

百度指数专业版汽车行业介绍

目录

- 01 商业决策/管理困境
- 02 百度指数专业版产品概况
- 03 百度指数专业版功能介绍
- 04 百度指数专业版使用须知

PART
01

商业决策/管理困难

知己知彼，百战不殆

困境

1

整体市场环境

- 消费者对我的品牌/产品有没有关注？多少人知道我的品牌/产品？
- 市场上除了某产品外，还有哪些产品是我的竞品？

2

消费者特征分析

- 现在油价很贵，我们的品牌要不要推出小型车或其他类型产品？
- 西北市场消费能力有待开发，我们是否需要多推出一些低价位的车？
- 关注我们品牌的消费者都在哪里？关注我们品牌的消费者都有哪些行为偏好？



PART

02

百度指数专业版产品概况

产品优势、背景、理念、逻辑、价值

优势

百度通过搜索框汇聚用户真实、海量、实时需求



洞察消费者需求特征与兴趣偏好

100亿/200万

日均搜索行为/用户标签

97.5%

互联网用户覆盖

73.5%

PC端 + 移动端市场份额

3,447,500,465

2018年度汽车行业搜索指数

“**报价及图片” “杭州限牌”
“**召回” “二手**”
“2018北京车展时间” “**发动机”
“2018款**”

产品 背景

智能的数据挖掘技术成为互联网和汽车行业合作的新契机

- 1 数据优势：网民 **真实**、**海量**、**实时** 的需求
- 2 技术优势：

开放云

低能耗数据中心、超大规模
分布式架构、智能自动化运
维、超强云安全能力

数据工厂

新一代数据库管理与查询技
术、大数据挖掘机

百度大脑

深度学习、超大规模机器学
习、大规模GPU并行化平台

百度指数与汽车行业融合创新产生价值

以数据挖掘、大规模计算推动汽车行业创新
平台化输出研究结果，为汽车行业提供解决方案创新

产品 理念

指数专业版：支持商业决策的一站式数据平台

百度指数专业版是基于百度海量用户行为分析行业、品牌、产品发展趋势变化、洞悉消费者需求特征，据此帮助客户进行商业分析、监控和决策的权威行业数据分析平台。

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

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

用户洞察

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

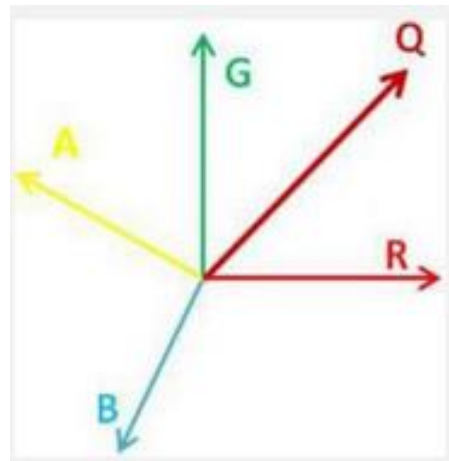
产品
逻辑

依托聚合海量关键词，运用自然语言处理技术， 分析多维数据

1 以搜索词为核心，分层次聚合，多维度分析

■ 综合考虑多种因素，聚合相关搜索词为品牌词包、车系词包、汽车厂商词包.....

■ 提供更长时间段、不同城市、不同搜索终端.....各维度的数据



产品
逻辑

依托聚合海量关键词，运用自然语言处理技术， 分析多维数据

2 聚合词包更权威、使用操作更简单、便捷

标准的行业划分

根据行业协会、垂直网站，
搭建行业词表，系统全面
涵盖业内品牌和产品

使用门槛低，操作便捷简单

无需苦思词包，只需输入品
牌名或车系名称，就可以得
到丰富多样的数据呈现

行业搜索词定义标签

将用户的搜索内容进行多维
度的划分并据此制定标签，
对海量搜索词进行整理和规
范

产品 价值

独有百度数据：海量数据，全面洞察

百度日均100亿搜索行为数据，
全面代表用户网络行为

1

深入业务理解： 行业聚焦，业务导向

聚焦行业与业务目标驱动，
精准提升企业运营效果

4

强大分析技术： 洞察过去，预测未来

机器学习与数据挖掘技术，
深度助力企业掌控先机

2

3

成熟方法论：最佳实践，经典模型

最佳实践与经典分析模型，迅速驱动企业商业决策

PART
03

百度指数专业版产品介绍

让我们一起探索大数据之美

1 用户关注

1.1 关注趋势

• 搜索关注：分析所选目标在搜索环境中的热度趋势

1.用户关注

2.地域分析

3.市场竞争

4.用户定位

5.用户洞察

6.首页概览

7.快捷功能

8.名词解释



1 用户关注

1.1 关注趋势

- 资讯关注：分析所选目标在信息流环境中的热度趋势

1.用户关注

2.地域分析

3.市场竞争

4.用户定位

5.用户洞察

6.首页概览

7.快捷功能

8.名词解释



可查询2017年8月至今天粒度数据
可查看绝对值趋势或变化率趋势

1 用户关注

1. 用户关注

2. 地域分析

3. 市场竞争

4. 用户定位

5. 用户洞察

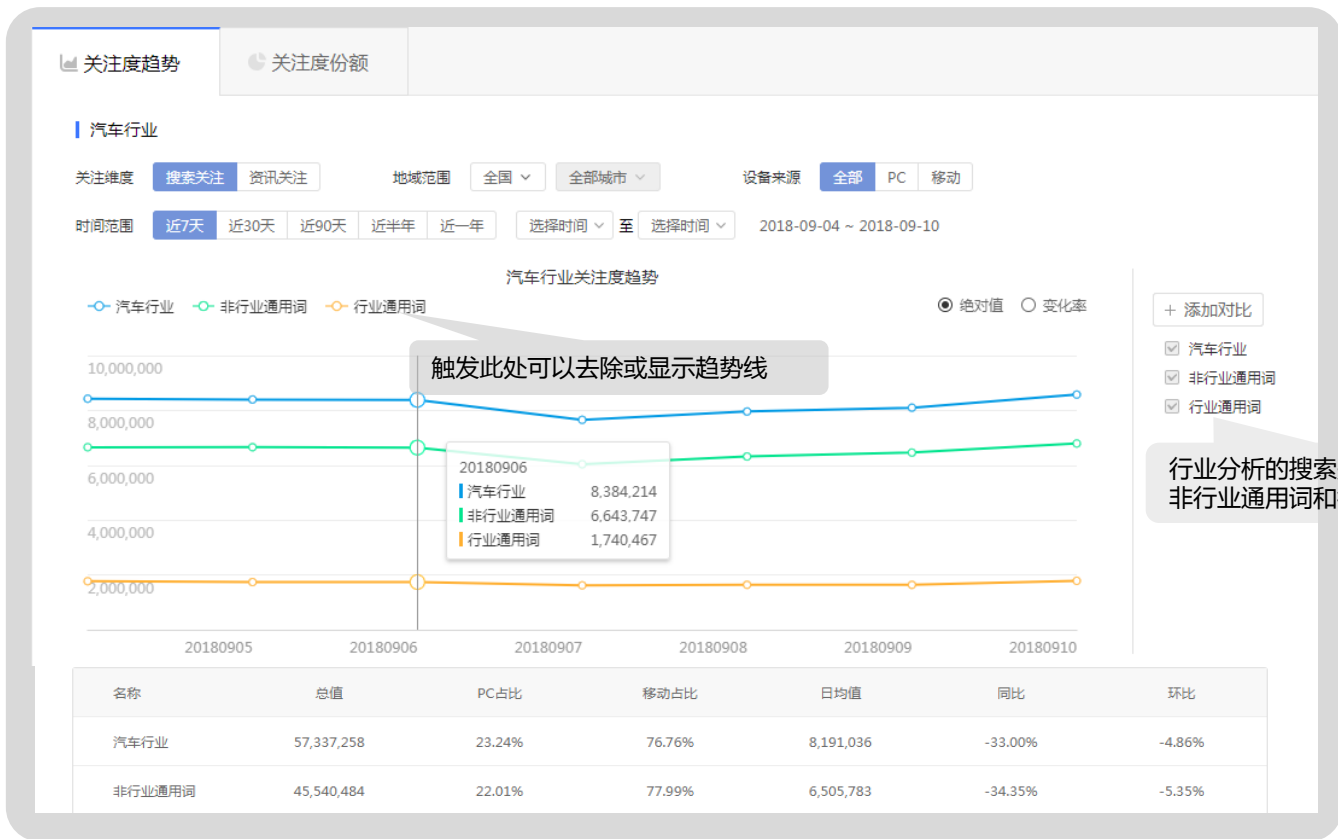
6. 首页概览

7. 快捷功能

8. 名词解释

1.1 关注趋势

• 新增行业通用词、非行业通用词趋势分析，了解行业发展成熟度趋势



1 用户关注

1.2 关注份额

• 反映所选目标的搜索指数在所属领域的占比

1.用户关注

2.地域分析

3.市场竞争

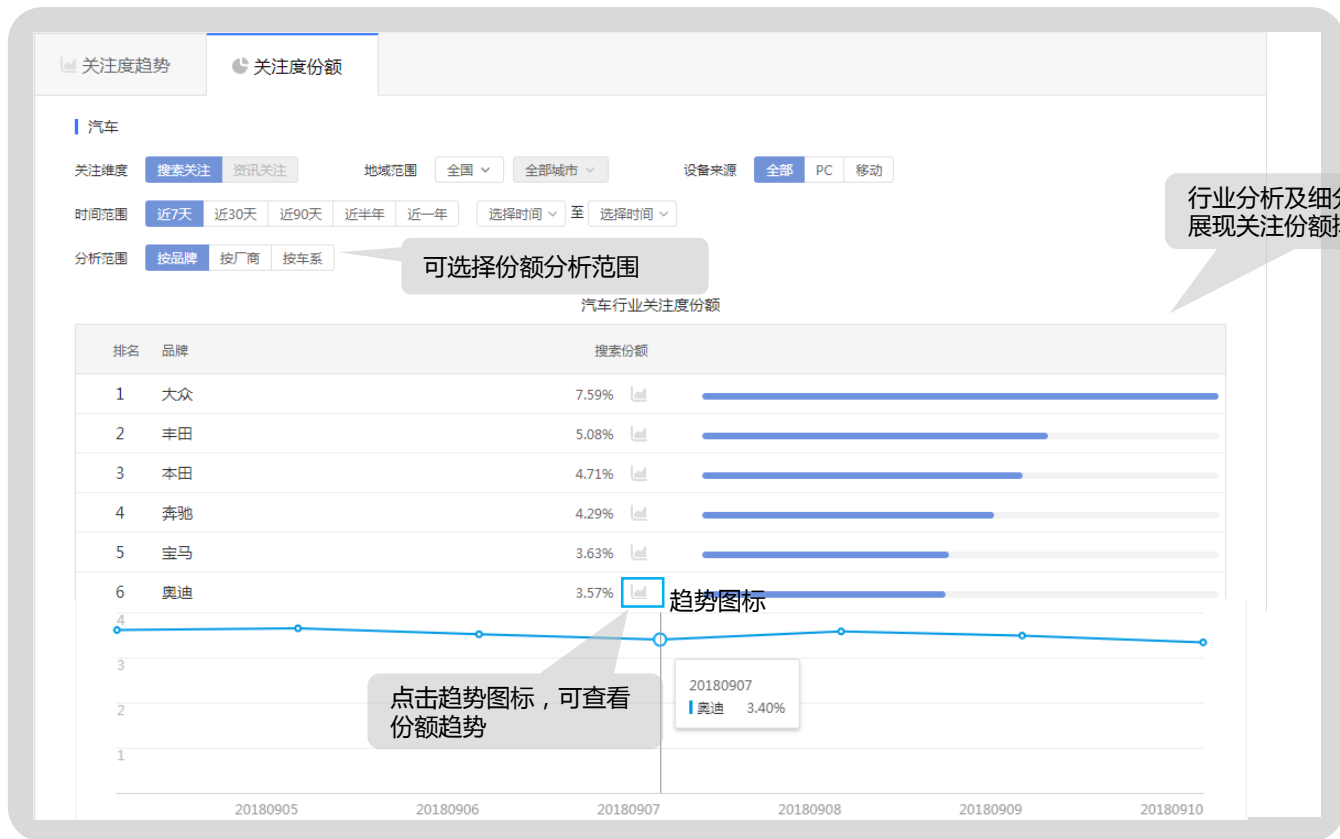
4.用户定位

5.用户洞察

6.首页概览

7.快捷功能

8.名词解释



1 用户关注

1.2 关注份额

反映所选目标的搜索指数在所属领域的占比

1.用户关注

2.地域分析

3.市场竞争

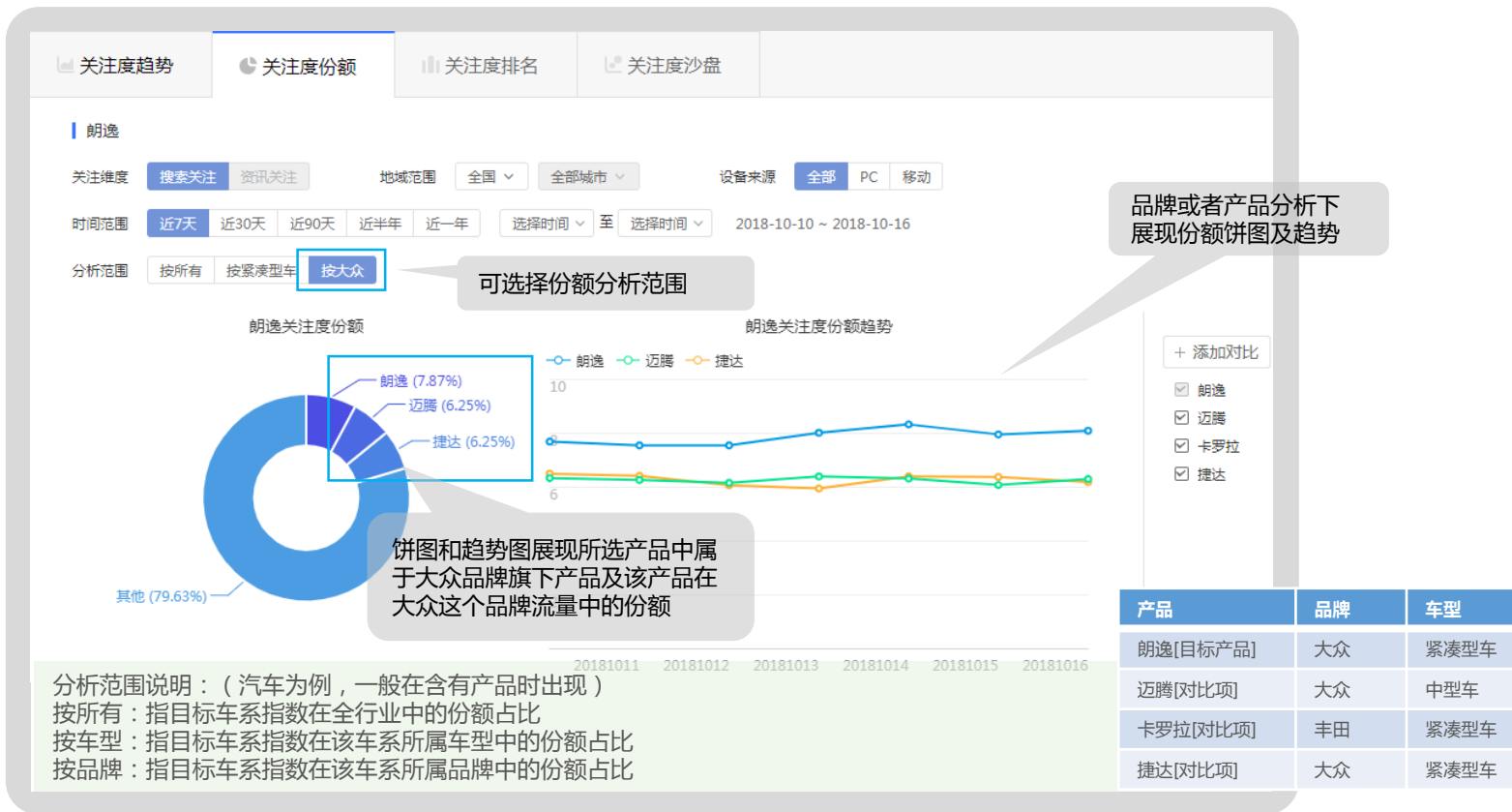
4.用户定位

5.用户洞察

6.首页概览

7.快捷功能

8.名词解释



1 用户关注

1.2 关注份额

反映所选目标的搜索指数在所属领域的占比

1.用户关注

2.地域分析

3.市场竞争

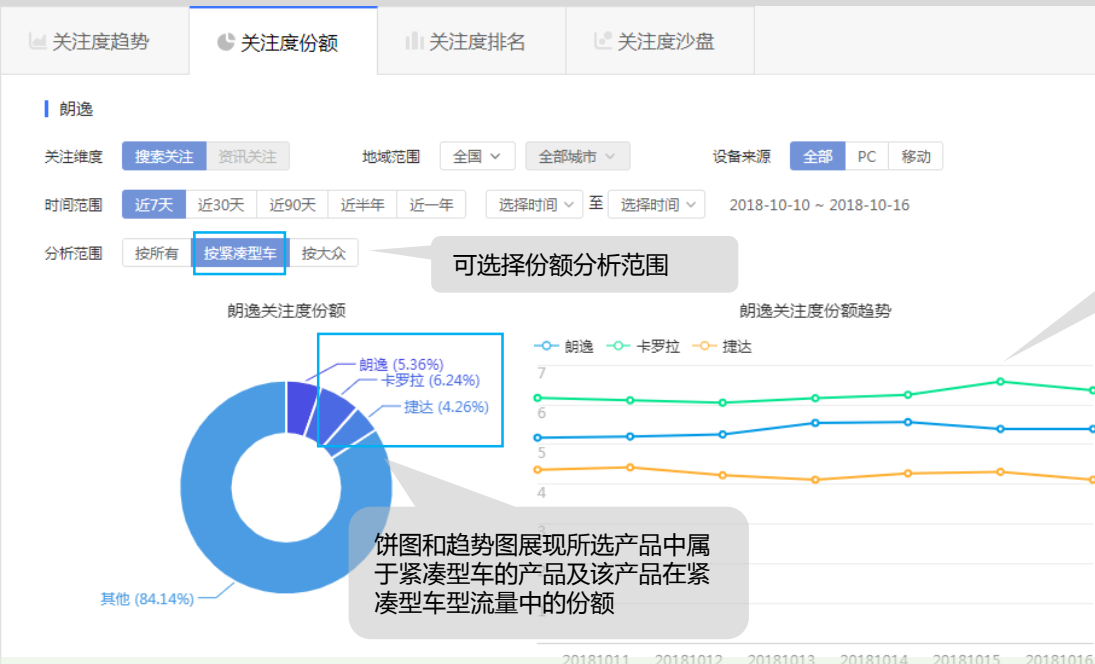
4.用户定位

5.用户洞察

6.首页概览

7.快捷功能

8.名词解释



分析范围说明：（汽车为例，一般在含有产品时出现）

按所有：指目标车系指数在全行业中的份额占比

按车型：指目标车系指数在该车系所属车型中的份额占比

按品牌：指目标车系指数在该车系所属品牌中的份额占比

产品	品牌	车型
朗逸[目标产品]	大众	紧凑型车
迈腾[对比项]	大众	中型车
卡罗拉[对比项]	丰田	紧凑型车
捷达[对比项]	大众	紧凑型车

1 用户关注

1.3 关注排名

- 搜索关注排名：反映所选目标在搜索环境中的热度位置

1.用户关注

2.地域分析

3.市场竞争

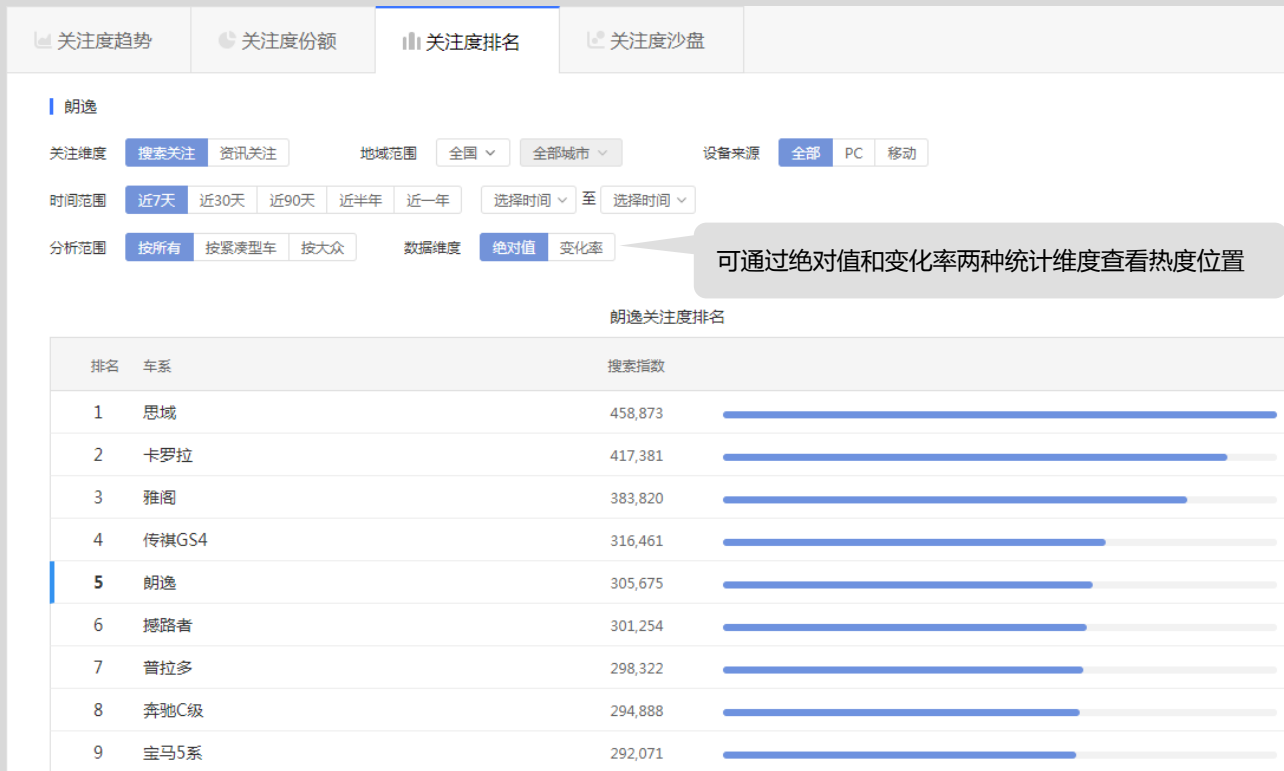
4.用户定位

5.用户洞察

6.首页概览

7.快捷功能

8.名词解释



1 用户关注

1.3 关注排名

- 资讯关注排名：反映所选目标在百度信息流环境中的热度位置

1.用户关注

2.地域分析

3.市场竞争

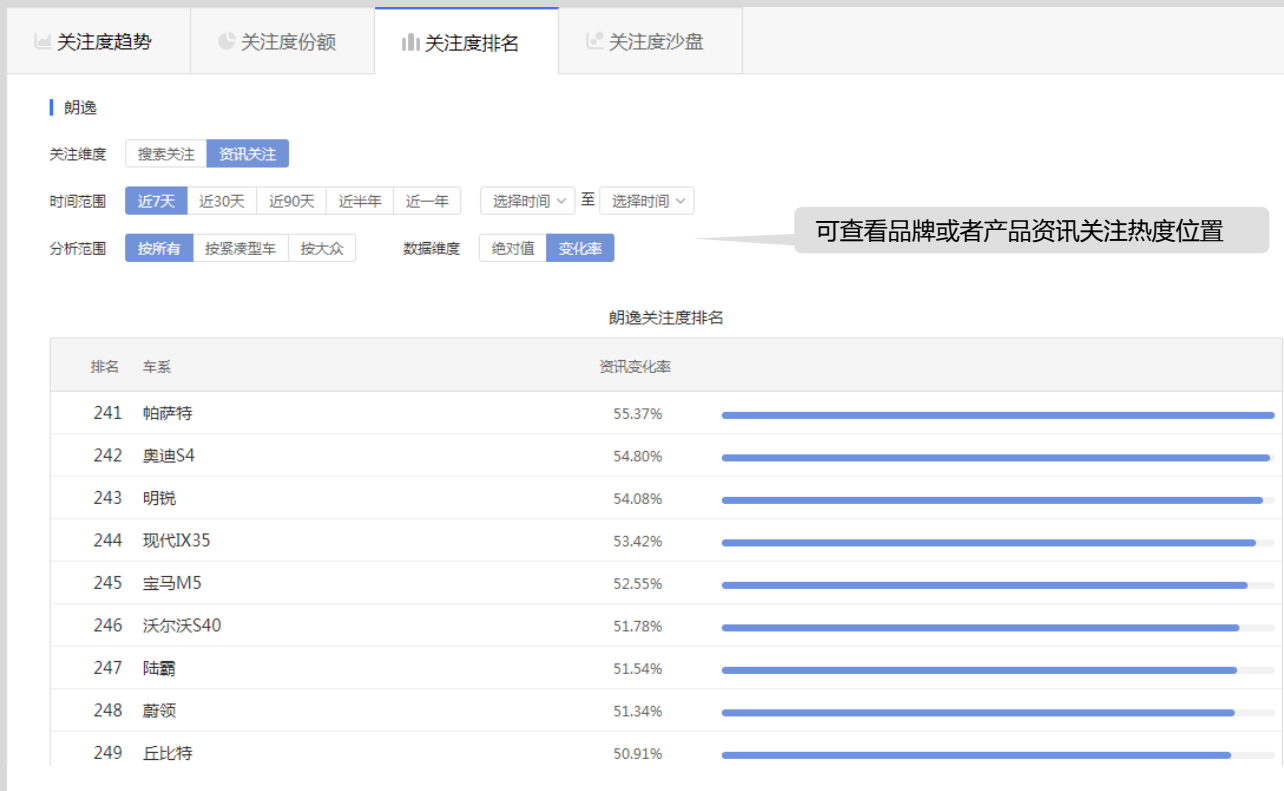
4.用户定位

5.用户洞察

6.首页概览

7.快捷功能

8.名词解释



1 用户关注

1.4 关注沙盘

依据搜索份额与增速表现，洞悉竞品间关注度发展表现

1.用户关注

2.地域分析

3.市场竞争

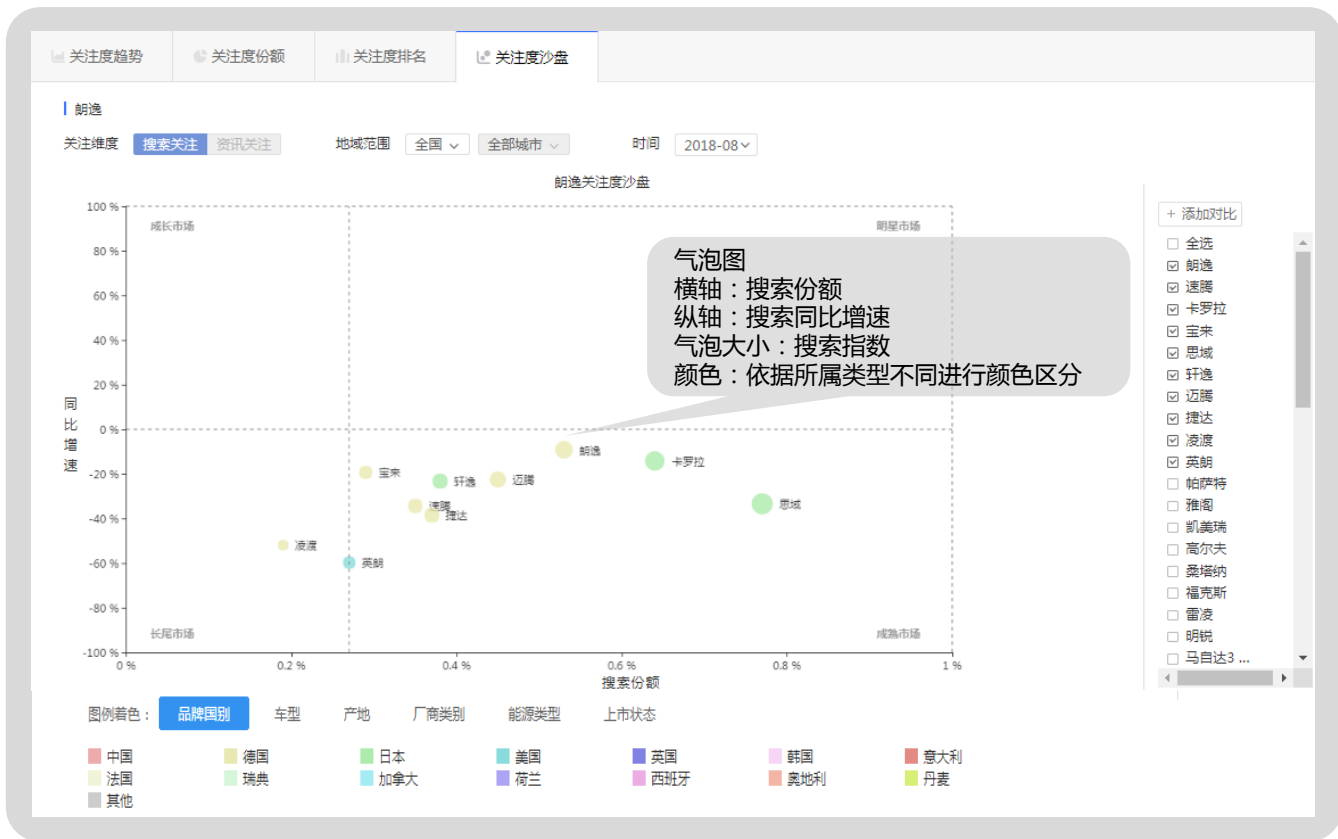
4.用户定位

5.用户洞察

6.首页概览

7.快捷功能

8.名词解释

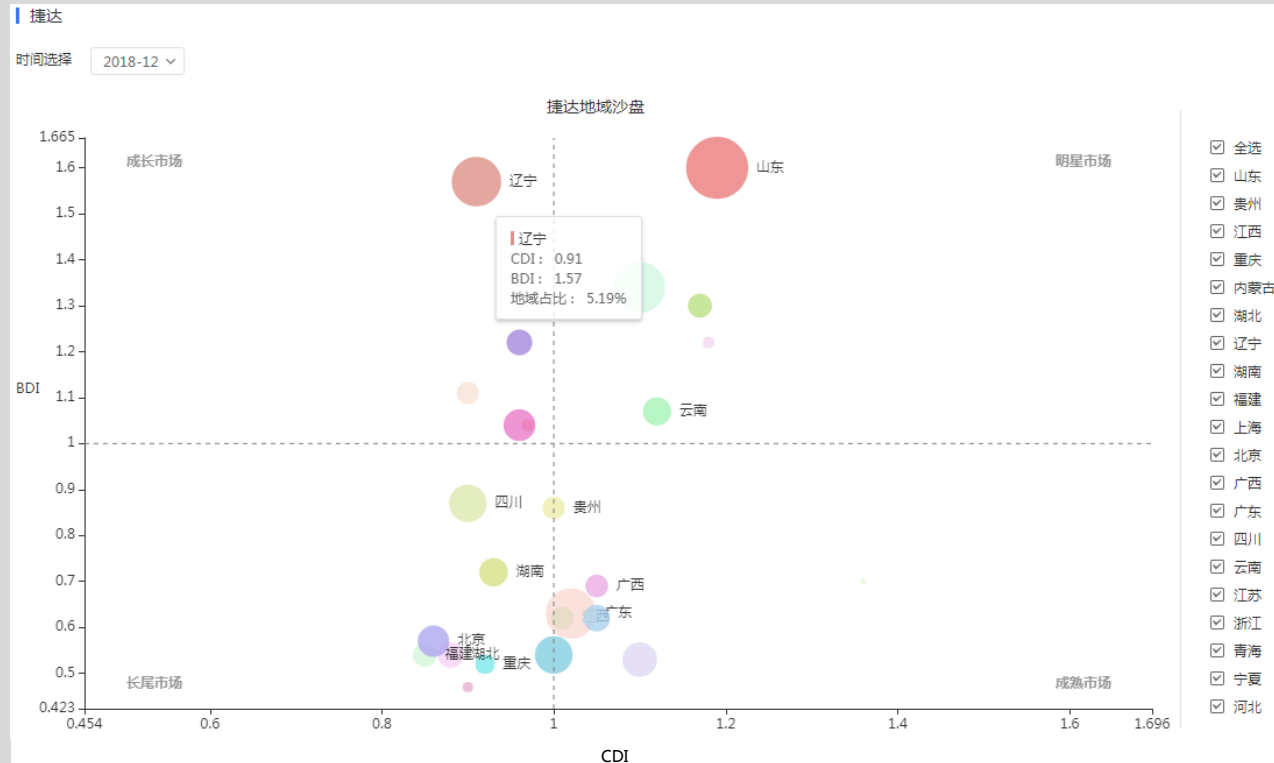


2.1 地域沙盘

- 依据BDI、CDI、地域占比，反应各地区的需求强弱程度，进而发现品牌的优势或潜力区域

特色功能

1. 用户关注
2. 地域分析
3. 市场竞争
4. 用户定位
5. 用户洞察
6. 首页概览
7. 快捷功能
8. 名词解释



BDI 品牌发展指数

$$\text{BDI} = \frac{(\text{地区品牌搜索指数} / \text{整个品牌搜索指数})}{(\text{地区搜索指数} / \text{全国搜索指数})}$$

CDI 行业发展指数

$$CDI = \frac{\text{地区行业搜索指数}}{\text{整个行业搜索指数}} \div \left(\frac{\text{地区搜索指数}}{\text{全国搜索指数}} \right)$$

2 地域分析

2.2 地域分布

- 价值说明：直观反映不同地区对品牌的需求强弱程度及发展特征，进而发现自身的优势区域、潜力区域。

特色功能

1. 用户关注

2. 地域分析

3. 市场竞争

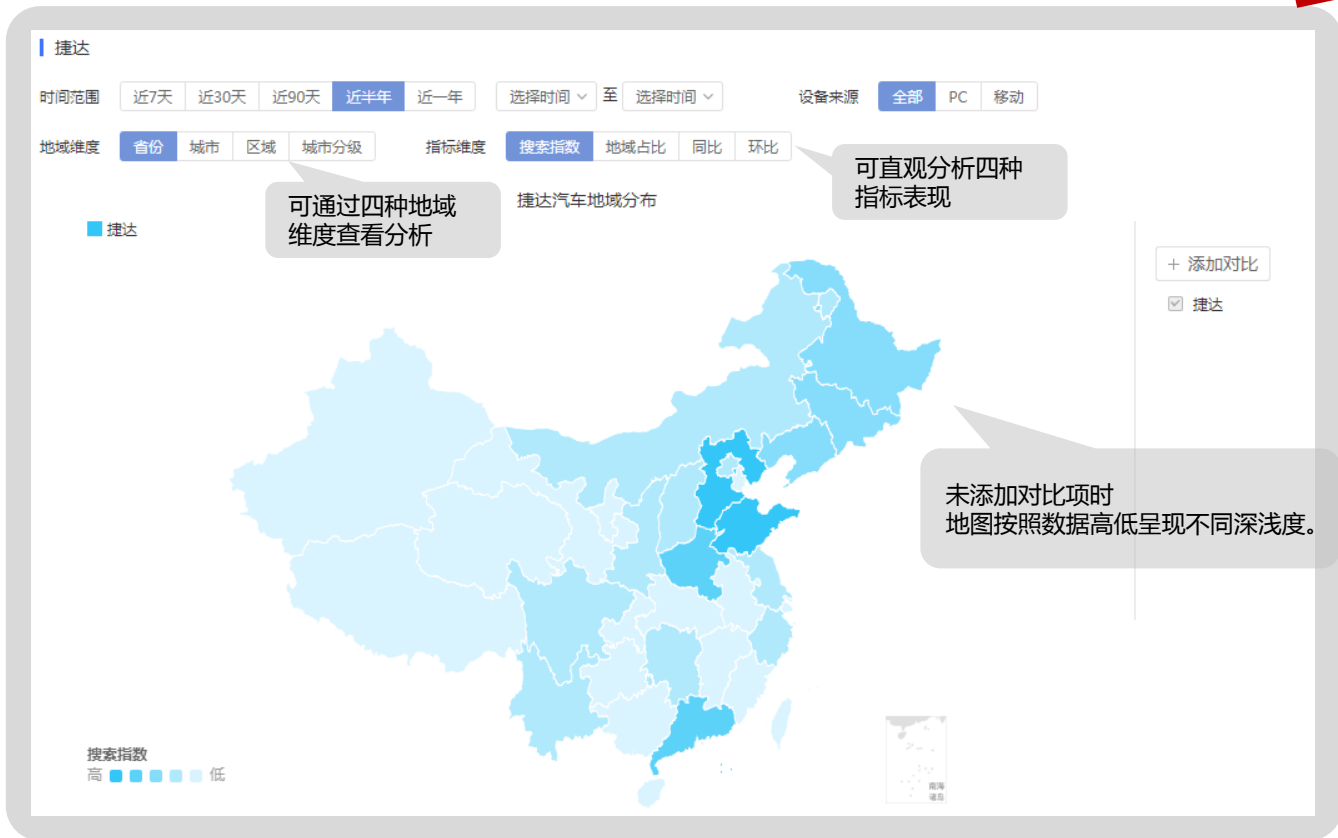
4. 用户定位

5. 用户洞察

6. 首页概览

7. 快捷功能

8. 名词解释



2 地域分析

2.2 地域分布

- 价值说明：直观反映不同地区对品牌的需求强弱程度及发展特征，从而发现自身的优势区域、潜力区域。

特色功能

1.用户关注

2.地域分析

3.市场竞争

4.用户定位

5.用户洞察

6.首页概览

7.快捷功能

8.名词解释

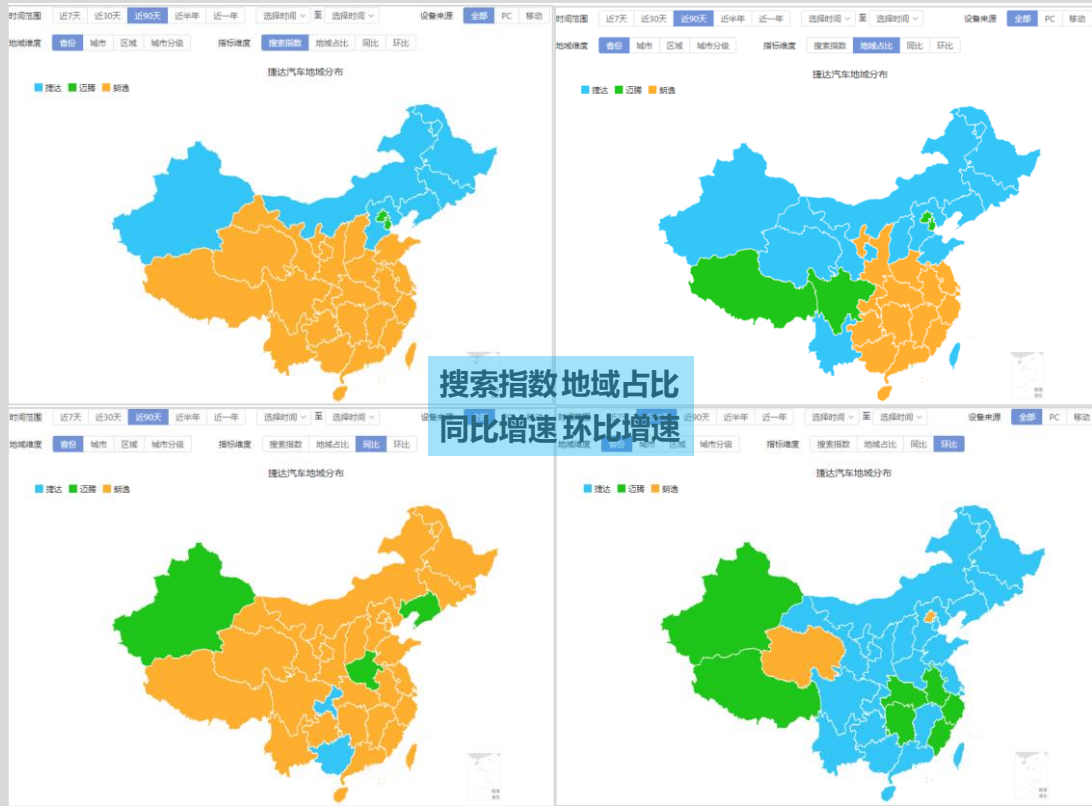


2 地域分析

2.2 地域分布

- 省份分布：反应不同省份对品牌的需求强弱程度及发展特征

- 1.用户关注
- 2.地域分析
- 3.市场竞争
- 4.用户定位
- 5.用户洞察
- 6.首页概览
- 7.快捷功能
- 8.名词解释



搜索指数

直观看到各品牌在哪些省份的关注度相对竞品更高，或者各区域上哪些品牌更具关注优势

比如与捷达、迈腾对比，朗逸在南部省份的关注度更高

地域占比

各品牌在哪些省份更具价值优势，或者哪些省份相对来讲是本品牌的价值区域。比如图中四川省的表现，虽然迈腾的关注度低于朗逸，但是其在四川的地域占比更高，所以相对来讲，四川对迈腾更具品牌价值机会；

地域占比=对象A在该地区的搜索指数 / 对象A的全国搜索指数；表现与其他地区相比，自身在本地区的需求强弱程度。

同比增速

各品牌在哪些省份同比去年同期增速更快，发展势头更好；
比如与捷达、迈腾对比，朗逸全国大部分地区的同比增速表现更好。

环比增速

各品牌在哪些省份环比上期增速更快，发展势头更好；

2 地域分析

2.2 地域分布

· 省份分布：反应不同省份对品牌的需求强弱程度及发展特征

1.用户关注

2.地域分析

3.市场竞争

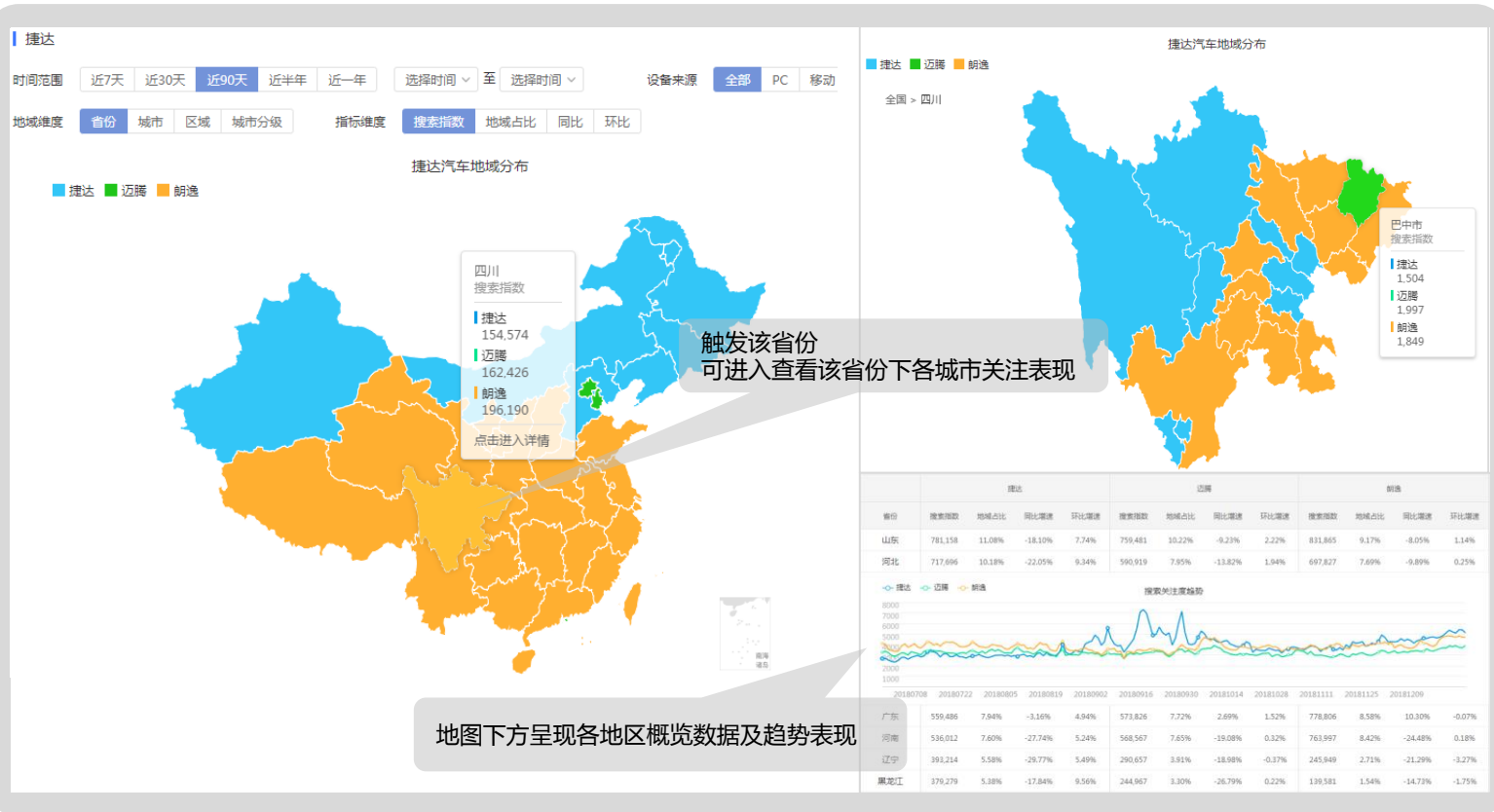
4.用户定位

5.用户洞察

6.首页概览

7.快捷功能

8.名词解释



2 地域分析

2.2 地域分布

• 城市分布：反应不同城市对品牌的需求强弱程度及发展特征

1.用户关注

2.地域分析

3.市场竞争

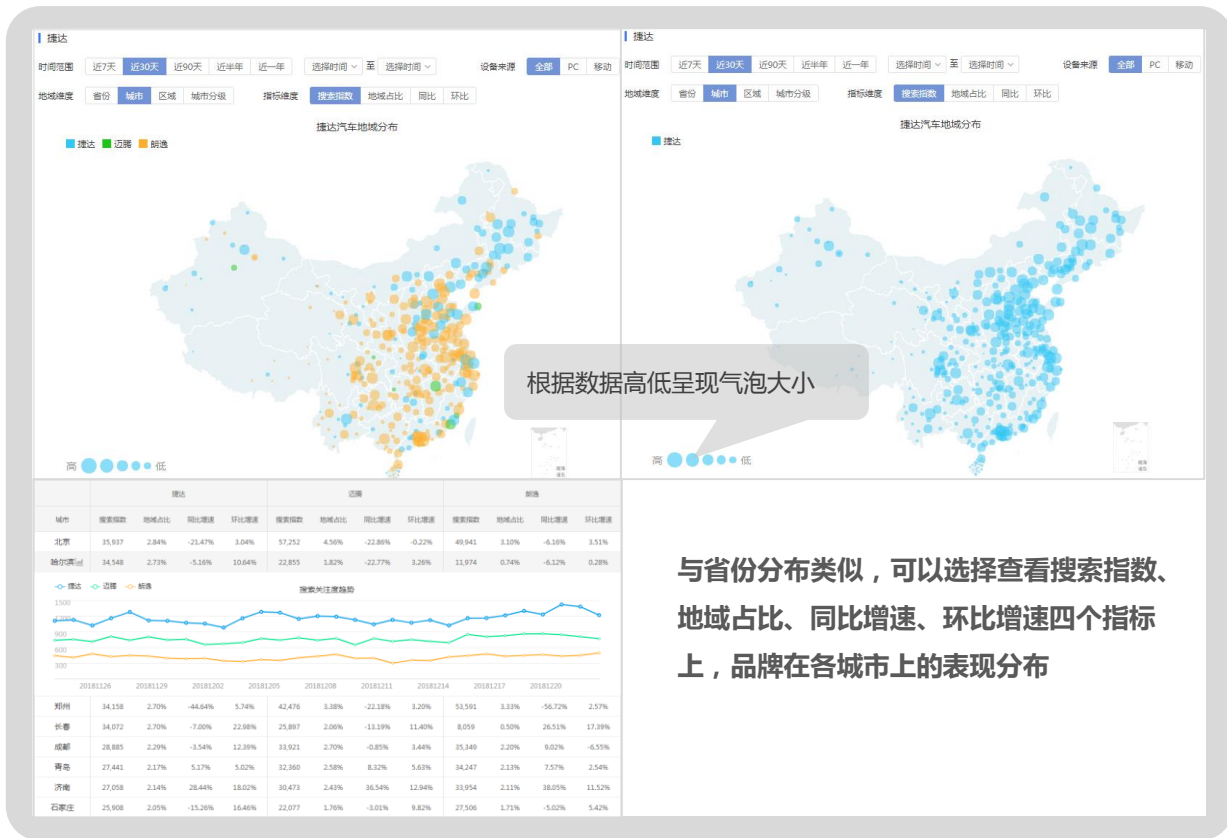
4.用户定位

5.用户洞察

6.首页概览

7.快捷功能

8.名词解释



2 地域分析

2.2 地域分布

· 区域分布：反应不同地区对品牌的需求强弱程度及发展特征

1.用户关注

2.地域分析

3.市场竞争

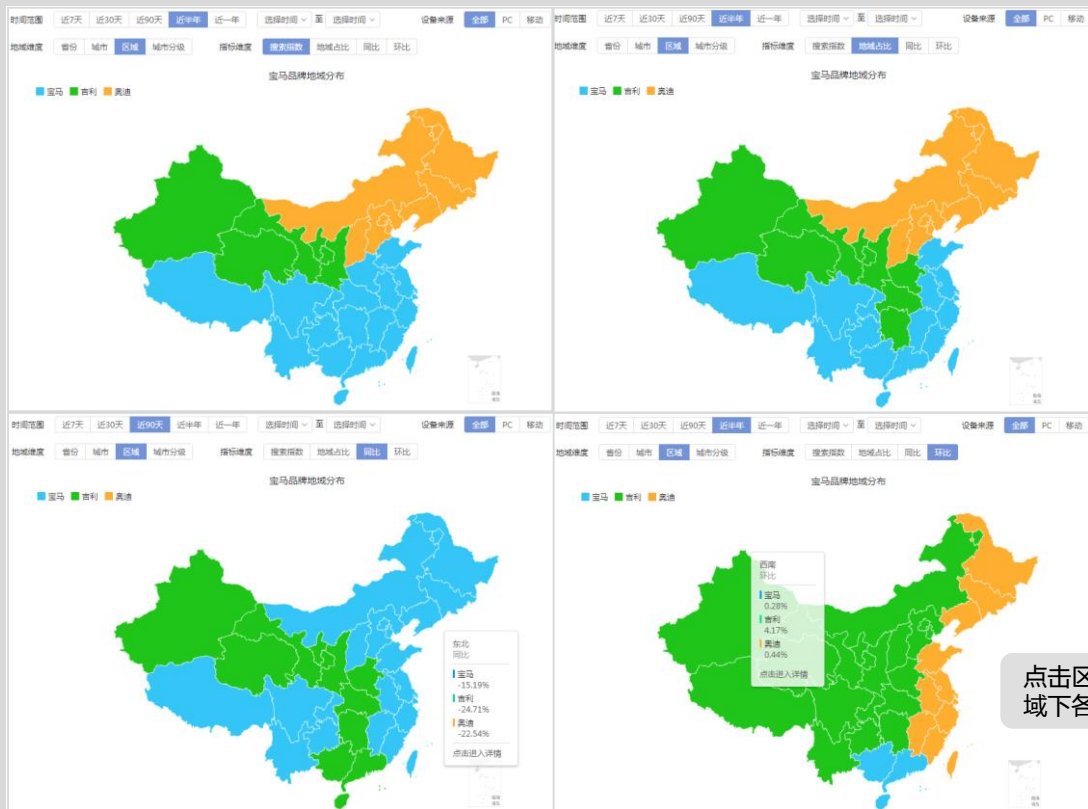
4.用户定位

5.用户洞察

6.首页概览

7.快捷功能

8.名词解释



与省份分布类似，可查看搜索指数、地域占比、同比增速、环比增速四个指标上，品牌在各区域上的表现分布。

点击区域，进入查看该区域下各省份关注表现

2 地域分析

2.2 地域分布

· 城市分级：反应不同分级城市对品牌的需求强弱程度

1.用户关注

2.地域分析

3.市场竞争

4.用户定位

5.用户洞察

6.首页概览

7.快捷功能

8.名词解释

宝马

时间范围

近7天

近30天

近90天

近半年

近一年

选择时间

至

选择时间

设备来源

全部

PC

移动

地域维度

省份

城市

区域

城市分级

宝马 吉利 奥迪

宝马品牌地域分布

地域占比

30%

25%

20%

15%

10%

5%

0%

一线城市

新一线城市

二线城市

三线城市

四线城市

五线城市

新一线城市

宝马

29.70%

吉利

23.68%

奥迪

29.17%

点击进入详情

点击进入详情，可查看该分级下top10城市的地域占比表现

新一线城市关注TOP10

宝马 吉利 奥迪

返回上级 > 新一线城市

地域占比

18%

15%

12%

9%

6%

3%

0%

杭州

苏州

成都

郑州

武汉

重庆

长沙

青岛

南京

东莞

最新城市分级划分标准。

比如，三个品牌中，五线城市对吉利的需求强度较高，一线和新一线城市更青睐宝马，中部等级城市对奥迪更具价值机会；

3 市场竞争

3.1 被争率

- 反映所选目标的搜索用户被其他竞品抢夺的情况

1.用户关注

2.地域分析

3.市场竞争

4.用户定位

5.用户洞察

6.首页概览

7.快捷功能

8.名词解释



3 市场竞争

3.2 争夺率

- 反映所选目标抢夺其他竞品搜索用户的情况

1. 用户关注
2. 地域分析
3. 市场竞争
4. 用户定位
5. 用户洞察
6. 首页概览
7. 快捷功能
8. 名词解释

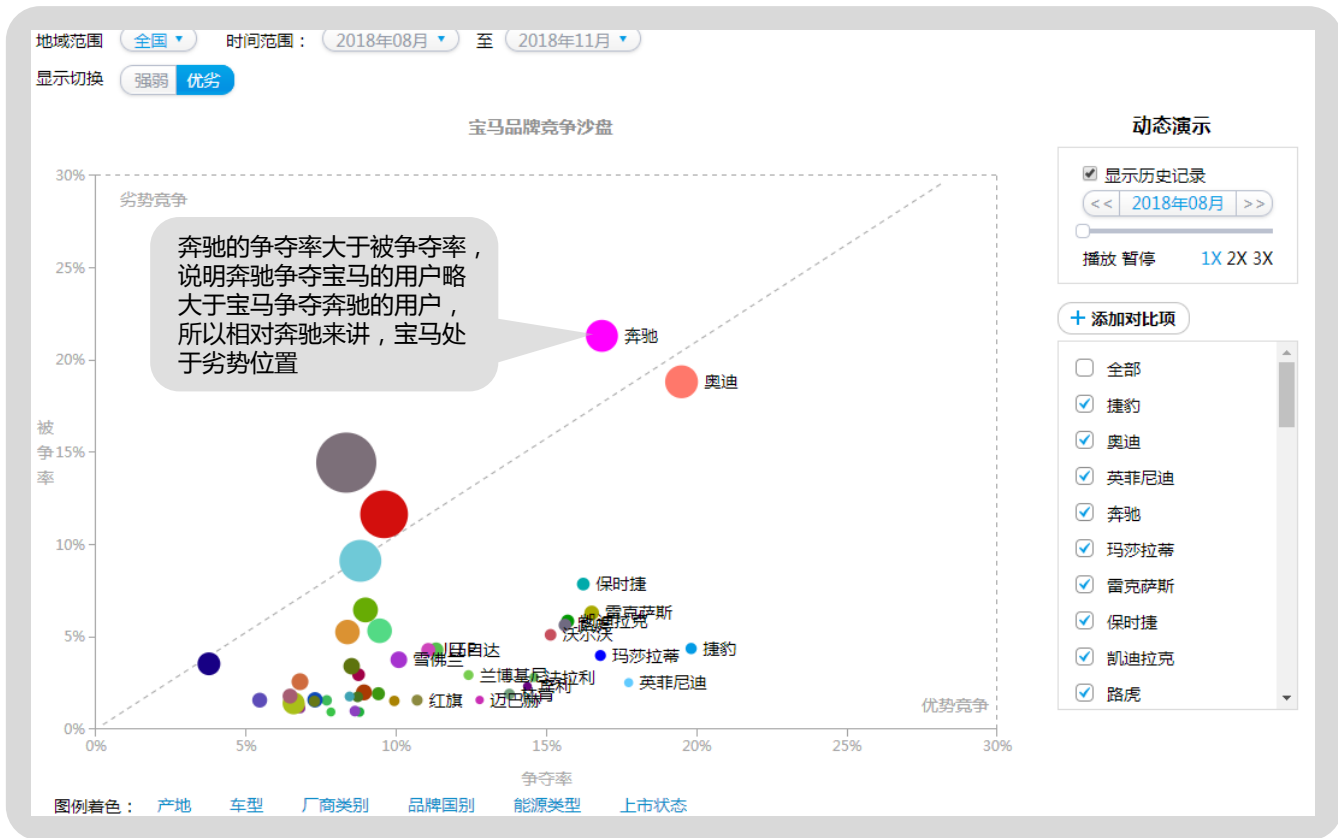


3 市场竞争

3.3 竞争沙盘

- 竞争优劣：通过被争率、争夺率和搜索指数三个指标，综合反映相对哪些品牌自身处在优势位置或劣势位置

1. 用户关注
2. 地域分析
3. 市场竞争
4. 用户定位
5. 用户洞察
6. 首页概览
7. 快捷功能
8. 名词解释

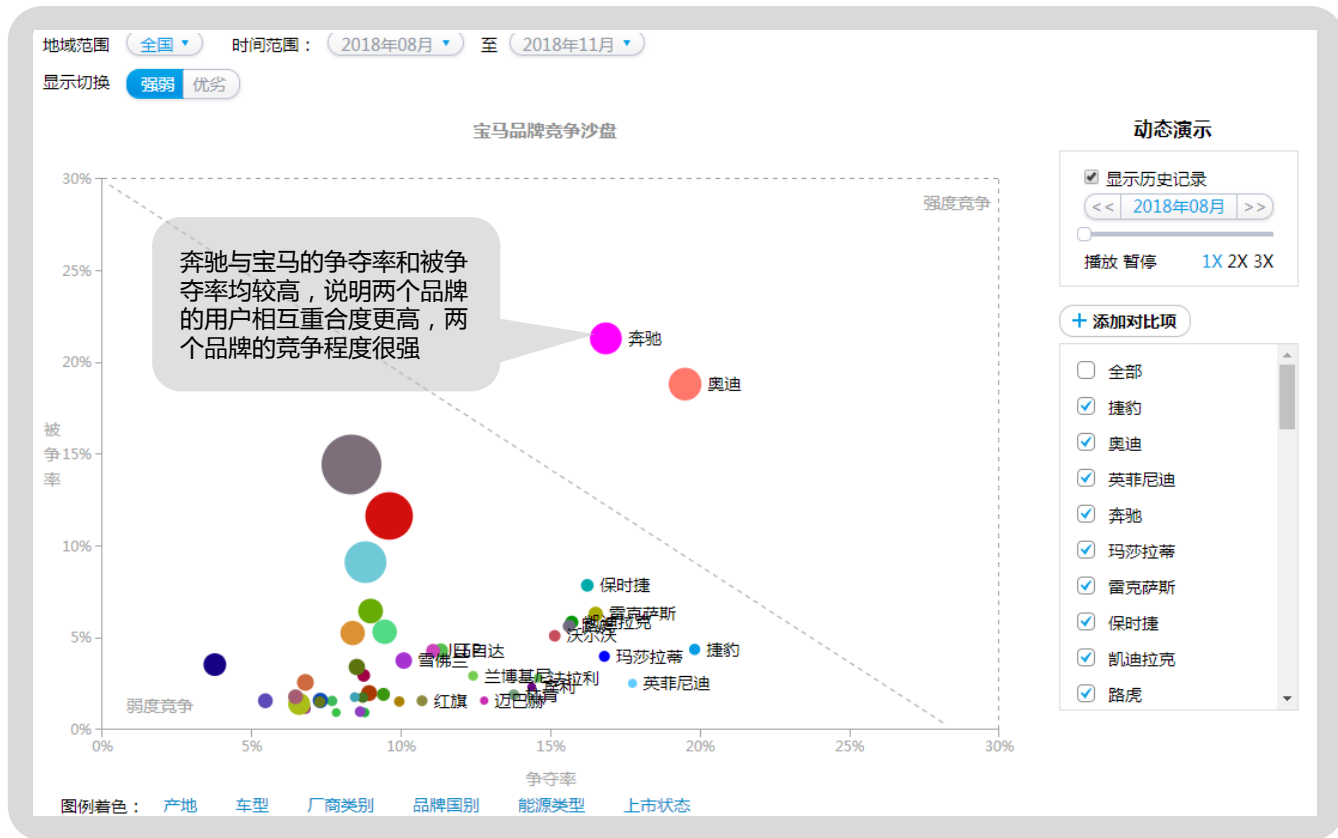


3 市场竞争

3.3 竞争沙盘

- 竞争强弱：通过被争率、争夺率和搜索指数三个指标，综合反映自身与哪些品牌竞争程度更强

1. 用户关注
2. 地域分析
3. 市场竞争
4. 用户定位
5. 用户洞察
6. 首页概览
7. 快捷功能
8. 名词解释



4

用户定位

4.1 用户性别

反映所选目标的搜索用户性别构成

1. 用户关注
2. 地域分析
3. 市场竞争
4. 用户定位
5. 用户洞察
6. 首页概览
7. 快捷功能
8. 名词解释



4

用户定位

4.2 用户年龄

- 反映所选目标的搜索年龄构成

- 1.用户关注
- 2.地域分析
- 3.市场竞争
- 4.用户定位
- 5.用户洞察
- 6.首页概览
- 7.快捷功能
- 8.名词解释



5 用户洞察

5.1 搜索特征

反映所选目标的搜索指数在特定时间内的细分构成，了解用户关注点特征

- 1.用户关注
- 2.地域分析
- 3.市场竞争
- 4.用户定位
- 5.用户洞察
- 6.首页概览
- 7.快捷功能
- 8.名词解释

搜索特征

兴趣

宝马

时间范围：2018年08月 至 2018年11月

分析维度 构成 趋势

宝马品牌用户关注分布

排名	类型	搜索指数	占比		
1	产品	25,221,012	63.82%	↗	
2	品牌	4,909,768	12.42%	↗	
3	价格	4,394,266	11.12%	↗	
4	话题常识	1,453,817	3.68%	↗	
5	口碑评价	1,394,656	3.53%	↗	
6	二手交易	491,302	1.24%	↗	
7	参数配置	286,229	0.72%	↗	
8	市场活动	283,476	0.72%	↗	
9	车展	198,167	0.50%	↗	
10	资讯网站	178,557	0.45%	↗	
11	实体渠道	161,479	0.41%	↗	

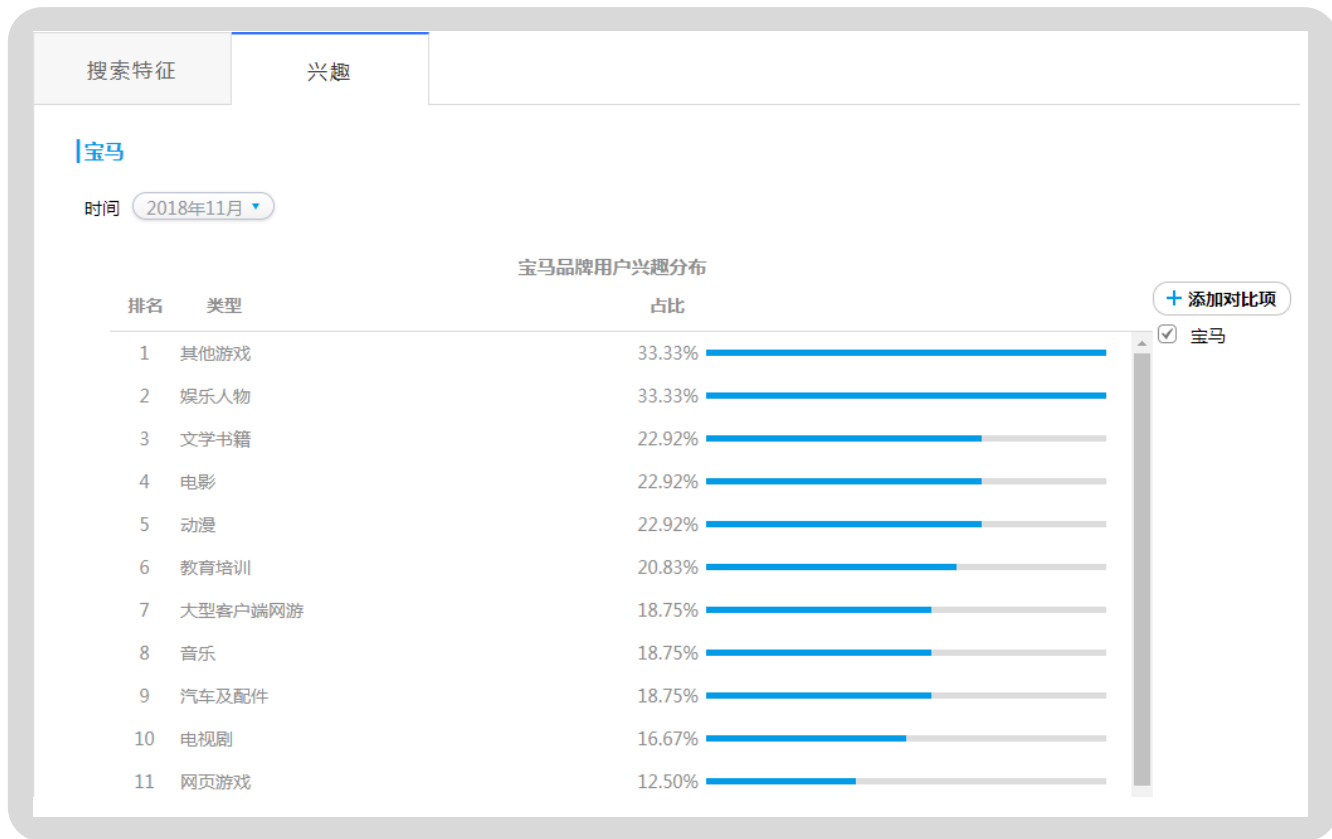
关注类型	例词
产品	“大众全新迈腾”、“福特福克斯2014款”
价格	“奥迪a6报价”、“比亚迪唐补贴完多少钱”
口碑评价	“现代名图和速腾哪个好”、“途观好么”
参数配置	“新帕萨特1.4t油耗”、“途观配置”
话题常识	“兰博基尼标志”、“途观是哪个国家的”
产品安全	“长安CS95质量问题爆发”、“科沃兹实车质量差召回”
市场活动	“奥迪q3优惠促销”、“帕萨特发布”
.....

5 用户洞察

5.2 兴趣特征

- 反映所选目标的人群兴趣分布

1. 用户关注
2. 地域分析
3. 市场竞争
4. 用户定位
5. 用户洞察
6. 首页概览
7. 快捷功能
8. 名词解释

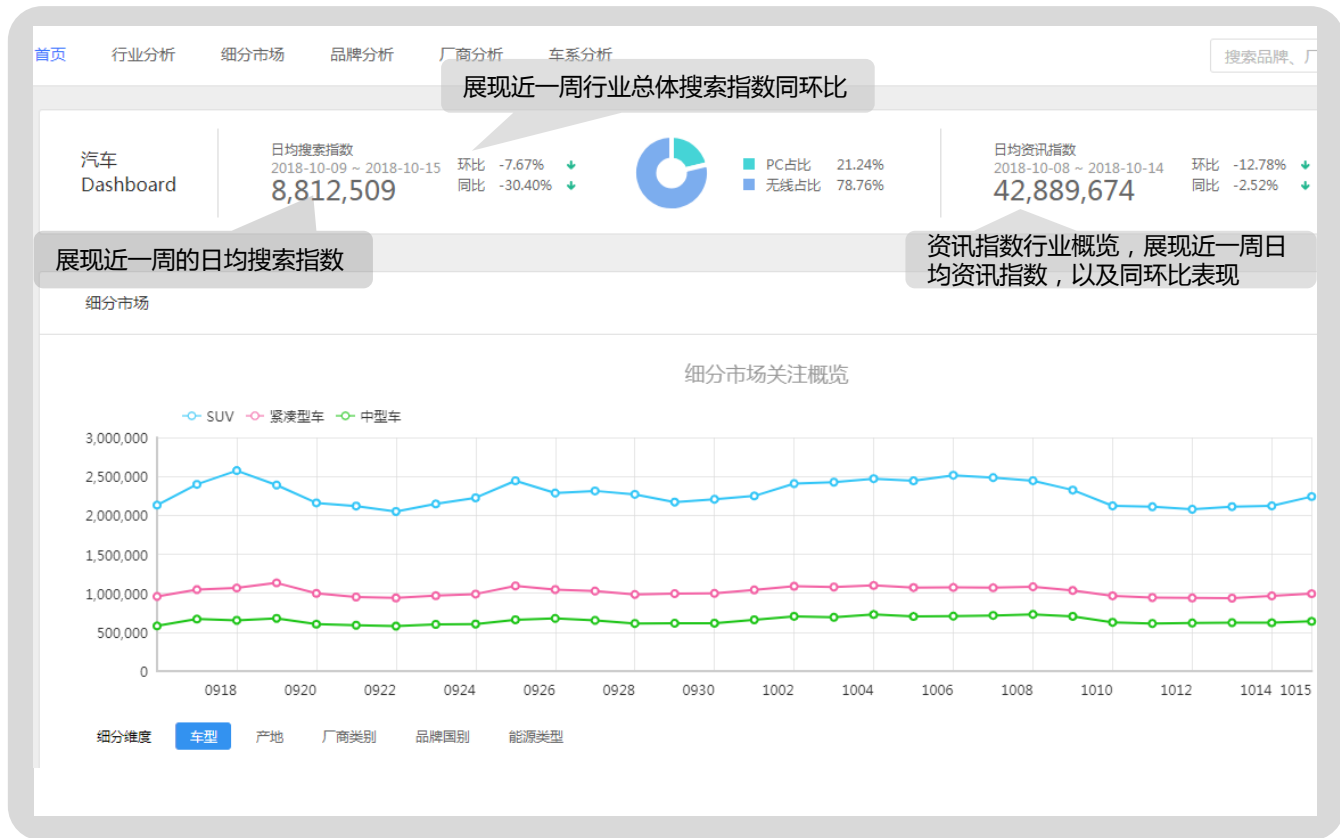


6

首页概览

• 展现行业总体被关注热度表现，包括搜索环境热度及信息流环境下的热度表现

1. 用户关注
2. 地域分析
3. 市场竞争
4. 用户定位
5. 用户洞察
6. 首页概览
7. 快捷功能
8. 名词解释



7 快捷功能

帮助您便捷找到所需

1. 用户关注
2. 地域分析
3. 市场竞争
4. 用户定位
5. 用户洞察
6. 首页概览
7. 快捷功能
8. 名词解释



8 名词解释

- 1.用户关注
- 2.地域分析
- 3.市场竞争
- 4.用户定位
- 5.用户洞察
- 6.首页概览
- 7.快捷功能
- 8.名词解释

名词	含义解释
搜索指数	以搜索次数为基础，经过加权处理，反映特定内容在百度上被搜索的热度
资讯指数	以百度智能分发和推荐内容数据为基础，将网民的阅读、评论、转发、点赞、不喜欢等行为的数量加权求和得出资讯指数。反映特定内容在百度信息流环境中的热度。
搜索份额	特定对象的搜索指数在同类信息的占比
地域占比	对象A在该地区的搜索指数 / 对象A的全国搜索指数；
被争率	A的被争率指特定时间区域内同时搜索过对象A和B的数量占搜索A的总人数的比例 反映所选品牌/厂商/车系的搜索用户被其他品牌/厂商/车系抢夺状况
争夺率	A的争夺率指在特定时间区间内同时搜索过对象A和B的数量占搜索竞品对象B的总人数的比例 反映所选品牌/厂商/车系抢夺其他品牌/厂商/车系搜索用户的状况
BDI	$(\text{地区品牌搜索指数} / \text{整个品牌搜索指数}) \div (\text{地区搜索指数} / \text{全国搜索指数})$
CDI	$(\text{地区品牌行业搜索指数} / \text{整个品牌行业搜索指数}) \div (\text{地区搜索人数} / \text{全国搜索指数})$

PART
04

百度指数专业版使用须知

让我们一起探索大数据之美

百度指数专业版是基于百度海量用户行为数据开发的一套集行业趋势研究、市场需求挖掘、受众定位、效果监测、竞争分析和品牌诊断于一体的权威行业数据分析平台，是当前互联网乃至整个数据时代重要的统计分析平台之一，助力品牌广告主、代理商及市场研究人士分析和监测行业、品牌表现，让营销分析更高效、更简单。

您可以查看百度指数专业版最新演示版体验产品功能，demo地址：<http://vip.index.baidu.com/new/> 点击界面中的【演示体验】。



如有产品服务需求，请联系您的百度广告客户经理或登录百度指数专业版网站联系在线客服

合作 · 共赢

