

# Talking about the Current Situation and Prospects of New Energy Vehicle Marketing

Yujiao TU

## Abstract

With the continuous development and progress of the current society, the continuous innovation of science and technology has prompted people to gradually increase their energy demand. The corresponding clean energy has gradually become a new type of energy that people are seeking. Clean energy can not only help to a certain extent. We can solve the energy problem and also promote the implementation of the current sustainable development strategy. As an important project that currently uses clean energy, energy conservation and environmental protection, new energy vehicles are strengthening the promotion of new energy vehicles and promoting the development of new energy vehicles is of great significance to the current social energy conservation and environmental protection and sustainable development. Next, this paper analyzes the current situation and prospects of new energy vehicle marketing, and talks about the future development prospects of new energy vehicles.

## Keywords

new energy vehicles; marketing status; prospects

## 浅谈新能源汽车营销现状与前景

涂羽娇

眉山职业技术学院, 四川 眉山 620000

**[摘要]** 随着当前社会的不断发展与进步, 科技的不断创新促使着人们对于能源需求的逐渐增加, 相应的清洁能源也逐渐成为了人们所寻求的新型能源, 清洁能源不但能在一定程度上帮助我们解决能源的问题, 还能够促进当前可持续性发展战略的落实。新能源汽车作为当前使用清洁能源, 节能环保的重要项目, 加强新能源汽车的推广力度, 促进新能源汽车的发展对于当前社会的节能环保以及可持续性发展有着十分重要的意义。接下来, 本文就从新能源汽车营销的现状与前景进行分析, 谈谈新能源汽车未来的发展前景。

**[关键词]** 新能源汽车; 营销现状; 前景

**[DOI]** 10.18686/gcjsfz.v1i4.1377

### 一、当前阶段新能源汽车的营销现状以及存在的问题

#### 1、市场表现并不是十分好

对于现阶段的新能源汽车的销售工作来说, 其整体的状态并不是很好。其中非常大的一部分原因都是因为广大的人民群众已经熟悉了以燃油为主要动力的汽车了, 很难在第一时间换为所谓的新能源汽车。而且, 就目前来说, 新能源汽车的受众目标其实是比较的单一的, 目前我国的新能源汽车主要的销售目标是我国的政府部门、出租车公司以及各种事业单位。但是我们都知, 这些企业其实是非常有效的, 因此, 新能源汽车的销售现状其实并不是非常的好。而且, 由

于传统的燃油汽车的存在, 导致目前的人民群众对于其依赖性是非常大的, 一时之间的这种现象也是难以改观的。

#### 2、配套设施薄弱

众所周知, 传统的燃油汽车在社会中的使用是比较普遍的, 其进行维修以及维护的相关配套设施是非常的完善的, 甚至其中的一些小型配套设施, 单一的家庭也是可以拥有的。但是新能源汽车的配套设施与之进行相比的话就要差了很多。例如, 在传统的能源汽车当中利用的是加油站进行补给, 而新能源汽车则是利用充电桩, 加油站随处可见, 但是充电桩往往并不是十分的常见, 甚至难以找到。如果用户买

到了新能源汽车,但没有相应的配套设施进行补给的话,那么新能源汽车的发展未来是十分渺茫的,也就自然不用讨论其发展前景的问题了。

### 3、技术问题

技术方面的问题也是影响新能源汽车营销的一个主要的原因,目前社会中一部分比较熟悉传统燃油汽车的群众如果自己的传统燃料汽车出现了一定的问题的话,其实群众自身就可以解决,但是新能源汽车一旦出现了问题就并非如此了,不仅要到专业的新能源汽车修理场所进行修理,而且这些场所在国内的存在还是比较少的。因此技术问题也是影响新能源汽车销售的一个重大问题。

## 二、新能源汽车营销策略

### 1、国家政策支持

新能源汽车产业相较于传统的汽车行业来说,其更加的绿色环保以及低碳,新能源汽车行业因其独特的优势和特点受到了国家政策的大力支持。随着当前时代的不断进步与发展,人们越来越依赖于交通运输的重要作用,而汽车作为交通运输的主要力量,其重要性不言而喻。传统的汽车所消耗的大都是石油等化石能源,这些能源的不仅存量有限,不可再生,并且在使用的过程中还会产生大量的污染物质,对于我们的环境产生不好的影响。而随着新能源汽车的不断发展,新能源汽车将传统的汽车的优势进一步的扩大,并且将传统汽车的能源劣势加以改进,得到了广泛的认可。我国也不断的加大对于新能源汽车的扶持力度,鼓励新能源汽车的长期发展,增加了新能源汽车领域的财政投入,为新能源汽车的长期、健康、稳定发展保驾护航。

### 2、开辟网络销售渠道

信息技术在当今社会是十分先进和重要的技术,信息技术的发展带来了各行各业的大变革,信息技术的存在实现了各个行业多方面、远程化的便捷管理,电子信息技术与汽车行业相结合促进了当前新能源汽车的发展。随着互联网的不断发展,人们对汽车信息的获取已经从传统的汽车出版物向电子出版物转变。虽然,传统的杂志仍然存在,但是著名的汽车杂志正在逐渐转向电子杂志等形式。并且,随着移动电子终端的普及与使用,人们能够随时随地的掌握一系列有关与汽车的信息,相关的汽车论坛以及汽车网站等也顺应着人们的需求而产生。并且,随着人们对于消费理念的不断更新,互联网的购物以及信息获取成为了当前人们更加喜爱的消费方式。消费者可以通过网络访问引用汽车信息、维修、配件等参数很多类型的数据。

### 3、明确消费对象,加大宣传力度

新能源汽车的销售也需要遵循相应的销售规律,制定相应的销售计划,才能有效的促进新能源汽车的销售提升。因此,在实际的过程中,我们就需要根据新能源汽车实际的情况来制定必要的销售战略,明确当前的销售人群和目标。首先,因能源汽车的售价相较于传统汽车来说较为高昂,而新能源汽车更加的节能与环保,是一个新兴的事物。其次,针对新能源汽车的这些特征,我们可以将新能源汽车的销售人群定位为中高收入的家庭以及青年群体和环保人士。

在实际的销售过程中,相关的销售人员应当积极的宣传国家关于新能源汽车的优惠扶持政策,我们还可以充分利用店内电子屏幕广告和提高新能源汽车的宣传海报,我们还可以使用在线和离线预订试驾,开展测试与奖金和其他活动扩大宣传渠道,所以,绝大多数的消费者了解新能源汽车的优势

和增加他们的购买欲望。

### 4、提高售后服务质量

为了进一步的提升当前新能源汽车的销售力度,提升消费者对于新能源汽车的购买欲望以及使用感受,我们就需要进一步的加强相关销售人员对于汽车销售的服务意识的培养,提升人们售后服务的体验。首先,我们就需要重视培养相关销售人员服务意识的培养,定期进行相应的销售服务培训,并将销售人员的服务与其实际绩效相互联系,促使服务质量的提升;其次,我们还需要重视相关的售后环节,不能在完成销售任务后就忽略了售后服务的重要性,加强对产品售后的重视程度。

## 三、新能源汽车销售的未来发展方向

### 1、产品定位

在实际的工作过程中,必须对产品进行科学的定位,这有利于未来的营销。对于新能源汽车来说,未来的市场营销是要进行科学合理的定位,这是做好这项工作的必然要求。在定位过程中,必须对当前潜在的消费者数据进行有效的定位,以满足实际需求。通过详细分析可以得出:通过观察后可以看出销售新能源汽车在未来将会有一个新的位置,在未来的营销过程中,在应该多数都为25到35岁之间的员工,因此产品必须能够满足25-35岁的中青年消费者的需求和偏好。为了适应实际的需要,未来的营销过程中还可以添加一些时尚流行的色彩。

### 2、产品开发

在产品的开发环节,我们需要重视相关的电池以及其他零配件的回收,增加回收可以帮助减少对环境的破坏和避免污染。同时,在未来的研发过程中,要高度重视电池和DM系统技术的研发,充分理解各种配件的标准化和模块化设计的概念。只有不断地进行技术升级,才能满足实际需要,有效地降低生产成本。

### 3、进一步拓宽渠道

在未来的营销过程中,为了适应实际需要必须不断拓展销售渠道,这是进一步发展的必然要求。对于这方面的情况应该引起重视,在信息技术已经被广泛应用的背景下,我们应该大力发展网络营销模式。如果你想要你的产品卖得好,你就需要大力推销广告。投资和收入直接关系到孩子的不养狼。在政府倡导的“互联网+”时代,汽车产品的营销完全可以与之相关联。

### 结束语

综上所述就是目前为止的新能源汽车的营销现状和前景了,不得不说,与传统的能源汽车的销售进行对比的话,新能源汽车的营销是具有相当明显的劣势的,但是我们始终要知晓的一点是,我国新能源汽车一定是未来的汽车发展趋势。

### 参考文献

- [1]何花.浅析新能源汽车业技术现状与市场前景[J].农家科技(下旬刊),2017(10):340.
- [2]吕龙.新能源汽车技术现状与发展前景分析[J].建筑工程技术与设计,2017(14):5123-5123.
- [3]逢琳.我国新能源汽车政府扶持补贴政策探析[D].北京交通大学,2017.

## 稿件信息:

---

收稿日期: 2019 年 8 月 8 日; 录用日期: 2019 年 8 月 20 日; 发布日期: 2019 年 8 月 28 日

文章引文: 涂羽娇. 浅谈新能源汽车营销现状与前景 [J]. 工程技术与发展.2019,1(4).

<http://dx.doi.org/10.18686/gcjsfz.v1i4>.

### 知网检索的两种方式

1. 打开知网页面 <http://kns.cnki.net/kns/brief/result.aspx?dbPrefix=WWJD> 下拉列表框选择:[ISSN], 输入期刊 例如:ISSN: 2661-3506/2661-3492, 即可查询

2. 打开知网首页 <http://cnki.net/> 左侧“国际文献总库”进入, 输入文章标题, 即可查询 投稿请点击:

<http://cn.usp-pl.com/index.php/gcjsfz/login> 期刊邮箱: [xueshu@usp-pl.com](mailto:xueshu@usp-pl.com)