



零跑A10 大定/提车用户画像报告

科技平权，口碑爆发



揭秘

是谁在买零跑A10？是“中产家庭代步”还是“小年轻专属”？

他们为什么选择零跑A10？是“功能为先”还是“智能科技尝鲜”？

用户的真实评价是怎样的？为什么用户说“8万以内独一份”？

核心发现：

一、零跑A10用户是一群什么样的人？

1. 男女占比接近1:1，均龄33.7岁，26-35岁的用户占52.2%。71.7%已婚，55.8%已婚有孩，64.1%的有孩家庭育有1孩。
2. 75.2%本科及以上学历，平均家庭年收入（税后）25.1万，属于典型的“中端收入”职场中坚群体。
3. 个人层面，54.9%首购，25.7%增购，19.5%换购；家庭层面，19.5%首购，53.1%增购，27.4%换购。零跑A10主要作为个人的第一辆车，或是多车家庭中用于补充多元出行场景的选择。
4. 零跑A10的用户群体理性务实，同时愿意为新能源技术主动尝鲜，追求稳妥可靠的新鲜体验。他们购车时更偏爱小型SUV、小型车及紧凑型车，以城市通勤为主，看重车辆灵活好开、实用便捷的属性，对大空间与商务属性需求不高。他们购车预算主要在6-10万，对价格门槛比较敏感。

二、他们为什么会选择零跑A10？

1. 用户最终选择零跑A10的TOP5因素分别为：辅助驾驶（50.4%）、价格和权益（42.5%）、配置（23.9%）、空间（23.0%）、外观&电池和续航&智能座舱（均为22.1%）。零跑A10以低于10万元的精准定价，将激光雷达高阶智驾配置越级下放，打造出8万级价位“独一份”的性价比天花板，同时兼顾了大空间，精准击中了普通打工者“花小钱办大事”的心理预期。
2. 26.5%的用户购车时没有顾虑，他们信任零跑品牌，其中不乏零跑老车主或亲朋好友曾使用过零跑汽车。
3. 73.5%的用户购车时存在顾虑，核心抱怨电池与续航：明确排斥非宁德时代电池或混装杂牌电池（如国轩高科、正力等），并担忧续航虚标。其他抱怨点主要是：交付慢被贴上负面标签，遭吐槽“没有小米命，却有小米病”；零跑作为新品牌缺乏历史验证，叠加网上差评，引发“怕倒闭、怕售后差”的心理；配置“精准阉割”也招致不满，缺少后排出风口、座椅通风等舒适配置，影响日常体验。



蒋保信

烹小鱼咨询CEO，《电动汽车用户联盟》创办人，专注于新能源汽车用户研究

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：jiangbaixin@evlianmeng.com）

核心发现：

三、零跑A10的竞品有哪些？竞品“战败”因是什么？

1. 比亚迪元UP（39.0%）、吉利星愿（38.0%）是用户对比最多的两款车型，是零跑A10的直接对标产品。紧随其后的是长安启源Q05、名爵MG4、小鹏MONA M03等车型，均主打10万级纯电市场，聚焦性价比、智能配置等卖点。
2. 星愿、元UP、启源Q05是零跑A10用户的核心对比车型。如果不买零跑A10，17.0%的用户会买星愿，15.0%的用户会买元UP，14.0%的用户会买启源Q05。
3. 用户放弃星愿主要是因为：外观偏可爱，不适合男女共驾；内饰塑料感强，与网上宣传不符；操控性较差，开着有点“飘”；标定纯电续航比A10短；智能化配置低，无自动泊车，停车不方便。
4. 用户放弃元UP主要是因为：内外饰丑，呆板、不够圆润；价格不稳定，且是库存车；面临换代，要出新款，买新不买旧。
5. 用户放弃启源Q05主要是因为：车机落后，感觉像“2016年的安卓机”；性价比不高，激光雷达版比A10贵；城市领航辅助是期货。
6. 若重新做选择，85.8%的用户仍会选择零跑A10。

四、零跑A10用户对零跑品牌的看法及建议

1. 用户对零跑品牌的评价呈现出两极分化。部分用户认为零跑践行了“价格才是王道”，亲民路线成功，品牌已经上了路子。尽管车子存在一些小毛病，但“谈对象还有缺点呢”，因为价格优势，这些不足也能包容。
2. 部分用户认为零跑售后口碑差，品牌依赖低端走量、高端突破乏力；对老车主的OTA升级也不及时，承诺的智驾功能迟迟未推送，影响品牌信任度。
3. 用户建议零跑要真正做到“质量把好关，产能跟得上，售后有回应”。加快产能爬坡，缩短用户等待周期；积极倾听并回应车主诉求，对老车主关心的车机升级、细节改进等低成本、有能力实现的需求及时做出反馈与行动。



蒋保信

烹小鱼咨询CEO，《电动汽车用户联盟》创办人，专注于新能源汽车用户研究

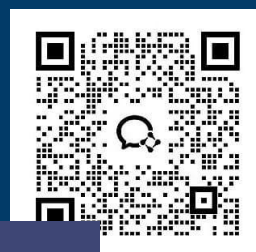
如果您想加入“新能源用研联盟”社群，或者预约有关本报告的线上、线下交流，欢迎联系我（个人微信：472449189；邮箱：jiangbaoxin@evlianmeng.com）

目录

Part 1	是谁在买零跑A10?	06
Part 2	他们的购车旅程是怎样的?	12
Part 3	他们的预用车场景是怎样的? 整体反馈如何?	24
Part 4	零跑A10的典型用户画像	30
Part 5	零跑火爆的原因是什么?用户对零跑的品牌评价如何?	39

零跑
A10

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



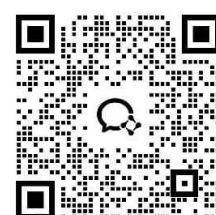
Part 1

是谁在买零跑A10?

- 人口学特征（是谁在买？）
 - 个人情况
 - 家庭情况
 - 职业情况
- 购车身份（是TA第几辆车？）
- 消费观&汽车观（TA是什么消费类型？）

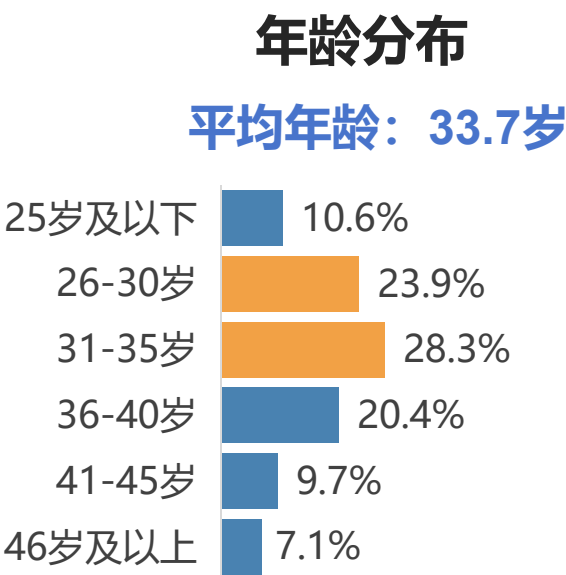
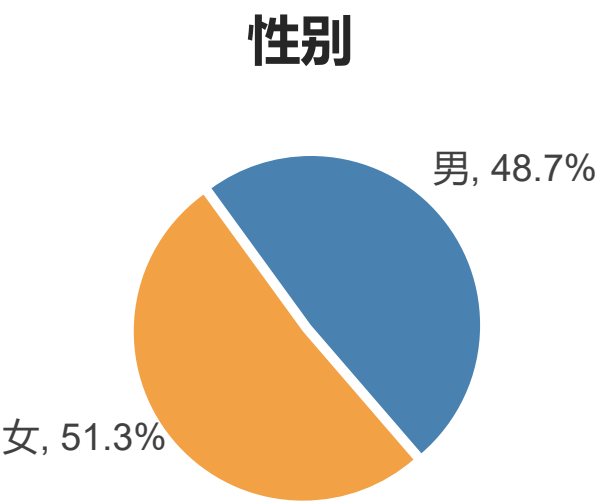
零跑
A10

- 欢迎加入“零跑A10 车主联盟”
- 进群方式：扫码添加“小鱼”微信（备注 零跑A10）

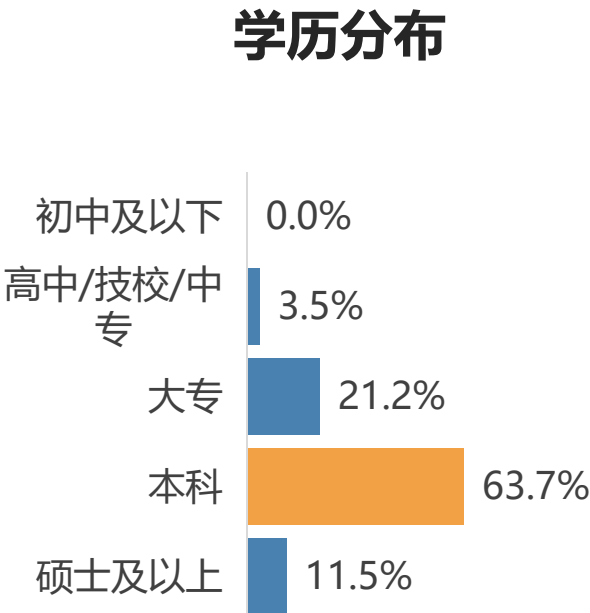


个人属性画像：性别均衡且女性略占主导、26-35岁为主、高知类的知识型消费群体

- **性别分布**：性别结构均衡，女性占比 51.3% 略高于男性，反映零跑A10 在产品设计（如外观、内饰等）上对女性用户的吸引力高，也说明家庭购车决策中，女性话语权在提升
- **年龄分布**：集中于 26-35 岁（52.2%），用户以年轻 - 中青年群体为主，该阶段人群多处于“职业稳定期 + 家庭组建 / 扩张期”，购车需求以“日常通勤 + 家庭使用”为主
- **学历分布**：96.5% 以上拥有大专及以上学历，整体学历水平较高，以本科学历为绝对主力（63.7%），属知识型消费群体，购车决策更理性



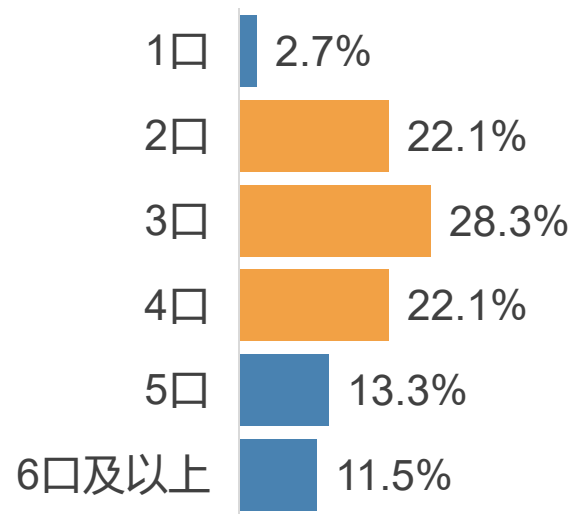
- 用户原声
- **外观**：“正好这个车稍微带点可爱的，但又不是特别可爱，它也比较中性一些，所以我也挺喜欢的。”
 - **内饰**：“眼前一亮的燕麦灰这种，让我心情比较好。”
 - **女性话语权高**：“对于买车，他一般吧，没有我感兴趣比较多，因为他并不在乎下雨下雪的天气，我比较在乎一些。他就觉得没必要买车，但是我觉得买车后，极端天气开车，还是舒服一些比较好。”



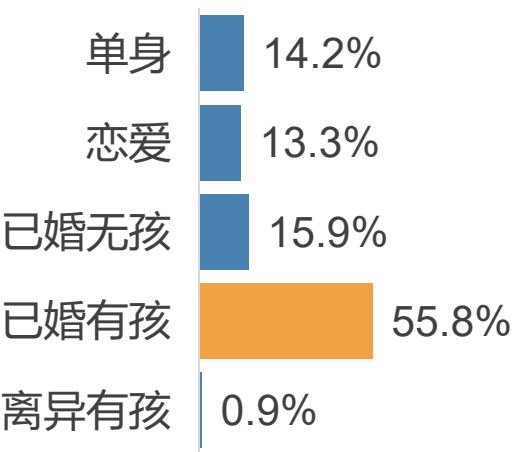
核心家庭画像：2-4口为主力结构、超半数有 1-2 孩、中端收入为主，家用刚需特征显著

- 以2-4口核心家庭为主（总占 72.5%），3 口之家占比最高（28.3%），2 口之家与 4 口之家各占 22.1%，符合主流家庭用车场景需求
- 婚姻和子女状况：已婚家庭为主（71.7%）；有子女用户占 56.7%（1 个孩子 36.2%、2 个孩子 19.5%），推测多数用户存在“接送子女、家庭出游”的刚性用车需求
- 家庭年收入集中在 10-25 万区间，平均税后家庭年收入 25.1 万，属于典型的“中端收入”的职场中坚群体

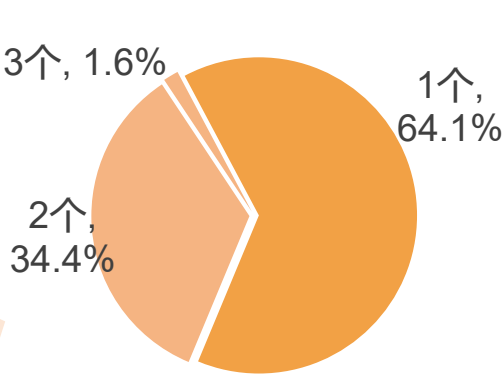
家庭常住人口数 (N=113)



婚姻情况 (N=113)

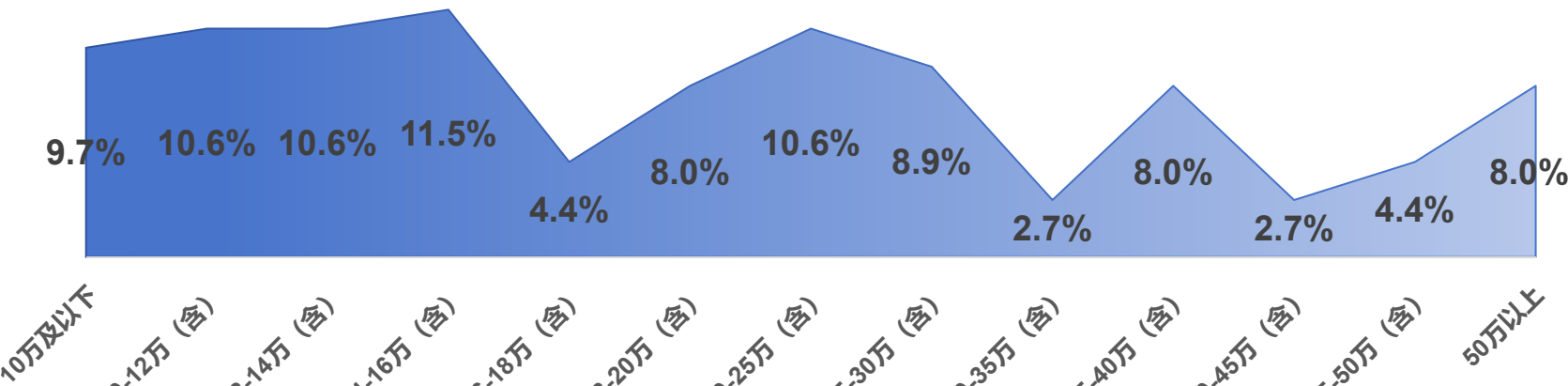


子女个数 (N=64)



整体年收入分布 (N=113)

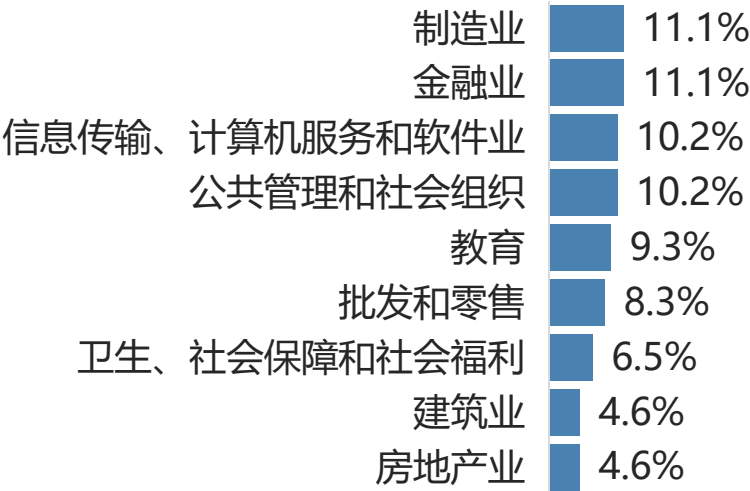
平均税后家庭年收入：25.1万



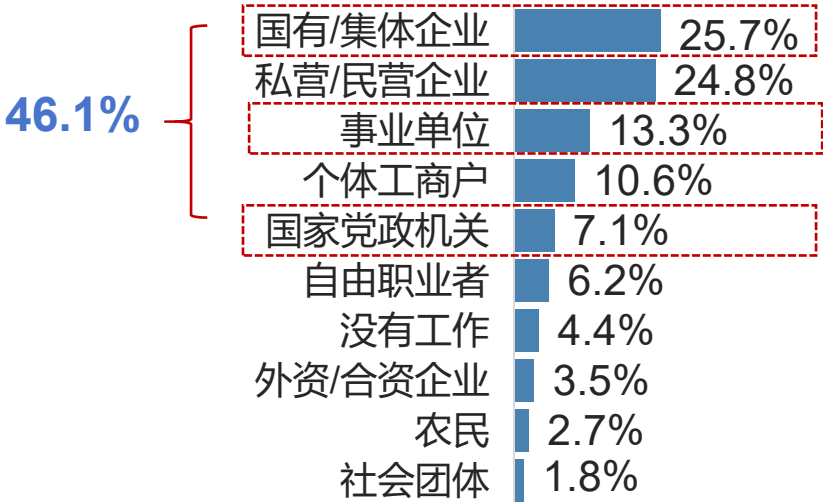
职业身份画像：全行业多元覆盖，主力为中长期稳定收入的职场人群

- 行业结构多元，覆盖制造、金融、IT、教育等多领域，无单一赛道垄断
- 单位性质以国央企、事业单位等**稳定体制内群体为主**，占比 46.1%，核心为固定月薪人群，贴合中端收入水平
- 超半数**为普通职员/基层科员**，刚需务实、价格敏感；部分中基层管理者以增购、品质升级需求为主
- 用户平均工龄 9.8 年，属于**职场中坚**消费群体；3成职场新人也不容忽视

行业分布TOP 9 (N=108)

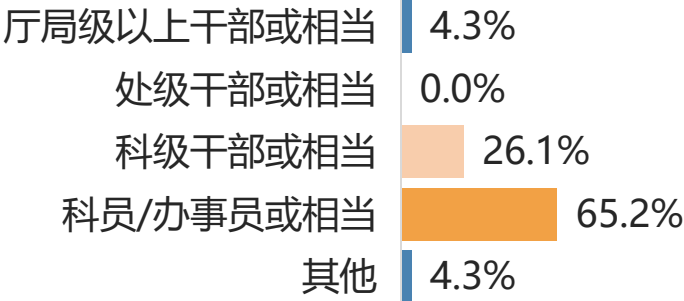
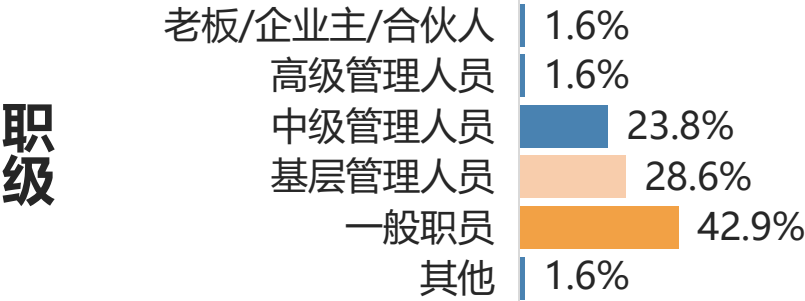


单位性质 (N=113)

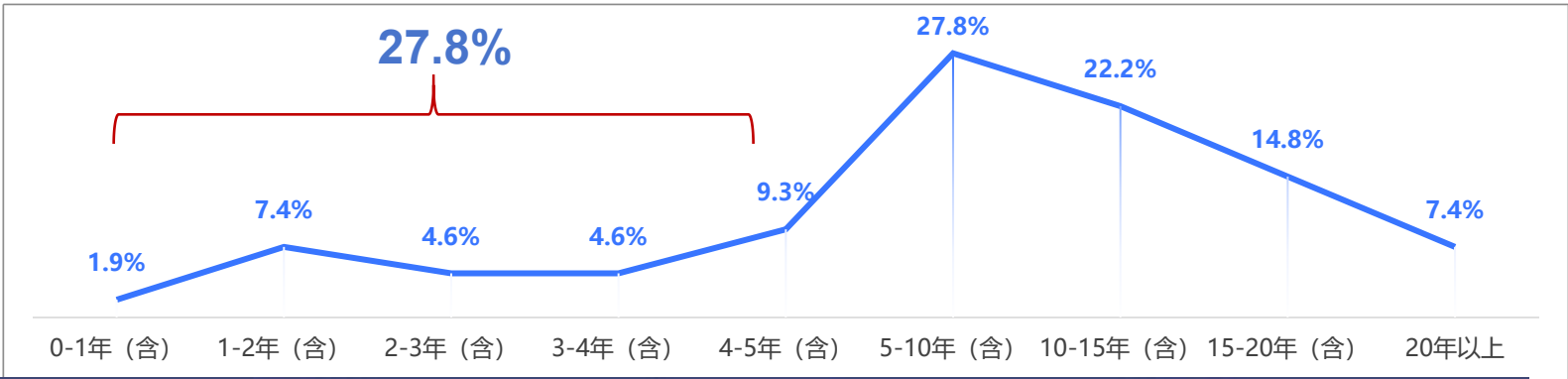


私企/国企/外企/社会团体用户 (N=63)

事业单位/党政机关用户 (N=23)

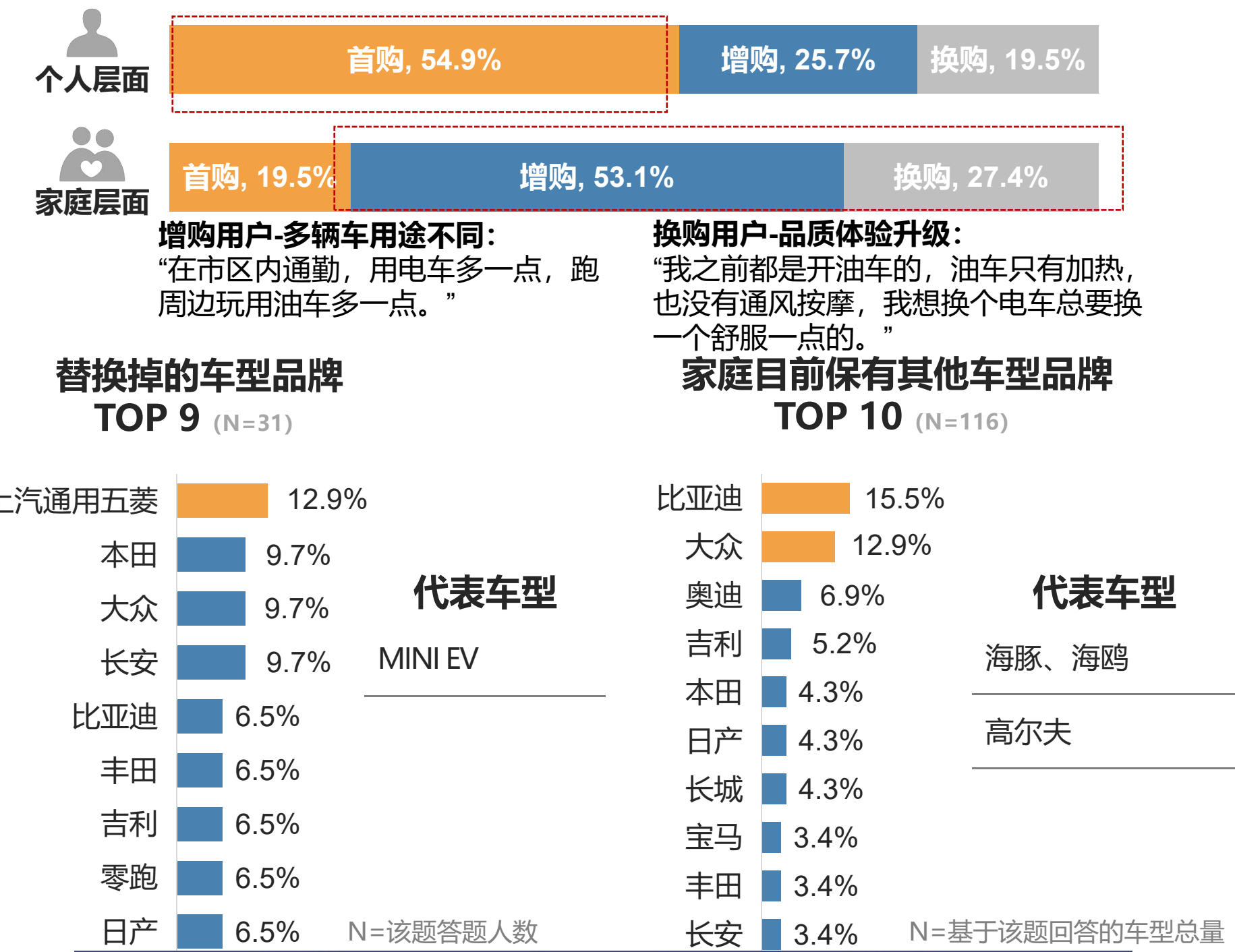


工作年限分布 (N=108)
平均工作年限：9.8年



购车身份画像：个人首购、家庭增换购为主，家庭购车呈“增购补场景、换购升品质”的双趋势

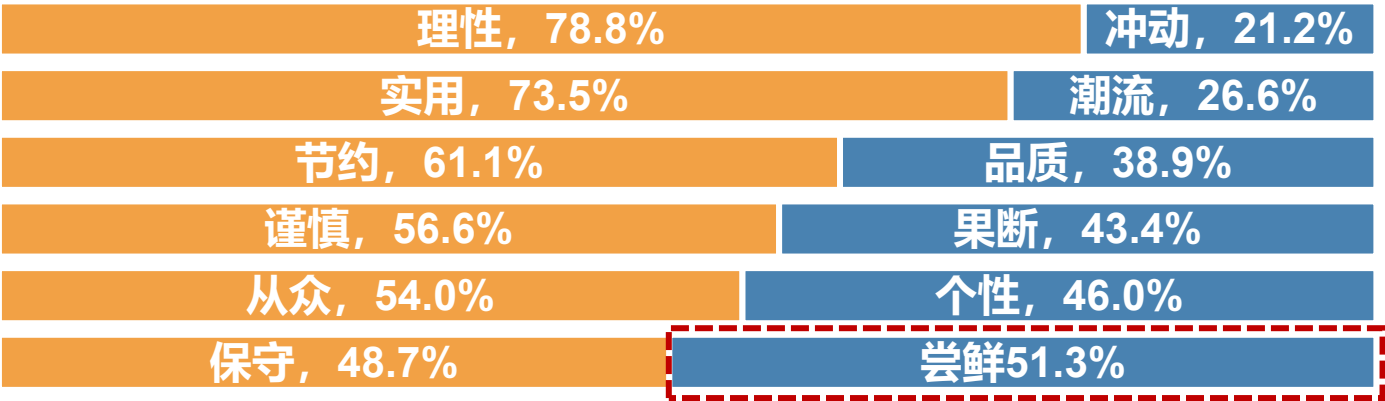
- **个人层面**：54.9% 为首次购车，增购（25.7%）、换购（19.5%）为辅，说明有大量用户是第一次进入新能源汽车市场
- **家庭层面**：53.1% 为增购，换购占比 27.4%，说明多数家庭已有车辆，本次购车是为了补充多元场景出行需求
 - **多车用户家庭**：已有车型以主流品牌为主，比亚迪（15.5%）、大众（12.9%）占比最高，代表车型包括海豚、海鸥、高尔夫。这说明多数家庭已拥有一台主流品牌车型，本次购车主要为补充多元出行场景
 - **换购用户**：被替换的车型以上汽通用五菱（12.9%）占比最高，代表车型为 MINI EV。这表明大量用户正从入门级新能源车型升级，其次本田大众等老旧油车，核心诉求是提升用车品质与体验升级



TA们的消费观念：理性务实，却愿意为新能源技术尝鲜，追求“稳妥里的新体验”

- 消费观：理性务实为底色，兼具尝鲜探索欲
 - 超过半数用户愿意尝鲜（51.3%），这正是他们愿意从油车转向纯电、体验新能源技术升级的关键动机
- 汽车观：安全实用是底线，智能科技是加分项
 - 购车需求高度聚焦：安全保障（43.4%）、低故障率（41.6%）、实用出行（35.4%）、低使用成本（29.2%），完全围绕“安心、省心、省钱”展开
 - 智能科技的期待（27.4%）紧随其后，说明用户并非排斥智能化，而是希望在“可靠实用”的基础上，获得科技带来的体验升级
- 兴趣爱好以慢节奏休闲为主，呈现“轻量松弛”特征，主打高性价比、低门槛的家庭兼容式放松。拒绝奢侈与狂热，收藏奢侈等高消耗选项极低，印证了用户整体消费观的务实与克制

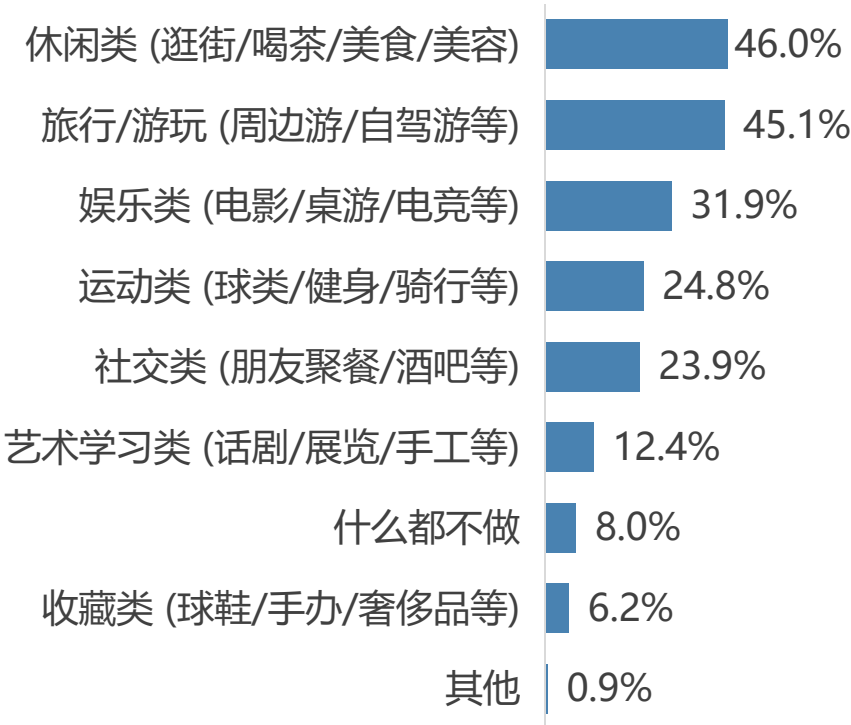
用户消费观 (N=113)



用户汽车观 TOP 10 (N=113)



兴趣爱好 (N=113)



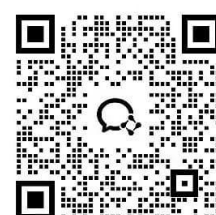
Part 2

他们的购车旅程是怎样的？

- 产生需求（即购车动机）（TA为什么买？）
- 信息收集（在哪看到？关注哪些方面？）
- 购车预算&整体偏好
- 具体关注因&选择因（买之前关注什么？为什么最终选零跑A10？）
- 购买顾虑点（买之前怕什么？）
- 对比车型及核心竞品战败因（对比过谁？为什么不选他们？最终选择了零跑A10）

零跑
A10

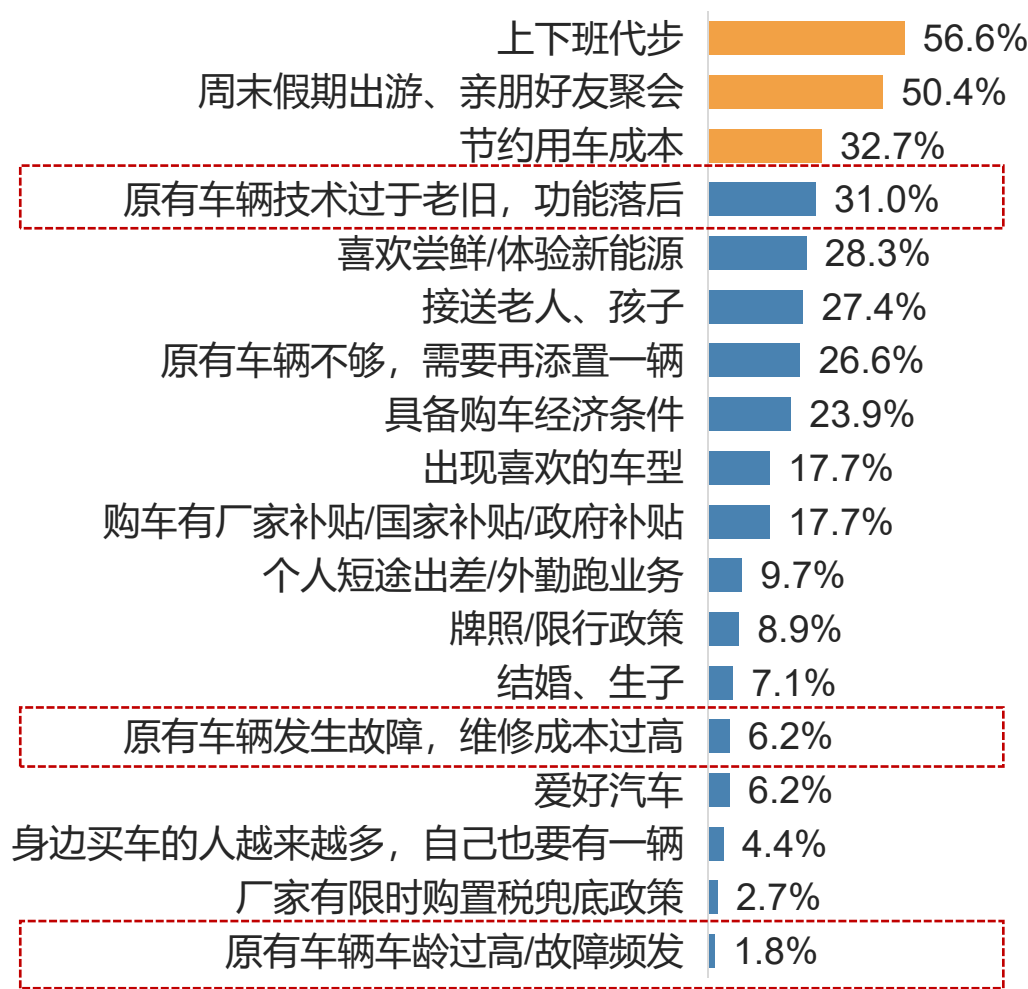
- 欢迎加入“零跑A10 车主联盟”
- 进群方式：扫码添加“小鱼”微信（备注 零跑A10）



购车动机：通勤与家庭出行为主，车辆替换与新能源尝鲜为辅

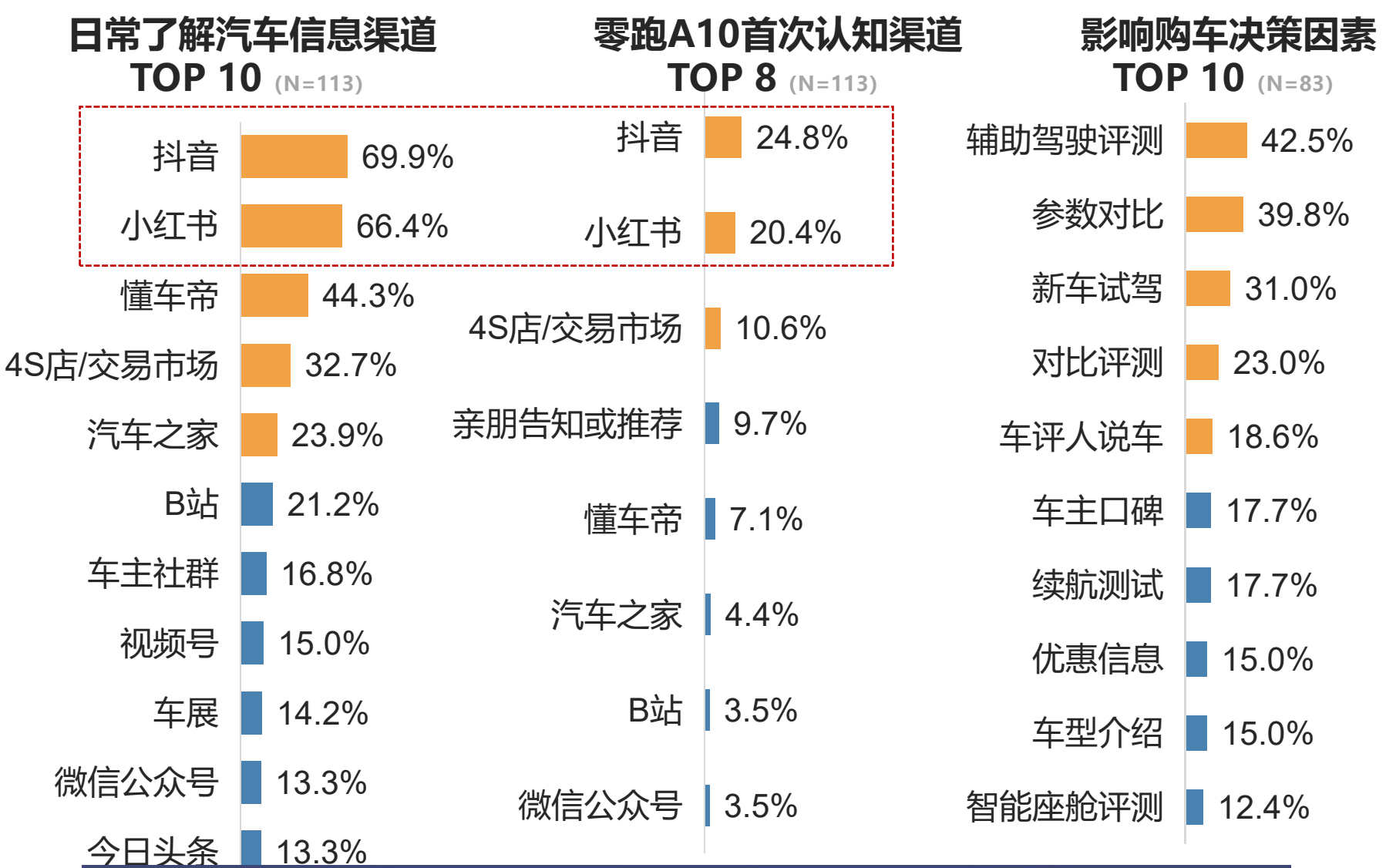
- 核心刚需：通勤与家庭场景是最大驱动力
 - 上下班代步（56.6%）和周末假期出游 / 亲友聚会（50.4%），说明用户购车首要服务于高频日常通勤与家庭休闲出行
 - 节约用车成本（32.7%）紧随其后，体现了用户对用车经济性的高度重视
- 换购刚需：替换老旧 / 故障车辆的需求占比突出
 - 标注的三项为与车辆增/替换相关的动机，这说明大量用户购车是为了替换现有车辆，是典型的升级 / 更新换代需求
- 补充动机：尝鲜、家庭责任与政策驱动
 - 体验新能源 / 尝鲜（28.3%）、接送老人孩子（27.4%）、车辆不够用需增购（26.6%）等 占比不低，说明用户同时存在体验新科技、家庭扩容、多场景用车的补充需求

购车动机分布 (N=113)



信息获取：短视频平台主导信息触达，硬核评测驱动理性购车决策

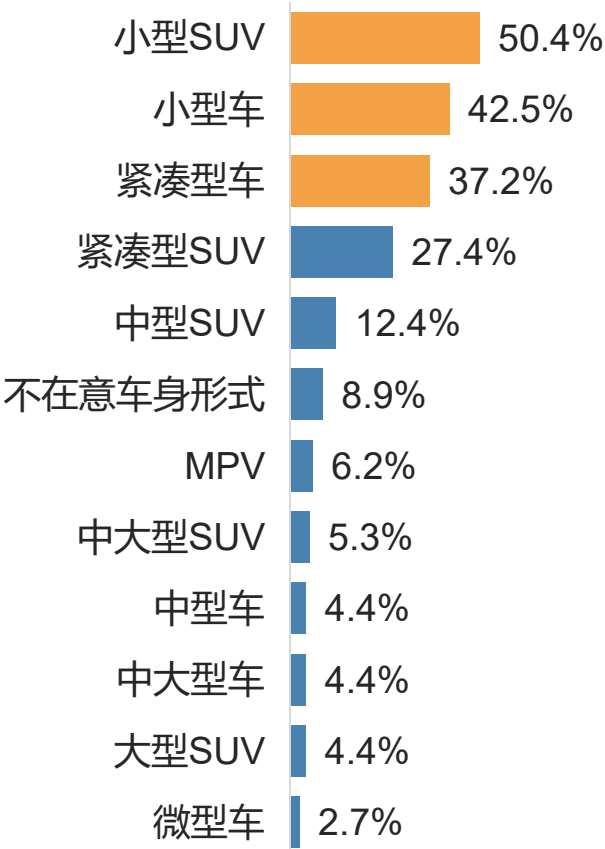
- 信息获取渠道：短视频平台占据绝对主导
 - 日常了解汽车信息：抖音（69.9%）、小红书（66.4%）是用户最主要的渠道，占比远超懂车帝、4S店等传统方式，说明用户习惯在短视频 / 种草平台获取信息
 - 零跑 A10 首次认知渠道：抖音（24.8%）、小红书（20.4%）仍是 TOP2，近半数用户通过这两个平台首次接触车型，种草平台的曝光效果显著
- 购车决策因素：硬核功能评测与参数对比是核心
 - 影响决策的 TOP 因素是辅助驾驶评测（42.5%）、参数对比（39.8%）、新车试驾（31.0%），其次是对比评测、车评人内容，说明用户是理性决策，重视真实评测和硬实力，而非单纯被营销吸引
 - 续航测试、车主口碑、优惠信息等也有一定影响，反映出用户对用车体验和性价比的综合考量



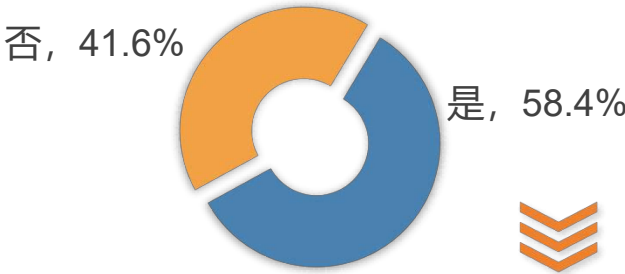
购车偏好与预算：小型 / 紧凑车型为主，高度集中6-10 万预算，定价认可度高，激光雷达顶配最畅销

- 车身偏好：小型 / 紧凑级车型是绝对主流，说明用户购车更偏向城市通勤、灵活好开的实用取向，对大空间、商务属性需求不强
- 购车预算：以6-10万的中端区间，说明用户对价格门槛非常敏感
- 定价反馈：超 95% 的用户对定价持正面态度，价格认可度非常高，市场接受度好，因超高性价比，过半用户购买顶配激光雷达版，说明用户不是没钱，而是可以买好的，但不能买贵了，更倾向一步到位

偏好的车身形式 (N=113)



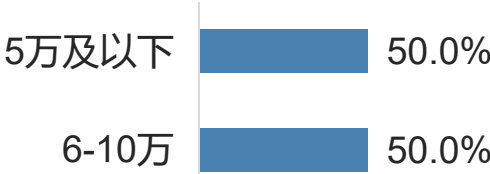
是否限定预算 (N=113)



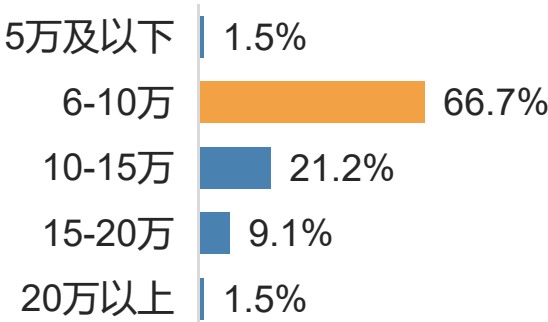
下限均值：5.6万

上限均值：11.7万

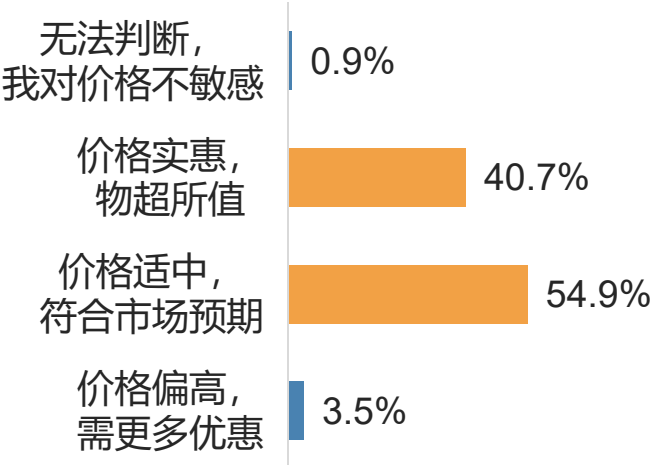
预算下限 (N=66)



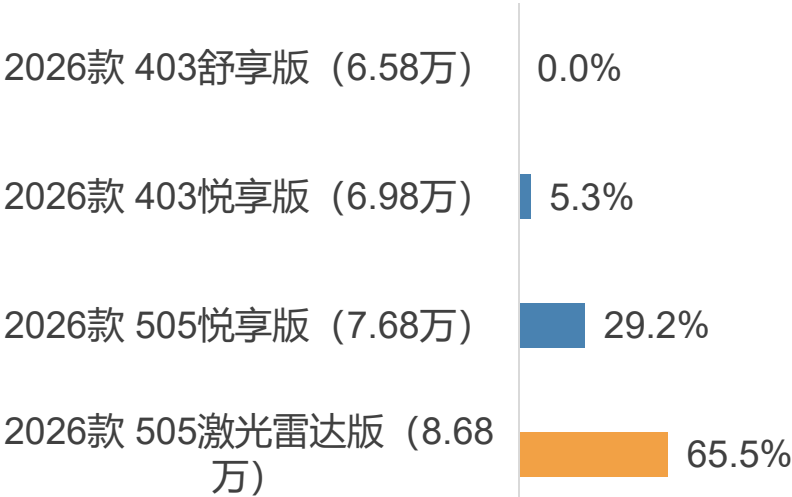
预算上限 (N=66)



对定价看法 (N=113)

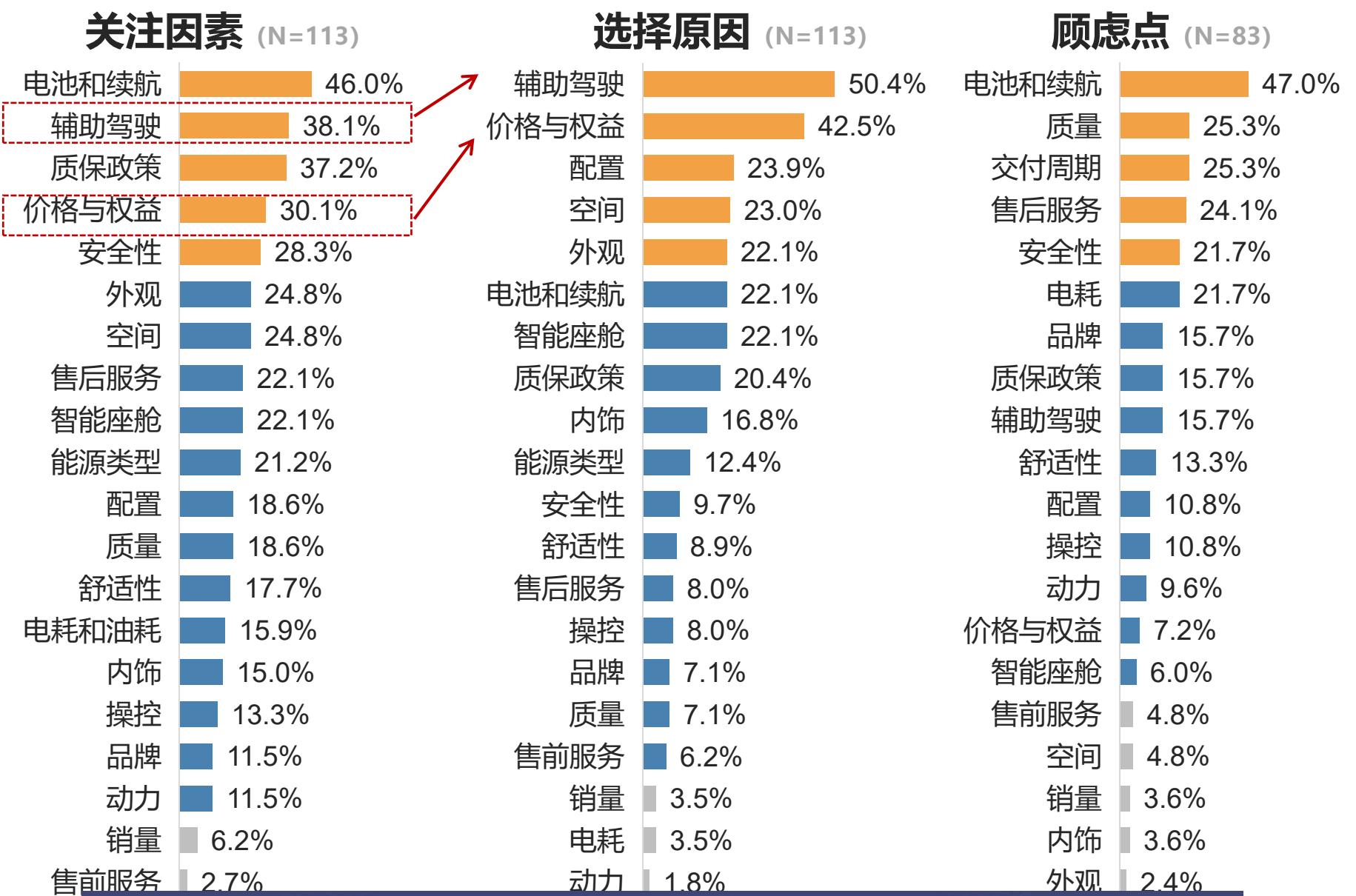


款型分布 (N=113)



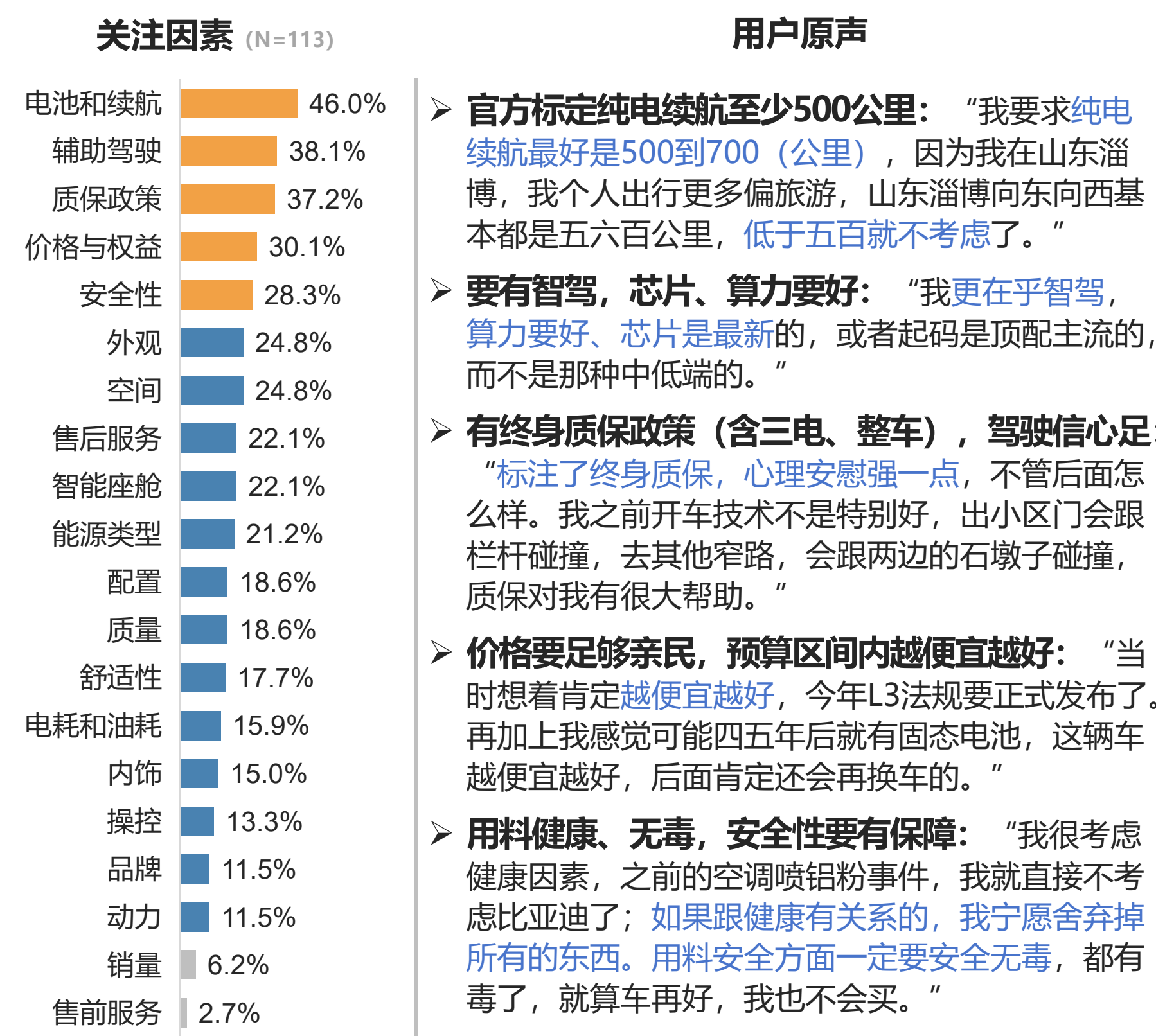
关注因、选择因、顾虑点对比：辅助驾驶与价格权益成功打动用户，电池续航仍是核心顾虑

- **用户核心关注：**电池续航、辅助驾驶、质保和价格权益是用户购车前最看重的硬指标，覆盖了新能源车的核心硬件部分
- **切中用户的“优势点”**（从「关注因」到「选择因」，哪些点占比提升了？）
 - **辅助驾驶：**从 38.1%（关注）→ 50.4%（选择），是本次购车中提升幅度最大、最能打动用户的核心优势，说明产品的辅助驾驶能力远超用户预期，是用户下单的关键决策点
 - **价格与权益：**从 30.1%（关注）→ 42.5%（选择），也是显著提升项，说明价格和权益政策对用户的吸引力极强，有效打消了用户对成本的顾虑
 - 其他如配置、空间、外观、内饰等，在选择原因中靠前，说明这些方面也满足了用户的预期，但不如前两者的冲击力强
- **用户持续忧虑的“风险点”**（哪些用户高度关注，同时也是用户最大的顾虑？）
 - **电池和续航：**是关注因素 TOP1（46.0%），同时也是顾虑点 TOP1（47.0%），这是用户的“强关注 + 强焦虑”项，是未来阻碍用户下单，甚至退单的最大隐患
 - 其他次核心顾虑：质量（18.6% 关注→25.3% 顾虑）、交付周期（虽未出现在关注列表，但顾虑度高）、售后服务（22.1% 关注→24.1% 顾虑），说明这些环节存在用户的信任缺口



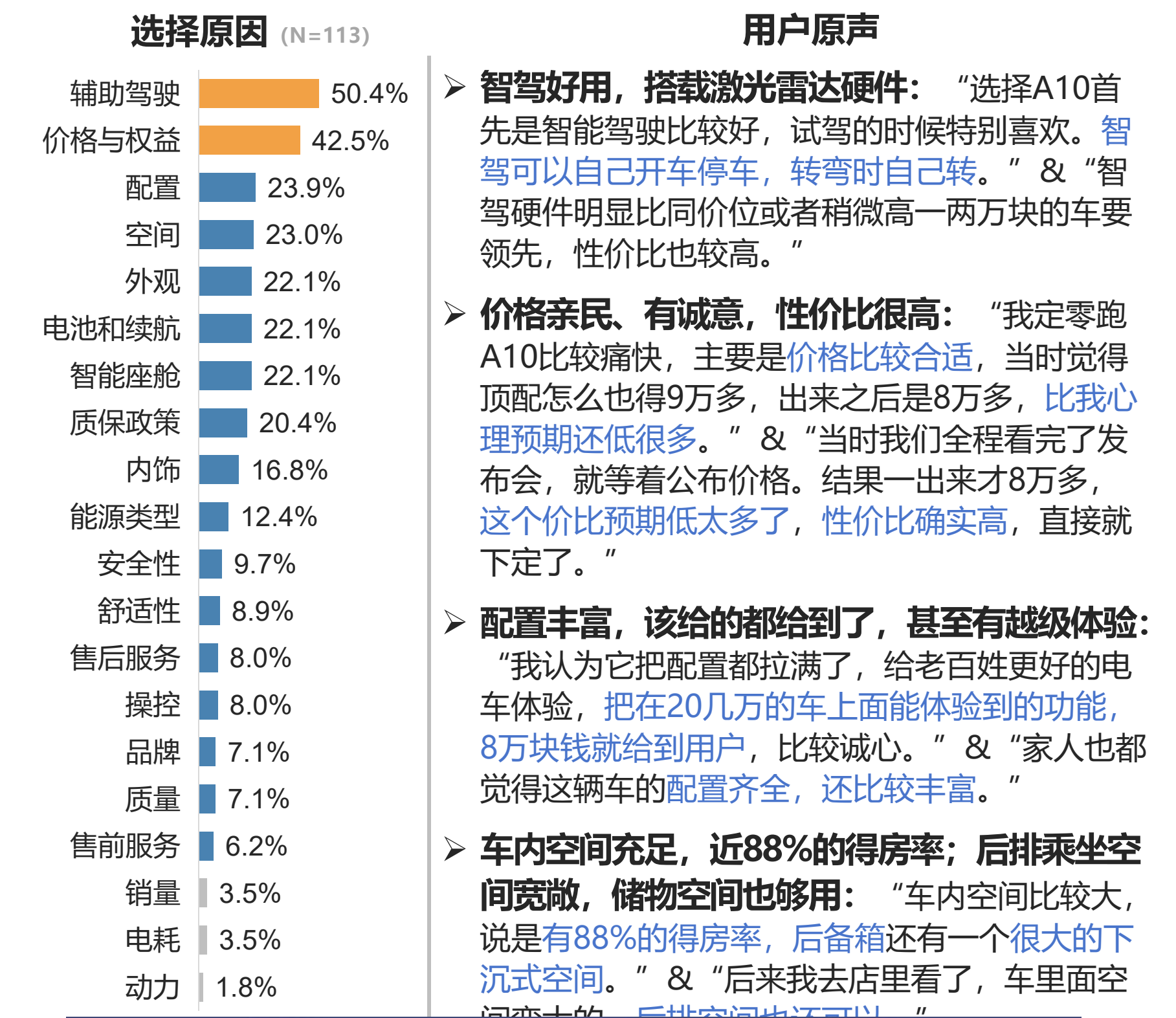
关注因素解读：新能源用户关注逻辑重构，从传统性能转向电动化与智能化核心痛点

- **第一梯度：核心关注top因素全部为新能源汽车特有的或被放大的痛点**，说明用户的关注逻辑已经从传统燃油车的“动力、操控”，转向了新能源场景下的**续航、智能、质保、安全**
- **第二梯度：基础体验诉求**，如外观、空间、售后服务等通用汽车因素用户也会关注
- **第三梯度-弱影响因素**：操控、品牌、售前服务等通常在传统油车关注度高，但在新能源用户中决策中明显边缘化



选择决策变化：前期关注因更多是“怕踩坑”的顾虑，选择因才是用户“心动下单”的理由

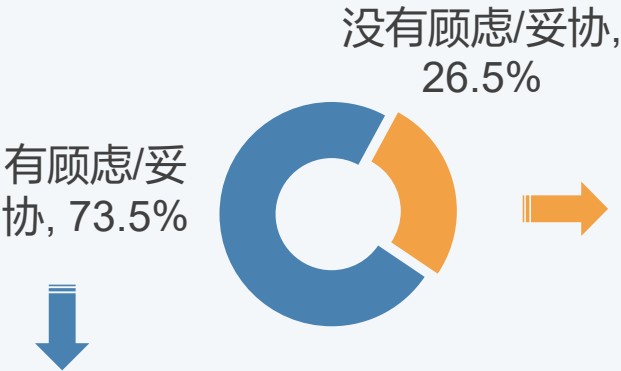
- 续航从“核心卖点”降级的为“入场券”
 - 续航不再是用户选择某款车的差异化理由，而是所有车型都必须达标的配置。只有续航能满足日常使用，用户才会考虑此车型
- 智能化体验是新能源汽车的“终极杀招”
 - 辅助驾驶的关注度和选择率断层领先，说明用户对新能源汽车的核心期待，已从“电动化”转向“智能化”，也是用户愿意买单的核心竞争力
- 价格权益是转化的关键杠杆
 - 价格与权益在选择环节的权重大幅提升，说明在产品力趋同的情况下，优惠政策、购车权益是撬动用户最终下单的重要抓手



核心顾虑点：超7成用户仍有顾虑，集中在电池续航与交付；无顾虑用户看重高性价比和品牌信任

- **顾虑核心点：**用户有电池品牌的信任危机：用户明确指向“非宁德时代”“混装杂牌”，对国轩高科、正力等品牌接受度低。此外，对“续航虚标”也存在焦虑
- **交付周期、售后服务、质量问题，**是仅次于续航的“第二波顾虑”，这些因素直接影响用户的购车体验与长期口碑

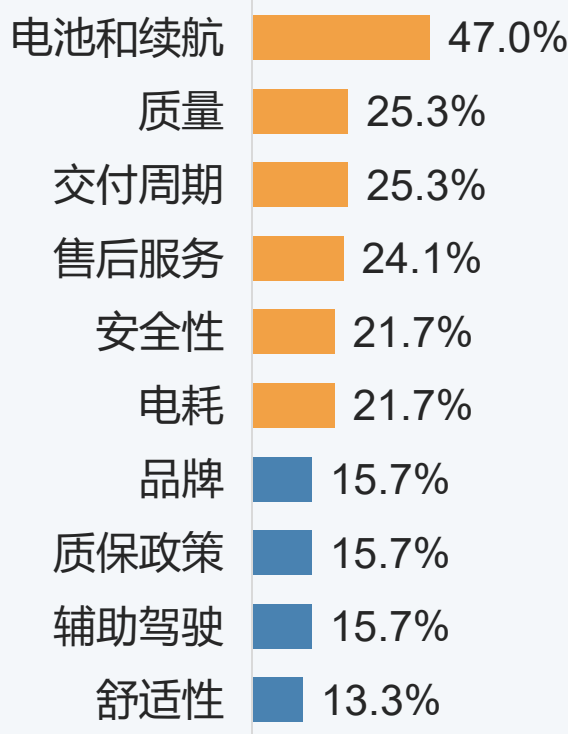
是否存在顾虑/妥协 (N=113)



没有顾虑的原因

- ✔ 信任品牌
- ✔ 其他车子的外观没有那么好看
- ✔ 性价比高，空间大
- ✔ 十万价位内有智驾
- ✔ 零跑老车主复购&同事推荐

顾虑/妥协点TOP 10 (N=83)



顾虑/妥协点-词云图及原声



- **电池混装、杂牌，不是宁德时代**
 - 电池采用国轩高科和江苏正力混发，个人对江苏正力电池质量表示担忧
 - 电池品牌混装&杂牌电池&它不是宁德时代电池&电池品牌不入流

➤ 担忧续航虚标，电耗高

- 担心续航衰减快&担心电池虚标&怕续航虚标的厉害&电耗有点高，续航达成率低
- 它的电池续航能力，实际行驶的折扣率会不会很高！
- 电池续航是否真的有宣传的505那么多，即使打折，能否保证续航在400左右

其他顾虑点：交付慢 + 品控存疑 + 配置阉割，三重问题引发用户负面情绪

- **交付慢拉低预期**，成为情绪化负面标签，直言“没有小米命，却有小米病”、“让人望眼欲穿”
- **质量与口碑形成负向循环**：新品牌缺乏历史验证，叠加网上差评，形成“怕倒闭、怕售后服务差”的心理
- **配置“精准阉割”引发不满**，缺失舒适配置（后排出风口、座椅通风）影响日常体验

01

交付周期望眼欲穿，没有“小米命”但有“小米病”

- 交付时间长，没有小米命，但有小米病
- 产线产能不确定能否及时交付
- 首批车主交付周期时间太久了，会不会比预期的更久
- 交付周期过长，望眼欲穿

02

新品牌怕倒闭，车主口碑差，担心售后有问题

- 新品牌，没经过市场检验&不是老牌车企
- 网上说该品牌小毛病比较多&网上口碑不好&网上对它之前的车评价一般
- 售后服务上会有怠慢的问题
- 怕品牌倒闭，没买过零跑的车，不清楚售后质量&会不会垮
- 怕刮蹭不质保&整车保质期有保养及公里数限制

03

配置缩水：无前排座椅通风、后排出风口、无线充电、副驾电动调节等

- 副驾没有电动调节
- 没有无线充电、座椅通风、后排空调口，没有底盘护板，前盖打开没有护板
- 部分配置阉割(如无线充电、座椅通风等)
- 没有座椅通风+后排出风口+无线充电
- 配置上前排座椅没有通风，后排没有空调出风口

04

悬挂逊于同级；动力不足，高速超车没信心

- A10性价比很高，但智能硬件配置高的同时车辆素质肯定会有所降低，A10的悬挂、底盘比同级车都要差
- 扭力梁通过性不足等
- 122马力动力会不足，怕高速超车加速不够

05

十万级别智驾的可靠性存疑、后续是否会OTA

- 10级别的辅助驾驶可靠性&害怕辅助驾驶有风险
- 自动泊车功能是否真的有那么完善
- 辅助驾驶可能后续不OTA

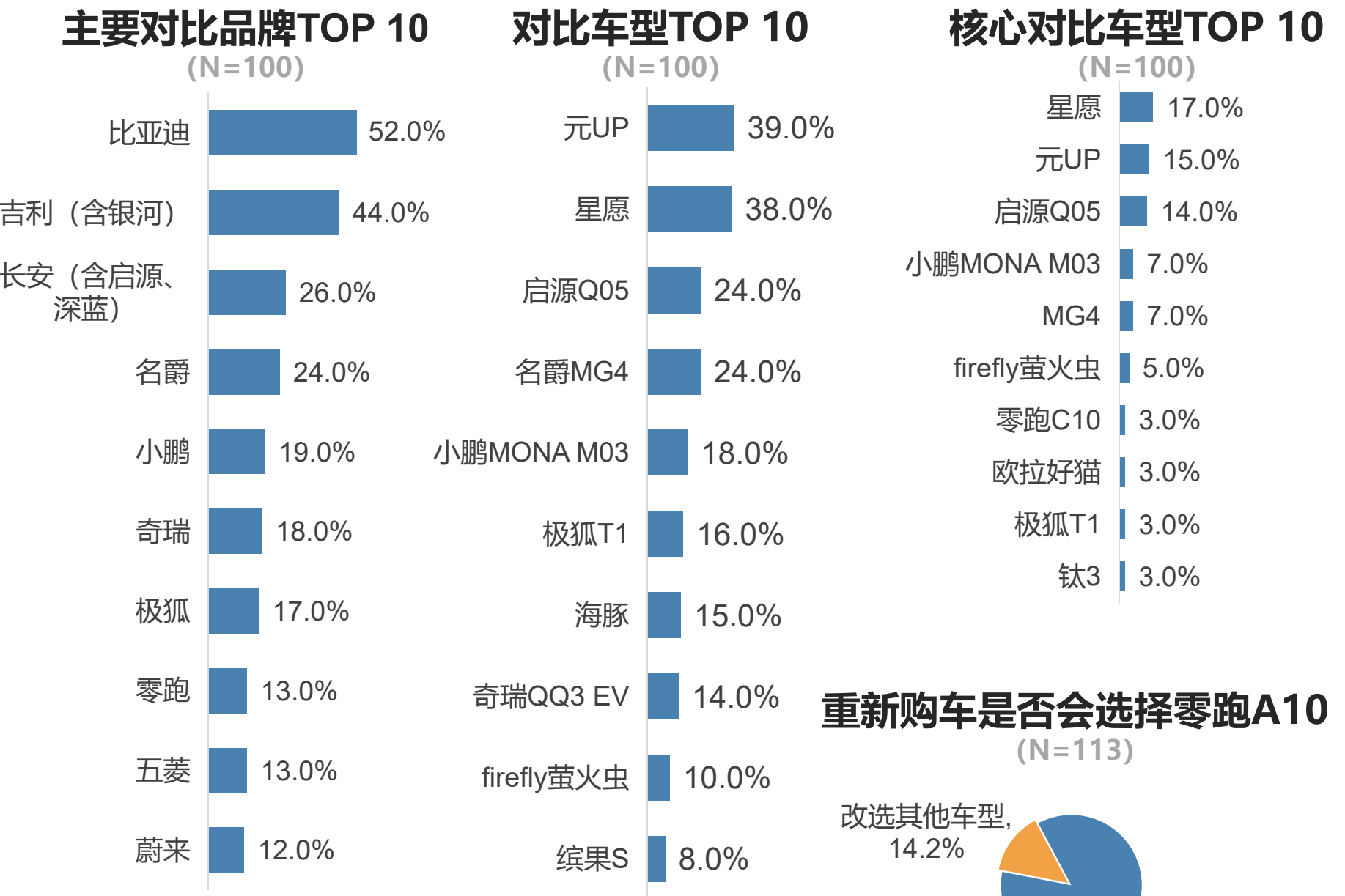
04

10万以下的车安全性差些，担忧电池燃烧

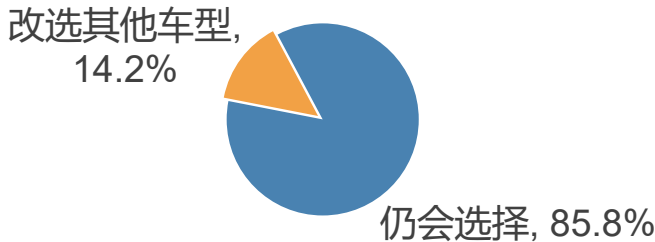
- 价格10万以下的车安全性差一些
- 怕被夹心饼干，以及电池燃烧
- 防撞梁比同级车差
- 车身安全性和电池安全性

竞争格局：聚焦10万级纯电赛道，比亚迪和吉利是最大威胁，因性价比超高，86%用户仍会选择零跑

- 竞争格局：对比品牌高度集中比亚迪和吉利等传统车企
- 对比车型：10w左右的高性价比纯电车是直接竞品
 - 比亚迪元 UP（39.0%）、星愿（38.0%） 是用户对比最多的两款车型，是零跑A10 的直接对标产品
 - 紧随其后的是长安启源 Q05、名爵 MG4、小鹏 MONA M03 等车型，均主打10 万级纯电市场，聚焦性价比、智能配置等卖点
 - 海豚、奇瑞 QQ3 EV、缤果 S 等入门级纯电车型也在对比列表中，说明用户的对比范围覆盖了同价位的主流热门车型
 - 核心对比车型：用户最终决策中，星愿、元 UP、启源 Q05 是主要分流车型
 - 从“核心对比车型 TOP 10” 来看，星愿（17.0%）、元 UP（15.0%）、长安启源 Q05（14.0%） 是用户决策时最容易动摇的选项，是零跑 A10 的主要直接竞品



重新购车是否会选择零跑A10 (N=113)



注：总体中有11.5%的用户为对比过其他品牌车型

竞品战败给零跑A10的原因

车型	竞品战败因	用户原声
 星愿	■外观偏可爱，不适合男女共驾 ■内饰塑料感强 ■操控较差，开着“飘” ■标定纯电续航比A10短 ■智能化配置低，无自动泊车	• 星愿太偏向可爱，不适合我和我老公一起开。 • 试驾时觉得塑料感强，开起来有点飘。我感觉它的用料不好，跟网上宣传的并不相符。 • 它最高续航好像是410公里，但A10有505公里。 • 智能化配置比较低，没有自动泊车，不方便停车。
 元UP	■内外饰丑，呆板、不够圆润 ■价格不稳定，且是库存车 ■要出新款，买新不买旧	• 元UP前面丑，后面丑，内饰丑，当时看它是因为小SUV可选范围太小，没得选。&外观装饰板一整块太呆板了。&前门不是顺畅的圆弧下来，是方的。 • 元UP的价格我谈了好久，它过几天就降价，过几天就降价，一直没入手。而且车都是去年的库存车。 • 元UP要换代，买新不买旧。
 启源Q05	■车机落后 ■性价比不高，激光雷达版比A10贵 ■城市领航辅助是期货	• 它的车内屏幕，感觉像是2016年手机的那种感觉，坐在车上3分钟，看了一下就走了。 • 性价比不如A10，激光雷达的版本要10万。 • Q05的城市智驾还没上线，预计后期OTA升级。计划OTA的时间也没有个准信儿，车企OTA升级在电车这个领域还是不太靠谱的。
小鹏 MONA M03	■轿车，但想要辆SUV ■价格超预算，多花4万买更好的智驾不值当	• 主要它是轿车，我想买个小点儿的SUV。 • M03落地价14万左右，它可能只是智驾的大升级，我过两年还要换车，不可能加4万块钱只为升级智驾。
 名爵MG4	■不想开轿车 ■有小改款 ■售后网点少 ■长续航版本没有A10便宜	• 开惯了轿车，想开个SUV。 • MG4后面会有小改款，还有SUV的半固态入门款。 • 当地都没有它的售后网点，买车了担心后续维保问题。 • 我既然要买零跑505这个版本的，MG4 530版本的价格没有A10便宜，所以还是买了A10。

男女购车旅程差异图：

		
关键特征差异	女性用户 (N=58)	男性用户 (N=55)
平均年龄	均龄 34.7 岁	均龄 32.6 岁
婚姻状况	75.9% 已婚 62.1% 已育	67.3% 已婚 49.1% 已育
学历	82.8% 本科及以上学历	67.3% 本科及以上学历
购置类型	63.8% 个人首购	54.5% 增换购（增购+换购）
购车动机	最核心动机： 上下班代步为核心动机	最核心动机： 周末假期出行聚会尝鲜/体验新能源排名比较靠前
汽车观	汽车 只是交通工具 ，实用即可	更希望自己的车 搭载最新科技
购车偏好	最偏好 小型车 ，其次是小型SUV	最偏好 小型SUV ，其次是紧凑型车
购车关注	更关注 外观、安全性、售后	更关注 智驾、价格和权益、智能座舱
核心对比	核心对比 星愿	核心对比 启源Q05、元UP
选择原因	价格和权益排在首位 ，更会因外观、质保政策而选择	智驾排在首位 ，更会因智能座舱、配置、空间而选择
了解汽车渠道	小红书 是最主要的渠道，其次是 抖音	抖音 是最主要的渠道，其次是 小红书
影响决策的信息	车型介绍、车评人说车 更会影响购车决策	续航测试、智能座舱测评 更会影响购车决策

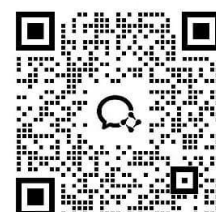
Part 3

TA们的预用车场景是怎样的？

- 预用车场景（用来做什么？）
- 整体反馈（有哪些优势和意见建议？）

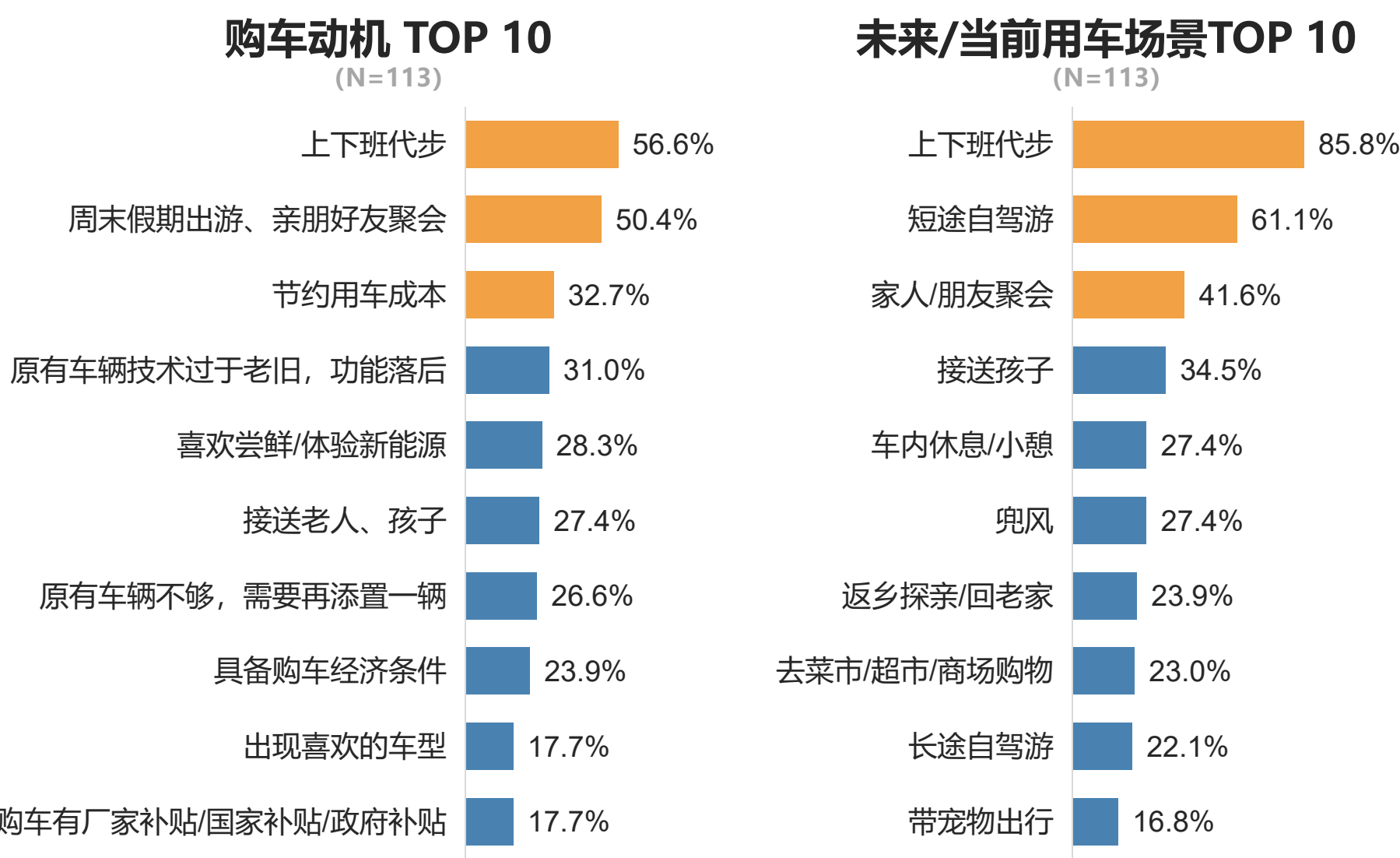
零跑
A10

- 欢迎加入“零跑A10 车主联盟”
- 进群方式：扫码添加“小鱼”微信（备注 零跑A10）



预用车场景：高频通勤与短途场景背后，用户对续航、舒适与空间的隐性需求突出

- 通勤场景是 “基本盘”，需求集中在续航、舒适、辅助驾驶
 - 85.8% 的通勤使用率，决定了用户对车辆的核心要求是 “好开、省心、不累”，续航稳定、辅助驾驶好用、基础舒适配置到位是关键
- 短途出游场景是 “加分项”，核心需求是空间与可靠性
 - 短途出游是用户购车的重要动机，也是高频使用场景，用户对空间、续航可靠性、乘坐舒适性的隐性要求，会在这个场景中被放大
- 车内休憩 / 兜风场景是 “差异点”，体现用户对 “移动空间” 的期待
 - 车内休息、兜风的高频使用，说明用户不再只把车当成交通工具，更期待它成为一个舒适、放松的 “第三空间”，座椅、空调、车机娱乐的体验会成为用户满意度的关键



整体反馈（正向）：同级别性价比‘卷王’，8万价位中激光雷达智驾独一份

■ 同级别性价比极高，购车诚意很足

车型定价透明无套路，同价位内卷力度大，购车诚意充足

“我感觉这个定价蛮好的，在同系列里面确实有点像在卷市场，这也是我最心动的一点，没有套路，很有诚意。”

8-10 万价位越级搭载激光雷达、高阶智驾硬件，同级别性价比断层领先

“10万以内带激光雷达的，带智驾的，同级别没有比它好一点的。”

“10 万以内带激光雷达 + 智驾，这个价位能买到这个配置，性价比真的很高。”

“再加上同价位有激光雷达的只有启源Q05和零跑A10。我个人觉得，即使它这个牌子的智驾水平不行，但有总比没有好。激光雷达的上限要看车企自己的算法，但下限很高，它要比小鹏采用的毫米波雷达看的远，防碰撞更灵敏点。”

■ 智驾硬件配置到位，智驾芯片和车机芯片独立，算力更好

“智驾和车机的芯片是分开的，正好卡在我的点上。有些车企只有一个芯片同时管到智驾和车机，算力要分摊，分摊之后会少一点。独立芯片各干各的比较先进，配置高一点。”

“A10卖的比较火主要是智能驾驶、价格，然后车内空间很大，有天幕和遮阳帘，车机也比较顺畅，顶配的车机芯片是8295，和其他版本不一样，这也是我要买顶配的原因。”

■ 智驾与自动泊车对新手、女司机友好

“不管是高速辅助，还是城市辅助，我都觉得挺好的，车机也比较流畅。”

“试驾了一圈以后，使用了它的自动泊车这个功能，感觉在我的用车场景中是比较实用的，因为我平时在路上开车是没有问题的，但是停车，尤其是那种狭窄的没有停车位的地方比较困难，出来的时候也很困难，前面两辆车如果夹在我中间，移车很困难，这个功能试完以后就觉得很不错，非常适用。”

整体反馈（正向）：空间大，得房率高，内饰软包较多

■ 车身小巧好停，后排空间超出预期，后备箱下沉式设计实用

“它比Q05要短很多，好停一点。”

“后备箱有一个下沉式空间，这个点我也很喜欢。”

“从外观来说，它虽然是一个小型SUV，但跟星愿和QQ3相比，还是大一些。不过这种小型SUV，好掉头也好停车。”

“我相当于在车上办公，整天从上班早9，晚5，都是在车上，我的午休时间也是在车上，我基本上都是在后排休息的，我要躺着睡觉，所以这个空间对我是蛮重要的。”

“比我现在开的车小一些，但它的后排、前排空间都比较大。后备箱是下沉式的，空间也比较大，应该比星愿大很多。”

■ 车内软包较多，无大面积塑料感

“去试驾的时候看到软包比较多，试驾下来感觉还好才定的，主要价格比Q05要便宜得多。”

“销售说，零跑A10这款车里面很多地方都做了包边，所以感觉会好很多，更有质感一点。”

“A10的内饰、外观用料，塑料感不是特别强，比那两款车更有质感一些。我感觉塑料感不是那么强的话，安全性肯定也会好一些，至少被撞的时候，防撞性强一点。”

■ 细节配置贴心，使用体验好

“有天幕和遮阳帘，都在我的点上。” & “半隐藏式门把手比较能接受，纯隐藏的感觉有点不太能接受。”

整体反馈（负向）：零跑A10定价较低，但在充电、空调、后排出风口、座椅调节、底盘防护等部分减配

■ 实用配置缺失、设计不合理、舒适性减配明显，有用户吐槽“该有的没有、没用的堆满”

充电口只有两个，且没有无线充电，行车记录仪需自行购买 U 盘，无法直连手机

“USB接口比较少，如果旁边有一个人也要充电，确实不是特别方便。而且它没有无线快充。”

“我一直觉得零跑这款车的设计师没有太好地设计这辆车，毕竟比较便宜，车上的充电口只有两个，还没有无线充电。两个充电口，甚至有一个还要插车载U盘，也就是说整个车只有一个插口能充手机。内饰方面甚至还给了一个车载香薰氛围灯，但客观来讲，可能只有50%的人要用氛围灯，可能100%的人都需要多一个插口，因为车上不可能一直一个人需要用手机或别的电子设备，因此细节设计方面不是很好，有些消费者特别明显可以感知的点它没有做到。”

“行车记录仪需要自己买 U 盘插入才能记载……必须把 U 盘拔掉以后才能下载到电脑上，然后再连接手机，这一点比较麻烦。”

后排没有出风口，副驾无电动座椅调节，空调只有挡位无温度显示

“制冷制热，没有度数，只有1到6档的挡位，这个我是妥协的。”

“副驾没有电动座椅调节，后排没有出风口。” & “后排出风口还是稍微考虑一些，要是夏天出行，天气那么热，后排不是很舒适。”

■ 塑料电机底盘易磕碰、保险杠减配，用料、质感相对较差

“底盘需要再提高一点，别的基本都是金属底盘装甲，但零跑A10的电机底盘是塑料的，交车的时候我会从零跑商城里重新买一个底盘装甲给它安上。”

“保险杠也减配了，太薄了。如果后期有新款，这两个点是比较重要的。”

■ 辅助驾驶灵敏度、逻辑、成熟度有待优化

“试驾的时候，智驾还不是特别聪明。”

“智驾跟同级有差距。” & “红绿灯识别与现实差几秒，别人都起步了它还在等。”

“我跟前车靠得近了，它给我急刹，但是我能控制住的……距离还很远，它就急刹了，有时候距离近了，它倒不急刹。我希望它有一个按键可以让我关掉它，它没有按键关掉，只能靠调低灵敏度。”

整体反馈（负向）：零跑在电池混用、交付时间上存在明显短板，且售后服务的口碑较差

■ 电池混用国轩 + 正力，正力品牌一般

“现在是国轩高科和江苏正力的电池混用，国轩高科这个牌子还是国内比较领先的，但是江苏正力它的品牌力和产品力都一般般。不如直接用国轩高科一家比较好，消费者也比较认可一点。”

■ 售前、交付细节不满意

交付时间过长、销售承诺与实际不符

“如果到6月份左右还没提车，我确实有点恼火。”

“我现在已经定完两周到了，还没消息。”

“还有交付的时间也有一点慢，我们26日定的，现在还没有交付。”

“6-8周，销售当时跟我说可能一两周就能交，但我在车友群里跟大家交流了一下，这个交付周期我觉得可能要奔着8周去等。”

新车出厂无脚垫，底部塑料膜难撕，交付简陋

“4S店出厂的时候连脚垫都没有。那些枕头可以不去管它，脚垫都没有，...，我觉得贴膜可以不要写在这种服务里面，但是你交付的时候，把脚垫安上去，不然下面的塑料一直黏在上面，撕都很难撕的，脚垫拿一个布的也行。”

只送充电桩但不送安装服务，官方安装又高于市场价

“充电桩少了安装服务。又送充电桩，又没有送安装服务，就让我们去线下找谁安装这个东西，市面上如果装坏了，这个东西算谁的，算零跑的，还是算安装师傅的，很容易扯皮的地方。” & “官方有这个服务，但价格是高于市场价的。”

■ 售后服务

宣传配件不上架、承诺不落地

“氛围灯发布会宣传的时候，已经宣传出来了，但是到现在一直不开售卖..... 试驾的时候，销售会从后排座椅底下拿了一个收纳盒，我觉得这个设计挺好的，但是它也是到现在没有开始售卖。”

售后服务口碑差

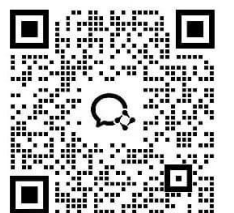
“虽然目前我还没有用到售后，但总听人说他的售后服务不是特别好。希望品牌后期能把售后服务提升一点。”

Part 4

零跑A10典型用户画像

零跑
A10

- 欢迎加入“零跑A10 车主联盟”
- 进群方式：扫码添加“小鱼”微信（备注 零跑A10）



典型用户画像——锁单版本：2026款 零跑A10 505激光雷达版

年轻新手夫妻首购家用车，10万内，要颜值、舒适、大空间，还得有高阶智驾



宋女士

28岁 | 山西长治 | 两口之家



性格特征

安静内敛、心思细腻，喜欢一个人待着

兴趣爱好

美食、露营

购车关注

购置类型：家庭首购，预算落地10万以内

购车动机：雨雪天代步，希望在极端天气过得舒服一些，日常出行/出游更方便

关注因素：

■**外观：**中性一些，风格男女都能驾驭，不要纯属于女生开的那种。造型不喜欢方的，偏好稍微圆润的

■**内饰：**更喜欢明亮浅色系风格，要有让人眼前一亮的感觉，驾乘心情更好

■**电池与续航：**续航高些，低于400km可能不会考虑

■**辅助驾驶：**认准带激光雷达的高阶智驾，城市、高速、自动泊车全都要有，操作要简单好上手，新手也好轻松把控

■**舒适/便利性配置：**座椅加热/按摩、天幕和遮阳帘

■**车身形式&空间：**SUV，车内空间比较大，外形也比较高，爱人身材高大，更适合大一点的车

■**能源类型：**只考虑纯电，电车比较省钱，且科技感更足

■**品牌：**长安、零跑

用车场景

- 日常上下班代步
- 周末周边城市短途出游、露营

对比车型

长安启源Q05



- 👍 符合SUV车型
- 👍 筛选车型时车价基本符合预算
- 👍 长安是传统车企品牌，品牌有保障
- 👎 落地价格超预算
- 👎 外观（整体气质）不适合年轻人
- 👎 黑色内饰比较沉闷、显老气
- 👎 试驾时销售未展示智能驾驶，体验缺失

零跑B10



- 👍 有智能辅助驾驶
- 👍 认可零跑这个品牌
- 👎 价格超出预期
- 👎 不习惯全隐藏式门把手，担心冬天会被冻住

比亚迪元 UP



- 👍 价格在预算内
- 👍 品牌关注度高
- 👎 前门线条方正、造型“愣愣的”，不喜欢

奇瑞QQ3/吉利星愿

- 👍 内饰还行
- 👎 外观过于小巧、偏女性化，不适合夫妻共用

典型用户观点——锁单版本：2026款 零跑A10 505激光雷达版

提前99元盲订，发布会当晚价格一公布，直接锁单，没跑了，我的新车就是它！

选择零跑A10的原因

- **搭载高阶辅助驾驶，带激光雷达，对新手很友好：**我和我老公考完驾照以后到现在没有开过车，我俩对智驾都比较在意。去试驾零跑A10的时候，智驾会自己开/停车，也会自己转弯，当时就想选零跑A10了。
- **顶配落地8万出头，性价比没得说：**看发布会的时候，就很期待它的价格。激光雷达版的价格一出来，我们说没跑了，就这个了。
- **外观很合心意，车身线条圆润中性，男女共用不违和：**我刚开始看到的时候，就觉得外观挺好看的。这个车稍微带点可爱，但又不是特别可爱，比较中性一些，我挺喜欢的。
- **浅色明亮内饰不沉闷，带天幕 + 遮阳帘，乘坐舒适：**燕麦灰的内饰有让人眼前一亮的感觉，坐进去的时候心情也变得亮起来了。而且，它有天幕和遮阳帘，出去玩的时候可以躺在车里看看外面的星空，浪漫些；天气热的时候遮阳帘能防晒。
- **车内乘坐空间宽敞，下沉式储物空间很大：**车内空间比较大，它的得房率说有88%。后备箱有一个下沉式空间，也很大。

买车要买就买顶配，期望增加后排出风口和副驾座椅电动调节

- **购车历程：**我和对象刚结婚没多久，想买辆车方便出行，当时主要看了零跑B10和启源Q05。后来在一个博主视频里发现了A10，外观、天幕遮阳帘、大空间都很戳我，就先99元盲订。中间试驾一次，智驾很适合新手。销售还专门邀我们去4S店看发布会，价格一出就锁单了，车价完全在预算内。
- **零跑A10火爆的原因：**同价位搭载激光雷达智驾、定价亲民、车内空间宽敞、标配天幕 + 遮阳帘、车机运行流畅。A10卖的比较火主要是智能驾驶、价格，然后车内空间很大，有天幕和遮阳帘，车机也比较顺畅，顶配的车机芯片是8295，和其他版本不一样，这也是我要买顶配的原因。
- **零跑品牌偏年轻化，未来愿意花钱装后排出风口和副驾座椅电动调节：**零跑品牌更年轻化些。将来升级的话，还是稍微考虑一下后排出风口，夏天后排坐着的人不舒服，太热了。副驾没有电动调节也比较在意，这两个加钱都愿意装，但价格要合适。

典型用户画像——提车版本：2026款 零跑A10 505悦享版

90后持家宝妈，10万预算，想换辆便宜、好开的日常代步纯电车，用料安全是底线



鲍女士

34岁 | 江苏无锡 | 房地产行业 | 五口之家



性格特征

直爽实在、务实理性、佛系随和

兴趣爱好

旅游、看电影 / 追剧

购车关注

购置类型：个人换购（本田飞度），家庭增购，保有本田歌诗图、传祺GS8，预算4-15万

购车动机：旧油车开了十年之久，最近油价比较贵，考虑置换一辆电车

关注因素：

- **价格：**电车保值率低，不考虑买太贵的，看重高性价比
- **内饰：**不喜塑料感强、质感差的内饰，拒绝用料劣质、健康安全无保障的车型
- **电池与续航：**需求区间500-700km，低于400km不会考虑，日常代步不想天天充电
- **操控：**行驶稳定性、底盘质感
- **辅助驾驶：**非核心关注点，但是基础必备项，要有车道保持、跟车等基础功能
- **安全性：**看重车内用料安全，因比亚迪“空调喷铝粉”事件直接放弃该品牌
- **车身形式：**轿车/小型SUV均可，代步更方便灵活
- **能源类型：**只考虑纯电，家里已有油车，纯电车用车成本低
- **品牌：**倾向国产新势力，认为合资比较偏油车

用车场景

- 日常上下班代步：每日通勤往返约30-40km

对比车型

吉利星愿



- 👍 采用后驱布局
- 👍 搭载宁德时代电池
- 👍 背靠大品牌品质、口碑有保障
- 👎 驾乘体验不佳，开起来“飘”
- 👎 内饰用料/质感较差，塑料感重，性价比不高

小鹏MONA M03



- 👍 热门热销车型
- 👍 官方标定续航里程长
- 👍 智驾能力在线
- 👎 座椅偏低
- 👎 交付周期久
- 👎 内饰质感不佳
- 👎 价格相对偏高

名爵MG4



- 👍 整车用料扎实
- 👍 车内空间优于零跑 A10
- 👍 车辆性能出色，底盘调校优秀
- 👎 外观不符合审美
- 👎 超 500km 续航的版本售价更高

典型用户观点——提车版本：2026款 零跑A10 505悦享版

价格才是王道，8万的车价给到二十几万的电车体验，厂家诚意满满，我没有不买的理由

选择零跑A10的原因

- **定价有诚意、无套路，性价比高：**我感觉这个定价蛮好的，在同系列里面确实有点像在卷市场，这也是我最心动的一点，没有套路，很有诚意。
- **续航能满足日常通勤代步需求：**A10的续航可以满足我的出行需求，500公里，就算打个75折也还可以，至少不会特别有里程焦虑，不用像别人两天一充。而且我家离公司也不是特别远，每天来回三四十公里。
- **配置实用、功能齐全，该有的都有了：**家人也觉得这辆车的配置齐全，比较丰富。智驾、方向盘加热、座椅加热/通风，这些该有的，车里也都有。
- **坐亲戚的零跑C16体验不错，对零跑品牌有所改观，愿意尝试：**我买零跑是受亲戚的影响，亲戚有辆C16，带我们坐了一下，然后对零跑有改观，愿意尝试这个品牌。
- **选择505 悦享版的原因：**我喜欢续航多一点，就选择了505的。激光雷达版是加一万，但其他配置都一样，只是多了个雷达，我不需要，我本来对智驾需求也不是特别高。

重新买车还选零跑A10，毕竟没有不买的理由

- **价格才是王道，零跑品牌亲民，8万的车价给到二十几万的电车体验，比较有诚意，品牌一定能打响：**零跑是一个亲民且年轻化的品牌，比较适合老百姓。价格是王道，一个车企如果用心，市场会给它很好的反馈，连我都买了，我觉得他们今后的发展肯定可以的。具体到零跑A10上，它把配置都拉满了，给老百姓更好的电车体验，这种在20几万的车上能体验到的功能，它8万块钱就给到用户了，比较诚心，零跑肯定也想把它的品牌打响。
- **重新购车还是会选零跑A10，找不到可以媲美的车：**价格很合适，在市面上你能找到比它更有空间，性价比，外观更好看，内饰这么好的车型吗？找不到！
- **惊吓场景：主动刹车过于灵敏。**我跟前车距离很远，它就给我急刹。有时候距离近了，它倒不急刹，我感觉这个有点问题。我希望能直接关掉，突然的吓人一大跳，但它只能调低灵敏度。
- **建议增加后排通风口 后排座椅通风 赠送脚垫 厂家提供充电桩安装服务等。**

典型用户画像——锁单版本：2026款 零跑A10 505激光雷达版

想买个电车尝鲜过渡，兼顾市区通勤和近郊出游，没必要买贵的，但智驾硬件得到位

 **单先生**
37岁 | 上海 | 上班族 | 五口之家



性格特征

稳重、谨慎、顾家

兴趣爱好

自驾游、露营、看电视/电影、听音乐、喜欢关注车和手机

购车关注

购置类型：家庭换购，保有奥迪A4L，预算10万左右

购车动机：首次购入电车，想体验智能化新技术；降低通勤成本；旧车置换纯电有上海绿牌

关注因素：

- **电池与续航：**标续500km以上，实际续航在400km以上，希望能减少每周充电频率
- **辅助驾驶：**想体验智能辅助驾驶技术，激光雷达等硬件要到位
- **价格：**不想一下放太高的预算，十万左右，用来尝鲜过渡，电车没必要上来就买贵的
- **空间：**车内空间够用，后排空间不能太小，成人坐后排能伸展开，储物空间充分
- **舒适性：**要有前排座椅通风 / 加热 / 按摩，自己开舒适性要好一点
- **内饰：**不能太塑料，多一些软包
- **操控：**开着稳当，起步舒服，不急刹急停
- **车身尺寸：**偏小一些，好开好停
- **能源类型：**只考虑纯电，家里已有油车，电车通勤成本低，且纯电才分配沪牌
- **品牌：**更倾向于有国资背景的品牌，国家背书更放心，就算车企出现变故，售后也能有保障

用车场景

- 日常通勤代步：往返约60km
- 周末出行：近郊短途自驾 / 露营（单程 100 km内）

对比车型

长安起源Q05



- 👍 价格贴合预算
- 👍 10万级别带激光雷达
- 👍 预期价位内，续航够用
- 👍 前排座椅带通风/加热/按摩
- 👍 长安大厂国资品牌背书，相对稳定
- 👍 车内大多软质包裹，没有大面积塑料感
- 👎 智驾硬件配置不如零跑 A10
- 👎 激光雷达版本的价格比A10贵
- 👎 购车权益不到位，顶配不享受三年免息

理想i6



- 👍 家用比较舒适
- 👍 官方标定续航高，两驱版本有720km
- 👎 价格远超预算
- 👎 产品迭代快，产品力当前相对不成熟
- 👎 高速续航打折比较严重（尤其是120迈以上）

典型用户观点——锁单版本：2026款 零跑A10 505激光雷达版

激光雷达+标续500km以上+九万不到车价，试驾后当场下定

选择零跑A10的原因

- **同价位激光雷达稀缺，智驾硬件到位：**8万价位带激光雷达，带智驾的，同系列独一份。&有激光雷达智驾，大家肯定会去试驾，试驾体验下来，觉得确实跟你之前别的系列的车不一样，就可以。这个价格买到激光雷达，大家都愿意花这个钱。
- **价格低于心理预期，短期过渡性价比适配：**主要因为价格比较合适，当时它9万多块钱顶配，出来之后是8万多，比我心理预期低很多。这个价位给到激光雷达还是很有性价比的，现在买A10，就是想先买辆车过渡下，以后产品成熟了，再考虑换。
- **内饰质感相对不错，无大面积塑料感：**跟同价位其他车型相比，摸起来没有大面积的塑料感，基本都是软质包裹。
- **实车车内空间有惊喜，内部空间大，后排乘坐舒适：**看实车的时候，车里空间蛮大，实车不是我想象中的那么小，后排空间也还可以，也算是给我的一个惊喜。

先开零跑A10试试水，过几年再换大六座车

- **购车历程：**家里老油车闲置，上海纯电送沪牌，就想买辆十万左右的电车先试试水。看过理想i6嫌贵，启源Q05下了定，因权益没了又退了。偶然刷到零跑A10，看图觉得小，就没盲订。看实车后发现后排宽敞、内饰软包多。这个价位带激光雷达、续航500km+，试驾后当场下定。准备过渡开几年再换大六座车。
- **建议顶配增加座椅通风按摩、无线充电，储物空间也多一点。**不过没有也能接受，价格毕竟在这里。
- **现阶段再购车还选零跑A10。激光雷达版在同级别里没有更好的选择，但其他三个版本可对比车型很多。**次顶配大概7万多块钱，这个价位，像QQ3很早就开始预热，车虽然只有420km续航，但价格在那儿，后驱电机，还有前备箱，舒适性做得也可以，还是有竞争力的。
- **零跑部分产品供应链自研，有价格优势，但智驾自研能力与同行有差距：**零跑目前属于民企500强企业。它现在一些产品供应链能自研，这是它的优势，它能把价格压到最低，但是智驾方面跟同业水平还有些差距。

典型用户画像——锁单版本：2026款 零跑A10 505激光雷达版

00后海归考研党的首辆纯电代步车，老爸出资，预算15万内越便宜越好，追求“硬核智驾”和长续航



戴先生

23岁 | 山东淄博 | 考研党 | 个人独居



性格特征

高度参数党、技术控，乐于尝试新鲜事物

兴趣爱好

自驾游、爬山、露营、钓鱼

购车关注

购置类型：个人首购，家庭增购，保有哈弗H2，预算15万以内

购车动机：不想开手动挡、想尝鲜智驾；油价贵，想降低用车成本

关注因素：

- 价格：短期过渡用车，且考虑到固态电池的发展，这辆车越便宜越好
- 辅助驾驶：芯片要最好最新的，或是顶配主流
- 智能座舱：要独立芯片，操作不卡顿，响应要灵敏
- 安全性：安全是底线，但是优先级低于价格和智驾
- 电池和续航：理想区间在500-700km，低于500km直接不考虑，倾向大品牌电池，用料/安全更有保障，但同样的续航下不愿为电池多花两三万
- 能源类型：当前只考虑纯电，成本最低；插混/增程本质还是用油，且纯电车安静，开起来更舒服
- 品牌：更倾向合资、有国企 / 央企背景的品牌，这类品牌经营更稳定；有国资背书能保障终身质保与售后长期可靠

用车场景

- 日常出行：城市短途（>5km基本开车）
- 周边出游：范围50km左右（每周）
- 中长途自驾：300-600km（单程）

对比车型

小鹏MONA M03



- 👍 智驾国内领先
- 👍 车身结构、底盘悬挂、电池品牌都不错
- 👎 价格偏高，因智驾多花几万不值得
- 👎 只给“精简版智驾”，未实现“科技平权”

长安启源Q05



- 👍 背靠长安，长安名气大
- 👎 城市NOA未上线，不想等OTA
- 👎 激光雷达版本价格比A10顶配贵1-2万

极狐阿尔法S5



- 👍 国企背书
- 👍 外观好看，很帅
- 👍 车身做工用料比A10好很多
- 👎 HUD仪表盘显示不清晰
- 👎 车机/智驾芯片不如A10来的“硬核”
- 👎 后备箱空间过小，下沉空间还被音响占用
- 👎 最低配性价比最高，但没有后视镜加热

典型用户观点——锁单版本：2026款 零跑A10 505激光雷达版

10万以内的A10可以买，价格和智驾摆在那儿；15万以上的零跑不考虑，怕丢了质保，损失担不起

选择零跑A10的原因

- **智驾硬件领先，同价位最优解：**智驾、座舱硬件很明显比同价位或稍微高一两万的车要领先，性价比较高。再加上同价位有激光雷达的只有启源Q05和零跑A10。我个人觉得，即使它这个牌子的智驾水平不行，但有总比没有好。激光雷达的上限要看车企自己的算法，但下限很高，它要比小鹏采用的毫米波雷达看的远，防碰撞更灵敏点。
- **零跑A10车机与智驾芯片独立，算力不缩水：**智驾和车机的芯片是分开的，正好卡在我的点上。有些车企只有一个芯片同时管到智驾和车机，算力要分摊，分摊之后会少一点。独立芯片各干各的比较先进，配置高一点。
- **不使用零跑自研智驾，智驾方案升级：**这次A10换了元戎启行的智驾方案，该方案同时也用于20多万魏牌的车，15万以上的车型也有很多用元戎启行这个智驾方案的。

从全面对比到快速下定，智驾 + 价格优先，其他配置均可妥协

- **前期高度理性筛选，后期快速决策：**我先筛出15万以内的车，对比官网配置和测评，最后锁定启源Q05、极狐S5、小鹏M03和零跑A10。线下实车体验一圈，基本确定买A10，试驾当天就定车了，算是一次激情消费。我这次买车只看重智驾和价格。A10价格最低，智驾和座舱体验也好，哪怕安全性垫底，我也能接受这个短板。但如果让我买15万以上的车，就不会选零跑，万一车企不行失去终身质保，损失我承受不起。
- **槽点1：塑料底盘护甲，保险杠太薄。**底盘需要再提高一点，别的车底盘装甲基本都是金属的，但零跑A10的电机底盘是塑料的。而且保险杠也减配了，太薄了。
- **槽点2：没有无线充电，给氛围灯但不多给几个充电口。**没有无线充电，充电口也只有两个，甚至有一个还要插车载U盘，就是说整车只有一个插口能充手机。内饰甚至给了个车载香薰氛围灯，但客观来讲可能只有50%的人要用氛围灯，但100%的人都需要多一个插口，因为车上不可能一直只有一个人需要用手机。
- **槽点3：试驾时智驾不是太聪明，建议和元戎启行深度合作。**它跟元戎启行深度合作一下，把智驾水平提升一点，我试驾的时候，智驾还不是特别聪明。
- **期望点：车主提出建议诉求时厂家要及时回应，不管事情能不能办成，都要有个交代。**

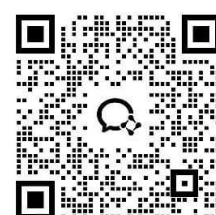
Part 5

零跑A10火爆的原因是什么?用户对零跑的品牌评价如何?

- 零跑A10火爆原因
- 用户对零跑品牌的正负面评价
- 用户对零跑品牌的建议
- 深访用户眼中的画像

零跑
A10

- 欢迎加入“零跑A10 车主联盟”
- 进群方式：扫码添加“小鱼”微信（备注 零跑A10）



零跑A10火爆的原因：“价格颠覆+技术平权”的胜利

● 零跑A10火爆的核心原因在于：以低于10万元的精准定价，将激光雷达高阶智驾配置越级下放，打造出8万级价位“独一份”的性价比天花板，同时兼顾了大空间、外观内饰等综合产品力，精准击中了普通打工者“花小钱办大事”的心理预期，形成对同价位竞品的绝对领先优势

火爆点	用户原声
■ 价格精准卡位，一步到位 ■ 价格低于10万心理门槛，普通打工人基本都能拿下	• 零跑的定价，真的很合适，一步到位的价格。 • 零跑A10的价格，作为任何一个普通打工者都可以买得起，它面向的群体非常广，所以销量火爆。像萤火虫价位也不低，顶配得12万吧。虽然仅相差4万块，但4万对于普通打工者来说，也是很大一笔开销。零跑A10车价低于10万，正好低于消费者心理预期，给人的感觉又不一样了。
■ 性价比同级别“天花板”，打破常规，将激光雷达越级下放，噱头足	• 它的性价比等于是这一个级别里面的天花板了，做得很用心。 • 零跑A10它是低价，但拥有智驾，所以它火。同价位所有的车企里，好像都没有这个这种智驾的车，但是它打破了这一常规。 • 它用了第三方的激光雷达是一个火爆的点，这一步走得比较对，噱头打很足。首先你要有这个东西，有了之后大家肯定会去试驾，试驾体验下来不错，这个价格买到这个激光雷达，大家都愿意花这个钱。 • 我认为它把配置都拉满了，给老百姓更好的电车体验，激光雷达这种在20几万的车上面能体验到的功能，它8万块钱就给到用户了，这是比较诚心的，这个型号肯定是零跑想要把自己的品牌打响。
■ 主销款型激光雷达版，在8万价位无对手	• 让我重新选择，我现阶段还是会选择零跑A10，同级别没有比它好一点的车。它有激光雷达，同系列独一份。如果不带激光雷达，其他三个版本的可对比性就比较多。次顶配大概7万多块钱，像QQ3很早就开始做预热了，它的车虽然只有420公里的续航，但是它是后驱的，还有后备箱这些，舒适性做得也还可以。
■ 大空间、外观好看，内饰质感不错，“没有不买的理由”	• 价格很合适，在市面上你能找到比它更有空间、性价比，外观更好看，还有内饰这么好的吗，找不到！我没有不买的理由。

零跑品牌看法（正向）：践行了“价格才是王道”，亲民路线成功，品牌已经上了路子

● 零跑性价比高，价格亲民，品牌发展稳健务实、不浮夸，已经上了路子。同时，真实口碑验证了其车辆的耐用性（如T03长期使用无大故障）。尽管车子存在一些小毛病，但“谈对象还有缺点呢”，因为价格优势，这些不足也能包容

正向品牌评价	用户原声
■ 性价比高，亲民路线成功，用户偏年轻	“性价比比较高的品牌，比较适合老百姓的，比较亲民，用户年龄也比较年轻一点。” “我看好零跑的发展，因为价格是王道，一个车企如果用心，市场会给它很好的反馈，既然我都买了它的车了，我肯定觉得它可以的。”
■ 零跑步调稳健、不浮夸，不吊人胃口	“零跑之前的品牌效应确实比较拉，但是我觉得他们的路走的很稳，看了几场发布会下来，感觉零跑很不错，稳健，不浮夸，不会吊人胃口。”
■ 零跑品牌“自己把自己整上路子了”，品牌力强	“我是从零跑C10、B10、Lafa看到A10的，零跑现在的品牌力很强了，它这个品牌算是自己把自己坐上路子了，我反正相信零跑发展会越野越好的。”
■ 朋友真实口碑良好，零跑的耐用性得到验证	“我姐姐她开的是零跑T03，虽然小，但是遮风挡雨，接小孩，性价比非常高，而且这个车她好像开了六七年了，没有什么大方向的功能性坏掉，非常实用耐用，我选择这款车以后他们才给我陆陆续续的反馈，我更加坚定了我这个等待期，其实等待也是一个成本，但是我愿意等待。”
■ “谈对象，对象都还优缺点呢”，这样的价格，车子有点小毛病能接受	“身边的人也有开零跑的，反馈的基本也是小问题。我觉得在价格方面来看，这些问题都是可以解决的。就像你买房子，花那么多钱，也有缺点吧。再比如谈对象，对象都还优缺点呢。”
■ 部分供应链自研是优势，能压低成本	“我买车的时候也关注了零跑，目前也是属于民企的500强企业。它现在的产品，不少供应链大部分能自研，这个是它的优势，它能把价格压到最低。”

零跑品牌看法（负向）：售后口碑差，低端走量高端卖不动

● 老车主反馈零跑售后口碑差，品牌依赖低端走量、高端突破乏力；对老车主的OTA升级也不及时，承诺的智驾功能迟迟未推送，影响品牌信任度。此外，热门车型（如A10）的顶配版因依赖第三方激光雷达供应，产能受限

负面品牌评价	用户原声
■ 售后服务口碑较差是主要负面印象	“我的闺蜜们买的也是零跑，一个是C11，一个是C16，他们反馈零跑除了售后服务会稍微差一点，其他都挺不错的。”
■ 低端走量但不赚钱，高端卖不动	“它主要是低端车型销量比较高一点，高端车销量不如其他新势力品牌。” “零跑国内销量遥遥领先，但是高端一直做不起来，高端卖不出去，挣的钱少。”
■ 担忧有生存风险，毕竟车价也不是小钱	“对这个车的稳定性，生存经营这块还是有担忧的。它毕竟是一个大物件，10万块钱也不算是小钱了，正常的普通家庭也就是十来万的车。”
■ 老车型OTA升级不及时，承诺不兑现，企业印象差	“它对老车主的OTA升级得很不及时，它有硬件配置，有摄像头，硬件配置合格了之后，它不及时升级智驾水平，不及时升级软件。” “它承诺了给25款升级智驾系统，但是到现在还没有升级，所以我对零跑的企业印象还是比较差的。”
■ 部分供应链受制于第三方产能	“这次零跑A10的产能问题也是受到三方供应链的问题，因为A10的激光雷达用的是元戎方案，它采购的激光雷达也是用的禾赛的，现在主销的是激光雷达版，这种高比例的需求会对激光雷达的需求量高，导致A10的顶配产能比较低。”

给零跑品牌的意见建议：质量把好关，产能跟得上，售后有回应

- 用户建议零跑坚守健康与安全底线，不因节约成本而妥协质量；加快产能爬坡，缩短用户等待周期；全面提升售后服务质量（包括服务态度与响应及时性）。同时，积极倾听并回应车主诉求，对老车主关心的车机升级、细节改进等低成本、有能力实现的需求及时做出反馈与行动

品牌意见建议	用户原声
■ 健康、安全是底线，质量要把关好	“从长远的企业考虑，质量要把关好，尤其是对安全、健康这两块，安全和健康要把关好，这是底线，不要触碰这个底线。为了节约成本，你可以稍微价格上面高一点，我们用户虽然年龄不够大，但是我们以后也会变得有钱的。像比亚迪喷粉，虽然这个事件可能知道的人也不多，也淡季了，但可能比亚迪这个企业影响力更大。”
■ 产能要跟上，用户等待需要时间成本，会磨灭耐心	“希望它的工程和产能要跟上，现在有大批的用户在期待着用车，一旦等待周期太长，会把人的耐心磨灭掉，尤其等待的时间成本也是非常高的。”
■ 提升售后服务质量（含服务态度，响应及时性）	“道听途说，它的售后服务不是特别好，也希望这个品牌把后期的服务能够提升一点，虽然说我目前还没有用到。” “我朋友买了小米SU7老款，他说小米的售后服务特别好，随叫随到，有接送车，服务态度非常好。你给他们打电话反馈，不管能不能办成，它都有回应。我觉得小米汽车服务方面，售后是很重要的加分点，我觉得零跑都没有。”
■ 及时回应车主诉求并做出改进	“零跑反馈车主诉求的能力不够强，很多零跑车主，车友在群里讲一些事情，没有形成组织反馈，个人的力量还是比较小的。我们今天还在群里讲，氛围灯能不能改成USB接口，但是我们只是在群里讲讲。如果我后期打电话反馈，你没有回应，也不是特别好。” “像老车主有可能就是想要车机升级，它完全有能力去做，但是它不去做。元戎启行的智驾方案是买的，直接适配老车机也没有多难。刚才说的氛围灯，可能转个接口的事情，成本也就几十块钱，它完全有能力做这个事情，但是没有做，没有回应。”
■ 兑现“OTA智驾平权”的承诺，不抛弃老车主，借此可收获一批忠粉	如果零跑能按照之前说的，全OTA智驾平权，那么它将会收货一堆死忠粉。现在这个市场 99%都是车企是抛弃老车主。目前对老车主友好的其实只有蔚来。像某界、某氪都是直接砍老车主的头。90%的消费者其实都不是土豪、冤大头。买个车本来就亏钱，后面买的赚了车价又赚了体验。

我们将为您提供 真实且全面的用户研究报告

加入“新能源用研联盟” OR 预约交流分享



烹小鱼咨询CEO，《电动汽车用户联盟》创始人，专注于新能源汽车用户研究



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@evlian-meng.com），联系时请注明公司+职务+来意

我们在做什么？



深度访谈

深入采访上千位新能源车主，覆盖全品牌、全车型，聆听他们真实的购车故事与用车体验。从选车心路到日常痛点，我们用镜头和文字记录最原汁原味的用户声音，构建国内首个新能源车主深度访谈案例库，为行业提供最鲜活的一手素材。



真实洞见

依托海量访谈数据与社群互动，我们挖掘用户最真实的消费动机、使用习惯与情感诉求。定期发布专业调研报告与市场洞察，揭示新能源汽车市场的趋势风向，帮助企业精准把握用户脉搏，做出更明智的决策。



车主社群

我们拥有500+新能源车主社群，直接连接20万+真实车主，全网粉丝超200万。在这里，车主畅所欲言、分享经验、参与讨论；我们实时收集反馈、组织线下活动，让每一位用户都成为行业进步的参与者与见证者。

—— 关于我们 ——

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200万+，并拥有500+新能源汽车用户社群。



《电动汽车用户联盟》



《电动车主访谈》



《电车萌主》
微博号

福利！

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

满意度调研报告

- M001-特斯拉Model Y用户满意度调研
- M002-极氪001用户满意度调研
- M003-理想L7用户满意度调研
- M004-腾势D9用户满意度调研
- M005-阿维塔11用户满意度调研
- M006-小鹏G6用户满意度调研
- M007-比亚迪 宋 Plus DM-i用户满意度调研
- M008-深蓝S7用户满意度调研
- M009-银河L7用户满意度调研
- M010-比亚迪 海豚用户满意度调研
- M011-AION Y Plus用户满意度调研
- M012-2024款岚图梦想家用户满意度调研
- M013-坦克500 Hi4-T用户满意度调研
- M014-领克08用户满意度调研
- M015-小米SU7用户满意度调研
- M016-宝马i3用户满意度调研
- M017-焕新版特斯拉Model 3用户满意度调研
- M018-智己L6用户满意度调研
- M019-智界S7用户满意度调研
- M020-阿维塔12用户满意度调研
- M021-蔚来ET5T用户满意度调研
- M022-2024款极氪001用户满意度调研
- M023-比亚迪 汉 EV/DM-i用户满意度调研
- M024-小鹏P7i用户满意度调研
- M025-银河E5用户满意度调研
- M026-领克07EM-P用户满意度调研
- M027-别克E5用户满意度调研
- M028-豹5用户满意度调研

- M029-哈弗猛龙用户满意度调研
- M030-捷途山海T2用户满意度调研
- M031-iCAR 03用户满意度调研
- M032-乐道L60用户满意度调研
- M033-别克GL8 陆尊 PHEV用户满意度调研
- M034-吉利星愿用户满意度调研
- M035-小鹏P7 + 用户满意度调研
- M036-AION UT用户满意度调研
- M037-特斯拉焕新Model Y用户满意度调研
- M038-领克900用户满意度调研
- M039-问界M9用户满意度调研
- M040-名爵MG4用户满意度调研
- M041-极狐T1用户满意度调研
- M042-理想i6用户满意度调研
- M043-零跑Lafa5用户满意度调研

大定用户调研报告

- D001-小米SU7大定用户调研
- D002-小鹏MONA M03大定用户调研
- D003-小鹏P7 + 大定用户调研
- D004-问界M8大定/提车用户调研
- D005-小米YU7大定用户调研
- D006-蔚来ES8大定用户调研

VOC洞察报告

- VOC01-方程豹钛7-VOC洞察报告
- VOC02-理想i6-VOC洞察报告
- VOC03-极氪9X-VOC洞察报告
- VOC04-银河M9-VOC洞察报告
- VOC05-2026款问界M7-VOC洞察报告
- VOC06-2026款问界M7-VOC洞察报告
- VOC07-firefly 萤火虫-VOC洞察报告
- VOC08-新一代小米SU7上市反馈快报
- VOC09-极氪8X预售期用户反馈快报
- VOC10-吉利银河A7-VOC洞察报告
- VOC11-问界M6预售期用户反馈快报
- VOC12-比亚迪大唐EV预售期用户反馈快报



《电动汽车用户联盟》



《电动车主访谈》



《电车萌主》
微博号