

# 上海汽车报



上海汽车报微信号  
请扫描二维码关注

2016年5月8日

逢周日出版

本期16版

第19期 总第1624期

上海出版 全国发行

新闻

P2

声音

P8

车主

P16

**发扬“五四”精神,勇于变革创新**  
上汽集团召开纪念“五四”运动97周年大会

**七成消费者愿为车联网掏腰包**  
到2025年,中国车联网市场规模有望达到2162亿美元

**在改装的世界里追风逐梦**  
愿做改装文化的传播者,对话斯巴鲁车主卢雨滨

## 6000名观众告诉你,消费者究竟喜欢哪款新车

本报记者 顾行成

在移动互联网时代,只要一部智能手机、一个二维码、一个APP应用,很容易你就能知道,网红是不是真的“网红”,黑马又究竟会是谁?大数据离我们从未如此之近。

北京车展结束了,来自全球的100多个汽车品牌共展示车辆1179辆,共吸引81.5万人次的参观者到场。本次展会,《上海汽车报》在展会现场发起了一次“看车展选靓车”调研活动,车展期间共收获了超过6000份有效问卷,也就是说,平均每1000人进馆,就有7人参加了我们的调研。

针对本次车展,我们设计的问卷主要针对智能互联、新能源、豪华车和SUV这4个最容易受到车展现场关注的分类。被选入问卷的车型基本上属于本次车展上全新亮相的新车。同时,为了甄别是否有人在敷衍答卷,我们还在第二个问题,也就是新能源车问题上的首个车型选项中放置了一款某品牌汽车,从理性或是客观上来分析,选择这款市场边缘产品的用户,基本上都是属于完成任务类型的。最终数据统计中,共有729名用户选择了这款车型作为他们最喜爱的新能源车。

智能互联是这两年新兴起的一个领域,除了荣威RX5,以及长安一款改装的无人驾驶车外,其他所有车型基本上都是概念车,因此荣威RX5在这一分类中获得最多的青睐也在情理之中。奥迪全球首发的Connected Mobility Concept概念车可能是因为别出心裁的交通解决方案,再加上其基于量产车设计而来,收获了调研样本中第二多的关注也合情合理。从智能互联这个概念车最集中的调研分类来看,现在的消费者对于“纯概念”或者是“概念”包装不是特别感冒,要想打动他们,还是需要实实在在的干货才行。

在新能源车的样本车型中,荣威e950排名第一。起初我们有点纳闷,因为活动现场北京观众居多,而插电混合动力车在北京无法获取补贴;后来随机讯问了几个填表用户,其中一个观点比较有代表性,在国内一片A0级和A级新能源车中,突然冒出这么一辆中高级轿车,而且还是量产的,自然就被吸引住了。

豪华车,把保时捷放进去是个失误,毕竟价格相对其他车型差了不少,但又实在不想把ABB再放进去。从豪车分类的调查结果来看,可谓是各有拥趸。而从车展后的结果来看,售价1200万元的阿尔特售出3辆,其他最受用户青睐的豪车,不少也已有主了。

SUV是最有悬念的一类,XT5的异军突起同样出乎意料,或许消费者已开始厌倦ABB的同质化,希望在豪华中型SUV领域看到些新面孔。传祺GS8在自主品牌SUV中排名首位,这也符合各渠道对自主品牌SUV的评价。

