

2014-2015

中国汽车行业  
网民搜索  
行为报告

Baidu 指数

# 目录 Contents

01

汽车行业搜索行为洞察

02

汽车行业品类分布格局解析

03

汽车行业搜索发展新趋势

04

附录：产品排行



# PART ONE

## 汽车行业趋势洞察

### 要点概述

- 汽车行业搜索指数稳步提升，增速远超销量，更多需求通过搜索完成
- 移动端带动汽车行业整体搜索，15年Q1移动端搜索占比达到64%
- 品牌类搜索关键词向移动转移速度快，信息类关键词转移速度较慢
- 早晚上下班高峰移动端活跃度渐入佳境，21点前后双屏关注异常活跃

## 2013-2014年汽车行业搜索指数与销量对比



搜索指数/百万



销量/万辆

汽车行业搜索指数稳步提升，  
增速远超销量，  
更多需求通过搜索完成。

2013-2015年汽车行业分终端季度搜索指数



(单位: 百万)

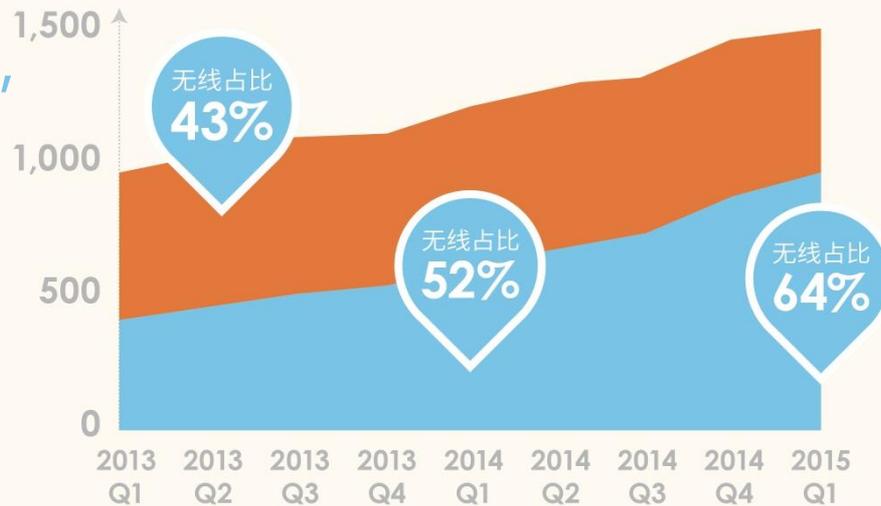


无线端搜索



PC端搜索

移动端带动汽车行业整体搜索，  
15年Q1移动端搜索  
占比达到64%。



2013-2015年汽车行业分终端季度搜索指数



(转化比率) ● 品牌 ● 产品 ● 价格 ● 口碑评价

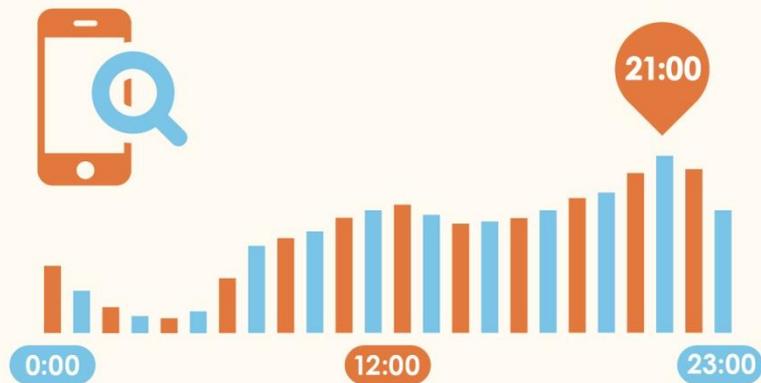


品牌类搜索关键词  
向移动转移速度快，  
信息类关键词转移速度较慢。

注1：转换比率=该类别关键词在移动端搜索指数÷该类别关键词在pc端搜索指数；  
注2：品牌类搜索关键词如品牌、产品搜索请求内容；信息类如口碑评价、价格等  
数据来源：百度指数专业版 2013年1月-2015年3月

早晚上下班高峰移动端活跃度渐入佳境，  
21点前后双屏关注异常活跃。

移动端汽车关注时间24小时分布



PC端汽车关注时间24小时分布



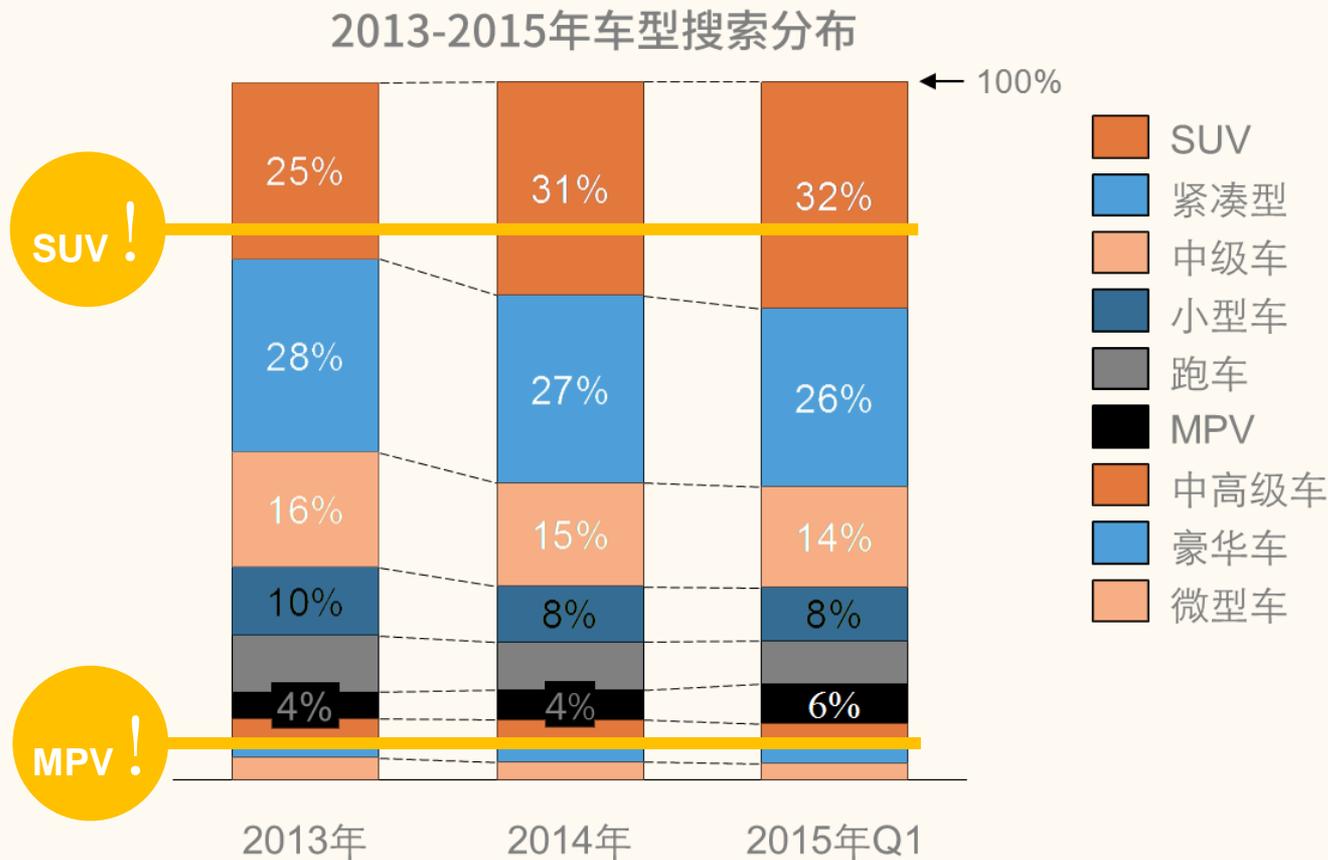
# PART TWO

## 汽车行业品类分布格局解析

### 要点概述

- 大空间、多用途车型SUV、MPV已成为新增长点
- MPV车型搜索请求快速向移动端转移，移动搜索请求量涨势迅猛
- 自主品牌增长突出，SUV、MPV发展速度快
- SUV品牌关注度较分散，市场集中度低；MPV品牌集中度较高，TOP3品牌占比超过四成
- 30-39岁成熟人群对自主大空间、多用途车型最关注
- 自主SUV人群主要分布在二级城市，自主MPV人群主要分布在四级城市

# 大空间、多用途车型SUV、MPV已成为行业新增长点。



# MPV车型搜索请求快速向移动端转移，移动搜索请求量涨势迅猛。

SUV车型在PC端和移动端搜索指数

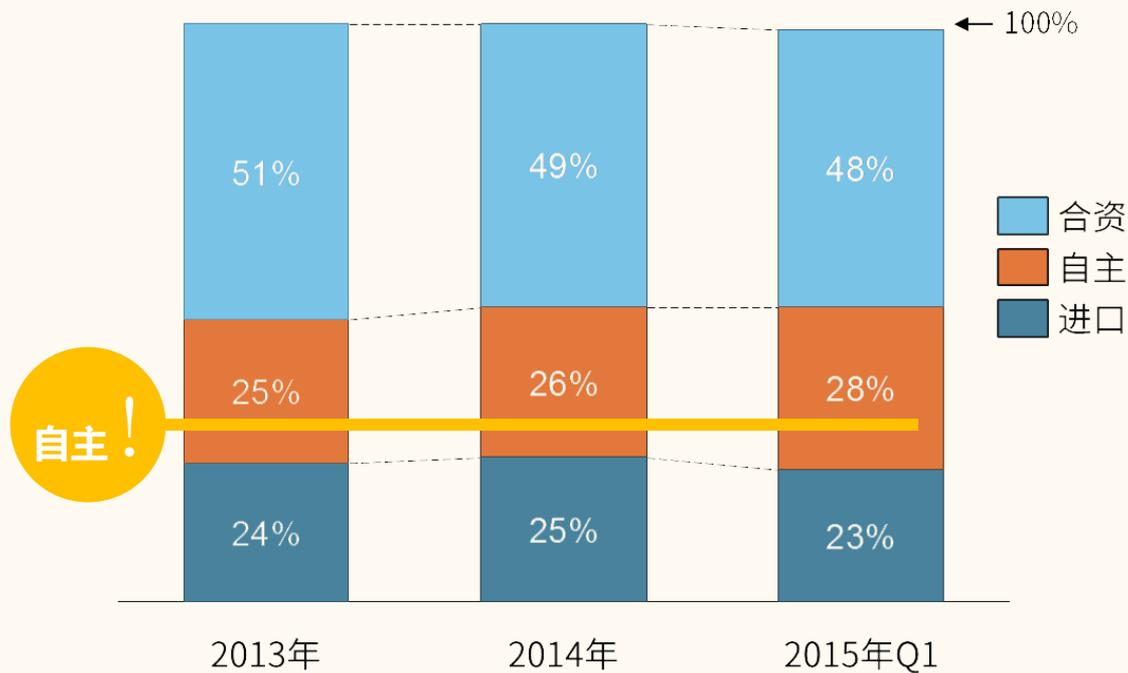


MPV车型在PC端和移动端搜索指数



# 自主品牌汽车搜索份额逐年增加。

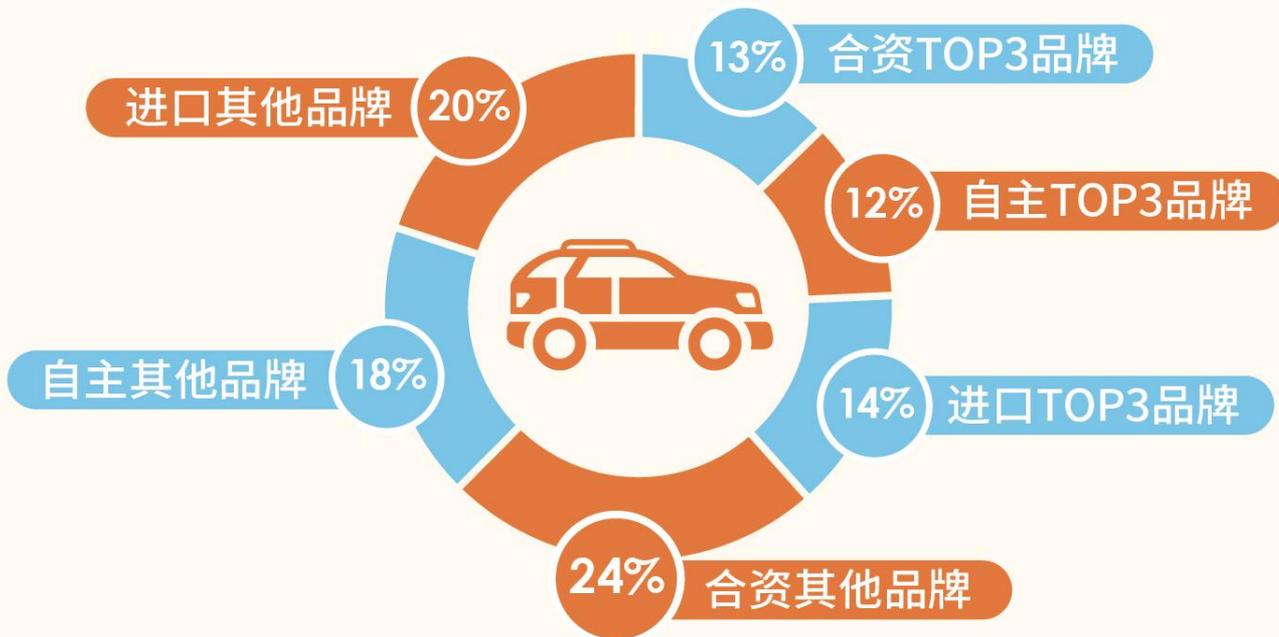
## 2013-2015年汽车厂商品牌搜索分布





# SUV品牌关注度较分散，市场集中度低。

2014年SUV车型品牌分布情况



合资TOP3品牌

- 途观
- 奥迪Q5
- 翼虎



自主TOP3品牌

- 哈弗H6
- 长安CS75
- 瑞虎

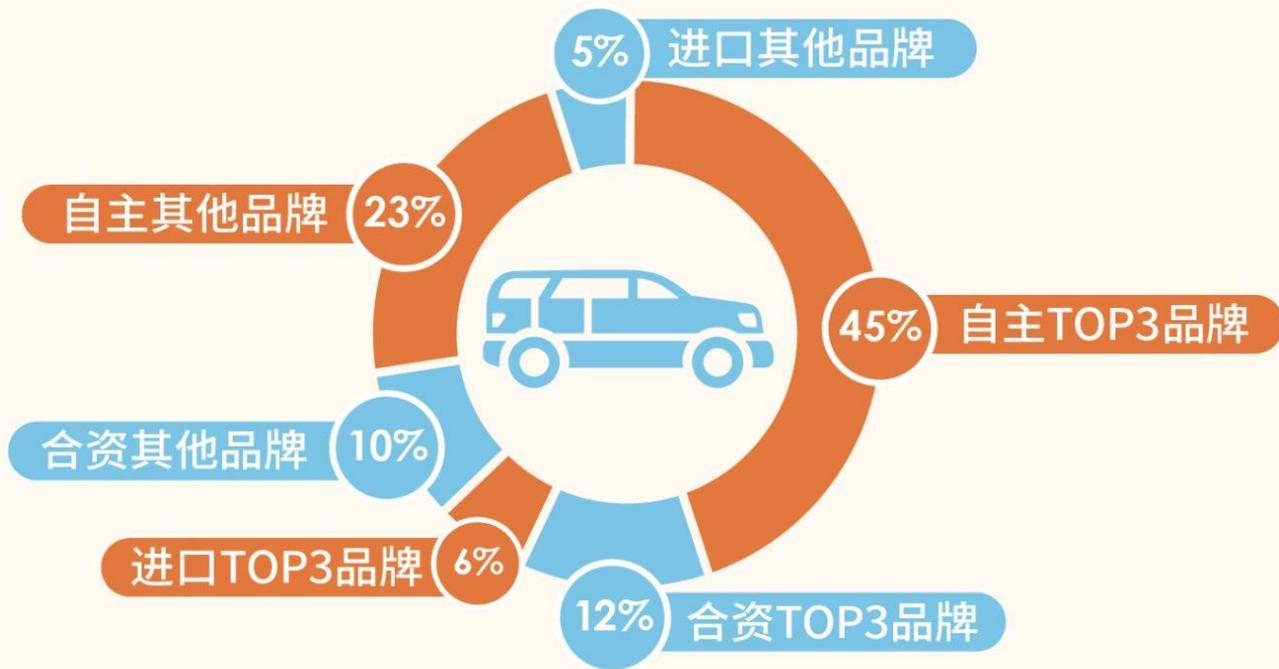


进口TOP3品牌

- 揽胜极光
- 牧马人
- 卡宴

# MPV品牌集中度较高，TOP3品牌占比超过四成。

2014年MPV车型品牌分布情况



合资TOP3品牌

- 奥德赛
- 途安
- 别克GL8



自主TOP3品牌

- 五菱宏光
- 宝骏730
- 瑞风

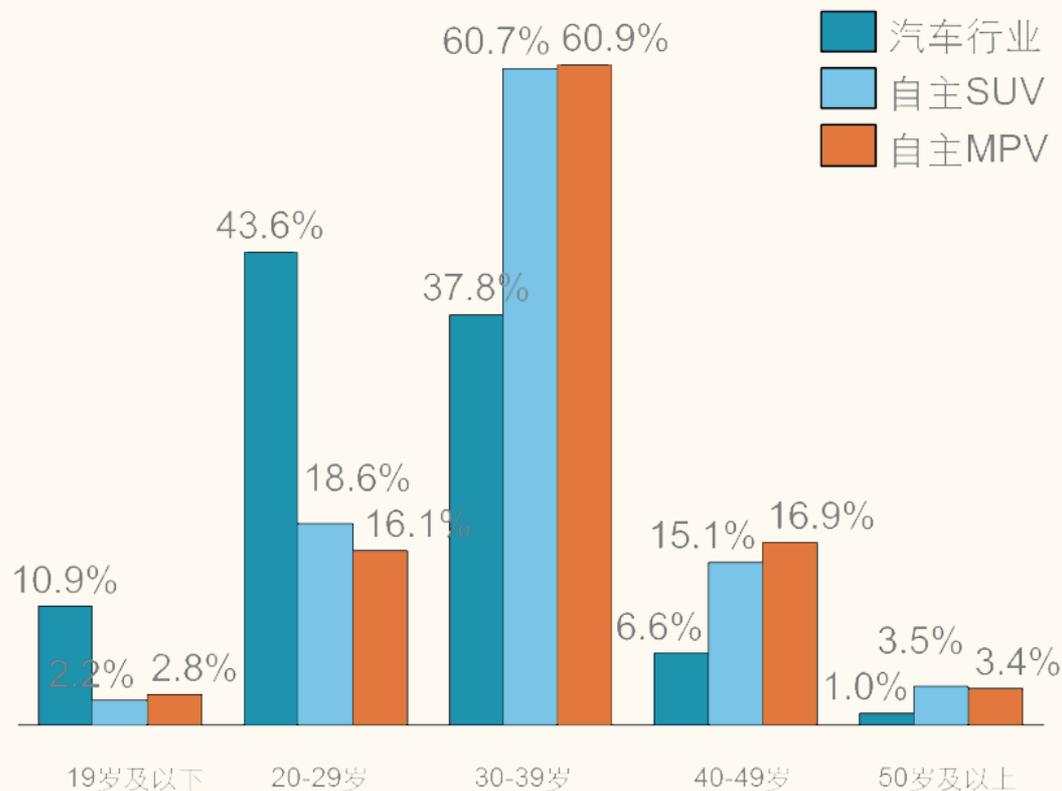


进口TOP3品牌

- 奔驰R级
- 马自达5
- 夏朗

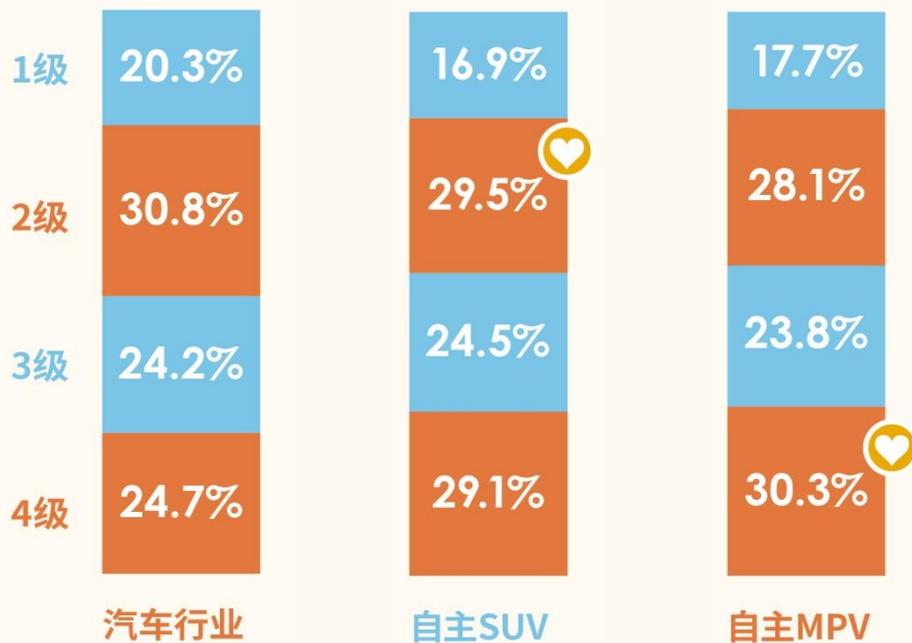
# 30-39岁成熟人群对自主大空间、多用途车型最关注。

## 2014年车型人群年龄分布情况



自主SUV人群主要分布在二级城市，  
自主MPV人群主要分布在四级城市。

2014年车型人群分级城市分布情况



注：此处地域分布按照中国国家统计局城市等级分类标准  
数据来源：百度指数专业版 2014年1月-12月

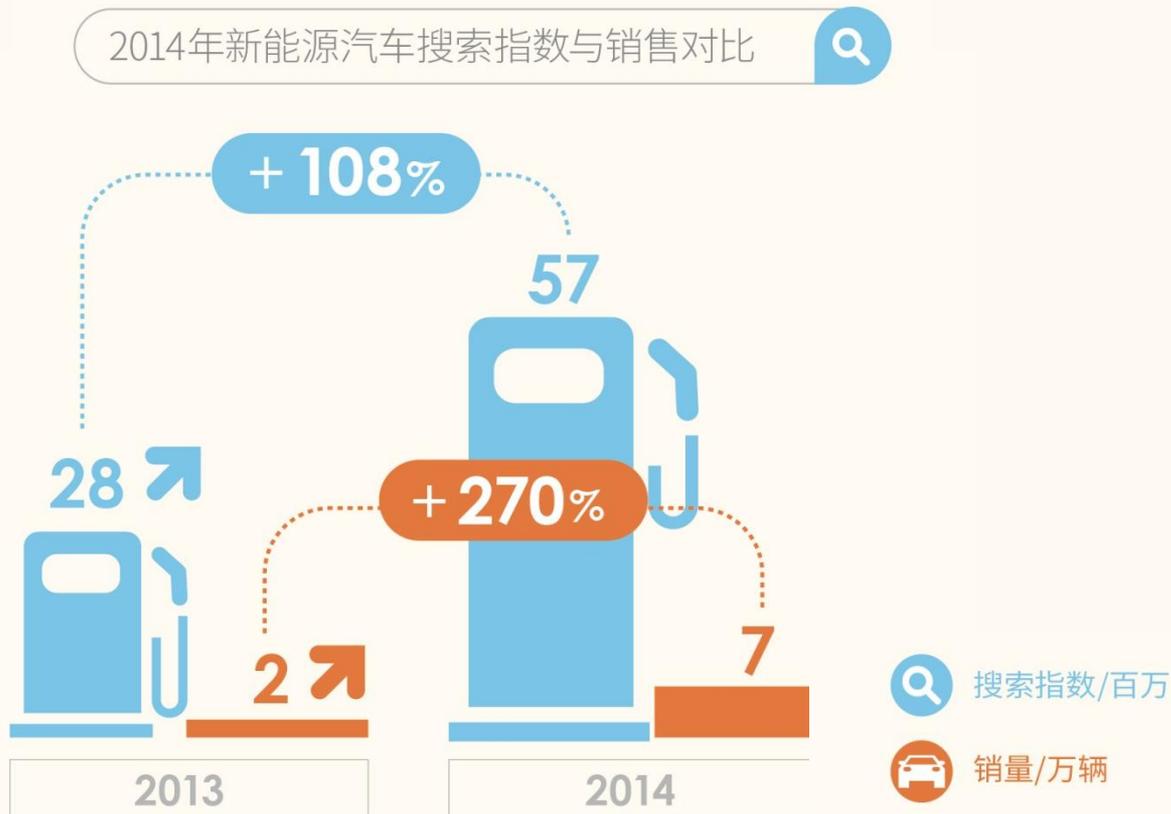
# PART THREE

## 新能源汽车搜索趋势解析

### 要点概述

- 2014年，新能源汽车搜索指数和销量翻倍上涨
- 成熟人群关注纯电汽车，进口混电汽车人群更年轻
- 自主纯电关注人群在山东分布最多，进口纯电、进口混电的人群在广东分布最多

# 2014年，新能源汽车搜索指数和销量翻倍上涨。

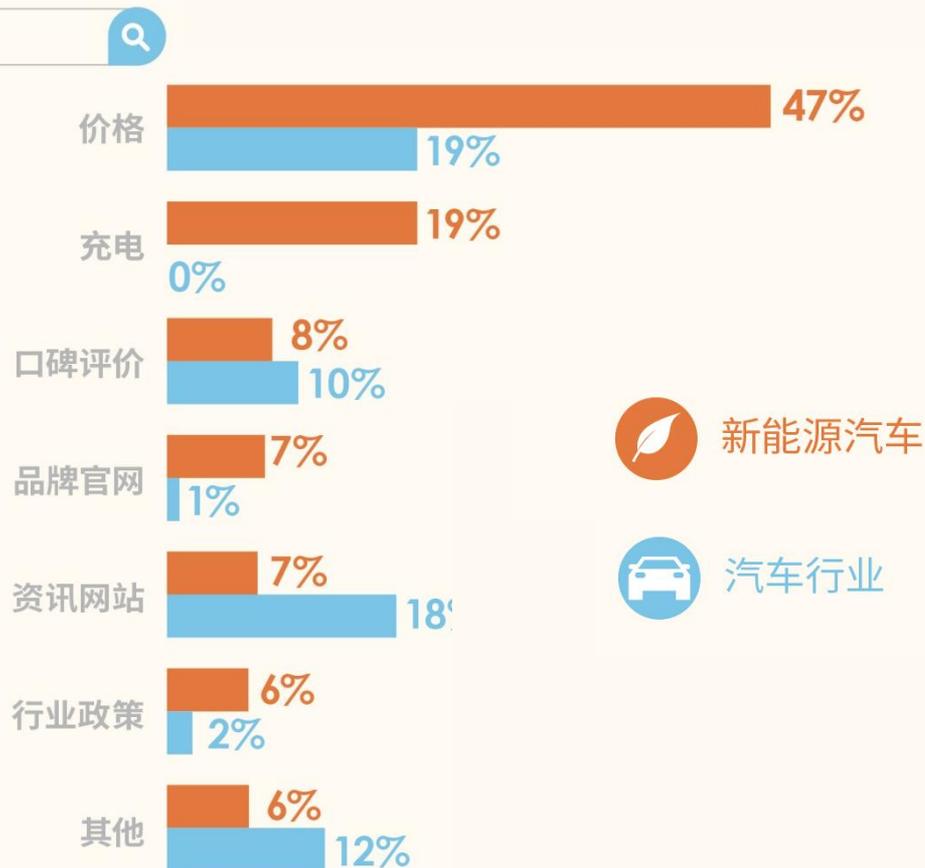


数据来源：百度指数专业版 2013年1月-2014年12月

销量数据来源：全国乘用车市场信息联席会

# 新能源汽车市场对产品价格敏感。

2014年新能源汽车关注内容排行



注：该图给出的是剔除了产品和品牌搜索词后的关注内容占比  
数据来源：百度指数专业版 2014年1-12月

# 最受关注的新能源汽车是进口纯电、进口混合动力和自主纯电类型。

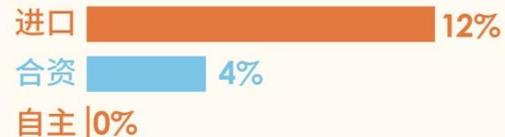
2014年新能源汽车动力类型搜索分布



纯电动汽车厂商类型搜索分布

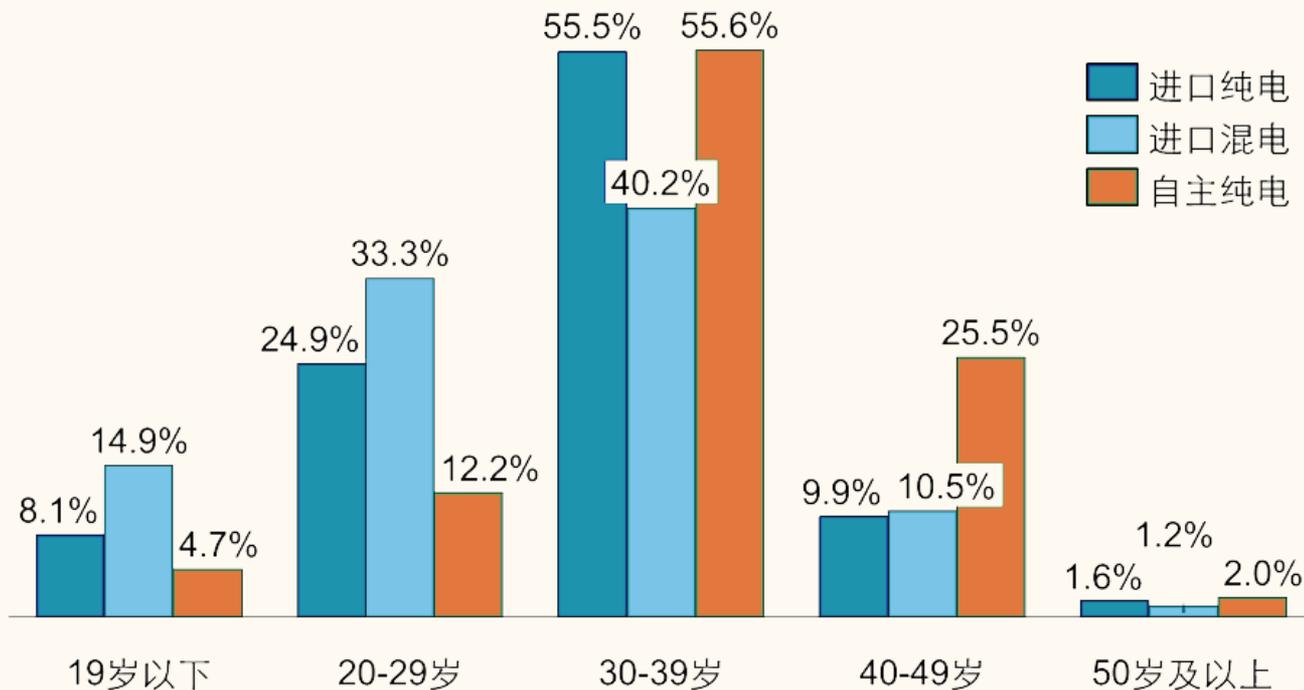


混合动力汽车厂商类型搜索分布



# 成熟人群关注纯电汽车，进口混电汽车人群更年轻。

## 2014年新能源汽车搜索人群年龄分布

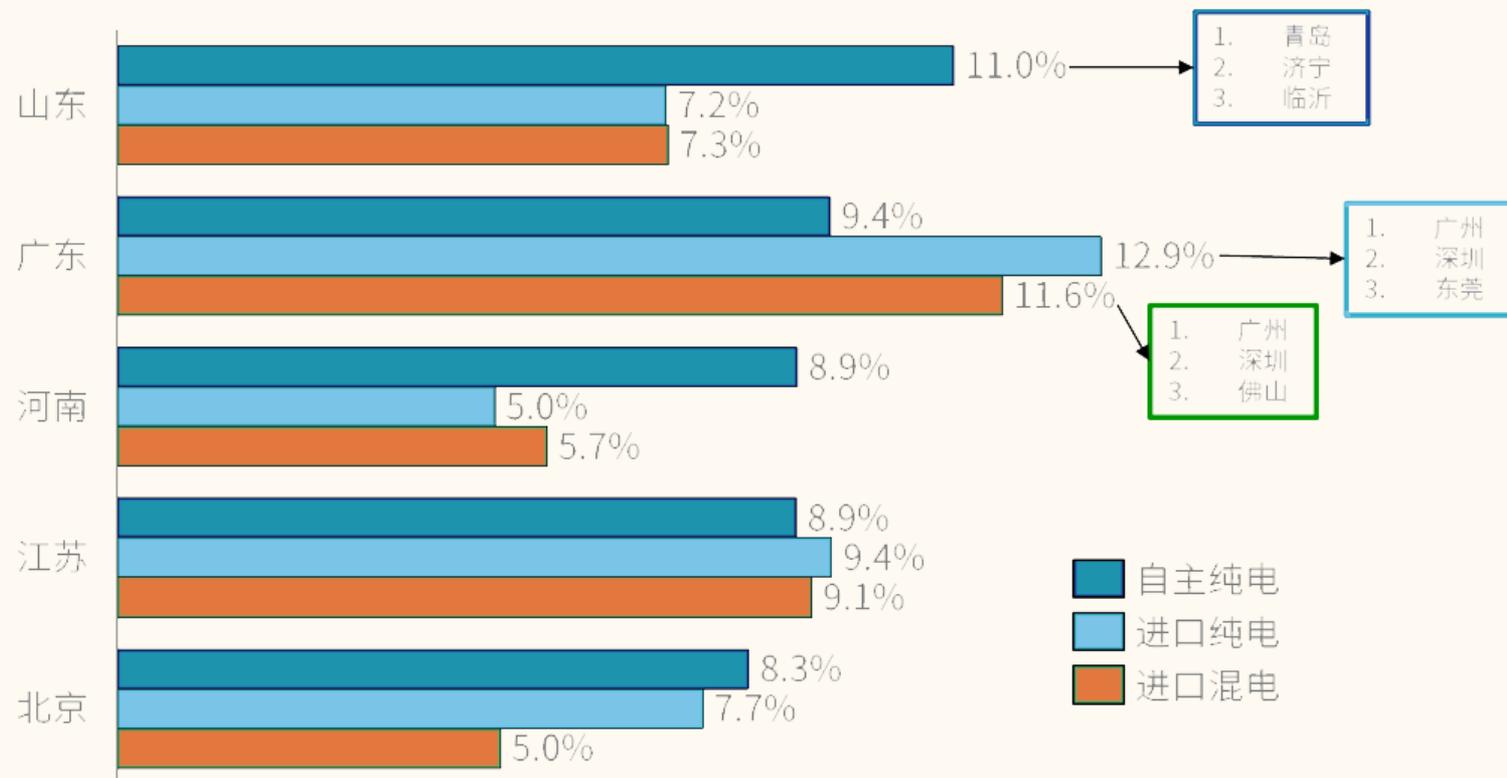


注：新能源车型主要以纯电动、混合动力为主；品牌类型主要分布在自主、进口为主。其他车型、品牌类型暂不提供数据。

数据来源：百度指数专业版 2014年1-12月

# 自主纯电关注人群在山东分布最多， 进口纯电、进口混电人群在广东分布最多。

2014年新能源汽车搜索人群地域分布



注：新能源车型主要以纯电动、混合动力为主；品牌类型主要分布在自主、进口为主。其他车型、品牌类型暂不提供数据

数据来源：百度指数专业版 2014年1-12月

# 04

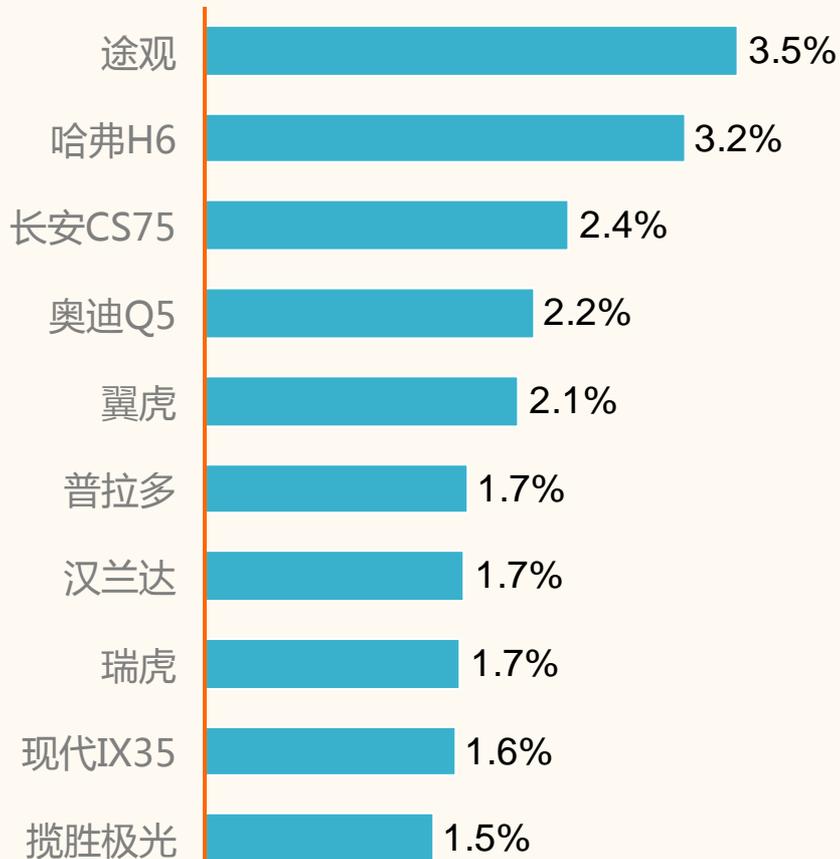
PART FOUR

汽车搜索指数排行榜

附录：产品排行

# 2014年SUV搜索和销量排行

## 2014年SUV搜索份额排行



## 2014年SUV销量排行 (万辆)



数据来源：百度指数专业版 2014年1月-2014年12月

销量数据来源：中国汽车工业协会

# 2014年紧凑型车搜索和销量排行

## 2014年紧凑型车搜索份额排行



## 2014年紧凑型车销量排行 (万辆)

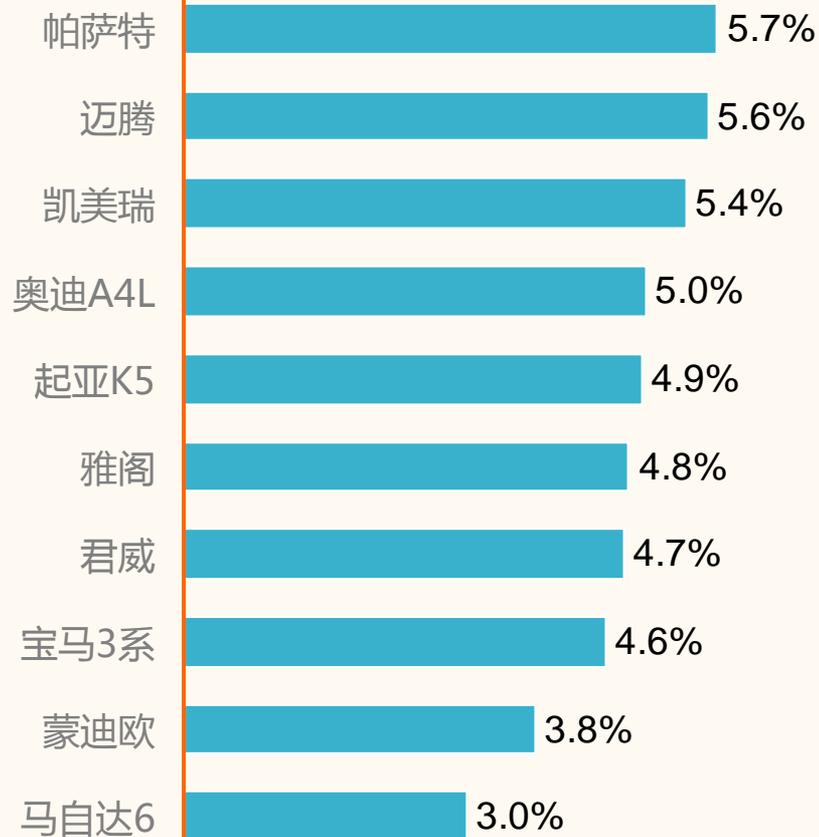


数据来源：百度指数专业版 2014年1月-2014年12月

销量数据来源：中国汽车工业协会

## 2014年中级车搜索和销量排行

2014年中级车搜索份额排行



2014年中级车销量排行 (万辆)

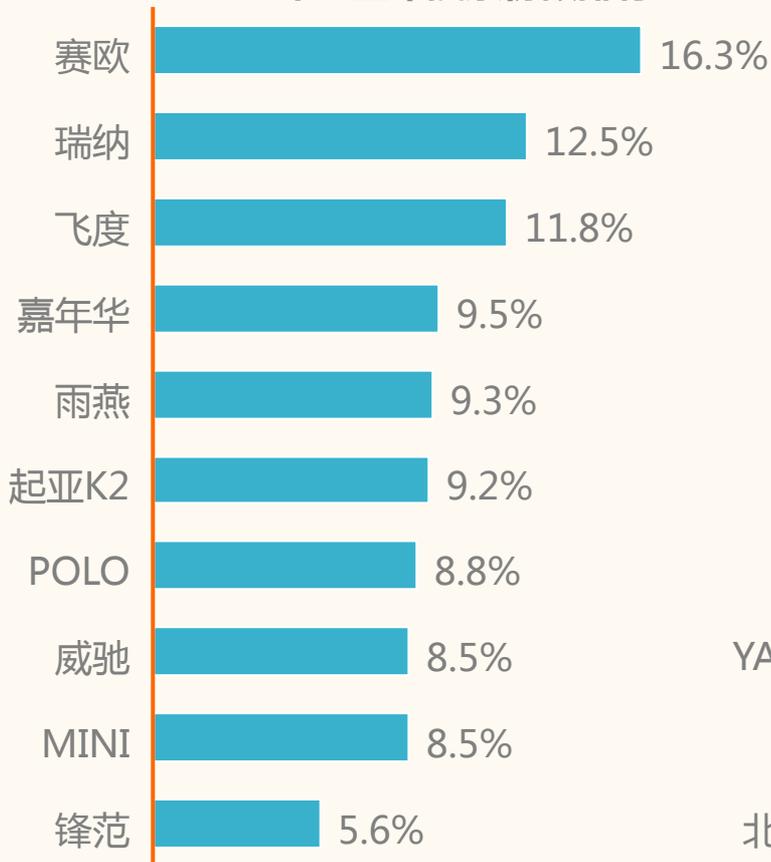


数据来源：百度指数专业版 2014年1月-2014年12月

销量数据来源：中国汽车工业协会

## 2014年小型车搜索和销量排行

2014年小型车搜索份额排行



2014年小型车销量排行 (万辆)

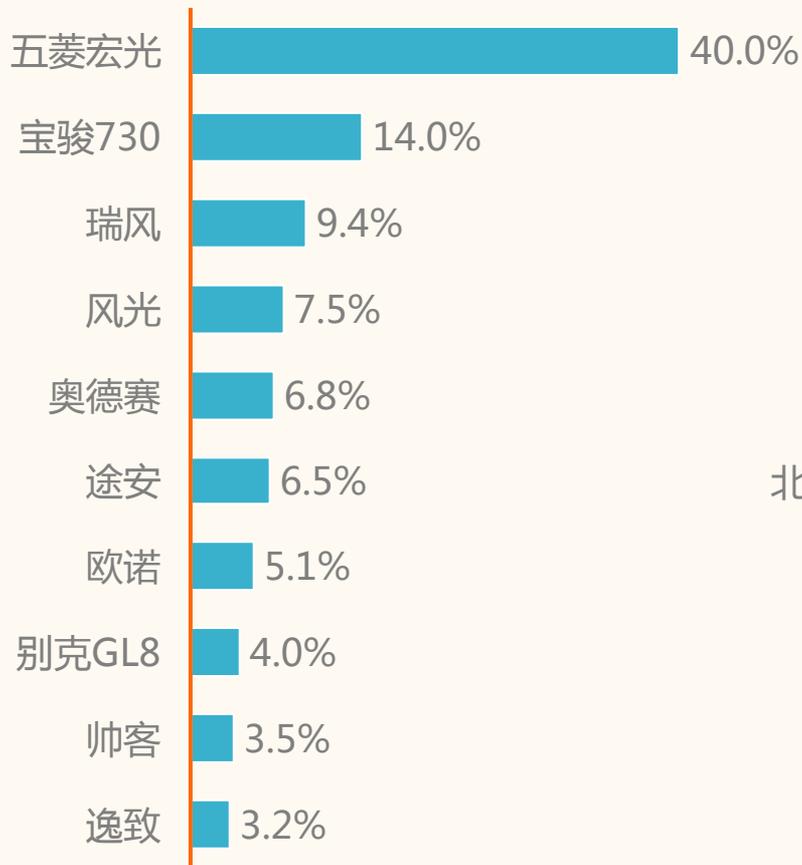


数据来源：百度指数专业版 2014年1月-2014年12月

销量数据来源：中国汽车工业协会

# 2014年MPV车搜索和销量排行

## 2014年MPV搜索份额排行



## 2014年MPV销量排行 (万辆)

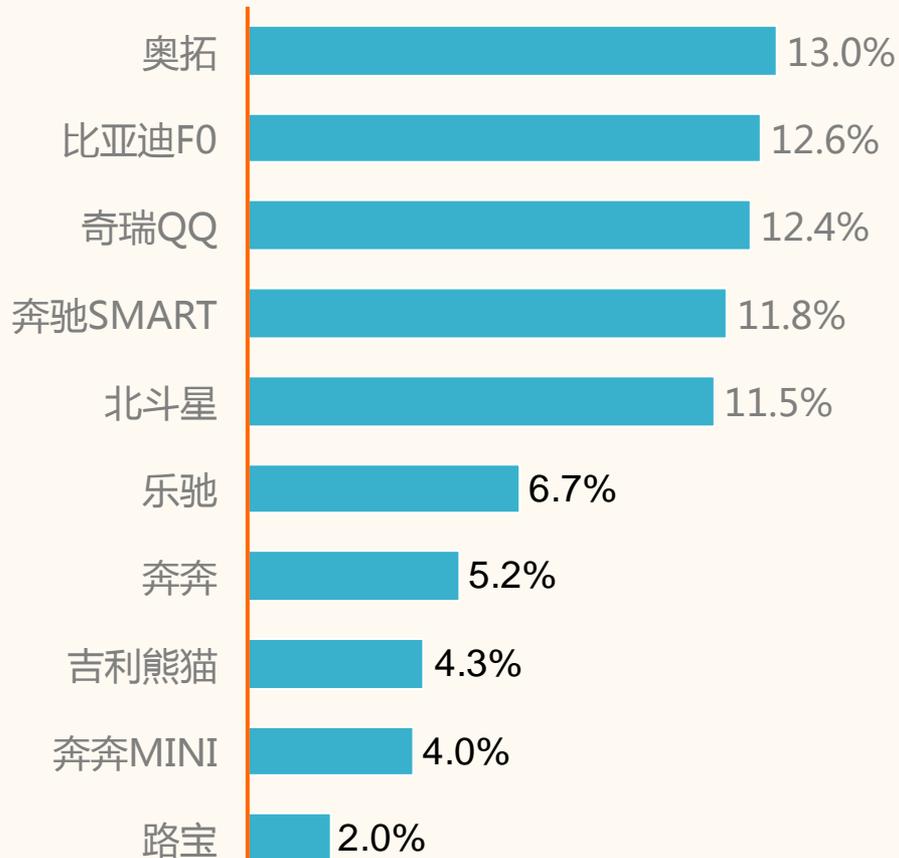


数据来源：百度指数专业版 2014年1月-2014年12月

销量数据来源：中国汽车工业协会

# 2014年微型车搜索和销量排行

## 2014年微型车搜索份额排行



## 2014年微型车销量排行 (万辆)

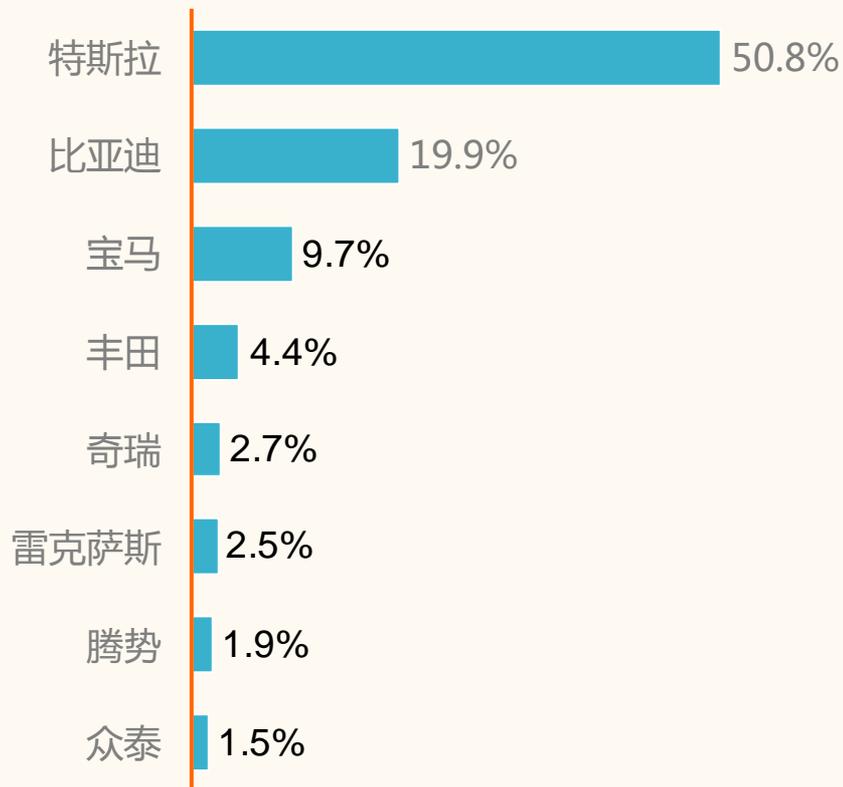


数据来源：百度指数专业版 2014年1月-2014年12月

销量数据来源：中国汽车工业协会

# 2014年新能源汽车搜索和销量排行

## 2014年新能源汽车搜索份额排行



## 2014年自主新能源汽车销量排行（辆）



数据来源：百度指数专业版 2014年1月-2014年12月

销量数据来源：中国汽车工业协会

# 百度指数专业版 支持商业决策的一站式数据平台



## 商业决策

面向企业高管和战略研究层  
满足战略研究的需求



## 用户洞察

面向广告主和代理公司的市场研究、决策人员  
满足用户画像研究的需求



## 营销推广

面向广告主品牌推广 媒介采购部门  
和第三方广告营销机构, 满足市场监测的需求。

更多了解欢迎访问：



获取权威的搜  
索词数据分析



立体展现网民行为  
助力企业营销决策

访问地址：[vip.index.baidu.com](http://vip.index.baidu.com)  
联系邮箱：[indexpro@baidu.com](mailto:indexpro@baidu.com)