



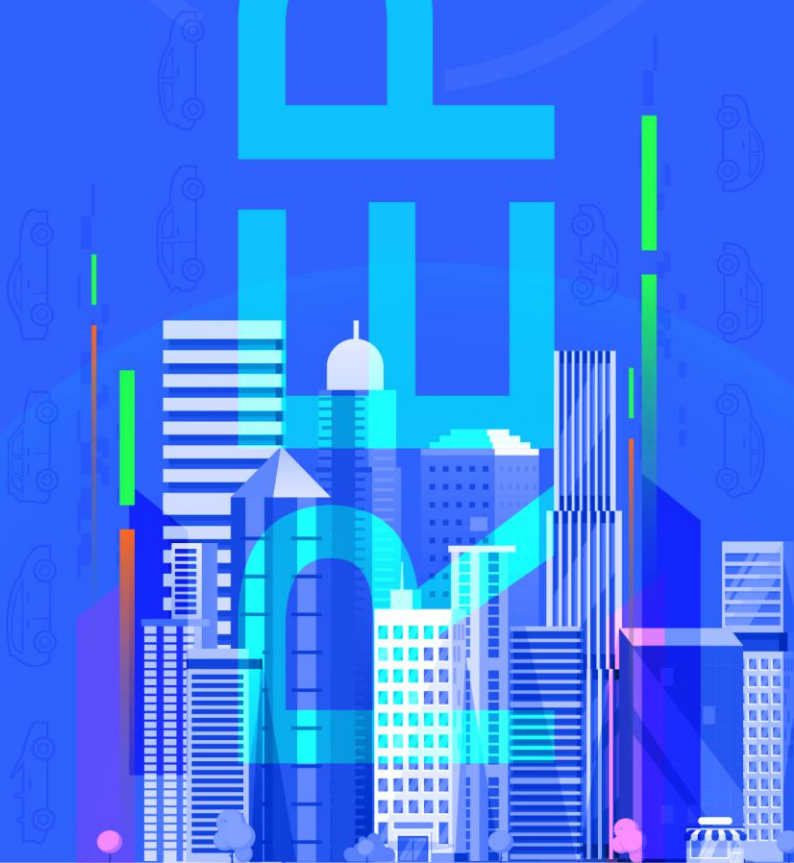
汽车之家研究院
AUTOHOME RESEARCH INSTITUTE



汽车之家 搜索指数 洞察报告

Insight Report
on AUTOHOME'S
Search Index

2 0 2 2



报告说明

INSTRUCTIONS

- 本报告基于汽车之家日活4,500万用户产生的百亿级用户搜索数据（包括海量用户搜索&浏览数据），挖掘用户需求与期望；
- 本报告提及的搜索数据指用户在汽车之家APP及PC端官网对品牌、车系、车型的搜索数据，是基于用户自行发起的搜索词统计次数进行计算；
- 本报告中乘用车包括轿车、SUV、MPV及跑车，产品级别划分以汽车之家产品库产品级别为准；
- 本报告由汽车之家研究院进行统筹策划并编撰完成，版权归汽车之家所有。未经允许，不得对本报告进行改造和加工。如有转载或引用，请联系汽车之家并注明出处。

联系我们

CONTACT US

刘彦杉

汽车之家研究院

电话：+86 186-1066-8743

邮件：liuyanshan@autohome.com.cn

高宇航

汽车之家研究院

电话：+86 131-4657-5987

邮件：gaoyuhang@autohome.com.cn

报告核心观点

Report Core View



车型级别 搜索指数

- 多孩化时代到来，MPV迎来发展的春天
- 轿车搜索呈两极分化，微型车搜索提升飞快
- 大尺寸成心头好，中大型SUV搜索增长明显
- 中大型MPV热度飞速提升，车企应尽早布局抢占市场



热点品牌 搜索指数

- 中国传统品牌搜索激增，海外主流品牌搜索下滑7个百分点
- 比亚迪排名实现大幅跃升，哈弗搜索回落坦克搜索提升
- 海外主流品牌市场开始分化，强者恒强效应初显
- 奔驰2021年新车型发布多，用户搜索占比走高
- 第二梯队品牌搜索奋起直追，新势力用户搜索更加多元



热点车系 搜索指数

- 秦PLUS、汉搜索高企，比亚迪借新能源东风异军突起
- 雅阁搜索持续攀升，迈腾分季度搜索回落
- 奔驰上榜车系搜索走高，宝马和奥迪主流车系搜索下降
- 用户对新势力车系关注更为多元，零跑、哪吒受用户青睐



总结 及建议

- 关注消费升级与场景化需求下的市场机会
- 新能源中端车将迎快速增长长期
- 新能源汽车爆发重塑中国品牌竞争格局

目录

CONTENTS

01 车型级别搜索指数

车型级别搜索	--02
轿车细分级别搜索	--03
SUV细分级别搜索	--04
MPV细分级别搜索	--05

02 热点品牌搜索指数

整体品牌搜索偏好	--07
中国品牌搜索偏好	--08
海外主流品牌搜索偏好	--09
豪华品牌搜索偏好	--10
新势力品牌搜索偏好	--11

03 热点车系搜索指数

中国品牌车系搜索偏好	--13
海外主流品牌车系搜索偏好	--14
豪华品牌车系搜索偏好	--15
新势力品牌车系搜索偏好	--16

04 总结及建议

总结及建议	--18
-------	------

2022汽车之家搜索指数洞察报告

Insight Report
on AUTOHOME'S
Search Index
2 0 2 2

车型级别 搜索指数

Search index of
VEHICLE CLASS

- 02 车型级别搜索量
- 03 轿车细分级别搜索量
- 04 SUV细分级别搜索量
- 05 MPV细分级别搜索量

01

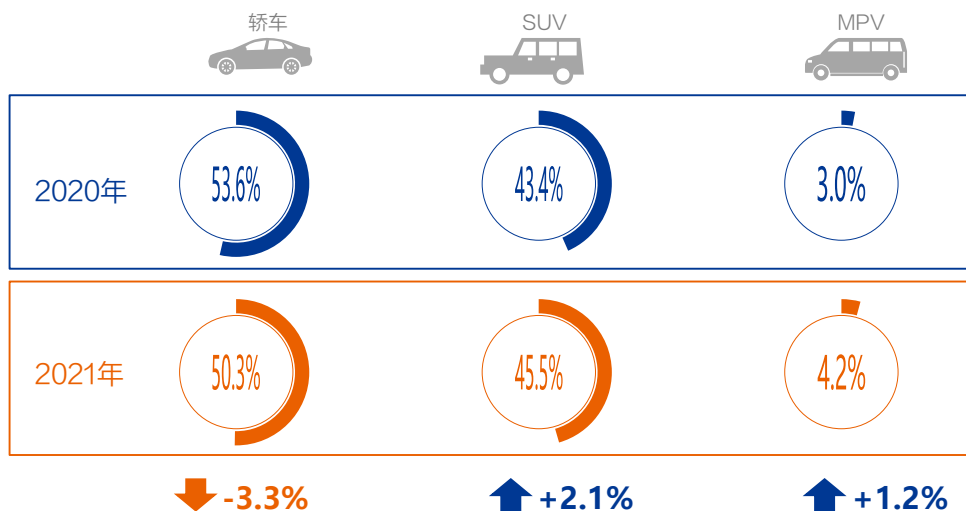


多孩化时代到来，MPV迎来发展的春天

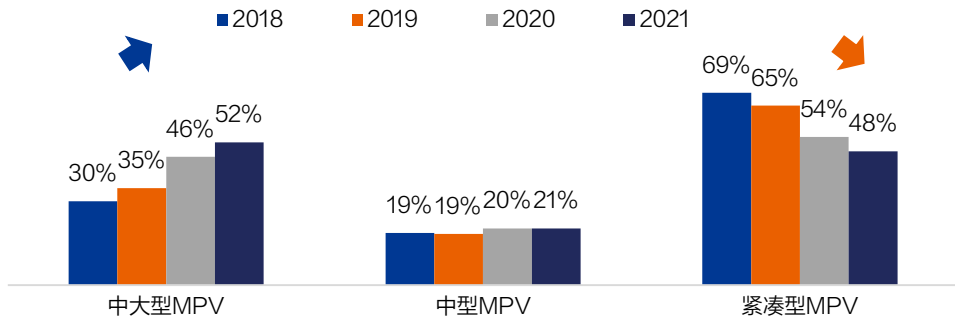
纵观用户对各个级别市场车型的搜索量，轿车为用户主动搜索最多的车型，2021年占比超一半。SUV的搜索量占比达45.5%，与2020年相比增长2.1%。MPV占比提升明显，提升1.2个百分点，达4.2%。

不难看出，用户对SUV和MPV的关注度在不断攀升。根据汽车工业协会上险量数据显示，SUV的销量目前已经超过轿车，用户对SUV的青睐度仍旧还在不断提升。与2020年相比，MPV搜索量占比提升1.2%，从上险量数据来看，中大型MPV的销量占比持续走高，随着二胎和三胎政策的开放，不少80、90后父母参与到照看孙儿孙女的大军中，家庭结构从传统的父母孩子转变到三世同堂家庭，**家庭成员的增加对用车空间的需求也在潜移默化中转变。**

分车型级别搜索量占比变化



历年MPV销量占比变化



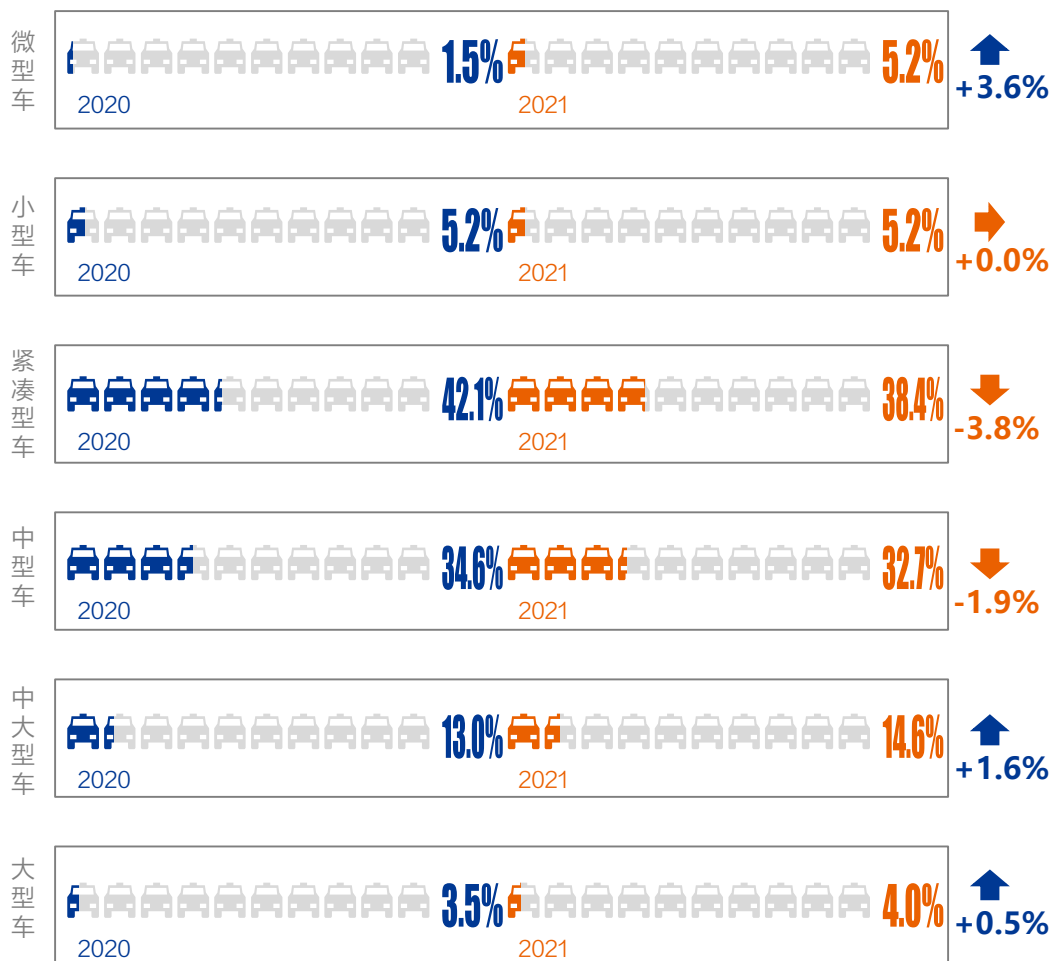
数据来源：汽车之家搜索数据；汽车工业协会上险量数据。搜索量占比=对应车型级别搜索量/所有车型搜索量*100%；MPV占比%=对应级别MPV上险量/MPV总上险量*100%。

轿车搜索呈两极分化，微型车搜索提升飞快

从搜索数据来看，用户对轿车车型级别搜索呈两极分化，对微型车的关注度明显提升，**这主要源于微型车售价低廉，可以满足低线城市刚需用户需求，如日常上下班、短距离出行、停车不方便等场景**。同时，60前婴儿潮人群步入退休阶段，购买微型车既可以满足他们周边游需求，也可以接送孙子孙女上下学，老龄化一定程度上激发了微型车市场潜能。

此外，用户对中大型车以及大型车的主动关注度也有一定提升，考虑到近年来豪华车销量增长强劲，且豪华车多以中大型车和大型车为主，车辆消费升级趋势明显。

轿车细分级别搜索量占比变化

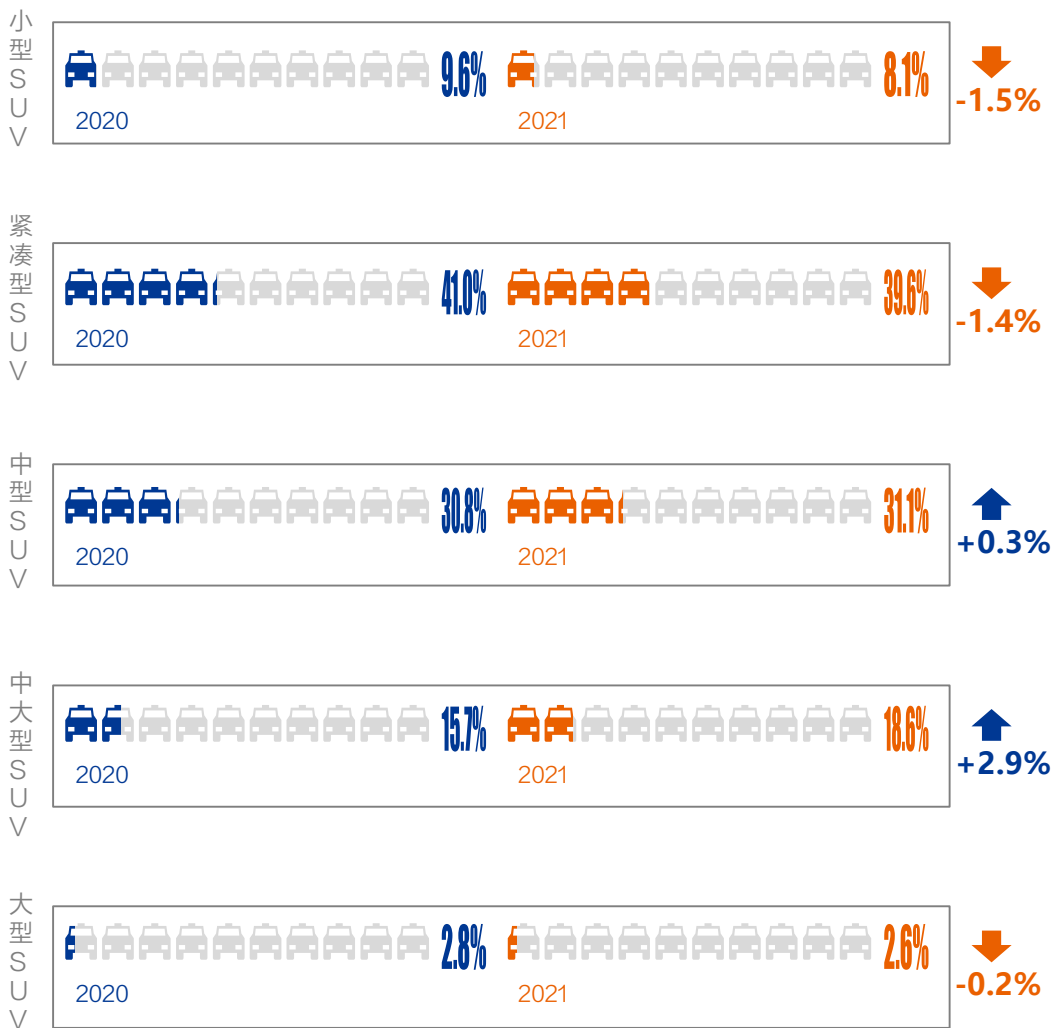


数据来源：汽车之家搜索数据。搜索量占比%=对应轿车细分车型级别搜索量/所有轿车搜索量*100%。

大尺寸成心头好，中大型SUV搜索增长明显

从SUV占比变化来看，小型SUV和紧凑型SUV的搜索量占比下降最为明显，与2020年相比，分别下降1.5%和1.4%。中型SUV从2020年的30.8%提升到2021年的31.1%，用户对中大型SUV的关注度提升最为明显，从2020年的15.7%提升到2021年的18.6%，占比提升2.9个百分点。整体来看，**用户搜索偏好在向大尺寸SUV倾斜。**

SUV细分级别搜索量占比变化



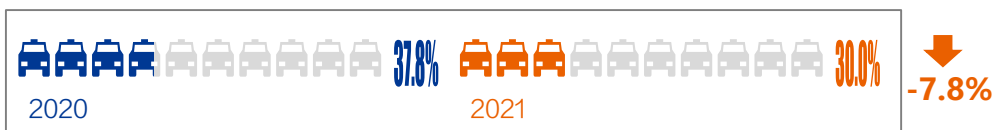
数据来源：汽车之家搜索数据。搜索量占比%=对应SUV细分车型级别搜索量/所有轿SUV搜索量*100%。

中大型MPV热度飞速提升，车企应尽早布局抢占市场

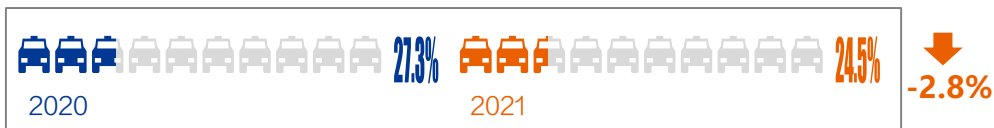
与2020年相比，紧凑型MPV和中型MPV的搜索量占比回落明显，分别下降7.8%和2.8%，中大型MPV占比提升10.6%，用户对中大型MPV的关注度持续走高，叠加整体用户对整体MPV市场搜索量占比增长明显，**中大型MPV市场热度非常高，车企需考虑在中大型MPV市场的布局。**

MPV细分级别搜索量占比变化

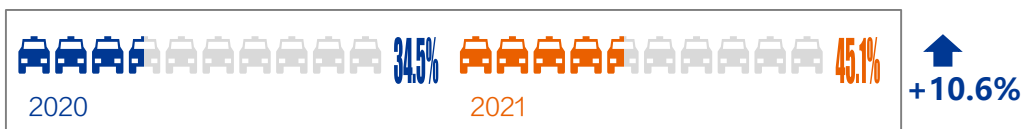
紧凑型MPV



中型MPV



中大型MPV



大型MPV



数据来源：汽车之家搜索数据。搜索量占比%=对应MPV细分车型级别搜索量/所有MPV搜索量*100%。

2022汽车之家搜索指数洞察报告

Insight Report
on AUTOHOME'S
Search Index
2 0 2 2

热点品牌 搜索指数

Search index of
HOT BRANDS

- 07 整体品牌搜索偏好
- 08 中国品牌搜索偏好
- 09 海外主流品牌搜索偏好
- 10 豪华品牌搜索偏好
- 11 新势力品牌搜索偏好

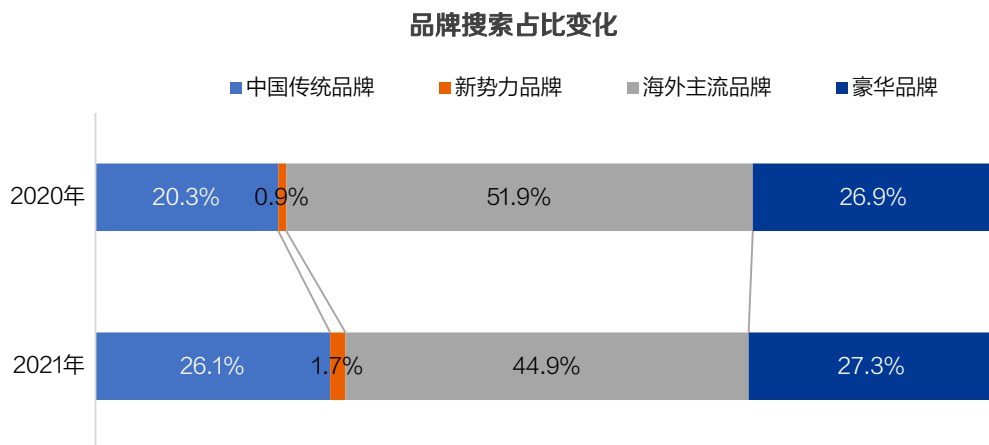
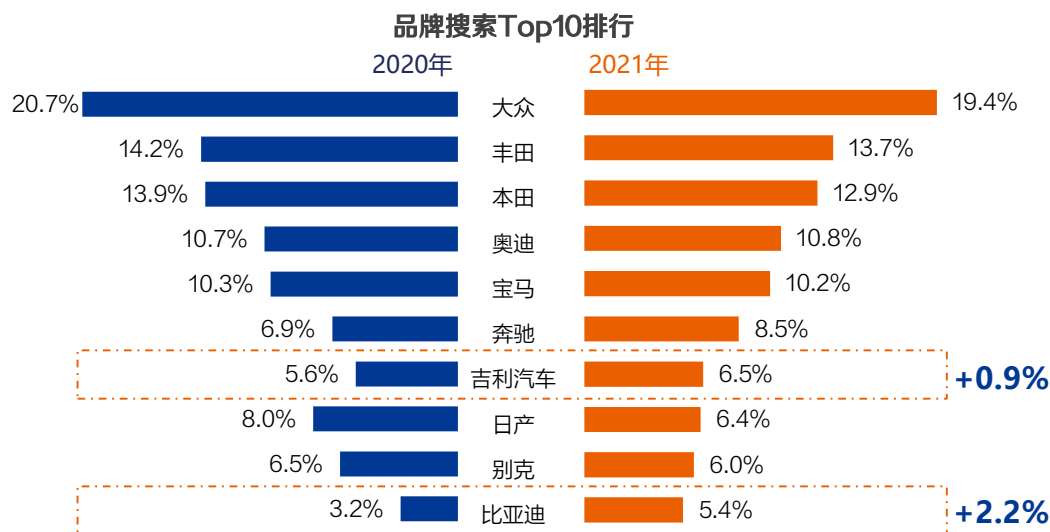
02



中国传统品牌搜索激增，海外主流品牌搜索下滑7个百分点

从品牌搜索量来看，排名前三甲品牌分别是大众、丰田和本田，但占比在2021年有不同程度下滑。中国品牌上榜两家，吉利汽车从2020年占比5.3%提升到2021年的6.5%。**比亚迪继吉利汽车之后，成为第二个打入搜索量十强的中国品牌，占比从2020年的3.2%提升到5.4%，用户关注度持续走高。**

从品牌搜索占比变化来看，与2020年相比，2021年用户对中国传统品牌的搜索占比提升5.8个百分点，对新势力品牌占比提升0.8个百分点，**用户对中国传统品牌和新势力品牌的认可度在稳步提升。反观海外主流品牌，用户搜索量占比下滑7个百分点。**



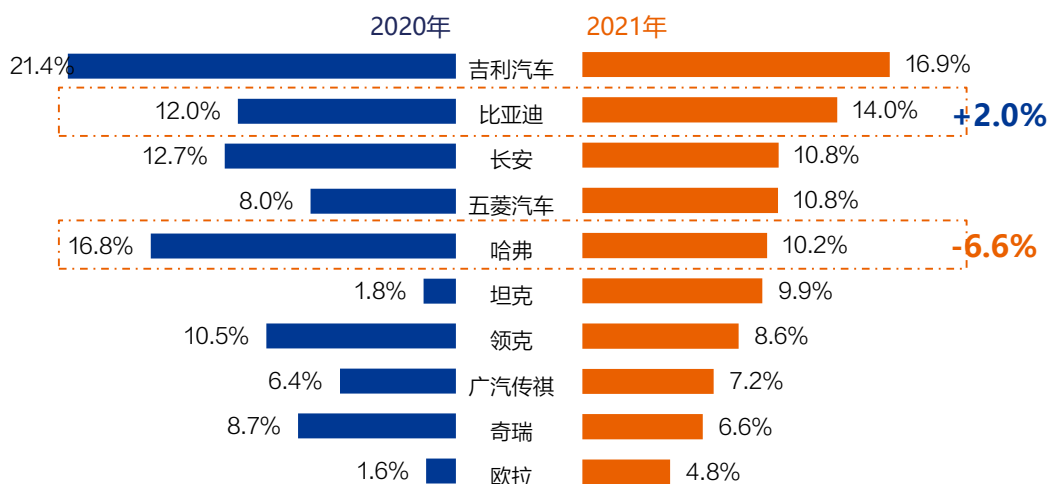
数据来源：汽车之家搜索数据。占比%=某品牌或车系搜索量/前十对应品牌或车系搜索量之和*100%。中国传统品牌指不含新势力品牌（如蔚来、小鹏汽车等）的中国品牌。新势力品牌包含蔚来、小鹏汽车、特斯拉等品牌。

比亚迪排名实现大幅跃升，哈弗搜索回落坦克搜索提升

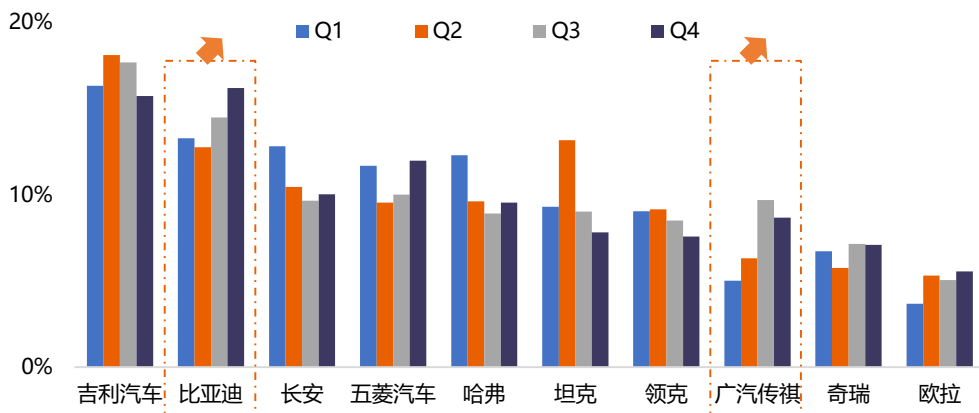
中国品牌搜索排行榜变化最为剧烈，**吉利汽车**仍旧稳坐头把交椅，但整体份额下降明显。**比亚迪搜索占比提升最为明显，从2020年的12%提升到2021年的14%，**哈弗下降剧烈，从2020年的16.8%下降到2021年的10.2%，下降6.6个百分点，主要是主流车系的哈弗H6、哈弗H9以及哈弗M6的搜索量大幅下滑所导致。坦克作为新兴品牌实现“异军突起”，在2021年的品牌搜索排行中排名第五。

分季度变化来看，比亚迪和广汽传祺搜索占比提升明显，2021年Q4比亚迪品牌搜索占比已超越吉利汽车。

中国品牌搜索Top10排行



2021年分季度中国品牌搜索车系Top10占比排行



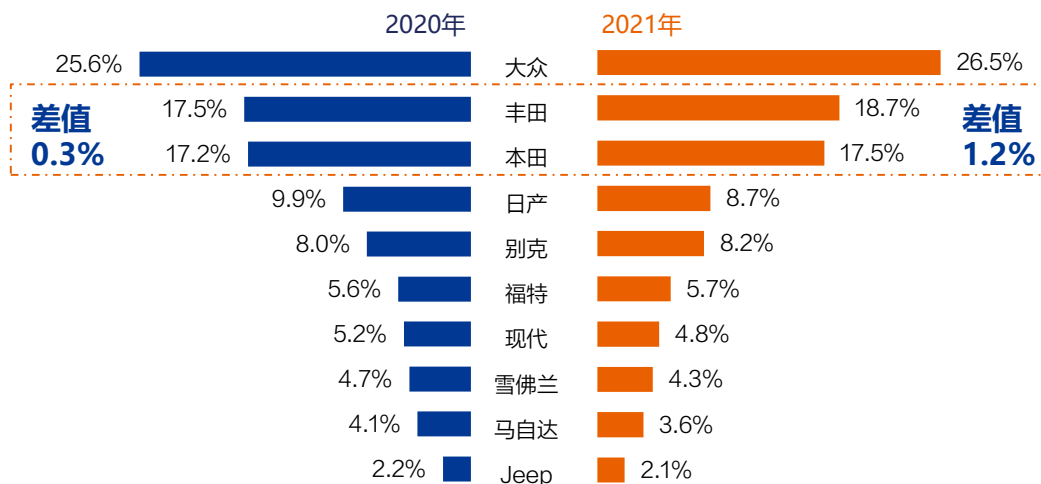
数据来源：汽车之家搜索数据。占比=某品牌或车系搜索量/前十对应品牌或车系搜索量之和*100%。

海外主流品牌市场开始分化，强者恒强效应初显

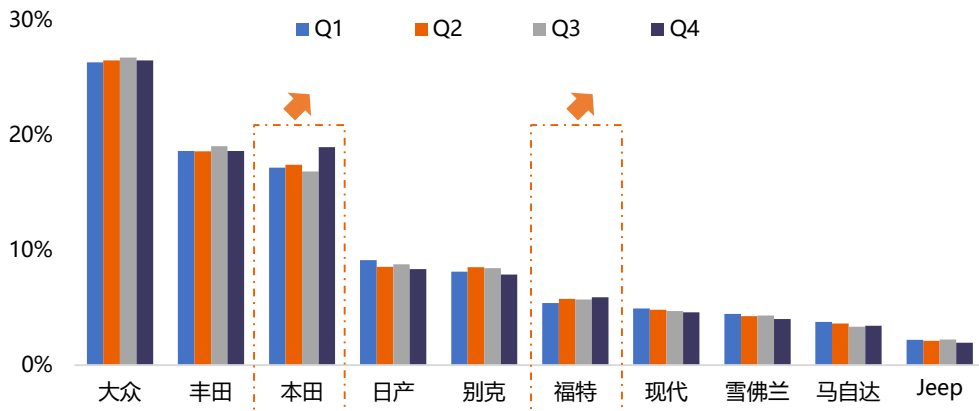
与2020年相比，海外主流品牌2021年榜单排名整体变化不大：作为海外主流品牌的老大哥，大众整体搜索量占比提升0.9个百分点。丰田和本田竞争仍旧非常激烈，2020年丰田品牌搜索量仅超本田0.3%，2021年差距进一步拉大到1.2%。海外主流品牌的三甲占比均稳中有升，但是排名相对靠后的品牌，如日产、现代、雪佛兰和马自达占比下降明显，海外主流品牌的市场分化显现，强者恒强效应初显。

分季度来看，用户对海外主流品牌的搜索占比变化不大，本田和福特品牌关注度略有提升。

海外主流品牌搜索Top10排行



2021年分季度海外主流品牌搜索车系Top10占比排行



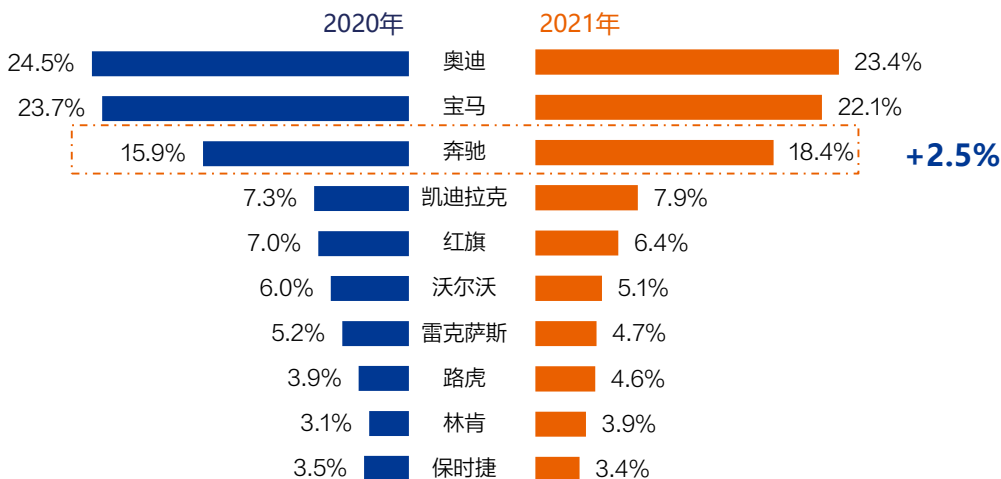
数据来源：汽车之家搜索数据。占比%=某品牌或车系搜索量/前十对应品牌或车系搜索量之和*100%。

奔驰2021年新车型发布多，用户搜索占比走高

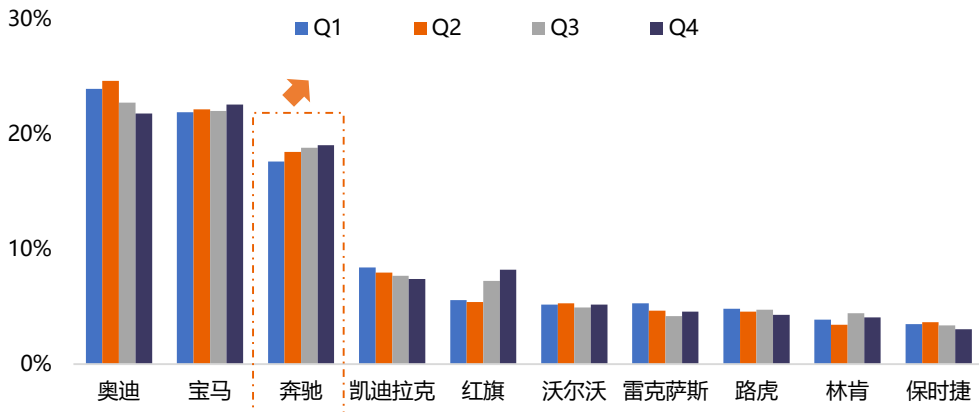
BBA持续稳居前三甲，奥迪稳居首位的原因是奥迪单车热度更高，所以品牌排名靠前。与2020年相比，奥迪和宝马的搜索占比分布下降0.9%和1.6%，奔驰搜索占比则提升2.5%。分季度来看，2021年奥迪搜索占比持续走低，**奔驰搜索占比提升明显，奔驰在2021年发布车型较多，尤其在4月、8月、11月和12月集中发布，致使全年关注度增长飞快。**

此外，与2020年相比，用户对红旗、沃尔沃、雷克萨斯在2021年的关注度持续下降。分季度来看，用户对红旗的关注度按季度占比增长，而雷克萨斯的关注度则呈回落态势。

豪华品牌搜索Top10排行



2021年分季度豪华品牌搜索车系Top10占比排行



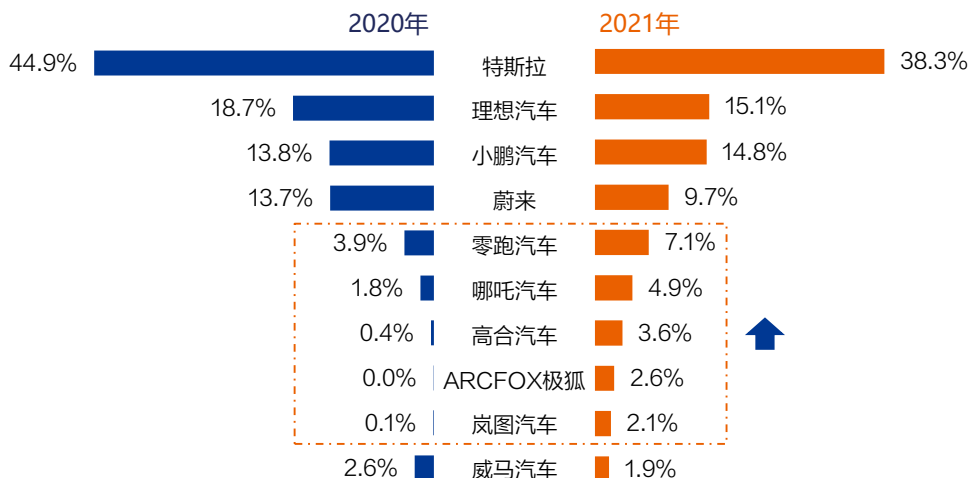
数据来源：汽车之家搜索数据。占比%=某品牌或车系搜索量/前十对应品牌或车系搜索量之和*100%。

第二梯队品牌搜索奋起直追，新势力用户搜索更加多元

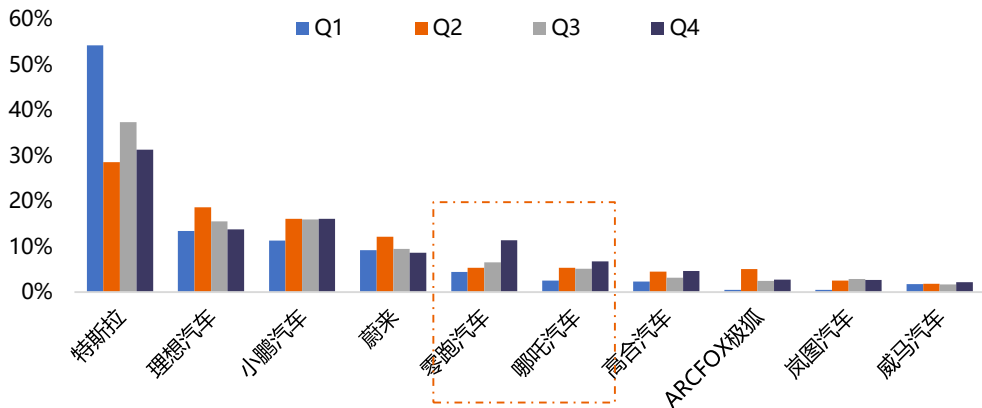
作为新势力品牌龙头，特斯拉的品牌搜索量排名一直以“一骑绝尘”的态势高居榜首。理想汽车和小鹏汽车虽然位列第二和第三，两个品牌的搜索量之和仍旧远低于特斯拉。**新势力第二梯队品牌，如零跑汽车、哪吒汽车、高合汽车以及ARCFOX极狐、岚图汽车的关注度持续提升，用户对新势力品牌的关注也呈现多元化趋势。**

分季度来看，用户对新势力头部品牌的搜索占比呈下降态势，特斯拉、理想汽车和蔚来分季度搜索量占比下滑较为明显，对零跑汽车和哪吒汽车的关注度提升明显。

新势力品牌搜索Top10排行



2021年分季度新势力品牌搜索车系Top10占比排行



数据来源：汽车之家搜索数据。占比%=某品牌或车系搜索量/前十对应品牌或车系搜索量之和*100%。

2022汽车之家搜索指数洞察报告

Insight Report

on AUTOHOME'S
Search Index

2 0 2 2

热点车系 搜索指数

Search index of
HOT VEHICLE SERIES

- 13 中国品牌车系搜索偏好
- 14 海外主流品牌车系搜索偏好
- 15 豪华品牌车系搜索偏好
- 16 新势力品牌车系搜索偏好

03

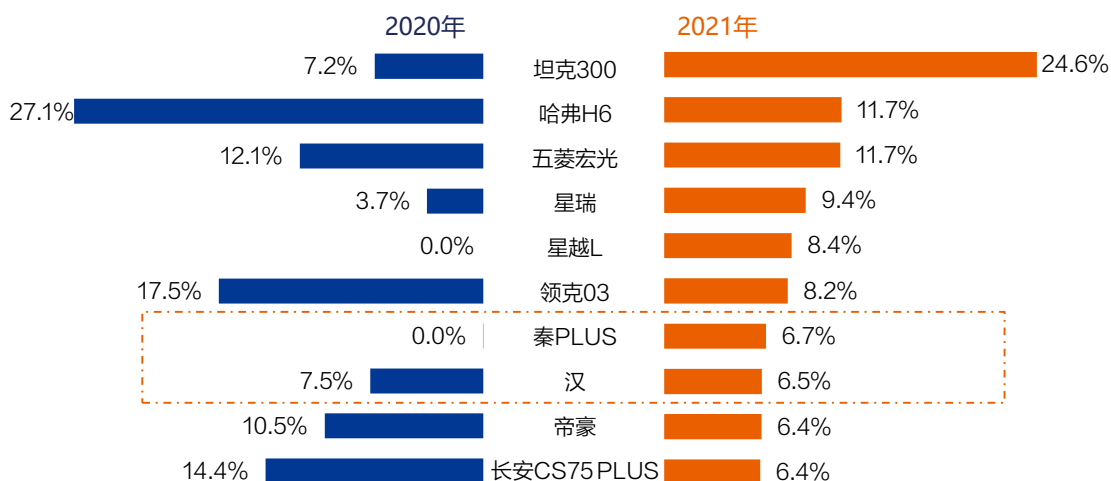


秦PLUS、汉搜索高企，比亚迪借新能源东风异军突起

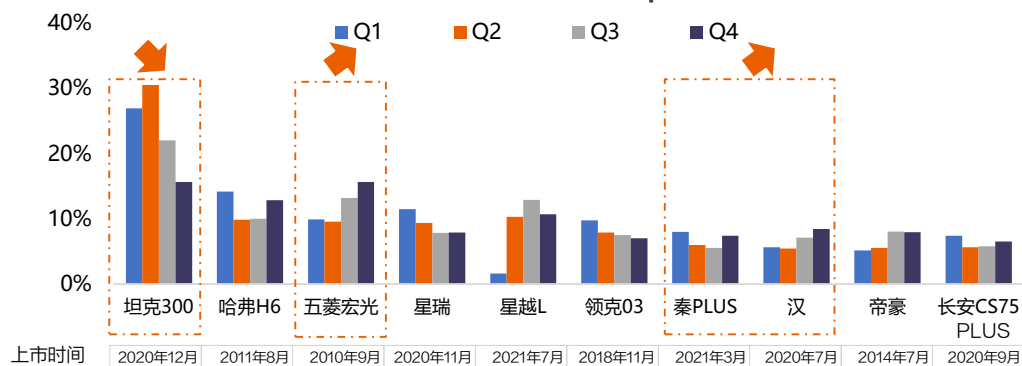
2021年中国品牌用户搜索车系排行榜变化巨大，排名靠前车系多以2019年下半年以及2020年新上市车系为主，如坦克300、星越L、长安CS75 PLUS，中国品牌对新车系的推出和打造爆款能力强。分品牌来看，比亚迪上榜的车系为秦PLUS和汉，均为纯电动车或插电式混合动力车；吉利上榜的星瑞、星越L和帝豪，均为燃油车，**比亚迪在新能源赛道颇获用户认可。**

分季度来看，五菱宏光、汉和帝豪的搜索量占比持续提升，坦克300的搜索量占比下降较为明显。

中国品牌车系搜索Top10占比排行



2021年分季度中国品牌搜索车系Top10占比排行



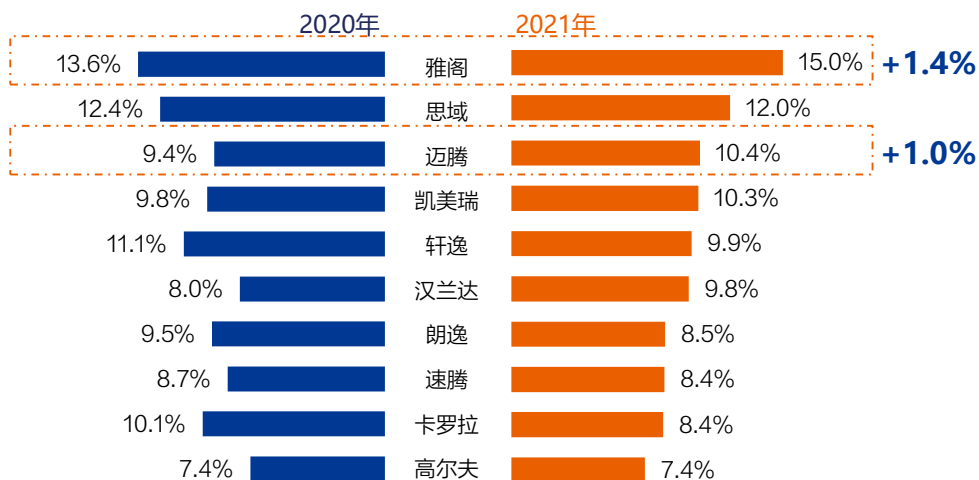
数据来源：汽车之家搜索数据。占比%=车系搜索量/前十对应车系搜索量之和*100%。

雅阁搜索持续攀升，迈腾分季度搜索回落

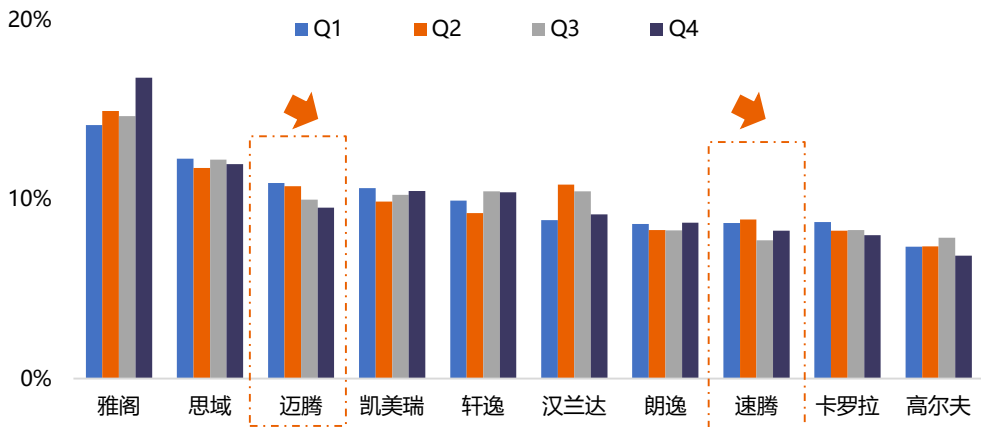
海外主流品牌车系的排行榜车系相对稳定，不像中国品牌排行榜的波动大，前十排名以日系和德系车为主。从占比变化来看，排名前三中，**雅阁和迈腾搜索量占比提升明显**，分别提升1.4%和1%，思域搜索占比则下降1%。排名4-10位中，**搜索量占比提升最为明显的车系是汉兰达和凯美瑞**，分别提升1.8%和0.5%；**下降最明显的车系是卡罗拉、朗逸和朗逸**，分别下降1.7%、1.2%和1%。

分季度来看，雅阁占比提升明显，尤其是2021年第四季度搜索量占比提升飞快，对迈腾和速腾的关注度则呈下降态势，2021年迈腾虽然占比提升明显，但后劲不足。

海外主流品牌车系搜索Top10占比排行



2021年分季度海外主流品牌车系搜索Top10占比排行

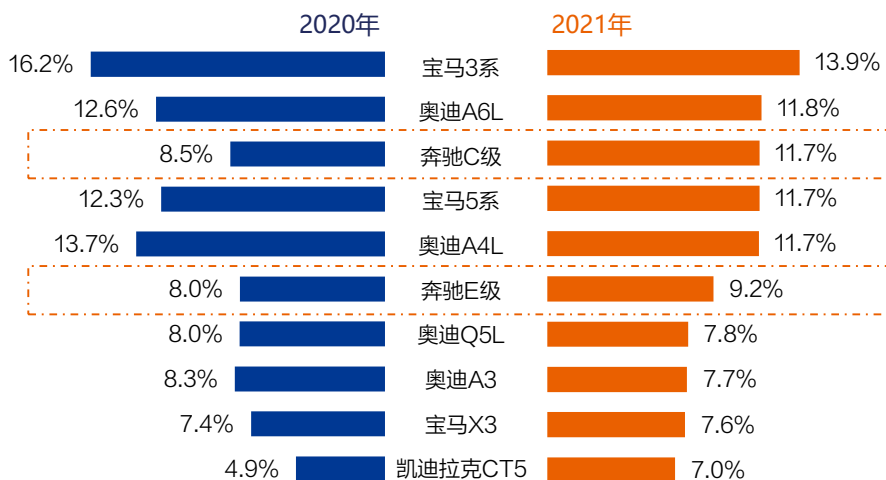


数据来源：汽车之家搜索数据。占比%=车系搜索量/前十对应车系搜索量之和*100%。

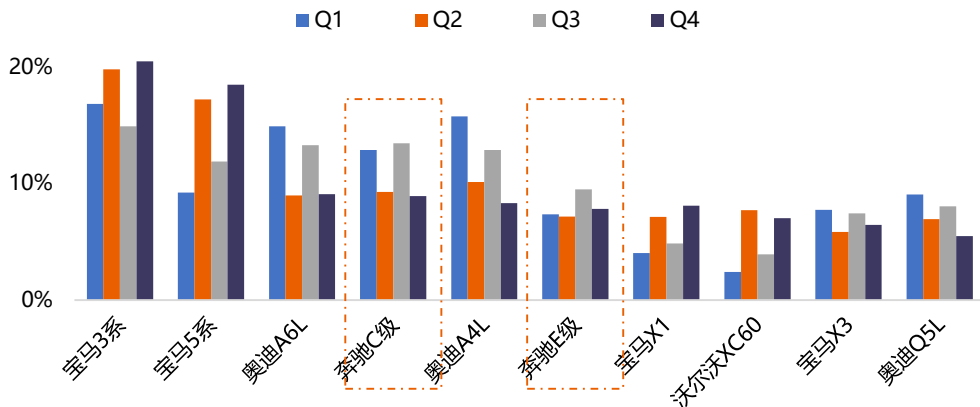
奔驰上榜车系搜索走高，宝马和奥迪主流车系搜索下降

从豪华品牌2021年搜索Top10榜单来看，BBA独占鳌头，其中宝马占3席、奥迪占4席、奔驰占2席。与2020年相比，用户对宝马上榜车系搜索量占比下降2.8%，其中宝马3系下降2.3%，宝马5系下降0.7%；用户对奥迪上榜车系搜索量占比下降3.7%，其中奥迪A6L下降0.8%，奥迪A4L下降2%，奥迪Q5L下降0.3%，奥迪A3下降0.6%。用户对奔驰上榜车系搜索量占比增长4.3%，其中奔驰C级增长3.2%，奔驰E级增长1.2%，奔驰主力车系搜索量与奥迪、宝马差距在减小。搜索量占比变化影响因素众多，奔驰占比提升与全新奔驰C级2021年8月发布、奔驰E 350 e L4月发布以及11月新款奔驰E级轿跑车上市引发关注关系密切。

豪华品牌车系搜索Top10占比排行



2021年分季度豪华品牌车系搜索Top10占比排行



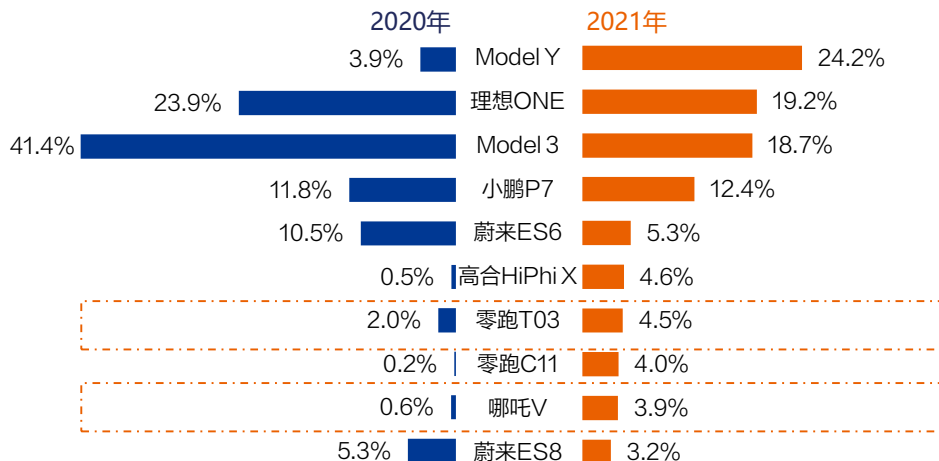
数据来源：汽车之家搜索数据。占比%=车系搜索量/前十对应车系搜索量之和*100%。

用户对新势力车系关注更为多元，零跑、哪吒受用户青睐

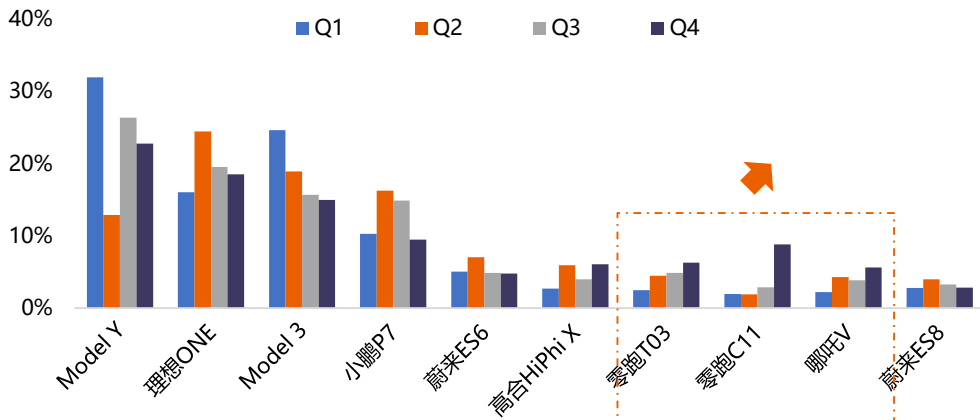
从搜索量占比来看，虽然用户对新势力品牌车系的关注度增长飞快，但是对车系的关注度更加多元——2020年前三甲车系搜索量占前十名比重高达77.1%，2021年下降到62.2%。其中，用户对特斯拉车系的关注度最高，2020年特斯拉上榜车系占比达45.3%，2021年略有下降，为42.9%。排名第二的理想ONE的搜索量占比从2020年的23.9%下降到2021年的19.2%。小鹏P7关注度提升0.6%，蔚来的ES6和ES8的关注度下降均非常明显，分别下降5.2%和2.1%。

分季度来看，用户对零跑T03&C11和哪吒V的搜索量增长明显。

新势力品牌车系搜索Top10占比排行



2021年分季度新势力品牌车系搜索Top10占比排行



数据来源：汽车之家搜索数据。占比%=车系搜索量/前十对应车系搜索量之和*100%。

2022汽车之家搜索指数洞察报告

Insight Report on AUTOHOME'S Search Index 2 0 2 2

总结 及建议

Recommendations

18 总结及建议

04



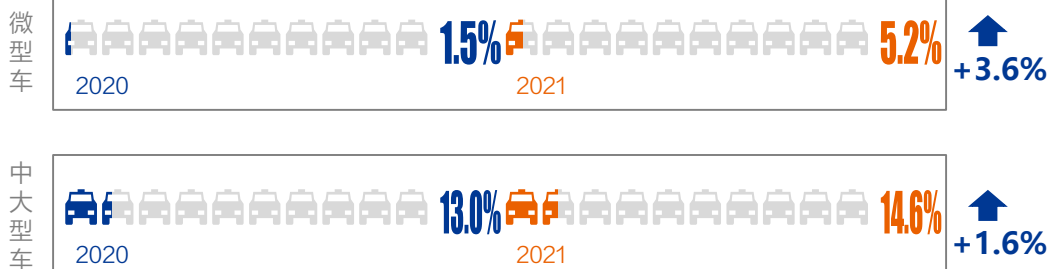
关注消费升级与场景化需求下的市场机会

从整体车型级别变化来看，不管是轿车，还是SUV，高级别车型搜索显著增长，消费升级叠加车市增、换购需求提升，高端车型市场前景看好，中国品牌的高端化与豪华品牌增长迎来机遇期。

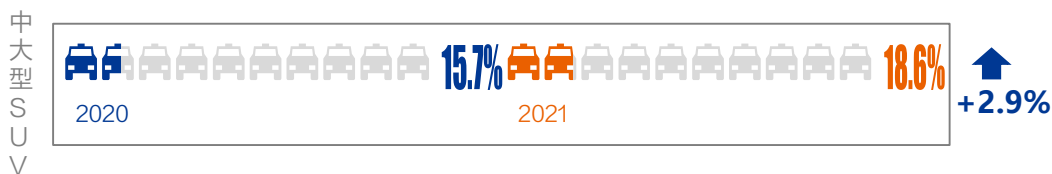
同时，多孩家庭结构催生了用户对于中高端家用MPV的需求，中大型MPV搜索大幅增长，在阖家出行场景下，用户追求更大的车内空间与更具舒适感的乘坐体验，**建议车企在MPV产品研发时，重视多乘员家庭出行场景需求，为消费者提供更高品质的出行体验。**

此外，由于目前很多城市面临停车难，短距离出行需求多，部分老年人还有接送孙子孙女等出行场景，导致用户对微型车的搜索量也增长明显，该部分用户更偏好4-6万左右车型，对性价比与便利性偏好高。

轿车细分级别搜索量占比变化



SUV细分级别搜索量占比变化



MPV细分级别搜索量占比变化



数据来源：汽车之家搜索数据。

新能源中端车将迎快速增长期

新势力品牌的搜索量占比从2020年的0.9%提升到2021年的1.7%，占比几近提升一倍，用户对新势力品牌关注度在持续高速增长。新势力主流品牌，不管是特斯拉，还是蔚小理，定价多集中在30万左右。**2021年，用户对新势力的关注度从原来的高端车，逐步向中端市场转移，以零跑汽车和哪吒汽车为首的新势力品牌的关注度获大幅提升，新势力中端车市场在不断蓄势，持续发力。**

分车系来看，零跑C11指导价在16-20万间，哪吒U指导价在10.5万-18万，高关注车系基本覆盖10-20万，中端市场用户需求已开启，新能源中端车将迎快速增长期。

新势力品牌搜索占比变化



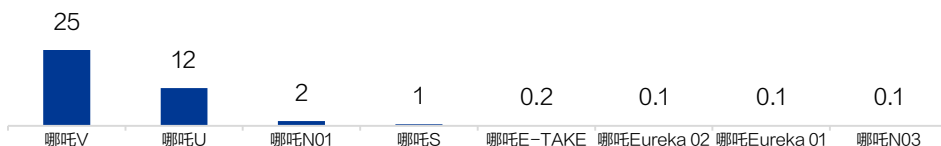
中国品牌搜索Top3



零跑汽车2021年搜索车系Top10搜索指数



哪吒汽车2021年搜索车系Top10搜索指数



数据来源：汽车之家搜索数据。车系搜索指数指用户对某车系的搜索量，数值越大说明用户搜索量越高。

新能源汽车爆发重塑中国品牌竞争格局

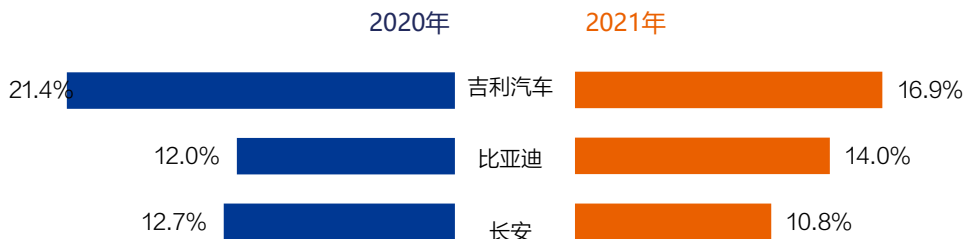
中国传统品牌的搜索量占比从2020年的20.3%提升到2021年的26.1%，用户对中国品牌的认可度提升显著。分品牌来看，排名前三的品牌仅比亚迪的用户搜索量占比增长明显，其中用户关注的前十名比亚迪品牌车系中，新能源车占据五席，秦PLUS、汉、宋PLUS新能源、唐新能源、海豚均为纯电动或者插电式混合动力车，**比亚迪在新能源领域已经颇获用户认可**。

反观排名第一的吉利汽车，用户排名靠前的车系仍旧多以燃油车为主，考虑新能源汽车未来广阔的增长空间，未来中国品牌阵营竞争格局仍充满了变数，在新能源领域布局仍显滞后的车企需加大投入。

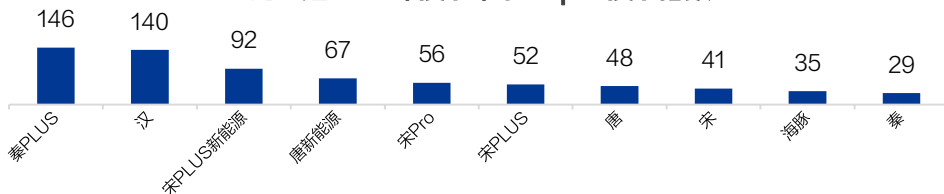
中国传统品牌搜索占比变化



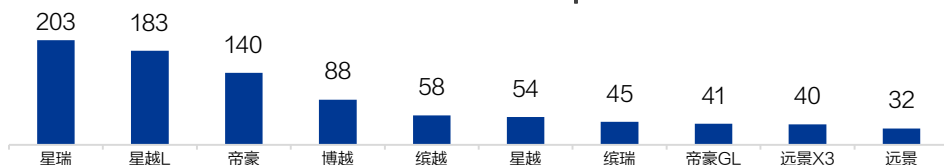
中国品牌搜索Top3



比亚迪2021年搜索车系Top10搜索指数



吉利汽车2021年搜索车系Top10搜索指数



数据来源：汽车之家搜索数据。车系搜索指数指用户对某车系的搜索量，数值越大说明用户搜索量越高。

汽车之家
看车·买车·用车

北京总公司

☎ 电话：010-59857000

☎ 传真：010-59857400

✉ 邮编：100080

📍 地址：北京海淀区丹棱街3号
中国电子大厦B座10层

www.autohome.com.cn

关注公众号，输入“搜索指数”下载报告



扫码下载官方APP 汽车之家研究院

