



2017汽车内容趋势 研究报告



研究目的

- › 移动互联网改变了人们的阅读习惯，也对内容本身提出了新的要求。什么样的汽车内容能打动新时代的读者？汽车兴趣用户还对哪些内容感兴趣？作为潜力巨大的新兴消费群体，95后的阅读习惯又有哪些特色？
- › 本报告通过深入研究今日头条上的汽车内容及汽车兴趣用户的内容偏好，试图回答上述问题，为汽车内容创作及内容营销提供参考。



研究说明

- › 数据来源：头条指数
- › 时间段：2017.01.01-2017.06.01
 - 2015和2016年数据均为同期数据
- › 沉浸度=某类资讯总阅读时长/该资讯总阅读量，体现阅读**投入度**
- › 传播度=某类资讯分享量/该资讯总文章数，体现用户**自发传播力度**



目 录

- 资讯获取渠道及广告投放新趋势
- 今日头条汽车兴趣用户画像
- 汽车资讯深度分析
- 汽车兴趣用户相关内容偏好
 - 娱乐篇
 - 体育篇
 - 旅游篇
 - 科技篇
- 95后汽车内容偏好

01.

资讯获取渠道及 广告投放新趋势

手机网络新闻用户占手机网民的82.2%

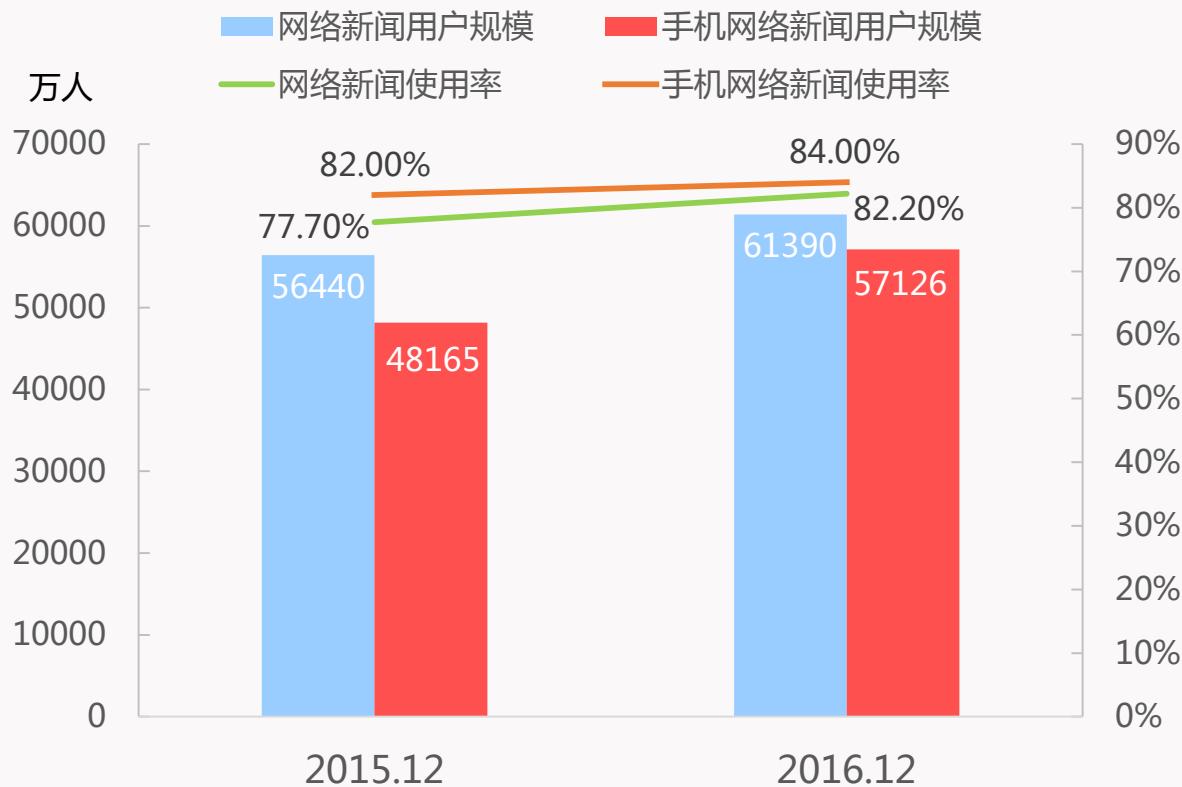
汽车资讯阅读量及沉浸度持续增长



8成以上手机网民是手机网络新闻用户



2015.12-2016.12网络新闻/手机网络新闻 用户规模及使用率



数据来源：CNNIC第39次《中国互联网络发展状况统计报告》

注：网络新闻使用率=网络新闻用户规模/网民规模

手机网络新闻使用率=手机网络新闻用户规模/手机网民规模

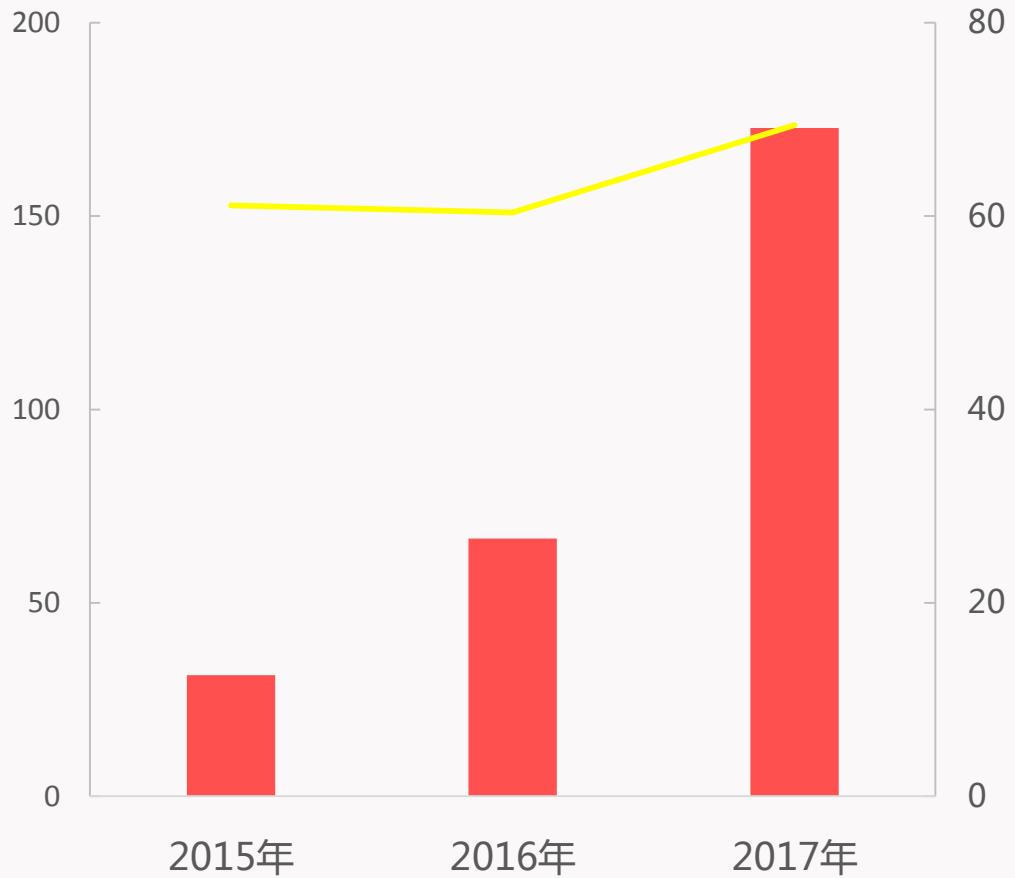
截至2016年12月，中国手机网民规模达6.95亿，网络新闻用户规模为6.14亿，年增长率为8.8%；手机网络新闻用户规模达到5.71亿，占手机网民的82.2%，年增长率为18.6%。

汽车资讯阅读量及沉浸度持续增长



今日头条汽车资讯增长趋势图

■ 阅读量/亿 ■ 沉浸度/秒



手机网络新闻用户的增加带动了今日头条用户数和阅读量的飞速增长。三年间，汽车资讯的阅读量同比增长**452.75%**，且增速在加快。除了数量上的增长，沉浸度也增长了**13.60%**，体现用户在每篇文章的停留时间在加长。

数据来源：头条指数

注：2015年、2016年和2017年数据均取自01.01—06.06

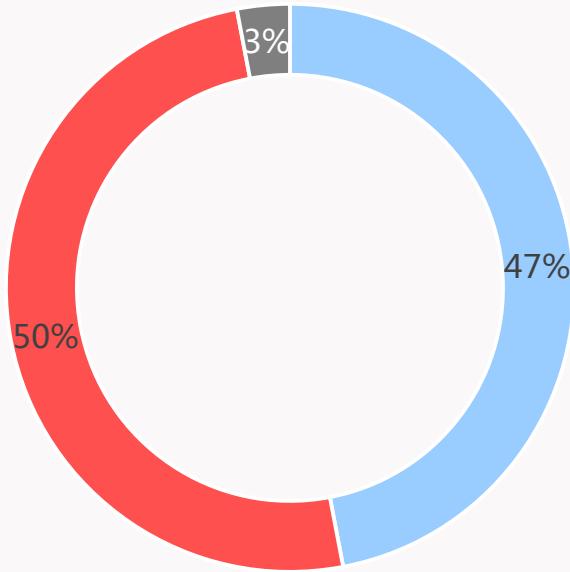
© 2017.07 今日头条算数中心

移动端成汽车行业广告投放第一渠道



2016年汽车行业
数字广告投放设备比例

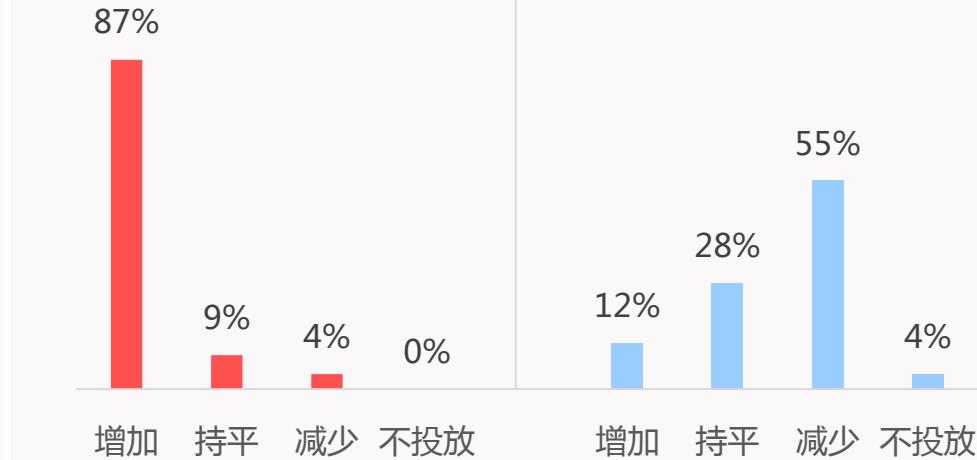
■ PC ■ Mobile ■ OTT



广告主营销投入趋势

移动端

PC端



网民阅读习惯的变化也推动了广告投放渠道的转移，据Admaster数据，2016年，50%的数字广告投在了移动端，且87%的广告主表示2017年将进一步增加移动营销预算，了解移动端网民的特征和阅读习惯成为营销界必修课。

02. 今日头条 汽车兴趣用户画像

性别、年龄、地域分布
分时段阅读趋势



今日头条汽车兴趣用户画像：性别&年龄分布



性别渗透率

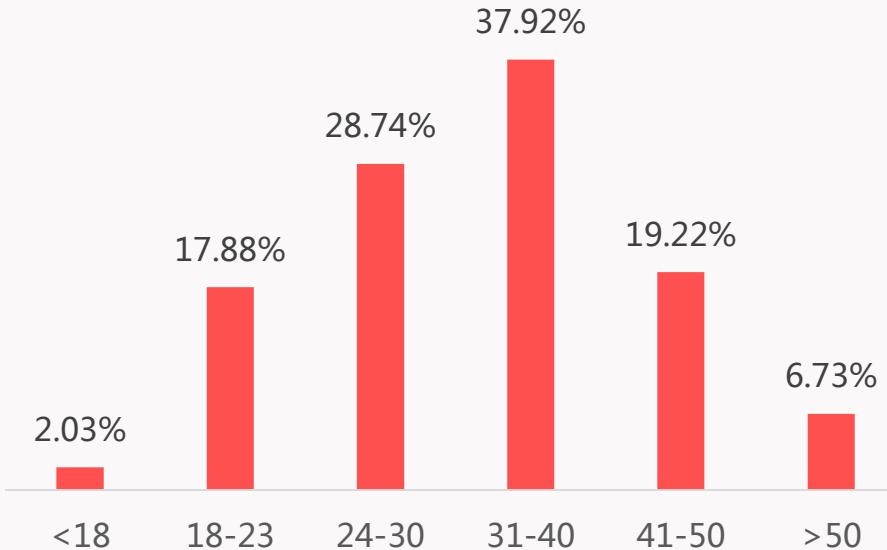


32.00%



4.37%

年龄渗透率



- 作为拥车主力人群，男性对汽车的兴趣遥遥领先，每100名男性中就有32人对汽车感兴趣。
- 从年龄上看，31-40岁用户中关注汽车资讯的比例最高，其次是24-30岁。

数据来源：头条指数

注：性别渗透率=某性别的汽车兴趣用户数/该性别的用户总数

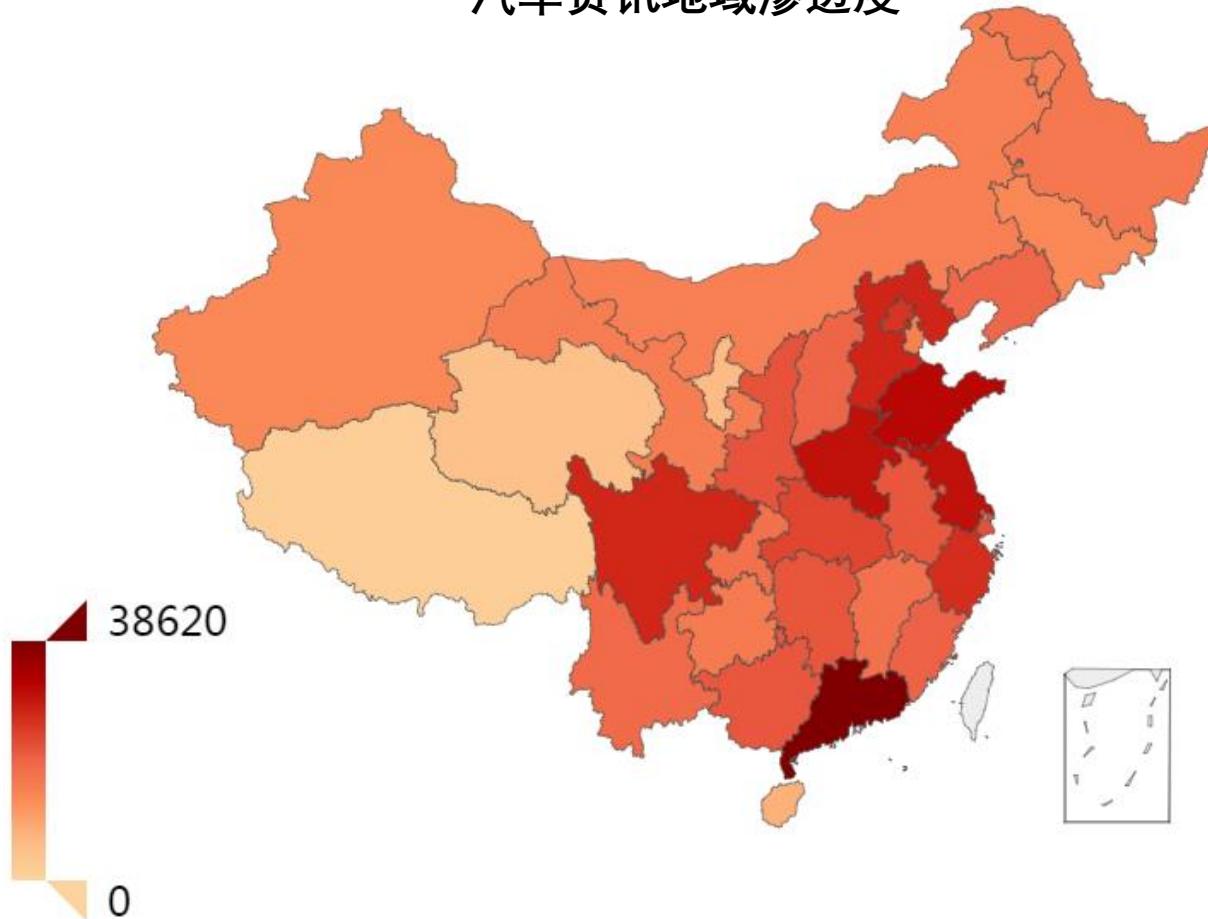
年龄渗透率=某年龄段的汽车兴趣用户数/该年龄段的用户总数

© 2017.07 今日头条算数中心

今日头条汽车兴趣用户画像：地域分布



汽车资讯地域渗透度



整体而言，广东用户最关注汽车资讯；东部地区对汽车资讯的关注度高于西部地区；西部地区中，四川用户最关注汽车资讯；东部沿海地区中，江苏用户最关注汽车资讯。

数据来源：头条指数

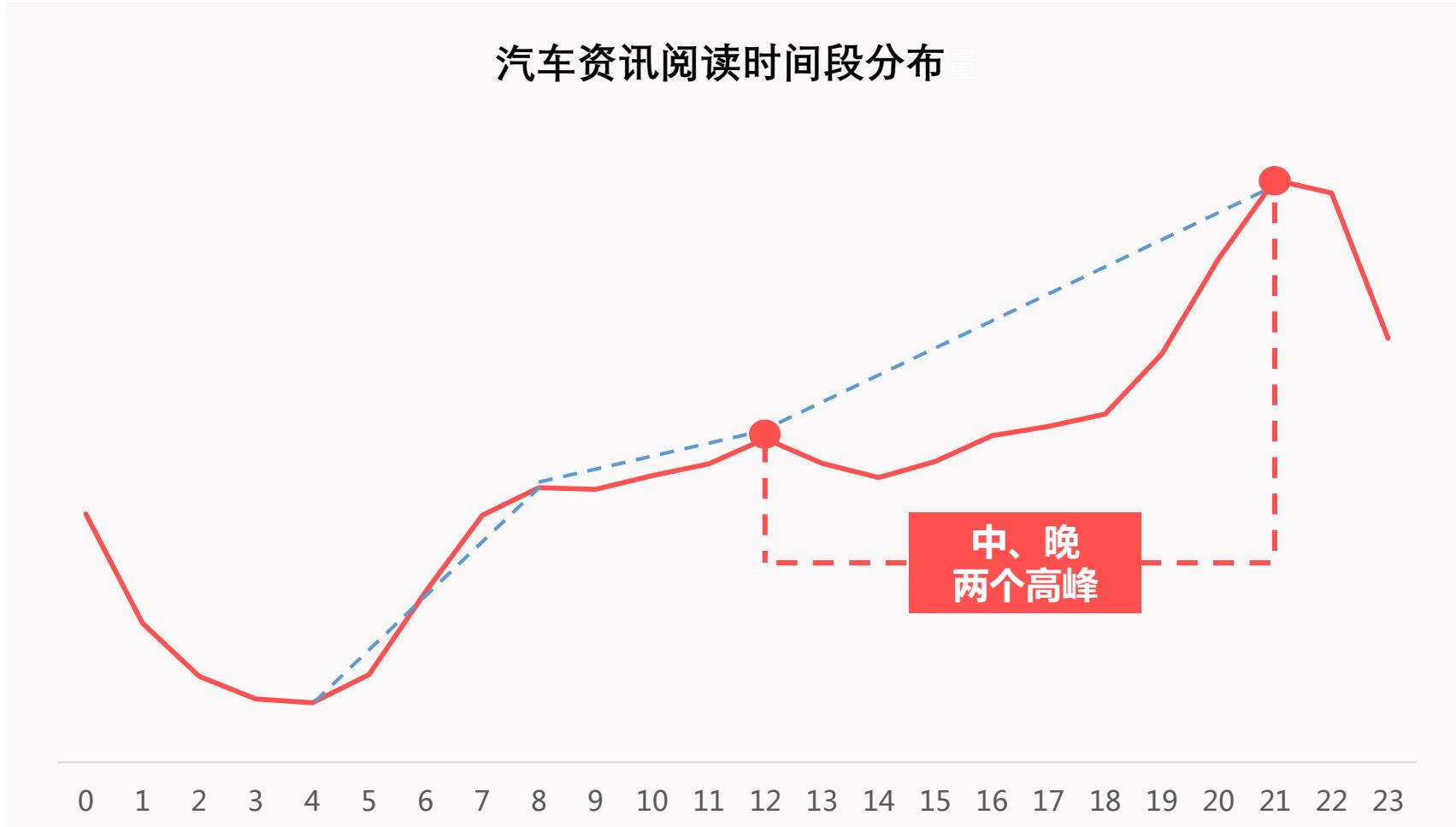
注：地域渗透度是某地域用户对关键词的关注度，剔除该地域用户总关注度的因素计算得出。

© 2017.07 今日头条算数中心

今日头条汽车兴趣用户画像：阅读时间段分布



汽车资讯阅读时间段分布



- 整体而言，汽车资讯的阅读量从4点至21点一直处于增长趋势，并呈现中、晚两个高峰：12点和21点。
- 5:00-8:00和18:00-21:00间，汽车资讯阅读量飙升。

03.

今日头条 汽车资讯深度分析

不同载体汽车资讯的阅读行为分析
最热汽车资讯类别及汽车自媒体
汽车资讯篇幅分析

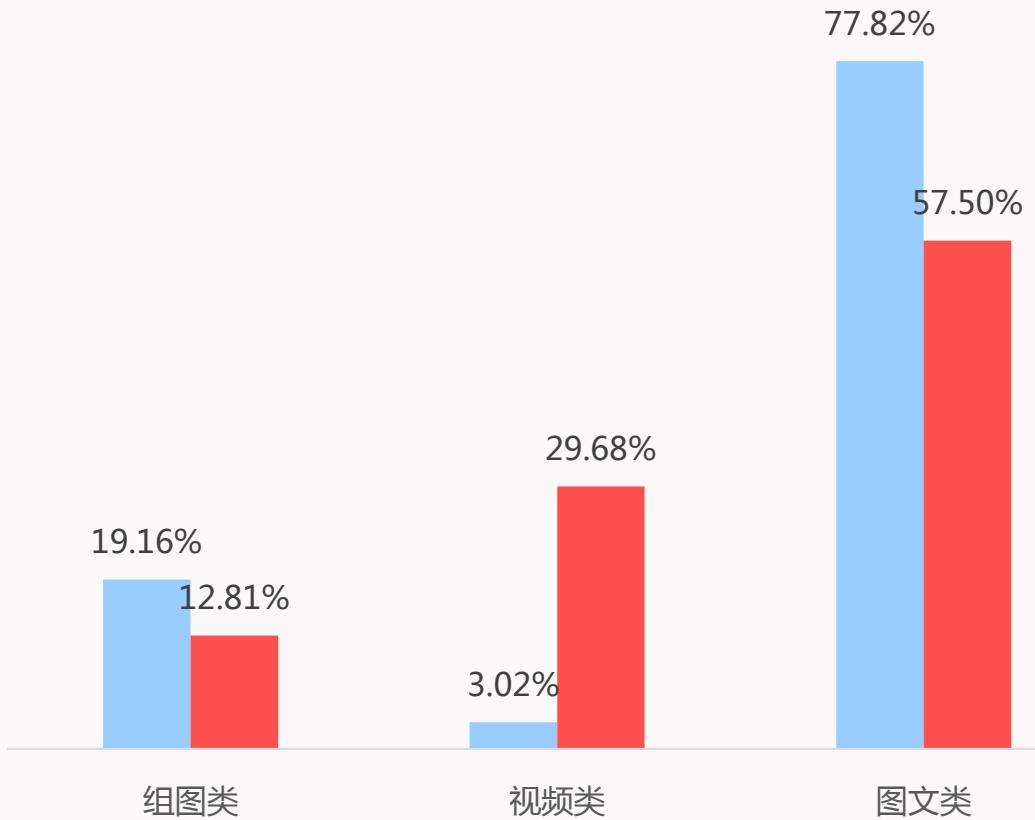


视频类资讯成新增长极



各类汽车资讯阅读量占比

■ 2016 ■ 2017



2017年，今日头条各类汽车资讯的阅读量均保持增长，其中视频类资讯的阅读量较去年同期增长2449.53%，阅读量占比从3.02%增长到29.68%，成为第二大汽车资讯载体，图文类资讯份额下降幅度最大。

汽车阅读量同比变化

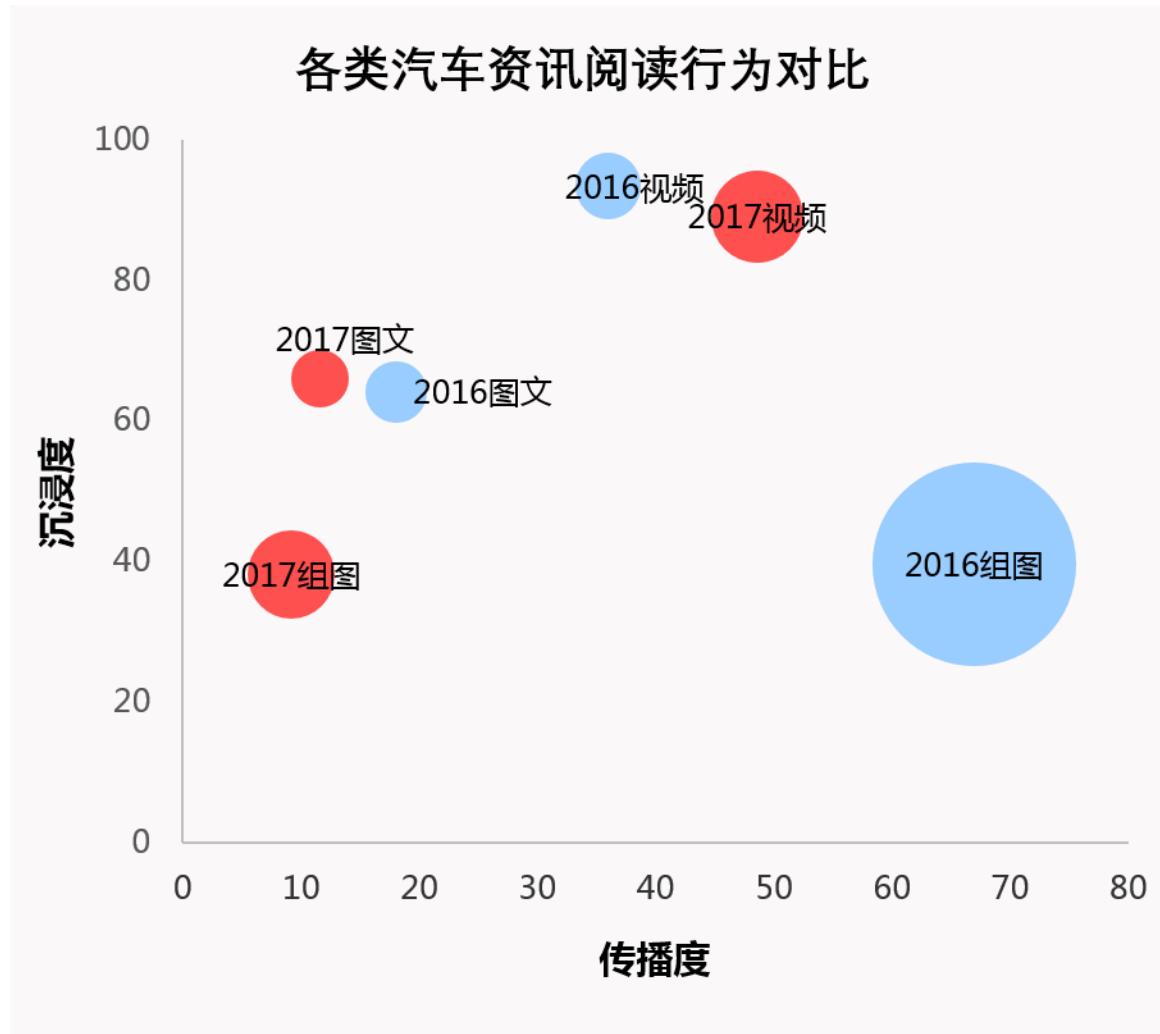
组图类
+73.47%

视频类
+2449.53%

图文
+91.67%



视频成最易传播资讯类型



数据来源：头条指数

注：上图中圆圈的大小代表单篇阅读量，阅读量越高，圆圈越大。

© 2017.07 今日头条算数中心

年轻用户更喜爱汽车视频资讯



性别渗透率

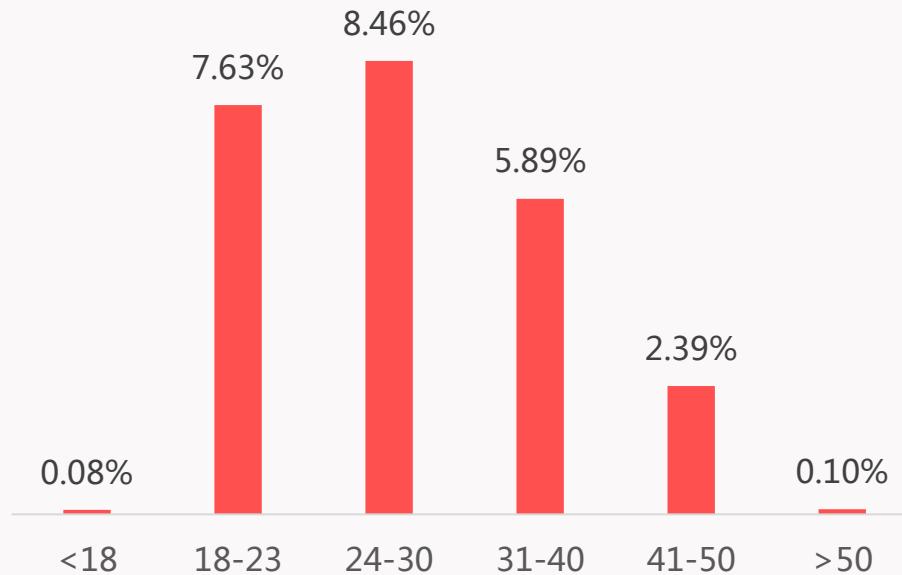


11.01%



0.34%

汽车视频年龄渗透率



- › 18-30岁用户最关注汽车视频资讯，与全部资讯相比更偏年轻化。
- › 男性对汽车视频的关注度远高于女性。

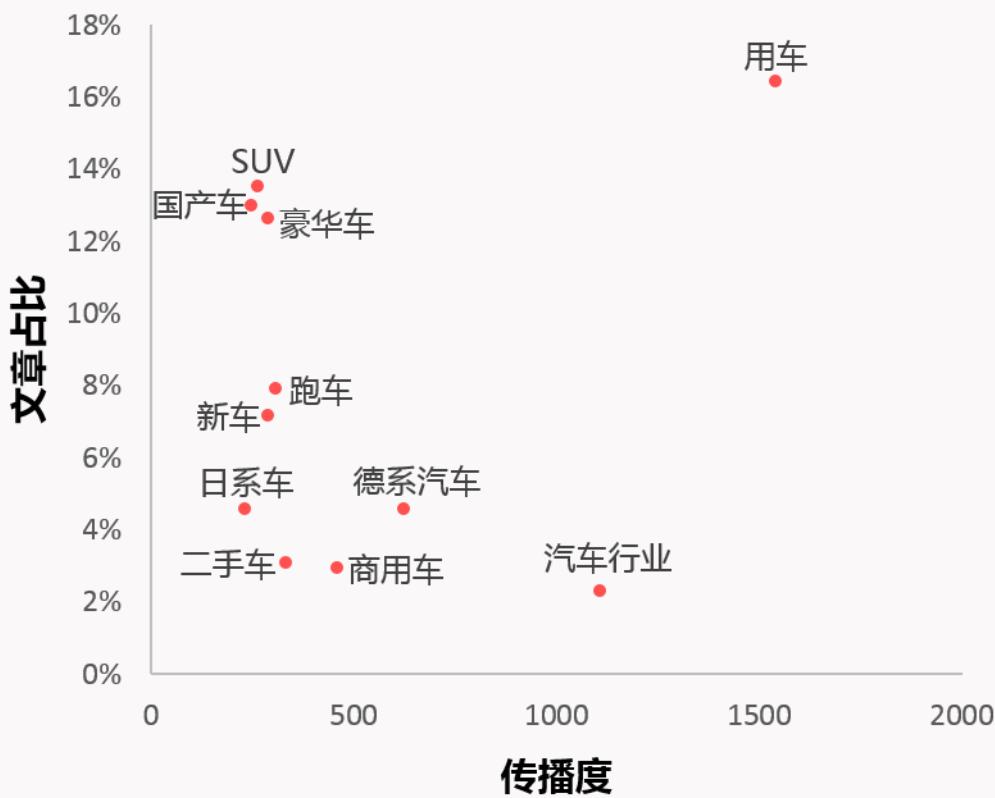
数据来源：头条指数

注：渗透率=某类别汽车视频兴趣用户数/该类别用户总数

© 2017.07 今日头条算数中心

最热汽车资讯类别及汽车自媒体

最热汽车资讯类别阅读行为对比



最热汽车自媒体TOP10

	汽车大师
	擎风车铺商城
	陈工聊车
	一和一
	爱车多一点
	30秒懂车
	客观汽车
	萌人汽车
	车途派
	有车以后

- 介绍驾驶技巧和配件的用车资讯是最受欢迎的资讯类别，其次是SUV和国产车的相关资讯。汽车自媒体头条号TOP10中，介绍驾驶和养车、用车技巧的居多，其次是买车相关的内容。

数据来源：头条指数

注：最热汽车资讯指的是2017年1月1日至6月1日期间阅读量最高的8000篇汽车资讯（包含视频资讯）。

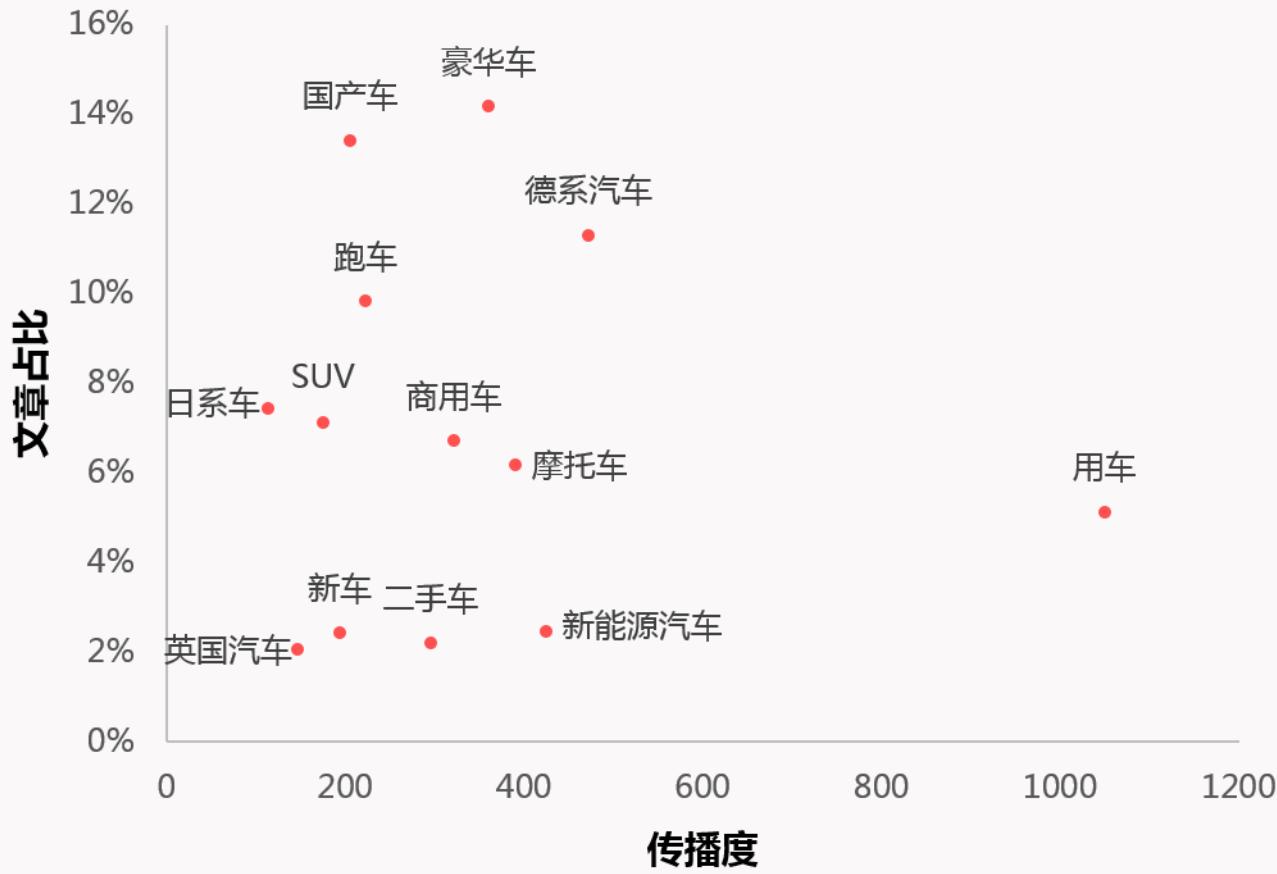
自媒体排名依据各头条号的原创度、阅读量、收藏量、分享量等指标。

© 2017.07 今日头条算数中心



最热汽车视频资讯类别

最热汽车视频资讯类别阅读行为对比



视频资讯中，豪华车、国产车和德系汽车是最受创作者关注的资讯类别。尽管介绍驾驶技巧和配件的用车视频占比较低，却是更易于被用户分享的汽车视频资讯类别。

数据来源：头条指数

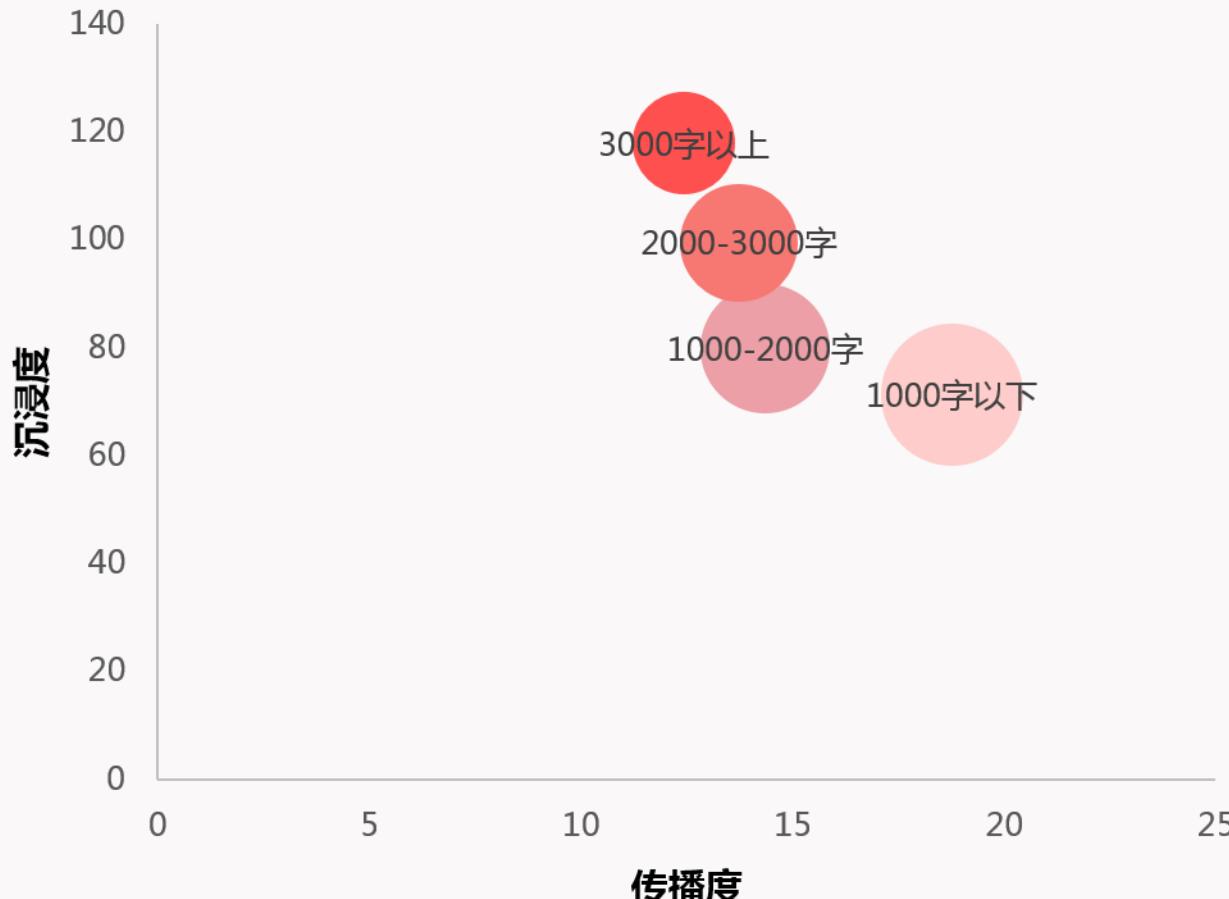
统计范围：2017年1月1日至6月1日间阅读量最高的5000篇汽车视频资讯。

© 2017.07 今日头条算数中心

汽车资讯篇幅分析



不同篇幅汽车资讯阅读行为对比



1000字以下汽车资讯更易于传播，但由于篇幅较短，沉浸度较低。随着篇幅的递增，汽车资讯的单篇阅读量降低，沉浸度加深，但传播度递减。

数据来源：头条指数

注：上图中圆圈的大小代表单篇阅读量，阅读量越高，圆圈越大。

© 2017.07 今日头条算数中心

04.

汽车兴趣用户 相关内容偏好

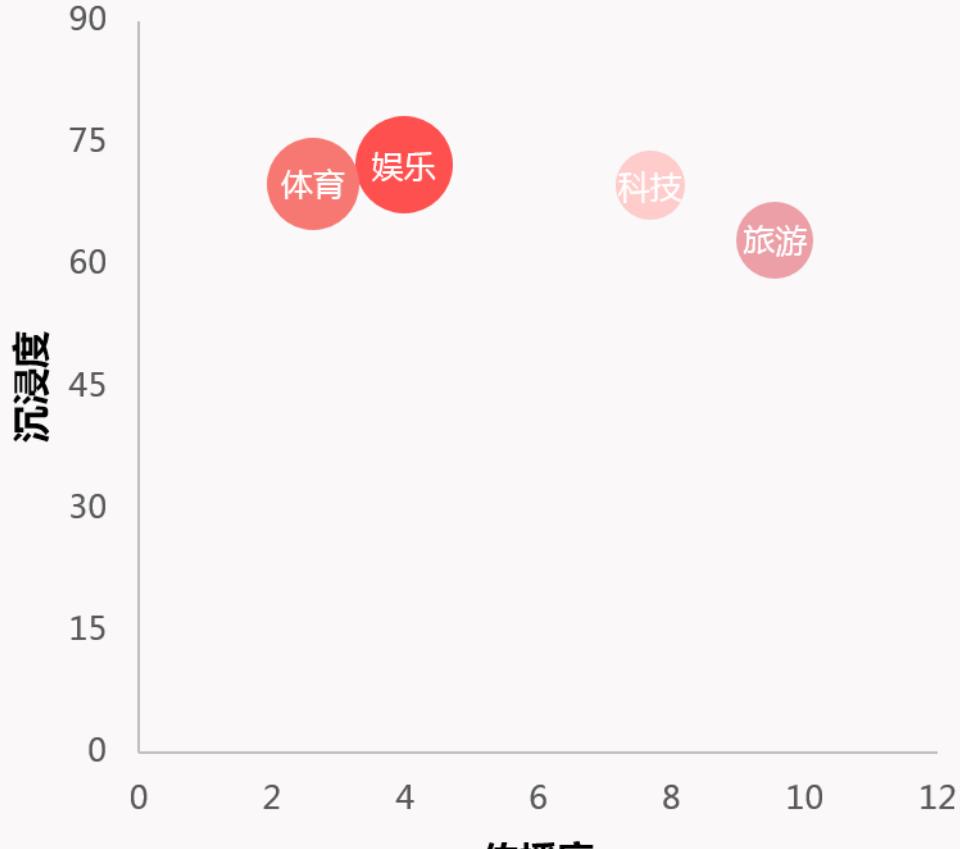
娱乐资讯 体育资讯
旅游资讯 科技资讯



汽车兴趣用户相关资讯类别分析



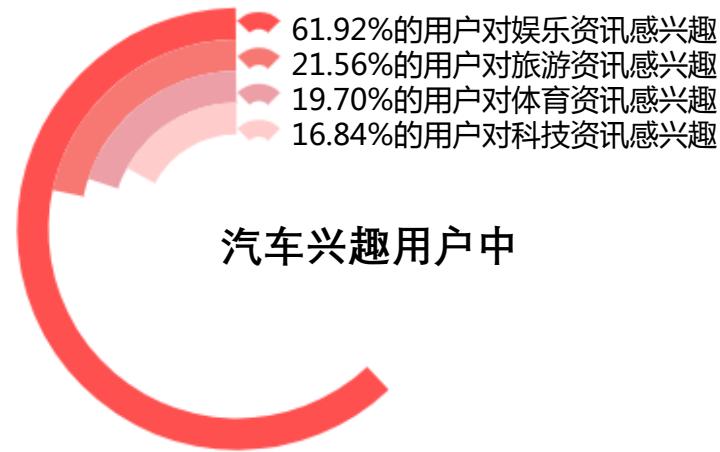
汽车兴趣用户相关资讯类别对比



数据来源：头条指数

注：上图中圆圈的大小代表单篇阅读量，阅读量越高，圆圈越大。

汽车兴趣用户指带有汽车兴趣标签的用户。

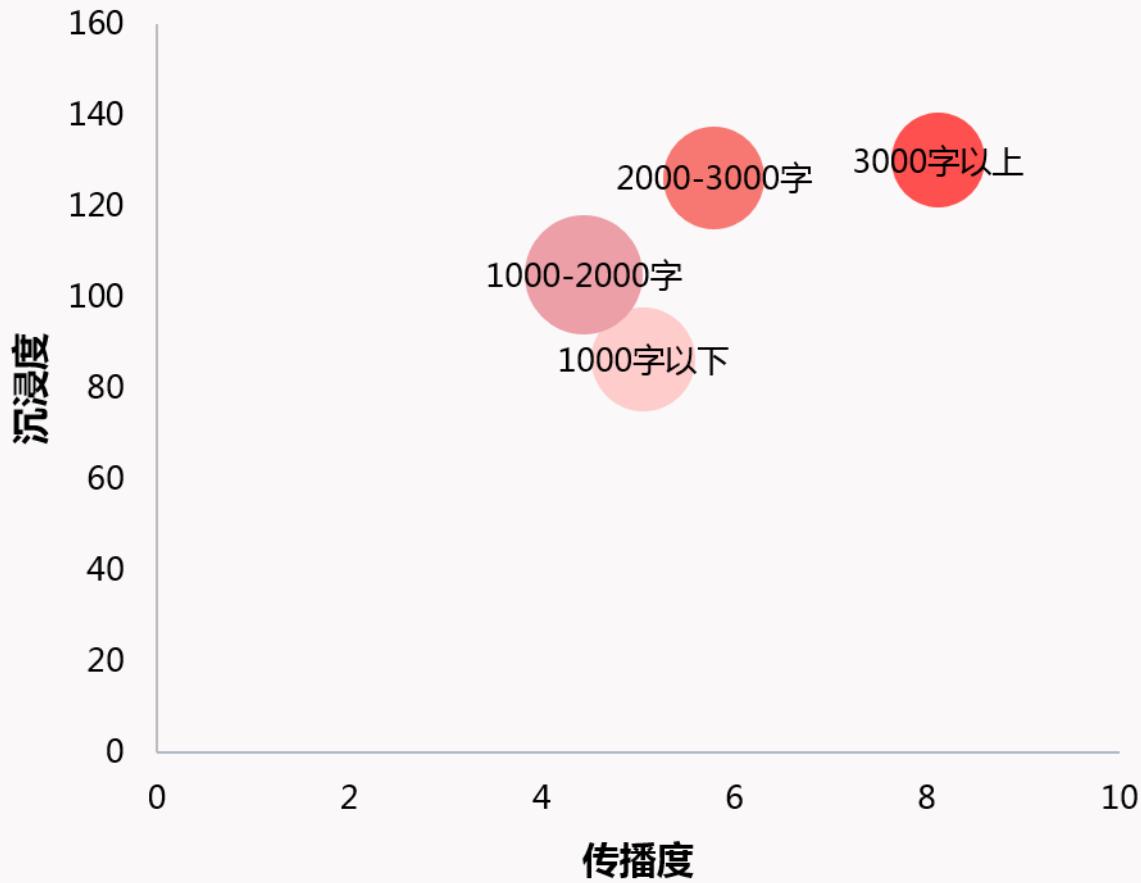


汽车兴趣用户喜爱的资讯类别中，娱乐类资讯的单篇阅读量和沉浸度最高，但传播度不高，说明娱乐类资讯深受汽车用户喜爱，但被分享的几率较低；旅游类资讯在四类资讯中传播度最高，更易被汽车兴趣用户分享，但沉浸度最低；科技类资讯沉浸度和传播度都处在中偏上水平，但单篇阅读量较低。

汽车兴趣用户的娱乐资讯阅读行为分析



不同篇幅娱乐资讯阅读行为对比



汽车兴趣用户感兴趣的娱乐资讯中，1000字以下最多，占到90.62%；但1000-2000字的娱乐资讯单篇阅读量最高。3000字以上娱乐资讯的传播度和沉浸度均为最高。

数据来源：头条指数

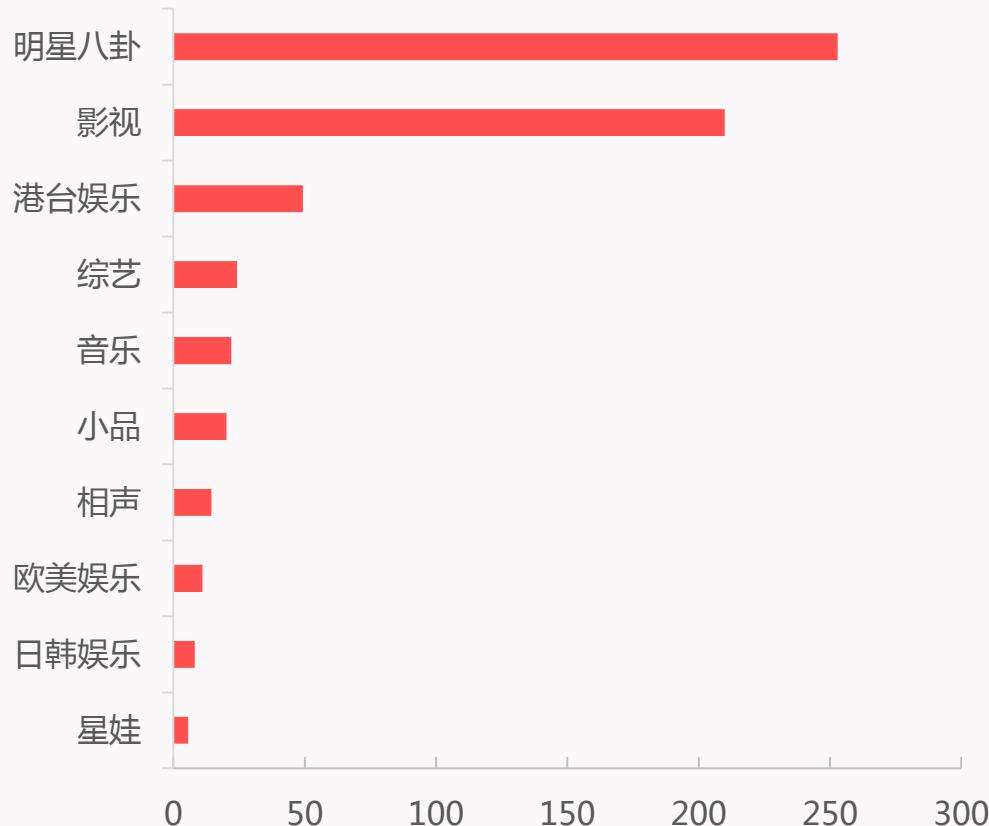
注：上图中圆圈的大小代表单篇阅读量，阅读量越高，圆圈越大。

© 2017.07 今日头条算数中心

汽车兴趣用户的娱乐资讯阅读行为分析



汽车兴趣用户最喜爱的娱乐资讯类别
阅读量/千万



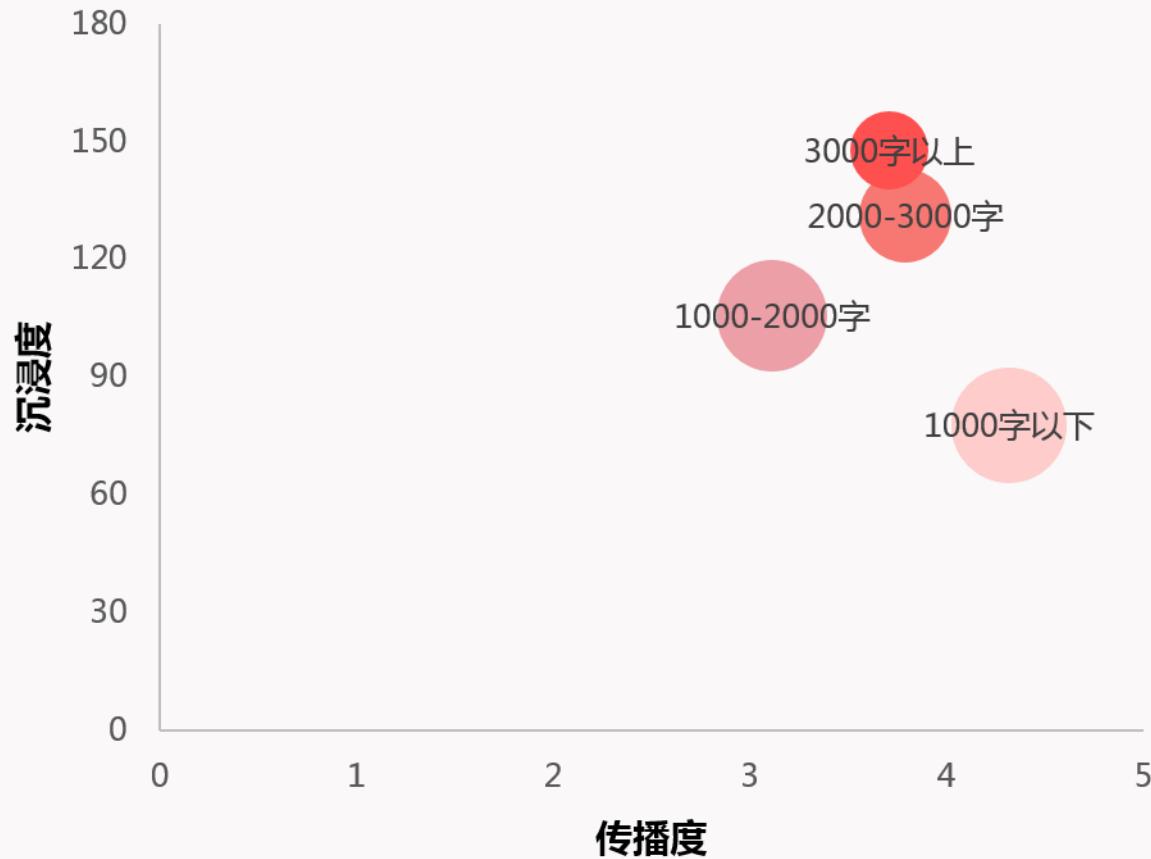
汽车兴趣用户最喜爱的娱乐自媒体TOP10



汽车兴趣用户的体育资讯阅读行为分析



不同篇幅体育资讯阅读行为对比



汽车兴趣用户关注的体育资讯中，1000字以下短资讯无论是单篇阅读量还是传播度都排在首位，3000字以上长资讯沉浸度最高，传播度高于1000-2000字资讯。

数据来源：头条指数

注：上图中圆圈的大小代表单篇阅读量，阅读量越高，圆圈越大。

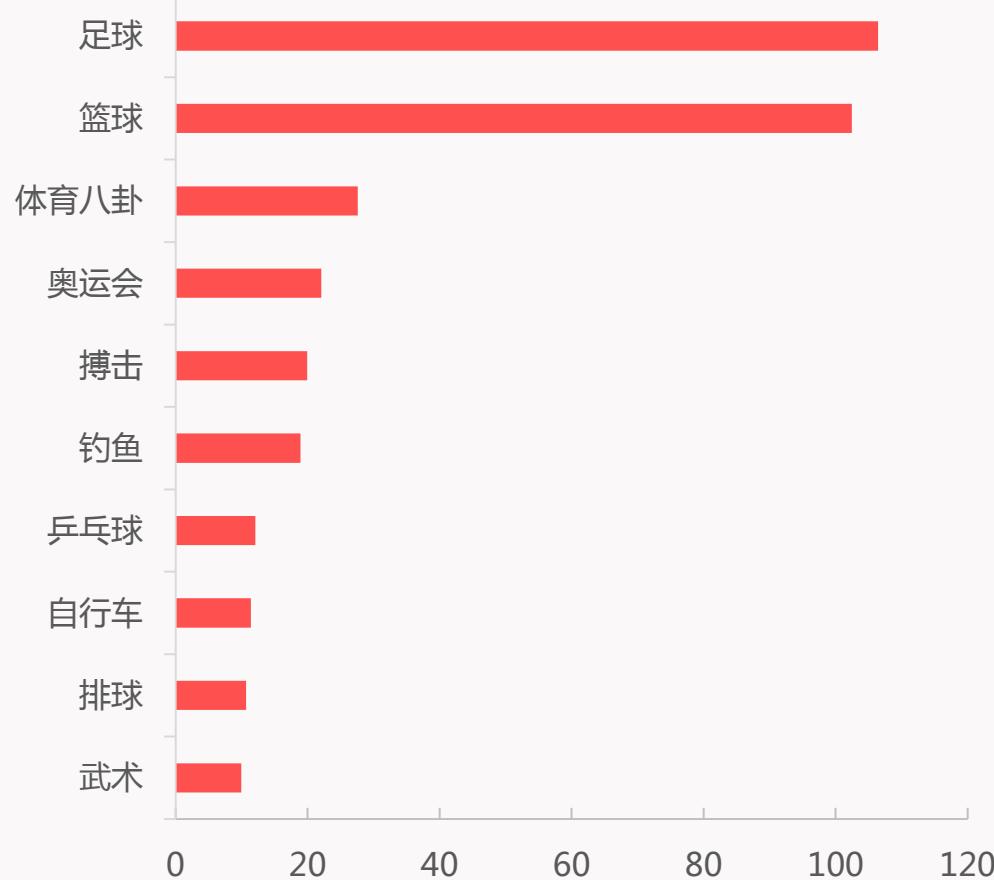
© 2017.07 今日头条算数中心

汽车兴趣用户的体育资讯阅读行为分析



汽车兴趣用户最喜爱的体育资讯类别

阅读量/千万



汽车兴趣用户最喜爱的体育自媒体TOP10



肆客足球



时刻足球



菱镜头



齐帅



孢子歪解体坛



三十年莱斯特城球迷



十点街球



体坛风物



大圣侃球

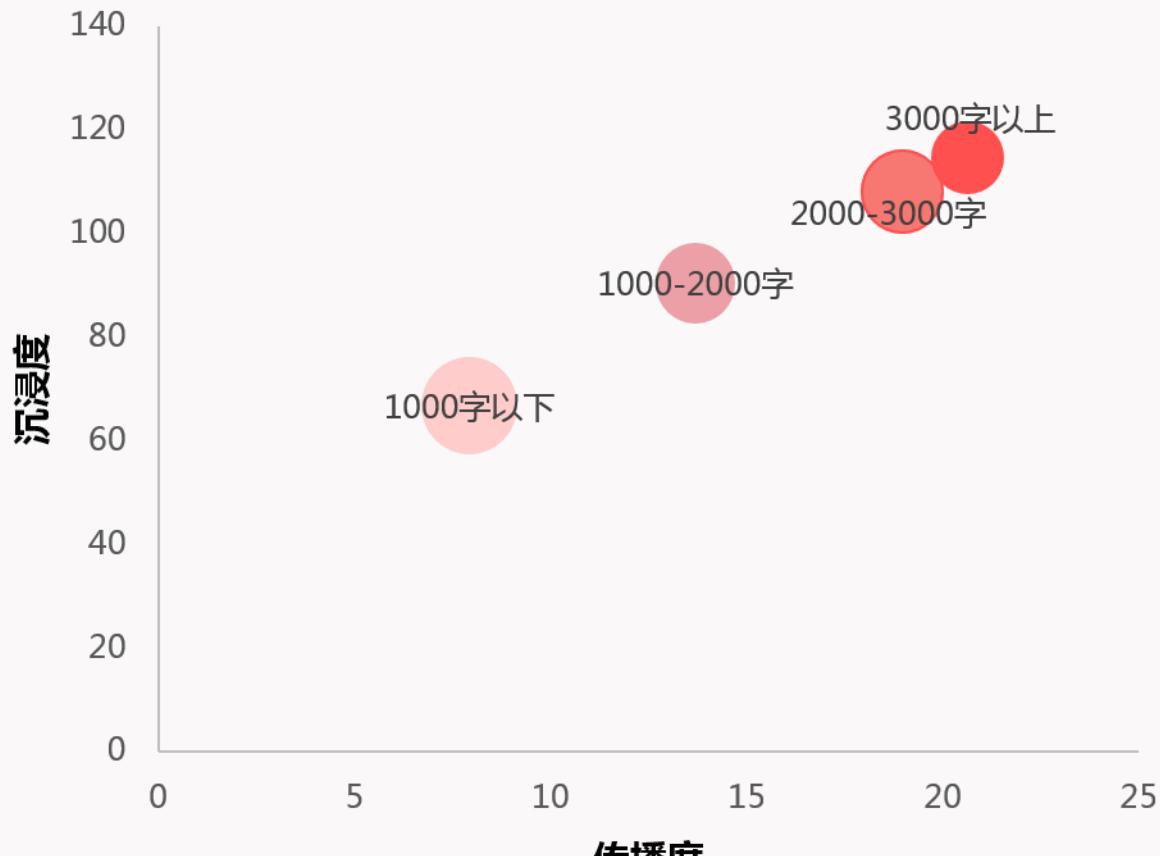


足坛宙斯

汽车兴趣用户的旅游资讯阅读行为分析



不同篇幅旅游资讯阅读行为对比



汽车兴趣用户喜爱的旅游资讯中，3000字以上长篇资讯在沉浸度和传播度上得分最高，1000字以下短资讯单篇阅读量最高。

数据来源：头条指数

注：上图中圆圈的大小代表单篇阅读量，阅读量越高，圆圈越大。

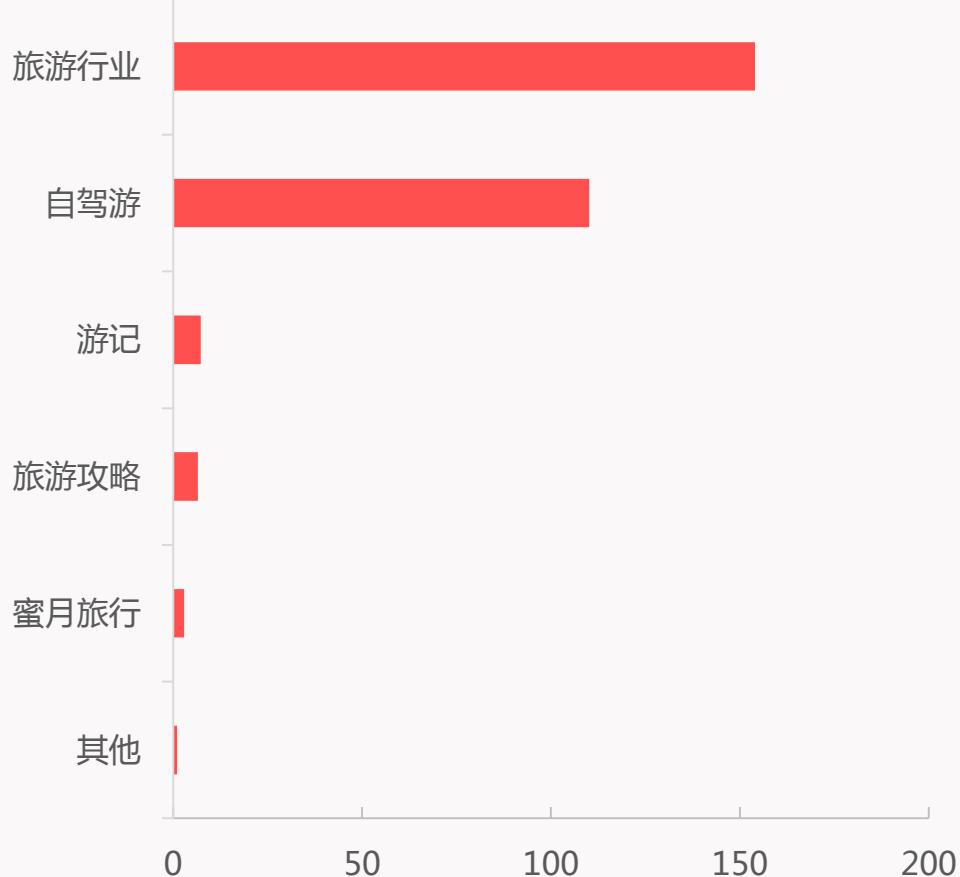
© 2017.07 今日头条算数中心

汽车兴趣用户的旅游资讯阅读行为分析

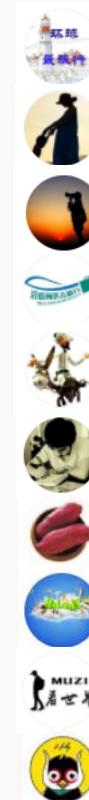


汽车兴趣用户最喜爱的旅游资讯类别

阅读量/千万



汽车兴趣用户最喜爱的旅游自媒体TOP10



环球最旅行

背着女儿去旅行

花樣旅人

沿着高铁去旅行

旅行问道

sh骑行

不发芽的番薯

行途记

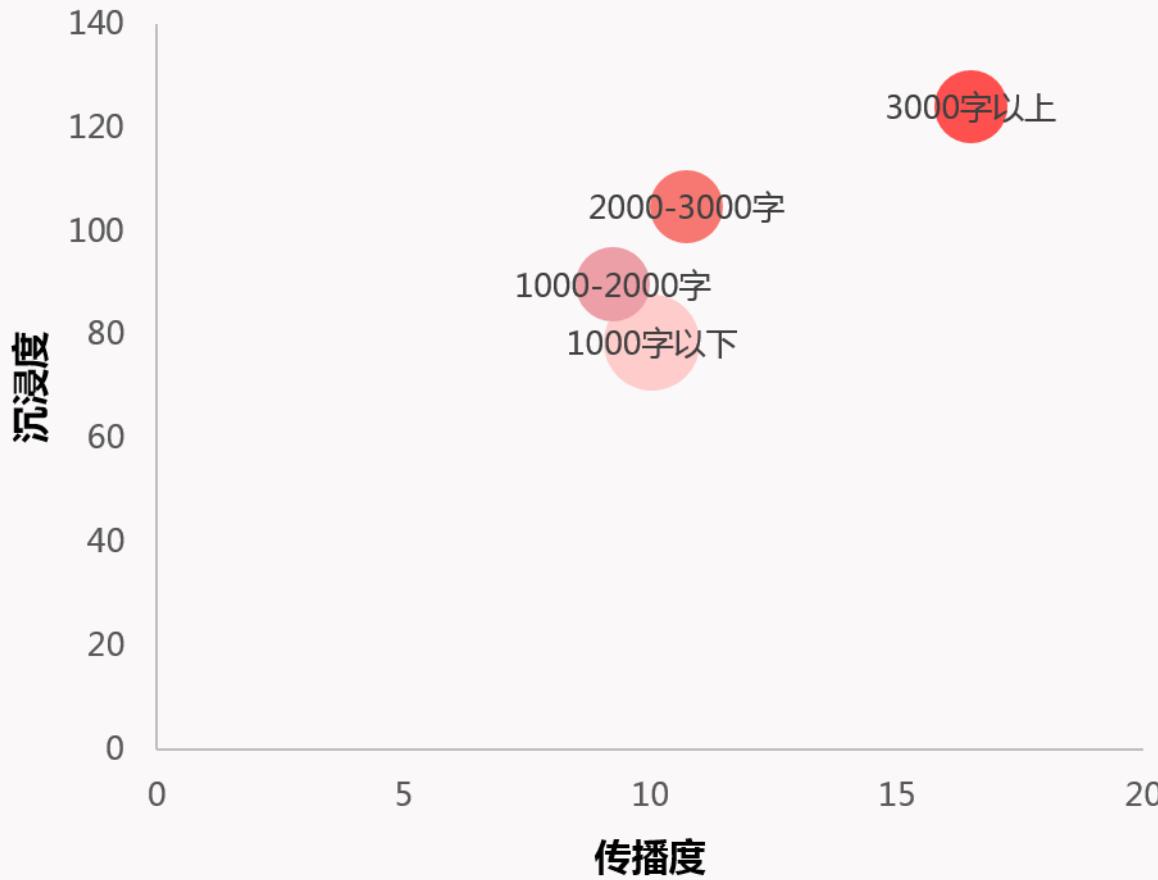
MUZI看世界

三晋说

汽车兴趣用户的科技资讯阅读行为分析



不同篇幅科技资讯的阅读行为对比



汽车兴趣用户喜爱的科技资讯中，3000字以上长篇资讯的传播度和沉浸度最高。

数据来源：头条指数

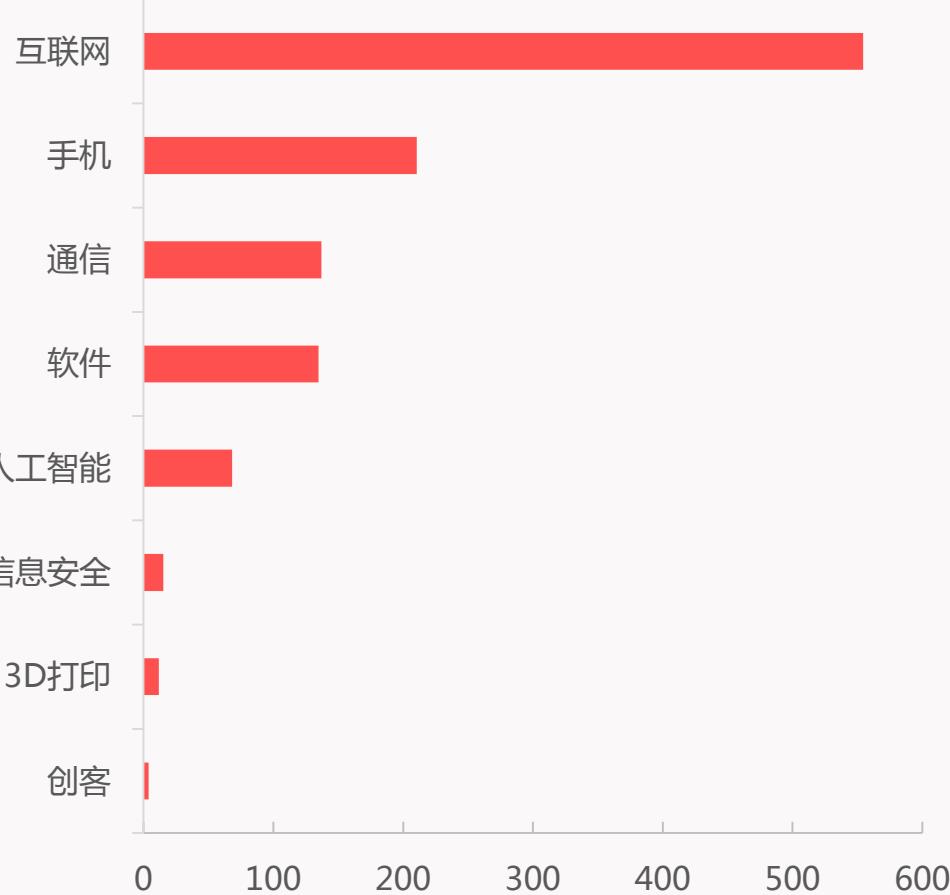
注：上图中圆圈的大小代表单篇阅读量，阅读量越高，圆圈越大。

© 2017.07 今日头条算数中心

汽车兴趣用户的科技资讯阅读行为分析



汽车兴趣用户最喜爱的科技资讯类别
阅读量/百万



汽车兴趣用户最喜爱的科技自媒体TOP10



05. 95后用户 汽车内容偏好

全体95后阅读行为分析

汽车兴趣95后阅读行为分析

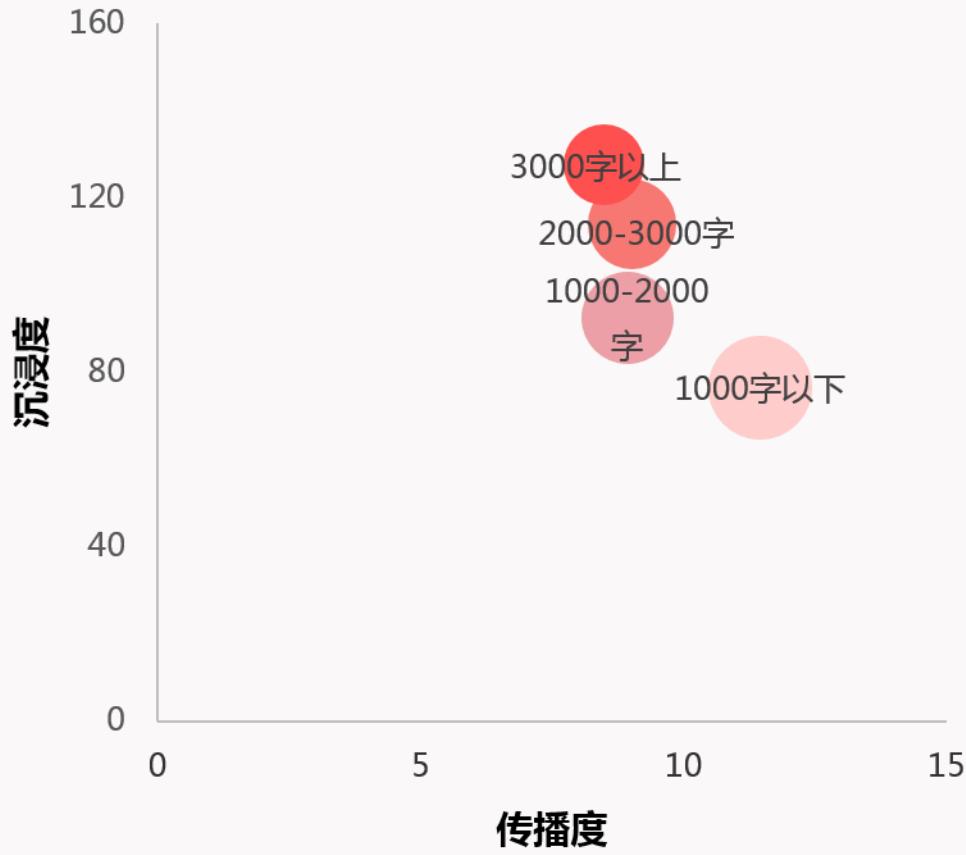


全体95后阅读行为分析



不同篇幅汽车资讯的阅读行为对比

全体95后



95后用户最喜爱的汽车自媒体TOP10

- | | |
|--|--------|
| | 擎风车铺商城 |
| | 汽车大师 |
| | 陈工聊车 |
| | 一和一 |
| | 30秒懂车 |
| | 萌人汽车 |
| | 车上说事 |
| | 客观汽车 |
| | 车途派 |
| | 有车以后 |

数据来源：头条指数

注：上图中圆圈的大小代表单篇阅读量，阅读量越高，圆圈越大。

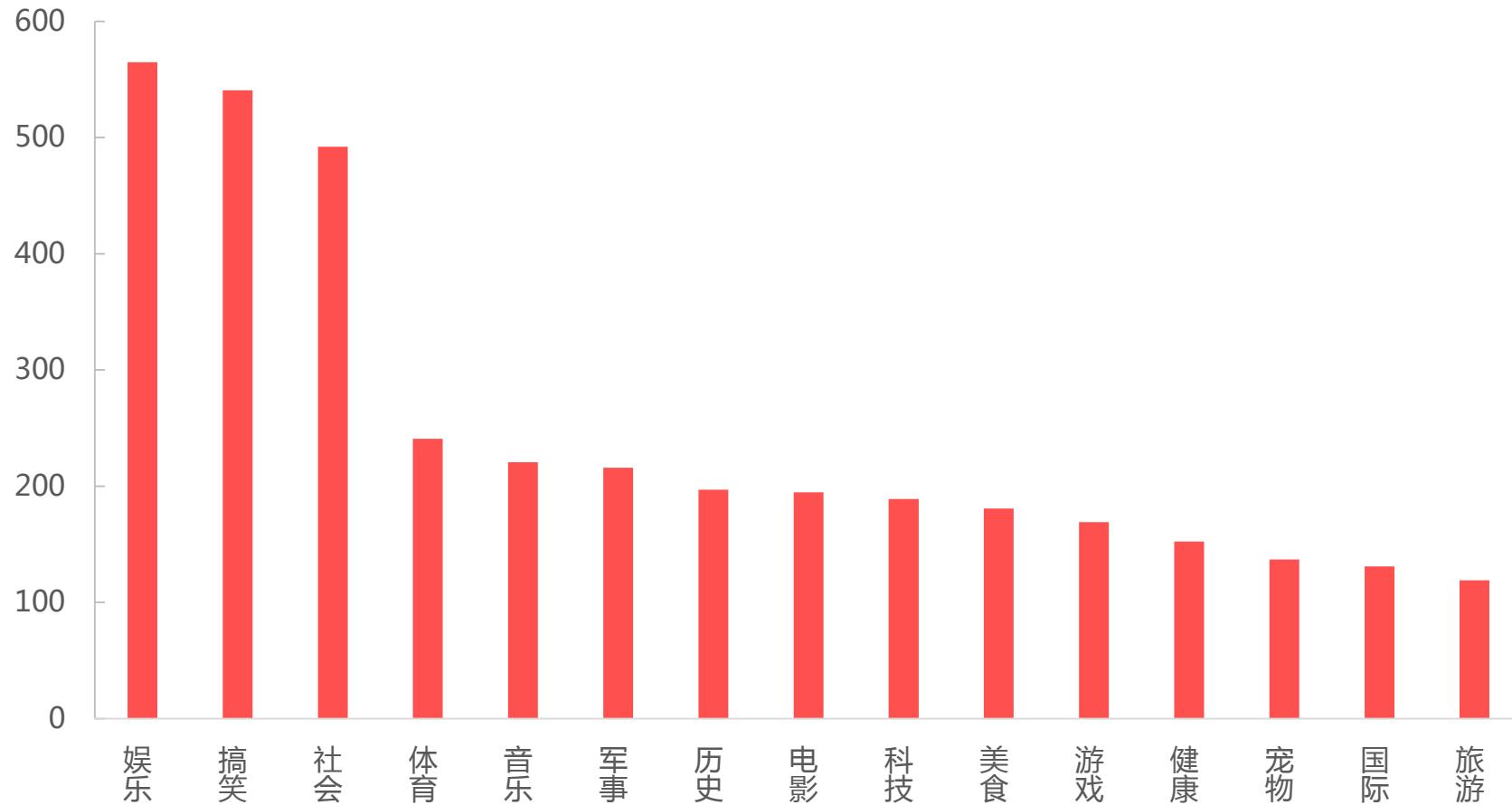
© 2017.07 今日头条算数中心

汽车兴趣95后阅读行为分析



汽车兴趣95后最关注的资讯类别

阅读量/亿



数据来源：头条指数

注：仅取汽车资讯之外的阅读量最高的15个资讯类别

© 2017.07 今日头条算数中心

汽车兴趣95后的独有兴趣关键词



- 对比汽车兴趣用户的前1000兴趣关键词发现，95后对游戏、动漫、小鲜肉的兴趣更加浓厚，如游戏关键词穿越火线、英雄联盟（盲僧、Faker等）、GTA5；明星中，鹿晗、张艺兴、罗志祥最受欢迎；火影忍者、海贼王是他们喜欢的动漫。

数据来源：头条指数

注：对比汽车兴趣用户的前1000兴趣关键词，仅展示TOP20的兴趣关键词。

© 2017.07 今日头条算数中心

重要声明

Declaration

《2017汽车内容趋势研究报告》由今日头条算数中心（以下简称“算数中心”）制作。报告中文字、数据等受中国知识产权法律法规保护。除注明的引用第三方数据及公开信息，本报告所有权归今日头条算数中心所有。

算数中心致力于更及时、更全面、更深度的阅读数据挖掘和数据应用创新。未经允许，不得对本报告进行加工或改造。如有转载或引用，需及时与我们联系并注明出处“**今日头条算数中心**”，同时不得删减或改写报告内容。

特此声明。

关于我们

About Us

今日头条算数中心依靠今日头条海量用户每天数以百亿次级的阅读行为产生的数据，测量每一则资讯的传播力，描绘每一个用户更精准的画像，洞悉用户阅读行为下更深层的动机，致力于更广更深的阅读数据挖掘，用数据服务各个行业。

联系方式

电子邮箱：datadance@bytedance.com

地址：北京海淀区中国卫星通信大厦



官方头条号
(汽车算数)



官方微信公众号
(汽车算数)