

# 新能源汽车网络口碑排行榜： 比亚迪、特斯拉、北汽跻身人气品牌前三甲

■ 本报特约记者 吴轶伦 张浩

最近,新能源车牌已在上海、南京、无锡、济南、深圳率先试点发放。从2011年销量8159台,到2015年销量33万台,新能源汽车正处于井喷式发展状态,同时,也得到了政府的大力扶持。在财政补贴方面,专家估计,政府2015年至2020年的补贴总

规模将超4000亿元。

12月27日,《中国企业报》联合北京博晓通科技有限公司发布互联网口碑数据报告,深度调查消费者的真实感受,也期望能够为新能源汽车厂商的改进提供一定的借鉴。

该报告监测的汽车范围为仅采用电力作为动力来源的汽车,即指纯电动汽车的所有车型,监测的平台为

国内重要的汽车社交论坛——汽车之家论坛和爱车汽车论坛。

报告从新能源汽车分品牌声量变化趋势、新能源汽车分车型的声量排名、新能源汽车品牌声量来源的地域分布、新能源汽车TOP 10品牌关注点、新能源汽车TOP 10品牌消费者关注点、新能源汽车TOP 10品牌SSI各环节声量、新能源汽车TOP 10品牌

CSI各环节声量等多个维度建立模型,通过网络爬虫获取汽车论坛上指定车型的评论内容及用户信息,将文字部分存入半结构化的数据库中,并对文字内容进行分词处理,对抓取的数据进行去重和垃圾数据清理后,结合用户信息和车型信息等结构化数据,最后进行综合分析,主要分析都基于论坛发文量(亦称“声量”)的统计来实现。

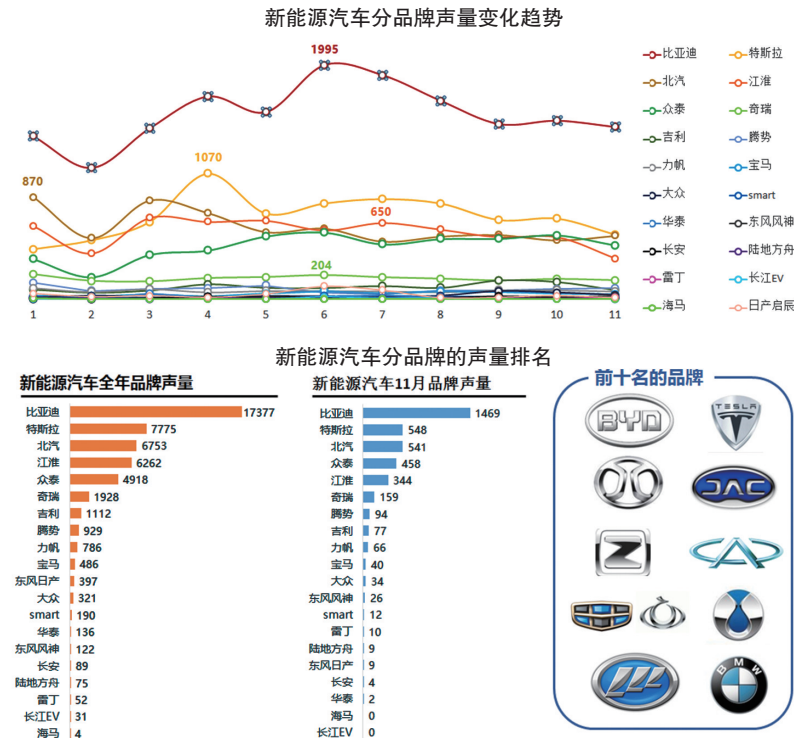
## 品牌车型全年声量比亚迪最高海马最低

从新能源汽车分品牌声量变化趋势来看,全年所有品牌中比亚迪声量最高,达17377。11月单月品牌声量排名中,比亚迪也名列第一位。特斯拉、北汽、江淮、众泰、奇瑞和吉利位于第二梯队。海马、长江EV的品牌声量最低。

从发生量分布的时间节点来看,整体上4月、5月和6月份的声量较高,业内人士分析,可能是2月前后受到春节假期的影响,所以声量普遍较低。

报告显示,新能源汽车全年车型声量TOP 5分别是比亚迪秦、特斯拉MODEL S、江淮iEV、北汽新能源EV、比亚迪E5。11月单月声量来看,比亚迪秦、比亚迪e5、特斯拉MODEL S位列前三,与全年车型声量趋势基本一致。

从新能源汽车TOP 10品牌声量正负向分析来看,腾势、宝马和比亚迪的正负比率最高,特斯拉和力帆的负向评论大于正向评论数量。正负向占比较大的品牌,说明品牌评价的倾向



性强,宝马、特斯拉和力帆的中性评价比例较大。

此外,从新能源汽车品牌声量来

源的地域分布来看,新能源汽车声量主要来源于北京,主要是因为北京的基础设施相对较好,另外两个高点为

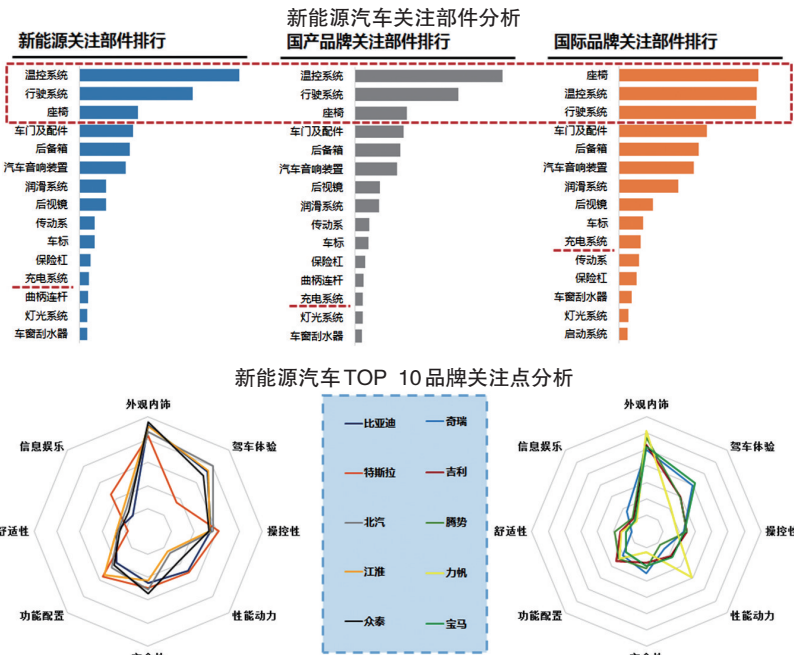
## 国产品牌更关注用途 国际品牌更关注体验

我国新能源汽车虽起步较晚,但与世界同行比差距较小,因此该细分领域被视为本土汽车业超过国外汽车业的突破口。

报告分析了新能源汽车关注部件。国产品牌与国际品牌关注部件存在较大的不同,国际品牌关注部件排行分别是座椅、温控系统、行驶系统;而国产品牌关注部件排行分别是温控系统、行驶系统、座椅。由此可见,国际品牌更为重视客户感受。

国际品牌也比国产品牌更为重视充电系统,而随着新能源汽车井喷式发展,中国也越来越重视充电系统的发展,如2015年底发改委印发的《电动汽车充电基础设施发展指南(2015—2020年)》中明确提出,到2020年,全国将新增集中式充换电站1.2万座,分散式充电桩480万个。

由于温控系统比较耗电,而新能源汽车电池续航能力较为受限,导致新能源汽车车主更关注温控系统;国



际品牌汽车的用户更加关注影响舒适度的汽车座椅和品牌意识的车标。

新能源汽车TOP 10品牌关注点

分析显示,新能源汽车消费者普遍关注汽车的外观内饰、操控性和功能配置,而对信息娱乐和舒适性关注较

## SSI和CSI环节中新能源汽车的关注点

不管是新能源汽车还是普通汽车,国产品牌还是国际品牌,不可忽视的都包含售前和售后服务,这很大程度上影响到客户的购买意愿和客户黏性。

新能源汽车TOP 10品牌SSI(销售满意度)各环节声量分析显示,新能源汽车的售前环节中被普遍关注的是销售人员、价格谈判和赠品促销三个环节,现车供应和进店接待等环节关注度一般。其中,对比亚迪、特斯拉和腾势,用户更关注的是价格谈判,而对北汽、江淮、奇瑞和宝马等,用户更关注赠品促销。相比于其他品牌,力帆用户的售前环节格外关注硬件设施,众泰用户则比较关注试乘试驾。

从新能源汽车TOP 10品牌CSI(顾客满意指数,主要指售后服务)各环节声量分析来看,新能源汽车的售后环节中消费者普遍关注服务时间、服务费用、维修技师和车间预检四个环节。其中,力帆用户格外关注车间预检。相比于其他品牌,特斯拉用户



在售后环节比较关注服务顾问;而宝马用户更加关注备件更换。

此外,新能源汽车TOP 10品牌

正向关注点分析显示,比亚迪正向声量中,外观时尚、价格优惠、环保、配置高等最多被提及,而特斯拉的正向声

量中功能多、做工精细、档次高、服务到位等成为热词云。北汽正向声量中技术先进、服务热情、便宜等出现较多;江淮品牌正向声量中性价比高、优惠活动多、经济实惠等最多出现。可以看出,中等品牌车主更重视性价比和外观,而高端品牌新能源汽车车主则更重视服务、功能和舒适性。

新能源汽车TOP 10品牌负向关注点分析显示,比亚迪品牌负向声量中行驶异响、零部件易损、仪表台异响、熄火等成为热词;特斯拉负向声量中小事故、显示屏死机等较多被提及;北汽负向声量中制动系统故障、电池故障等出现最多;江淮负向声量中噪音大、行驶故障、刹车异响被提及的最频繁。可以看出,新能源汽车在制造工艺、零部件、噪音、行驶故障等方面还有很大的改进空间。并且比亚迪虽然全年声量排名第一,性价比高的同时负面声量也较大,相较于高端品牌,还有较大的改进空间。

# 2016 新能源汽车 正向声量TOP 榜公布

■ 本报特约记者 冯雪磊 张浩

12月27日,《中国企业报》联合北京博晓通科技有限公司发布互联网口碑数据报告,报告通过网络爬虫获取汽车论坛上指定车型的评论内容及用户信息,汇总分析得出新能源汽车正向声量车辆TOP榜。

进入正向声量TOP榜前十的车型分别是长安、比亚迪、北汽、江淮、smart、众泰、特斯拉、帝豪、腾势、奇瑞。长安和比亚迪占据正向声量绝对优势。可以看出,价格较低的国产品牌正向声量排名靠前,高端国际品牌特斯拉排名中等。

2016新能源汽车正向声量TOP 10

车型	排名
长安	1
比亚迪	2
北汽	3
江淮	4
smart	5
众泰	6
特斯拉	7
帝豪	8
腾势	9
奇瑞	10

# 新能源汽车发展趋势不变 4年销量增4倍

今年以来,新能源汽车行业出现的不规范行为以及接连曝光的骗补事件,一度让市场怀疑政府发展新能源行业的目标会有所动摇。日前,国务院印发了《“十三五”国家战略性新兴产业发展规划》(下称《规划》),重申了2020年年产销200万辆新能源汽车的目标不变,从而打消了市场对新能源汽车发展趋势的一系列担忧。

## 4年销量要增长近4倍

对于一直观望的市场,《规定》的出台进一步坚定了汽车企业发展新能源汽车的决心。《规划》中再度重申了新能源汽车“十三五”期间的发展目标,到2020年,实现当年产销200万辆以上,累计产销超过500万辆。

事实上,在此之前发布的《节能与新能源汽车产业发展规划(2012—2020年)》、《关于加快新能源汽车推广应用的指导意见》等政策中,已经提过了到2020年要达到年产销200万辆的目标,此次重申这一目标,再度表明了推进新能源汽车发展方向不会改变。

数据显示,受到新能源汽车骗补事件的影响,今年前11月,我国新能源汽车生产42.7万辆,销售40.2万辆,比上年同期分别增长59.0%和60.4%。相对去年新能源汽车市场,增速出现大幅下滑。按照这一目标,未来4年内,我国新能源汽车年产量增长要达到将近4倍。这将对现有补贴政策带来较大的挑战。

## 技术与产能扩充同步进行

有分析指出,《规划》中对于产能规模保持全球领先的提法,在过去所有新能源汽车动力电池相关政策中没有出现过,这意味着未来动力电池的产能将成为一个新的发展重点。

数据显示,今年前10月,我国新能源汽车动力电池配套总量达到142亿瓦时,其中纯电动车型动力电池配套量超129亿瓦时,占比91%;插电式混动车型动力电池配套量13亿瓦时,占比9%。

正是巨大市场,吸引着各路资本不断进入新能源动力电池市场。据不完全统计,截至8月份,锂电池行业固定资产投资项目规划已接近980亿,将新增动力锂电池产能约177Gwh。

## 补贴推动过渡至市场拉动

《规划》提出,全面提升电动汽车整车品质与性能。分析指出,我国目前新能源汽车主要靠政策补贴拉动。其中,乘用车的新能源发展主要靠地方限购政策推动。

不过,目前国内已经有部分车企在商业化方面做出了积极的探索。

据悉,比亚迪电动大巴今年在美国已经拿到了300辆订单,明年订单超过了800辆。而自2014年起,比亚迪电动大巴在美国迅速打开市场,2015年9月比亚迪被列入华盛顿州交通局800辆纯电动大巴采购清单,成为其最大供应商。截至目前,比亚迪纯电动大巴已经遍布美国30多个州,成为美国电动大巴市场具有垄断地位的品牌。而北汽新能源、江淮汽车在各自市场也有不同的尝试。

《规划》要求,系统推进燃料电池汽车研发与产业化。分析指出,随着《规划》的再度重申,新能源汽车的充电基础设施未来建设将得到强化。

事实上,为了推动新能源汽车发展,各地已经强化了充电基础设施的投入。按照规划,“十三五”期间广东省将投540亿元建充电设施,建成集中式充电站约1490座、分散式充电桩约35万个,满足约41万辆电动汽车的充电需求。

(摘自南方日报)