

【中国】電動化サブブランド お客様浸透状況調査（自主研究レポート）

2020年3月
株式会社 現代文化研究所

世界最大の電動車市場である中国において、各社はEV・PHEVを含む「電動化サブブランド」を展開中。今後、お客様選択の1つとなるか、基本となるブランド浸透状況を調査した。

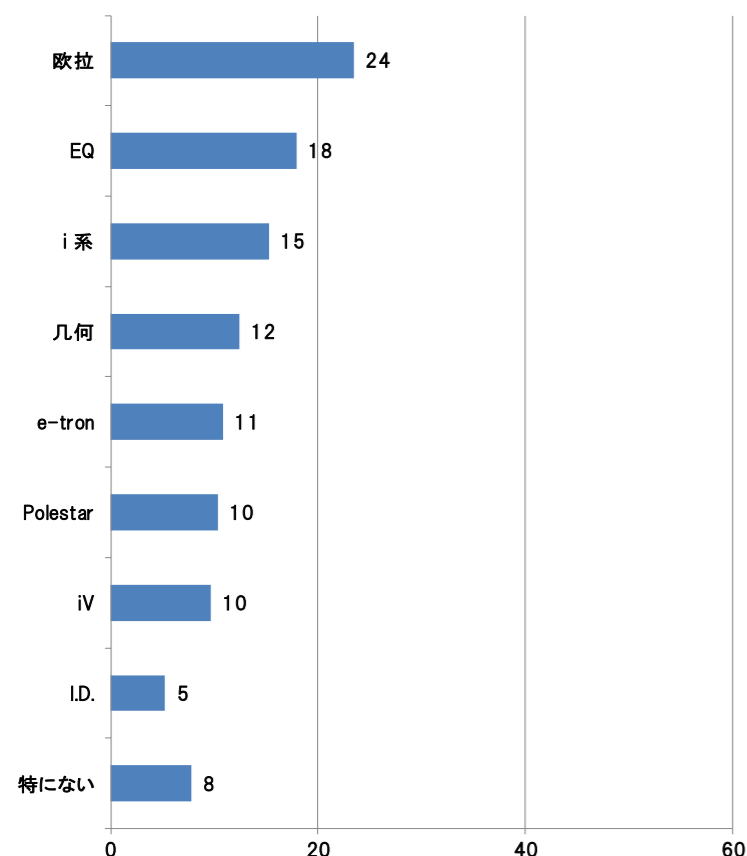
■ 電動化サブブランドの認知は、長城・欧拉(GWM・ORA)が高く、次いで、MERCEDES-BENZ・EQ、BMW・iシリーズ、吉利・几何(Geely・Geometry)等が続いた。…図表A
 ■ しかし、「電動化サブブランドを展開しているのはどこのメーカーか」の正解率では、吉利・几何、BMW・iシリーズ、長城・欧拉等が高い。中国地場系の吉利・几何、長城・欧拉は、既に電動車の市販化が開始されており、総じて正解率が高い。一方、外資系は正解率が低く、他メーカー/ブランドとの混同もみられ、成長途上にあるといえよう…図表B-1、B-2
 ⇒ 外資系企業にとっては、まだバラつきある浸透状況の中で、競合地場系を視野に入れた車種ブランド中心のお客様訴求が効率的だといえよう。

＜調査概要＞

調査期間	2020年2月6日～2月11日、3月2日～3月7日 *コロナ禍の状況をみながら、2回に分けて調査(調査結果は2回分の合計データ)
調査方法	自動車関連携帯アプリ利用者に対するアンケート調査(モバイルリサーチ) * 燃費や地図等アプリ利用の自動車ユーザー(独自調査パネル“YooClub”活用)
調査地域	6地域19都市 * 華東(南京、蘇州、杭州)、華南(広州、深圳、東莞、珠海、中山、佛山、惠州、江門)、華中(武漢、鄭州)、東北(瀋陽、長春、大連)、西南(成都、重慶)、西北(西安)
調査数	1,200サンプル * 各回600サンプル×2回
調査対象者	自動車現保有者(主運転者、購入決定者) 過去3～6年以内の新車購入者(ベテラン運転者) 新車で乗用車を購入(スモール、ミディアム、SUV、MPVセグメント)

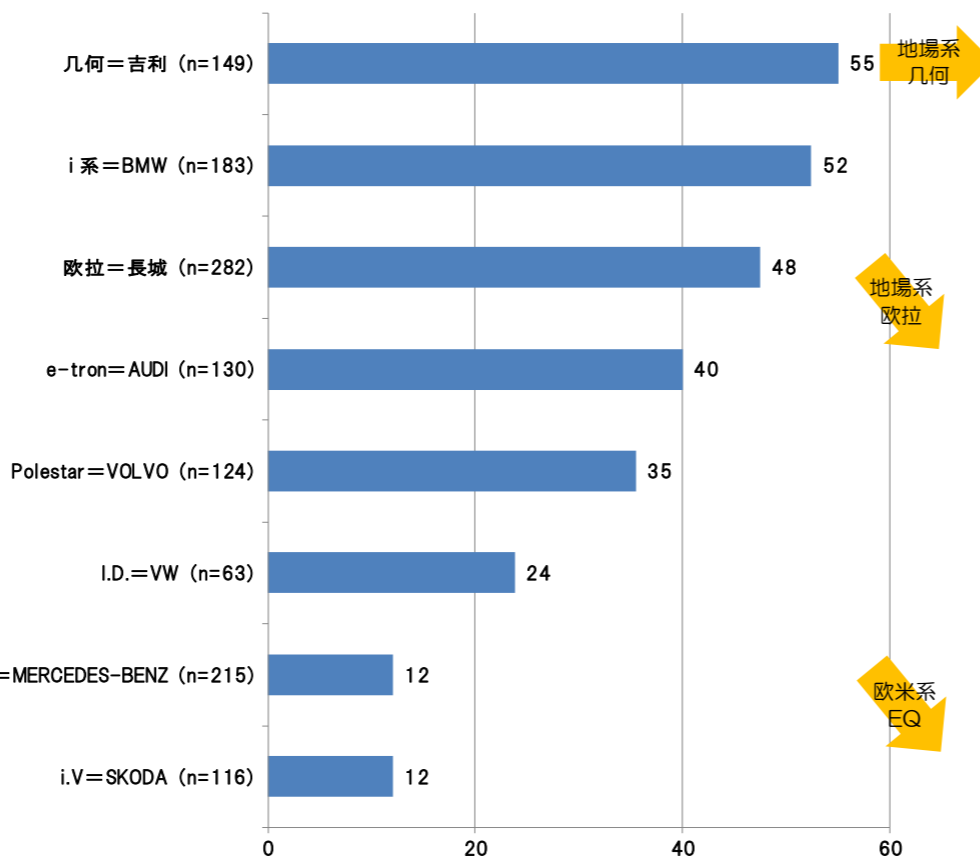
図表A: 電動化サブブランド認知率(%; n=1,200)

Q: 以下の新車ブランド(新車独立ブランド)を見たり聞いたりしたことがありますか?
您听到过或看到过下列新能源汽车品牌吗?(推出新能源汽车独立品牌的问题)



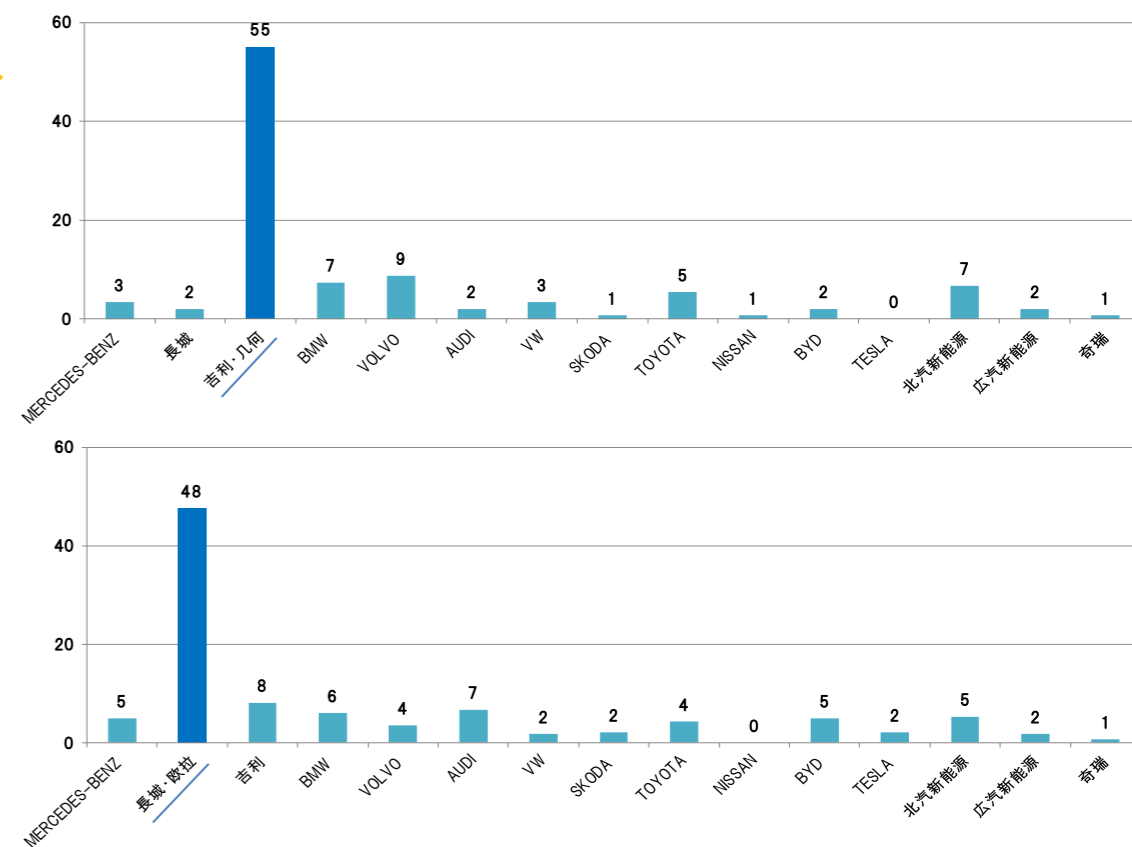
図表B-1: 電動化サブブランドの実施企業正解率(%; n=各認知者)

Q: あなたがご存知の新車ブランドはどこの自動車メーカーが取り組んでいますか?
您知道的新能源品牌是哪个汽车厂家推出的呢?



図表B-2: 電動化サブブランドの「実施ブランド」回答率/正解率

—中国地場系(吉利、長城の例)、外資系(MBの例)別(%; n=各認知者)



* MB・EQは、既に市販化を開始している奇瑞・eQ (Chery・eQ) とネーミングが同じ。
最近、MBは個車“EQC”との表現で訴求し始めている

(参考) 中国地場系新エネ・電動化サブブランド	長城・欧拉 (GWM・ORA) 18年~		吉利・几何 (Geely・Geometry) 19年~	[参考] 奇瑞 (Chery)
	欧拉R1 (EV) 18年12月~ 6.98~7.98万元	欧拉iQ (EV) 18年11月~ 11.48~12.48万元	几何A (EV) 19年4月~ 15.00~19.00万元	eQ (EV) 17年4月~ 16.99~17.19万元
車種				

出典: 各社HP、汽车之家

(写真) 北京・三里屯のコンセプト店
—MB、北汽新能源 (20年1月撮影)



▼ 独自調査パネル“YooClub”(悠咖驾到)とは…

- カーユーザーが日常利用するアプリを通じて調査募集することにより、
- ①保有車・回答者属性情報の信憑性の高さ、②調査対価はアプリ上の仮想通貨やポイント還元でリーズナブル、
- ③日常利用アプリのために回答・結果がスピーディ、④ボイス機能等を活用してワンフレーズ生声の収集が可能



＜お問い合わせ先＞

株式会社 現代文化研究所 ・ 東京都千代田区九段南2-3-18 トヨタ九段ビル
八杉 (メール: o-yasugi@gendai.co.jp / 電話: 03-3264-6494 / FAX: 03-3264-2636)



自動車に関わる「ひと」「生活」「産業」の問題を私たちは解決していきます。

【中国】新能源电动车子品牌 消费者渗透情况调查 (自主研究报告)

2020年3月
现代文化研究所

全球最大电动车市场—在中国，主要车企在开展旗下“电动车子品牌”战略。今后是否会成为消费者选项之一，首先要想了解这些品牌推出基础的一车企旗下电动车子品牌渗透现状。

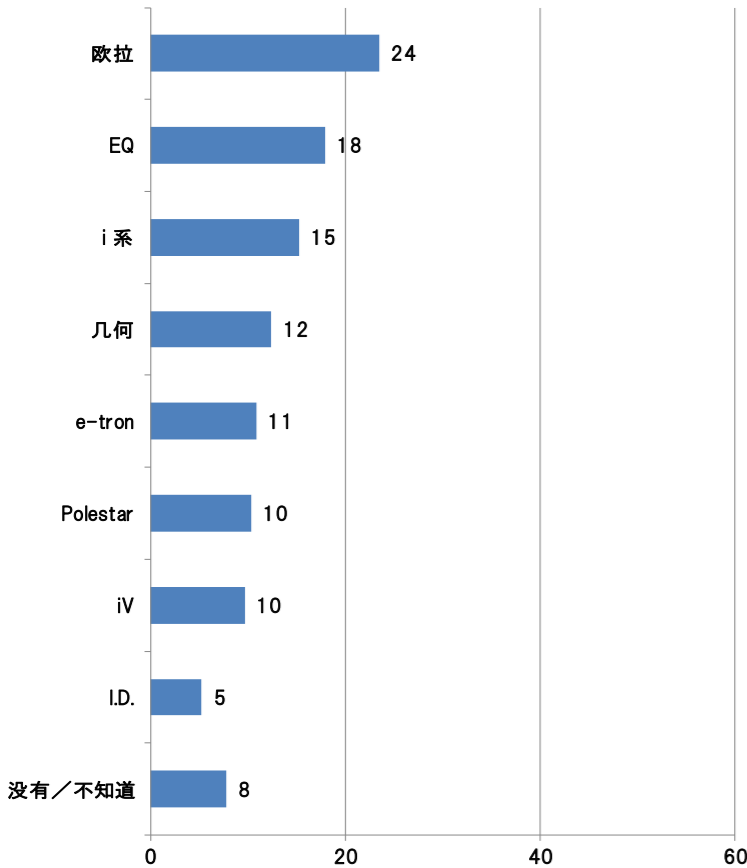
- 电动车子品牌认知度最高为长城欧拉，其次是奔驰EQ、宝马i系、吉利几何等。 ...图表A
 - 但是，在开展电动车子品牌的企业名正确回答，吉利几何、宝马i系、长城欧拉等较高。中国自主品牌吉利几何、长城欧拉已经开始在市场上销售电动车，消费者回答的企业名正确率也高。可是在外资品牌而言，总的来说消费者的正确率较低，和其他车企的差别也少，可以说还留在发展中的现阶段。 ...图表B-1、B-2
- ⇒ 对于外资品牌，渗透还存在参差不齐的现状之中，要考虑中国自主品牌作为竞争对手，个别车型品牌为中心的进行诉求活动。

<调查概要>

调查期间	2020年2月6日~2月11日、3月2日~3月7日 * 考虑疫情影响，进行了两次调研（调查结果是汇总并统计了两次数据而得）
调查办法	对于汽车相关APP使用者的定量问卷调查 (Mobile research) * 自己车油耗、驾驶地图等APP的汽车用户 (利用独立调查渠道“YooClub”)
调查城市	6个地区19个城市 * 华东 (南京、苏州、杭州)、华南 (广州、深圳、东莞、珠海、中山、佛山、惠州、江门)、华中 (武汉、郑州)、东北 (沈阳、长春、大连)、西南 (成都、重庆)、西北 (西安)
调查样本	1,200个样本 * 每次600个样本×两次
调查条件	汽车现在拥有者 (而亲自开车的、有购买决定权者) 过去3~6年内购买新车的 (老司机为主) 购买轿车 (Small, Medium, SUV, MPV)

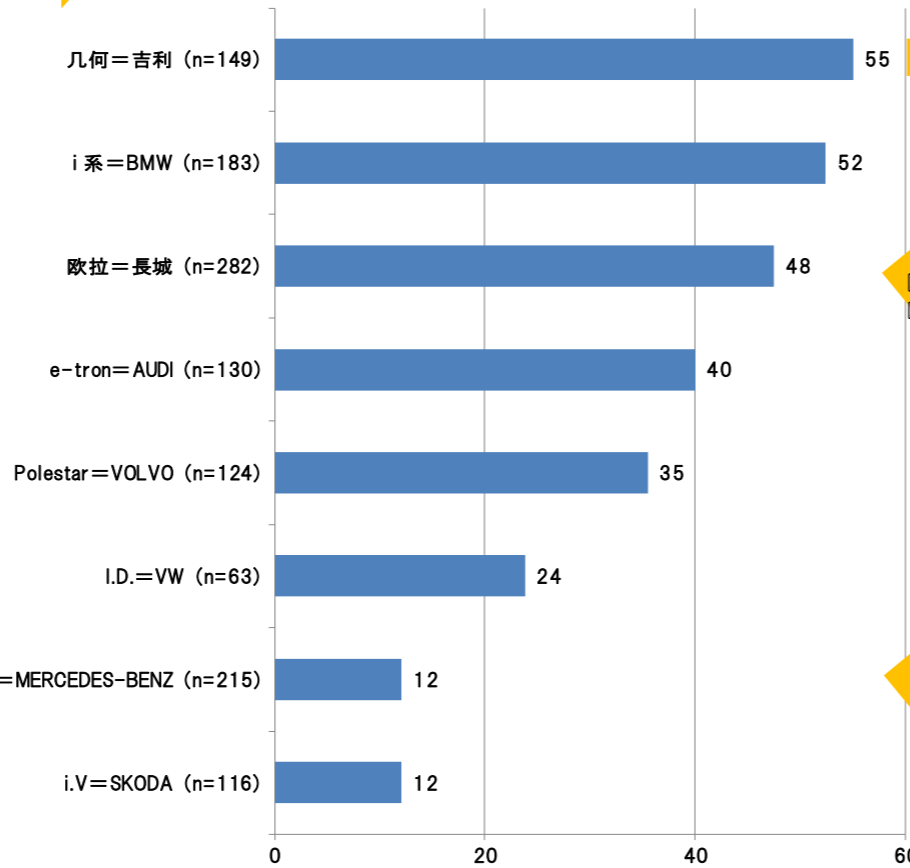
图表A: 电动车子品牌认知度 (%; n=1,200)

Q: 您听到过或看到过下列新能源车品牌吗? (推出新能源汽车独立品牌的问题)

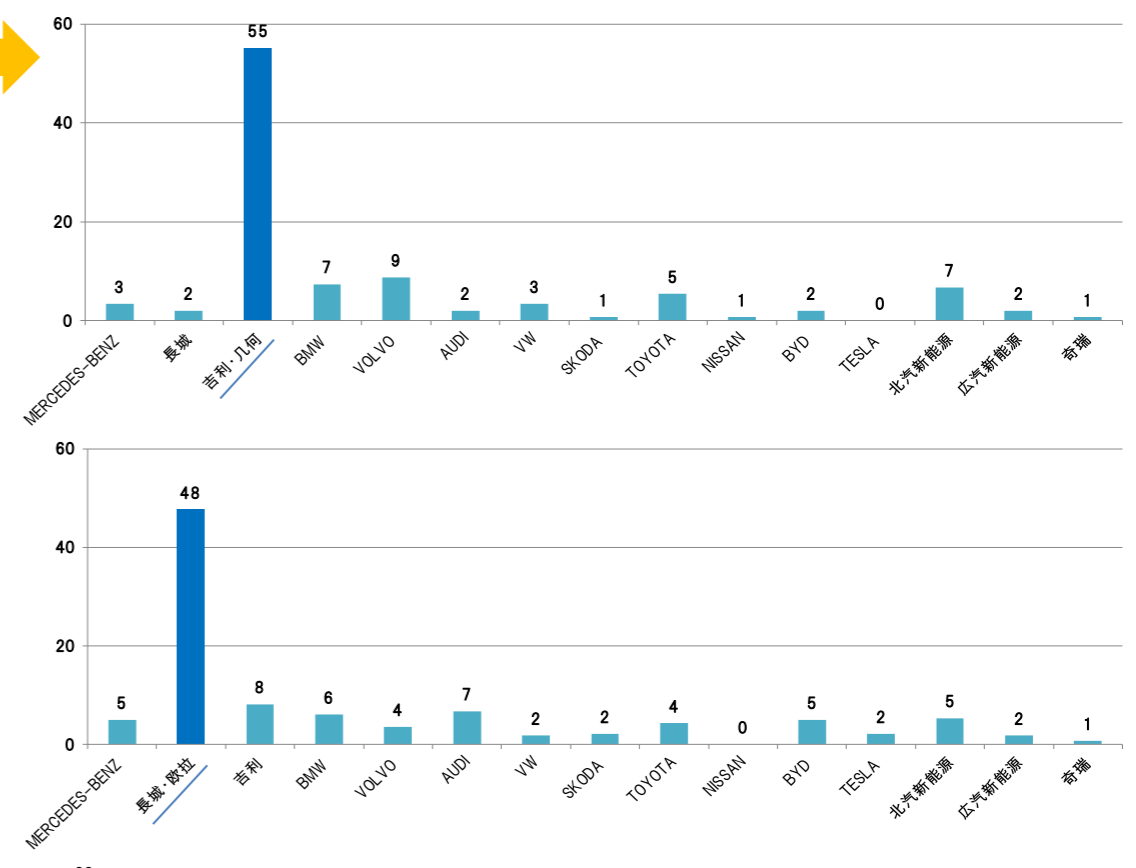


图表B-1: 开展电动车子品牌的企业正确率 (%; n=各认知者)

Q: 您知道的新能源品牌是哪个汽车企业推出的呢?

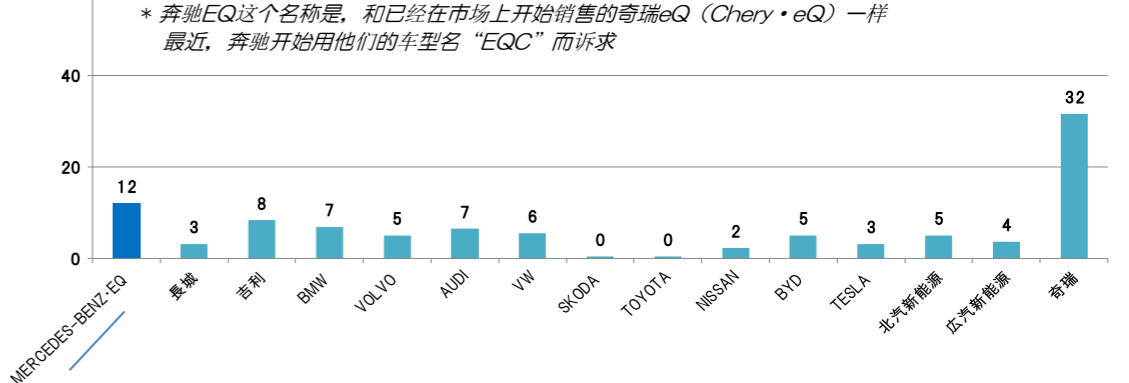


图表B-2: 电动车子品牌“开展/实行品牌”的回答率/正确率
—中国自主品牌(吉利、长城)、外资品牌(奔驰)为例 (%; n=各认知者)



(参考) 中国自主 新能源 电动车 子品牌	长城·欧拉 (GWM·ORA) 18年~ ORA 欧拉 欧拉R1 (EV) 18年12月~ 6.98~7.98万元 欧拉iQ (EV) 18年11月~ 11.48~12.48万元		吉利·几何 (Geely·Geometry) 19年~ GEOMETRY 几何汽车 几何A (EV) 19年4月~ 15.00~19.00万元	[参考] 奇瑞 (Chery) 奇瑞汽车 奇瑞汽车 eQ (EV) 17年4月~ 16.99~17.19万元
	车型			

(图片) 在北京·三里屯的品牌店
—奔驰、北汽·ARCFOX (20年1月)



* 奔驰EQ这个名称是，和已经在市场上开始销售的奇瑞eQ (Chery·eQ) 一样
最近，奔驰开始用他们的车型名“EQC”而诉求

▼ “YooClub”(悠咖驾到)车主社区平台是...
通过利用独自创立的车主社区平台，汽车用户日常使用APP招募调研;
①确保车型: 回答者的属性信息具有**高可信性**、②调查报酬以APP货币/积分兑换支付具有调查价值**合理性**、
③汽车用户日常使用APP可以获得回答**迅速性**、④可灵活运用音声等功能，能收集车主的/消费者的**宝贵意见**

敬请咨询: 博锐研究联谊会 [中国] 北京博锐讯市场咨询·李达 (da.li@broad-research.com / +86-(0)10-6518-5794 内线819)
[日本] 现代文化研究所·八杉 (o-yasugi@gendai.co.jp / +81-(0)3-3264-6494)

BroadResearch Yoo DATA 株式会社 现代文化研究所

自動車に関わる「ひと」「生活」「産業」の問題を私たちは解決していきます。