

# 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 I** 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

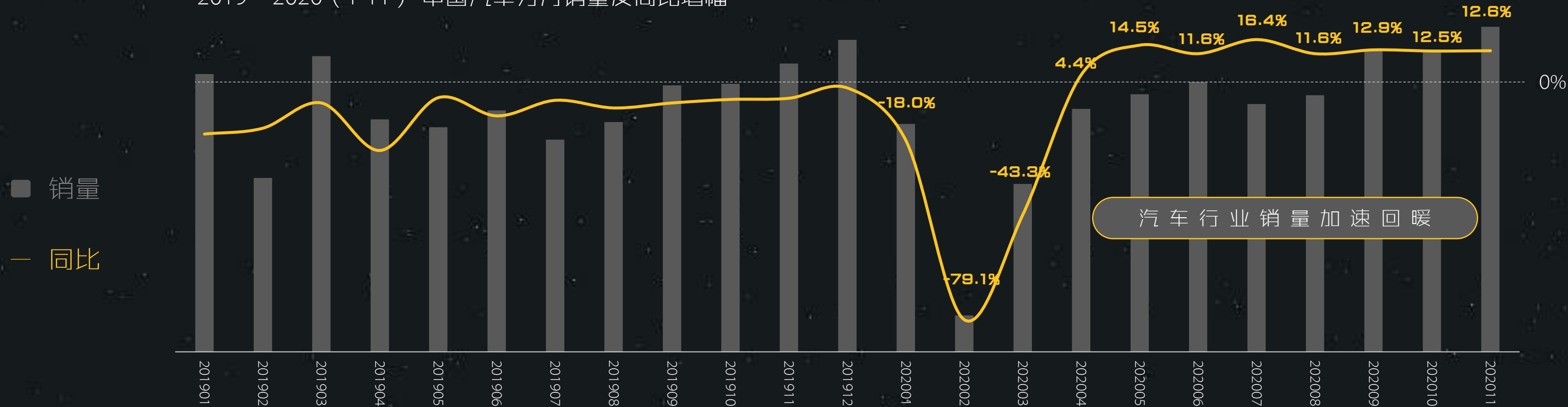
可以说，年轻化变革已成为整个汽车行业无法回避的话题

.....



# #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



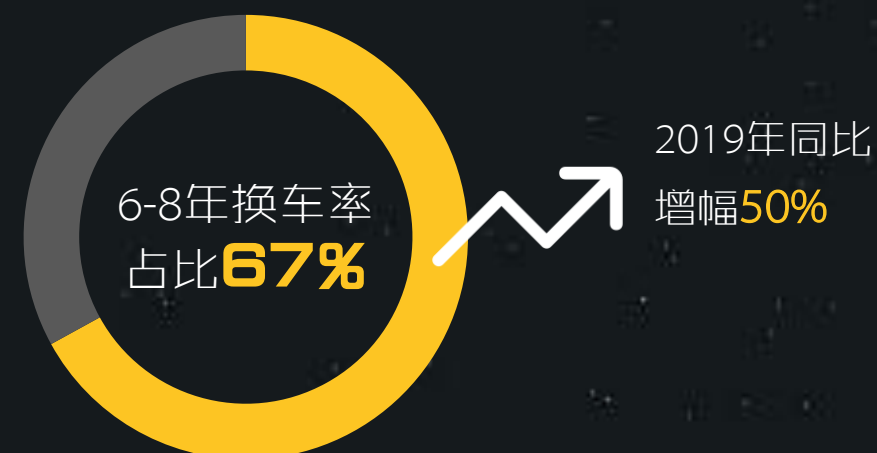
## 首购家庭缩减

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 #

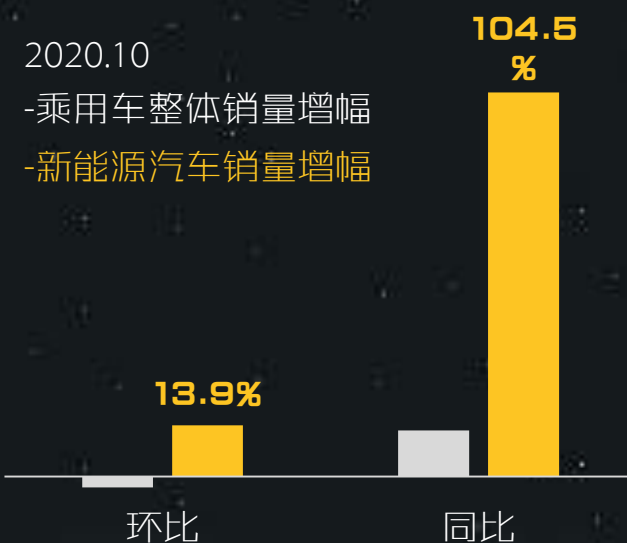
政策扶持力度加大

**376 亿**

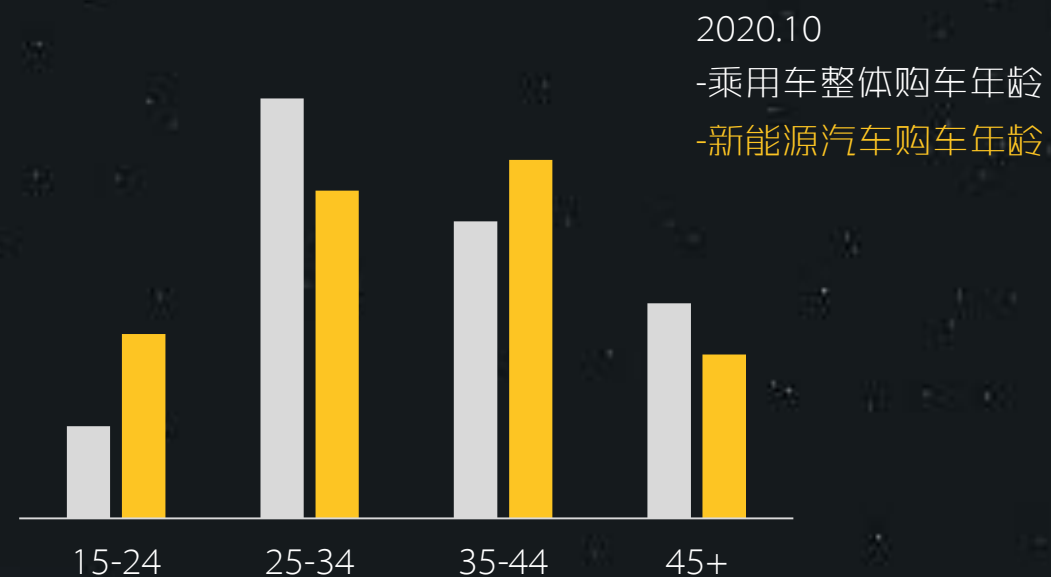
财政部2021年度  
新能源汽车补贴资金预算

同比增幅达  
**234%**

销量引领行业复苏



Z世代的接受度更高

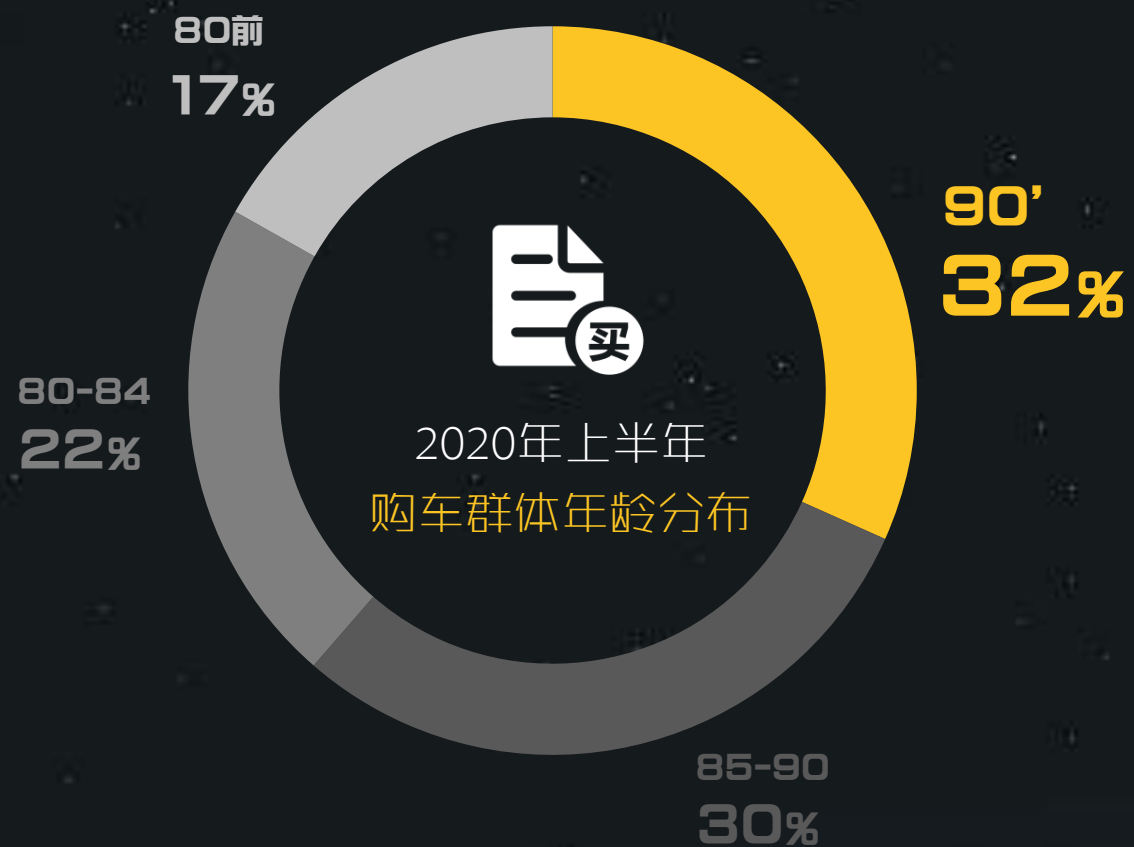


\* Z世代：95后出生的年轻人群

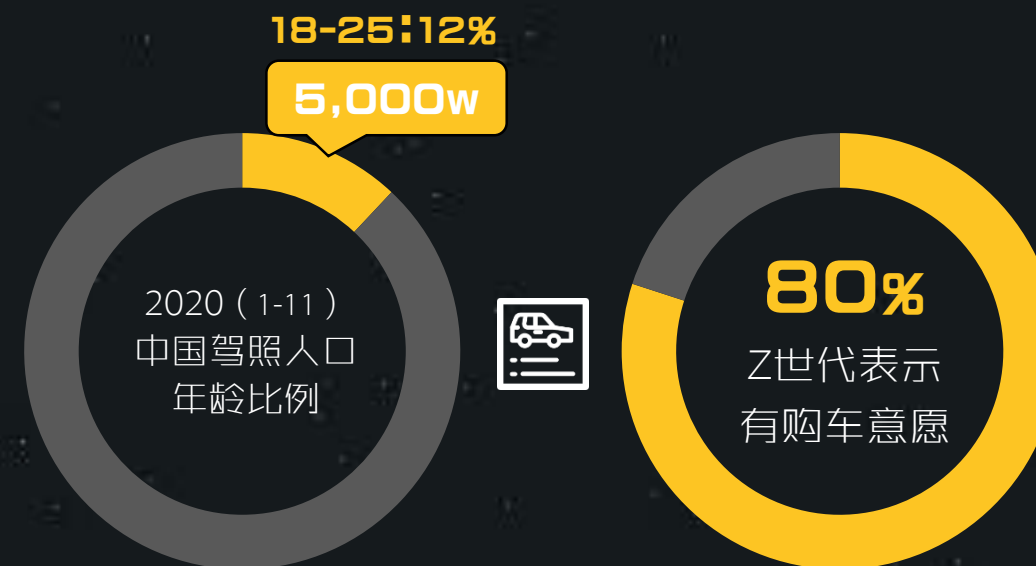


# #年轻用户成为关键# 90后成汽车消费主力 Z世代 (95后) 正释放庞大需求潜力

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



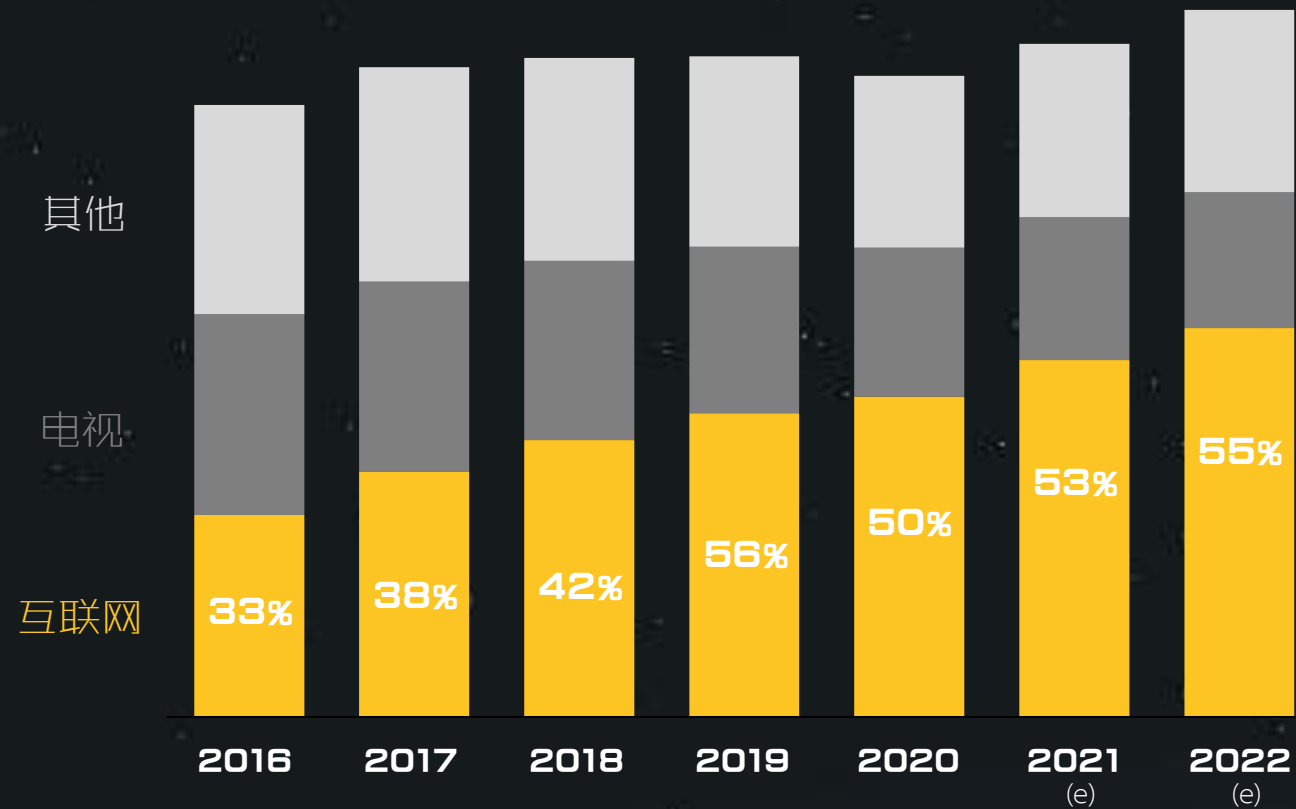
\* Z世代: 95后出生的年轻人群



# #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

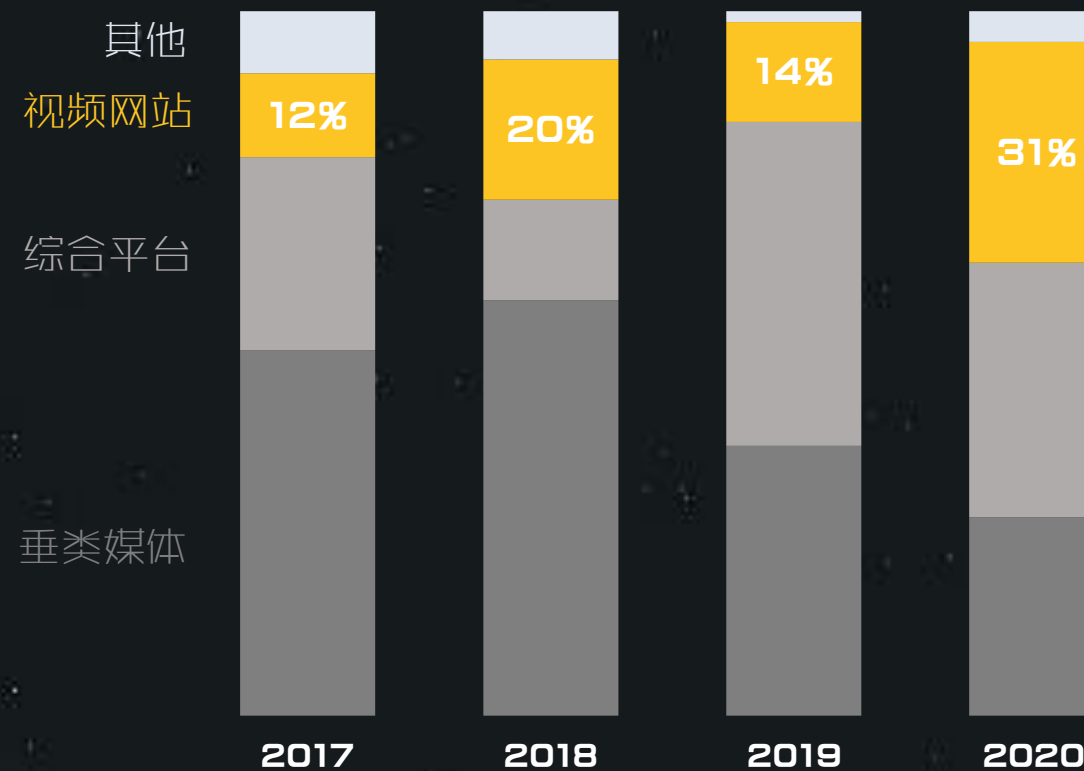
汽车营销的半数投入 已在互联网渠道

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

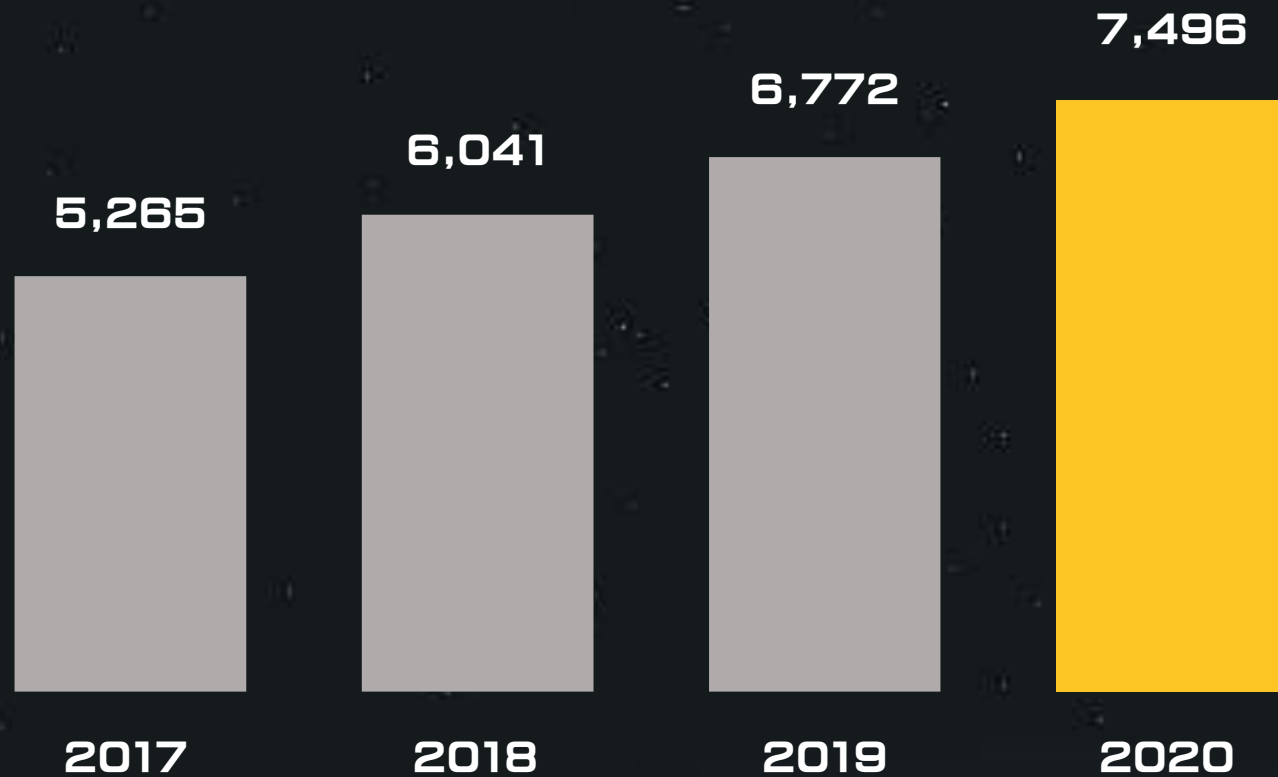




# #汽车后市场正展现潜力# 汽车高保有量带动后市场规模的迅速成长

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



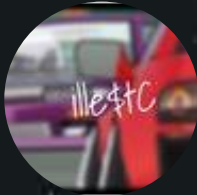
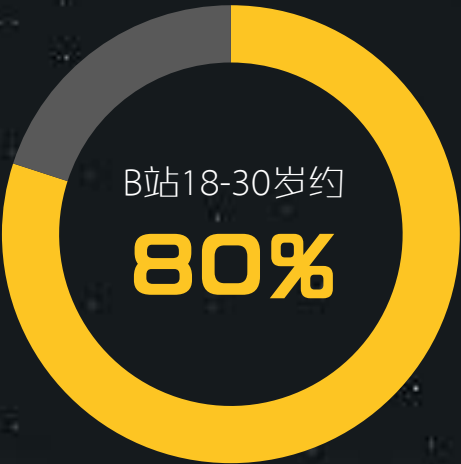
Community



High



...

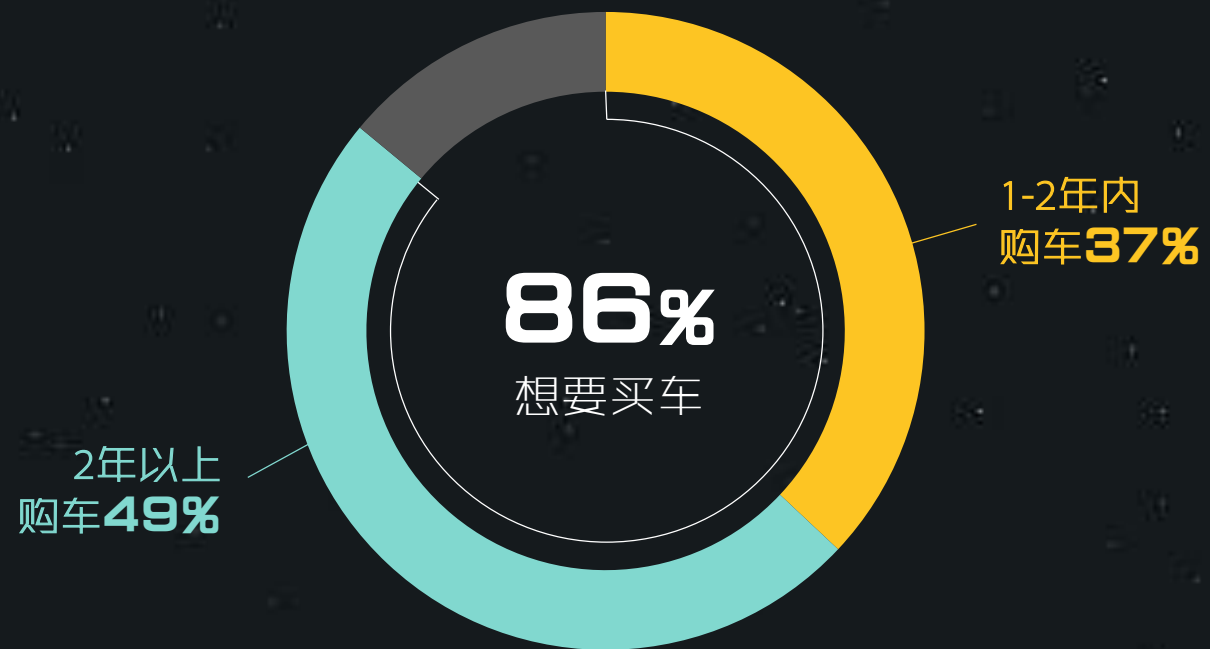


...



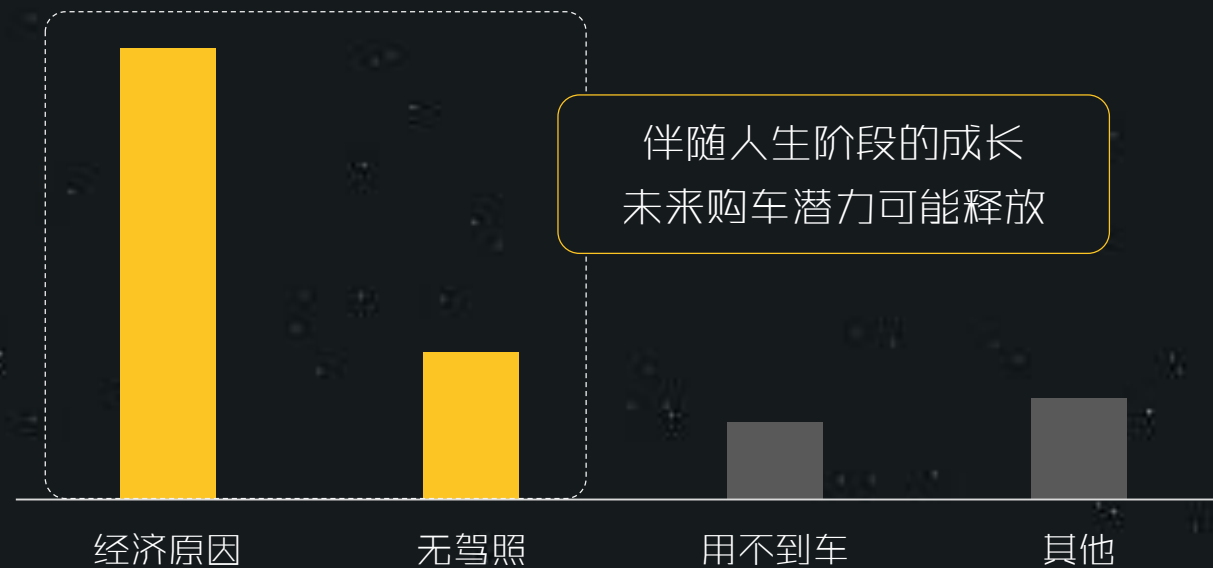
# #买车依然是年轻人生活的必选项# B站年轻人的购车需求将持续得到释放

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

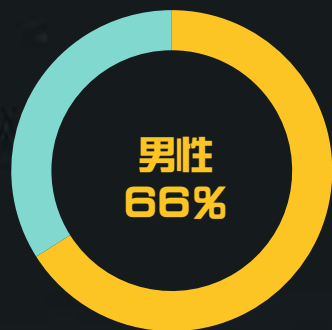
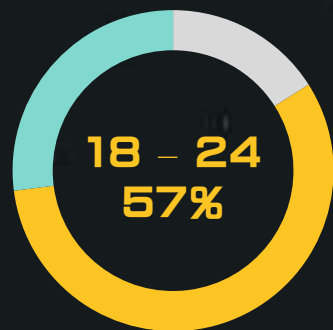
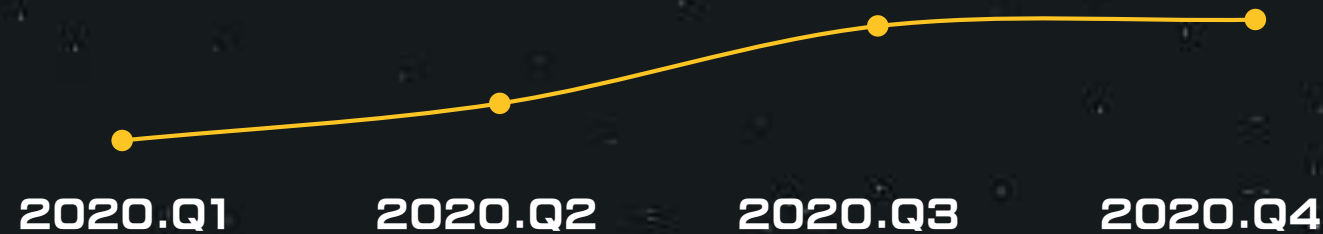




# #每天千万汽车用户在B站# B站汽车用户增长显著并极具潜力

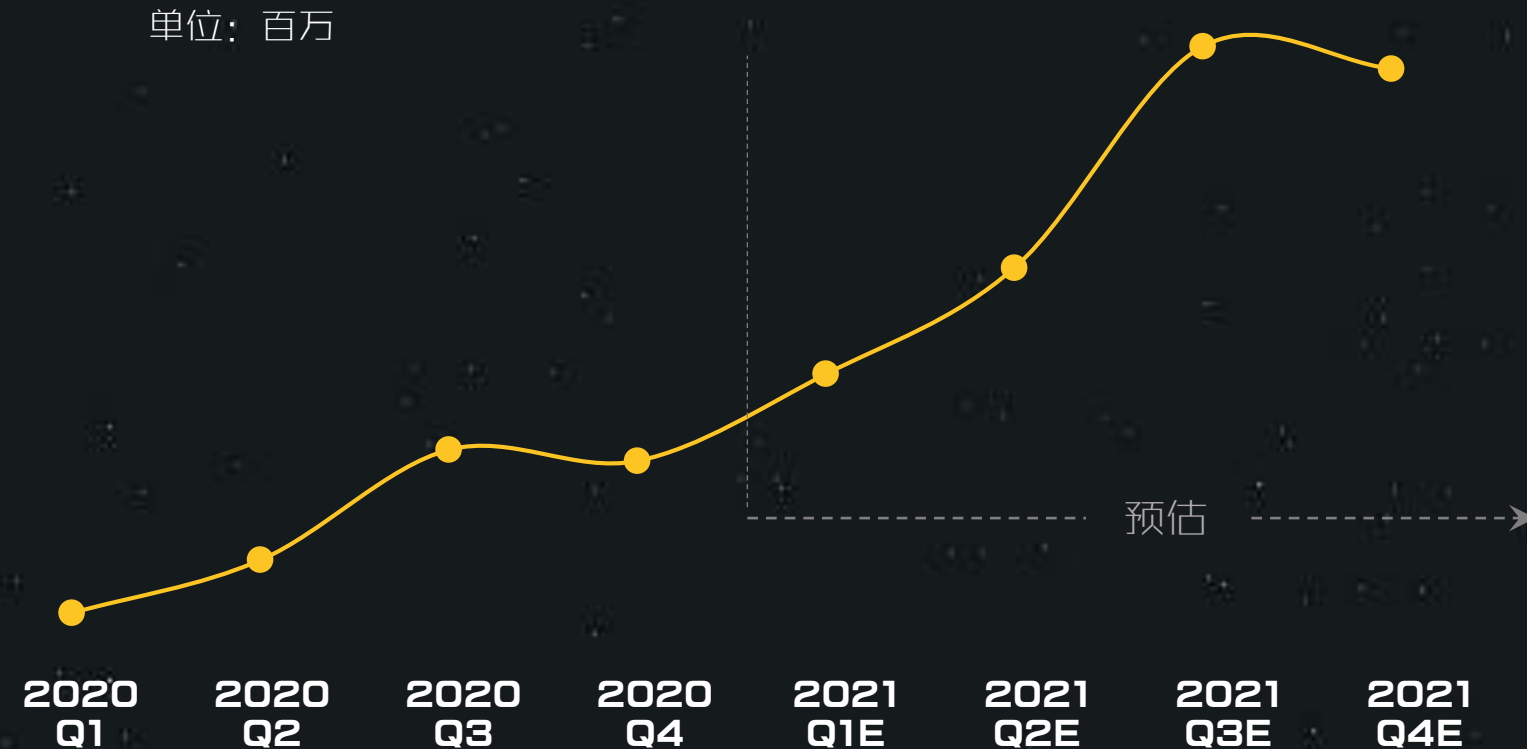
B站泛汽车用户增长显著 近DAU30%

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

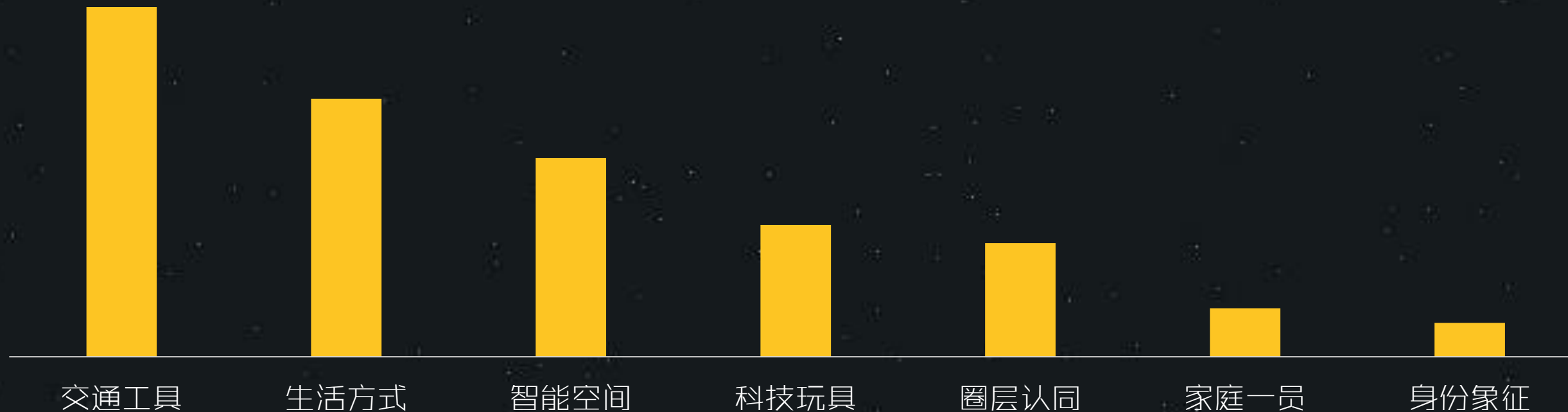
根据泛汽车用户的年龄分布、驾照持有率及购车意向  
估算B站日均汽车用户 (计算登陆率)  
单位: 百万





# #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

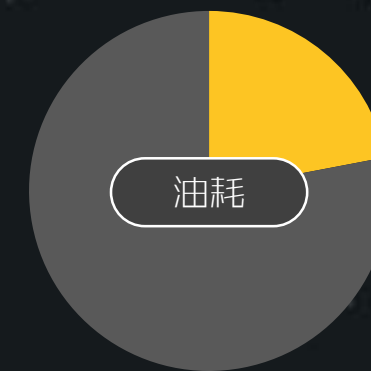
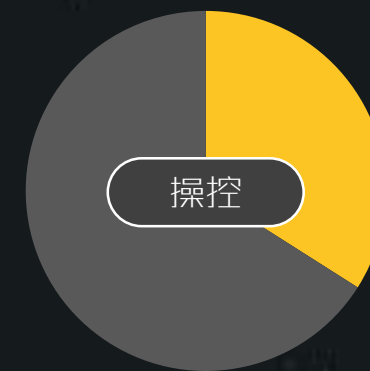
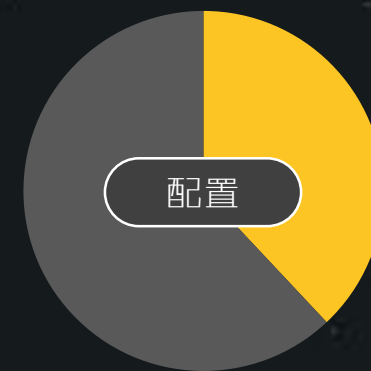
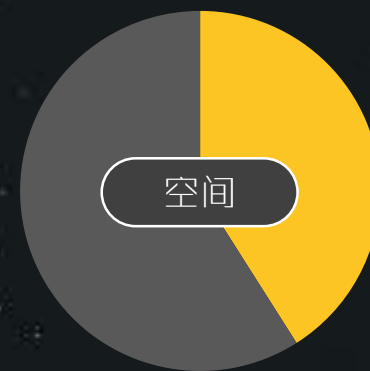
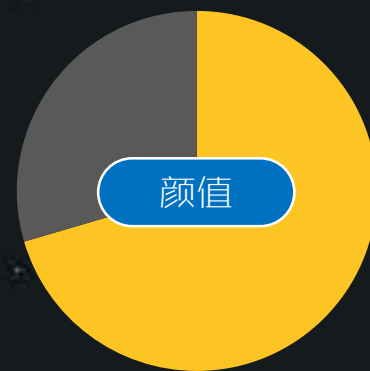
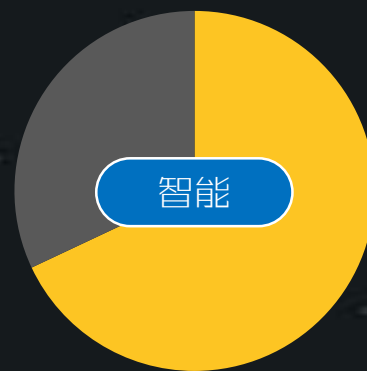
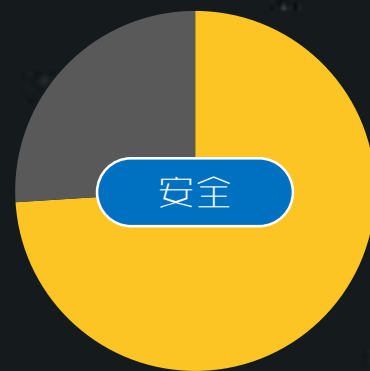


**生活方式与智能属性**  
会是汽车品牌赢得年轻人的  
重要方式



# #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

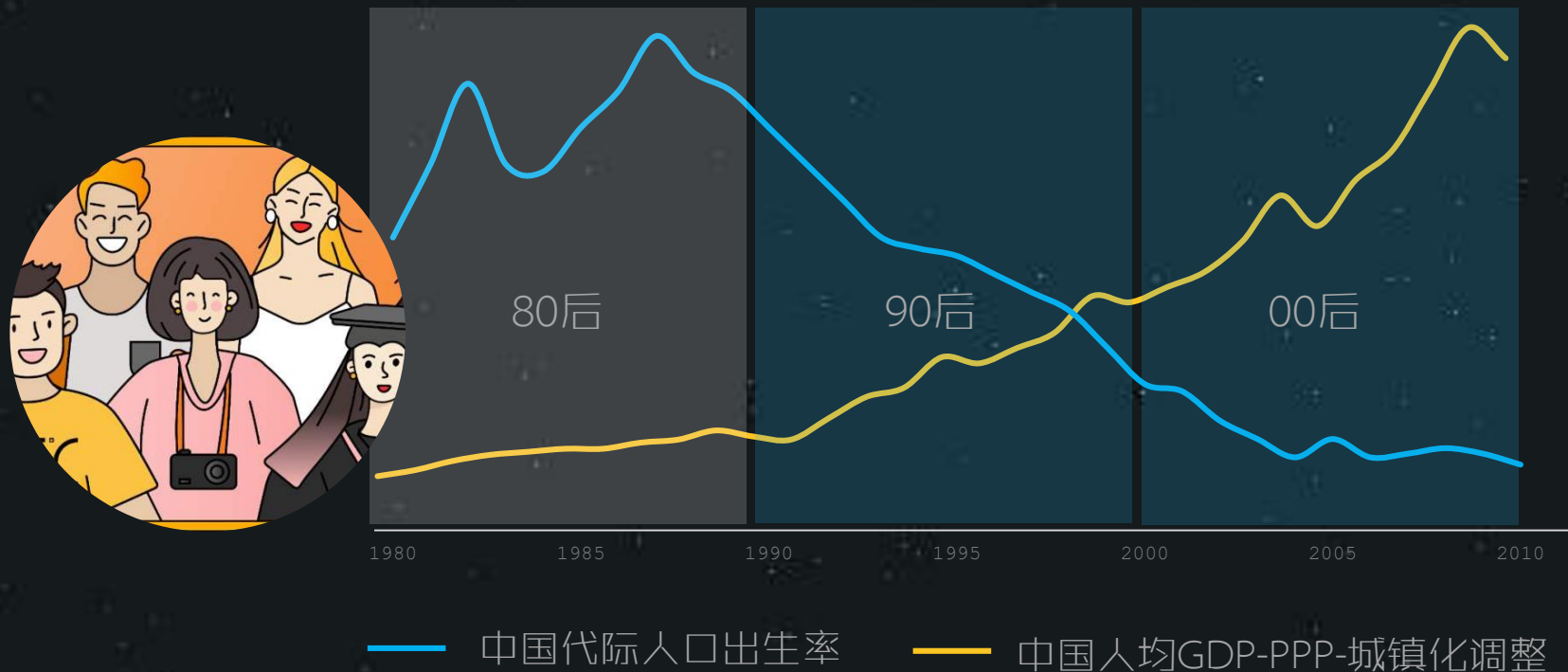


安全性 / 高科技 / 高颜值 汽车品牌与年轻人的沟通需要 全新的语言



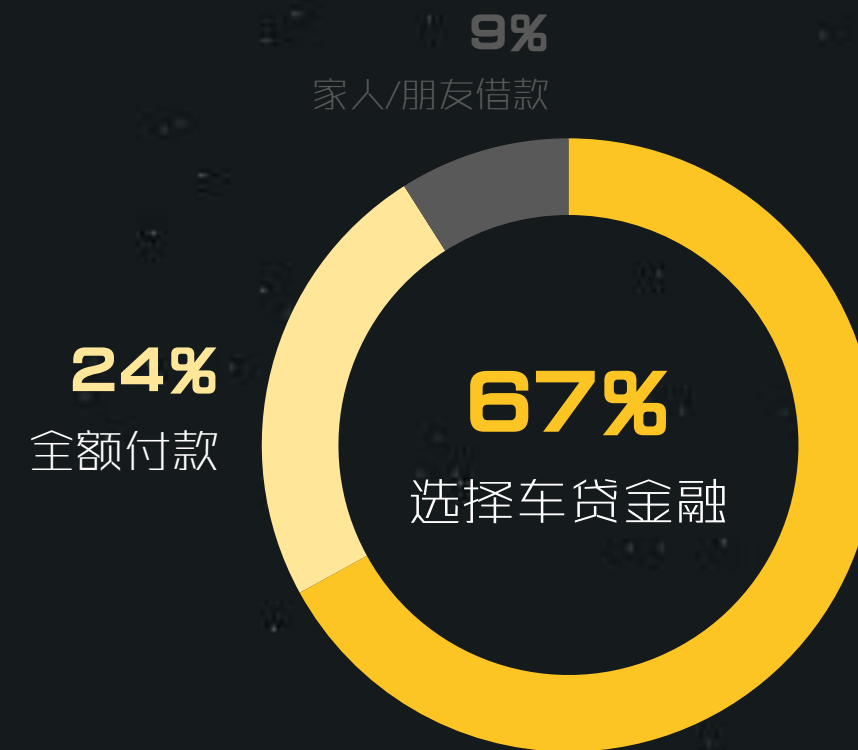
# #莫欺少年穷# 超前的消费理念让年轻人的购车规划有了更多选择

家庭财富的直接受益者



金融购车方案成为年轻人首选

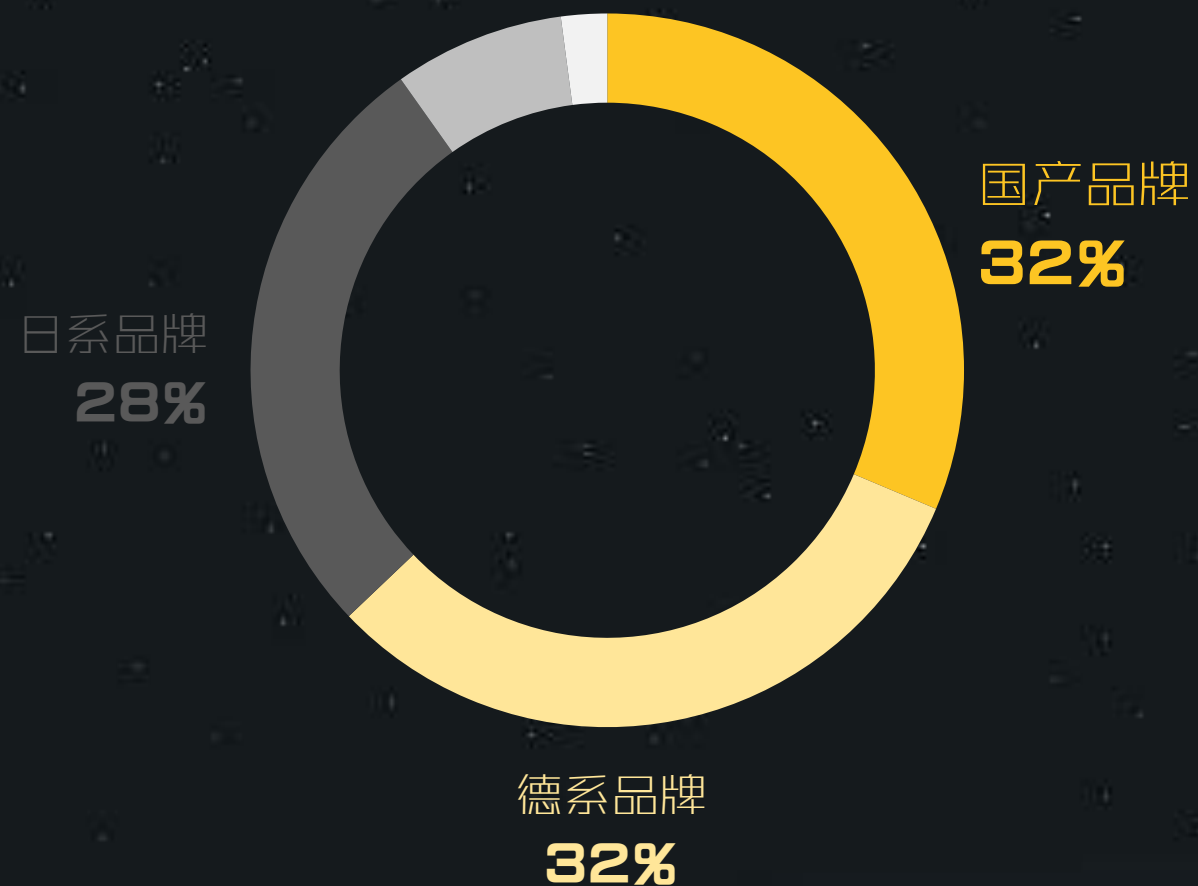
\* 买车时的付款方式





## #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

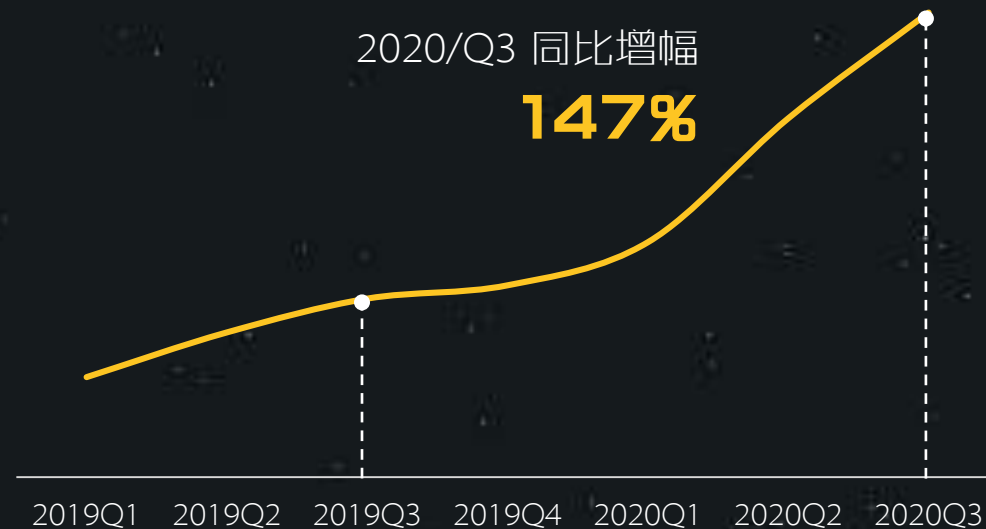
# 新舞台 ▶▶▶



# #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

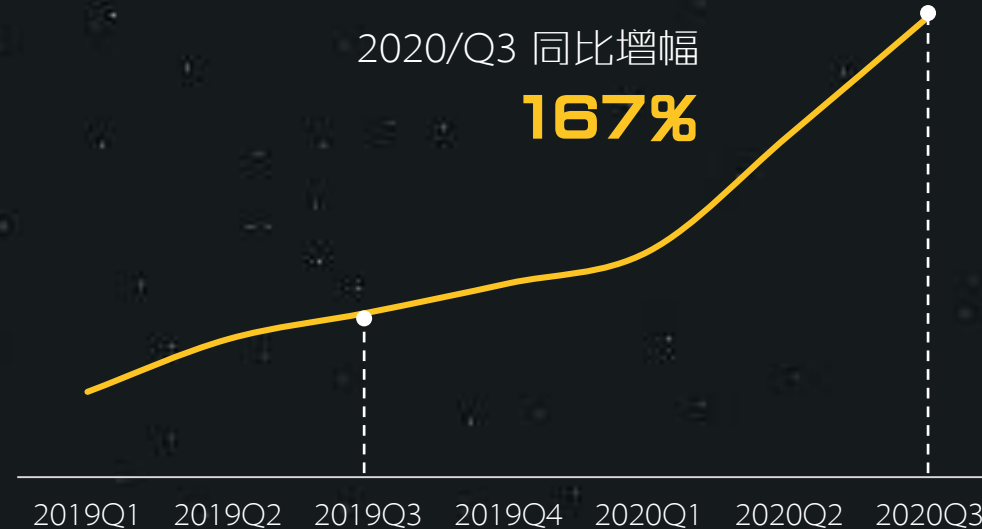
- 发得多 -

汽车相关 稿件量 持续增长



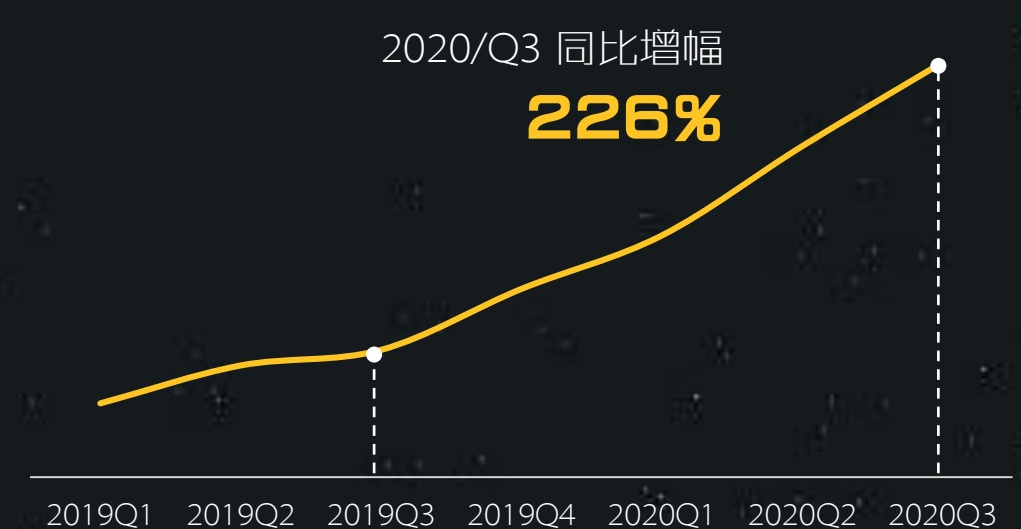
- 看得多 -

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      |

脑洞  
创意

衍生  
理念

知识  
分享

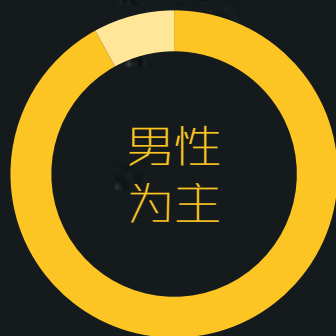
打开  
眼界



# #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

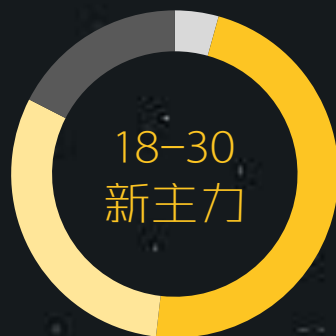
\* 30天内Top3观看内容中包含汽车内容的用户



● 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

日常

社科人文

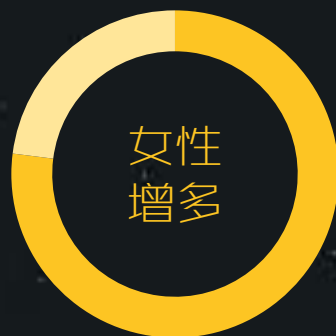
电子竞技

单机游戏

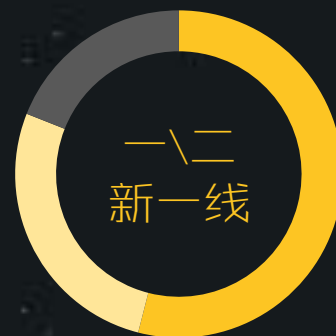
运动

## 汽车泛兴趣用户

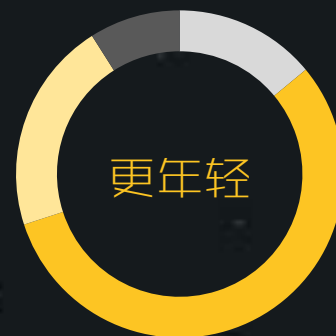
\* 30天内观看过汽车相关内容的用户



● 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

搞笑

原创

生活

日常

VLOG



# #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



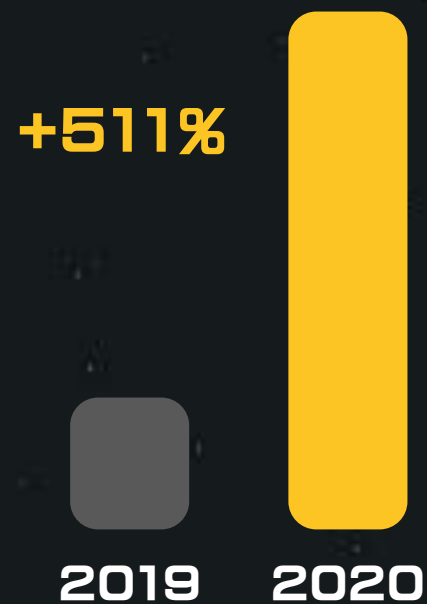
400000



# #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 -



小鹏:7.8w  
230% +



五菱:6w  
80% +



奥迪:5.9w  
1300% +



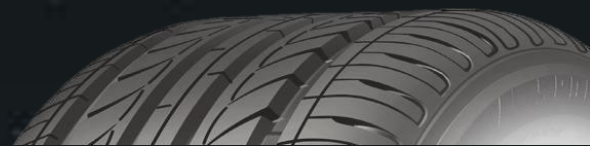
特斯拉:4.7w  
170% +



红旗:5.1w  
94% +

# 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站汽车内容全面上路，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