

由五菱宏光MINIEV敞篷版的火爆 引申的对低价敞篷车市场的思考 (精简版)

ERHM热点营销模式研究

2022.10



研究背景&目的



9月25日，
五菱宏光MINIEV敞篷版预售，
抽取200个订车名额，
就在公开抽签抢购的第二天，
已经有多达15万人预约，
市场热度远超预期

为什么五菱宏光MINIEV敞篷版预售抽签如此火爆？

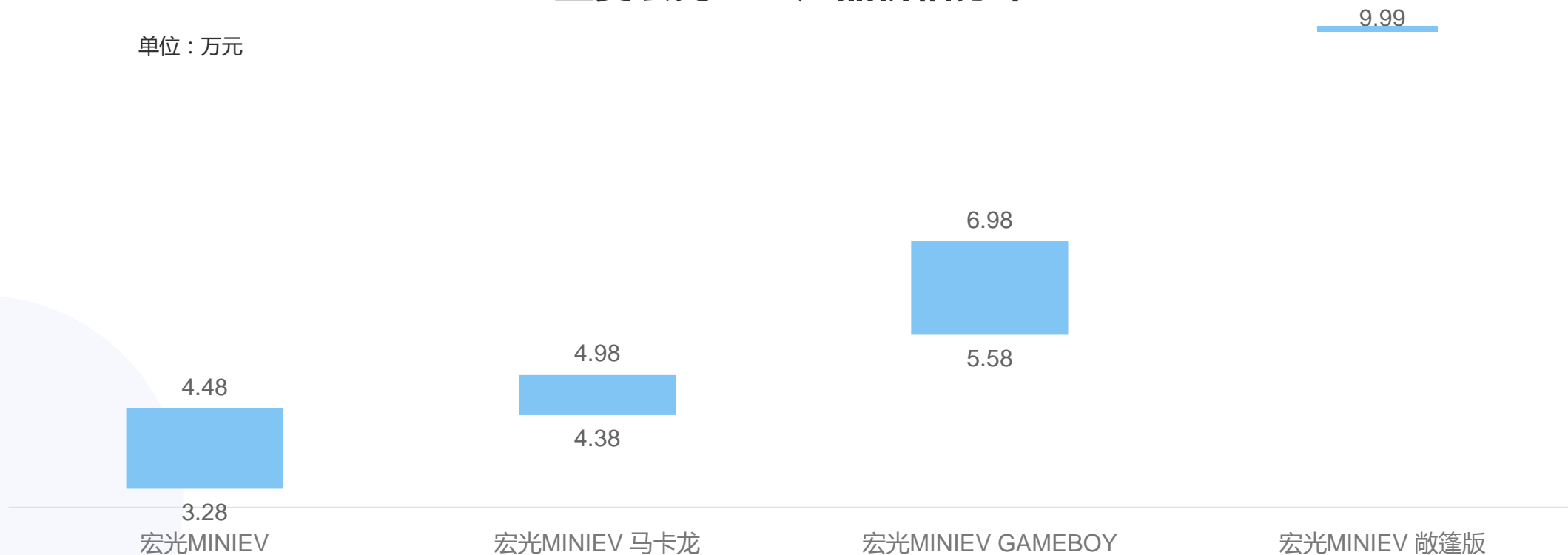
五菱宏光MINIEV为什么要推敞篷版？

原因一：品牌向上，进一步摆脱老年代步车的印象

- 在一二线城市，有很多人买五菱宏光MINIEV，是年轻人的第一台车，但是在三四线城市和农村，就是有很多上了年纪的人，开着五菱宏光MINIEV，接送孩子上学放学，它就是一个低端代步车的形象，而敞篷车，可以说进一步让五菱宏光MINIEV脱离了代步车的这种低端形象，与年轻人开放，朝气蓬勃的形象进一步靠拢
- 早在宏光MINIEV 敞篷版之前，五菱宏光MINI已经陆续推出过马卡龙和GMAEBOY等车型，一步步试图摆脱低端代步车的印象

五菱宏光MINI产品价格分布

单位：万元



营销端，延用宏光MINIEV “饭圈营销” “感性化营销” 模式，弱化B端营销，主攻C端营销

- 从当年的“秋名山车神”到如今的“五菱女孩”，近年在五菱汽车的营销途径中，年轻化、女性化、互联网化的趋势越来越明显
- 五菱汽车官方曾对外透露，其在宏光MINIEV的营销团队中大量启用了女性员工，并且年轻化程度很高（平均为27岁）



MINIEV敞篷版官网大量图片描绘了豪宅、泳池、年轻女孩的场景，在旁人来看不免有些违和感，但似乎对于饭圈女孩非常受用



相较于以往铺天盖地的B端营销，如今这种“用爱发电”的C端营销，做到了更好的用户渗透率

低价敞篷车市场前景预测

- BBA的入门款车型也相继推过敞篷版的车型，售价在16至30万区间，最终因销量惨淡被迫停产或计划停产
- 宏光MINIEV敞篷车是否会持续大卖犹未可知，但从市场反馈来看的确存在一定的需求，即便不是宏光MINIEV来满足仍会有其他产品来满足这一需求

危

与

机

前车之鉴——BBA入门敞篷车相继停产

[最后21台,Smart敞篷版,卖完就停产,造型绝了 - 车茶一味](#)



2019年5月15日 近日,Smart发布了最终收藏版车型,限量21台,这将是Smart最后21台燃油车,具有特殊意义,代表着Smart将迎来纯电动时代。Smart最终收藏版的外观和内饰均使用了黑黄拼色,视觉冲击感较强,...

车茶一味

[因销量不佳将被打入冷宫!MINI计划2024年停产MINI双门敞篷...](#)



2022年8月23日 日前,我们从海外媒体获悉,MINI计划将于2024年正式停产MINI双门敞篷版车型,根本原因是由于两门敞篷版车型在全球的销量不佳。2019年MINI双门敞篷版车型在美国市场仅售出4000多辆,相...

百度有驾

[#奥迪A3敞篷版即将停产#奥迪公司发言人 车家号 发现车生活...](#)



#奥迪A3敞篷版即将停产#奥迪公司发言人在周三发布的采访中向证实,奥迪A3敞篷车将在2019年之后停产。不过,其他A3车型仍将保留下来,奥迪的粉丝如果想买一辆紧凑型敞篷车,仍然可以选择TT跑车。这一举...

汽车之家

国产低价敞篷车的机会点

01

更低售价

10万元级别的价格，对用户有一定冲击力，当年A00市场萎缩，宏光MINIEV 2.88万元爆火依靠的就是绝对的价格吸引力

02

目标人群体量不同

10万元级别，甚至10万以内的车型仍是中国市场的主力军。（宏光MINI、秦、轩逸、朗逸等仍是销量主力）

03

市场需求露出

MINIEV敞篷版2天15万人报名抽签，预示着市场存在需求，随着消费人群年轻化，个性化需求也在提升

谢谢！

