BYD · OVERSEAS VOICE OF CUSTOMER · MONTHLY

比亚迪海外口碑月报

乘用车与皮卡 · 用户、博主与媒体 · 2026-10-17 至 2026-11-14

仅供参考 · 非品牌官方观点

口碑净情感（95% 区间）

+6%

±1.4% · 9500 条用户、博主与媒体内容

DATE

2026 年 11 月

本报告基于公开网络内容的自动化口碑监测，数据与观点不代表相关品牌，未经核实请勿作为事实引用。

执行摘要

整体 +6%，仍偏正面；负面集中在德国的保养收费与配件、泰国降价后的保值与等件

整体表现

剔除品牌方和经销商自发内容后，本期口碑净情感 +6%（±1.4%，9500 条），上期 +8%。

澳大利亚 +12%（上期 −2%），Shark 6 从 0% 升到 +15%。

负面来源

德国 −15%：海豹 3 万公里首保视频下 199 条负面评论，谈保养收费、变速箱油和等件。

泰国 −3%：10 月中旬多款车再降价，评论从价格转向保值和配件等待。

唐 −27%：多国媒体报道中国市场轮毂召回。

优先行动

德国：公布保养项目与价格依据，核查配件到货周期。

泰国：降价时同步公布配件供应周期与老车主保值方案。

泰国：核实海豚后悬架横梁断裂一帖并回应。

仅供参考，非品牌官方观点

来源：AutoMusic 海外舆情监测，比亚迪海外内容 2026-10-17 至 2026-11-14。

本报告基于公开网络内容的自动化口碑监测，数据与观点不代表相关品牌，未经核实请勿作为事实引用。

数据范围与统计口径

口碑统计仅纳入用户、博主和媒体内容；本期共 9500 条，新增 TikTok、Instagram、Facebook 三个渠道

9500 条
口碑内容（用户 7295 · 媒体 1908 · 博主 297）

366 条
官方与经销商自发内容，单列不计入

9 个
渠道：YouTube、X、新闻、Reddit、TikTok、Instagram、Pantip、Facebook、Telegram

仅供参考 · 非品牌官方观点

净情感计算

本期 2714 条正面、2185 条负面，共 9500 条：（2714 − 2185）÷ 9500 ≈ +6%。± 为 95% 区间（百分点），只反映抽样波动，不含情感分类误差；少于 30 条的分组只列示，不作判断。

口径

按发布日期统计 2026-10-17 至 11-14 的内容；评论按所属主帖分组，用于事件与集中度分析，净情感与区间仍逐条计算。1705 条内容无法判定市场，仅从分市场统计中排除。本期新增渠道并调整了 YouTube 检索方式，与上期比较只看方向。本期没有同口径竞品对比，也没有门店评价数据。

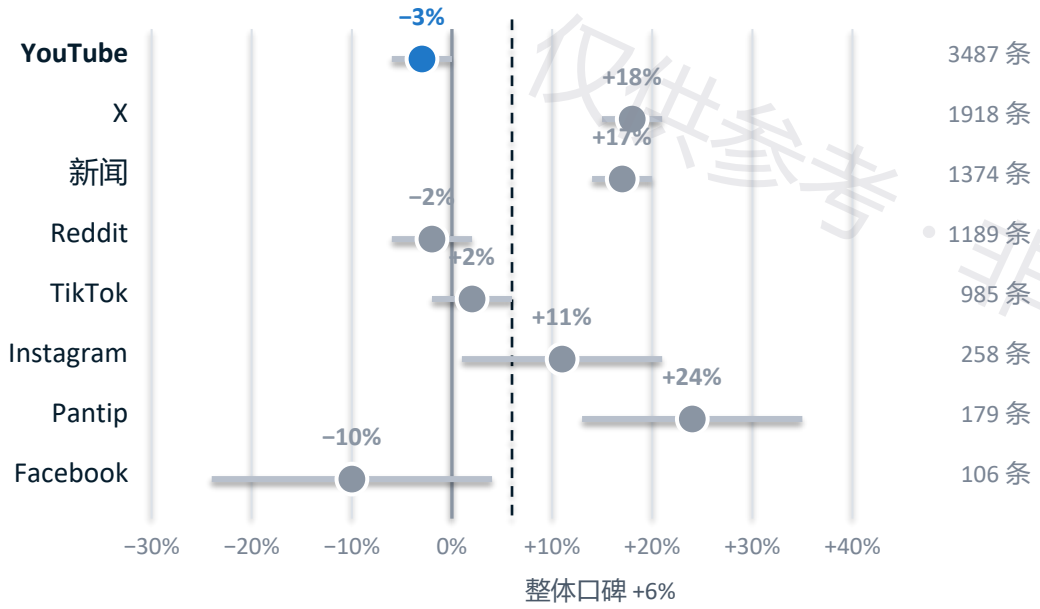
来源：AutoMusic 海外舆情监测，本期汇总数据。

本报告基于公开网络内容的自动化口碑监测，数据与观点不代表相关品牌，未经核实请勿作为事实引用。

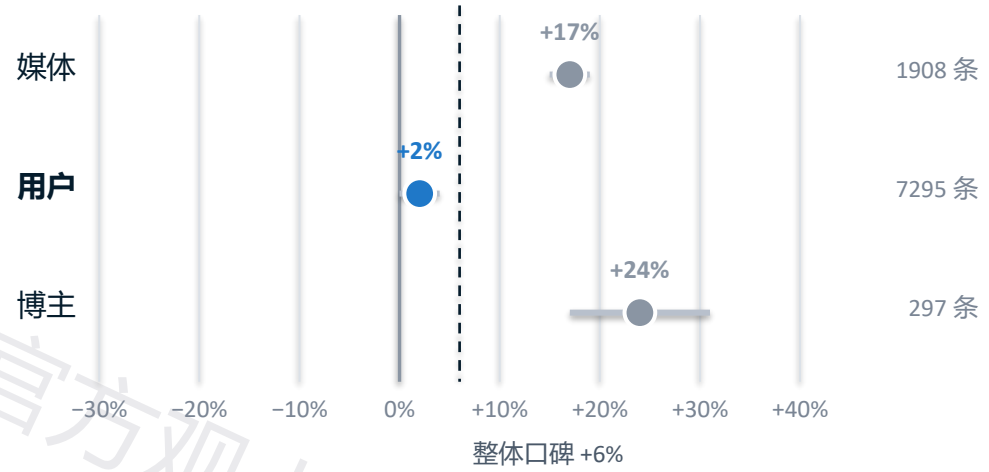
渠道与发声主体

X +18%、新闻 +17%；YouTube −3%，负面集中在德国与泰国的视频评论区

各渠道口碑净情感，2026-10-17 至 11-14，条数 ≥ 30（点 = 净情感，横线 = 95% 区间）



各发声主体净情感，2026-10-17 至 11-14，条数 ≥ 30（点 = 净情感，横线 = 95% 区间）



仅供参考 · 非品牌官方观点

解读

X 与新闻的采集方式没变，两期读数接近。媒体明显比网友乐观，判断消费者态度看网友这一行。官方与经销商自发内容不计入。

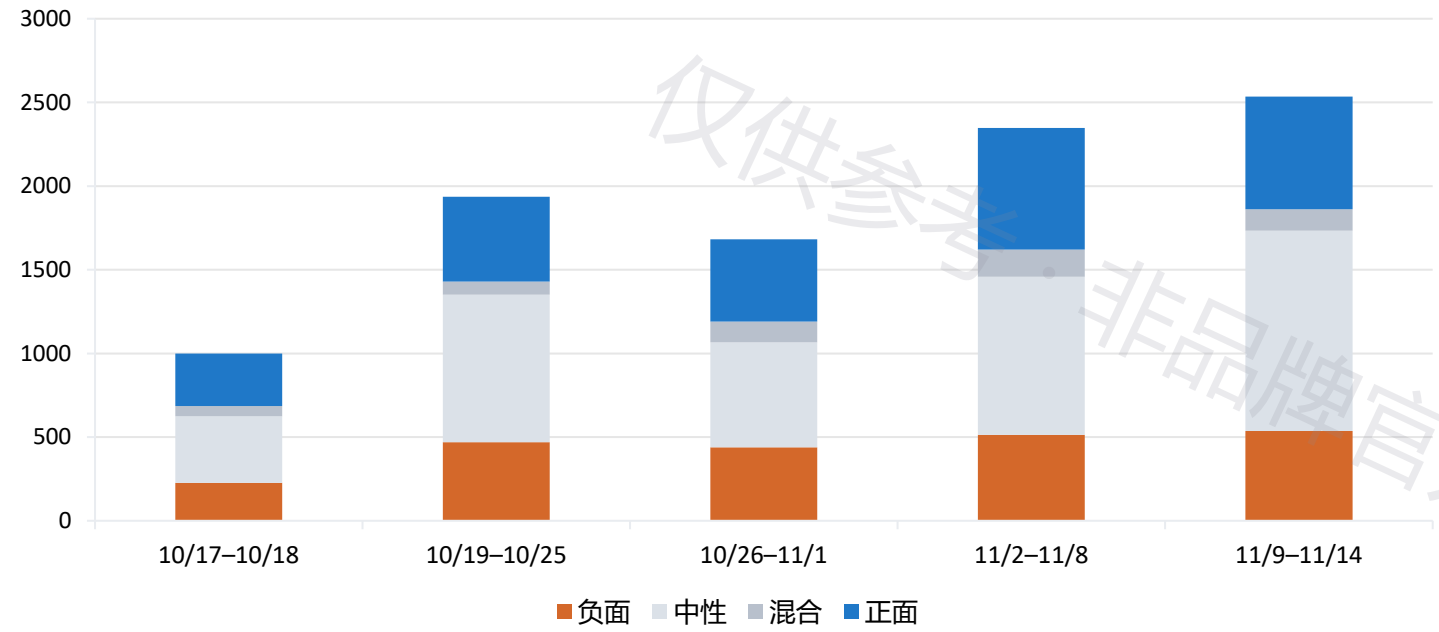
来源：AutoMusic 海外舆情监测，本期分渠道与分发声主体数据。

本报告基于公开网络内容的自动化口碑监测，数据与观点不代表相关品牌，未经核实请勿作为事实引用。

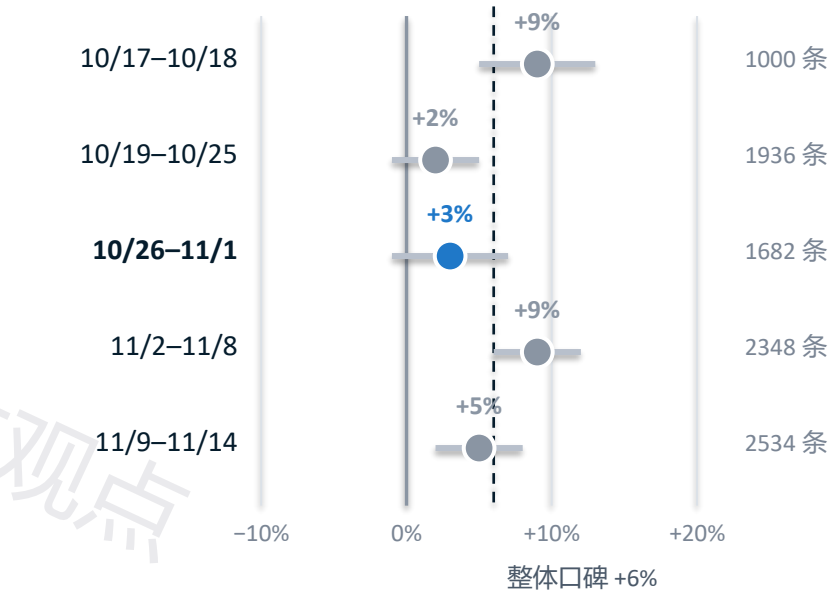
每周口碑走势

各周净情感在 +2% 到 +9% 之间；10/26 这一周 +3%，德国负面 198 条，与首保视频同期

每周口碑条数，按情感（条），2026-10-17 至 11-14，周一起算



每周净情感（%，95% 区间）



仅供参考，非品牌官方观点

注意

10/19 这一周负面 469 条，泰国 102 条，与降价视频同期；10/26 这一周售后服务是负面最多的话题。首周只有 2 天、末周 6 天，各周条数随采集范围变化，不用于比较声量。

来源：AutoMusic 海外舆情看板导出数据（用户、博主与媒体内容），按周汇总。

本报告基于公开网络内容的自动化口碑监测，数据与观点不代表相关品牌，未经核实请勿作为事实引用。

主要市场口碑

德国 −15%、墨西哥 −19%、泰国 −3%；澳大利亚 +12%、巴西 +14%



市场	条数	主帖	负面条数	净情感
德国	904	206	327	−15% ±5%
泰国	863	196	248	−3% ±5%
墨西哥	219	71	73	−19% ±9%
澳大利亚	874	171	189	+12% ±5%
巴西	883	277	192	+14% ±5%
英国	407	202	103	+7% ±7%
西班牙	304	228	29	+27% ±7%

图例

达到 30 条的市场中，蓝色为净情感 +5% 以上，橙色为 −15% 以下，灰色介于两者之间；浅灰为不足 30 条、只列示的市场。各市场条数取决于检索设计，不用于比较声量。

市场要点

德国：负面的 53% 出自海豹四驱版 3 万公里首保视频，另有电视栏目试驾海豹 6 DM-i 旅行版的评论。泰国：海豹 05 DM-i、海豚等多款车降价，老车主谈残值，有人说索赔维修等了五个月。墨西哥：负面分散在 TikTok 短视频，多是拿海豚做网约车开玩笑。澳大利亚：Shark 6 相关讨论退去。

来源：AutoMusic 海外舆情监测，本期分市场数据；* 不足 30 条，只列示。

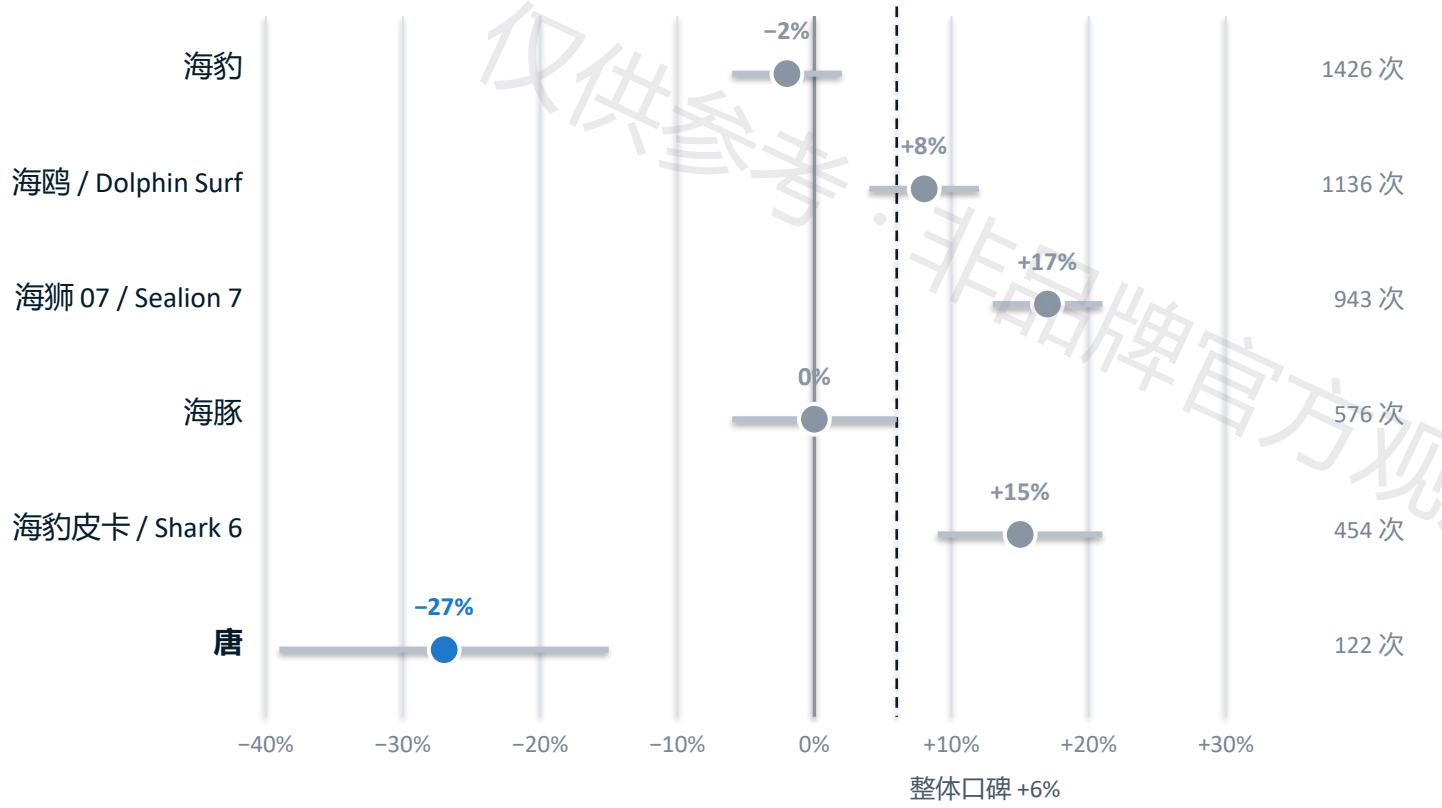
仅供参考，非品牌官方观点

本报告基于公开网络内容的自动化口碑监测，数据与观点不代表相关品牌，未经核实请勿作为事实引用。

车型口碑

海狮 07、Shark 6、海鸥正面；海豹 −2%、海豚 0%，唐 −27%

各车型净情感（%），按提及计，2026-10-17 至 11-14，提及 ≥ 30 次（点 = 净情感，横线 = 95% 区间）



仅供参考，非品牌官方观点

海豹 −2%

上期 +11%；德国首保视频与旅行版试驾都落在这款车上

海豚 0%

上期 +12%；泰国降价、悬架横梁帖子和墨西哥短视频

唐 −27%

媒体报道中国市场因供应商编码错误召回，厂方称不影响行车安全

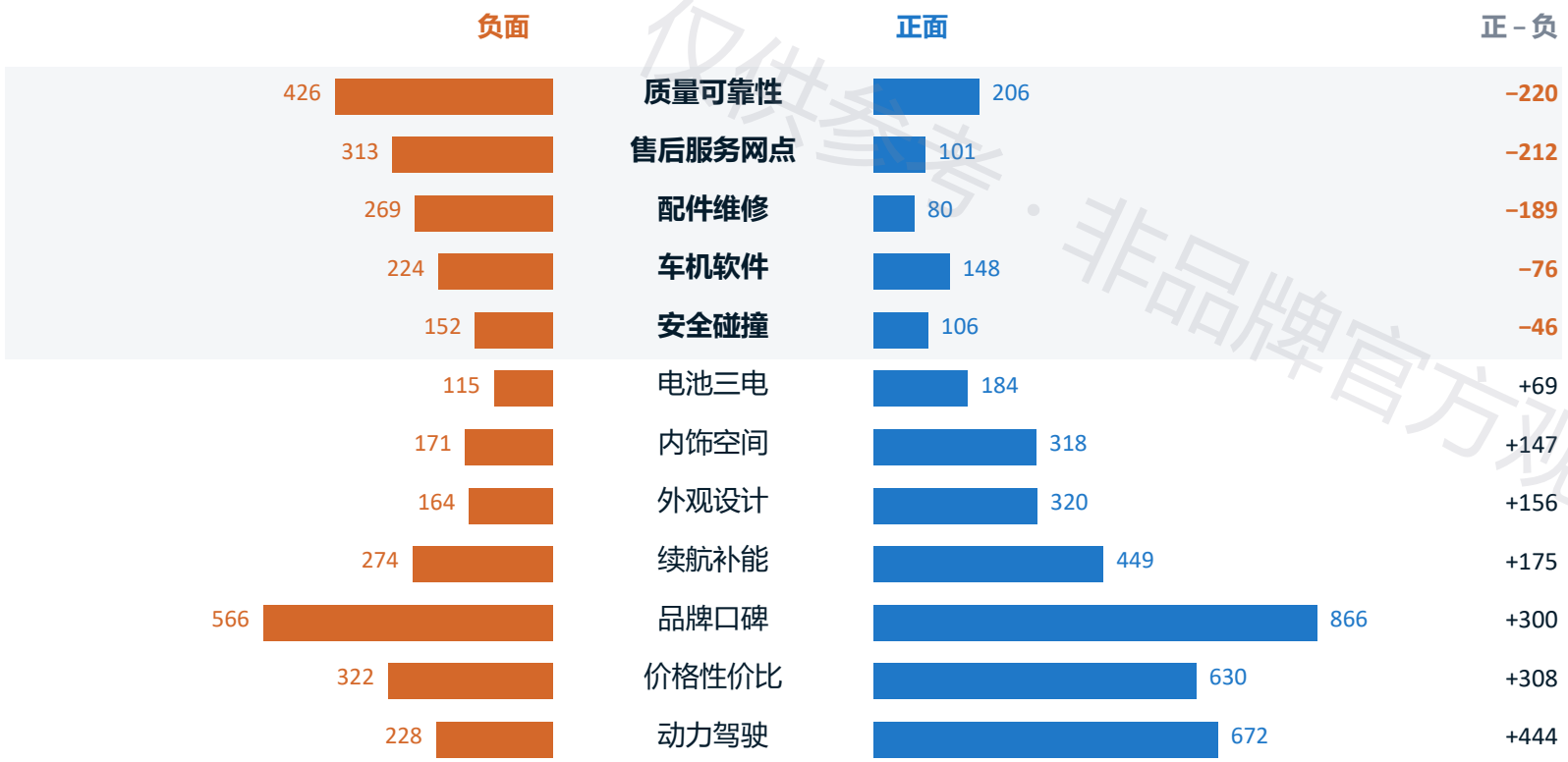
来源：AutoMusic 海外舆情监测，本期分车型数据，提及 ≥ 30 次的车型。

本报告基于公开网络内容的自动化口碑监测，数据与观点不代表相关品牌，未经核实请勿作为事实引用。

话题正负面与主要问题

售后与配件维修负面合计 582 次，上期 141 次；质量可靠性也负面占优；品牌、动力驾驶、价格性价比正面占优

各话题负面与正面提及（次），2026-10-17 至 11-14，按（内容 × 话题）计



售后服务网点 · 负 313 / 正 101

德国、泰国、巴西都有车主讲保养收费与等件，德国负面 132 条最多。

配件维修 · 负 269 / 正 80

泰国降价视频下有人说索赔维修等了五个月；德国负面 81 条。

质量可靠性 · 负 426 / 正 206

泰国 51 条、澳大利亚 47 条。泰国海豚悬架横梁一帖需要核实，其余多是对耐用性的泛泛质疑。

来源：AutoMusic 海外舆情监测，本期话题与问题数据、本期结论。

仅供参考 · 非品牌官方观点

本报告基于公开网络内容的自动化口碑监测，数据与观点不代表相关品牌，未经核实请勿作为事实引用。

建议

先回应德国的保养收费与配件，再处理泰国降价后的保值与等件

仅供参考·非品牌官方观点

	建议	依据
1	德国：公布保养项目与价格依据，说明更换减速器油的技术理由；核查配件到货周期	单条首保视频带来 199 条负面；德国从 +20% 落到 −15%
2	泰国：降价时同步公布配件供应周期与老车主保值方案；核实海豚后悬架横梁断裂一帖并回应	两条降价视频下共 109 条负面评论；泰国 −3%
3	欧洲：评估驾驶辅助提示音的默认设置；海外市场说明唐的轮毂召回是否涉及出口车辆	电视栏目试驾下 76 条负面谈提示音与车机；唐 −27%

下一步　下期月报跟踪德国售后讨论是否扩散到其他欧洲市场，以及泰国降价后的保值讨论。

来源：作者根据本期口碑数据提出的建议，非品牌方内部结论。

本报告基于公开网络内容的自动化口碑监测，数据与观点不代表相关品牌，未经核实请勿作为事实引用。

数据使用限制

整体区间 ±1.4%，可判断整体方向；德国的负面由单帖主导，与上期比较只看方向

样本规模

整体区间 ±1.4%；少于 30 条的市场与车型只列示，不作判断。

1705 条内容无法判定市场，仅从分市场统计中排除。

德国、菲律宾、巴基斯坦与美国的负面由单帖主导。

情感判断

情感判断尚未与人工基准标注核对，准确率暂不对外给出。

区间按内容逐条计算，未计入同一主帖内评论的相关性与分类误差。

渠道采集

本期新增 TikTok、Instagram、Facebook，并调整了 YouTube 检索方式。

本期没有同口径竞品对比与门店评价数据。

降价金额、召回原因来自视频标题与媒体报道。

仅供参考，非品牌官方观点

读数规则 **两个估计值的 95% 区间重叠时不作高低判断；少于 30 条的细分只列示，不作判断；采集条数不等于声量。**

来源：AutoMusic 海外舆情监测，本期结论「使用限制」。

本报告基于公开网络内容的自动化口碑监测，数据与观点不代表相关品牌，未经核实请勿作为事实引用。