



电动汽车用户联盟

智界S7 用户满意度报告

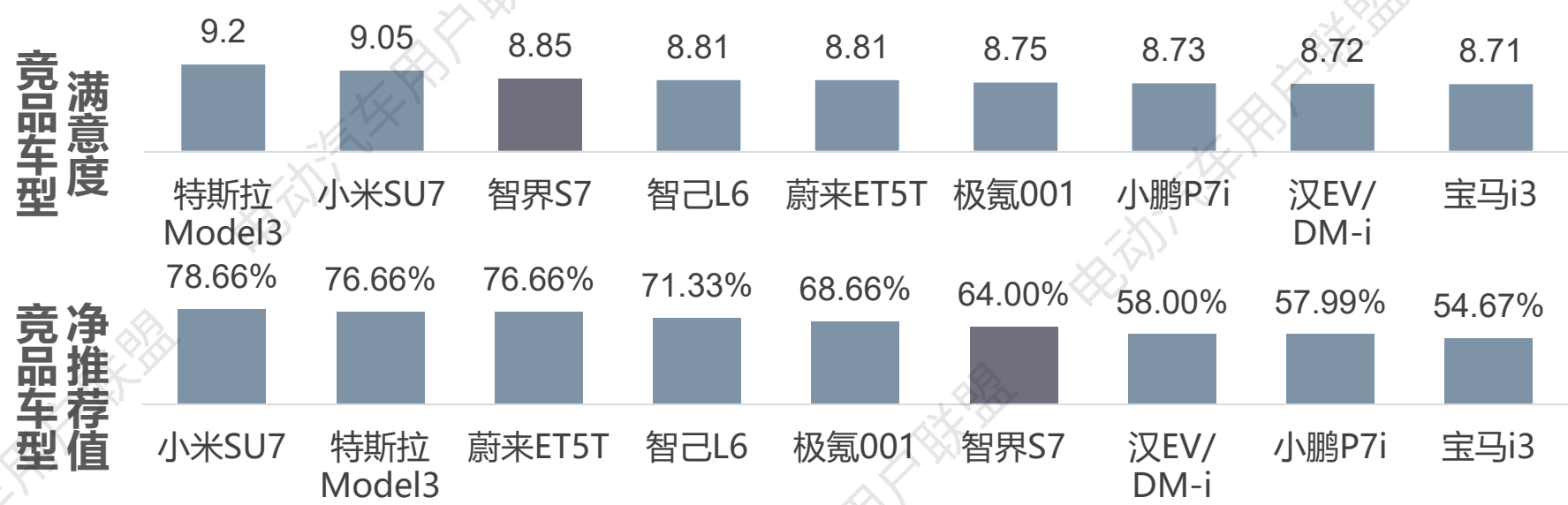


北京烹小鱼咨询有限公司

2024.09.19

智界S7：深受“花粉”认可和追捧，但售后不满者众

1. 55.3%的智界S7用户认为自己是“花粉”，有95.3%用户认为华为ADS 2.0高阶智驾影响了他们的购车决策，80%的用户认为华为鸿蒙座舱影响了他们的购车决策
2. 智界S7用户总体满意度8.85分，满意率为90.7%，满意度在同级竞品中排名靠前；用户净推荐值（NPS）为64.00%，用户推荐度在同级竞品中排名中等偏后
3. 智界S7长板较多，空间、动力、外观、安全性满意度超过9分，满意率均超过90%；除了售后服务外，其他指标满意度得分均在8分以上
4. 智界S7智能驾驶满意度8.89分，落后于Model3（8.93分）和小鹏P7i（8.90分）；智能座舱满意度8.8分，仅次于小鹏P7i（8.85分）
5. 售后服务是智界S7的最大短板，满意率低于70%，多数用户对售后服务网点过少较为不满，且还存在多方推诿责任等问题
6. 用户迫切希望智界S7官方能够增加售后服务网点、ETC免费、增加轮毂选择、加大营销力度等



蒋保信

烹小鱼咨询CEO，《电动汽车用户联盟》创办人，如果您想加入“新能源用研联盟”社群，或者预约有关本报告的线上、线下交流，欢迎联系我（个人微信：472449189；邮箱jiangbaoxin@evlianmeng.com），联系时请注明公司+职务+来意

智界S7核心满意项

空间

- 整体乘坐空间大，属于C+级水平：97.3%用户对车内乘坐空间满意，认为内部空间相当宽裕，属于C+级轿车水平。
- 后排腿部空间充足，可以翘二郎腿：大部分车主认为后排空间大。只要不是太胖，后排三个人不会感觉局促、甚至可以跷二郎腿。
- 前排头部、腿部空间宽裕：车主认为前排头脚空间不局促，豁然开朗。

安全性

- 主动刹车介入及时且灵敏：车主反映AEB在“鬼探头”时触发灵敏且介入及时，车主在绿灯起步时，突然窜出外卖骑手，车辆会及时刹车。
- 方向盘的介入灵活：在后方有车辆接近时，防碰撞的方向盘纠偏介入灵活。

动力

- 后驱、四驱版提速动力强劲：96%的车主对动力满意，认为起步提速快，百公里5.4秒足够家用。
- 电动机响应速度很快，加速顺畅：车主表示在高速上超车轻松。双电机在任何速度下加速都能做到直接响应，没有迟滞。
- 四驱版动力过剩：车主认为舒适模式半脚电已能突破大多性能油车的弹射模式。动力明显过剩，运动模式有灵魂出窍的感觉。

外观

- 外观运动，车身流线：车主认为智界S7从前轮向后延伸的腰线，加上外扩的后轮，像运动员蓄势起跑，动感十足。
- 车漆质感高级：车主认为智界S7实车比图片更惊艳，车漆帅，有质感。

智界S7核心抱怨项

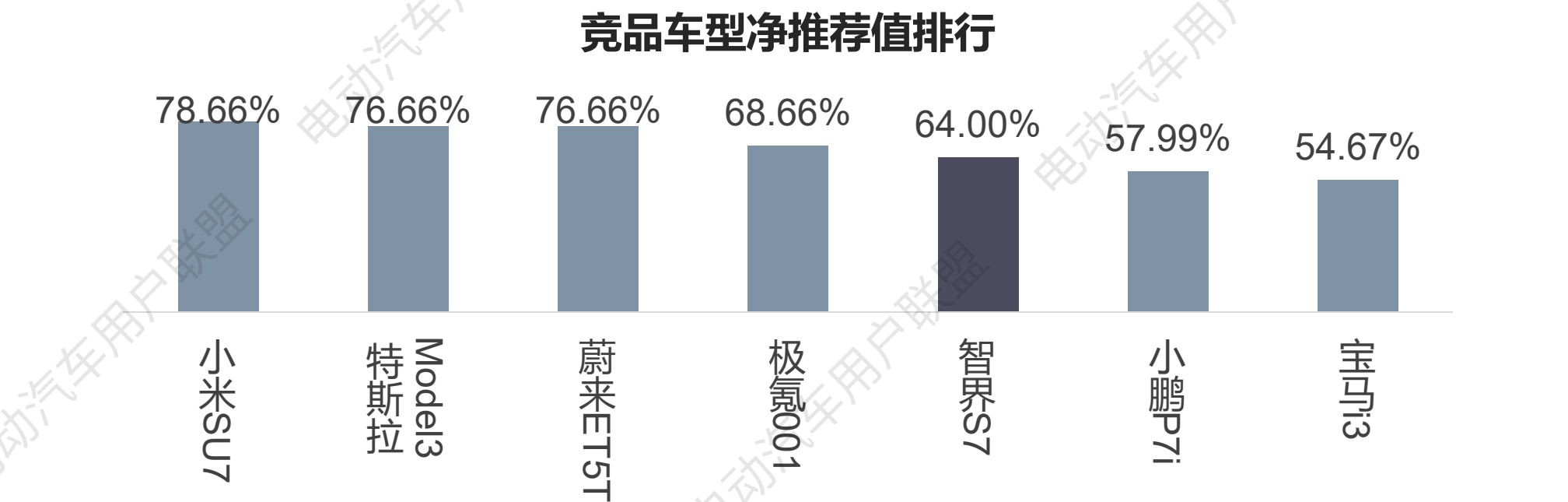
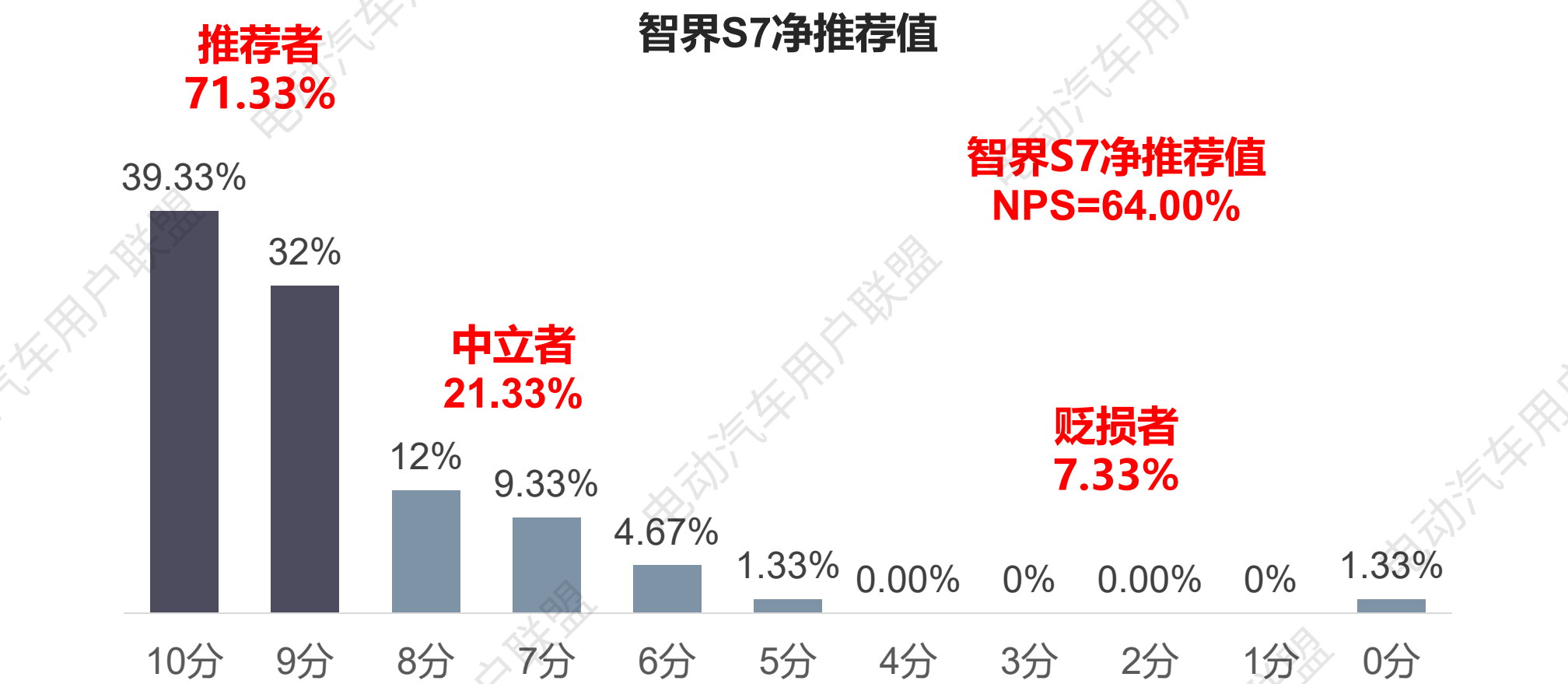
售后服务

- 售后服务网点偏少、不便利：车主表示部分省份仅有1个交付中心。
- 维修态度、专业性差：部分车主在维修车时，认为售后服务人员态度、专业性差，缺少服务意识。
- 售后存在互相推诿的情况：车主表示在多次投诉的情况下，售后才给予反馈。在与华为总部、鸿蒙智行多次沟通无果，车主也非常后悔买智界S7。
- 售后权益和售前承诺有出入：车主表示售前承诺赠送物品在未提前与消费者沟通时，擅自更改赠品权益。

智界S7推荐度

净推荐值（NPS）64.00%，车主推荐意愿较高

- 智界S7的净推荐值（NPS）为64.00%，在20-30w新能源轿车的推荐度中处于中等偏上水平
- 中立者占比21.33%，厂家可重点关注中立原因，争取将中立用户转化为推荐用户，提高整体推荐度



注：净推荐值(NPS, Net Promoter Score) = 推荐者比例-贬损者比例 NPS代表用户对该品牌和产品在行为上的忠诚度，NPS越高，说明用户重复购买和推荐购买意愿越高。得分高于0被认为是“好”，50%+被认为是优秀，80%+被认为是“世界级” ②其他车型的净推荐值来源于《电动汽车用户联盟》的历史调研数据

●用户因智能化水平高、安全性好、信任华为品牌、空间大而推荐

用户推荐原因词云图



- 很好用，**华为赋能**，质量有保障，**续航足够用**
- 背靠华为鸿蒙智行，智驾领先
- 开起来很爽，**智驾好用**，泊车好用，**外观很帅**
- 各方面都很均衡，具有赛车的性质和商务车的**舒适度**，智能驾驶是最大的亮点
- 小众但又显眼，外观有个性
- 拥有最强的智驾和优秀的智能化体验，**车内较大空间**也能充分满足需要，是辆好车

●用户因价格偏贵、售后服务差、权益未兑现而中立/不推荐

用户中立/不推荐原因词云图



- 同等价位下纯电竞品车型较多，且价格相比要便宜2-3万，若不考虑华为ADA2.0以及纯电轿车，可考虑问界或者极氪
- 宣传跟实际有落差；销量低，万一砍了没保障；价格上去了服务没跟上，售后奇差无比，这个售后可以倒扣分
- 交付问题，装配工艺不太行，ETC收费贵，各种权益变动

目录

Part 1	调研目的、方法及样本情况	08
Part 2	是谁在买智界S7	11
	• 用户画像 • 比选车型 • 购车动机、用车场景 • 关注&选择原因 • 典型用户画像	
Part 3	14项用户满意度详解	23
Part 4	专题：	41
	• 触媒习惯 • 营销建议	
Part 5	给智界S7高层的意见&建议	49

- 欢迎加入“新能源产品经理联盟”
- 进群方式：扫码添加“车丽斯”微信（备注公司名+职位）



Part 1

调研目的、方法及 样本情况



福利！

· 关注《电动汽车用户联盟》公众号，后台回复以下任一车型名称，即可获取所有车型满意度报告。目前已发布车型部分报告如下：



调研目的：为智界S7潜在用户提供一份有价值的口碑报告

- 传达智界S7车主声音，同时为潜在用户提供有价值的购车参考
- 为智界改进产品和服务提供参考，同时便于同行深度了解智界S7

调研方法：定量研究和定性研究相结合

- 采用定量研究（问卷调研）和定性研究（一对一深访）相结合的调研方法

质量控制：根据车主身份验证与问卷作答情况

深访配额：性别、年龄、婚姻、对比车型、购车情况

- 质量控制：线上问卷调研共回收169份答卷，经过车主身份验证（需核验以下资料：APP用车信息截图）和问卷作答情况（内容逻辑、填答时间）审核去除19份无效问卷，以余下的150份有效答卷作为定量分析样本
- 深访配额：根据定量数据比例选取代表主流群体的车主进行邀约，兼顾性别、年龄、婚姻、购车情况、对比车型等

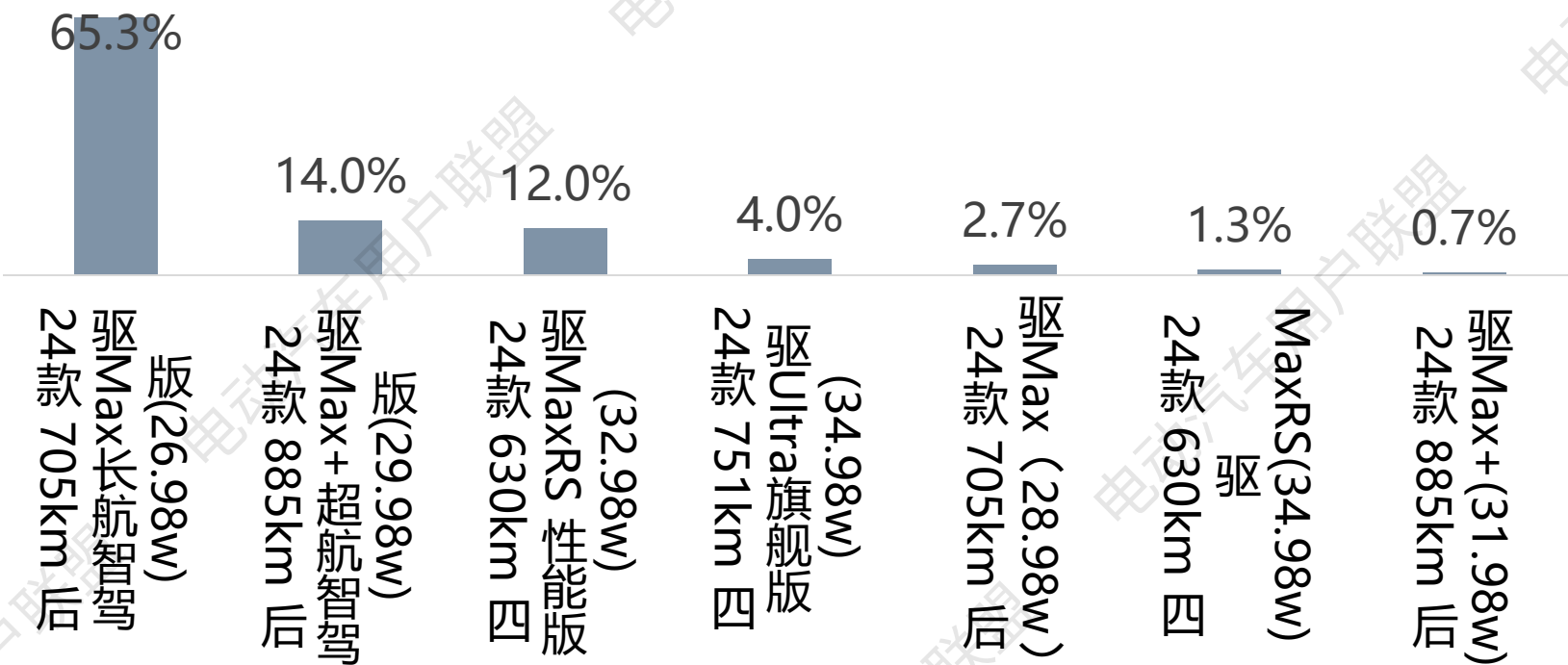
- 欢迎加入“新能源产品经理联盟”
- 进群方式：扫码添加“车丽斯”微信（备注公司名+职位）



样本情况

样本情况	定量样本	定性样本
样本来源	智界S7 认证车主社群	定量用户邀约
时间	2024年7月02日-05日	2024年8月7日
地区	全国21个省/自治区/直辖市 (Top5: 江苏、浙江、安徽、广东、四川)	江苏
样本条件	主要/唯一购买决策者和使用者	行驶里程超过1000km
样本量	调研车主 150人	深访、 短访若干人

款型分布



注：原声来自《电动汽车用户联盟》对用户的深访和短访，以及懂车帝

注：占比为0%的车型版本未呈现

- 欢迎加入“新能源产品经理联盟”
- 进群方式：扫码添加“车丽斯”微信（备注公司名+职位）



Part 2

是谁在买智界S7

- 用户画像
- 比选车型
- 购车动机、用车场景
- 关注&选择原因
- 典型用户画像

- 欢迎加入“智界S7车主联盟”
- 进群方式：扫码添加“车丽斯”微信（备注 智界S7）



智界S7车主是一群科技粉，他们信任华为、追求智驾的同时，又在意家人乘坐舒适性

基本属性

- 90后未婚/未育
- 家庭年收入约36.6万
- 本科及以上学历
- IT业
- 超一半是“花粉”，华为品牌对购车决策影响大



重要特征

- 个人层面，首购为主（69%），家庭层面，增换购为主（65%）
- 增换购用户多来自大众

购车动机及使用场景

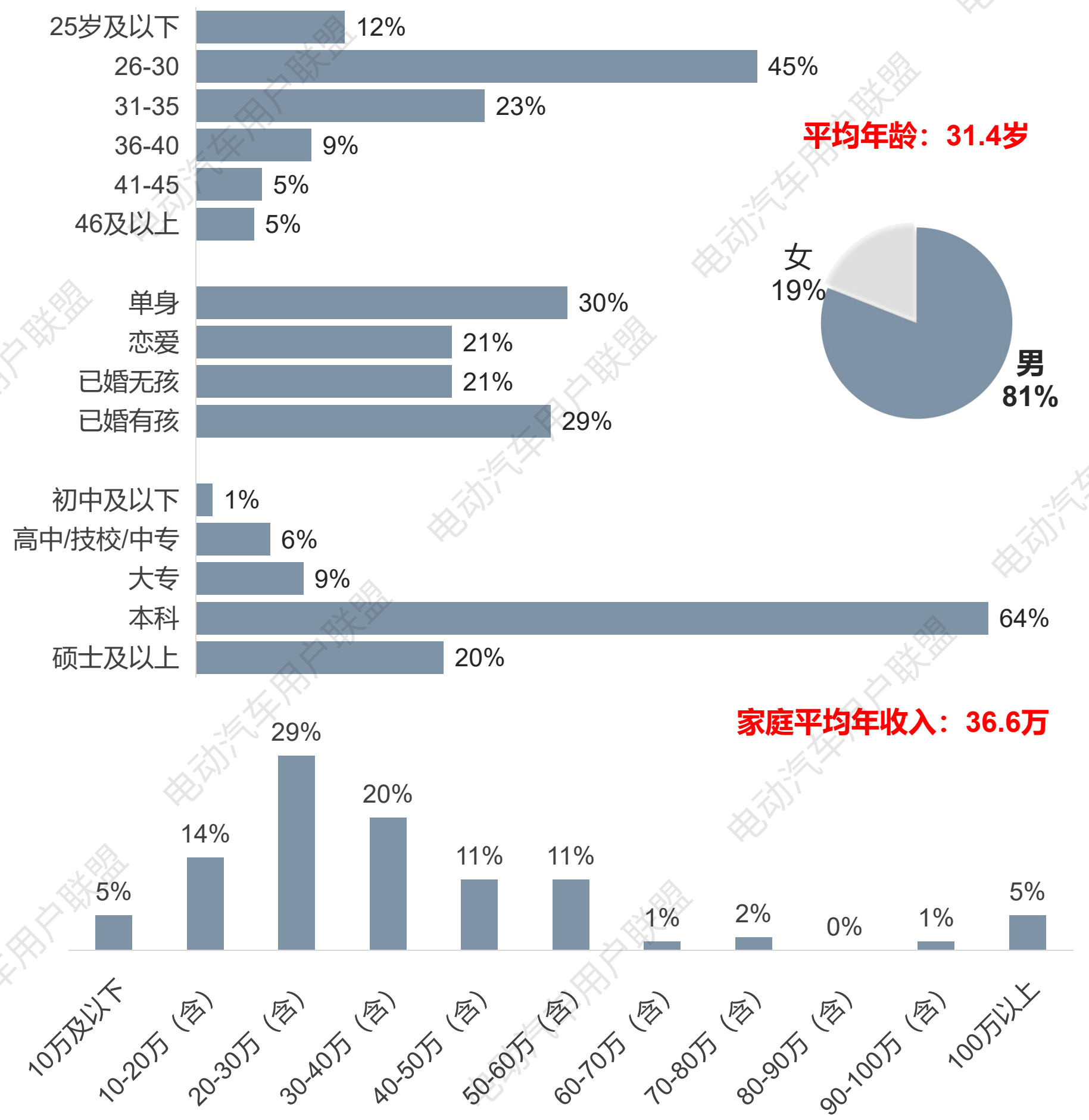
- 家用为主（87%），日常通勤（95%）和日常休闲娱乐（75%）是主要用车场景

购车偏好

- 智驾是刚需，期望智驾缓解驾驶疲劳
- 在意主被动安全，尤其是AEB
- 需要大空间，注重家人后排乘坐舒适性

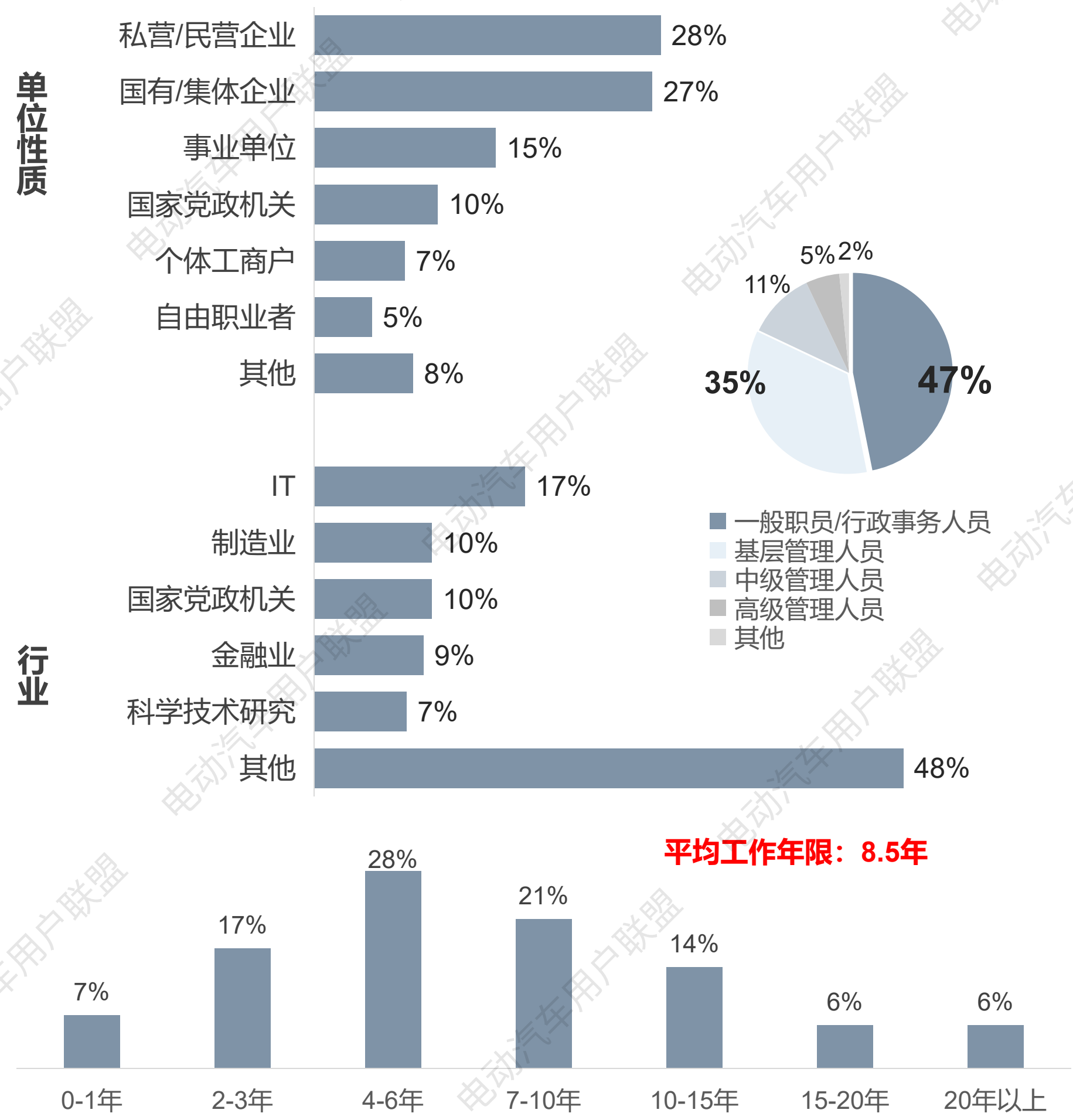
智界S7车主的人口学特征

● 90后男性为主，均龄31.4岁，35岁及以下占80%，已婚和未婚各占一半，84%为本科及以上学历



智界S7车主的人口学特征

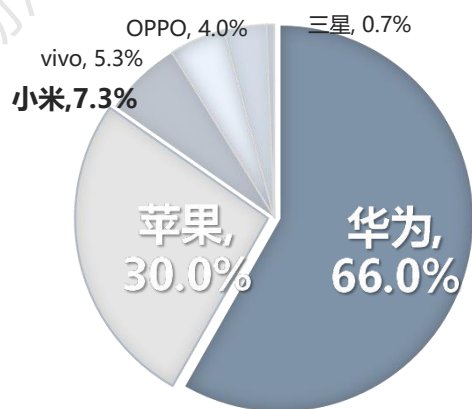
● 平均工作8.5年，主要从事IT业，多为一般职员或基层管理人员



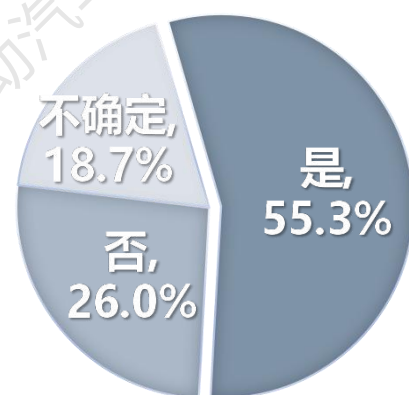
超一半的用户是“花粉”，华为品牌会影响购车决策

- 智界S7用户目前主要使用的手机品牌是华为（66%）和苹果（30%）
- 有55.3%的用户认为自己是“花粉”，家中有1-5个华为产品的占比为70.6%，89.3%的用户认为华为品牌对购车决策的影响大

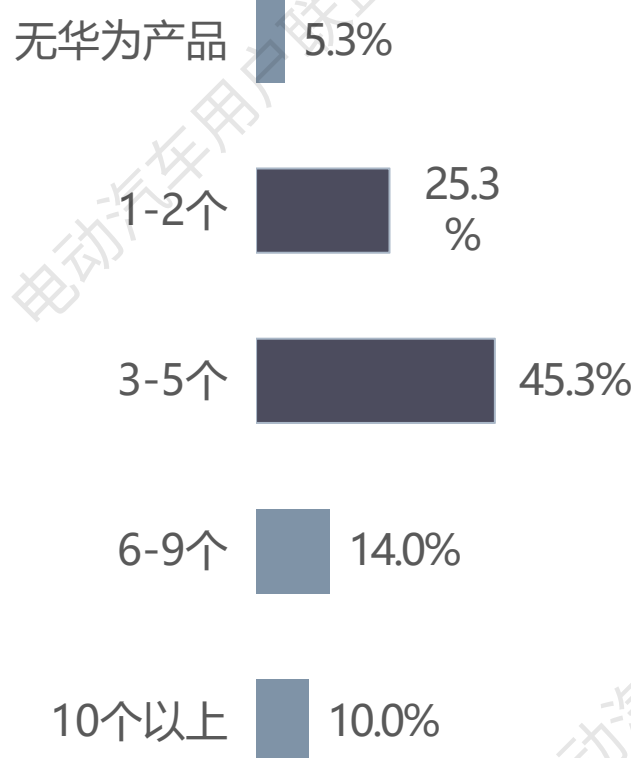
目前使用的手机品牌



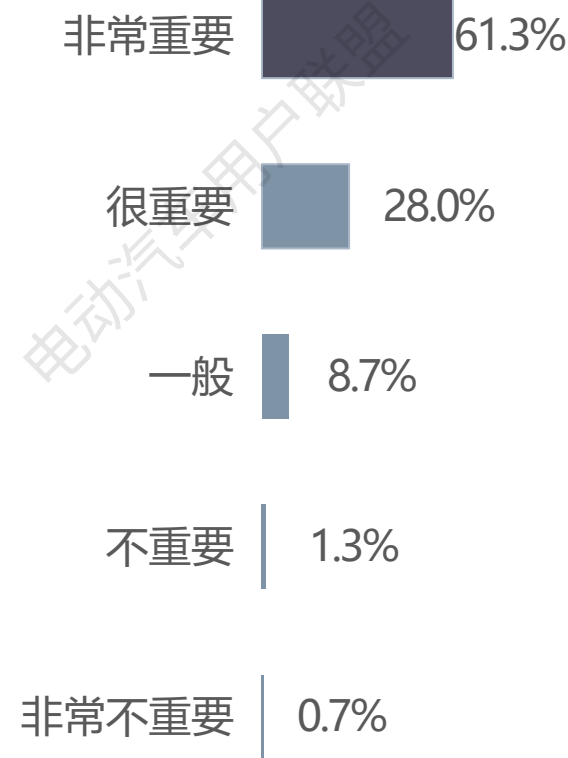
是否为“花粉”



家中华为产品个数



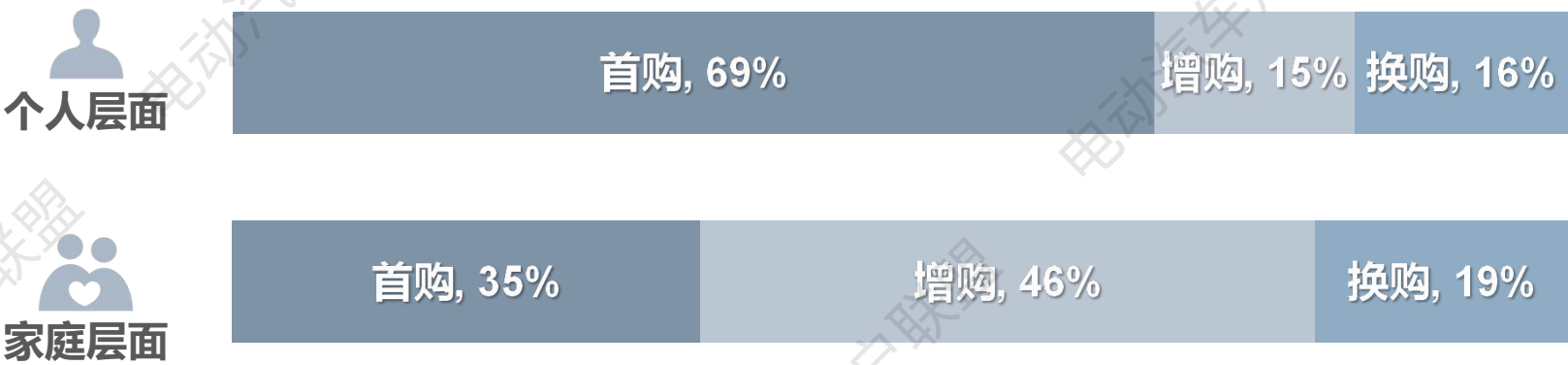
华为品牌对购车决策的影响程度



智界S7车主购置类型及拥车情况

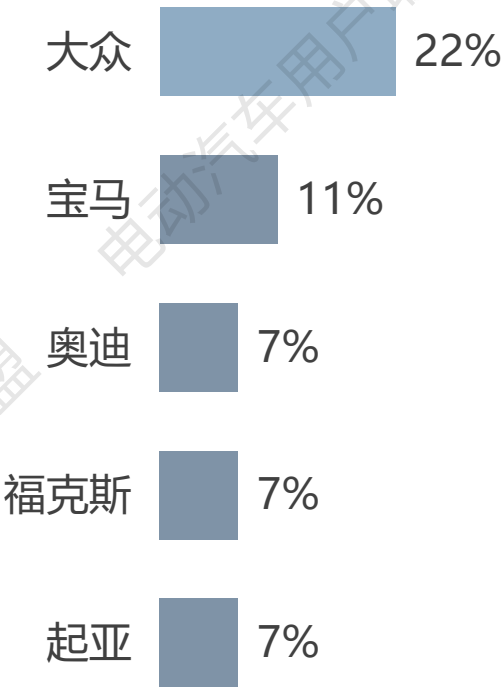
- 个人层面，69%车主为首购，15%增购，16%换购；家庭层面，35%是首购，46%增购，19%换购
- 增换购用户主要来自大众，家庭还主要保有比亚迪、丰田、奥迪、奔驰等品牌的车

购车类型

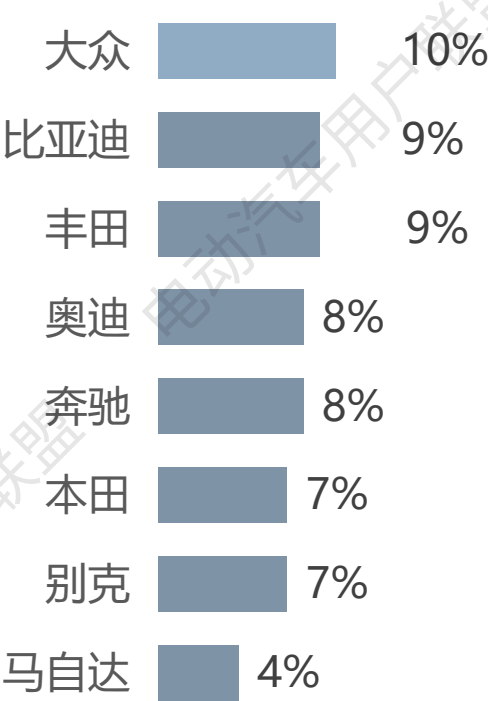


购车前拥车情况

替换掉的车型品牌
(N=27)



家庭目前保有其他车型品牌
TOP 5 (N=112)



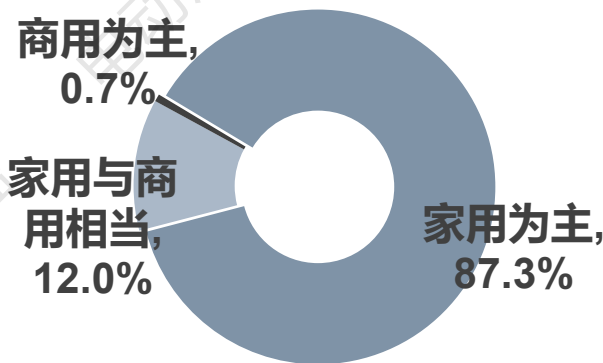
N=该题答题人数

N=该题回答的车型总量

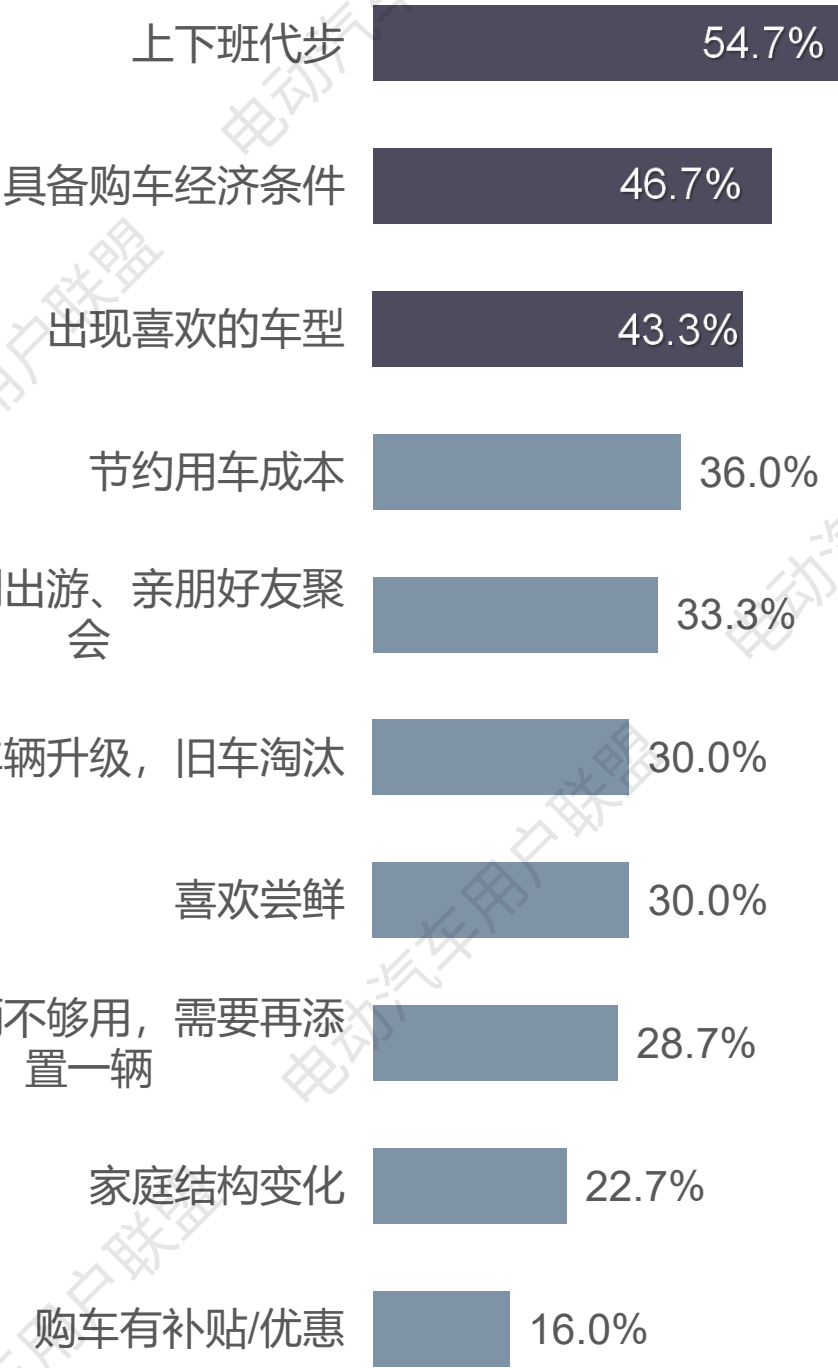
智界S7用户的用车场景&购车动机

- 家用（87.3%）为主，具体用车场景是日常通勤（95.3%）和日常休闲娱乐（74.7%）
- 主要购车动机为上下班代步（54.7%）和具备购车的经济条件（46.7%）

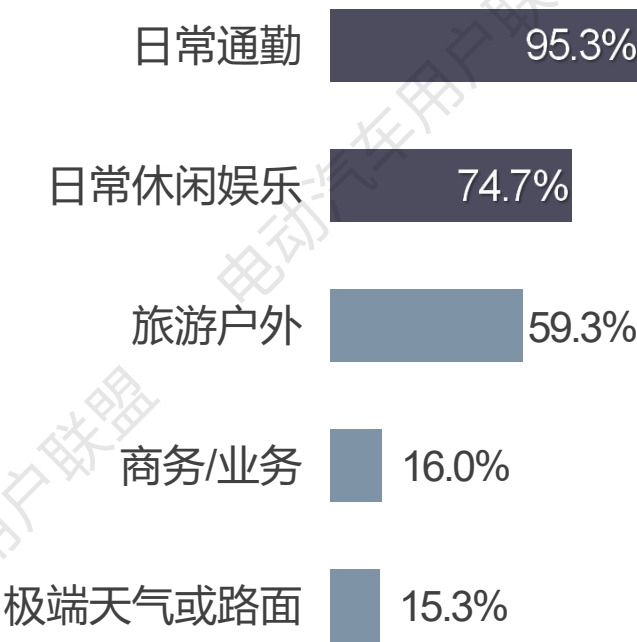
车辆用途



购车动机TOP10

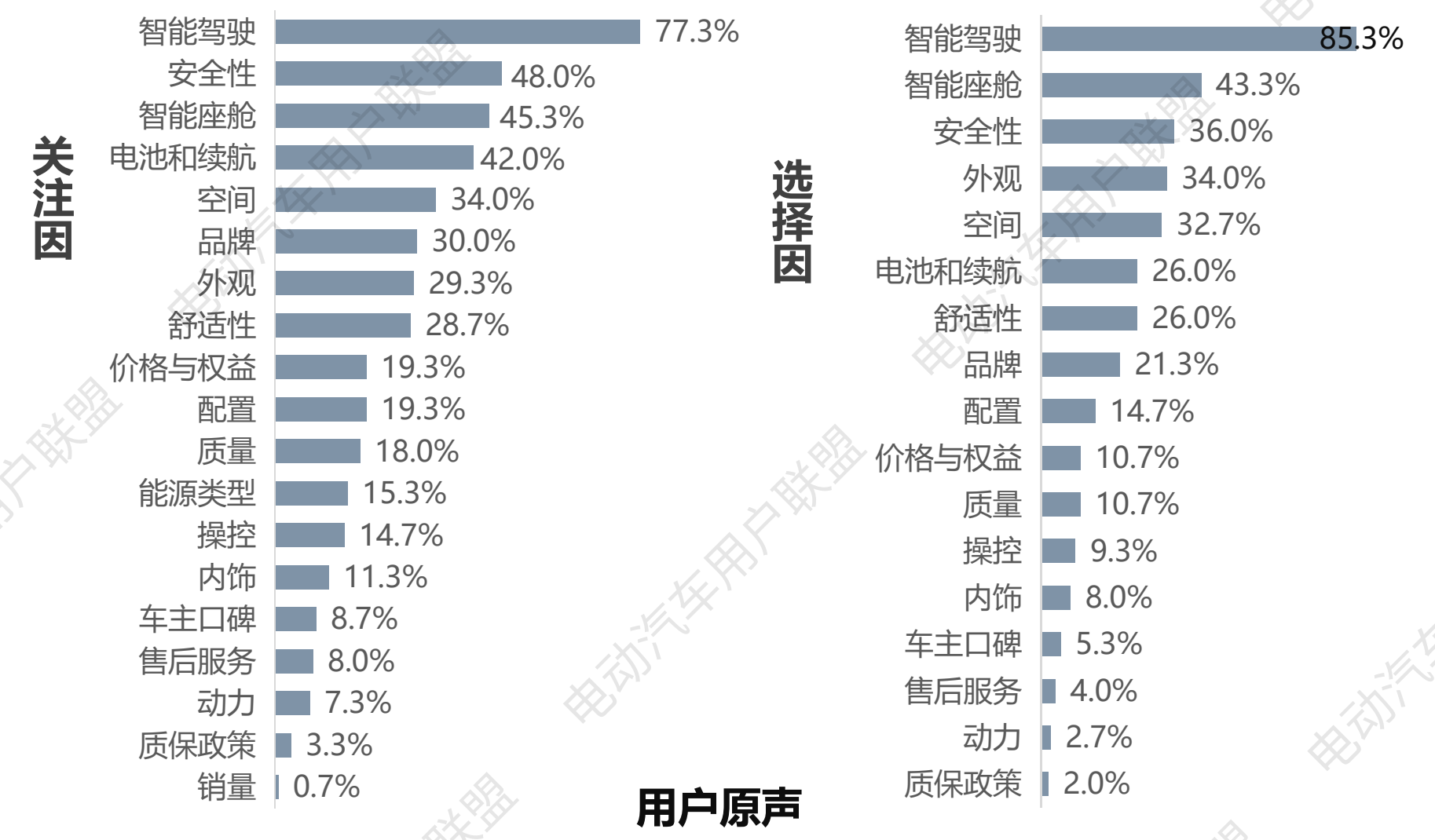


用车场景



智界S7用户的关注因素&选择因素

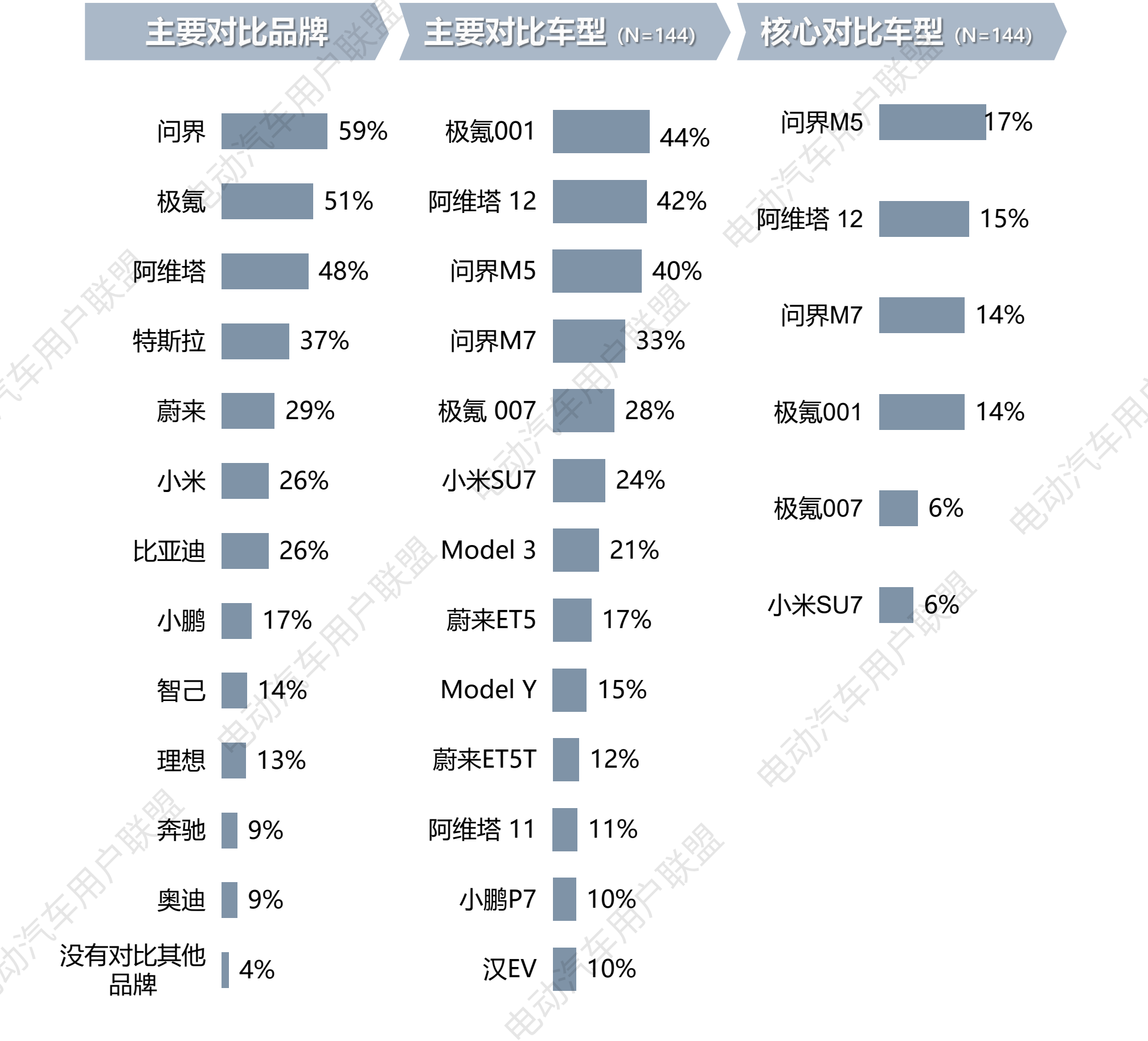
- 智能驾驶是智界S7用户最核心的选择因和关注因，智能座舱、安全性、空间既是选择因也是关注因
- 用户在购车前比较关注电池和续航，但却在选车时更在意外观



- 要有智驾缓解驾驶疲劳，如LCC，同时也要具备泊车功能，方便停车。&智界S7采用华为智驾，智驾水平高：高速起码能自己开，LCC能巡航，基本上就差不多了。像我开没有智驾的车上高速，跑300公里我就必须要歇一下，要是有了智驾，我觉得一天跑个1000公里没啥问题，就很轻松。自动泊车也要有，因为如果是新手，有这个功能方便停车。
- 车机操作要丝滑、不卡顿。&智界S7采用鸿蒙座舱，车机功能好：车机操作要比较丝滑，不能卡机、延迟。
- 在意主被动安全，要有主动刹车功能，防撞梁要结实。&智界S7能满足车主安全方面的需求：我比较关注主动安全跟被动安全，操作失误或者遇到突发情况时AEB能触发帮我刹住。被动安全就是被别人撞了，防撞梁这些承重结构要安全。我看过智界S7被撞的视频，前后基本没啥事。AEB就更不用说了，网上有很多这种视频，所以我还是比较信任它的。
- 需要大空间，长途出行时前后排乘坐要舒适。&智界S7内部空间宽裕，乘坐体验感好：出行肯定是一家人，最少要保证三口之家或四口之家坐进去不难受。长途出行时乘坐要比较舒服，腿能伸直。我身高一米九，坐智界S7前排就比较宽松，能调到最舒适的位置。
- 关注三电平台，质量要有保证，实际续航里程至少四五百公里。&智界S7 CLTC最高能达751km：我主要看三电，起码能保证我开5-8年没啥大问题，不会坏，不用经常去修。我有高速需求，逢年过节需要回老家，跑长途，最起码实际能开四五百公里。智界S7的三电都是最新平台，充电是800v，续航也比较长。

智界S7的对比车型

- 核心竞品是问界M5、阿维塔12、问界M7、极氪001
- 如果不买智界S7，17%的车主会买问界M5，15%的车主会买阿维塔12，14%的车主会买问界M7、极氪001



核心竞品战败给智界S7的原因

车型	竞品战败因	车主原声
问界M5 	■配置落后 ■后排空间小 ■400v充电平台，充电慢， ■能耗高	•M5主要是配置太低，太落后，以后二手不好出，然后使用体验感也不好。雷达也是旧的，没有更新，所以就不考虑了。 •后排空间有点小，不太适合我们个子高一点的，腿伸不直。 •我只考虑纯电，它还是400伏，充电慢，能耗高。
阿维塔12 	■新款智驾优惠少 ■三电版本落后 ■操控感差，有开船的感觉，滤震效果也比较差 ■城区能耗较高	•新款还需要花钱买智驾包，老车主他们都是送的，我觉得有点贵。 •三电不太行，它的版本太落后了，没有更新。 •它开起来有点像开船一样，有点颠簸，会屁股疼。 •买车基本上都是城里开，有车主说百公里电耗在15-20，我感觉城区能耗比较高。
问界M7 	■车身尺寸大，不方便停车 ■没有纯电平台，技术落后 ■外观丑 ■底盘滤震效果差	•M7是SUV，太大了，媳妇儿不喜欢，觉得不好停车。 •没有纯电平台，我也不太信任增程技术。 •外观更丑，我觉得除了空间，没有什么值得买的。 •底盘不行，试驾时过那种减速带、滤震的路，就很难受，城里开没问题。
极氪001 	■四驱版动力过剩 ■智驾水平低 ■外观不符合审美	•试驾四驱的时候，感觉它的动力过猛了，不太舒适。 •001的智驾不太行，我去试驾的时候，用它那个自动泊车的功能，我随便找了个地方，它临时泊不了，只能去销售指定的路线才可以泊车。 •它长得不太好看，有的人喜欢，有的人不喜欢，它就不太符合我的审美。

科技粉，买车必须要有智驾，买了智界S7却给朋友推荐小米SU7



基本信息：肖先生，25岁，未婚

工作情况：水利研究院研究员

兴趣爱好：旅游、摄影、书法

性格特征：内敛、安逸、进取



用车场景

- 上下班通勤：单程8-10公里
- 近郊游：周边旅游，范围在80-300公里

购车关注

购车：增购，家有奥迪A4，预算20-30w

动机：需要新车上下班代步、出去玩

关注：

- 三电：要有800v充电平台、电耗要低（希望城区不超过15kWh/百公里，高速不超过18kWh/百公里）
- 智能驾驶：要有高速辅助驾驶、泊车等功能
- 空间：身高一米八，需要大空间（在意前后排纵向空间、后备箱深度）

对比车型

极氪001



- 动力强劲

操控性好

猎装车，乘坐空间、储物空间大

新款价格便宜
- 智驾薄弱

动力过剩

外观不符合审美

极氪007



- 纯电轿车

价格相对便宜
- 智驾太差

空间太小

阿维塔12



- 内外饰颜色丰富

电池度数大

外观好看
- 电耗较高

城区智驾包贵

问界M7



- 空间大
- 外观太老气

维修保养价格较高

机械素质较差

科技粉，买车必须要有智驾，买了智界S7却给朋友推荐小米SU7



基本信息：肖先生，25岁，未婚

工作情况：水利研究院研究员

兴趣爱好：旅游、摄影、书法

性格特征：内敛、安逸、进取

选择智界S7的原因

- 纯电轿车，造型精致小巧：它是纯电轿车，外观看着比较小巧。
- 纯电续航能满足需求：我跑高速的话，大概要在400公里左右，跑城区需要续航可能要长一点，这样可以减少充电频率，一周大概最多充一次左右。智界S7标定续航705km，我觉得可以满足需求。
- 华为智驾，智驾能缓解驾驶疲劳：我是科技粉，比较信赖华为的科技实力。试驾回来的时候是智驾自己开回来的，效果还不错，挺节省精力的。
- 前后排空间宽裕：相对来说前排和后排的空间大一点，前排头顶的距离，后排横向宽度，包括前后纵向空间，膝盖活动空间，我觉得都很宽裕，很舒服。
- 车机操作流畅，语音交互灵敏：试驾时车机操作页面流畅度还不错，比以前那些传统油车什么的做得非常好。语音也还不错，响应挺快的。

推荐意愿：不推荐，会推荐小米SU7

- 购车历程：一开始想要买个新能源车，增程、混动、纯电都有考虑。看过理想L7/L8、问界M5/M7、极氪001/007、阿维塔12。最终在阿维塔12和智界S7之间做选择，因为阿维塔12有一些遗憾，城区智驾包需要花钱选装，还比较贵，就最终选择了智界S7。
- 惊喜时刻：我母亲坐在主驾，我在副驾。当时她正常在开车，也没有开启智驾。前方有一条人行道，一个父亲骑车带着他的孩子，他们也是正常过马路，然后我母亲错把电门当刹车，没有刹住，反而给了我一个明显的推背感，加速往前冲，最后大概还有三米左右的距离，AEB帮我们强行拉住了。
- 推荐理由：不推荐，会给朋友推荐小米SU7，认为SU7是更大众化的选择。目前大部分用户还是偏年轻的，我认为可能汽车的造型和硬件素质对用户来说感知更明显，或者说他们更愿意为这个买单。相比之下，可能对于成员仓的后排空间，或者智能驾驶辅助，就不会把它摆在优先级那么高的位置，所以我认为SU7可能会是一个更大众的选择。

Part 3

14项用户满意度详解

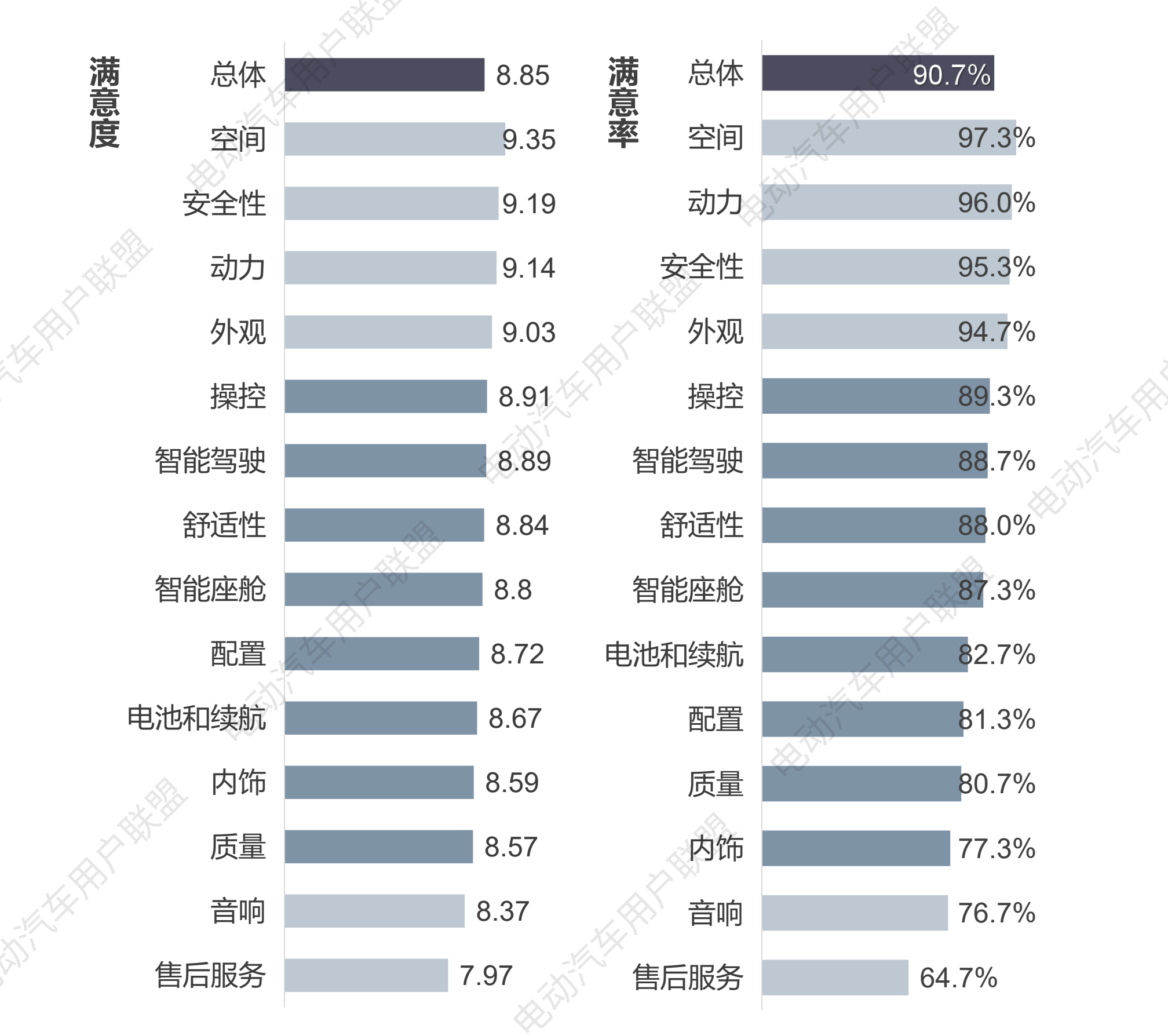
- 包含空间、安全性、动力、外观、操控、智能化、舒适性、配置等维度的用户真实体验评价
- 满意度排名靠后的是售后服务、音响、质量、内饰

- 《电动汽车用户联盟》，专注于讲述真实用户买车用车故事
- 公司媒体矩阵全网粉丝150万+，并拥有120+新能源汽车用户社群



智界S7总体满意度8.85分，满意率90.7%

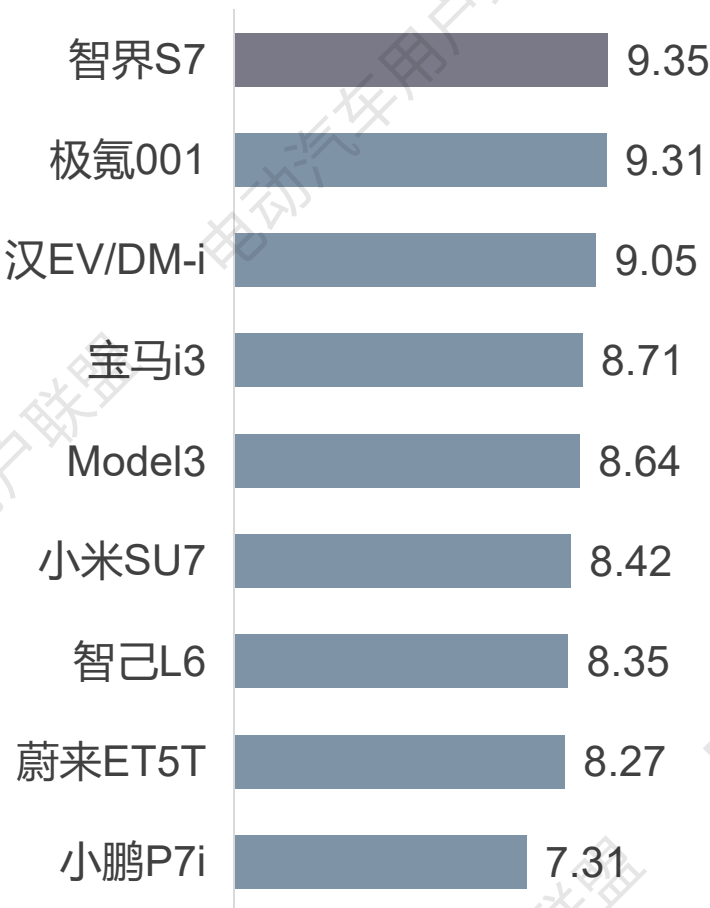
- 空间、安全性、动力、外观满意度得分均超过9分，空间满意率高达97.3%。空间优势明显
- 智界S7产品整体表现较好，只有售后服务满意度低于8分，满意率低于70%，有较大提升空间



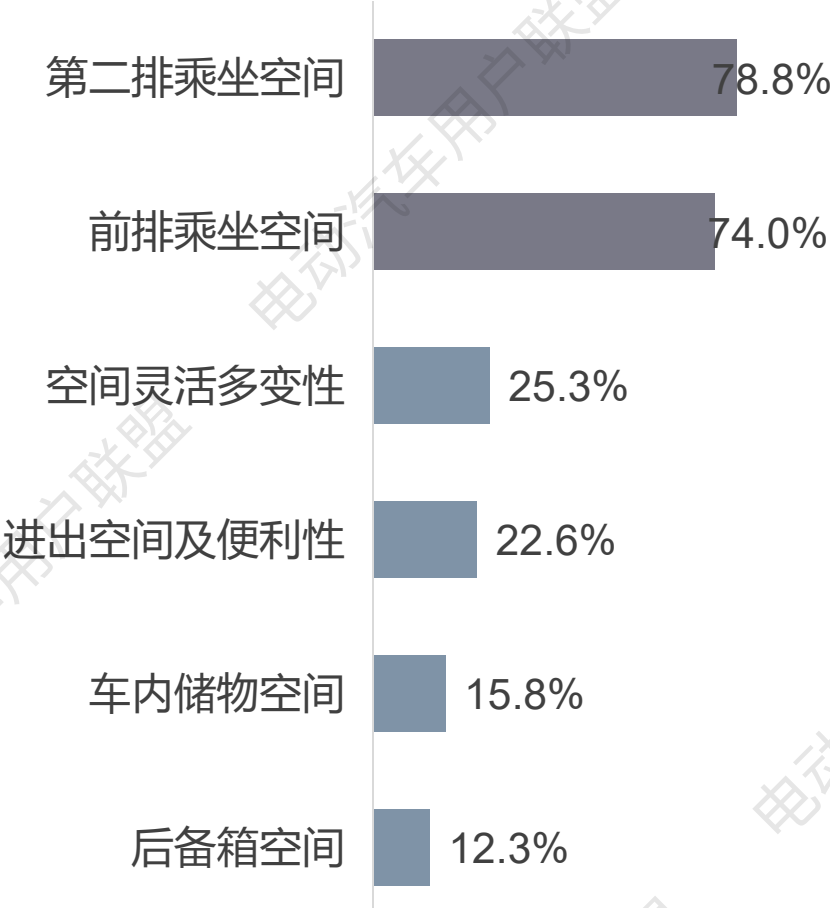
TOP1满意项：空间满意度9.35分，满意率97.3%

- 智界S7内部空间达到C+级，在同级车型中属于一流水平
- 前后排头部、腿部空间宽裕，尤其后排相当宽敞，可以翘二郎腿

竞品车型空间满意度排序



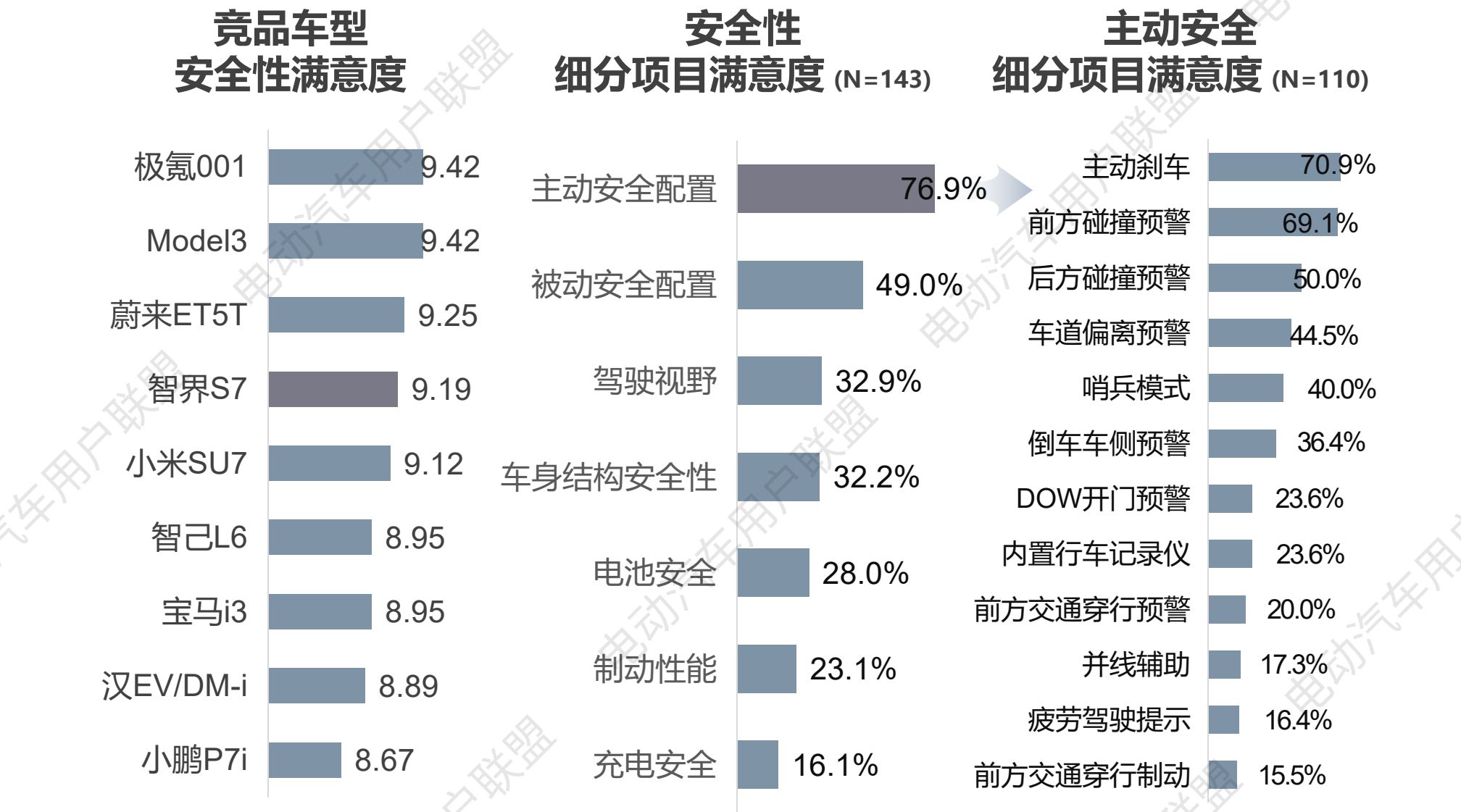
空间细分项目满意度(N=146)



- 整体乘坐空间大，属于C+级水平：因为one box设计理念加持，加上没有跟风去做前备箱，车内乘坐空间相当夸张，空间属于C+级的。&很多亲戚朋友坐进来的第一句话都是“这车空间这么大啊，车还是亲自试乘试驾，光看图看视频，还真不行”。
- 后排腿部空间充足，可以翘二郎腿：空间没得说，正常驾驶位后排可以翘二郎腿。许多做过后排的亲戚都感叹后排空间很足。只要不是太胖，后面三个人也不会感觉很局促。
- 前排头部、腿部空间宽裕：进入座舱那一刻，空间、视野都非常宽阔，坐在前排有一种豁然开朗的感觉。开的时候，前排那块儿头脚空间足够，方向盘怎么调都能找到最舒服的驾驶姿势。

TOP2满意项：安全性满意度9.19分，满意率95.3%

- 车主对主动安全配置最满意，尤其是主动刹车、碰撞预警类功能
- 小艺对方向盘的介入比较灵活，能够让车安心，提升了驾驶安全性

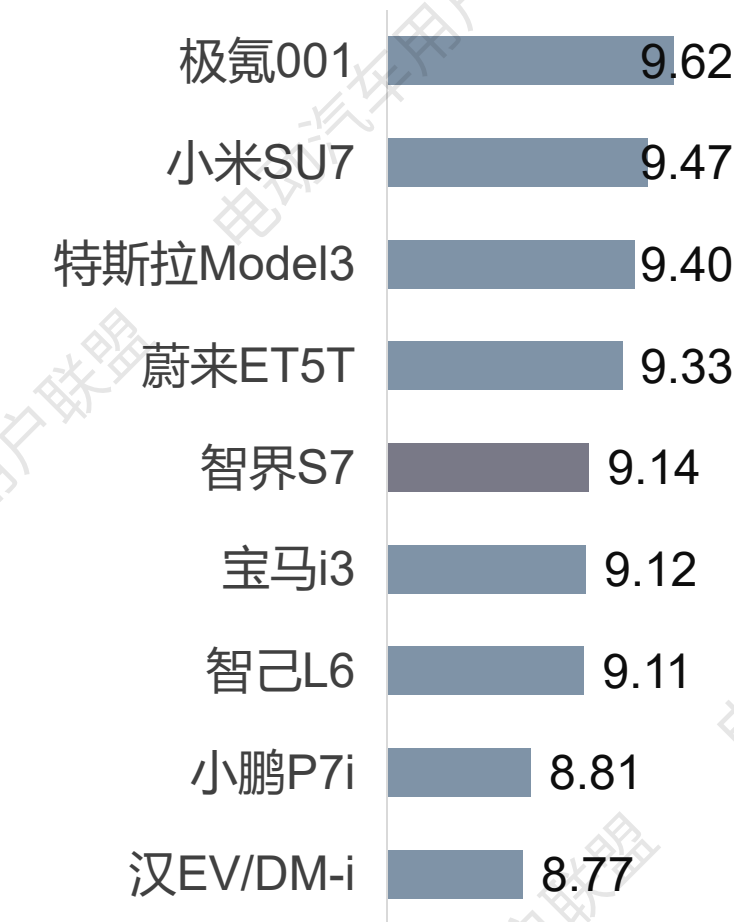


- 主动刹车及时且灵敏
- AEB帮了不少忙，有两三回就是我倒车的时候观察不仔细，后面突然窜出来一个人，车子就主动刹车了。然后还有一次我等红绿灯，我绿灯起步了，旁变突然窜出来一个外卖小哥，当时给我吓死了，车自己就急刹了。
- 小艺对方向盘的介入灵活，预警类功能提升驾驶安全性
- 小艺对于方向盘的介入是比较灵活的，哪怕关闭了车道纠偏，车辆对于自己开太偏，或者后方有车辆接近，防碰撞的方向盘纠偏介入还是很好的，救我几次先不说，每次介入确实也是比较惊险的时候。

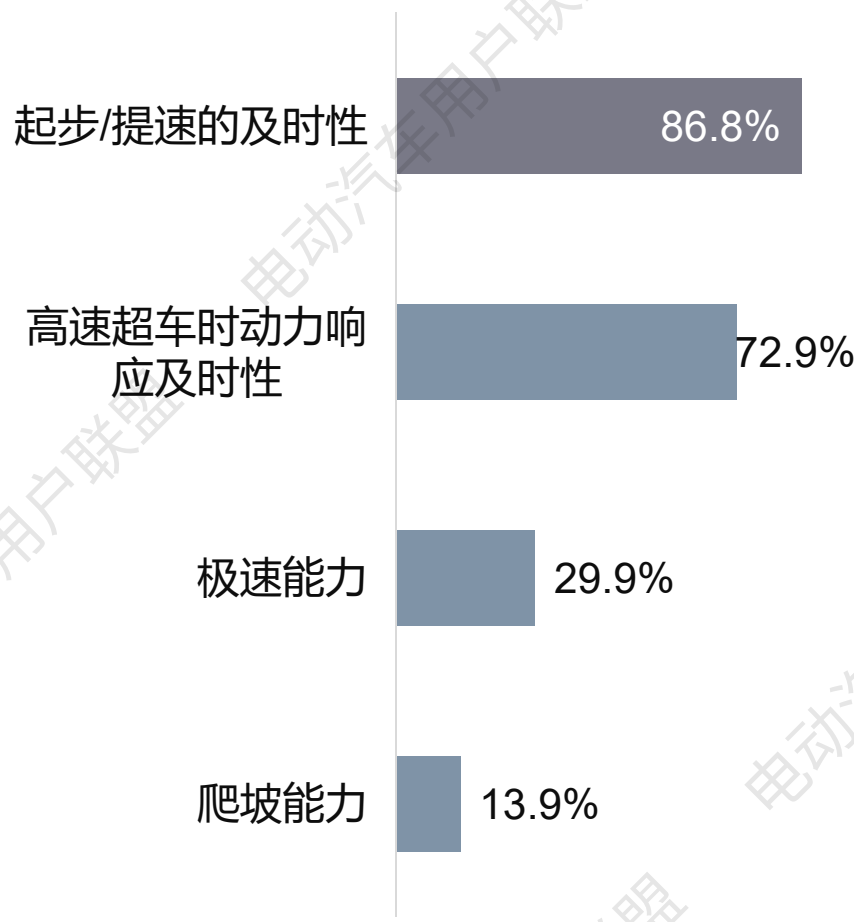
TOP3满意项：动力满意度9.14分，满意率96.0%

- 对后驱版车型而言，提速够用，家用比较舒适
- 对四驱版车型而言，双电机动力储备充足，超车丝滑
- 但部分车主表示四驱动力过剩，运动模式下会有灵魂出窍的感觉

竞品车型动力满意度



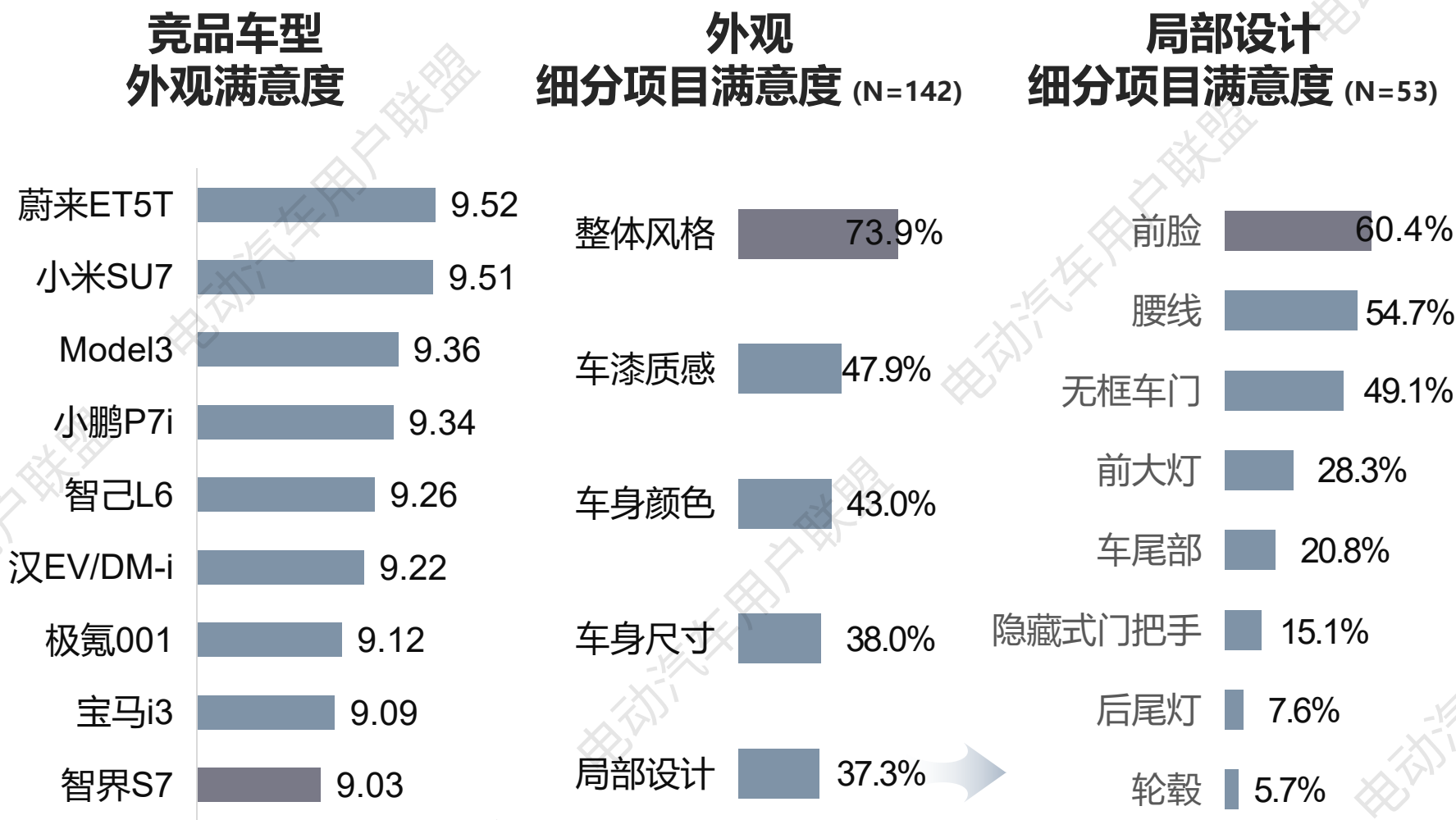
动力细分项目满意度 (N=144)



- 后驱版提速动力够用：动力还不错，**提速家用足够**。百公里5秒完全够用。
- 四驱版高速上动力强劲，响应及时，超车相当丝滑
 - 电动机**响应速度很快**，加速顺畅，就算在**高速上超个车**，那也是**轻轻松松**的。双电机的动力输出更加直接，无论在任何速度下想要加速都能做到**直接响应**，没有任何迟滞。
- 四驱版动力过剩
 - 即便是舒适模式，**半脚电**已经能突破大多性能油车的弹射模式。这车动力**明显过剩**，运动模式开过一次，有**灵魂出窍**的感觉。**运动+**我觉得几乎不太可能有使用场景，除非下**赛道**。

TOP4满意项：外观满意度9.03分，满意率高94.7%

- 智界S7造型低趴，整体车身流线、运动，气场不输BBA轿跑
- 车主对智界S7车漆质感较满意看着高级，有质感



- 外观运动，有科技感；车身流线
- 作为一款**运动感很强**的车型，智界S7从前轮向后延伸的腰线，加上外扩的后轮，**很像是一名运动员在蓄势起跑**，动感十足。再加上无边框车门，气场一点不输BBA的大型4门轿跑，深得我心。
 - 整车第一眼看过去真的**很有科技感**。俯冲的造型运动感中又带点稳重大气，侧面简洁大气的流线加隐藏式门把手，无边框车门，大溜背的造型，从侧后方那个角度看**跑车味道拉满**。
- 车漆质感好，看着高级
- 智界S7实车外观看着比图片更要惊艳，类似于**磨砂灰的车漆**，看上去非常帅，**很有质感**。

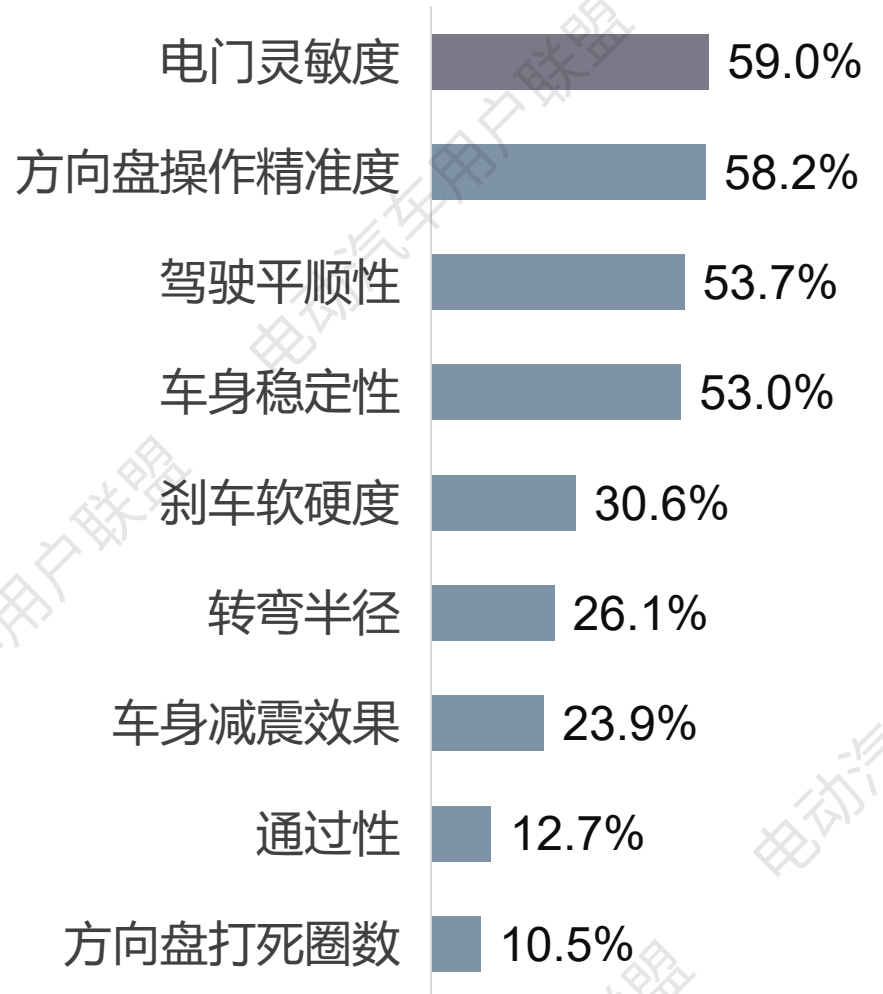
操控满意度8.91分，满意率89.3%

- 车主对电门灵敏度、方向盘操作精准度、驾驶平顺性、车身稳定性都比较满意
- 电门灵敏度高、方向盘指哪打哪儿，车身不飘

竞品车型操控满意度



操控细分项目满意度 (N=134)



➤ 电门灵敏

- 电驱动力响应都是**即时**的，一脚下去，车走了，魂没跟上，动力相当给力。

➤ 方向盘操作精准，指哪儿打哪儿

- 转弯的时候，正常情况下方向盘要拉一圈车头才有反应，它这个转一下方向盘车头就有反应，**指哪儿打哪儿**。

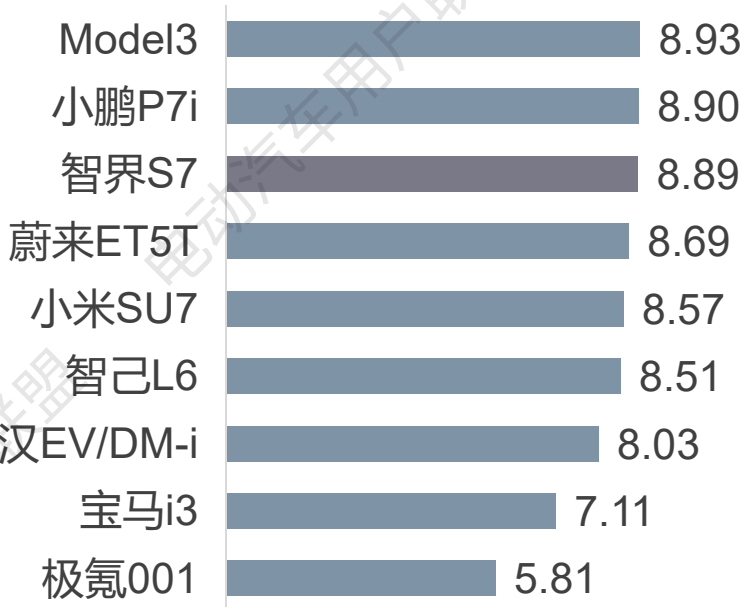
➤ 车身稳定性较好，路上不飘、平顺

- 车身**稳性**也不错，急刹，急转弯什么的都能控制得很好，车也**不会很飘**，开着很**平顺**，车内人的**乘坐体验很好**。

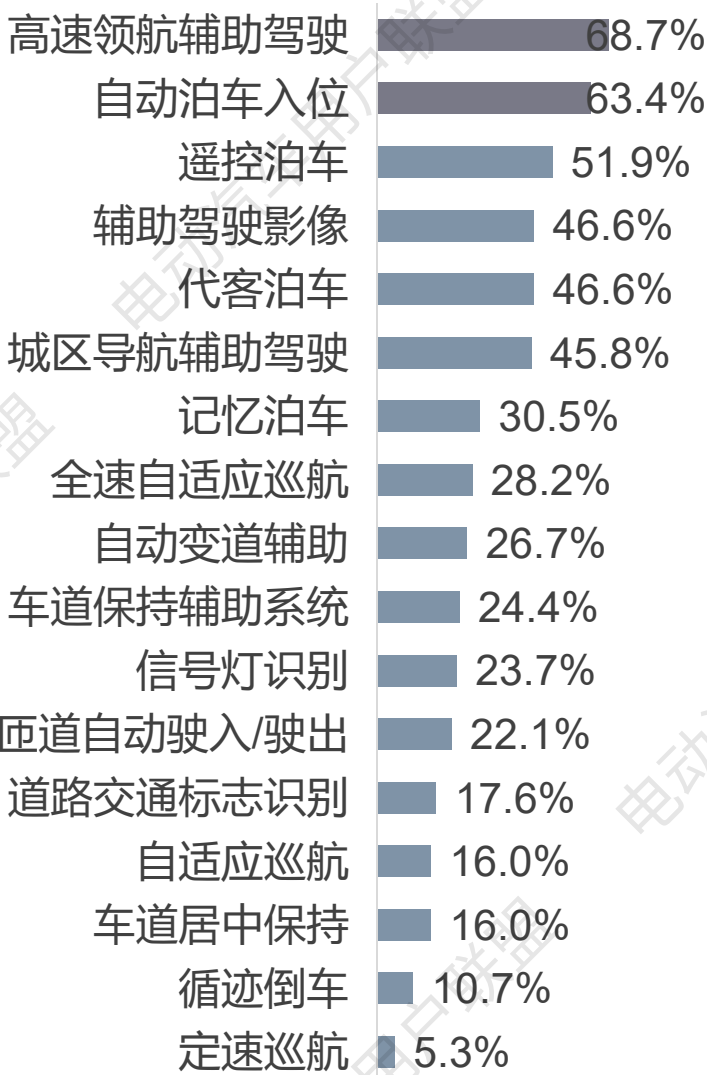
智能驾驶满意度8.89分，满意率88.7%

- 95.3%的用户认为华为智驾对自己的购车决策影响很大
- 用户对高速领航辅助、自动泊车入位最满意、认为高速领航像“老司机，自动泊车S级

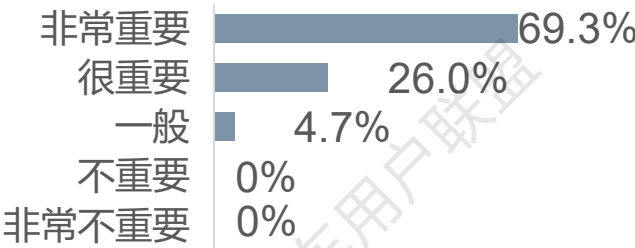
竞品车型
智能驾驶满意度



智能驾驶
细分项目满意度 (N=131)



华为ADS 2.0高阶智驾
占决策的重要程度

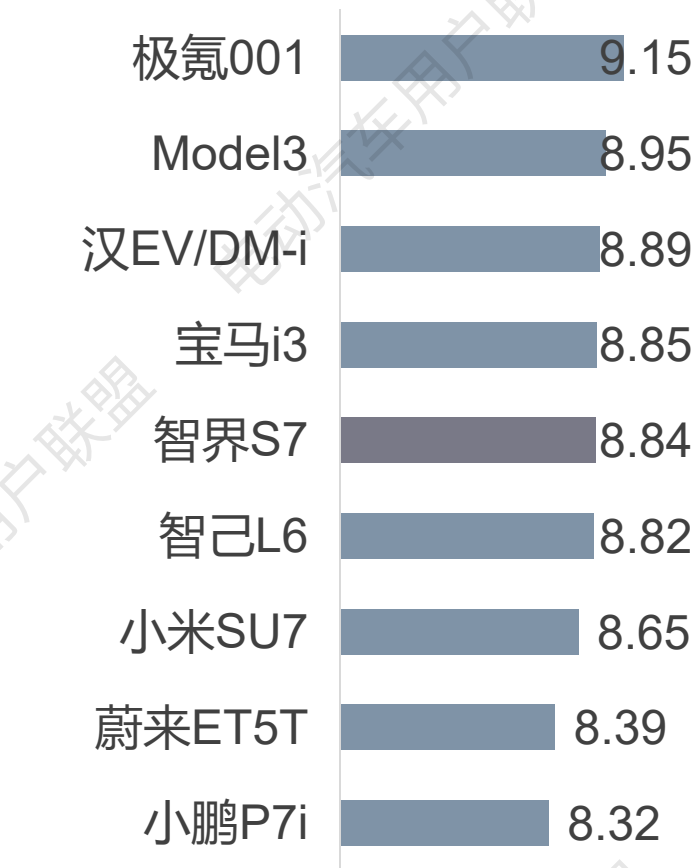


- 高速领航像 “老司机”
- 智驾这方面我只能说：遥遥领先！提车当天我直接开车回湖南老家。全程300多公里高速，小艺开了将近200公里。因为没接触过智能驾驶，一开始我还心惊胆颤，小艺跑了一段以后，我发现小艺就是个老司机，**超车变道果断敏捷，减速刹车平稳**不突兀。我老婆都夸小艺比我开得好。
- 泊车功能丝滑且精准
- **自动泊车S级**，我买的车位是一个靠近柱子，同时不是很宽的车位，老司机停车都很头疼，但现在车辆每次稳稳停入。第一次提车回来，它停的压了右边的线，我手动调整以后，它现在每次都**不压线**了。说实话，我**现在不会自己停车了**.....

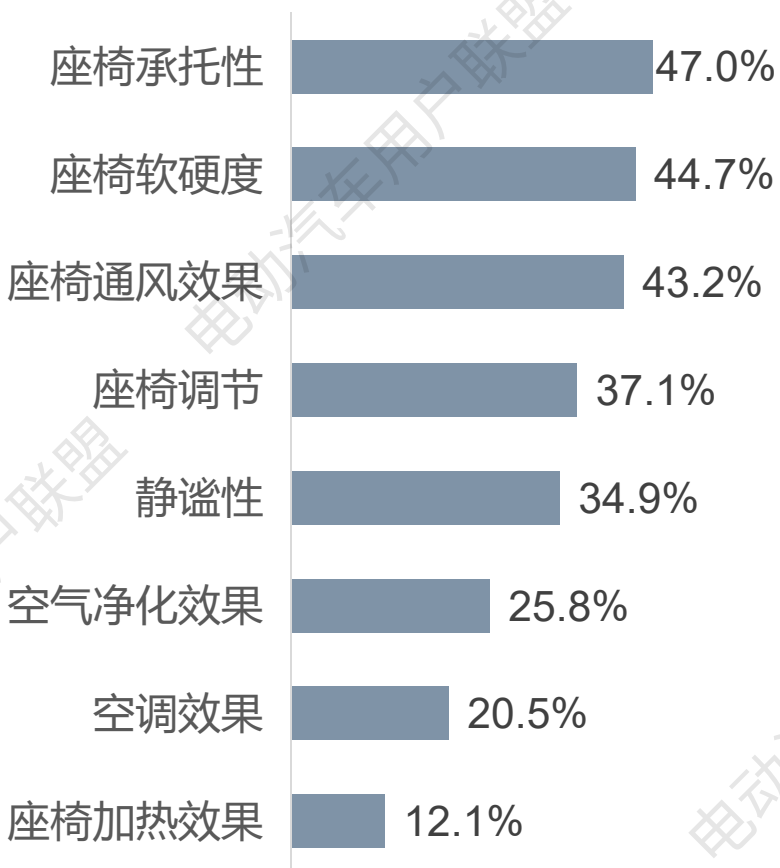
舒适性满意度8.84分，满意率88.0%

- 车主认为智界S7的座椅承托性较好，长途轻松。座椅软硬度合适
- 在空调效果方面，部分车主抱怨冷风效果较差，不能局部控温

竞品车型舒适性满意度



舒适性细分项目满意度 (N=132)



用户原声-满意

- 座椅承托较好：座椅的承托性挺好的，像我一般都是开车的时间比较长，感觉还挺轻松的，没有任何的不适感。
- 座椅软硬适中：我家里人坐包括我自己坐上去，软硬度是挺合适的，挺舒服的，没什么特别的感觉。

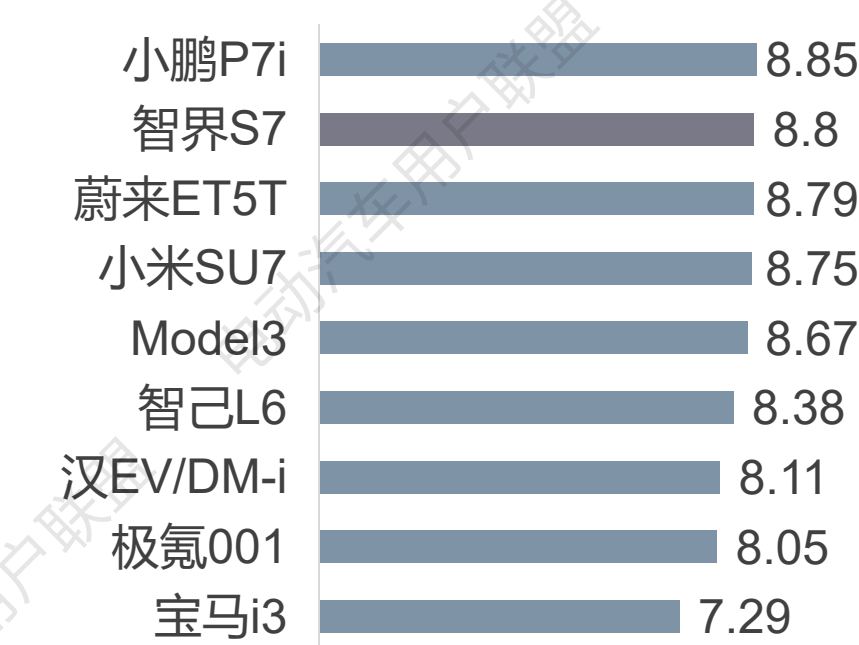
用户原声-抱怨

- 座椅通风是热风：后排的座椅通风，有时候是热风，后面我去交付中心查了一下，售后说是可能是因为是在太阳底下暴晒导致的。
- 空调效果较差：空调在室外34℃左右，需要调到21℃才凉快点，体感舒适后，主驾前挡还是很热，也不能单独设置温度。

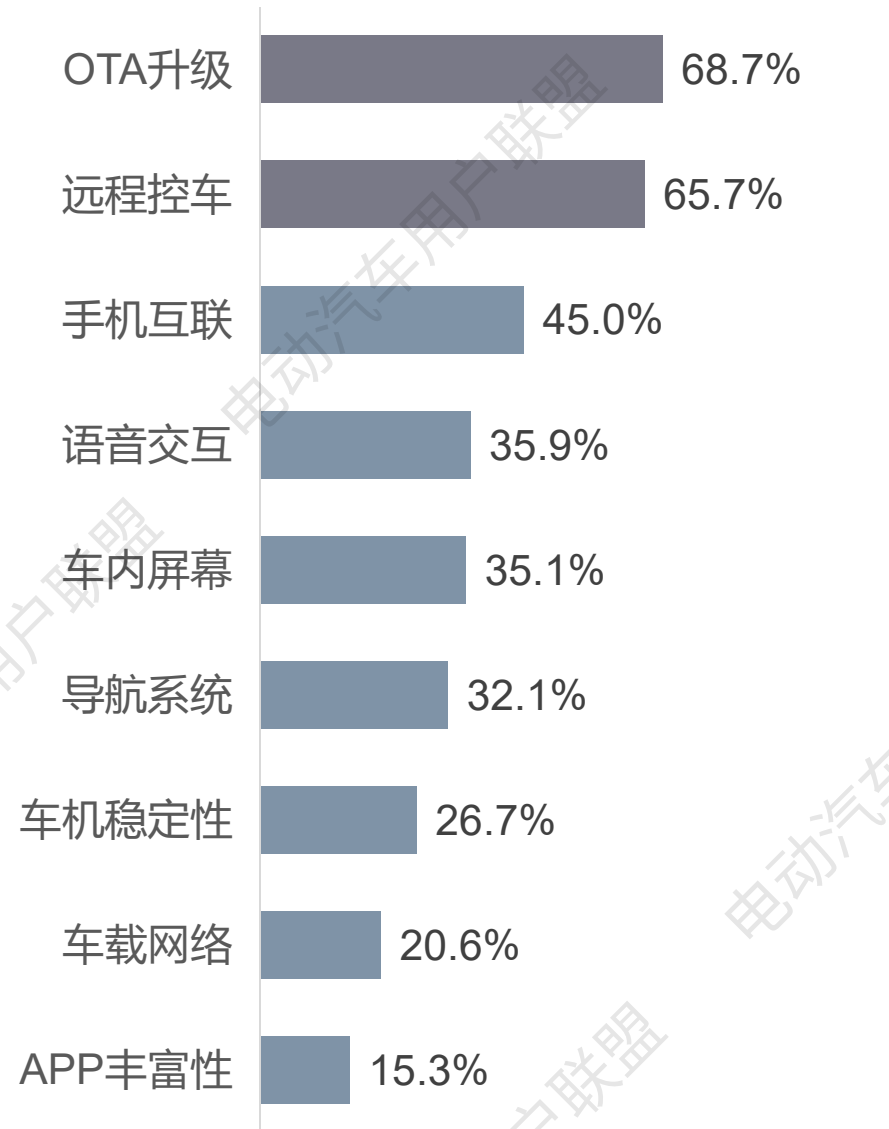
智能座舱满意度8.8分，满意率87.3%

- 80%的用户认为华为鸿蒙座舱占购车决策的影响程度很大
- 车主对OTA升级、远程控车比较满意，OTA升级优化了智驾功能，远程控车方便

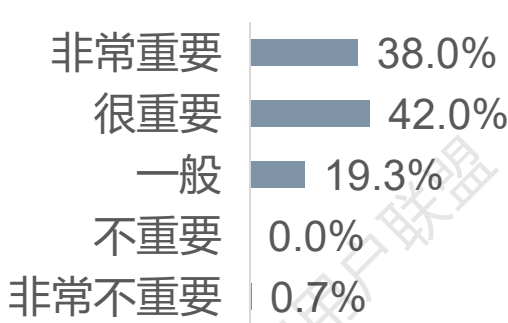
竞品车型智能座舱满意度



智能座舱细分项目满意度 (N=131)



华为鸿蒙座舱占决策的重要程度

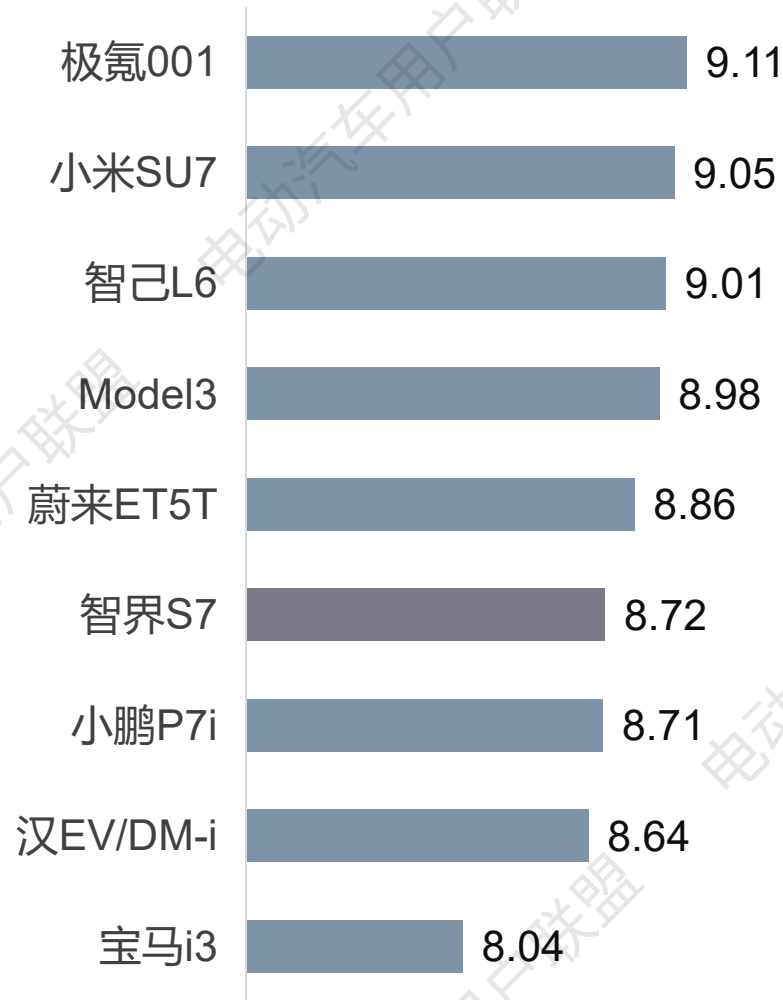


- OTA升级迭代优化潜力大
- 智驾还能通过OTA升级，能够不停地更新和优化，每隔一段时间就会感觉自己像开了一辆全新的车。
 - OTA升级这方面挺好，要有新功能或者需要优化的地方，直接在车上升级，不用专门跑去店里。
- 远程控车方便
- 手机 APP 远程操控，可以远程锁车、解锁，有时候快递在楼下，自己不想下楼，也能直接打开车门让快递小哥把快递放车里，挺方便的。

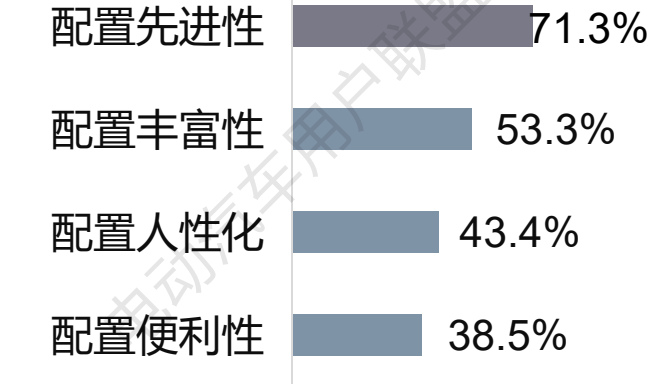
配置满意度8.72分，满意率81.3%

- 车主对智界S7配置先进性和丰富性比较满意，手表开锁方便
- 零重力座椅与座椅通风绑定不合理，用户体验不佳

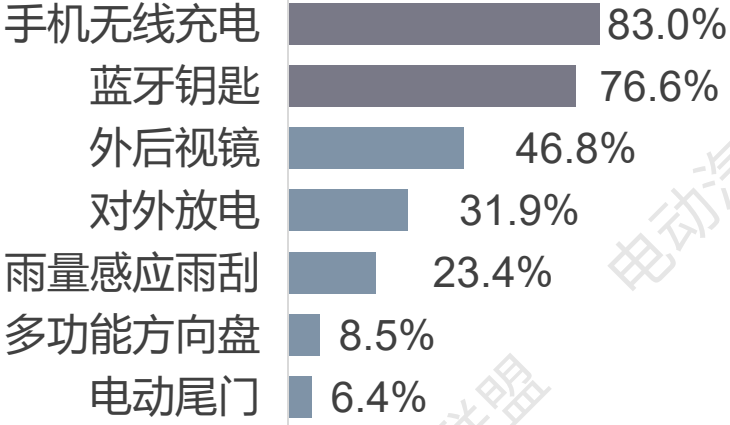
竞品车型配置满意度



配置细分项目满意度 (N=122)



便利性配置细分项目满意度 (N=47)

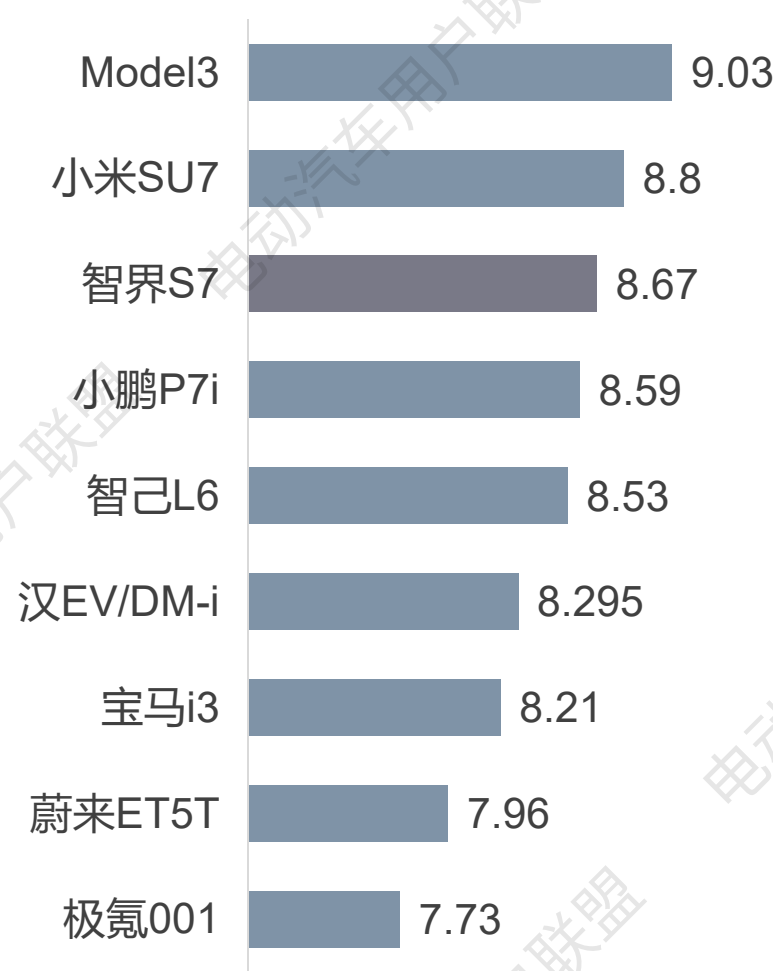


- 手表开锁方便、先进：我甚至置办了华为全家桶，就为了更好的享受鸿蒙生态，更新后手表也能充当车钥匙，有时候出门散步，手机不方便带在身上，就靠手表开锁。
- 配置比传统油车丰富：
- 尤其是智能化配置方面，智界S7样样齐全，座椅通风加热按摩，高阶智驾辅助，远程控制，想要的基本都有，比同等价位的传统油车强太多了。
- 舒适性配置搭配不合理，用户体验不佳
- 零重力跟副驾座椅通风绑定了这合理吗？一台车主驾后排都有，就副驾没有；电池包也不能选，极氪就能选。

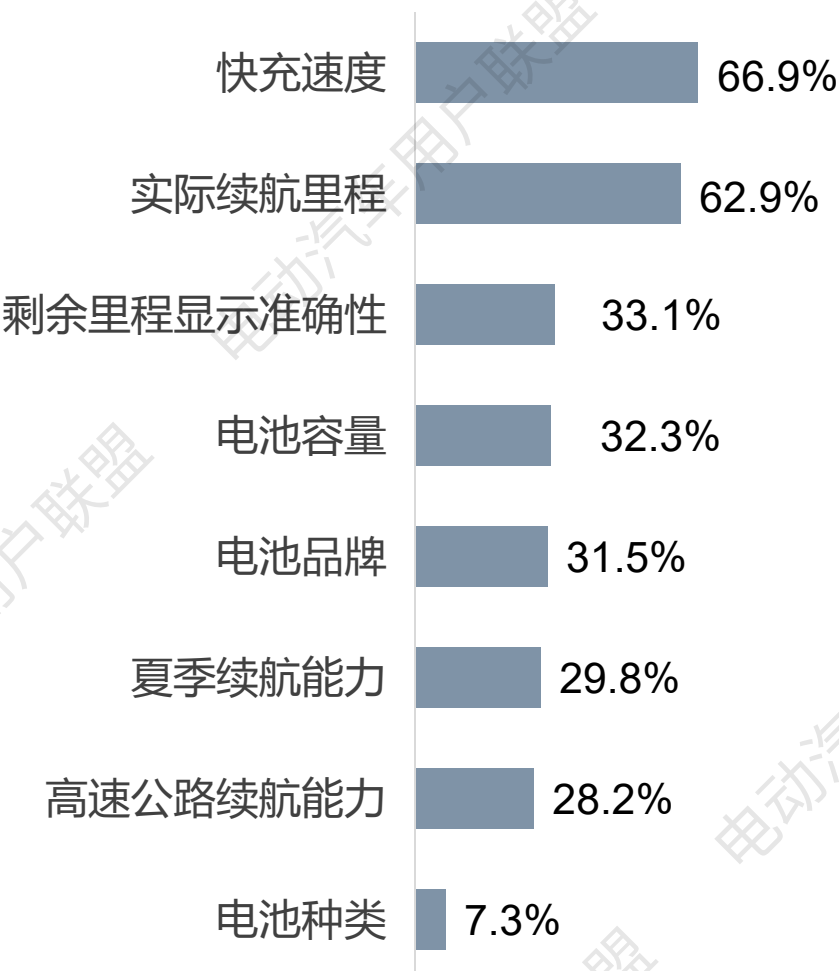
电池和续航满意度8.67分，满意率82.7%

- 车主对快充速度、电池品牌比较满意
- 实际续航里程打7折，但车主基本能接受，且无过多续航焦虑

竞品车型电池和续航满意度



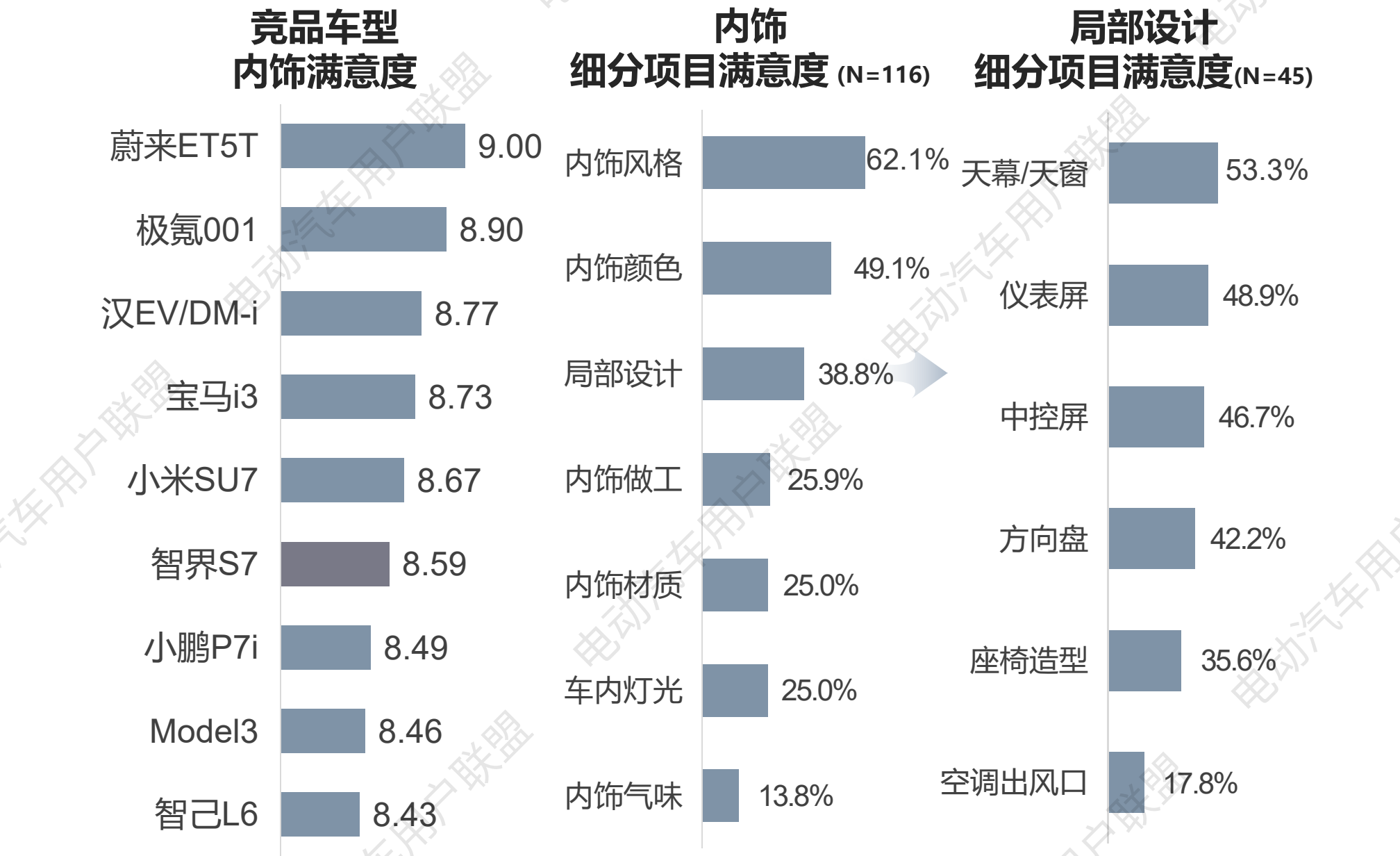
电池和续航细分项目满意度(N=124)



- 快充速度较快，5分钟200km
 - 如果是跑小于300km的路程，这时候它800V充电平台就派上用场了，快充个5分钟，就能续航200公里左右，出远门的电池焦虑根本不存在。
- 实际续航打7折，但无过多续航焦虑
 - 我是后驱Max版的，官标是705公里，基本是高速，速度在120公里上下，空调音乐充电这种都是可着开，百公里16kWh，大概能跑500km出头。也还行，谈不上很焦虑。
- 宁德时代电池安全性高：买车之前了解过宁德时代的电池，它自燃率比较低，使用到现在没啥毛病，那肯定就比较满意。

内饰满意度8.59分 满意率77.3%

- 内饰较为简洁，没有多余的按键，有科技感
- 部分人抱怨空调的出风口较少、后排出风口不能局部调节



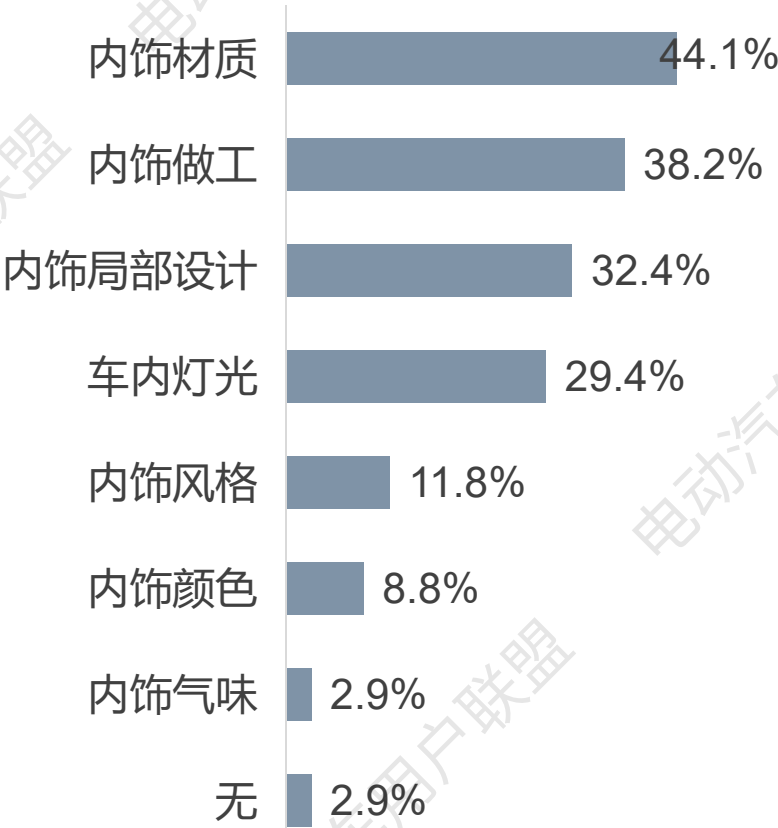
- 用户原声-满意
- 内饰简洁、有科技感
 - 首先内饰的**科技感强**，仪表屏、中控大屏就占据了整个视野，车里没有多余的按钮设计，看着也更加**简洁**。
 - 杏色内饰有质感：我选的**杏色内饰**，给我的感觉就是很有**质感**，但**不太耐脏**。
 - 天窗大溜背，户外视野很通透

- 用户原声-抱怨
- 出风口少，后排出风口不能局部调节：夏天的时候出风口是不太够用的，而且后排的**出风口不能局部调节**。

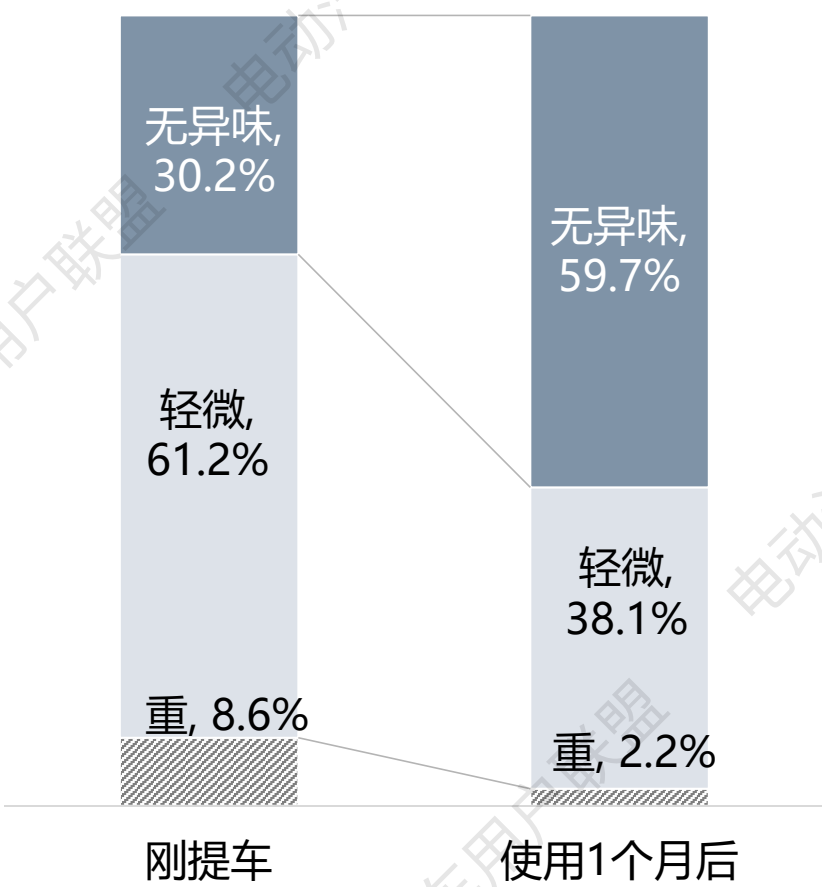
内饰满意度8.59分 满意率77.3%

- 部分车主认为内饰材质有塑料感，显得“掉价”，且座椅材质不是真皮
- 刚提车时，有30.2%的车主认为无异味，8.6%的车主认为异味重
- 使用1个月后，59.7%的车主认为无异味，38.1%的车主认为有轻微异味，仅2.2%的车主认为异味还比较重

内饰细分项目抱怨度(N=34)



内饰异味情况 (N=139)

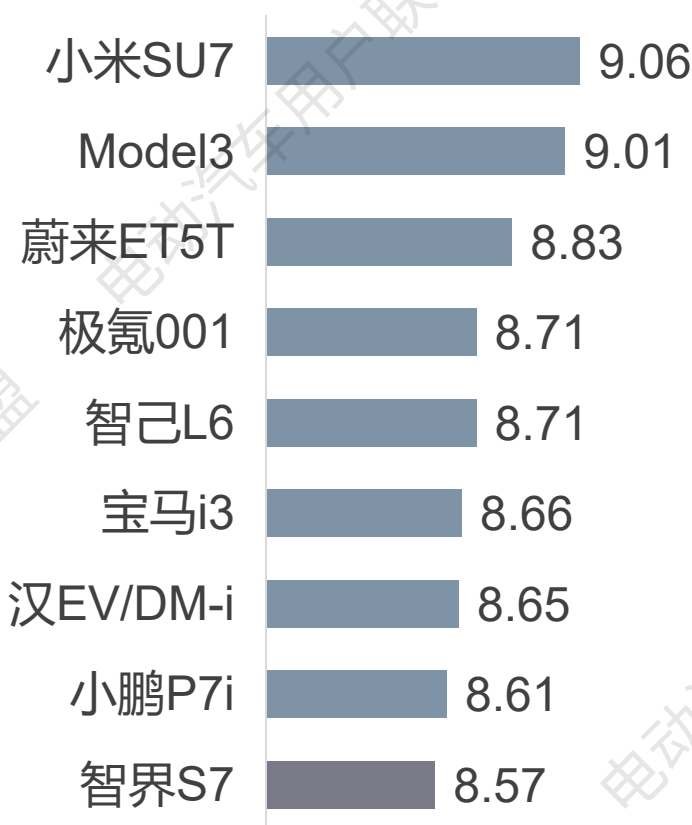


- 内饰材质有塑料感，座椅不是真皮
- 内饰一般，同价位车都是真皮，智界却是仿皮，属实有拉垮
 - 内饰在方向盘造型和用料上还是有些提升空间，方向盘实用性强，但不太好看；车顶的织物材料和偶尔可摸到的塑料确实让感觉有些掉价，如果像极氪001使用一些高级的材料工艺，S7应该会卖得更好。
- 内饰气味较小：内饰味道也不是很大，亲朋好友坐车时也说没有什么味道。

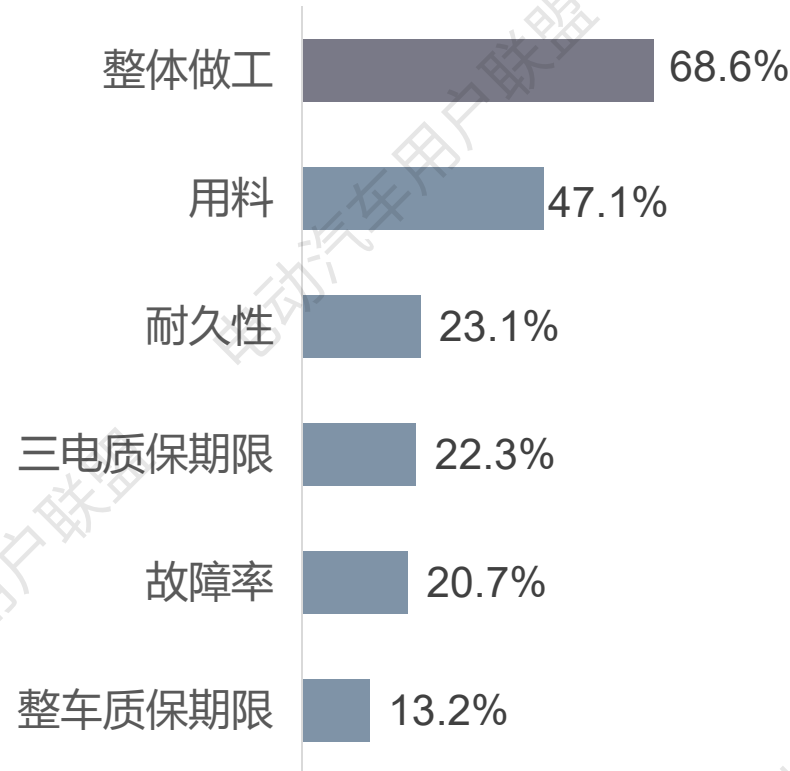
质量满意度8.57分，满意率80.7%

- 智界S7整体做工较好，车主对此最满意
- 智界S7故障率为28.6%，出现车辆无法使用的故障比例为3.3%，故障主要集中在功能操作、电子设备、噪音异响等方面

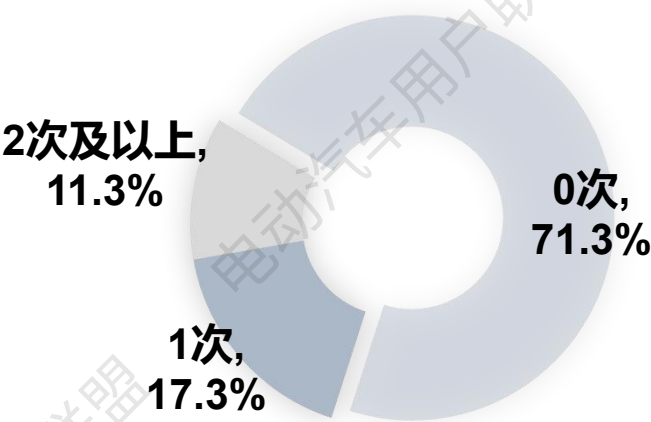
竞品车型质量满意度



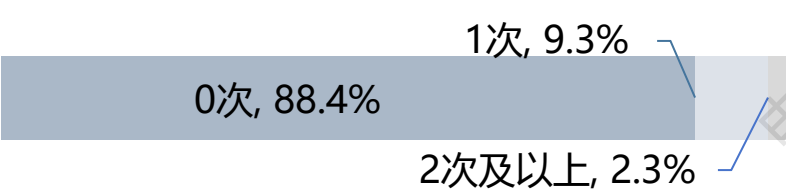
质量细分项目满意度 (N=121)



车辆故障频次



导致车辆无法使用的故障频次 (N=43)

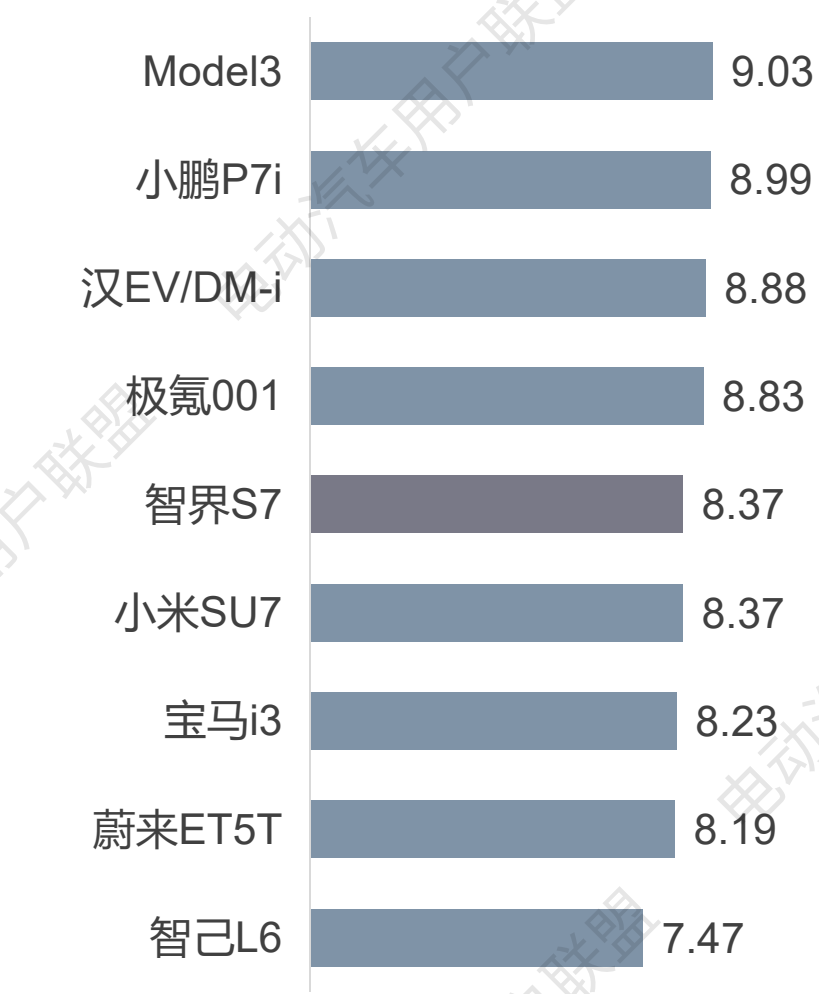


项目	人数	具体内容
功能操作	22	雨刷不灵敏，充电口不灵敏；自动感应雨刷不智能，高速靠左直行过有上下匝道的路口会急刹，车近光灯有黑影
电子设备	11	导航出错，显示屏卡顿；偶尔车机卡死，语音识别不如理想丝滑响应快，很多常识性问题反馈听不懂在说什么
噪声异响	9	行车震动；空调异响；座椅异响
行驶过程	8	方向跑偏、无理由变道、识别匝道错误；车胎报警异常，城区智驾方向跑偏；智能驾驶过程中突然不明原因急刹车

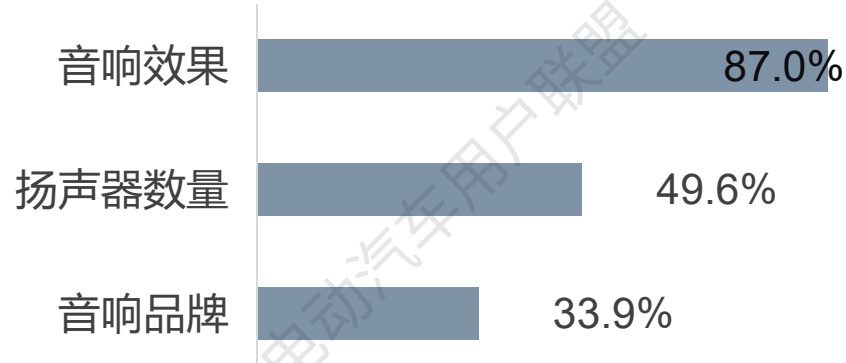
Bottom2满意项：音响满意度8.37分，满意率76.7%

- 智界S7音响效果可调节，氛围感较好
- 小部分用户认为智界S7的音响效果一般，不如顶级音响大厂水平

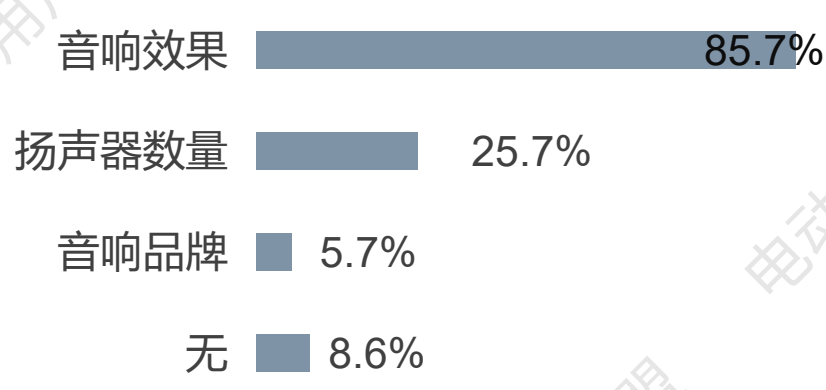
竞品车型音响满意度



音响细分项目满意度 (N=115)



音响细分项目抱怨度 (N=35)



用户原声-满意

- 播放支持空间音频的歌曲效果更好：亮眼的还有音响吧，音质和空间音频真的很棒，当然是要用华为自己的音乐，用蓝牙音乐质感不行，放空间音频的歌音质特别棒。
- 音响效果可调节，人性化：我发现音质可以调节，高中低音等，其他品牌一般都是固定化的模式，这个就比较人性化了。
- 音响效果氛围感好：自带的HUAWEI SOUND音响用着很惊艳，我爱去音乐节的朋友坐我的车都说在车里听音乐氛围感很棒，完全不输平常的live现场。

用户原声-抱怨

- 音响效果不如顶级大厂：用的是华为sound但是最后效果确实一般，个人觉得不如那些顶级音响大厂。

售前服务满意度8.63分，满意率85.3%

- 售前服务整体体验较好，试乘试驾流程简单、服务态度较好，但在交车后的服务需要提升

进店购车体验打分情况

进店购车体验满意率情况



满意点

车主原声

试乘流畅	我先去试驾了智界S7，整个过程特别丝滑，没有传统经销商那种繁琐。
展厅生态多	华为的展厅生态产品布置的比小米汽车多，还有像充电桩的一些布置。
服务态度热情	智界的工作人员会更加热情一些，小米那边会严谨一些。
车辆讲解较好	我是了解完再过去的，会提一些功能上的小问题，基本都能回答的上来，也还不错。

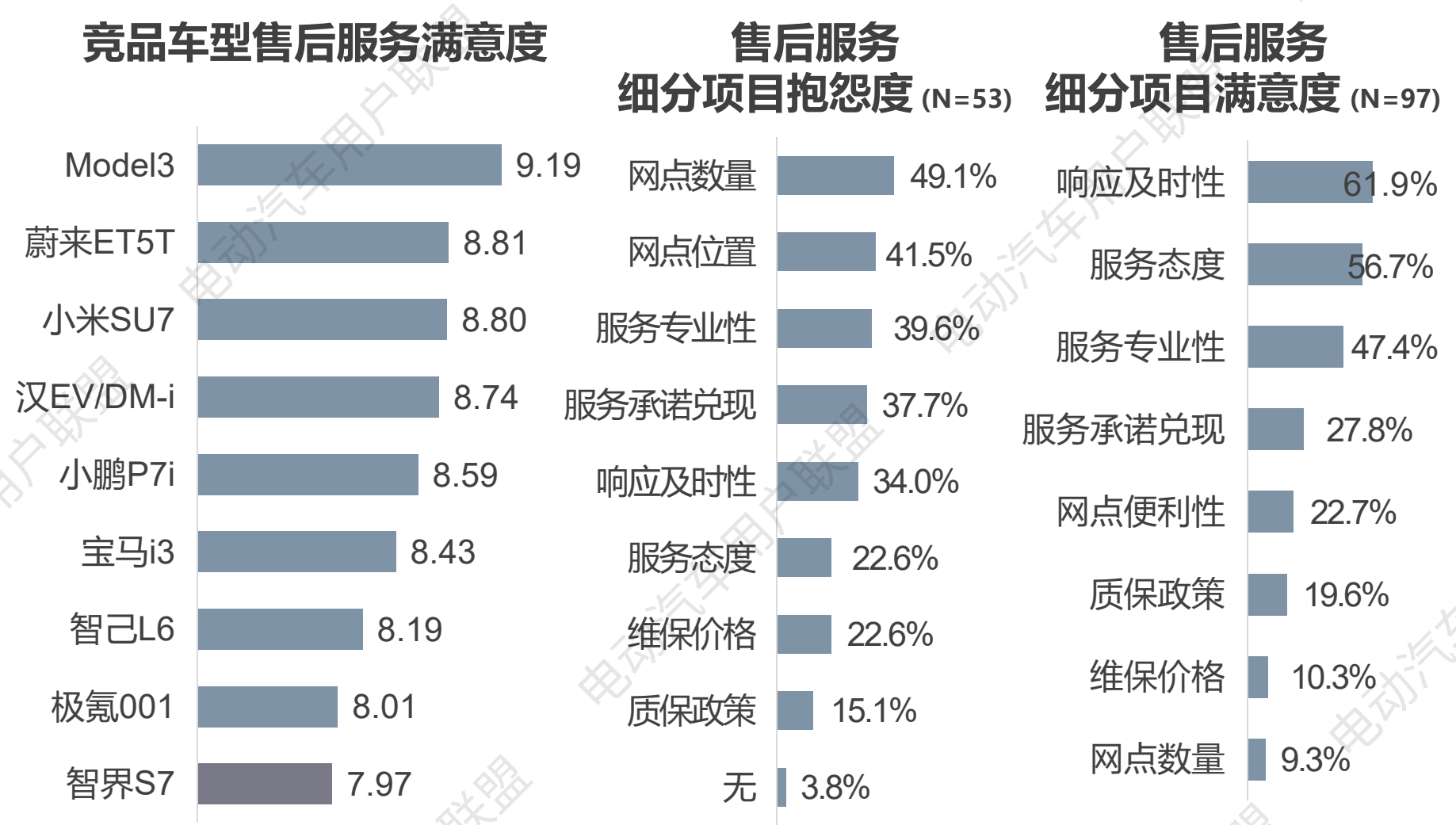
抱怨点

车主原声

交车后服务较差	把交车等环节好好弄弄，门店销售服务和之后服务，天上地下之别。
---------	--------------------------------

Bottom1满意项：售后服务满意度7.97分，满意率64.7%

- 智界S7车主对服务网点数量、服务网点位置便利性较不满意
- 智界S7没有正式的售后部门，售后专业水平也参差不齐，在兑现承诺方面也与宣传时有部分出入，解决问题时存在“踢皮球”的现象



- 售后服务网点偏少、不便利
- 用户原声-抱怨
- 河北省目前只有石家庄的门店，其他城市也很少。
- 维修专业性差，存在维修互相推诿的情况
- 把车送去维修，把其他地方搞坏了，售后服务人员还满不在乎说，都是人修的肯定有误。
- 在我打了11个投诉电话的情况下，客服才在群里发了被撞时的数据。我这时已经对华为和鸿蒙智行的售后感到失望！华为总部说：汽车售后归鸿蒙智行负责，而鸿蒙智行说他们只是个销售平台，售后只反映情况。我当时就非常后悔买智界S7。
- 承诺兑现权益和宣传有出入
- 说好送maglink磁吸充电壳套装，到时间厂家单方面反向升级成不带保护壳的套装，也未提前与消费者沟通同意就擅自更改赠品权益。

Part 4

专题:

触媒习惯

- 涉及用户对智界S7的首次认知渠道、汽车信息获取渠道、影响购车决策的信息内容

营销建议

- 涉及增加广告曝光渠道、打出差异化亮点、增加车主活动、提升售后服务等方面的内容

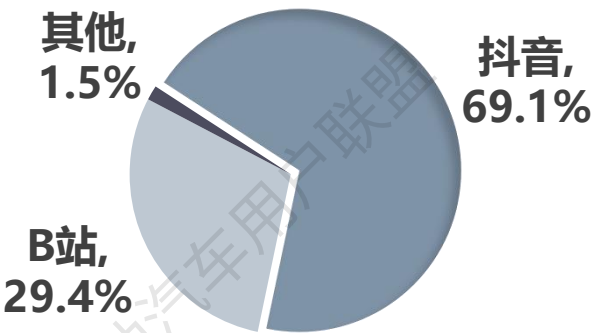
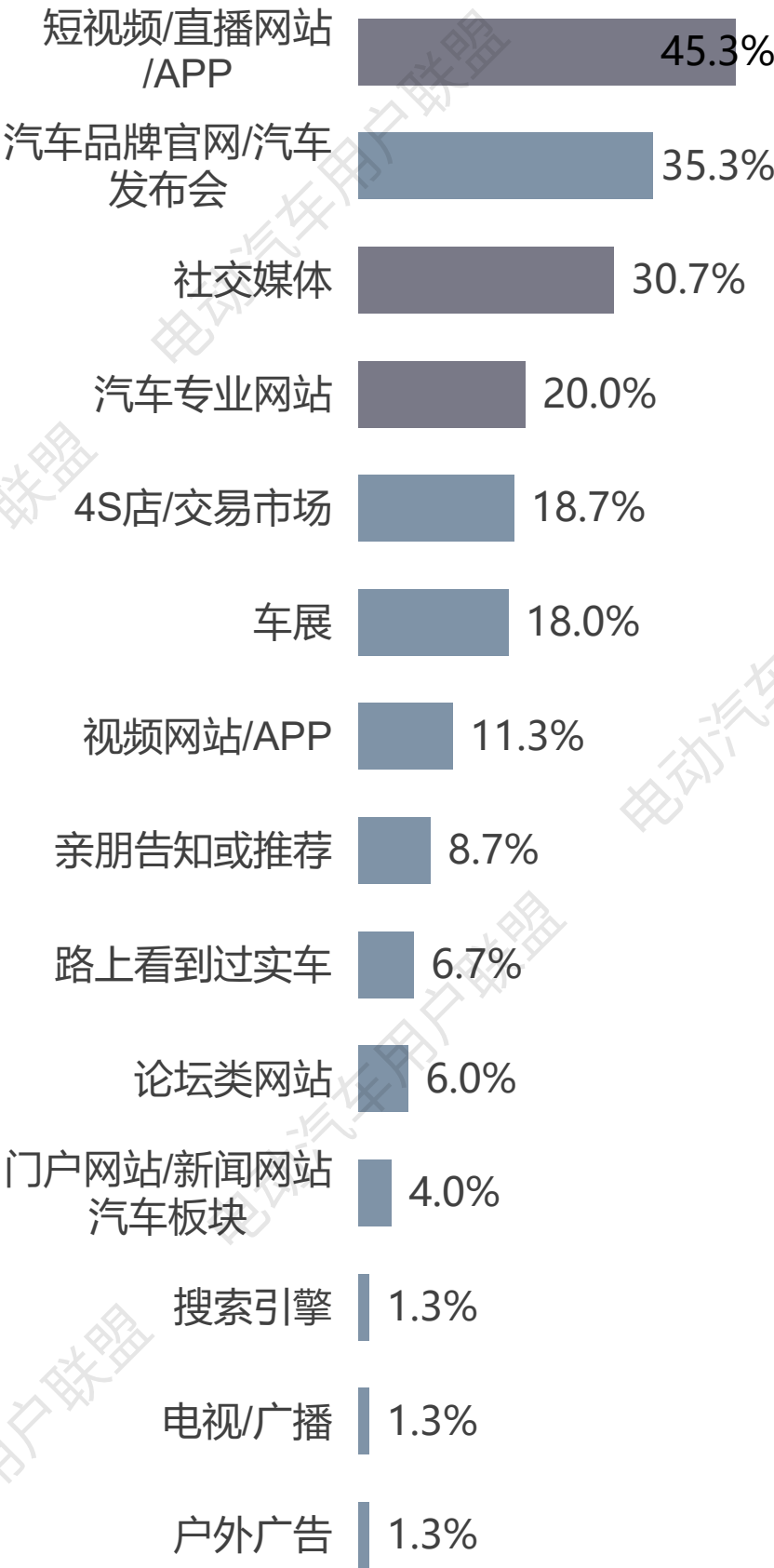
- 《电动车主访谈》抖音号
- 公司媒体矩阵全网粉丝150万+, 并拥有120+新能源汽车用户社群



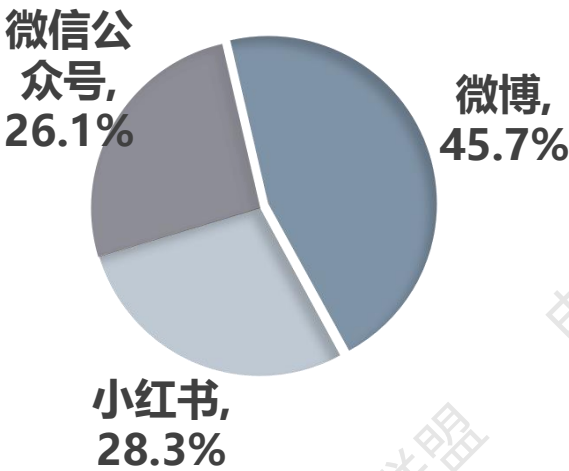
用户主要通过短视频平台（抖音）、汽车品牌官网/汽车发布会、社交媒体（微博）首次认识智界S7

首次认知渠道

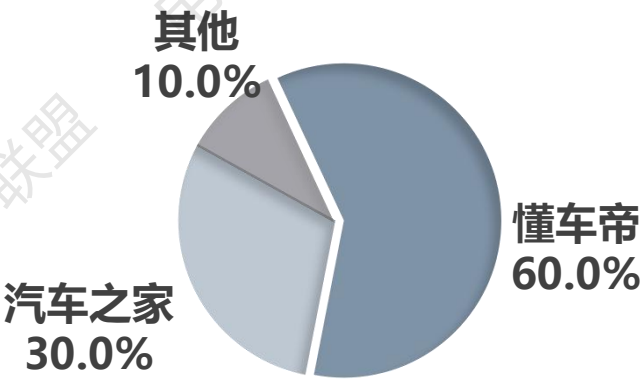
短视频/直播网站/APP（N=77）



社交媒体（N=29）



汽车专业网站（N=45）

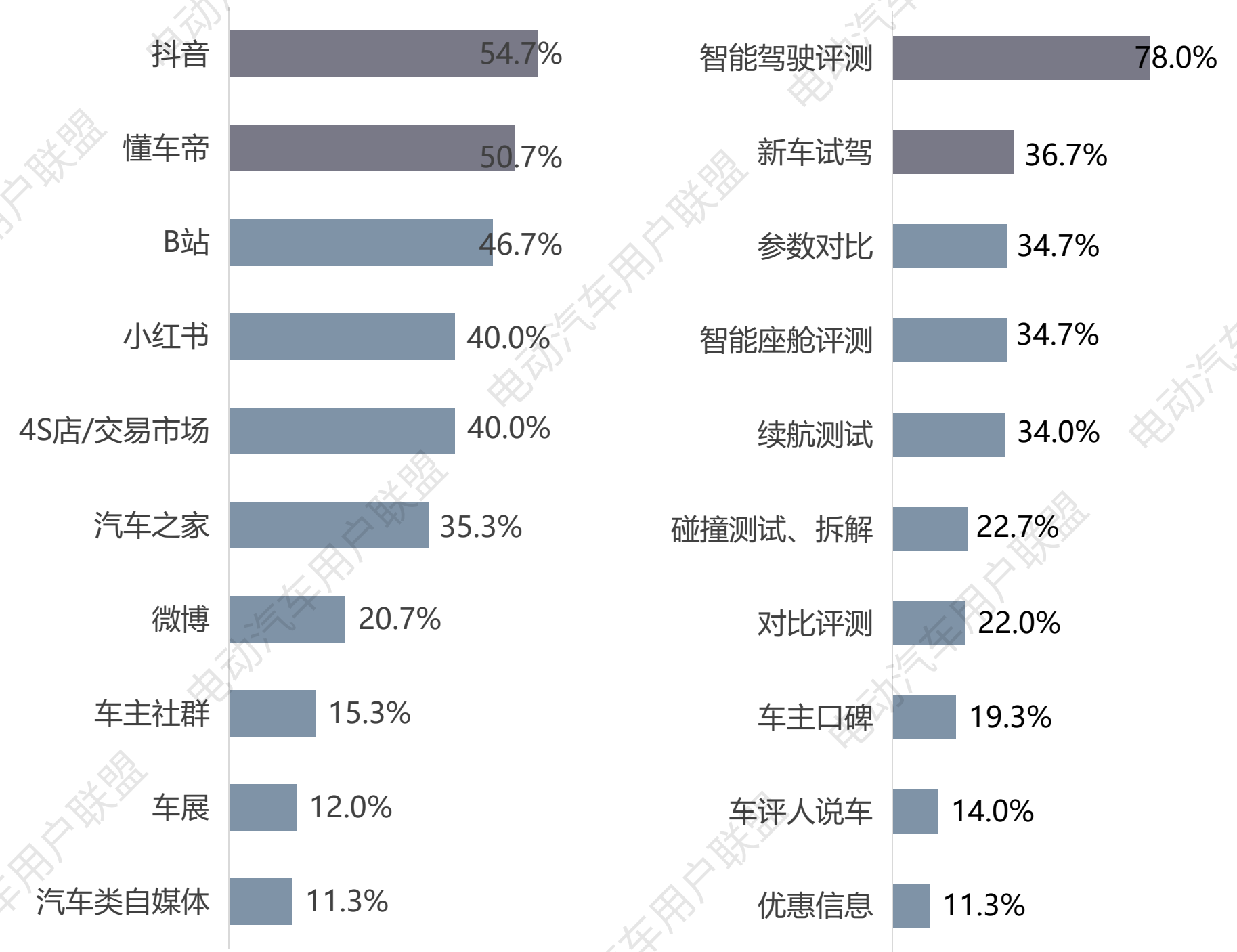


用户主要通过抖音、懂车帝、B站、小红书、4S店/交易市场获取汽车信息

最能影响购车决策的是智能驾驶测评、新车试驾、参数对比、智能座舱评测、续航测试

汽车信息获取渠道TOP10

对购买决策影响最大的信息内容 TOP10



智界S7车主的营销建议

增加渠道投放、创新投放内容

■ 增加投放领域/渠道

- 多做线下推广活动
- 抖音、B站等主流互联网引流，往年轻化去开拓，比如在大学城里，人气旺的高端区域，中高端社区，大型游乐场，赞助国内顶级赛事等
- 抖音、微博、线下门店多做推广宣传，少跟懂车帝、汽车之家这种平台合作。多请公众人物宣发视频，客户群体集中在25到35之间，找准目标客户宣传推广
- 建议进军游戏和传媒，扩大在年轻人中的影响力
- 提升品牌曝光度，现在知道这个车的人太少，至少要让潜在买家纳入购车对比范围

■ 创新投放内容

- 多出一些测评，最好有直播
- 智驾民间视频推广，广告投放力度增强
- 找机会破圈，知名度太低了，可以考虑与问界M9，享界S9联合宣传，沾光不丢人
- 拍摄各种场景用车视频，可以形成系列，投流，征集车友分享使用视频/感受，投放各平台，兑换/奖励权益
- 免费ETC或者降价，多拍拍宣传视频
- 与问界捆绑推广，主打鸿蒙智行品牌，最好将四界合并统一为鸿蒙智行，大众认可的是华为，不是赛力斯也不是奇瑞

智界S7车主的营销建议

下沉二、三线城市市场、增加试驾活动

■ 下沉二、三线城市市场

- 下沉市场，三四线城市购车很不方便
- 在二、三线城市知名度基本没有，可以加强这些区域的宣传

■ 增加试驾活动

- 多举办线下试驾活动
- 抽十辆试驾车给顾客试车一个月
- 针对非车友，多提供试驾等趣味活动
- 线下多给人试乘试驾，这车太棒了，外观帅气，内部空间超级大，操控又好，应该有更多销量
- 网上有意愿试驾的，把试驾车开到潜在客户单位或者家楼下试驾，平时上班忙，如果下班后能安排更好

■ 其他/营销方法

- 让余承东来直播开车
- 多给自己立标签，扩大意向客户群体；媒体出镜率太低，对比视频都是后驱，底盘找更多年轻人喜欢的明星做代言，价格再压一压，多做一些联动测评
- 余总想办法造热点！或者让车子多蹭热点！
- 借助享界S9的热度，加推智界S7
- 与流量高的车型多对比，多投放对比视频

智界S7车主的营销建议

推出差异化亮点/功能（智驾）；举办活动

◆ 安全性

- 主打**安全**就好了
- 实车碰撞测试，**安全**才是最大的豪华
- 可以组织车主来一次别开生面的**自驾**，最好是细分，像有孩子的三口之家，儿童1-3岁，3-6岁分段。突出家庭用车的**安全性**，社交性（这个阶段的大人、儿童有强烈的社交需求）。可长途可短途。车只是载体，通过车映射生活的质量
- 结合**安全性**和**智驾功能**宣传，在这个赛道上没有车企能和智界相比。主打家庭用车，不要和别的品牌比运动性能
- 华为为内核，奇瑞为躯壳，**卖点要清晰**（个人更关注**安全**，**智能**），绝大多数购买人群也主要是信得过华为，多请高层与消费者互动，参与展会，推出研发人员与消费者问答互动，**定位好消费人群**

◆ 智能化

- 智驾真的很好，尤其对**女性司机**，省了好多事，这个可以重点宣传
- 金子总会发光，让更多人知道鸿蒙智行更加重要，很多人只知问界，不知智界和享界，更不知道鸿蒙智行为何物。鸿蒙智行名称扩散才能让智界更好接受问界带来的流量（如喜欢智驾，但却想要轿车），以及让智界和享界共享鸿蒙智行轿车的名声
- 尽快**更新3.0系统**，常用常新
- 木已成舟，无可挽回。除非**ADS3.0**的S7能**征服城区路况**，让民间小视频再火一把
- 主打宣传这个车的智能座舱，简约科技设计的内饰和操控视野
- 结合出行场景多发一些这车的使用技巧，让大家知道如何使用智能化的功能

智界S7车主的营销建议

给予车主福利与权益，增加举办车主活动

◆ 权益/福利

- 出个**免息政策**，蹭特斯拉热度，提高下知名度，嘎嘎爆杀
- **转介绍**上再下点功夫，权益多一点，周边丰富一点，便宜一点。增加对目标人群的**差异化销售政策**，多举办车友户外活动，多多亮相
- 老带新各给10000**积分**，**老带新权益**增加，类比问界
- 给车主鸿蒙智行**积分**，让车主在短视频平台宣传
- **不降价**稳住老车主，尽快OTA智驾以及桌面流畅程度！
- 保交付，提升服务值，适量**增加权益**或降价并**补贴老车主**
- 车辆前期需要多些**优惠**，提升消费者的购买吸引力
- 好好服务现有客户，做好品牌口碑，车主会主动为车企宣传，不要不与车主沟通就擅自更改本应属于车主的权益，口碑做好很难，做坏很容易，而且一旦口碑坏了再想挽回就难了

◆ 举办车主活动

- 车友**社区活动**太少
 - **组织车友活动**（聚会，自驾）
 - 在4S店现场搞些小活动，随机送出小礼品等
 - 平台**线下广告活动太少**，增加曝光率
 - 多**组织车友活动**，让车主自发推荐
 - 请善待老车主，老车主才会给宣传
 - 多开展**车主活动**，利用车主口碑宣传
 - 多举办交流会，听车主们的意见
- 做好客户维护，让车主成为汽车的代言人
 - 开展对智驾的宣传，尤其是可以让车主多举办**智驾比赛**，然后宣传
 - 个性化选择多一点，可以尝试把rs版本的一些配置，弄成选装给max或max**+**车主
 - 阿维塔，方程豹会定期4S店就会组织一些车友活动讲解，品牌格调高多了。我们这个品牌没活动，**全靠自发的车友会组织**

智界S7车主的营销建议

提升售后服务质量；增加轮毂选择等

- ◆ 服务
- 先把售后中邮换了
 - 提高售前售后客户服务专业度
 - 先把服务提升再说吧，确实服务比起问界差不少
 - 降价或者增配，增加售后交付点，配件价格虚高，赠送权益或者服务可以增加点，别什么都收费，谁会推荐，交付时间快点
 - 做好服务，这次的平板套装，本来是老客户帮车推广宣传积累口碑的好机会，因为运营团队的骚操作，用户本该有的好评都成了吐槽。没人组团告华为欺诈营销已经很应该庆幸了
 - 及时交付，做好售前售后工作，依靠消费者口碑打开销量
 - 主动给民间实际车主的正向反馈投流，主动解决实际车主发出的客观问题
 - 把售后体系做好做完善了，我们这些车主自然会主动给车厂做推广的，然后推销并成功下定一辆车先奖励五百，客户提车后再奖励推广者1-2千元
- ◆ 其他
- 适当增配，多赠送华为赠品
 - 舒适好开，能耗低，空间大
 - 纯电家用轿车，智能辅助驾驶
 - 多出对比视频，增加官方配件
 - 出辆能体现智界S7性价比的车，有对比就有选择
 - 年轻人需要新配色
- 设计一个好看的车标
 - 加配置，多宣传推广轮毂设计丰富些，颜色选择再多点
 - 突出宣传底盘，四驱版底盘不逊色市面上90%的车
 - 做增程S7，参考海豹EV和海豹DM-i，俩不一样的车，但是海豹DM-i卖的就比较好

Part 5

给智界S7高层的 意见&建议

- 涉及售后服务、配置、价格与权益、智能驾驶等方面的内容

- 《电车萌主》微博号
- 公司媒体矩阵全网粉丝150万+, 并拥有120+新能源汽车用户社群



智界S7车主意见： 提升售后服务专业度、杜绝乱收费现象

■ 增加专业度

- 抓紧提升售前售后人员**专业素质**
- 赠送的权益领取无人问津，一问三不知，客户只能被动等待
- 加强提升**售后质量**，提高售后人员专业技能，把之前宣传的都兑现，别开空头支票
- 售后服务做好一点，售后服务的质量体现了人们对这个品牌的看法
- 用户口碑大于一切，车是好车，就是**售后服务**太过于拉胯，一个小问题原本一天就能解决的非要拖一两个礼拜，不催就不知道处理，而且是一天催几次才行。

■ 统一价格

- 各种乱象包括**乱收费**。这群人都快把智界搞熄火了，华为还不重视吗？
- 多听取一下车主的声音，特别是论坛和媒体评论区、车友群。**乱收费**严重，买车后多了各种付费服务。**价格权限飘忽不定**，刚买就降价。销量上不去很大原因是售后跟不上，售后点也没多少，很多人不敢买，**配件价格偏高**
- 卖车能不能大气一点，收费就明着收费，一个零重力座椅不选就把副驾座椅的基本功能都去了，还不如后排，令人反感。中邮交付售后是真的拉胯，倒牌子
- 画的饼更新速度加快，**选装权益透明**，对车主后续服务请向赛力斯学习。ETC这种零零碎碎的小恩小惠多给车主上点

智界S7车主意见： 加快交付速度、增加服务网点

■ 加快交付速度

- 交付太慢了，等的心急。一起买特斯拉的朋友一两周就提车，我等了两个月，差评
- 鸿蒙智行整体服务质量还需要提高，作为智界首批车主，车辆交付周期和售后网点数量方面相当不满意
- 交付搞好一点，成都交付中心体验太差，车型权益加配太过复杂，不同车型之间价格差距太大，要简单直观一点
- 加快交付速度，但更重要的是提升服务水平，服务严重跟不上，很多车友反馈，车是好车，但是服务太闹心

■ 增加服务网点

- 售后网点太少了，需要抓紧建立
- 好多省份就一个交付中心，实属离谱
- 智界售后体系完全不成熟，整个四川省就这一个用户中心，人手、场地完全不够用。学学理想蔚来的那一套售后服务表现，本身产品力就强，把售后服务体系搞好了销量自然不愁。售后就这个样子我们怎么好意思去推广给更多的人呢？
- 能不能扩大智界品牌的售后点，不然很不方便，我还要跑远的智界服务店做售后，售后的充电桩只有一两个在用，极不方便
- 加强售后管理，服务点必须增加，整个武汉只有一个点，好像湖北也就这一个点，服务人员提升专业度。

智界S7车主意见： 优化服务质量/流程、增加车主活动

■ 优化服务质量/流程

- 加强售后服务态度，与BBA 4S店的服务水平差得不是一点半点！
- 加大售后服务力度，增开网点。提高交车质量与速度
- 希望售后服务能够提高，遇到问题不是互相推诿扯皮
- 三方合作的一辆车，有的时候会踢皮球，麻烦有一方能占主导
- 提升售后服务的流程SOP，人员培训，和要求（响应及时度，服务耐心，细致）
- 把交车等环节好好弄弄，门店销售服务和之后服务，天上地下之别
- 加强服务，维护现有客户，维护好客户口碑。好东西始终会发光
- 售后跟进还是稍慢，智驾出事故定责缓慢
- 做好售后，积攒口碑，别让好产品就此绝版

■ 质保政策

- 质保政策需要和其他新势力看齐，至少三电要终身质保

■ 外观

- 希望外观可以有更多颜色选择
- 车辆前脸看起来短了一点，希望外观今后会越来越好
- 车漆颜色丰富一点，走量的银色补漆太贵
- 这车唯一的丑点就是激光雷达的外观像寿星头，最好后期版本优化一下，不要那么突兀，如果能做到像阿维塔隐藏式雷达，外观就更协调了

■ 内饰

- 车内饰在软一点，S7雀羽红后排看前排椅背过于单调，一片漆黑

■ 车主活动

- 活动太少，看看隔壁问界吧。
- 希望多加一些官方活动
- 回馈车主活动太少，只管卖
- 社区运营太差
- 希望多关注车友群，社区论坛车友们真实的声音

智界S7车主意见： 改进雨刮、轮毂、氛围灯、座椅等

■ 雨刮

- 希望能完善细节，例如雨刮
- 雨刮器声音太大，而且不够灵敏，经常出现大雨不刮，小雨猛刮
- 雨刮需要优化一下

■ 轮毂

- 轮毂好看点就好了
- 中低配可以选购轮毂，销量必然提升
- 轮毂太丑也没有选装，决定S7卖得不好
- 做工还需要继续努力，颜色，轮毂优化
- 把PPT画的饼尽快落实，新增选配轮毂
- 车辆轮胎轮毂需要更多款式
- 另外轮毂设计太平庸，跟其他新势力对比差太多了

■ 氛围灯

- 氛围灯漫反射会高级一点
- 氛围灯以后改一改，蔚来那种好，智界的晚上根本没啥效果

■ 座椅

- 建议升级一下副驾座椅
- 座椅配置标配，例如通风、加热、按摩
- 副驾座椅通风还需要加钱购买太鸡肋了吧

■ 其他配置

- 官方商城多出点智界的配件
- 除了天幕其他玻璃太差不隔热，后排没有双层玻璃
- MAX需要添加悬架软硬调节，方向盘也需要
- 问界标配遥控钥匙，智界连个实体钥匙都抠抠缩缩
- 希望卖车不是结束，继续开发其配件，真的需要后排小桌板
- 增加官方汽车配件的开发，目前基本等于0
- 配件少，希望和问界一样的重视，手表控车麻烦尽快适配别的机型
- 丰富配置，让后驱也有权选择运动套件和CDC减震等；如果想改款进而促进销量，建议增配而非降价

智界S7车主意见： 价格背刺、ETC价格不合理

■ 价格优惠

- 价格再优惠一点
- 请把价格打下来
- 价格优惠，性价比更高
- 价格可以再优惠些，降低成本
- 别因为销量不好而降价
- 价格漂浮不定是对老车主最大的伤害
- 确保老车主权益同步跟进，不要背刺
- 降低价格，拓展销量。对车主好一些，别天天背刺
- 降价出新颜色，保护老车主权益，慎重增加权益或给老车主补贴
- 智界续航达成率这么高，大电池版应该是销售主力才对，应该利用现在电池相对便宜，大力提高大电池版性价比，使max+版本成为主力车型才对

■ ETC定价不合理

- ETC高速识别在有些地方不抬杠
- ETC免费送，499太贵了
- ETC定价太高而且识别率经常出现故障，请重新考虑定价及设备优化
- 内置ETC太贵了，而且根据实用车主反馈，常宕机，希望改进

■ 优化智驾功能

- 智能驾驶升级免费
- 远程召唤什么时候能用
- 智能方面（驾驶+座舱）赶紧达到宣传效果，或者不要出跟实际不符的宣传方案。还有很多宣传的功能还不知道要多久才能OTA，听过买期房的没听过买期车的
- 智驾方面的提升，尤其倒车，对于新手和经常上高速的人太需要了
- 车机方面有很多BUG，比如后视镜下翻重新展开会改变视角，高速地图识别成匝道，乱变道，希望能够好好改变，不要做了2024款没有2025款，背刺老车主

智界S7车主意见： 优化城区智驾功能，修复BUG

■ 优化城区智驾

- 智驾的人机还不够聪明
- 希望提高城区智驾的智能性
- 城区智驾不够丝滑，经常出错
- 关于智驾，希望能够更多收集驾乘体验，不断改进
- 改进城区智驾不要老是按着法律法规，要按着车主驾驶习惯
- 智驾第一梯队，但城区还是太差了，很难用，只是及格分，还要加油！
- 优化车辆硬件与软件，及时完善车主反馈的问题。特别是高速智驾，靠左直行路过上下匝道急刹急起的问题，这样最易造车车祸，请一定一定尽快解决！

■ 优化智驾功能

- 智能驾驶升级免费
- 远程召唤什么时候能用
- 智能方面（驾驶+座舱）赶紧达到宣传效果，或者不要出跟实际不符的宣传方案。还有很多宣传的功能还不知道要多久才能OTA，听过买期房的没听过买期车的
- 智驾方面的提升，尤其倒车，对于新手和经常上高速的人太重要
- 了车机方面有很多BUG，比如后视镜下翻重新展开会改变视角，高速地图识别错误成匝道乱变道，希望能够好好改变，不要做了2024款没有2025款，背刺老车主

智界S7车主意见： 加大宣传力度，突破“鸿蒙智行=问界”的认知

- 加大**推广力度**，跟着华为的节奏来
- 加大宣传的同时，保证我们**车主的权益**
- 重视**已购车**的**车主**，他们才是你们的活广告
- 宣传视频太少，像我叔叔辈，爸爸妈妈辈的人都完全不知道这个品牌。我们在买车之前从网上搜**测评视频**也是没多少
- 说好送maglink磁吸充电壳套装，到时间厂家单方面反向升级成不带保护壳的套装，也未提前与消费者沟通同意就擅自**更改赠品权益**，已涉及**虚假宣传**，望厂家改进！
- 智界S7是很好的轿车，但是现在了解该款车的人太少。提到鸿蒙智行或者华为参与的汽车，大部分人只知道问界。在享界S9、智界S7发布期间，希望尽快**打破“鸿蒙智行=问界”的刻板认知**
- 维持产品价格和品牌调性；**做好售后，积攒口碑**，别让好产品就此绝版
- 学会营销，**看看其他新势力的营销**，你们营销真的拉胯。车主关怀比如充电，洗车这些能否给官方权益，车友会可以组织利用好，真心希望大卖
- 好好和华为合作，共同进步成长，智界S7如今的成就更多的是**华为赋能而不是奇瑞制造**。奇瑞制造需要在细节上再多下些功夫。华为赋能相关应用已经处于划时代理念成果，期待未来的不断创新和优化

智界S7车主意见： 亲自带队营销，利用老车主进行宣传

- 要么**鸿蒙智行用户中心**华为自己带团队运营，要么把**中邮的外包**换掉，智界和问界被区别对待，智界魔吸套装和平板和之前宣传的不一样，既然平板升级，请升级到能无线充电那款，这样的升级反而降低体验感，这种对待客户的方式让人很不放心，毕竟是车，以后还要常去保养
- **参考问界的成功**，奇瑞和华为合作如果仅仅局限在一个提方案一个机械的执行，那么未来将仍然很难有销量的改善。换言之，不断深入交流，尤其是在前期让渡出部分利润给到消费者，让消费者看到诚意，才能形成现象级口碑（参考小米SU7），才能带来源源不断的新客户以及正向反馈
- 电车的通病是大家对电池的安全性、稳定性多少有些焦虑。希望在**营销**上突出或者**售后有更好的保障**
- 能买智界S7的车主大部分收入还算可以。通过车友群的交流，大家对几百的“羊毛”薅起来很有成就感，能买这车的其实不差钱，但希望官方有点小惊喜。**最理想的销售是新车主**，因为在介绍车的优劣时，有天然的信任感。很多失败的车型，是车主吐槽吐没的，而不是友商，所以开拓新客户的同时，要真心维护车主。这是**星星之火**。一个车主能影响周围几十甚至上百人的购买意愿

重磅！即将推出！



20-30万主流新能源轿车用户满意度报告

持续关注《电动汽车用户联盟》公众号，我们陆续为您揭晓以下车型在智能化、操控、服务等多维度的真实用户评价，敬请期待后续内容.....

车型名称	车型图片	车型名称	车型图片
特斯拉Model 3		智界S7	
极氪 001		小鹏P7i	
比亚迪汉EV/DM-i		智己L6	
蔚来ET5T		宝马i3	
小米SU7			

加入“新能源用研联盟” OR 预约交流分享



蒋保信

烹小鱼咨询CEO，《电动汽车用户联盟》创办人，如果您想加入“新能源用研联盟”社群，或者预约有关本报告的线上、线下交流，欢迎添加我的个人微信，添加时请注明公司+职务+来意



福利！

关注《电动汽车用户联盟》，后台回复以下任一车型名称，即可获取所有车型满意度报告。目前已发布车型部分报告如下：



特斯拉Model Y

极氪001

腾势D9

理想L7

阿维塔11

小鹏G6

银河L7

宋 PLUS
DM-i

深蓝S7

比亚迪海豚

AION Y
Plus

岚图梦想家

小米SU7
锁单用户

坦克500 Hi4-T

领克
08EM-P

小米SU7

宝马i3

欢迎加入“新能源产品经理联盟”



进群方式：扫码添加“车丽斯”微信（备注公司名+职位）

北京烹小鱼咨询有限公司

◆我们是一家能够直连新能源汽车用户，专注于新能源汽车市场调研的咨询公司

◆《电动汽车用户联盟》和《电动车主访谈》为公司旗下自媒体，专注于讲述真实用户买车用车故事，为用户讲真话。公司媒体矩阵**全网粉丝150万+**，并拥有**120+新能源汽车用户社群**



《电动汽车用户联盟》
微信公众号



《电动车主访谈》
抖音号



《电车萌主》
微博号

声明

◆本报告由《电动汽车用户联盟》出品，其版权归属北京烹小鱼咨询有限公司

◆本报告的产生是基于《电动汽车用户联盟》的调研资料，仅做信息参考，北京烹小鱼咨询有限公司将不对任何因采用报告信息而导致的损失负责