

2023年新能源汽车行业洞察

PART I. 新能源汽车行业概况

全球电动化是趋势，传统车企相对滞后

部分纯新能源汽车车企规划

| 车企 | 成立时间 | 国别 | 规划 |
|------|-------|----|-----------------------------------|
| 特斯拉 | 2003年 | 美国 | 30年实现2000万销量。 |
| 小鹏汽车 | 2014年 | 中国 | 2023-25,布局全场景辅助驾驶,25年之后,自动驾驶和无人驾驶 |
| 哪吒汽车 | 2014年 | 中国 | 25年销量达到50万辆,海外10-20万辆 |
| 蔚来汽车 | 2014年 | 中国 | 25年进入25个以上国家和地区,累计建成4000座换电站 |
| 比亚迪 | 2015年 | 中国 | 每年至少推出两款高压纯电动车型 |
| 零跑汽车 | 2015年 | 中国 | 25年推出8款新车型,全尺寸、多车型 |
| 埃安 | 2017年 | 中国 | 25年达SJ100万辆,30年达到150万辆 |
| 极氪 | 2021年 | 中国 | 25年推出6款新车,销量达65万辆 |

部分传统车企规划

| 车企 | 成立国家 | 燃油车停售时间 | 规划 |
|------|------|---------|--|
| 比亚迪 | 中国 | 2022年 | 25年,新能源汽车销量达SU500万辆 |
| 福特汽车 | 美国 | 2030年 | 23年达到60万辆,26年产量达到200万辆,30年新能源销量占全球50% |
| 宝马 | 德国 | 2030年 | 25年纯电车销量200万辆以上,30年累计1000万纯电汽车;30年MINI和劳斯莱斯全面电动化 |
| 奔驰 | 德国 | 2030年 | 25年混动和纯电销量占比50% |
| 沃尔沃 | 瑞典 | 2030年 | 25年全面电气化,纯电车占比50%;30年仅销售纯电车 |
| 大众汽车 | 德国 | 2035年 | 电动化投资520亿欧元 |
| 起亚汽车 | 韩国 | 2035年 | 30年,纯电车销量120万辆;30年全球销量400万辆,环保车型200万辆 |
| 本田汽车 | 日本 | 2040年 | 30年推出30款电动汽车,销量200万辆以上,电气化相关投入400亿美元 |

自主品牌在新能源汽车领域占有主动权

2020年-2022年
燃油车自主品牌和国外品牌销量占比

2020年-2022年
新能源汽车自主品牌和国外品牌销量占比

| 2020年-2022年 燃油车自主品牌和国外品牌销量占比 | | | 2020年-2022年 新能源汽车自主品牌和国外品牌销量占比 | | | | |
|---------------------------------|-------|-------|-----------------------------------|-------|-------|-------|------|
| 33% | 36% | 33% | 自主品牌 | 76% | 80% | 84% | 自主品牌 |
| 67% | 64% | 67% | 国外品牌 | 24% | 20% | 16% | 国外品牌 |
| 2020年 | 2021年 | 2022年 | | 2020年 | 2021年 | 2022年 | |

中国新能源市场快速发展，渗透率逐年递增

2013年-2022年 中国新能源汽车销量和渗透率

■ 新能源销量（万辆） — 渗透率

25.6%

2018年-2022年 中国 新能源汽车全球占比



60% 53% 42% 52% 64%

2013年 2014年 2015年 2016年 2017年 2018年 2019年 2020年 2021年 2022年

2018年 2019年 2020年 2021年 2022年

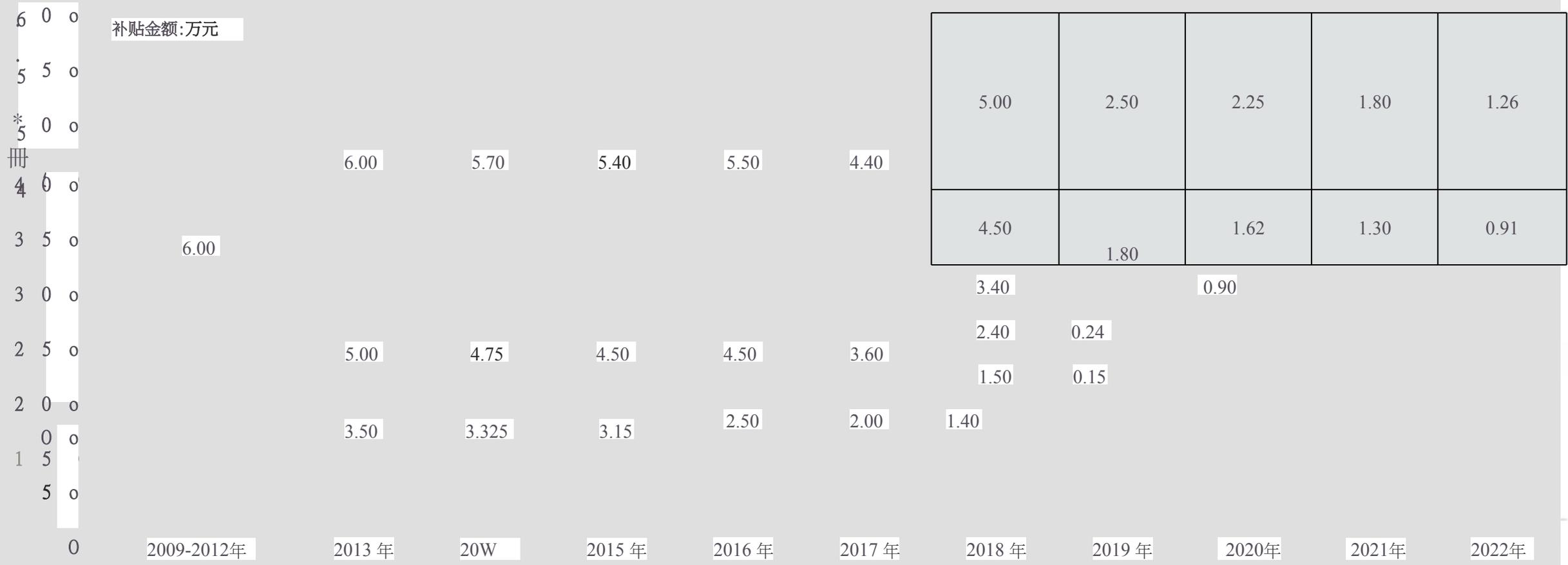
今年新能源汽车进入全面快速发展阶段

2022年1月-2023年5月中国新能源汽车销量和渗透率



补贴退坡明显，向长续航倾斜

2019年-2022年纯电动车补贴金额趋势



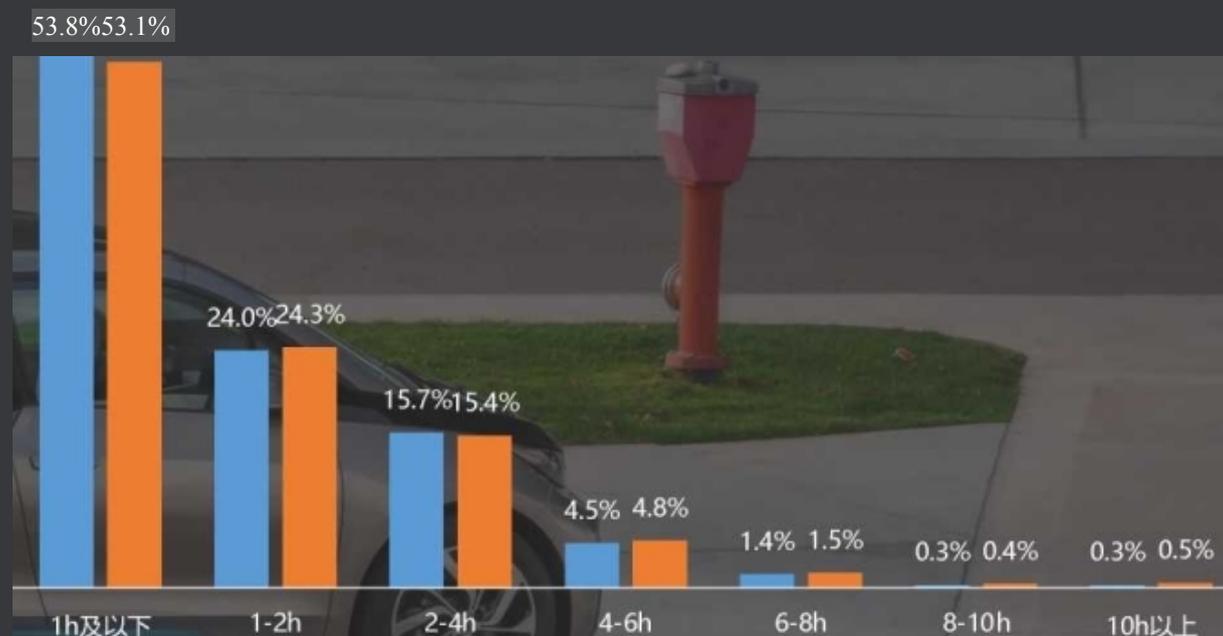
家用新能源车日均行驶**50**公里以下，通勤时间不足**2H**

家用新能源车日均行驶里程（公里）

家用新能源车日均行驶时长

■ 2021年 ■ 2022年

■ 2021年 ■ 2022年



囉德豔略

360用户对汽车整体的内容关注度



2022年

2023年

360用户对新能源汽车的内容关注度



2022年

2023年

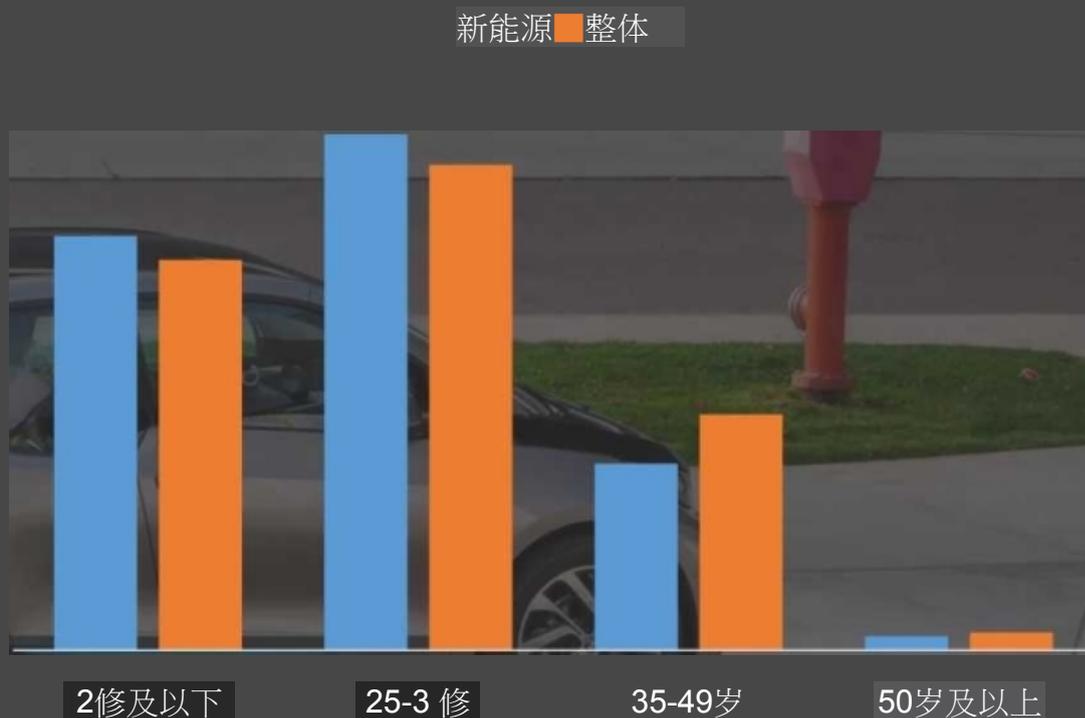
PART2.新能源汽车用户行为分析

年轻群体对新能源汽车的接受度更高

汽车整体VS新能源用户性别分布



汽车整体VS新能源用户年龄分布



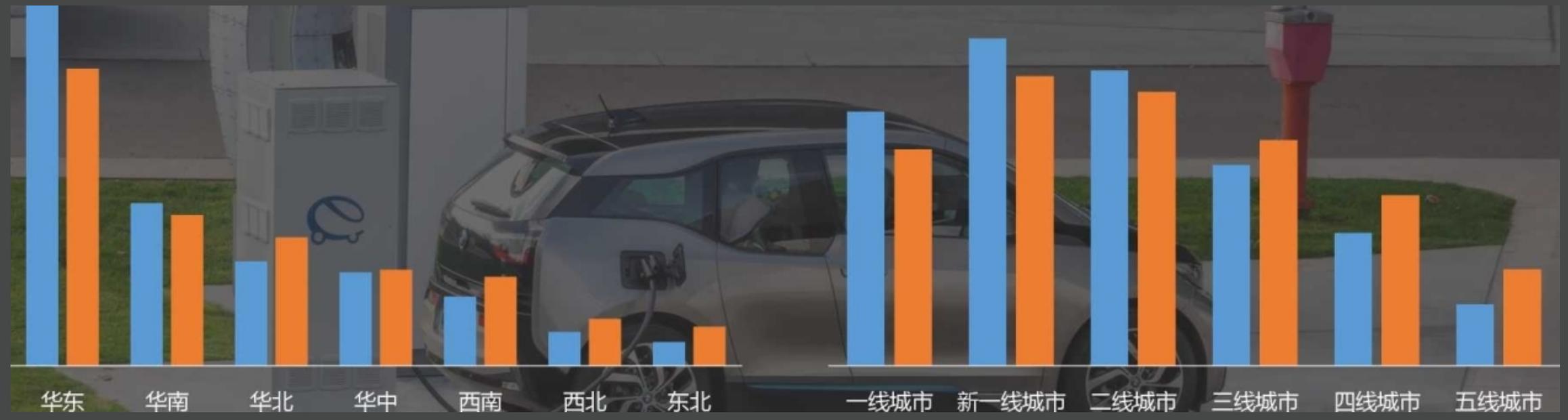
华东等一二线城市新能源用户占比多，但下沉市场增速快

汽车整体VS新能源用户区域分布

汽车整体VS新能源用户城市等级分布

新能源整体

新能源 ■ 整体



新能源用户呈现高购买力和高学历的双高态势

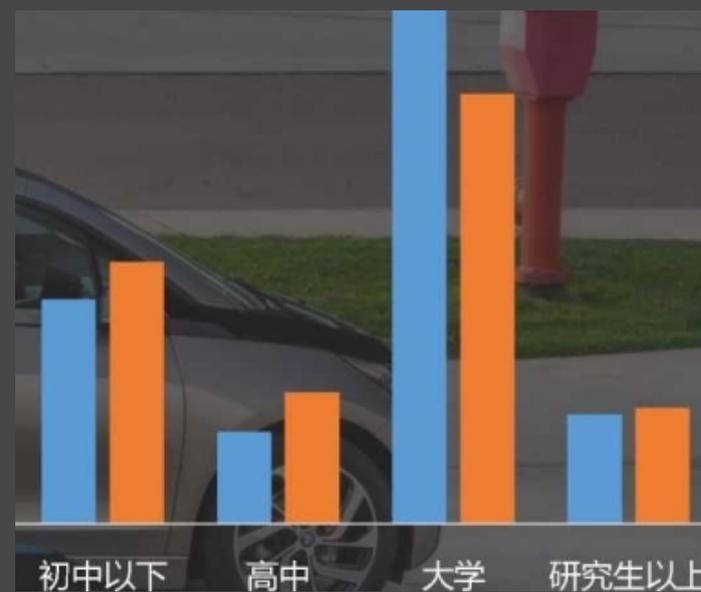
汽车整体VS新能源用户购买力分布

新能源. 整体



汽车整体VS新能源用户学历分布

新能源. 整体



360新能源汽车用户“四”特征，不同消费行为

年龄
年轻化

地域
广泛化

消费
高质化

教育
高知化



年轻消费群体消费行为

女性和年轻消费群体显著关注智能化

智能化关注者的性别和年龄TGI



智能化关注者的汽车品牌关注TOP10



以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：
<https://d.book118.com/258015130111006101>