

百度汽车行业研究

百度营销中心

2020年2月



把握机会

总体

细分

整体行业流量
趋势

子行业规模与
趋势

分日趋势
分时分布
地域分布

规模结构
分日趋势

数据来源：2019年3月(春节后) VS 2020年1-2月(春节后)百度搜索大数据；

应需而为

画像

需求

关注

去向

人口画像

品类/品牌需求

核心关注点

搜索点击去向

性别
年龄

品类偏好
品牌偏好

决策关注点
关注点差异

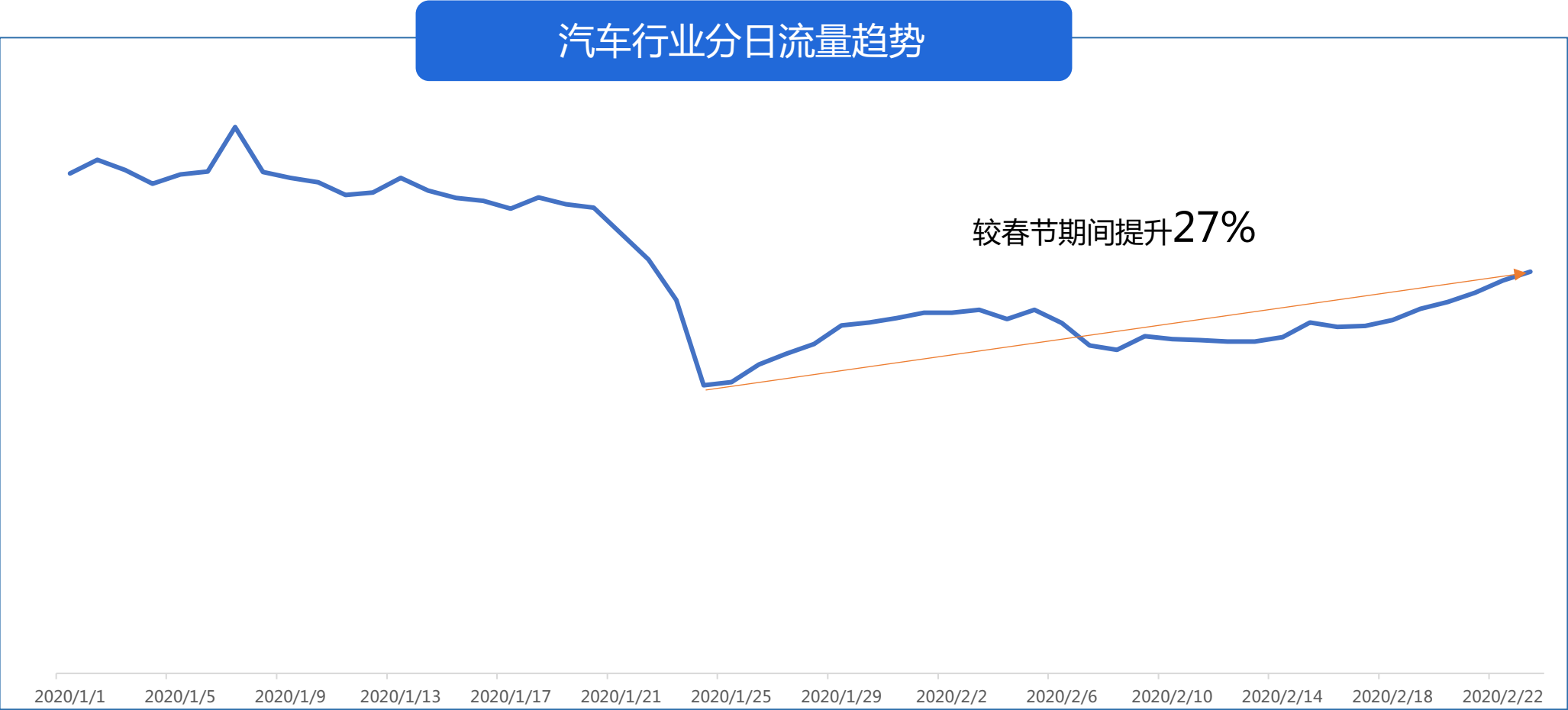
网页点击去向
小程序点击去向

数据来源：百度观星盘；2019年3月(春节后) VS 2020年1-2月（春节后）百度搜索大数据；包括百度app端和所有浏览器的搜索大数据；

总体趋势 | 近期汽车需求较春节期间缓慢恢复，整体需求蓄势待发



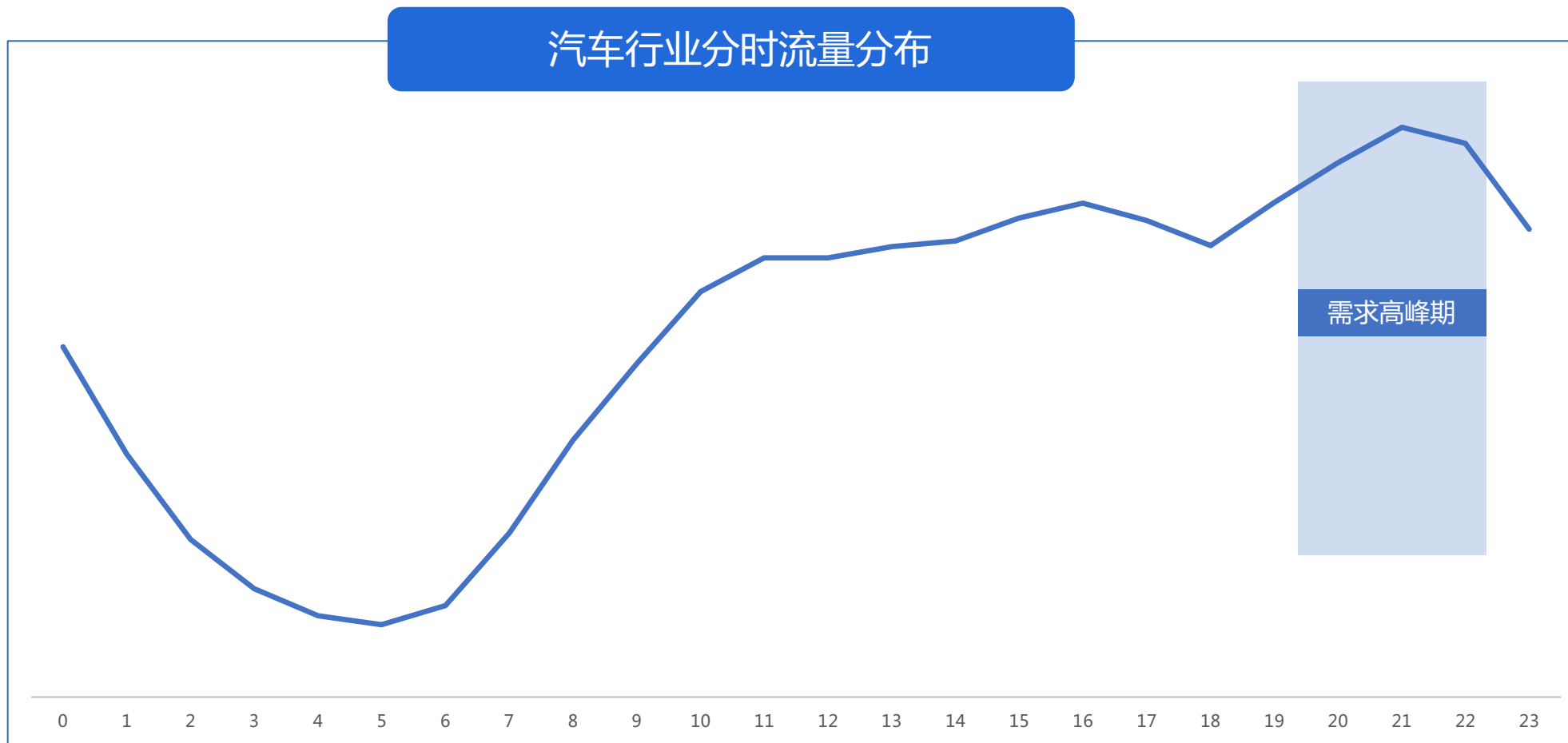
- 春季期间是汽车行业需求淡季，节后需求开始缓慢恢复；
- 同比去年节后同期，需求仍未完全恢复，后期需求释放潜力大。



总体趋势 | 汽车需求从白天开始逐渐提升，在晚间休息时间达到高峰



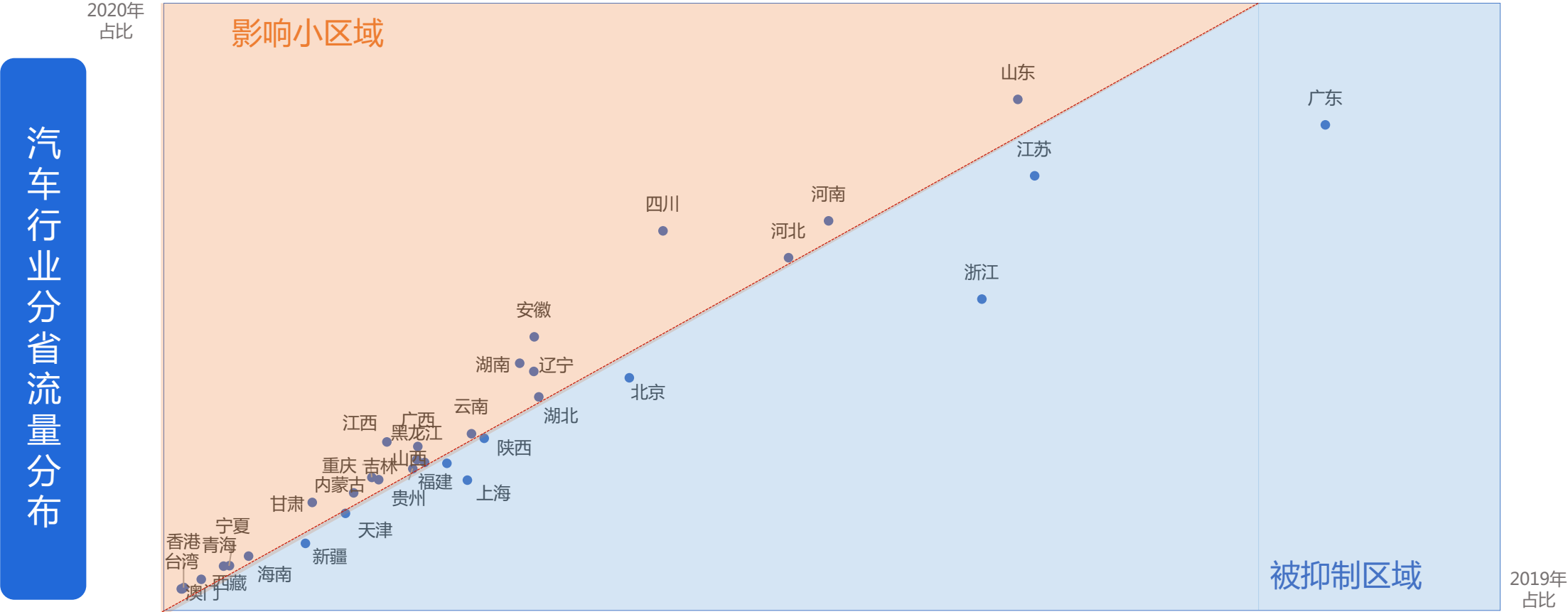
- 汽车需求从白天开始逐渐提升，晚间休息时间（19点-22点）为高峰期。



总体趋势 | 经济体量大省需求旺盛，广东、江苏、浙江和北京需求有所抑制



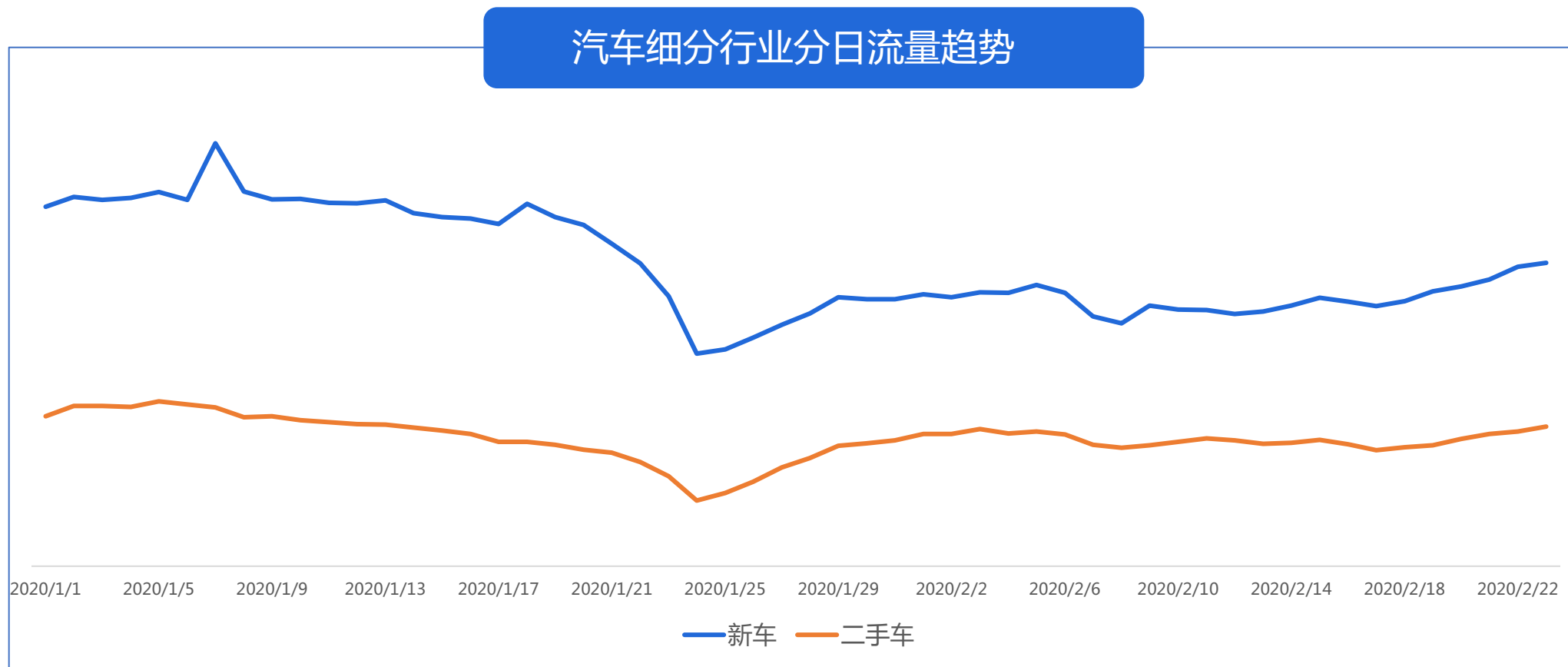
- 相比2019年区域占比，2020年广东、江苏、浙江和北京等外来人口大省，因人口回流晚等原因导致需求有所抑制；
- 而山东、河南、河北和四川等原生人口大省区域有所提升，需求影响较小。



细分市场 | 新车需求为主，春节后有所恢复



- 新车需求是汽车行业主体需求；
- 春季后新车和二手车需求都慢慢恢复。

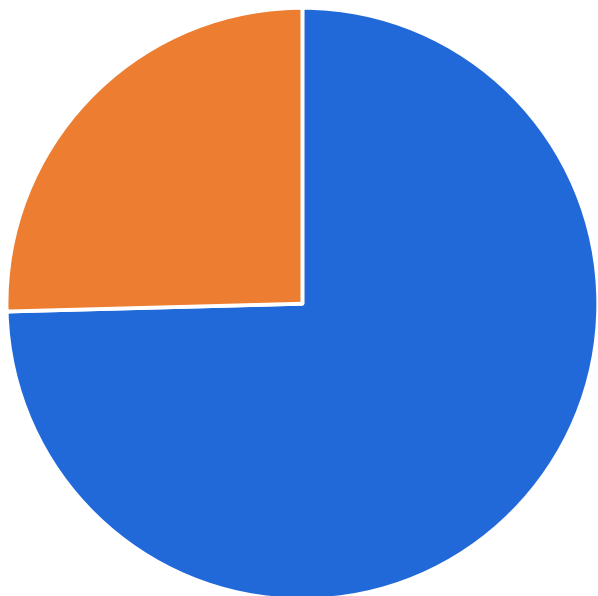


新车人群 | 画像：25-34岁男性是新车核心人群

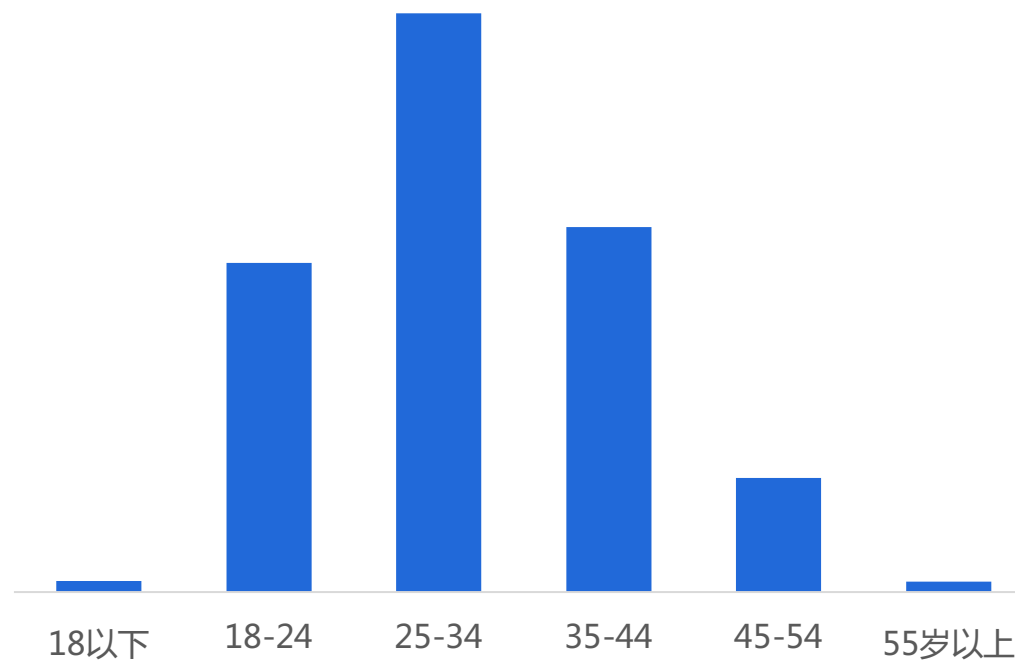


- 从性别分布看，男性用户的新车需求更高，占比高达75%；
- 从年龄分布看，18-44岁是新车的核心关注人群，占比高达9成。

用户性别分布



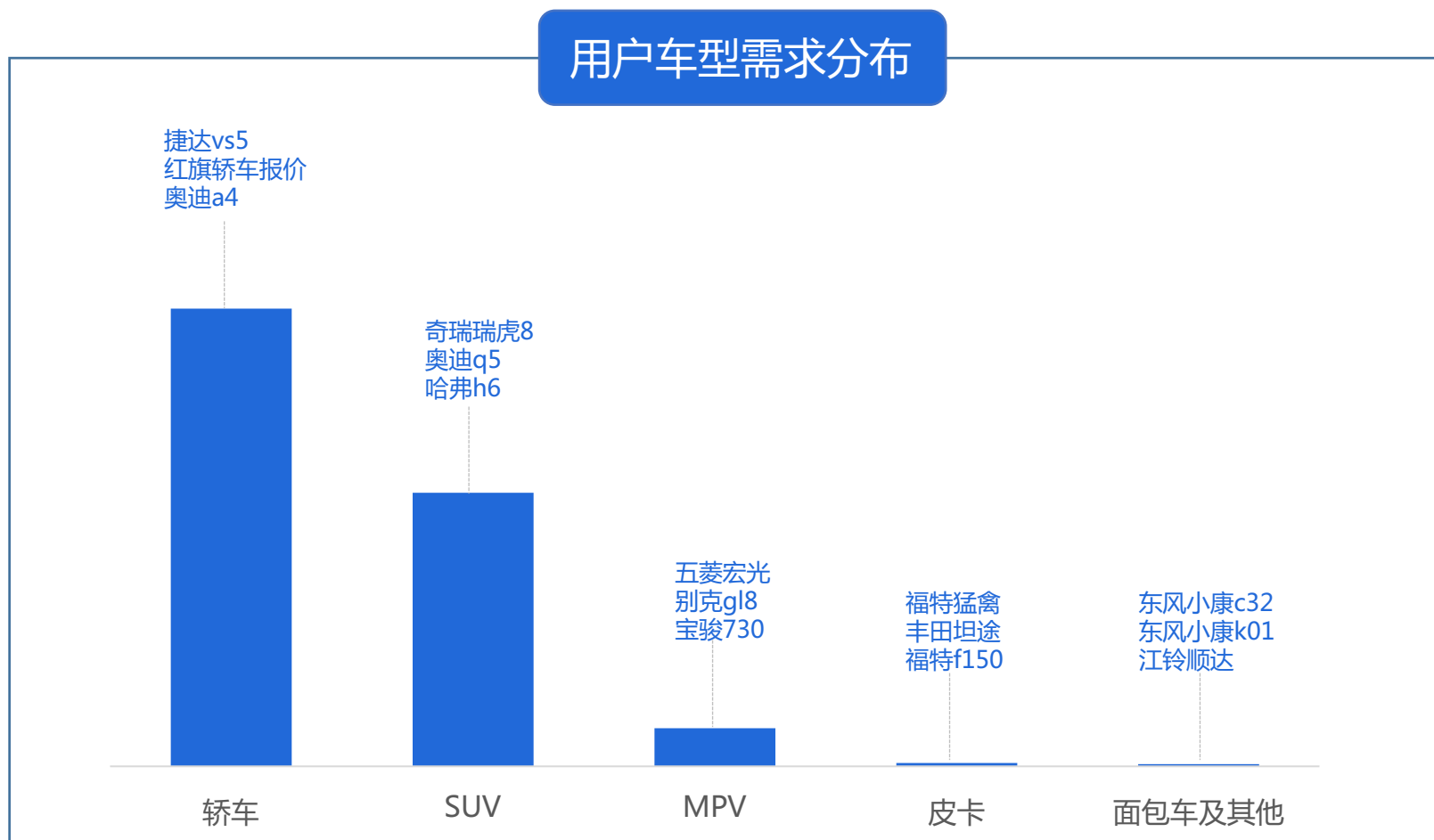
用户年龄分布



新车人群 | 需求：轿车和SUV是用户最关注车型



- 从用户车型需求分布看，轿车和SUV是绝大多数用户的选择，占比高达95%。

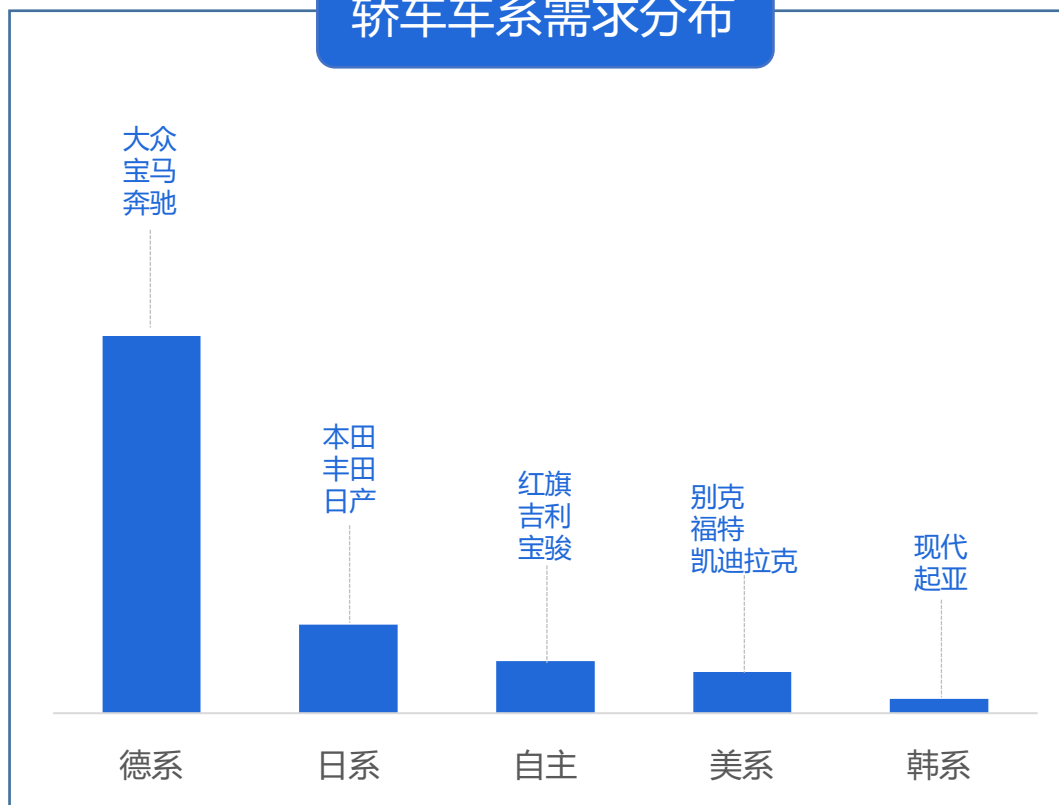


新车人群 | 需求：轿车偏好集中于德系车；SUV偏好较分散，自主车最受欢迎

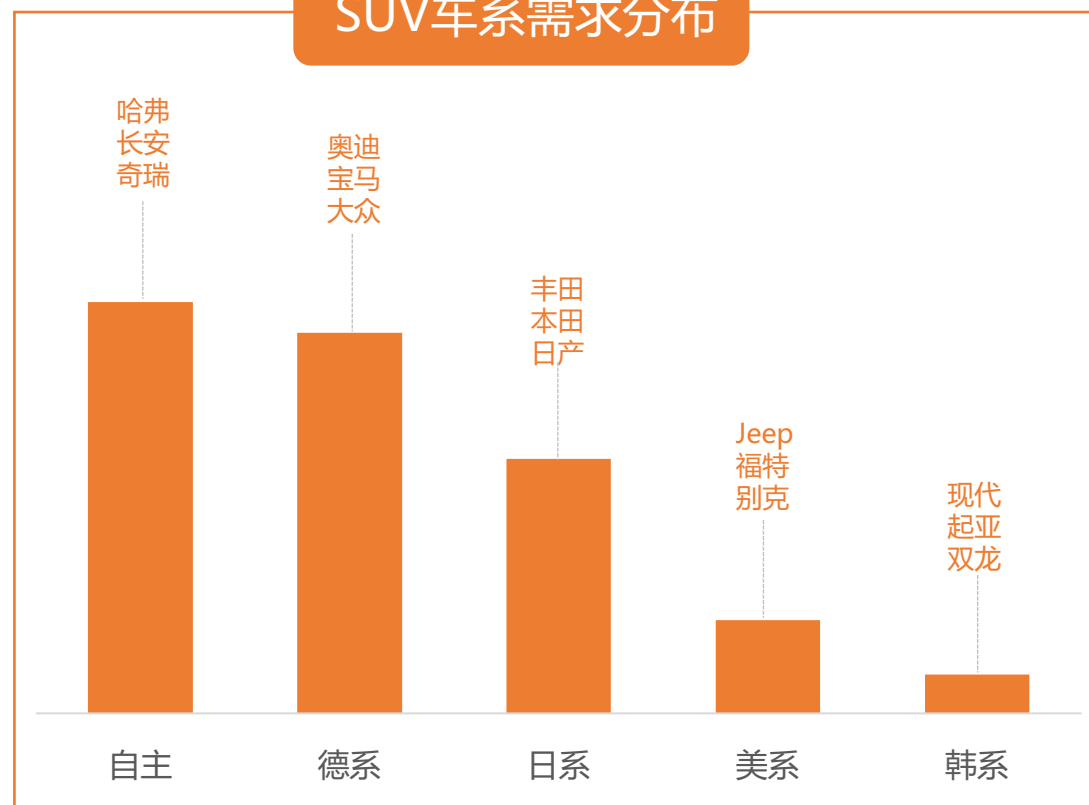


- 轿车偏好集中于德系车，占比为66%，TOP3品牌为大众、宝马和奔驰；
- SUV偏好较分散，其中自主车需求最旺盛，占比为35%，TOP3品牌为哈弗、长安和奇瑞。

轿车车系需求分布



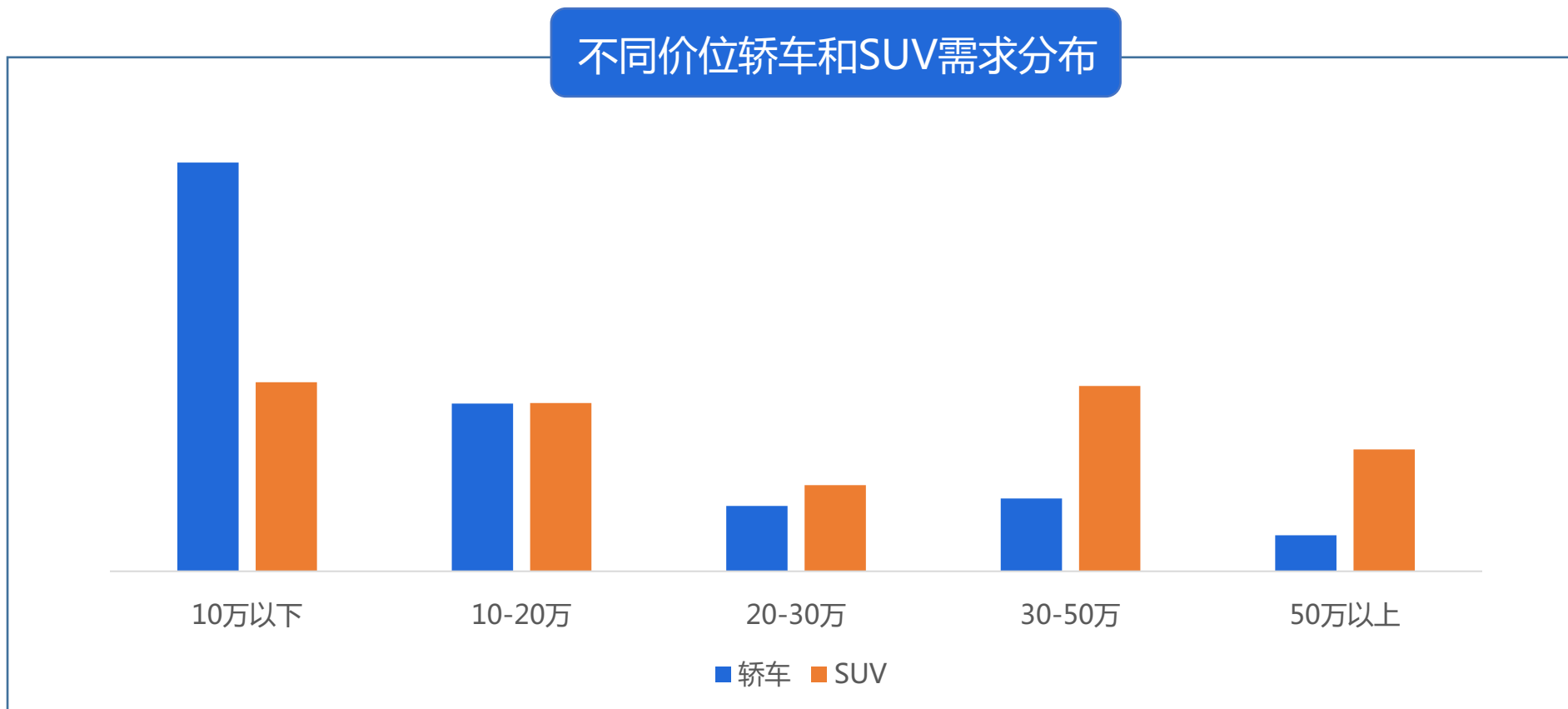
SUV车系需求分布



新车人群 | 需求：20万以下轿车和30-50万SUV最受用户关注



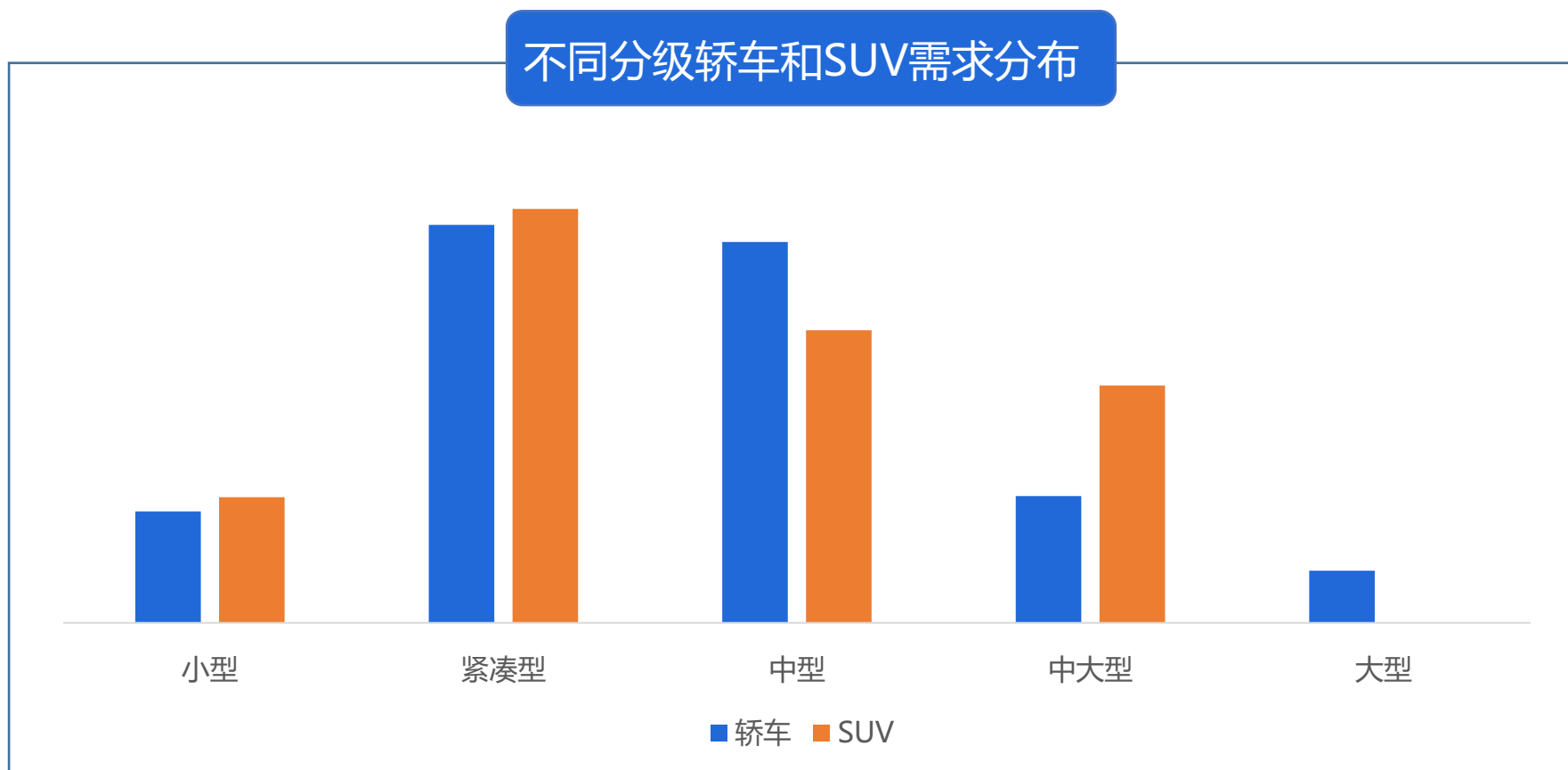
- 在不同价位轿车需求中，20万以下轿车需求最旺盛，占比为76%，其次是30-50万轿车；
- 在不同价位SUV需求中，30-50万SUV最受用户关注，占比为25%，其次是20万以下SUV。



新车人群 | 需求：紧凑型&中型汽车最受欢迎，其中SUV消费者更偏好中大型



- 在不同分级轿车需求中，紧凑型 and 中型轿车最受欢迎，分别占比为37%和36%；
- 在不同分级SUV需求中，紧凑型 and 中型SUV最受用户关注；相比轿车，SUV消费者更偏好中大型。



新车人群 | 需求：德系受到普遍欢迎，高线城市更喜欢日系，下沉市场则更偏爱自主车



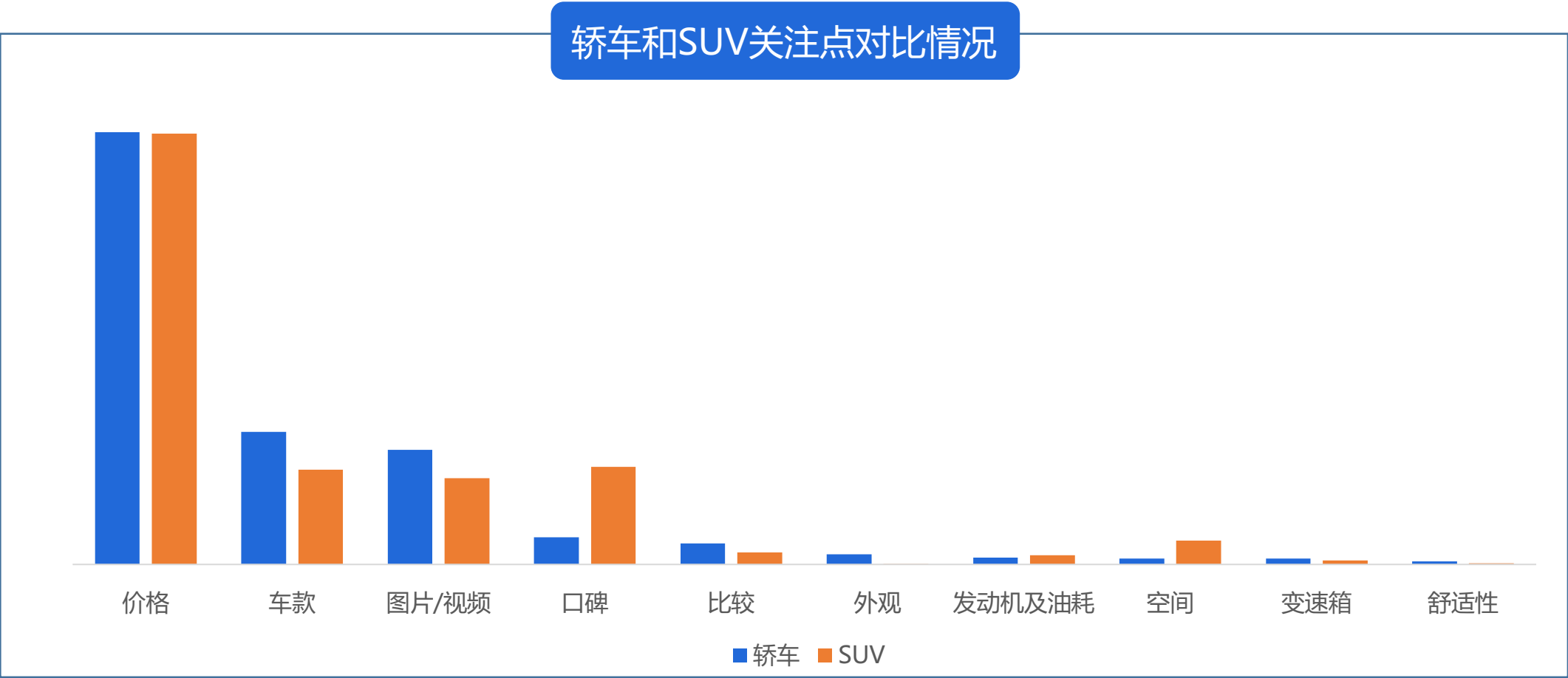
- 从分城市级别需求看，新一线人群关注最高占比为23%，下沉市场人群占比为42%；
- 德系受到普遍欢迎，高线城市更喜欢日系车，下沉市场则更偏爱自主车；
- 大众在各线城市均是需求最旺盛的品牌，除新一线外，丰田需求第二。



新车人群 | 关注：轿车更关注车款、图片/视频和外观；SUV更关注口碑、油耗和空间



- 从用户关注点看，价格是轿车和SUV用户最关注因素；
- 轿车和SUV相比，消费者更关注轿车的车款、图片/视频和外观，更关注SUV的口碑、油耗和空间。

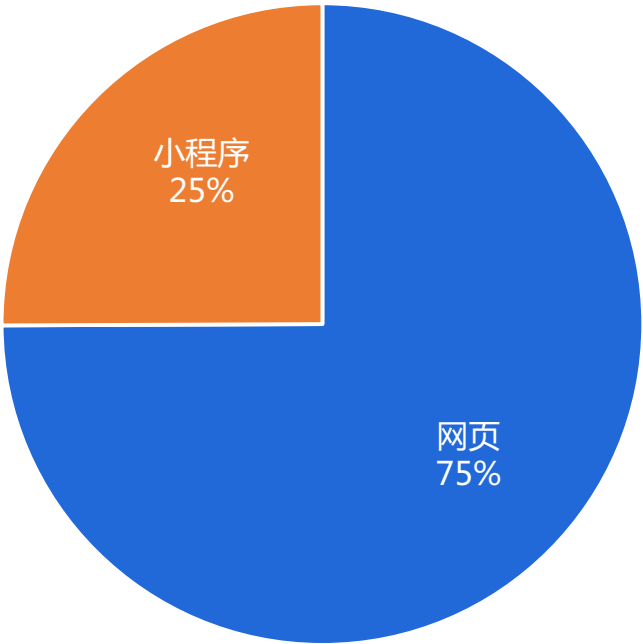


新车人群 | 点击：百度平台满足用户更全面的知识需求

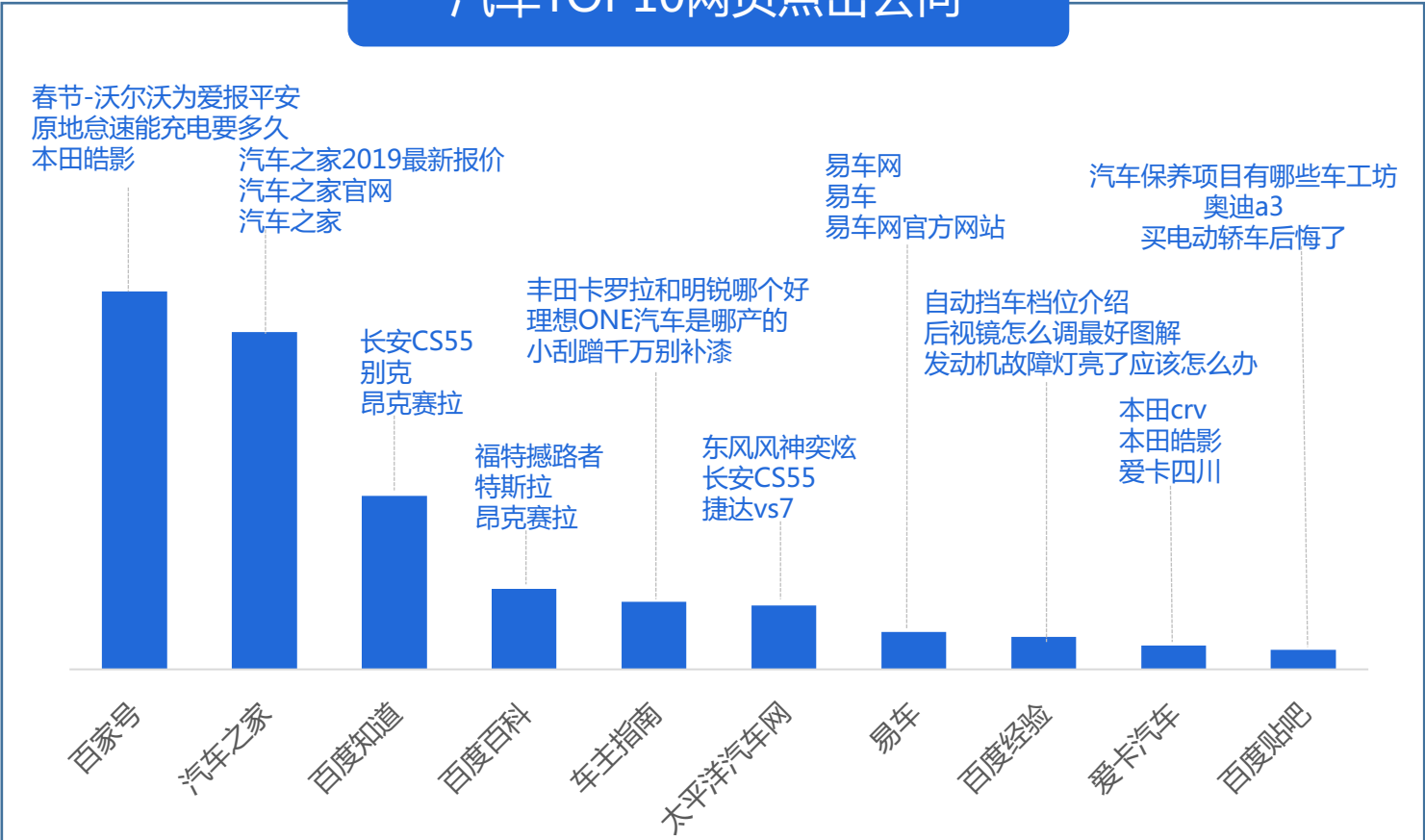


- 从点击去向看，网页点击比例为75%；
- 百家号、知道、百科、经验和贴吧满足汽车用户更全面的信息需求。

汽车点击去向分布



汽车TOP10网页点击去向

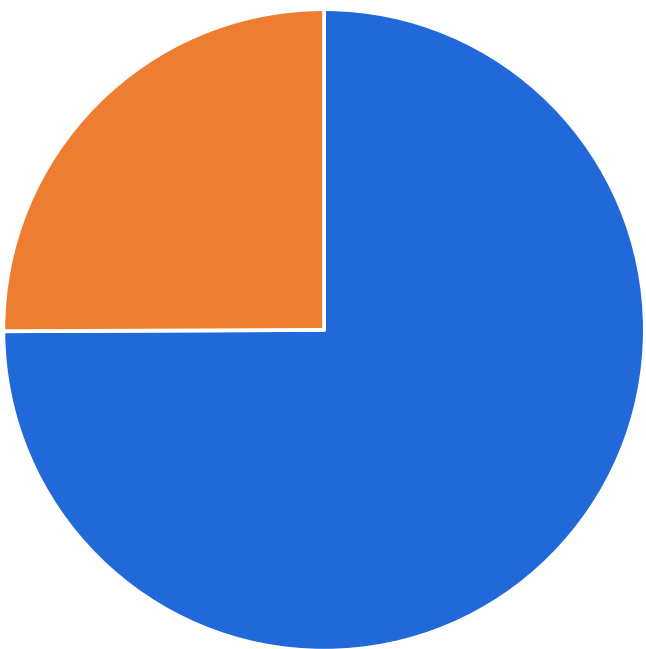


新车人群 | 点击：百度有驾小程序承接用户最多的汽车需求

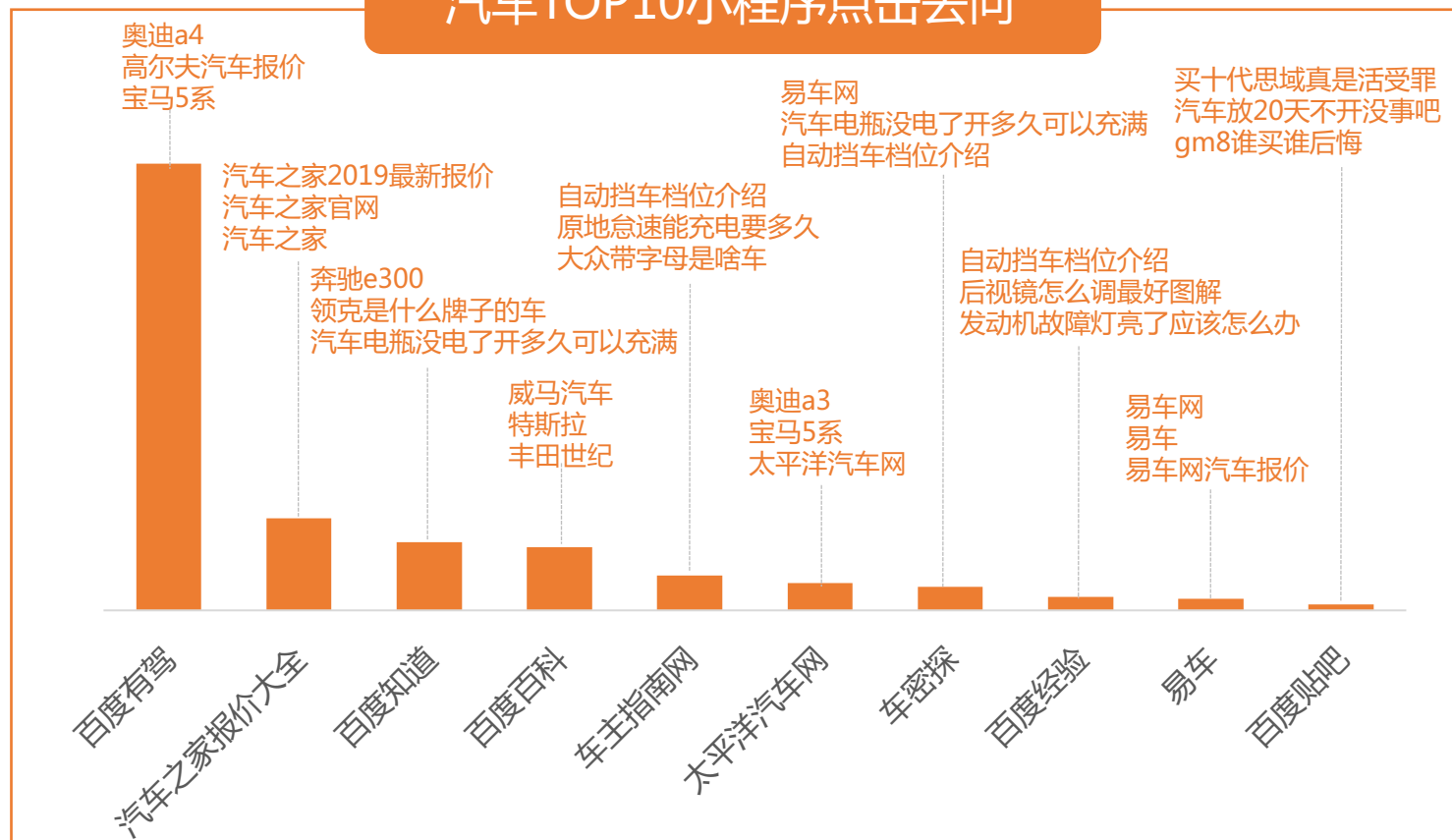


- 从点击去向看，小程序的点击比例为25%；
- 百度有驾小程序满足用户最多的汽车需求，同时有驾、知道、百科、经验和贴吧满足了汽车用户全方位的汽车需求。

汽车点击去向分布



汽车TOP10小程序点击去向

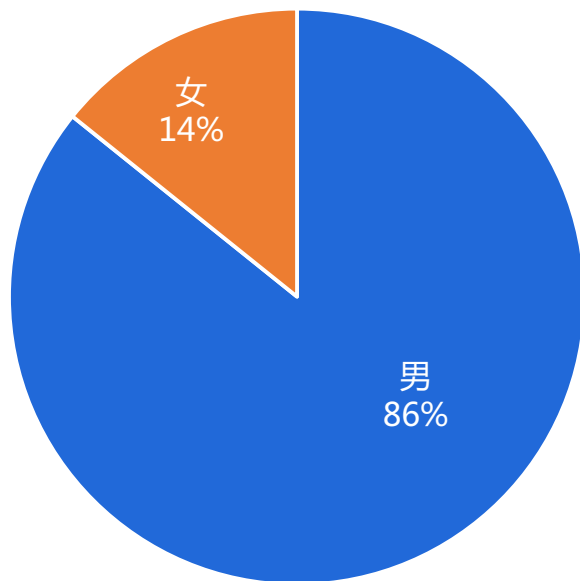


二手车人群 | 画像：25-34岁男性是核心人群

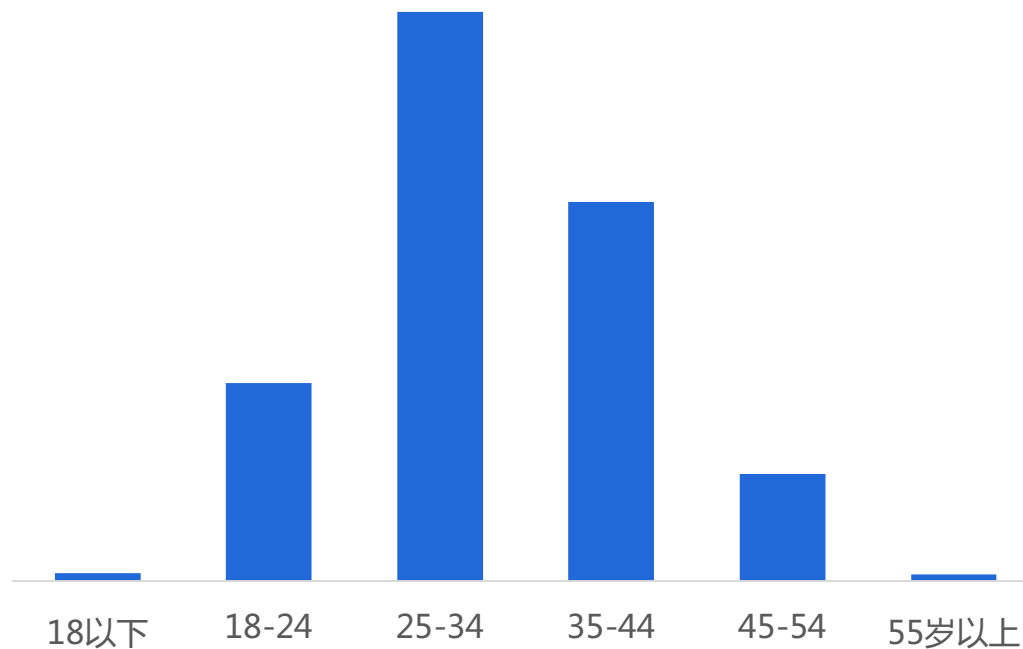


- 从性别分布看，二手车男性人群占比相较整体更突出，占比达到86%；
- 从年龄分布看，25-44岁人群是最关注二手车的人群，25-34岁人群占比最高为45%。

用户性别分布



用户年龄分布

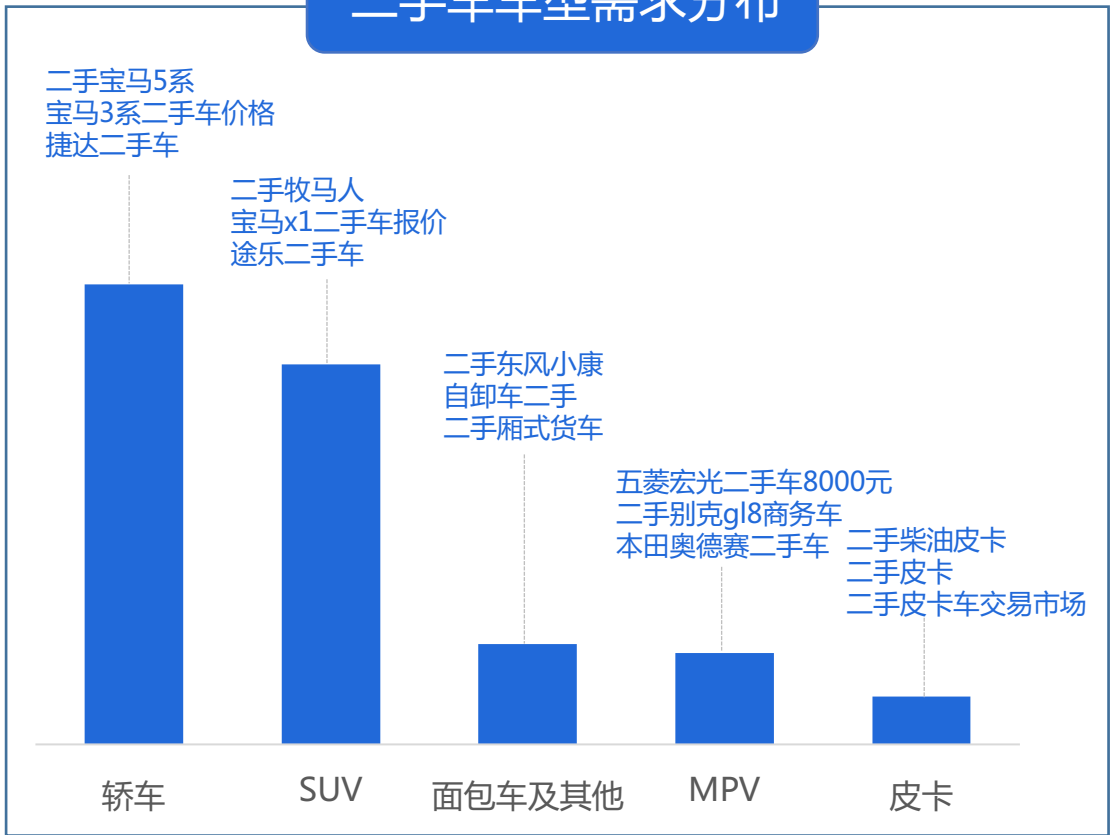


二手车人群 | 需求：轿车和SUV最受用户青睐，二手德系和日系车需求最旺盛

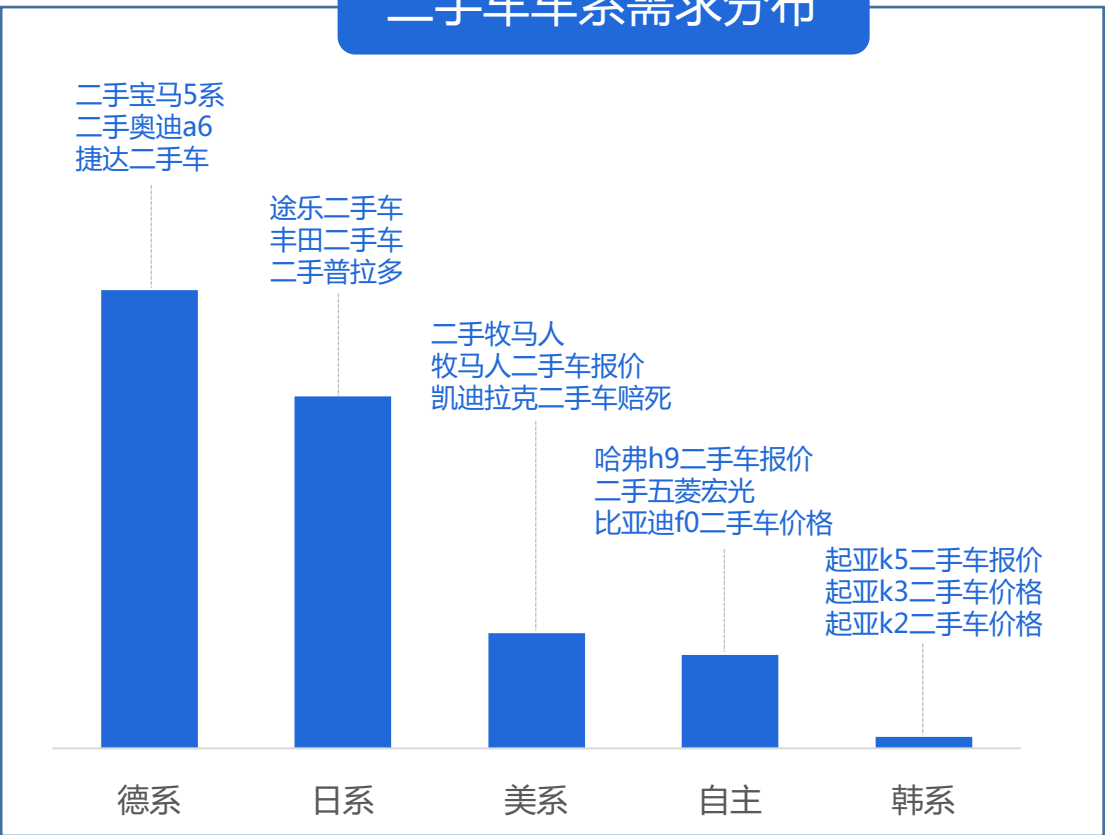


- 从用户车型需求分布看，二手轿车和SUV最受用户青睐，占比达到88%；
- 德系和日系的二手车最受用户关注，其中德系车需求最强，占比为44%。

二手车车型需求分布



二手车车系需求分布

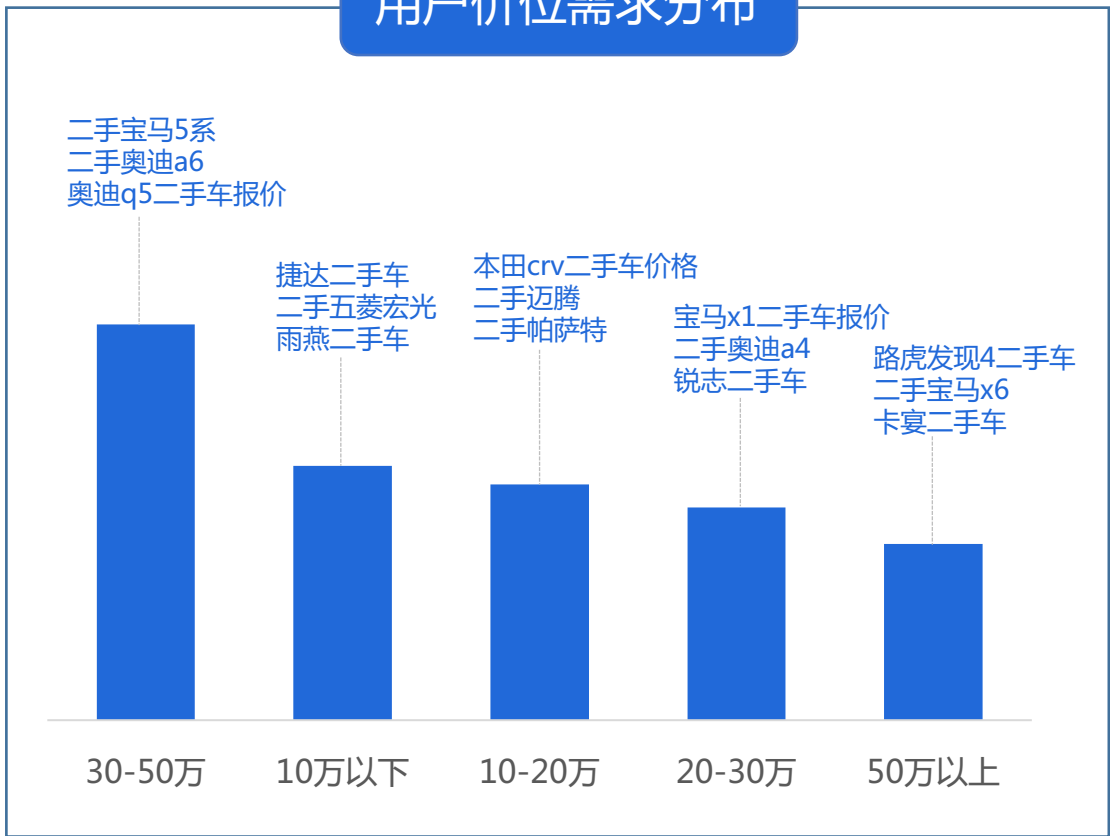


二手车人群 | 需求：新车价格在30-50万的二手车更受关注，二手宝马车最受用户关注

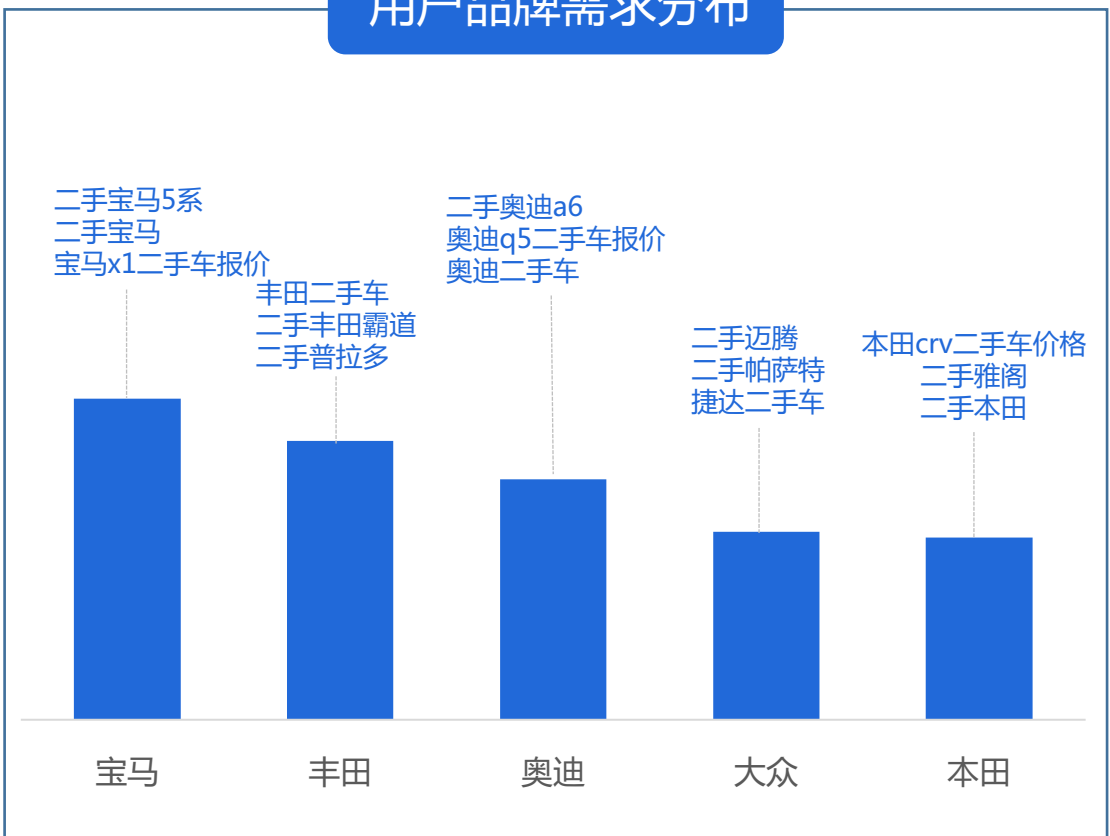


- 近期新车价格在30-50万的二手车更受汽车用户的关注，占比达到31%；
- 宝马、丰田和奥迪是TOP3二手车关注品牌，二手宝马车最受用户关注，占比为27%。

用户价位需求分布



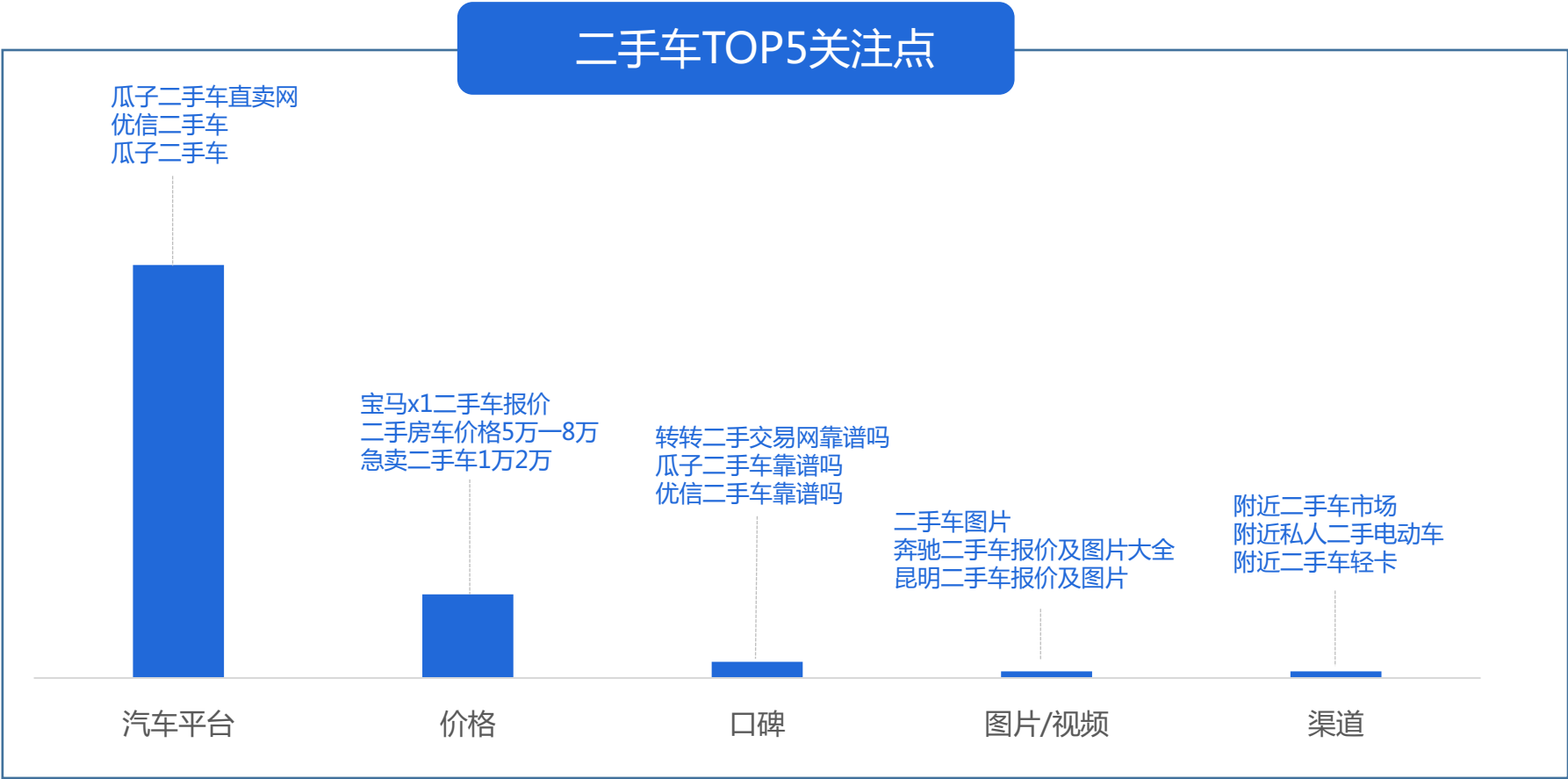
用户品牌需求分布



二手车人群 | 关注：二手车人群通过汽车平台来获取更多信息



➤ 从用户关注内容分析，二手车人群对汽车平台最关注，占比高达78%，其次是价格和口碑。

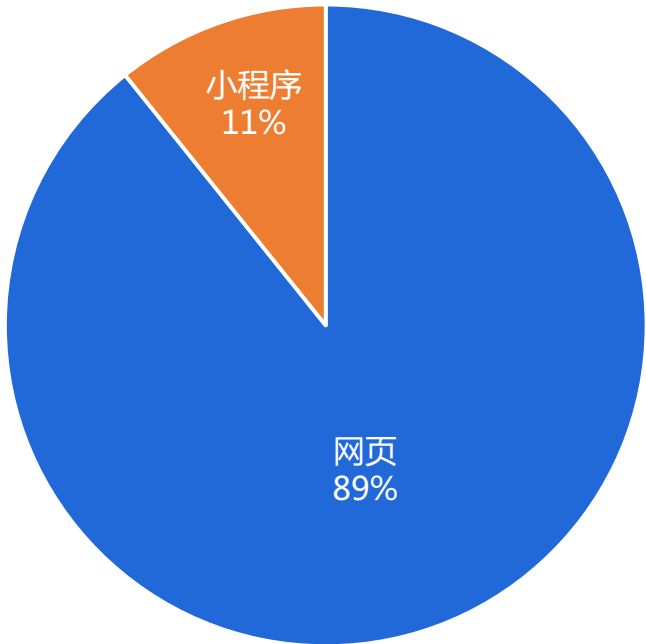


二手车人群 | 点击：二手车汽车平台和百度平台满足用户汽车需求

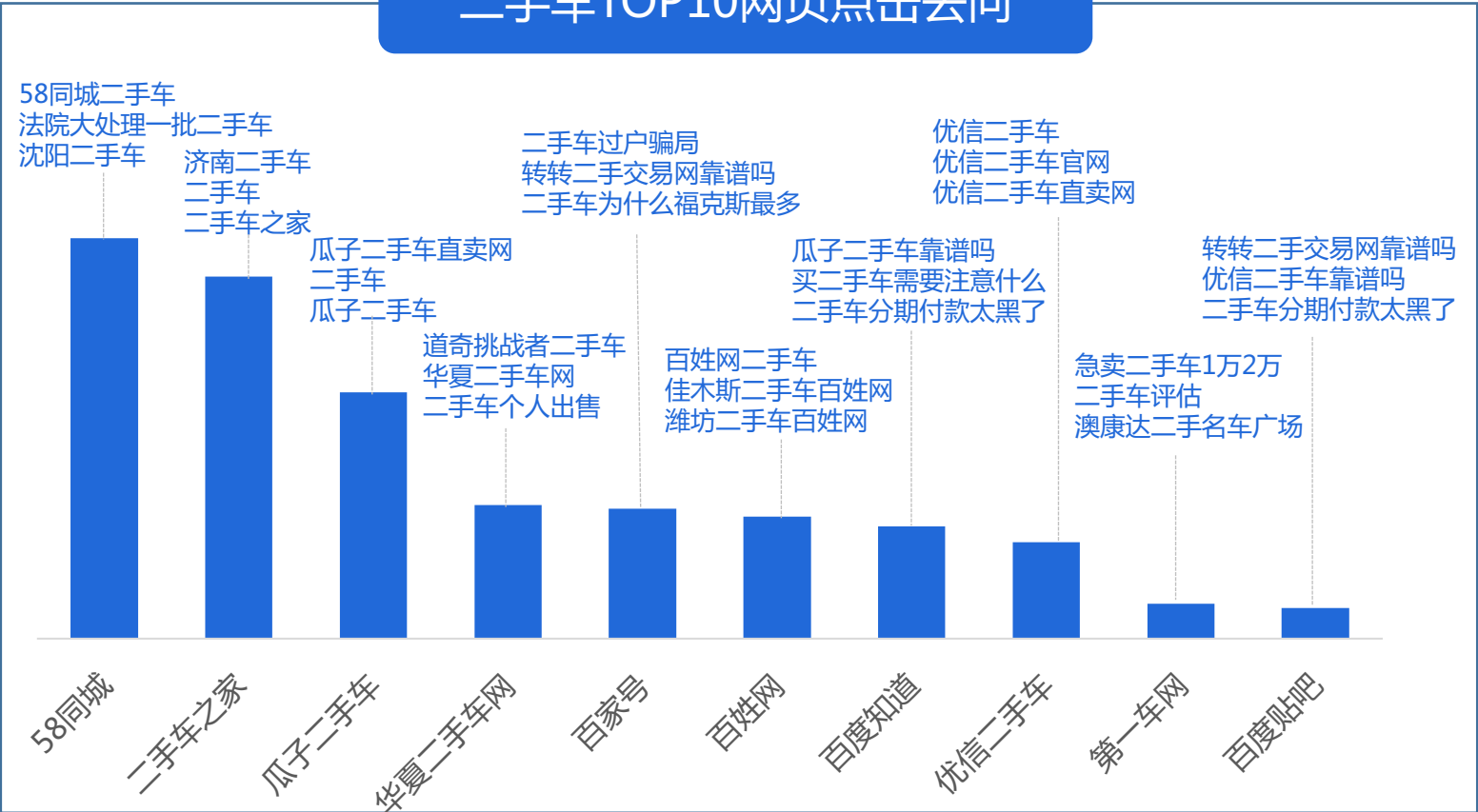


- 从点击去向看，网页点击比例为89%；
- 58同城、二手车之家、瓜子二手车等汽车平台满足用户二手车需求；百家号、百度知道、百度贴吧等百度平台更侧重满足用户口碑类需求。

二手车点击去向分布



二手车TOP10网页点击去向

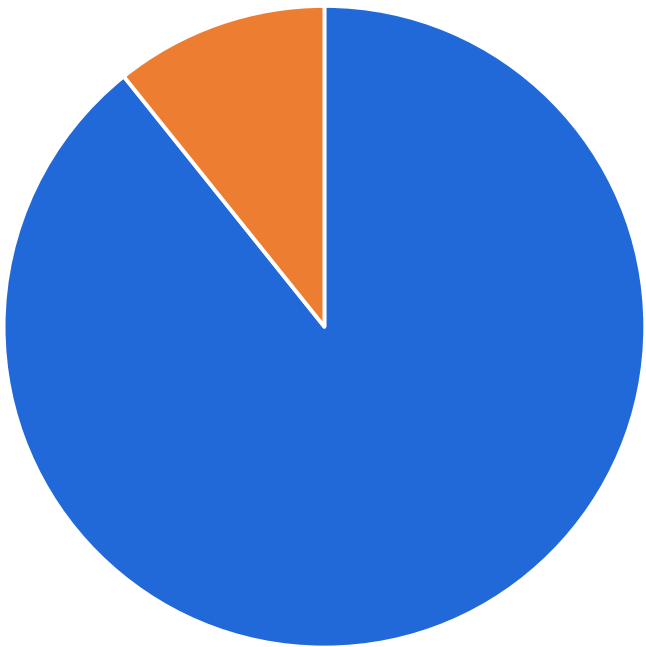


二手车人群 | 点击：百度和第三方汽车小程序满足用户全方面汽车需求

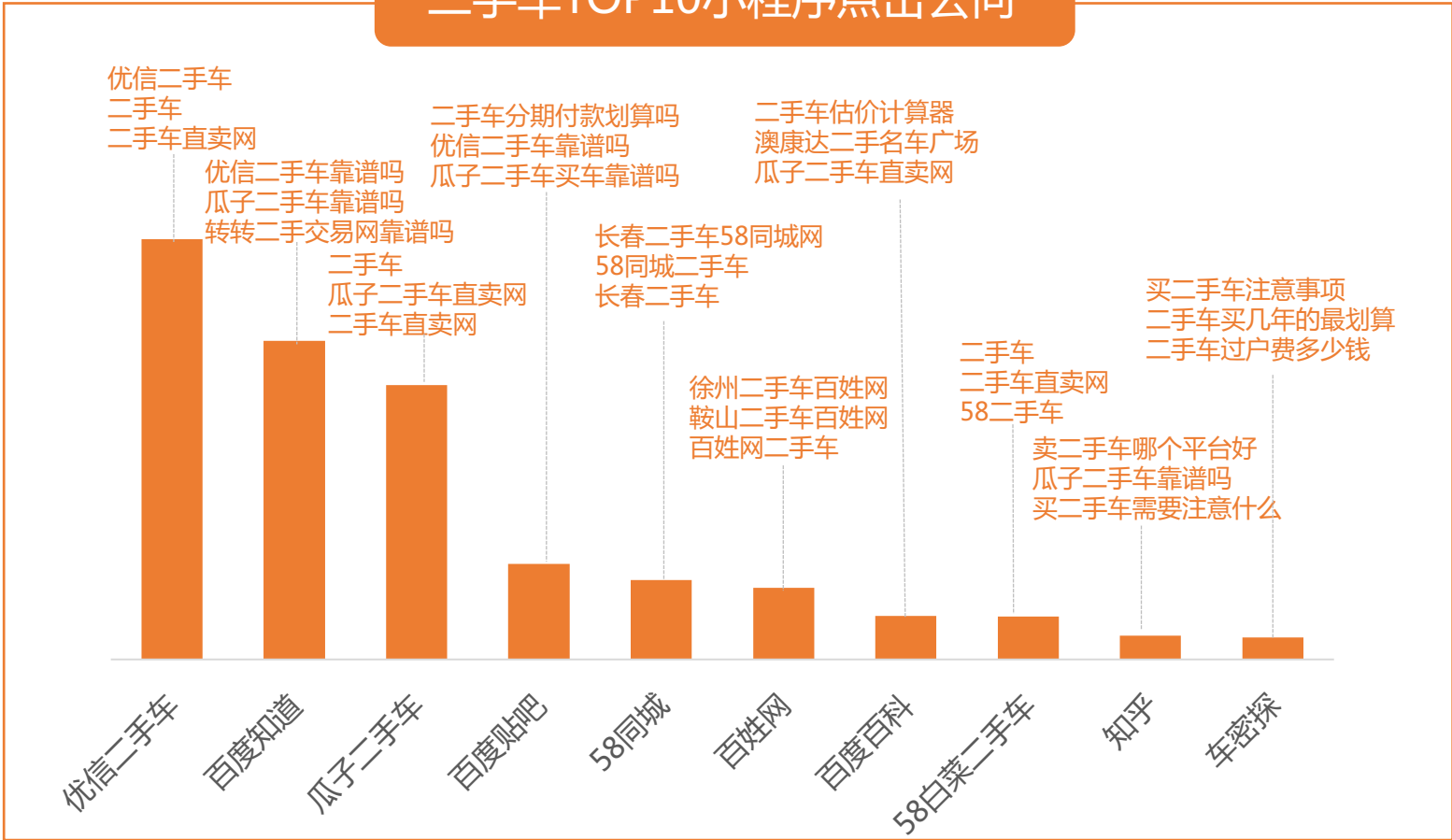


- 从点击去向看，小程序的点击比例为11%；
- 优信二手车、瓜子二手车等汽车小程序满足用户二手车需求；百度知道、百度贴吧、百度百科等百度小程序更侧重满足用户口碑类需求。

二手车点击去向分布

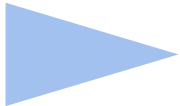


二手车TOP10小程序点击去向





把握机会



应需而为

总体

汽车决策和消费重线下体验，节后需求缓慢恢复；
晚间休息时段是需求高峰；
经济体量大省需求旺盛，外来人口占比高的经济大省需求被抑制。

细分

新车是主体需求，随着春季复工新车和二手车需求均有所恢复。

画像

男性用户更关注，年龄集中在18-44岁。

需求

轿车和SUV是核心需求；
在新车中，轿车主流需求为德系、20万以下、紧凑和中型，SUV主流需求为日系、30-50万、紧凑和中型；
高线城市关注日系车，下沉城市更偏好自主车。

关注

新车消费者对价格最敏感，轿车更关注车款、图片/视频和外观，SUV更关注口碑、油耗和空间；
二手车消费者最依赖汽车平台。

去向

百度知识平台和有驾小程序满足了用户全方面的汽车需求。

谢谢观看

百度营销中心