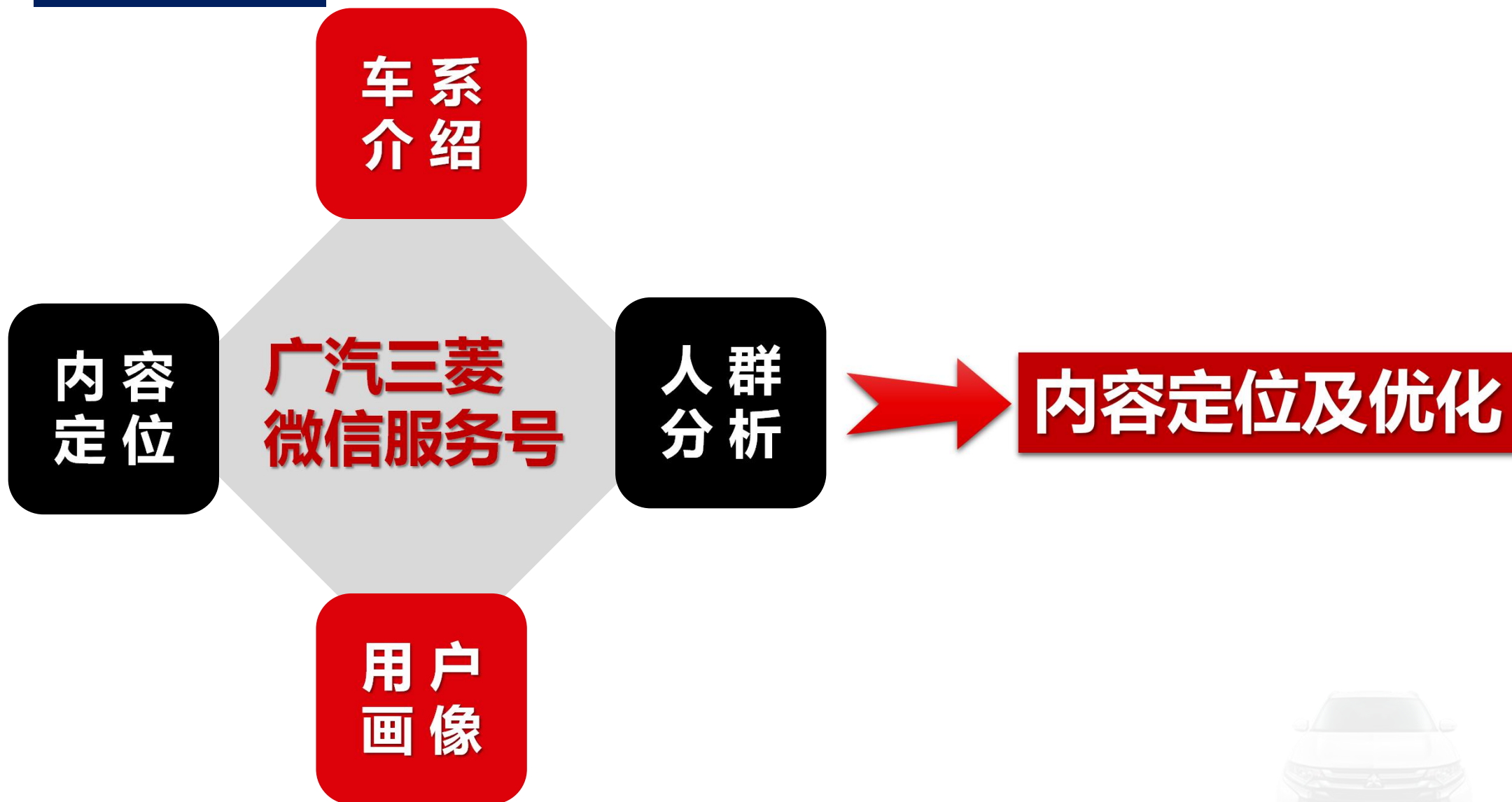


详解概念图



车系介绍

帕杰罗

帕杰罗运动系列车主攻SUV市场，用帕杰罗iO迎合都市年轻一族，用帕杰罗MINI填补娱乐、休闲的最后空白。从而使帕杰罗形成广大、中、小，微全系列四驱车的完整格局。

新帕杰罗·劲畅

新款PAJERO（帕杰罗）俊朗大气的外形倡导了现代城市生活注重健康与运动的潮流。宽大、威猛、厚重显示出它作为越野车应该具备的力量，立式三菱标志显示顶级SUV的尊贵气质。车身长度接近5米，宽度也近达2米，精致而典雅，霸气而不失稳重，张力十足。

A

B

C

D

新劲炫ASX

劲炫发动机的动力表现十分充沛，转向机构操作起来十分轻盈。驾驭无限可能。

欧蓝德

欧蓝德自2001年推出以来凭借贯品质性能以及革新进化颜值配置安全性等优势深受消费者关注。延续16款进口欧蓝德设计加局部升级欧蓝德全新外观相比进口版本显加时尚靓丽可以说分符合当年轻化市场潮流



不同车型关注者对品牌的偏好人群分布图

长轴距到底是谁最爱？

每类关注者的画像有哪些与众不同的特点？

哪个类型关注者最豪？



小型

男性更偏性浏览小型和紧凑型SUV

三线及以下人群较其他车型更多，关注性价比

4th：消费等级低于其他车型，但市场潜力巨大



紧凑型

男性更偏性浏览小型和紧凑型SUV

超一线比例更多，喜欢苹果欧米茄

1st：超一线分布，网上消费等级最高



中型

女性更爱浏览长轴距中大型SUV

关注者购车打算不强烈，难以转化为购买

2nd：消费等级排名第三，年纪沉稳且有经济实力，喜欢浪琴和天梭



中大型

女性更爱浏览长轴距中大型SUV

关注者购车打算不强烈，难以转化为购买

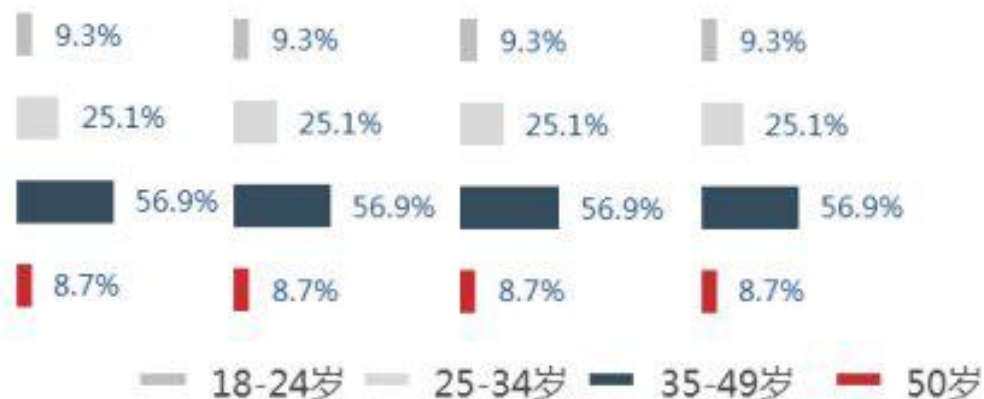
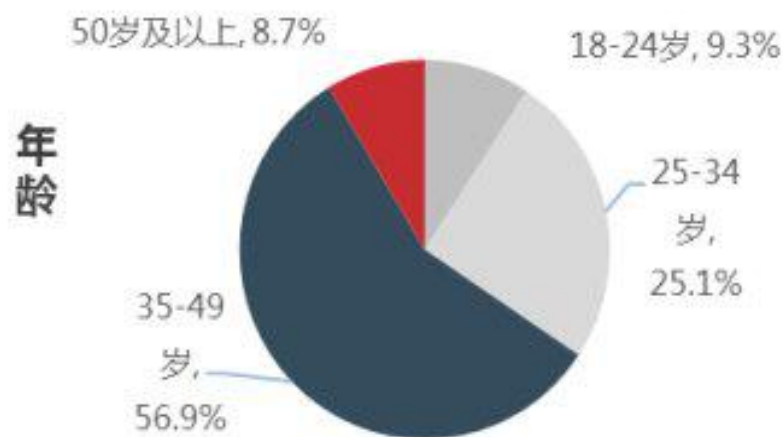
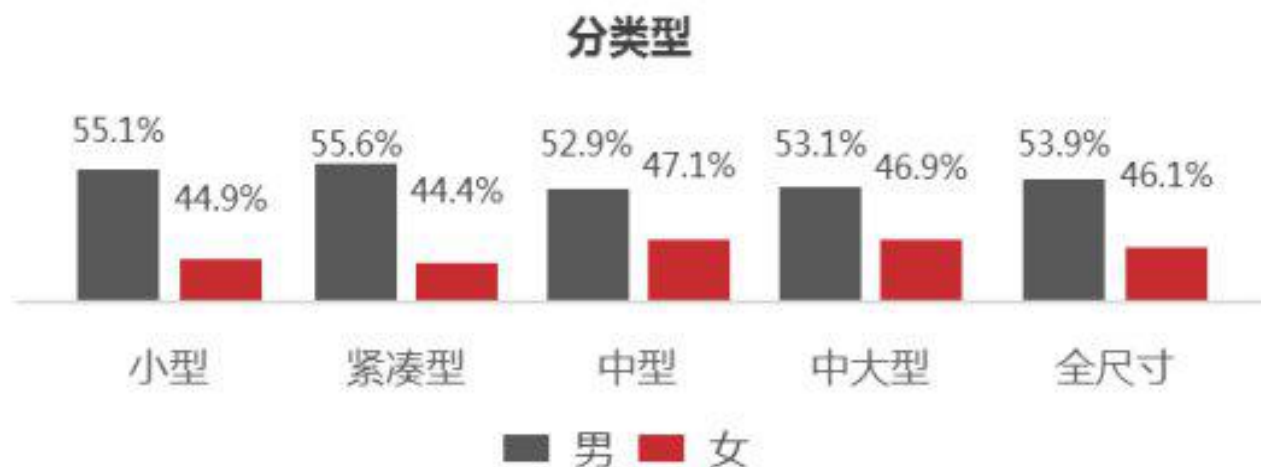
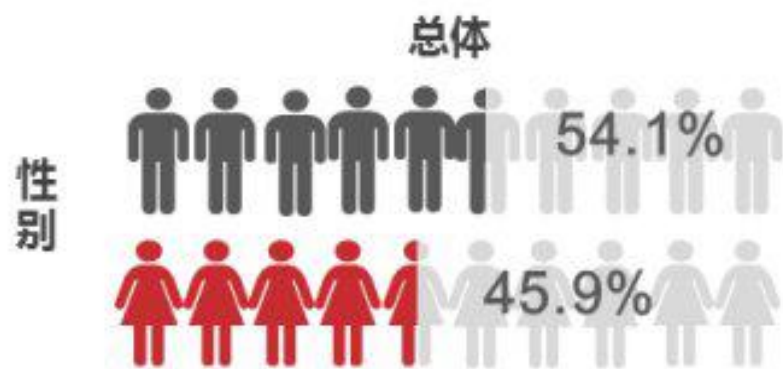
3rd：网购偏好和媒体偏好与目标人群相差较大



全尺寸

人群分析

用户性别与用户年龄



SUV总体关注者中，男性比例较高，35~49岁关注者超过半数。男性关注者更偏向浏览小型和紧凑型，因此，“灵活性”和“实用性”更加有可能打动男性SUV关注者；女性浏览者更关注中型、中大型SUV，霸气的外观与驾驶的安全感也许是女性SUV关注者更加在乎的方面。

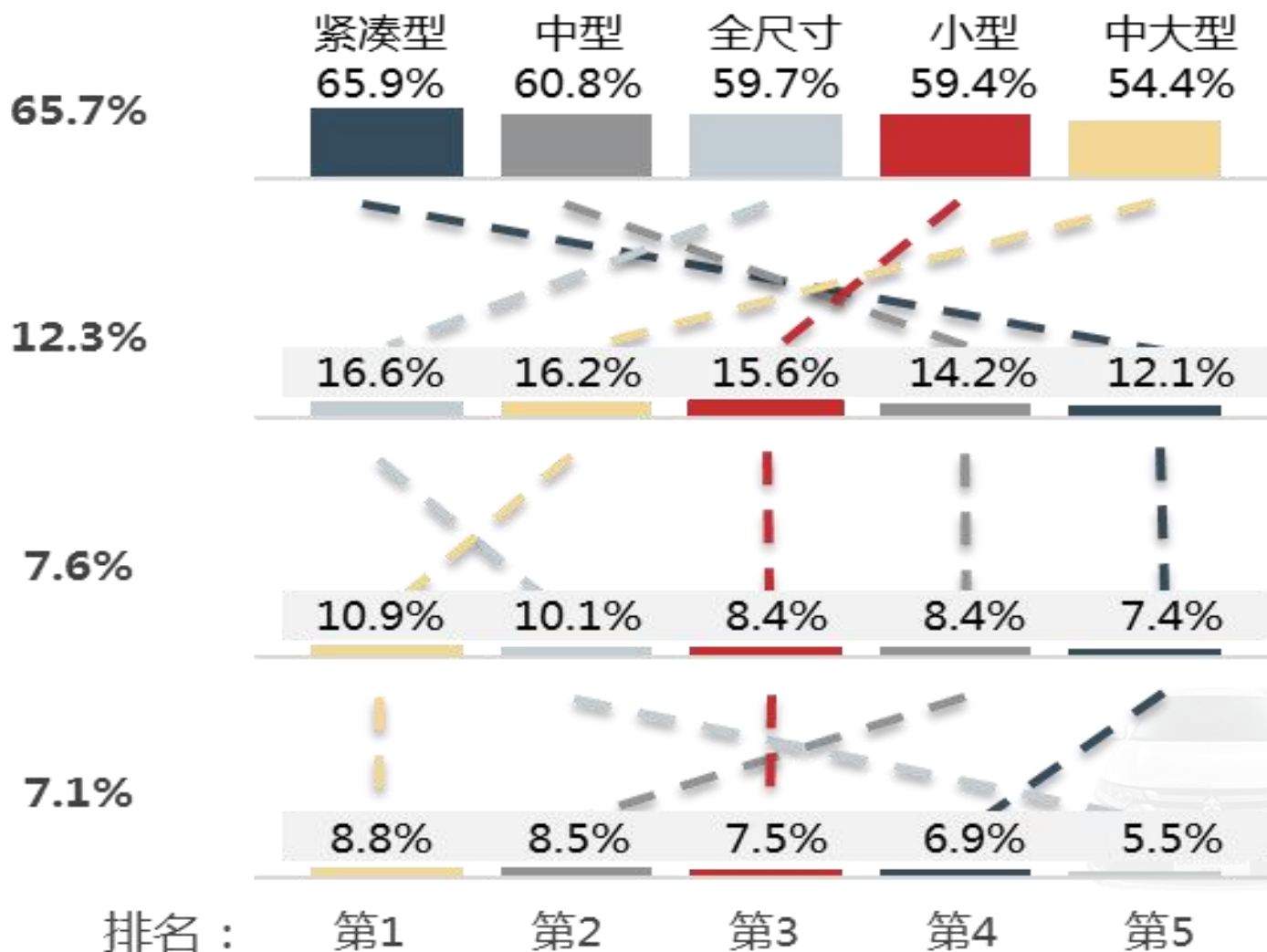
关注者年龄分布中，超过半数在35~49岁，其次是25~34岁，两个年龄段加起来占比超过80%。

人群分析

65.7%的关注者会选择浏览SUV车辆单品主页，比较关心配置、图片和价格。紧凑型SUV关注者倾向粗略了解；中大型和全尺寸车型更喜欢浏览图片；中型和中大型关注者更关注价格。

总体

分类型排名走向



根据人



