

哔哩哔哩汽车行业营销指南

B-Data 数字营销中心出品

营销指南说明

本报告内容由哔哩哔哩 #B-Data# 数字营销中心出品

通过对汽车行业相关数据调研及哔哩哔哩用户的兴趣行为洞察

研究汽车行业在B站的营销机会点

旨在为汽车行业提供完善的哔哩哔哩整合营销模式指南

通过B站社区独特的信任生态 让年轻车主们与汽车品牌 建立起全新的信任链接





数据说明：#B-Data# 最懂年轻人的数据营销策略平台



B-Data | 哔哩哔哩基于平台内用户结构、社区兴趣、商业行为的营销洞察能力



* 本报告基于B-Data的平台用户调研 旨在理解新世代年轻人对于汽车的新理解

AGENDA

1

新变革 新增长 # 汽车行业的年轻之势

2

新人群 新舞台 # 年轻人的汽车新看法

3

新信任 新营销 # 哔哩哔哩信任营销

新变革 新增长

汽车产业正处于“百年未有之大变局”

“疫情”显然是2020各行各业逃离不开的关键词

穹顶之下的汽车行业 更是在今年上半年经历了集体的严寒苦冻

然而伴随着我国对疫情的全面控制以及消费者需求的持续释放

下半年国内车市结束连续21个月下滑，止跌回升，汽车产销量已出现同比两位数增长

国内车市回暖的速度远超预期

而迎来复苏之战的汽车市场 其面对的消费者也已然是另一番景象

90后已经成为中国汽车市场的主力消费人群

当前市面上每卖出两台车，其中便有一台是卖给了90后

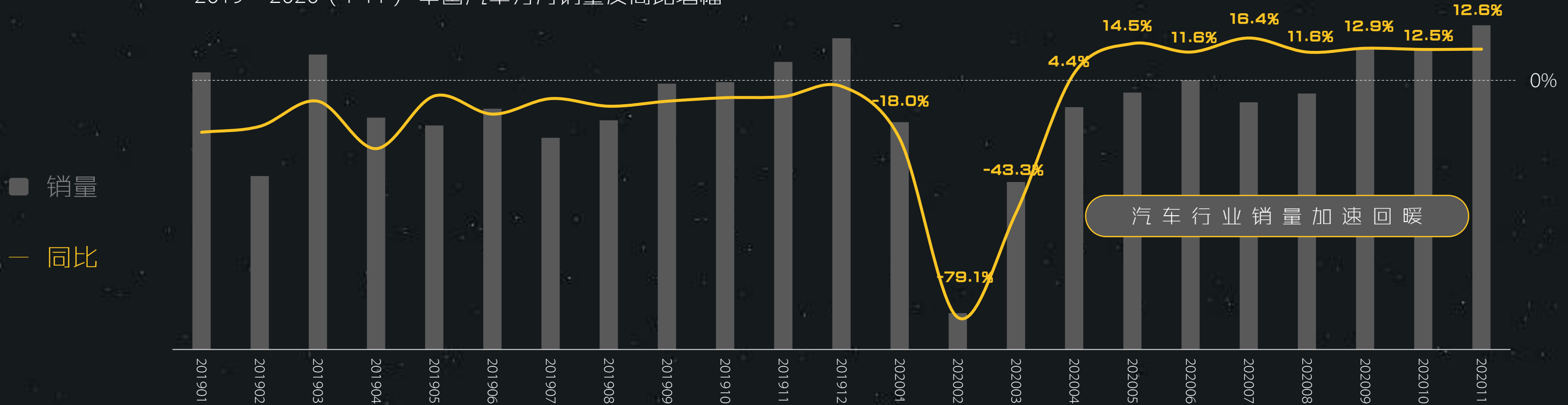
可以说，年轻化变革已成为整个汽车行业无法回避的话题

.....



#加速驶离低谷# 中国汽车行业超预期 销量实现快速回正增长

2019 – 2020 (1-11) 中国汽车分月销量及同比增幅

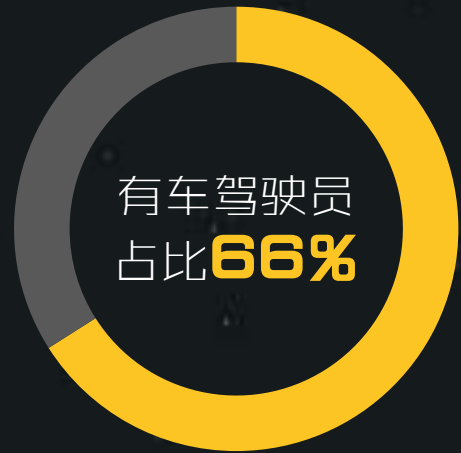




#回暖的中国车市进入新常态# 增量时代落幕 汽车市场全面进入了存量换购阶段

保有量升高

2019全国汽车保有量
2.6亿



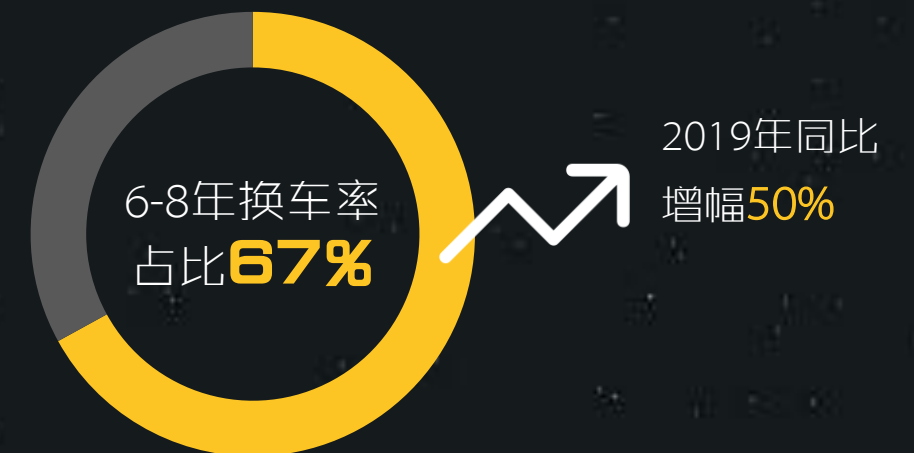
首购家庭缩减

出生率降低 劳动人口年递减
千万



换购率提升

2023年二手车置换预计
1,400w辆





#去碳化是新发展目标# 新能源汽车销量保持强劲增长 迎来全新契机



国家主席习近平日前在第75届联合国大会期间提出：

中国二氧化碳排放力争于2030年前达到峰值，努力争取2060年前实现碳中和

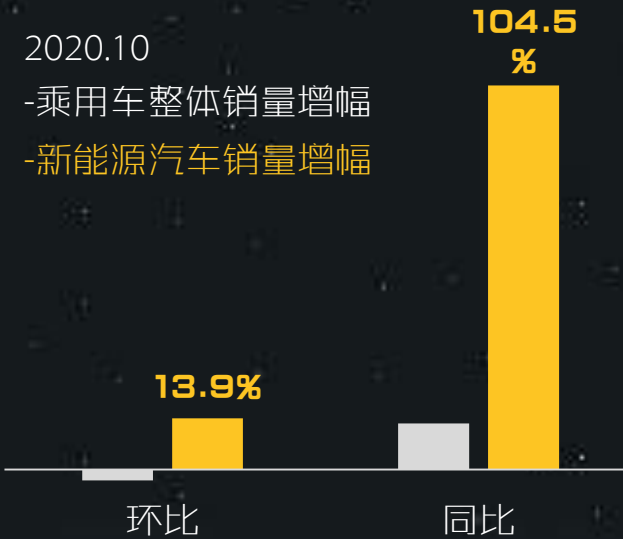
政策扶持力度加大

376 亿

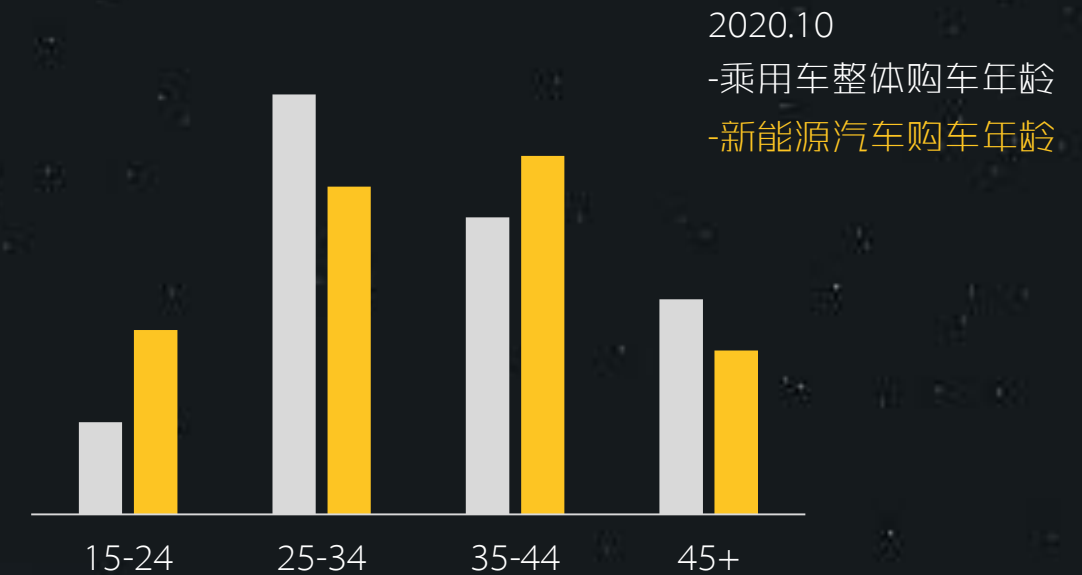
财政部2021年度
新能源汽车补贴资金预算

同比增幅达
234%

销量引领行业复苏



Z世代的接受度更高

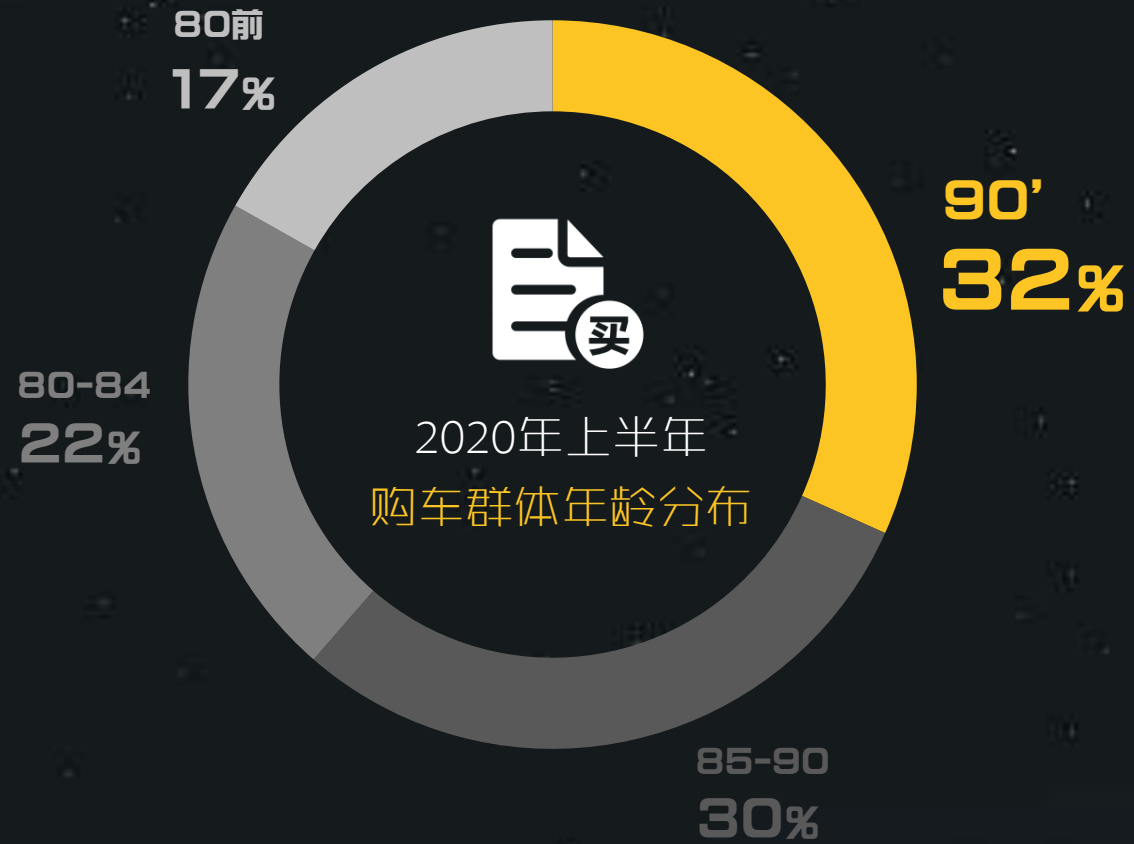


* Z世代：95后出生的年轻人群

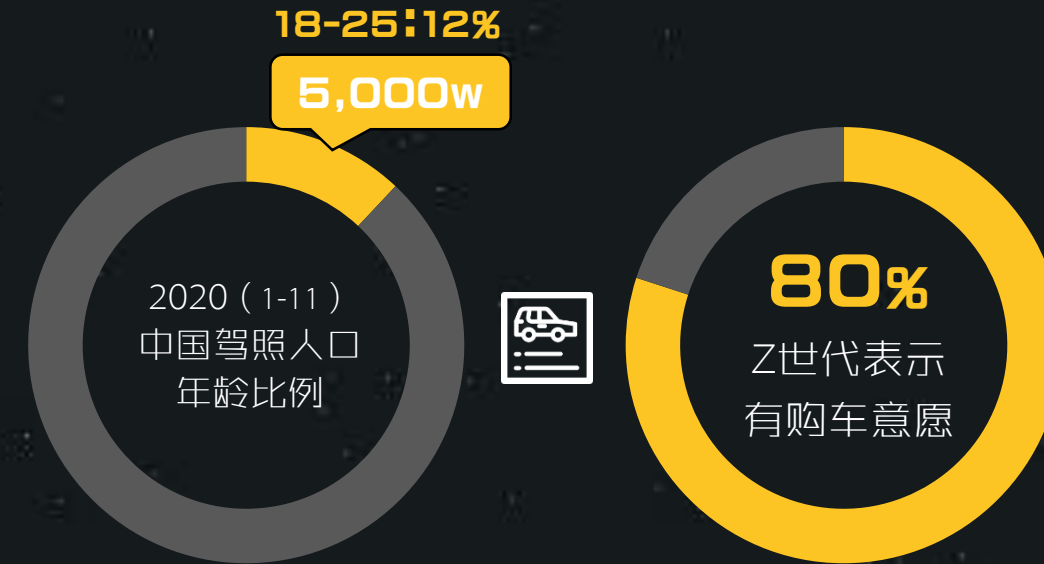


#年轻用户成为关键# 90后成汽车消费主力 Z世代 (95后) 正释放庞大需求潜力

90后首次超越85后 成为购车主力



约 4,000万 的Z世代 迎来购车需求



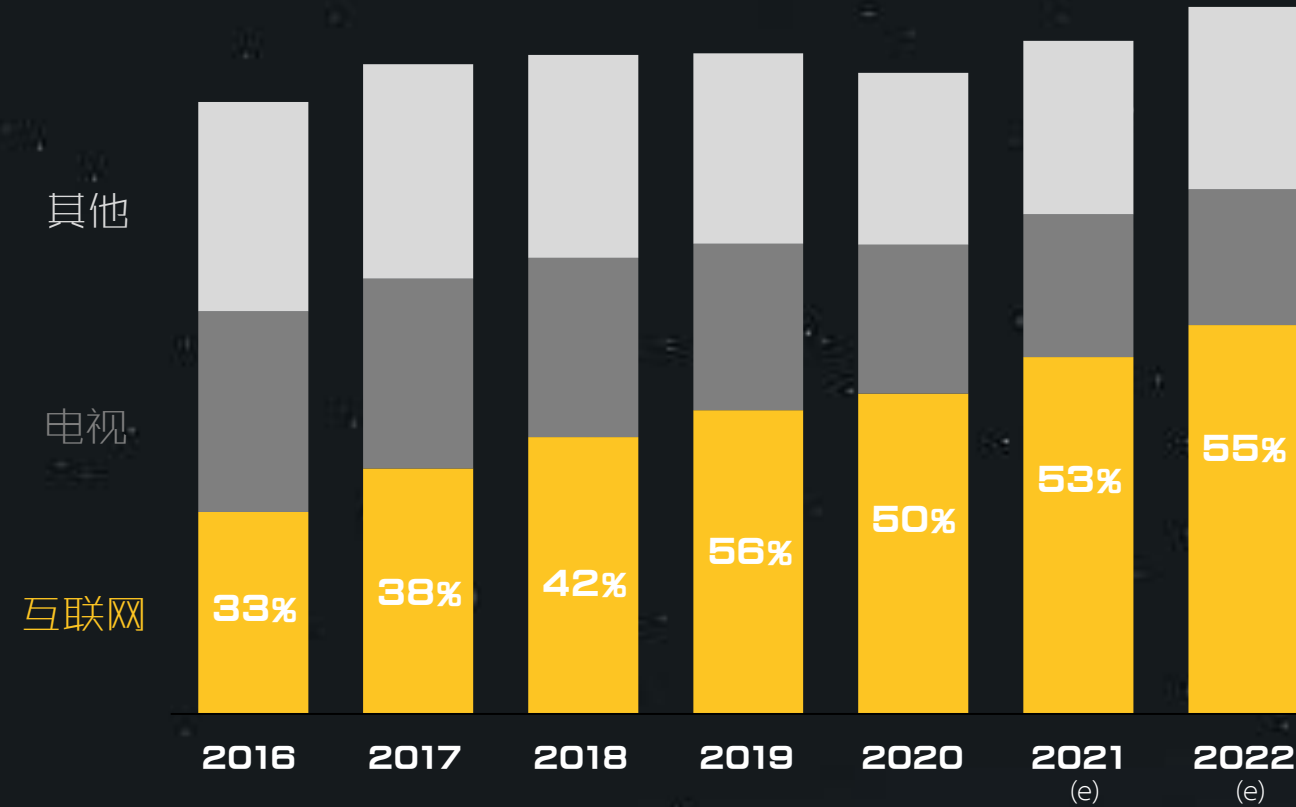
* Z世代: 95后出生的年轻人群



#互联网成重要营销阵地# 汽车营销由传统渠道向线上转移 视频化成重要方式

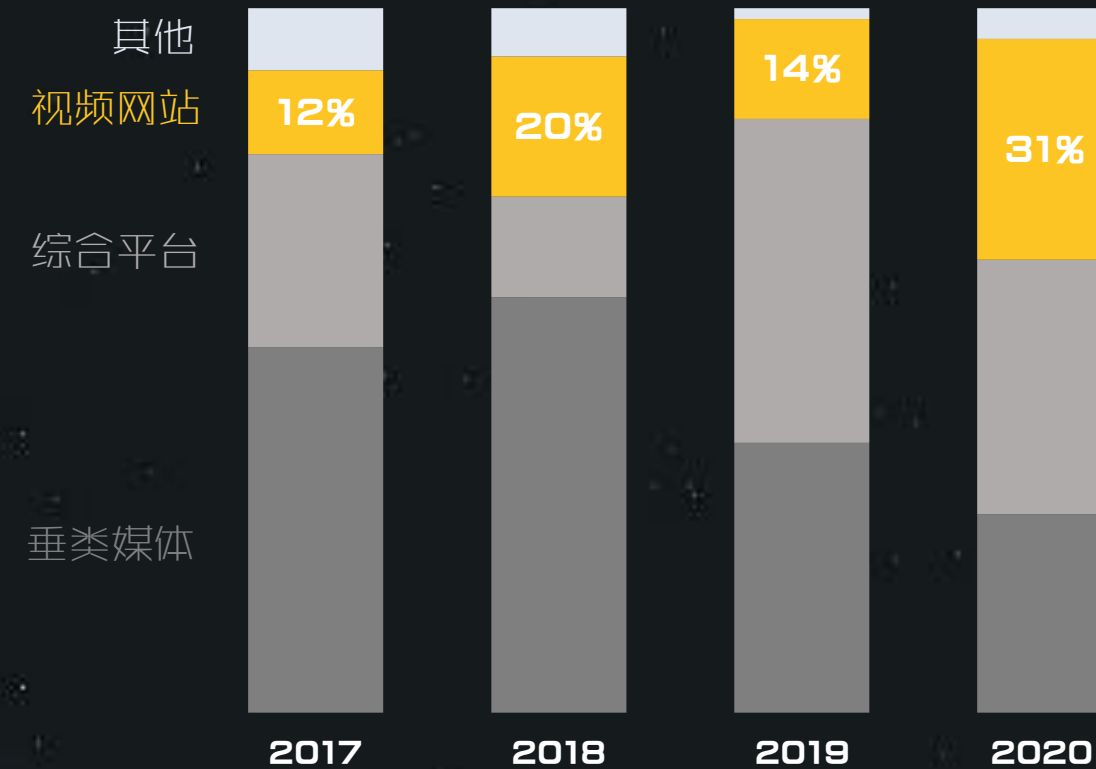
汽车营销的半数投入 已在互联网渠道

全媒体 - 汽车广告投放渠道 金额分布 2016 - 2022E



网络视频媒体 成为汽车营销增长最快渠道

互联网渠道 - 汽车广告投放平台 金额分布 2017 - 2020

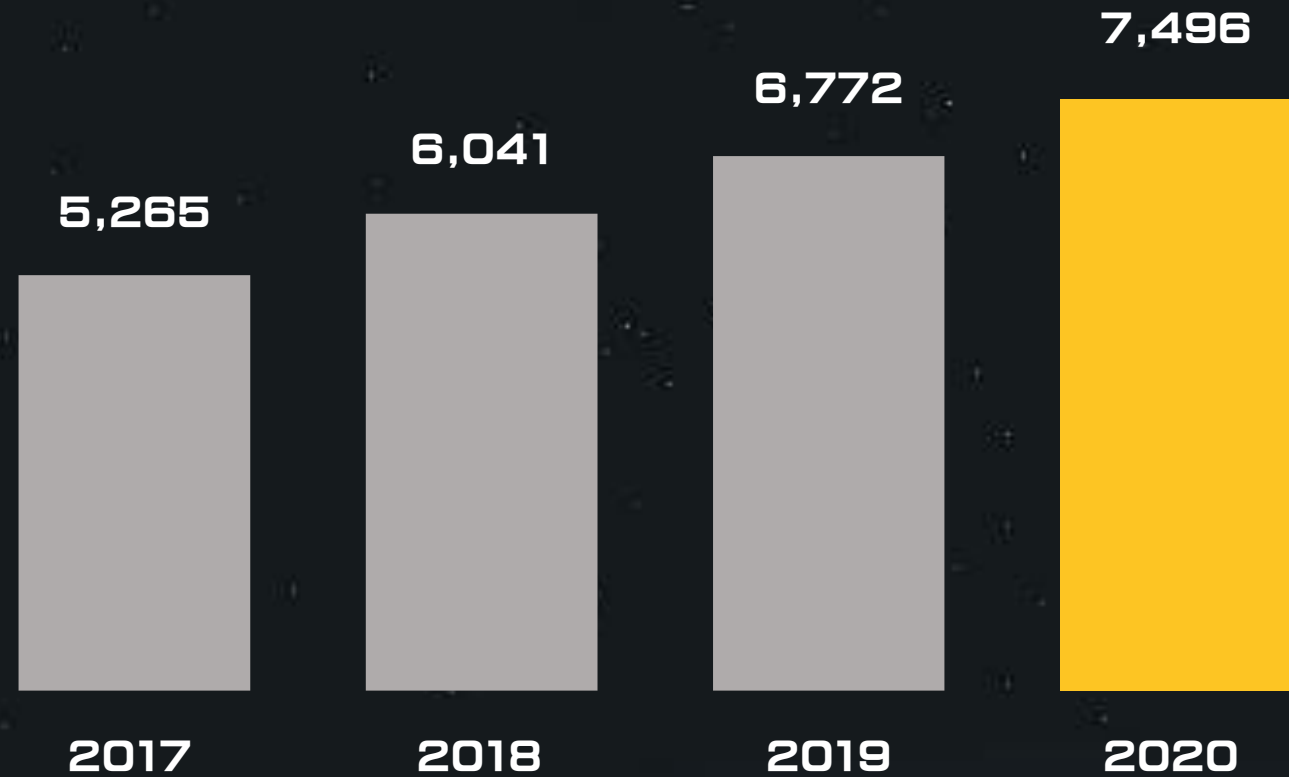




#汽车后市场正展现潜力# 汽车高保有量带动后市场规模的迅速成长

汽车后市场规模 持续扩大

中国汽车售后维修养护市场规模 2017~2020 亿元



汽车
养护

轮胎
配件

智能
设备

驾校
培训

车载
家电

新变革 新增长 年轻化大势所趋

存量竞争

争夺存量用户
竞争压力愈发加剧

生态变革

新能源生态变革
汽车演变智能终端

年轻增量

主流人群结构变更
增量人群登上社会舞台

视频生态

线上视频化成为汽车主流
更有趣的内容将更好影响用户

新人群 新舞台

每两个年轻人中 就有一个B站用户

截至2020年Q3 B站月均活跃用户已达到1.97亿

并在8月首次突破了2亿 为四年前的三倍

当年的“小破站”已经成长壮大

在B站这一年轻人聚集的高地 也孕育着汽车品牌的全新舞台

不论是人群还是内容，B站具备了汽车品牌亟需的资源 and 能力

当B站用户开始了财富积累 进入集中购车期时

会不会想起一直陪伴他们的平台和品牌

会不会想起当初那些或走心、或有趣、或有料的汽车内容潜移默化传递的价值观

这就是汽车品牌在B站布局的必要性

B站“上车”才刚刚起步

.....



#每两个年轻人中 就有一个B站用户# 汽车品牌的年轻化战略 B站不可或缺

Large



Spend



Hot



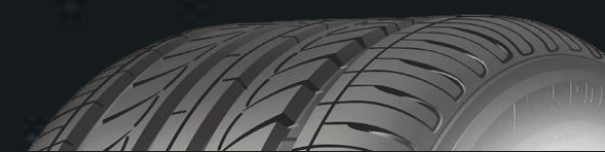
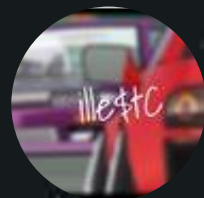
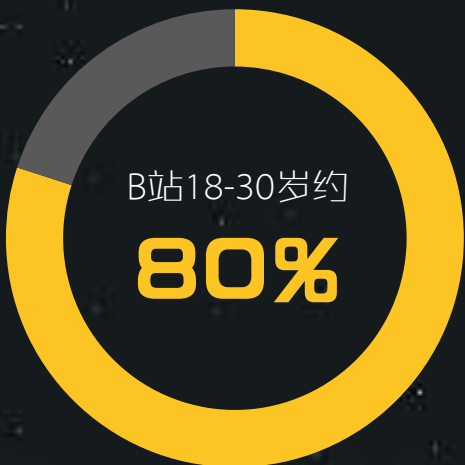
Love



Community



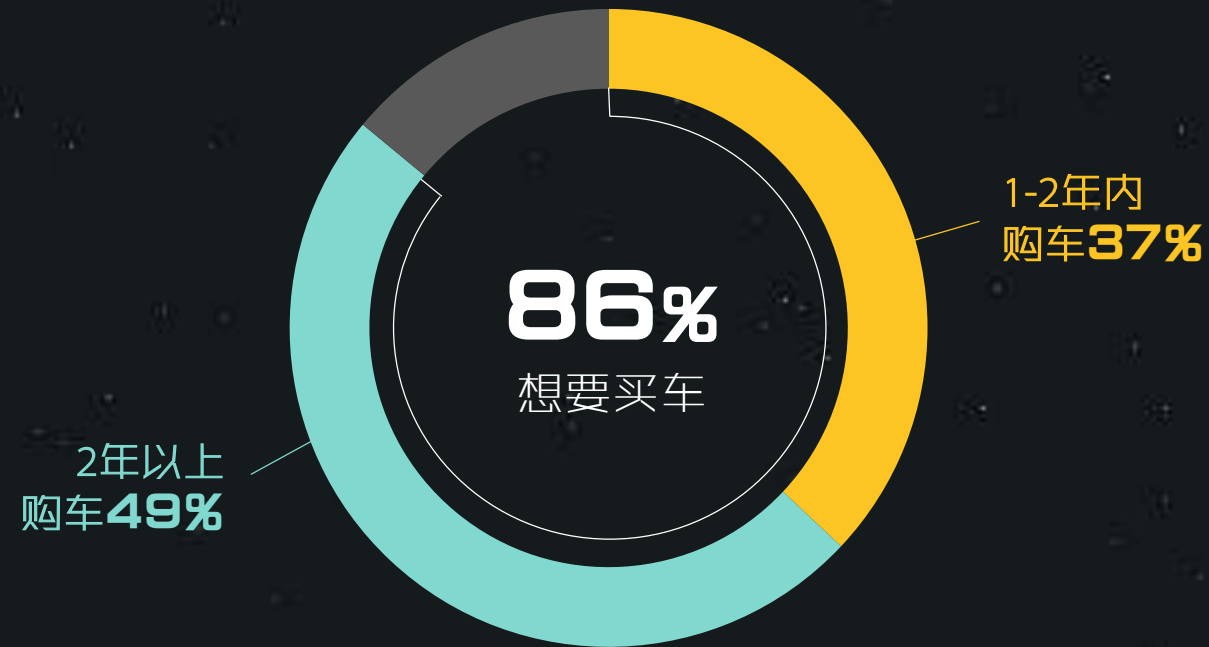
High





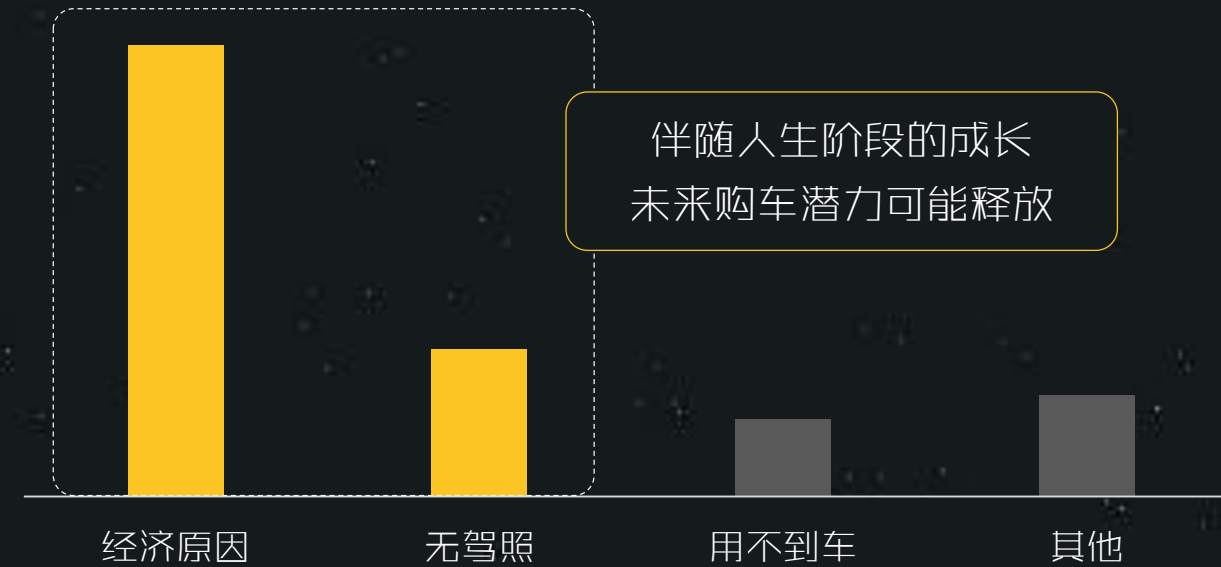
#买车依然是年轻人生活的必选项# 8站年轻人的购车需求将持续得到释放

86%的Z世代 有购车意愿



经济因素 与 无驾照 成为不购车的主要原因

* 14%无购车意向人群的不购车原因

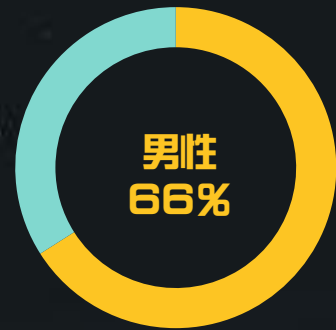
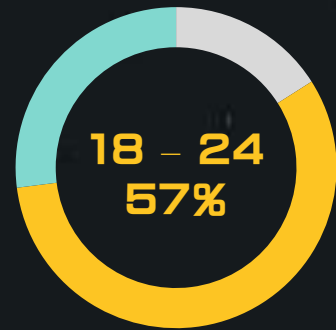
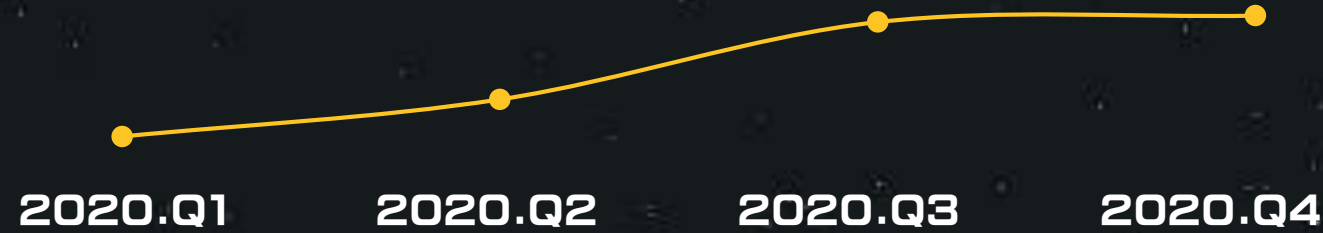




#每天千万汽车用户在B站# B站汽车用户增长显著并极具潜力

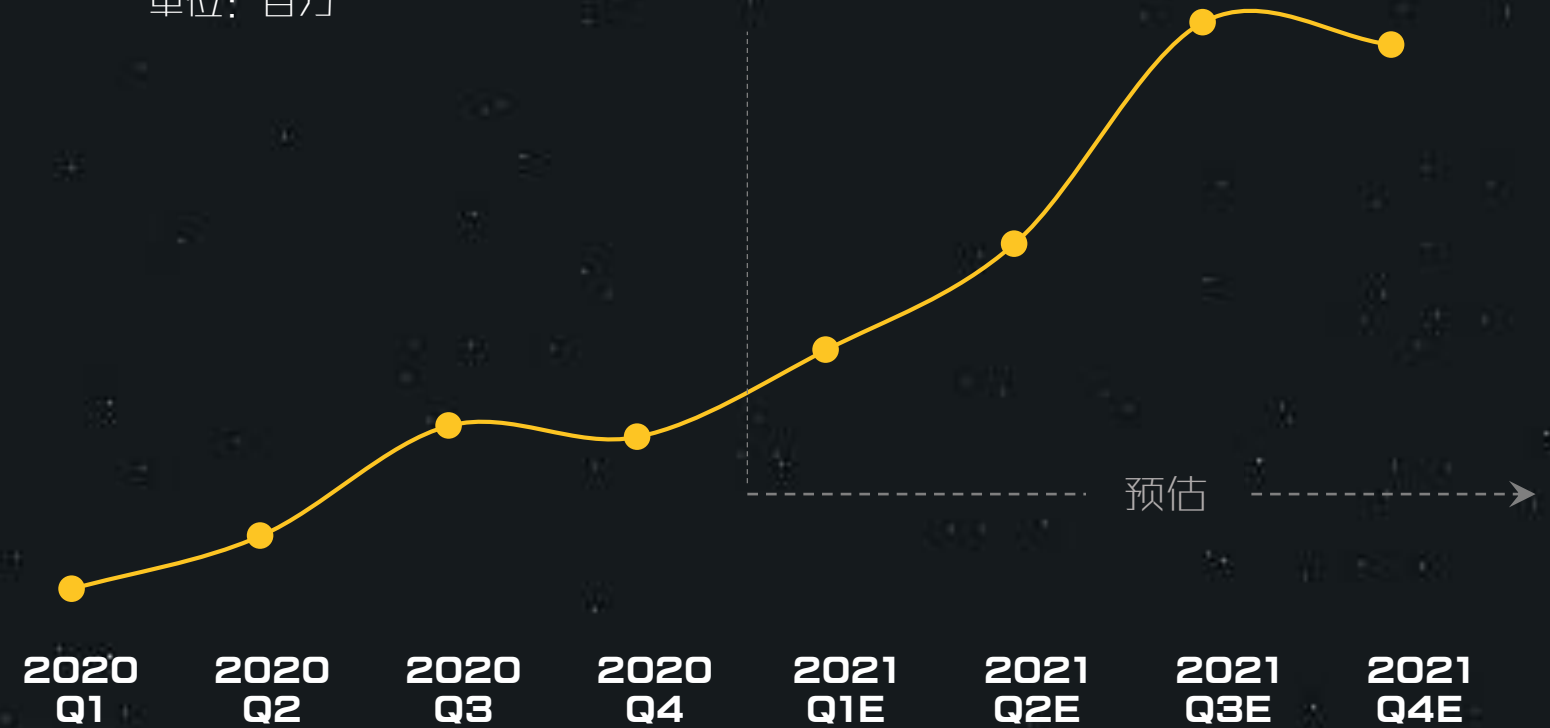
B站泛汽车用户增长显著 近DAU30%

过去30天(含当天)看过汽车视频或具有汽车标签的用户
单位: 百万



预计2021 每天1,000万汽车用户 在B站

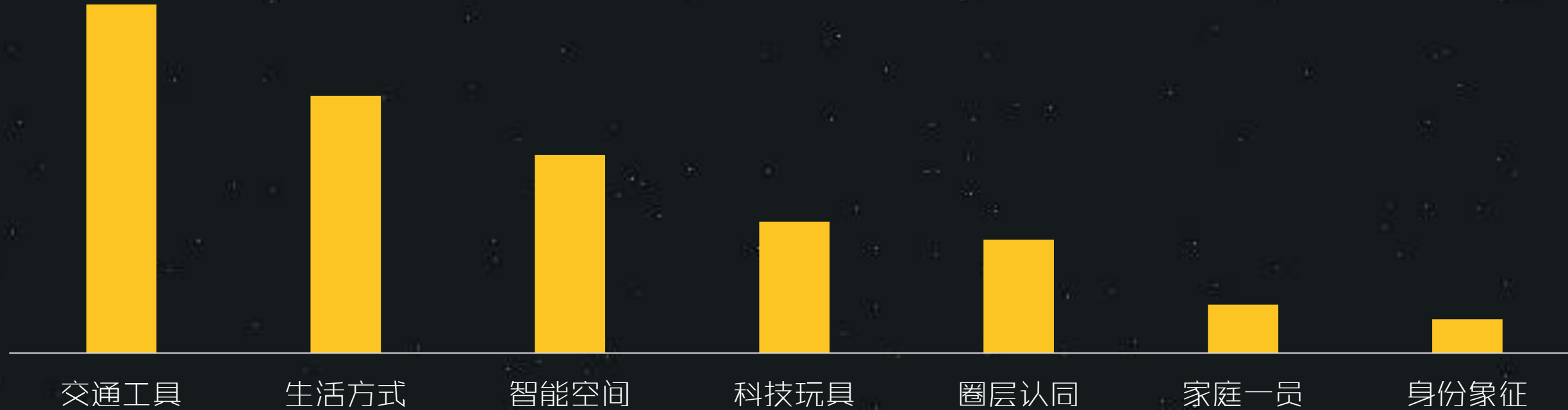
根据泛汽车用户的年龄分布、驾照持有率及购车意向
估算B站日均汽车用户 (计算登陆率)
单位: 百万



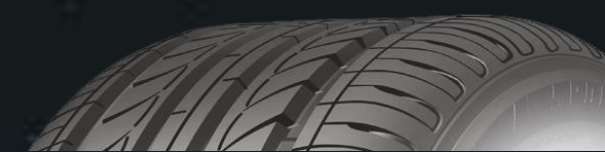


#车不只是交通工具更是智能化终端# 年轻人的对车的理解更具时代特征

“汽车对你而言是什么” - 除了交通工具之外，智能化的生活方式被更多赋予汽车



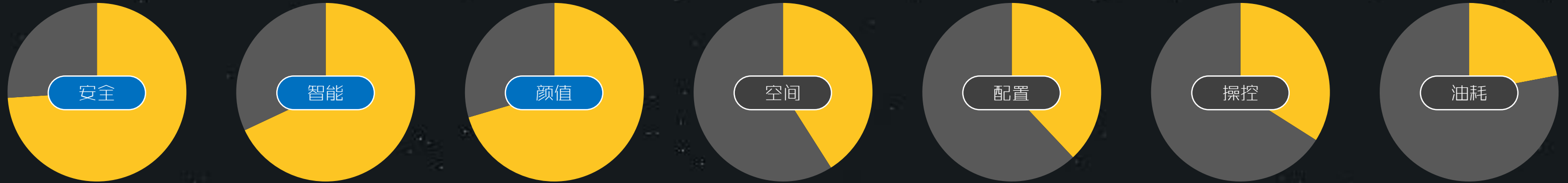
生活方式与智能属性
会是汽车品牌赢得年轻人的
重要方式





#速度与激情# 安全/智能/颜值 成为这一届年轻人购车的核心考量因素

* 购车决策中，看重汽车的哪些因素



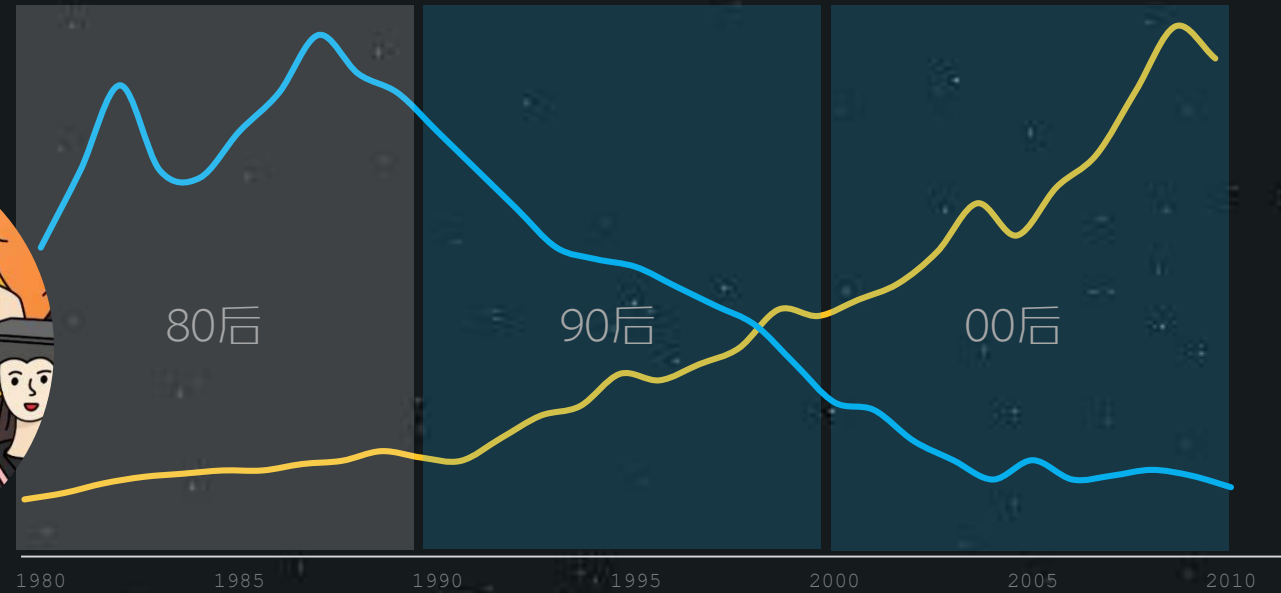
安全性 / 高科技 / 高颜值 汽车品牌与年轻人的沟通需要 全新的语言



#莫欺少年穷# 超前的消费理念让年轻人的购车规划有了更多选择

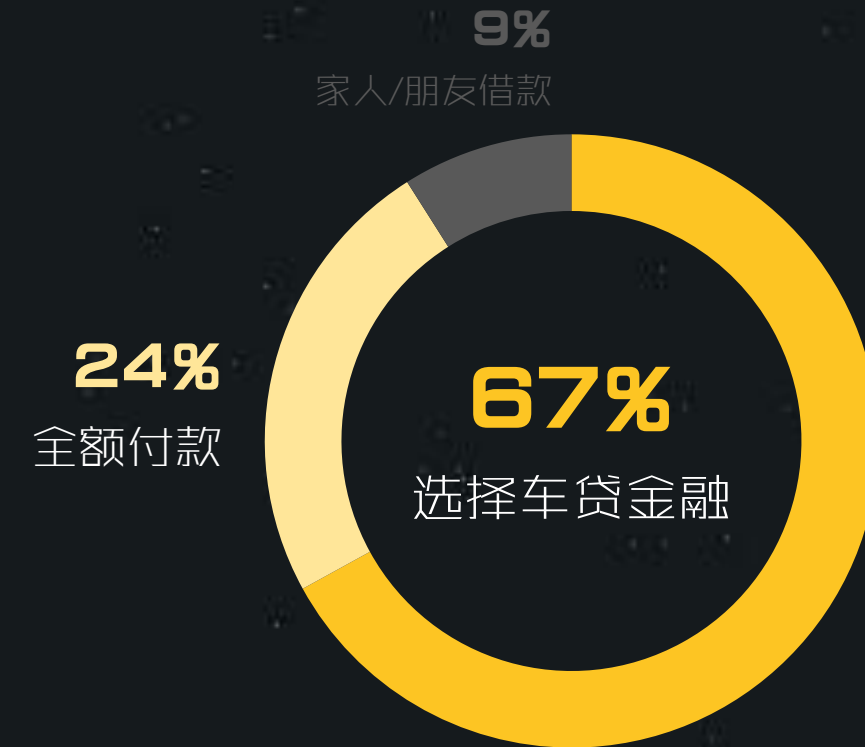
家庭财富的直接受益者

金融购车方案成为年轻人首选



— 中国代际人口出生率 — 中国人均GDP-PPP-城镇化调整

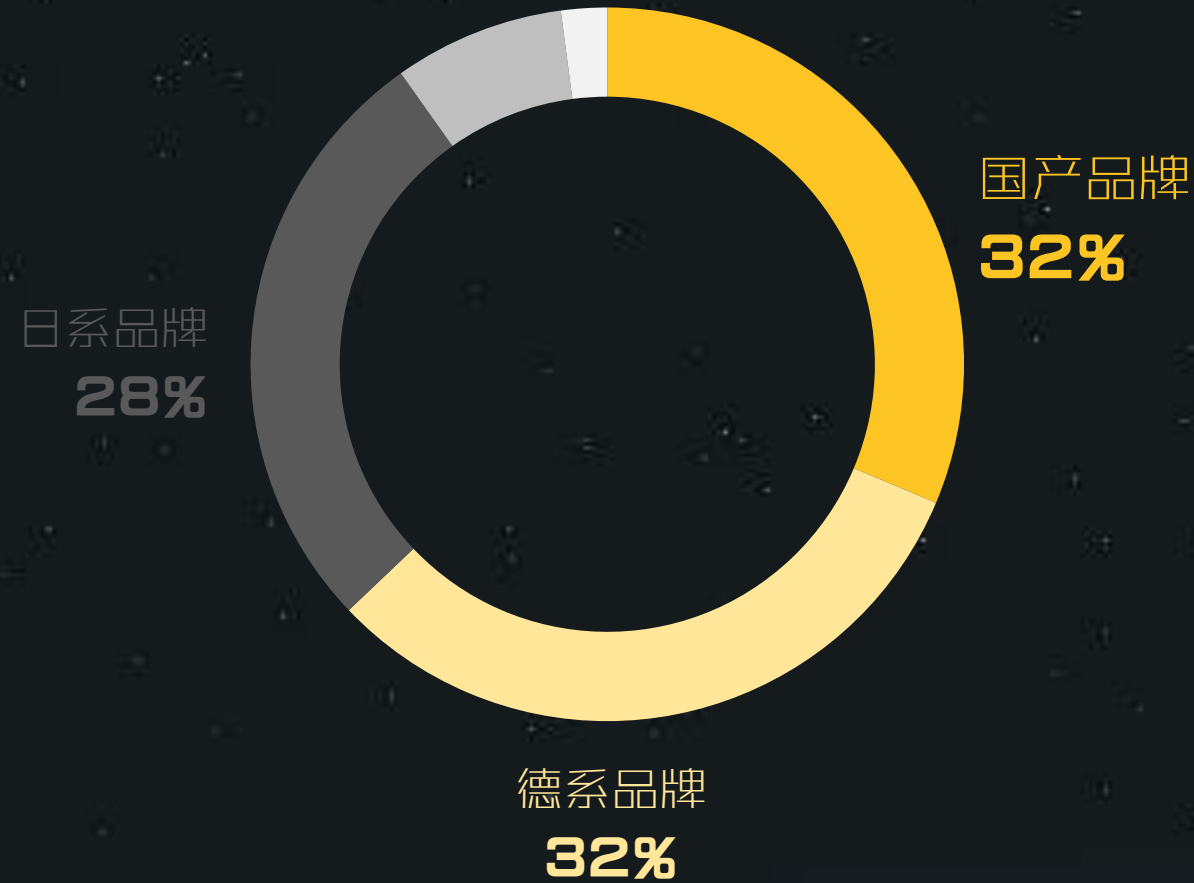
* 买车时的付款方式





#国潮的热度延伸到各个方面# 年轻人对中国品牌有了更高的自信

* 购车时，对于品牌国别的意向



在改革的成果中长大的一代

如今的年轻人 成长过程中 见证了中国经济的快速发展
对于民族品牌有着更高的自信

因此在选择新车时他们也更愿意给中国品牌机会

▶▶▶ 新人群

高意愿

强成长

车生活

新理念

新消费

新国潮

在B站

无论年轻用户 / 汽车内容创作者 / 还是汽车品牌
都是有待挖掘的宝藏

越早入驻B站 就越能在这片蓝海舞台中 赢得先机

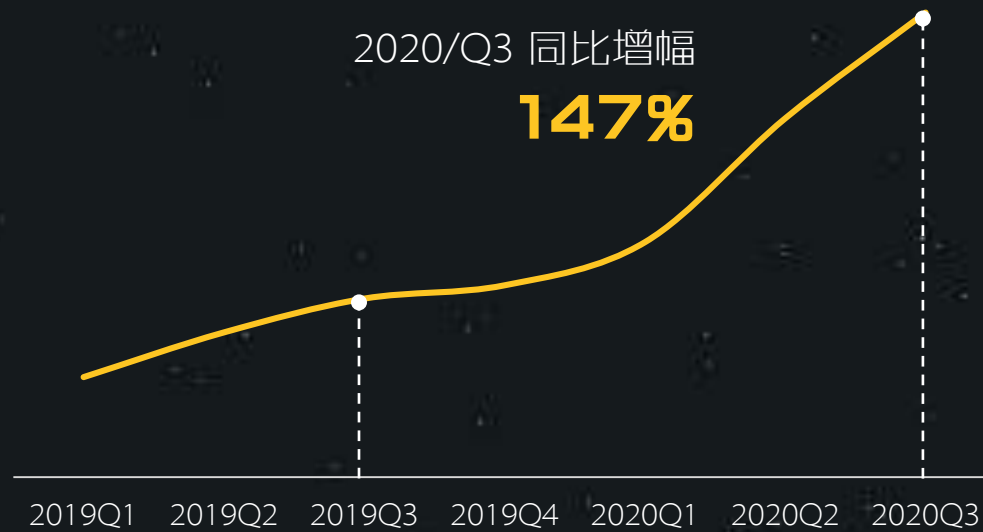
新舞台 ▶▶▶



#B站汽车生态已然起步# 汽车行业的发声土壤已初具规模 潜力十足

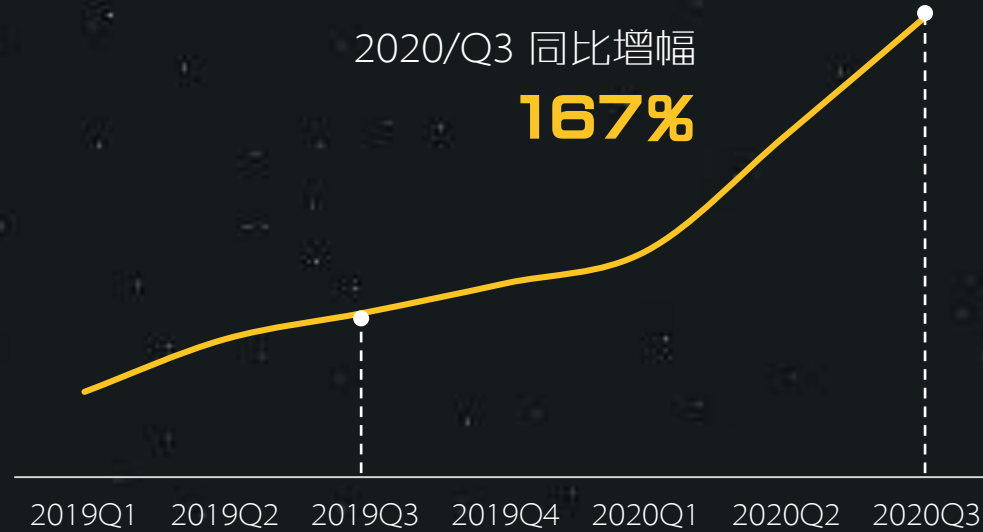
- 发得多 -

汽车相关 稿件量 持续增长



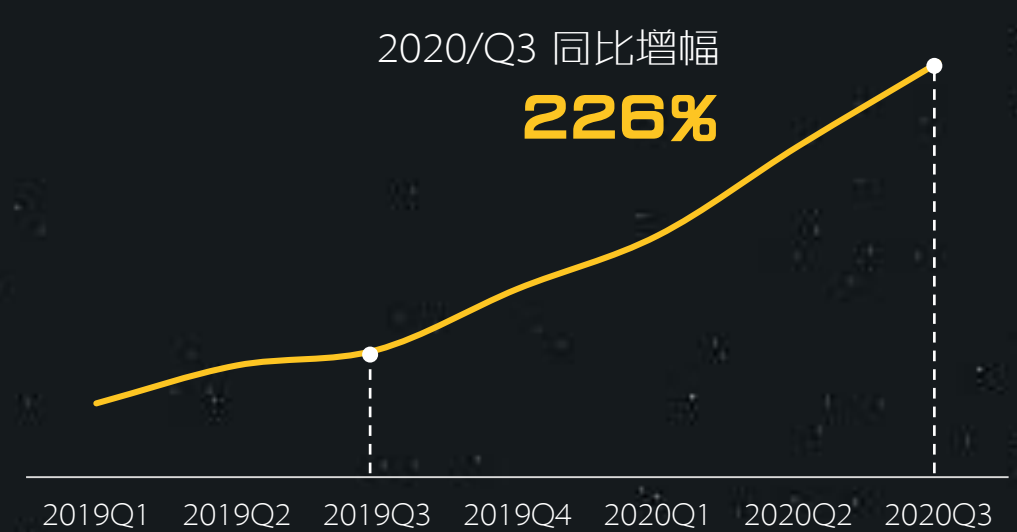
- 看得多 -

汽车相关 播放量 飞速上升



- 聊得多 -

汽车相关 互动量 实现爆发





#汽车+生活+创意 在B站更受欢迎# 更多延展/更生活化的内容愈受年轻人喜爱

- 2020/Q3 汽车相关tag播放情况 -



- 2020/Q3 汽车相关播放量Top10内容 -

卧槽 牛逼
历时118天 圆梦童年 自己造了..
一碰就破产? 开半个亿的帕加尼上路
一辆玩具车, 硬是做成了买不起的...
哪些车离了中国会死?
奥迪给了我一辆车, 去无人区办一..
全球唯一1台, 开红旗L5经过...
20万元什么车不能买
10000元的牛排好吃吗? 开劳斯莱斯...
每天开200w的车 我幸福吗

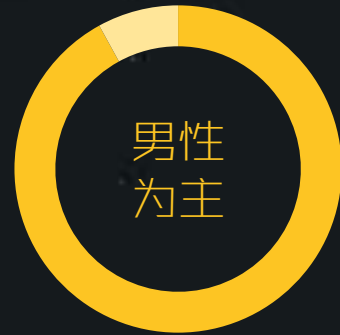




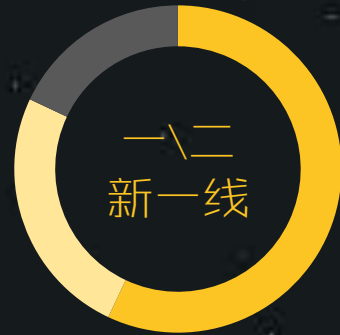
#发烧友更具男性特征 泛兴趣用户兴趣广泛# 8站为汽车品牌提供更强跨界破圈力

汽车发烧友

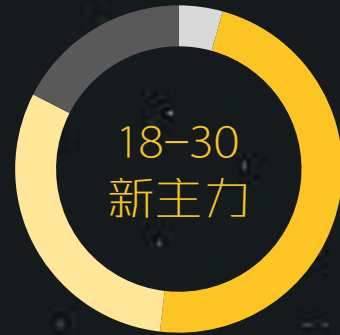
* 30天内Top3观看内容中包含汽车内容的用户



● 男 ● 女



● 一/新一/二线
● 三/四/五线
● 其他



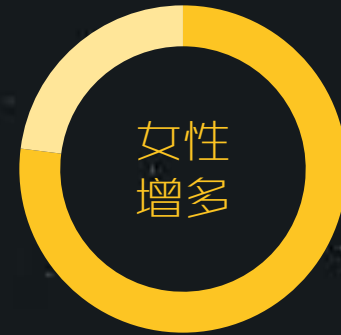
● 18-25 ● 26-30
● 30+ ● 18以下

除汽车外的
其他内容偏好
Top5

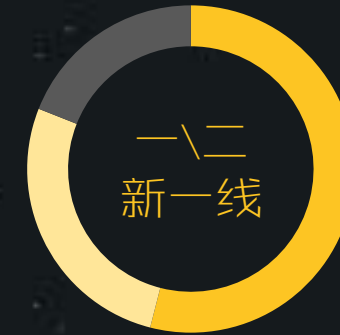


汽车泛兴趣用户

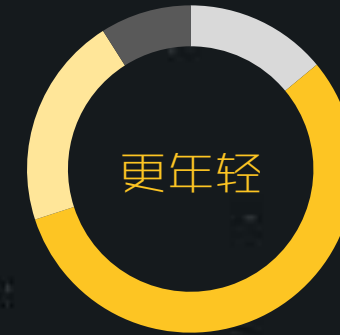
* 30天内观看过汽车相关内容的用户



● 男 ● 女



● 一/新一/二线
● 三/四/五线
● 其他



● 18-25 ● 26-30
● 30+ ● 18以下

除汽车外的
其他内容偏好
Top5





#B站汽车UP主开始起步# 更生动的专业测评 + 更有趣的汽车生活

汽车相关UP主规模开始加速

+338%



2019



2020

- 年度内有发过一定体量汽车相关内容UP主数 -

汽车人气UP主画风

#专业知识的生动讲解#

擅长各种极限开脑洞的汽车测评，比如开超跑做滴滴
买8手超跑汽车改装等等，用年轻人感兴趣的方式打开汽车评测



宝马老车主怎么看新4系?



谁才是最好开的奶爸车?



女人就不应该开车?



都说我是拓海，我配吗?



日本飙车9年 回国发现自己啥

#快乐的汽车生活#

用Vlog的拍摄方式，展现最真实的好车
探店 全球最贵的地下车库，跑车开箱等内容，单期最高播放量超过600万



顶级饭局



单挑拳王



10W停车



明星同款



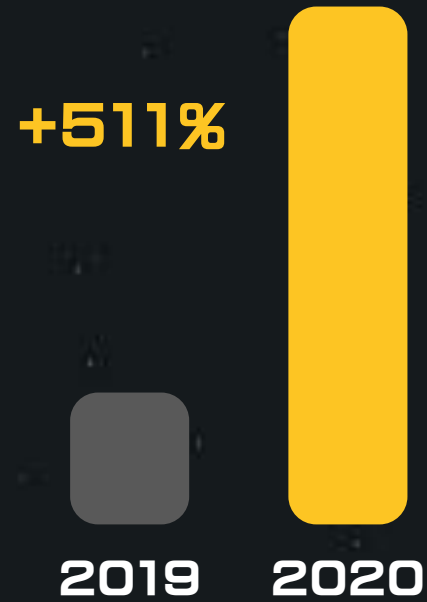
400000



#品牌已竞相开始B站上车# B站汽车品牌企业阵地扩张 品牌与年轻人开始了链接

汽车品牌迅速涌入B站 开设企业号

- B站认证的汽车品牌企业号总数 -



B站活跃汽车品牌 其粉丝沉淀能力加速聚拢

- B站TOP5企业号粉丝 年度增粉比例 -



新舞台

B站“上车”才刚刚起步

在原有汽车垂类产业版图已相当稳固之时

B站汽车内容全路上路，将带来更多惊喜

刚起步意味着先发红利

不论对汽车品牌还是汽车类创作者来说

B站都是个相对蓝海的市场，有待挖掘的宝藏

越早入驻越能享受到红利



新营销 新链接

信任维系社区纽带 链接品牌与年轻群体的互信关系

区别于其他平台，B站的商业生态与内容生态可深度融合
这一特殊生态模型中，品牌甚至可成为内容生态的一份子

从而构建与年轻消费群体的深入互信关系

信任是促进销售长期良性转化的根本

而与年轻人构建信任的基础是平等和尊重

可以预见，未来5年之内，与年轻消费群体达成互信的关系

将会成为任何一个品牌最核心的资产

品牌要像UP主一样，用年轻人的语言对话互动，做有品质的内容收获好感

以长期的经营建立信任关系，才能像UP主一样，得到一键三连

和年轻人玩转B站乐园

.....

网站的营销核心是信任

哔哩哔哩为品牌方提供
与年轻用户建立信任伙伴关系的良好土壤



信任是促进品牌长期良性发展的根本 与年轻人构建信任的基础是平等和尊重



哔哩哔哩提供 更多汽车行业 品牌单营销诉求解决方案

...

人群触达运营

...

内容IP营销

...

UP主商业合作

...

直播生态联动

...

敬请垂询 哔哩哔哩 营销中心