

中国汽车行业营销研究报告

2021年



海量行研报告免费读



研究范围及 数据说明

研究范围

1. 研究对象：

- 中国汽车网络营销市场

2. 研究范围：

- 中国汽车行业展示类广告投放
- 中国汽车行业信息流广告投放
- 中国汽车行业综艺赞助植入
- 中国汽车行业营销策略

数据说明

1. 数据来源：

- 艾瑞咨询 AdTracker多平台网络广告监测数据库（桌面及智能终端）
- 艾瑞咨询 Sponsorship Value Creator 赞助效果评估数据库

2. 数据统计时间：

- 2019年1月-2021年5月

3. 重要指标说明

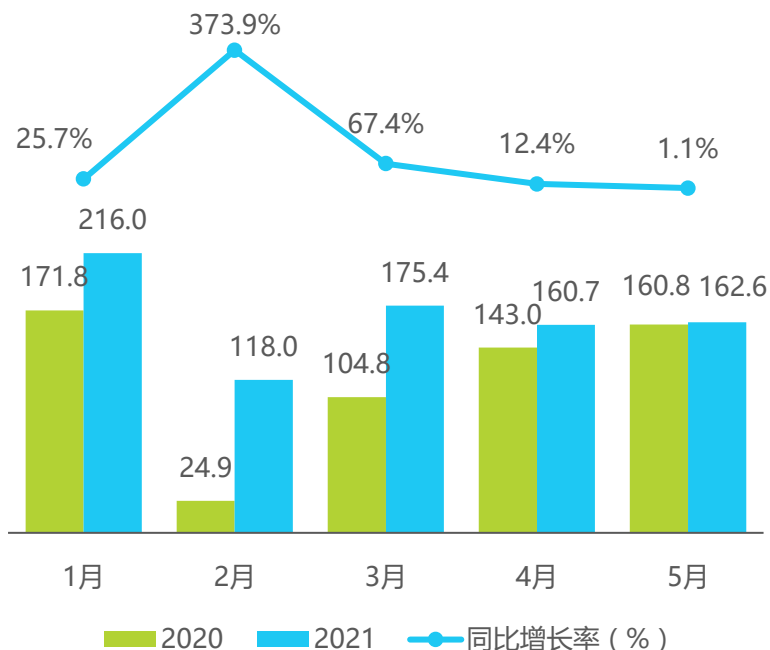
- **AdTracker广告投入指数**：本报告中网络广告投入指数是对广告主在展示类广告及信息流广告的投入进行推算获得，不包括搜索、内容营销等其他方式的广告投放规模，并区别与媒体收入口径核算的市场规模。

- **AdTracker广告曝光量**：本报告中广告曝光量是指抖音平台带广告标志的信息流短视频广告曝光量、不包含开屏广告和Dou+形式的广告，也不包括软广。

国内车市快速修复，政策和消费驱动增长，作为扩内需、促经济的优先发展方向，汽车消费或将持续回温

因汽车销量基数低、宏观经济持续稳定恢复、国内疫情防控良好等因素共同促成汽车市场强劲的增长势头。其中，新能源汽车增长更为突出，传统车企加速新能源产品的投放，科技巨头先后入局，汽车行业的电动化趋势已成定局，但同时汽车品牌的固有印记也被逐渐消磨，消费者对产品智能化存有更高期待，汽车品牌亟待推出差异化产品、强化品牌力，重新打造品牌认知护城河。

2021年1-5月中国乘用车零售销量（万辆）



2021年促进汽车消费主要政策

后疫情时期，汽车市场政策环境变化

国家层面政策注重汽车后市场高质量发展

- 两会：畅通二手车交易，增加停车场、充电等设施，促进电池回收
- 四部门：开展新能源汽车下乡活动
- 商务部：全面取消二手车限迁政策

地方层面转向稳步提升新能源汽车的便利性

- 北京、上海、广东、湖南等省市将充电设施建设、5G、加氢站建设纳入地方十四五规划
- 上海：以旧换新补贴
- 江苏：取消限制新能源汽车转让过户限制
- 广州、深圳、天津等城市：放宽限购

01

国内车市快速修复，汽车行业展示类广告投放正向开局，2020年1-5月总投入指数同比增14.4%。其中，

- 新能源广告营销战打响，合资车企、造车新势力与国产车企集体入局，上汽大众（ID4 X）、一汽大众（ID4 CROZZ）新车大规模推广，2021年1-5月投入指数均超6千万，小鹏汽车、北汽新能源ARCFOX大幅提升，同比增速分别达165.5%、934.0%。
- 广告主对全屏广告更加青睐，以92.3%的同比增速位列第一广告投放形式，其中61.0%的投放集中在汽车垂直网站。

02

虽然2020Q1疫情不可抗因素，综艺合作减弱。但汽车行业综艺植入需求稳定而强烈，在2020Q3快速释放，全年植入品牌数（35个）和节目数（29个）与2019年不相上下。2021Q1综艺合作与去年持平，预计在下半年增长。

- 汽车品牌综艺节目赞助偏好有所转变，才艺竞演类节目（eg.《我是唱作人第二季》）依旧是重头戏，综合游戏类（eg.《极限挑战第六季》）成为汽车品牌植入的又一热门类型。
- 合资品牌与自主品牌赞助频次此消彼长，2020年自主品牌共合作15次，同比增150%。

03

汽车短视频营销潜力空间大，交通类广告主5月在抖音平台的曝光量共7.1亿次，全行业排名第12位，其中，车企品牌为营销主力军。

- 头部效应显著，TOP15汽车品牌广告曝光量在交通类中占比过半，达54.3%。
- 全面拥抱年轻用户，车企抖音平台触达人群结构相近，以9095后男性用户为主，覆盖主力和潜在客群。

04

汽车品牌数字化营销转型加深加快，以互联网为主导的全域媒介为品牌提供多元的营销链路，汽车垂类媒体、社交媒体、视频媒体等，通过各具优势的服务能力赋能汽车品牌，实现场景、内容、社交、流量全覆盖，汽车品牌在线上实现与消费者的强链接，品效协同发展。

目录



01 ONE

看数据

汽车广告投放数据盘点

02 TWO

看策略

汽车数字营销趋势二知

03 THREE

看案例

汽车行业优秀数字营销活动解读

04 FOUR

看专家

汽车权威人士市场判断和营销洞见

从数据看汽车网络营销整体趋势

2021年1-5月汽车行业网络营销趋势

01

国产崛起

国产厂商广告投放企稳.....
自主品牌占TOP席位持续增长

02

抢占新能源

合资、新势力、国产三方开战.....

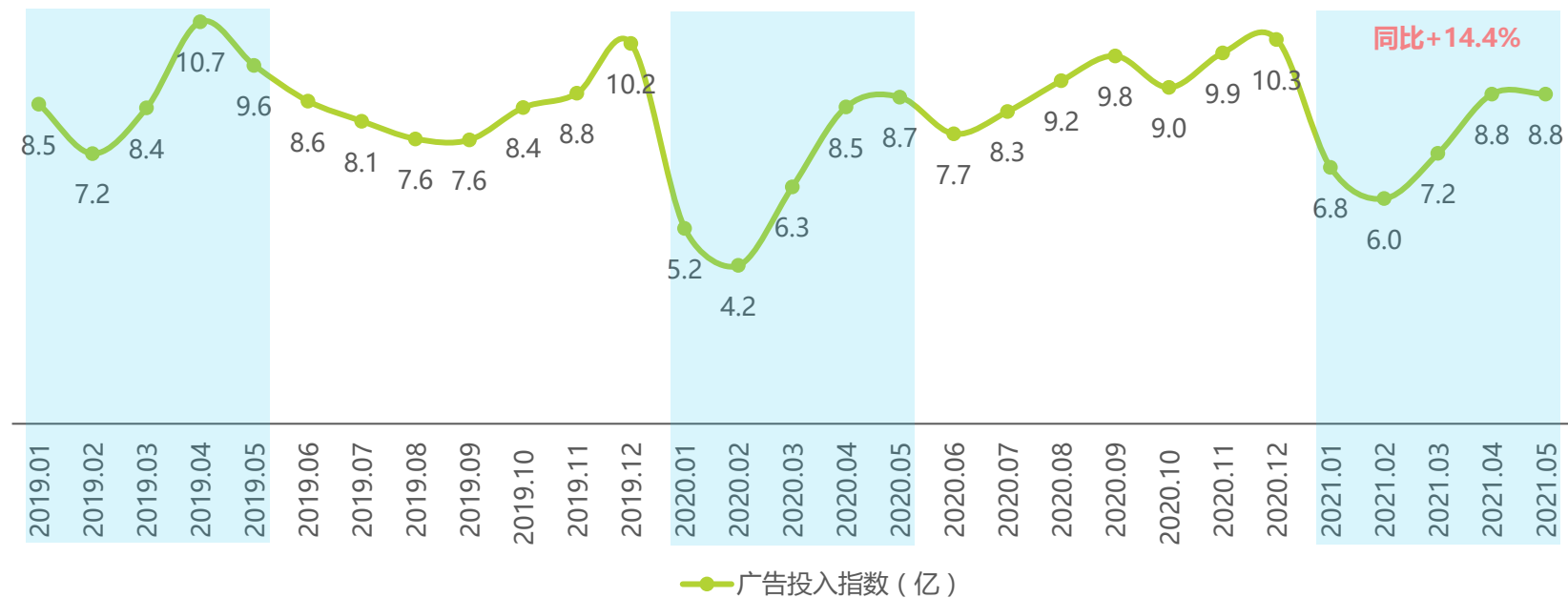
03

升级内容战略

综艺赞助需求稳定而强烈.....

2021年1-5月汽车行业展示类广告正向开局，同比增长14.4%；
淡旺季投放趋势趋同，4-5月大型车展和12月年底新车上市/促销季为波峰

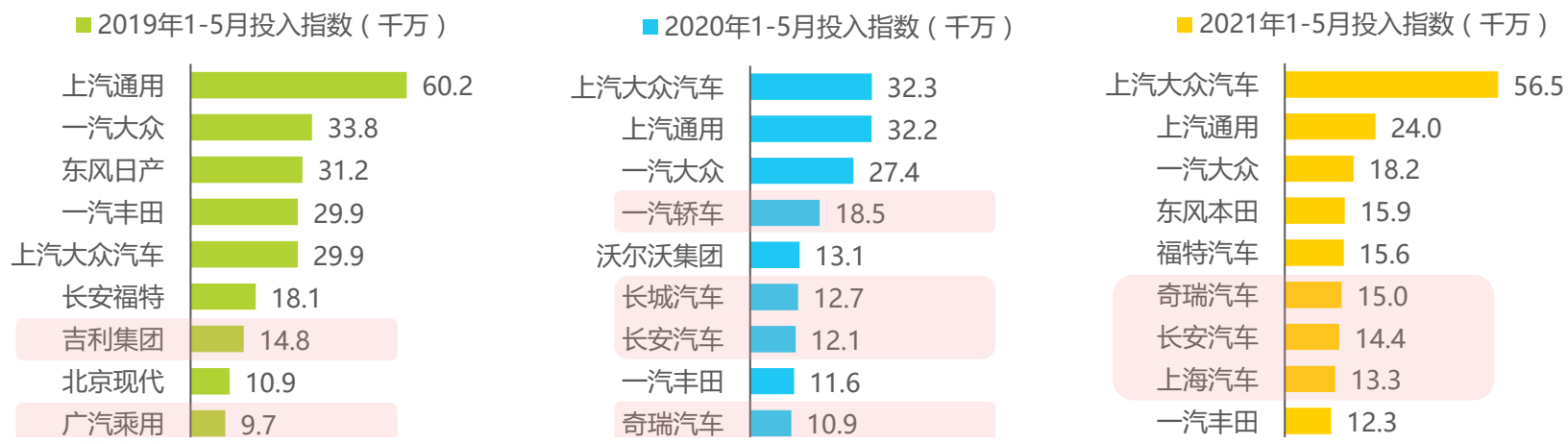
AdTracker-2019年1月-2021年5月汽车行业展示类广告月度投入指数



注释：汽车行业指交通类中的汽车、交通类企业形象、机动车相关服务中的汽车销售小类。
来源：艾瑞咨询 AdTracker多平台网络广告监测数据库（桌面及智能终端）。

TOP3地位稳固，上汽大众一枝独秀，同比大幅增长74.9%；国产厂商依旧占据六席，其中5位厂商连续两年上榜，投放稳定

AdTracker-2019年-2021年1-5月汽车行业展示广告投入指数TOP15广告主



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_20715

