

百度生产制造行业研究

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

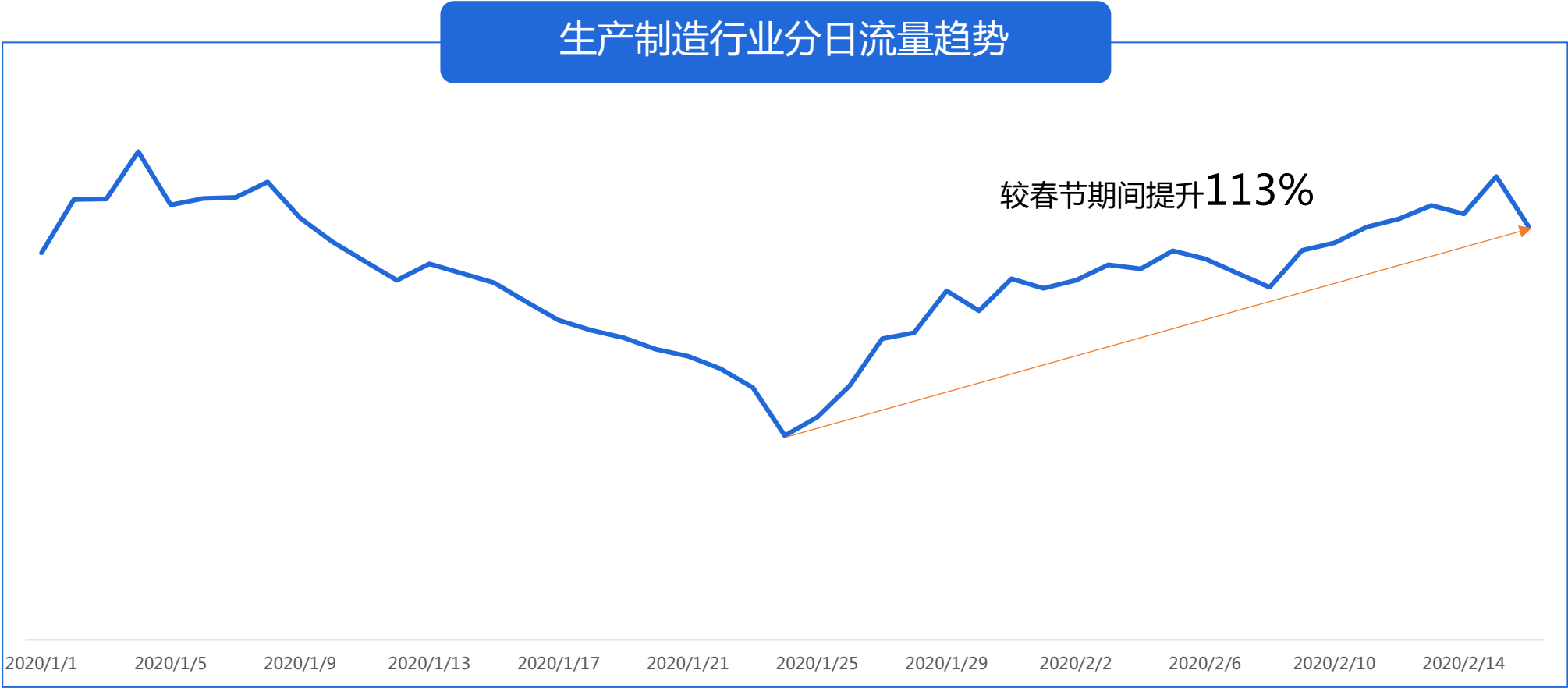
网页点击去向
小程序点击去向

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 | 节后需求快速恢复



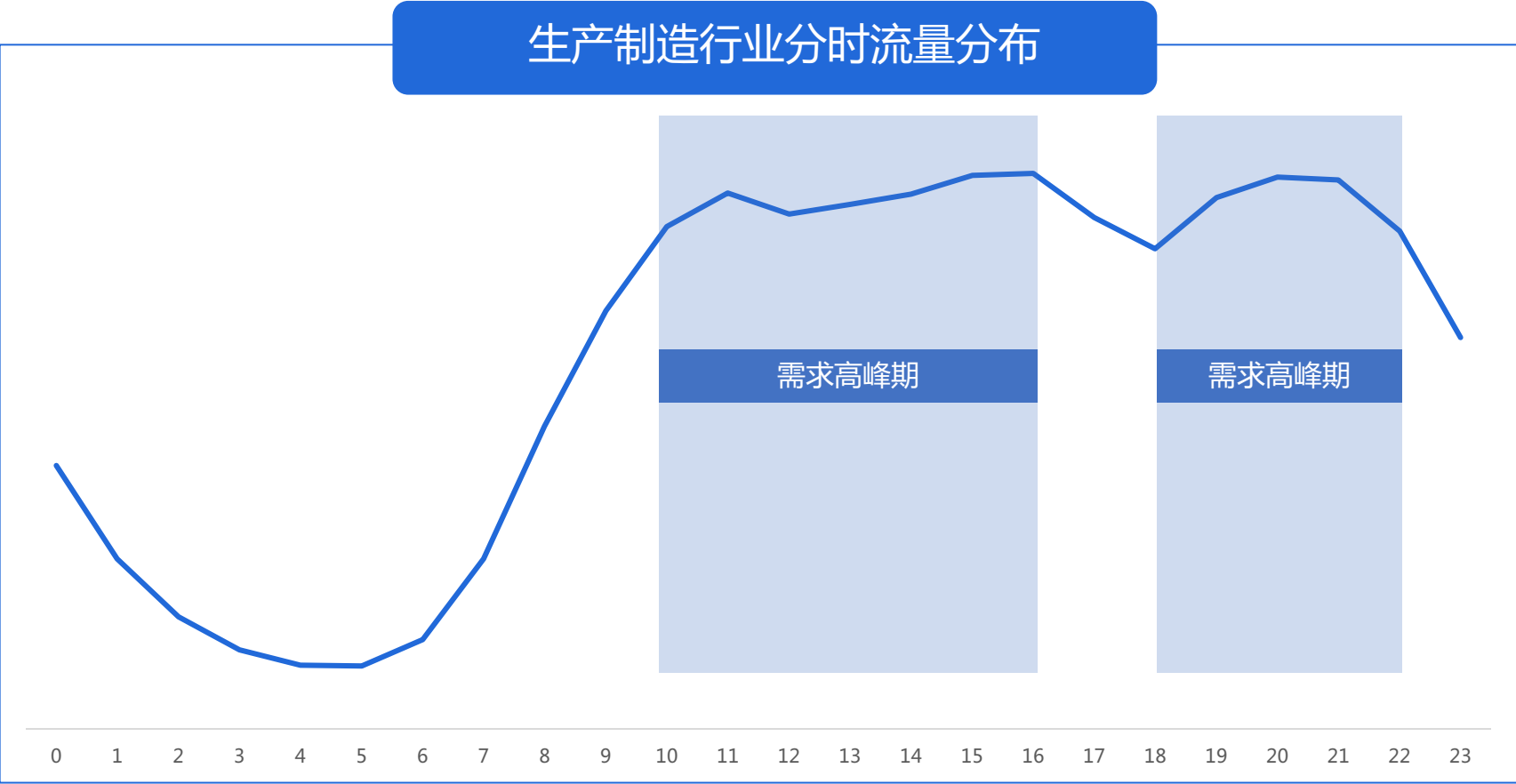
➤ 春节期间生产制造暂停，2月生产制造需求快速恢复。



总体趋势 | 需求高峰出现在工作和下班两个时期



➤ 需求高峰期是10点-16点和18点-22点。

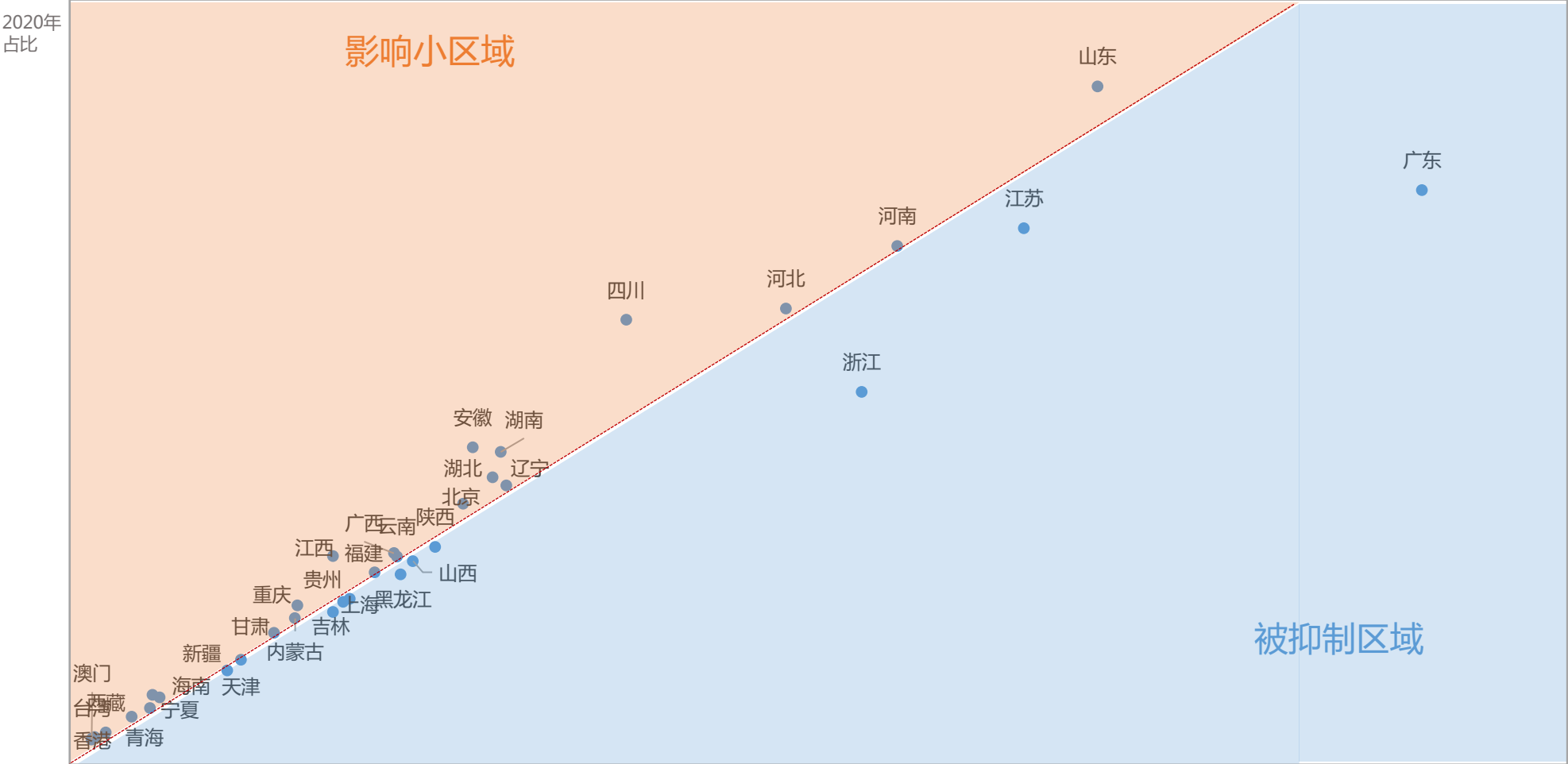


总体趋势 | 沿海大省生产制造需求旺盛，广东、江苏、浙江需求有所抑制



- 相比2019年区域占比，2020年广东、江苏和浙江等外来人口大省，因招工难、复工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占比有所提升，需求影响较小。

生产制造行业分省流量分布

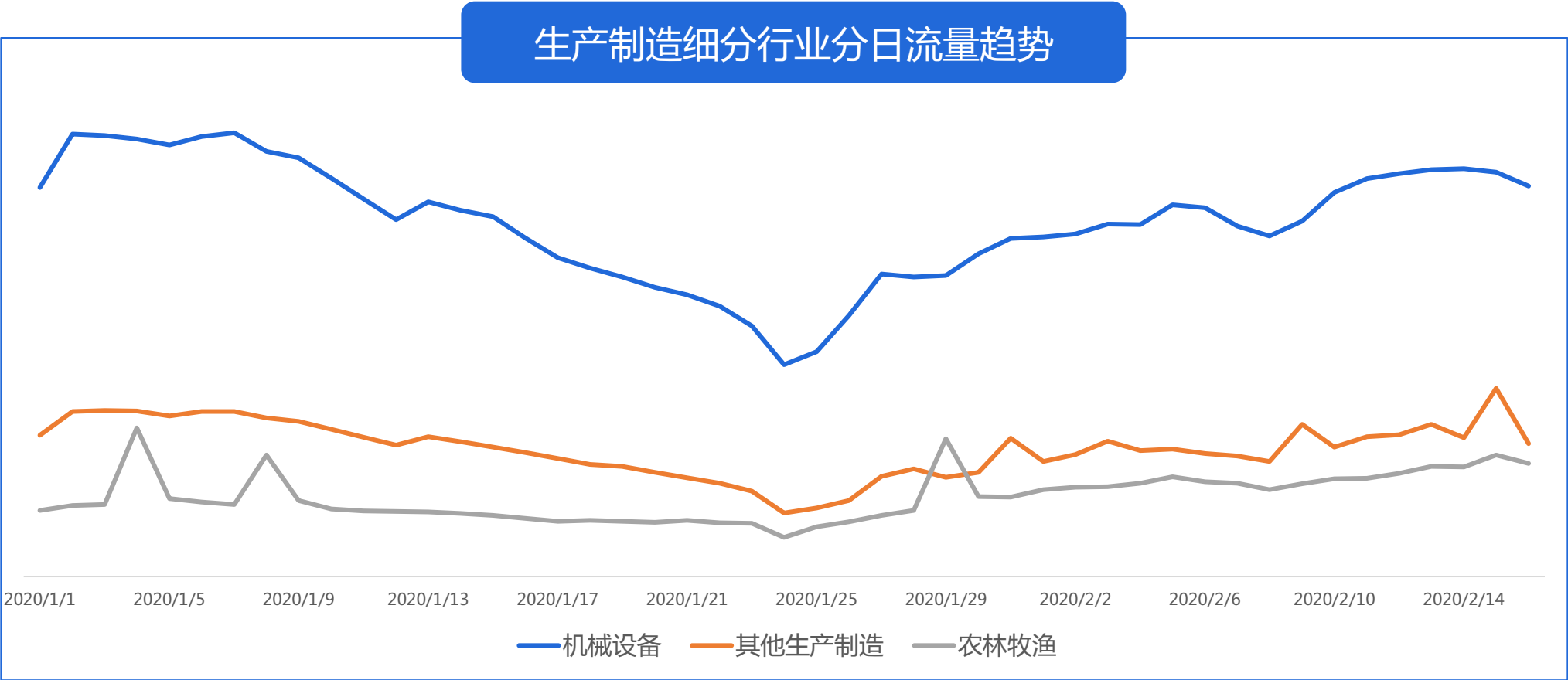


数据来源：百度搜索大数据，2019年，2020年

细分市场 | 机械设备为主体需求；农林牧渔平稳增长，影响较小



- 经历春节疲软期后，2月开始机械设备需求快速反弹；
- 农林牧渔需求平稳增长，受影响较小。

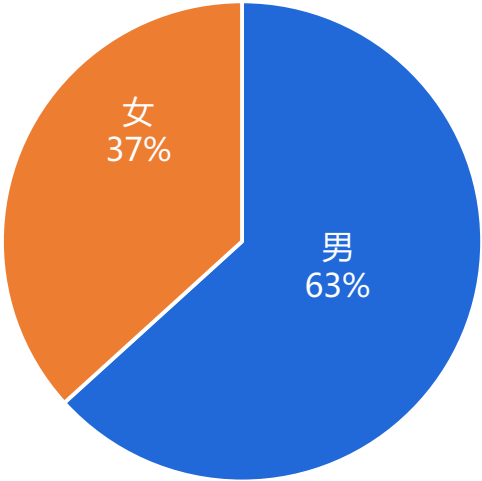


机械设备人群 | 画像：25-44岁男性是核心人群

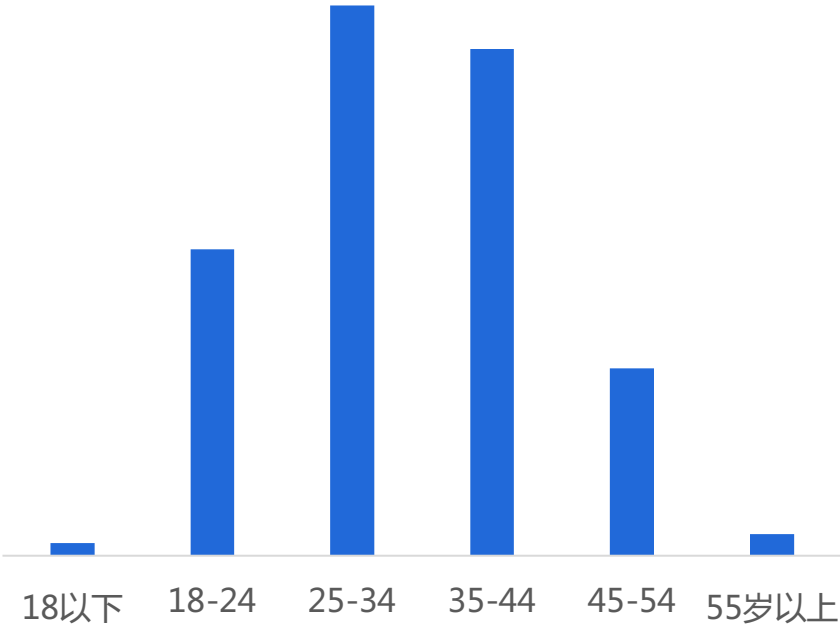


- 从性别分布看，男性用户更关注机械设备行业，占比为63%；
- 从年龄分布看，25-44岁人群是机械设行业核心人群。

用户性别分布



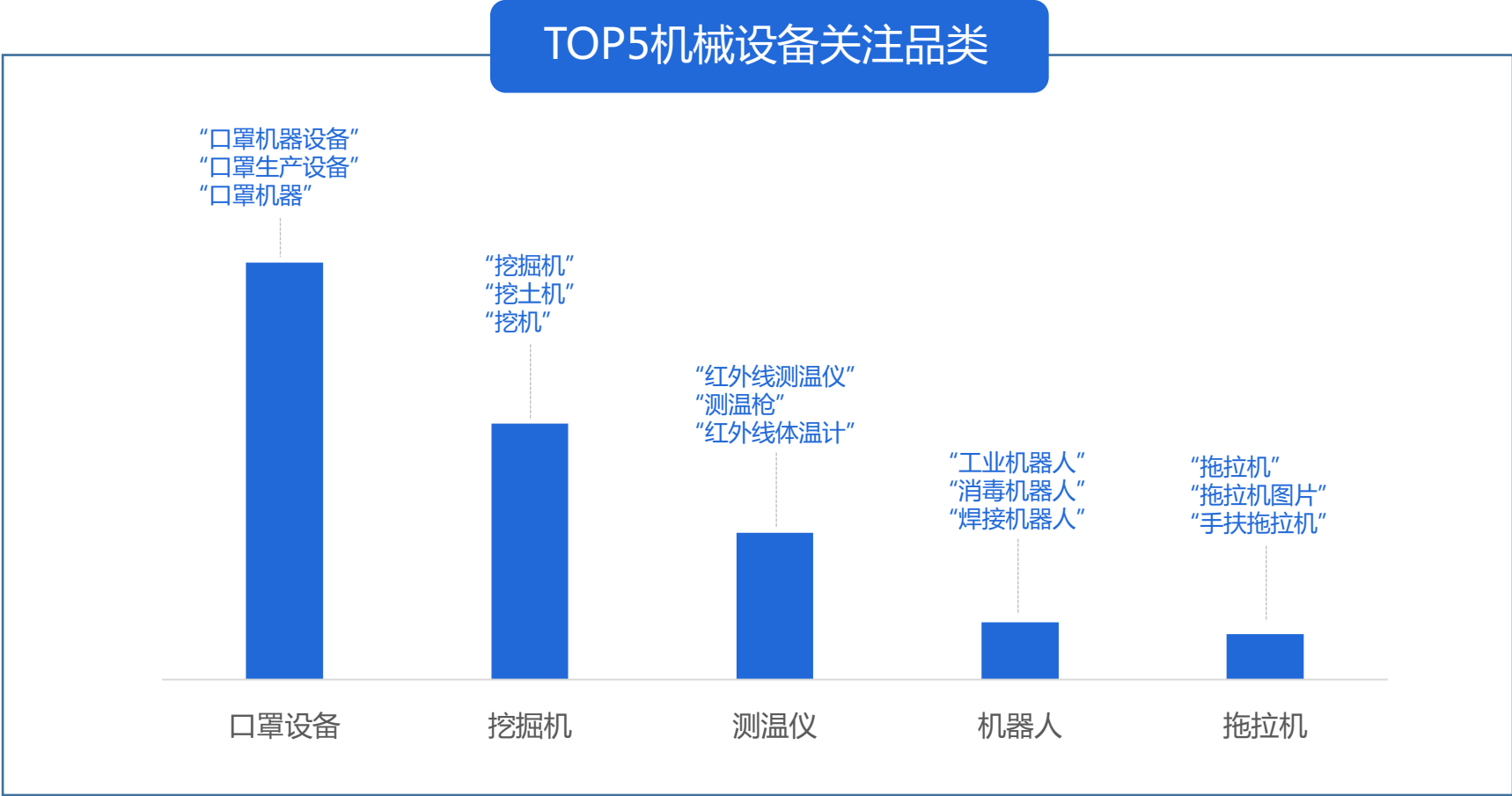
用户年龄分布



机械设备人群 | 需求：近期品类需求集中在口罩设备、挖掘机和测温仪



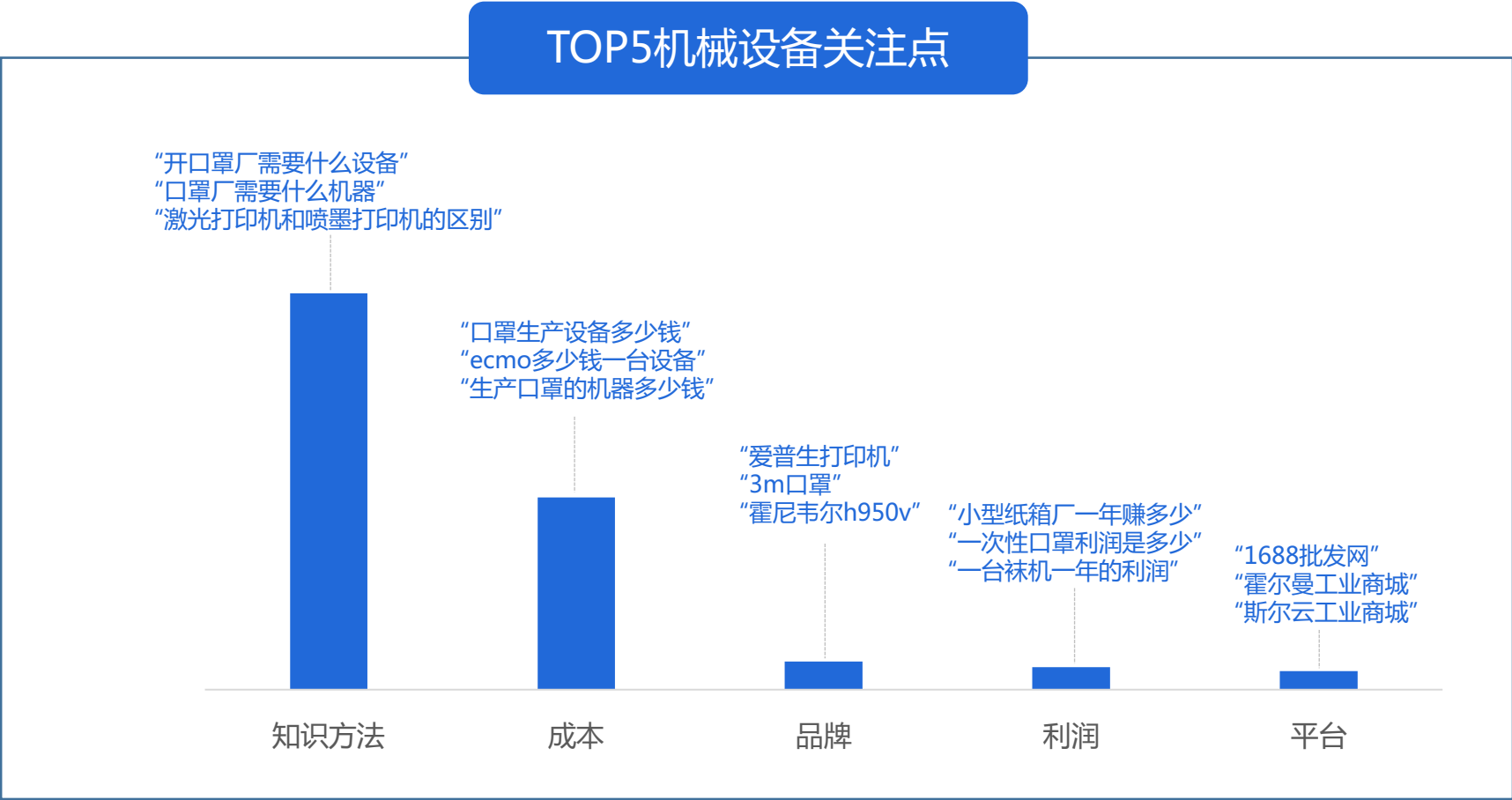
➤ 在机械设备的品类需求中，TOP3品类为口罩设备、挖掘机和测温仪。



机械设备人群 | 关注：决策过程中更关注知识方法与收益

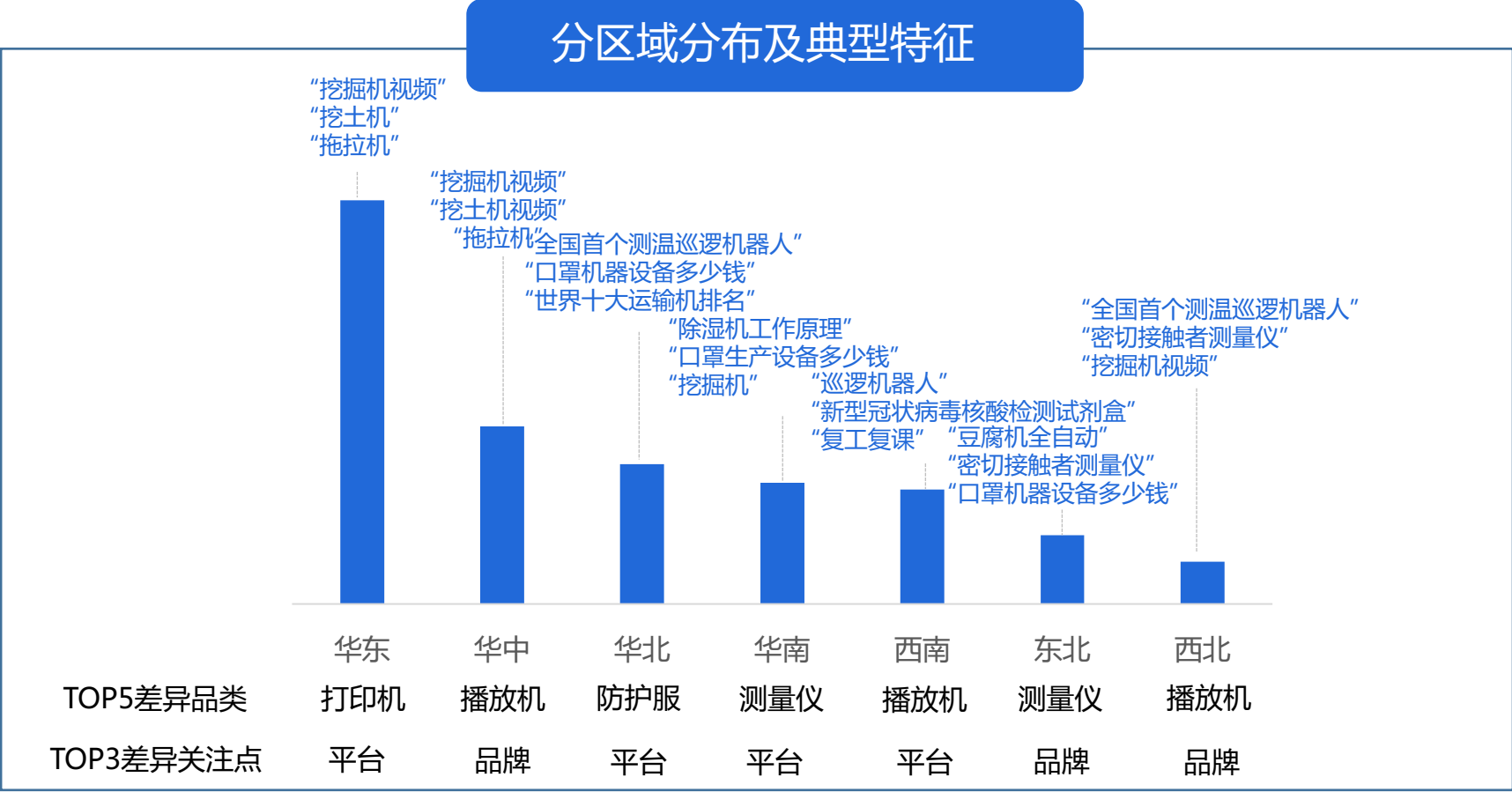


➤ 在机械设备人群的决策过程中，知识方法、成本、品牌、利润对决策影响大。



机械设备人群 | 关注：华东需求最旺盛，TOP需求品类和决策关注点存在区域差异

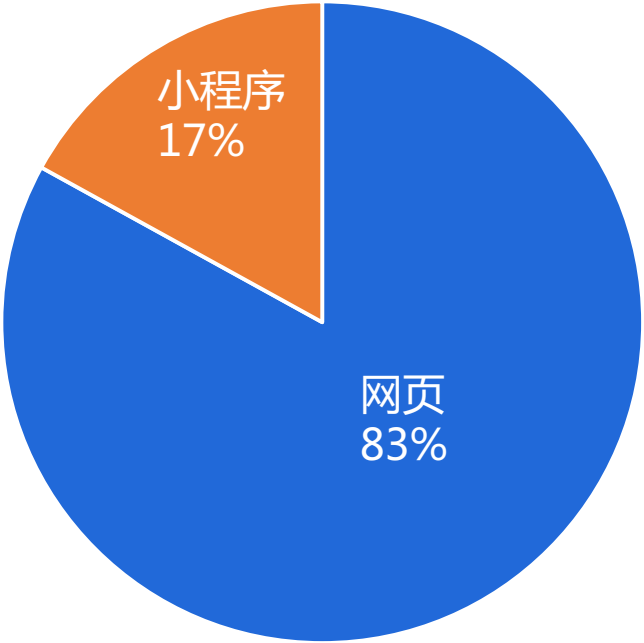
- 华东机械设备需求最旺盛；
- TOP品类区域差异：华东更关注打印机，华中、西南和西北更关注播放机，华北更关注防护服；
- TOP关注点区域差异：华东、华北、华南和西南更关注平台，华中、东北和西北则更关注品牌。



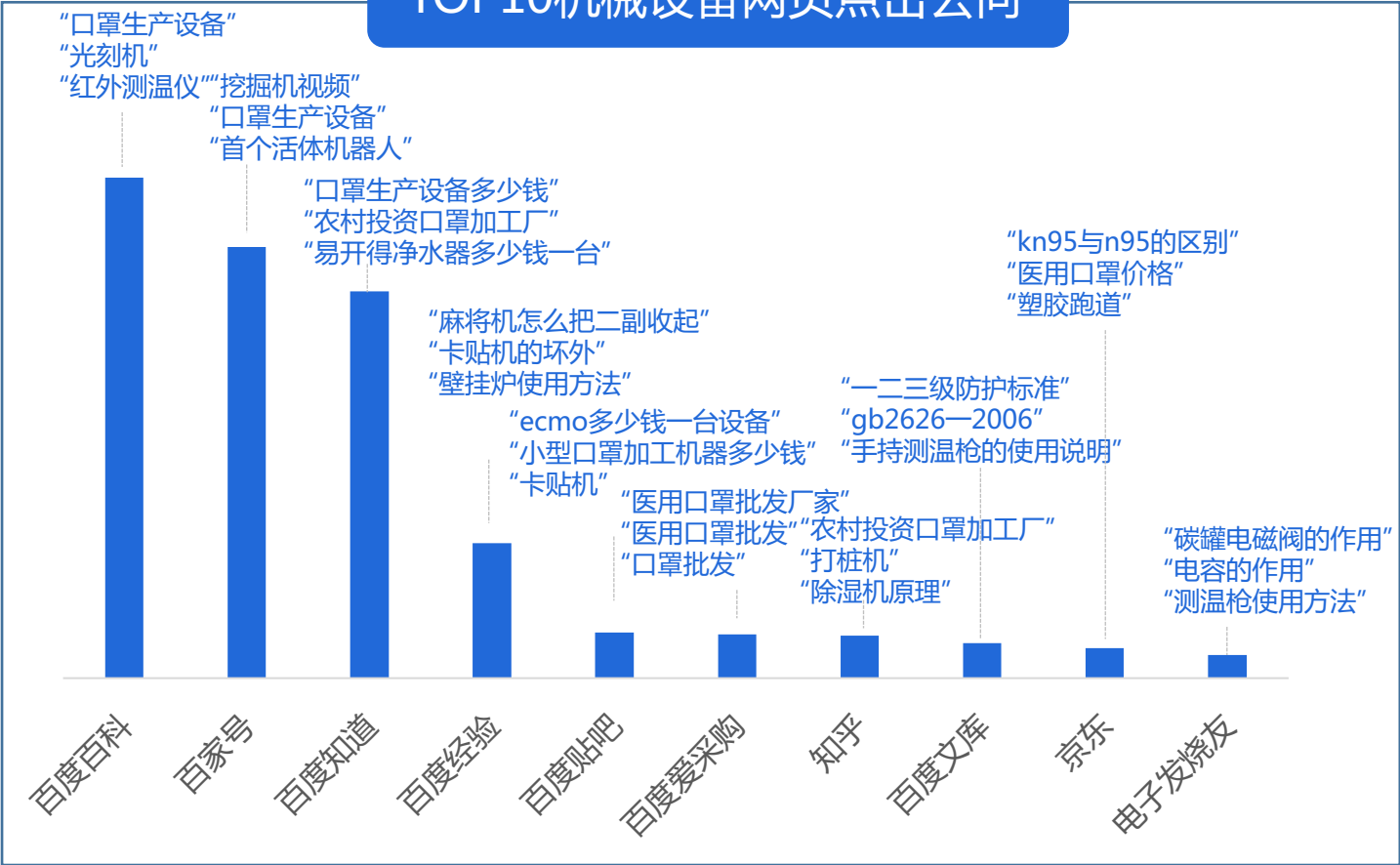
机械设备人群 | 去向：百度平台满足用户知识和购买需求

- 从点击去向看，机械设备网页点击比例高达83%；
- 百度知识平台满足机械设备用户知识类诉求，百度百科&文库聚焦在知识诉求，百度知道&经验&贴吧更多服务口碑需要，百度爱采购和京东更多满足了用户购买类需求。

机械设备点击去向分布

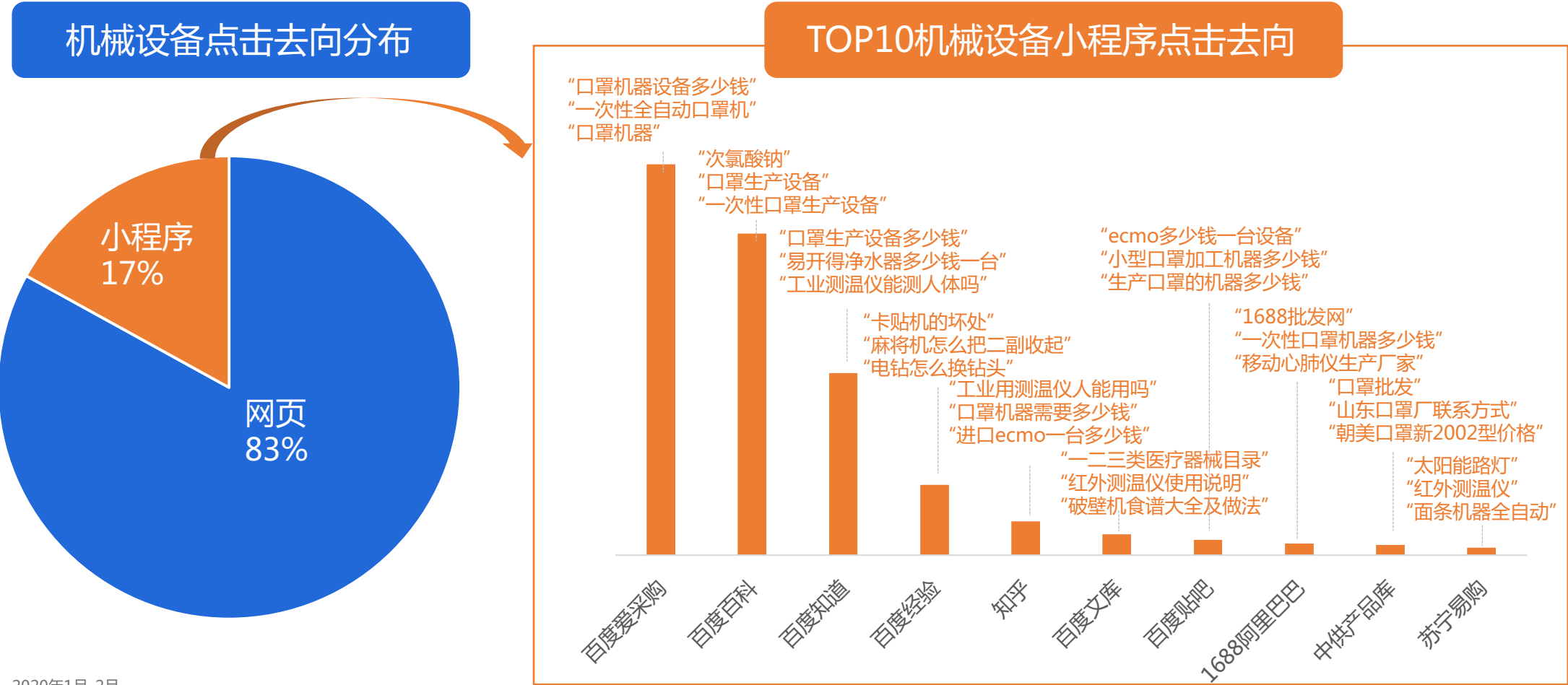


TOP10机械设备网页点击去向



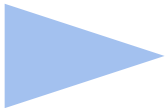
机械设备人群 | 去向：百度爱采购、百度百科和百度知道等小程序满足用户知识和交易需求

- 从点击去向看，机械设备行业小程序的点击比例为17%；
- 百度爱采购&1688&中供产品库服务用户各类购买诉求，比如生产设备；
- 百度知识平台满足用户知识类诉求，百度百科/文库更侧重知识需求，百度百科/经验/贴吧更侧重口碑需求。





把握机会



应需而为

总体

节后需求快速恢复；
需求高峰集中在工作和下班时间；
沿海大省生产制造需求旺盛，广东、
江苏、浙江需求有所抑制。

细分

机械设备为主体需求，快速反弹；
农林牧渔平稳增长，影响较小。

画像

25-44岁男性群体是核心人群。

需求

口罩设备、挖掘机和测温仪为TOP3需求品类。

关注

决策过程中更关注知识方法与收益；
TOP需求品类和决策关注点存在区域差异。

去向

百度爱采购、百度百科和百度知道等平台/小程序
满足用户购买和知识需求。

谢谢观看

百度营销中心