



电动汽车品牌口碑调查报告

撰写：2017年12月

报告目录

- 项目研究概况
- 品牌知名度分析
- 品牌美誉度分析
- 品牌口碑分析
- 主要调查结论



第一部分：

项目研究概况

研究背景

- 在“中国制造2025”国家规划基础之上，2016年汽车行业正式对外发布了“节能与新能源汽车的技术路线图”。按照技术路线图目标，到2030年中国新能源汽车的产销量应该达到百分之四十以上。
- 2017年9月，《乘用车企业平均燃料消耗量与新能源汽车积分并行管理办法》正式出台。在该政策的推动下，未来两年我国新能源车进入快速发展阶段，未来电动汽车将爆发式增长。

研究目的

- ✓本次研究分为两部分，一部分为品牌知名度与美誉度研究，另一部分为品牌口碑研究。所涉及的所有访问，均以第三方研究公司名义进行，确保研究结果的客观性。
- ✓品牌知名度与美誉度研究，旨在了解当前市场纯电动汽车与低速电动汽车品牌在品牌知名度方面的比较，同时了解消费者对不同品牌价值的接受程度。
- ✓品牌口碑研究，核心目的是客观评估消费者在价格、动力、续航以及空间等方面对当前市场纯电动汽车与低速电动汽车品牌各车型的口碑。

网络问卷调查：

网络问卷调查即通过网络邀请参与回答问卷以获取市场信息的一种调查方式，属于在线调查的一种。

网络问卷调查的主要特点：

- ◆可靠性：网络突破了时空的限制，使得调研范围更广阔，能采集更多的数据，有利于后台处理分析出更可靠的结果。
- ◆良好的存储性：采集的大量数据统一存储于数据库中，能被有效的保存及管理，避免丢失或被窃取等现象。
- ◆匿名性：调查对象不需要与调研者面对面地交流接触，使得调查更具有匿名性，更符合广大群众的隐私心理。

•本次研究的调查访问，从全国私家车主数据库中，随机抽样，最终接触数据库名单为4976个，总计成功样本1864个。数据接触情况如下：

来源渠道	答卷	访问数	完成率
网络问卷	1864	4976	37.46%
其中:纯电动汽车	1864	4976	37.46%
低速电动汽车	1864	4976	37.46%

通过本次访问对所有名单的接触情况来分析，主要说明如下：

- 1、本次访问采取的是随机抽样，覆盖全国地区；
- 2、本次访问基于全国私家车车主数据库，未设置行业其他配额。

- 本次研究的调查访问，从全国私家车主数据库中，随机抽样，最终接触数据库名单为4976个，总计成功样本1864个。成功样本分布在全国超过30个省份及直辖市，样本具体区域分布如下：

样本区域分布表

地区	有效问卷数	访问数	接触率	地区	有效问卷数	访问数	接触率
广东	338	770	43.90%	陕西	32	102	31.37%
北京	172	520	33.08%	重庆	32	68	47.06%
江苏	148	336	44.05%	四川	28	42	66.67%
上海	148	376	39.36%	吉林	28	56	50.00%
山东	124	296	41.89%	黑龙江	24	56	42.86%
湖北	84	196	42.86%	云南	20	40	50.00%
河北	80	268	29.85%	新疆	8	20	40.00%
浙江	80	236	33.90%	甘肃	8	68	11.76%
辽宁	72	200	36.00%	贵州	8	36	22.22%
江西	64	164	39.02%	内蒙古	8	12	66.67%
河南	64	192	33.33%	青海	4	24	16.67%
湖南	60	176	34.09%	西藏	4	12	33.33%
安徽	52	140	37.14%	香港	4	8	50.00%
福建	52	140	37.14%	台湾	0	4	0.00%
广西	48	206	23.30%	澳门	0	3	0.00%
天津	40	92	43.48%	宁夏	0	13	0.00%
山西	32	104	30.77%				

•样本属性

- 年龄
- 性别
- 家庭年收入

•品牌知名度

- 品牌提及率
- 多选题

•品牌美誉度

- 品牌推荐率
- 单选题

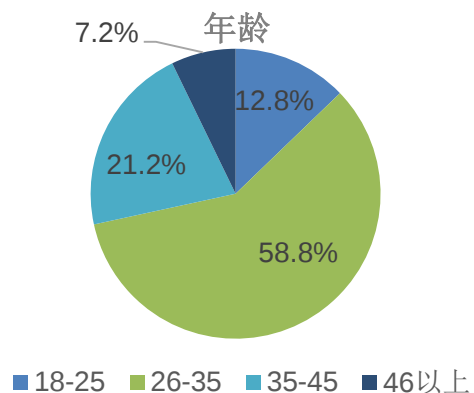
•车型口碑

- 价格评分
- 动力评分
- 续航评分
- 空间评分

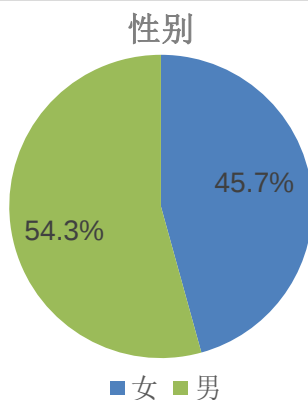


总体口碑
评分

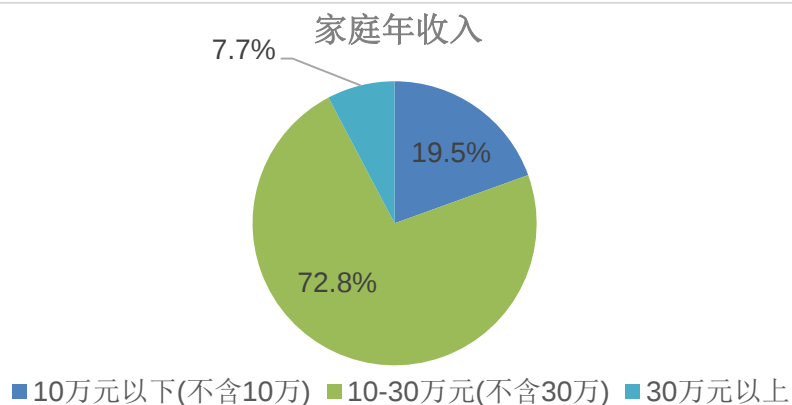
样本属性



所有样本中，26-35岁年龄段占比最高，为58.8%，其次为35-45岁年龄段，为21.2%。18-25岁和46岁以上分别占比为12.8%和7.2%。



所有样本中，男性占54.3%，女性占45.7%。



所有样本中，家庭年收入10-30万元（不含30万）占比最高，为72.8%，其次10万元以下(不含10万)，为19.5%，家庭年收入30万元以上占7.7%。



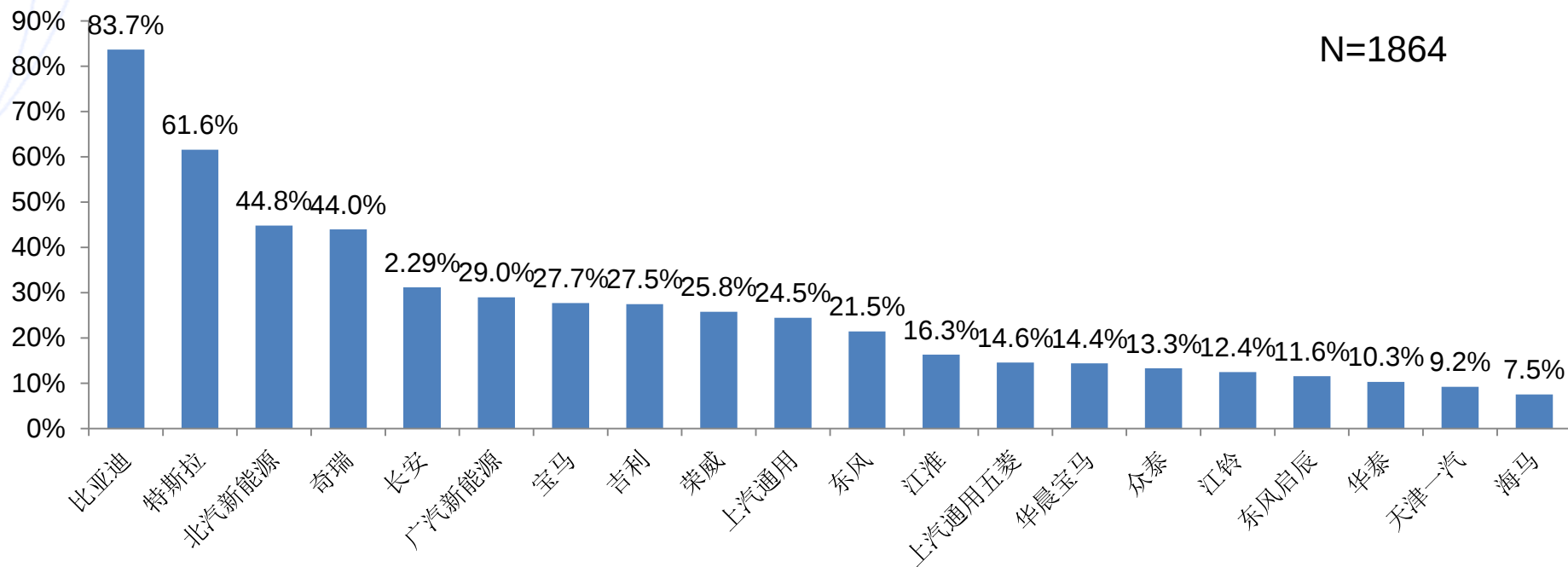
第二部分：

品牌知名度研究

纯电动汽车品牌知名度分析

本次调查中知名度部分题目为多品牌混合多选题，主要考察品牌选择率，一定程度上能反映该品牌的市场占有率。纯电动汽车部分共调查**26**个品牌，其中国产&合资品牌**24**个，外资品牌**2**个。

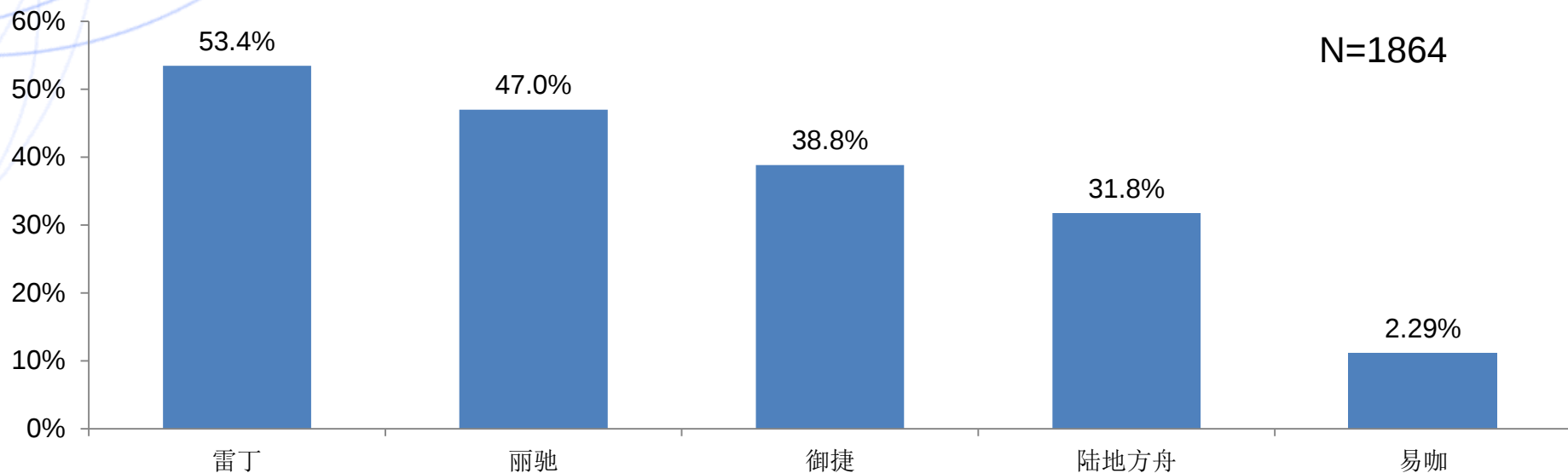
通过对**1864**个成功样本的分析，排名前三甲的分别为：比亚迪占比**83.7%**，特斯拉占比**61.6%**，北汽新能源占比**44.8%**。国产纯电动汽车品牌知名度明显高于合资品牌。



低速电动汽车品牌知名度分析

低速电动汽车部分共调查5个品牌，全部为国产品牌。

通过对1864个成功样本的分析，排名前三甲的分别为：雷丁占比53.4%，丽驰占比47.0%，御捷占比38.8%。



各样本属性与纯电动汽车品牌知名度交叉分析

通过全部1864个样本的年龄段、性别和家庭年收入属性与纯电动汽车品牌知名度的交叉分析可以看出，不同属性人群对同一纯电动汽车品牌知名度的认知差异不明显，但在各品牌知名度之间的差异明显，各样本属性中认知度前三的品牌如下表中红色数字所示，主要集中于特斯拉、比亚迪、北汽新能源和奇瑞。

样本属性	18~25	26~35	36~45	46及以上	男	女	10万元以下	10万-30万元	30万元以上
特斯拉	65.70%	61.10%	61.40%	58.80%	63.40%	59.40%	58.60%	62.30%	62.50%
比亚迪	85.20%	82.90%	84.30%	85.30%	84.30%	83.00%	82.20%	84.30%	81.90%
北汽新能源	47.50%	44.80%	45.20%	39.70%	44.70%	45.10%	46.10%	43.70%	52.80%
奇瑞	44.10%	42.90%	46.50%	45.60%	41.90%	46.50%	41.10%	44.50%	46.50%
长安	34.30%	31.80%	30.60%	22.10%	30.30%	32.00%	33.10%	31.20%	25.70%
天津一汽	7.60%	8.90%	9.80%	12.50%	9.20%	9.30%	10.30%	8.80%	11.10%
上汽通用	28.00%	24.00%	23.70%	24.30%	24.70%	24.20%	23.30%	25.10%	21.50%
江淮	11.00%	16.70%	18.20%	16.90%	16.10%	16.50%	15.80%	17.20%	9.00%
吉利	26.30%	27.20%	28.80%	27.90%	26.00%	29.20%	26.90%	27.70%	26.40%
荣威	25.80%	26.60%	23.50%	25.70%	25.30%	26.30%	26.70%	25.40%	26.40%
东风	24.20%	20.10%	23.70%	21.30%	21.60%	21.20%	19.70%	21.50%	25.00%
华泰	11.40%	10.10%	11.40%	6.60%	9.90%	10.80%	13.60%	9.40%	10.40%
众泰	16.10%	13.80%	9.30%	16.20%	14.50%	11.90%	14.40%	12.70%	16.00%
广汽新能源	30.90%	28.10%	30.80%	27.20%	30.90%	26.60%	31.40%	28.10%	31.30%
上汽通用五菱	13.60%	15.00%	14.60%	13.20%	16.40%	12.40%	13.90%	15.00%	12.50%
风神	8.10%	6.80%	5.60%	6.60%	6.40%	6.90%	4.20%	7.00%	9.70%
云度	3.00%	3.10%	3.00%	5.10%	3.20%	3.30%	1.10%	3.50%	5.60%
知豆	6.80%	7.10%	5.60%	5.90%	7.00%	6.20%	7.20%	6.50%	6.30%
宝马	27.50%	27.80%	27.80%	26.50%	27.60%	27.80%	30.00%	27.10%	27.80%
华晨宝马	16.10%	13.90%	13.40%	18.40%	15.90%	12.60%	12.80%	14.50%	17.40%
腾势	4.70%	5.60%	5.10%	2.90%	5.00%	5.30%	4.40%	4.90%	9.70%
江铃	12.30%	13.10%	11.40%	10.30%	13.00%	11.70%	9.40%	13.40%	11.10%
东风启辰	8.90%	11.30%	13.40%	13.20%	11.90%	11.30%	12.80%	10.90%	15.30%
康迪	2.50%	2.80%	2.80%	2.90%	2.90%	2.70%	2.50%	2.90%	2.10%
海马	4.70%	8.30%	8.10%	4.40%	7.20%	7.90%	8.10%	7.30%	8.30%
四川野马	3.80%	2.00%	3.30%	2.90%	2.70%	2.50%	3.10%	2.60%	1.40%

各样本属性与低速电动汽车品牌知名度交叉分析

通过全部1864个样本的年龄、性别和家庭年收入属性与低速电动汽车品牌知名度的交叉分析可以看出，不同属性人群对同一低速电动汽车品牌知名度的认知差异不明显，但在各品牌知名度之间的差异明显，各样本属性中认知度前三的品牌如下表中红色数字所示，主要集中于雷丁、御捷和丽驰。

样本属性	18~25	26~35	36~45	46及以上	男	女	10万元以下	10万-30万元	30万元以上
雷丁	56.80%	51.60%	54.80%	58.10%	53.60%	53.30%	52.50%	52.50%	64.60%
御捷	37.30%	38.60%	39.60%	41.20%	38.00%	39.80%	40.30%	38.70%	36.80%
丽驰	47.90%	46.60%	48.20%	44.90%	47.70%	46.10%	49.40%	46.60%	44.40%
易咖	14.00%	10.50%	10.40%	14.00%	11.90%	10.30%	10.60%	11.00%	14.60%
陆地方舟	31.80%	31.40%	34.30%	27.20%	31.80%	31.70%	33.30%	31.00%	34.70%

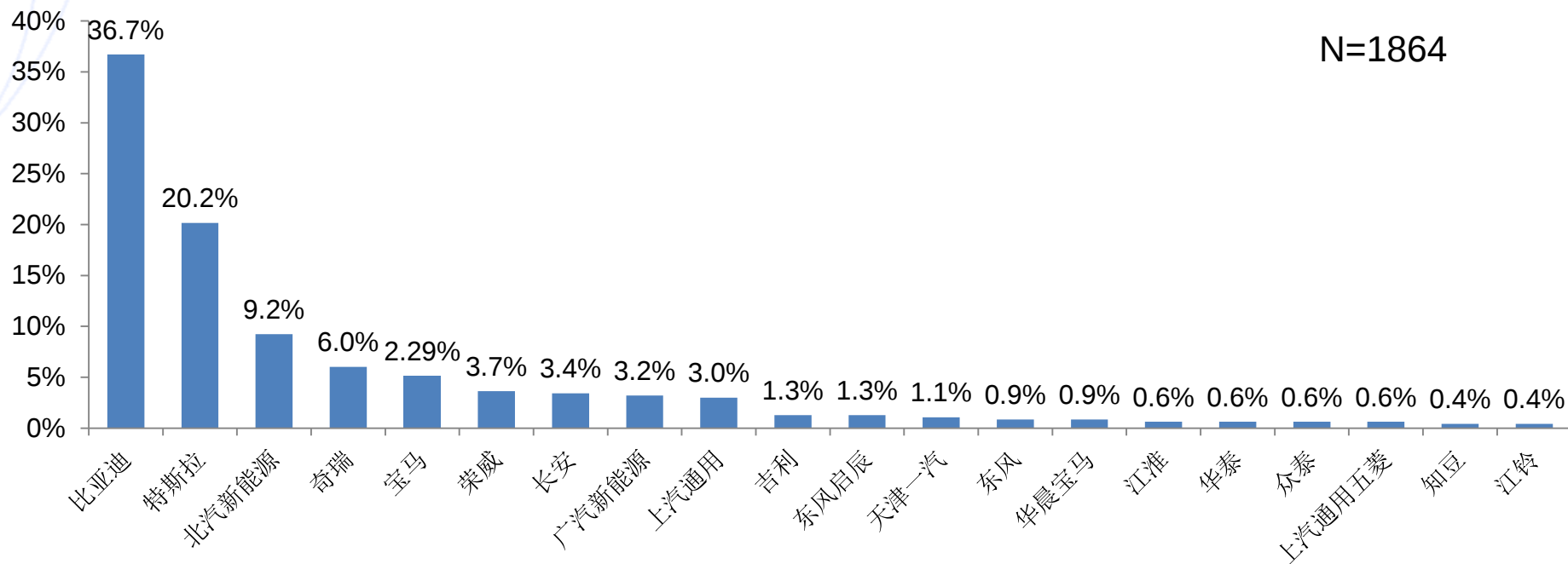
第三部分：

品牌美誉度研究

纯电动汽车品牌美誉度分析

本次调查中美誉度部分为题目多品牌混合单选题，主要考察消费者对品牌的赞誉程度。品牌的美誉度源于消费者自身的感觉，是消费者使用产品后的直接认知，是品牌价值的直接感受。品牌美誉度是经过知名度、满意度一层层累计而成的。纯电动汽车部分共调查26个品牌，其中国产&合资品牌24个，外资品牌2个。

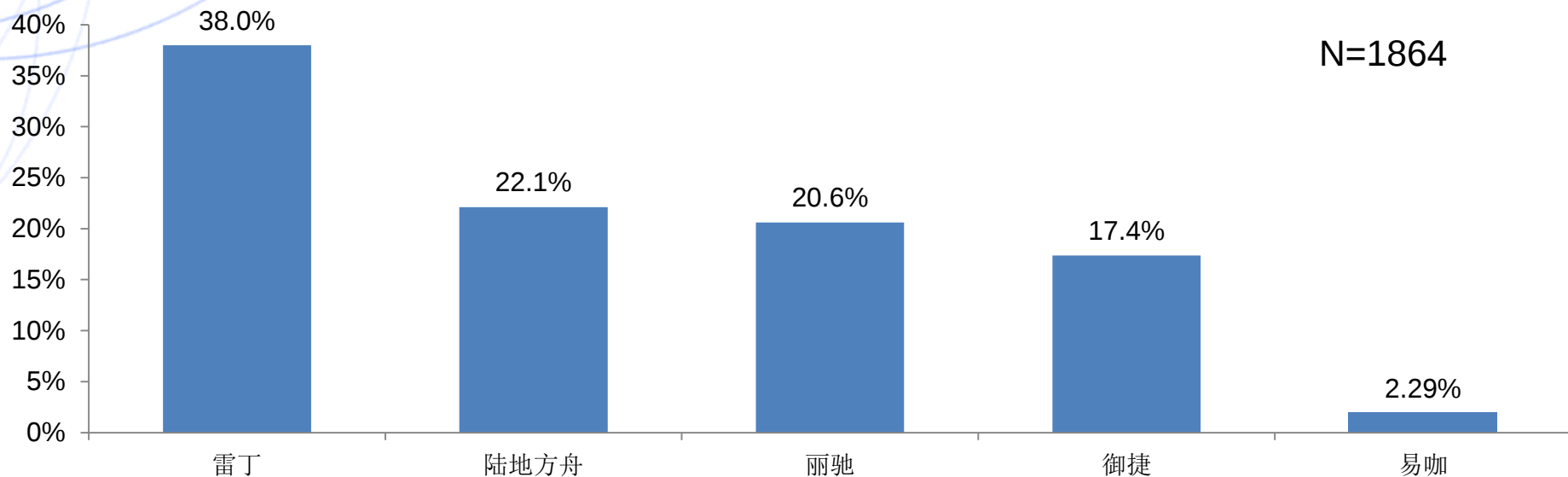
通过对1864个成功样本的分析，排名前三甲的分别为：比亚迪占比36.7%，特斯拉占比20.2%，北汽新能源占比9.2%。国产纯电动汽车美誉度明显高于合资品牌。



低速电动汽车品牌美誉度分析

低速电动汽车部分共调查5个品牌，全部为国产品牌。

通过对1864个成功样本的分析，排名前三甲的分别为：雷丁占比38.0%，陆地方舟占比22.1%，丽驰占比20.6%。



各样本属性与纯电动汽车品牌美誉度交叉分析

通过全部1864个样本的年龄段、性别和家庭年收入属性与纯电动汽车品牌美誉度的交叉分析可以看出，不同属性人群对同一纯电动汽车品牌美誉度的认知差异不明显，但在各品牌知名度之间的差异明显，各样本属性中美誉度前三的品牌如下表中红色数字所示，主要集中于特斯拉、比亚迪和北汽新能源。

样本属性	18~25	26~35	36~45	46及以上	男	女	10万元以下	10万-30万元	30万元以上
特斯拉	22.9%	19.9%	19.7%	19.1%	20.6%	19.7%	20.6%	20.4%	17.4%
比亚迪	36.9%	37.0%	35.9%	36.8%	37.8%	35.3%	39.7%	36.1%	34.7%
北汽新能源	8.5%	9.3%	9.6%	8.8%	9.1%	9.4%	10.8%	8.7%	10.4%
奇瑞	5.9%	6.5%	4.5%	6.6%	5.5%	6.6%	6.7%	6.2%	2.8%
长安	3.4%	3.0%	4.0%	5.1%	3.5%	3.4%	2.8%	3.5%	4.2%
天津一汽	1.7%	1.1%	1.0%	0.0%	1.0%	1.2%	0.8%	1.2%	0.7%
上汽通用	2.5%	2.9%	3.3%	3.7%	2.9%	3.2%	2.5%	3.1%	3.5%
江淮	1.3%	0.6%	0.5%	0.0%	0.7%	0.6%	0.3%	0.7%	0.7%
吉利	0.4%	1.2%	2.0%	1.5%	1.4%	1.2%	0.6%	1.5%	1.4%
荣威	3.0%	3.6%	3.8%	5.1%	3.6%	3.8%	4.4%	3.4%	4.2%
东风	0.4%	1.0%	0.8%	0.7%	1.1%	0.6%	0.0%	1.2%	0.0%
华泰	0.4%	0.7%	0.8%	0.0%	0.3%	1.1%	0.6%	0.6%	1.4%
众泰	0.8%	0.7%	0.5%	0.0%	0.5%	0.8%	0.3%	0.7%	1.4%
广汽新能源	4.2%	2.6%	3.8%	4.4%	2.5%	4.1%	3.1%	3.2%	4.2%
上汽通用五菱	0.4%	0.9%	0.3%	0.0%	0.9%	0.4%	0.6%	0.7%	0.7%
风神	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
云度	0.0%	0.3%	0.3%	0.0%	0.3%	0.1%	0.0%	0.3%	0.0%
知豆	0.4%	0.4%	0.8%	0.0%	0.3%	0.6%	0.3%	0.4%	1.4%
宝马	3.4%	5.4%	5.3%	5.9%	5.3%	4.9%	3.1%	5.4%	7.6%
华晨宝马	0.8%	1.0%	0.8%	0.0%	0.7%	1.1%	0.3%	1.0%	0.7%
腾势	0.4%	0.3%	0.0%	0.0%	0.3%	0.1%	0.3%	0.1%	0.7%
江铃	0.4%	0.1%	1.3%	0.7%	0.6%	0.2%	0.6%	0.4%	0.7%
东风启辰	1.3%	1.3%	1.3%	1.5%	1.1%	1.5%	1.7%	1.2%	1.4%
康迪	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
海马	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
四川野马	0.4%	0.3%	0.0%	0.0%	0.2%	0.2%	0.3%	0.2%	0.0%

各样本属性与低速电动汽车品牌美誉度交叉分析

通过全部1864个样本的年龄、性别和家庭年收入属性与低速电动汽车品牌美誉度的交叉分析可以看出，不同属性人群对同一低速电动汽车品牌美誉度的认知差异不明显，但在各品牌知名度之间的差异明显，各样本属性中美誉度前三的品牌如下表中红色数字所示，主要集中于雷丁、御捷、丽驰和陆地方舟。

样本属性	18~25	26~35	36~45	46及以上	男	女	10万元以下	10万-30万元	30万元以上
雷丁	36.4%	38.0%	39.9%	35.3%	38.6%	37.2%	40.0%	37.4%	38.9%
御捷	19.5%	17.4%	17.4%	13.2%	16.3%	18.7%	14.2%	18.1%	18.8%
丽驰	22.9%	20.3%	18.9%	23.5%	19.8%	21.6%	18.1%	21.5%	18.1%
易咖	1.7%	2.4%	1.3%	0.7%	2.3%	1.5%	2.2%	2.0%	0.7%
陆地方舟	19.5%	21.9%	22.5%	27.2%	23.0%	21.0%	25.6%	21.0%	23.6%



第四部分：

品牌口碑研究

纯电动汽车品牌分项口碑分析

车型\项目	价格	动力	续航	空间
特斯拉 model s	3.08	3.71	3.96	3.83
特斯拉 model x	3.02	3.79	3.88	3.82
比亚迪 宋EV	3.46	3.46	3.45	3.61
比亚迪 秦EV	3.52	3.51	3.55	3.60
比亚迪E6	3.17	3.25	3.71	3.71
比亚迪E5	3.35	3.35	3.46	3.45
北汽新能源	3.40	3.00	3.00	3.27
北汽新能源	3.42	2.97	3.05	3.01
北汽新能源 EU260	3.33	3.23	3.30	3.44
奇瑞 艾瑞泽5e	3.20	3.11	3.38	3.36
奇瑞 EQ电动	3.26	2.92	2.95	3.11
长安 奔奔EV	3.20	2.91	3.02	3.14
长安 CS15EV	3.17	2.89	3.30	3.24
天津一汽 俊派A70E	3.15	3.09	3.05	3.37
上汽通用 赛欧	3.17	3.03	3.25	3.30
江淮 iev6	3.02	3.06	3.24	3.16
吉利 帝豪EV300	3.20	3.25	3.38	3.46
荣威 eRx5	3.12	3.21	3.44	3.53
东风 俊风ER30	3.28	2.92	3.16	3.21
华泰 EV160	3.22	2.76	2.88	3.08
众泰 芝麻	3.17	2.70	2.78	2.71
众泰 E200	3.05	2.87	2.86	2.79
广汽新能源 传祺GE3	3.28	3.41	3.49	3.39
上汽通用五菱 宝骏E100	3.43	2.99	3.07	2.98
风神 E70	3.20	3.08	3.35	3.38
云度 云度π1	3.08	2.88	2.93	3.11
知豆 D2	2.98	2.64	2.77	2.70
宝马 i3	3.30	3.58	3.36	3.55
华晨宝马 之诺1E	3.08	3.47	3.11	3.61
腾势 400	2.88	3.13	3.34	3.44
江铃 e200	3.06	2.76	2.87	3.06
东风启辰 晨风	3.03	3.11	3.01	3.45
康迪 全球鹰K12	3.03	2.71	2.86	2.79
海马 海马@3	3.11	2.91	3.13	3.30
四川野马 E350	2.91	3.08	2.87	3.29

本次调查中口碑研究部分共涉及40个车型，其中纯电动车型35个，分布于26个品牌。具体口碑评分共分为四项，分别是价格、动力、续航和空间，通过对这四项的满意程度进行打分，1分表示不满意，5分表示很满意，依次递增，最后汇总平均即为每个车型对应项的得分。

各分项得分前3名的车型分别是：

价格：比亚迪 秦EV、比亚迪 宋EV、上汽通用五菱 宝骏E100

动力：特斯拉 model s、特斯拉 model X、宝马i3

续航：特斯拉 model s、特斯拉 model X、比亚迪E6

空间：特斯拉 model s、特斯拉 model X、比亚迪E6

整体来看，国产纯电动汽车品牌明显高于合资品牌。

低速电动汽车品牌分项口碑分析

本次调查中口碑研究部分共涉及40个车型，其中低速电动车型5个，分布于5个品牌。

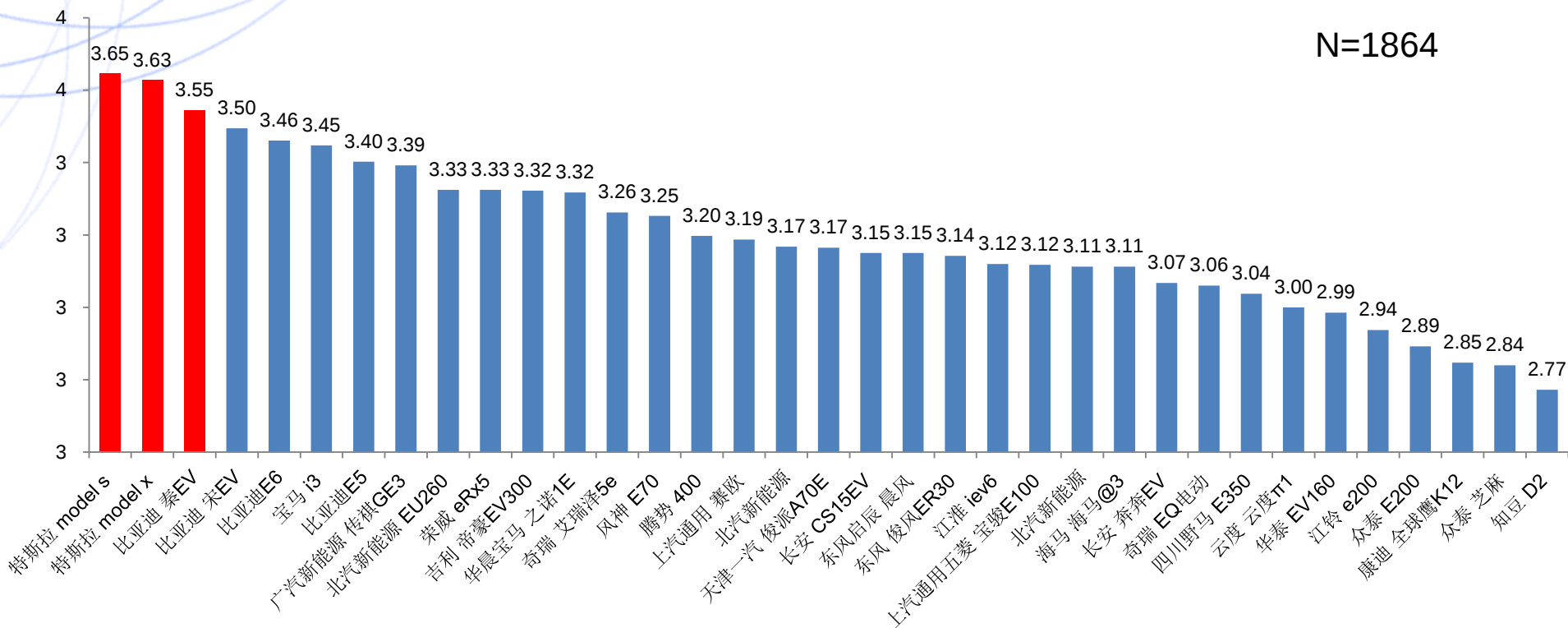
具体口碑评分共分为四项，分别是价格、动力、续航和空间，通过对这四项的满意程度进行打分，1分表示不满意，5分表示很满意，依次递增，最后汇总平均即为每个车型对应项的得分。

各分项具体得分前3名的车型请见表中红色字体部分。

车型\项目	价格	动力	续航	空间
雷丁 S50	3.44	3.53	3.72	3.43
御捷 E330	3.44	3.28	3.21	3.45
丽驰 V5	3.47	3.21	3.30	3.29
易咖 e7	3.37	3.11	3.23	3.34
陆地方舟 V5S	3.24	3.53	3.42	3.64

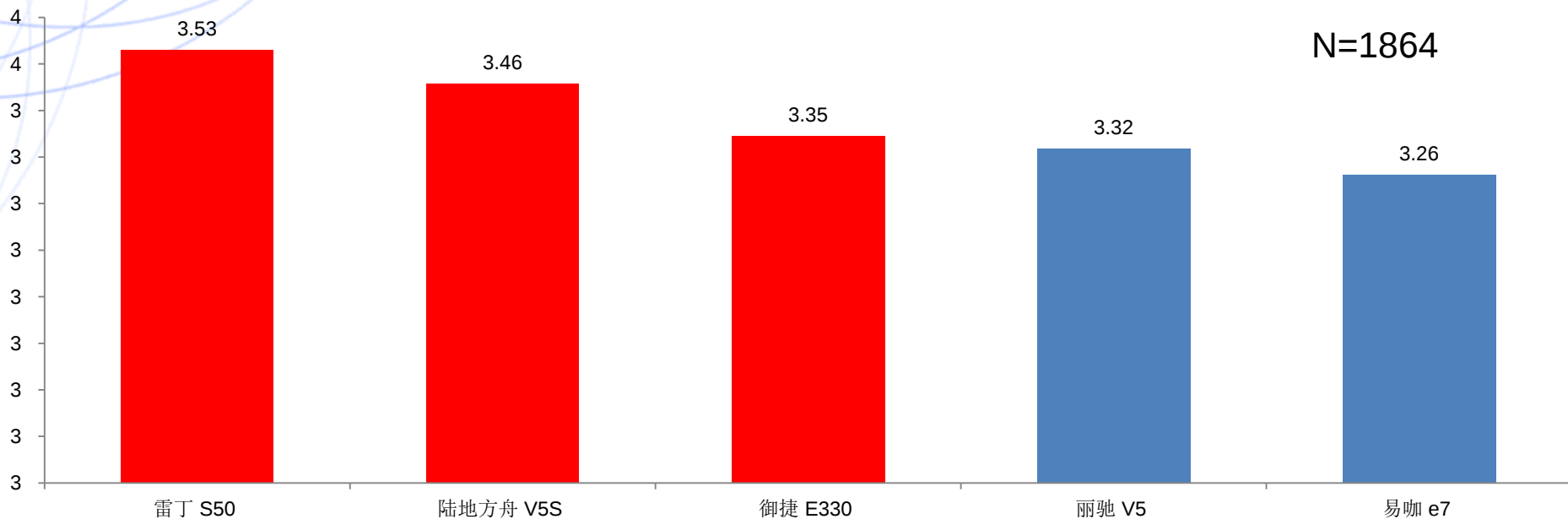
纯电动汽车品牌口碑分析

本次调查中所有涉及纯电动汽车车型的口碑评分总分均由价格、动力、续航和空间四项得分的平均分，具体车型得分排名如图所示，前3名依次为特斯拉 model s、特斯拉 model X和比亚迪秦。整体而言，国产纯电动汽车品牌总体口碑评分明显高于合资品牌。



低速电动汽车品牌口碑分析

本次调查中所有涉及低速电动汽车车型的口碑评分总分均由价格、动力、续航和空间四项得分的平均分，具体车型得分排名如图所示，前3名依次为雷丁S50、陆地方舟V5S和御捷E330。





第五部分：

主要调查结论

本研究重要结论分析（仅供参考）

- **知名度**：通过对1864个成功样本的分析，纯电动汽车排名前三甲的分别为：比亚迪占比83.7%，特斯拉占比61.6%，北汽新能源占比44.8%。低速电动汽车排名前三甲的分别为：雷丁占比53.4%，丽驰占比47.0%，御捷占比38.8%。不同属性人群对同一纯电动汽车品牌和低速电动汽车品牌知名度的认知差异不明显，但在各品牌知名度之间的差异明显，各样本属性中认知度前三的纯电动汽车品牌主要集中于特斯拉、比亚迪、北汽新能源和奇瑞，低速电动汽车品牌主要集中于雷丁、御捷和丽驰。整体而言，国产电动汽车品牌知名度要明显高于合资品牌。
- **美誉度**：通过对1864个成功样本的分析，纯电动汽车排名前三甲的分别为：比亚迪占比83.7%，特斯拉占比61.6%，北汽新能源占比44.8%。低速电动汽车排名前三甲的分别为：雷丁占比38.0%，陆地方舟占比22.1%，丽驰占比20.6%。不同属性人群对同一纯电动汽车品牌和低速电动汽车品牌美誉度的认知差异不明显，但在各品牌美誉度之间的差异明显，各样本属性中美誉度前三的纯电动汽车品牌主要集中于特斯拉、比亚迪和北汽新能源，低速电动汽车品牌主要集中于雷丁、御捷、丽驰和陆地方舟。整体而言，国产电动汽车品牌美誉度要明显高于合资品牌。
- **口碑**：口碑调查中，纯电动汽车各分项得分前3名的车型分别是：价格：比亚迪 秦EV、 比亚迪宋EV、 上汽通用五菱 宝骏E100；动力：特斯拉 model s、特斯拉 model X、 宝马i3；续航：特斯拉 model s、特斯拉 model X、 比亚迪E6；空间：续航：特斯拉 model s、特斯拉 model X、 比亚迪E6。低速电动汽车分项得分前三较为分散，5各品牌各有千秋。总体口碑评分中，纯电动汽车前3名依次为特斯拉 model s、特斯拉 model X和比亚迪秦；低速电动汽车前3名依次为雷丁S50、陆地方舟V5S和御捷E330。整体而言，国产电动汽车品牌口碑要明显优于合资品牌。



谢 谢！