懂车帝 | 巨量算数

2021

懂车帝经销商直播价值白皮书

2021 THE DEALER OF DCAR WHITE BOOK ON THE VALUE OF LIVE BROADCAST

找报告，上“数据瑆河”
微信小程序、知识星球、www.bj-xinghe.com、微信群（18610100296）同步分享更新

2021 THE DEALER OF DCAR
WHITE BOOK ON THE VALUE OF LIVE BROADCAST

目录

CONTENTS

序 新格局下的新机遇 03

01 欣欣向荣的汽车直播生态 04

2021：直播规模的跨越式发展 05
影响：从信息获取到购车决策 06
经销商：站在价值的暴风眼上 07

02 听成功者谈价值 13

没有价值，还是没找对方式？ 14
- “只在懂车帝平台，我们每天的线索量在 20-30条，最高月成交达到 60台” 15
- “尝试直播的第一个月，我们卖出了 8台车” 16
- “令人振奋的是，直播为我们的新车发布带来了‘盲定’的现象” 17
- “直播带来线索的效率是可以量化的，也是目前的线索获取方式中相对更高的” 18
- “直播最开心的时候，就是有粉丝跨越几百公里找我来买车” 19

聚焦：汽车直播的三大价值 21
价值属于大多数 22

03 懂车帝：携手直面新机遇 25

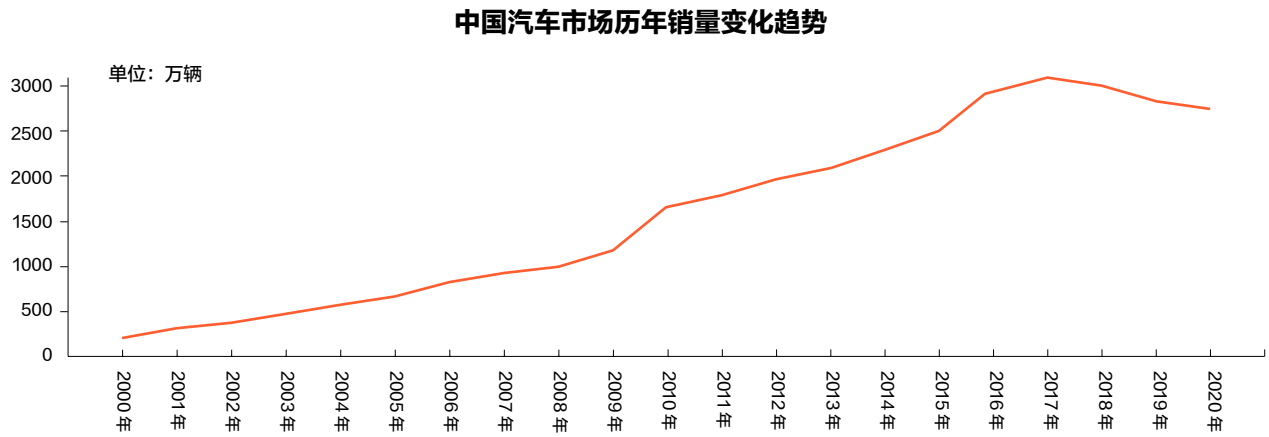
独特的平台能力 26
独一无二的用户群体 27

未来 新机遇下的新格局 29

找报告，上“数据瑆河”
微信小程序、知识星球、www.bj-xinghe.com、微信群（18610100296）同步分享更新

序 新格局下的新机遇

2020 年，中国乘用车市场销量经历了连续第三年的下滑，定格在 2531 万。我们必须看到，属于中国汽车产业的存量时代已然到来。



数据来源：中国汽车工业协会

在这样的市场环境下，直播作为近两年新近出现的媒体形式，在汽车产业的信息传播中正在发挥日渐重要的价值。清晰直观的表现形式和能够满足观众即时互动需求的特点使直播成为了广大消费者在图文信息和视频之外，了解汽车信息的又一重要途径，也进而成为了中国汽车产业的参与者们争夺用户注意力的重要方式。

而随着大量新势力造车企业的快速入局，中国汽车产业的竞争格局正在经历一个颠覆和重构的过程。在这样全新的竞争局面下，随着传播技术的快速发展，汽车直播将有可能成为中国汽车产业的从业者们突出重围的重要抓手。

找报告，上“数据瑝河”
微信小程序、知识星球、www.bj-xinghe.com、微信群（18610100296）同步分享更新

欣欣向荣的
汽车直播生态

CHAPTER 01

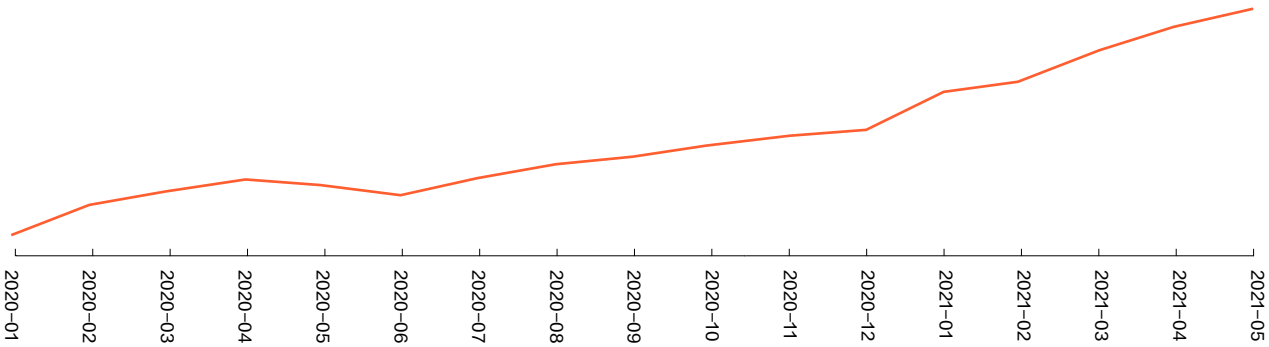
找报告，上“数据瑝河”
微信小程序、知识星球、www.bj-xinghe.com、微信群（18610100296）同步分享更新

01 2021: 直播规模的跨越式发展

在懂车帝平台上正在发展和演进的，是一个欣欣向荣的汽车直播生态，去年年初开始，懂车帝平台上的主播账号数量就体现出了稳步增长的态势。

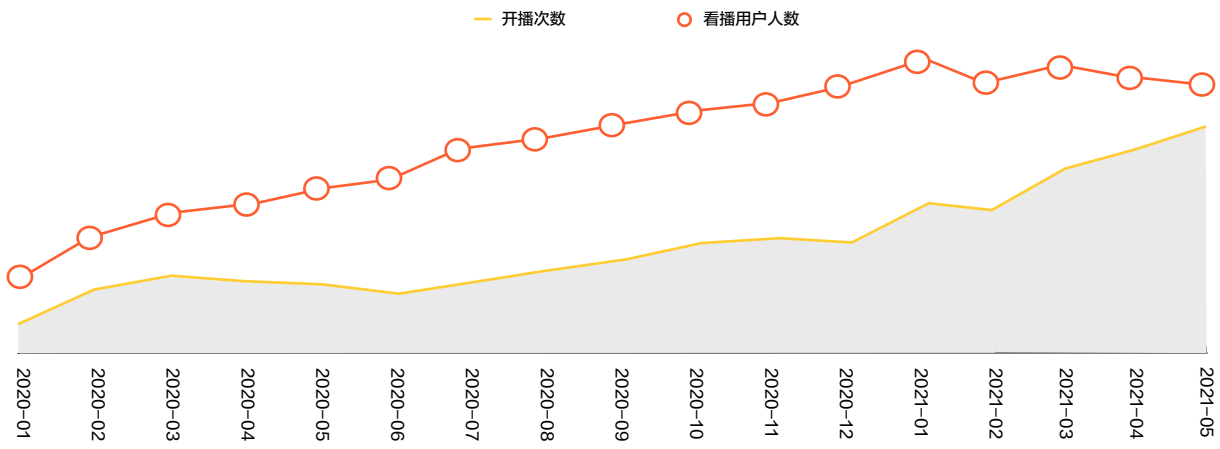
进入 2021 年，在平台政策的加持下，懂车帝平台开播账号的规模实现了爆发式的提升，仅 5 月就有接近 4 万个主播依托懂车帝平台的强大能力，用直播的方式与用户实现了汽车相关信息的交流。在这个过程中，懂车帝在直播上的功能和价值也得到了大量有效的验证。

2020.1-2021.5 懂车帝开播账号量变化趋势



数据来源：懂车帝，巨量算数整理

主播规模迅速扩张的同时,懂车帝平台直播的质量也在过去大约一年半的时间里完成了快速稳定的提升:开播次数和看播用户规模同步增长，2021 年 5 月，懂车帝平台直播量高达 25 万场。直播为主播们带来的收益和价值使他们愿意不断在这个平台上创造更多高质量的直播内容，而这些内容也使用户观看直播的热情更加高涨。对于懂车帝直播来说，内容、用户和创作者之间的良性循环已经形成，直播也正在成为懂车帝用户获取汽车资讯的重要方式。



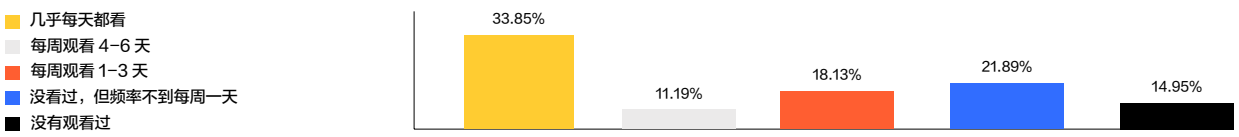
数据来源：懂车帝，巨量算数整理

找报告，上“数据瑆河”
微信小程序、知识星球、www.bj-xinghe.com、微信群（18610100296）同步分享更新

02 影响：从信息获取到购车决策

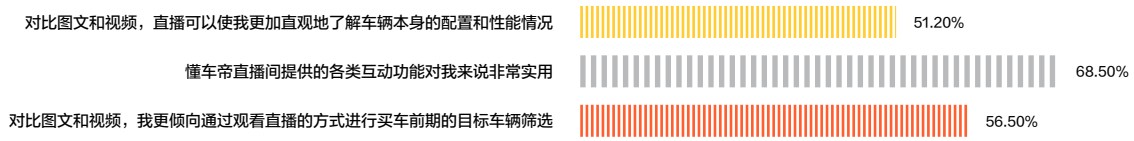
调研数据显示，几乎每天都会在平台上观看直播的懂车帝用户占比达到 34%，每周观看 4 天以上直播的重度用户比例更是超过了45%。专业汽车信息平台提供的直播内容正在成为中国广大汽车爱好者生活中不可或缺的一个部分，以更加新鲜的形式丰富着他们的汽车知识。

懂车帝用户最近 3 个月观看直播频率



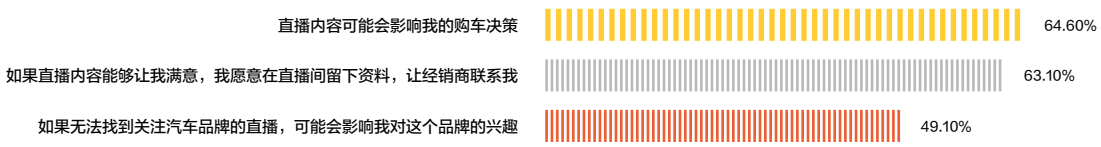
数据来源：懂车帝直播用户调研，2021 年 5 月，N=1037

直播为中国消费者带来了全新的选购体验。直观是直播功能为消费者带来的重要价值之一，51% 受访者认为相比图文和视频，直播对车辆配置和性能的展示更为生动和完整；而能够随时与主播进行互动是更加重要的能够吸引用户观看直播的原因，将近 7 成用户肯定了直播间提供的各类互动功能对于他们的价值，与此同时，直播在提升获取信息效率上的价值同样重要，也有接近 6 成的受访者表示他们在购买下一辆车前，会更加倾向通过直播的方式进行前期的目标筛选。



数据来源：懂车帝直播用户调研，2021 年 5 月，N=1037

更为重要的是，直播正在对中国消费者的购车决策产生潜移默化的影响：65% 受访者认为他们感兴趣品牌的直播内容可能会影响到他们的购买决策；63% 受访者表示会因为能够让他们满意的直播内容而留下线索；此外，也有将近半数的受访者表达了他们在购车前对于直播内容必要性的态度，在直播布局上的内容缺失将可能在很大程度上影响潜在消费者对于品牌的兴趣。



数据来源：懂车帝直播用户调研，2021 年 5 月，N=1037

总结来说，无论是内容供给还是用户需求，汽车直播正在面对的都是一个蓄势待发的市场环境。随着汽车直播技术的不断进化和汽车直播理念的不断成熟，中国汽车产业与直播之间的联系在未来也必然将变得更加密切。

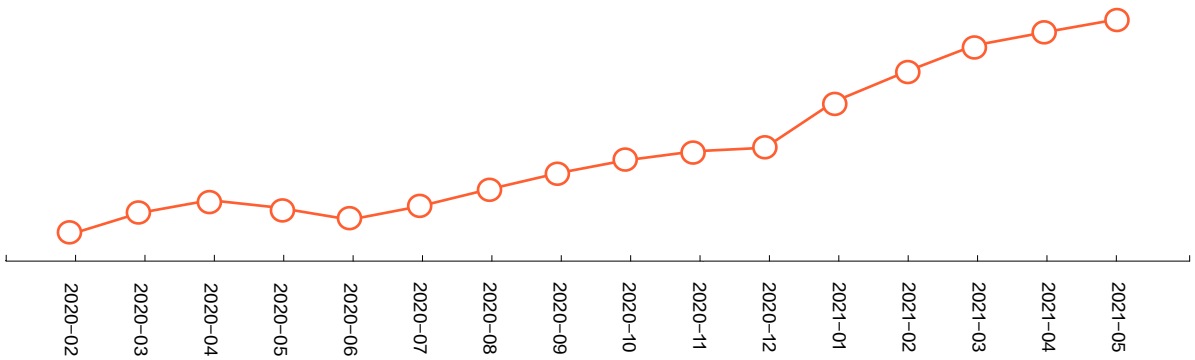
找报告，上“数据瑝河”
微信小程序、知识星球、www.bj-xinghe.com、微信群（18610100296）同步分享更新

03 经销商：站在价值的暴风眼上

直播产业的中坚力量

品牌、经销商、隶属于专业直播机构的汽车主播以及广大汽车爱好者构成了汽车直播生态中丰富多样的参与主体。在这之中，作为汽车流转过程中的核心环节，经销商直播的地位和价值最为重要。从 2020 年初开始，在懂车帝平台进行直播的经销商主体数量就体现出了持续上升的趋势，到 2021 年 5 月，在懂车帝平台开播的经销商账户数量已经接近 25000 个。

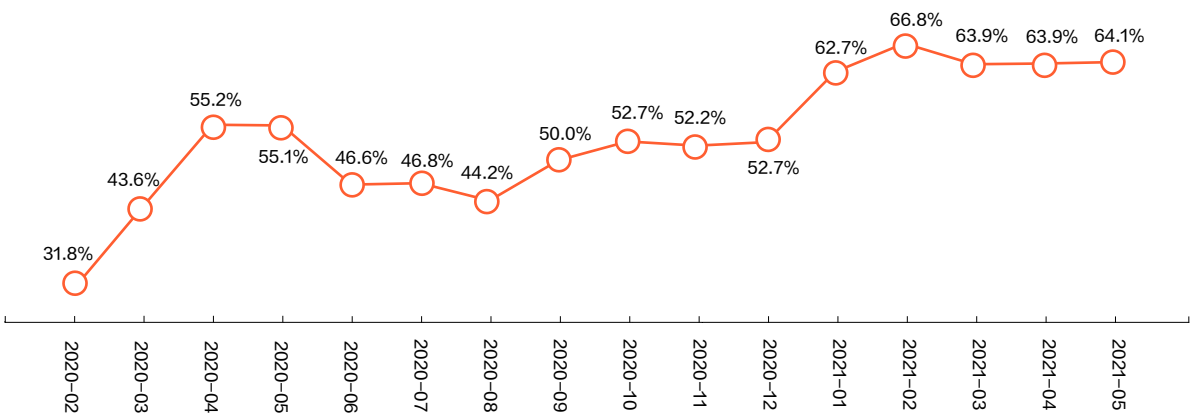
2020.2-2021.5 懂车帝经销商主播账户数量变化趋势



数据来源：懂车帝，巨量算数整理

与开播经销商数量同步增长的，是经销商类型的直播主体在整个平台中的占比，2020 年 2 月，在懂车帝平台开播的经销商主播数量仅占所有主播数量的 32%，经历了一年半左右时间的市场培育，到 2021 年 5 月，这个数字已经超过了 64%，汽车经销商已经成为了懂车帝直播生态中最为重要的主播类型。

2020.2-2021.5 懂车帝经销商主播占比变化趋势

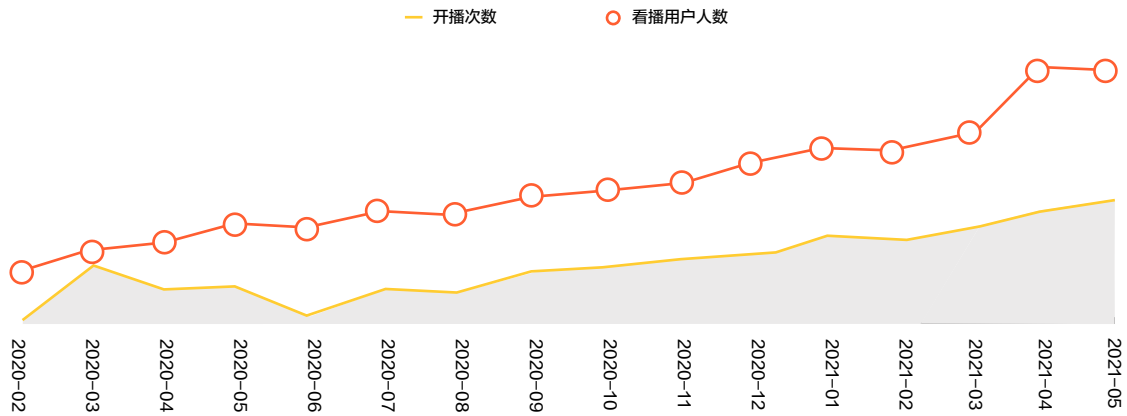


数据来源：懂车帝，巨量算数整理

找报告，上“数据瑾河”
微信小程序、知识星球、www.bj-xinghe.com、微信群（18610100296）同步分享更新

开播次数和观看数据上的变化同样可以反映中国汽车市场中的经销商对于直播投入的持续增长，进入2021年，懂车帝平台上的经销商开播次数和规模出现了显著的提升，5月，懂车帝平台上经销商开播超过21万场。经过一年半以来的发展和壮大，经销商直播作为一种重要的经销商与潜在消费者进行沟通和交流的方式，在懂车帝平台上的发展已然初具规模。

2020.1-2021.5 懂车帝经销商平均每月开播频率和观看量变化趋势



数据来源：懂车帝，巨量算数整理

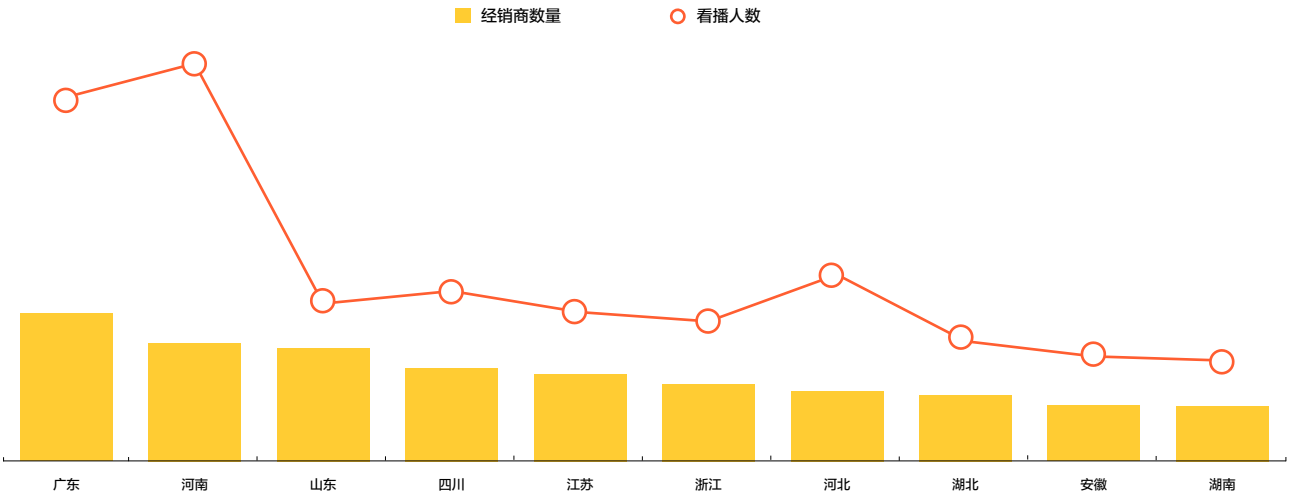
覆盖全国的宏大版图

中国汽车产业正在面对的，是一个正在快速发展和成熟的经销商直播发展版图。地域方面，懂车帝经销商直播业务已经形成了遍布全国的发展网络，覆盖全国31个省份，其中广东、河南和山东地区是目前经销商直播覆盖情况最好的省份。仅在4月，就有超过1000家位于广东的汽车经销商在懂车帝平台开播，开播总场次超过2.5万场。看播数据方面，河南经销商提供的内容最受懂车帝用户的关注，4月超过500万用户在懂车帝平台上观看了河南经销商提供的直播内容。

区域分布方面，经济发展水平较高，人均可支配收入较多的东部和东南沿海地区依然是经销商直播较为普及的地区，中部地区同样拥有河南和湖北这样的直播大省。与此同时，即便是在地处祖国边境的新疆和西藏，懂车帝平台的直播功能同样发挥着价值，数以百计的经销商正在通过直播的方式向当地乃至全国的汽车爱好者们展示着他们所代表汽车品牌的魅力。

找报告，上“数据瑝河”
微信小程序、知识星球、www.bj-xinghe.com、微信群（18610100296）同步分享更新

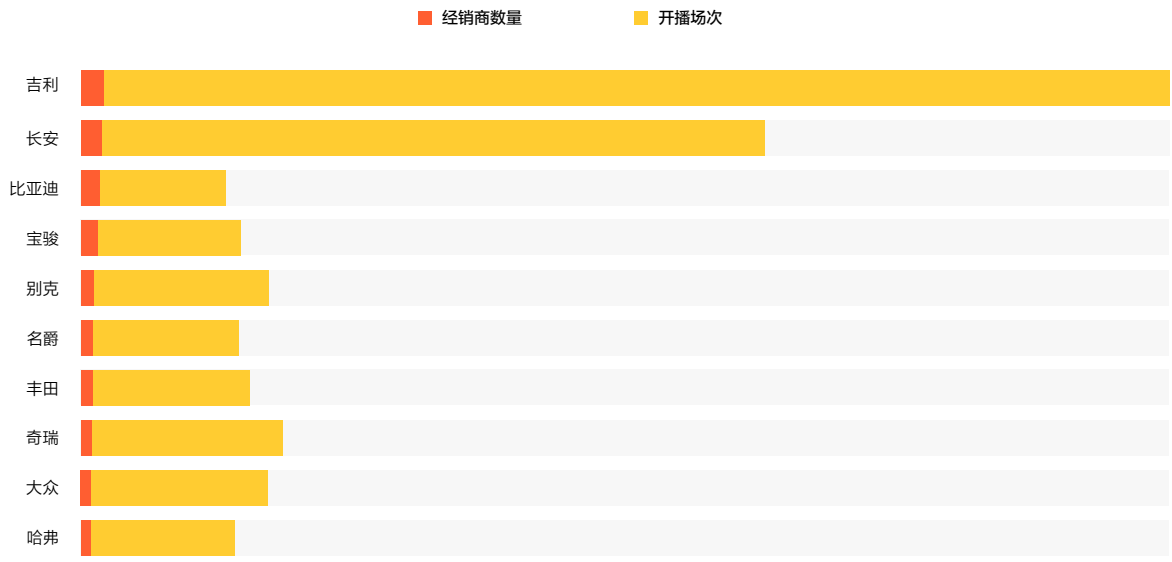
2021 年 4 月懂车帝各省份经销商数量 TOP10



数据来源：懂车帝，巨量算数整理

在这个宏大的版图中，吉利、长安和比亚迪三大自主汽车品牌成为了 4 月懂车帝开播数量最多的品牌，其中吉利旗下的各个品牌 4 月开播总场次超过 4 万场，平均每天 1000 多场高频次高密度的直播，为品牌的发展注入了全新的活力。

2021 年 4 月懂车帝各品牌经销商直播数量排名

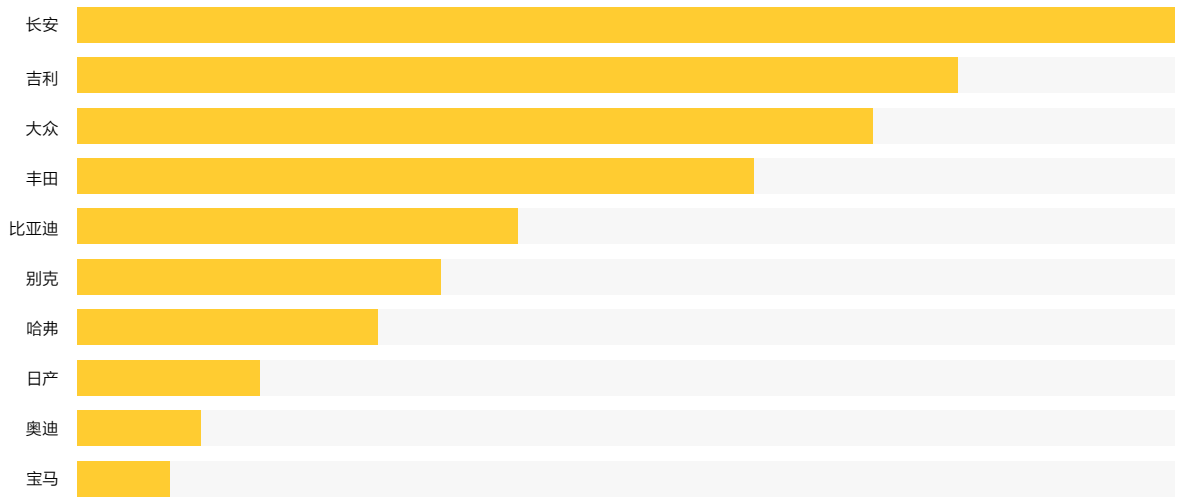


数据来源：懂车帝，巨量算数整理

找报告，上“数据瑝河”
微信小程序、知识星球、www.bj-xinghe.com、微信群（18610100296）同步分享更新

看播数据方面，中国市场合资品牌的典型代表大众和丰田旗下品牌发布的直播内容受到了最多用户的关注，传统豪华汽车品牌的代表奥迪和宝马也跻身前 10 位。无论是对于自主品牌、合资品牌还是豪华车品牌，他们都正在懂车帝平台上通过直播的方式展示着产品信息和品牌的精神内涵。

2021 年 4 月懂车帝各品牌经销商看播人数排名



数据来源：懂车帝，巨量算数整理

懂车帝为经销商提供的直播服务正在为他们带来可观的收益，4 月排名前 30 位的经销商单月看播人数都超过了 8 万，而排名第一的经销商天津聚义全月直播内容带来的独立看播人数接近 40 万。考虑到之前调研结果中提到的，在直播内容能够令用户满意的前提下他们愿意在直播中留下线索的情况，这些在直播表现中排名靠前的经销商将可能通过这样的方式收获大量的用户线索。

在这些排名靠前的经销商当中，不仅有地处北京、深圳这样超一线城市的经销商，也有位于河北邢台和江苏连云港这样低线级城市的经销商。直播为各地经销商在一定程度上打破了地域的限制，提供了一个更为公平和开放的竞争环境。另外，我们也在这个榜单中看到了类似宝马和保时捷这样的豪华和超豪华品牌的身影，直播对于这类品牌的意义同样重大。

找报告，上“数据瑆河”
微信小程序、知识星球、www.bj-xinghe.com、微信群（18610100296）同步分享更新

2021 年 4 月懂车帝经销商直播看播人数排名

经销商名称	城市	品牌	看播人数
天津聚义	天津	江淮汽车	
合众明德一汽大众	郑州	一汽 - 大众	
东莞鸿燕常平天建店	东莞	长城汽车	
北京百得利奥迪中心	北京	一汽 - 大众奥迪	
广汽丰田邢台润丰中兴路店	邢台	广汽丰田	
广汽本田东莞龙成店	东莞	广汽本田	
北京申银汽车服务有限公司	北京	上汽大众	
北京利豪广厦新发地直营店	北京	吉利汽车	
广汽丰田广汇鹏峰	深圳	广汽丰田	
长安汽车 - 连云港诚有 4S 店	连云港	长安汽车	
江西久恒吉利 4S 店	南昌	吉利汽车	
上汽大众郑州恒信众和 4S 店	郑州	上汽大众	
吉安吉通汽车销售服务有限公司	吉安	吉利汽车	
广汽本田北环店	郑州	广汽本田	
河南裕华奥捷	郑州	一汽 - 大众	
东莞合宝宝马	东莞	华晨宝马	
大岭山东本	东莞	东风本田	
眉山天牛华兴广汽丰田	眉山	广汽丰田	
郑州威佳东风本田	郑州	东风本田	
龙南科技比亚迪	深圳	比亚迪汽车	
俊丽哈弗塘厦店	东莞	长城汽车	
邢台圣士龙日产	邢台	东风日产	
新乡合众汇成领克中心	新乡	领克	
新乡合众新沃沃尔沃	新乡	沃尔沃	
郑州长通广汽丰田	郑州	广汽丰田	
比亚迪金华 4S 店	乐山	比亚迪汽车	
重庆兴众合吉利	重庆	吉利汽车	
芜湖保时捷中心	芜湖	保时捷	
河南合众汇泽捷达	郑州	捷达	
一汽 · 大众合众汇金巩义店	郑州	一汽 - 大众	

找报告，上“数据瑝河”
微信小程序、知识星球、www.bj-xinghe.com、微信群（18610100296）同步分享更新

作为尚未达到发展成熟期的媒体形式，欣欣向荣的经销商直播发展版图在肯定了当下直播对于经销商重要价值的同时，也意味着这种媒体形式在未来拥有着非常广阔的进化空间。在当前快速变化迭代的市场环境下，懂车帝平台也将于近期推出指标维度更加丰富，覆盖范围更加全面的经销商榜单，为广大经销商提供更多行业竞争格局变化的动态。让经销商能够更加及时地了解行业发展上的最新动向，最终完成使直播这样一个代表未来的工具能够更好地为经销商所用的远大目标。

找报告，上“数据瑆河”
微信小程序、知识星球、www.bj-xinghe.com、微信群（18610100296）同步分享更新

听成功者谈价值

CHAPTER 02

找报告，上“数据瑝河”
微信小程序、知识星球、www.bj-xinghe.com、微信群（18610100296）同步分享更新

01 没有价值，还是没找对方式？

与每一个新事物的发展历程相似，在经销商直播的发展如火如荼之时，随之而来的是结合着一些不太成功的案例，众多媒体和业内人士对于经销商直播价值的质疑。在这些问题之中，主播对用户无法形成有效的引导、直播导致的门店售卖价格的降低以及最重要的，对于直播带来销售线索效率的不确定也成为了经销商直播推广中所面临的最为集中的问题。

作为能够很好地匹配当下消费者信息获取习惯变化的传播形式，汽车直播和经销商直播本身的价值不容置疑。而当整个中国汽车产业在传播上正在迎来直播这样一个全新的可能性，面对随之而来问题的态度也似乎不应该仅仅停留在回避和否定。积极地面对这些问题，通过不断地实践找寻解决这些问题的方式，进而使直播的价值得到更好的体现，或许整个中国汽车市场的经销商直播将可以迎来更为明晰的未来。

而在此之前，懂车帝也愿意通过已经取得成功的经销商带来的经验，为正在是否投入直播这个问题上处于迷茫和不确定阶段的经销商们，提供一些思想上的灵感与火花。在这个报告里，我们邀请了 5 家分属不同类型汽车品牌，却同样在近半年懂车帝直播的综合表现中排名前列的经销商代表，希望他们的经历能够为处于徘徊阶段的从业者们带来对于经销商直播这个概念全新的理解。

找报告，上“数据瑆河”
微信小程序、知识星球、www.bj-xinghe.com、微信群（18610100296）同步分享更新

只在懂车帝平台，我们每天的线索量在 20-30 条，最高月成交达到 60 台

刘鹏飞

合众明德一汽大众
合资品牌：一汽大众

一句话成功经验：

A WORD OF SUCCESSFUL EXPERIENCE

“不靠‘价格战’，依靠的是主播扎实的汽车知识和公司策略上的重视”

来自河南郑州的刘鹏飞，是合众明德一汽 - 大众销售的一名主播。有别于资深主播及资深汽车销售，仅仅开启直播四个月，他便实现懂车帝平台月成交 60 台车辆的最好成绩，平均日线索量达 20-30 条，在众多主播中脱颖而出，成为一匹“黑马”。直播在带来留资和成交上对于经销商的价值在头部主播中已经得到了很好的验证。

刘鹏飞的直播，不靠“政策”，也不靠“价格战”。作为一个刚毕业的汽车专业大学生， 靠着自己扎实的汽车知识建立自己的人设，构建出粉丝对他超高的信任度以及“依赖感”。他与众多汽车发烧友观众共同营造一个良性的和谐的直播环境，将直播间变成了一个大型汽车交流会。同时，刘鹏飞表示，公司非常重视直播。不仅有专门的新媒体团队，而且会有推广及直播红包来再吸引粉丝进入直播间。

在存量时代，如何有效提升售后保养、维修服务的客户留存率，已成为经销商可持续发展所面临的一大挑战。在优秀业绩背后，刘鹏飞展现出直播作为一种数字化营销手段带来的更大想象空间。主播既是观众们专业的汽车知识顾问，又是亲切的好朋友。在保证销售质量的同时，依靠直播构建主播与客户之间更加牢固的信任关系，成为一种行之有效的手段。

找报告，上“数据瑆河”
微信小程序、知识星球、www.bj-xinghe.com、微信群（18610100296）同步分享更新

尝试直播的第一个月，我们卖出了 8 台车

耿菲菲

超豪华品牌：保时捷
芜湖亚夏众捷汽车销售服务有限公司

一句话成功经验： A WORD OF SUCCESSFUL EXPERIENCE

“利用好品牌流量，打造符合品牌调性的直播内容”

作为一家地处南京和合肥两座省会城市之间的保时捷经销商，芜湖亚夏众捷在懂车帝平台上的直播经历可以代表大批豪华车的心态，从开始对于直播效果的半信半疑，到第一个月卖出 8 台车的惊喜，再到后续直播对于整体业绩提升表现上的逐步稳定，这家保时捷经销商的经历很好地证明了直播为豪华车经销商可能带来的销量上的直接收益。

在这样一个流量时代，利用好品牌本身带来的流量价值和通过流量带动销量的思路对于豪华车经销商的直播至关重要，因为这是他们基于品牌本身所具备的得天独厚的优势，用户对于高端车型的憧憬将会为豪华车直播间带来相对更多的流量。而如果能够精细化地运营这些流量，对于豪华车经销商来说将可能实现对潜在购车用户群体地高效拓展。通过优质内容收获流量，再将流量转化成为销量，成为了耿总在访谈中重点提到的成功经验。

打造与品牌调性匹配的直播间调性对于豪华车经销商直播来说同样重要，由于相对较高的车主和潜在车主的社会身份和地位，他们对于信息传播方式的调性和品味有着更高的要求，所以对于豪华汽车品牌来说，打造一个与品牌本身调性匹配的直播环境，同样将成为在直播尝试中获得成功的关键方向。

与品牌调性匹配的直播间调性除了专业的拍摄设备和直播环境，可能还包括专业的主播资源，耿总在对话中反复提到了专业主播对于直播间生态的重要意义，以及随之产生的对于线索获取和下单的促进作用。专业主播具备的更加端庄的气质和形象将会能够与豪华车的品牌效应产生很好的化学反应，为品牌带来更多的关注。与其它类型的经销商不同，通过专业的主播建立高品质的直播间形象，从而给到观众更为舒适的观看感受，或许将成为豪华和超豪华汽车品牌经销商直播发展中的必备方向。

找报告，上“数据瑝河”
微信小程序、知识星球、www.bj-xinghe.com、微信群（18610100296）同步分享更新

令人振奋的是，直播为我们的新车发布带来了‘盲定’的现象

王彦飞

自主品牌：吉利
河南华驰吉悦汽车销售有限公司

一句话成功经验： A WORD OF SUCCESSFUL EXPERIENCE

“清晰的逻辑和快速的反应，或许他就在你身边”

作为目前经销商直播规模最大，在经销商直播领域的投入也相对更多的自主品牌的典型代表，直播正在为河南华驰吉悦带来销售思路上的冲击。无论是疫情期间的“无接触购车”，还是新车发布时的“盲定盲选”，直播都正在为自主汽车品牌从销售层面上带来新的可能。

在对话中，王总向我们介绍了他们在选择主播时发生的有趣故事：“我们最终选择的不是一个平时销售业绩很好的员工，但是我认为他在与人交流时有着清晰的逻辑和快速的反应，在直播这个方向很有天赋，结果目前来看，还是取得了非常不错的效果。”所以对于经销商来说，充分挖掘每一个员工的能力，调动每一个员工的积极性，或许将成为经销商直播工作取得成功的开端。

对员工积极性调动的价值还可以在员工私域流量的挖掘中体现，如何能够让每一个员工明确自己工作的意义，能够使他们在工作中真正实现自身的价值，并愿意把机构直播的内容向自己的社交圈层进行分享，同样是对于经销商来说值得研究的课题。

除此之外，与懂车帝平台服务人员的密切配合，也在很大程度上帮助河南华驰吉悦取得了目前在直播工作中获得的成绩。通过与平台对接人的定期沟通，获取平台直播功能和直播技巧上的快速更新，也将有助于经销商更好地提升直播中的获取销售线索的效率，从而使其在直播渠道上的投入获得更大的收益。

找报告，上“数据瑆河”
微信小程序、知识星球、www.bj-xinghe.com、微信群（18610100296）同步分享更新

直播带来线索的效率是可以量化的，也是目前的线索获取方式中相对更高的

花金健

合资品牌：广汽丰田
河南鑫宝丰汽车销售服务有限公司

一句话成功经验： A WORD OF SUCCESSFUL EXPERIENCE

“完善的团队架构和成熟的激励机制是在直播上获得成功的基础”

在竞争非常激烈的合资车领域，也有越来越多的经销商在直播方向取得了一定的成果之后，开始成立专职负责直播的团队。“这种成果的表现形式可能是多样的，除了传统意义上销售线索的重要拓展渠道之外，来自直播渠道线索的投入产出比对于经销商来说可能是更高的”，在谈及团队建立的原因时，来自河南鑫宝丰的直播团队负责人花金健向我们介绍了直播可能给经销商带来的获得线索之外的额外价值。

打造立体化的媒介传播矩阵，通过直播和短视频同步的内容输出，实现不同平台间的相互引流对于合资品牌汽车经销商，亦或是所有汽车经销商来说都可能是一个非常有效的在直播启动期获取流量的关键方式。让优质的内容在不同性质不同形式的平台上出现，将可能帮助经销商完成传播渠道上的快速试错，迅速找到最合适的对于品牌来说，与直播形成有效搭配的渠道。

豪华车品牌之外，销售兼职的方式依然是目前大部分经销商直播中主播的主要来源，这就意味着其中涉及到的大量的人力和时间上的沟通和协调的工作，在这样的工作环境下，通过完善的制度和成熟的激励机制激发直播参与者的热情就显得至关重要，在谈到在机构在直播中获得良好数据表现的原因时，直播强调了完善制度下成熟激励机制的重要意义。

而当直播间观众发展到一定的规模之后，专业团队的价值也将会体现地愈发明显，当专职团队成立之后，成员工作的目标和职责将会更加明确，直播工作也将进一步走向正轨，从而为经销商带来更多的线索和收益。

找报告，上“数据瑾河”
微信小程序、知识星球、www.bj-xinghe.com、微信群（18610100296）同步分享更新

直播最开心的时候，就是有粉丝跨越几百公里找我来买车

韩鹏

新能源品牌：小鹏
北京市昌平区亚运村汽车交易市场小鹏综合服务中心

一句话成功经验： A WORD OF SUCCESSFUL EXPERIENCE

“直播配合上门试驾，将可能成为新能源车企新的增量”

对于发展迅猛的新能源品牌，尤其是新势力品牌来说，目前在直播领域的投入相对较少。因为他们在卖场开设展厅的传播思路带来的是相对更大的人流，在这样的展厅环境中进行直播可能将会面临更多意想不到的状况。而对于主要服务小鹏汽车的专职主播大鹏来说，正是由于这样的展厅形式而催生的上门试驾，让他对直播的价值有了新的理解。而由于直播产生的跨地域购买的现象，也成为了直播带给新能源汽车品牌非常重要的价值。

真诚的重要性是大鹏站在一个主播的角度多次向我们表达的，“当外地的粉丝专程为你而来的时候，感觉真是高兴，买不买都高兴，所以我会把每一个进入直播间的观众都当朋友。”也是因为这样的真诚，大鹏的直播间成为了懂车帝平台上最为热门的直播间之一。从这个角度来说，更好地培养主播的专业素质，或说者选择一个合适的主播将在很大程度上决定经销商直播的效果，而朴实无华的真诚二字或许是值得当前每个经销商直播间里的主播认真揣摩和体会的。

而在当前新能源品牌的试驾环节中被普遍应用的上门试驾，也为新能源汽车品牌的直播开辟了新的思路，在征得客户同意和保证行车安全的前提下，对试驾过程的直播对比传统直播内容，可以使观众更加直观地了解车辆行驶状态下的状态和功能体现。所以积极地开辟具有差异化的直播内容和直播形式，也将可能帮助经销商在已经初具规模的汽车直播中突出重围，收获更多的流量。

找报告，上“数据瑆河”
微信小程序、知识星球、www.bj-xinghe.com、微信群（18610100296）同步分享更新

最后，也是最重要的，大鹏和我们讲述了一些他在开始直播的时候所遇到的困难，无独有偶，我们访谈中遇到的每个人都和我们表达了坚持对于直播工作的重要意义，他们都经历过直播启动阶段的不顺利，但却没有放弃,而是和团队一起,积极寻找着解决问题的方案,最终实现了目前所得到的,在直播工作上阶段性的成功。

回顾本章开头提到的关于经销商直播价值的 3 个问题

主播是整个直播的灵魂，也是经销商在直播中与观众进行互动的枢纽，所以在当前各个经销商较为常用的随机指派主播的方式下，如果没有成熟机制的保障，将很难与用户形成非常有效的互动。与此同时，根据以上访谈的内容，我们不难发现主播的来源方式并不固定，经销商可以从很多渠道找到合适自己品牌和企业的主播人选。所以在开始直播工作之前，寻找一个真正擅长在屏幕前进行表达的主播，或许才是解决主播和观众互动问题的关键所在。而只要主播能够时刻把直播当作自己的事业，把真诚当作与观众进行交流和沟通的前提，随着行业发展水平的不断深入和主播的专业水平得到的系统提升，或许“无法对用户进行有效引导”的经销商主播将会不复存在。

从我们访谈到的这 5 位汽车直播行业成功者的经验来看，传统意义上认为的在直播过程中为消费者提供相对便宜的价格相关的概念并没有被他们在成功的经验里所提及。询价和比价只是直播为消费者提供的一部分非常细分的价值，更为直观地感受车辆的情况、更方便地与销售人员进行互动以及更快捷地完成多款车型的比较都是经销商直播能够为消费者带来的。目前来看，无论是从经销商还是消费者的角度来说，由于目前普遍存在的线下车辆交付时的议价环节，在汽车这样典型的耐用消费品的售卖过程中，价格都不是直播过程中正在被讨论的中心，所以经销商对于价格保护相关的焦虑其实并不必要。

最后来说一说获取线索的效率，也就是我们通常所说的留资效率。访谈结果表明直播在留资效率上的投入比产出较到店留资和传统网络留资相对更高,所以问题的关键将会聚焦到直播间的流量是否能够得到保障。所谓的“直播间观众人数较少”的实质是流量的匮乏，而不是获取线索效率的不足。解决这个问题的关键更多需要寻找到提升直播间流量的有效方式，而不是简单地抱怨汽车直播在留资能力上的欠缺。

找报告，上“数据瑆河”
微信小程序、知识星球、www.bj-xinghe.com、微信群（18610100296）同步分享更新

02 聚焦：汽车直播的三大价值

懂车帝直播平台上众多成功经历的背后，是直播为广大汽车经销商带来的三大价值。

销售线索的重要增量

留资、或者说获取销售线索是直播能够为经销商带来的最为直接的收益，上个章节提到的所有受访经销商在谈到直播给他们带来的价值时，都提及了通过获取更多的销售线索来促成更多的生意，这也是直播能够给经销商带来的最为直接的价值。由此可见，直播对于汽车产业来说已经不仅是单纯的传播行为，而是经销商销售的获取销售线索的重要抓手，也终将成为到店和网络留资之外第三类常态化的留资手段。

除了直接获取销售线索外，直播还能够在很大程度上帮助经销商实现线下到店的引流。基于平台提供的本地推荐功能，众多本地消费者提到他们是因为直播内容的影响而走进店铺，这同样帮助经销商实现了来自直播内容层面的销售转化。更重要的是，在直播中打造的个性化形象和由此积累的人气将会为经销商吸引很多外域甚至外地的客户，这样客源渠道上的拓展无疑将进一步丰富直播给经销商带来的价值。

线索质量的显著提升

对于经销商来说，获取线索本身只是完成车辆售卖过程的第一步，而获取到的线索的质量对于最终促成销售转化的效率同样重要。直播用户能够带来更高的产值已经成为了在直播发展中初具规模企业的共识，因为经销商可以在这部分用户到店前，通过直播平台提供的互动功能，提前了解他们对于车辆的需求，需要重点了解的功能和付款方式等信息，客户到店后可以直接提供方案，实现更为高效的服务承接。

在访谈中我们也发现，不同类型的汽车经销商，无论是属于豪华品牌阵营的温州某奥迪品牌 4S 店，还是属于自主品牌阵营的四川简阳某长安 4S 店，通过直播获得的线索首次到店的成交率都达到了 60% 的高水准。这个数字远远高于通过传统方式获得的线索首次到店成交率的平均水平，也为经销商在直播上进行更大的投入提供了更加坚定的信心。

员工潜力的挖掘和直播销售顾问的诞生

除了销量方向上的促进，直播也在无形中为经销商的员工创造着全新的机遇，有许多在销售岗位上表现并不突出的业务员在直播中大放异彩，寻找到了更加适合自己的职业方向。在这样的大背景下，越来越多经销商开始设置直播销售顾问这个岗位，前文中提到的来自河南的合众明德一汽大众主播刘鹏飞就是其中的典型代表，也有越来越多在传统销售岗位上才华没有得到充分体现的销售人员通过转型直播销售顾问的方式实现了职业发展上的华丽转身。

与此同时，经销商也正在通过这样的方式更好地实现着内部员工潜力的挖掘，这样的良性循环将会在更大限度上实现每一位员工的价值，使经销商内部的人员结构变得更加健康和稳定。

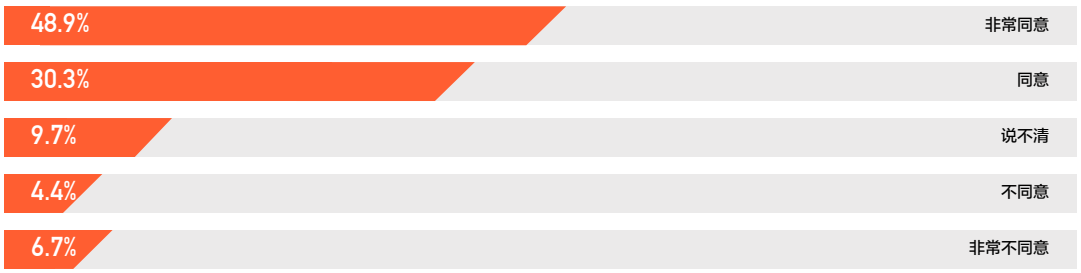
找报告，上“数据瑝河”
微信小程序、知识星球、www.bj-xinghe.com、微信群（18610100296）同步分享更新

03 价值属于大多数

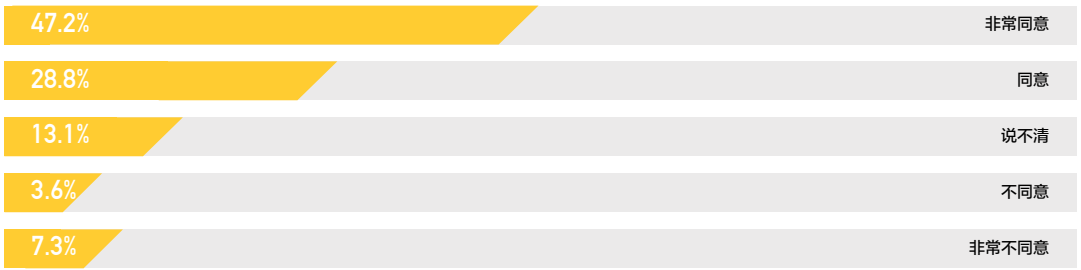
通过对正在懂车帝平台上进行直播的经销商的问卷调研，我们欣喜地看到，这些价值并不仅仅属于懂车帝直播中获得流量最多的经销商。而是属于这个群体里的大部分入局者。

将近 80% 经销商在直播中获得了更多的销售线索，从而带来了更多的成单，而在投入产出比方面，同样有超过 75% 的受访者认为直播渠道带来线索的投入产出比相对更高。具体到过去一个季度获得销售线索的数量上，35% 经销商获得了超过 300 个有效的销售线索，而获得超过 1000 个有效销售线索的经销商比例同样高达 15%。

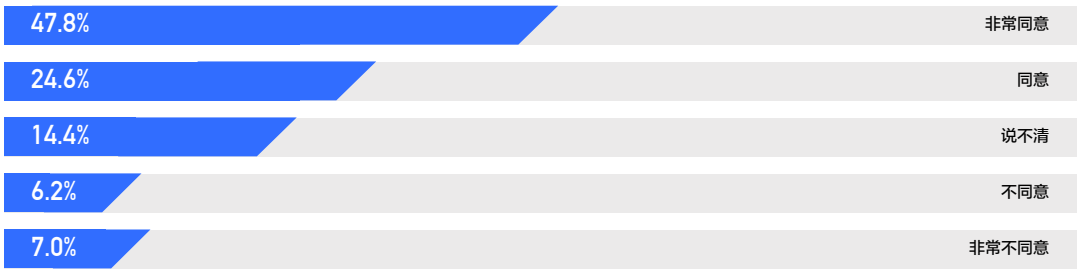
带来更多销售线索



提高获得销售线索的投入产出比



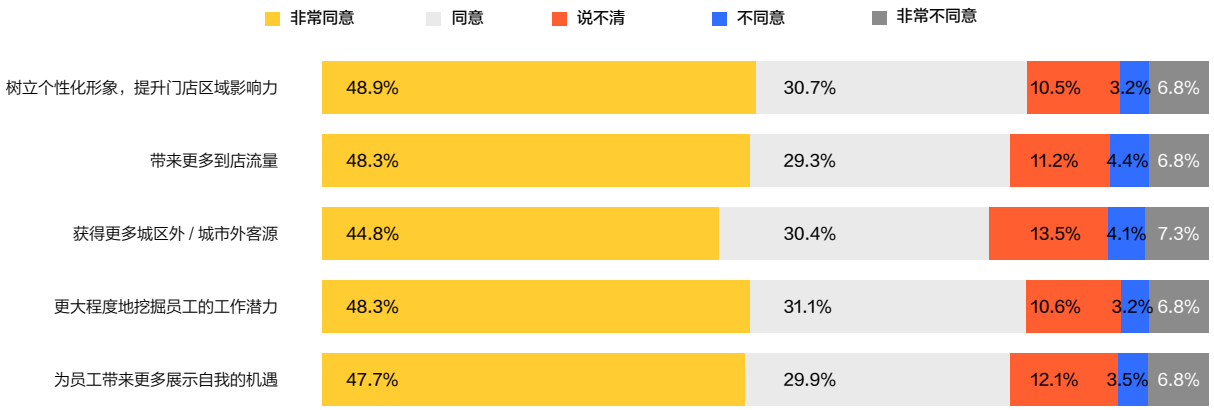
带来更多直接的成单



数据来源：懂车帝经销商调研

找报告，上“数据瑝河”
微信小程序、知识星球、www.bj-xinghe.com、微信群（18610100296）同步分享更新

无独有偶，在带来更多到店流量以及挖掘内部员工潜力这两个方向，直播同样展现出了普适的价值。在关于这两个方向价值的描述中，即便是同意程度最低的获得更多区域外客源这个描述，也获得了超过四分之三受访者的认可。随着越来越多优秀的经销商加入汽车直播的队伍，经销商直播的生态将会愈发完善，直播这个工具能够带给经销商的价值也将可能迎来新一轮的爆发。



数据来源：懂车帝经销商调研

与此同时，不同类型的经销商上在直播上获得的收益也体现出了较为明显的特征，每类经销商都可以通过直播在懂车帝平台上收获差异化的价值。

无论受访者属于哪一类的品牌阵营，对于直播价值的整体认可度都保持在了一个相对较高的水平。对于自主品牌来说，直播对于内部员工的价值受到了更多的认可；而树立门店形象的价值则更加被豪华车品牌和新能源品牌所重视，而对于整体认可度最高的合资品牌来说，直播为他们带来的城区外资源成为了他们对与直播价值最为认可的部分。

找报告，上“数据瑆河”
微信小程序、知识星球、www.bj-xinghe.com、微信群（18610100296）同步分享更新

懂车帝各类型经销商直播价值认可度（5 分制）

数据来源：懂车帝经销商调研

由此可见,几乎所有类型的汽车经销商都可以通过直播的方式获得销售线索获取之外多个方向的收益。尤其是对于目前在直播中投入相对较少的豪华车品牌和新能源品牌，通过对直播工具的深入理解和不断实践，直播能够给予他们的价值将会持续进化。

找报告，上“数据瑝河”
微信小程序、知识星球、www.bj-xinghe.com、微信群（18610100296）同步分享更新

懂车帝：携手直面新机遇

CHAPTER 03

找报告，上“数据瑝河”
微信小程序、知识星球、www.bj-xinghe.com、微信群（18610100296）同步分享更新

直播是汽车行业的新零售经营模式，懂车帝在带给用户更好体验的同时，也为商家搭建了较完善的能力矩阵。直播销售会成为未来的销售顾问模式，经销商伙伴通过培养主播新的销售服务能力，输出更高效深入的服务，建立用户和商家的信任，缩短成交周期。提高经销商伙伴的经营效能，共建生态，这是我们所努力与坚持的。

——懂车帝经销商负责人 崔乔

独特的平台能力

必须指出的是，虽然我们分析和验证了直播能够给汽车经销商带来的价值，但这也并不意味着所有直播平台都能帮助经销商实现这些价值，支撑着这些汽车直播能够给品牌带来的价值的，是懂车帝专为汽车直播生态打造的完善直播功能。正如懂车帝经销商负责人崔乔所介绍的那样，品牌账号，经销商账号和经销商顾问 /PGC 主播账号构成了经销商在懂车帝平台上施展拳脚的坚实阵地，这也是懂车帝平台能够实现用户和经销商之间高效连接的重要基础。

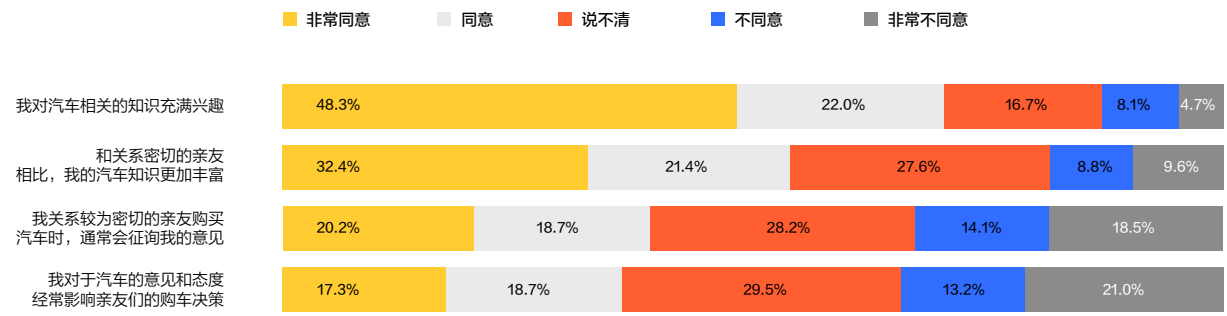
终端提效方面，懂车帝为经销商提供了包括在线留资，优惠券领取在内的丰富功能和懂知行数据体系一体化的全链路营销服务，使经销商最终能够实现直播能力的提升和直播引流下的下单和获客。直播功能将会成为全面提升零售效率的转化工具，实现通过终端长效驱动来激发用户需求，最终提升售卖效率的目标。

找报告，上“数据瑆河”
微信小程序、知识星球、www.bj-xinghe.com、微信群（18610100296）同步分享更新

独一无二的用户群体

阵地的另一端连接的则是懂车帝平台背后蕴含的庞大流量，来自抖音，今日头条等热门 APP 产品的用户不断实现着对懂车帝平台的流量补充，在不同场景下为全中国关注汽车产业的用户提供着类型丰富多样的内容和服务。

更加重要的是，懂车帝用户具备非常可观的购车潜力。调研数据显示，接近 50% 观看懂车帝直播的用户计划在 1 年内购买自己的下一辆车，而没有明确买车规划的用户只有不到四分之一。用户画像方面，懂车帝用户展示出了对汽车知识的兴趣和了解，将近 70% 用户对汽车知识充满兴趣，而认为自己比亲友更懂汽车的用户比例也接近了 55%。对汽车知识的了解意味着这部分用户将可能在很大程度上影响身边人的购车行为，所以通过直播的方式，实现对于懂车帝用户的有效触达，带来的收益将不仅止于懂车帝用户本身，更可能辐射到他们每个人的身边。

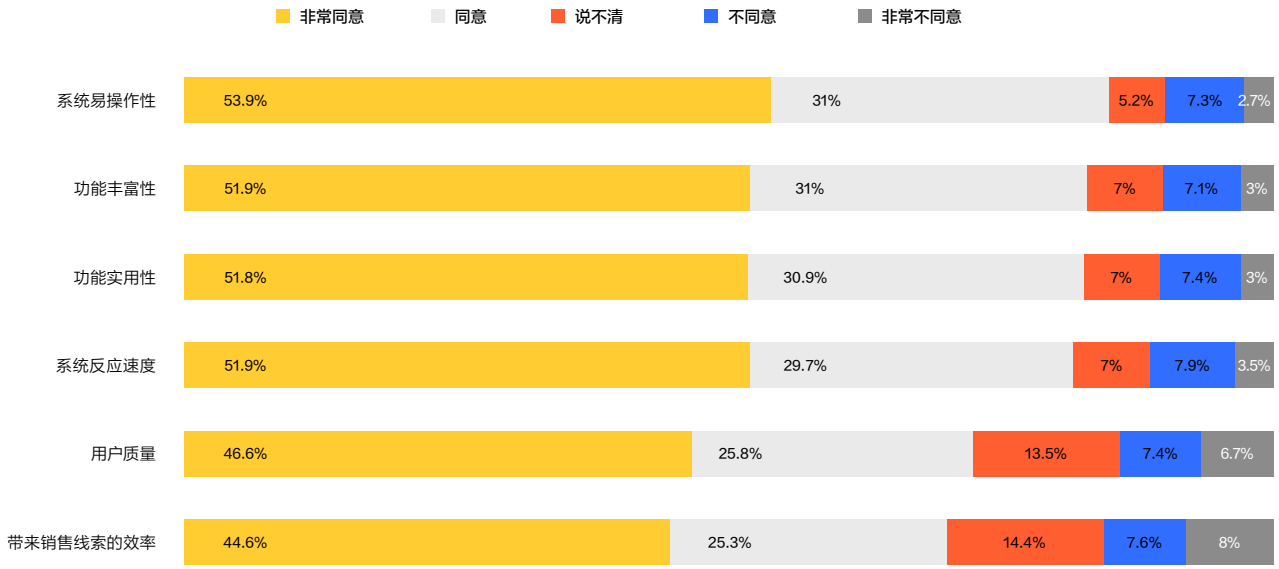


数据来源：懂车帝直播用户调研，2021 年 5 月

找报告，上“数据瑝河”
微信小程序、知识星球、www.bj-xinghe.com、微信群（18610100296）同步分享更新

阵地、终端和用户间高效的连接构成了懂车帝强大的直播功能体系，也带来了目前正在使用懂车帝直播功能的经销商整体满意度数据上的优异表现，超过 80% 经销商表示他们对在懂车帝平台的直播体验感到满意，在直播工具使用体验方向上的满意程度尤其突出。

懂车帝经销商直播各项功能满意程度



数据来源：懂车帝经销商调研，2021 年 5 月

懂车帝搭建的直播能力矩阵正在重塑中国汽车经销商的直播生态，但对于整个汽车直播产业来说，这个能力矩阵所包含的内容距离这个领域的终极形态依然有着不小的距离。我们也希望有越来越多的经销商伙伴能够加入到这个生态当中，共同面对中国汽车产业存量时代下全新的发展机遇。

找报告，上“数据瑝河”
微信小程序、知识星球、www.bj-xinghe.com、微信群（18610100296）同步分享更新

未来：新机遇下的新格局

直播将会给中国汽车产业带来什么？

或许是销售的增量，或许是销售效率的提升，也或许，是经销商竞争格局重塑的开始。

经销商特殊的竞争环境，意味着他们的对手不仅是同档次的汽车品牌，甚至还可能是处在同一城市，甚至同一区域的经销商伙伴们。

尤其是对于地处高线城市的消费者来说，在不同经销商相距并不遥远的情况下，跨区域购车的成本并非难以接受。而直播的形式以及优秀的主播能够给消费者带来的信任感，在汽车这样典型耐用消费品的购置中将可能使消费者的购买行为超越距离，从而影响到他们的最终决定。

而拥有汽车直播行业最多流量的头部经销商们，也已经在思考如何更好地将外域和外地流量变现。对于他们来说，不同于传统线下到店的自然流量，通过直播获得的销售线索是可以通过合理的规划去主动获取的，直播带来的流量意味着的是他们售卖成绩的增量。

可以判断的是，汽车经销商行业生态的重塑，随着直播规模的迅速壮大，已经悄然开始。

找报告，上“数据瑆河”
微信小程序、知识星球、www.bj-xinghe.com、微信群（18610100296）同步分享更新

声明

本报告由“懂车帝”与“巨量算数”制作。报告中文字、数据等内容受中国知识产权相关法律法规保护。除报告中引用的第三方数据及其他公开信息，报告所有权归巨量引擎所有。

报告制作方对报告中所引用的第三方数据及其他公开信息不承担任何责任或义务。在任何情况下，本报告仅供读者参考。

如果您对报告中的内容存在异议，可通过 addata@bytedance.com 联系我们。

【巨量算数】是巨量引擎旗下内容消费趋势洞察品牌。以今日头条、抖音、西瓜视频等内容消费场景为依托并承接巨量引擎先进的数据与技术优势，坚持客观严谨的理念，输出内容趋势、产业研究、广告策略等前沿的洞察与观点，同时，开放巨量算数指数、巨量算数榜单数据分析工具，满足企业、营销从业者、创作者等数据洞察需求。

【懂车帝】是一站式汽车信息与服务平台，涵盖内容、工具和社区，致力于为用户提供真实、专业的汽车内容和高效的选车服务，同时为汽车厂商和汽车经销商提供高效解决方案。

懂车帝的使命愿景是：让更多人享受汽车，成为“最受信赖的汽车信息服务平台”

未经允许，不得对报告进行加工和改造。欢迎转载或引用。如有转载或引用，请及时与我们联系，并注明出处。

邮箱：addata@bytedance.com
地址：北京市海淀区花园东路 19 号中兴大厦

扫码关注

巨量算数
懂车帝经销商智库

找报告，上“数据瑝河”
微信小程序、知识星球、www.bj-xinghe.com、微信群（18610100296）同步分享更新

懂车帝

说真的 还得懂车帝

找报告，上“数据瑆河”
微信小程序、知识星球、www.bj-xinghe.com、微信群（18610100296）同步分享更新