

# 电动汽车在美国有目标市场吗？

文 | 益普索 (Ipsos)

Ipsos 的 John Kiser 和 Mark Essery 称，千禧一代提供了最大的机会，但汽车制造商需要针对细分市场进行营销，以增加电动汽车的购买率。

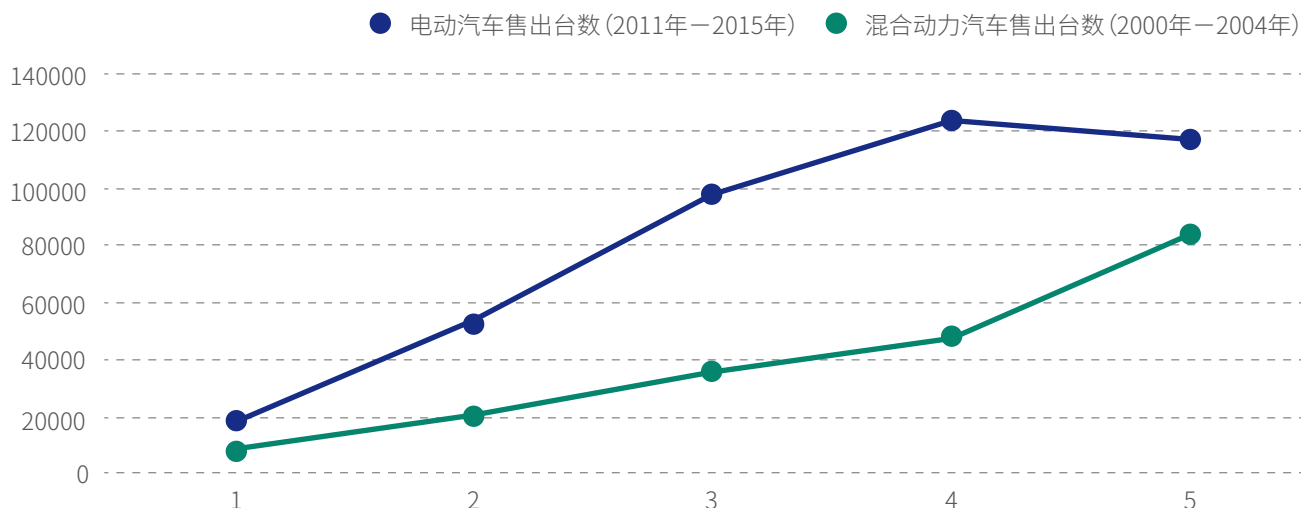


# 电动汽车有目标市场吗？

我们的观点：虽然电动汽车的销售开始一直很缓慢，但 Ipsos 的研究证实，只要针对细分市场进行营销使其吸引力最大化，电动汽车可为 OEM（原始设备制造商）厂商提供巨大商机。此外，通过电池技术的进步和充电站基础设施的扩建，也可以提升消费者对电动汽车的购买潜力。

2016 年，是 OEM 厂商致力于电动汽车生产的一年。福特、通用汽车、大众汽车等主导汽车品牌已宣布计划，在未来 3 - 5 年内向市场推出大量电动汽车——PHEV（插电式混合动力汽车）或 BEV（纯电动汽车）。尽管这可能将由所有汽车的 CAFE 标准（燃料使用效率标准）所驱动，但是主要参与厂商仍然对此高度关注，并给予大量资金支持。即使有可靠的产品，如日产 Leaf 和特斯拉 Model S 等，电动汽车的购买率一直增长得很慢。这是由于一些抑制因素的存在，如各州的规定、充电基础设施的缺乏，以及消费者对里程的关注（里程焦虑）。但是，在推出的头 5 年，电动汽车的购买量要高于混合动力车，后者尚处于起步阶段。

电动汽车 (2011年 - 2015年) 与混合动力汽车 (2000年 - 2004年) 初次普及 (前几年间的百分比变化)



头5年插电式电动汽车与混合动力汽车的销量 [数据来源: 美国消费者联合会 (Consumer Federation of America)]

谁是电动汽车的目标消费者？接受和购买程度如何？Ipsos 在引擎盖下（在幕后）找到了答案。

## 一般市场

330,000  
|  
411,000

自 2008 年以来，美国已有 330,000 - 411,000 辆登记在册的电动汽车。

增长  
11%

目前，在美国，BEV 和 PHEV 汽车的年单位销售量在 2016 年达到近 13 万辆，与 2015 年的 11.65 万辆相比，增长约 11%。

BEV  
销售量  
54%

BEV（占单位销售量的 54%）比 PHEV（占单位销售量的 46%）更受欢迎。

## 电动汽车续航里程的期望与解读

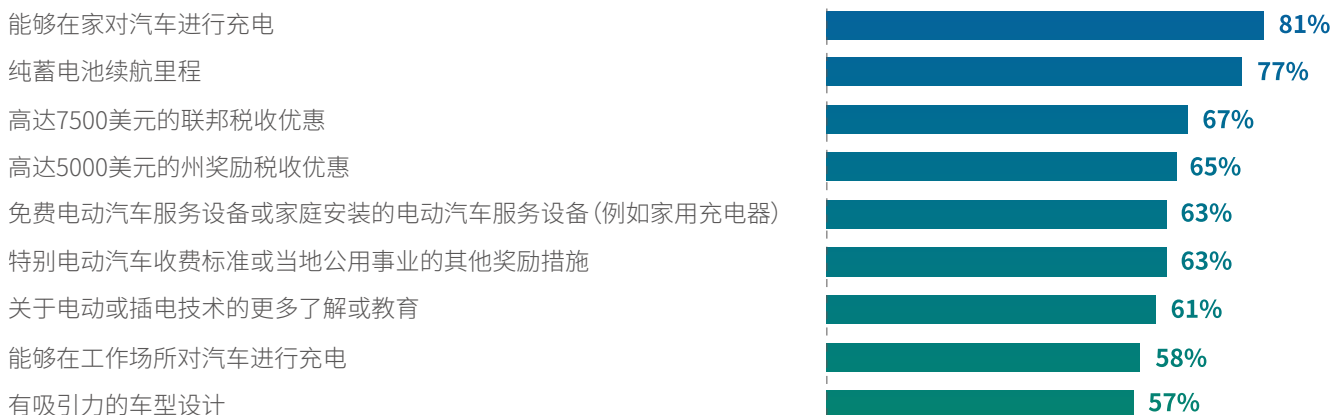
平均而言，人们期望单靠充电蓄电池可行驶 180 英里，而这一续航里程只有某些特定车型可以实现。

PHEV 和 BEV 在续航里程方面的预期是一样的，表明动力系统的差异不明确。

## 燃油成本降低、环境效益是选购电动汽车的最主要原因

- 当被问及哪些因素对于选购电动汽车很重要时，**在家充电（81%）、纯电动续航里程（77%）和税收优惠（67%）**是最常被提到的理由。
- 消费者对设计也很重视：超过一半（**57%**）的受访者提到“**具有吸引力的汽车设计**”最为重要。
- 在加利福尼亚州（占电动汽车保有量的几乎一半），**一人一车**驶入通勤车道的出行方式也被高度推崇。

### 购买PHEV或BEV时考虑事项的重要性



(N=300), 18—74岁的代表性样本, 来自10个零排放汽车州。购买其他发动机汽车需要考虑事项的重要性。满分5分, 重要性依次递减。展示前2项。

## 概念评价

Ipsos 测试了两款最受期待的即将投放市场的电动汽车的概念，以了解消费者对此的反应、定位优化和目标配置。

### 雪佛兰 Bolt

- 一款 2016 年底生产的 2017 年款紧凑型 BEV 车型。雪佛兰 Bolt 的售价为 3.75 万美元至 4 万美元，美国环保局评定的续航里程为 238 英里。
- 设计评论称之为“城市轻型汽车”，似乎是为出租车和共享乘车服务而设计。它的高大、四四方方的顶篷设计提供了超大空间和后座舒适度，加之宽大的后车门让后座乘客容易进出。

### 特斯拉 Model 3

- 特斯拉新款 BEV 运动轿车于 2016 年 3 月正式宣布将于 2017 年第四季度交货。
- 基本车型的定价为 3.5 万美元，宣称的续航里程为 215 英里。
- 截至 2016 年 5 月，特斯拉公布的预售量为 37.3 万台（基础销售潜力为 130.5 亿美元）。

# Ipsos 研究发现

## 雪佛兰 Bolt

关键指标记分卡显示，雪佛兰 Bolt 属于“价格偏低”的典型。

雪佛兰 Bolt 被认为具有高价值，因为其价格低于其宣称的性能。

独特性非常强，表明具有巨大的口碑机会。

一般的可信度和需求满足表明，要使其宣称的性能达到预期水平，方可取得重大的长期成功。

## 特斯拉 Model 3

关键指标记分卡显示，特斯拉 Model 3 属于“热切期望”的典型。

特斯拉 Model 3 很受欢迎，并且消费者对其具有强烈的购买意向，但需求认知并不那么强烈。

独特性高，表明具有巨大的口碑机会。当与强大的营销支持相结合时，这样的概念可以引领潮流指向。

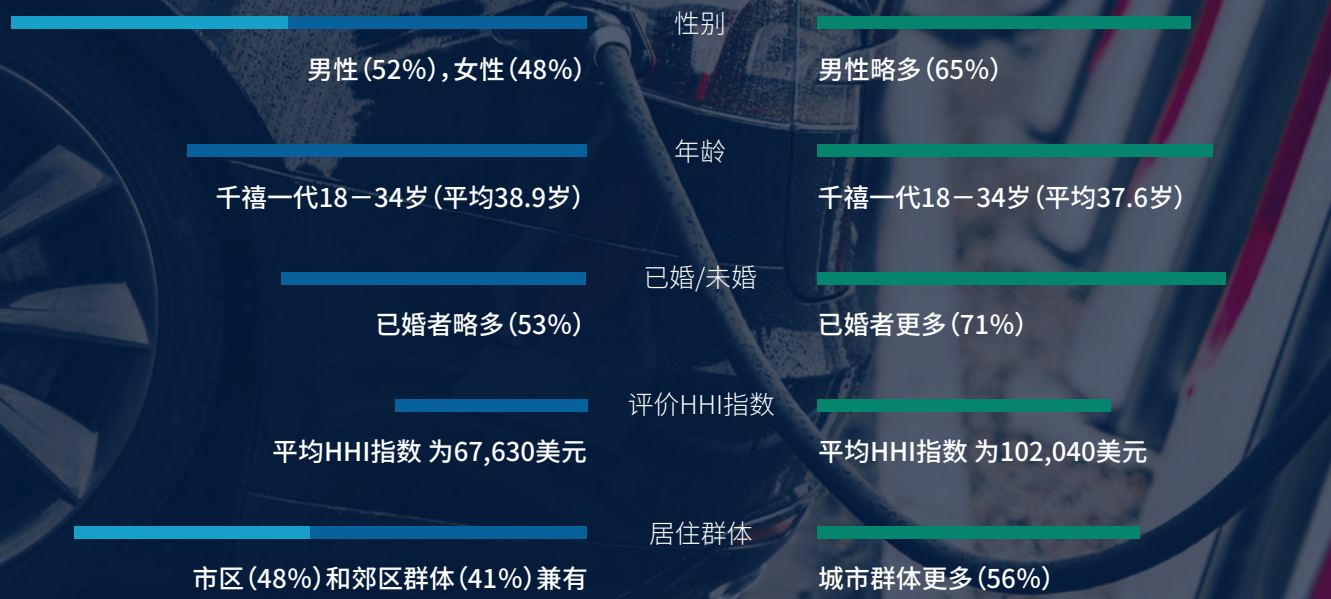
然而，该产品将需要按照所宣称的概念交付。

## 比较：概念意向——人口统计数据

当比较雪佛兰 Bolt 与特斯拉 Model 3 时，数据显示，千禧一代的兴趣很高。这一目标群体对于电动汽车的生产厂商而言是个好兆头，因为他们更了解科技，对新产品很开明，并且具有汽车购买的年龄 / 收入水平。尽管年龄相似，但是目标受众之间存在着重大差异，雪佛兰 Bolt 目标受众更多为中等收入和郊区群体，男女性别间的分配比也比特斯拉 Model 3 更为均匀。

### 雪佛兰 Bolt

### 特斯拉 Model 3



# 比较：概念意向—— PHEV/BEV 考虑的主要因素

意向者寻求的是长续航里程和在家对汽车充电的能力，因此他们对不同品牌汽车的着重考虑方面相似。雪佛兰 Bolt 的意向者会更多地考虑财政奖励（联邦和州）以及是否有免费充电设备。

## 雪佛兰 Bolt

- 高达 7500 美元的联邦税收优惠
- 高达 5000 美元的州奖励税收优惠
- 纯蓄电池续航里程
- 能够在家对汽车进行充电
- 免费电动汽车服务设备或家庭安装的电动汽车服务设备

## 特斯拉 Model 3

- 高达 7500 美元的联邦税收优惠
- 高达 5000 美元的州奖励税收优惠
- 纯蓄电池续航里程
- 能够在家对汽车进行充电
- 能够在工作场所对汽车进行充电

# 比较：最能引起受访者共鸣的 5 大宣传概念

续航里程和安全功能对于雪佛兰 Bolt 和特斯拉的意向者而言都是最重要的，尽管充电速度和增压能力也在特斯拉的意向者之间产生高度共鸣。

## 雪佛兰 Bolt

- 预估每次充电的续航里程超过 200 英里
- 安全性：前方行人预警、前方碰撞预警、车侧盲区预警以及倒车盲点预警
- 传动系：电动汽车，200 马力，266 lb-ft 扭矩，纯电动续航里程超过 200 英里
- 预警环绕立体视觉：4 台摄像机可创建虚拟鸟瞰图
- 使用 240 伏充电器充电 1 小时可行驶 25 英里；9 小时内完全充电

## 特斯拉 Model 3

- 每次充电的续航里程达到 215 英里
- Model 3 的设计旨在达到每一类别中最高的安全等级
- 使用增压器可在 40 分钟内充电 80%
- 可增压

## 总述

Ipsos 认为，电动汽车市场是 OEM 厂商的巨大商机。我们预测雪佛兰 Bolt 和特斯拉 Model 3 都将取得成功，但是两个品牌都需要针对细分市场进行营销使其吸引力最大化。

汽车制造商可以确信以千禧一代为目标人群，他们具有先行购买态度和广泛的技术知识。此外，通过电池技术的进步来提升续航里程，也可以提升消费者对电动汽车的购买意向。厂商还可以推动充电站基础设施扩建，进一步探索在家中更快充电的方式。

汽车制造商应注意，安全和设计等传统功能不容忽视。重要的是要了解消费者的目标需求：经济上的奖励对于中产阶级购买者很重要。

