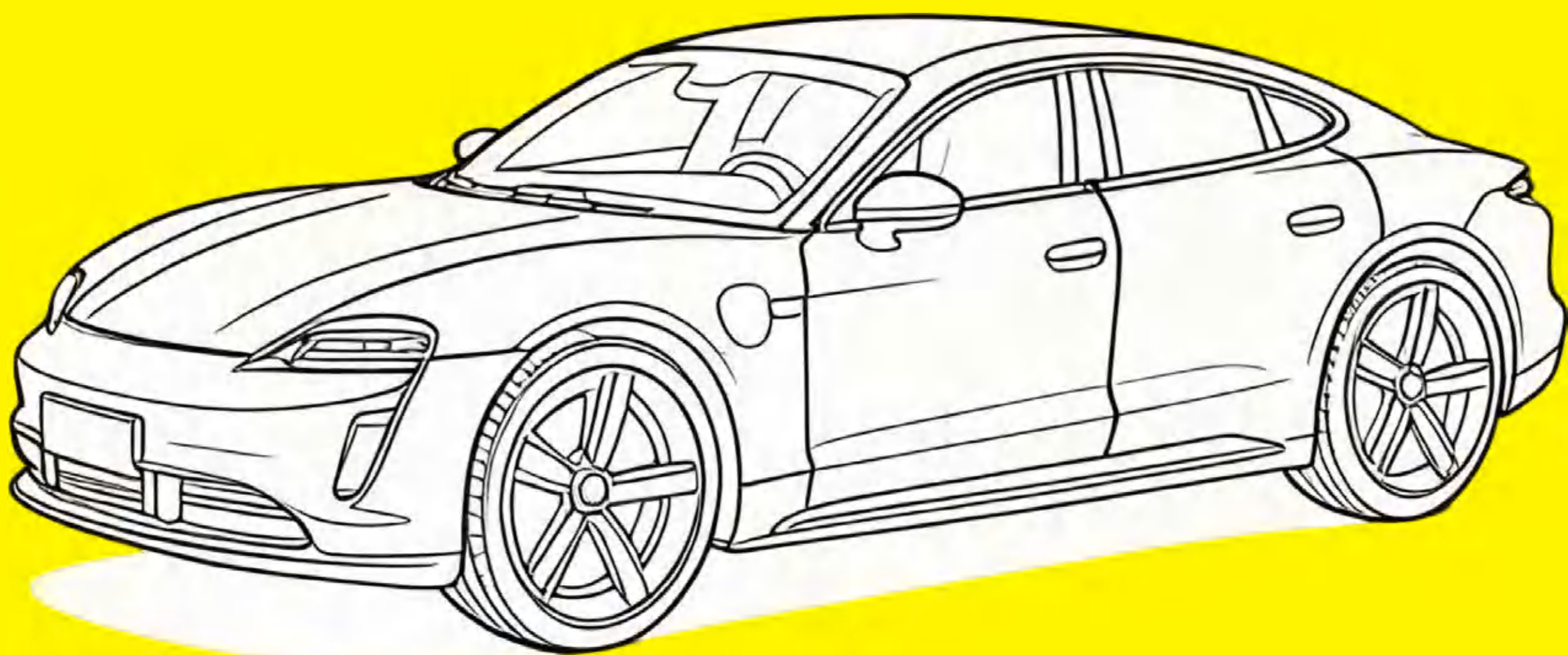


从“人群画像”到“心智地图”

汽车八大人群 心智重构白皮书

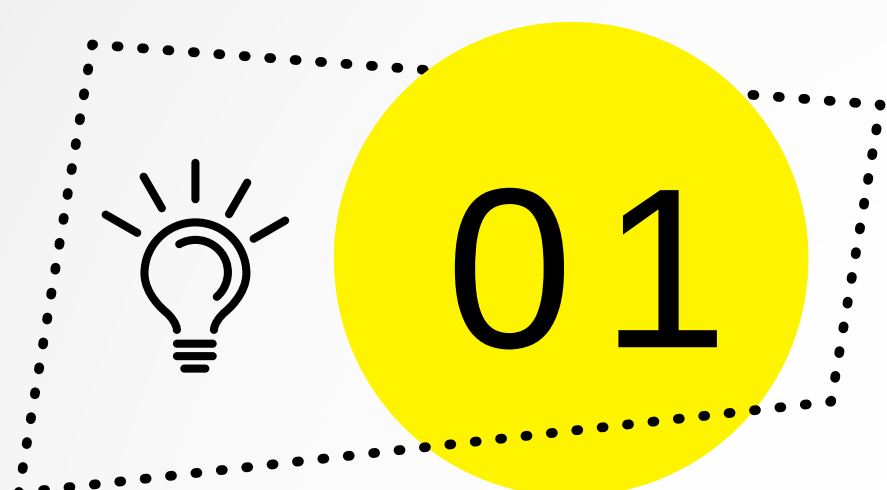
八大人群 × 品牌心智



CROWD PROFILING
2026

目录

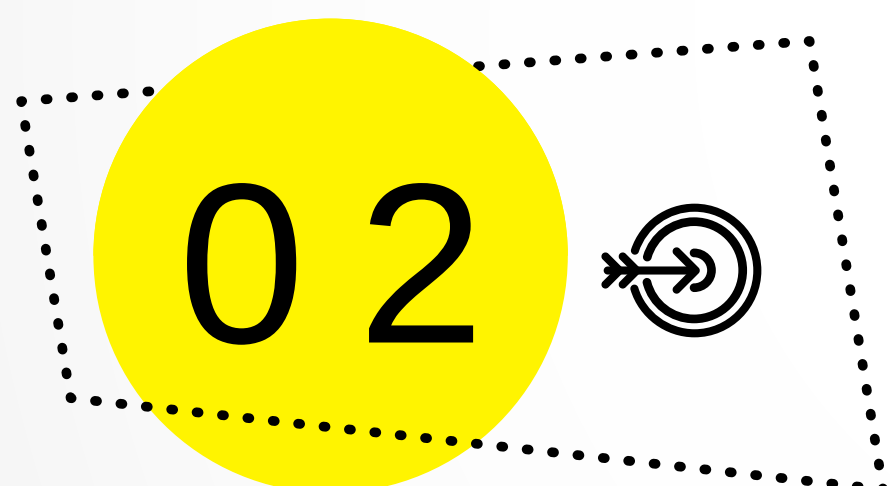
CONTENTS



趋势与挑战:

TRENDS AND CHALLENGES

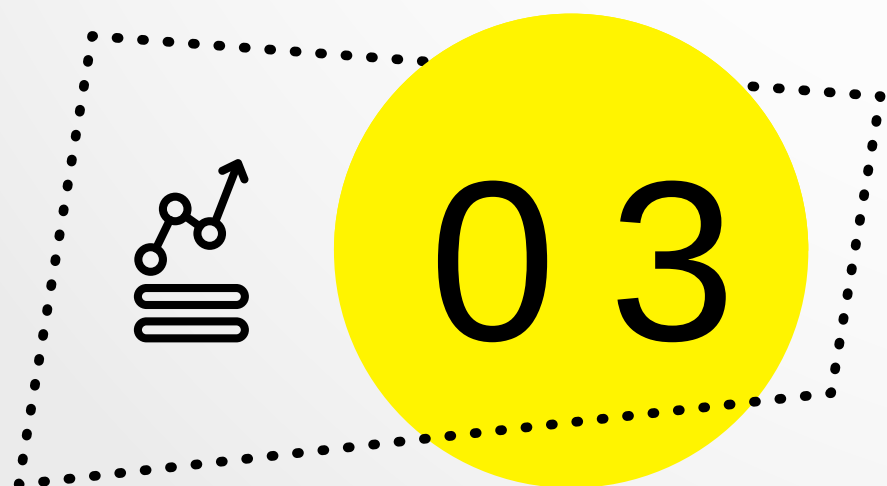
卖点爆炸时代, 用户心智走向细分



解码与重构:

DECODING AND RECONSTRUCTION

汽车八大人群细分心智赛道重构



激活与增长:

ACTIVATION AND GROWTH

从“人群标签”到“心智地图”, 用户深度理解和运营策略再出发

前言



DCAR

WHITE PAPER

P
R
E
F
A
C
E

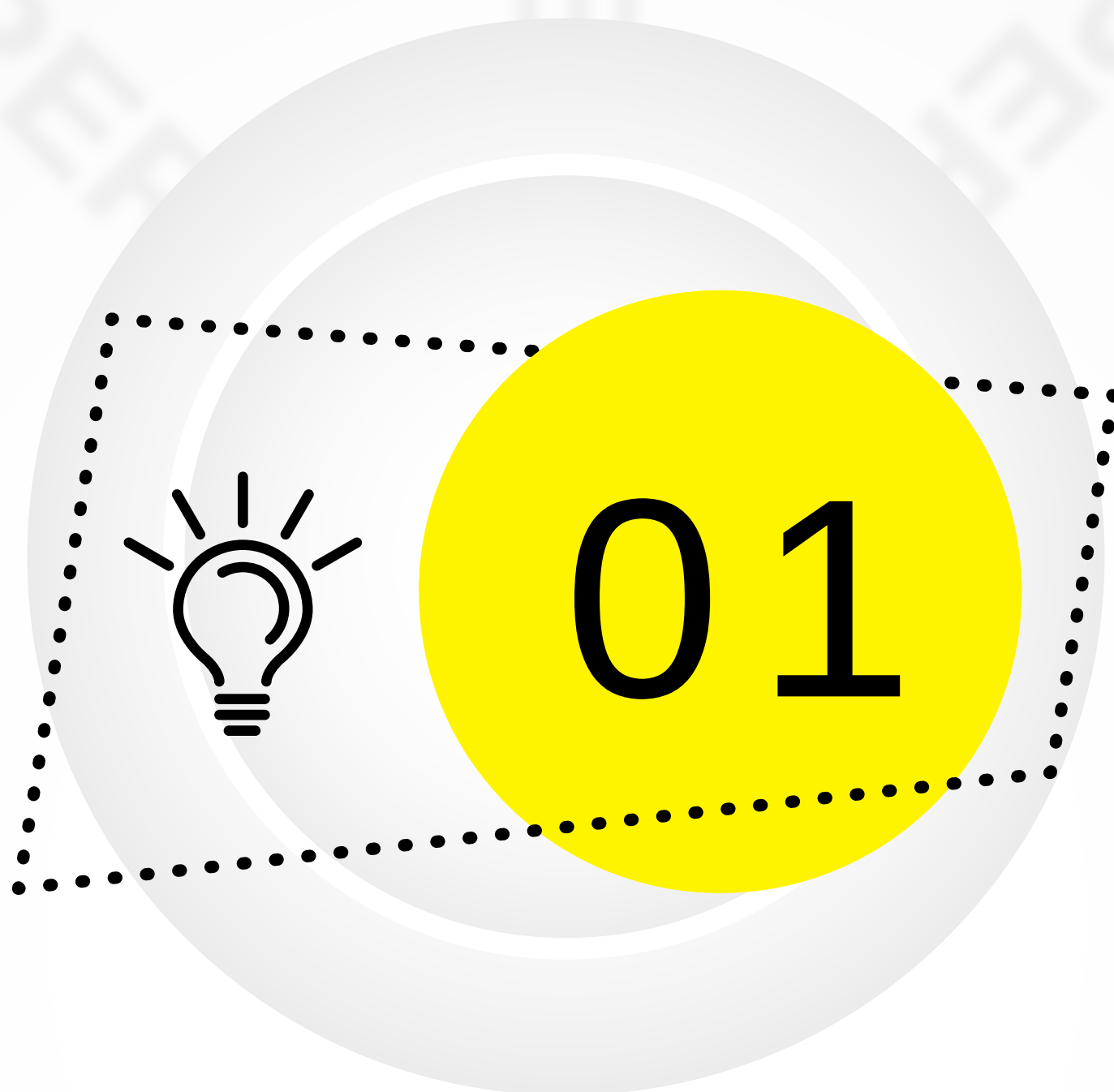
从“谁为用户”到“用户为何而买”

过去几年，中国汽车市场经历了一场深度的结构重塑。新能源渗透率跨越50%的临界点，技术路线百花齐放，产品卖点从“三大件”扩展到数十个智能、舒适、场景化配置。用户在变——他们不再满足于“够用”，而是追求“体验优先”；决策逻辑在变——价格战的吸引力持续衰减，技术价值成为新的驱动力。

巨懂车一直致力于帮助品牌更精准地理解用户。2025年我们联合巨量云图发布了“汽车行业八大人群”，让品牌第一次在汽车兴趣用户中找到了属于自己的核心圈层，但随着卖点的爆炸式增长，我们发现：同一类人群内部，用户对具体卖点的关注度差异日益显著，我们需要再向前一步。

本白皮书正是这一思考的产物：在八大人群基础上，引入品牌心智体系，通过用户行为共现网络聚类分析，将每类人群进一步拆解为3-4个“心智赛道”。我们相信，从“人群画像”到“心智地图”的进化，是汽车品牌在存量竞争中实现精细化运营的必经之路。希望这份白皮书能为品牌提供新的视角与工具，共同探索用户心智的深海。





趋势与挑战

TRENDS AND CHALLENGES

卖点爆炸时代, 用户心智走向细分

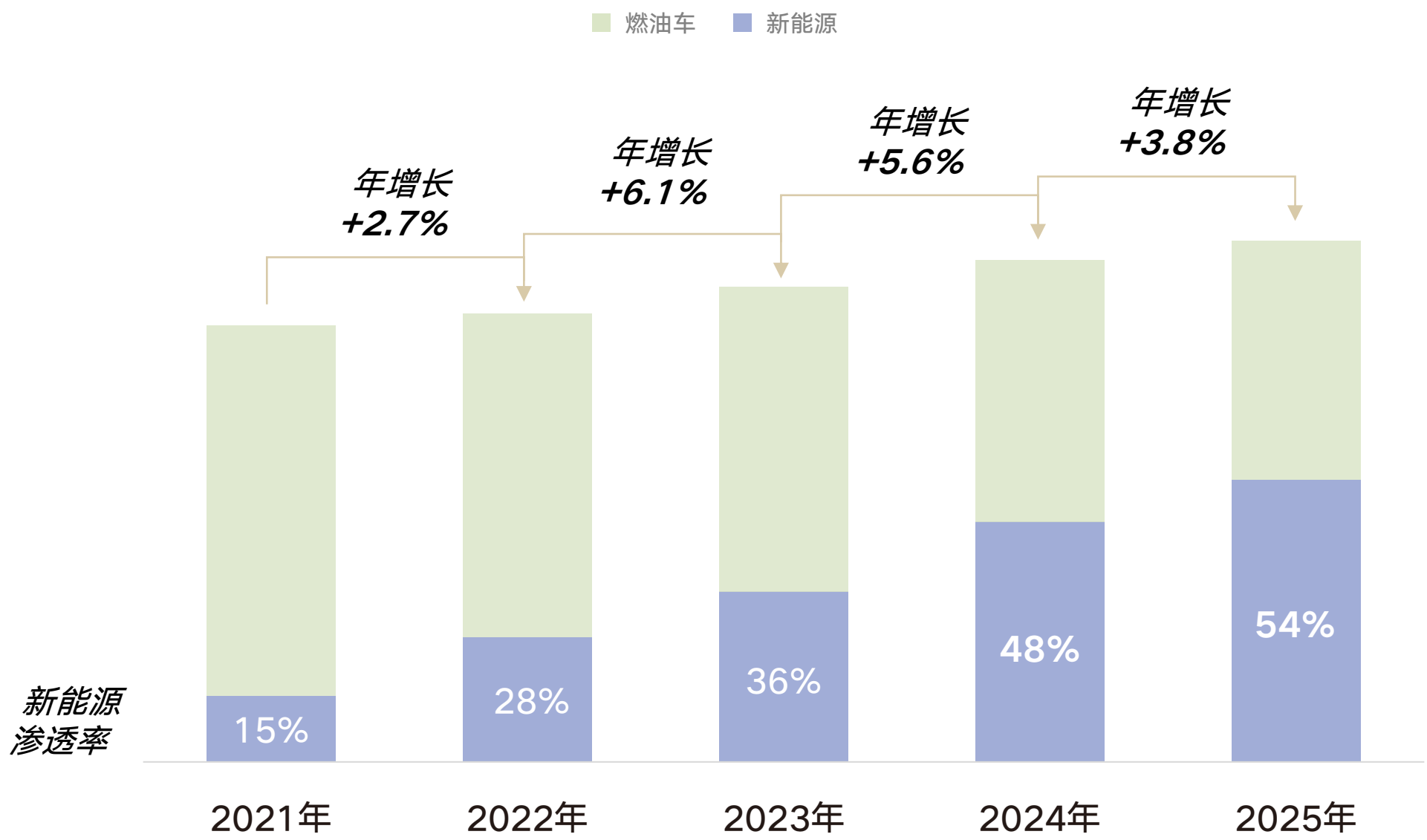
1.1 市场结构性转折：新能源从“可选”变“主力”

中国乘用车市场进入存量竞争结构调整的新阶段，新能源渗透率持续攀升，2025年超过50%，首次主导市场，消费者购车时，新能源车不再是“备选”，产品供给和用户需求皆随之发生改变。

中国车市进入存量时代，新能源渗透率持续提升



国内狭义乘用车销量趋势



1.2 新能源市场的繁荣催生多元化的细分赛道

新能源时代下的中国车市，催生了更多元的细分市场，从25年销量来看，以“小型EV代步”（如星愿、海豚）、“方盒子”个性越野（如方程豹、猛龙）、“大家庭SUV”（如理想、问界）以及“大型MPV”（如腾势D9、梦想家）为代表的细分市场，均体现出了显著的增长潜力，用户可以根据自己的生活方式找到专属车型。市场的细分化，也为人群心智的多元化埋下了伏笔。

◎ 新能源产品多元发展，催生更多细分市场



小型EV代步	颜值运动	大家庭SUV	方盒子	大型MPV
星愿 海豚 五菱宏光MINIEV	SU7 YU7	问界系列 理想系列 零跑 乐道	方程豹系列 猛龙 iCAR	梦想家 高山 腾势D9
新能源产品占绝对份额	稳定的月销2W+俱乐部	大家庭SUV市场 华为/理想代表	方盒子个性市场 25年同比+37%	中高端MPV市场 国产新能源崛起

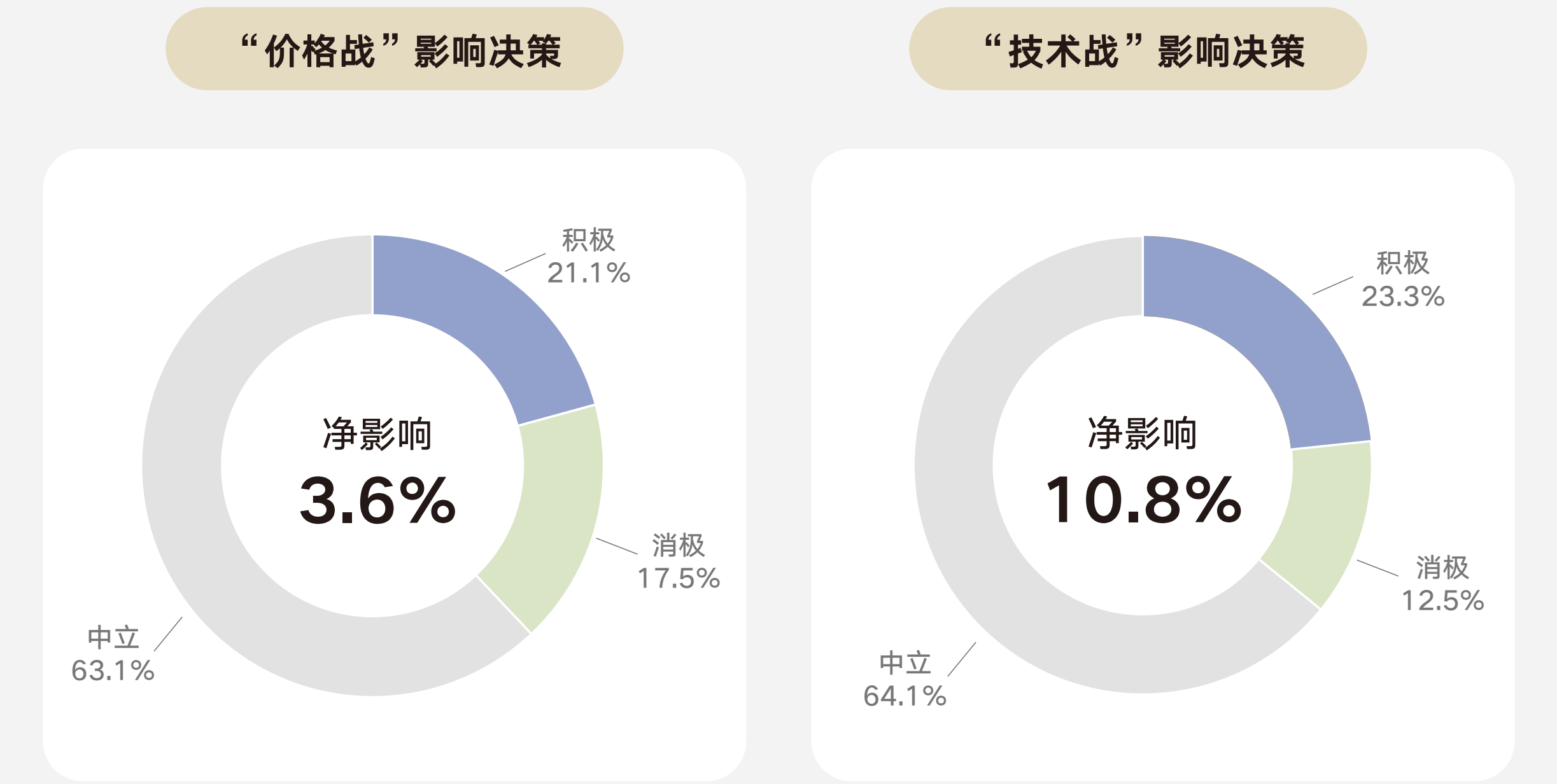
燃油车时代，用户决策聚焦于“发动机、变速箱、底盘”三大件。新能源时代，技术树全面开花：800V高压平台、固态电池、城市NOA、无图智驾、全场景智能泊车、零重力座椅、车载冰箱、对外放电等，卖点扩展到数十个。一台车可以同时拥有动力、智驾、座舱、舒适、户外等数十项特色功能。用户购车时，面对的是一张长长的“功能菜单”，每个配置背后都对应着特定的使用场景和情感价值。卖点的爆炸，直接推动了用户关注点的细分。



1.4 用户从“价格战”转向“技术战”，各阵营的认知路径加速差异化

麦肯锡《2025中国汽车消费者洞察》揭示了一个关键信息：价格战对用户购车决策的净影响仅3.6%，而技术迭代提速带来的净影响高达10.8%，用户不再为“便宜”买单，而是愿意为“领先的创新技术”支付溢价。购车决策正从“够用就好”转向“体验优先”，从“性价比”转向“技术价值比”。

从“价格战”到“技术战”的用户需求转变



数据来源：麦肯锡中国汽车消费者洞察2025
调研问题1：价格竞争对你的新车购买决策有正面还是负面影响？
调研问题2：新车技术迭代提速对你购买新车决策有正面还是负面影响？

在卖点爆炸和需求升级的双重驱动下，不同品牌阵营的用户心智呈现显著分化。合资品牌用户仍在“油混、保养、用车成本”等传统心智中徘徊；新势力品牌聚焦“辅助驾驶、主动安全、哨兵模式”等科技标签，用户心智向智能安全倾斜；自主品牌以“性价比为基础，加速向智能化渗透”，激光雷达、悬浮车顶等词快速增长；豪华品牌从“身份象征”进化为“科技奢华”，智驾、女性、星空顶等心智词成为新增长点。品牌必须找到属于自己的心智锚点，否则将被碎片化的用户需求淹没。

不同品牌间的心智特征进一步延展细分



品牌赛道人群心智趋势

合资品牌

油电博弈中的心智摇摆

TOP心智类型

- 动力/内饰/用车成本
- 动力/舒适/用车成本

典型飙升心智

- 油混/增程/保养
- 保养/中保研/悬浮车顶

新势力品牌

科技普惠与安全并行

TOP心智类型

- 动力/续航/辅助驾驶
- 辅助驾驶/动力/续航

典型飙升心智

- 哨兵模式/辅助驾驶/主动安全
- 纳帕皮/FSD/C-NCAP

自主品牌

性价比为基追求智能化

TOP心智类型

- 动力/用车成本/内饰
- 用车成本/辅助驾驶/续航

典型飙升心智

- 保养/后备箱/电池
- 扰流板/激光雷达/悬浮车顶

豪华品牌

从品牌光环到科技奢华

TOP心智类型

- 动力/用车成本/内饰
- 用车成本/辅助驾驶/续航

典型飙升心智

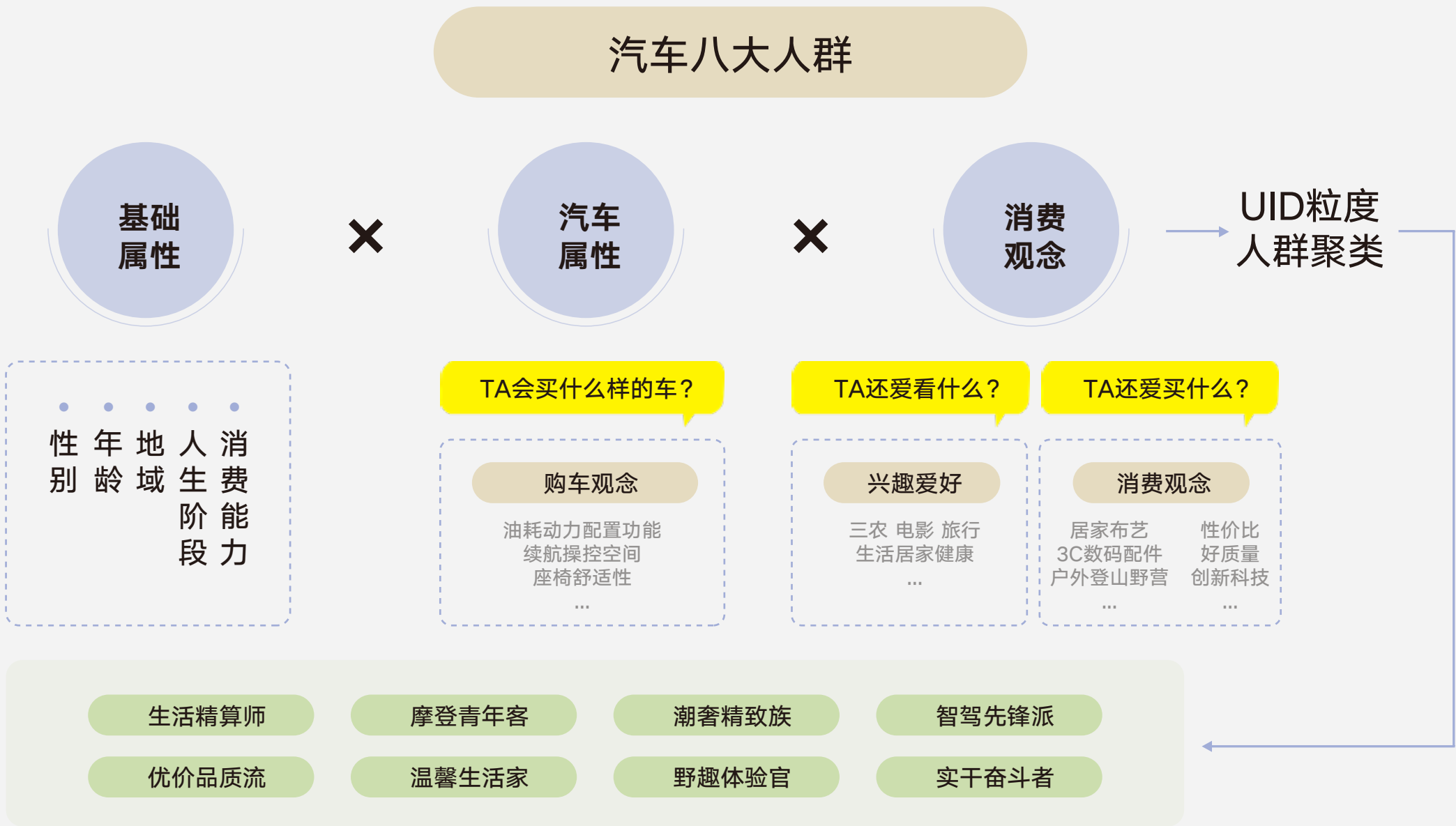
- Coupe/智驾/女性
- 星空顶/无框车门/空悬

数据来源：巨懂车汽车行业心智趋势报告2025

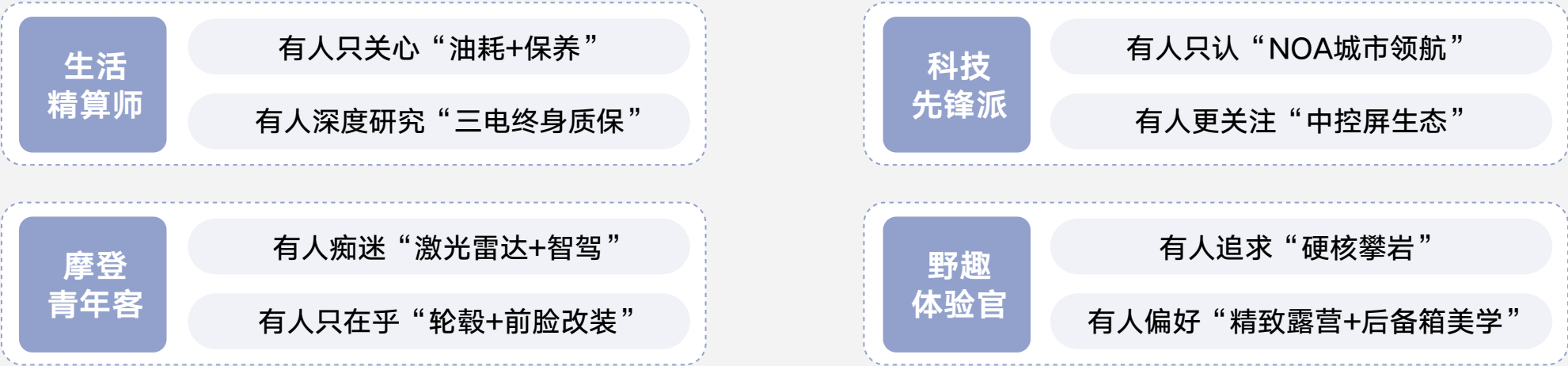
1.5 人群精细化运营的下一站：从“人群画像”到“心智地图”

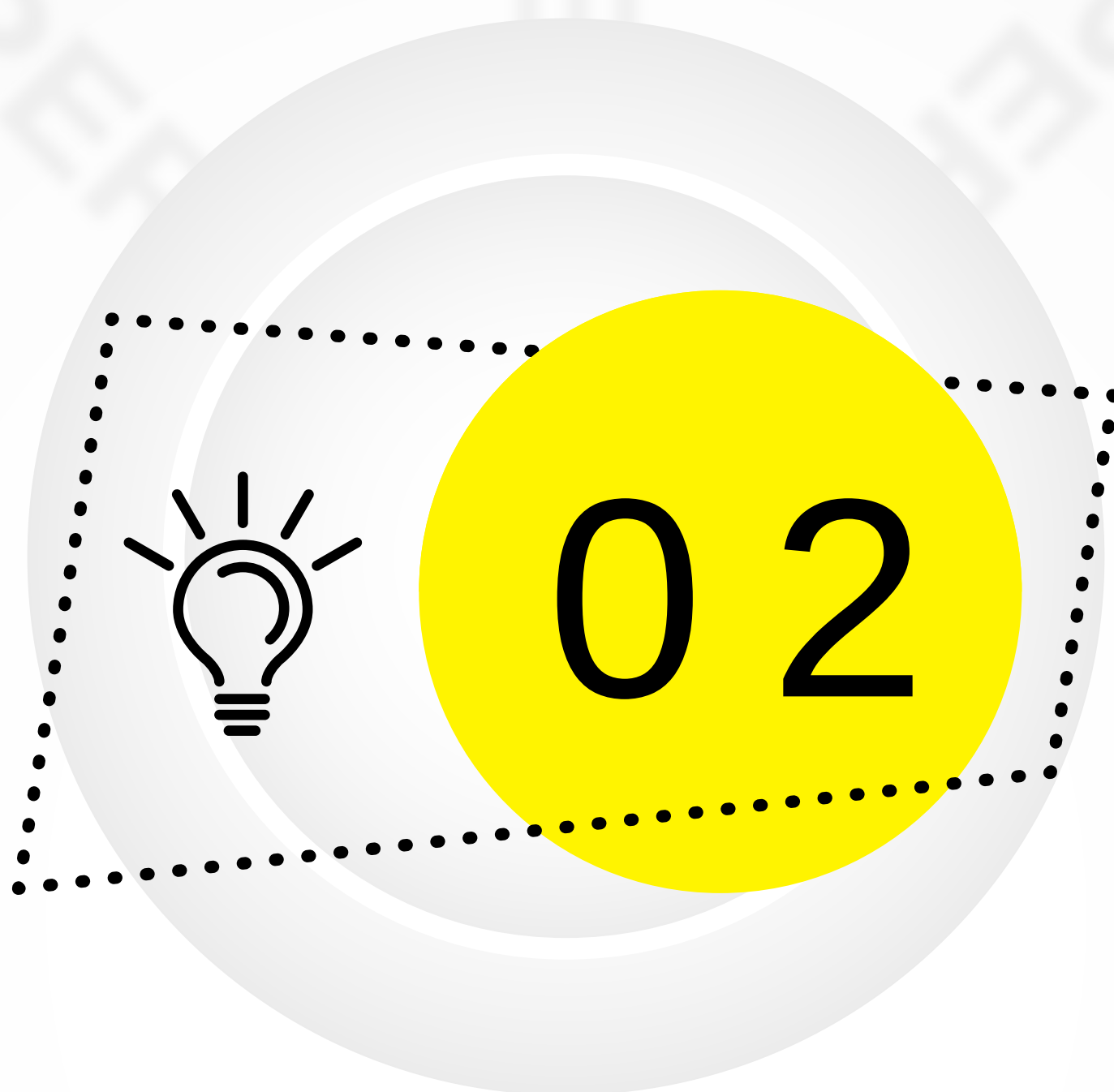
汽车行业八大人群（生活精算师、摩登青年客、潮奢精致族等）成功实现了从通用电商人群到汽车专属人群的升级，但在卖点爆炸的当下，同一人群内部也会面临认知差异，这些“认知缝隙”一定程度上制约着品牌精准触达用户的实际效果，需要进一步拆解“心智细分赛道”，将人群理解从“画像”推进到“心智地图”。

◎ 八大人群的心智细分也成为卖点爆炸时代挑战下的必选应对项



八大人群面临的“认知缝隙”





解码与重构

DECODING AND RECONSTRUCTION

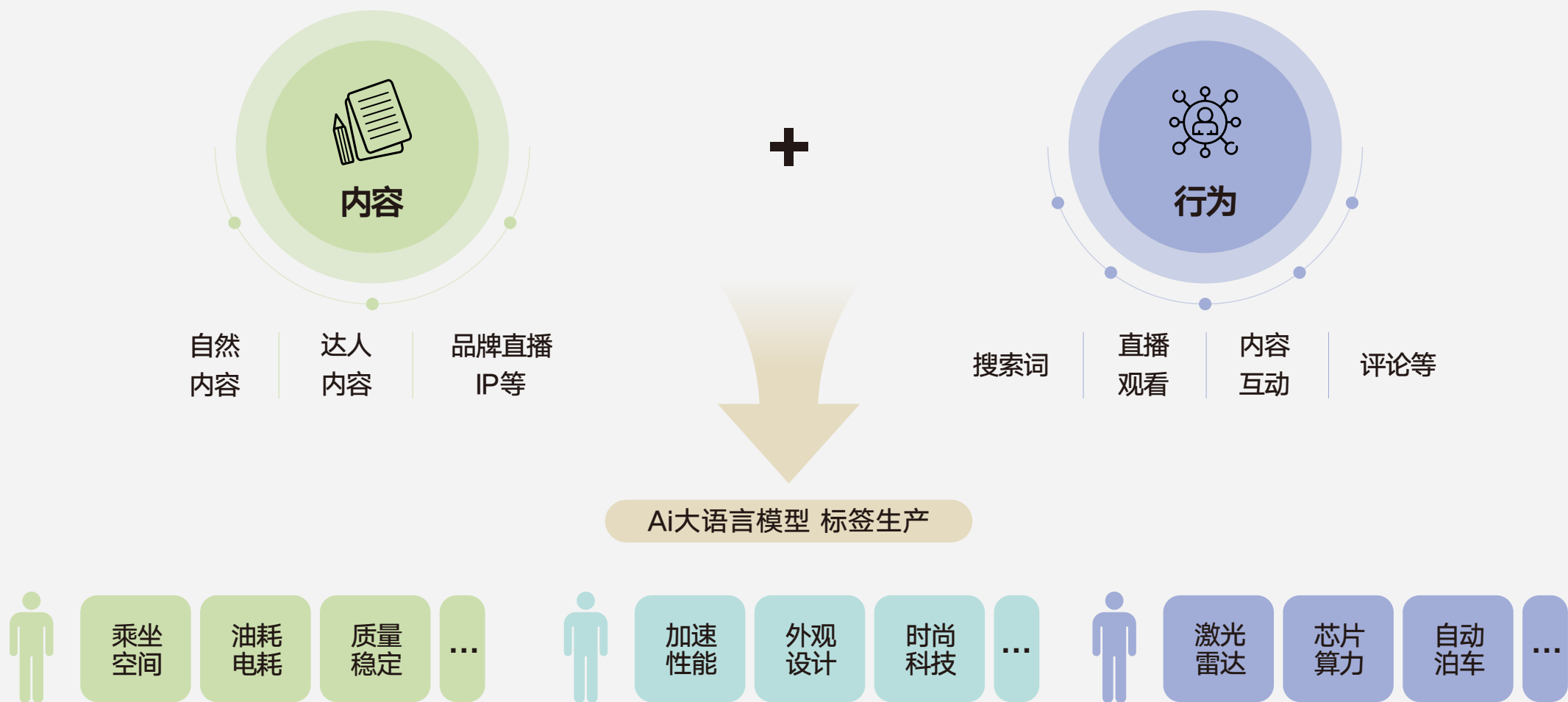
汽车八大人群细分心智赛道重构

八大人群×品牌心智

细分赛道聚类重构原理推导

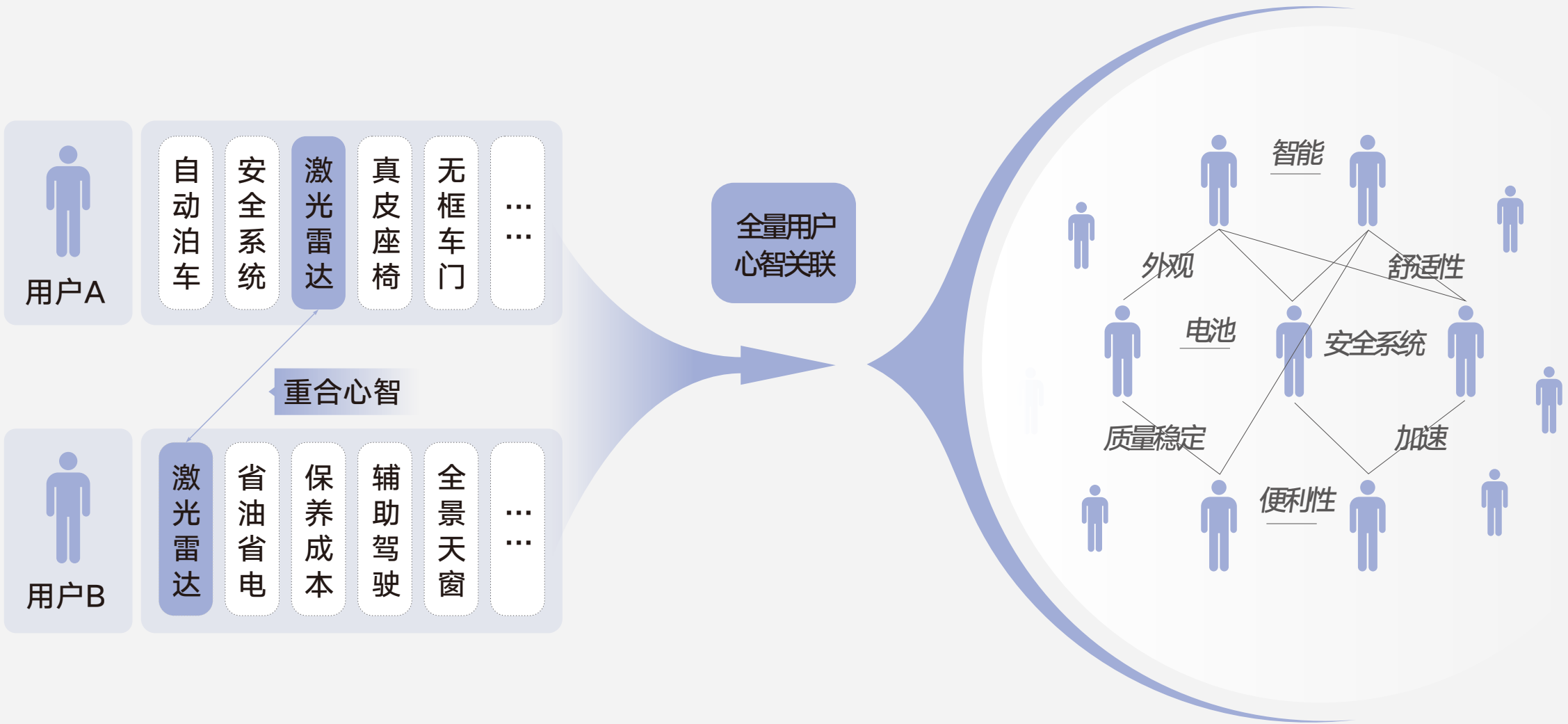
01 用户心智标签生产

全链路行为追踪+AI大模型理解



02 人群心智关系创建

全量用户心智重合关系拓展

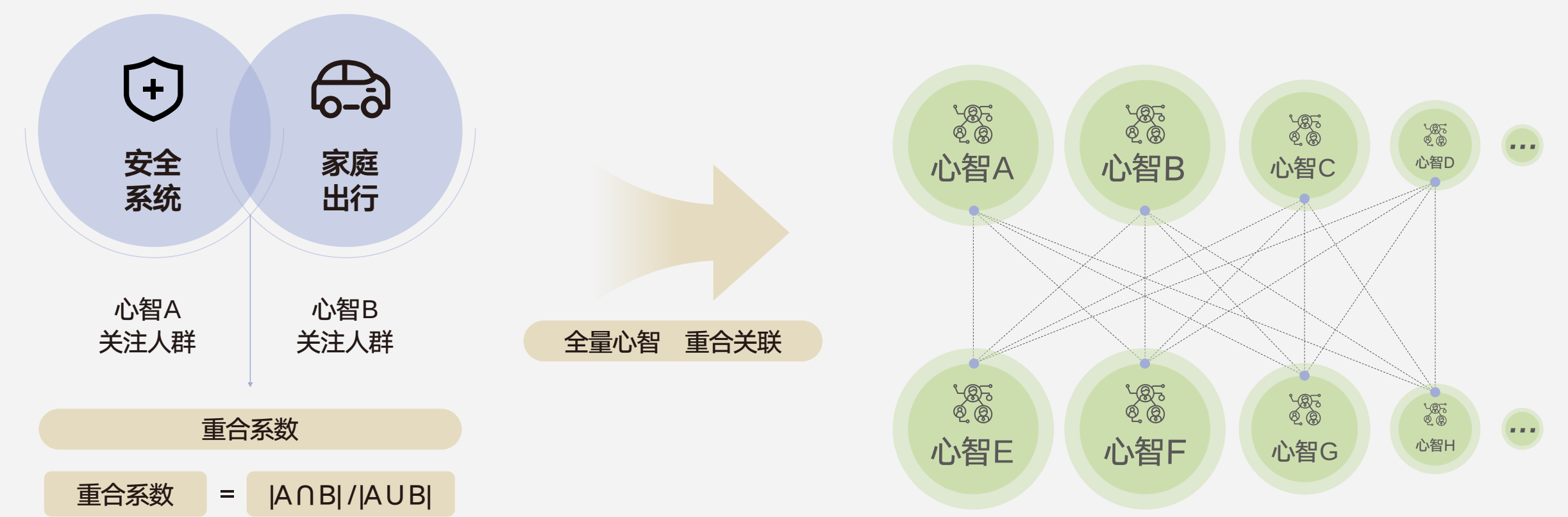


八大人群×品牌心智

细分赛道聚类重构原理推导

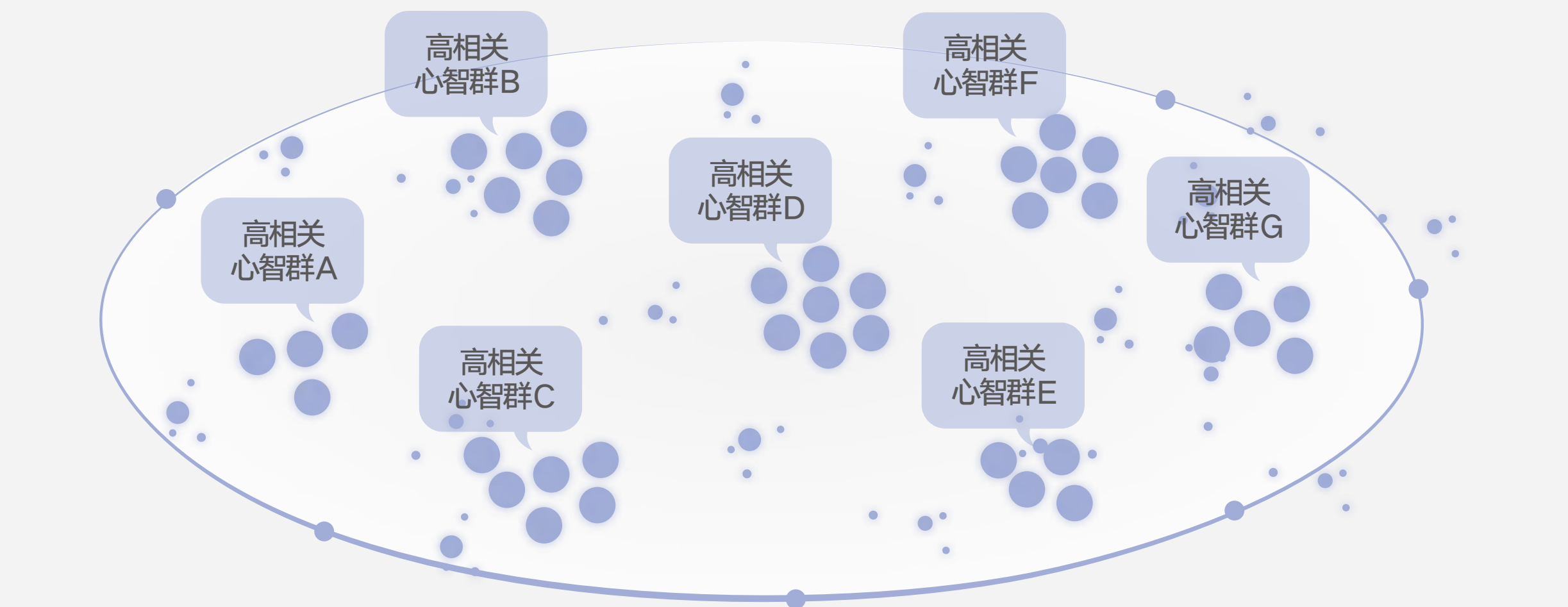
03 心智圈层关联统计

追踪全量心智圈层人群重合关联



04 心智地图聚类重构

带入目标群体 引入关联网络聚类模型 得到指定群体的细分心智赛道分布



说明：
每个气泡为具体心智点，气泡大小代表心智点覆盖人群众体量。
气泡间连线和相对位置体现心智间人群重合的程度，重合度越高，联系越紧密，分布越趋集中，反之呈离散状。

01

生活精算师

LIFE ACTUARY

✦ 精打细算通勤族

代步、通勤、油耗成本、实用、性价比、保养

最基础的 使用成本敏感型

✦ 精打细算绿电族

纯电续航、混合动力、插混、增程、换电、电池、三电终身质保

关注政策 看重长期成本

✦ 精打细算顾家族

家庭出行、空间、储物空间、行车记录仪、后视镜

兼顾家庭需求

02

摩登青年客

MODERN YOUTH GUEST

✦ 摩登科技弄潮儿

科技感、中控屏、氛围灯、自动驾驶、智驾、激光雷达

把爱车当作大玩具/电子产品

✦ 摩登运动酷玩派

运动风格、轮毂、轮胎外观、方向盘装饰、尾灯、前脸

一定程度的改装需求 注重视觉冲击力

✦ 摩登都市轻奢族

敞篷、天窗、真皮座椅、内饰套件、车门

更追求个性化和精致感

03

潮奢精致族

LUXURY TRENDSETTERS

✦ 潮奢尊享掌门人

豪华品牌、尊贵、商务、真皮座椅、零重力座椅、冰箱

追求品牌调性 讲究极致舒适配置

✦ 潮奢美学鉴赏家

霸气外观、前脸、大灯、轴距、车长、内饰套件、氛围灯

关注比例和细节 设计感驱动型

✦ 潮奢舒适体验官

座椅加热、腰部支撑、空调功能、电动尾门、后视镜

体验优先 功能层面极致体验

04

优价品质流

QUALITY AT GOOD PRICE

✦ 优价实用主义派

实用、储物空间、后备箱、空间、行车记录仪、天窗

基础功能齐全即可

✦ 优价安全守护者

防撞梁、碰撞安全、主动安全功能、安全系统、制动

对安全配置有底线要求

✦ 优价舒适进阶族

真皮座椅、座椅加热、电动尾门、空调功能、腰部支撑

在基础升级舒适性配置

05

八大心智

05

温馨生活家

COZY LIFE HOME

✦ 温馨空间魔法师

家庭出行、空间、车长、轴距、后备箱、储物空间

核心是能装能坐

✦ 温馨安全守护使

碰撞安全、防撞梁、安全系统、主动安全功能、行车记录仪

重视家人安全

✦ 温馨舒适大管家

电动尾门、座椅加热、空调功能、真皮座椅、零重力座椅、冰箱

提升家人乘坐体验

✦ 温馨长途旅行家

长途、高速路段、高速公路、续航、纯电续航、混合动力

有长途和返乡需求

06

科技先锋派

PIONEER OF TECHNOLOGY

✦ 先锋智驾领航员

自动驾驶、辅助驾驶、智驾、激光雷达、自动泊车、主动安全功能

关注最核心的智能科技赛道

✦ 先锋座舱极客党

中控屏、科技感、氛围灯、冰箱、零重力座椅

人机交互座舱科技感体验

✦ 先锋三电工程师

电机、电池、混动发动机、增程、换电、三电终身质保

新能源技术深度关注者

07

野趣体验官

OUTDOOR ADVENTURE AMBASSADOR

✦ 野趣硬核探险家

硬派越野、越野、四驱模式、防撞梁、轮胎外观、差速锁、拖车钩

重度越野需求

✦ 野趣露营漫游者

后备箱、天窗、空间、长途、高速公路、续航、车顶行李架、帐篷

偏爱露营自驾游轻度户外者

✦ 野趣耐久务实派

发动机、电机、终身质保、更换电池、保养、可靠性、耐用性

更关注可靠性和维护

08

实干奋斗者

DEDICATED STRIVERS

✦ 实干商务多面手

商务、代步、实用、油耗成本、保养、性价比、可靠、低维护

工作用车属性强

✦ 实干顾家主心骨

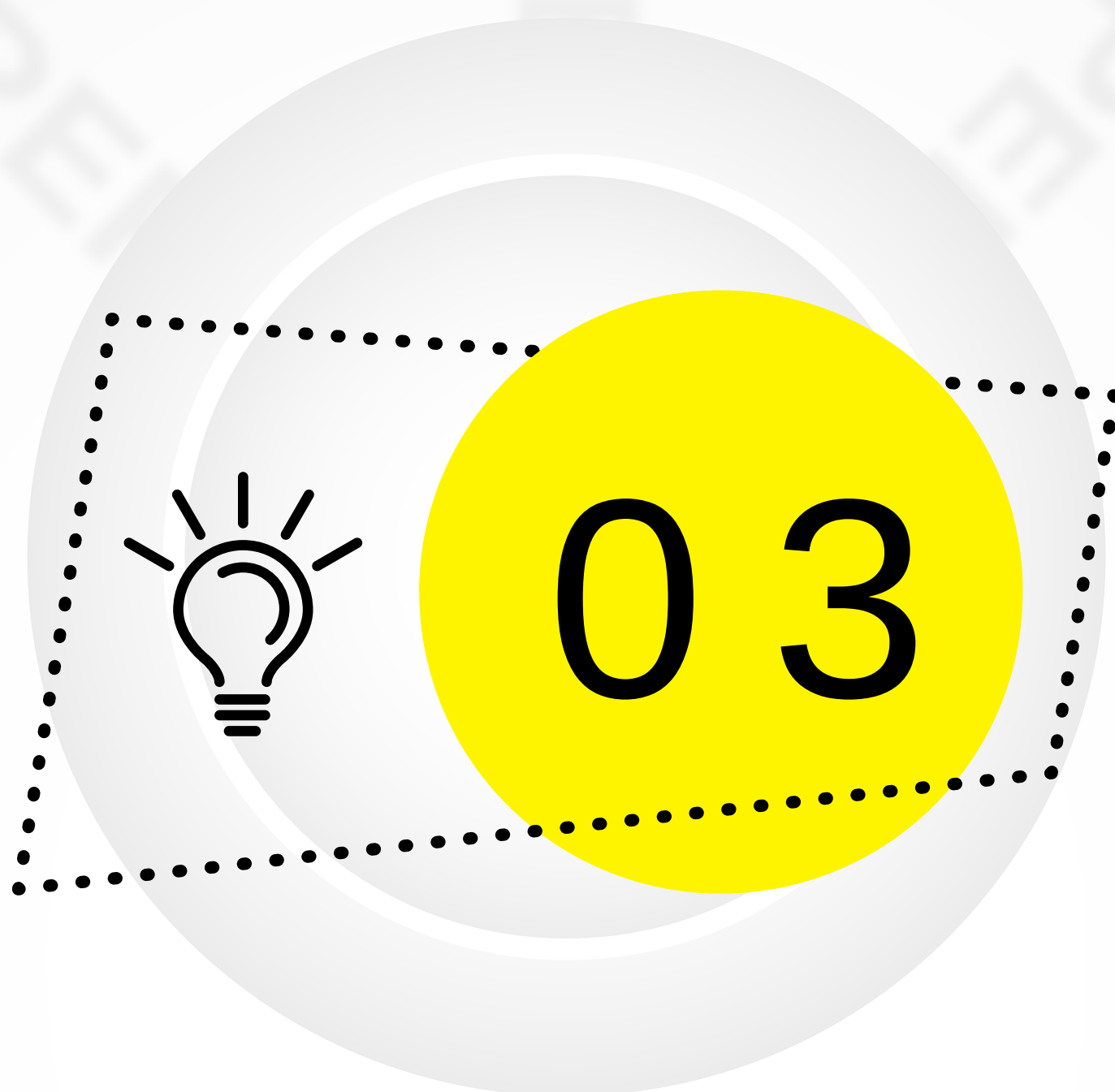
家庭出行、空间、后备箱、储物空间、安全系统、儿童安全座椅

奋斗中也兼顾家庭责任

✦ 实干品质进取族

真皮座椅、中控屏、天窗、后视镜、行车记录仪、倒车影像

在实干基础上有一定品质追求



激活与增长

ACTIVATION AND GROWTH

从“人群标签”到“心智地图”
用户深度理解和运营策略再出发

CROWD PROFILING

DCAR

（生活 精算师）



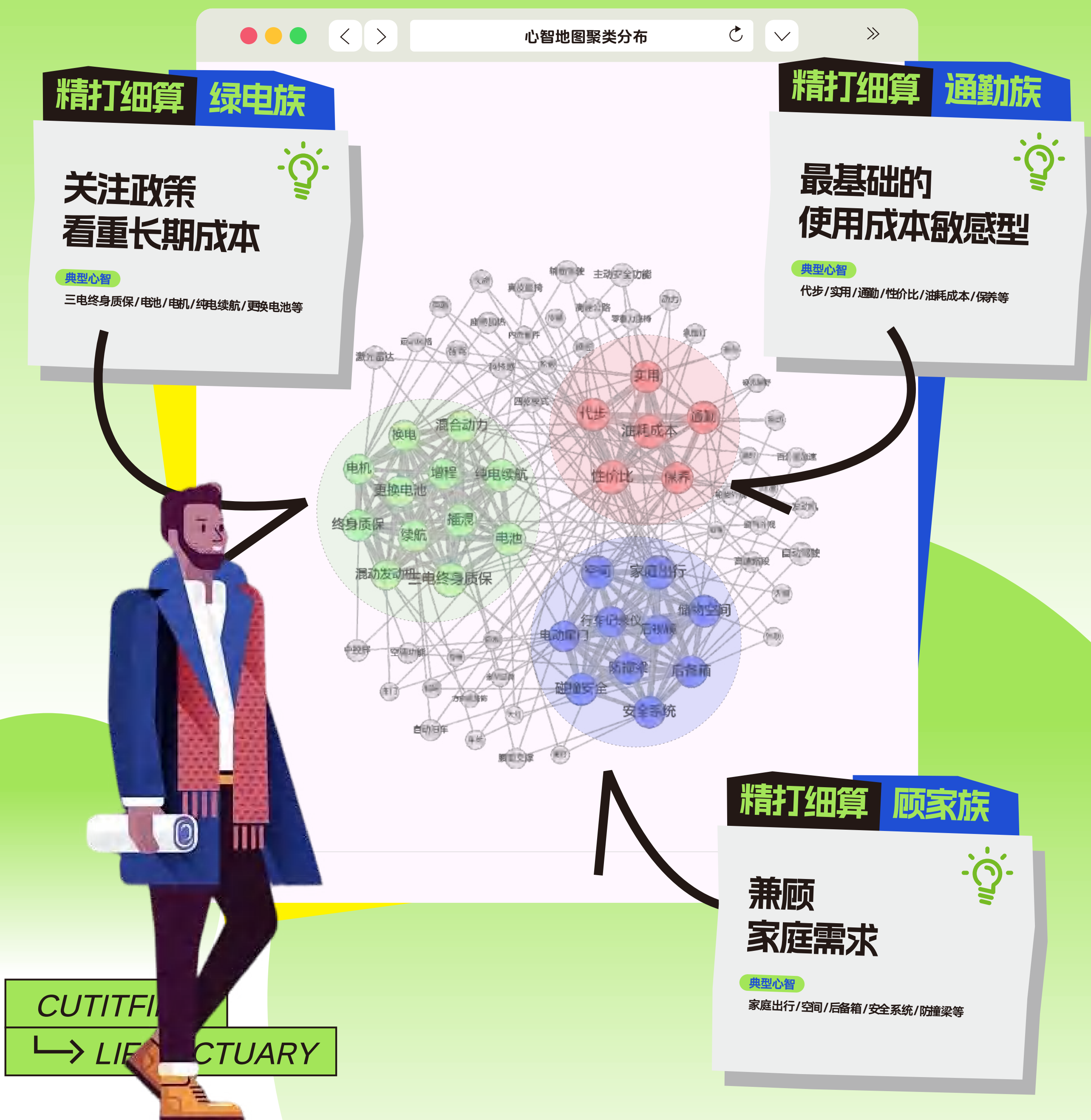
更多免费行业报告

并购家

www.ipoiipo.cn

生活精算師

LIFE ACTUARY



生活精算师

基础属性

男性用户为主

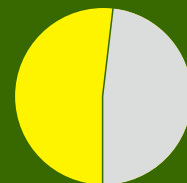
中低线城市集中

多为已育中青年社会中坚力量

58.23%

约60%用户集中在
三到五线城市

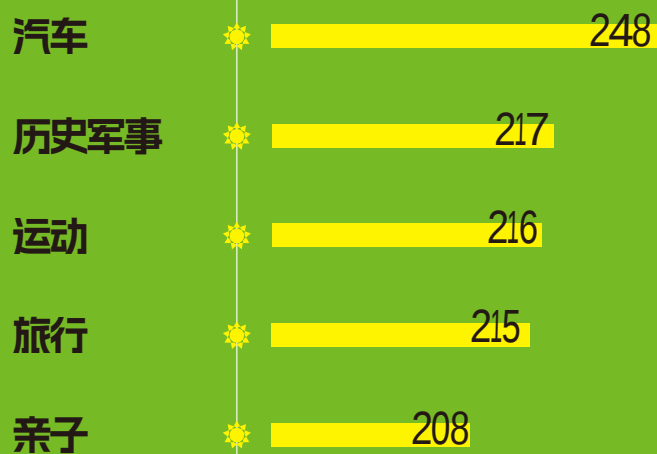
41.77%

30-50岁
占比超过50%
已育比例超过75%

精打细算通勤族

最基础的 | 使用成本敏感型

内容偏好TOP5



电商购买偏好



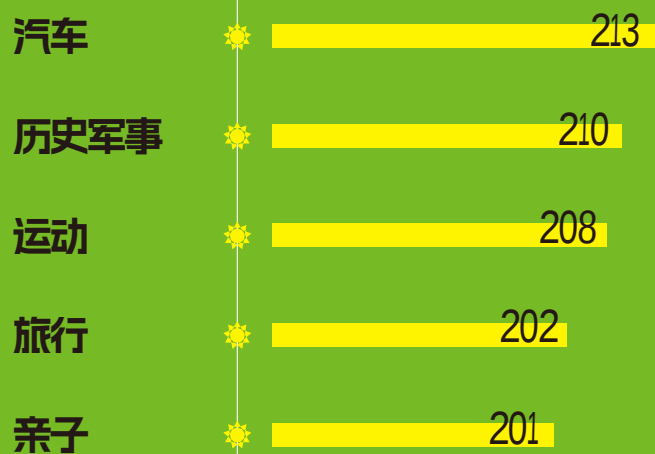
典型购车观念

- ✔ 精打细算，通勤代步每一分成本都要算得明明白白
- ✔ 代步刚需，性价比为王，省下的油钱比年终奖实在
- ✔ 不看虚标只看实耗，买车先算三年持有成本

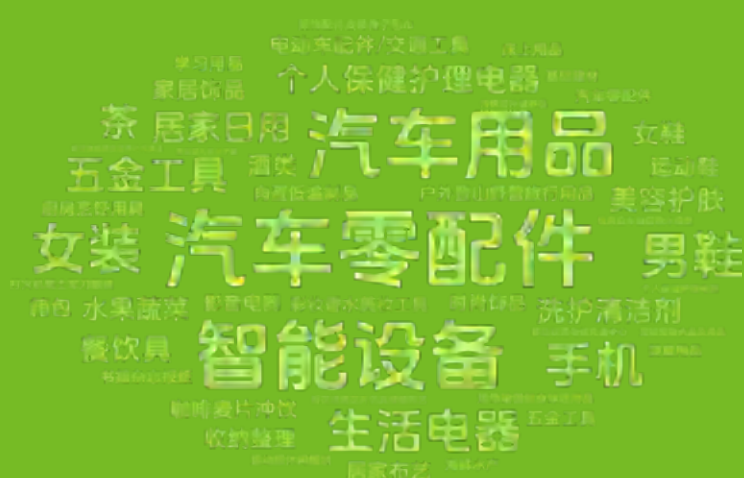
精打细算绿电族

关注政策 | 看重长期成本

内容偏好TOP5



电商购买偏好



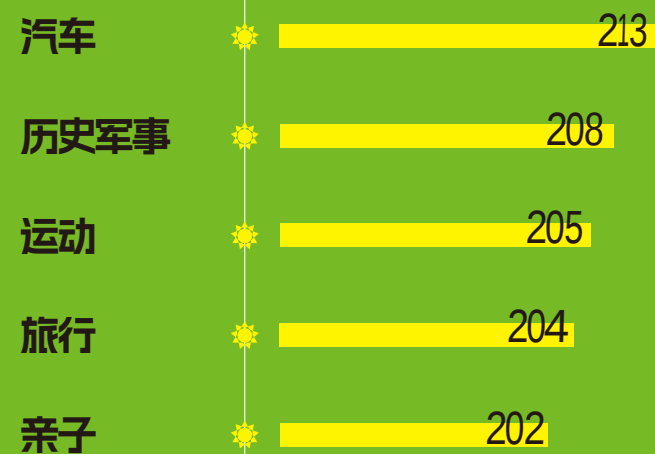
典型购车观念

- ✔ 紧盯新能源补贴、电费与三电终身质保的长期账本
- ✔ 购车补贴、换电政策、三电终身质保，少一项都不签单
- ✔ 从电费到电池寿命，算明白这些才是“省钱神车”

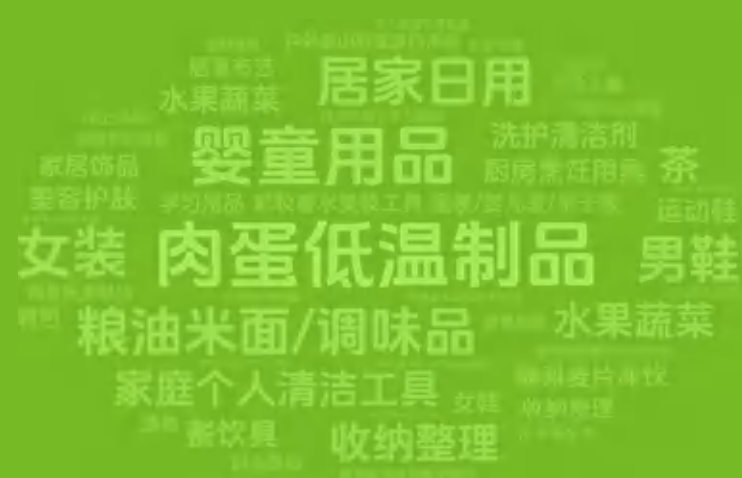
精打细算顾家族

兼顾家庭需求

内容偏好TOP5



电商购买偏好



典型购车观念

- ✔ 精打细算，兼顾家庭出行刚需与储物空间，花小钱办大事
- ✔ 后备箱能塞下婴儿车和超市采购，还要省油省保养
- ✔ 空间够大、油耗够低、维修便宜，做全家人的精算师

人群运营策略和 内容公式建议



Dcar
2026

01 精打细算通勤族

LIFE ACTUAR

内容形式

- 用车成本对比
- 养车账单拆解
- 实测油耗/电耗vlog
- 通勤路线挑战

主题风格

- 理性/数据化/快节奏
- “省到就是赚到”

达人类别

- 汽车垂直测评类
- 生活理财类
- 通勤场景KOL

卖点突出

- #每公里成本#
- #免息#
- #保养便宜#
- #低油耗/低电耗#

内容公式

通勤场景 + 真实成本数据 + 省钱结果 = 心动行动

02 精打细算绿电族

LIFE ACTUAR

内容形式

- 充电账单对比
- 三电质保条款解读
- 续航实测
- 换电vs超充 成本pk

主题风格

- 专业/深度/突出对比
- “长期持有优势”

达人类别

- 汽车垂直测评类
- 电池技术科普类
- 网约车KOC

卖点突出

- #三电终身质保#
- #二手残值#
- #电池衰减#
- #每公里电费#

内容公式

能源路线选择 + 长期成本测算 + 技术背书 = 精明决策

03 精打细算顾家族

LIFE ACTUAR

内容形式

- 空间实测
- 安全配置场景演绎
- 二胎家庭出行vlog

主题风格

- 有温度/可信/场景化
- “顾家不浪费”

达人类别

- 亲子育儿类
- 家庭生活分享博主
- 汽车垂直测评类

卖点突出

- #低用车成本#
- #大空间#
- #儿童座椅#
- #安全配置齐全#

内容公式

家庭场景痛点 + 空间解决方案 + 精算价值 = 全家安心

CROWD PROFILING

DCAR

摩登 青年客



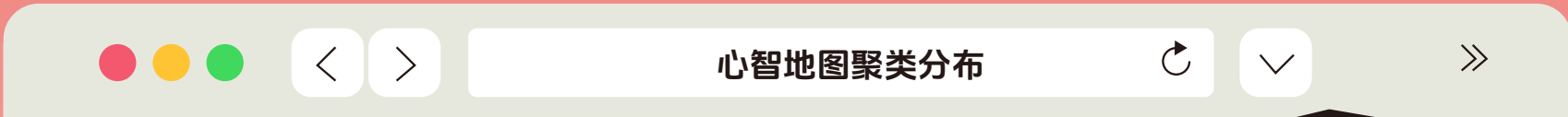
更多免费行业报告

并购家

www.ipoiipo.cn

摩登青年客

MODERN YOUTH GUEST



摩登 科技弄潮儿

把爱车当作
大玩具/电子产品

典型心智

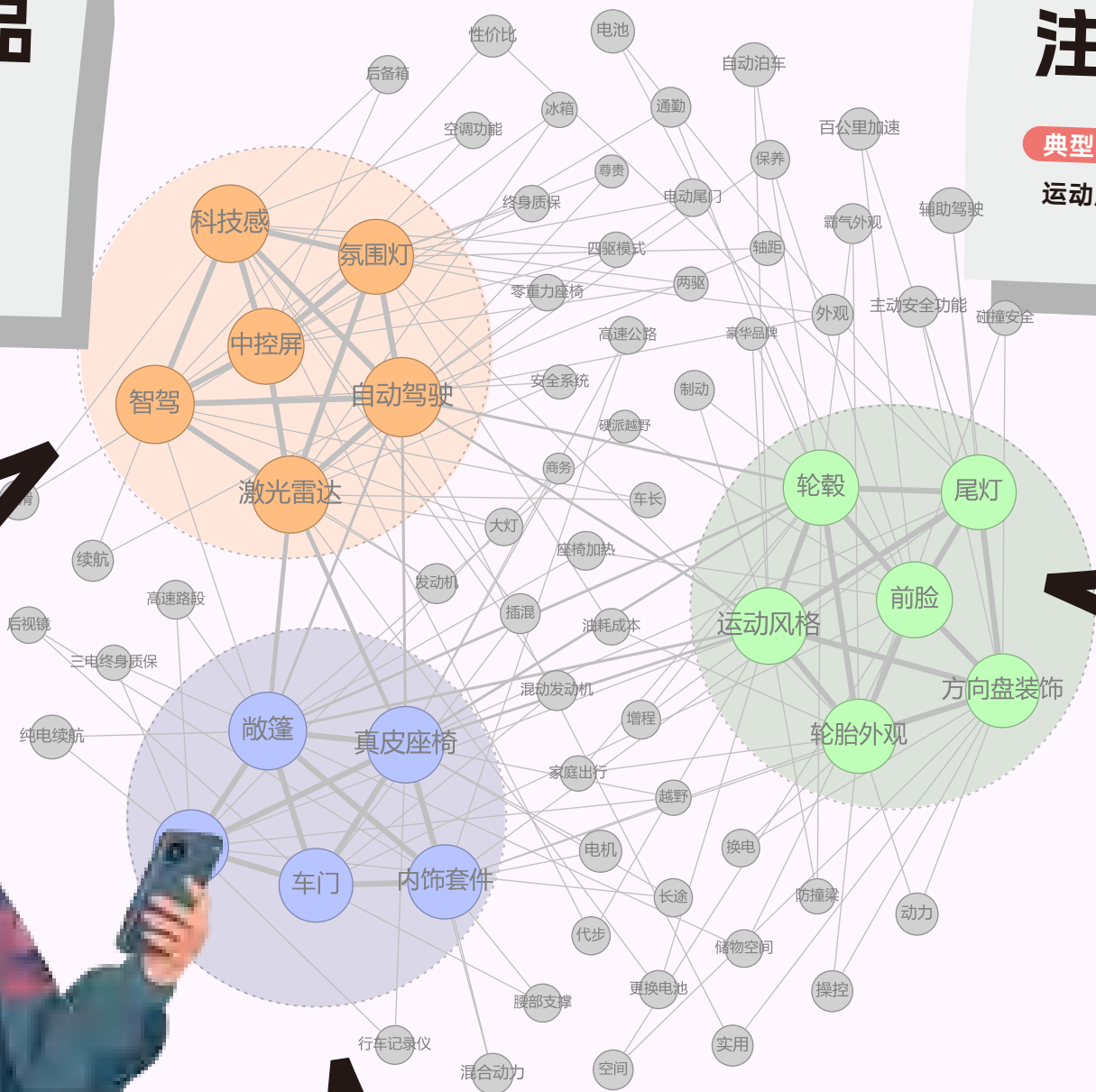
科技感/智驾/氛围灯/中控屏/激光雷达等

摩登 运动酷玩派

一定程度的
改装需求
注重视觉冲击力

典型心智

运动风格/前脸/轮胎外观/轮毂/尾灯等



摩登 都市轻奢族

更追求
个性化和精致感

典型心智

真皮座椅/内饰套件/天窗/敞篷/车门等



MODERN

→ YOUTH GUEST



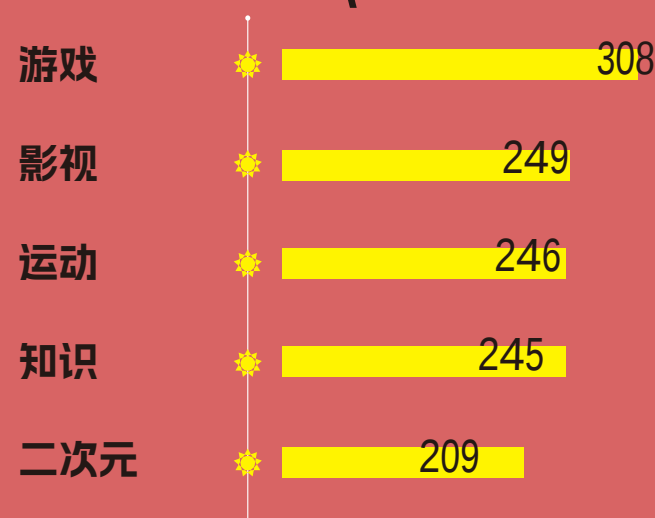
年轻人居多二人世界阶段



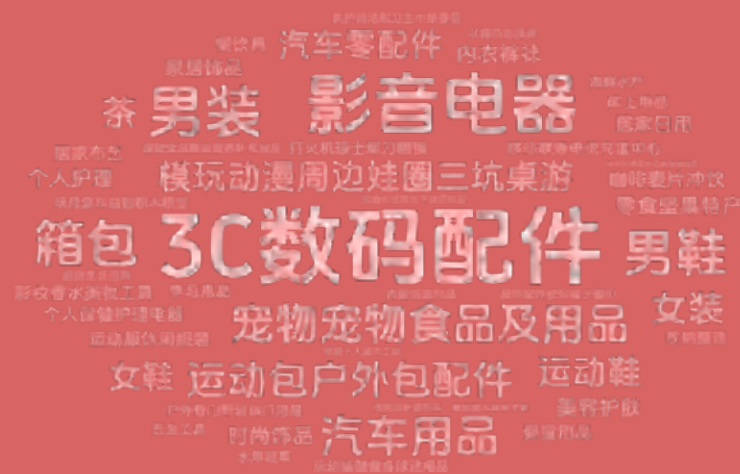
摩登运动酷玩派

一定程度的改装需求 | 注重视觉冲击力

内容偏好Top5



电商购买偏好



典型购车观念

- ✔ 轮毂、前脸、尾灯，改装件比化妆品还讲究
- ✔ 零百加速必须够劲，外观必须炸街，运动感是信仰
- ✔ 车可以不快，但看起来一定要快，运动套件是刚需

人群运营策略和 内容公式建议



Dcar
2026

01 摩登 科技弄潮儿

MODERN YOUTH GUEST

内容形式

- 科技功能实测
- 车机系统流畅度挑战
- OTA升级前后对比

主题风格

- 炫酷/极客/快剪
- “未来感和可玩性”

达人类别

- 科技测评达人
- 汽车垂直测评
- 游戏跨界主播

卖点突出

- #城市NOA#
- #激光雷达#
- #车机算力#
- #语音响应速度#

内容公式

黑科技功能 + 极限场景挑战 + 极客体验 = 未来座驾

02 摩登 都市轻奢族

MODERN YOUTH GUEST

内容形式

- 精致生活vlog
- 内饰细节特写
- 城市地标打卡

主题风格

- 精致/慢节奏/电影运镜
- “格调和仪式感”

达人类别

- 时尚生活博主
- 轻奢探店达人
- 城市风光摄影师

卖点突出

- #氛围灯#
- #内饰质感#
- #座椅舒适#
- #加工工艺#

内容公式

都市场景 + 美学细节 + 生活方式 = 移动精致空间

03 摩登 运动酷玩派

MODERN YOUTH GUEST

内容形式

- 加速性能测试
- 汽车美容装饰
- 低趴姿态展示

主题风格

- 热血/动感/高燃剪辑
- “视觉冲击力”
- “驾驶激情”

达人类别

- 汽车垂直测评
- 赛道日车手
- 改装达人

卖点突出

- #运动套件#
- #轮毂#
- #排气声浪#
- #零百加速#

内容公式

改装潜力 + 性能实测 + 颜值冲击 = 街头焦点

CROWD PROFILING

DCAR

THE (潮奢 精致族)



更多免费行业报告

并购家

www.ipoiipo.cn

潮奢精致族

LUXURY TRENDSETTERS



LUXURY TRENDSETTERS



基础属性

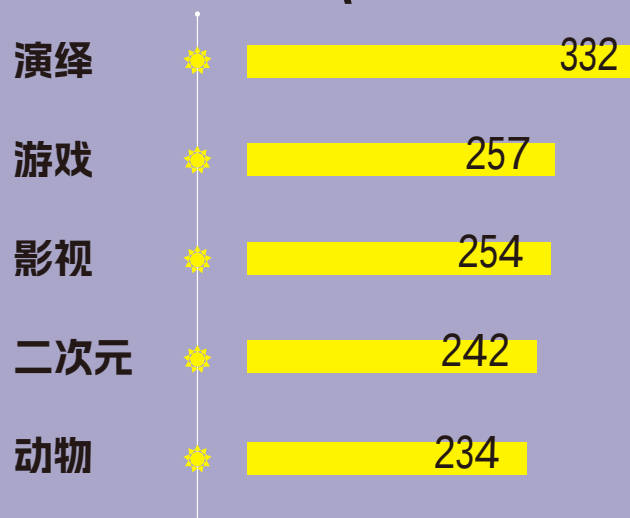
偏成熟的青年群体



潮奢 美学鉴赏家

关注比例和细节：设计感驱动型

内容偏好Top5



电商购买偏好



典型购车观念

- ✓ 前脸设计、车身比例、内饰材质，颜值即正义
- ✓ 大灯造型、内饰缝线、氛围灯颜色，细节决定下单
- ✓ 车是移动艺术品，设计美学比参数更重要

人群运营策略和 内容公式建议



Dcar
2026

01 潮奢 尊享掌门人

• LUXURY TRENDSETTERS

内容形式

- 品牌溯源纪录片
- 高定交车仪式vlog
- 奢华配件开箱

主题风格

- 沉稳/尊享/叙事感
- “身份象征和细节工艺”

达人类别

- 奢侈品鉴赏达人
- 汽车垂直测评
- 高端生活方式博主

卖点突出

- #豪华基因#
- #专属服务#
- #尊享配置#
- #零重力座椅#

内容公式

尊贵身份场景 + 旗舰配置 + 圈层认同 = 从容座驾

02 潮奢 美学鉴赏家

• LUXURY TRENDSETTERS

内容形式

- 设计语言解读
- 内饰细节近距拍摄
- 跨界美学联动

主题风格

- 艺术感/视觉驱动
- “比例、光影、材质”

达人类别

- 时尚跨界达人
- 汽车垂直测评
- 时尚/艺术/建筑类达人

卖点突出

- #造型设计语言#
- #车身比例#
- #氛围灯美学#
- #配色和质感#

内容公式

审美共鸣 + 设计解码 + 艺术品类比 = 移动美学符号

03 潮奢 舒适体验官

• LUXURY TRENDSETTERS

内容形式

- 舒适配置功能实测
- 长途乘坐体验vlog
- 隔音/滤震对比测试

主题风格

- 舒缓/细腻/沉浸感
- “身体被温柔对待”

达人类别

- 汽车垂直测评
- 生活体验类达人
- 长途旅行达人

卖点突出

- #座椅通风按摩#
- #空调#
- #分区空调#
- #腰部支撑#

内容公式

日常驾驶场景 + 舒适功能体验 + 感官反馈 = 移动减压舱

CROWD PROFILING

DCAR

（优价
品质流）



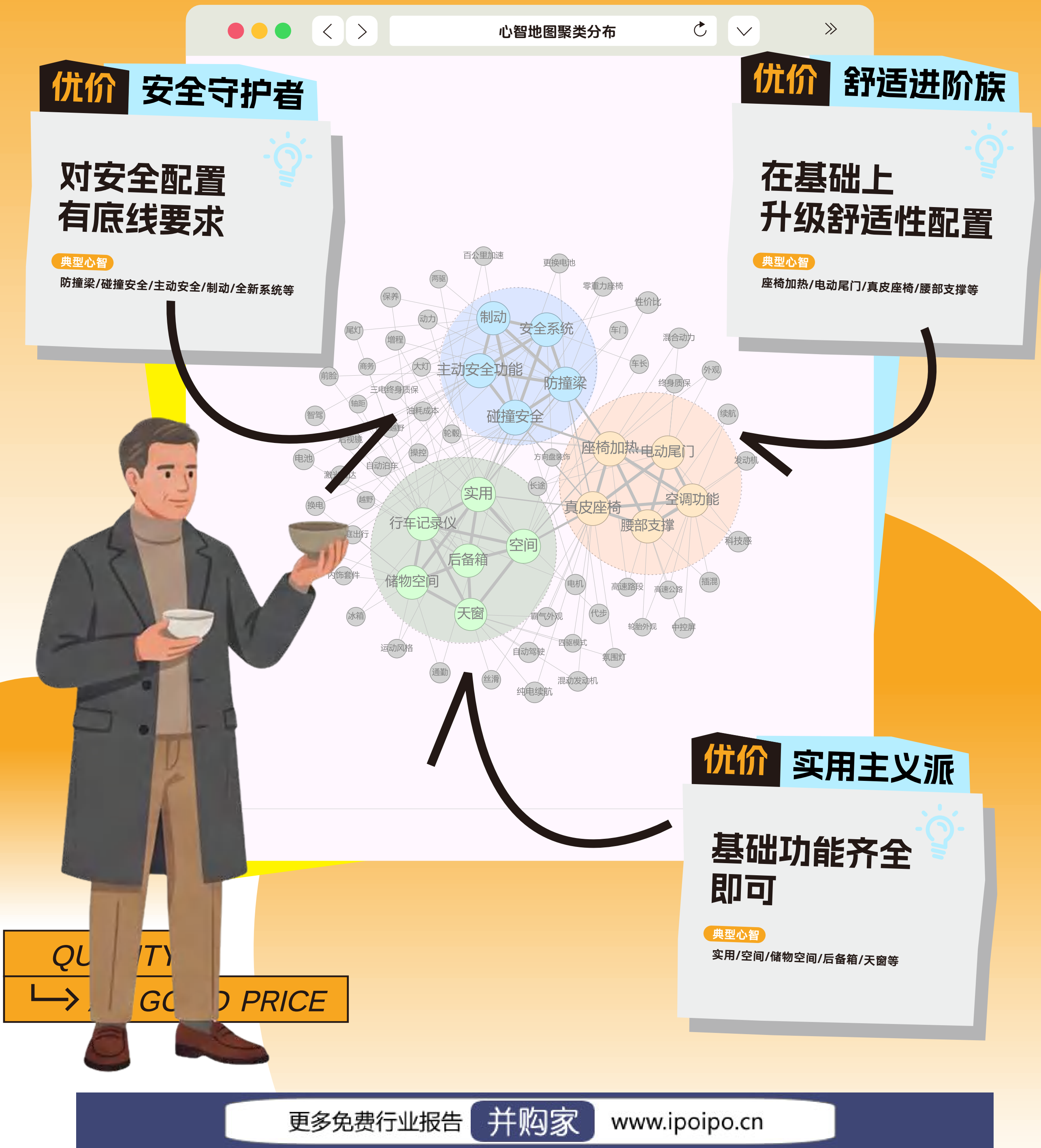
更多免费行业报告

并购家

www.ipoiipo.cn

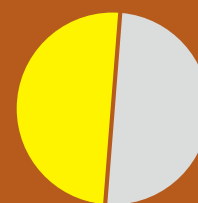
优价品质流

QUALITY AT GOOD PRICE





偏成熟的青年群体



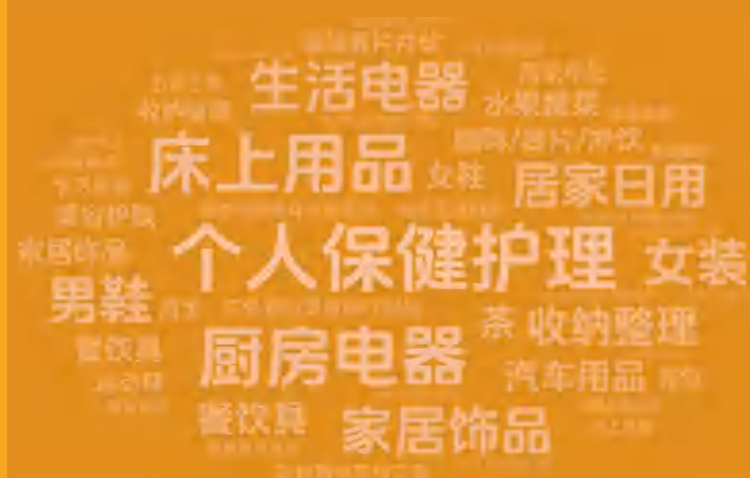
优价 舒适进阶族

在基础上，升级舒适性配置

内容偏好Top5



电商购买偏好



典型购车观念

- ✔ 在实用的基础上再加一把真皮座椅和加热，就是小确幸
- ✔ 花小钱升级舒适，电动尾门和腰托让日常用车更香
- ✔ 不追求顶配，但座椅加热和空调分区必须有，舒服不贵

人群运营策略和 内容公式建议



Dcar
2026

01 优价 实用主义派

• QUALITY AT GOOD PRICE

内容形式

- 基础功能实拍
- 对比、长测用车报告
- 素人真实提车分享

主题风格

- 朴素/真实/无滤镜
- “够用就好，不花冤枉钱”

达人类别

- 普通车主KOC
- 用车成本专家
- 汽车测评博主

卖点突出

- #配置齐全#
- #储物空间#
- #保养便宜#
- #价格实在#

内容公式

日常刚需场景 + 基础功能实测 + 省钱结果 = **实惠之选**

02 优价 安全守护者

• QUALITY AT GOOD PRICE

内容形式

- 碰撞测试解读
- 主动安全功能实测
- 真实事件案例

主题风格

- 严谨/可信/专业
- “安全第一不能省”

达人类别

- 汽车垂直测评
- 普通车主KOC
- 安全技术专家

卖点突出

- #防撞梁强度#
- #主动安全#
- #车身刚性#
- #碰撞测试#

内容公式

安全风险场景 + 主动安全实测 + 权威认证 = **安全放心**

03 优价 舒适进阶族

• QUALITY AT GOOD PRICE

内容形式

- 舒适配置体验
- 低配vs中配差异对比
- 加装/选装建议

主题风格

- 轻松/实用/获得感
- “花小钱享受大提升”

达人类别

- 普通车主KOC
- 汽车垂直测评

卖点突出

- #真皮座椅#
- #舒适性#
- #电动尾门#
- #配置升级#

内容公式

基础用车痛点 + 配置升级对比 + 低成本方案 = **这钱花得值**

CROWD PROFILING

DCAR

（溫馨生活家）



更多免费行业报告

并购家

www.ipoiipo.cn

温馨生活家

COZY LIFE HOME





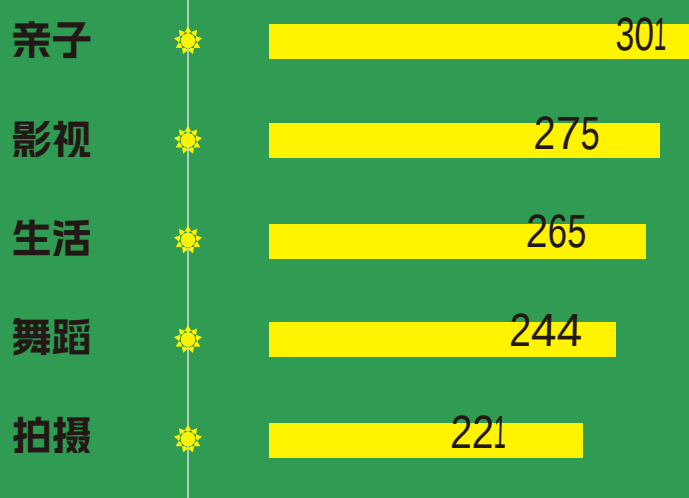
青年/中年两端群体构成



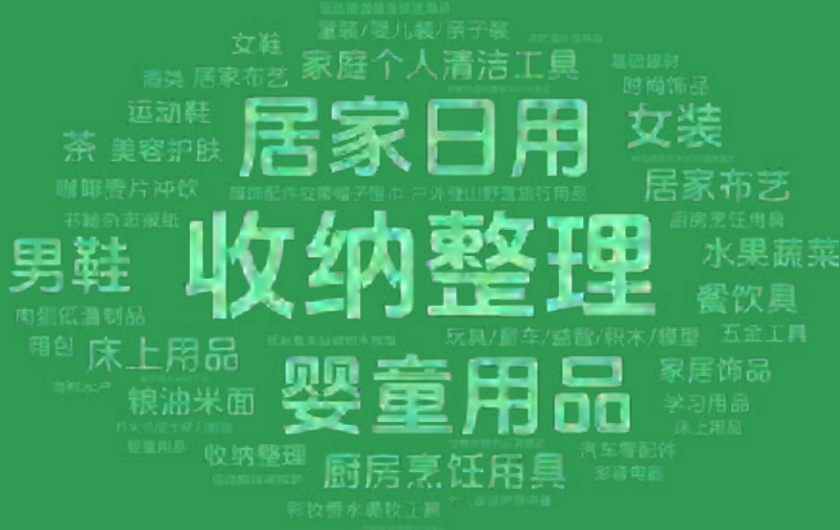
温馨空间魔法师

核心是：能装能坐

内容偏好Top5



电商购买偏好



典型购车观念

- ✔ 后排能装安全座椅和老人，后备箱能塞露营车和行李箱
- ✔ 车就是第二个家，空间大到能装下全家人的笑声
- ✔ 车长轴距不白给，每一寸空间都用来承载家庭记忆



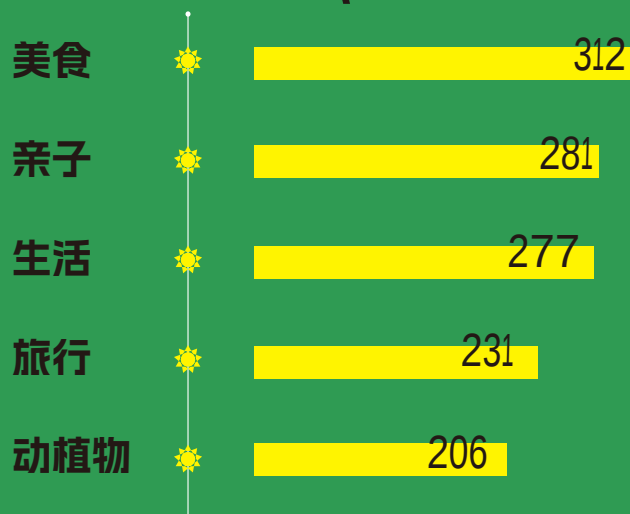
青年/中年两端群体构成



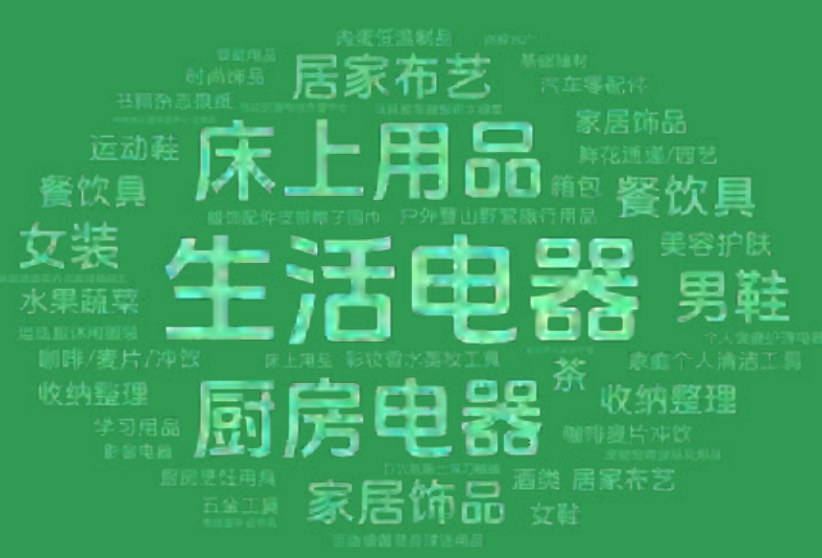
温馨舒适大管家

提升家人乘坐体验

内容偏好Top5



电商购买偏好



典型购车观念

- ✔ 座椅加热、电动尾门、后排空调，让家人舒舒服服每一程
- ✔ 车内有冰箱、有舒适座椅，就是移动的“家外之家”
- ✔ 从上车到下车，每个细节都为家人考虑周全

人群运营策略和 内容公式建议



Dcar
2026

01 温馨 长途旅行家

COZY LIFE HOME

内容形式

- 家庭出行vlog
- 高速续航实测
- 长途行车舒适技巧

主题风格

- 开阔/自由/去远方
- “说走就走，全家不累”

达人类别

- 自驾旅行达人
- 二胎奶爸达人
- 普通车主KOC

卖点突出

- #续航不焦虑#
- #高速稳#
- #孩子不闹#
- #老人不累#

内容公式

家庭长途场景 + 续航舒适实测 + 旅途美好瞬间 = 车内家庭记忆

02 温馨 空间魔法师

COZY LIFE HOME

内容形式

- 家庭装载挑战
- 后排空间实测
- 搬家/出游一车装vlog

主题风格

- 温暖/亲切/烟火气
- “装得下全家的欢喜”

达人类别

- 宝妈达人
- 亲子类达人
- 普通车主KOC

卖点突出

- #后排宽敞#
- #能装能拉#
- #后备箱#
- #储物巧妙#

内容公式

家庭出行场景 + 空间实测挑战 + 装下幸福 = 移动的第二个家

人群运营策略和 内容公式建议



Dcar
2026

03 温馨 安全守护使

COZY LIFE HOME

内容形式

- 主动刹车场景化测试
- 碰撞测试成绩解读
- 儿童安全配置体验

主题风格

- 严谨/可信赖
- “把家人安全放在第一位”

达人类别

- 汽车垂直测评
- 普通车主KOC
- 安全技术专家

卖点突出

- #安全配置#
- #车身稳定性#
- #主动安全技术#
- #家人放心#

内容公式

家人乘车风险 + 安全配置演绎 + 宝爸宝妈视角 = **守护所爱**

04 温馨 舒适大管家

COZY LIFE HOME

内容形式

- 全家出行舒适度体验
- 长途乘坐vlog
- 车内氛围沉浸体验

主题风格

- 细腻/有爱/生活化
- “每个家庭成员都被照顾到”

达人类别

- 二胎奶爸达人
- 旅行跨界达人
- 汽车垂直测评

卖点突出

- #乘坐舒适#
- #零重力座椅#
- #冰箱/沙发/彩电#
- #人性化#

内容公式

全家出行痛点 + 舒适性体验 + 家人真实反馈 = **移动温暖客厅**

CROWD PROFILING

DCAR

（科技 先锋派）



更多免费行业报告

并购家

www.ipoiipo.cn

科技先锋派

PIONEER OF TECHNOLOGY



科技先锋派

基础属性

男性用户为主

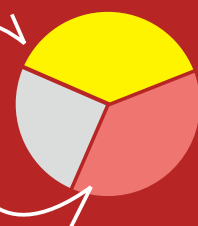
高线城市相对集中

青年/中年两端群体构成

57.69%

约50%用户集中在
一线/新一线/二线城市

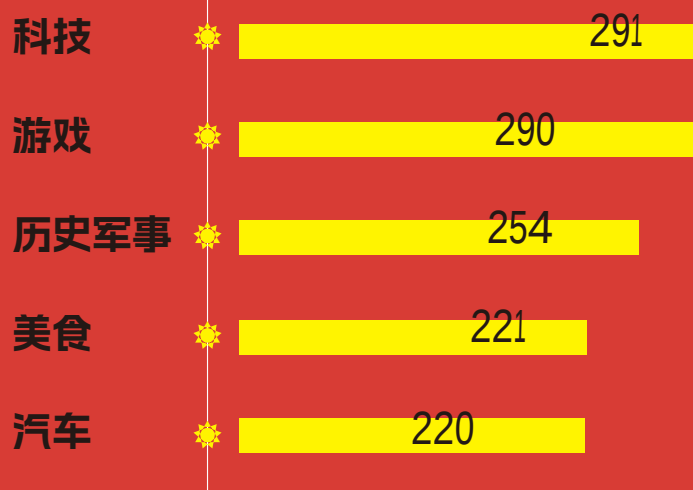
42.31%

20-40岁
占比超过40%50岁以上
占比超过30%

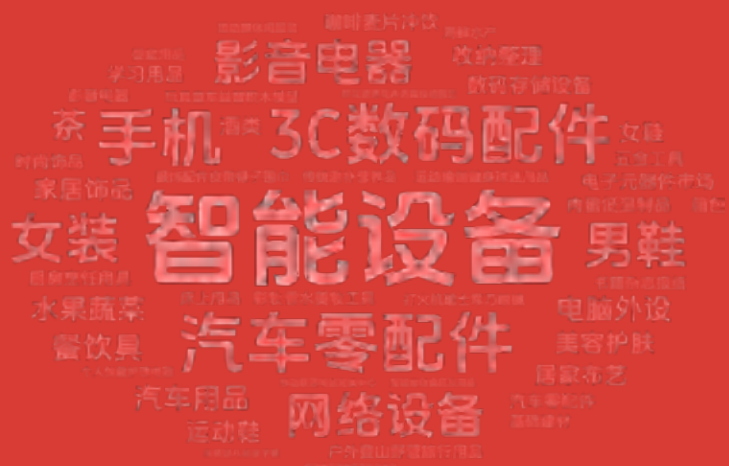
先锋 智驾领航员

关注最核心的「智能科技赛道」

内容偏好Top5



电商购买偏好



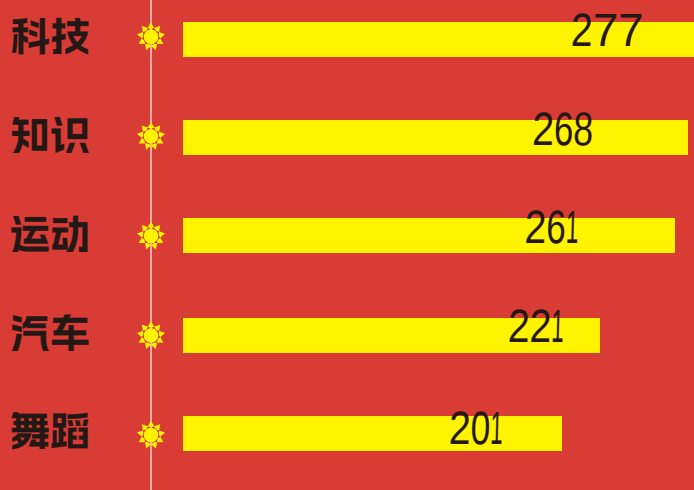
典型购车观念

- ✓ 城市NOA、自动泊车、激光雷达，智驾能力决定下单动力
- ✓ 必须L2+以上，接管率越低越心动，技术参数倒背如流
- ✓ 车是代步工具？不，车是能自己开的机器人

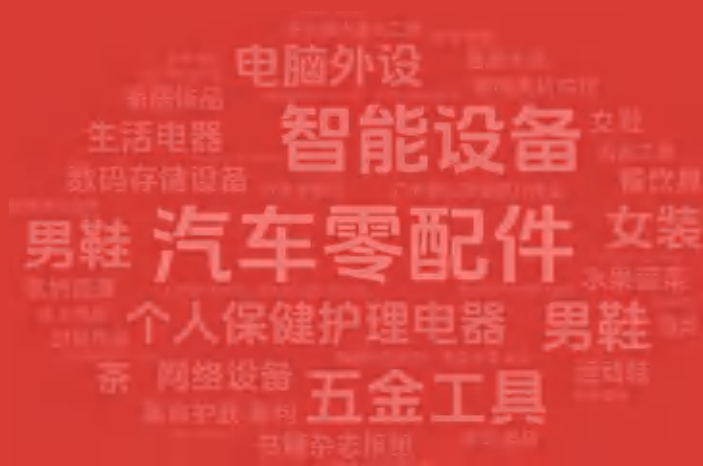
先锋 三电工程师

新能源技术「深度关注者」

内容偏好Top5



电商购买偏好



典型购车观念

- ✓ 电机效率、电池密度、增程热效率，参数党重度患者
- ✓ 换电技术、800V超充、混动结构，比产品经理还懂
- ✓ 三电终身质保是基础，技术路线决定购买信仰

先锋 座舱极客党

人机交互「座舱科技感体验」

内容偏好Top5



电商购买偏好



典型购车观念

- ✓ 中控屏流畅度、语音响应、应用生态，座舱才是灵魂
- ✓ 在车里打游戏、看电影、控制家电，这才是智能座舱
- ✓ 大屏、氛围灯、零重力座椅，人机交互要像旗舰手机

人群运营策略和 内容公式建议



Dcar
2026

01 先锋 智驾领航员

PIONEER OF TECHNOLOGY

内容形式

- 城市NOA实测
- 自动泊车挑战
- OTA升级新功能体验

主题风格

- 科技感/未来感
- “未来已来，替你试过了”

达人类别

- 汽车垂直测评
- 科技数码博主
- 智能驾驶测评人

卖点突出

- #城市领航辅助#
- #高速NOA#
- #算力#
- #激光雷达#
- #解放双脚#

内容公式

复杂路况场景 + 智驾零失误 + 技术参数解密 = 未来驾驶体验官

02 先锋 三电工程师

PIONEER OF TECHNOLOGY

内容形式

- 电机/电池技术科普
- 增程器热效率拆解
- 冬季续航衰减测试

主题风格

- 专业/数据驱动/可信度
- “参数不撒谎，技术见真章”

达人类别

- 新能源博主
- 工程师达人
- 汽车垂直测评

卖点突出

- #电机效率#
- #能量密度#
- #三电终身质保#
- #续航不虚标#

内容公式

技术原理拆解 + 实测数据对比 + 长期体验结论 = 硬核技术布道者

03 先锋 座舱极客党

PIONEER OF TECHNOLOGY

内容形式

- 车机流畅度跑分
- 语音助手连续对话
- 氛围灯律动体验

主题风格

- 流畅/沉浸/交互感
- “我的移动智能空间”

达人类别

- 科技数码博主
- 汽车垂直测评
- 智能设备发烧友

卖点突出

- #中控屏丝滑#
- #OTA#
- #应用生态#
- #语音秒响应#

内容公式

日常车内场景 + 座舱花式体验 + 交互爽感 = 车轮上的旗舰手机

CROWD PROFILING

DCAR

（野趣 体验官）



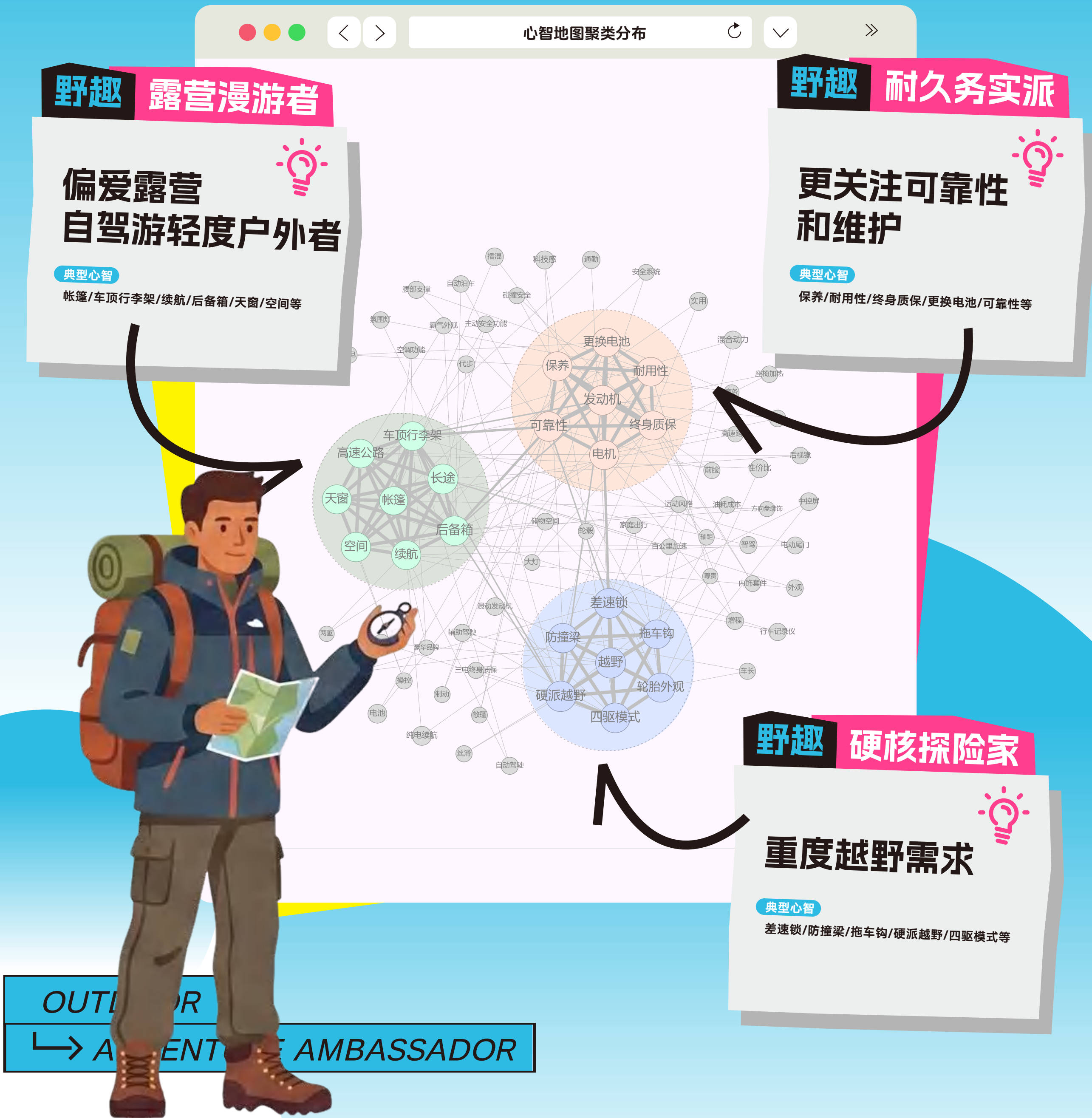
更多免费行业报告

并购家

www.ipoiipo.cn

野趣体验官

OUTDOOR ADVENTURE AMBASSADOR





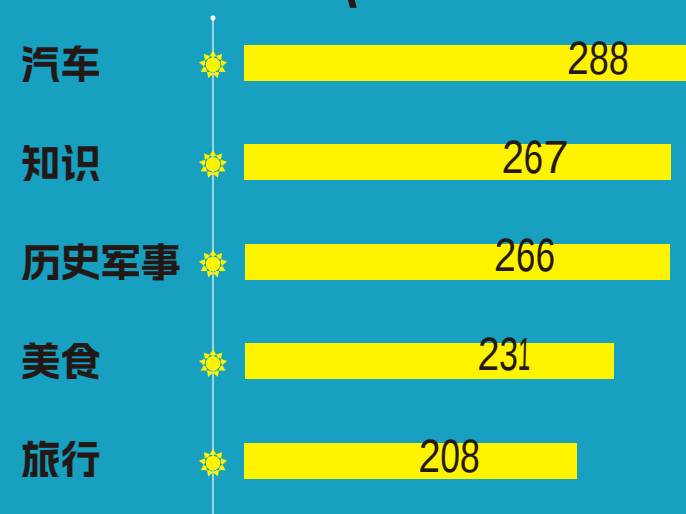
中青年偏成熟婚育比例高



野趣 耐久务实派

更关注可靠性和维护

内容偏好Top5



电商购买偏好

典型购车观念

- ✔ 发动机耐造、底盘扎实、保养便宜，可靠比花哨重要
- ✔ 不追求最新科技，但求十年不坏、维修方便
- ✔ 穿越路上不出毛病，才是最好的越野车

人群运营策略和 内容公式建议

Dcar
2026

01 野趣 硬核探险家

OUTDOOR ADVENTURE AMBASSADOR

内容形式

- 越野穿越挑战
- 脱困实战挑战
- 硬核改装攻略

主题风格

- 硬核/力量感
- “没路的地方才是主场”

达人类别

- 资深越野玩家
- 户外探险博主
- 测评改装达人

卖点突出

- #非承载车身#
- #四驱系统#
- #三把锁#
- #脱困能力#
- #硬核霸气#

内容公式

极限地形挑战 + 硬核越野功能 + 脱困实况 = 地表征服者

02 野趣 露营漫游者

OUTDOOR ADVENTURE AMBASSADOR

内容形式

- 后备箱露营模式展示
- 车顶帐篷攻略
- 精致露营

主题风格

- 松弛/治愈/大自然
- “参数不撒谎，技术见真章”

达人类别

- 露营博主
- 自驾游达人
- 普通车主KOC

卖点突出

- #后排纯平放倒#
- #全景天窗看星空#
- #外放电#
- #露营模式#

内容公式

营地搭建场景 + 户外功能展示 + 慢生活美学 = 移动漫游民宿

03 野趣 耐久务实派

OUTDOOR ADVENTURE AMBASSADOR

内容形式

- 长途穿越挑战
- 10万公里用车总结
- 车友会口碑合集

主题风格

- 质朴/可信
- “不聊花哨，只聊耐造”

达人类别

- 普通车主KOC
- 汽车测评博主
- 资深越野玩家

卖点突出

- #开不坏#
- #底盘扎实#
- #不挑油#
- #10万公里无大修#

内容公式

长途穿越实况 + 耐久性数据复盘 + 老车主真实口碑 = 可靠老伙计

CROWD PROFILING

DCAR

（实干 奋斗者）



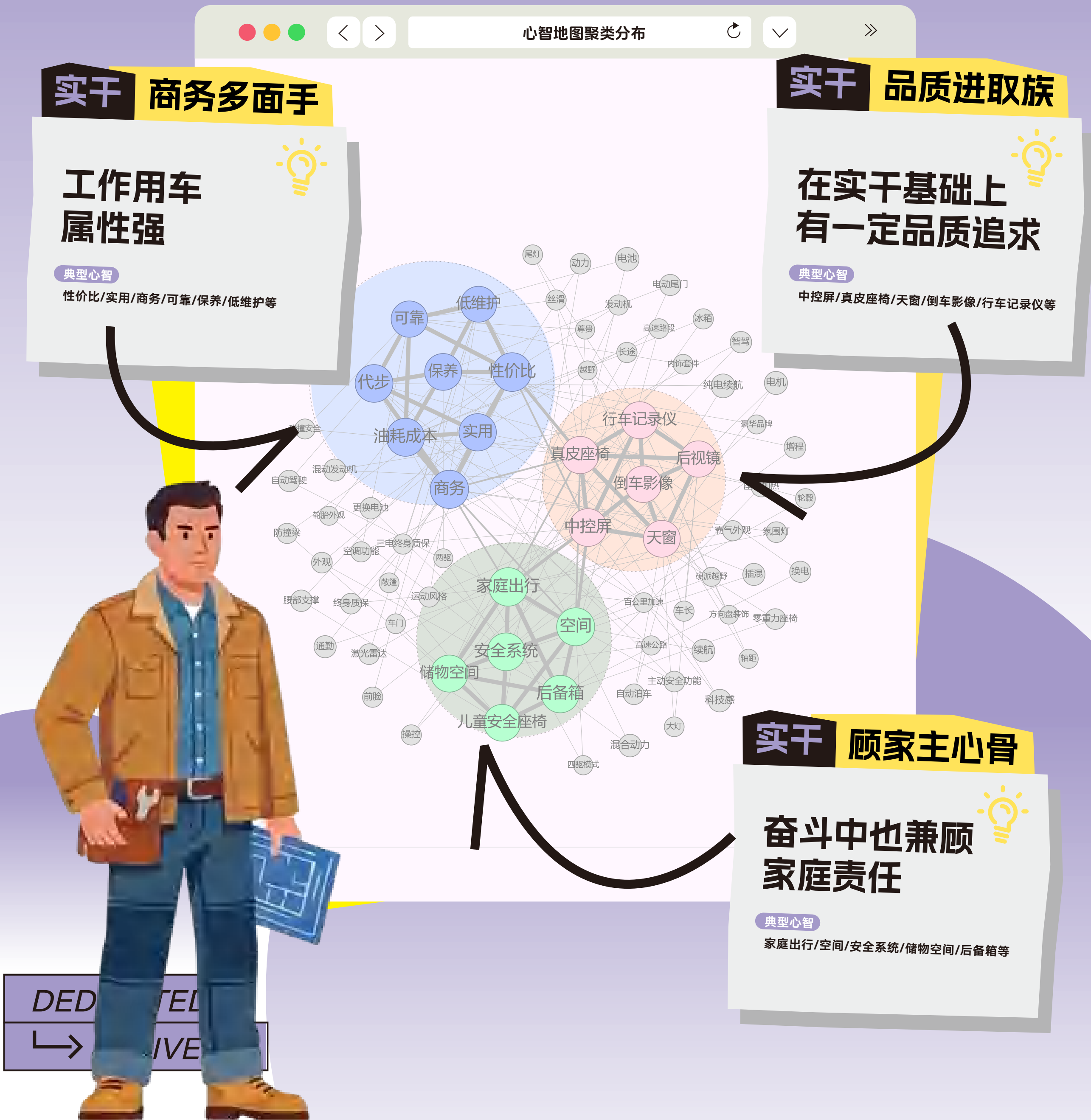
更多免费行业报告

并购家

www.ipoiipo.cn

实干奋斗者

DEDICATED STRIVERS





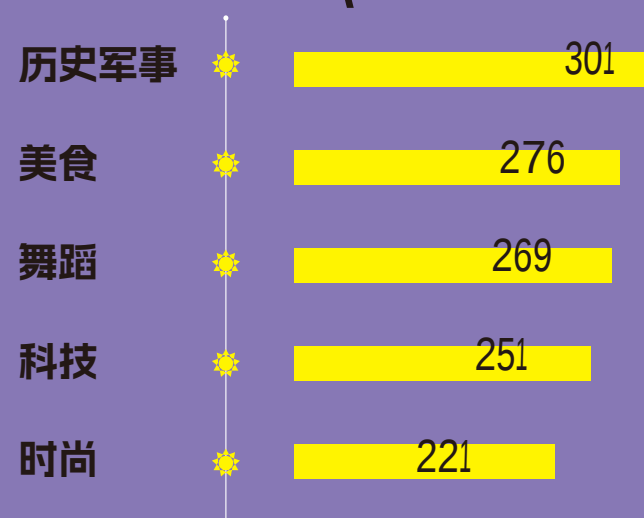
青壯年居多



实干 品质进取族

在实干基础上，有一定品质追求

内容偏好Top5



电商购买偏好

典型购车观念

- ✔ 打拼几年，值得拥有一台真皮座椅、中控大屏的体面车
- ✔ 不需要豪华品牌，但内饰质感、基础科技配置得跟上
- ✔ 努力工作，也要奖励自己一点品质，天窗和倒车影像恰好

人群运营策略和 内容公式建议



Dcar
2026

01 实干 商务多面手

• DEDICATED STRIVERS

内容形式

- 使用场景还原
- 装载能力实测
- 一车多用vlog

主题风格

- 干练/向上/奋斗感
- “撑场面/省成本/能装货”

达人类别

- 创业期博主
- 用车成本专家
- 普通车主KOC

卖点突出

- #外观稳重不丢面#
- #低能耗#
- #回本神器#
- #保养便宜#

内容公式

工作场景 + 多功能实测 + 成本账单 = **奋斗最佳拍档**

02 实干 顾家主心骨

• DEDICATED STRIVERS

内容形式

- 日常家用场景
- 周末出游场景
- 一车多用场景

主题风格

- 温暖/接地气/责任感
- “在外拼搏，心里装的是家”

达人类别

- 创业期博主
- 普通车主KOC
- 多孩家长达人

卖点突出

- #后排宽敞#
- #后备箱空间#
- #主动刹车保平安#

内容公式

家用奔波场景 + 空间温情演绎 + 内心独白 = **为爱选对的车**

03 实干 品质进取族

• DEDICATED STRIVERS

内容形式

- 配置价值评述
- 低配高配分析
- 配置加装攻略

主题风格

- 进取/励志/奋斗感
- “努力奋斗值得一点体面”

达人类别

- 创业期博主
- 汽车垂直测评
- 普通车主KOC

卖点突出

- #真皮座椅#
- #中控屏#
- #品质感提升#
- #实用便利性#

内容公式

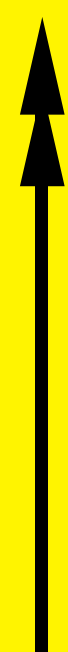
奋斗成果场景 + 配置理性对比 + 自我奖励叙事 = **值得更好的自己**

结语

WHITE PAPER

● DCAR

CONCLUSION



回望这份白皮书的起点，我们看到的不仅是数据与图表，更是每一位用户在平台上留下的真实足迹，他们点赞、评论、搜索、对比，每一次互动背后，都是一位真实用户在表达他的偏好、焦虑与期待。

当新能源渗透率跨过50%，一台车的卖点从“三大件”扩展到数十项智能、舒适、场景化配置，答案越来越多元，人群也需要被重新理解，将八大人群细分为25个心智赛道，让我们有能力回答一个更本质的问题：**用户为什么买，而不是用户是谁**。这正是我们启动这次人群心智重构的原点，从“人群画像”到“心智地图”，我们相信这是汽车行业精细化运营的必经之路。

事实上，这一理念已在实践中同步落地。巨懂车2026年4月推出的**“好车焕新季”**超级IP，正是基于**“用真实需求定义品牌好车”**的核心洞察。活动摒弃了传统新车营销“以品牌为中心讲参数”的固有逻辑，在真实的用户的声​​音展现好车的多样性。在北京车展期间，《TA的好车是什么》系列内容通过街头采访与用户纪录片，带来不同身份人群对于“好车”的真实表达，让品牌真正读懂用户心中的好车标准，实现全圈层的情感共鸣与话题引爆。我们也诚挚邀请更多品牌加入共创，一起探索**从“人群标签”到“心智对话”的营销新路径**。目前已有多家品牌率先参与，合作效果值得期待。

最后，感谢所有参与本白皮书共建的团队与合作伙伴。人群和心智的海洋辽阔无垠，愿我们携手，在这片深蓝中找准航向，抵达增长。

声明：报告内相关建议仅供参考，我方不对执行建议后可达到的实际效果作出任何承诺。

CROWD PROFILING



更多免费行业报告

并购家

www.ipoipo.cn

享受汽车 科技驱动产业发展



关注巨懂车商业动态
洞见汽车产业新增长

共创团队

巨懂车行业运营：莫增运/何佳玲/秦卓曦/夏娴/包梦琪

巨懂车招商运营：胡蕴文/路然婷

市场宣发：懂车帝公关传播团队/巨懂车市场运营团队

视觉设计：卢迪/杨雯珏

更多免费行业报告

并购家

www.ipoiipo.cn