

## 汽车市场中的数码营销 - 中国 - 2018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



“30-39岁的消费者比年轻消费者更喜欢微信朋友圈广告，其中全尺寸SUV和MPV的购买者尤其如此。因此，投放在微信朋友圈的汽车广告应突出大空间并采用家庭主题，以吸引更多关注。”

— 过人，研究副总监

在这篇报告中我们探讨了以下议题：

- 是否针对不同的社交媒体平台投放不同主题的汽车广告？
- 如何与能制造话题的汽车测评竞争？
- 如何通过合适的方式与年轻购车者社交互动？

特别地，在20-29岁的消费者中，知乎比微信和微博受到更多关注。汽车品牌如果要和独立的汽车测评竞争，可以利用知乎平台树立值得信赖的品牌形象。使用受众的语言并且积极参与留言板块的讨论是应当被考虑的策略。

数字媒体渠道在汽车营销活动中发挥着举足轻重的作用。4G和智能手机日益普及，让品牌得以随时随地与几乎所有人群沟通。

但是，品牌应针对不同受众采用不同的媒体渠道。英敏特研究还显示，相比年长一代消费者，年轻人消费者对数字广告的态度更消极。由此可见，随着消费者越来越关注隐私问题，对个人空间和社交礼数之间的界限划分也日益清晰——在年轻人消费群中尤为如此。这就要求汽车品牌反思广告营销中的媒体渠道选择、使用语言、关键信息以及宣传频率等是否得当。

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 - 2018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), 2017年12月

### 综述

给快节奏生活的消费者留些个人空间

数据2: 汽车广告风格偏好, 2017年12月

换种方式证明车型性能

数据3: 跨界偏好, 2017年12月

豪华车购买者喜欢时尚的汽车广告

数据4: 汽车广告风格偏好, 2017年12月

消费者更喜欢有视觉冲击力、表达鲜明观点的汽车测评

数据5: 汽车测评风格偏好, 2017年12月

作为信息来源, 知乎的影响力超过了微信微博

数据6: 用户评论来源偏好, 2017年12月

对英敏特城市精英人群而言, 汽车不只是代步工具

数据7: 英敏特城市精英人群和非英敏特城市精英人群 (参照群体) 在购车意义态度上的差距, 2017年12月

我们的观点

### 议题与洞察

是否针对不同的社交媒体平台投放不同主题的汽车广告?

现状

启示

数据8: 吉普自由光信朋友圈广告

数据9: 吉普大指挥官微信朋友圈广告

如何与能制造话题的汽车测评竞争?

现状

启示

数据10: 宝马在知乎的官方回答

如何通过合适的方式与年轻购车者社交互动?

现状

启示

数据11: 2018年春节期间奥迪Q3的#GOOOOHOM#营销活动

### 消费者——您所需要了解的

30-39岁的被访者最喜欢微信朋友圈广告

相比豪情万丈的广告, 女性更偏爱风趣幽默的广告

微博广告可以更自由奔放

现在购买这篇报告

网址: [store.mintel.com](http://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](mailto:reports@mintel.com)

## 汽车市场中的数码营销 - 中国 - 2018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

相比90后,汽车在80后心中的意义更重

### 汽车广告形式偏好

整体而言,愿意观看更多.....

数据12: 汽车广告类型场合, 2017年12月

.....但品牌也要尊重消费者繁忙生活中宝贵的个人空间

节目赞助广告对25-29岁的群体最有影响力

数据13: 汽车广告形式偏好(按年龄区分), 2017年12月

大车型购买者偏爱微信朋友圈广告

数据14: 汽车广告形式偏好(按准备购车车型区分,以平均偏好程度为标准,单位为百分点), 2017年12月

### 跨界偏好

关注科技和旅游领域

数据15: 跨界偏好, 2017年12月

与动漫和美食领域跨界合作,吸引女性购车者

数据16: 男性和女性(参照群体)在跨界偏好上的差距, 2017年12月

与时尚和慈善领域跨界合作,彰显汽车性能

数据17: 跨界偏好(按消费者细分区分), 2017年12月

### 汽车广告风格偏好

未来之风、大胆奔放的广告风格更受欢迎

数据18: 汽车广告风格偏好, 2017年12月

感性的20多岁的购车者

幽默风趣比豪情万丈的广告风格更受女性喜爱

数据19: 汽车广告风格偏好(按性别和年龄区分), 2017年12月

讲述成功故事,彰显品牌豪情

数据20: 汽车广告风格偏好(按所有选择和选择“有远大理想、豪情万丈的”区分), 2017年12月

豪华车购买者喜欢时尚的汽车广告

数据21: 汽车广告风格偏好(按准备购车车型区分,以平均偏好程度为标准,单位为百分点), 2017年12月

### 汽车测评风格偏好

欣赏鲜明大胆的测评

数据22: 汽车测评风格偏好, 2017年12月

换车者尤其更喜欢发表主观意见的测评

数据23: 换车者和首次购车者(参照标准)对汽车测评风格的偏好差距, 2017年12月

受教育程度更高的消费者偏爱直截了当的测评

数据24: 汽车测评风格偏好(按教育程度区分), 2017年12月

### 用户评论来源

最关注汽车垂直论坛的用户评论

数据25: 用户评论来源偏好, 2017年12月

20-24岁的消费者偏爱从现实人际关系中了解用户评论

现在购买这篇报告

网址: [store.mintel.com](http://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](mailto:reports@mintel.com)

## 汽车市场中的数码营销 - 中国 - 2018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26: 用户评论来源的提及率 (按性别和年龄区分), 2017年12月

知乎的影响力超过了微信微博

数据27: 用户评论来源的提及率 (按年代区分), 2017年12月

不同年龄的女性对社交网络的偏好不同

数据28: 用户评论来源的提及率 (按性别和年龄区分), 2017年12月

## 购车意义

购车能带来便利

数据29: 购车意义 (开放题), 2017年12月

年轻消费者更多将汽车视为代步工具

数据30: 购车意义, 2017年12月

汽车对80后的意义重于90后

数据31: 购车意义的提及率 (按年代区分), 2017年12月

车型选择和对汽车态度的联系

数据32: 购车意义 (按准备购买车型区分, 以平均值为标准, 单位为百分点), 2017年12月

## 认识英敏特城市精英人群

更喜欢表达主观意见的汽车测评

数据33: 英敏特城市精英人群和非英敏特城市精英人群 (参照群体) 的测评风格偏好差距, 2017年12月

私家车未来将继续存在

数据34: 英敏特城市精英人群和非英敏特城市精英人群 (参照群体) 在购车意义态度上的差距, 2017年12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](http://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](mailto:reports@mintel.com)