

新能源车

2024

2024新能源车品牌实力评估报告



随着全球对环境保护、能源可持续性的关注不断升温，新能源汽车作为汽车产业转型升级的重要方向，在 2024 年继续展现出蓬勃的发展态势和多维度的动态发展格局，在汽车产业转型的关键时期发挥着日益重要的引领作用。

从销量和渗透率来看，2024年中国新能源汽车市场预计将继续增长。根据中国汽车工业协会的预测，2024年新能源汽车市场将呈现稳中向好的发展态势，预计全年销量将达到1150万辆，渗透率接近40%。中国政府长期以来对新能源汽车产业的支持，包括购车补贴、税收优惠、免费停车等政策，促使消费者更倾向于选择新能源汽车。此外，中国庞大的人口基数和快速发展的经济也为新能源汽车市场提供了广阔的需求空间。

技术进步和成本下降是推动市场增长的重要因素。

随着动力电池成本的持续下降以及更多、更丰富的车型推出，新能源汽车的竞争力将不断增强。2024 年，各车企与电池制造商在电池续航里程方面取得关键突破。新能源汽车的续航能力大幅提升，众多车型能够轻松达到 700 - 1000 公里甚至更高里程，如同为汽车装备了更为强劲的能源供应系统，显著改善了新能源汽车长途出行的能力短板。同时，新型电池技术采用先进的热管理系统、优化的电池结构设计以及高性能防护材料，构建起多维度的安全防护体系，犹如为电池打造了坚固的安全堡垒。即便在高温、碰撞等极端工况下，也能有效规避电池起火、爆炸等安全风险。

2024 年，智能驾驶辅助功能在新能源汽车领域得到更为广泛的应用。自适应巡航、车道保持、自动紧急制动等功能成为标配，这些功能如同智能助手，显著提升了驾驶的便捷性与安全性。以自适应巡航为例，开启该功能后，车辆能够依据前车速度自动调整自身速度并保持安全车距，在长途驾驶场景中有效减轻驾驶员疲劳。尽管完全自动驾驶尚未实现，但 2024 年在自动驾驶技术的研发探索方面成果丰硕。车企与科技企业持续投入大量资源进行研发攻关，如同探索未知科技疆域的开拓者。部分高端新能源汽车已具备特定场景下的自动驾驶能力，如在封闭园区、高速公路上的自动变道、超车等功能，虽存在一定局限性，但为未来实现完全自动驾驶奠定了坚实的基础。

2024年新能源车市场发展综述

从消费者角度看，随着新能源汽车市场的发展，消费者对新能源汽车续航里程和充电便利性的期望持续提升。这一需求变化与智能手机用户对电池续航和快充功能的需求提升类似，反映出消费者对新能源汽车使用便捷性的更高追求。消费者期望新能源汽车能够满足长途出行需求，同时充电过程能够高效便捷。消费者对新能源汽车的智能科技功能表现出强烈的兴趣。智能驾驶辅助功能、智能互联系统、车内娱乐设施等成为吸引消费者的关键因素。消费者期望汽车不仅是单纯的交通工具，更应成为移动的智能终端，能够实现语音控制各种功能、与智能设备无缝对接以获取信息和娱乐内容等功能。



2024年新能源车市场发展综述

面向即将到来的2025年，新能源汽车市场确定性趋势有如下几点：

首先，市场竞争更加白热化。其一是技术竞争将升级，具体依旧表现在电池技术和自动驾驶技术，电池技术将朝着更高能量密度、更快充电速度和更低成本的方向持续发展，智能驾驶技术也将更加成熟，可能会从当前的辅助驾驶阶段向更高级的自动驾驶甚至无人驾驶阶段迈进。其二是价格竞争加剧，随着市场规模的进一步扩大和技术的成熟，新能源汽车价格将呈现出更加复杂的变化趋势，总体上更加亲民，车企之间的价格竞争将更加激烈。

其次，新能源汽车类型更加多样化。在城市拥堵的交通环境下，小型化和微型化新能源汽车将受到更多消费者的青睐。对于追求速度和驾驶激情的消费者来说，高性能新能源汽车将成为新的焦点。

第三，智能网联成为标配。2025年，智能网联将成为新能源汽车的标准配置，这将使汽车能够实时获取交通信息，为驾驶者提供更加准确的路况指导，同时车内娱乐系统也将更加丰富，驾驶者在长途驾驶过程中可以观看高清电影、玩在线游戏等，极大地提升了驾驶体验。

第四，服务与生态构建成为新的竞争焦点。随着新能源汽车保有量的增加，售后服务的质量直接影响消费者的满意度和品牌忠诚度。各品牌在维修服务的便捷性、质保期的延长、零部件供应的及时性等方面展开竞争。同时，新能源汽车不再仅仅是交通工具，而是成为一个移动的智能终端，与智能家居、智能办公等多种场景相互连接。各品牌致力于构建自己的汽车生态系统，能够构建完整、便捷、智能化汽车生态的品牌将在市场竞争中占据优势。

最后，品牌分化加剧。高端新能源汽车品牌在2024年更加注重品牌形象的塑造、产品的个性化定制以及极致的服务体验。大众品牌的新能源汽车则更加聚焦于性价比，通过大规模生产降低成本，同时保证产品的基本品质和功能，以满足大多数消费者对价格和性能的双重需求。

2024年新能源车品牌实力分析

2024年新能源车品牌实力10强

排名	品牌		评分	同比排名变化
1		比亚迪	828.3	=
2		鸿蒙智行	810.9	=
3		特斯拉	394.1	↓
4		广汽	387.8	↑
5		理想	329.7	↑
6		蔚来	329.5	↑
7		小鹏	311.7	↑
8		上汽集团	266.0	↑
9		长安	218.2	↑
10		奇瑞	136.5	↑

2024 年新能源车市场竞争激烈，十强榜单呈现多元态势。

比亚迪以 828.3 分稳坐榜首，其刀片电池技术和丰富产品线助力其在国内外市场领先。比亚迪的产品布局涵盖了轿车、SUV、MPV 等多个细分市场，从入门级到高端车型均有布局。凭借丰富的产品线和广泛的销售网络，销量持续增长。在技术方面，专攻电池和混动技术。在价格方面，比亚迪注重性价比，能够满足不同消费层次的需求。

鸿蒙智行位列第二，新兴品牌展现强大潜力。

特斯拉虽排名降至第三，但品牌影响力和技术实力仍在，电池与自动驾驶技术有优势，但承受更大竞争压力。特斯拉的品牌形象与创新、环保、高科技紧密相连。通过多年的市场培育和宣传，特斯拉在消费者心目中树立了新能源汽车领导者的形象。其简约而富有科技感的设计风格，无论是外观还是内饰，

注：排名为主品牌排名，综合考虑主品牌之下的子品牌与车系。
如：鸿蒙智行包括问界（AITO）、智界（Luxeed）、享界（Stelato）、尊界（Maextro）等四个子品牌。

2024年新能源车品牌实力分析

都吸引了大量年轻、时尚、注重环保和科技的消费者。在自动驾驶技术和超级充电网络上筑起高墙。在营销方面，特斯拉采用线上直销模式，减少了中间环节，降低了成本的同时也提高了销售效率。

蔚来坚守高端新能源汽车品牌定位，排名第六。通过打造高端的品牌形象，蔚来吸引了一批对品质和服务有较高要求的消费者。蔚来的车型在设计上注重豪华感和科技感的融合，内饰采用高品质材料，车内空间宽敞舒适。换电模式是蔚来的独特之处，这种模式大大缩短了车辆的“补给”时间。

理想凭增程式技术在家庭市场立足，小鹏以智能驾驶技术吸引年轻消费者，分别排名第五和第七。

广汽排名第四，在新能源领域投入大成效显。其中，埃安定位于中端新能源汽车市场，主要面向年轻消费群体以及对智能出行有需求的家庭用户。其产品在满足日常通勤需求的同时，也注重车辆的智能化和科技感，以吸引追求品质 and 创新的消费者。

上汽集团、长安、奇瑞等也在十强之列，通过提升产品质量和技术水平稳步发展。

总体而言，十强榜单反映市场竞争激烈且格局多变，各品牌需持续创新，提升实力以满足消费者需求，在未来竞争中获取更大成功。

2024年新能源车品牌创新力分析

比亚迪一直是新能源汽车技术创新的引领者。其刀片电池技术不断升级，安全性和性能持续提升，为新能源汽车的安全和续航提供了有力保障。同时，在混动技术方面，DM-i 超级混动技术也在不断优化，兼顾了动力和燃油经济性。产品线极其丰富，王朝系列、海洋网系列不断推出新车型，满足了不同消费者的需求。而且，高端品牌方程豹、腾势和仰望的推出，进一步提升了品牌形象和产品竞争力。

鸿蒙智行拥有强大的智能驾驶、智能座舱等技术。其智能驾驶系统不断升级，如

Huawei ADS® 高阶智能驾驶系统，具有较高的安全性和智能化水平。智能座舱方面，鸿蒙智能座舱也为用户带来了出色的交互体验。旗下问界、智界、享界等品牌的车型不断丰富，产品设计时尚，配置丰富。如享界 S9、智界 R7 等车型，在豪华感和科技感上都有出色的表现。

特斯拉在电动技术、自动驾驶技术方面一直处于行业前沿。其电池管理系统高效，续航里程表现优秀。车型的设计简洁且具有科技感，不断推出软件升级和新的选装配置，提升用户的使用体验。

广汽在智能驾驶技术方面取得了不错的进展，不断推出具有竞争力的智驾车型。产品的外观设计和内饰配置不断优化，推出了多种个性化的版本，满足了消费者的多样化需求。

蔚来在换电技术方面具有领先优势，为用户提供了便捷的补能方式。虽然NIO Pilot 等智能驾驶辅助系统不断升级，但在技术创新的突破性方面相对较弱。

理想的增程式电动技术在一定程度上解决了用户的续航焦虑问题，但在纯电动技术方面的创新相对较少。产品以大空间、家用舒适性为主要特点，然而车型相对较少，产品创新的速度有待提高。

2024年新能源车品牌创新力10强

排名	品牌	评分	同比排名变化
1	 比亚迪汽车 比亚迪	189.4	=
2	 鸿蒙智行	183.3	=
3	 特斯拉	166.7	=
4	 广汽	155.2	↑
5	 蔚来	116.7	↑
6	 理想	112.4	↓
7	 小鹏	110.3	↑
8	 上汽集团	83.3	↑
9	 奇瑞	66.7	↑
10	 长安	61.9	↑

2024年新能源车品牌沟通力分析

2024年新能源车品牌沟通力10强

排名	品牌	评分	同比排名变化
1	 比亚迪	818.2	↑
2	 鸿蒙智行	738.5	↓
3	 特斯拉	722.1	=
4	 广汽	615.6	↑
5	 蔚来	530.5	↑
6	 理想	511.2	↓
7	 小鹏	509.6	↑
8	 上汽集团	449.7	↑
9	 长安	377.2	↑
10	 小米	116.5	↑

比亚迪在主品牌王朝、海洋系列持续推出新车型的同时，大力发展高端品牌如方程豹、腾势、仰望等，丰富产品矩阵，满足不同消费者的需求。在营销中强调自身的技术优势，如第五代 DM 技术等，突出产品的性能、续航等特点，吸引消费者关注。年初开启价格战后，通过参加各类车展、举办新车发布会等活动，提升品牌知名度和产品曝光度。

特斯拉持续对产品的技术进行升级和改进，如提升电池续航里程、优化自动驾驶系统等，通过宣传技术升级成果，吸引消费者购买。通过宣传

特斯拉的环保理念、科技创新精神等，塑造品牌的高端形象和社会责任感，提升品牌的影响力。

广汽不断推出新的产品升级和改款车型，强调产品的智能化、续航里程等方面的提升，吸引消费者关注。推出具有竞争力的价格，吸引消费者购买，抢占市场份额。

蔚来继续推广其换电模式，强调换电的便捷性和高效性，吸引消费者关注。注重用户社区的建设和运营，通过举办各类用户活动、建立线上社区等方式，增强用户的粘性和忠诚度。

理想坚持增程式电动汽车的产品定位，强调其在续航里程、驾驶体验等方面的优势，与纯电动汽车形成差异化竞争。注重用户服务，通过提供优质的售前、售中、售后服务，增强用户的满意度和忠诚度。过社交媒体、广告宣传等方式，传播品牌的理念和价值观，提升品牌的知名度和美誉度。

小鹏以智能驾驶技术为核心卖点，不断提升产品的智能驾驶水平，通过宣传智能驾驶的功能和优势，吸引消费者关注。针对年轻消费者的需求和喜好，进行品牌年轻化的营销推广，如与潮流文化、科技元素等相结合，提升品牌的吸引力。

2024年新能源车品牌信任力分析

比亚迪始终将用户放在首位，致力于为用户提供卓越的服务体验。通过不断优化售后服务网络，提升服务质量，确保用户在购车、用车过程中享受到便捷、高效的服务。这种以用户为中心的服务理念，让比亚迪赢得了越来越多消费者的信赖和支持。

广汽推出优惠活动，提供优厚的购车福利，降低了车主的用车成本，让消费者切实感受到实惠，增强对品牌的信任。同时，车主可以通过 app 观看维修和保养的全过程，并且能够在线查看服务工单以及结算单，不存在乱收费的情况，

对于自己爱车保养的项目一目了然，这种透明化的售后服务让消费者更加放心。

蔚来一直强调以用户为中心，为用户提供高品质的电动汽车和优质的服务，通过不断优化用户体验，提高用户的满意度和忠诚度。完善的换电和充电网络布局，为车主提供了便捷的补能服务，解决了车主的续航焦虑，增强了车主对蔚来品牌的信任。

小鹏建立与车主的良好沟通渠道，及时收集车主的反馈意见，并对产品和服务进行改进。例如，通过官方社区、用户调研等方式，让车主参与到品牌的发展过程中，增强车主的参与感和归属感。

特斯拉不断优化售后服务网络，提高服务效率和质量。增加服务中心的数量、提供快速维修服务、加强对售后服务人员的培训等，确保车主在购车后能够得到及时、专业的服务支持。

2024年新能源车品牌信任力10强

排名	品牌	评分	同比排名变化
1	 鸿蒙智行	1511.0	↑
2	 比亚迪	1477.3	↓
3	 广汽	392.5	↓
4	 理想	365.6	↑
5	 蔚来	341.2	↓
6	 小鹏	315.1	↓
7	 特斯拉	293.4	↓
8	 上汽集团	265.1	↑
9	 奇瑞	233.4	↑
10	 长安	215.5	↑

品牌聚焦——鸿蒙智行

member of TGI Global network
SINOMONITOR
新生代市场监测机构

鸿蒙智行在2024年继续深耕智能汽车领域，致力于通过技术创新和品牌扩展来巩固市场地位，提升市场竞争力。

鸿蒙智行的产品线逐渐完善，涵盖了增程和纯电两种动力形式。

鸿蒙智行计划到2025年实现“四界”品牌战略，进一步扩大其在智能汽车市场的影响力。

其中，问界与赛力斯合作，定位中大型轿跑SUV；智界与奇瑞合作，定位中型轿跑SUV；享界与北汽合作，定位行政级轿车；尊界与江淮合作，覆盖轿车、SUV和MPV三大品类。

鸿蒙智行在2024年的智能驾驶技术ADS 3.0具有显著的功能和性能提升。ADS 3.0支持全场景智能驾驶功能，包括从车位到车位的无缝转换，如路边启停、车位到路边、路边到车位等功能，能够实现停车场与公开道路之间的全面覆盖，提升了驾驶的便利性和舒适度。在功能定位上，ADS 3.0从L2级别提升至L3-L5级别，能够更快地感知路面情况，做出决策，并在多场景下代替驾驶者完成自动驾驶任务。此外，它还升级了全向防碰撞系统CAS 3.0，并支持离车即走功能。

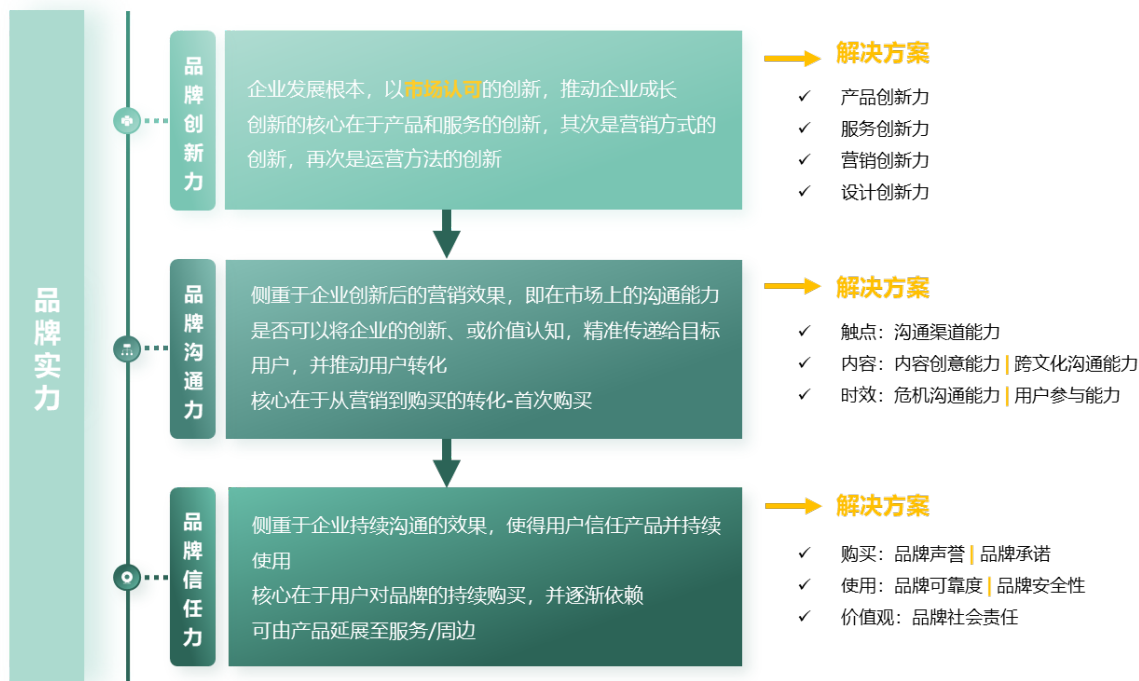
鸿蒙智行在品牌营销方面也取得了显著成效，注重营销策略的创新和多样性，通过线上线下相结合的方式加强与消费者的互动和沟通，提高品牌知名度和美誉度。

在线下，通过与多家车企合作，打造了开放、共享的技术平台，并在华为旗舰店、智能生活馆等渠道提供一站式服务。

在线上，鸿蒙智行利用社交媒体和网红代言等手段扩大品牌影响力，这不仅提高了品牌的曝光度，也与年轻消费者建立了密切联系。



● 品牌实力榜维度解读：



● 数据来源：

“BIB品牌实力TOP榜”底层基于新生代通过持续一手监测积累的品牌心智基础数据库，目前已覆盖40+领域，累计消费者样本100W+，各领域以主品牌、子品牌、SPU为监测对象，持续不断获取消费者的品牌心智各项指标数据，为整个品牌评估体系的科学性、准确性与权威性保驾护航，源源不断地为品牌研究输送核心动力与关键支撑。

● 品牌实力榜算法说明：

- ✓ 品牌实力指数 = AVERAGE（品牌创新力，品牌沟通力，品牌信任力）
- ✓ 品牌创新力：品牌发展基础，包括品牌的产品功能创新、外观创新、服务创新、营销创新等方向的综合评估。
$$\text{Innovation (I)} = f(\text{连续性的购买行为, 消费者需求, “先行者”和“早期使用者”})$$
- ✓ 品牌沟通力：品牌发展手段，包括品牌触点、传播内容、消费者认知与接受等方向的综合评估。
$$\text{Communication (I)} = f(\text{消费者使用行为, 消费者认知, 消费者扩散行为})$$
- ✓ 品牌信任力：品牌持续发展动力，包括品牌对用户的运营管理、企业生态建立等方向的综合评估。
$$\text{Credibility (I)} = f(\text{预购行为, 品牌流失情况, 消费者使用})$$

A proud member of the
TGI Global Network

Since 1998

中国唯一“全景消费者洞察” 同源数据库服务机构

The Only “360° Consumer Insight”
Single-source Database Provider of China



微信公众号

Brand
Index
Barometer

Brand Index Barometer (BIB) 品牌健康度追踪数据库

BIB为基于TGI国际标准予以中国本地化场景需求升级研发，反映大众消费者的品牌心智评价，对各品牌进行跨平台、不间断的用户持续性品牌监测。

通过一系列品牌健康度指标的量化品牌表现，并可以与行业Benchmark及竞对品牌在关键指标上进行的横向对比，帮助品牌侧及时追踪、诊断消费者的心智势能态势变化，预判品牌表现，进而采取对应性行动优化品牌的市场表现。