

中国新能源汽车的用户接受度研究

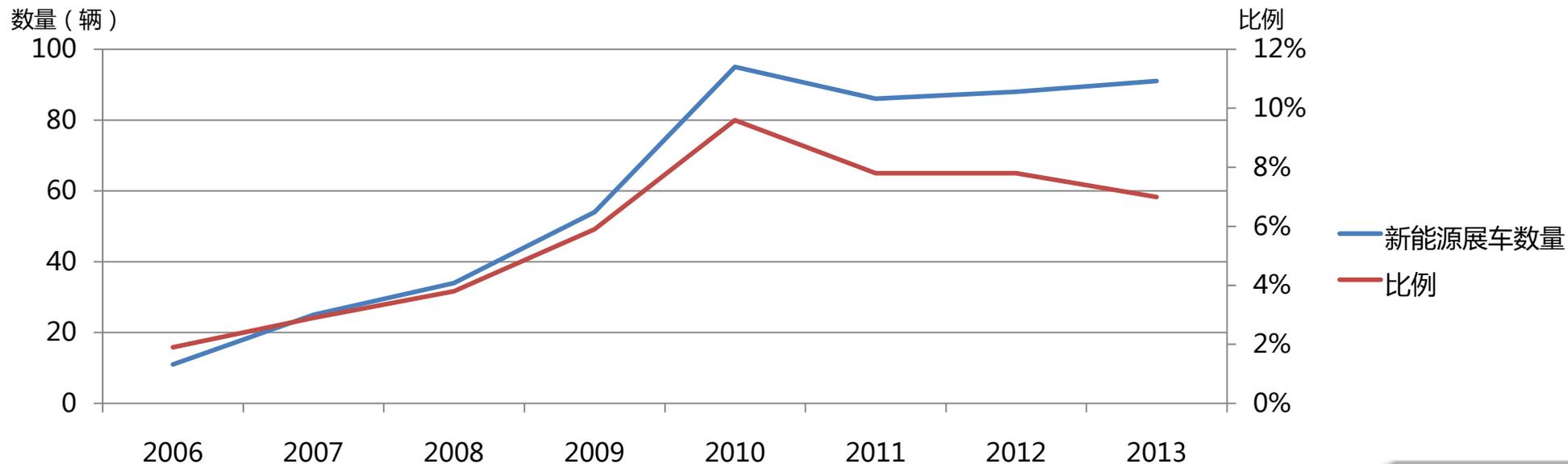
-2013年5月（月初）汽车市场研讨视频会议-

历届北京/上海车展新能源汽车展车

- 新能源汽车是近年来中国汽车市场的热点，这也反映在历届北京/上海车展上
- 从历年北京/上海车展的展车数量看，新能源展车的数量逐年增加
- 在以“畅想绿色未来”为主题的2010北京国际汽车展览会上，新能源展车更是达到了95辆之多

历届北京/上海车展新能源汽车展车数量

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
新能源展数量	11	25	34	54	95	86	88	91
展车数量	572	868	890	918	990	1100	1125	1300
比例	1.9%	2.9%	3.8%	5.9%	9.6%	7.8%	7.8%	7.0%



2013上海车展的新能源汽车

- 2013上海国际车展上，新能源汽车再次成为热点之一，新能源展车达到91辆，并且覆盖了A00级至C级，以及SUV、跑车等各级别
- 相较于此前的历届车展，本届上海车展中自主品牌成为新能源汽车的展商主力

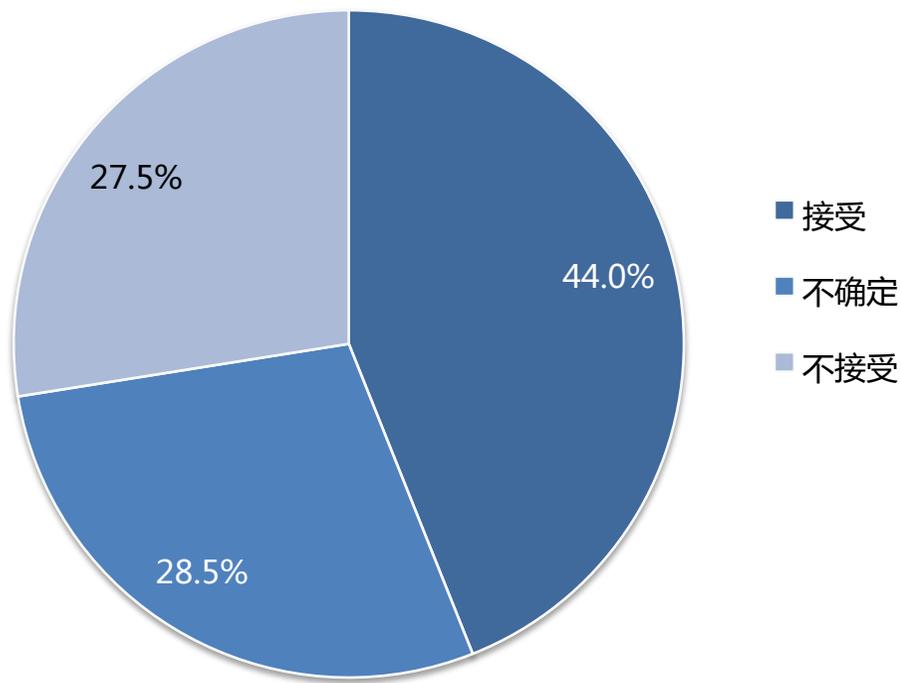
2013上海车展的新能源汽车代表车型

	A00	A0	A	B	C	SUV	Sport
混合动力		大众XL1	长安逸动混合动力版	凯迪拉克ELR	红旗H7	宝马Active Tourer	保时捷Panamera S E-Hybrid
纯电动	丰田FT-EV4	上海通用赛欧电动版	上海大众朗逸电动版	吉利EC7-EV		哈弗M3EV	MB SLS AMG Electric Drive

中国用户对新能源汽车的接受度

- 与汽车厂商发展新能源汽车的热情相对应，用户对于新能源汽车的接受度也较高
- 据新华信调研结果显示，44.0%的用户表示能够接受新能源汽车

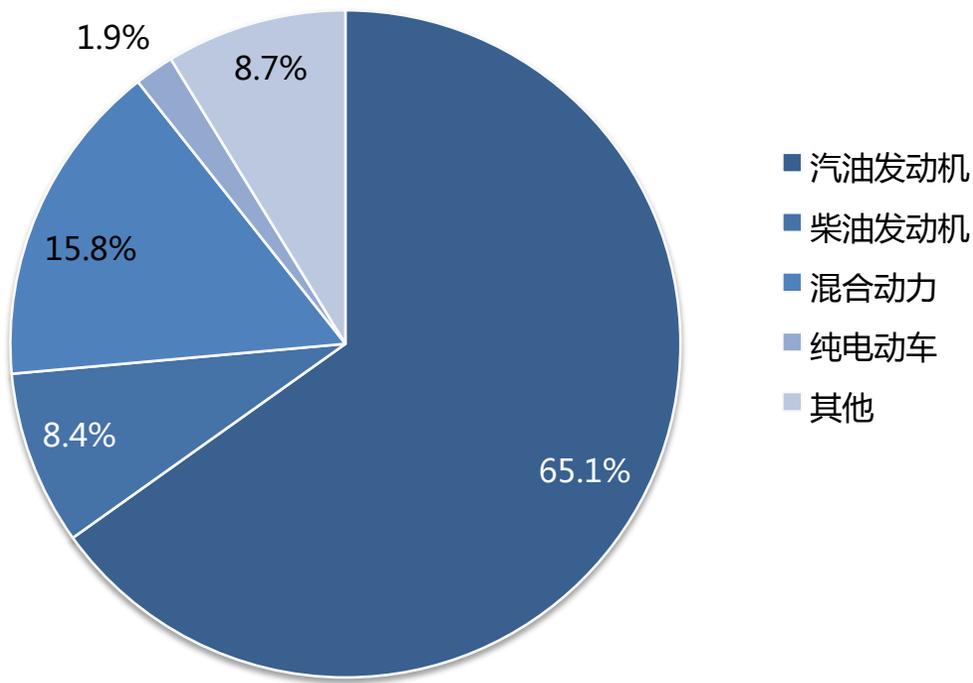
用户对新能源汽车的接受度



中国用户对新能源汽车的接受度

- 但在实际购车的过程中，大多数用户仍然会首选传统的汽油发动机车型，对于新能源汽车的购买意愿仍然不高
- 最终实现购买的用户更少，截至2012年底，新能源汽车个人用户仅有4400个

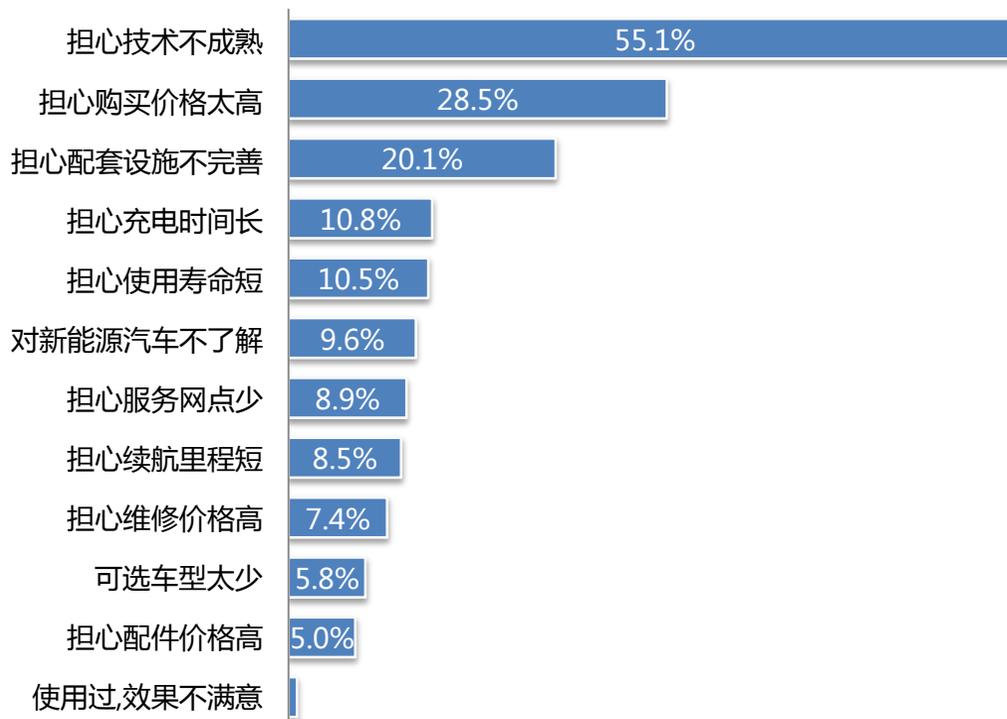
用户购车时对汽车动力方式的选择



阻碍用户购买新能源汽车的障碍

- 用户对新能源汽车的高接受度和低购买率的原因主要来自于3个方面
 - 担心技术不成熟
 - 担心购买价格太高
 - 担心配套设施不完善

阻碍用户购买新能源汽车的原因



用户购买新能源汽车的障碍-产品技术因素

- 新能源汽车产品技术障碍包括以下几方面：
 - 纯电动汽车电池能量密度低，续航里程有限
 - 纯电动汽车充电时间长
 - 纯电动汽车整备质量大于普通汽车
 - 电池存在爆炸、起火等安全隐患

部分电动车的续航里程

车型	续航里程
雷诺Zoe	160km
通用雪佛兰Volt	62km
现代BlueOn	140km
日产聆风	160km
Mini E	180km

用户购买新能源汽车的障碍-价格因素

- 对于用户而言，价格是购买新能源汽车的主要障碍
- 以混合动力车型为例：
 - 混合动力车型价格远高于同一级别的常规动力车型
 - 同一车型的混合动力版本也与常规动力版本价格差距较大

新能源汽车与常规动力车型的价格



● 1.3L 混合动力版：26.98万



● 2.0L 自动导航版：18.58万

●

●

● 1.8L 手动舒适版：13.18万

- 除购买价格外，售后服务的高费用也阻碍了用户选择新能源汽车

用户购买新能源汽车的障碍-配套设施因素

- 另外，对于新能源汽车，尤其是纯电动汽车而言，基础设施建设的不足也是阻碍其发展和用户购买的主要原因
- 各城市和企业的充电站、充电桩仍处于规划和建设阶段

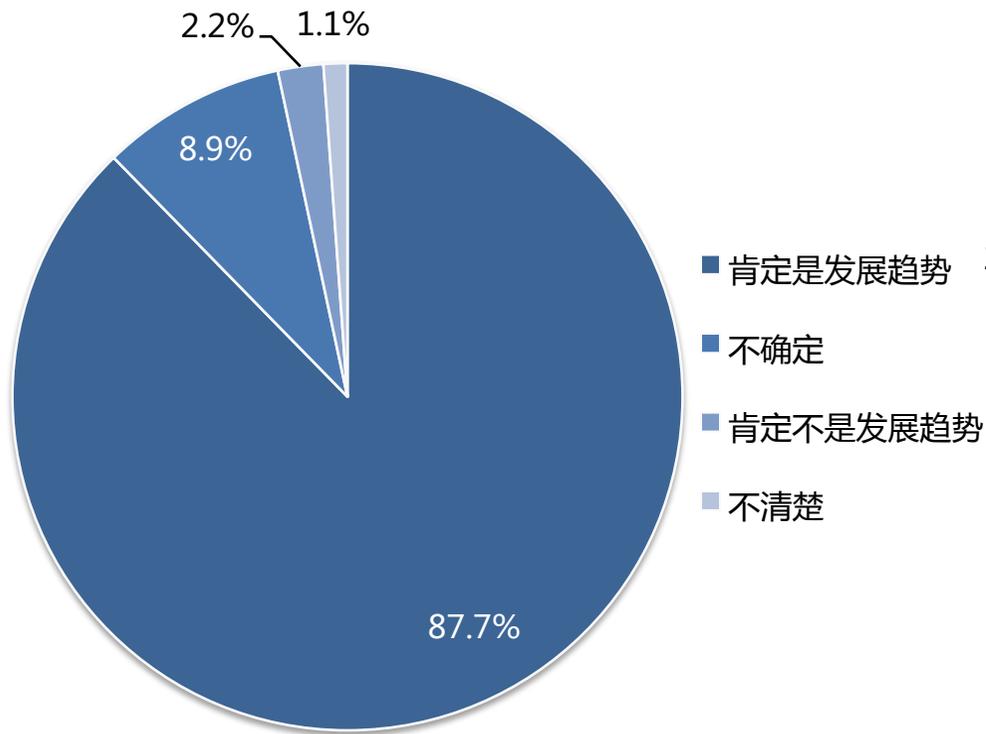
国家电网公司充电站和充电桩投资规划

		第一阶段 (2010年)	第二阶段 (2011-2015年)	第三阶段 (2016-2020年)
充电站座数		75	4,000	6,000
充电桩个数		6,209	180,000	320,000
充电站主设备 (单位：亿元)	总投资规模	3	140	180
	年均投资规模	3	28	36
充电桩 (单位：亿元)	总投资规模	1.6	45	80
	年均投资规模	1.6	9	16

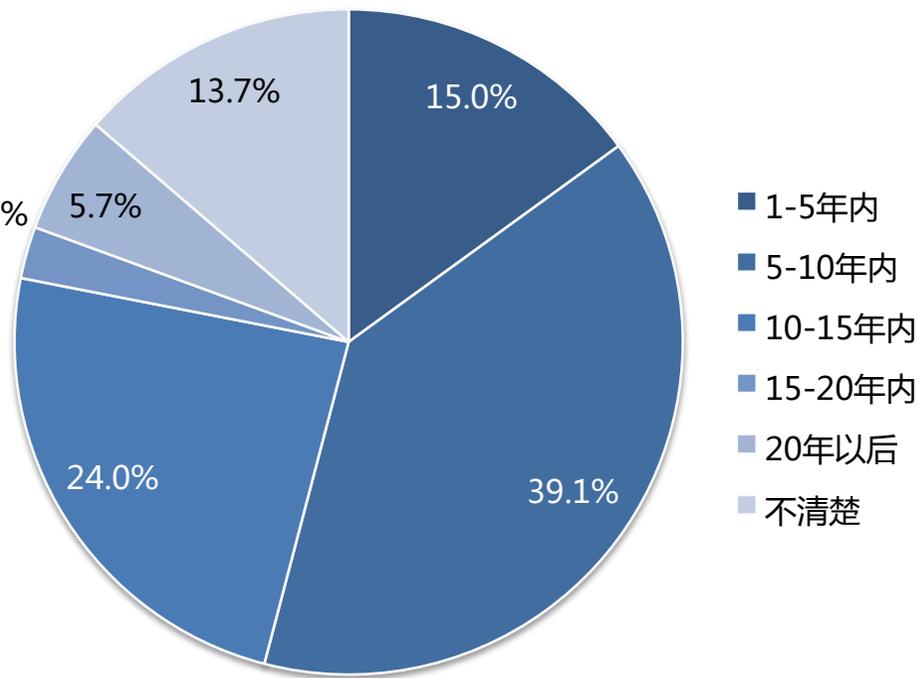
用户对新能源汽车发展趋势的认知

- 但汽车的环保和节能仍是未来汽车的发展趋势，87.7%的用户认可这一点
- 用户对新能源汽车技术的普及也持乐观态度，39.1%的用户认为新能源汽车技术在未来5-10年会得到普及。更有15.0%的用户预期，在未来的5年内汽车环保技术就能获得较大程度的普及

用户对汽车环保趋势的认知



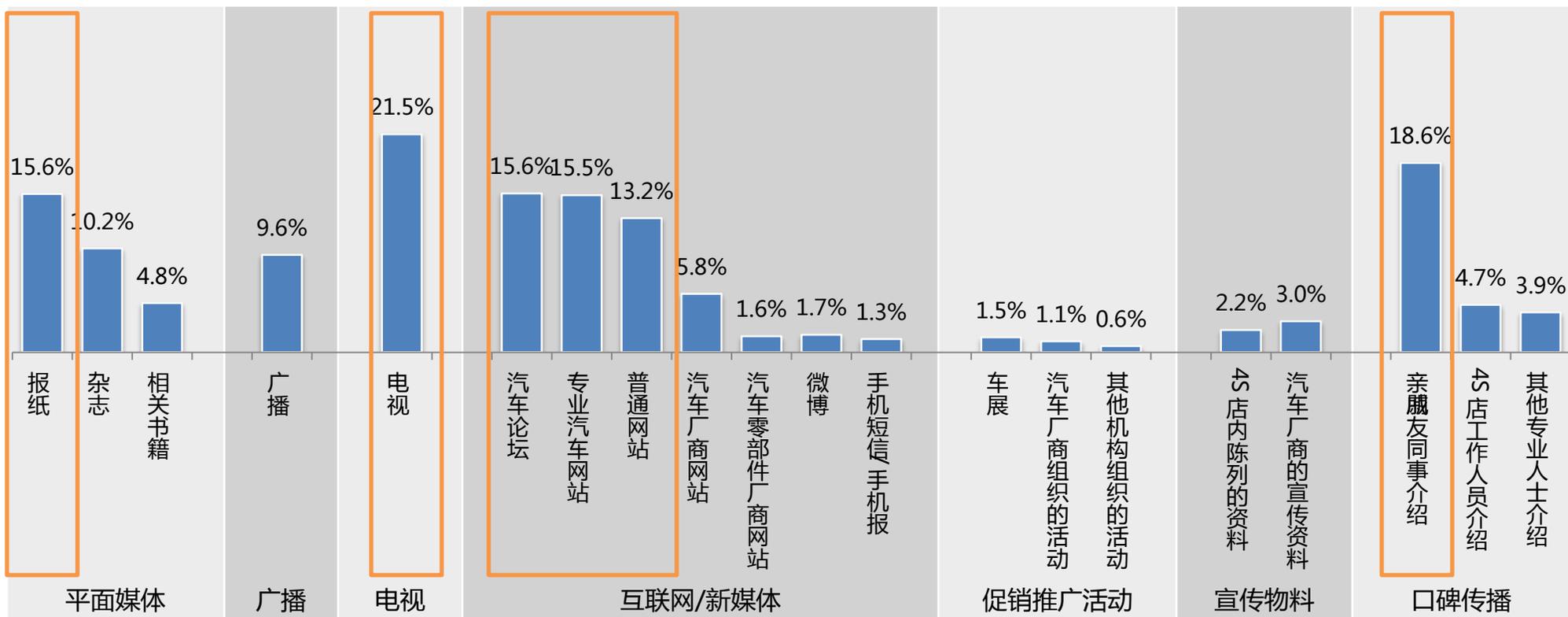
车主对环保技术普及的预期



用户获取新能源汽车信息的媒介途径

- 对于新能源汽车的普及和推广，除产品技术和基础设施建设层面外，同样需要传播层面的推广
- 用户获取新能源汽车信息的主要媒介途径包括电视、网络和报纸
- 另外，亲戚朋友同事的介绍也是用户获取相关信息的重要途径

用户获取新能源汽车信息的媒介途径



SINOTRUST
新华信

北京
北京市朝阳区酒仙桥路14号兆维大厦8层
邮编：100015
电话：(010) 5926 7688
传真：(010) 5867 1800

上海
上海市卢湾区建国中路29号国信商务大厦7层
邮编：200025
电话：(021) 6133 1788
传真：(021) 6133 1766

广州
广州市五羊新城寺右一马路18号泰恒大厦7层
邮编：510600
电话：(020) 2237 3266
传真：(020) 2237 3299

Thank You!

新华信汽车营销解决方案

协助您开拓市场和管理客户关系