



国际视野 洞察中国

Global Perception, China Insight



新能源汽车用户研究报告

CTR媒介与消费者行为研究

2016.08

目录

CONTENT

- 研究目的与整体研究设计

- 核心研究发现摘要

- 主题报告

Part 1：新能源汽车用户的购车习惯分析

Part 2：新能源汽车用户的用车习惯与用车感受分析

Part 3：新能源汽车用户的充电行为分析

Part 4：新能源汽车的保养与售后

Part 5：新能源汽车用户特征分析

研究目的与整体研究设计



研究目的与整体研究设计

研究内容与目的

了解新能源汽车用户特征，
探明用户使用体验和沟通诉求点，引导潜在用户



用户特征

新能源汽车的用户是谁，他们有着怎样的人口特征



购车习惯

通过什么渠道了解信息，购买渠道是什么，购车的考虑因素等



用车习惯与保养售后

车辆用途，使用过程中的故障对汽车相关部分的满意情况



充电习惯

私人充电桩的使用习惯
公共充电区域的使用习惯

整体研究设计

- 访问方法：CATI
- 访问对象：
 - ✓ 年龄：18-55岁
 - ✓ 用户名录
 - ✓ 最近三个月没有接受过市场调查
 - ✓ 本人及家人不在相关行业工作
- 访问城市：北京
- 样本量：
 - ✓ 300个

研究执行概况

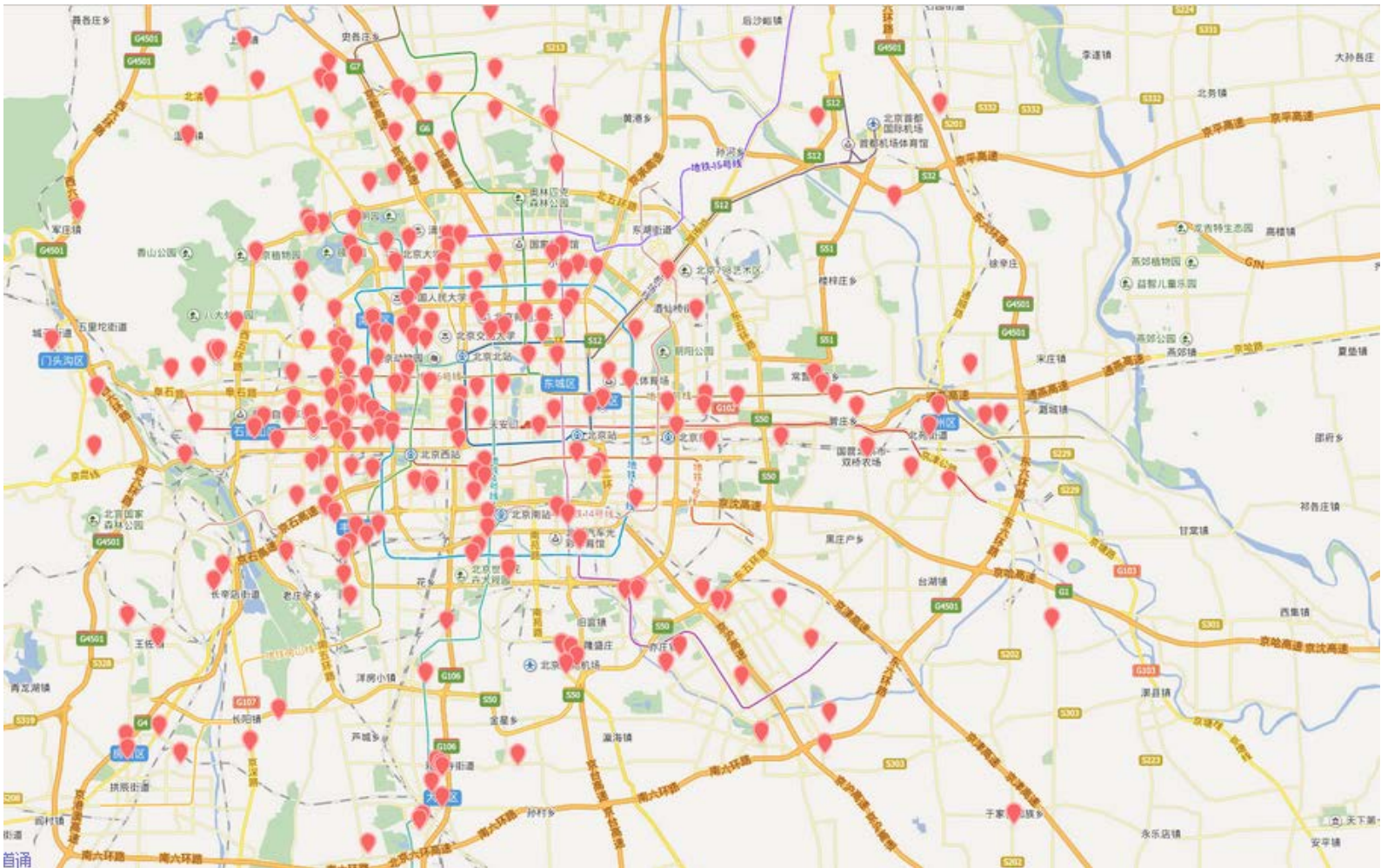
整体执行概况

- 访问时间：2016年7月27日-2016年8月2日
- 完成样本量：300个
- 电话接通情况

主问卷成功	300个
拒访\甄别不合格	515个
中途拒访	123
开始拒访	279
甄别不合格	113
名单剩余	0
甄别合格率	78.9%
回应率	45.9%



样本分布情况



核心研究发现摘要



核心发现摘要

1

购买行为

牌照问题是最初购买新能源汽车的首要考虑因素，江淮、北汽是主要的购买品牌；三成受访者未来会再购买新能源汽车，经济实用则是未来购买的主要动力。

2

使用与保养

电池系统和续航里程问题是最主要的故障所在，对续航能力的不满则位于首位；动力电池系统和制动系统是他们看中的维护保养系统。

3

充电行为

物业部门的限制和小区电力条件的限制是私人充电桩安装过程中的主要困难；对公共充电区域的满意度较低，充电桩少、网点少且管理存在不足是主要抱怨点。

4

人群画像

年轻已婚男士为主体的通勤族
拥有高学历，稳定的工作状态，有一定的经济基础。

新能源汽车用户的购车习惯分析

主题报告- Part 1



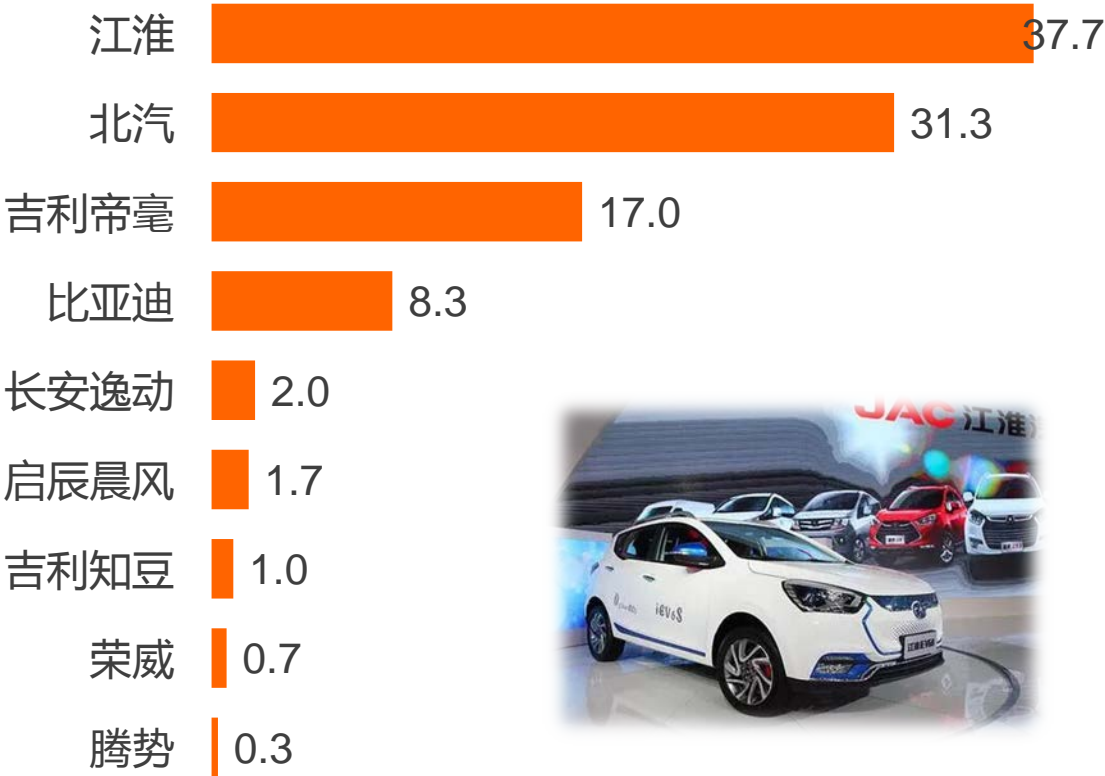
近六成受访者新能源汽车是他们唯一的汽车类代步工具 拥有一台新能源汽车是主流，江淮、北汽是主要的购买品牌

98% 拥有一台新能源汽车

2% 拥有两台及以上新能源汽车

58.7% 只拥有新能源汽车

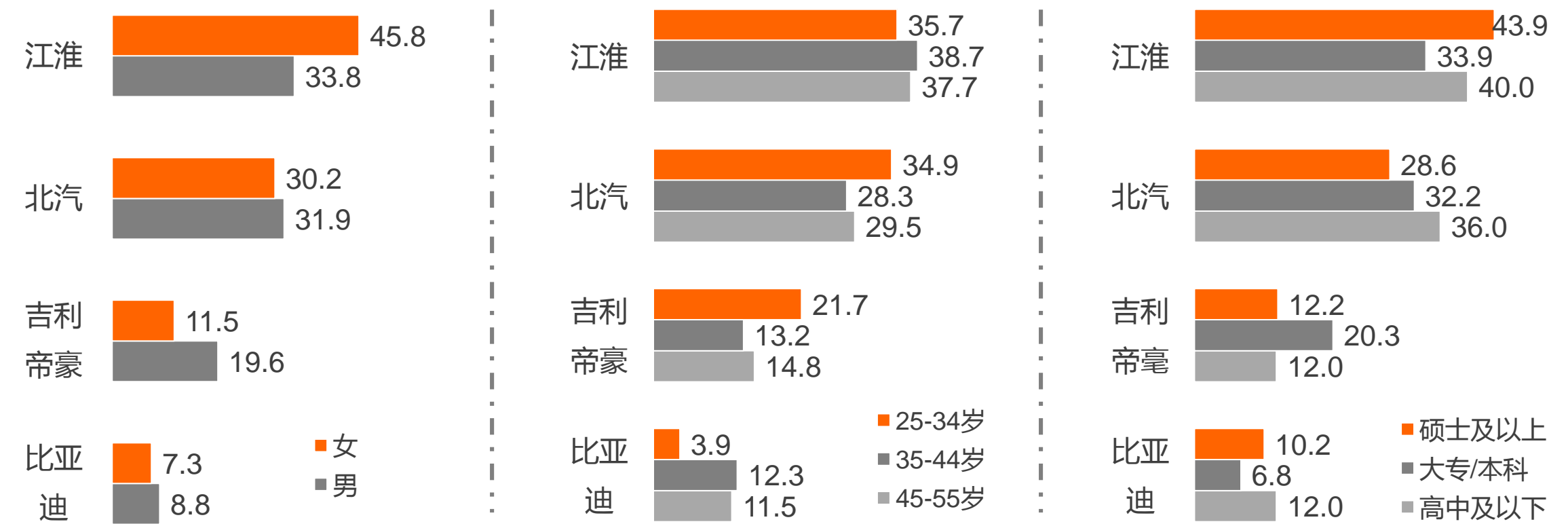
现有的新能源汽车品牌（%）



不同群体之间的品牌选择存在差异：

女性群体和高学历人群更偏爱江淮，北汽和吉利帝豪更受年轻人喜爱

现有的新能源汽车品牌—不同群体（%）

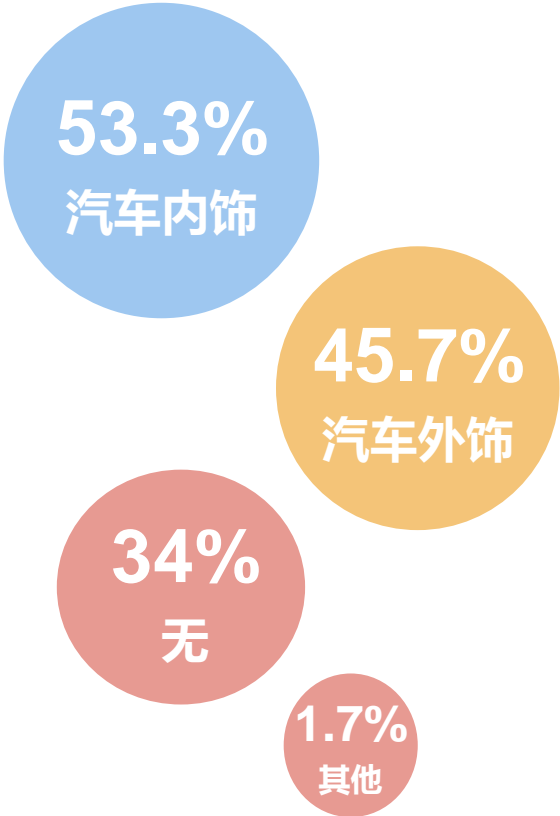


Base：N=300 问题：A3.请问您现在最新的那台新能源汽车的品牌？

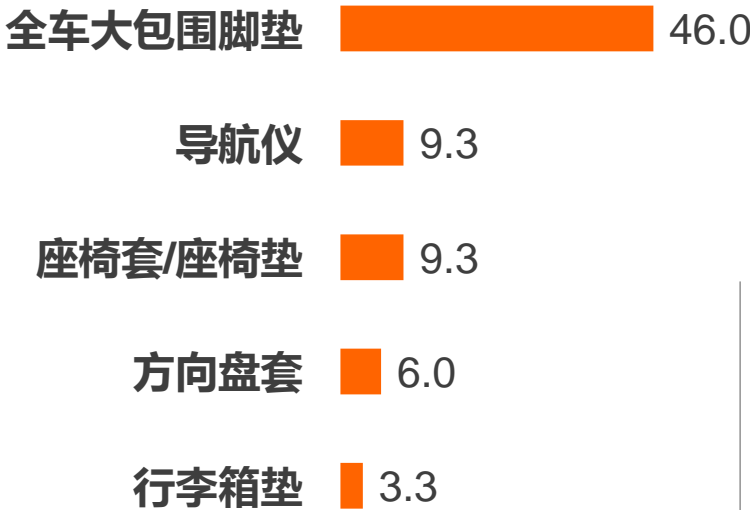


购车时选择汽车内饰的比例略高于汽车外饰

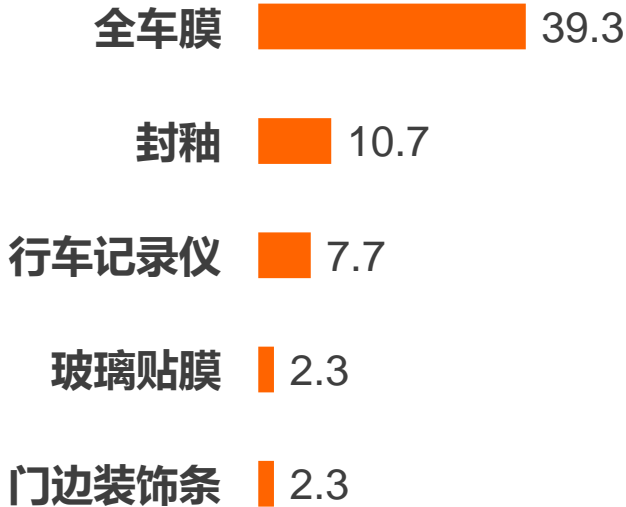
全车大包围脚垫是内饰的首选，全车膜则是外饰的第一选择



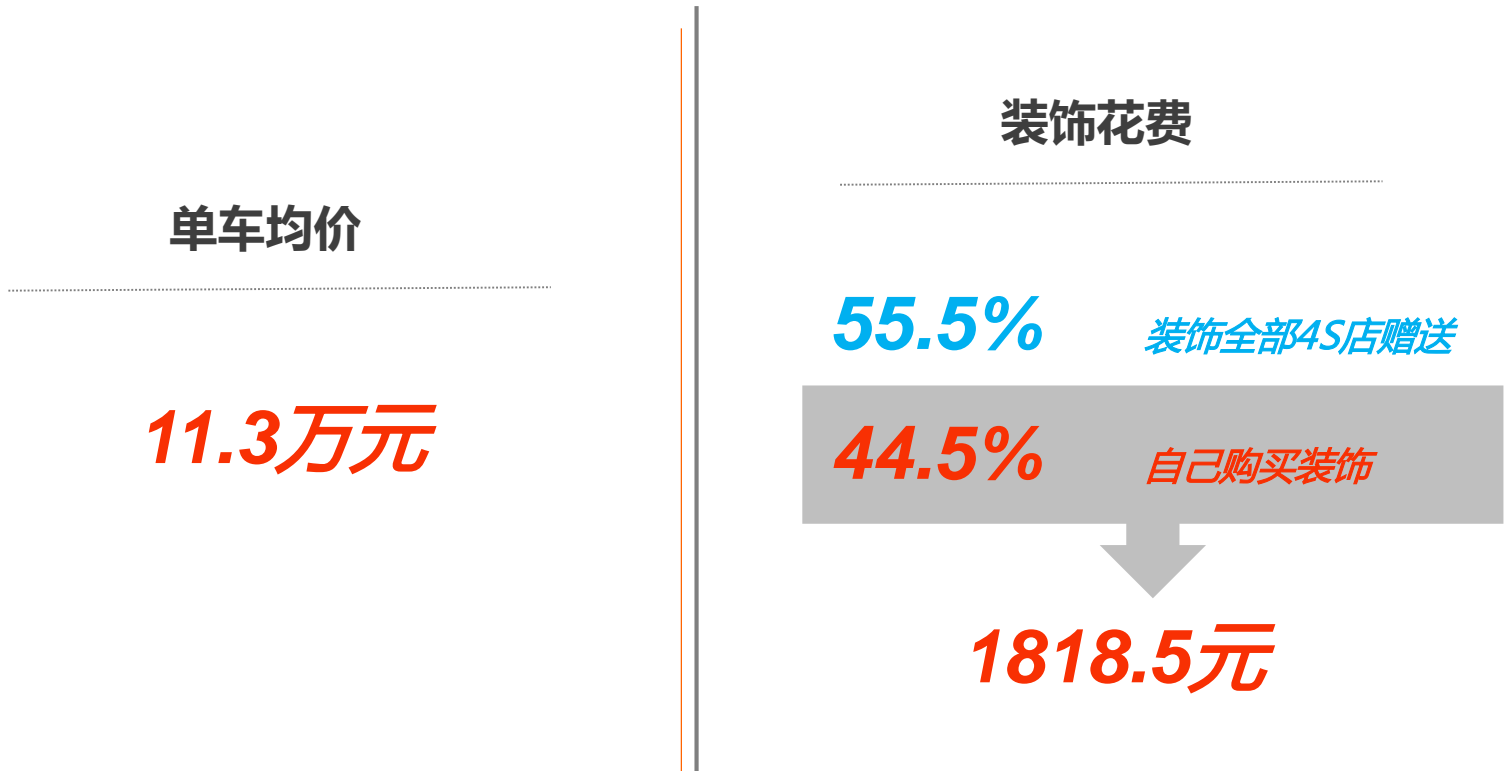
同时购买汽车内饰 (%)



同时购买汽车外饰 (%)



购买时的花费：单车均价为11.3万元
五成以上人群购车时装饰由4S店全部赠送



汽车专业网站/频道与搜索引擎是获取新能源汽车信息的主要渠道

不同群体间在渠道的选择上略有差异

了解新能源汽车信息的渠道（%）



性别差异

- 汽车专业网站或频道是男性的首选渠道，女性的首选则是搜索引擎；
- 社交媒体/网站对男性更有吸引力，销售点则更被女性信赖；

年龄差异

- 25-34岁的年轻人群最多的从汽车专业网站或频道获取信息，35-55岁的中老年人群使用最多的是搜索引擎专业网站或频道；

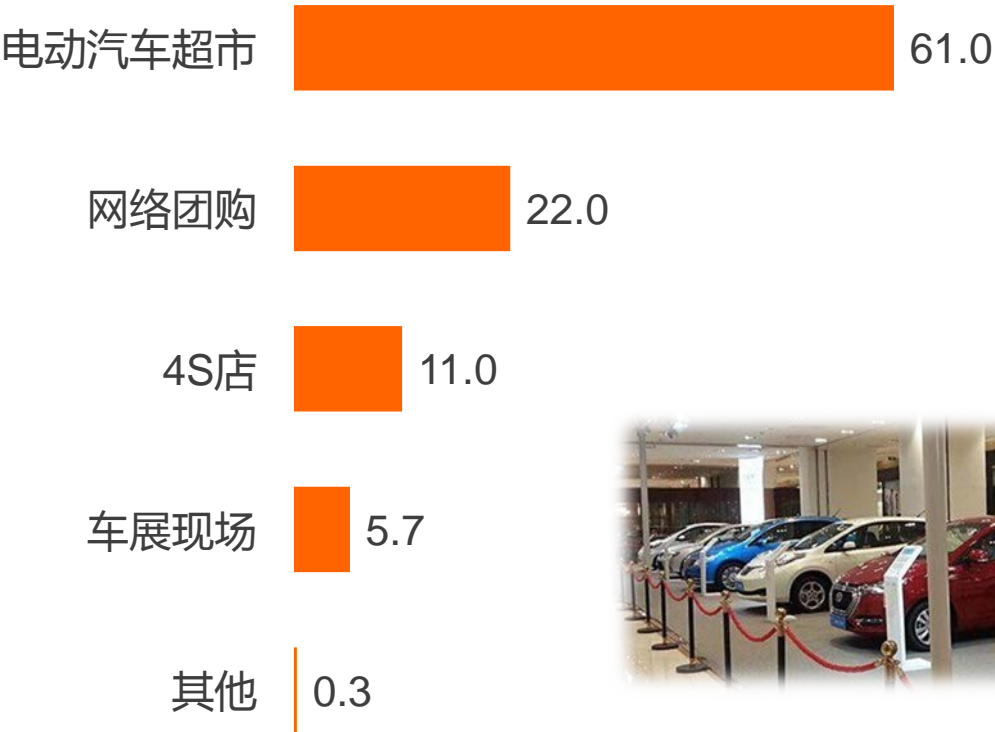
Base：N=300 问题：A5. 请问您通常从以下哪些渠道来了解新能源汽车相关的信息？



电动汽车超市是所有人群的首要购买渠道

在其他渠道上，男女群体和不同年龄层的选择倾向性略有不同

新能源汽车的购买渠道（%）



性别差异

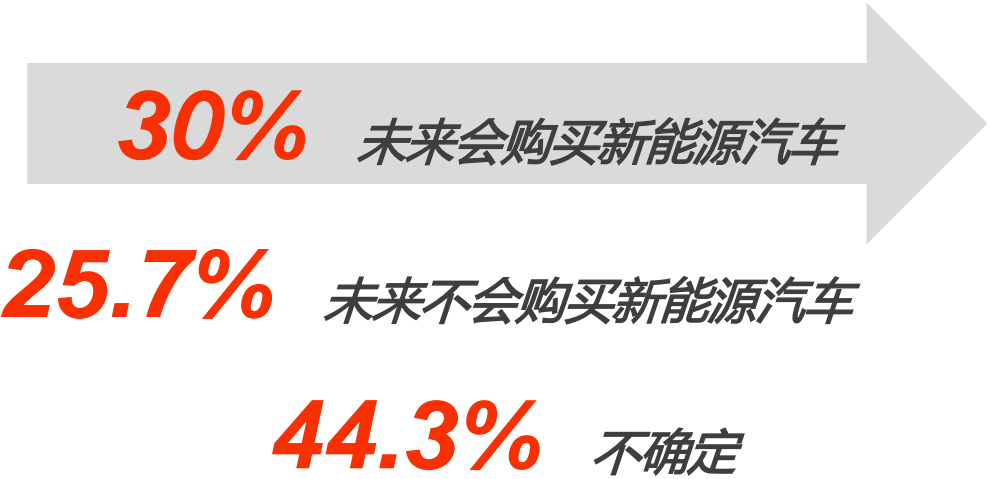
- 汽车男性4S店购买比例较高（男，12.7%；女，7.3%）；
- 女性车展现场购买比例较高（男，4.9%；女，7.3%）；

年龄差异

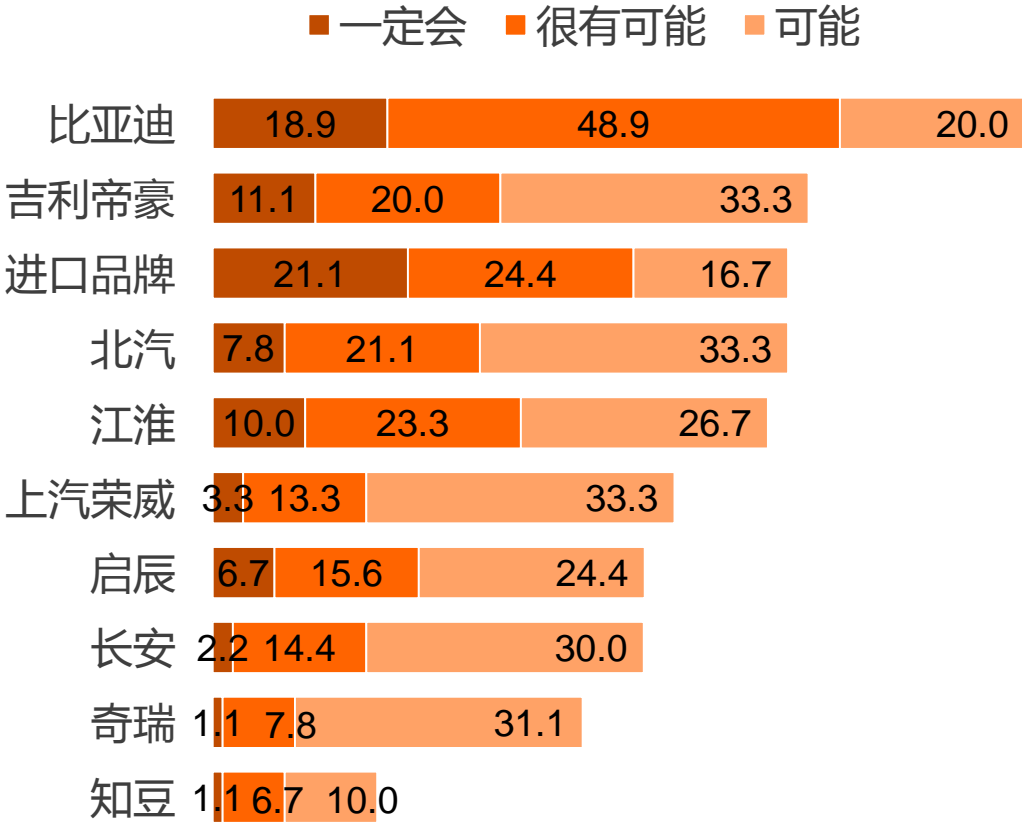
- 25-34岁的年轻人群选择4S店比例较高（25-34，14%；35-44，7.5%；45-55，11.5%）；
- 35-55岁的中老年人群选择车展现场和网络购买的比例较高（25-34，20.9%；35-44，33%；45-55，31.2%）；

Base：N=300 问题：A6. 请问您最新的一辆新能源汽车是从以下哪个渠道购买的？

三成受访者未来会再购买新能源汽车 比亚迪和吉利帝豪是偏爱的国内品牌，其次则更多的考虑进口品牌



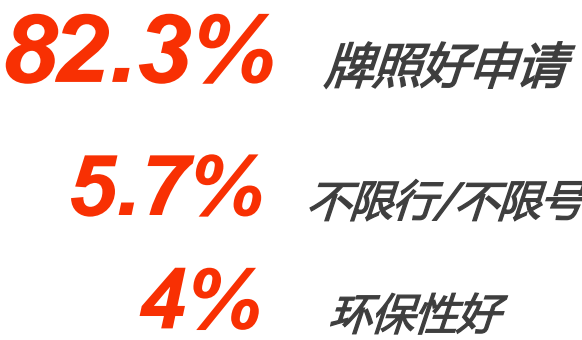
未来购买各品牌的可能性（N=90，%）



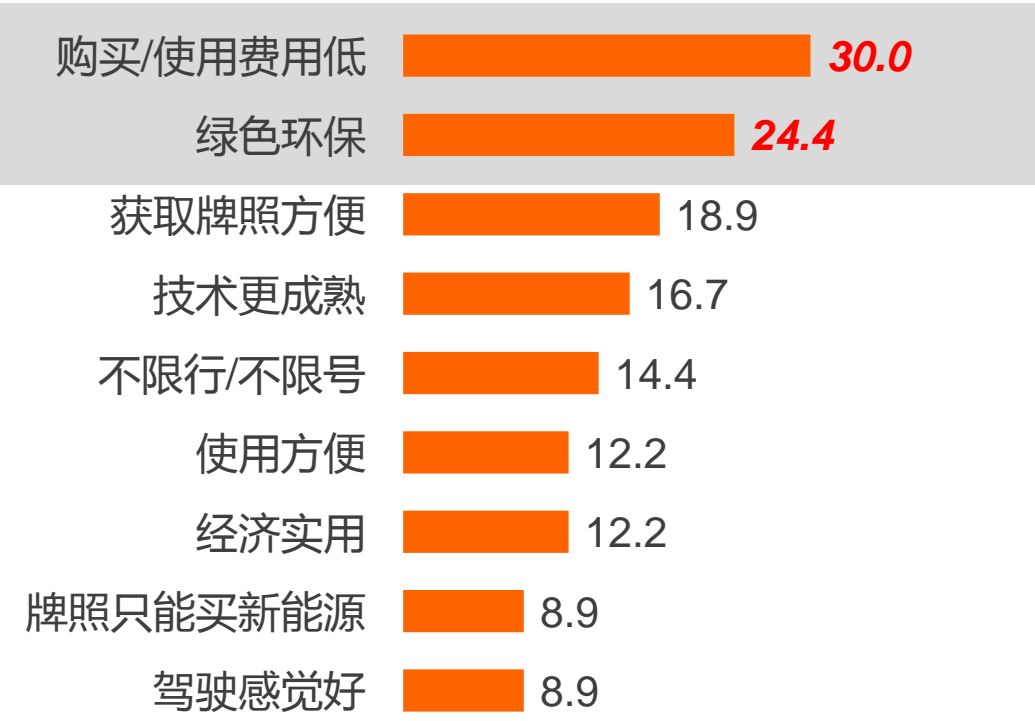
牌照好申请是最初选择购买新能源车的首要因素

购买使用费用低、绿色环保则是未来购买的重要原因

选择购买新能源汽车
的首要因素

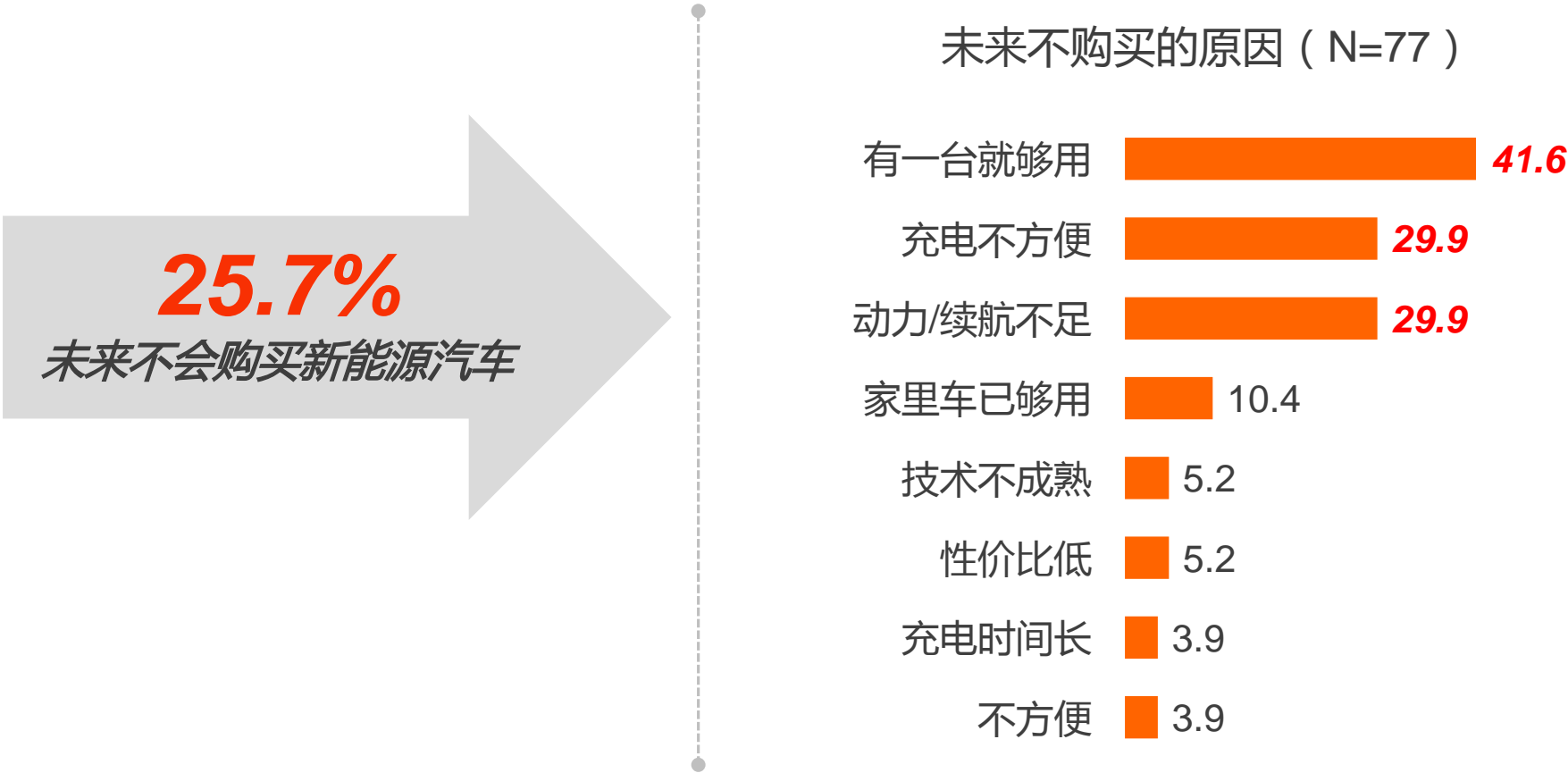


未来购买的原因 (N=90)



有一台足够是不再购买的首因

新能源汽车的充电不方便和汽车续航能力不足也严重降低未来购买倾向



本章小结

新能源汽车拥有与未来购买状况

- 拥有情况：近六成受访者新能源汽车是他们唯一的汽车类代步工具，拥有一台新能源汽车是主流；
- 未来购买：三成受访者未来会考虑再购买新能源汽车
- 品牌：江淮、北汽是主要拥有品牌，未来购买则更偏爱比亚迪和吉利帝豪。

新能源汽车信息获取渠道

- 汽车专业网站/频道与搜索引擎是获取新能源汽车信息的两大主要渠道；

新能源汽车购买渠道

- 电动汽车超市是所有人群众的首要购买渠道；

新能源汽车购买原因

- 牌照好申请是最初选择购买新能源车的首要因素；
- 新能源汽车的经济性（购买使用费用低）则是未来购买的重要考虑；
- 除了已经有一台新能源汽车外，充电不方便和汽车续航能力不足也严重影响未来购买倾向。



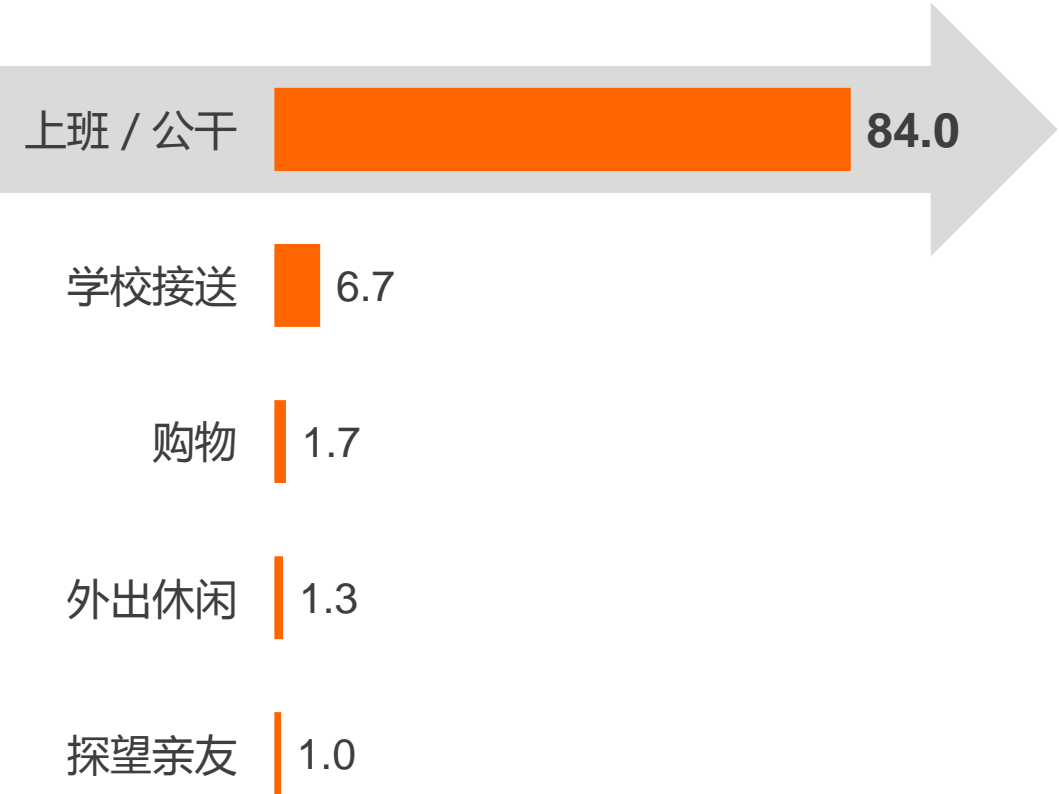
新能源汽车用户的用车习惯与用车感受分析

主题报告- Part 2



工作日用途： 上班/公干是主要用途，其次是学校接送

工作日主要用途（%）



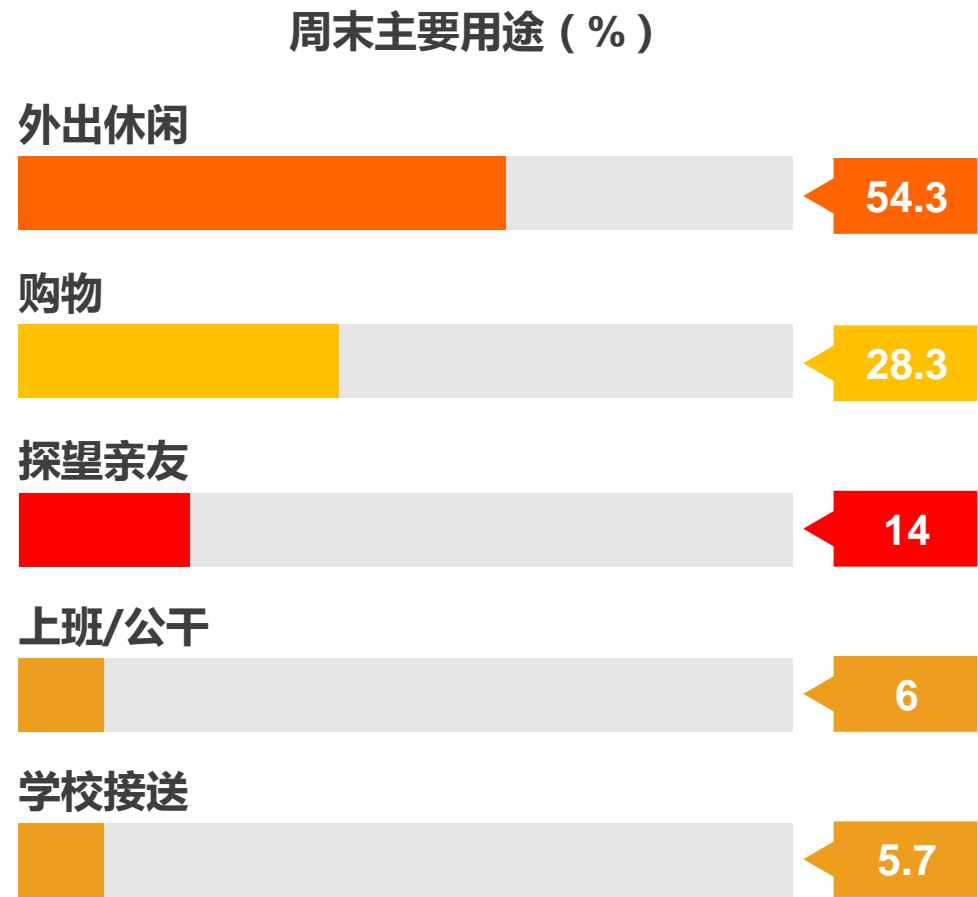
年龄差异

- 年轻人群用来进行上班的比例更高：18-34岁,88.7%；35-44岁,84.9%；45-55岁,72.1%；
- 35-44岁的中年人群工作日进行学校接送的比例相对较高：35-44岁，13.2%；45-55岁，3.3%；18-34岁，3%；
- 45-55岁：用来购物的比例相对较高，4.9%；



周末用途：

外出休闲是周末的主要用途，其次是购物和探望亲友



- 年龄差异
- 年轻和年长人群周末用来购物的人群比例相对较高：18-34岁,33.1%；35-44岁,21.7%；45-55岁,29.5%；
 - 35-44岁的中年人群学校接送比例较高：35-44岁，11.3%；18-34岁,1.5%；45-55岁,4.9%
 - 45-55岁：用来探望亲友的比例相对较高，21.3%；

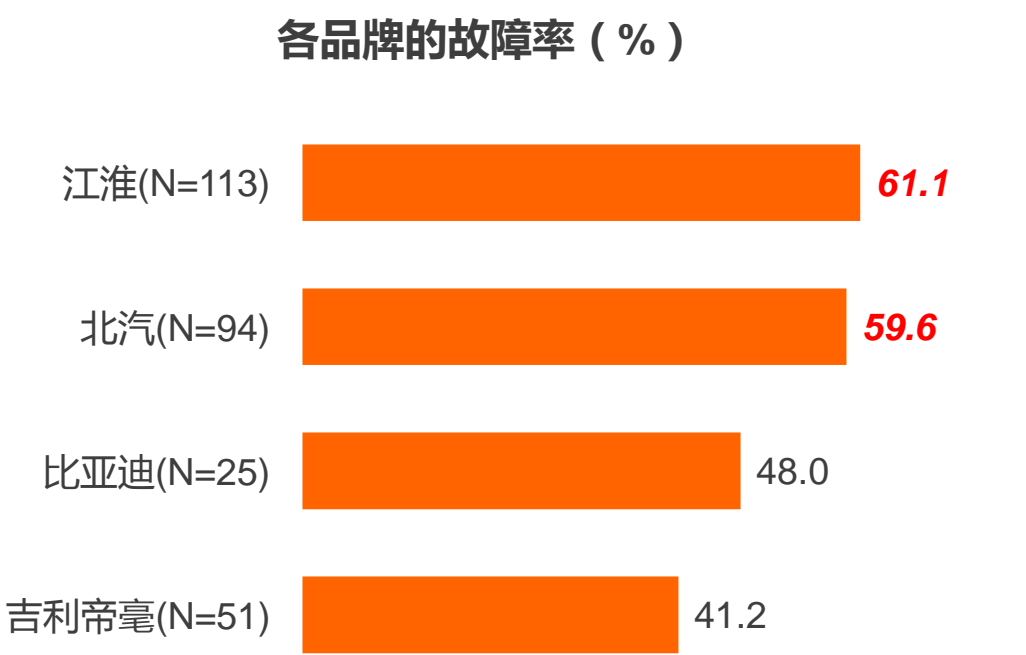
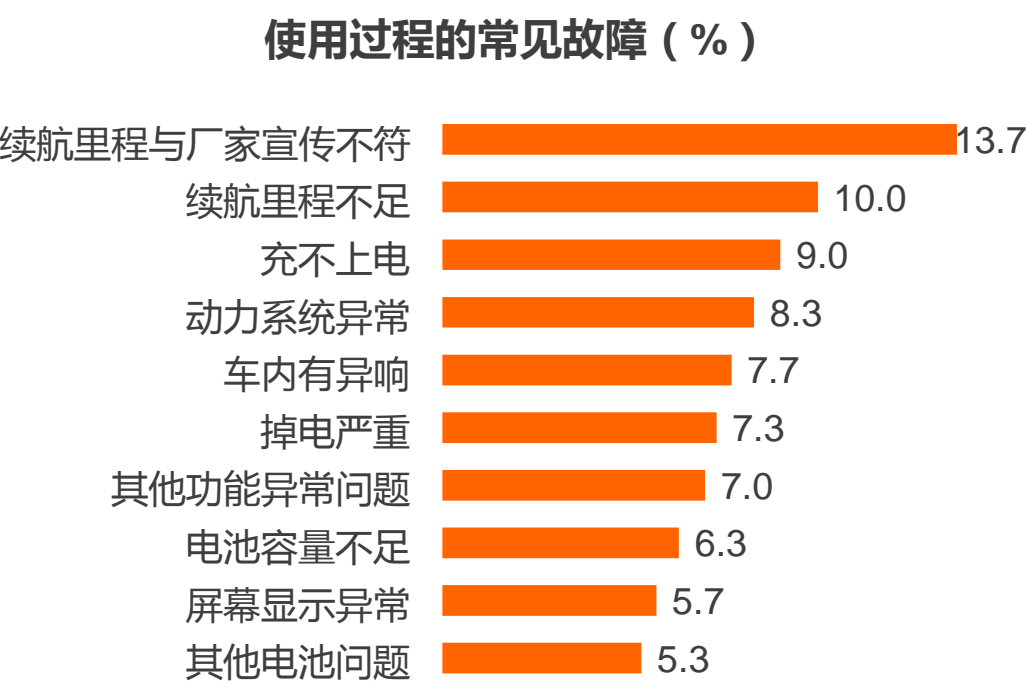
各种用途的行驶里程与行驶时间

	平均日行驶里程 (公里)	最长日行驶里程 (公里)	平均行驶时间 (分钟)	最长行驶时间 (分钟)
<i>工作日</i>				
上班 / 公干 (N=252)	32.9	47.0	56.6	86.5
学校接送 (N=20)	20.8	26.7	41.3	52.0
外出休闲 (N=4)	112.5	212.5	97.5	195.0
购物 (N=5)	30.0	35.0	33.0	57.0
探望亲友 (N=3)	66.7	70.0	53.3	93.3
<i>周末</i>				
上班 / 公干 (N=18)	53.7	80.4	88.9	131.1
学校接送 (N=17)	21.7	33.6	47.1	77.1
外出休闲 (N=163)	77.0	133.9	100.7	149.5
购物 (N=85)	24.6	49.4	52.0	90.8
探望亲友 (N=42)	59.6	84.3	87.4	117.5



电池系统和续航里程问题是使用过程中最常见的问题

四大品牌中，江淮和北汽的故障率相对较高



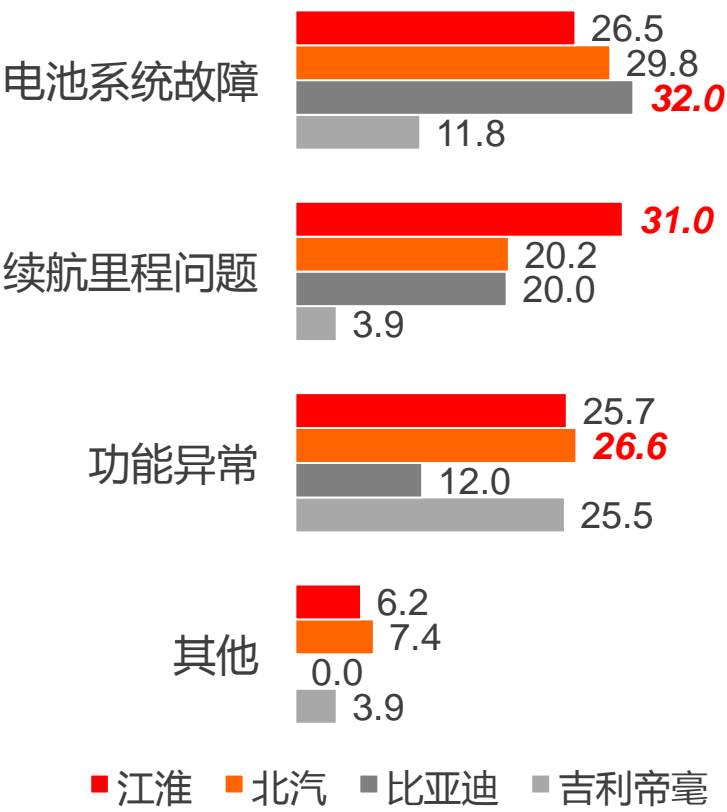
Base：N=300 问题：C3. 请问您在使用新能源汽车过程中常见的故障有哪些？



不同品牌的故障问题存在差异

江淮的续航里程问题、比亚迪的电池系统问题、北汽的功能异常问题

不同品牌的常见故障（%）



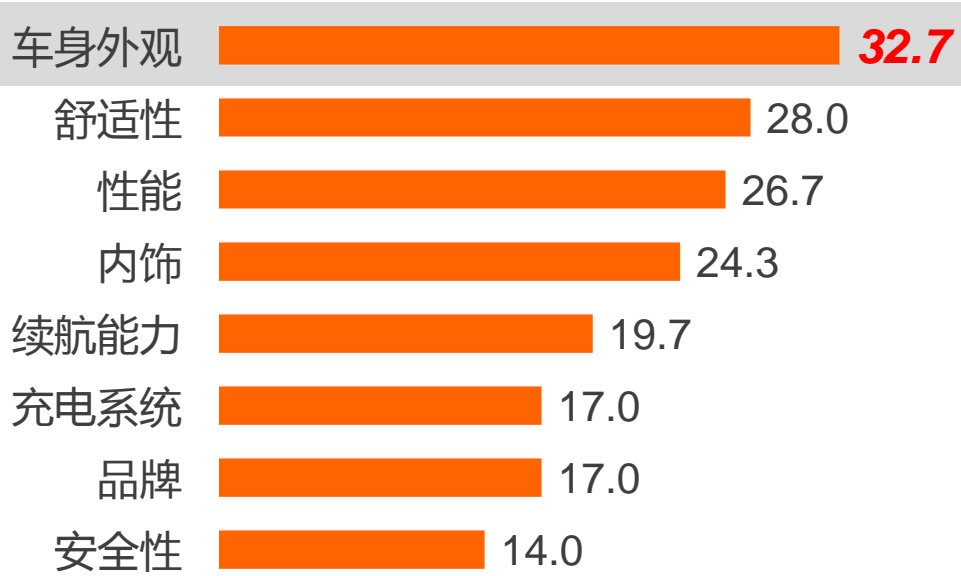
	江淮 (N=113)	比亚迪 (N=25)	北汽 (N=94)	吉利帝毫 (N=51)
电池容量不足	8.8	4.0	5.3	2.0
掉电严重	6.2	8.0	8.5	3.9
充不上电	12.4	16.0	8.5	0.0
其他电池问题	4.4	8.0	7.4	3.9
续航里程不足	15.0	8.0	10.6	2.0
续驶里程与厂家宣传不符	22.1	16.0	9.6	2.0
屏幕显示异常	8.8	4.0	5.3	0.0
车内有异响	10.6	0.0	6.4	9.8
动力系统异常	8.8	8.0	8.5	7.8
其他功能异常问题	7.1	0.0	8.5	9.8
门窗问题	0.0	0.0	4.3	0.0

对于现有新能源汽车，车身外观是最满意的部分

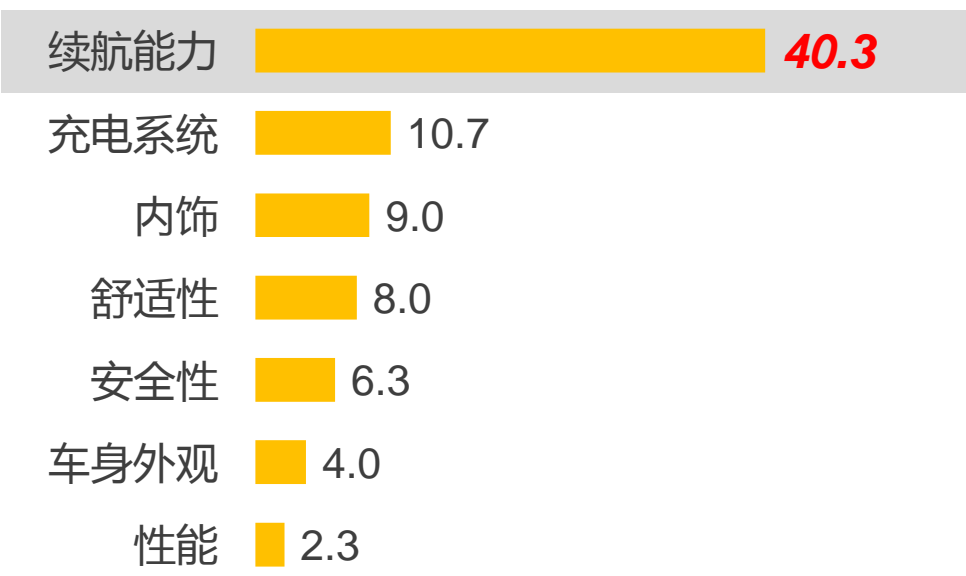
对续航能力的不满则位于首位



对现有新能源汽车满意的部分（%）

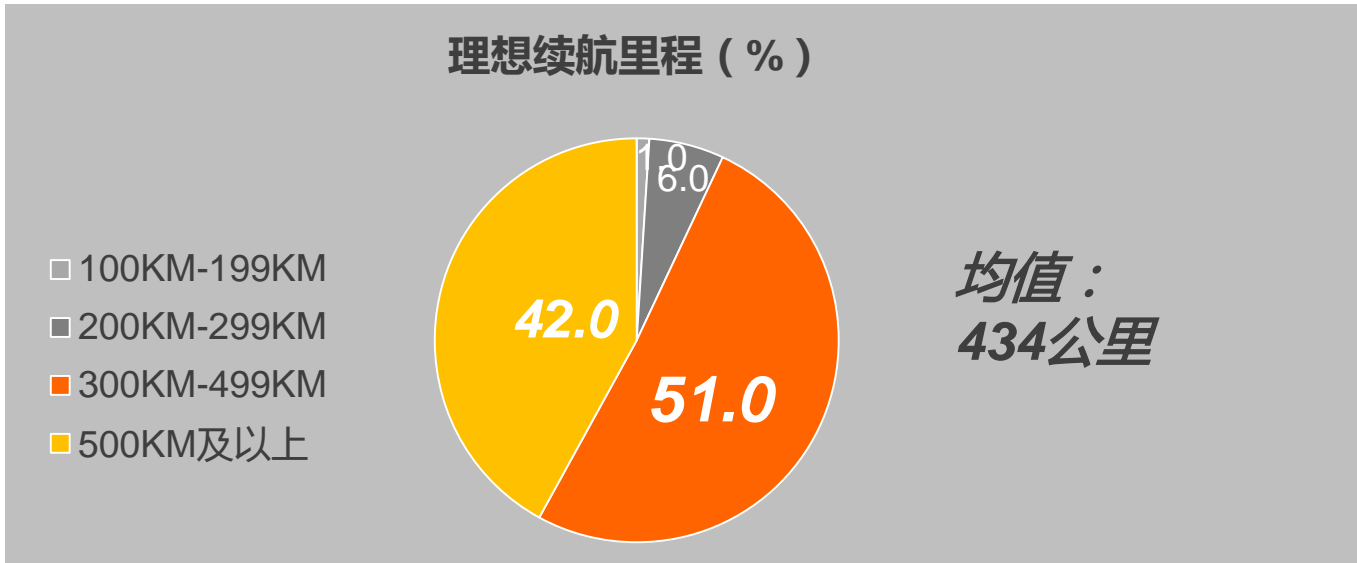
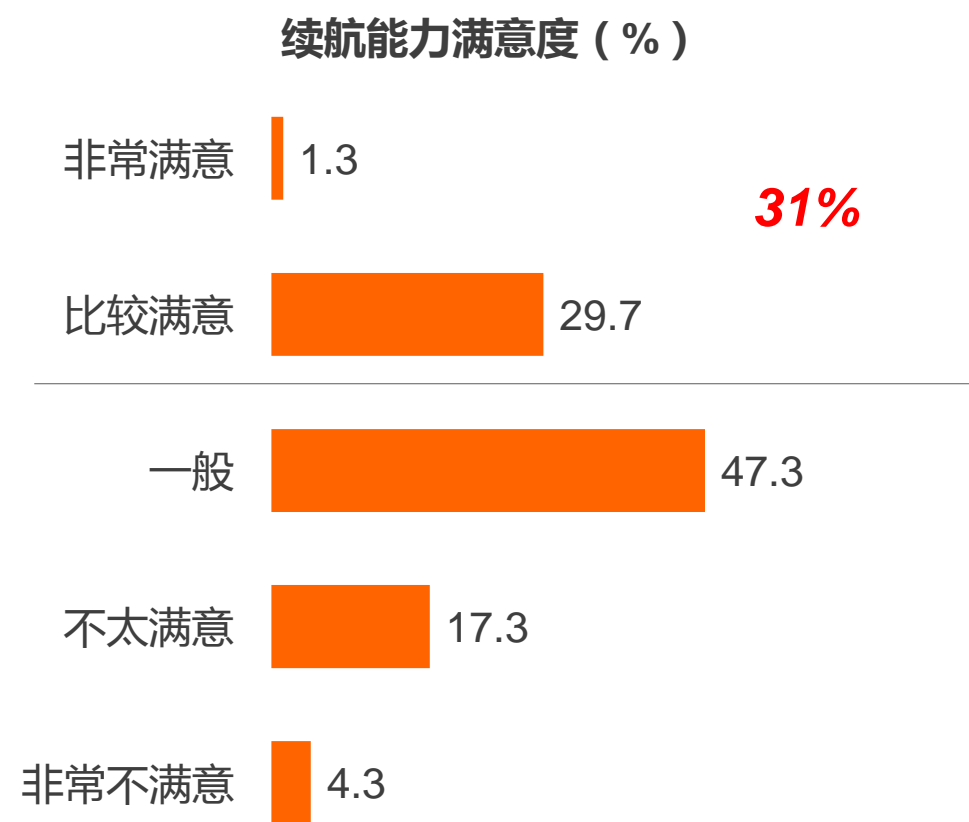


对现有新能源汽车最不满意的部位（%）



近七成受访用户对现有新能源汽车的续航里程满意度不高

35-44岁中年人士因其繁忙的日程而对续航里程的满意度最低



安全气囊被认为是最有用的车辆配置

不同人群在对最有用配置的选择上略有差异

新能源汽车最有用的车辆配置（%）



新能源汽车最有用的车辆配置-不同人群（%）

	男	女	18-34岁	35-44岁	45-55岁
安全气囊	44.1	58.3	49.6	50.0	44.3
后视镜加热	22.1	25.0	24.1	27.4	13.1
座椅加热及通风	18.1	27.1	27.1	20.8	8.2
零胎压继续行驶	22.1	10.4	18.0	16.0	23.0
全景天窗	15.2	16.7	15.8	16.0	14.8
感应后备箱	8.3	22.9	12.8	15.1	9.8
可变悬架	7.4	0.0	6.8	5.7	0.0
全时四驱	3.9	3.1	3.0	4.7	3.3



本章小结

新能源汽车用途

- 周末：外出休闲和购物是周末的主要两大用途；
- 工作日：上班/公干是最主要的用途；

新能源汽车使用过程中故障

- 电池系统和续航里程问题是使用过程中最常见的问题；
- 四大品牌中，江淮和北汽的故障率相对较高，不同品牌的故障问题存在差异；

新能源汽车的满意与不满意部分

- 对于现有新能源汽车，车身外观是最满意的部分；
- 对续航能力的不满则位于首位，35-44岁的中年人士对续航里程的满意度最低。



新能源汽车用户的充电行为分析

主题报告- Part 3



近六成受访者安装了私人充电桩

物业部门的限制和小区电力条件的限制是安装过程中的主要困难

57.7% 安装私人充电桩的人群比例



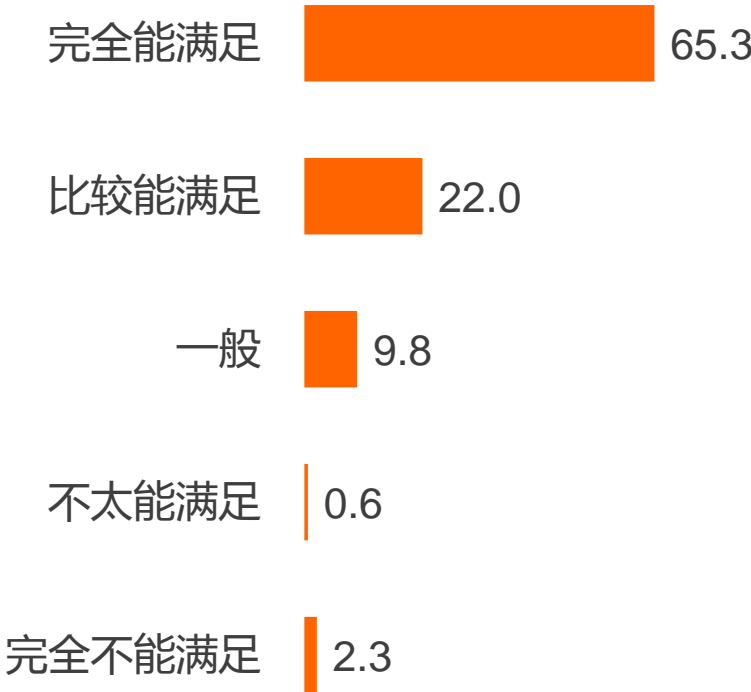
家用充电桩安装过程中遇到的问题（%，N=173）



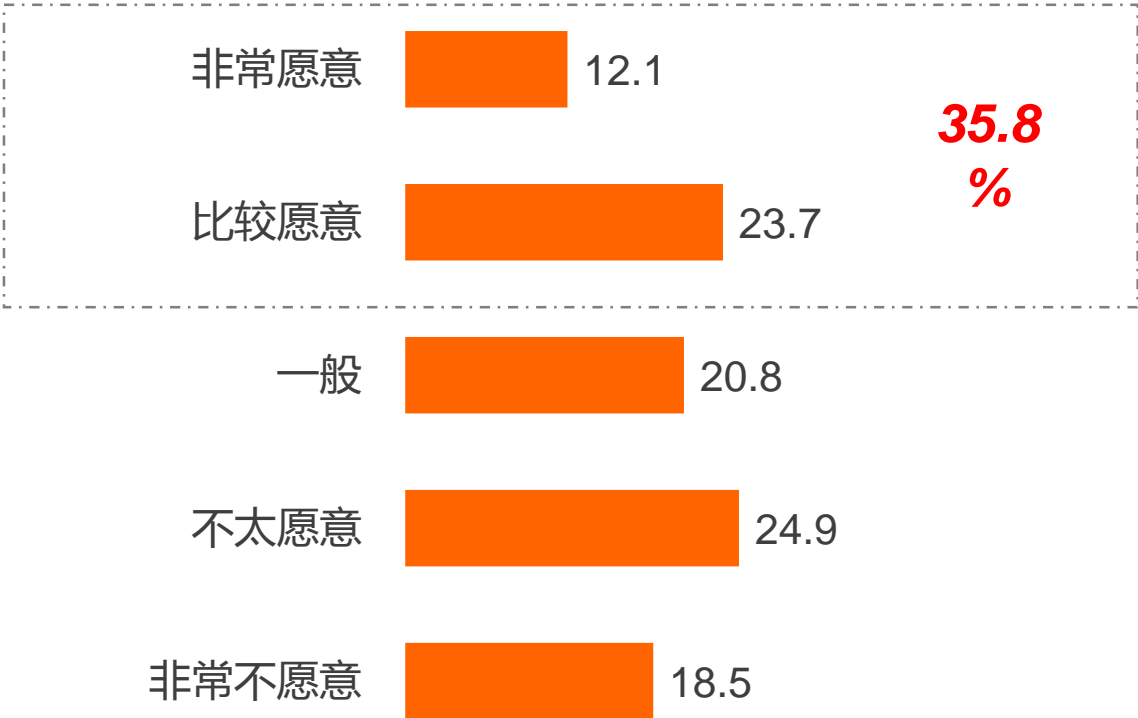
私人充电桩对个人需要的满足程度较高

三成多受访者有共享私人充电桩的意愿，近两成受访者完全拒绝

私人充电桩对个人需要的满足程度（%）



共享个人充电桩的意愿程度（%）

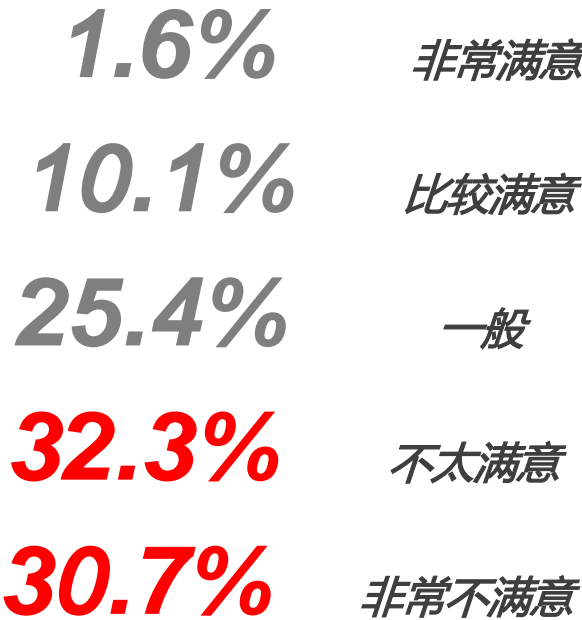


六成以上受访者曾使用过公共充电桩，年轻人群的使用比例较高 但对公共充电桩的满意度较低

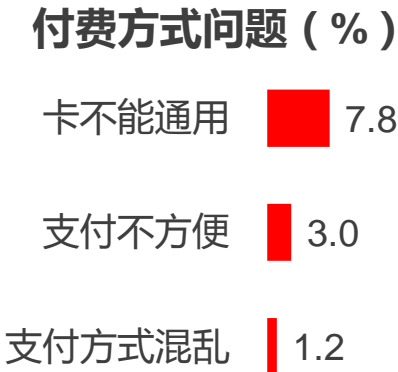
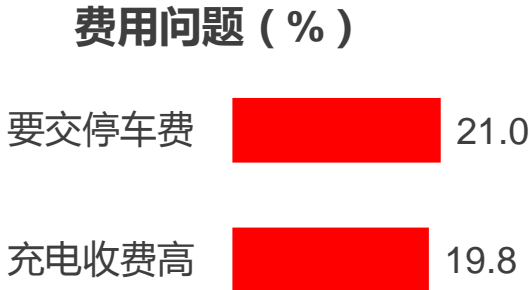
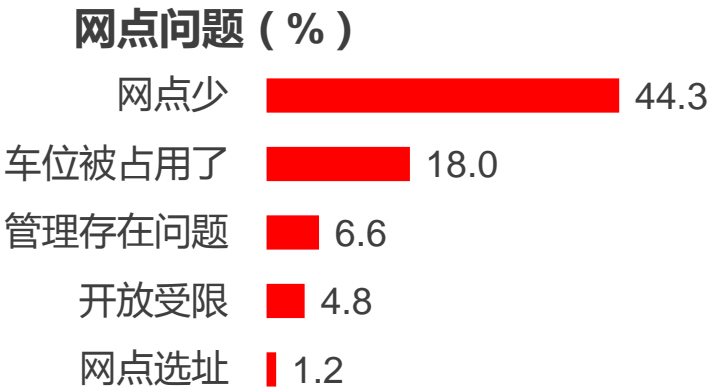
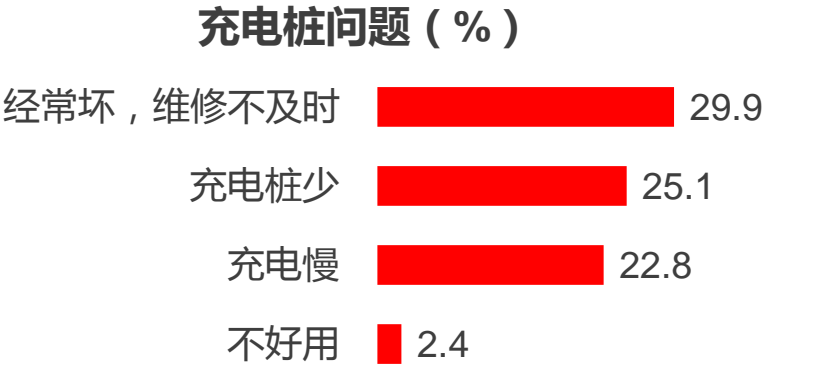
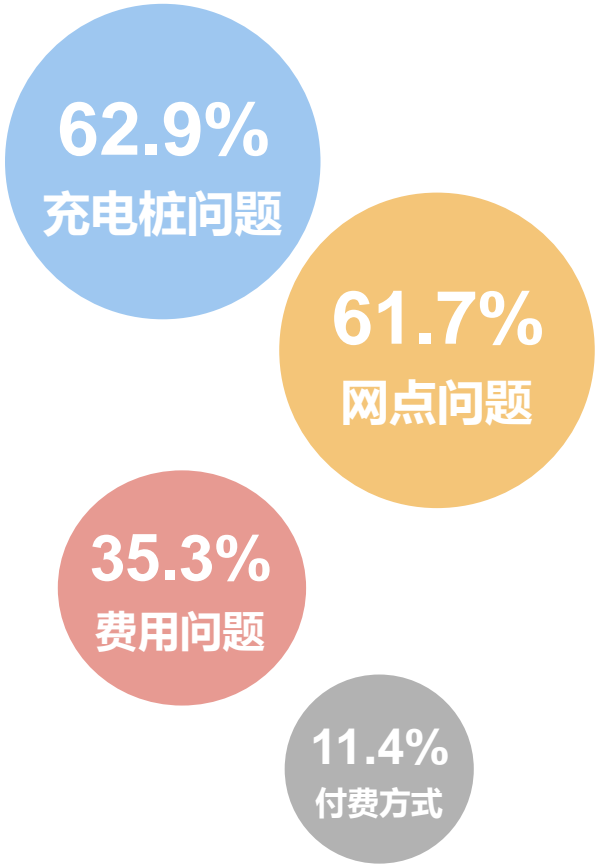
63% 使用过公共充电桩的人群比例



对公共充电桩的满意度
(N=189)



充电桩是受访者对公共充电区域的首要不满意因素：充电桩少 其次是对公共充电网点的抱怨：网点少，且管理存在不足



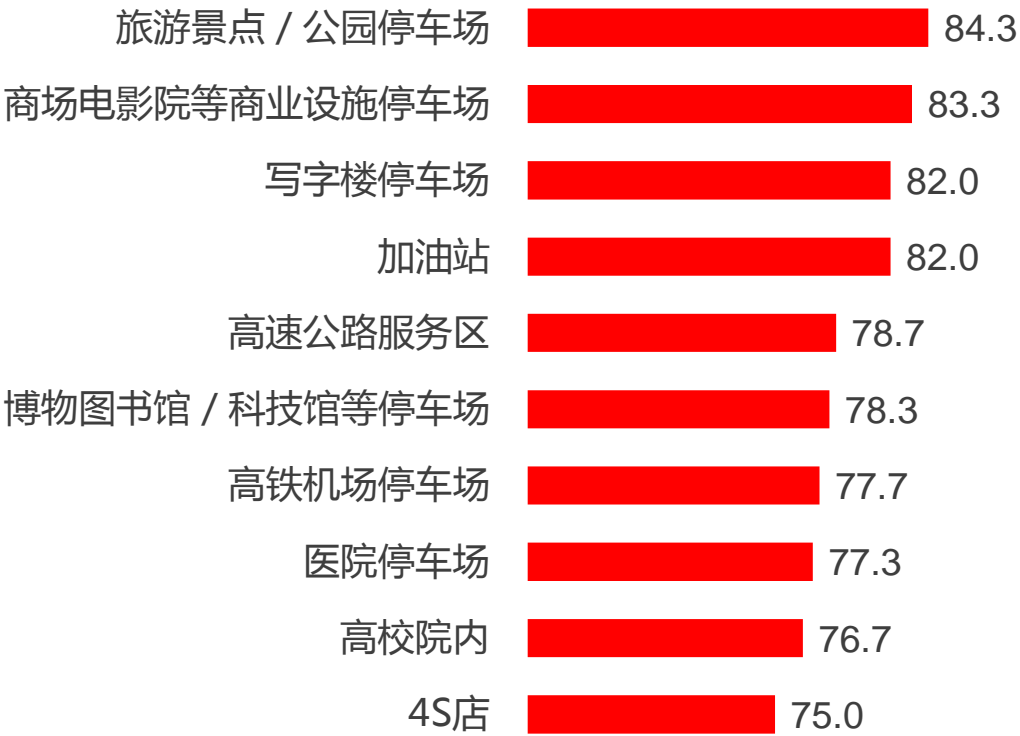
早8点到24点是大众希望的营业时间点

公园停车场、商业区停车场、写字楼停车场等是比较合适的安装地点

早上营业时间：**6-8点**
晚上结束时间：**24点**

超过五成受访者希望的
营业起始时间点

公共充电桩的合适安装地点（%）



近九成受访者希望公共充电桩按实际度数来进行收费

87% 按实际度数收费(按1度电价的价格*度数来核算)

5.3% 按次数收费(充一次电多少钱?不限电量和时间)

5.3% 按时间收费(例如充30分钟或1个小时多少钱)

Base : N=300 问题 : B15. 请问您希望公共充电场所应该如何付费 ?

新能源汽车用户研究报告

到附近商店/超市购物是在公共充电区充电时的主要活动

其次是在充电桩附近闲逛或在车里休息

在公共充电区充电时会做什么（%）



年龄差异

- 18-34岁年轻人群选择到附近商店或超市购物的比例最高；
- 35-44岁的中年人群选择在车里休息的比例最低，更多的在充电桩附近闲逛；



超过六成受访者通常的充电时间是在夜间

3天及以上充一次电的频率最高，而且也是他们可以接受的充电频率

65.7% 通常夜间充电

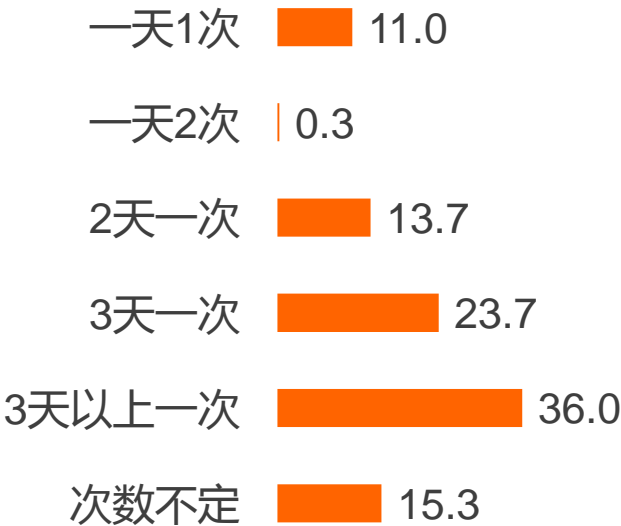
16.0% 通常白天充电

18.6% 无特定时间段

平均每月的充电费用

**171.2
元**

通常的充电频率（%）



可以接受的充电频率（%）



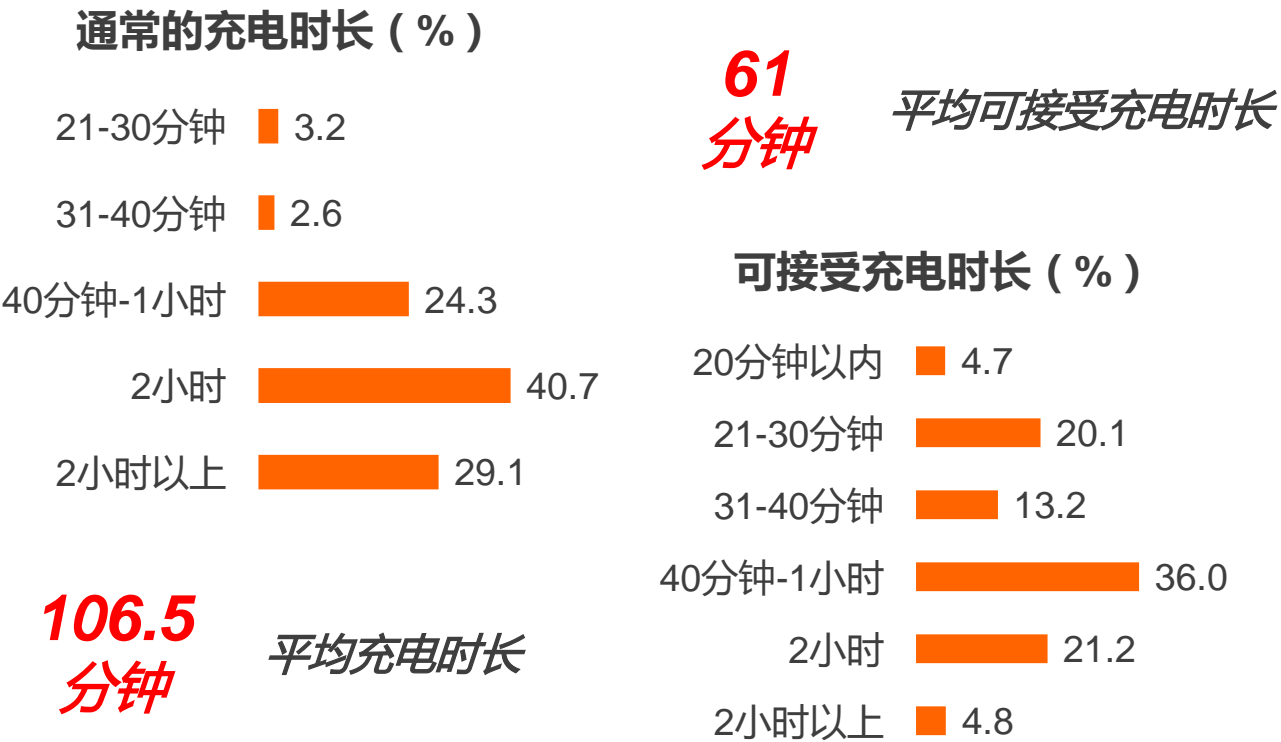
Base：N=300 问题：B6.您通常在哪个时间段给新能源汽车充电？B7-1.通常充电的频率是？B7-2.可以接受的充电频率是？

通常私人充电桩的充电时长为8小时，理想时长会略短 公共充电区域的充电时长为106.5分钟，与理想有较大差距

私人充电桩的单次充电时长（%）



公共充电区域的单次充电时长（%）



Base：N=300 问题：B5-1/B5-2. 家中充电桩通常/可接受单次的充电时长？ B10-1/B10-2. 公共充电区域通常/可接受单次的充电时长？



本章小结

私人充电桩的安装与使用

- 物业部门的限制和小区电力条件的限制是安装过程中的主要困难；

公共充电桩的使用

- 六成以上受访者曾使用过公共充电桩，年轻人群的使用比例较高；
- 公共充电桩的使用满意度较低；
- 充电桩少是首要不满意因素，其次是网点少，且管理存在不足；

充电习惯

- 时间：通常的充电时间是在夜间；
- 频率：3天及以上充一次电是可以接受的充电频率；
- 时长：公共区域的充电时长理想与现实之间有较大差距。



新能源汽车的保养与售后

主题报告- Part 4



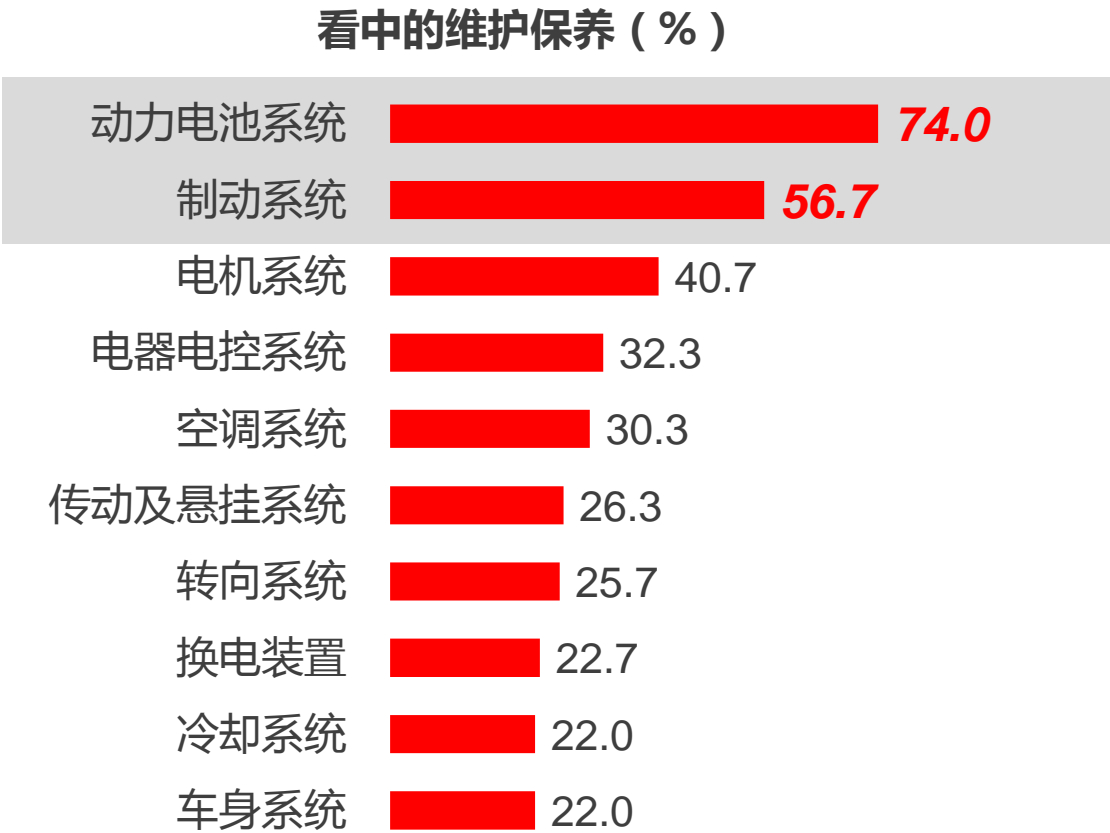
新能源汽车每年的维护保养费用接近七千元

动力电池系统和制动系统是他们看中的维护保养系统

6967元 每年的维护保养费用

51.7% 最近一年到4s店进行过保养

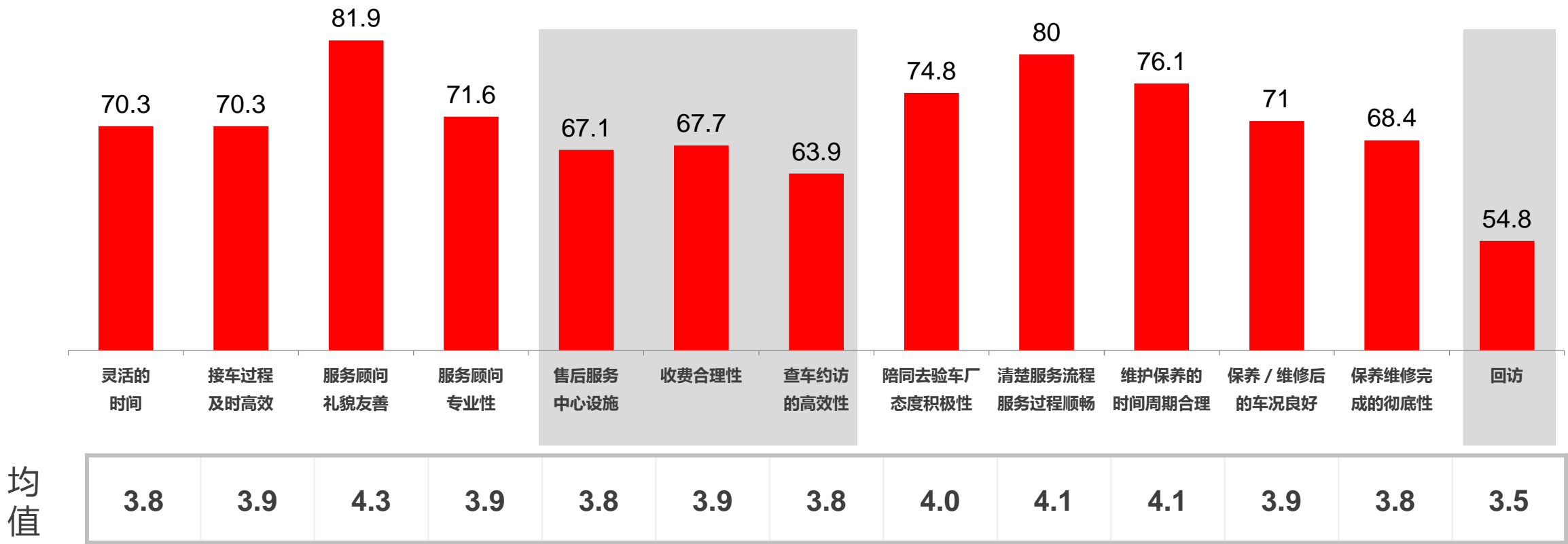
87.7% 有问题希望到4s店进行维修保养



受访者为4S店的售后服务持基本满意态度

回访的满意度最低，中心设施、收费、高效查车约访是较不满意的方面

对4S点售后服务环节的满意度（%，非常满意+比较满意）



Base：N=300 问题：D6. 针对4S店售后服务的各环节，您的满意程度如何, 其中5代表非常满意，1代表非常不满意

新能源汽车用户研究报告



本章小结

维护保养

- 地点：4S点是主要和希望的维护保养场所；
- 系统：动力电池系统和制动系统是他们看中的维护保养系统；

4S点的售后服务

- 受访者对4S店的售后服务持基本满意态度；
- 回访的满意度最低，中心设施、收费、高效查车约访是较不满意的方面。

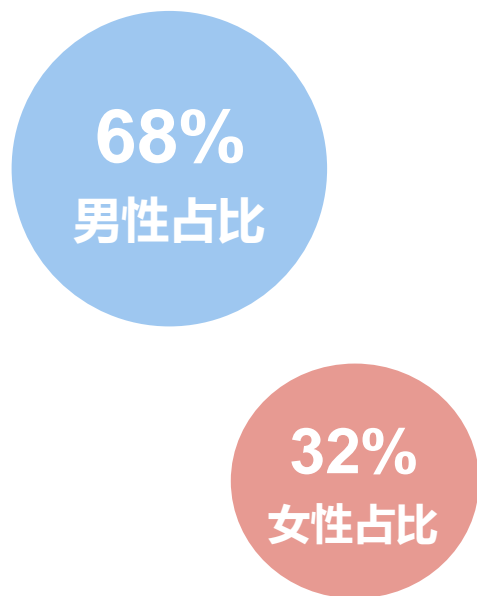


新能源汽车用户特征分析

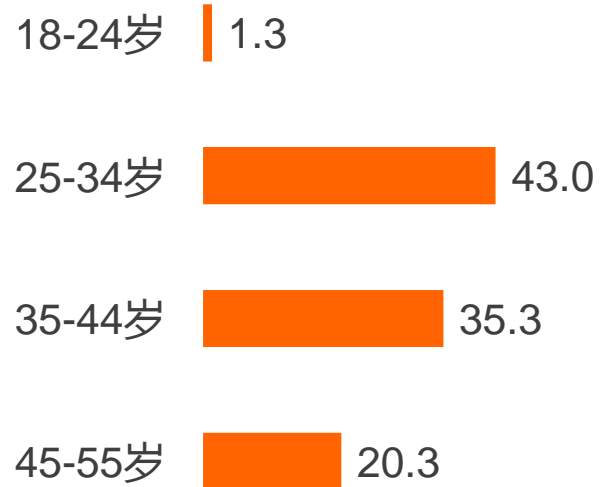
主题报告- Part 5



已婚年轻男性是新能源汽车的主体用户，平均年龄为36.8岁



人群年龄分布（%）



平均年龄：**36.8岁**

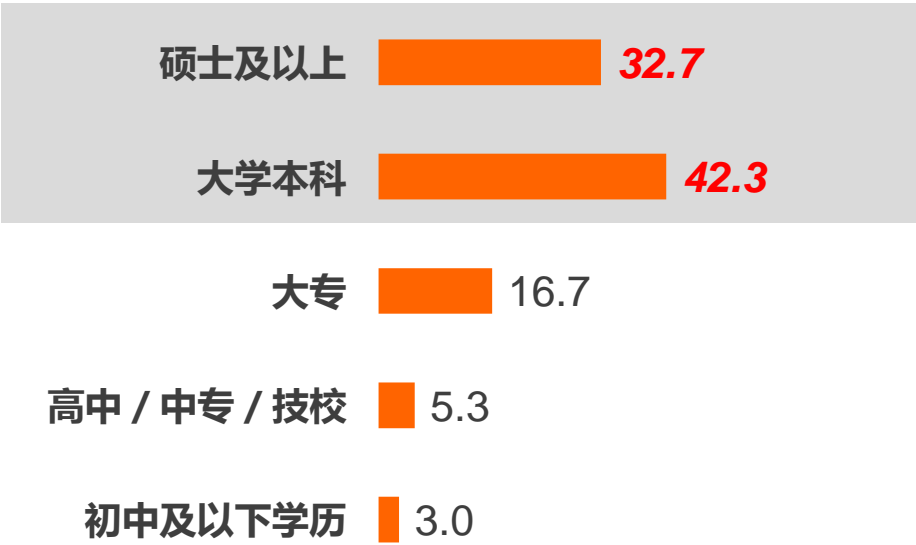
55% 三口之家

婚姻状况（%）



他们拥有较高的学历，多为企事业单位职员

91.7% 拥有大专及以上学历



人群职业分布 (%)



他们有一定的经济基础，近八成受访者拥有自己的房子

79%
私房拥有率

新能源汽车用户



个人年收入



家庭年收入

北京居民总体



个人年收入



家庭年收入

超五成受访者家庭年收入在15万元以上

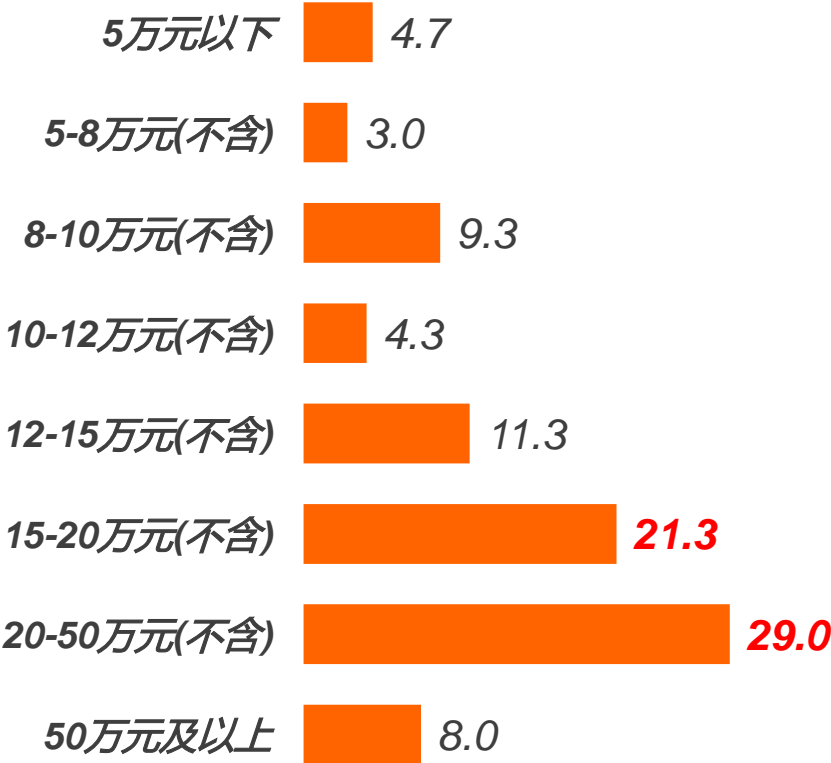
13.9 万元
个人平均年收入

23.3 万元
家庭平均年收入

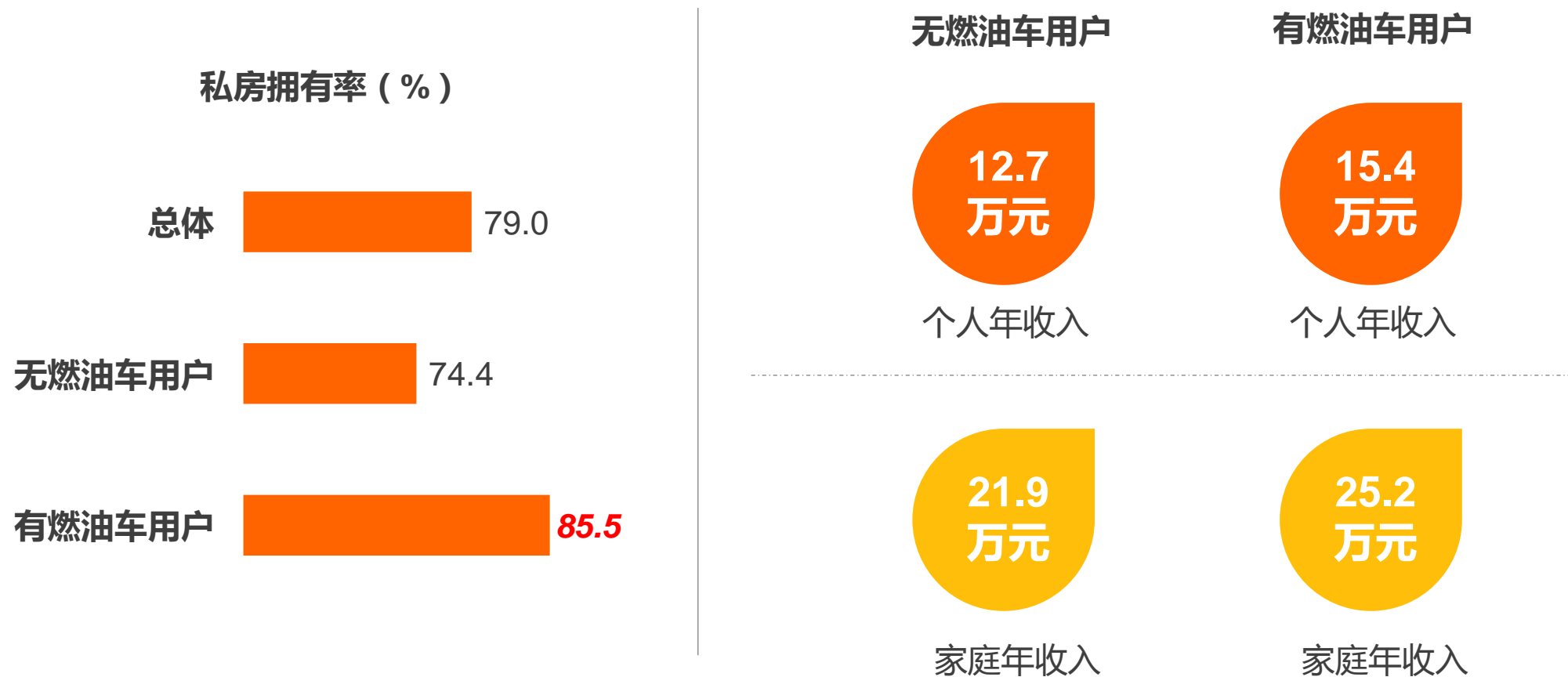
个人税前年收入（%）



家庭税前年收入（%）



同时拥有燃油车的用户有着相对更好的经济条件



Base : N=300 问题 : E5.请问您目前的房屋拥有状况 ? E8.您的个人税前年收入大约是 ? E9.您的家庭税前年收入大约是 ?

私家车出行是他们最主要的工作出行方式

目前最主要的工作出行方式（ % ）



上班路上的单程时间花费



上班路上的单程里程花费



人群画像：年轻已婚男士为主体的通勤族

拥有高学历，稳定的工作状态，有一定的经济基础



Base : N=300

新能源汽车用户研究报告



Thank you !



国际视野 洞察中国

Global Perception, China Insight

www.ctrchina.cn

