

# 电动汽车营销与新能源协同发展

许轶群

国网江苏省电力有限公司昆山市供电分公司

DOI : 10. 32629/j pm. v7i 5. 8906

**[摘要]** 在“双碳”目标引领和能源结构转型的大背景下，电动汽车产业与新能源产业、微电网技术的融合发展，已成为推动绿色低碳发展的重要路径。本文立足电动汽车营销实践，结合新能源（光伏、风电等）开发利用与微电网技术的应用场景，剖析三者协同发展的内在逻辑与现存困境，探索基于新能源协同的电动汽车营销创新路径，实现电动汽车推广、新能源消纳与微电网优化的双向赋能。研究表明，电动汽车营销与新能源、微电网的协同发展，既能破解电动汽车充电续航痛点、压缩营销成本，又能促进新能源就地消纳、提升微电网运行效能，助力能源系统向清洁化、智能化转型。

**[关键词]** 电动汽车；营销创新；新能源；微电网；协同发展

## Coordinated Development of Electric Vehicle Marketing and New Energy

Xu Yiqun

Kunshan Power Supply Branch, State Grid Jiangsu Electric Power Co., Ltd.

**[Abstract]** Against the backdrop of the "dual carbon" goals and energy structure transformation, the integrated development of the electric vehicle industry with new energy sectors and microgrid technologies has become a crucial pathway for promoting green and low-carbon development. Drawing on practical experiences in electric vehicle marketing and examining application scenarios involving new energy sources (photovoltaic, wind power, etc.) and microgrid technologies, this paper analyzes the underlying mechanisms and existing challenges of their synergistic development, and explores innovative approaches to electric vehicle marketing based on new energy integration, aiming to achieve mutual reinforcement among EV promotion, new energy utilization, and microgrid optimization. The study demonstrates that coordinated development between electric vehicle marketing, new energy, and microgrids not only addresses key challenges such as charging range limitations and reduces marketing costs, but also enhances local new energy utilization and improves microgrid operational efficiency, thereby facilitating the transition of the energy system toward cleaner and smarter operations.

**[Key words]** Electric vehicles; Marketing innovation; New energy; Microgrid; Collaborative development

### 引言

当前，全球能源转型步入深水区，我国明确提出“双碳”战略目标，推动能源结构向清洁化、低碳化转型已成为不可逆转的发展趋势。电动汽车作为交通领域脱碳的核心载体，近年来产业规模持续扩容，2025年我国新能源汽车年销量达1649万辆，市场渗透率达47.9%，但在营销实践中仍面临续航焦虑、充电不便、消费认知偏差等突出问题，制约了产业的进一步普及。

新能源产业（光伏、风电等）的快速崛起为电动汽车提供了清洁动力支撑，而微电网作为整合分布式新能源、优化能源

配置的关键载体，能够实现新能源与电动汽车充电需求的精准对接。

### 一、电动汽车营销与新能源、微电网协同发展的核心逻辑与应用场景

#### （一）核心协同逻辑

电动汽车营销与新能源、微电网的协同发展，核心是实现“三方赋能、双向共赢”。从能源流维度来看，新能源（光伏、风电）通过微电网完成分布式发电、储能与调度，为电动汽车提供清洁充电电源，降低电动汽车使用成本，同时解决新能源发电波动性、间歇性的短板，实现能源就地消纳；从营销端来

看，新能源与微电网的融合应用，能够有效破解电动汽车充电痛点，丰富营销场景，增强消费者购买意愿，推动电动汽车推广普及；从微电网端来看，电动汽车作为可移动储能单元，可参与微电网调峰填谷，提升微电网运行的稳定性与灵活性，形成“新能源发电—微电网调度—电动汽车充电—电网储能”的良性循环。三者相互支撑、彼此促进，共同构成完整的绿色能源生态体系。

## （二）具体应用场景

1. 社区微电网+电动汽车营销场景：在城市社区搭建分布式光伏微电网，配套建设智能充电桩，实现“光伏发电—储能—充电”一体化运行。例如，充电场站社会投资方在社区场景搭建的微电网系统，通过光伏组件为社区充电桩供电，居民可享受低价清洁充电服务，车企与充电运营商联合推出“充电优惠+购车补贴”组合套餐，降低居民购车与用车成本，同时通过社区社群运营，普及新能源与电动汽车相关知识，提升消费认知水平。

2. 园区微电网+电动汽车营销场景：在产业园区、工业园区构建微电网系统，整合光伏、风电等新能源资源，为园区内电动汽车（通勤车、物流车）提供专属充电服务。企业可与车企开展合作，推出园区专属电动汽车采购方案，结合微电网清洁充电优势，打造“绿色园区+绿色出行”特色标签，同时通过微电网能源管理系统，实现电动汽车充电与园区生产用电的协同调度，降低企业运营成本，推动园区电动汽车普及应用。

3. 乡村微电网+电动汽车营销场景：针对乡村地区新能源资源丰富、充电基础设施薄弱的现状，搭建乡村微电网，利用光伏、风电为电动汽车充电，破解乡村电动汽车充电难题。车企可联合地方政府、能源企业，推出适配乡村场景的低成本电动汽车车型，配套微电网充电设施，同时开展“以旧换新”“充电补贴”等营销活动，结合乡村绿色出行需求，推动电动汽车下沉市场，助力乡村能源转型与乡村振兴战略实施。

## 二、电动汽车营销与新能源协同发展的现存问题

### （一）协同机制不完善，三方联动不足

当前，电动汽车企业、新能源企业与微电网运营企业分属不同行业领域，缺乏有效的协同机制，存在各自为战的现象。电动汽车企业的营销重点集中在产品本身，对新能源与微电网的融合应用重视程度不足；新能源企业侧重发电与并网环节，忽视了与电动汽车营销的有机结合；微电网运营企业缺乏与车企的深度合作，充电设施布局与电动汽车推广节奏不匹配，导致三者的协同效应难以充分发挥。

### （二）充电基础设施布局不均衡，协同营销场景有限

尽管我国充电基础设施数量持续增长，但布局不均衡问题

较为突出，城市核心区域充电桩趋于饱和，而社区、乡村、园区等场景的充电桩覆盖率较低，且多数充电桩未与新能源、微电网深度结合，难以满足消费者的清洁充电需求。同时，协同营销场景较为单一，多集中在充电优惠层面，缺乏对新能源价值、微电网优势的深度挖掘，难以形成差异化营销竞争力，无法有效破解消费者的续航焦虑与购买顾虑。

### （三）消费认知存在偏差，协同价值传播不足

部分消费者对电动汽车的认知仍停留在“续航短、充电难”的层面，对新能源充电的优势、微电网的作用了解较少，普遍认为新能源充电稳定性不足、使用成本较高。同时，企业缺乏对三者协同发展价值的系统传播，未构建完善的传播体系，导致消费者难以感知电动汽车与新能源、微电网协同带来的用车便利与环保价值，严重制约了营销效果的提升。

### （四）政策支持力度不足，协同发展保障不够

目前，我国针对电动汽车与新能源、微电网协同发展的专项政策较为匮乏，现有政策多集中在电动汽车购车补贴、新能源发电补贴等单一领域，缺乏对三方协同发展的引导与支持。例如，微电网建设投入大、投资回收周期长，缺乏针对性的补贴与扶持政策；电动汽车与微电网协同调度的电价机制不完善，难以充分调动企业参与协同发展的积极性，影响了协同营销模式的推广落地。

## 三、基于新能源协同的电动汽车营销创新策略

### （一）构建三方协同机制，强化联动合作

推动电动汽车企业、新能源企业与微电网运营企业建立战略合作伙伴关系，构建“车企+能源企业+微电网运营商”的协同发展联盟。明确三方权责分工，车企负责电动汽车产品研发与营销推广，能源企业负责新能源发电供给，微电网运营商负责充电设施布局与能源调度，实现资源共享、优势互补。例如，车企与充电场站社会投资方等企业开展深度合作，将微电网充电设施纳入电动汽车营销配套服务，推出“购车+充电+能源管理”一体化套餐，提升消费者用车体验。同时，建立协同沟通机制，定期对接各方需求，优化充电设施布局与营销方案，提升三方协同效应。

### （二）丰富协同营销场景，打造差异化竞争力

结合微电网不同应用场景，打造差异化协同营销模式。在社区场景，推出“光伏充电+社区专属车位+购车优惠”活动，配套智能充电管理系统，实现居民充电的便捷化、低成本化；在园区场景，与企业合作推出“企业团购+园区微电网充电”方案，为企业通勤车、物流车提供定制化充电服务，降低企业用车成本；在乡村场景，推出“低成本车型+乡村微电网充电+补贴扶持”组合模式，结合乡村出行需求优化车型配置，破解

乡村充电难题。同时,深度挖掘新能源的环保价值,打造“绿色出行+低碳生活”营销理念,吸引环保意识较强的消费者,形成差异化竞争优势。

### (三) 加强价值传播,提升消费认知

当前消费者对电动汽车与新能源、微电网协同发展的认知偏差,是制约协同营销落地的关键因素,因此需构建全方位、多层次的价值传播体系,精准传递协同发展的核心优势,逐步扭转消费认知误区。一方面,依托新媒体传播矩阵,打造精准化传播内容:通过短视频平台、直播带货、行业公众号等渠道,以通俗易懂的语言讲解新能源充电的经济性、稳定性,拆解微电网调度的工作原理,结合社区、园区等场景的实际应用案例,直观展示协同模式下“低成本充电+环保出行”的双重价值,针对性破解消费者对电动汽车续航短、充电难、新能源充电不稳定的顾虑。另一方面,强化线下场景传播,增强消费者直观体验:在车企线下4S门店、核心充电场站设置协同发展展示专区,通过实物模型、动态演示、工作人员专业讲解等方式,让消费者近距离了解微电网与电动汽车的协同运作流程,亲身感受清洁充电的便捷性与低成本;联合地方媒体、行业协会、环保组织,共同开展“绿色出行进社区、进园区、进乡村”主题活动,通过试驾体验、充电优惠、环保知识宣讲等形式,传递协同发展的低碳价值,提升品牌公信力与消费者认可度,进一步激发消费意愿。同时,建立传播效果反馈机制,及时收集消费者的认知痛点与疑问,动态优化传播内容与形式,确保传播精准高效,逐步提升全社会对三者协同发展的认知水平。

### (四) 借力政策扶持,完善保障体系

政策扶持是推动电动汽车营销与新能源、微电网协同发展的重要支撑,需立足三方协同需求,推动政策优化完善,构建全方位的保障体系,调动企业参与协同发展的积极性。首先,积极对接政府相关部门,呼吁出台三方协同发展专项政策:针对微电网建设投入大、回收周期长的特点,争取政府给予建设补贴、税收减免等扶持政策,降低微电网运营企业的投资成本;推动建立电动汽车与微电网协同调度的专项电价机制,优化分时充电电价,对使用新能源充电的用户给予电价补贴,鼓励消费者优先选择清洁充电,同时保障微电网运营企业的合理收益。其次,完善行业监管与标准体系:联合行业协会,制定电动汽车与新能源、微电网协同营销的行业规范,明确三方权责,规范充电服务质量、营销行为,保障消费者合法权益;推动充电设施与微电网技术标准统一,实现充电设施与微电网的高效对接,提升协同运行效率。此外,企业自身需强化技术研发投入,为协同发展提供技术保障:加大电动汽车续航技术、快速

充电技术的研发力度,优化车型配置,破解续航焦虑痛点;升级微电网储能与调度技术,提升新能源消纳能力与充电稳定性,实现新能源供给与电动汽车充电需求的精准匹配,为协同营销模式的持续推广奠定坚实的技术基础,推动三方协同发展常态化、规范化。

## 四、结论与展望

电动汽车营销与新能源、微电网的协同发展,是推动电动汽车产业高质量发展、促进能源结构转型、实现“双碳”目标的重要路径,能够实现电动汽车推广、新能源消纳与微电网优化的三方共赢。当前,三者协同发展仍面临协同机制不完善、充电设施布局不均衡、消费认知偏差、政策支持不足等问题,需要通过构建三方协同联盟、丰富协同营销场景、加强价值传播、借力政策扶持等措施,推动协同发展模式落地见效。

未来,随着新能源技术与微电网技术的不断升级,电动汽车营销与新能源的协同将更加深入,有望形成“新能源供给—微电网调度—电动汽车消费—储能反馈”的完整闭环。车企应持续创新营销模式,深度融合新能源与微电网优势,充分挖掘协同价值,推动电动汽车产业向清洁化、智能化、规模化方向发展,为我国能源转型与绿色发展提供有力支撑。值得注意的是,电动汽车作为可移动储能单元,其与微电网的协同调度还可进一步提升电网电压稳定性与运行经济性,这也将成为未来协同发展的重要研究方向。

### [参考文献]

- [1]陈清泉,高金燕,何璇,等.新能源汽车发展意义及技术路线研究[J].中国工程科学,2018,20(1):73-80.
- [2]田洪浪.双碳目标背景下我国新能源汽车营销路径探索与研究[J].电子商务评论,2025,14(8):986-992.
- [3]贡文伟,王素文,丁凡,等.双积分政策下考虑创新与销售努力的新能源汽车供应链协调策略[J].工业工程,2025,28(3):1-11.
- [4]中国汽车工程学会.节能与新能源汽车技术路线图[R].北京:机械工业出版社,2016.
- [5]杜祥琬,杨波,刘晓龙,等.中国经济发展与能源消费及碳排放解耦分析[J].中国人口·资源与环境,2015,25(12):1-7.
- [6]欧训民,覃一宁,常世彦,等.未来我国电动汽车能耗和温室气体排放全生命周期分析[J].汽车与配件,2009(13):40-41.
- [7]瞿国春.抓住实现汽车强国战略的重要机遇[J].汽车纵横,2015(8):17-19.