

Barometr popytu na chińskie auta

Raport pokazuje deklaracje osób, które w III kwartale 2026 korzystały z Doradcy online PCHA. Główna analiza obejmuje 585 unikalnych, pełnych profili - niezależnie od tego, czy użytkownik pozostawił wyłącznie e-mail, czy również numer telefonu.

821**ZAPISANYCH ZGŁOSZEŃ**

pełne i częściowe zgłoszenia z Q3, przed deduplikacją

595**UNIKALNYCH E-MAILI**

kontakty z zapisaną zgodą, po deduplikacji

585**PEŁNYCH PROFILI**

unikalna próba wykorzystana do analizy preferencji

249**UNIKALNYCH TELEFONÓW**

numery z zapisaną zgodą we wszystkich zgłoszeniach Q3

PIĘĆ WNIOSKÓW KWARTAŁU

- 01 SUV jest formatem pierwszego wyboru**
81,0% osób, które wskazały typ nadwozia, wybrało SUV-a (n = 580). Pozostałe rodzaje nadwozia łącznie odpowiadają za mniej niż jedną piątą deklaracji.
- 02 Największy segment nadal mieści się do 120 tys. zł**
53,8% profili ma budżet do 120 tys. zł. Jednocześnie 17,3% deklaruje ponad 150 tys. zł, więc popyt nie kończy się na najtańszych modelach (n = 585).
- 03 Większość nie ma ładowania w domu**
59,7% użytkowników nie zadeklarowało domowego punktu ładowania. To argument za jasnym tłumaczeniem różnic między HEV, PHEV, REEV i BEV - bez zakładania z góry, który napęd wybierze klient.
- 04 Czterech na dziesięciu prosi o ofertę dealera**
39,3% pełnych profili kończy się prośbą o przedstawienie oferty. To deklaracja zainteresowania dalszym kontaktem, a nie potwierdzona sprzedaż ani deklaracja finansowania.
- 05 Cena i gwarancja tworzą najczęściej wskazywany zestaw**
45,3% wybiera parę cena / opłacalność + długa gwarancja / święty spokój. Drugi wynik to bezpieczeństwo i komfort: 31,3%.

Najważniejsza zmiana metodologiczna: wcześniejsza wersja raportu analizowała głównie profile z numerem telefonu. Wydanie 2 uwzględnia pełne profile zarówno z telefonem, jak i bez telefonu, a powtarzające się przejścia tej samej osoby usuwa przez deduplikację po adresie e-mail.

Czego szuka kupujący

Rozkłady opisują 585 unikalnych, pełnych profili Doradcy online PCHA. Wyjątkiem jest typ nadwozia: pięć profili nie zawierało tej odpowiedzi, dlatego w tym zestawieniu $n = 580$.

DEKLAROWANY BUDŻET - $N = 585$



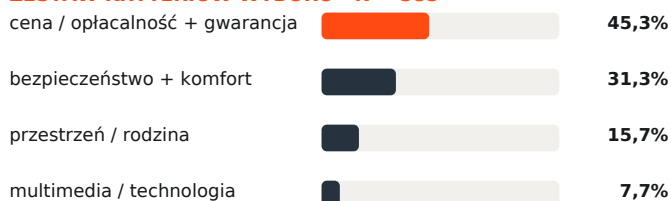
17,3% profili deklaruje budżet powyżej 150 tys. zł.

DOSTĘP DO ŁADOWANIA - $N = 585$



Ładowanie w domu ma 40,3% badanych; 59,7% go nie deklaruje.

ZESTAW KRYTERIÓW WYBORU - $N = 585$



Pytanie dotyczy par kryteriów, więc nie pozwala oddzielić wpływu ceny od gwarancji.

PREFEROWANY TYP NADWOZIA - $N = 580$



Odpowiedź opisuje preferencję przed zakupem, a nie rejestrację pojazdu.

SPOSÓB UŻYTKOWANIA - $N = 585$



Najczęstszy scenariusz to mieszana jazda miejska i trasowa.

PROŚBA O OFERTĘ DEALERA - $N = 585$



To pytanie o dalszy kontakt handlowy, a nie wybór kredytu lub leasingu.

Im wyższy budżet, tym częstsza prośba o ofertę. W grupie do 120 tys. zł ofertę chce otrzymać 35,9% użytkowników. W grupie powyżej 180 tys. zł odsetek wynosi 54,8%. Druga wartość opiera się na mniejszej próbie ($n = 42$), dlatego traktujemy ją jako sygnał, nie stabilny benchmark.

Jakie modele pasowały do profili

Każdy z 585 unikalnych profili otrzymał trzy propozycje z katalogu PCHA. Łącznie analizujemy 1 755 miejsc w rekomendacjach. Wynik pokazuje działanie silnika dopasowania na podstawie odpowiedzi użytkownika - nie udział rynkowy, spontaniczną znajomość marki ani sprzedaż.

MARKI W TRZECH REKOMENDACJACH

Marka	Udział	Miejs
MG	28,3%	497
Chery	13,4%	235
Omoda	12,7%	223
Jaecoo	11,9%	208
Leapmotor	8,9%	157
BAIC	8,1%	142
BYD	6,3%	111
pozostałe 13 marek	10,4%	182

Siedem marek z tabeli odpowiada za 89,6% wszystkich miejsc. Łącznie w rekomendacjach pojawiło się 20 marek.

NAJCZĘSTSZE REKOMENDACJE MODELOWE

Model	Jako nr 1	W top 3
Chery Tiggo 4 HEV	19,7%	138
Omoda 5 Hybrid	10,6%	185
MG ZS	7,5%	68
BAIC 5	5,6%	92
Jaecoo 7	5,3%	62
MG HS Hybrid+	5,3%	103
Leapmotor B10	4,4%	31
MG 3 Hybrid+	4,4%	29

Jako nr 1 to udział w 585 pierwszych rekomendacjach. W top 3 oznacza liczbę wystąpień wśród 1 755 miejsc.

BUDŻET ZMIENIA ZESTAW ROZWAŻANYCH MODELI

Budżet	Profil	Najczęstszy model nr 1	Prośba o ofertę
do 120 tys. zł	315	Chery Tiggo 4 HEV (25,7%)	35,9%
120-150 tys. zł	169	Chery Tiggo 4 HEV (15,4%)	42,0%
150-180 tys. zł	59	brak jednego lidera	39,0%
powyżej 180 tys. zł	42	MG S9 (16,7%)	54,8%

W przedziale 150-180 tys. zł trzy modele uzyskały po 10,2%, dlatego nie wskazujemy jednego lidera. Wyniki pojedynczych modeli częściowo zależą od reguł katalogu i dostępności modeli spełniających warunki cenowe.

Jak interpretować ranking: marka może pojawić się tylko wtedy, gdy jej model znajdował się w katalogu i spełniał warunki zapisane w algorytmie w Q3. Tabela służy do oceny dopasowania oferty do potrzeb użytkowników PCHA, a nie do porównywania pozycji rynkowej importerów.

Co z tego wynika

DLA IMPORTERA I DEALERA

- Komunikacja powinna zaczynać się od realnego scenariusza zakupu. Budżet, gwarancja, sposób jazdy i dostęp do ładowania są dla użytkownika ważniejsze niż ogólny opis technologii.
- SUV powinien być punktem ciężkości kampanii. 81,0% wskazań dotyczy tego nadwozia. Inne formaty warto kierować do wyraźnie zdefiniowanych nisz.
- Napęd trzeba wyjaśniać przez codzienne użytkowanie. 59,7% profili nie ma ładowania w domu. Materiał powinien jasno porównywać HEV, PHEV, REEV i BEV bez upraszczania, że jeden napęd pasuje każdemu.
- Oferta handlowa jest potrzebna już na etapie porównywania. 39,3% użytkowników prosi o ofertę dealera. W najwyższym badanym budżecie odsetek jest jeszcze wyższy, choć próba jest mniejsza.
- Ranking modeli jest narzędziem dopasowania, nie rankingiem popularności. Dla marki najcenniejsze jest zestawienie własnych modeli z budżetem, sposobem jazdy i dostępem do ładowania użytkowników.

METODOLOGIA

Źródło główne - Doradca online PCHA. Eksport systemowy obejmuje 821 zapisanych zgłoszeń od 1 lipca do 30 września 2026 r. Zawiera pełne i częściowe przejścia, z samym e-mailem oraz z numerem telefonu.

Próba analityczna. 727 rekordów zawiera komplet czterech odpowiedzi profilowych i trzy rekomendacje. Po deduplikacji po adresie e-mail i pozostawieniu najnowszego pełnego przejścia próba liczy 585 unikalnych profili.

Różne mianowniki. Budżet, sposób użytkowania, dostęp do ładowania, kryteria i prośba o ofertę mają $n = 585$. Typ nadwozia ma $n = 580$, ponieważ w pięciu profilach brakowało tej odpowiedzi.

Kontakty i zgody. Eksport zawiera 595 unikalnych e-maili oraz 249 unikalnych numerów telefonu z zapisaną zgodą. Telefon znormalizowano do dziewięciu ostatnich cyfr. To kontakty, nie sprzedaż.

Rekomendacje. Każdy z 585 profili ma trzy propozycje, czyli łącznie 1 755 miejsc. Wynik zależy od katalogu i reguł dopasowania działających w Q3.

OGRANICZENIA

- Raport opisuje deklaracje użytkowników PCHA. Próba nie jest losowa ani reprezentatywna dla całego rynku nowych samochodów.
- Deklaracja budżetu, nadwozia lub prośba o ofertę nie oznacza zakupu. Raport nie mierzy rejestracji, sprzedaży ani czasu pozostałego do decyzji.
- Deduplikacja odbywa się po e-mailu. Jedna osoba używająca różnych adresów może wystąpić więcej niż raz.
- Rekomendacje pokazują wynik algorytmu w ramach katalogu PCHA. Marka nieobecna w katalogu nie może pojawić się w zestawieniu.
- Raport nie zawiera danych osobowych ani pojedynczych zgłoszeń.

Kontakt w sprawie analizy dla marki: kontakt@pchauta.pl. PCHA może przygotować przekrój według budżetu, sposobu jazdy, dostępu do ładowania i modeli rekomendowanych konkretnej grupie użytkowników.