



艾 瑞 咨 询

# 重塑之局 AI智驱决策新引擎

## 2025年汽车行业研究报告

百度行业五部 – 汽车IMS

艾瑞研究咨询业务线研究洞察二部 专项与营销

©2025 iResearch Inc.

## CONTENTS

# 目录

---

**01** 2025乘用车市场&营销洞察

---

**02** 2025百度汽车行业生态洞察

---

**03** 2025百度汽车用户行为洞察

---

**04** 2026百度AI智驱决策新引擎

# 01 / 2025乘用车市场&营销洞察

# 2025年中国车市三大变革定义车市新秩序 自主加冕、溢价重塑、结构裂变

- 自主品牌销量加冕，自主品牌成车市增长唯一引擎，新车发布占比65%，驱动车市销量+9.2%增长
- 能源换代溢价重塑，新能源技术平权已改写用户溢价决策标准，重塑价格、重塑价值、重塑豪华
- 决策竞争结构裂变，价格圈层经营成未来营销转型新战场，极致降本增效成为经营新挑战

# 自主加冕-自主品牌成为车市增长唯一驱动引擎

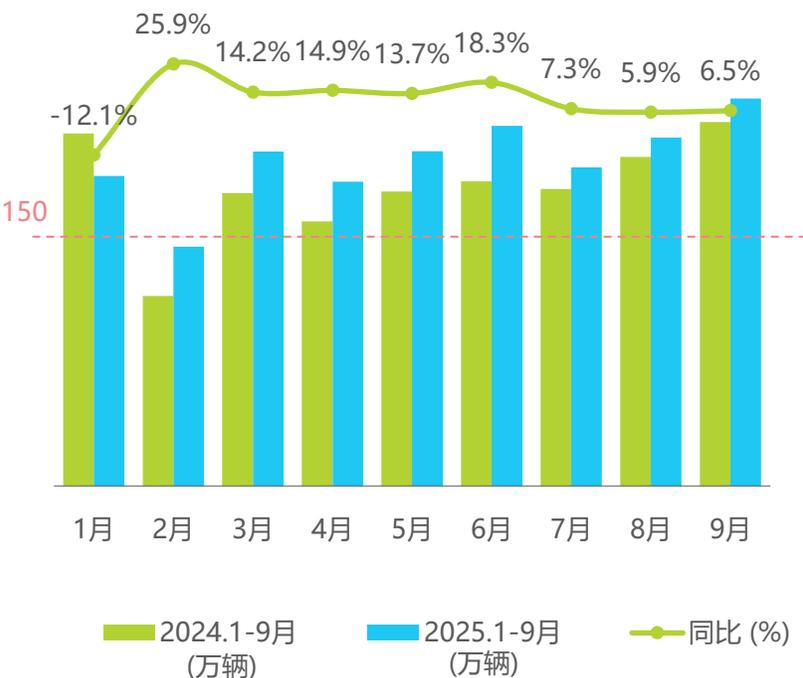
2025年1-9月自主品牌销量同比+20.3%净增长185.5万辆，驱动车市+9.2%高速增长，从中国车市历史以来的“合资引领，自主跟随”局面，在今年彻底颠覆

2025年政策扶持价格刺激，车市销量保持高增速  
1-9月销量同比增长9.2%净增长143.3万辆

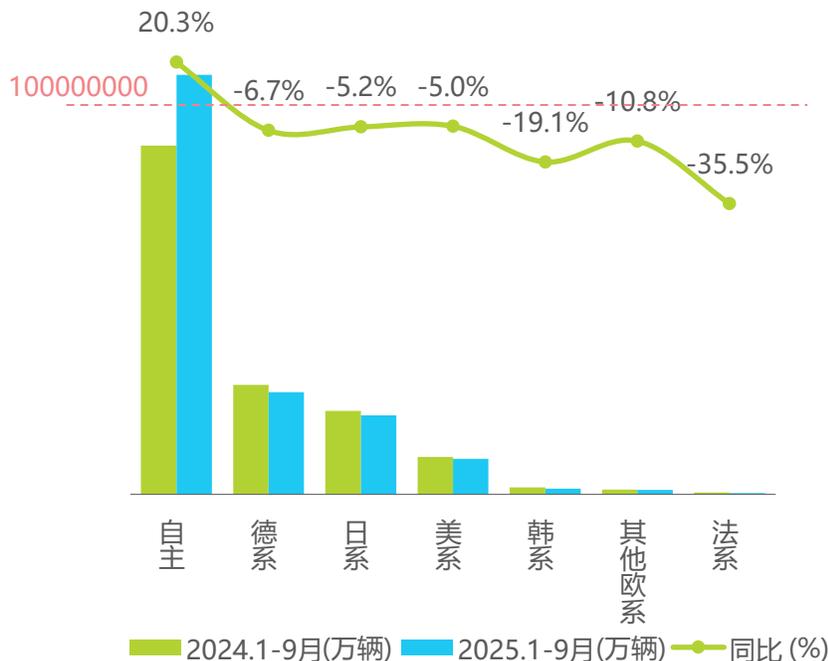
自主品牌成为车市增长唯一驱动引擎  
1-9月自主销量同比增长20.3%净增长185.5万辆

自主品牌新品牌新车型爆发式增长  
1-9月新车发布量75款占全市场总量的65%

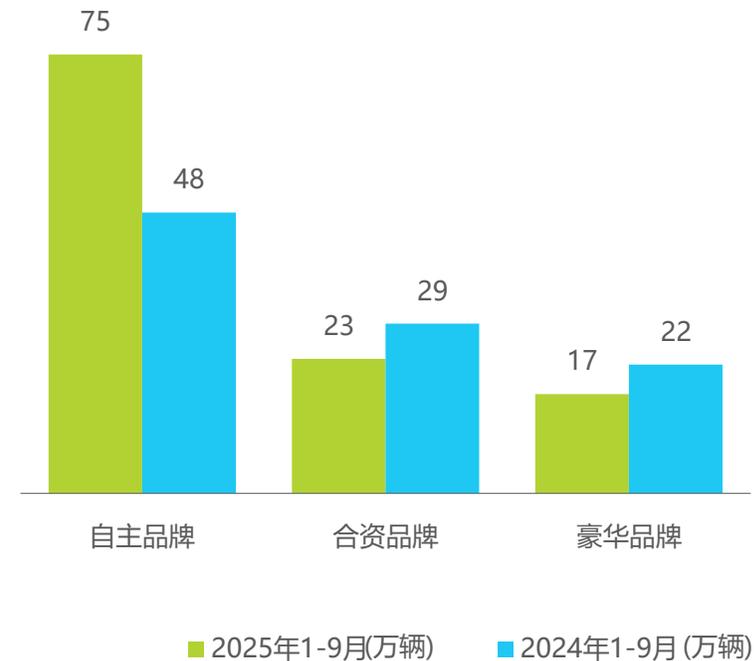
2025年1-9月中国乘用车销量



2025年1-9月乘用车国别销量



2025年1-9月品类新车上市数量 (款)



数据来源：数据综合联合会、中汽协、国家统计局对外发布公开报告，权威可追溯（数据周期：2025.1-9月，2024.1-9月）

# 溢价重塑-新能源技术平权已改写用户价位决策标准

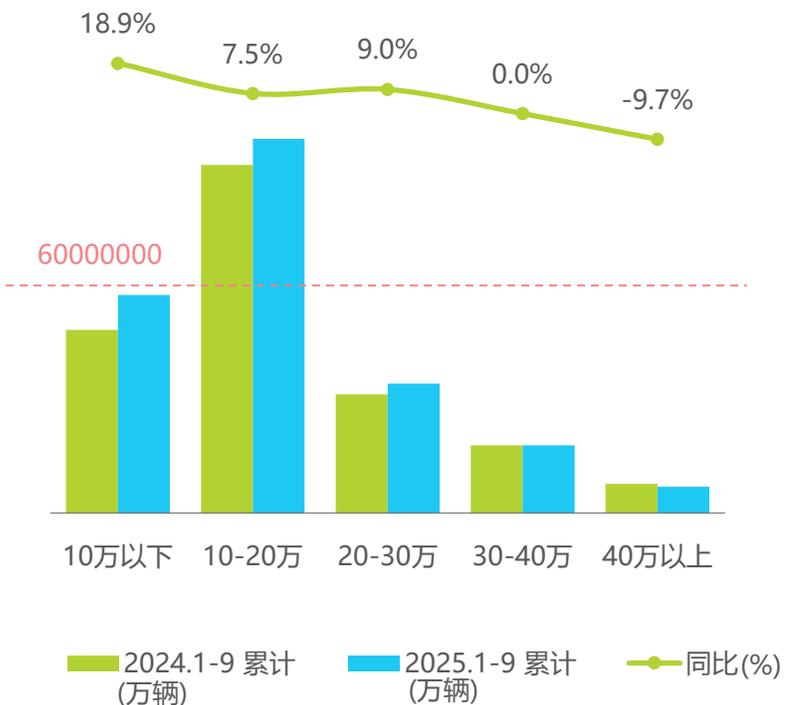
2025年新能源技术的规模化应用与成本下降，形成了对各价位区间市场的“性价比重构”，产品价值彻底取代品牌符号

2025年车市各价位销量呈现从高价位向低价位梯度递减，30万以下成为车市核心增量板块

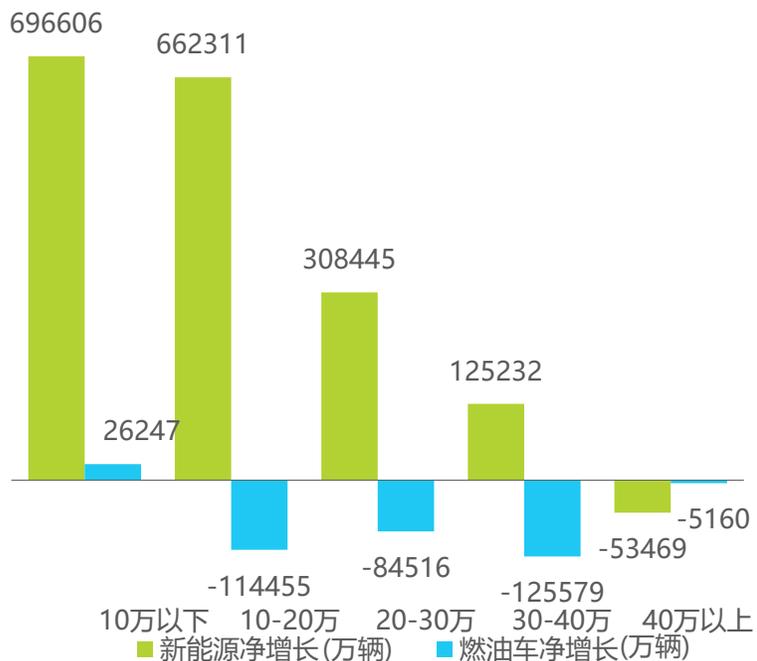
2025年新能源技术的规模化应用与成本下降形成了对各价位区间市场的“性价比重构”

合资/豪华品牌以价换量难阻销量下滑颓势 产品价值取代品牌符号，用户决策锚点彻底重塑

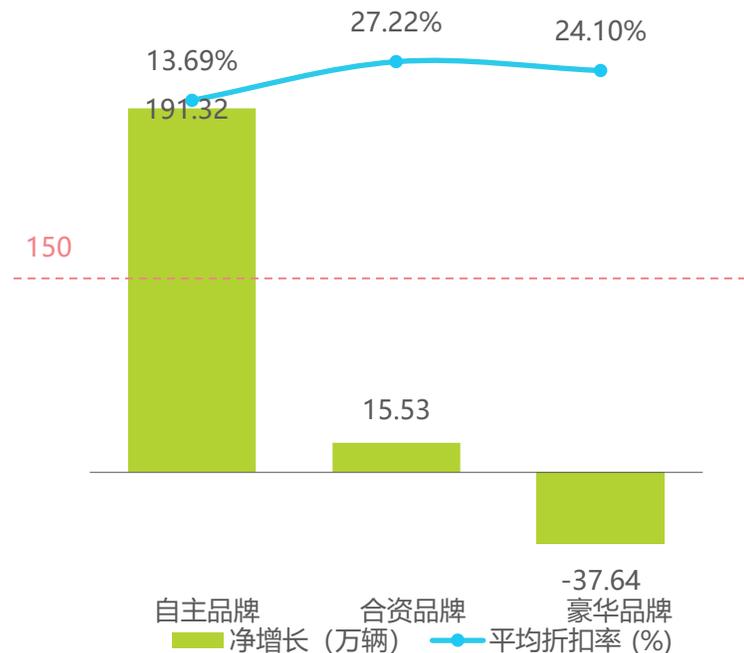
2025年1-9月价格区间销量分布



2025年1-9月能源差异销量分布



2025年1-9月品类增长与折扣洞察



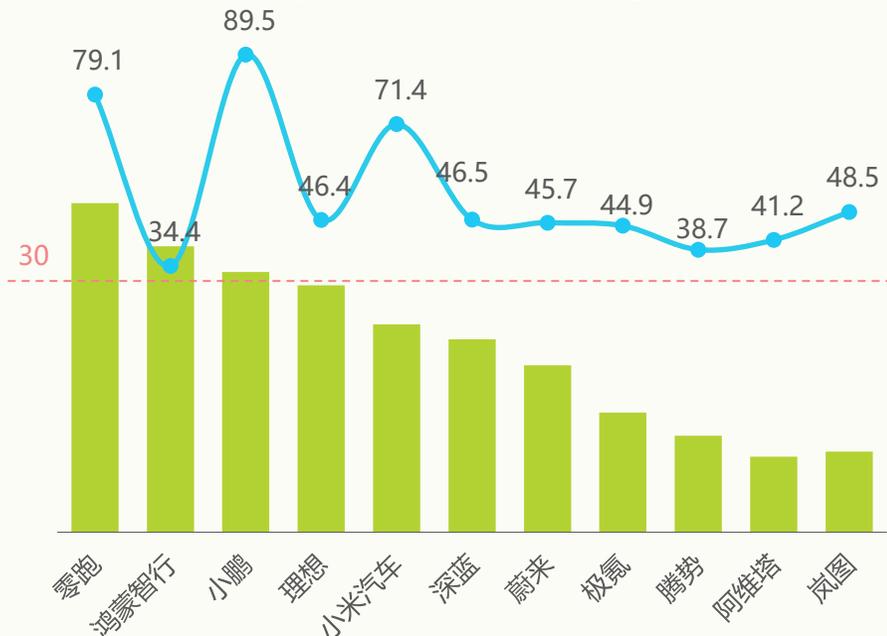
数据来源：数据综合乘联会、中汽协、国家统计局对外发布公开报告，权威可追溯（数据周期：2025.1-9月，2024.1-9月）

# 溢价重塑-技术创新&成本控制&用户体验带来全新竞争态势

新势力从依靠资本输血的扩张期，迈向技术驱动、注重盈利的高质量发展期，各品牌竞争加剧，面临的挑战依然艰巨

## 2025年1-9月新势力品牌销量（万辆）及目标达成表现

25年1-9月新势力品牌销量及同比表现



- 零跑登顶，鸿蒙智行与理想陷入缠斗，小鹏、小米高增长突围
- 蔚来掉队“纯粹新势力”品牌
- 深蓝 极氪等“创二代”新势力目标完成率集体低迷

数据来源：车企对外公示数据 2025年1-9月

## 头部阵营稳固，竞争策略分化：技术、生态与价格战成关键

### • 技术普惠路线，零跑&小鹏高性价比抢占用户

零跑通过自研LEAP 3.0架构将高阶配置（如城市NOA）下放至15万级车型，迅速打开主流市场，加速门店扩张拉升交付  
小鹏XNGP 3.0实现无图城市智驾覆盖，智能化成核心壁垒；M03\P7+\G6高性价比定价策略实现销量翻身

### • 生态协同路线，鸿蒙智行生态互联体验拉动转化

华为生态深度赋能，华为用户转化率72%；销量表现分化，问界M8M9撑起销量半边天，对问界系依赖严重

### • 转型阵痛显现，理想市场份额受挤压

增程路线遇瓶颈，纯电车型推出滞后，超充网络建设不足；家庭中高端SUV市场被各大竞品分流稀释，理想压力渐增

### • 流量营销路线，小米爆款车表现亮眼

雷军个人IP+饥饿营销（如F码优先购）助推SU7/YU7成爆款，但产能不足导致交付周期延长影响用户交付体验

## 蔚来掉队“纯粹新势力”组合，“创二代”品牌现实销量与目标脱节，承压严重

- 蔚来架构优化+技术降本加持，整体势头向上但三品牌仍面临较大压力，子品牌放量成为翻盘关键
- 深蓝靠性价比走量，但产品线单薄，目标承压严重可对标比亚迪扩充产品矩阵
- 腾势MPV独木难支，D9热销但SUV及轿车未打开市场，需通过渠道扩张及新车型刺激增量
- 阿维塔技术亮眼但规模尚微，产能与品牌认知度需同步提升
- 极氪高端定位遇瓶颈，研发投入高缺乏差异化标签，销量增速不及市场表现
- 岚图MPV销量贡献力度大，增速快但目标偏离现实，缺乏下沉市场渠道支撑，销售压力严重

# 结构裂变-产品价值主导的销量竞争，价格圈层经营成未来营销转型新战场

2025年各价格区间呈现完全独立的价值决策圈层，从品牌经营向车型价格圈经营成行业新趋势

## 10万以下 “低价高价值圈层”

**自主品牌技术普惠  
建立坚固价值壁垒**

“价格唯一” 到 “智能性价比”

自主品牌	90% → <b>97%</b>	+7%
合资品牌	10% → <b>3%</b>	-7%
豪华品牌	0% → <b>0%</b>	0%

## 10万-20万 “让利与体验博弈”

**合资品牌以价换量  
自主品牌顶配体验**

“比价狂欢” 到 “真实体验”

自主品牌	55.7% → <b>59.5%</b>	+3.8%
合资品牌	44.3% → <b>40.5%</b>	-3.8%
豪华品牌	0% → <b>0%</b>	0%

## 10万以下 “低价高价值圈层”

**“一车多用” 打破车型、品牌边界  
全项满分成新趋势**

“跨界竞争” 到 “越级标配”

自主品牌	61.5% → <b>59.6%</b>	+1.9%
合资品牌	32.3% → <b>31.9%</b>	-0.5%
豪华品牌	8.1% → <b>6.6%</b>	-1.5%

## 10万-20万 “让利与体验博弈”

**品牌再无溢价  
场景+极致科技定义豪华新秩序**

“品牌溢价” 到 “场景壁垒”

自主品牌	10% → <b>15.4%</b>	+5.4%
合资品牌	0.8% → <b>2.6%</b>	+1.8%
豪华品牌	89.2% → <b>81%</b>	-8.2%

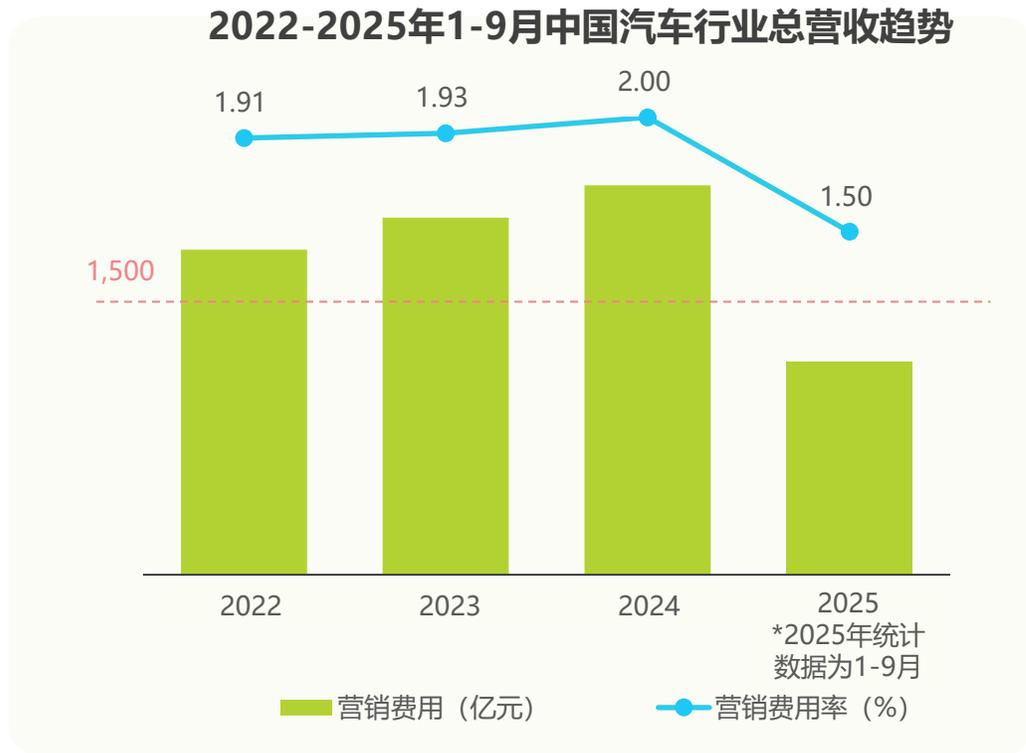
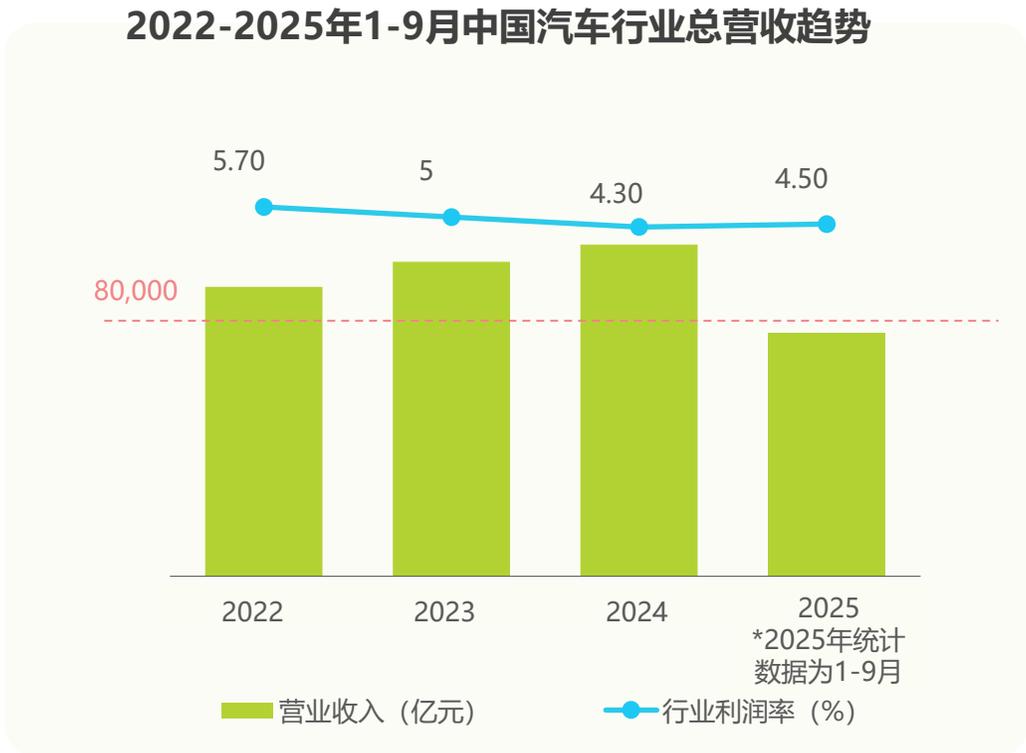
数据来源：数据综合乘联会、中汽协、国家统计局对外发布公开报告，权威可追溯（数据周期：2025.1-9月，2024.1-9月）

# 降本增效-全汽车产业增收不增利，极致降本增效成为新挑战

全汽车产业利润下行，营销推广费用持续收紧，极致营销效果成新挑战

**全汽车产业增收不增利**  
2025年1-9月利润率仅4.5%产业利润率近四年持续下滑

**营销层持续承压**  
2025年1-9月营销费占比1.5%，同比下滑25%

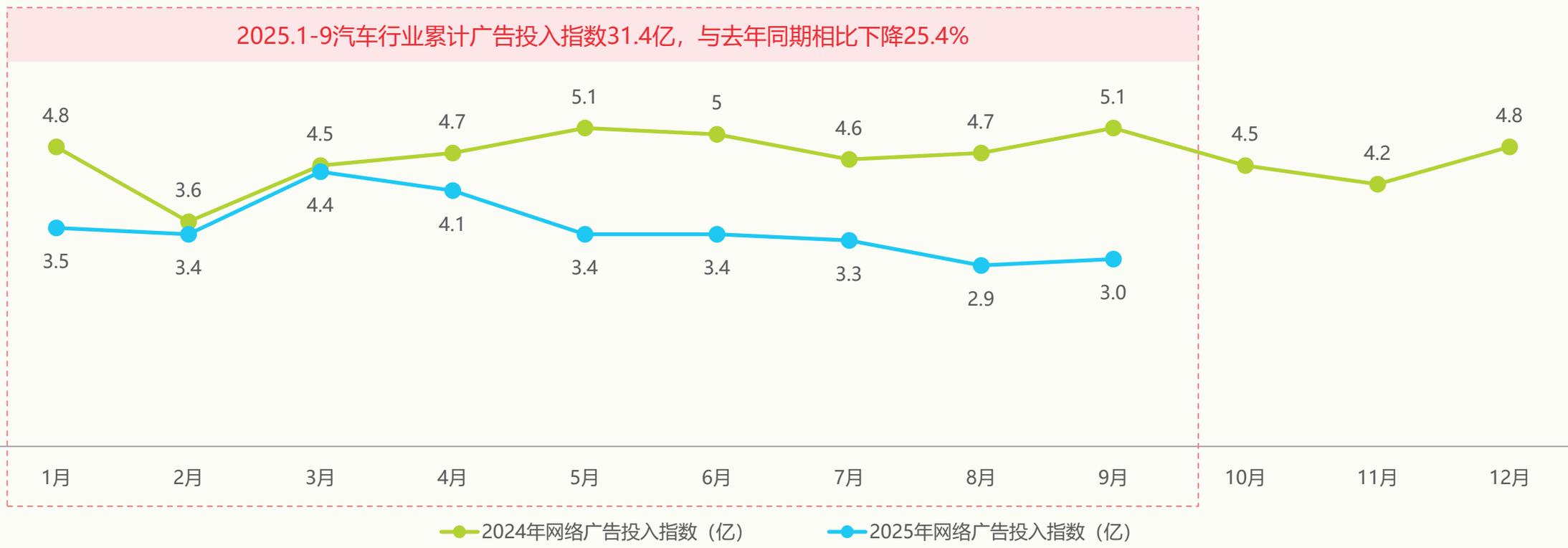


数据来源：数据综合乘联会、中汽协、国家统计局对外发布公开报告，权威可追溯

# 2025年汽车行业整体广告投入力度与去年同期相比有所下降

2025年1-9月整体广告投入力度与去年同期相比差距显著

AdTracker-2024.1-2025.9汽车行业月度网络广告投入指数

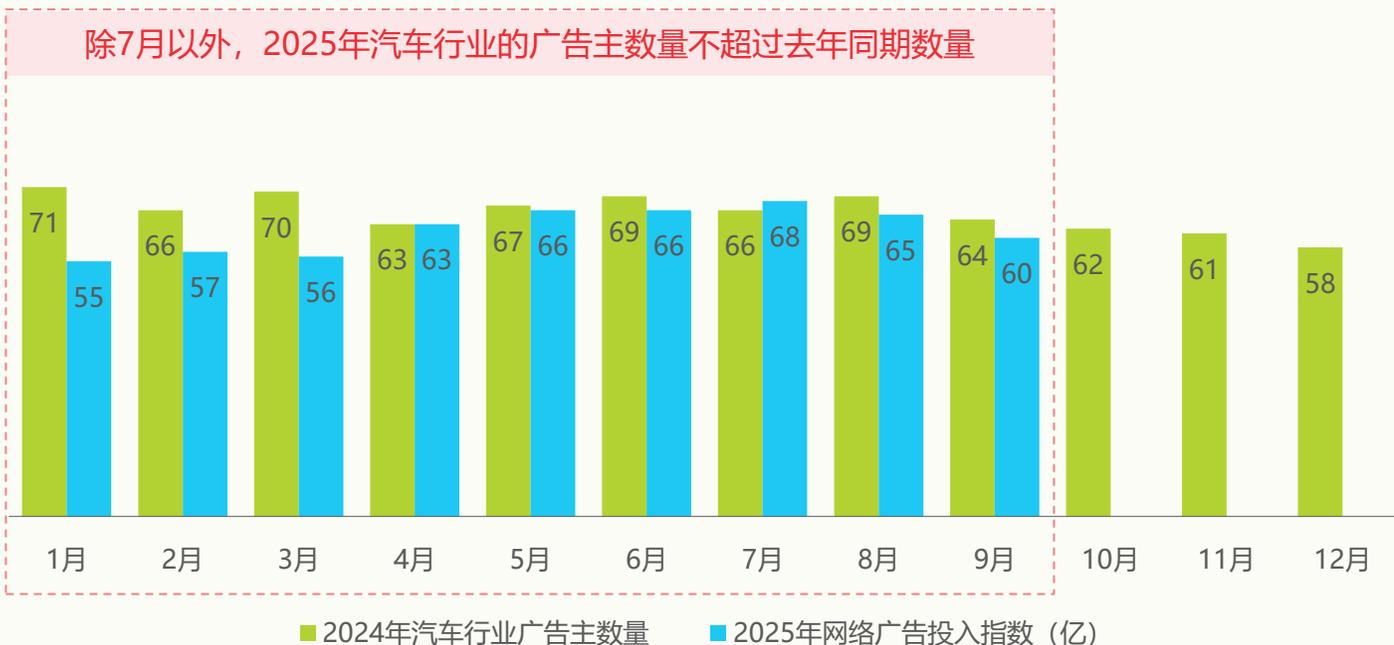


来源：艾瑞咨询 AdTracker 多平台网络广告监测数据库；说明：投入指数是指对应时间范围内，广告主的广告费用投入规模；根据获取的媒体对应的广告量和刊例价，基于广告类型等因素进行加权计算所得，不等同于实际媒体收入规模

# 2025年汽车行业网络广告主收缩，以大规模车企集团为主

2025年1-9月汽车行业广告主数量较去年同期呈现收缩态势，头部车企在广告投入上保持强势地位

AdTracker-2024.1-2025.9汽车行业广告主数量



AdTracker-2025.1-9汽车行业网络广告投入指数TOP10广告主



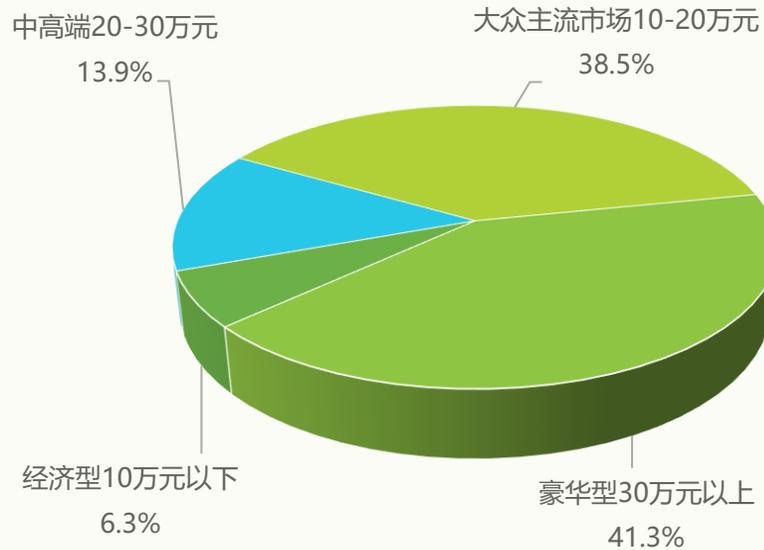
来源：艾瑞咨询 AdTracker 多平台网络广告监测数据库；说明：投入指数是指对应时间范围内，广告主的广告费用投入规模；根据获取的媒体对应的广告量和刊例价，基于广告类型等因素进行加权计算所得，不等同于实际媒体收入规模

# 豪华&大众主流市场广告投入指数占比高

豪华型30万元以上汽车广告投入指数占比达41.3%，大众主流市场10-20万元汽车占比38.5%

AdTracker-2025.1-9汽车行业不同类型产品网络广告投入指数占比

中高端产品投入指数TOP5	广告主	2025.1-9投入指数 (万)
上汽大众途昂 (中大型SUV)	上汽大众	4446.31
沃尔沃S60 (中型车)	沃尔沃集团	2353.74
福特林肯Z (中型车)	福特汽车	2280.87
江淮瑞风RF8 (中大型MPV)	江淮汽车	2220.66
福特林肯冒险家CORSAIR (紧凑型SUV)	福特汽车	2072.75



大众主流产品投入指数TOP5	广告主	2025.1-9投入指数 (万)
东风本田汽车 (品牌整体宣传)	东风本田	14730.42
广州本田雅阁 (中型车)	广汽本田	5018.45
东风风神L7 (紧凑型SUV)	东风汽车	2961.75
吉利星越L (紧凑型SUV)	吉利集团	2945.15
长安深蓝L07 (中型车)	长安汽车	2918.60

经济型产品投入指数TOP5	广告主	2025.1-9投入指数 (万)
东风纳米06 (小型SUV)	东风汽车	9499.04
五菱星光S(紧凑型SUV)	上汽通用	5992.19
一汽奔腾悦意03 (紧凑型SUV)	一汽轿车	4512.18
上汽大众途岳(紧凑型SUV)	上汽大众	4241.80
长安深蓝S05 (紧凑型SUV)	长安汽车	3945.38

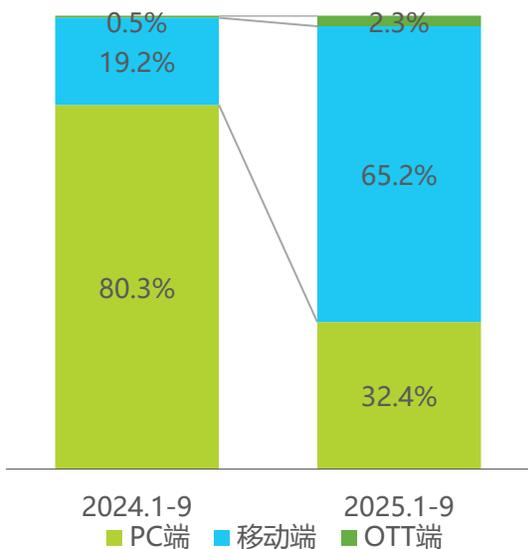
豪华型产品投入指数TOP5	广告主	2025.1-9投入指数 (万)
一汽红旗	一汽轿车	9499.04
一汽红旗天工06 (中型SUV)	一汽轿车	5992.19
沃尔沃XC90 (中大型SUV)	沃尔沃集团	4512.18
上汽奥迪E5 Sportback	上汽大众	4241.80
一汽红旗天工05 (中型车)	一汽轿车	3945.38

来源：艾瑞咨询 AdTracker 多平台网络广告监测数据库；说明：本页仅分析乘用车

# 百度在PC端、移动端汽车广告主数量位列前三

汽车广告投放终端结构发生变化，移动端广告投入占比大幅提升，OTT端略有增长。百度在PC端、移动端的汽车行业广告主数量位列前三。

AdTracker-2024.1-9对比2025.1-9  
汽车行业网络广告投放终端



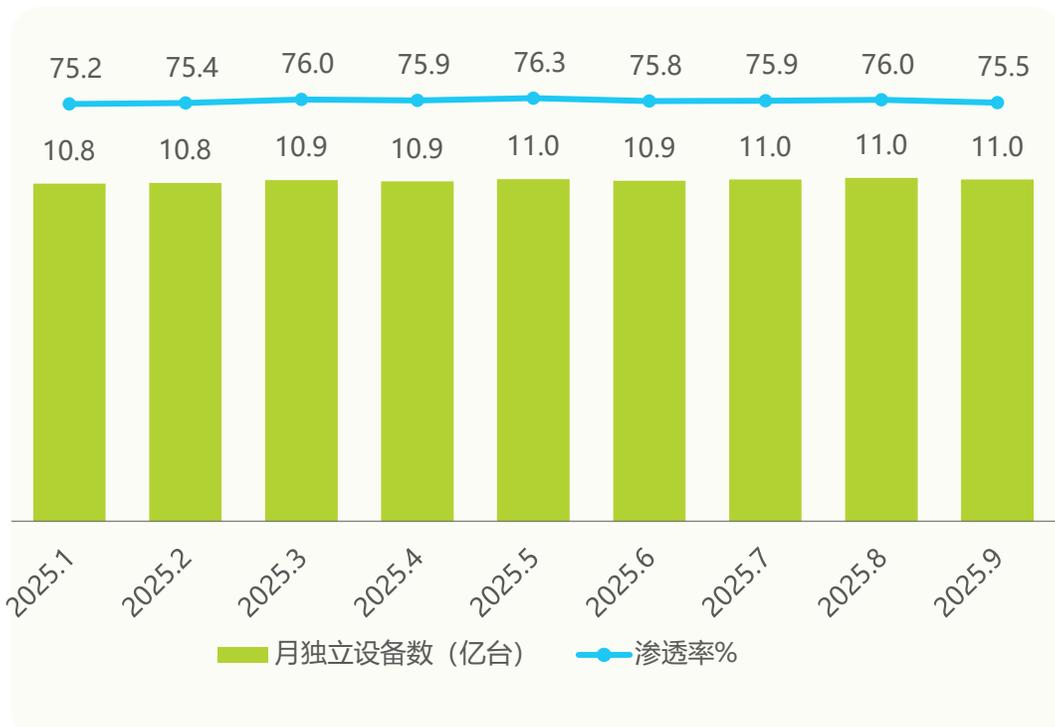
AdTracker-2025.1-9百度的汽车行业网络广告主数量



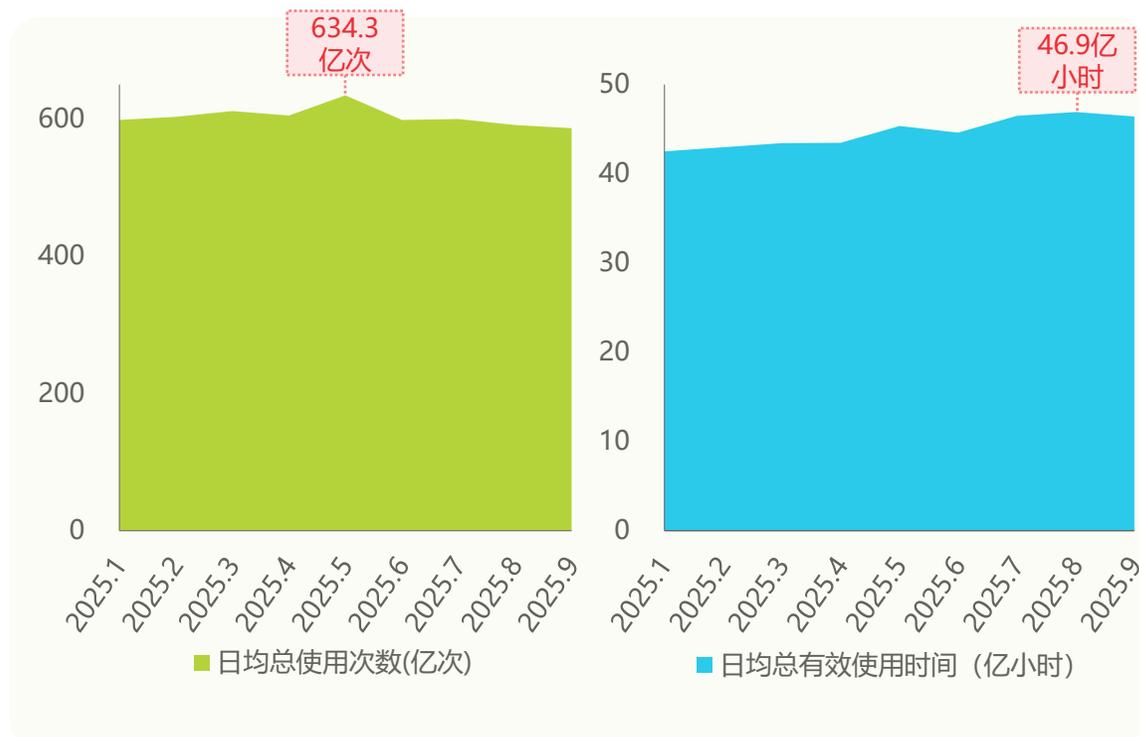
# 百度媒体矩阵拥有庞大的流量规模&用户基础

11亿+移动互联网用户在使用百度生态的APP，占整体用户粘性持续巩固

mUserTracker-2025.1-9百度媒体用户规模 (移动端)



mUserTracker-2025.1-9百度媒介用户粘性 (移动端)



说明：百度媒体矩阵移动端用户规模、用户粘性统计分析包括了包括百度、百度知道、百度网盘、百度云、百度文库、百度阅读、好看视频、百度有钱花、百度地图、百度carlife、百度贴吧、百度浏览器、百度输入法、百度手机卫士、小度、百搜视频、百度手机助手、百度翻译、百度汉语词典、百度新闻等20个APP的数据。

来源：艾瑞咨询 UserTracker 监测数据库

# AI工具赋能车企营销 workflow

人工智能从消费者、企业端双向渗透，升级用户体验、赋能车企 workflow

## AI工具在消费者购车中的作用

➢ **AI搜索**：在初步了解产品信息时借助AI工具搜索产品信息、获取新品资讯等

➢ **AI智能推荐**：AI工具按照用户需求智能推荐

➢ **AI智驾**：试驾体验AI语音交互、智能导航、智能驾驶

➢ **AI售后**：智能客服提示维修保养信息、答疑解惑

首次接触品牌，形成初步印象

萌生深入了解的兴趣

主动搜索车型信息，与自身需求匹配

圈定目标品牌，比对产品参数、性能、价格

线上留资，预约线下到店体验

实地看车试驾，综合权衡决策

完成交易

用车保养、维修等服务及评价

车主置换/增购行为

## 用户购车旅程

认知

兴趣

关注

对比

留资

到店

付款

服务

置换

## 车企营销环节

用户洞察

邀约转化

到店成交

车主运营

➢ 结合消费者行为与各平台特性实施差异化营销策略

➢ 挖掘人群特征偏好，进行个性化、场景化内容推荐

➢ 用户需求沟通、获取资料及价值提供

➢ 门店销售对接客户，详细介绍产品信息、提供定制化方案

➢ 运用社交互动与社群运营，拉近品牌与消费者距离，培养忠诚度

## AI工具在汽车营销中的作用

➢ **AI营销引流**：通过AI算法分析用户行为数据，实现精准信息推送

➢ **AI用户分层**：借助用户数据库进行特征洞察与人群分层  
➢ **AI线索评级**：精准推荐门店

➢ **AI提高服务效率、升级服务品质**：智慧门店、AI导览等赋能客服提效

➢ **AI互动**：智能客服实时响应、个性化内容推荐，强化用户粘性

# 02 / 2025百度汽车行业生态洞察

# 2025年百度汽车行业生态表现 流量微增、搜索深化、AI效果显现

- 汽车搜索量微增，2025年流量同比稳增+5.3%，AI搜索带来全新的内容体验，用户阅读量同比增长34.4%
- AI内化搜索升级，2025年在百度生态全面AI重塑调整下，百度汽车进行了全面的AI能力击穿
- AI赋能内容创作，用户搜索特征逐渐走向专业深度搜索，AIGC能力大幅引入，正全面对接用户搜索新需求

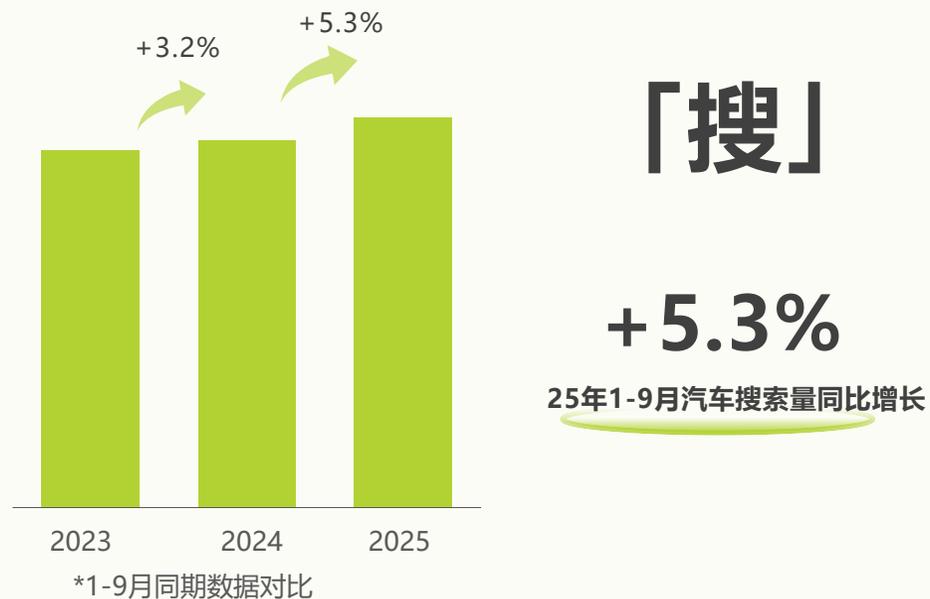
# 23-25年百度汽车搜索量稳步微增，内容阅读成为新的流量增长驱动力

百度作为全球最大中文搜索引擎，汽车用户的搜索需求呈现日趋饱和和稳步增长的状态，25年汽车搜索量同比+5.3%。用户对于内容的观看热情持续高涨，25年汽车用户阅读量同比增长34.4%

百度用户汽车搜索量连续三年持续增长，用户底盘稳定

AIGC带来空前繁荣的内容创作生态，汽车内容阅读大幅增长

### 2023-2025年1-9月百度汽车用户搜索量同比表现



### 2023-2025年1-9月百度汽车用户阅读量同比表现



数据来源：百度观星盘内研数据 2025.1-9月 VS 2024.1-9月

# 新能源成2025年搜索量增长驱动力，10-20W市场因燃油占比高增长幅度最小

2025年新能源搜索量持续增长，搜索量占比增长2%，燃油车搜索关注逐渐回暖，同比降幅收窄受价格战持续影响，10w以下市场用户搜索频繁，同步+16%；而10-20w区间受合资影响下降因素，同比搜索涨幅最低

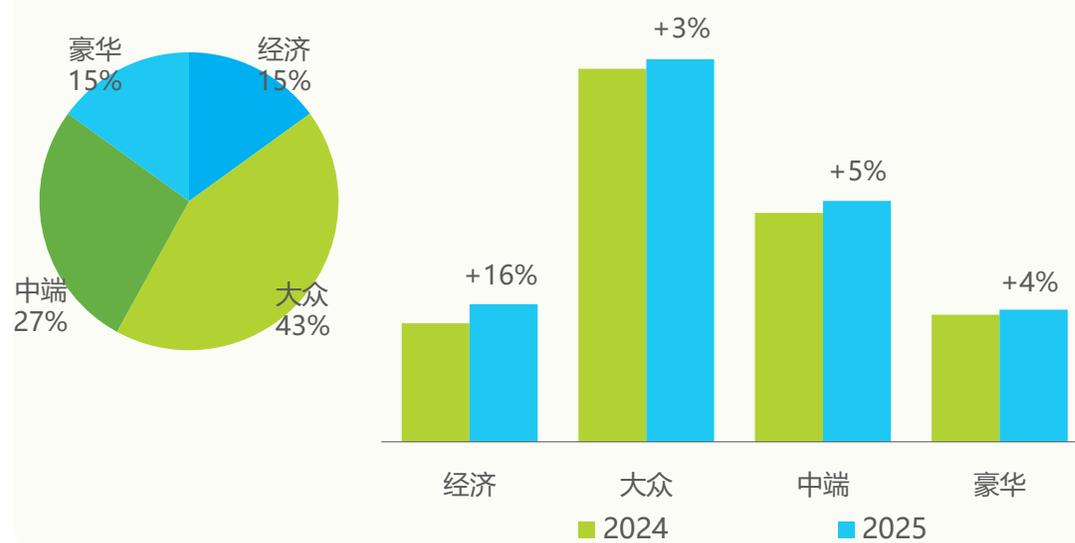
燃油仍占搜索主导地位同比小幅下滑，新能源为搜索量主要增长点

10-20w区间为搜索量最大增速最缓，0-10w搜索关注陡升

2024年1-9月vs2025年1-9月百度汽车能源类型搜索量同比表现



2024年1-9月vs2025年1-9月百度汽车分级别搜索量同比表现



\*经济：10万元以下市场；大众：10万-20万元区间市场；中端：20万-30万元区间市场；豪华：30万元+市场

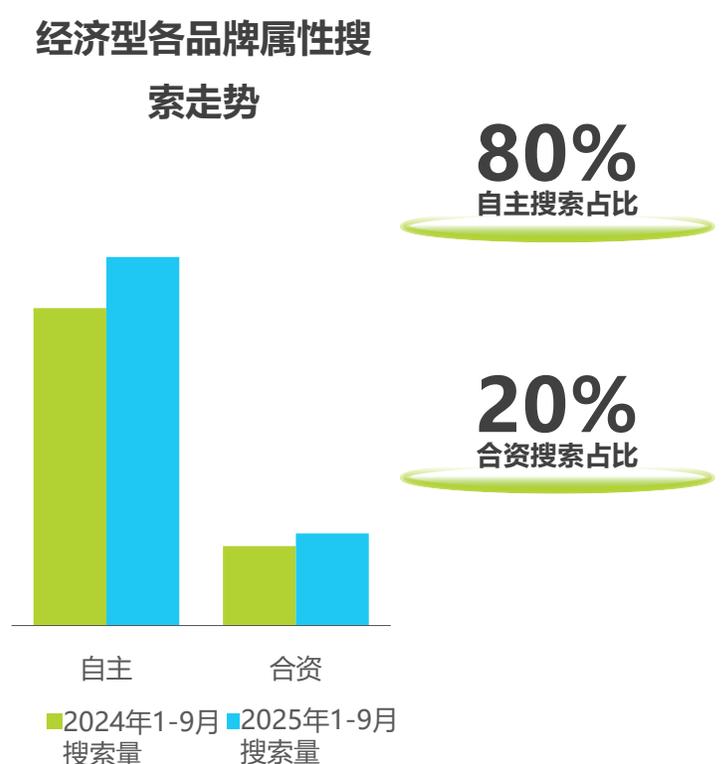
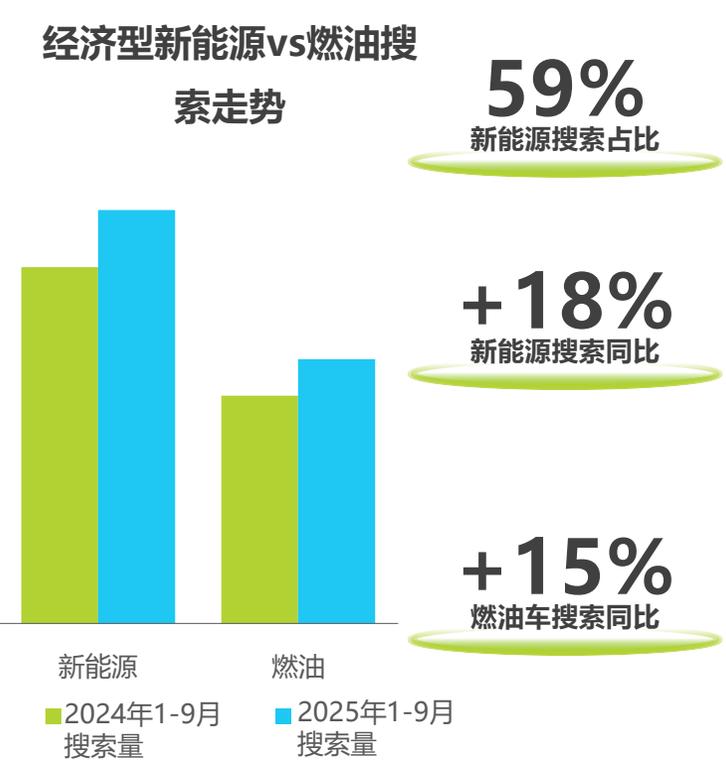
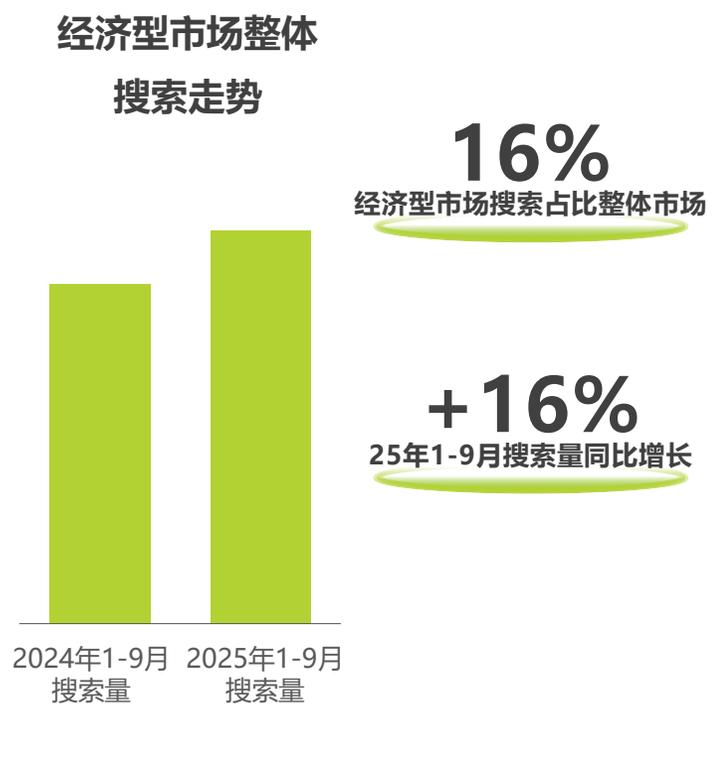
# 经济型市场（10万元以下）：自主新能源占主导，合资燃油搜索占比低

经济型市场用户搜索量平稳上涨，新能源搜索量占比60%以上，主要集中在自主品牌车型

经济型市场搜索量平稳上涨，25年1-9月涨势明显

新能源搜索量显著高于燃油，新能源获用户青睐

用户搜索80%聚焦于自主品牌车型，占比高涨势强



数据来源：百度观星盘内研数据 2025.1-9月 VS 2024.1-9月

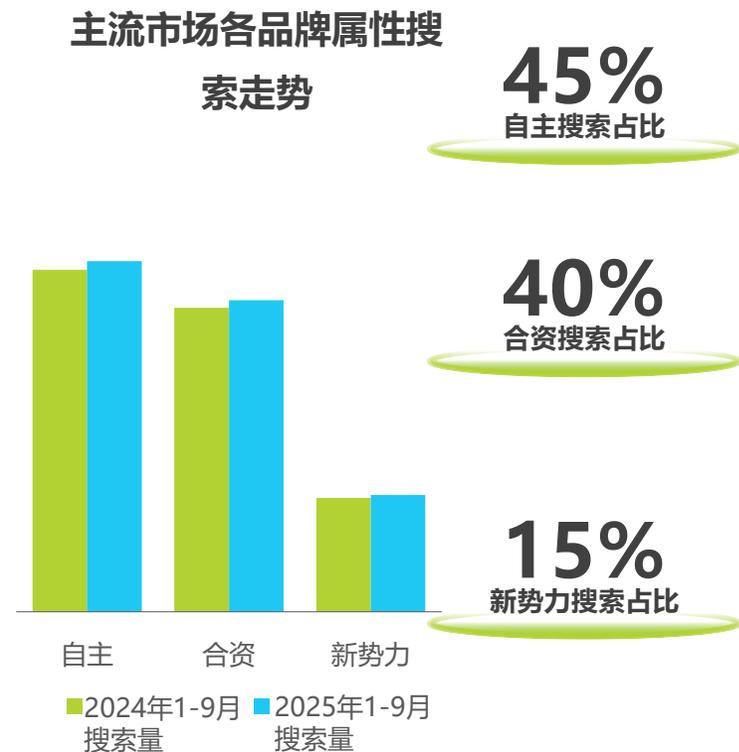
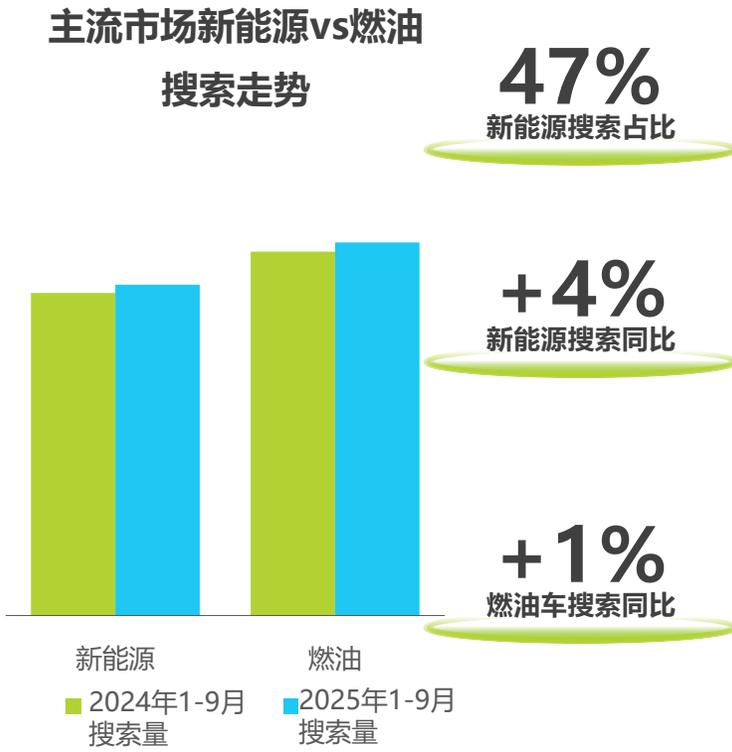
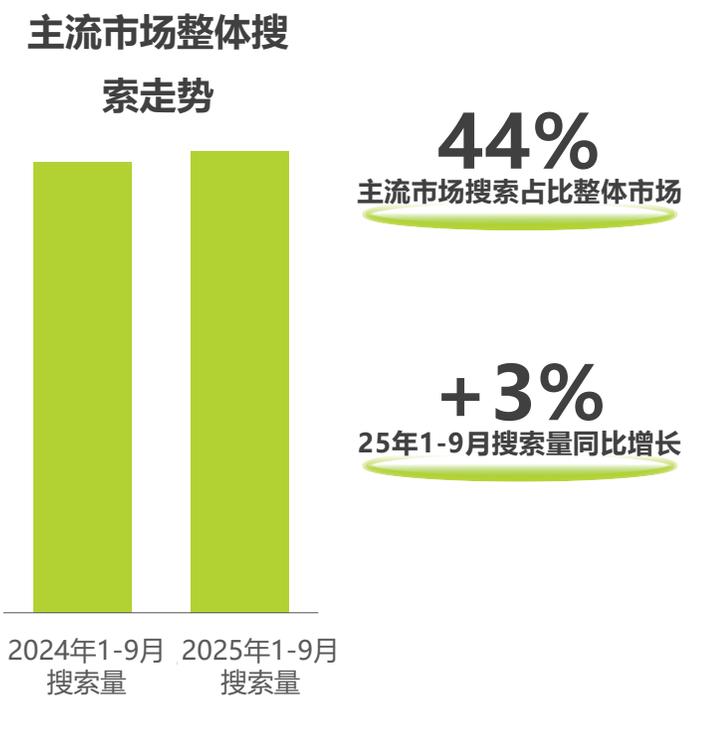
# 主流大众市场（10-20万元）：搜索人群占比最高，自主合资流量抢夺激烈

主流大众市场是用户最关注的价格分区，用户搜索量最高，燃油搜索量高于新能源，自主关注度略胜于合资

10-20万市场搜索量最高，是用户主要聚焦的价格带

新能源搜索量不及燃油，但增速高于燃油表现

用户搜索主要分布于自主和合资车型，自主略胜一筹



数据来源：百度观星盘内研数据 2025.1-9月 VS 2024.1-9月

# 中高端市场（20-30万元）：新能源搜索用户占比最高，新势力吸引力强

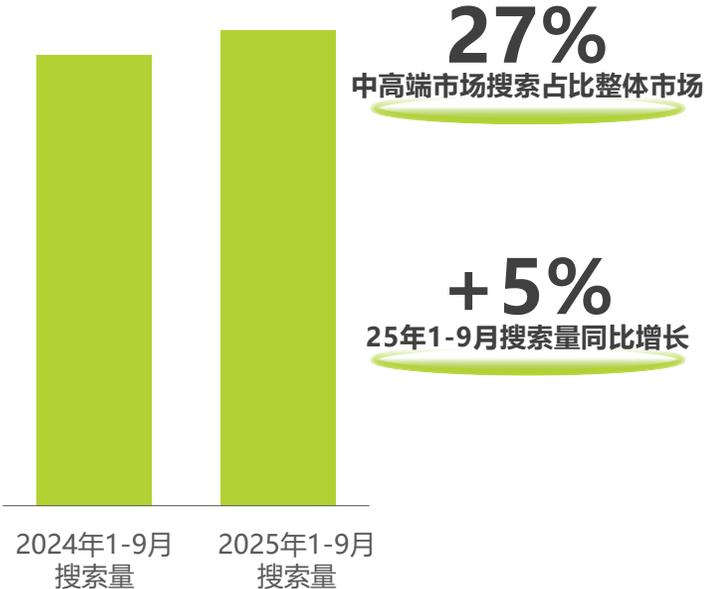
中高端市场是新能源搜索占比最高的价格分区，是新势力兴趣人群的主要聚合带，电动化营销的主阵地

新势力营销及用户感知起势强，市场搜索增速第二

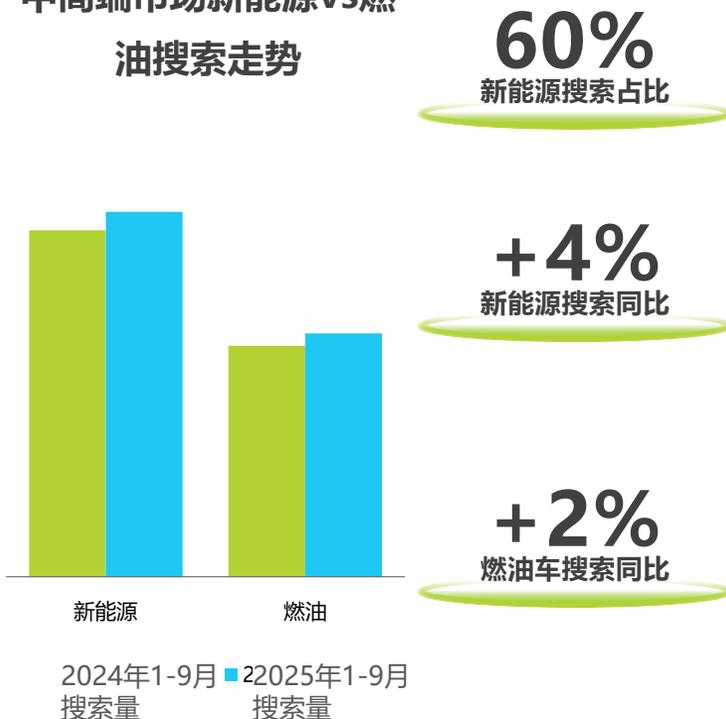
新能源搜索占比最高的价格带，是电动化营销主阵地

用户搜索主要聚焦新势力，是自主高端品牌的聚合带

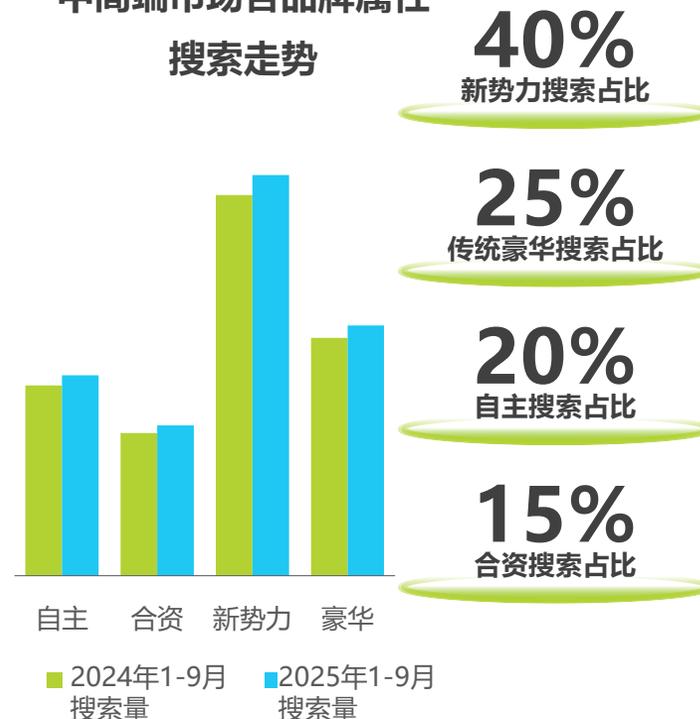
### 中高端市场整体搜索走势



### 中高端市场新能源vs燃油搜索走势



### 中高端市场各品牌属性搜索走势



数据来源：百度观星盘内研数据 2025.1-9月 VS 2024.1-9月

# 豪华市场（30万元以上）：用户搜索热情仍在，新势力抢夺用户关注流量猛增

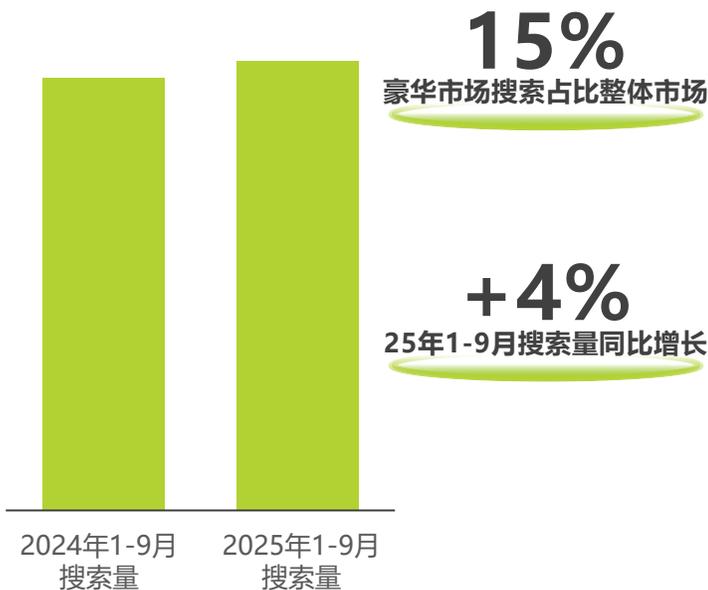
30万元+ 市场搜索量缓增，用户搜索主要聚焦传统豪华车型，但被新势力的强势抢夺

30万+市场搜索量缓增，用户对豪华车的热情仍在

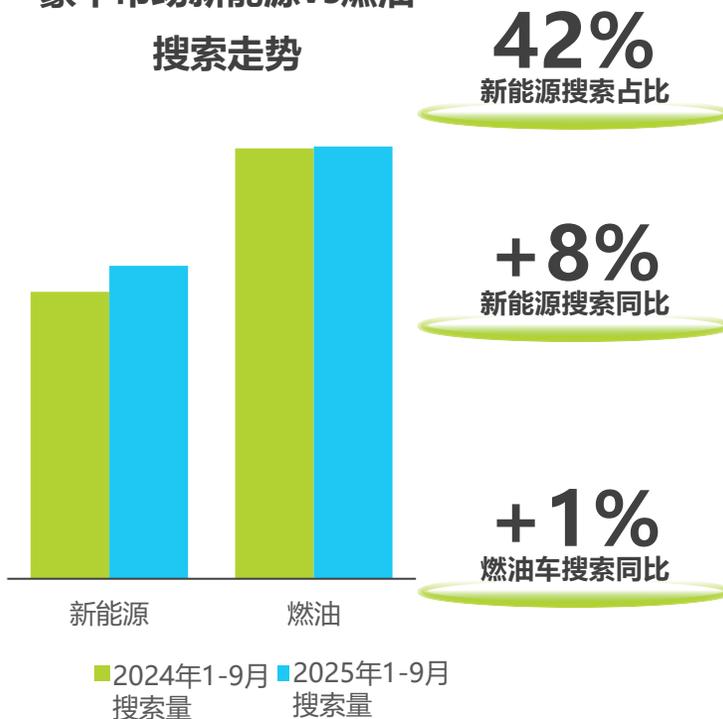
豪华燃油搜索高于新能源，但新能源搜索增速更快

用户仍聚焦传统豪华品牌，新势力强势抢夺豪华流量

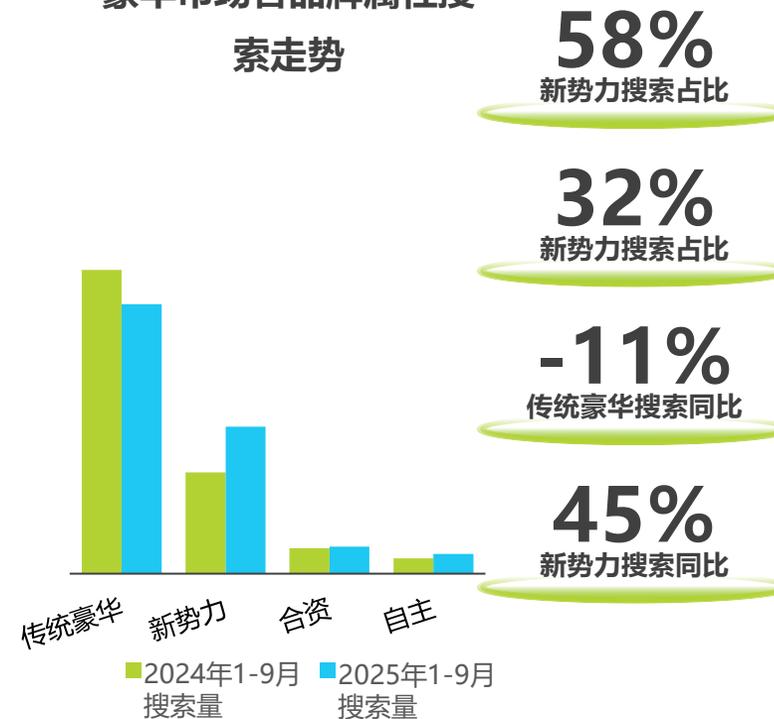
### 豪华市场整体走势



### 豪华市场新能源vs燃油搜索走势



### 豪华市场各品牌属性搜索走势



\*数据来源：百度观星盘内研数据 2025.1-9月 VS 2024.1-9月

# AI内化下，搜索引擎转化为AI引擎，重塑搜索交互体验



用户搜索描述更详尽，更聚焦更全面  
万物可搜，支持语音图片文件搜索



超长智能框搜索，满足用户各种搜索形式

千字搜索框更能装，语音图片文件都能搜

百看原生化形态迎合用户新习惯

内容前置直接回答，用户问什么就回答展示什么

AI助手变智能秘书，解决用户实质问题

多模态协同，智能一站式处理，轻松搞定复杂任务



多样性原生化品牌展现  
把信息以最适配的形态送到用户面前

内容展示丰富又智能

提供可落地的决策路径

与用户问题绑定更易点击



国内最大AI生态  
AI助手可自主快捷调用

搜索生态开放智能，协同作业

自研视频生成模型，高效高质内容创作

用户创作-编辑-交付-储存一站式满足





# 百度全面发展AIGC生成能力，创作者规模大幅提升，AI内容生态繁荣

AIGC多模态形成，百度移动搜索结果 AI内容占比64%

AI能力逐步渗透，AI内容生态繁荣， AIGC内容分发量达162%

百度大力发展AIGC多模态 AI生成内容占移动搜索结果页内容体量64%



数字人视频



数字人直播



AI笔记

+64%

百家号创作者

1100w

使用AI创作者规模

+245%

AIGC内容分发量

+162%



# 视频内容用户浏览度高度增长，评测与选买是用户最爱的百度汽车内容形态

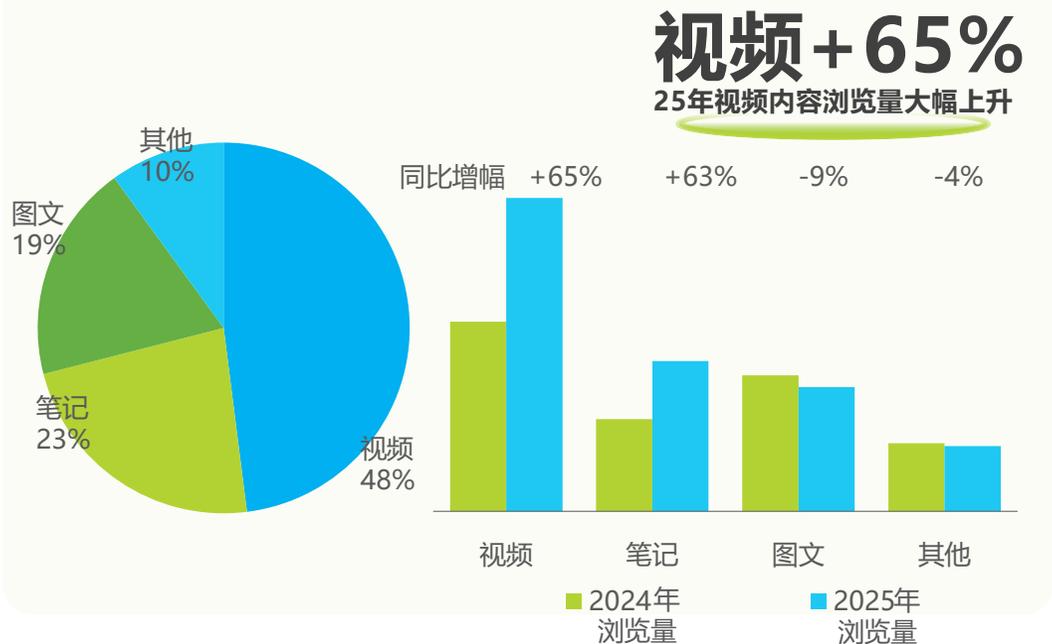
## 内容形态

视频内容浏览量占全内容形态近半数，25年同比增长飞速，是目前最主流的百度汽车用户浏览内容形态；汽车垂类内容，用户最偏好单多车评测与选买推荐，在百度比对汽车配置与价格是用户核心关注内容点

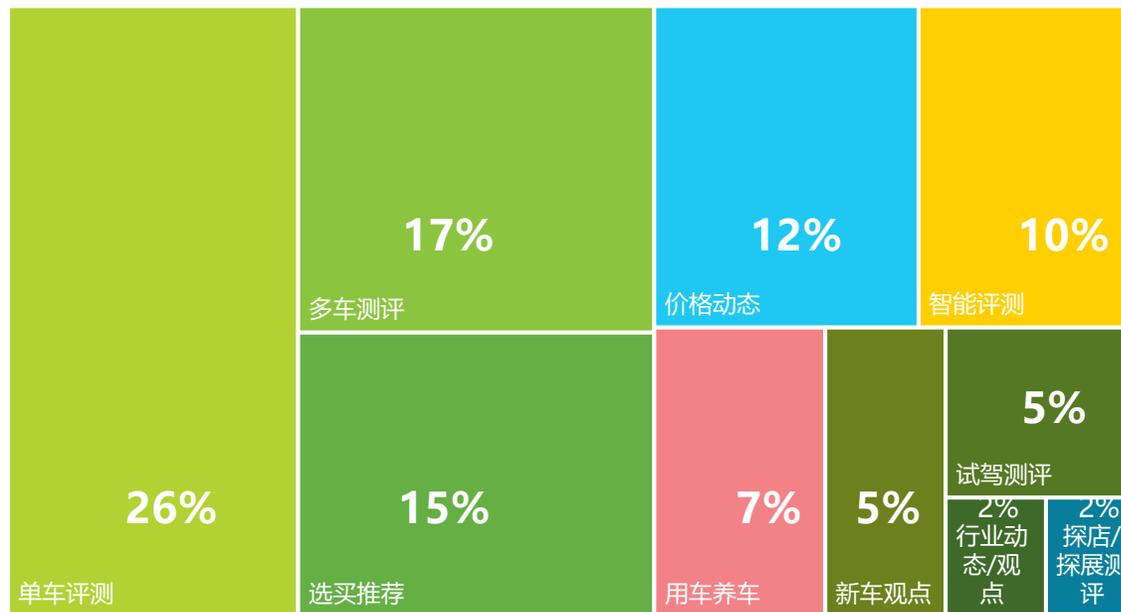
内容形态：视频与笔记用户浏览需求增长大幅上升

垂直内容分类：评测与选买推荐为百度汽车用户最喜好的内容形态

2024-2025年1-9月百度汽车用户浏览内容形态分布及同比增幅



2024-2025年1-9月百度汽车用户浏览汽车垂直内容分类



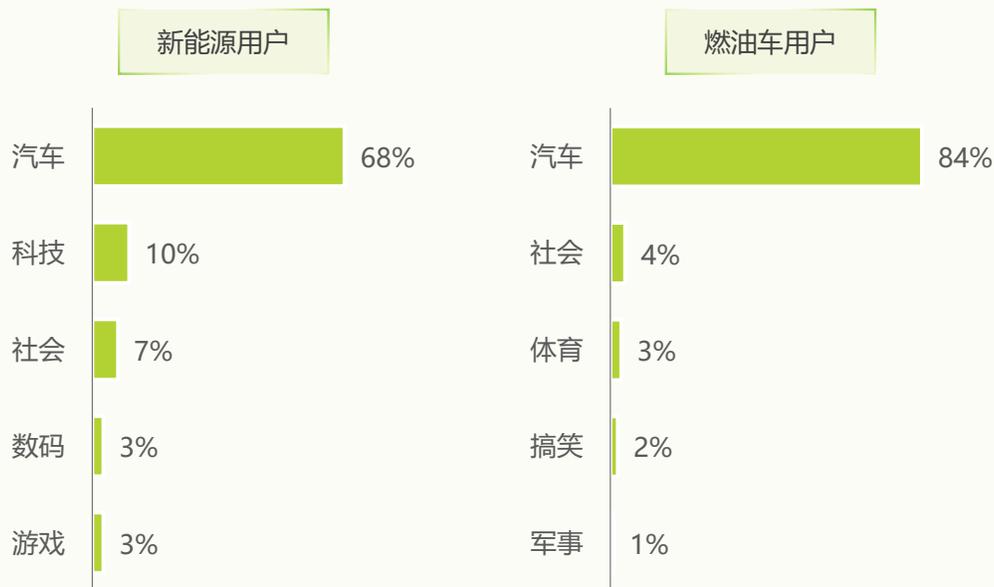
# 百度汽车用户深度偏好汽车内容，新能源对比燃油用户对科技数码内容偏好高

百度汽车用户偏好阅读汽车类型内容，对看选购用车内容了解意图明显，新能源用户泛内容兴趣偏向科技数码  
10万以下关注用户内容阅读较泛，10-30万人群偏好科技数码和旅游内容，30万+用户家庭属性明显

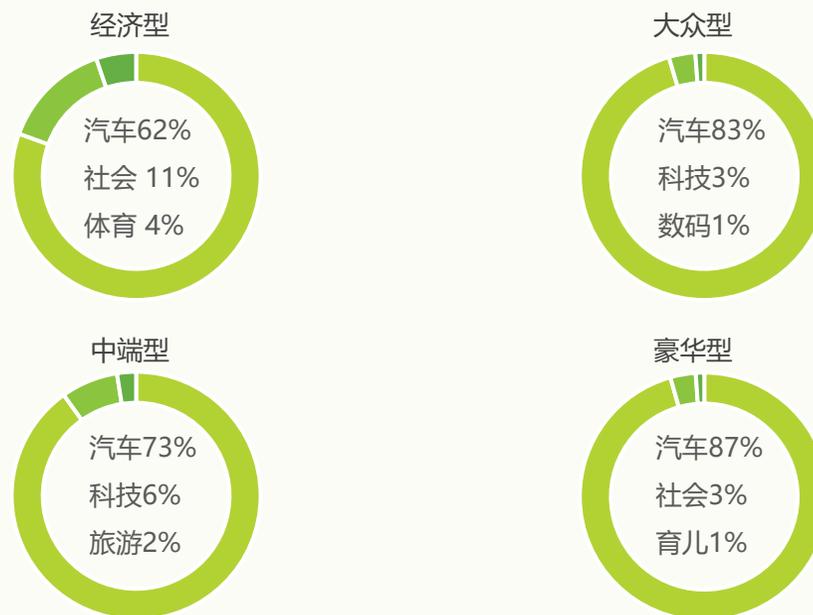
能源类型：新能源用与燃油车用户内容浏览偏好

价格区间：经济 | 大众 | 中端 | 豪华用户内容浏览偏好

2025年1-9月百度汽车用户分能源阅读类型分布 (TOP5)



2025年1-9月百度汽车用户分价格区间阅读类型分布 (TOP3)



# 03 / 2025百度汽车用户行为洞察

# 2025年百度平台用户购车决策行为新常态 决策短频细、搜索多对比、内容重选买

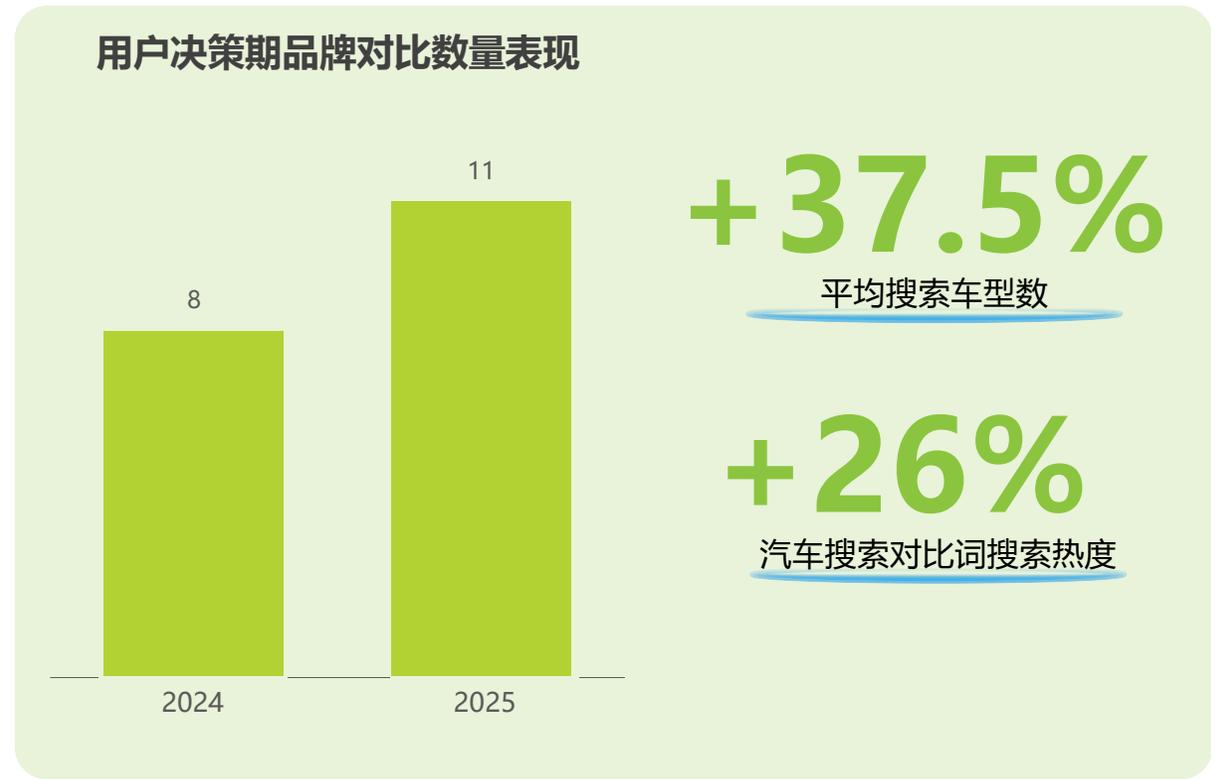
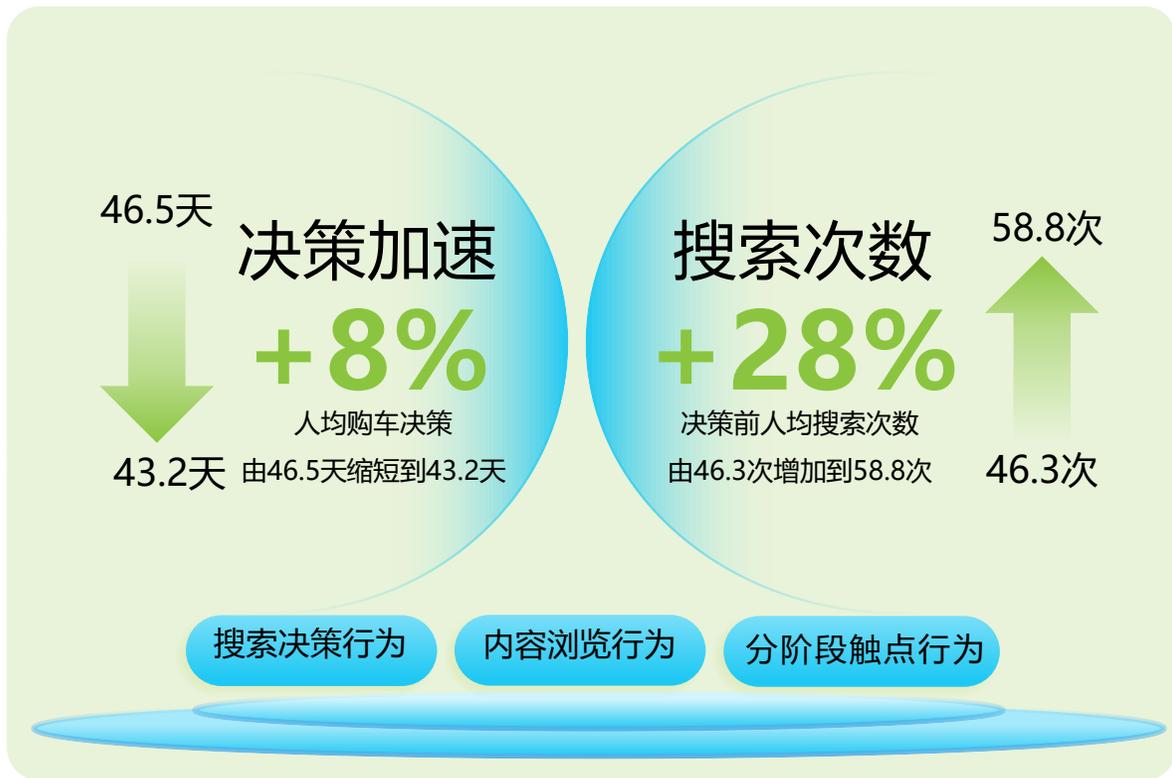
- 用户决策加速但更谨慎，购车决策时间变更短，车型对比次数更多且更细致
- 用户搜索更加多元，新能源车搜索行为更广泛复杂，口碑对比类及智能体验类搜索词影响力加深
- 用户内容需求增强，用户对内容的粘性全面增长，强对比参考类、强选购建议类内容是用户核心关注点

# 用户看选决策期缩短，平均搜索车型增加37.5%，货比多家现象更显著

消费者购车决策周期缩短，百度AI搜索助力提效，用户能够在更短的决策期内搜索对比更多的车型

用户在百度平台购车决策周期在缩短，决策前搜索次数在增加

决策期内用户搜索的车型数提升37.5%，品牌车型对比搜索量提升16%



数据来源：百度



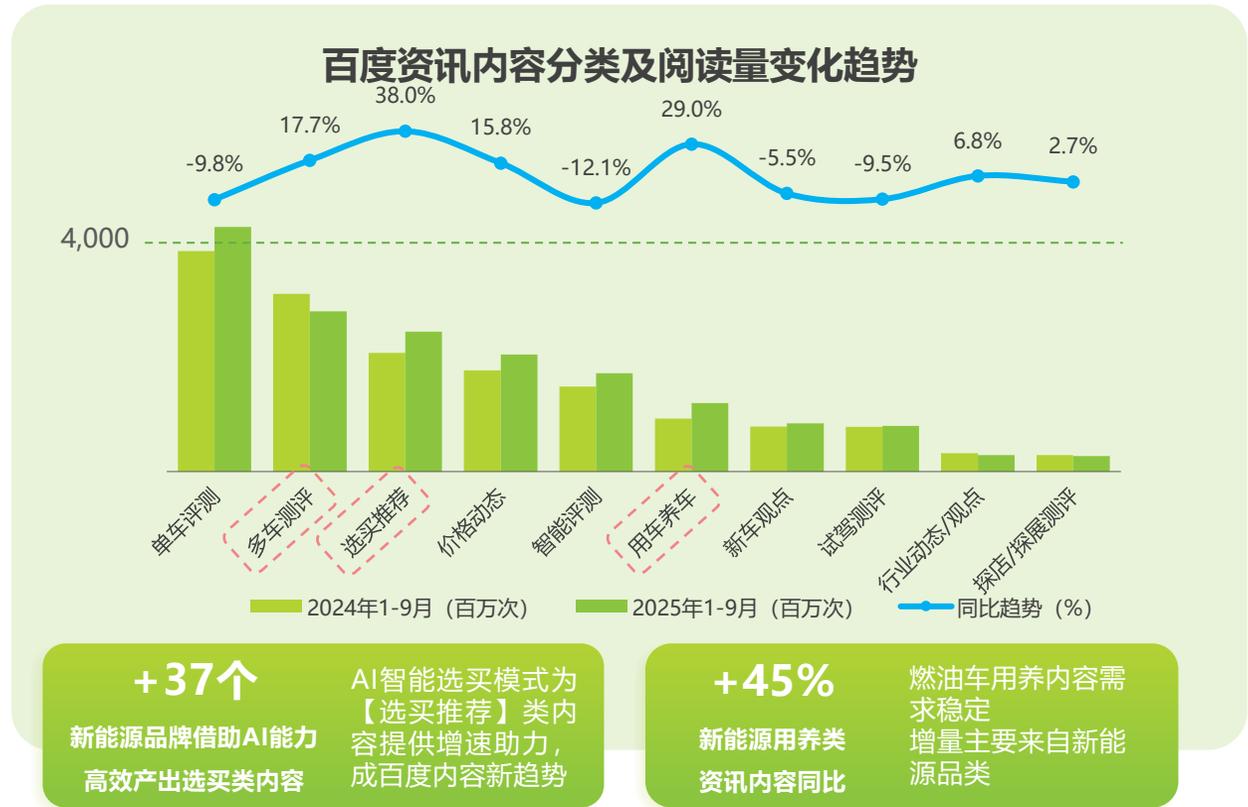
# 用户对内容需求增强，人均阅读量提升38%，阅读时长提升29%

强对比参考类、强选购建议、强科普属性内容是用户在百度内容关注所在

## 百度用户资讯内容浏览行为变化趋势



## 百度用户资讯内容浏览分类及阅读量变化趋势



数据来源：百度

# 用户与品牌关系越深交互越多，意图阶段人群平均触点最多为3.83

意图人群人均触点数最高，需要更多搜索生态触点布局及运营；新能源用户会通过更多触点辅助决策

## 用户认知阶段

用户初始品牌认知触点集中百度核心曝光资源矩阵

认知阶段人均触点数及触点分布

# 2.98

燃油车2.94 | 新能源3.16

百度生态开屏矩阵

百度信息流广告

百度信息流内容

.....

## 用户兴趣阶段

该阶段用户会从3个以上触点获取大量多维内容，百度信息流推流为核心触点

兴趣阶段人均触点数及触点分布

# 3.09

燃油车3.03 | 新能源3.29

百度信息流内容

度星选文章

百+文章

.....

## 用户意图阶段

用户需要多频品牌相关搜索才能进行下一步决策，品牌专区及SEM为核心触点

意图阶段人均触点数及触点分布

# 3.83

燃油车3.76 | 新能源4.1

百度品牌专区

搜索SEM关键词

品牌智能体

.....

## 用户转化阶段

用户主要通过有驾垂类平台进行留资转化，地图为用户新增主要核心触点

转化阶段人均触点数及触点分布

# 2.22

燃油车2.17 | 新能源2.39

百度有驾车型卡

百度基木鱼落地页

地图搜索&导航

.....

# 新能源搜索用户在持续增加，其中年轻用户搜索增势更明显上涨7%

年轻圈层与增换市场驱动新能源增量空间，中年群体与首购市场购车需求是维护重点

燃油车市场年轻圈层流失，新能源青年群体占据半壁江山

新能源车35岁以下用户占比

44%

同比+7%

燃油车35岁以下用户占比

31%

同比-5%

35-44岁 同比 31% +3%

35-44岁 同比 37% +1%

燃油车首购市场被蚕食，增换购是新能源车优势领域

新能源车, 32%  
燃油车, 68%

首购

同比-10%

新能源车, 45%  
燃油车, 55%

增换购

同比+25%

## 关注10万以下车型人群画像

燃油车, 29%

新能源车, 71%

精打细算的首购族

核心关注点

#价格优惠# #油耗/续航#

#维修保养# #基础配置#

核心标签

务实 高性价比 入门刚需

车型偏好

小型/紧凑型轿车、入门级小型SUV、经济型新能源

## 关注10-20万车型人群画像

燃油车, 60%

新能源车, 40%

稳扎稳打的务实通勤者

核心关注点

#车辆可靠性# #经济实用性#

#品牌口碑# #空间/驾驶舒适性#

#安全配置#

核心标签

可靠 舒适 性价比

车型偏好

主流紧凑型/中型轿车 紧凑型/中型SUV 主流价位纯电/混动

## 关注20-30万车型人群画像

燃油车, 32%

新能源车, 68%

进取彰显的小资群体

核心关注点

#空间# #驾趣# #前沿科技#

#品牌形象# #社交属性#

#设计# #舒适# #安全性能#

核心标签

空间 品味 个性 科技 家庭

车型偏好

中型/中大型车/SUV/MPV 独特设计轿跑/SUV 纯电性能车、硬派越野 豪华品牌个性化车型

## 关注30万以上车型人群画像

燃油车, 57%

新能源车, 43%

品质至上的精英人士

核心关注点

#品牌力与豪华感# #外观气场#

#智能体感# #内饰质感#

#服务体验# #驾乘体验#

核心标签

质感 科技 舒适 身份象征

车型偏好

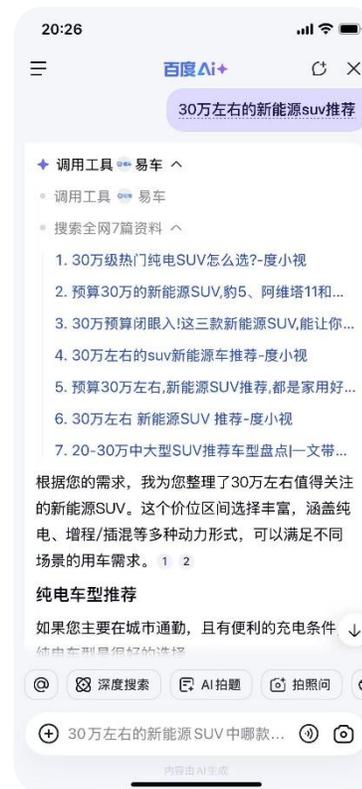
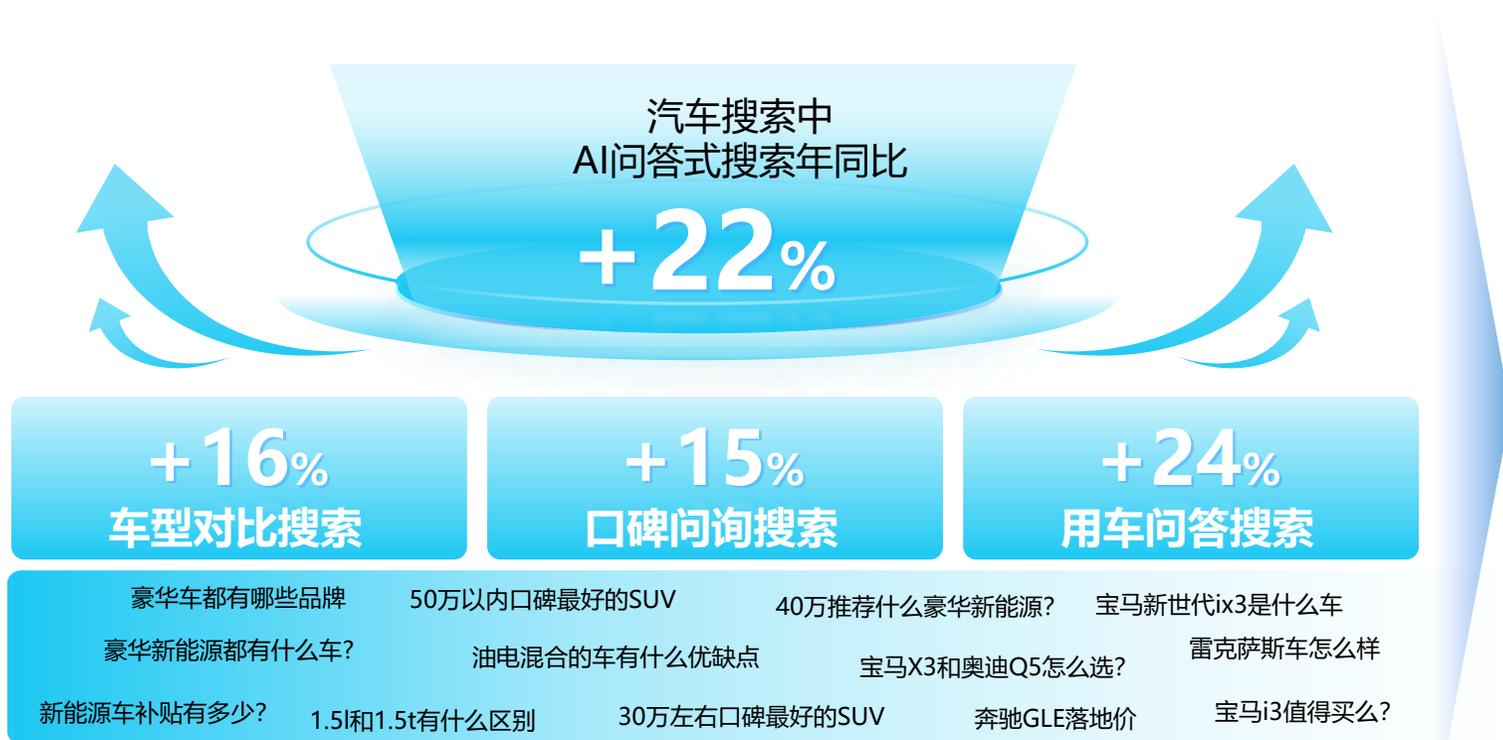
豪华品牌中型/中大型轿车、豪华中型/中大型SUV 高端新能源车、豪华MPV 头部新势力旗舰/高端车型

# 04 / 2026百度AI智驱决策新引擎

# AI搜索正在重塑汽车营销流量规则，AI引用推荐将成为品牌传播新机会

AI正在重塑选车路径：从“广告 - 查内容 - 对比了解” 转向 “AI 提问 - 获推荐 - 定向了解”

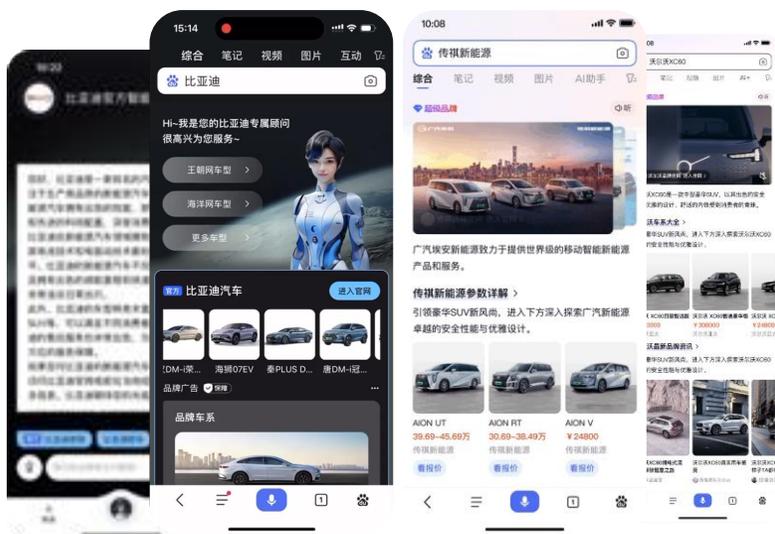
## 用户搜索越发依赖AI给出选购建议



# 百度汽车通过AI能力打造智能化汽车营销体系，助力车企更好承接用户需求

AI创新技术渗透用户心智经营全链路，打造汽车智能化营销新体系

## 搜索新场域，让用户即时了解我



## 交互新基建，用户可以随时咨询我



## 内容新生态，让AI主动推荐我



1.8万+优质MCP 百度搜索开放平台 文心智能体平台 100万+开发者 30万+企业

文心大模型 + deepseek + MuseSteamer



# 百度AI内化升级

内外双生态经营管理 以用户为中心构建长期信任价值

## [AI新经营]稳定域内存量阵地

### AI新阵地

品牌百看提振用户留存  
多组件模式提振经营

### AI新内容

有驾原创内容深耕  
AIGC内容全面开花

### AI新转化

AI助手赋能经销商  
丰富会员内容和留资体系

激发  
新潜力

域内存量

## [AI全域通]挖掘域外增量机遇

### AI舆情管理

全网舆情监控  
AI海量发文

### AI跨界营销

全国文旅局背书  
百度地图+百度生态

拓展  
新边界

域外增量

### AI降本经营

数字人生产力大爆发

A1  
认知人群

I1  
兴趣人群

I2  
互动人群

A2  
转化人群

# [AI新经营]稳定域内存量阵地 激发新潜力

AI品牌流量阵地 | AI内容矩阵生态 | AI经销商转化体系

# AI品牌流量阵地：智能体品专即搜即互动，智能交互引导用户高效转化

+404%

用户停留时长

+55%

整体互动率

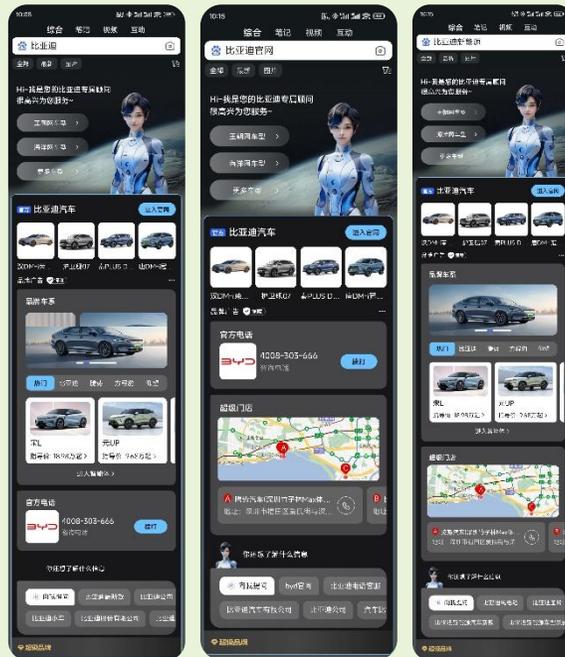
+43%

前卡点击率



借助AI大模型超强理解能力，智能互不仅能更好地回答用户，还能贴心服务用户

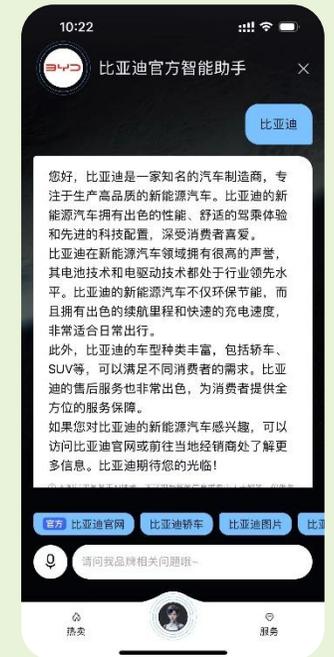
## 品牌核心词样式展现



## 品牌长尾词样式展现



## 智能体落地页



# AI品牌流量阵地：全新品牌百看新模式，搜选看购全路径用户留存跃升

## 占位拦截

品牌、车型、官方信息占位展现  
覆盖用户「看、选、买」全链路

车型词-车型车系卡 / 品牌词-车型车系

Model 3 在售20款  
27.70 - 34.99万

Model Y 在售10款  
30.00 - 39.79万

Model S 在售10款  
69.00 - 109.00万

小程序卡

2019款凯迪拉克  
配置价格 改款变化 优缺点

百家号卡  
官方百家号  
1.1万粉丝 杭州微拍堂文化创... 关注

时效内容卡  
品牌资讯  
第12届全球睡眠文化之旅...  
慕思的国际化打法得到了专家的高度认可

首屏稳定展现

品牌核心区

普拉多  
综合 笔记 视频 图片 AI+

普拉多多少钱一辆  
综合 笔记 视频 图片 AI+

普拉多价格区间为449,800元-559,800元。

普拉多油电混合动力省油黑科技  
普拉多2.4T超级混动系统，百公里油耗低至10.11L，极寒环境下依然稳定。

普拉多50万预算优选方案  
50万预算优选普拉多全能TX版，兼顾越野与城市舒适性。

智能动态排序

智投区

自选区

超级品专

通顶

品牌权益

极致满足

满足区

自由权益满足客户

超级档延展区

百家号笔记区

超级百看

## 心智转化

KOL测评、口碑、车主用车等内容识别匹配  
「看、选、买」意图渗透循环加深



# AI品牌流量阵地：用商一体重构营销新价值，AI智能搜索页释放生意新库存

## 用户需求满足更极致

阵地革新：商业搜索百看

搜索顶部广告位：更吸睛广告位置



内容满足  
激发转化

多经营组件挂载：更原生广告形态

下载组件

电话组件

店铺组件

官网标识

智能体

商品组件

用户沟通连接极致交互

用户  
满足

商业  
提效

## 厂商投放效率更极致

搜索革新：新搜索广告



全域高优获客渠道



手百-核心推荐位 直播频道推荐位 手百-关注频道 百家号-直播间



本品人群	竞品人群	车型圈层需求人群	车型画像基础人群
本品关键人群 (50天内搜索)	竞品关键人群 (30天内容)	本品圈层需求人群	25-45岁男性人群
本品长尾需求人群 (90天内容)	竞品长尾需求人群 (90天内容)	近7天投放池需求人群-汽车	中消费人群
本品车型关键人群 (50天内容)	竞品车型关键人群 (50天内容)	本品心法圈层人群	已婚/已婚人群
本品车型关键人群 (50天内容)	竞品车型关键人群 (50天内容)	已安装购车APP人群	一二线城市为主
		增购/换购人群	增购/换购人群
		购车APP人群	增购/换购人群

人群精准定向分发

智能投放ROI极致优化

# AI内容矩阵生态：千万作者联动AIGC内容创作，让种草经营更具确定性

1100万+  
整体创作者规模

20万+  
汽车创作者规模

1400位+  
优质KOL矩阵

8000万+  
日均汽车内容分发

150亿+  
百家号信息流日推荐



内容优产用百度  
(AI笔记+征文)



7天双平台上线数千篇  
效率高、产量大、规模大



一呼百应上百度  
(AI二创短视频+PGC征集)



1次投放百支小视频跨平台分发  
成本低、规模大、可控



一投多得靠百度  
(数字人短视频+PGC定制)



买1送3的“1+X”合作模式  
正片及数字孪生形象复用/分发



智播潮流选百度  
(数字人全周期直播)



全网唯一不限流AIGC平台  
文心4.5类人级交互技术



智鉴好车认百度  
(原创智评+选买双IP)



智评解析+选买智能服务  
“技术翻译”模式提效



权威热榜找百度  
(征文+话题+热榜)



上亿曝光新车冲榜TOP10  
“权威先行，娱乐跟进”策略

AI辅助完成基础内容构建

专业OPU进行价值密度提升

# 内容优产用百度

PGC专业发声联合UGC口碑扩散，光速提升新车曝光及正向浓度

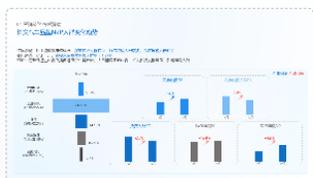
瞬间扩充全域内容库，效率高  
征文配合AI笔记，AIGC与PGC同期产出海量正向内容



双平台渠道分发，扩散广  
2500篇AI笔记百度+小红书分发，100篇PGC百度+百家号自然分发

## 独家N2P情感平台-方向建议

- 本竞品人群规模
- 五类人群占比分析
- 正负向作者分析
- 正负向内容分析
- 正负向口碑情况
- 热门内容分析



## AI笔记联动原生征文，助力新车正向内容铺设，确保声量越来越大，正向浓度越来越高



自新车上市起，人群数量及正向浓度越来越高

5天上线2500篇内容，5000条链接  
瞬间扩充产品内容量基数

时效强，产能高，主观+原生

原生笔记AI撰写  
小红书式精炼笔记种草，文案+图片更原生



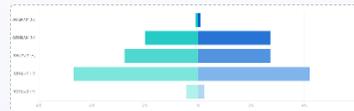
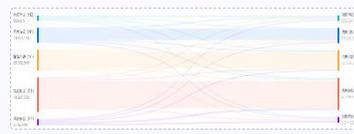
10天上线100篇  
快速填充正向内容提认知

专业强，深度高，客观+优质

长图文/短视频征集  
传播方向高度集中，口径一致反复加深用户记忆

## 独家N2P情感平台-效果验证

- 内容总量变化
- 资讯指数变化
- 人群结构变化
- 人群流转分析
- 正门内容占比
- 正向内容曝光



指标	数值
内容总量	2284578
资讯指数	1743055
人群结构	4291345
人群流转	2292447
正门占比	4584928
正向曝光	1722079

# 一呼百应上百度

一次投放百支小视频全网裂变，站内外4大平台跨域沉淀内容

1次预算撬动N倍内容量，成本低  
性价比大幅突破，从1次生产到矩阵式扩散



站外站内4大平台扩散，传播广  
100支二创小视频，任选4大渠道分发，400条链接生产

官方视频

+

全网素材

+

作者新创



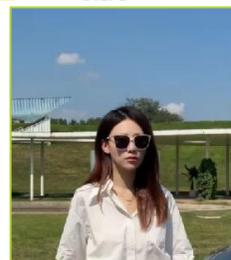
生活剧情

品牌宣传

选买建议

到店试车

场景试驾



创意混剪

家庭伦理

都市剪辑



100W预算

100支二创小视频

1000万全网播放

全程质量把控

跨域PGC选择：车垂、科技、财经、出行、旅行、生活

400条分发链接

7个渠道任选

6个领域作者任选

全域分发监管



依托独家智能评测体系，构建技术解析+选买指南双维IP矩阵

## 全年孵化智评+选买两大行业现象级IP

行业首个智能化测试体系 | 公司投入海量资金&场地支持 | 拓展全网分发资源渠道



## 智能化内容战略升级

将技术参数转化为可感知的购车决策工具，搭建‘技术-需求-产品’智能匹配引擎

### 智能测试场

首创智能化完善测试体系

#### 打造顶级主动安全综合极限测试场，建立信任

以AEB为核心项目，覆盖多样智能化测试



非标AEB



智能座舱



智能底盘



场地LCC



智能大灯



实景NOA

智评

选买

### 选买研究所

十大生活场景选车推荐方案

#### 打造全网最全面生活场景选买研究所，促进决策

针对十大汽车主力消费群体打造定向选买推荐

##### 产品特点



空间主导型



安全优先型



续航关键型



智能体验型



颜值至上型

##### 选车场景

多孩家庭空间

户外露营拓展

新手驾驶辅助

冬季耐用挑战

都市通勤效率

跨城长途穿越

商务社交场域

银发适老出行

网感时尚自拍

个性改装潜力

指数权威数据锁定竞品  
由百度指数指向用户最关注竞品

首创碎片化小视频矩阵  
正片+切片多账号扩散分发

全域分发网络覆盖  
有驾多平台账号分发

五大权威机构背书

百度阿波罗/清华大学/中公汽检等

首创智能评测场景

非标路口/白+黑AEB/雪雨雾天气

国家级测试场地/设备

AIO一体机/真值系统等

# 权威热点找百度

征文+话题+热榜捆绑营销，上亿曝光助推新车热度冲击热榜TOP10

深度内容填充话题，发酵讨论

征文+话题+热榜捆绑模式三位一体



舆情实时跟进，负面可控

百余篇正向内容快速灌入，搜推策略&特殊拦截稀释负面



日均关注频繁，人群高净值

新能源车主决策阶段，日均搜索3.2次行业热点关键词

## 平台热榜象限图



## 策略：权威先行，娱乐跟进

MAU用户**7.2亿**  
日均10亿次搜索请求

**1.2亿**月活热榜极高关注  
日均2次+消费热点内容

捕捉热点速度快于社交平台  
**2.7h**发现热点速度优势

平均每月产生超级热点词  
**3000+**以供用户追热点

## 技术解析与大众议题结合

14:27

#极氪宝宝巴士超级大玩具#

全部 最新 视频 资讯 图片

#极氪宝宝巴士超级大玩具#

极氪MIX作为一款面向未来的智能汽车，极氪MIX不只是出行工具，更是一种新的生活方式。

精选内容

百度热点营销  
空间，从容地玩；智能，有趣地玩；安全，地玩

百度热搜

- 1 朱媛媛与癌症抗争近5年
- 2 年轻人最不缺的结婚条件被取消了
- 3 未来5年城市将有这些新变化
- 4 男子当众猥亵脱口秀女演员被拘
- 5 江西一女子从12楼不慎坠落奇迹生还
- 6 朱媛媛20天前还在宣传新剧
- 7 极氪宝宝巴士超级大玩具
- 8 被打后还手属于正当防卫还是互殴
- 9 云南装载机致人伤亡事件致6死4伤
- 10 女子拔智齿后坐飞机创口高空爆血
- 11 桂林一在建桥垮塌？当地回应

# AI经销商转化体系：高潜用户智能全链跟进，AI赋能会员降本增效

## AI图文/视频/直播 捕获新增量

超拟真数字人主播

7\*24小时直播卖车

AI直播运营全托管



AI直播留资 +32%

直播线索收集 留资表单挂载用户留资小卡片，收集直播线索

内容产出 AI赋能

## AI助手看选买全链跟进 保障会员高质量线索

搜推垂行四端

用户行为数据

AI诊断 用户资产

AI诊断分析

人群情感分层

线索运营 AI增效

## AI线索运营增效 线索质量优

AI分层-销售BOT

AI提效-提效赋能

AI风控-大数据精筛



40% 线索运营成本降低

11% 三车线索重合率

# [AI全域通]挖掘域外增量机遇 拓展新边界

AI舆情管理 | AI跨界营销 | AI降本经营

# AI舆情管理：GEO模态下实现品牌形象全链洞察，AI重塑品牌舆情内容生态

## 「智能舆控」

全网舆情+全网动态跟踪

用户舆情全网洞察，品牌环境&动作长效跟踪

### 品牌形象全链跟踪

舆情巡检预警 | 品牌常态跟踪 | 负面净网跟踪

### 厘清真实品牌环境

全网数据精筛 | 全网数据AI标签 | 竞品对比跟踪

### 真实车主跟踪反馈

车主看选购用评论跟踪 | 3C质量标签化反馈

### 车展专项 | 上市专项

大型车展 | 新车预热 | 新车发布

### 315专项 | 突发专项

投诉专项 | 车主维权 | 公关事件

### 质量专项 | 试驾测评

UGC质量口碑 | 媒体试驾专项 | 拆车专项

## 「智能产编」

关键信息捕捉，AI内容海量生产

AI识别用户关注点，多模态AI批量创作夯实口碑

认知用户偏好，精准找寻用户关注点



品牌价值

舆情解答

销售促转

场景对话



多模态UGC学习真实体感，海量内容创作

文心一言 文心一格 AI笔记 文生视频 数字形象

#### 新车首发

以AI新酷概念引关注参与快速破圈传播新车声量

#### 热款促销

重构用户互动机制深度渗透优惠刺激转化

#### 品牌宣传

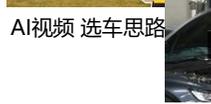
紧跟宏观行业概念打造AI概念深度塑造形象



AI视频创作



AI笔记种草



AI视频 选车思路



AI视频 用车知识

## 「智能分发」

全网内容分发，多平台舆情共振

百度域内长效运营，多平台裂变传播

百家号内容推送，搜索用户精准触达  
提振互动和资讯指标



点赞

评论

转发

用户自主创作分享至小红书、抖音、微信、百度等，裂变辐射最广人群



# AI跨界营销：文旅政府背书强势联动，AI出行伴游解锁人-车-生活新范式

## 车游文旅

文旅政府背书，四季路线焕新



EP1 车载年味 EP2 探索春日 EP3 夏日风尚 EP4 秋游无忧

## 车聚生态

生态资源共通，AI全程驾旅伴游



AI文旅推荐官 AI智能语音导航 AIGC自驾路书 城市共创计划

## 车享生活

热点陆续发酵，品牌价值1+1>2



路书专题 攻略玩法 UGC发酵 话题热榜

### 政策高度契合

### 国家战略的具象落地

国家鼓励“文旅融合+科技赋能”与文旅部“让文物活起来”政策形成叠加红利，围绕官方推出的**31条主题游径**进行延展传播

### 用户趋势适配

### 精准匹配汽车消费人群

自驾游市场已从“观光型”向“体验型”升级，核心客群需求呈现清晰分层，可通过深度自驾形式覆盖**亲子家庭、z时代、银发族**出行需求

### 传播热度加持

### 借势文化IP 自带流量

中国文化类内容已成现象级符号：《**黄河文化大会**》全网曝光超**8.4亿**，“**考古盲盒**”等内容增速达**65%**。选题自带流量天然适配社交媒体传播



# AI降本运营：0图开直播，数字人高说服力转化，跨平台投放全网收割



直播间搭建  
**0成本**

已服务经销商  
**100+**

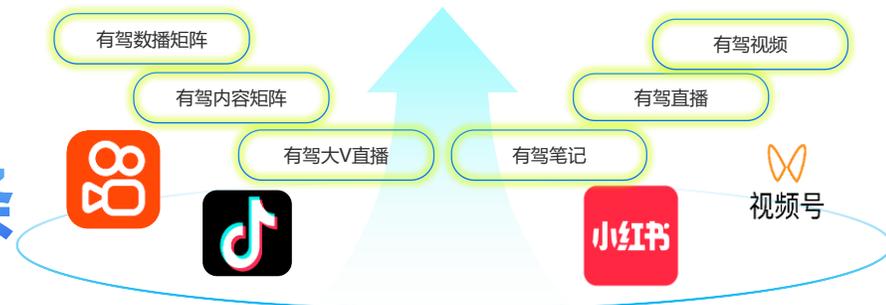


直播订单转化  
**+58%**

日均线索规模  
**3000条**



百度全域生态用户规模 **7.1亿**



百度全域用户线索扩容 **+23%**

全阵地SAAS加持  
深转运营通路助力转化量质齐飞

AI客服 邀约提效

智能电话初筛

AI联系用户，确认意向程度

DCC顾问跟进

人工跟进邀约，引导用户到店

BUSINESS  
COOPERATION  
业务合作

官 网



微信公众号



新 浪 微 博



企 业 微 信



联系我们

-  400 - 026 - 2099
-  ask@iresearch.com.cn
-  www.idigital.com.cn  
www.iresearch.com.cn

LEGAL STATEMENT

# 法律声明

## 版权声明

本报告为艾瑞数智旗下品牌艾瑞咨询制作，其版权归属艾瑞咨询，没有经过艾瑞咨询的书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制、传播或输出中华人民共和国境外。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

## 免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，部分文字和数据采集于公开信息，并且结合艾瑞监测产品数据，通过艾瑞统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，艾瑞咨询对该等信息的准确性、完整性或可靠性作尽最大努力的追求，但不作任何保证。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的观点均不构成任何建议。

本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。

# THANKS

艾瑞咨询为商业决策赋能