



# 中国汽车营销峰会论道「智敬大数据」

8月16日,由中国新主流媒体汽车联盟主办的2018“智敬大数据”第五届中国汽车营销峰会在贵阳顺利举行。来自40多家中国主流车企的厂商代表与26家主流媒体汽车主编齐聚一堂,对互联网和大数据时代下“汽车产业如何转型升级”“汽车营销该如何玩转大数据”“如何实现精准传播”等热点话题进行了深度探讨。同时,本次峰会还宣布,2018年度中国汽车总评榜评选工作正式启动。

## 紧跟大数据

助推产业转型升级

眼下,一些车企和数据服务商已经意识到,未来汽车产品将不再是车企的主要盈利点,其搭载的服务以及用户的数据信息才是汽车生态链中的焦点。

华晨汽车销售公司副总经理景瑶表示,华晨汽车凭借与宝马的10年合作沉淀了先进的生产工艺和成熟的生产体系;与车和家签署战略合作协议,双方将在智能电动车的研发、供应链、制造等各方面展开深度合作,从而实现华晨汽车的产品升级。南昌陆风汽车营销有限公司副总经理毛春鸣列举了近年来3个智能和互联网技术发展影响人们生活转变的例子,对汽车产业升级和智能化的前景描述为“变化之快,不可想象”。江淮乘用车营销公司副总经理王虎用司机、行人违章记录将受到出行限制的事例,来体现大数据已经深入生活的方方面面。海马汽车销售有限公司总经理刘海权透露,海马已经利用大数据定位了海马汽车的受众。

## 用好大数据

实现品牌精准传播

今年峰会的主题是“智敬大数据”,与会代表重点探讨了如何用大数据驱动整个汽车产业价值链的重塑。

对于大数据时代如何做好汽车营销,领克汽车销售有限公司常务副总经理易寒分享了自家品牌的经验:领克营销的3个关键词是“快速”“能效”“精准”,即针对年轻人群这一目标受众群,迅速捕捉其兴趣点,及时调整传播方式,并利用大数据带来的高效反馈机制,不断修正营销节奏和推广方式。

东风启辰市场部部长熊发明在现场模拟了如何利用数据分析用户角色并为之匹配相应的产品服务;一汽丰田企划部高级总监杨春霞分享了合资品牌如何利用数据分析

“贴地飞行”,研发更符合中国市场的消费场景;电咖汽车公关传播副总裁赵煥表示,利用好大数据,需先甄别“热数据”并加以利用才更有效;江西汉腾汽车市场策划部副部长张东生分享了他对于数据赋能营销的新思考;东南(福建)汽车工业有限公司总经理室部长钟维则讲述了企业在新格局、新四化的大背景下,中国汽车人如何玩转汽车新营销的“道”与“术”;还有网通社高级副总裁曹挺,从媒体角度解读了当下的营销新思路。

## 借力大数据

全面提升车企竞争力



2018年,中国车市两极分化明显,竞争更趋激烈。焦灼的市场环境,并没有抑制新势力的涌现。一批批新造车企业不断冒头,媒体环境也不断出新,新媒体正成为一股不容忽视的力量。

面对新老对手,面对不断变化的媒体环境,传统车企们又如何看待呢?

针对这一议题,东风日产乘用车公司公关科长岳超、上汽名爵品牌营销部高级经理陈继业、东风乘用车公司传播部高级总监李威、长江汽车品牌总监胡铭、长城汽车品牌传播部长崔利艳等嘉宾走上讲台,分享了自己独到的见解和深刻的洞察。

东风日产岳超首先开讲,东风乘用车李威、长江汽车胡铭、长城汽车崔利艳纷纷从企业和市场方面入手,逐渐把话题引向深入,最后,上汽名爵品牌营销部高级经理陈继业则把话题带向了高潮。

最终,大家一致认为:当下,无论新势力造车还是传统车企造车,是不是有互联网意识才是根本,能不能用好大数据,则要看各家的本领了!

可以明确的是,如今的汽车早已不是单一的交通工具,它更是生活的一部分,互联网意识赋予了汽车更深刻的内涵。

与会代表还认为,对于未来,不管是新势力还是传统车企,能在激烈竞争中存活下来的企业,都是优胜者。企业面临的变革与挑战,并不会因为身份而有所增减。随着新能源汽车成为行业主导,未来在相当长的时间内,新势力必定会与传统车企并存并行,这是大势所趋。

对于势头迅猛的新媒体,在参会企业看来,媒体如何能把企业需要的流量导入产品中去,媒体能不能引领营销新潮流,带来更有穿透力的新模式、新体验,是企业公关借力媒体的根本。

## ■相关链接

### 2018年度汽车总评榜 评选工作启动

本次峰会期间,2018中国年度汽车总评榜的评选工作正式启动。

中国主流媒体汽车联盟成立于2004年,联盟成员均为国内重点城市主流媒体,包括北京晚报、广州日报、杭州日报在内,读者覆盖了中国90%以上的汽车消费市场,对推动中国汽车普及、引导理性消费具有强大的影响力。

2016年,中国主流媒体汽车联盟升级、纳新,吸收新媒体成员,正式改组为中国新主流媒体汽车联盟。中国年度汽车总评榜的评选过程秉承公平、公开、公正原则,先由联盟各单位组织地区分榜,进而由分评榜汇集出总榜入围名单,最终由评委以无记名投票方式,产生各项年度大奖。

从2004年创立至今,由联盟单位联手打造的中国年度汽车总评榜已经走过了14年,它的专业性和权威性,收获了“车坛奥斯卡”的美誉,成为洞悉全年车市走向的风向标。

(据《北京晚报》)