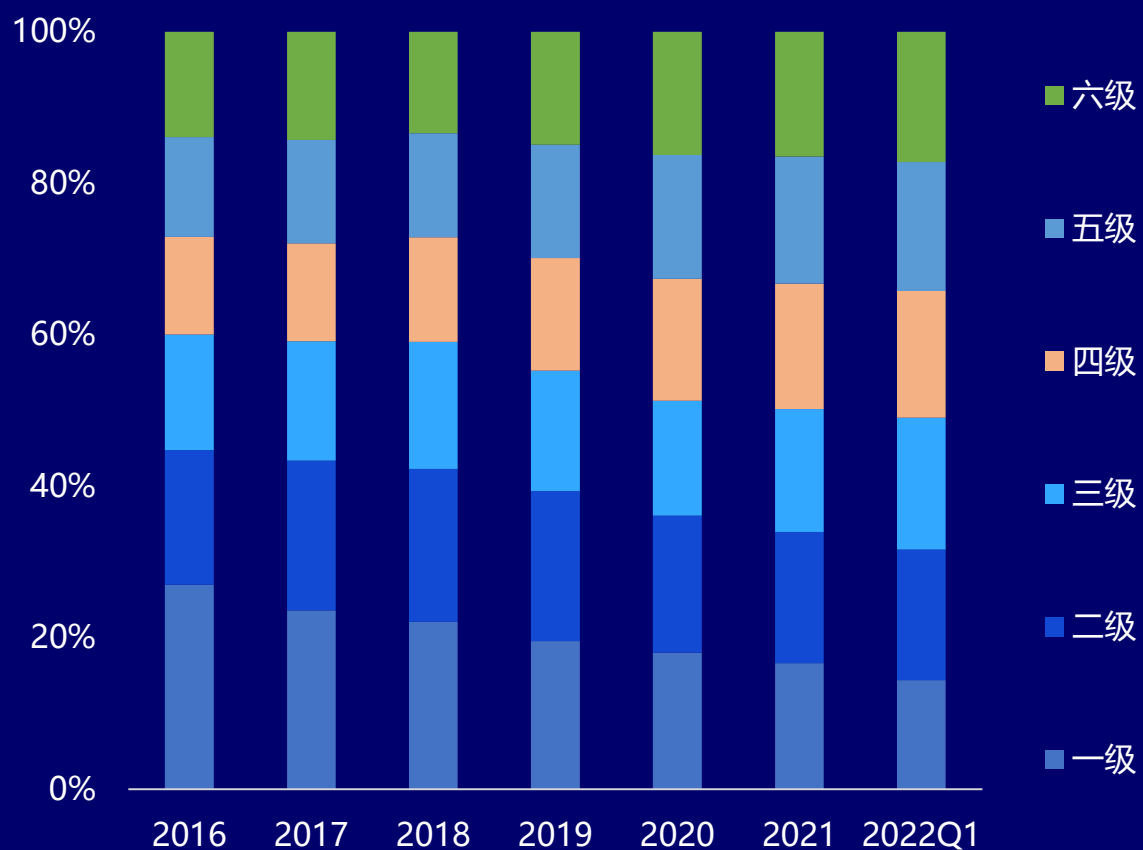
「不同年收入用户对新势力品牌的关注份额」



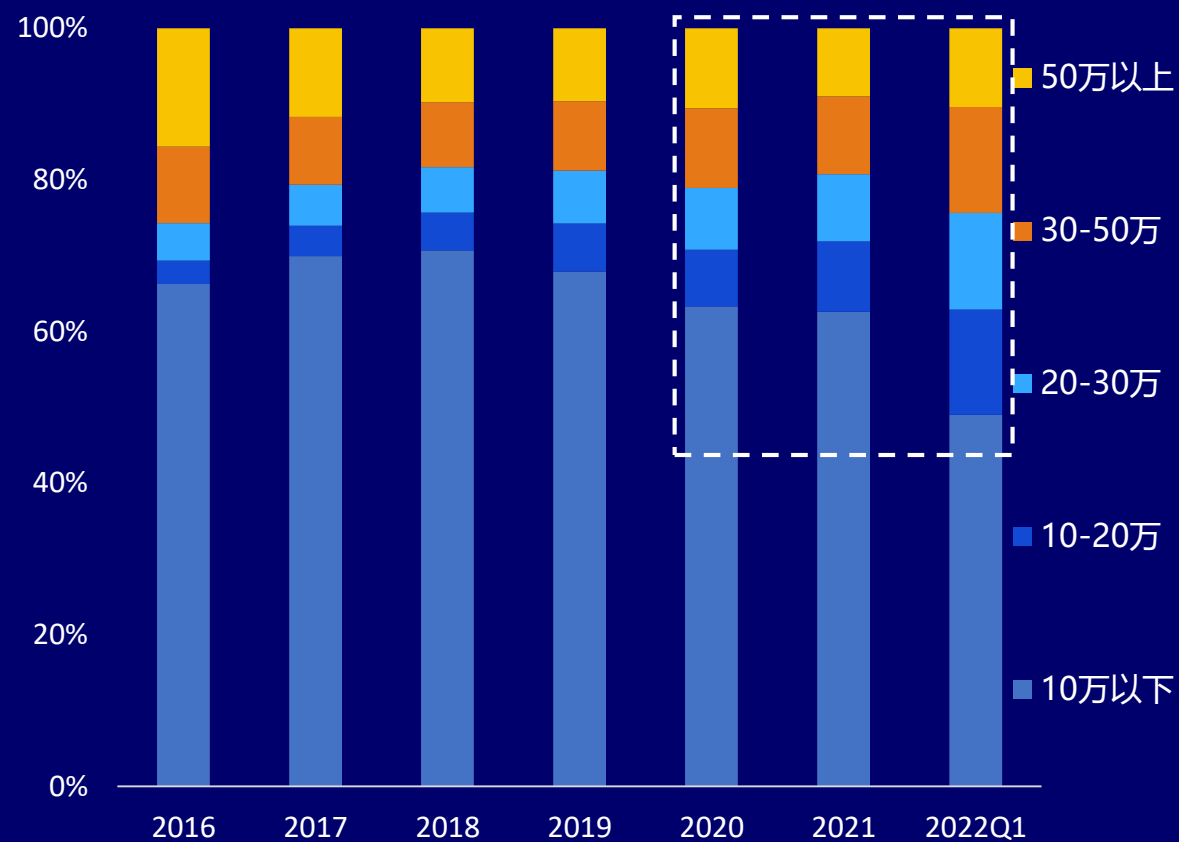
数据来源：汽车之家大数据；数据涉及车型范围为乘用车

# 二线以下城市、年收入10万以上用户对比亚迪关注明显走高

「不同级别城市用户对比亚迪品牌的关注份额」



「不同年收入用户对比亚迪的关注份额」



数据来源：汽车之家大数据；数据涉及车型范围为乘用车

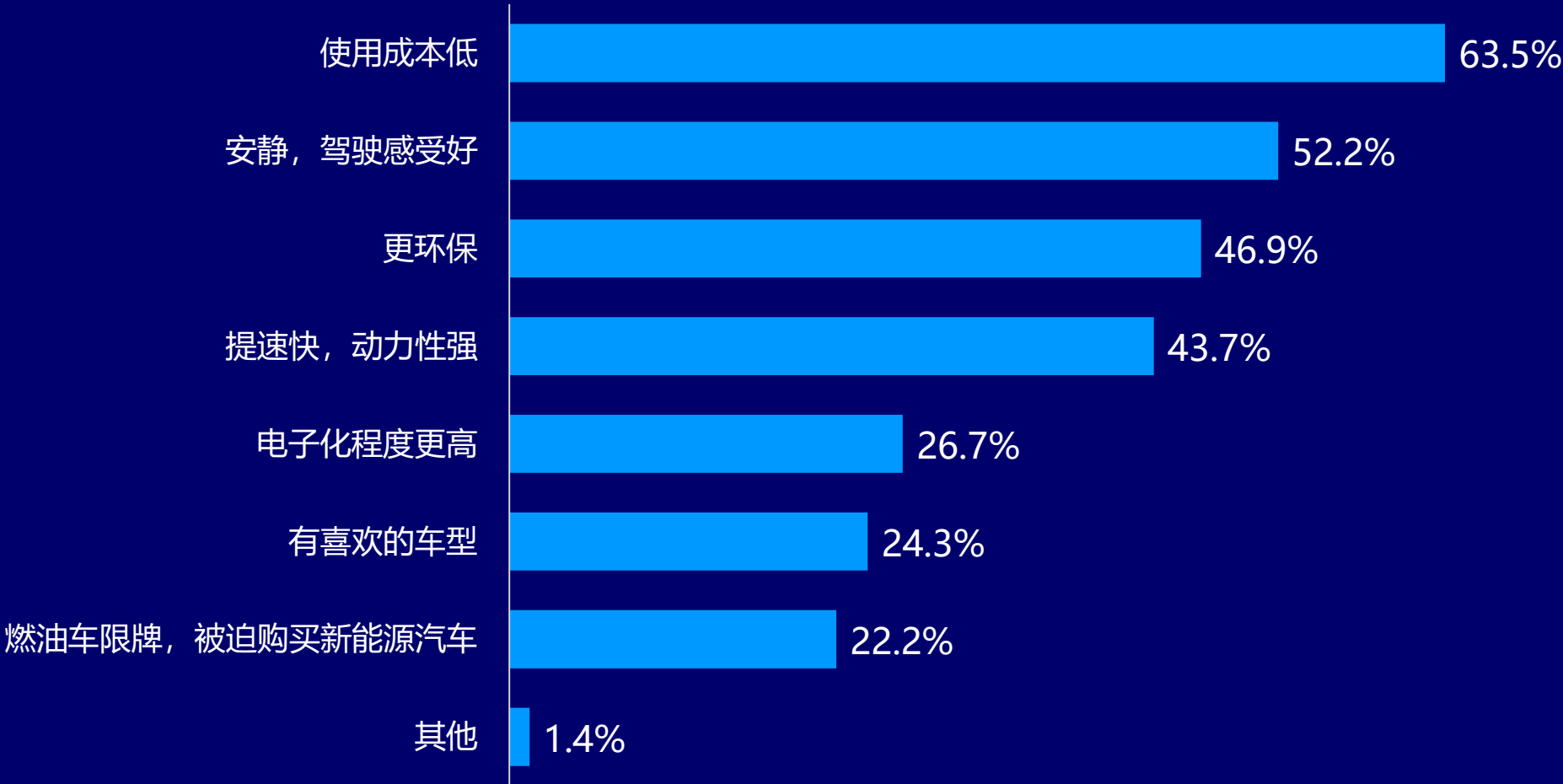
3

## 用户产品需求特征



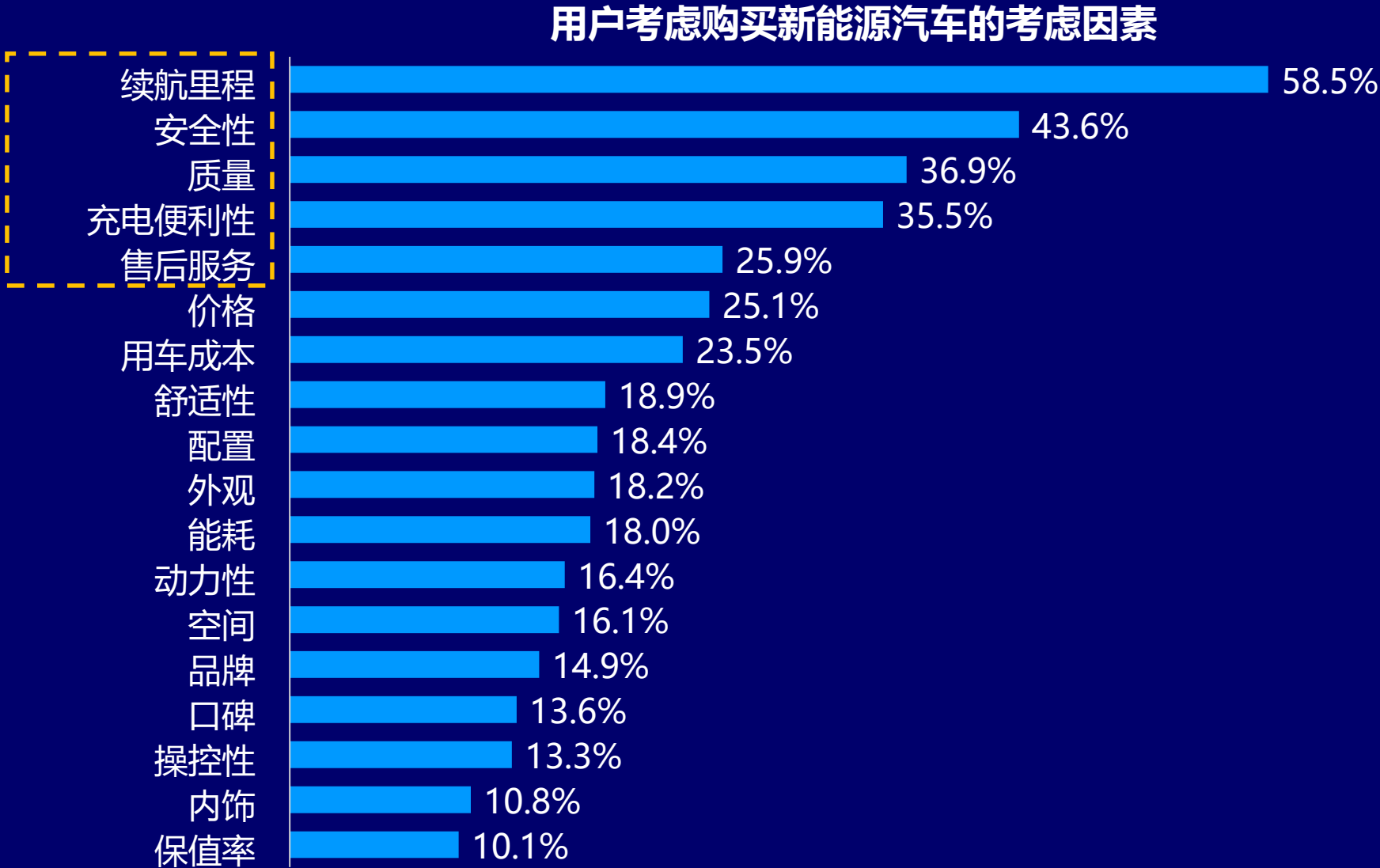
# 使用成本低、环保、驾驶感受好 是用户考虑新能源汽车的主要原因

用户考虑购买新能源汽车的原因



数据来源：新能源消费者调研。

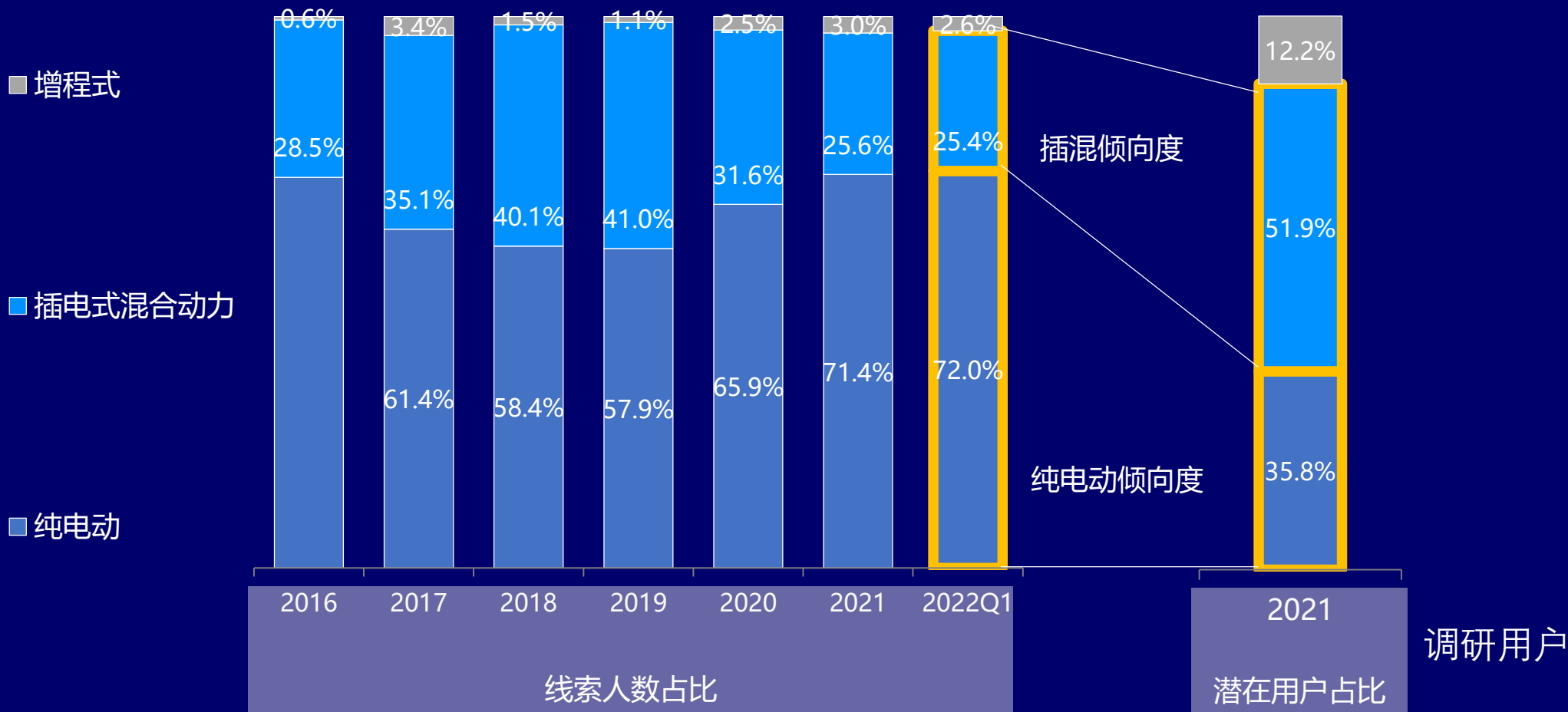
# 用户购买新能源汽车时最关注续航、安全、质量与充电便利性



数据来源：新能源消费者调研

# 用户对纯电产品存在较多顾虑， 插混产品用户高需求低意向，仍有较大发展空间

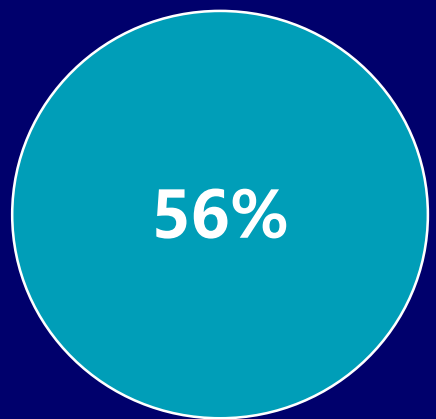
新能源汽车线索结构



数据来源：汽车之家大数据，新能源消费者；数据涉及车型范围为乘用车

# 高关注、低转化的背后， 充电不方便、里程焦虑、 电池成本高依然是购买阻碍因素

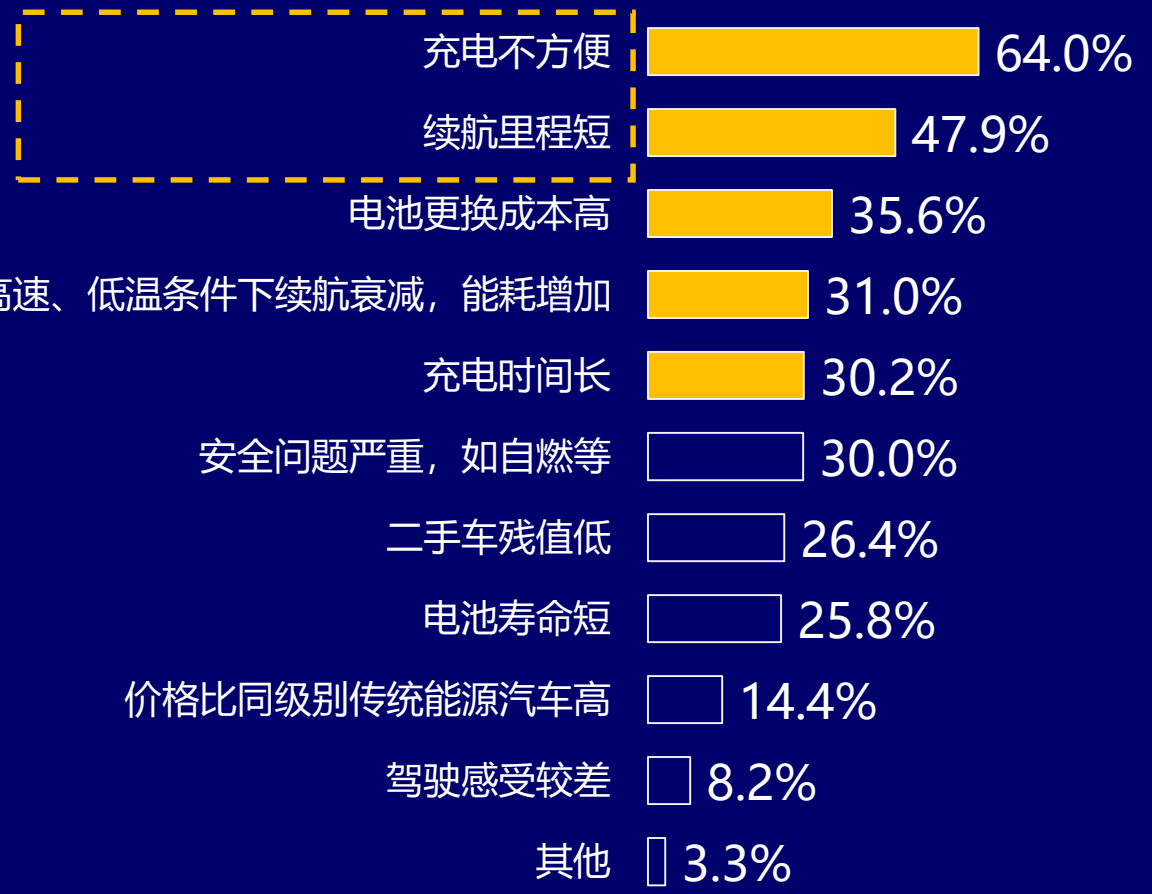
新能源  
用户接受度  
(调研)



新能源  
市场渗透率



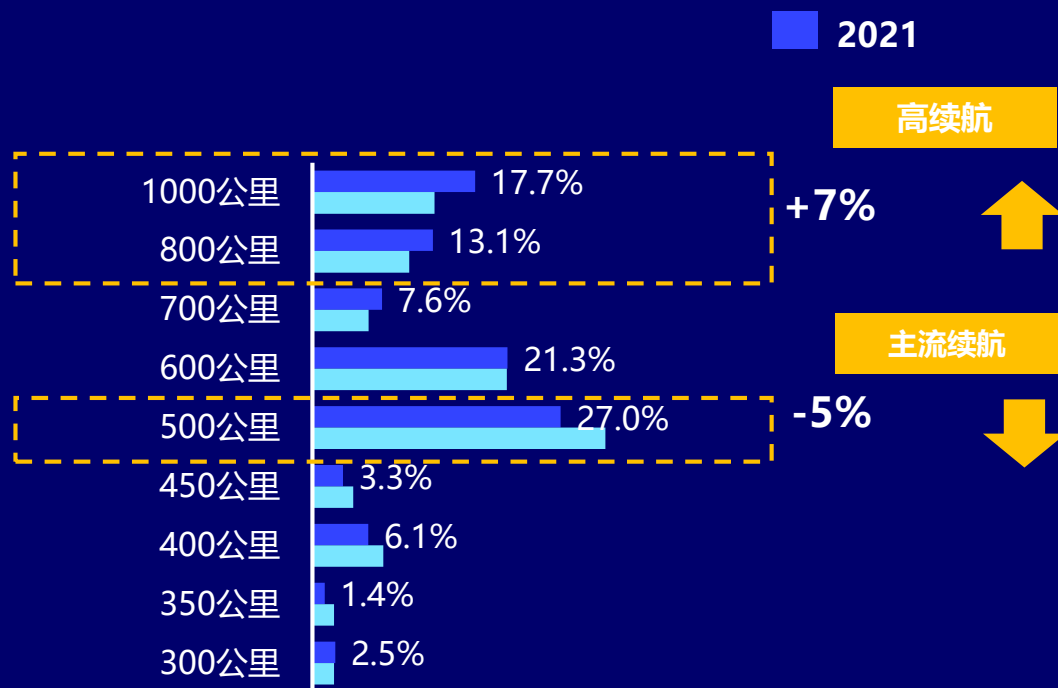
## 阻碍用户购买新能源车的因素



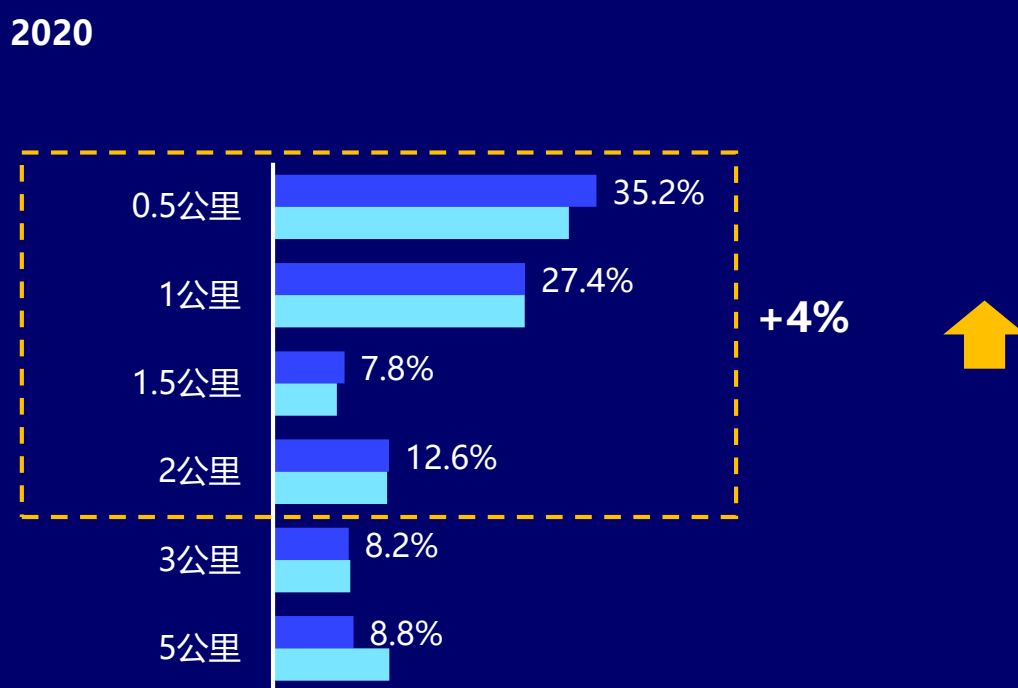
数据来源：汽车之家车大数据，新能源消费者调研；数据涉及车型范围为乘用车

# 高续航产品营销拉高了用户对于更高续航里程的预期，便捷的充电设施是用户最迫切期望

## 可接受的实际续航里程



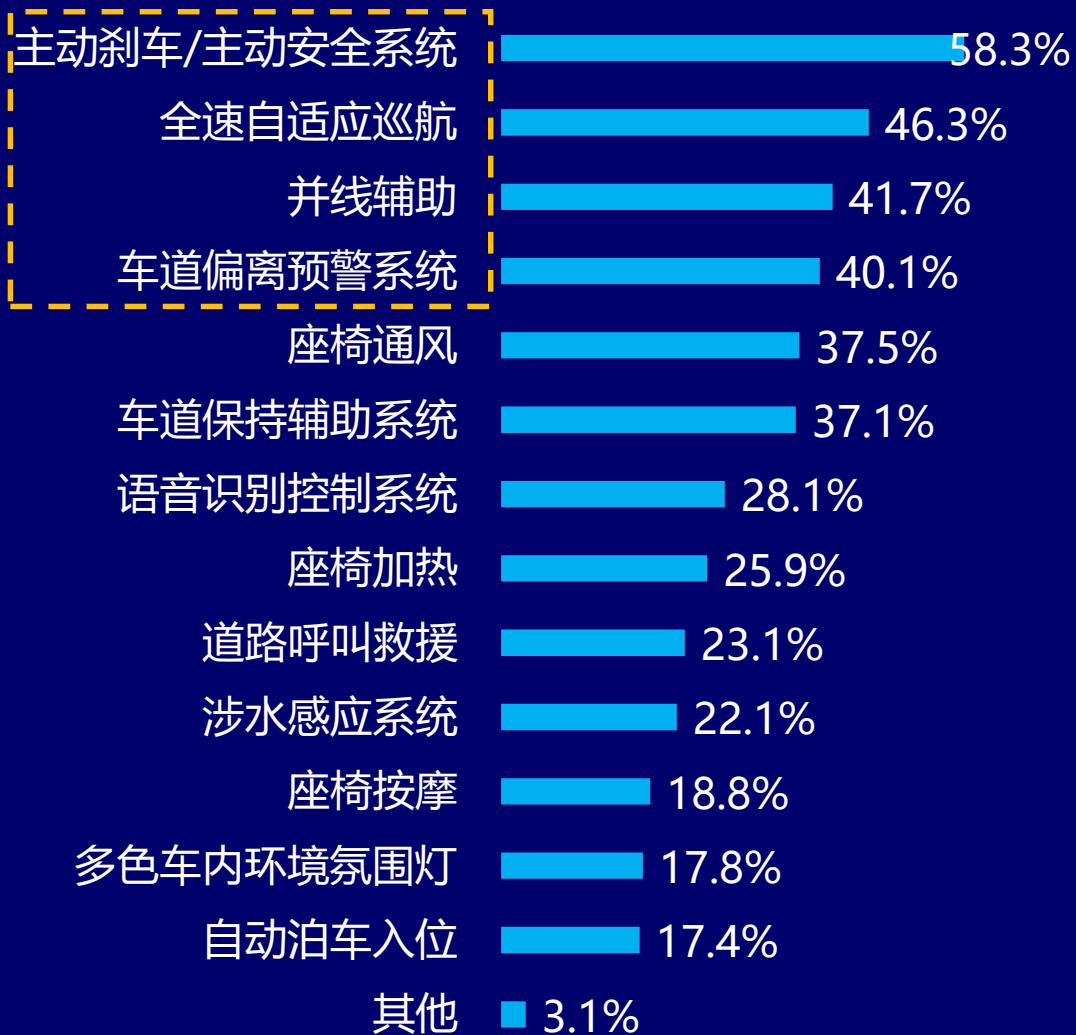
## 理想的充电设施距离



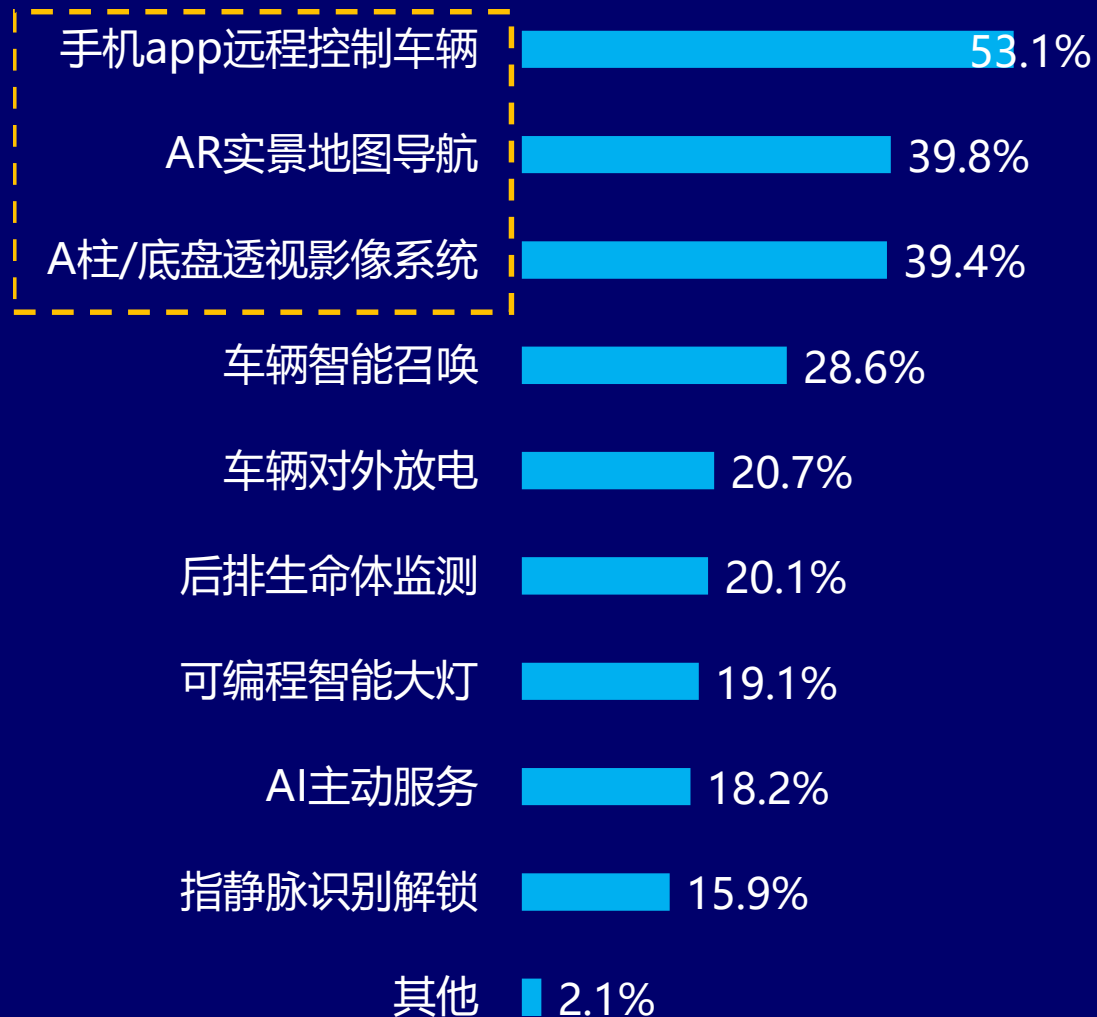
# 4 用户对新技术与新服务的期待

# 用户期望的智能化配置中仍然更偏好安全性，对远程控车、AR导航等特色配置感兴趣

## 用户期望的汽车传统智能化功能配置

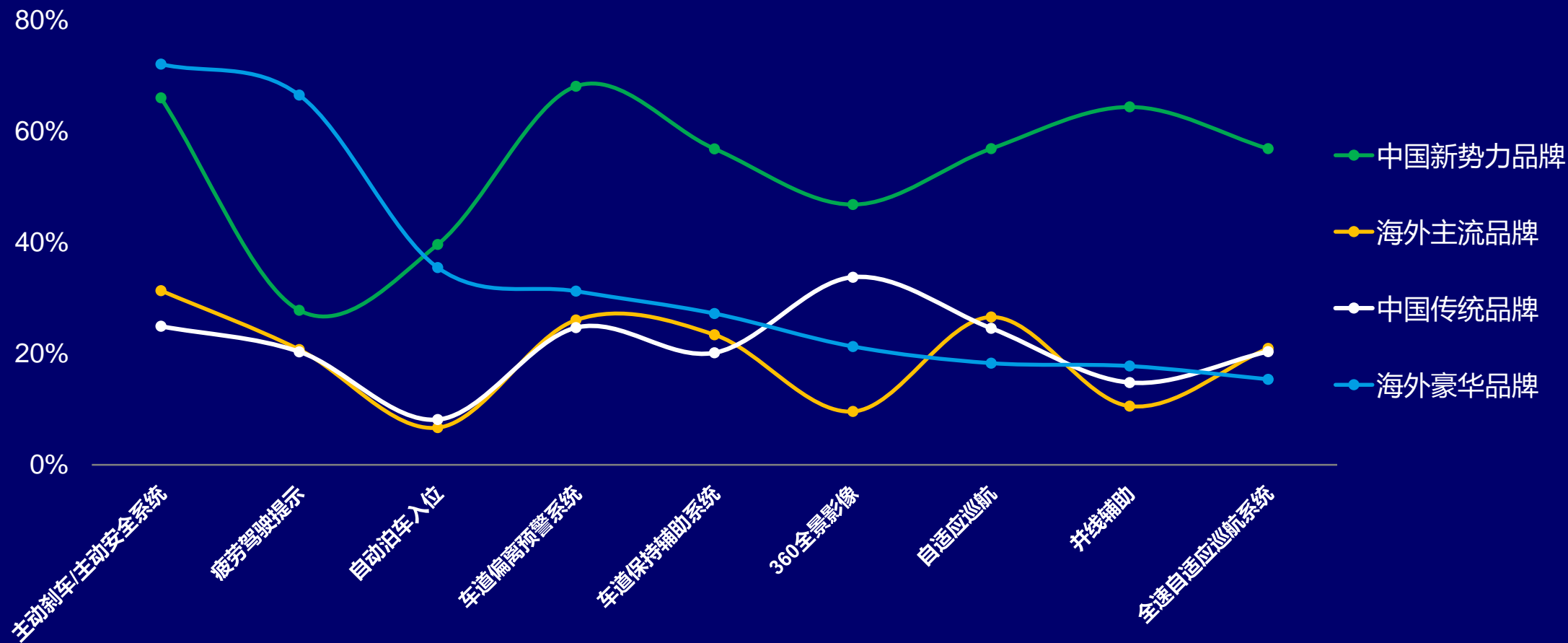


## 用户期望的汽车特色智能化功能配置



# 新势力品牌多数智能化配置渗透率更高

各类品牌智能化配置渗透率（以线索量进行估算）



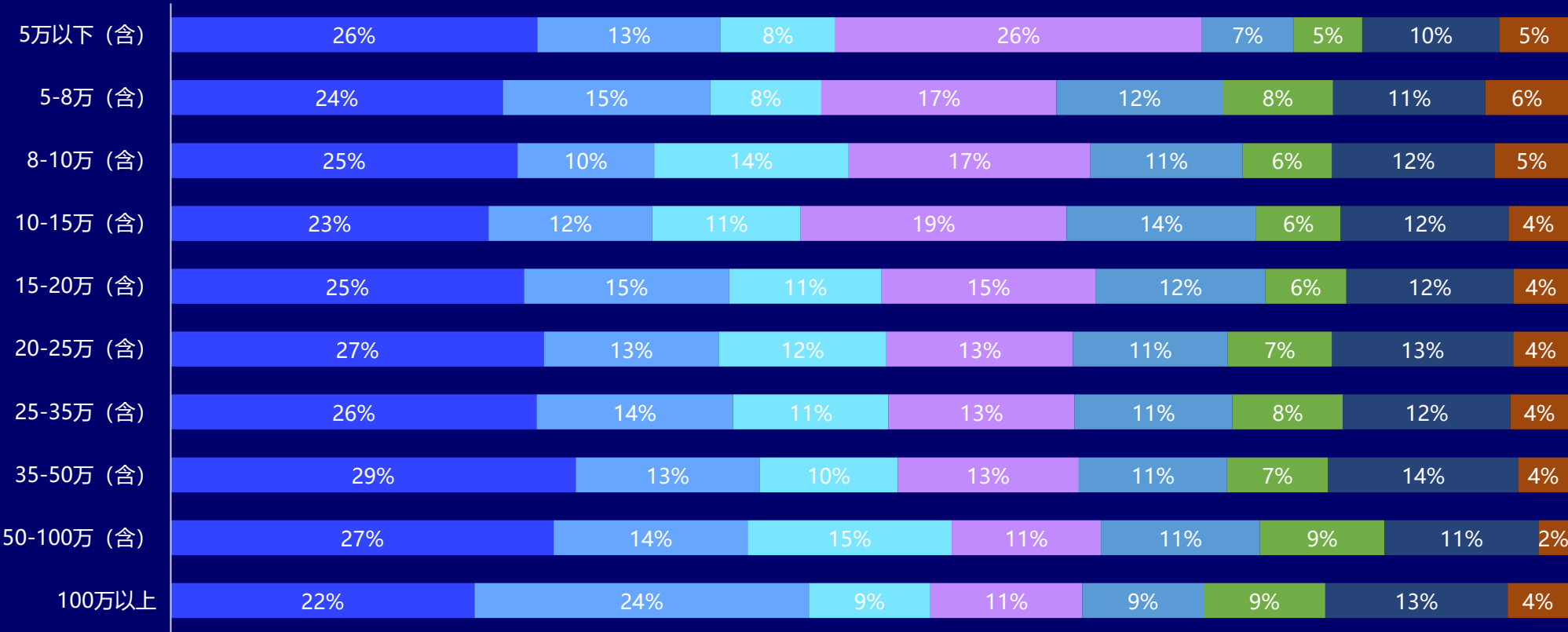
数据来源：汽车之家大数据；数据涉及车型范围为乘用车



# 增加产品的科技感，凸显夸张、独特的造型设计 有利于吸引高预算用户

高预算用户产品设计因素偏好

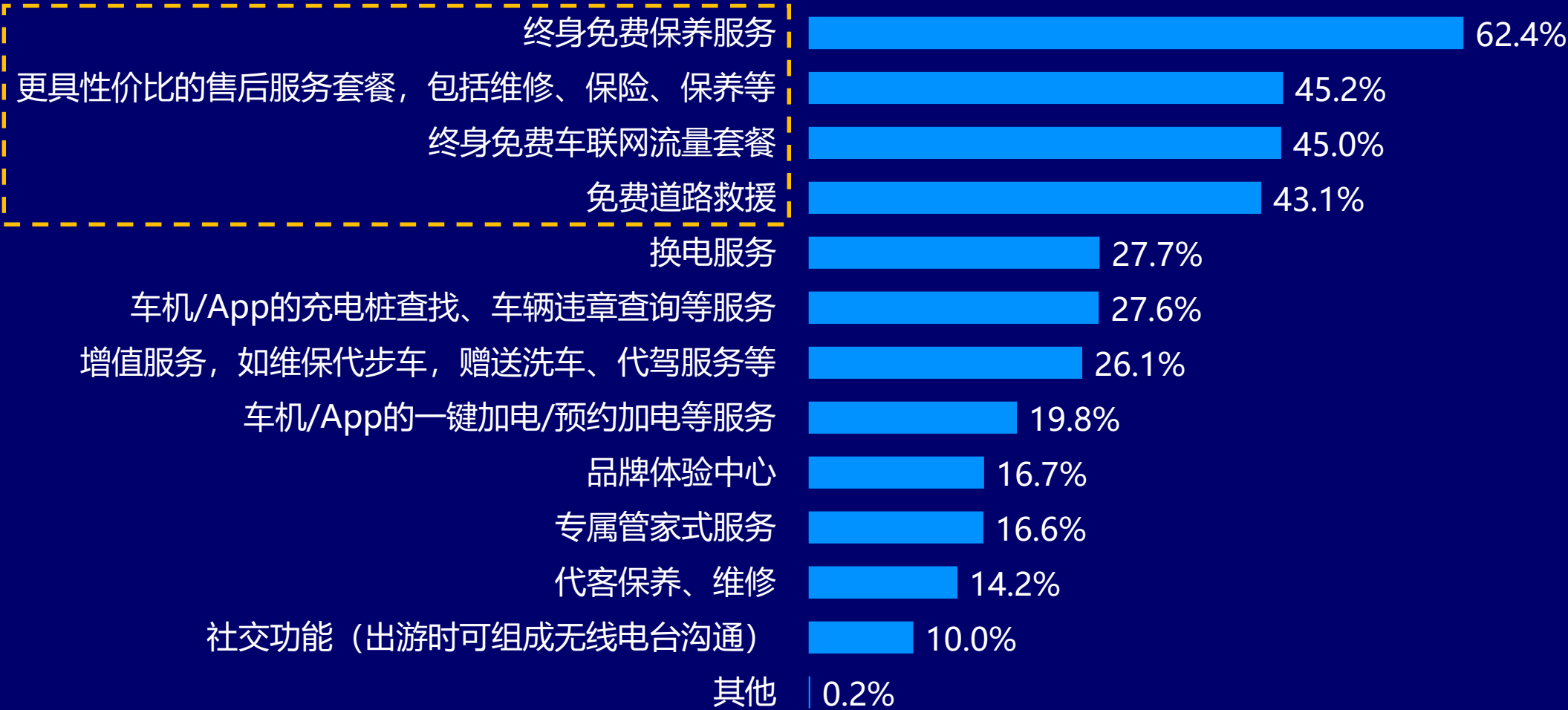
■ 丰富的高科技配置 ■ 独特的车身颜色 ■ 造型夸张的大轮圈 ■ 醒目的撞色搭配 ■ 夸张的前脸造型 ■ 图案或材质个性的座椅 ■ 溜背车身 ■ 个性的车名



数据来源：汽车之家汽车设计调研

# 用户最为期待高性价比的维保、流量与增值服务

用户期望的新服务类型



数据来源：新能源消费者调研；数据涉及车型范围为乘用车

**汽车之家**  
看车·买车·用车

**AR**  
汽车之家研究院  
AUTOHOME RESEARCH INSTITUTE



关注汽车之家研究院公众号，  
下载更多报告！