



# 中国新能源乘用车市场 发展趋势研究报告

每日经济新闻&广州威尔森信息科技有限公司 联合发布



[www.nbd.com.cn](http://www.nbd.com.cn)



[www.way-s.cn](http://www.way-s.cn)





# 前言



从能源安全、环境保护、技术先天优势(更简单的结构,更少的零部件,更线性的动力输出,更低的综合功耗)等角度看,纯电动车或终将取代传统燃油车,在欧洲各国都相继出台停售燃油车时间的情况下,中国政府也表示已启动传统燃油车停产停售时间研究。

“双积分”政策一纸令下,原本还在犹豫不决的合资厂商也纷纷公布了其新能源车的上市计划,除了短期应急的混线产品、插电混动或者借壳产品,还提出了基于纯电平台的正向研发产品规划。可以预见,在未来的2~5年,将是中国新能源车市场快速发展、群雄割据的“混乱之治”。

在此背景下,厂商近几年的新能源车策略便尤为重要,所谓一子错,满盘皆落索。对于欲进入新能源车领域的厂商来说,第一个“子”怎么落,关系生死;而对于已经进入该领域的厂商来说,由于目前竞品并不多,即使开局仍在探索,但尚有回转余地,下一步该怎么做,也同样重要。

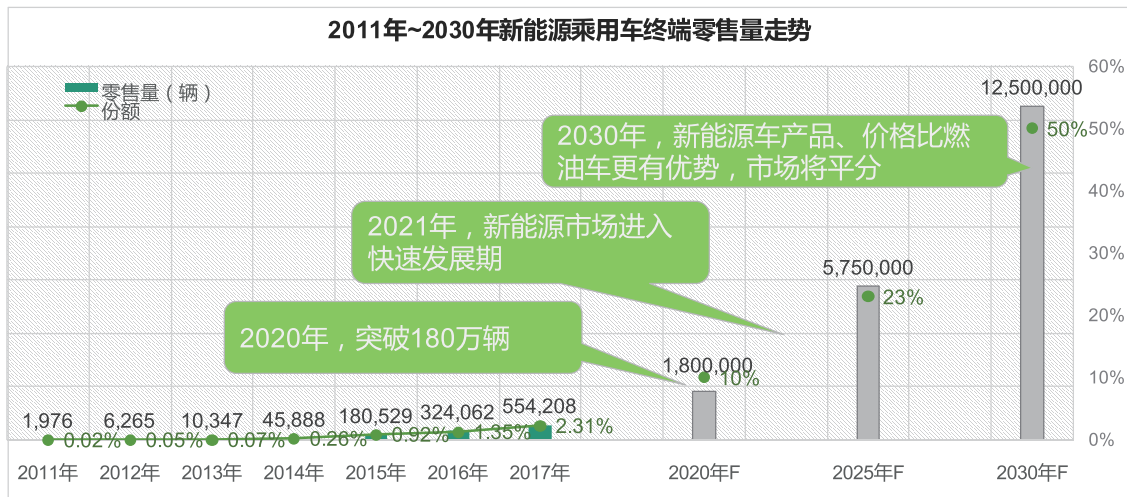


## 报告内容

- ① 新能源乘用车销量发展趋势
- ② 新能源乘用车价格发展趋势
- ③ 新能源乘用车产品发展趋势
- ④ 新能源乘用车消费者需求洞察

# 中国新能源乘用车2018~2030年销量预测

结合市场发展“S型曲线”规律，对2018~2030年的新能源车市场发展进行预测，并有以下几点研判：



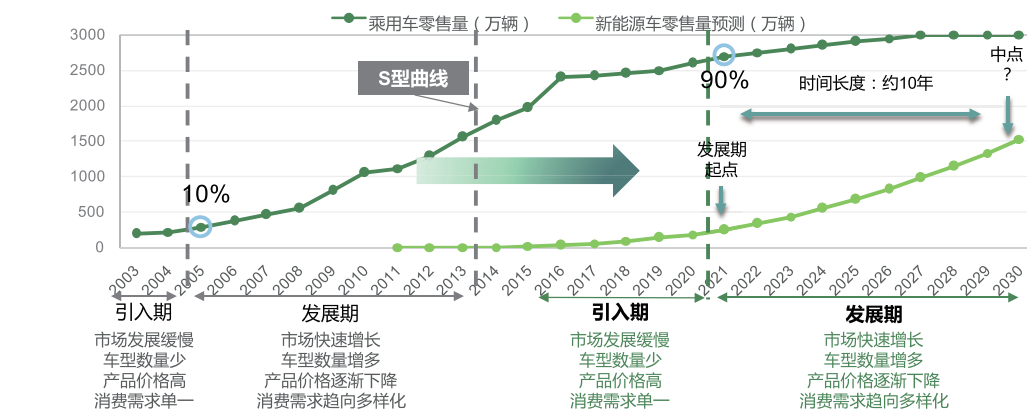
数据来源：威尔森研究

## 中国乘用车按“S型”曲线发展，新能源车也将按此规律发展

结合市场发展“S型”曲线规律，以及燃油车的“S型”曲线规律，能够大致勾勒出2018~2030年中国新能源车市场发展趋势，但有三点需要确认：

- 2020年的180万辆目标能否达成
- 从哪一年开始新能源车市场开始突破10%的份额进入发展期
- 2030年的销量将达到怎样的水平

### 新能源车销量预测——“S型”曲线



数据来源：威尔森研究

## 双积分政策的推出，可有效推动2020年销量目标达成

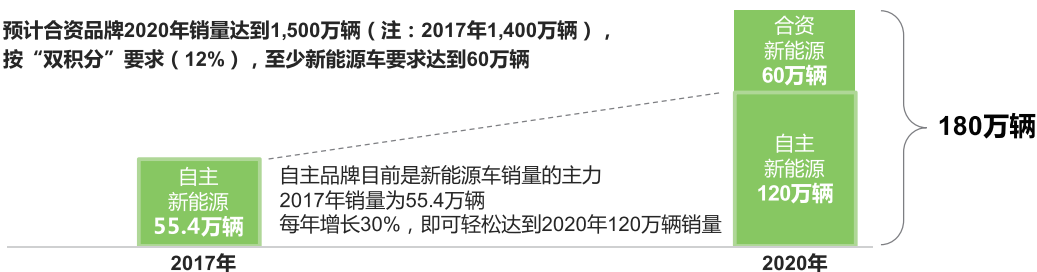
2017年合资企业汽车销量达1,400万辆，但新能源车销量几乎为0，这将倒逼合资厂商加快推进新能源车的步伐。2020年合资厂商总销量按照1,500万辆估算，其新增的新能源车销量至少需60万辆，这已经高于2017年销量总和。而自主企业只需要在2017年基础上再增加70万辆即可，按照2017年自主新能源车的销量测算，年均30%+的增长速度便能达成目标。

新能源汽车积分		
实际值 - 目标值 > 0 → 正积分		
实际值 - 目标值 < 0 → 负积分		
实际值 = 车型积分 × 车型产量（进口量）		
目标值 = ICE产量 × 新能源积分比例要求（18年8%、19年10%、20年12%）		

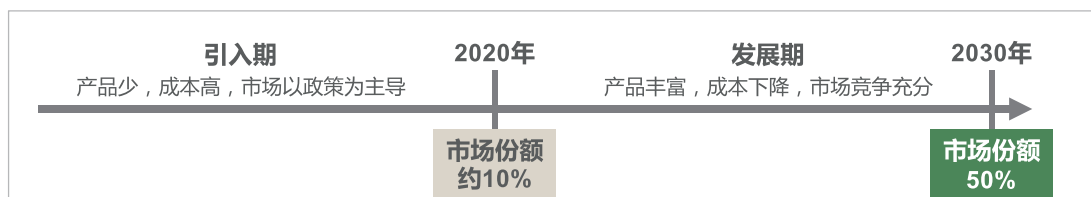
2019~2020年新能源积分规则		
车型类别	标准积分	备注
纯电动车	$0.012 \times R + 0.8$	1. R：续航里程（km） 2. P系统额定功率（kw）
插电式混合动力	2	3. 标准车型积分上限为5分
燃料电池	$0.16 \times P$	4. 积分计算结果按四舍五入保留两位小数

预计合资品牌2020年销量达到1,500万辆（注：2017年1,400万辆），按“双积分”要求（12%），至少新能源车要求达到60万辆



## 2030年新能源车和燃油车平分秋色

从行业政策导向、新能源车成本下降的趋势、续航能力提升以及充电设施不断完善，到2030年，新能源车与燃油车将平分市场，各占50%的市场份额。



**行业政策支持作用：**《规划》提出是2030年新能源车销量占比超40%。

**车型成本下降，提高了新能源车的价格竞争力：**随着电池单位造价的下降以及能量密度的提升，电池成本在2030年将不到当前的30%，届时新能源车的制造成本或将基本与燃油车持平。

**新能源车产品力可超越燃油车：**首先，正向研发的新能源车在驾驶体验以及乘坐舒适性上要优于燃油车；其次，随着电池能量密度的提升，新能源车的续航里程将达500公里以上。

**充电设施建设使用车环境得到改善：**政策对公共充电桩的建设给予了大力支持，并在2020年达到450个充电桩，与新能源车的保有量达到1:1的比例，满足了日常充电需求。

## 为鼓励消费者购车和企业卖车，政策给予较大优惠和补贴额度

为鼓励消费者购车和企业卖车，政策给予补贴和政策优惠。

对象	优惠补贴内容	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	
消费者补贴	免车船税			2015年5月7日开始免征（每年至少省180元）				
	免购置税	2020年12月31日止（不含增值税车价的10%）						
	购车最大国补 （万元）	BEV	6	5.7	5.5	5.5	4.4	5
		PHEV	3.5	3.3	3.2	3	2.4	2.2
	贷款比例					85%，2017年10月16日起 注：ICE贷款比例80%		
政策优惠	免消费税	2008年9月1日开始免征，停止日期未定						
	减所得税					5%，2016年1月1日起，停止日期未定		

## 每个省划拨多达1.6亿元（2018年），鼓励当地新能源车销售

2016年1月，国家科技部曾发布《关于“十三五”新能源汽车充电基础设施奖励政策及加强新能源汽车推广应用的通知》，对2016~2020年新能源汽车推广应用规模较大的省（区、市）政府进行综合奖补；

在达到新能源车销量目标时，2016年每个省已拥有1.2亿元奖励，且每年增加2,000万元，该政策将较大程度提高各地方政策对当地新能源汽车产业的重视度。

区域	大气污染防治重点区域和重点省市		中部省和福建省		其他省（区、市）	
年份	奖励条件	奖励内容	奖励条件	奖励内容	奖励条件	奖励内容
2016年 约3000元/辆	3万≤销量<3.25万	奖励9000万元	1.8万≤销量<1.95万	奖励5400万元	1万≤销量<1.08万	奖励3000万元
	每增加2500辆	增加奖励750万元	每增加1500辆	增加奖补450万元	每增加800辆	增加奖补240万元
	封顶1.2亿元		封顶1.2亿元		封顶1.2亿元	
2017年 约2700元/辆	3.5万≤销量<3.8万	奖励9500万元	2.2万≤销量<2.4万	奖励5950万元	1.2万≤销量<1.3万	奖励3250万元
	每增加3000辆	增加奖补800万元	每增加2000辆	增加奖补550万元	每增加1000辆	增加奖补280万元
	封顶1.4亿元		封顶1.4亿元		封顶1.4亿元	
2018年 约2400元/辆	4.3万≤销量<4.7万	奖励10400万元	2.8万≤销量<3.05万	奖励6700万元。	1.5万≤销量<1.62万	奖励3600万元
	每增加4000辆	增加奖补950万元	每增加2500辆	增加奖补600万元	每增加1200辆	增加奖补300万元
	封顶1.6亿元		封顶1.6亿元		封顶1.6亿元	
2019年 约2100元~2300元/辆	5万≤销量<6万	奖励11500万元	3.8万≤销量<4.15万	奖励8000万元	2万≤销量<2.15万	奖励4200万元。
	每增加5000辆	增加奖补1000万元	每增加3500辆	增加奖补700万元	每增加1500辆	增加奖补320万元
	封顶1.8亿元		封顶1.8亿元		封顶1.8亿元	
2020年	待定					



## 针对充电设施建设，政策制定的相应目标，以期车桩比达到1:1

当市场上新能源汽车保有量达到一定规模之后，为确保日常的正常使用，需要设置相关的配套设施进行支持，为此出台对基础设施搭建的政策势在必行。对于基础充电设施的规划和建设目标，国家层面已经给出了明确的政策支持，将会满足截止2020年累计产销量500万辆新能源车的充电需求；

针对基础设施的政策支持从产业战略上已经制定目标和作出要求，但要真正落地建设还需相关政策给予具体激励。

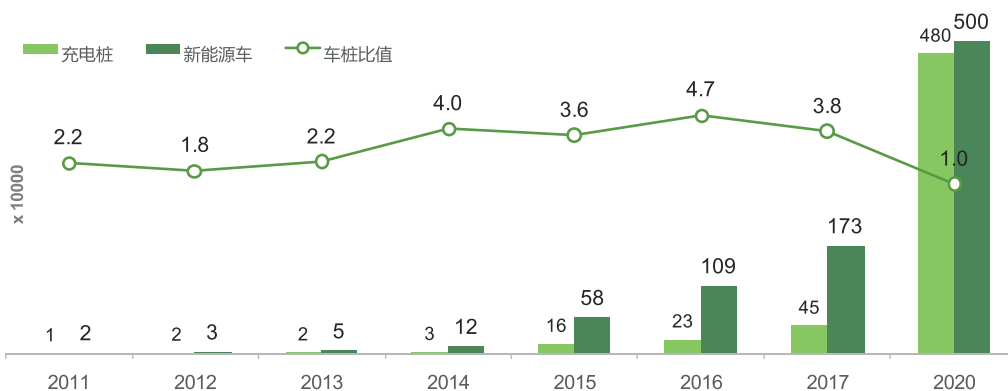
充电设施政策支持			停车场政策支持		
目标	设施	时间	机构	最低配比	时间
1.2万个	换电站	截止2020年	公共机构停车场	10%	截止2020年
			中央国家机关	30%	截止2020年
450万个	充电桩	截止2020年	在京中央企业	30%	截止2020年

基本建成适度超前、车桩相随、智能高效的充电基础设施体系，满足超过500万辆电动汽车的充电需求

## 配套设施的扩建加速新能源市场的发展

在政策的驱使下，地方政府与厂商大力发展配套设施来加速新能源汽车的发展，新能源车的保有量数据显示，基础建设决定车辆的销量。

新能源车与充电桩保有量发展历程



数据来源：威尔森研究

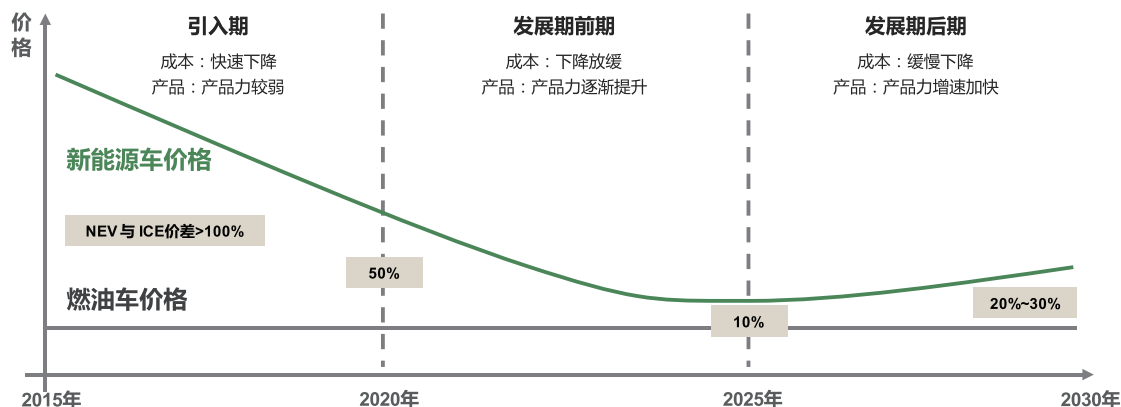


## 报告内容

- ① 新能源乘用车销量发展趋势
- ② 新能源乘用车价格发展趋势
- ③ 新能源乘用车产品发展趋势
- ④ 新能源乘用车消费者需求洞察

## 新能源车相对价格将呈现“高尔夫球棍”型曲线走势

新能源车价格相对于传统燃油车的价格，将呈现“高尔夫球棍”型曲线走势，核心动力主要有成本以及产品力两个因素：  
 在引入期，新能源车成本的下降会成为新能源车价格快速下降的主要动力；  
 进入发展期后，随着三元电池瓶颈的到来，成本下降速度放缓，而随着产品力的提升，相对价格的下降将在发展期前期终结；  
 在发展期后期，随着正向研发的新能源车以及新技术应用，新能源车产品力的优势开始凸显，相对价格将逐步走高。

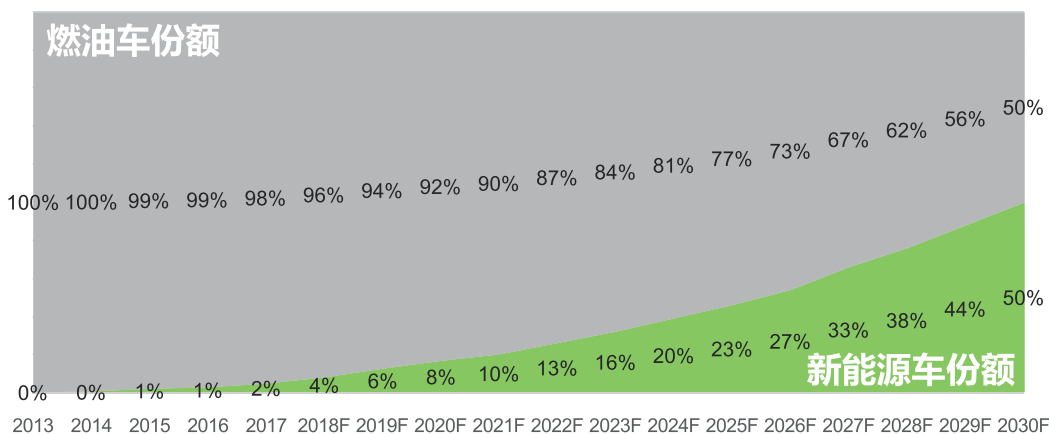


数据来源：威尔森研究

## 新能源不断抢夺传统ICE市场，竞争不可避免

从用途上看，新能源车与燃油车没有本质区别，两者属于较强的替代品，而未来随着新能源车的发展，与燃油车的竞争不可避免。

中国乘用车市场燃油车与新能源车份额发展趋势



数据来源：威尔森研究

## 在价格的竞争中，NEV处于劣势

当前市场环境下，新能源车的成交价高于同等水平下燃油车5-7万，在价格上不具备优势。



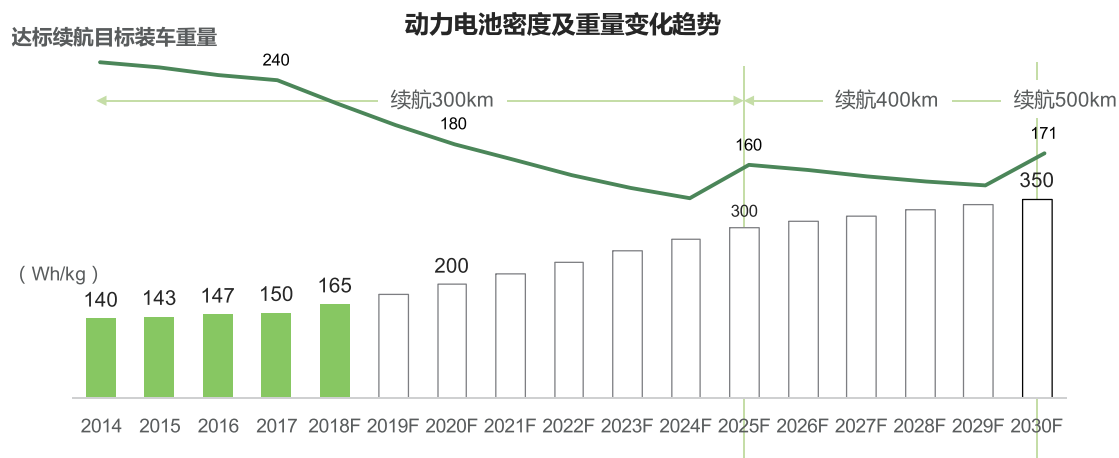
新能源车	成交价 (2018.01-05)	年度销量	对标车型	成交价 (2018.01-05)	年度销量
新帝豪三厢 EV	12.9万元	21,112辆	新帝豪三厢	7.4万元	201,641辆
E5	12.9万元	19,014辆	速锐	6.8万元	76,967辆
RX5 新能源	19.6万元	9,410辆	RX5	12.5万元	205,065辆

数据来源：威尔森研究

## 电池技术发展趋势

按照目前的电池能量密度水平，要达到基本的300公里续航里程，电池重量对于车身来说太大了；

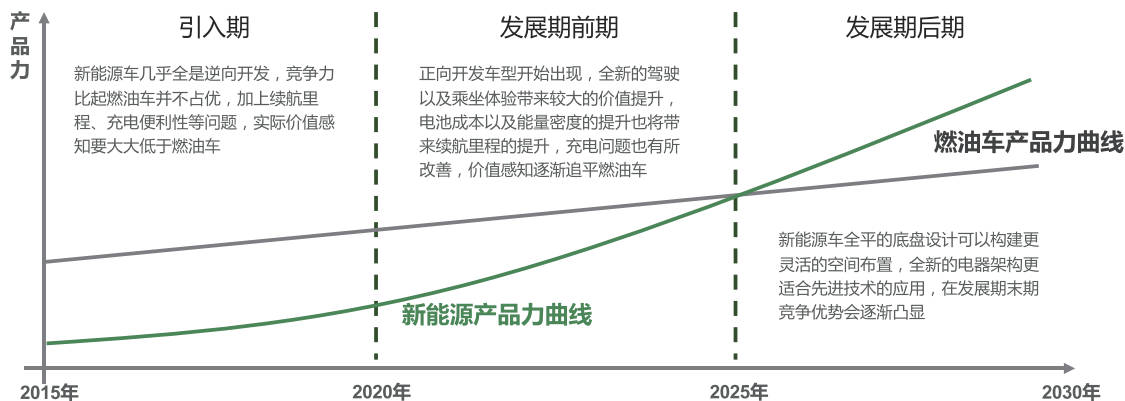
随着电池能量密度不断提升，从2020年开始，达到300公里续航里程的电池重量将仅略高于整车重量的10%，这将在车身设计上为BEV配备不同里程的电池释放更广大的空间。



数据来源：威尔森研究

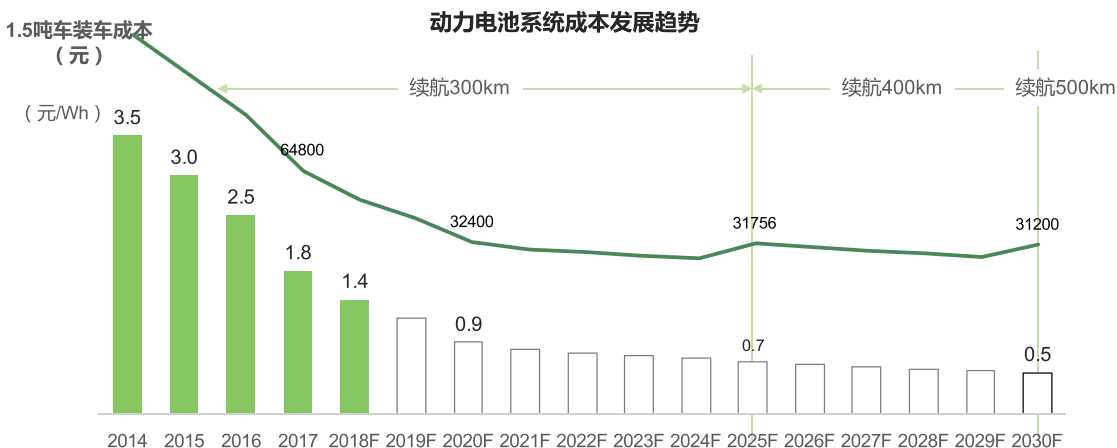
## 发展期后期开始，新能源车竞争力优势逐渐凸显

2025年以前，新能源车主要依靠电池成本以及续航能力的提升，期望接近或达到传统燃油车的产品竞争力水平；而在2025年以后，新能源车正向开发产品会越来越多推出市场，全平的底盘设计可以构建更灵活的空间布置，全新的电器架构更适合先进技术的应用，这些可助力新能源车的竞争力超过燃油车。



## 电池系统成本降幅是整车价格降幅重要支撑

随着电池原材料成本下降，产能规模扩大，电池技术进步，电池系统成本将会在2020年前保持约10~20%的降幅，而2020年后，约有5~10%的降幅。



数据来源：威尔森研究

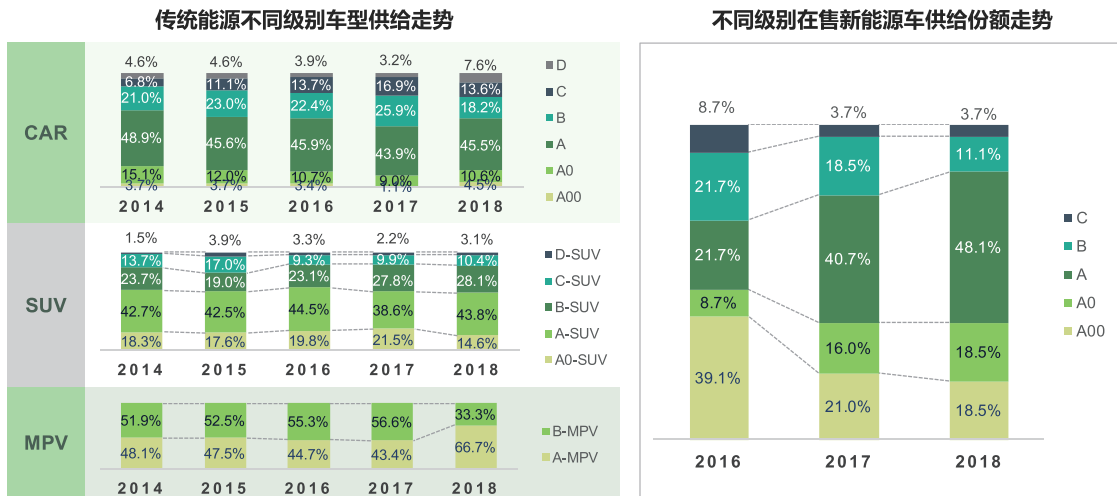


## 报告内容

- ① 新能源乘用车销量发展趋势
- ② 新能源乘用车价格发展趋势
- ③ 新能源乘用车产品发展趋势
- ④ 新能源乘用车消费者需求洞察

## 新能源车的供给结构将与传统能源车一致

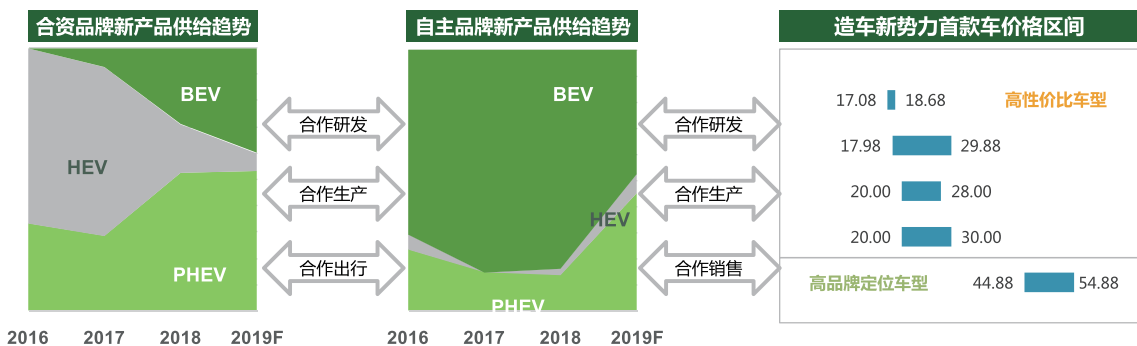
在新产品导入中，传统能源三大车种均是以A级（紧凑型）车型为主，且份额逐年增长；新能源车市场近年的发展也是逐步向紧凑型车型靠拢。



数据来源：威尔森研究

## 合资、自主、新势力企业各采取不同的产品策略，又相互合作

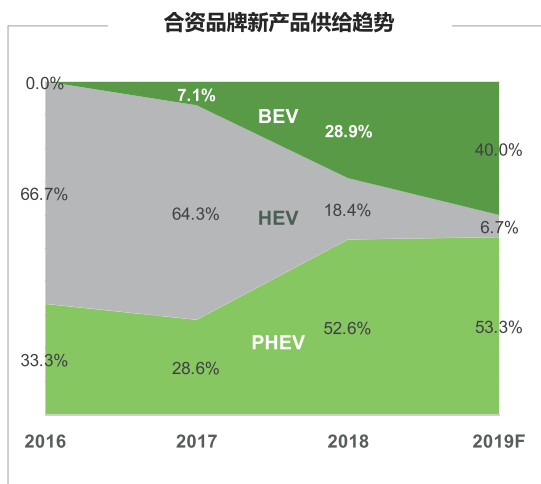
在新产品导入中，合资企业以PHEV为主，BEV为辅，同时与自主品牌展开研发、生产、出行合作，以拓展新能源市场；自主品牌以BEV为主，PHEV为辅，抢先布局新能源的同时，与合资以及新势力合作，期望提升自身的竞争力；造车新势力企业，由高性价比或是高品牌定位切入市场，同时与自主品牌合作，弥补自身在制造和销售方面的短板。



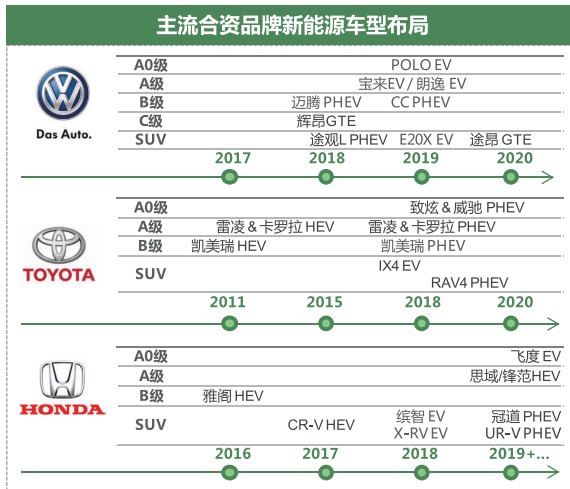
数据来源：威尔森研究

## 合资品牌为保销量、降能耗，现阶段以PHEV为主

在国家政策的影响下，合资品牌现阶段优先规划可降低排放、能耗产品线，基本以布局原有车型的PHEV车型为主；同时，逐步规划与自主品牌合作，积极发展BEV车型产品线。

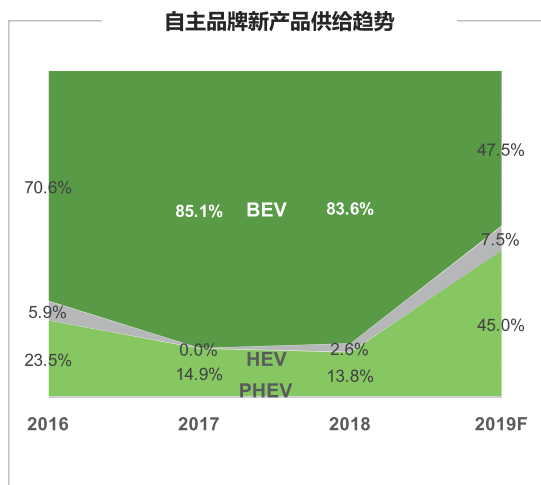


数据来源：威尔森研究

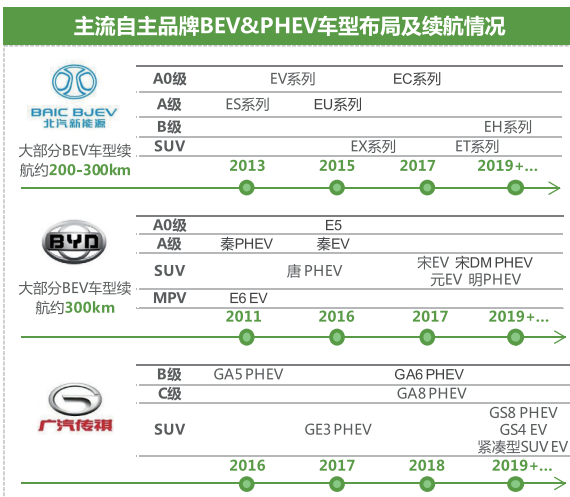


## 自主品牌抢占市场先机，优先布局BEV车型

自主品牌新能源技术相对成熟，大部分厂商优先布局BEV车型；部分厂商（如比亚迪、广汽新能源等）为稳固和提高市场份额，也会同步发展PHEV车型。



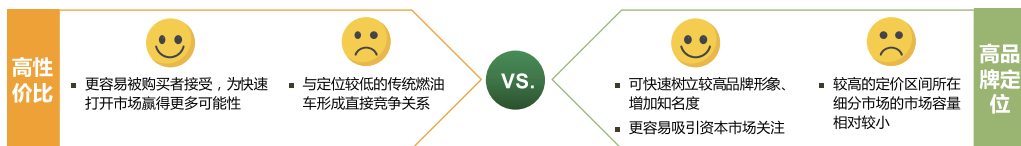
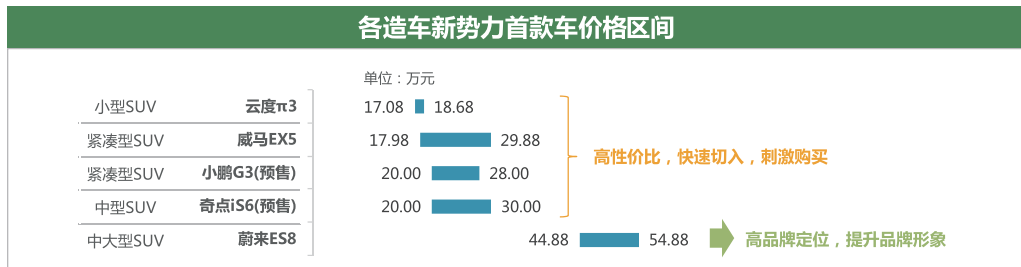
数据来源：威尔森研究





## 造车新势力高低两种产品策略，决定品牌未来发展

新势力品牌在价格策略方面，以高低两个不同方向定位，高价格优质产品，抢占眼球，树立较高的品牌形象；低价格性价比高的产品更易接受，可快速开拓市场。





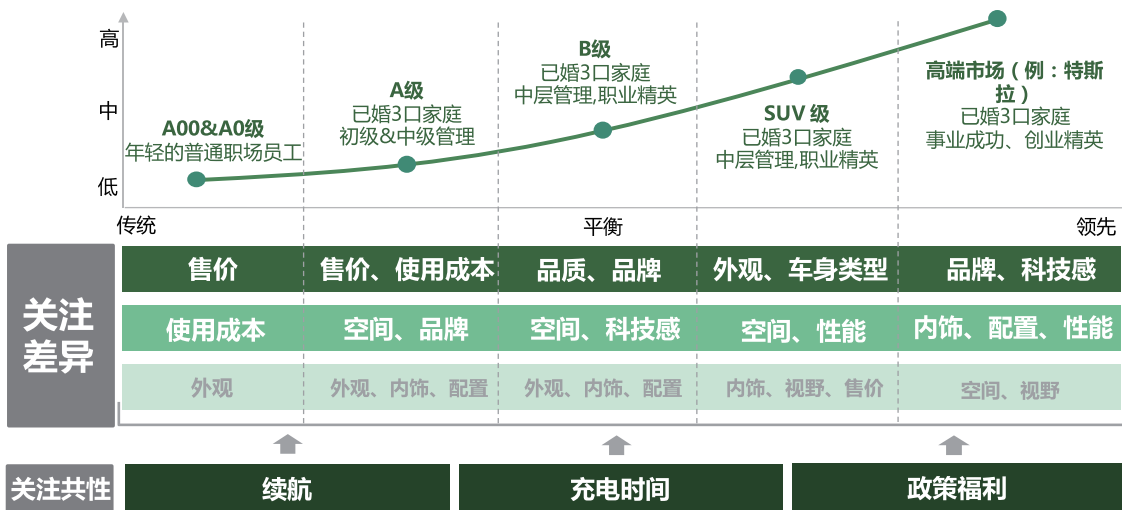
## 报告内容

- ① 新能源乘用车销量发展趋势
- ② 新能源乘用车价格发展趋势
- ③ 新能源乘用车产品发展趋势
- ④ 新能源乘用车消费者需求洞察

## 新能源车用户在对车型的关注上呈现不同的需求梯度

续航、充电时间与政策福利是新能源车用户普遍的关注点；

相对来说，入门级的新能源车用户更在意产品的性价比，而豪华级的用户则强调产品的品牌度和科技感。



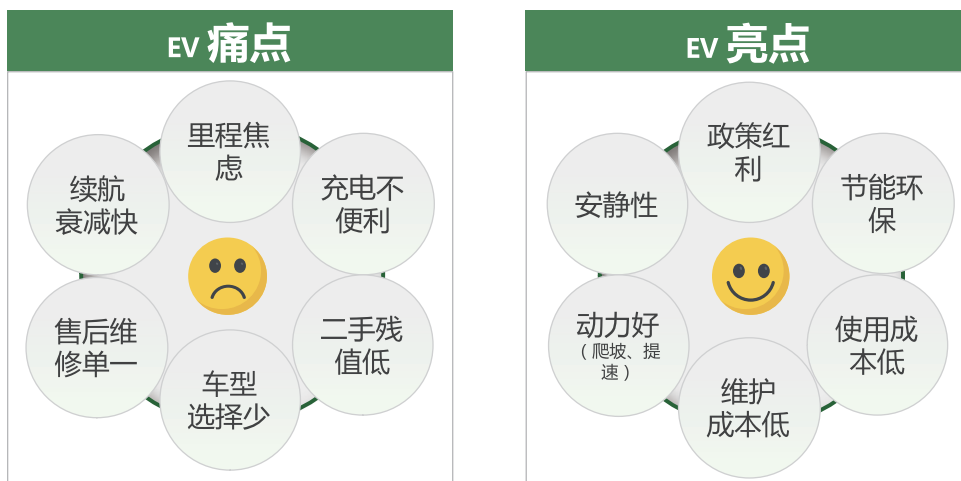
## 限购/不限购城市的新能源车用户购买原因存在差异性

限购城市用户多为政策驱动下的刚需消费者；非限购城市用户更看重车型的使用经济性。

政策驱动型	限购城市		非限购城市	年轻实用派
	男女比例均衡	性别	男性为主	
	年龄分布较为均匀	年龄	年轻消费者较多	
	本科学历较多	学历	大专用户较多	
	政策驱动（现行、免费上牌）&刚需购车	购车动机	产品驱动	
	续航、充电时间、电池寿命 配置、品质 主动安全性能 舒适性：无汽油味道、行驶安静 外观内饰造型等 动力	购车关注因素	续航里程、充电时间、电池寿命 使用成本（电费便宜、维护成本低） 动力 舒适性：无汽油味道、行驶安静 电池安全性 质保时间 外观内饰造型等	

## 续航里程仍是消费者心中的痛中之痛

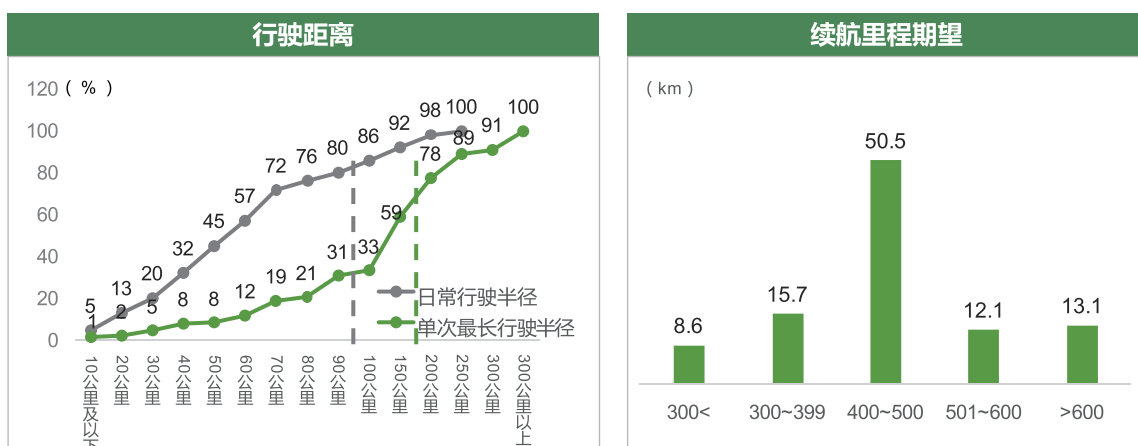
大多数消费者都有类似于续航里程短、续航衰减快的抱怨，同时也期待市面上能出现更多的可选车型；新能源车行车安静的特点广受肯定。



## 400~500公里是多数新能源车用户对续航里程的期待值

80%用户每天的行驶半径不超过100公里，单次最长的行驶半径不超过200公里。

用户对于电动车续航里程的期望值集中在400~500公里，与燃油车一箱油的续航相当，也是单次最长行驶半径的两倍。



数据来源：威尔森研究



## 关于 | 每日经济新闻 中国主流财经全媒体

每日经济新闻是中国最具影响力、公信力和权威性的主流财经全媒体之一，拥有7大内容平台：《每日经济新闻》报纸、每经网（www.nbd.com.cn）及每经英文网（www.nbdpress.com）、每日经济新闻APP、每日经济新闻官方微信及细分行业微信矩阵、每日经济新闻官方微博及细分行业微博矩阵、海外新闻平台。每日经济新闻专注于公司新闻和投资理财资讯，内容覆盖宏观、金融、公司、证券、理财、影视、汽车、房产、TMT、国际等领域，拥有位于全球205个国家和地区的5000万+用户。



## 关于 | 威尔森 中国领先的汽车数据决策服务商

威尔森成立于2009年，总部位于广州，并在上海、北京设有分公司，拥有汽车业内最专业最全面的数据“金矿”，超过200人的技术及研究团队通过智能数据库对海量数据进行互联互通、整合管理，并基于丰富的IT与人工智能技术，挖掘汽车行业大数据之价值，助力中国汽车行业建立以数据驱动的智能决策支持体系。

