



2008 年北京车展网民关注度报告

(2008.4.20-2008.4.28)

报告关键词：车展专题、车型、车系、关注度份额、最热排行

报告类型：万瑞数据. 行业报告. 专项分析报告

报告发布时间：2008.05.18

目录

编制说明.....	2
1. 访问总量及趋势分析.....	4
2. 用户浏览量地域分布.....	5
3. 热点排行.....	6
3. 1 热点车型	6
3. 2 热点品牌	7
3. 3 热点技术	9
4. 车型关注度分析.....	10
4.1 概述.....	10
4.2 微型车关注度.....	11
4.2 小型车关注度.....	12
4.3 紧凑型车关注度.....	13
4.4 中高级车关注度.....	14
4.5 SUV 关注度	15
4.6 车型—用户重合度分析.....	15
4.7 车系地域关注度分析.....	16
5. 厂商关注度分析.....	17
6. 结论.....	21

编制说明

2008年4月20日至4月28日,第十届北京国际汽车展览会在北京中国国际展览中心新馆隆重举行,吸引了众多的观众到场观看。车展期间各家媒体竞相报道,互联网媒体更是充分发挥了其实时、互动的新媒体特性,为没有机会到现场观看车展或到过现场意犹未尽的观众提供了丰富、及时的报道。我们将借助先进的网络技术及翔实的数据反映本次车展期间各家网络媒体的报道效果及网民对车展汽车的关注度。

一、 技术方法说明

本报告的所有数据均来自万瑞数据平台。万瑞数据平台采用网页嵌码的监测方式,可以对监测对象进行全样本、全天候和全方位地数据统计;万瑞数据平台运用与网站流量和网民行为特征有关的近50个数据指标,全面分析网站流量情况和网民访问行为特征。

本报告中所有数据,除特别注明,均采自参与万瑞数据《2008北京车展专题监测项目》的12家网站的2008北京车展专题的全样本统计结果。12家网站是:新浪、搜狐、网易、MSN、中华网、Tom网汽车频道及中国汽车网、易车网、万车网、车168、卓众汽车网和越野e族。

二、 数据指标说明

独立用户数

在当前计算周期内,访问统计对象的不重复用户数。万瑞数据系统通过对用户所使用的浏览器赋予唯一标识来识别用户的身份。同一浏览器在当前计算周期内多次访问同一统计对象时,该浏览器被计算为一个独立用户。

页面浏览量

在当前计算周期内,统计对象的页面被访总和。当带有万瑞数据代码的页面每次在浏览器里完全显示的时候,会被记为一次页面浏览。

总访问次数

在当前计算周期内，同一用户间隔不超过30分钟的一系列页面浏览视为一个访次。连续2个页面浏览间隔超过30分钟，则前一次视为上一个访次的结束，后一次视为下一个访次的开始。用户访问统计对象的时间间隔超过30分钟计为两次访问。

访问总页数

在当前的报告设定时间范围内(最低统计单位为小时)，访问者访问的不重复页面总数。

车型关注度排行榜

从各家网站内容页中提取汽车型号信息，把相同的型号浏览量汇总后，按照浏览量进行排名。

品牌关注度排行榜

从各家网站内容页中提取汽车品牌信息，把相同的品牌浏览量汇总后，按照浏览量进行排名。

厂商关注度排行榜

从各家网站内容页中提取汽车厂商信息，把相同的厂商浏览量汇总后，按照浏览量进行排名。

车系

根据汽车品牌所属的汽车厂商所在地，分为欧系、美系、日韩系、自主品牌。

车型

根据目前国内媒体的主要分类，以用户为导向，综合汽车排量、尺寸、价位分为微型车、小型车、紧凑型车、中高级、豪华5档。

关注度

关注度=该关键词所在页面的浏览量总和。

车展网民关注度报告

本报告统计分析了中国车展期间来自新浪、搜狐、网易、MSN、中华网、Tom 网等 6 家网站的汽车频道及中国汽车网、易车网、万车网、车 168、卓众汽车网和越野 e 族等 6 家垂直网站的车展专题所有报道内容及用户访问行为。

1. 访问总量及趋势分析

万瑞数据监测显示,车展期间共有 1,825 万独立用户数访问,总浏览量超过 1 亿页,被访问网页总数达 15 万。

表 1: 网站“车展专题”效果总览

	独立用户数 (万人)	浏览量 (万页)	平均访问页数 (页)	总访问次数 (万次)	被访问总页数 (页)
车展报道 专题合计	1,825	10,188	4.64	2,482	148,346

每日流量监测显示,在 4 月 20 日车展开幕后,访问人数和浏览量在 21 日、22 日达到高峰,然后逐渐回落。单日独立用户数最高时达 350 万人/日,单日浏览量最高时达 1700 万页/日。

图 1: 车展期间日独立用户数比较分析

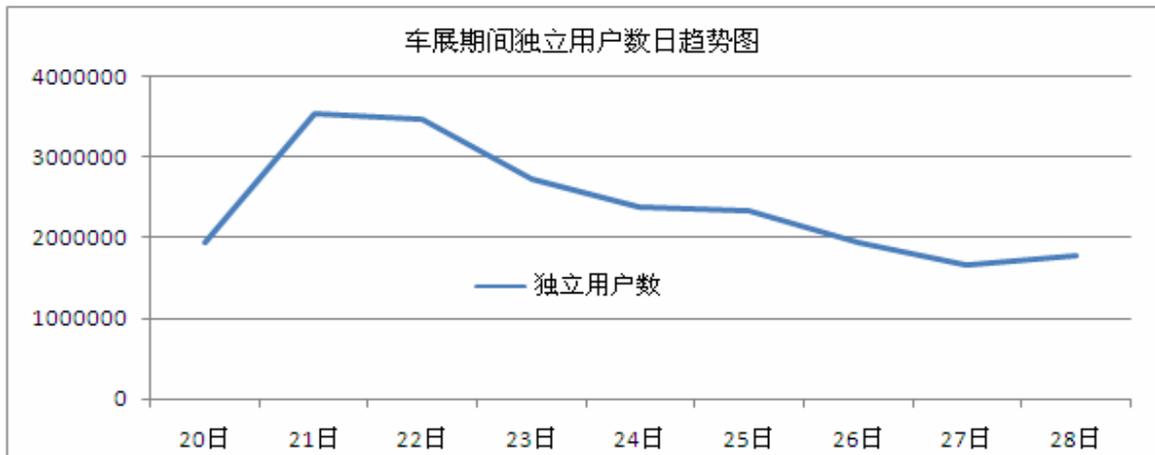
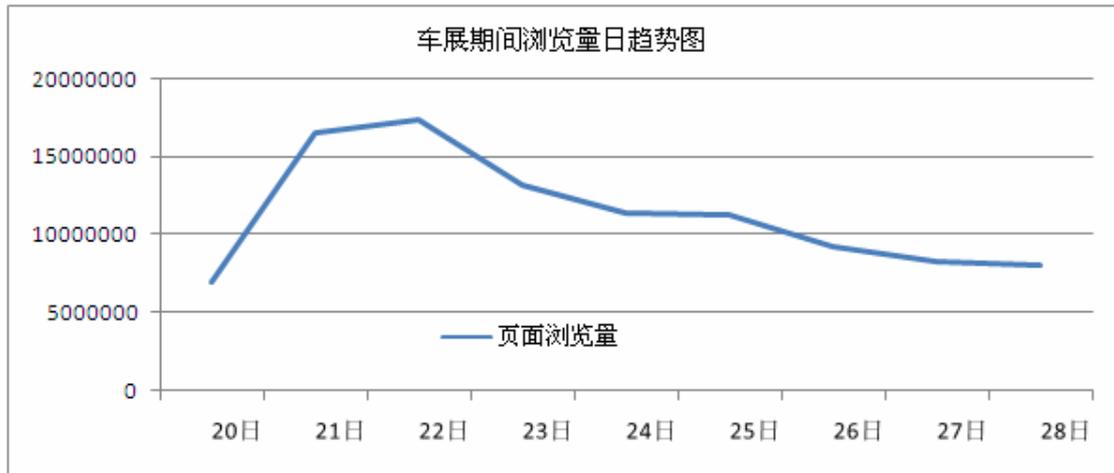
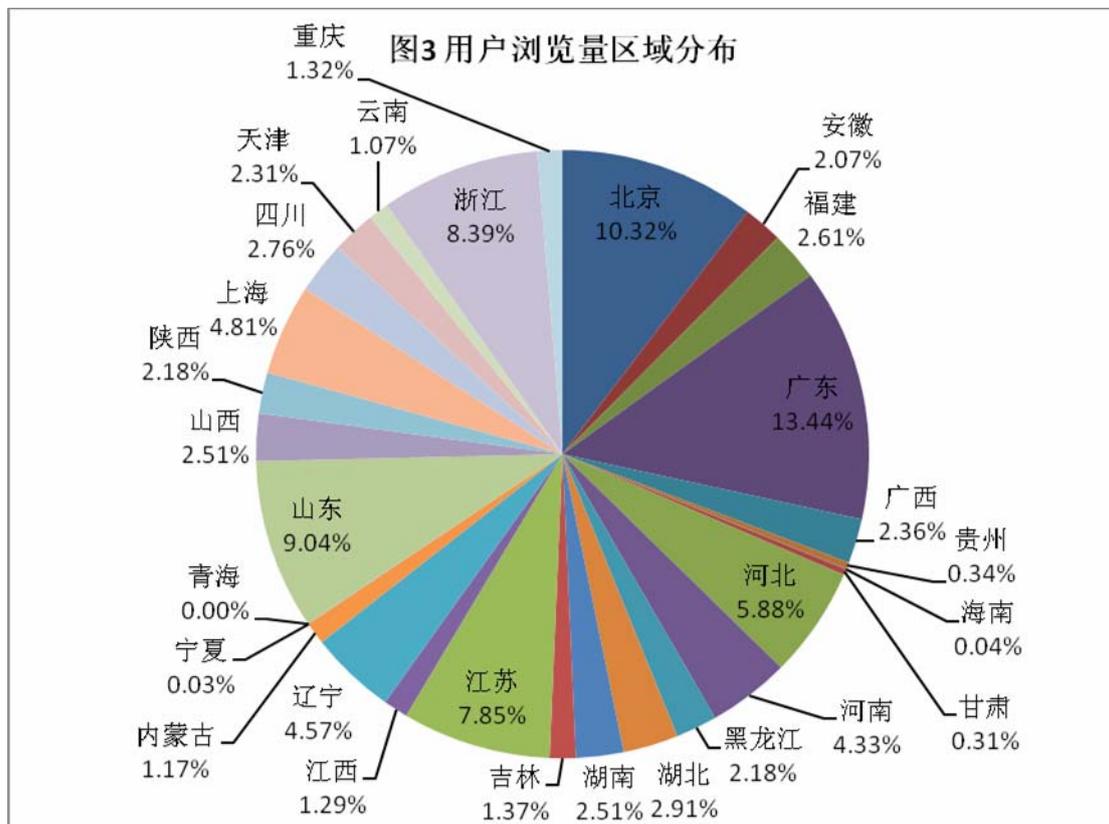


图 2：车展期间日浏览量比较分析



2. 用户浏览量地域分布

车展受到全国各地用户的关注，但主要集中在经济较发达地区和北京周边省市。超过 80% 的用户浏览量来自东部地区，仅北京、广东、浙江、江苏、山东 5 省的用户浏览量就占了 50%。



3. 热点排行

3.1 热点车型

豪车依然是车展最吸引眼球的话题。车展开幕当天，布加迪卫航 16.4 跑车就以 2500 万的天价卖出，并占据了用户关注度的首位，持续成为新闻热点。与此相对照，保时捷卡宴 Turbo S、劳斯莱斯加长幻影、迈巴赫等豪华品牌的网民关注度则远远落在后面，车展的网络传播效果大打折扣。

红旗 SUV 高居第二，显示红旗作为国人心目中的高档品牌依然有深厚的群众基础。红旗、大众 SUV Tiguan、奥迪 Q5、保时捷卡宴 Turbo S 等高端品牌让 SUV 成为本次车展的一个热点。

本次车展的新车，更加贴近“老百姓买得起的车”，因此可以认为用户的关注度对未来市场有较强的指示作用。南北大众分别推出针对中国市场专门设计的 Lavida 朗逸、新宝来，一直居紧凑型车关注度的榜首。比亚迪 F1、荣威 550、新骏捷均为将量产的自主品牌，日系新飞度、第二代马自达 6、新天籁，美系的新嘉年华、新凯越，都有不少忠实的 fans。“关注度份额”是否能转化为市场份额，值得期待。

吉利汽车凭借吉利概念跑车 Geely GT、吉利熊猫成为本次车展不容忽视的一个看点，自主品牌的汽车设计和制造技术已经有了长足的进步。

表 2：车型关注度排行榜（Top20）

排名	车型	关注度
1	布加迪卫航 16.4 跑车	2647090
2	红旗 SUV	2231103
3	Lavida 朗逸	2128605
4	新宝来	2005307
5	大众 SUV Tiguan	1932549
6	吉利概念跑车 Geely GT	1717550
7	比亚迪 F1	1377403
8	荣威 550	1361724
9	奥迪 Q5	1322348
10	宝马 1 系	1198982
11	新飞度	1164941
12	骏捷	1127359
13	保时捷卡宴 Turbo S	961089
14	新嘉年华	901591

2008年北京车展网民关注度报告

15	劳斯莱斯加长幻影	893005
16	第2代马自达6	890176
17	吉利熊猫	885118
18	新天籁	849075
19	新凯越	824535
20	北京800	793417

3.2 热点品牌

大众品牌用户关注度遥遥领先，南北大众是主要支撑力量。

自主品牌占据 TOP20 中的 12 席，经过 20 多年的发展，中国制造逐渐为市场所接受。

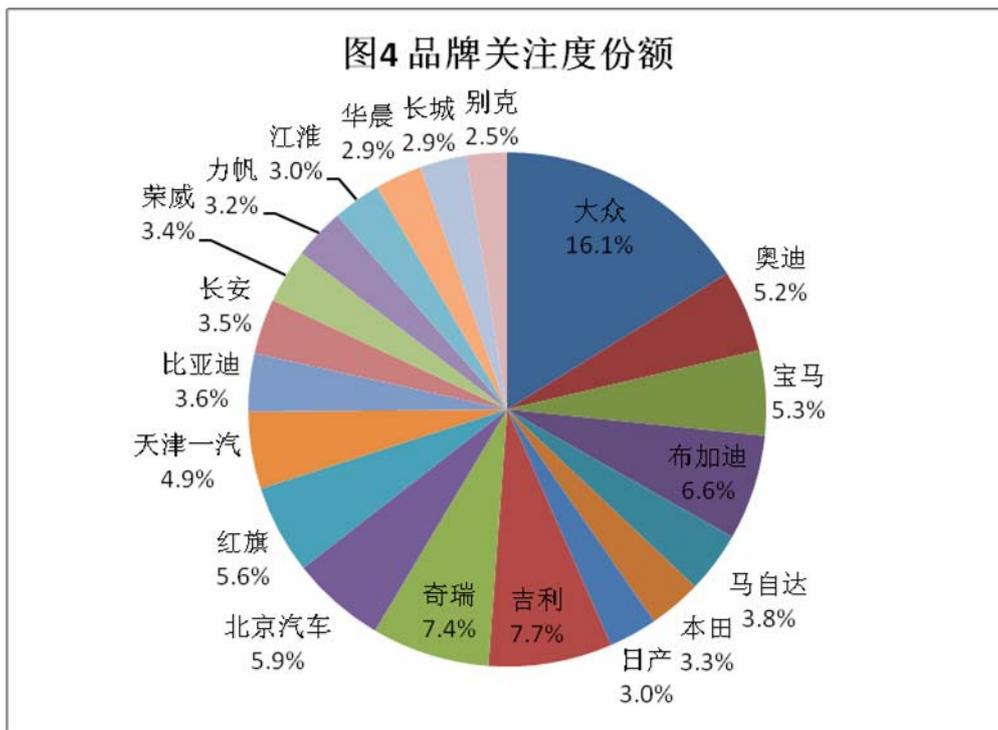


表 3: 品牌关注度排行榜 (Top20)

排名	品牌	关注度
1	大众	6447875
2	吉利	3090357
3	奇瑞	2944555
4	布加迪	2647090
5	北京汽车	2359472
6	红旗	2231103
7	宝马	2135268
8	奥迪	2063791
9	天津一汽	1938926
10	马自达	1535788
11	比亚迪	1457352
12	长安	1394016
13	荣威	1361724
14	本田	1322167
15	力帆	1276741
16	日产	1209860
17	江淮	1208180
18	华晨	1168785
19	长城	1166834
20	别克	1014217

3.3 热点技术

新能源和保技术是本次车展主要关注点。电力驱动、氢燃料、混合动力汽车最受关注，其次是造型技术、轻量化材料应用等提高能源效率的环保技术。

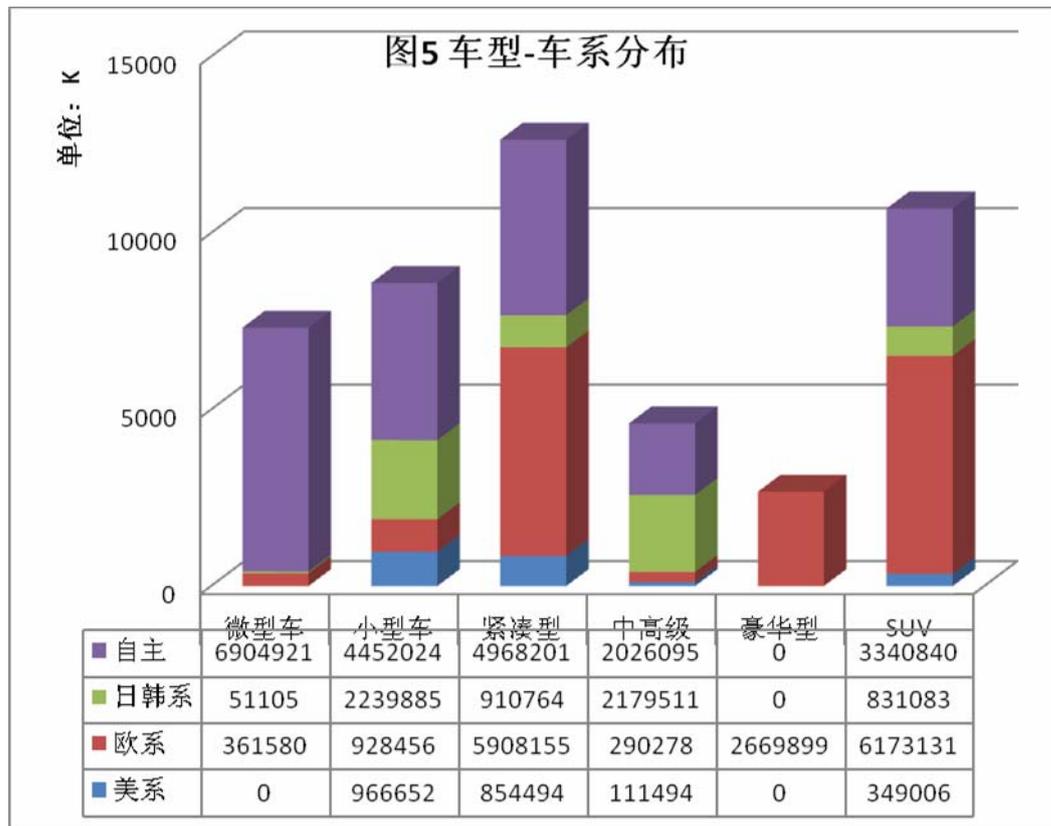
排名	新技术	关注度
1	电力驱力系统	4215383
2	电能转化为机械能	2700883
3	氢内燃机零排放	2648457
4	油电混合技术	1553831
5	城市安全系统	888083
6	造型技术	722228
7	燃料电池	610236
8	新能源	440025
9	碳纤维造车	267796
10	新引擎技术混合动力驱动技术	189178

4. 车型关注度分析

4.1 概述

和早期的车展不同，汽车厂商不再把概念车展示作为车展的重头戏，如今的车展更像是一个新车发布会，首发车、新改款车、即将投放市场的量产车吸引了用户最多的关注。因此分析用户的关注度，可以为判断未来的市场走势提供指示。

从整体上看，自主品牌在微型车关注度具有绝对优势，同时在小型车、紧凑型、中高级和 SUV 也有具有举足轻重的份额。欧系车关注度除独霸豪华型以外，在紧凑型和中高级也具有优势。日韩系车的关注度主要集中在于小型车和中高级，而美系车关注度则在小型车和中高级车等获得小量份额。



4.2 微型车关注度

微型车以自主品牌为主力。比亚迪 F1 凭借精致的设计和 4.2L 百公里的低油耗、国 IV 排放标准成为最受用户关注的微型车品牌，双安全气囊、带 EBD 的 ABS、动力转向等一应俱全。长城精灵是一款面向全球、完全按照国际一流技术标准设计开发、试制试验、性能调校的产品，经过全球各种苛刻环境测试，且外观精美、制作精良。

吉利熊猫采用“仿生学”设计，整体给人一种非常可爱的感觉。奇瑞以迎合奥运会的吉祥物五福娃为蓝本，开拓出小车族中的“多彩五娃”车系。菲亚特 500、双环小贵族都是设计时尚、又注重安全配置的微车。

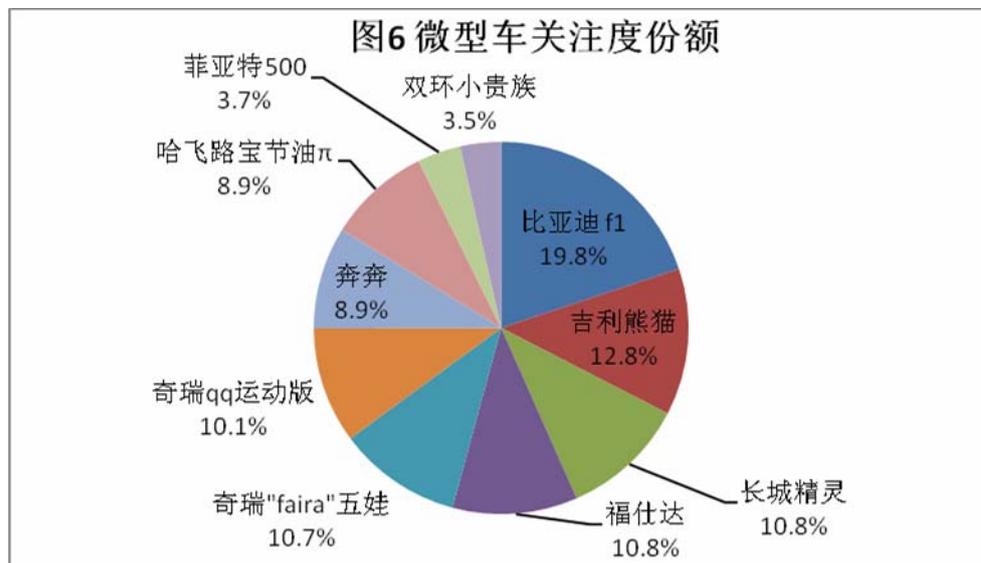
此外，海马福仕达 e 是海马承担国家 863 纯电动车研发推出的新能源概念车。奇瑞、奔奔、哈飞是微车市场的传统优势企业。

综合分析，微车关注几个点：外观设计有特色、燃油经济性、安全配置/性价比高。

表 5：最受关注的微型车

排名	型号	关注度
1	比亚迪 F1	1377403
2	吉利熊猫	885118
3	长城精灵	749741
4	福仕达 e	749678
5	奇瑞"faira"五娃	741485
6	奇瑞 QQ 运动版	699260
7	奔奔	616525
8	哈飞路宝节油 π	616525
9	菲亚特 500	260061
10	双环小贵族	244507

图6 微型车关注度份额



4.2 小型车关注度

小型车市场自主品牌将面临巨大的压力，新嘉年华、新飞度、丰田雅力士、斯柯达 Fabia 等均为高竞争力的小型车，在国际品牌价格下调后，自主品牌在该细分市场腾挪空间受到很大挤压，形势不容乐观。

新飞度以均衡取胜，拥有足够的动力，拥有中性的操控，拥有比绝大多数对手更大的空间，也拥有不错的品质。没有突出的亮点，但也没有致命的弱点。适合家庭使用。丰田雅力士设计可爱时尚，性能均衡，5 星级安全是最大的优势。两款车在国外都有二、三百万的销量。

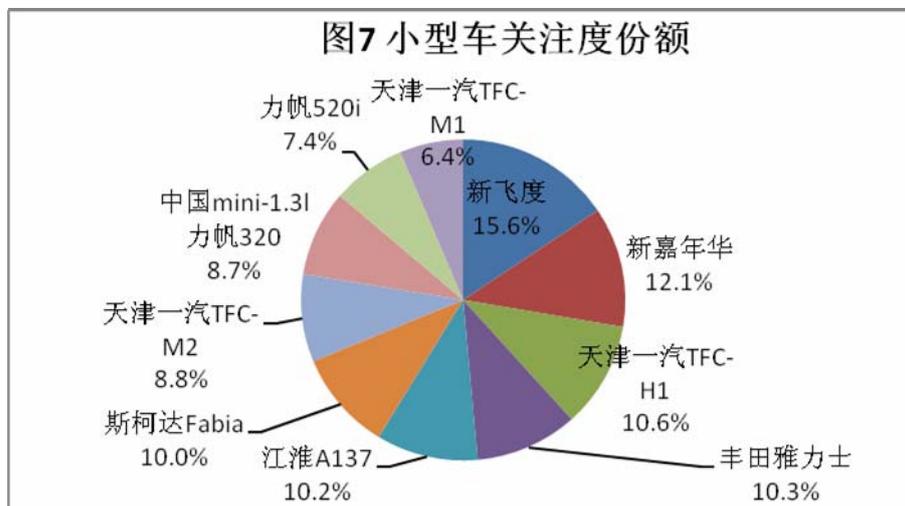
新嘉年华是福特欧洲“动感设计”的最新产品，动感时尚，专为新一代的年轻车主所设计。Fabia 的外观优雅而别致，同时又富于运动激情。这些都是国际获奖车型。

综合分析，国际品牌走精品小车路线，考虑家庭用车或针对年轻人群，自主品牌可能占领经济型小车市场。

表 6: 最受关注的小型车

排名	型号	关注度
1	新飞度	1164941
2	新嘉年华	901591
3	天津一汽 TFC-H1	793112
4	丰田雅力士	766062
5	江淮 A137	759086
6	斯柯达 Fabia	748676
7	天津一汽 TFC-M2	656732
8	中国 mini-1.3l 力帆 320	645867
9	力帆 520i	553011
10	天津一汽 TFC-M1	474736

图7 小型车关注度份额



4.3 紧凑型车关注度

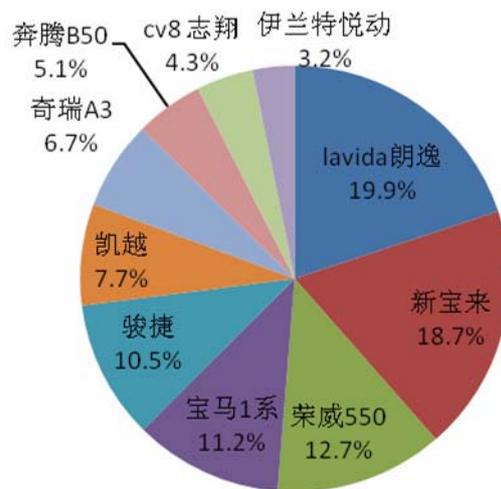
紧凑车细分市场整体用户关注度最高，上海大众 laveda 朗逸和一汽大众新宝来为代表的欧系车在用户关注度方面优势明显，荣威 550、华晨骏捷、奇瑞 A3、奔腾 B50、志翔也都有不俗的表现，均为该段代表车型。

综合分析，紧凑型车型从以前的代步工具阶段进一步向满足家庭使用综合需求的更高阶段过渡，在内部空间、配置水平、安全性、舒适性等方面有质的飞跃。

表 7：最受关注的紧凑型车

排名	型号	关注度
1	laveda 朗逸	2128605
2	新宝来	2005307
3	荣威 550	1361724
4	宝马 1 系	1198982
5	骏捷	1127359
6	凯越	824535
7	奇瑞 A3	720597
8	奔腾 B50	551165
9	cv8 志翔	461234
10	伊兰特悦动	338034

图8 紧凑型车关注度份额



4.4 中高级车关注度

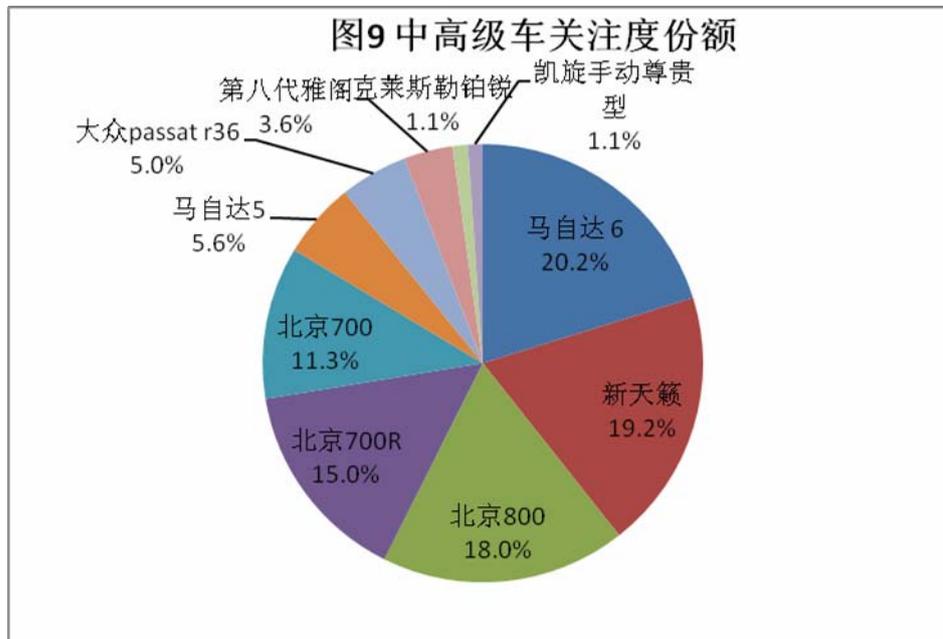
日系车依然是中高级市场的主力，第二代马自达 6、新天籁最被关注，北京牌系列概念车为 TOP10 中高级车中唯一自主品牌。

综合分析，中高级车造型更加硬朗、动力进一步提升是突出特点，顶配款呈豪华性趋向。

表 8：最受关注的中高级车

排名	型号	关注度
1	第二代马自达 6	890176
2	新天籁	849075
3	北京 800	793417
4	北京 700R	663539
5	北京 700	498303
6	马自达 5	245946
7	大众 Passat R36	220150
8	第八代雅阁	157226
9	克莱斯勒铂锐	49684
10	凯旋手动尊贵型	47769

图9 中高级车关注度份额



4.5 SUV 关注度

SUV 高端品牌关注度高，紧凑型豪华进口车品牌占优。自主品牌北京 B40、悍虎 3 属经济型 SUV。

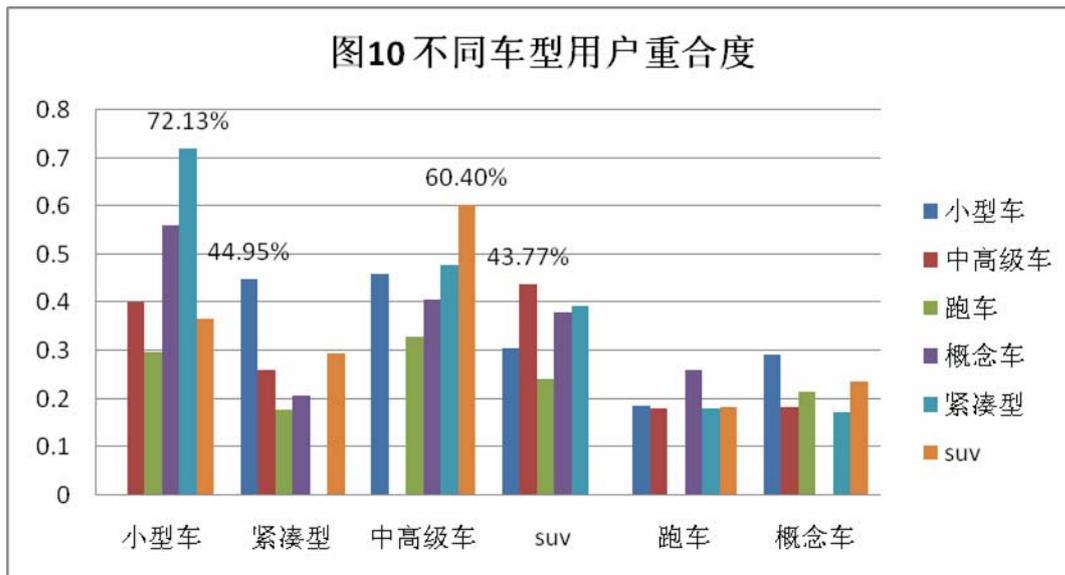
表 9：最受关注的 SUV 汽车

排名	型号	关注度
1	红旗 SUV	2231103
2	大众 suv tigan	1932549
3	奥迪 q5	1322348
4	保时捷卡宴 turbo s	961089
5	奔驰 glk	611634
6	宝马 x6	539079
7	北汽 B40	337263
8	悍虎 3	306710
9	雷克萨斯 lx750	220603
10	沃尔沃 XC90	213595

4.6 车型—用户重合度分析

数据分析显示，相邻车型的用户重合度高。其中小型车用户与紧凑型用户重合度最高，达 72.35%，中高级车用户与 SUV 用户重合度也较高，达 60.40%。

图10 不同车型用户重合度

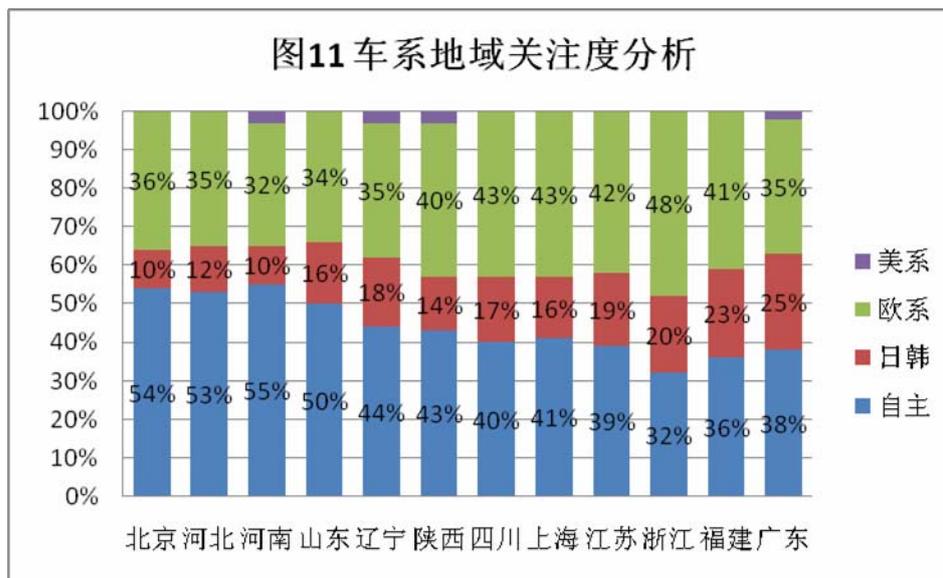


4.7 车系地域关注度分析

分析不同地域用户对不同车系的关注度发现，不同地域的车系关注度差异明显。在华北，自主品牌的用户关注度超过 50%，高于其它省份 15%左右。日系车的用户关注度从南到北呈梯度下降，华南约 25%，华东、西南、东北 15-20%，华北 10%左右。

欧系车南方也是高于北方，浙江接近 50%。

（说明：该项分析未包含豪车品牌，以用户通常购买的量产车为主。）



5. 厂商关注度分析

一汽大众和上海大众依靠旗下的多品牌支撑，是本次车展最受关注的厂商。自主品牌汽车厂商占居 TOP10 关注度的 5 席，其中奇瑞和吉利也是乘用车销售前 10 的厂商。

表 10：厂商关注度排行榜 (Top10)

排名	厂商	关注度
1	一汽大众	6360702
2	吉利汽车	3090357
3	奇瑞汽车	2944555
4	上海大众	2899640
5	一汽轿车	2839788
6	布加迪	2647090
7	北京汽车	2359472
8	宝马	2135268
9	天津一汽	1938926
10	广州本田	1688024

为了验证用户关注度与厂商实际销量之间的相关性，我们选择 08 年新车上市的厂商的用户关注度与 08 年 3 月厂商的乘用车销量进行了相关性分析。数据显示，二者相关度高达 0.636，进一步说明用户关注度份额对未来市场有较强的指示作用。

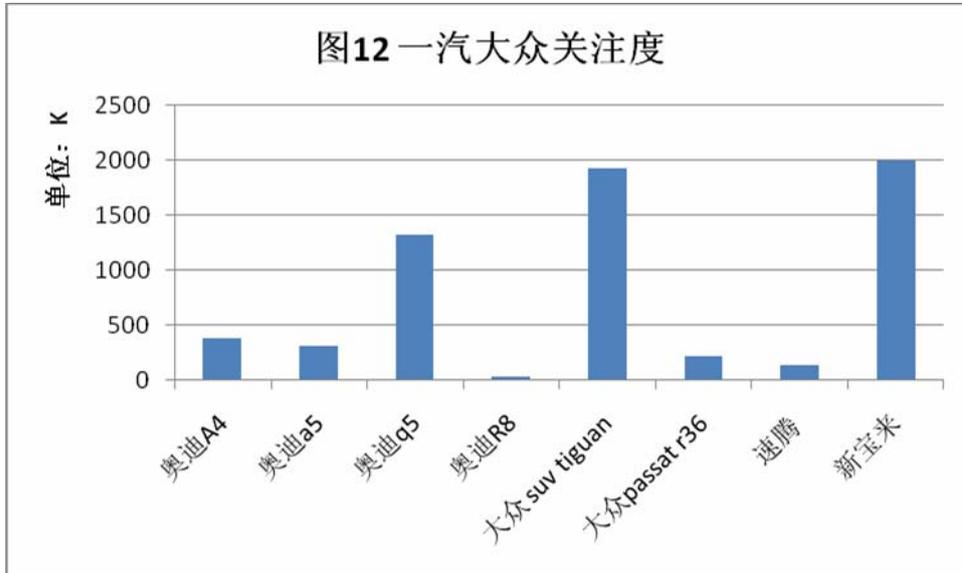
表 11 厂商关注度与销量的相关性

Correlations

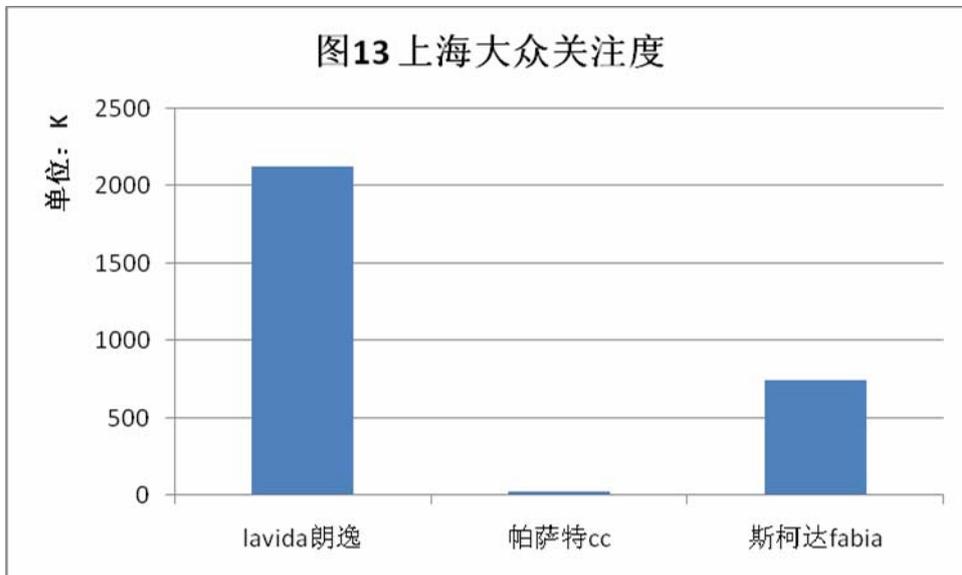
		关注度	三月份销量
关注度	Pearson Correlation	1	.636*
	Sig. (2-tailed)		.014
	N	14	14
三月份销量	Pearson Correlation	.636*	1
	Sig. (2-tailed)	.014	
	N	14	14

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

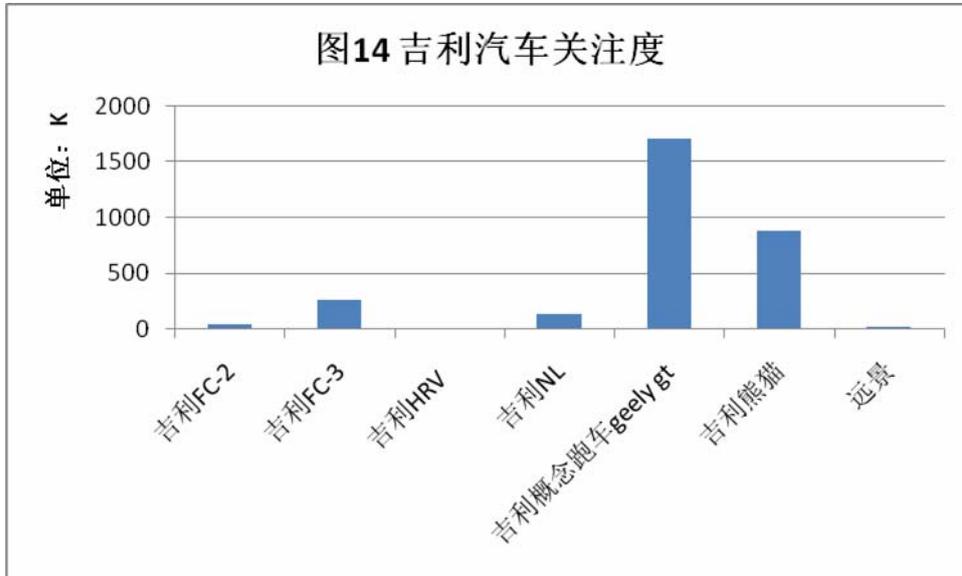
一汽大众依靠大众、奥迪双品牌支撑、关注度遥遥领先。



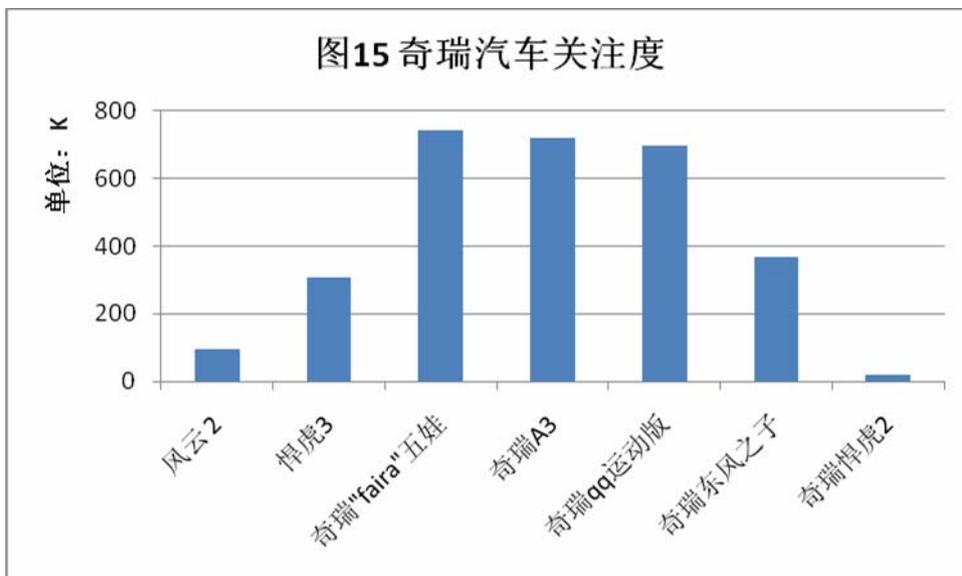
上海大众 lavidia 朗逸是最大的看点。



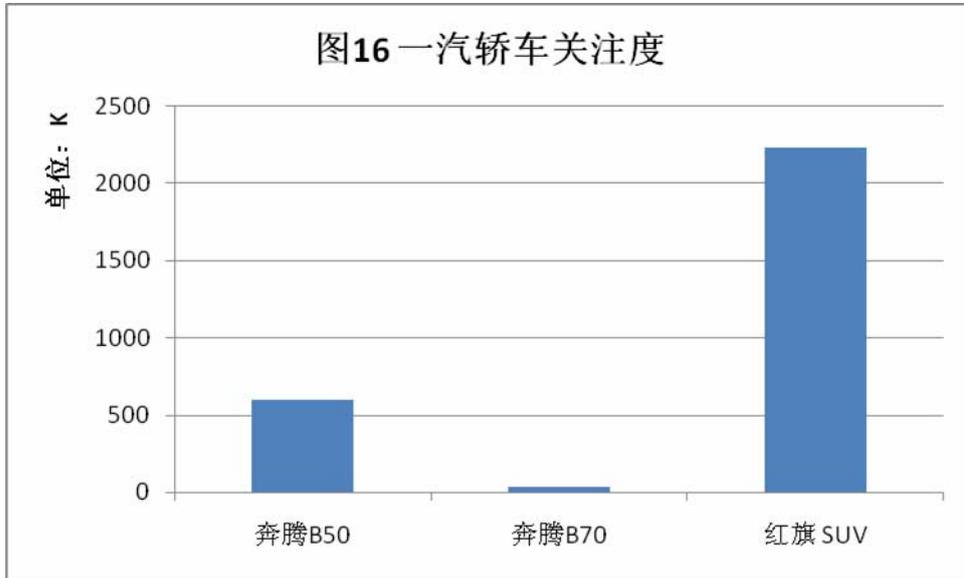
吉利汽车展示了其自主设计能力。



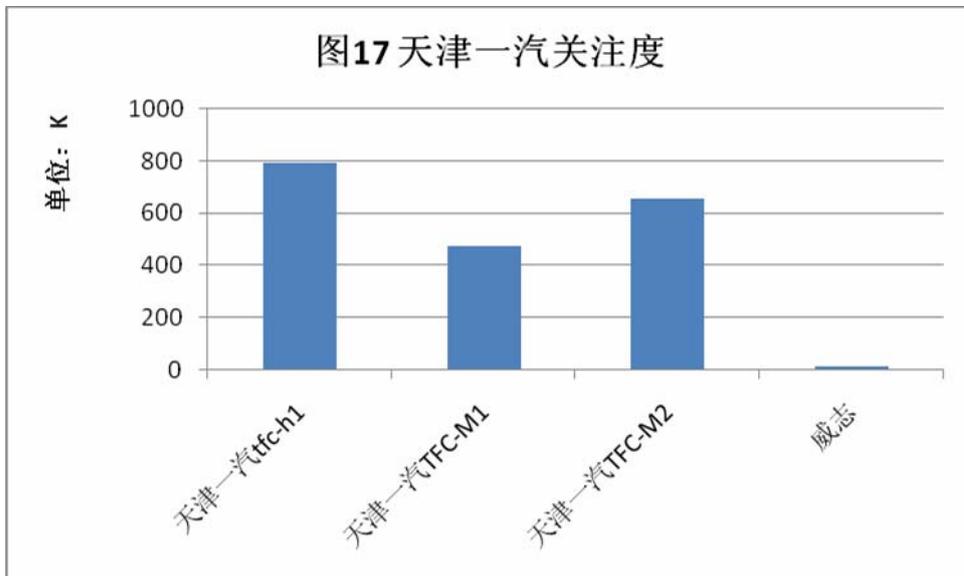
奇瑞汽车以全系列车型展示了综合实力。



红旗和奔腾为一汽轿车的主力。



天津一汽以小型车 TFC 系列进入关注度前列。



6. 结论

通过对本次车展的用户关注度分析，可以对未来市场有较强的指示作用。如今的车展不仅仅是豪车和概念车唱主角，超过车展半数的首发车、新改款车型、以及即将投放市场的量产车吸引了用户最多的关注，也是“老百姓买得起的车”。用户关注要素分析发现，用户对车的关注开始向“质”的方面转变。

南北大众分别推出针对中国市场专门设计的 **Lavida** 朗逸、新宝来，一直居车展用户关注度的前列，优势显著。

自主品牌的崛起是本次车展的一个亮点，也是我国汽车设计和制造水平方面整体提升的市场表现，吉利、奇瑞、一汽轿车、上海汽车都有不俗的实力。但是，通过细分市场的分析也发现，自主品牌面临欧系和日韩系品牌的强大竞争压力。