



洞见

罗兰贝格

02.2022
上海 / 中国



2021年电动车保值率排行榜及市场洞察

前言

2021年，国内新能源汽车产业由政策单因素引导市场转向供给共振内生需求驱动，中国汽车产业正在逐步从传统线性产业链拓展成为以用户为中心的四层生态圈，“车-桩-站-人-云”多位一体的补能体系逐步成型。头部新势力品牌凭借具有差异化的产品定位及智能化技术形成的护城河，在敏捷组织架构、差异化产品定位、电池延保服务等维度上具备核心竞争优势，销量持续向好。随着产业竞争升级，车企更注重提升车辆保值率以求支撑业务长期繁荣。

在此宏观产业背景下，罗兰贝格联合优与科技强强联手，连续第三年对中国新能源汽车市场中的纯电动车型保值率进行了深入研究，发布《2021年电动车保值率排行榜与市场洞察》。报告对整体新能源乘用车市场的整体驱动力、产业链机遇、企业竞争力等进行深入分析，按不同的车身形式与车型级别进行了保值率分类排名，发布“2021中国纯电动车保值率排行榜”。

车辆保值率是衡量二手车车辆价格，以及车辆价值从新车到二手车随车龄衰减程度的指标。保值率受到多个内因与外因的综合影响，主要包括三大维度：车辆（如车型、车龄、里程、车况、使用性质、过户次数等）、二手车市场供应情况波动（如季节因素、区域因素、二手车市场策略、新能源补贴政策等）、新车因素（如新车折扣、销量、换代）等。

优与科技基于大量的真实的二手车交易数据，构建多种影响因子共同作用的残值预测模型。本报告中，针对车龄满1年（及以上）的车型，通过残值预测模型输出预测结果，并根据当前市场调研数据对模型输出结果进行修正，最终获取最贴近市场平均水平的残值率；针对车龄未满1年的车型，通过残值预测模型输出竞品的残值预测结果，并结合竞品与预测车型的品牌力、车型换代周期等因素的差异，最终计算出预测车型的残值率。二手车交易数据来源包括一线人员市场调研、二手车电商平台、二手车独立经销商、拍卖平台以及主机厂与授权经销商等。

此外，报告针对四家头部新能源玩家的残值管理领先实践进行总结，从全生命周期视角出发，分别从新车购买、使用、二手车、循环利用四大环节推出相应举措，以提升新能源汽车价值和残值表现，旨在帮助主机厂识别行业领先产品和优秀实践，并通过产品、商业模式等综合手段提升品牌与产品价值，以支持整个新能源汽车行业的健康和可持续发展。

目录

一、新能源汽车市场回顾与展望	/ 03
1. 2021年新能源乘用车市场概览:景气向上,发展可期	
2. 新能源趋势下的产业链机遇:共建生态,迎接变革	
3. 新能源车企核心竞争力分析:大浪淘沙,谁主沉浮	
二、2021年新能源汽车市场残值表现	/ 10
1. 2021年中国纯电动SUV保值率排行榜	
2. 2021年中国纯电动轿车保值率排行榜	
三、2021年车企残值管理策略与实践总结	/ 14

一、新能源汽车市场回顾与展望

1. 2021年新能源乘用车市场概览：景气向上，发展可期

在“十四五”开局之年，中国汽车产业整体复苏，后疫情时代下的市场需求逐渐恢复。2021年，乘用车新能源汽车市场销量及渗透率均创新高，标志着中国汽车市场正在稳步向新能源转型的步伐。

根据中国汽车工业协会数据，截至2021年，新能源乘用车累计销量突破333万台，同比增加1.6倍，渗透率已达

15.5%。从5月起，新能源乘用车销量已连续七个月实现环比增长。值得一提的是，第三季度销量的快速提升，或部分归因于在芯片短缺的大背景下，车企优先保障新能源汽车生产而导致；但在芯片问题逐步得到缓解后，第四季度新能源乘用车销量仍然持续攀升，标志着新能源汽车市场旺盛的需求已被激发并将延续。→ [01](#)

01 / 中国新能源乘用车¹⁾市场销量 [万辆, 2020-2021]



1) 狭义乘用车，包含SUV、轿车、MPV

资料来源：CAAM

1) 国内新能源汽车产业已由政策驱动逐步转向内生需求驱动阶段

第一阶段——政策驱动阶段：回顾2018年之前，新能源汽车市场仍处于由政策主导的起步阶段。受产业链及配套不成熟、消费者认知仍待培育等因素影响，政策法规成为国内新能源汽车市场增长的核心驱动力。

第二阶段——政策及供给共振：随着2018年新能源汽车销量井喷，国内新能源汽车市场步入多因素驱动的过渡阶段。一方面，新能源政策重点逐步从终端产品补贴向产品使用周期各环节转移。另一方面，随着不同类型汽车玩家涌入并开始积极布局，新能源汽车产品供给逐渐丰富，加速推动国内新能源汽车市场发展。

第三阶段——内生需求加速上行：2020 年是中国新能源汽车市场化发展的崭新起点。在遭遇疫情和补贴退坡的冲击之后，新能源汽车市场开始触底反弹。随着技术逐渐成熟与成本节降，充满吸引力的新能源产品层出不穷，且产品力与体验大幅提升，进而逐步释放消费者需求，共同催化新能源汽车市场的高速增长。

2) 新能源汽车行业超预期稳步增长，多因素推动燃油车替代革命

a) 政策驱动：双碳政策长期布局，叠加双积分政策及补贴短中期引领

"1+N" 政策体系促进双碳战略实施落地。作为全球最大的碳排放国家之一，中国在 2021 年 10 月正式印发《关于完整准确全面贯彻新发展理念做好碳达峰碳中和工作的意见》。作为“1+N”政策体系中的引领策略，该意见明确了我国在 2030 年碳排放目标。同时，发布的《2030 年前碳达峰行动方案》中包含“碳达峰十大行动”，明确各行业降碳措施。

其中，“交通运输绿色低碳行动”承担着重任，新能源汽

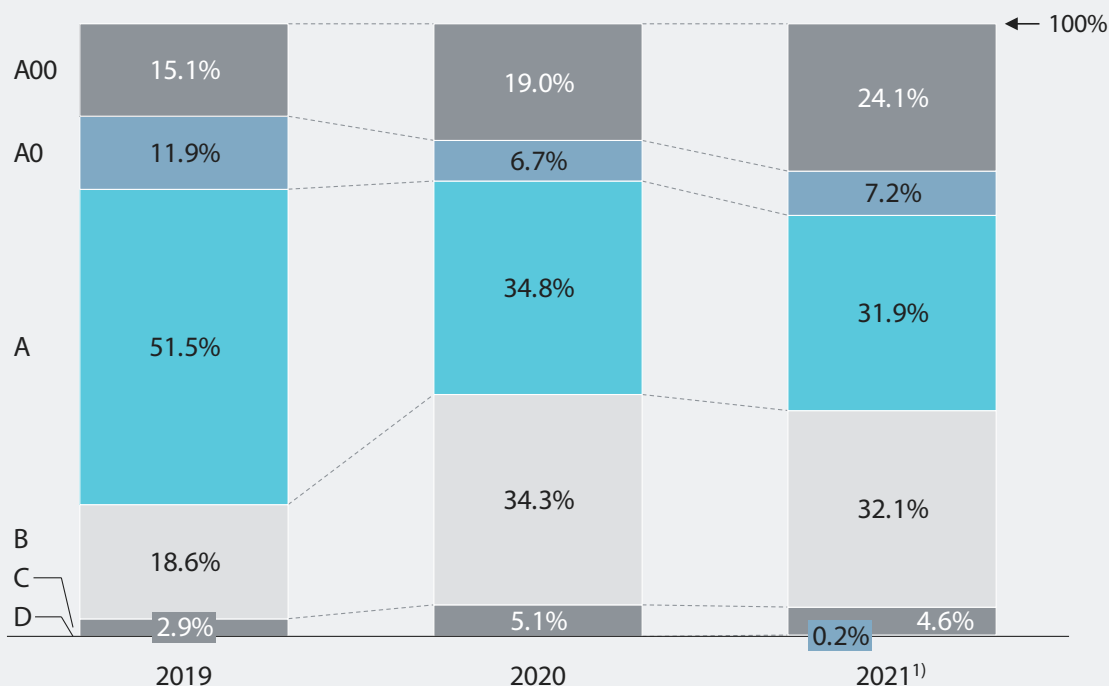
车渗透将直接影响碳达峰目标的实现。道路客 / 货运是交通运输行业最大的能源需求来源，作为运输载体，汽车产业的脱碳行动将直接影响交通运输行业碳中和目标的实现。未来，在双碳政策快速推进的背景下，新能源乘用车的加速渗透及充电基础设施的快速建设将会是汽车产业至关重要的核心举措。

与此同时，国家积极调整双积分和补贴政策。新能源汽车国补政策延长至 2022 年，双积分政策亦明确了至 2023 年新能源汽车的积分比例，为国内新能源汽车短中期发展奠定良好基础。

b) 产品驱动：供给端百花齐放，丰富车型层出不穷，主机厂采取不同路线加速催化燃油车替代

从车型结构来看，我国新能源汽车市场产品供给正逐步大型化且多元化。从过往三年乘联会数据可以观察到，我国新能源乘用车产量结构有着逐步大型化的趋势。得益于国内自主品牌的创新产品，小型车型已大幅渗透，而多元车型仍层出不穷，逐步向 B 级车型渗透。→ [02](#)

02 / 国内新能源乘用车产量 – 按车型级别 [%，2019-2021E]



1) 截至2021年11月产量数据

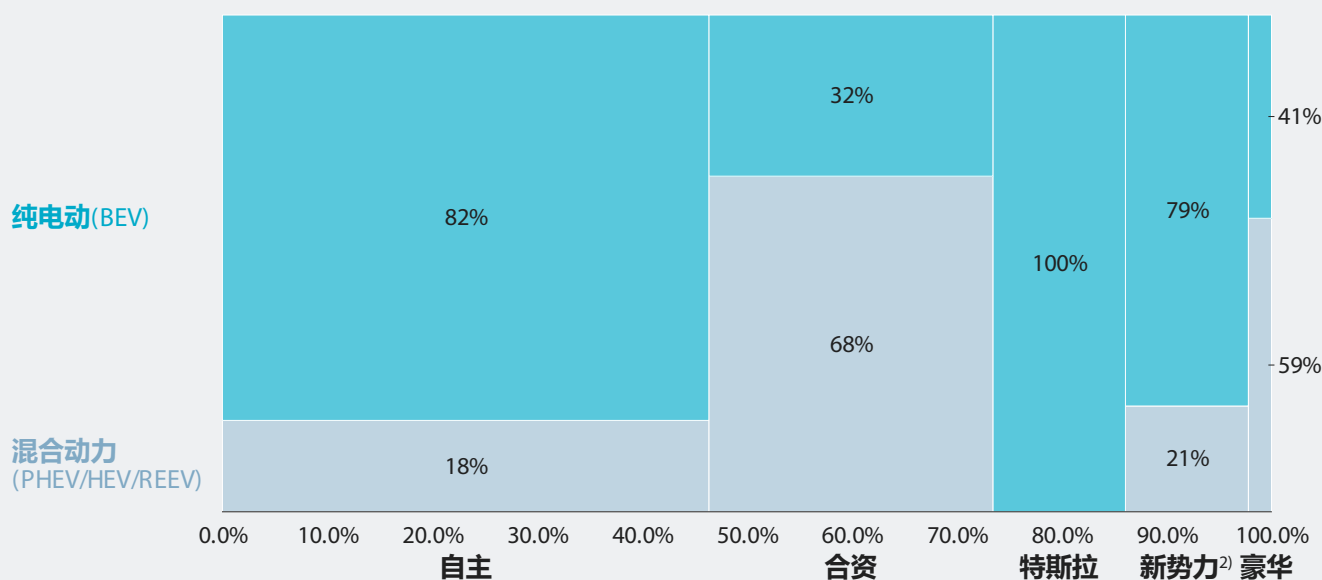
资料来源：中国乘联会

例如，特斯拉上海超级工厂继 Model 3 后，在万众期待下推出第二款国产高端车型 Model Y，两款车型均如预期畅销。而比亚迪于 2020 年下半年推出的汉系列，广受消费者好评，产销量仅次于特斯拉 Model 3 和 Model Y 系列。与此同时，比亚迪亦紧抓契机密集推出车型改款，新推出的秦 Plus DM-i 快速成为 A 级车产量榜首。在特斯拉和比亚迪两大新能源主流品牌的带动下，以往由合资品牌主导的 A 级和 B 级车市场受到刺激，更具吸引力的产品将推陈出新、百花齐放，进一步推动该细分市场整体规模的提升。

另一方面，由爆款车型五菱宏光 MiniEV 带动的 A00 级市场持续放量。长安奔奔 E-star、奇瑞小蚂蚁、长城欧拉黑猫等车型的相继推出，另辟蹊径以代步车需求为切入点，从供给端撬动该细分市场的需求。

自主品牌积极布局，新势力异军突起，强势渗透纯电动领域，合资品牌更多以混动作为切入点，尝试向新能源转型。特斯拉品牌为纯电动市场的主力军，豪华品牌仍以纯电和混合动力双轮驱动进行试探。→ 03

03 / 国内新能源乘用车产量 – 按主机厂类别及燃油形式结构[2021E¹⁾]



1) 截至2021年11月产量数据; 2) 新势力主要包含蔚来、小鹏、理想、威马、哪吒、零跑等
资料来源: 中国乘联会

以比亚迪和五菱为代表的自主品牌在纯电和混动领域均有历史性突破。随着比亚迪基于 DM-i 超级混动平台打造的秦 plus、宋 plus 和唐 plus 等车型相继亮相，可见其正立足于超级混动，加速实现燃油车替代。全新纯电平台 3.0 亦昭示着比亚迪作为新能源自主品牌领头羊的核心竞争力，为其加速布局纯电动车领域奠定坚实基础。此外，其他自主品牌如吉利、长城、长安等，均通过构建全新独立品牌布局高端智能电动汽车，以期用全新的姿态与消费者建立联结。

在经过长时间的产品打造和品牌营销后，造车新势力逐步稳固根基。截至 2021 年 11 月底，小鹏和蔚来纯电动车产量双双超过 8 万台，理想则以 7.5 万台增程式混动产量紧随其后。随着产品力和消费者体验的不断提升，造车新势力在新能源汽车领域仍将持续渗透，未来可期。

而反观合资品牌在新能源汽车市场的布局，整体转型进展较慢。以丰田和本田为例，2021 年均大力推动如雷凌双擎、卡罗拉双擎和雅阁等混动车型的上市，一定程度上错失纯

电动汽车领域的先发优势。未来合资品牌如何借力品牌和技术积淀在新能源领域重焕生机，将是一个关键课题。

与此同时，随着技术不断成熟，新能源车在能耗、智能化、加速和全生命周期成本等各方面均有着质的提升，替代燃油车的时机已趋近成熟。

c) 需求驱动：消费者核心痛点逐步消除，市场培育期已过，需求将快速释放

中国新能源汽车市场的培育在早期是通过大量政策和补贴促进的，目前国内新能源汽车市场已经发展成熟，并已成为全球最大的新能源汽车消费市场。随着消费者对新能源汽车的认可度和消费意愿持续增强，未来 C 端需求的释放

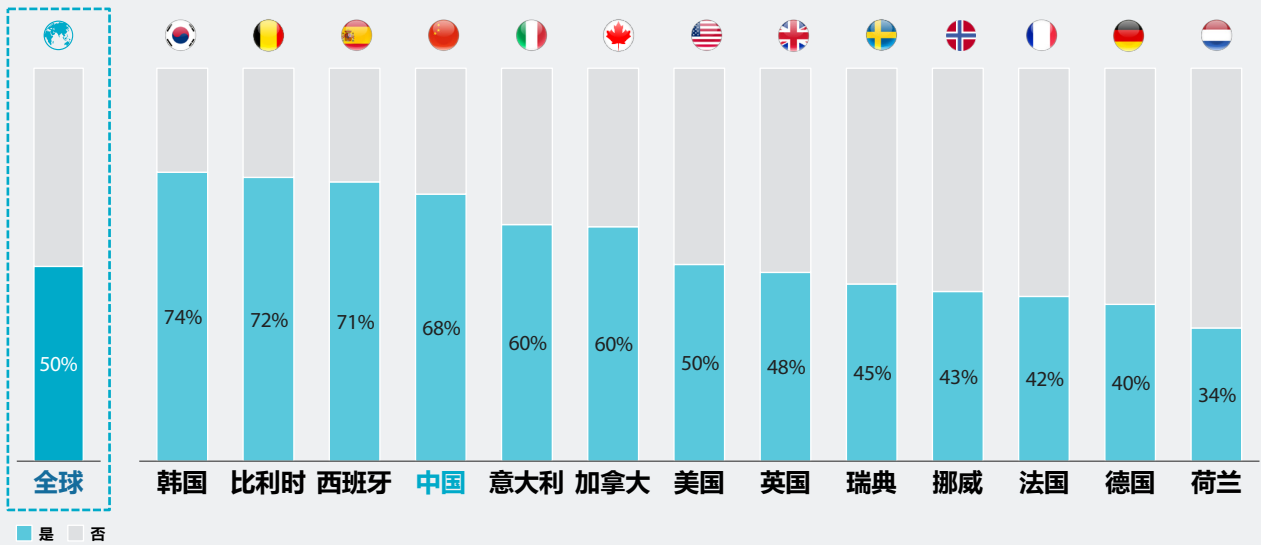
有望驱动国内新能源汽车市场持续超预期增长并最终实现燃油车替代。

罗兰贝格 2021 年 9 月的消费者调研结果显示，国内消费者对购买新能源汽车的兴趣与日俱增。中国消费者中 68% 的燃油车车主已经考虑下一辆车购买新能源汽车，同时，相较于其他国家消费者，中国消费者对新能源车接受程度远超平均水平且仍在不断上升。

此外，得益于中国造车新势力的长期培育，中国消费者对汽车智能化和电动化的认知最为正面，叠加新能源车技术成熟所带来的全生命周期成本节降及残值优化，消费者购买新能源车的核心痛点正被逐个击破，将有效从需求端推动新能源车替代燃油车。→ 04

04 / 消费者购买新能源汽车的兴趣

如果您目前还不是新能源车车主，下一辆车您是否考虑买一辆新能源汽车？



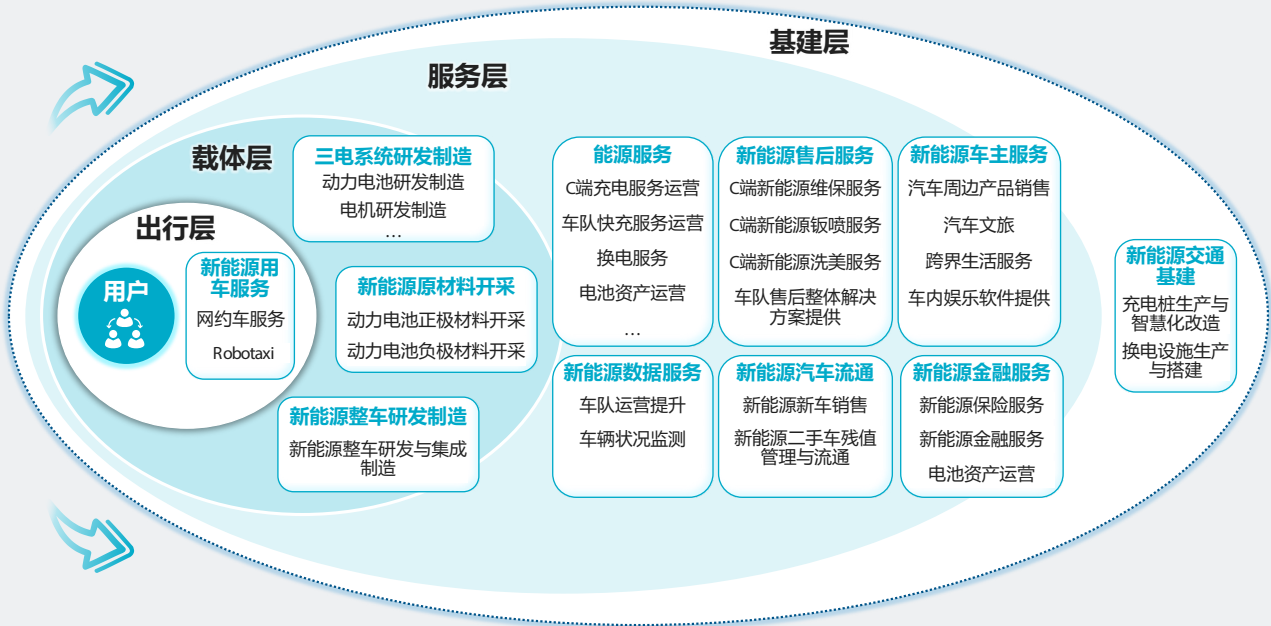
资料来源：2021年9月罗兰贝格消费者调研：5225名参与者，按国家分列——比利时72人，加拿大115人，中国552人，法国520人，德国572人，意大利250人，荷兰158人，挪威215人，韩国568人，西班牙374人，瑞典229人，土耳其238人，阿联酋316人，英国529人，美国547人

2. 新能源趋势下的产业链机遇: 共建生态, 迎接变革

随着中国新能源汽车市场稳步进入由内生需求驱动的第三发展阶段, 中国汽车产业正在逐步从传统线性产业链拓展成为以用户为中心的四层生态圈, 即出行层、载体层、服

务层、基建层。新能源汽车所带来的智能化、电动化等颠覆性趋势, 将不止对传统整车制造等产业链玩家产生影响, 也将进一步引爆生态圈的全新变革机遇。→ 05

05 / 国内新能源乘用车产量 – 按主机厂类别及燃油形式结构[2021E¹]



资料来源: 罗兰贝格

新能源汽车市场发展提速, “车 - 桩 - 站 - 人 - 云” 多位一体的补能体系逐步成型。2021 年, 国内新能源汽车市场取得显著突破, 新能源汽车保有量预计将突破 700 万辆, 针对补能基础设施的建设与运营的政策支持力度与覆盖地区不断扩大。

全国公共充电桩超过 100 万个, 大功率直流快充桩比例超过 40%, 持续领先全球发展, 进一步切实提升补能基础设

施服务的保障能力。放眼未来, 可支持换电车型的产品比例、光储充一体化能源管理服务方案、有序充电、车网互动 (V2G、分布式储能) 的新技术运用以及依托 “互联网 +” 的智能集成平台等发展趋势均较为明确, “车 - 桩 - 站 - 人 - 云” 的多位一体补能体系也将逐步形成。

3. 新能源车企核心竞争力分析:大浪淘沙,谁主沉浮

在电动化及智能化转型浪潮的裹挟下,造车新势力与传统车企的竞争日趋激烈。迄今为止,头部新势力品牌凭借具有差异化的产品定位及智能化技术形成的护城河,销量持续向好。相比而言,传统车企在转型过程中历史负担更重,由于需兼顾燃油车产业相关业务,构建新能源全新生态体

系对组织架构、生产研发、渠道营销等各个环节都提出更高挑战。然而,随着传统车企高端电动车和新一代混动车型的诞生,新势力和传统车企即将迎来正面对决,市场格局将如何变化仍充满未知。→ [06](#)

06 / 五大维度衡量新能源企业核心竞争力



资料来源:罗兰贝格

在造车新势力的巅峰时期,国内新能源汽车市场曾同时出现 300 多家新势力品牌。而在经过融资及量产交付等多轮大浪淘沙之后,市场上年销量过万台的新势力品牌不足 10

家。以头部新势力品牌“蔚小理”为例,其分别在敏捷组织架构、差异化产品定位、电池延保服务等维度上具备核心竞争优势。→ [07](#)

07 / 头部新势力核心竞争力分析

	蔚来	NIO	小鹏	X P E N G	理想	
组织架构	<ul style="list-style-type: none"> 多元背景敏捷组织 多为互联网和汽车行业多元背景组成的管理层，且组织架构更为扁平便于决策 					
生产研发	<ul style="list-style-type: none"> 深耕电动智能技术 智能技术平台NT2.0平台具备量产能力 		<ul style="list-style-type: none"> 自主开发全栈式自动驾驶软件 		<ul style="list-style-type: none"> 自研增程系统及全栈软件开发能力 	
	<ul style="list-style-type: none"> 逐步转向自有生产 江淮蔚来先进制造基地+合肥新桥工厂 		<ul style="list-style-type: none"> 海马代工+肇庆工厂+新广州工厂+新武汉工厂 		<ul style="list-style-type: none"> 常州生产基地 	
产品规划	<ul style="list-style-type: none"> 差异化产品定位 从中高端市场切入，用户服务体验至上 		<ul style="list-style-type: none"> 起始定位偏中端，智能化为核心 		<ul style="list-style-type: none"> 豪华中型SUV切入，增程式解决里程焦虑 	
	<ul style="list-style-type: none"> 智能功能亮点 NAD自动驾驶功能，NOMI智能交互丰富流畅 		<ul style="list-style-type: none"> 自研Xpilot智能驾驶系统，NGP自动变道功能 		<ul style="list-style-type: none"> 自动驾驶具备基础L2水平 	
营销渠道	<ul style="list-style-type: none"> 创新渠道布局 NIO House+NIO Space直营模式+App+二手车体验店 		<ul style="list-style-type: none"> 直营+特许经营模式 		<ul style="list-style-type: none"> 直营模式 	
	<ul style="list-style-type: none"> 用户共创模式 蔚来的“涟漪模式”重新定义了汽车行业的用户运营策略，通过满足消费者全生命周期需求，鼓励用户成为品牌的发展伙伴，共同创建品牌社区及口碑 					
全生命周期管理	<ul style="list-style-type: none"> 电池延保服务 		<ul style="list-style-type: none"> 均推出整车或动力电池延保服务，与传统车企形成差异化对比，同时蔚来打造换电服务与车电分离模式，力图缓解用户对里程、充电及电池寿命等焦虑因素 			
	<ul style="list-style-type: none"> 残值管理策略 		<p style="text-align: center;">下一章节详细阐述</p>			

资料来源：罗兰贝格

“用户运营力”作为产品力和渠道力之外的企业第三大核心驱动力，造车新势力须在此打破传统边界，以用户需求为核心，构建“培养与用户亲密关系”的精益化运营能力。蔚来的“涟漪模式”重新定义了汽车行业的用户运营策略，基于车主全生命周期需求点，并结合积分体系和社区构建等运营手段，通过满足用户需求获取用户对品牌的认可，从而进一步提升忠诚度。

相较于造车新势力，传统车企在平台架构与生产能力层面更胜一筹。传统主流车企基于自身牢固的技术储备，均致力于打造模块化平台以降本增效，包括大众MEB、宝马FSAR、丰田e-TNGA等优秀电动化平台，均将有助于传统

车企快速推陈出新。同时，在生产能力层面，传统车企具备更成熟的生产能力和更稳定的供应链，为高质量交付提供牢固保障。在承诺全面发展电气化后，传统车企将如何借力现有优势和多年积淀进行反击，在新能源汽车市场的激烈竞争中迎头赶上将是一个重要课题。

而在渠道方面，大部分自主品牌均采用全新渠道架构应对转型，开辟全新独立子品牌并构建全新直营渠道模式，如吉利极氪、上汽智己、北汽极狐等，部分合资品牌如广汽埃安则采用“直营+经销”双轨并行的方案。未来仍需结合创新营销手段和用户运营力，进一步抢占新能源汽车消费者的心智，与其产生共鸣。

二、2021年新能源汽车市场残值表现

1. 2021年中国纯电动SUV保值率排行榜

强强联手，助力全生命周期残值管理。罗兰贝格联合优与科技，对2021年中国新能源汽车市场中的纯电动车型保值率进行深入研究，并按不同车身形式与车型级别进行保值率分类排名，旨在帮助主机厂识别行业领先产品和最佳实践，并通过产品、商业模式等综合手段提升品牌与产品价值，以支持整个新能源汽车行业的健康和可持续发展。

通过建立基于新能源车辆残值影响因子的算法模型，对新

能源二手车残值进行评估与预测，并结合市场调研对输出的结果进行修正与校准，优与科技与罗兰贝格基于量化分析，为新能源车企实施车辆全生命周期残值管理提供数据支持。

本排名仅针对纯电动汽车，插电式混动及燃料电池汽车等不在本次讨论范围内。



根据以上榜单,对排名前五的车型进行具体分析:

保值率:
78.67%



特斯拉 Model Y

Model Y国产后成为最走量的车型,而Model 3的不断降价也让很多消费者将目光投向了Model Y上,导致Model Y的关注度越来越高。凭借极高的市场热度、强大的品牌影响力以及产品力,Model Y保值率遥遥领先,在排行榜中排名第一。

保值率:
74.57%



蔚来 EC6

蔚来EC6作为一款溜背运动版车型,拥有更加年轻化、更时尚的车身造型,在整车性能与舒适性方面拥有不错的表现。在蔚来汽车打造的售前售后服务生态圈以及极致的用户体验的加持下,EC6的保值率持续上涨,在排行榜排名第二。

保值率:
73.60%



蔚来 ES6

蔚来ES6在外观内饰、动力配置上均有亮眼的表现,创新的BaaS模式使得价格进一步下探,目标人群覆盖面更广,再加上蔚来汽车打造的售前售后服务生态圈以及极致的用户体验,ES6保值率保持在较高水平,在排行榜中排名第三。

保值率:
70.94%



特斯拉 Model X

Model X整体设计十分前卫,其在能耗、动力及三电技术方面表现优秀,再加上其特殊的产品定位与目标消费人群,市场波动对于Model X保值率的直接影响较小。整体来看,Model X的保值率相对稳定,在排行榜中排名第四。

保值率:
68.57%



比亚迪 宋Plus EV

宋Plus EV搭载行业领先的刀片电池,实现了505km的真续航,并辅以90千瓦极速快充技术,大幅降低消费者的里程焦虑,再加上比亚迪在新能源汽车领域的品牌影响力,宋Plus EV的市场热度较高,其保值率在排行榜中排名第五。

2. 2021年中国纯电动轿车保值率排行榜

2021年中国纯电动轿车保值率排行榜 (1年车龄)

优与科技与罗兰贝格 联合发布




1. 1年车龄保值率基于1年车龄二手车车商收购价与官方补贴后售价测算得出
2. 数据来源：优与科技

根据以上榜单,对排名前五的车型进行具体分析:

保值率:
72.84%

1



特斯拉 Model 3

自国产化以后, Model 3成为新能源汽车领域的“爆款”,主要得益于其时尚的外观、较高的性价比、丰富的科技配置以及较强的品牌影响力。Model 3的保值率稳定在较高的水平,在排行榜中排名第一。

保值率:
72.11%



小鹏 P7

小鹏P7的最长续航里程706km,是首个续航突破700km的中型纯电动轿车。此外,小鹏P7时尚的外观和丰富的科技配置,以及动力电池终身质保、整车延保以及其他专属增值服务,都是P7高保值率的有效保障。因此小鹏P7保值率在排行榜中排名第二。

保值率:
71.86%



比亚迪 汉EV

比亚迪汉EV搭载了最新一代的磷酸铁锂刀片电池,具有续航长和安全性高的特点,用户口碑较好。自2020年7月上市以来,新车销量持续增长,2021年11月销量超过1万辆,市场上热度较高。因此汉EV保值率较高,在排行榜中排名第三。

保值率:
69.11%



比亚迪 秦Plus EV

秦Plus EV搭载了安全性较高的磷酸铁锂刀片电池,最高续航里程可达600km,可以满足绝大多数日常使用需求。秦Plus EV在车内外设计、空间、动力、续航方面都有着不错的表现,其秦保值率也处于较高水平,在排行榜中排名第四。

保值率:
66.13%



小鹏 P5

小鹏P5配备激光雷达,可实现城市自动导航辅助驾驶功能,其整体智能化程度高于同价位其他纯电车型。再加上小鹏汽车为用户提供的动力电池终身质保、整车延保以及其他专属增值服务,P5保值率处于相对较高的水平,在排行榜中排名第五。

三、2021年车企残值管理策略与实践总结

1. 特斯拉

依托于美国总部的二手车定价系统，特斯拉二手车价格会根据当地市场新车价格调整幅度进行动态调整以影响残值，确保其保值率表现；而特斯拉新车定价最重要的考量因素是成本的变化，同时也会考虑国家政策与市场环境的变化。

2021年，受到新能源推广补贴退坡、上游原材料价格上涨、芯片短缺等因素影响，特斯拉在国内进行了多次售价调整。此外，因其二手车与新车价格实时联动，新车的价格调整对二手车价格也有着相应的影响。以特斯拉 Model Y 为例，其价格变动加剧了同级别竞品之间的竞争，间接推动了竞品主动下调同级别车型价格。短期来看，特斯拉 Model Y 的调价对传统豪华品牌的新车销量产生直接冲击，同时也会分流部分新能源汽车竞品用户，如蔚来、理想、比亚迪等；长远来看，特斯拉 Model Y 有助于推动蔚来、理想、比亚迪等国内新能源车企提升技术实力和产品性能，实现产品的快速迭代升级。

2. 蔚来汽车

蔚来官方二手车打通了蔚来全系车型循环流通的链路，并提供对现有用户利益的最大保障，成功实现了二手车残值的稳步提升，其 ES6 的 1 年车龄保值率从 2020 年的 67.2% 提升至 2021 年的 73.6%。

在认证二手车方面，2021 年初，蔚来正式发布官方二手车业务，打通了新车与二手车的循环流通，实现了商业模式的闭环，通过创新的业务模式，不断提升品牌竞争力与用户粘性。在电池升级方面，2021 年 4 月，蔚来开启 100kWh 长续航电池包按年灵活升级服务，并于年底全面开放长续航电池包按月灵活升级服务，为用户个性化电动出行提供更低成本的大容量电池体验，也使用户得以持续享受电池技术升级带来的红利。而在补能体系方面，蔚来 2021 年在全球建成换电站 778 座，新建超充桩和目的地充电桩共计 4,582 根，未来将持续布局全生命周期服务以提升品牌竞争力。

3. 比亚迪

作为一家拥有新能源核心技术的车企，比亚迪在纯电动和插电混动技术领域均有着较强的竞争力，其深耕新能源领域多年，树立了比亚迪“新能源汽车领导者”的地位。凭

借硬核的产品实力和持续的进化升级，比亚迪为用户带来了更安全可靠、智能舒适的驾乘体验，也是其车型保值率持续提升的重要保障。

尽管国内多家车企受芯片短缺的影响停工减产，但比亚迪在动力电池、芯片等方面均拥有完整的产业链，受芯片短缺问题的影响较少，其销量稳步增长。此外，比亚迪开发了高度安全的磷酸铁锂电池——刀片电池，解决了电动汽车电池在安全性、循环寿命和续航里程等方面的痛点，并逐步将刀片电池应用于比亚迪全系纯电动车型，提升了整体产品竞争力。除了在动力电池领域的技术与成本优势，比亚迪积极布局研发 SiC 电控，以期在整车性能方面显著提升。

汉 EV 作为比亚迪第一款搭载刀片电池的纯电动中型轿车，以其精准的产品与市场定位以及超强的产品力，逐渐树立了其在新能源轿车领域安全、性能、豪华的标签，加之自上市以来持续增长的销量，其获得了市场和消费者的高度认可。随着比亚迪王朝家族产品系列的不断丰富、技术的不断革新与升级以及品牌影响力的不断提升，有助于进一步保障比亚迪车型保值率处于较高的水平。

4. 小鹏汽车

相比传统车企经营模式，造车新势力正在经历一个从无到有、从有到强的品牌建立过程。在此过程中，新能源车企需更加重视购买人群全方位的服务体验，着力打造新车与二手车服务闭环，最大限度地简化客户车辆置换流程及手续，在交易过程中更注重客户满意度及体验。

自 2018 年小鹏 G3 上市以来，随着新车销量逐步提升，小鹏汽车于 2021 年 11 月 19 日广州车展上宣布推出官方二手车平台，同时在抖音等网络平台推出相关业务。小鹏官方二手车提出“智享新生”的品牌理念，致力于为用户提供安心买、安心用、安心卖的交易服务。

长期以来，二手车交易市场，尤其是新能源二手车市场缺乏统一的检测评估标准、定价及车况，这成为二手车用户购买时的最大顾虑。鉴于二手车定价作为车企残值管理的核心，小鹏汽车通过智能评估系统全方位记录车辆维保数据，生成车况报告，让定价及车况更客观透明，规避了传统二手车交易模式的信息盲区，确保每一辆官方认证二手车使用体验的一致性，为残值管理建立了基础数据支撑。

根据二手车用户画像研究，随着新车保有量的提升，置换是车主首要的购车方式。小鹏汽车智能化优势让不少老车主，尤其是初代产品车主，得以享受售卖二手车的优惠服务，同时配合置换权益，进一步降低了用户购车门槛；而在用户权益方面，小鹏官方认证二手车提供基础服务与新车同享，提升二手车用户体验，通过车辆生命周期残值管理，实现了新车与二手车业务的闭环管理。

总结

展望未来，高质及高速发展将是中国新能源汽车市场发展的主基调。随着供给侧多元创新发展进一步撬动内生需求，新能源乘用车市场销量及渗透率将持续稳步增长。预计**2025年**，新能源乘用车销量渗透率将超过**30%**，新能源车将在此背景下加速实现对燃油车的替代。

随着消费者对新能源车的接受程度不断提升，电动车作为智能化最佳载体的印象将持续深化。智能化与电气化形成的正向反馈将持续推动消费者对智能电动汽车的需求，结合消费者产品体验后形成的口碑传播，智能电动车概念将更加深入人心，迎来爆发式增长。各大车企也将使出浑身解数，通过差异化产品定位、智能化配置、亮点衍生服务等一系列组合拳角力该核心赛场。

此外，为支撑新能源业务长期可持续发展并保证盈利水平，主机厂应加强体系化的建设布局，从全生命周期视角出发，分别从新车购买、使用、二手车、循环利用四大环节推出相应举措，以提升新能源车辆价值和残值表现。

日新月异的电池革新技术、愈加激烈的新能源汽车市场竞争以及消费者对于新能源产品和服务的多样化需求，对于新能源车企来说既是机遇也是挑战。如何更好地把握机遇并在快速发展的新能源汽车市场上占据优势地位，是各个车企需要深入思考的课题。**2022年**，新能源汽车市场表现如何？新能源车保值率排行榜又将发生怎样的变化？我们将拭目以待。

作者

郑赞

罗兰贝格全球高级合伙人
ron.zheng@rolandberger.com

李明鸣

优与科技创始人
limingming@autobole.com

庄景乾

罗兰贝格副合伙人
jack.zhuang@rolandberger.com

徐迎迎

优与科技市场研究与项目执行总监
xuyingying@autobole.com

罗兰贝格梁少芳对本文亦有贡献。

欢迎联系罗兰贝格汽车团队

郑赞

罗兰贝格全球高级合伙人
ron.zheng@rolandberger.com

戴江宁

罗兰贝格全球合伙人
jiangning.dai@rolandberger.com

袁文博

罗兰贝格全球合伙人
wenbo.yuan@rolandberger.com

吴钊

罗兰贝格全球合伙人
neil.wu@rolandberger.com

时帅

罗兰贝格合伙人
shuai.shi@rolandberger.com

徐虎雄

罗兰贝格合伙人
huxiong.xu@rolandberger.com

赵雯婷 博士

罗兰贝格副合伙人
wenting.zhao@rolandberger.com

庄景乾

罗兰贝格副合伙人
jack.zhuang@rolandberger.com

欢迎您提出问题、评论与建议

www.rolandberger.com

本报告仅为一般性建议参考。
读者不应在缺乏具体的专业建议的情况下，擅自根据报告中的任何信息采取行动。罗兰贝格管理咨询公司将对任何因采用报告信息而导致的损失负责。

© 2022 罗兰贝格管理咨询公司版权所有。

关于我们

罗兰贝格

罗兰贝格管理咨询公司成立于1967年,是全球顶级咨询公司中唯一一家始于德国、源自欧洲的公司。我们拥有来自34个国家的2400名员工,并成功运作于国际各大主要市场。我们的50家分支机构位于全球主要商业中心。罗兰贝格管理咨询公司是一家由近250名合伙人共有的独立咨询机构。

优与科技

上海优与汽车科技有限公司创立于2015年,为国家高新技术企业,专注于新能源汽车行业大数据分析与算法模型应用,结合新能源汽车运行数据、驾驶行为分析以及市场数据,通过机器学习算法建模为新能源车企提供不同业务场景下的智能决策与前瞻业务方案。

出版方

罗兰贝格亚太总部

地址:

中国上海市南京西路1515号

静安嘉里中心办公楼一座23楼, 200040

+86 21 5298-6677

www.rolandberger.com