

那些买新能源汽车的人如是说

据中国汽车工程协会发布的数据显示，2015年，我国新能源汽车累计生产340471辆，同比增长3.3倍；累计销售331092辆，同比增长3.4倍，中国无疑成为全球最大的新能源汽车市场。

随着市场被激活，越来越多的汽车企业和新能源汽车陆续进入市场。消费者如何认知新能源汽车？想要购买新能源汽车的消费者又如何在纷乱的产品中选择安全、可靠、口碑较好的产品？

为此，《汽车消费报告》杂志联合知萌咨询等机构发布《2016中国新能源乘用车消费者调研报告》，通过对部分已购新能源乘用车的消费者进行访问，分析新能源乘用车行业的发展趋势。

新能源乘用车消费者的具象分析

■纯电动汽车的消费人群主要集中在25-40岁，这一年龄段间所占比例达到69%；插电式混合动力汽车的消费者与纯电动汽车基本相当。

■购买纯电动汽车的女性多于男性；而购买插电式混合动力汽车的消费者中，男性占据主流。

■无论是纯电动汽车还是插电式混合动力汽车，日常乘员数大多为1-2人，占比均超过80%。

我们认为，目前整个新能源汽车消费市场仍然以政策引导（如免费牌照、不限行政策等）作为最基本的推动力。

从纯电动汽车的购买情况来看，我们发现市场上已经出现了一部分理性消费者，他们根据自身的出行需求，考量了补贴后的纯电动汽车价格，以及日常使用、维修成本等因素，才最终决定购买。

而在插电式混合动力汽车方面，此类车型受到政策影响的程度要大于纯电动汽车。但由于插电式混动车更接近于传统汽车，因此被消费者作为第一辆车选择的比重也较纯电动汽车要高出许多。

除了部分因自身用车需求而购车的消费者外，插电式混合动力汽车市场上还有一批因为对技术或产品崇拜而选择此类产品的消费者。

在纯电动汽车和插电式混合动力汽车的抉择上，纯电动汽车的消费者主要考虑是否享受到了补贴价格，以及维修保养成本等更侧重于经济性的问题。而插电式混合动力汽车的消费者则更多地从产品属性上，如续航里程、产品的安全、可靠性等方面，与纯电动汽车进行比较，最终做出选择。

我们利用大数据分析研究了新能源汽车消费者在购买时参考频率或对比频率较高的车型，并对其进行分类统计，得出以下结论：

■纯电动汽车目前更多是在同类产品之间展开竞争，相比传统汽车，其主要抢占的是自主品牌和合资品牌的A级车市场。其中，又以自主品牌A级车市场比重更高。

■插电式混合动力汽车的用户则更多是从合资品牌A级车市场的客户转化而来，甚至也转化了相当一部分合资品牌B级车的客户。

我们认为，两者存在差异的原因，一方面是因为消费者对不同技

术路线的产品诉求不同，插电式混合动力汽车的技术更接近于传统车，消费者也更乐意用它与传统车进行对比。另一方面，插电式混合动力汽车在补贴后价格较高，其产品售价也与合资品牌A级车、B级车的价格区间相吻合。

新能源汽车消费者车辆使用分析

新能源汽车车主在日常用车时，最关注的是车辆的充电问题和养护问题。

我们发现，纯电动汽车的消费者更多情况下在家庭或工作单位周边的公共充电桩充电。从消费者的反馈来看，各车企的纯电动汽车在国家电网380V直流充电桩上，基本上可以在1.5-2.5小时内完成充电。在220V家庭用电的情况下，一般可以在6-10小时内完成充电。

因为消费者使用自有充电桩的比例较低，政府必须加大基础设施建设来推动纯电动汽车的推广。

而在购买插电式混合动力汽车的车主中，由于车辆的电池容量较小，且壁挂式充电器得到普及推广，自有充电设备的比例较高，但仍然有部分车主使用公共充电桩或直接采取“飞线”充电。

目前，绝大多数新能源汽车消费者都按照厂家规定的保养周期进行保养，脱店现象极少。

保养周期方面，纯电动汽车的保养周期基本上在5000公里或10000公里两档，单次保养价格绝大多数在500元以内。其中，300元以内的保养价格占比超过半数，相比传统车具有性价比优势。

插电式混合动力汽车的保养周期以10000公里为主，但单次保养价格多在800元以上，价格与传统车持平甚至高于部分传统车。

我们还发现，接近七成的纯电动汽车消费者每日常行驶里程都控制在30公里以内，50公里范围内的消费者占据了八成以上。

插电式混合动力汽车消费者中有过半数可以利用纯电状态满足日常出行需求，而更多时间使用燃油驱动的消费者比重仅占17%。

不过，插电式混合动力汽车虽然享受新能源汽车补贴，但无法规范车主尽可能使用纯电模式，这也是该车型一直面临的争议话题。

新能源汽车消费者的痛点在哪里？

我们整理并分析了消费者最疑惑的五个问题。

■我的车到底能跑多远？

这是新能源汽车车主目前最为关心的话题，因为它关系到消费者对新能源汽车产品的实际使用感知。

去年冬天，我国北方大部分地区经历了极寒天气，纯电动汽车的电池稳定性和续航里程在恶劣的环境下，又一次受到了质疑。

消费者对传统汽车的认知已经有了近百年的常识积累，他们知道怎样的开车方式更经济，对1L燃油在不同工况或不同驾驶风格下的表现也能够做出大致判断。而对于新能源汽车，特别是纯电动汽车，消费者预期不足。

■电池衰减到底有多快？

一些消费者反映，某些新能源汽车产品已经出现了车辆续航里程下降的迹象。如果本就无法预估的续航里程再面临衰减，新能源汽车可能无法满足日常出行需求。

虽然厂家对电池给予了较长时间质保，甚至部分企业推出了电池以旧换新的前瞻式服务。但消费者对电池衰减程度和质量的判断都缺乏认识。若需要置换电池，消费者又要负担多少？

■充电，方便吗？

很多消费者申请自有充电桩的经历就足够写成一部跌宕起伏的小说。公共充电桩虽然有APP可以支持查询，但相当一部分未联网、未启用的充电桩还是让消费者空跑。甚至一些私有区域内的公共充电桩，消费者不仅要支付电费，还要支付不菲的停车费。

■新能源汽车到底安全不安全？

虽然人们已经在家用电器、工业设备、电子仪器、智能设备等方面掌握了用电与安全之间的钥匙，但对于缺乏设计经验，才刚刚起步的新能源汽车来说，用电安全仍然是消费者担心的问题。

除了电本身，消费者对于新能源汽车在特殊情况下，例如发生激烈交通事故、涉水等偶然事件时，它的安全问题也仍然缺乏更多的实际案例进行验证。

还有一种潜在的危险来自于不成熟的BMS电池管理系统。有消费者反映，新能源汽车可能会在行驶过程中出现故障，而这时BMS系统会完全切断电源，这很可能导致刹车、加速、转向以及关键电器无法响应。这就要求开发BMS系统的工作人员必须具备汽车设计思维来思考，而这也需要时间去积累。

■我的车以后卖给谁？

首先，行业内对新能源汽车的残值率没有一个评判标准，其关键在于针对电池没有办法给出准确的衡量标准。这就带来一个潜在的问题，新能源汽车的消费者在未来几年内，如果想换车，他们的车卖给谁？能够卖多少钱？未来，如果他们的车要报废或置换，是否需要为电池的处理或更新埋单？

新能源汽车消费者满意度分析

从本次调研的结果来看，我国新能源汽车市场在政策的鼓励下正在快速发展，消费者对目前市场上的产品满意度尚可，但在电池质量、三电（电池、电机、电控）安全、续航里程、产品质量上仍然有一定的顾虑。这是未来新能源汽车公司需要格外重视的问题。

在纯电动汽车领域，北汽新能源、江淮汽车等新势力迅速崛起。他们在产品、服务上积极针对市场需求和消费者痛点做出努力。而在政策和市场带动下，更多的企业加入到纯电动汽车的竞争中，将使竞争更加激烈，也对产品质量和竞争力提出了更高的要求。插电式混合动力汽车方面，由于受到区域补贴政策影响，其推广速度虽低于纯电动汽车，但以上汽乘用车为代表的整车企业在技术上不断积累，已基本上可以独当一面。

EV 纯电动汽车

纯电动汽车

■消费者年龄段

25-30岁 18%

30-35岁 **32%**

35-40岁 19%

■消费者性别

女性 **57%**

男性 43%

■车辆日常乘员数

1人 **46%**

2人 36% ≥3人 19%

■家庭购车取向

第二辆及以上 **46%**

第一辆 37%

■购买新能源汽车原因

79%

18%

2%

1%

免费牌照及不限行政策
符合自己用车需求

PHEV 插电式混合动力汽车

插电式混合动力汽车

25-30岁 18%

30-35岁 **33%**

35-40岁 19%

男性 **71%**

女性 29%

2人 **52%**

1人 31% ≥3人 17%

第一辆 **71%**

第二辆及以上 29%

83%

8%

7%

1%

环保主义者
其他

■选择该技术方向原因

不同新能源技术产品之间，消费者在比较什么？

94%

85%

更具性价比 94%

维修保养价格便宜 5%

其他 1%

更具性价比 85%

维修保养价格便宜 12%

其他 3%