



疫情下的汽车直播 研究报告

极光JIGUANG

2020年4月

CHAPTER 01

产业视角的汽车直播

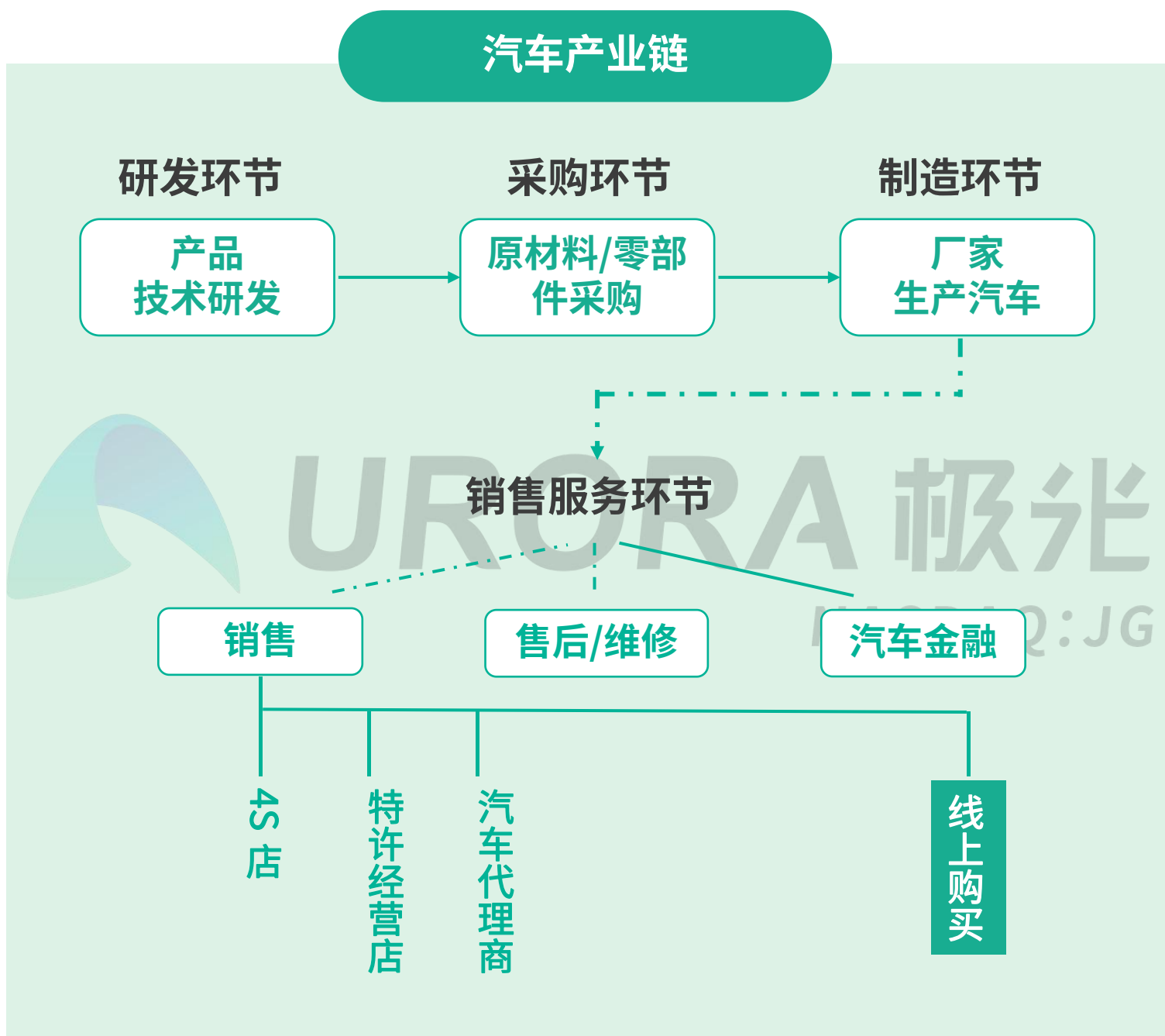


停工停产是全球汽车产业真实写照

疫情对汽车行业的影响涉及产业链各大环节与所有主体，生产、流通领域普遍停工停产

汽车研发、采购、制造、销售服务等多个环节相关主体，均受疫情影响，直观表现是停工停产

进入4月，中国汽车产业复工复产有序推进，但全球26个国家上百个汽车整车工厂仍处于停工停产状态



数据来源：根据公开资料整理

中国汽车产销量下滑严重

受传统春节和疫情的双重影响，中国汽车产销呈现剧烈下降趋势

每年汽车行业都因春节长假开工日减少，导致产销环比和同比均呈一定下降，2020年，在春节长假与疫情的共同作用下，1-3月汽车产销规模陷入近些年最低谷

其中乘用车产销下降更为严峻，2月生产规模同比下降82.9%，销售规模同比下降81.7%；3月，伴随生产经营有序恢复，乘用车产销同比降幅收窄至49.9%、48.4%

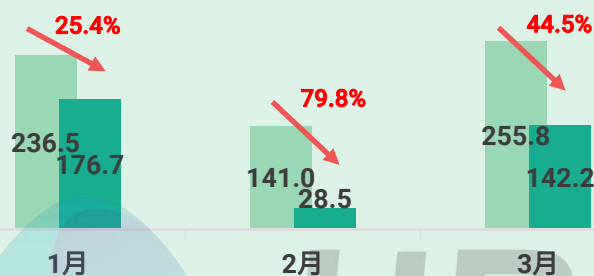
汽车行业产销情况

汽车行业总体

汽车行业生产规模

单位：万辆

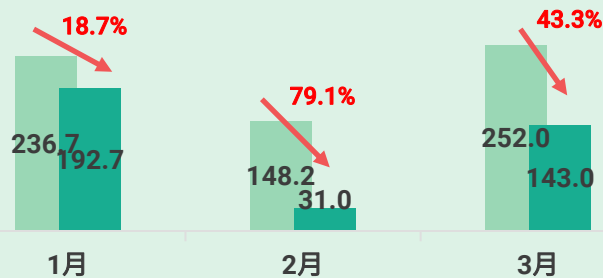
■ 2019年 ■ 2020年



汽车行业销售规模

单位：万辆

■ 2019年 ■ 2020年

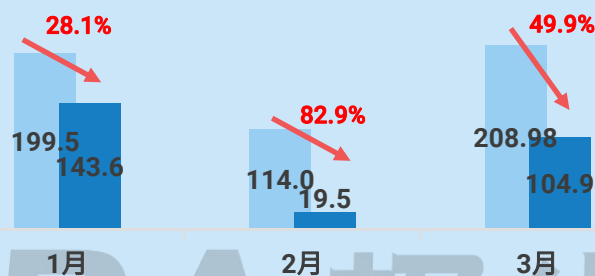


乘用车

乘用车生产规模

单位：万辆

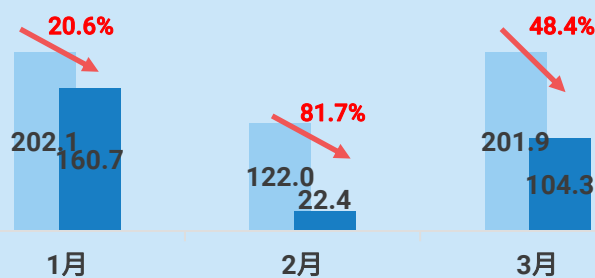
■ 2019年 ■ 2020年



乘用车销售规模

单位：万辆

■ 2019年 ■ 2020年



数据来源：汽车工业协会；数据周期：2019.01-2020.03

中国汽车市场逐步回归正轨

3月，汽车经销商库存预警指数仍超警戒线，但环比显著下降，随着消费者出行增加，集客逐周恢复，市场需求也实现缓慢增加

中国汽车流通协会数据显示，截至2020年3月31日，经销商门店复工率达到95.5%，客流恢复率达到64.0%，销售效率达到61.7%，国内汽车市场正在逐步回归正轨，当月消费者购买预期初步增强，实现1-2月的潜在顾客的释放

全国汽车经销商复工情况

门店复工率

95.5%

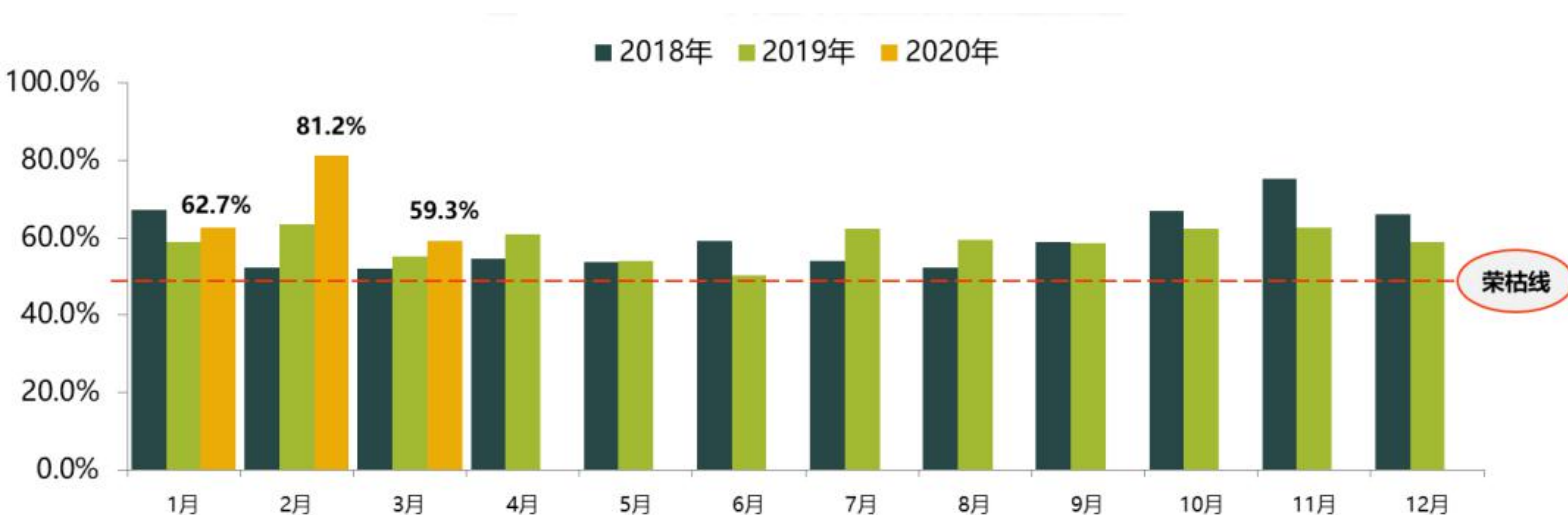
客流恢复率

64.0%

销售效率

61.7%

2018-2020年中国汽车经销商库存预警指数图



数据来源：中国汽车流通协会；数据周期：截至2020年3月31日

新机遇：汽车行业加速数字化

物理世界被隔绝，传统汽车营销、销售活动受阻，车企、经销商、汽车资讯平台纷纷借助数字化工具，让品牌与用户在数字世界连接；云上市、云试驾、云卖车、云客服等等层出不穷，疫情加速了汽车行业的数字化进程

疫情期间车企线上举措

以一汽-大众、蔚来为例



- 在线看车
- 直播说车
- 上门试驾
- 旧车线上、上门评估
- 在线购车，上门交车
- 上门保养



我是五亿公里主考官
如何开出十万公里的幸福感

主播：
季梁龙/陈超/褚食叁(车主)
Monica(蔚来上海 Fellow)

直播时间
2020.2.27 14:00-15:30

NIO 蔚来



汽车之家·车评频道

- 在线看车
- 直播说车
- 短视频介绍车辆卖点
- 建立微信群与粉丝高频互动
- 在线购车，上门交车

数据来源：根据公开资料整理

汽车直播跃升为主流营销手段

在汽车行业众多数字化尝试中，直播是最关键的载体之一；车企、经销商纷纷在汽车资讯平台、短视频平台、电商平台等开辟直播间，助力汽车在线营销、销售

汽车直播生态图



数据来源：根据公开资料整理

CHAPTER 02

用户视角的汽车直播

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_22050

