

2016

——二手车行业研究报告

360营销研究院  360
手机助手



报告导读

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

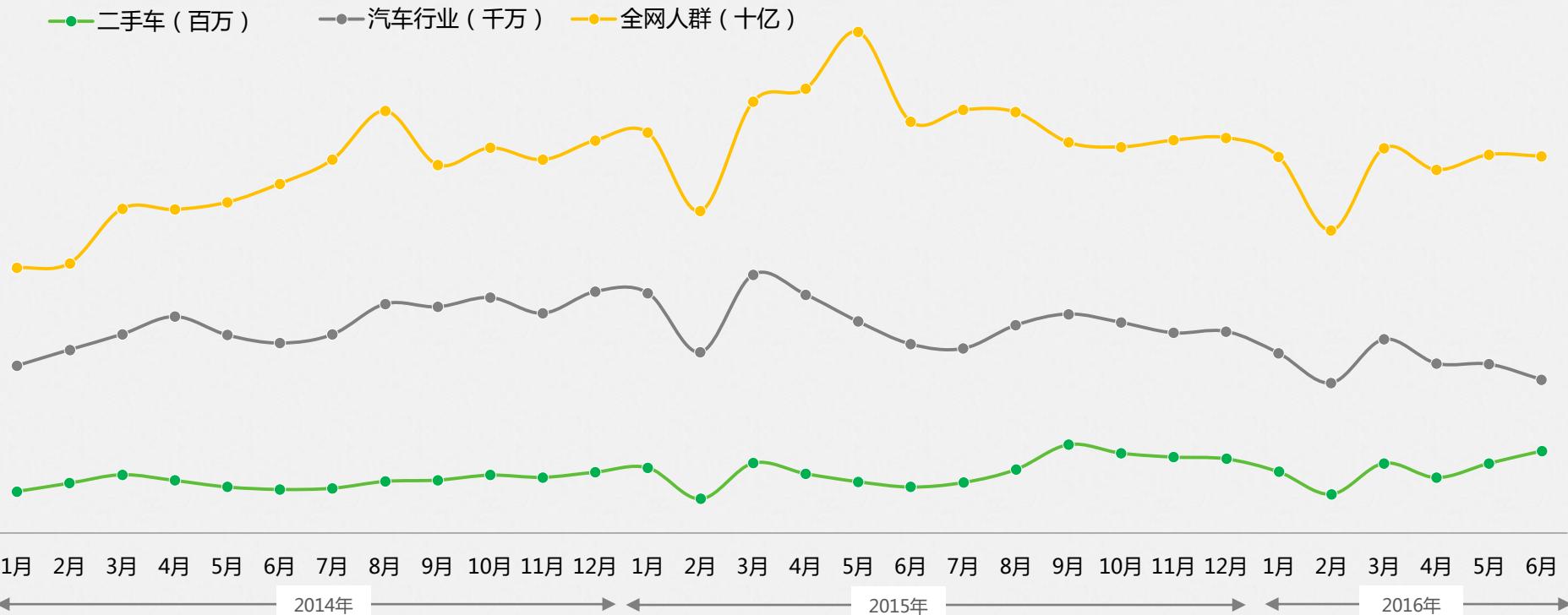
PC端/APP人群属性及兴趣点分析



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

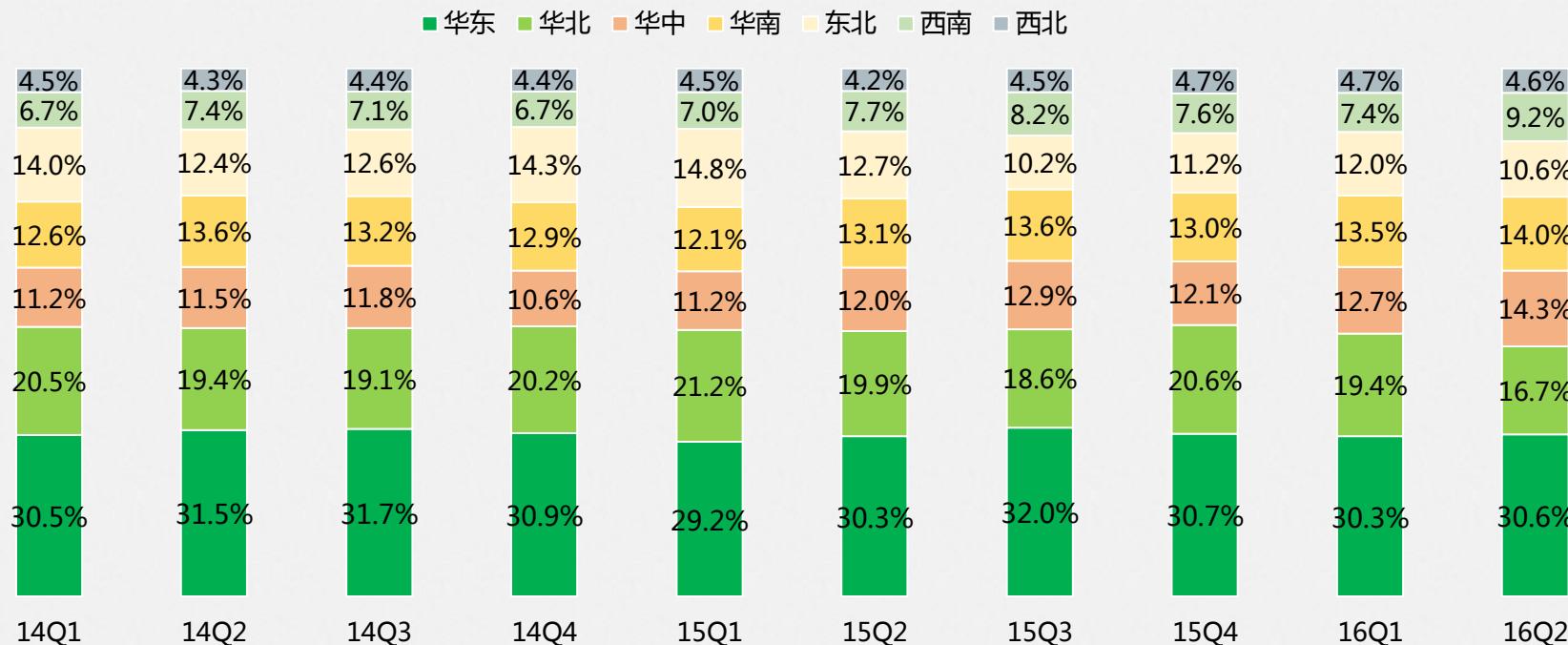




南部和中部区域搜索二手车占比呈上升趋势

□ 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

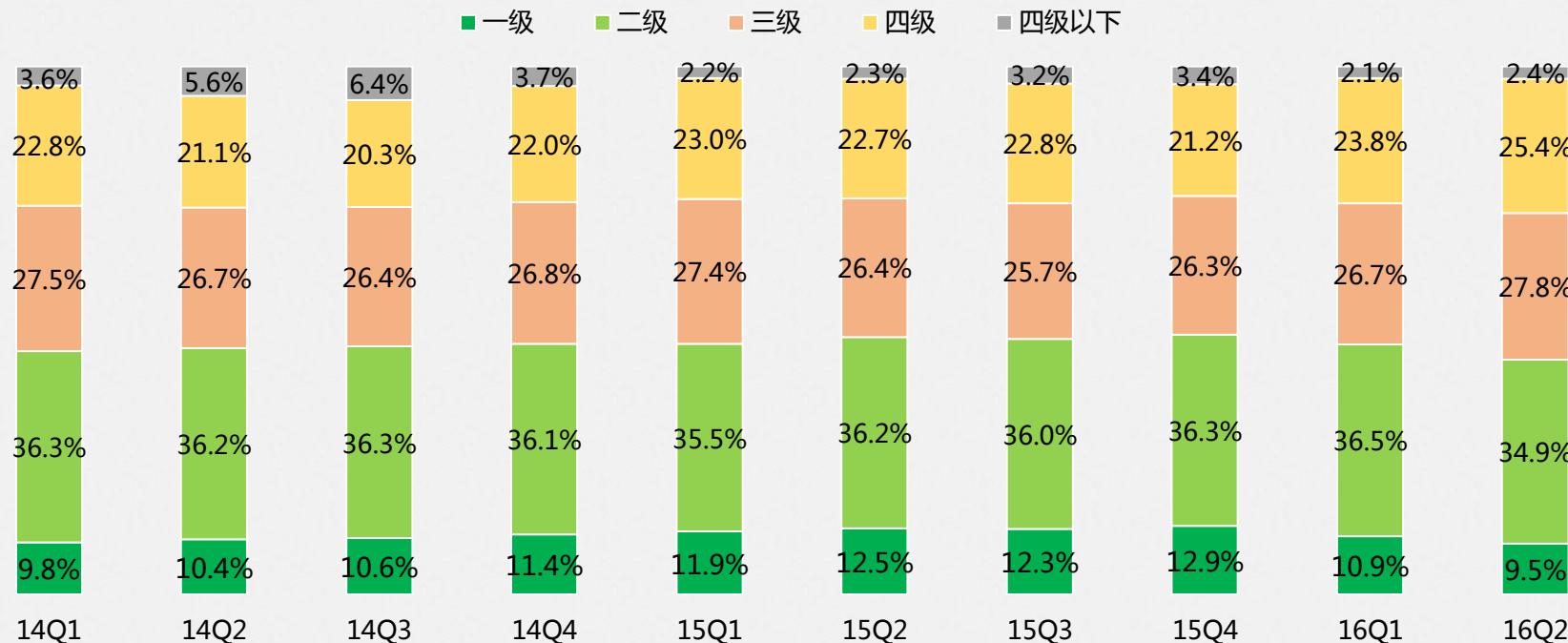




三四级城市搜索二手车占比呈上升趋势

□ 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

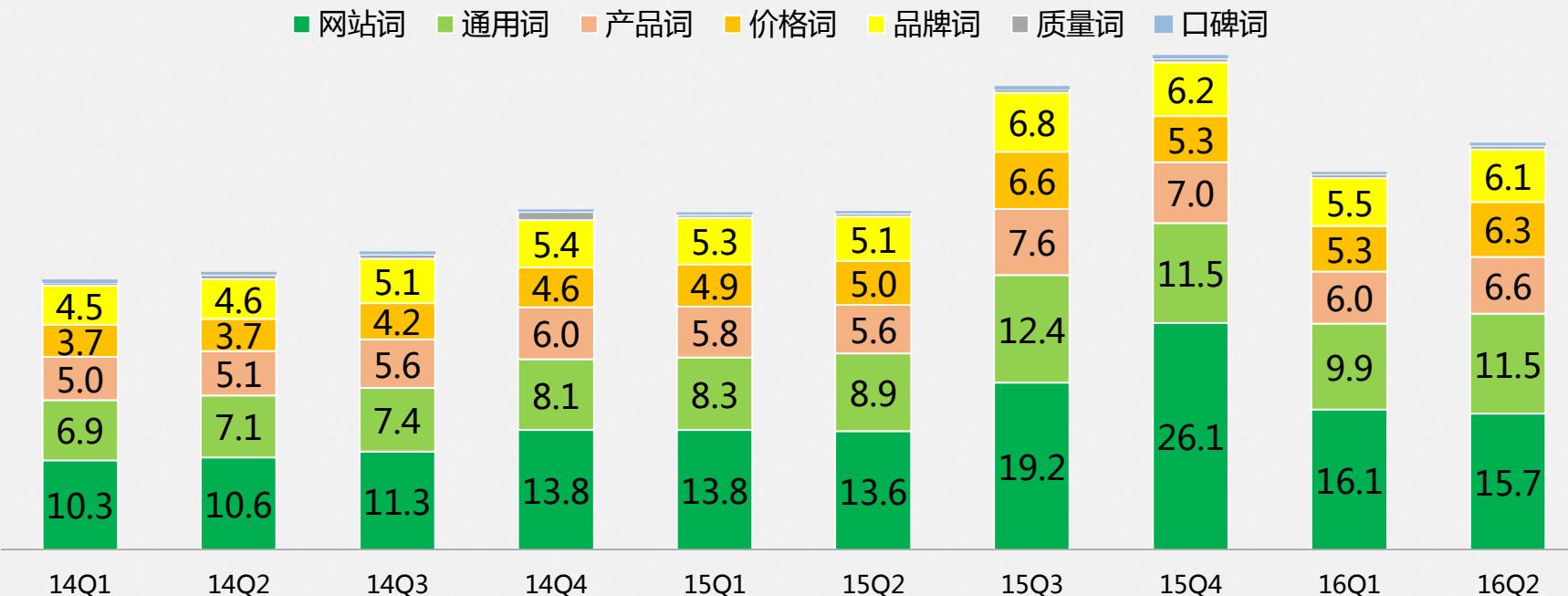
- PC端/APP人群属性及兴趣点分析



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

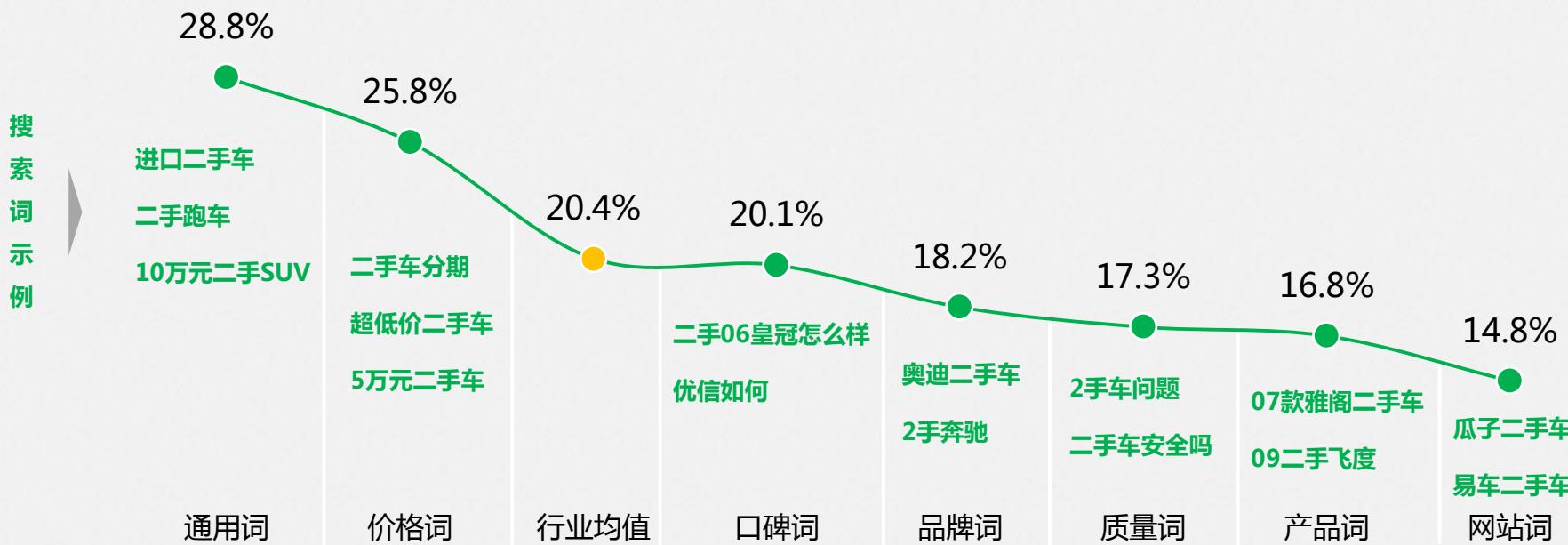




通用词和价格词搜索量同比提升最高

□ 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

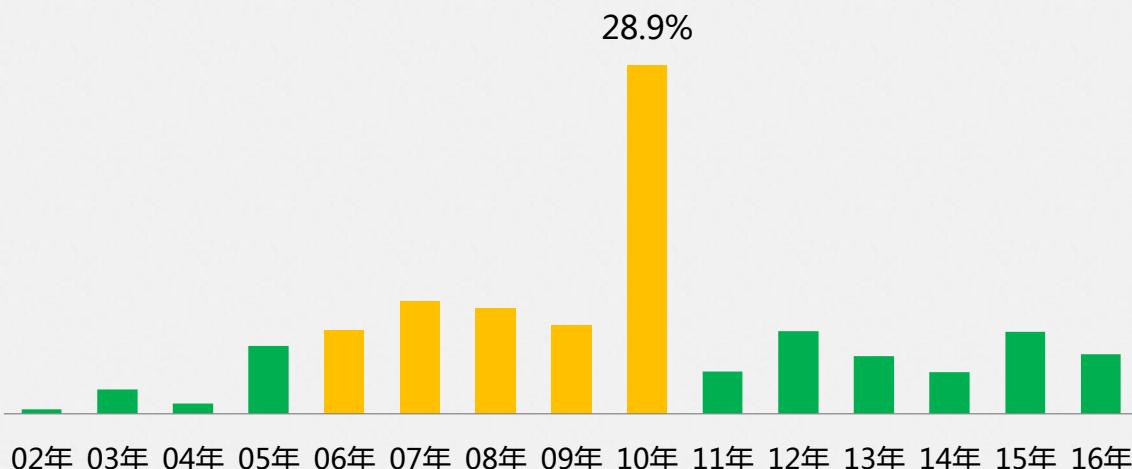




2010年的二手车更受关注

□ 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年起亚运舰怎样’

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

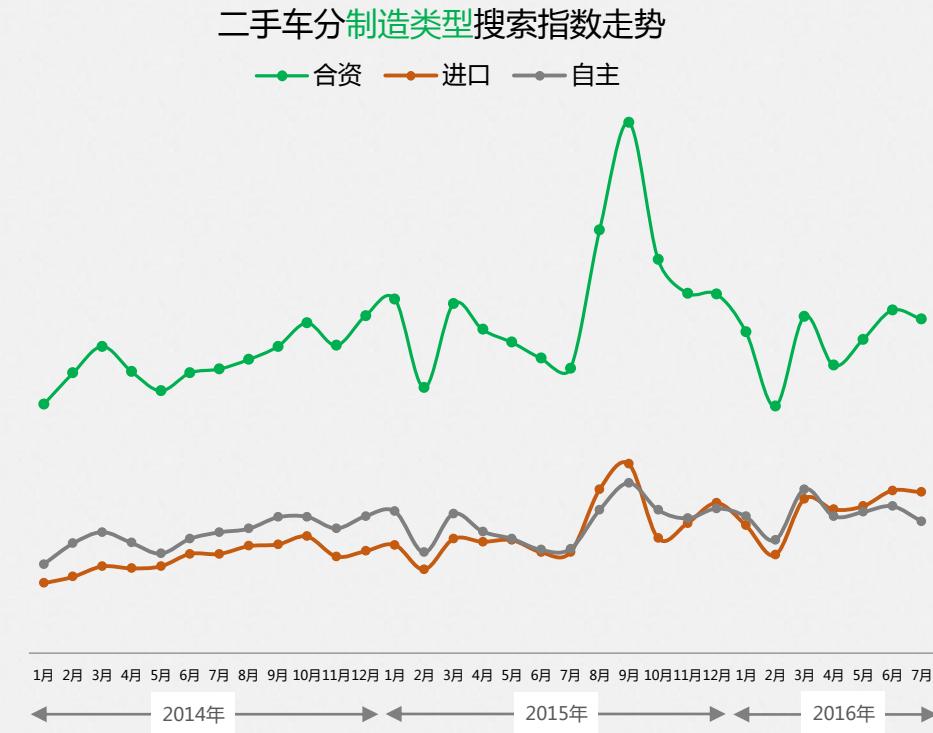
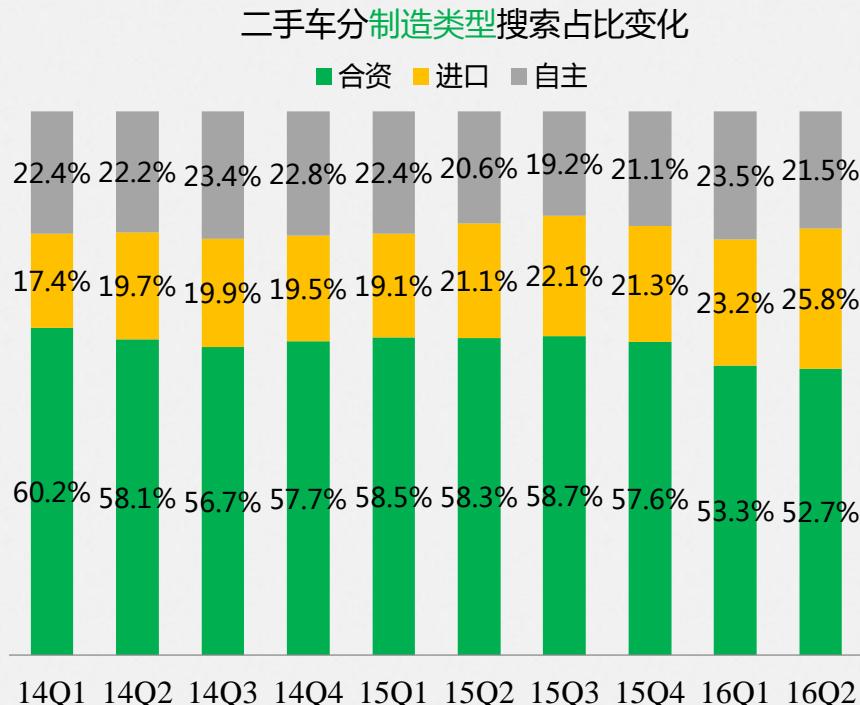
人群分析

- 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





欧系和日系二手车更受关注

□ 二手车各车系搜索趋势趋同

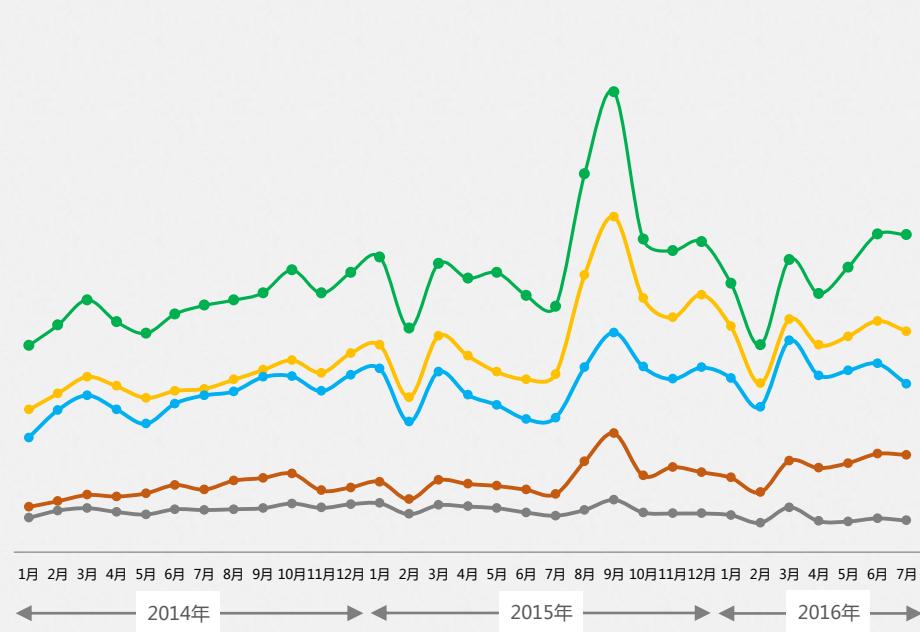
二手车分车系搜索占比变化

■ 欧系 ■ 日系 ■ 中系 ■ 美系 ■ 韩系



二手车分车系搜索指数走势

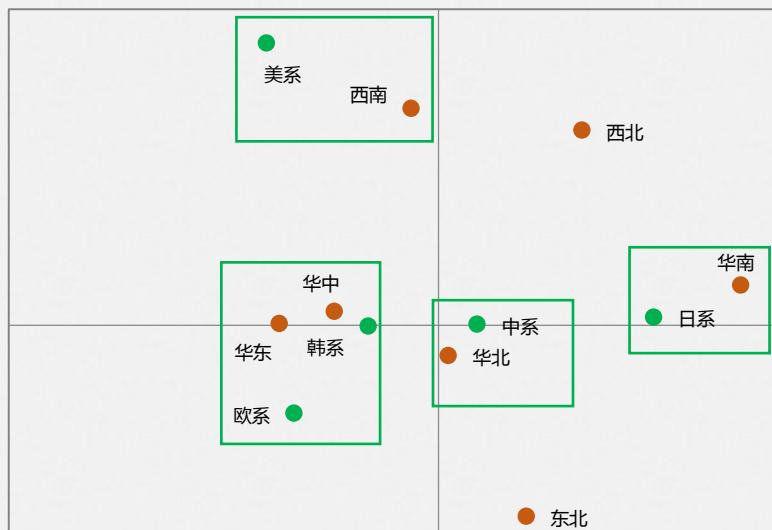
—●— 欧系 —○— 日系 —△— 中系 —◆— 美系 —●— 韩系



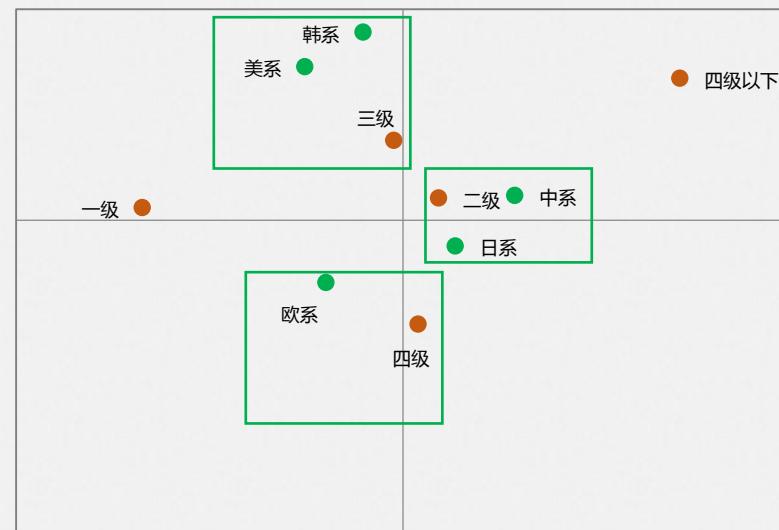
欧系二手车整体与华东/四级城市相关性较强

- 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

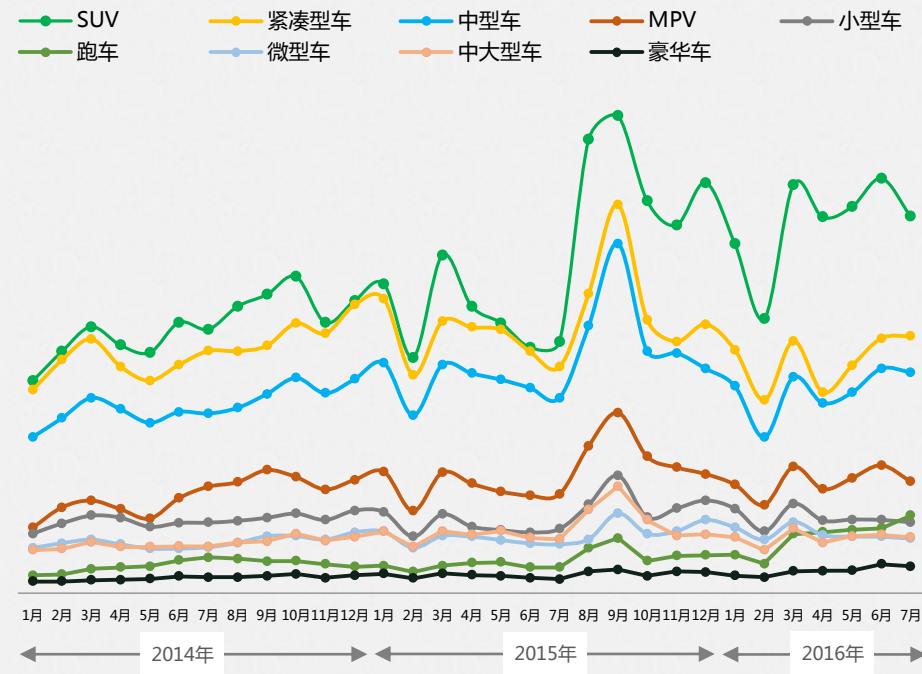
二手车分级别搜索占比

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

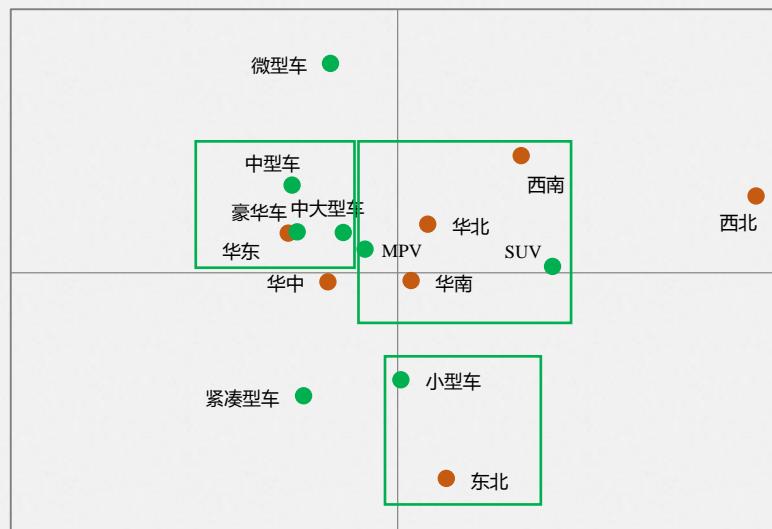
SUV 紧凑型车 中型车 MPV 小型车 跑车 微型车 中大型车 豪华车



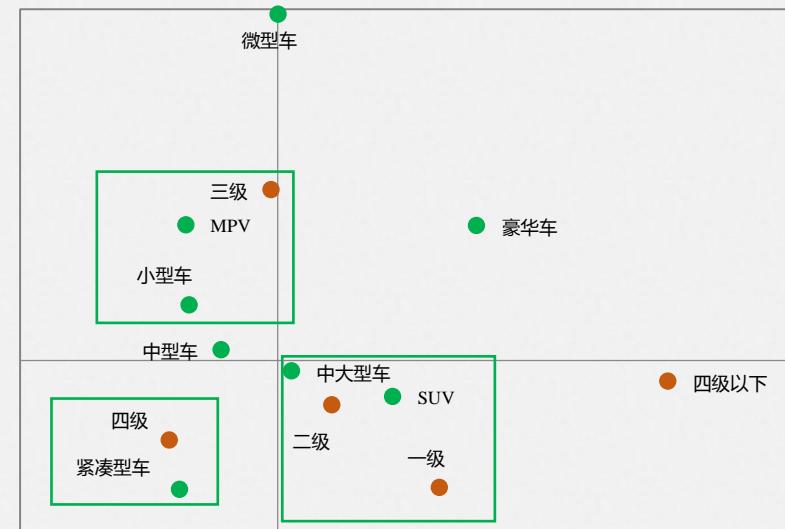
SUV车型整体与华北/华南/一二级城市相关性较强

- 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

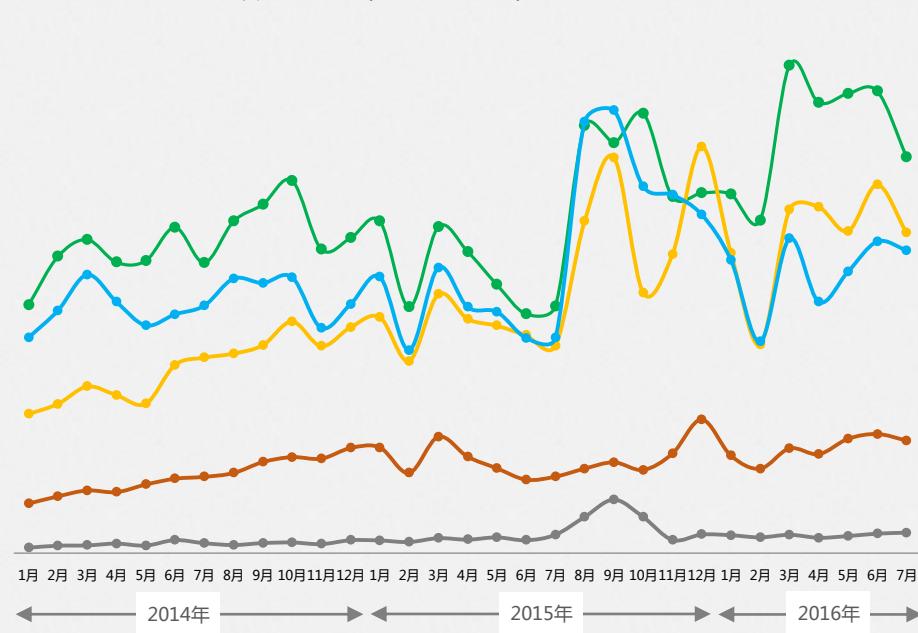
二手车分级别搜索占比趋势

■ 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

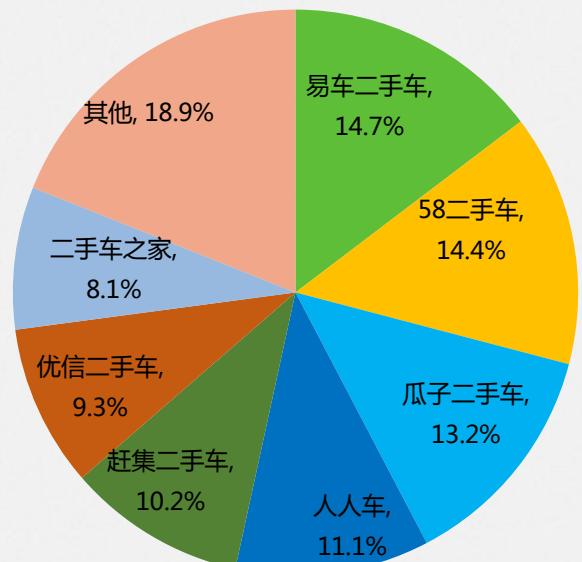




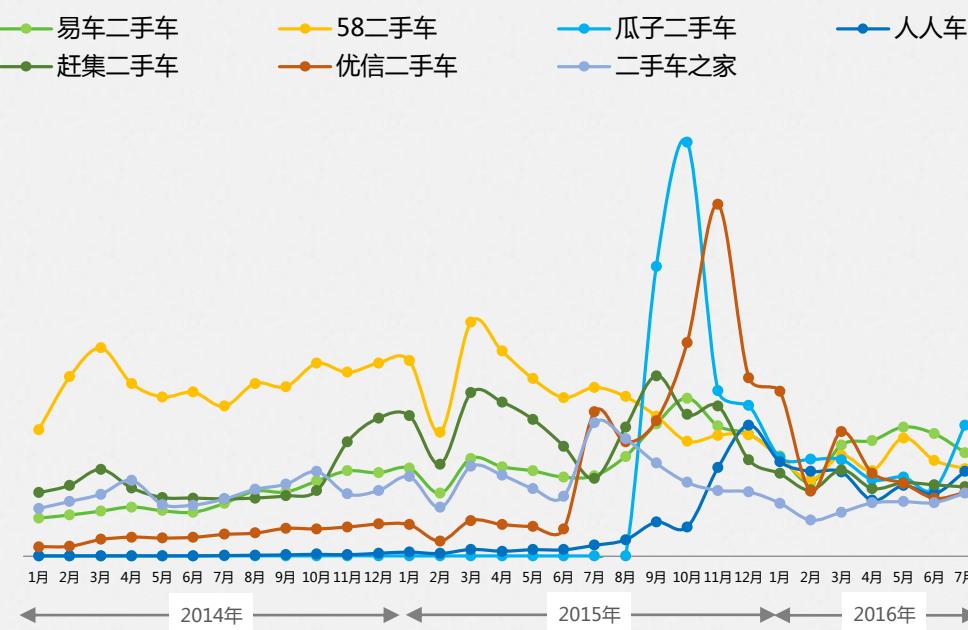
二手车网站中易车二手车搜索量相对较大

□ 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



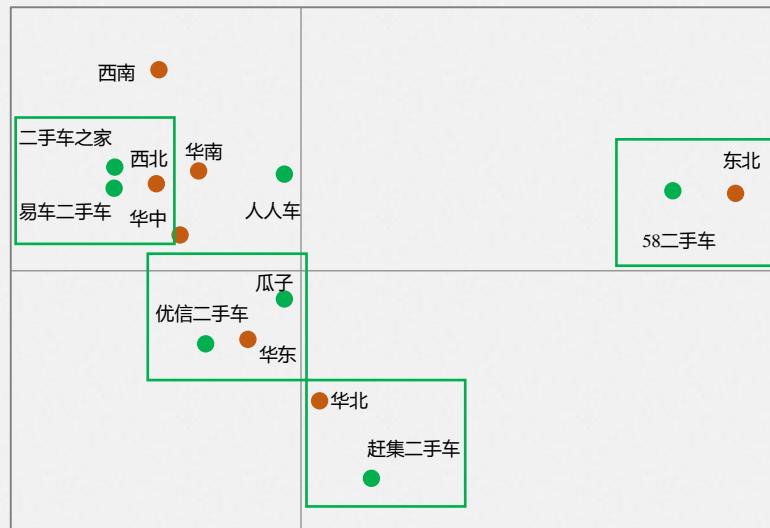
二手车网站搜索指数走势



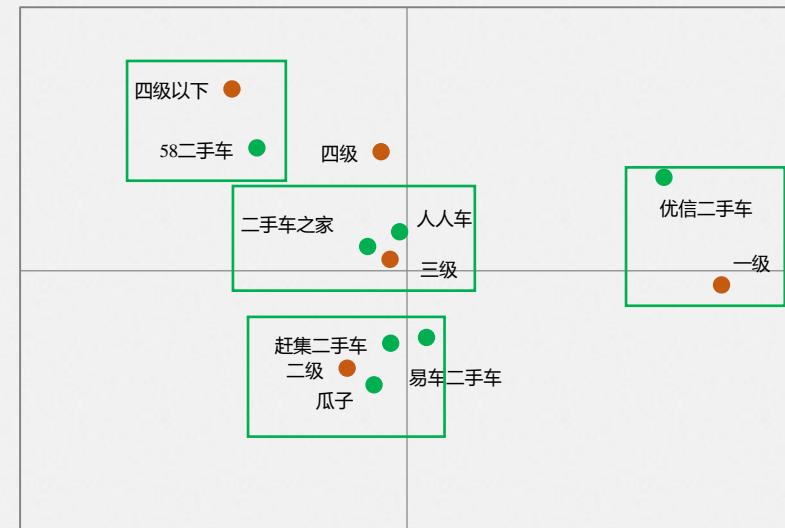
易车二手车整体与华中/西北/二级城市相关性较强

□ 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

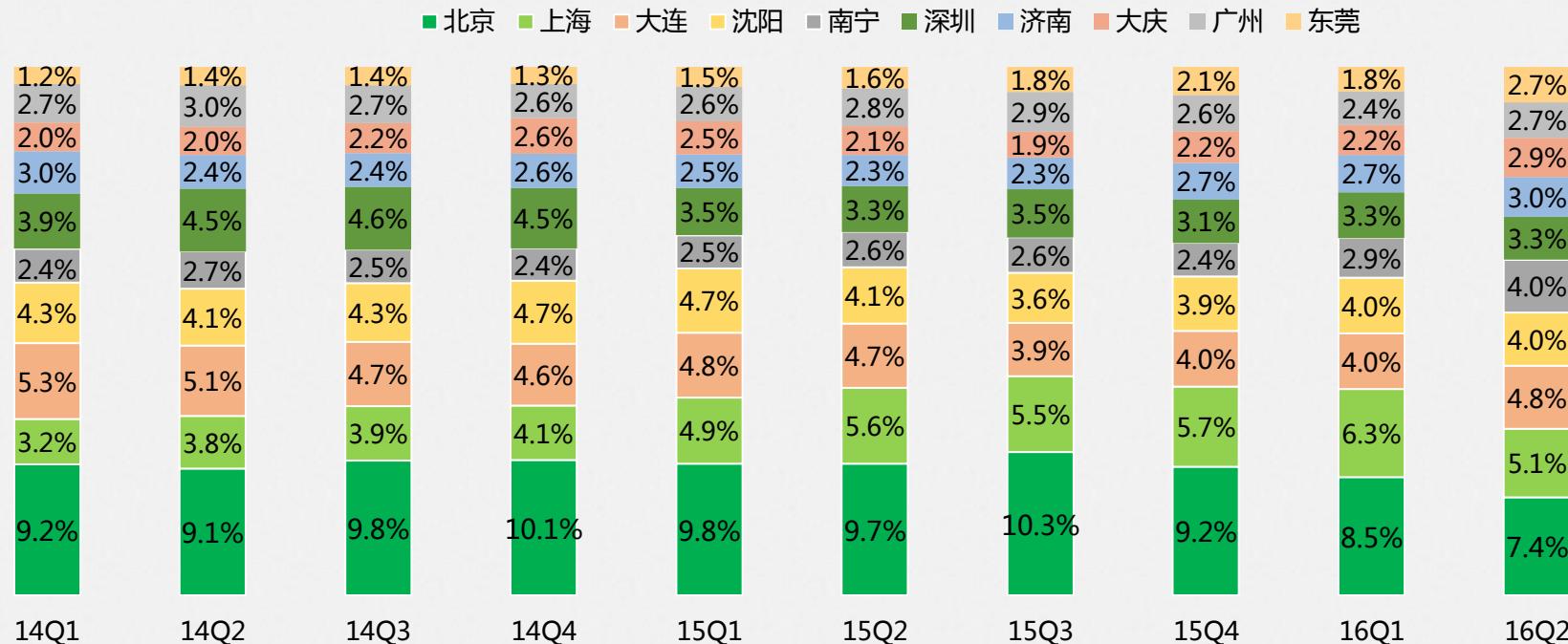




北京和上海的二手车相关内容搜索占比呈下降趋势

□ 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

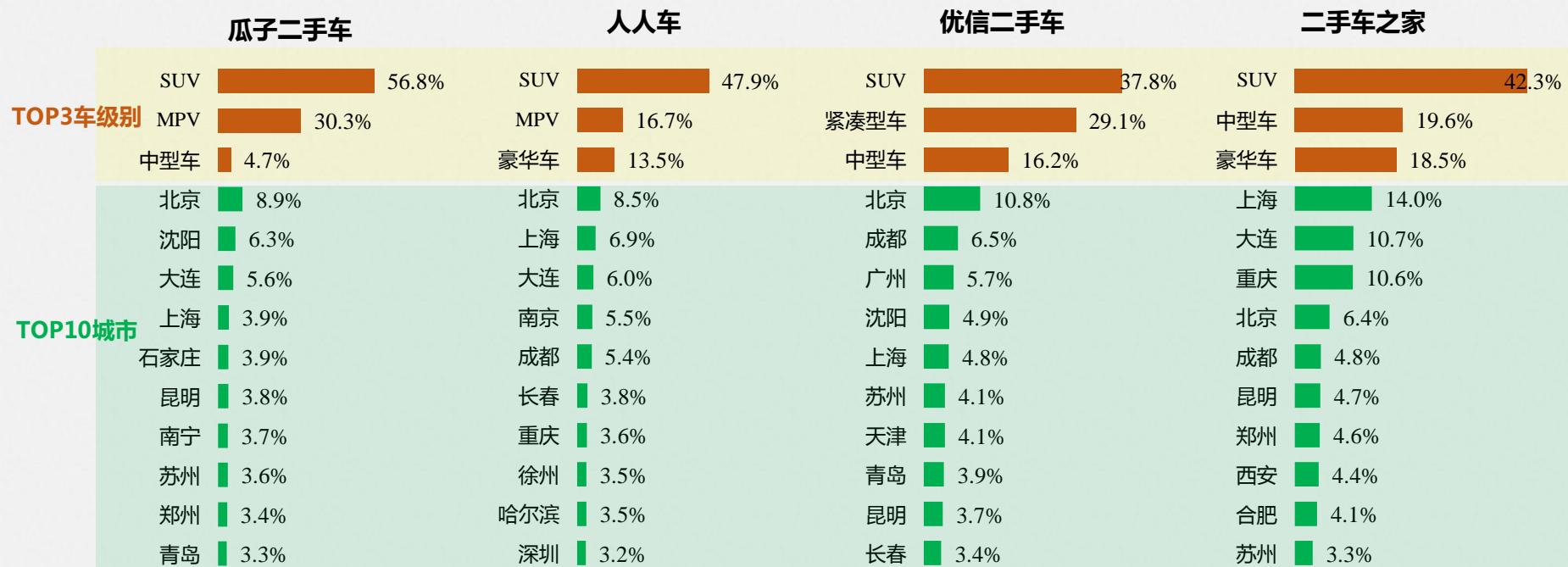




瓜子/人人车/优信/二手车之家整体搜索差异不大

□ 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

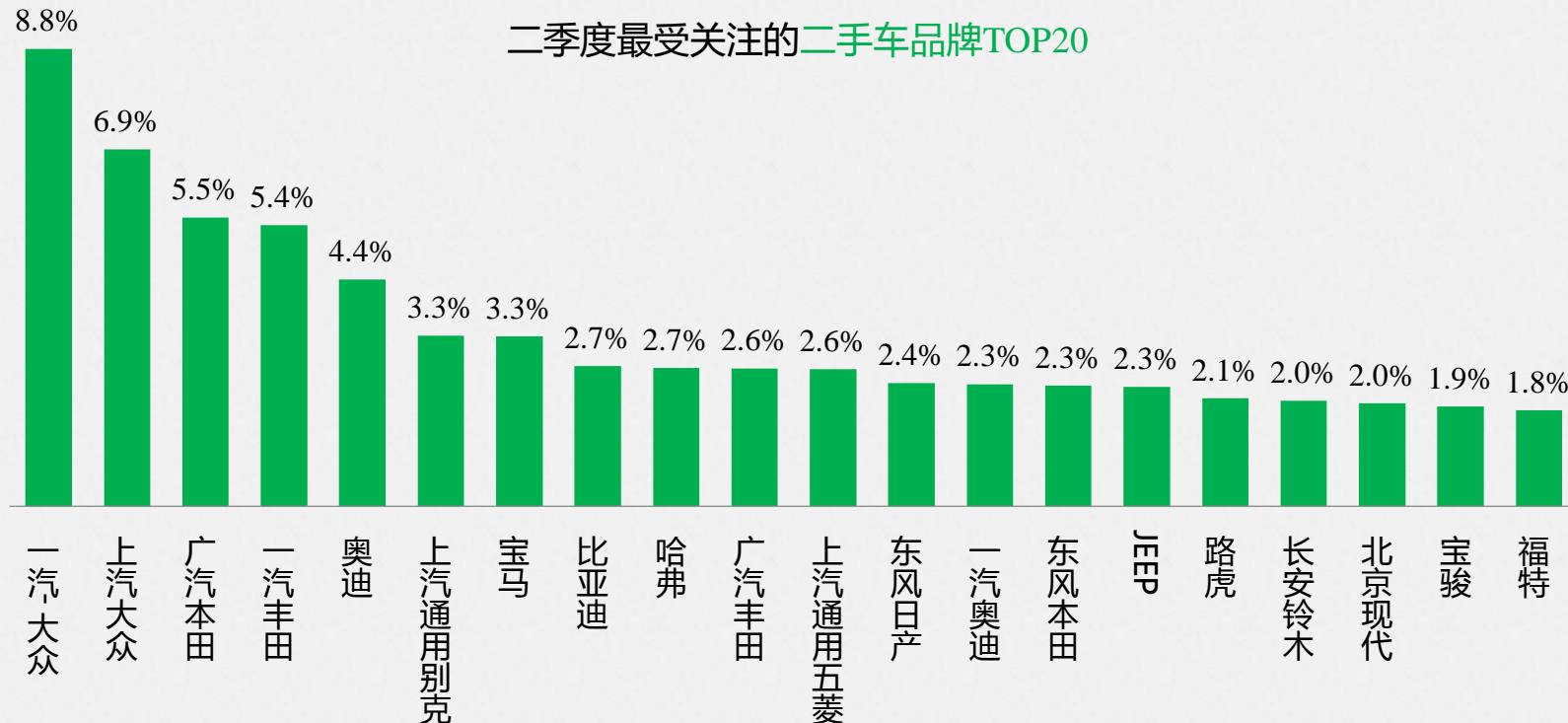
- PC端/APP人群属性及兴趣点分析



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

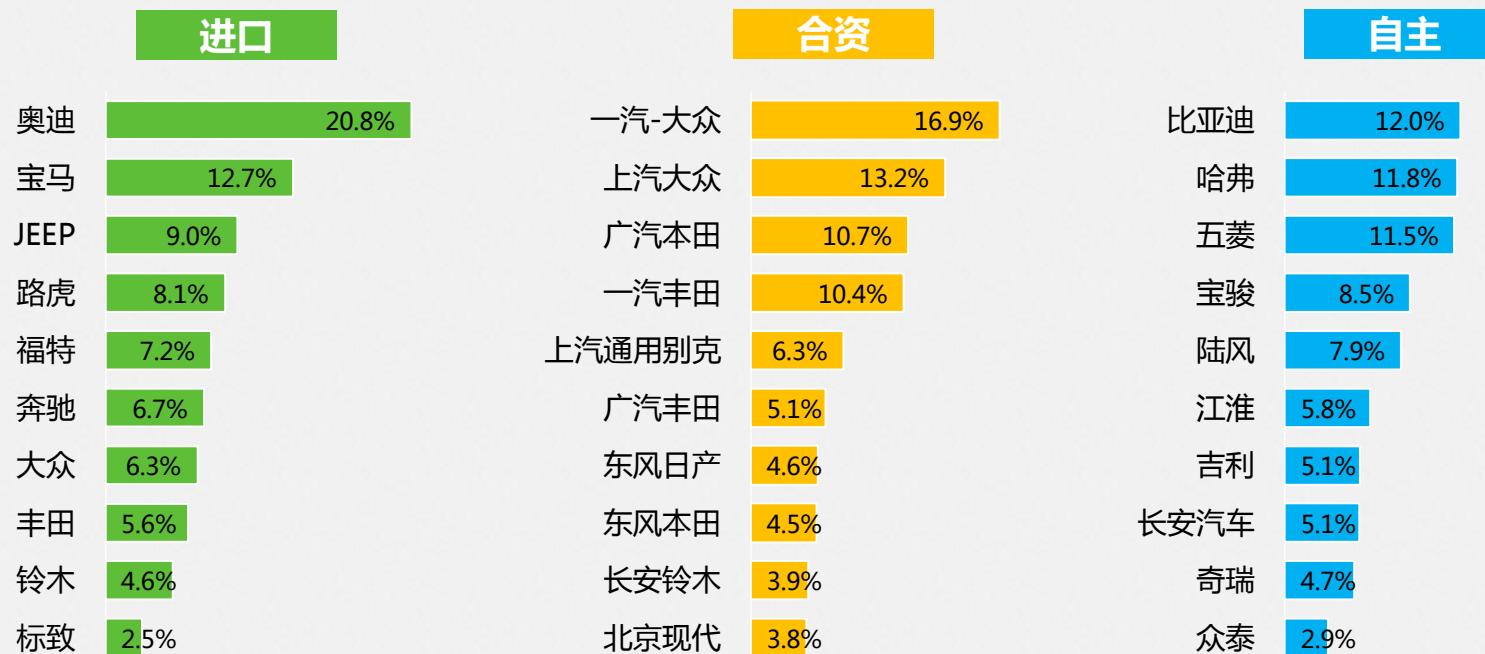




自主品牌间搜索量差距相对较小

□ 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

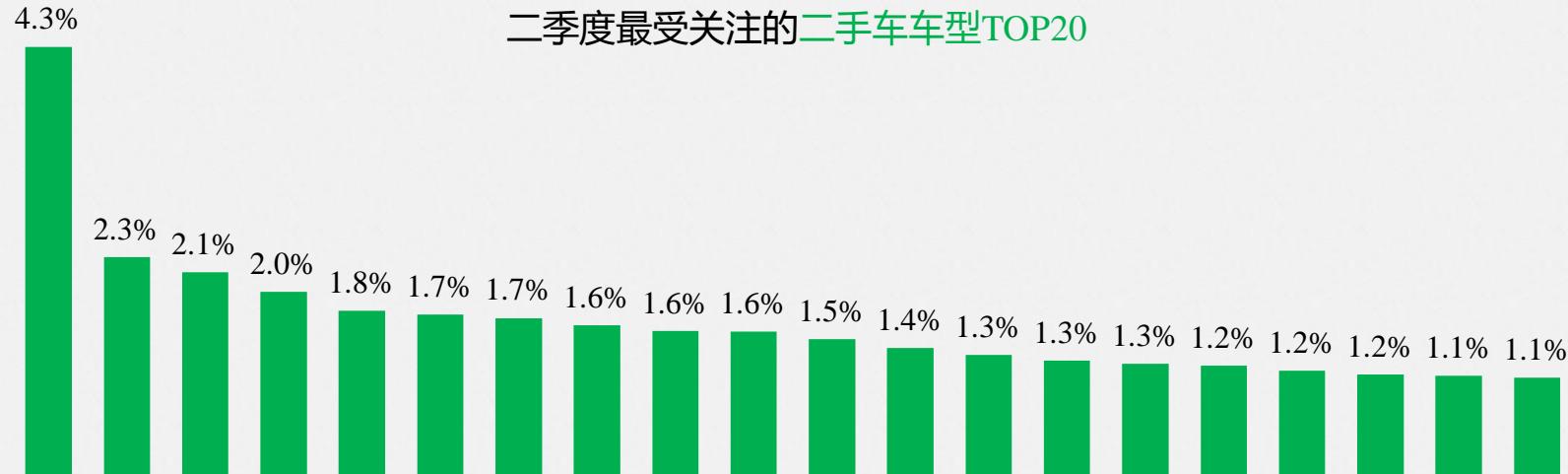
二手车2016年二季度进口/合资/自主品牌搜索量占比





二手车捷达最受关注

□ 搜索量TOP20车型中，SUV车型占比超三成



紧凑型	中型	M P V	中大 S U V	紧凑 S U V	紧凑 S U V	跑车	紧凑 S U V	中型	中型 S U V	紧凑型	中型	中型 S U V	小型	M P V	紧凑型	微型	中型	小型 S U V	紧凑型
-----	----	-------------	-------------------	-------------------	-------------------	----	-------------------	----	-------------------	-----	----	-------------------	----	-------------	-----	----	----	-------------------	-----



二手车紧凑型车中一汽-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%



二手车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%	一汽丰田普拉多	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%	广汽本田奥德赛	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%
一汽皇冠	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%	广汽丰田汉兰达	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%	东风风行菱智	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

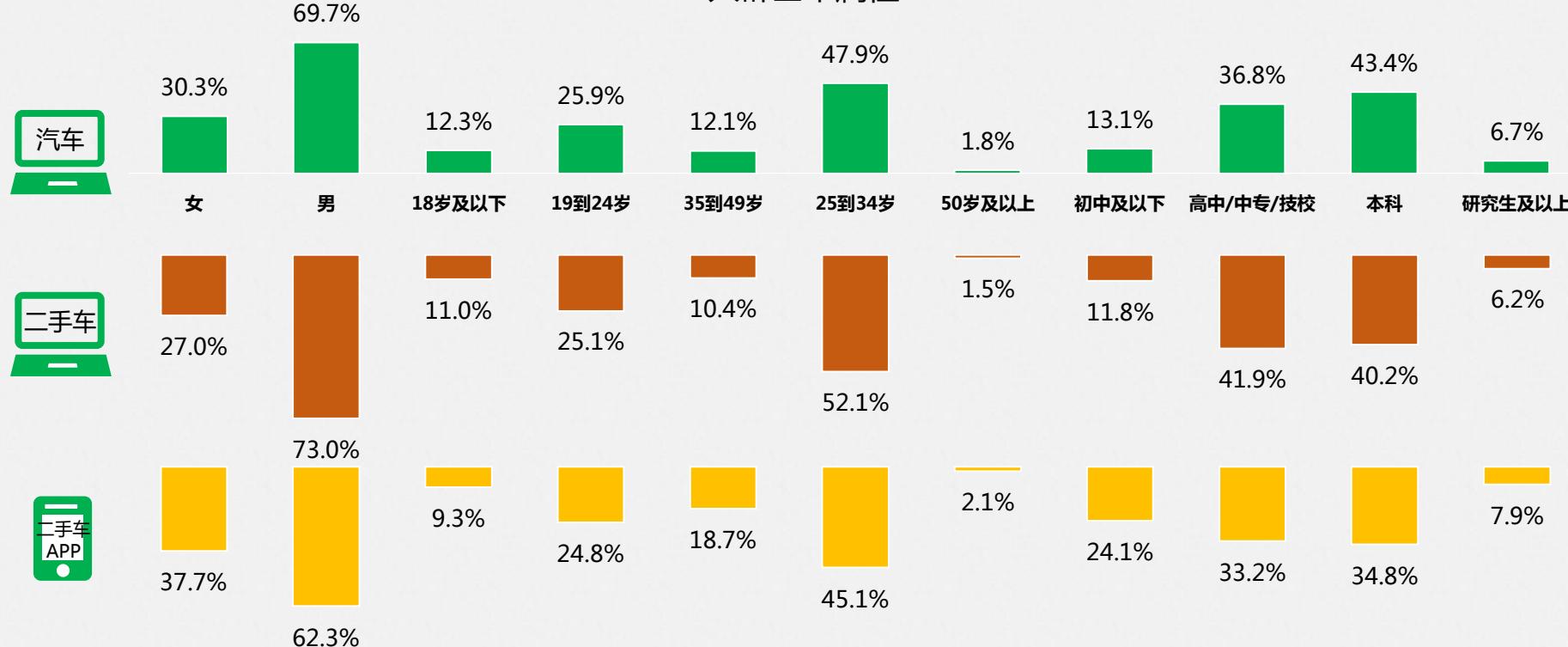
人群分析

- 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

人群基本属性

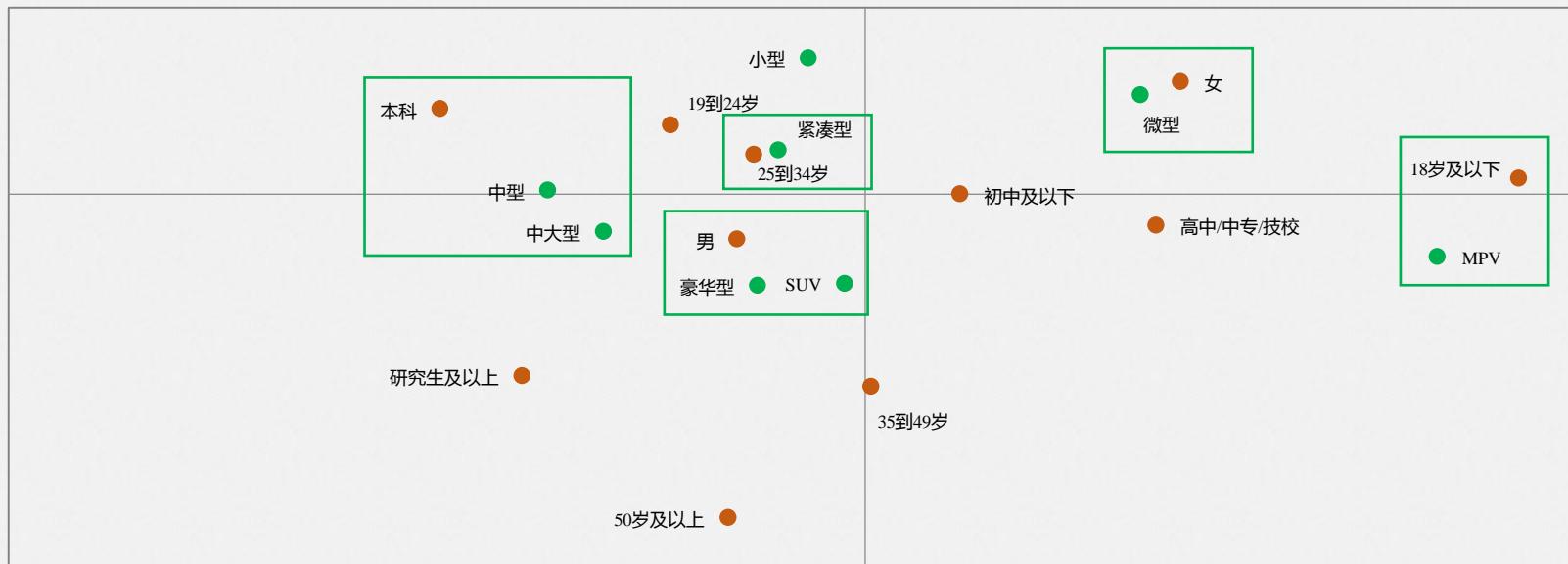




豪华型和SUV与男性相关性更强；微型与女性相关性更强

□ 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

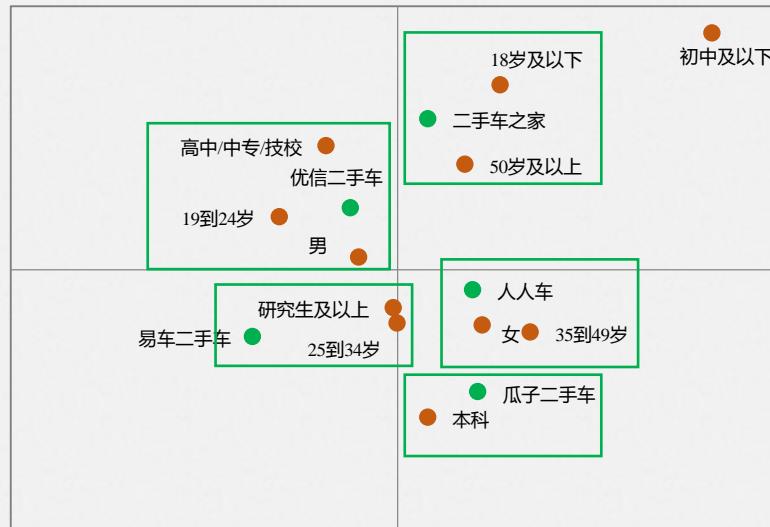


二手车网站搜索人群与二手车APP下载人群属性差异较大

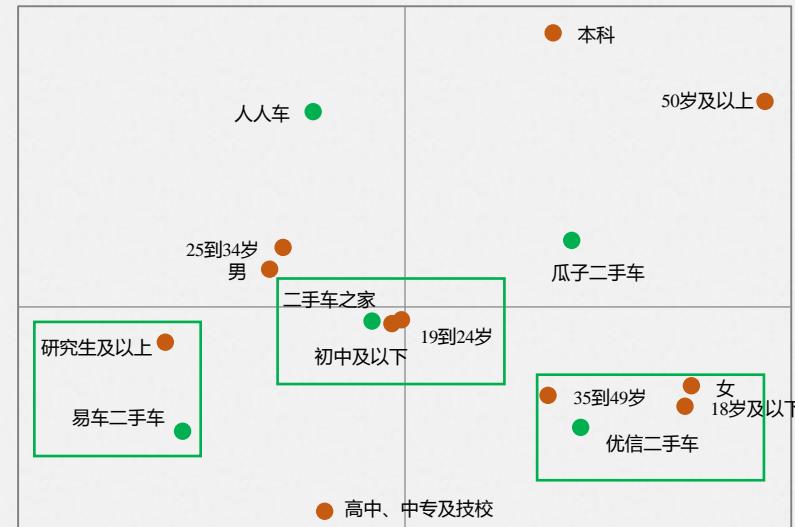
□ 易车二手车人群学历较高



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

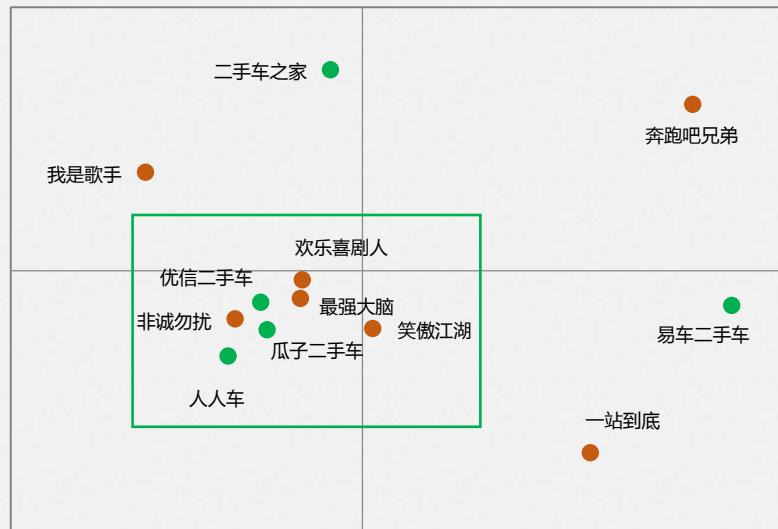


优信/瓜子/人人车在PC搜索方面与国内综艺节目相关性较为趋同

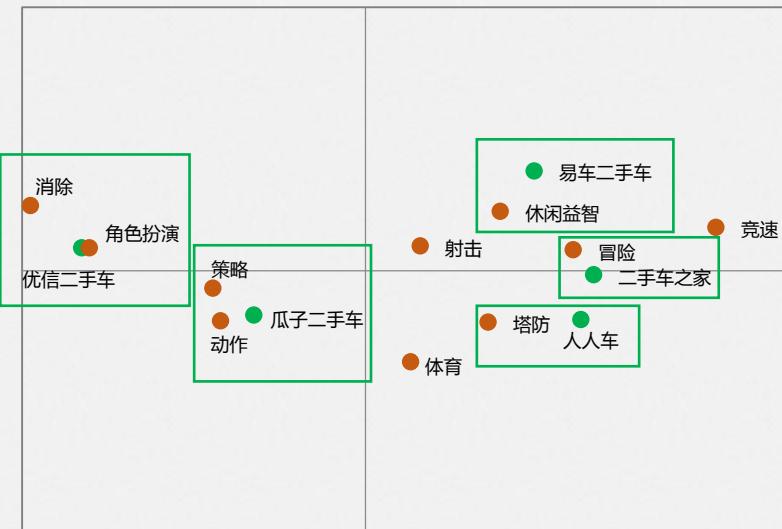
□ APP下载方面，优信与角色扮演/消除、瓜子与动作/策略、人人车与塔防、二手车之家与冒险、易车二手车与休闲益智类游戏APP相关性较强



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

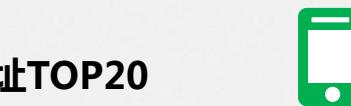
□ 下载二手车APP期间下载过的其他区分度较高的APP中，旅游类APP较多

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

人人车(renrenche.com)	35.6
易车二手车(taoche.cn)	22.9
瓜子二手车(guazi.com)	22.4
优信二手车(xin.com)	20.2
海车集(haicj.com)	18.6
车猫(chemao.com.cn)	16.9
第一车网(iautos.cn)	15.9
二手车之家(che168.com)	15.6
273二手车(273.cn)	15.5
华夏二手车(hx2car.com)	14.8
爱卡二手车(used.xcar.com.cn)	13.5
58同城(quanguo.58.com)	13.3
家家好车(hao.autohome.com.cn)	11.9
车王(carking001.com)	11.7
51汽车(51auto.com)	9.4
中国二手车城(cn2che.com)	9.4
网上车市(cheshi.com)	9.3
汽车江湖(qc188.com)	7.5
惠买车(yicemall.com)	7.1
易鑫车贷(chedai.bitauto.com)	7.1



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

- **自主品牌**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

360营销研究院  360
手机助手

