

# 中国智能汽车洞察白皮书

The White Paper of Insights on Native Smart Cars

车慧 | 营销创新中心



汽车大数据创新营销实验室  
AUTO INNOVATION & MARKETING BIG-DATA LAB

# 中国智能汽车洞察白皮书

The White Paper of Insights on Native Smart Cars

数据合作鸣谢





中国汽车市场步入“微增长”时代，

汽车产品智能化创新将成为行业发展的新常态，

消费者需求不断升级，为我们带来更多机遇与挑战。

白皮书旨在帮助相关从业人员了解智能汽车行业现状与发展趋势，

整合汽车媒体与互联网大数据还原消费者用户画像，

为市场营销决策与消费者沟通传播提供信息参考。

作品中如涉及不足与欠缺之处，还望专业人士予以指正，特此感谢。



微信扫码二维码，免费报告轻松领

## 每日分享报告

每日社群分享 **3+** 份最新重磅报告

每日分享**干货、重磅报告、电子书**等

每月累计分享**上千份**各行各业深度研究报告

每年累计分享**上万份**各行各业深度研究报告

## 如何获取报告

扫描二维码，关注公众号，回复：**十万家**

加入“**老兵报告分享**”微信群

|                         |            |
|-------------------------|------------|
| <b>第一章 智能汽车行业与产品研究</b>  | <b>5</b>   |
| 1.1 汽车市场发展趋势研究          | 6          |
| 1.2 消费需求变化趋势分析          | 7          |
| 1.3 何为智能汽车              | 9          |
| 1.4 智能汽车发展方向            | 10         |
| 1.5 自动驾驶汽车发展模式          | 16         |
| 1.6 智能汽车智能化发展阶段         | 17         |
| 1.7 智能汽车市场格局分析          | 18         |
| 1.8 市场投放阶段产品分析          | 20         |
| 1.9 市场预期阶段产品分析          | 42         |
| 1.10 市场潜力阶段产品分析         | 50         |
| <b>第二章 智能汽车消费者洞察</b>    | <b>58</b>  |
| 2.1 人群分析模型              | 61         |
| 2.2 品质乐趣型人群洞察           | 64         |
| 2.3 卓越声望型人群洞察           | 71         |
| 2.4 精英进取型人群洞察           | 78         |
| 2.5 简单务实型人群洞察           | 85         |
| 2.6 时尚创新型人群洞察           | 92         |
| 2.7 激情活力型人群洞察           | 99         |
| 2.8 车主代表分享              | 106        |
| <b>第三章 智能改变生活（案例分享）</b> | <b>110</b> |
| 3.1 东风风神全新一代AX7—为AI而来   | 112        |
| 3.2 蔚来ES8—创造愉悦的生活方式     | 117        |
| 3.3 百度Apollo            | 125        |

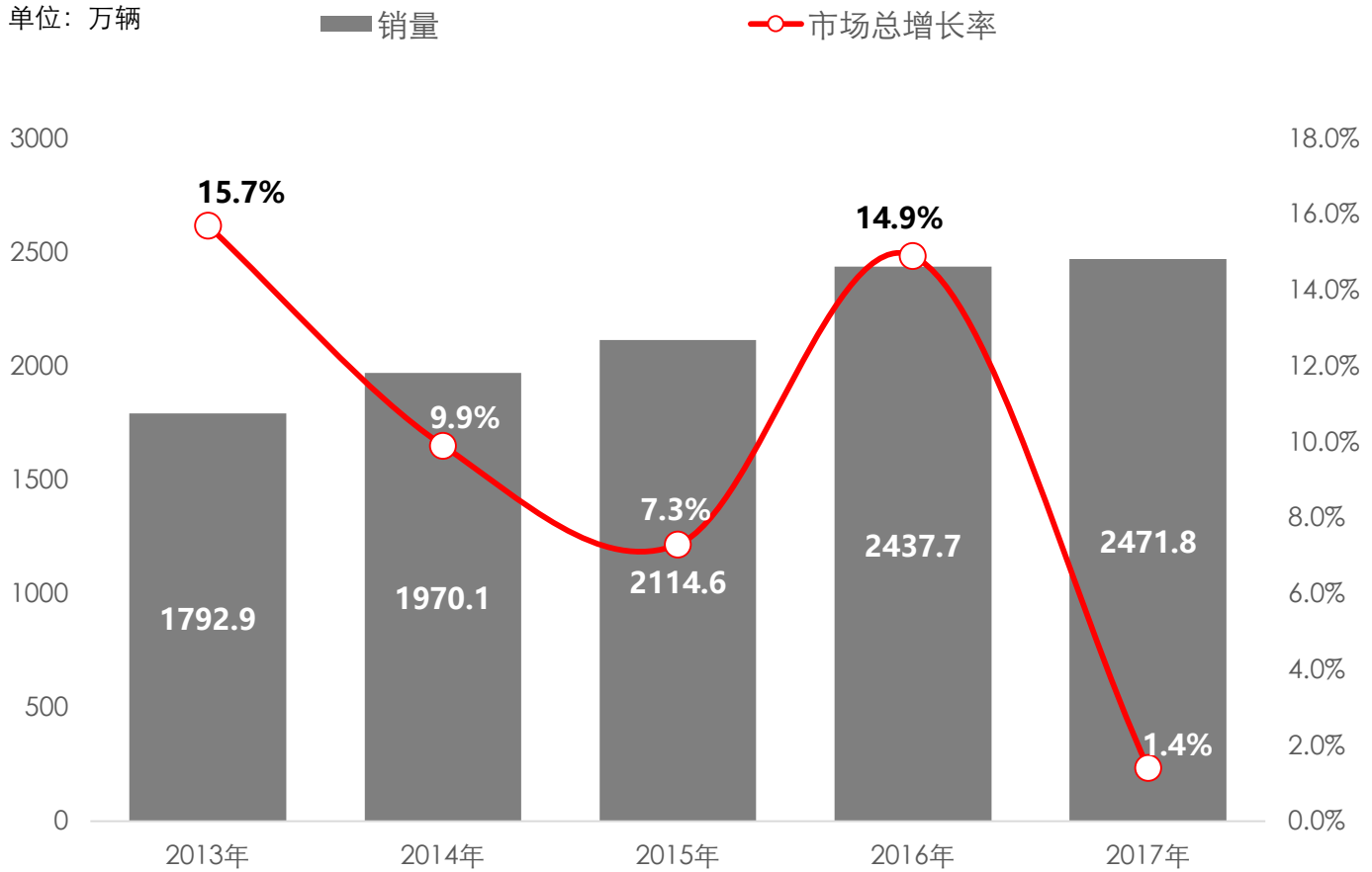


## 01 智能汽车行业与产品分析

## 汽车市场发展趋势研究

- 进入到2017年中国汽车市场步入“微增长”时代，随着车市增速减缓市场增量变得愈发稀缺，竞争日益激烈，市场格局即将发生改变中国汽车市场已经到了新的发展阶段。

### 2013-2017中国乘用车市场销量变化



# 2471 万辆

2017年中国乘用车市场销量达到2471.8万辆，相比去年仅增长34.1万辆，中国汽车市场步入“微增长”时代。

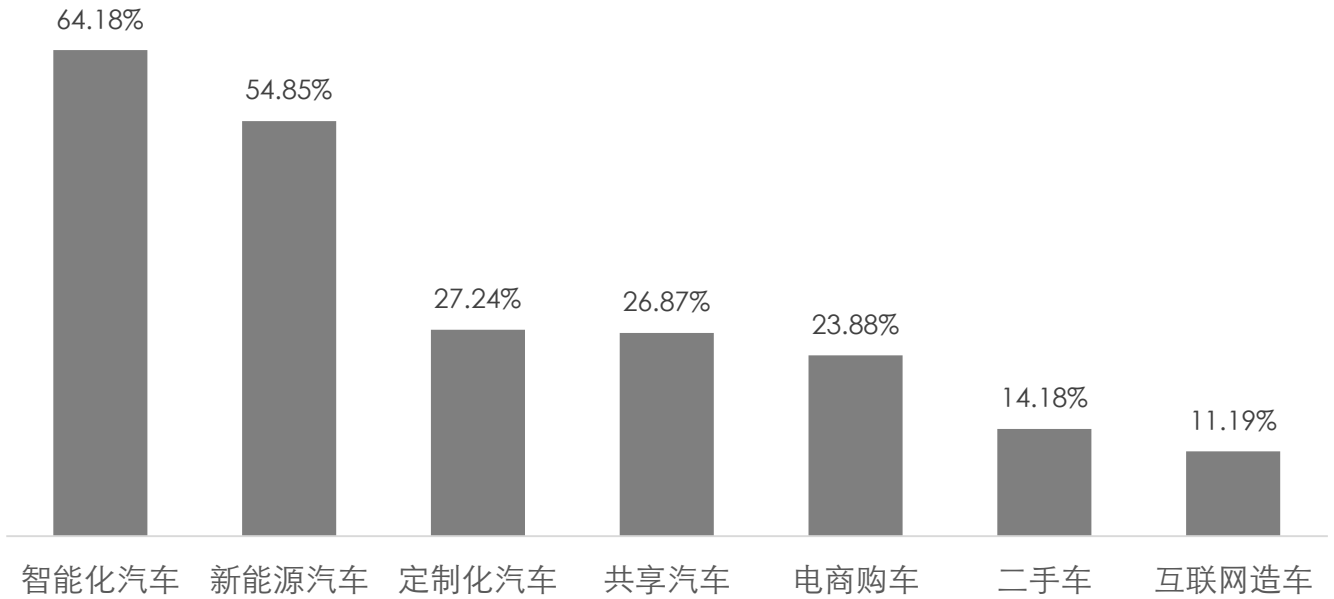
# 1.4 %

受行业多方面压力影响,2017年全国乘用车销量同比仅微增1.4%,增速比上年回落13.5个百分点。

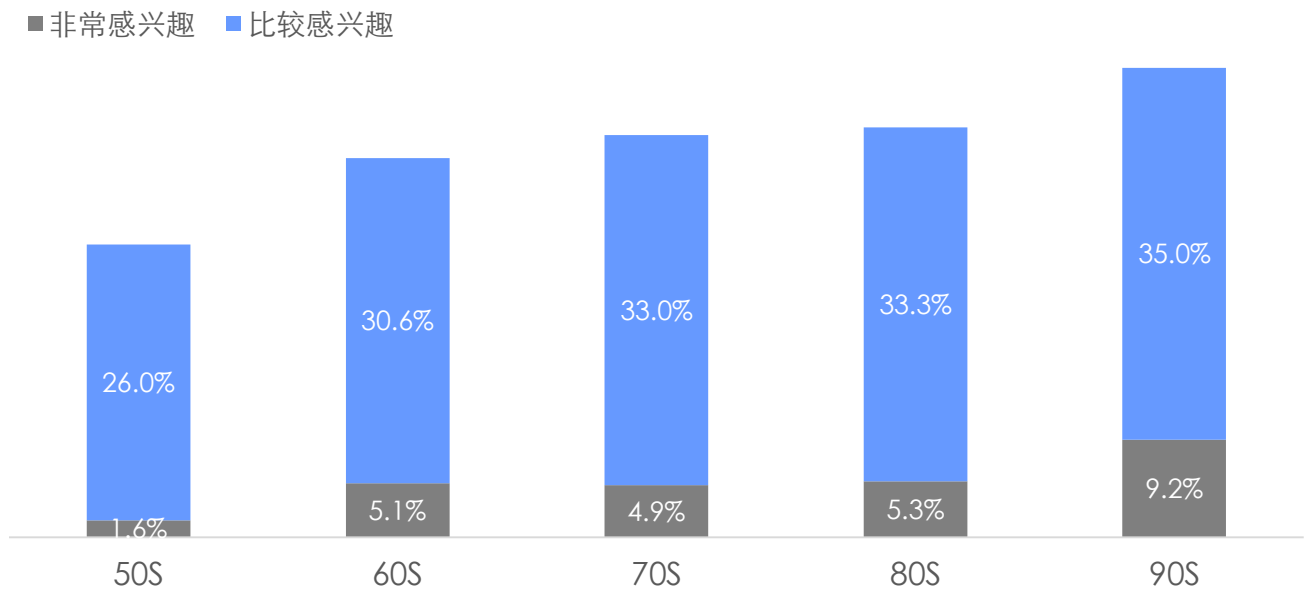
## 消费需求变化趋势分析

- 相比其它年代的用户，智能化汽车更受90后偏爱。
- 对自动驾驶（无人驾驶），90后表现出更加浓厚的兴趣。

### 消费者对汽车发展趋势的关注度（90后）



### 自动驾驶（无人驾驶）感兴趣程度



数据来源：SIC年轻群体研究项目，SIC需求动向调查，国家信息中心



“伴随着中国汽车市场进入微增长时代以及用户需求的升级转型

尤其是年轻用户对智能汽车以及自动驾驶技术的热爱

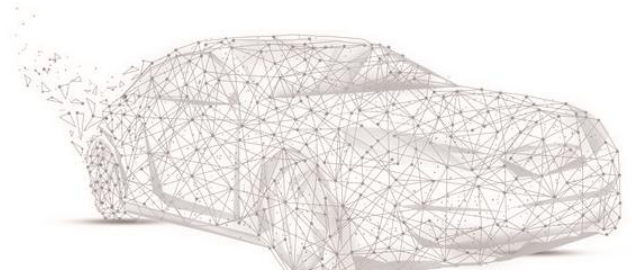
怎样追上时代的步伐，跟上用户需求的变化，是当下车企面临的普遍问题。”

# 何为智能汽车？

## 智能汽车定义

- 运用了计算机、现代传感、信息融合、通讯、人工智能等技术，实现与人、车、路等智能信息交换。

- 使汽车具备环境感知、规划决策、多等级辅助驾驶等功能，最终替代人来驾驶。



## 智能汽车发展方向

- 智能汽车的三大发展方向分别为：智能座舱、智能车联网、自动驾驶。
- 目前对智能车辆的研究主要致力于提高汽车的安全性、舒适性，以及提供优良的人车交互界面上。

### 智能座舱



### 智能车联网



### 自动驾驶



## 智能座舱

- 在智能化的影响下，智能驾驶舱以多屏融合(液晶仪表 + HUD + 中控屏 + 后座娱乐) 实现人机交互体验，面对传统座舱信息与功能碎片化，同时 UI 设计老旧的问题，智能座舱正逐渐受到消费者的期待。

### 智能座舱案例分析



#### 哈曼新一代智能驾驶舱

驾驶员与副驾乘客可单独使用单个屏幕——驾驶员可以用其访问导航信息或音乐，乘客可以用其玩游戏，或浏览个人选择的视频服务。



#### 红旗智能概念驾舱

红旗智能概念驾舱并没有设计方向盘和油门板，并采用全语音操控，取消了全部的物理按键，中控台大尺寸液晶显示屏将提供车内的全部信息。



#### BYTON豪华智能座舱

BYTON智能豪华座舱，中间一块巨大无比的屏幕十分突出，据了解该屏幕长1.25米，高0.25米。而拜腾是第一个将这一超大显示屏投入量产的车企。

## 智能车联网

- 智能汽车时代，汽车不再满足于作为代步工具的基本功能，开始逐渐向巨型的智能移动终端演进，而与用户建立起有温度、有情感的连接是新一代智能车联网的发展趋势。

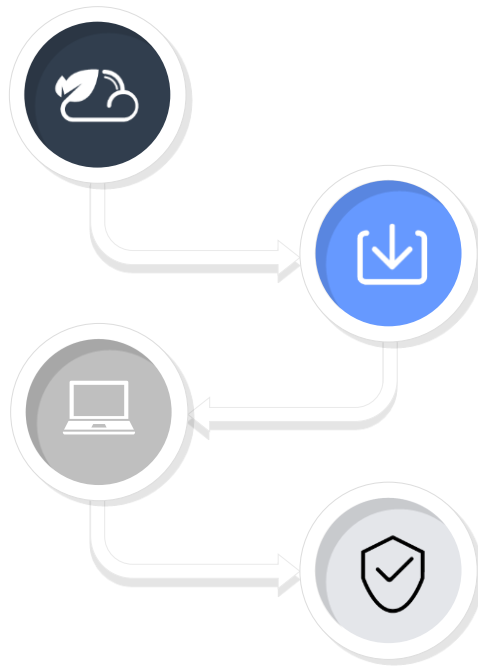
### 新一代智能车联网核心技术构成

#### 云平台

在车联网应用中，是将指令发送到云端服务器，云端服务器再把命令下发至汽车，继而实现相应的功能。

#### V2X

车与车（V2V）、车与人（V2P）、车与路（V2R）、车与网（V2I）等互联互通实现信息交换。



#### OTA（空中下载技术）

智能网联汽车的一个趋势是“软件定义汽车”。和硬件相比，软件成了车里迭代最快，最容易个性化的部分。

#### 信息安全

移动端安全  
通信安全  
车载端安全  
云端安全

### 各大车企在智能车联网的发展规划

- 福特中国和百度签署战略合作意向书，双方表示，将基于以百度DuerOS为基础的人工智能车联网技术进行合作。
- 大众集团宣布，投资40亿美元，开发名为“vw.OS”的最新操作系统，构建大众专属的车联网信息服务平台。
- 造车新势力中，如小鹏、蔚来、车和家都纷纷走上在Android系统基础上深度定制的道路
- 上汽和阿里联合组建的斑马网络。
- 吉利汽车基于Android系统定制了属于自己的GKUI系统。
- ...

## 自动驾驶-自动驾驶汽车等级标准

- 2014年美国SAE International（国际汽车工程师学会）制定SAE J3016标准。它不但被美国交通运输部采纳为联邦标准，同时也已经成为了全球汽车业界评定自动驾驶汽车等级的通用标准。

SAE J3016自动驾驶汽车等级的标准

| 分级        | 称呼     | 定义   | 主体       |       |       |       |
|-----------|--------|--|----------|-------|-------|-------|
|           |        |  | 驾驶操作     | 周边监控  | 支援    | 系统作用域 |
| SAE Level | SAE    |  |          |       |       |       |
| LV0       | 无自动化   | 由人类驾驶员全程操控汽车，但可以得到示警式或须干预的辅助信息。                | 人类驾驶员    |       |       | 无     |
| LV1       | 辅助驾驶   | 利用环境感知信息对转向或纵向加减速进行闭环控制，其余工作由人类驾驶员完成。          | 人类驾驶员与系统 | 人类驾驶员 | 人类驾驶员 | 部分    |
| LV2       | 部分自动化  | 利用环境感知信息同时对转向和纵向加减速进行闭环控制，其余工作由人类驾驶员完成。        | 系统       |       |       |       |
| LV3       | 有条件自动化 | 由自动驾驶系统完成所有驾驶操作，人类驾驶员根据系统请求进行干预。               |          |       |       |       |
| LV4       | 高度自动化  | 由自动驾驶系统完成所有驾驶操作，无需人类驾驶员进行任何干预，但须限定道路和功能。       |          | 系统    |       |       |
| LV5       | 完全自动化  | 由自动驾驶系统完成所有的驾驶操作，人类驾驶员能够应付的所有道路和环境，系统也能完全自动完成。 |          |       | 系统    | 全域    |

# 国外自动驾驶汽车发展历程

## 图为:国外自动驾驶汽车发展历程

来源: AMiner.org (2018年人工智能之自动驾驶研究报告)



### 重要事件:

谷歌: 2009年谷歌宣布, 开始研发无人驾驶技术。

特斯拉: 2015年特斯拉推出半自动驾驶系统Autopilot。

通用: 2018年通用汽车收购Cruise Automation, 正式进入无人驾驶领域。

# 国内自动驾驶汽车发展历程

## 图为:国内自动驾驶汽车发展历程

来源: AMiner.org (2018年人工智能之自动驾驶研究报告)

1992  
国防科技大学  
成功研制出中国第  
一辆真正意义上的  
无人驾驶汽车

2011  
一汽集团与国防科技大学共同研制  
的红旗HQ3无人驾驶汽车完成了  
286KM的高速全程无人驾驶试验



2012  
“军交猛狮III号”以无人  
驾驶状态行驶114KM



2015  
百度无人驾驶汽车在  
北京进行全程自动驾  
驶测跑



宇通大型客车在完全开放  
的道路环境下完成自动驾  
驶试验



2017  
百度展示了与博世合  
作开发的高速公路辅  
助增强版演示车



2018  
百度与厦门金龙合作生  
产的全球首款Level4级别  
量产自驾巴士“阿波龙”  
量产下线



### 重要事件:

百度: 2015年百度无人驾驶汽车在北京进行全程自动驾驶测跑。

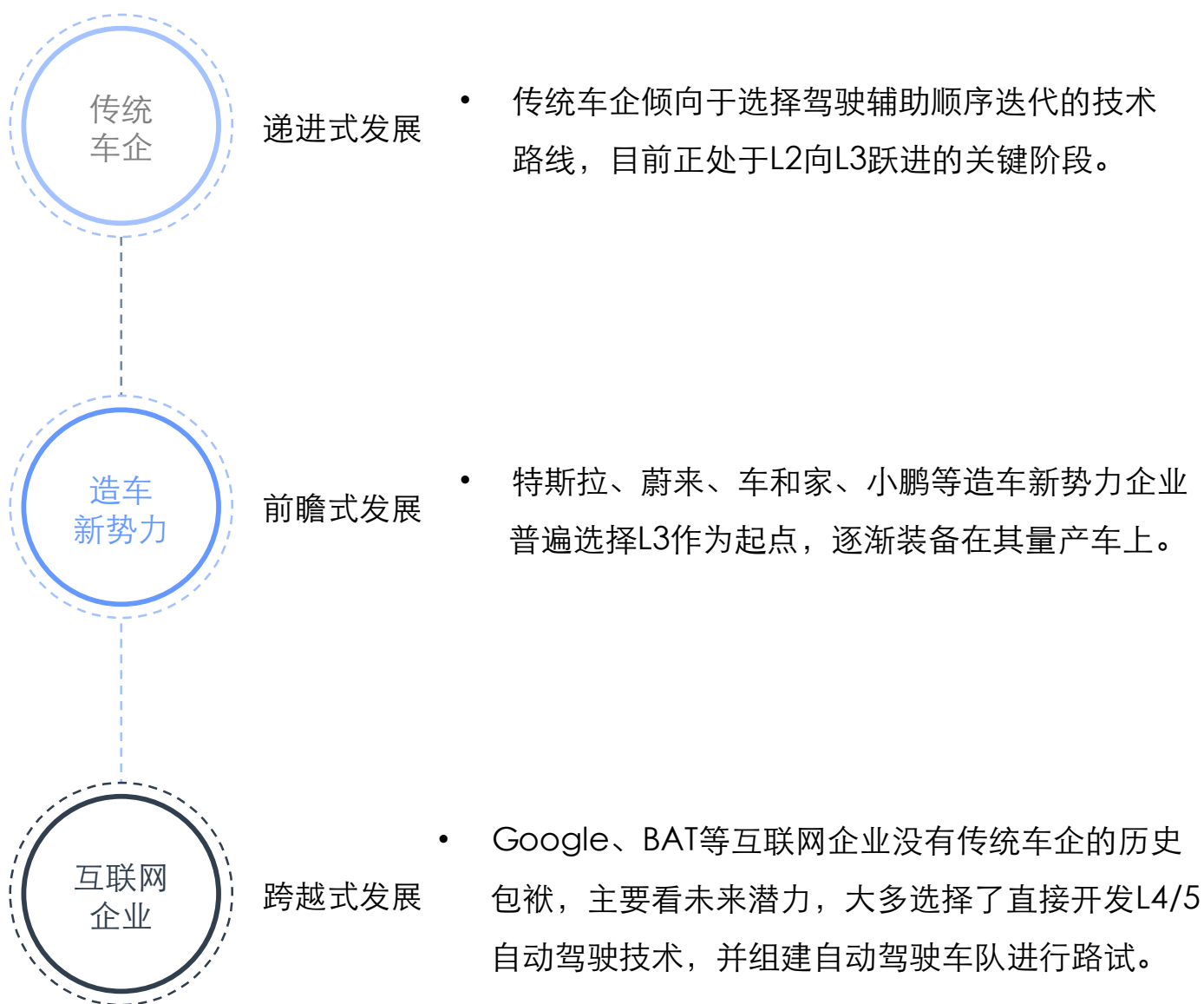
百度: 2017年百度展示了与博世合作开发的高速公路辅助增强版演示车。

百度: 2018年百度与厦门金龙合作生产的全球首款Level4级别量产自驾巴士“阿波龙”量产下线。

## 自动驾驶汽车发展模式

- 目前在自动驾驶汽车的制造以及技术的研发上，主要由传统整车厂、造车新势力、高科技互联网企业三方共同参与，从而带来不同的发展模式。

### 自动驾驶汽车发展模式对比

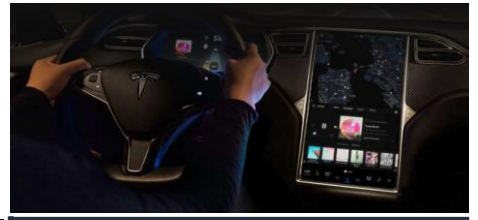


## 智能汽车智能化发展阶段

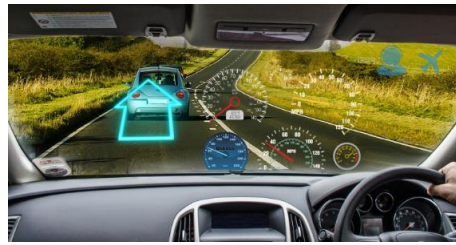
- 目前，量产的智能汽车产品智能化程度大致分为：1.0阶段、2.0阶段、3.0阶段三个阶段。

### 量产汽车智能化程度分析

#### 3.0阶段 (有条件自动驾驶)



#### 2.0阶段 (半自动驾驶&车联网生态)



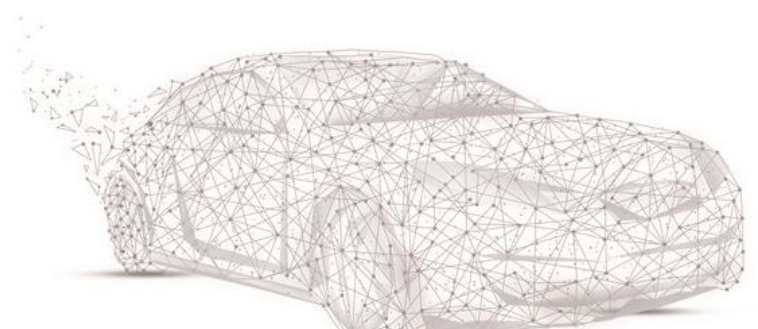
#### 1.0阶段 (驾驶辅助&信息娱乐系统)



- 全速自适应巡航 (ACC)
- 自动紧急制动 (AEB)
- 车机-手机互联
- 在线语音/导航/信息娱乐
- 自动泊车
- ...

- 多屏互动
- 自然语音控制
- 全自动泊车
- 车辆远程控制
- 高速公路辅助
- 智能互联
- 疲劳在线检测
- ...

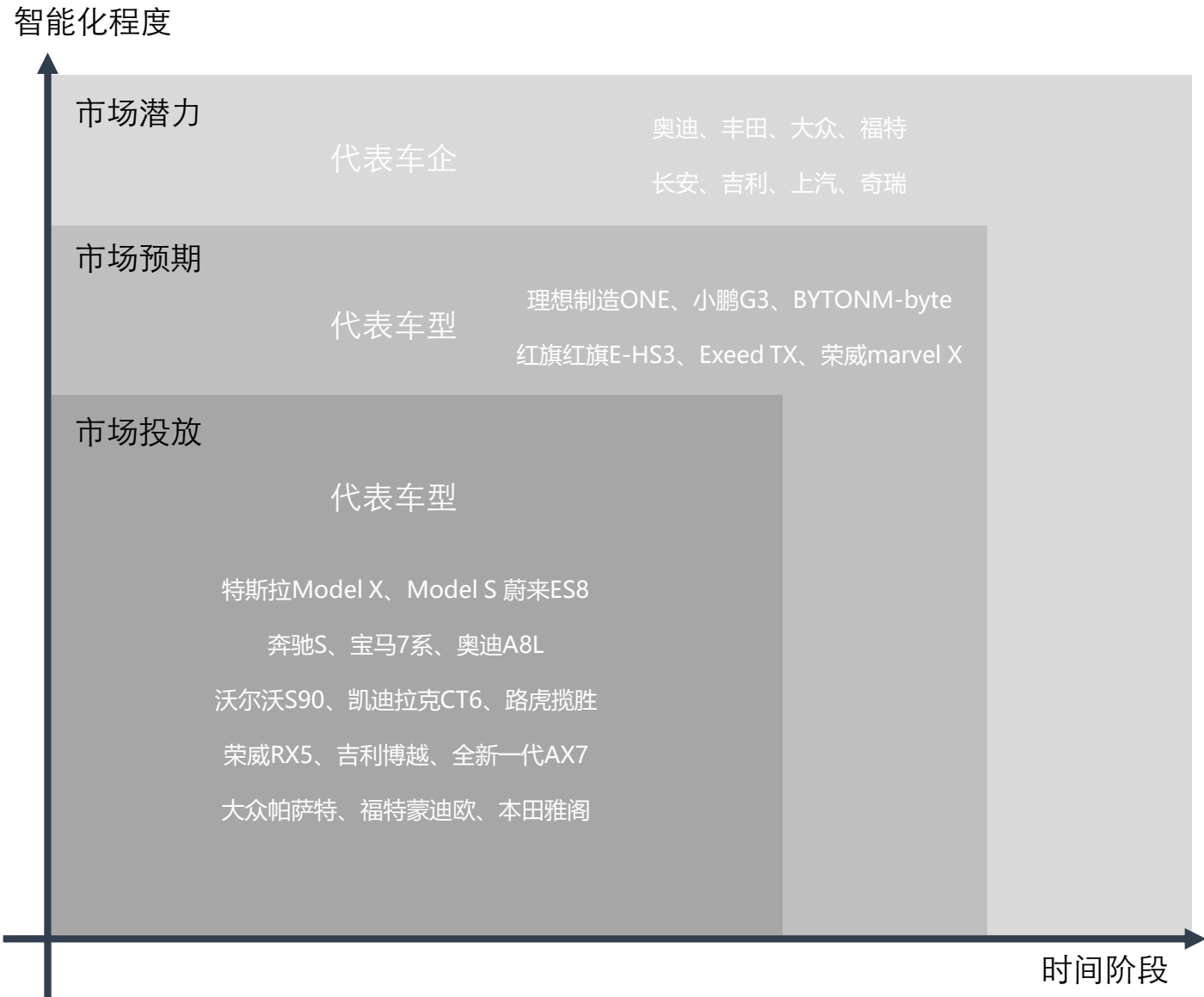
- 多种方式控制
- 高速自动驾驶
- 高速公路引导
- 智能一键泊车
- 车联网生态圈
- 可配置的智能座舱
- ...



# 智能汽车产品分析

## 智能汽车市场格局分析

- 根据智能汽车智能化程度以及产品推出的时间阶段，本次对智能汽车产品分为市场投放阶段、市场预期阶段、市场潜力阶段三个阶段进行研究。



市场投放阶段： 目前，已经投放进入市场的智能汽车产品。

市场预期阶段： 可预期的时间阶段，逐渐进入智能汽车市场的产品。

市场潜力阶段： 引领未来趋势的，代表先进智能的汽车企业。

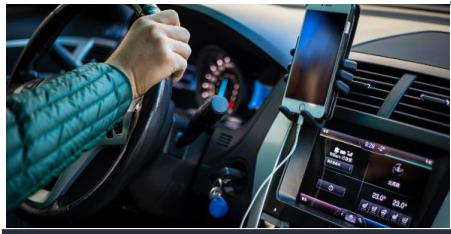
01

# 市场投放阶段产品分析

# 市场投放产品智能化程度分析

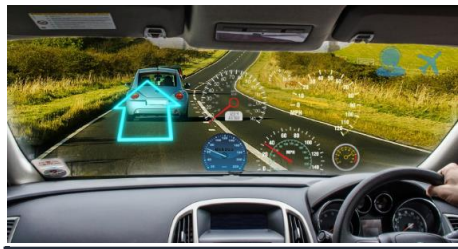
- 综合考虑各产品处于智能化阶段，分别选取3个阶段中具有代表性的产品。后续市场投放阶段智能汽车产品研究会以此3组车型代表，对车型用户的口碑、舆情进行全面分析。

## 1.0阶段 (驾驶辅助&信息娱乐系统)



- 全速自适应巡航 (ACC)
- 自动紧急制动 (AEB)
- 车机-手机互联
- 在线语音/导航/信息娱乐
- 自动泊车
- ...

## 2.0阶段 (半自动驾驶&车联网生态)



- 多屏互动
- 自然语音控制
- 全自动泊车
- 车辆远程控制
- 高速公路辅助
- 智能互联
- 疲劳在线检测
- ...

## 3.0阶段 (有条件自动驾驶)



- 多种方式控制
- 高度自动驾驶
- 高速公路引导
- 一键泊车
- 车联网生态圈
- 可配置的智能座舱
- ...

## 代表车型

大众帕萨特  
本田雅阁  
福特蒙迪欧

奥迪A8L、宝马7系、奔驰S级

沃尔沃S90、凯迪拉克CT6  
路虎揽胜

荣威RX5、吉利博越  
全新一代AX7

蔚来ES8

特斯拉Model X

特斯拉Model S

## 代表车型分布

- 综合考虑智能汽车产品所处的智能化阶段，选取共15个车型进行产品分析；对车型用户的口碑、舆情进行全面分析。

3.0  
阶段

造车新势力



蔚来ES8



特斯拉MODEL S



特斯拉MODEL X



2.0  
阶段

一线豪华



宝马7系



奔驰S级



奥迪A8L



沃尔沃S90



凯迪拉克CT6



路虎揽胜



二线豪华



荣威RX5



吉利博越



全新一代AX7



自主品牌

1.0  
阶段

合资品牌



大众帕萨特



本田雅阁



福特蒙迪欧



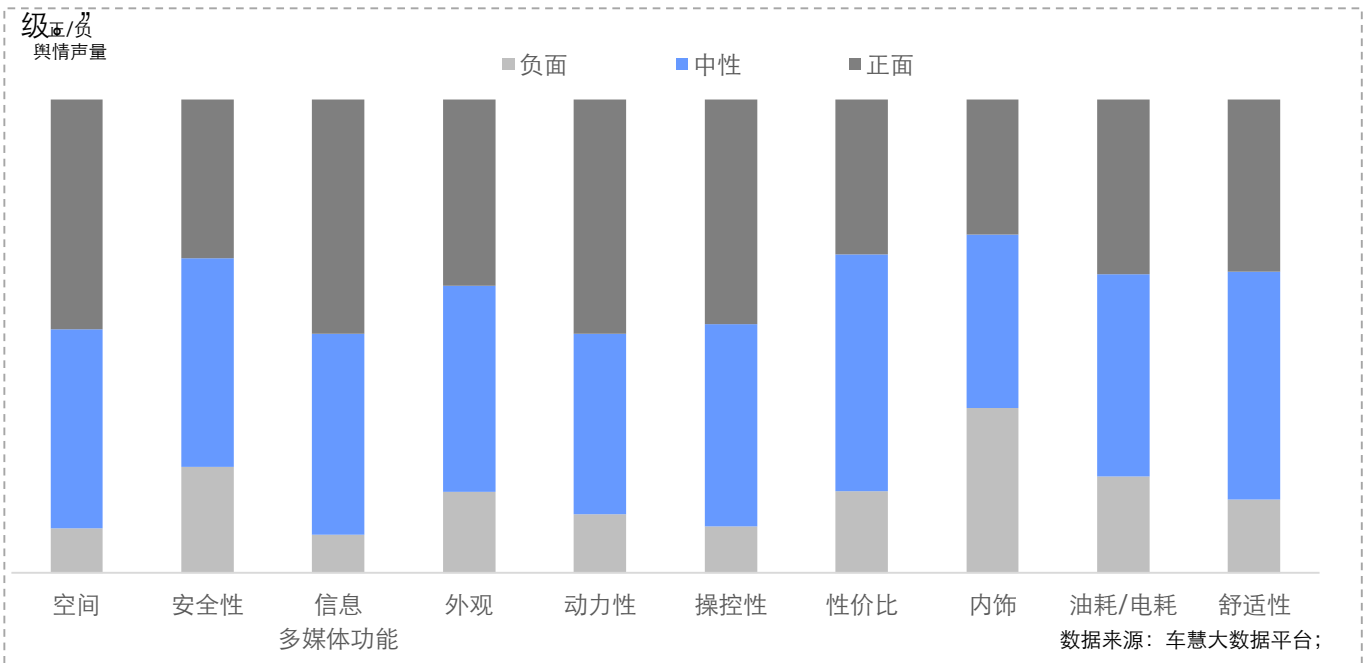




**用户声音**

“与传统汽车不一样的体验，动力超好，智能化的功能性配置，第一次感知汽车还可以这样制造。”

“智能化程度非常高，辅助驾驶真的很省心，现在开高速基本离不开辅助驾驶，支持软件空中升



**舆情分析**

- 特斯拉Model S在空间、信息多功能媒体、动力性能、操控性以及外观五个维度比较突出；用户对信息多媒体功能、空间及动力性最满意；同时，内饰做工、性价比是消费者负面舆情较大的指标。
- 得益于特斯拉独特的纯电动动力总成，Model S是一款高性能的轿车。通过 **Autopilot 自动辅助驾驶**，Model S 还可以使高速公路驾驶更为轻松，体验不同的驾驶乐趣。

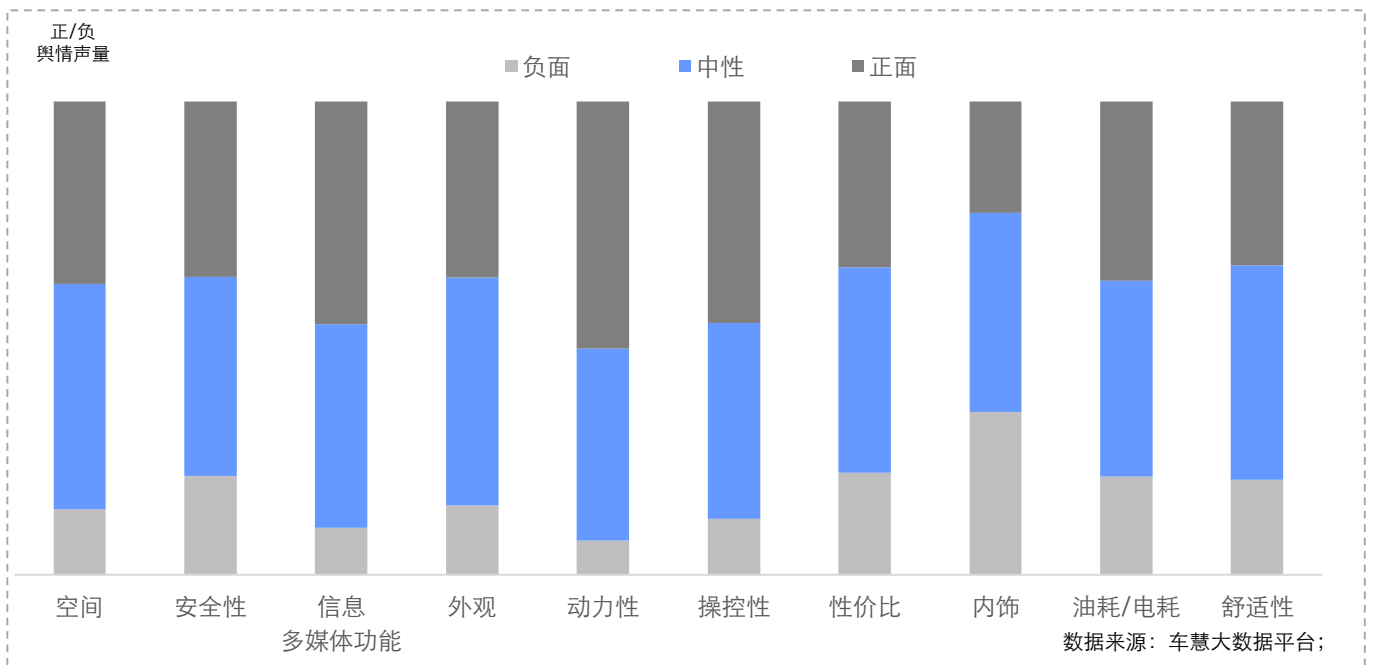
样本说明：基于超过50篇用户口碑数据，利用算法提取10个关键指标及点击意见进行文本分析，舆情声量为正值表示正面舆情，声量为负表示负面舆情，其它为中性舆情。



## 用户声音

“一款充满科技感的产品，动力强劲、操控精准、驾驶极佳，人机交互功能带来别致的体验。”

“动感的造型、宽敞的空间、充沛的动力以及高度智能化的辅助驾驶系统，让我感觉出行很方便。”



## 舆情分析

- 特斯拉Model X在信息多功能媒体、动力性能、操控性三个维度比较突出；消费者对动力性最满意；同时，内饰做工、性价比以及舒适性是消费者负面舆情较大的指标。
- Model X 凭借全景式挡风玻璃，整块玻璃从前舱盖根部一直延伸至车顶，使消费者拥有极佳的驾驶乐趣，加之强劲的动力，给予驾驶者不一样的出行体验。

样本说明：基于超过50篇用户口碑数据，利用算法提取10个关键指标及点击意见进行文本分析，舆情声量为正值表示正面舆情，声量为负表示负面舆情，其它为中性舆情



不止是出行工具，  
更是一种全新的生活方式，  
不断给我们带来新的惊喜，  
提升生活品质的一个家庭成员。

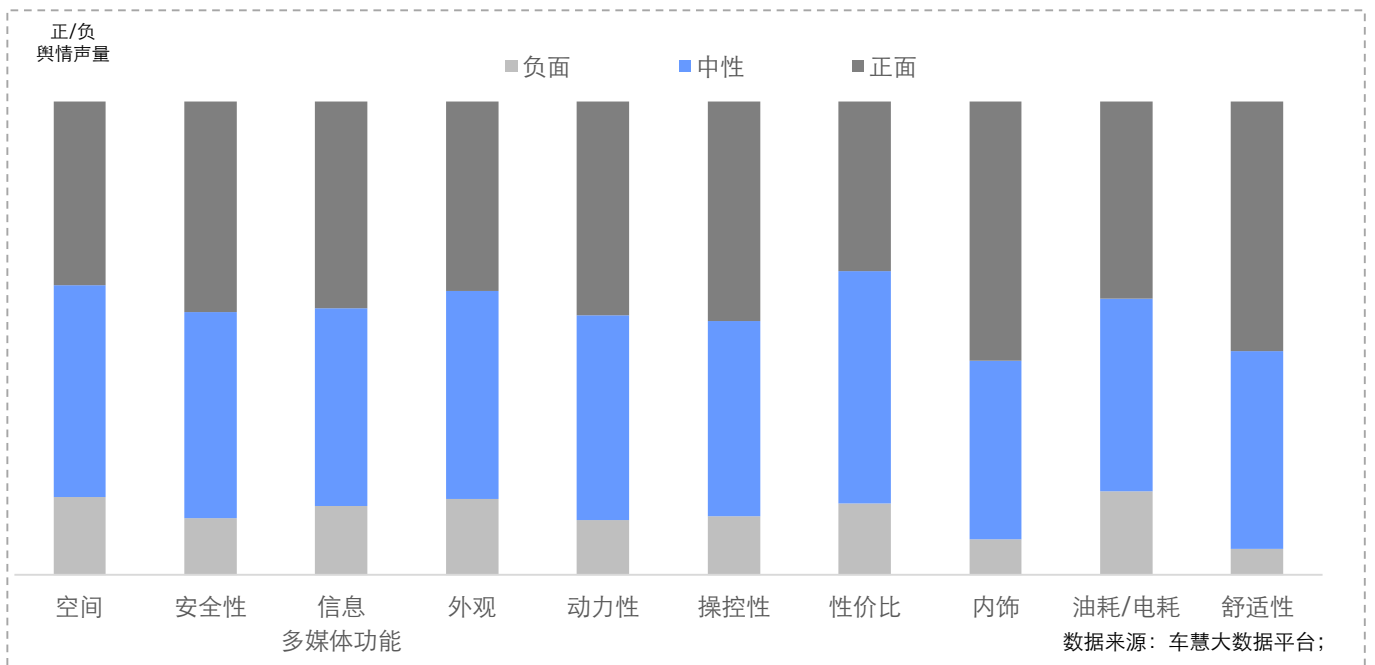




用户声音

“舒服的内饰氛围以及可变的悬挂再加上智能化的辅助功能，整个车用起来非常惬意。”

“S级给人一种油然而生的卓越感，沉稳大气的外观、强劲的动力、充裕的空间是它的特色。”



舆情分析

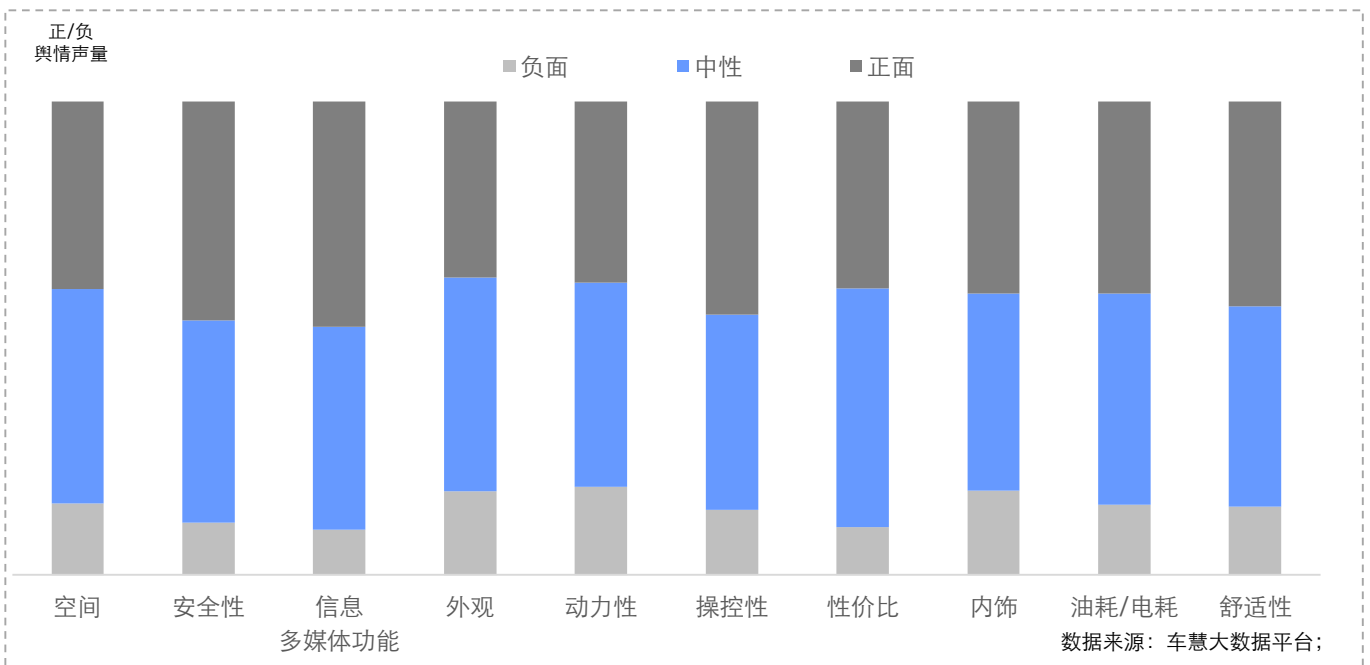
- 奔驰S级在动力性能、操控性、内饰以及舒适性四个维度比较突出；消费者对内饰、舒适性最满意；同时，性价比、油耗是消费者负面舆情较大的指标。
- 奔驰S级是一款强调乘坐舒适性的豪华轿车，以精湛的内饰及舒适性配置为乘客营造一种豪华舒适的乘坐体验，同时通过**智能辅助驾驶功能**，为乘客提供更为便捷的用车体验。

样本说明：基于超过100篇用户口碑数据，利用算法提取10个关键指标及点击意见进行文本分析，舆情声量为正值表示正面舆情，声量为负表示负面舆情，其它为中性舆情。



用户声音

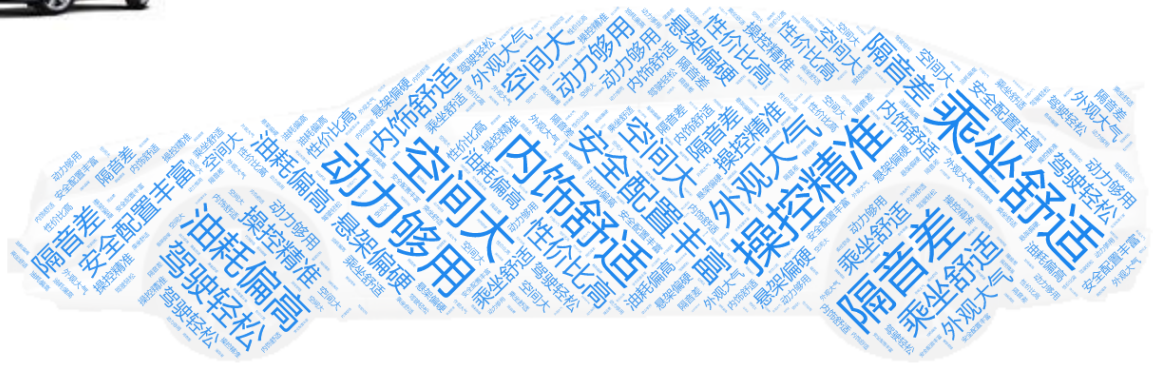
“相比于奔驰宝马，更喜欢奥迪的低调，A8L标配四驱系统，高科技的3D全息影像，让我欲罢不能。”  
 “新奥迪A8L中控双屏的设计太棒了，而且反馈非常迅速，没有迟疑；方向盘操控非常灵敏。”



舆情分析

- 奥迪A8L在安全性、信息多媒体功能以及操控性三个维度比较突出；消费者对安全性、信息多媒体功能最满意；同时，动力（换挡顿挫）、外观、内饰是消费者负面舆情较大的指标。
- 全新奥迪A8L以时尚动感的外观，吸引更多的年轻群体用户，加之MMI触控屏、矩阵式LED灯、动态四轮转向以及**唯一量产的L3级别自动驾驶**，使之具有强大的市场竞争力。

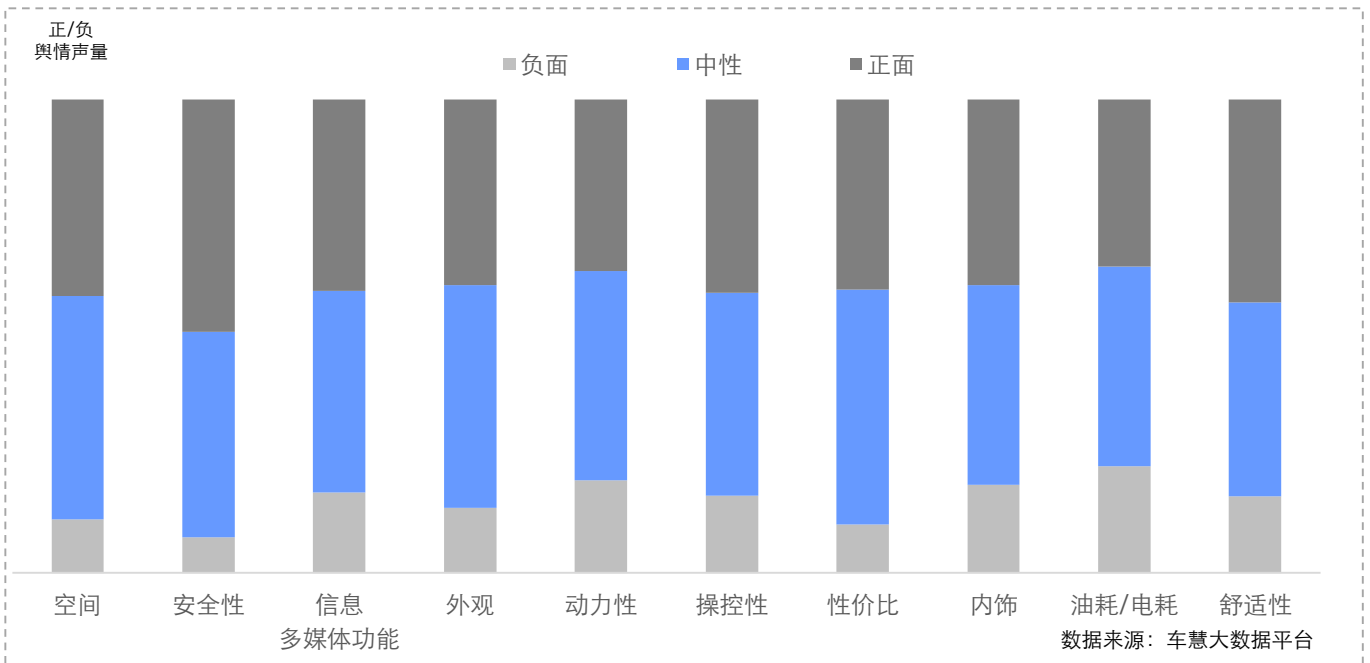
样本说明：基于超过100篇用户口碑数据，利用算法提取10个关键指标及点击意见进行文本分析，舆情声量为正值表示正面舆情，声量为负表示负面舆情，其它为中性舆情。



### 用户声音

“选择沃尔沃S90最主要的原因是其安全性配置比较高，作为家庭用车，这是我最注重的因素”

“后排空间大、动力非常棒、性价比也非常高以及丰富的安全配置，是我选择这款车主要的原因。”



### 舆情分析

- 沃尔沃S90在空间、安全性、性价比以及舒适性四个维度比较突出；消费者对安全性、性价比最满意；同时，油耗、动力性能是消费者负面舆情较大的指标。
- 沃尔沃S90以人性化安全配置科技，并加持**Pilot Assist自动驾驶辅助系统**，打造一款智能豪华轿车，具有很强的竞争力，为消费者营造一种高性价比的豪华体验。

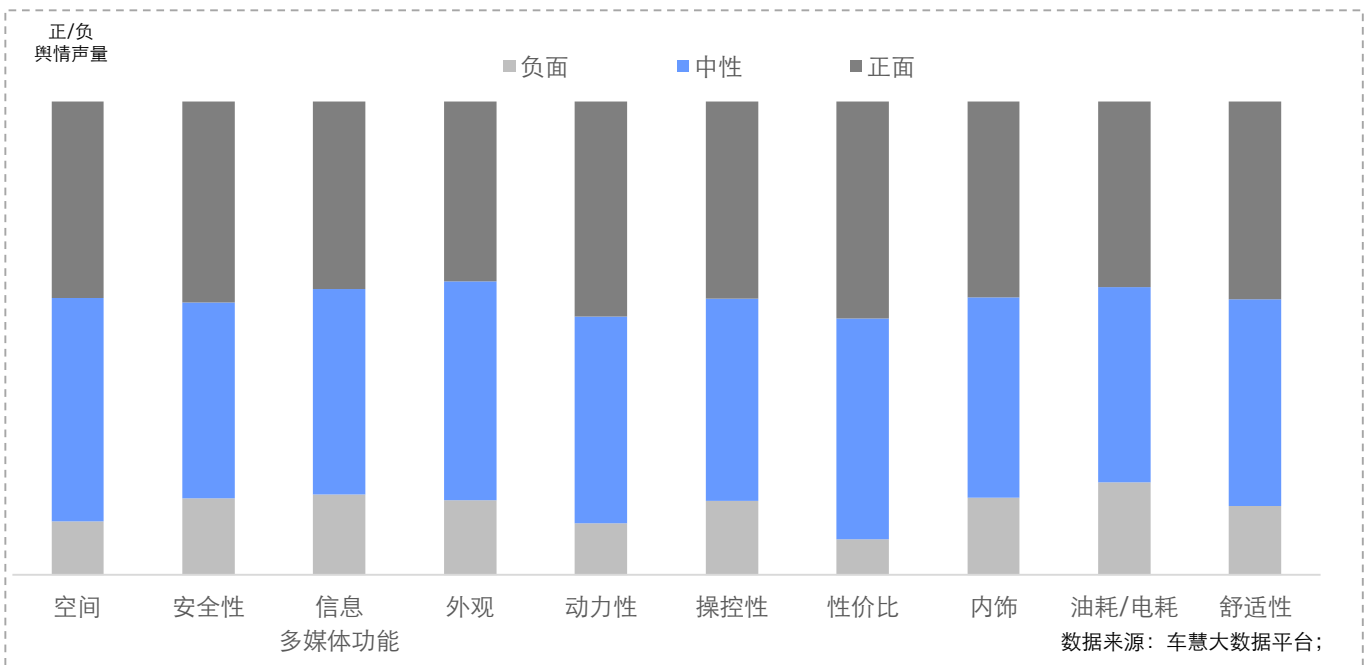
样本说明：基于超过100篇用户口碑数据，利用算法提取10个关键指标及点击意见进行文本分析，舆情声量为正值表示正面舆情，声量为负表示负面舆情，其它为中性舆情。



### 用户声音

“最满意的就是CT6的动力系统，油门响应很线性，其次就是配置，很实在、实用、性价比非常高。”

“选择CT6最看重的是它的外观，相对于竞品而言，配置丰富、性价比高、乘坐舒适性好。”



### 舆情分析

- 凯迪拉克CT6在动力性能、性价比两个维度比较突出；消费者对动力性能最满意；同时，油耗、信息多媒体功能以及内饰是消费者负面舆情较大的指标。
- 凯迪拉克CT6拥有钻石切割的霸气外观，同级别中强劲的动力系统，丰富的配置功能；搭配**Super Cruise超级智能驾驶系统**，无论是作为商用亦或家用，都极具有吸引力。

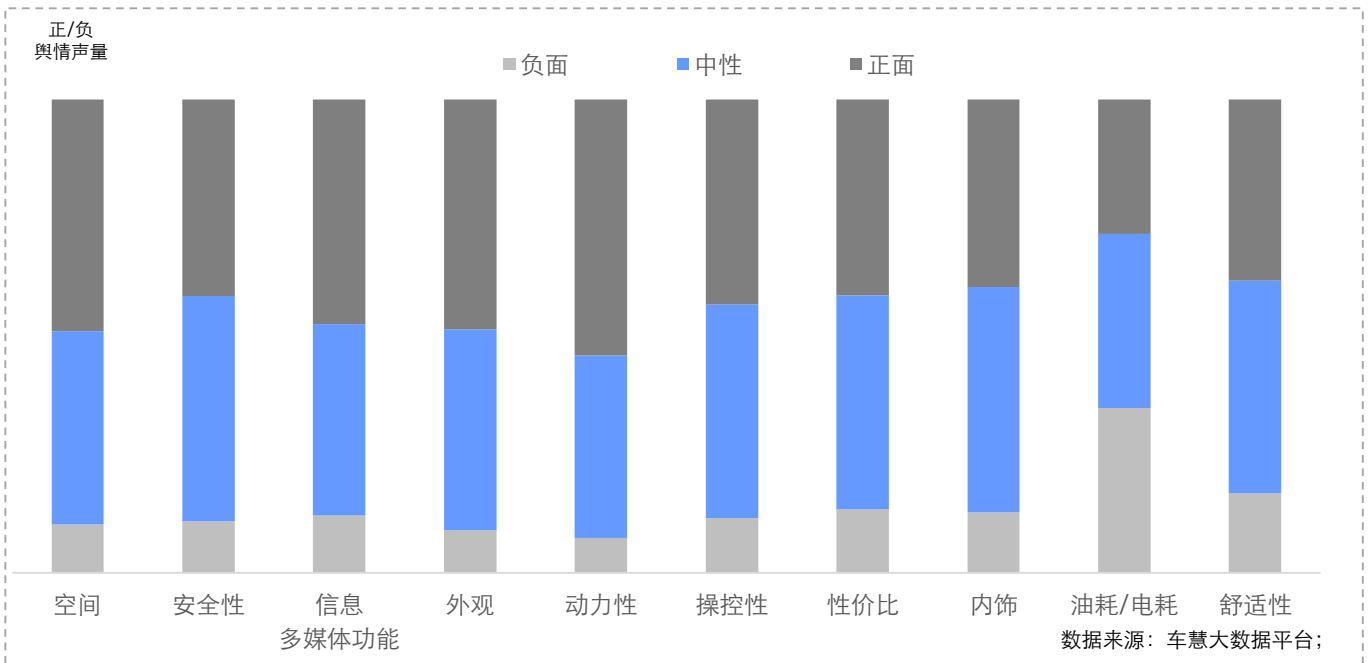
样本说明：基于超过100篇用户口碑数据，利用算法提取10个关键指标及点击意见进行文本分析，舆情声量为正值表示正面舆情，声量为负表示负面舆情，其它为中性舆情。



用户声音

“最看重的是路虎做SUV的专业能力、越野能力；动力性能是当时考虑购买最主要的原因。”


“稳重大气的外观、科技豪华感十足的内饰以及极佳的驾驶体验满足了我购车的最看重的因素。”



舆情分析

- 路虎揽胜在空间、信息多媒体功能、外观、动力性能四个维度比较突出；消费者对动力性能最满意；同时，油耗是消费者负面舆情较大的指标。
- 路虎揽胜凭借其卓越的越野能力以及强大的动力系统，与宝马X5以及奔驰GLE分庭抗礼。
- 智能方面**搭载 InControl 智能驭领**更是为用户带来互联驾驶体验，享受极佳驾驶体验。

样本说明：基于超过100篇用户口碑数据，利用算法提取10个关键指标及点击意见进行文本分析，舆情声量为正值表示正面舆情，声量为负表示负面舆情，其它为中性舆情。

A white luxury car is shown in motion on a highway, with a city skyline in the background. The car is positioned on the right side of the frame, and the background features a dense urban landscape with various skyscrapers and buildings. The overall scene conveys a sense of speed and modernity.

不止是豪华，  
自由舒适的驾驶体验，  
这一刻，  
从智能引领开始。



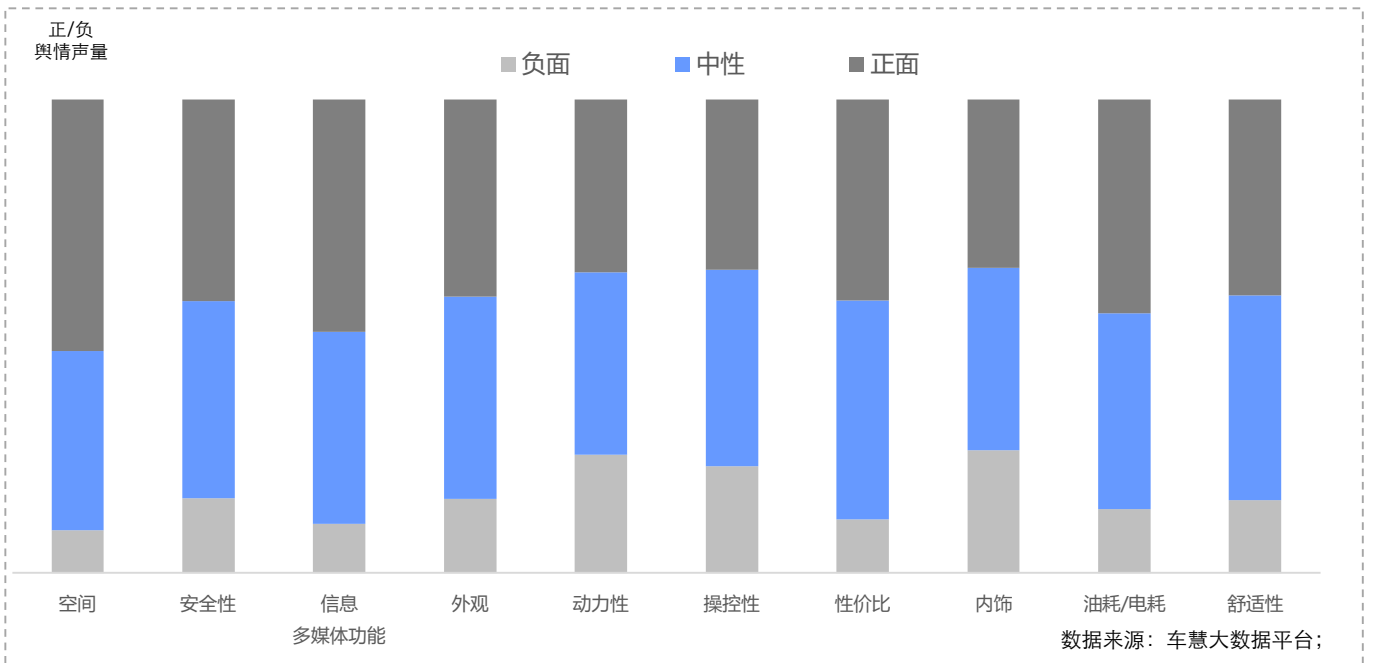




### 用户声音

“超大的空间、丰富的配置，手机互联的百度carlife以及时尚动感的外观是我最终选择购买的主要原因。”

“外观设计很时尚，另外发动机、底盘、变速箱三大件很靠谱，性价比非常高，很有品质的国产车。”



### 舆情分析

- AX7在空间、信息多媒体功能两个维度比较突出；消费者对空间表现（尤其是乘坐空间）最满意；同时，动力性能（起步阶段）、操控性是消费者负面舆情较大的指标。
- AX7凭借超大的空间、丰富的配置，加之与**百度合作的智能AI生态**，在日益竞争复杂的自主品牌紧凑型SUV市场中，得以占据一席之地。

样本说明：基于超过100篇用户口碑数据，利用算法提取10个关键指标及点击意见进行文本分析，舆情声量为正值表示正面舆情，声量为负表示负面舆情，其它为中性舆情。



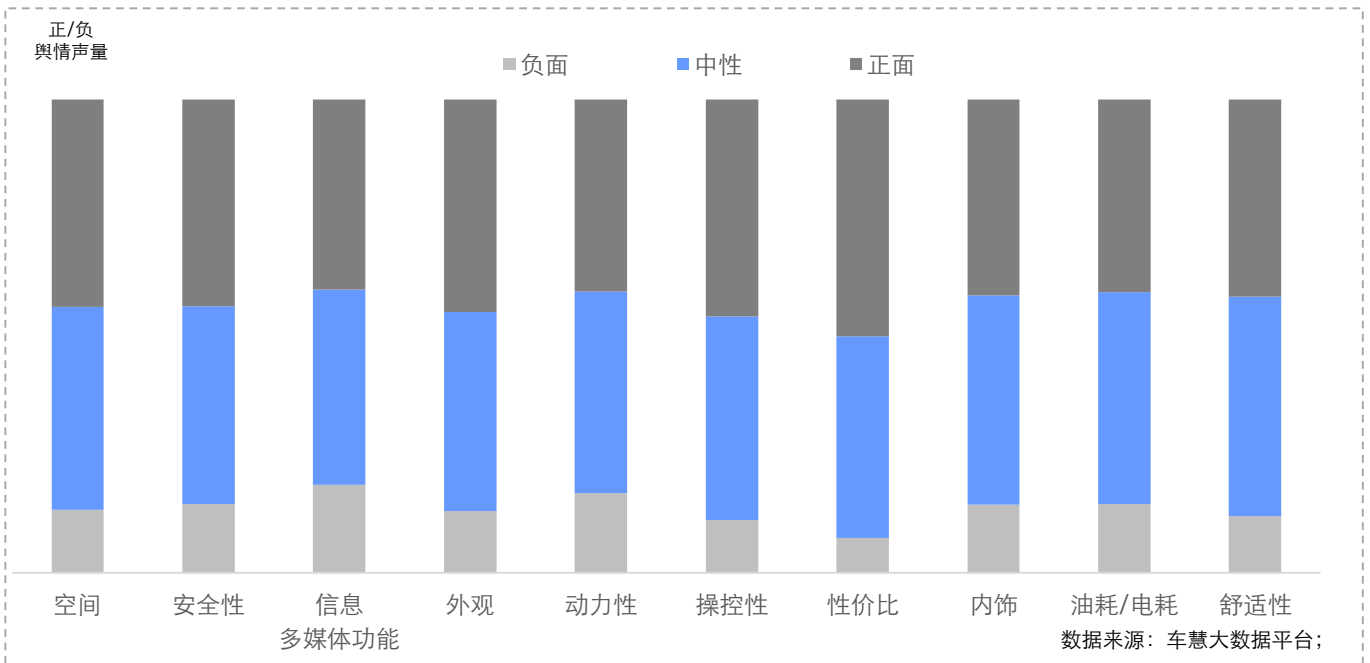
不止是代步工具，  
一场说走就走的旅行，  
一段驾驶乐趣的体验，  
智能科技带来，  
品位生活。



### 用户声音

“外观稳重大气沉稳，符合我的审美标准，性价比极高，乘坐空间大，功能性配置丰富。”

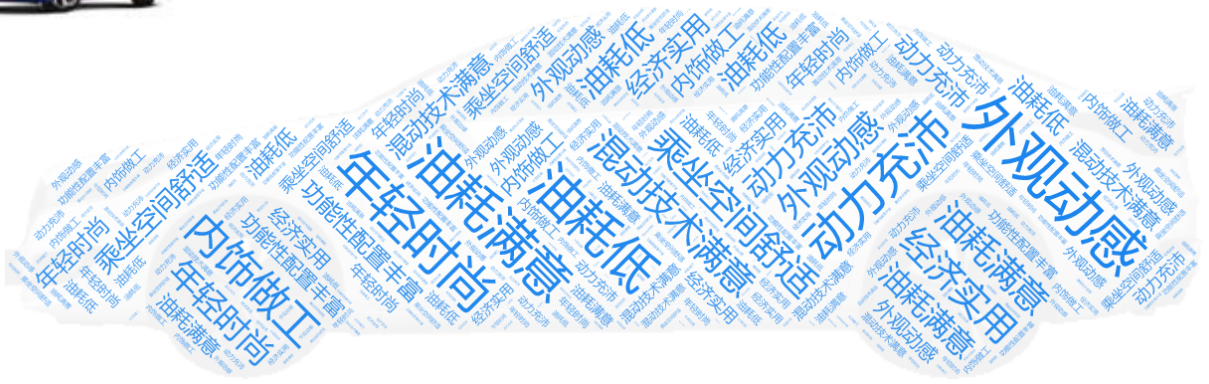
“销量好，德系车品质方面有保障，整体感觉稳重实用，作为一辆家庭用车，能满足我的使用需求。”



### 舆情分析

- 大众帕萨特在外观、操控性、性价比三个维度比较突出；消费者对性价比、操控性能最满意；同时，信息多媒体功能以及动力性能是消费者负面舆情较大的指标。
- 大众帕萨特凭借稳重中庸大气的外观、丰富的功能性配置以及出色的操控性能，把家用属性与商用属性有机的结合在一起，在主流中级车市场，始终保持领先地位。

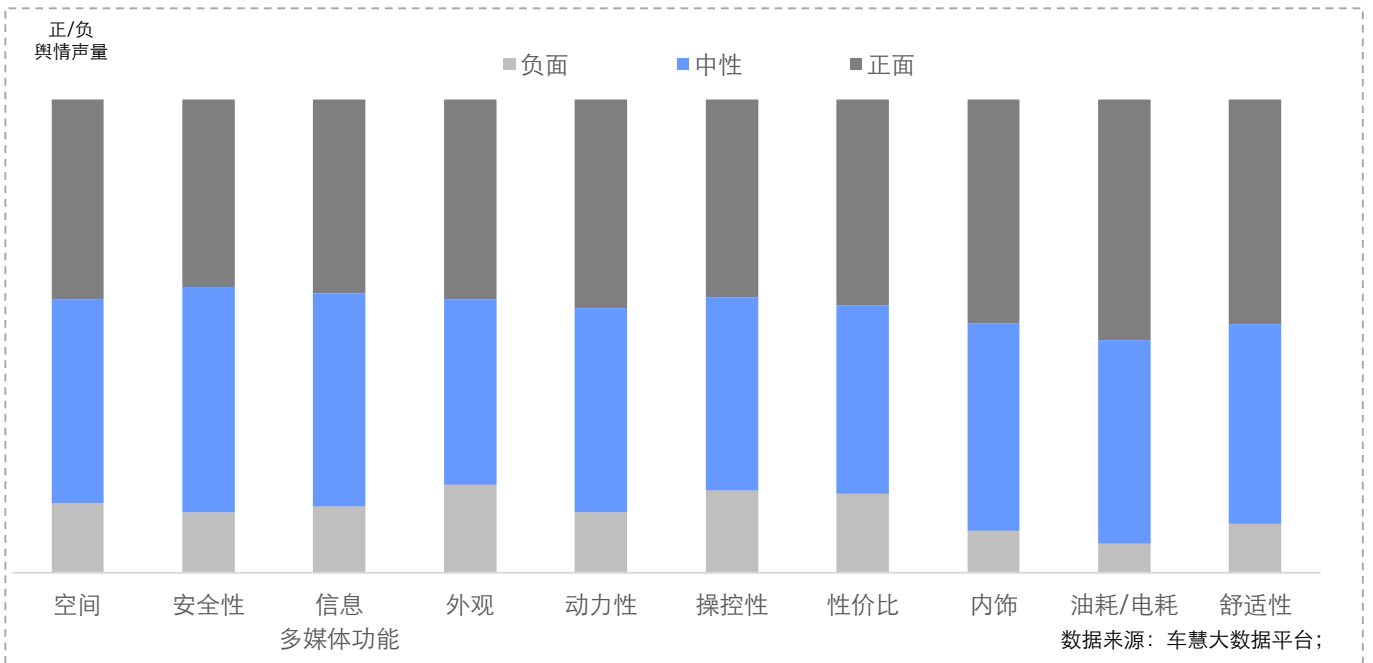
样本说明：基于超过100篇用户口碑数据，利用算法提取10个关键指标及点击意见进行文本分析，舆情声量为正值表示正面舆情，声量为负表示负面舆情，其它为中性舆情。



**用户声音**

“日系车最满意的就是省油，舒适，作为一个买菜车，实用性非常高，养车成本也不大。”

“买车的时候最看重的是雅阁的外观，颜值非常高，另外ACC自适应巡航配置很实用。”



**舆情分析**

- 本田雅阁在内饰、油耗以及舒适性三个维度比较突出；消费者对油耗、舒适性最满意；同时，外观、操控性能是消费者负面舆情较大的指标。
- 本田雅阁凭借日系车主打的低油耗、舒适性高、实用性高、故障率低等特点在中级车市场具有较强的市场竞争力，同时时尚动感的外观为其吸引更多的年轻用户群体。

样本说明：基于超过100篇用户口碑数据，利用算法提取10个关键指标及点击意见进行文本分析，舆情声量为正值表示正面舆情，声量为负表示负面舆情，其它为中性舆情。





- **用户口碑舆情方面：**
- **豪华车型**-用户普遍对乘坐舒适性、豪华感、科技感（信息多媒体）、品质、品牌调性、动力性能以及安全性方面的内容比较在意。
- **合资车型**-用户普遍对车内空间、油耗、动力性能、乘坐舒适性等方面的内容较为关注。
- **自主车型**-用户普遍对性价比、油耗、车内空间、功能性配置等方面的内容较为关注。



- 以蔚来、特斯拉等为主的造车新势力在汽车智能化装备上的应用程度更深，无论在智能网联以及自动驾驶（辅助驾驶功能）上面都具有较为先进的技术。
- 传统豪华车企在产品智能化升级上面，开始在其旗舰车型上面率先布局，丰富的智能车机系统以及辅助驾驶功能，未来值得期待。
- 国内自主品牌主动拥抱以BAT为首的高科技互联网公司，纷纷完成在产品智能化上的转型及升级，部分自主品牌车企智能化产品程度超过主流合资车企产品。



02

## 市场预期阶段产品分析

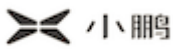
## 市场预期阶段产品分析

- 通过分析市场上近期/即将上市的新产品，梳理出：以造车新势力车和家、小鹏、BYTONM及自主品牌荣威、红旗、奇瑞为代表的6款车型，分析其产品特点及智能化装备。

市场预期车型



车和家理想制造ONE



小鹏G3



BYTONM-byte



E-HS3



Chery

Exeed TX



荣威Marvel X





## 理想制造ONE

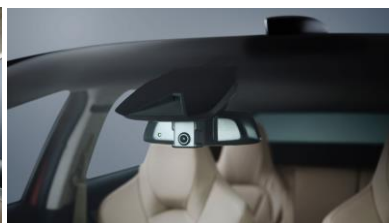
### 基本信息

- 理想智造ONE定位豪华中大型SUV
- 首款纯电动车型——理想智造ONE将采用增程式电驱动系统
- 车身长度超过5米，提供6座/7座两种布局。
- 700公里的NEDC综合续航里程
- 1000公里市区工况续航里程

资料来源：车和家官网

### 智能化装备

- 理想智造ONE将采用多屏幕与全车语音结合的智能交互方式，打造智能电动车。
- 配备Level 2.5级别的辅助驾驶系统，针对中国路况和驾驶习惯研发的控制算法提供更安全、更便捷的驾驶体验。



## 小鹏G3



- 小鹏G3定位紧凑型SUV
- 15.6英寸悬浮触控屏
- 351km 的NEDC综合续航里程
- 145kW功率，300N·m扭矩，可输出196Ps马力
- 智能语音交互服务。
- 通过手机App，可以远程控制G3.
- 360° 车顶相机，随时分享新鲜感。





# BYTON M-byte

- BYTON M-byte 定位于SUV车型
- 车长达4.85米
- 50英寸的端到端BYTON共享全面屏
- BYTON Air Touch进行手势控制、用语音控制开展互动、BYTON驾驶员触控屏开始灵活的触控操作。





2018百度世界大会上，一汽红旗和百度共同发布了国内首款L4级自动驾驶乘用车——Apollo红旗E-HS3。



### 基本信息

- Apollo红旗E-HS3的储能部分将采用与红旗E-HS3相同的中国第一汽车集团公司生产的三元锂离子电池组，电机功率155马力。

### 智能化装备

- 新车将基于红旗E-HS3打造，并加入百度的自动驾驶技术，以达到L4级别的自动驾驶。



2018百度世界大会上，奇瑞旗下的高端品牌车型Exeed TX，将搭载小度车载OS。



### 基本信息

- 定位紧凑型SUV，预计将于2019年上市。
- 长宽高分别为：4690/1885/1706mm，轴距为2715mm
- EXEED TX搭载的是1.6T发动机，最大功率145kw，最大扭矩290Nm，与之匹配的是7速双离合和6MT变速箱。

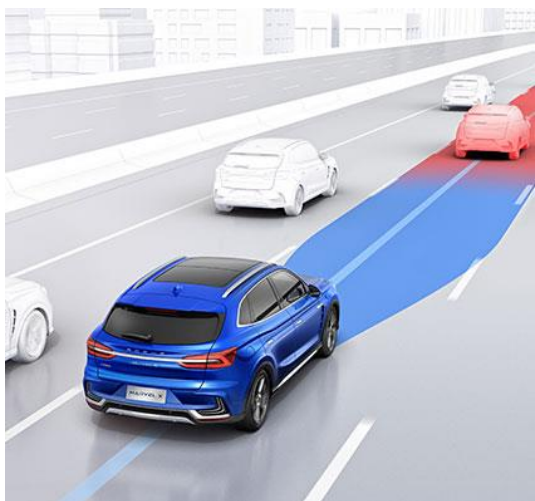
### 智能化装备

- 高精度定位+图像识别，导航更加直观
- 人脸登陆/人脸支付
- 情感化主动关怀/贴心安全提醒
- 首屏+仪表双屏地图
- 车家互联
- 链接智能家居生态
- 搭载奇瑞雄狮智云系统



## 荣威Marvel X

- iDrive智能全驱系统
- iBooster 智能电控制
- 互联网汽车智能系统3.0 Marvel X专属版 - 基于Alios的斑马智行解决方案
- 360度环境感知系统



AI Cruise全速段智能巡航



All-time Safety全时主动安全智能辅助



AI Parking全功能智能泊车辅助



AR-Driving实景驾驶辅助系统



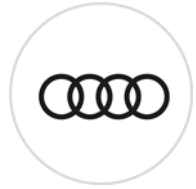
03

## 市场潜力阶段产品分析

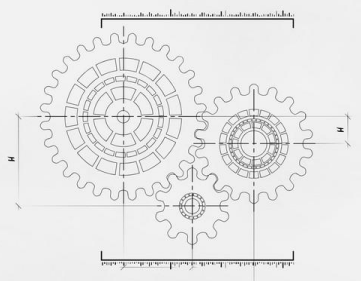
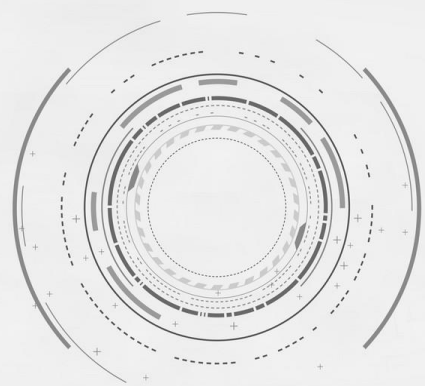
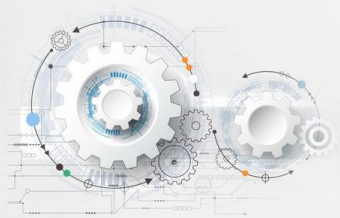
# 市场潜力阶段产品分析

- 目前国内外主流车企，均在积极发展汽车智能化，加大在智能汽车领域上的布局，抢占未来汽车市场。

## 国外主流车企



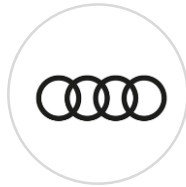
## 国内主流车企



## 国外主流车企

- 2018奥迪品牌峰会活动中，旗下自动驾驶概念车奥迪Aicon车型正式在国内亮相，这款车具备第五阶段自动驾驶能力，并采用纯电动动力。

### 国外主流车企



图为奥迪自动驾驶概念车Aicon

- 奥迪与英伟达，双方CES宣布计划2020年推出搭载英伟达（Nvidia）自动驾驶计算软件系统的奥迪车型，实现Level4级别自动驾驶汽车。
- 2018奥迪品牌峰会活动中，旗下自动驾驶概念车奥迪Aicon车型正式在国内亮相，这款车具备第五阶段自动驾驶能力，并采用纯电动动力，续航里程最高可以达到800km左



## 国外主流车企

- 丰田在 CES 2018 上发布了全新的 e-Palette 出行平台，它是一辆纯电动的自动驾驶汽车，是可以根据用户不同需求实现多种变型的移动服务出行平台。

### 国外主流车企



图为丰田智能平台e-Palette

- 丰田首先计划2020年前后推出支持在高速公路上变更车道等的L3级量产车，主要是在高端豪华品牌雷克萨斯和燃料电池车（FCV）“MIRAI”身上实现。
- 丰田在 CES 2018 上发布了全新的 e-Palette 出行平台，它是一辆纯电动的自动驾驶汽车，内部可以根据不同需求进行自定义改造，通过开放平台用于共享乘车、商品零售、货物运送等多方面的用途。



资料来源：丰田汽车

## 国外主流车企

- 大众集团在2017发布全新Sedric概念车，Sedric是大众第一款以SAE第五级自动驾驶为目标的概念车。

### 国外主流车企



图为大众自动驾驶概念车Sedric

- 大众集团在2017发布全新Sedric概念车，Sedric是大众第一款以SAE第五级自动驾驶为目标的概念车。
- 另外，大众还将Sedric概念车定义为“城市移动解决方案的核心组成部分”。结合其新的控制系统，Sedric给自动驾驶概念赋予了全新的意义。只需触摸按钮，Sedric自动驾驶汽车就会驶来，然后便捷的载上乘客，安全的抵达目的地。



无方向盘  
无油门踏板  
无刹车踏板

## 国外主流车企

- 通用自动驾驶车型CruiseAV，将在2019年开始于美国部分地区试行。

### 国外主流车企



图为通用自动驾驶车型CruiseAV

- 通用汽车旗下自动驾驶研发公司CruiseAutomation已推出具备高度自动驾驶功能的第四代车型——“CruiseAV”。
- “CruiseAV” 配备5个激光雷达，16个摄像机和21个雷达。
- 新车取消方向盘和踏板。根据规划，将在2019年开始于美国部分地区试行。



无方向盘  
无油门踏板  
无刹车踏板

## 国内主流车企

- 当前国内外主流车企都在提升自身产品在智能化方向上的升级与转型，而自动驾驶似乎已经成为汽车智能化发展的“指明灯”。

### 国内主流车企



- 2020年长安汽车不再生产非联网汽车，所有旗下生产产品实现100%联网。
- 2025年长安汽车实现100%语音控制，同时L4级智能驾驶产品上市。



- 上汽和阿里巴巴共同打造基于AliOS系统平台开发的斑马智行系统，为车企提供汽车智能网联解决方案。
- 上汽成立了中国汽车行业首个人工智能实验室——上汽集团人工智能实验室。



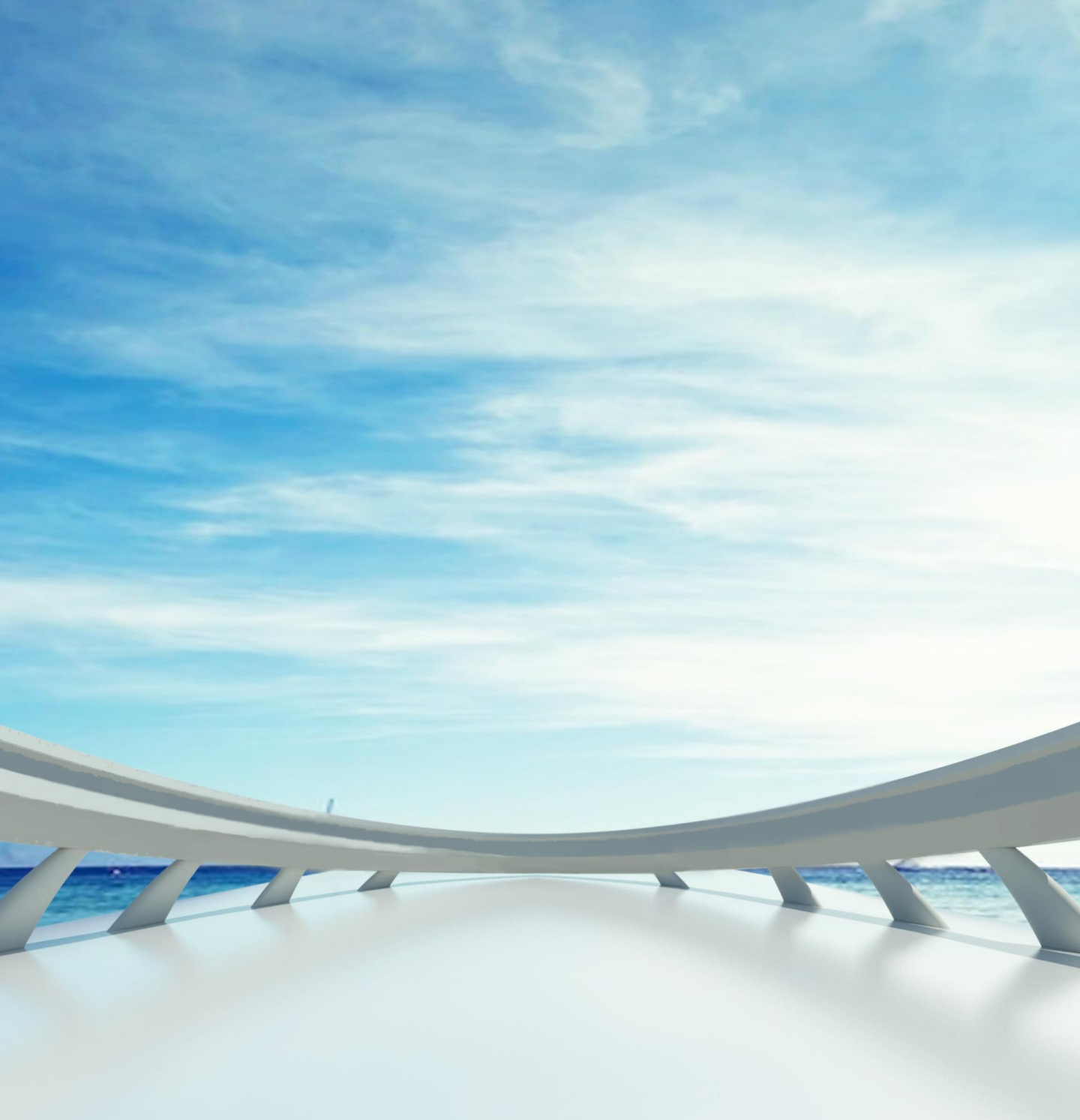
- 吉利G-Pilot战略
- 2020年车辆逐步实现车道变更以及无人监控的自动泊车操作等；
- 2024年实现司机完全解放，并提供完整的出行服务。



- 2020年，奇瑞计划将实现L3级别的自动驾驶，2025年，能实现L4-L5级的自动驾驶。
- 公布奇瑞雄狮集团智能化战略，实现自动驾驶和智能互联。
- 与国内在算法软件上最有实力的百度合作，成为百度Apollo Pilot自动驾驶生态的一员。

科技改变生活，  
智慧开启未来，  
迎接“智”的飞跃。



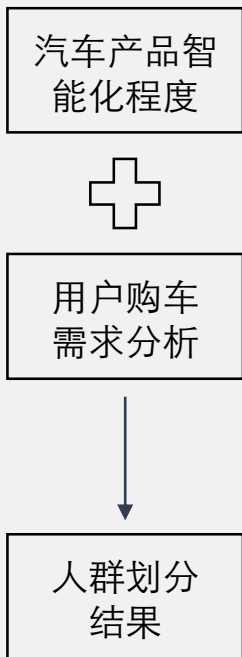


## 02 智能汽车消费者洞察

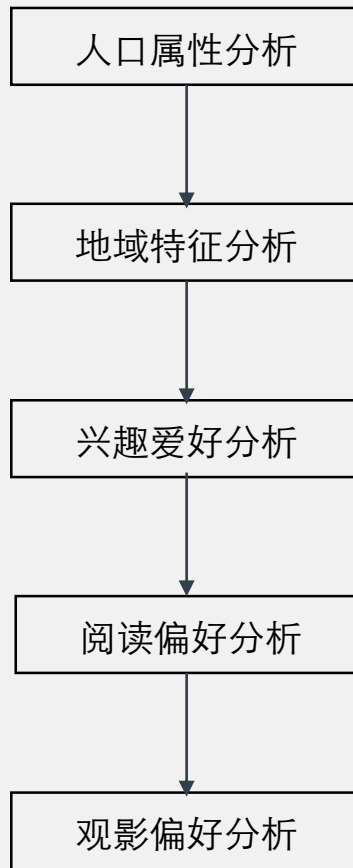
## 人群分析框架

- 人群细分逻辑3大步骤：人群划分方法设定 → 细分人群差异化分析 → 细分人群画像描述。

### 人群划分方法设定



### 细分人群差异化分析



### 细分人群画像描述

- 对不同细分人群的人口属性、地域特征、兴趣爱好、阅读偏好、观影偏好进行深度描述。

梳理不同细分人群的情感属性、人生观以及价值观。



## 人群数据逻辑

- 将汽车垂直网站的智能车用户关注数据，与搜索网站的浏览行为相匹配，得出消费者分车型的各项特征。



# 人群划分模型

- 通过梳理目前汽车智能化发展的阶段，结合消费者购车需求（马斯洛需求理论）；两者交叉分析，把智能汽车用户划分为6类人群。

## 人群模型

图为智能汽车用户6类人群模型



## 附：6类人群车型分布

### ■ 6类人群车型分布状况 (注)

| 人群类别   | 车型分布  |
|--|---|
| <p>品质乐趣</p>    | <ul style="list-style-type: none"><li>关注<b>特斯拉Model X、Model S、蔚来ES8</b>等高度智能化车的用户为代表的人群。</li></ul>                            |
| <p>卓越声望</p>    | <ul style="list-style-type: none"><li>关注<b>奔驰S级、宝马7系、奥迪A8L、奔驰GLE、奥迪Q7、宝马X5/6、路虎揽胜</b>等豪华D级车的用户为代表的人群。</li></ul>               |
| <p>精英/进取</p>  | <ul style="list-style-type: none"><li>关注<b>奔驰E/C级、宝马5/3系、奥迪A6/L、凯迪拉克CT6、沃尔沃S90、奔驰GLC、奥迪Q5L、宝马X3</b>等豪华C级车的用户为代表的人群。</li></ul> |
| <p>简单务实</p>  | <ul style="list-style-type: none"><li>关注<b>帕萨特/迈腾、君威/君越、雅阁、凯美瑞、蒙迪欧、途昂、途观、奇骏、昂科威、URV</b>等B级车的用户为代表的人群。</li></ul>               |
| <p>时尚创新</p>  | <ul style="list-style-type: none"><li>关注<b>小鹏G3、威马EX5、荣威marval X</b>等造车新势力亦或具有高科技含量的新能源车型的用户为代表的人群。</li></ul>                 |
| <p>激情活力</p>  | <ul style="list-style-type: none"><li>关注<b>吉利博越、荣威RX5、全新一代AX7、风行T5、荣威I6、荣威Ei5</b>等自主品牌的用户为代表的人群。</li></ul>                    |

## 人群洞察摘要



品质乐趣

更懂得生活

相比其它人群，品质乐趣型人群更加关注  
**体育健身、旅游出行、亲子教育**



卓越声望

更有魅力  
更享受生活

相比其它人群，卓越声望型人群更加关注  
**房产、艺术收藏、商务、金融财经。**



精英/进取

更勤奋  
更有进取心

相比其它人群，精英进取型人群更加关注  
**教育培训、职场培训。**



简单务实

更舒适  
更有爱心

相比其它人群，简单务实型人群更加关注  
**家居家电、宠物、阅读书籍。**



时尚创新

更时尚  
更有个性

相比其它人群，时尚创新型人群更加关注  
**穿衣鞋帽、游戏/数码、网络购物。**



激情活力

更年轻  
更有闯劲

相比其它人群，激情活力型人群更加关注  
**求职创业、教育培训、餐饮美食。**



## 品质乐趣型

## 人群基本特征

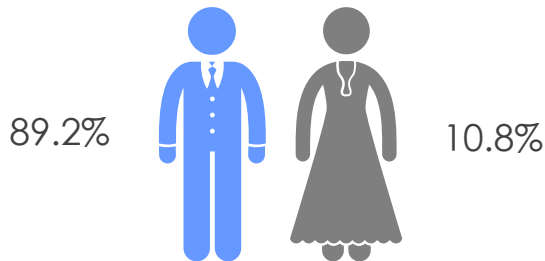


性别分布：男性>女性

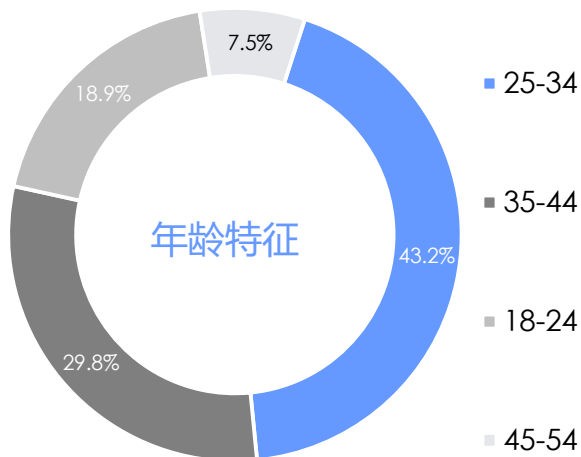
**性别** 品质乐趣型人群中，以男性用户群体为主，占比为89.2%，与用户购车男女分布比例大致趋同。



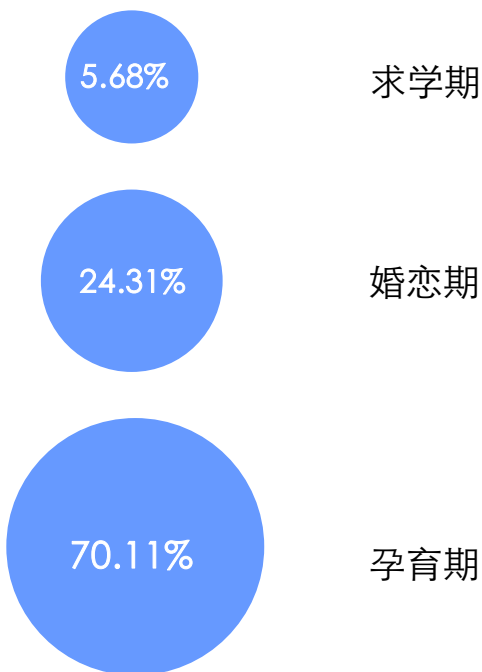
**年龄** 从年龄特征来看，25-34岁占比最大，达到43.2%，35-44岁之间用户占比为29.8%，整体趋向“熟龄化”特征。



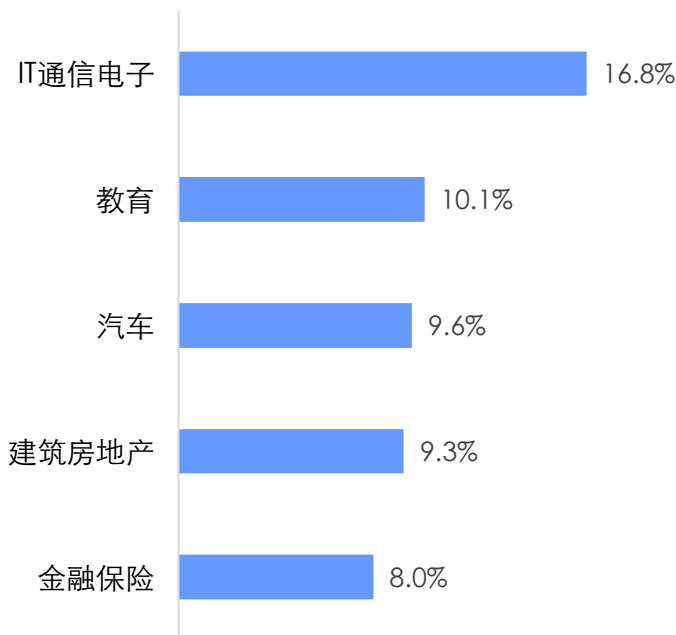
**行业** 从行业分布来看，排名前5的分别为：IT通讯电子、教育、汽车、建筑房地产以及金融保险，占到总体比例的53.8%。



## 人生阶段



## 行业特征 Top5

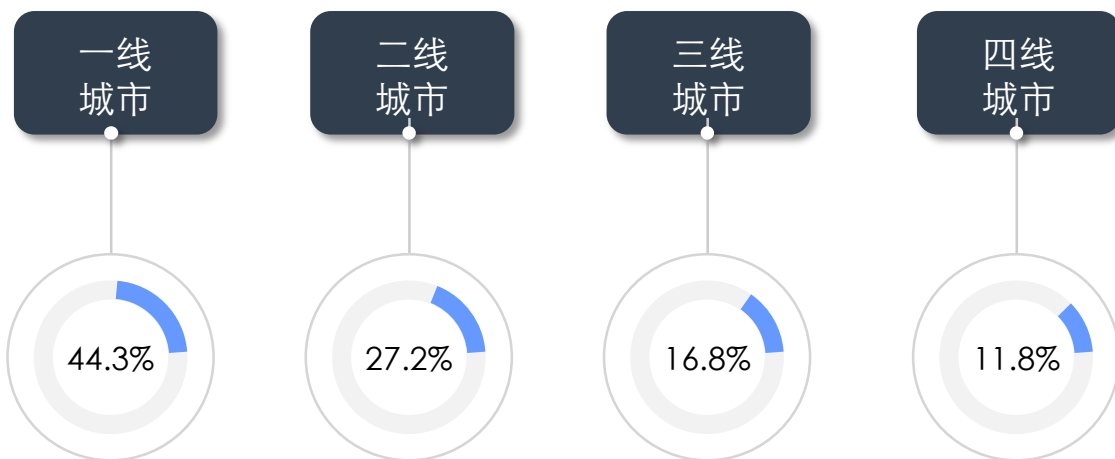




**省份** 广东省占比最高，达到13%；华东地区上海、江苏、浙江占比较高，均超过8%；华北地区北京的关注人群较高；西北、东北用户关注度较低。



**城市级别** 品质乐趣型用户主要集中在一线城市，占比达到44.3%，二线城市占比达到27.2%；一二线城市是品质乐趣型用户的主要集中地。

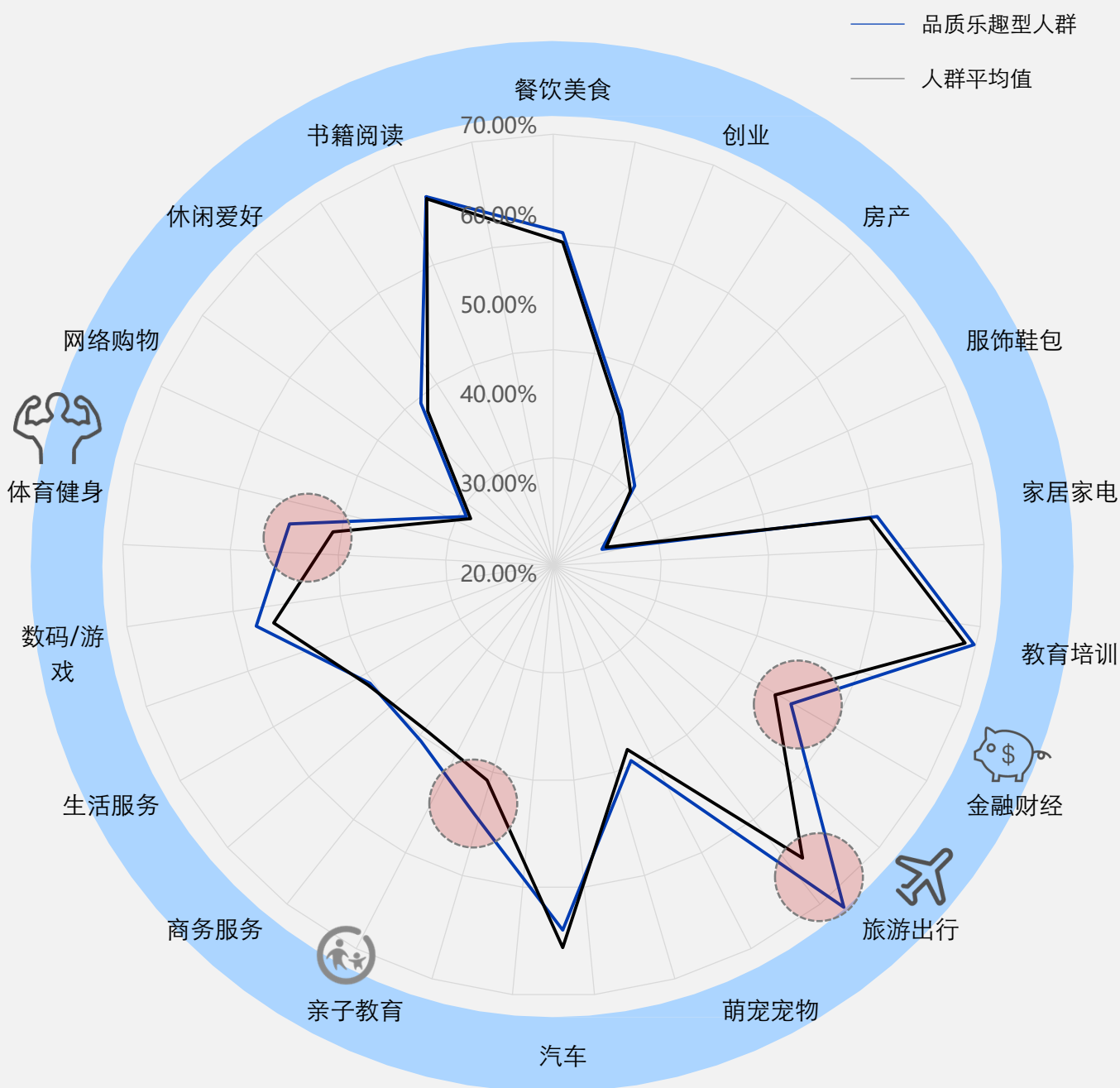




追求较高的生活品质，愉悦的生活方式，有比较健康的生活态度，具有家庭责任感。

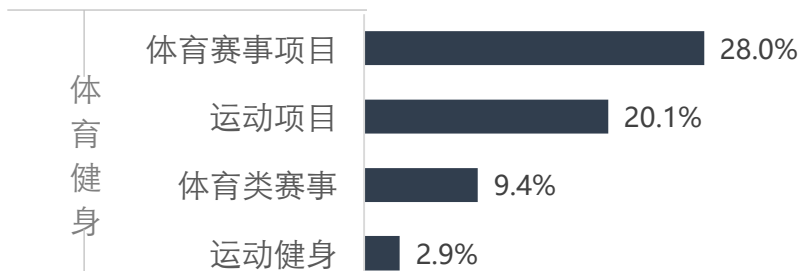
**兴趣爱好** 从兴趣爱好特征来看，相比全体智能汽车人群，品质乐趣型人群对于亲子教育、体育健身、旅游出行、金融财经方面的关注度较高。

品质乐趣型人群兴趣特征分布

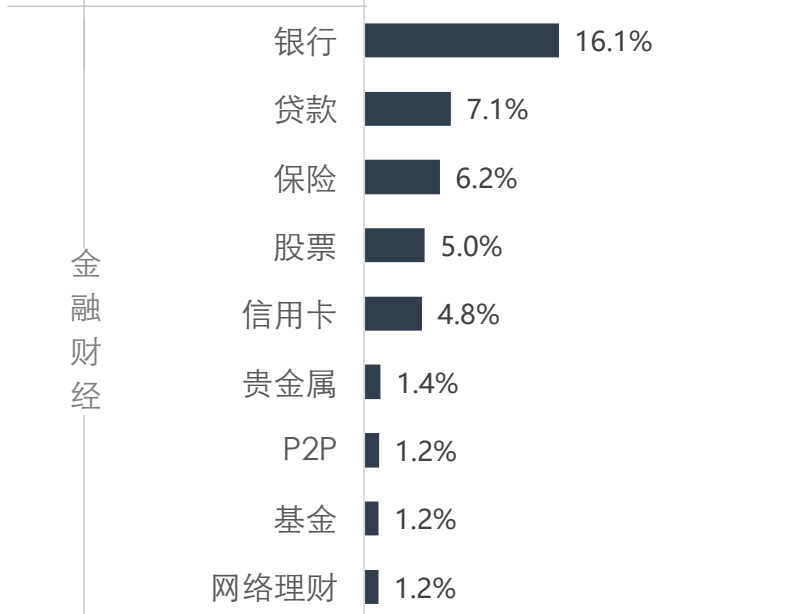




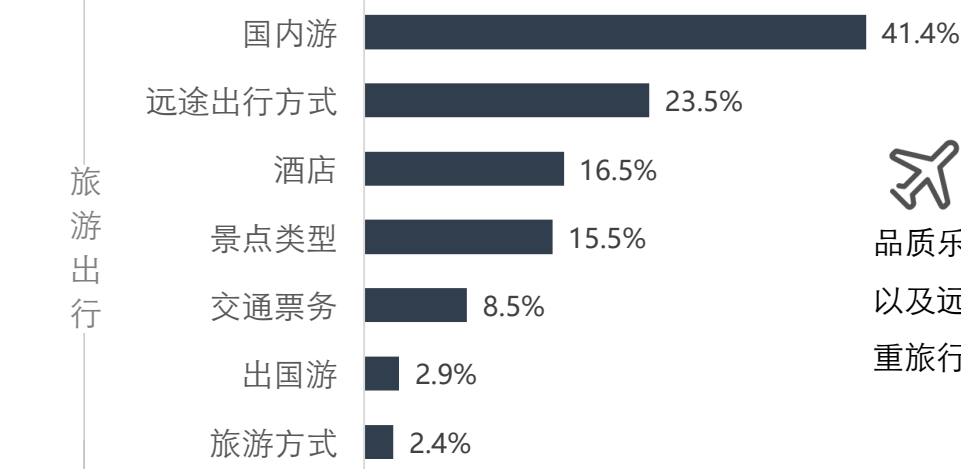
### 品质乐趣型人群兴趣特征细分



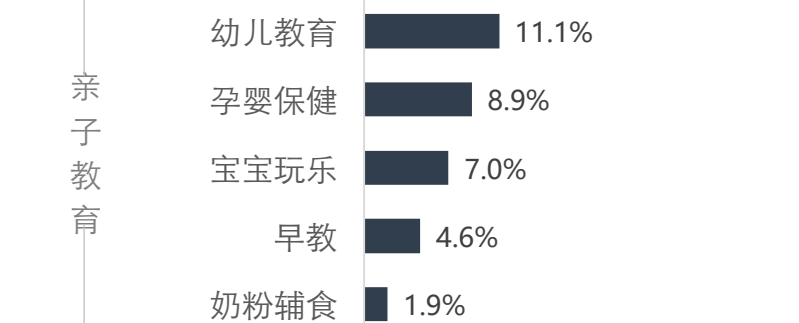
品质乐趣型人群更喜欢参加体育赛事项目以及运动项目，通过赛事运动，培养生活乐趣，达到健身目的。



从金融财经来看，品质乐趣型人群对银行金融及理财产品的关注度较高，体现其具有较强的理财意识及提高生活品质。



从旅游出行的偏好来看，品质乐趣型人群，更加偏好国内游以及远途出行方式，体现其更加注重旅行的品质。



品质乐趣型人群在亲子教育方面，更加关注幼儿教育、婴幼儿保健方面，体现其具有家庭责任心。



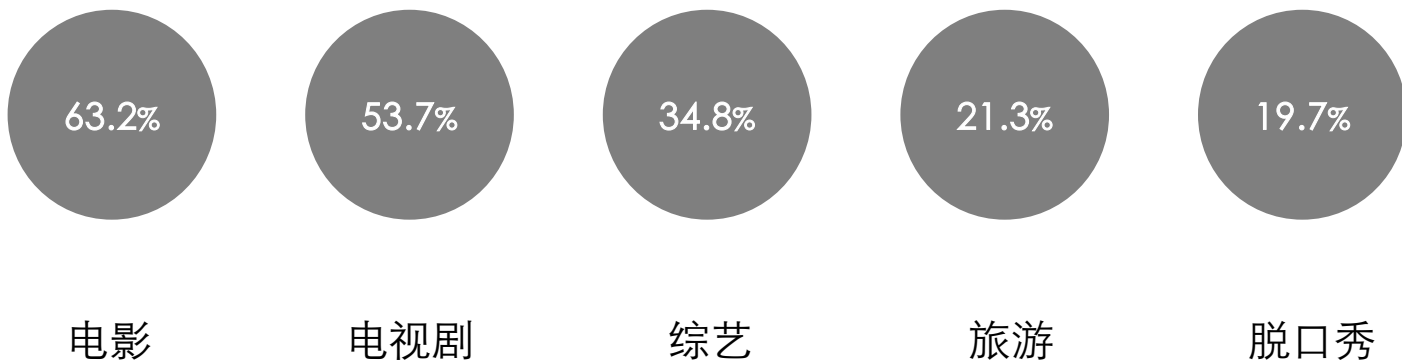
阅读浏览偏好

从阅读浏览偏好类看，品质乐趣型人群更加关注新闻资讯、互联网IT、金融财经等内容。



观影偏好

从观影偏好看，品质乐趣型人群更加偏好电影、电视剧、综艺、旅游、脱口秀等内容。





## 品质乐趣型

## 用户群体画像

代表  
车型



蔚来ES8



特斯拉MODEL S



特斯拉MODEL X

“他们是一群年轻有为、积极乐观的社会精英人士，  
 用自己的努力去创造美好的生活，  
 他们享受生活，注重生活品质，  
 自由和创造力是他们的标签，  
 追求品质、健康、愉悦的生活方式。”



- ◆ 男性用户群体为主，占比为89.2%；
- ◆ 25-34岁占比最大，达到43.2%；
- ◆ 从事行业集中在IT通讯电子、教育、汽车、建筑房地产以及金融保险，达到53.8%；
- ◆ 集中在一线城市，占比达到44.3%；
- ◆ 对于餐饮美食、体育健身、旅游出行、金融财经方面的关注度较高；

追求高品质生活，  
追寻属于自己的乐趣，  
寻找愉悦的生活方式，

从 AI 开始。



## 卓越声望型

## 人群基本特征

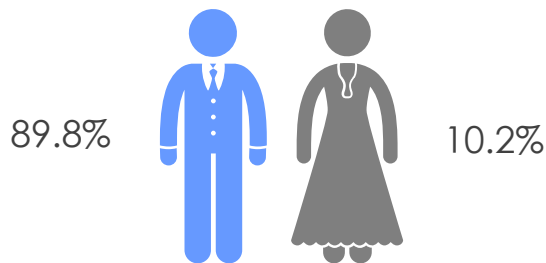


性别分布：男性>女性

**性别** 卓越声望型人群中，以男性用户群体为主，占比为89.8%，与用户购车男女分布比例大致趋同。



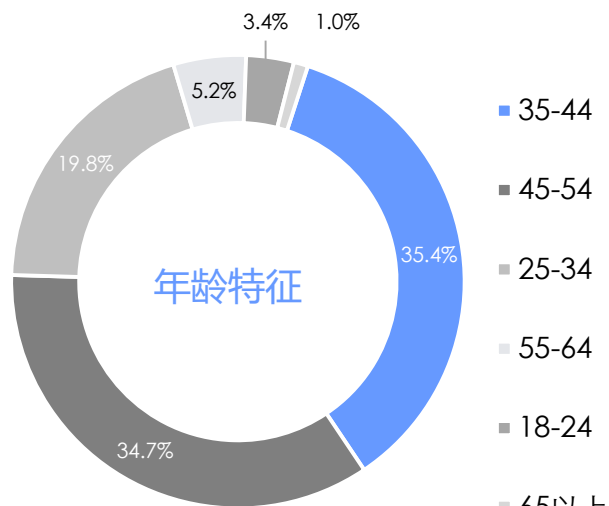
**年龄** 从年龄特征来看，35-44岁占比最大，达到35.4%，45-54岁之间用户占比为34.7%，整体呈现“成熟化”趋势。



**行业** 从行业分布来看，排名前5的分别为：建筑房地产、社会公共管理、教育、机械制造、能源化工采矿，占到总体比例的43.9%。



## 人生阶段



3.39%

求学期

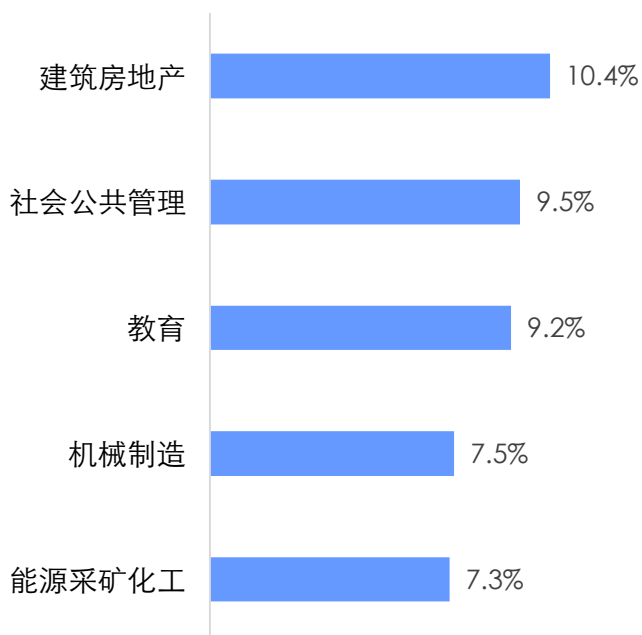
17.96%

婚恋期

77.85%

孕育期

## 行业特征 Top5

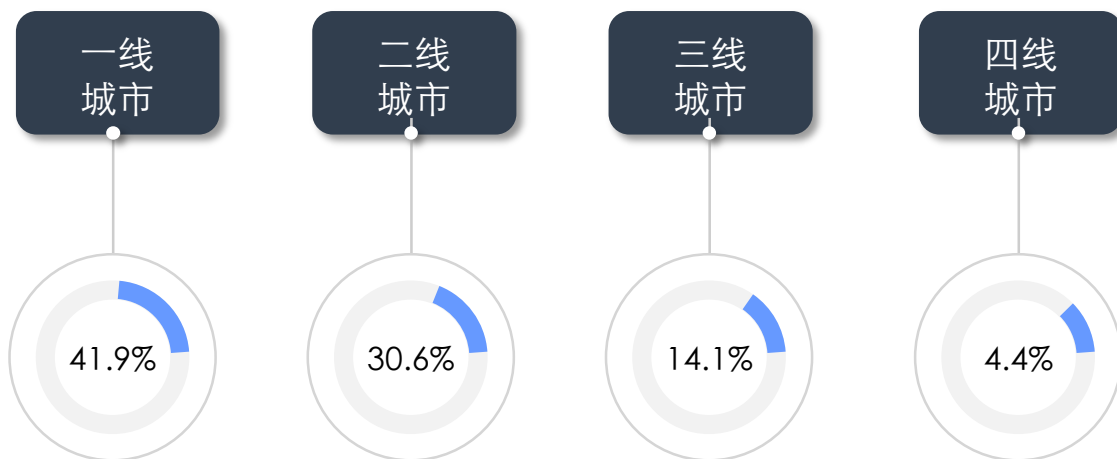




**省份** 广东省占比最高，达到10.9%；华东地区江苏、浙江占比较高，华北地区北京的关注人群较高，西南地区四川关注人群较高；西北、东北用户关注度较低。



**城市级别** 卓越声望型用户主要集中在一线城市，占比达到41.9%，二线城市，占比达到30.6%；一二线城市是卓越声望型用户的主要集中地。

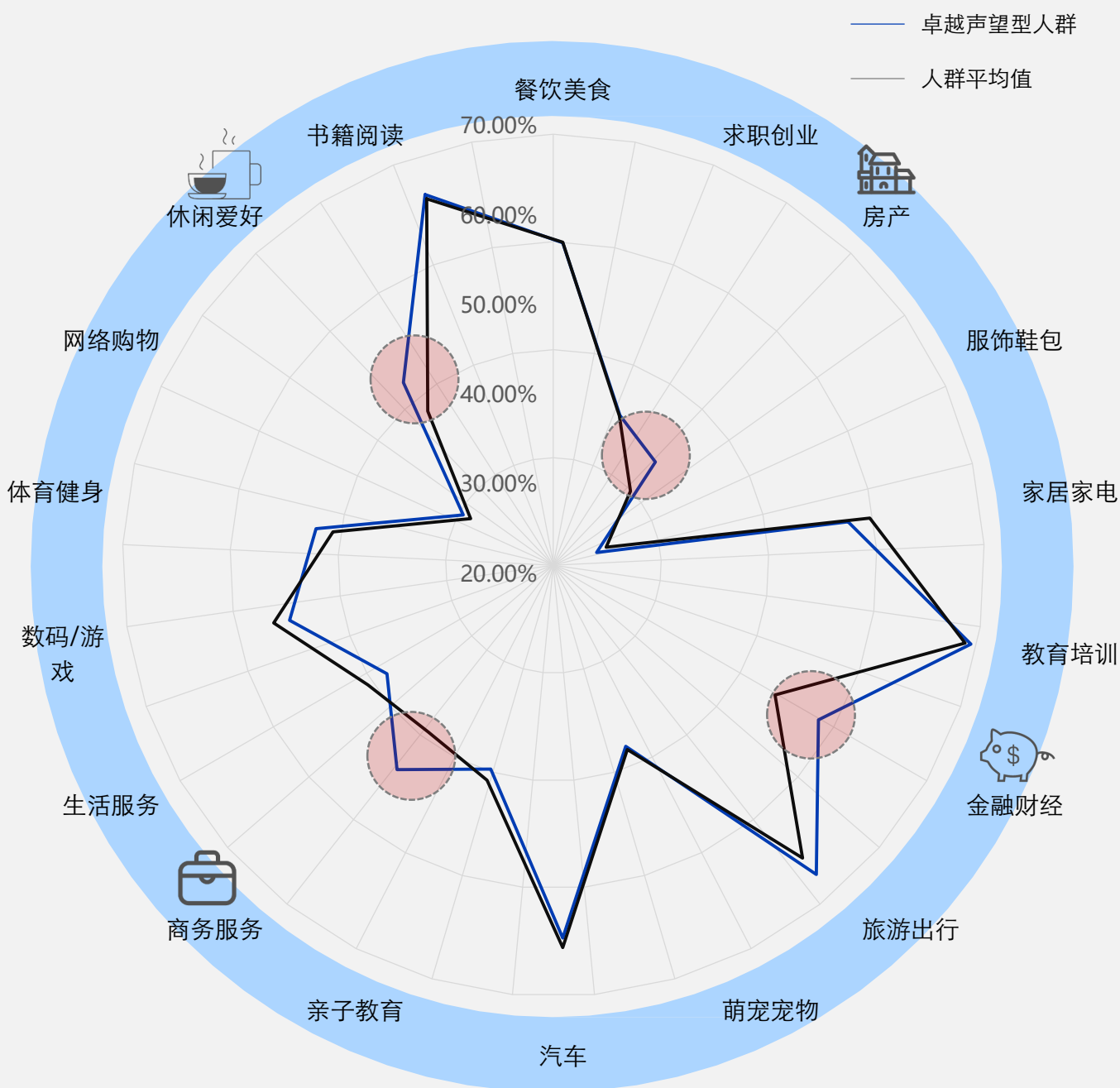




有经济实力，有很高的消费需求，追求事业上的成功，工作之余比较偏爱舒适的休闲生活，让身体与心灵得到放松。

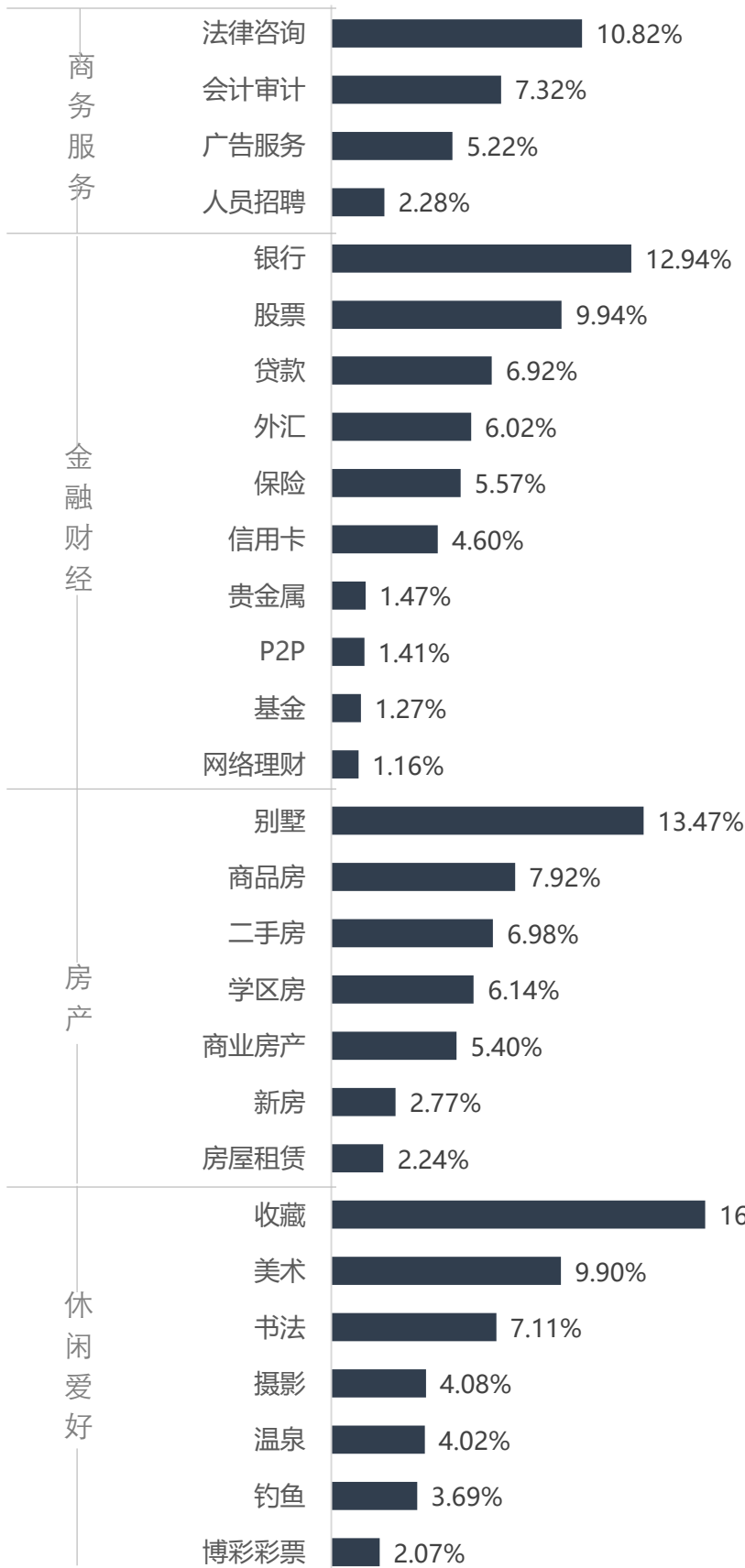
**兴趣爱好** 从兴趣爱好特征来看，相比全体智能汽车人群，卓越声望型人群对于休闲爱好、商务服务、金融财经以及房产方面的关注度较高。

### 卓越声望型人群兴趣特征分布





### 卓越声望型人群兴趣特征细分



卓越声望型人群对法律咨询、会计审计方面内容关注度较高，体现其具有较强的自我保护意识。



从金融财经来看，卓越声望型人群对银行、股票、贷款、外汇方面的内容关注度较高，体现其有一定的经济能力，合理分配资产，有较强的风险抵御措施。



从房产的偏好来看，卓越声望型人群，更加偏好别墅，体现其有很强的经济能力，以及享受人生的生活态度。

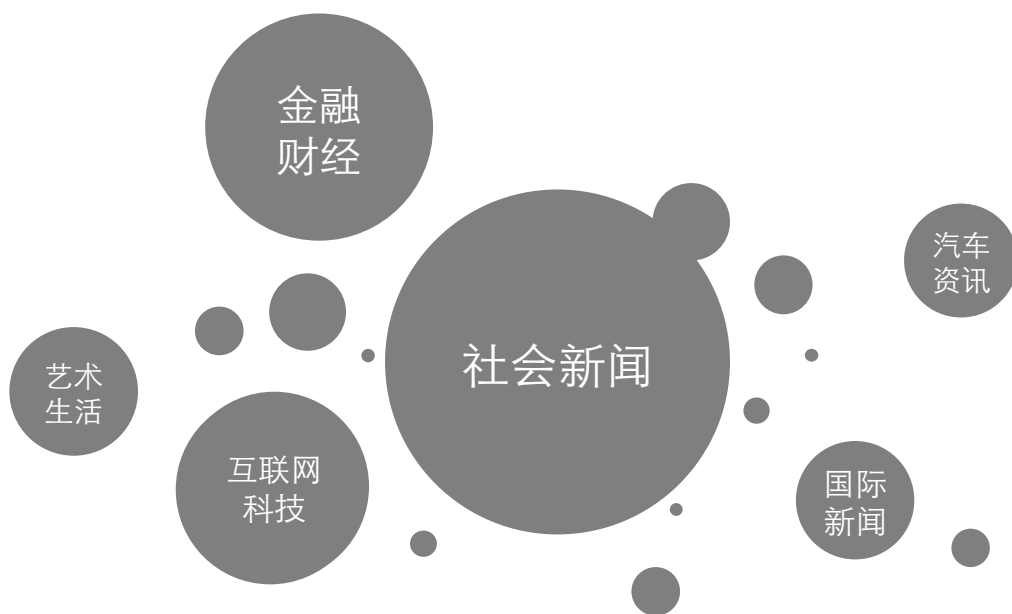


卓越声望型人群在休闲爱好方面，更加爱好收藏艺术品，较多的关注美术、书法，体现其一种更为优雅的生活态度。



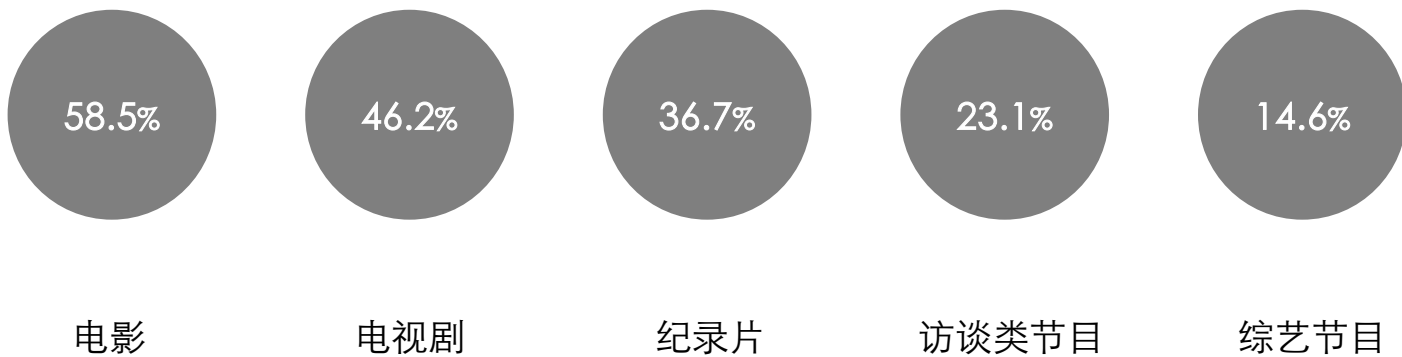
阅读浏览偏好

从阅读浏览偏好类看，卓越声望型人群更加关注社会新闻、金融财经、互联网科技、艺术生活以及国际新闻等内容。



观影偏好

从观影偏好看，卓越声望型人群更加偏好电影、电视剧、纪录片、访谈类以及综艺节目等内容。





## 卓越声望型

## 用户群体画像

代表  
车型



宝马7系

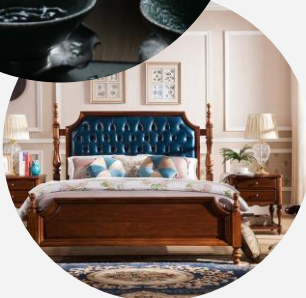
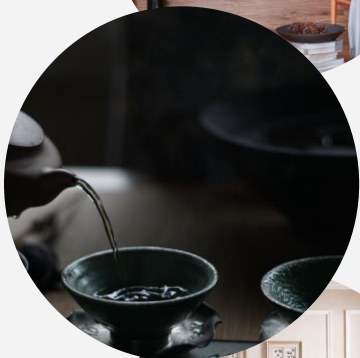


奔驰S级




奥迪A8L

“男性用户居多，事业有成，  
正处于事业黄金期，  
购车更多的是为了彰显自己身份的象征，  
成熟稳重，理性并有耐心，典雅而又高贵是他们的代名词，  
赋有成功人士独有的人格魅力，  
享受成功带来的优雅生活，拥有独特的兴趣爱好。”



- ◆ 男性用户群体为主，占比为89.8%；
- ◆ 35-44岁占比最大，达到35.4%，45-54岁之间用户占比为34.7%；
- ◆ 从事行业集中在建筑房地产、社会公共管理、教育、机械制造、能源化工采矿，占到总体比例的43.9%；
- ◆ 集中在一、二线城市，占比达到72.5%；
- ◆ 对于商务服务、休闲爱好、金融财经以及房产方面的关注度较高；



引领时代的象征，

引领前进的方向，

用 **AI** 抵达未来。



## 精英进取型

## 人群基本特征

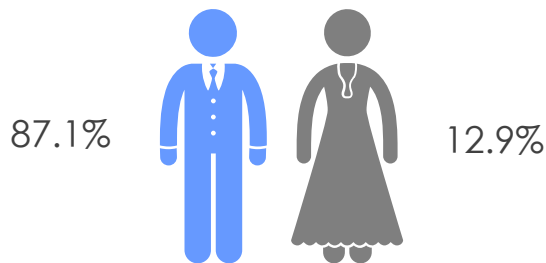


性别分布：男性>女性

**性别** 精英进取型人群中，以男性用户群体为主，占比为87.1%，与用户购车男女分布比例大致趋同。



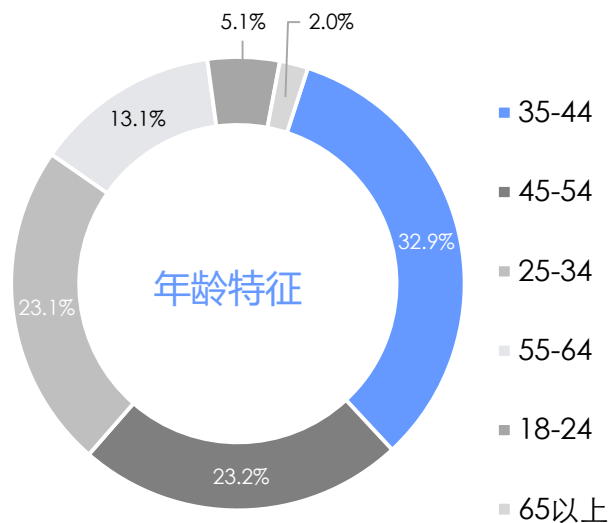
**年龄** 从年龄特征来看，35-44岁占比最大，达到32.9%，45-54岁之间用户占比为23.2%，25-24岁之间用户占比为23.1%，用户分布较均匀。



**行业** 从行业分布来看，排名前5的分别为：建筑房地产、IT通讯电子、社会公共管理、汽车以及金融保险行业。



## 人生阶段



5.04%

求学期

23.9%

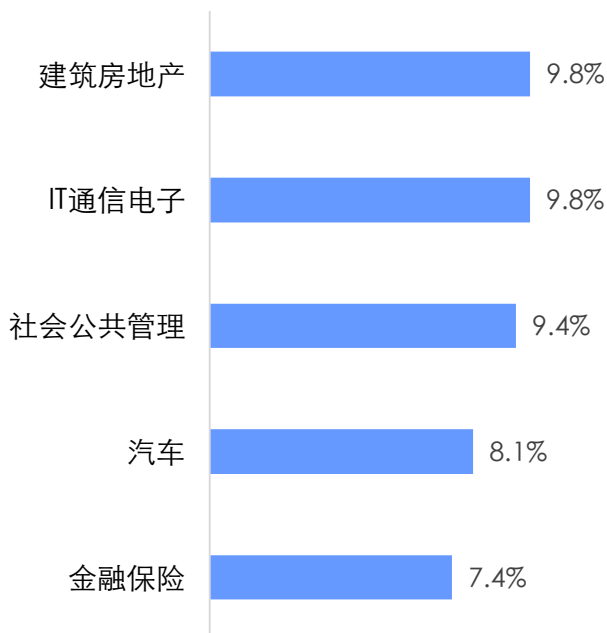
婚恋期

71.06%

孕育期

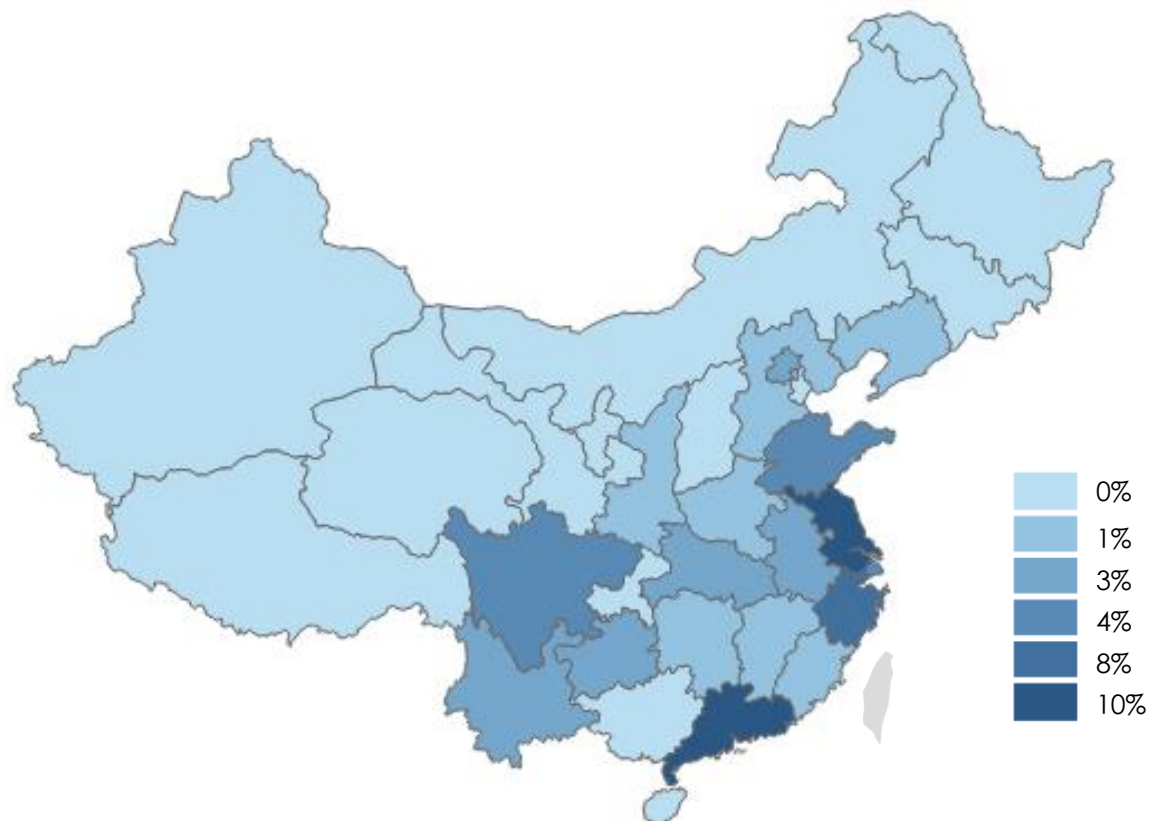
## 行业特征

## Top5

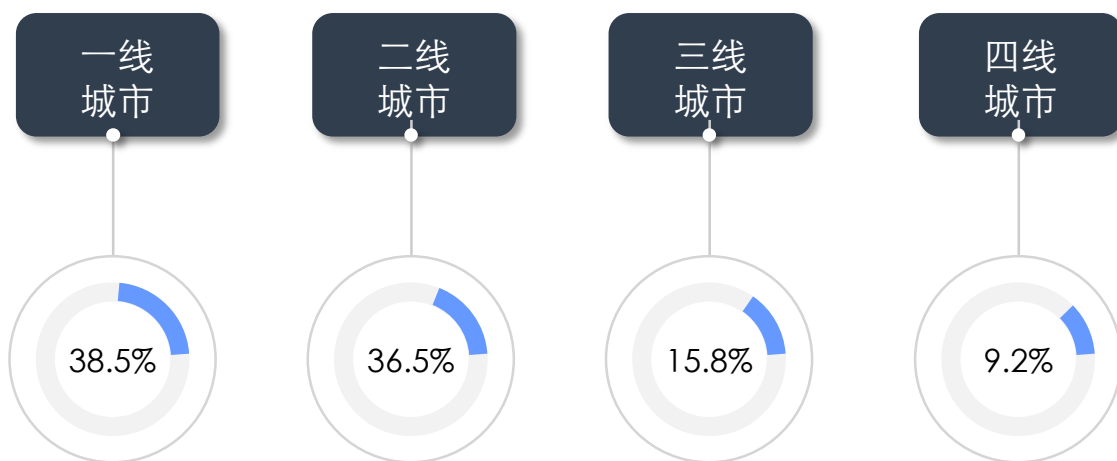




**省份** 广东省占比最高，为10.4%，其次是江苏为9.5%；华东地区上海、浙江、江苏以及山东占比较高、华北以北京占比较高、西南以四川为主，东北辽宁占比较高，西北整体占比较低。



**城市级别** 精英进取型用户主要集中在一线城市，占比达到38.5%，其次是二线城市，占比达到36.5%；一二线城市是精英进取型用户的主要集中地，占比达到75%。

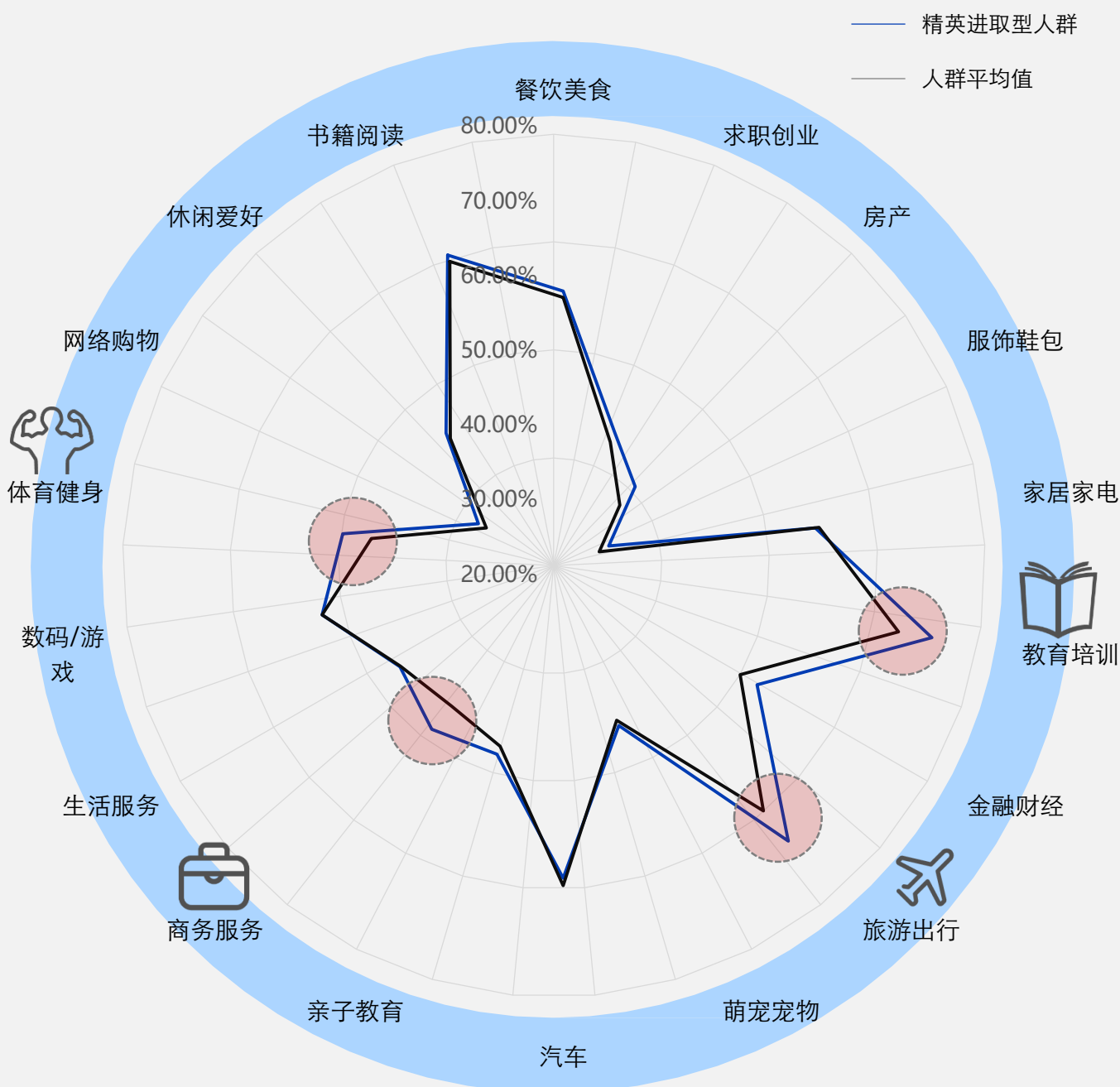




追求工作与生活的一种平衡，希望通过努力改变自己；追求自由、舒适、简约的生活，并为了自己目标不断努力、进取。

**兴趣爱好** 从兴趣爱好特征来看，相比全体智能汽车人群，精英进取型人群对于体育健身、商务服务、旅游出行、教育培训方面的关注度较高。

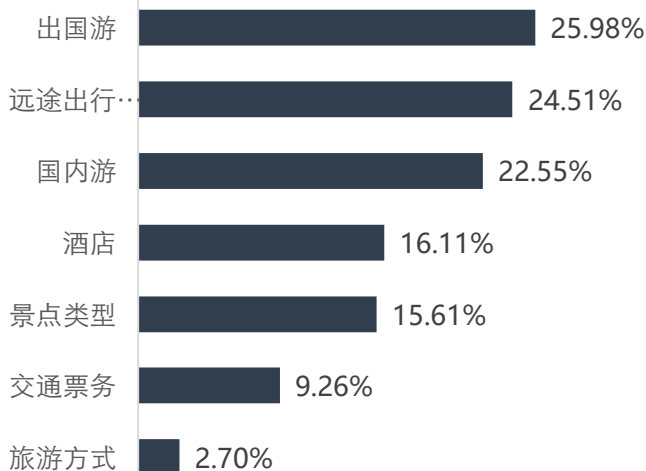
### 精英进取型人群兴趣特征分布





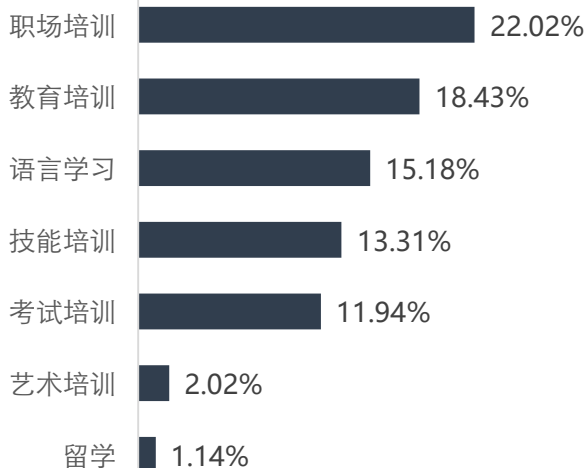
### 精英进取型人群兴趣特征细分

#### 旅游出行



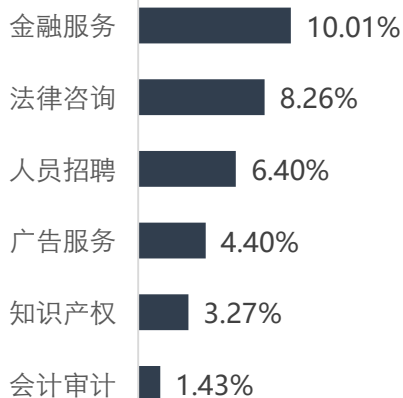
从旅游出行偏好来看，精英进取型人群更加偏好出国游以及长途出行的方式，体现其更加喜欢改变现状，积极、进取、突破的一种生活态度。

#### 教育培训



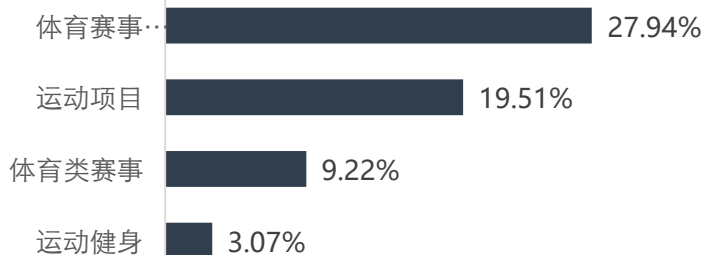
从教育培训来看，精英进取型人群对职场培训、教育培训（学历）方面关注度较高，体现其，对自我价值认同，通过努力、进取获取对美好生活的向往。

#### 商务服务



从商务服务的偏好来看，精英进取型人群，更加偏好金融服务、法律咨询等方面的内容，体现其，努力提高生活品质。

#### 运动健身



精英进取型人群在运动健身方面，更加爱好体育赛事以及运动类项目，通过赛事运动，培养生活乐趣，达到健身目的。



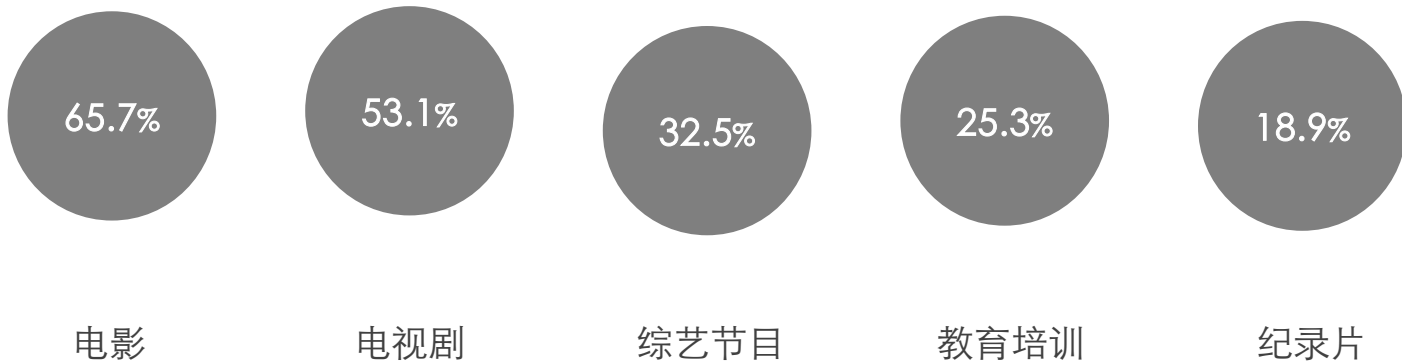
阅读浏览偏好

从阅读浏览偏好类看，精英进取型人群更加关注新闻资讯、娱乐时尚、互联网科技、汽车资讯以及教育培训等内容。



观影偏好

从观影偏好看，精英进取型人群更加偏好电影、电视剧、综艺节目、教育培训以及纪录片等内容。





## 精英进取型

## 用户群体画像

代表  
车型



宝马5/3系



奔驰E/C级



奥迪A6/4L

“社会中坚，人生道路处于上升期，  
对卓越的向往，完成自我的追求，  
购车更多的是为了提高生活的品质，  
生活中注重格调也讲究舒适，  
追求一种自由、突破、勤奋、向上，进取的人生态度。”



- ◆ 男性用户群体为主，占比为87.1%；
- ◆ 35-44岁占比最大，达到32.9%，45-54岁之间用户占比为23.2%，25-24岁之间用户占比为23.1%；
- ◆ 从事行业集中在建筑房地产、IT通讯电子、社会公共管理、汽车以及金融保险行业占比达到44.5%；
- ◆ 集中一、二线城市，占比达到75%；
- ◆ 对于商务服务、旅游出行、体育健身以及教育培训方面的关注度较高；

生活在于尝试，  
人生在于实践，  
换一种姿态， 活出自己的骄傲，

AI 与你同行。



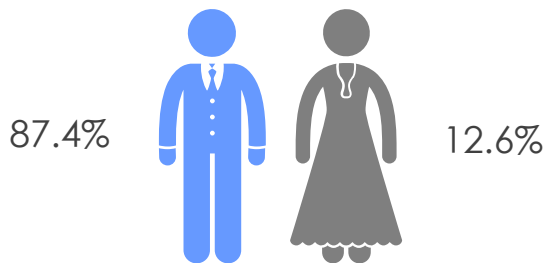
## 简单务实型

## 人群基本特征



性别分布：男性>女性

**性别** 简单务实型人群中，以男性用户群体为主，占比为87.4%，与用户购车男女分布比例大致趋同。



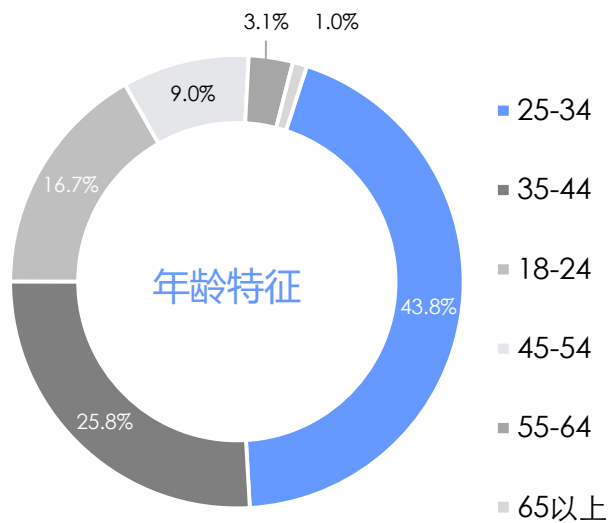
**年龄** 从年龄特征来看，25-34岁占比最大，达到43.8%，35-44岁之间用户占比为25.8%，整体趋向“成熟化”特征。



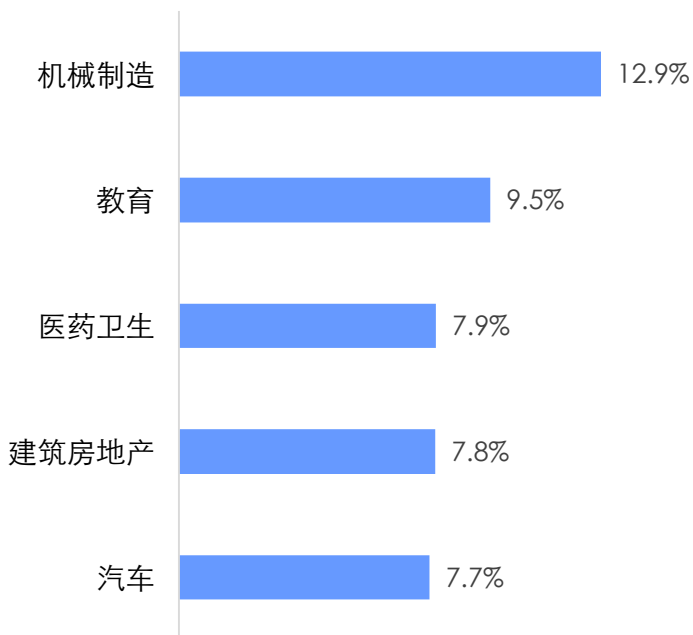
**行业** 从行业分布来看，排名前5的分别为：机械制造、教育、医药卫生、建筑房地产以及汽车行业，占比达到45.8%。



### 人生阶段



### 行业特征 Top5



6.9%

求学期

21.7%

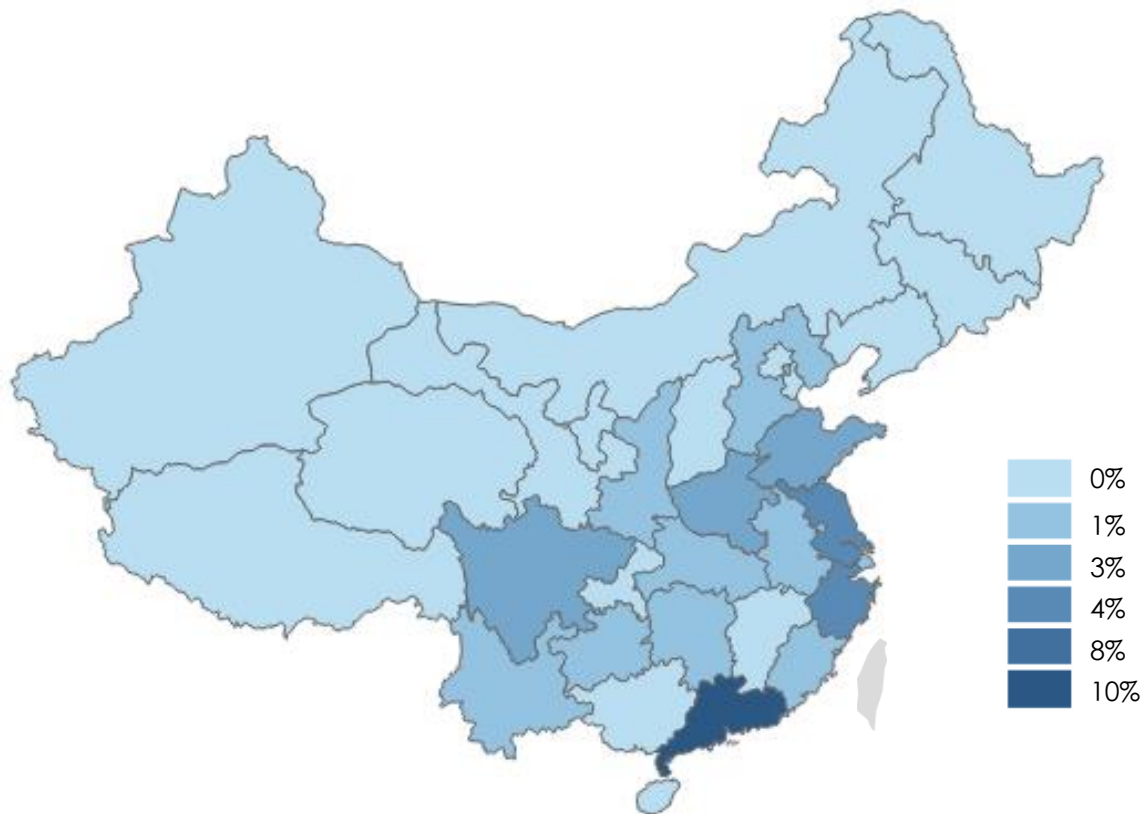
婚恋期

71.4%

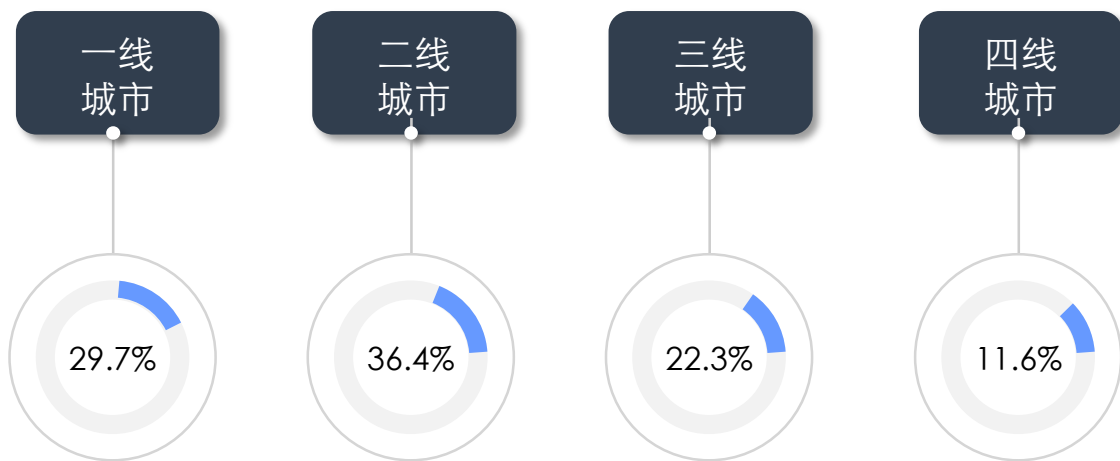
孕育期



**省份** 广东省占比最高，达到12.8%，其次是以江苏、浙江为代表的华东地区，占比均超过8%。华中地区河南占比较高、西南以四川为主，东北与西北地区占比较低。



**城市级别** 简单务实型用户主要集中在二线城市，占比达到36.4%，其次是一线城市，占比达到29.7%，三线城市占比达到22.3%。

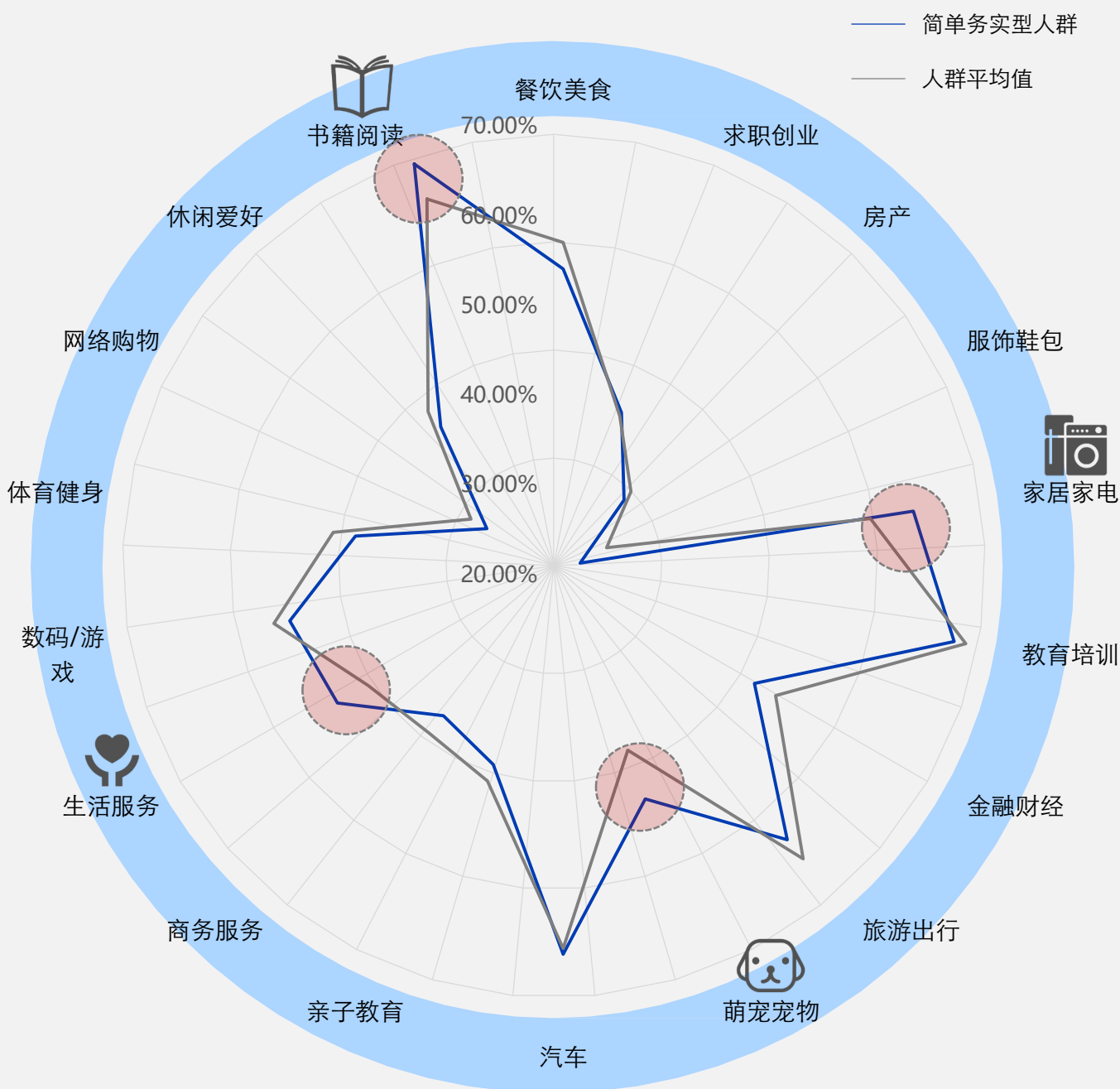




更多的关注家庭以及自身的生活，热爱家庭，富有同情心以及爱心，努力向上，走在更好的人生道路上。

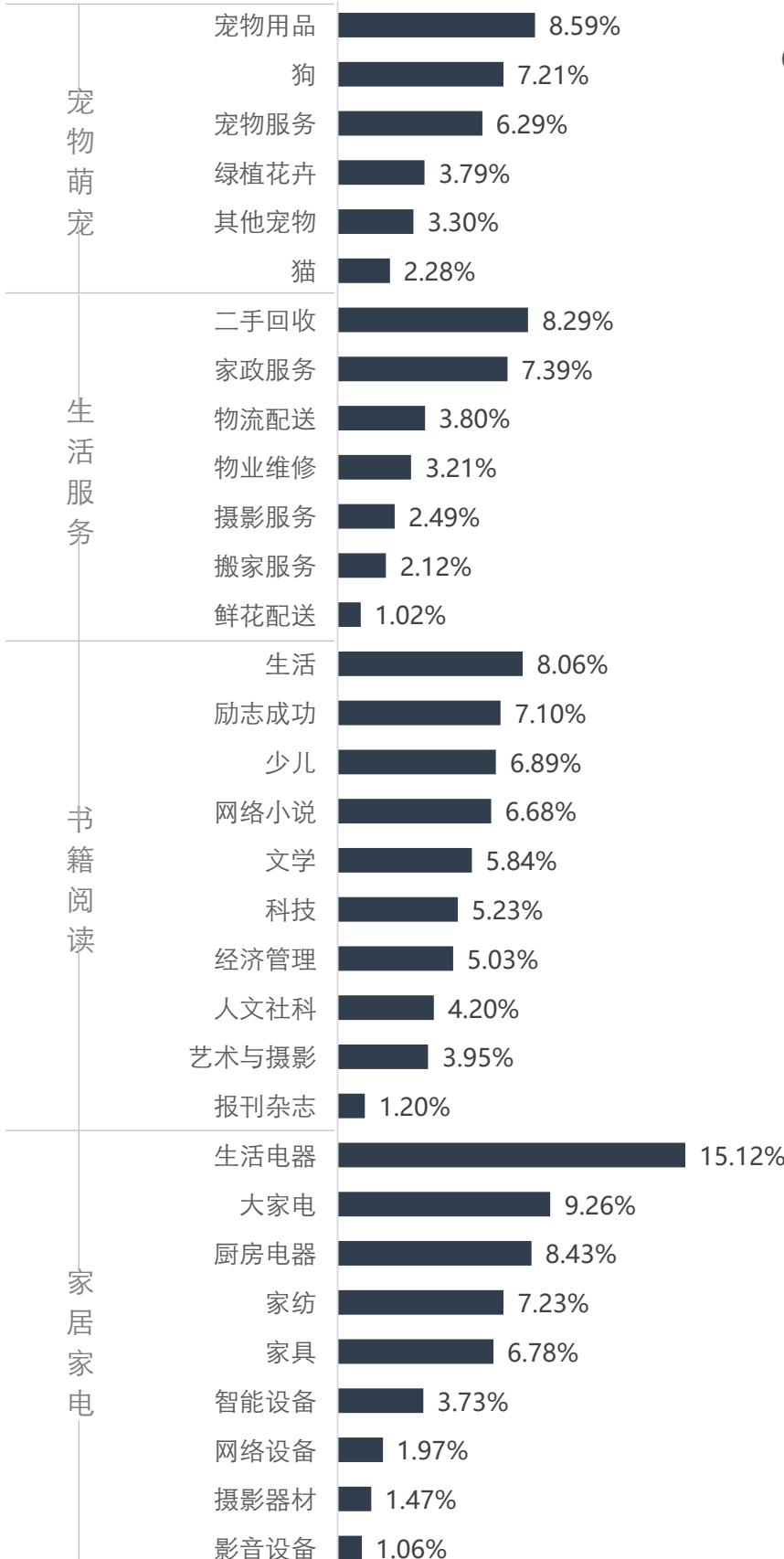
**兴趣爱好** 从兴趣爱好特征来看，相比全体智能汽车人群，简单务实型人群对于书籍阅读、生活服务、萌宠宠物以及家居家电方面的关注度较高。

### 简单务实型人群兴趣特征分布





### 简单务实型人群兴趣特征细分



从宠物萌宠偏好来看，简单务实型人群更加偏好宠物用品、宠物狗以及宠物服务相关内容，表现出其充满爱心的一面和对萌物的喜爱。



从生活服务来看，简单务实型人群更加关注二手回收、家政服务方面的内容，体现其注重性价比以及营造一种舒适的居住环境。



从书籍阅读的偏好来看，简单务实型人群，更加偏好生活类、励志成功类以及少儿教育类等方面的内容，体现其努力向上，热爱生活与家庭，有责任心。

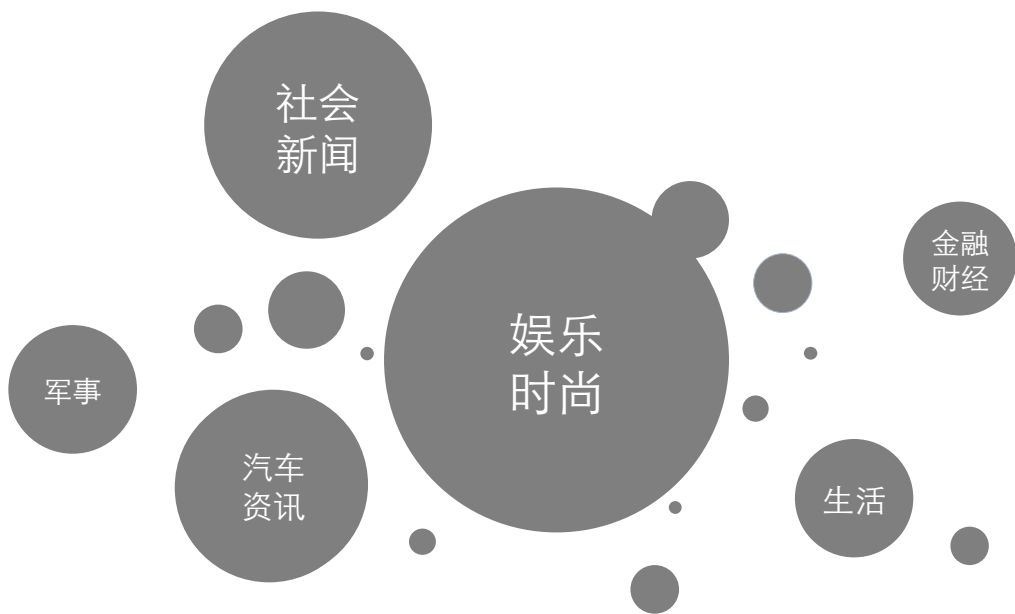


简单务实型人群在家居家电方面，更加注重对生活电器、大家电以及厨房电器的关注，体现其热爱生活，希望提高生活的品质，营造温馨的生活状态。



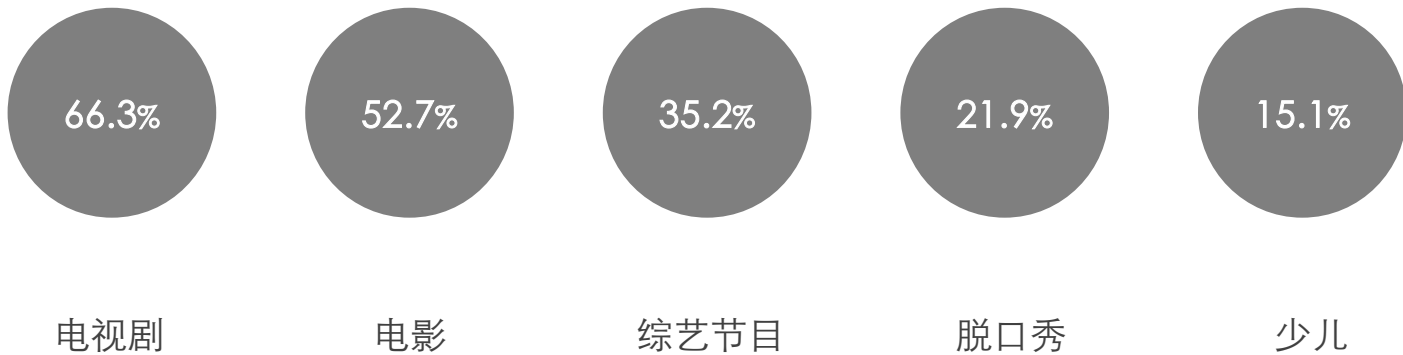
阅读浏览偏好

从阅读浏览偏好类看，简单务实型人群更加关注娱乐新闻、社会新闻、汽车资讯、军事以及生活相关等。



观影偏好

从观影偏好看，简单务实型人群更加偏好电视剧、电影、综艺节目、脱口秀以及少儿类等内容。





## 简单务实型

## 用户群体画像

代表  
车型



帕萨特



雅阁



蒙迪欧

“他们正在经历人生的转变，  
逐渐成为社会的中坚、精英阶层，  
购车更多的是为了追求生活的品质，  
他们赋有成熟人士特有的魅力，  
内涵、沉稳、低调是他们的标签，  
追求一种简约、舒适、向上的人生态度。”



- ◆ 男性用户群体为主，占比为87.4%；
- ◆ 25-34岁占比最大，为43.8%，35-44岁之间用户占比为25.8%，整体趋向“成熟化”特征；
- ◆ 从事行业集中在机械制造、教育、医药卫生、建筑房地产以及汽车行业，占比达到45.8%；
- ◆ 以二线城市为主，占比为36.4%；
- ◆ 对于宠物萌宠、生活服务、书籍阅读、家居家电方面的关注度较高；

生活何必平庸，

人生何必平凡，

你的未来，

因 AI 而变。



## 时尚创新型

## 人群基本特征

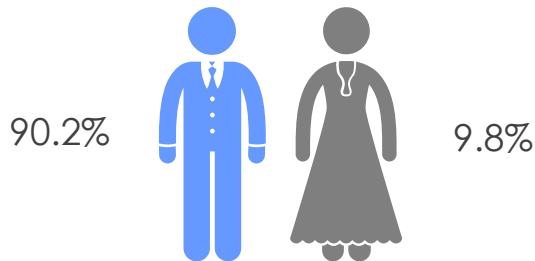


性别分布：男性>女性

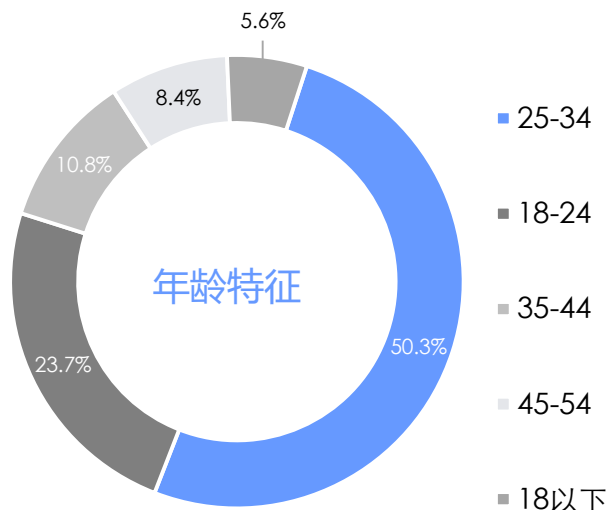
**性别** 时尚创新型人群中，以男性用户群体为主，占比为90.2%，与用户购车男女分布比例大致趋同。



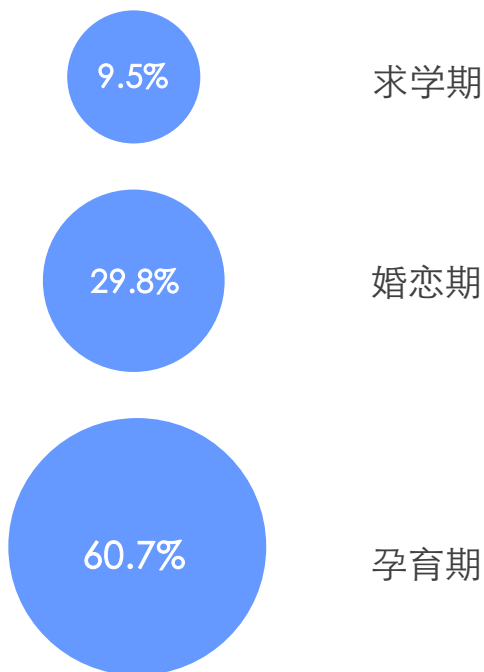
**年龄** 从年龄特征来看，25-34岁占比最大，达到50.3%，18-24岁之间用户占比为23.7%，整体趋向“年轻化”特征。



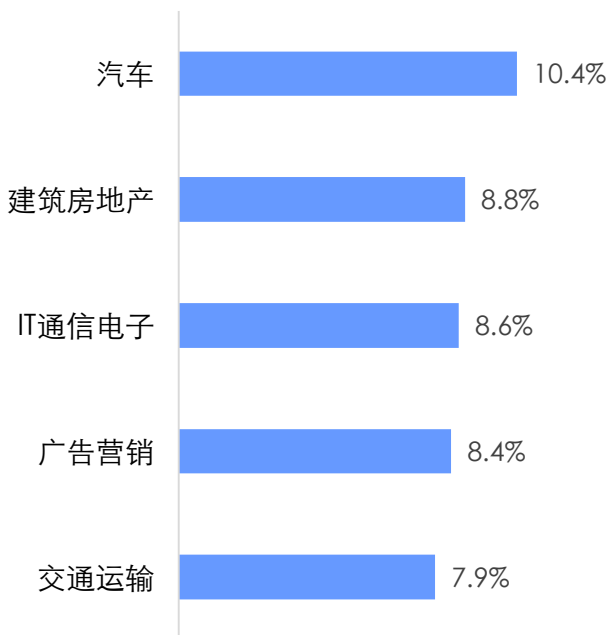
**行业** 从行业分布来看，排名前5的分别为：汽车、建筑房地产、IT通讯电子、广告营销以及交通运输行业，占比达到43.9%。



## 人生阶段



## 行业特征 Top5

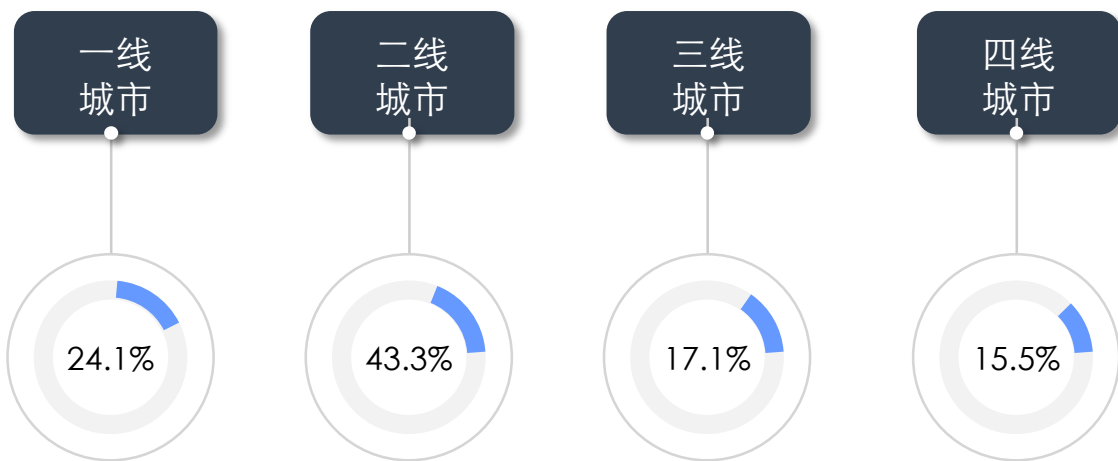




**省份** 广东省占比最高，达到12.5%，其次是以江苏、浙江为代表的华东地区，占比均超过8%。华中地区河南占比较高、西南以四川为主，东北与西北地区占比较低。



**城市级别** 时尚创新型用户主要集中在二线城市，占比达到43.3%，其次是一线城市，占比达到24.1%，三线城市占比达到17.1%。

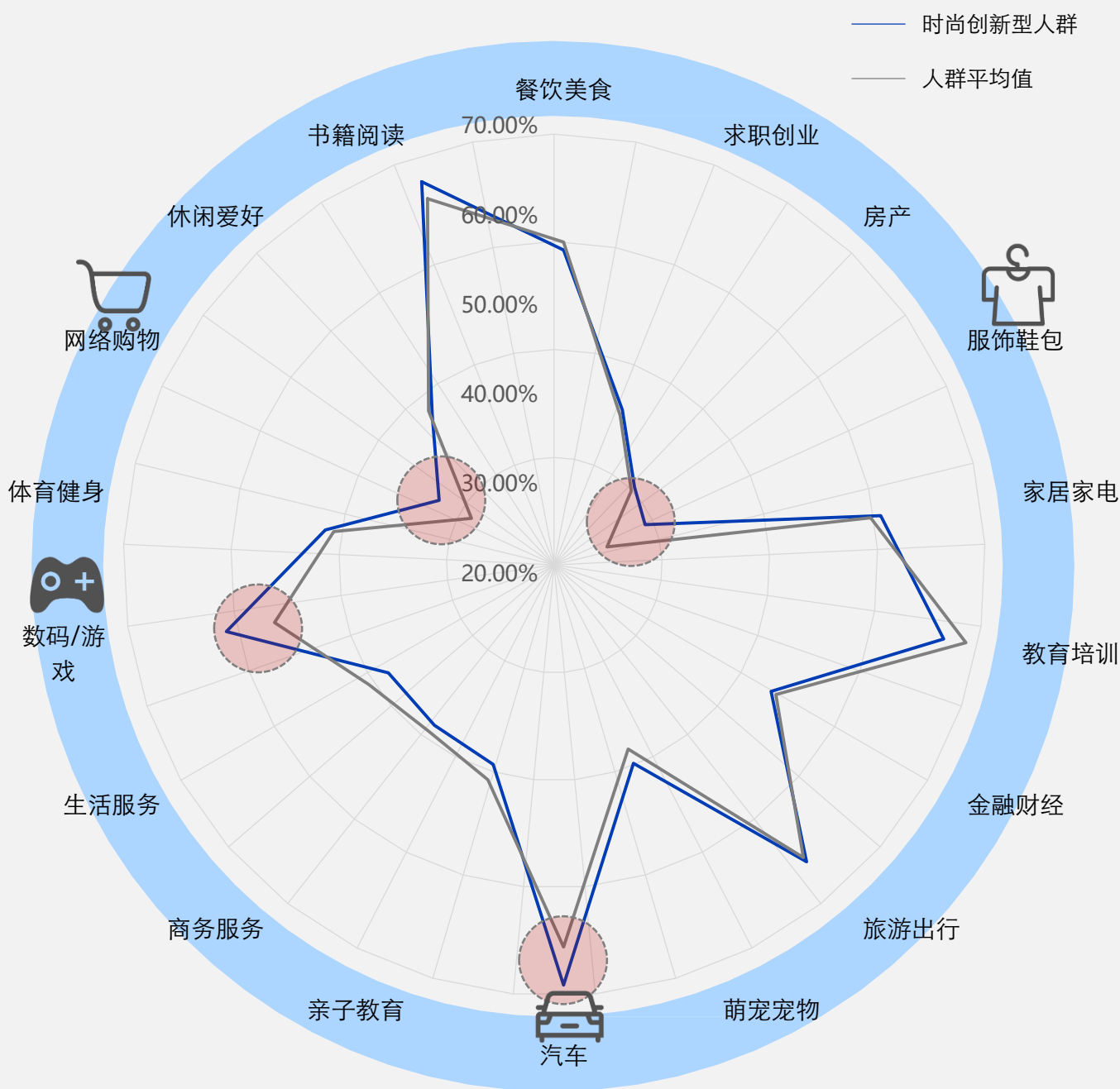




更加关注前卫、时尚等潮流元素，善于穿衣搭配，对自身的形象比较在意，对高科技产品比较关注，喜欢游戏以及数码产品。

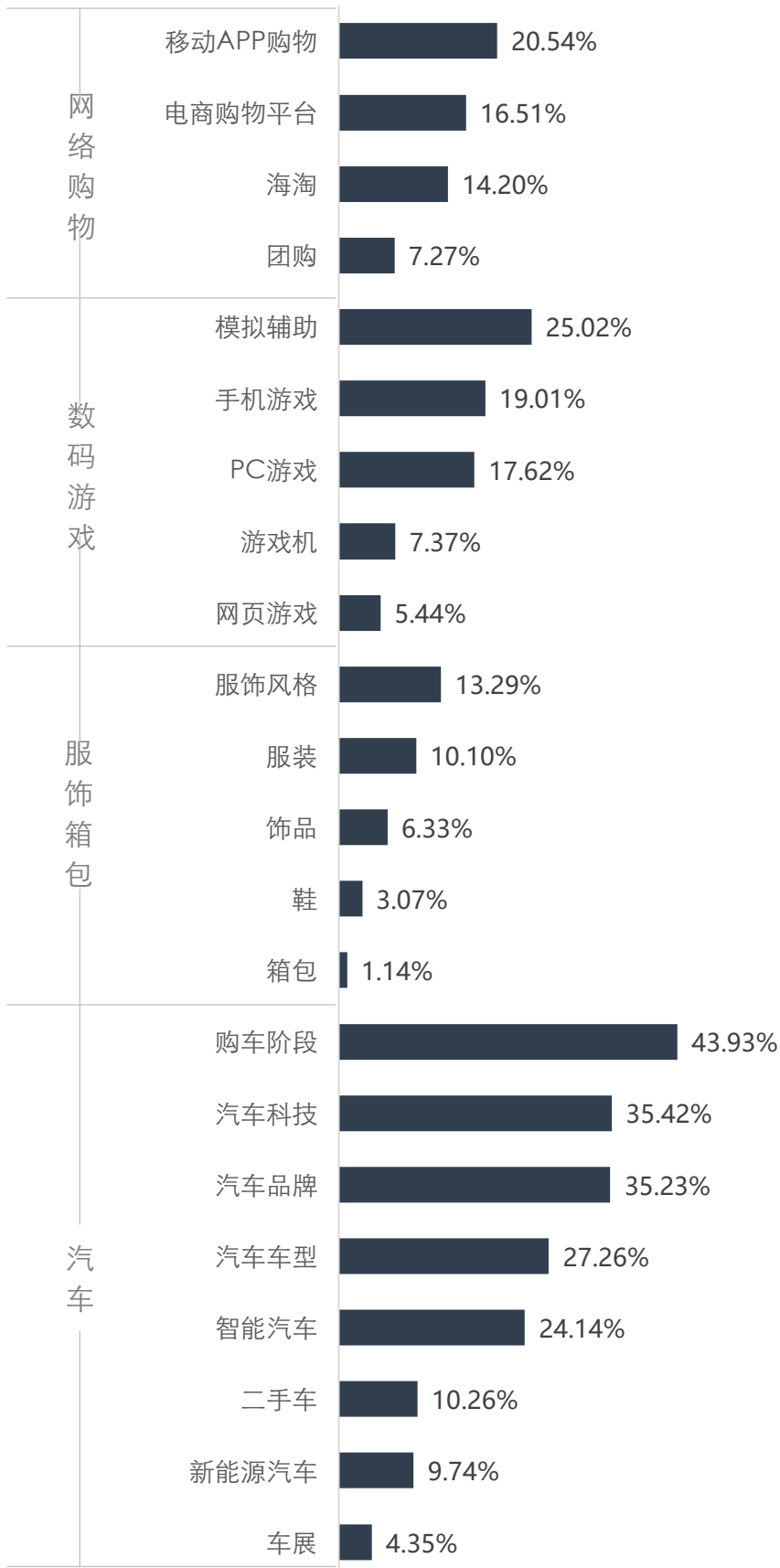
**兴趣爱好** 从兴趣爱好特征来看，相比全体智能汽车人群，时尚创新型人群对于网络购物、数码/游戏、汽车以及服饰箱包等方面的关注度较高。

### 时尚创新型人群兴趣特征分布





### 时尚创新型人群兴趣特征细分



从网络购物偏好来看，时尚创新型人群更加偏好移动APP、电商购物平台等网购模式，体现其对购物服务便利性有很高的要求。



从数码游戏来看，时尚创新型人群对模拟辅助、手机游戏以及PC游戏更加喜欢，体现对高科技创新产品的偏好以及富有探索与冒险的精神。



从服饰箱包的偏好来看，时尚创新型人群，更加偏好服饰风格以及服饰类等内容，体现其善于管理自身形象，追求与众不同、新潮、时尚。

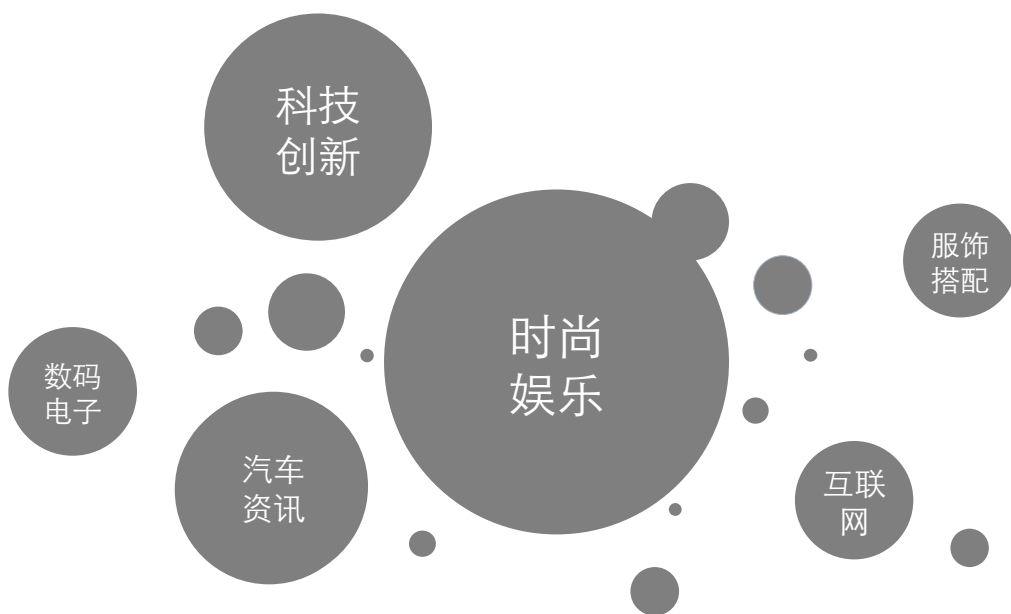


时尚创新型人群在汽车方面，大部分处在购车阶段，且对汽车科技的关注度较高，体现其在购车过程中，对汽车科技的配置的关注度高于品牌、车型等因素，另外在智能汽车内容关注也较高。



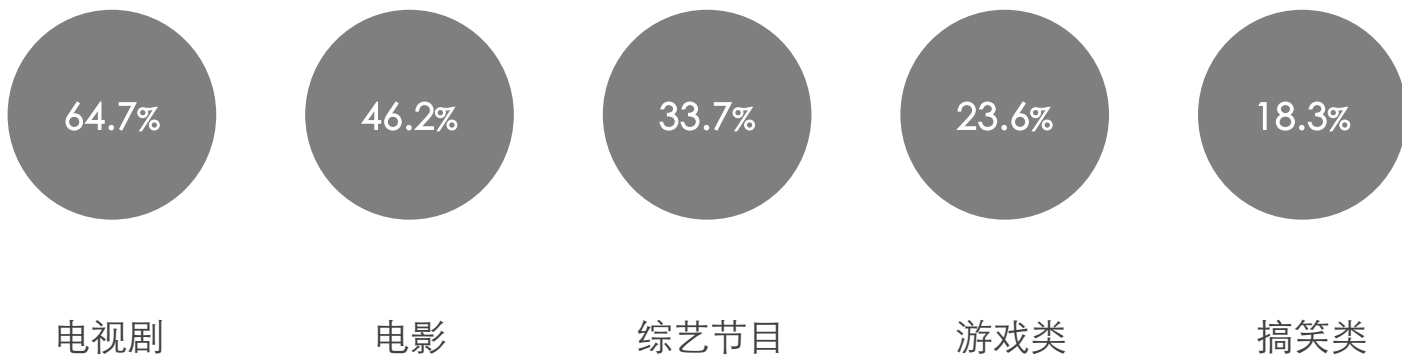
### 阅读浏览偏好

从阅读浏览偏好类看，时尚创新型人群更加关注娱乐新闻、科技创新、汽车资讯、数码电子以及服饰搭配等相关内容。



### 观影偏好

从观影偏好看，时尚创新型人群更加偏好电视剧、电影、综艺节目、游戏以及搞笑类等内容。





代表  
车型



小鹏G3



威马EX5



荣威marval x

“他们是先行者，  
乐意引领时尚，尝试新鲜事物，  
购车更多的是为了追求与众不同，  
探索、个性、冒险、创新科技是他们人生之本。”



- ◆ 男性用户群体为主，占比为90.2%；
- ◆ 25-34岁占比最大，达到50.3%，18-24岁之间用户占比为23.7%，整体趋向“年轻化”特征；
- ◆ 从事行业集中在汽车、建筑房地产、IT通讯电子、广告营销以及交通运输行业，占比达到43.9%；
- ◆ 以二线城市为主，占比为43.3%；
- ◆ 对于汽车、服饰箱包、网络购物、数码游戏方面的关注度较高；

A cityscape with a blurred road in the foreground and a large 'AI' text overlay. The background shows a dense urban skyline with various skyscrapers and buildings. The foreground is a blurred road with white lane markings, suggesting motion. The overall tone is professional and modern.

不在乎别人的目光，

人生本就不同，

因为有

AI，

勇敢做自己。



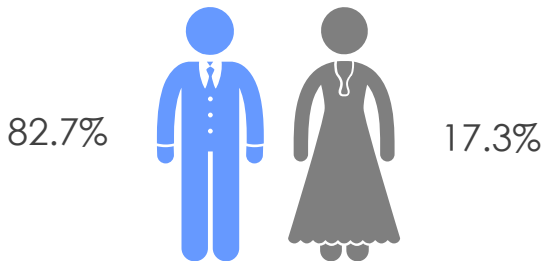
## 激情活力型

## 人群基本特征



性别分布：男性>女性

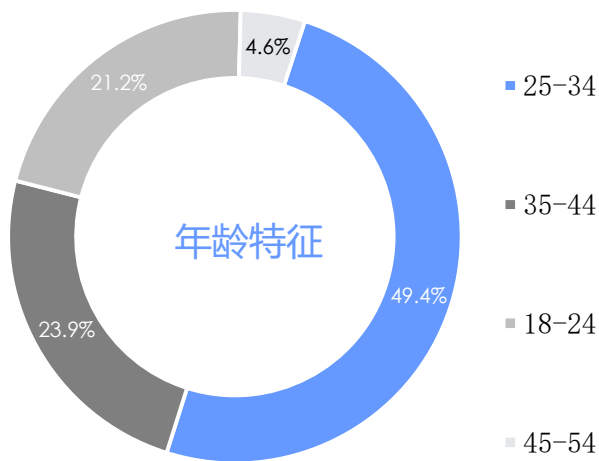
**性别** 激情活力型人群中，以男性用户群体为主，占比为82.7%，与用户购车男女分布比例大致趋同。



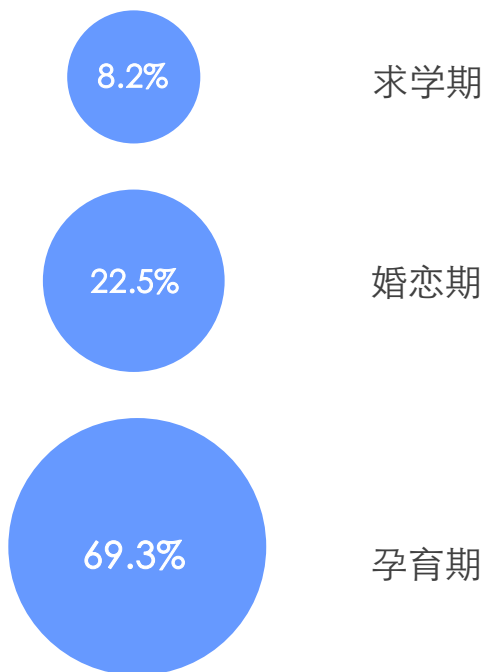
**年龄** 从年龄特征来看，25-34岁占比最大，达到49.4%，18-24岁之间用户占比为21.2%，整体趋向“年轻化”特征。



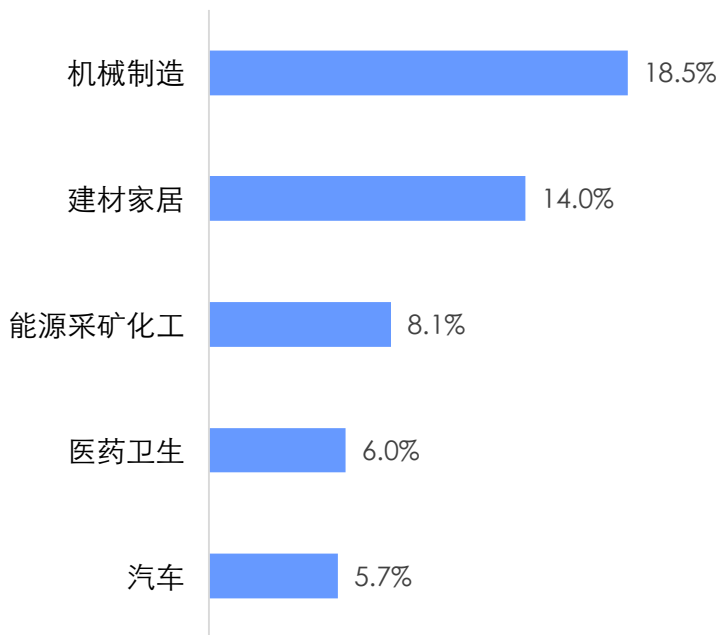
**行业** 从行业分布来看，排名前5的分别为：机械制造、建材家居、能源采矿、医药卫生以及汽车行业，占比达到52.2%。



## 人生阶段



## 行业特征 Top5

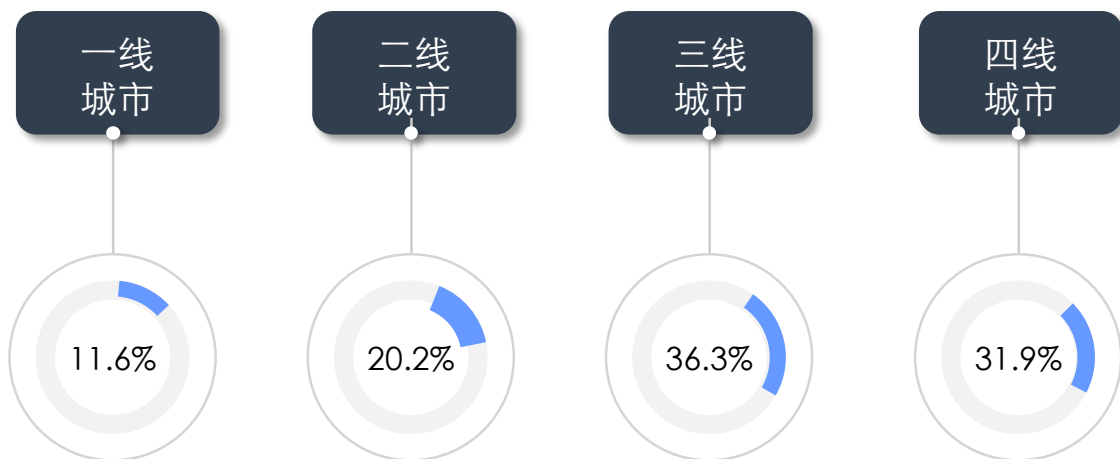




**省份** 广东省占比最高，达到13.8%，其次是以江苏、浙江为代表的华东地区，占比均超过8%。其次是四川、河南、湖北占比较高，其它地区占比较低。



**城市级别** 激情活力型用户主要集中在三线城市，占比达到36.3%，其次是四线城市，占比达到31.9%，三、四线城市占比达到68.2%。





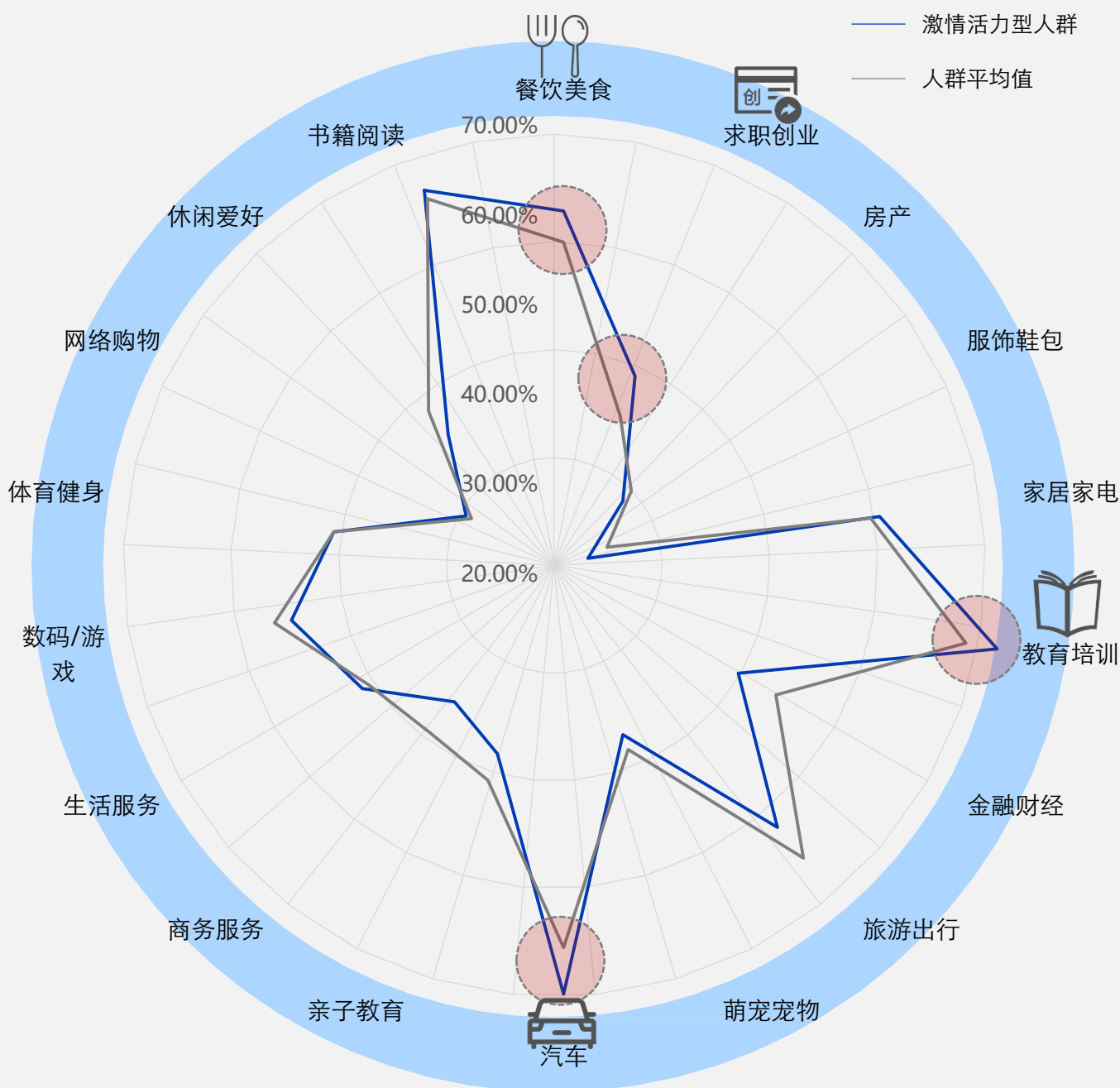
## 激情活力型

## 兴趣爱好特征

职场上的潜力股，喜爱美食，对未来生活充满无限的遐想，希望通过自己的努力，打拼属于自己的未来。

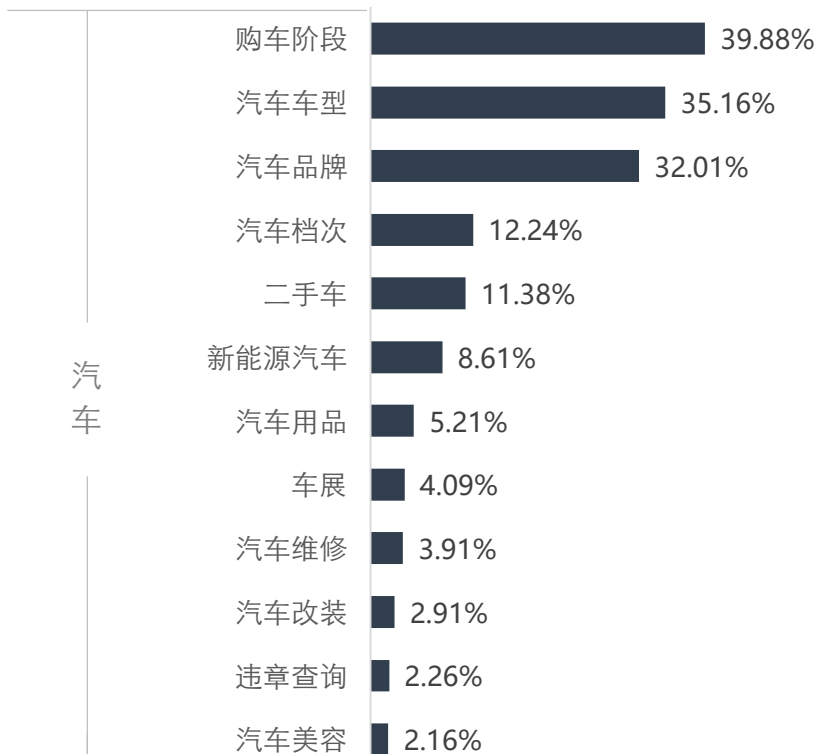
**兴趣爱好** 从兴趣爱好特征来看，相比全体智能汽车人群，激情活力型人群对于餐饮美食、求职创业、教育培训、汽车方面的关注度较高。

### 激情活力型人群兴趣特征分布





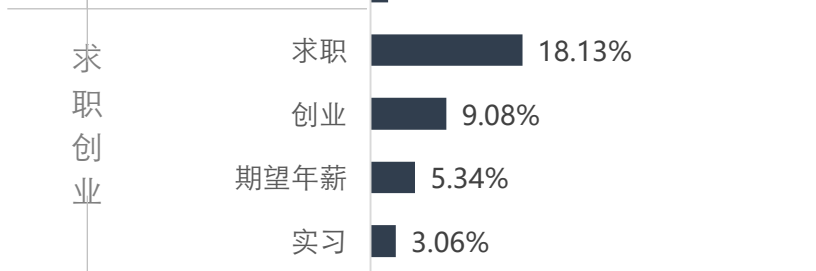
### 激情活力型人群兴趣特征细分



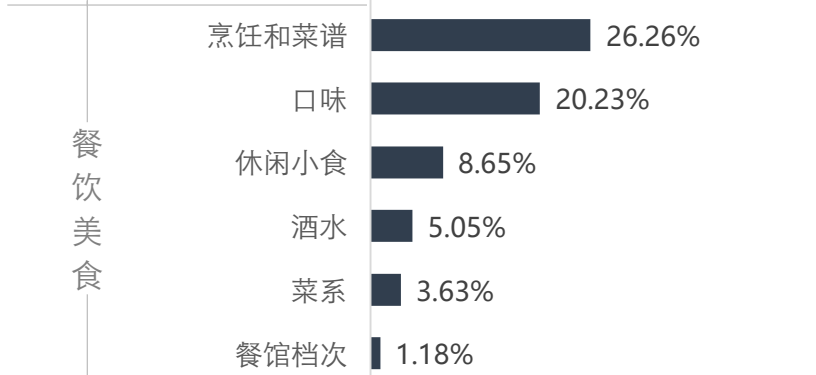
从汽车偏好来看，激情活力型人群多处在购车阶段，而在此过程中，更加关注汽车车型、汽车品牌以及汽车档次，体现其消费趋于理性的心态。



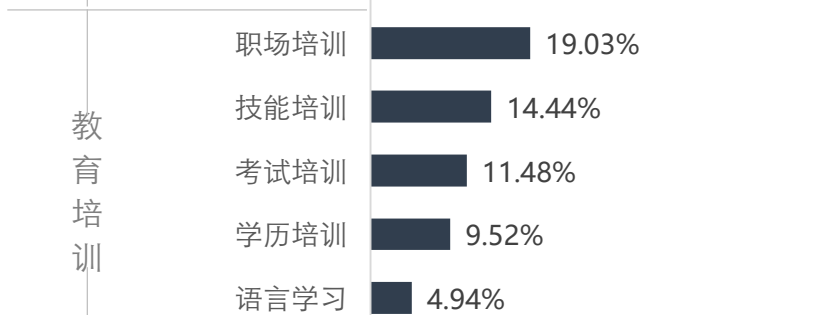
从求职创业偏好来看，激情活力型人群更加关注求职以及创业相关内容，体现其希望改变现状通过自身的努力，提高生活品质。



从餐饮美食的偏好来看，激情活力型人群，更加偏好烹饪菜谱以及口味相关的内容，体现其生活具有一定的仪式感，热爱生活，热爱家庭的生活方式。



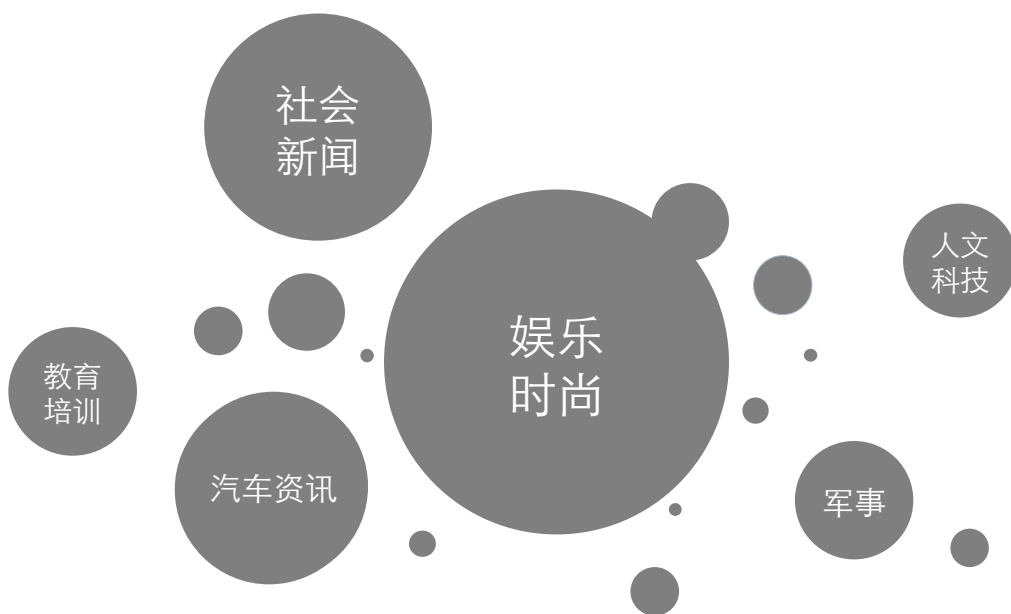
激情活力型人群在教育培训方面，更加关注职场培训、技能培训、考试培训等相关内容，体现其希望增强职场竞争力，努力向上的职场潜力股。





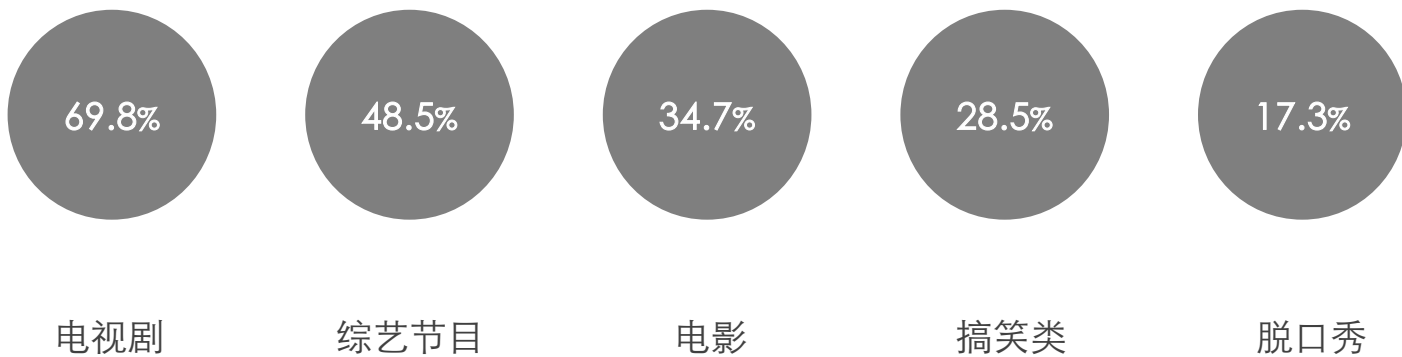
阅读浏览偏好

从阅读浏览偏好类看，激情活力型人群更加关注娱乐新闻、社会新闻、汽车资讯、军事以及教育培训等内容。



观影偏好

从观影偏好看，激情活力型人群更加偏好电视剧、综艺节目、电影、搞笑类以及脱口秀等内容。





## 激情活力型

## 用户群体画像

代表  
车型



全新一代AX7



荣威RX5



吉利博越

“他们正在经历一种人生角色的转变，  
购车更多的是为了满足实际生活的需要，  
更年轻、努力、拼搏、有闯劲是他们的标签，  
走在更好人生道路上，真正精彩的人生才刚刚开始。”



- ◆ 男性用户群体为主，占比为82.7%；
- ◆ 25-34岁占比最大，达到49.4%，18-24岁之间用户占比为21.2%，整体趋向“年轻化”特征；
- ◆ 从事行业集中在机械制造、建材家居、能源采矿、医药卫生以及汽车行业，占比达到52.2%；
- ◆ 以三线城市为主，占比达到36.3%，其次是四线城市，占比达到31.9%；
- ◆ 对于教育培训、餐饮美食、汽车以及求职创业方面的关注度较高；

A cityscape featuring a prominent skyscraper with a distinctive top, surrounded by other high-rise buildings. In the foreground, a highway with a blue and white striped guardrail is visible. The sky is overcast with grey clouds.

从此不再有退路，

未来的路，

你付出了几分，

# AI

就圆满了几分。

# 车主代表分享

杜先生

特斯拉Model S车主

品质乐趣型人群代表



李先生

奔驰C级车主

精英进取型人群代表



门先生

荣威Ei5车主

激情活力型人群代表



## 品质乐趣型车主示例



杜先生 41岁

特斯拉Model S车主

基本特征： 博士生毕业，已婚并养育一个子女；  
从事互联网/IT行业的社会精英人士。

### 人生观

希望能够处在一种简单、舒适、愉悦的生活中。

- 成熟稳重有亲和力
- 理性务实有责任心
- 喜欢高新科技的新鲜事物
- 乐观、开朗、追求简约

### 兴趣爱好

- 网络游戏
- 体育运动
- 美食/旅行
- 阅读
- 陪家人
- 文化活动

### 购车用途

对于购车更多是为满足家庭的需要，提升家庭生活的品质。

- 上下班
- 接送家人、孩子
- 方便家人使用，家人都可以开。

## 精英进取型车主示例



李先生 30岁

奔驰C级车主

基本特征：  
本科毕业，已婚并养育一个子女  
从事广告创意行业的社会精英人士

### 人生观

希望能够在兼顾家庭与事业发展的同时，保留自己放荡不羁爱自由的另一面。

- 生活充满激情与活力
- 具有创新精神
- 坚持有韧劲、敢想敢做
- 追求有品位，完美的人生态度

### 兴趣爱好

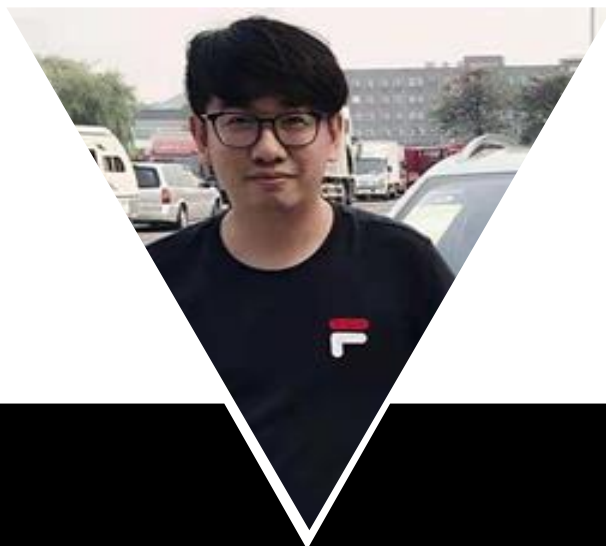
- 摄影
- 体育运动
- 音乐
- 陪家人
- 旅行
- 社交聚会
- 阅读

### 购车用途

对于购车有着多元化的用途，跟多是为了提高自己的生活品质。

- 上下班
- 接送孩子家人
- 彰显自己的个性

## 激情活力型车主示例



门先生 28岁

荣威Ei5车主

基本特征： 本科毕业，已婚并养育一个子女  
从事互联网/广告行业的年轻阶层

### 人生观

希望能够通过自己的努力，脚踏实地，一步一个脚印，使自己走在更好人生道路上。

- 工作上积极进取、拼搏向上
- 生活中内敛含蓄偏感性
- 坚持有韧劲、敢想敢做、有闯劲
- 热爱家庭、有责任感

### 兴趣爱好

- 摄影
- 体育运动
- 阅读（职业、教育书籍）
- 陪家人
- 文化活动(听音乐会、看演出、看电影)

### 购车用途

对于购车更偏向满足实际生活的需要

- 上下班
- 接送孩子家人
- 购物，外出就餐，娱乐等便利性家庭出游



### 03 智能改变生活（案例分享）

- 通过分析现阶段，以传统车企、造车新势力以及高科技互联网公司为代表，对汽车智能化发展进程的三种不同的模式，探讨智能如何改变生活。

## 触手可及



### 案例1：全新一代AX7

- 传统车企与高科技互联网公司共同合作打造智能化产品，从而把新技术做到触手可及的产品，实现车企以及产品的转型。

## 前瞻趋势

### 案例2：蔚来ES8



- 基于对用户的理解及对产品的理解，以造车新势力为代表的车企，打造全新产品理念、全新用户极致体验。

### apollo 案例3：百度Apollo

## 引领未来

- 以高科技互联网公司为代表，为智能汽车打造引领未来的高科技技术。

# 案例1

东风风神  
全新一代AX7  
定位于AI生态SUV



智

产品

全新升级打造的WindLink3.0  
人工智能车机系统

享

出行

打造出“说到享到”的  
极佳出行体验

## 为AI而来



建

生态

以人工智能构建的  
多场景消费生态闭环

## 全新升级打造的WindLink3.0人工智能车机系统



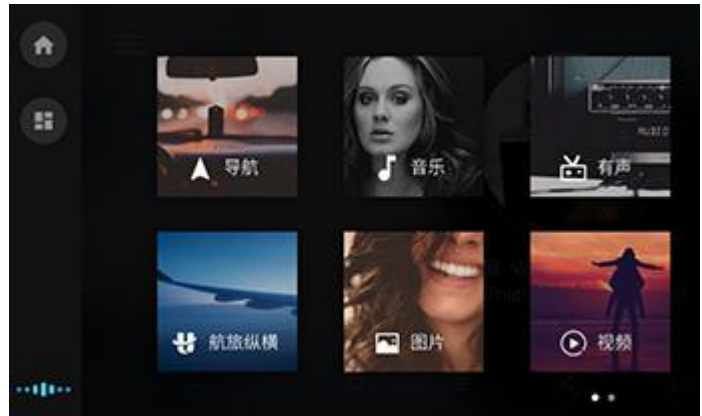
百度DuerOS赋能  
AI加持的生态闭环



提高语音识别的准确性  
人机交互体验的流畅性



多场景应用生态的  
广泛性上全力满足  
消费者需求



“说到享到” 智出行

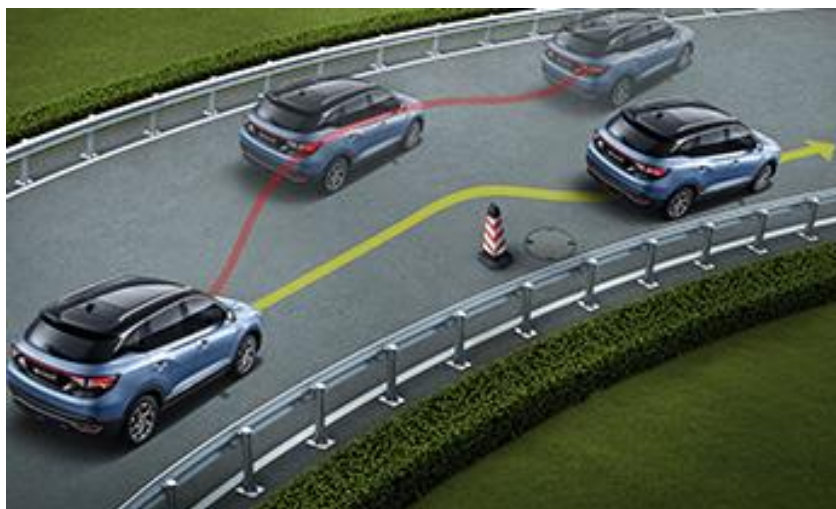
打造出“说到享到”的极佳出行体验



360度全景影像



ESC车身电子稳定系统



AEB自动紧急刹车系统

FCW前碰撞预警系统



# 构建用户消费生态闭环

## 以人工智能构建的多场景消费生态闭环



### 用车生态

针对使用场景，可以选择宝宝模式、浪漫模式、停车模式、雨雪模式等多种用车场景智能选择，贴心舒适，一键享受。



### 娱乐生态

酷我音乐、喜马拉雅海量资源免费畅听，还可实现智能搜索及定制推荐，随听随享。



### 出行生态

全语音导航拥有360度街景、多媒体分屏、添加途径点、智能提醒等功能，并可进行航班查询、值机选座，8000个停车场推荐及智能收费服务，带来全新出行体验。



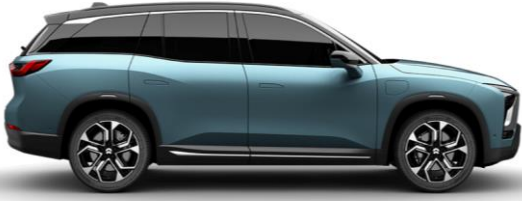
### 生活生态

提供酒店、餐厅、景点攻略等多条件搜索推荐功能，并可完成酒店预订。

# 为AI而来



# 案例2：蔚来ES8



## 蔚来理念

通过提供高性能的智能汽车与极致的用户体验  
为用户创造愉悦的生活方式

产品  
理念

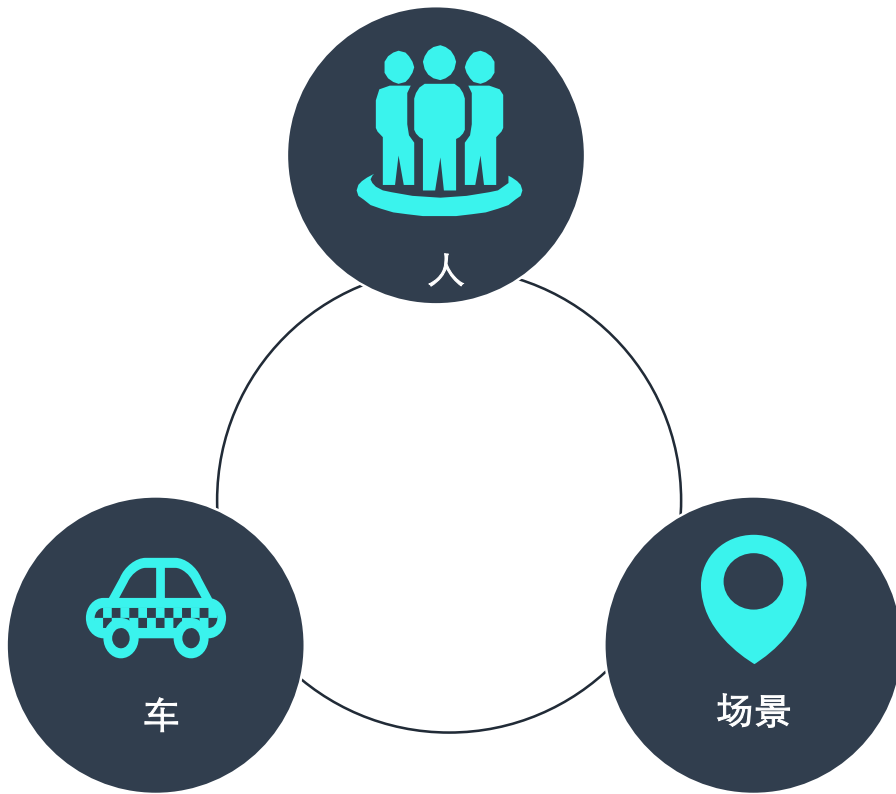
用户  
体验

用户  
服务

# 享受高品质生活方式



连接人、车、场景搭建全新沟通方式



中高端 精英阶层  
高性能智能电动7座SUV  
重新定义拥有汽车的体验

超越产品本身，为用户提供超越期待的出行体验



NOMI Mate车载人工智能系统



NIO Pilot 自动驾驶辅助系统



全球首创女王副驾，舒适真皮包覆的温暖空间，创造全感官愉悦体验。

## 用户服务

- 2018年，蔚来已经在全国22座城市布局其专属用户服务，先期包含10项基础设施，以及4项车主基本权益（ES8）



10项基础设施

## 4项车主基本权益（ES8）



终身免费异地加电服务



终身免费质保



终身免费道路救援



终身免费车联网服务

- NIO House 是蔚来重塑用户体验的载体之一，为用户营造一个属于自己生活方式的社区，属于蔚来用户和他的朋友们生活空间。

## 蔚来车主和朋友们的自由空间

### 愉悦生活，不止于车

Forum

思想、灵魂碰撞的剧场

Labs

可预订的会议室和共享空间

Library

知识、放松、独处的空间

NIO cafe

蔚来专属咖啡

Joy Camp

孩子的乐园

Gallery

了解蔚来品牌和产品

Living Room

轻松舒适的休息区

2018年，全国主要  
城市将有11家NIO  
House投入使用



- 通过全球首创的电能服务体系，为用户缓解里程焦虑以及全新的用车体验。

## 全球首创的电能服务体系



3分钟  
极速换电



24小时  
无忧服务



3公里  
动态布局



**发现** 阅读有想法的优质内容，探索有品位的趣味生活，分享此刻精彩点滴感动。

**朋友** 因不同，而相聚 任何兴趣爱好都能找到同好。

**服务** 一键分享 超越期待的加电和售后服务。

**惊喜** 每一天，这里都有新的惊喜 高颜值且高品质的车水好物 还有朋友们分享的使用体验。



创造愉悦的生活方式



# 案例3： 百度Apollo

## Apollo

### 开放能力 共享资源 加速创新 持续共赢

#### 开放能力

- Apollo(阿波罗)是一个开放的、完整的、安全的平台，将为汽车行业及自动驾驶领域的车辆和硬件系统，快速搭建一套属于自己的自动驾驶系统。

#### 共享资源 加速创新

- Apollo开放平台，提供技术领先、覆盖广、高自动化的高精地图服务；全球唯一开放，拥有海量数据的仿真引擎；全球开放数据量第一，基于深度学习自动驾驶算法End-to-End。

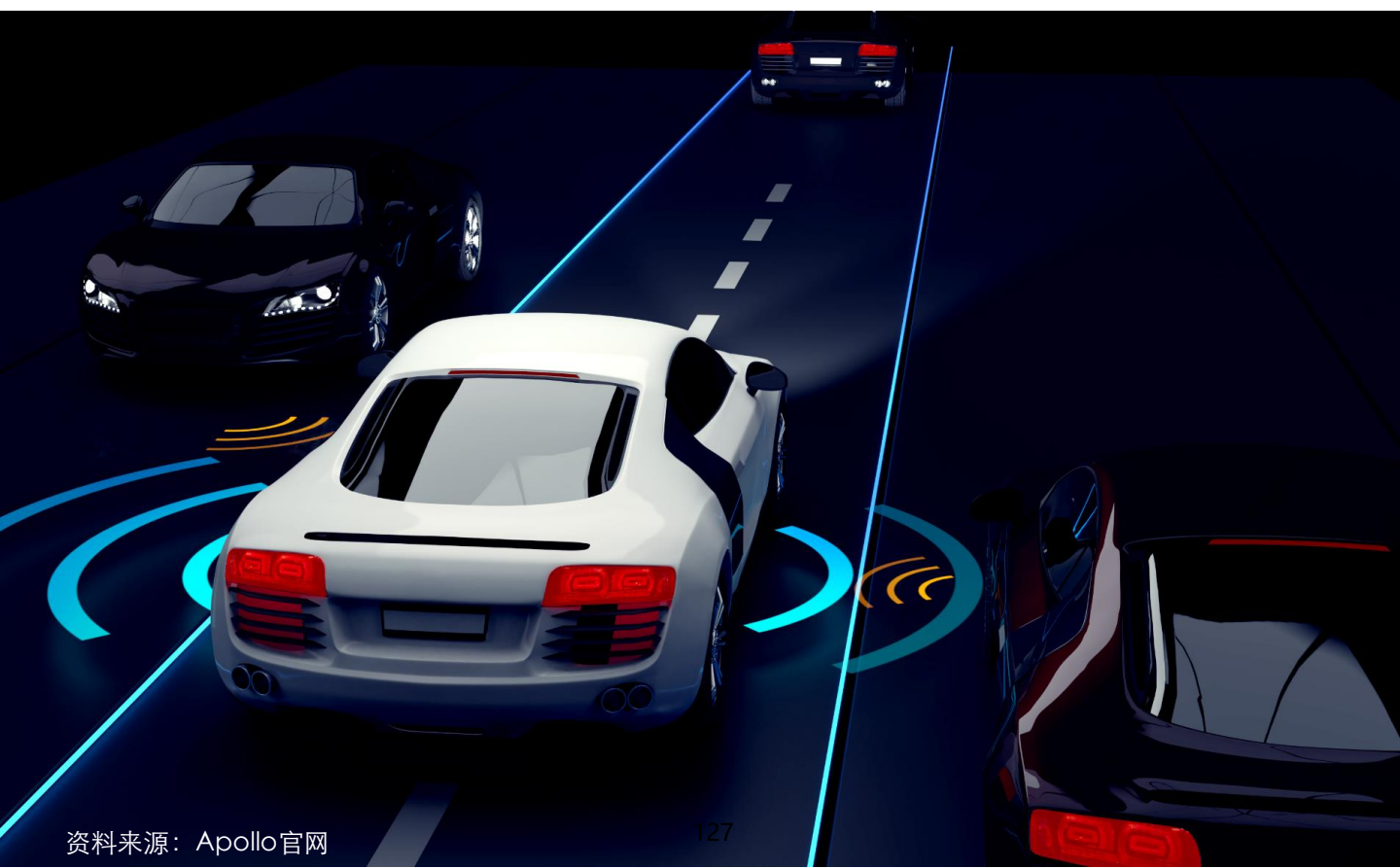
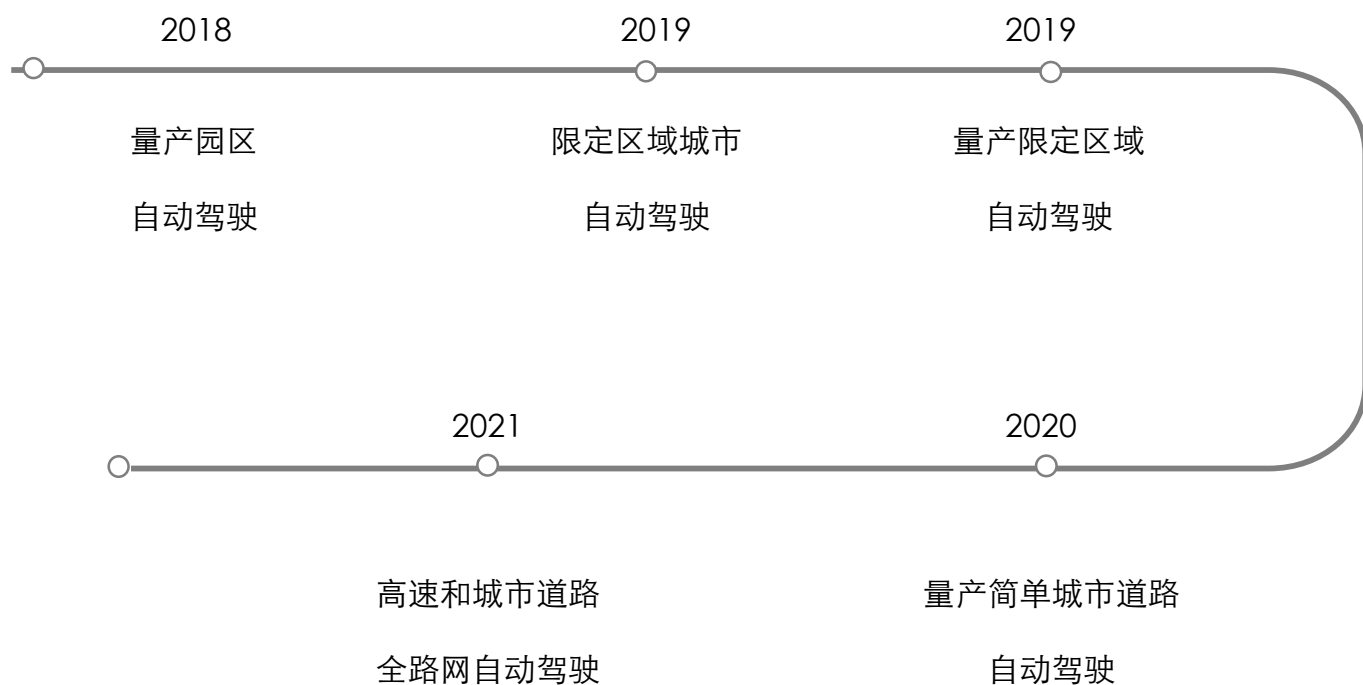
#### 持续 共赢

- Apollo开放平台，可以更快地研发、测试和部署自动驾驶车辆。参与者越多，积累的行驶数据就越多。与封闭的系统相比，Apollo能以更快的速度成熟，让每个参与者得到更多的受益。

# Apollo 快速迭代 持续创新 已发布四版



# Apollo自动驾驶开放路线图



# Apollo 合作伙伴-车企（部分）

截至目前为止共合作车企30家



北汽新能源



北京汽车



宝马集团



比亚迪



拜腾汽车



长安汽车



奇瑞汽车



车和家



戴姆勒



东风汽车



中国一汽



一汽解放



福特汽车



福田汽车



长城汽车



PSA集团



本田汽车



现代汽车



江淮汽车



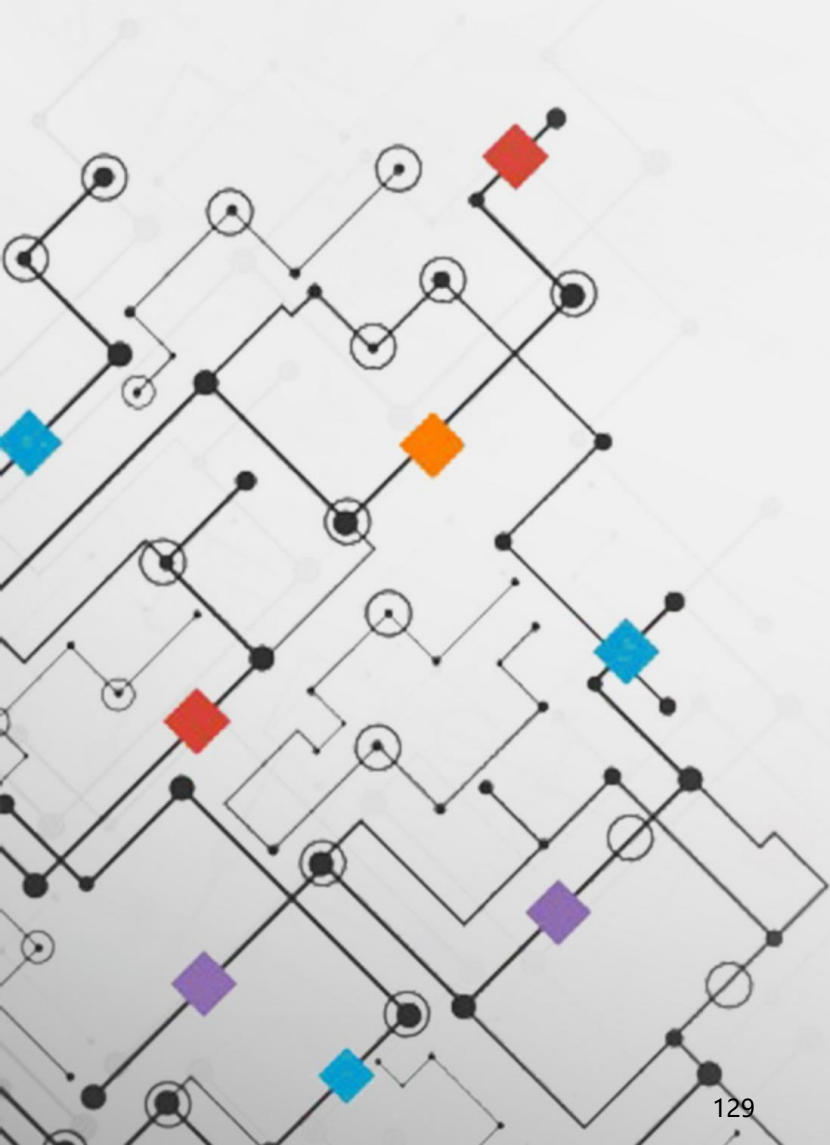
捷豹路虎



沃尔沃汽车

这是一个最好的时代，  
同样是一个充满无限遐想的时代，  
人工智能给汽车产业打开了足够的想象空间，  
汽车产业将拥有更广阔的前景。

未来正在到来，  
我们已然在路上。





出品人

李桐

作者

张盼

车慧营销创新中心

王平平、刘莹蔚、柳红梅、刘雅倩、谢秉慧、李卓哲

车慧大数据中心

杜涛、张雄飞、冯冉、吴佳聪

百度营销研究院

刘娟、张德晓、徐翔

百度品牌广告产品部

殷静怡、孙佳鑫

数据合作鸣谢





-- 如需进一步沟通 --  
请扫描上方微信号  
或关注下方联系方式

Mobile phone: 13311119197 (李先生)

Telephone : 010-68778699转2296 (张女士)