

进入“万亿时代”

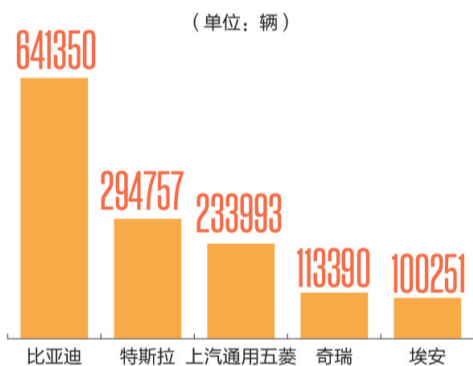
02 自主品牌崛起, 高端化和智能化成主旋律

艾媒报告数据显示,2022年上半年,中国市场销量最高的新能源汽车品牌是比亚迪,累计销量为64.14万辆,其次是特斯拉、上海通用五菱。而中国消费者关于新能源汽车认可度最高的三个品牌则分别是比亚迪、小鹏和丰田,其中比亚迪的比例远超其他新能源汽车品牌,比例为60.4%;小鹏和丰田也在中国消费者心里占据一定的地位,比例分别为42.3%和33.5%。纯电动汽车和混合动力车则是目前中国消费者认为最具有发展前景的新能源汽车类型。

比亚迪和小鹏能够从市场竞争中脱颖而出,一方面源于自身核心硬实力,另一方面则得益于国民对于国产车的接受度大幅提高,高端化和智能化正在成为自主车企丰富自身实力的第二发展曲线。从蔚来、高合等品牌车型40万元以上的车价,到广汽埃安建立高端品牌Hyper,比亚迪将成立50万元以上价格区间的高端越野品牌,国产品牌高端已然愈演愈烈。

新能源市场千帆竞渡到头部集中

2022年上半年国内新能源汽车销量 TOP5 品牌



2022年6月中国动力电池企业装车量 TOP5



中国公共充电桩运营商 TOP5



数据显示,今年上半年国内具备组合驾驶辅助功能的乘用车达到228万辆,渗透率升至32.4%,同比增长46.2%。新能源汽车在智能和高端的赛道竞争更加白热化,比拼的就是各个车企的技术储备。

以比亚迪为代表,它是全球首家掌握电动汽车全产业链核心技术的企业,比亚迪从硅提纯,到晶圆,到芯片制造,再到零部件研发、生产、整车装配等,基本全产业链自研自产,以及在CTB技术和e平台3.0的技术赋能下,形成了比亚迪在新能源汽车领域的“护城河”。从2021年开始,比亚迪已经在国内新能源市场端展现出强势引领能力。

而小鹏在财务层面的表现也凸显了自主新能源品牌的活力。艾媒数据显示,2018年至2022年第一季度,小鹏汽车共获得营业收入336.18亿元。艾媒咨询分析师认为,小鹏汽车的经营性现金流虽然仍为负,依然处于“烧钱”状态,但2021年获得了极为可观的收入增长,交付量正在增加。加之销售服务及超充网络正快速扩张,新产品推出节奏加快,为小鹏汽车渗透中高端市场铺平道路,财务状况有望继续改善。

君迪中国区汽车数字化零售咨询事业部总经理谢娟分析认为,汽车产品的变革正在快速推动消费者需求的不断变化。自主新势力之所以能抢占行业领先地位,源于自身互联网基因对于用户需求的敏锐嗅觉。

03 安全是消费者选购新能源汽车的主要因素

艾媒咨询数据显示,在2022年中国新能源汽车用户选购因素分析中,消费者主要考虑的前五项因素分别是汽车安全性、充电所需时间、最大续航里程、汽车价格和国家补贴。

此外,对新能源汽车不满意的调查中,续航能力差、维修保养费高、配套设施不完善成为消费者主要吐槽点。

业内人士分析认为,近一两年来,新能源汽车安全事故和召回事件频发,致使消费者对车辆安全性能的关注度跃居首位。其次,新能源汽车的核心是电池,只有在电池技术上取得突破,汽车续航能力才能提高,消费者的旅程担忧才能得以解决,车企在电池技术提升上任重道远。

艾媒咨询分析师表示,安全仍然是消费者购买新能源汽车的主要考虑因素。中国新能源汽车行业应制定新的技术标准和标准,加强监管平台的能力建设,建立“事前、事中、事后”的监控体系。此外,加快充电基础设施建设成为发展所在,政府部门应发布新能源智能汽车产业指导意见,鼓励无线充电、智能充电、大功率充电技术创新及产业化,支持加氢站建设运营。

“今后选择什么样的技术路线,如何降本增效、提升安全性能,创造出消费者满意的产品,将是我国新能源汽车实现高质量发展的核心命题。”同济大学汽车学院副教授、汽车学院驱动系统创新研究所所长宋珂认为,必须提升我国新能源汽车核心技术自主可控的能力,在关键技术路线选择上掌握话语权;同时不断加大从原材料到应用端的技术储备。

长续航还是高智能? 总有一款新能源车适合你

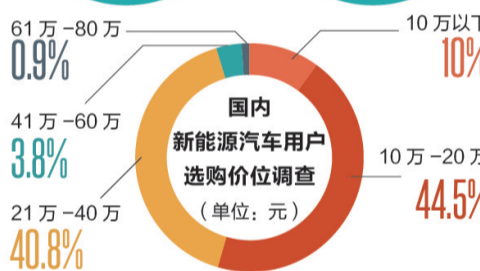
消费者高认可度新能源汽车品牌 TOP 5



2022年消费者选购新能源汽车看重因素 TOP5



2022年国内新能源汽车用户画像



数据来源: 艾媒咨询《2022-2023年全球及中国新能源汽车行业消费趋势监测与案例研究报告》、J.D. Power《2022中国新能源汽车客户体验价值研究报告》

