

抖音汽车内容生态价值研究

巨量引擎-汽车数据策略研究院

CONTENTS

01

抖音汽车内容现状

02

抖音汽车内容生态

03

抖音汽车创作者生态

01

抖音汽车内容现状

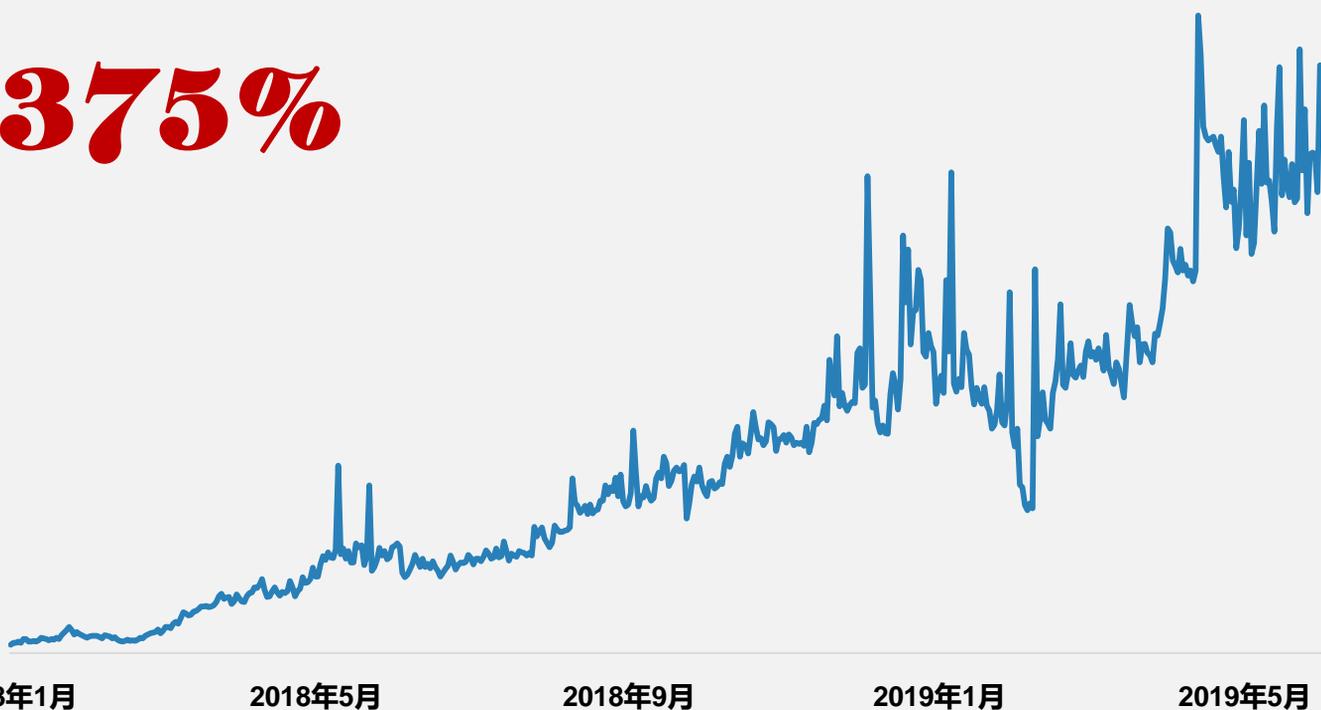
抖音汽车内容生产力旺盛，作品发布量持续攀升

抖音汽车整体内容发布呈现持续增长的趋势，截至今年5月的发布量较去年同期激增375%，内容生产力保持良好增势

抖音汽车内容发布量

2019年5月发布量同比增长

375%



同时汽车内容的播放量和播放占比也双双增长

抖音的汽车内容播放量较去年11月猛增132%，同时汽车内容播放量的平台占比同期提升了62%

抖音汽车内容播放量

(2019年5月)

较去年11月增长

132%

播放量

62%

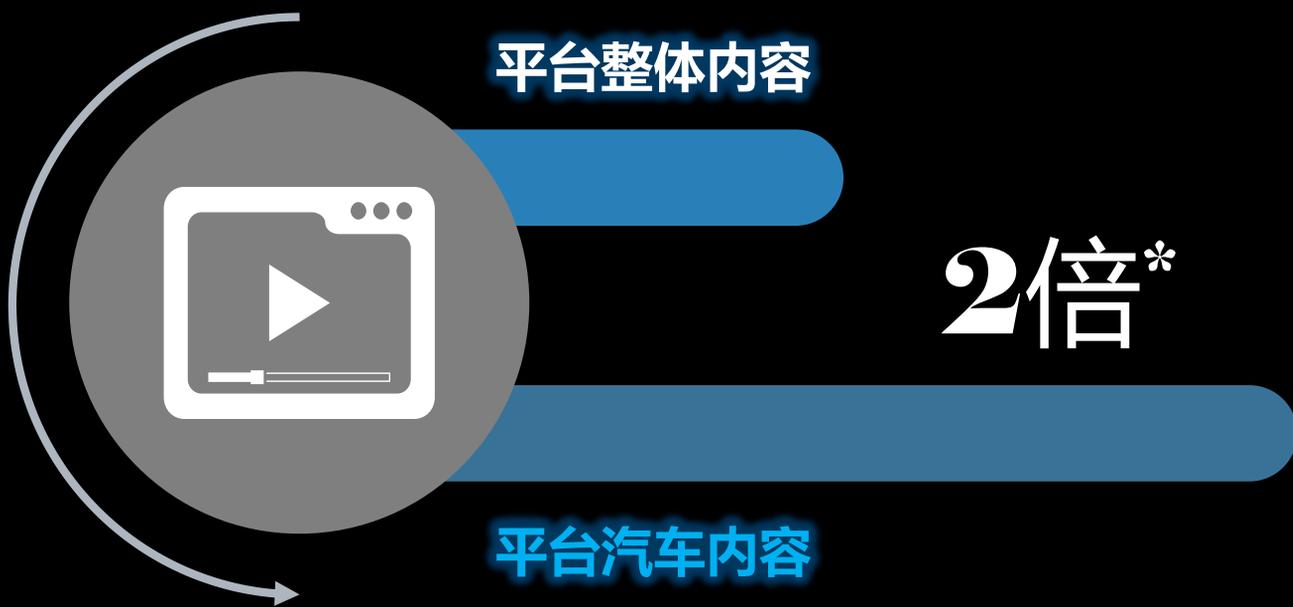
播放占比

而优质内容使得汽车作品有着更好的传播效果

相比平台整体内容的平均播放量，汽车的该数值达到了大盘的两倍之多，用户在抖音上对汽车内容有较强的观看欲望

抖音汽车内容平均播放量

(2019年5月)



*当月发布汽车类视频的平均播放量 ÷ 当月发布所有视频的平均播放量

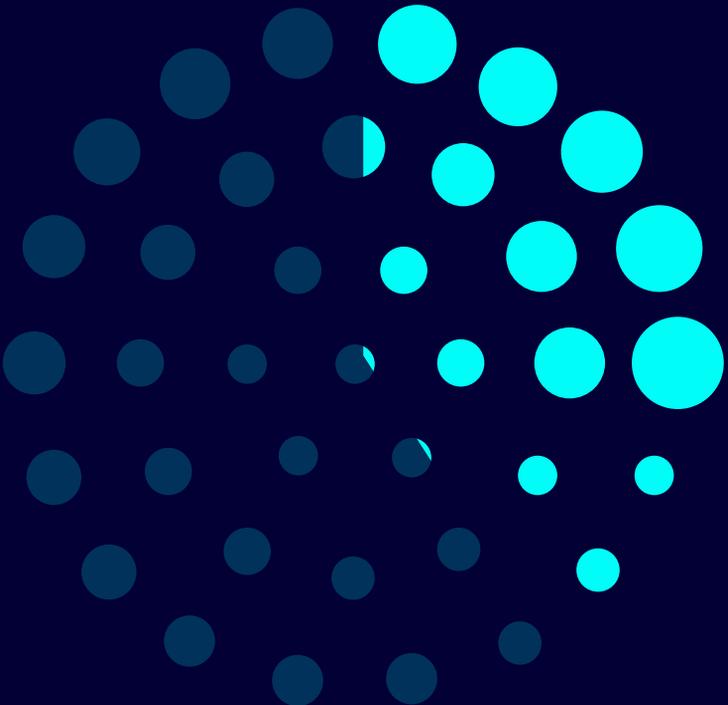
信息来源：巨量引擎-汽车数据策略研究院分析，2019年7月整理

用户对抖音汽车内容也呈现出很强的接受度

同时汽车内容有着较强的吸引用户完播视频的能力，在完播率方面在所有内容类别中排名第二

抖音汽车内容完播率

(2019年5月)



42%

视频完播率

NO.2

所有内容类别中
完播率排名

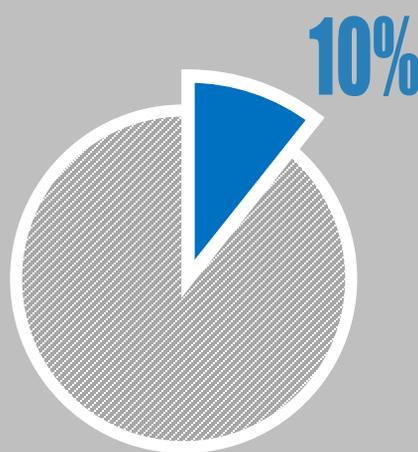
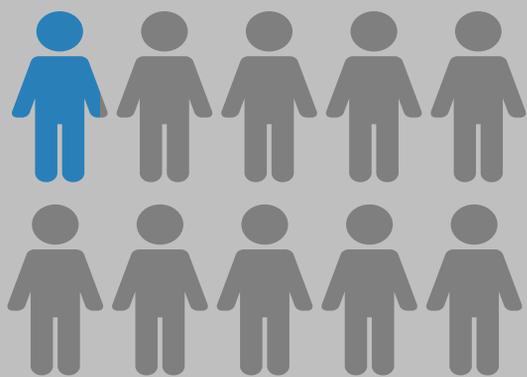
每天有近5000万人为精彩的汽车内容点赞

抖音的汽车内容引起每天近5000万人的点赞行为，优质汽车内容吸引了越来越多兴趣用户，抖音每10个用户中就有一个汽车兴趣用户

抖音汽车内容点赞人数

(2019年5月)

每天近**5000万人**
为汽车内容点赞



每10个用户中就有一个汽车兴趣用户

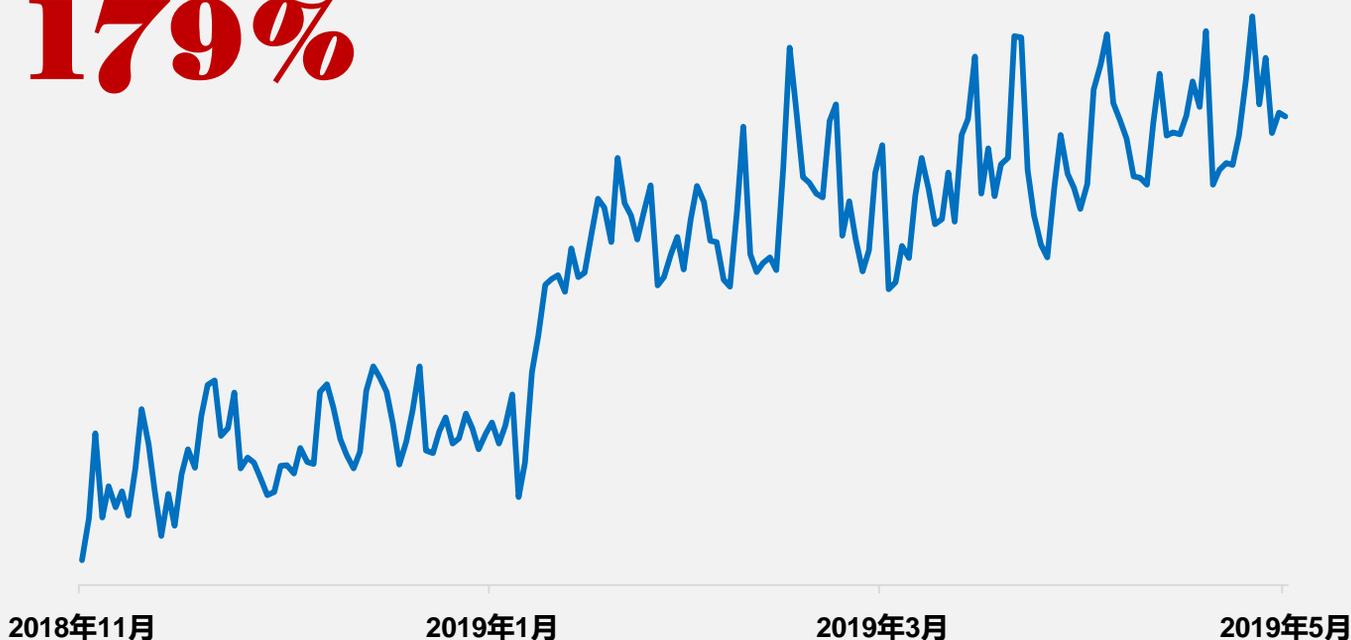
完善的汽车内容生态激发了用户主动搜索意愿

抖音多元的汽车内容引发了越来越多用户的搜索意愿，今年5月主动搜索汽车内容的用户数量较半年前增长了179%

抖音汽车内容搜索人数

2019年5月主动搜索用户数量相比半年前增长

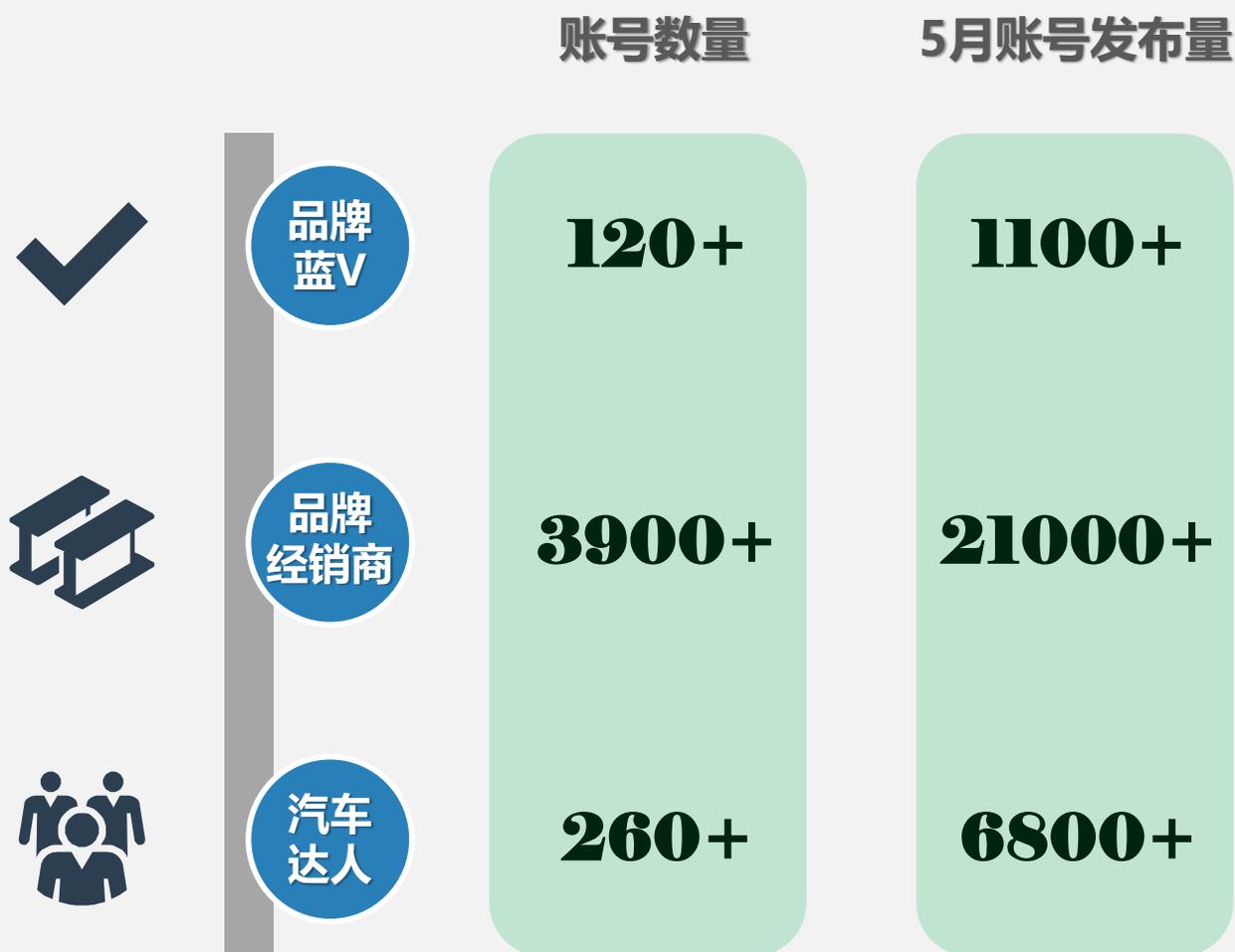
179%



专业创作者的进驻使得抖音汽车内容更加多元

抖音的汽车内容生产者除了普通用户之外，越来越多的专业账号入驻成为抖音汽车多元内容的创作生产力

抖音汽车专业账号分布



注释：汽车达人仅统计了粉丝量大于10万人的汽车垂直领域达人

信息来源：巨量引擎-汽车数据策略研究院分析，2019年7月整理

优质汽车内容已助力抖音汽车生态积累大量粉丝

抖音已积累了超过2.5亿的汽车生态粉丝，头部的专业账号均有着较高的粉丝量级

抖音汽车专业账号关注人数

2.5亿+

汽车专业账号的粉丝用户总量



02

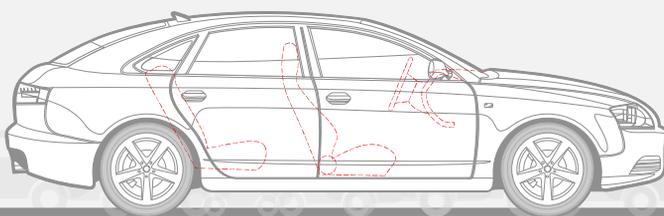
抖音汽车内容生态

在移动互联当下，用户对汽车内容诉求多元

汽车行业在迎来“拐点”后，众多品牌开始构建与用户车生活全链路的深入连接来传递价值，用户对于汽车内容的接受和诉求越来越丰富

多元的内容形式

幽默 互动
专业 走心 IP
音乐 创意



内容覆盖用户汽车全生命周期

丰富的场景体验

娱乐化
生活化 国际化
专业化 情感化

抖音饱满的汽车内容资产已形成“生态化”体系

抖音汽车内容不论发布量或播放量都有良好的增长态势，为抖音沉淀了大量汽车内容资产，这些内容全面覆盖了用户汽车全生命周期

抖音汽车内容热词图云



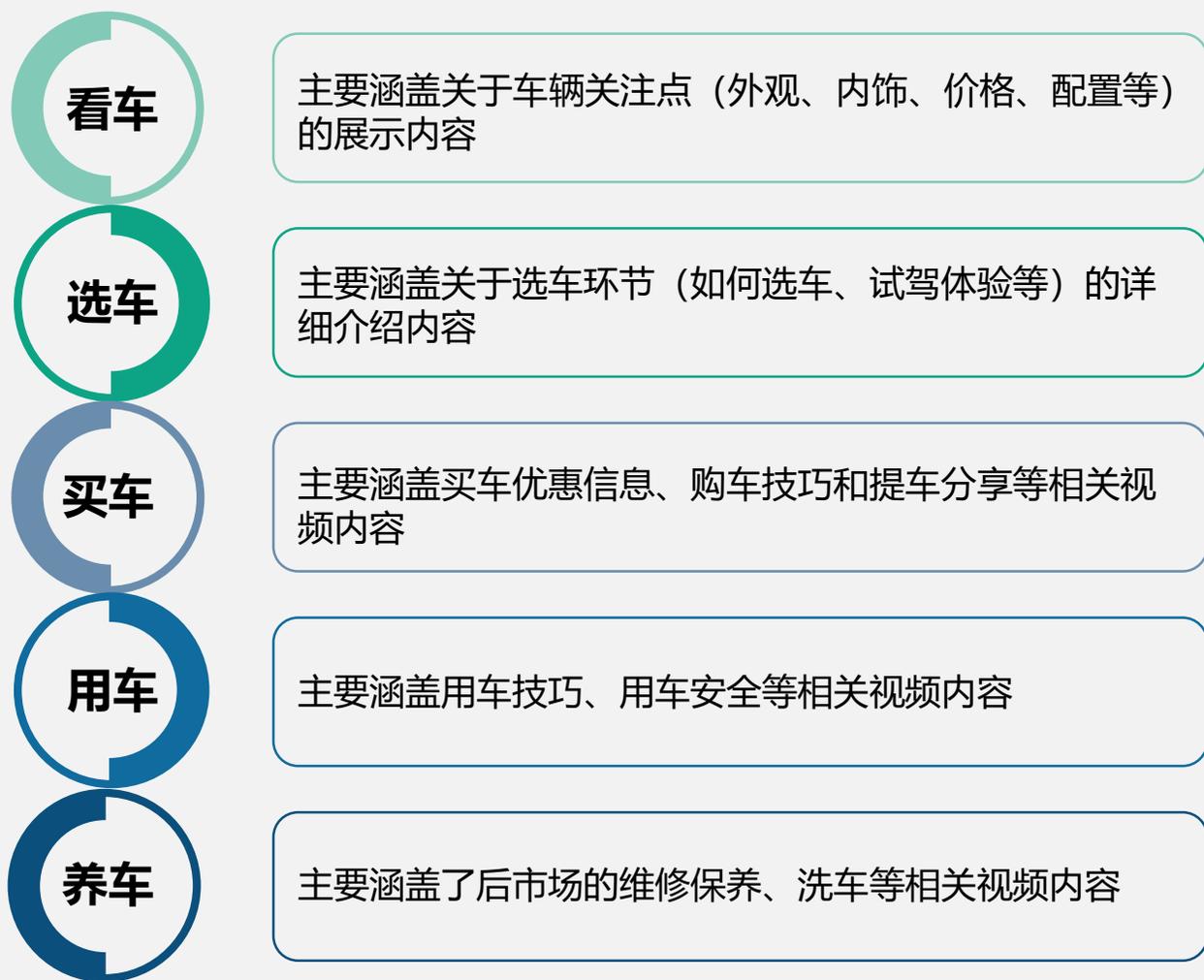
抖音的汽车内容涵盖了对外观、内饰等汽车关注点的展示、选车技巧、购车分享、维保常识等非常全面的覆盖用户全生命周期看、选、买、用、养各个环节的内容

因此我们对整个抖音的汽车内容生态进行了看、选、买、用、养各阶段的内容特征挖掘

覆盖“看、选、买、用、养”全汽车生命周期

抖音的汽车内容生态构建围绕着用户车生活的全链路提供多样的内容

抖音汽车全生命周期内容生态概览

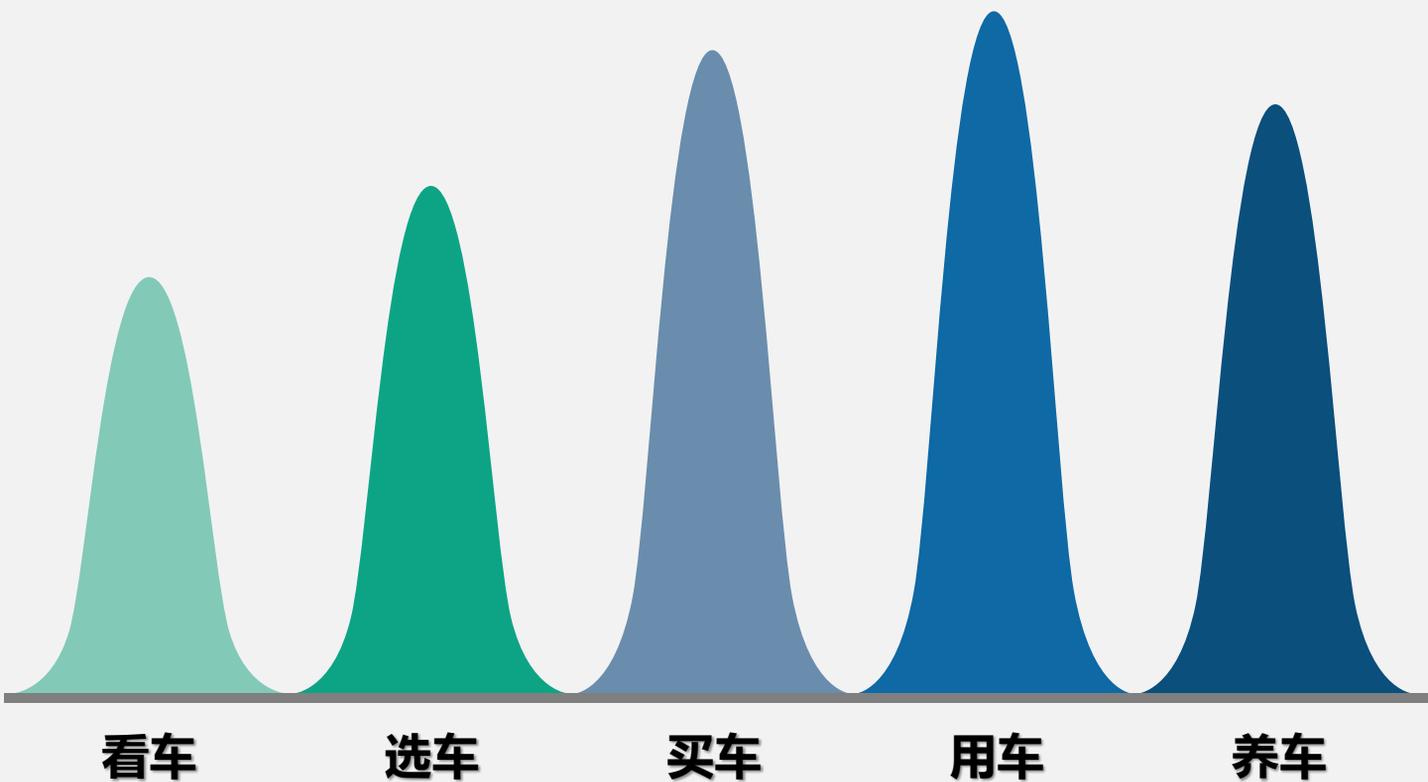


其中买车和贴近用户生活的用车内容较受欢迎

在用户车生活全链路中的各个阶段，贴近用户生活且覆盖更多存量用户的用车内容播放量最高，其次是用户购车相关知识和分享的买车内容

分阶段内容播放量占比

(2019年6月)



而不同阶段的内容展现出差异化的内容价值

在抖音汽车内容生态全链条中，选车内容互动性最强，用车内容传播性更高，而看车内容虽播放占比低但平均播放量远超大盘水平

抖音汽车内容特征

(2019年6月)

选车内容



抖音最易引起点赞&评论的内容

互动

平均点赞率/评论率分别是汽车大盘内容的

1.3/1.5倍

用车内容



抖音最易引发分享的内容

传播

平均转发率是汽车大盘内容的

2倍

看车内容



抖音平均播放量最大的内容

影响

平均播放量是汽车大盘内容的

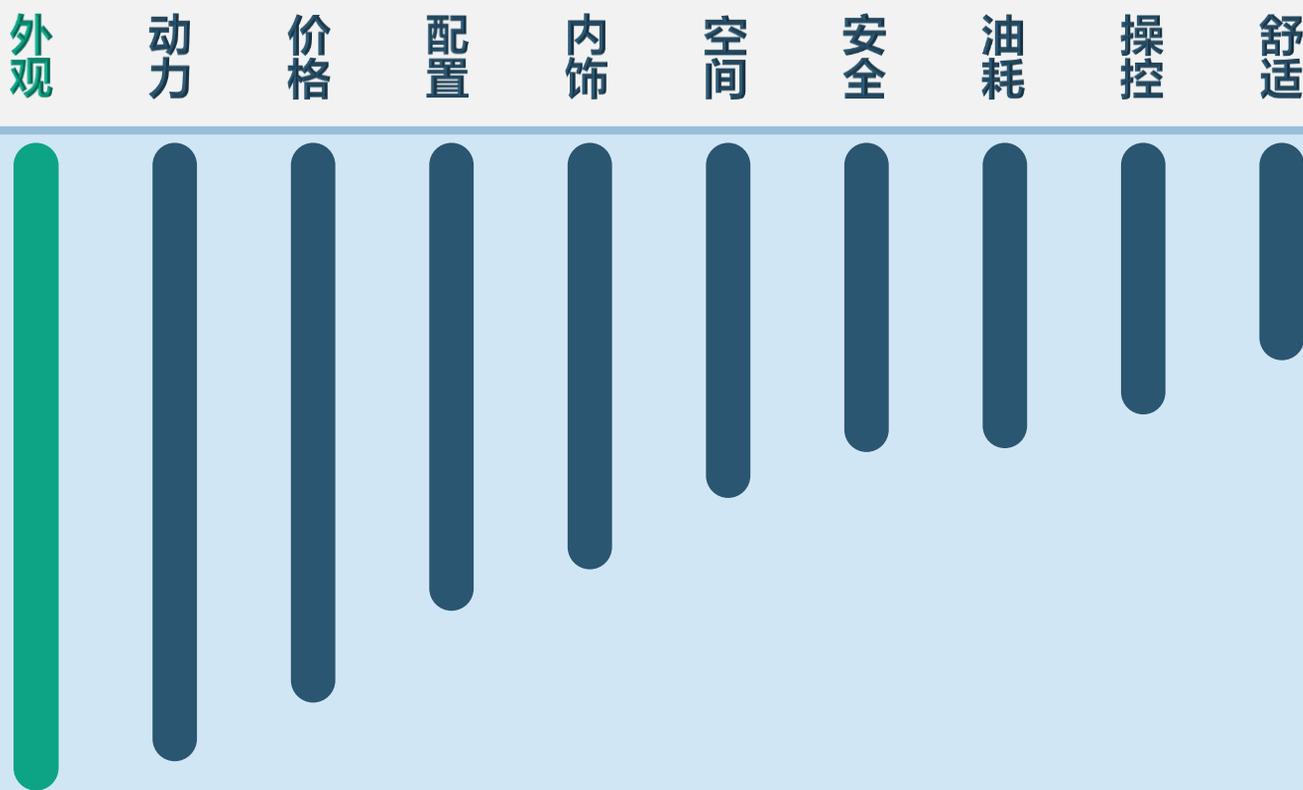
5.1倍

在看车环节，“外观、动力”更易引起关注

在分关注点统计的看车内容中，感官冲击的汽车外观内容播放量处在首位，而难以“深有体会”的舒适性内容则排名最后

“看车”关注点播放量分布

(2019年6月)



对颜值的“包装”诠释更容易吸引用户

在展现颜值的内容当中，对于外观更加感性的描述和包装在播放效果上相对优于对一些细节详细讲解的内容

外观内容分类型播放量分布

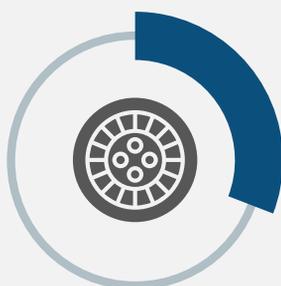
(2019年6月)

感性描述

局部细节

整体造型

色彩漆面



内容关键词

Key words

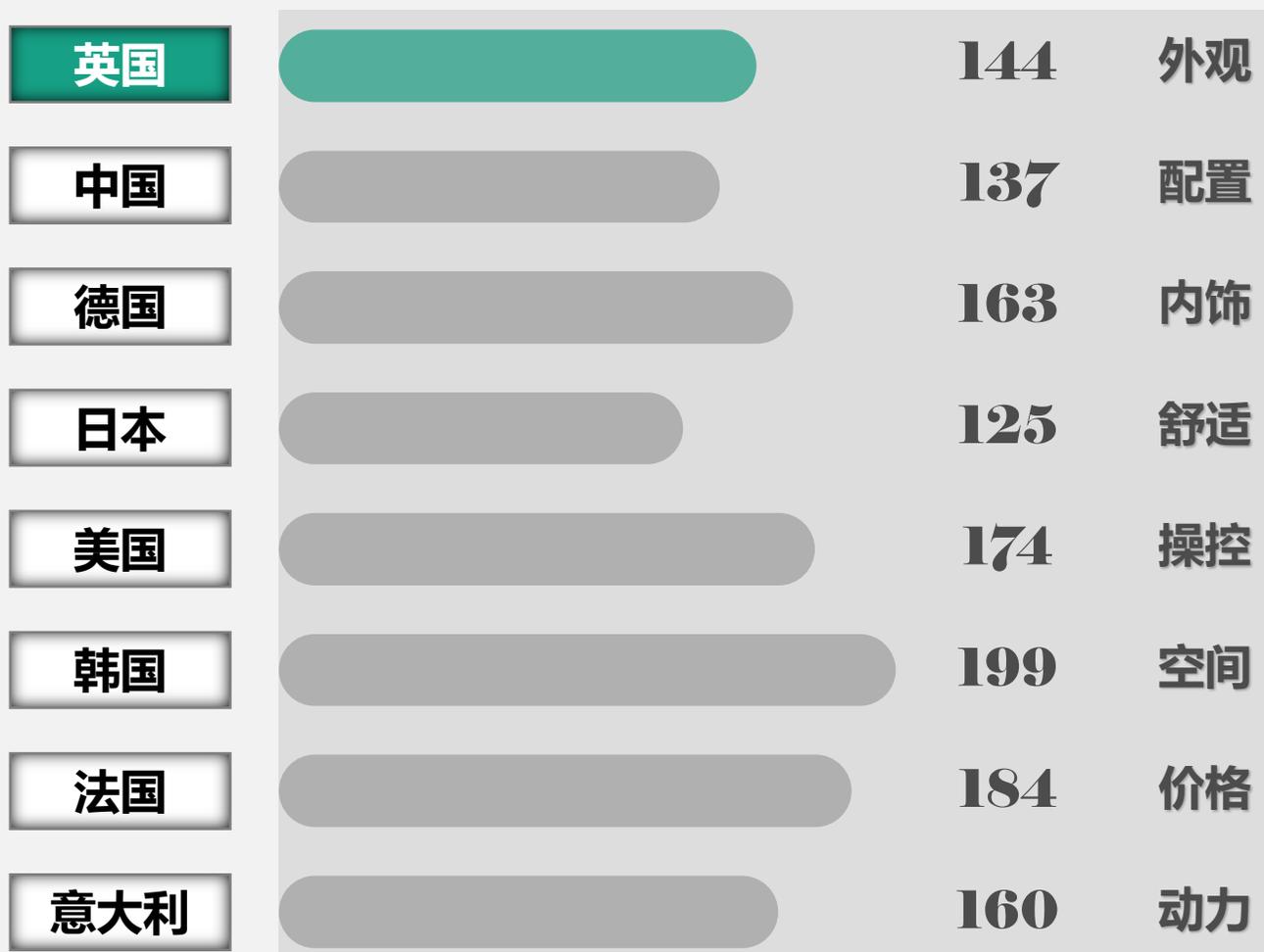
典雅 尊贵
 优雅 视觉 艺术
 激情 美学
 气质 魅力 酷炫

其中英系传递外观效果最佳，各国均有优势特征

英系产品传递颜值内容的播放量显著性最高，而各国别产品均有着相对差异化的“内容传递”

各国别看车“关注点”播放量显著性分布 (TGI)

(2019年6月)



注释：TGI (Target Group Index) = (目标群体中具有某一特征的群体所占比例 ÷ 总体中具有相同特征的群体所占比例) × 100%

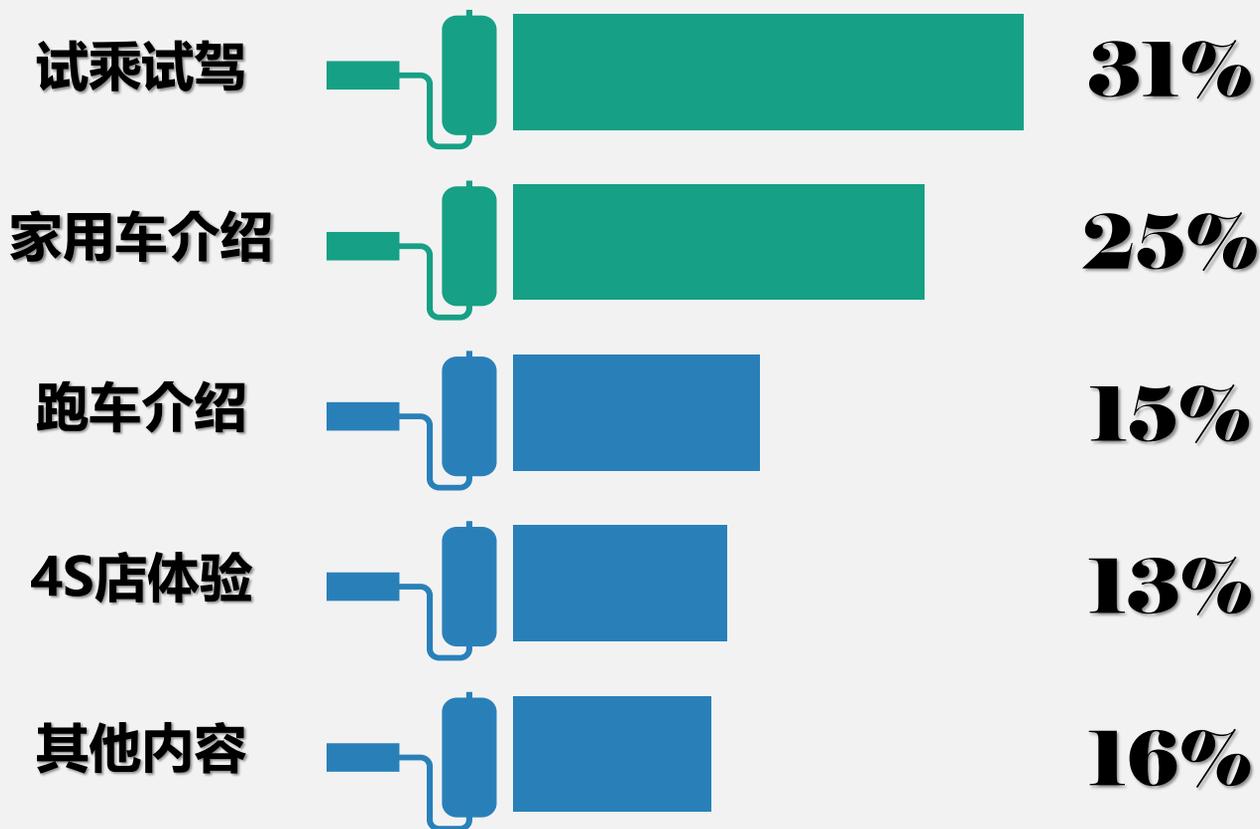
信息来源：巨量引擎-汽车数据策略研究院分析，2019年7月整理

用户选车更爱观看试驾体验和选车介绍内容

在选车环节中，试乘试驾类内容和家用车介绍内容的播放量占比近6成，用户对于驾乘体验和实际的家用车介绍更加偏好

“选车”关注点播放量分布

(2019年6月)



注释：根据播放量Top100的选车相关抖音视频内容总结

信息来源：巨量引擎-汽车数据策略研究院分析，2019年7月整理

在此阶段，更多专业账号内容助力用户“选车”

在选车内容中，专业账号发布作品量近半；同时相比所有汽车发布内容，专业账号在选车环节有着较强的发布量显著性

“选车”环节专业作者发布情况

(2019年6月)



更多专业
账号作品

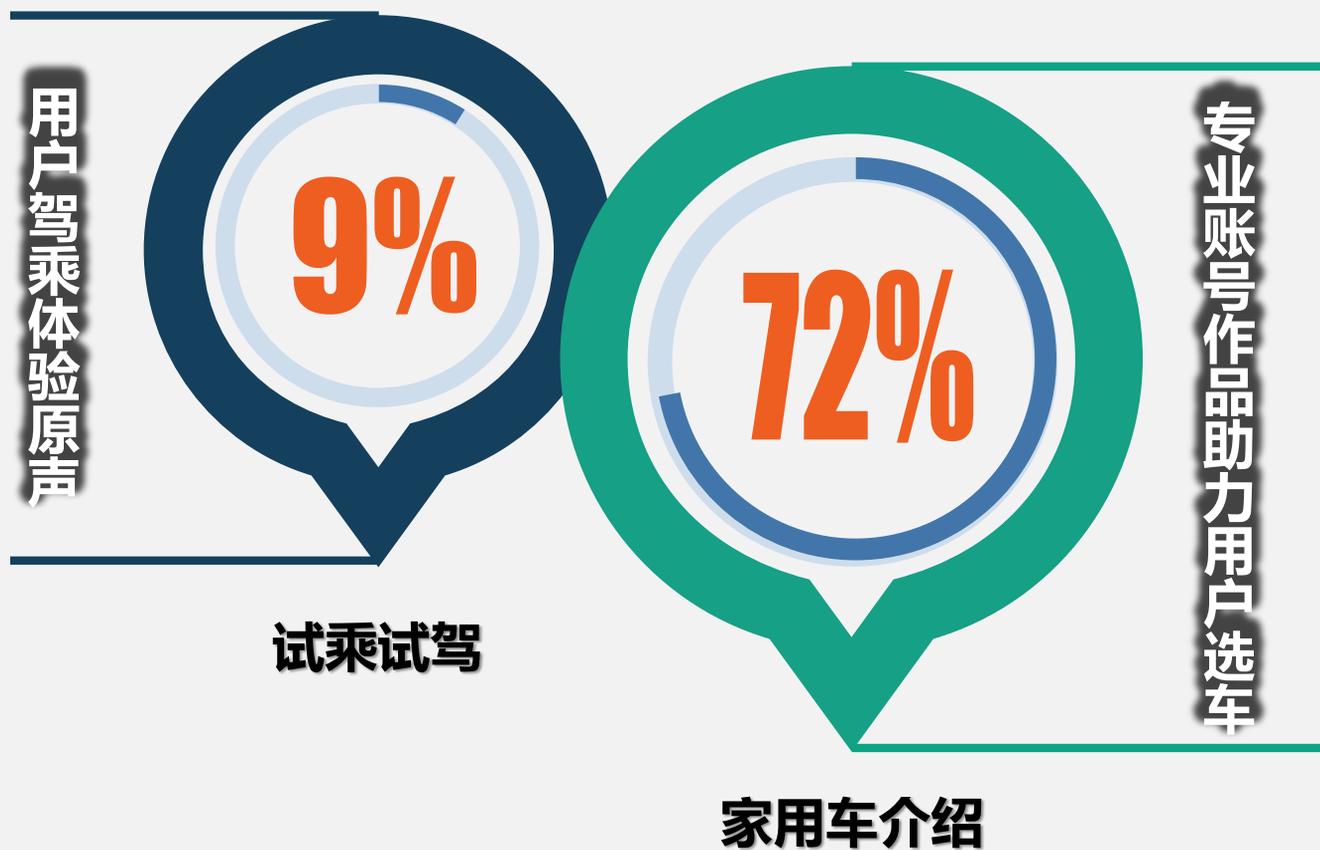
专业账号在选车环节发布量更加显著

试驾内容UGC参与度高，选车介绍还得专业的来

但在试乘试驾内容中更多是用户发声内容，用户发声占比过9成；而在选车介绍则有超过7成的专业账号作品助力用户选车

“选车” TOP2内容中PGC账号发布量占比

(2019年6月)



注释：根据播放量Top100的选车相关抖音视频内容总结

信息来源：巨量引擎-汽车数据策略研究院分析，2019年7月整理

人生各阶段最适合的产品成为选车的“最佳话题”

在家用车介绍的内容中，为用户的人生各阶段选车成为播放量最高的内容类型

家用车介绍细分播放情况

(2019年6月)

人生阶段
选车

- 适合**年轻人**开的轿车?
- 15万左右**年轻人**很喜欢的车型有哪些? 推荐的您看上没?
- 老公陪我来选车, 自己挣钱买的**第一辆车**, 好开心哦
- **第一辆车**到底该买轿车还是SUV呢? 你们是怎么选择的?
- **年轻人**还没买车的恭喜了! 这些车降价了, 要买的别犹豫了

按车型
选车

价格区间
选车

用车需求
选车

细分市场
选车

优惠信息在用户看来还是“买车”的“必修课”

优惠信息对用户购车有着很强的实用性，但同时购车技巧、提车分享以及销售套路对用户购车同样可以起到“排忧”的作用

“买车”关注点播放量分布

(2019年6月)



注释：根据播放量Top100的买车相关抖音视频内容总结

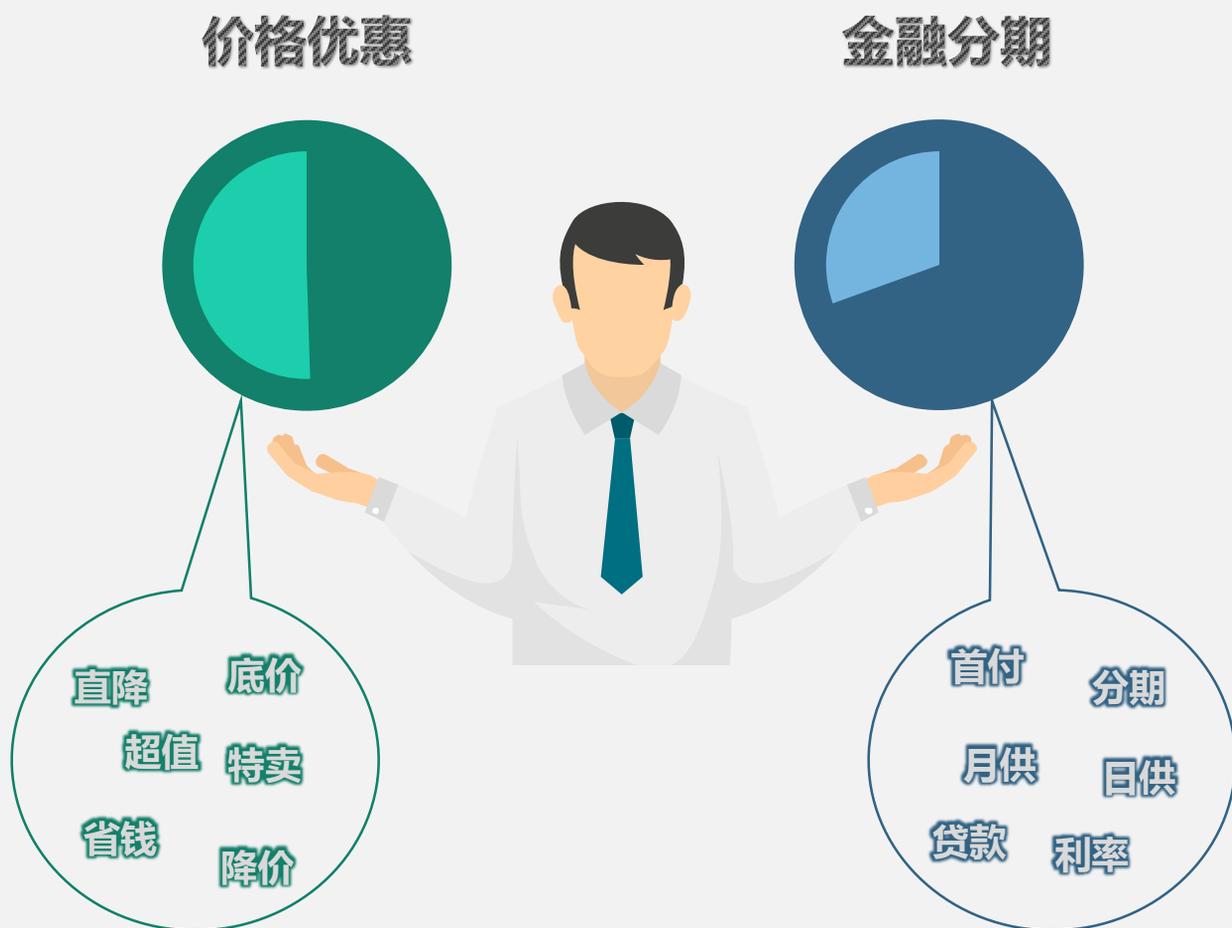
信息来源：巨量引擎-汽车数据策略研究院分析，2019年7月整理

其中价格优惠相对金融分期有更强的吸引力

在价格优惠和金融分期两大优惠信息阵营中，“降价”相关内容的吸引力相对更强

优惠信息内容分类播放表现情况

(2019年6月)



注释：根据播放量Top100的买车相关抖音视频内容总结

信息来源：巨量引擎-汽车数据策略研究院分析，2019年7月整理

而购车技巧和销售套路多由达人进行“科普”

由汽车达人创作的关于购车避坑、买车检查、赠品索要和销售圈套内容深受用户欢迎

购车技巧及销售套路TOP内容

(2019年6月)

KOL传授“省钱姿势” & “避坑技能”

@懂车侦探

买车时怎样辨别库存车？看完保你不会被坑！

👍 163万+

@车圈崔哥

买车须量力而行，一成首付有大坑。天上不会掉馅饼，最后一句等你来

👍 73万+

@大中华区总裁

买车时最应该提前问的问题

👍 60万+

@家有懂车妹

喜提新车后，这一点一定要检查，否则被套路了，哭都来不及

👍 45万+

@女司机小倩

买车还是得带个女生去砍价

👍 10万+

@P哥测评

买车要赠品，要多少？要哪些？怎么要？

👍 7万+

注释：根据播放量Top100的买车相关抖音视频内容总结

信息来源：巨量引擎-汽车数据策略研究院分析，2019年7月整理

同时媒体账号帮助消费者扩大购车纠纷声量

越来越多的消费者购车纠纷在媒体账号的声量扩散下易成焦点，引发社会舆论的助力

购车纠纷发布主体分布情况

(2019年6月)

80%

以上的购车纠纷内容均为**媒体账号**发布

@法直播

@河南广播电视台小莉帮忙

@中国交通广播

@蛤蜊帮
(QTV-2生活服务频道)

@新闻夜航

@河南广播电视台民生频道

@晓辉在路上
(河南广播电视台民生频道栏目)

@河北广播电视台

注释：根据播放量Top100的买车相关抖音视频内容总结

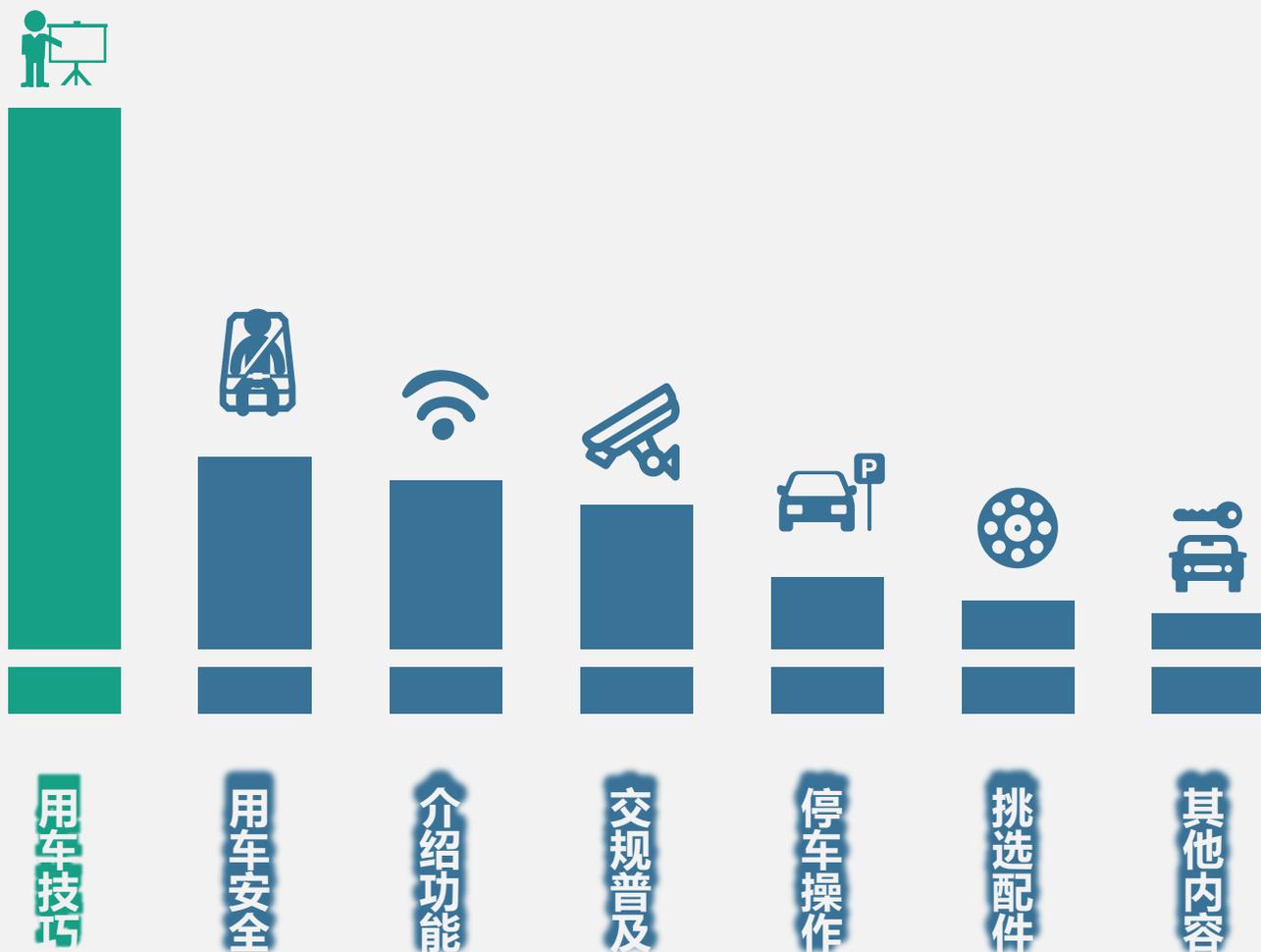
信息来源：巨量引擎-汽车数据策略研究院分析，2019年7月整理

用车过程中的技巧分享越来越得到用户的青睐

买了车但不懂用车的常识和技巧是很多小白乃至老司机的通病，因此用车技巧也成为了用车环节播放热度最高的内容

“用车” 关注点播放量分布

(2019年6月)



注释：根据播放量Top100的用车相关抖音视频内容总结

信息来源：巨量引擎-汽车数据策略研究院分析，2019年7月整理

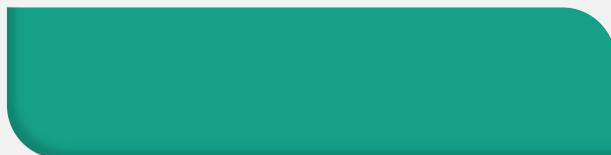
用车技巧涨知识，常识连载和解决异味高关注

用车技巧内容中，连载型的开车常识分享以及专项解决的“车内异味”内容播放量更加突出

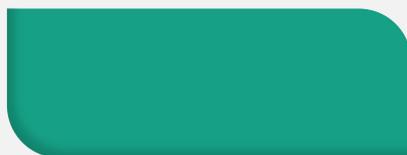
“用车技巧”分类内容播放量分布TOP5

(2019年6月)

连载知识

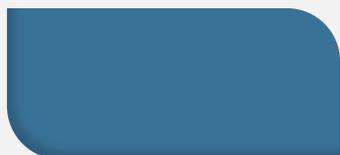


开车常识

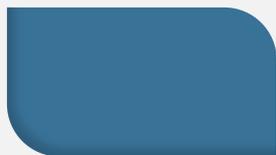


用车妙招

专项解决



车内异味



空调不凉



解决抖动

注释：根据播放量Top100的用车相关抖音视频内容总结

信息来源：巨量引擎-汽车数据策略研究院分析，2019年7月整理

“清洗爱车”成为养车环节最受关注的内容

“养车”环节，洗车和维保内容占据主要播放量，其中清洗爱车拥有最高播放热度

“养车”关注点播放量分布

(2019年6月)



注释：根据播放量Top100的养车相关抖音视频内容总结

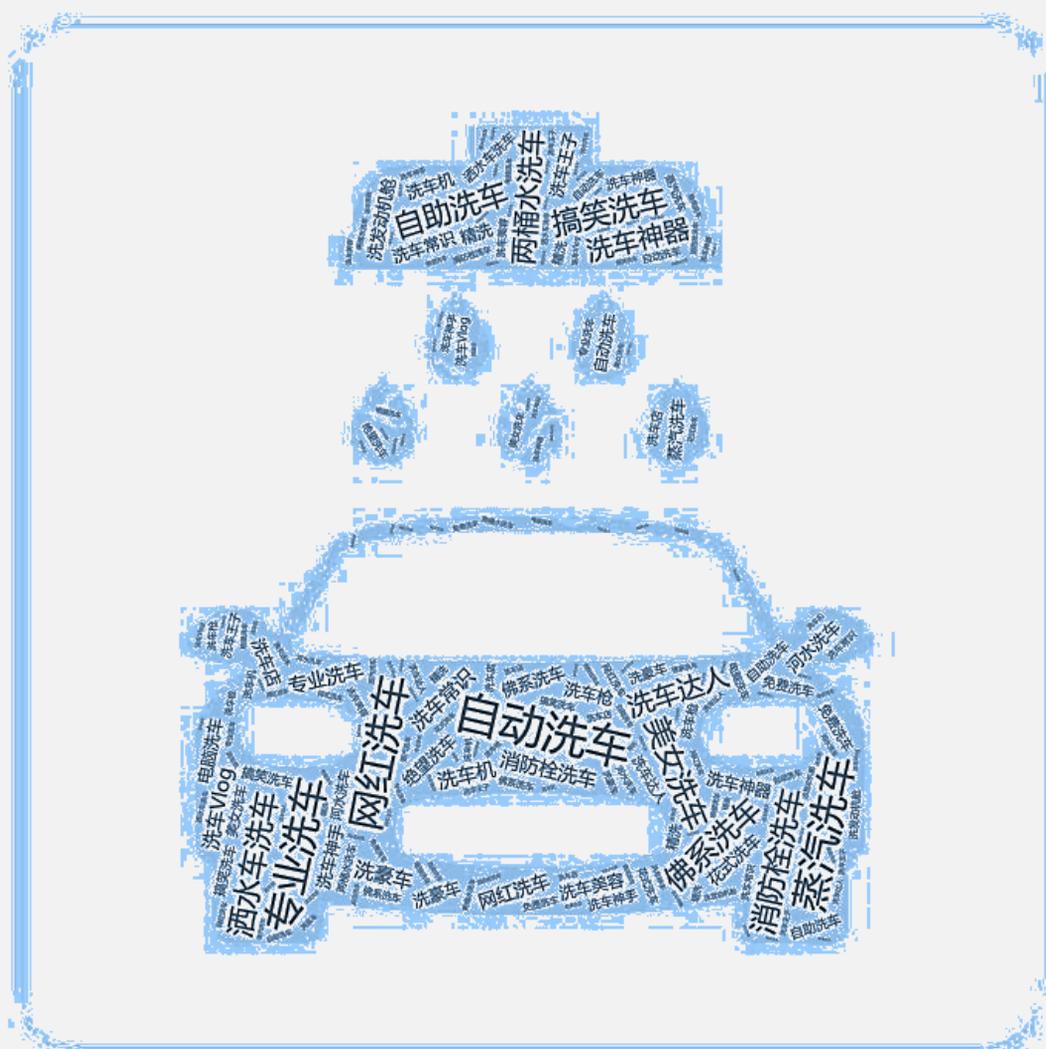
信息来源：巨量引擎-汽车数据策略研究院分析，2019年7月整理

丰富的洗车“姿势”是吸引用户的关键抓手

在洗车内容中，有类似网红洗车、蒸汽洗车等更多元化、娱乐化的洗车元素博取用户的眼球

“洗车”播放内容词云汇总

(2019年6月)



注释：根据播放量Top100的养车相关抖音视频内容总结

信息来源：巨量引擎-汽车数据策略研究院分析，2019年7月整理

而维保内容“操作”热度高，汽修店“借势获客”

在维修保养内容中，对于维修操作的展示内容播放效果更好，汽修店借此特点吸引用户

“维保”内容播放量分布

(2019年6月)



注释：根据播放量Top100的养车相关抖音视频内容总结

信息来源：巨量引擎-汽车数据策略研究院分析，2019年7月整理

03

抖音汽车专业
创作者生态

品牌蓝V、经销商和达人构建了抖音专业作者生态

抖音上的核心专业创作者包含品牌官方蓝V，品牌经销商，以及汽车达人三种类型

汽车领域专业创作者分类及示例

品牌蓝V



宝马中国



一汽马自达



一汽-大众

品牌经销商



河北泰丽吉利



宾利苏州



大连金廊林肯中心

汽车达人



懂车侦探



虎哥说车



玩车女神

注释：仅统计粉丝量大于10万人的汽车垂直领域达人

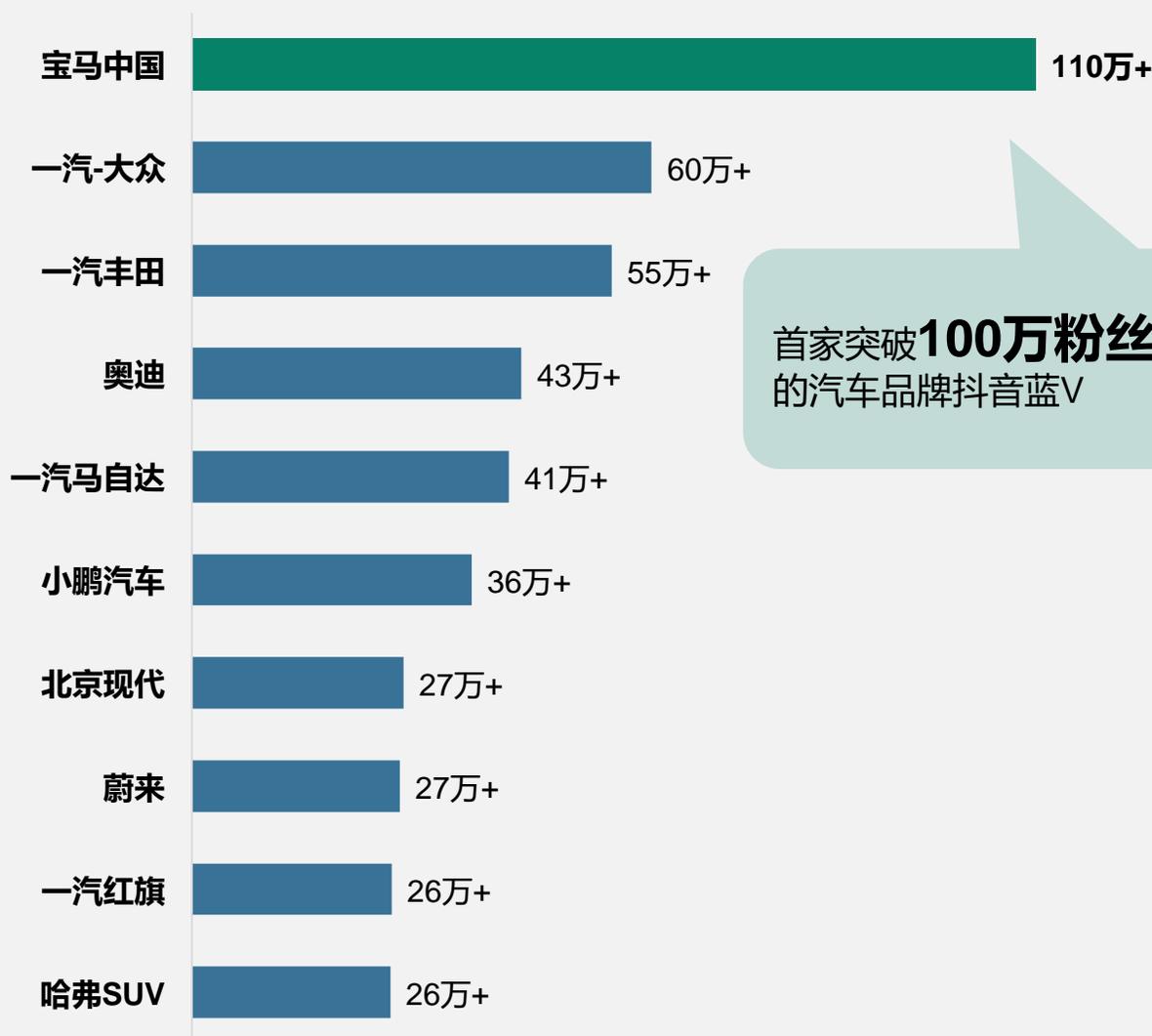
信息来源：巨量引擎-汽车数据策略研究院分析，2019年7月整理

宝马中国是第一家突破100万粉丝的品牌蓝V

超过120个汽车品牌蓝V账号，几乎涵盖了在中国销售的所有汽车品牌，宝马中国是首家突破100万粉丝的汽车品牌抖音蓝V

汽车品牌蓝V粉丝榜Top10

(截止到2019年7月17日)



宝马中国蓝V内容依靠多元形式传递形象

宝马中国蓝V共发布针对新3系“#THE 3. THE ICON”共15支视频，涵盖明星吸睛、潮人添彩、达人背书、亮点凸显、历代回顾和活动剪辑等内容，视频的粉丝转化和内容互动效果突出

#THE 3. THE ICON 系列视频播放效果

(2019年4-6月)

+214%
粉丝转化率



全新宝马3系
#THE 3. THE ICON

+113%
内容互动率

系列视频内容矩阵

明星吸睛

易烊千玺、木村光希

潮人添彩

Nikolai (丹麦王子&模特)

达人背书

白宁上海车展现场说车

亮点凸显

外观、内饰镜头特写

历代回顾

历代外观、动力回顾

活动剪辑

发布会活动剪辑

共15支
视频

注释：内容互动率=点赞率+评论率+分享率；粉丝转化率=关注次数÷播放次数
百分比为相对所有汽车品牌蓝V内容同期平均水平的对比值

信息来源：巨量引擎-汽车数据策略研究院分析，2019年7月整理

而一汽马自达则依靠定制IP内容获用户高效互动

一汽马自达蓝V定制抖音范儿的“#深夜专车”栏目，通过明星吸睛与内容共鸣，用户互动效果突出

一汽马自达 #深夜专车 系列视频播放效果

(2019年4-6月)

+703%
内容互动率



+239%
粉丝转化率

一汽马自达
#深夜专车

系列视频内容举例

合作明星

视频标题

潘粤明

经历终成阅历，在嘈杂世间听见安宁

杜淳

即使生活有洪流，也请你全速前进

Mike隋

生活是一场游戏，要认真当一个孩子

注释：内容互动率=点赞率+评论率+分享率；粉丝转化率=关注次数÷播放次数
百分比为相对所有汽车品牌蓝V内容同期平均水平的对比值

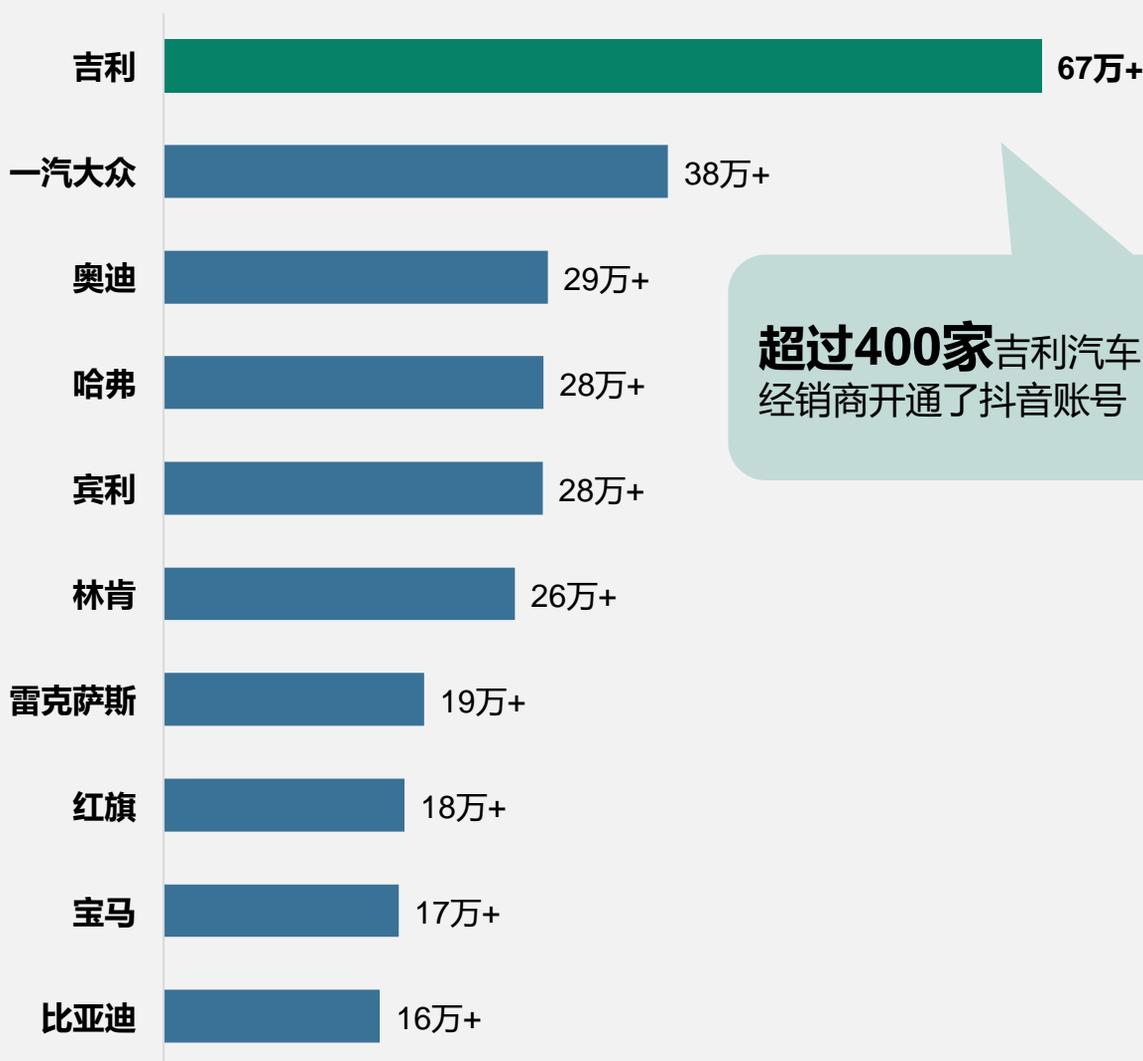
信息来源：巨量引擎-汽车数据策略研究院分析，2019年7月整理

主流品牌经销商已通过抖音账号与用户建立连接

超过70个汽车品牌有经销商开通抖音账号，涵盖了绝大部分的主流品牌，吉利已有400余家经销商开通了抖音账号

汽车品牌经销商粉丝榜Top10

(截止到2019年7月17日)

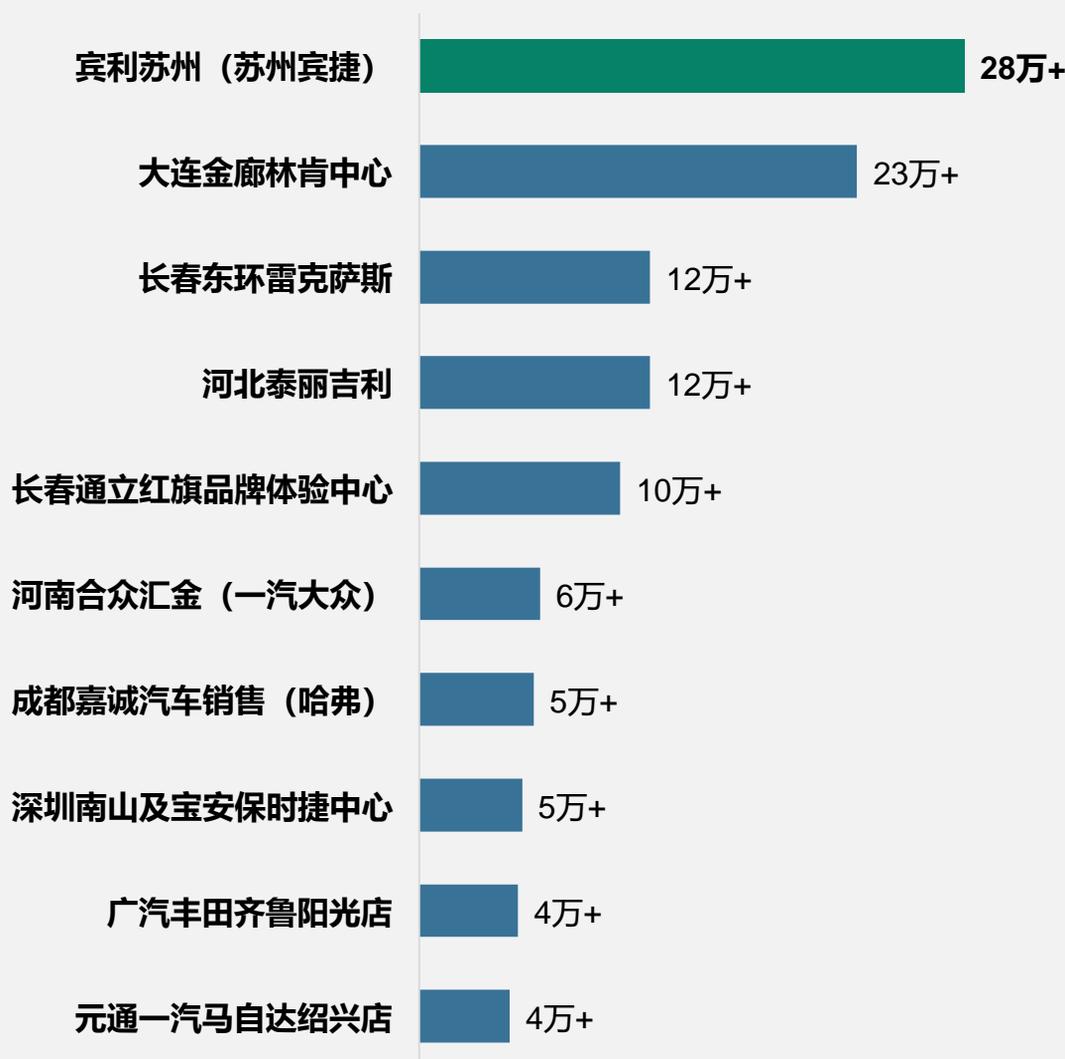


全国超过15%的汽车经销商都开通了抖音账号

超过3900家汽车经销商开通了抖音账号，覆盖近全国15%的经销商，数量仍在增长，头部账号如宾利苏州（苏州宾捷）已积累近30万粉丝

单家汽车经销商粉丝榜Top10

(截止到2019年7月17日)



经销商的热门内容相对更贴近生活

经销商内容相对品牌蓝V的内容更贴近生活，像车型展示、用车知识和趣味短剧的视频受到用户欢迎

汽车经销商热门视频内容示例

(点赞数据为截止到2019年7月20日抖音端展示数据)

车型介绍



41万+



用车知识



37万+



趣味短剧



35万+

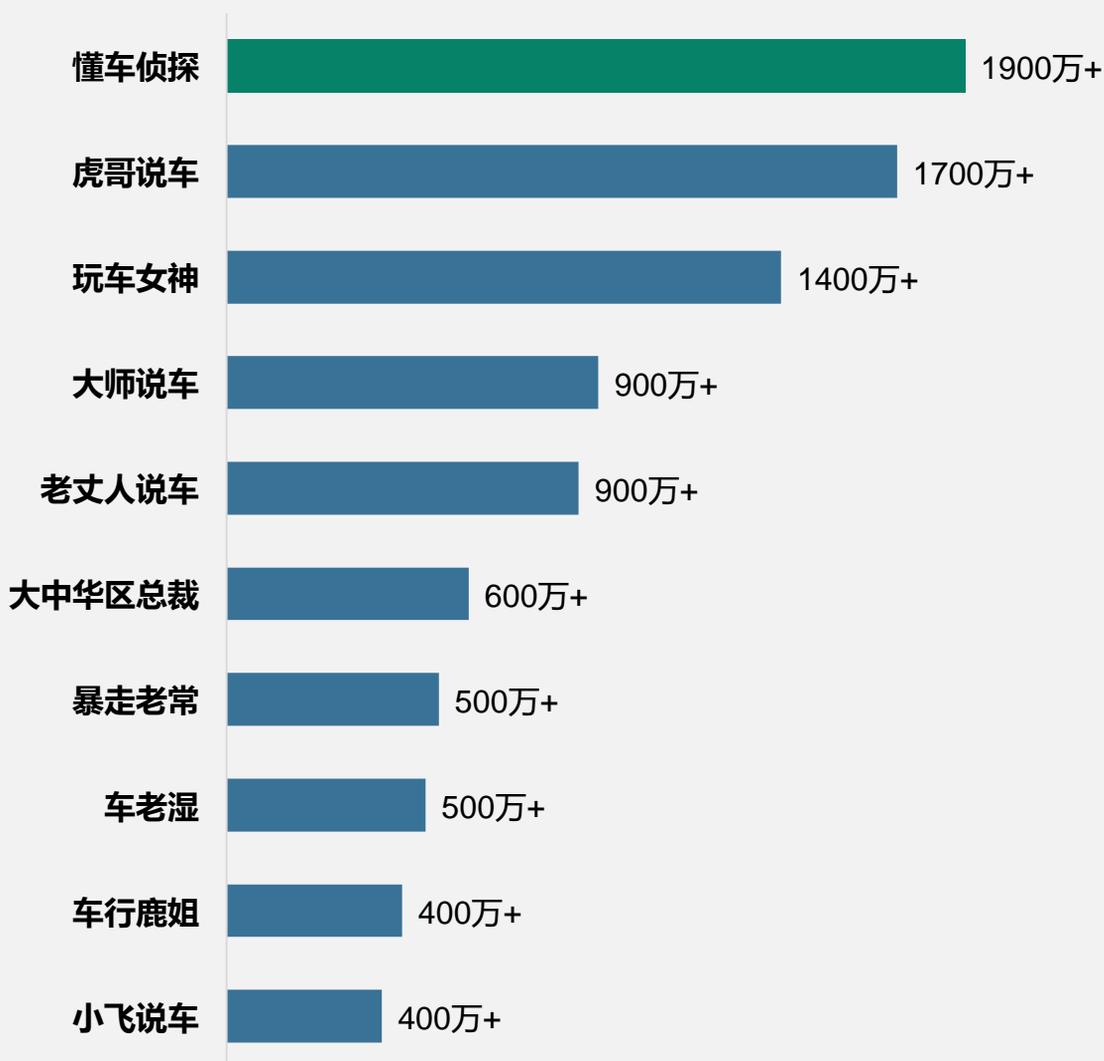


抖音上有超过260个汽车垂直领域达人

抖音平台有超过260个拥有10万以上粉丝的汽车垂直领域达人，其中超过50个达人的粉丝规模在100万人以上

汽车达人粉丝榜Top10

(截止到2019年7月17日)



注释：仅统计粉丝量大于10万人的汽车垂直领域达人

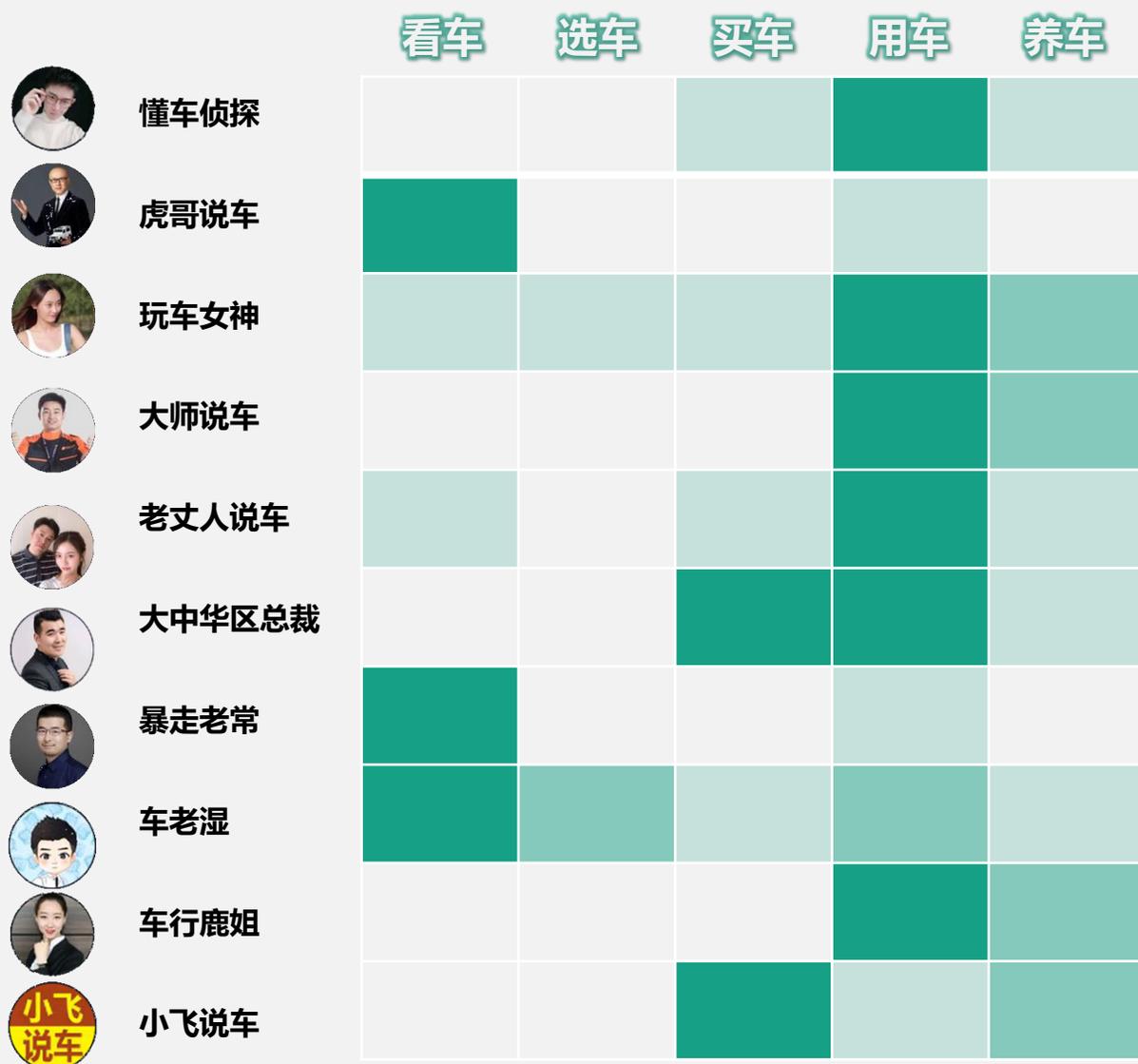
信息来源：巨量引擎-汽车数据策略研究院分析，2019年7月整理

头部达人差异化的类别形态全面覆盖汽车内容

不同达人内容所覆盖的车生活各个环节有所差异，但可以看出KOL内容覆盖的全面性影响着用户看、选、买、用、养各个环节

Top10汽车达人内容类别

(2019年6月)



注释：根据2019年6月各达人点赞量Top20的汽车相关内容总结

信息来源：巨量引擎-汽车数据策略研究院分析，2019年7月整理

不同内容类别有相对独特的内容输出形式

头部汽车达人在看车上多采用实车讲解的形式，选车多采用专业口述，而买车、用车和养车则更多以情景短剧的形式来传递相关内容

头部汽车达人内容输出形式

实车
讲解

专业
口述

情景
短剧



看车



选车



买/用

注释：根据2019年6月各达人点赞量Top20的汽车相关内容总结

信息来源：巨量引擎-汽车数据策略研究院分析，2019年7月整理

核心结论

汽车内容发展趋势

- **内容规模**：抖音汽车内容的播放量、发布量均高速增长，在平台中的占比不断提升
- **播放质量**：汽车内容的平均播放次数是大盘水平的两倍，完播率在所有类别中高居第二
- **用户规模**：每天有近5000万人点赞汽车内容，专业账号的粉丝规模超过2.5亿

汽车内容生态

- **整体覆盖**：抖音汽车内容覆盖“车生活”的各个环节
- **看车环节**：各汽车关注点中，外观展示类内容最博眼球
- **选车环节**：选车更爱观看用户试驾体验和专业选车介绍
- **买车环节**：优惠信息在用户看来还是“买车”的“必修课”
- **用车环节**：用车过程中的技巧分享越来越得到用户的青睐
- **养车环节**：除维保外，用户也关注更贴近生活的洗车内容

汽车创作者生态

- **品牌蓝V**：超过120个，几乎所有汽车品牌都开通了蓝V，其中粉丝量最高的宝马中国已拥有超过100万粉丝
- **经销商账号**：超过3900家+，全国近15%的汽车经销商都开通了抖音账号，其内容更加贴近生活
- **汽车达人**：超过260个+，达人各有所长，但全面覆盖“车生活”内容，针对不同内容类型的视频形式也各有特点

注释：汽车达人仅统计粉丝量大于10万人的汽车垂直领域达人数量

信息来源：巨量引擎·汽车数据策略研究院分析，2019年7月整理

声明

本报告由巨量引擎汽车数据策略研究院制作。报告中文字、数据等受中国知识产权法等法律保护。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。

巨量引擎汽车数据策略研究院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auto-data@bytedance.com联系我们。

引擎智库是巨量引擎汽车数据策略研究院官方账号，聚焦汽车行业课题，依托巨量引擎的庞大数据基础，致力于用数据、洞察和模型方法论构建更强大的汽车行业洞见能力，提供权威的行业/用户/媒体洞察及定制化咨询服务。

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【巨量引擎汽车数据策略研究院】。

THANKS



Ocean Engine

巨量引擎

汽车数据策略研究院

研究团队

户志铭

唐 堂

龙友琪