



中国汽车行业数字化营销白皮书



行业大观：汽车数字化营销行业发展现状与趋势

汽车转为存量市场后，各车企开始重视数字化营销，投入加大，同时，在政策、经济、社会和技术的推动下，汽车数字化营销市场发展迅速，产业链布局日渐完善。

汽车数字化营销服务市场中，各类玩家之间既有竞争，又有技术、数据资源上的协同与合作，不断推动汽车行业数字化营销向全域化、智能化、协同化方向发展。

企业洞察：汽车行业相关厂商数字化营销特征及需求

汽车厂商需要实现数智化洞察用户、线索管理和广告投放，通常以独立项目组负责、自建与外包相结合的方式推进转型进程，但仍在内部管理、大数据用户属性标签精准性、数据打通方面存在痛点。

后市场企业线上数字化营销成熟，线下门店数字化营销系统正在推进，未来数字化营销重点是整合全链路资源和私域运营于一体，提升营销精准性、实现用户生命周期的运营。

用户洞察：用户汽车消费行为特点及变化

短视频、综合电商成为年轻人新的汽车相关信息来源，他们认为综合电商能一站式获取多种类型信息，省心省力；此外，新的营销场景和玩法，如线下商圈直营、电商品牌旗舰店、购车节 IP 等也开始进入用户视野。

“车生活”方面，用户“线上下单，线下安装”的一站式消费习惯已经形成。综合电商具有信息公开，便捷实惠的特点，受到用户青睐。

关键词：大数据

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_46150

