

January 2022

汽车购买过程 - China

“随着中国国内宏观经济的持续回升利好，汽车消费市场的增换购需求进一步得到释放，新车销量同比增长明显。相比过去，消费者在购车初期，对智能化配置、动力性能和颜值等实用性方面的要求变得更加明确。因此，对于品牌而言，洞察消费者对于产品不断变化的需求，通过在产品设计和平台互动上更直接和直观的交流，来提高品牌认知和好感度也变得越发重要。”

— 袁淼，研究分析师

November 2021

汽车后市场 - China

“不同于以往的经验主义，如今，标准化、创新化正成为售后服务中新的发力点。智能化时代下标准化被赋予更加科学的定义，智能设备可以为车主判断汽车维保状况提供精准的数字依据，以此满足车主的安全保障感。而安全保障感还体现在创新化服务方面，越来越多的品牌洞悉到车主差异化的售后服务需求，例如推出会员制来为会员车主提高服务时间效率等。后疫情时代下，品牌更需要努力打造安全有保障的品牌形象。”

— 袁淼，研究分析师

Car Aftermarket - China

“Different from the empiricism that was followed in the past, standardisation and innovation are becoming new focuses of aftermarket services now. In the age of intelligence, standardisation is empowered by scientific definitions, with intelligent equipment providing precise data for car owners to identify car repair and maintenance status, catering to ...