## 消费者心理与营销策略

姓名：赵伯俣

学号：2021302181156

专业：国家网络安全学院

分数与评语

智能汽车市场消费者分析与营销策略建议报告

1. 市场的需求

1.智能汽车的特点、行业现状与发展趋势。

智能汽车与传统的汽车有着本质上的不同，相比于传统的汽车，智能汽车是一个集环境感知、规划决策，多等级辅助驾驶功能与一体的综合系统，是一个典型的高新技术综合体。在原有汽车的基础上添加了智能驾驶系统，生活服务系统，安全防护系统，位置服务系统以及用车服务系统等智能驾驶系统，在这些系统的支持下可以极大的延伸拓展驾驶员的控制、视觉、感觉功能，同时也能够极大的提高交通的安全性。在智能化技术不断普及的信息化社会，汽车作为交通工具的属性逐渐减弱，而更多的成为了一个第三生活空间。智能汽车的销量也在稳步增长，2022年智能汽车销量同比上涨101%至38万辆，这表明智能汽车行业正在以惊人的速度加速发展。在考虑能源形式的情况下，传统能源汽车1月全部销量为196万辆，其中智能汽车销量24万辆；新能源汽车1月全部销量为32万辆，其中智能车销量13.7万辆。由此不难发现，新能源汽车的智能化水平远高于传统能源汽车，因此智能化汽车的发展将极大可能与新能源汽车的发展重合，未来的汽车行业市场也将会被新能源智能化汽车占去较大的市场份额。

1. 智能汽车消费者及潜在消费者的需要和动机

智能汽车的出现无疑创造了传统汽车所不具备的众多需要，其中做重要的我认为应该是功能性需要，而享乐性需要次之，再次就是象征性需要。 首先从功能性需要来说，智能化汽车凭空创造出了众多传统汽车所不具备的功能，比如道路状况信息系统、车辆防碰系统、无线通信系统等一系列的功能性系统，这些系统为消费者带来了心理上的安全和使用上的舒适，所以更能够使消费者产生购买的动机，从而使得消费者得到一定的满足感；从享乐性需要上来说，消费者购买智能汽车的动机与购买传统汽车的动机有些许不同点，其中最大的就是消费者希望享受更舒适的驾驶体验和更为轻松的驾驶过程，而智能汽车所带有的智能化设备恰好满足了消费者这一需求，因此智能汽车才能在近几年呈现销售量剧增的情况；最后，对于象征性需要，部分消费者购买智能汽车的动机也许并不是因为其对于交通工具的需要，有一部分原因是其对于社会地位和自我成就感的追求，简单来说就是一部分消费者买车并不是为了开，而是为了向其他人炫耀，而智能汽车相比于传统汽车更加新奇，因此能够更好的实现消费者的目标。

1. 根据消费者需要和动机，如何对市场进行细分。

我认为，根据不同的消费者类型，应该将智能汽车市场分为智能汽车与新能源智能汽车两部分并且新能源智能汽车占据主导地位。因为首先对于智能汽车有需求的消费者不一定会对新能源汽车感兴趣，所以不能够将智能汽车和新能源智能汽车的市场混为一谈，而之所以让新能源智能汽车占主导地位是因为在现当代购买汽车的消费者群体大部分为90后，其比前一代人更能够接受新兴科技，且更加具有环保意识，因此将新能源智能汽车的市场站较大份额更能够满足这部分消费群体的需求。

二、品牌价值与态度

1.利用价值观和信念理论来促进消费者购买或提升品牌态度

可以极力宣传自我导向的价值观，鼓励消费者产生选择、创造和探索方面的兴趣，从而使得消费者产生探索新鲜事物方面的需要，而智能汽车刚刚出现在市场之中，对于消费者们来说无疑是新兴科技，由此可以刺激消费者们对智能汽车进行购买，再者可以通过宣传享乐主义的价值观，鼓励人们为了自己的舒适去购买车辆，并且极大宣传智能汽车相较于传统汽车在驾驶舒适感上的优越性以及操作上的智能化和便捷性，由此可以极大地促进消费者购买智能汽车。

三、品牌展示与沟通

1.利用注意力与信息处理相关理论来增强品牌展示和沟通效果。

在汽车之家研究院对于用户需求的分析中，通过对于不同年龄段的消费者的需求进行比较与总结得出，年轻群体更偏好于辅助驾驶功能，而00后更趋于保守，从其他功能来看，主动刹车/主动安全系统和全速自适应巡航是80后和90后最看重的两项配置，而00后选择它们的比例低很多。似乎传统配置难以打动00后的新生代群体，因此在营销时，应该针对不同的年龄群体进行不同的宣传，如对于80后和90后群体，在广告中应当适当强调刹车和主动安全系统以及全速自适应巡航功能，并且在广告中应该将刺激物添加到这两个功能上，以此来吸引消费者的注意力，从而达到品牌展示的效果。而对于00后用户，则可以采用互动性广告的形式对于辅助驾驶等有科技感的方面进行宣传，比如采取以智能化算法支持的千人千面广告来引起消费者的自我参照，从而激发消费者的兴趣，从而达到品牌自我宣传的目的。

四、社会影响

1.智能汽车消费可能产生的社会影响

智能汽车消费所产生的积极影响便是能够极大的带动经济的发展，尤其是当前中国处在后疫情时代，经济发展速度大不如疫情以前，而智能汽车消费的产生可以使得大量资本流入市场，带动市场的发展，使得经济能够更加快速的复苏；而消极影响便是汽车商业最大的难题，就是消费者购买的汽车越来越多，致使城市空气质量，城市道路拥挤程度增大。

1. 如何促进积极影响和减少消极影响

可以将智能汽车产业与移动互联网产业联合，形成高速的移动物联网，加速在疫情时代萎靡的经济状况，一方面可以利用移动互联网的科技性带动智能汽车行业的发展。另一方面，能够促进后疫情时代经济的发展。针对消极影响，智能汽车行业可以将新能源行业收录其中，可以大幅度缓解智能汽车所带来的城市污染，并且在营销的过程中也能对新能源智能汽车进行宣传，从而提升消费者对于品牌的好感度。