



2026 年

# 造车新势力研究报告

主编：雷静兰

编辑：柯文慧

商业合作：[collaboration@shuoyuanconsulting.com](mailto:collaboration@shuoyuanconsulting.com)

企业官网：[硕远研报-更多最新行业研究报告下载](#)

## 1 造车新势力行业概述

### 1.1 行业发展背景

#### 1.1.1 全球汽车产业转型趋势

全球汽车产业正经历一场前所未有的深刻变革，从传统燃油车向新能源汽车的根本转型正在加速推进。随着全球气候变化问题日益严峻，欧洲、北美、中国等主要经济体纷纷制定并实施碳中和目标，力求在未来几十年内实现温室气体排放的显著减少。这些政策目标成为推动汽车产业电动化进程的重要驱动力，积极支持新能源汽车的研发、生产和推广。

在此背景下，全球各大汽车制造商纷纷加大在电池技术、自动驾驶、车联网等高新技术领域的研发投入，力求在新一轮产业竞争中占据领先地位。电池技术的突破不仅提升了电动车的续航能力和安全性能，也降低了成本，使得电动车更加亲民。由此，整个汽车产业呈现出“新四化”的发展趋势，即电动化、智能化、网联化、共享化。

图表：2012-2021 年全球汽车制造产业转移趋势图



资料来源：前瞻产业研究院

跨国汽车巨头与新兴新能源汽车企业之间的竞争愈发激烈，但与此同时，合作与资源整合也成为行业发展的重要策略。新能源汽车的推广不仅改变了汽车产品的技术路线，还深刻重塑了消费者的出行习惯和整个汽车产业的商业模式。传统的汽车销售模式逐渐向以用户体验为核心的服务模式转变，共享出行、车联网服务、智能交通解决方案等新业态不断涌现，推动汽车从单一交通工具向多功能智能终端演变。

## 1.1.2 新能源汽车政策推动

各国政府纷纷出台了一系列针对新能源汽车产业的发展规划，明确支持产业发展的方向和具体目标，以应对全球能源结构转型和环境保护的迫切需求。在中国，政府通过实施“双积分”政策，即燃油车积分与新能源汽车积分并行管理，推动传统汽车制造企业加快新能源汽车的研发与生产，提升整体市场竞争力。

除此之外，中国高度重视充电基础设施的建设，积极推动充电桩和换电站的布局与标准化，通过国家电网和各大充电运营商的协同合作，逐步形成覆盖广泛、便捷高效的充电网络，解决了用户的里程焦虑问题。在欧美市场，政府更多侧重于通过严格的碳排放标准来倒逼汽车制造企业加速转型。欧盟等地区制定了严苛的尾气排放限额，允许企业通过碳配额的买卖实现排放目标的灵活达成。

图表：推动新能源汽车政策解读



资料来源：电车资源

此外，欧美各国政府积极引导资本流入新能源汽车领域，支持创新创业，培育造车新势力和相关技术企业的发展。政策的持续支持不仅促进了技术创新和规模效应的显现，也加速了新能源汽车在公共交通、物流运输等多个细分市场的应用推广，为实现碳中和目标和构建绿色低碳交通体系奠定了坚实基础。

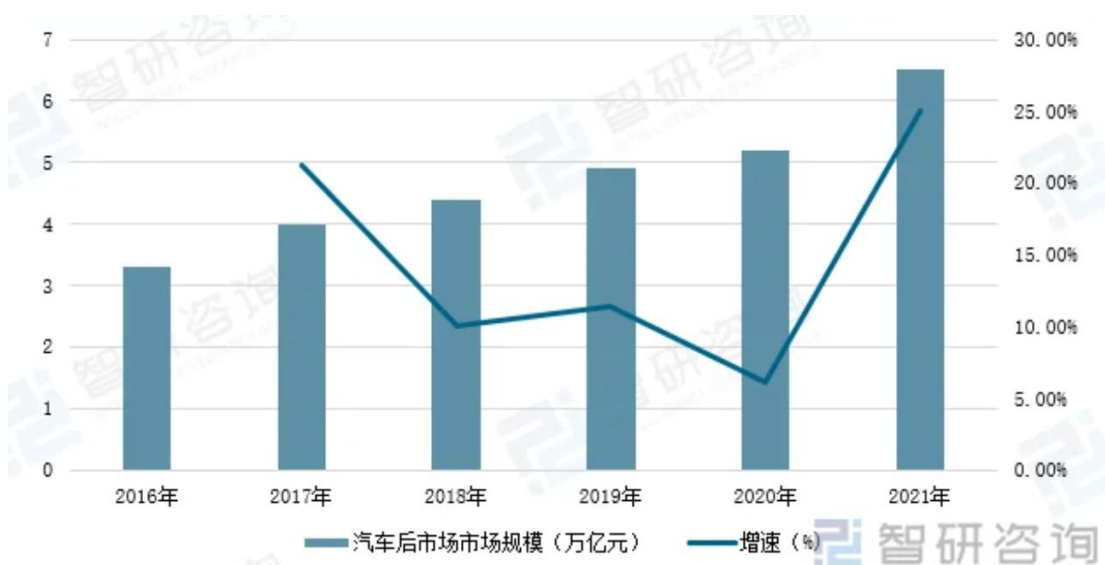
### 1.1.3 消费者需求变化分析

随着社会经济的不断发展和居民生活水平的稳步提升，消费者在购车时的需求和偏好也发生了深刻而显著的变化。首先，随着环保意识的普遍增强和全球气候变化问题的日益突出，绿色环保、节能减排已经成为消费者选择汽车时最重要的考量因素之一。越来越多的消费者倾向于购买新能源汽车，这些车型不仅能够有效降低尾气排放，减少环境污染，还能在一定程度上降低使用成本，符合可持续发展的社会趋势。

此外，车辆与智能手机、智能家居等设备的互联互通，也满足了消费者对数字生活场景的无缝衔接需求。不仅如此，消费者对汽车品牌的认知度和整体服务体验也提出了更高的要求。传统的购车模式正逐渐被个性化、定制化服务所取代，消费者期望能够根据自身喜好和需求，选择专属的颜色、内饰、配置甚至软件功能。

在这样的市场环境下，造车新势力凭借其技术创新能力和以用户体验为核心的经营理念，迅速崛起并赢得了大量年轻消费者的青睐。这些新兴企业不仅在新能源汽车领域不断突破技术瓶颈，还注重打造开放生态系统和完善的用户社区，满足了消费者多样化、个性化和品质化的升级需求，推动整个汽车行业向更加绿色、智能和人性化的方向迈进。

图表：2015-2021 年中国后市场整体规模情况



资料来源：智研咨询

## 1.2 造车新势力定义与分类

### 1.2.1 造车新势力的界定标准

造车新势力通常指那些成立时间较晚，主要以新能源汽车为主营业务的新兴汽车制造企业。这些企业区别于传统汽车厂商，往往在技术创新和商业模式上具有显著的差异和独特优势。具体来说，造车新势力的核心特征包括以下几个方面：首先，技术驱动是其最显著的特点。这些企业高度依赖先进的电动汽车技术、智能网联技术以及自动驾驶技术，致力于通过技术创新提升产品的竞争力和用户体验。

其次，互联网思维深刻影响了造车新势力的商业模式。这些企业善于利用大数据、云计算和人工智能等现代信息技术，实现车辆与互联网的深度融合，打造智能出行生态系统。同时，他们注重用户社区的建设和互动，形成以用户为中心的闭环服务体系。这种模式使得新兴车企能够更加灵活快速地响应市场变化，加快产品推向市场的速度。

此外，用户体验导向贯穿造车新势力的产品设计和服务体系中。他们更加关注消费者的个性化需求和使用场景，通过智能化、数字化手段提升驾乘体验。在界定造车新势力的标准方面，通常涵盖企业的成立时间、产品类型、技术路线、资本结构、以及市场定位等多个维度。

### 1.2.2 新势力汽车企业类型

造车新势力根据其业务模式和技术路线可以细分为多个不同类型，主要包括纯电动车企、插电式混动车企以及智能网联车企等多种类别。纯电动车企通常专注于开发和生产以电池为唯一动力来源的汽车，这类企业注重电池技术的创新、电机效率的提升以及整车的轻量化设计，力求在续航里程、充电速度和安全性能方面实现突破。

除此之外，智能网联车企强调汽车与互联网、大数据、人工智能技术的深度融合，致力于打造高度自动化和智能化的出行体验。这类企业不仅在自动驾驶技术、车载智能系统、车联网通信等方面投入大量研发资源，还积极推动车辆与智慧城市、智能交通系统的互联互通，提升整体交通效率和安全水平。此外，还有部分造车新势力企业专注于特定的细分市场。

在市场策略上，有的企业通过差异化产品抢占细分市场，有的通过打造品牌影响力和用户口碑扩大市场份额。此外，在产业链布局方面，不同企业采取的策略也不尽相同，有的选择自主研发核心零部件以掌控核心技术，有的则通过与供应商和技术合作伙伴建立紧密合作关系，实现资源共享和优势互补。

### 1.2.3 传统车企与新势力的区别

传统车企通常拥有完善且高度成熟的制造体系和供应链管理体系，这使得它们在大规模生产和工艺优化方面具有明显优势。依托多年来积累的丰富经验和技術积淀，传统车企能够实现稳定的产品质量和高效的生产效率，强调规模效应，通过大批量生产降低单位成本，从而在市场竞争中保持一定的价格优势。此外，

传统车企在研发投入、零部件采购、售后服务网络等方面均有着系统性的布局，形成了较为完整的产业链条。

相比之下，新势力汽车企业更注重技术创新和用户体验的深度挖掘，积极引入互联网思维进行产品设计和市场营销。他们通常采用智能化、电动化为核心的技术路线，快速集成最新的软件和硬件技术，以满足新时代消费者对智能出行的需求。新势力企业在产品开发过程中强调敏捷迭代和用户反馈，能够迅速调整设计方案和功能配置，增强产品的市场适应性和竞争力。

在转型速度方面，传统车企由于历史包袱重、组织结构庞大、决策流程复杂，导致其在新能源和智能网联领域的转型进程相对缓慢。相反，新势力企业通常规模较小、组织扁平，能够以更加灵活高效的开发模式快速响应市场变化和技术趋势，从而在新兴市场中占据先机。此外，资金来源和资本运作方式的差异也是两者发展路径和战略选择的重要因素。

传统车企多依赖于长期稳定的产业资本和银行贷款，资本运作较为保守，注重风险控制和稳健经营；而新势力企业则更倾向于通过风险投资、资本市场融资等多元化渠道获得资金支持，具备更强的资本市场敏感度和扩张动力，这使得它们在市场推广和技术研发上能够投入更多资源，但同时也面临更大的资金压力和不确定性。

## 1.3 产业链结构分析

### 1.3.1 关键零部件供应商分析

新能源汽车产业链中，电池、电机、电控是核心零部件，供应商的技术实力和产能直接影响整车性能和成本。动力电池供应商如宁德时代、比亚迪等在中占据领先地位，技术迭代速度快，成本持续下降。电机和电控技术逐渐国产化，部分新势力企业通过自研实现差异化竞争。此外，智能驾驶传感器、车载

芯片、车载操作系统等高科技零部件供应商也成为产业链的重要环节。供应商之间的协同合作和技术创新对提升整车性能和用户体验至关重要。

图表：新能源汽车产业链结构图



资料来源：前瞻产业研究院

### 1.3.2 充电基础设施配套现状

充电设施建设是新能源汽车推广的关键瓶颈之一。当前，中国充电桩数量快速增长，覆盖城市和高速公路网络，公共充电和私人充电相结合的模式逐步成熟。智能充电和快充技术的发展提升了用户充电体验。然而，充电设施布局不均、充电桩利用率低、标准不统一等问题仍需解决。未来，随着充电技术和政策的完善，充电基础设施将更好地支撑新能源汽车的普及和市场扩展。

## 2 市场规模与竞争格局

### 2.1 市场规模预测

#### 2.1.1 新能源乘用车销量预测

新能源乘用车销量预计在未来几年内将持续稳步攀升，成为汽车市场的重要增长动力。随着技术的不断进步和消费者环保意识的增强，纯电动车的销量占比将显著提高。纯电动车凭借其零排放、低使用成本以及日益完善的充电基础设施，赢得了越来越多消费者的青睐。同时，国家和地方政府出台的一系列购车补贴、免购置税、限行优待等优惠政策，也极大促进了纯电动车的普及和销售增长。

与此同时，高端智能电动车市场也在快速发展。随着自动驾驶技术、车联网、大数据和人工智能的融合应用，高端智能电动车不仅在性能和续航方面不断突破，更在用户体验、智能交互、安全性等方面实现质的飞跃。这类车型凭借其先进的技术配置和品牌影响力，吸引了大量高端消费者和科技爱好者，推动了细分市场的多样化发展。

此外，针对不同细分市场的多样化车型不断涌现，包括小型城市电动车、豪华SUV、电动跑车以及专为共享出行设计的车型等，极大满足了不同消费者的个性化需求。多样化的产品布局和丰富的车型选择，不仅提升了消费者的购车体验，也促进了新能源乘用车整体销量的快速增长。

图表：中国新能源乘用车销量及同比预测



资料来源：Wind

## 2.1.2 造车新势力市场占有率

造车新势力凭借其在技术创新、智能化应用以及品牌影响力方面的显著优势，近年来在汽车市场中的表现尤为突出，市场占有率呈现出逐年稳步提升的趋势。随着新能源汽车技术的不断成熟和消费者环保理念的增强，越来越多的用户开始接受并青睐这些新兴企业推出的智能电动车产品。

在众多新势力企业中，部分龙头企业凭借其强大的产品竞争力、先进的智能驾驶技术以及完善的售后服务体系，成功抢占了传统车企的重要细分市场。此外，这些企业通常注重用户体验，通过 OTA（在线升级）技术不断优化车辆性能和功能，进一步提升用户满意度和品牌忠诚度。

新势力企业的崛起不仅对传统车企构成了强有力的竞争压力，也极大地促进了整个汽车行业的技术进步和创新活力。传统车企为了应对挑战，纷纷加大在电动化、智能化领域的投入，推动产业链升级和产品转型，加速了汽车行业的绿色发展和智能变革。

图表：2025 年 3 月 3 日-3 月 9 日中国市场新能源品牌销量

序号	品牌	价格(万元)	销量(万辆)	环比
1	 比亚迪	6.98-30.98	5.74	-8.0%
2	 五菱	3.28-16.98	1.54	3.4%
3	 特斯拉	23.55-82.49	1.38	11.3%
4	 吉利	2.99-16.98	1.08	-10.7%
5	 小鹏	11.98-41.98	0.85	26.9%
6	 理想	24.98-52.98	0.73	0.0%
7	 埃安	6.98-46.96	0.66	-8.3%
8	 小米	21.59-52.99	0.62	-8.8%
9	 零跑	5.99-20.98	0.59	0.0%
10	 银河	7.98-59.99	0.53	-30.3%

资料来源：中汽数研

### 2.1.3 细分市场增长潜力

细分市场如高性能电动车、智能网联汽车、共享出行车辆等领域，展现出极为广阔的发展前景和巨大增长潜力。随着技术的不断进步和消费者需求的多样化，这些细分市场正成为汽车行业创新和变革的主要驱动力。首先，高性能电动车凭借其卓越的动力表现、环保优势以及续航能力的不断提升，尤其是在年轻消费者和汽车发烧友中备受青睐。

其次，智能网联汽车通过集成先进的传感技术、人工智能、大数据分析和车联网通信，实现了车辆的自动驾驶、智能辅助驾驶以及人车互联功能，极大提升了驾驶的安全性和便捷性，满足了现代消费者对智能化、数字化生活方式的需求。

此外，共享出行车辆作为新兴的出行模式，不仅有效缓解了城市交通压力，降低了个人出行成本，还推动了交通资源的高效利用和环境的可持续发展。共享汽车和出行服务的快速兴起，为新势力汽车企业提供了多元化的发展路径和盈利模式，使其能够在激烈的市场竞争中抢占先机。

尤其是年轻消费群体和高收入用户对智能化、个性化产品的强烈需求，成为高端细分市场快速扩张的重要推动力。这部分用户不仅注重车辆的性能和技术配置，更加关注品牌体验、个性定制以及智能互联功能，促使汽车厂商不断加大研发投入，推出更加符合市场需求的创新产品。

## 2.2 主要竞争者分析

### 2.2.1 龙头造车新势力企业介绍

蔚来、理想、小鹏等中国新能源汽车行业的龙头企业，在技术研发、产品布局 and 市场营销等多个方面表现尤为突出，成为推动中国乃至全球新能源汽车产业

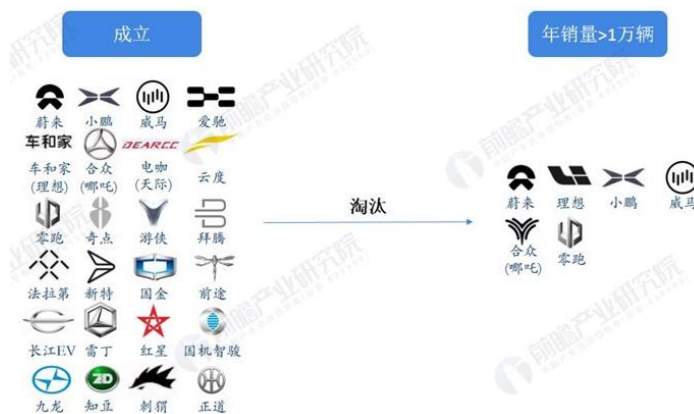
发展的重要力量。首先，蔚来汽车以其独特的用户社区和卓越的服务体验著称。蔚来不仅注重车辆本身的性能和质量，更加重视用户的整体使用体验。

此外，蔚来还积极开展蔚来车主社区活动，增强用户之间的互动和归属感，形成了强大的品牌粉丝基础。理想汽车则专注于增程式电动车技术的研发与应用。增程式电动车通过搭载内燃机发电机为电池充电，解决了纯电动车续航里程焦虑的问题。理想汽车还持续优化其增程技术，提高燃油效率和排放标准，同时积极布局智能驾驶辅助系统，提升车辆的智能化水平。

小鹏汽车则在智能驾驶和车联网领域处于行业领先地位。小鹏通过自主研发的XPILOT 智能驾驶系统，实现了 L2 及以上级别的自动驾驶功能，具备自动泊车、高速公路辅助驾驶等多项先进功能。与此同时，小鹏大力推进车联网技术，构建智能座舱和智能交互系统，为用户提供更加智能化、个性化的出行体验。

这三家企业通过差异化的战略定位和持续的技术创新，成功地在激烈的市场竞争中建立了坚实的品牌基础和高度的用户忠诚度。蔚来注重服务体验与社区运营，理想聚焦技术创新与实用性，小鹏则以智能化和科技领先为核心竞争力。它们不仅推动了中国新能源汽车产业的快速发展，也在全球新能源汽车市场中展现出了强大的竞争力和影响力。

图表：年度销量超 1 万辆的新势力造车企业



资料来源：前瞻产业研究院

### 2.2.2 传统车企的战略调整

面对新兴电动汽车企业的强势冲击，传统汽车制造商正加快电动化转型的步伐，以应对行业的深刻变革和市场需求的快速变化。许多传统车企通过多种方式积极引入先进技术和资金支持，包括与国内外领先的科技公司和电池制造商建立合资企业，进行战略并购，以及开展广泛的技术合作。

这些举措不仅帮助传统车企迅速获得电动驱动、智能网联、车载芯片等关键核心技术，还有效提升了其研发能力和市场竞争力。与此同时，传统车企加快了产品线的更新换代，推出更多符合市场需求的新能源汽车产品。为了适应未来汽车智能化的发展趋势，许多车企还着力推动智能网联技术和自动驾驶技术的研发，积极参与 5G、车联网等新一代信息通信技术的应用，提升车辆的智能交互和安全性能。

此外，部分传统车企成立了专门的新能源汽车子品牌，通过品牌独立运营的方式，更加专注于新能源汽车市场的开拓与创新，打造差异化竞争优势。这些子品牌不仅在产品设计和技术研发上追求突破，还注重用户体验和数字化服务的提升，以满足年轻消费者和高端市场的多样化需求。

## 3 技术发展趋势

### 3.1 新能源动力技术

#### 3.1.1 电池技术进展

电池技术作为新能源汽车产业中的核心竞争力之一，正处于飞速发展和不断创新的关键阶段。近年来，固态电池技术取得了重要突破。相比传统的液态电解质锂离子电池，固态电池采用固态电解质，不仅显著提升了电池的安全性能，避免了液态电解质易燃易爆的问题，同时还大幅提升了电池的能量密度，使得新能源汽车的续航里程得以显著延长。

在材料方面，硅碳负极材料和高镍正极材料的研发不断取得进展。硅碳负极材料以其高理论容量成为替代传统石墨负极的重要方向。通过优化材料结构和制备工艺，硅碳负极不仅提升了电池的能量密度，还有效缓解了因硅体积膨胀带来的循环稳定性问题。高镍材料的稳定性和安全性也随着材料改性技术的进步得到了显著改善。

除了电池本体技术的提升，电池管理系统（BMS）的智能化发展同样至关重要。先进的 BMS 通过实时监测电池的电压、电流、温度等关键参数，利用大数据分析和人工智能算法，实现对电池状态的精准评估和预测。这不仅有效延长了电池的使用寿命，还保障了电池在各种工况下的性能稳定性和安全性。

在环保和资源循环利用方面，电池回收与梯次利用技术逐渐成熟。随着新能源汽车保有量的快速增长，废旧动力电池的回收处理成为行业关注的重点。通过先进的回收工艺，可以高效提取镍、钴、锂等贵金属，减少资源浪费和环境污染。这不仅降低了新能源汽车全生命周期的环境负担，也为产业链的可持续发展提供了坚实保障。

### 3.1.2 燃料电池及混合动力技术

燃料电池汽车作为一种重要的补充能源技术，特别是在商用车领域展现出显著的优势。相比传统的内燃机汽车，燃料电池汽车以氢气为燃料，通过电化学反应直接产生电能，具有零排放、续航里程长、加氢时间短等诸多优点，因而非常适合长距离运输和重载作业的商用车辆使用。

目前，随着氢能源技术的不断进步，燃料电池的性能和耐久性得到了显著提升，制氢、储氢和加氢技术也日趋成熟，氢燃料的安全性和经济性逐步改善。与此同时，基础设施建设步伐不断加快。各国政府和企业积极投入大量资金建设氢气加注站网络，推动形成较为完善的氢能供应链，解决了燃料电池汽车推广过程中“加氢难”的瓶颈问题。

此外，政策支持力度持续增强，出台了一系列鼓励氢能产业发展的政策措施，包括财政补贴、税收优惠以及技术研发资金支持，为燃料电池汽车的产业化和市场化奠定了坚实基础。尽管燃料电池技术发展迅速，混合动力技术依然在提升燃油经济性和降低排放方面发挥着重要作用。

混合动力汽车通过结合内燃机与电动机的优势，有效提高了能源利用效率，减少了尾气排放，尤其在城市通勤和轻型车辆领域表现突出。作为新能源技术多元化发展的重要组成部分，混合动力技术不仅能够平滑过渡传统燃油车向纯电动或燃料电池汽车的转变，还为消费者提供了更多样化的选择，促进了汽车行业的绿色转型和可持续发展。

## 3.2 智能网联技术

### 3.2.1 自动驾驶技术发展现状

自动驾驶技术正处于快速发展和不断突破的阶段，正逐步从 L2 和 L3 等级向更高级别的 L4 甚至 L5 迈进。随着技术的进步，自动驾驶系统在感知、决策和执行等关键环节的能力得到了大幅提升。在感知层面，多传感器融合技术成为关键突破口。人工智能算法的优化也是推动自动驾驶进步的重要动力。

此外，端到端学习和多模态感知技术的发展，使得自动驾驶系统的反应速度和决策质量大幅提升。高精地图技术的不断完善，为自动驾驶提供了精准的定位和路径规划支持。高精地图不仅包含道路几何形状、车道线、交通标志等静态信息，还实时更新交通状况和道路施工等动态信息，为自动驾驶车辆提供全方位的环境参考，确保车辆在复杂路况下的安全行驶。

近年来，部分新兴汽车制造商和科技企业在自动驾驶软硬件集成方面取得了显著成果。这些新势力企业注重从传感器硬件研发、芯片设计，到自动驾驶算法、系统架构的整体协同创新，打造出性能优越且成本可控的自动驾驶解决方案。

他们不仅加速了自动驾驶技术的商业化应用进程，还推动了智能驾驶产业链的生态建设。

### 3.2.2 车联网 (V2X) 应用

车联网技术 (Vehicle-to-Everything, 简称 V2X) 是一种通过无线通信技术, 实现车辆与车辆 (V2V)、车辆与道路基础设施 (V2I)、车辆与行人 (V2P)、以及车辆与云端平台 (V2C) 之间的实时信息交互和协同工作的先进技术。通过这种多维度的互联互通, 车联网能够显著提升交通系统的安全性、通行效率和整体智能化水平。

在智能交通管理方面, V2X 技术支持交通管理中心实时监控和调度交通资源, 动态调整信号灯周期, 发布交通管制和道路维修通知, 极大提高了交通管理的智能化和响应速度。在事故预警领域, 车辆能够通过车联网系统提前感知潜在的危险状况, 如前方事故、恶劣天气、路面障碍等, 并及时向周围车辆和相关部门发送警报, 减少事故发生概率。

此外, V2X 技术是实现自动驾驶的重要基础。自动驾驶车辆通过与其他车辆和基础设施的协同通信, 能够更精准地感知环境, 规划行驶路线, 协调变道和超车行为, 提升自动驾驶的安全性和可靠性。多车协同自动驾驶还能够实现车队行驶, 提高燃油效率和道路利用率。随着 5G 网络的快速普及和商用部署, 车联网的应用场景将变得更加丰富和成熟。

5G 网络具备高带宽、低延迟和大连接数的优势, 能够支持更大规模的车辆连接和更实时的数据传输, 推动车联网从基础信息交换向复杂的智能服务升级。例如, 基于 5G 的高清视频传输、增强现实导航、远程驾驶控制以及车载娱乐系统等应用将逐步普及, 极大丰富了用户的驾驶体验。

### 3.2.3 人机交互与智能座舱

智能座舱作为现代汽车技术发展的重要方向，融合了语音识别、手势控制、增强现实（AR）等多种先进技术，极大地提升了驾驶体验和行车安全性。通过语音识别技术，驾驶者无需手动操作即可实现导航、电话、娱乐系统等功能的控制，减少了驾驶过程中的分心风险，提高了驾驶安全。

增强现实技术的应用，使得车辆的抬头显示（HUD）能够将导航信息、车辆速度、危险警示等重要信息直接投射到挡风玻璃上，帮助驾驶者实时掌握路况，减少视线转移，提高行车安全。此外，智能座舱还支持个性化定制功能，根据不同驾驶者的习惯和偏好自动调整座椅位置、空调温度、音乐播放列表等，打造专属的舒适驾驶环境。

多模态交互成为智能座舱的发展趋势，即通过语音、触控、手势、眼动甚至情感识别等多种交互方式的结合，使人与车的沟通更加自然和高效。这不仅提升了交互的灵活性和便捷性，也增强了驾驶过程中的安全保障。在激烈的市场竞争中，拥有先进智能座舱技术的车型更容易吸引消费者的关注和青睐，从而提升品牌价值和市场份额。

## 4 政策环境与法规分析

### 4.1 国内政策支持

#### 4.1.1 新能源汽车补贴政策演变

中国新能源汽车补贴政策经历了多轮调整和完善，呈现出从初期的高额财政补贴向更加注重技术创新和市场驱动的转变。早期为了快速推动新能源汽车的普及，政府给予了车企和消费者较为丰厚的补贴，促进了市场的快速扩张，但也带来了部分企业依赖补贴、技术水平参差不齐的问题。

随着产业的发展和市场环境的变化，政策逐步收紧补贴标准，重点开始向技术创新能力强、续航里程高、安全性能优越的车型倾斜，鼓励企业提升产品质量

和核心竞争力。具体来说，补贴政策更加注重电池技术的安全性和能量密度，推动动力电池回收利用和绿色制造，同时支持智能网联技术与新能源汽车的融合发展。

此外，政策对纯电动车和插电式混合动力车的补贴标准进行差异化设置，鼓励多元化技术路线发展。为了避免补贴依赖，政府还加大了对新能源汽车技术研发的支持力度，促进企业自主创新，推动产业链上下游协调发展。

在政策执行方面，政府提高了政策的透明度和稳定性，明确了补贴退坡时间表和技术指标要求，为企业制定长期发展战略提供了有力保障。这不仅增强了市场信心，也吸引了大量资本和技术投入新能源汽车领域，推动中国新能源汽车产业由追赶向引领转变，助力实现绿色低碳转型和汽车产业的高质量发展。

#### 4.1.2 产业扶持与创新激励政策

除了直接提供财政补贴之外，政府还通过多种多样的方式来支持新能源汽车产业的发展，形成了全方位、多层次的支持体系。首先，在研发资助方面，政府设立专项基金，重点支持新能源汽车关键核心技术的攻关和突破，如电池技术、电机驱动系统、智能网联技术等，以提升国产新能源汽车的技术自主创新能力和竞争力。

其次，政府通过实施税收优惠政策，对新能源汽车生产企业和消费者给予减免税收的优惠待遇，例如购置税减免、企业所得税优惠等，降低企业生产成本和消费者购车门槛，刺激市场需求。此外，政府积极推动新能源汽车产业园区的建设，打造集研发、生产、检测和服务为一体的综合性产业集群，促进上下游产业链的协同发展，提升整体产业竞争力。

这些产业园区不仅提供优质的基础设施和配套服务，还通过政策引导吸引高新技术企业和创新团队入驻，形成良好的创新生态环境。在创新激励政策方面，

政府鼓励企业、高校和科研院所开展核心技术研发，支持产学研深度融合，推动技术成果转化和产业化。

地方政府也积极响应国家号召，结合本地实际情况，出台一系列配套政策措施，包括财政补贴、用地支持、人才引进和培训计划等，促进新能源汽车产业的集聚发展。通过引进高端技术人才和管理人才，提升企业创新能力和运营水平，推动产业高质量发展，形成具有区域特色和竞争优势的新能源汽车产业集群。

## 4.2 国际政策影响

### 4.2.1 各国新能源汽车政策比较

不同国家根据自身的资源禀赋、市场需求以及环境保护状况，制定了具有显著差异化的新能源汽车发展政策。这些政策不仅反映了各国对能源结构转型和环境可持续发展的重视程度，也体现了其在全球汽车产业竞争中的战略定位。美国更加强调技术创新和市场竞争机制的作用。美国政府通过提供研发资金、税收优惠和购车补贴等政策，激励企业在电池技术、自动驾驶和智能网联等领域持续创新。

日本则将重点放在燃料电池技术的研发和推广上，视其为实现零排放交通的重要途径。日本政府不仅投入大量资金支持氢能基础设施建设，还与汽车制造商密切合作，推动燃料电池汽车的商业化应用。通过打造完善的氢能供应链和推广燃料电池汽车，日本力图在全球新能源汽车技术竞争中占据领先地位。

各国根据自身优势和战略目标，形成了多元化的发展路径，促使全球汽车产业呈现出技术创新多样化和产业协同发展的态势。这不仅推动了新能源汽车技术的快速进步，也加速了全球汽车市场的变革，促进了全球能源结构的绿色转型和环境保护的共同目标实现。

### 4.2.2 跨国贸易与关税政策

国际贸易政策和关税调整对新能源汽车产业链产生了深远的影响，尤其是在零部件供应链和整车出口环节。随着各国政府不断调整关税政策、实施贸易保护主义措施，新能源汽车零部件的跨境流通面临更多障碍，导致供应链的稳定性和成本控制变得更加复杂。此外，近年来全球范围内贸易摩擦频发，尤其是在中美、中欧等主要经济体之间，政策的不确定性显著提升了企业的运营风险。

企业不仅要应对关税波动带来的直接成本压力，还要考虑供应链中断、物流延迟等潜在风险，这些都可能导致生产计划被打乱，影响交付时间和客户满意度。面对这一系列挑战，新能源汽车企业必须采取更加灵活和多元化的供应链管理策略。

同时，企业还应加大技术创新和研发投入，提升核心零部件的自主设计和制造能力，降低对外部供应商的依赖，从根本上增强竞争力。通过优化产业链结构，提升生产效率和产品质量，新能源汽车企业才能更好地应对全球贸易环境的不确定性，把握市场机遇，实现可持续发展。

## 5 消费者行为与市场需求分析

### 5.1 消费者画像与偏好

#### 5.1.1 年龄、收入与地域分布

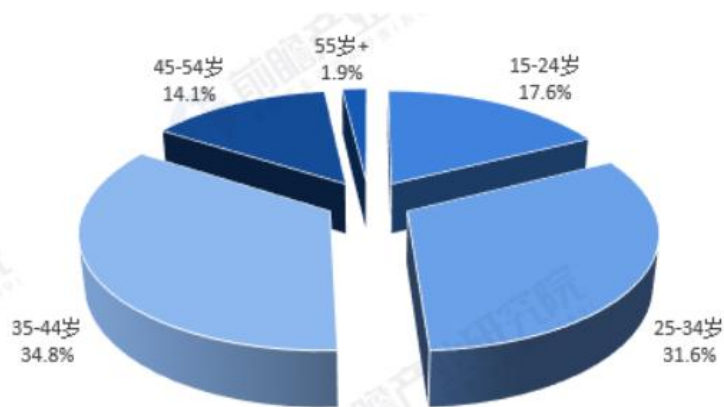
新能源汽车的消费者群体主要集中在年轻人和中高收入阶层，这部分人群通常具有较强的环保意识和接受新技术的能力。尤其是在一线和二线城市，随着城市化进程的加快和交通拥堵问题的日益突出，新能源汽车的需求表现得尤为旺盛。这些城市的居民不仅对车辆的性能和品牌有较高的要求，同时也更加注重汽车的智能化配置和节能环保特性。

随着新能源汽车产品的不断丰富和技术的进步，车辆的价格逐渐向亲民化方向发展，促使三线和四线城市的消费者开始逐步接受并购买新能源汽车。相比一

二线城市，这些地区的用户更加注重车辆的实用性和经济性，价格的下降极大地激发了他们的购买欲望。此外，政府在这些地区也纷纷出台了各种购车补贴和优惠政策，进一步推动了新能源汽车在中小城市的普及。

在不同年龄层的消费者中，对新能源汽车的关注点存在一定差异。年轻消费者通常更加注重汽车的智能化功能，比如智能互联、自动驾驶辅助系统以及车载娱乐体验等，这些智能化配置能够提升驾驶的便利性和乐趣。而中年及以上年龄段的消费者则更关注车辆的环保性能和经济性，如续航里程、电池安全性以及充电便利性等方面。

图表：新能源汽车消费者年龄比例分布（单位：%）



资料来源：前瞻产业研究院

### 5.1.2 购车动机与决策因素

环保意识、燃油成本节省、智能配置和品牌影响力是当前消费者购车时最主要的动机。随着全球环境保护理念的深入人心，越来越多的消费者在选择车辆时，优先考虑那些对环境影响较小、排放更低的车型，尤其是新能源汽车，这不仅体现了他们对环保责任的重视，也符合国家节能减排的政策导向。

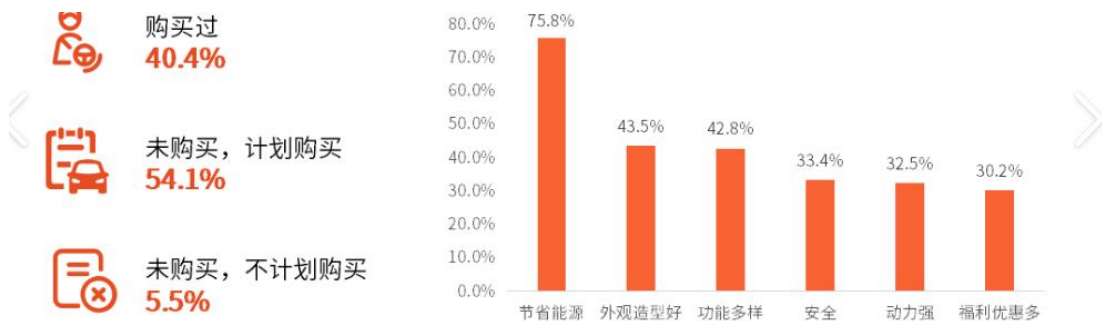
此外，智能配置的丰富程度也成为吸引消费者的重要因素。如今，车辆配备了先进的智能驾驶辅助系统、车联网功能以及多媒体娱乐系统，这些智能化配置

不仅提升了驾驶的安全性和便捷性，也极大地增强了用户的驾驶体验和车辆的科技感。消费者对智能驾驶技术的认可度逐渐提高，许多人期待通过这些智能功能实现更为安全、轻松和高效的出行。

在购车决策过程中，价格依然是影响消费者选择的关键因素。合理的车辆定价不仅关系到消费者的购买意愿，也反映了产品的性价比。同时，续航里程是新能源汽车用户关注的重点之一，续航能力的提升直接关系到日常出行的便利性和使用信心。

充电便利性也是影响购车决策的重要因素，包括充电桩的覆盖范围、充电速度以及充电设施的易用性，都会直接影响用户的使用体验和满意度。最后，完善的售后服务体系则为消费者提供了坚实的保障，良好的维修保养服务和及时的客户支持能够有效提升用户的整体满意度和品牌忠诚度。

图表：2022 年中国新能源汽车购买及消费原因调查



资料来源：艾媒数据中心

### 5.1.3 消费者对智能化需求

智能化功能已经成为现代消费者在购车时的重要考量因素，尤其是在自动驾驶辅助系统、智能语音交互以及远程控制等方面表现尤为突出。随着科技的不断进步和人们生活节奏的加快，消费者对汽车的需求已经不仅仅停留在基本的代

步工具层面，而是更希望汽车能够成为一个集智能化、便捷性和安全性于一体的移动智能终端。

具体来说，自动驾驶辅助系统包括自适应巡航控制、车道保持辅助、自动紧急制动以及自动泊车等功能，这些技术不仅能够有效减轻驾驶者的负担，提高行车安全性，还能提升整体驾驶体验的舒适度和便捷度。同时，远程控制功能允许车主通过手机 APP 实现对车辆的远程启动、空调预设、车门锁定等操作，极大地方便了日常使用。

在这一领域，新兴的汽车制造企业，尤其是被称为“新势力”的科技驱动型公司，凭借其在软件开发、人工智能和车联网技术上的深厚积累，展现出明显的优势。这些企业通常能够更快地将最新的智能化技术应用于产品中，打造出更为人性化和智能化的驾驶体验，满足现代消费者对智能汽车日益增长的期待。

## 5.2 购车渠道与服务体验

### 5.2.1 线上线下销售模式比较

线上销售模式通过数字化平台实现了交易流程的全面优化，有效降低了传统销售中的中间环节和人力成本，使得商品价格更加具有竞争力。同时，线上平台通过大数据分析和智能推荐技术，能够精准匹配消费者需求，提升用户体验，增强购物的便捷性和个性化服务。与此同时，线下体验店则在销售体系中扮演着不可替代的角色。

线下店铺还承担着售后服务的重要职责，包括维修保养、零配件供应及客户咨询等，保障消费者的长期使用体验和权益。这种面对面的服务不仅提升了客户满意度，也建立了品牌的信誉和忠诚度。随着消费者需求的多样化发展，线上和线下销售模式的融合逐渐成为行业发展的主流趋势。

全渠道销售模式通过整合线上平台与线下体验店的优势，实现信息流、物流和资金流的无缝衔接，打造出更加高效和便捷的购物生态系统。这种融合不仅满足了不同消费者的个性化需求，还增强了企业的市场竞争力和抗风险能力。无论是习惯线上购物的年轻群体，还是偏好实体体验的传统客户，都能在全渠道模式下获得更加满意的消费体验，推动整个行业向数字化、智能化和服务化方向稳步前进。

## 5.2.2 新零售与数字营销趋势

数字化营销和新零售模式正深刻推动着汽车销售行业的全面变革。随着互联网技术的不断进步和消费者行为的转变，传统的汽车销售方式逐渐被更为高效、智能和个性化的数字化手段所取代。消费者无需亲临 4S 店，就能通过 VR 设备或手机 APP 实现 360 度全景看车，甚至模拟驾驶感受。这不仅节省了时间和交通成本，也突破了地域限制，使得更多潜在客户能够轻松接触到心仪的车型。

在数据驱动方面，汽车销售企业利用大数据分析和人工智能技术，精准捕捉用户需求 and 行为习惯，实现精准营销。通过对用户浏览记录、兴趣偏好、购买历史等数据的深度挖掘，企业能够推送个性化的广告内容和优惠方案，提高广告投放的效果和转化率。同时，借助客户关系管理（CRM）系统，销售人员可以更好地维护客户关系，提升客户满意度和忠诚度。

## 5.3 用户痛点与市场机会

### 5.3.1 续航焦虑与充电便利性

续航里程限制和充电不便一直是电动汽车消费者面临的痛点。由于电池容量的限制，很多车型的续航里程难以满足长途出行的需求，导致用户在使用过程中存在里程焦虑。此外，充电设施的分布不均衡、充电速度较慢以及充电桩的兼容性问题，也极大影响了消费者的使用体验。

尽管近年来随着电池技术的不断进步和充电网络的逐步完善，这些问题得到了显著缓解，但仍有较大的提升空间。同时，快速充电技术和无线充电技术的应用，也为用户带来了更便捷的充电体验。在充电基础设施方面，政府和企业加大投资，推动公共充电桩的建设和智能充电网络的发展，逐步实现充电的普及化和智能化。

### 5.3.2 价格敏感度分析

价格仍然是影响消费者购车决策的一个关键因素。尤其在当前经济环境下，许多家庭和个人在购车时都会仔细权衡价格与性能的关系。随着新能源汽车技术的不断成熟，电池能量密度提升、生产工艺优化以及供应链的完善，使得新能源汽车的制造成本逐渐降低。大量批量生产不仅降低了单车成本，还使得厂商能够通过规模优势进一步压缩价格，从而使新能源汽车的售价变得更加亲民。

此外，政府在政策层面也出台了多项补贴和优惠措施，进一步减轻了消费者的购车负担。除了价格因素，灵活多样的金融服务和租赁模式也为消费者提供了更多选择。这些金融创新不仅降低了购车门槛，还提升了用户的购车体验和满意度，促进了新能源汽车市场的快速普及和健康发展。

## 6 造车新势力企业案例分析

### 6.1 龙头企业发展策略

#### 6.1.1 蔚来汽车战略布局

蔚来汽车作为中国领先的高端智能电动车制造商，始终聚焦于高端智能电动车市场的发展，致力于为用户提供卓越的驾驶体验和全方位的智能服务。为了满足高端用户日益增长的个性化需求，蔚来不仅注重产品本身的性能与品质，更加重视构建完善的用户社区和服务体系，打造独特且紧密的用户生态圈。

在用户社区建设方面，蔚来通过线上线下多渠道互动，建立了庞大且活跃的车主社群，定期举办丰富多彩的车主活动和技术交流会，增强用户之间的情感联结和品牌归属感。同时，蔚来还推出了专属的 NIO APP，通过智能化的服务平台为用户提供实时车辆状态监控、远程控制、在线预约维护等便捷功能，极大提升了用户的便利性和满意度。

为了进一步提升用户体验，蔚来积极布局换电站网络，推动换电模式的普及。换电站作为蔚来独有的核心竞争力之一，能够在几分钟内完成电池更换，有效解决了电动车充电时间长、续航焦虑等痛点，极大提升了用户的出行效率和便利性。目前，蔚来已在全国多个城市建立了密集的换电站网络，持续扩大服务覆盖范围，确保用户无忧出行。

此外，蔚来在智能座舱技术方面不断创新，融合了先进的人工智能、大数据和人机交互技术。其智能座舱不仅支持语音识别、手势控制和智能导航，还能够根据用户习惯进行个性化设置，实现人车深度互动。通过不断优化软硬件结合的智能系统，蔚来为用户打造了一个安全、舒适且富有科技感的驾乘环境。

同时，蔚来注重生态系统建设，与供应链合作伙伴、充换电设施运营商及软件开发商紧密协作，构建起一个多元共赢的产业生态链。通过这些举措，蔚来在竞争激烈的新能源汽车市场中实现了差异化竞争，树立了独特的品牌形象和技术优势。

### 6.1.2 理想汽车产品创新

理想汽车以增程式电动车技术作为其核心竞争力，致力于解决传统纯电动车用户普遍面临的续航焦虑问题。增程式电动车通过搭载内燃机作为发电机，能够在电池电量不足时为电池充电，从而大幅提升车辆的续航里程，避免了用户因充电桩不足或充电时间过长而带来的不便。这种技术不仅兼顾了电动车的环保优势，同时也保障了用户的出行自由和便利性。

此外，理想汽车还关注车辆的安全性能，采用多项主动和被动安全技术，为家庭成员的出行保驾护航。在市场策略方面，理想汽车通过精准的市场定位和持续的产品创新，实现了品牌的快速成长。公司不断推出符合不同消费群体需求的新车型，同时加大售后服务和用户体验的投入，建立了良好的品牌口碑和用户忠诚度。

理想汽车还积极布局充电基础设施和服务网络，推动增程式电动车的普及与应用，助力新能源汽车产业的整体发展。凭借技术优势、产品品质和市场策略的有机结合，理想汽车在竞争激烈的新能源汽车市场中迅速崭露头角，成为行业的重要参与者。

### 6.1.3 小鹏汽车智能化驱动

小鹏汽车作为中国新兴的智能电动汽车制造商，始终聚焦于智能驾驶和车联网技术的创新与应用，致力于打造高度智能化、极具用户体验感的汽车产品。公司通过自主研发核心技术，涵盖自动驾驶感知系统、智能芯片、车载操作系统等多个关键领域，确保技术的领先性和自主可控性。

此外，小鹏汽车高度重视数字化营销和用户互动，打造全方位、多渠道的数字营销体系。通过社交媒体、线上直播、虚拟展厅以及社区运营等多种形式，与用户保持紧密互动，及时收集用户反馈，持续优化产品和服务。公司还通过举办粉丝活动、用户体验营等形式，增强用户粘性和品牌忠诚度，进一步提升品牌影响力和市场竞争力。

## 6.2 新兴企业成长路径

### 6.2.1 零跑汽车品牌崛起

零跑汽车凭借其卓越性价比优势成功切入竞争激烈的新能源汽车市场。公司高度重视技术研发投入，持续推动核心技术的创新与突破，确保产品在智能化、

电动化等方面具备领先优势。同时，零跑汽车注重产品的快速迭代升级，根据市场反馈和用户需求不断优化车型设计和性能表现，提升用户体验。

此外，零跑汽车积极拓展销售渠道和售后服务网络，不断完善从线上到线下的全方位销售体系，提升客户的购车便利性和服务满意度。公司还注重构建智能化服务平台，利用大数据和人工智能技术优化用户服务体验，增强客户粘性。通过这些多维度的努力，零跑汽车显著提升了自身的市场竞争力，逐步在新能源汽车行业中占据一席之地，展现出强劲的发展潜力和广阔的市场前景。

## 6.2.2 哪吒汽车市场突破

哪吒汽车凭借其独特的低价高配策略，成功在竞争激烈的汽车市场中脱颖而出。通过提供配置丰富且性能优越的车型，以远低于同级别竞品的价格，哪吒汽车迅速吸引了大量年轻消费者的关注和青睐。在生产制造方面，哪吒汽车依托完善且高效的供应链体系，确保零部件的质量和供应稳定，避免生产环节的瓶颈和延误。

此外，哪吒汽车非常重视用户体验，从购车、交付到售后服务的每一个环节，都力求做到细致入微。公司建立了完善的售后服务体系，提供 7×24 小时客服支持、便捷的维修保养服务以及多样化的增值服务，切实解决用户的各种需求和疑虑。通过不断优化用户体验，哪吒汽车有效提升了客户的满意度和忠诚度，树立了良好的品牌口碑，进一步巩固了其在新能源汽车市场中的竞争优势。

## 6.2.3 威马汽车转型升级

威马汽车自成立以来，最初专注于纯电动汽车的研发和制造，致力于为消费者提供环保、高效的出行解决方案。随着新能源汽车行业竞争日益激烈，威马汽车逐步从单一的电动车制造商转型为一家以智能化和数字化为核心驱动力的创新型企业。

为了实现这一战略转型，威马汽车积极寻求与国内外领先科技企业、高校和研究机构的战略合作，推动技术引进与自主创新相结合。通过建立多层次的研发体系，威马不断加强在电池管理系统、电机控制技术、智能驾驶芯片等关键核心技术领域的研发能力。在国内市场稳固发展的基础上，威马汽车积极开拓海外市场，制定多元化的国际化发展战略。

公司重点布局欧洲、东南亚及北美等新能源汽车需求快速增长的地区，适应不同市场的政策环境和用户需求，推出符合当地标准和偏好的产品。通过建立海外销售服务网络和本地化生产基地，威马不仅提升了品牌的国际影响力，还有效降低了运营成本和供应链风险，推动企业实现全球化发展目标。

## 7 未来发展趋势与挑战

### 7.1 行业未来发展方向

未来，造车新势力将继续以智能化、电动化以及用户体验创新为核心发展方向。随着人工智能、大数据、物联网等先进技术的不断成熟，智能汽车将具备更强的自动驾驶能力、更智能的车联网服务以及更加个性化的用户交互体验，彻底改变人们的出行方式。在市场逐渐规范和竞争日益激烈的背景下，产品多样化成为造车新势力争夺市场的重要策略。

此外，围绕智能汽车生态系统的建设也将成为重点，涵盖智能硬件、软件平台、出行服务、充电网络等多维度合作，打造更加完善和开放的汽车产业链。跨界融合将成为推动行业创新的重要力量。汽车制造商将与互联网公司、通信运营商、科技企业、能源供应商等多领域深度合作，推动车联网、智能交通、智慧城市等新型应用场景的落地。

绿色制造和循环经济理念将贯穿整个汽车产业链。从原材料采购、零部件生产，到整车制造、销售和回收利用，企业将全面践行节能减排、资源循环利用等环保措施。通过采用可再生材料、优化生产工艺、推广电池回收和再利用等手段，

推动汽车产业的可持续发展，助力实现碳中和目标，促进生态环境保护与经济效益的双赢。

## 7.2 主要挑战与风险

当前行业正面临诸多复杂且严峻的挑战，具体表现为技术突破遇到瓶颈、核心零部件供应链紧张以及政策环境频繁调整带来的风险等多重压力。首先，技术创新进入瓶颈期，原有的技术路径逐渐趋于成熟，难以实现质的飞跃，导致新产品和新技术的研发进展缓慢，制约了整个行业的升级换代。

其次，核心零部件的供应紧张问题日益突出，尤其是在全球供应链波动加剧的背景下，关键原材料和高精尖部件的短缺不仅影响生产效率，还推高了生产成本，给企业运营带来巨大压力。此外，政策调整的不确定性也为企业发展增添了变数。政府在环保、产业规范、税收等方面的政策频繁调整，以避免合规风险和市场震荡。

与此同时，市场竞争日趋激烈，来自国内外的竞争对手不断涌现，推动行业竞争进入白热化阶段。用户需求变化迅速且多样化，消费者对产品的个性化、智能化和高品质要求不断提升，企业必须持续保持强大的创新能力，灵活调整产品策略，才能满足市场多变的需求。

资本方面的压力同样不容忽视。行业普遍存在融资难、资金成本高企的问题，限制了企业在研发投入和规模扩张上的能力。人才短缺尤其是高端技术人才和管理人才的缺乏，成为制约企业持续创新和高效运营的重要瓶颈。企业不仅需要加大人才引进和培养力度，还需营造良好的创新环境和激励机制，以吸引和留住优秀人才。

## 7.3 战略建议与应对措施

企业应高度重视研发投入，持续加大资金和人力资源的投入力度，增强技术创新能力，推动核心技术的自主研发与突破，确保关键技术和关键零部件实现自主可控，减少对外部供应链的依赖，提升整体竞争力。同时，应优化供应链管理体系，通过引入先进的信息技术和管理方法，实现供应链的数字化、智能化和透明化，确保生产运营的连续性和稳定性。

在品牌建设方面，企业需要树立鲜明的品牌形象，注重品牌价值的长期积累，通过优质产品和服务提升用户满意度和忠诚度，打造良好的口碑效应。同时，企业应深化数字化转型，充分利用大数据、云计算、人工智能等新兴技术，优化内部管理流程，提升生产效率和决策水平，增强客户互动体验，打造智能化、个性化的产品和服务，满足市场多样化和个性化需求。

面对不断变化的政策环境，企业应保持高度敏感性，及时掌握政策动态，积极应对各类政策调整，灵活调整市场策略和经营模式，确保合规经营和风险控制，争取政策支持和资源优势。此外，企业应积极推动国际合作，实现资源共享和优势互补，降低单一市场风险，增强全球竞争力。通过上述多方面的努力，企业能够实现持续创新和稳健发展，打造具有长远竞争优势的核心竞争力，实现可持续发展目标。

## 法律声明

本报告为硕远咨询制作，其版权归属硕远咨询，任何机构和个人禁止以任何形式转载，任何机构和个人引用本报告时需注明来源为硕远咨询，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节和修改。任何未注明出处的引用、转载和其他相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。对任何有悖原意的曲解、恶意解读、删节和修改等行为所造成的一切后果，本公司及作者不承担任何法律责任，并保留追究相关责任的权力。

本报告基于已公开的信息编制，但本公司对该信息的真实性、准确性及完整性不作任何保证。本报告所载的意见、评估及预测仅为本报告出具日的观点和判断，该等意见、评估及预测在出具日外无需通知即可随时更改。本公司将来可能根据不同假设、研究方法、即时动态信息和市场表现，发表与本报告不一致的意见、观点及预测，本公司没有义务向本报告所有接受者进行更新。

本公司力求报告内容客观、公正，但本报告所载观点、结论和建议仅供参考使用，不作为投资建议，对依据或者使用本报告及本公司其他相关研究报告所造成的一切后果，本公司及作者不承担任何法律责任。