

2022

新能源

趋势

2022 新能源汽车 趋势洞察

CBN DATA

第一财经商业数据中心



百度营销



目录 CONTENTS

01 政策侧

趋势一：发展新能源智能网联汽车成为汽车行业达双碳、促升级的关键

趋势二：补贴退坡、科技创新驱动新能源汽车市场化加速

02 竞争侧

趋势三：细分市场增长呈“哑铃”结构，中端市场成未来竞争重点

趋势四：新能源汽车行业“智能化”竞争加剧

03 用户侧

趋势五：她力量和年轻一代助推新能源汽车增长

趋势六：下沉市场将成新能源汽车增长蓝海

04 需求侧

趋势七：充电体验成为新能源汽车重要发力方向

趋势八：驾驶体验智能化和车载空间娱乐化成为争夺潜力人群的关键

05 营销侧

趋势九：触达种草线上化、渠道内容多元化、形式创新，推动营销智能化发展

趋势十：AI智能营销助力新能源汽车投放全面提效



CHAPTER

政策侧



趋势一：发展新能源智能网联汽车
成为汽车行业达双碳、促升级的关键

趋势二：补贴退坡、科技创新驱动新能源汽车市场化加速



趋势一：发展新能源智能网联汽车成为汽车行业达双碳、促升级的关键

新能源汽车的发展是汽车行业助力双碳目标实现的重要手段，以新能源为代表的智能网联汽车也是汽车行业产业升级的战略方向

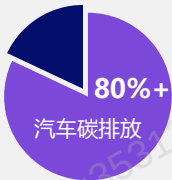
实现双碳目标

双碳目标：

2030年前二氧化碳排放达到峰值，
2060年前实现碳中和目标。

汽车行业对双碳的重要性

交通领域碳排放



汽车碳排放



汽车行业助力双碳

	2020	2030	2035
燃油车降耗 (百公里平均油耗)	5.6L	4.8L	4.0L
新能源车普及 (整体销售量占比)	20%	40%	50%
智能网联汽车	进入市场	高速公路广泛应用	广泛运行深度融合

智能网联的双碳价值

1. 智能驾驶提升行驶效率
2. 车联网降低售后碳排放

数据来源：中国汽车技术研究中心，《节能与新能源汽车技术路线图 2.0》

上升国家战略

战略：

《新能源汽车产业发展规划 (2021 - 2035年) 》

5项战略任务：

- 1 提高技术创新能力
- 2 构建新型产业生态
- 3 推动产业融合发展
- 4 完善基础设施体系
- 5 深化开放合作

智能网联汽车总体目标： 《智能网联汽车技术路线图 2.0》

顶层设计：

智能网联汽车、智能交通、智慧城市深度融合

技术与产品创新能力：

“人-车-路-云”高度协同，道路交通、地图定位等智能化基础设施覆盖度高

市场应用：

智能网联汽车渗透率持续增加，实现基本普及和商业化应用的扩大

数据来源：公开资料整理

趋势二：补贴退坡、科技创新驱动新能源汽车市场化加速

随着私人新能源汽车消费需求的形成和逐步稳定，尽管财政补贴有所退坡，消费者关注度仍在走高；科技创新加剧产品竞争，持续提升产业的市场化程度

私人消费比例提升，市场化程度逐年提高

新能源汽车私人消费占比变化

■ 总体 ■ 非限购城市



财政补贴退坡，热度不减

2022年财政补贴新政

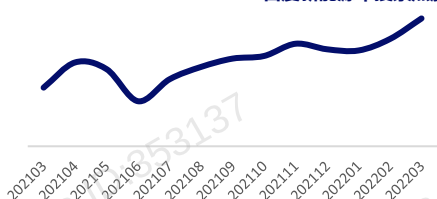
乘用车类型	纯电动	插电式混动
续航里程 (公里/工况法)	300-400 km ≥400 km	≥50(NEDC)/≥ 43(WLTC) km
2021	1.3万	1.8万
2022	0.91万	1.26万

新能源车企的应对

推出限时报价政策
提升整车配置
微型纯电受冲击

消费者的反应

百度新能源车搜索热度



科技创新推动市场化进程

电池

- 新体系半固态电池单体能量密度达到360Wh/kg
- 燃料电池系统寿命超过1万小时

电控

- 第三代半导体电机控制器
- 多合一集成技术
- 进一步提升驱动系统经济性

智能

- 车用固态激光雷达、4D毫米波雷达、高算力自动驾驶芯片、智能座舱
- 网联通信技术

资料来源：新能源汽车国家大数据联盟

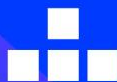
CHAPTER

竞争侧



趋势三：细分市场增长呈“哑铃”结构，中端市场成未来竞争重点

趋势四：新能源汽车行业“智能化”竞争加剧



趋势三：细分市场增长呈“哑铃”结构，中端市场成未来竞争重点

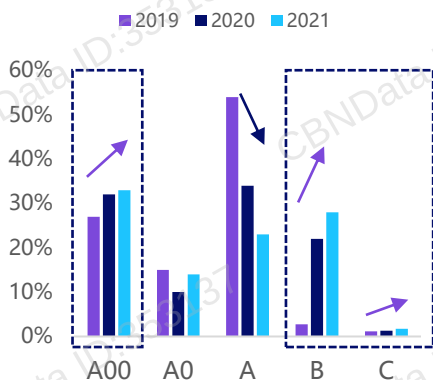
新能源车细分市场表现中，入门和高端销量持续增长，整体呈哑铃结构；受制于技术原因，中端车型市场供给有限，但消费意愿呈上涨趋势；欧拉、比亚迪等品牌开始布局中端市场，把握未来机遇

哑铃结构，供需不匹配

细分市场增长呈现哑铃结构

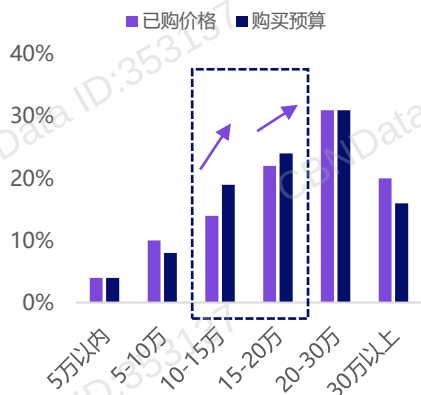
2019-2021 纯电车各级别

销量占比



中端新能源车型消费意愿呈现上涨趋势

购车价格占比趋势



数据来源：乘联会，CBNDATA X 百度营销 新能源汽车消费者调研

供需不匹配的原因

高续航需要多装电池，带来成本提升

紧凑型车底盘大小限制装电量和续航

技术条件无法兼顾高续航和低售价

10-20万新能源车难以满足需求

新能源车品牌布局中端市场

A0级		A级	
品牌	车型	品牌	车型
欧拉	好猫	比亚迪	秦PLUS
奇瑞	Eq	埃安	AION S
比亚迪	海豚	小鹏	P5
零跑	S01	别克	微蓝6
北汽	LITE	几何	A

中端市场品牌偏好-TGI

预算10-15万	预算15-20万
北汽	长城欧拉
上汽	吉利
长城欧拉	奇瑞
五菱	上汽
长安	北汽

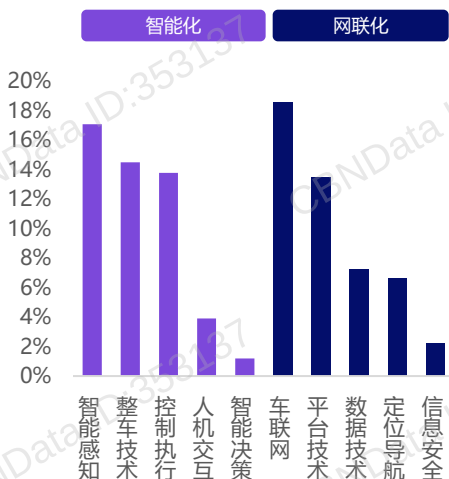
数据来源：公开资料整理，CBNDATA X 百度营销 新能源汽车消费者调研

趋势四：新能源汽车行业“智能化”竞争加剧

新能源车竞争下半场聚焦于“智能化”领域，不仅从产品研发、品牌价值上发力，还通过元宇宙、虚拟社区等方式全面提升用户感官体验

产品智能化

2021年中国智能网联汽车
专利技术构成



品牌跨界，智能提升

车企开始联合科技公司提升自己

场景智能化

百度希壤元宇宙 —— LINK & CO 汽车数字展厅

1:1复刻领克线上展厅，功能上提供了更丰富的
感官体验

用户可在虚拟世界展厅中**沉浸式**看车，体验更换
车身颜色、感受内饰等**交互**



智己“原石谷” —— 用户数据权益价值社区

通过**里程式开采**（分享行驶数据）和**养成式开采**（参与共创活动）获得“原石”，原石可用于兑换各类硬件或软件升级



预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_50719

