



明略科技™
MININGLAMP Technology

Baidu 百度 X Miaozen Systems

车局论道，数据为谋

汽车品牌广告精准饱和策略研究报告

© 2019 MININGLAMP Technology. All rights reserved. Contains MININGLAMP Technology' Confidential and Proprietary information and may not be disclosed or reproduced without the prior written consent of MININGLAMP Technology.

成 为 全 球 企 业 级 人 工 智 能 的 领 跑 者 ， 创 造 人 机 同 行 的 美 好 世 界 ！

Contents



识局

- 车市凛冬，品牌营销面临巨大挑战

破局

- 信道迭代，数字媒体提供强劲驱动
- 策略进化，饱和精准升级营销效果

控局

- AI赋能，汽车品牌新营销实战探索



明略科技™
MININGLAMP Technology

Baidu 百度 X Miaozen Systems

识局

车市凛冬，品牌营销面临巨大挑战

“每年11月广州车展时，行业都会对明年的情况进行预测。2016年各品牌的态度都相对乐观，但是对2017年行业增幅的预期就显著下降了。2018年，出现同比下降的表现，行业也是颇感意外。”

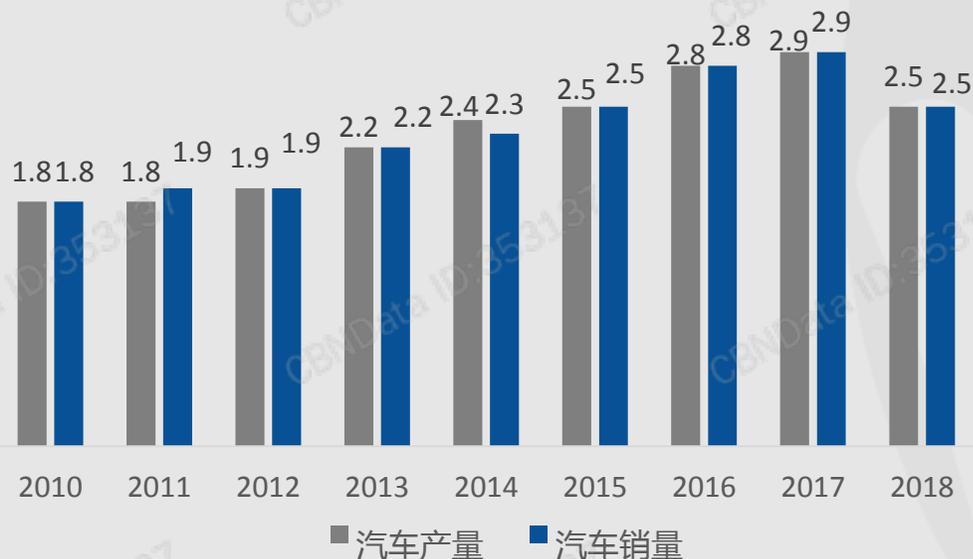
——某汽车品牌市场部高级经理

多年来中国汽车销量首次出现负增长，车市凛冬已至

- 据中国汽车工业协会公开数据，2018年中国汽车产销规模低于年初预期，同比出现下滑，汽车销量出现28年来首次下降。
- 结合预示需求低迷的消费需求指数，据中汽协分析，在经历了2018年的小幅下降与激烈竞争之后，2019年中国汽车产业面临着转型升级，竞争将更加激烈。

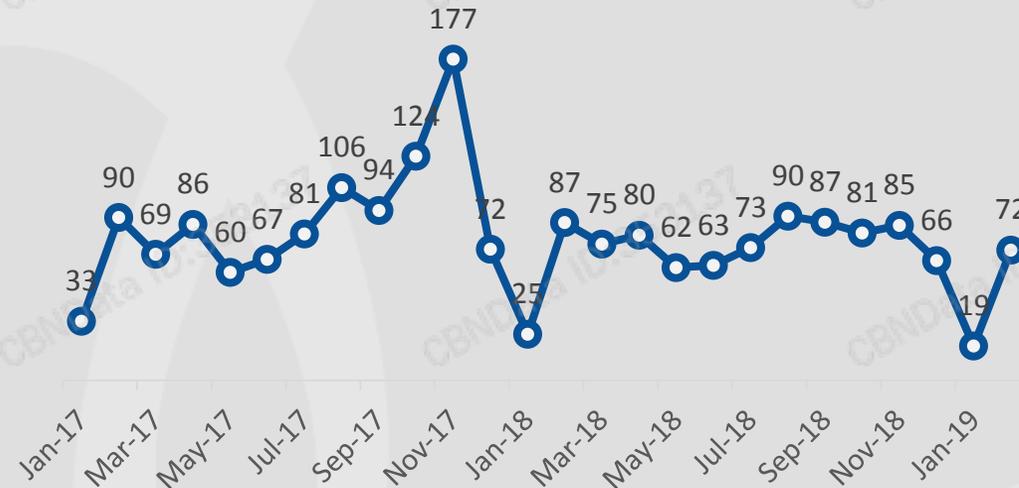
2010-2018年11月中国汽车产销规模

单位：千万辆



数据来源：中国汽车工业协会，MobData研究院

2017-2019年2月汽车消费需求指数



数据来源：中国汽车流通协会。汽车消费需求指数为大于0的综合指数，以2016年7月为基期。指数值大于100说明消费需求高于基期，下期市场销量将会高涨；指数值小于100说明市场需求低于基期，下期市场销量将会低迷。

“ 专家观点

“虽然我国汽车行业会迎来一波低谷期，但未来我国汽车市场的增长空间和增长潜力仍然将十分巨大。一方面，中国汽车市场与发达国家相比仍然十分年轻；另一方面，与发达国家相比中国人均汽车保有量仍然处于较低水平，后续增长空间比较大。”

——安永咨询服务合伙人、大中华区汽车行业主管祖怡



数据来源：中国产业发展研究网《2017年中国汽车千人保有量统计分析》

“ 广告主观点 ”

“2019年汽车行业发展机遇和挑战并存，挑战是因为市场消费力的下降，2018年汽车行业首次出现销售下降，机遇是汽车市场还远没有饱和，领先的企业能依靠实力存活下来。淘汰掉不好的企业。”

——某汽车品牌市场部媒介总监



乘用车市场将发生结构性变革

2018年乘用车市场跌幅较大，随着SUV红利不再，难以延续市场“香饽饽”地位，轿车市场将有望重获青睐。



新能源汽车市场增长势头突出

新能源汽车2018年1-11月产量为105.35万辆，同比增长63.6%，销量为102.98万辆，同比增长68.0%。



消费升级，豪车受关注

消费者对高端品牌消费能力和意愿增强，再加上叠加增值税/进口关税下调、豪华品牌价格下探等因素，豪车品牌销售逆势增长，挤压中端车型销售。

2019年汽车品牌广告投放趋势

回归理性

重新审视投放效果

集中火力

“广泛撒网”转向“重点捞鱼”

精细投放

“数据+技术”改变投放模式



明略科技™
MININGLAMP Technology

Baidu 百度 X Miaozen Systems

破局

信道迭代，数字媒体提供强劲驱动

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_17129

