

领克900

用户画像调研报告



上市4月交付**3万**辆，到底是谁买走了领克900？

他们为啥会选择领克900？

56.1%用户**放弃问界M8**后选它！领克900赢在哪？

不少**BBA老车主**选购，领克900如何与豪华品牌抗衡？

调研目的

- 传达领克900车主声音，为潜在用户提供有价值的购车参考
- 为领克改进产品和服务提供参考，同时便于同行深度了解领克900

调研方法

- 定量研究（问卷调研）和定性研究（一对一深访）相结合

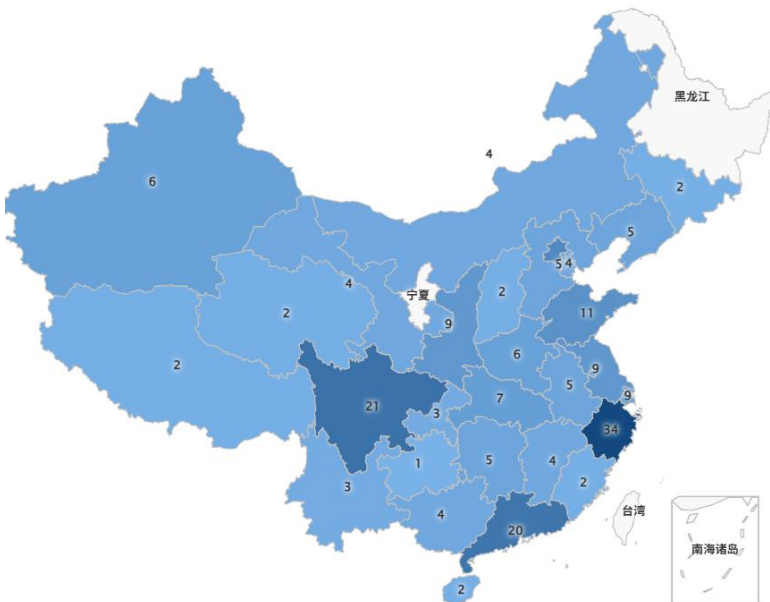
质量控制

- 线上回收242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37份无效问卷

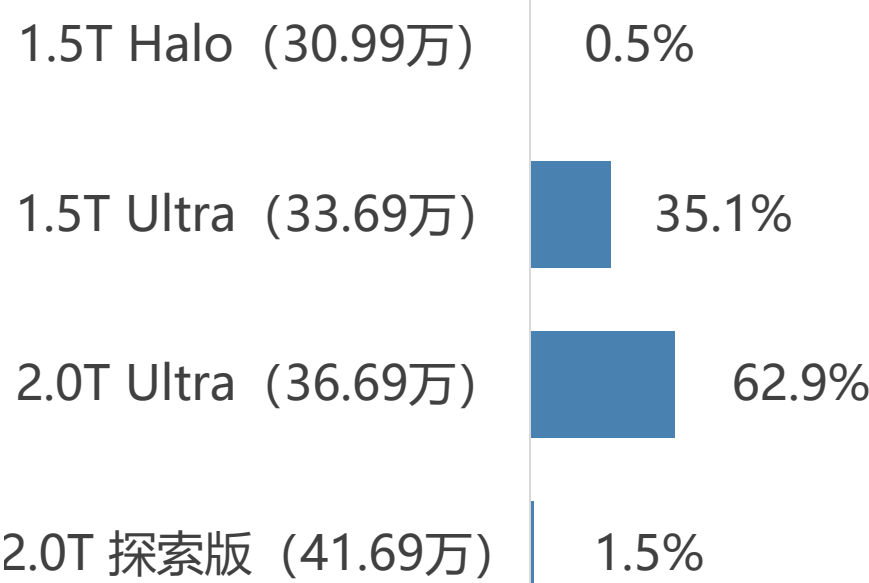
样本情况

- 样本量：定量问卷**205**份，深访**3**人，短访若干人
- 样本来源：领克900认证车主社群
- 调研时间：2025年8月20日-2025年9月12日

样本地区分布：



样本款型分布：



核心发现：

一、领克900用户是一群什么样的人？

本科以上学历占75.2%，均龄36.4岁，家庭平均年收入39.5万（税前），已婚有孩家庭占81.5%。有孩家庭中，1孩家庭占49.7%，2孩家庭占46.7%。家庭层面，3.4%首购，33.7%增购，62.9%换购。

二、他们想要一辆什么样的车？

上下班代步之外，最核心的用车场景是长途/短途自驾游，他们偏爱插混，不太接受纯电和增程。在看重操控的基础上，他们格外注重安全性和空间、舒适性，尤其看重第三排空间，追求“六座平权”。

三、他们为什么选择了领克900？

TOP5选择因素分别是安全性（59.5%）、空间（48.8%）、价格与权益（44.9%）、操控（34.2%）、配置（33.2%）。沃尔沃的安全技术、富余的第三排空间、领克的操控基因、性价比和配置远超同级竞品，是用户选择领克900的核心原因。

四、他们放弃了哪些竞品？

如果不买领克900，26.3%的用户会买问界M8，12.7%的用户会买魏牌蓝山，10.2%的用户会买理想L9，7.8%的用户会买理想L8，6.8%的用户会买问界M9。若重新做选择，78.1%的用户仍会坚定选择领克900。

五、他们为何放弃这些竞品？

放弃问界M8的主要原因：选配偏多，满配价格过高、购车权益拉垮、第三排空间局促、外观/内饰老气、增程技术落后。

放弃魏牌蓝山的主要原因：外观老气、座椅偏硬、三排空间拥挤、无空气悬挂、车身偏大难驾驭。

放弃理想L9的主要原因：增程车高速动力不足、价格偏贵、底盘偏软。

放弃理想L8的主要原因：增程模式局限、三排&后备箱小、用料不扎实。

放弃问界M9的主要原因：品牌溢价高、车身稳定性差。



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），联系时请注明公司+职务+来意

领克900用户：心里装着家人的乘坐体验，手里也攥着对驾驶操控的执念

领克900用户画像

男性占比高达**93.7%**，家庭/夫妻共驾较多

93.7%已婚，**81.5%**已婚有孩

49.7%为**1孩家庭**，**46.7%**为**2孩家庭**

主要在**私营/民营企业**，**国企/事业单位**工作

多从事**制造业**，**IT业**

中高级管理人员为主，占**49.4%**

75.1%为**本科及以上**学历

家庭平均年收入**39.5万**

家庭层面，**3.4%**首购，**33.7%**增购，**62.9%**换购

换购用户主要来源于**大众**、**吉利**、**福特**的老车主

增购用户家中多保有**BBA**、**吉利**、**大众**、**本田**等传统合资燃油车

关注**安全性**、**空间**、**操控**、**能源类型**、**舒适性**，因**安全性**、**空间**、**价格和权益**、**操控**、**配置购买**；**71.2%**的用户购车决策时会**综合家人意见**



“热爱生活，享受生活”

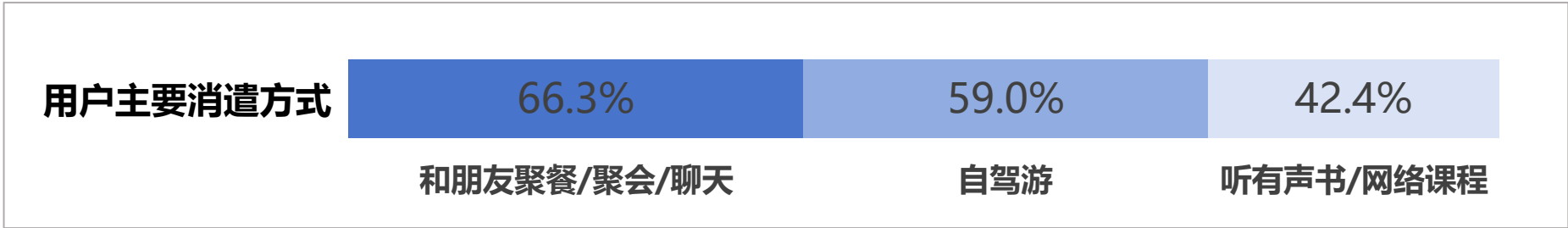
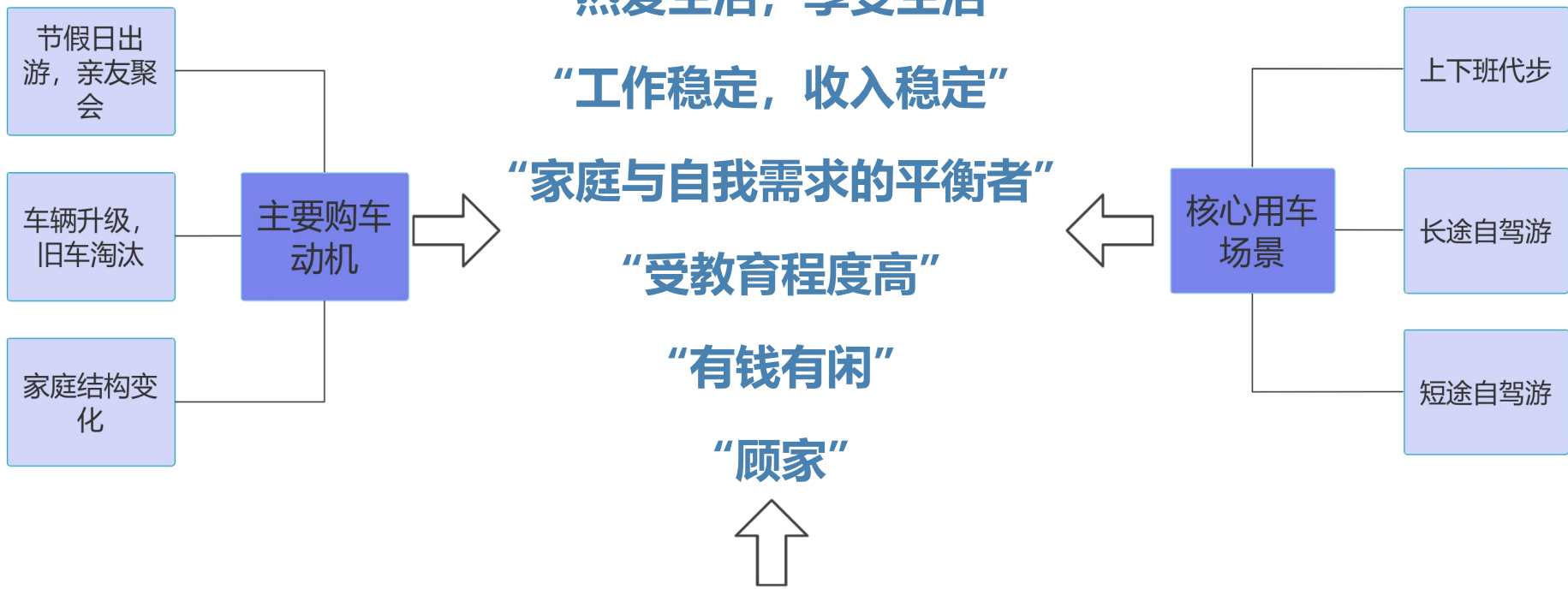
“工作稳定，收入稳定”

“家庭与自我需求的平衡者”

“受教育程度高”

“有钱有闲”

“顾家”



目录

是谁在买领克900？

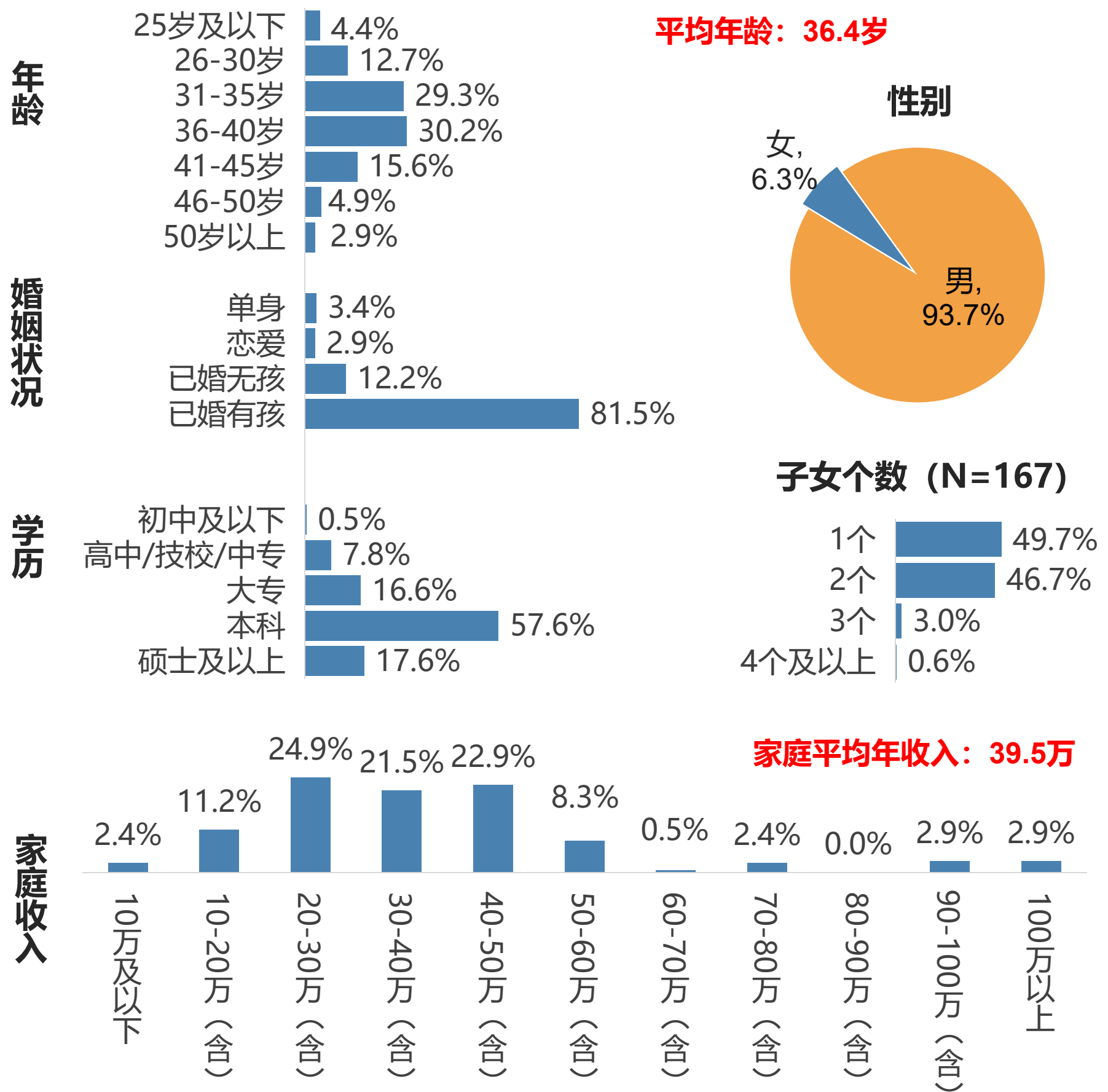
Part 1	用户特征	<u>6</u>
Part 2	购置类型&拥车情况	<u>9</u>
Part 3	购车动机&用车场景	<u>10</u>
Part 4	关注因素&选择因素	<u>11</u>
Part 5	对比车型&放弃原因	<u>13</u>
Part 6	典型用户画像	<u>15</u>
Part 7	触媒专题	<u>21</u>

- 《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200+新能源汽车用户社群



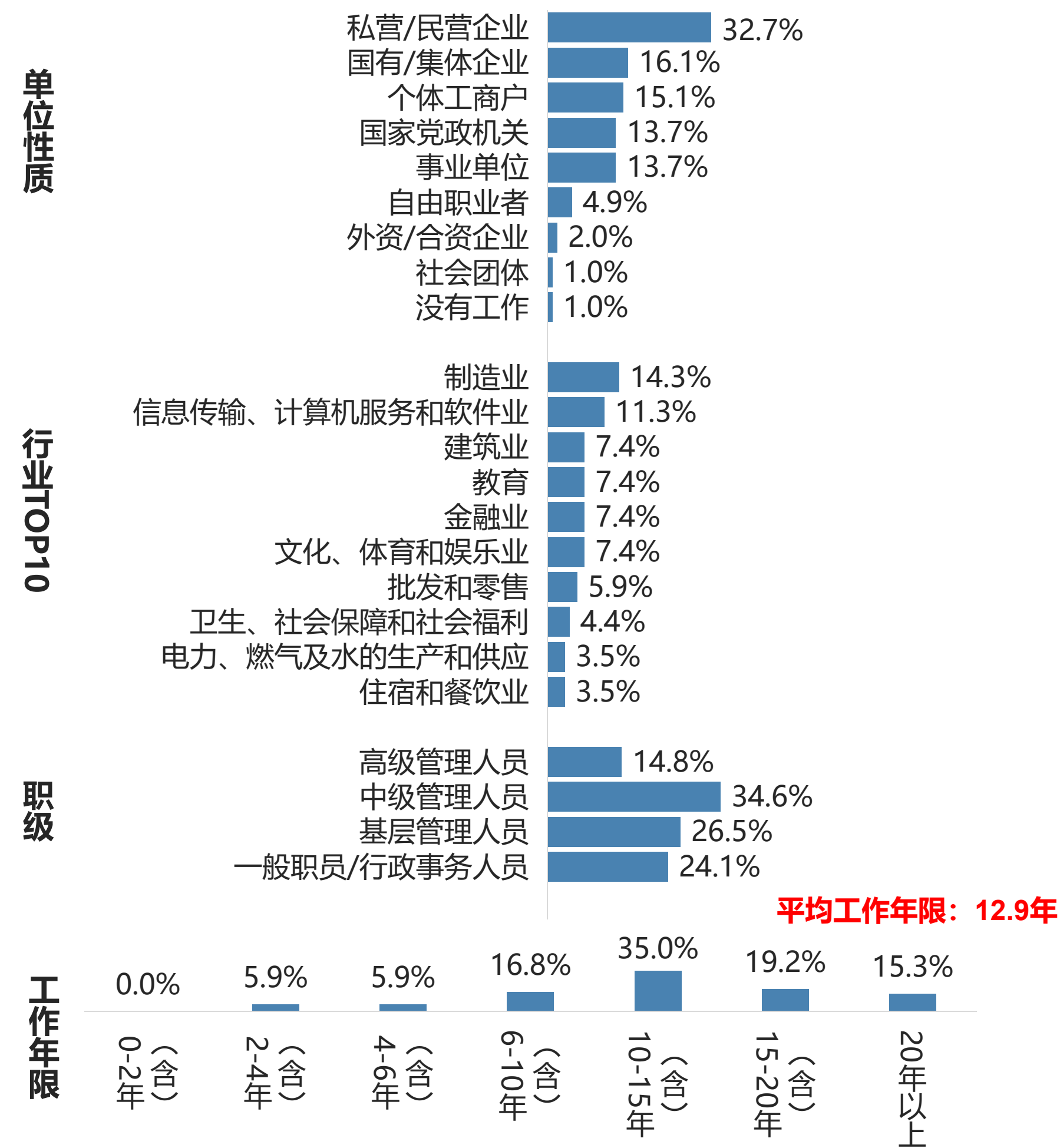
领克900用户的人口学特征

- 男性用户占比93.7%，但家庭/夫妻共驾的情况较多
- 均龄36.4岁，用户年龄集中在30-40岁（59.5%），30岁以下用户仅占17.1%，本科及以上学历用户占比75.2%
- 93.7%已婚，81.5%已婚有孩，其中多为1孩家庭（49.7%）和2孩家庭（46.7%），平均税前家庭年收入39.5万



领克900用户的人口学特征

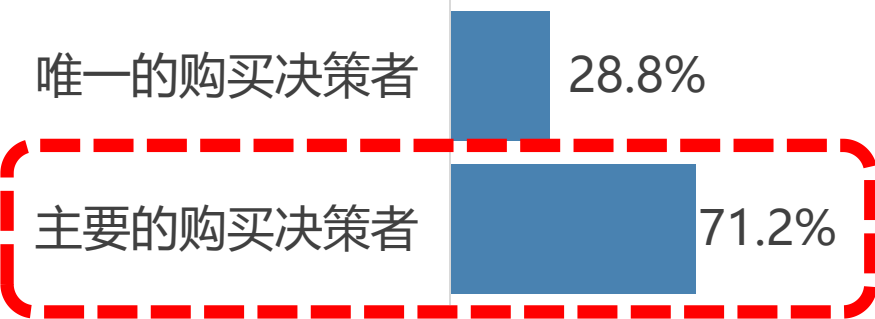
- 私营/民营企业用户占32.7%，国企、国家党政机关和事业单位用户合计占比43.5%，多从事制造业和IT业
- 中高级管理人员占49.4%，平均工作年限12.9年



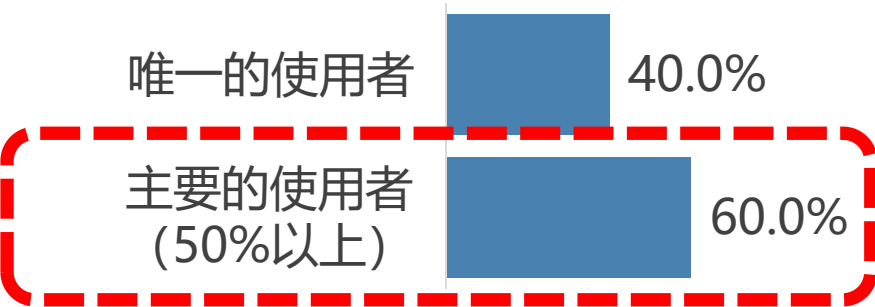
领克900用户的人口学特征

- 虽然男性用户居多，但71.2%的用户做购车决策时会综合家人意见；且仅有40.0%的用户是唯一使用者，存在较多家庭/夫妻共驾的情况
- 用户主要的消遣方式：和朋友聚餐/聚会/聊天（66.3%）、自驾游（59.0%）、听有声书/网络课程（42.4%）等，说明用户重视人际交往和自我提升，喜欢自主出行、亲近自然，有一定的运动习惯

决策类型占比 (N=205)



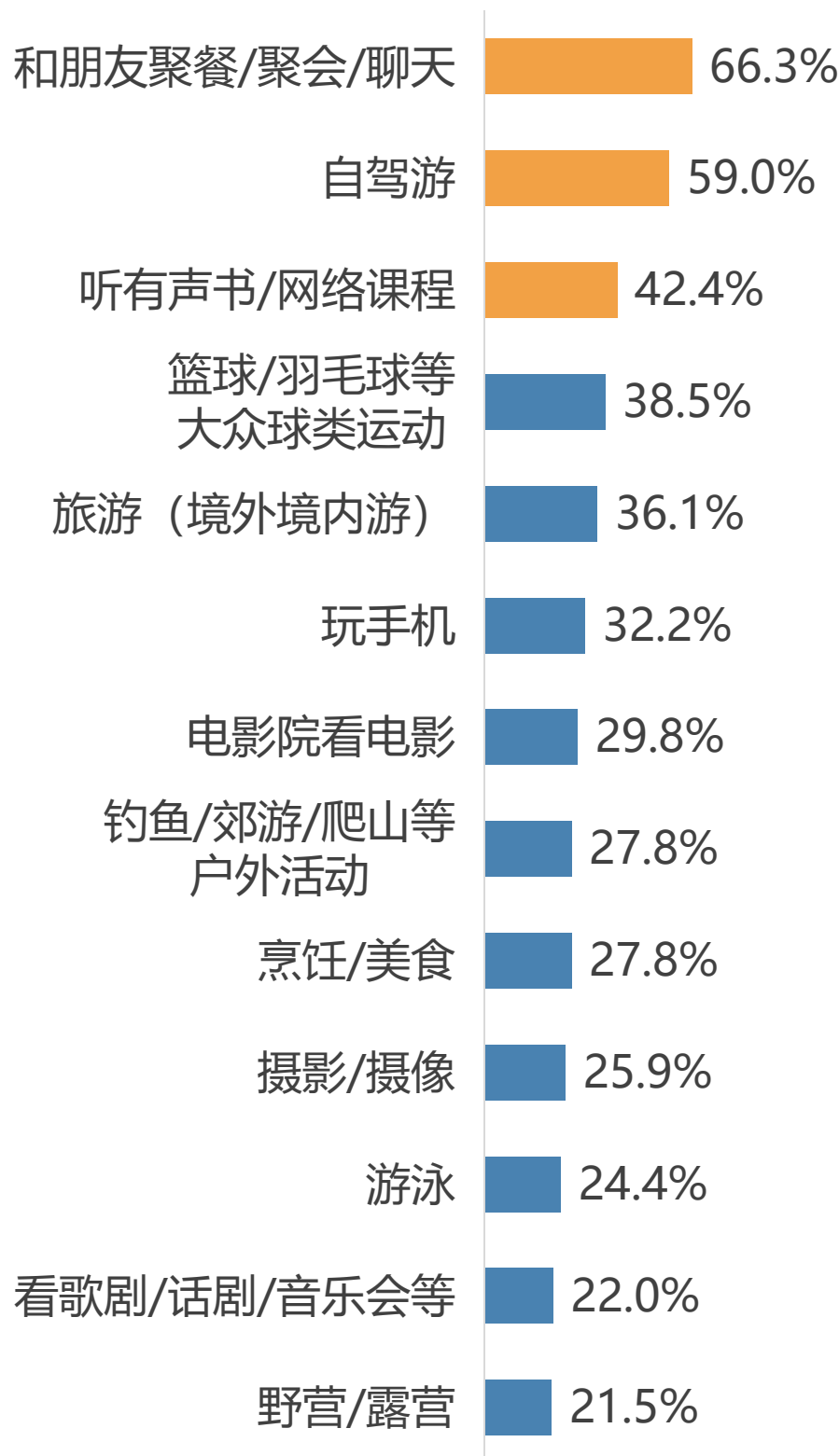
用车情况占比 (N=205)



➤ 夫妻共商共驾，选全家都满意的车

- 工作日都是我老婆开着领克900上下班。
- 带上老婆大人试驾，再带我家大宝试驾，最后家里一致好评，同意更换。
- 锁单前老婆要改黑色，没办法，人家是财政大权在握，难得全家喜欢，目前老婆觉得有车身尺寸点大，还在适应中。

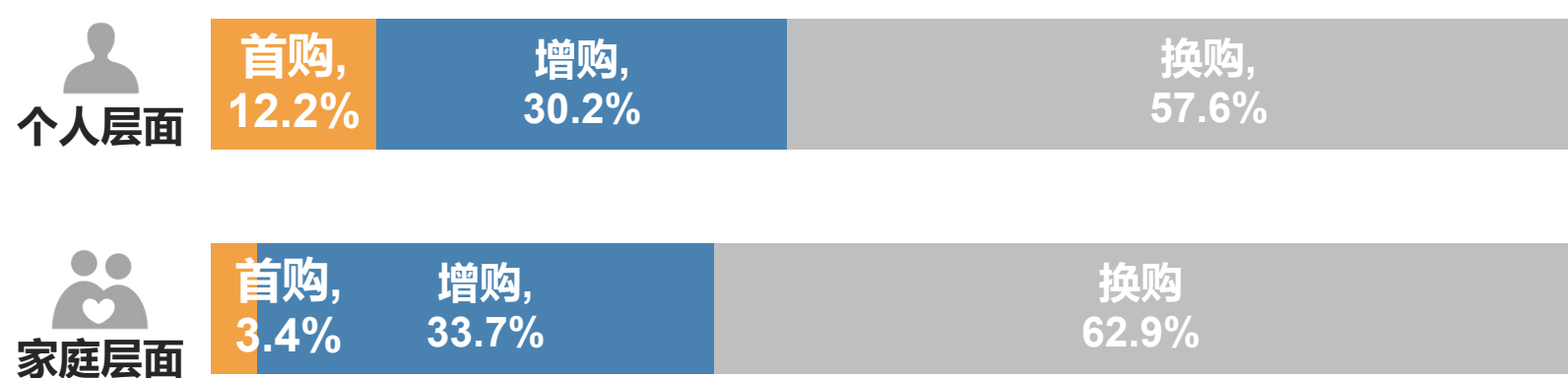
用户消遣方式 TOP 13 (N=205)



领克900用户的购置类型&拥车情况

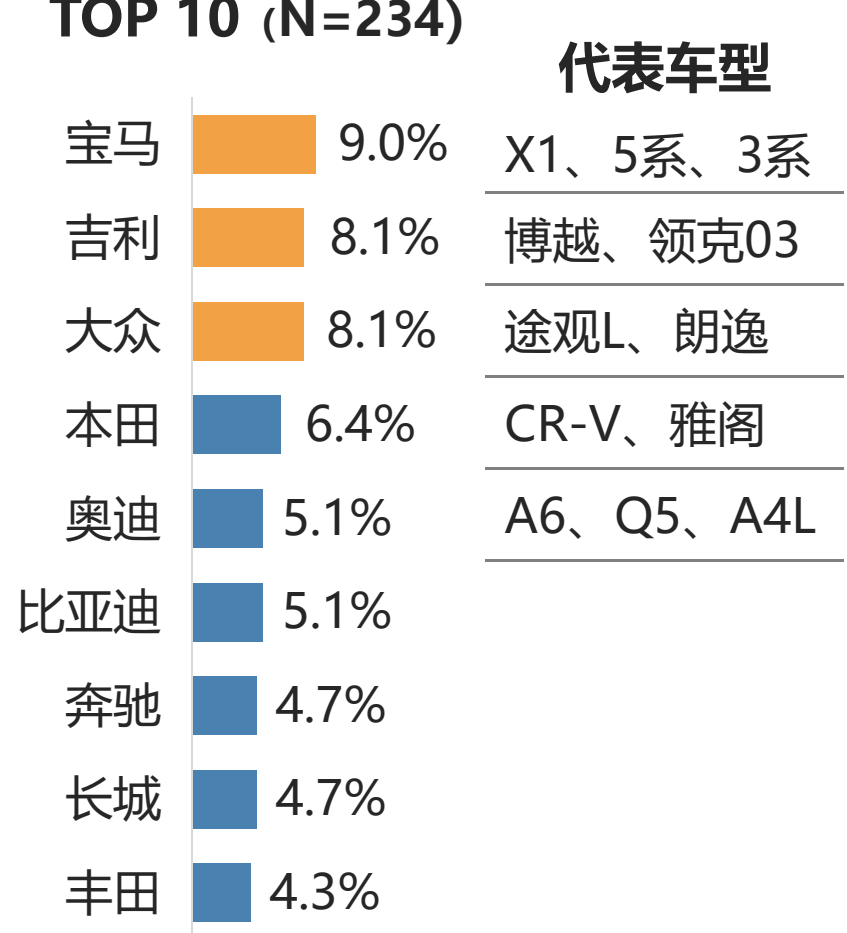
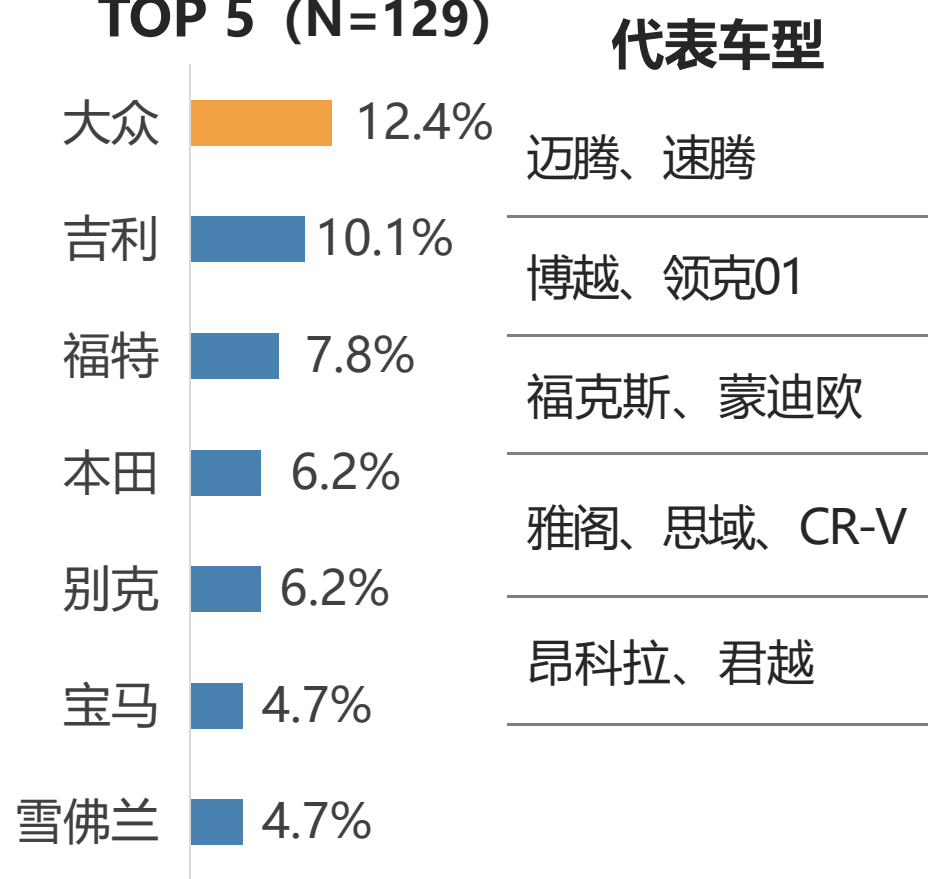
- 个人层面：12.2%首购， 30.2%增购， 57.6%换购
- 家庭层面：3.4%首购， 33.7%增购， 62.9%换购
- 换购用户主要来源于大众、吉利、福特的老车主， 增购用户家中多保有BBA、吉利、大众、本田等传统合资燃油车
- 领克900一方面收割了主流合资品牌市场的升级用户， 另一方面迎合了传统豪华品牌用户寻求价值新体验的增购需求

购车类型



替换掉的车型品牌
TOP 5 (N=129)

家庭目前保有其他车型品牌
TOP 10 (N=234)



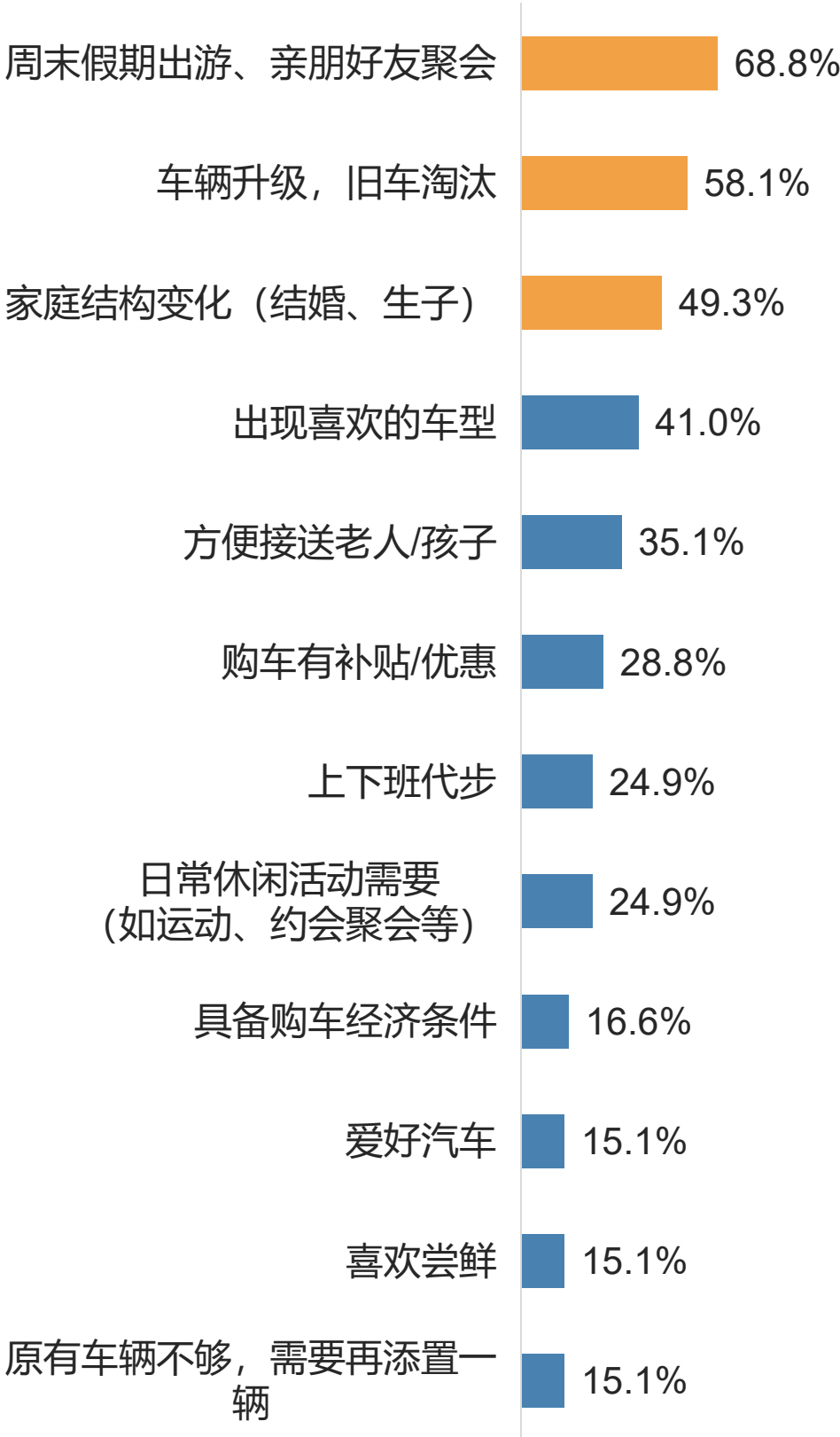
N=该题答题人数

N=基于该题回答的车型总量

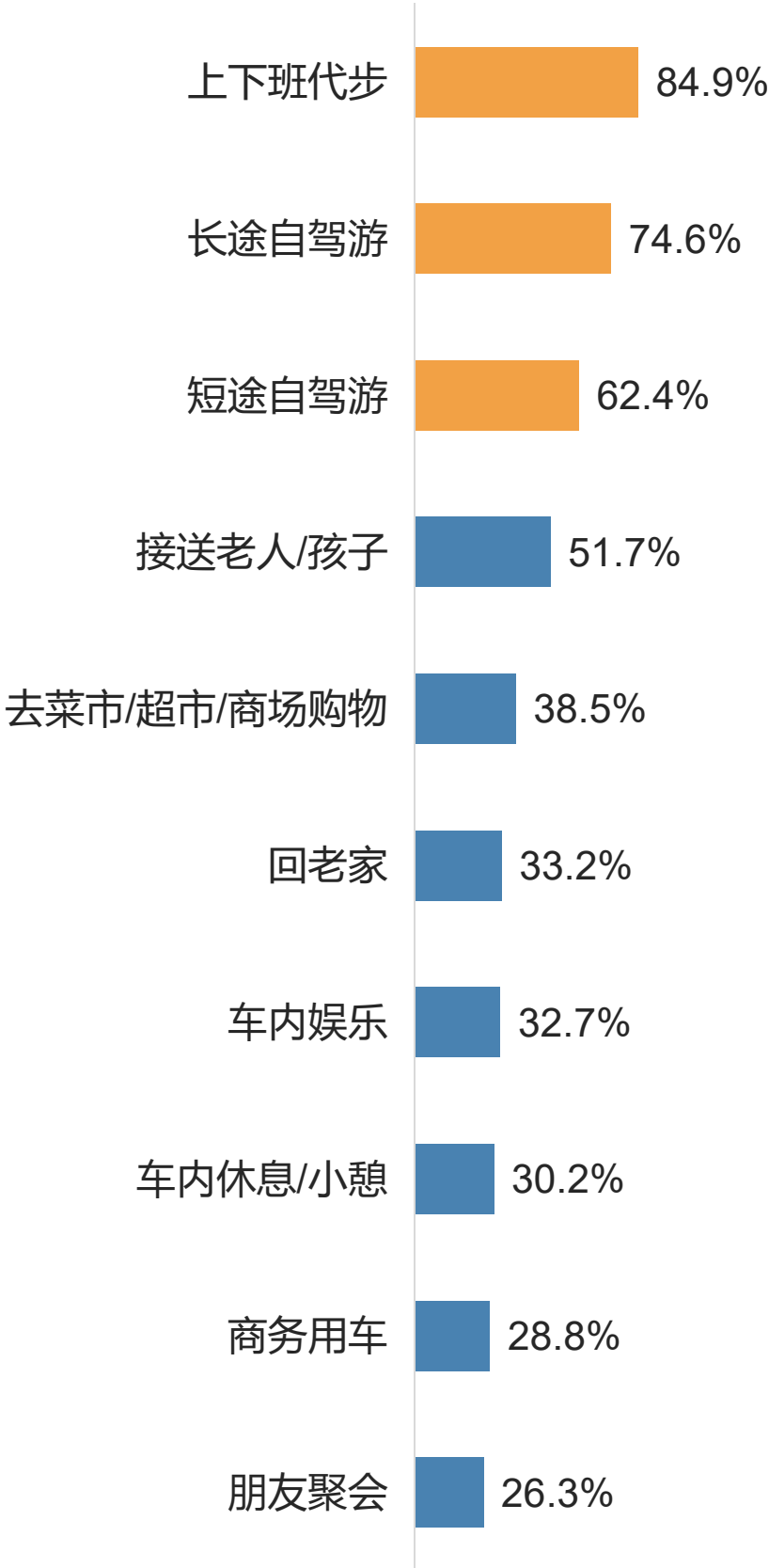
领克900用户的购车动机&用车场景

- 主要购车动机：周末节假日出游，亲朋好友聚会（68.8%）、车辆升级，旧车淘汰(58.1%)、家庭结构变化（49.3%）
- 核心用车场景：上下班代步（84.9%）、长途自驾游（74.6%）、短途自驾游（62.4%），28.8%的用户购车涉及商务用途

购车动机 TOP 10

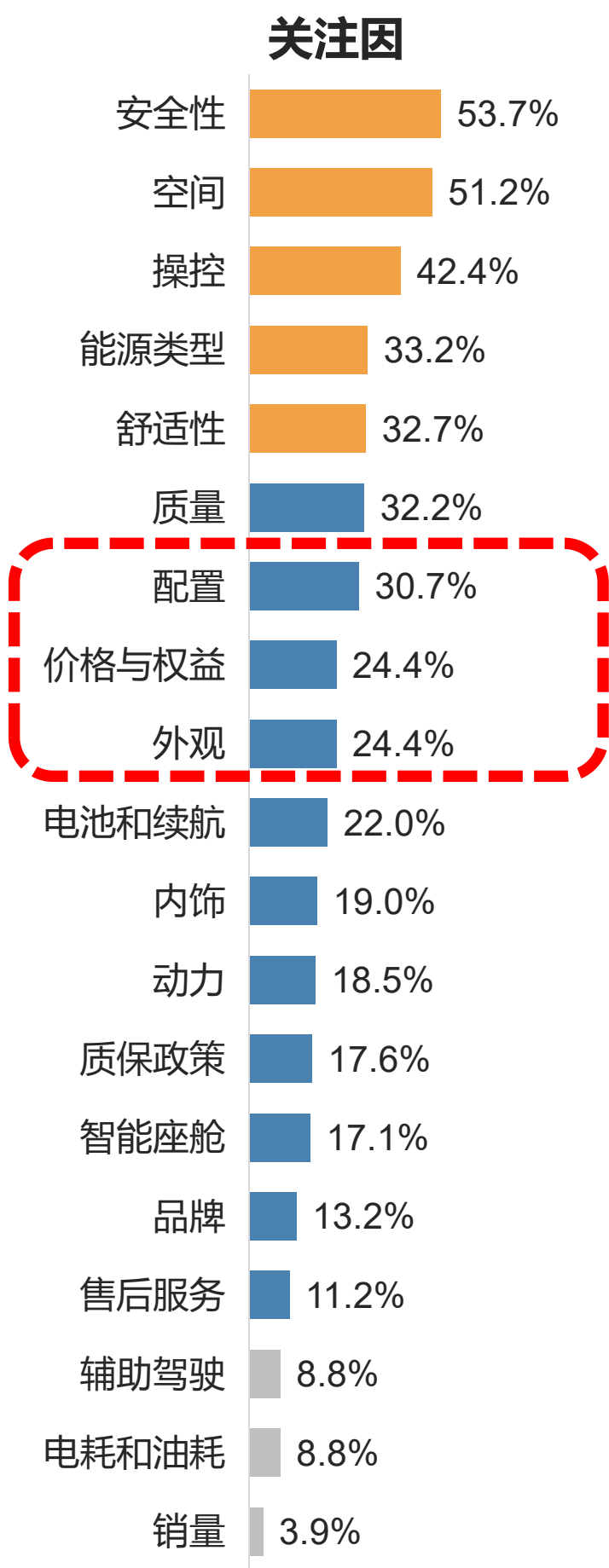


核心用车场景TOP 10



领克900用户的关注因素

- 购车时关注因素TOP 5：安全性（53.7%）、空间（51.2%）、操控（42.4%）、能源类型（33.2%）、舒适性（32.7%）
- 用户最关注安全性，想买一辆空间宽敞、乘坐舒适的大六座混动SUV，希望为家人提供舒适性和安全保障的同时，兼顾驾驶体验



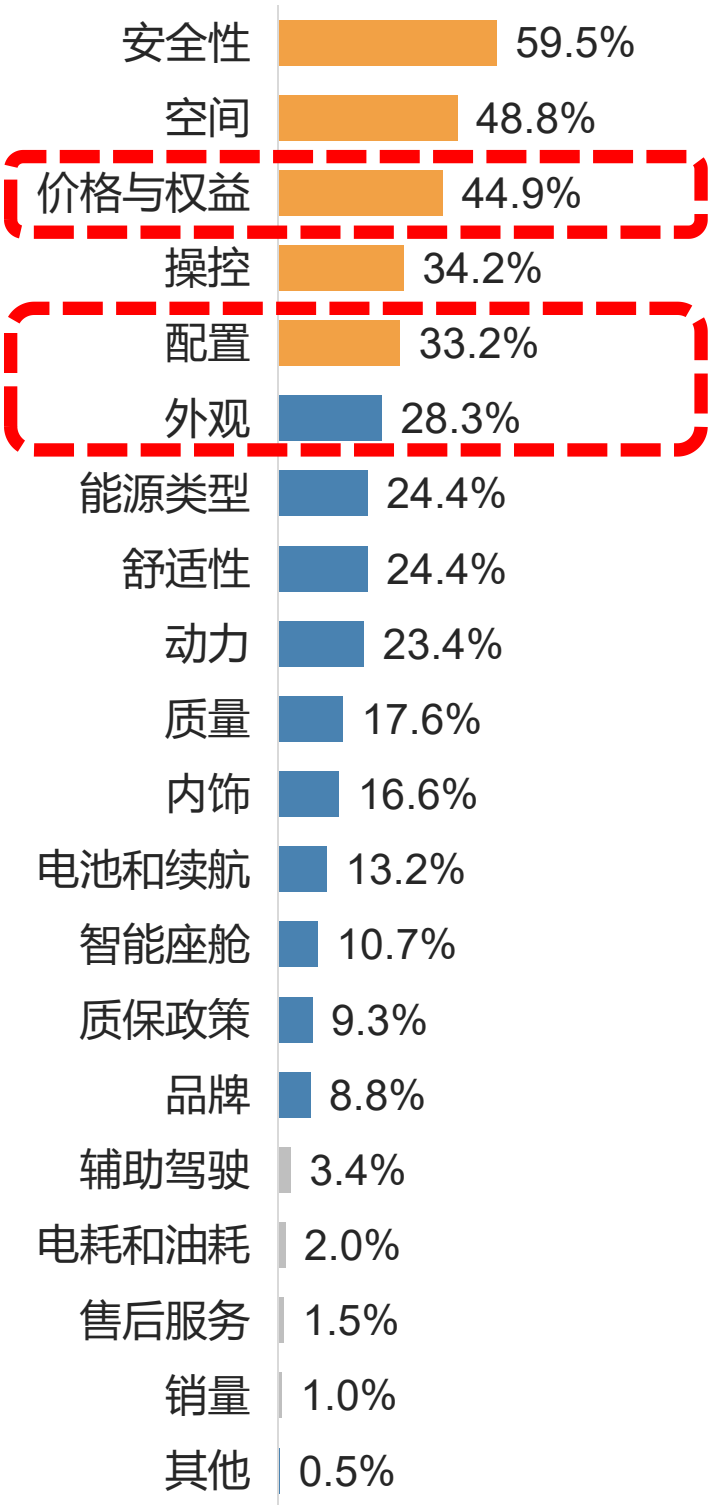
用户原声

- 与家人出行，安全是第一考虑
 - 安全是我们选择车辆时非常重要的参考要素。
 - 买这个车就是家人坐，如果车都不安全，怎么保障家里人？
- 买辆空间宽敞、乘坐舒适的大六座SUV
 - 一直想买个大车，让家人舒适出行。
 - 一直在关注空间大，舒适，适合家用的车。
 - 换辆六座新能源车，平时四大一小出行正合适。
 - 我们家是一个标准的二娃家庭，父母目前和我们住在一起，所以六座出行就成了刚需。
- 操控是用车基本需求
 - 归根结底，对车来说，底盘、操控是基础，驾驶质感是刚需。
 - 之前买的车都偏操控一点，由于两小孩慢慢长大了，希望换辆兼顾空间的同时有那么一点点操控的大车。
- 混动车型，长途出行可油可电
 - 家里的纯电车长途出游时经常要下服务区充电，有点不方便，所以想买个大点的混动车。&增程技术很简单，虽然有一定优势，但我不喜欢，发动机不直接参与动力输出，相当于背了个充电宝。

用户选择领克900的核心因素

- 选择原因TOP5：安全性（59.5%）、空间（48.8%）、价格与权益（44.9%）、操控（34.2%）、配置（33.2%）
- 用户认为，领克900不仅继承了品牌的操控基因，更应用了沃尔沃先进的安全技术，三排空间宽敞
- 价格与权益、配置、外观并未进入用户关注因素TOP 5，却是促使用户决策的核心因素，说明领克900外观设计出众，定价与配置远超同级竞品与用户预期，不少用户在发布会后果断下定

选择因

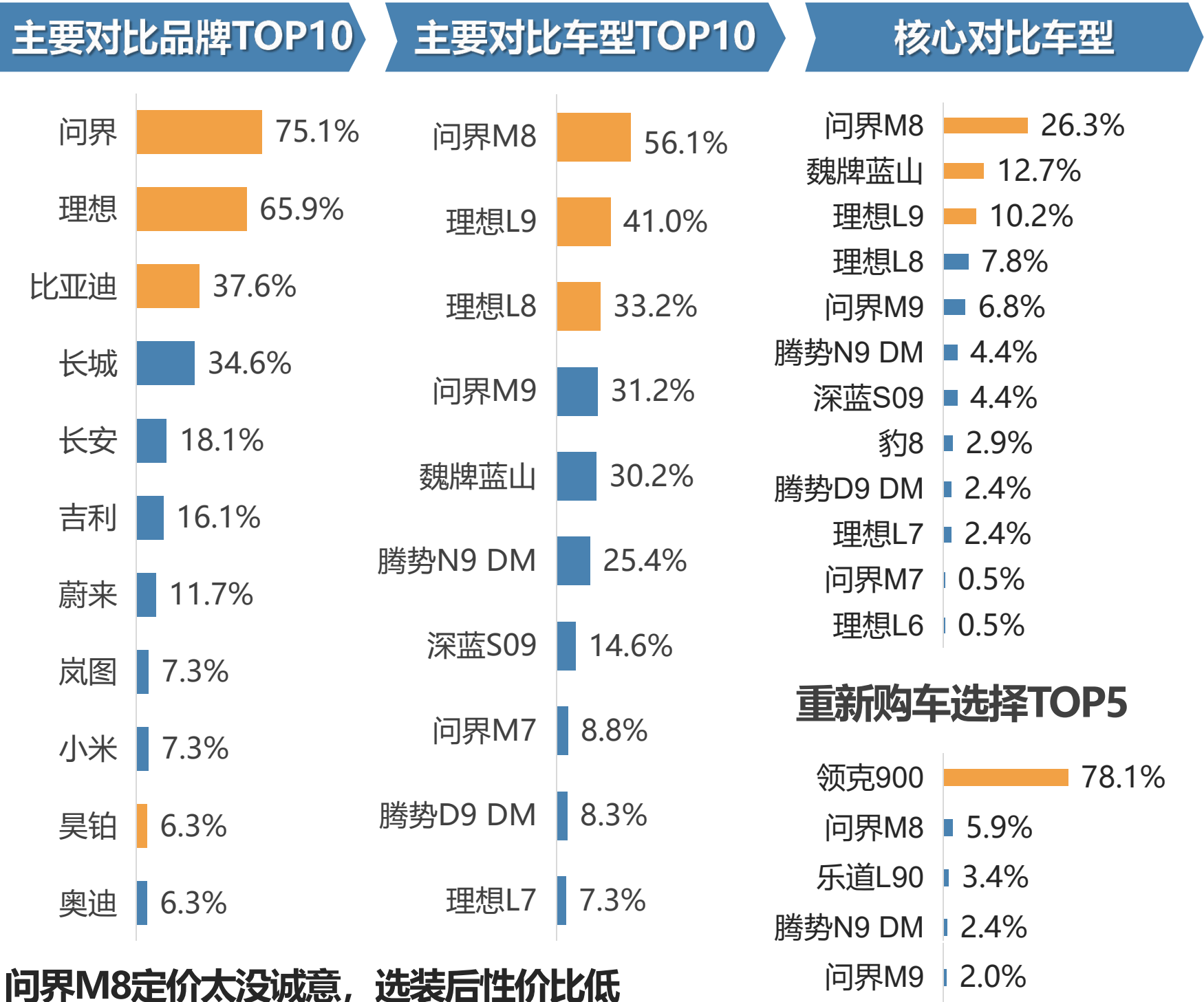


用户原声

- 注入沃尔沃安全基因，碰撞测试表现突出
 - 安全配置没得说，应该是这个级别第一了。&注入了沃尔沃的基因，安全碰撞测试表现远超国家标准。
- 三排空间富余，实现“六座平权”
 - 最满意的就是六座大空间，没想到三排空间很富余。
 - 三排同权是重要因素，空间很大，不亚于MPV。
- 发布会定价惊喜，用户果断下定
 - 领克900的价格确实诚意拉满，发布会后直接锁单。
 - 1.5T Ultra版落地30万左右、2.0T Ultra版落地33万左右，价格简直逆天！马上联系销售转了大定。
- 底盘架构成熟，操控技术底蕴深厚
 - 如果在意操控的话，可以盲选领克，因为这品牌是有操控基因的，领克的操控就是好，在业界有口碑。
 - 领克03参加世界房车大赛，六年获得七个冠军，这数据就说明领克在操控方面是很有底蕴的。
- 同级竞品中配置领先
 - 配备天地门，电吸门，冰箱，旋转座椅，三排座椅按摩，电动调节，座椅通风等，同级中基本无敌。

领克900用户的对比车型

- 核心对比车型中，问界旗下车型占33.7%，理想旗下车型占21.0%
- 如果不买领克900，26.3%的用户会选择问界M8，12.7%的用户会选择魏牌蓝山，10.2%的用户会选择理想L9；问界M8与领克900上市时间相近，定位相似，是不少用户的“必看项”
- 若重新购车，78.1%的用户仍会选择领克900



- 问界M8定价太没诚意，选装后性价比低
- 问界M8上市价格太没诚意了，发布会那天我在4S店里等着准备下大定的，结果价格一出来，我连小订都退了。&问界M8太贵了，如果按照同等配置配齐问界M8的话，得40多万，还是领克900定价更科学一点。

核心竞品战败给领克900的原因

车型	竞品战败因	车主原声
 问界M8	■选配偏多，满配价格过高 ■购车权益拉垮 ■增程技术落后 ■第三排空间局促 ■外观/内饰老气	•定价偏高，选配太多太贵 •价格虚高，开通辅助驾驶还需要额外花钱 •不如领克900配置高，需要加钱才有配置 •没有权益和赠品，满配和领克900差价过大 •增程技术落后，动力不如混动车，不考虑 •问界M8第三排空间太小，没有领克900大 •外观太圆润了，很老气 & 内饰略显老气
 魏牌蓝山	■外观老气 ■座椅偏硬 ■三排空间拥挤 ■无空气悬挂 ■车身偏大难驾驭	•外观太丑，车头老气，不时尚 •座椅偏硬，三排靠背调节角度小 •三排空间太小，座椅拥挤，做不到六座平权 •没有空悬，底盘很硬，操控不如领克900 •有大车感，窄路会车和停车时压力山大
 理想L9	■增程车高速动力不足 ■价格偏贵 ■底盘偏软	•老实说看到增程器就已经失去购买意愿了，高速动力不足，不考虑 •价格有点贵，超预算太多了 •底盘太软，有点像开船，大车感强
 理想L8	■增程模式局限 ■三排&后备箱小 ■用料不扎实	•增程模式过于局限，有点垃圾 •价格相似，但三排没领克900大，后备箱小 •非传统车企，车身用料不够好，断轴事故多
 问界M9	■品牌溢价高 ■车身稳定性差	•溢价高，性价比低 & 定价过高，预算不足 •车身稳定性不足，操控和车感不如领克900

典型用户画像——版本：2025款 1.5T Ultra

宝马520换购，想换辆既有里子又有面子的大六座混动SUV带家人自驾游



基本信息：陈先生，34岁，三口之家
工作情况：人民教师

兴趣爱好：打羽毛球、自驾游
性格特征：顾家、内向、运动



用车场景

- 市内通勤：上下班+市内用车（学期内100公里/天，寒暑假30-40公里/天）
- 长途自驾：寒暑假带娃自驾游（单程300-600公里）

购车关注

购置类型：宝马520换购，预算30-50万
购车动机：宝马520车龄太久了，而且也没有多好开，想换辆舒适性好的混动车
关注因素：

- 安全：带老人孩子出门，第一考虑安全
- 空间：带双方老人一起出游，买辆大六座不用开两辆车，第三排得能坐成年人
- 电池和续航：纯电续航至少220公里
- 舒适性：座椅舒适，跑长途不至于很累
- 品牌：爱人习惯了BBA等豪华品牌的调性和质感，得换个品牌能拿得出手的
- 辅助驾驶：长途出行可减轻驾驶疲劳

对比车型

问界M9



- 👍 内饰豪华
- 👎 价格过高
- 👍 中控屏科技感十足

问界M8



- 👍 华为辅助驾驶先进
- 👎 价格偏高
- 👍 零重力座椅舒适实用
- 👎 三排空间局促
- 👍 后排娱乐屏清晰度差、操作繁琐

问界M7



- 👍 华为辅助驾驶先进
- 👎 内饰做工粗糙
- 👎 外观难看，像东风风神AX7

理想L9



- 👍 车机逻辑清晰
- 👎 增程车油耗高
- 👍 语音识别灵敏精准
- 👎 “街车”无个性
- 👍 品牌设计理念前卫
- 👎 L系列同质化严重

领克09



- 👍 混动电耗低于增程
- 👎 空间偏小
- 👍 外观独特，有辨识度
- 👎 纯电续航偏短

典型用户评价——版本：2025款 1.5T Ultra

用理想L8的价格，买理想L9的空间和质量，而且车身更安全，操控更成熟，混动模式更节能

选择领克900的原因

- **认可领克品牌，车辆沿用沃尔沃安全平台：**领克算是国内第一梯队的品牌，领克900创新沿用了SPA Evo平台，用这个平台比较安全，之前刷到领克900在连环车祸中被前后夹击，别的车都看不出原样了，它只是擦破了点皮或只需要钣金一下。
- **操控技术成熟，驾驶轻松好上手：**领克的操控算是国产车里比较好的，经常去北美或欧洲参加各种赛车比赛，实际也确实比较好上手，操控上几乎无可挑剔。
- **内饰豪华，空间舒适：**车内豪华感营造到位，座椅材质、屏幕显示的精细度都挺好，三排可轻松容纳两个成年人，试驾时小孩一直坐在第三排看电视，比较满意。
- **第一印象：**不管是漆面还是后尾灯，一打眼就能看出来是花了心思和成本的。有人说前大灯设计太激进，但我不这么认为，新能源车的设计就应该大胆前卫。

推荐意愿：愿意推荐

- **购车历程：**购车前对比过问界M7/8/9，理想L9和领克09，年初在抖音刷到领克900的宣传视频，4月下了小订，最后价格挺惊喜的，用理想L8的价格就达到了L9的空间和质量，立马就转了大定。一周就通知提车了，这效率是万万没想到的。
- **乘坐舒适度>驾驶舒适度：**我喝了酒会坐在二排，这车乘坐感受是好于驾驶感受的，主要是座椅包裹性好，按摩力度够用，通风模式能很快吹走身上的汗或热气。
- **辅助驾驶风格保守，但硬件配置拉满：**辅助驾驶在高速上的表现还是到位的，开几个小时都不累，城区比较保守，但硬件是堆满的，不能说没有，只是没优化好。
- **用料扎实，车身刚度强：**前几天车子被停车场的收费杆砸了一下，结果就砸了一个很浅的印，车身刚度是真挺好，用的东西都又硬又实在。
- **推荐原因：**领克900没什么大缺点，领克品牌很有个性，也比较注重安全和品质，代表了吉利集团的较高品质，周围也有同事、朋友开领克的车，评价都很高。

典型用户画像——版本：2025款 1.5T Ultra

三口之家增购，兼顾通勤和周边游玩，只认插混，还希望孩子可以躺在第三排



基本信息：范先生，37岁，三口之家

工作情况：公职人员

兴趣爱好：打羽毛球、自驾游、无人机

性格特征：认真、有条理、热情



用车场景

- 市内通勤：上下班（单程5-6公里）
- 周边自驾：周末在周边爬山、旅游（单程30-60公里/150-200公里）

购车关注

- 购置类型：增购，保有大众朗逸，预算30-40万
- 购车动机：朗逸目前老丈人在开，买辆空间大、体验好的车去周边游玩，兼顾通勤
- 关注因素：
- 空间：一般不会坐满，但二、三排要宽敞舒适，孩子可以躺在第三排
 - 操控：操控要灵活精准，悬架可根据路况自动调节，转弯侧倾不要太大
 - 质量：不接受大面积/高频率故障
 - 能源类型：第一选插混，纯电有续航焦虑，增程技术简单且发动机不直接驱动
 - 舒适性：座椅舒适，材质环保，有按摩、加热、通风等功能

对比车型

问界M7



- 👍 辅助驾驶智能

👍 音响效果震撼

👎 即将改款，买新不买旧
- 👎 造车底蕴不足

👎 第三排地台位置偏高

问界M8



- 👍 华为辅助驾驶先进

👎 安全性能差
- 👎 缺乏操纵感

👎 性价比低

魏牌蓝山



- 👍 品牌质量可靠

👍 操控性能好
- 👎 第三排空间局促

👎 内饰质感差

腾势D9



- 👍 空间大，乘坐舒适

👍 内饰豪华，宜家宜商
- 👎 价格偏贵

👎 电池偏小

比亚迪夏



- 👍 性价比高

👍 标配天神之眼

👍 后备箱操作灵活
- 👎 易晕车

👎 操控体验差

沃尔沃XC60



- 👍 前脸好看

👍 内饰材质环保

👍 操控感、安全性能好
- 👎 舒适性偏差

👎 智能化水平低

👎 燃油车技术落后

超安全车身+超大可变空间，同级别性价比最高

选择领克900的原因

- **“双百测试”优越表现：**领克900是**中国首款通过双百时速“超标准”极限碰撞测试的车型**，在追尾和侧面碰撞时车内人员都没受伤，车门和电池也没有损坏。
- **三排空间宽敞舒适，内饰环保：**后备箱不放行李时可以调节靠背角度，空间很大很舒服；**内饰还采用“三零”用料**，无甲醛无异味，材料环保可回收。
- **品牌操控有底蕴：**领克在操控方面很有底蕴，领克03曾在**世界房车大赛中取得“六年七冠”的战绩**。领克900的操控响应及时，兼具乘坐舒适感和驾驶体验感。
- **车主口碑+三电终身质保：**很多车企都不敢提供**三电终身质保**，如果领克900质量不达标的话，领克也不敢承诺。很多领克老车主开了**30万公里**后车子都没出现**什么大毛病**。

用车体验：愿意推荐

- **购车历程：**本来想买MPV，看了比亚迪夏，腾势D9和传祺E9，但**尺寸太大，上班开不方便**，还是买辆SUV吧。我爱人想买**BBA**的豪华油车，但**内饰、智能化又太落后了**，最后还是决定拥抱新能源。看了问界和魏牌的几款车型，但都**不如领克900性价比高**。
- **第一眼很惊艳：**领克900给人的感觉就是**眼前一亮**，感觉这辆车很**个性**，不像理想、问界一样满大街都是。内饰**设计简洁**，空间很大，加速时**推背感强烈**。
- **爬坡能力强：**去云南旅游时有很多坡和弯道，馈电状态下**爬坡能力依然强劲**。
- **空间灵活：**把二排座椅移到最前时，**三排乘客可以直接下车**，不需要经过二排。
- **推荐原因：**领克900整体表现很好，**车身超级安全**，还有**超大可变空间**，天地门、贯穿屏和旋转座椅都给我一种**“临时小家”**的感觉，但智能化方面还需要优化。

典型用户画像——版本：2025款 2.0T Ultra

奥迪Q3换购，六口之家每年两次长途自驾，要求每个座位都要宽敞舒适



基本信息：葛先生，43岁，六口之家
工作情况：产品开发经理

兴趣爱好：自驾游、玩游戏
性格特征：和善、感恩、负责



购车关注

购置类型：奥迪Q3换购，预算40万左右

购车动机：家里六口人，原来的比亚迪唐又老又不够用，出远门怕出故障

关注因素：

- 电池和续航**：纯电续航最低200公里
- 辅助驾驶**：日常工作强度大，上下班/高速上可帮助关注路况、减轻驾驶疲劳
- 能源类型**：想要大电池，小油箱的混动车，纯电车长途排队充电麻烦
- 品牌**：买车肯定买传统车企，要有技术积累和品牌底蕴，不考虑新势力
- 操控**：底盘紧凑，开起来不要松松垮垮，控制好颠簸的同时底盘不要太软
- 空间**：六座以上，每个位置都要宽敞舒适。且有满载的情况，要有车顶行李架

用车场景

- 市内通勤**：上下班（往返80公里）
- 长途自驾**：每年两次（往返3000-5000公里）
- 回老家**：每年两三次（单程1000公里）

对比车型

问界M8



- 👍 华为辅助驾驶智能
- 👍 售前专业，购车体验好
- 👎 价格超预算
- 👎 购车权益不足
- 👎 外观偏家庭，像“奶爸车”

腾势D9



- 👍 品牌信任度高
- 👎 降价幅度大
- 👎 外观偏商务，有“司机感”

腾势N9



- 👍 品牌质量好
- 👎 性价比低
- 👍 有后轮转向
- 👎 担心降价背刺
- 👍 品牌信任度高
- 👎 无车顶行李架
- 👍 售后服务有保障
- 👎 内饰堆料，导致乘坐空间拥挤

每出一个竞品，都在证明领克900性价比确实高

选择领克900的原因

- **品牌力强，操控基因好**：我周围很多工程师同事都买了领克，我开过他们的车，领克02的操纵感比我的奥迪Q3还好，领克的操控一直很好，可以盲选。
- **性价比高**：我当时的预算是40万，我们打工人的钱都一点一点攒下的，领克900是预算之内各方面都不比预算之上的车差的。
- **技术成熟，安全有保障**：我自己本身就是做家电产品开发的，所以比较重视技术问题，综合来看，领克的SPA Evo架构和设计在安全方面是没有问题的。
- **第一印象**：我是从腾势N9，看到问界M8，再看的领克900，从外观来看，这辆车是最年轻的，和其他车相比，它是最不像家用车的家用车。

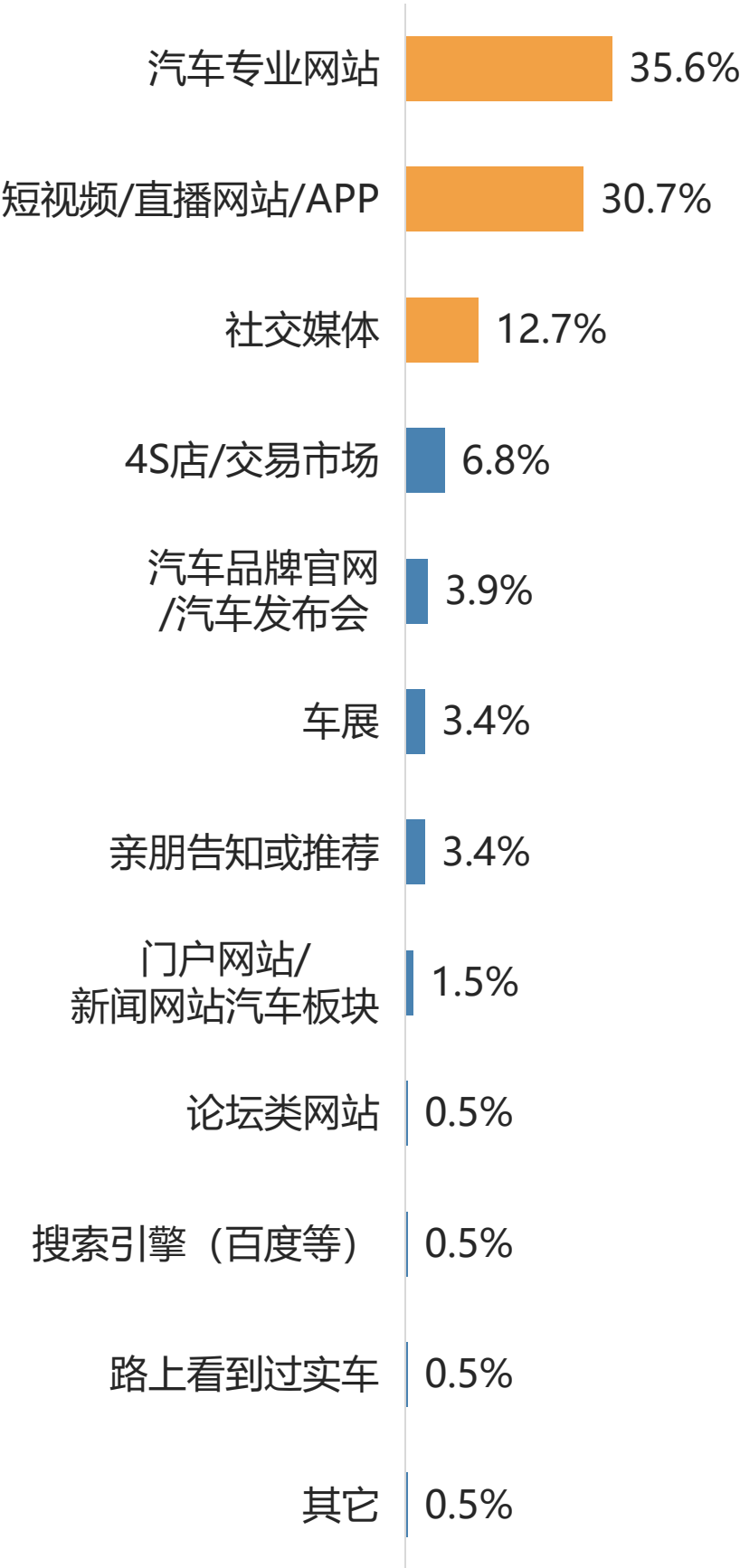
推荐意愿：愿意推荐

- **购车历程**：去年开始就想买辆车，先关注了腾势D9，然后看了腾势N9和问界M8，但都因为价格问题放弃了。领克900是在看其他车的过程中顺便看的，看了以后发现很惊喜，发布会之后发现价格很合适，我当晚就补了一个小订。
- **交车流程齐全，讲解周到**：交车流程很全，讲解很到位，销售一定要我听完整个操作流程，帮我设置好账号才让提车。
- **惊喜点**：我下班路上经常需要线上参会，经常一不注意就走错路了，现在有了辅助驾驶，虽然表现不如问界，但已经远超出我的想象了，至少不会走错路了。
- **妥协点**：我是发布会当晚下的小定，当时不确定有没有赠充电桩，官方直播间和门店回答都很含糊，三天后看到完整的定单信息才知道没有附赠，只有个抵用券。
- **推荐原因**：领克900的性能、配置、驾乘体验目前在同价位是无敌的，现在的竞品都在证明领克900的性价比确实高啊，是辆适合大家庭使用的车，而且混动模式平时用电，长途用油，没里程焦虑。

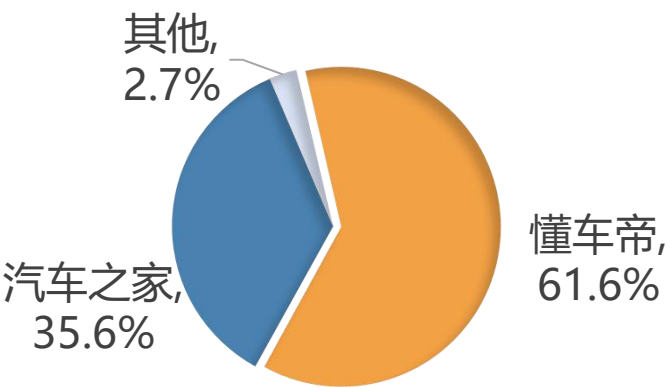
领克900用户首次认知渠道

- 用户主要通过汽车专业网站（懂车帝）、短视频/直播网站/APP（抖音）和社交媒体（微信公众号）首次认识领克900

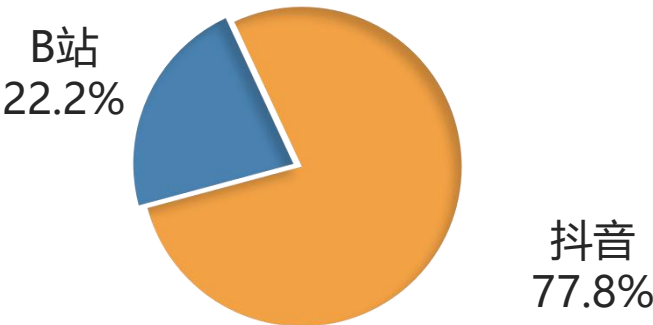
首次认知渠道 (N=205)



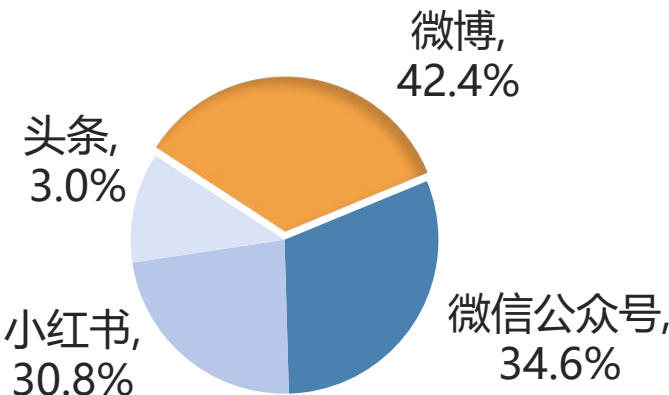
汽车专业网站 (N=73)



短视频/直播网站/APP (N=63)



社交媒体 (N=26)



汽车信息获取渠道&购买决策影响内容

- 用户主要通过抖音、懂车帝、汽车之家、4S店/交易市场、小红书和B站获取汽车信息
- 最能影响购车决策的是新车试驾、对比评测、参数对比、碰撞测试/拆解、车主口碑和优惠信息

汽车信息获取渠道
TOP10 (N=205)

对购买决策影响最大的信息内容
TOP10 (N=205)

