安亭·上海国际汽车城
Anting • Shanghai International Automobile City

EV ZONE
SHANGHAI · CHINA

电动汽车用户行为及潜在客户特征分析

——第三届交通节能减排技术和政策研讨会·北京

2014年11月21日

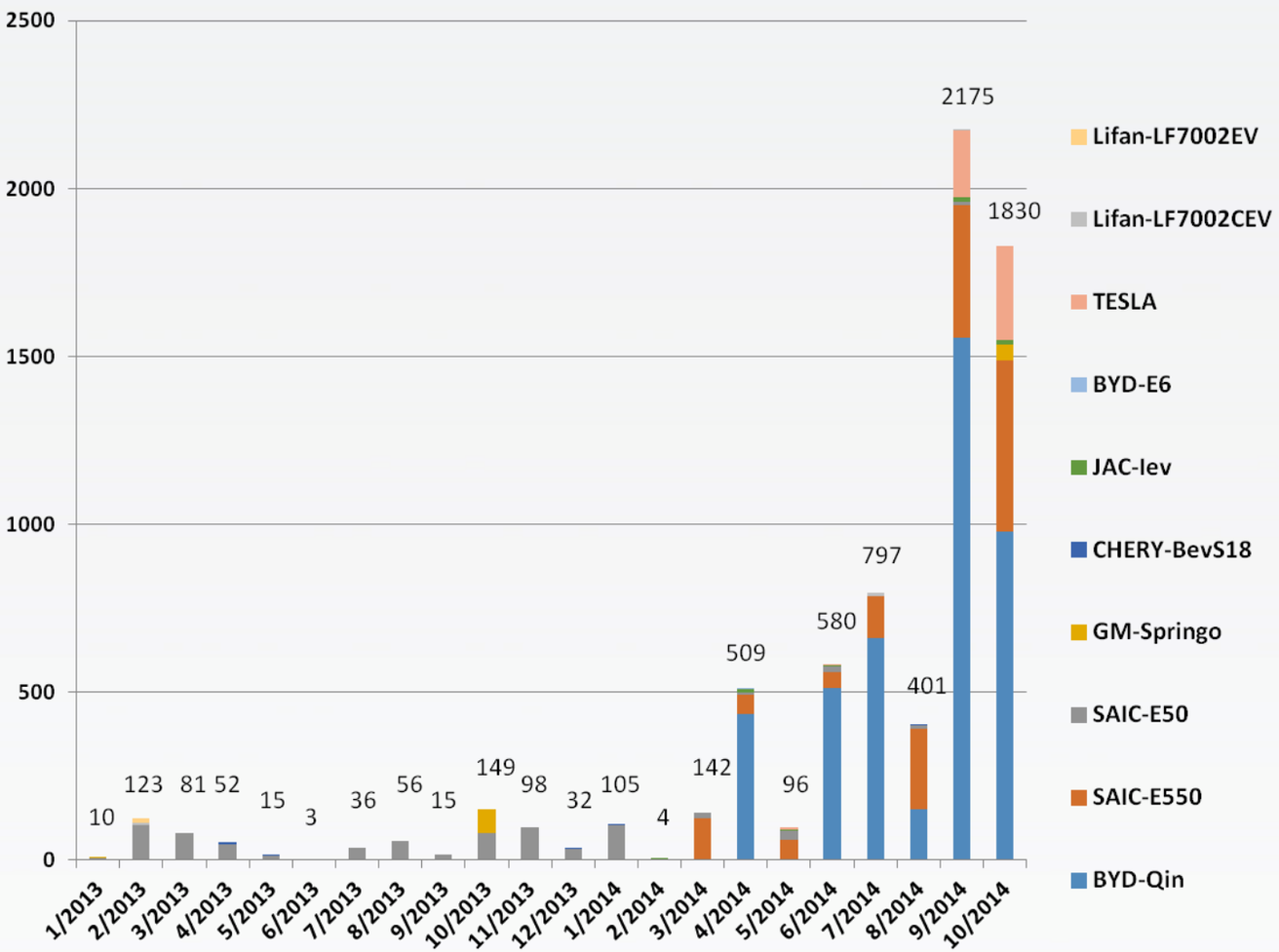
人·车·城市的完美融合

目录

- 上海电动汽车示范推广最新进展
- 潜在电动汽车消费者认知分析
- 实际电动汽车消费者行为分析

1、上海电动汽车示范推广最新进展

2013-2014年上海电动乘用车月申请补贴情况



2014年上海购买电动汽车各类补贴政策

车型	BEV			PHEV
续航里程	80≤R＜150	150≤R＜250	R≥250	R≥50
中央补贴	3.325	4.75	5.7	3.325
上海市补贴	4	4	4	3
进口车补贴	3000张免费牌照			
EVZONE补贴	1.5 万使用补贴（生活和工作在嘉定区的消费者）			
其他优惠	免牌上海车牌，2013年9月1日起至2017年12月底免车辆购置税			

上海公共充电桩统计

运营主体	上海市电力公司、上海普天新能源、上海国际汽车城集团有限公司、宝马汽车、特斯拉汽车		
行政区	嘉定、闵行、徐汇、长宁、闸北、虹口、宝山、杨浦、黄浦、浦东、青浦		
空间点	54个	充电桩	290个

EVZONE汇总 统计

1、上海电动汽车示范推广最新进展

上海市电动汽车公共数据采集与监测研究中心

□ 机构性质

上海市经信委批准成立，由上海国际汽车城集团发起成立的一家民间非盈利机构（NGO）。

□ 主要职能

1) 负责采集上海全市新能源汽车及充电设施的基础数据
2) 开展电动汽车消费者行为分析研究
3) 开展电动汽车电池报废回收体系研究

□ 年度报告

1) 上海新能源汽车产业发展报告
2) 新能源汽车消费行为分析与市场需求研究报告
3) 国内外新能源汽车推广应用比较研究报告

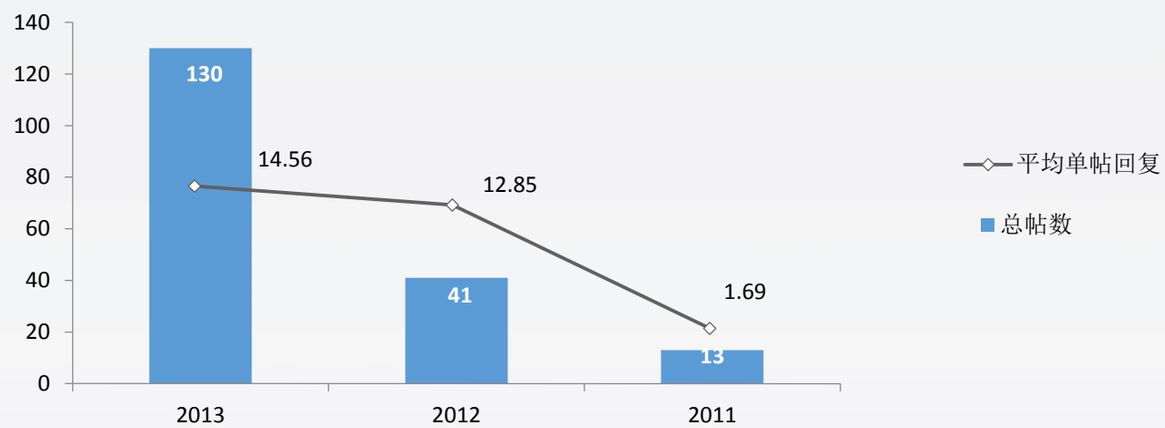
□ 公共充电设施APP程序

2014年11月6日启动，目前，在**WWW.EVZONECHINA.COM**扫描二维码下载。年底在苹果商店和安卓商店可以下载。

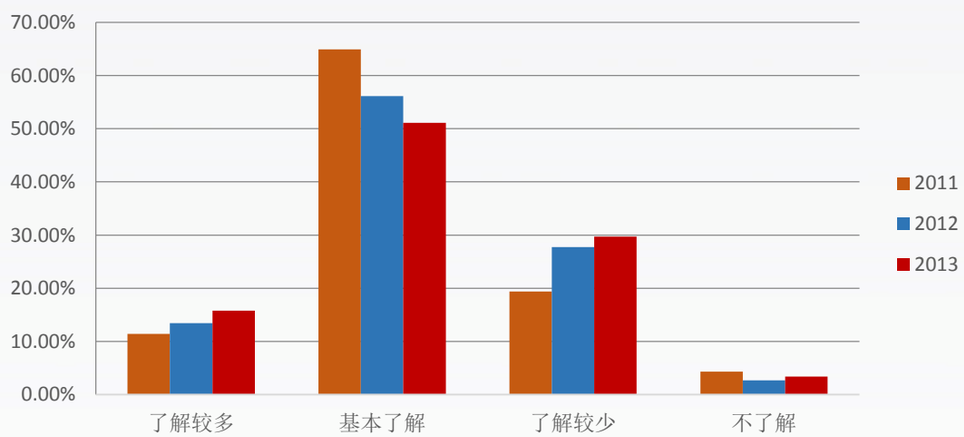
2、潜在电动汽车消费者认知研究

潜在消费者认知最新研究成果—— 电动汽车开始步入百姓生活、潜在消费者的培育非常重要

2011-2014 KDS网络论坛对电动汽车讨论数量与了解程度



2011-2013潜在消费者问卷分析



数据来源：EVZONE 统计数据

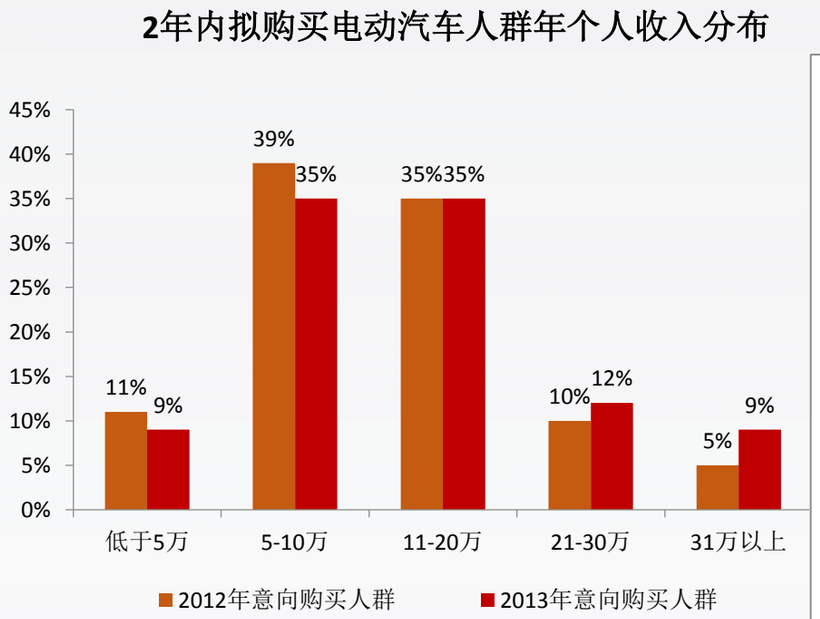
2、潜在电动汽车消费者认知研究

潜在消费者最新研究成果——3大人口统计学特征

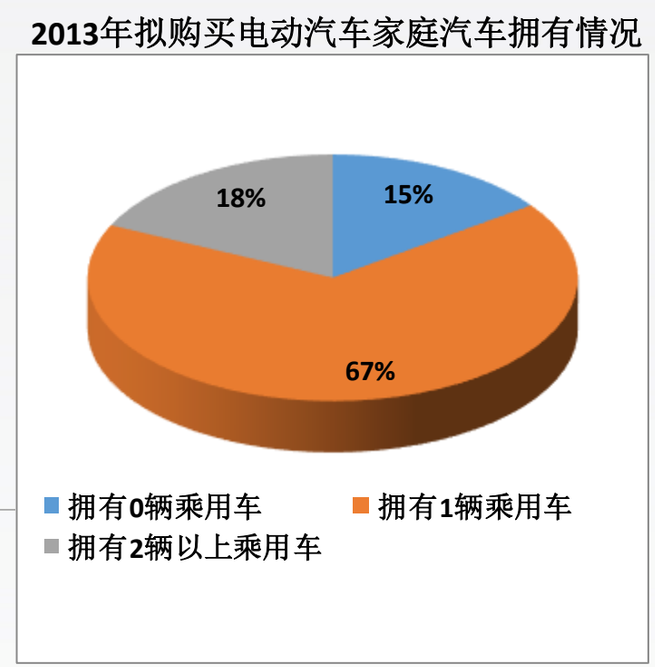
1、年龄31-40岁，大学以上学历，年个人收入属于上海市高收入水平以上（税前16万/年·人～20万/年·人），单身或已婚

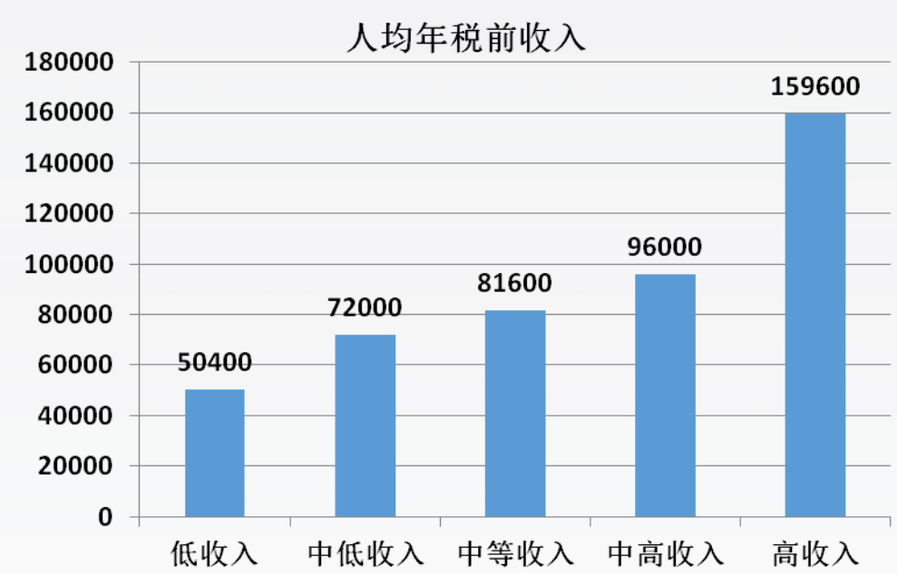
2、家庭有1辆以上小汽车，大学以上学历，有独立或半独立住房

3、年龄21-30岁，大专以上学历，年个人收入属于中等收入～中高收入水平（税前8万/年·人～10万/年·人），单身或已婚



数据来源：EVZONE 数据统计

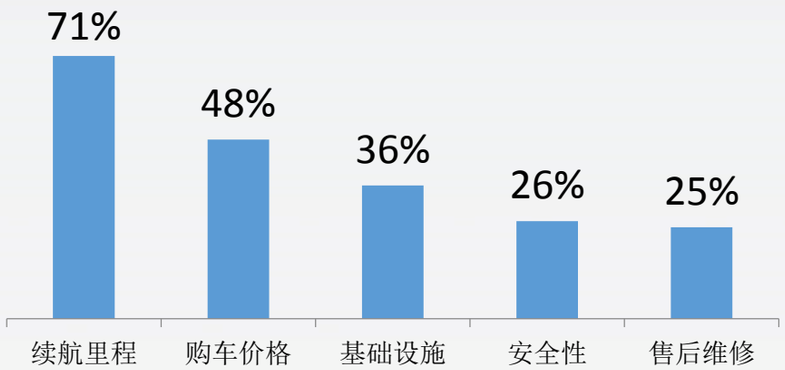




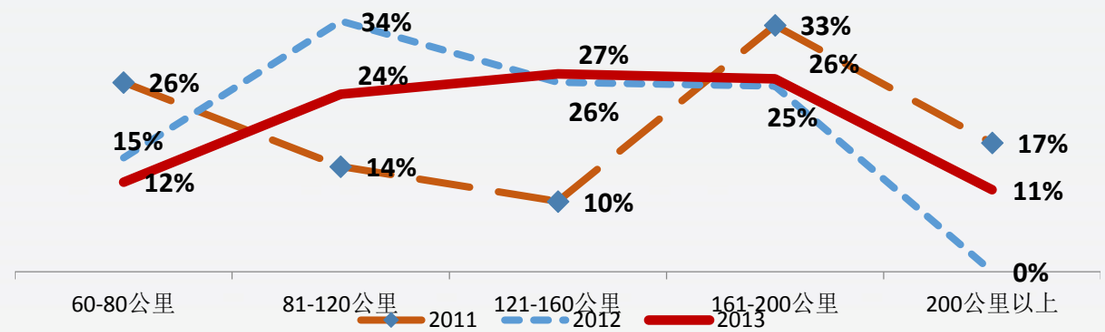
数据来源：根据上海市统计局2012年家庭人均可支配收入测算 数据

2、潜在电动汽车消费者认知研究

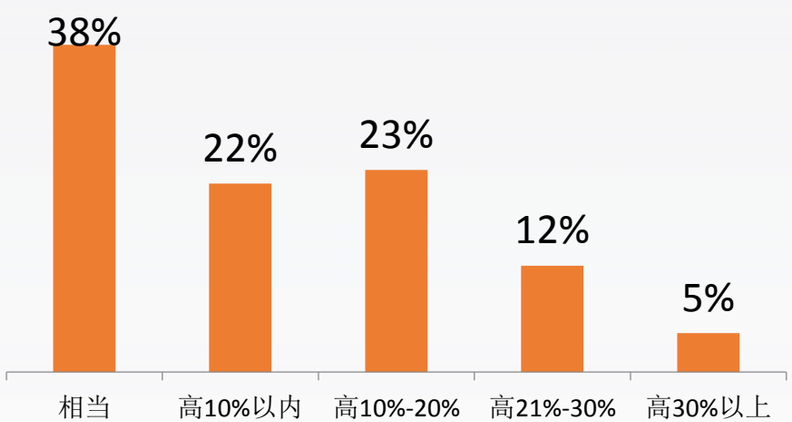
潜在消费者最新研究成果——3大顾虑以及对应的3种期望



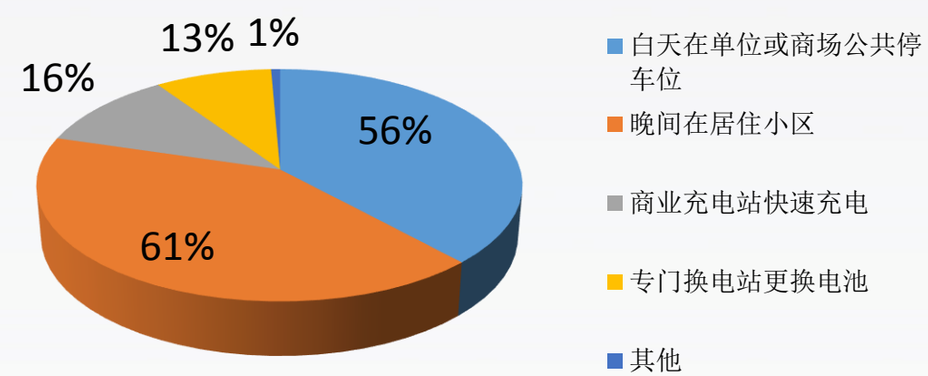
潜在消费者购买电动汽车的主要顾虑



潜在消费者期望的行驶里程



潜在消费者期望的的销售价格

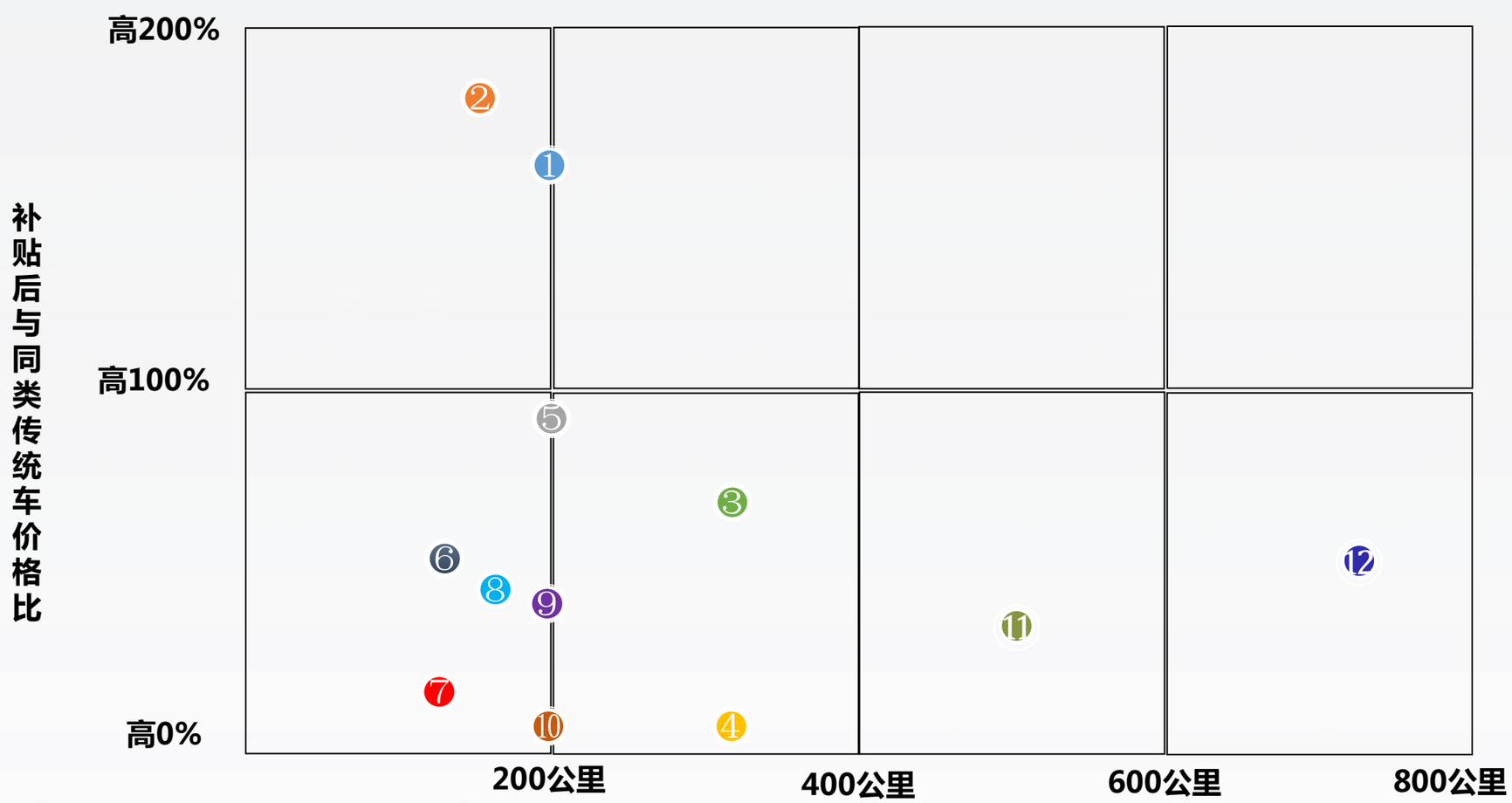


潜在消费者期望的充电地点

数据来源：EVZONE 数据统计

2、潜在电动汽车消费者认知研究

潜在消费者最新研究成果——里程-价格比象限图



1. 通用Springo VS 赛欧
2. 中科力帆602EV VS 力帆602
3. 比亚迪E6 VS 比亚迪M6
4. 腾势 VS 奥迪A4L（中低配）
5. 北汽E150EV VS 北汽E150
6. 沃尔沃C30EV VS 沃尔沃C30
7. 之诺 VS 宝马X1
8. 启辰晨风 VS 日产骐达
9. 奇瑞EQ VS 奇瑞QQ
10. 江淮iev3 VS 江淮和悦
11. 荣威550 plug-in VS 荣威550
12. 比亚迪秦 VS 比亚迪速锐

3、电动汽车数据分析研究成果

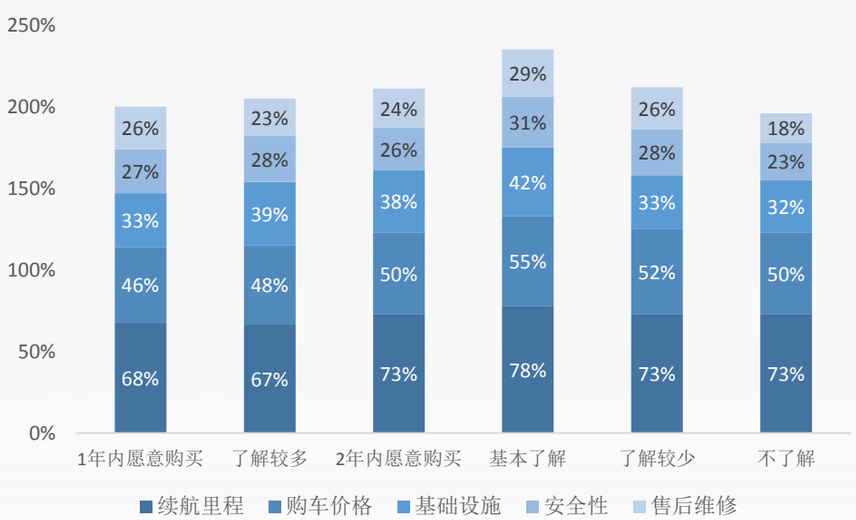
潜在消费者认知最新研究成果—— 消费群体不同阶段的不同表现

1、从“不了解”电动汽车到“基本了解”电动汽车，潜在消费者各担忧比例逐渐增加，而从“基本了解”到“1年内愿意购买”电动汽车，潜在消费者各担忧比例又项逐渐减少。

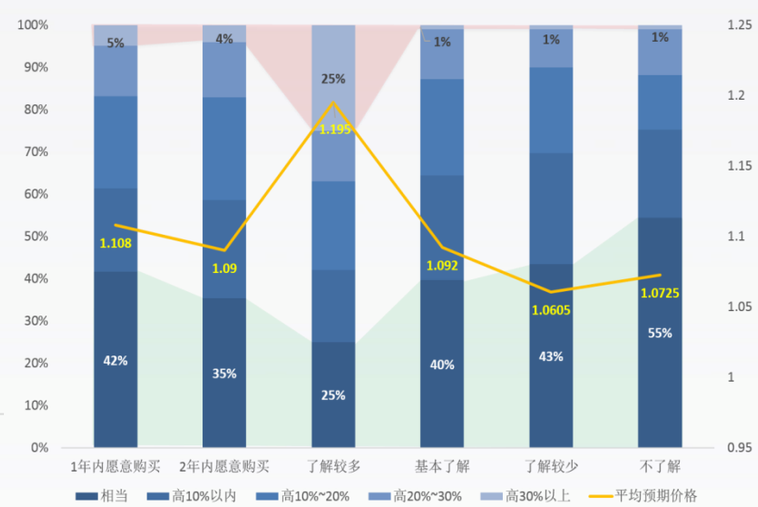
2、当潜在消费者没有作出购买决策时，对电动汽车越了解，越愿意付出更多的费用来接受电动汽车。而一旦意向购买了，又希望电动汽车价格比传统同类型汽车价格不要高太多。

3、意向购买人群是偏理性消费者。因此，对电动汽车预期续航里程不会太高，他们实际的日均行驶里程更长。“预期可行驶里程”/“日均实际行驶里程”比值越小，就越可能是意向购买人群。这样，电动汽车的经济性能够得到充分体现。

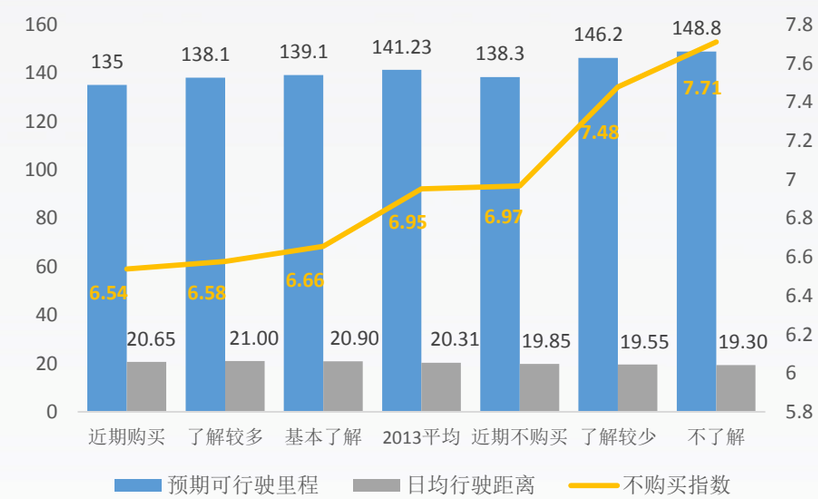
不同阶段用户担忧项目变化



不同阶段用户对于价格的预估

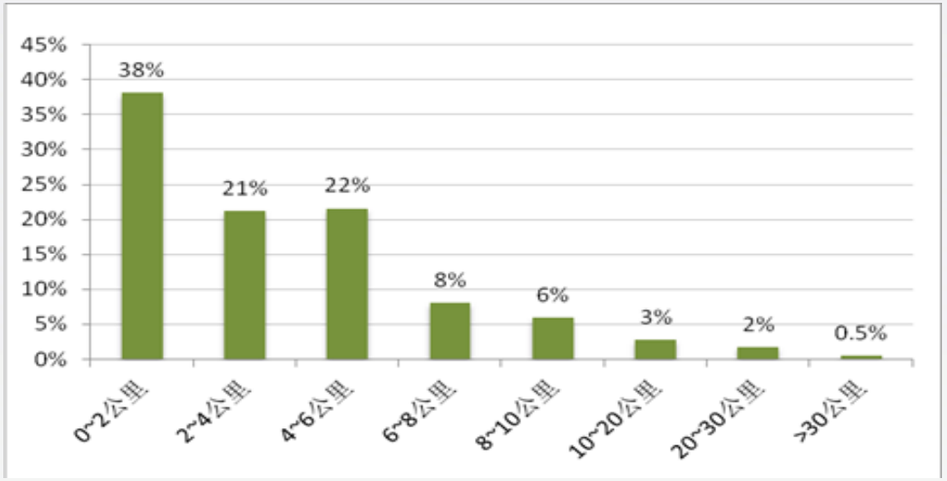


不同阶段的用户对里程的规律



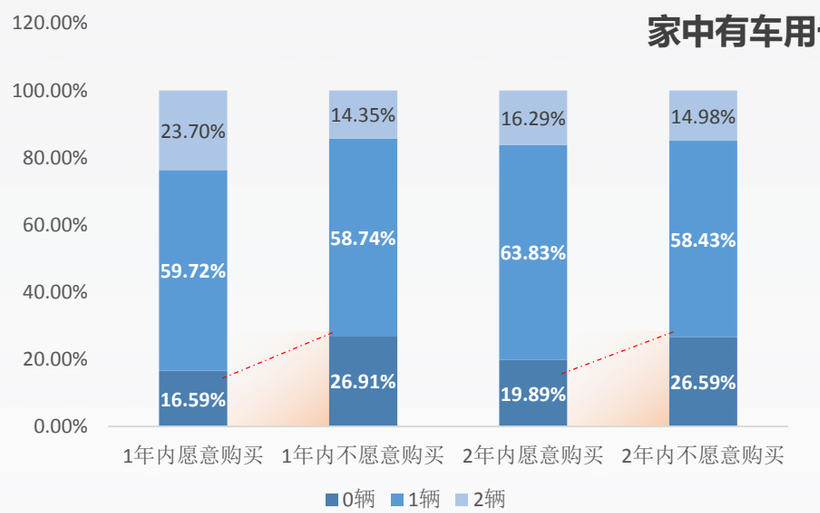
3、电动汽车数据分析研究成果

潜在消费者认知最新研究成果——家庭是否拥有乘用车与是否购买电动汽车没有明显关系

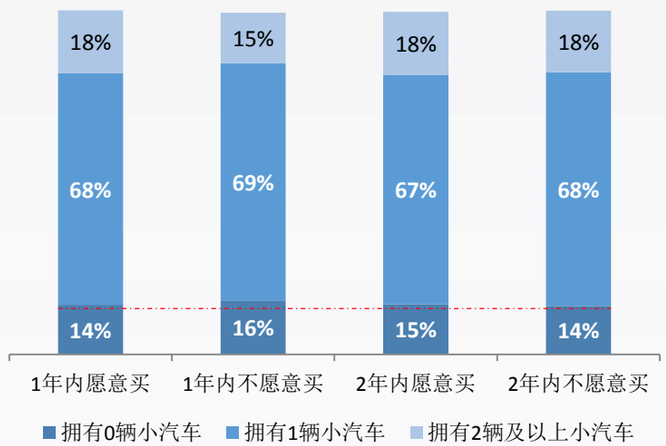


用户实际日平均行驶里程**4.13** 公里

数据来源：EVZONE检测的86辆纯电动汽车消费者数据统计



2012



2013

2012与2013年的预期日程的变化可能与荣威550 Plug in 比亚迪秦的引入有关。这类车辆已经可以部分替代家中的第一辆车。

也基于同样推测，2013年的问卷分析表明，家庭是否有车，与是否购买电动汽车已经没有明显的区别。

数据来源：EVZONE 数据统计

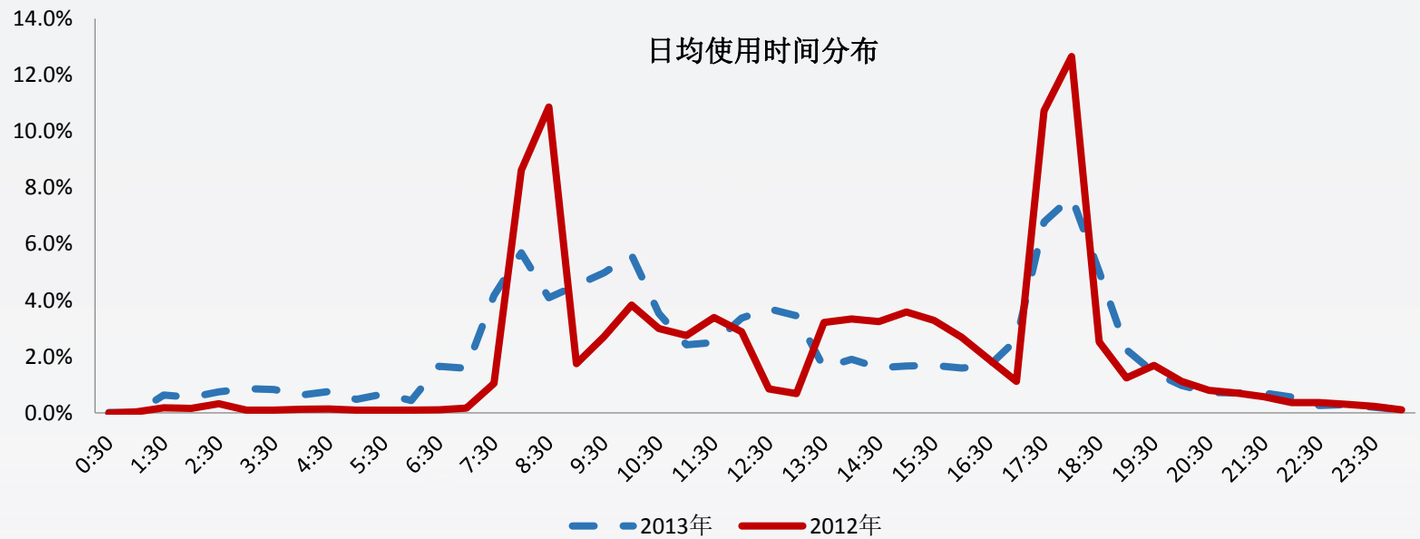
3、实际电动汽车消费者行为研究

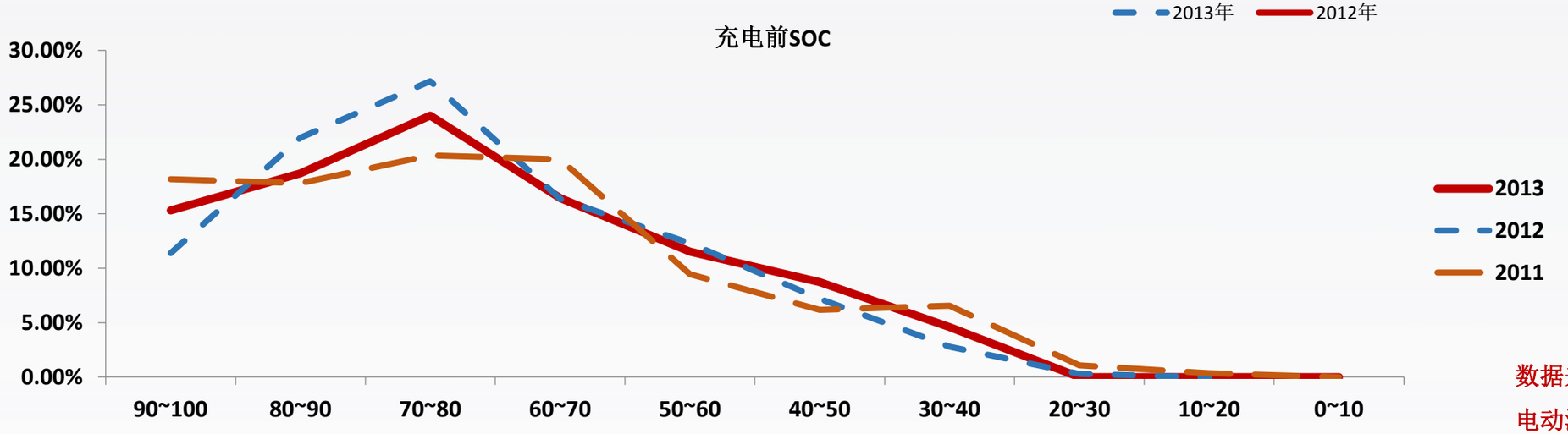
实际消费者使用最新研究成果—— 实际消费者对电动汽车的使用时间更多了，但充电前SOC依然70%左右。

对比2012年数据，可以发现，消费者使用电动汽车不仅局限于早晚高峰，而出现了中午的出行的另一个小高峰。

这表示消费者开始对里程建立信心。可以在一天内多次使用车辆。

但是“电量保护”现象依然存在，且有向70%延伸的趋势

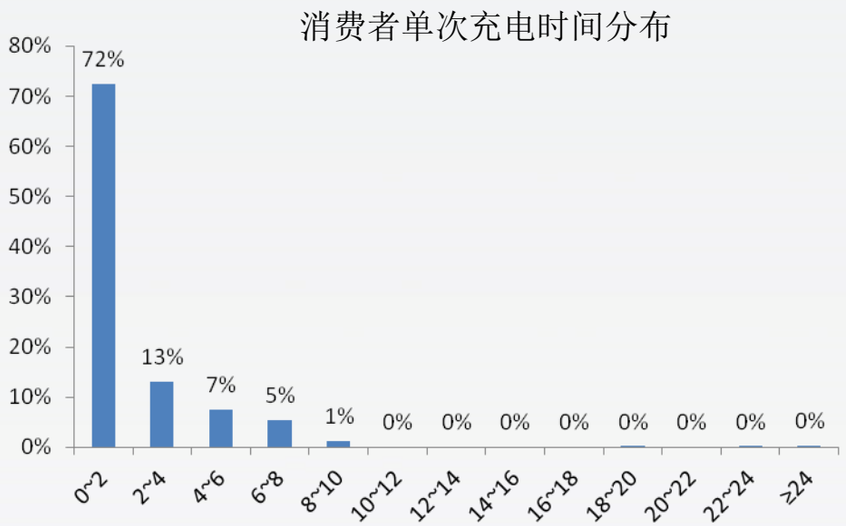


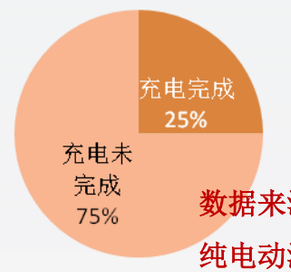


数据来源：EVZONE检测的86辆纯电动汽车消费者使用情况统计

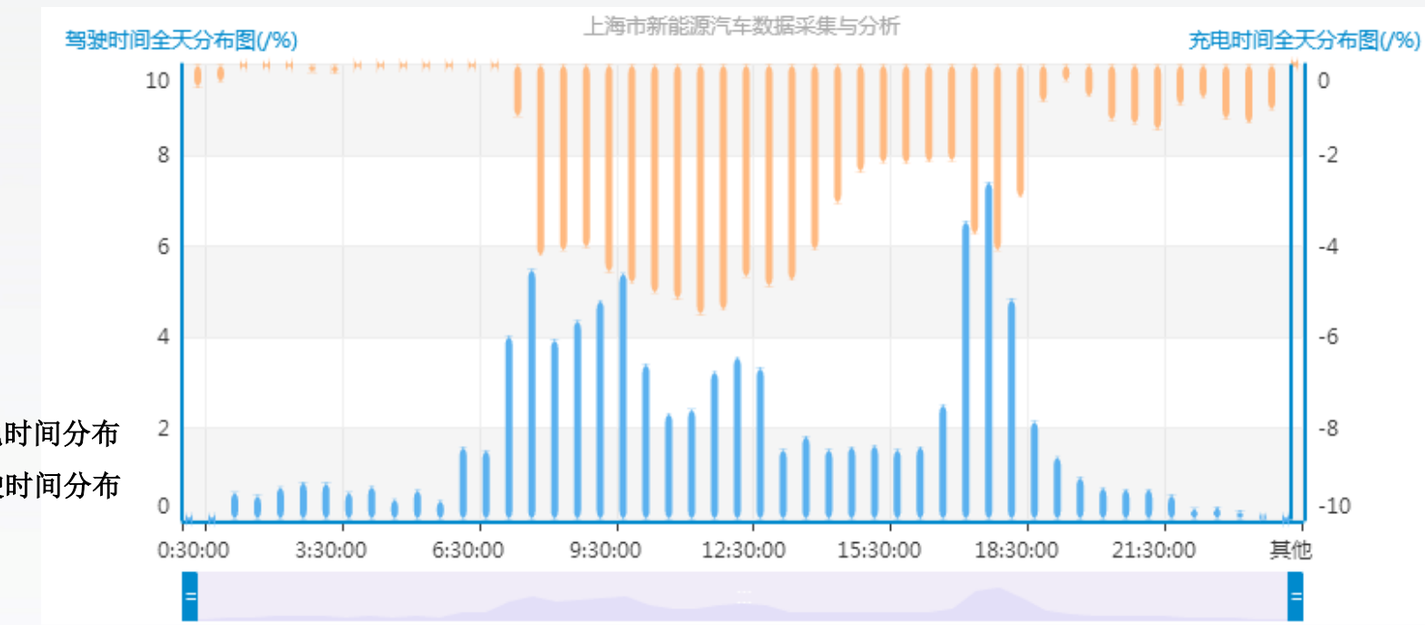
3、电动汽车数据分析研究成果

实际消费者使用最新研究成果——在目前上海家庭充电很少的阶段，消费者实际单次充电时长多数不超过2小时。





数据来源：EVZONE检测的86辆
纯电动汽车消费者数据统计



从消费者的实际充电数据来看，上海消费者绝大部分充电时间不足2小时，并且超过75%的用户充电未充满就直接使用车辆。

对比使用时间和充电时间可以发现，几乎每次使用高峰过后都有一个充电高峰的出现。而中午的使用高峰出现导致实际充电时间不可能太长。

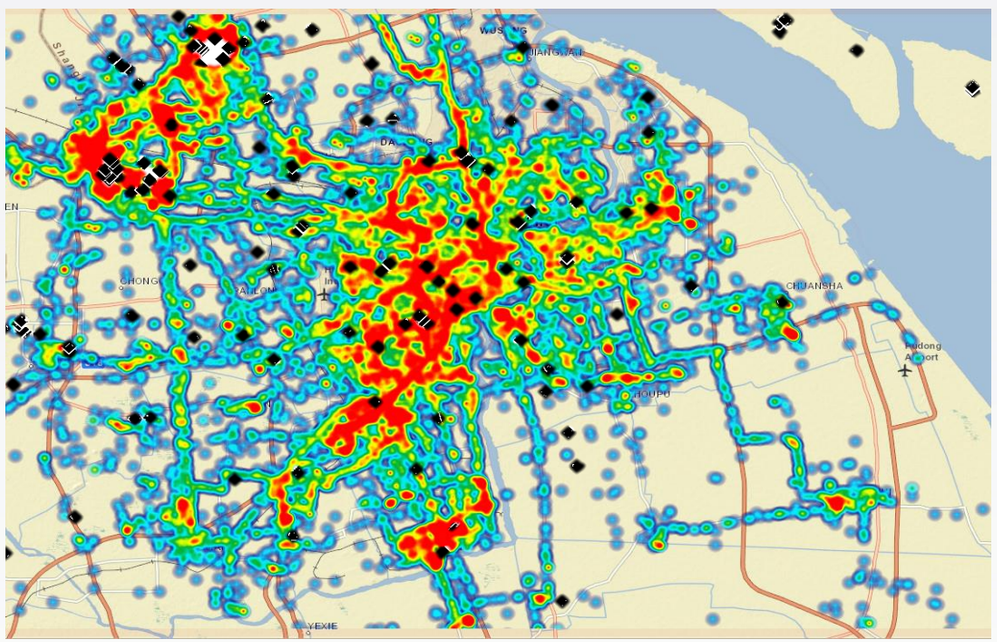
3、电动汽车数据分析研究成果

基础设施匹配分析

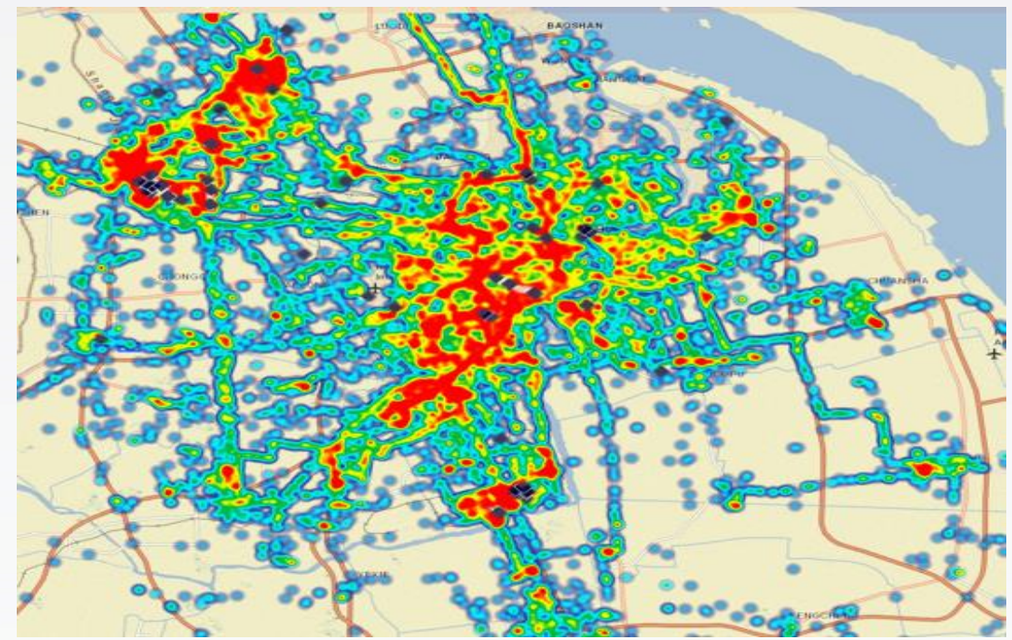
将2013年实际电动汽车活动热点分布图与充电设施群在地图上叠加后发现:

1、上海现有的充电基础设施分布可以基本与车辆活动区域符合

2、但公共充电桩群无论在空间还是数量上，依然需要合理规划与建设



电动汽车实际使用与全部充电设施布局



电动汽车实际使用与全部充电设施布局

丁晓华

上海国际汽车城集团有限公司 新能源事业部

邮箱：dingxiaohua@siac-sh.com

手机：13901879662