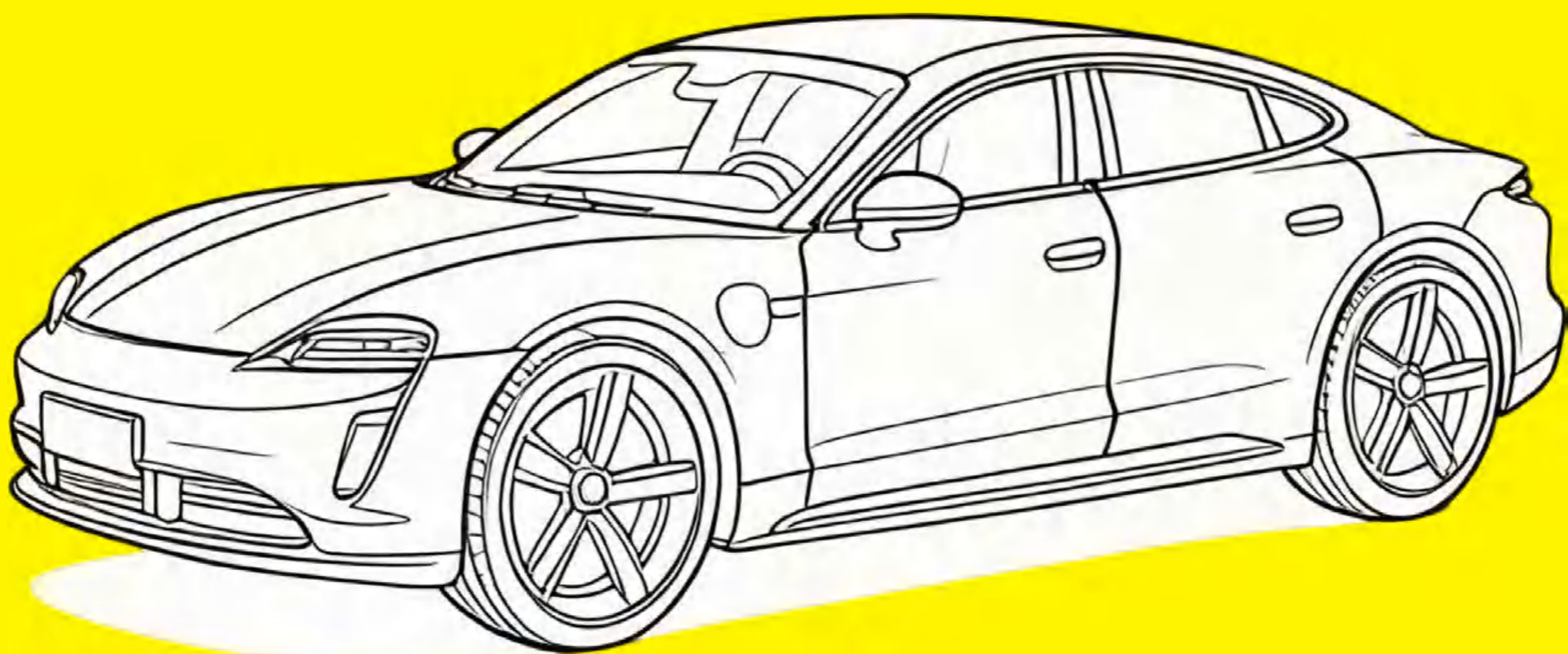


从“人群画像”到“心智地图”

汽车八大人群 心智重构白皮书

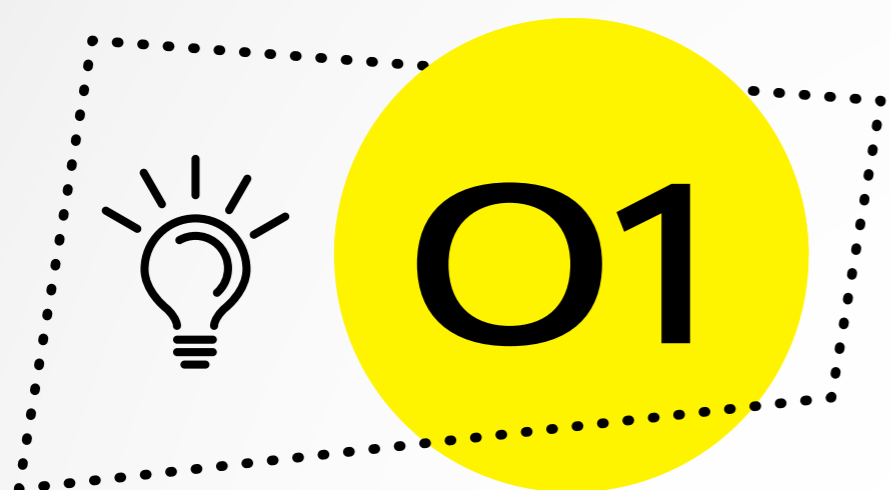
八大人群 × 品牌心智



CROWD PROFILING
2026

目录

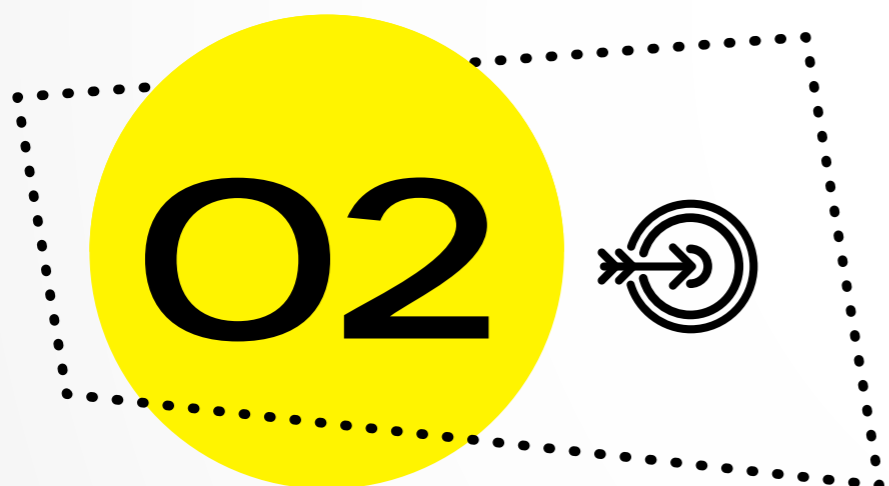
CONTENTS



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

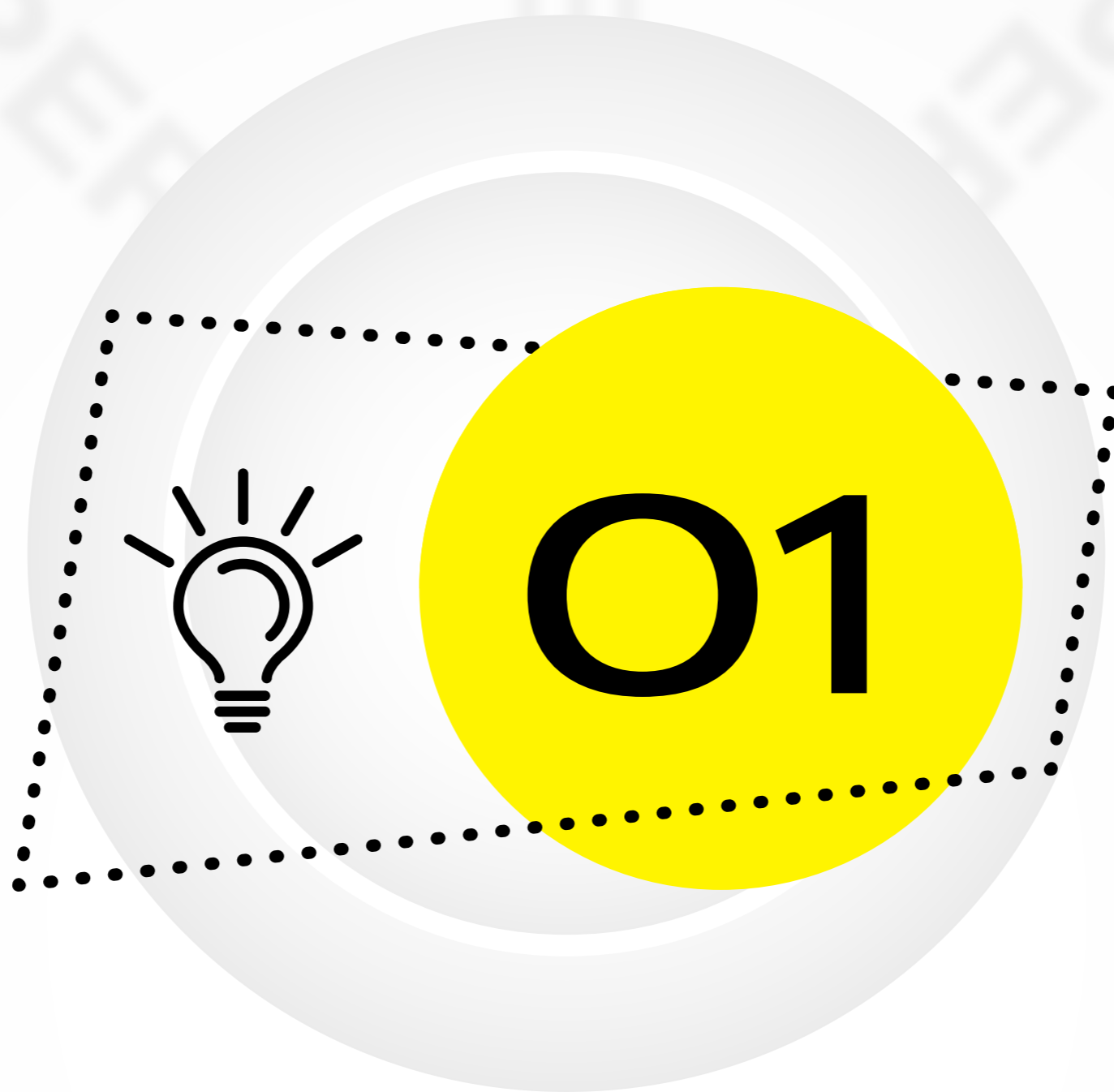
P
R
E
F
A
C
E

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

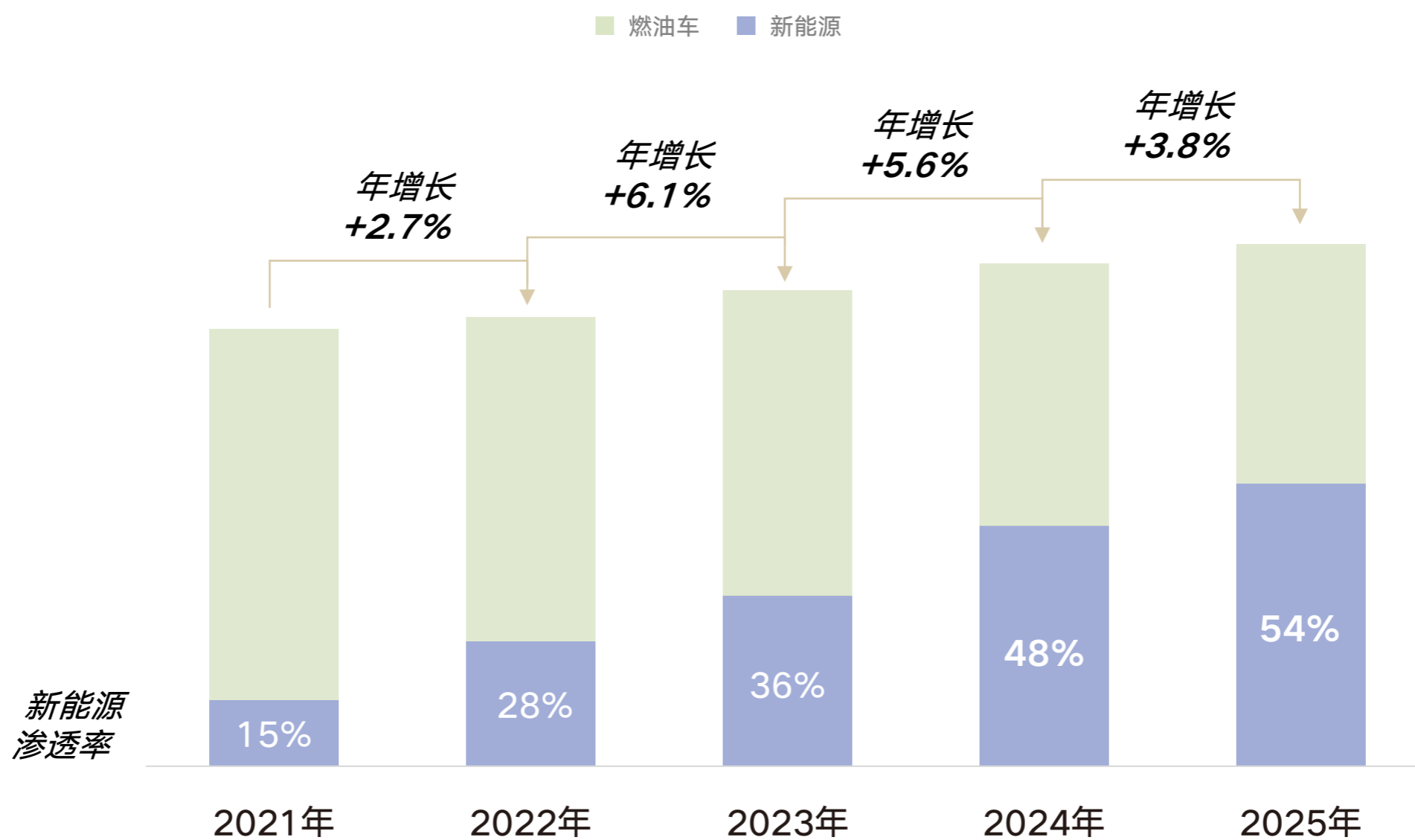
1.1 市场结构性转折：新能源从“可选”变“主力”

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



1.3 新技术的涌现, 让一台车的价值维度空前丰富

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。

新技术的涌现, 也让产品卖点变得“空前丰富”

燃油车时代



发动机



变速箱



底盘

汽车三大件

新能源时代

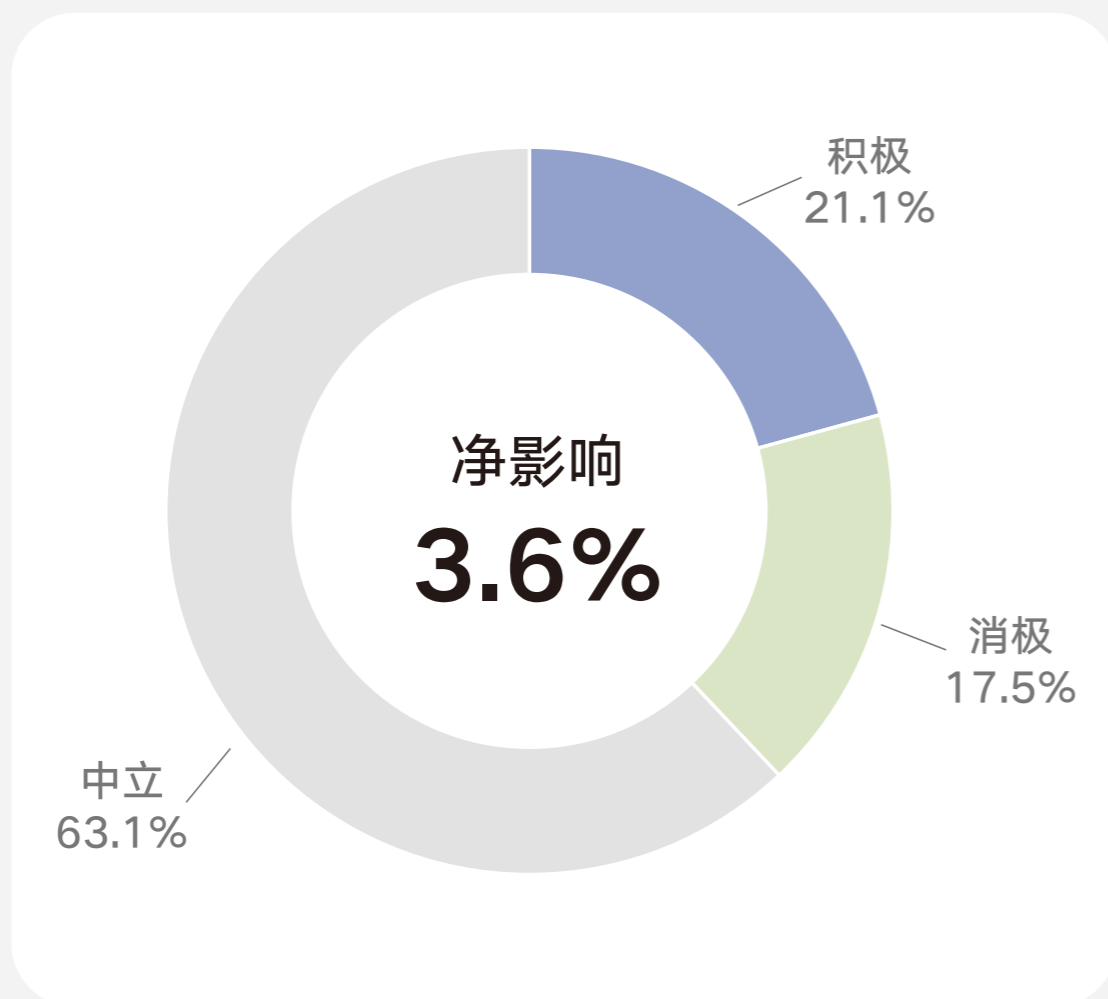


1.4 用户从“价格战”转向“技术战”，各阵营的认知路径加速差异化

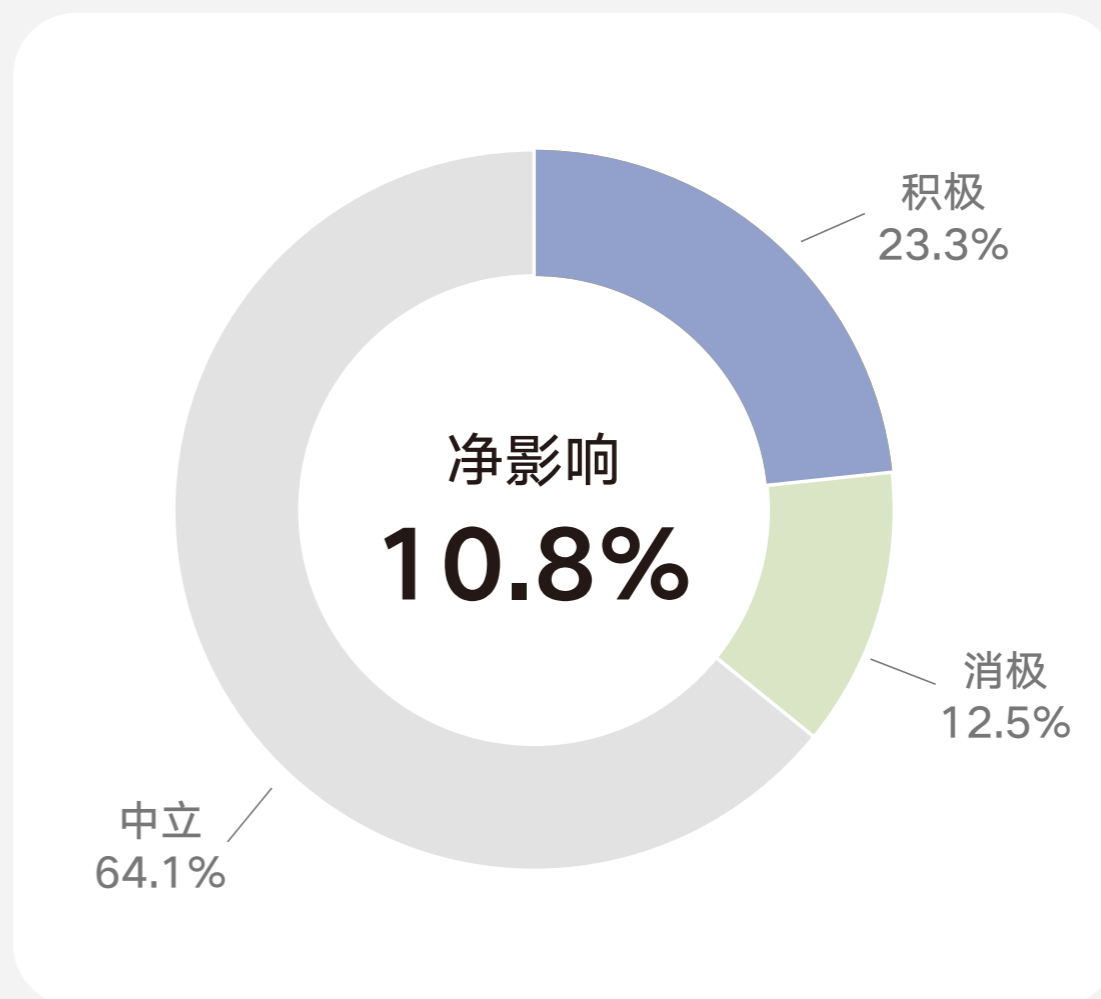
麦肯锡《2025中国汽车消费者洞察》揭示了一个关键信息：价格战对用户购车决策的净影响仅3.6%，而技术迭代提速带来的净影响高达10.8%，用户不再为“便宜”买单，而是愿意为“领先的创新技术”支付溢价。购车决策正从“够用就好”转向“体验优先”，从“性价比”转向“技术价值比”。

从“价格战”到“技术战”的用户需求转变

“价格战”影响决策



“技术战”影响决策



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

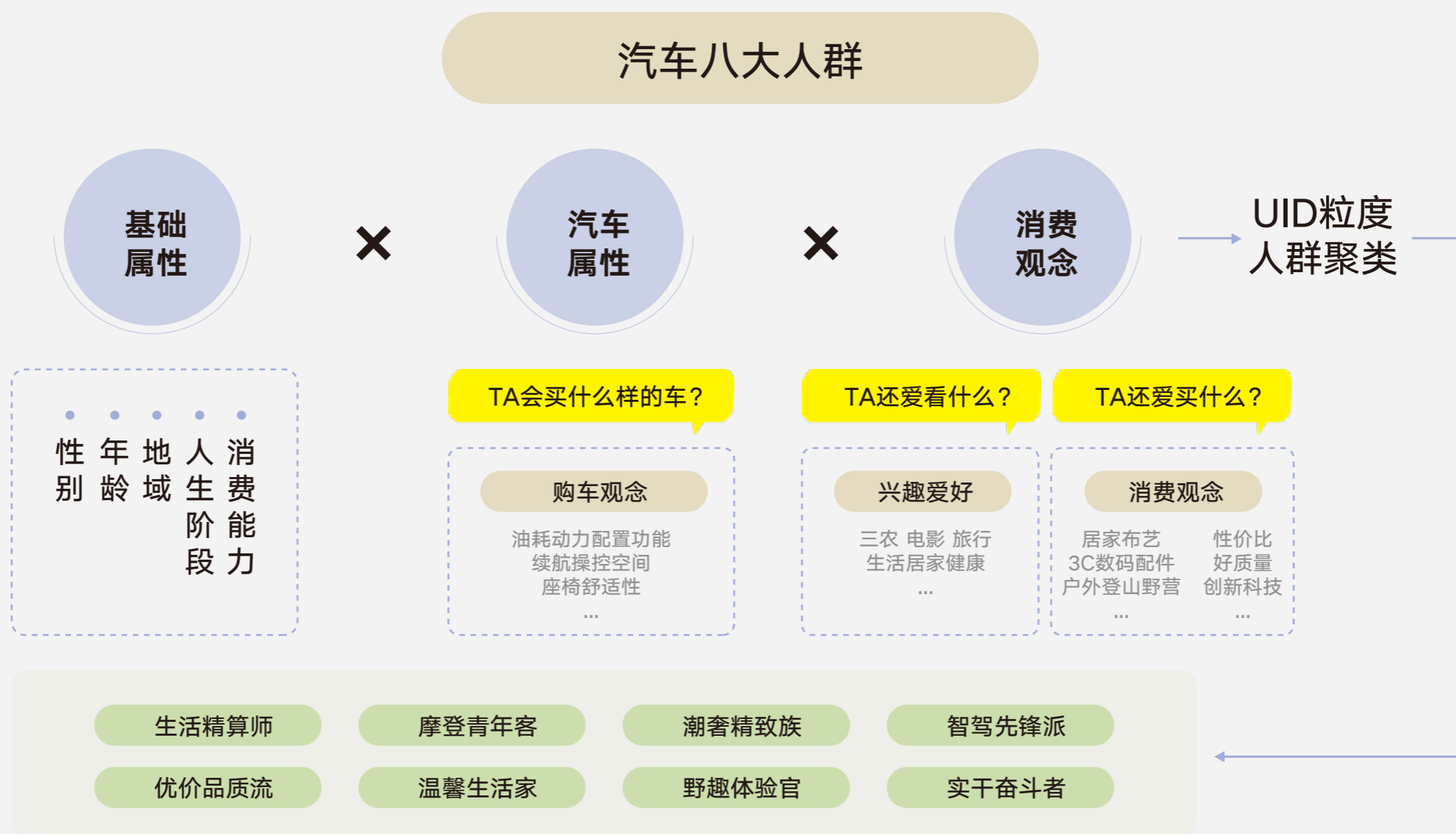
典型飙升心智

Coupe/智驾/女性
星空顶/无框车门/空悬

1.5 人群精细化运营的下一站：从“人群画像”到“心智地图”

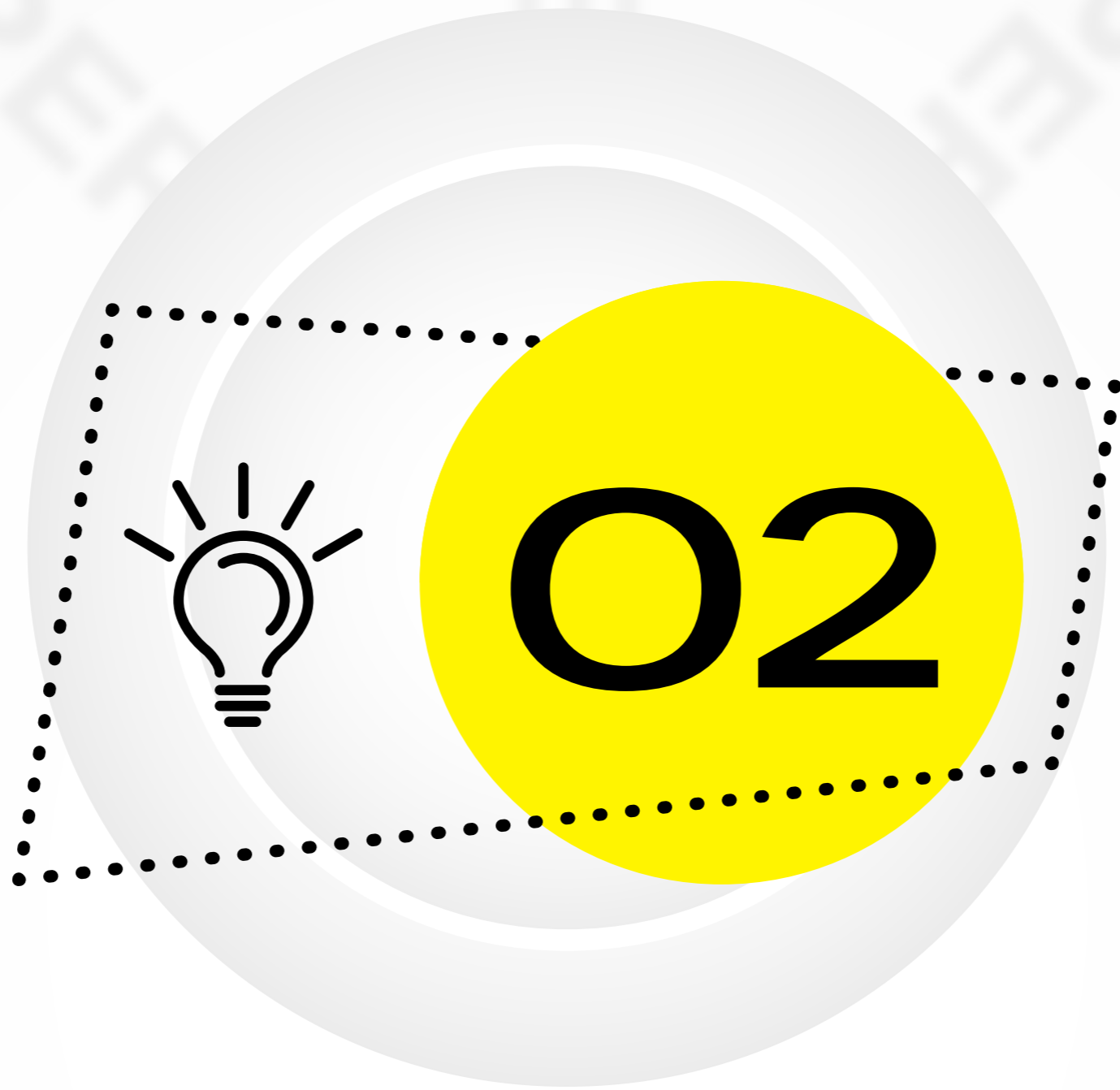
汽车行业八大人群（生活精算师、摩登青年客、潮奢精致族等）成功实现了从通用电商人群到汽车专属人群的升级，但在卖点爆炸的当下，同一人群内部也会面临认知差异，这些“认知缝隙”一定程度上制约着品牌精准触达用户的实际效果，需要进一步拆解“心智细分赛道”，将人群理解从“画像”推进到“心智地图”。

◎ 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

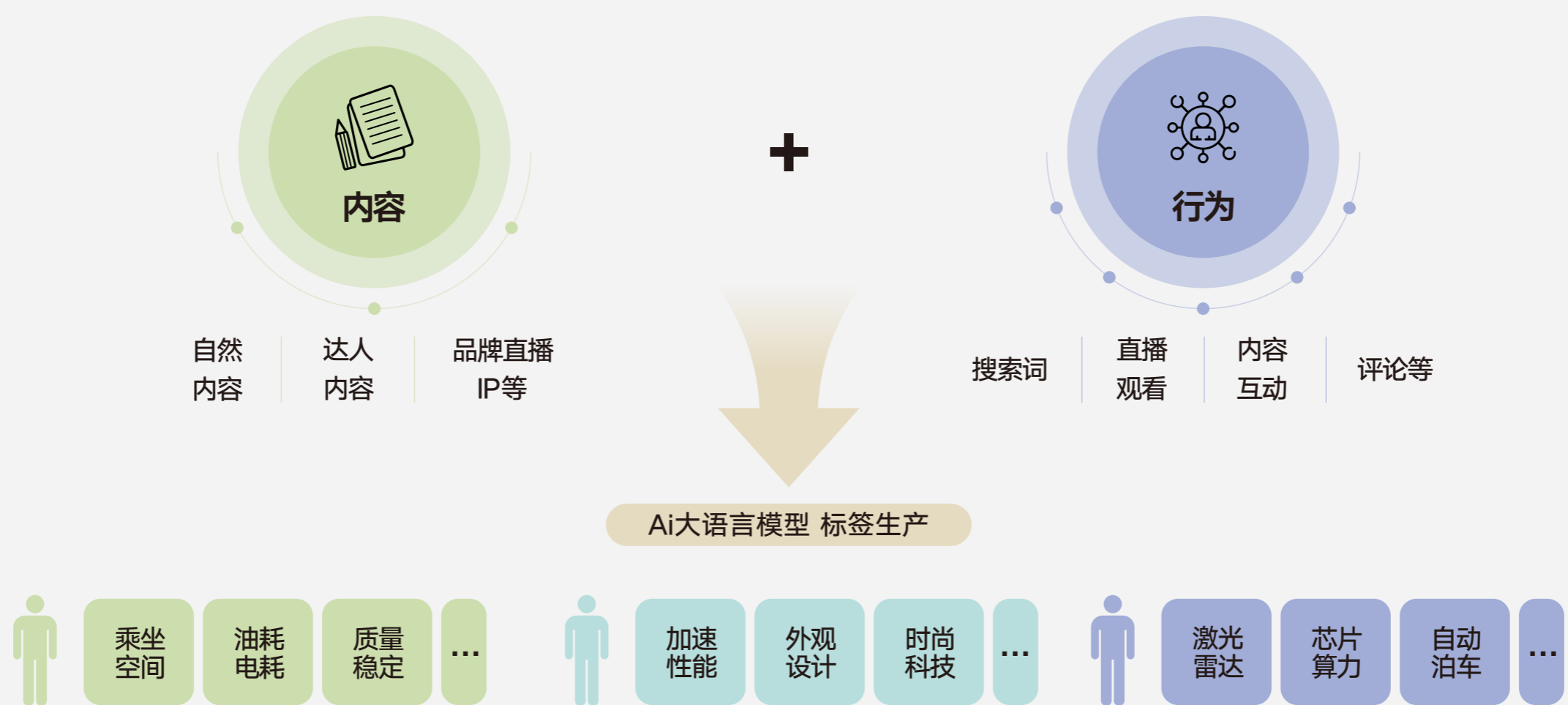
汽车八大人群细分心智赛道重构

八大人群×品牌心智

细分赛道聚类重构原理推导

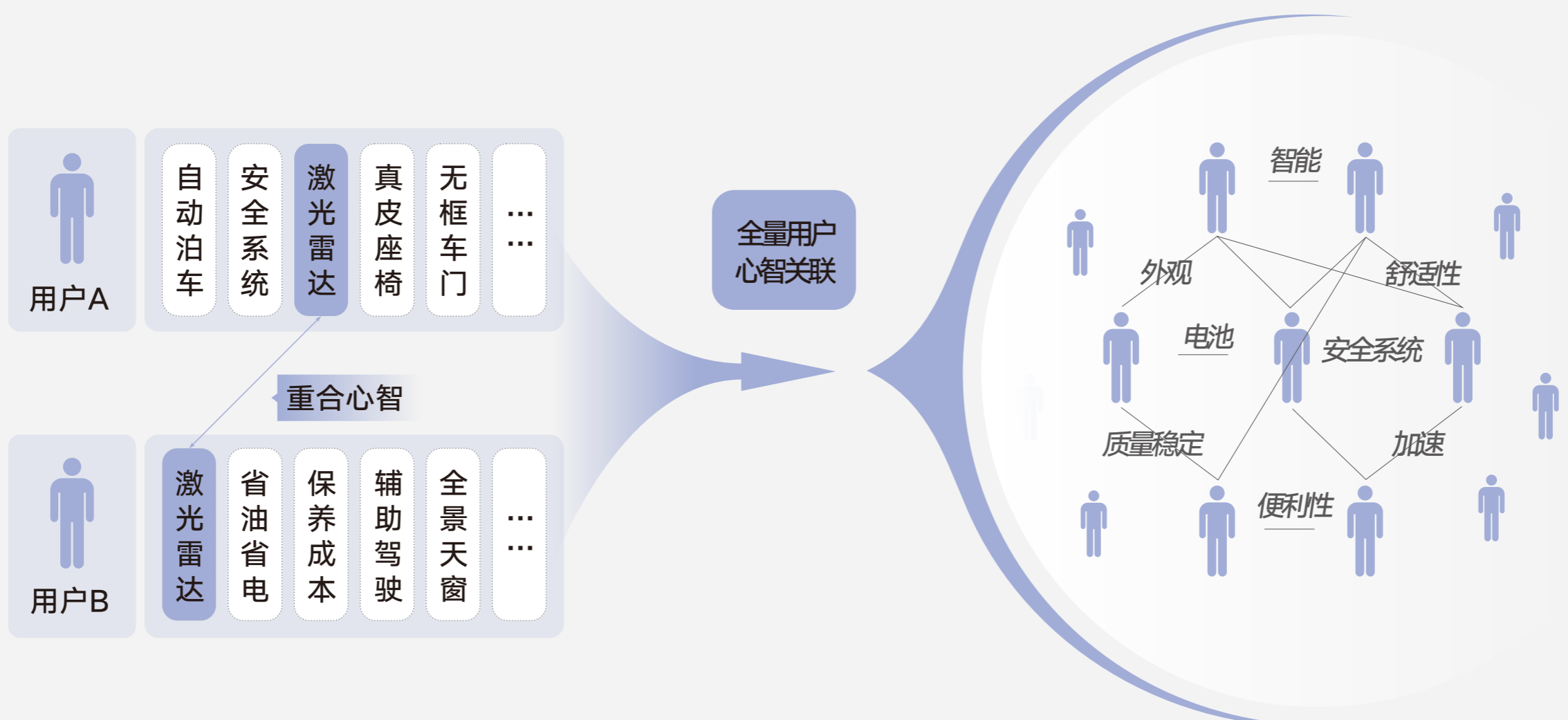
01 用户心智标签生产

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

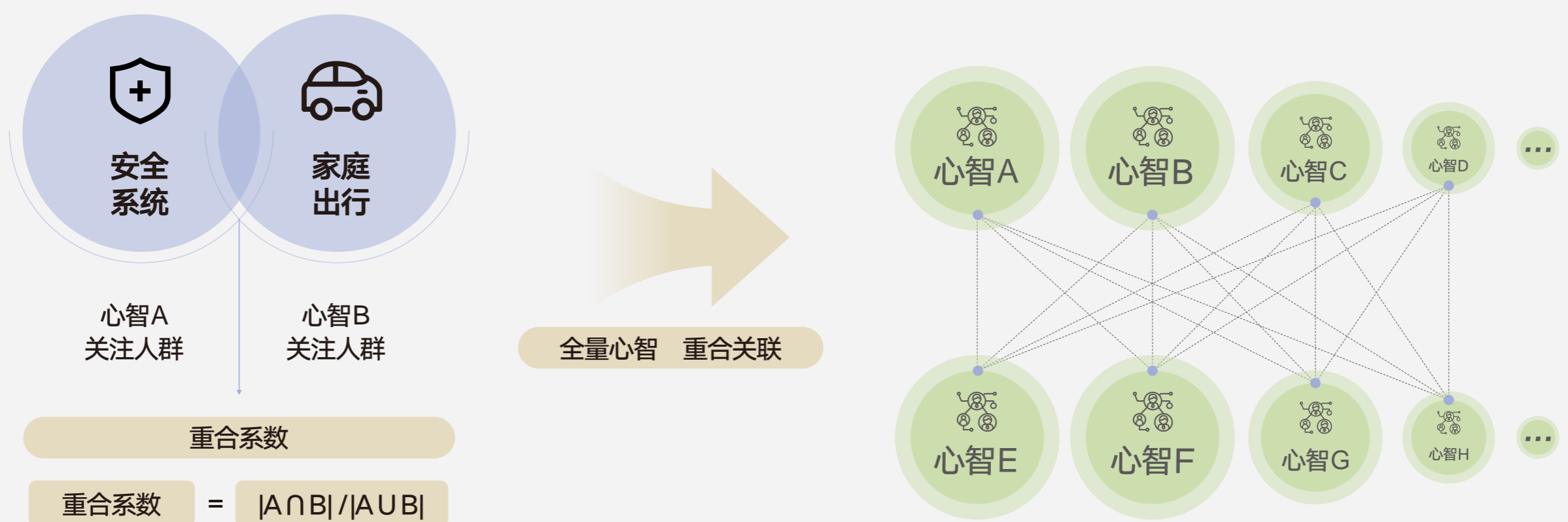


八大人群×品牌心智

细分赛道聚类重构原理推导

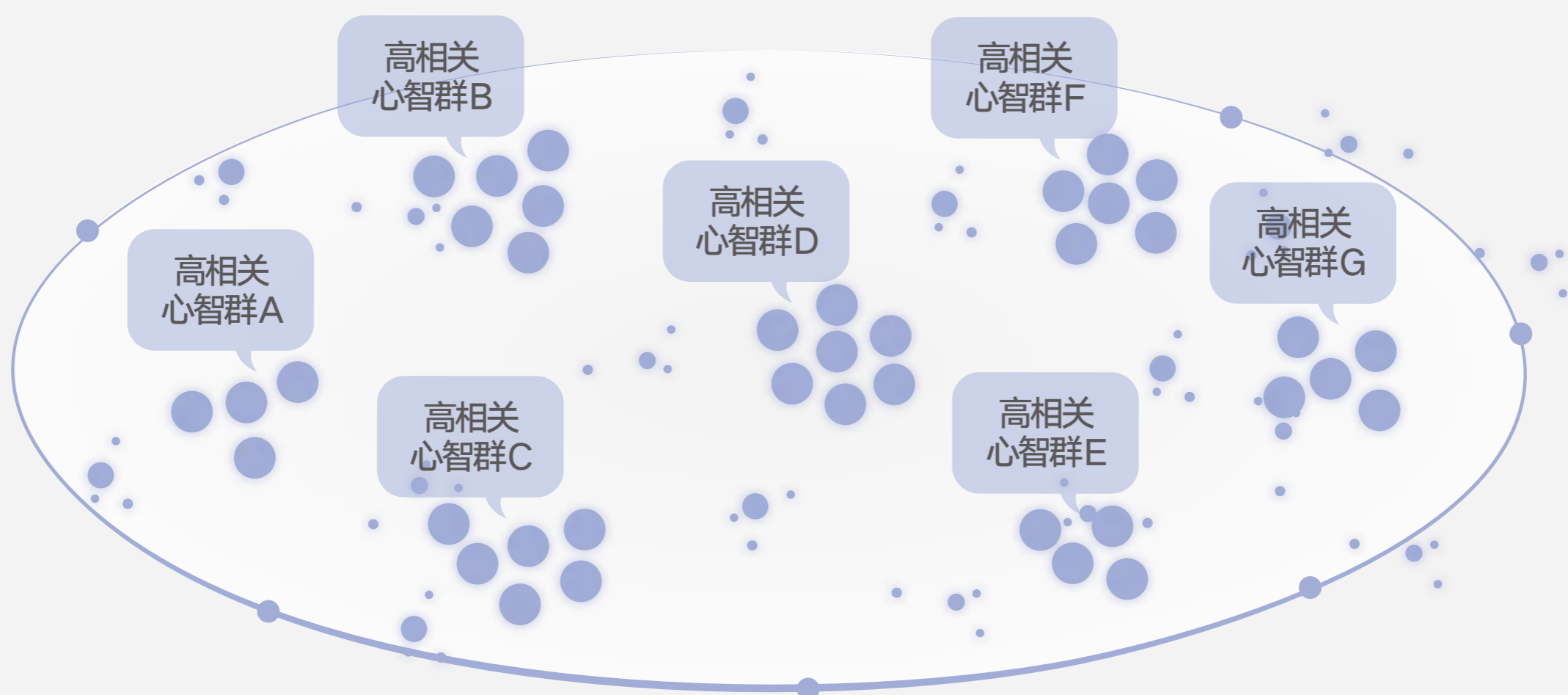
03 心智圈层关联统计

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

在基础上升级舒适性配置

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

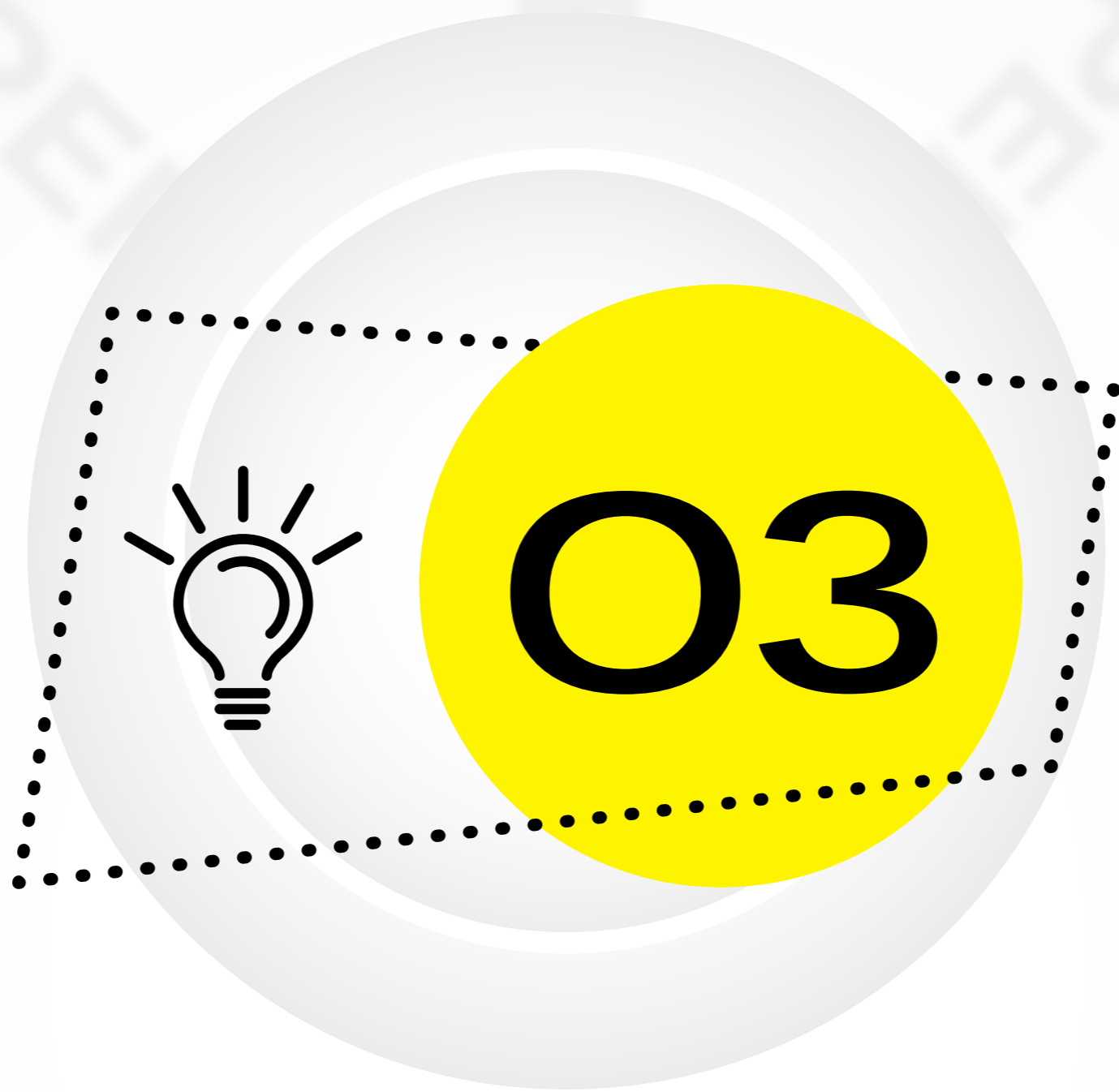
家庭出行、空间、后备箱、储物空间、安全系统、儿童安全座椅

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

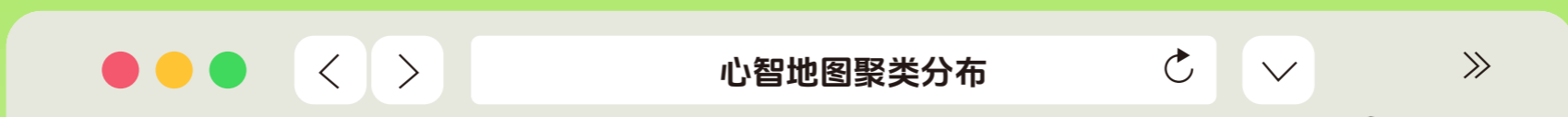
(生活
精算师)



上班
DCAR

生活精算师

LIFE ACTUARY



精打细算 绿电族

关注政策 看重长期成本



典型心智

三电终身质保/电池/电机/纯电续航/更换电池等

精打细算 通勤族

最基础的 使用成本敏感型



典型心智

代步/实用/通勤/性价比/油耗成本/保养等

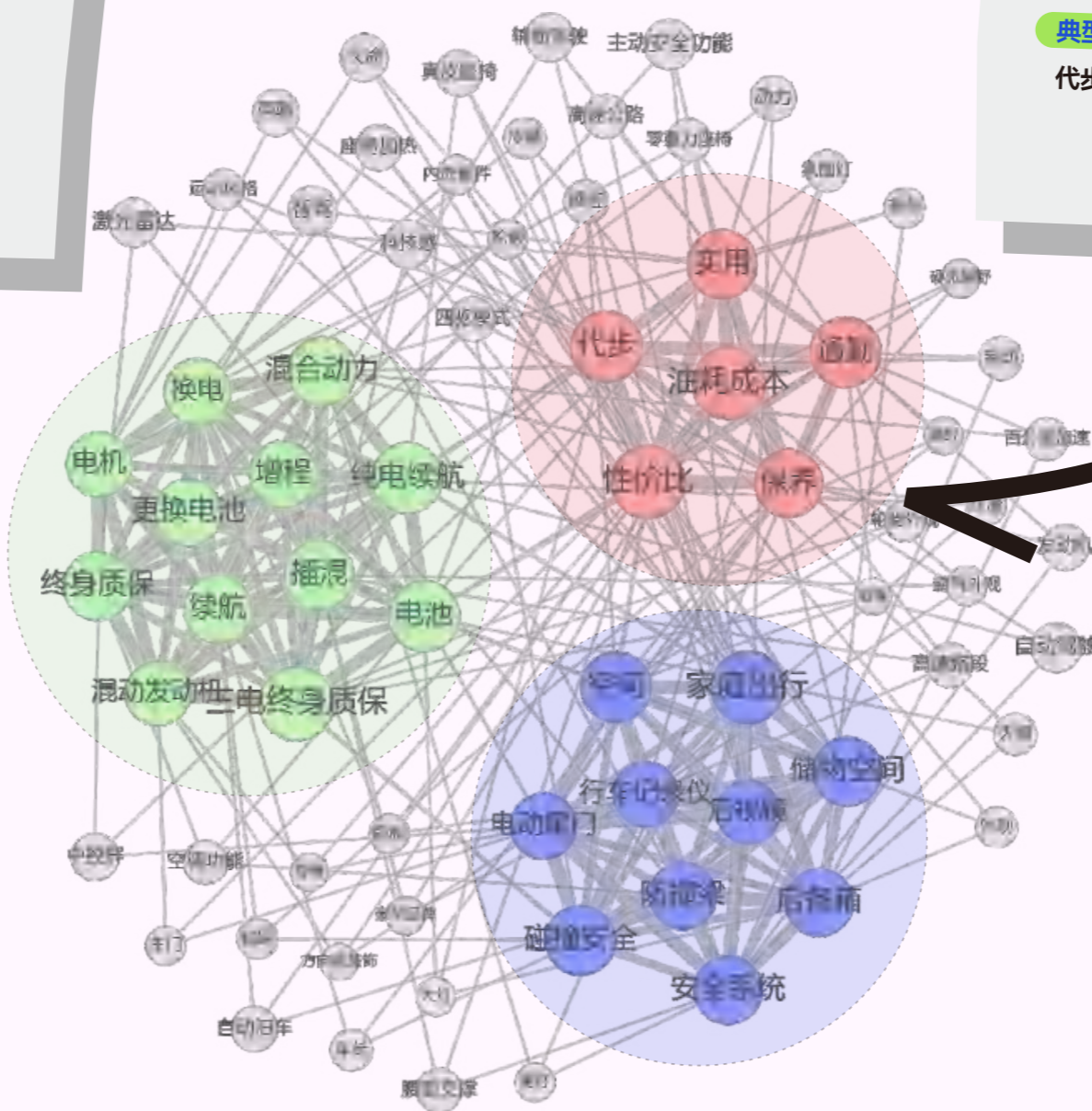
精打细算 顾家族

兼顾 家庭需求



典型心智

家庭出行/空间/后备箱/安全系统/防撞梁等



CUTITFI
LIFE ACTUARY

生活精算师

基础属性

男性用户为主

中低线城市集中

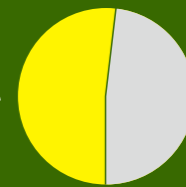
多为已育中青年社会中坚力量

 58.23%

 约60%用户集中在
三到五线城市

 30-50岁
占比超过50%

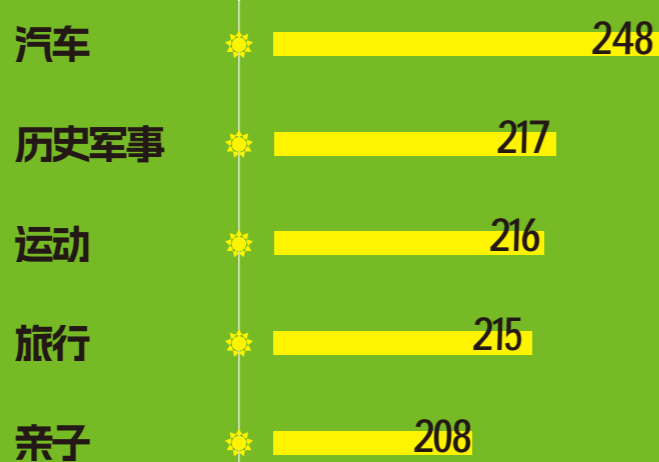
已育比例超过75%

 41.77%


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



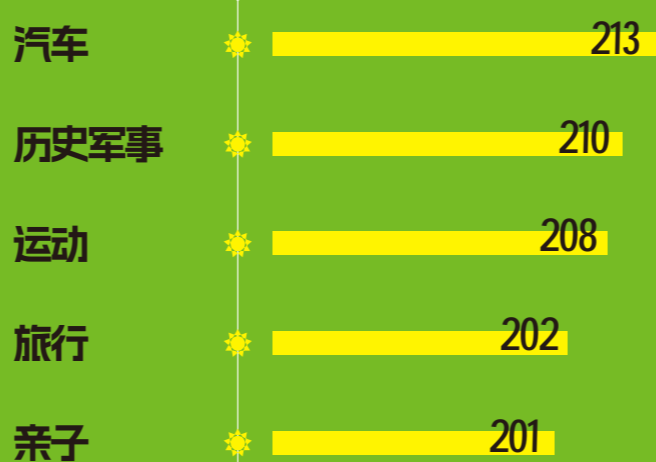
典型购车观念

- ✔ 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

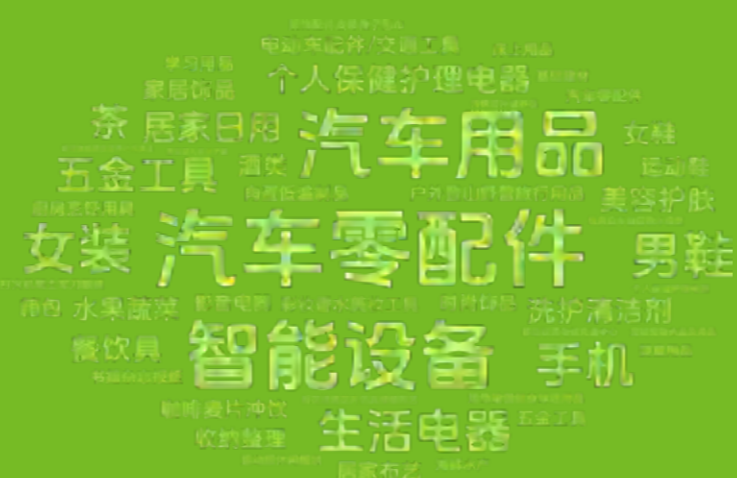
精打细算绿电族

关注政策 | 看重长期成本

内容偏好TOP5



电商购买偏好



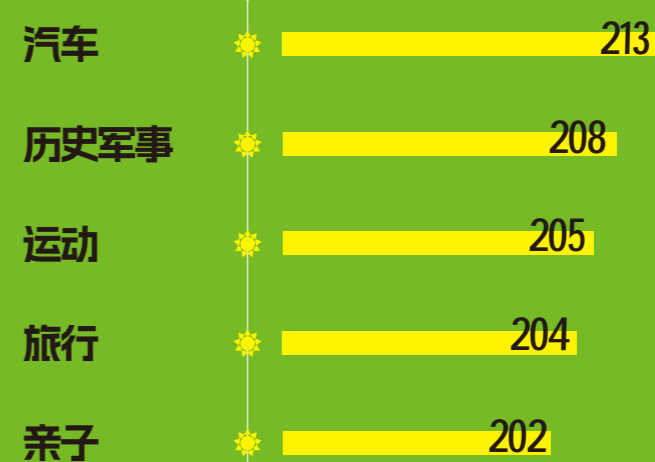
典型购车观念

- ✔ 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，少一项都不接单
- ✔ 从电费到电池寿命，算明白这些才是“省钱神车”

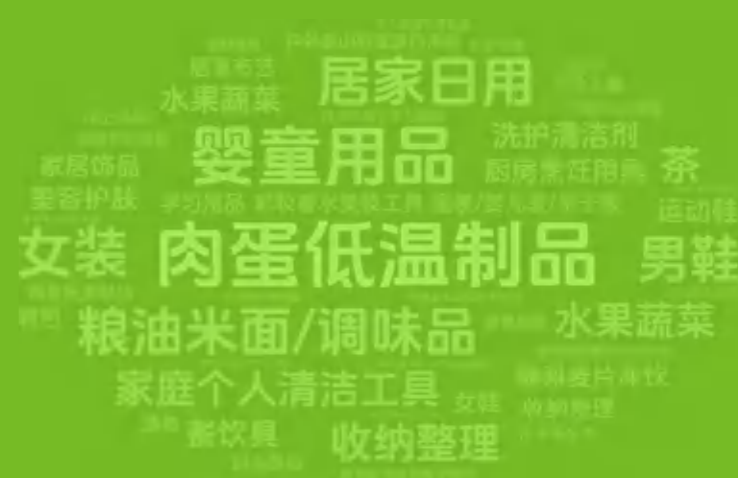
精打细算顾家族

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

YOUTH
(摩登
青年客)



THESIS



摩登青年客

基础属性

男女用户均衡



高线城市集中

约30%用户集中在
一线/新一线城市

年轻人居多二人世界阶段

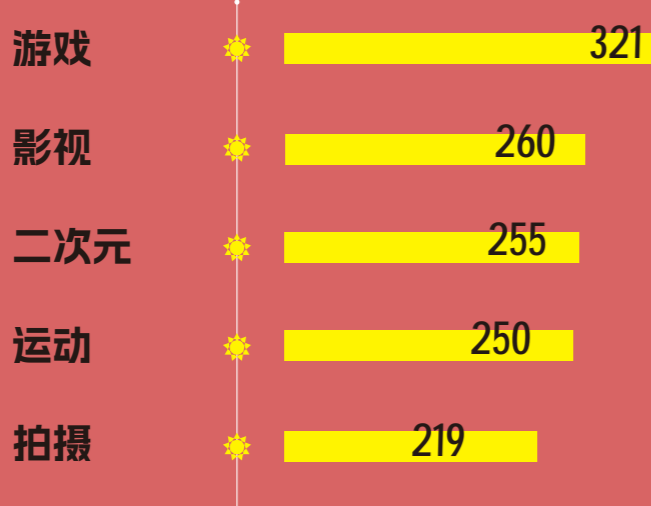
30岁以下
占比约40%
已婚未育占比较高



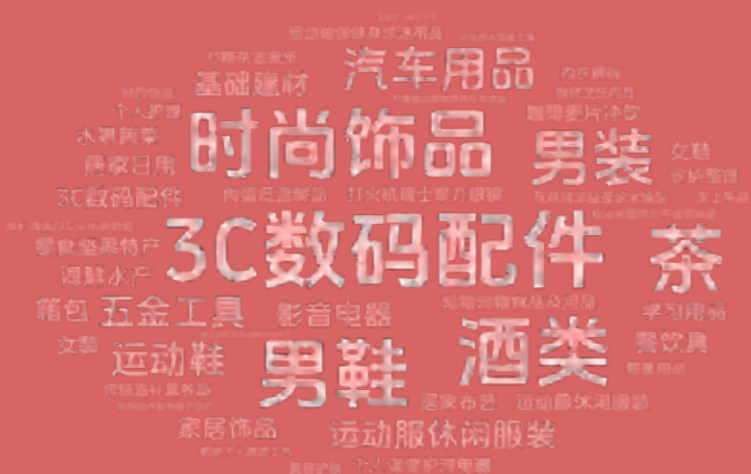
摩登 科技弄潮儿

把爱车当作大玩具/电子产品

内容偏好Top5



电商购买偏好



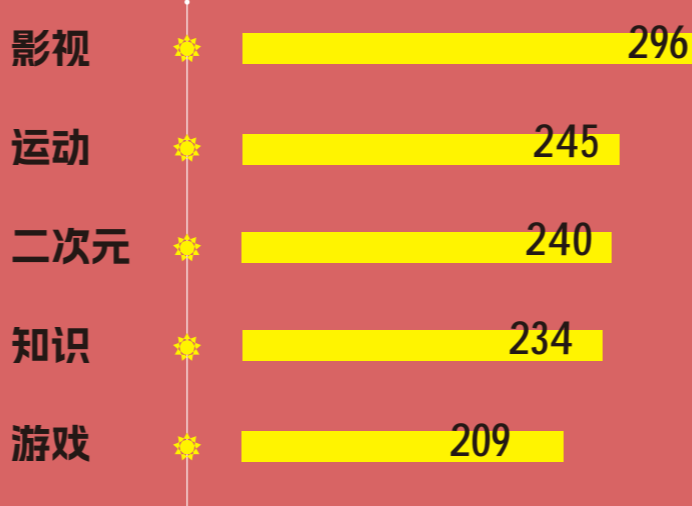
典型购车观念

- ✓ 车载大屏玩3A大作，智驾城市NOA必须先体验
- ✓ 买的是车，晒的是“黑科技”，朋友圈九宫格必须够赛博
- ✓ 没有激光雷达和自动泊车，怎么配叫年轻人的第一台车

摩登 都市轻奢族

更追求 | 个性化和精致感

内容偏好Top5



电商购买偏好



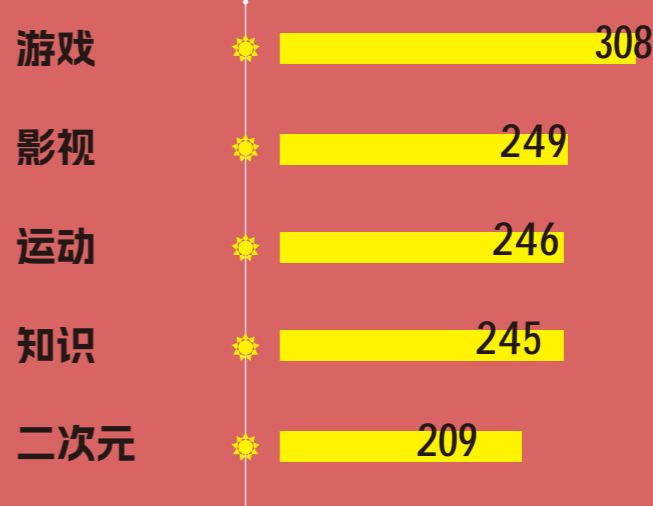
典型购车观念

- ✓ 敞篷吹风、真皮内饰、无框车门，精致感是生活态度
- ✓ 天窗看星星，内饰要高级，开车也要有仪式感
- ✓ 不追求配置最全，但细节必须精致，轻奢正好

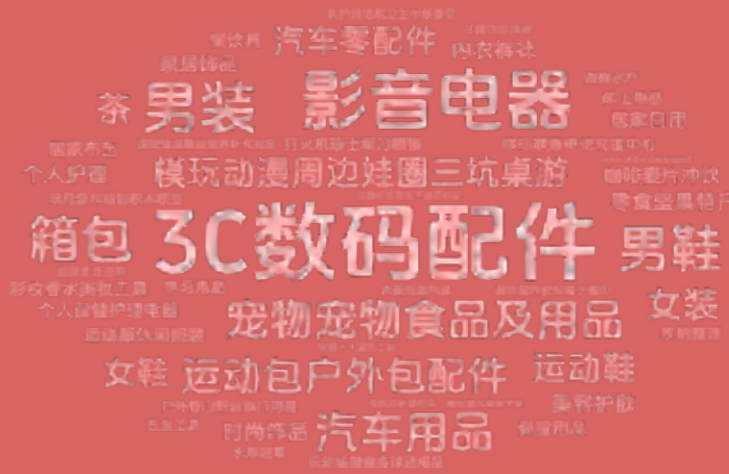
摩登 运动酷玩派

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

MODERN YOUTH GUEST

01 摩登 科技弄潮儿

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#
- #艺术工艺#

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

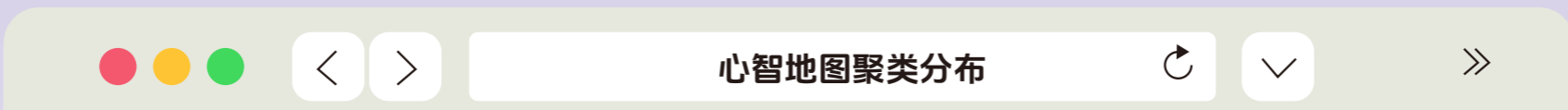
DCAR

（潮奢 精致族）



潮奢精致族

LUXURY TRENDSETTERS



潮奢 舒适体验官

体验优先
功能层面极致体验

典型心智

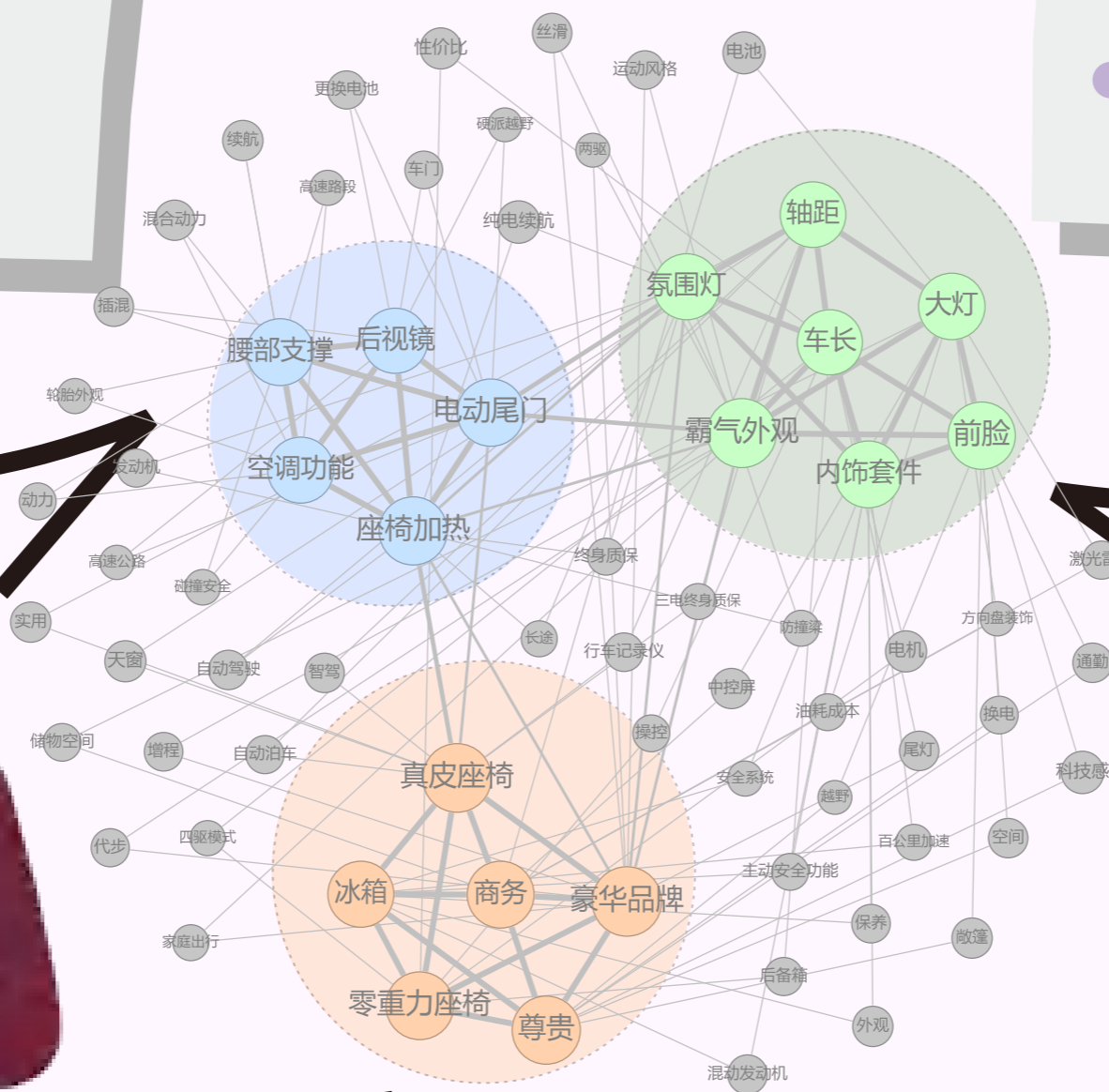
腰部支撑/座椅加热/电动尾门/空调等

潮奢 美学鉴赏家

关注比例和
细节设计感驱动型

典型心智

霸气外观/前脸/内饰套件/氛围灯/大灯/轴距等

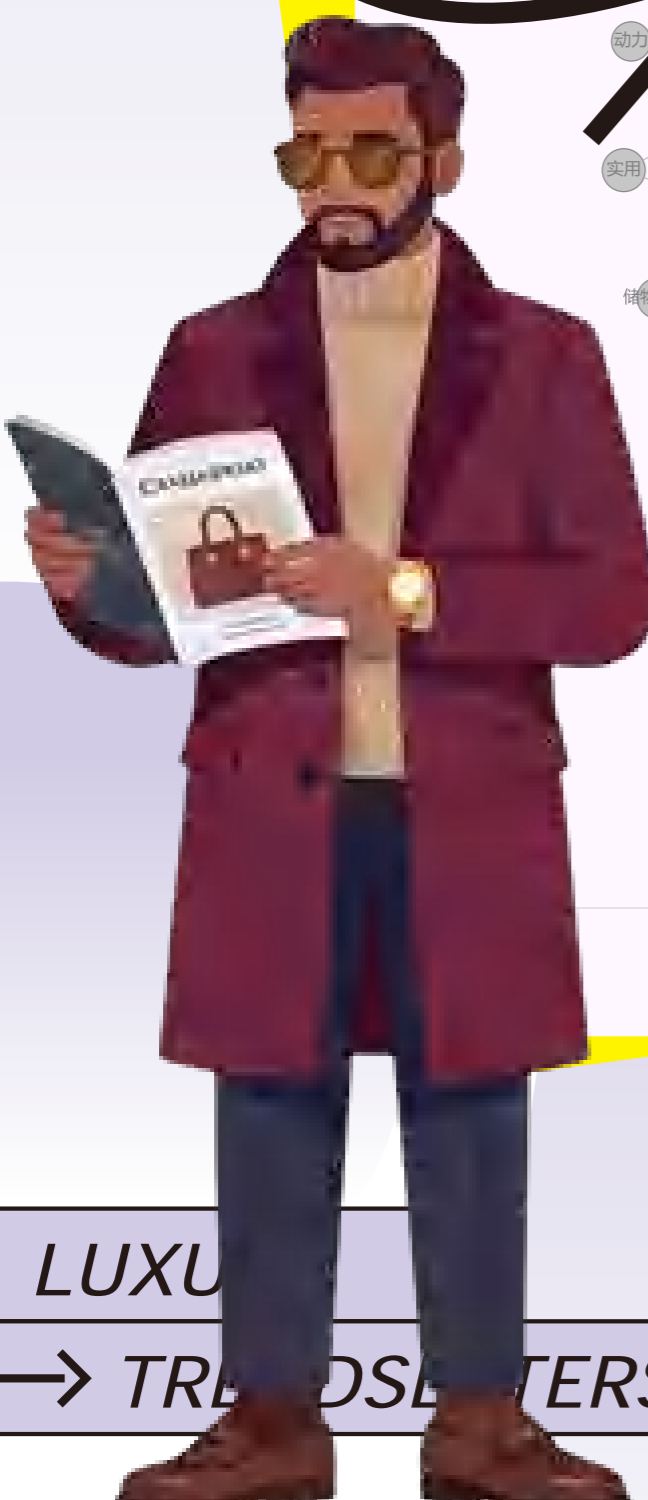


潮奢 尊享掌门人

追求品牌调性
讲究极致舒适配置

典型心智

真皮座椅/豪华品牌/尊贵/零重力座椅/冰箱等



LUXURY TRENDSETTERS



潮奢精致族

基础属性

男性用户为主

高线城市集中

偏成熟的青年群体



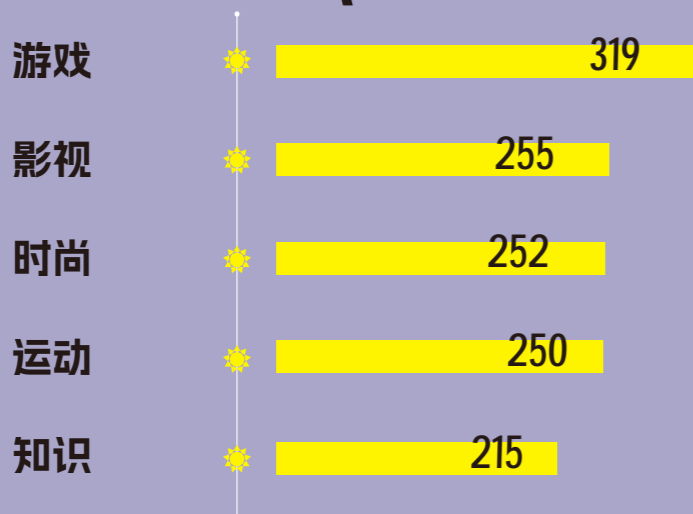
超50%用户集中在
一线/新一线/二线城市



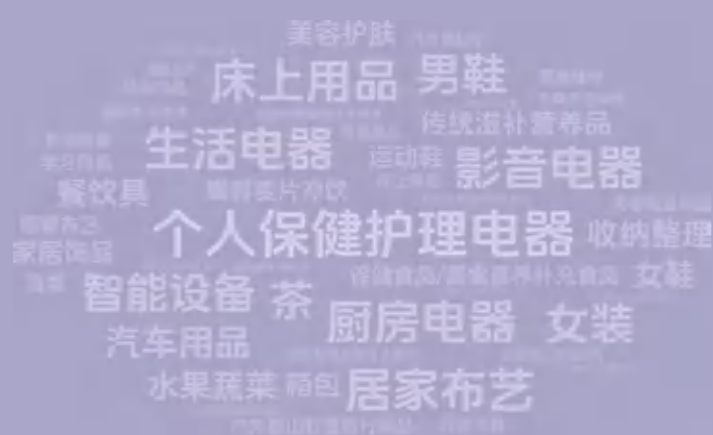
潮奢 舒适体验官

体验优先 | 功能层面极致体验

内容偏好Top5



电商购买偏好



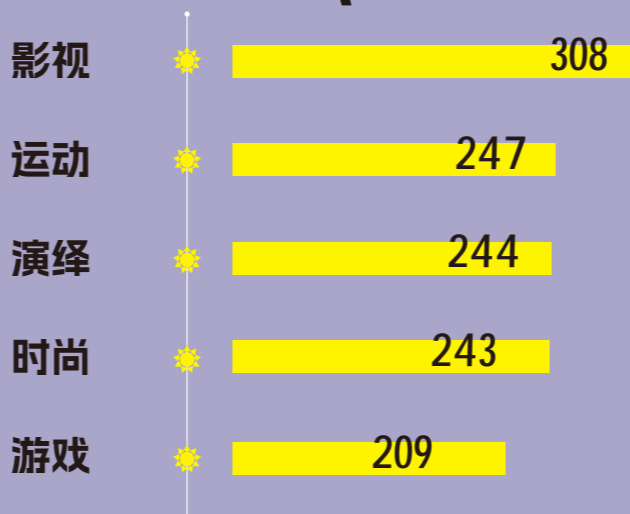
典型购车观念

- ✓ 座椅加热通风、腰部支撑、电动尾门，功能也要优雅
- ✓ 开车是一种享受，空调、音响、座椅，样样都要舒心
- ✓ 长途不累、短途解压，舒适配置才是真正的豪华

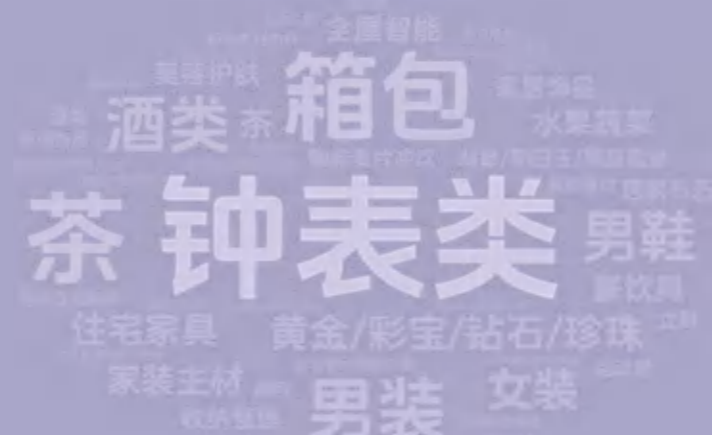
潮奢 尊享掌门人

追求品牌调性 | 讲究极致舒适配置

内容偏好Top5



电商购买偏好



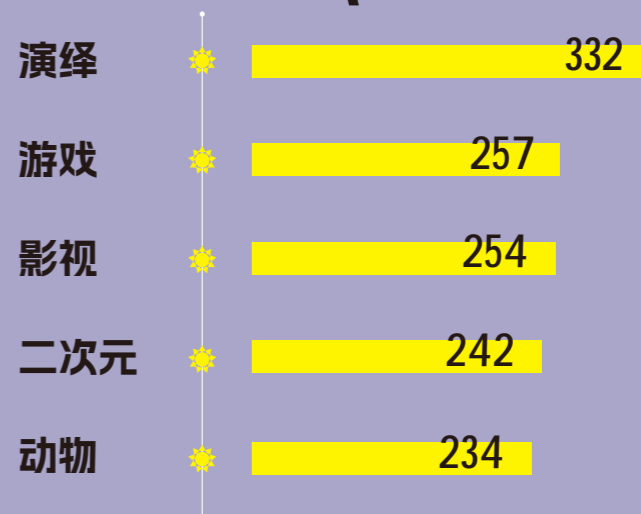
典型购车观念

- ✓ 豪华品牌加持，真皮零重力座椅，后排冰箱，总裁待遇
- ✓ 商务接待必须体面，尊贵感写在每一次开关门的声音里
- ✓ 买车如选高定，品牌、舒适、服务一样不能少

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



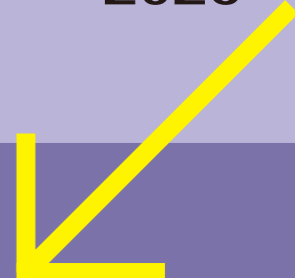
典型购车观念

- ✓ 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
- 内饰细节近距离拍摄
- 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

ART

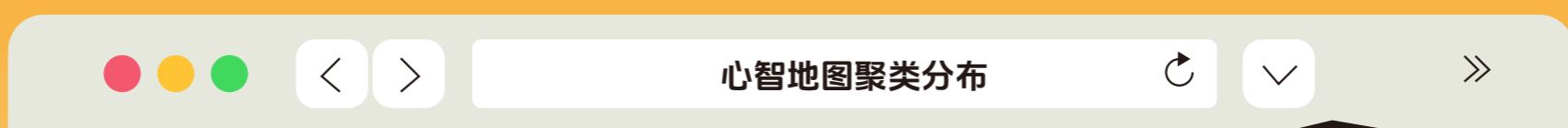
(优价
品质流)



OPPOSITE

优价品质流

QUALITY AT GOOD PRICE



优价 安全守护者

对安全配置有底线要求

典型心智

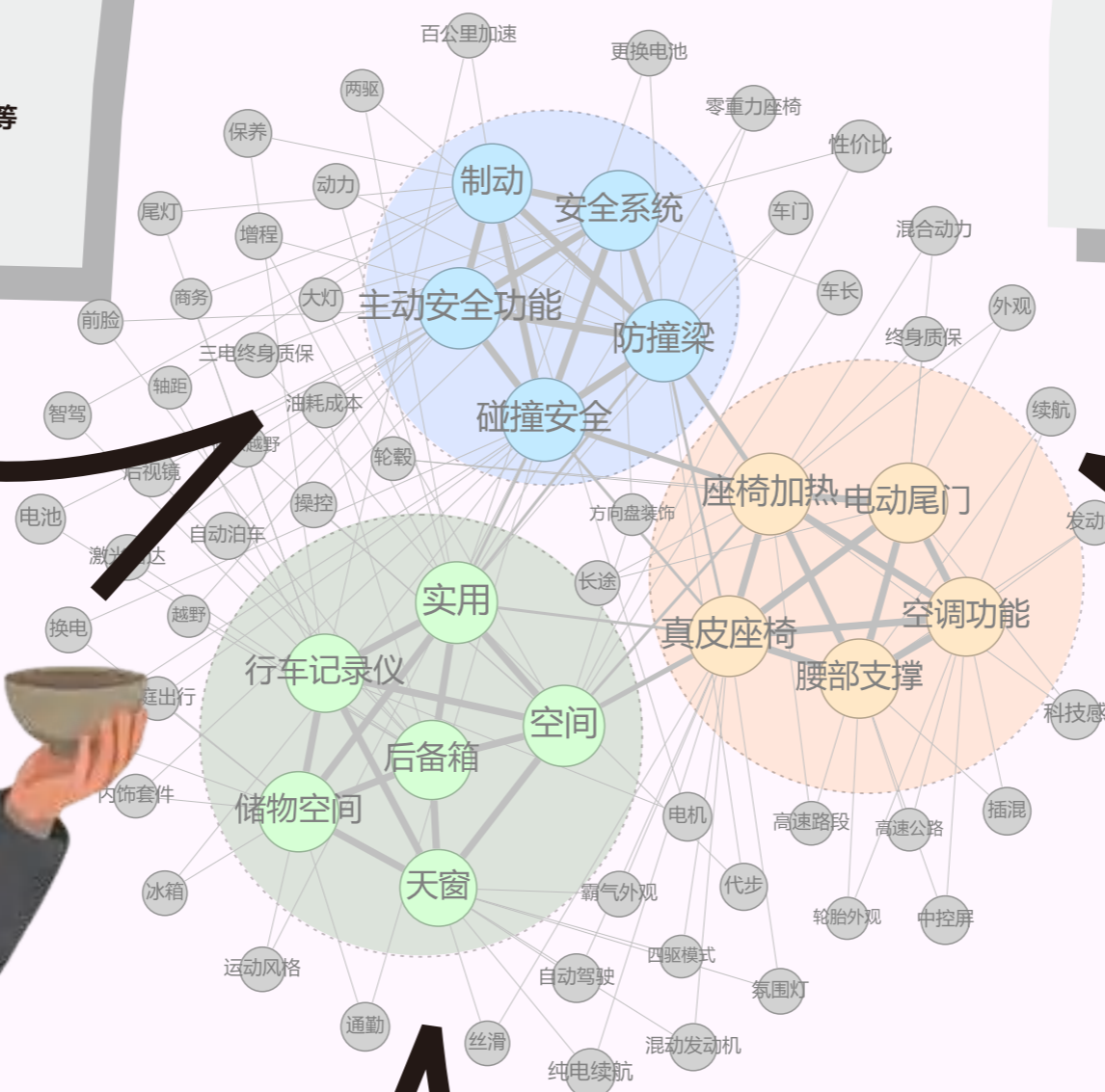
防撞梁/碰撞安全/主动安全/制动/全新系统等

优价 舒适进阶族

在基础上升级舒适性配置

典型心智

座椅加热/电动尾门/真皮座椅/腰部支撑等



优价 实用主义派

基础功能齐全即可

典型心智

实用/空间/储物空间/后备箱/天窗等

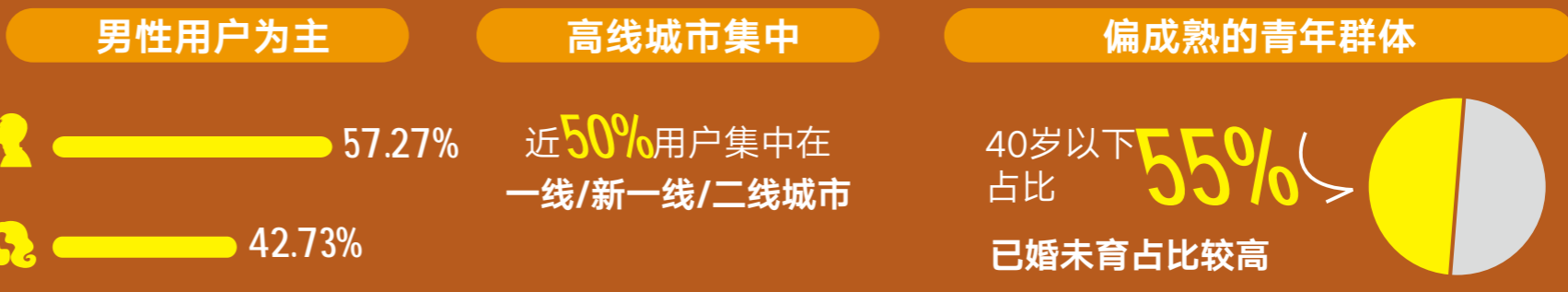


QUALITY
→ GOOD PRICE



优价品质流

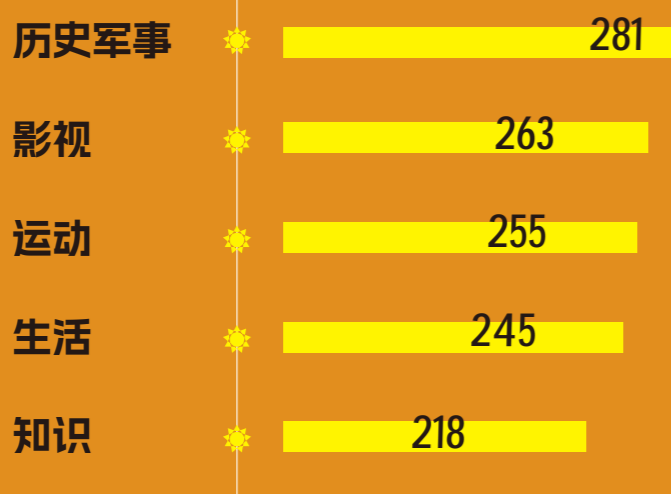
基础属性



优价 实用主义派

基础功能齐全即可

内容偏好Top5



电商购买偏好



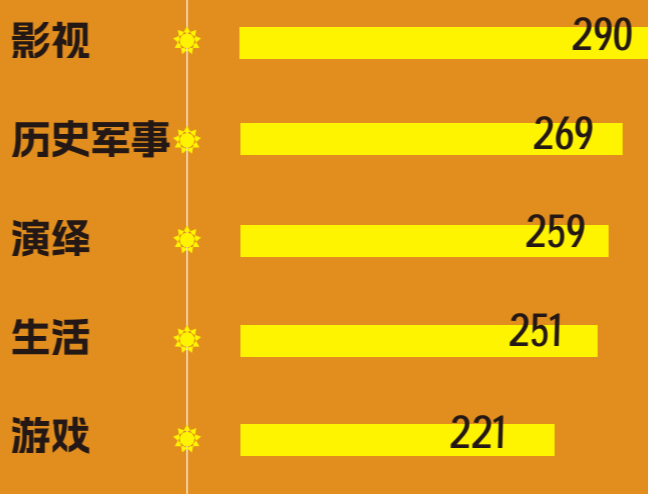
典型购车观念

- ✓ 储物空间够多、后备箱够大，基础配置齐全就行
- ✓ 不花冤枉钱，导航、倒车影像、天窗，够用就好
- ✓ 实用至上，多了是浪费，少了不方便，正好就是最好

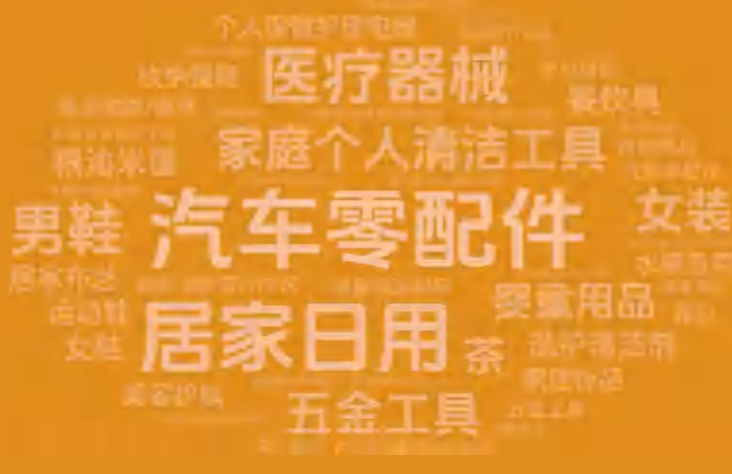
优价 安全守护者

对安全配置有底线要求

内容偏好Top5



电商购买偏好



典型购车观念

- ✓ 防撞梁、主动刹车、车身稳定，安全不能省一分
- ✓ 买的是放心，用车才能安心，碰撞测试不能拉跨，五星最好
- ✓ 可以不要真皮座椅，但安全配置必须拉满，安全过关是底线

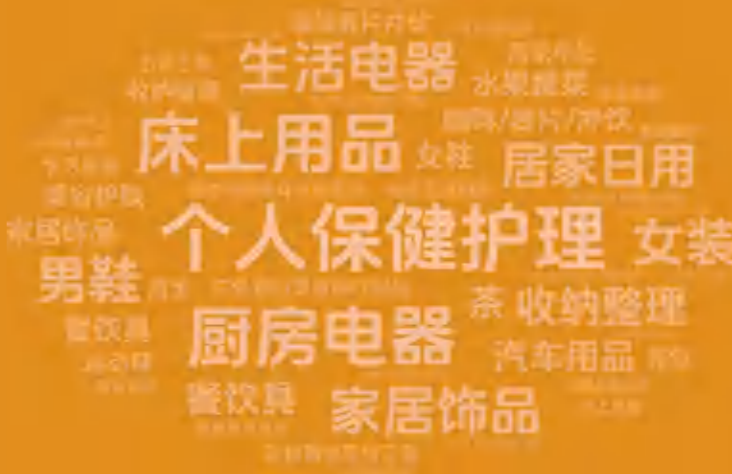
优价 舒适进阶族

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）



MMW

MMW



温馨生活家

基础属性

女性用户为主



城市分布相对平均

三线城市占比略高

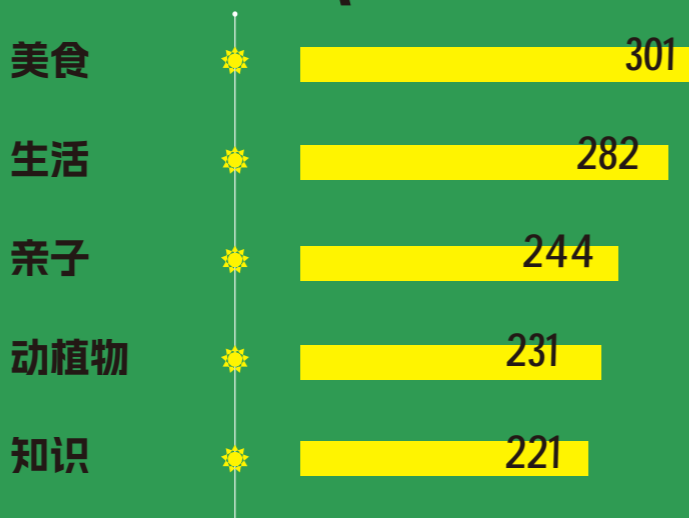
青年/中年两端群体构成



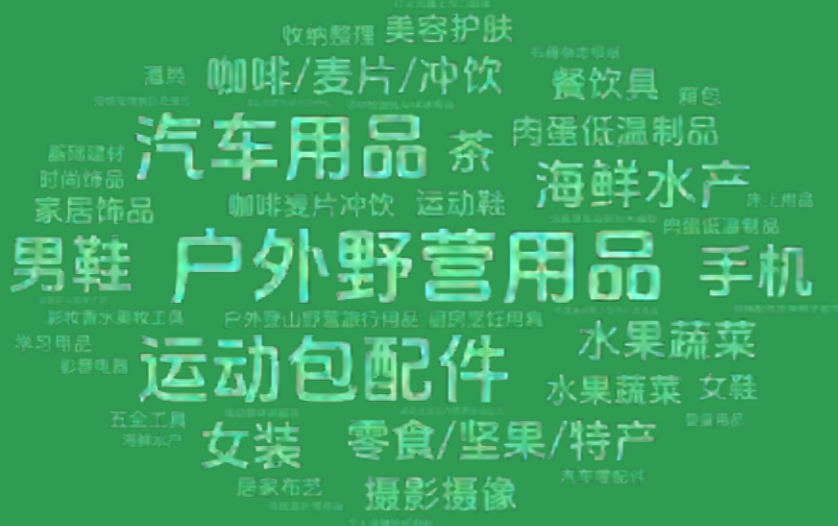
温馨 长途旅行家

有长途和返乡需求

内容偏好Top5



电商购买偏好



典型购车观念

- ✓ 续航要够长，高速要稳，带全家跨省旅行不焦虑
- ✓ 全家出行，混合动力或大电池，目的地可以是山河湖海
- ✓ 长途不疲惫，服务区少停，一路舒适到家

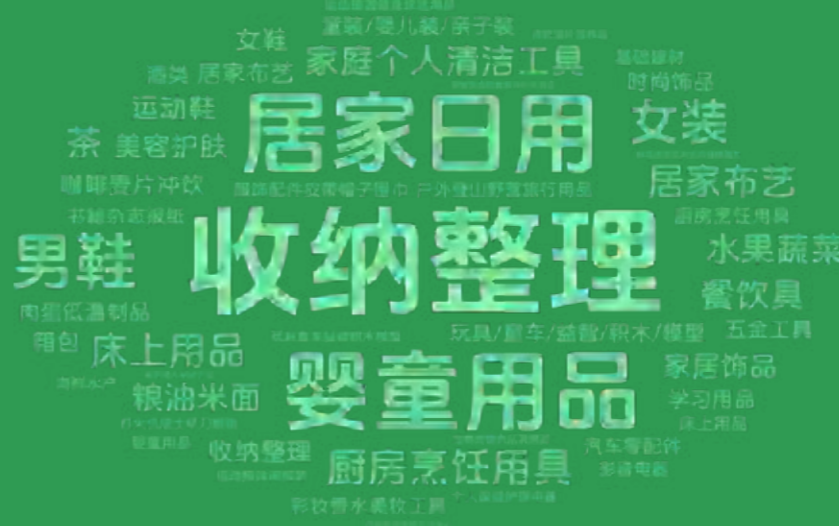
温馨 空间魔法师

核心是「能装能坐」

内容偏好Top5



电商购买偏好



典型购车观念

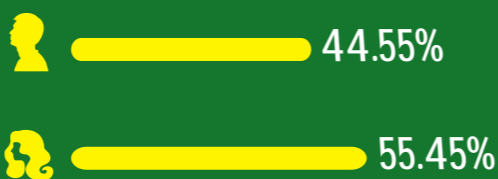
- ✓ 后排能装安全座椅和老人，后备箱能塞露营车和行李箱
- ✓ 车就是第二个家，空间大到能装下全家人的笑声
- ✓ 车长轴距不白给，每一寸空间都用来承载家庭记忆



温馨生活家

基础属性

女性用户为主



城市分布相对平均

三线城市
占比略高

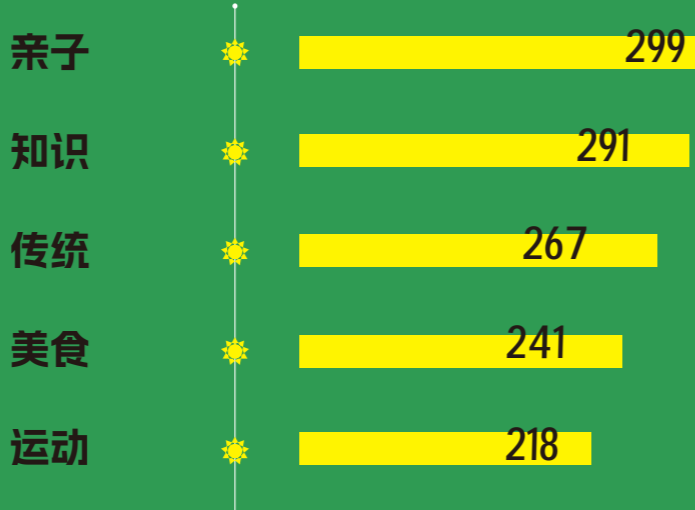
青年/中年两端群体构成



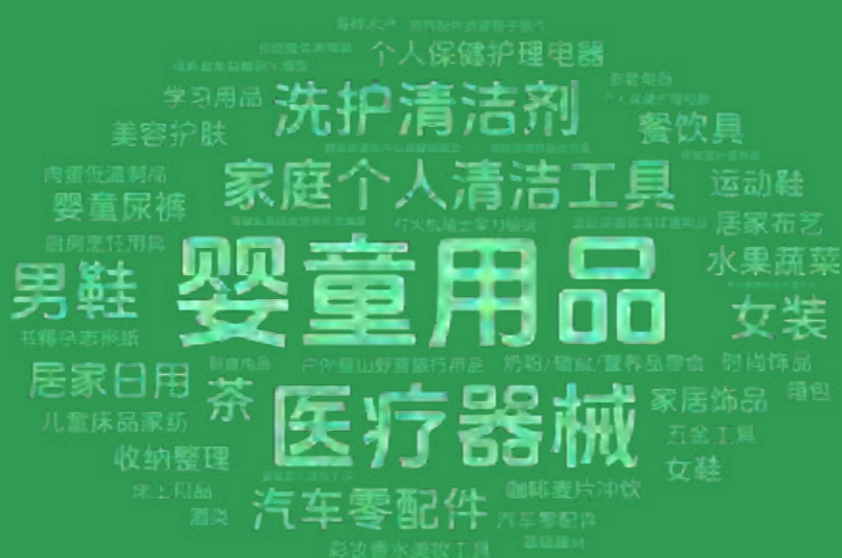
温馨 安全守护使

重视家人安全

内容偏好Top5



电商购买偏好



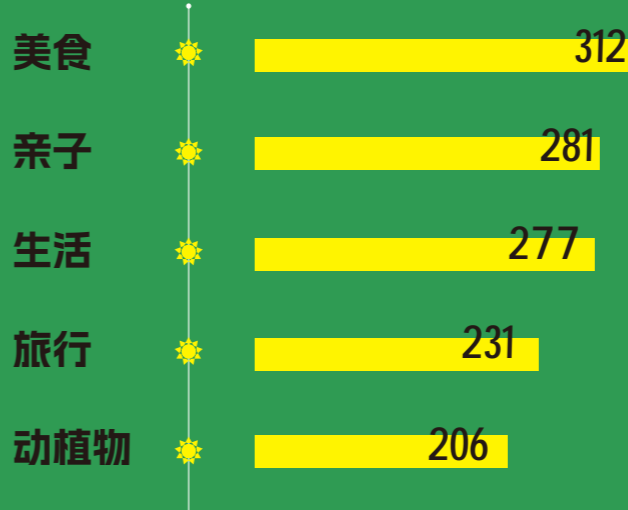
典型购车观念

- 主动刹车、360影像、防撞梁，给孩子和老人最高的安全感
- 买车先看碰撞成绩，安全配置比内饰更重要
- 宁可多花两万，也要让全家坐得安心

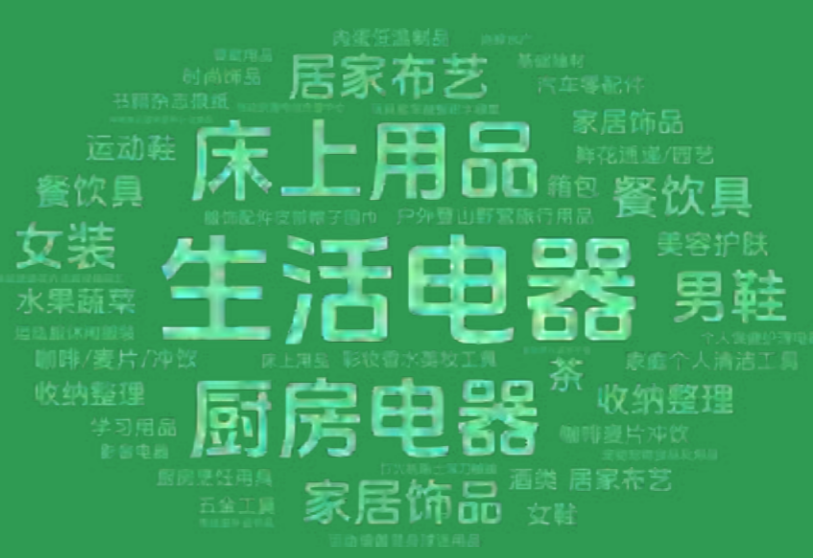
温馨 舒适大管家

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**



Dcar 2026

人群运营策略和 内容公式建议

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

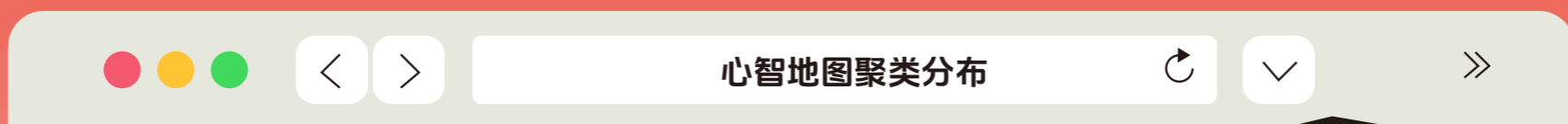
THINK (科技先锋派)



DCAR

科技先锋派

PIONEER OF TECHNOLOGY



先锋 三电工程师

新能源技术 深度关注者

典型心智

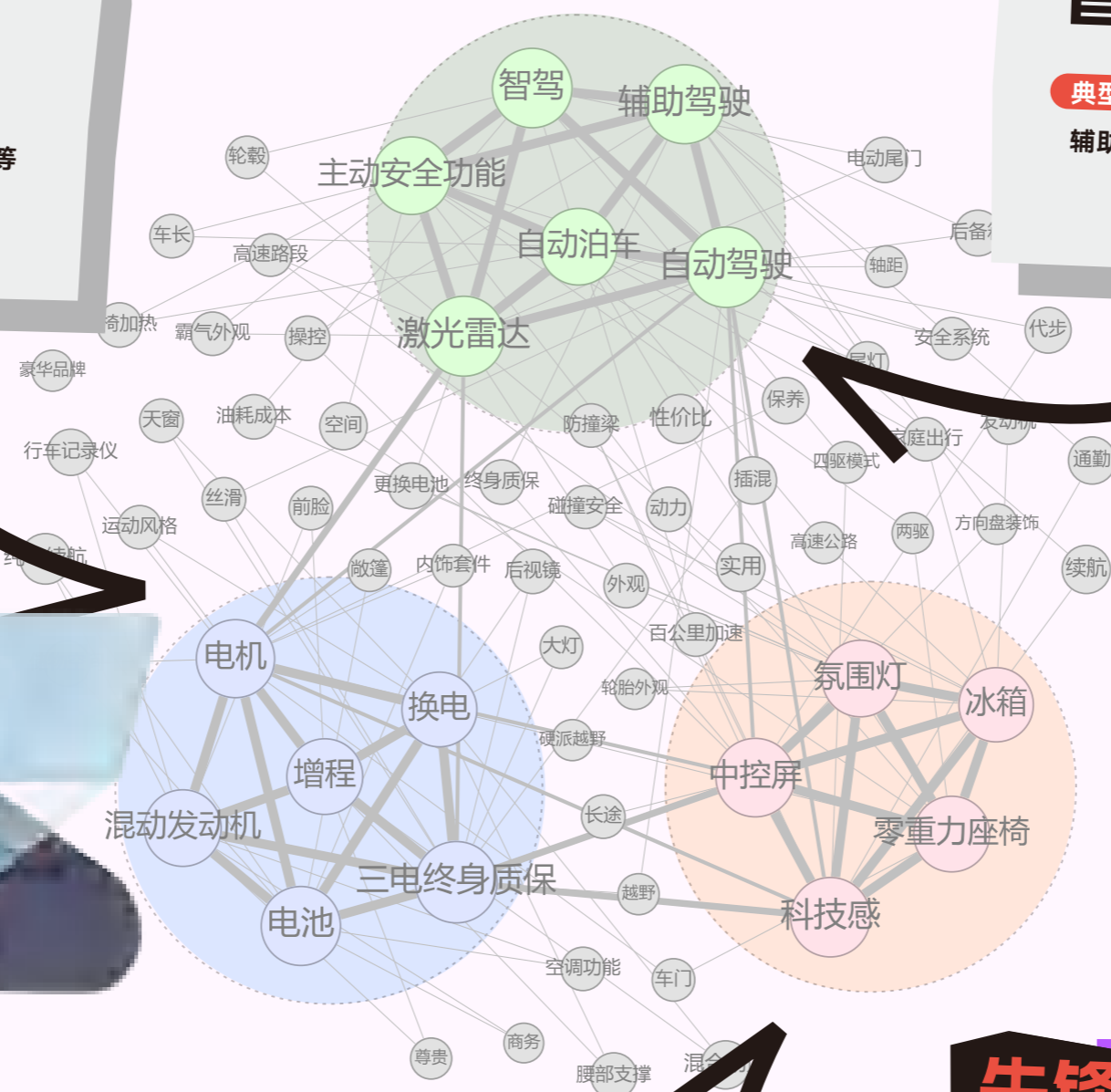
三点终身质保/电池/电机/换电/混动发动机等

先锋 智驾领航员

关注最核心的 智能科技赛道

典型心智

辅助驾驶/自动泊车/激光雷达/智驾/主动安全等



先锋 座舱极客党

人机交互 座舱科技感体验

典型心智

氛围灯/中控屏/科技感/零重力座椅/冰箱等



PIONEER
 ↳ C... TECHNOLOGY



科技先锋派

基础属性

男性用户为主



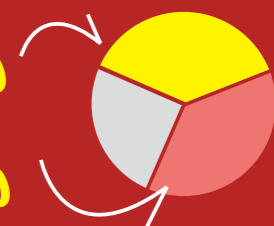
高线城市相对集中

约50%用户集中在
一线/新一线/二线城市

青年/中年两端群体构成

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

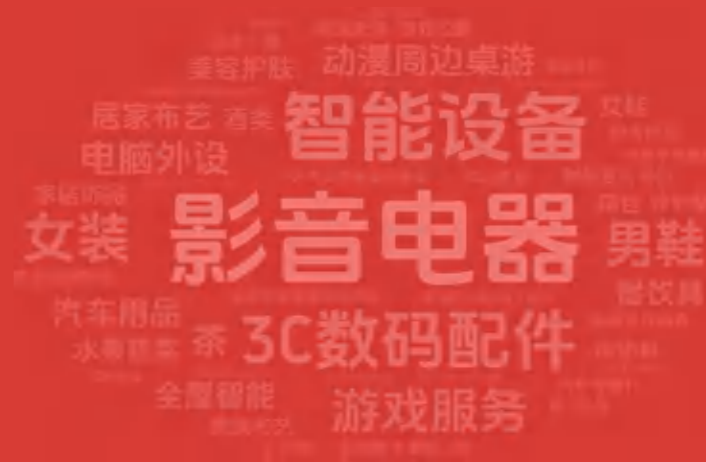
先锋 座舱极客党

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



Dcar 2026

人群运营策略和 内容公式建议

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

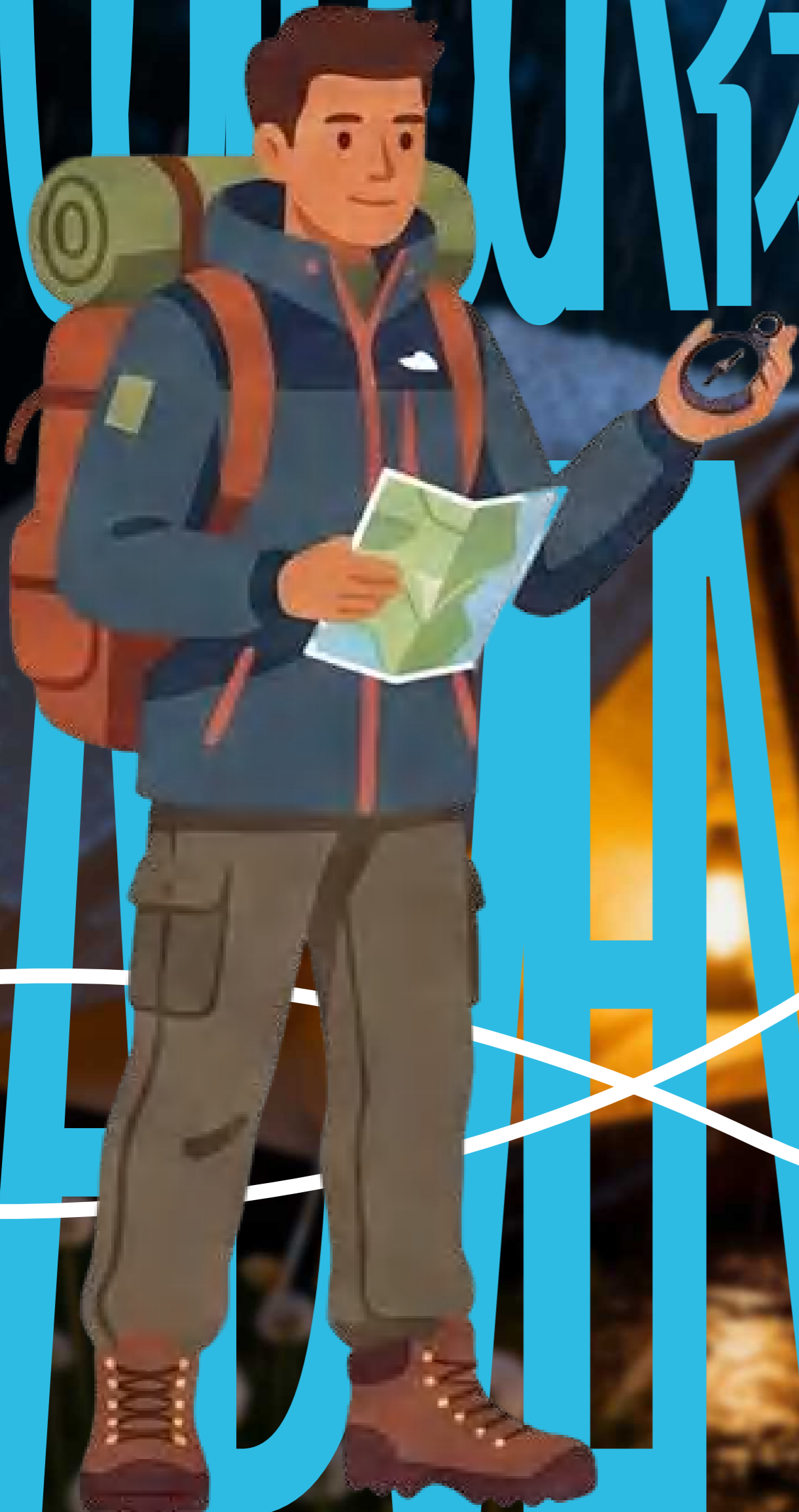
日常车内场景 + 座舱花式体验 + 交互爽感 = **车轮上的旗舰手机**

CROWD PROFILING

DCAR

(野趣

体验官)



野趣体验官



野趣体验官

基础属性

男性用户为主

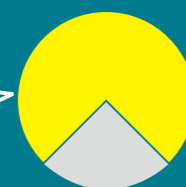


中线城市相对集中

约60%用户集中在三/四/五线城市

中青年偏成熟婚育比例高

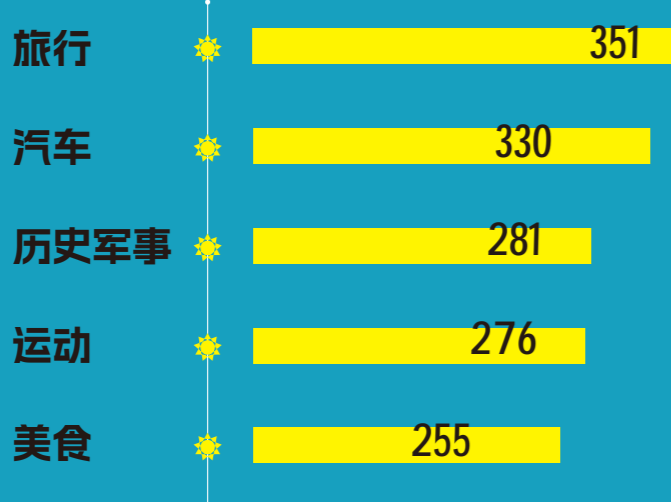
30岁以上占比约75%
已育比例超过75%



野趣 硬核探险家

重度越野需求

内容偏好Top5



电商购买偏好



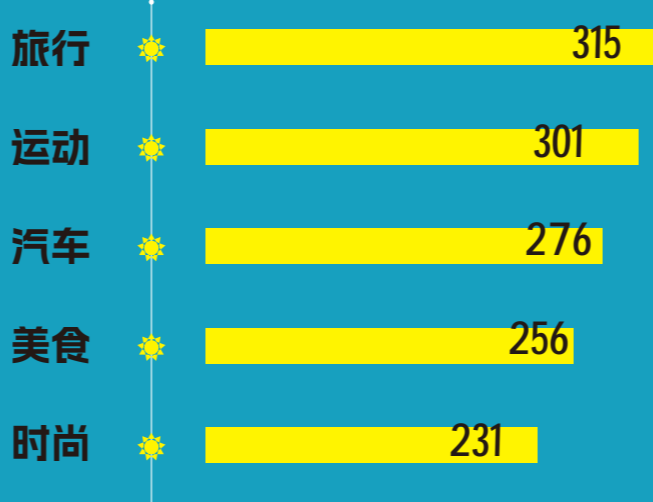
典型购车观念

- ✓ 差速锁、防撞梁、四驱模式，没泥巴的路不想跑，路越烂心越痒
- ✓ 改装AT胎、加装绞盘，车辆是穿越荒野的伙伴
- ✓ 能爬坡、能涉水、能拖拽，硬派越野才是真自由

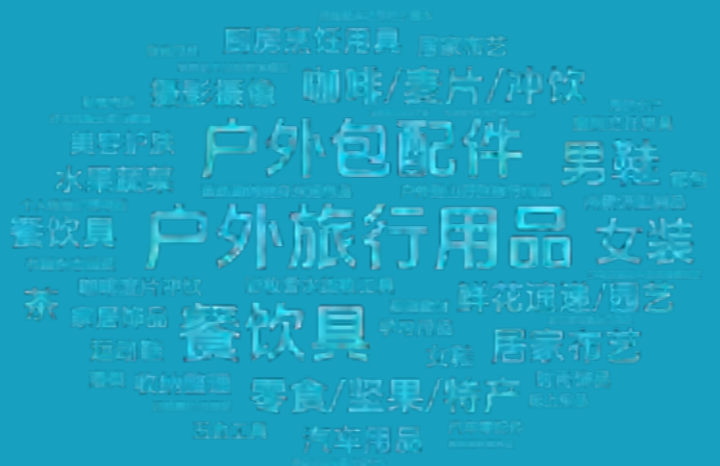
野趣 露营漫游者

偏爱露营自驾游，轻度户外者

内容偏好Top5



电商购买偏好



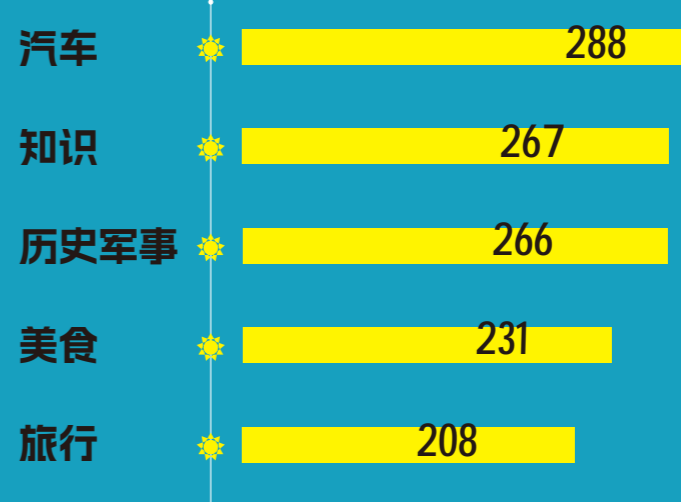
典型购车观念

- ✓ 后备箱变床、车顶行李架、天窗看星空，精致露营装备车
- ✓ 长途续航不怕，后备箱能装下帐篷和咖啡机
- ✓ 不极限越野，但能带我去山野海边，享受慢生活

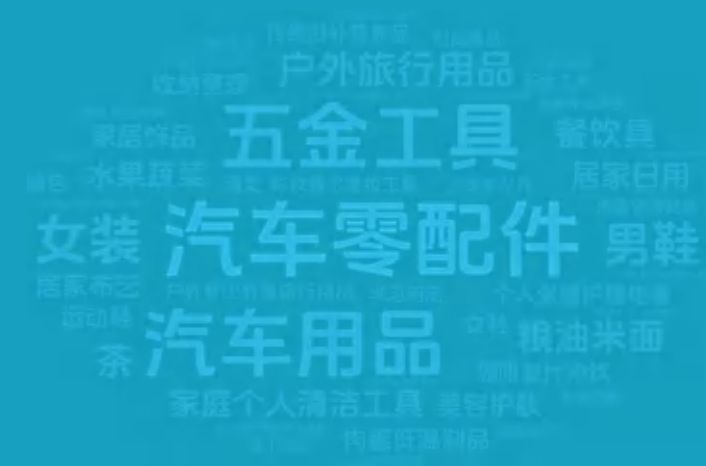
野趣 耐久务实派

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

奋斗者

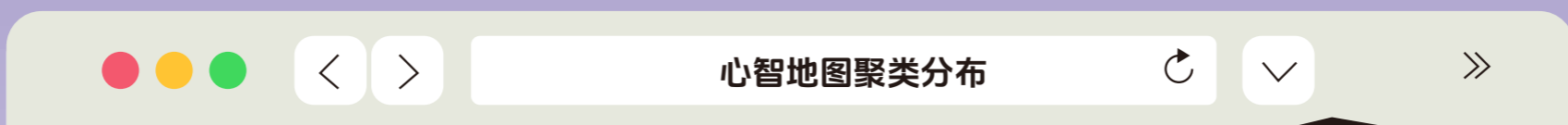
(实干)



奋斗者

实干奋斗者

DEDICATED STRIVERS



实干 商务多面手

工作用车 属性强

典型心智

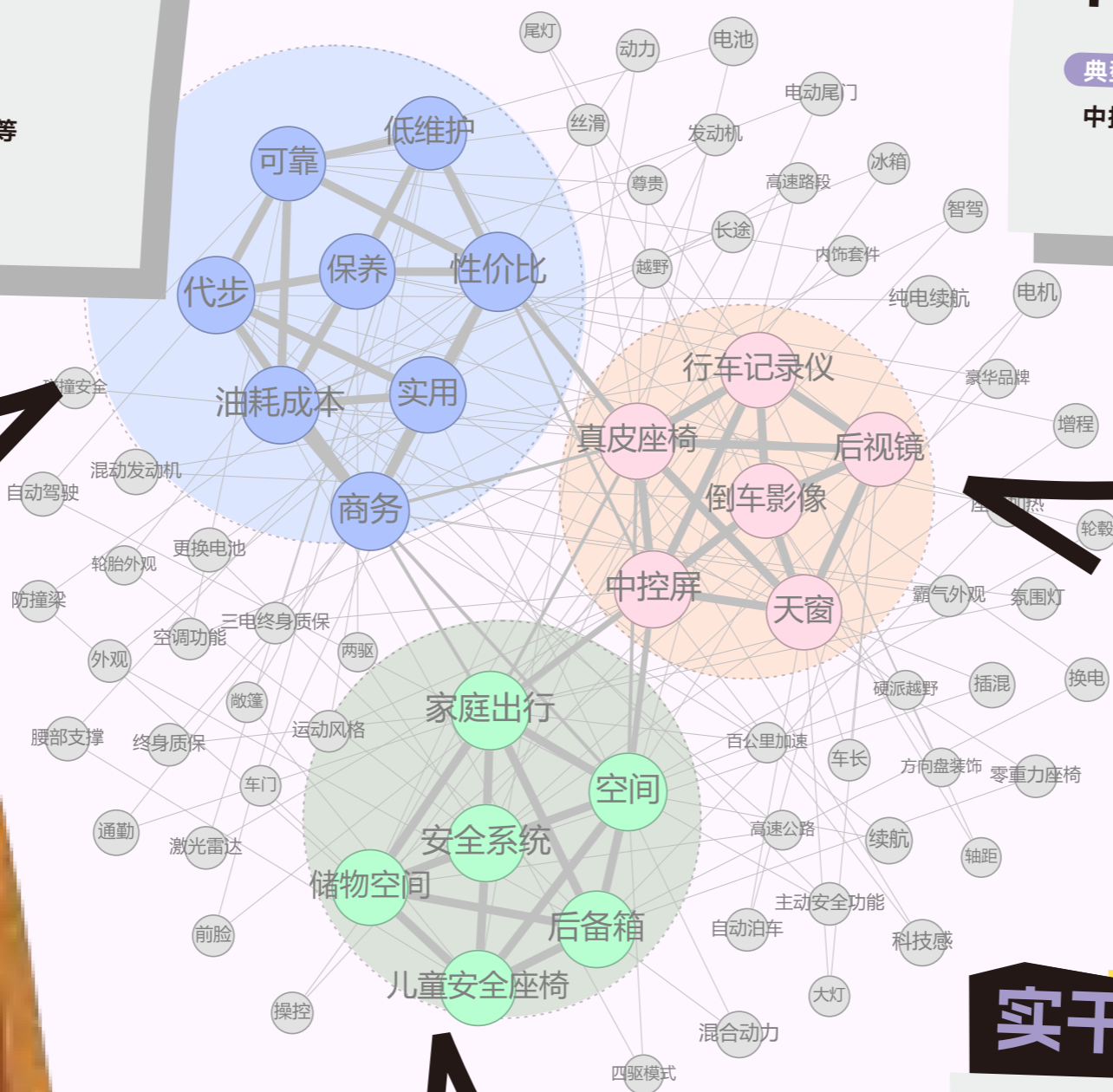
性价比/实用/商务/可靠/保养/低维护等

实干 品质进取族

在实干基础上 有一定品质追求

典型心智

中控屏/真皮座椅/天窗/倒车影像/行车记录仪等



实干 顾家主心骨

奋斗中也兼顾 家庭责任

典型心智

家庭出行/空间/安全系统/储物空间/后备箱等



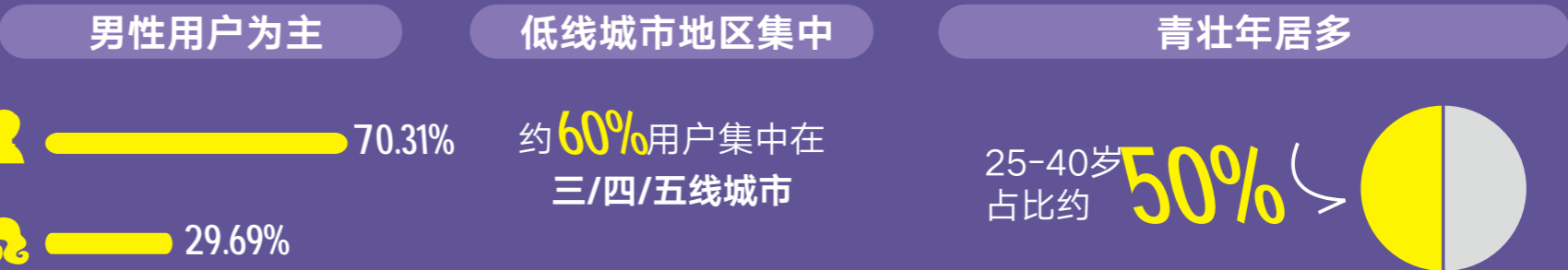
DEDICATED STRIVERS

→



实干奋斗者

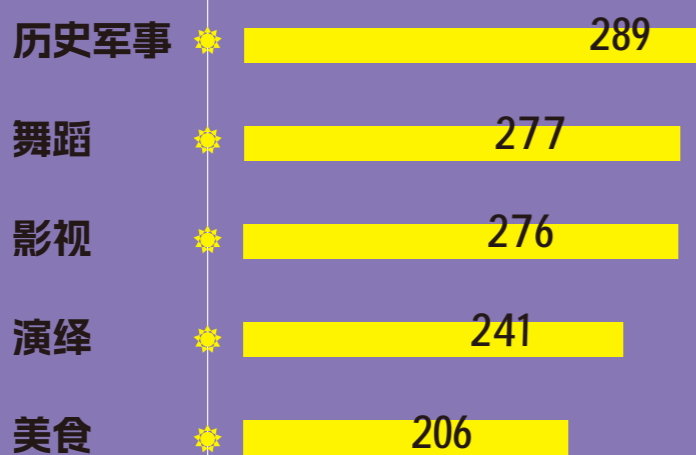
基础属性



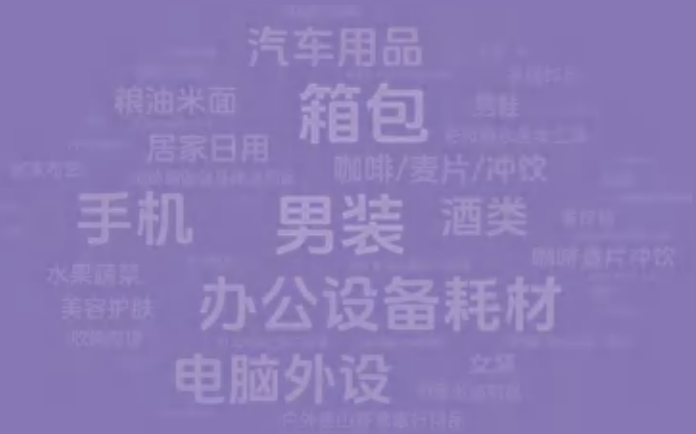
实干 商务多面手

工作用车属性强

内容偏好Top5



电商购买偏好



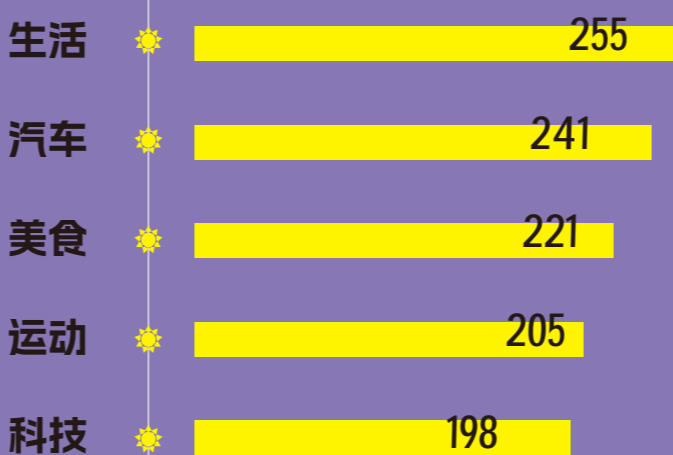
典型购车观念

- ✔ 商务接待不掉面子，日常通勤省油耐用，一车多能
- ✔ 外观稳重、油耗低、保养省，创业初期的黄金搭档
- ✔ 既能拉客户，又能拉货，奋斗路上最靠谱的伙伴

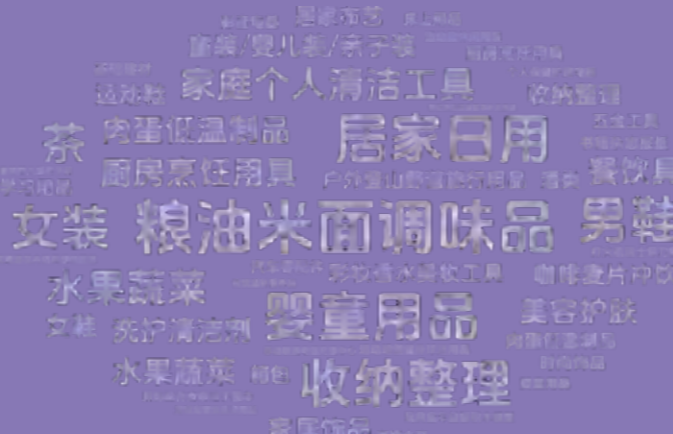
实干 顾家主心骨

奋斗中也兼顾家庭责任

内容偏好Top5



电商购买偏好



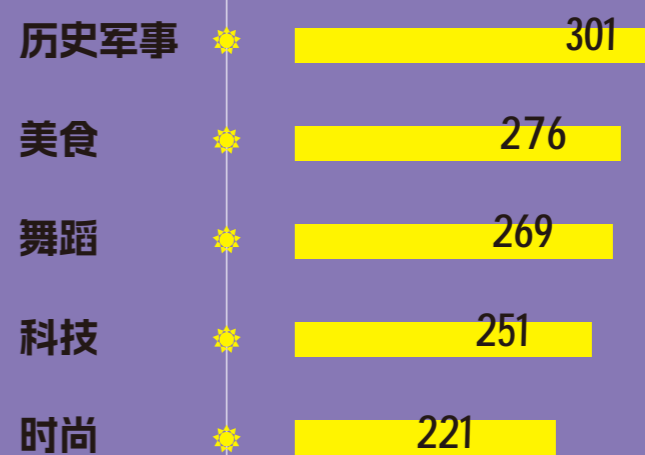
典型购车观念

- ✔ 后排宽敞、安全配置全、储物空间足，家人和事业两不误
- ✔ 奔波在外，心里装的是妻儿，车内空间要温馨安全
- ✔ 买车先看安全座椅接口和后备箱大小，实用顾家第一

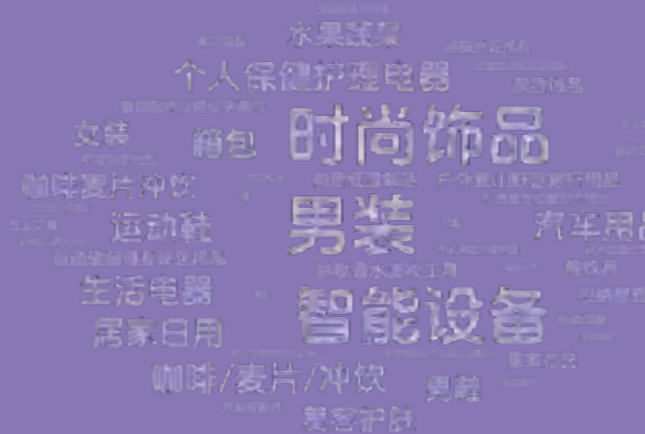
实干 品质进取族

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



Dcar 2026

人群运营策略和 内容公式建议

01 实干 商务多面手

• DEDICATED DRIVERS

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 DRIVERS

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 DRIVERS

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



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/杨雯珺