

41位中国年度车评委



中国

市场

所有汽车品牌和车型

涉及品牌

主流媒体 (电视 | 纸媒 | 网络 | 新媒体)

媒体范围



新能源

2023年媒体对新能源车型及其相关产业的关注度较往年有所提高。纯电动汽车的发展由科技、社会、政策等多个层面的因素决定，其中专家认为配套充电设施的完整性（如充电桩、换电网络等）、政策激励措施是较为重要的因素。针对可应用于新能源汽车的燃料种类，行业专家认为电池（如：锂离子、固态）和氢气在未来出行中的发展前景良好，同时汽油也还是未来的主流汽车能源。未来，专家认为中大型SUV插混化将会成为主流的新能源汽车发展趋势、其次是经济型车电动化。

SUV

在2023年所有乘用车相关的媒体报道中，SUV车型相关报道的占比较上一年略有提高，上升至51.6%，可见各类SUV车型的话题仍然是媒体和消费者关注的焦点。

在中大型SUV、全尺寸SUV、小型/紧凑型SUV和超豪华SUV这四个级别的SUV车型中，专家预测中大型SUV在未来3-5年将更受中国消费者青睐。

智能网联

随着造车品牌在智能网联领域的投入和研发逐渐深入，2023年媒体对智能网联话题的关注度持续上升，得益于5G技术带来的多领域技术支持，行业专家们认为导航系统和超快速的互联网信息数据传输将会成为未来应用最广泛的功能。如果想要将智能网联作为乘用车更有力、更贴心的配套设施，则最需要注重信息安全性方面，为良好的用户体验打下基础。

MPV

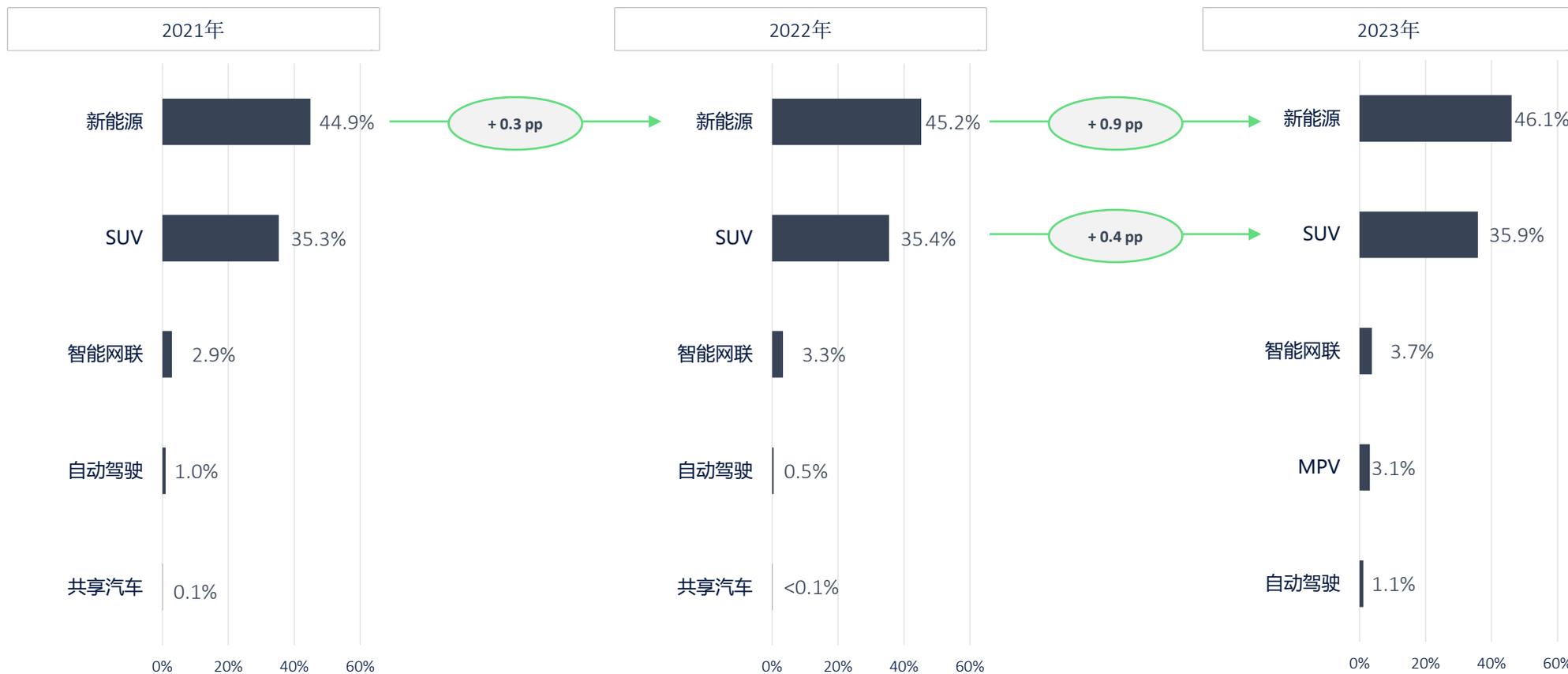
我们关注到MPV车型近年来的市场热度正逐渐上升，在2023年该车型相关报道占有乘用车相关的媒体报道的7%，较上一年上升了2.2%。

在目前现存的各汽车品牌在MPV细分市场的表现来看，专家认为广汽、理想和极氪拥有更良好的发展前景。

自动驾驶

在目前的L0到L5级自动驾驶级别中，行业专家们认为L2级 - 部分自动化（车辆对方向盘和加减速中的多项操作提供驾驶，人类驾驶员负责其余的驾驶动作）自动驾驶级别在近期广泛应用的可能性更高。在使用场景方面，相对于公共交通、乘用车、社会保障，专家们更倾向于认为自动驾驶技术在物流和航运领域有更高的适配性。由于国内的自动驾驶技术仍处于测试和小规模应用的阶段，行业专家们认为安全性能、伦理道德标准（如：在紧急情况下的系统决策）以及地方及国家立法规范仍是未来面临的主要挑战。

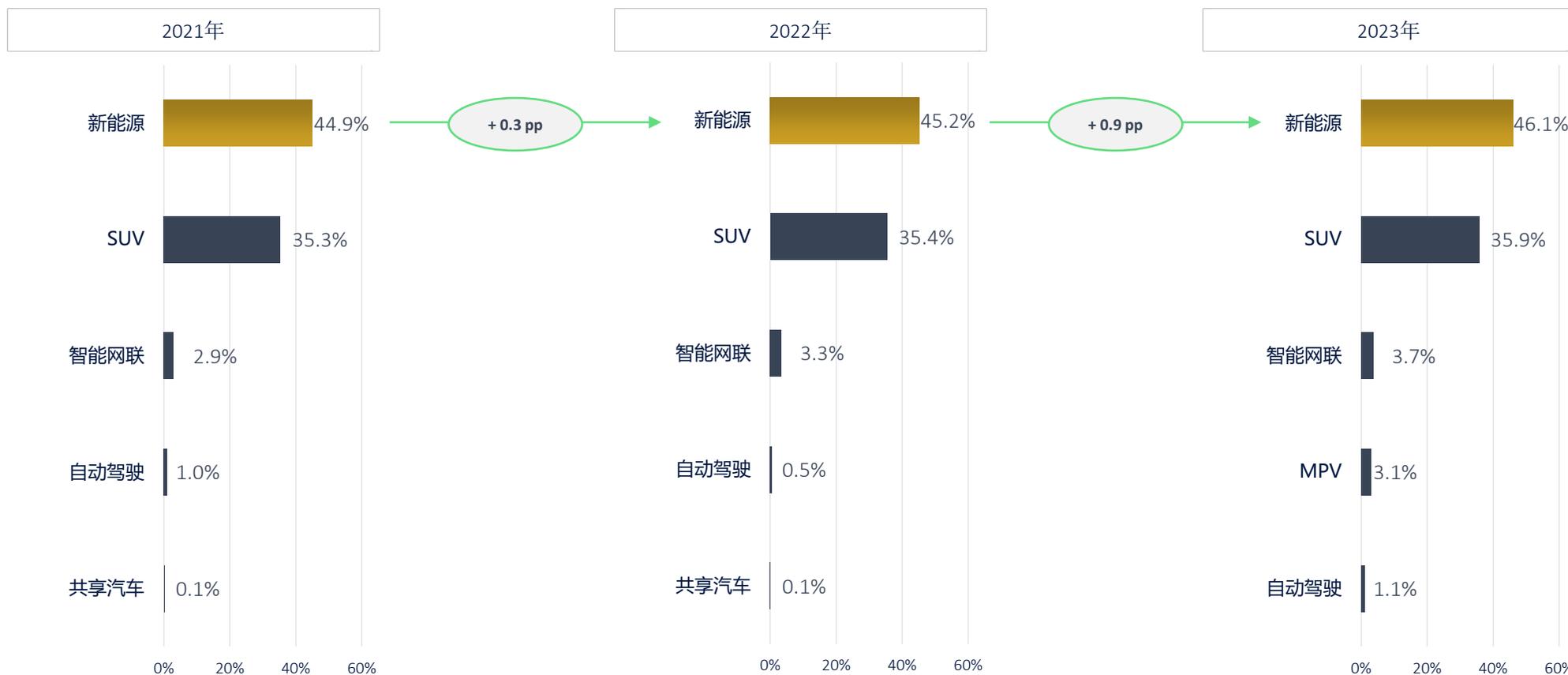
媒体关注度 | 2023年，新能源和SUV依旧是最受国内媒体关注的话题



数据来源: PRIME Research

- 
- ▶ 1 新能源
 - 2 SUV
 - 3 智能网联
 - 4 MPV
 - 5 自动驾驶

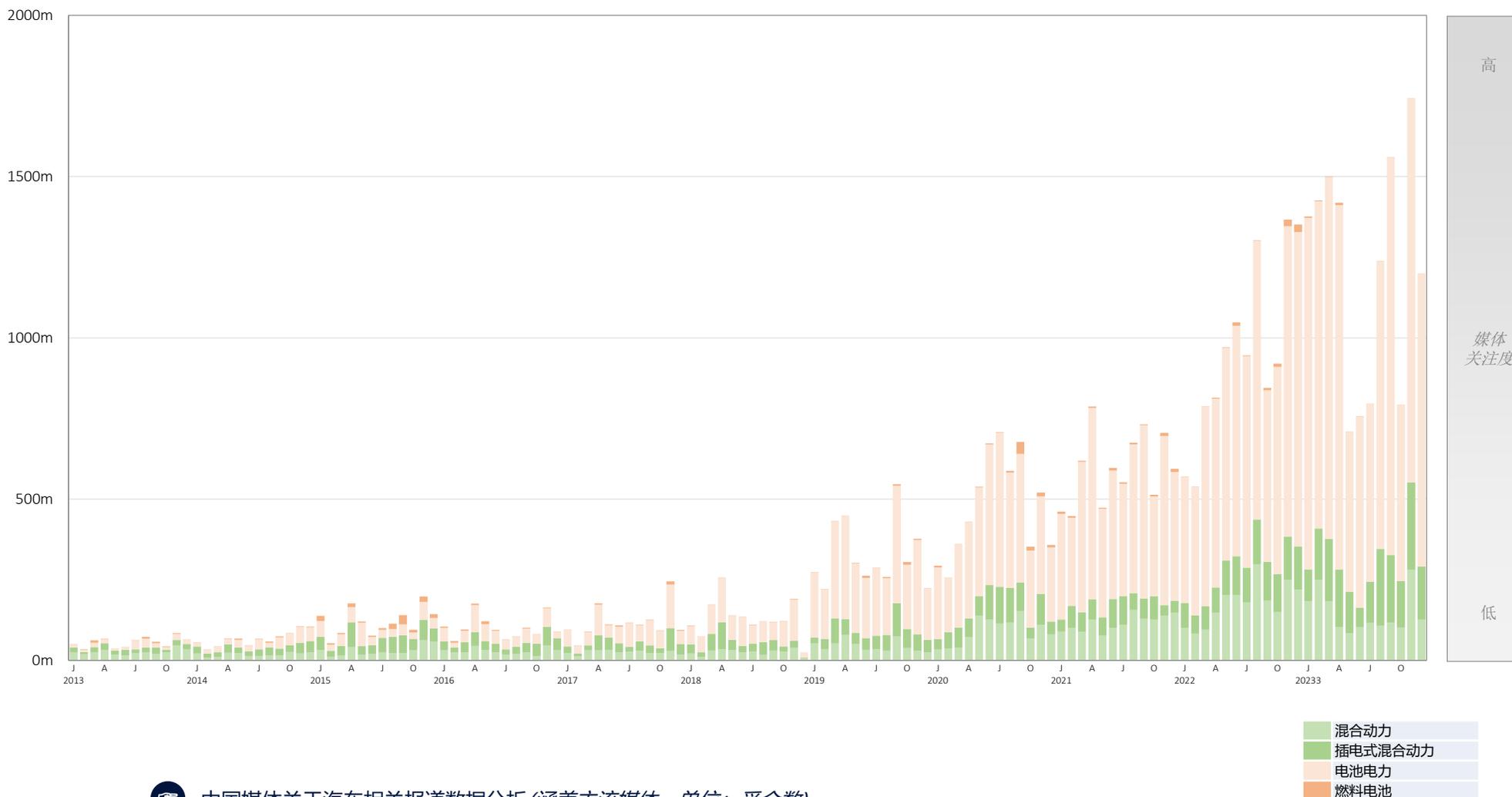
媒体关注度 | 2023年，新能源依旧是最受国内媒体关注的话题



数据来源: PRIME Research

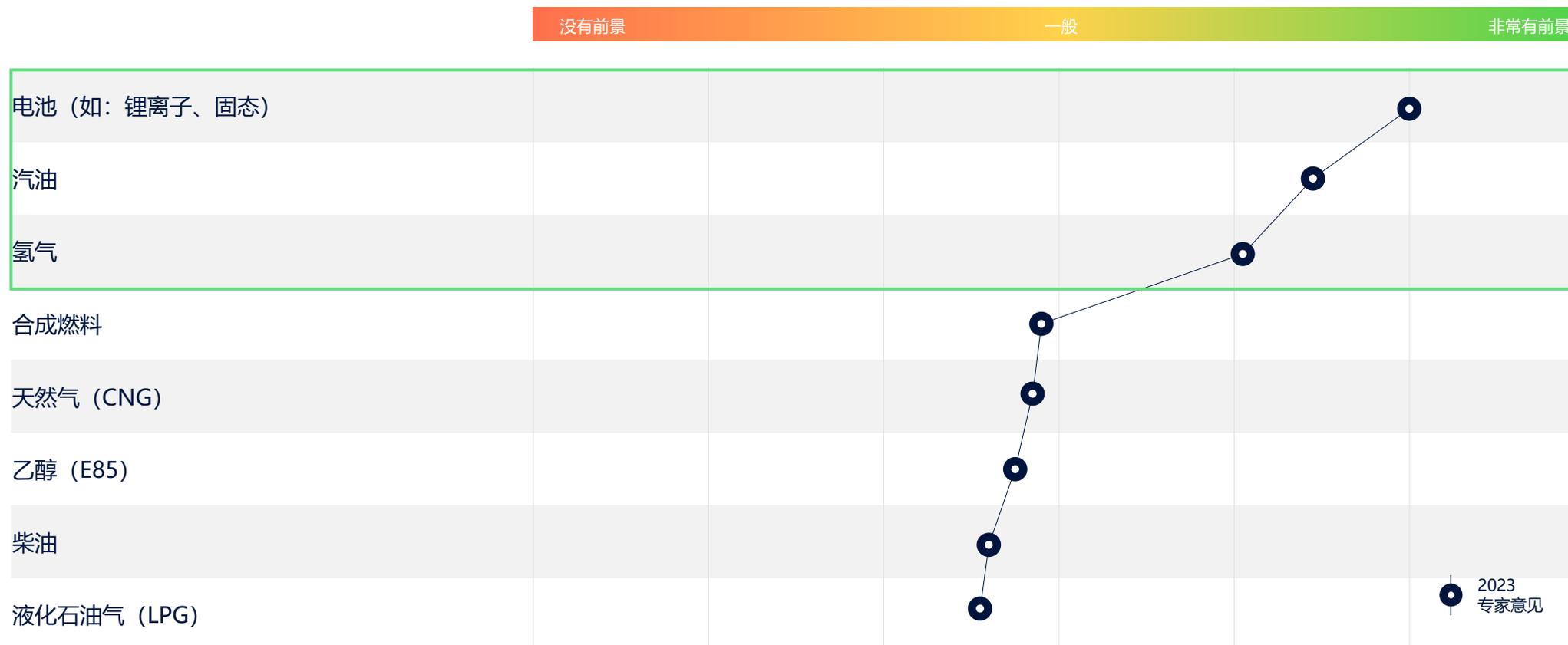
媒体关注度 | 新能源动力

新能源话题的热度自2013年起逐年攀升，2022年与2023年国内媒体对电池电力的关注度有较大幅度的提高；2023年11月，广州车展拉开帷幕，包括梅赛德斯奔驰Vision One-Eleven、宝马纯电i5在内的多款新能源车型获得了媒体的广泛关注。2023年第二季度，多款柴油动力车型上市，媒体对传统能源的关注有所回流。



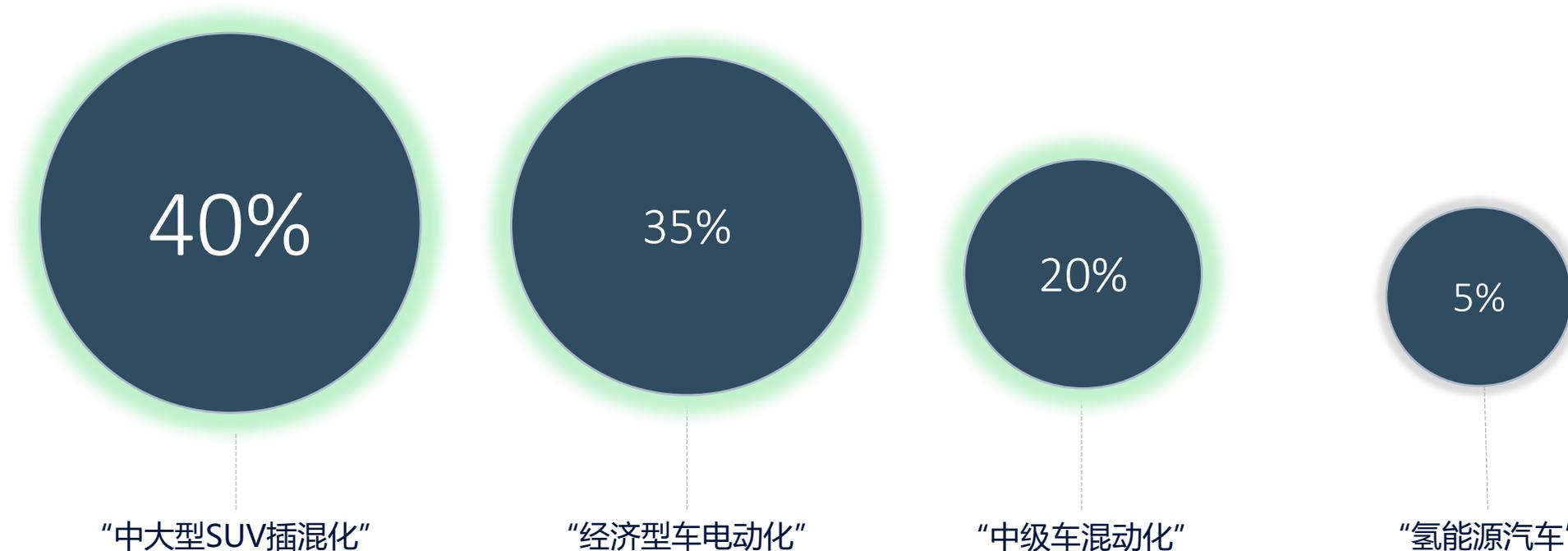
专家意见 | 以下这些汽车燃料在未来出行中的前景如何?

专家认为电池（如：锂离子、固态）、汽油和氢气仍在未来出行中有良好的发展前景。



专家意见 | 以下这四种新能源车的发展前景，更看好哪个？

专家认为，中大型SUV插混化拥有更可观的发展前景，这一比例较去年有所提升。



专家意见 | 以下哪些因素会更有助于推动纯电动汽车的发展?

配套充电设施的完整性（如充电桩、换电网络等）以及政策激励措施是关键因素。



目录

1 新能源

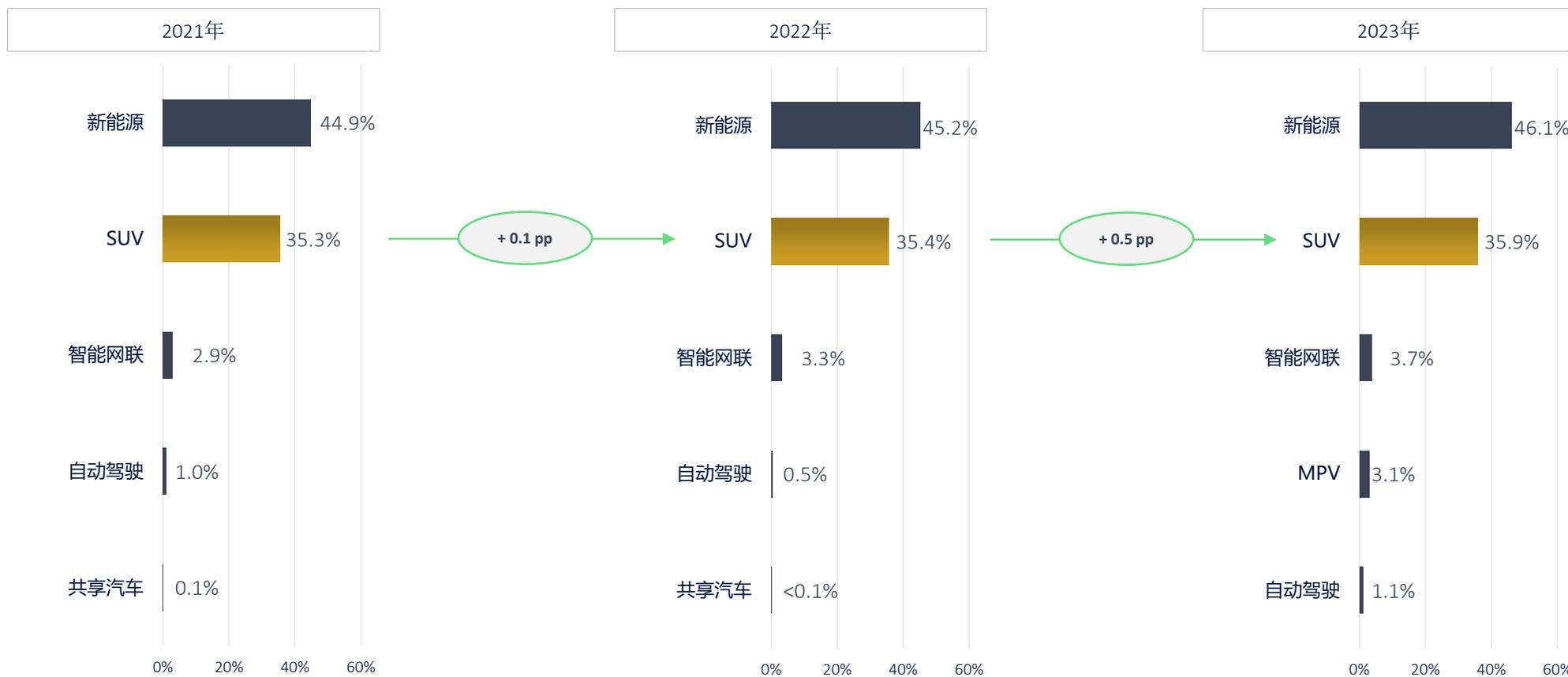
▶ 2 SUV

3 智能网联

4 MPV

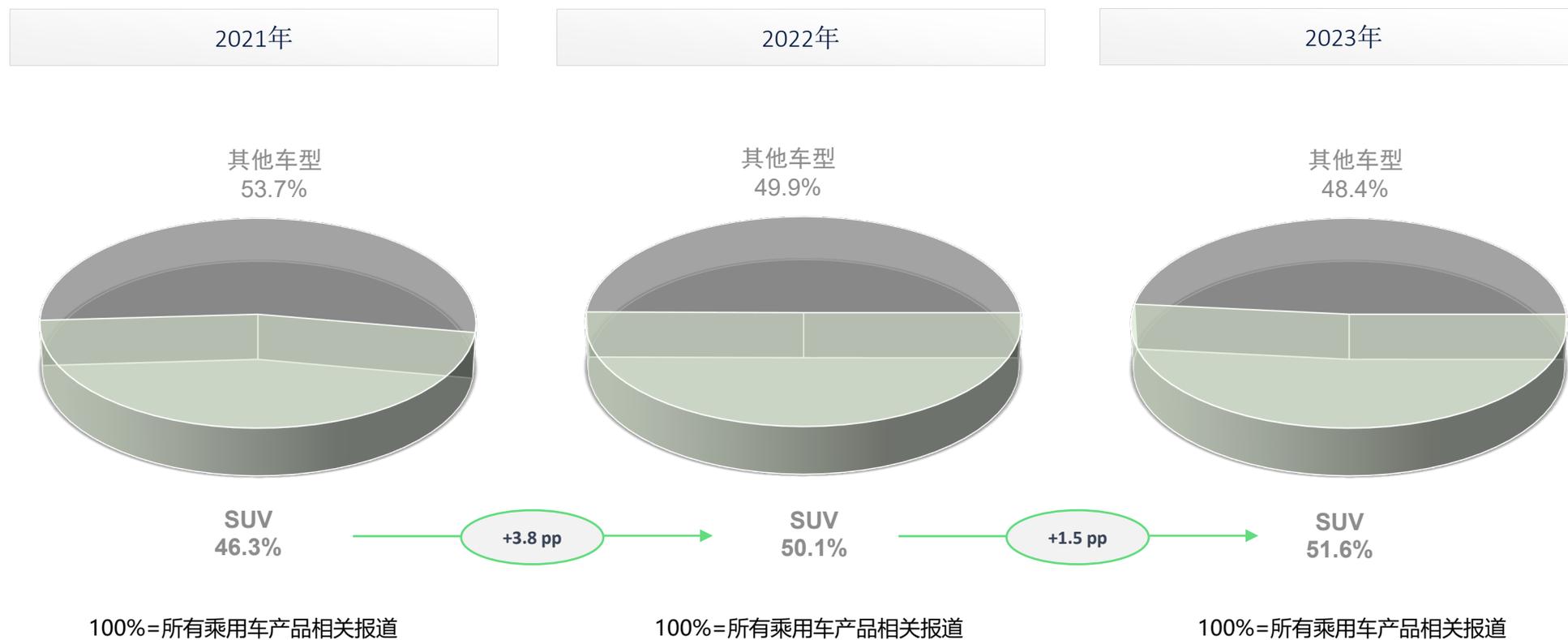
5 自动驾驶

媒体关注度 | 2021至2023年，对SUV的关注度有逐年上升的趋势



数据来源: PRIME Research

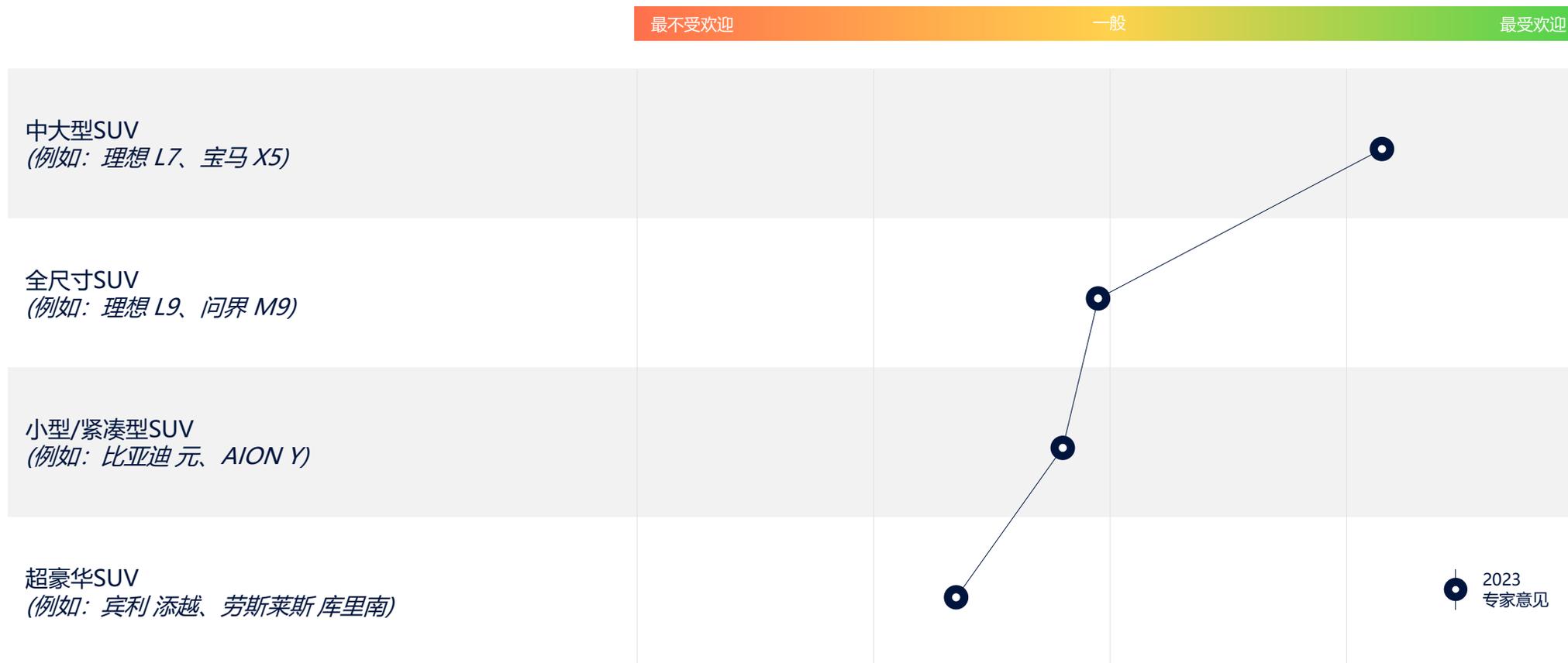
媒体关注度 | SUV车型在2023年持续获得关注



数据来源: PRIME Research

专家意见 | 哪个级别的SUV车型在未来3-5年会广受中国消费者的青睐?

媒体专家认为中大型SUV将更受中国消费者青睐。



目录

1 新能源

2 SUV

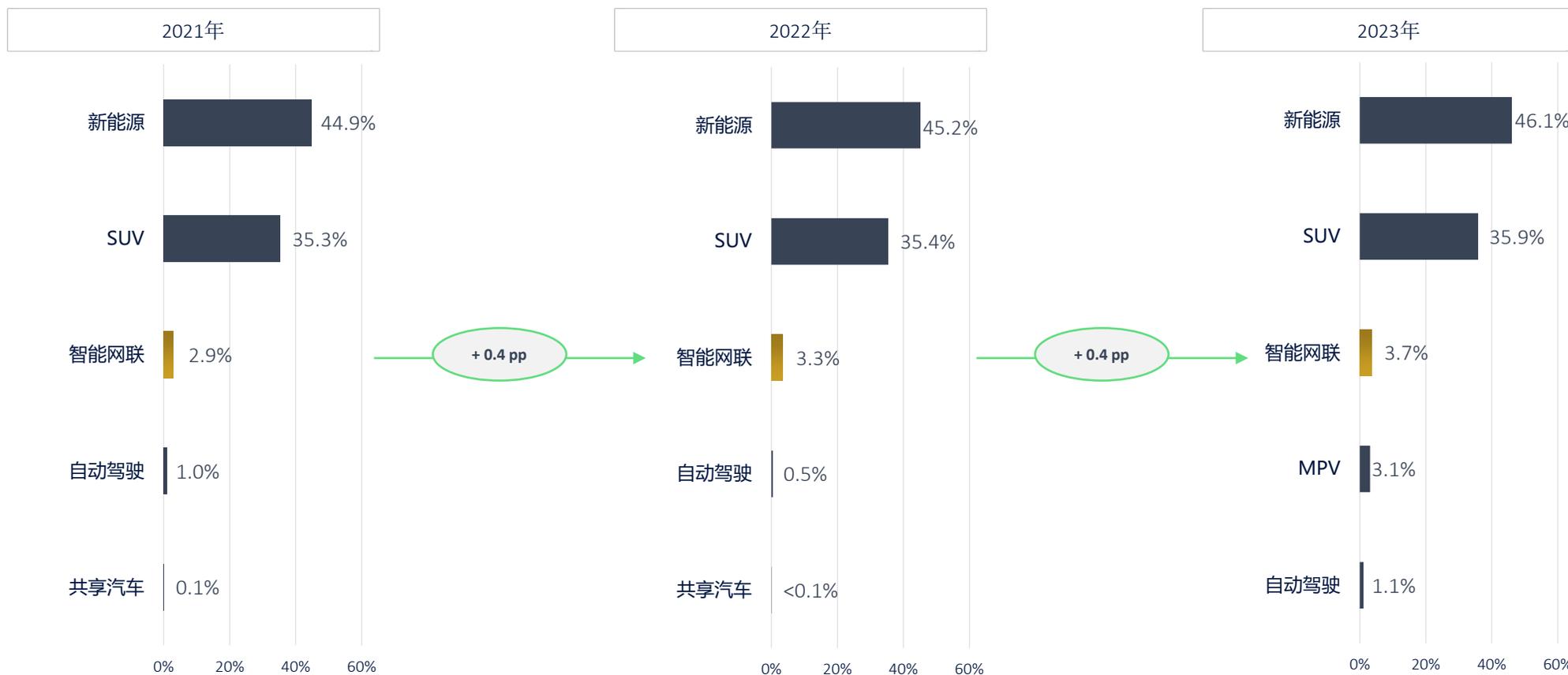
3 智能网联

4 MPV

5 自动驾驶



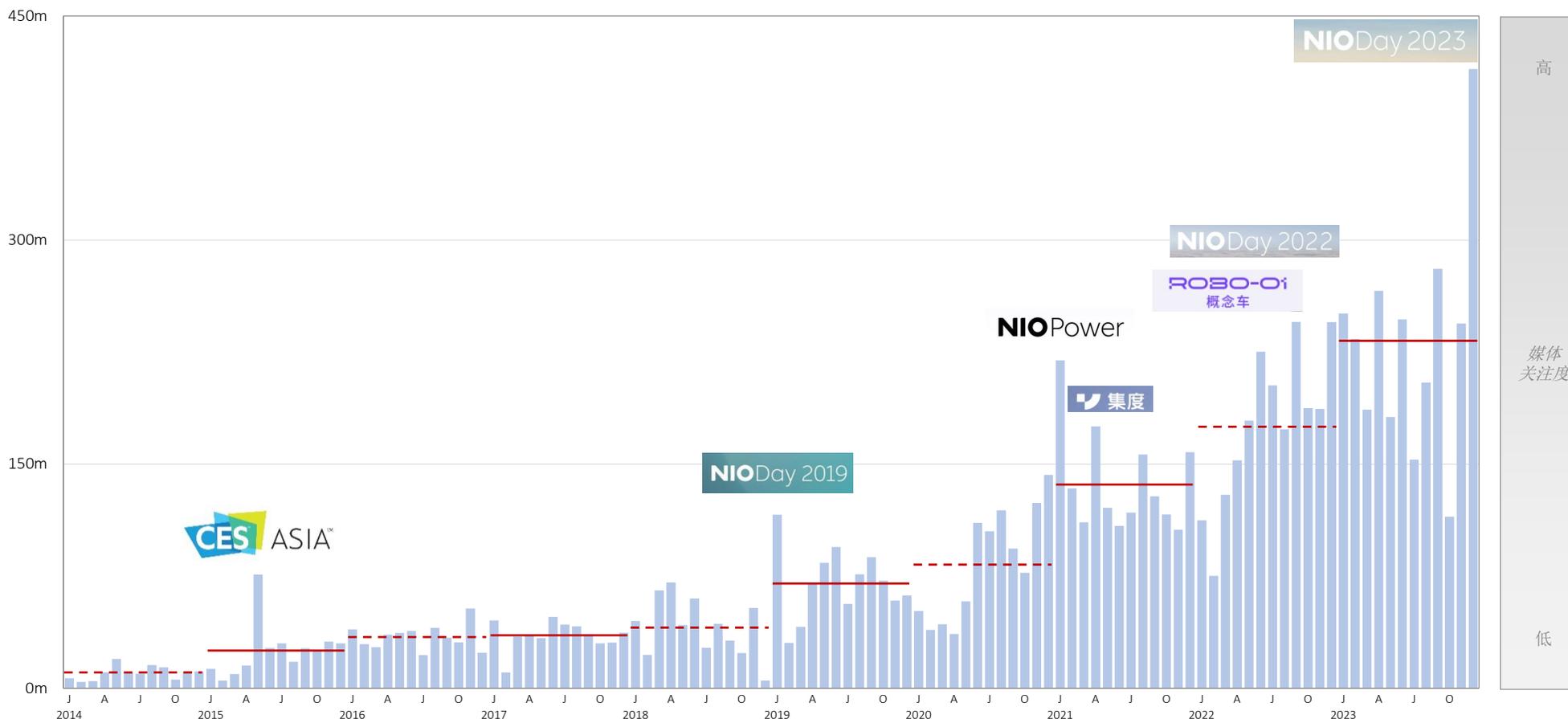
媒体关注度 | 对智能网联话题的关注度逐年稳步提高



数据来源: PRIME Research

媒体关注度 | 智能网联

媒体对智能网联的关注度在过去一年有显著增长，并在去年12月达到高峰。NIO Day 2023于去年12月在西安开幕，智能电动行政旗舰蔚来ET9在活动中正式亮相，该车型融合了全球领先的驾乘体验和智能科技，与此同时蔚来正式发布了第四代换电站与640kW全液冷超快充桩。



数据来源: PRIME Research

专家意见 | 5G时代下这些功能在未来智能网联汽车上的应用性如何?

导航系统和超快速的互联网信息数据传输在未来应用性将会非常强。



专家意见 | 目前车联网还面临哪些问题需要重点关注?

专家认为需要重点布局信息安全性方面，以推动车联网发展。



目录

1 新能源

2 SUV

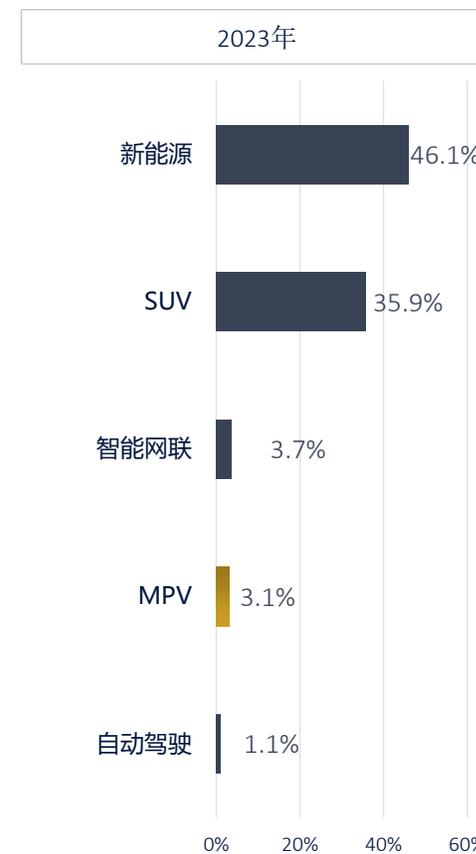
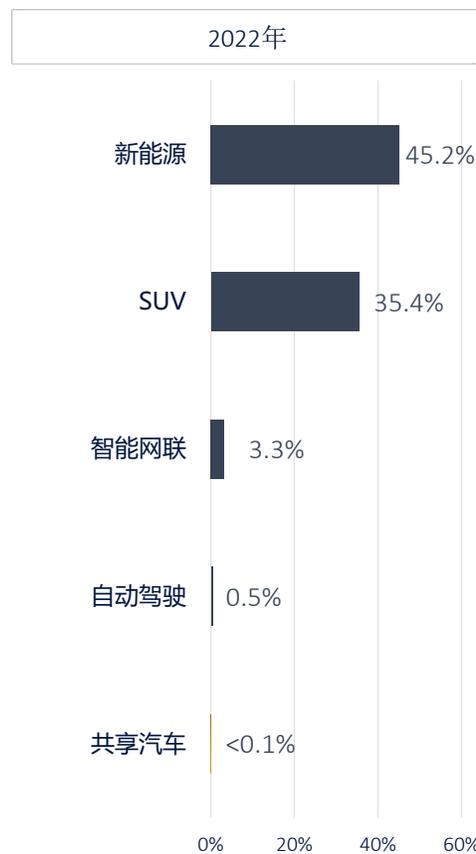
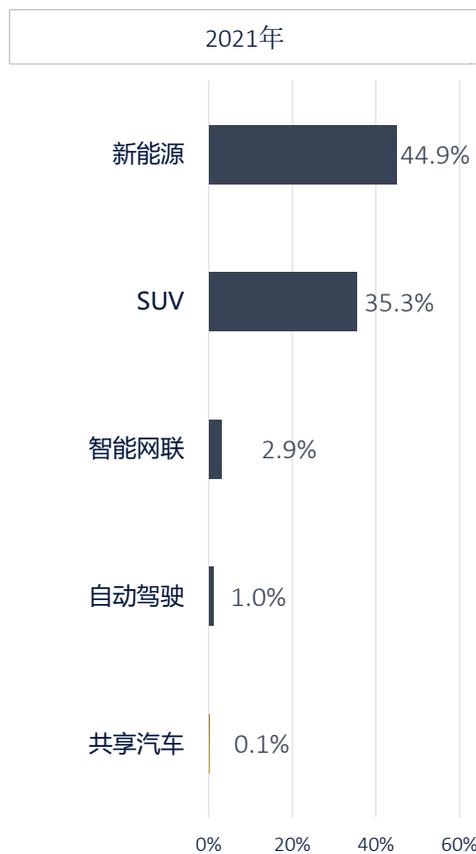
3 智能网联

4 MPV

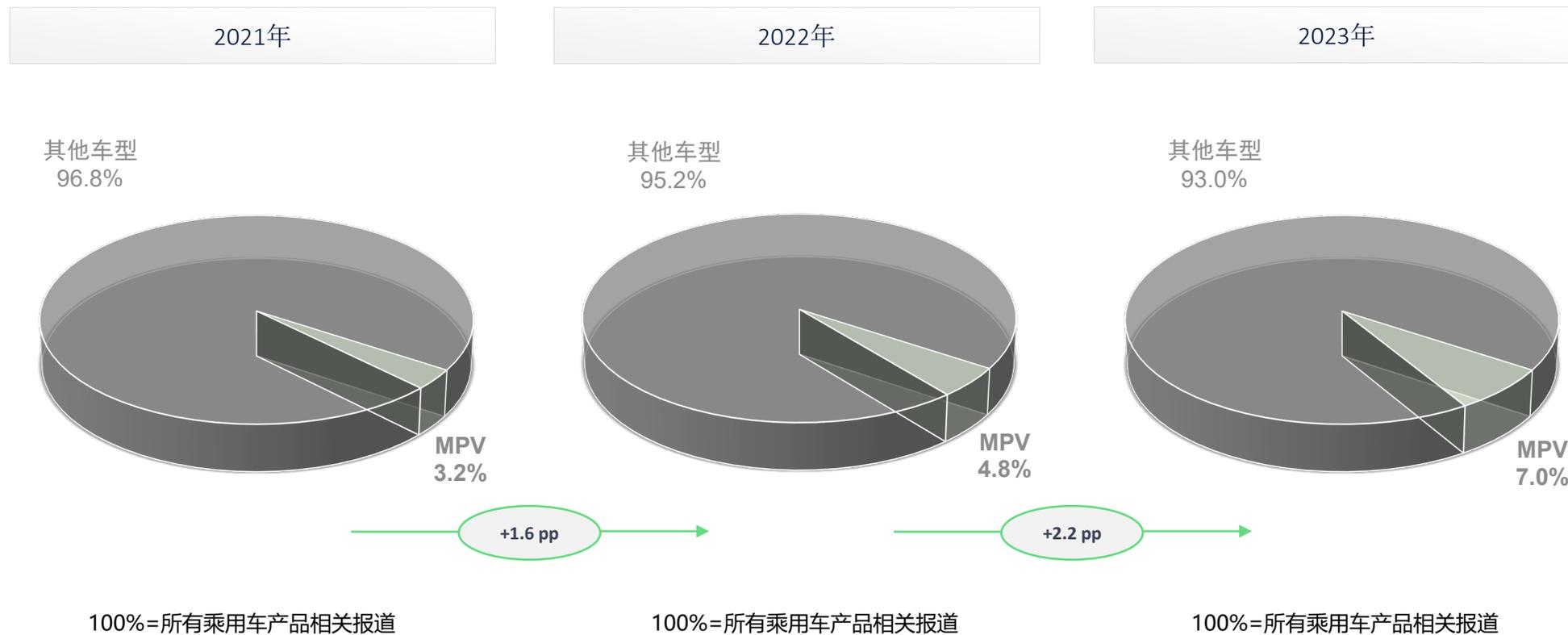
5 自动驾驶



媒体关注度 | MPV细分市场在2023年受到媒体关注



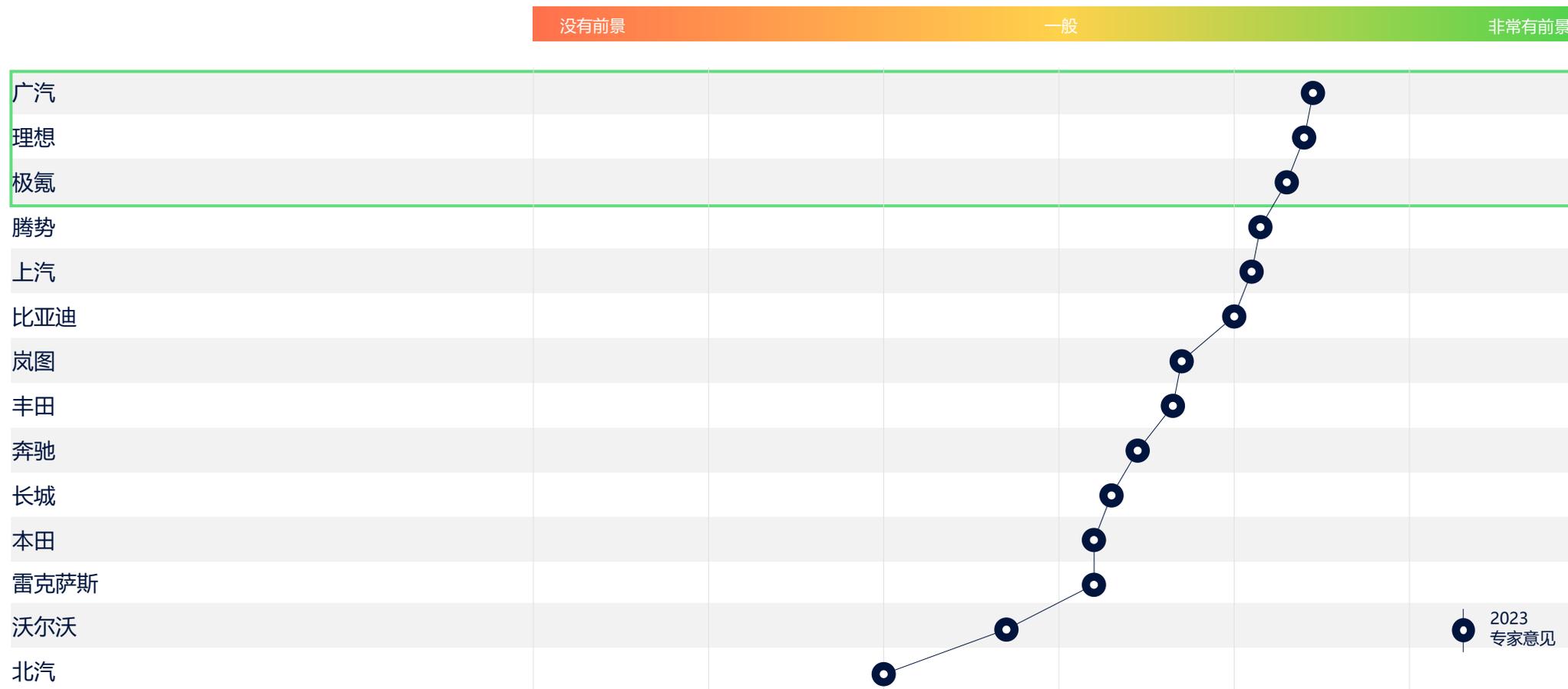
媒体关注度 | MPV车型的受关注度正在悄然扩张



数据来源: PRIME Research

专家意见 | 以下这些汽车品牌在MPV细分市场中前景如何?

广汽、理想以及蔚来在MPV领域的发展前景更好。



目录

1 新能源

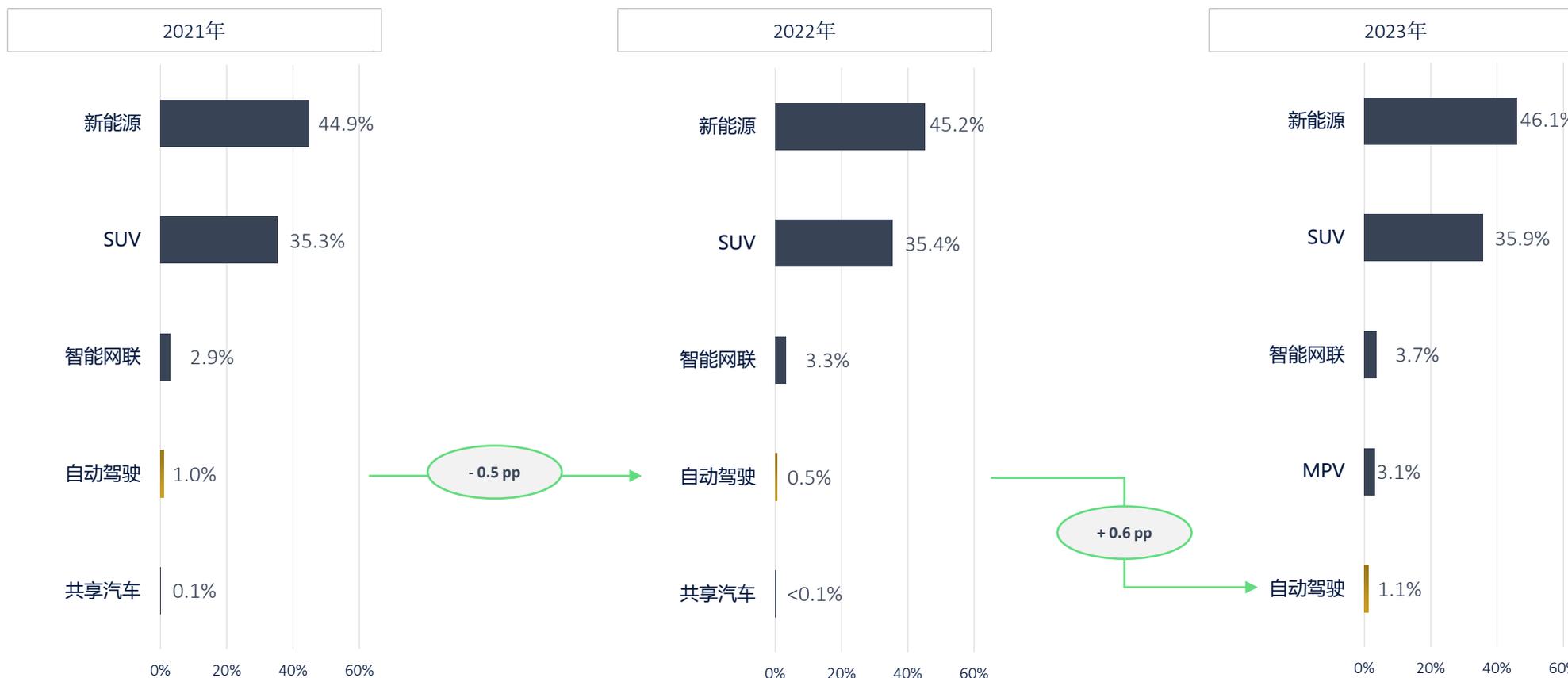
2 SUV

3 智能网联

4 MPV

5 自动驾驶

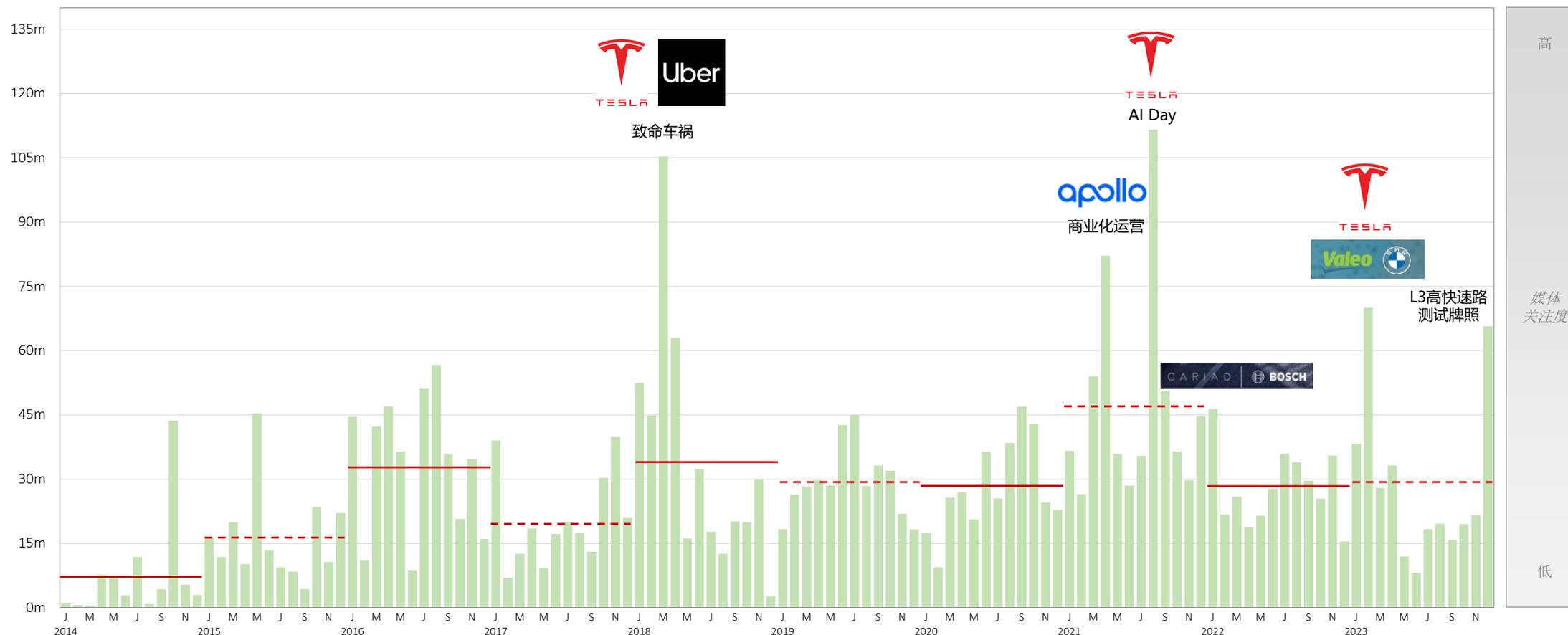
媒体关注度 | 自动驾驶的关注度有所提升



数据来源: PRIME Research

媒体关注度 | 自动驾驶

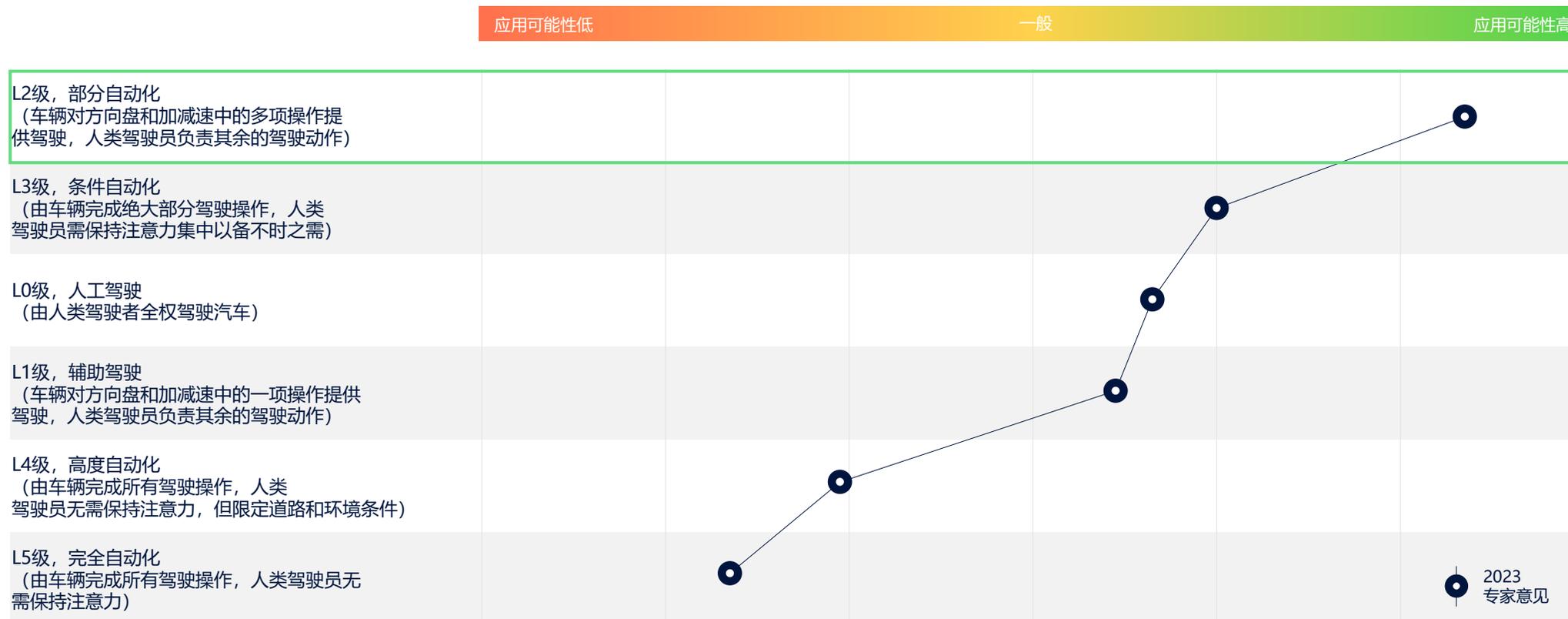
2023年媒体对自动驾驶话题的关注度稳中有升。2023年2月，特斯拉HW4.0自动驾驶电脑硬件曝光引发媒体关注，将包含11摄像头+全新雷达。与此同时宝马宣布与法雷奥达成战略合作，共同开发下一代L4级自动泊车技术。12月，宝马、梅赛德斯奔驰、智己汽车等车企的L3级别自动驾驶车辆正式获得高快速路测试牌照。



数据来源: PRIME Research

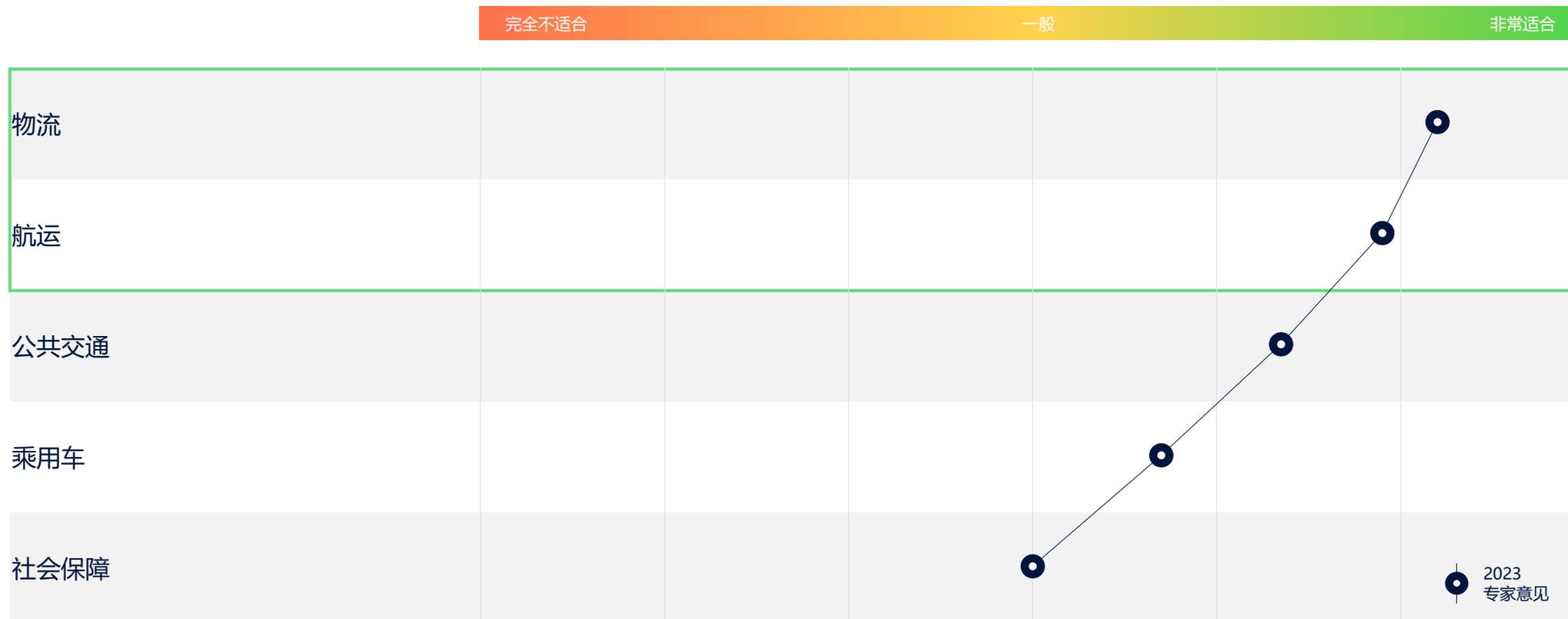
专家意见 | 以下哪种自动驾驶的级别在近期更有可能获得广泛应用?

L2级 - 部分自动化 (车辆对方向盘和加减速中的多项操作提供驾驶, 人类驾驶员负责其余的驾驶动作) 自动驾驶级别获得广泛应用的可能性更高。



专家意见 | 自动驾驶在哪些领域的应用适配度更高?

专家认为，自动驾驶在物流和航运领域的可应用范围更广。



专家意见 | 以下这些因素对无人驾驶技术发展带来的挑战如何?

安全性能、伦理道德标准以及地方及国家立法规范将存在较大挑战。



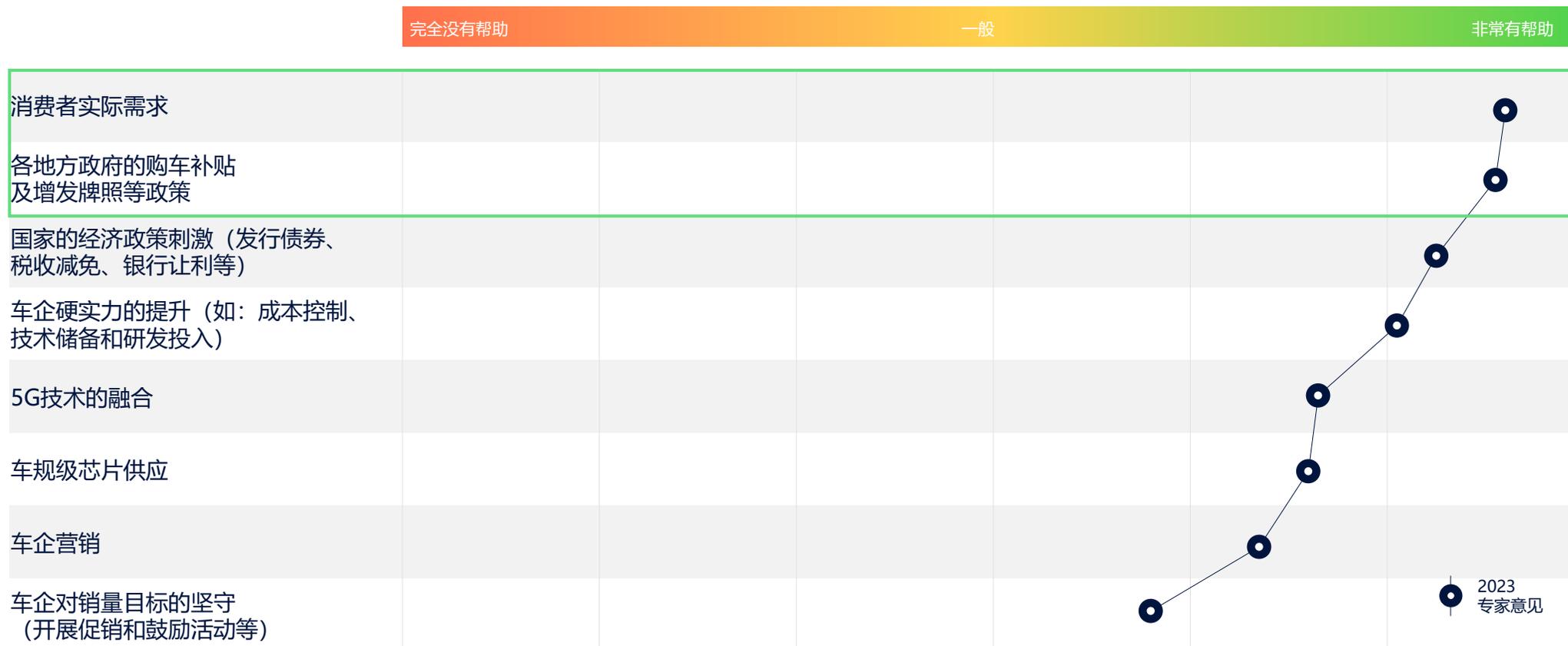


拓展讨论



地方政府的政策扶持应同时考虑消费者实际需求

“您认为以下几个要素对支持汽车行业最有帮助？”



新的需求驱动新的细分市场发展，有利于推动汽车市场的多元化

“2023年无论是传统车企还是电动化优势十足的新造车品牌都在MPV细分市场扎堆入市，在小众市场渴望大有作为，您认为这一现象的成因是什么？该热度将会持续多久？”

“这主要是因为大家都希望做丰田埃尔法的平替。通过一款30-40万元的MPV车型来达到或者超过埃尔法的性能。毋庸置疑，这样的思路可以刺激MPV的市场需求，让更多消费者关注和选择这个品类。持续时间方面，感觉2024-2025年这个思路的红利应该就差不多了。”

“扎堆MPV车型既有车企对该细分市场分一杯羹的渴求，也有用户对一车多能需求的渴望，但细分市场终究还是细分市场，当趋于饱和后热度将很快下降。预计2024年下半年MPV车型将回归正常热度。”

“还会持续一段时间，因为轿车和SUV领域已经太卷了，而MPV市场相对稳定增长，可以同时满足家用和商用双重需求，而且对于电池的布局也更便利。”

“新的能源形式带来对于车辆功能和空间的重塑，热度起码持续5年以上。”

“MPV技术含量低，容易做，今年会逐渐降温”

“MPV这一领域本来可竞争的品牌不多，中国传统家庭的生活方式有充分的用车需求，车企必然不会轻易放弃这一兵家必争之地。个人认为MPV市场热度将继续升级。”

“MPV车型的使用环境、尺寸和个性功能的应用，有利于电池包的安置，有利于和电气化配置的融合，有利于营造更舒适的乘坐体验。”

“对于车企来说是选择一个细分市场重新开展战斗。总量并不会增加太多。未来热度会逐渐冷却。”

“市场有需求，同时这种产品形态容易收到关注。热度会持续2-3年，事实上现在基本已饱和。”

“源于市场需求，热度会持续”

“家用属性增强”

通过资本联合与双向协作，中国车企将逐步取得更大的市场份额

“2023年前三季度，我国汽车出口338.8万辆，提前一个季度超越去年全年的311.1万辆，同比增幅高达60%。“走出去”俨然成为中国汽车产业的新亮点。然而面对复杂的海外市场形势，您认为中国汽车国际化如何更上层楼？”

“2023年7月，大众集团宣布了在华电动车领域与中国车企的合作，其中包含了大众汽车品牌与小鹏汽车达成技术合作框架协议，这一度带动了小鹏汽车股价的短期暴涨。奥迪与上汽集团进行深化合作的消息也随之公布。吉利汽车也与雷诺订立出资协议及合资企业协议，成立一家新公司。反向合资会成为中国车企进入全球市场的捷径吗？您对此怎么看。”

“攘外必先安内，欲打开国际市场，持续提升产品的品质和品牌的价值是必修的功课。保持国内市场持续地稳定地发展，才有底气继续地走出去，在预测国内汽车产能将过剩时就已开始了向外的布局。车企以及市场也需要具体的策略与分工。能走量的市场和车型，必然与向上高端的路线不同。经济型的小车，主打性价比，以量取胜，要向发展中国家以及人口稠密区域进军。而已经发展成熟的汽车市场对产品的要求较高，需要一些带有豪华属性的产品进入。而打开海外的渠道，在政府关系和资本联合上的运作，也是必经之路。”

“国际市场标准更加多样，地缘政治因素复杂，2023的辉煌有很多特定因素，需要回归市场本质，2024年需要更踏实看待欧美市场的实际表现与法规限制”

“重视‘生态’的营建，即如何能与当地共赢，通过为当地实体带来新的盈利和就业。发展合作伙伴关系，建设性地赚钱，而不是抽吸式地赚钱。”

“出口难度不大，只要持续做就会有结果。产品力上，自主品牌车已经达到或者超越很多外资车了，只要法规合适，车辆定位恰当，机会就很大”

“需要构建成熟的海外法团队和技术服务团队”

“建议从贸易到投资，全产业链出海”

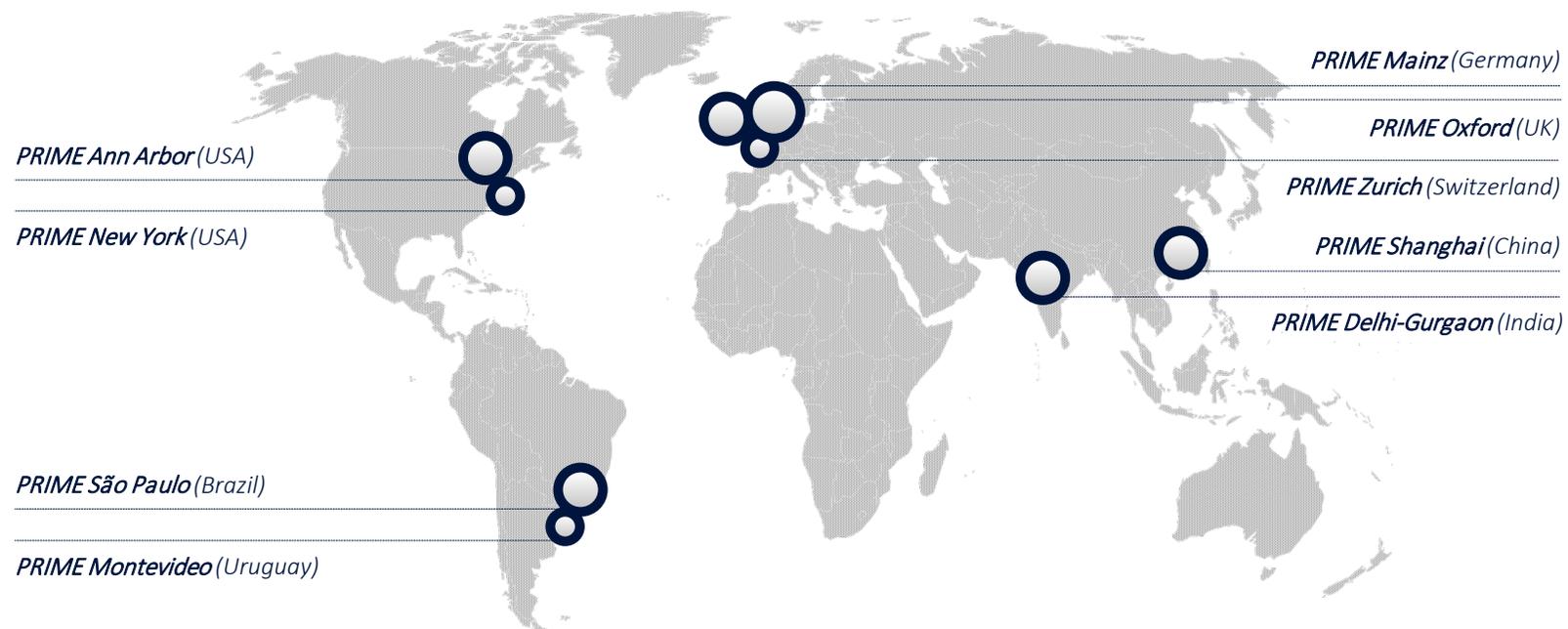
“反向合资不会成为捷径，跨国公司更看重市场，而本土品的牌核心竞争力仍需夯实。两者结合是优势互补，但只有自身技术实力强大才能助力车企走向全球市场。”

“更多是海外品牌在国内能跟得上的一种手段。对海外市场帮助也有，但是不大，长期看会受限”

“是好事，双方技术互补，双向扶持，产生1+1大于2的效果”

“对于双方来说是好事儿，但也是不得已而为之，融合是必然的”

联系方式



Vicki Wang
Cision APAC
Senior Project Manager
xiaohua.wang@cision.com



Murphy Zhao
Cision APAC
Project Manager
zhao.yunqing@cision.com