

汽车行业大数据报告

2017年11月



报告导读

01

人群定义及数据来源：

- ① 全网人群：360全部人群
- ② 汽车行业人群：关注与汽车相关内容的人群
- ③ 所有车型针对市场主流狭义乘用车型分析，且已停售及小众车型不进行分析
- ④ 新车篇数据针对2017年7-10月新上市的主要全新车型进行分析，同时原进口车进行合资生产的也为新车

02

关注内容示例：

纯品牌词	如奔驰、宝马等	通用词	SUV、旅行车等	口碑词	**怎么样？好不好？等
纯产品词	如途观、朗逸等	价格词	**报价、优惠、低价等	质量词	**质量怎么样？**召回等
品牌产品词	哈弗H6、大众途昂等	配置词	发动机、变速箱等	比较词	suv推荐、**哪个好等

03

数据范围定义：

- ① 趋势数据：2014年1月-2017年11月
- ② 阶段数据：2017年Q3

CONTENTS

1

行业综述

2

细分市场

3

新能源车

4

新车概览

5

人群特征

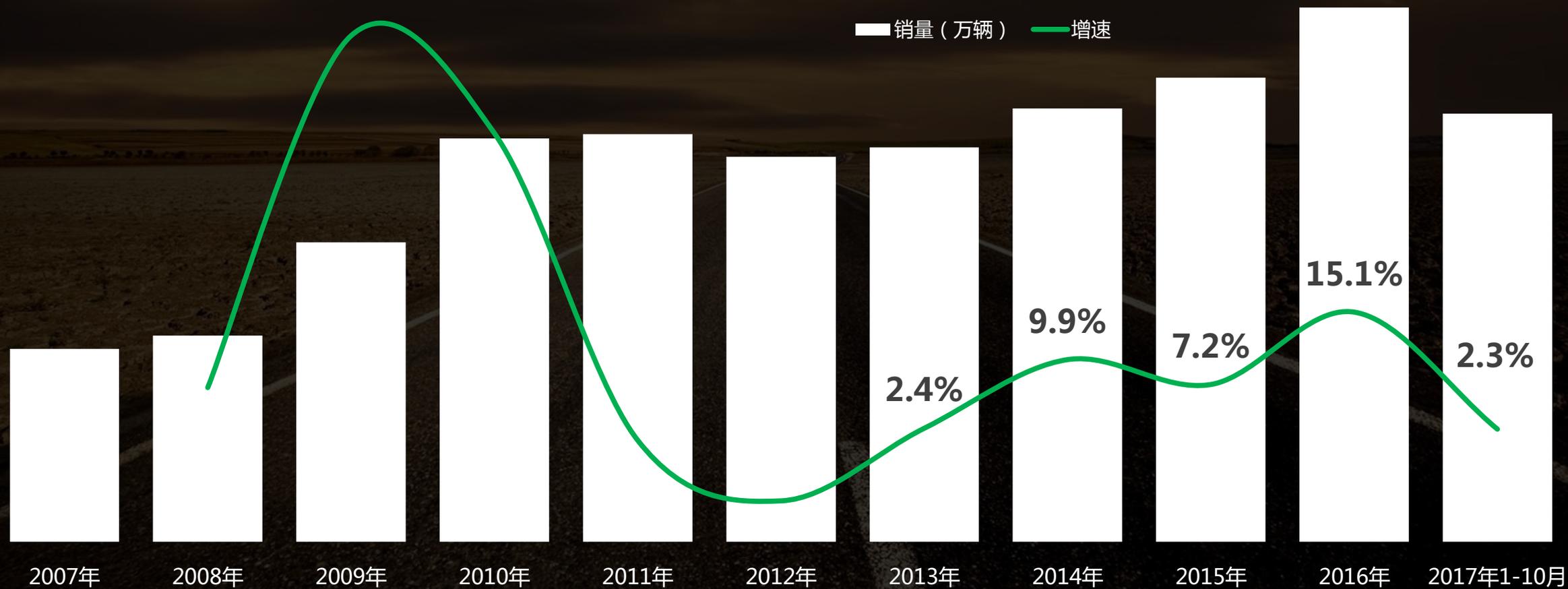


行业综述



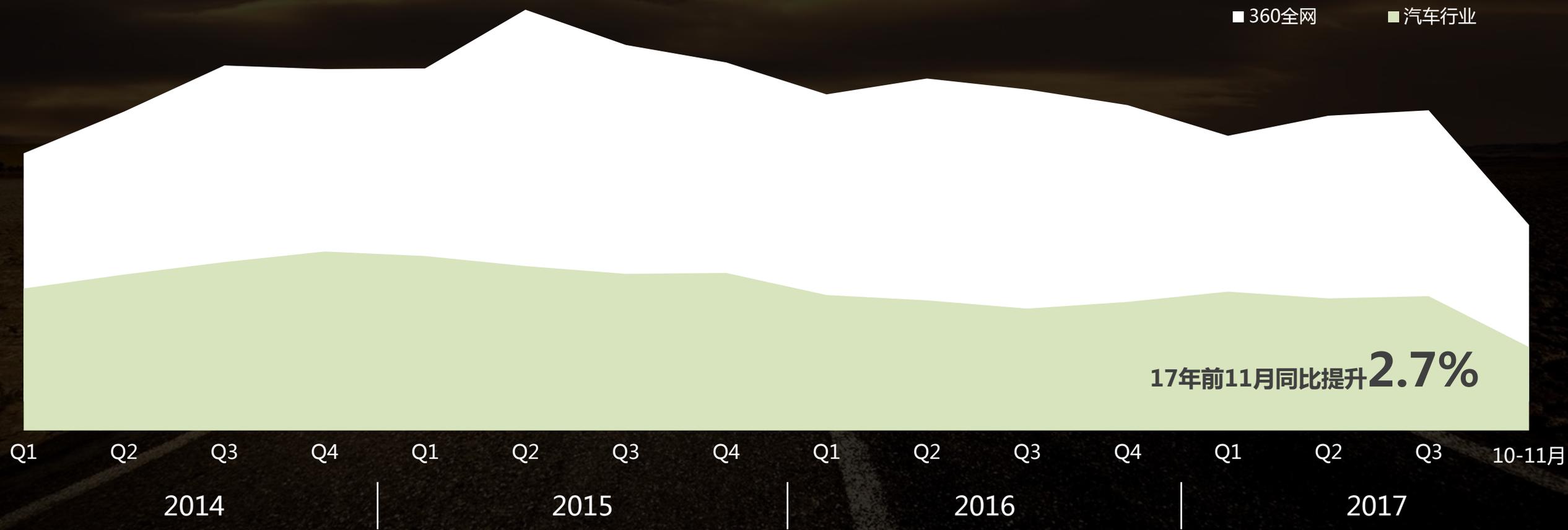
2017年汽车行业销量增速放缓

近十年我国汽车销量走势

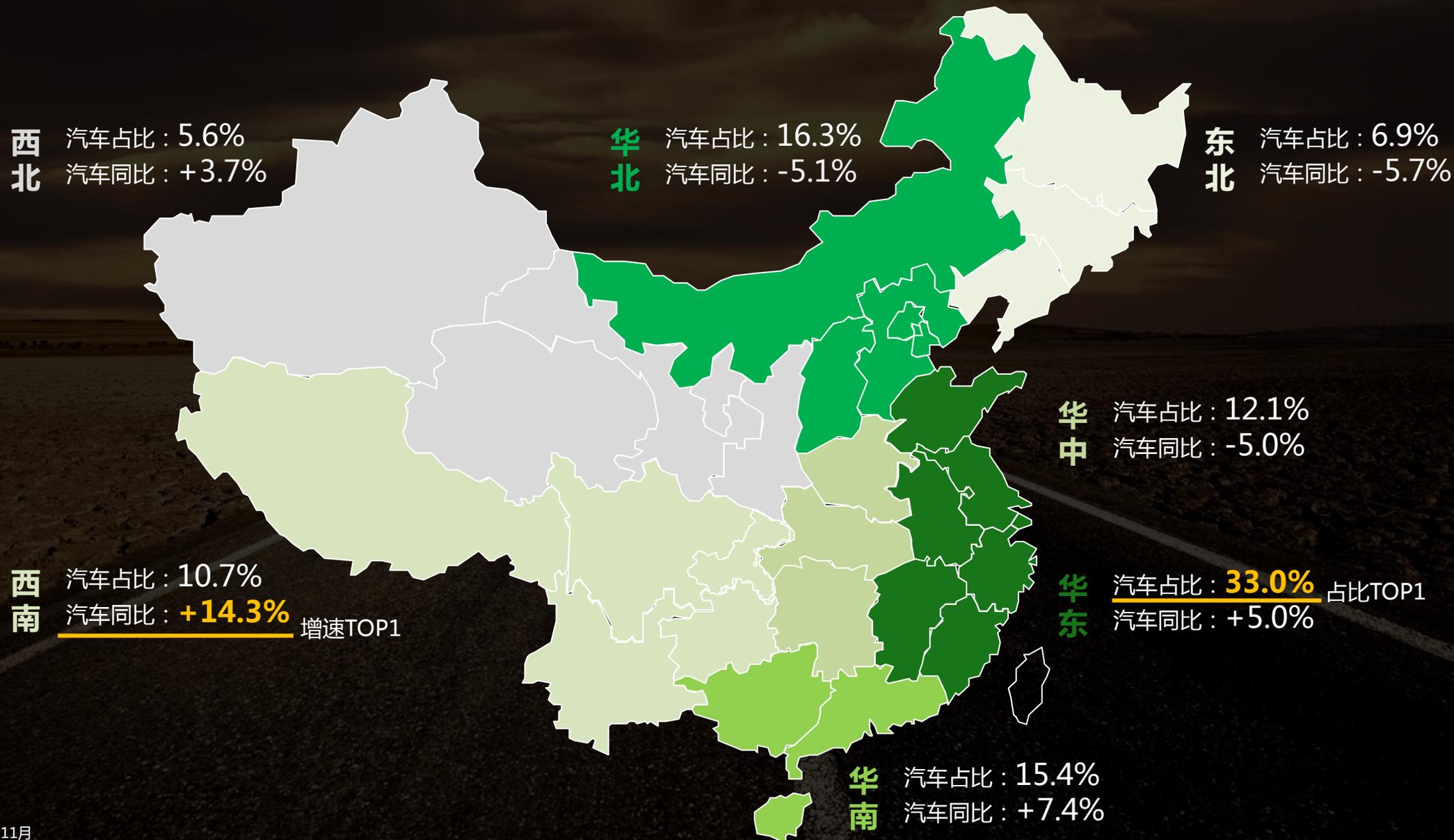


汽车行业关注量稳定

汽车行业及全网流量趋势



华东份额最高，西南增速最快



两东&江浙高占比，四川&安徽较高占比且较高TGI

汽车行业主要省市流量分布



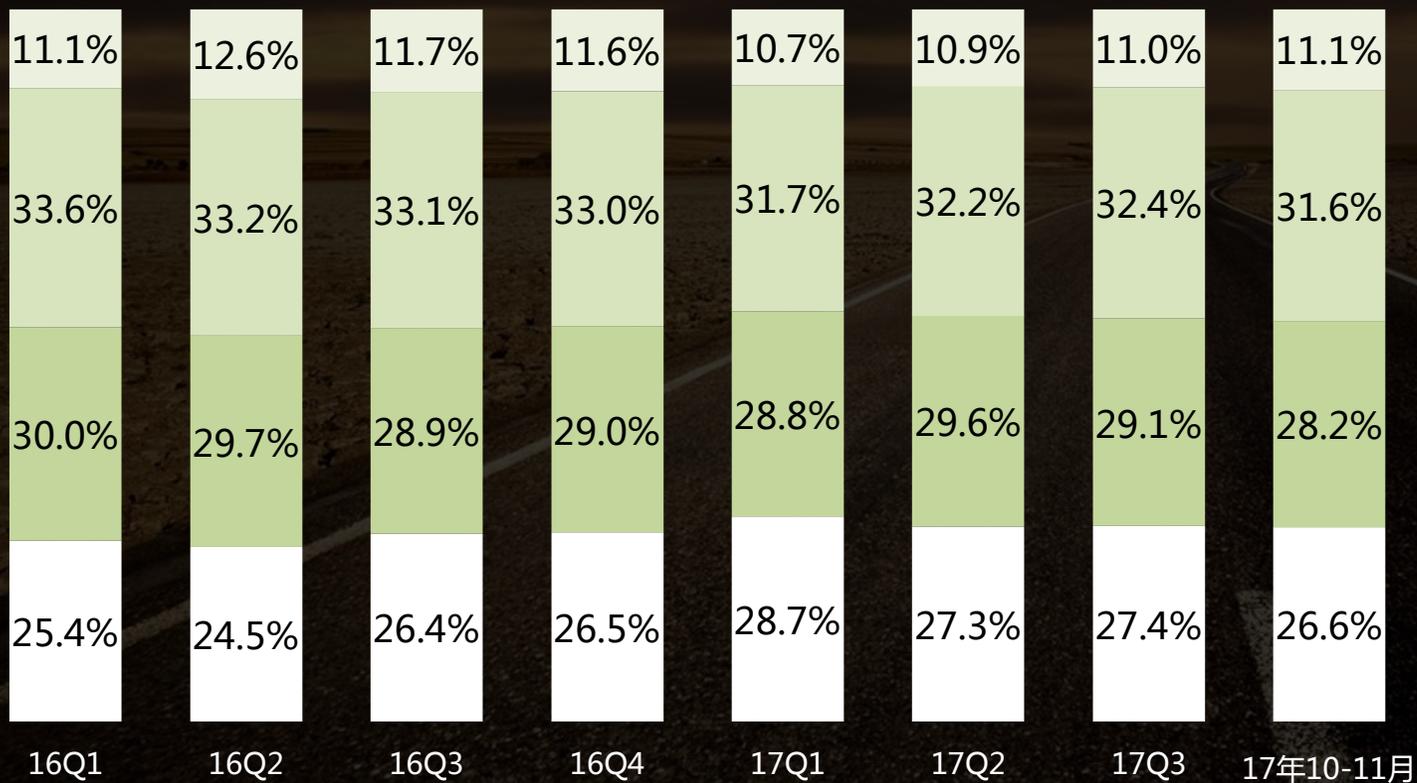
$$TGI指数 = \frac{\text{汽车行业流量的地域占比}}{\text{360总体流量的地域占比}} \times 100;$$

Target Group Index (目标群体指数)，本处用于反映汽车行业流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，代表该省份对汽车行业的关注程度高于整体水平

二级城市份额高，三四级城市增速快

汽车分城市等级份额

■ 四级及以下 ■ 三级 ■ 二级 ■ 一级



前11月同比



一级

+1.9%



二级

+0.7%



三级

+3.8%

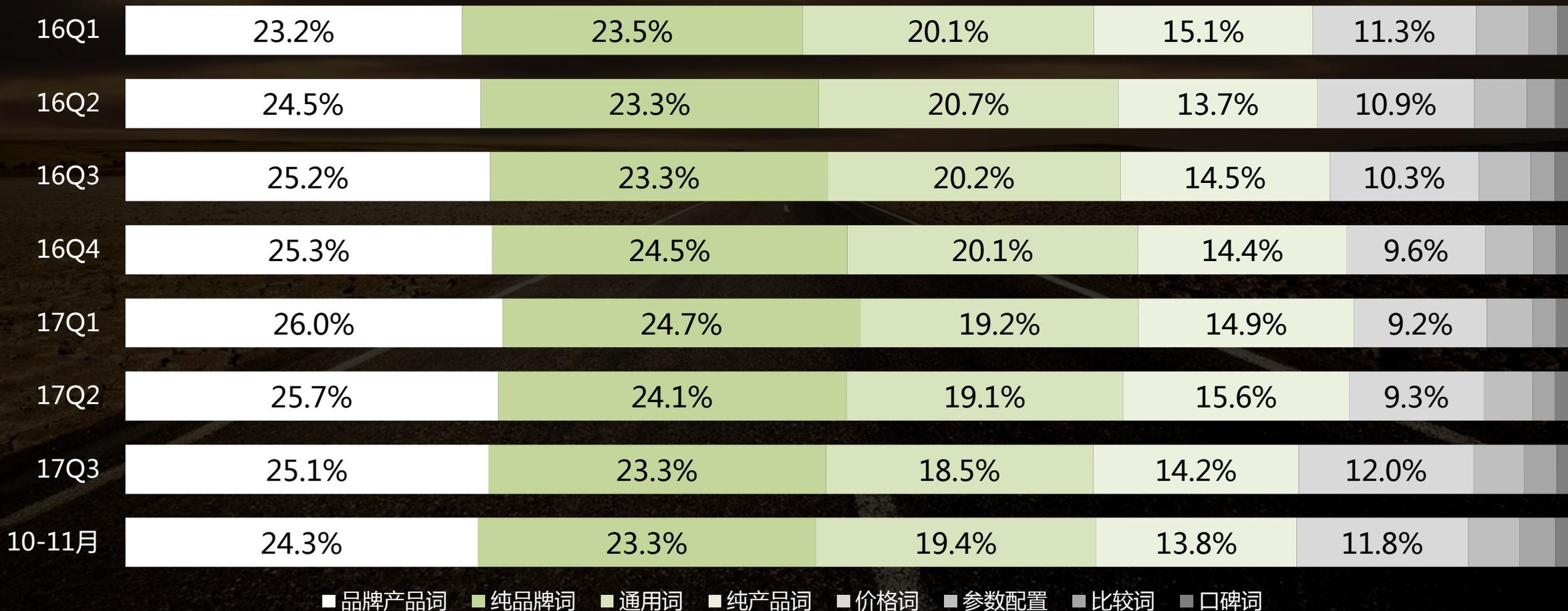


四级及以下

+4.2%

品牌产品词份额最大，价格词份额提升较大

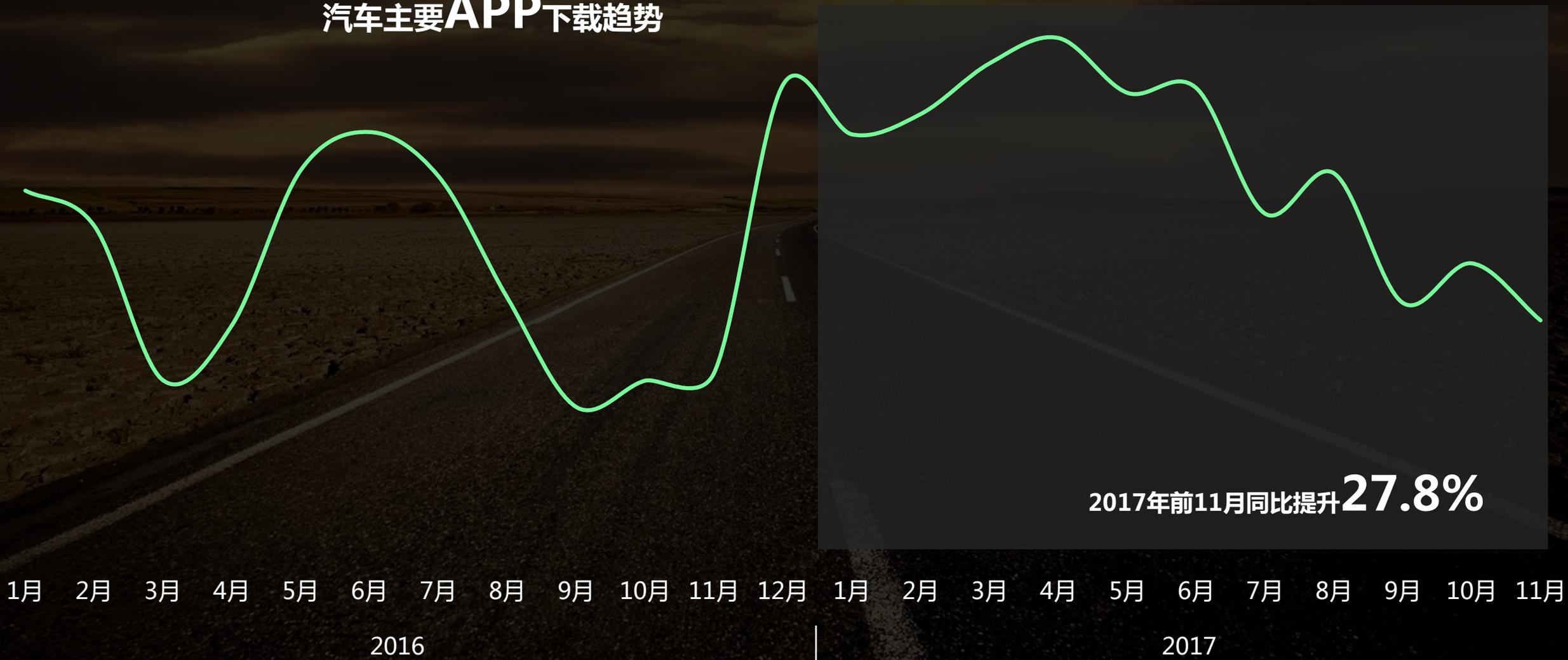
汽车主要关注内容份额



■ 品牌产品词 ■ 纯品牌词 ■ 通用词 ■ 纯产品词 ■ 价格词 ■ 参数配置 ■ 比较词 ■ 口碑词

移动端APP下载活跃

汽车主要APP下载趋势



贰

细分市场

合资车份额最大且稳定

汽车分制造属性份额

■ 合资 ■ 自主 ■ 进口



大众系领跑合资品牌

合资Top品牌

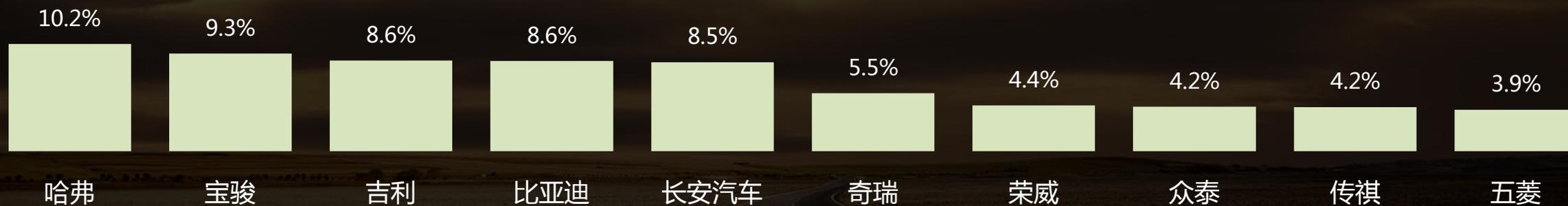


合资Top车型



自主品牌中哈弗关注最大

自主Top品牌



自主Top车型



进口品牌中 宝马 奥迪 领先优势大

进口Top品牌



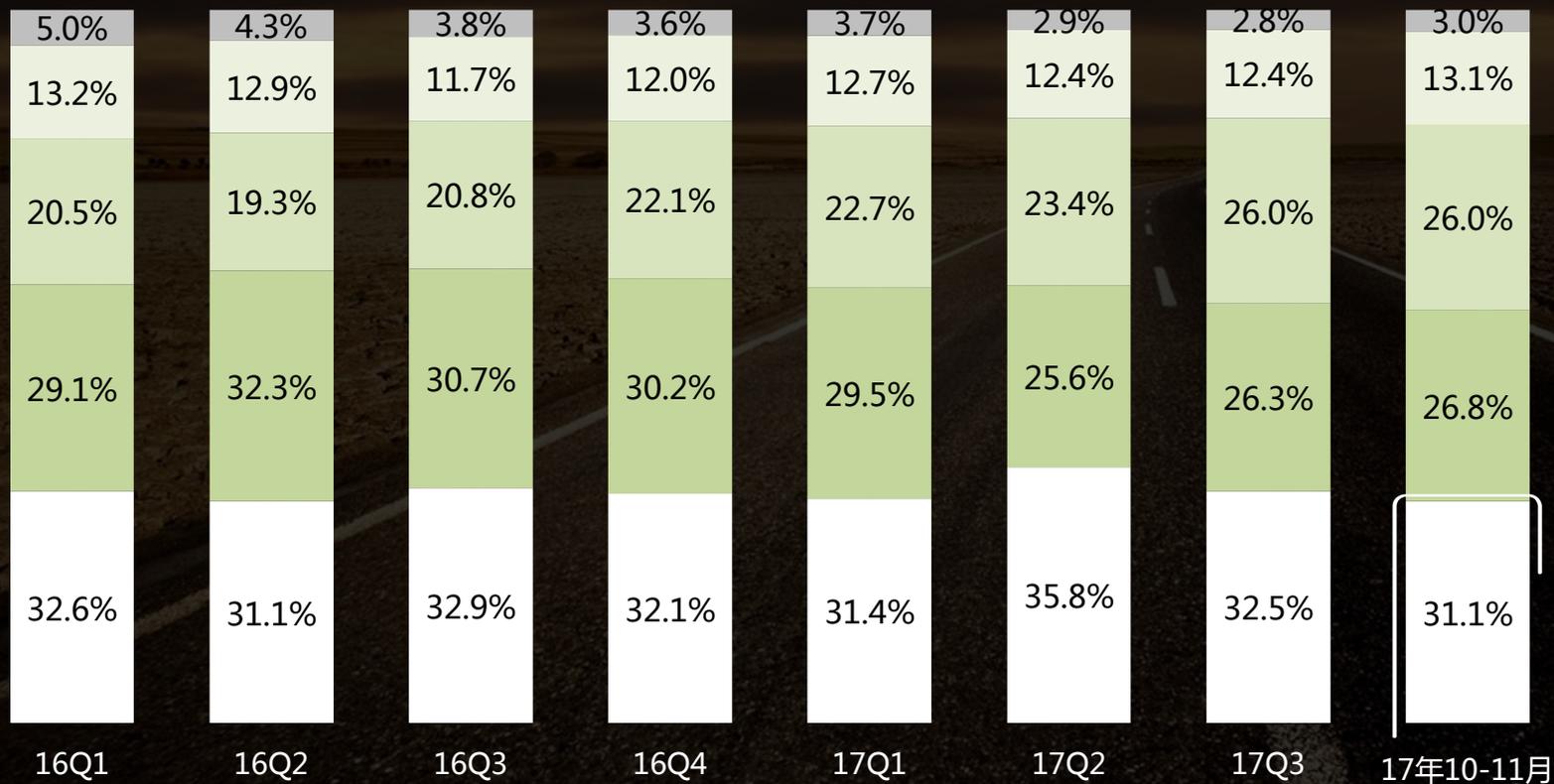
进口Top车型



欧系车高份额 日系车快增长 韩系车大降幅

汽车分车系份额

■ 欧系 ■ 日系 ■ 美系 ■ 韩系



前11月同比



-34.1%



-8.0%



+16.5%

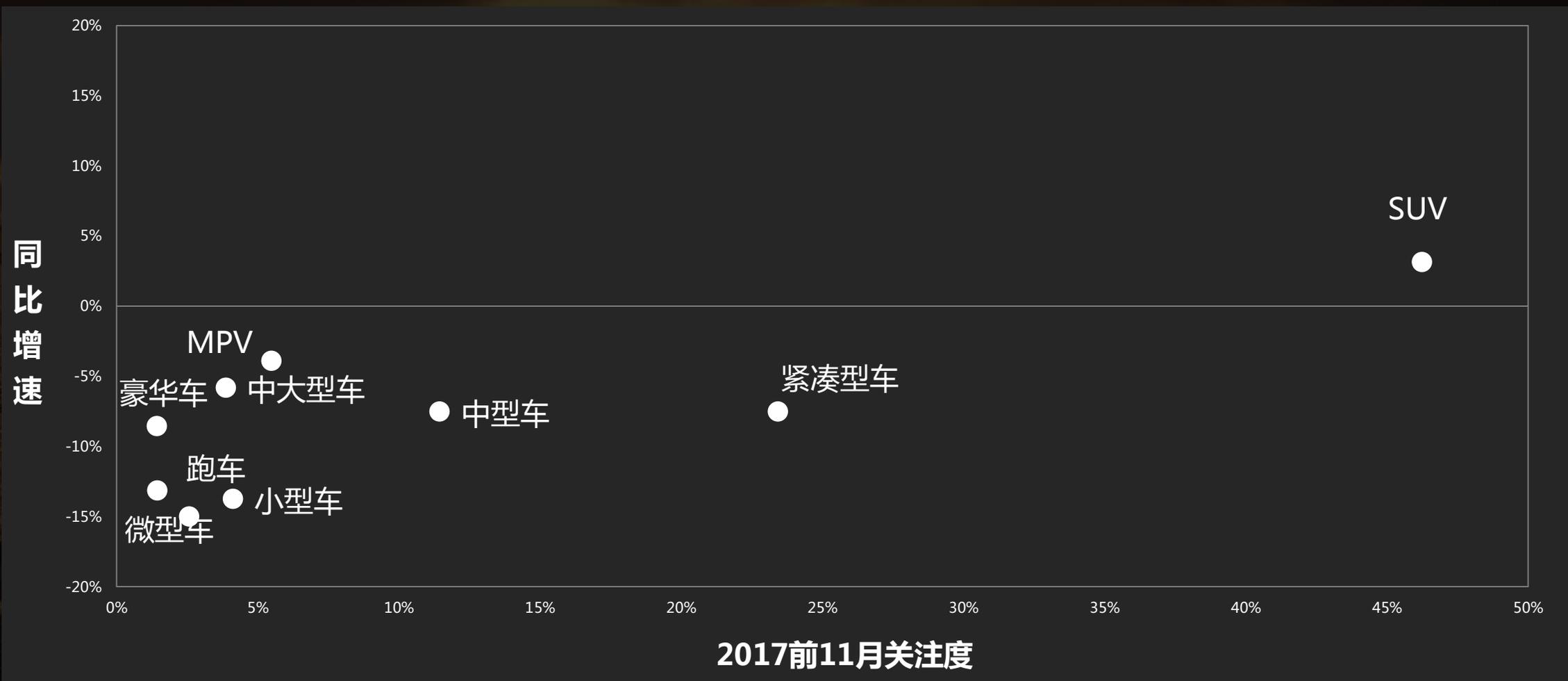


-11.5%



+3.0%

SUV 高份额且稳定增长



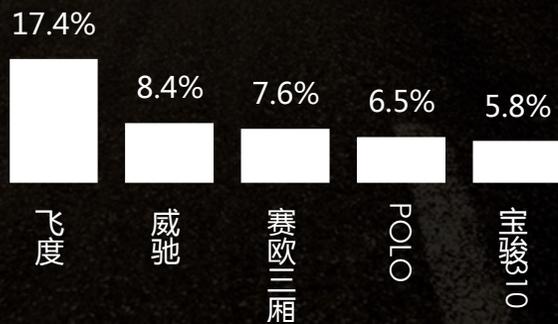
微型&小型&紧凑型车品牌及车型TOP细分



微型车



小型车



紧凑型车



中型&中大型&豪华车品牌及车型TOP细分



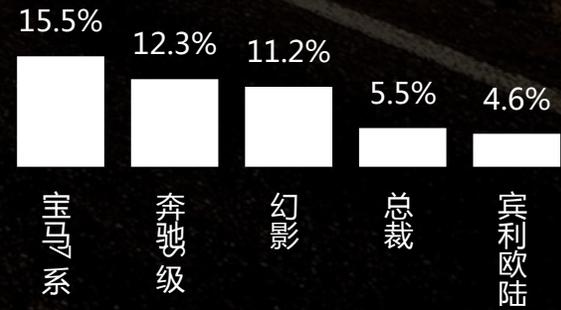
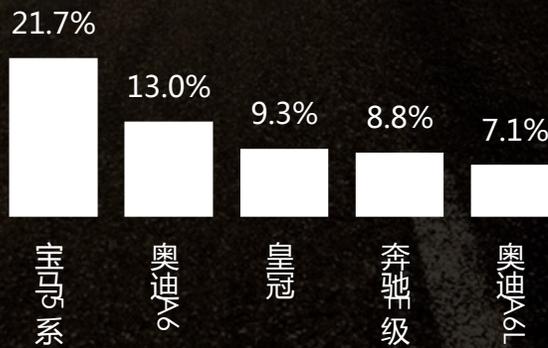
中型车



中大型车



豪华车



跑车&SUV&MPV品牌及车型TOP细分



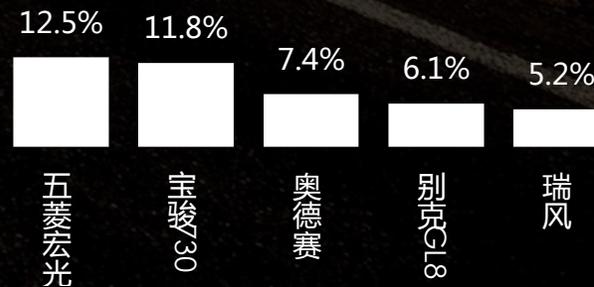
跑车



SUV



MPV

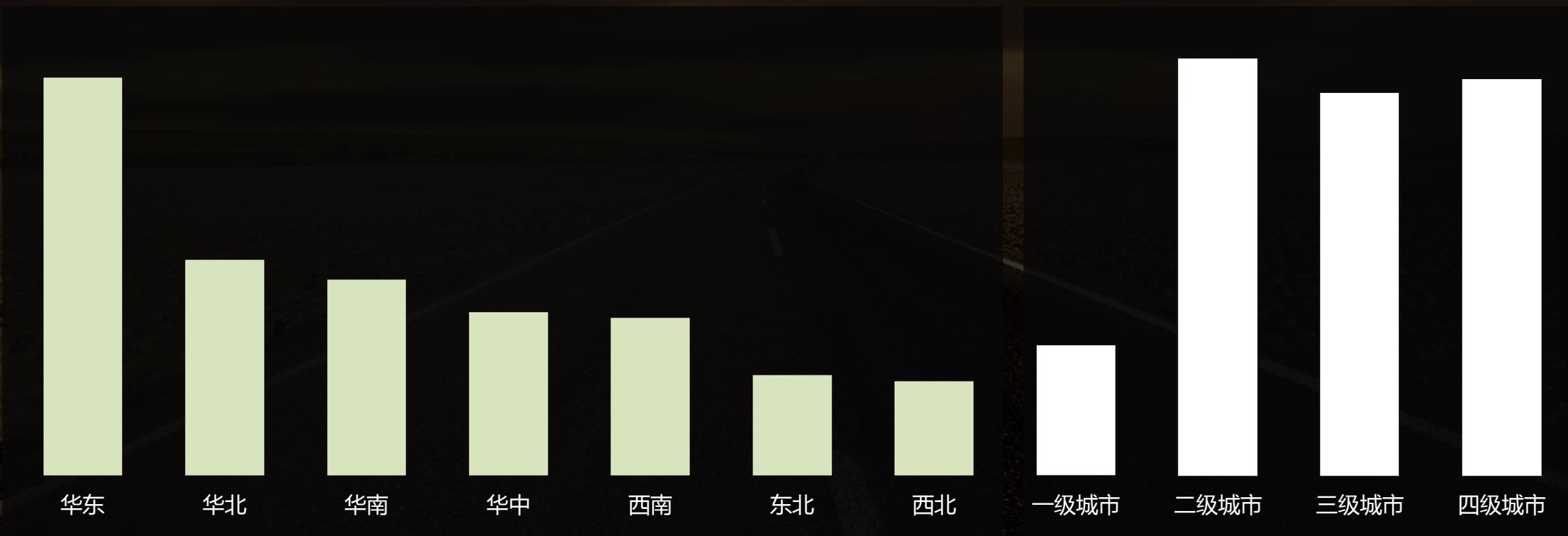


贰

细分市场-SUV

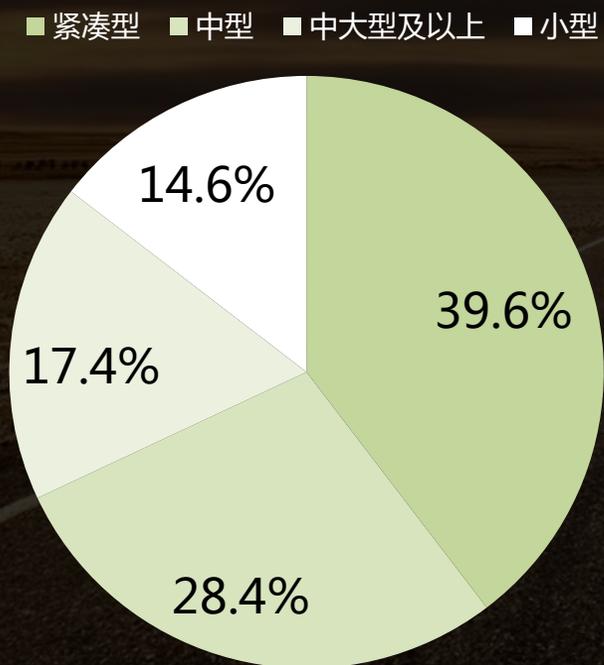
SUV华东&二级城市份额大

SUV区域份额

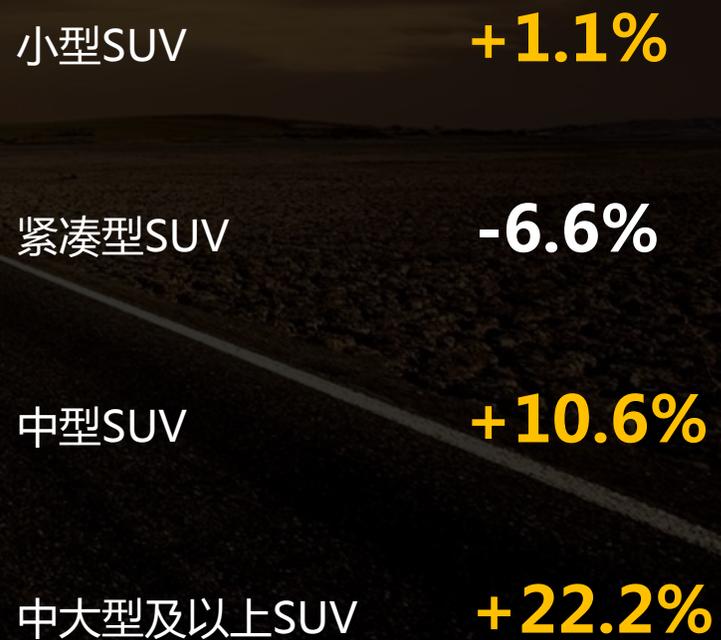


中型以上SUV增速快

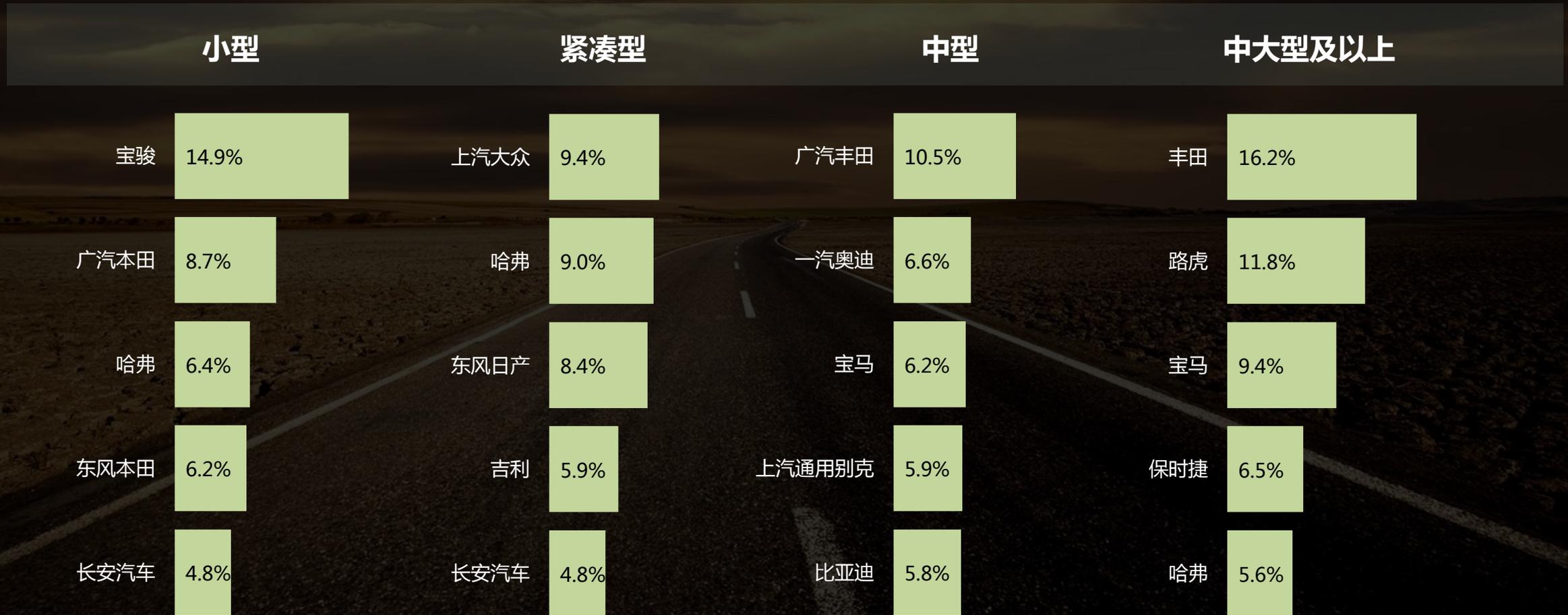
SUV细分份额



前11月同比



SUV细分级别TOP品牌份额



SUV细分级别TOP车型份额

小型

宝骏510

14.9%

缤智

8.7%

XR-V

6.2%

比亚迪元

4.1%

哈弗H2

4.0%

紧凑型

途观

9.4%

哈弗H6

7.7%

逍客

4.7%

奇骏

3.7%

CR-V

3.6%

中型

汉兰达

10.5%

奥迪Q5

6.6%

昂科威

5.9%

柯迪亚克

4.7%

牧马人

4.6%

中大型及以上

普拉多

11.1%

宝马X5

6.7%

卡宴

6.5%

揽胜

6.0%

奥迪Q7

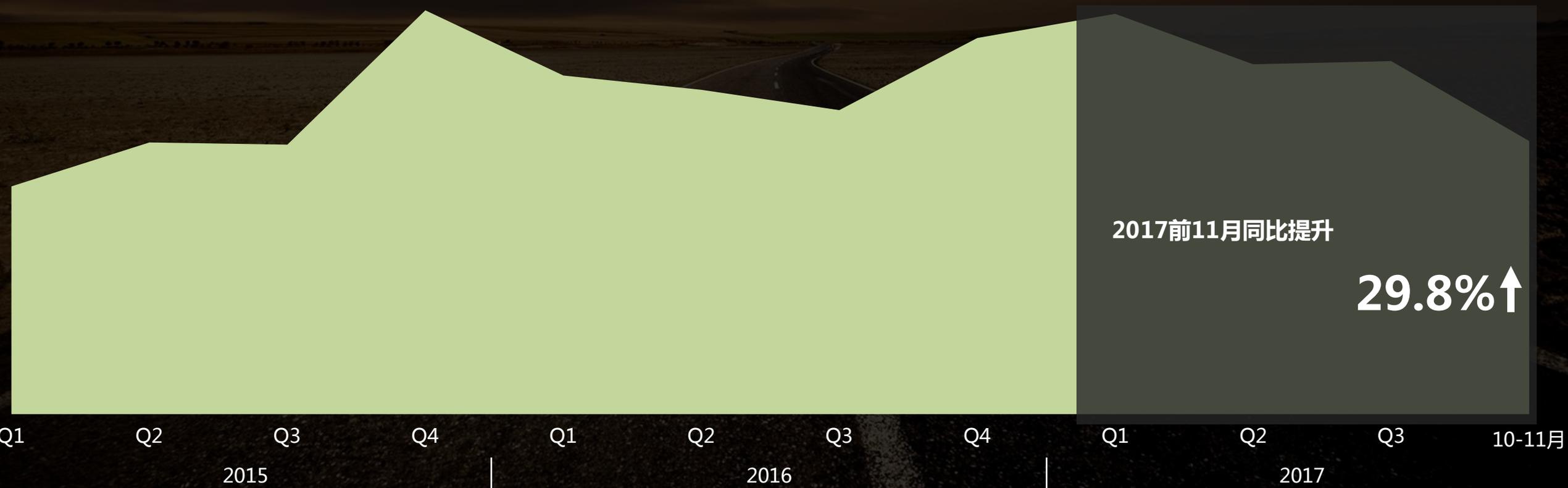
4.6%

叁

新能源车

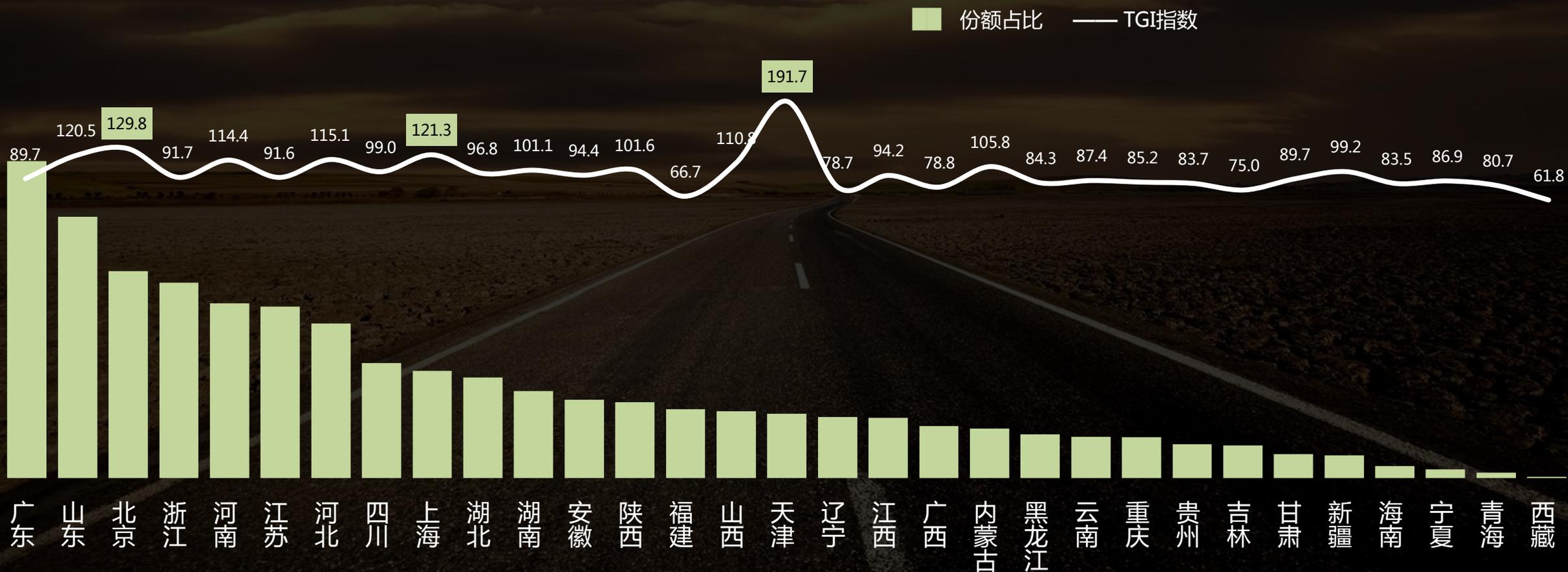
新能源汽车高速增长

新能源汽车流量趋势



限购直辖市对新能源汽车关注度最高

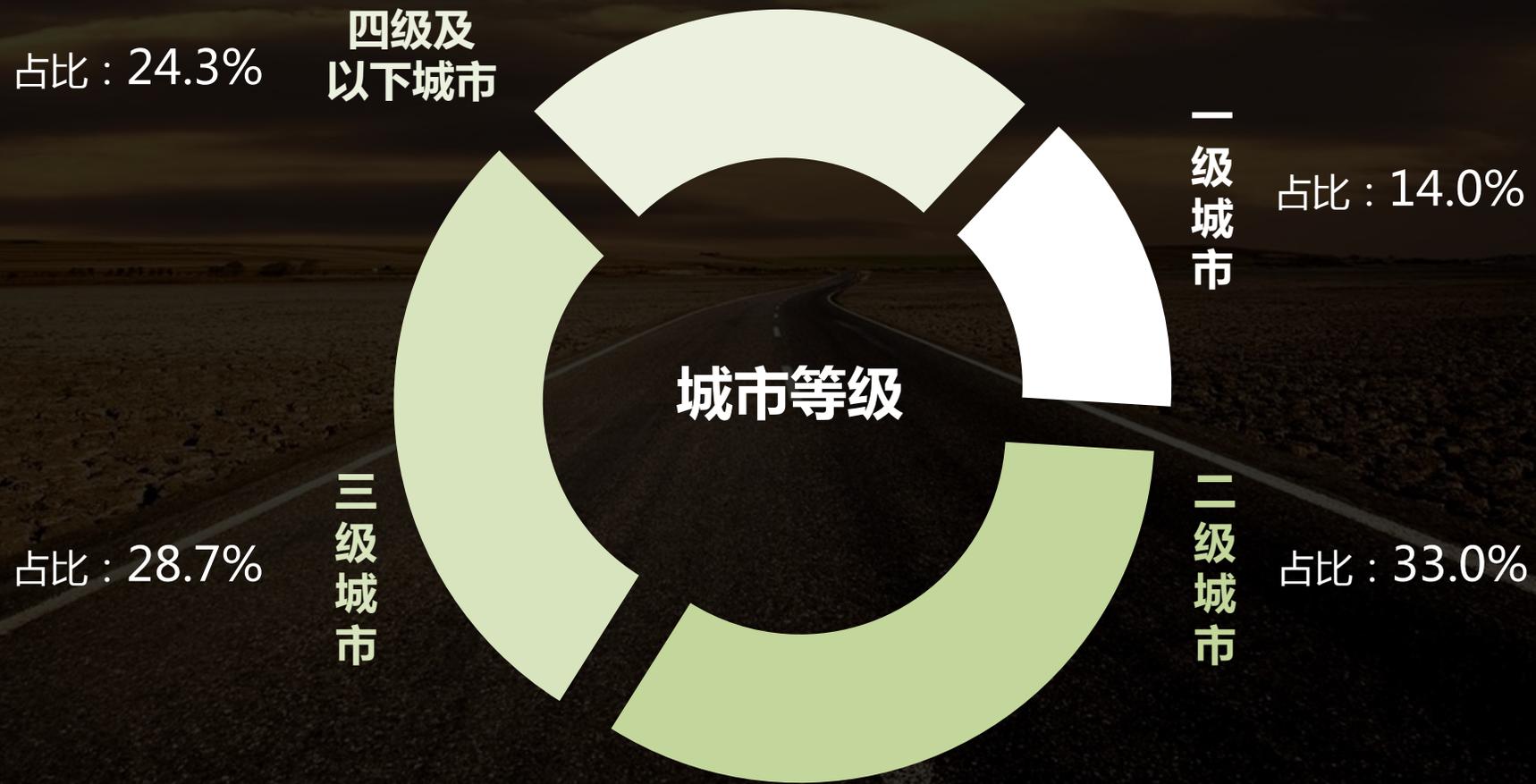
新能源汽车主要省市流量分布



$$TGI指数 = \frac{\text{新能源汽车流量的地域占比}}{\text{360总体流量的地域占比}} \times 100;$$

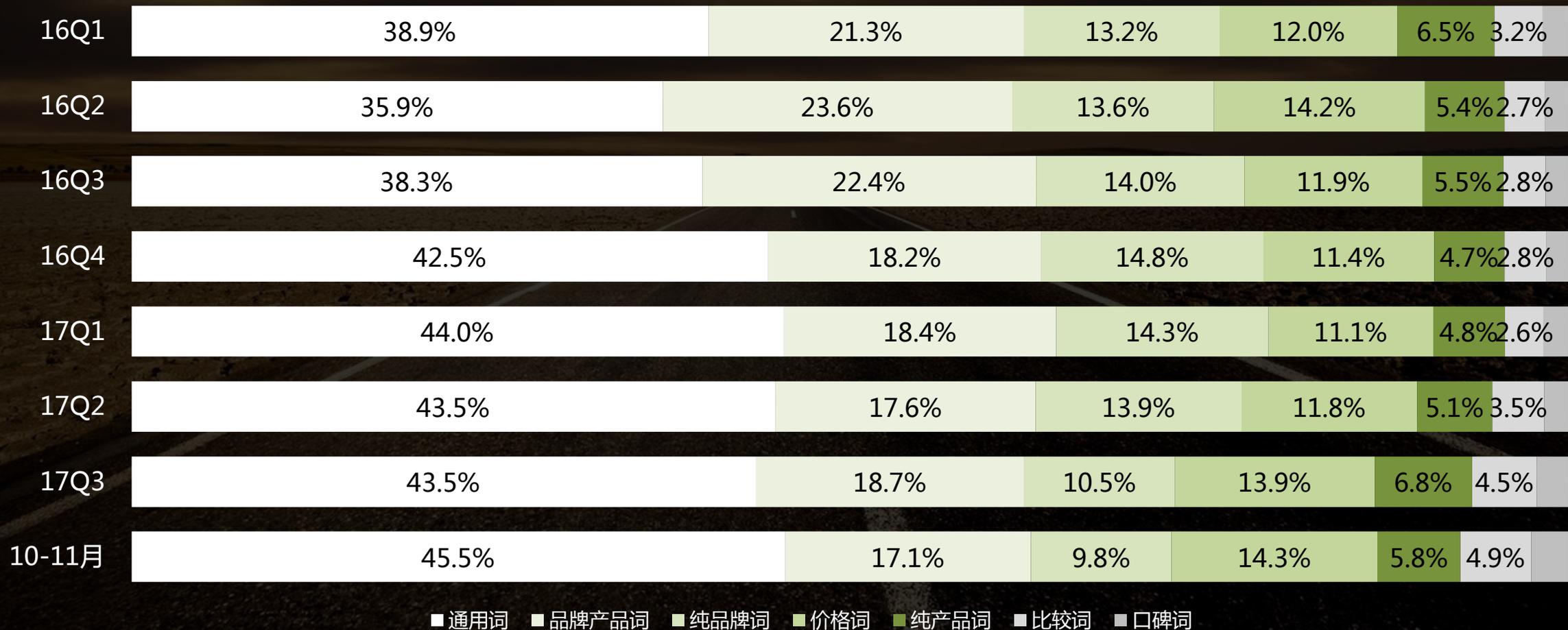
Target Group Index (目标群体指数) 是用于反映新能源汽车流量的地域分布相比总体情况的差异，TGI指数等于100表示平均水平，高于100，代表该省份对新能源汽车的关注程度高于整体水平

二级城市高份额



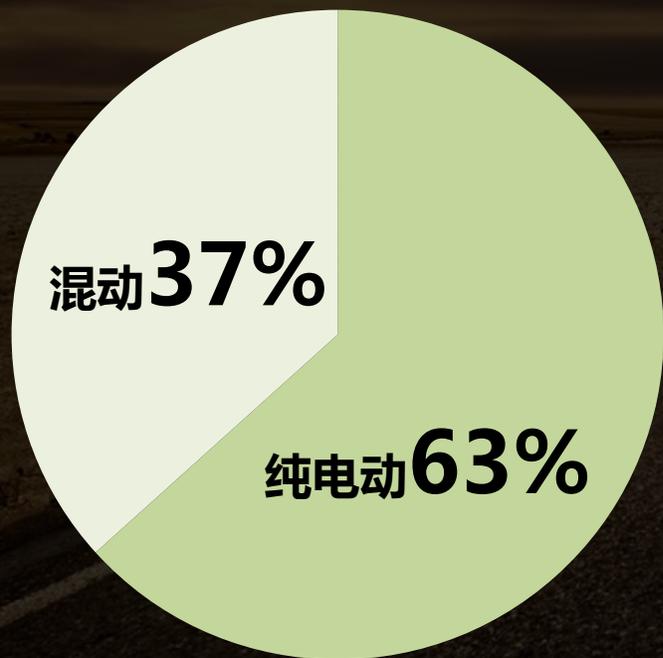
新能源汽车对通用词关注最大，愈加关注价格&比较&口碑

新能源汽车主要关注内容份额

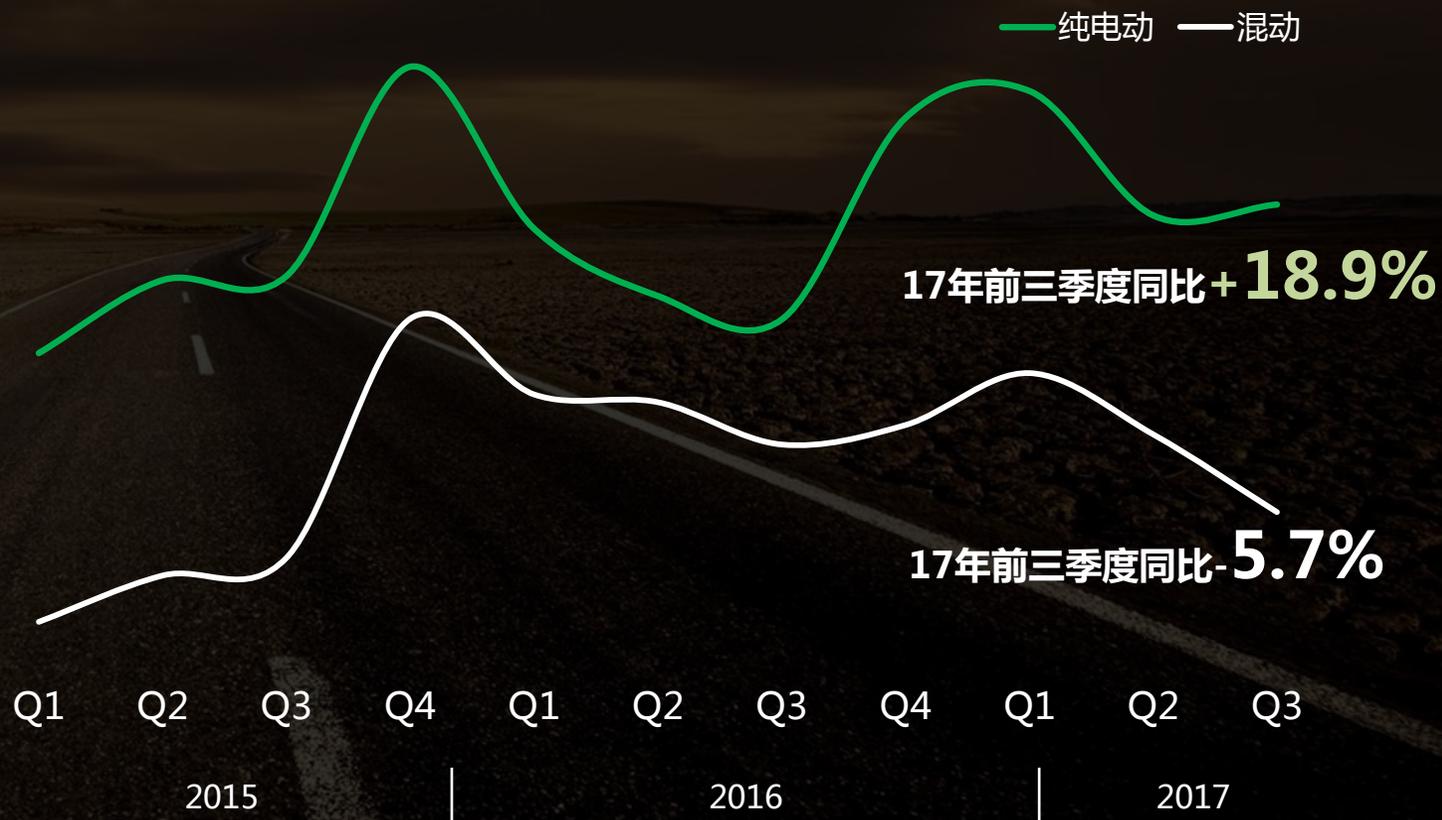


纯电动 高关注高增速

新能源汽车分动力系统份额



新能源汽车分动力系统趋势



新能源汽车细分级别TOP车型份额



唐宋元领跑新能源车型

新能源汽车TOP车型份额

TOP3超40%



肆

新车概览

车展吸睛节点佳

新车分月走势

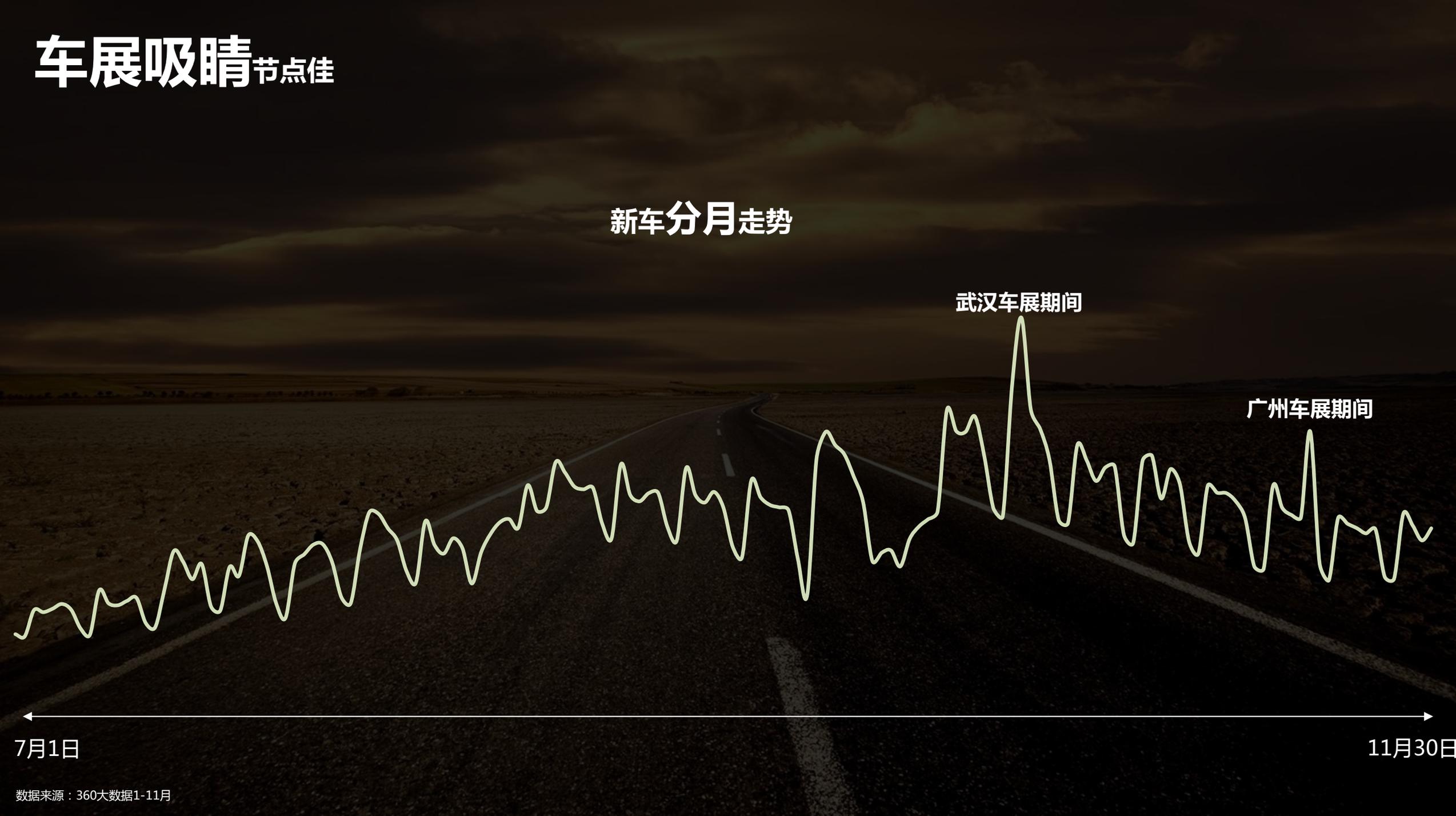
武汉车展期间

广州车展期间

7月1日

11月30日

数据来源：360大数据1-11月



华东及二级城市是新车最主要区域

新车区域份额



■ 华东30.3% ■ 华南16.6% ■ 华北16.5% ■ 华中12.9%
■ 西南10.6% ■ 西北6.6% ■ 东北6.5%

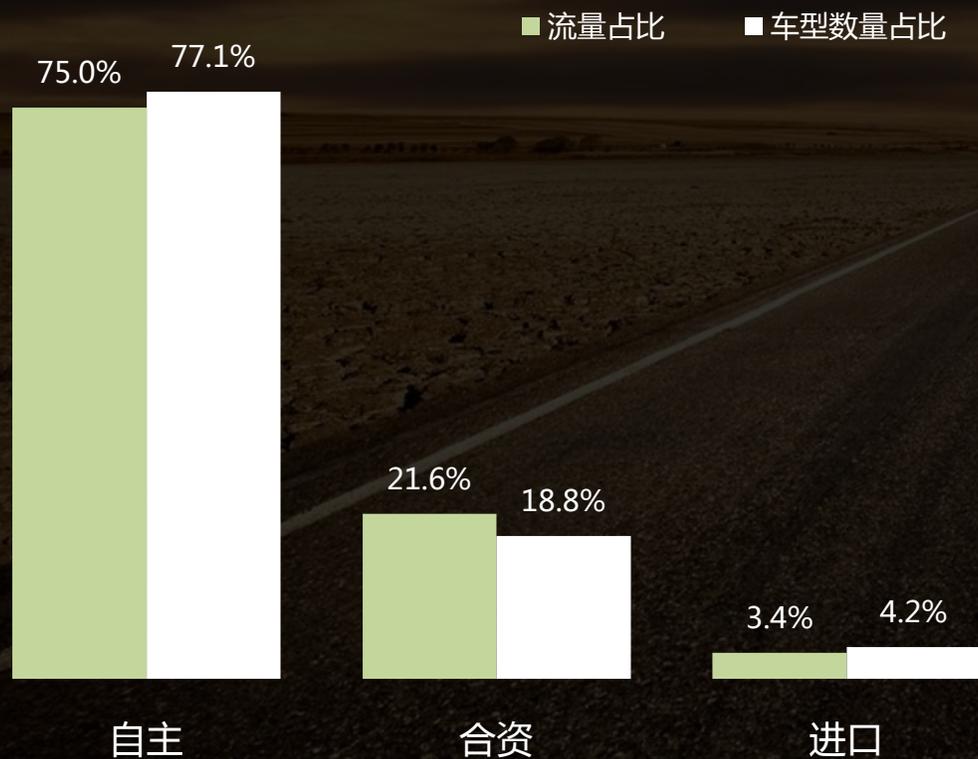
新车城市等级份额



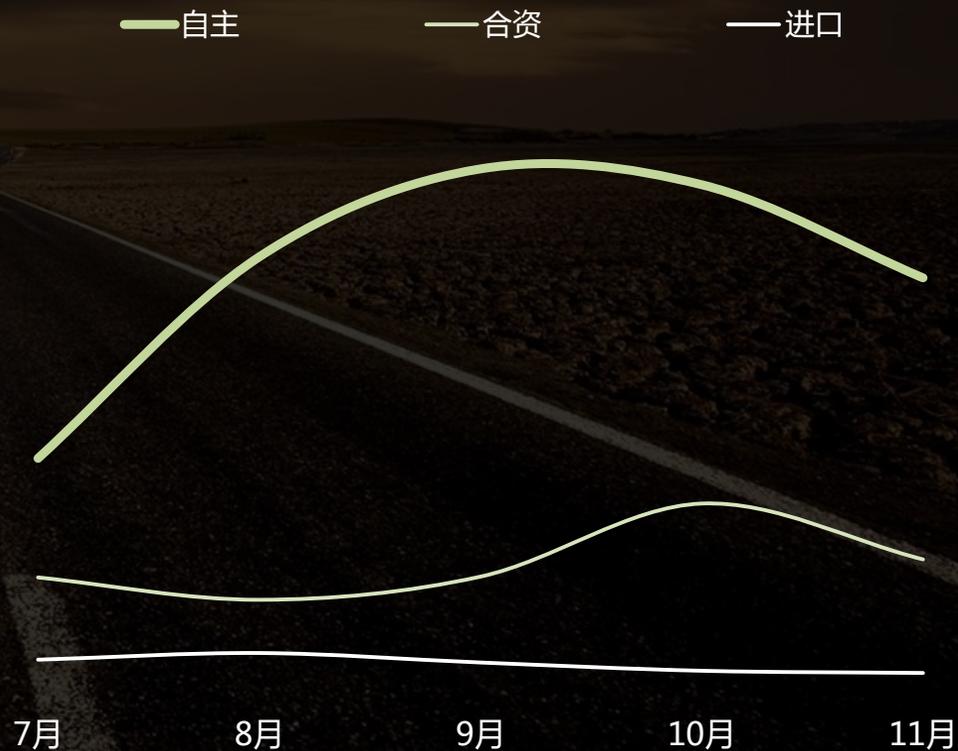
■ 一级10.4% ■ 二级31.9%
■ 三级30.0% ■ 四级及以下27.6%

自主新车型多流量份额大，单车获取流量能力不及合资车型

新车分制造属性份额

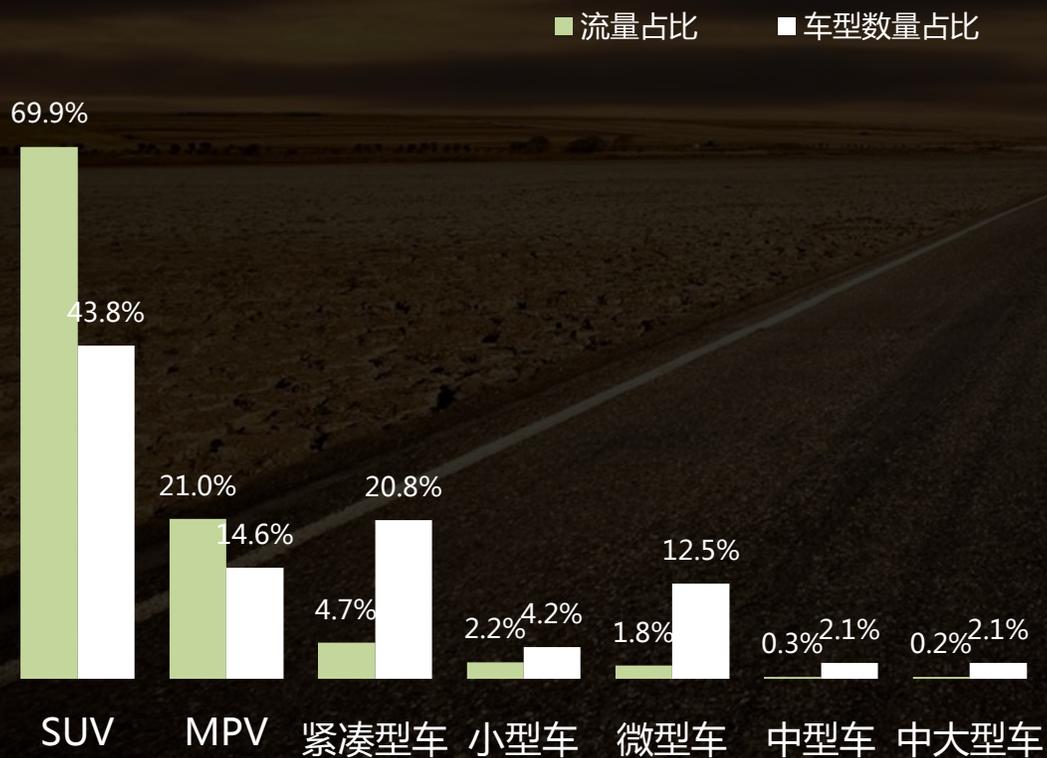


新车上市后趋势

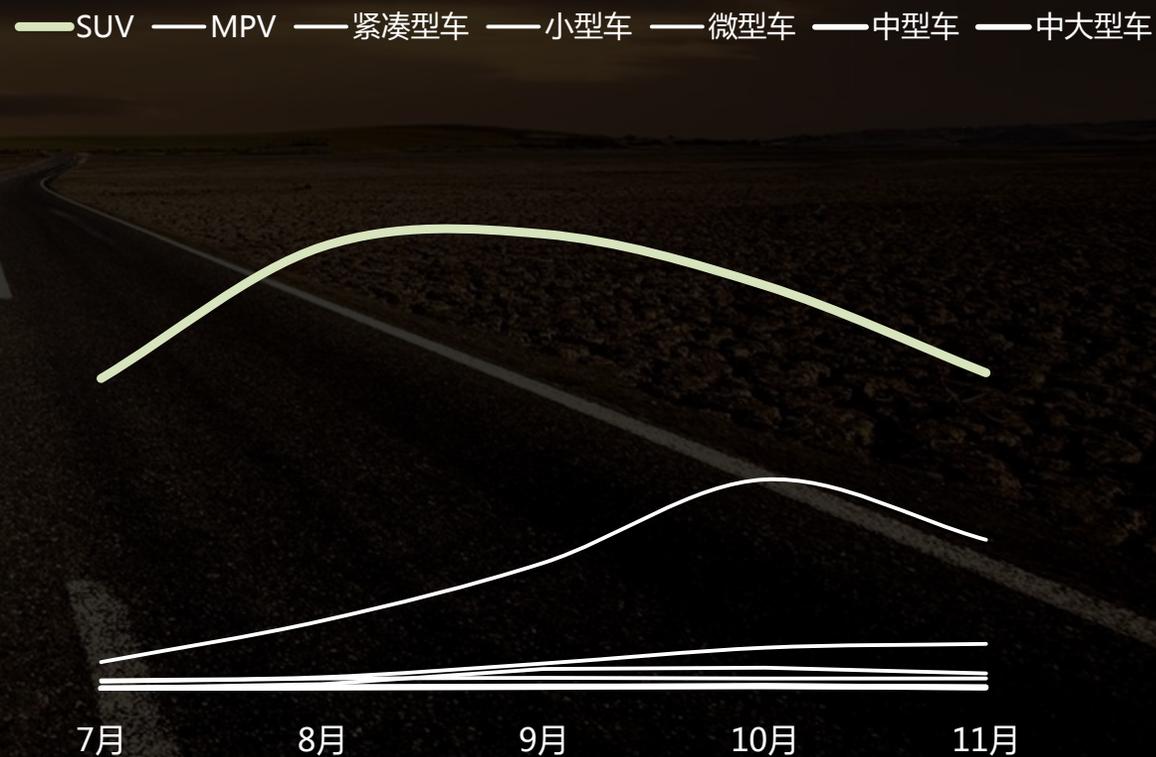


新车中SUV获取流量能力远大于其他级别车

新车分级别份额



新车上市后趋势

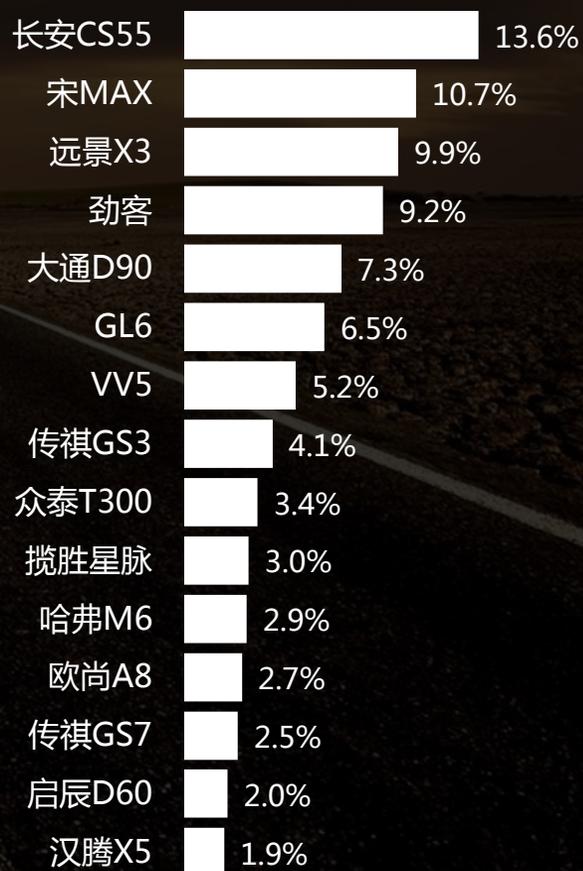


新车TOP品牌&车型份额

新车分品牌份额



新车分车型份额

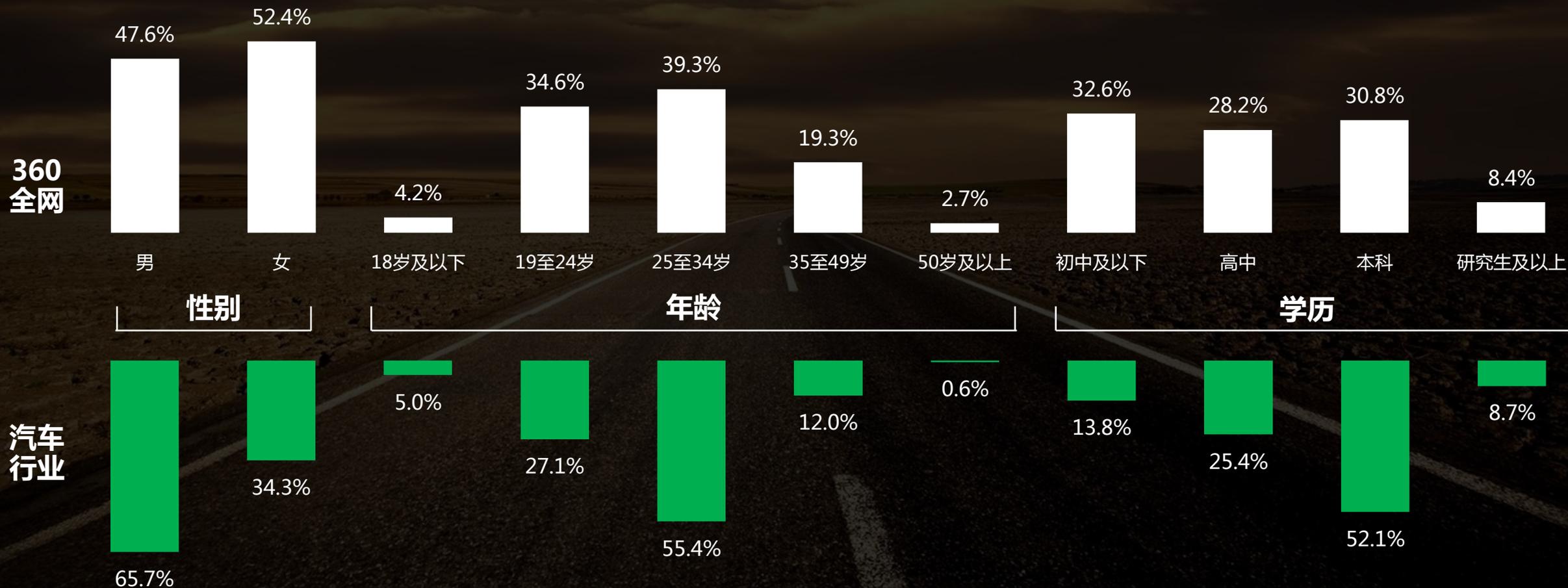


伍

人群特征

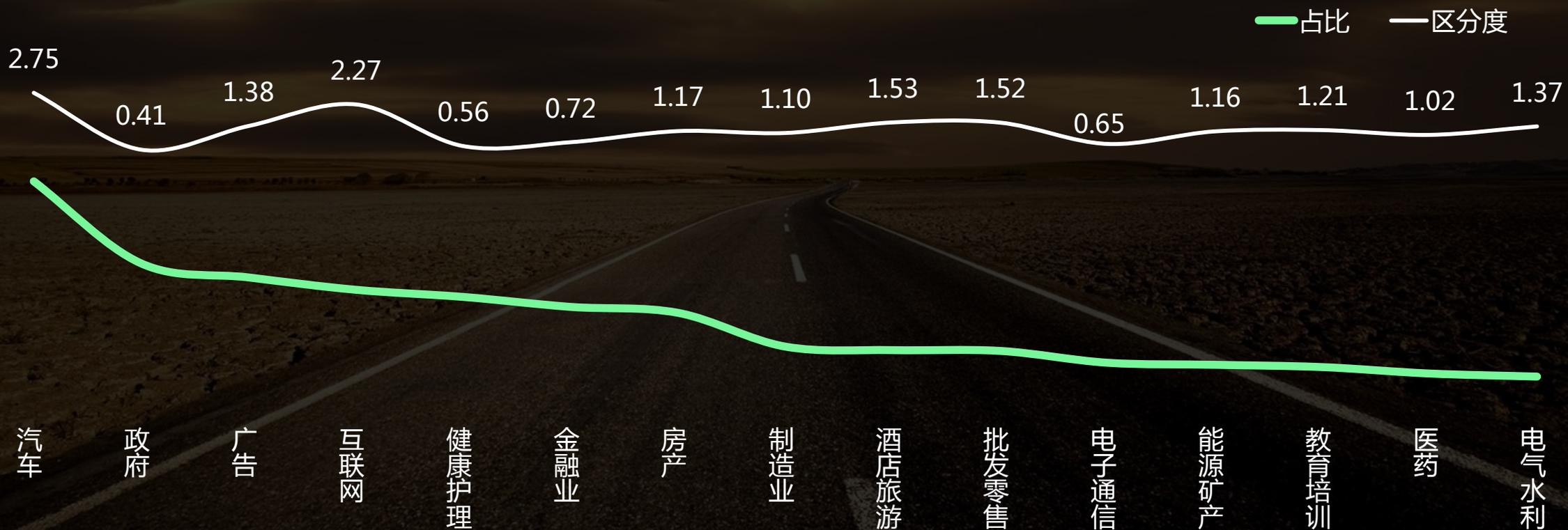
关注汽车以**男性&年轻&高学历**人群为主

人群基本属性



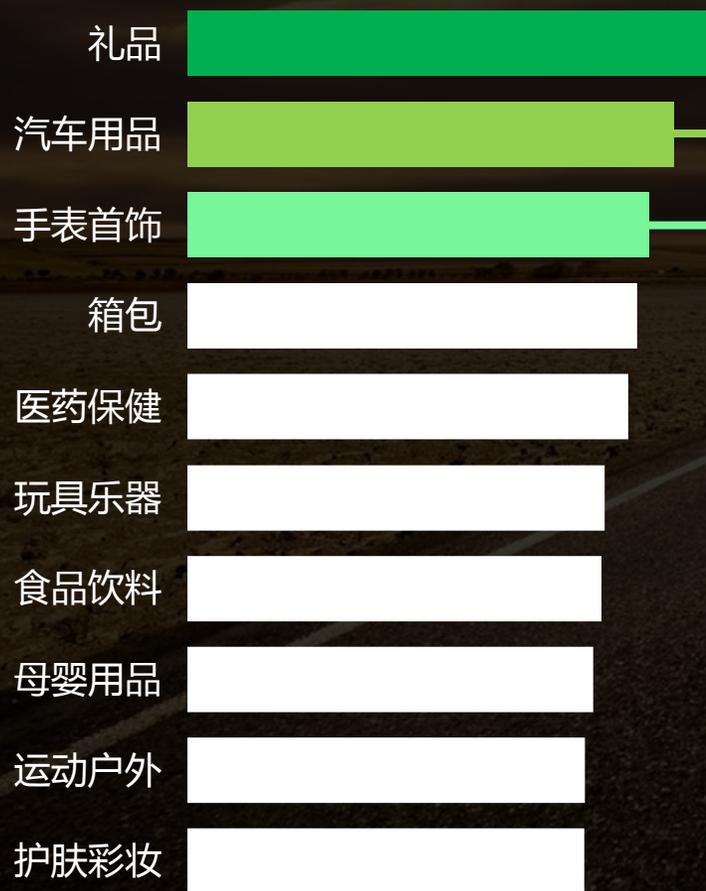
人群以从事**汽车&政府&广告**工作或对其相关内容感兴趣为主

人群主要职业相关分布



对购买**礼品**相对最感兴趣

人群购物兴趣区分度TOP



礼品TOP5



汽车用品TOP5

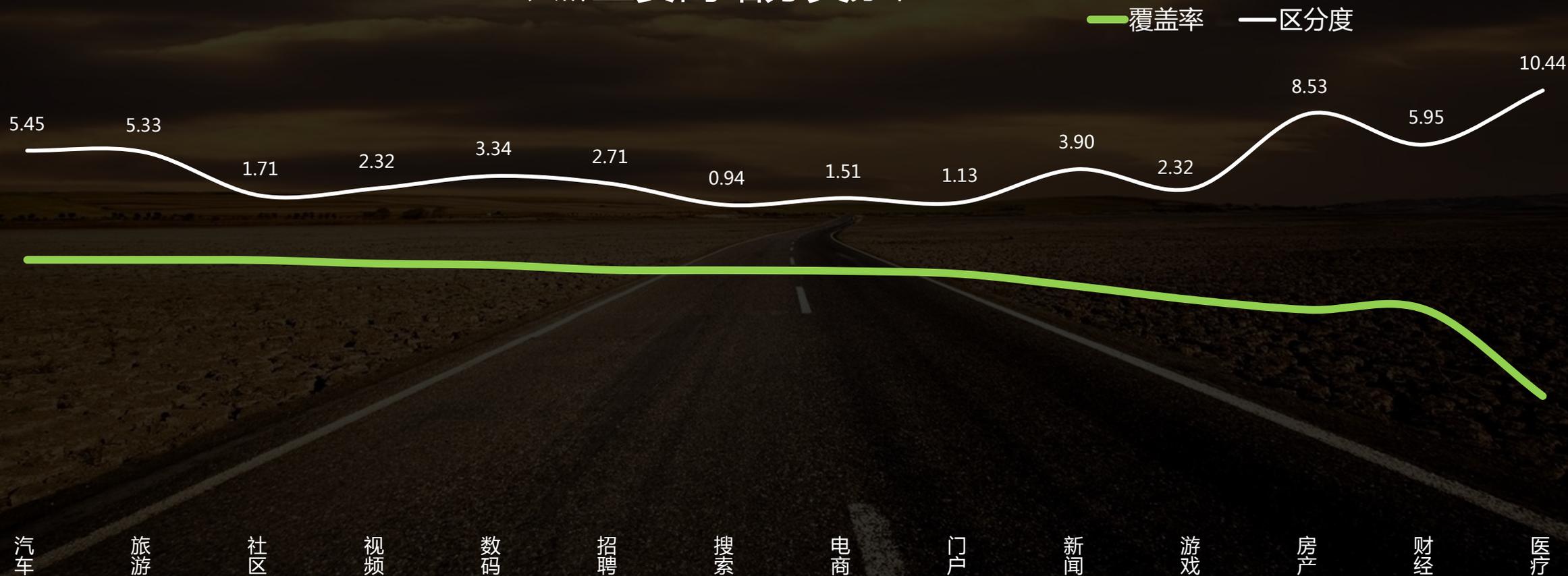


手表首饰TOP



偏好浏览汽车&旅游网站，医疗&房产网站区分度高

人群主要网站分类分布



系统安全&通讯社交类最活跃，金融&出行导航类等区分度较高

人群主要APP分类分布



华为手机占比最大，360手机区分度高

人群主要手机品牌分布



汽车行业大数据报告

谢 谢

