

# 2021

## 新能源汽车置换流向研究报告

(2022年1月)

## 前言

纵观过去20年的中国车市，出现两组值得深思的数据：

第一，2018年汽车销量出现28年以来首次负增长；

第二，2011年-2020年，中国汽车换购比例持续增加，换/增购用户占比近半。

两组数据都在表示，存量市场消费圈层发生结构性变化，我们从增量时代步入了存量时代。

但即使在存量市场的环境下，依然存在着销量增长的品牌，存量市场也并非是一派完全萧条没有任何机会的市场，在存量市场中仍然存在着爆点，这个爆点就是置换。

在这当中，我们看到，新能源市场已经逐步突起，其销量和渗透率增长迅速，针对新能源车型的增换购比例不断增加，关注新能源的增换购趋势已经成为一个重要的课题。

58汽车基于二手车交易和新车留资数据的闭环生态链，从数据出发，着手研究新能源汽车在二手车置换市场的流向，旨在通过增换购市场现状，帮助车企了解行业动向及趋势，为用户购车、选车提供帮助。

# CONTENT

## 目录

01	<b>研究背景</b>	<b>04</b>
	数据来源/研究方法/研究价值/研究框架 .....	05-07
02	<b>市场现状</b>	<b>08</b>
	新能源市场渗透率/销量/市场份额/用户关注度 .....	09-12
03	<b>置换分析</b>	<b>13</b>
	置换用户关注的换购市场能源类型分布 .....	14-15
	新能源置换用户地域分布 .....	16-17
	新能源置换用户原车厂商/车系/车龄/行驶里程分布 .....	18-23
	新能源置换用户关注的厂商/车系/国别/级别/价格分布 .....	24-30
04	<b>总结启示</b>	<b>31</b>
	新能源换购市场关键词/总结启示/挑战和机遇 .....	32-34

The background is a solid blue color with several abstract geometric elements. There are several thin, light blue lines of varying lengths and orientations. A small, solid light blue circle is located in the upper left quadrant. A larger, faint, light blue circle is positioned behind the number '01'. The overall design is modern and minimalist.

**01**

# 研究背景

## 数据来源

58同城二手车是国内领先的二手车交易/挂牌数据平台，2020年挂牌数据突破1400万，市场覆盖>60%。在一手、真实的零售端挂牌、交易数据下，58汽车通过打通新车和二手车数据，从品牌、车系、价格、地域等多个维度整合数据，进行置换流向交叉分析，从而对新能源汽车市场进行深入研究。

58同城用户		
用户行为数据	个人发布二手卖车信息 58同城·二手车	新车购买意向留资 58汽车
	卖二手车	买新车
车辆置换	置换定义：同一用户既发布二手车卖车信息又在新车板块对意向购买车型留资，即可计为一条置换数据。	
置换流向看趋势	通过大量意向置换数据对各品牌/车系/细分市场/国别等多维度进行统计分析，抽象总结汽车置换流向及趋势。	

## 研究方法

本次仅分析狭义乘用车市场，报告中所有数据排名均做了上榜条件限制，对于不满足样本数量要求及销售状态不适合的品牌及车型将不认为具有参考价值，不计入榜单内。此外，本报告数据具有一定的平台属性，不一定与实际市场结果完全一致，但数据趋势参考性强。（数据统计不包含中国港澳台地区）

## 样本时间

2020.12-2021.11。本报告主要基于近一年来的新能源汽车市场进行数据分析，帮助车企了解行业动向及趋势，从而为制定相关政策提供参考和依据，为用户购车、换车决策提供必要的的数据支撑。

- \* **新能源汽车**：由于各地对于新能源汽车划分不同，本报告新能源汽车限纯电动车、增程式以及插电式混动汽车；
- \* **新车厂商指导价**：统一采用新车厂商指导价，不包含厂家或经销商的优惠；
- \* **样本时间**：稳定体现近一段时间。

## 研究价值



**真实：**针对新车、二手车数据进行手机号排重，结果真实可靠；

**一手：**去除车商等干扰因素，数据仅采用个人用户留资数据；

**稳定：**涵盖近期交易数据及留资数据。

数据



**交易置换：**通过打通58同城二手车与新车数据，进行手机号撞库排重，呈现研究结果真实；

**流向分析：**通过前后车真实数据，进行流向分析，可探究置换市场现有趋势。

研究



**消费者：**新车购买全周期成本、二手车交易信息支持；

**主机厂：**品牌/营销，置换/二手车，产品升级支持等；

**汽车金融/保险：**汽车金融产品、车险产品设计支持；

**汽车行业：**加深消费者对车辆理解、二手车交易更透明。

价值

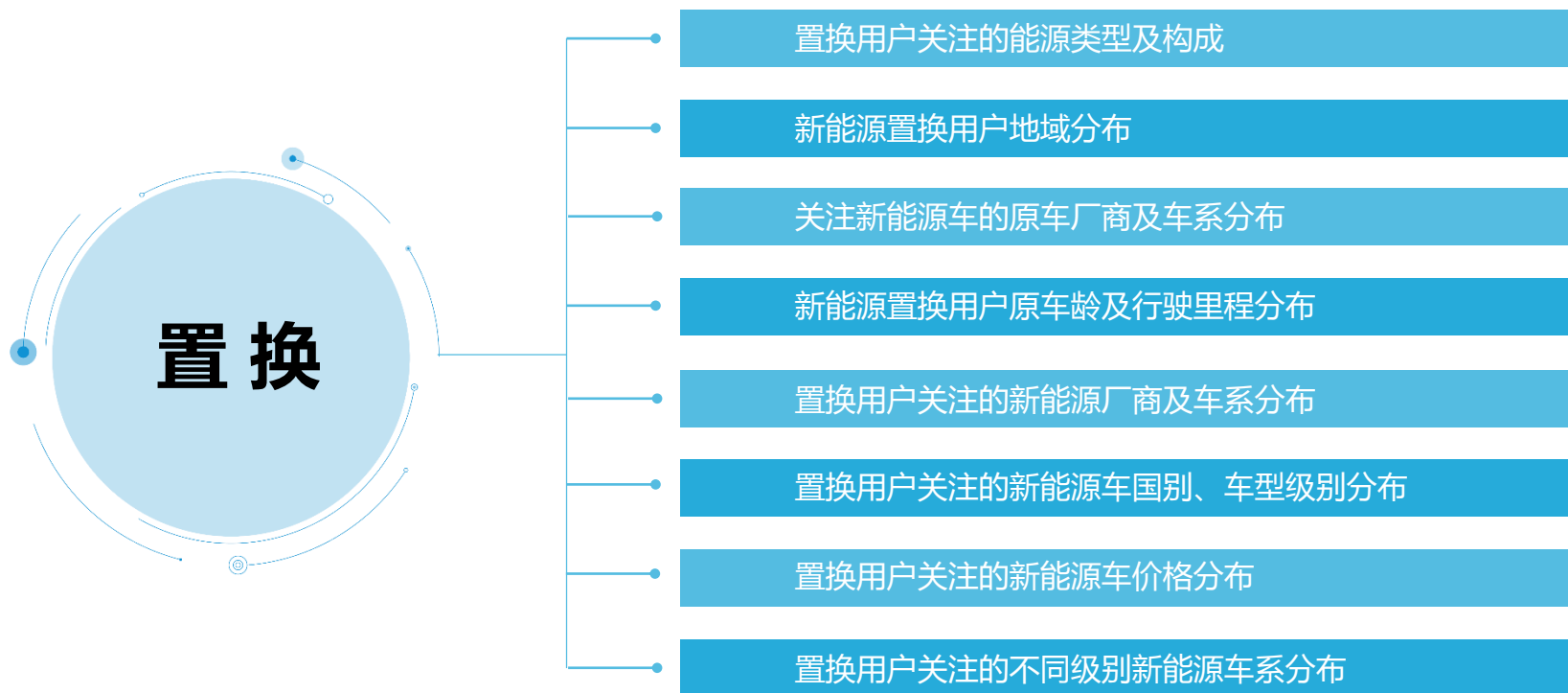


**汽车行业专家团队：**汽车行业专家、二手车检测评估师、咨询团队，对新车、二手车市场有深入洞察；

**数据分析与建模团队：**国内汽车行业数据分析建模团队。

团队

## 研究框架





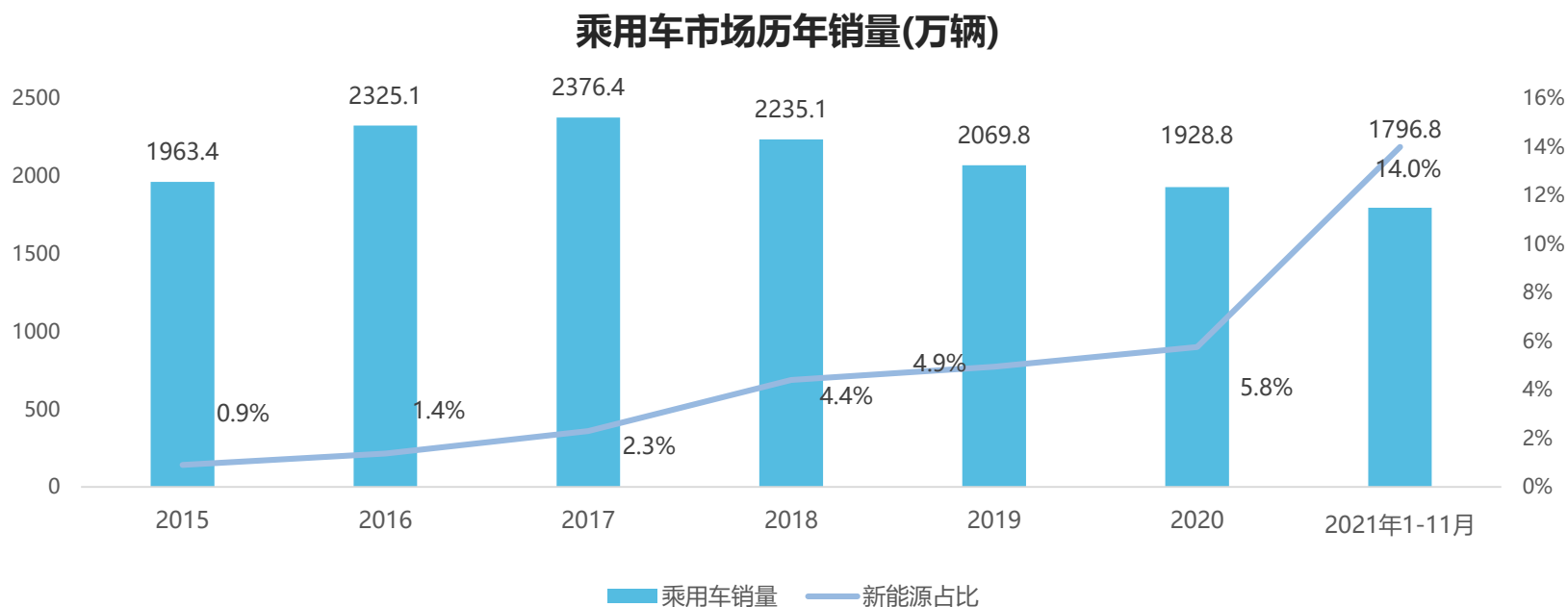
The background is a solid blue color with several abstract geometric elements. There are several thin white lines of varying lengths and orientations. A small white circle is located in the upper left quadrant. A larger, faint white circle is positioned behind the number '02'. The text '02' is large, bold, and white, set within this faint circle. To the right of the circle, the text '市场现状' is written in a bold, white, sans-serif font.

**02**

**市场现状**

## 新能源车型渗透率超过10%

- 2018年起，中国乘用车市场销量结束连续增长，首次出现下滑。新能源市场逐渐突起，截至2021年11月，新能源车型渗透率已超过10%。

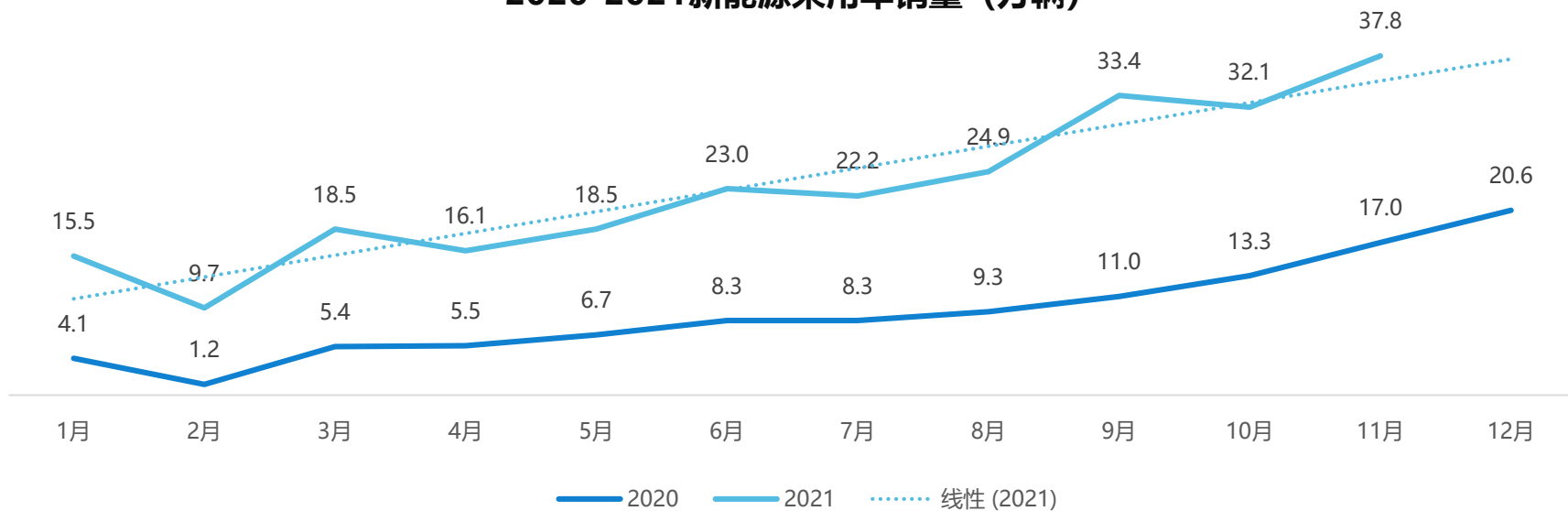


\*数据来源：乘用车市场信息联席会

## 新能源车销量持续走高

- 今年11月，新能源乘用车销量达到37.8万辆，同比增长122.3%，环比增长19.8%。1-11月累计销量突破250万辆，同比增长178.3%。不断崛起的新能源市场，将成为车企必争的又一蓝海。

2020-2021新能源乘用车销量（万辆）

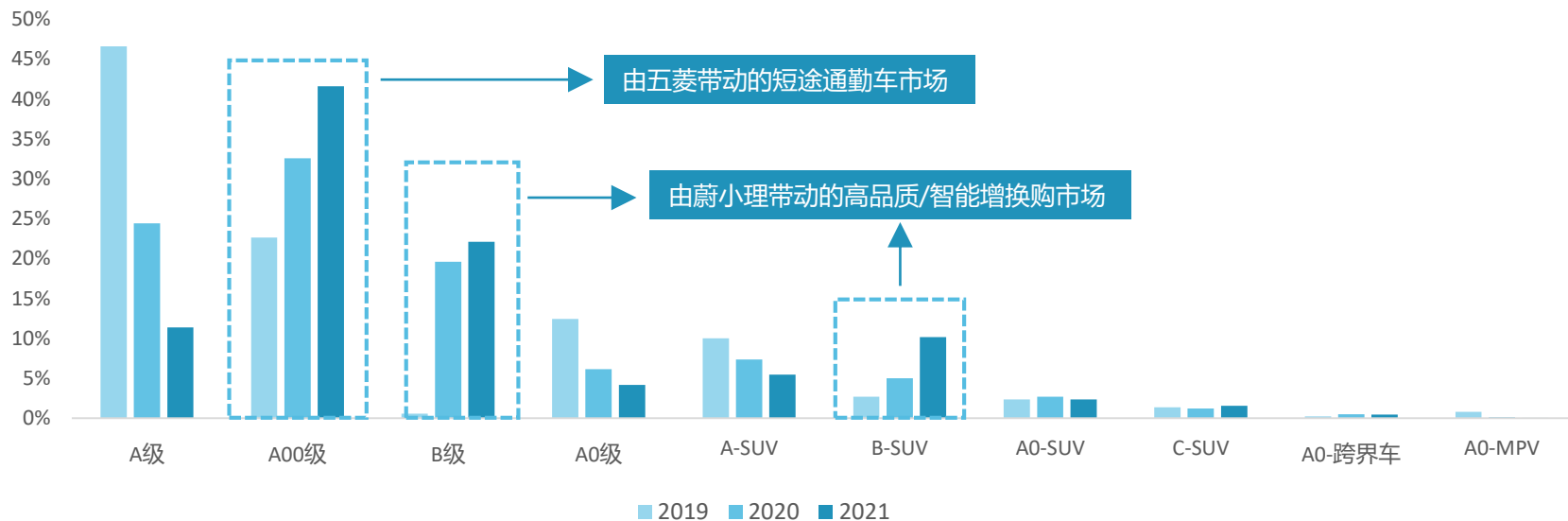


\*数据来源：乘用车市场信息联席会

## 新能源车市场份额变化

- 伴随消费结构升级，以蔚小理为代表的造车新势力逐渐显现，迅速占据高品质/智能换购市场；以五菱为首的新能源车则更多瞄准短途通勤车领域，以高性价比、高智能的姿态切入市场。

新能源市场销量份额趋势

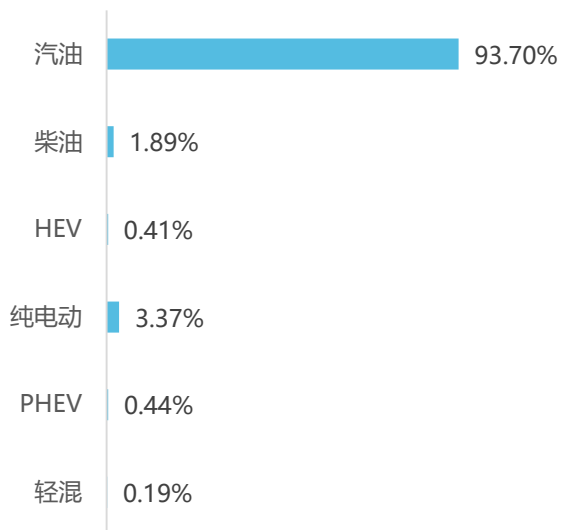


\*数据来源：中国汽车流通协会

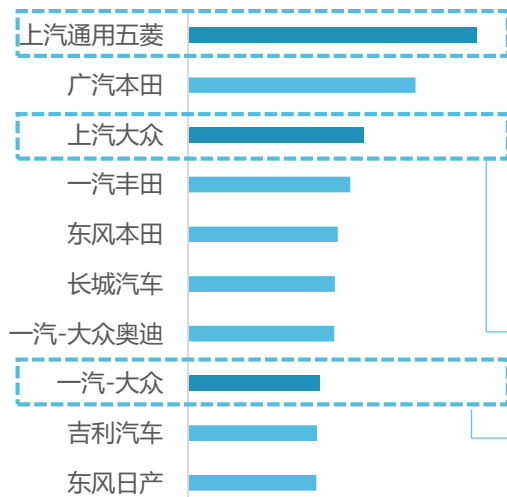
## 58同城用户关注的能源类型及厂商车系分布

- 燃油车仍为58同城用户关注的重点。58同城用户关注的汽车品牌较为分散，自主品牌、豪华品牌均有上榜。自主品牌中，仅上汽通用五菱同时出现在用户关注汽车厂商和新能源厂商中，主要原因在于宏光MINIEV等车型销量大、性价比高。

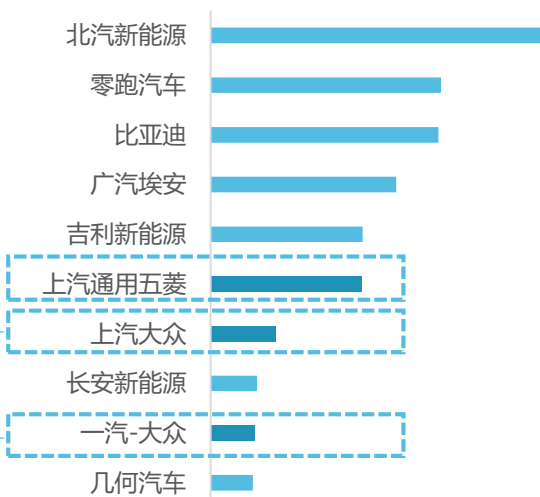
### 58同城用户关注的能源类型分布



### 58同城用户关注汽车厂商分布



### 58同城用户关注新能源厂商分布



1.由于增程式车样本量较少，合并至纯电动序列中；2.新能源厂商关注度计算方法为单品牌样本量占全部新能源厂商样本量的比值

如需了解厂商具体占比情况，请联系58汽车数据研究院

The background is a solid blue color with several abstract geometric elements. There are several thin white lines of varying lengths and orientations. A small white circle is located in the upper left quadrant. A larger, faint white circle is positioned behind the number '03'. The overall design is clean and modern.

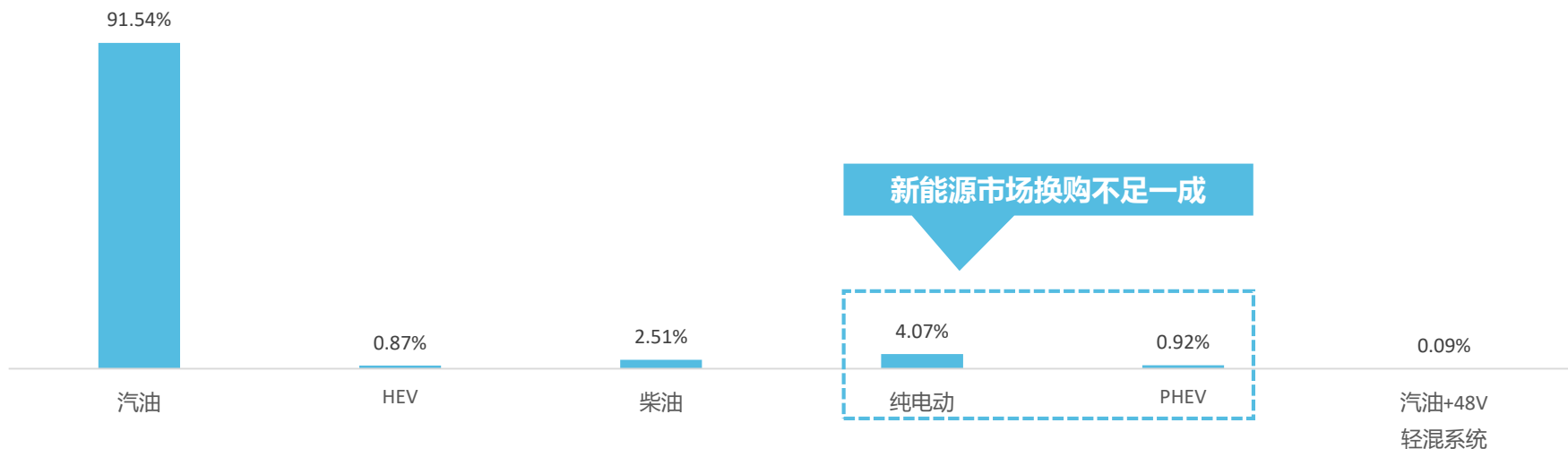
**03**

## **置换分析**

## 置换用户关注的换购市场能源类型分布

- 从置换用户关注的换购市场能源类型分布来看，汽油车仍是换购市场的主力军。新能源市场换购不足一成，仍有较大的上升空间，由于能耗性价比等换购新能源汽车的人群仍为主流。

换购市场能源类型分布



\*注：由于增程式车样本量较少，合并至纯电动序列中

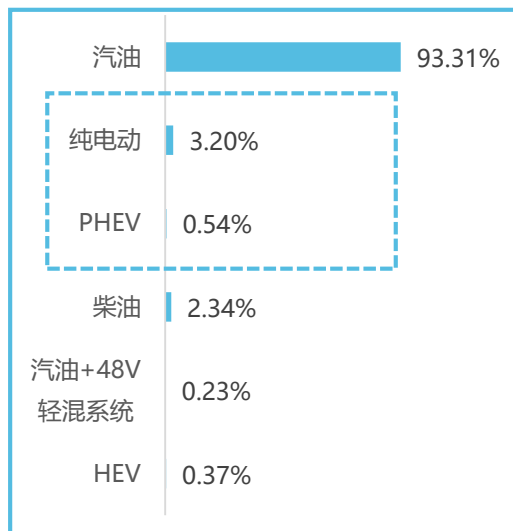
## 新能源置换用户原车能源类型构成

- 置换关注新能源车的分布中，仅有不到4%的用户原车类型仍为新能源车，其分布主要以奇瑞eQ1、比亚迪e5等性价比高的微型车、紧凑型车为主。

置换用户关注新能源类型



置换用户原车新能源类型



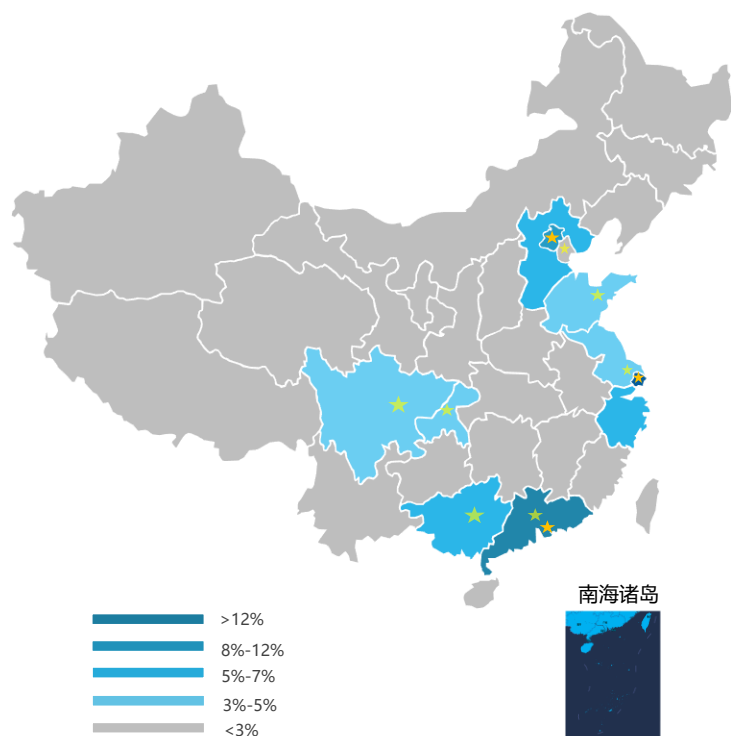
置换用户原新能源车系组成



\* 注：如需了解车系具体占比情况，请联系58汽车数据研究院

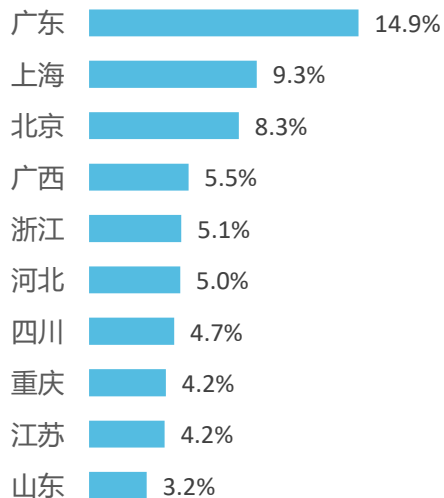


## 新能源置换用户地域分布



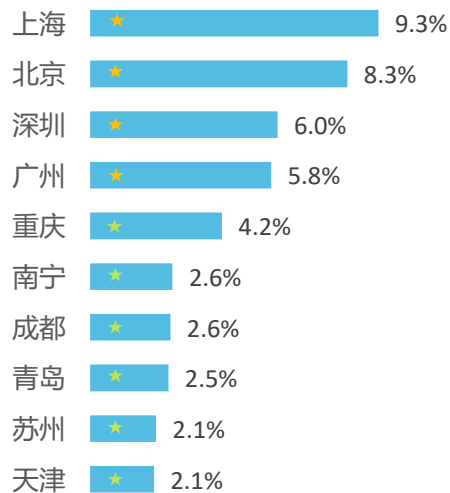
### 省份/直辖市TOP 10

东部地区置换热度高于西部地区，与汽车销售量、人口经济水平相一致。广东、上海和北京三大省份占新能源置换市场的三分之一。



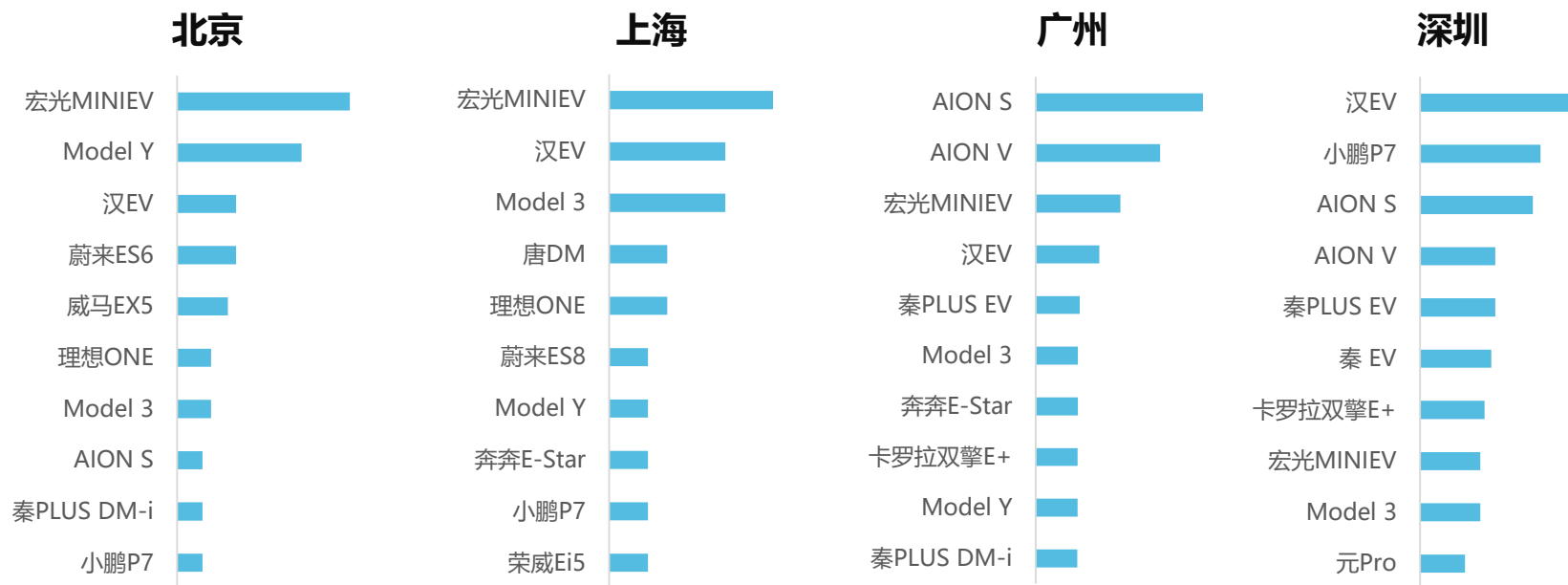
### 城市TOP 10

直辖市和省会城市是新能源汽车置换最活跃的地区，尤其是北上广深，受政策影响，置换已成为市场主旋律。



## 一线城市新能源车系置换关注分布

- 北京和上海地区的新能源车系组成呈多元化趋势，新能源汽车发展日益成熟，与地区人口经济水平发展、新能源车产品力增强有关；广州和深圳地区受地域影响，广汽埃安、比亚迪等本土新能源车更受关注。

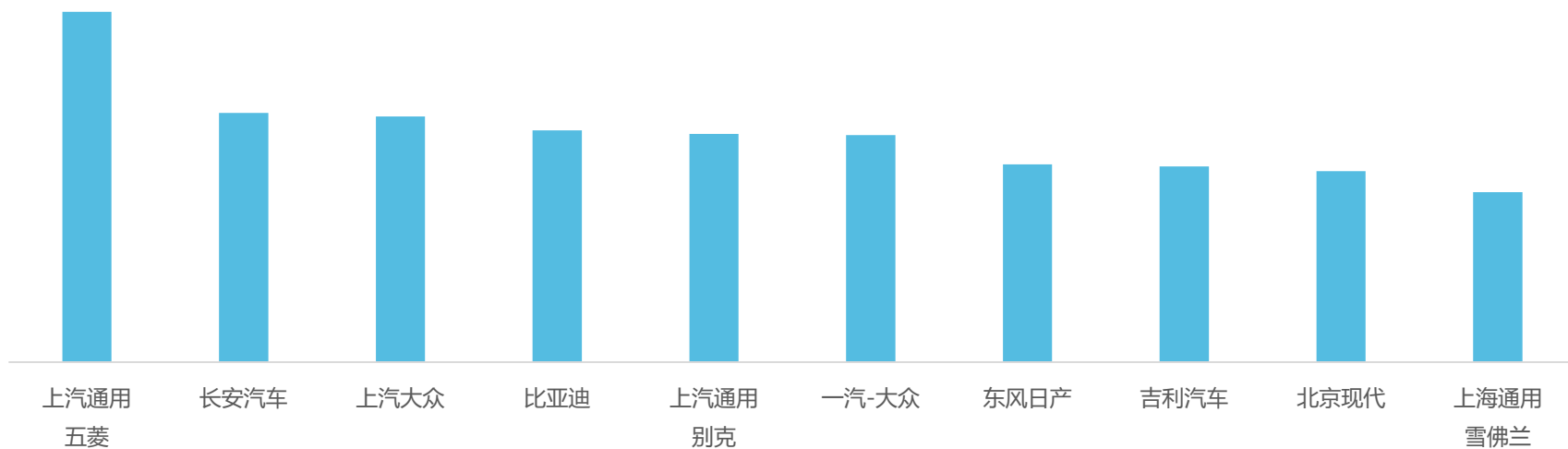


\*数据计算方式：单车样本量占某区域置换关注新能源车总样本量的比值；如需了解车型具体占比情况，请联系58汽车数据研究院

## 新能源置换用户原车厂商分布

- 除了上汽通用别克、东风日产等合资品牌外，新能源置换用户的原车厂商分布中，不乏上汽通用五菱以及比亚迪等中国品牌，与市场保有量大、原车价格经济实用不无关系。

新能源置换用户原车厂商TOP 10

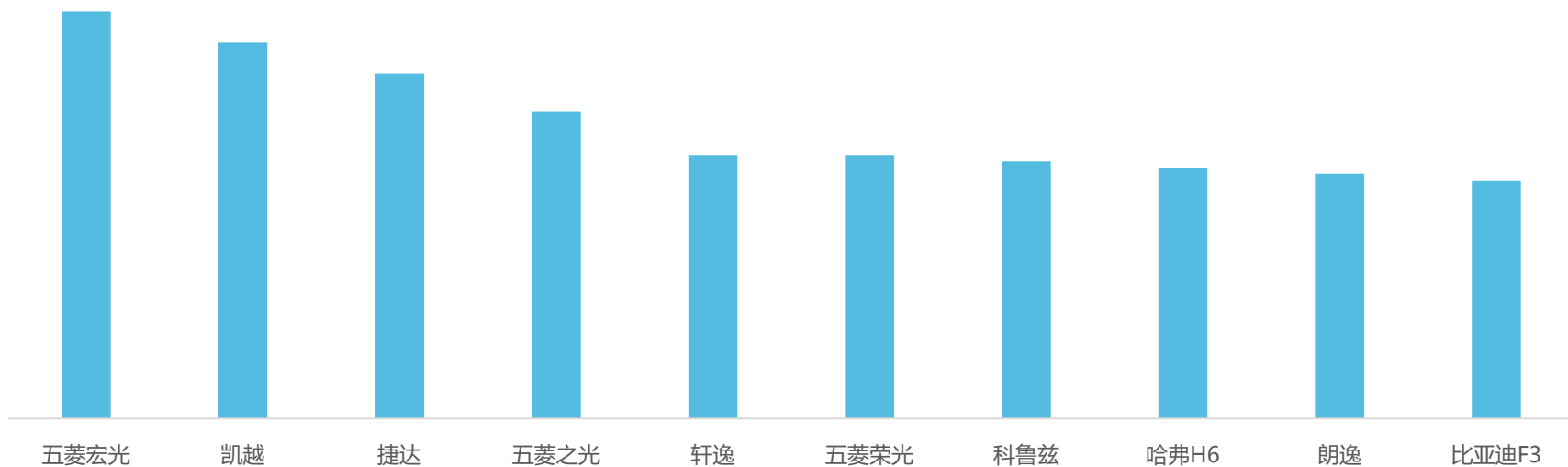


\* 注：如需了解厂商具体占比情况，请联系58汽车数据研究院

## 新能源置换用户原车车系分布

- 在原车车系分布中，五菱宏光、凯越等“国民车型”成为了二手车流通市场数量靠前的车型，且以经济实用性和高性价比的优势出列。

新能源置换用户原车车系TOP 10

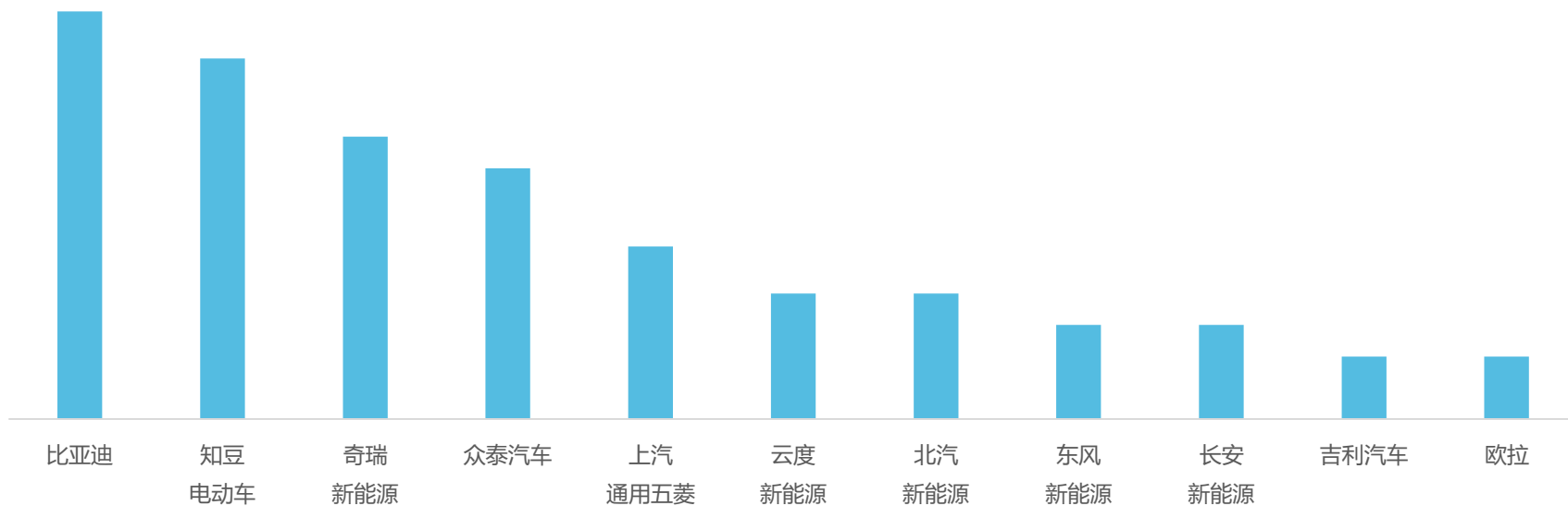


\* 注：如需了解车系具体占比情况，请联系58汽车数据研究院

## 新能源置换用户原新能源厂商分布

- 新能源置换用户的原新能源厂商分布中，比亚迪占据榜首，与其涉猎新能源市场较早、旗下新能源车型分布广有关。

新能源置换用户原新能源厂商TOP 10

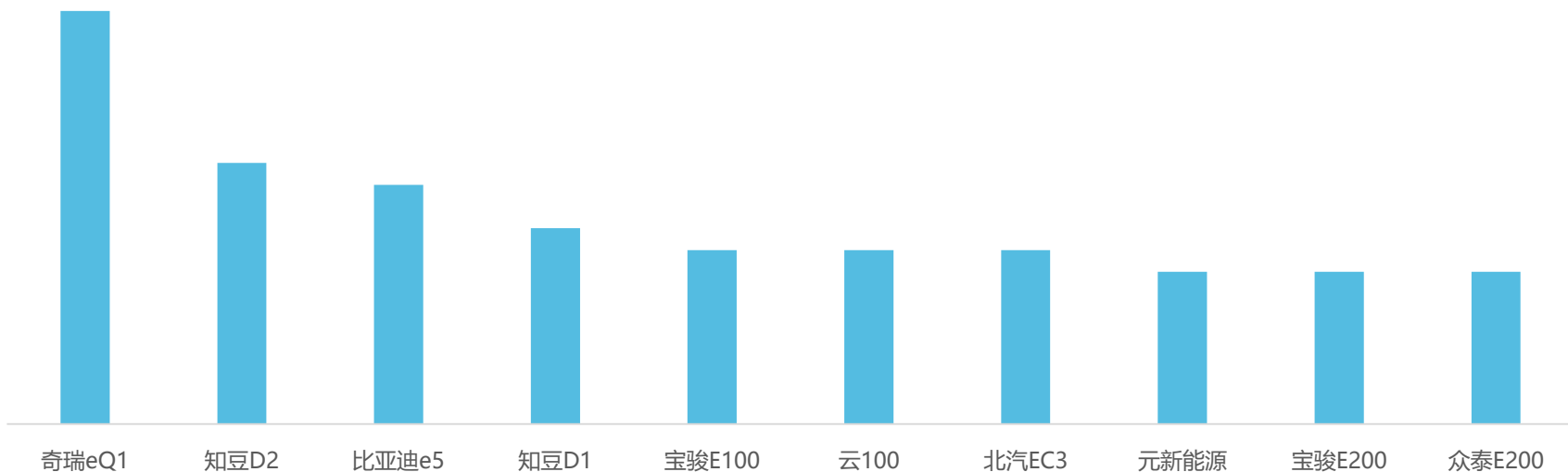


\* 注：如需了解厂商具体占比情况，请联系58汽车数据研究院

## 新能源置换用户原新能源车系分布

- 在原新能源车系分布中，微型车成主要置换来源，其价格低廉、代步性强，多为政策用车首选，在二手车市场的流通性更强。

### 新能源置换用户原新能源车系TOP 10

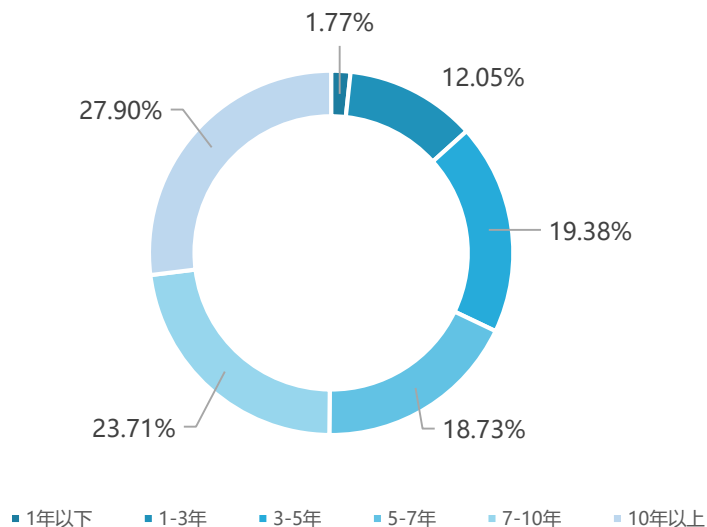


\* 注：如需了解车系具体占比情况，请联系58汽车数据研究院

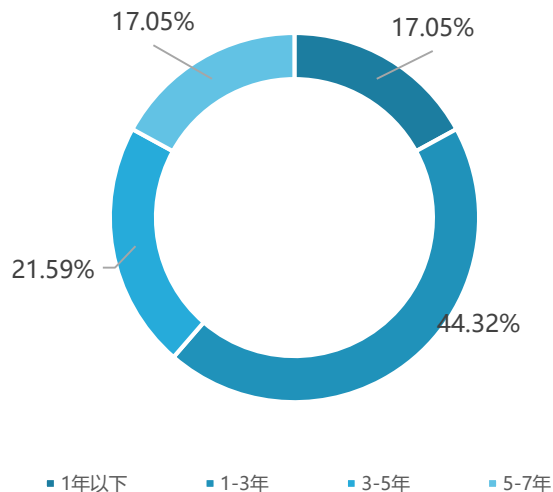
## 新能源置换用户原车车龄分布

- 新能源置换用户的原车车龄普遍集中在7年以上，主要原因为其置换来源九成以上来自于汽油车，车况尚可且品质相对稳定，代步为主要使用功能；原新能源车置换周期较短，超过半数用户在5年内换购新车，与新能源车更新迭代迅速存在一定关系。

### 新能源置换用户原车龄分布



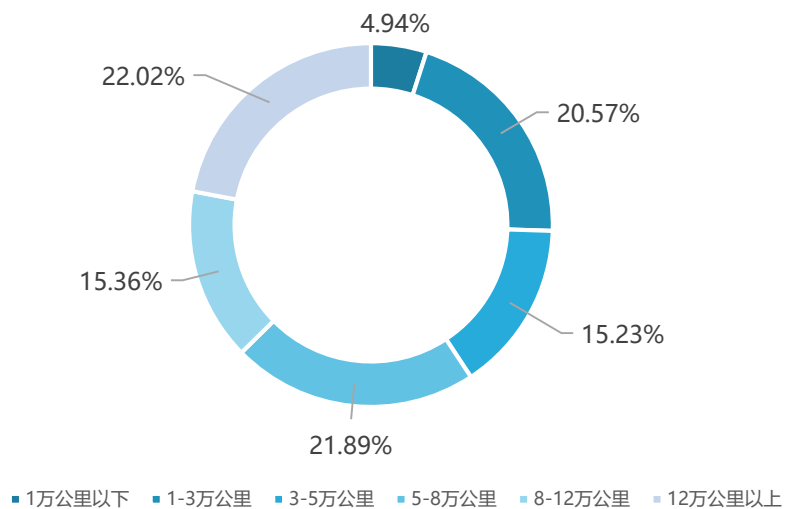
### 新能源置换用户原新能源车车龄分布



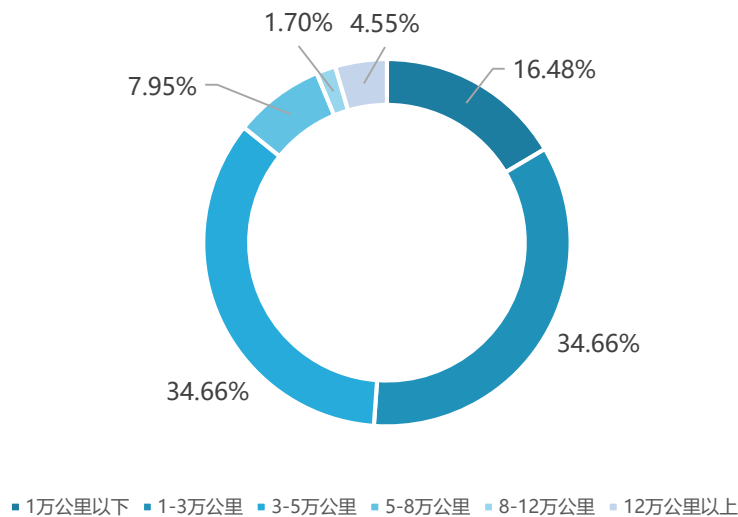
## 新能源置换用户原车行驶里程分布

- 综合新能源置换用户整体行驶里程来看，5万公里以上车型占比过半数，与燃油车置换趋势相一致；新能源车型里程与其分布相反，5万公里以下车型是置换市场的主力军，新能源厂商可因势利导，针对不同用户推出友好的置换政策争取份额。

### 新能源置换用户原车里程分布



### 新能源置换用户原新能源车里程分布

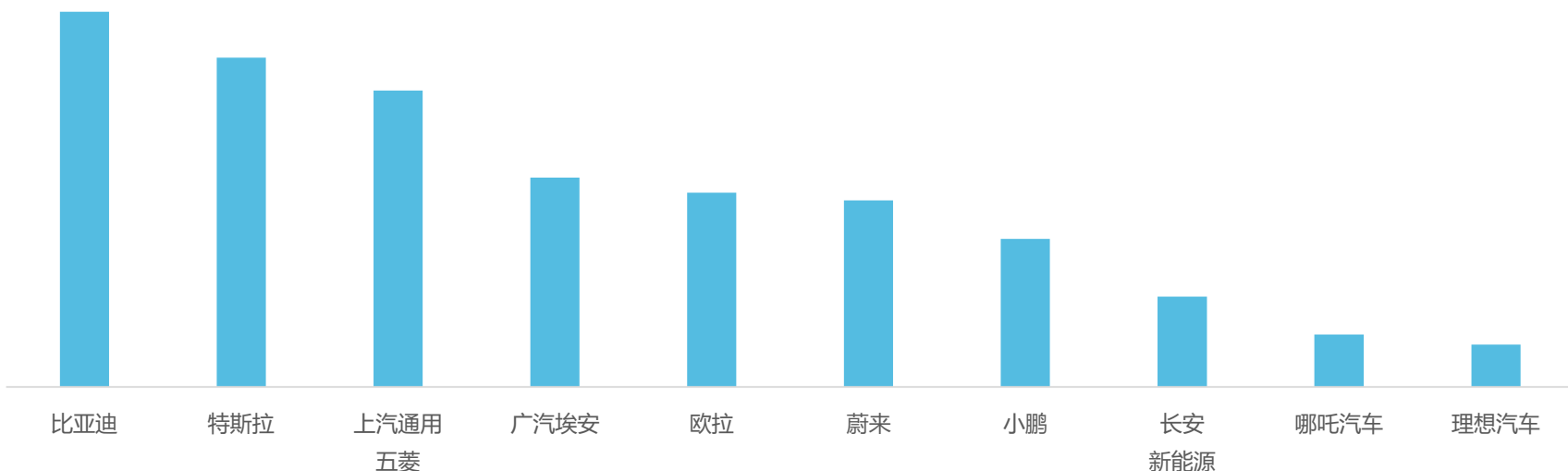




## 置换用户关注的新能源厂商分布

- 新能源置换市场中，以比亚迪、上汽通用五菱为首的新能源厂商深受置换用户关注，原因在于其发展较早、技术领先。同时，比亚迪优势明显，领跑新能源厂商关注榜。

置换用户关注的新能源厂商TOP 10

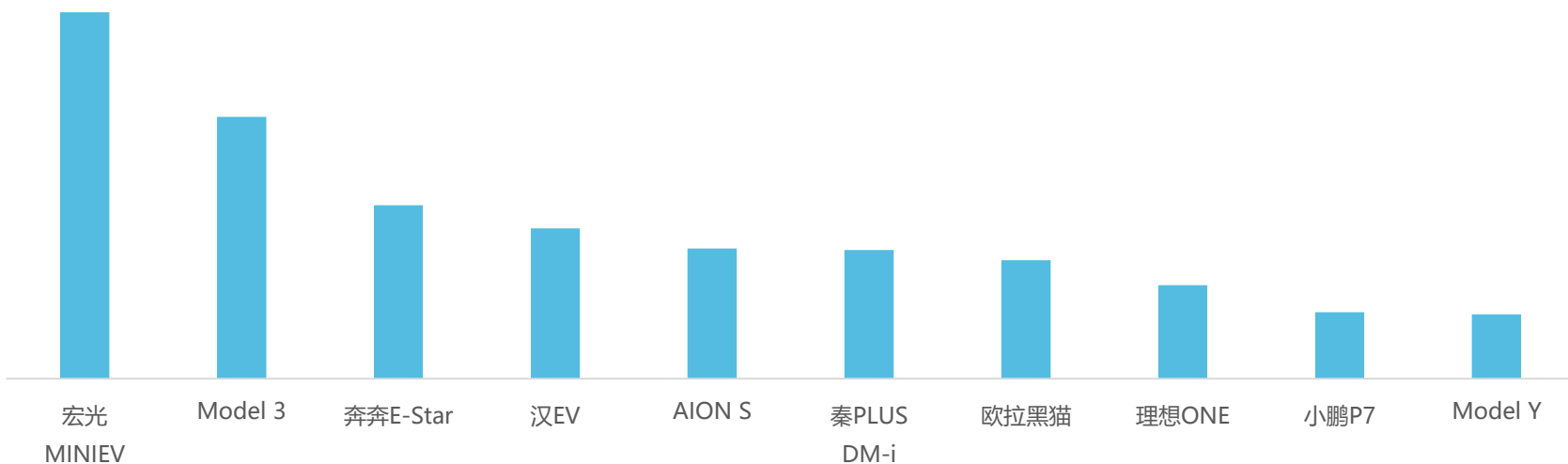


\* 注：如需了解厂同具体占比情况，请联系58汽车数据研究院

## 置换用户关注的新能源车系分布

- 置换用户对于宏光MINIEV的关注明显高于其他车型，与其性价比高、灵活便捷不无关系。除了传统车企外，造车新势力产品力不断增强，逐渐成为新能源市场的新生力量。

置换用户关注的新能源车系TOP 10

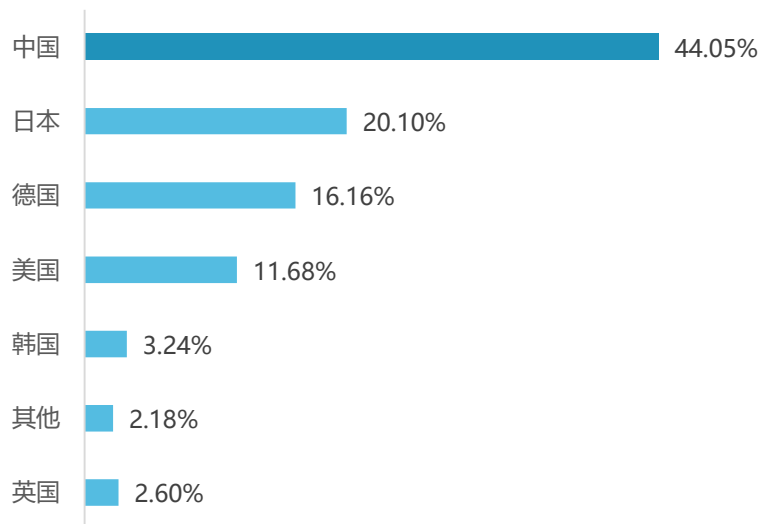


\* 注：如需了解车系具体占比情况，请联系58汽车数据研究院

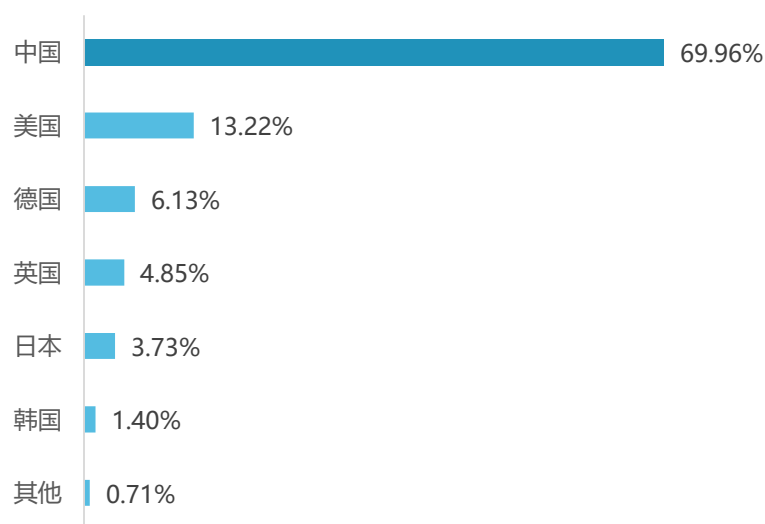
## 新能源置换用户原车及新车国别分布

- 国别上看，新能源置换用户的前车和新车，中国品牌的份额最高，后者占比近70%，说明中国品牌在汽车交易市场较为活跃，且新能源车更受用户认可。

### 新能源置换用户原车国别分布



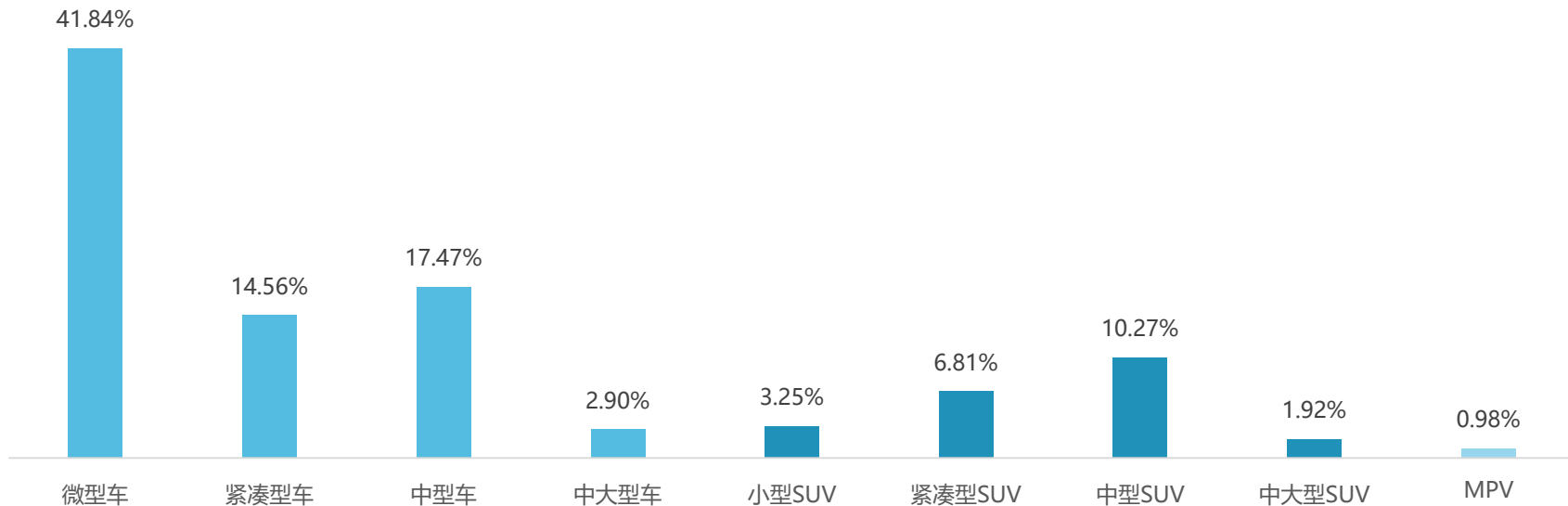
### 新能源置换用户新车国别分布



## 新能源置换用户关注的车型级别分布

- 微型车成为新能源置换用户首选，置换关注度占比近半数，原因在于其实用性较强且代步性好，是新能源厂商未来可深耕的领域。

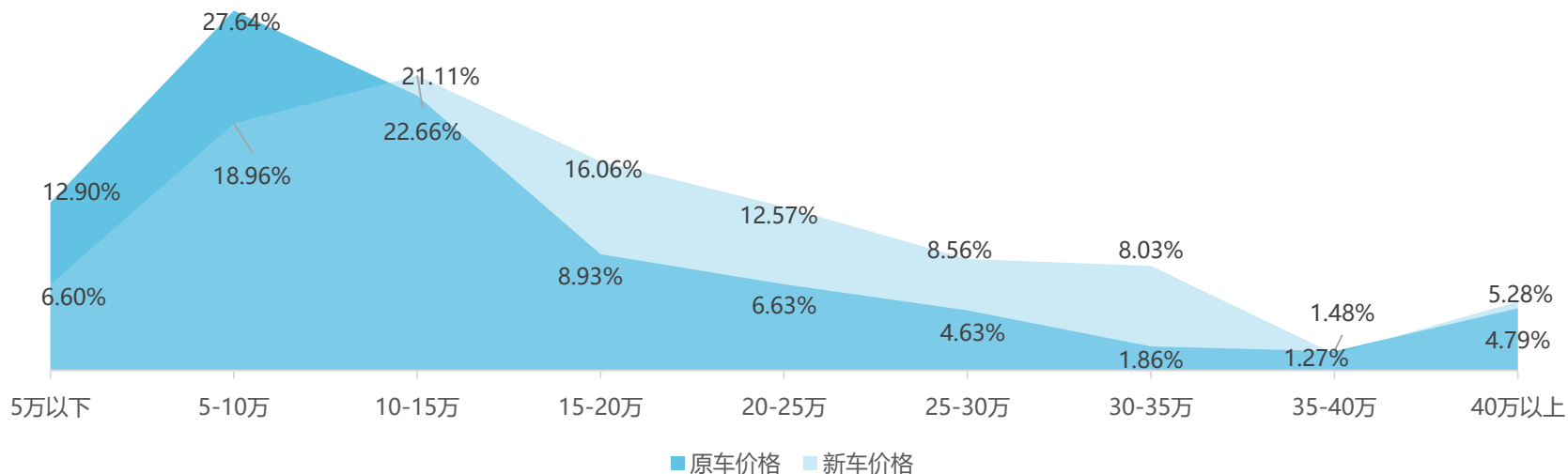
新能源置换用户关注的车型级别分布



## 新能源置换用户关注的车型价格分布

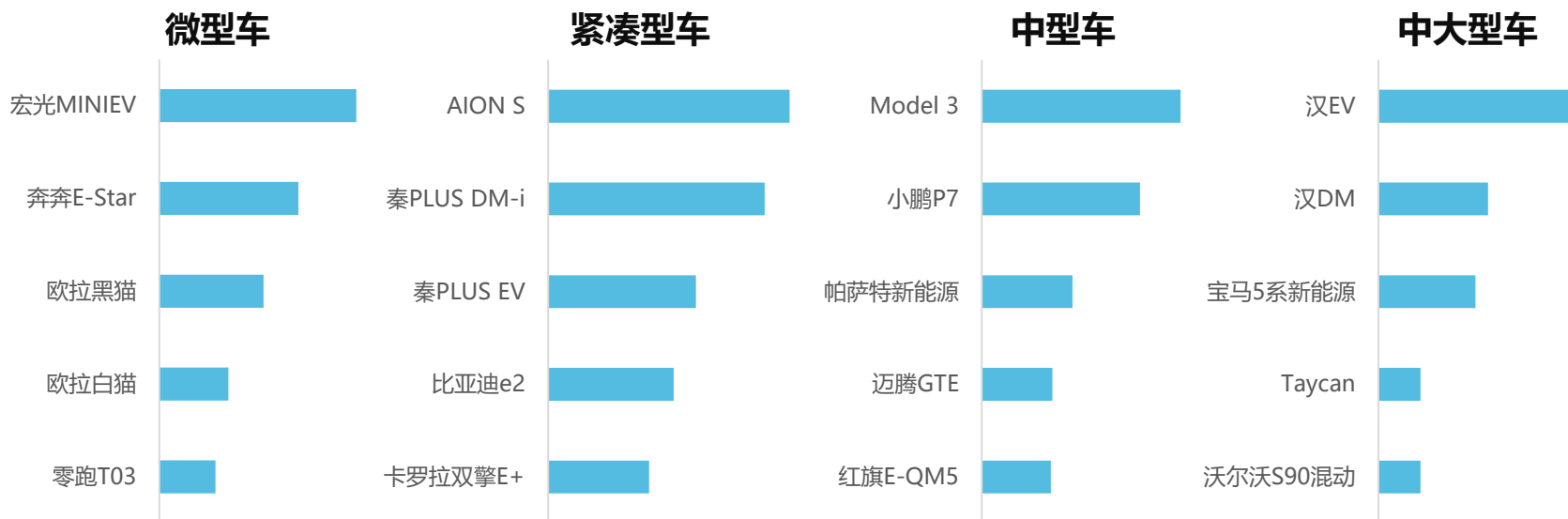
- 置换用户关注的新能源车价格主要分布在20万元以下的中低价位区间，主要用于日常代步；同时，有超过10%的用户关注30万元以上的高价位车型，主打高价位的蔚来、特斯拉等车企强势布局，竞争激烈。

新能源置换用户关注的车型价格分布



## 新能源置换用户关注的轿车分布

- 宏光MINIEV以绝对的优势领跑新能源微型车榜单，随着欧拉黑猫、零跑T03的加入，新能源微型车市场遭到强势瓜分；比亚迪新能源车在紧凑型车领域关注度更高，共有3款车上榜；汉EV则凭借性价比在新能源中大型车领域备受置换用户关注。

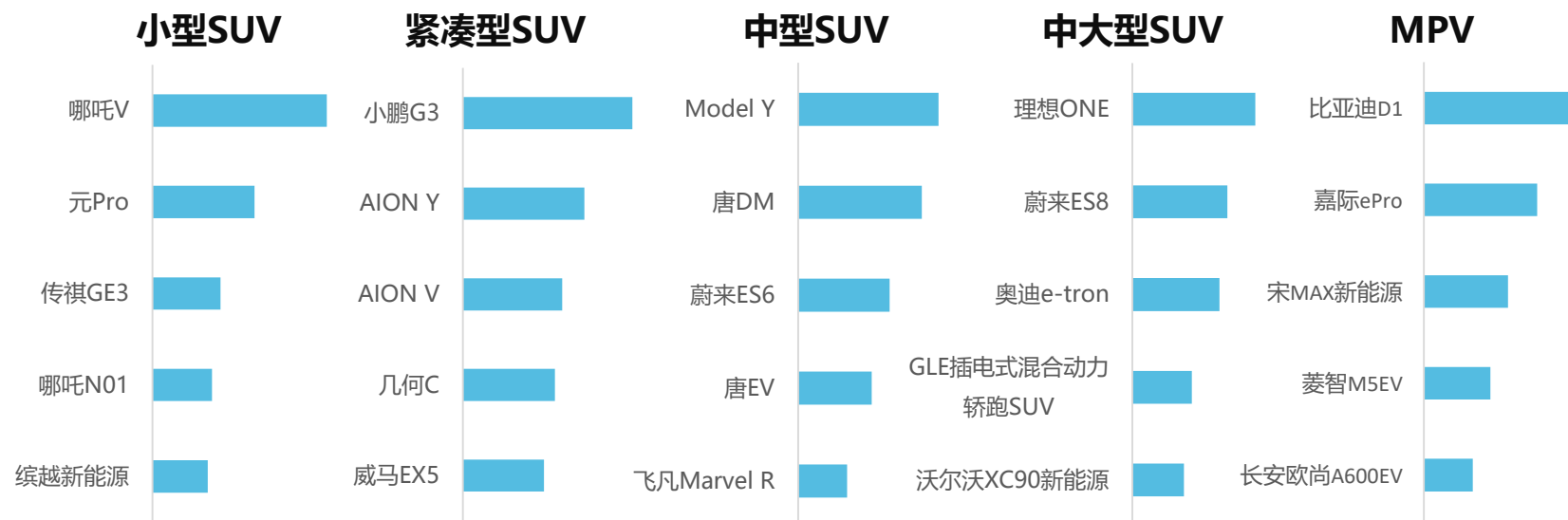


\*数据计算方式：单车样本量占某细分领域置换关注新能源车总样本量的比值；小型车级别样本量不足，和紧凑型车合并至同一个榜单

注：如需了解车系具体占比情况，请联系58汽车数据研究院

## 新能源置换用户关注的SUV/MPV分布

- 哪吒汽车在新能源小型SUV领域深受关注，2款主力车型位居前列，造车新势力逐步受到消费者关注；新能源中型SUV的竞争也较为激烈，传统新能源厂商不断受到新势力冲击；新能源中大型SUV和MPV受到置换用户关注较少，理想ONE和比亚迪D1领跑两大榜单。



\*数据计算方式：单车样本量占某细分领域置换关注新能源车总样本量的比值

如需了解车系具体占比情况，请联系58汽车数据研究院

The background is a solid blue color with several abstract geometric elements. There are several thin, light blue lines of varying lengths and orientations. A small, solid light blue circle is located in the upper left quadrant. A larger, thin white circle is positioned on the left side, partially overlapping the text '04'.

**04**

**总结启示**



## 新能源换购市场关键词

- 新能源换购市场不再是传统厂商一家独大，造车新势力逐步涌现，不断分割市场份额。
- 整体换购市场来看，中国品牌以发展早、技术成熟出列，在新能源置换市场已经取得部分先机。
- 新能源置换用户对于微型车的关注显著高于其他类别，换购的主要考虑因素仍为经济性。

新势力挑战

中国品牌

经济性

## 新能源换购市场总结启示

- 全国范围看，用户现有车型多以代步为主要功能，置换成新能源产品也多以经济实用性为主，价格上主要集中在20万元以下，未来15-25万元之间的车型将成为车企竞争焦点；
- 全国各地的置换形势不尽相同，置换热度自东向西降温，北上广深等城市受到限购政策影响，对于新能源产品的置换关注度高于其他城市，同时该区域经济基础较高，可作为未来重点深挖区域；
- 新能源微型车是目前最受置换用户关注的领域，伴随经济发展以及消费者观念的转变，未来紧凑型车领域或将成为另一重点领域；
- 纵观整体置换市场，原车为新能源车的用户，在置换周期上明显短于传统燃油车周期，新能源厂商可针对不同购车人群推出友好的置换政策。

## 新能源换购市场挑战和机遇



### 新能源换购待释放

换购市场来看，大部分用户仍会选择燃油车，仍有大量新能源市场换购需求待释放



### 紧凑级市场仍有机会

当前新能源汽车市场呈哑铃结构，但在紧凑级别仍然有机会可挖掘



### 东部城市可继续深挖

东部城市在新能源置换市场中热度高于其他地区，直辖市和省会城市也是未来可深挖的区域



### 中国品牌优势明显

中国品牌是新能源置换市场的主力军，可通过开拓新能源市场撬动存量市场



### 原车性价比高

新能源置换用户原车多为高性价比车型，可针对此类用户推出友好置换政策



### 重点布局20万元以下

经济实用性仍是新能源置换市场主旋律，厂商可重点布局20万元以下区间

# THANKS

感谢阅览

