



# 2016

## 新能源汽车私人消费者研究报告

易车公司 数据研究部 2016年5月

# CONTENTS



新能源车市场概况



新能源车私人消费者分析



# 新能源车市场概况

YI CHE . COM



# 新能源车定义及主要分类

新能源车主要分类



新能源车定义



混合动力

插电式混合动力

普通混合动力

纯电动

燃料电池

其他

\*由于普通混动不在政府补贴政策中，燃料电池等其他新能源车型市场尚处起步阶段，本报告暂不重点展开；



新能源汽车是指采用非常规的车用燃料作为动力来源（或使用常规的车用燃料、采用新型车载动力装置），综合车辆的动力控制和驱动方面的先进技术，形成的技术原理先进、具有新技术、新结构的汽车。

——工业和信息化部《新能源汽车生产企业及产品准入管理规则》



# 主要类别新能源车特点



## 普通混合动力车型

- 同时具备发动机、电机
- 电机功率较小，起步、加速等情况电机介入
- 省油比例较低
- 不享受国家相关购车补贴

代表车型：雷凌双擎/卡罗拉双擎



## 插电式混合动力车型

- 同时具备发动机、电机
- 两套动力驱动，电机可单独驱动车辆
- 增程式插电混动仅靠电机驱动，续航里程较长
- 省油比例较高，**享受国家补贴政策**

代表车型：比亚迪秦/A3 e-tron



## 纯电动车型

- 无发动机，无变速箱
- 一套动力，仅通过电机驱动，电机功率高
- 续航里程较长
- 无燃油消耗，**享受国家补贴政策**

代表车型：北汽EV系列/特斯拉Model S



## 燃料电池车型

- 车辆燃料为高纯度氢气
- 一套动力，电机驱动
- 续航里程较长，充电时间短
- 市场尚处于初始启动阶段

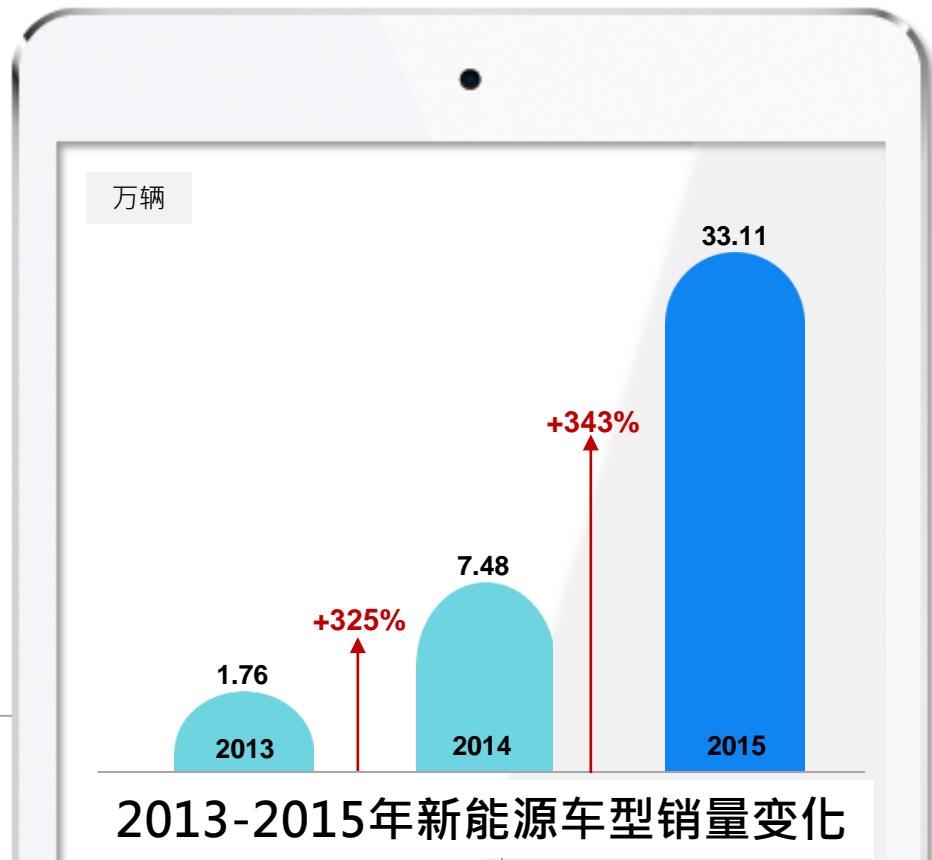
代表车型：丰田Mirai



# 近年来，市场环境持续改善，新能源车市场实现高速增长

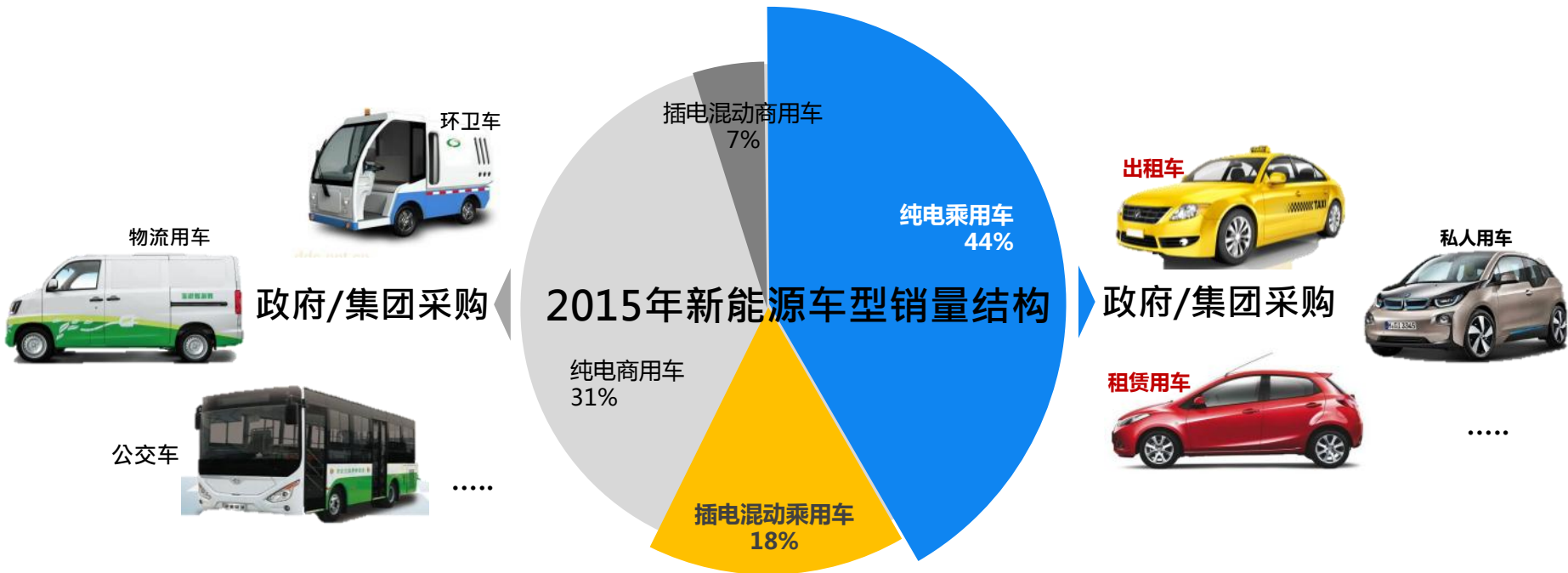
新能源车扶持政策持续出台  
用车便利性不断提升  
消费者新能源车接受度提升  
产品质量改善，选择不断丰富  
燃油车限制措施频出

**催化**





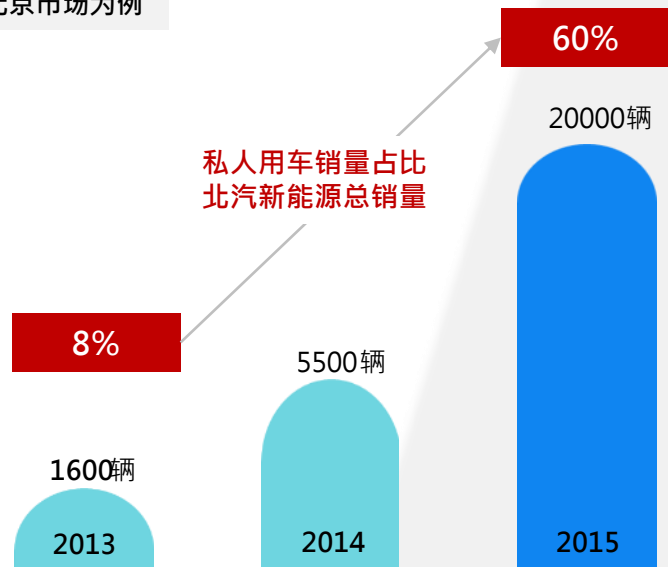
# 新能源乘用车销量占比超六成，政府/集团采购仍是市场重要组成部分





# 随着私人消费者接受度提升，私人用户占比将不断提高

以北京市场为例



北汽新能源私人用车销量变化



“北汽新能源的消费群体以私人购买比例不断地上升，销量从1600人、5500到2万人，对私销售比例从三年前8%已经上升到去年的60%，我们认为这才是一个健康的产业发展的态势...”

——北京新能源汽车股份有限公司总经理 郑刚





# 新能源车私人消费者分析

作为私人消费者看车、购车、用车过程中的重要媒介、服务平台，易车网大数据分析将充分反映私人消费者对新能源车型的需求偏好...

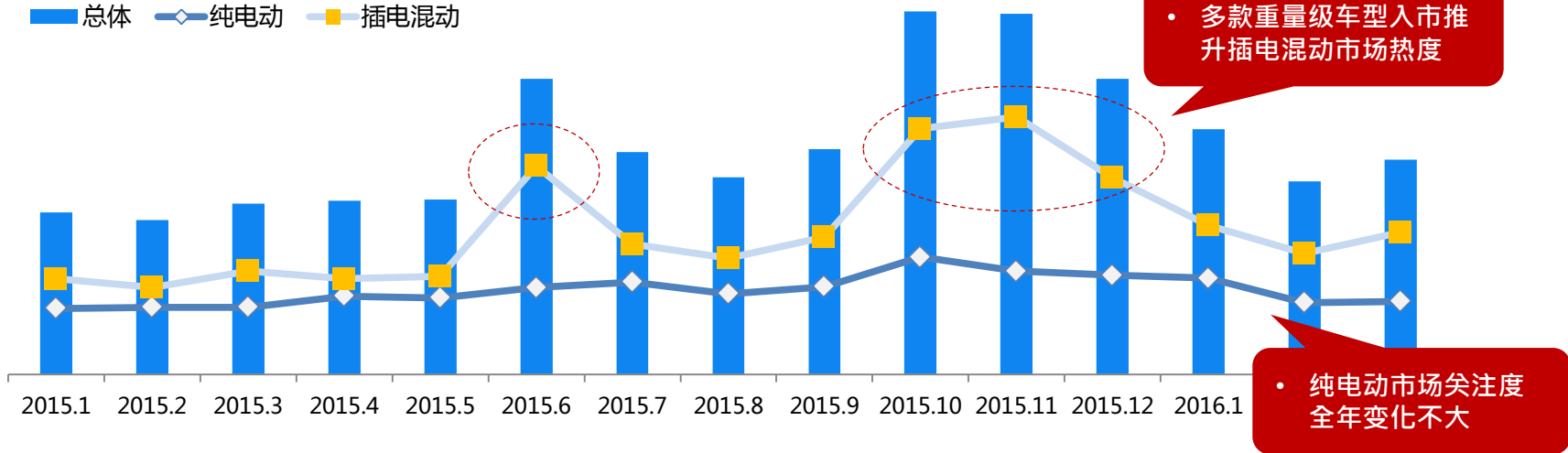
YI CHE . COM



# 随着重量级插电车型入市，2015年私人消费者关注度提升明显

## 纯电动+插电混动乘用车关注度

■ 总体    ◆ 纯电动    ■ 插电混动

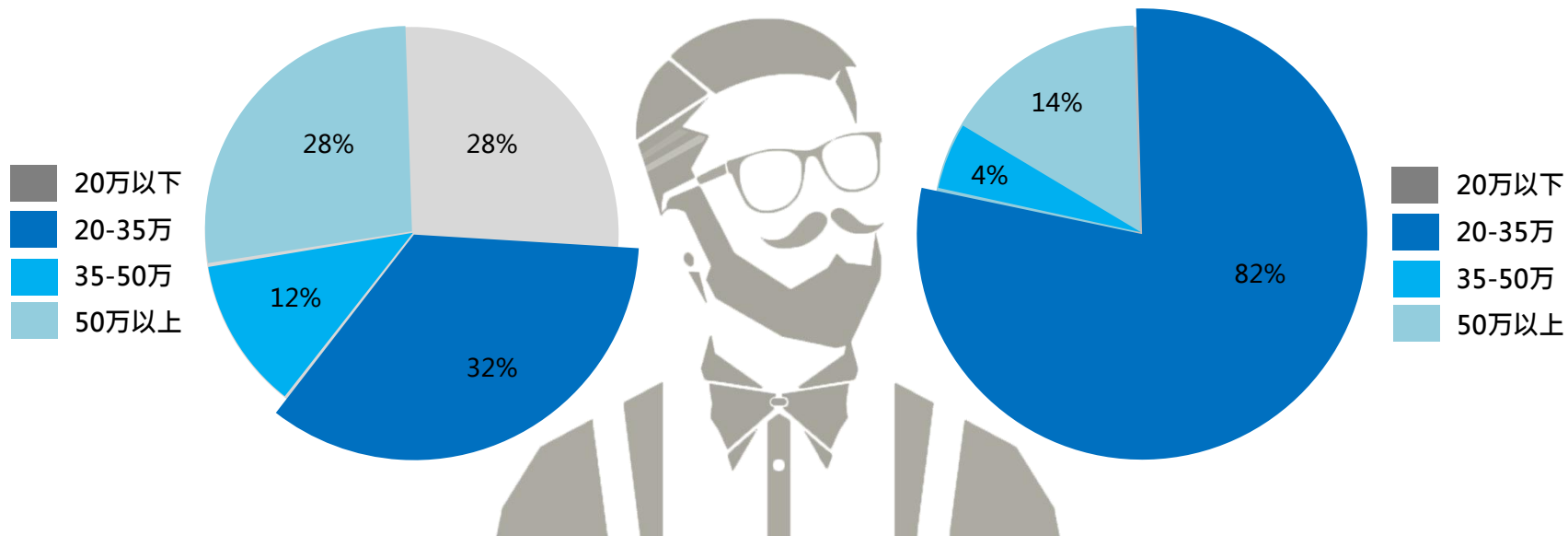


• 多款重量级车型入市推升插电混动市场热度

• 纯电动市场关注度全年变化不大



# 35万以内纯电车型及20-35万插电车型是消费者关注重点



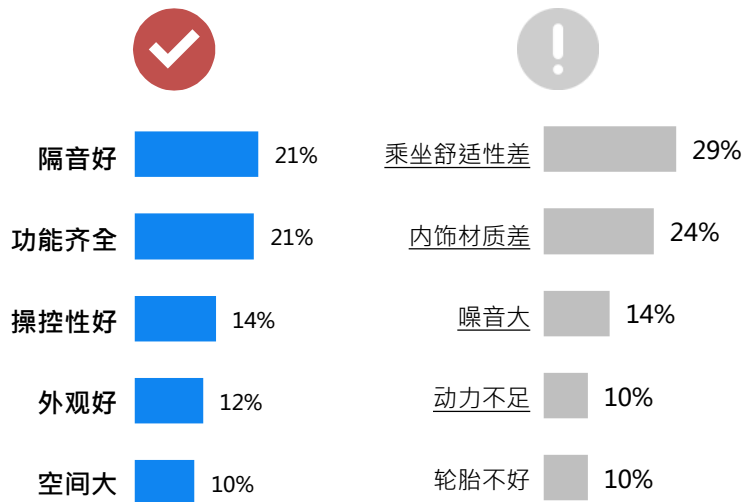
## 私人消费者不同价位新能源车关注分布

数据来源：易车指数分析·2015-2016Q1；分析涉及在售主要纯电动车型28款·插电式混动车型10款

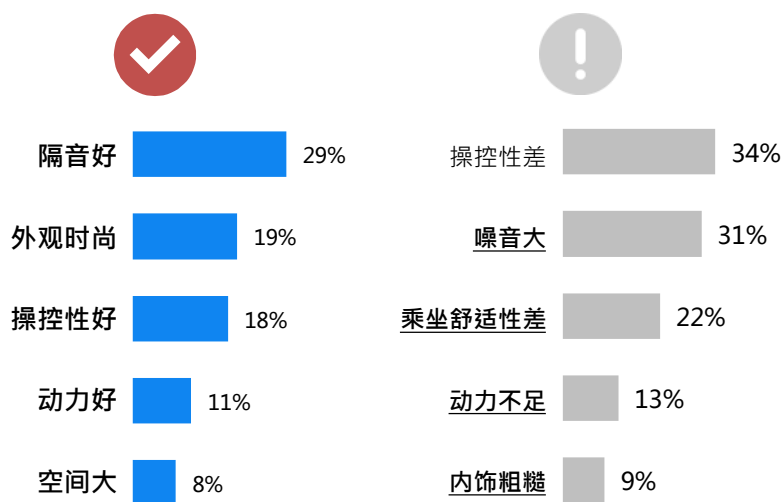


# 不舒适、内饰粗糙、噪音及动力不足是两类车型均要面对的主要产品问题

## 插电式混动车型口碑



## 纯电动车型口碑





# 基于车型偏好，新能源车私人消费者可分为四类

## 中低端市场



进取新鲜人

## 中端市场



体面务实族

## 中高端市场



品质生活派

## 高端市场



精英发烧友

偏好车型指导价（元）

20万

35万

50万



# 进取新鲜人：处事业上升期，偏好大众娱乐并乐于接受新事物，购车满足基本代步需求

## 群体特征

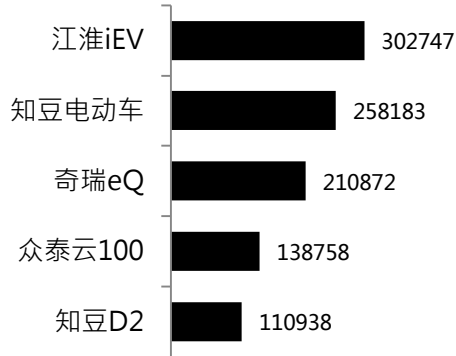
- 男
- 25-35岁
- 生产/营运/建筑业，事业尚处上升期
- 喜欢大众娱乐项目，关注最新影视剧
  - 对IT新品感兴趣，经常网络购物

## 购车需求

- 满足市内代步基本需求
- 对购车、用车经济性要求高
- 解决限购城市购车需求



## 关注车型排行Top5





# 体面务实族：注重家庭，务实但追求体面生活，购车满足家庭出行、出游需求

## 群体特征

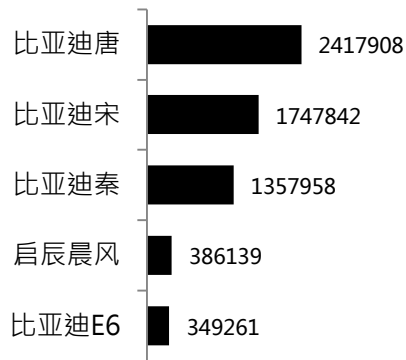
- 男
- 30-40岁
- 生产/营运及IT/互联网行业
- 对IT新品感兴趣，常家庭自驾出游
  - 务实但追求体面的生活

## 购车需求

- 追求品质与性价比的平衡
- 具有较高家庭短途出游需求
  - 解决限购城市购车需求



## 关注车型排行Top5





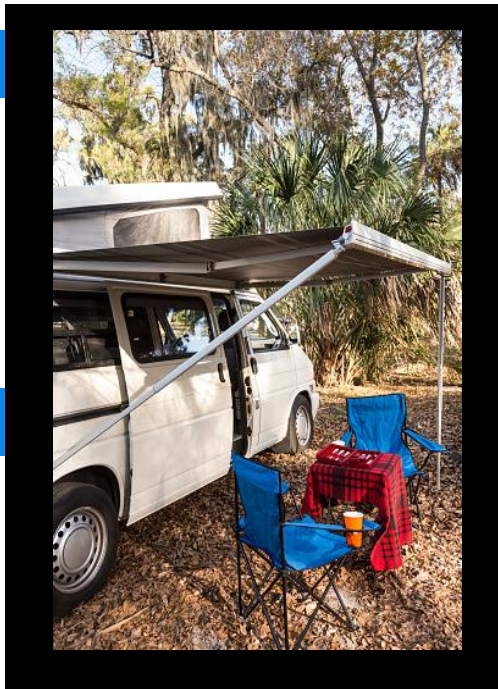
# 品质生活派：追求生活品质，注重享受生活，购车满足对差异化驾乘体验的追求

## 群体特征

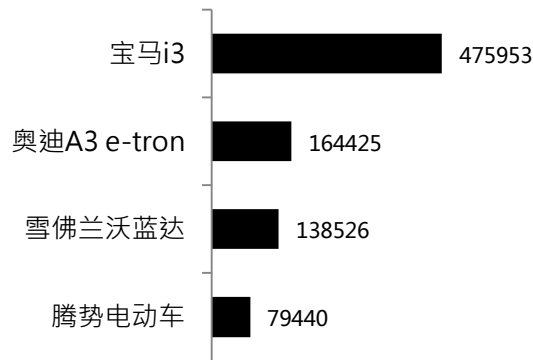
- 男
- 25-40岁
- 销售、金融、广告行业，收入较高
  - 追求生活品质，爱好旅游
- 期望拥有奢侈品，注重家庭理财

## 购车需求

- 出行代步，短途自驾
- 追求差异化驾乘体验
- 家中多有其他车辆



## 关注车型排行Top5







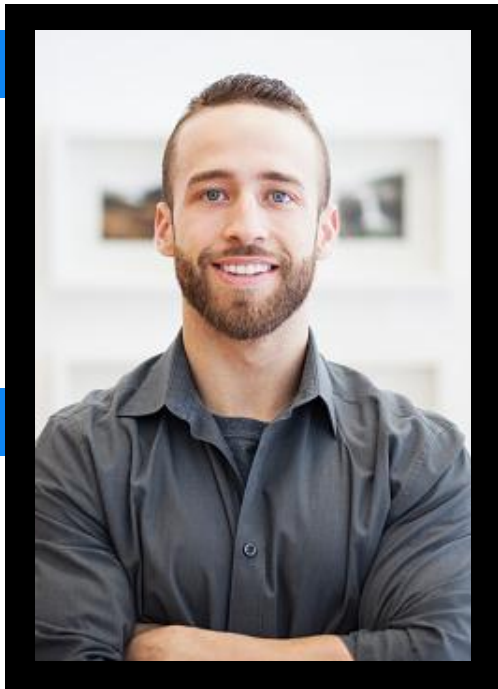
# 精英发烧友：思维活跃，自我要求高，追求高新科技体验，购车满足社交需求

## 群体特征

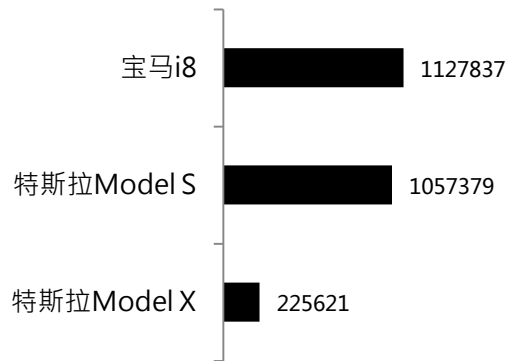
- 男
- 20-35岁
- IT/互联网、广告/传媒行业，收入高
- 喜欢逛街购物，爱好健身，对汽车感兴趣。自我要求高，持续自我提升

## 购车需求

- 聚焦“明星车型”
- 满足高端社交需求
- 追求高新科技体验



## 关注车型排行Top5





**THANKS FOR WATCHING**

---