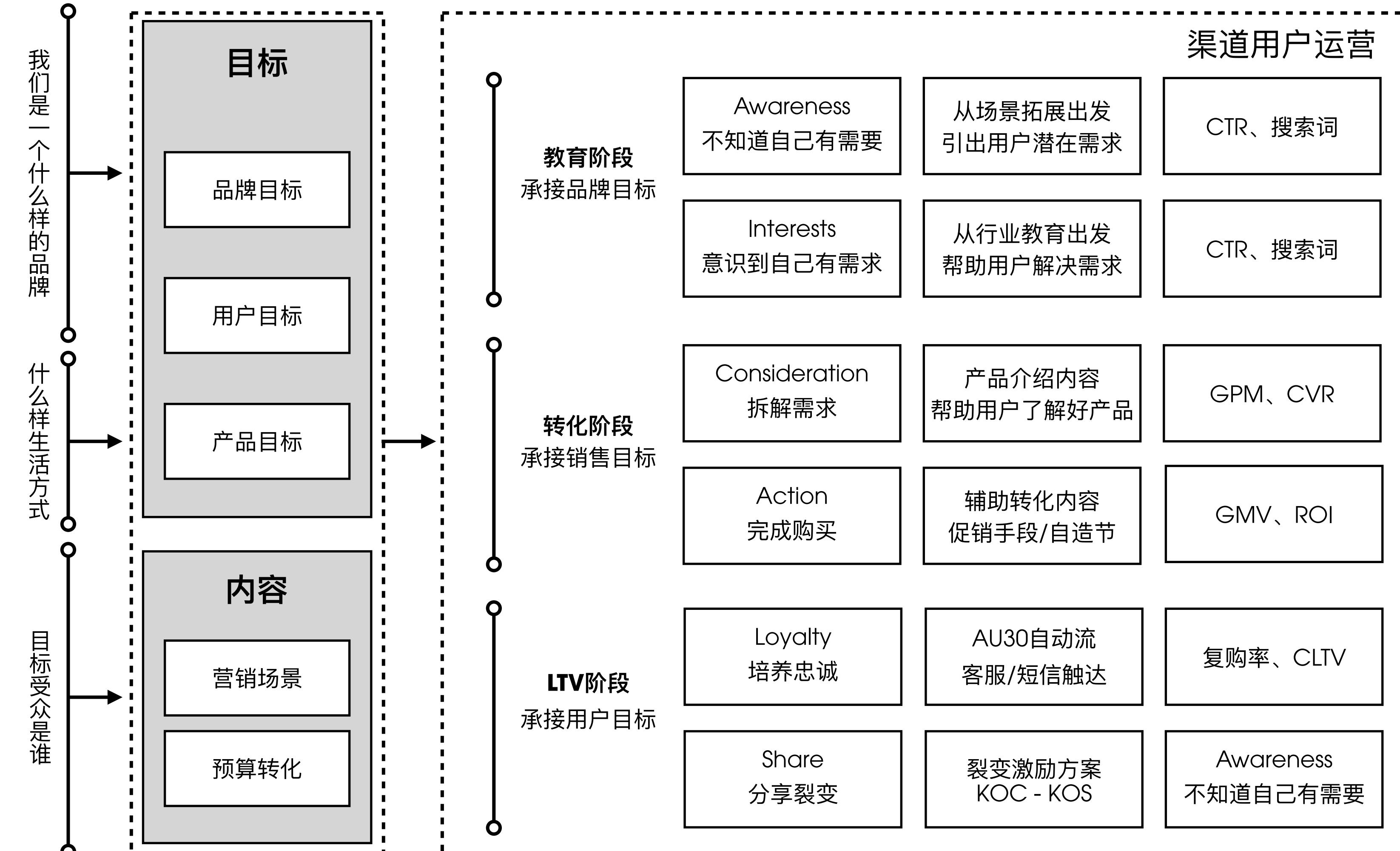
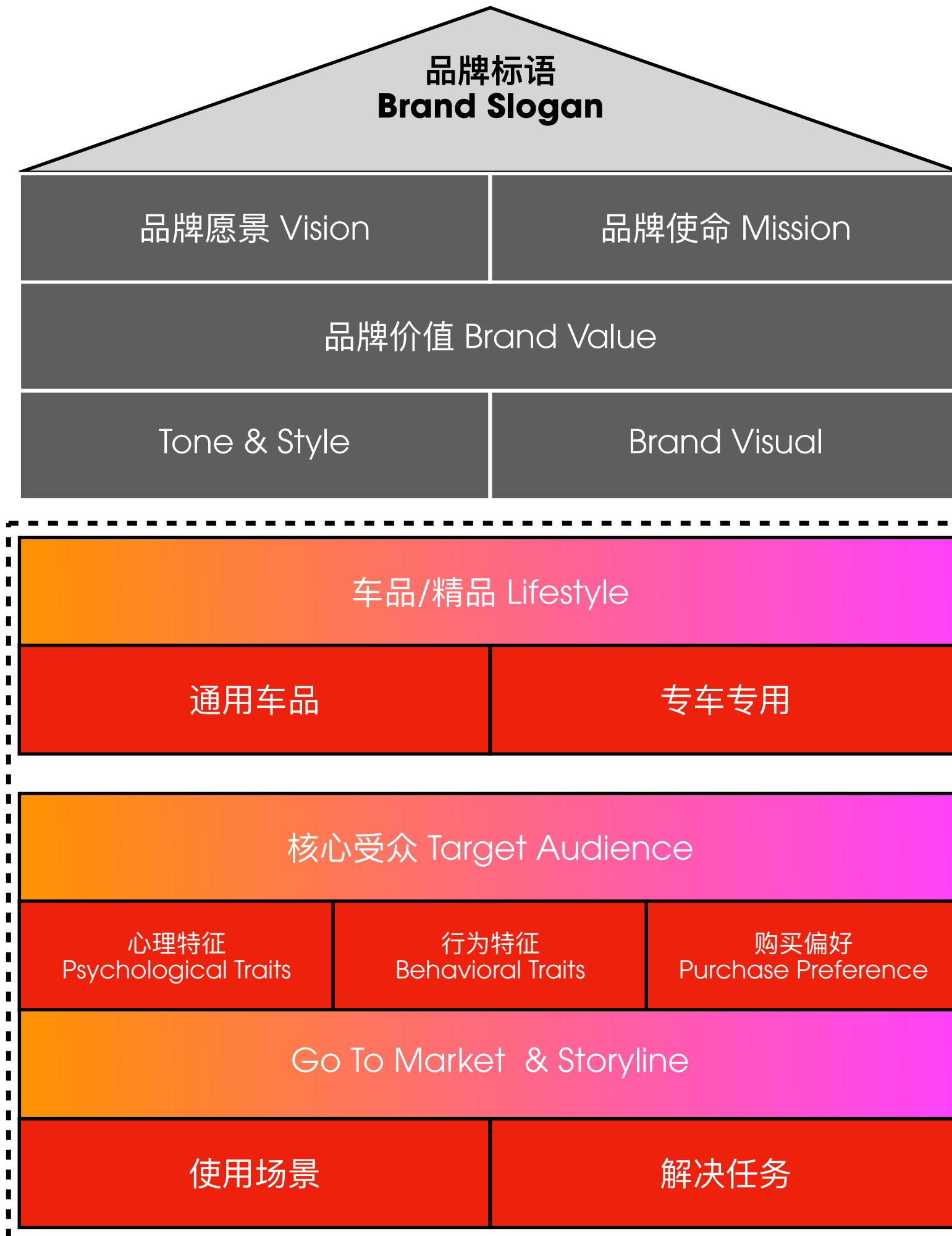


Lifestyle 人群运营策略 - 基于LTV分阶段做触达策略



生活方式转变带来购车决策因子变化，品牌生活方式产品化表达延伸至“车生活”业务形态

Lifestyle 渠道运营策略 - 从货品需求转向为场景需求

