

B 题 电动汽车的推广策略

自2009年以来，中国已连续成为世界机动车产销大国。机动车污染已成为我国空气污染的重要来源。从2013年起，中国就已推行机动车排放标准升级，加速淘汰高排放车辆，大力发展新能源车，推动车用燃料清洁化，积极倡导“绿色出行”理念。为推动电动汽车有序发展，财政部、工业和信息化部、科技部以及发展改革委推出了一系列电动汽车财政补贴政策，比如，消费者在2021年至2022年期间购买的电动汽车免征车辆购置税。尽管如此，相对于燃油汽车，电动汽车的市场占有率仍较小。

请你们团队结合实际情况，建立数学模型研究下列问题：

(1) 分析影响消费者购买电动汽车的相关因素，并对影响因素的重要程度排序。

(2) 充电桩的布局直接影响到电动汽车充电的便利性，从而影响电动汽车的推广。以上海市为例，在市区布局充电桩手续烦琐且成本高（比如，需要考虑到社区、消防等因素）。因此，运营商更倾向于在郊区布局充电桩，从而造成了充电桩的空间不匹配问题，请同学们建立模型，解决空间不匹配问题。

(3) 结合上述分析，为政府大力推广电动汽车提供对策与建议。

提示：相关数据可查询中国充电联盟网站（<http://www.evcipa.org.cn/>）或者其他相关网站。