

中国经营报 | 新浪热点 | 新浪新能源

《2025新能源汽车消费趋势洞察》

——从尝鲜到刚需，理性汽车消费时代来临



本报记者 陈燕南 北京报道

“有些偏僻地方的设备要定期维护，不然出去玩很担心充电。”“高速充电桩太少。”“充电高峰期出现排队拥堵状态。”有不少新能源汽车消费者对《中国经营报》记者表示。

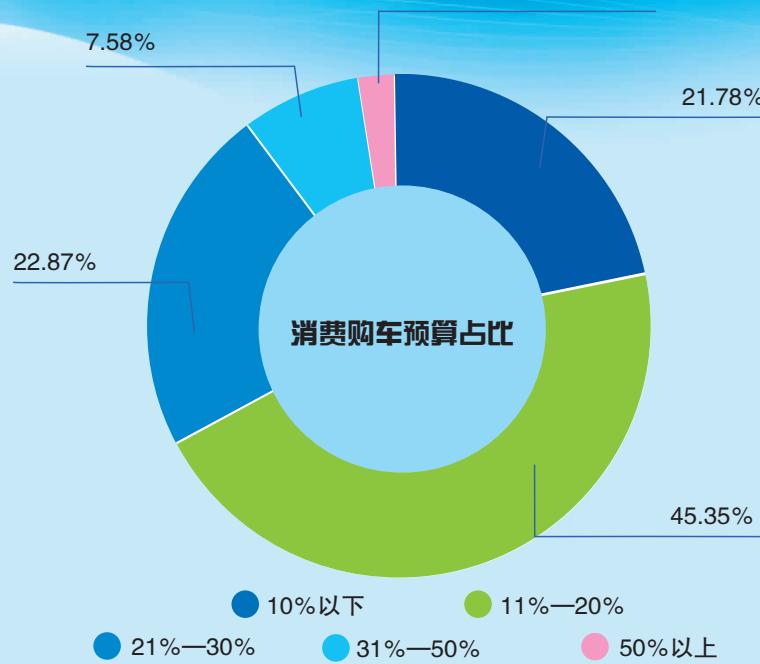
在这些问题的背后映射的是中国新能源汽车市场的深刻变革，以及消费者需求从功能满足向体验升级的跨越式迭代。

近年来，随着中国新能源汽车转型取得令人瞩目的进展，中国成为全球汽车电动化及智能化转型“创新策源地”。这些巨变正持续影响并塑造中国汽车消费者

喜好，并关乎未来5—10年全球汽车行业的技术发展、商业模式乃至竞争格局。

但值得注意的是，虽然消费者对新能源汽车的接受度逐步提高，但仍受充电设施、车辆性能、售后服务等因素制约。什么才是消费者最需要的体验？新能源汽车消费趋势发展的发力点是什么？

在此背景下，《中国经营报》联合新浪共同发起问卷调查，本次调研共收集有效问卷1570份，从消费者基本信息、购车行为、用车体验、售后需求及未来购车意向等多维度，深入剖析2025年新能源汽车消费趋势，为行业发展提供参考依据。



消费群体的三维评估体系：安全为基、成本为尺、体验为纲

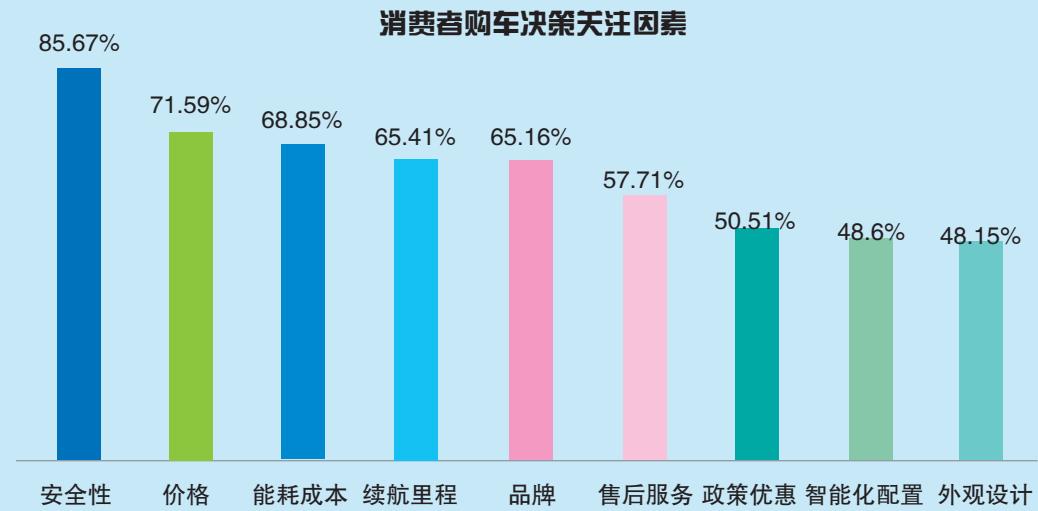
消费群体呈现出年轻化与中产化、理性和多元化特征。

2025年中国新能源汽车市场迎来历史性转折，渗透率正式突破50%，进入“以电为主”的新阶段。记者发现，消费群体与产品结构的双重升级使得2025年新能源汽车消费呈现出多元化、理性化特点。

在2025年的新能源汽车市场中，消费群体呈现出显著的年轻化与中产化特征。26岁—45岁中青年群体以65.1%的占比成为绝对主力，这一群体成长于互联网时代，对新技术接受度高，同时兼具家庭责任与理性消费思维。他们的购车决策不再局限于单一性能指标，而是形成了“安全为基、成本为尺、体验为纲”的三维评估体系。

目前，消费者购车决策呈现显著理性化特征体现在：安全性(85.67%)、价格(71.59%)和能耗成本(68.85%)位列关注因素前三。此外，售后服务(57.71%)、政策优惠(50.51%)、智能化配置(48.6%)、外观设计(48.15%)也成为了重要关注因素。同时，日常通勤是购车的主要用途。所有受访者中，62.48%的人选择购车主要是用于日常通勤，这表明购车需求与日常工作生活密切相关。

目前，使用成本低(72.36%)和政策激励(59.36%)成为选择新能源汽车的核心原因。另外，



科技体验(53.18%)、环保理念(47.01%)、使用便利性(43.31%)、亲友推荐(12.1%)也成为了重要因素。

同时，政策变动会影响下次购车的消费者占比74.33%，其中观望政策的占比55.73%，转向其他能源类型的占比19.3%，坚决选择原车型的占比15.03%，无影响的占比9.94%，这说明政策变动对消费者购车决策也有较大影响。这可能反映出他们希望在政策稳定后再做出购车选择，以降低风险。

值得关注的是，71.53%的受访者认为价格透明度需要改进，这显示出消费者对售后服务价格的关注程度较高，也可能影响到他们的购买决策。

另外，智能化配置呈现“高关注、低支付”特点：65.41%的消费者关注续航里程，53.18%期待科技体验，但仅13.25%愿意为智能化支付溢价。

据了解，目前智能辅助驾驶正在进入普惠阶段，但消费者对智能驾驶技术的信任度处于中立态度。有关数据显示，非常信任目前市场上宣传的智能驾驶技术的消费者占比9.17%，比较信任的占比26.82%，一般的占比39.17%，不太信任的占比19.24%，完全不信任的占比5.61%。

调查显示，购车预算11万—20万元(45.35%)和10万元以下(21.78%)的消费者占比较高，这与家庭年收入数据相呼应，反映了消费者的经济实力和购车

预算的关系。同时，82.04%的消费者认为国产新能源有足够的优势，说明国产新能源品牌在消费者心中具有较高的认可度。

针对购车类型，下次购车倾向于纯电动的消费者占比27.45%，插电混动的占比23.95%，燃油车的占比13.82%，增程式的占比7.39%，视技术发展而定的占比27.39%，纯电动和插电混动是消费者较为倾向的能源类型。

在新能源二手车方面，考虑新能源二手车但需要电池健康报告的消费者占比30.7%，不考虑的占比60.89%，不确定的占比8.41%，消费者对新能源二手车的接受程度较低，主要担忧电池健康问题。

记者观察

从1570份问卷看新能源汽车市场新变局

文/陈燕南

近日，一份基于1570份调查问卷的研究报告，为我们揭开了当下新能源汽车市场的真面貌。《中国经营报》记者在调查中发现，这场由技术革命引发的产业变革，正在消费端激起层层涟漪，折射出中国汽车市场的深刻转型。

在参与调查的人群中，26岁—45岁的中青年群体以65.1%的占比

成为绝对主力，这一数据背后是家庭用车需求的刚性释放。他们关注成本、安全与价格，既希望享受到新能源汽车带来的出行便利，又对购车与使用成本精打细算。

车比例49岁—51岁的趋平态势，打破了传统汽车消费市场中男性主导的局面，意味着车企需要在产品设计、功能配置上兼顾多元审美与需求。

购车预算的分布同样耐人寻味。45%的消费者将目光锁定在11万—20万元区间，这与当前市场单车均价17万—18万元高度契合，表明主流消费市场已形成稳固的价格锚点。而10万元以下近22%的占比，预示着低门槛新能源汽车市场潜力巨大，年轻用户正以“尝鲜”的姿态涌入新能源赛道，这也为小型代步车、微型电动车提供了广阔的发展空间。

能源形式的选择上，插混+增程车型以超31%的占比脱颖而出。

成为增购车用户的首选。这种“可油可电”的灵活模式，解决了长途出行的续航焦虑，同时满足了城市通勤的经济性需求。纯电动车紧随其后，占比27%，尽管电池技术不断突破，但充电基础设施的不完善仍是制约其进一步扩张的关键因素。

值得关注的是，纯燃油车仍有14%的拥趸，在充电设施覆盖不足的地区，燃油车的可靠性与便捷性依旧具备吸引力。与此同时，半固态电池和超快充技术的逐步应用，正在重塑消费者对续航的认知，“超长续航纯电车”与“插混+增程车”的出现，或将彻底改写新能源汽车的竞争规则。

在国别认可方面，82%的受访者认为中国新能源更强，18岁—

35岁群体的认可度更是高达85%。这一数据不仅是对国产新能源汽车技术实力的肯定，更反映出民族品牌的崛起与年轻一代消费观念的转变。曾经，合资品牌凭借品牌溢价与技术优势占据市场高地，如今，国产车企凭借自主研发的电池技术、智能驾驶系统，成功实现弯道超车，在全球市场崭露头角。

然而，市场的繁荣背后也暗藏隐忧。尽管消费者对智能化配置关注度极高，65%关注续航，53%关注科技，但支付意愿却呈现明显分化。仅有13%的消费者表示非常愿意为智能化支付溢价，近四成受访者持观望态度。这暴露出当前智能配置存在功能实用性不足、成本过高的问题。

此外，维护成本成为消费者满意度最低的环节，价格透明、电池检测等诉求亟待解决。充电排队、电池衰减等痛点依然突出，超六成受访者遭遇过充电排队，55%受困于电池衰减，而车机故障的发生率也不容忽视。这些问题如同达摩克利斯之剑，高悬于行业发展的头顶。

这场新能源汽车市场的变革，既是机遇，也是挑战。车企需精准把握不同消费群体的需求差异，在产品研发、价格策略、服务体系上持续发力。政府与企业应加快充电基础设施建设，完善电池回收与检测标准，破解消费者的后顾之忧。唯有如此，才能在这场电动化浪潮中，驶向更广阔的未来。

