



2016

二手车行业研究报告

360营销研究院 360手机助手

1

人群定义及数据来源：



：表示PC端搜索数据



：表示移动端数据

- ① 全网人群：指使用360搜索的全部人群
- ② 二手车人群：指在360搜索平台上，搜索与二手车相关内容（如二手车哪家好、哈弗二手车怎么样）的人群
- ③ 涉及的二手车APP包括：瓜子二手车、优信二手车、易车二手车等15个主要APP

2

搜索/关注内容示例：

品牌词	如奔驰、宝马等
产品词	如奔驰GLA、宝马X1等
通用词	SUV、旅行车等
价格词	**报价、优惠、20万元等

3

搜索/关注内容示例：

- ① 趋势数据：2014年1月-2016年6月各月度数据
- ② 阶段数据：2016年1月-6月数据
- ③ 人群特征数据：2016年1月-6月数据

目录

1

搜索市场总览

- 行业整体搜索趋势
- 行业搜索内容构成及搜索趋势

2

发展现状及趋势

- 细分市场搜索趋势
- 品牌及产品表现

3

人群分析

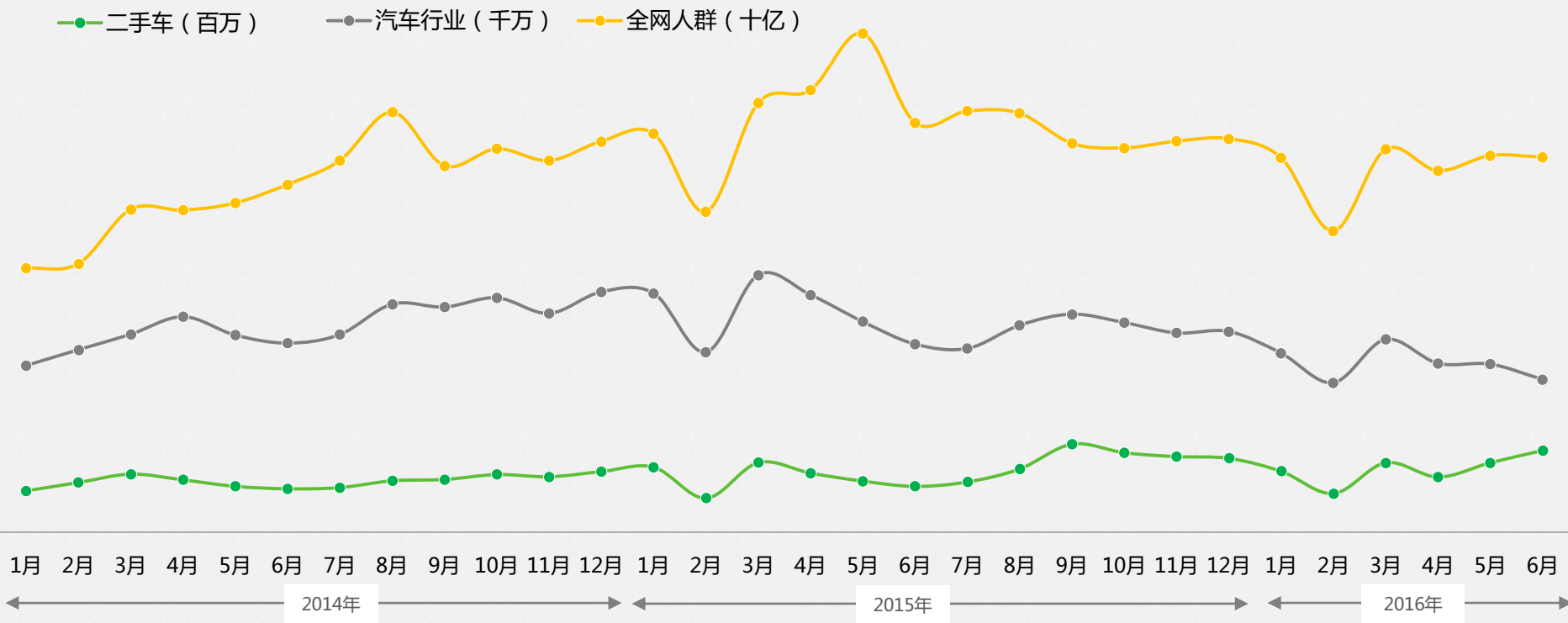
- PC端/APP人群属性及兴趣点分析

二手车搜索市场呈缓慢增长趋势



□ 二手车搜索市场整体和汽车行业趋势一致

二手车分月搜索走势



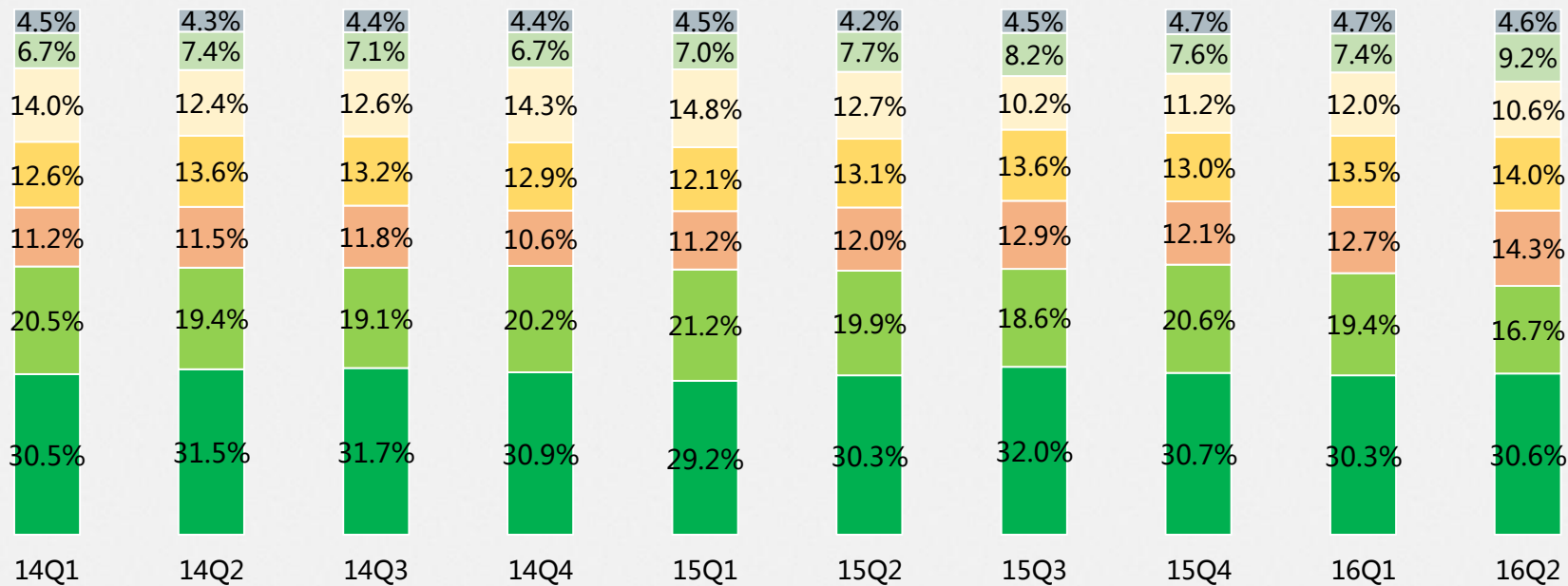
南部和中部区域搜索二手车占比呈上升趋势



□ 华东、华北二手车搜索占比较大

二手车分区域搜索占比变化

■ 华东 ■ 华北 ■ 华中 ■ 华南 ■ 东北 ■ 西南 ■ 西北

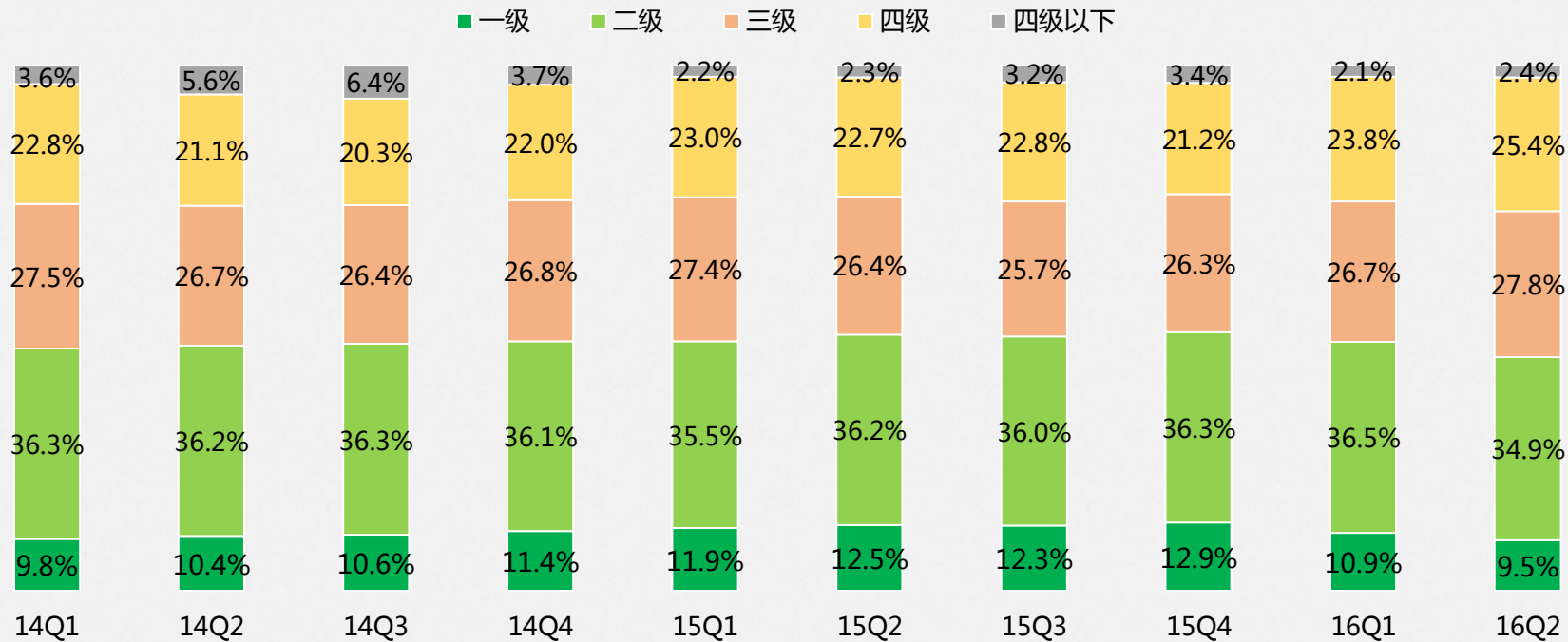


三四级城市搜索二手车占比呈上升趋势



□ 二级城市二手车搜索占比最大，与三、四级城市差距不大

二手车分城市级别搜索占比变化



目录

1

搜索市场总览

- 行业整体搜索趋势
- 行业搜索内容构成及搜索趋势

2

发展现状及趋势

- 细分市场搜索趋势
- 品牌及产品表现

3

人群分析

- PC端/APP人群属性及兴趣点分析

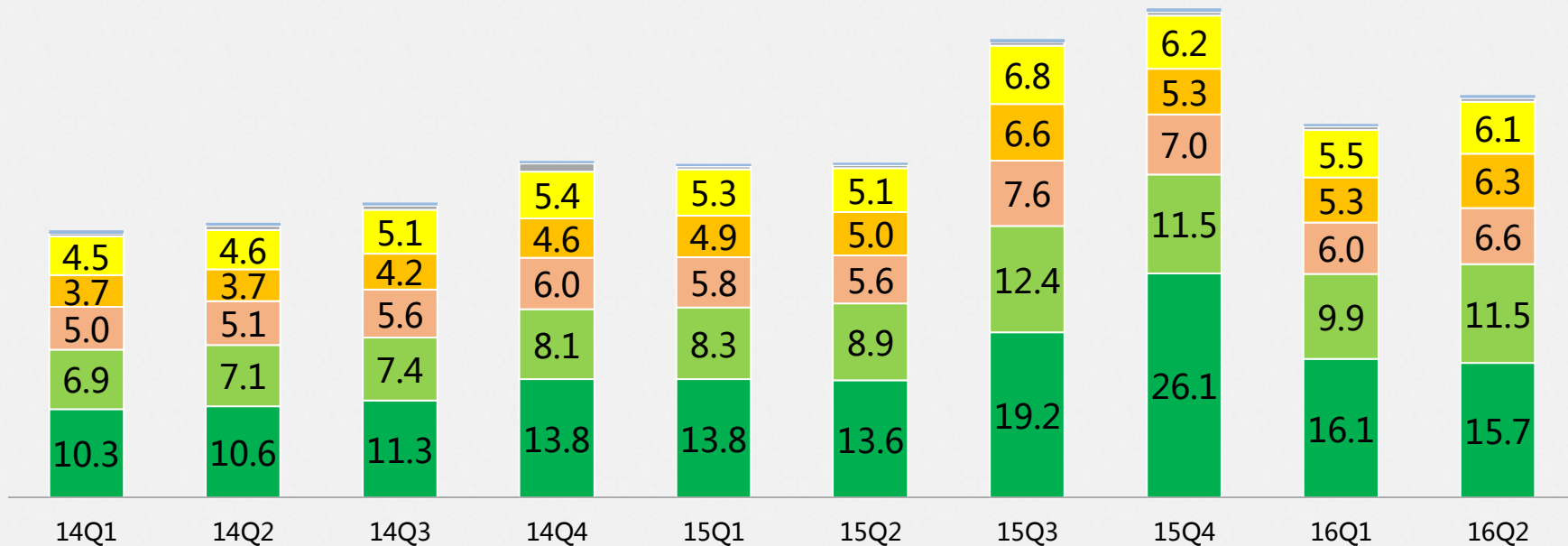
内容词中网站词搜索量最大



□ 价格词搜索整体呈上涨趋势

二手车主要内容词搜索指数结构

■ 网站词 ■ 通用词 ■ 产品词 ■ 价格词 ■ 品牌词 ■ 质量词 ■ 口碑词

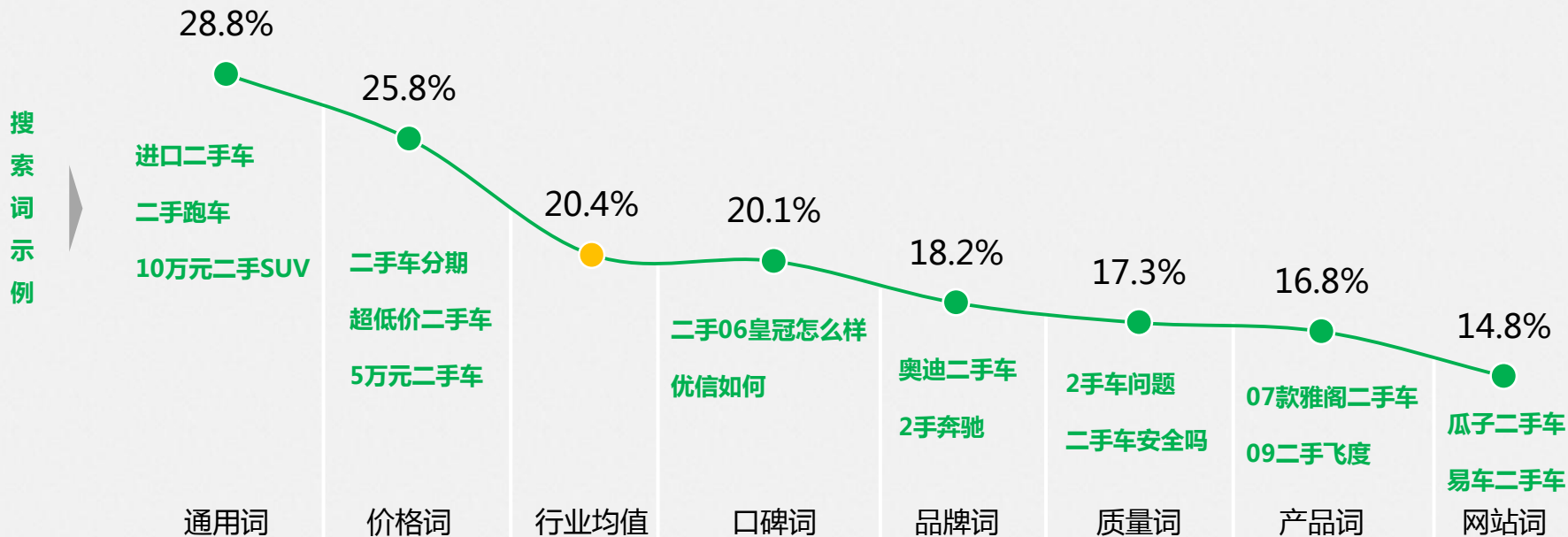




通用词和价格词搜索量同比提升最高

□ 二手车行业，通用词、价格词的搜索量同比高于行业均值，是网友关注重点

二手车2016年第二季度主要内容词同比增速情况

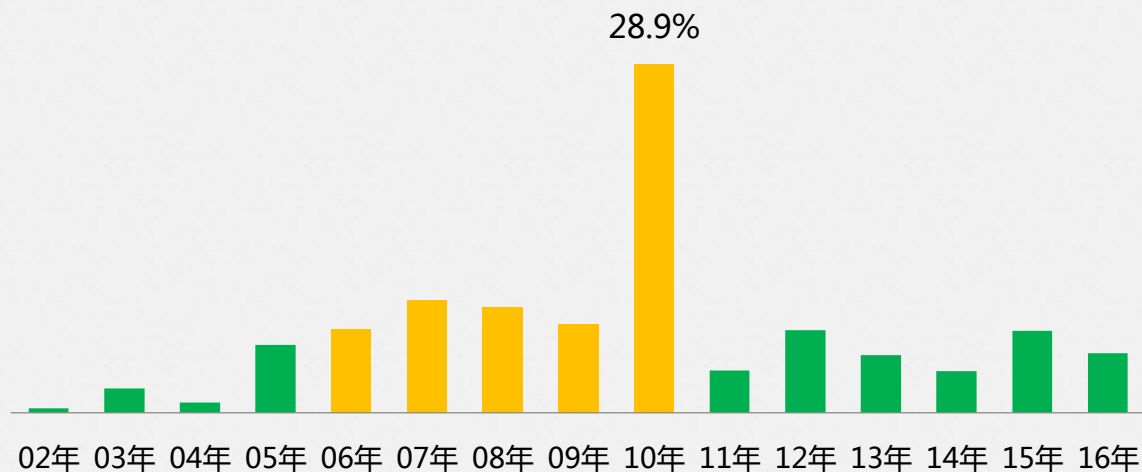




2010年的二手车更受关注

▣ 2006年至2010年的二手车是网友搜索重点

二手车2016年二季度分车辆年份搜索量对比



搜索关键词示例

搜评价： ‘2010年的二手车能买吗’ ‘二手车07年起亚远舰怎样’

搜推荐： ‘2010年哪几款二手车值得买’

搜价格： ‘2007年思域二手车多钱’

搜品牌： ‘2010年的大众二手车’

搜车型： ‘05年奥迪a4二手车’

目录

1

搜索市场总览

- 行业整体搜索趋势
- 行业搜索内容构成及搜索趋势

2

发展现状及趋势

- 细分市场搜索趋势
- 品牌及产品表现

3

人群分析

- PC端/APP人群属性及兴趣点分析

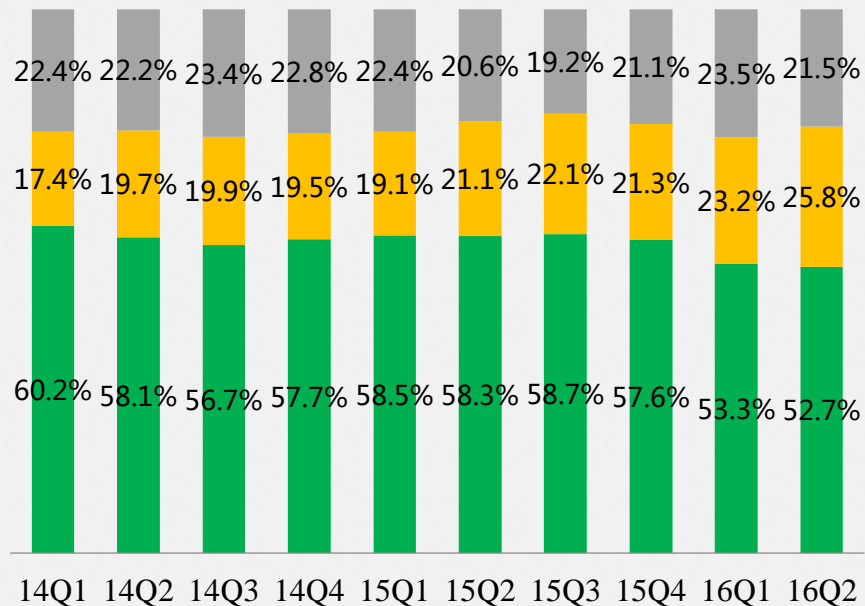


进口二手车愈加受关注

□ 进口二手车从2015年下半年搜索量有超越自主二手车趋势，2016年第二季度起已连续4个月高于自主二手车

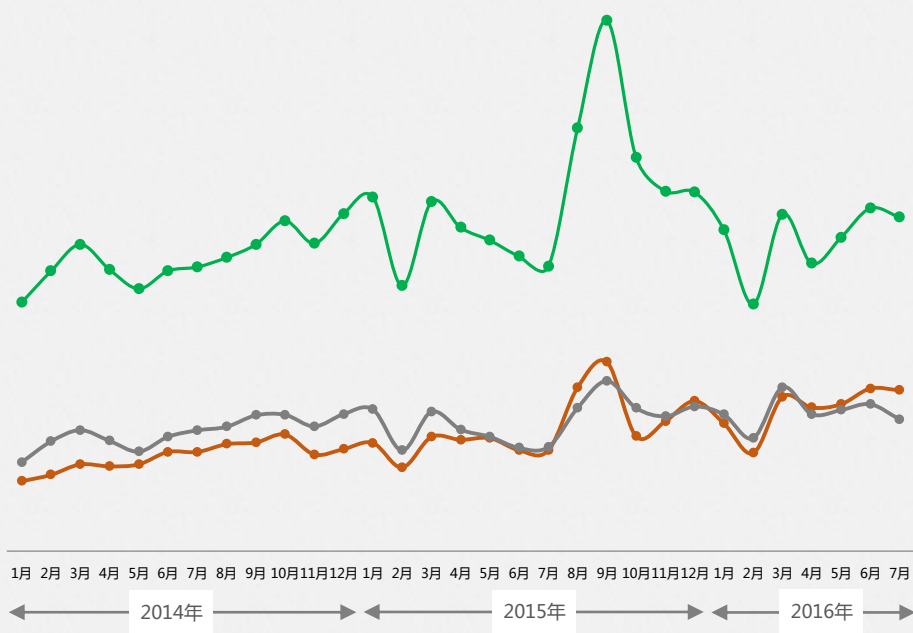
二手车分制造类型搜索占比变化

■ 合资 ■ 进口 ■ 自主



二手车分制造类型搜索指数走势

● 合资 ● 进口 ● 自主



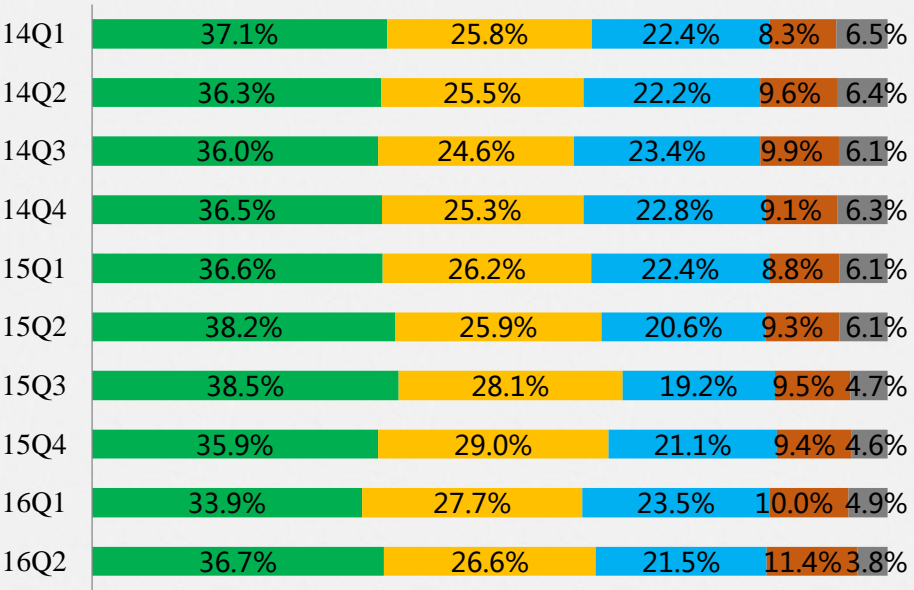
欧系和日系二手车更受关注



二手车各车系搜索趋势趋同

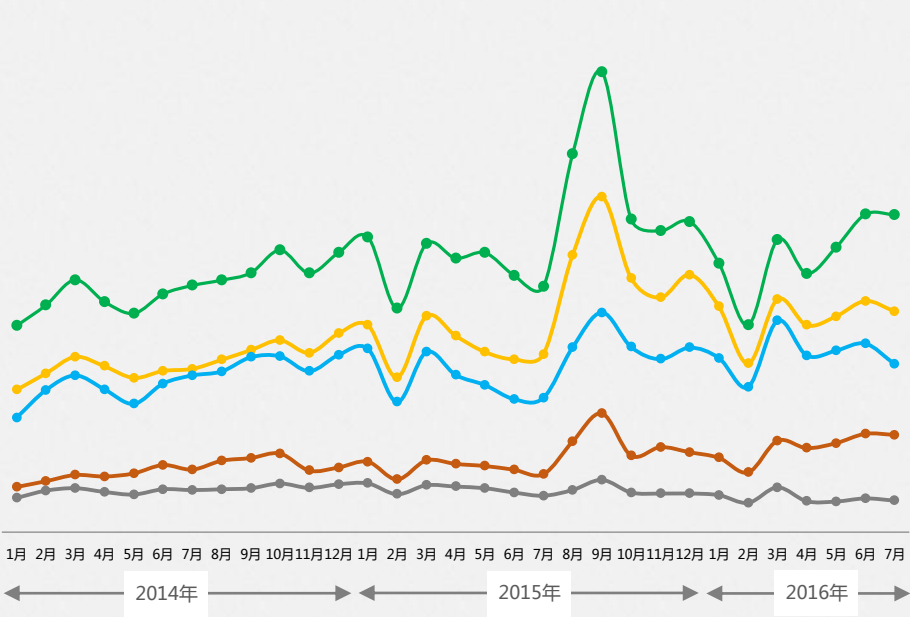
二手车分车系搜索占比变化

■ 欧系 ■ 日系 ■ 中系 ■ 美系 ■ 韩系



二手车分车系搜索指数走势

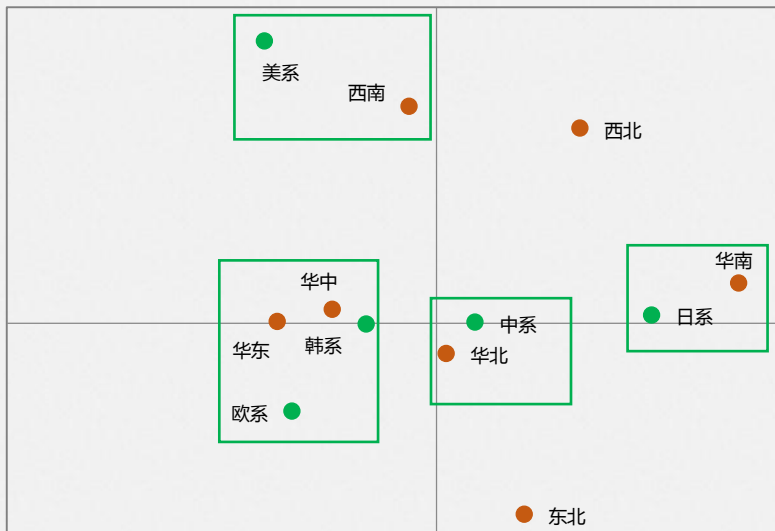
— 欧系 — 日系 — 中系 — 美系 — 韩系



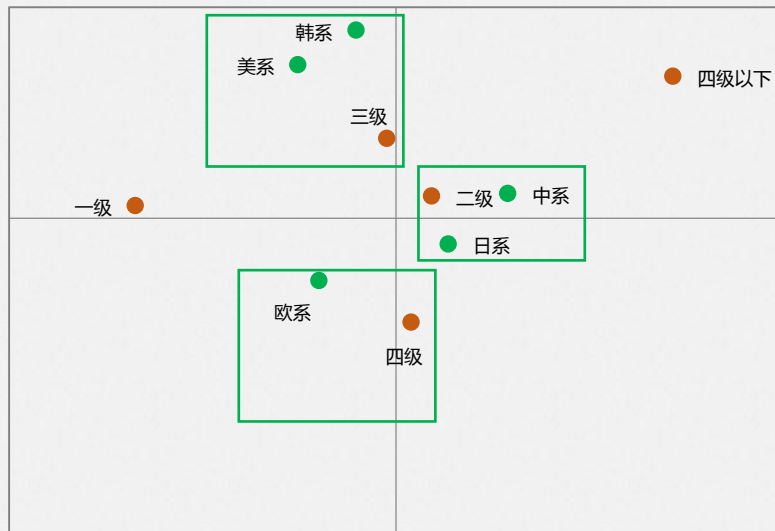
欧系二手车整体与华东/四级城市相关性较强

- 日系二手车与华南/二级城市相关性较强
- 四级以下城市与各车系相关性均不强

2016年第二季度二手车分系列与区域相关性



2016年第二季度二手车分系列与城市级别相关性



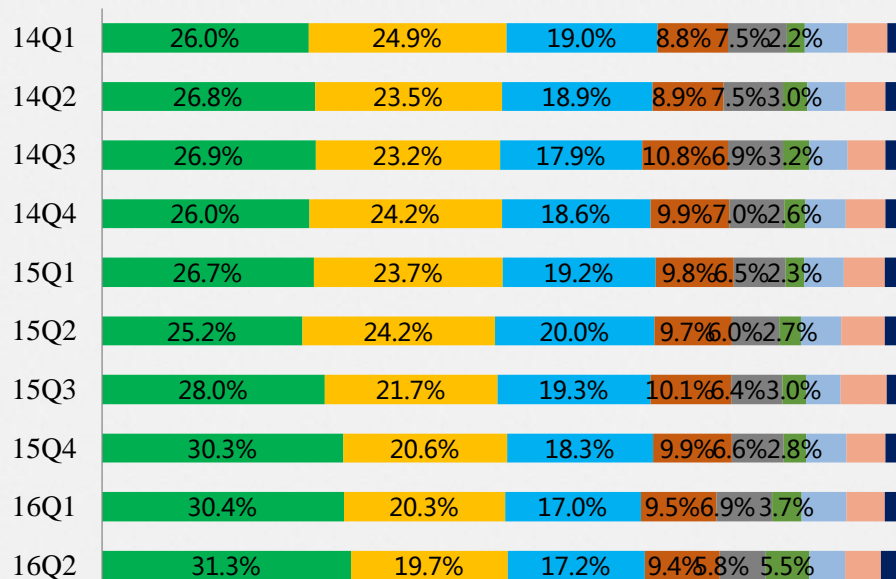
二手车中SUV最火



□ 紧凑型车搜索量占比第二，但呈持续下滑趋势；二手跑车2016年3月起搜索量有较大幅度上升

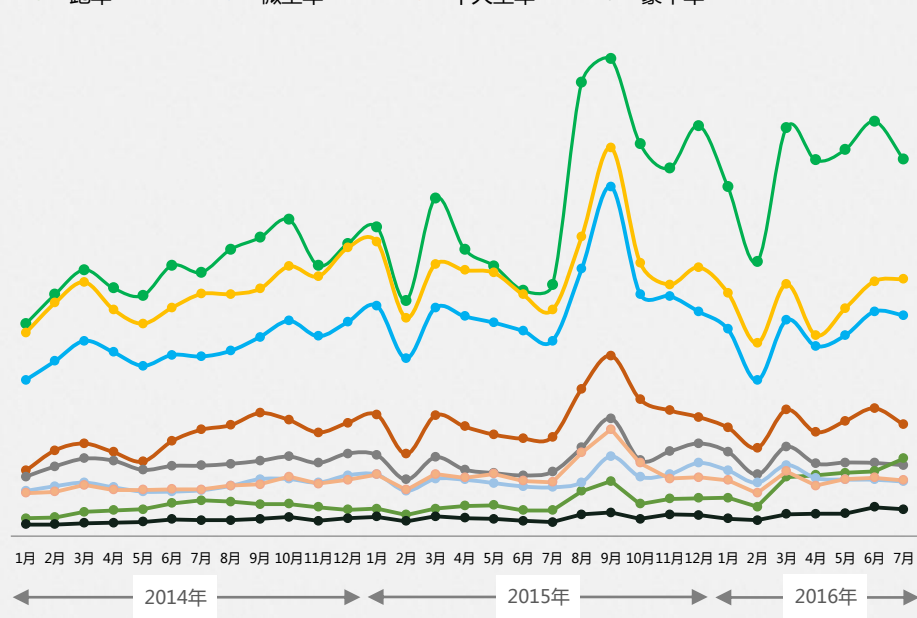
二手车分级别搜索占比

■ SUV ■ 紧凑型车 ■ 中型车 ■ MPV ■ 小型车 ■ 跑车 ■ 微型车 ■ 中大型车 ■ 豪华车



二手车分级别搜索指数走势

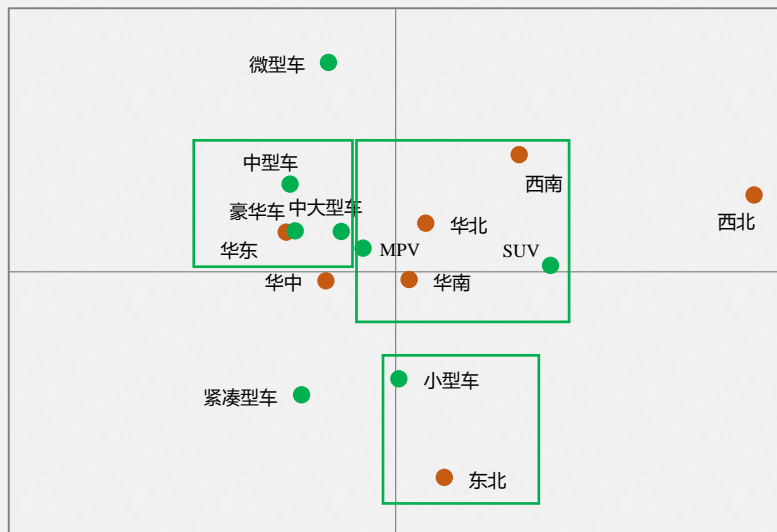
● SUV ● 紧凑型车 ● 中型车 ● MPV ● 小型车
● 跑车 ● 微型车 ● 中大型车 ● 豪华车



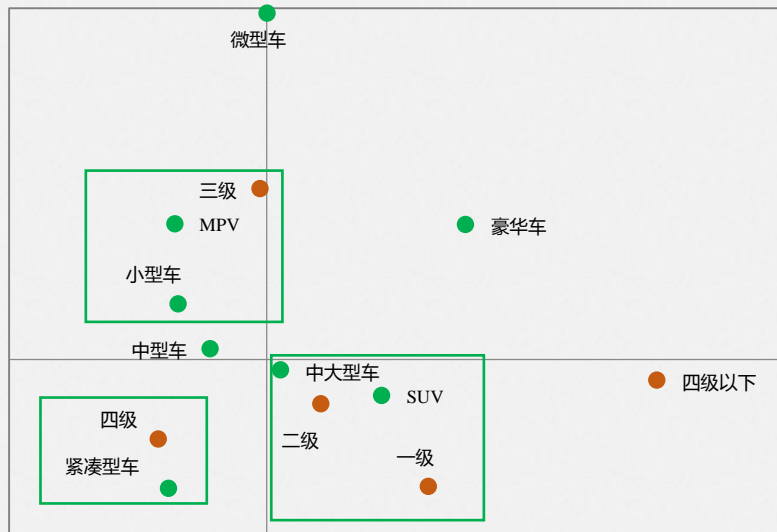
SUV车型整体与华北/华南/一二级城市相关性较强

- 中/高档车与华东、紧凑型车与四级城市、MPV与华南/华中/三级城市相关性较强
- 微型车与各区域、级别城市相关性均不强

2016年第二季度二手车各级别与区域相关性



2016年第二季度二手车各级别与城市级别相关性



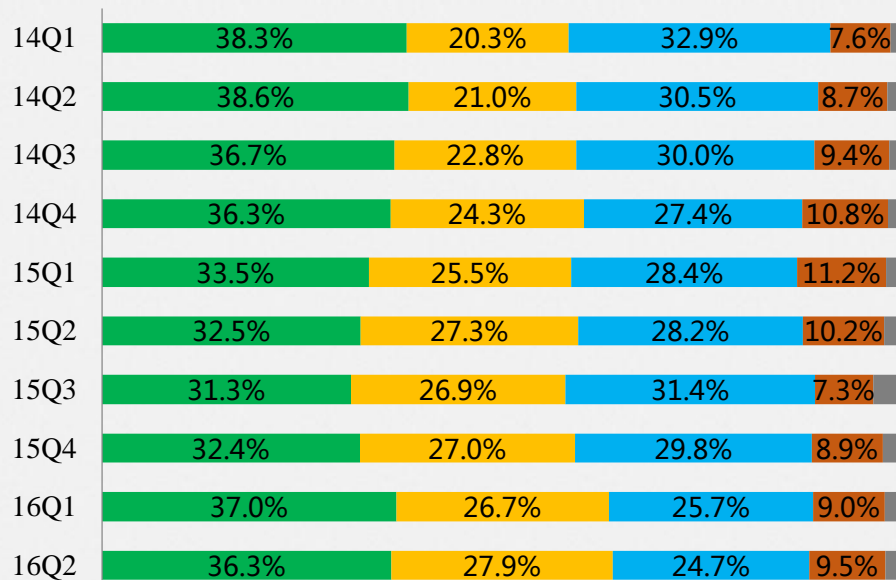
中型和中大型二手SUV搜索波动较大



□ 紧凑型SUV搜索占比仍最大，但整体呈下降趋势；中大型SUV占比呈上升趋势

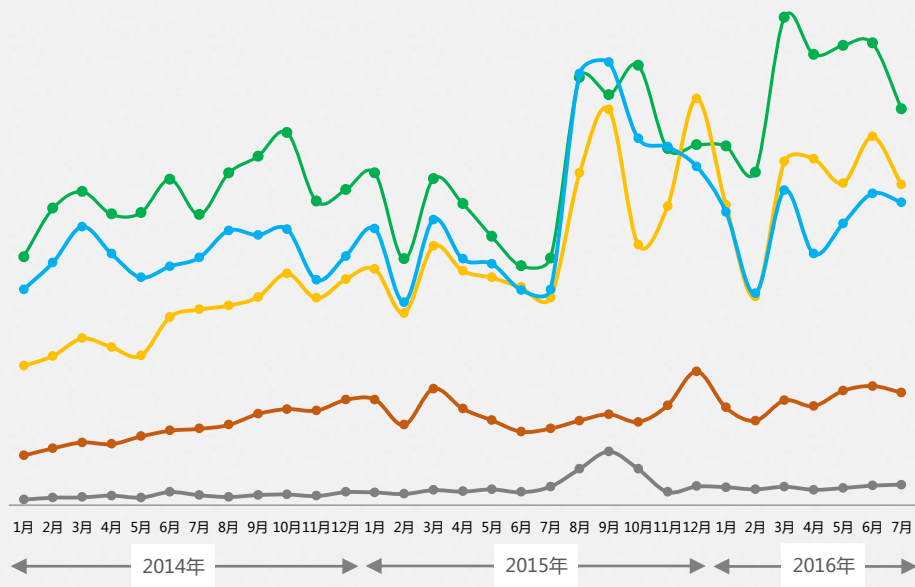
二手SUV分级别搜索占比趋势

■ 紧凑型 ■ 中大型 ■ 中型 ■ 小型 ■ 大型



2014年-2016年7月二手车分车系搜索指数走势

— 紧凑型 — 中大型 — 中型 — 小型 — 大型

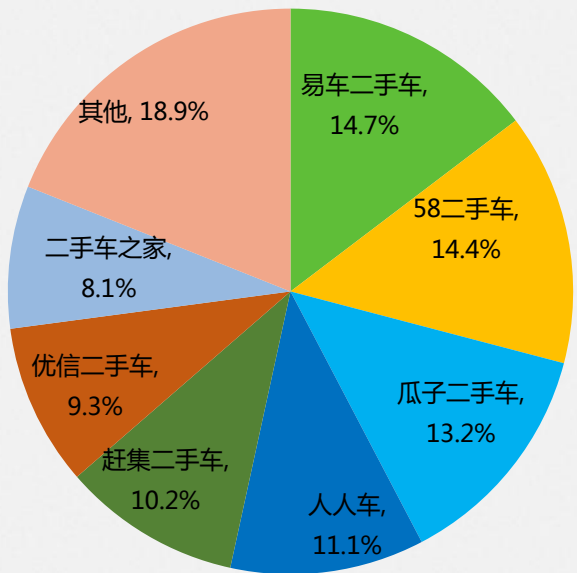




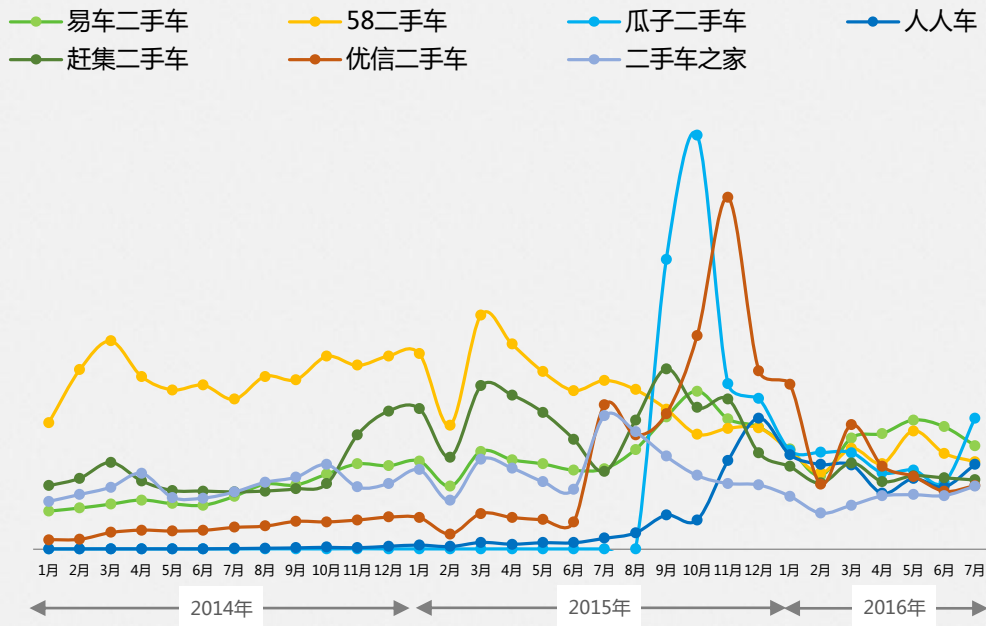
二手车网站中易车二手车搜索量相对较大

去年9月，赶集好车更名瓜子二手车后得到极大关注；10月，优信二手车借着中国好声音也得到了很大关注，两个月后搜索量大幅下降

2016年二季度二手车网站搜索占比TOP品牌



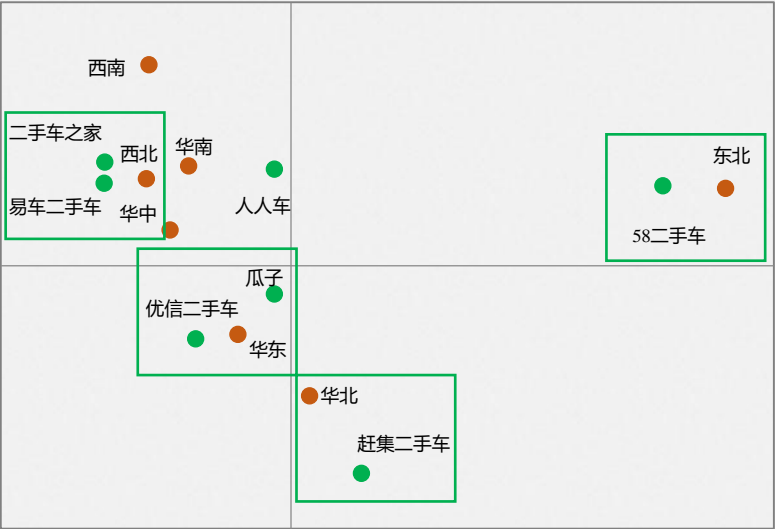
二手车网站搜索指数走势



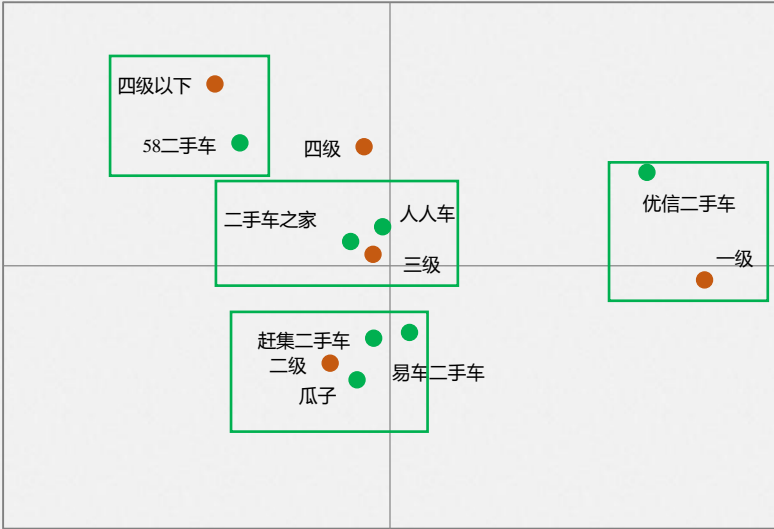
易车二手车整体与华中/西北/二级城市相关性较强

▣ 58二手车与东北/四级以下城市、瓜子二手车与华东/二级城市、优信二手车与华东/一级城市相关性较强

2016年第二季度二手车网站与区域相关性



2016年第二季度二手车网站与城市级别相关性



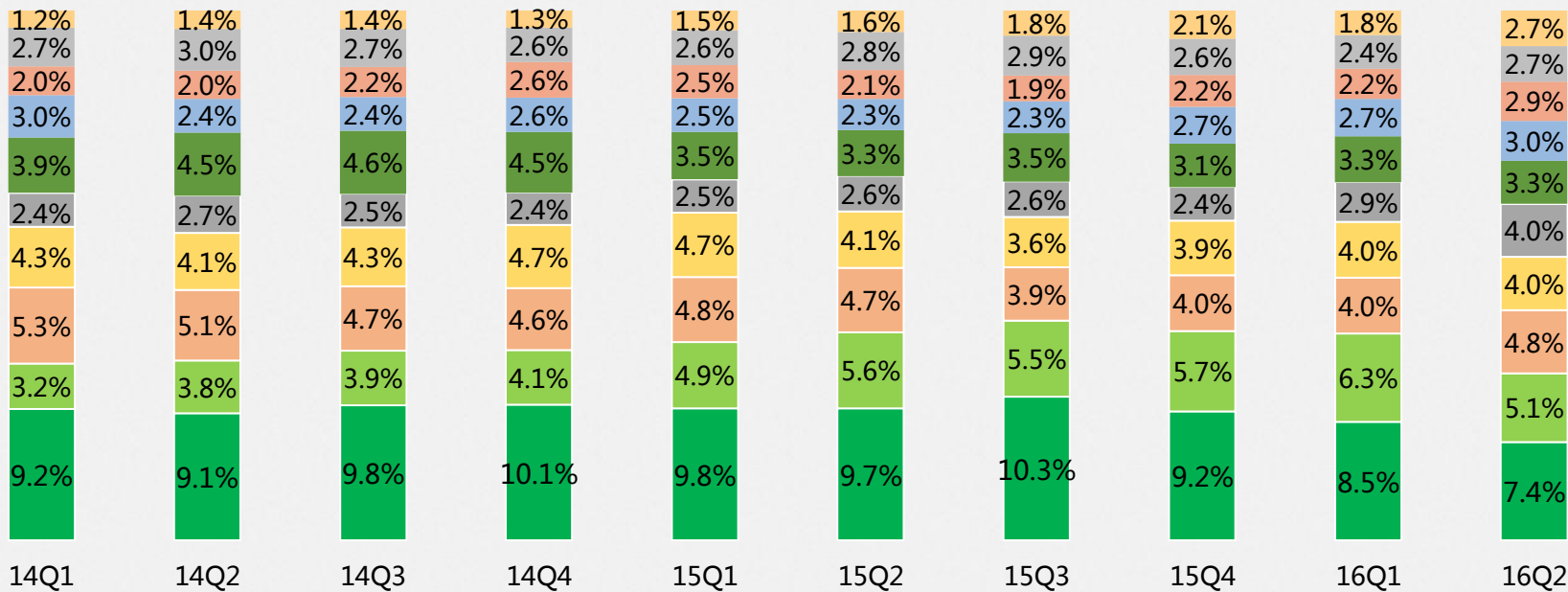


北京和上海的二手车相关内容搜索占比呈下降趋势

□ 北京、上海是被搜索和二手车相关内容占比最高的城市

二手车主要目标城市搜索占比变化

■ 北京 ■ 上海 ■ 大连 ■ 沈阳 ■ 南宁 ■ 深圳 ■ 济南 ■ 大庆 ■ 广州 ■ 东莞

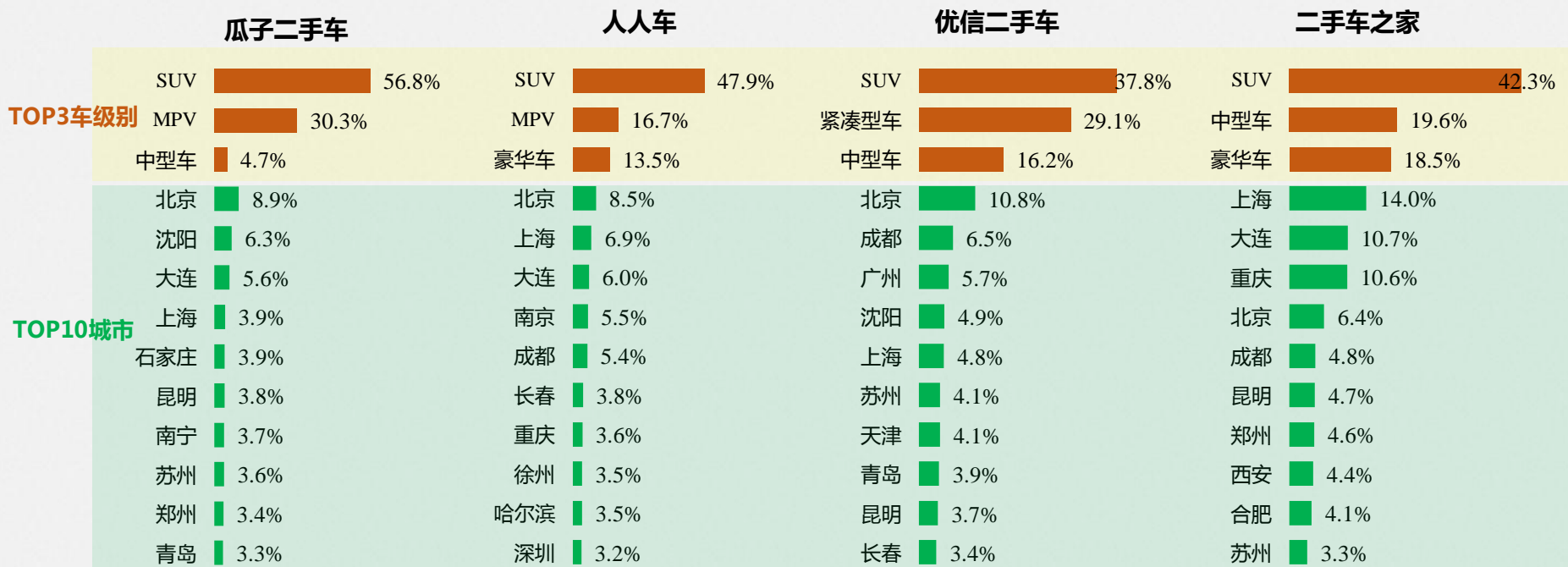




瓜子/人人车/优信/二手车之家整体搜索差异不大

□ 除SUV外，在瓜子二手车、人人车搜索MPV车型比例较高；在汽车之家搜索车型级别整体比优信二手车更高

二季度部分二手车网站搜索TOP3车级别及TOP10城市占比情况



注：二手车网站为搜索与其相关车型、城市量较大的网站

目录

1

搜索市场总览

- 行业整体搜索趋势
- 行业搜索内容构成及搜索趋势

2

发展现状及趋势

- 细分市场搜索趋势
- 品牌及产品表现

3

人群分析

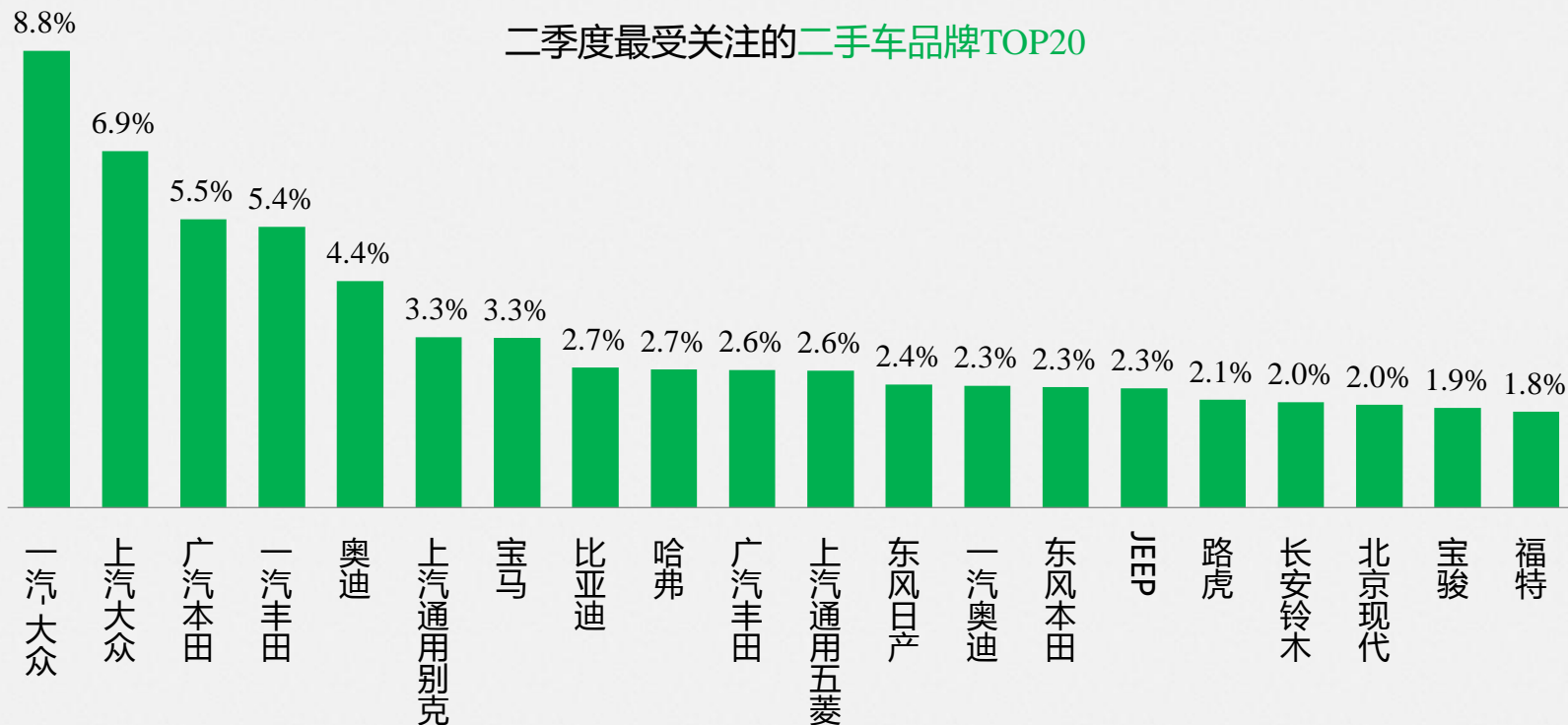
- PC端/APP人群属性及兴趣点分析

一汽-大众二手车搜索量最大



□ 一汽-大众、上汽大众、广汽本田为二手车搜索量最大TOP3品牌

二季度最受关注的二手车品牌TOP20

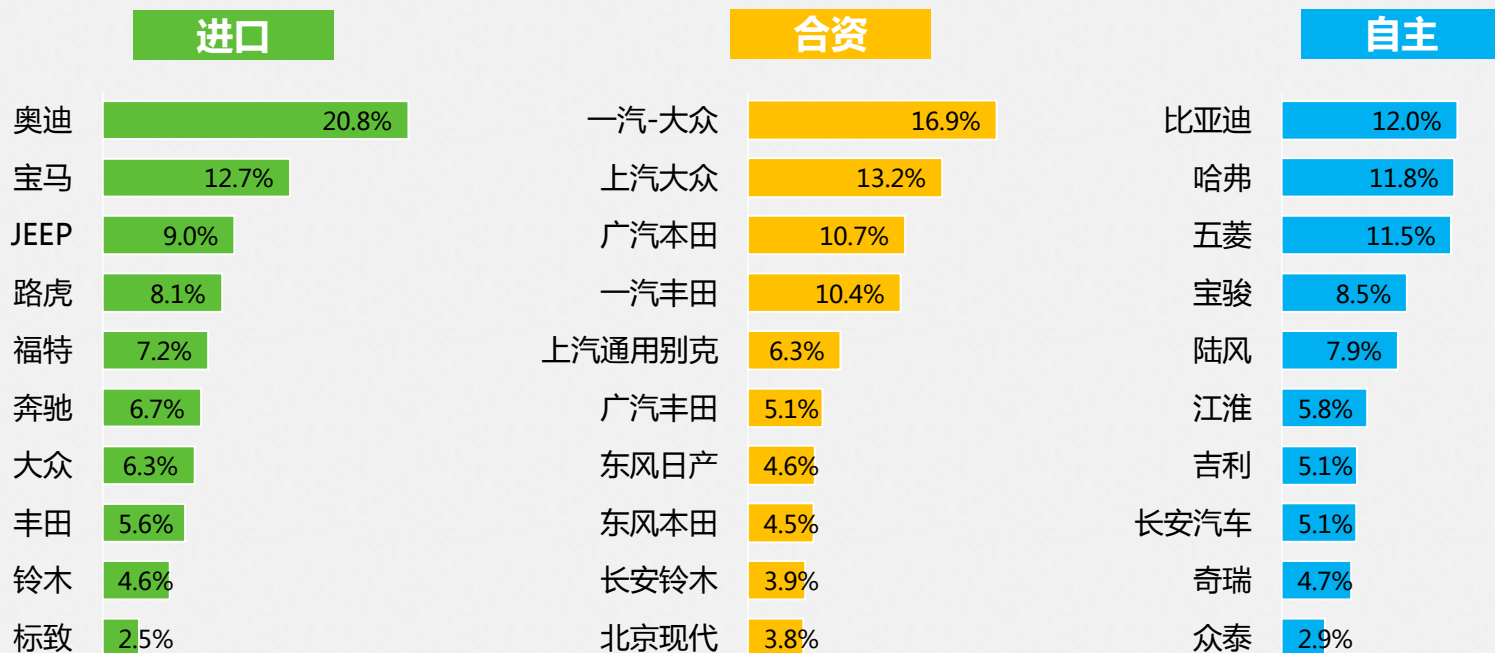




自主车品牌间搜索量差距相对较小

□ 进口车中奥迪、宝马、JEEP，合资车中一汽-大众、上汽大众、广汽本田，自主车中比亚迪、哈弗、五菱分别为搜索量TOP3品牌

二手车2016年二季度进口/合资/自主分品牌搜索量占比

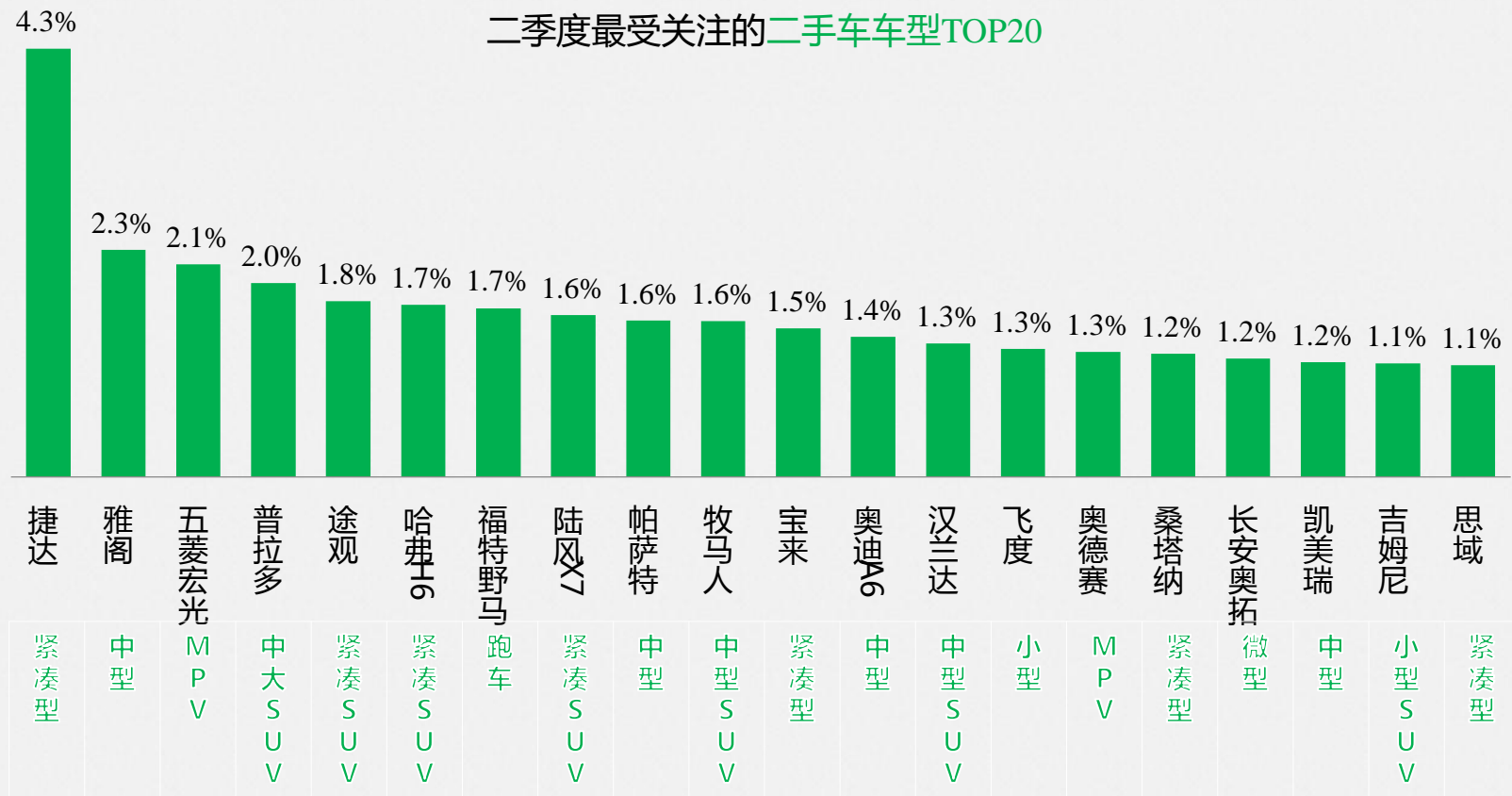




二手捷达最受关注

□ 搜索量TOP20车型中，SUV车型占比超三成

二季度最受关注的二手车车型TOP20





二手紧凑型车中一汽-大众车型整体占比较高

□ 微型车中长安奥拓、小型车中广汽本田飞度、紧凑型车中一汽-大众捷达、中型车中广汽本田雅阁为搜索量最大车型

二手车2016年二季度各级别车分车型搜索量占比（1）

微型车		小型车		紧凑型车		中型车	
长安奥拓	26.7%	广本飞度	22.2%	一汽-大众捷达	21.9%	广本雅阁	13.3%
宝骏乐驰	14.5%	东风日产骊威	10.9%	一汽-大众宝来	7.6%	上汽大众帕萨特	9.2%
比亚迪F0	13.6%	吉利金刚	9.1%	东本思域	5.7%	上汽大众桑塔纳	7.2%
铃木北斗星	11.4%	长安铃木雨燕	8.8%	上汽通用别克凯越	5.1%	广丰凯美瑞	6.7%
奇瑞QQ	7.7%	上汽大众POLO	7.2%	一汽-大众高尔夫	3.5%	一汽-大众迈腾	5.7%
长安奔奔	6.5%	一汽丰田威驰	6.7%	一汽丰田卡罗拉	3.4%	奥迪A4	5.6%
吉利熊猫	6.2%	夏利N5	4.5%	比亚迪F3	3.3%	一丰锐志	5.3%
昌河铃木北斗星X5	5.3%	奥迪A1	3.9%	北京现代伊兰特	3.2%	上汽通用别克君越	4.3%
奇瑞旗云1	2.7%	长安铃木羚羊	2.7%	一汽-大众速腾	2.8%	丰田佳美	4.1%
哈飞路宝	2.5%	夏利N7	2.5%	上汽大众朗逸	2.7%	华晨宝马3系	3.8%



二手SUV车型搜索占比较为分散

□ 中大型车中奥迪A6、豪华车中奔驰S级、SUV中一汽丰田普拉多、MPV中五菱宏光、跑车中福特野马为搜索量最大车型

二手车2016年二季度各级别车分车型搜索量占比（2）

中大型车		豪华车		SUV		MPV		跑车	
奥迪A6	30.5%	奔驰S级	36.1%	一丰普拉多	6.2%	五菱宏光	22.6%	福特野马	30.9%
一汽奥迪A6L	22.9%	宝马7系	21.7%	上汽大众途观	5.6%	广本奥德赛	13.4%	标致308CC	10.8%
华晨宝马5系	16.6%	大众辉腾	11.4%	哈弗H6	5.5%	宝骏730	11.5%	雪佛兰科迈罗	10.6%
一丰皇冠	8.2%	奥迪S7	8.3%	陆风X7	5.2%	上汽大众途安	10.2%	宝马Z4	7.8%
现代劳恩斯	5.1%	奥迪A7	4.5%	吉普牧马人	5.0%	江淮瑞风	9.9%	奥迪TT	6.1%
北京奔驰E级	4.3%	捷豹XJ	4.4%	广丰汉兰达	4.3%	上汽通用别克GL8	7.1%	奥迪A5	5.6%
克莱斯勒300C	2.5%	玛莎拉蒂总裁	3.4%	铃木吉姆尼	3.7%	五菱宏光S	4.7%	奥迪R8	5.0%
吉利博瑞	2.3%	捷豹XF	2.1%	路虎揽胜	3.0%	丰田普瑞维亚	2.0%	丰田86	4.0%
红旗H7	1.7%	宾利飞驰	1.9%	宝马X5	2.2%	风行菱智	1.5%	保时捷911	3.5%
雷克萨斯ES	1.7%	奥迪A8L	1.7%	路虎卫士	2.1%	奔驰R级	1.4%	宝马M3	2.6%

目录

1

搜索市场总览

- 行业整体搜索趋势
- 行业搜索内容构成及搜索趋势

2

发展现状及趋势

- 细分市场搜索趋势
- 品牌及产品表现

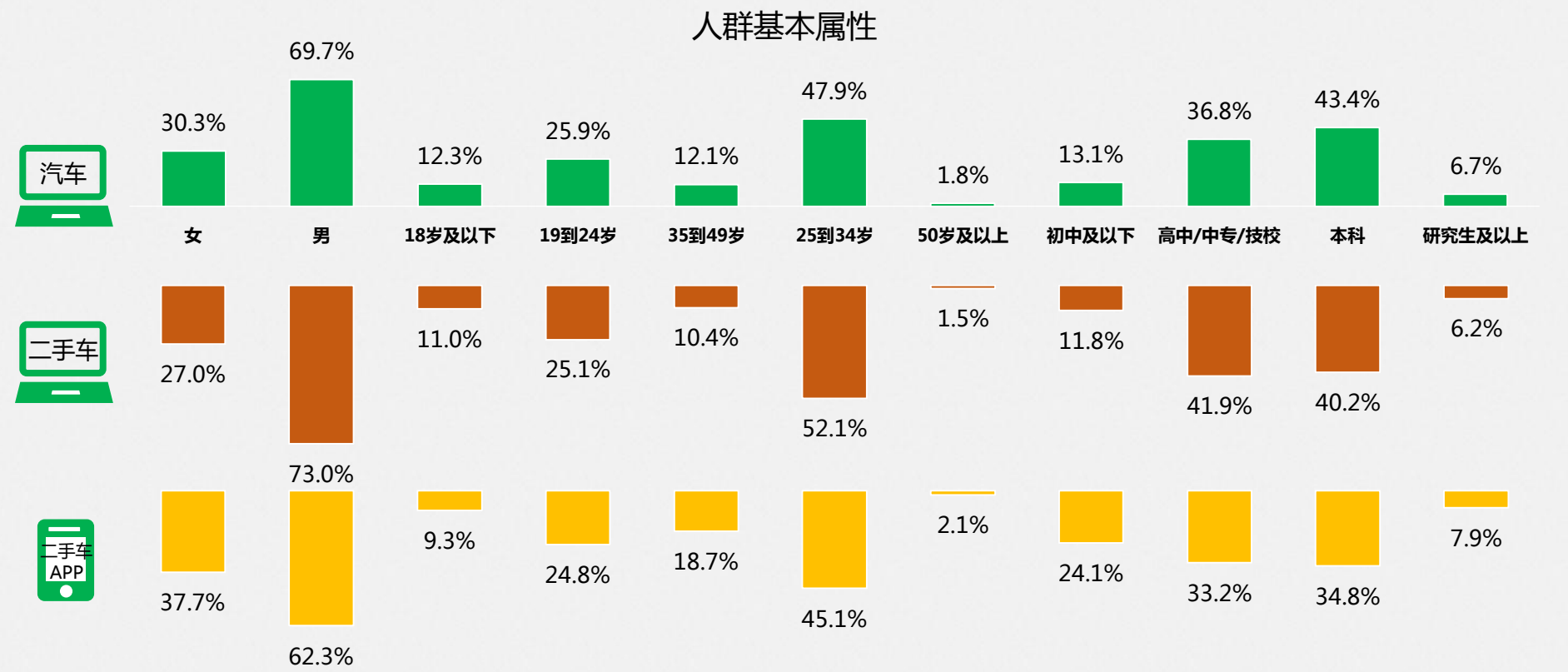
3

人群分析

- PC/APP人群属性及行为偏好分析

二手车人群中25到34岁/男性/高中学历占比更大

□ 二手车APP人群中35到49岁、女性、初中及以下/研究生及以上学历占比更大

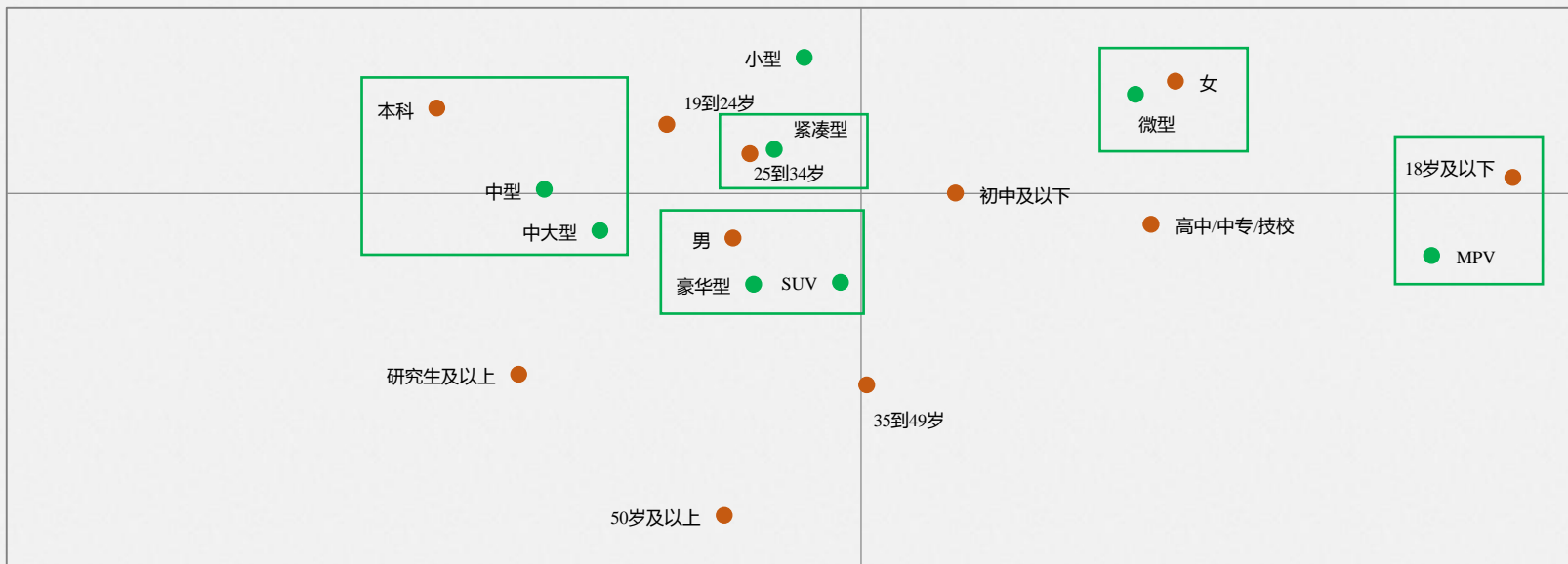




豪华型和SUV与男性相关性更强；微型与女性相关性更强

□ 高学历、年龄偏大人群整体与二手车相关性不强

2016年第二季度二手车分级别人群属性相关性

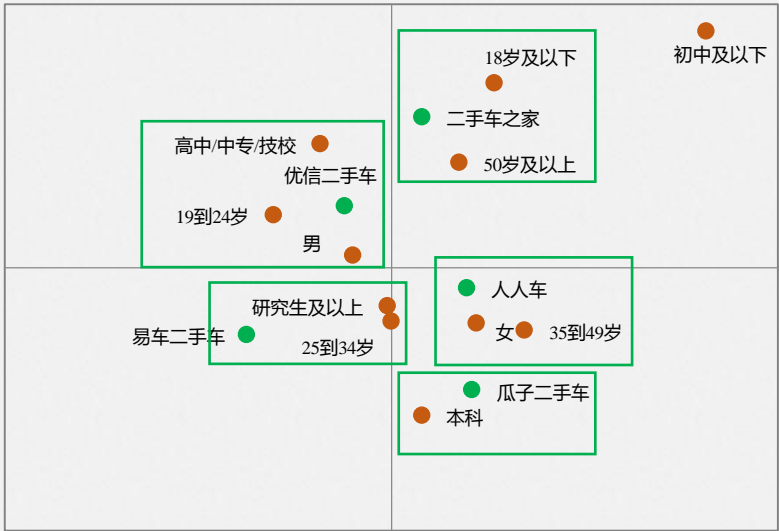


二手车网站搜索人群与二手车APP下载人群属性差异较大

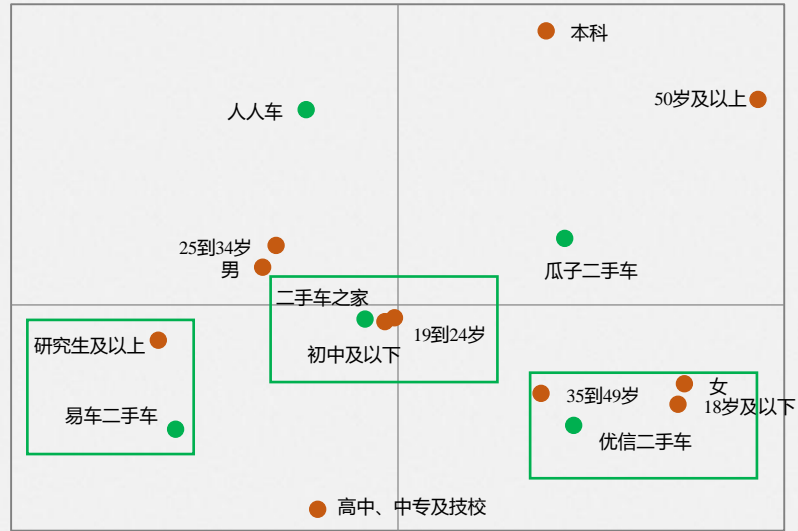
易车二手车人群学历较高



2016年第二季度二手车网站人群属性相关性



2016年第二季度二手车APP下载人群属性相关性

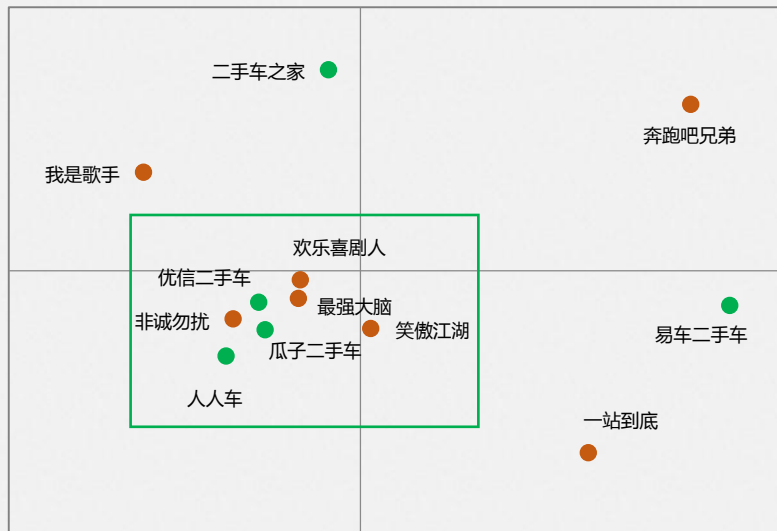


优信/瓜子/人人车在PC搜索方面与国内综艺节目相关性较为趋同

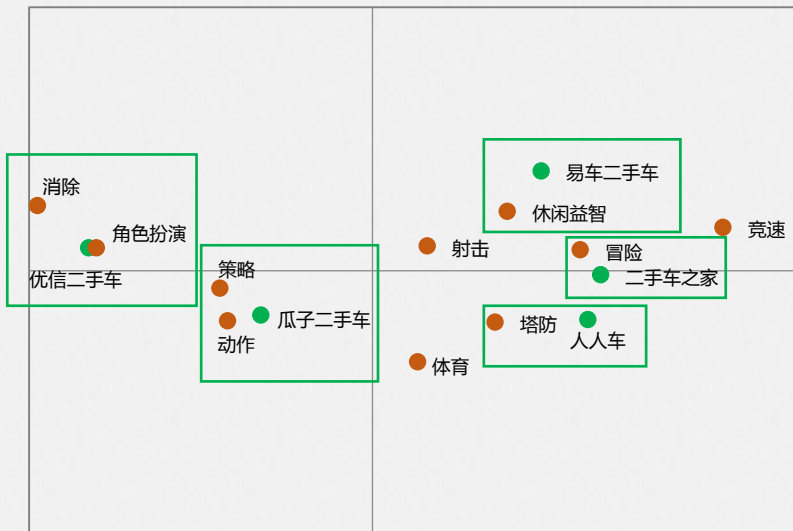
□ APP下载方面，优信与角色扮演/消除、瓜子与动作/策略、人人车与塔防、二手车之家与冒险、二手车之家与冒险、易车二手车与休闲益智类游戏APP相关性较强



2016年第二季度二手车网站与国内综艺节目相关性



2016年第二季度二手车APP与游戏APP下载相关性



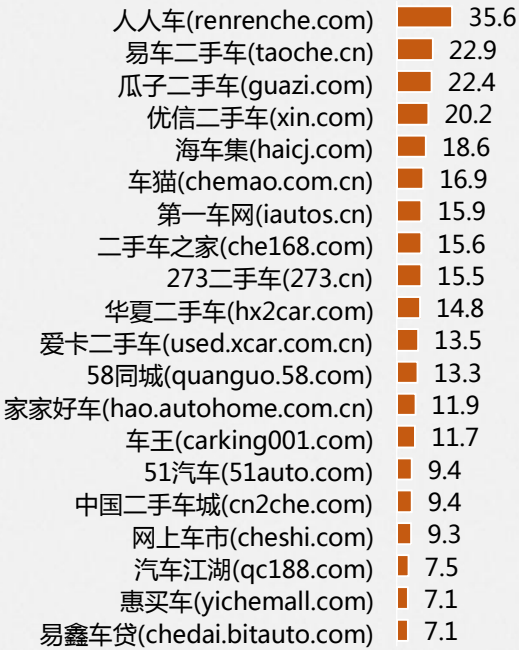
二手车网址为最主要浏览网址

▣ 下载二手车APP期间下载过的其他区分度较高的APP中，旅游类APP较多

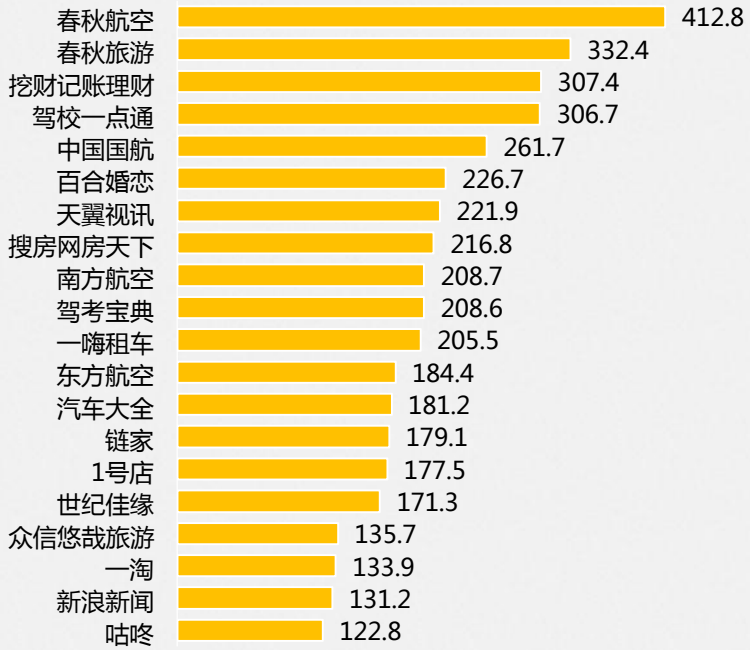
浏览网址区分度分析



搜索二手车相关词期间浏览过的网址TOP20



下载二手车APP期间下载过的其他APP



注：网址区分度越高，表明该网址相比在全网浏览的次数越多

二季度二手车市场与汽车行业主要差异

二手车行业

整体趋势

- 整体搜索**缓慢增长**
- **三、四级城市**有所增长
- **东北**市场搜索占比高于其汽车行业搜索市场占比

关注级别

- 更关注**进口车**，自主车相对最不受关注
- SUV最受关注，同时也更关注**中型车**
- SUV中最关注紧凑型SUV，同时也更关注**中大型SUV**

关注品牌

- 搜索占比TOP5品牌均为合资品牌，一汽-大众、上汽大众品牌搜索量最大

关注车型

- **经典老车型**最受关注，如捷达、雅阁

人群特征

- **男性**占比更高，**学历**相比汽车行业人群**偏低**

汽车行业

- 整体搜索**略有下降**
- 一级城市有所增长

- **自主车**搜索占比提升，愈加受关注
- SUV最受关注，同时也更关注**紧凑型车**
- SUV中最关注紧凑型SUV，同时也更关注**中型SUV**

- 搜索占比TOP5品牌有**哈弗、比亚迪**两个自主品牌，一汽-大众、上汽大众品牌搜索量最大

- **二季度新上市车型**最受关注，如哈弗H7、帝豪GS

- **本科学历**人群特征显著

谢谢

2016

二手车行业研究报告

