

汽车行业大数据报告

2017年11月



报告导读

01

人群定义及数据来源：

- ① 全网人群：360全部人群
- ② 汽车行业人群：关注与汽车相关内容的人群
- ③ 所有车型针对市场主流狭义乘用车型分析，且已停售及小众车型不进行分析
- ④ 新车篇数据针对2017年7-10月新上市的主要全新车型进行分析，同时原进口车进行合资生产的也为新车

02

关注内容示例：

| | | | | | |
|-------|------------|-----|-------------|-----|---------------|
| 纯品牌词 | 如奔驰、宝马等 | 通用词 | SUV、旅行车等 | 口碑词 | **怎么样？好不好？等 |
| 纯产品词 | 如途观、朗逸等 | 价格词 | **报价、优惠、低价等 | 质量词 | **质量怎么样？**召回等 |
| 品牌产品词 | 哈弗H6、大众途昂等 | 配置词 | 发动机、变速箱等 | 比较词 | suv推荐、**哪个好等 |

03

数据范围定义：

- ① 趋势数据：2014年1月-2017年11月
- ② 阶段数据：2017年Q3

CONTENTS

1 行业综述

2 细分市场

3 新能源车

4 新车概览

5 人群特征

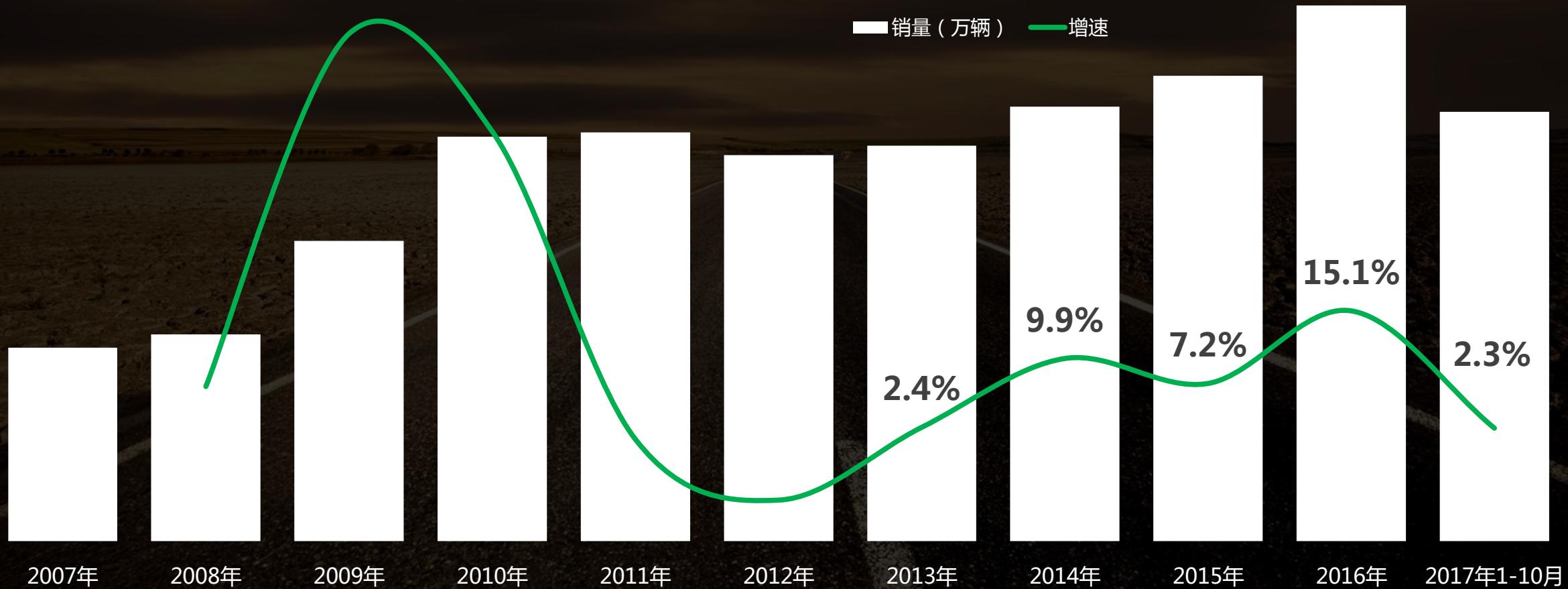
壹

行业综述



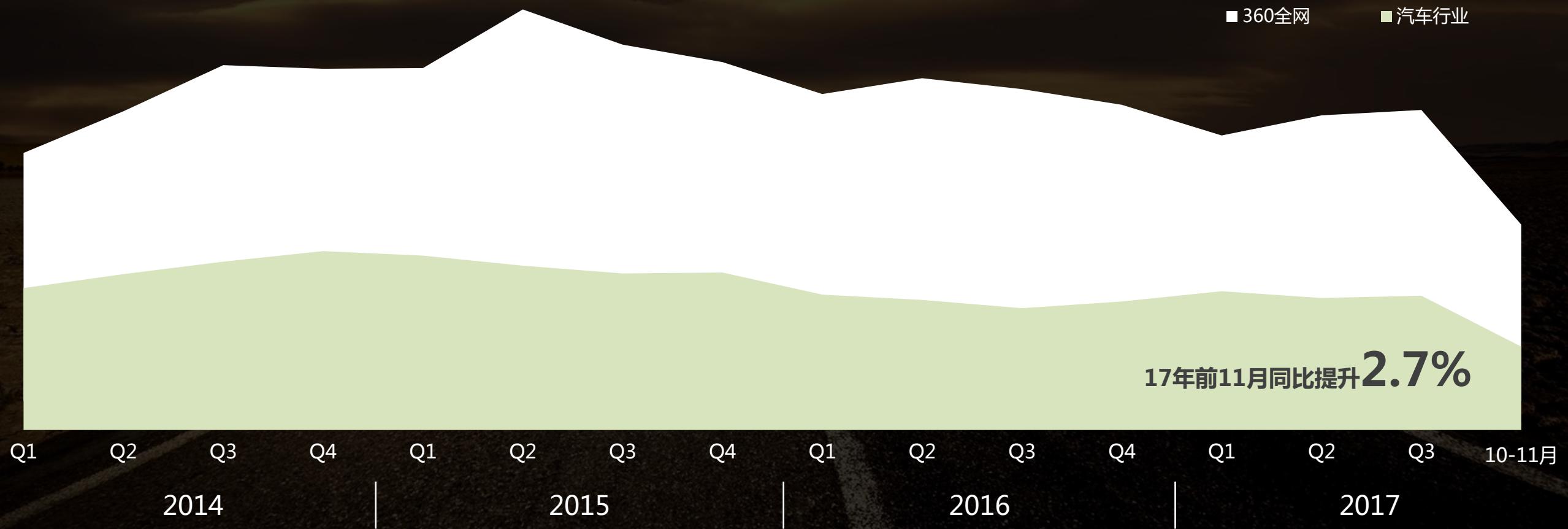
2017年汽车行业销量增速放缓

近十年我国汽车销量走势

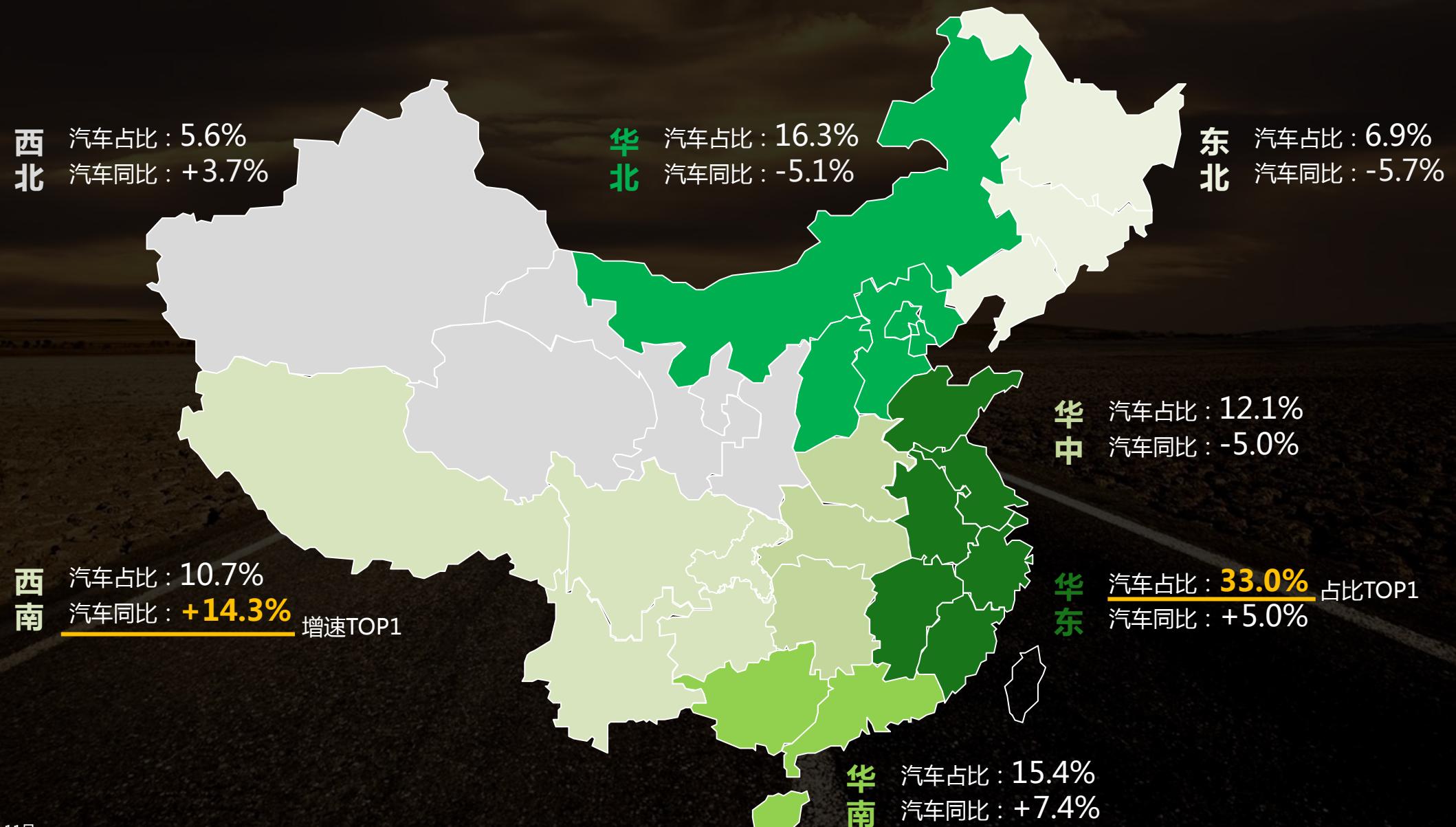


汽车行业关注量稳定

汽车行业及全网流量趋势



华东份额最高，西南增速最快



两东&江浙高占比，四川&安徽较高占比且较高TGI

汽车行业主要省市流量分布



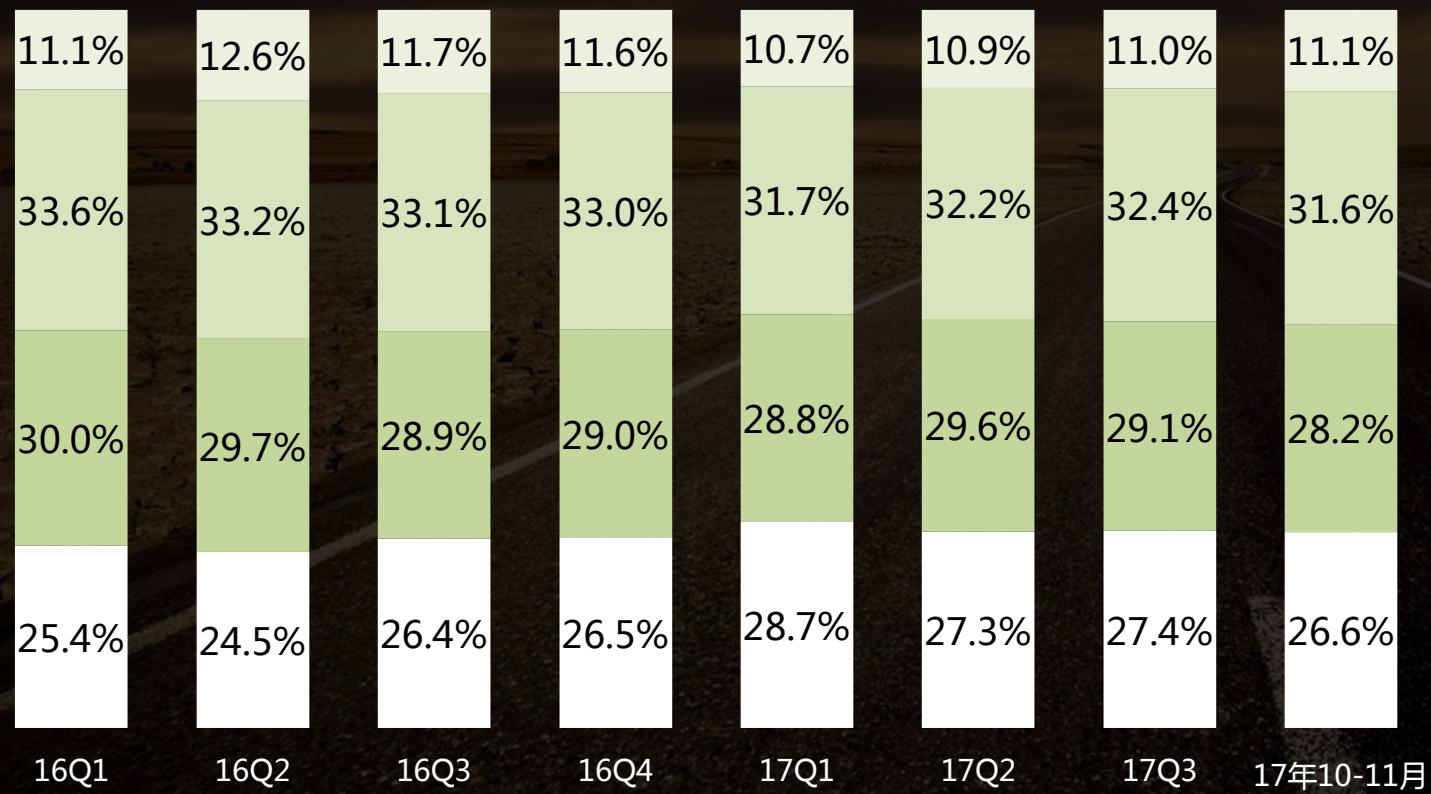
$$TGI\text{指数} = \frac{\text{汽车行业流量的地域占比}}{\text{360总体流量的地域占比}} \times 100 ;$$

Target Group Index (目标群体指数)，本处用于反映汽车行业流量的地域分布相比总体情况的差异，TGI指数等于100表示平均水平，高于100，代表该省份对汽车行业的关注程度高于整体水平

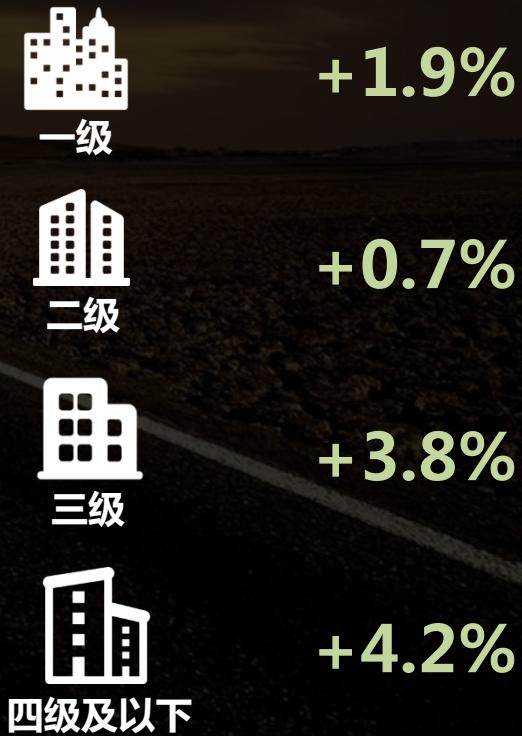
二级城市份额高，三四级城市增速快

汽车分城市等级份额

■四级及以下 ■三级 ■二级 ■一级

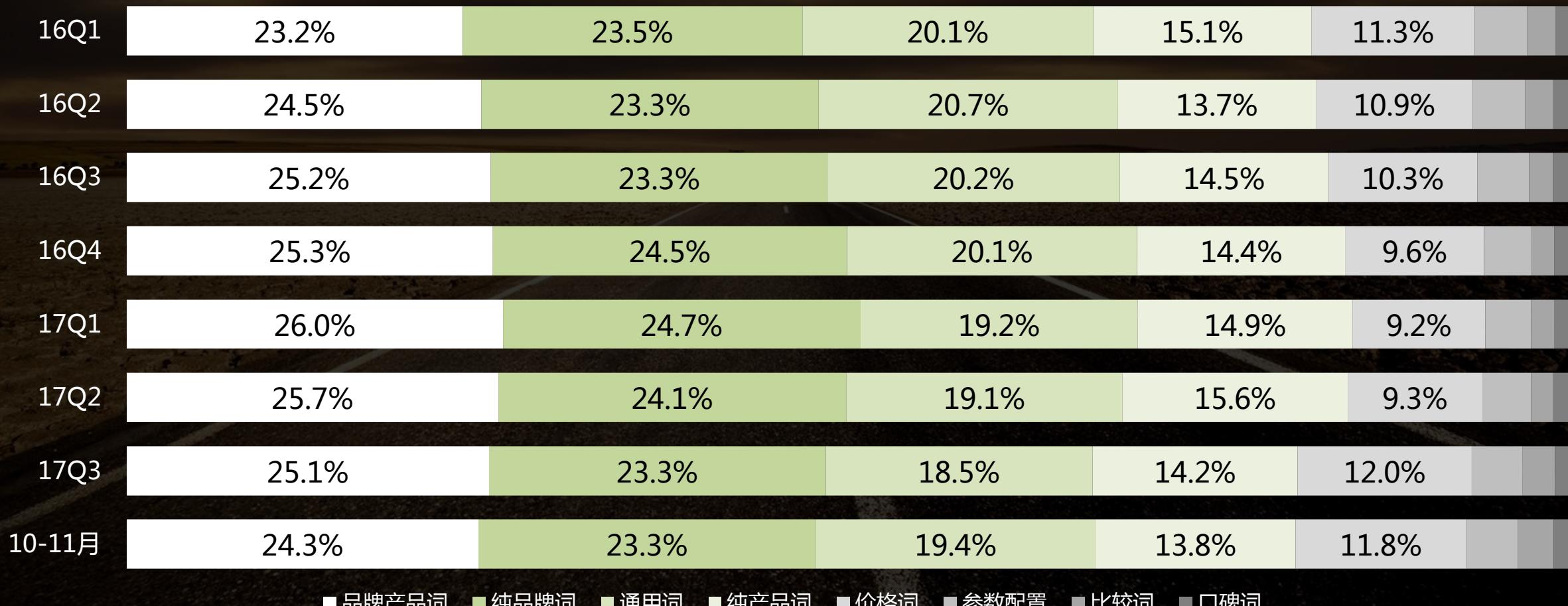


前11月同比



品牌产品词份额最大，价格词份额提升较大

汽车主要关注内容份额



移动端APP下载活跃

汽车主要APP下载趋势



貳

细分市场



合资车份额最大且稳定

汽车分制造属性份额

■合资 ■自主 ■进口



大众系领跑合资品牌

合资Top品牌

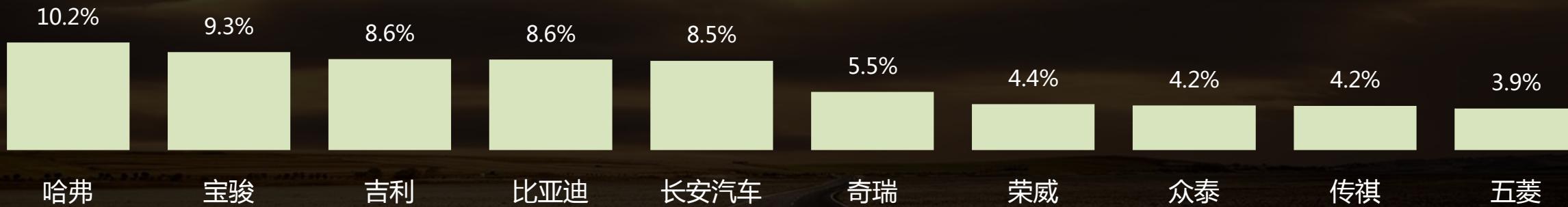


合资Top车型



自主品牌中哈弗关注最大

自主Top品牌

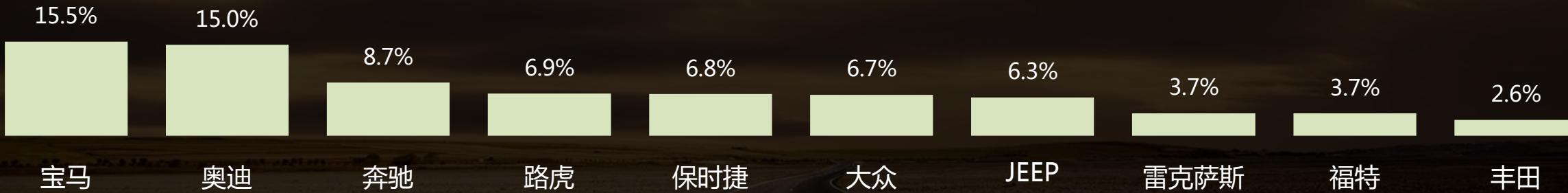


自主Top车型



进口品牌中宝马奥迪领先优势大

进口Top品牌

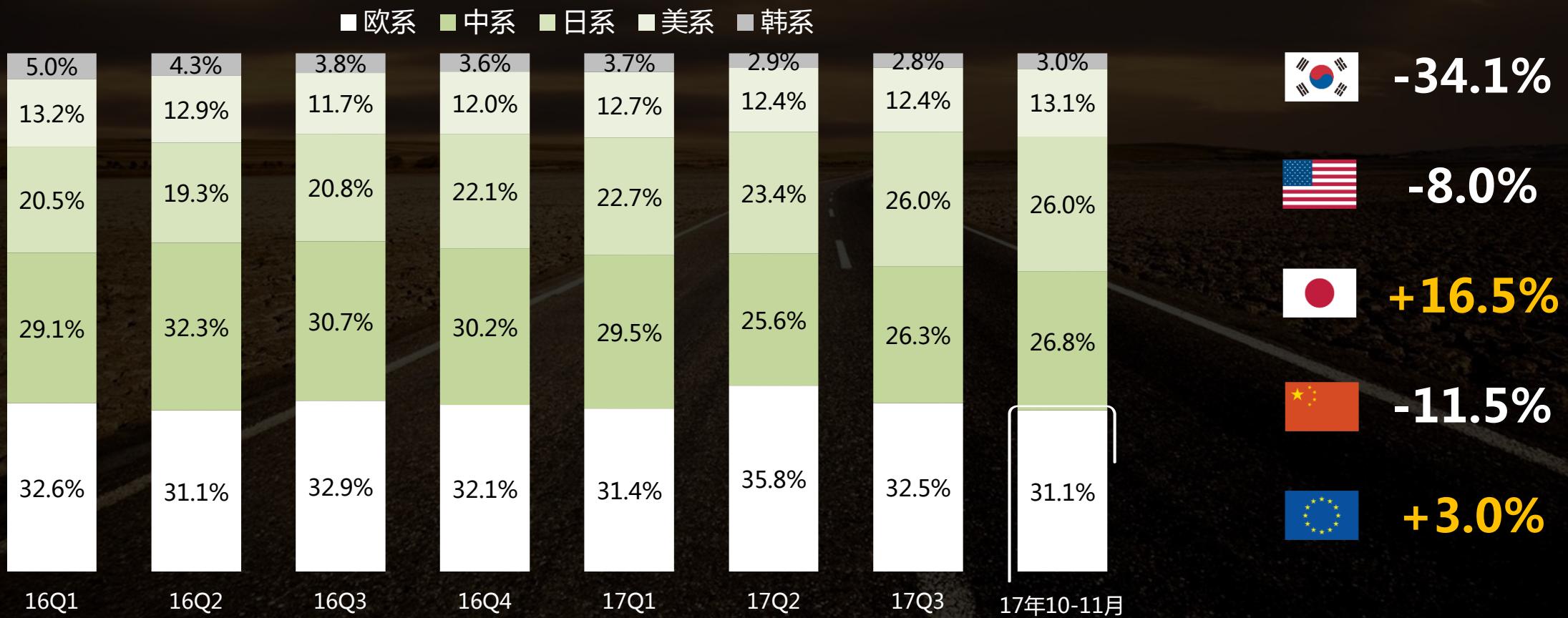


进口Top车型

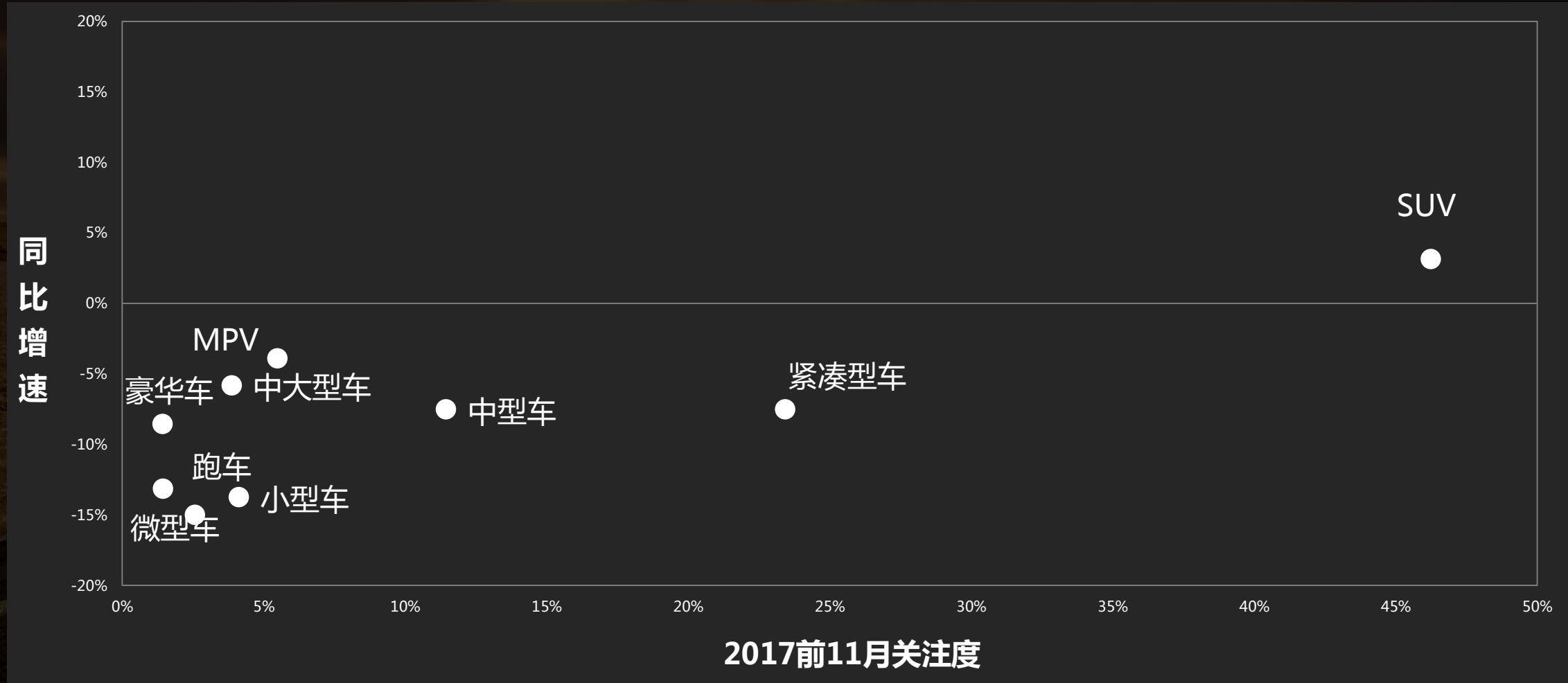


欧系车高份额 日系车快增长 韩系车大降幅

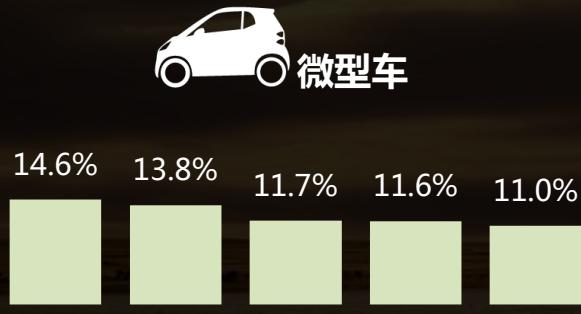
汽车分车系份额



SUV高份额且稳定增长



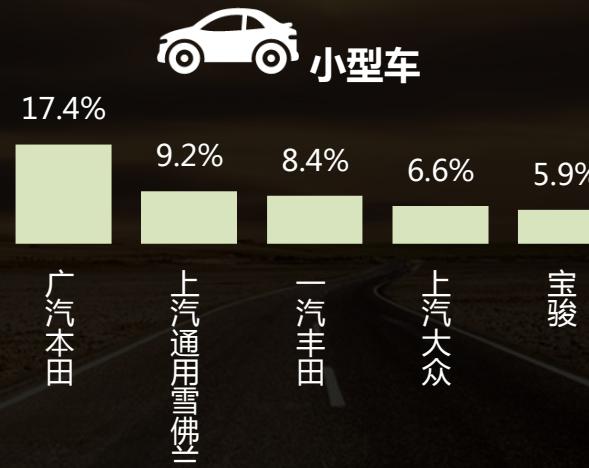
微型&小型&紧凑型车 品牌及车型TOP 细分



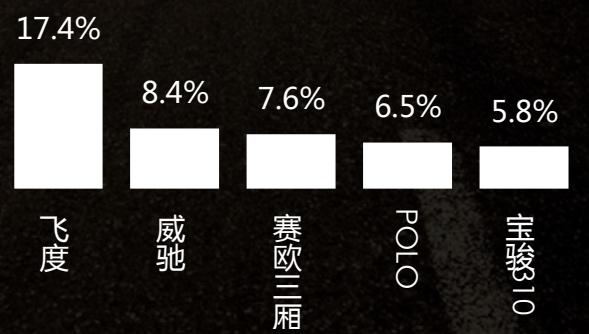
长安铃木 昌河铃木 奇瑞 众泰 比亚迪



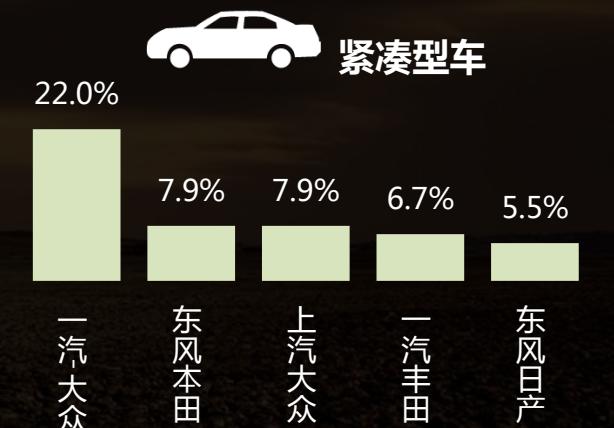
奥拓 EVO 北斗星 QQ 奔奔



广汽本田 上汽通用雪佛兰 一汽丰田 上汽大众 宝骏



飞度 威驰 赛欧三厢 POLARIS 宝骏310



一汽大众 东风本田 上汽大众 一汽丰田 东风日产



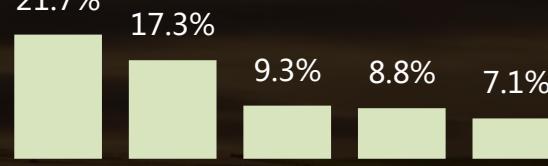
高尔夫 思域 卡罗拉 速腾 朗逸

中型&中大型&豪华车 品牌及车型TOP 细分

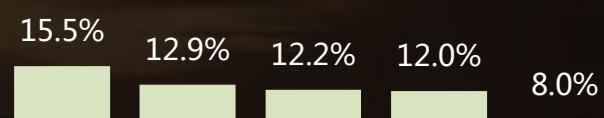
中型车



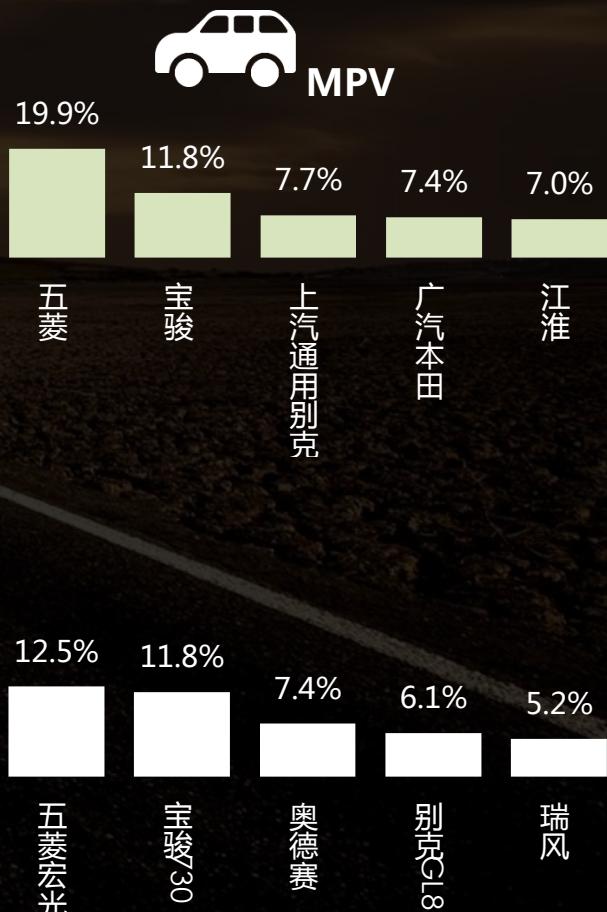
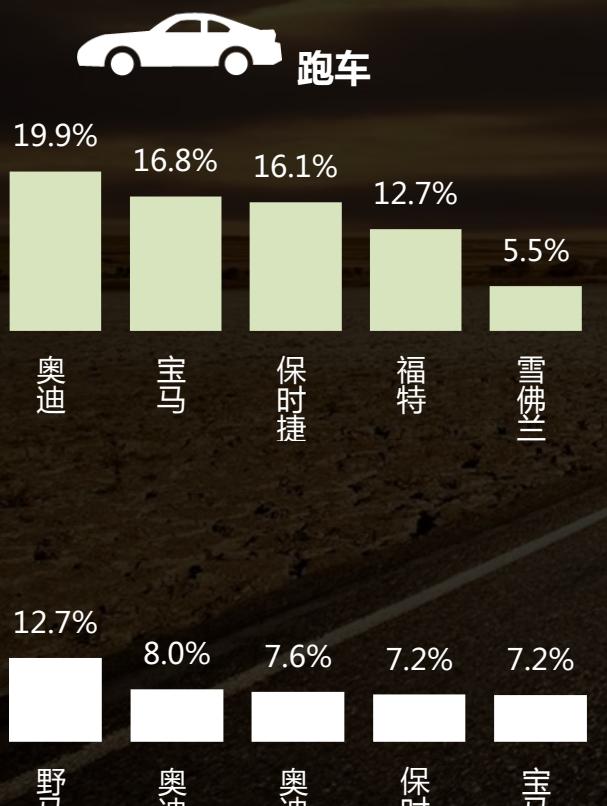
中大型车



豪华车



跑车&SUV&MPV品牌及车型TOP细分



貳

细分市场-SUV



SUV华东&二级城市份额大

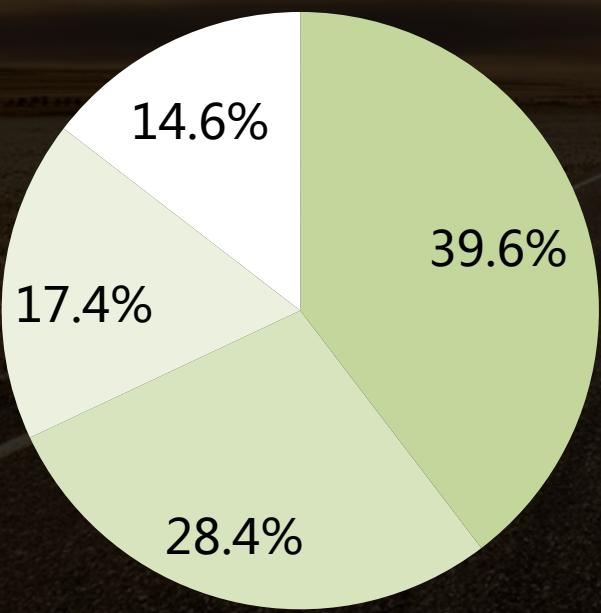
SUV区域份额



中型以上SUV 增速快

SUV细分份额

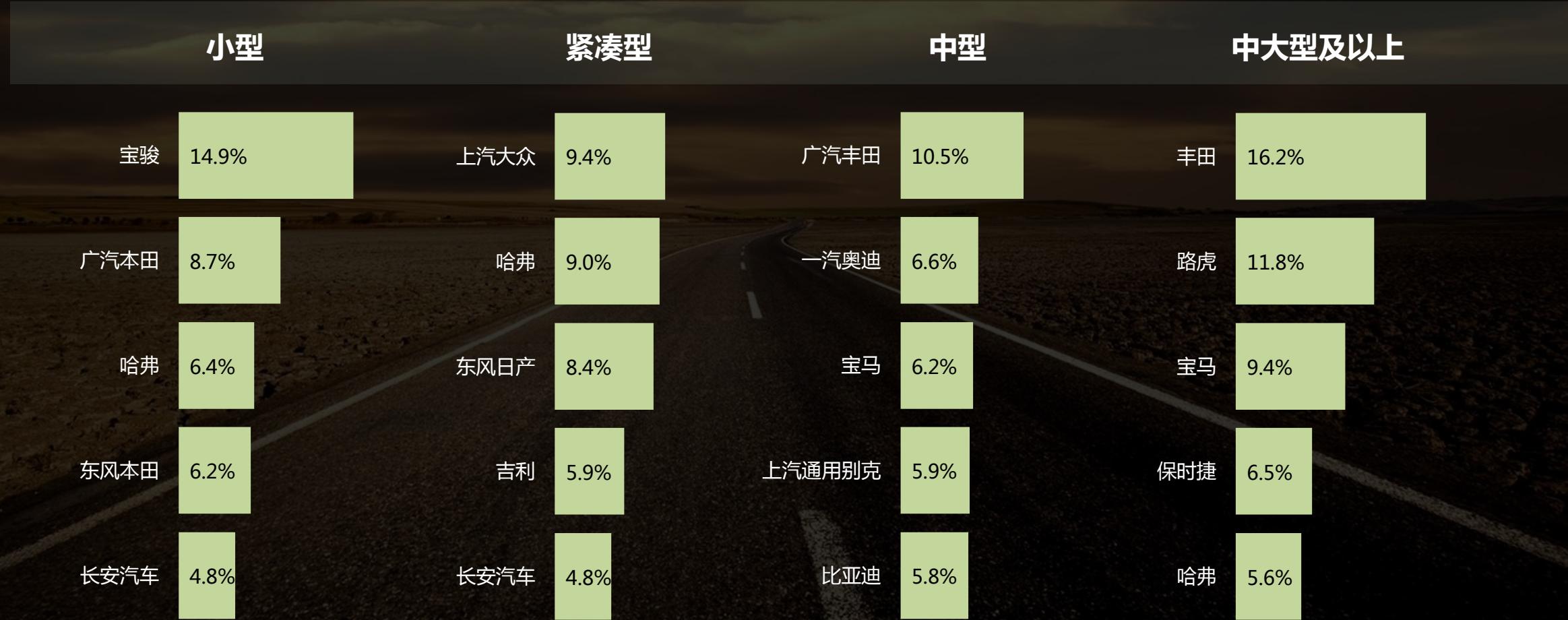
■紧凑型 ■中型 ■中大型及以上 ■小型



前11月同比

| | |
|-----------|--------|
| 小型SUV | +1.1% |
| 紧凑型SUV | -6.6% |
| 中型SUV | +10.6% |
| 中大型及以上SUV | +22.2% |

SUV细分级别TOP品牌份额



SUV细分级别TOP车型份额



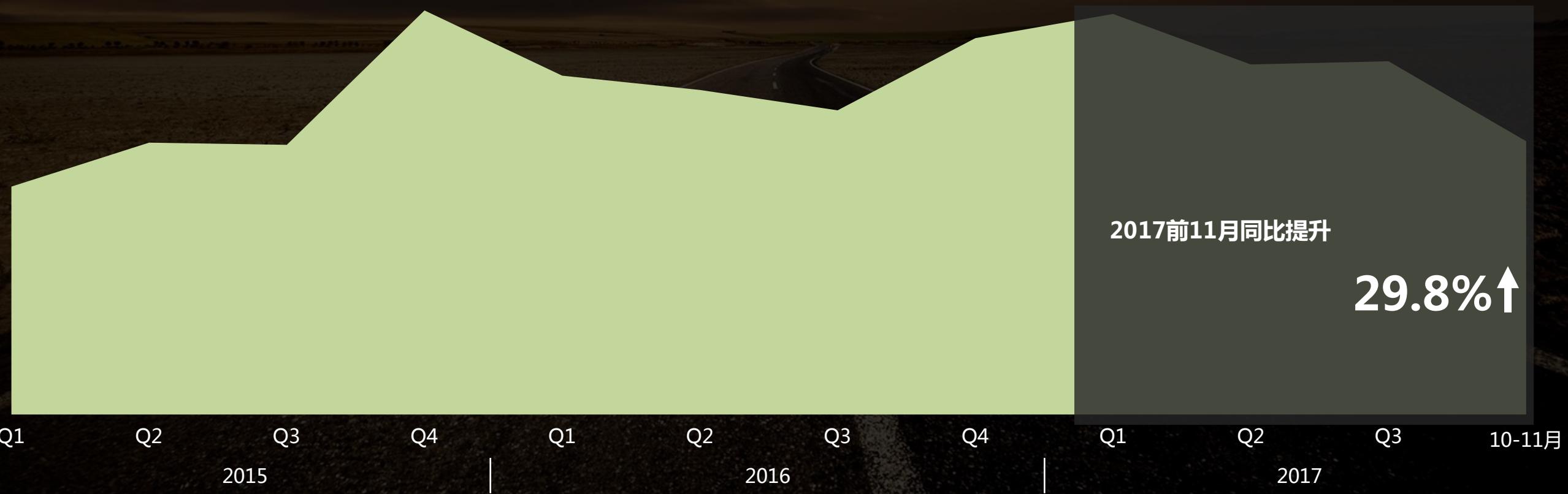
叁

新能源车



新能源汽车高速增长

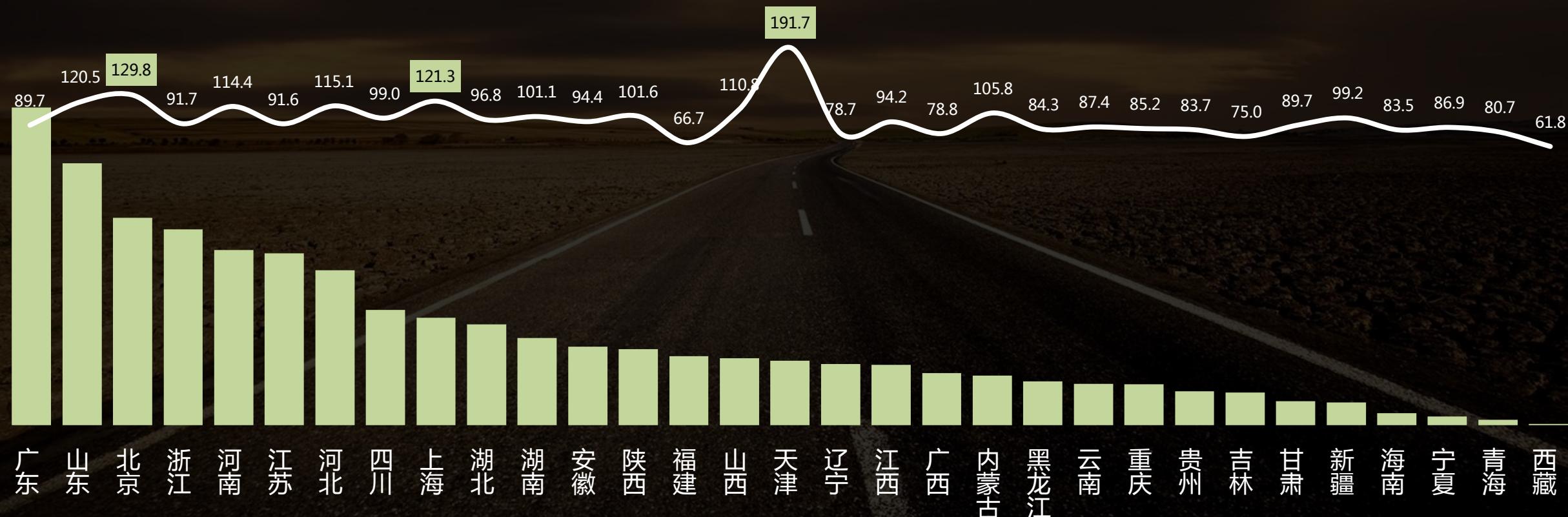
新能源汽车流量趋势



限购直辖市对新能源汽车关注度最高

新能源汽车主要省市流量分布

■ 份额占比 —— TGI指数



$$TGI\text{指数} = \frac{\text{新能源汽车流量的地域占比}}{\text{360总体流量的地域占比}} \times 100 ;$$

Target Group Index (目标群体指数) 大数处反映新能源汽车流量的地域分布相比总体情况的差异，TGI指数等于100表示平均水平，高于100，代表该省份对新能源汽车的关注程度高于整体水平

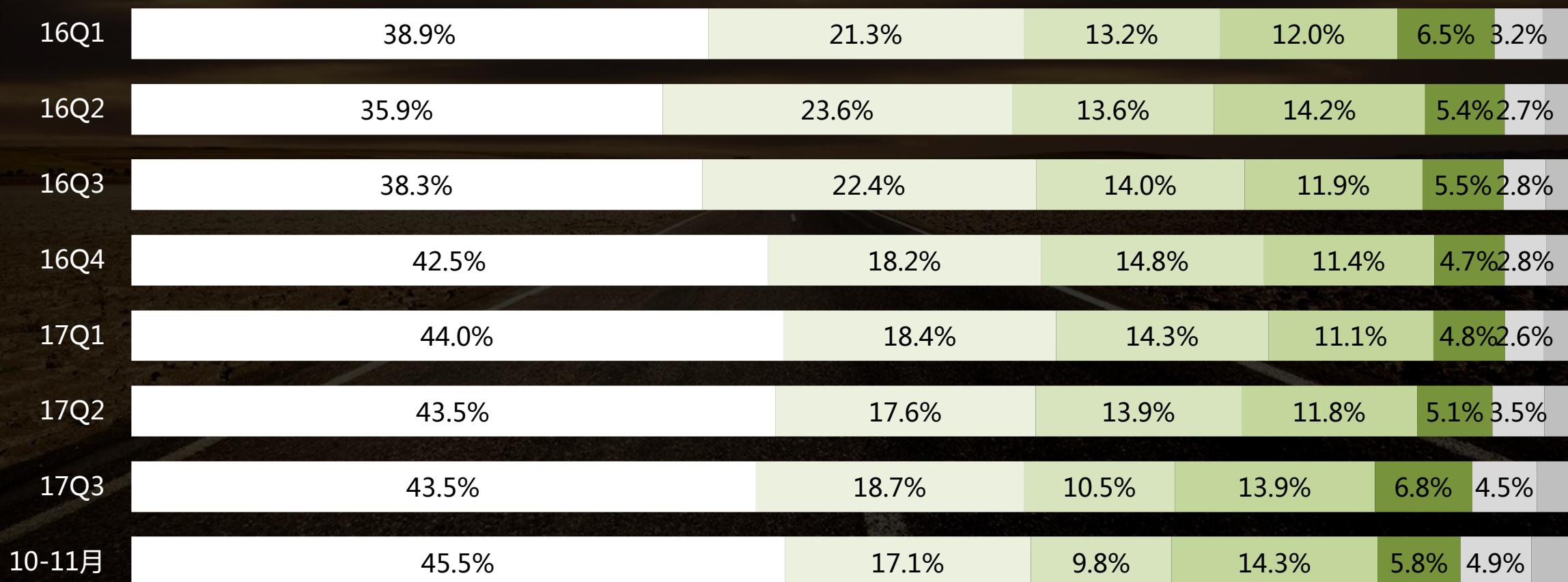
二级城市

高份额



新能源汽车对通用词关注最大，愈加关注价格&比较&口碑

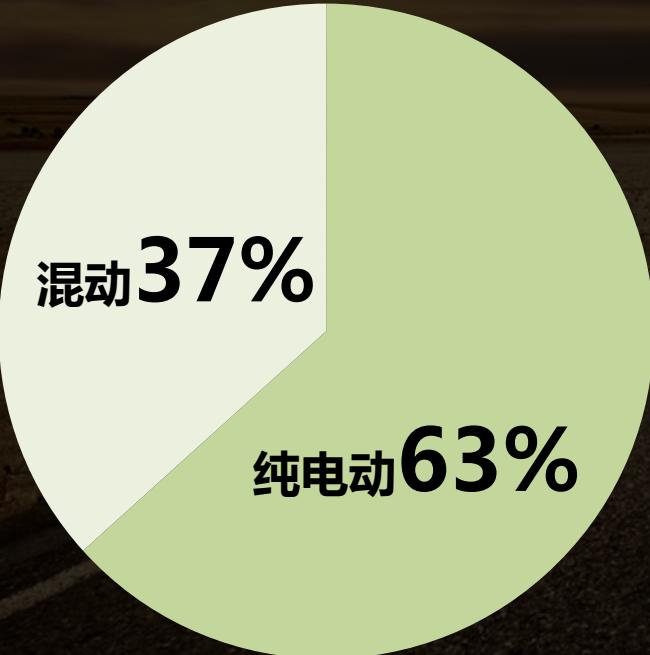
新能源汽车主要关注内容份额



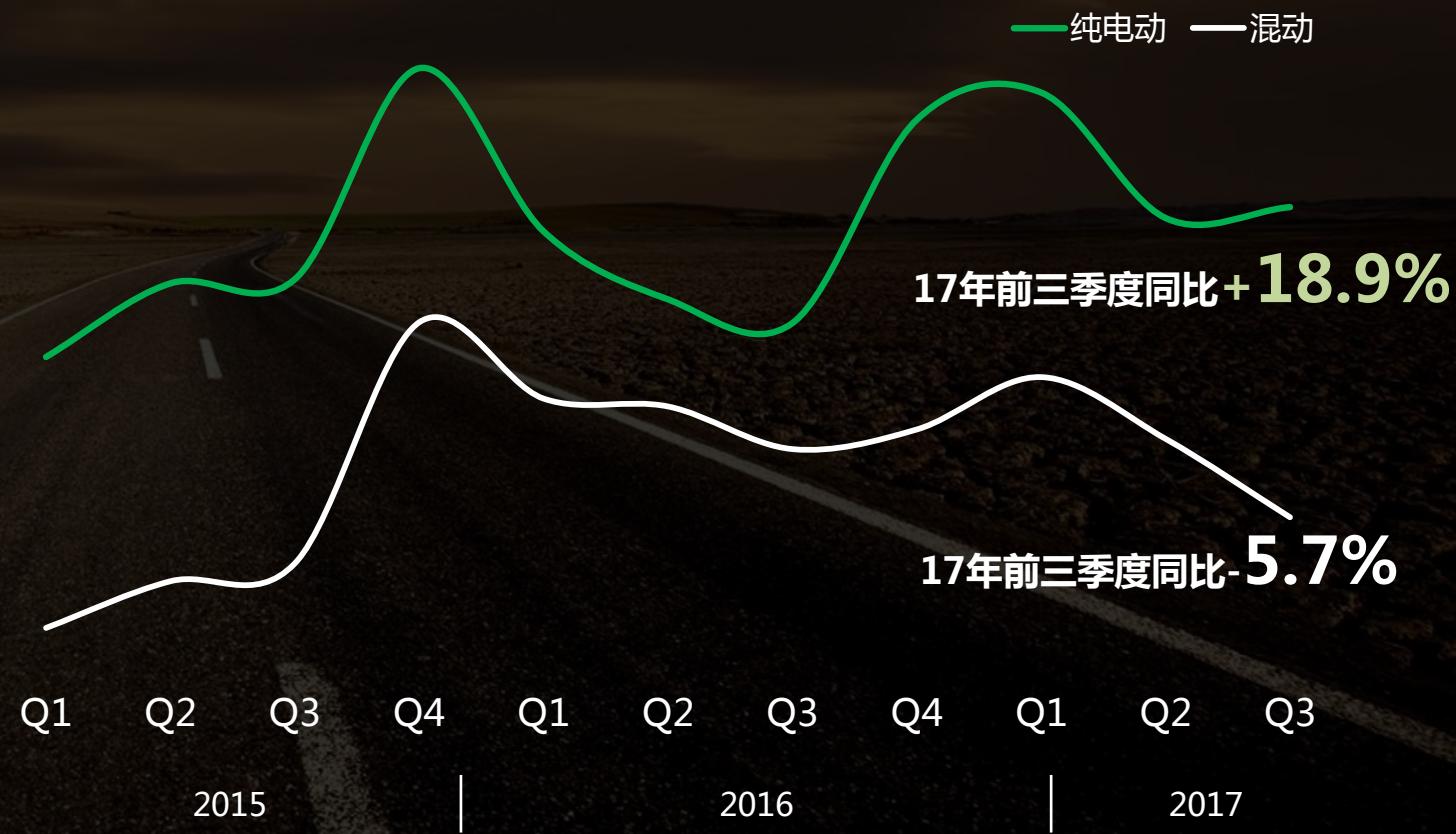
■ 通用词 ■ 品牌产品词 ■ 纯品牌词 ■ 价格词 ■ 纯产品词 ■ 比较词 ■ 口碑词

纯电动 高关注高增速

新能源汽车分动力系统份额



新能源汽车分动力系统趋势



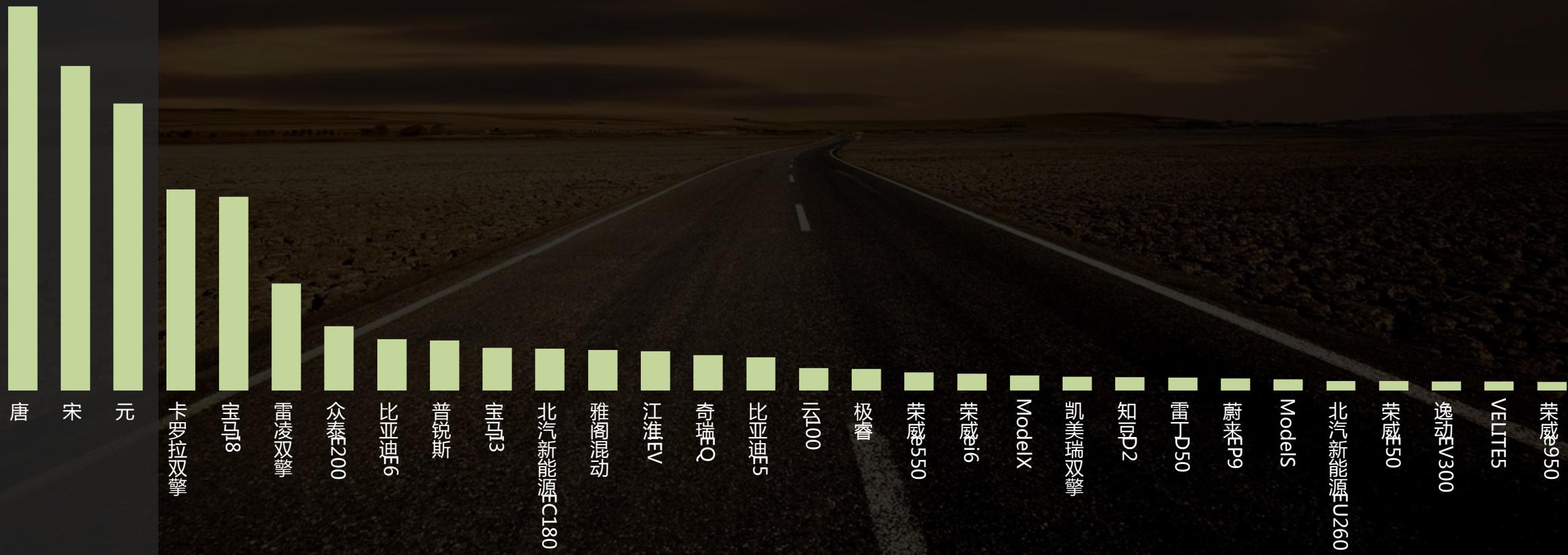
新能源汽车细分级别TOP车型份额



唐宋元领跑新能源车型

TOP3超40%

新能源汽车TOP车型份额



肆

新车概览



车展吸睛节点佳

新车分月走势



华东及二级城市是新车最主要区域

新车区域份额



■ 华东30.3% ■ 华南16.6% ■ 华北16.5% ■ 华中12.9%
■ 西南10.6% ■ 西北6.6% ■ 东北6.5%

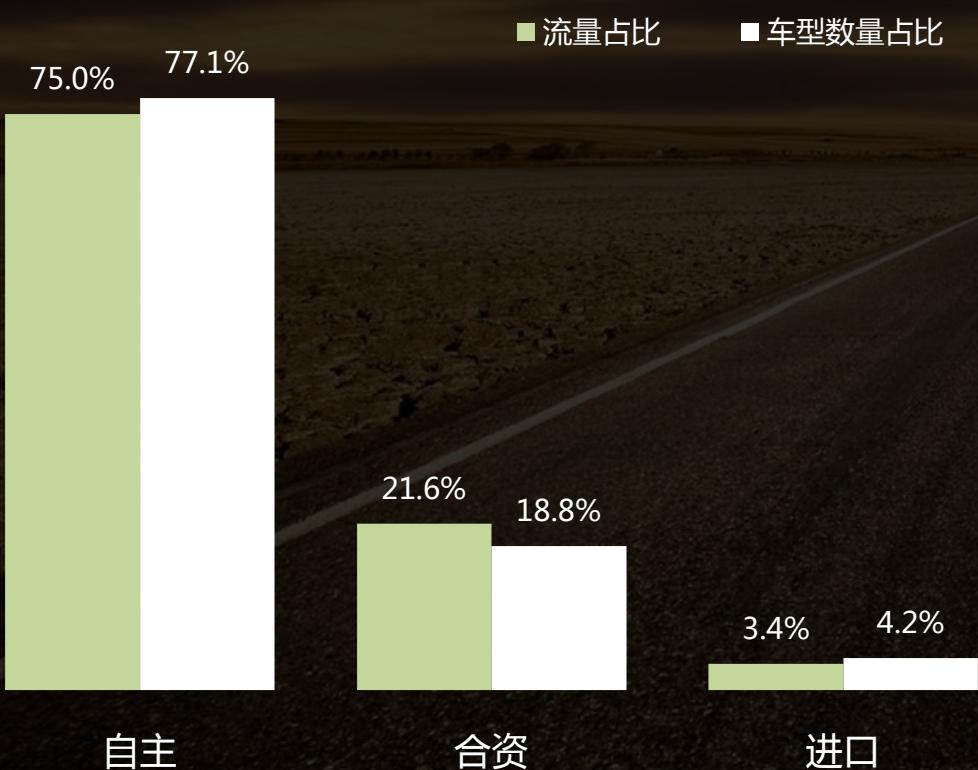
新车城市等级份额



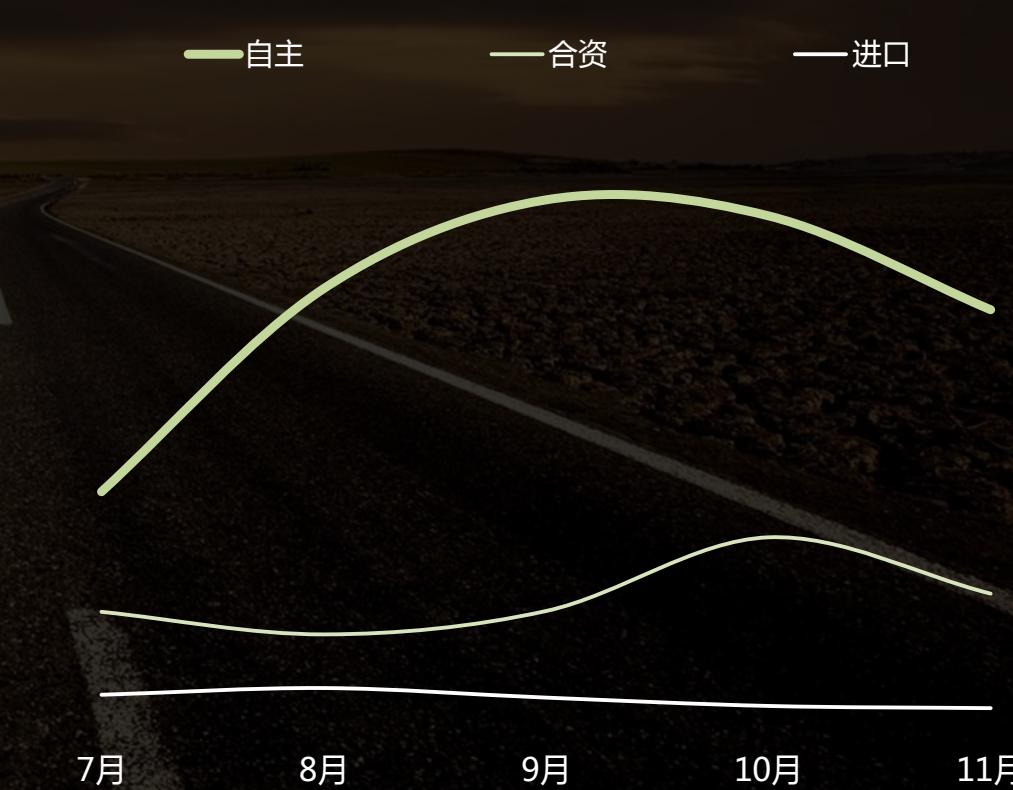
■ 一级10.4% ■ 二级31.9%
■ 三级30.0% ■ 四级及以下27.6%

自主新车型多流量份额大，单车获取流量能力不及合资车型

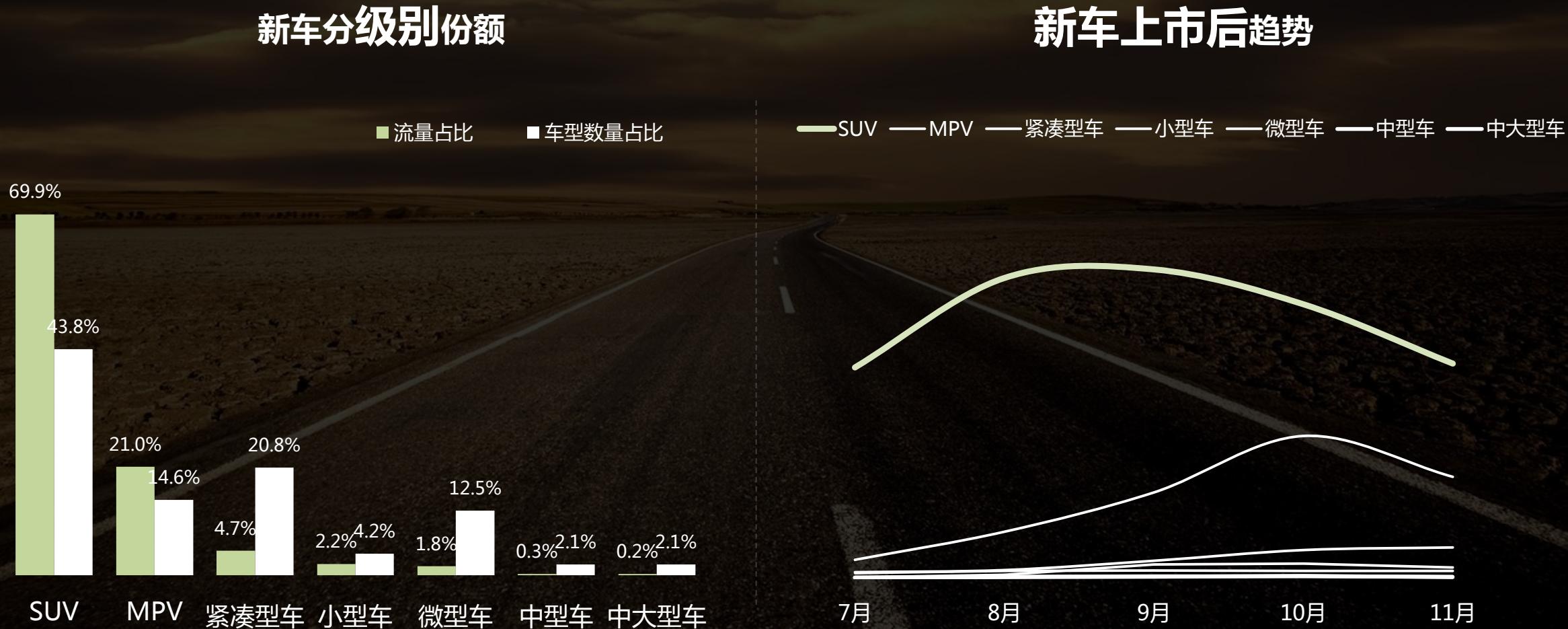
新车分制造属性份额



新车上市后趋势



新车中SUV获取流量能力远大于其他级别车

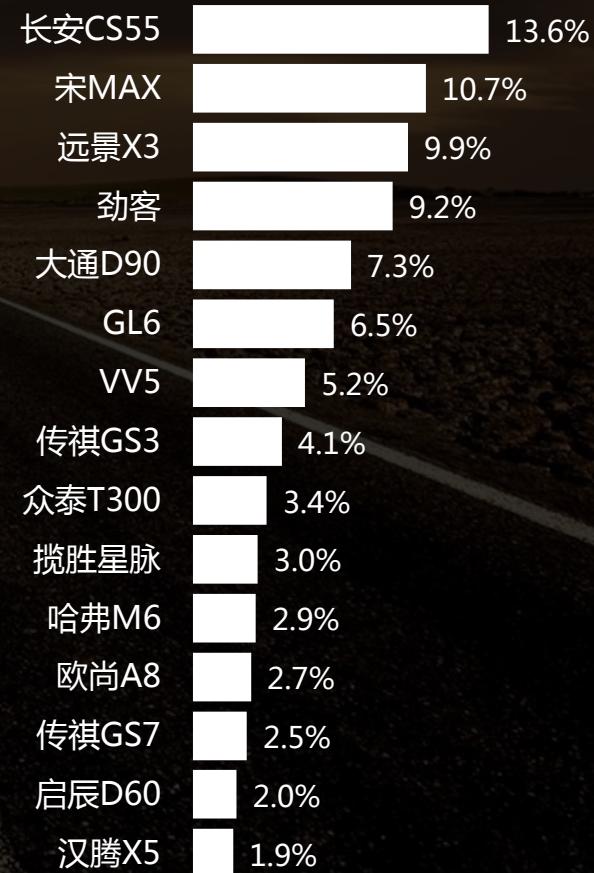


新车TOP品牌&车型份额

新车分品牌份额



新车分车型份额



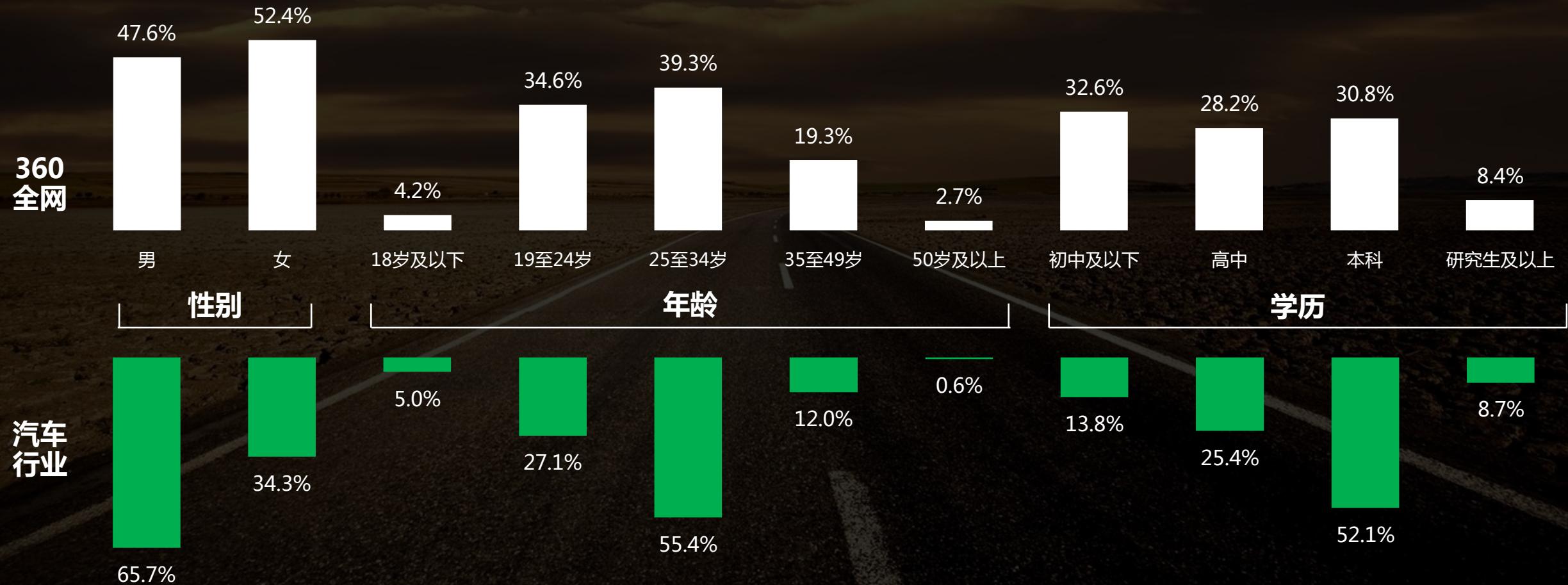
伍

人群特征



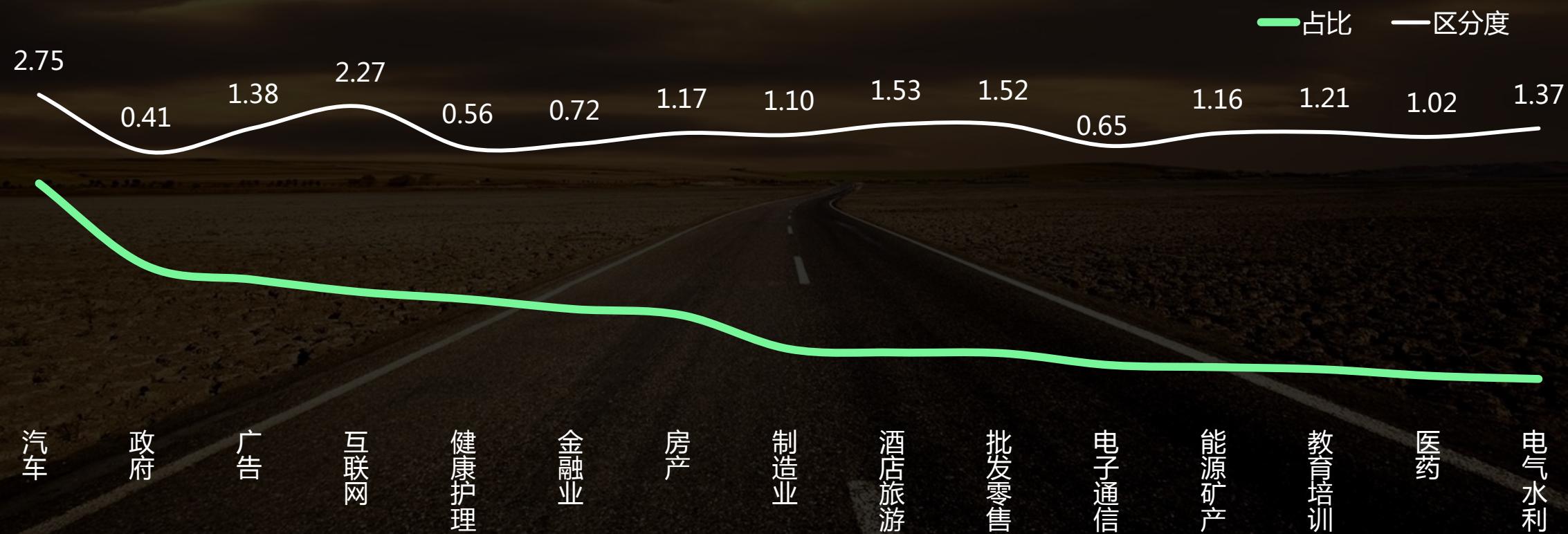
关注汽车以**男性&年轻&高学历**人群为主

人群基本属性



人群以从事**汽车&政府&广告**工作或对与其相关内容感兴趣为主

人群主要职业相关分布



对购买礼品相对最感兴趣

人群购物兴趣区分度TOP



礼品TOP5



汽车用品TOP5



手表首饰TOP



偏好浏览**汽车&旅游**网站，**医疗&房产**网站区分度高



系统安全&通讯社交类最活跃，金融&出行导航类等区分度较高



华为手机占比最大，360手机区分度高



汽车行业大数据报告

谢 谢

