

汽车市场中的数码营销 - 中国 - 2019年3月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变



“由于消费者越来越精明敏锐，而且日益了解汽车产品，因此通过营销来瞄准合适消费群体的重要性不断提高。英敏特发现男女性消费者在处理、应对汽车相关信息的方式上存在显著差异。”

— 一周同，研究分析师

在这篇报告中我们探讨了以下议题：

- 瞄准女性，汽车品牌应该了解什么？
- 瞄准女性，让营销更深入.....
- 少即是多

虽然汽车行业是产品导向型市场，但该市场中的数码营销其实可以对消费者产生巨大影响。

然而，随着精明敏锐的消费者掌握更多获取汽车信息的渠道，以营销渠道、广告内容和赢得信赖的形式向消费者进行数码营销时所采用的方法变得比以往更为重要。

购买
这篇报告

地址：
store.mintel.com

电话：
欧洲，中东，非洲
+44 (0) 20 7606 4533

巴西
0800 095 9094

美洲
+1 (312) 943 5250

中国
+86 (21) 6032 7300

亚洲
+61 (0) 2 8284 8100

邮件：
reports@intel.com

想要了解更多内容？

这篇报告只是一系列报告中其中的一篇，整个系列可以提供你整个市场的历史

汽车市场中的数码营销 - 中国 - 2019年3月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

目录

概述

您所需要了解的

报告定义

数据1: 不同家庭月收入群体的定义（按城市线级区分）

综述

消费者

线上、线下都重要

数据2: 汽车信息渠道，2018年11月

消费者更看重产品相关的信息

数据3: 具有影响力的购车信息与平均值对比（按SUV购买阶段区分），2018年11月

实地看车试驾以及分享讨论等行为受到汽车广告的影响

数据4: 消费者观看最爱的汽车广告的渠道，2018年11月

数据5: 最喜欢的汽车广告的影响，2018年11月

展示更多产品细节以获得信赖

数据6: 值得信赖的广告内容，2018年11月

我们的观点

议题与洞察

瞄准女性，汽车品牌应该了解什么？

现状

启示

数据7: Polestar 2

瞄准女性，让营销更深入.....

现状

启示

数据8: 迈凯伦在小红书上的营销活动

数据9: 沃尔沃与《大城晓聚》

少即是多

现状

启示

数据10: 雷克萨斯ES营销活动

分析师精选：汽车广告年度纵览

引言

奥迪——巧用幽默

数据11: 奥迪A8广告

克莱斯勒——没有比较就没有伤害

数据12: 克莱斯勒Pacifica广告——古董座椅

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

汽车市场中的数码营销 - 中国 - 2019年3月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

数据13: 克莱斯勒Pacifica广告——芝麻开门

林肯——尽享舒适

数据14: 林肯领航员广告

丰田——简短贴心，直截了当

数据15: 丰田Aygo广告

大众——信心加倍

数据16: 大众SUV广告

沃尔沃——心怀社会

数据17: 沃尔沃V60活动

消费者——您所需要了解的

线上、线下渠道对消费者同等重要

在某些购车阶段，促销可以吸引消费者

汽车广告可以鼓励消费者线下接触、线上分享

产品相关的内容更可能获得消费者的信赖

汽车信息渠道

线上、线下同样重要

数据18: 汽车信息渠道，2018年11月

官方网站在决策阶段更为重要

数据19: 汽车信息渠道与平均值对比（按购车阶段区分），2018年11月

女性喜欢以面对面的方式获取信息

数据20: 汽车信息渠道（按性别区分），2018年11月

针对年轻人的多样化信息渠道

数据21: 汽车信息渠道与平均值对比（按年龄区分），2018年11月

具有影响力的购车信息

重点是产品，而非价格

数据22: 具有影响力的购车信息，2018年11月

信息影响力因购买阶段而异

数据23: 具有影响力的购车信息与平均值对比（按SUV购买阶段区分），2018年11月

消费者最喜欢的广告：何处观看，有何影响？

德国品牌的汽车广告独占鳌头

数据24: 最喜欢的汽车广告的品牌——词云，2018年11月

数据25: 最喜欢的汽车广告的品牌（按品牌原产国区分），2018年11月

从在线视频平台上发现最喜爱的广告

数据26: 消费者观看最爱的汽车广告的渠道，2018年11月

通过在线视频平台吸引年轻的已婚消费者

数据27: 消费者观看最爱的汽车广告的渠道——在线视频平台（按部分人口统计特征区分），2018年11月

通过社交媒体平台吸引年轻女性

数据28: 消费者观看最爱的汽车广告的渠道——社交媒体（按性别和年龄区分），2018年11月

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

汽车市场中的数码营销 - 中国 - 2019年3月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

鼓励消费者实地看车试驾

数据29: 最喜欢的汽车广告的影响, 2018年11月

点燃女性对汽车的热爱

数据30: 最喜欢的汽车广告的影响——部分影响(按性别和年龄区分), 2018年11月

30-49岁的男性更可能被汽车配置和车型左右

数据31: 最喜欢的汽车广告的影响——部分影响(按性别和年龄区分), 2018年11月

值得信赖的广告内容

消费者是实用主义者: 提及率最高的三大广告内容都是关于产品本身, 而非品牌

数据32: 值得信赖的广告内容, 2018年11月

汽车安全性: 利用品牌历史说服消费者

数据33: 值得信赖的广告内容——品牌历史(按家庭构成区分), 2018年11月

男女性消费者之间的差异

数据34: 值得信赖的广告内容——行驶性能(按性别和年龄区分), 2018年11月

数据35: 值得信赖的广告内容——环保的生产流程(按部分人口统计特征区分), 2018年11月

数据36: 值得信赖的广告内容——明星代言(按性别和年龄区分), 2018年11月

认识英敏特城市精英人群

有道德感的品牌赢得较高信任度

数据37: 值得信赖的广告内容(按消费者分类区分), 2018年11月

得出自己的结论, 不依赖他人

数据38: 汽车信息渠道(按消费者分类区分), 2018年11月

汽车广告对英敏特城市精英人群的影响更大

数据39: 最喜欢的汽车广告的影响(按消费者分类区分), 2018年11月

附录——研究方法 with 缩写

研究方法

缩写

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com