



特斯拉Model 3竞品分析报告



今日头条算数中心

前言

Introduction

iPhone颠覆了手机后，特斯拉正在重塑公众对汽车的想象。

如果说七八十万起售的Model S和Model X只是让同价位的豪车品牌如临大敌，Model 3的出现则把战火引到了消费级市场。7月29日，首批30辆特斯拉Model 3在美国举行交付仪式，3.5万美元的起售价令粉丝兴奋，也令同价位的竞争对手紧张。

中国消费者什么时候能开上Model 3？据特斯拉官网，Model 3将于2018年下半年开始交付国际市场，综合不同配置的加价及关税、运费等因素，它的售价可能在35万至52万人民币之间，在国内新能源补贴和牌照政策下，这个价位对于许多中型车潜在消费者而言极具诱惑力。

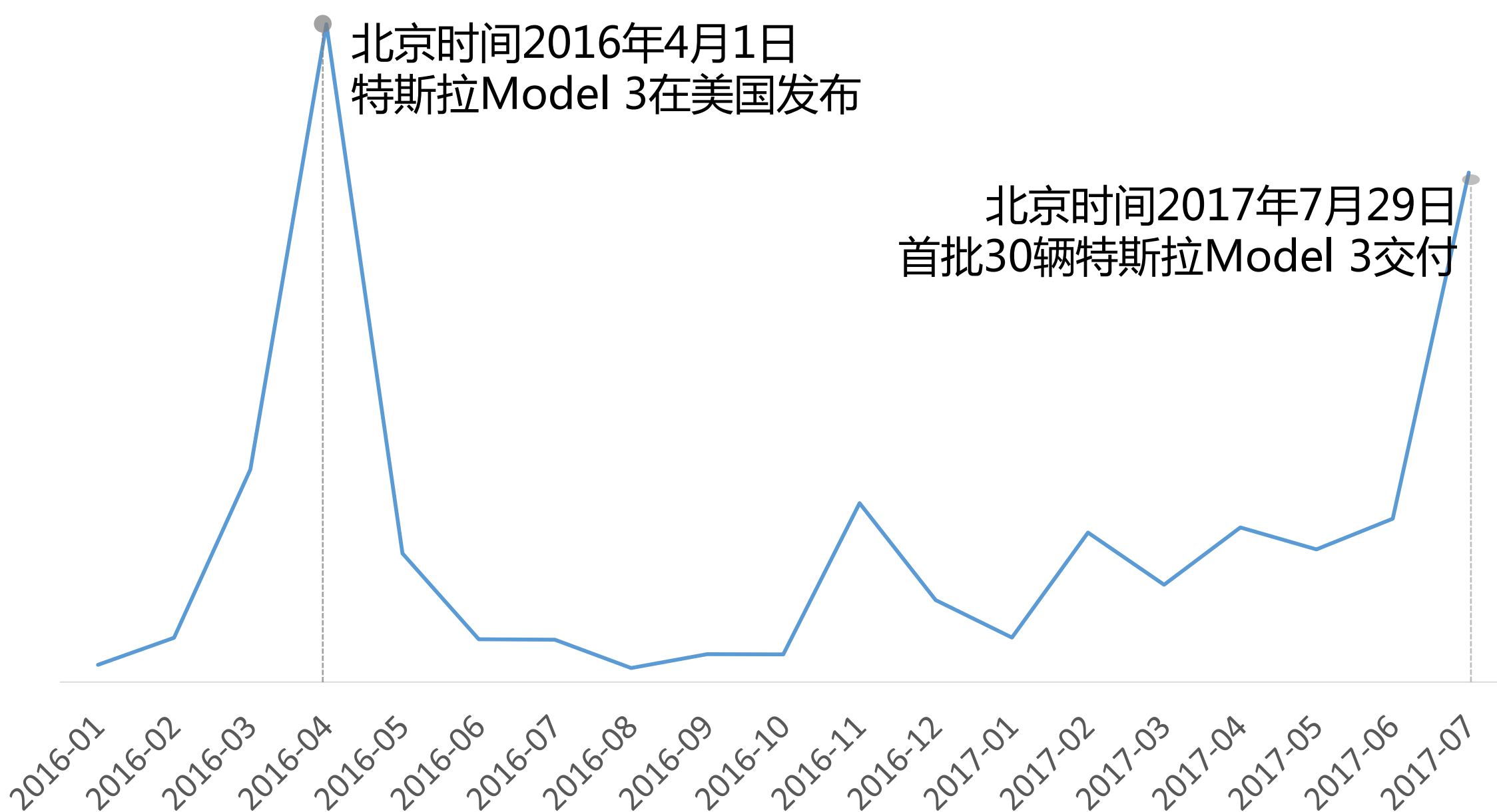
Model 3进入中国市场后，会成为谁的劲敌？今日头条算数中心从今日头条海量大数据中找出它的竞争车型，并结合用户画像进行比较分析。

01.

发布和交付带动Model 3热度
价格、内饰和电池最受关注

Model 3资讯阅读趋势

图中数据代表阅读量



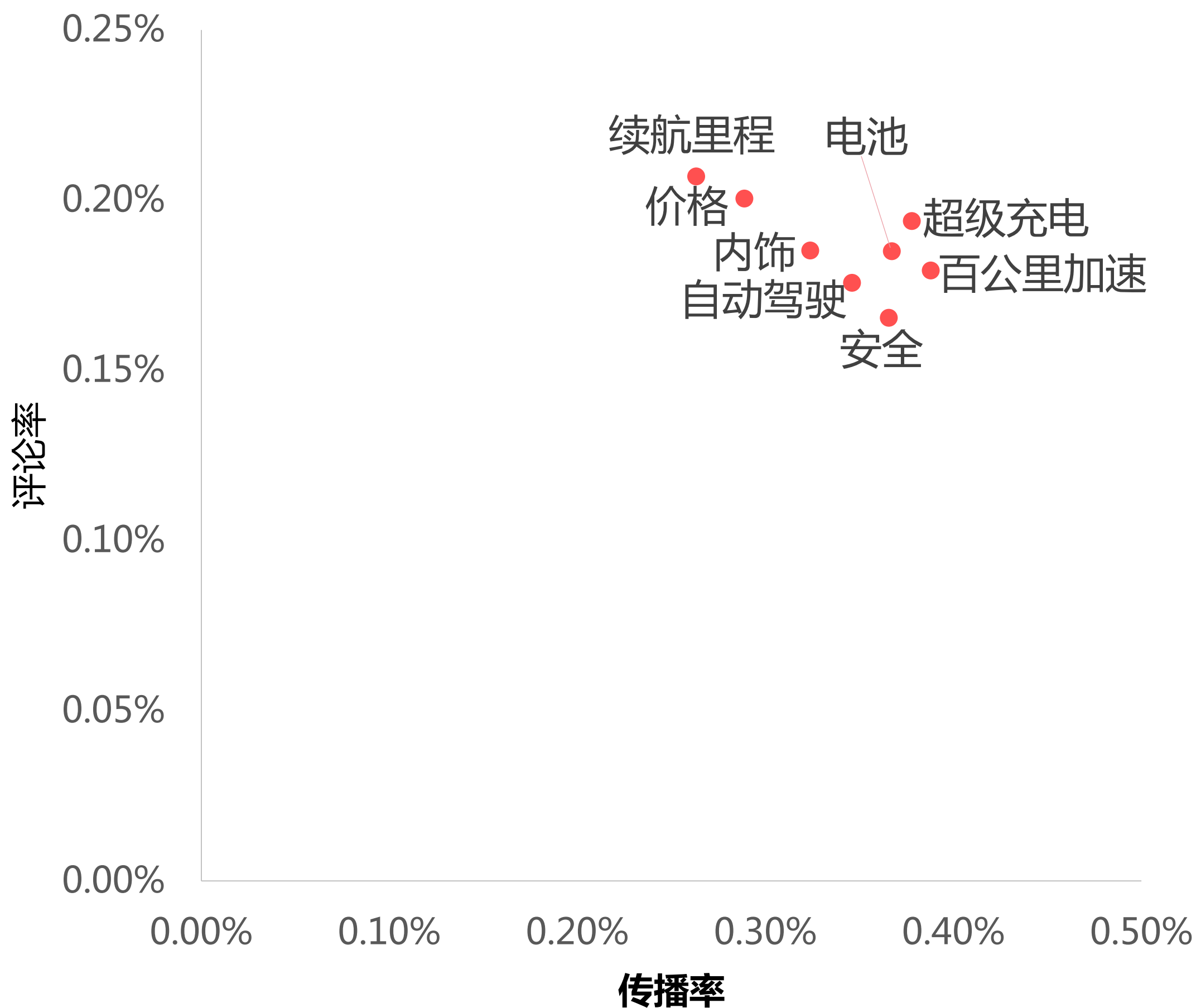
2016年4月1日，Model 3在美国正式发布后便火到了中国，当月的阅读量便超过了250万次，此后沉寂了近半年，随着交付日期的临近又开始呈波浪式上升，直至今年7月29日交付再次到达高峰，阅读量还在持续上升中。与此同时，Model 3的预定量也在不断上涨，交付当天已经突破了50万辆。

Model 3热门关注点

图中数据代表阅读量



Model 3阅读行为分析



注：传播率=某类资讯的分享数/该类资讯的阅读量
评论率=某类资讯的评论数/该类资讯的阅读量

公众如何看待Model 3



从阅读量来看，价格最受关注，今年1月1日至8月6日，阅读量达到277万。作为特斯拉第一款消费级车型，3.5万美元起售的价格可以让更多消费者拥有一辆特斯拉。内饰的关注度排在第二，Model 3甚至取消了仪表盘，包括车速等信息都在15英寸中控屏上。

作为一辆电动车，电池自然受到关注。Model 3搭载的21700电池是其商业化首秀，且相较于Model S & X搭载的松下NCR18650B型电池，21700电池单颗电芯的容量增幅超过40%，达到了4.8Ah左右。

在充电桩还未普及的现状下，续航里程依然是包括Model 3在内的电动车最受关注的点之一，据了解，Model 3标准版车型续航里程达354km，长程版车型续航里程达到499km。续航里程相关资讯的评论率较高，说明公众更愿意对这一功能点进行讨论。而从传播率来看，百公里加速得分最高，表明公众更愿意对这方面的资讯进行传播。

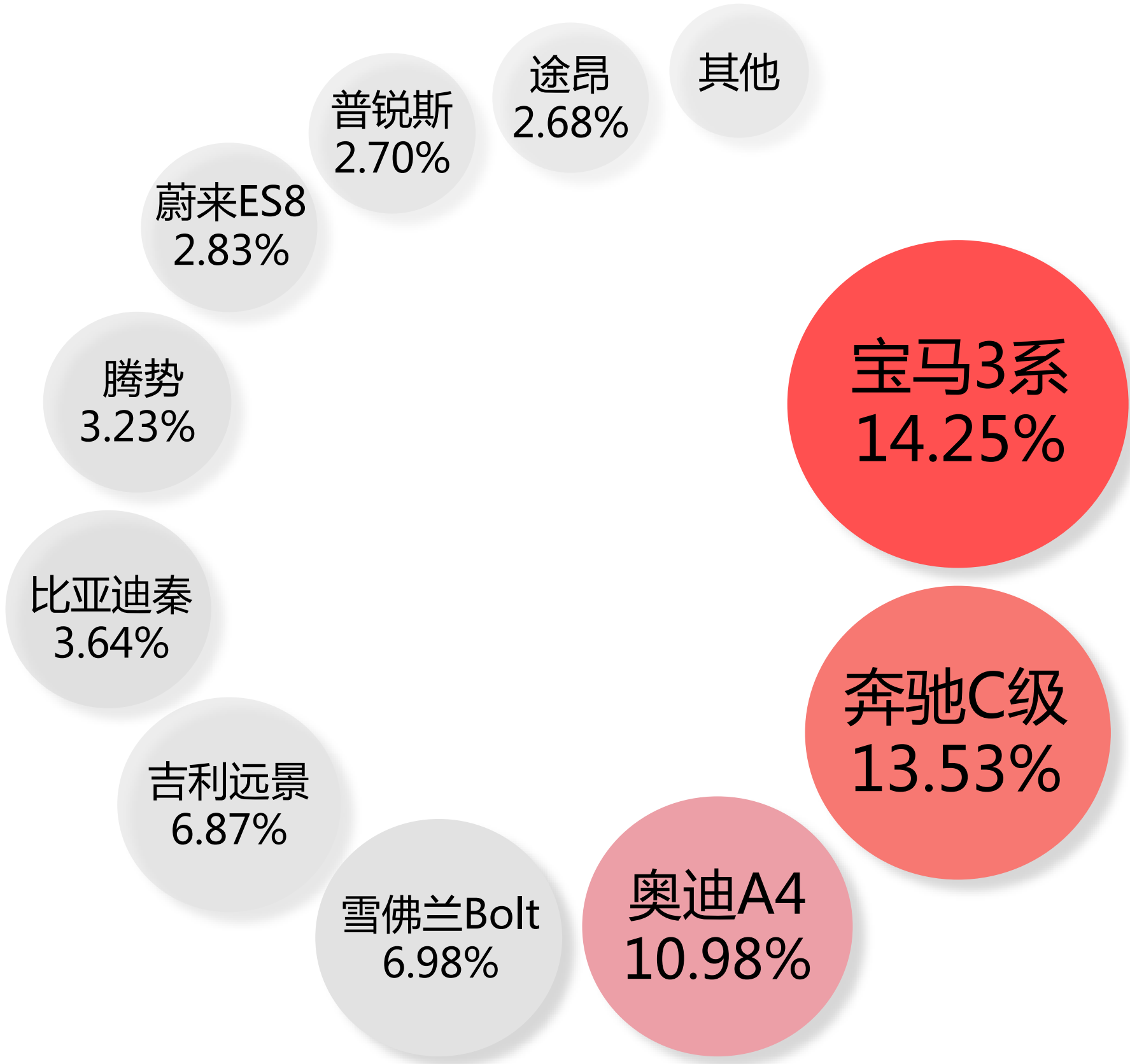
为了进行交叉验证，我们对Model 3交付后的公众评论关键词进行了分析，发现媒体和公众均对价格和电池表现出了浓厚兴趣，且双方都联系到了国内的电动车巨头比亚迪。相较之下，公众对价格的关注度更高，除了“价格”，“海关”、“关税”、“补贴”也是评论高频词。

02.

Model 3将成为谁的劲敌？

Model 3与其他品牌车型的关联度

关联度=同时包含某车型和Model 3的资讯的阅读量/ Model 3资讯阅读量



了解媒体和公众对Model 3的关注点后，我们寻找了它在中国的竞争对手并进行分析。

一般而言，竞品车型常会出现在同一篇文章中，我们计算了Model 3与其他品牌车型的关联度。

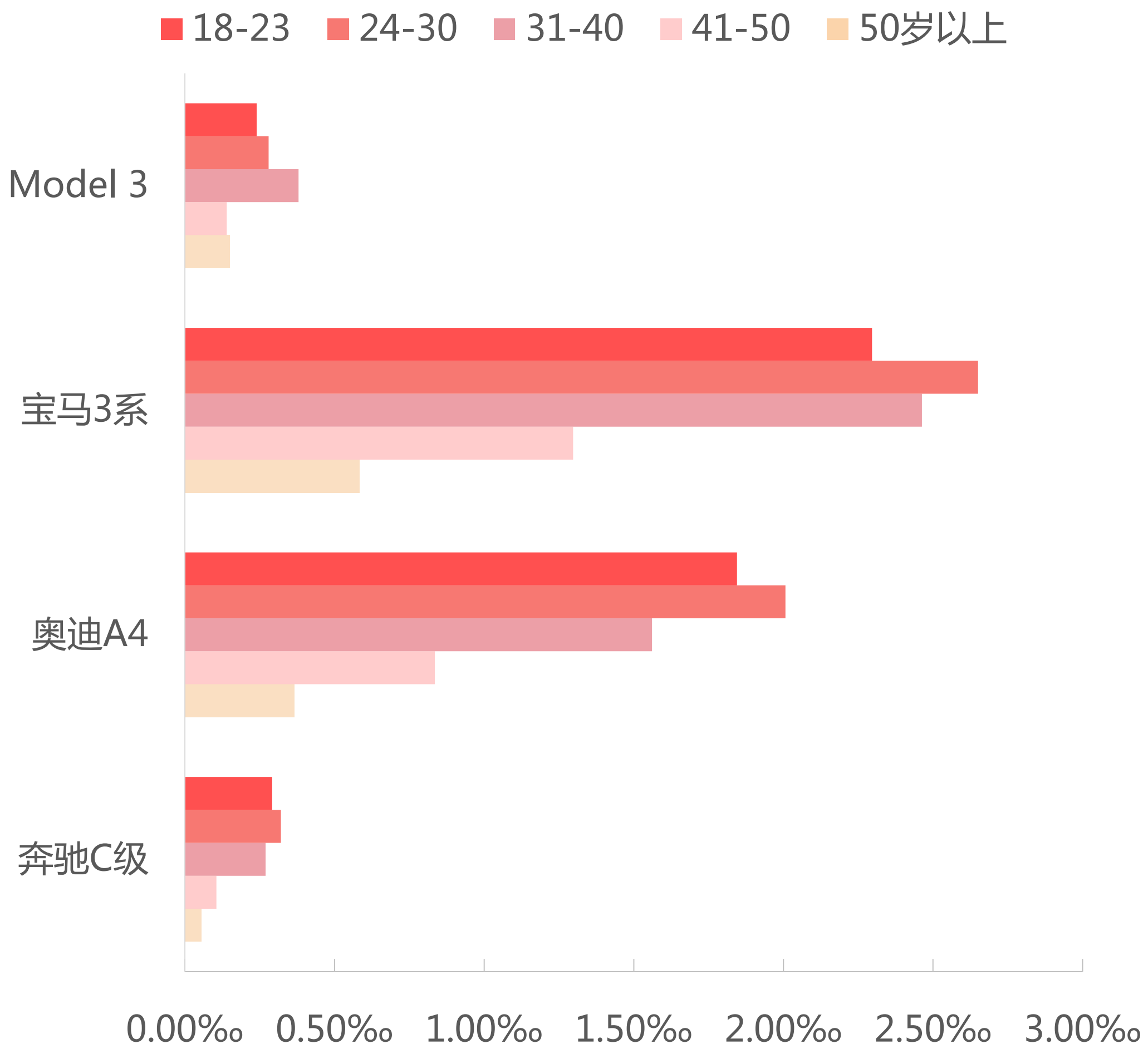
但竞争关系的确立还需存在重合的价格区间和同类型车身，吉利远景、比亚迪秦和普锐斯虽然关联度高，但价格远低于Model 3；途昂虽然价格区间相符，但不属于轿车；蔚来ES8为SUV且还未上市。

综合以上因素，Model 3最可能成为宝马3系、奔驰C级、奥迪A4、雪佛兰Bolt和腾势的劲敌，鉴于雪佛兰Bolt还未进入国内，腾势销量低迷，我们将对宝马3系、奔驰C级和奥迪A4进行进一步分析。

03.

**Model 3优势潜在客户：
关注科技和财经的80后**

各车型年龄渗透率



注：年龄渗透率=某年龄段对某车型的阅读里/该年龄段总阅读量 © 2017.08 今日头条算数中心

各车型兴趣用户的兴趣类别

Model 3兴趣用户更关注科技

Model 3	宝马3系	奥迪A4	奔驰C级
娱乐	汽车	汽车	汽车
汽车	娱乐	娱乐	娱乐
社会	社会	社会	社会
科技	搞笑	搞笑	搞笑
体育	体育	体育	体育
财经	历史	历史	科技
搞笑	科技	科技	历史
国际	两性	两性	两性
数码	旅游	旅游	旅游
历史	国际	国际	财经

注：依据兴趣类别的阅读量排序

年龄渗透率体现了各年龄段用户对某车型的关注度，Model 3各年龄段渗透率均低于宝马3系和奥迪A4，与奔驰C级相当。毕竟是汽车界“新人”，在公众认知度的积累上还有很长一段路要走。

最关注三款竞争车型的用户年龄段均为90后为主的24-30岁；而Model 3则有所不同，80后占主体的31-40岁用户最为关注。

从兴趣类别来看，关注Model 3的用户明显更关注科技和数码，对财经的关注度也明显高于竞争车型。

由此可推断，关注科技、财经的80后将是Model 3更有优势的潜在客群，这也是当前主流的高价值客群，竞争车型可着重对这部分客群进行精准营销。

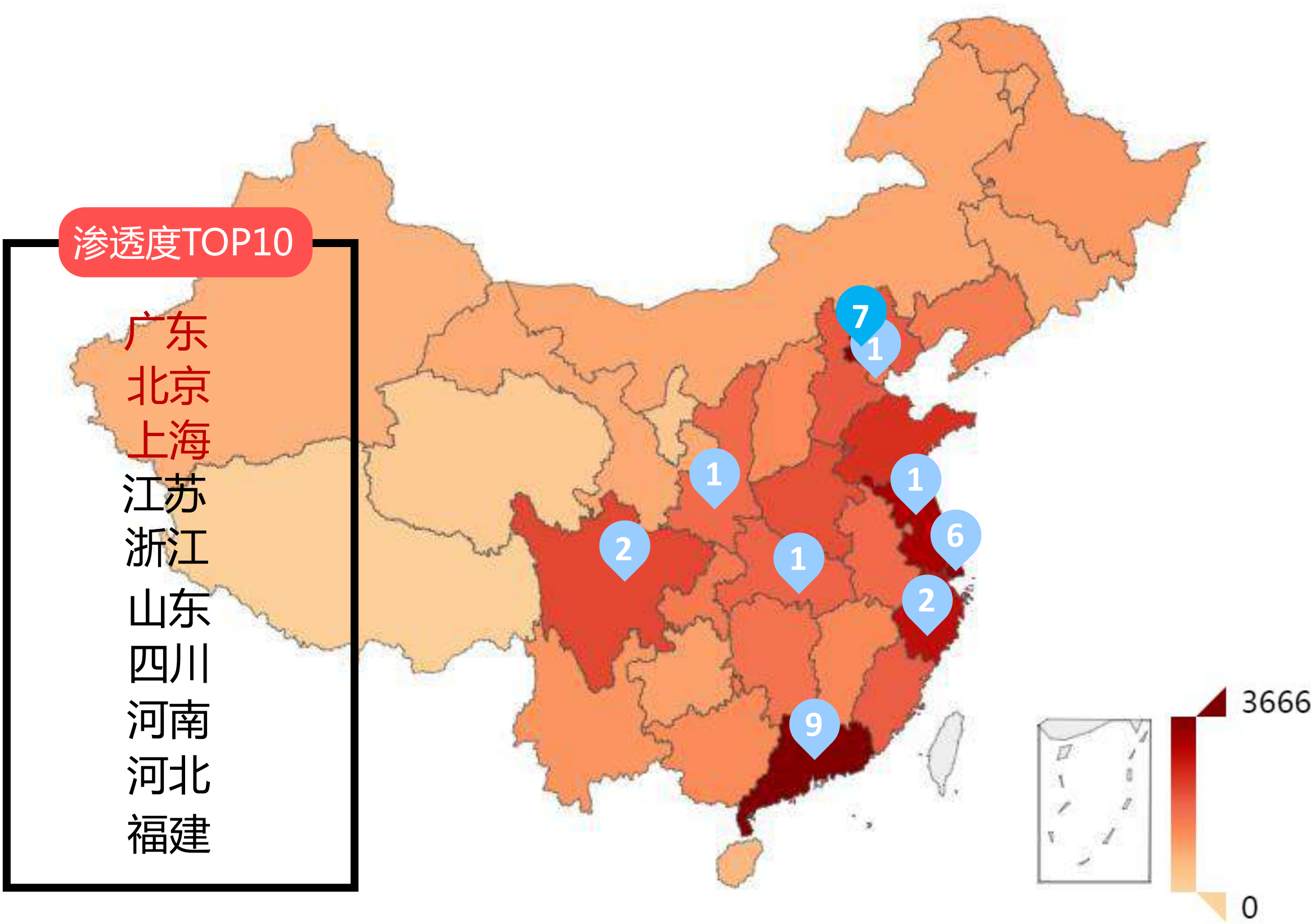
04.

Model 3关注者

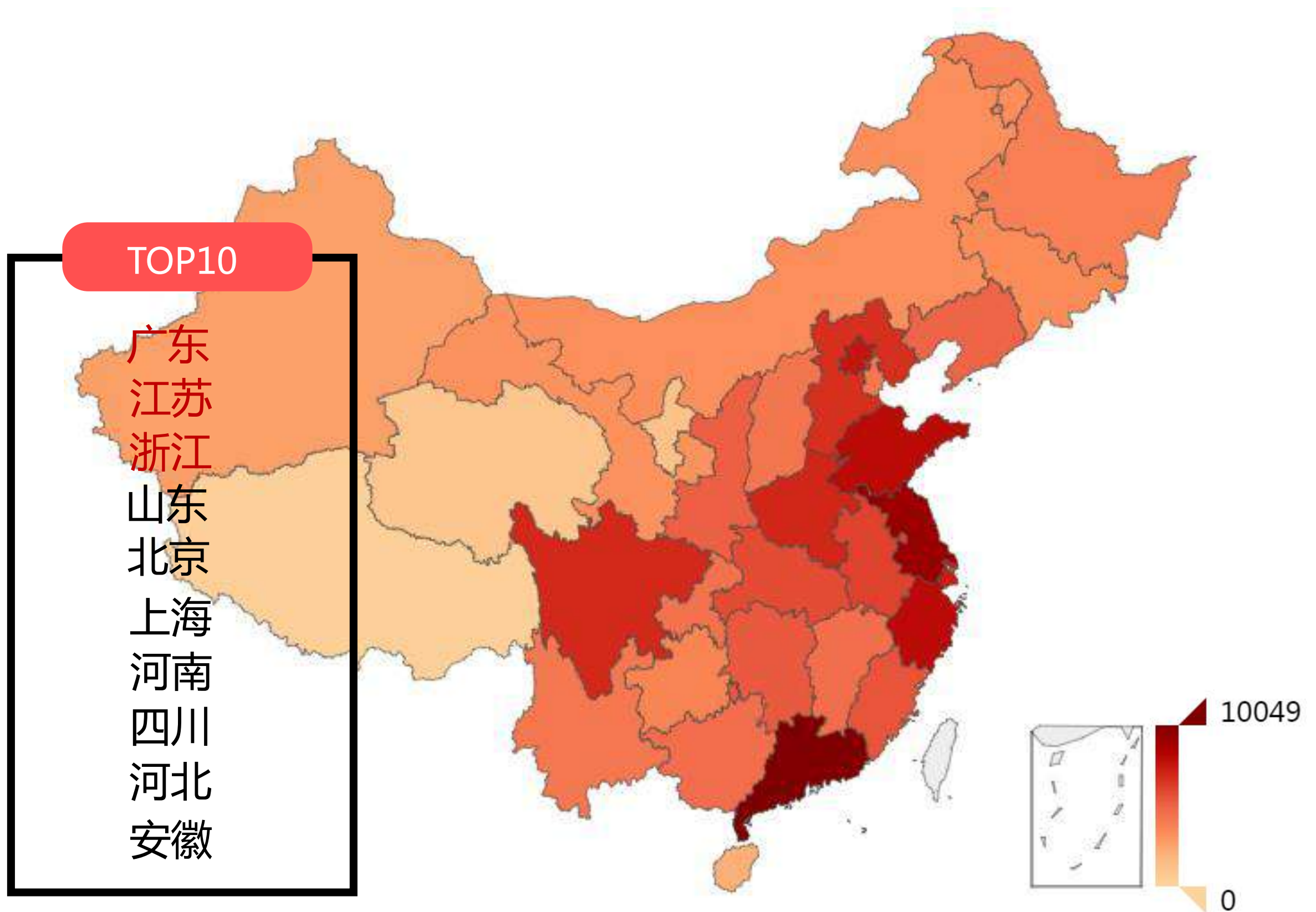
高度集中在经济发达省份

Model 3地域渗透度

与特斯拉体验店分布高度吻合



宝马3系地域渗透度



我们用地域渗透度体现各省份用户对特定车型的关注度，颜色越深代表关注度越高。从图中可看出，Model 3的关注者高度集中在北京、广东和江浙沪这三个中国经济最发达的区域，这除了与经济发展水平相关，也受到了特斯拉体验店分布的影响。

我们从特斯拉官网查询到，在中国内地，广东是特斯拉体验店最多的省份，达到了9家，其次是7家的北京和6家的上海，这与Model 3关注度前三名吻合。值得注意的是，成都建有特斯拉全球第二大、亚洲最大的销售及服务中心，四川成为西部最关注Model 3的省份。

竞争车型由于在中国市场耕耘多年，关注度已经扩散到了全国，如宝马3系在中部省份的渗透度也较高，与Model 3相比没有明显的中心化特征。

当前，特斯拉在中国内地的布局主要集中在经济中心城市，这里有充足的购买力和更好的基础设施，在限牌的情况下，对电动车的需求尤其迫切。然而，随着一线城市的车市进入存量市场和消费升级，三四五线城市正成为自主品牌与合资品牌争夺的重要战场。

从Model 3的地域渗透度来看，未来进入中国市场后，中心城市的消费者更容易接受这一新车型，三四五线城市消费者的认知度还有待提高，而这正是BBA早已展开布局的新兴市场。

总结

Conclusion

- 公众最关注Model 3的价格、内饰和电池，百公里加速更易被传播，续航里程更易引发讨论。
- Model 3进入中国市场后的主要竞争车型为：宝马3系、奥迪A4和奔驰C级。
- Model 3各年龄段渗透率均低于宝马3系和奥迪A4，与奔驰C级相当，在公众认知度的积累上还有很长一段路要走。
- 关注科技、财经的80后将是Model 3的优势潜在客群，竞争车型可着重对这部分客群进行精准营销。
- Model 3的关注者高度集中在北京、广东和江浙沪，与特斯拉体验店分布高度吻合，但在三四五线城市的认知度较低成为未来入华后的竞争劣势。

重要声明

Declaration

本报告由今日头条算数中心（以下简称“算数中心”）制作。报告中文字、数据等受中国知识产权法律法规保护。除注明的引用第三方数据及公开信息，本报告所有权归今日头条算数中心所有。

算数中心致力于更及时、更全面、更深度的阅读数据挖掘和数据应用创新。未经允许，不得对本报告进行加工或改造。如有转载或引用，需及时与我们联系并注明出处“**今日头条算数中心**”，同时不得删减或改写报告内容。

特此声明。

关于我们 About Us

今日头条算数中心依靠今日头条海量用户每天数以百亿次级的阅读行为产生的数据，测量每一则资讯的传播力，描绘每一个用户更精准的画像，洞悉用户阅读行为下更深层的动机，致力于更广更深的阅读数据挖掘，用数据服务各个行业。

联系方式

电子邮箱：datadance@bytedance.com

地址：北京海淀区中国卫星通信大厦



官方头条号
(汽车算数)



官方微信公众
号 (汽车算数)