Audience Help

Аудитория запросов Haval M6

30 дней · Замер 05.10.2026

Вся география

558 000
Посетители

34,3 %
Женщины

65,7 %
Мужчины

Возраст

Лет	Доля
15 и младше	1,9 %
16–17	1,4 %
18–21	3,7 %
21–24	3,1 %
24–27	4,2 %
27–30	4,0 %
30–35	14,2 %
35–45	36,7 %
45+	30,8 %

География

Города	Доля
Москва	22,0 %
Санкт-Петербург	13,4 %
Челябинск	5,7 %
Краснодар	4,7 %
Нижний Новгород	4,5 %
Екатеринбург	4,3 %

Интересы

Раздел: интерес	Посетители	Доля	Аффинити
Авто: Авто средний класс	98 000	17,6 %	+1 187 %
Мобильные устройства: Мобильные устройства	60 000	10,8 %	+1 061 %
Бытовая техника: Холодильники	59 000	10,6 %	+742 %
Спорт и активный отдых: Спортивное оборудование и инвентарь	68 000	12,2 %	+708 %
Электроника и фото: Теле- и видеотехника	60 000	10,8 %	+691 %

Портрет аудитории

Аудитория из 558 000 человек, ищущая Haval M6, — в основном мужчины (65,7%). Ядро по возрасту — люди 35–45 лет (36,7%) и старше 45 (30,7%), то есть аудитория преимущественно 35 лет и старше. Живут они по всей географии: Москва — 22%, Санкт-Петербург — 13,4%, далее Челябинск (5,7%), Краснодар (4,7%), Нижний Новгород (4,5%), Екатеринбург (4,3%). Отличительные черты: более половины уже владеют автомобилем (58,8%), треть интересуются покупкой загородной недвижимости (33,3%), а финансовые интересы — вклады и депозиты (32,4%) и банковские услуги (31%) — выражены у трети. Доход семьи у 82,8% выше среднего, у 65% — средний; 81,9% работают. Получается портрет занятого человека с доходом на уровне среднего и выше, который уже ездит на машине, присматривает загородный дом, следит за новостями (34,2%) и рассматривает Haval M6 как вариант автомобиля.

Пол — среди посетителей с известным полом; возраст — с известными полом и возрастом.
Интересы — топ-5 по аффинити из разных разделов при доле от 10 %.
Доли географии и интересов — от всех посетителей. Аффинити +100 % — вдвое чаще базы; сегменты пересекаются.
База сравнения: Вся география · Все 12+.