

新能源汽车行业客户忠诚度的影响因素及提升策略

徐 云

中国人寿保险股份有限公司重庆市万州区支公司 重庆

【摘要】 新能源汽车行业正处于快速发展之中，客户忠诚度成为企业可持续发展的关键因素。研究发现，客户忠诚度受多个因素的影响，包括产品质量、品牌形象、售后服务和价格策略等。尤其在新能源汽车行业，环保理念、政府政策支持及技术创新等外部因素也起到了重要作用。为了提升客户忠诚度，企业应聚焦产品与服务的优化，强化品牌认同感，提升客户体验，并通过合理的价格体系增强市场竞争力。通过精确分析客户需求，制定个性化营销策略，企业可进一步提高客户粘性，推动市场份额的增长。

【关键词】 新能源汽车；客户忠诚度；品牌形象；售后服务；市场策略

【收稿日期】 2025 年 6 月 11 日

【出刊日期】 2025 年 7 月 10 日

【DOI】 10.12208/j.jer.20250311

Factors influencing customer loyalty in the new energy vehicle industry and strategies for improvement

Yun Xu

China Life Insurance Company Limited Wanzhou Branch, Chongqing

【Abstract】 The new energy vehicle industry is in a stage of rapid development, and customer loyalty has become a key factor for the sustainable development of enterprises. Studies have shown that customer loyalty is affected by multiple factors, including product quality, brand image, after-sales service, and pricing strategies. Particularly in the new energy vehicle industry, external factors such as environmental protection concepts, government policy support, and technological innovation also play an important role. To enhance customer loyalty, enterprises should focus on optimizing products and services, strengthen brand identity, improve customer experience, and enhance market competitiveness through a reasonable pricing system. By accurately analyzing customer needs and formulating personalized marketing strategies, enterprises can further increase customer stickiness and promote the growth of market share.

【Keywords】 New energy vehicles; Customer loyalty; Brand image; After-sales service; Marketing strategies

引言

新能源汽车的迅速崛起改变了传统汽车市场的格局，且随着环保意识的提升，越来越多消费者倾向于选择新能源车。为了在这一竞争激烈的行业中脱颖而出，车企不仅需要产品创新上有所突破，更应通过提高客户忠诚度来稳固市场份额。客户忠诚度在新能源汽车行业中不仅仅代表着消费者的购买决策，还涉及到长期品牌效应和消费者口碑的传播。探讨新能源汽车行业客户忠诚度的影响因素及提升策略，对于企业实现可持续发展至关重要。本文将通过分析影响客户忠诚度的关键因素，并提出相应的提升策略，为行业的未来发展提供指导。

1 影响新能源汽车行业客户忠诚度的关键因素

新能源汽车行业正在经历快速增长和变革，客户忠诚度已成为企业竞争力的核心所在。产品质量直接

影响客户的满意度和忠诚度。新能源汽车的核心组成部分如电池、驱动系统以及智能化配置，决定了消费者的使用体验。如果这些核心技术无法满足消费者的期望，消费者的忠诚度将大打折扣^[1]。随着市场上新能源汽车品种的增多，产品的差异化、创新性和适应性变得尤为重要。持续创新和高效的产品研发可以增强消费者对品牌的认同感，从而提升其忠诚度。

新能源汽车行业的售后服务也是影响客户忠诚度的重要因素。与传统汽车相比，新能源汽车的技术复杂度更高，维修和保养成为消费者考虑购买的重要因素。车主对于售后服务的及时性、专业性和质量有着较高的要求，良好的售后服务能够有效提高消费者的满意度并加强品牌黏性。定期的免费检查、便捷的充电网络建设以及车主社区的建设，能够大大提升客户的忠诚度。售后服务的个性化也逐步成为行业发展的趋势，通

过大数据分析了解消费者的需求,提供更加精准的服务,能增强客户对品牌的依赖和信任。

外部环境因素如政府政策、市场竞争以及社会对环保的关注也在很大程度上影响客户的忠诚度。政府对新能源汽车的补贴政策、税收优惠和环保法规的实施,直接影响消费者的购买决策和长期使用体验。品牌如何应对政策变化,如何利用政策的有利因素吸引消费者,将在市场竞争中占据有利位置。新能源汽车的环保理念和社会责任感也越来越被消费者重视,品牌通过社会责任项目的积极参与,不仅能提升品牌形象,还能增加消费者对品牌的忠诚度。

2 产品与服务优化对客户忠诚度的提升作用

产品与服务的优化是提升新能源汽车客户忠诚度的关键手段。产品方面,新能源汽车的核心竞争力主要体现在续航里程、电池技术和智能化系统。续航里程是消费者购买新能源汽车时考虑的最重要因素之一,尤其是在一些大城市,长途驾驶的需求较为普遍。企业通过技术创新,不断提高电池的续航能力和充电效率,将能够有效提升消费者的使用体验和满意度。充电便利性、快速充电技术的提升也直接关系到消费者是否会长期选择该品牌。

智能化功能的不断优化已经成为提升新能源汽车产品吸引力的关键因素之一。随着科技的发展,消费者对车辆智能化的需求不断提高,从自动驾驶、智能导航到车联网、语音助手等,这些功能正逐步成为消费者在选购新能源汽车时的必备选项。智能化不仅仅是提升用户体验的工具,它还直接影响消费者对品牌的忠诚度^[2-6]。企业通过不断研发和升级智能硬件与软件系统,提升车辆的智能化水平,可以让消费者在驾驶过程中享受到更加便捷、安全和舒适的体验。自动驾驶技术可以为消费者提供更高的安全保障和驾驶便利,而车联网功能则可以增强车主与车辆的互动,提供实时路况信息及个性化的出行建议。

服务方面,消费者对于新能源汽车品牌的忠诚度与品牌在售后服务中的表现密切相关。新能源汽车与传统燃油车的维护有所不同,需要更专业的技术支持。充电设施的布局、维修和保养的便捷性、定期的免费检查等,都是消费者在选择品牌时考虑的重要因素。优质的售后服务不仅可以提升消费者的满意度,还能够增强客户对品牌的信任度。品牌可以通过数据化手段进行精准营销,根据用户的使用数据为其提供个性化的服务,增加消费者对品牌的依赖,进而提升忠诚度。

3 品牌形象与客户忠诚度的关系

品牌形象在消费者购买决策中占据着至关重要的地位,尤其在新能源汽车行业中更为突出。消费者对品牌的认知不仅仅基于广告宣传或市场推广,还包括对品牌文化、企业社会责任以及产品质量的整体评估。环保理念,作为新能源汽车的核心价值之一,在塑造品牌形象时发挥着重要作用。越来越多的消费者关注生态环境的可持续发展,而新能源汽车作为一种环保出行方式,逐渐成为大众认同的选择。通过传播其环保理念和绿色制造过程,新能源汽车品牌能够有效地增强与消费者之间的情感连接^[7]。这不仅帮助品牌提升市场影响力,还能够增加消费者对品牌的认同感和忠诚度。企业在展现其社会责任感时,能够进一步赢得消费者的信任,尤其是对那些关注环保、社会可持续发展的消费者群体而言,品牌的社会责任形象与个人价值观的契合性决定了他们对品牌的忠诚程度。

品牌形象的差异化在新能源汽车市场中的重要性日益增加。消费者对品牌的需求日益多样化,品牌通过精准的市场定位差异化,能够有效吸引特定目标群体。不同品牌通过突出核心竞争力,如性能、科技感、外观设计或环保特性,满足消费者个性化需求。部分品牌侧重智能化和高性能,吸引年轻消费者和科技爱好者;而另一些则注重舒适性、续航和环保,吸引注重生活品质和环保理念的群体。准确的市场定位不仅帮助品牌与目标群体建立紧密联系,还让消费者在选择中更倾向于认同品牌的价值观。正是这种差异化的品牌塑造,使得品牌能够在激烈竞争中脱颖而出,提升客户忠诚度,确保长远的发展。

口碑传播在品牌形象与客户忠诚度之间起着桥梁作用,尤其是在信息化和社交媒体日益普及的今天,消费者的购买决策往往受到他人意见和评价的强烈影响。新能源汽车的口碑效应是通过消费者的推荐、评价和社交媒体传播形成的,当品牌通过高质量的产品和卓越的服务赢得用户的好评时,口碑效应会迅速在消费者之间扩散。这种正向的口碑不仅能吸引潜在客户,帮助品牌扩大市场份额,也能在现有客户群体中增强忠诚度。口碑传播具有长期性和广泛性,一旦品牌在市场上建立起良好的口碑,它便能在消费者之间形成深远的影响,从而推动新客户的购买决策以及老客户的品牌忠诚。当消费者信任品牌并受到他人积极评价的影响时,他们对品牌的忠诚度会显著增加,这也为品牌在竞争中获得优势提供了有力支持。

4 定制化市场策略与客户忠诚度的提升路径

定制化市场策略是新能源汽车行业提升客户忠诚

度的关键手段之一。消费者的需求越来越倾向于个性化,企业通过提供定制化的产品和服务,能够精准满足消费者的多样化需求,从而增强他们对品牌的忠诚度。在产品方面,消费者可以根据自身的喜好和需求选择外观、性能和内饰等个性化配置,这种灵活的选择提升了他们的购买体验。当消费者能够参与到车辆设计或配置的过程中时,不仅能够增加他们的满足感,还能通过个性化产品的独特性增强对品牌的情感认同,进而提高品牌忠诚度。这种定制化的满足方式也为企业赢得了与消费者的深厚关系,使其在竞争激烈的市场环境中脱颖而出。

定制化的市场营销策略对于增强客户忠诚度也具有重要作用。通过大数据技术的应用,企业能够精准捕捉不同消费者的行为习惯、购买偏好以及用车需求,从而设计出个性化的营销方案。新能源汽车品牌可以根据消费者的驾驶习惯、环保偏好、甚至是具体的地域差异,为其提供量身定制的服务和产品套餐。这种个性化的营销策略能够使消费者感到品牌对其需求的深刻理解,并在情感上与品牌建立起更紧密的联系。当消费者感受到品牌的关怀和适配时,便会增加其对品牌的忠诚度,在未来的购买决策中更愿意选择与其建立长期关系的品牌。

在售后服务领域,定制化服务同样能够有效提升客户的忠诚度。新能源汽车具有较为特殊的使用要求,个性化的服务能够帮助企业与消费者建立更加紧密的关系。企业可以根据车主的驾驶里程、使用环境、习惯等因素,定制化地提供适应性更强的维护和保养方案^[8]。这不仅能延长车辆的使用寿命,还能有效提高车主的满意度。定期与消费者进行沟通,了解他们的使用体验和需求,企业能够通过这种互动不断改进产品与服务,进一步增强消费者的品牌依赖感。通过精细化的售后服务,企业可以在售后环节中营造更高的价值体验,从而提高客户对品牌的信任与忠诚,推动长期的品牌忠诚度增长。

5 结语

新能源汽车行业的快速发展离不开客户忠诚度的

提升。通过不断优化产品质量、服务体验及品牌形象,企业能够在激烈的市场竞争中脱颖而出。智能化功能的不断创新、定制化的市场策略以及精准的品牌定位,都是提升客户忠诚度的有效手段。政府政策的支持和环保理念的倡导也为行业的可持续发展提供了强有力的推动力。企业应深刻认识到,提升客户忠诚度不仅仅是增加销售的手段,更是品牌长期发展的核心动力。通过不断满足消费者的个性化需求并赢得其信任,新能源汽车品牌能够稳固市场地位,推动行业迈向更加绿色、智能的未来。

参考文献

- [1] 宋涛,苏铮,王利刚,等.新能源汽车制造技术变革下的高端数控机床发展综述[J/OL].制造技术与机床,1-12[2025-07-10].
- [2] 郭涛,姜智文.新能源汽车下乡有何新变化[N].经济日报,2025-07-10(011).
- [3] 孙维伟,任广娇.网约车行业新能源汽车保险的满意度与忠诚度研究[J/OL].天津理工大学学报,1-11[2025-07-10].
- [4] 高致远.基于人机交互的新能源汽车智能网联系统设计[J].太阳能学报,2024,45(12):685.
- [5] 钟志坚.新能源汽车智能化发展前景展望[J].太阳能学报,2024,45(12):689.
- [6] 龚梦泽.2024年新能源汽车业开足“智引擎”“竞”“智”“新”重塑产业新生态[N].证券日报,2024-12-31(B02).
- [7] 蔡彩茵,刘素怡,张倩.新能源汽车动力电池回收的标准化研究[J].标准科学,2024,(S2):116-123.
- [8] 陈至豪.新能源汽车市场中消费者行为与营销策略的互动分析[J].现代商业,2024,(24):64-67.

版权声明: ©2025 作者与开放获取期刊研究中心(OAJRC)所有。本文章按照知识共享署名许可条款发表。

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

