

谁在坚持买油车？

证券分析师：黄细里

执业证书编号：S0600520010001

联系邮箱：huangxl@dwzq.com.cn

联系电话：021-60199793

2025年8月15日

- **报告研究方法论：**基于抽样原则，样本量筛选原则：选取当下油车市场各个价位热门经典车型，7大品牌13款车型26名车主。分别是：奥迪（A6L、Q5L），宝马（3系、5系），奔驰GLC，大众（速腾、帕萨特、途观L），丰田（卡罗拉、RAV4、凯美瑞），日产轩逸、通用昂科威。
- **为何这些用户坚持买油车？** 1）油车性价比高！受访的26位车主几乎每个都认同这点，甚至觉得油车特别香。2）车子本质还是A点-B点代步工具，万一要开十年以上的话，电车的电池中途肯定要更换，这样的话全生命周期成本，电车不一定比油车便宜。3）接近50%车主并不具备拥有专用充电桩条件。4）认为电车尤其是电池技术并不成熟。5）跑长途电车的里程焦虑。
- **油车用户怎么看电车优势？** 1）承认电车的单公里成本确实要便宜，但如果自己每年公里数不足1万公里，那么这个优势并不突显。2）【颜值+冰箱彩电沙发+智驾】都是锦上添花，前提是自己能接受电车了才会考虑，接受不了电车的话，这些就无所谓了，也不期待油车对此能改进多少。
- **为何还在坚持买BBA？他们对豪华车的定义：** 1）第一类是社交属性需求。BBA解释成本最低，无论在城里还是村里。华为小米手机大家认识，但是车不一定。2）第二类是高品质的信赖。BBA是百年车企的沉淀，国产电车品牌造车时间太短。他们认为愿意豪华车买电车品牌的车主应该是：已经享受过BBA，买电车更多是考虑家人小孩需求，或者换个口味。
- **风险提示：**样本量有限或引起数据偏差。汽车国内需求不足。



■ 一、车主访谈样本量介绍

■ 二、26名车主为何不选电车？

■ 三、风险提示

一、车主访谈样本量介绍

- **样本量筛选原则：**选取当下油车市场各个价位热门经典车型，**7大品牌13款车型26名车主**。分别是：奥迪（A6L、Q5L），宝马（3系、5系），奔驰GLC，大众（速腾、帕萨特、途观L），丰田（卡罗拉、RAV4、凯美瑞），日产轩逸、通用昂科威。
- **样本量访谈原则：**采取一对一线下和线上访谈结合的方式，单个用户访谈时间平均**30分钟**，采用问答方式，而非直接填写问卷形式。不同车型是有共性的问题提纲，但也会有差异化的问题，以更好地呈现用户画像。
- **样本量信息处理：**本篇报告内容均来自于东吴汽车团队针对**26名真实车主**访谈交流内容进行深度挖掘处理分析的结果呈现，并不是将车主的访谈信息直接引用。
- **免责声明：**因本报告采用的是抽样原则，因时间和成本受限，选择的**26名车主**代表性或存在局限性，因此本篇报告推演的结论仅供投资的部分参考，**建议多个渠道交叉验证**。

26名车主样本量分布特征

- 26名车主主要涉及品牌：奥迪、宝马、奔驰、大众、丰田、日产、通用。从年龄角度看：25-30岁样本量16位，31-40岁样本量8位，40岁以上是2位。7大品牌13个车型的价格带分布：10W以内样本量2位，10-15W样本量4位，15-20W样本量8位，20-25W样本量2位，25W以上样本量8位。

图：26名车主样本量分布详细特征

品牌	车型	样本量	25岁-30岁	31岁-35岁	36岁-40岁	41岁以上	10W以内	10-15W	15-20W	20-25W	25-30W	30-35W	35W+
奥迪	A6L	2	1	1									2
	Q5L	2	1	1								2	
宝马	3系	2		2						2			
	5系	2	2								2		
奔驰	GLC	2	2										2
大众	帕萨特	2	2						2				
	速腾	2	2					2					
	途观L	2	1	1					2				
丰田	RAV4	2			2			2					
	卡罗拉	2	2				2						
	凯美瑞	2	1			1			2				
日产	轩逸	2	2				2						
通用	昂科威	2		1		1			2				
合计		26	16	6	2	2	4	4	8	2	2	2	4

26名车主样本量分布特征

- **7大品牌13款车型26名车主的购车类型：**54%是家庭或个人首购，35%是家庭换购（家里仅有一台车），8%是家庭增购。只有1位车主家庭是有一台电车的，其余均是0台电车。

图：26名车主样本量分布详细特征

品牌	车型	家庭/个人首购	家庭换购	家庭增购	家庭电车数量
奥迪	A6L	1	1		
	Q5L	1		1	
宝马	3系	1	1		
	5系	2			
奔驰	GLC	2			
大众	帕萨特	2			
	速腾	1	1		
	途观L	1			1
丰田	RAV4		2		
	卡罗拉	1	1		
	凯美瑞	1	1		
日产	轩逸	1		1	
通用	昂科威		2		
合计		14	9	2	1
比例		54%	35%	8%	4%

26名车主样本量分布特征

- 7大品牌13款车型26名车主的城市分布：18个城市，单一城市最多是3个样本量，涉及一二三四线城市，尽可能分布广泛。

图：26名车主样本量分布详细特征

品牌	车型	北京	常德	潮州	成都	丹东	广州	邯郸	杭州	济南	揭阳	南昌	南京	厦门	陕西	上海	深圳	太原	郑州
奥迪	A6L	1																	1
	Q5L								1		1								
宝马	3系						1										1		
	5系				1														1
奔驰	GLC												1				1		
大众	帕萨特		1					1											
	速腾									1		1							
	途观L													1	1				
丰田	RAV4															1	1		
	卡罗拉			1														1	
	凯美瑞	1		1															
日产	轩逸											2							
通用	昂科威					1										1			
合计		2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	2	3	1	2

26名车主样本量分布特征

- 7大品牌13款车型26名车主的职业分布：22个细分子行业从业者，尽量避免汽车和金融从业者

图：26名车主样本量分布详细特征

职业	3系	5系	A6L	GLC	Q5L	RAV4	昂科威	卡罗拉	凯美瑞	帕萨特	速腾	途观L	轩逸	合计
IT				1		1								2
财务	1													1
程序员											1			1
电商				1									1	2
房地产						1								1
工程师					1									1
工程行业											1			1
公务员							1		1					2
广告													1	1
会计师									1			1		2
技术员					1									1
老师								1						1
绿能行业							1							1
汽修								1						1
设计师										1				1
失业										1				1
事业单位			1											1
文艺类		1												1
物联网运营	1													1
银行			1											1
职员												1		1
制造业		1												1

二、26名车主为何不选电车？

图：26名车主样本量的购车因素

- **7大品牌13款车型26名车主购车因素前三分析来看：品牌-价格-空间-实用-安全是核心所在。**
- **颜值的比例不高，智驾几乎没有提及，舒适性提及的也不多。**

品牌	车型	购车因素1	购车因素2	购车因素3
丰田	RAV4	优惠	提车快	价格
日产	轩逸	价格	配置	省心耐用
奥迪	A6L	价格	品牌	
丰田	RAV4	省心耐用	价格	
丰田	卡罗拉	品牌	价格	
丰田	凯美瑞	品牌	空间	省油
丰田	凯美瑞	空间	油耗	内饰
大众	帕萨特	品牌	内饰	空间
宝马	5系	颜值	价格	实用
大众	速腾	空间	质量	座椅
奥迪	A6L	品牌	动力	配置
宝马	5系	品牌	价格	
宝马	3系	外观	油耗	操控
大众	速腾	价格	操控	颜值
通用	昂科威	空间	品牌	做工
日产	轩逸	品牌	价格	
大众	途观L	加速	配置	座椅按摩
奥迪	Q5L	空间	品牌	价格
奔驰	GLC	空间		
通用	昂科威	动力	安全	颜值
大众	途观L	价格	安全	售后
丰田	卡罗拉	口碑	价格	实用
奥迪	Q5L	空间	动力	品牌
大众	帕萨特	耐用	空间	舒服
宝马	3系	价格	颜值	操控
奔驰	GLC	品牌	内饰	空间

26名车主不买电车的第一大因素分析

- **7大品牌13款车型26名车主不买电车的第一因素分析：42%是充电桩条件不支持（23%是自己没有专用充电桩，19%是物业直接不让安装私家桩），19%是车主自己或父母认为电车技术不成熟，12%认为是跑长途有里程焦虑，其余因素的比例相对不高。**

图：26名车主样本量不买电车原因分析

	奥迪		宝马		奔驰	大众			丰田			日产	通用		
不买电车原因1	A6L	Q5L	3系	5系	GLC	帕萨特	速腾	途观L	RAV4	卡罗拉	凯美瑞	轩逸	昂科威	合计	比例
没有专用充电桩						1	2	1			1	1		6	23%
物业不让安装私家桩	1			1	1			1		1				5	19%
电池技术不成熟		1	1							1		1	1	5	19%
跑长途里程焦虑	1								2					3	12%
北方续航掉电太快													1	1	4%
电车肯定开不了十年				1										1	4%
电车品控一般					1									1	4%
电车品牌造车时间太短											1			1	4%
公里数有限使用成本不敏感						1								1	4%
回老家充电不方便		1	1											2	8%

26名车主不买电车的第二大因素分析

- **7大品牌13款车型26名车主不买电车的第二因素分析：15%认为是电池技术不成熟，12%认为是跑长途里程焦虑，8%认为是公里数有限使用成本不敏感，8%认为混动2套系统太麻烦了，8%没有专用充电桩。**
- **相比第一因素，第二因素非常分散。**

图：26名车主样本量不买电车原因分析

不买电车原因2	A6L	Q5L	3系	5系	GLC	帕萨特	速腾	途观L	RAV4	卡罗拉	凯美瑞	轩逸	昂科威	合计	比例
电池技术不成熟	2				1					1				4	15%
跑长途里程焦虑			1			1		1						3	12%
公里数有限使用成本不敏感							1						1	2	8%
混动2套系统维修成本贵							1		1					2	8%
没有专用充电桩		1									1			2	8%
北方续航掉电太快										1				1	4%
不认可混动技术									1					1	4%
充电速度慢比较麻烦				1										1	4%
第一台车 一定要买油车												1		1	4%
电车不保值				1										1	4%
电车事故率高					1									1	4%
电车综合成本不比油车便宜								1						1	4%
迭代太快且降价太快了													1	1	4%
混动不喜欢比亚迪						1								1	4%
家里人不同意买电车		1												1	4%
就喜欢宝马品牌			1											1	4%
物业不让安装私家桩												1		1	4%

26名车主不买电车的第三大因素分析

- **7大品牌13款车型26名车主不买电车的第二因素分析：20%认为是电车迭代太快/降价太快/贬值太快，8%是冬天里程焦虑明显，8%就是喜欢油车发动机声音。**
- **第三因素和第二因素一样，比较分散。**

图：26名车主样本量不买电车原因分析

不买电车原因3	A6L	Q5L	3系	5系	GLC	帕萨特	速腾	途观L	RAV4	卡罗拉	凯美瑞	轩逸	昂科威	合计	比例
迭代太快且降价太快了		1				1	1							3	12%
电车贬值率太快					1								1	2	8%
冬天里程焦虑明显	1			1										2	8%
就是喜欢油车发动机声音										1	1			2	8%
比亚迪品牌信任度不高												1		1	4%
电车肯定开不了十年									1					1	4%
电车品牌太多不好选			1											1	4%
电车性价比一般									1					1	4%
电池技术不成熟							1							1	4%
公里数有限使用成本不敏感	1													1	4%
混动2套系统维修成本贵								1						1	4%
家里第一台车得买油车												1		1	4%
家人坐电车晕车					1									1	4%
没有专用充电桩													1	1	4%
跑长途里程焦虑								1						1	4%
续航虚标				1										1	4%
油车已经历史很悠久										1				1	4%

26名车主“未来什么情景会买电车”？

- **7大品牌13款车型26名车主：**24位车主明确表达自己是属于“对新事物是保守派，要等身边人用完没问题后才会去使用”。

■ 而具体去分类未来什么情景会买电车？

- **第一类：**要解决好充电桩问题
- **第二类**（比例最高，虽然说法不一样，背后都是表达类似含义）：一定要电车的品质特别好，身边人用完没问题了，电车性价比比油车更好时候
- **第三类：**家庭增购可以考虑

图：26名车主样本量对电车的分析

类型	预计未来什么情景会买电车？
第一类	不住农村了就可以买电车
	等家里可以安装充电桩
	只要有家充电桩就买
	等完全定居广州了再买（充电没问题）
第二类	除非油价很高，要买还是比亚迪
	油价涨特别高，或者自己特别有钱
	等油车开腻了再换
	等油车开腻了再换且电车品质没问题
	未来5年后
	未来5年后，冬天电池和夏天效果要一样
	等7-8年后再买电车其实更稳妥
	等大部分人用了没问题才会自己去买
	等电车性价比更高一些，且身边朋友用了都没问题
	等技术成熟，网上没有电车各种事故报道
	体验完BBA，固态电池出来后
第三类	续航要1000km，价格和油车差不多
	等结婚后会增购一个电车
	家里第二台车可以买电车
其他	可以子女买如果他们喜欢电车
	等用车频率比较高时候
	会频繁开车且没有社交需求
	智能化真正可以做到不用干预

“为何还在买BBA”？

- 这次访谈中有**9位BBA**车主，他们对豪华车属性的看法分类：
- **BBA**在他们心目中：1）社交属性，解释成本最低；2）高品质值得信赖的象征
- 电车在他们心目中：1）即使是华为小米，解释成本也高于**BBA**，满足不了社交需求；2）电车结构更简单应该是比油车更廉价，使用寿命更短；3）已经用过**BBA**了会再考虑买电车

图：26名车主样本量对BBA看法

品牌	车型	到手价格	怎么看BBA的豪华属性	电车有豪华属性吗？
奥迪	A6L	36W+	开回村里大家都认识、成熟、大气、稳重	理想华为车主家里都是有钱的，买电车是更多考虑家人小孩的需求
宝马	5系	28W+	宝马只是一个老品牌，不是豪华品牌	
奥迪	A6L	36W+	奥迪是历史悠久的代表，不是为了社会地位	不认可，汽车和手机不一样，汽车试错成本很高
宝马	5系	35W+	能满足同龄人的社交需求	电车比油车廉价
大众	家里多台BBA	30W+	BBA主要是工作招待用	
奥迪	Q5L	29W+	有钱的象征，买奥迪的核心原因	华为的车解释成本高于BBA
奔驰	GLC	37W+	品质值得信赖，不是为了社交	
奥迪	Q5L	30W+	BBA开回老家大家都认识，在杭州烂大街了	
奔驰	GLC	35W+	解释成本很低，大家都认识	小米最能接受，不喜欢华为

为何对电车的优势他们怎么看？

■ 这些车主认为：【颜值+冰箱彩电沙发+智驾】电车三大优势，他们总体认可这是电车优势，但在他们购车因素中权重较低，【有肯定比没有更好】但是前提是【他们愿意选电车】。

图：26名车主样本量对电车优势的看法

品牌	车型	电车颜值	对冰箱彩电沙发的态度	对智驾的态度
丰田	RAV4	自己不在乎颜值	无所谓	手机投屏导航挺好用的
日产	轩逸	耐看就行		不敢用
奥迪	A6L	油车越来越丑	有更好，没有也算了	没有需求
丰田	RAV4	电车更好看	不看重，平时开车少，为何要为低频东西付费	不太需求，懂车帝视频也说明大家水平不行
丰田	卡罗拉	油车也挺好		等老了再用辅助驾驶
丰田	凯美瑞	电车更好看		没有需求，不相信智驾
丰田	凯美瑞	电车更好看		手机投屏导航挺好用的
大众	帕萨特	油车有进步但比电车难看	华而不实（父母观点）	没有需求
宝马	5系	电车（小米）更好看	不是刚需	没有需求
大众	速腾		是不错	没有需求
奥迪	A6L			体验了一般
宝马	5系	电车更符合年轻人		看重的但不是刚需
宝马	3系	国产电车和宝马差不多了		有需求希望帮助提升驾驶技术
大众	速腾			不管什么时候都不敢用
通用	昂科威			没有需求
日产	轩逸		挺喜欢的	没有用过但感觉新奇
大众	途观L			保持怀疑态度
奥迪	Q5L			自动泊车是需要的
奔驰	GLC		不能花里胡哨	还是依赖手机导航
通用	昂科威	电车秒杀油车		比较过，华为最好，愿意尝试的
大众	途观L		没啥用，又不住在车里	自动刹车挺好用，还是自己开为主
丰田	卡罗拉		先信任电车，再谈这个	先信任电车，再谈这个
奥迪	Q5L	油车过时，电车与众不同		有需求的
大众	帕萨特			都是短途开车没啥需求
宝马	3系	电车更好看	本质还是A-B点工具	不放心，年轻人会用
奔驰	GLC	电车更好看		需求比较少

三、风险提示

- **样本量有限或引起数据偏差。**因本报告采用的是抽样原则，因时间和成本受限，选择的**75**名车主代表性或存在局限性，因此本篇报告推演的结论仅供投资的部分参考，建议多个渠道交叉验证。
- **汽车国内需求不足。**补贴退坡或影响国内后续汽车需求增长。

免责声明

东吴证券股份有限公司经中国证券监督管理委员会批准，已具备证券投资咨询业务资格。

本研究报告仅供东吴证券股份有限公司（以下简称“本公司”）的客户使用。本公司不会因接收人收到本报告而视其为客户。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见并不构成对任何人的投资建议，本公司及作者不对任何人因使用本报告中的内容所导致的任何后果负任何责任。任何形式的分享证券投资收益或者分担证券投资损失的书面或口头承诺均为无效。

在法律许可的情况下，东吴证券及其所属关联机构可能会持有报告中提到的公司所发行的证券并进行交易，还可能为这些公司提供投资银行服务或其他服务。

市场有风险，投资需谨慎。本报告是基于本公司分析师认为可靠且已公开的信息，本公司力求但不保证这些信息的准确性和完整性，也不保证文中观点或陈述不会发生任何变更，在不同时期，本公司可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告。

本报告的版权归本公司所有，未经书面许可，任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制和发布。经授权刊载、转发本报告或者摘要的，应当注明出处为东吴证券研究所，并注明本报告发布人和发布日期，提示使用本报告的风险，且不得对本报告进行有悖原意的引用、删节和修改。未经授权或未按要求刊载、转发本报告的，应当承担相应的法律责任。本公司将保留向其追究法律责任的权利。

东吴证券投资评级标准

投资评级基于分析师对报告发布日后6至12个月内行业或公司回报潜力相对基准表现的预期（A股市场基准为沪深300指数，香港市场基准为恒生指数，美国市场基准为标普500指数，新三板基准指数为三板成指（针对协议转让标的）或三板做市指数（针对做市转让标的），北交所基准指数为北证50指数），具体如下：

公司投资评级：

买入：预期未来6个月个股涨跌幅相对基准在15%以上；

增持：预期未来6个月个股涨跌幅相对基准介于5%与15%之间；

中性：预期未来6个月个股涨跌幅相对基准介于-5%与5%之间；

减持：预期未来6个月个股涨跌幅相对基准介于-15%与-5%之间；

卖出：预期未来6个月个股涨跌幅相对基准在-15%以下。

行业投资评级：

增持：预期未来6个月内，行业指数相对强于基准5%以上；

中性：预期未来6个月内，行业指数相对基准-5%与5%；

减持：预期未来6个月内，行业指数相对弱于基准5%以上。

我们在此提醒您，不同证券研究机构采用不同的评级术语及评级标准。我们采用的是相对评级体系，表示投资的相对比重建议。投资者买入或者卖出证券的决定应当充分考虑自身特定状况，如具体投资目的、财务状况以及特定需求等，并完整理解和使用本报告内容，不应视本报告为做出投资决策的唯一因素。

东吴证券研究所

苏州工业园区星阳街5号

邮政编码：215021

传真：（0512）62938527

公司网址：<http://www.dwzq.com.cn>

东吴证券 财富家园