

# 2021



# 百度新能源汽车行业洞察报告

出品方：百度大客户部 汽车行业整合营销策略部 IMS

数据源：百度观星盘、百度百声



# CONTENTS

## 目录

Part 1  
新能源汽车行业数据

Part 2  
新能源汽车百度数据分析

Part 3  
新能源汽车百度人群洞察



# 01

## 新能源汽车市场 行业数据

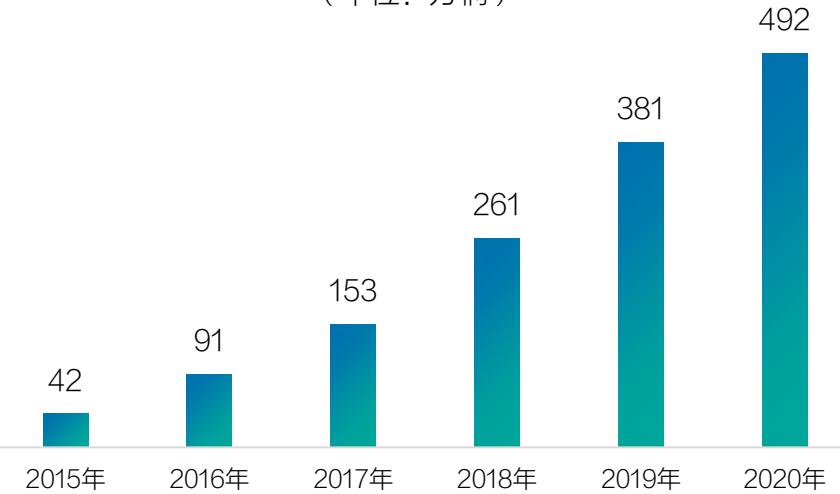


# 新能源汽车基础概念

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，却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。

2015-2020年中国新能源汽车保有量

(单位：万辆)



新能源汽车分类



+



+

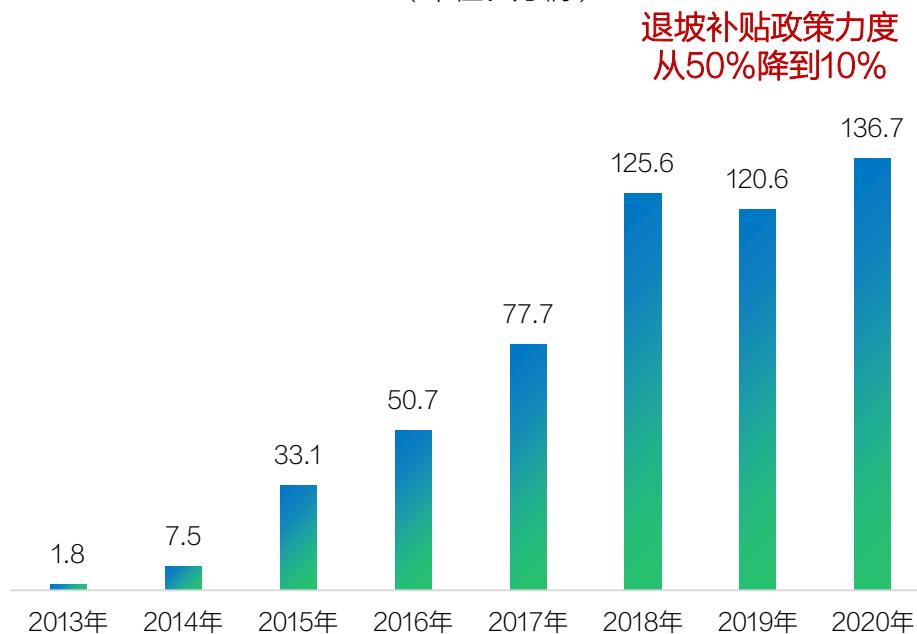


# 新能源汽车市场整体销量

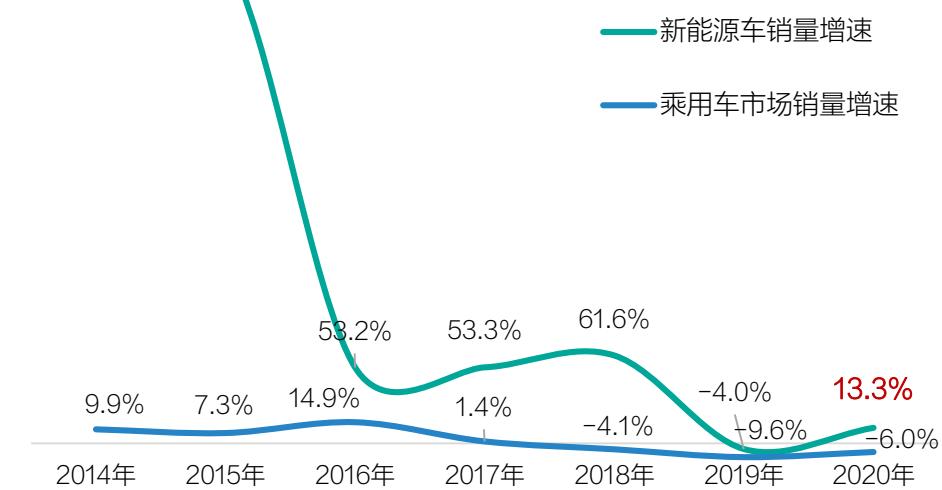
补贴退坡政策给新能源车销量造成一定影响，在乘用车市场销量下降情况下，2020年新能源车逆势上扬

2013-2020年中国市场新能源汽车销量

(单位：万辆)



2013-2020年中国市场新能源车销量增速

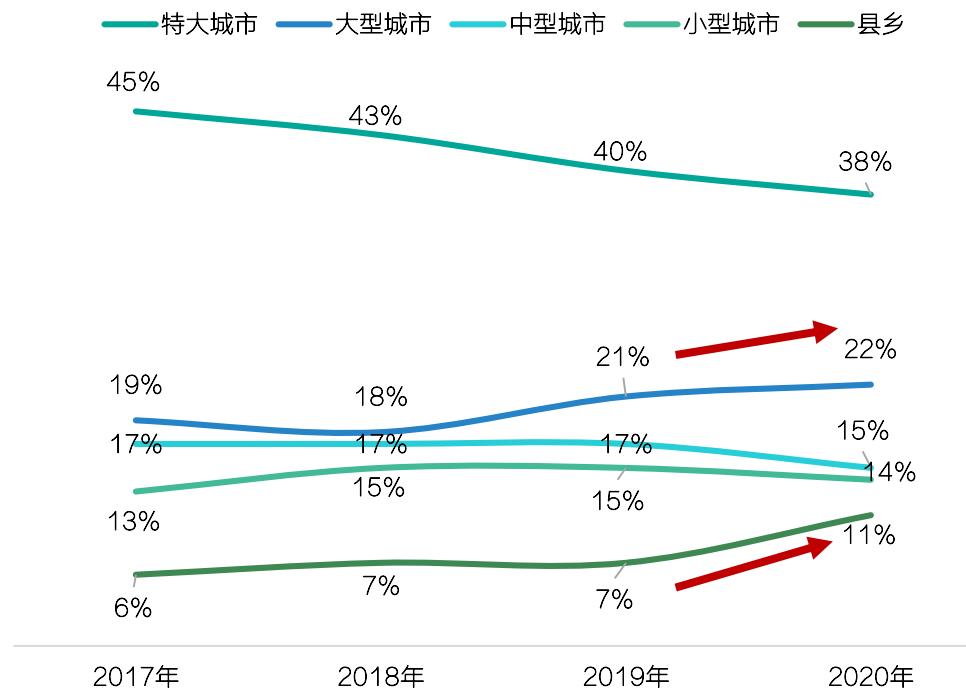


数据来源：中国汽车工业协会，2013年-2020年

# 新能源汽车市场区域分布

限购特大城市需求较强，县乡市场逐步启动，2020年新能源车的市场增长主力为上海北京等限购大城市

2017-2020年中国新能源车-分区域销量占比变化



2019-2020年中国新能源车-销量TOP10城市

(单位：辆)

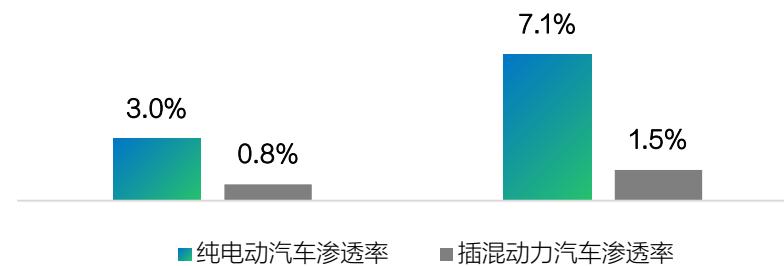
	2019年销量TOP10	2020年销量TOP10	2020年销量增速
深圳	81,411	上海	+88%
北京	80,581	北京	+16%
广州	71,718	深圳	-4%
上海	68,393	广州	-26%
杭州	40,247	天津	+43%
天津	30,110	杭州	+5%
成都	25,821	成都	+30%
柳州	24,609	郑州	+51%
武汉	22,711	重庆	+93%
西安	20,750	柳州	-5%

数据来源：乘用车市场信息联席会，2017年-2020年

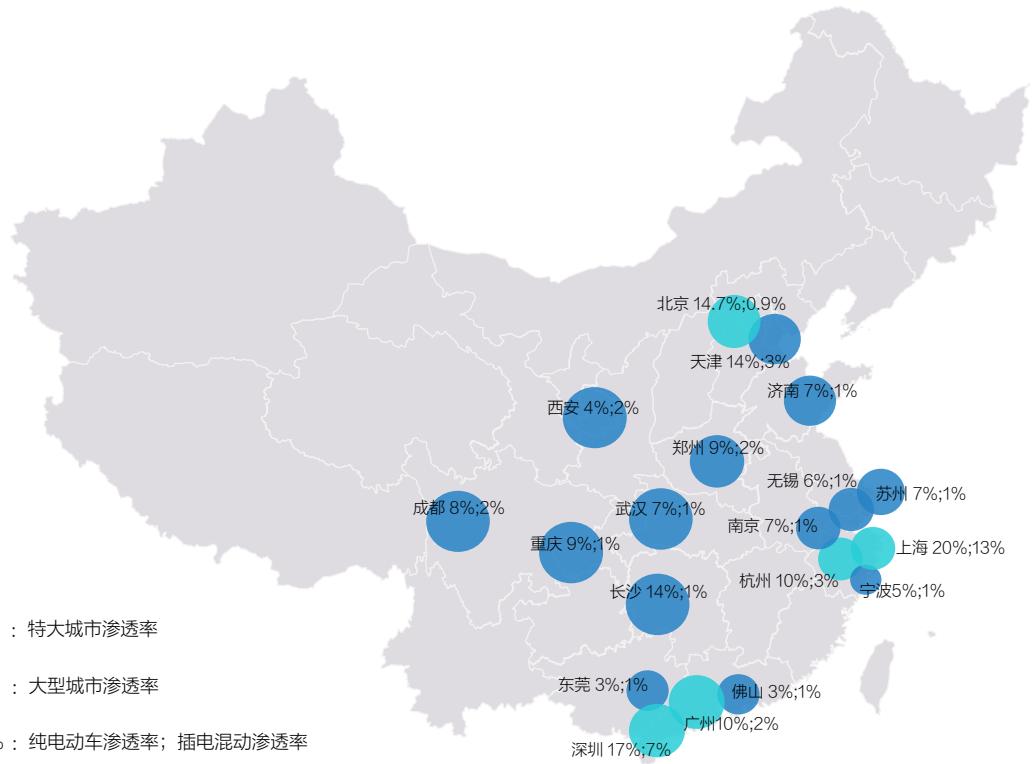
# 新能源汽车市场渗透比较

纯电动车渗透率大于插电混动汽车渗透率， 2020年渗透率显著提升，在特大城市如上海、深圳表现突出

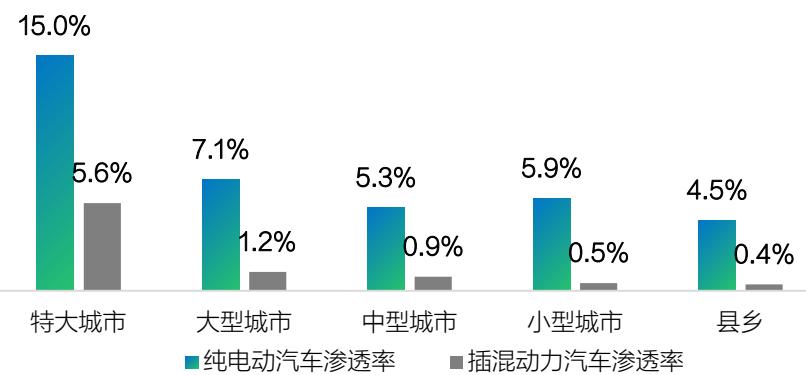
2019-2020年中国新能源汽车-整体渗透率



2020年中国新能源汽车-分城市渗透率



2020年中国新能源汽车-区域渗透率



# 新能源汽车生态一：国家政策明确支持，未来发展正向态势

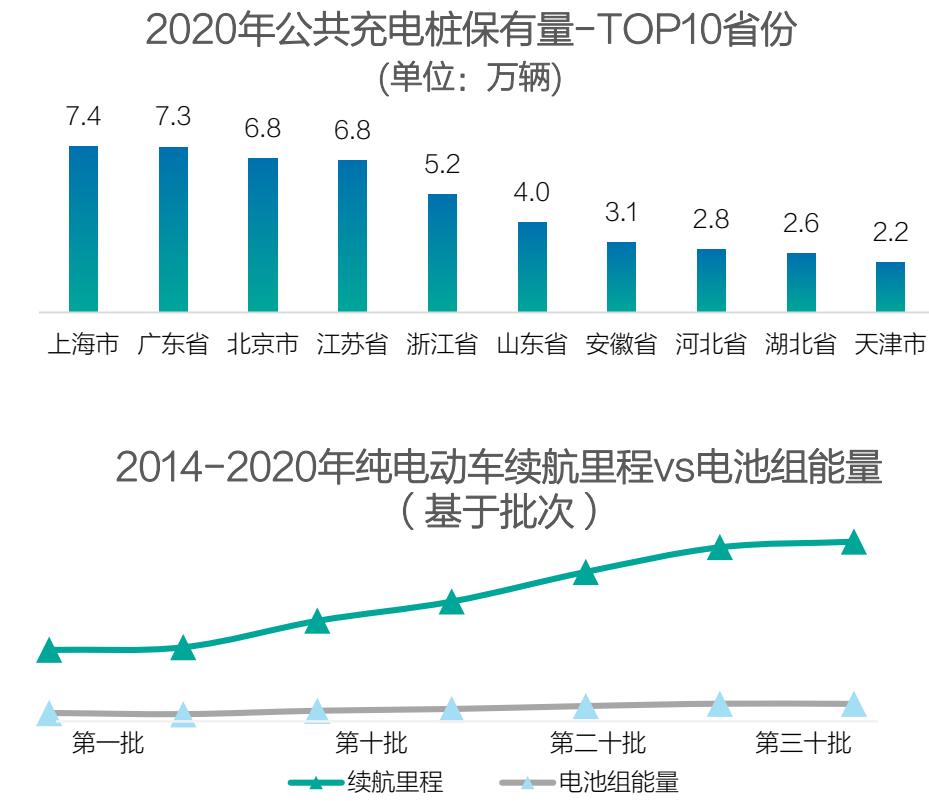
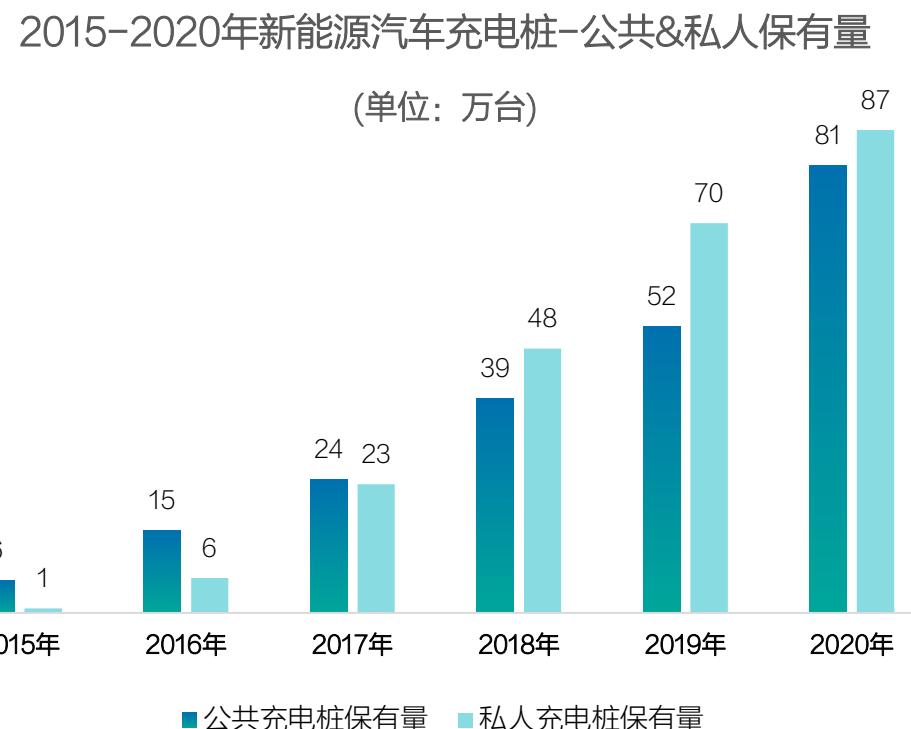
2020年11月国务院办公厅印发《新能源汽车产业发展规划2021-2035》对中国新能源汽车市场做全方位规划



- 01 到2025年，新能源汽车新车销售量达到汽车新车销售总量的20%左右
- 02 2021年起，国家生态文明试验区、大气污染防治重点区域的公共领域新增或更新公交、出租、物流配送等车辆中新能源汽车比例不低于80%
- 03 加快推动动力电池回收利用立法，建设动力电池高效循环利用体系
- 04 提高充、换电服务便利性，大力推动充换电网络建设

# 新能源汽车生态二：基础建设乐观，硬件支持愈发稳固

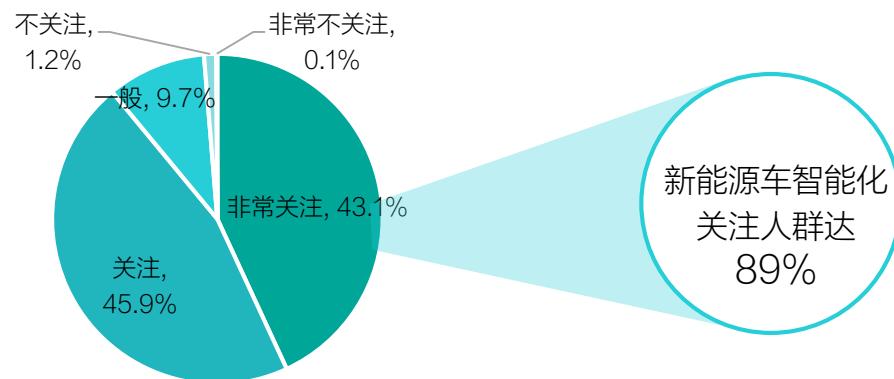
充电桩公、私保有量迅速提升，BEV续航里程与电池组能量呈增长趋势



# 新能源汽车生态三：智能化程度高，受用户关注

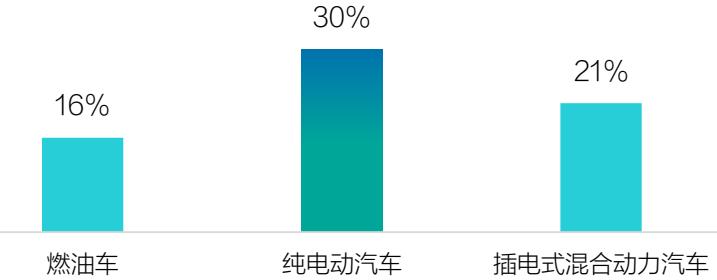
新能源车智能化程度高于燃油车，2020年新车智能化配置占比高

用户对新能源车智能化关注度

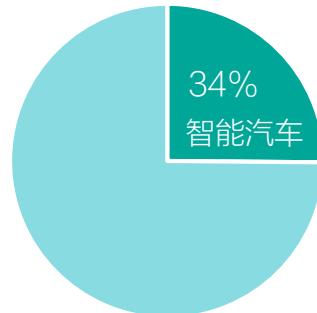


新能源车智能化  
关注人群达  
89%

2020年新车智能化占比



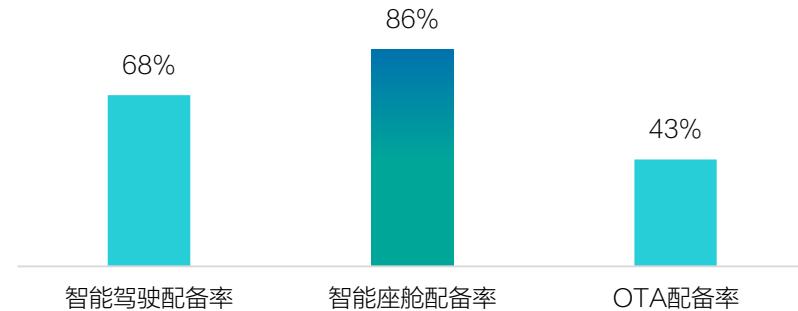
2020年上市智能汽车占比



智能汽车：

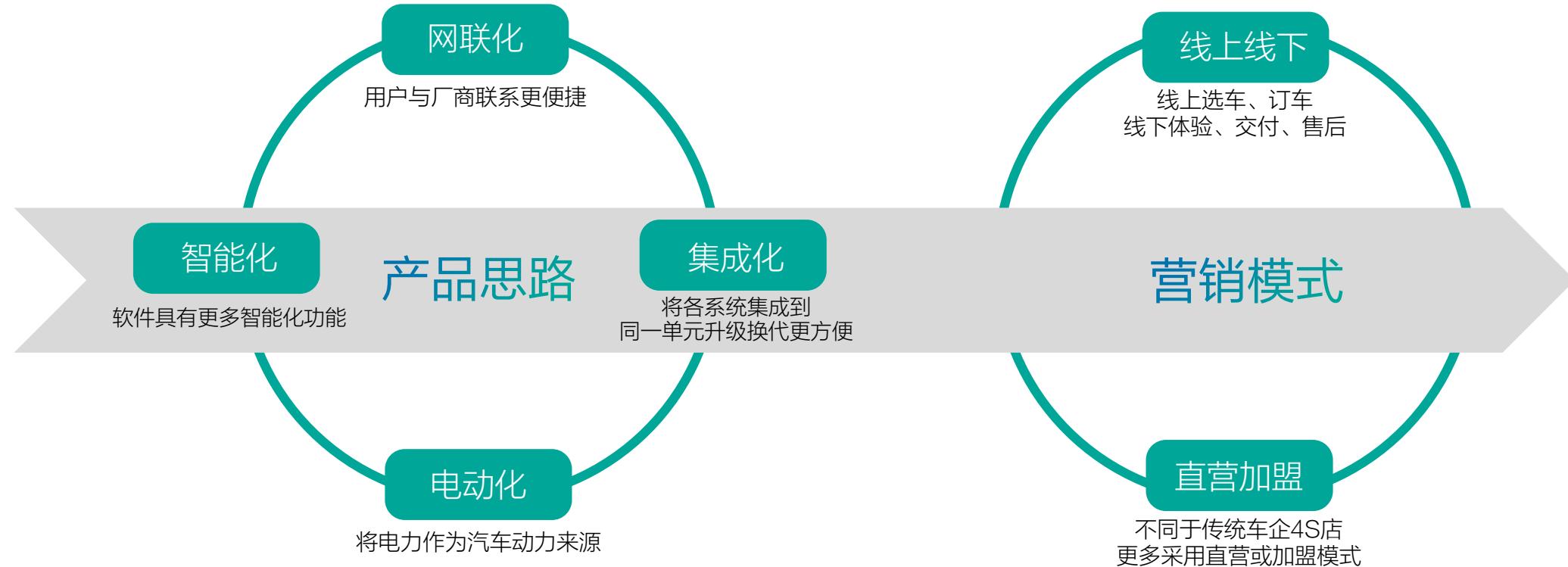
同时具备**智能驾驶**、**智能座舱**、**OTA远程在线升级**  
(含非整车OTA) 三项的汽车

2020年新车各智能化配置占比



# 新能源汽车生态四：造车新势力崛起，强科技性与互联网属性

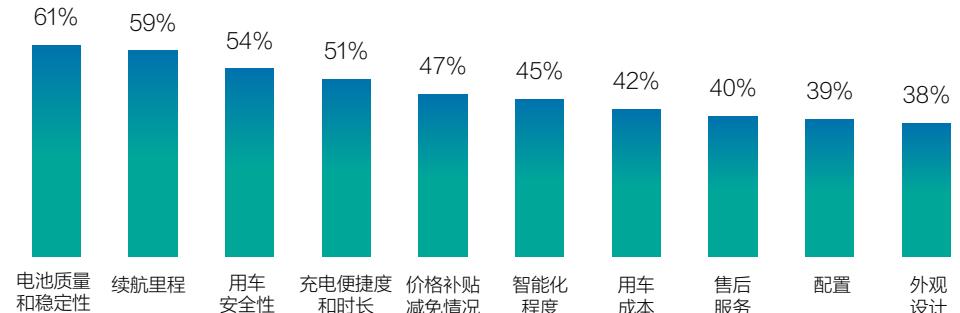
近年造车新势力品牌纷纷涌现，注重对高科技以及互联网的应用



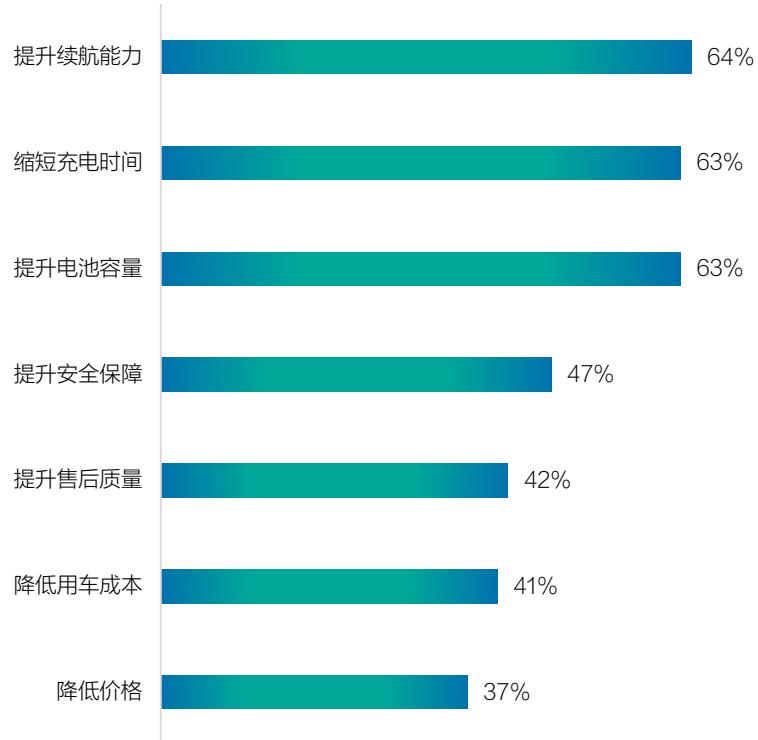
# 新能源汽车生态五：市场的关注焦点驱动产品升级

用户核心聚焦于续航能力、电池安全、充电便捷、用户成本及售后服务

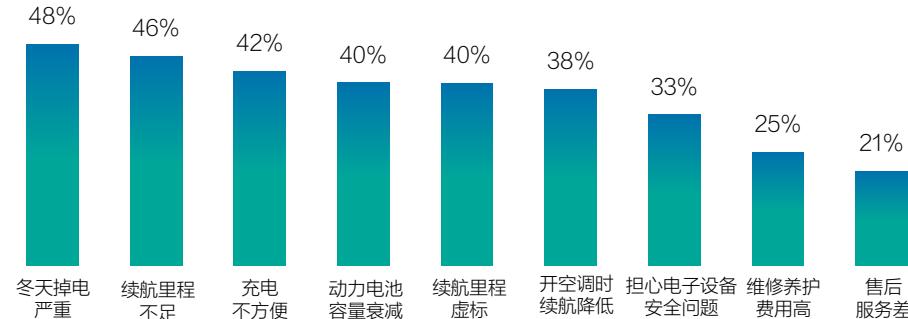
2020年用户对新能源汽车的关注点



2020年用户对新能源汽车购买的考虑点

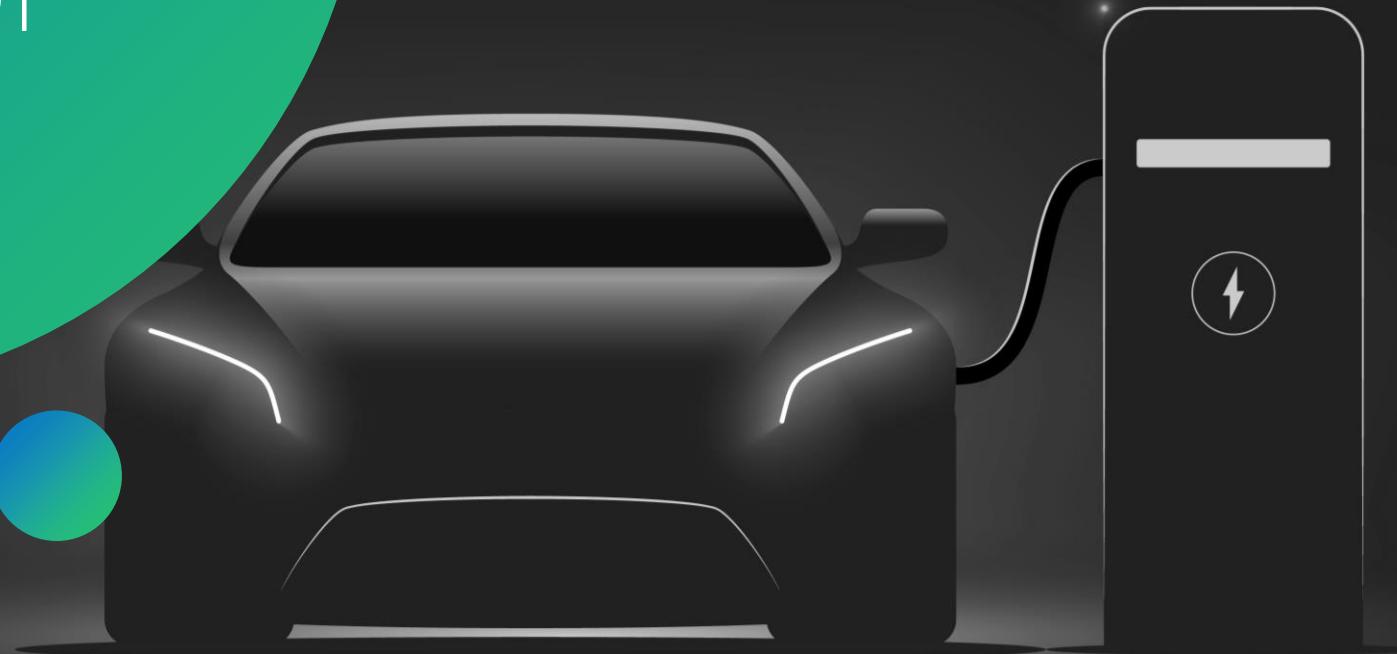


2020年用户对新能源汽车的产品痛点



# 02

## 新能源汽车 百度数据分析

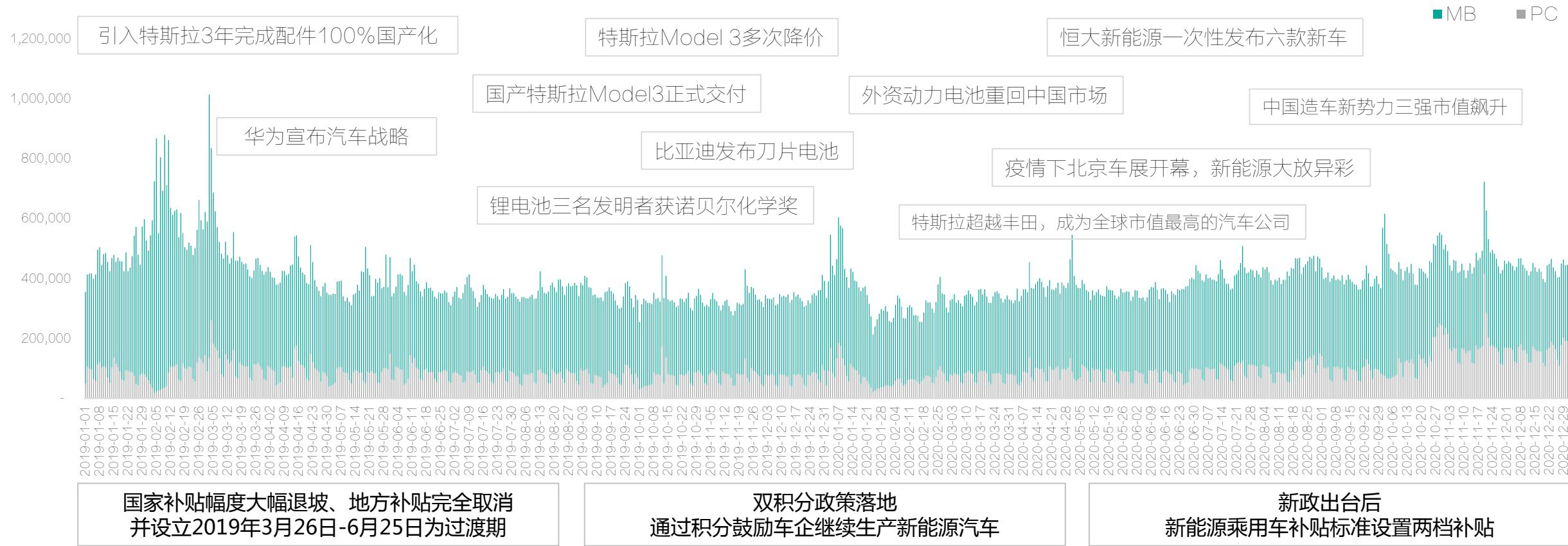


# 新能源汽车搜索热度趋势

整体受到政策引导影响大, 搜索关注日均规模40万, 无线端占74%

特斯拉的鲶鱼效应、国家补贴变化、各车企投资动态成为了新能源品类的波动来源

2019-2020年新能源车行业百度搜索关注度

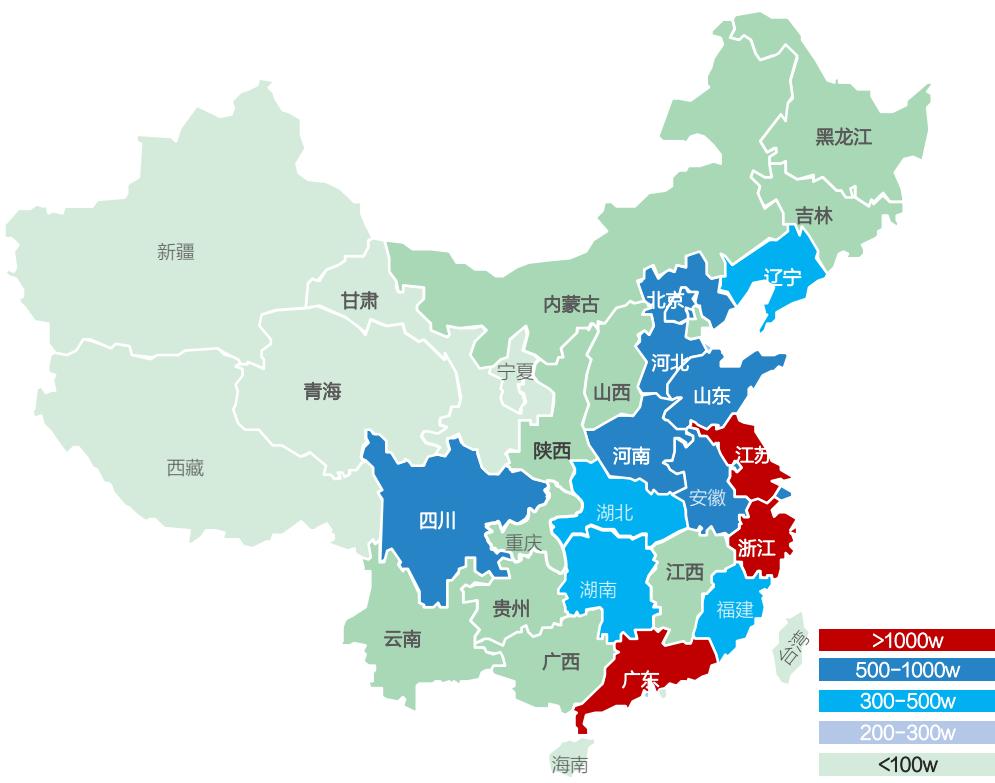
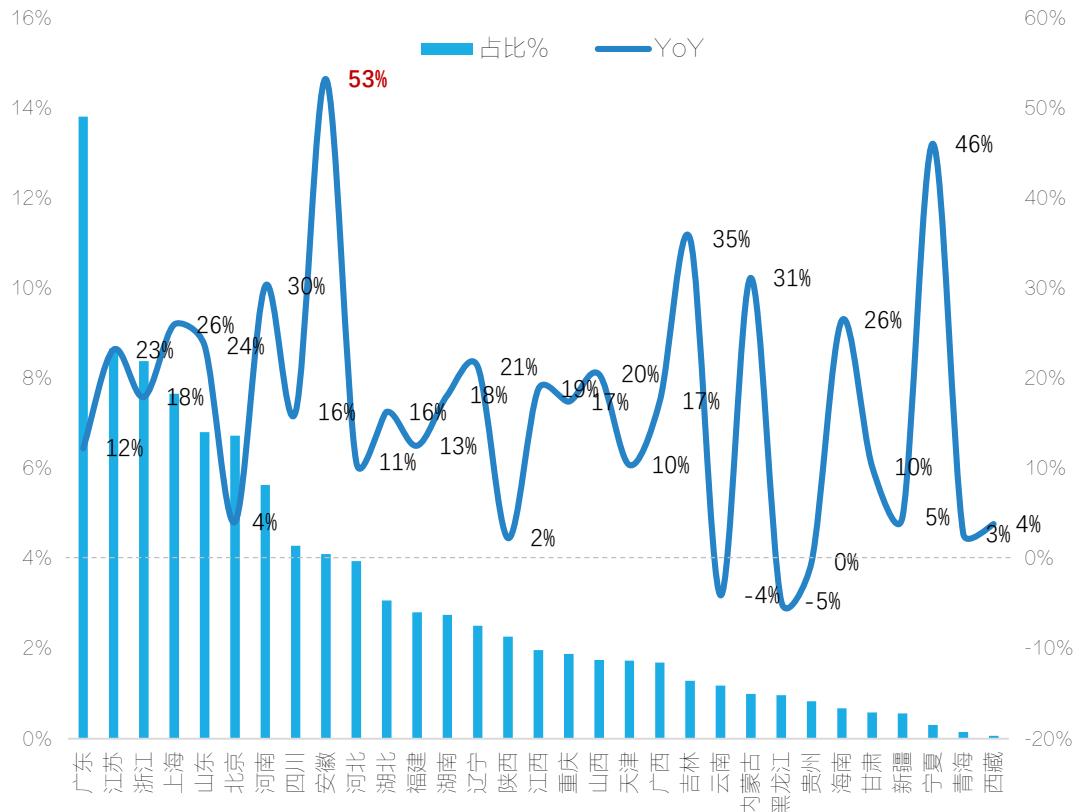


# 新能源汽车行业地域热度（省份）

广东、江浙沪、山东分列前五位，关注占比最高

安徽省关注度增长最高，黑、云、贵受气候地理环境影响关注度频频

2019-2020年新能源车行业省份关注度占比&增长率

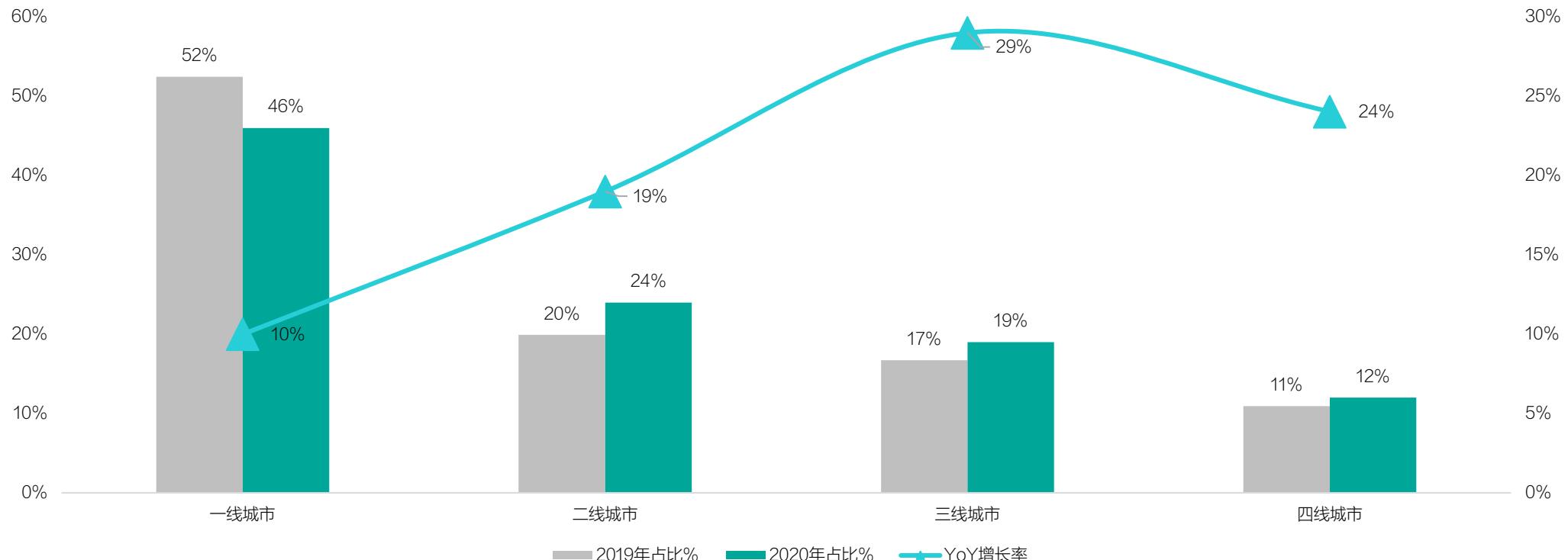


# 新能源汽车行业地域热度（城市）

用户关注度二-四线城市的渗透增速较快

特斯拉的强势量级占据一线城市的稳定份额，传统车企新能源车依靠母品牌奠基，跨线拉动2-4线城市关注度

2019年 vs 2020年新能源车行业分级城市关注占比&增长率



# 新能源汽车行业地域热度（城市）

限牌城市(上海/北京/深圳/广州/杭州/天津/贵阳)占30%，关注度<1%城市有较大增长潜力

经历微/小型车补贴浪潮，紧凑型车已跻身市场，新能源车逐渐呈现稳定的“市场下沉”关注

120% YoY 关注度增长率

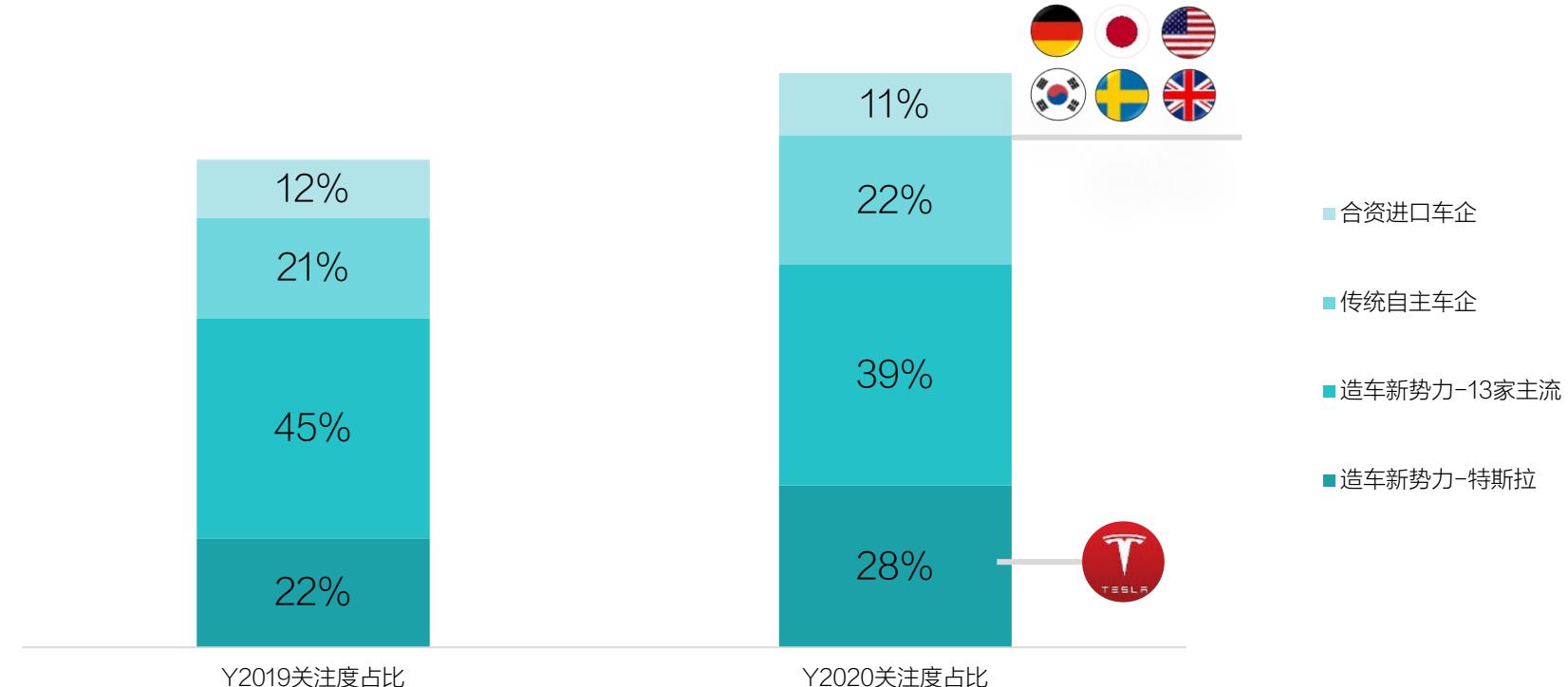
2019-2020年新能源车百度搜索关注度市场发展情况



# 新能源汽车行业厂商维度关注度

2020年特斯拉28%独占鳌头，其他主流造车新势力占39%  
传统自主车企占比22%，合资/进口中德、日、美系占比高

2019-2020年新能源车企结构占比

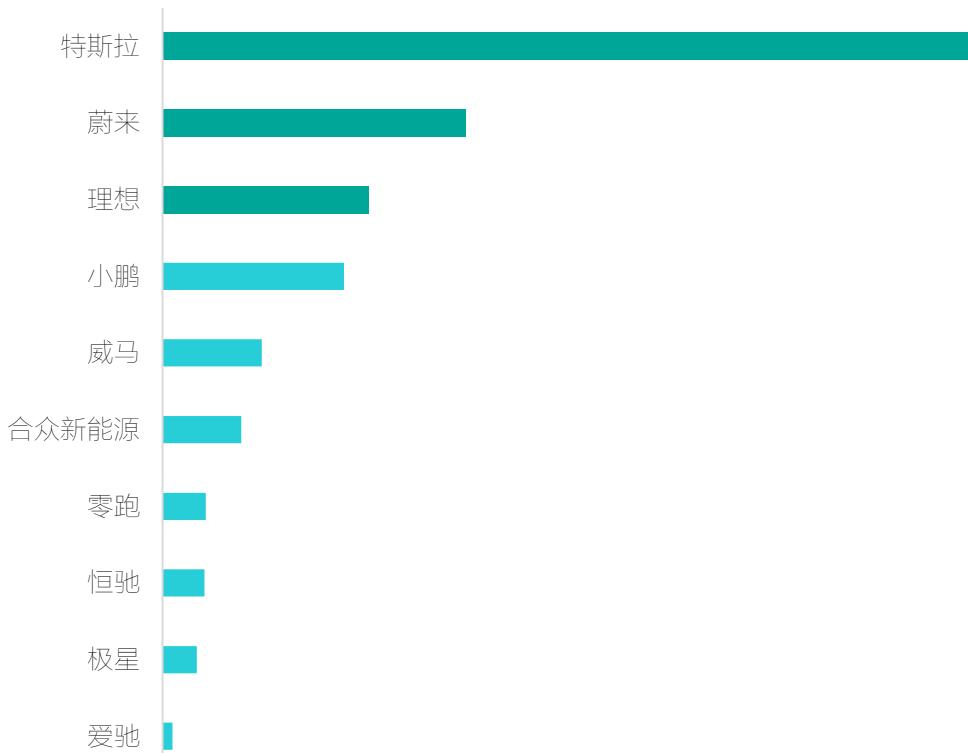


# 新能源汽车行业品牌维度关注度

补贴渐退后的内、外资品牌间角逐更为激烈

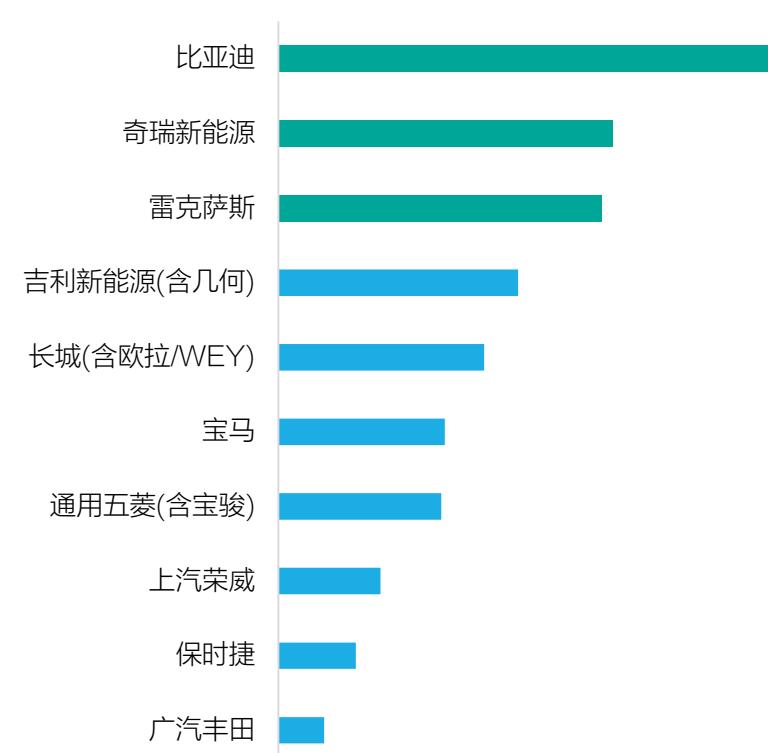
造车新势力品牌强势蓄力，比亚迪、奇瑞、吉利等作为传统车企亦有市场关注基础

造车新势力  
百度品牌关注度排名TOP10



注：造车新势力关注度=母品牌词+车型词

传统车企新能源  
百度品牌关注度排名TOP10



注：传统车企新能源关注度=新能源子品牌词+车企旗下新能源车型词

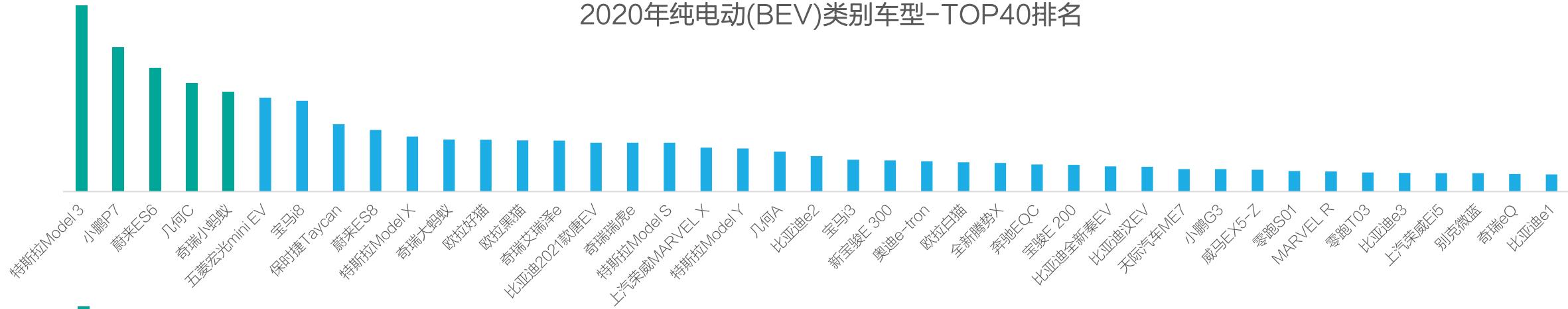
数据来源：百度观星盘 2020.1.1-2020.12.31

# 新能源汽车行业车型维度关注度

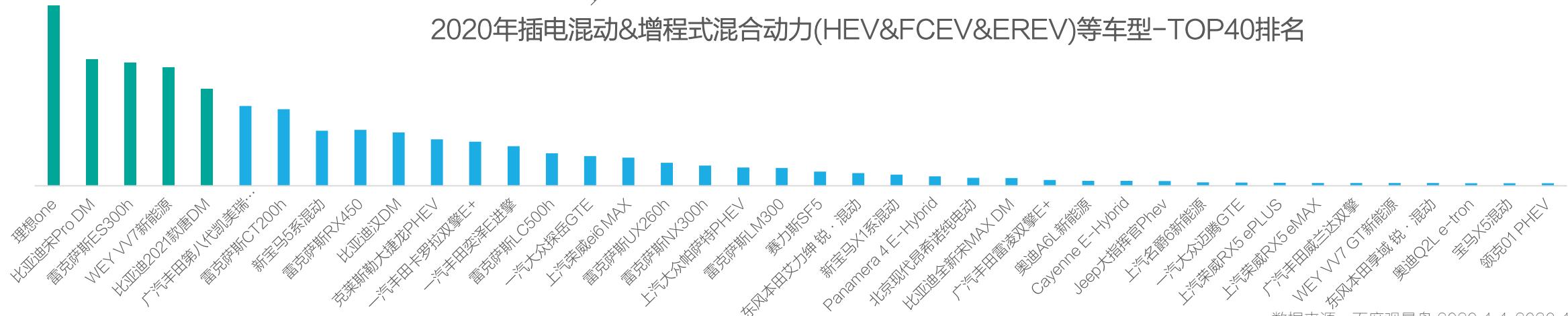
自主、豪华、合资新能源的明星车型市场关注度交替排列

特斯拉Model3领衔纯电车型，理想One/比亚迪宋Pro/雷克萨斯ES300h 高居混动/增程式等车型榜单

2020年纯电动(BEV)类别车型-TOP40排名



2020年插电混动&增程式混合动力(HEV&FCEV&EREV)等车型-TOP40排名

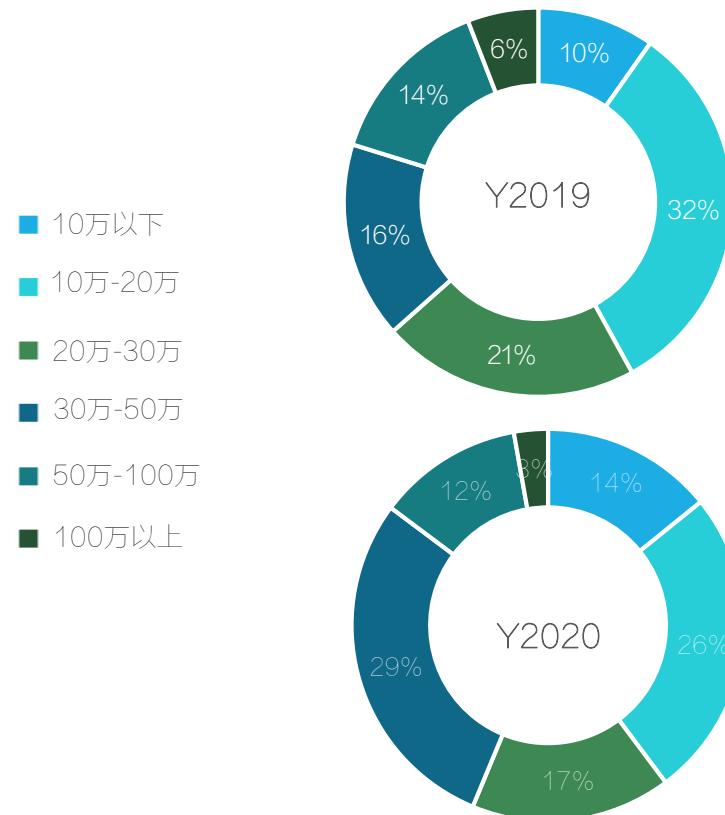


# 新能源汽车行业价格维度关注度

2019年后A00虽然补贴大幅退坡，但10万以下新增车型关注基础已然稳固

2020年后特斯拉国产化与蔚来等市场动态，正在引领打开了30-50万车型的关注度

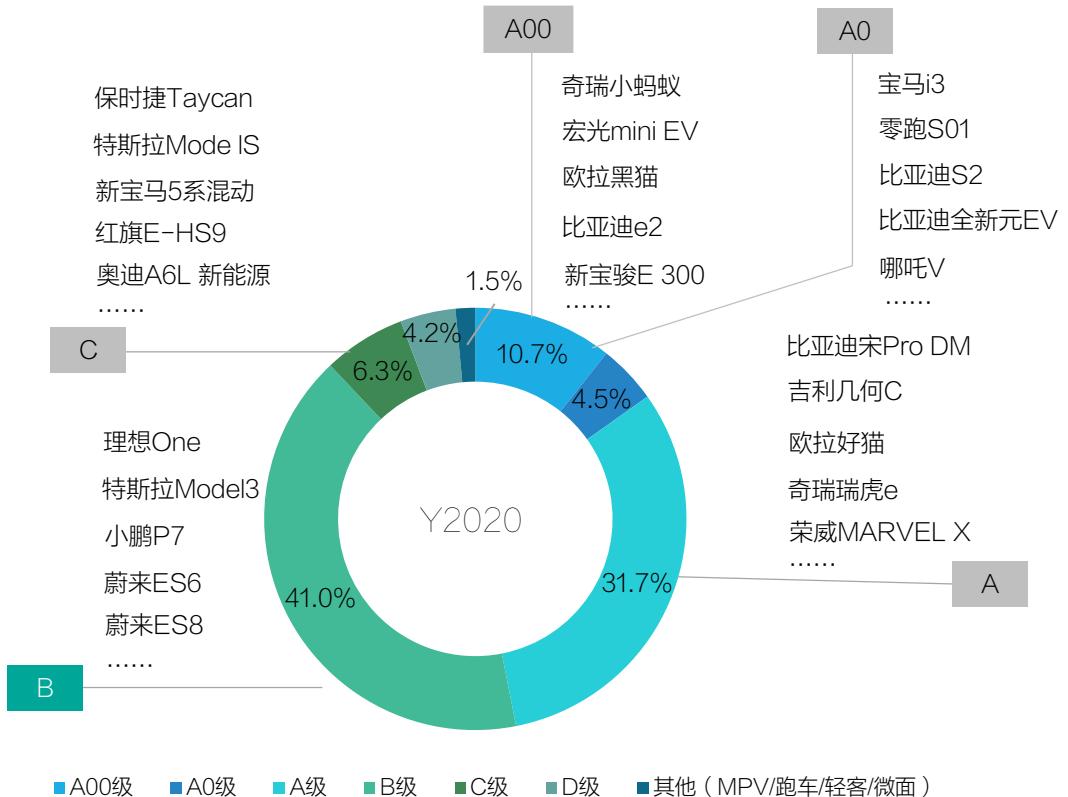
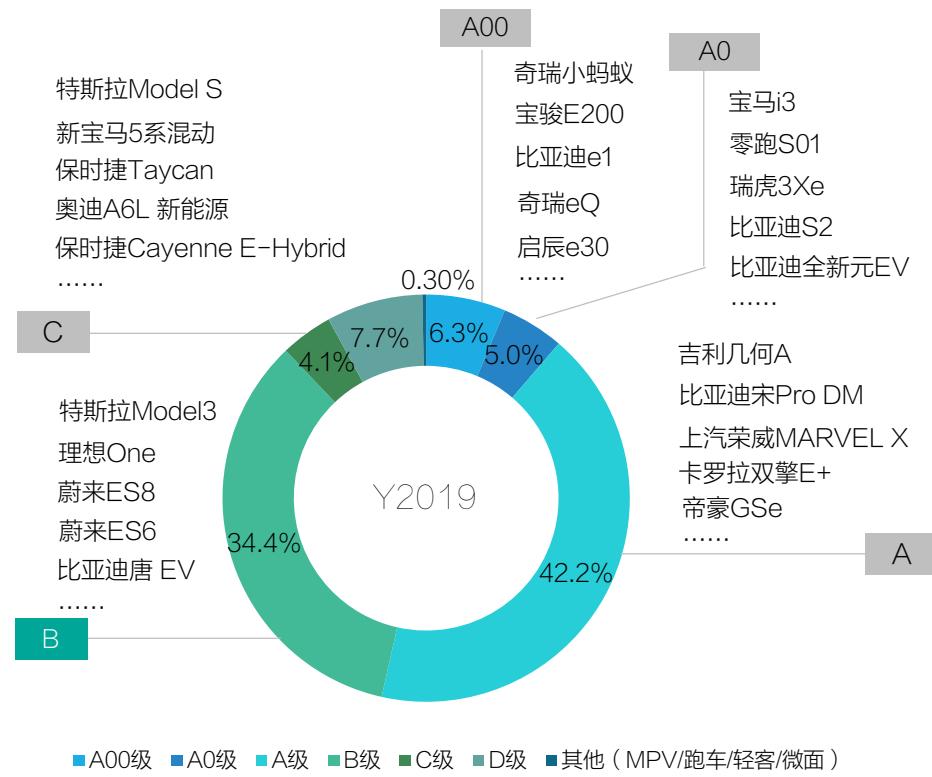
2019年 vs 2020年新能源车行业车型价格段关注度



# 新能源车行业分车型轴距的关注度

A00级别覆盖各级市场占比增大(10.7%)

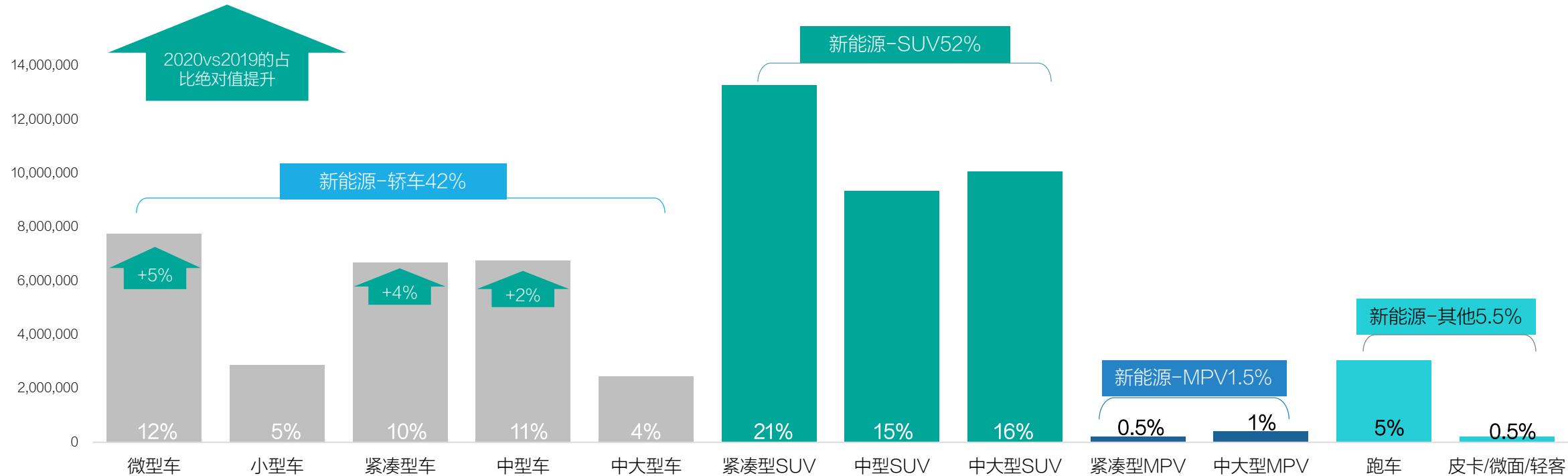
B-C级市场为近两年的车型的高端化增量部分(47.3%)



# 新能源汽车行业车型类别关注度

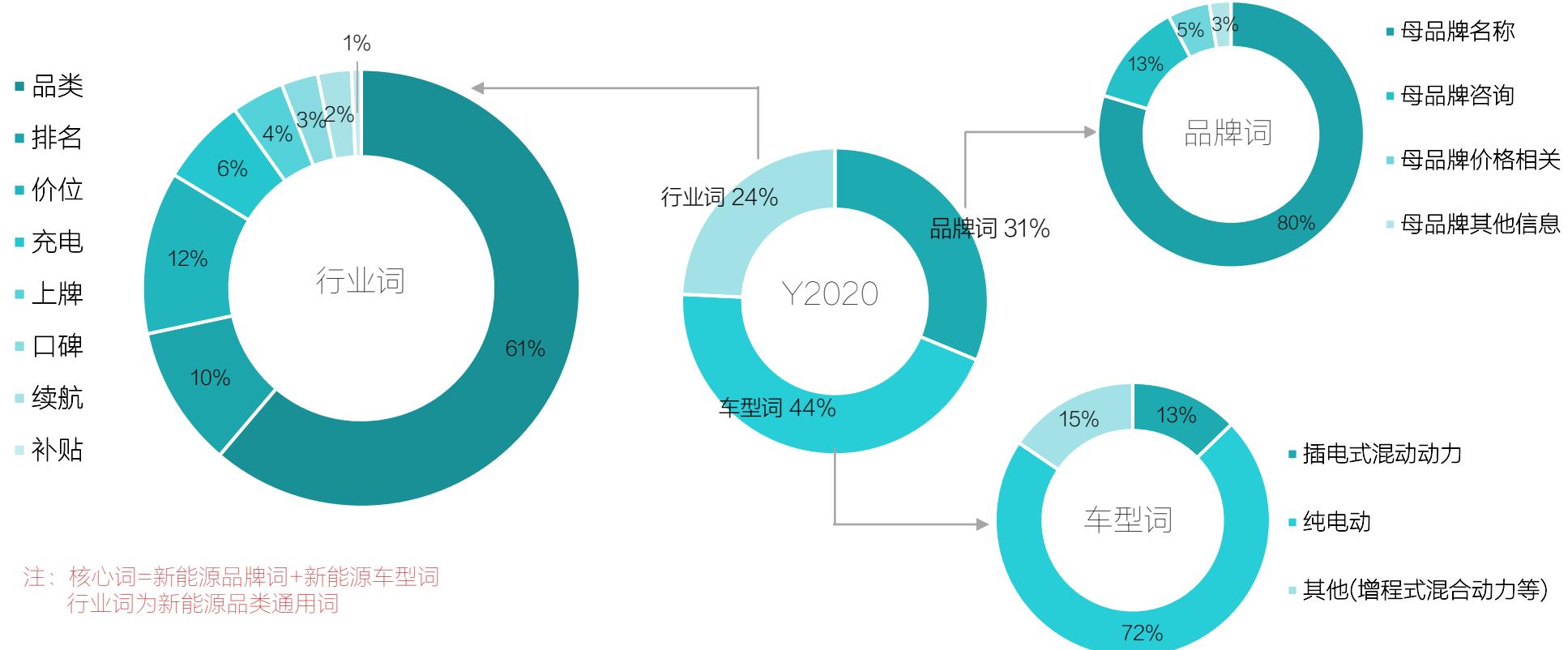
新能源SUV关注占据半壁江山，其中紧凑型SUV占比最高  
而微型、中型则占据着轿车类别中关注较高的两档

2020年新能源行业细分车型级别占比情况



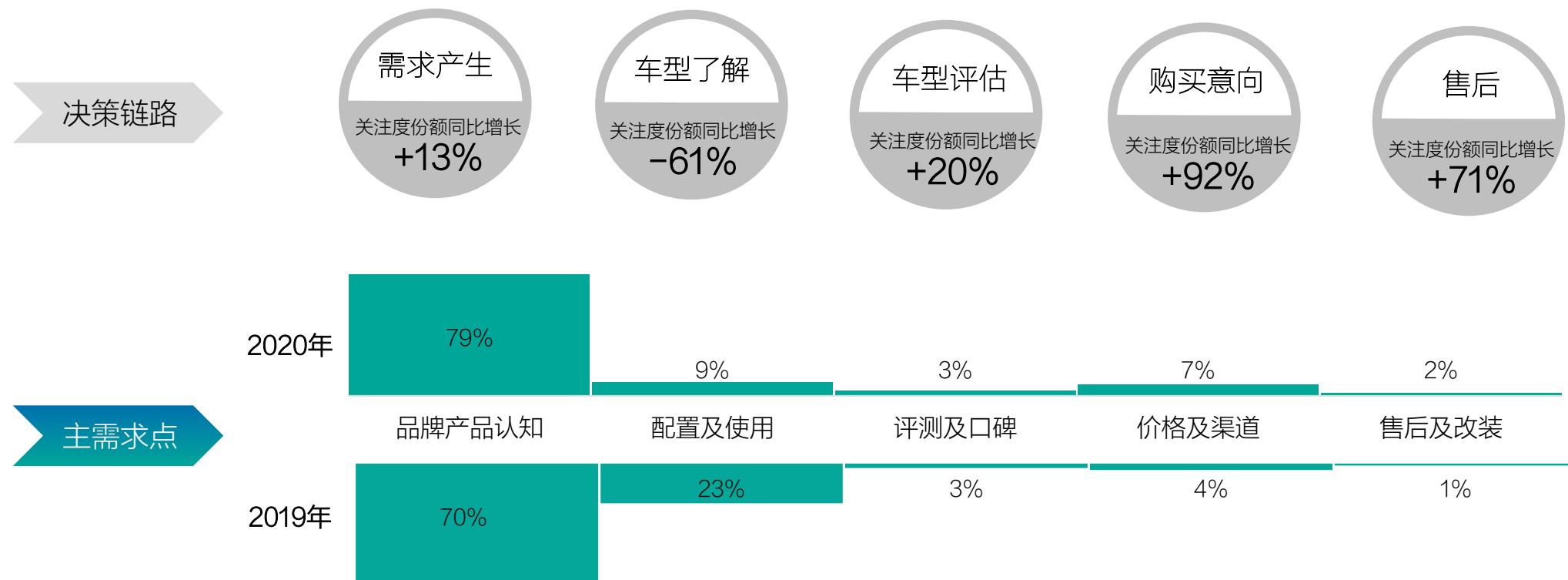
新能源汽车行业搜索词：核心词占75% 行业词占24%

行业词中，除去品类/排名/价位通用词外，充电/充电桩、上牌政策、口碑质量、续航里程为主要的泛需求；  
车型词中，75%为BEV，13%为HEV，其他新能源为15%； 品牌词80%为搜索品牌名称



# 新能源汽车行业用户搜索决策链路

新能源车不同品牌间主配置类似，故用户投入的关注度减少，  
新能源中造车新势力售卖方式与传统车企不同，产生了更多对新模式探索的需求，  
由于新能源行业注入更多科技力量，驱动了后续更多升级需求，因此售后关注度有所提升



# 新能源汽车行业用户搜索决策行为细分

用户依旧精打细算探究细节，但更为细水长流把控全链

在新能源购车过程中，用户先圈定品牌，再圈定车型仍然是用户的一条显性路径  
主配置需要的专业度降低，决策关注度则往链路后端延展（口碑/测评/售后）

## 品牌信赖

行业起步期  
品牌信心建立中



+375% 公司行情

+50% 汽车销量

## 简单了解

市场发展飞速  
太多新品涌入市场  
引发好奇



+253% 简单询问

如：“xxx是什么车子”  
“xxx是什么品牌”  
“xxx是什么车子”

-68% 车型详细询问

## 口碑探究

购车过程谨慎  
多品牌涌现  
关注比较及口碑



+87% 车型对比

+34% 测试/口碑

## 精打细算

挤干价格水分  
穷尽购车环节  
体验前置



+96% 价格

+40% 优惠力度

+25% 试驾/经销商/  
体验

## 升级渴望

渴望体验升级  
掌控售后每步细节



+125% 售后维护

\*售后内容主要集中在蔚来换电站，全新概念引发强关注

+97% 售后维修

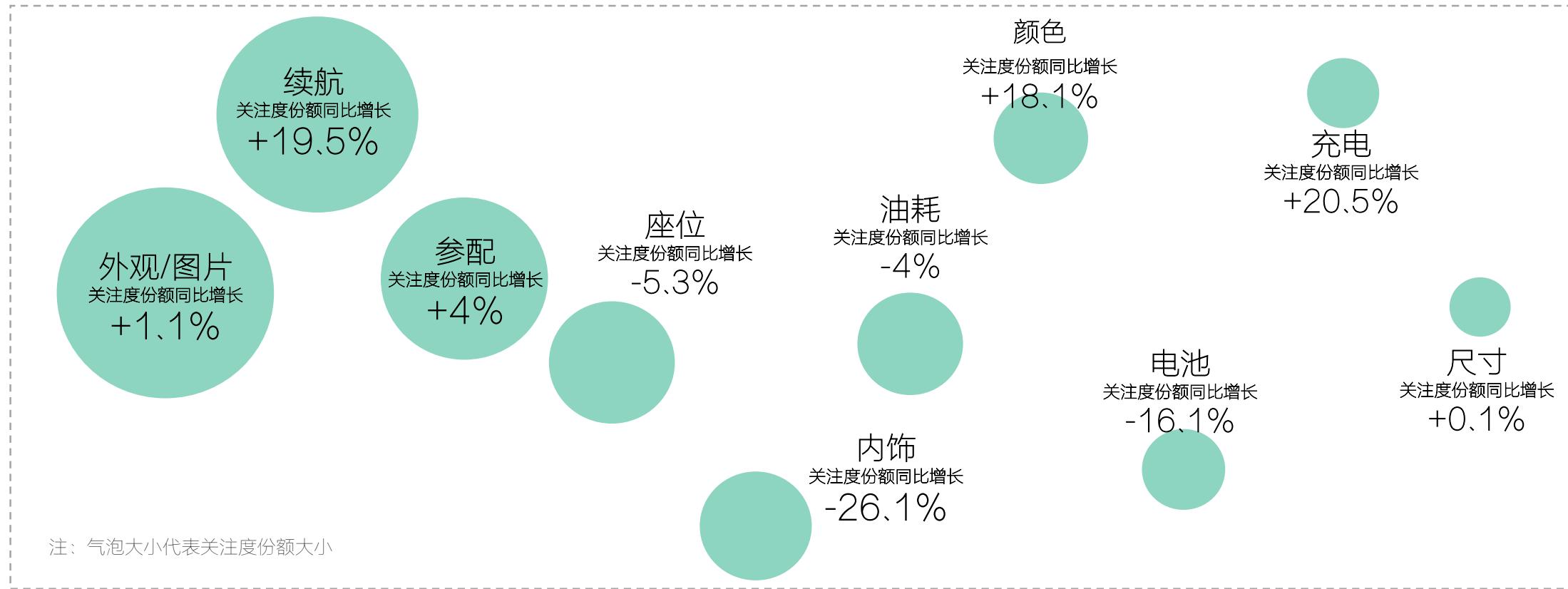
+44% 改装

# 新能源汽车行业用户关注车型细类

用户注重“看上去很美”，更注重“用起来省心”

由于新能源技术降低了探究的专业度，于是更多对于汽车“外在”及“好用”的需求被释放  
虽然新能源汽车仍然被归为大宗商品，但其交易的决策特征已逐步往IT类产品靠近

新能源行业汽车百度TOP10车型关注细类



注：气泡大小代表关注度份额大小

数据来源：百度观星盘 2019.1.1-2020.12.31 新能源车行业-核心词

# 新能源汽车行业用户关注热词舆情

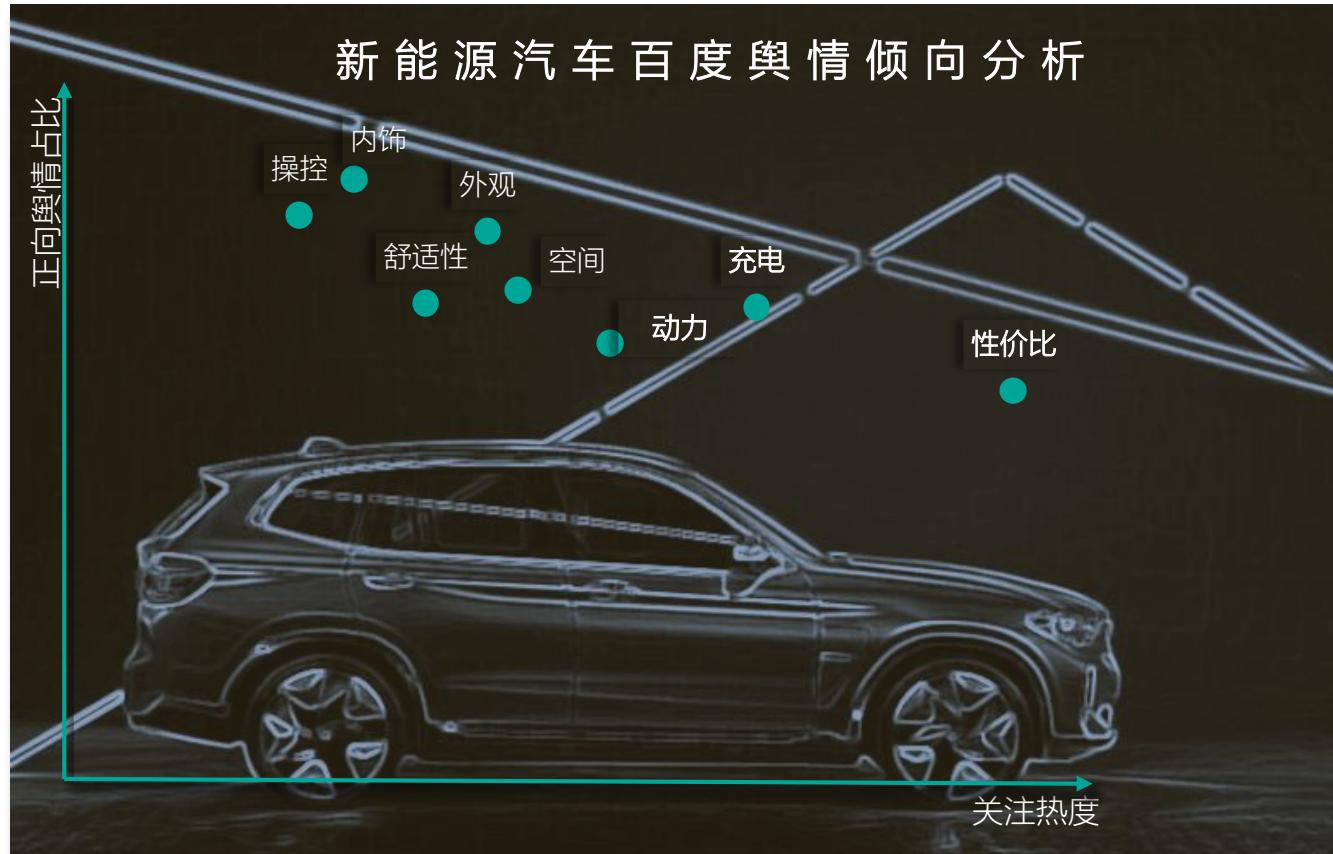
补贴政策、充电售后和续航里程是网民对电动车较为关注的点；补贴、政策是媒体报道及网民评论最常提及的关键词；网民对于充电售后的关注词集中在充电、充电桩、充电基础设施等；网民对于续航里程的关注词集中在电池、续航、续航里程等；特斯拉和蔚来在新能源汽车中受到较多关注



说明：以上是对全网关于新能源汽车的相关信息进行聚合，根据词频进行的分析情况  
利用自然语义分析法，对事件、人物、品牌、地域中所提及的关键词进行分词聚合，呈现出被提及次数最多的关键词；字号越大的词组，被提及次数越多

# 新能源汽车行业用户关注舆情倾向分析

## 性价比、电耗和动力是网民对于新能源车舆情关注的核心所在



说明：利用自然语义分析法，对事件、人物、品牌、地域中所提及的关键词进行分词聚合，呈现出被提及次数最多的关键词



从具体产品指标来看，内饰、外观和操控最受网民好评，性价比、充电和动力获得网民较多关注，但是口碑一般，这三个指标仍有提升空间

# 新能源汽车行业用户关注舆情倾向分析

## 用户对于新能源汽车“补贴”、“牌照”、“续航”、“充电”几个重要维度的主要感情倾向

积极16%、中性70%、消极14%

新能源车补贴政策延长两年  
最高补助 补贴退坡  
补贴门槛 新车享受补贴  
国家新能源补贴清算制度  
广州购买新能源车补贴1万元

### 补贴

补贴争议 海南充电桩基建运营补贴  
分阶段补贴 骗补贴  
安徽新能源车补贴 双积分  
多地呼吁修改补贴政策

积极3%、中性74%、消极23%

免费车牌政策延续  
本地绿牌额外补贴  
上牌免税证明 外省户籍海南上牌  
上牌绿牌所需材料 低速电动车上牌  
沪牌新政对绿牌的影响  
深圳等候上绿牌 停车远离绿牌车

### 绿牌

开不起卖不掉 大雪“绿牌车”罢工  
春节堵车绿牌车主抱怨“电动爹”  
绿牌系统识别问题  
春节堵车绿牌车主抱怨“电动爹”  
混动钻了牌照免费的空子

积极8%、中性84%、消极10%

氢氧化学反应产生电能  
纯电动续航里程近1000km  
电动汽车挑战赛  
高速公路充电站建设  
可拆卸电池 MEB电动车型平台  
新车的综合续航里程 禁售燃油车

### 续航

高估值 伪续航 电动车空调  
电量焦虑症 预判车程  
有限的续航里程问题 长距离测试  
电动汽车两极化  
冬季续航缩水严重的哥投诉续航里程严重缩水

积极33%、中性83%、消极9%

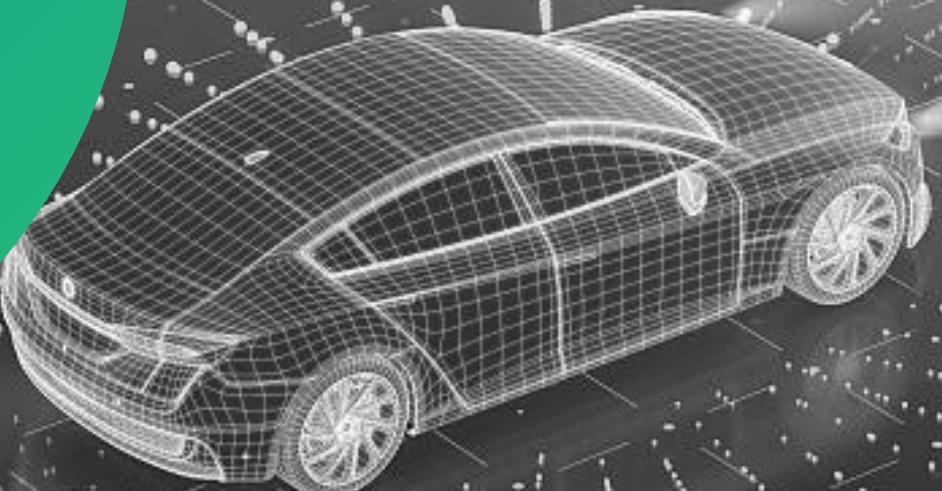
5G+充电桩 快速充电桩  
比亚迪刀片电池  
换电模式的支持  
零污染、零排放  
插电混动的技术路线  
充电基础设施短缺

### 充电

充电桩安装 充电桩板块走强  
三元锂电池 宁德时代  
满冲里程 换电池费用高  
上海充电补助 新能源直流充电桩  
电池对环境的伤害

# 03

## 新能源汽车 百度人群洞察



# 新能源车关注用户4大人群聚类

## 混动人群、小型纯电人群、主流纯电人群、高端新能源人群

1. 混动人群（包含插电及增程式等）



比亚迪宋Pro DM

荣威ei6 MAX

凯美瑞双擎

帕萨特PHEV

.....

.....

.....

.....

2. 小型纯电人群



宏光mini EV



奇瑞小蚂蚁



欧拉黑猫



宝骏E300

.....

.....

.....

3. 主流纯电人群



特斯拉Model 3



小鹏P7



几何C



埃安S

.....

.....

.....

.....

4. 高端新能源人群（包含插电、纯电及增程式等）



蔚来ES8



理想ONE



宝马5系混动



奥迪e-tron

.....

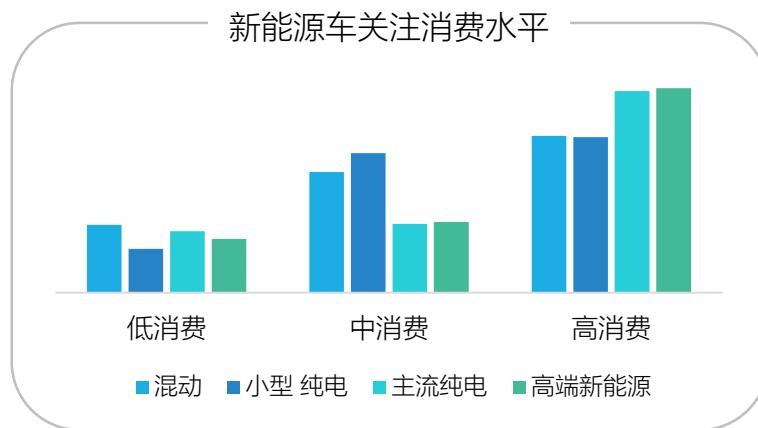
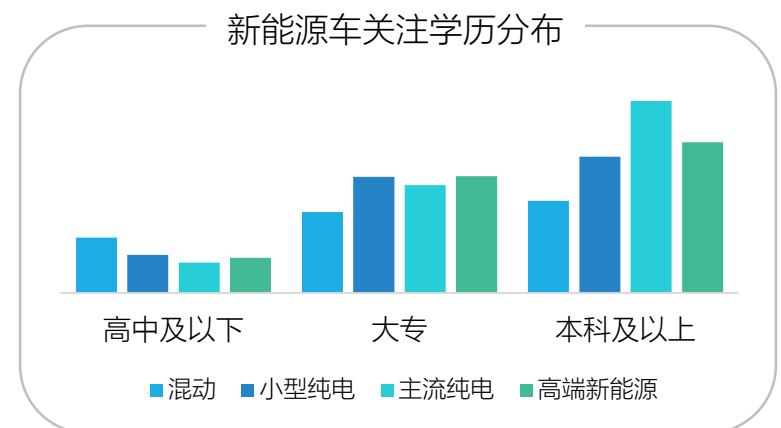
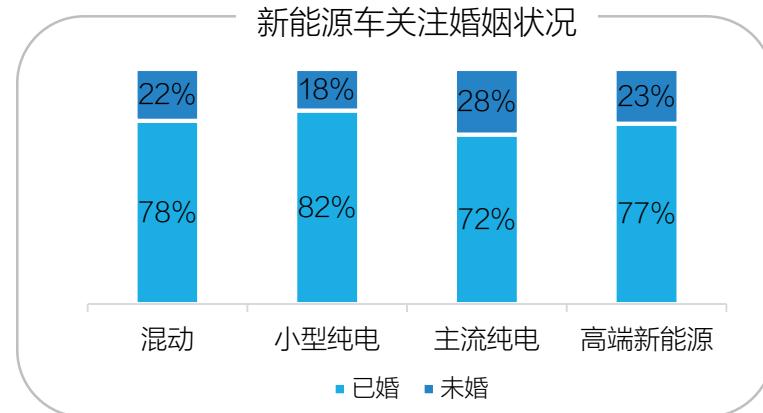
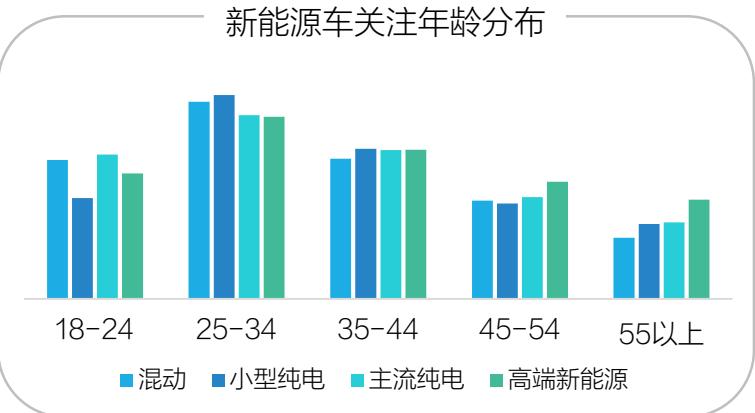
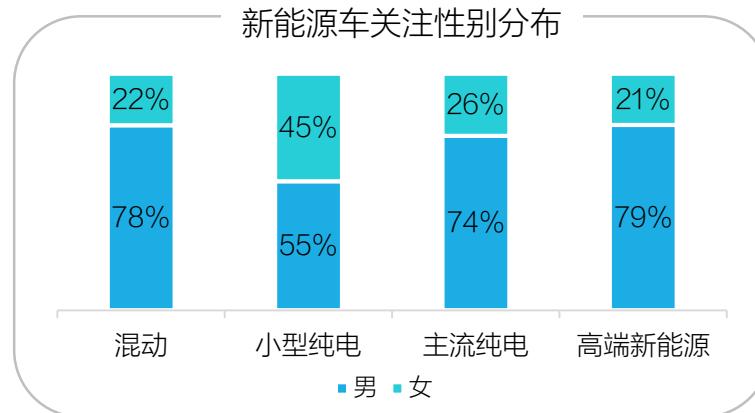
.....

.....

说明：为了能更准确地在后续分析中呈现这些差异，我们根据关注新能源车型的类别（包括能源形式、车型尺寸、价格区间、品牌定位），将关注用户划分为4大人群聚类

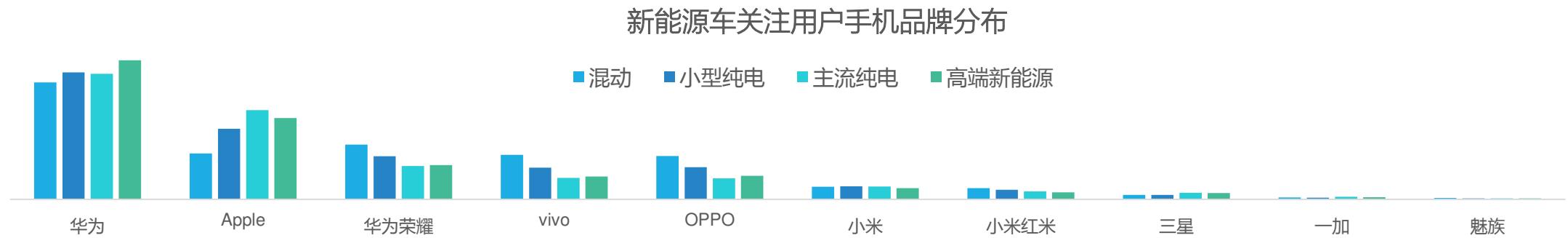
# 新能源汽车行业用户属性

年轻群体集中主流市场，成熟群体呈现两级分化；混动关注用户以年轻男性群体为主，事业处于起步阶段，对高消费需求不旺盛；小型纯电关注用户年龄偏大，对价格敏感，追求实用性；主流纯电关注用户以年轻群体为主，受到更好教育，消费意识超前；高端新能源关注用户以高端成熟人群为主，更看重品质



# 新能源车关注用户移动设备特征

消费能力决定品牌选择及APP行为；混动用户手机品牌分布最为复杂，常使用的APP更下沉；小型纯电用户的设备与APP使用特征与混动用户类似，性价比和接地气是共同特征；主流纯电用户更年轻，注重品牌，Apple设备占比最高，APP更娱乐生活化；高端纯电用户最偏向华为品牌，APP以功能类为主，兼顾工作和娱乐



# 新能源车关注用户浏览及视频偏好

年龄、家庭及社会地位影响观看内容选择；混动关注用户在信息浏览及视频倾向更偏男性，婚育占比较高；小型纯电用户女性比例高，具有高婚育占比；主流纯电关注用户年轻人占比高，娱乐属性最强，对前沿科技、文体有很高的热情；高端纯电用户为典型的成熟人群，经常关注投资及体育，视频偏好侧重军事及悬疑

## 用户浏览信息流偏好

### 混动用户

大类	子类		
汽车	1 汽车资讯	6 农资	
健康养生	2 驾照考试	7 自驾游	
军事	3 汽车配件	8 空气污染	
旅游	4 汽车导购	9 养肾	
情感	5 汽车用品	10 推拿	

### 小型纯电用户

大类	子类		
母婴育儿	1 幼儿	6 古装剧	
时尚	2 戏曲	7 韩剧	
情感	3 美发	8 资格考试	
家居	4 备孕	9 心理健康	
美食	5 甜品	10 饮食健康	
社会			
搞笑			
教育			

### 主流纯电用户

大类	子类		
数码	1 游戏机	6 风投	
国际	2 英超	7 盘面分析	
财经	3 西甲	8 热血动漫	
教育	4 RPG游戏	9 日本动漫	
娱乐	5 笔记本电脑	10 漫画	
体育			
汽车			

### 高端电动用户

大类	子类		
国际	1 风投	6 德甲	
数码	2 CBA	7 沪指	
历史	3 英超	8 国际足球	
财经	4 西甲	9 中国男足	
娱乐	5 盘面分析	10 越野车	
体育			
汽车			

## 用户观看视频偏好

我是特种兵  
战狼  
哪吒之魔童降世  
一代枭雄  
熊出没之冬日乐翻天  
汪汪队立大功精彩集  
烈火军校  
盗墓笔记

迷你特工队X  
玩具益趣园  
快乐奇巴布  
宝宝巴士启蒙音乐剧  
知否知否应是绿肥红瘦  
延禧攻略

奔跑吧第4季升级版  
月上重火  
唐人街探案  
中国有嘻哈  
最强大脑第7季  
青春有你第2季  
青春环游记第2季

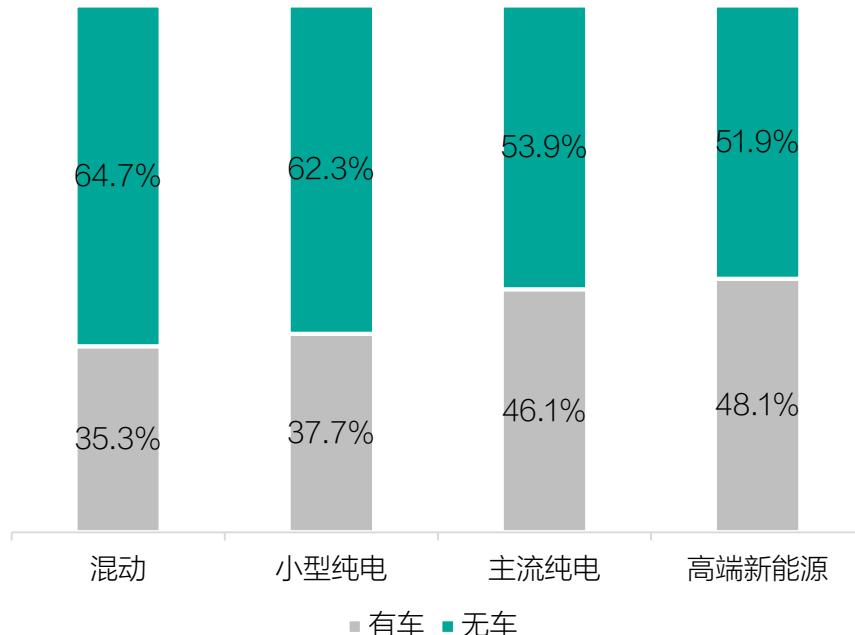
新世界  
黄金瞳  
正阳门下  
燃烧  
古董局中局之鉴墨寻瓷

注：本部分分析维度为与组内的差异特征，非绝对浏览及观看排名

# 新能源车关注用户购车特征

人群属性及车辆保有情况决定购车诉求；混动关注用户有车比例最低，以首购为主，最受政策影响，对绿牌限行关注强于纯电动用户；小型纯电用户首先考虑价格；主流纯电用户比小型纯电用户更注重品牌，比高端新能源用户更在意价格；高端新能源用户最看重品牌

新能源车关注人群的车辆拥有情况



新能源关注人群的购车关注点

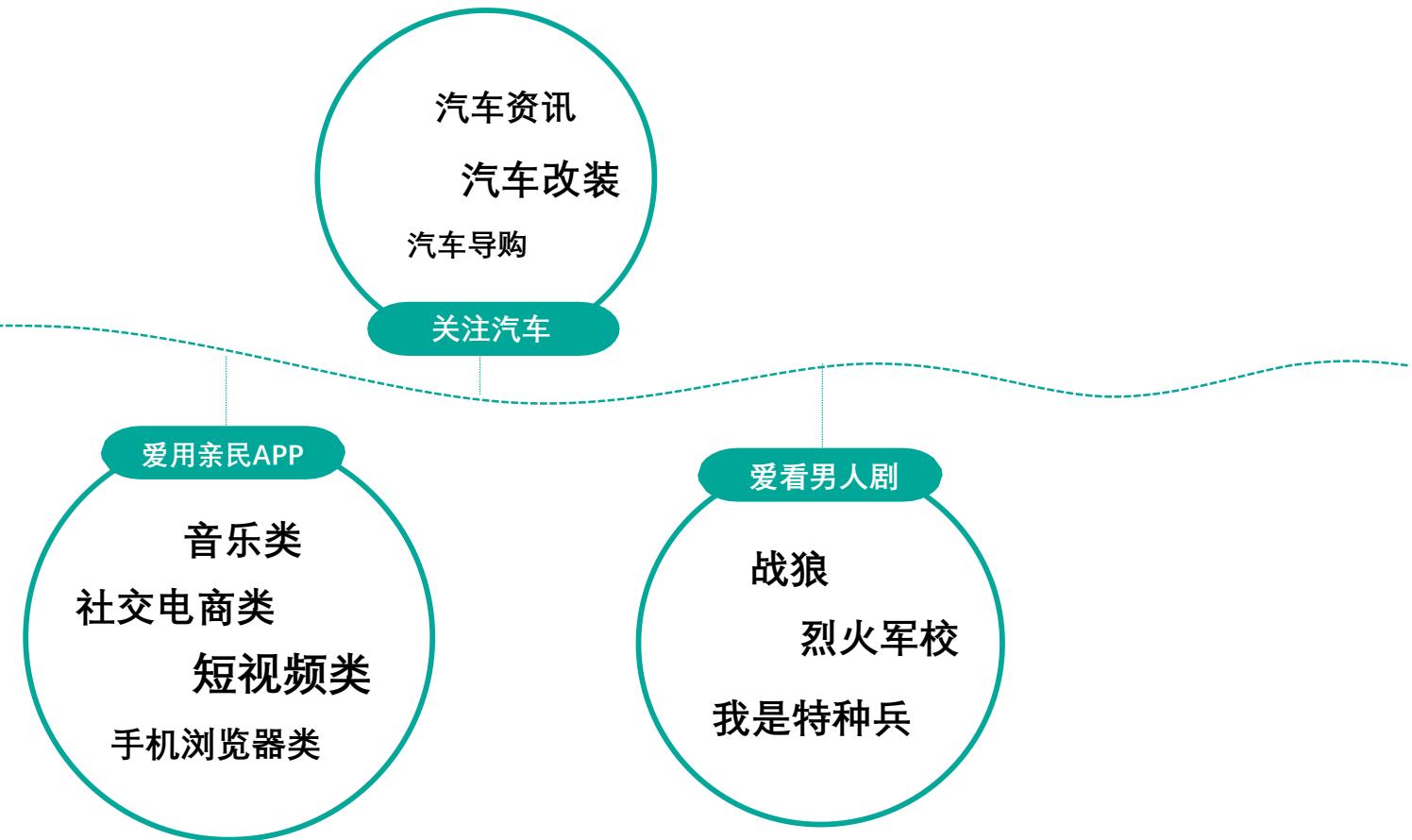
	混动	小型纯电	主流纯电	高端新能源
1	充电	价格	充电	充电
2	价格	充电	价格	品牌
3	上牌政策	品牌	品牌	价格
4	品牌	口碑	上牌政策	上牌政策
5	口碑	上牌政策	口碑	口碑
6	续航	续航	续航	续航

# 新能源-混动关注用户 品牌偏好者人群特征：奋斗青年

“男儿当自强，稳步向前去创造一切才刚刚开始”

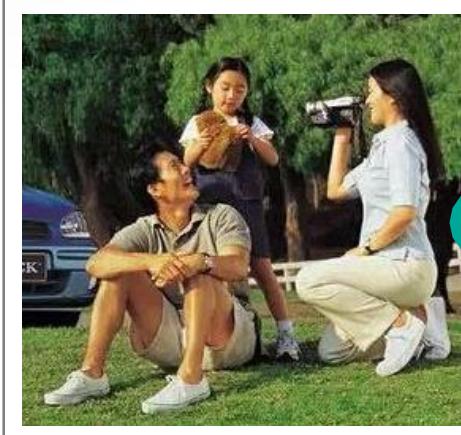


基础属性：  
男性占比最多，年轻  
城市：  
主要在二、三、四线城市  
收入：  
中/低收入

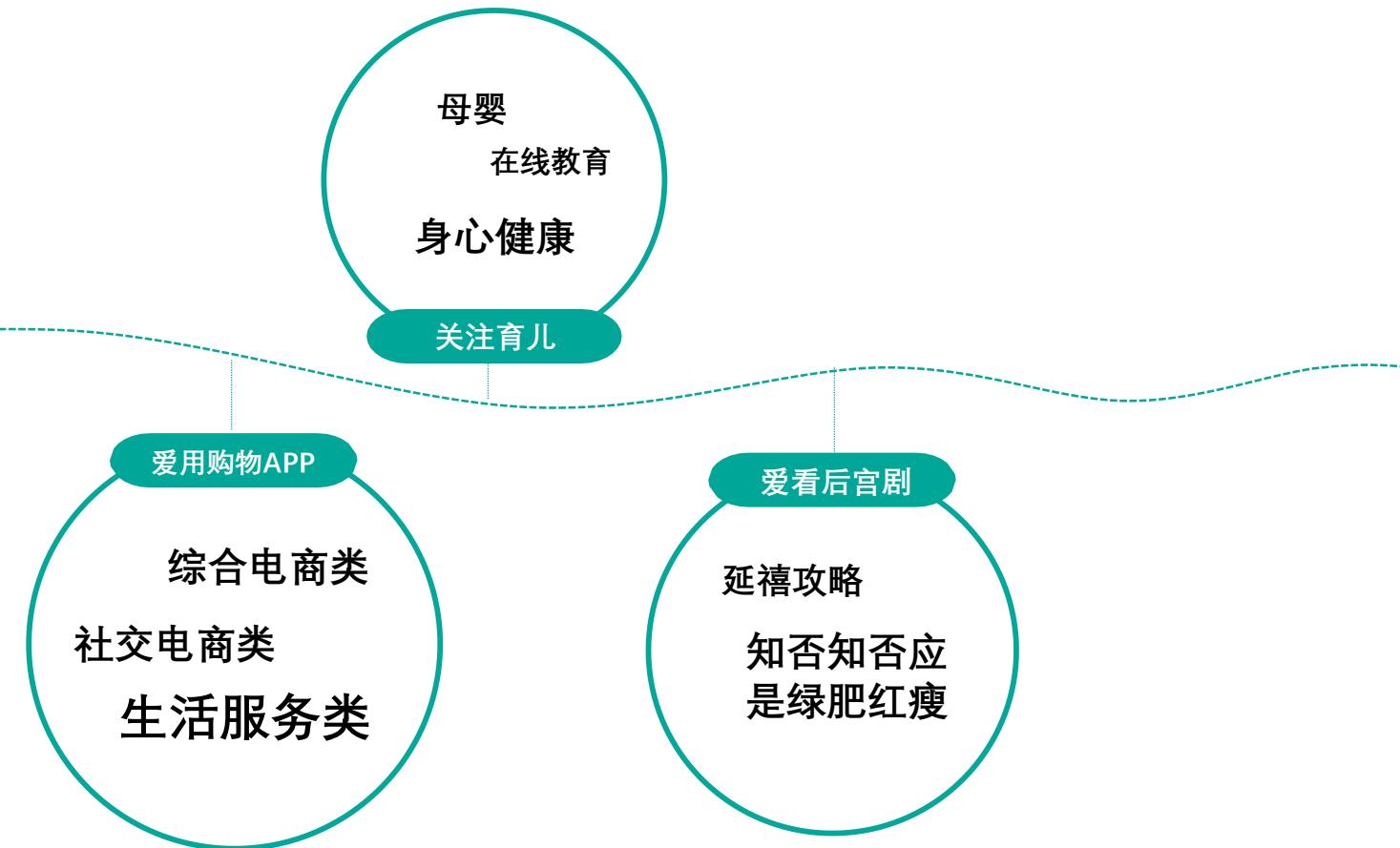


# 新能源-小型纯电关注用户 品牌偏好者人群特征：小镇爸妈

“经营家庭，简单生活  
擁有自己的小确幸”



基础属性：男女各半，婚育比例高  
城市：主要在三、四线城市  
收入：中/低收入

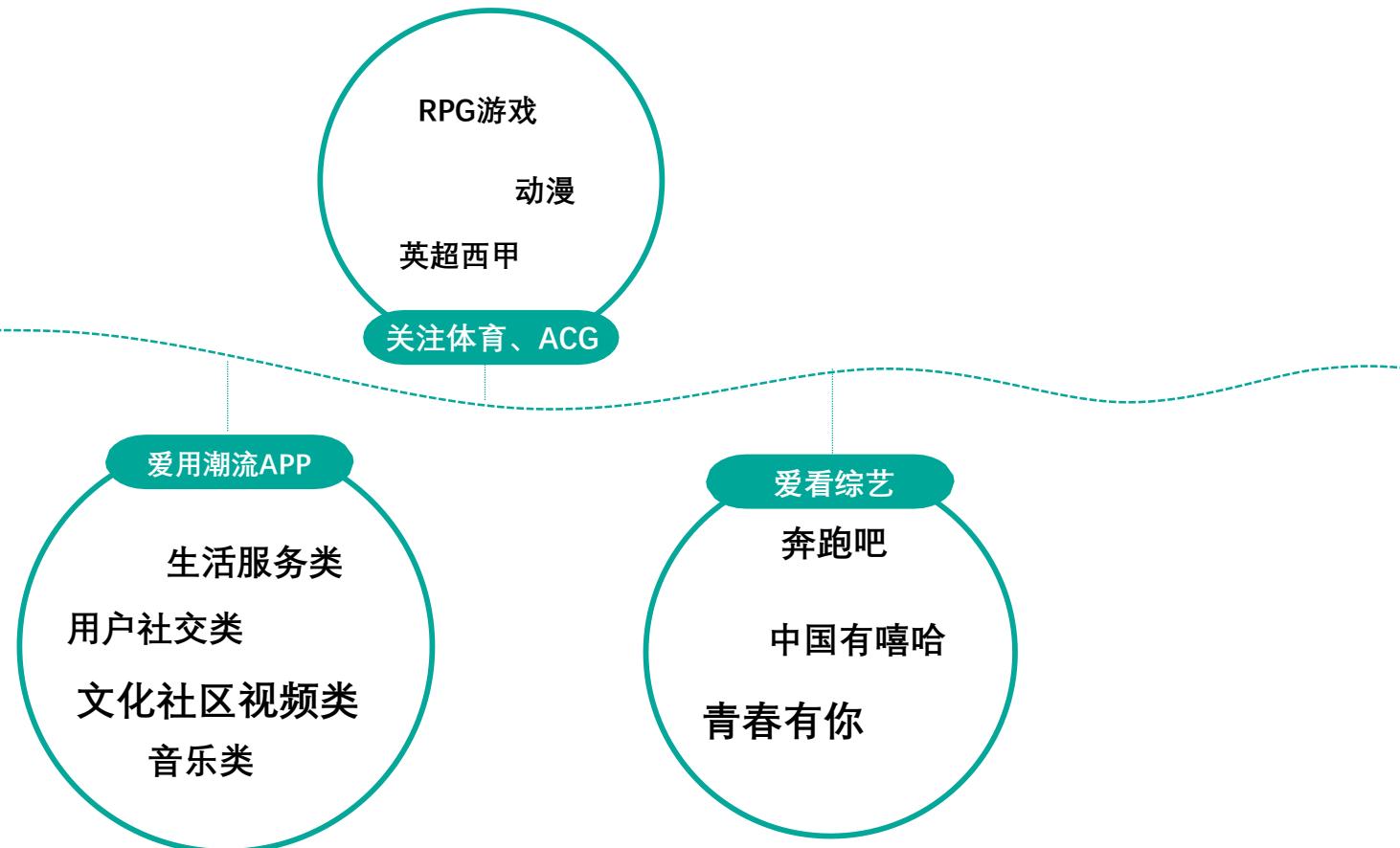


# 新能源-主流纯电关注用户 品牌偏好者人群特征：都市男女

“ 年轻爱玩，充满激情  
敢于尝鲜，接受新事物



基础属性：  
男性比例高，年轻学历高  
城市：  
主要在一、二线城市  
收入：  
中/高收入



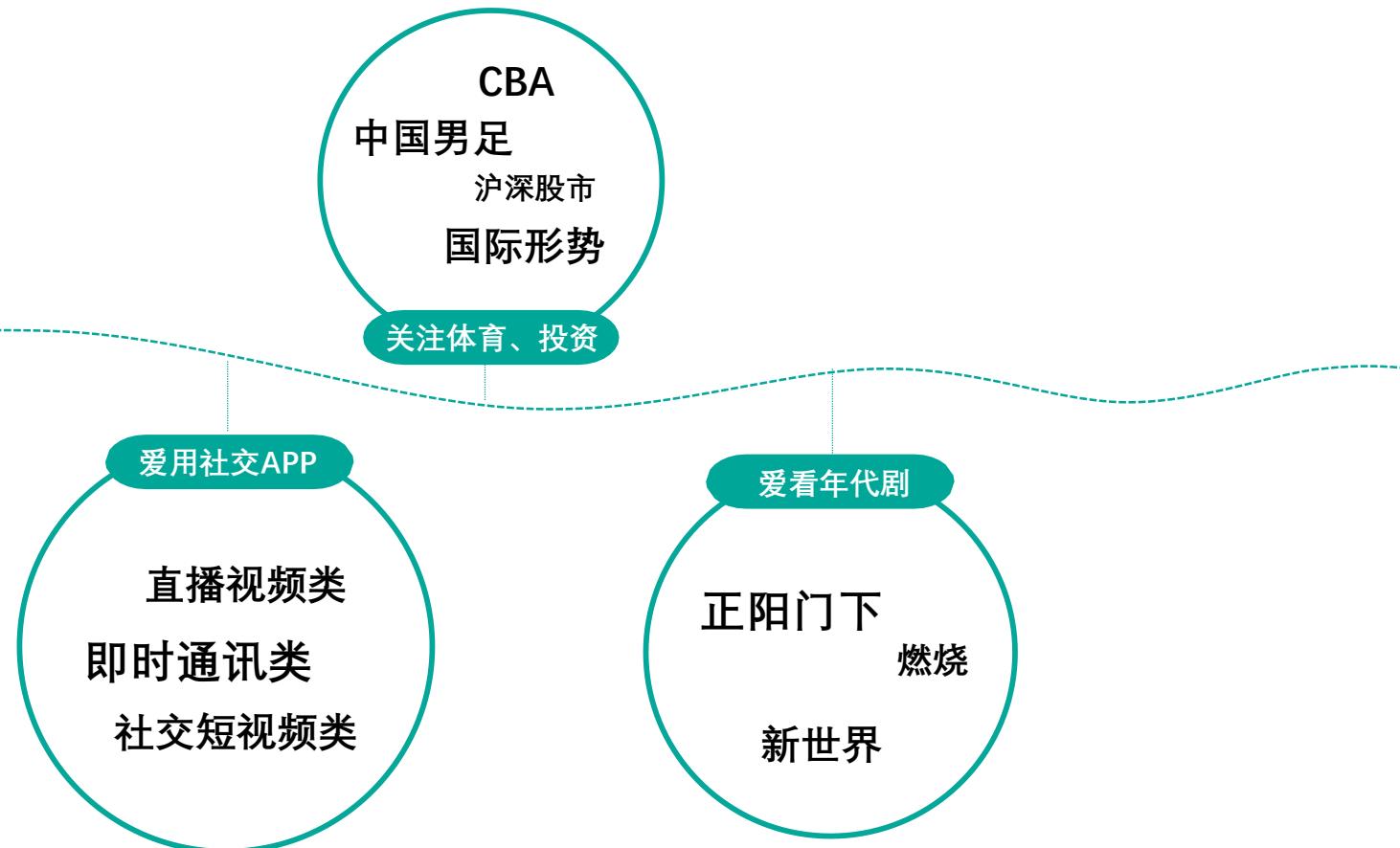
# 新能源-高端关注用户

## 品牌偏好者人群特征：成功人士

“成熟稳重，地位不凡  
享受高品质生活”



基础属性：男性比例高，有车比例高  
城市：主要在一、二线城市  
收入：高收入





# 2021 起跑吧，新能源！

出品方：百度大客户部汽车行业整合营销策略部 IMS

数据源：百度观星盘、百度百声

