

基于有机整合理论的新能源汽车购买动机研究

张雪 梁庭萱

(中汽信息科技(天津)有限公司,天津 300300)

【欢迎引用】张雪, 梁庭萱. 基于有机整合理论的新能源汽车购买动机研究[J]. 汽车文摘, 2023(11): 29-33.

【Cite this paper】ZHANG X, LIANG T X. Research on Purchase Motivation of New Energy Vehicle Based on Organic Integration Theory [J]. Automotive Digest (Chinese), 2023(11): 29-33.

【摘要】以有机整合理论为理论指引,结合我国新能源汽车消费者购买动机变化,从政策引导、营销与认知形成、概念树立及认知内化,解构外部动机向内部动机转化的过程。分析发现,购买动机主要由外部调节支配,以获得政策补贴为主要调节过程和动因。其次,购买动机由外至内的过程中内化调节受阻,消费者对新能源汽车的认知与接受度均处较低水平。相关建议根据外部调节所涉方面提出。

关键词: 新能源汽车; 购买动机; 有机整合理论

中图分类号: F426.471; F206 文献标识码: A DOI: 10.19822/j.cnki.1671-6329.20220296

Research on Purchase Motivation of New Energy Vehicle Based on Organic Integration Theory

Zhang Xue, Liang Tingxuan

(China Auto Information Technology Co.,Ltd., Tianjin 300300)

【Abstract】Guided by the organic integration theory and combined with the changes in the purchase motivation of new energy vehicle consumers, the process of transformation from external motivation to internal motivation is deconstructed from policy guidance, marketing and cognitive formation, concept establishment and cognitive internalization. The analysis finds that the purchase motivation is dominated by external regulation, the main regulation process and motivation are to obtain policy subsidies. Secondly, the internalization and regulation of purchase motivation are blocked in the process from outside to inside, consumers' cognition and acceptance of new energy vehicles are at a low level. Relevant suggestions are proposed based on the aspects involved in external regulation.

Key words: New energy vehicle, Purchase motivation, Organic integration theory

0 引言

党的十八大以来,绿色发展理念始终是我国经济建设和社会发展的基本原则和政策依据。党的十八届五中全会提出了“创新、协调、绿色、开放、共享”五大发展理念。第七十五届联合国大会首次提出中国要在2030年实现碳达峰、2060年前实现碳中和。此后,在党的十九届五中全会上,双碳目标也被写入了“十四五”规划和2035年远景目标。

在这一大背景下,大力发展新能源车逐渐成为我国汽车行业践行绿色发展理念、从汽车大国迈向汽车强国的重要战略举措。

2012年国务院发布《节能与新能源汽车产业发展规划(2012—2020年)》,明确了我国坚持纯电驱动的战略发展方向。财政部、科技部、工信部、发改委四部委联合出台的《关于继续开展新能源汽车推广应用工作的通知》,为新能源汽车的推广应用提供了强有力的补贴政策支持,我国新能源汽车的发展也逐步进入快车道。

近年来,随着补贴退坡、新冠肺炎疫情的冲击,我国汽车市场的竞争愈发激烈,如何更好地提升消费者对新能源汽车的接受程度和购买意愿,助力新能源汽车高水平发展,成为当下行业的重要研究方向之一。

为了探析消费者对新能源汽车的购买动机,本文通过有机整合理论的研究方法,从政策引导、营销与认知形成、概念树立及认知内化,解构外部动机向内部动机转化的过程,旨在增加消费者对新能源汽车的购买意愿,提升新能源汽车的市场份额。

1 文献回顾

为了进一步激发消费者对于新能源车的购买意愿,研究消费者的购买动机是必要的。同时,有机整合理论和自我决定理论建立了对动机由外而内的转化机制的分析思路,可以成为有效分析新能源车消费者购买动机的研究路径。

1.1 理论概述

对人类行为的研究从未停止过,而认识行为、了解行为背后的驱动力则绕不开对于“动机”的讨论,各流派也从不同的角度给出了阐释。行动动力理论、驱力理论、诱因理论、需要层次理论、认知理论都对“动机”展开过深入的研究。

最初“动机”是一种“本能”,自达尔文提出“本能”的概念,诸多心理学家将行动与“本能”建立联系,其中最具代表性的如弗洛伊德的精神分析理论、马斯洛的需要层次理论都是基于此而形成的假设。但显然,本能理论指向行动者内部系统而忽略了外界环境等影响因素。

此后“动机”成为一种“驱力”,武德沃斯与赫尔是驱力理论的代表人物。该理论下,“驱力”为人类提供力量与能量,从而满足生存中的需求。这一理论的提出将外部刺激引入了动机分析之中,较本能理论有了推进。

认知理论的相关研究将“动机”研究引领至一个新的高度,它不仅关注到了外部动机对内部动机的影响,同时通过对“观念”形成过程的讨论,解释了动机与行为形成、转化等机理。

1.2 自我决定理论

自我决定理论(Self-Determination Theory, SDT)由美国心理学家Deci^[1]等人创立,以积极心理学为基础发展而来的,基于自我决定需要的一种认知理论^[2]。

自我决定理论认为,个体行为是认识个人心理需要与外部环境信息互动中,个体所做出的行动选择^[3]。它强调了个体在整个动机形成、转化过程中的能动作用,重视行为的主动程度与外部环境间的关联性与辩证关系^[4]。

其中,有机整合理论是自我决定理论的一个分支理论,它将动机分为无动机、外部动机和内部动机,并

认为动机是一个不断内化的过程。在此过程中,可分为外部调节、内摄调节、认同调节以及整合调节。前两者可称为控制性动机,个体内化程度较低,动机与行动主要以服从外部规则要求以获得预期行为结果为考量。后两者可称为自主性动机^[5],个体对所做之事有较高的认同感,甚至完全内化。

自我决定理论打破了以往动机理论仅着眼于对动机类型化分而治之的分析方法,建立了对动机由外而内的转化机制的分析思路。同时,有机整合理论对于动机内化研究的连续性视角,为相关研究提供了有益思路。

2 分析方法与研究路径

2.1 有机整合理论分析

有机整合理论在讨论动机由外至内转化的过程中,对外部动机的转化过程进行了详细地解构,认为其不仅有量的差异更有质的区分^[6]。通过外部规制与内在价值内化的统一程度分析动机与意愿的差异性。

该理论将外部动机具体分为了4种类型,其中外部调节个体行为原因来自外部,为获得奖励或避免惩罚而采取行动;内摄调节中个体行为原因多来自外部,基于自尊考虑的行为决定;认同调节中个体认同行为的价值和意义;最终外部规制完全内化,成为整合调节。

2.2 新能源汽车购买动机分析路径

由有机整合理论,结合图1可见,外部动机调节过程的实践与达成是实现内部调节的关键。

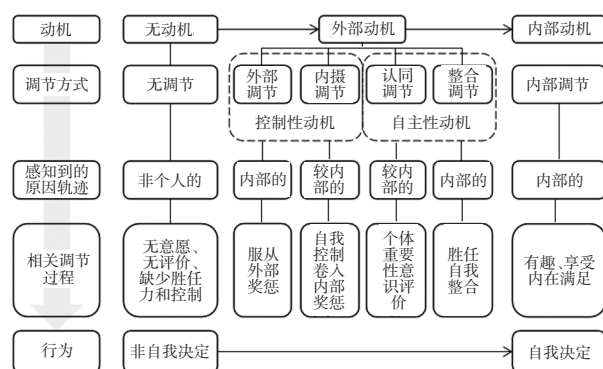


图1 有机整合理论分析框架

由此可知,如若想要提升新能源汽车的推广程度,推动绿色发展理念,提升消费者对新能源汽车的接受程度与购买意愿,则需提升其内部动机水平,而实践这一目标的具体举措则是对外部动机的转化过程的考察与合理推动。

因此,本文基于有机整合理论模型,构建新能源

汽车购买动机分析框架(图2)进一步探究新能源汽车购买过程的外部动机形成与转化过程,发现新能源汽车推广问题与症结现状,并为提升新能源汽车的认同度、购买意愿等提供合理建议。

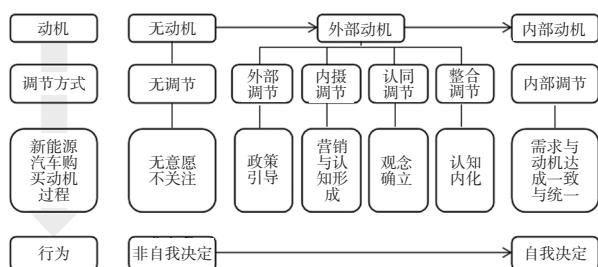


图2 新能源汽车购买动机分析框架

3 新能源汽车购买动机分析

3.1 外部调节——政策引导的成就与偏差

3.1.1 政策成就新能源汽车市场发展

溯源我国新能源汽车的发展可以说是政策引领与不断激励的结果。为了应对资源短缺,缓解环境污染等问题,出台了一系列相关引领政策。

(1)方向性指引政策

国家发展和改革委员会于2004年在《汽车产业发展政策》中就汽车企业积极开展电动汽车、车用动力电池等新型动力的研究和产业化提出要求。2005年国务院政府工作报告中也提出“要鼓励和发展节能环保汽车”。2006年出台的《国家中长期科学和技术发展规划纲要(2006-2020年)》,低能耗与新能源汽车被列入优先主题和前沿技术领域。至此,新能源汽车作为近期汽车产业发展的重要方向被确立。

(2)支持性政策的出台

2009年财政部与科技部联合推出《节能与新能源汽车示范推广财政补助资金管理暂行办法》,对购买新能源汽车的个人及单位给予相应补贴。次年,多部委联合出台《关于开展私人购买新能源汽车补贴试点的通知》,上海等5个城市被确定为试点城市,向购买新能源汽车私人用户提供购车补贴。

(3)限行限购政策的助力

为了缓解城市交通压力,同时兼顾减少排放所带来的污染,自2013年起多个城市纷纷实行了限行限购政策。但这一政策对于新能源汽车却较为宽容,无需摇号即可轻松上牌,也没有限行的约束,相关政策的出台侧面助力了新能源汽车市场的繁荣。在“2022年中国汽车用户特征及需求趋势研究项目”中,项目组就购车动机就行了调研,其中新能源汽车用户因“政

策因素”而购车的占比为17.9%,而传统燃油车用户中这一占比为15.4%,可见新能源汽车在限行限购政策中分得了相当大的红利。

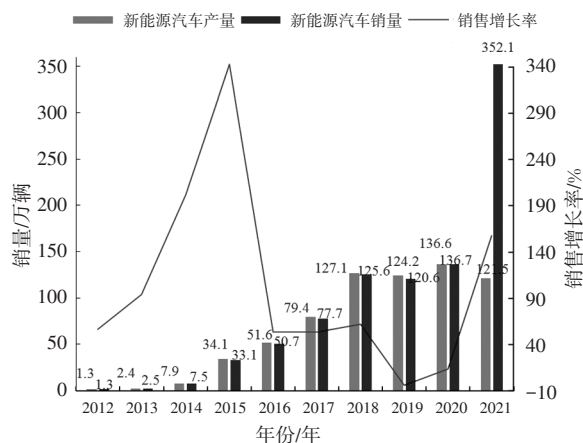


图3 2013—2021年新能源汽车产量销量分析

综上所述,在各种政策的加持下,在过去十年间,新能源汽车的产销量均有明显地增长。由图3可见,2012年新能源汽车销量为1.28万辆,至2021年新能源汽车销量已达到352.1万辆,十年间增长了273倍。

3.1.2 政策两面性致使偏差显现

回顾新能源汽车发展,可深刻地认识到政策所具有的两面性。一方面,政策助力了新能源汽车市场的蓬勃与生机。但另一方面,对于政策,尤其是相关补助政策的过度依赖给新能源汽车市场带来了负面影响。

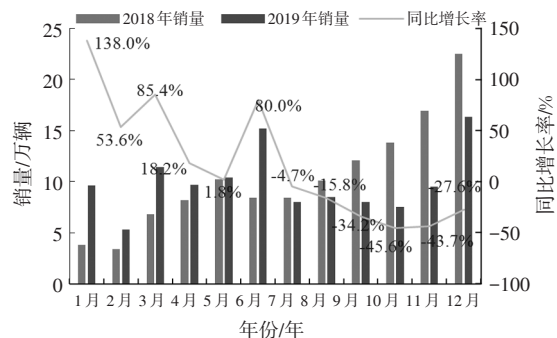


图4 2018—2019年新能源汽车月销量分析

从车企方面来看,政策补贴一度成为导向标,不少新能源汽车企业以获得补贴为目标开展生产活动,甚至还发生了“骗补”的情况,由此而产生的不仅是对补贴资金的大量浪费,同时也曲解了补贴的实际效用,阻碍了新能源汽车技术层面的研究与发展。

从消费者方面来看,政府补贴退坡对消费者购买行为的影响较车企更为明显。2019年财政部、科技部等四部委发文宣布将当年6月25日前划定为新能源

汽车购置补贴政策的过渡期,此后取消给予购置补贴。由图4可见,受到政策刺激,2019年6月在购置补贴政策取消前的最后一月,新能源汽车销量大幅增长,此后销量断崖式下降,同比最高降幅达45.6%,这种颓势一直延续到2020年。

由此看来,在新能源汽车生产与购置的导入期,购买动机主要由外部调节支配,以获得政策补贴(外部奖励)为主要调节过程和动因。

3.2 内摄调节——消费认知的形成与演变

随着新能源汽车技术不断成熟、政策大力推动与媒体广泛传播,新能源汽车市场由政策驱动转向市场拉动,消费者对于新能源汽车的信任度与接受度提升,并逐步形成自己的消费认知。

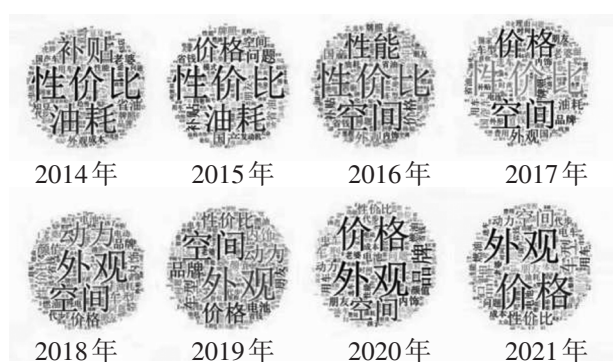


图5 新能源汽车用户购车关注因素词云演化^[7]

毛晓莉等在新近的研究中,通过Python等方法对2014—2021年中国新能源汽车消费者在汽车之家网站关于购车关注因素的评论字段进行词云主题演化分析(图5)。词云图的意义是突出文本中词频较高的词语,词语字体越大证明词频越高。通过图5词云的变化,可以发现消费者对于新能源汽车的购买关注因素和消费需求的演变,而这一变化从更深层揭示了消费者对新能源汽车认知的变化。

汽车企业的营销方向一定程度上影响着汽车用户的消费认知。新能源汽车导入期阶段,购置补贴、降低油耗等基于经济性的宣传最能吸引消费者购买新能源汽车。由此,新能源汽车在消费者心中所营造的第一个认知即为购买新能源汽车是一种经济性的选择。

此后随着新能源汽车科技配置和水平的提升,“智能”成为了各车企的宣传落脚点,如埃安“更聪明的陪伴”、比亚迪“科技·绿色·明天”等。但随着补贴政策退坡,经济性效能削减后,消费者对新能源汽车的关注点与传统能源汽车相较越发趋同,外观、价格、空间成为主导,而新能源优势或深度技术层次指标如“能耗”、“电池”、“辅助驾驶”等方面,并没有受到新能

源用户重视。

就内摄调节而言,新能源汽车消费者并未建立起对新能源汽车的正确认知,与传统能源汽车无差异的关注与认知无疑会制约前者的行业与市场发展方向。

3.3 认同调节——观念树立的分化与壁垒

认同调节是个体将外部动机内化成为自身认同的价值和意义,是由外部动机向内部动机转化的重要过程。就新能源汽车的推广与购买动机提升而言,提升汽车用户对于新能源汽车的接受度与认同度是要解决的核心问题。

3.3.1 新能源汽车接受度分析

为了对不同动力类型汽车用户的再购意向进行调研,开展2022年中国汽车用户特征及需求趋势研究,借此来了解汽车用户对于新能源汽车的接受度与购买意识。

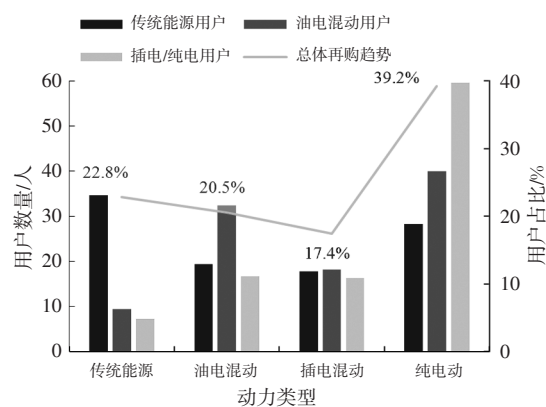


图6 不同动力类型用户再购需求分析

总体而言,如图6可见,不同动力类型的汽车用户对于再购汽车的动力类型选择出现明显差异。传统能源汽车用户有54%的用户选择传统能源或混合动力汽车。混合动力汽车用户更偏好混合动力类型的汽车,有50.6%的用户表示再购会选择混合动力或插电式混合动力汽车。相对而言,插电及纯电汽车用户对新能源汽车接受度最好,近60%的用户再购时考虑购买纯电动汽车。

调研结果表明,由于近年来新能源汽车市场不断渗入,新能源汽车用户数量大幅增加,新能源汽车的接受程度整体有所提升。另一方面,传统能源汽车用户仍有“汽油偏好”,如何提升此部分人群的认同调节是关键。

3.3.2 传统能源汽车用户低接受度原因分析

通过调研发现,传统能源汽车用户对于新能源汽车低接受度的原因主要集中于2个方面。

(1)用户对新能源汽车信任度不足

新能源汽车的发展离不开电池技术的发展,然而行业目前的电池技术水平与消费者预期之间仍有明显的差距。如在动力电池方面,锂电池应用较为广泛,但锂电池存在能量密度与稳定性的天然悖论^[8],兼顾动力性和安全性仍是动力电池研发工作的难题。新能源汽车自燃的案例更是加深了用户对于其电池稳定性与安全性的不信任感。

(2)用户对新能源汽车里程焦虑

用户对于新能源汽车里程焦虑的表现集中于2点:一方面是基于续航里程的焦虑,根据工信部的规范标准新能源汽车电池的能量密度 $\geq 115 \text{ W}\cdot\text{h}/\text{kg}$ ^[9],相较于汽油车 $12\ 000 \text{ W}\cdot\text{h}/\text{kg}$ 的能量密度相差百倍。同时外部低温环境条件对于电池性能的影响明显,缩减续航里程,这也是引起新能源汽车销售“南热北冷”现象的原因之一^[10]。另一方面是由基础设施建设不足而产生的里程焦虑。据统计,截止2022年底,我国新能源汽车保有量为1 310万辆,其中79.7%为纯电动汽车,然而与之相匹配的充电基础设施仅有521万台^[11],远不能满足新能源汽车的充电需求。

由此可见,认同调节过程受阻是影响动机内化通路的主要原因,对新能源汽车刻板印象进行纠正(如技术能力的提升,配套设施的建设),而非直接给予不可持续的经济刺激(如提升购买量而提出补贴政策等)才是消费用户建立认同感的可行路径。

4 结论与建议

借助有机整合理论对新能源汽车购买动机进行多阶段、多角度分析后发现,从新能源汽车导入期基于政策的外部调节,到发展期基于观念的内化调节,购买动机自外向内的转化过程受到多方面因素影响而产生偏差,针对以上问题提出3点建议。

首先,合理政策导向,促进产业健康发展。经过了导入期,新能源汽车产业得到了迅速发展,车辆保有量也大幅提升。下一阶段政策应由横向推广转向纵向扶持科技发展,提升新能源汽车技术水平,给车企提供发展方向指引,从而增强消费者的购买信心。

其次,加强研发力度,探索自主优势技术。政策补贴弱化甚至取消是未来新能源汽车市场的趋势,在这一背景下唯有提升自身的竞争力才能够立足市场。因此,一方面企业应加强自主研发力度,形成具有优势的自主技术高地,另一方面培育消费者群体,向其输出正确的新能源汽车的价值观,协助其了解新

能源相关技术,聚焦新能源特性优势,深化消费者对“新能源”意涵的理解,将内摄调节向内化调节过渡。

最后,树立购买信心,提升绿色环保认同。消费者在新能源汽车经济性的认知上已经树立并达成了共识,但电池技术不完善、续航里程短及相关基础设施不完善是影响消费者购买的主要原因。因此,政府及新能源汽车企业应从以上方面入手,消除消费者担忧,树立其购买信心。另一方面,人与自然是生命共同体,是相互依存的关系,但消费者对环保意识认识不深,环保意识尚未形成,因此,从政府到车企再到相关社会组织都应参与其中,传播环保理念,从深层意识层面推动内化调节。

参 考 文 献

- [1] BREWER J D. Leadership and Organizational Behavior[J]. Anatomische Hefte, 2007, 40(2): 285-393.
- [2] 刘海燕, 闫荣双, 郭德俊. 认知动机理论的新近展—自我决定论[J]. 心理科学, 2003, 26(6): 1115-1116.
- [3] DECI E L, RYAN R M. The general causality orientations scale: Self-determination in personality—ScienceDirect[J]. Journal of Research in Personality, 1985, 19(2): 109-134.
- [4] 暴占光, 张向葵. 自我决定认知动机理论研究概述[J]. 东北师大学报: 哲学社会科学版, 2005(6): 141-146.
- [5] ANDERSON D A, WADDEN T A. Bariatric surgery patients' views of their physicians' weight-related attitudes and practices[J]. Obesity, 2012, 12(10): 1587-1595.
- [6] RYAN R M, DECI E L. Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being[J]. American Psychologist, 2000, 55(1): 68-78.
- [7] 毛晓莉, 施本植. 新能源汽车普通消费者参与的大数据研究——基于文本挖掘和深度学习[J]. 海南大学学报(人文社会科学版), 2022(5): 201-210.
- [8] 岳洪江, 范雨露. 政策执行偏差及其矫正—以南京市新能源汽车政策为例[J]. 重庆交通大学学报: 社会科学版, 2022, 22(4): 37-43, 56.
- [9] 工业和信息化部. 中华人民共和国工业和信息化部公告(2021年第38号)[EB/OL]. (2021-12-20)[2023-08-10]. https://wap.miit.gov.cn/zwgk/zcwj/wjfb/gg/art/2021/art_a023a9ceddaf4eeca2f3eb5a8cf5c35d.html.
- [10] 代迪尔, 张宇辉. 碳中和背景下我国新能源汽车行业的发展机遇与挑战[J]. 海峡科技与产业, 2021, 34(9): 40-43.
- [11] 赵征. 双碳目标下我国新能源汽车发展现状及挑战研究[J]. 商业经济, 2022(8): 46-47.