

# 顾客模拟驾评在新车型投产阶段的应用效果研究

章建辉

江铃汽车股份有限公司

DOI：10.12238/jpm.v5i7.7019

**[摘要]** 本研究主要探讨顾客模拟驾评在新车型投产阶段的应用效果，旨在评估其在产品设计和改进中的实际效果及作用。通过对模拟驾评流程、参与顾客特点、以及实际应用的分析，本文深入探讨了模拟驾评在新车型投产阶段的重要性，并总结了其应用效果的优点和局限性。

**[关键词]** 顾客模拟驾评；新车型投产；产品设计；应用效果

## Study on the application effect of the customer simulation driving evaluation in the production stage of the new model

Zhang Jianhui

Jiangling Automobile Co., LTD

**[Abstract]** This study mainly discusses the application effect of customer simulation driving evaluation in the production stage of the new model, aiming to evaluate its actual effect and role in product design and improvement. Through the analysis of the simulated driving evaluation process, the characteristics of participating customers, and the practical application, this paper deeply discusses the importance of the simulated driving evaluation in the production stage of the new model, and summarizes the advantages and limitations of its application effect.

**[Key words]** customer simulation driving review; new model put into production; product design; application effect

### 一、引言

随着汽车市场竞争的日益激烈，汽车厂商对于新车型的研发和投产过程愈发重视。在这个过程中，顾客模拟驾评作为一种行之有效的内部质量控制流程，得到了越来越多的应用。通过模拟真实驾驶环境，让内部顾客在车型投产前对新车型进行试驾和评价，提前识别产品设计过程中存在设计及质量问题，为产品的设计和改进提供有力支持。

### 二、顾客模拟驾评的理论基础与操作流程

在当今汽车市场日益竞争激烈的背景下，成为了各大汽车厂商和经销商亟需解决的问题。为此，顾客模拟驾评应运而生，是一种重要的质量管控手段。下面，将详细探讨顾客模拟驾评的理论基础与操作流程。

#### (一) 理论基础

顾客模拟驾评的理论基础主要来自于用户体验理论和市场调研方法。用户体验理论强调以用户为中心，关注用户在使用产品或服务过程中的感受和需求。在汽车行业中，顾客模拟驾评正是基于这一理论，通过模拟真实的驾驶场景，让内部顾客能够充分体验车辆的驾驶性能与舒适性。市场调研方法则为顾客模拟驾评提供了数据支持和科学指导。通过收集和分析驾驶过程中的反馈数据，汽车厂商可以提前识别车辆静态、动态、NVH等方面相关潜在问题，进而优化产品设计、提升服务质量。

#### (二) 顾客模拟驾评操作流程的详细解读

在如今的汽车市场中，顾客模拟驾评正逐渐受到越来越多汽车厂商和经销商的青睐。下面，将详细解读顾客模拟驾评的操作流程，带您了解这一过程的各个环节。

在投产阶段试制样车成功交付之后，我们将以严苛挑剔的顾客视角，对车辆展开全面的静态评审。这一评审过程将深入探究车辆的外观细节、内外饰间隙断差，确保每一处都符合高品质标准。随后，我们将在专业的测试场地进行动态驾评，全面评估车辆的驾驶性能、动力表现以及NVH水平。在此过程中，我们将严格识别并剔除任何可能引发顾客不适或抱怨的潜在问题。

紧接着，我们将安排车辆进行里程累计测试。这一环节旨在模拟顾客在公共道路上的实际驾驶体验，并通过累计一定里程来检验车辆的耐久性与可靠性。在此阶段，我们将重点识别因里程累计而可能暴露出的零部件质量问题，如后桥磨损、发动机漏油等，同时也会对驾驶相关的功能性问题，如Aads自动驾驶系统的性能表现进行严格监测与评估。

在车辆里程达到预定数值后，我们将会组织车辆进行一系列专业的专项测试。这些测试主要围绕日常顾客可能遭遇的驾驶情境展开，包括但不限于长期停放测试、燃油耗尽测试、随车工具功能性验证等。此外，我们还将安排车辆进行所谓的“三

高”路试，即在高寒、高温、高海拔等极端环境下的道路测试。

此项测试旨在全面评估车辆在极端气候条件下的整体性能表现，并识别可能存在的潜在问题或顾客反馈。测试内容将覆盖诸如空调制冷与制热性能、爬坡动力输出、内外饰部件的耐候老化等多方面的车辆关键属性。通过这一系列严谨的测试流程，我们将确保车辆在各种条件下均能表现出色，为顾客提供稳定可靠的驾驶体验。

收集到内部顾客的驾评数据后，汽车厂商和经销商会进行深入分析和挖掘。他们会对比不同顾客的反馈和评价，改进车辆的设计及质量问题，同时这些改进意见和建议将作为企业未来产品升级和优化的重要依据，推动汽车市场不断向前发展。

### 三、顾客模拟驾评在新车型投产阶段的应用实践

在汽车行业快速发展的今天，新车型的研发与投产过程显得尤为关键。为了确保新车型能够满足市场需求和消费者期待，顾客模拟驾评作为一种创新的评估方式，在新车型投产阶段发挥着越来越重要的作用。本文将详细阐述顾客模拟驾评在新车型投产阶段的应用实践，以期为广大汽车爱好者及行业从业者提供有益的参考。

在新车型投产阶段，顾客模拟驾评的应用实践主要体现在以下几个方面：

#### (一) 招募模拟驾驶员

为了进行顾客模拟驾评，首先需要招募一定数量的模拟驾驶员。这些驾驶员通常具备一定的驾驶经验和汽车知识，能够客观地评价新车型的驾驶感受、性能表现以及舒适性等方面。通过广泛的招募，可以确保样本的多样性和代表性，从而更准确地反映潜在消费者的需求。

#### (二) 设计模拟驾驶场景

模拟驾驶场景的设计是顾客模拟驾评中的关键环节。通过模拟各种道路状况、驾驶环境和驾驶任务，可以全面测试新车型在各种实际使用场景下的性能表现。例如，可以设计城市道路、高速公路、山区道路等多种路况，以及拥堵、急转弯、加速减速等多种驾驶任务，以检验新车型的操控性、安全性、舒适性等各方面的表现。

#### (三) 收集与分析驾评数据

在模拟驾驶过程中，驾驶员会对新车型的各个方面进行评价，并产生大量的驾评数据。这些数据包括驾驶员对车辆外观、内饰、驾驶感受、性能表现等方面的评分和反馈意见。通过对这些数据进行收集、整理和分析，可以深入了解新车型的优缺点，以及潜在消费者对新车型的期待和需求。

#### (四) 反馈与优化

顾客模拟驾评的最终目的是为新车型的研发和投产提供有价值的反馈和建议，围堵可能逃逸的设计或质量问题。根据

驾评数据的分析结果，研发团队可以对新车型进行针对性的优化和改进，以提升其市场竞争力。同时，这些反馈也可以作为未来新车型研发的参考依据，为企业的可持续发展提供有力支持。

### 四、顾客模拟驾评在新车型投产阶段的应用效果分析

在新车型投产阶段，顾客模拟驾评作为一种创新的评估手段，对车型设计、性能以及市场接受度等方面产生了显著的影响。接下来，将从这三个方面详细分析顾客模拟驾评的应用效果。

#### (一) 顾客模拟驾评对车型设计的改进效果

通过顾客模拟驾评，设计师们能够更直接地了解顾客对车型的期望和需求。顾客在模拟驾驶过程中，会对车内外空间布局、座椅舒适度、仪表盘设计等细节提出宝贵的反馈。设计师们根据这些反馈，对车型设计进行针对性的改进，使新车型更符合顾客的审美和使用习惯。

例如，通过模拟驾评，设计师们发现顾客对车内空间布局的需求日益增加，于是对车型进行了重新设计，优化了空间布局，提升了乘坐舒适度。同时，顾客对仪表盘的清晰度、易读性也有较高要求，设计师们据此改进了仪表盘设计，使其更加人性化。

#### (二) 顾客模拟驾评对车型性能的优化效果

顾客模拟驾评不仅对车型设计产生了积极影响，还促进了车型性能的优化。在模拟驾驶过程中，顾客能够亲身体会车辆的操控性、加速性、制动性等关键性能。设计师们根据顾客的反馈，对车辆的动力系统、悬挂系统、制动系统等关键部件进行调优，使新车型在性能上更加卓越。

以某款新车型为例，通过模拟驾评，设计师们发现顾客对车辆的操控性有着较高的要求。于是，他们针对悬挂系统进行了优化，提升了车辆的稳定性和操控性，使驾驶体验更加流畅。此外，顾客还对车辆的制动性能提出了改进意见，设计师们据此对制动系统进行了升级，提高了制动效果，确保了行车安全。

#### (三) 顾客模拟驾评对车型市场接受度的提升效果

顾客模拟驾评在提升车型市场接受度方面发挥着重要作用。通过模拟驾驶，还能帮助厂家及时发现并解决潜在的问题，提高新车型的品质和可靠性。

据统计数据显示，经过顾客模拟驾评的新车型在上市后的市场表现普遍优于未经模拟驾评的车型。这充分说明了顾客模拟驾评在提高车型市场接受度方面的积极作用。此外，顾客模拟驾评还能为厂家提供宝贵的市场反馈，帮助厂家制定更精准的营销策略，提高市场占有率。

#### (四) 顾客模拟驾评对售后质量的提升效果

已某国内知名SUV为例，投产期间通过顾客模拟驾评手段，提前识别654个问题其中重要或功能性151个，预估节省售后三包费用916万元

项目名称	识别问题数	重要或功能性问题	预估节省费用(万元)
某SUV车型	654	151	916
某轻客车型	374	79	347.4
某箱货车型	572	209	435.5

下转第202页

### 3.2 自然资源管理制度的完善

随着科技的普及化，计算机技术也广泛应用于各行各业中，在自然资源测绘中，计算机技术的应用也较为常见，随着信息化、网络化时代的到来，计算机技术在测绘新技术中的重要性逐渐提高。测绘工作中，主要以网上共享资源数据库为重要测绘依据，进行高效、准确的测绘管理。同时，自然资源测绘技术的规范化，也有利于促进自然资源管理的规范化，使自然资源管理制度更加完善，全面化、全覆盖的观测技术也对违法犯罪分子起到更好的警示作用。

### 3.3 使地理信息测绘技术的应用更加全面

要想全面地进行地质调查工作，就需要使地理信息测绘技术的应用更加全面。地理信息测绘技术的应用主要包括数字化地质测绘技术与摄影化地理信息测绘技术等，数字化地理信息测绘技术主要是指将地理信息测绘技术的数据整理能力达到最大化。数字化地理信息测绘技术可以主动进行测图，然后进行数据采集，再对采集到的数据进行处理，从而达到地理信息测绘的目的。将数字化地理信息测绘技术与自然资源管理技术融合可以使得自然资源的相关数据更加精确。摄影化地理信息测绘技术主要是指通过摄影的方式收集某些自然资源的信息。摄影化地理信息测绘技术可以用于一些物体的测绘，并且可以达到室内测绘的目的，使得测绘工作更加便捷。目前，摄影化技术与数字化技术结合的测绘模式更加常见，将摄影化技术与数字化技术结合在一起既可以得到较为精确的测绘结果，又可以在室内进行测绘，更加便捷。

### 3.4 在宅基地测绘中的应用

在实施国土资源管理的过程中，工作人员应重点关注农村地区，尤其应做好农村宅基地的定期测量，事实上，农村宅基地测量也是社会主义新农村建设中的一项关键性举措，能够为城乡一体化建设的持续推进提供可靠的数据信息支持，对于自然资源管理部门而言，应结合实际情况来选择相应的测绘新技术，切实做好宅基地测绘工作，保证良好的测绘精度和测绘效率。例如，运用GPS技术，测绘工作人员可以确定好测点信息，

将测点信息输入计算机系统中，配合GPS技术实现测定和数据的处理工作，再以图形化方式对宅基地的位置形状、面积等进行展示。

### 3.5 加强农业资源的勘测和管理

在我国自然资源管理中，农业土地资源所占份额较大，对农业土地资源的管理有利于提高农村环境治理、提高农村经济的发展，根据农业土地资源管理要求，需要对农业土地资源定期进行测绘和纪录工作，从而保障农业经济的发展。而土地资源较为灵活易变，为测绘工作造成了较大困难，测绘新技术的应用能在土地测量中实时制图，测量速度高效，测量数据较为精确，并通过遥感测绘、全球定位测绘等测绘新技术的应用，实时跟踪土地结构变化，有效保障土地测绘和防止土地纠纷问题的出现。其中，通过GPS全球定位系统测绘技术与测绘人员的数据实时共享，方便测绘人员使用方便携带的工具进行测绘工作，例如计算机设备等，降低了测绘人员的工作繁琐程度，提高了测绘效率。并通过对共享测绘数据的分析与处理，对土地管理过程中出现的问题提供有力的数据支持，从而解决土地纠纷等问题，充分发挥出农田资源的科学规划和利用。

## 4 结束语

随着科学技术的快速发展，各行各业的发展也都是精准化、数字化的发展，传统的测绘方式也向着数字化技术发生着转变。我幅员辽阔，农村土地占国土资源的大部分，近年来，随着农民进城务工的比例逐年增大，农村土地的重新规划也已经全面开展，这就需要对农村地物现状进行准确的了解和测绘。

### [参考文献]

- [1]周静利,姚瑶,潘涛.测绘技术在自然资源管理中应用及问题分析[J].西部资源,2022(01):85-86+89.
- [2]黄剑民.测绘地理信息技术在自然资源管理中的应用研究[J].中国地名,2020(05):50.
- [3]杨永民.测绘地理信息技术在自然资源管理中的创新应用[J].工程技术研究,2019,4(08):97-98.

上接第199页

顾客模拟驾评在新车型投产阶段应用效果分析表

项目	描述	评估效果
顾客参与程度	顾客对新车型进行模拟驾驶体验，提供反馈意见	顾客参与度高，反馈意见丰富
反馈收集效率	收集顾客对车型外观、内饰、驾驶感受等方面的意见	收集速度快，信息量大，便于后期改进
设计优化效果	根据顾客反馈，对车型设计进行针对性优化	设计更符合市场需求，提升产品竞争力
成本控制	提前发现并解决潜在问题，减少后期改造成本	有效降低生产成本，提高经济效益
营销效果	顾客参与模拟驾评，增加对产品的了解与兴趣	提高品牌知名度，促进新车型销售
潜在问题	顾客反馈可能过于主观，需结合专业意见进行筛选	筛选工作量大，可能影响决策效率
改进措施	加强与专业团队沟通，制定综合评估方案	提高决策准确性，确保新车型顺利投产

## 五、结论

综上所述，顾客模拟驾评在新车型投产阶段的应用效果显著，对车型设计、性能以及市场接受度等方面都产生了积极影响。未来，随着技术的不断进步和市场的不断变化，顾客模拟驾评将在汽车行业中发挥更加重要的作用。

### [参考文献]

- [1]王春锋,郭刚,宋文杰,等.新车型敏捷开发模式下实物试做体系创新[C]//河南省汽车工程学会.第二十届河南省汽车工程科技学术研讨会论文集.广州风神汽车有限公司郑州分公司; ,2023:3.
- [2]杜群林.NAC公司新车投产阶段的质量管理[D].南京大学,2017.