



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.

并购家 免费行业报告网

IPOIPO.CN 每日更新 不用注册会员 无广告 永久免费

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

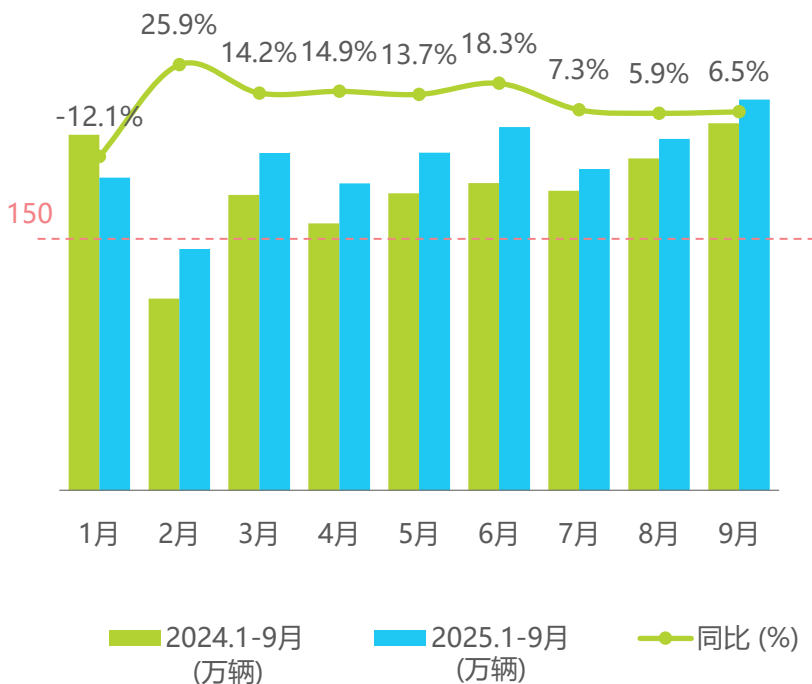
2025年1-9月自主品牌销量同比+20.3%净增长185.5万辆，驱动车市+9.2%高速增长，从中国车市历史以来的“合资引领，自主跟随”局面，在今年彻底颠覆

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

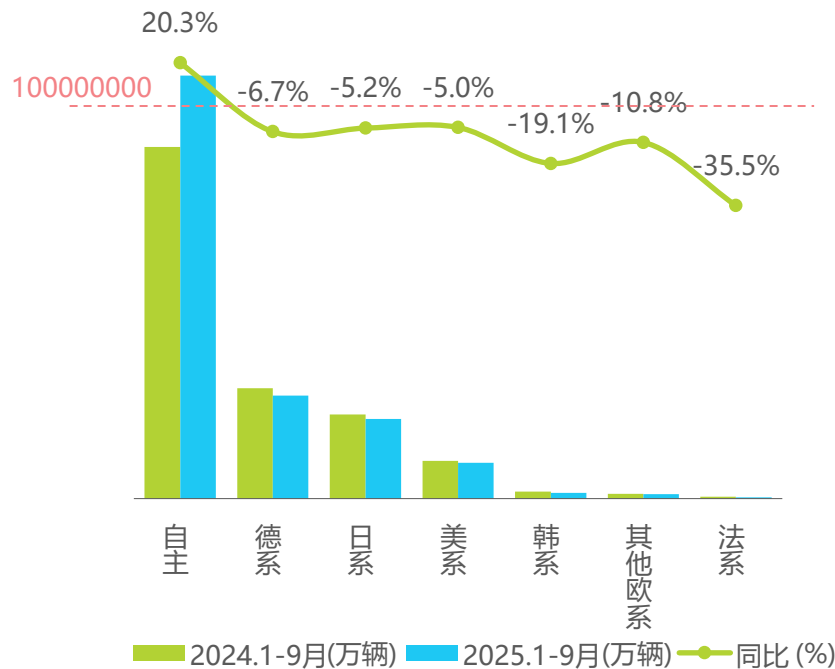
自主品牌成为车市增长唯一驱动引擎
1-9月自主销量同比增长20.3%净增长185.5万辆

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%

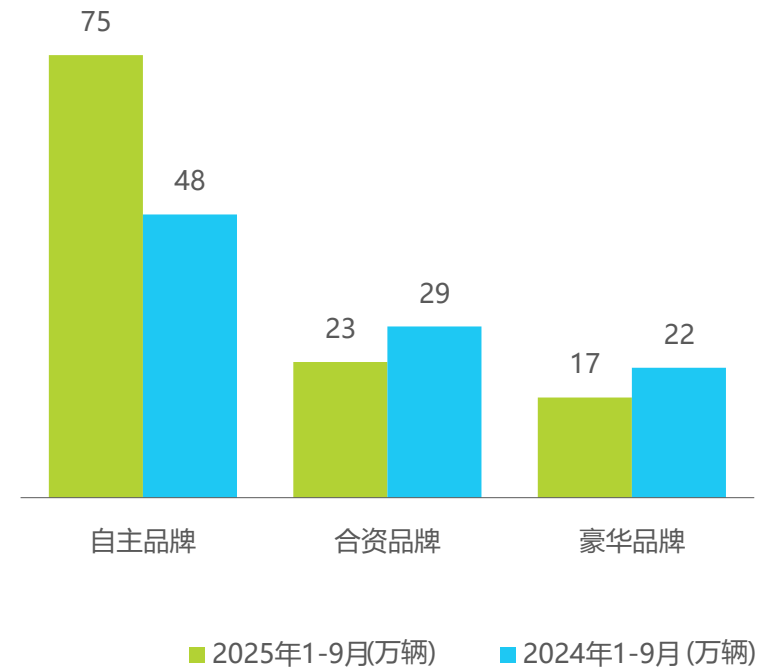
2025年1-9月中国乘用车销量



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)



溢价重塑-新能源技术平权已改写用户价位决策标准

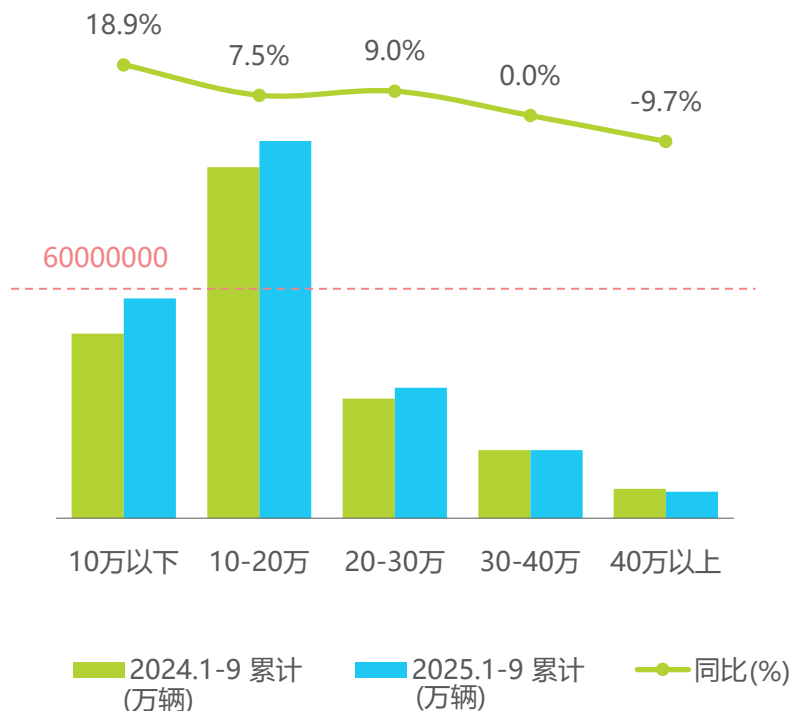
2025年新能源技术的规模化应用与成本下降，形成了对各价位区间市场的“性价比重构”，产品价值彻底取代品牌符号

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

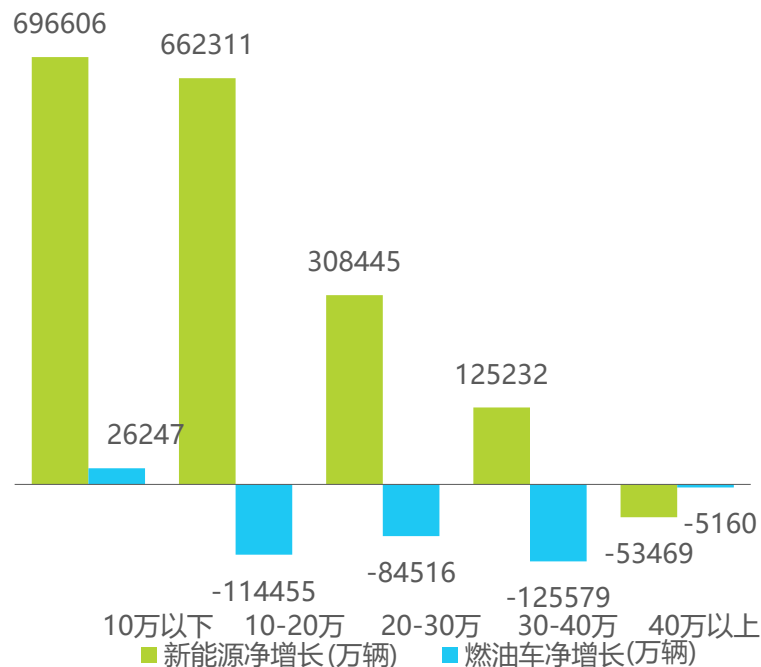
2025年新能源技术的规模化应用与成本下降形成了对各价位区间市场的“性价比重构”

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

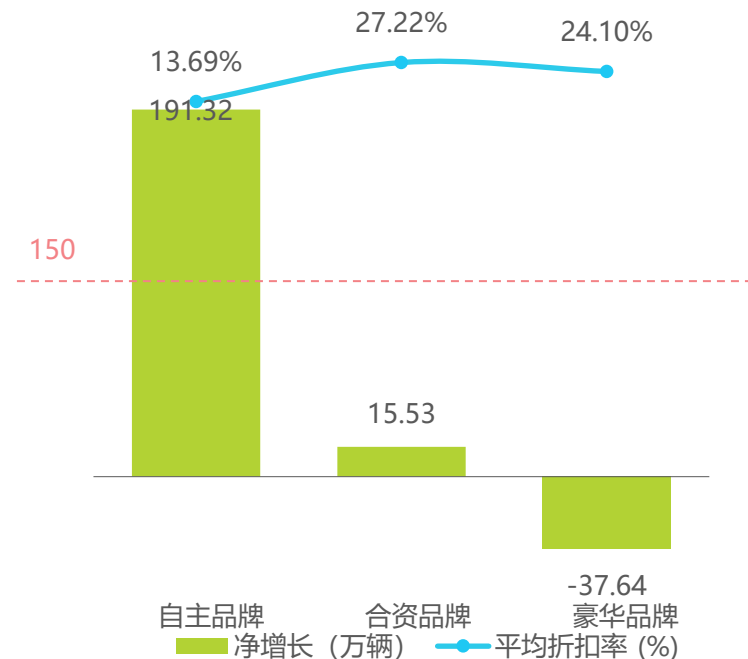
2025年1-9月价格区间销量分布



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

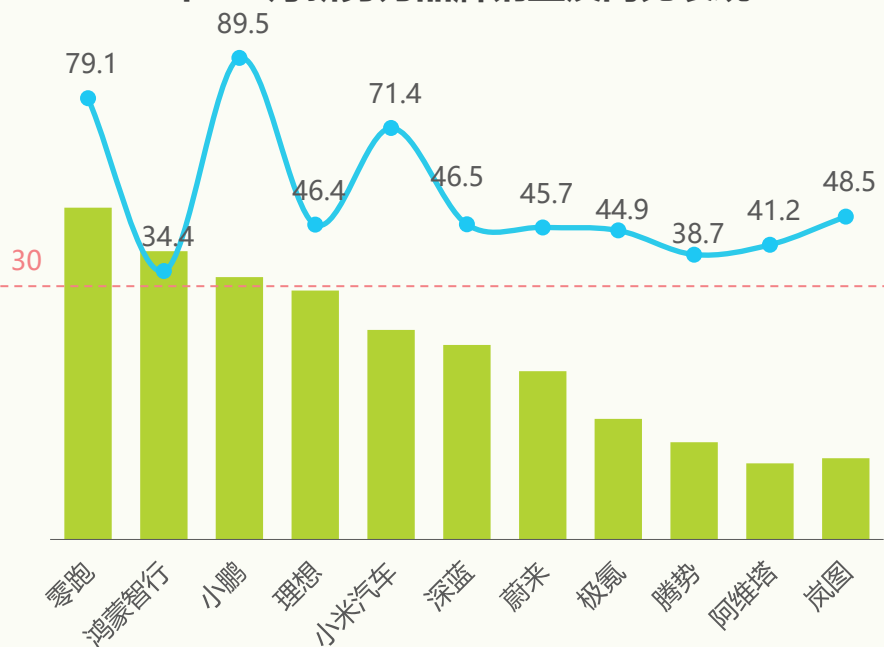


溢价重塑-技术创新&成本控制&用户体验带来全新竞争态势

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

©2025.11 iResearch Inc.

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，华为用户转化率达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



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）

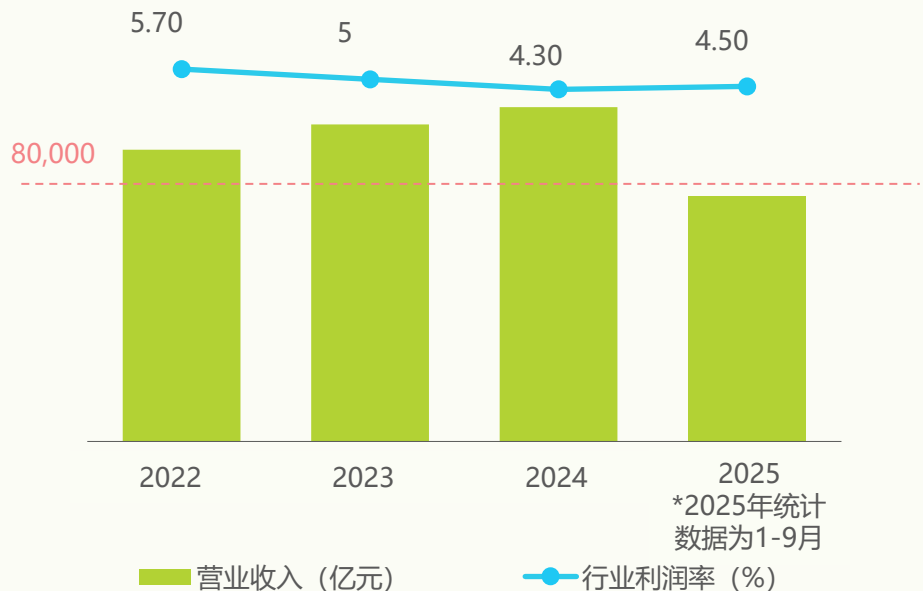
降本增效-全汽车产业增收不增利，极致降本增效成为新挑战

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

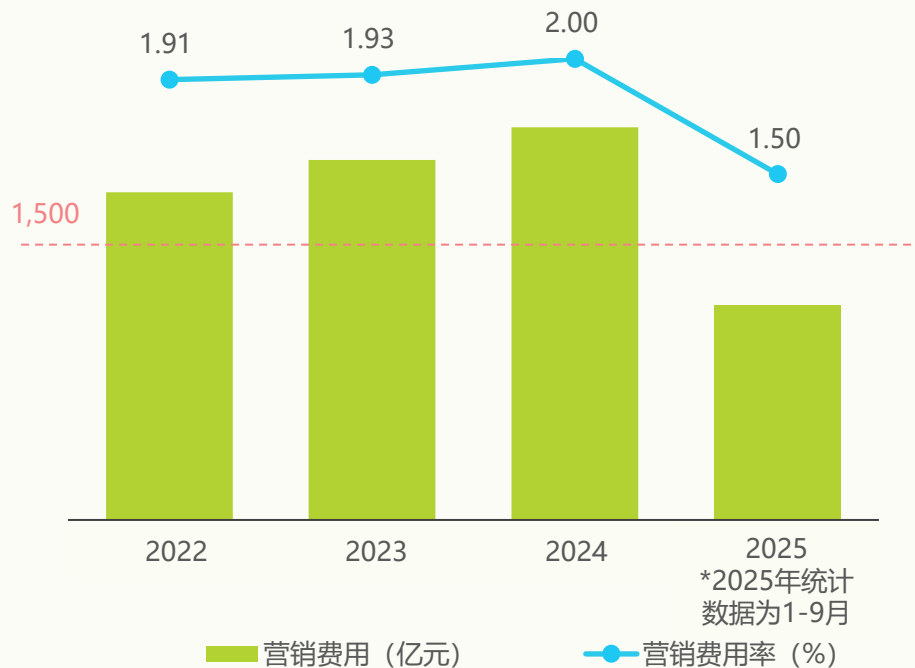
2022-2025年1-9月中国汽车行业总营收趋势



营销层持续承压

2025年1-9月营销费占比1.5%，同比下滑25%

2022-2025年1-9月中国汽车行业总营收趋势

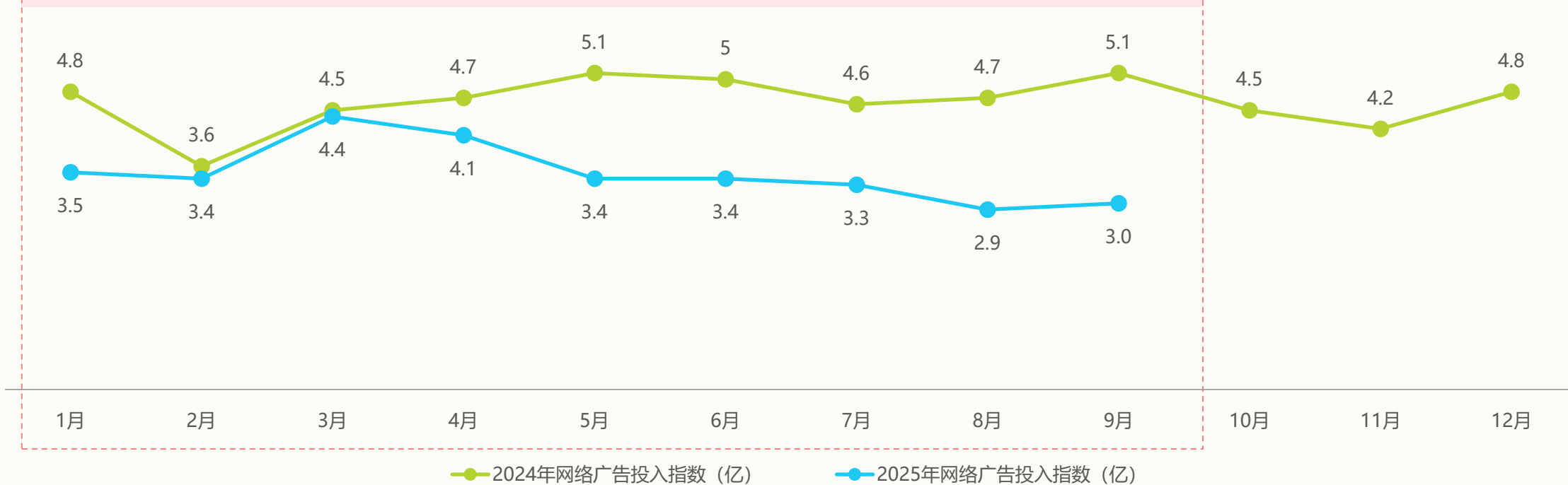


2025年汽车行业整体广告投入力度与去年同期相比有所下降

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

2025.1-9汽车行业累计广告投入指数31.4亿，与去年同期相比下降25.4%

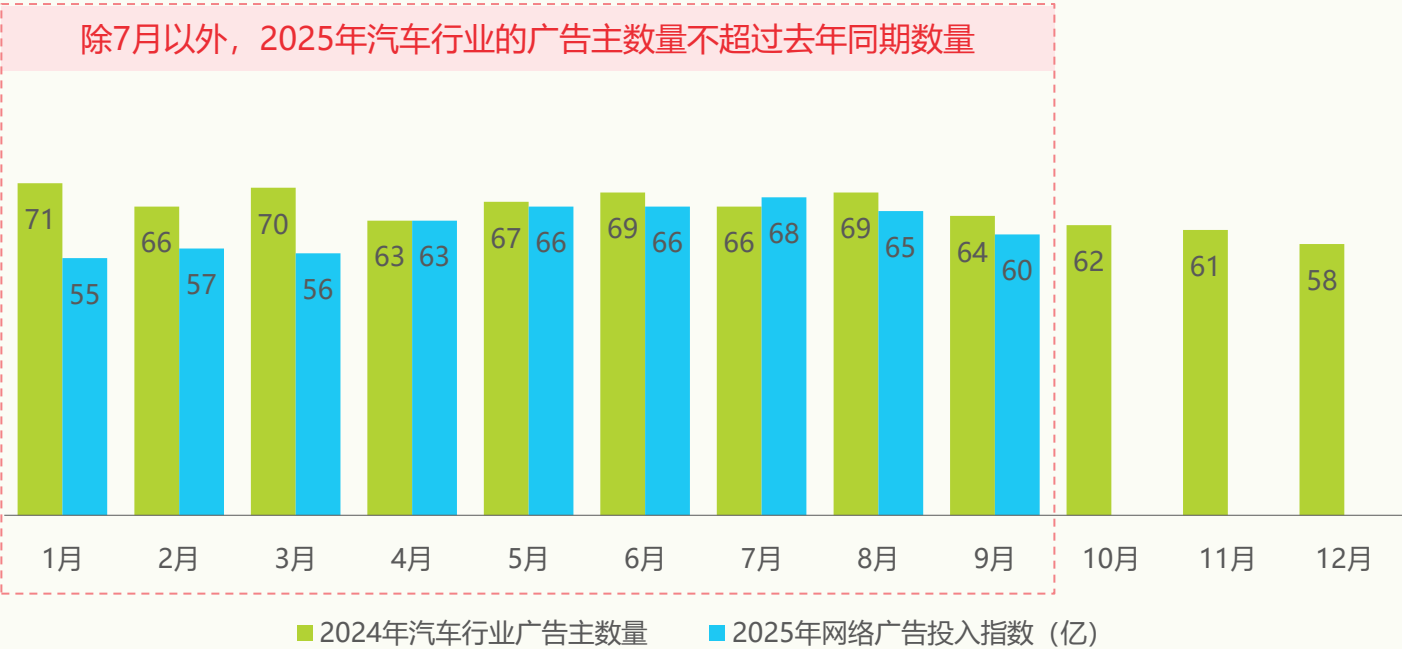


来源：艾瑞咨询 AdTracker 多平台网络广告监测数据库；说明：投入指数是指对应时间范围内，广告主的广告费用投入规模；根据获取的媒体对应的广告量和刊例价，基于广告类型等因素进行加权计算所得，不等于实际媒体收入规模

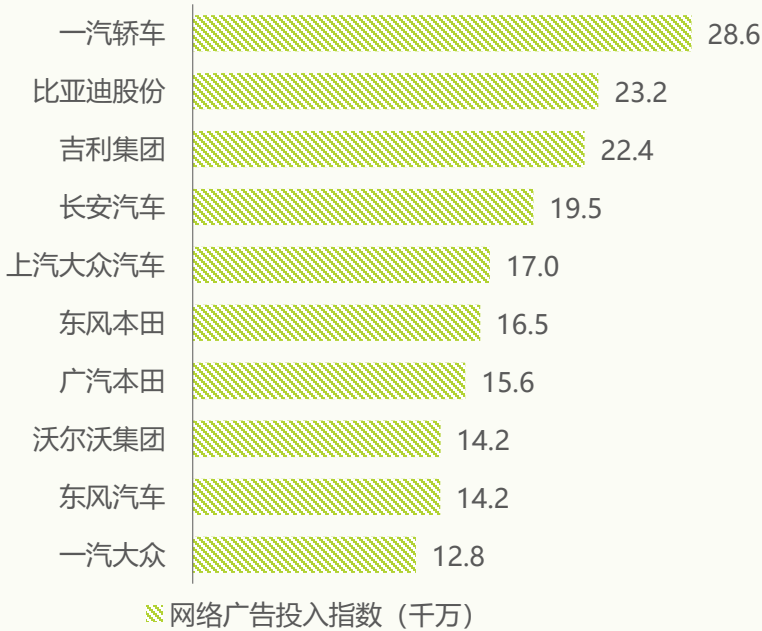
2025年汽车行业网络广告主收缩，以大规模车企集团为主

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

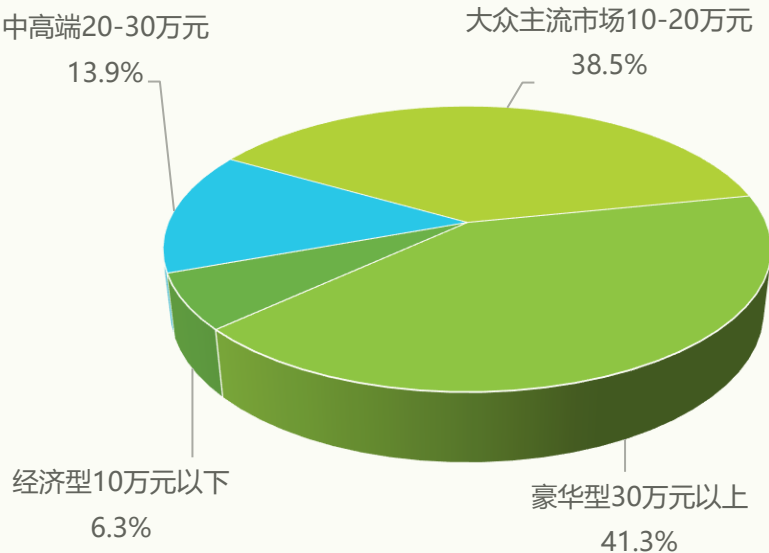
豪华&大众主流市场广告投入指数占比高

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

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



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

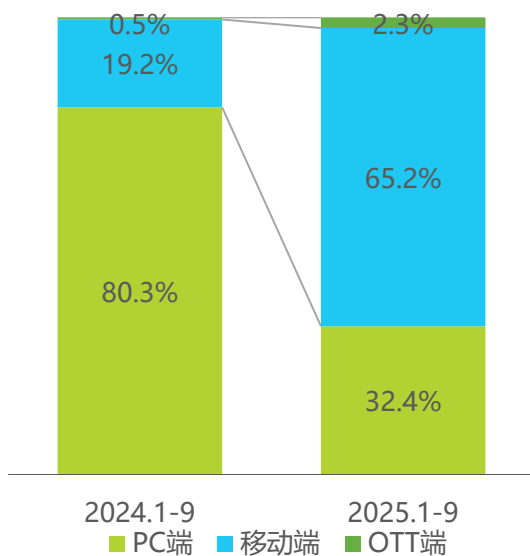
豪华型产品投入指数TOP5	广告主	2025.1-9 投入指数 (万)
一汽红旗	一汽轿车	9499.04
一汽红旗天工06 (中型SUV)	一汽轿车	5992.19
沃尔沃XC90 (中大型SUV)	沃尔沃集团	4512.18
上汽奥迪E5 Sportback	上汽大众	4241.80
一汽红旗天工05 (中型车)	一汽轿车	3945.38

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



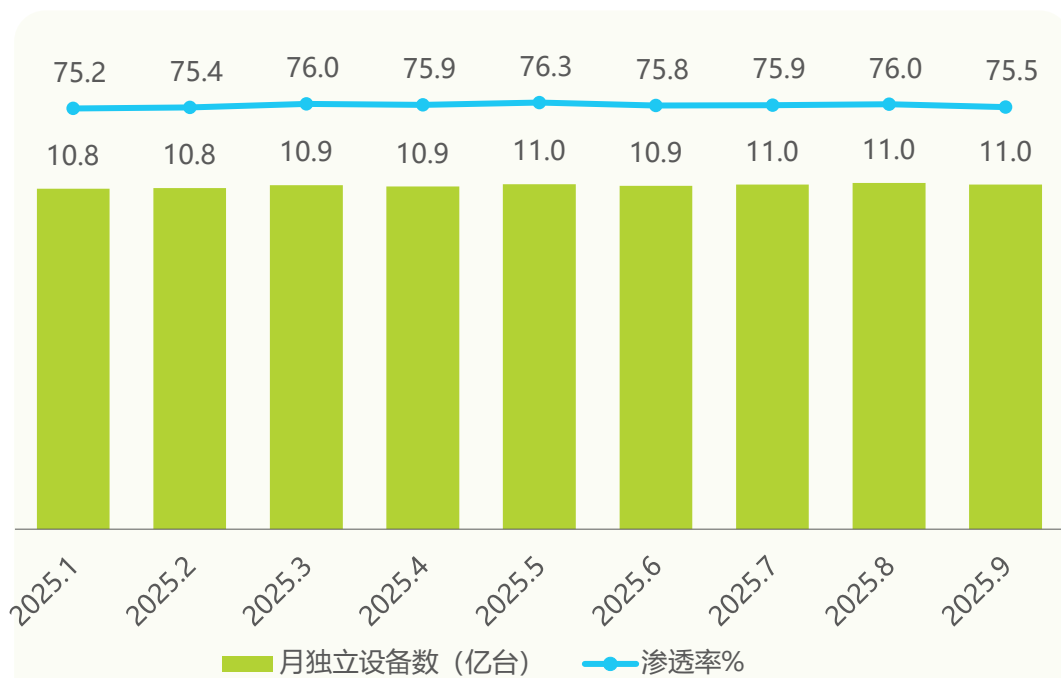
AdTracker-2025.1-9百度的汽车行业网络广告主数量



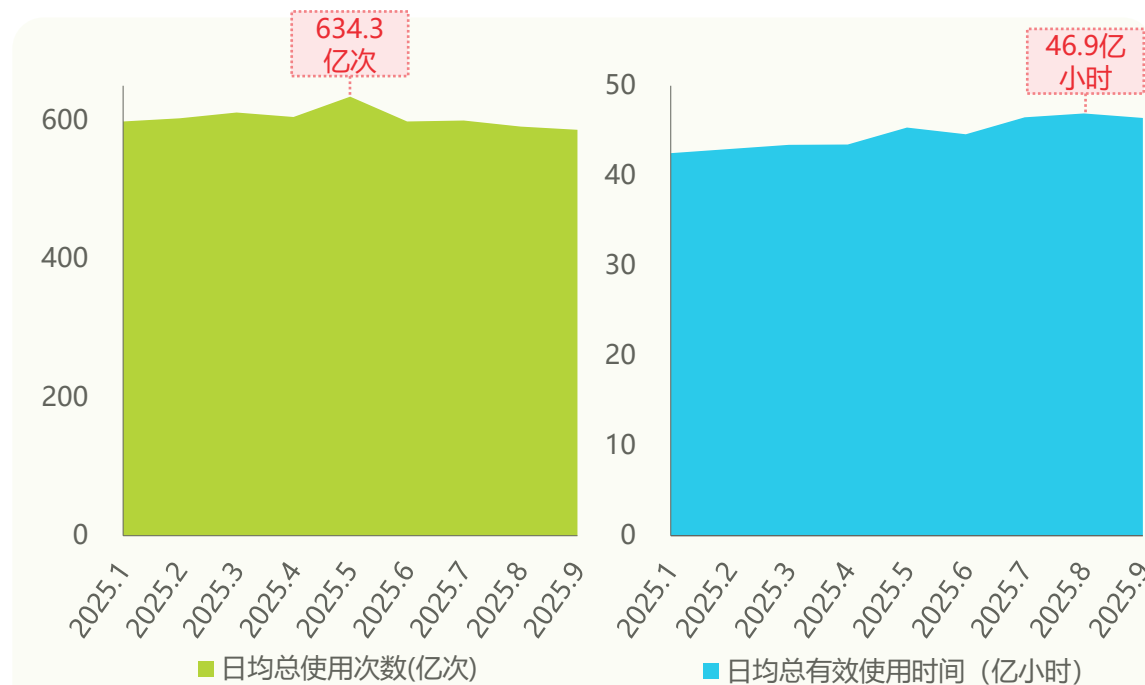
百度媒体矩阵拥有庞大的流量规模&用户基础

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

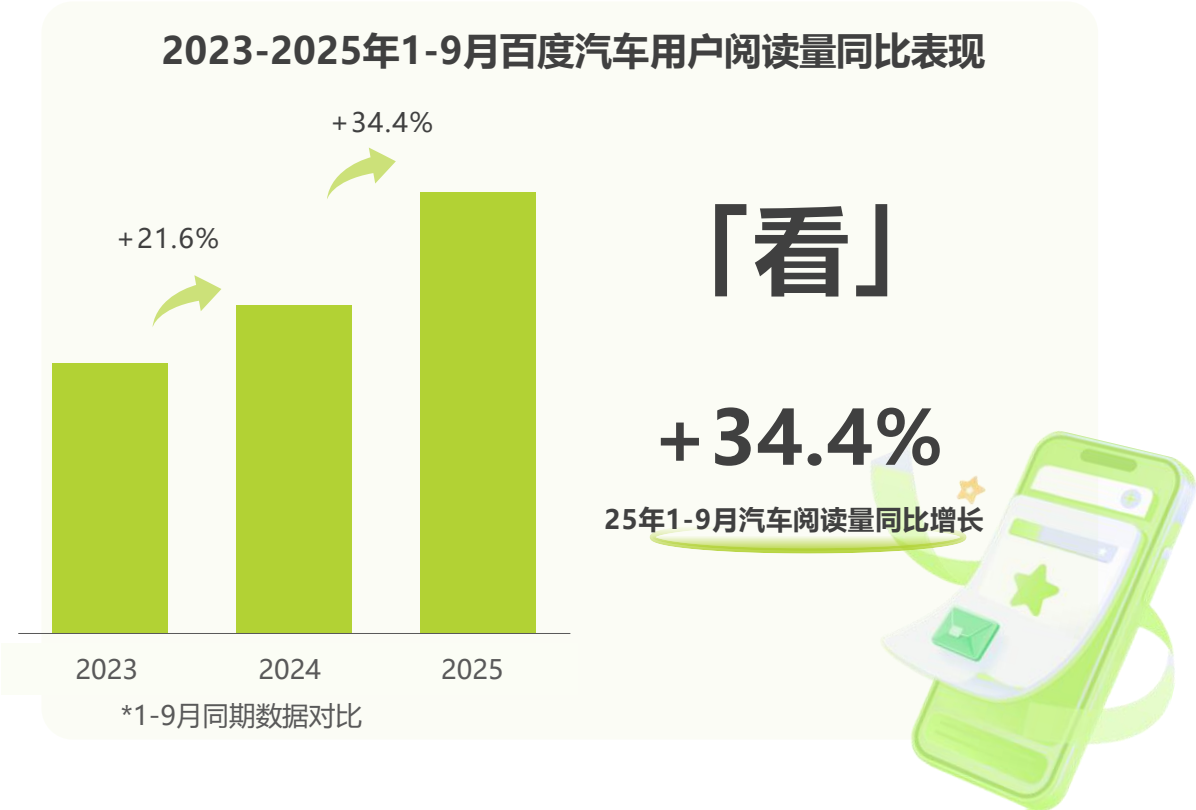
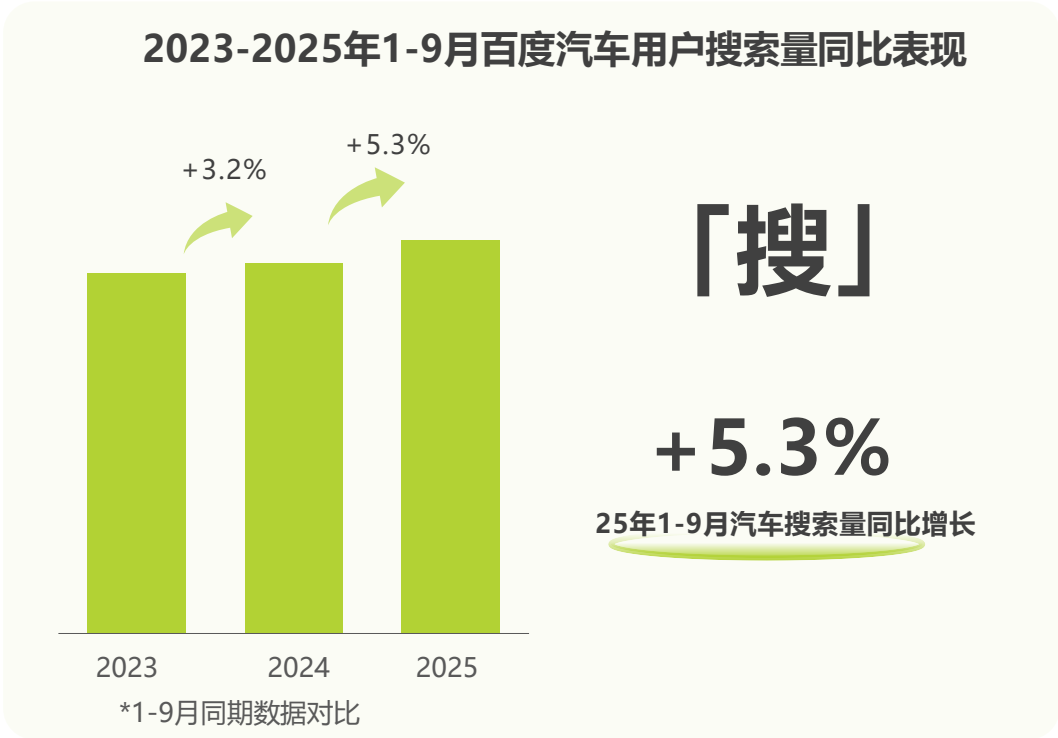
- 汽车搜索量微增，2025年流量同比稳增+5.3%，AI搜索带来全新的内容体验，用户阅读量同比增长34.4%
- AI内化搜索升级，2025年在百度生态全面AI重塑调整下，百度汽车进行了全面的AI能力击穿
- AI赋能内容创作，用户搜索特征逐渐走向专业深度搜索，AIGC能力大幅引入，正全面对接用户搜索新需求

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，用户基盘稳定

AIGC带来空前繁荣的内容创作生态，汽车内容阅读大幅增长



数据来源：百度观星盘内研数据 2025.1-9月 VS 2024.1-9月

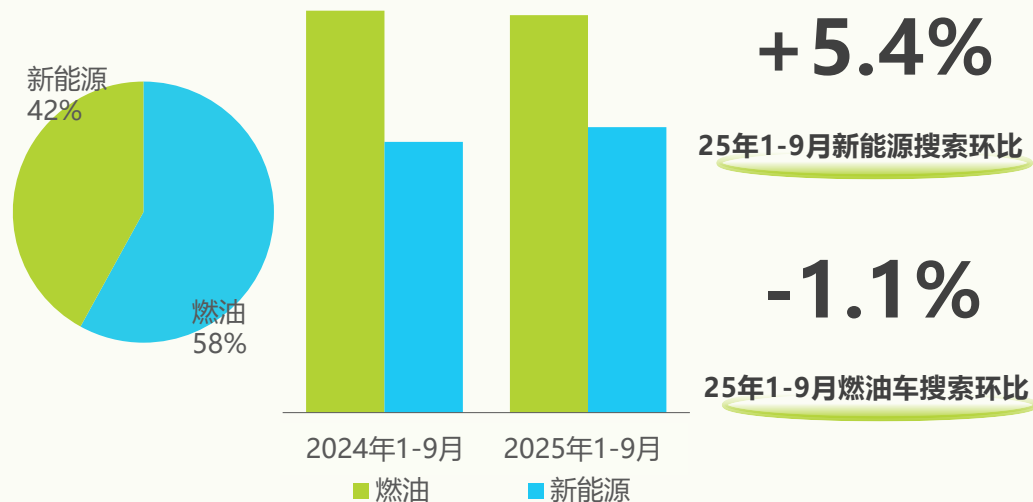
新能源成2025年搜索量增长驱动力，10-20W市场因燃油占比高增长幅度最小

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

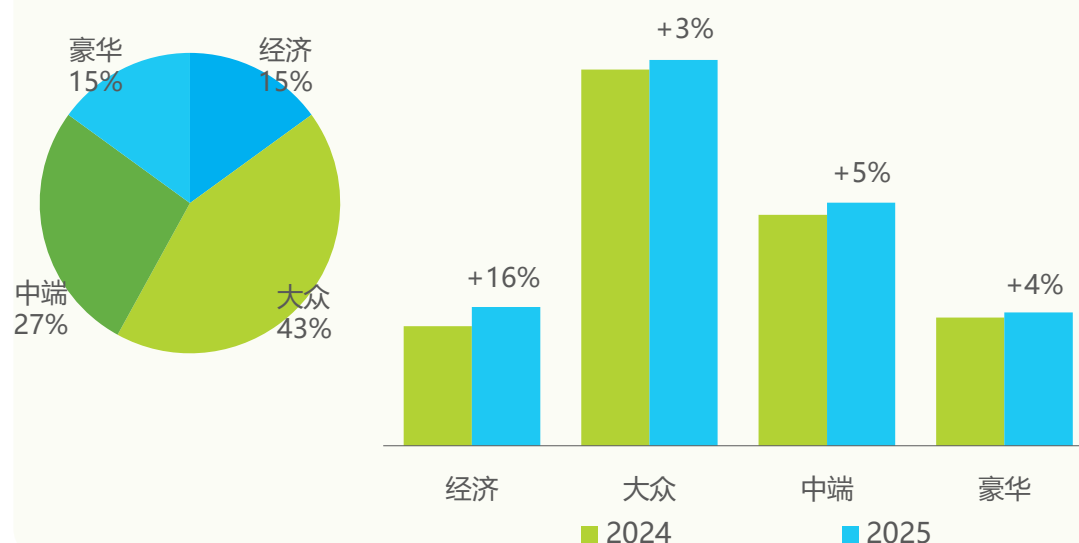
燃油仍占搜索主导地位同比小幅下滑，新能源为搜索量主要增长点

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

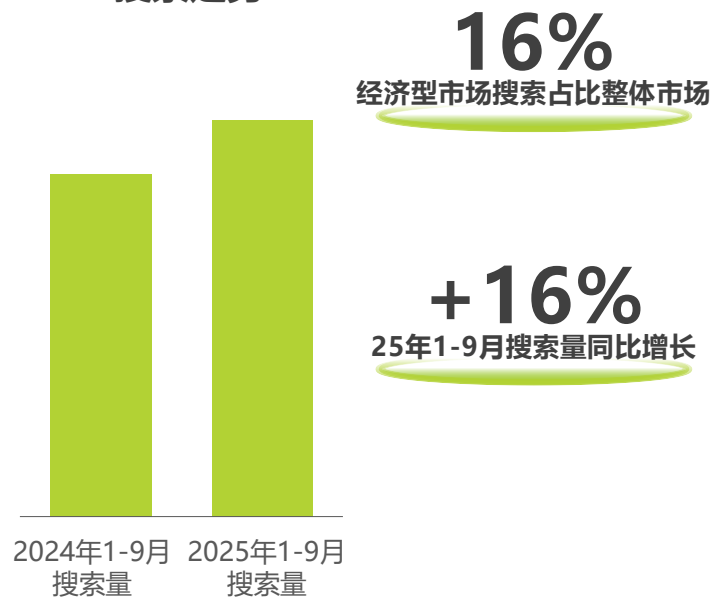
经济型市场用户搜索量平稳上涨，新能源搜索量占比60%以上，主要集中在自主品牌车型

经济型市场搜索量平稳上涨，25年1-9月涨势明显

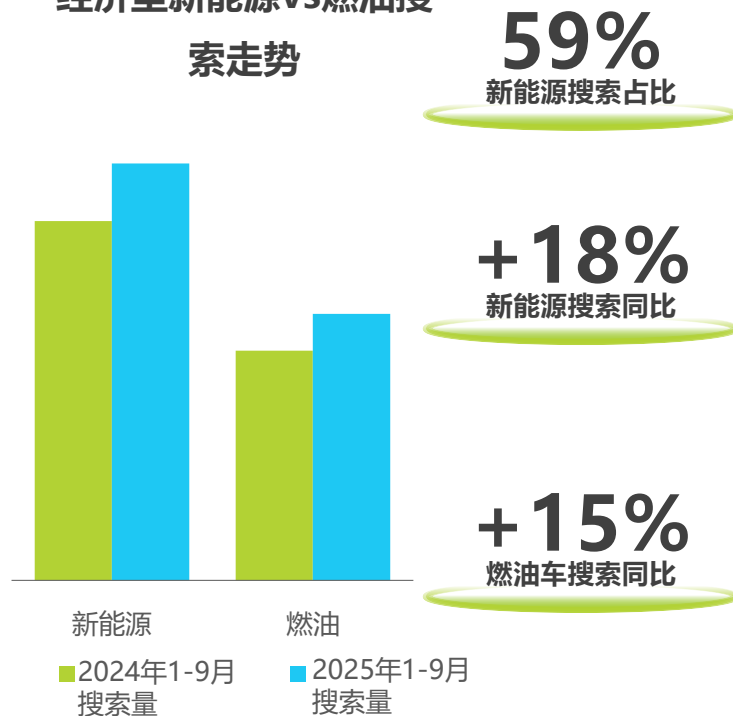
新能源搜索量显著高于燃油，新能源获用户青睐

用户搜索80%聚焦于自主品牌车型，占比高涨势强

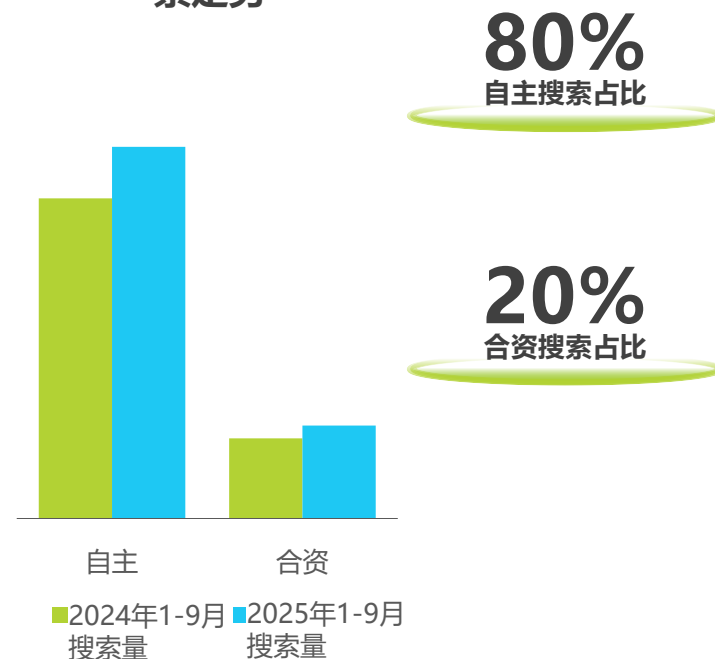
经济型市场整体
搜索走势



经济型新能源vs燃油搜索走势



经济型各品牌属性搜索走势



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

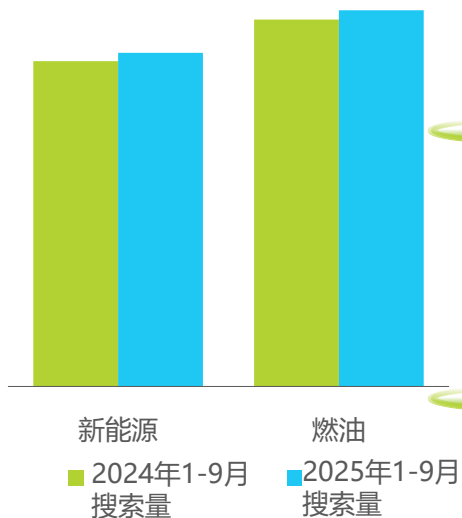
主流市场整体搜索走势



44%
主流市场搜索占比整体市场

+3%
25年1-9月搜索量同比增长

主流市场新能源vs燃油搜索走势

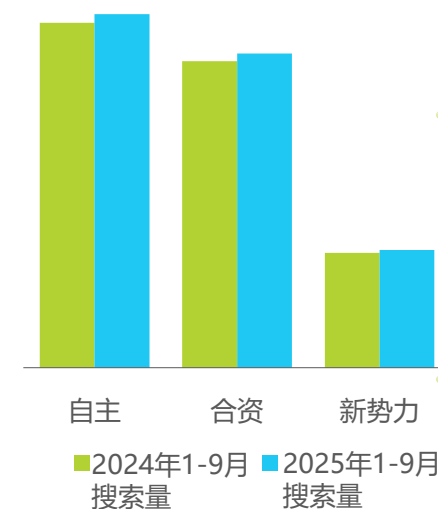


47%
新能源搜索占比

+4%
新能源搜索同比

+1%
燃油车搜索同比

主流市场各品牌属性搜索走势



45%
自主搜索占比

40%
合资搜索占比

15%
新势力搜索占比

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

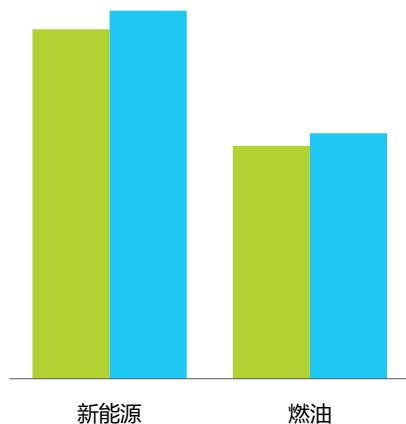
中高端市场整体搜索走势



27%
中高端市场搜索占比整体市场

+5%
25年1-9月搜索量同比增长

中高端市场新能源vs燃油搜索走势



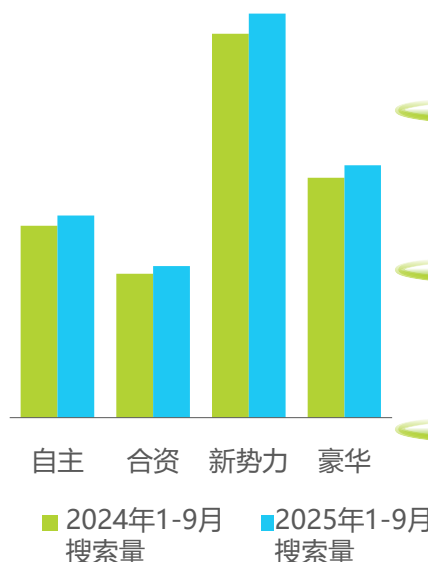
60%
新能源搜索占比

+4%
新能源搜索同比

+2%
燃油车搜索同比

2024年1-9月搜索量
2025年1-9月搜索量

中高端市场各品牌属性搜索走势



40%
新势力搜索占比

25%
传统豪华搜索占比

20%
自主搜索占比

15%
合资搜索占比

2024年1-9月搜索量
2025年1-9月搜索量

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

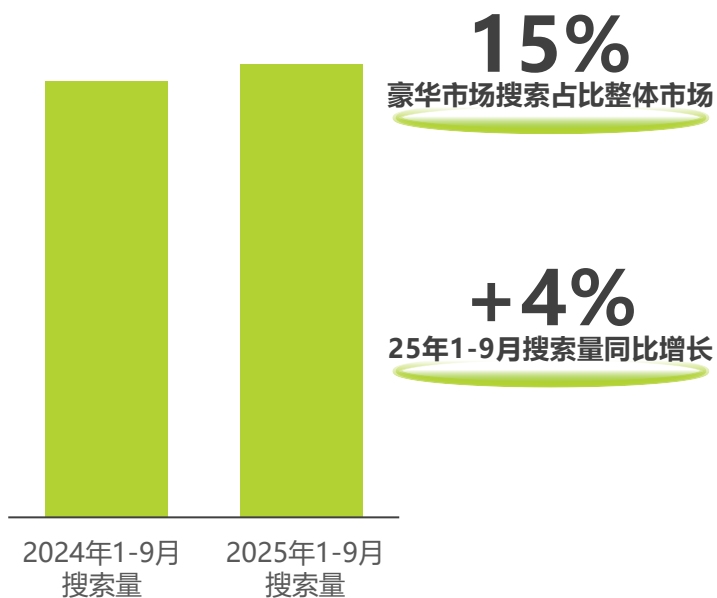
30万元+ 市场搜索量缓增，用户搜索主要聚焦传统豪华车型，但被新势力的强势抢夺

30万+市场搜索量缓增，用户对豪华车的热情仍在

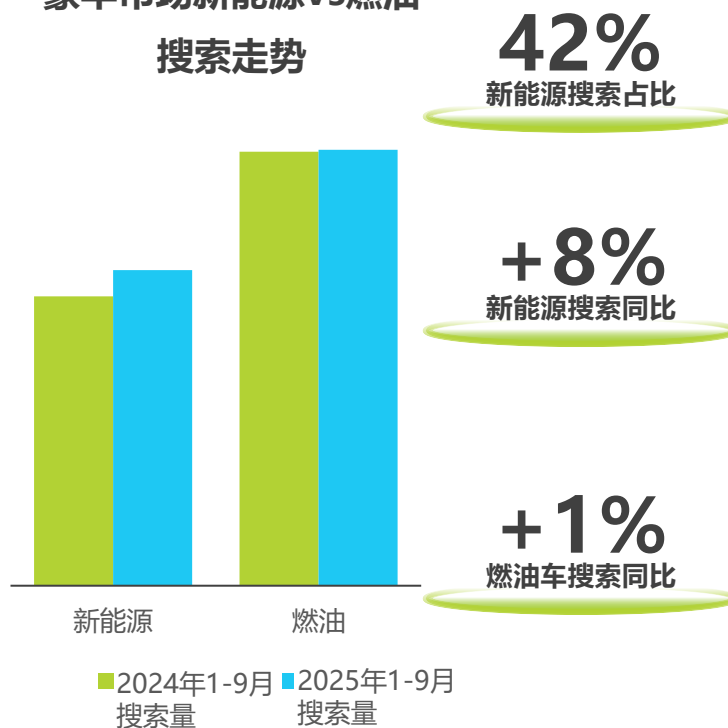
豪华燃油搜索高于新能源，但新能源搜索增速更快

用户仍聚焦传统豪华品牌，新势力强势抢夺豪华流量

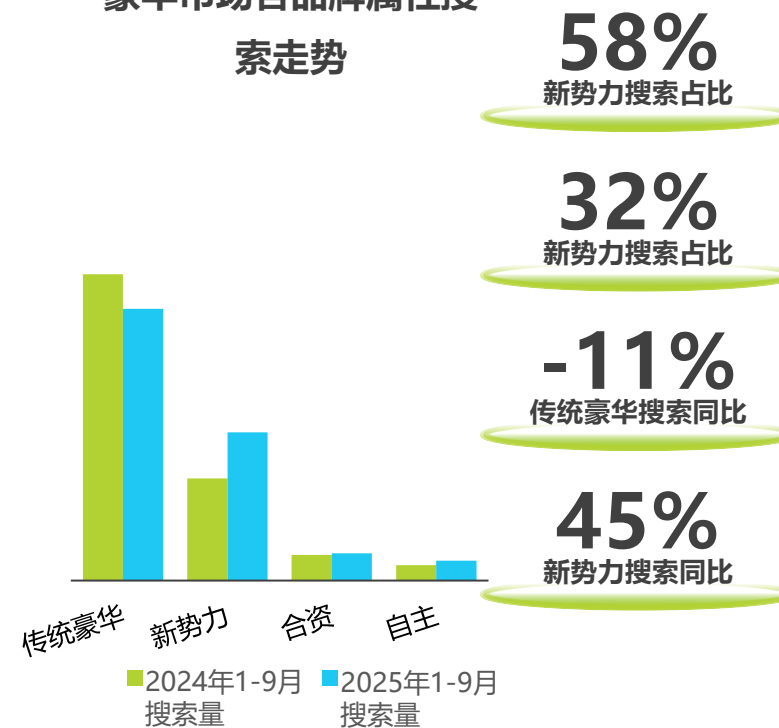
豪华市场整体走势



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

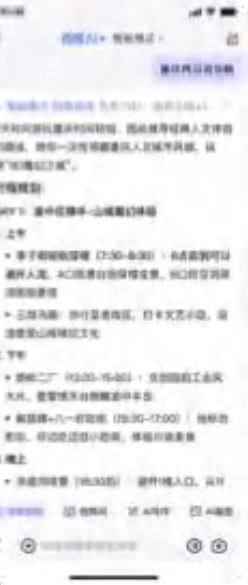
AI内化下，搜索引擎转化为AI引擎，重塑搜索交互体验



品牌百看新模式



AI助手



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

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



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



百度不断革新用户搜索，AI模型满足个性化定制，不断拉升用户体量和活跃度



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%

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%

AI能力逐步渗透，AI内容生态繁荣，
AIGC内容分发量达162%

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

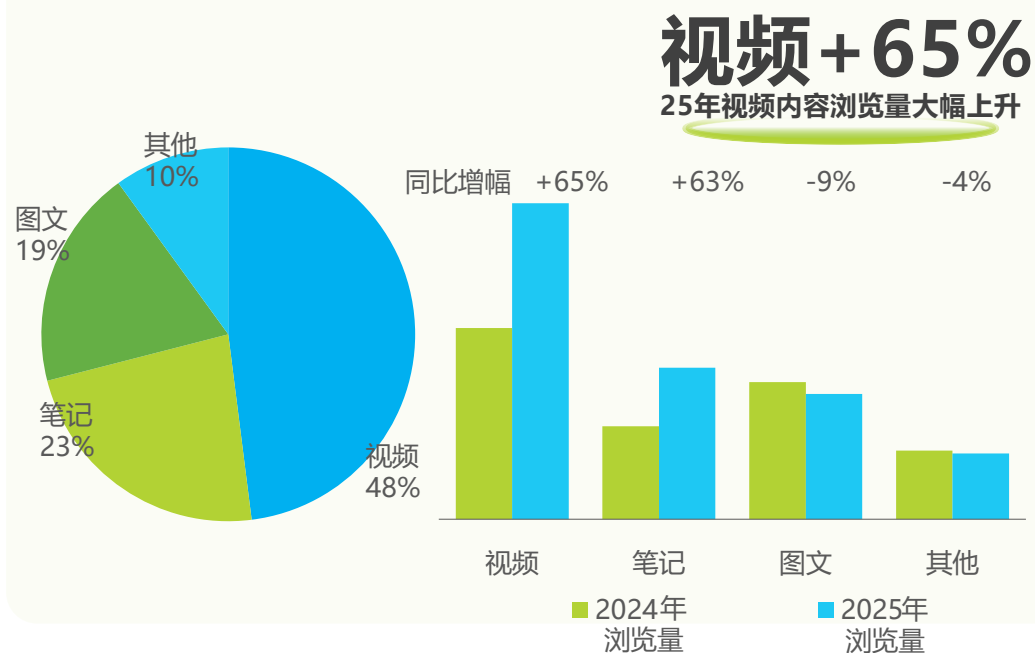
内容形态

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

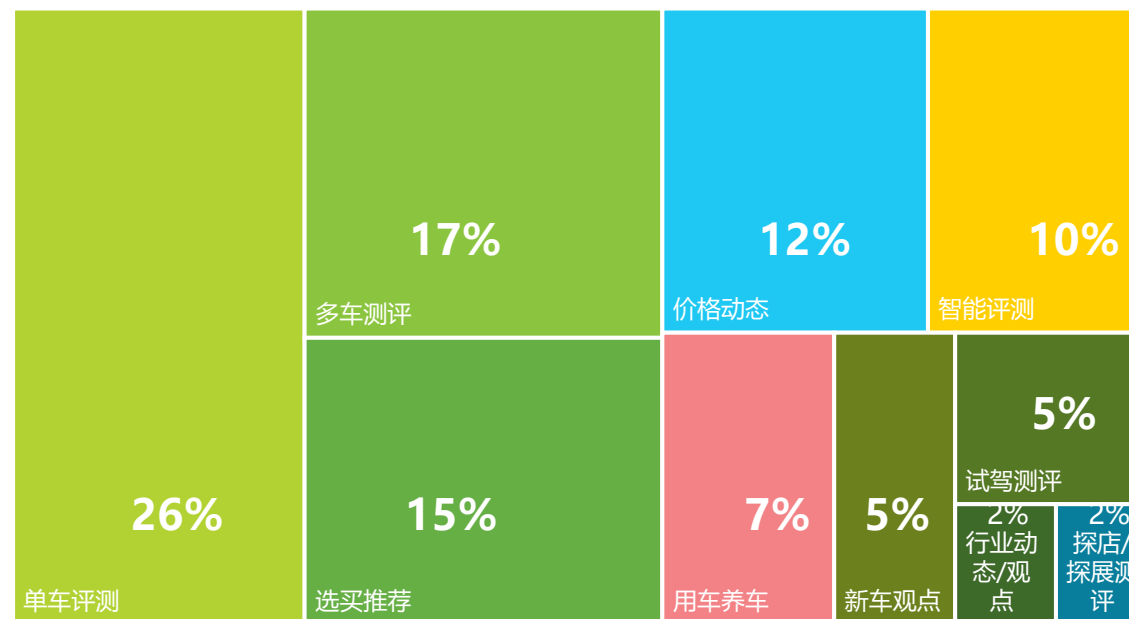
内容形态：视频与笔记用户浏览需求增长大幅上升

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



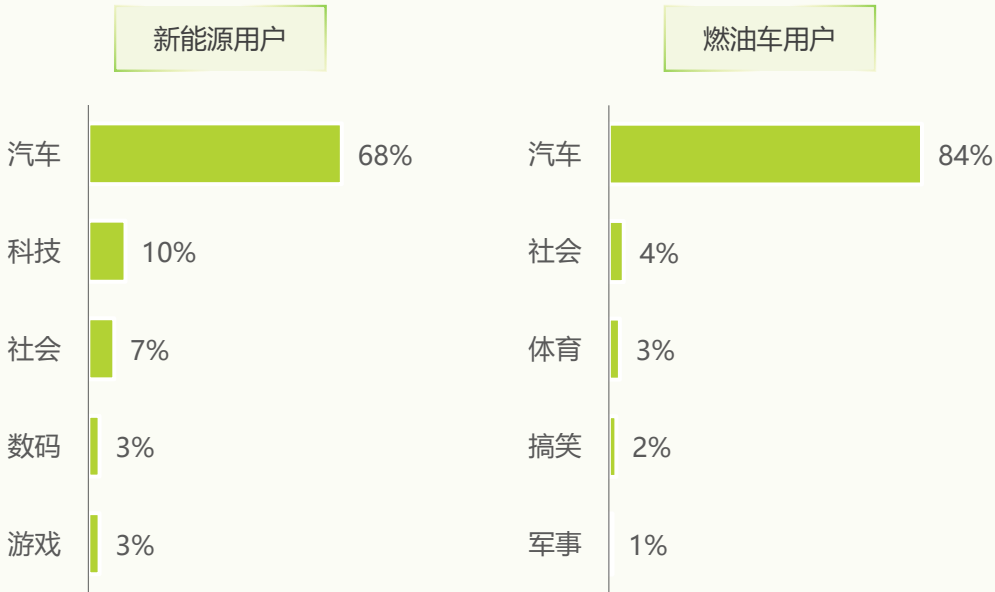
百度汽车用户深度偏好汽车内容，新能源对比燃油用户对科技数码内容偏好高

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

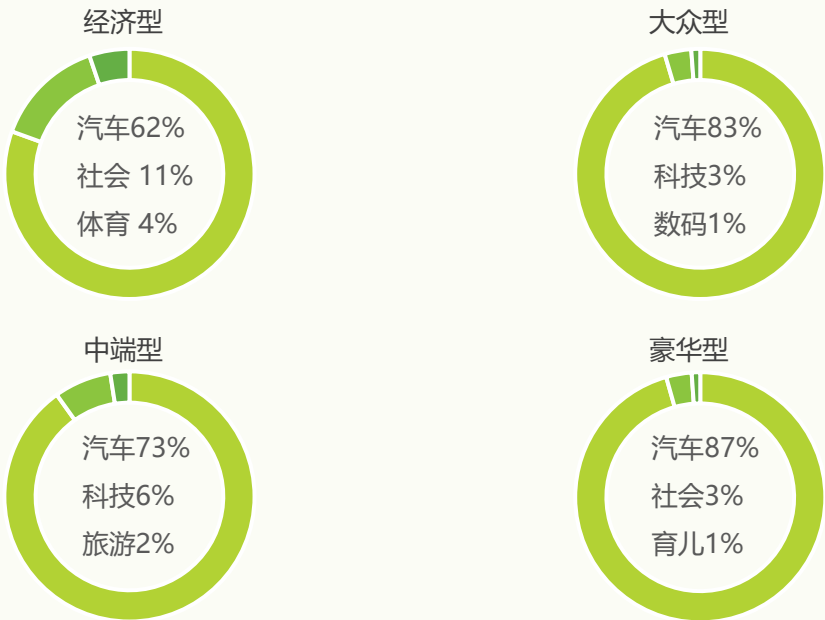
能源类型：新能源用与燃油车用户内容浏览偏好

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

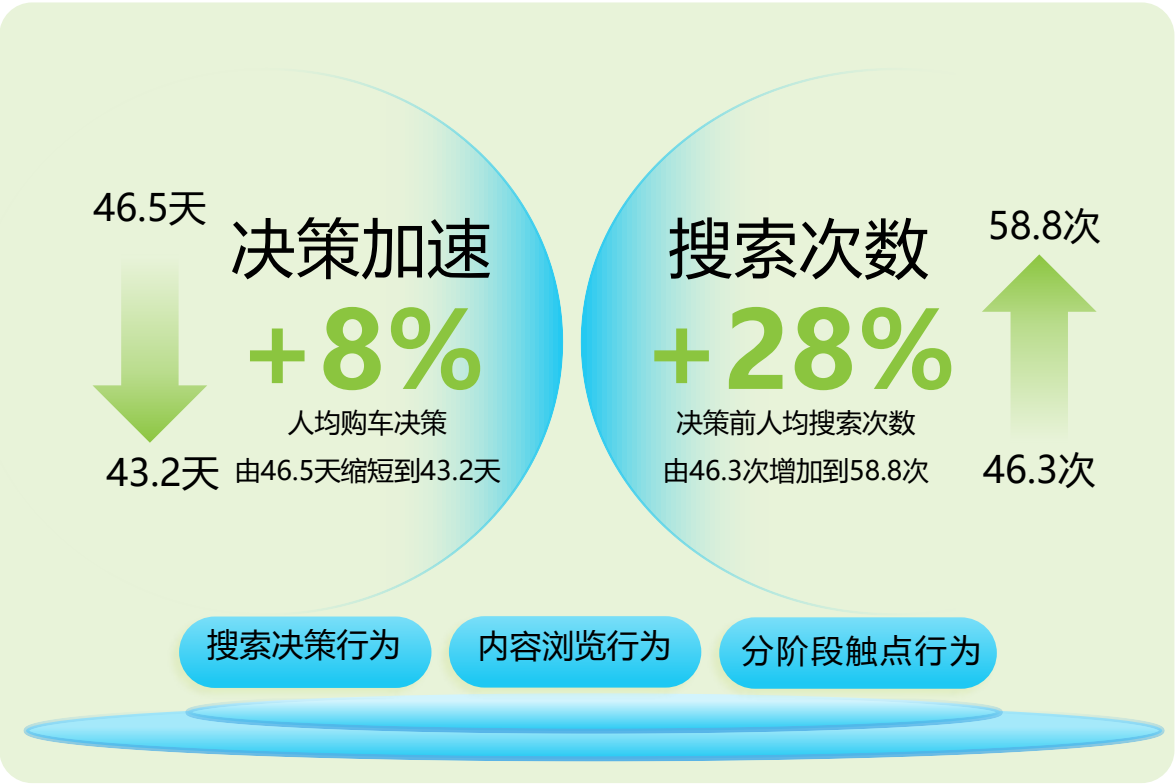
2025年百度平台用户购车决策行为新常态 决策短频细、搜索多对比、内容重选买

- 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

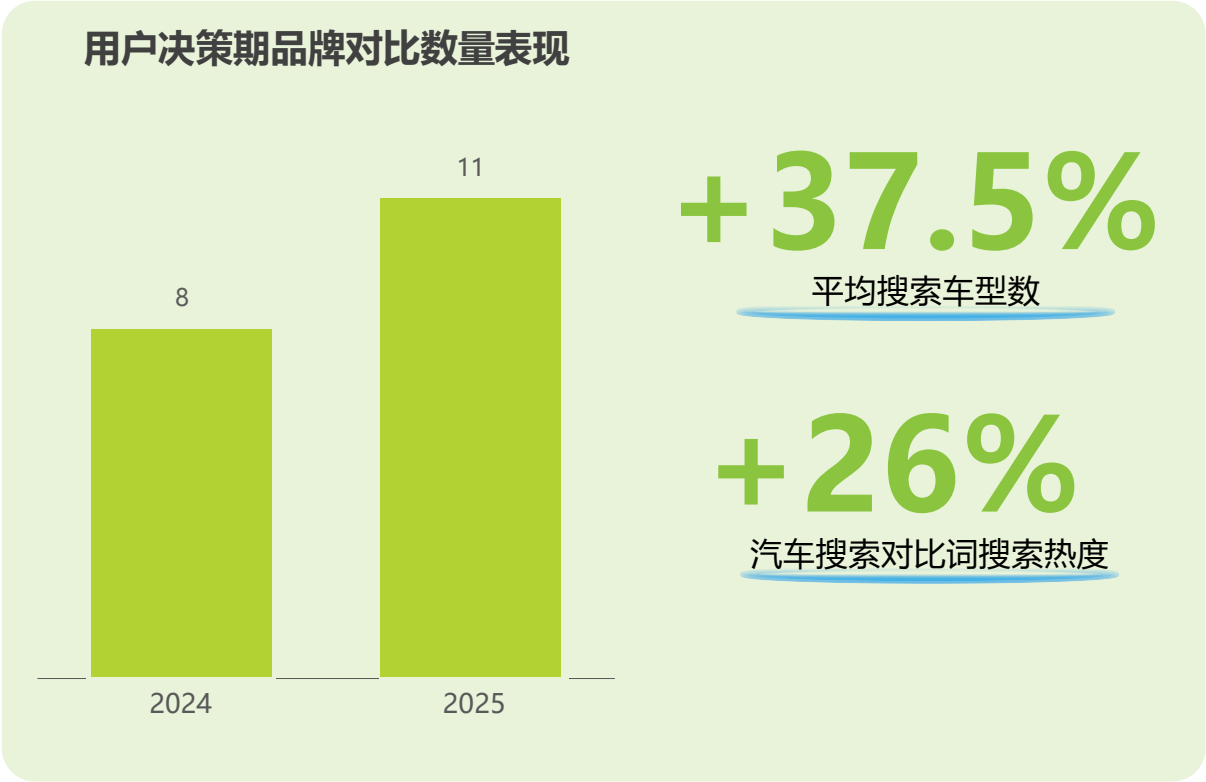
用户看选决策期缩短，平均搜索车型增加37.5%，货比多家现象更显著

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



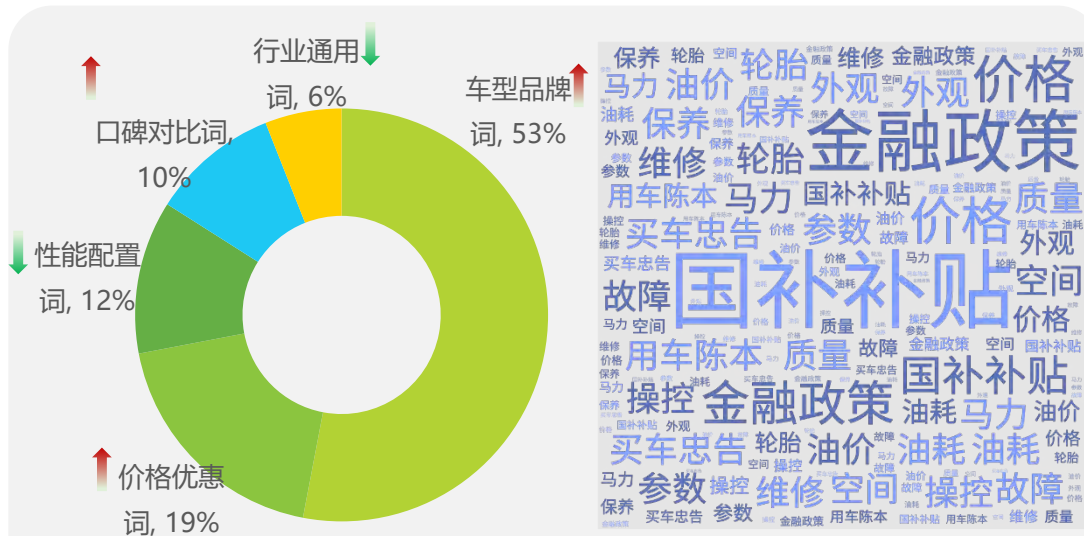
决策期内用户搜索的车型数提升37.5%，品牌车型对比搜索量提升16%



用户搜索词丰富，智能化体验类搜索涨势显著高达38%

燃油车搜索决策行为成熟，目的性强；新能源车搜索更具探索性，智能体验是关键

燃油车搜索词更具体、更交易导向
在确定的备选方案中进行深度比较



搜索词聚焦

5个核心细分词类

车型品牌词 | 价格优惠词 | 性能配置词
口碑对比词 | 行业通用词

口碑&价格是搜索核心关注点

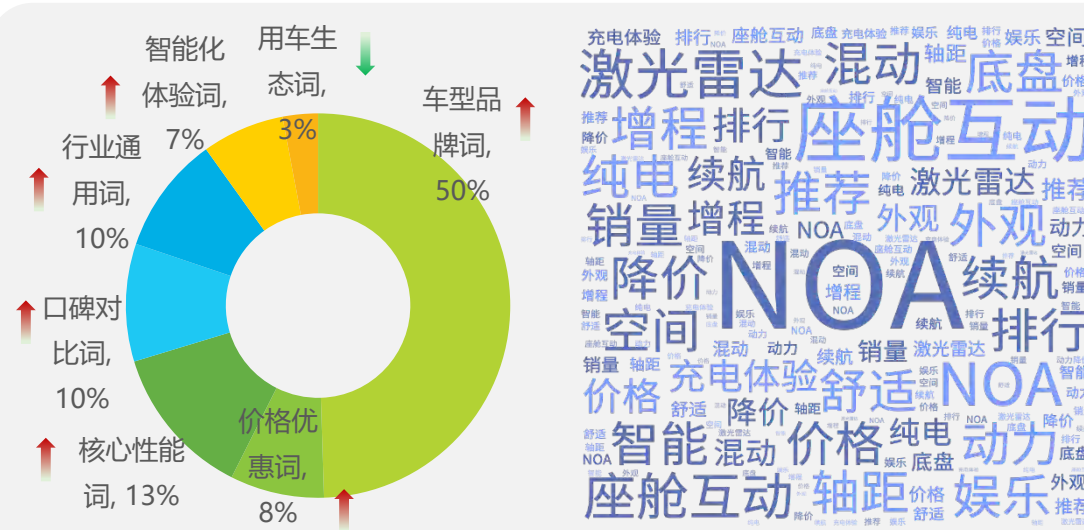
+ 21 %

+ 13 %

口碑对比词同比增速

价格优惠词同比增速
优惠/价格/多少钱...

新能源车搜索词更丰富、更偏知识导向
以技术和体验为锚点做开放式竞品深度对比



搜索词丰富

7个核心细分词类

车型品牌词 | 价格优惠词 | 性能配置词
口碑对比词 | 行业通用词 | 智能化体验

口碑&智能化体验类搜索词增速高

+ 27 %

+38%

口碑对比词同比增速	智能化体验词同比增速
怎么样/是否值得买/值得推荐/ A&B谁更好/A&B区别是什么...	智能座舱/NOA/智能泊车/OTA...

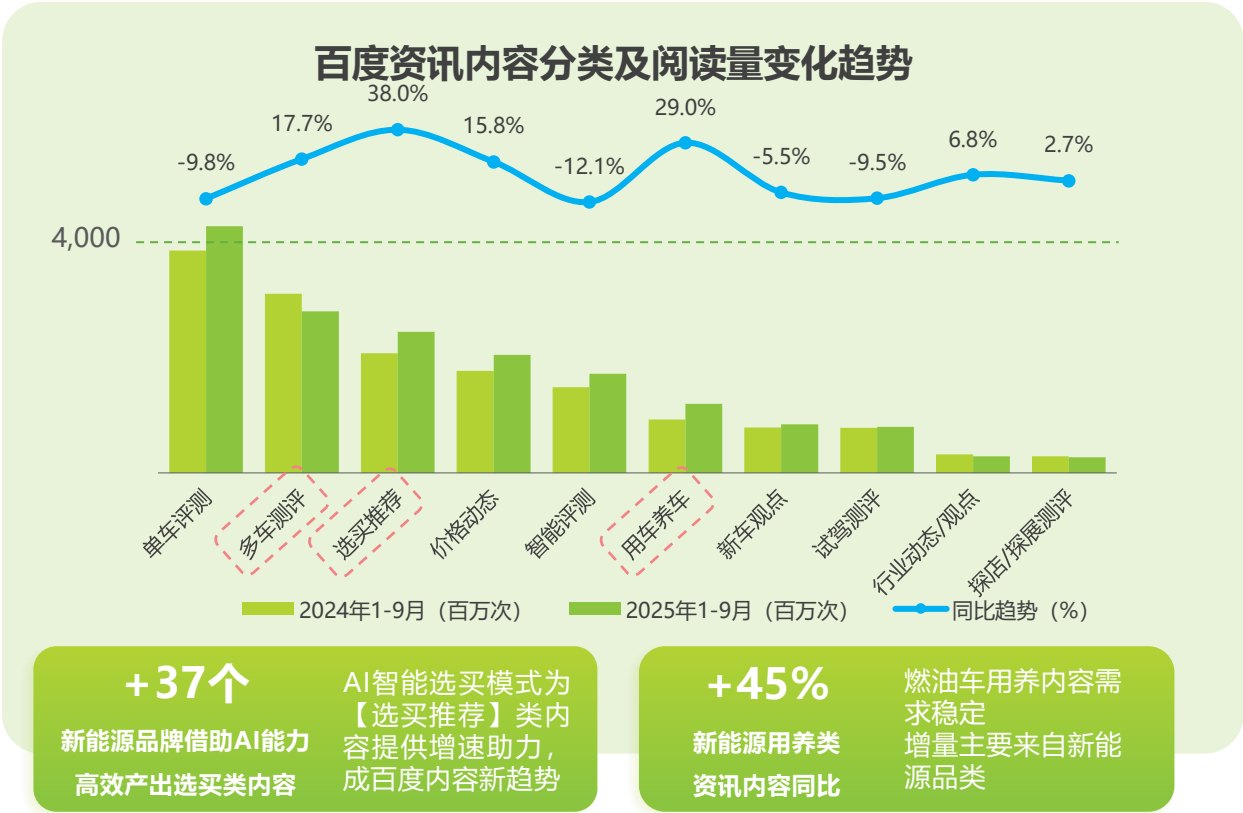
用户对内容需求增强，人均阅读量提升38%，阅读时长提升29%

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



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

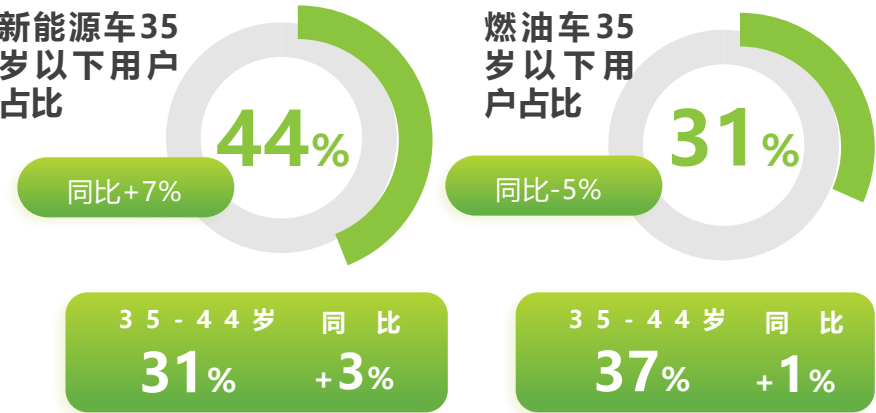
意图人群人均触点数最高，需要更多搜索生态触点布局及运营；新能源用户会通过更多触点辅助决策



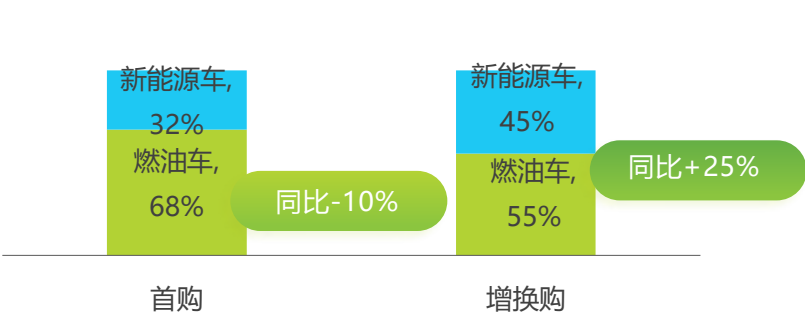
新能源搜索用户在持续增加，其中年轻用户搜索增势更明显上涨7%

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



燃油车首购市场被蚕食，增换购是新能源车优势领域



数据来源：百度

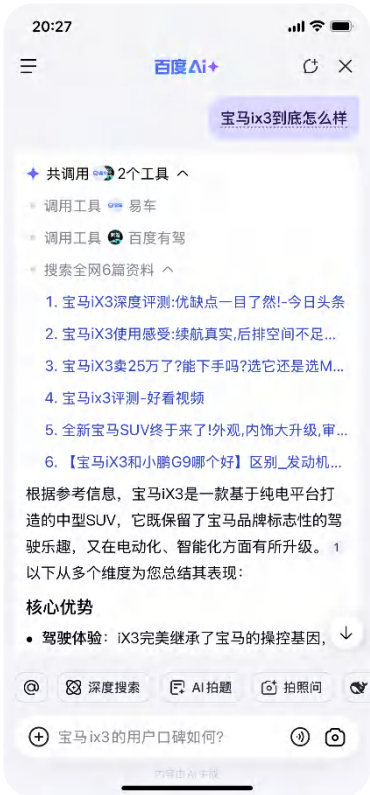
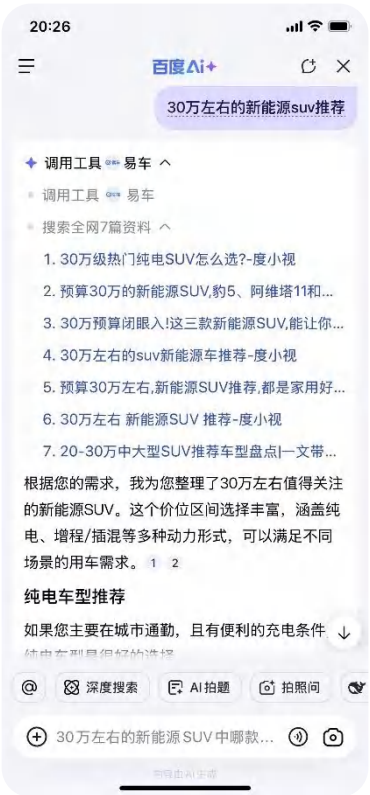
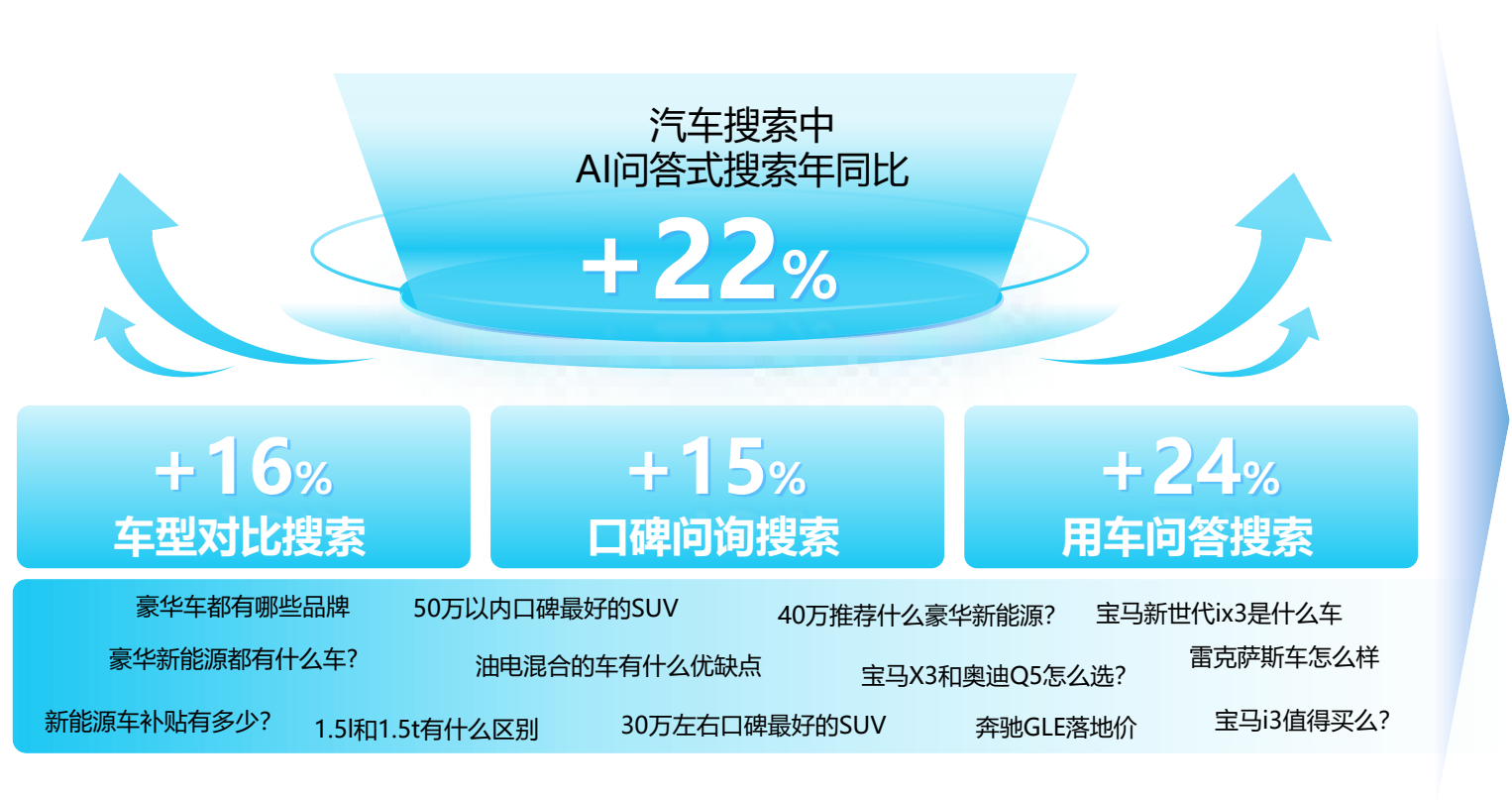
关注10万以下车型人群画像		燃油车, 29%	新能源车, 71%
精打细算的首购族	核心关注点	#价格优惠# #油耗/续航#	
	核心标签	#维修保养# #基础配置#	
务实 高性价比 入门刚需		车型偏好	
		小型/紧凑型轿车、入门级小型SUV、经济型新能源	
关注10-20万车型人群画像		燃油车, 60%	新能源车, 40%
稳扎稳打的务实通勤者	核心关注点	#车辆可靠性# #经济实用性#	
	核心标签	#品牌口碑# #空间/驾驶舒适性#	
可靠 舒适 性价比		车型偏好	
		主流紧凑型/中型轿车 紧凑型/中型SUV 主流价位纯电/混动	
关注20-30万车型人群画像		燃油车, 32%	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#	
	核心标签	#品牌形象# #社交属性#	
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#	
	核心标签	#智能体感# #内饰质感#	
质感 科技 舒适 身份象征		车型偏好	
		#服务体验# #驾乘体验#	
		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”

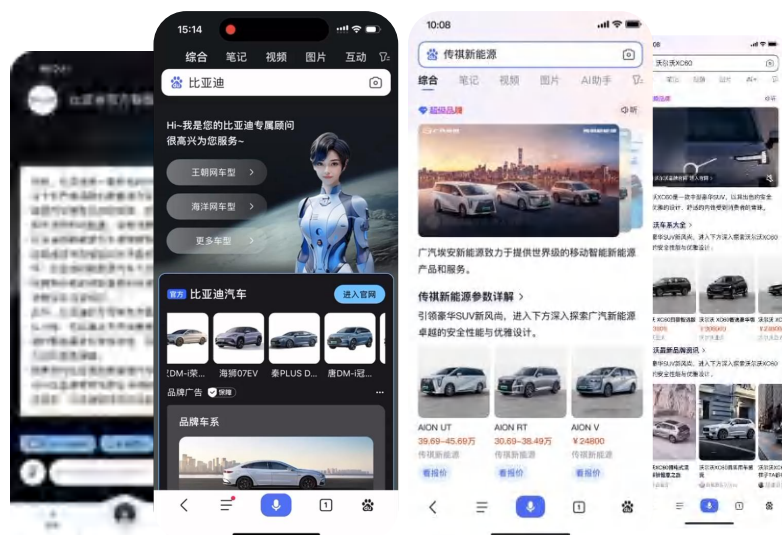
用户搜索越发依赖AI给出选购建议



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

飞桨

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



[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

AI降本经营

数字人生产力大爆发



来源：百度

[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

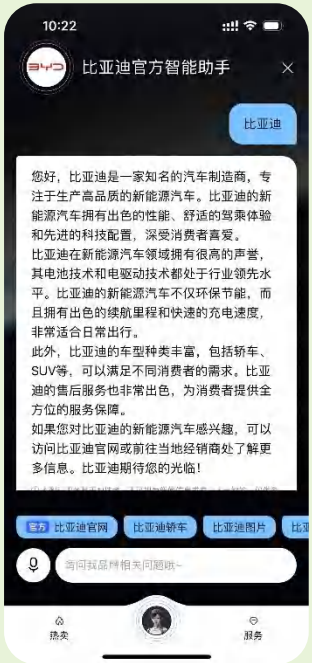
品牌核心词样式展现



品牌长尾词样式展现



智能体落地页



来源：百度

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

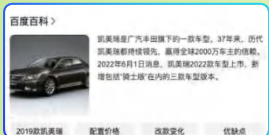
占位拦截

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



小程序卡



百家号卡



时效内容卡



首屏稳定展现

品牌核心区

智能动态排序

智投区

自选区



超级品专



超级百看

通页

富媒体区

满足区

超级档延展区

品牌权益

极致满足

自由权益满足客户

百家号笔记区

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



用户
满足

商业
提效

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

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	车型圈层基础人群
本品关键人群 (50天广告)	竞品关键人群 (50天广告)	本品圈层需求人群	25-45岁男性人群
本品新增需求人群 (50天广告)	竞品新增需求人群 (50天广告)	本品圈层基础人群	中高端人群
本品新增需求人群 (50天广告)	竞品新增需求人群 (50天广告)	本品圈层基础人群	已购过人群
本品新增需求人群 (50天广告)	竞品新增需求人群 (50天广告)	本品圈层基础人群	二三线城市为主
本品新增需求人群 (50天广告)	竞品新增需求人群 (50天广告)	本品圈层基础人群	增购/换购人群
本品新增需求人群 (50天广告)	竞品新增需求人群 (50天广告)	本品圈层基础人群	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



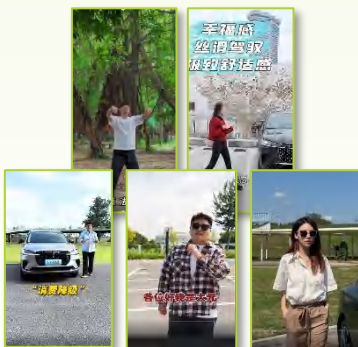
内容优产用百度
(AI笔记+征文)



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
(数字人小视频+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

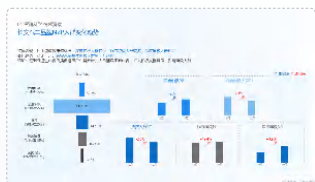
瞬间扩充全域内容库，效率高
征文配合AI笔记，AIGC与PGC同期产出海量正向内容



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



5天上线2500篇内容，5000条链接
瞬间扩充产品内容量基盘

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

自新车上市起，人群数量及正向浓度越来越高

10天上线100篇

快速填充正向内容提认知

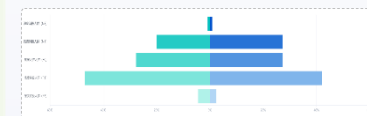
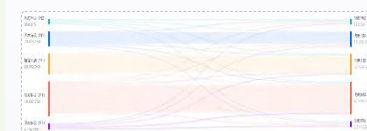
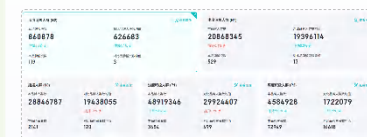
专业强，深度高，客观+优质



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



平台	内容量	正向占比	曝光量
百度	2500	95%	1000000
小红书	100	98%	50000

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

100w预算

100支二创小视频

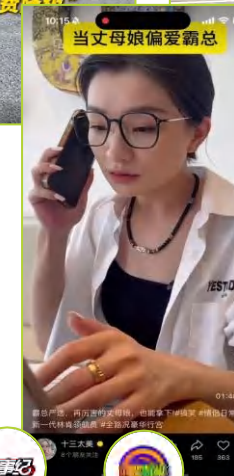
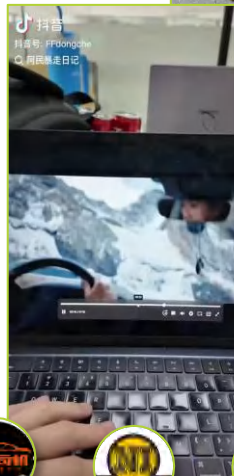
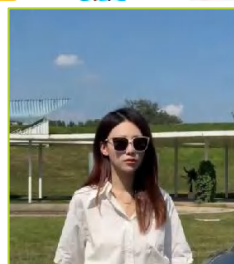
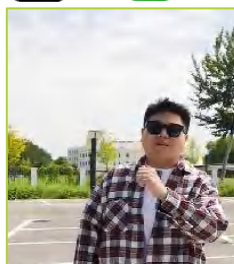
1000万全网播放

全程质量把控

跨域PGC选择：车垂、科技、
财经、出行、旅行、生活

来源：百度

©2025.11 iResearch Inc.



家庭伦理

创意混剪

都市剪辑



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

选买研究所 十大生活场景选车推荐方案

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

智能座舱

智能底盘

场地LCC

智能大灯

非标AEB

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

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

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

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



来源：百度

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



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

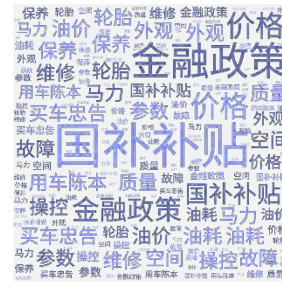
UGC质量口碑 | 媒体试驾专项 | 拆车专项

「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

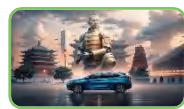
以AI新酷概念引关注参与快速破圈传播新车声量

热款促销

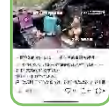
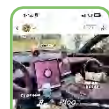
重构用户互动机制深度渗透优惠刺激促转化

品牌宣传

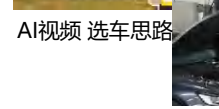
紧跟宏观行业概念打造AI概念深度塑造形象



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



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