

# 白电行业 搜索研究

360营销研究院

360 商易

# 导 读

(dao)  
(du)

注：数据采用四舍五入进位，  
占比数据可能出现和不为  
100%的情况，属正常现象

## 人群定义：

- ① 全网人群：指使用**好搜**的**全部**人群
- ② 白电人群：指在**好搜**平台上，搜索过**白色家电**相关内容的群体

## 数据时间范围：

- ① 搜索趋势数据：2014年1月-2015年6月
- ② 搜索占比数据：2015年4月-2015年6月
- ③ 搜索浏览路径：2015年5月中旬-6月上旬（规避618特殊时点）
- ④ 品牌竞争分析：2015年4月-2015年6月
- ⑤ 人群特征数据：2015年6月

# Content 目录

1

流量趋势研究

2

搜索浏览路径

3

品牌竞争分析

4

消费者行为画像

- 白电总体搜索趋势
- Top品类搜索趋势



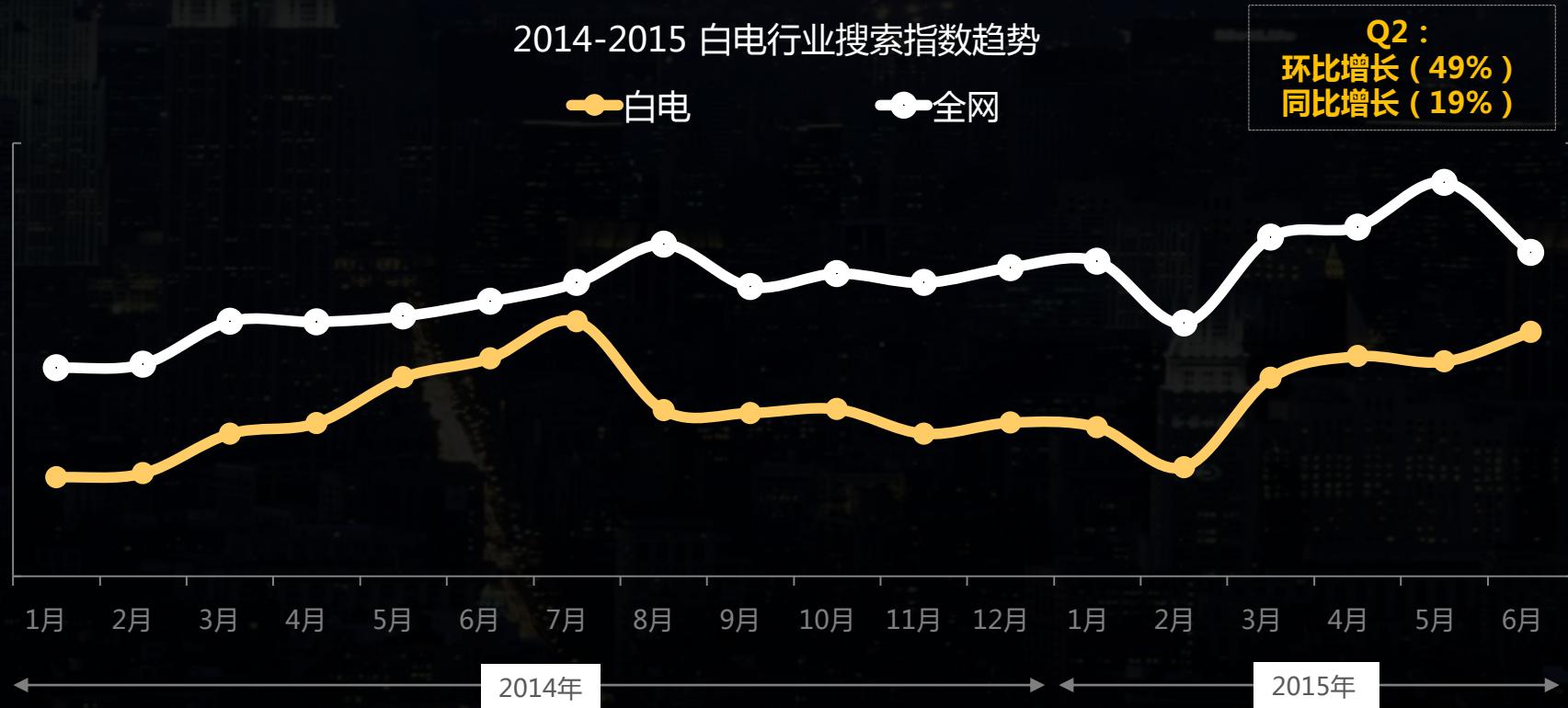
# 流量

趋势研究

量

# 未雨绸缪，春夏时节是白电搜索旺季

- 白电行业搜索指数呈稳步上升趋势，2015年2季度同比增长19%
- 受春节影响，2015年2季度白电搜索环比涨幅较大，涨幅为49%

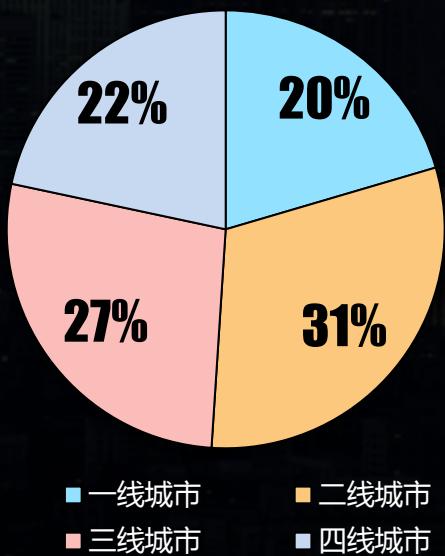


注：全网和白电数据搜索指数量级差异较大，分别对应不同的坐标轴，此处只说明数据趋势a

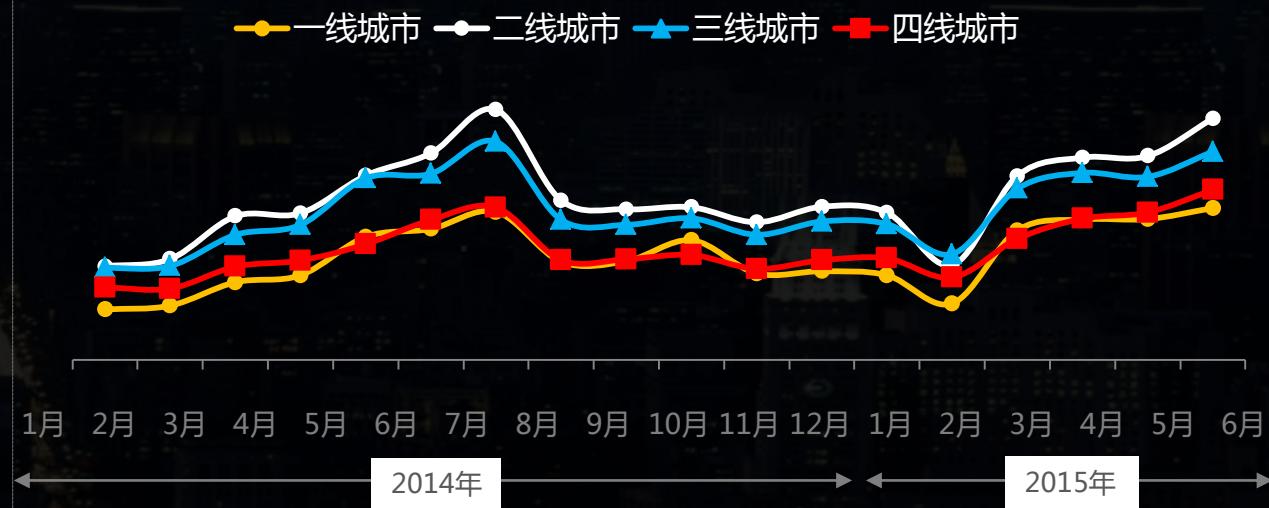
# 四线城市白电搜索量受营销活动影响较弱

- 二三线城市为白电行业搜索贡献了大部分流量
- 分城级来看，四线城市白电搜索指数趋势波动最平缓

2015年Q2 各城级搜索占比



2014-2015 白电行业城级搜索指数



注：各城级城市未进行抽样，此处数据范围为城级内对应的全部城市。其中：一线城市包含北上广3城；

二线城市以省会城市为主，涵盖部分经济发达的副省会或地级城市，包含深圳、成都、武汉、沈阳、西安、杭州、青岛、佛山等29个城市

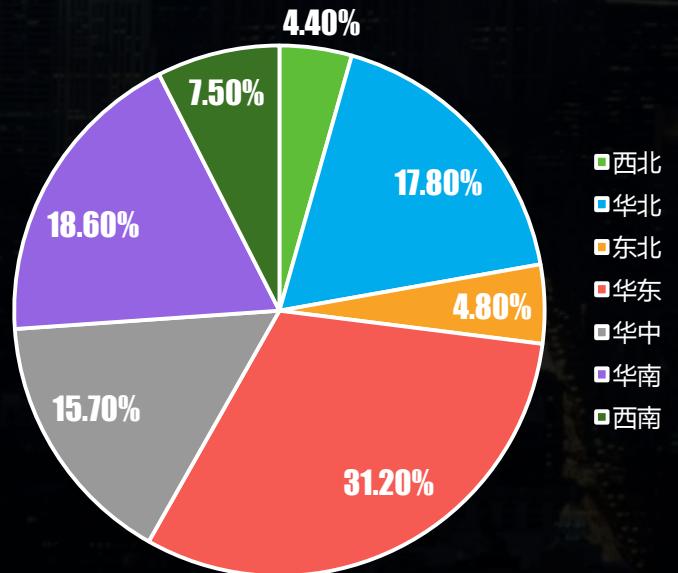
三线城市以经济发展水平较高的地级市为主，包含烟台、包头、保定、江门、廊坊等85个城市

四线城市以经济发展水平一般地级市及部分县市为主，包含宝鸡、北海、铜川、郴州、天水等218个城市

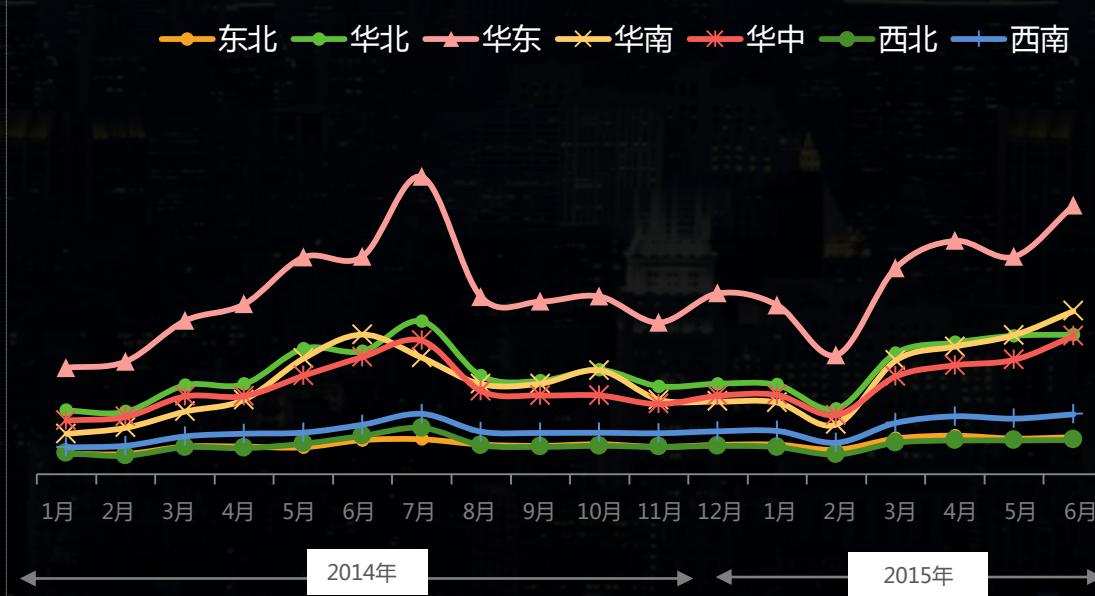
# 华南地区白电搜索波峰提前，6月达波峰

- 华东地区搜索占比最高，且全年波动较为明显
- 华南地区白电搜索指数6月波峰，比其他区域略有提前

2015年Q2 各区域搜索占比



2014-2015 白电行业区域搜索指数



# 不同省市流量层级分化明显，宜施行差异化营销推广

- 广东、山东、北京、江苏：对白电的关注度较高，且TGI指数高于100
- 浙江、河南、河北、福建：贡献的搜索量较多，但对白电的关注度偏低，即TGI低于100



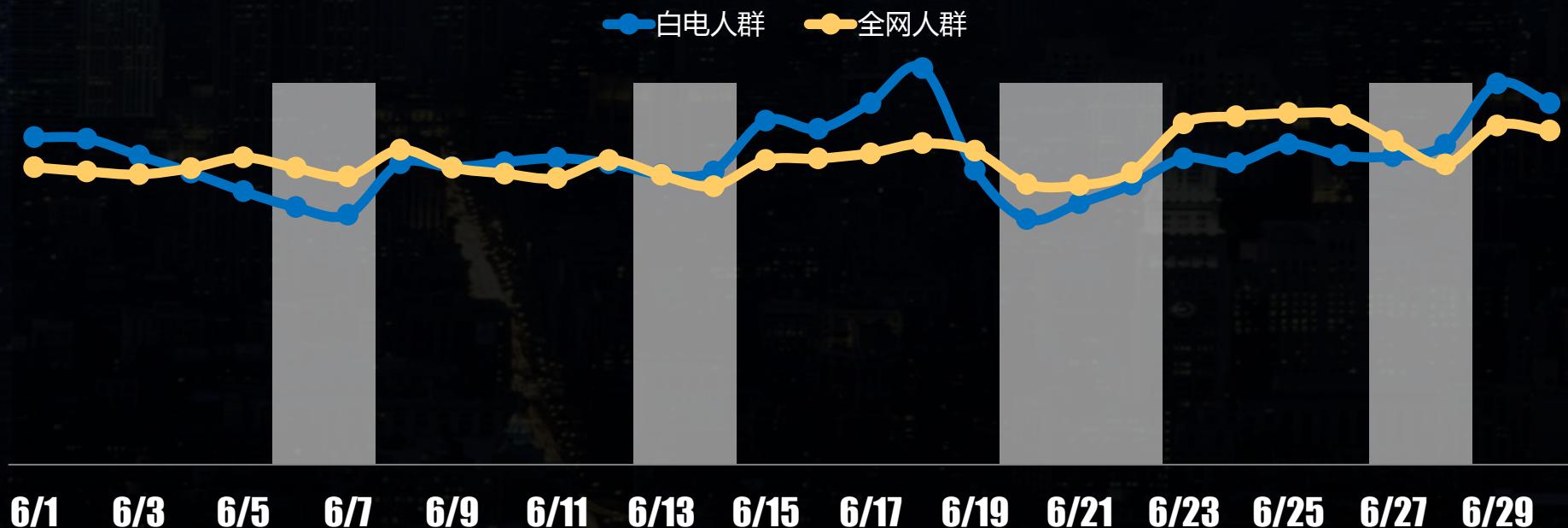
$$TGI\text{指数} = \frac{\text{白电搜索量的地域占比}}{\text{360搜索总体搜索量的地域占比}} \times 100$$

Target Group Index (目标群体指数)，本处用于反映白电搜索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，代表该省份对白电的关注程度高于整体水平

# 电商促销活动对白电搜索量的拉升作用显著

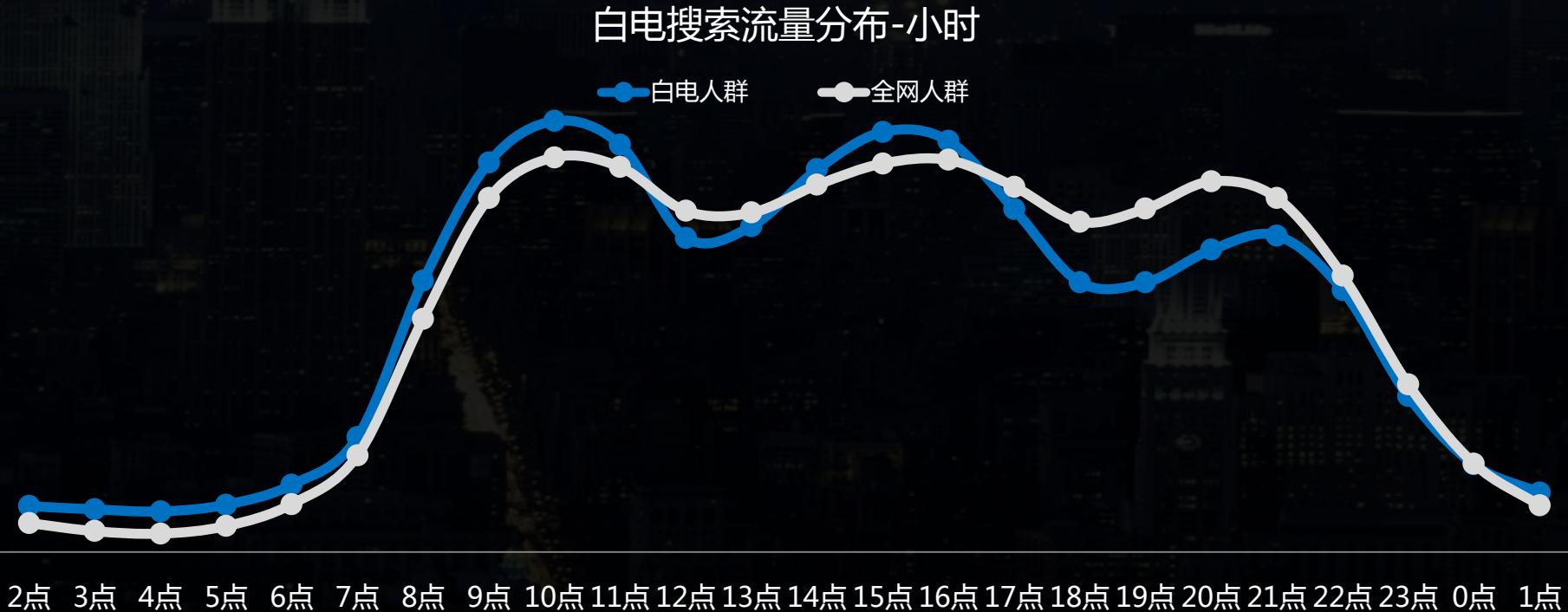
- 15年6月数据显示，工作日的白电人群搜索指数高于休息日搜索指数
- 618前3天开始白电搜索量显著增加，受端午假期和618引发的决策过程前移双重影响，6月20-22日三天白电搜索量偏低

白电搜索流量分布-15年6月份



# 白电搜索上下午流量集中，晚间流量偏低

- 白电搜索在上午10-11点、下午3-4点两个时段更集中，晚间搜索量较全网趋势偏低



数据时间范围：15年6月

# 品类搜索淡旺季差异明显，冰洗搜索呈互补趋势

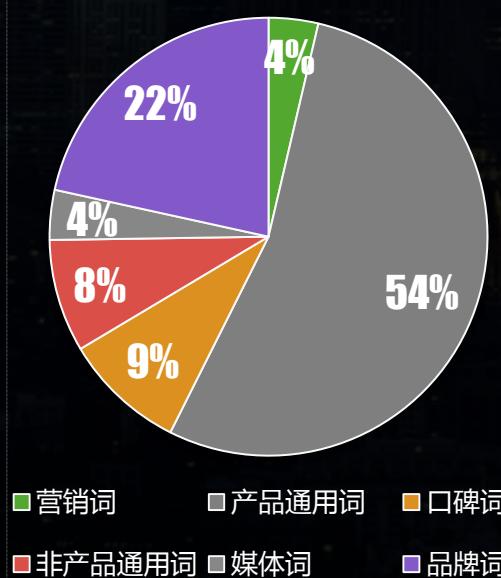
- 空调为白电搜索贡献了大部分流量，3月开始，空调搜索量显著提升，7月搜索量达峰值
  - 冰箱搜索量从3、4月份开始稳步提升，在6月和10月分别达到两个波峰
  - 洗衣机搜索量则在9月至次年1月即秋冬季，一直处于较高水平



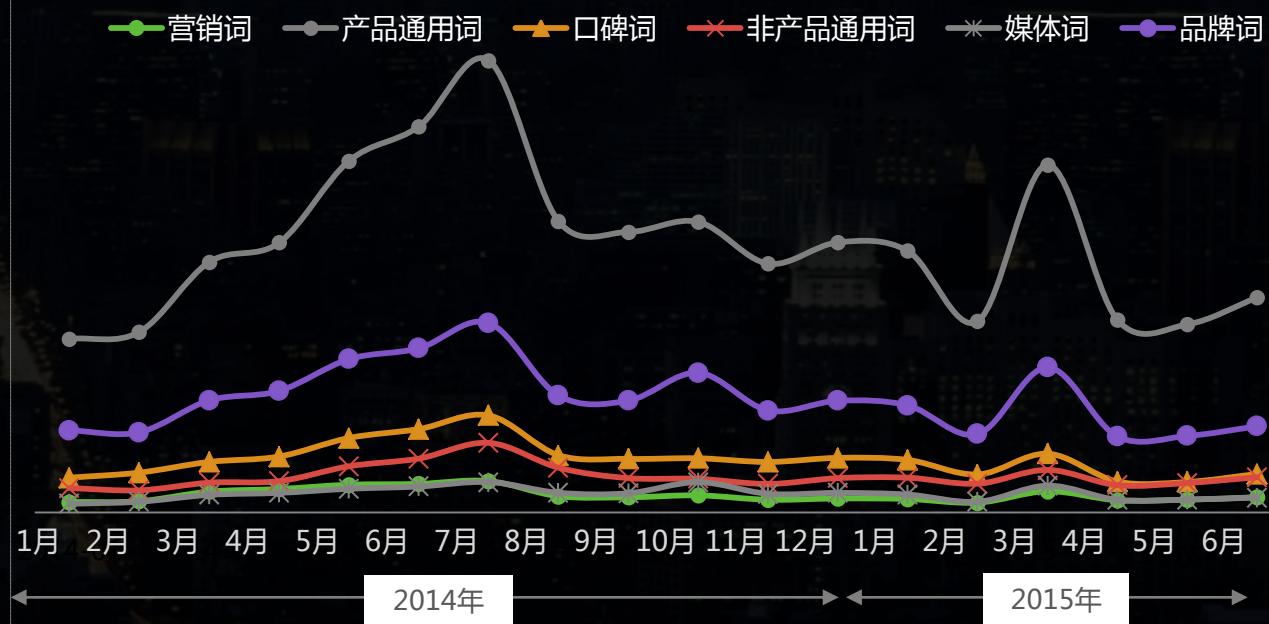
# 产品通用词和品牌词搜索受市场活动影响起伏更明显

- 受品牌市场活动的影响，产品通用词和品牌词的搜索波动幅度较大

2015年Q2 各词性搜索占比



2014-2015年 白电行业用户搜索词性发展趋势



# 空调关键词与营销、媒体词同时出现的情况更多

- 相对来说，空调搜索关键词更多的常与营销词和媒体词同时出现；
  - 冰箱、洗衣机和油烟机关键词常与口碑词同时出现

## 白电品类和搜索词性对应分析



### 词性举例

营销词：降价、广告、新品上市

产品通用词：变频、双开门、风冷

口碑词：排行、评测、质量

非产品通用词：安装、说明书、尺寸

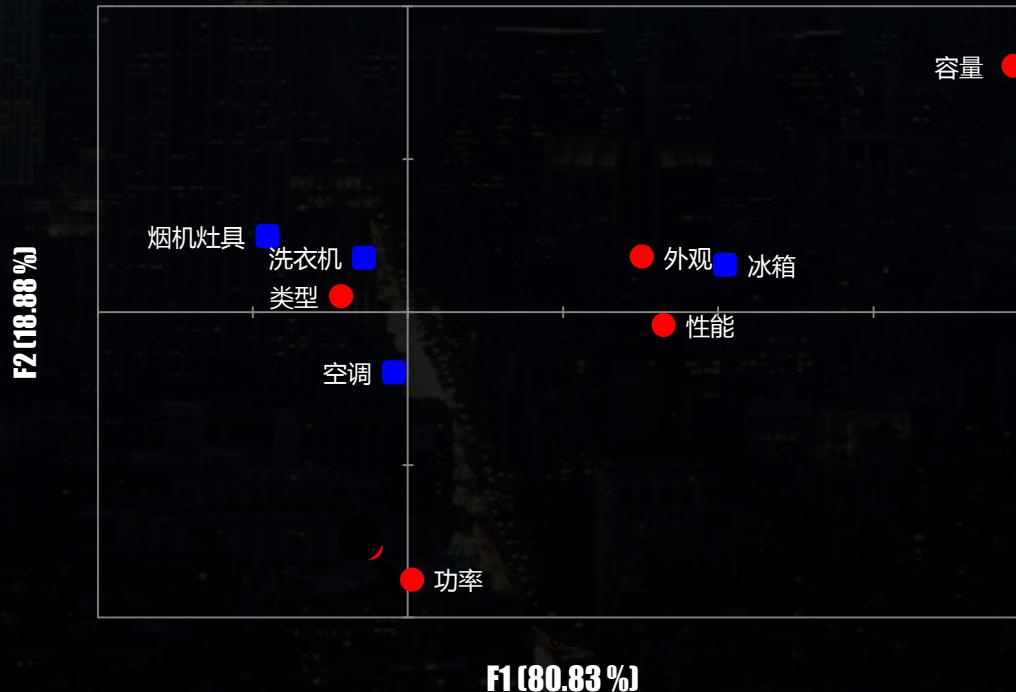
媒体词：京东、官网、家电论坛

品牌词：格力、海尔

# 冰箱搜索关键词更多的与容量、外观和性能同时出现

- 相对来说，冰箱搜索词更多的与容量，性能和外观方面的内容同时出现；
  - 关注白电Top品类用户对功率的关注度偏低

## 白电品类和关注点对应分析



## 关注点举例

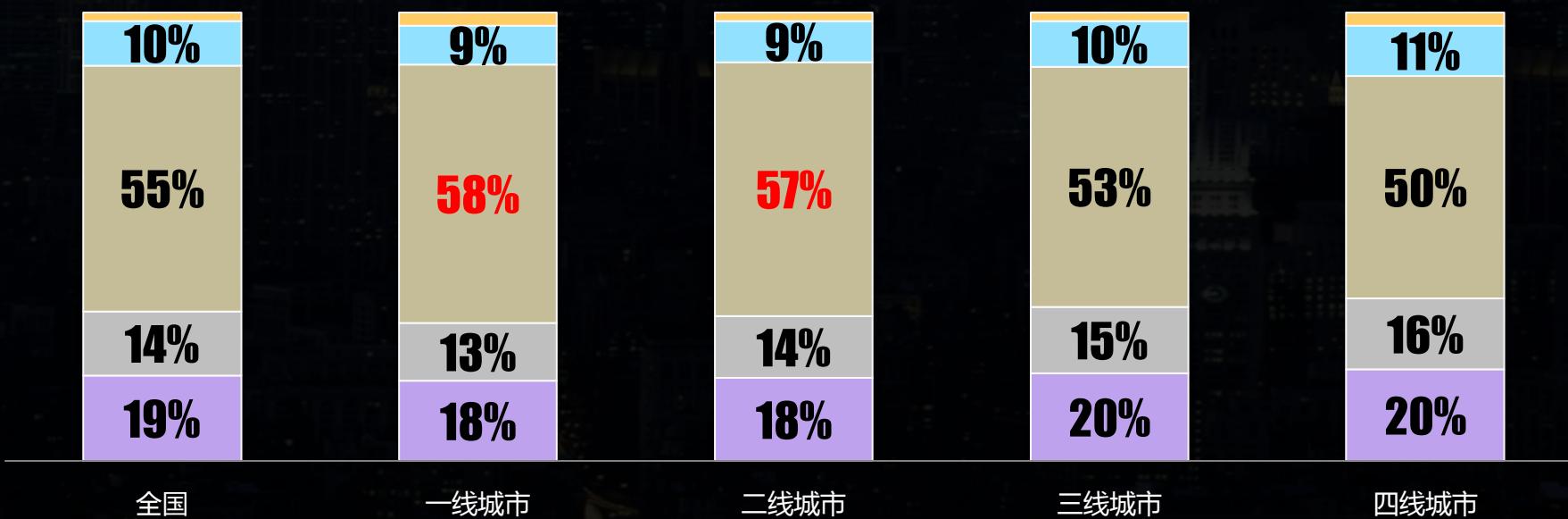
类型：变频、除甲醛、壁挂式、三门  
外观：最小、尺寸  
容量：升  
性能：能耗、冷藏  
功率：匹、瓦

# 一二线城市白电搜索中搜索空调的比例更高

- 一二线城市白电搜索中搜索空调的比例高于四线城市

2015年Q2 各城级品类搜索占比

■ 冰箱 ■ 洗衣机 ■ 空调 ■ 烟灶 ■ 其他

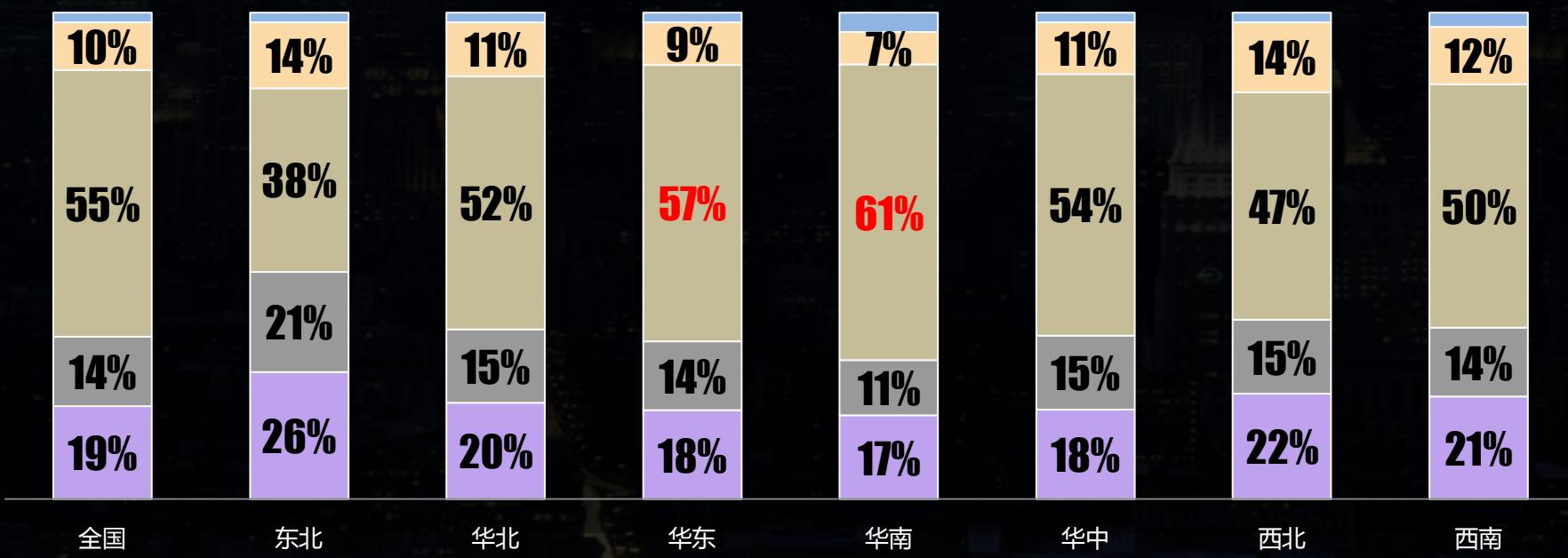


# 华东华南地区对空调更关注

- 华南和华东地区关注白电人群对空调的关注度相对更旺盛；
  - 东北地区白电人群对空调的关注度较低

2015年Q2 各区域品类搜索占比

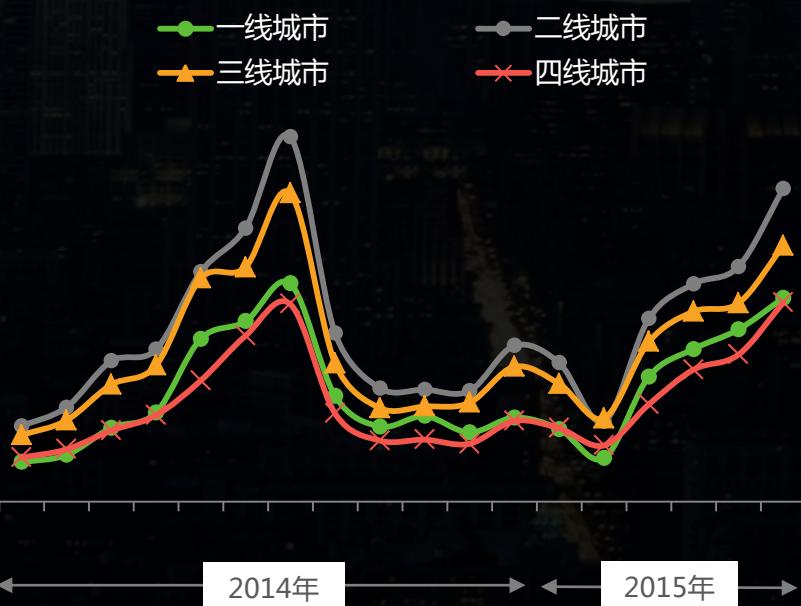
■ 冰箱 ■ 洗衣机 ■ 空调 ■ 烟灶 ■ 其他



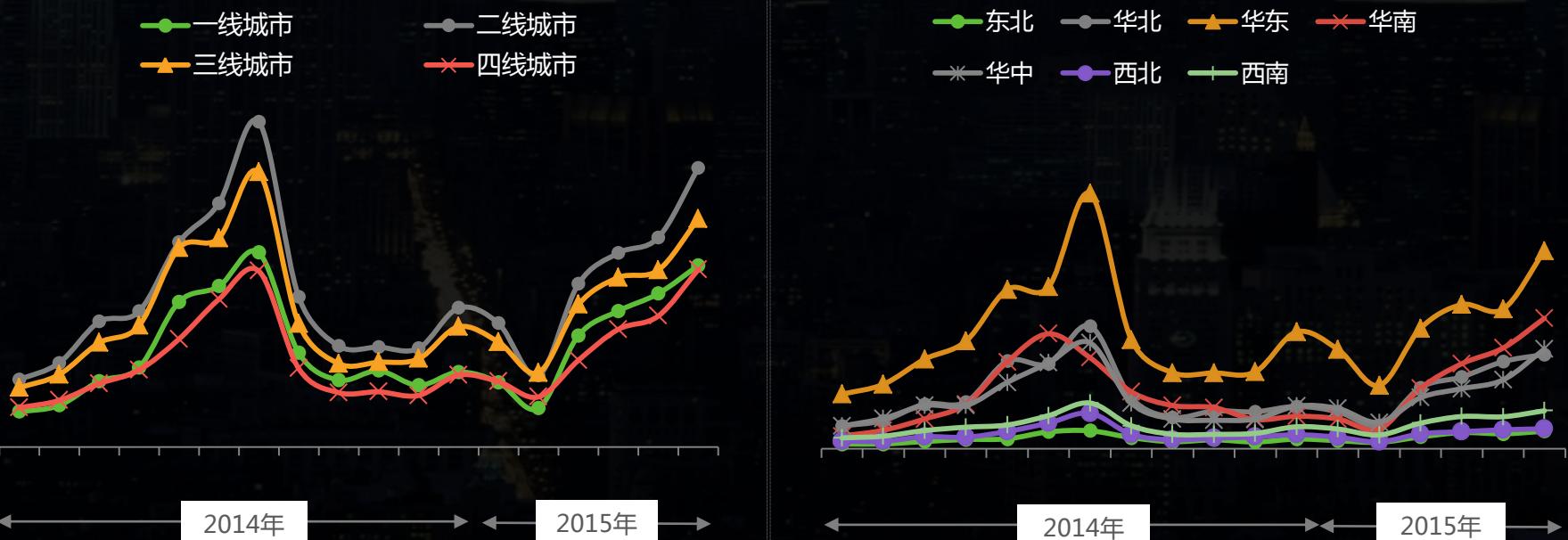
# 华南地区空调搜索指数波峰提前，6月达波峰

- 华北和华东地区，5月的营销活动帮助空调搜索指数实现第一个小高峰
  - 华南地区空调搜索指数波峰比其他区域略有提前，6月达波峰

2014-2015 空调城级搜索指数

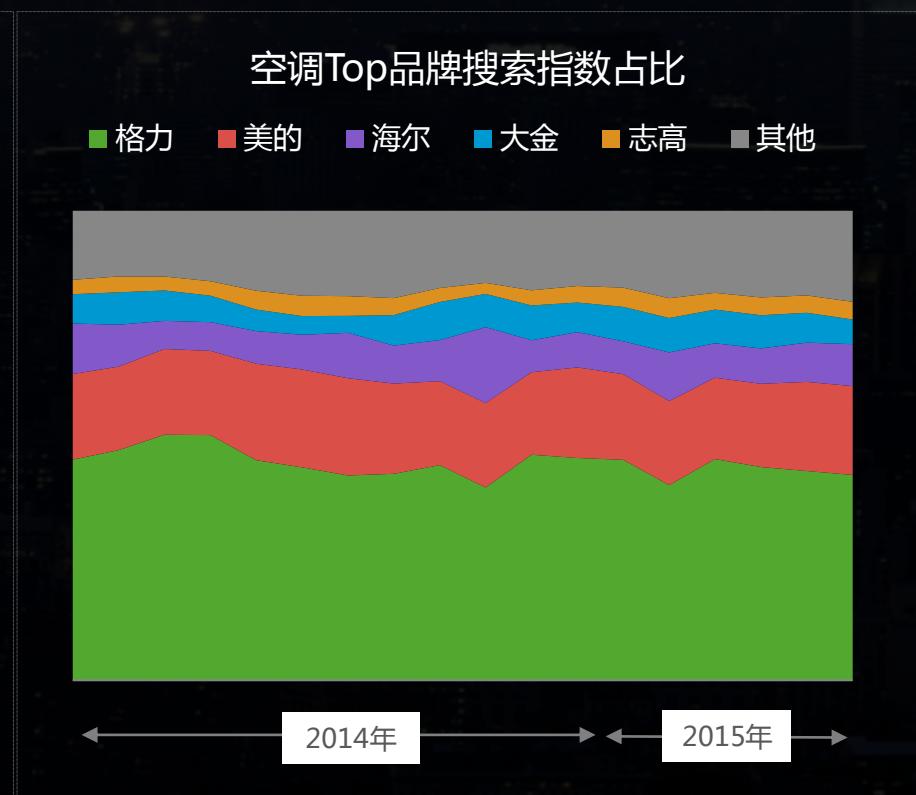
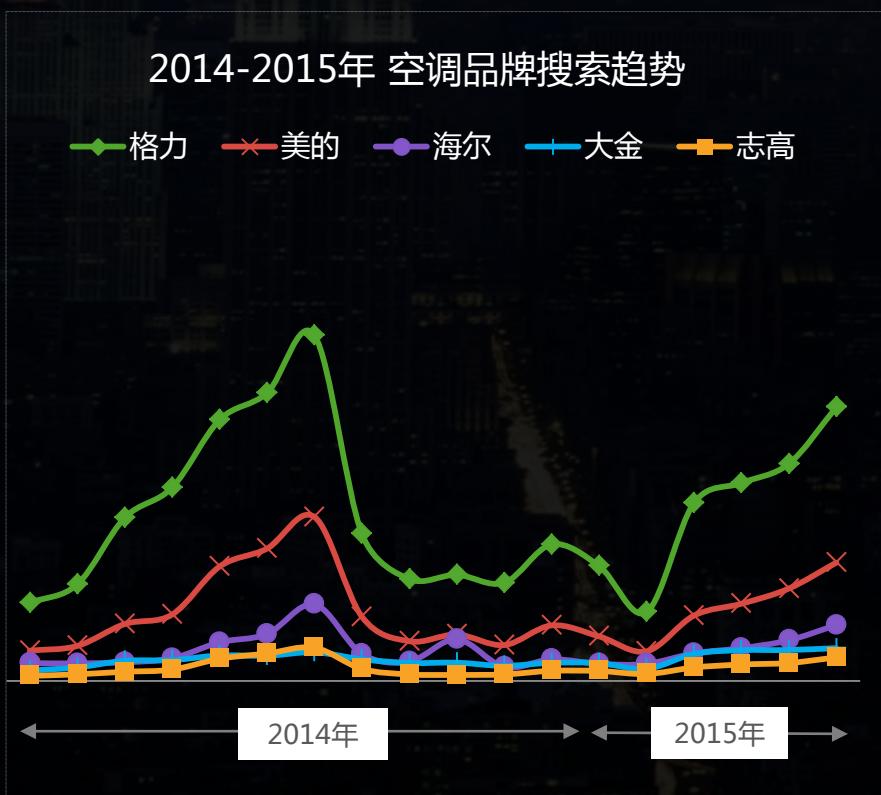


2014-2015 空调区域搜索指数



# 空调行业集中度高，但竞争也愈发激烈

- 空调行业集中度高，Top5品牌搜索指数占比超过80%，但TOP品牌集中度在降低
  - 格力搜索指数占比接近50%，冬季空调搜索相比秋季有提升；

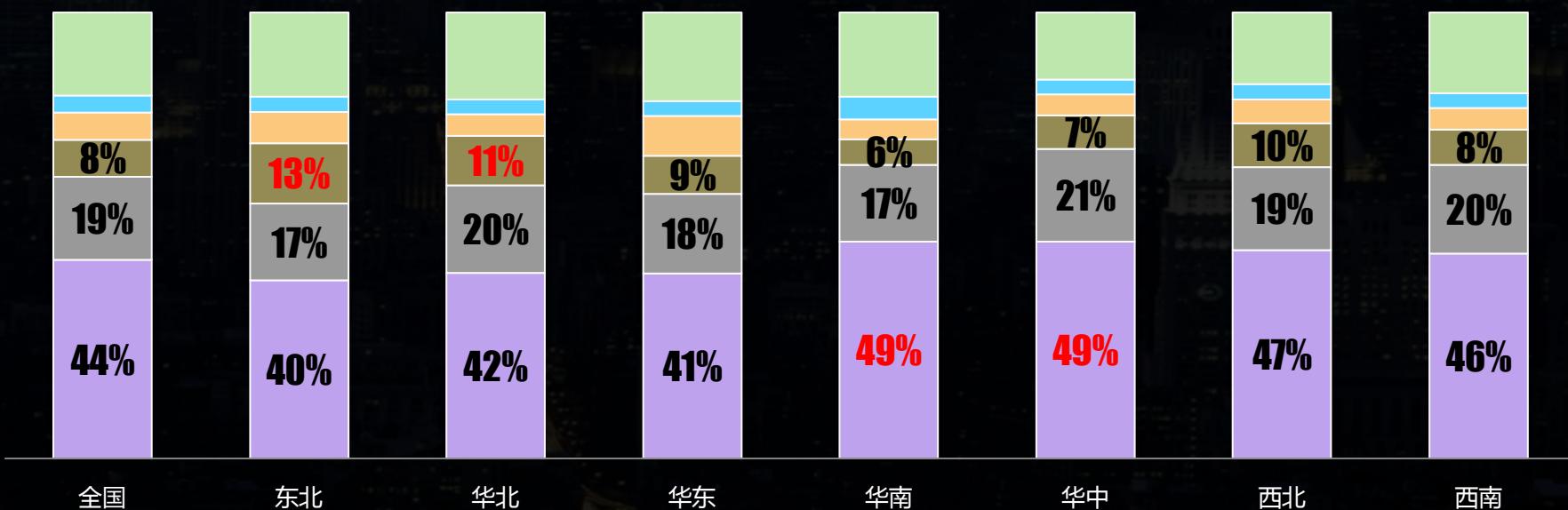


# 华中空调集中度较高，华东华北地区竞争激烈

- 对比来看，格力在华中和华南的流量贡献最高，在东北、华北和华东的流量贡献偏低；
  - 海尔在东北和华北的流量占比高于其他地区

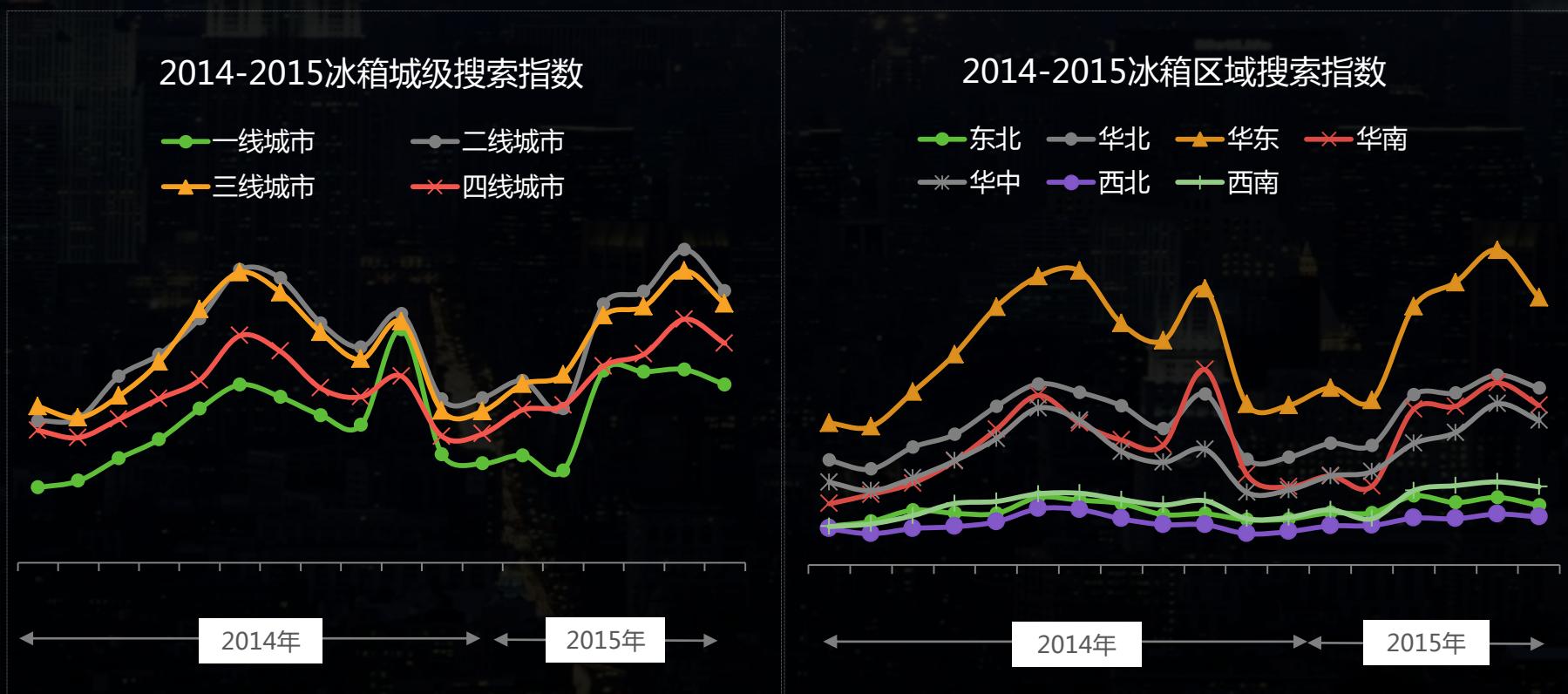
2015年Q2 各区域空调品牌搜索占比

■ 格力 ■ 美的 ■ 海尔 ■ 大金 ■ 志高 ■ 其他



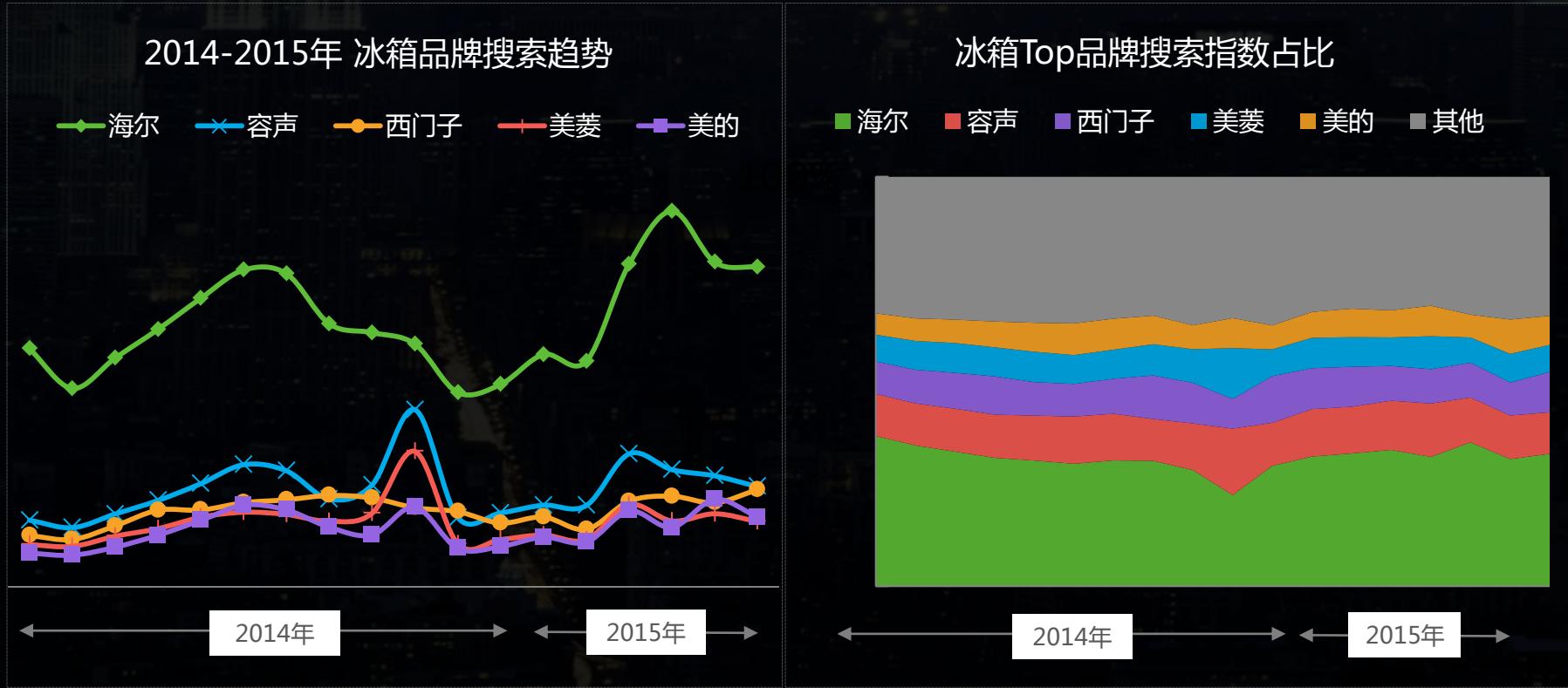
# 一二线城市冰箱搜索受营销和春节影响波动明显

- 一二线城市10月份冰箱搜索指数波峰明显，在15年2月春节期间的波谷趋势同样显著；
  - 华南地区冰箱搜索量波动显著，在10月份的搜索量波峰明显



# 西门子冰箱的搜索量曲线相对平滑

- 西门子冰箱的搜索量曲线相对平滑；
- 冰箱行业搜索指数占比相对稳定，Top5品牌搜索指数占比在65%左右

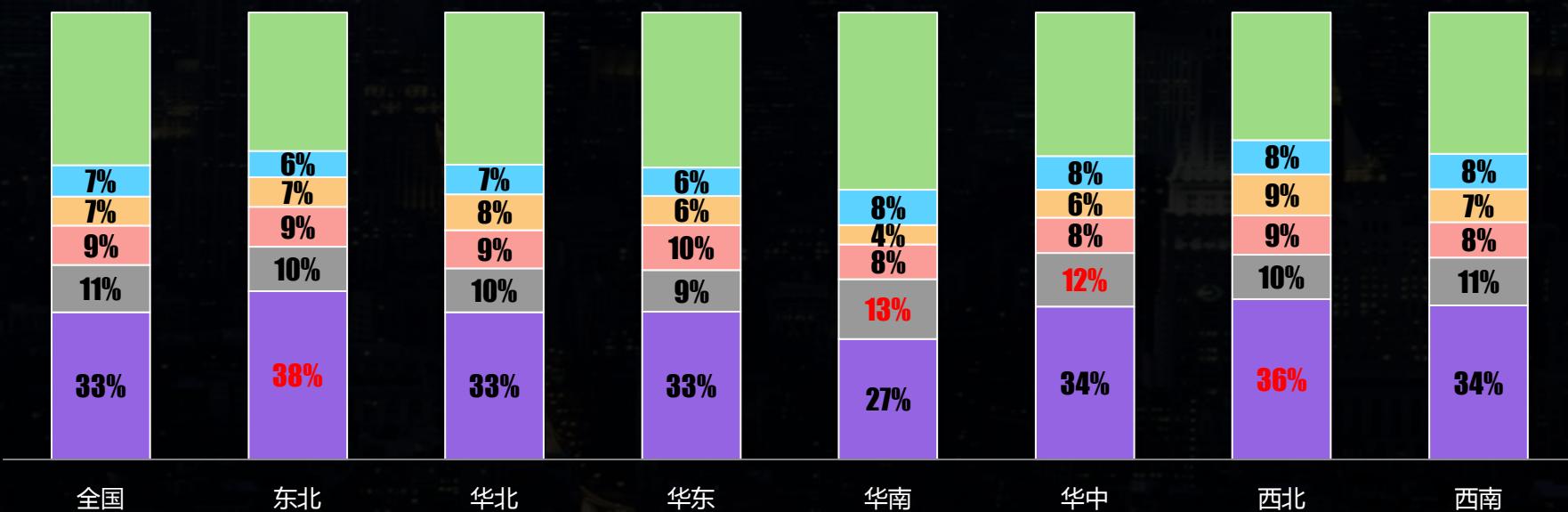


# 东北和西部冰箱集中度较高，华南长尾品牌流量较多

- 对比来看，海尔在东北和西北的流量贡献最高，在华南的流量贡献偏低；
  - 容声在华南和华中的流量占比高于其他地区

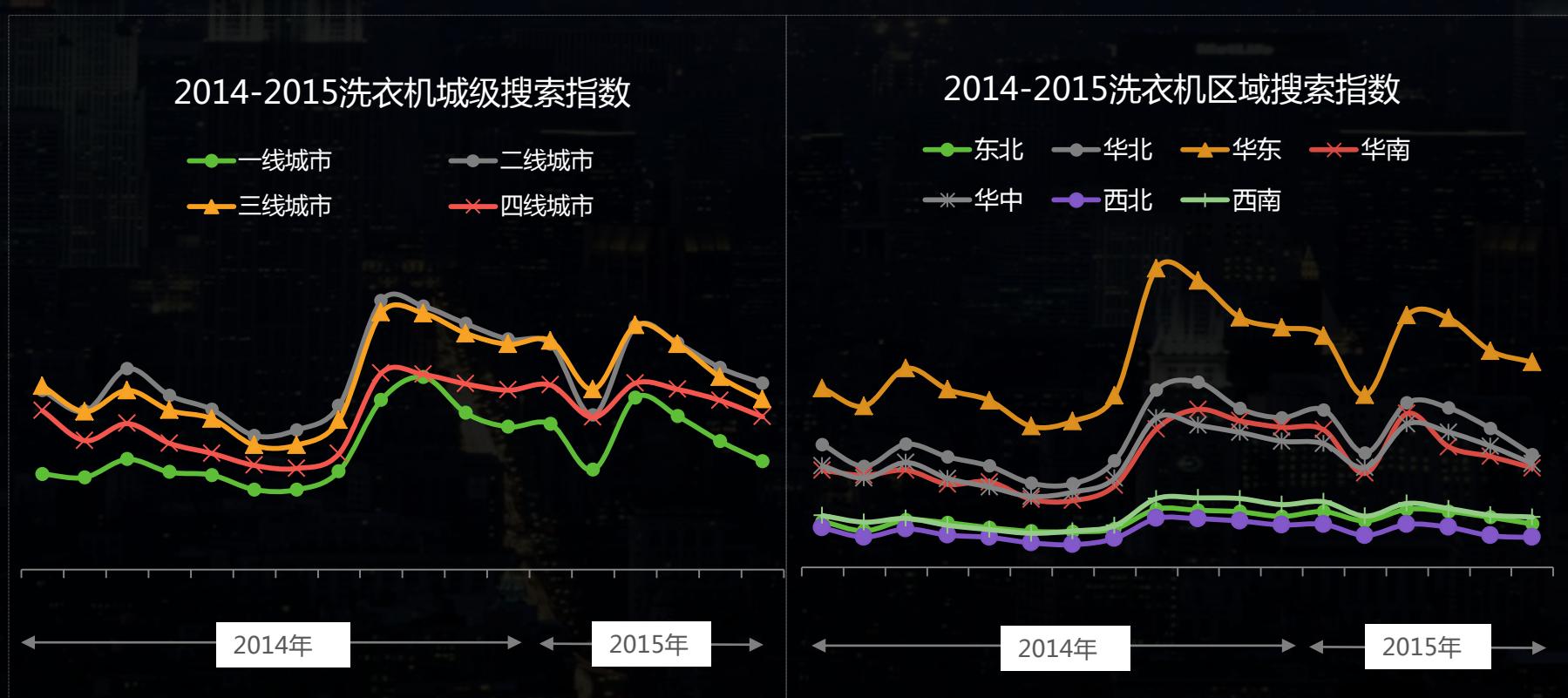
2015年Q2 各区域冰箱品牌搜索占比

■ 海尔 ■ 容声 ■ 西门子 ■ 美菱 ■ 美的 ■ 其他



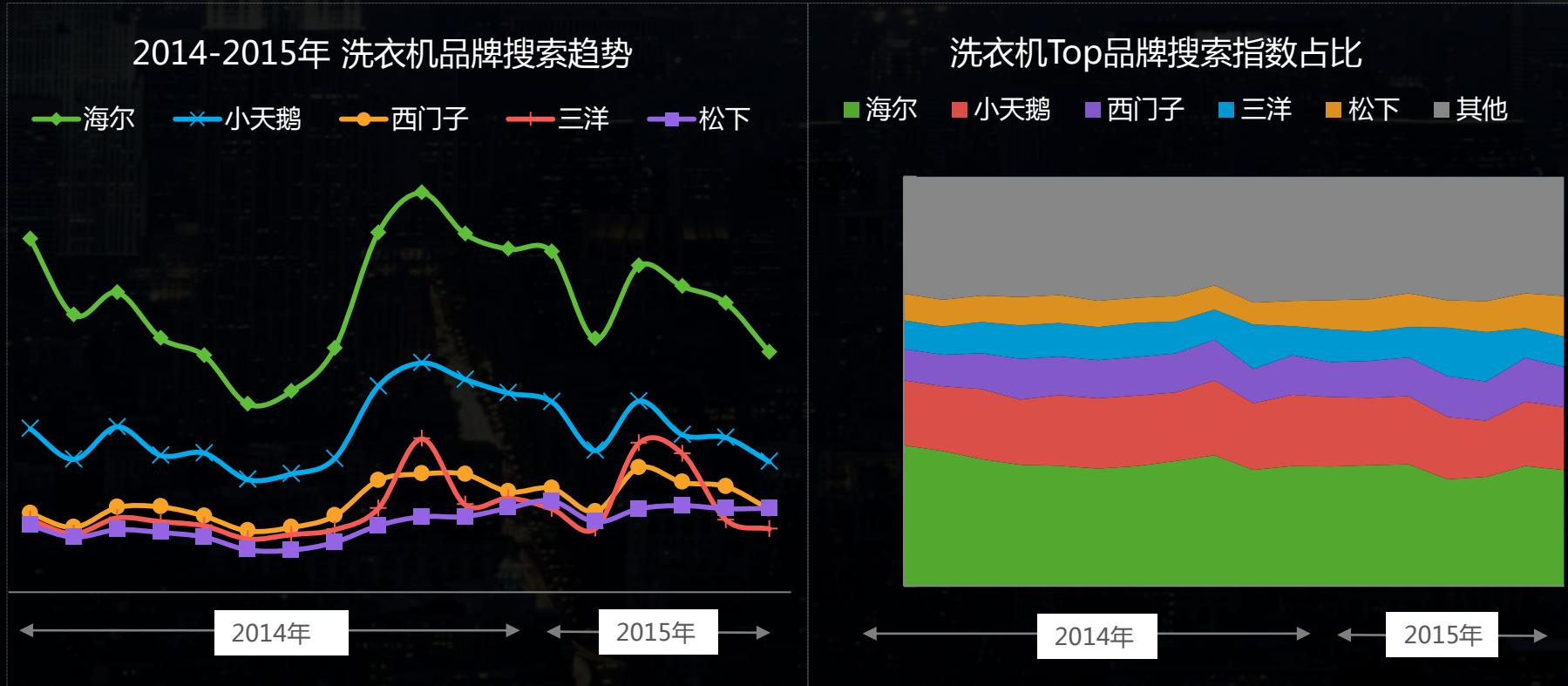
# 华南地区洗衣机搜索10月波峰，搜索量提升持续性强

- 华南地区洗衣机搜索指数波峰相对滞后，在10月份到达波峰，但搜索量提升持续性更强



# 海尔洗衣机搜索指数占比缓慢降低

- 洗衣机行业Top品牌海尔和小天鹅搜索量在8至9月期间呈现爆发式增长态势；
- 洗衣机行业Top5品牌搜索指数占比在70%左右，海尔洗衣机搜索指数占比缓慢降低

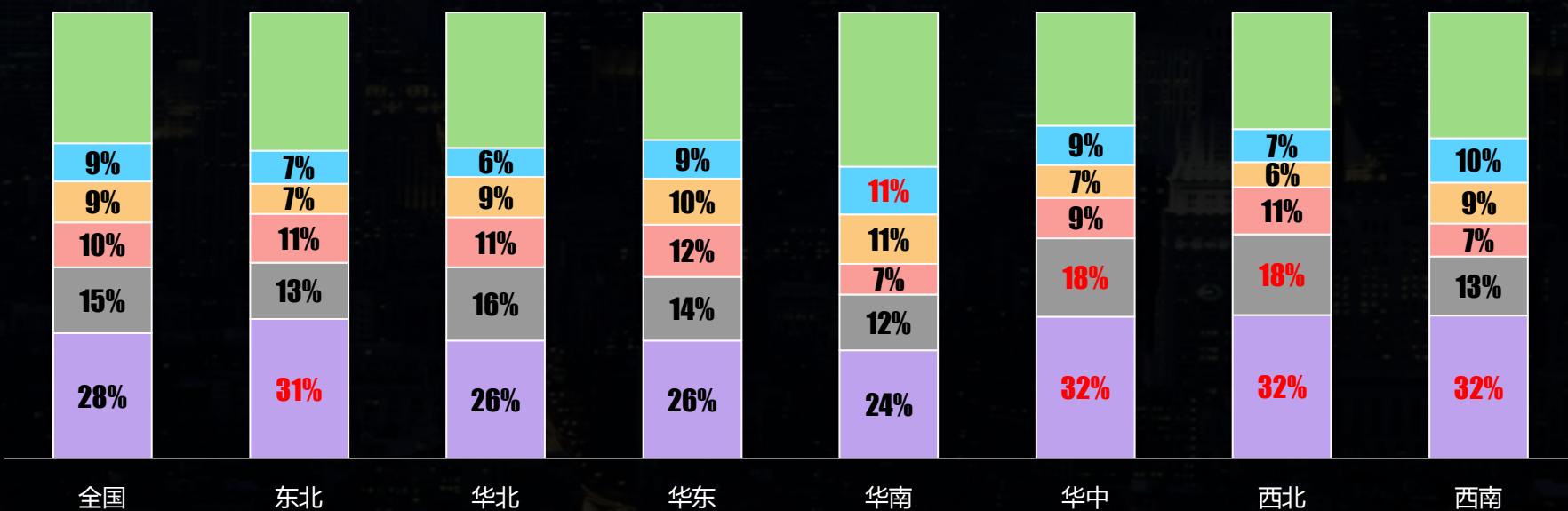


# 华中和西北洗衣机集中度较高，华南长尾品牌流量较多

- 对比来看，海尔在东北、华中和西部地区的流量贡献最高，在华南的流量贡献偏低；
  - 小天鹅在华中和西北地区、松下在华南地区有一定的流量优势

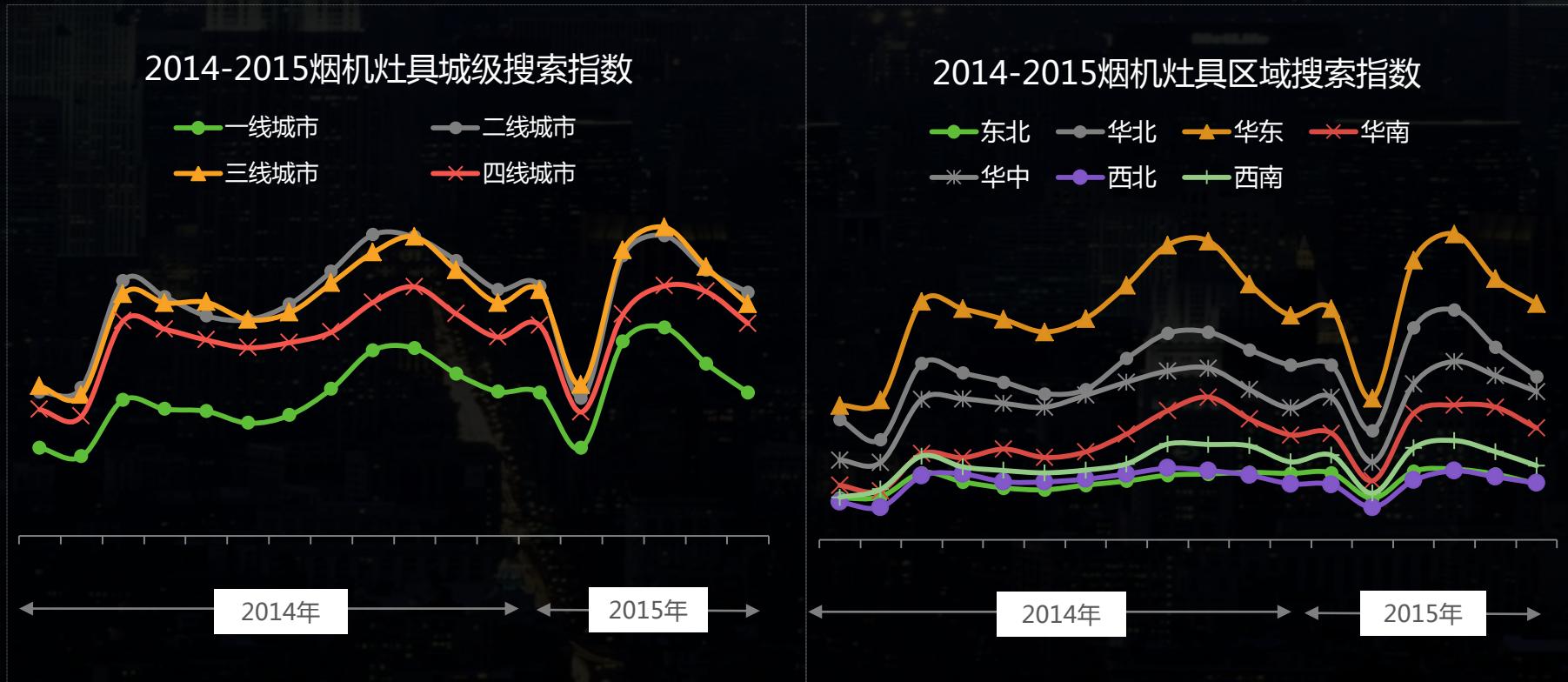
## 2015年Q2 各区域洗衣机品牌搜索占比

■ 海尔 ■ 小天鹅 ■ 西门子 ■ 三洋 ■ 松下 ■ 其他



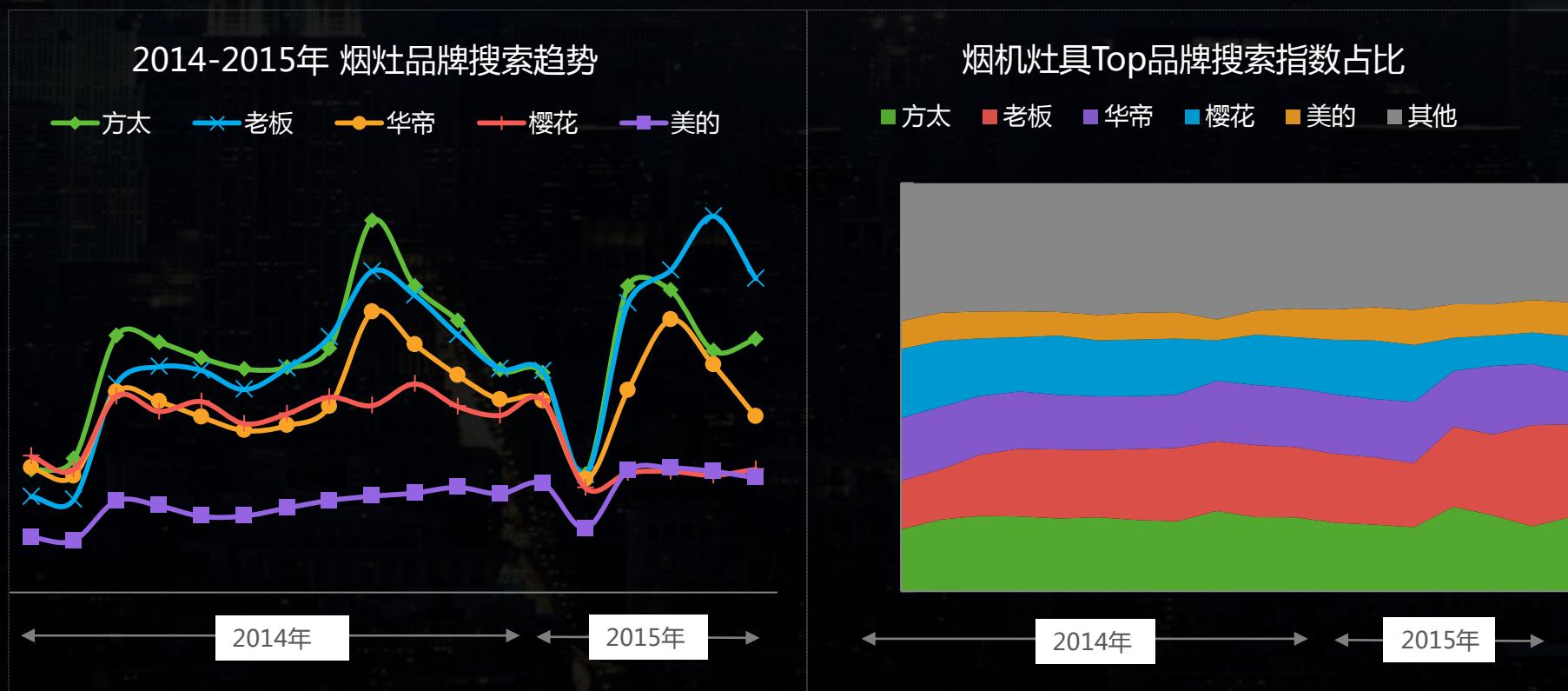
# 品类对比来看，三线城市对烟机灶具的搜索量较高

- 三线城市烟机的搜索量较高，5月和9-11月两个现象级营销季的搜索指数提升更明显；
  - 华中地区烟机灶具搜索量7/8月开始提升，提升趋势较早，提升相对更平缓



# 烟灶行业集中度在稳步提升

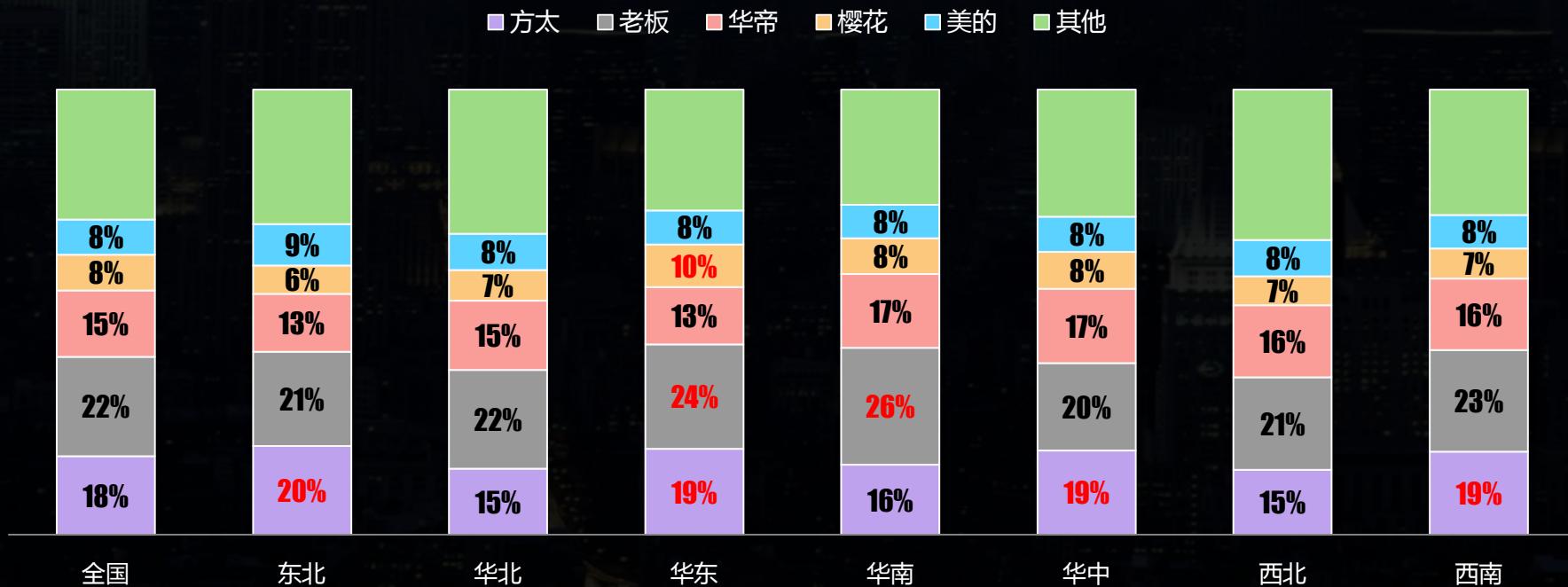
- 烟机灶具行业Top5品牌搜索指数占比在70%左右，且还在增长；
  - 樱花搜索趋势相对平稳，搜索指数占比缓慢下降



# 华南烟灶集中度较高，西北华北长尾品牌流量较多

- 方太品牌搜索地域差异明显，东北、华东、华中、西南地区搜索指数占比相比更高；
  - 老板在华东和华南地区、樱花在华东地区有一定的流量优势

2015年Q2 各区域烟机灶具品牌搜索占比





# 搜索

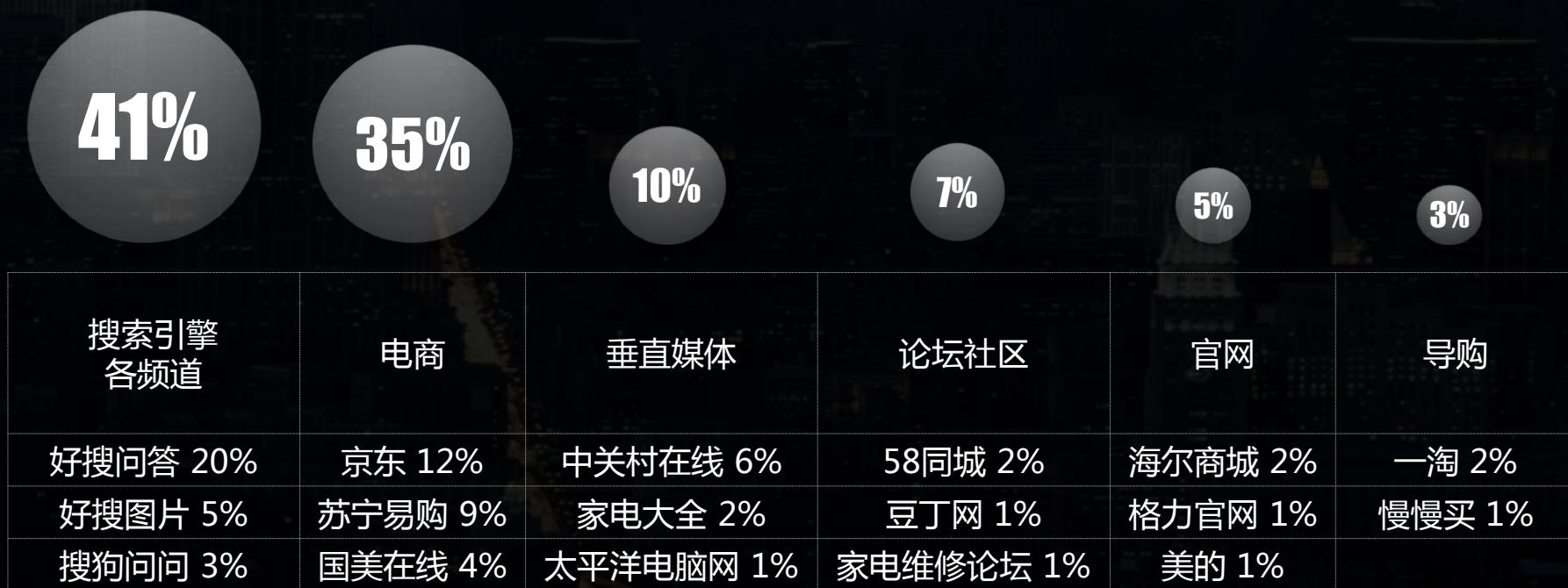
浏览路径



# 白电潜在用户搜索流向分布

- 白电人群最主要的检索流向为搜索频道，其次是电商

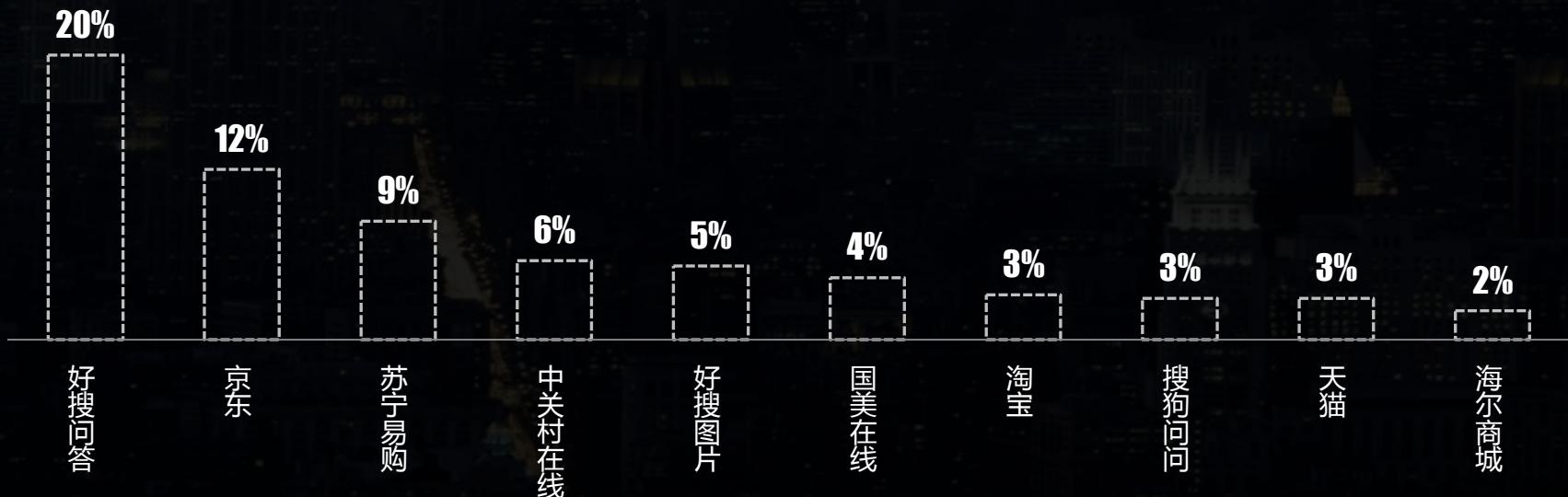
## 白电潜在用户搜索流向分布



# 白电潜在用户Top10搜索流向的媒体

- 好搜问答、京东和苏宁易购是白电潜在用户搜索主要流向的媒体/频道

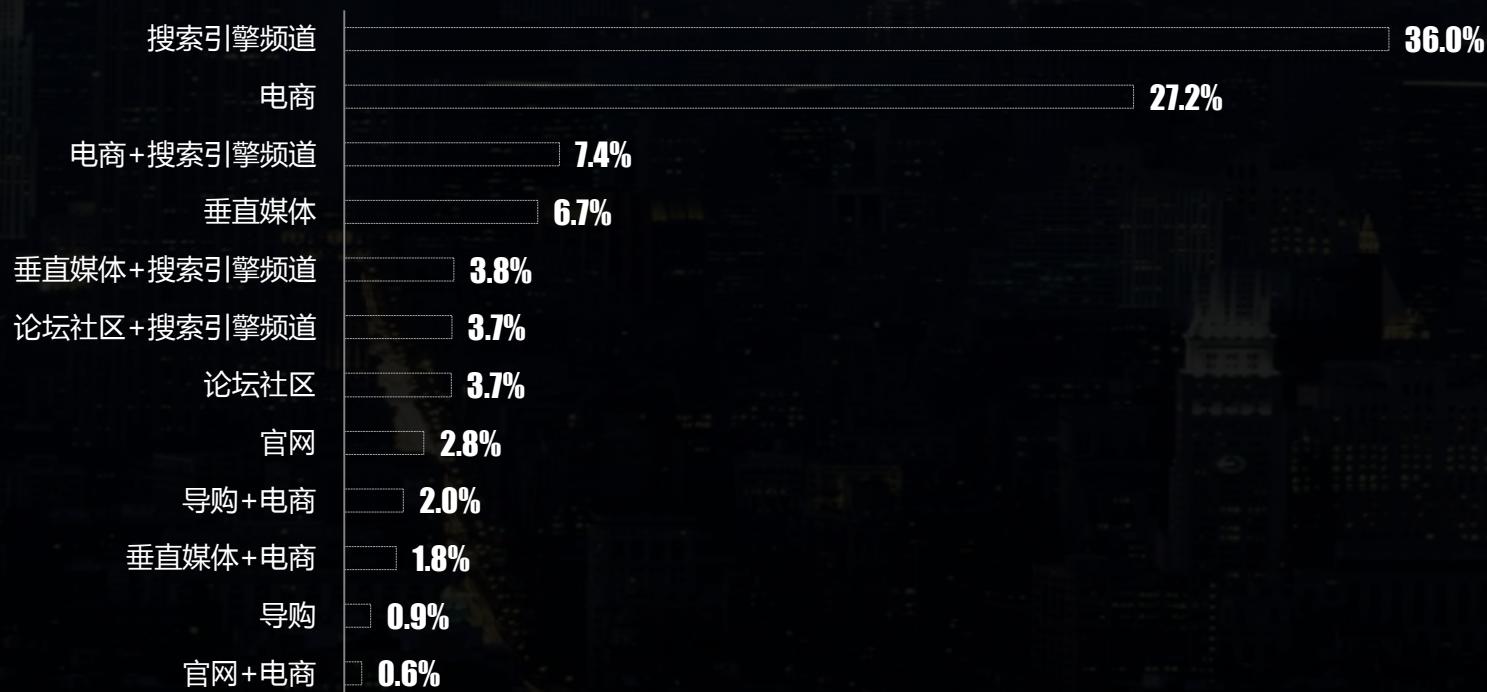
搜索流向的主要媒体



# 搜索路径分析

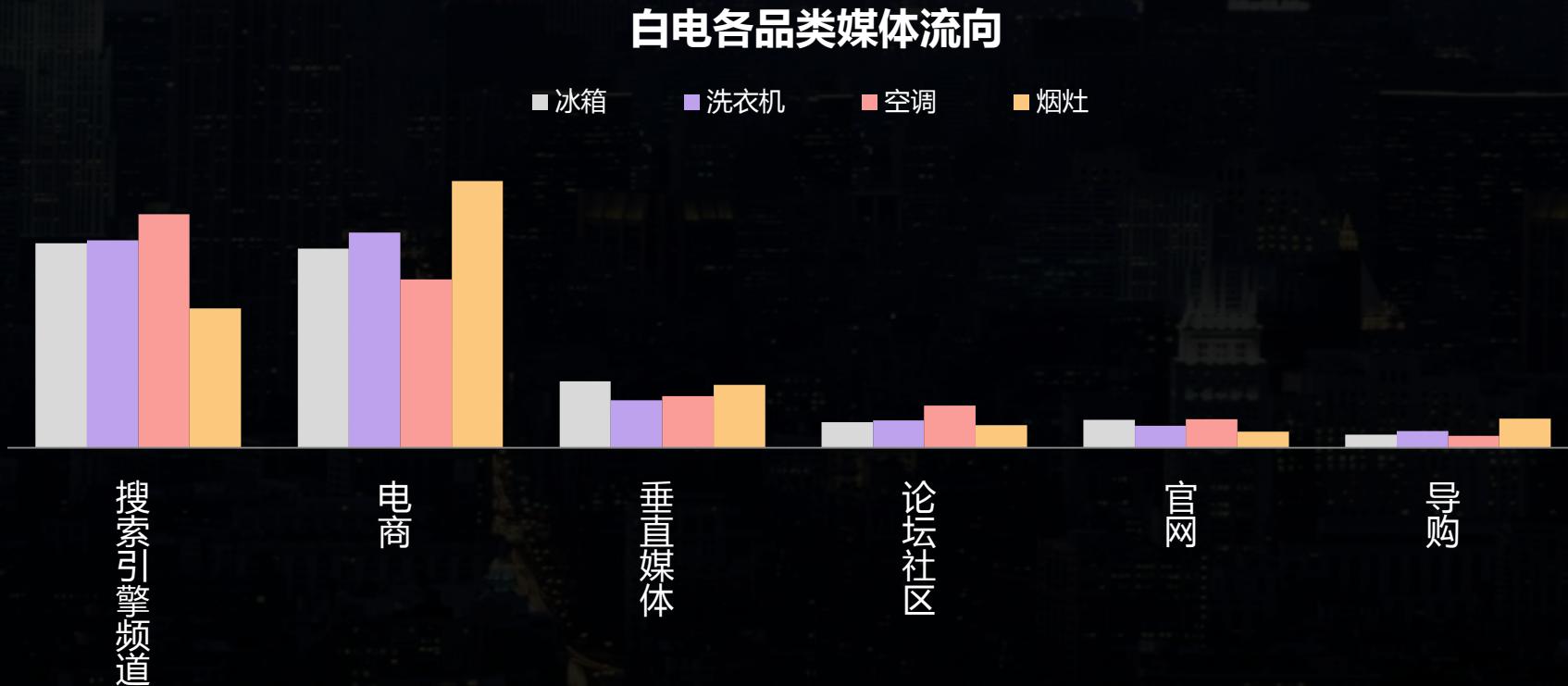
- 只浏览搜索引擎频道、只浏览电商两种方式是用户了解品牌及产品相关信息最重要的两类渠道

## 搜索流向的主要媒体类型



# 搜索冰洗空的用户，更多点击了搜索引擎频道

- 对比来看，搜索冰箱、洗衣机、空调的用户，更多点击了搜索引擎频道；
  - 搜索烟机和灶具的用户，更多的点击了电商



品

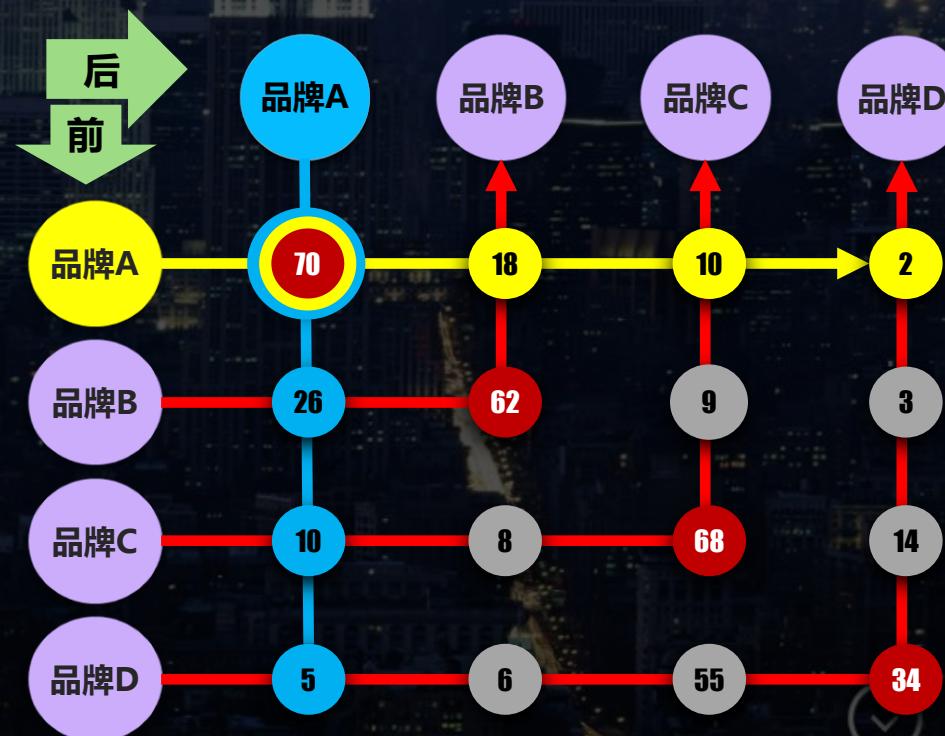
牌

竞争分析



# 品牌忠诚叛变模型

- 通过用户对品牌关注路径的还原；
- 帮助品牌判断竞争关系、市场变化、自身竞争力



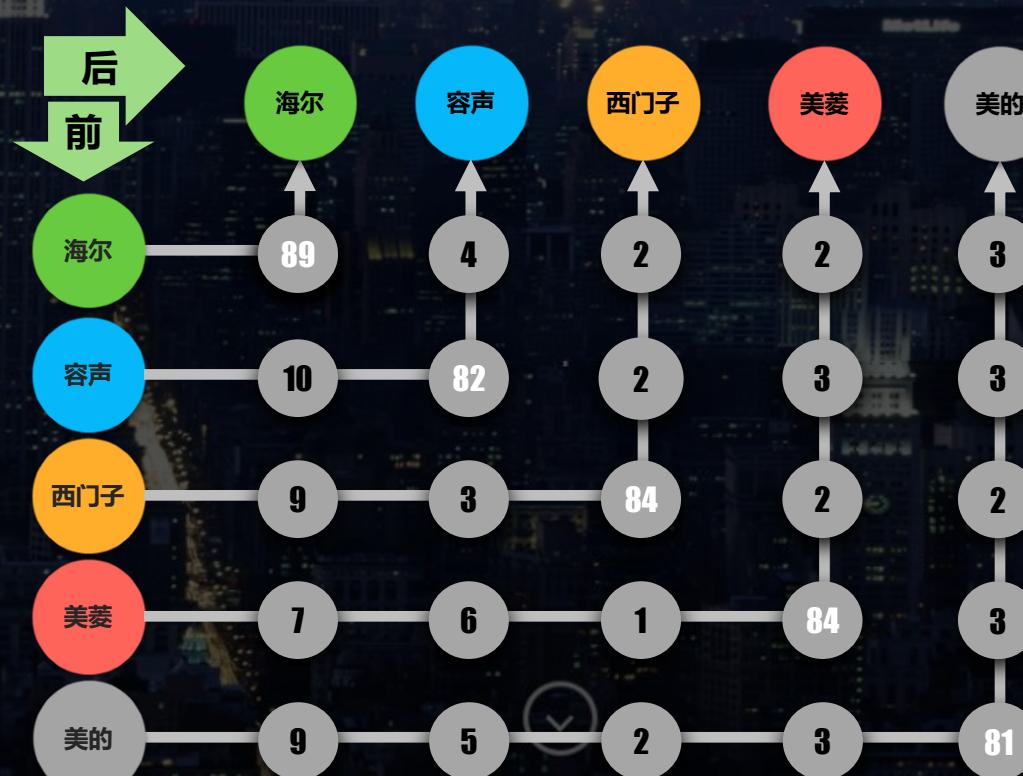
**品牌自身忠诚度评估**  
品牌竞争力检测

**品牌之间竞争关系评估**  
竞争对手及竞争程度判断

**量化品牌竞争潜力**  
市场竞争趋势判断

# 冰箱品牌忠诚叛变模型

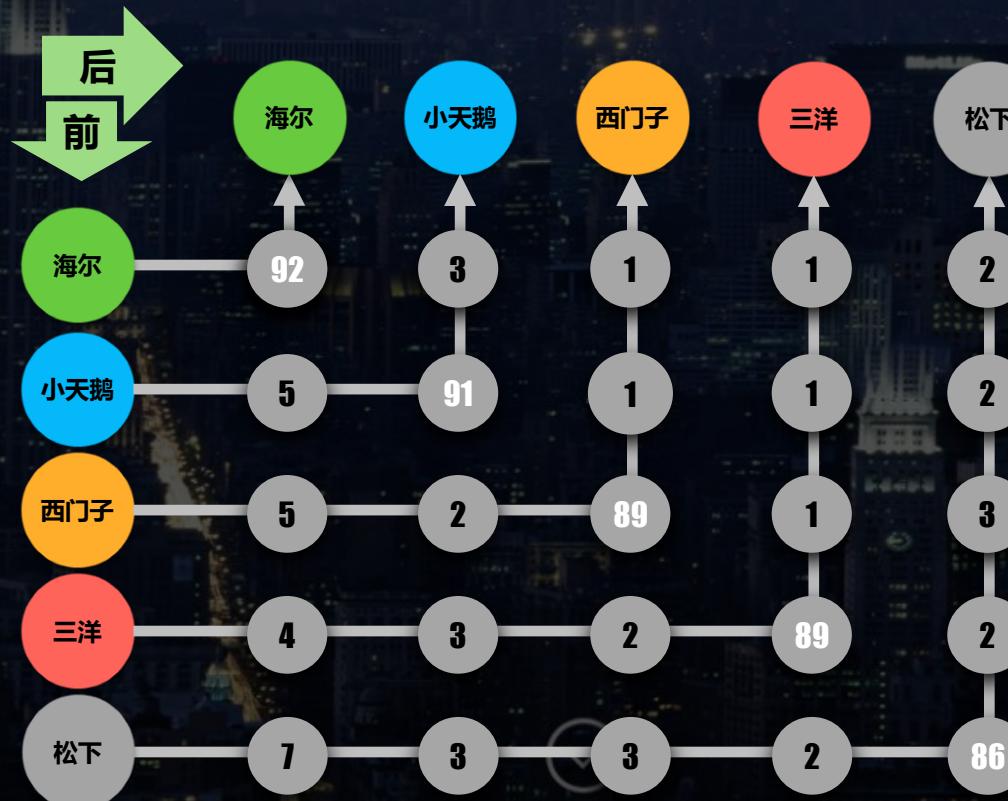
- 海尔品牌健康度较好，无论是对搜索自有品牌用户的留存率，还是对搜索竞争品牌用户的抢夺率，海尔表现均比较突出



数据时间范围：15年2季度

# 洗衣机品牌忠诚叛变模型

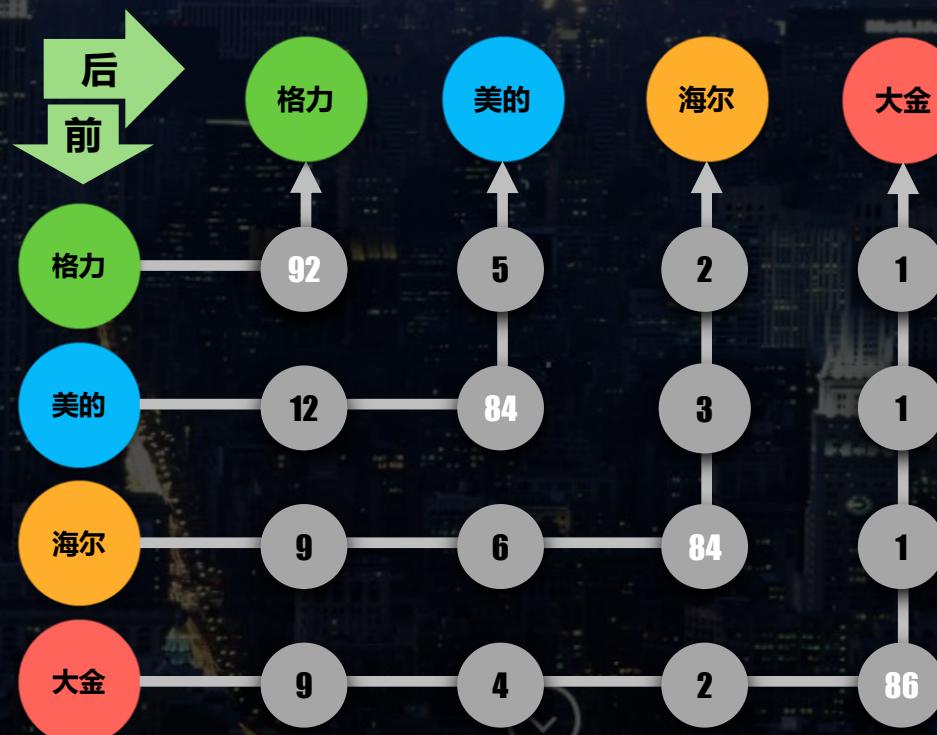
- 洗衣机品类，Top品牌健康度均表现较好，比较来看，海尔优势较明显



数据时间范围：15年2季度

# 空调品牌忠诚叛变模型

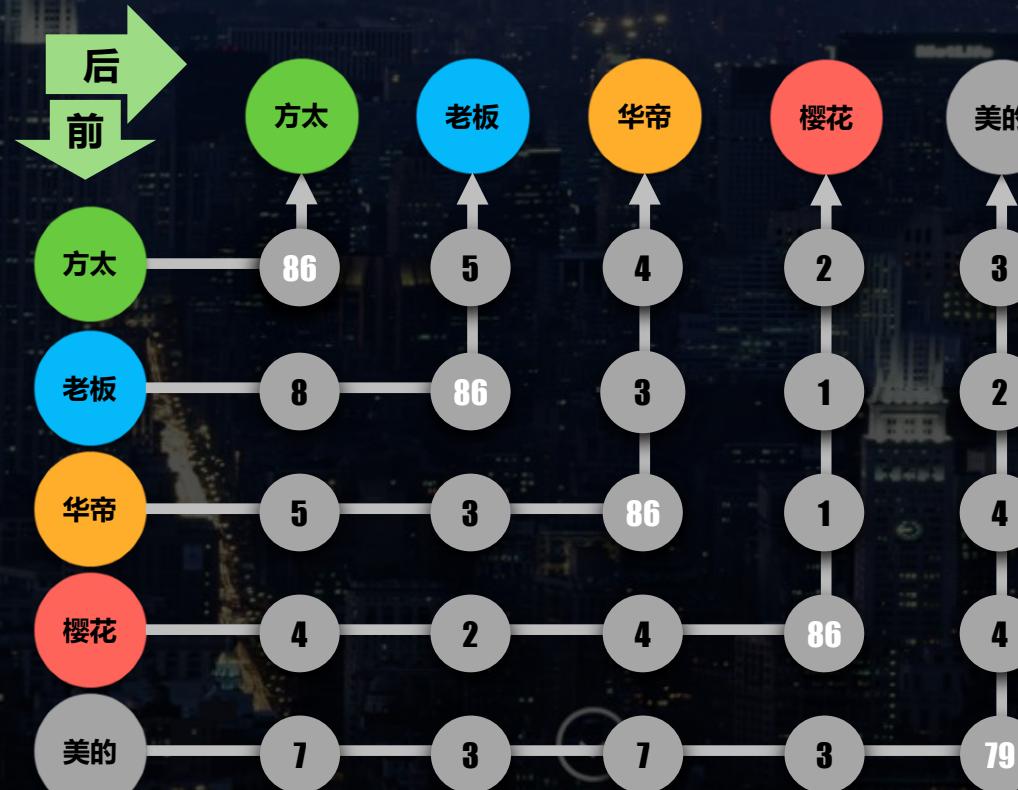
- 对比行为链用户数据来看：格力品牌的健康度表现抢眼



数据时间范围：15年2季度

# 烟机灶具品牌忠诚叛变模型

- 烟灶品类，Top品牌中，方太品牌抢夺其他品牌搜索用户的能力较强



数据时间范围：15年2季度

消  
費  
者

行为画像

# 人口属性

- 白电人群相比全网人群男性比例更高；
- 白电人群年龄以25-34岁为主，与全网人群相比更成熟

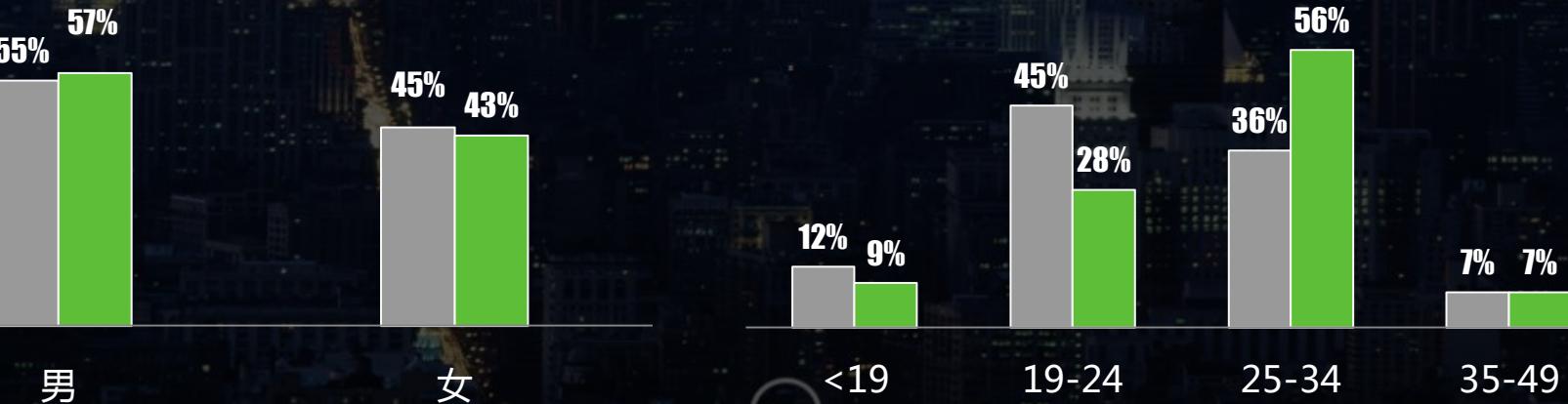
性别

□全网人群 ■白电人群



年龄

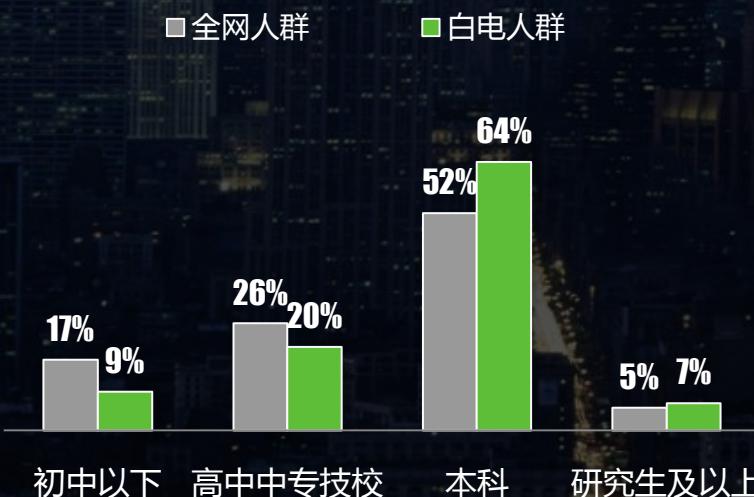
□全网人群 ■白电人群



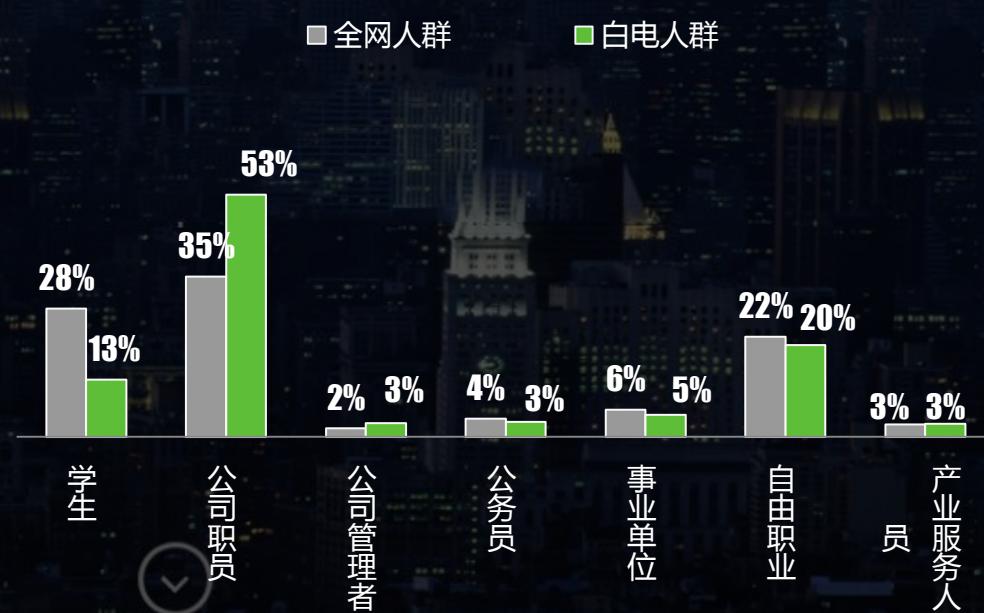
# 社会属性

- 白电人群的本科以上学历占比71%，明显高于全网人群；
- 白电人群半数以上为职业人士，明显高于全网人群

## 学历



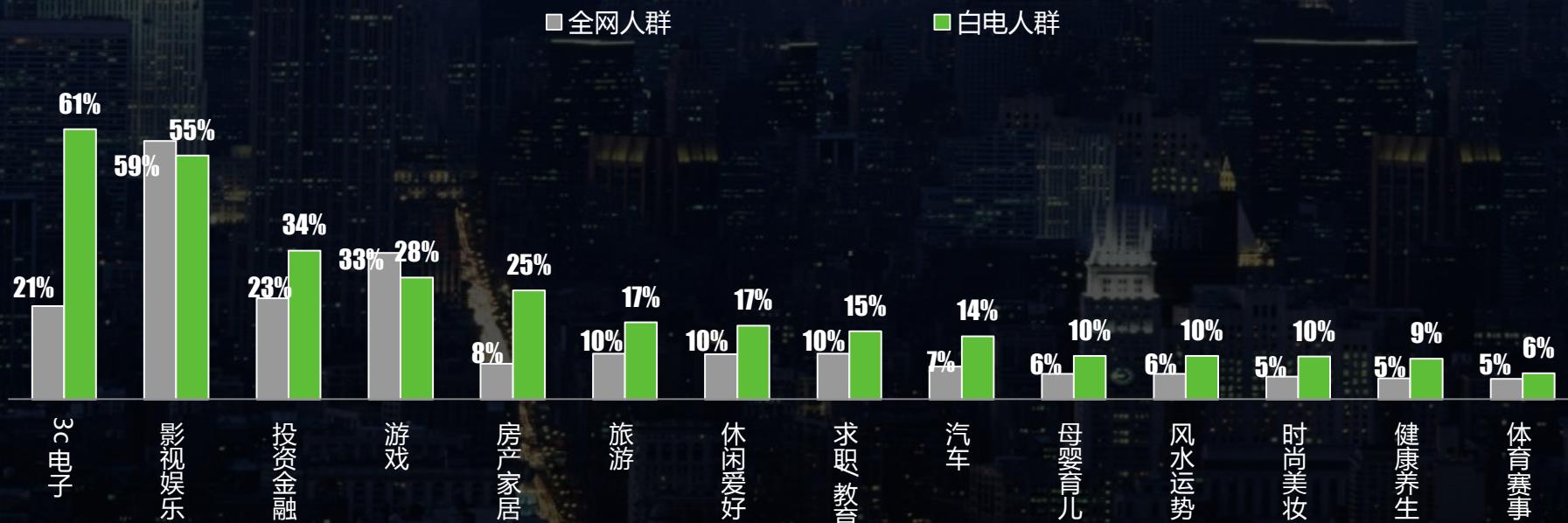
## 职业



# 人群兴趣点特征分析

- 相对于全网人群，白电人群对3C电子和房产家居更关注，对影视娱乐和游戏的关注度偏低

## 白电行业人群行为特征分析



# 白电人群对家居装修、风水择吉的兴趣度较高

■ 相对于全网人群，白电人群对家居装修、风水择吉的兴趣度较高



# THANKS!

