

# EV 市场化策略研究计划

电动汽车市场化  
研究小组



# 团队成员

## ➤组长

易如 北京大学

环境经济学与政策

## ➤组员

李黎 中国人民大学

人口资源与环境经济学

宋莺 中国人民大学

詹研 北京大学

环境经济学

陈芳 北京大学

环境规划与管理

梁军 北京大学

郑莹 北京大学深研院

环境规划与管理

孙洁 北京大学深研院

环境规划与管理



# 关于我们

我们，  
是一群富有朝气的年轻人；  
我们，  
以年轻人特有的锐利眼光，  
洞察汽车市场的商机；  
我们，  
以年轻人特有的聪明才智，  
囊括汽车市场的信息；  
我们，  
以年轻人特有的谋事策略，  
力握汽车市场的方向。  
我们相信，  
不久的某天，  
电动汽车定会雄领整个汽车市场！！！！



# 研究计划

- 研究内容
- 研究进度



# 研究内容

## 1 背景研究

### 1.1 国际市场分析

通过查阅文献和数据库，调查近十年来世界上各个地区（包括中国）电动汽车行业发展的一些基础数据，包括电动汽车的品牌、销售量变化、销售领域、销售价格变化；同时掌握目前电动汽车技术发展的程度，包括驾驶性能、电池续航能力、安全性等；



## 1 背景研究

### 1.2 中国国情分析

#### (1) 现状分析

- ① 汽车行业发展
- ② 交通能源利用
- ③ 城市空气质量

#### (2) 趋势分析

- ① 良好的政策环境
- ② 难得的历史机遇



# 研究内容

## 2 方法论学习

### 2.1 商业策划书的撰写

通过学习，了解一项商业策划的基本步骤和内容。

### 2.2 市场调查方法

包括调研方案设计、执行、后续分析的一系列方法。



# 研究内容

## 3 市场调查

### 3.1 政府调查

通过访谈等形式，了解目前政府对于电动汽车的政策取向和未来可能的态度。

### 3.2 生产厂家调查

通过访谈等形式，了解目前电动汽车生产厂家的生产能力、销售网点分布、销售策略、产品质量和售后情况。





# 研究内容

## 3 市场调查

### 3.3 消费者调查

通过实地问卷、访谈等形式，了解不同领域的消费者（个体、单位）对电动汽车的了解程度和接纳程度、促使他们购买和拒绝电动汽车的原因、对电动汽车使用的一系列要求。



## 4 问题分析

### 4.1 政策分析

包括国家行业政策分析、法律法规分析，了解电动汽车市场化的政策环境。

### 4.2 产业分析

替代产品产业、潜在进入者、产业内竞争者、供应商，对电动汽车产业环境进行整体分析。

### 4.3 市场分析

结合实地调查的数据，分析电动汽车行业最具有竞争力的领域、以及电动汽车进入市场的最大阻碍。



# 研究内容

## 4 问题分析

### 4.4 优劣势比较

综合以上的分析内容，通过对比电动汽车和普通汽车的各方面条件、消费者对汽车的使用要求、国家的政策环境等，分析电动汽车在长期和短期内的优势和劣势。

### 4.5 市场化策略设计

市场定位、销售策略、产品研发等



# 研究进度



时间	内容	人员分工 (共8人)
3.13- 3.19	背景研究	易、詹——总结电动汽车行业的发展状况 宋——总结中国汽车行业的发展状况 李——总结中国的交通能源使用 郑——总结中国城市空气质量
3.20- 3.26	方法论 学习	陈——商业策划书资料搜集 孙——市场调查方法资料搜集 所有人共同参加学习
3.26- 4.16	市场调查	孙、郑——生产厂家调查 易、詹、陈——消费者调查 宋、李、梁——政府调查
4.17- 5.14	问题分析	孙、郑——市场分析 易、詹、陈——产业分析 宋、李、梁——政策分析 所有人——优势和劣势
5.14- 期末	方案撰写	所有人——最终成文

Thanks!

请老师、各位同学  
多提意见😊

