

# 18-25岁青年用户 手机消费行为及特征分析

2017年04月

## 蜜蜂内参

让您深入洞察整个商业世界



每天精挑细选3份最值得关注的学习资料；  
不定期分享顶级外文期刊。

关注公众号：**mifengMBA**

回复“入群”加入“蜜蜂内参”城市群

**(不需要转发哦.....)**



扫一扫

回复“入群”

18-25岁，**青年**，是人生中最充满活力的年纪，作为伴随移动通信、移动互联网的发展而成长的用户群体，中国电信天翼大数据基于电信的全量数据对其进行了深入分析，并将分析结果成文于《18-25岁青年用户手机消费行为及特征的分析报告》，以便更深入的理解这一年轻群体。

## 18-25岁青年用户是国内移动互联网领域的原生用户

- 这一群体在移动互联网时代具有哪些特点？
- 其在手机消费方面表现出那些特征？
- 未来这一群体手机消费的趋势是什么？



|      |  |
|------|--|
| 样本范围 | <ul style="list-style-type: none"><li>中国电信18-25岁手机用户</li></ul>   |
| 数据账期 | <ul style="list-style-type: none"><li>2016年12月</li></ul>   |
| 口径说明 | <ul style="list-style-type: none"><li>本报告中同一厂家手机品牌未做拆分，即华为含荣耀，小米含红米</li><li>城市级别划分依据：《第一财经周刊》2016中国城市商业魅力排行榜</li><li>用户换机周期分析中的四个样本城市为随机抽取，无特定指向</li></ul> |



01

## 用户人群特征

- 男性用户比例显著高于女性用户
- 呈现南方多于北方、沿海高于内陆的分布规律
- 青年群体在二线城市分布集中度最高



02

## 手机消费现状

- 品牌选择集中度较高，top3占据市场份额近四成
- 在各价格段品牌消费选择中男性比例均高于女性
- 高端品牌消费突出，占据约三份之一的市场份额
- 高、中、低端手机消费呈现明显不同的市场格局



03

## 手机消费趋势

- 男性的换机意愿略高于女性
- 换机周期存在城市差异性，女性周期长于男性
- 苹果的品牌忠诚度最高，华为紧随其后
- 华为换机竞争力最强



## 用户人群特征

---



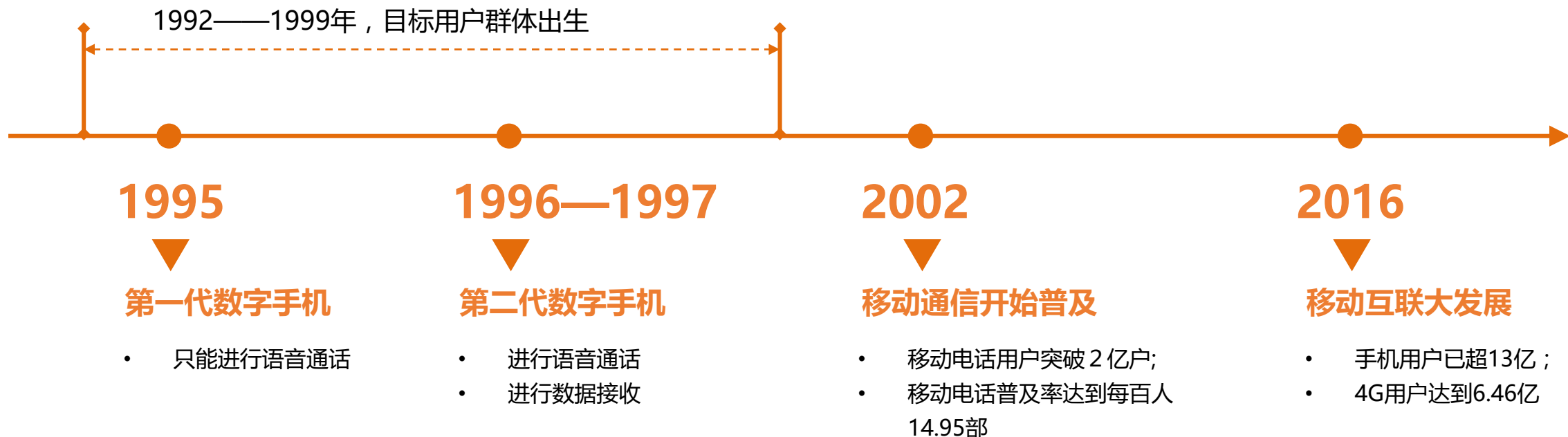
## 手机消费现状



## 手机消费趋势

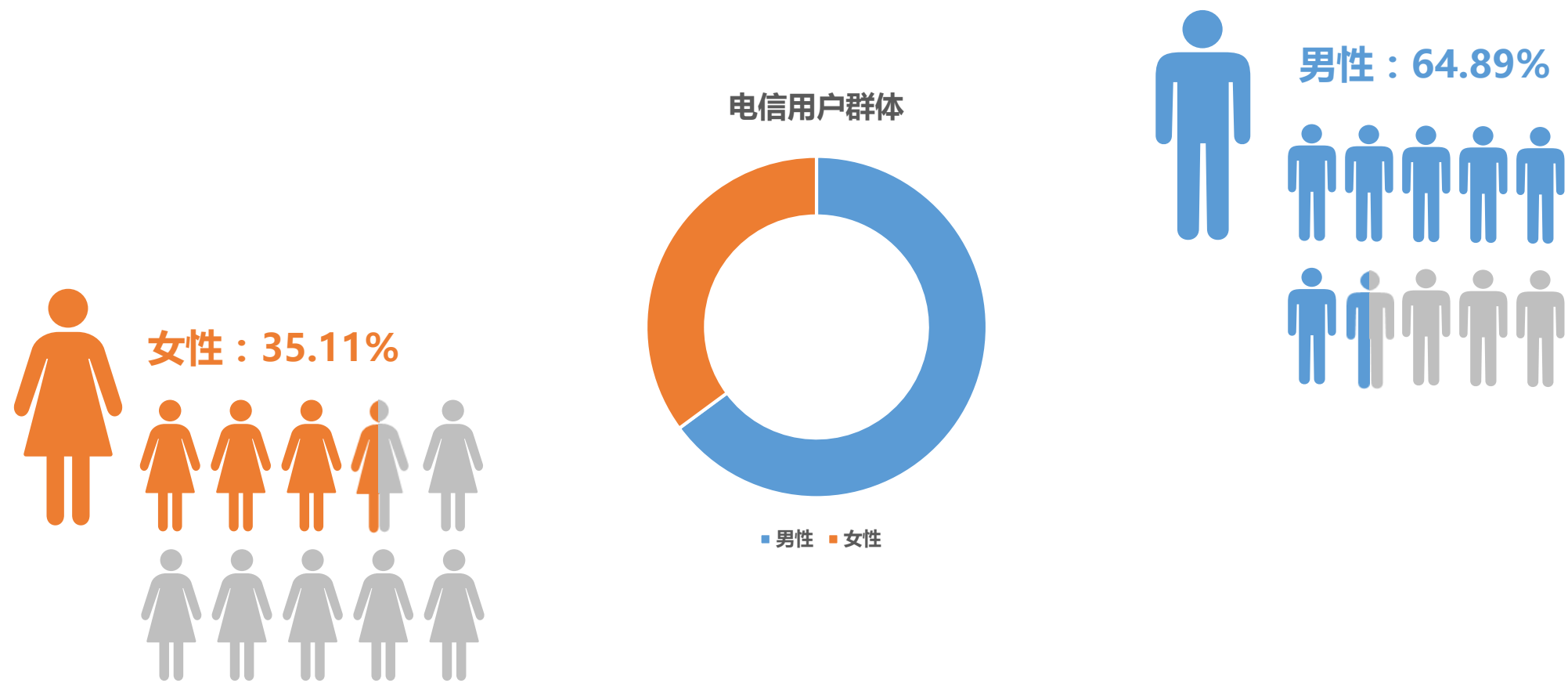
# 18-25岁青年用户基本覆盖90后群体，是移动通信与移动互联网的原生用户

从1995年到2016年，经历了移动通信、互联网、移动互联网这样一个发展剧烈、日新月异的数字化大时代，各种数字终端产品层出不穷，与70/80后、甚至更早的人相比，90后从出生开始，其成长轨迹就与时代发展的脉搏高度重合。



# 目标群体中男性比例显著高于女性

- 目标群体中男性用户比例为64.89%，显著高于女性用户



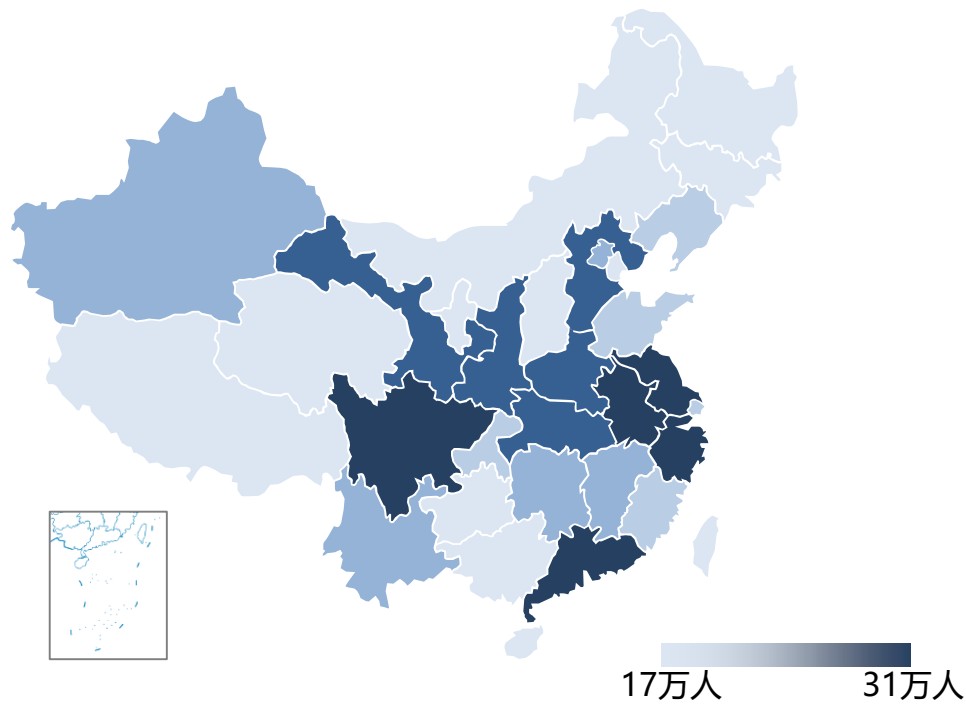
备注：1.电信用户群体性别比例为截止2016年12月底在网用户数据



# 目标群体位于广东、江苏和四川三省最多

■ 广东、江苏和四川用户量最多，仅广东一省的目标群体电信用户占比就达9.09%

全国31省18-25岁在网用户所在区域分布



目标群体在网用户量排名

| 排名 | 省份 | 用户量占比 |
|----|----|-------|
| 1  | 广东 | 9.09% |
| 2  | 江苏 | 7.55% |
| 3  | 四川 | 6.59% |
| 4  | 浙江 | 5.61% |
| 5  | 安徽 | 5.48% |
| 6  | 陕西 | 4.68% |
| 7  | 湖北 | 4.64% |
| 8  | 河北 | 4.63% |
| 9  | 河南 | 4.16% |
| 10 | 甘肃 | 3.93% |

# 蜜蜂学堂超级年卡

让更多人享受到知识与成长的快乐

- ✓ HR全模块1000小时线上实战课程
- ✓ 50份超3000页可编辑PPT蜜蜂笔记
- ✓ 1000页PPT模版&图表集（每两周更新）
- ✓ 10本畅销书籍精美思维导图

~~原价3999元~~

今限时团购399元 ¥399.00

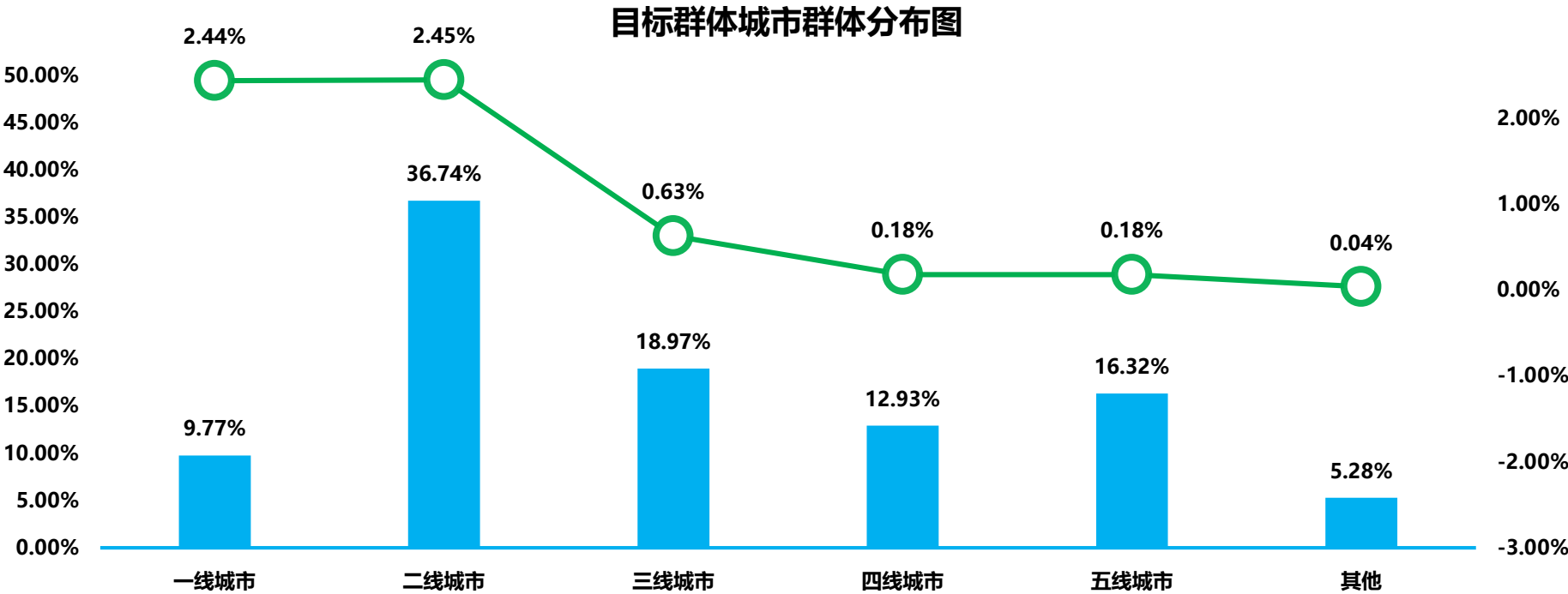
【原价3999元限时团购399】 蜜蜂学堂学习  
年卡



长按识别二维码

# 在城市群落中，目标群体在二线城市中的集中度最高

- 总量分布以发达区域为主：一、二、三线城市目标群体分布比例之和超过65%，其中二线城市分布比例最高，为36.74%；
- 二线城市渗透率最高：二线城市渗透率2.45%，高于一线城市和三线城市。



\*备注：1.数据来源于中国电信2016年12月底在网用户数据  
2.某线城市总量占比=某线城市目标用户数量/全部目标用户数量；  
3.某线城市渗透率=目标群体在某线城市总量占比/某线城市总数量  
4.城市划分依据：《第一财经周刊》2016中国城市商业魅力排行榜



用户画像



手机消费现状

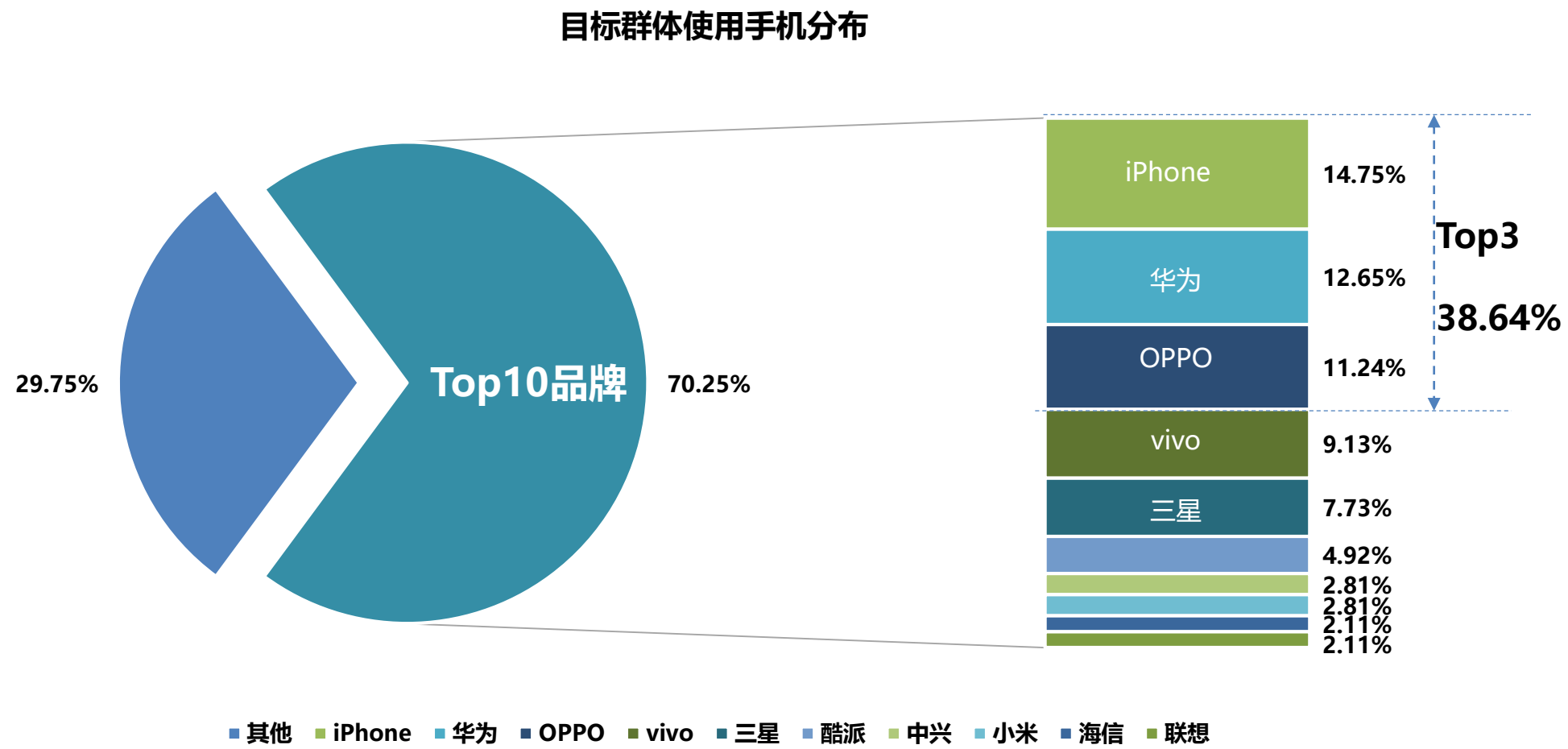
---



手机消费趋势

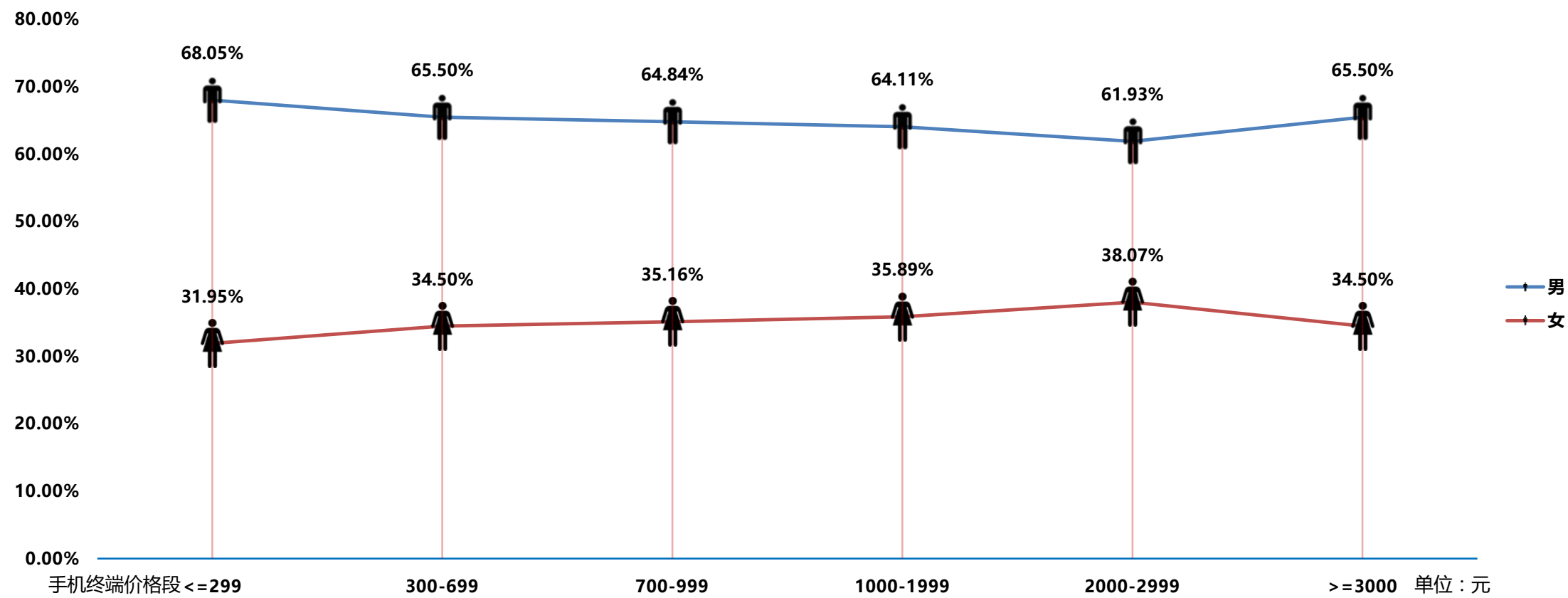
# 在手机消费选择中，目标群体的品牌选择度较为集中，其中TOP3占据近四成

■ **TOP10品牌占据主导地位**：18-25岁青年群体购买的最多手机Top10品牌占据了70%的市场份额，而iPhone、华为、OPPO是排名前三的品牌，占据市场份额近四成



# 在各价格段的手机消费中，男女性别差异呈现两头大、中间小的格局

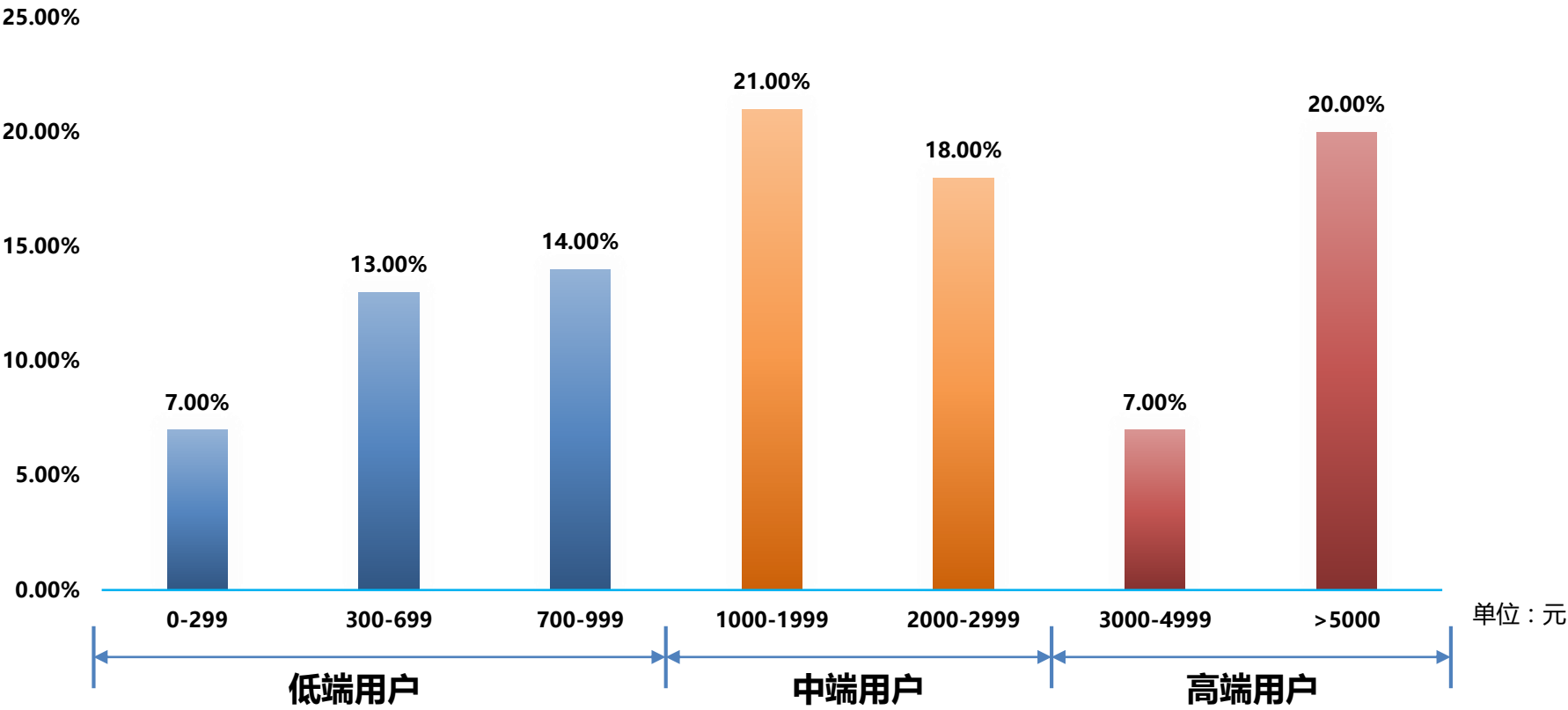
■ 性别比例差异明显：在各个价格段的手机青年用户中，男性比例都高于60%，且差值呈现两头大、中间小的格局



\*备注：数据来源于中国电信2016年12月底在网用户数据

# 在整体消费格局中，中端用户比例最高，高端用户比例最低，但依然占据27%的份额

- 目标群体存量手机均价为2428元。中端用户比例最高，达到39%；而高端用户比例为27%，其中大于5000元的用户占到了20%； 低端机型比例则为34%。



\*备注：数据来源于中国电信2016年12月底在网用户数据

# 在高端机型消费中，苹果最受18-25岁青年群体的青睐，占比高达70.15%

■ 高端机型市场集中度极高：超过98%的份额被5家厂商占有，国外品牌为主，其中iPhone占据70.16%的份额，居于主导地位。

高端用户机型分布

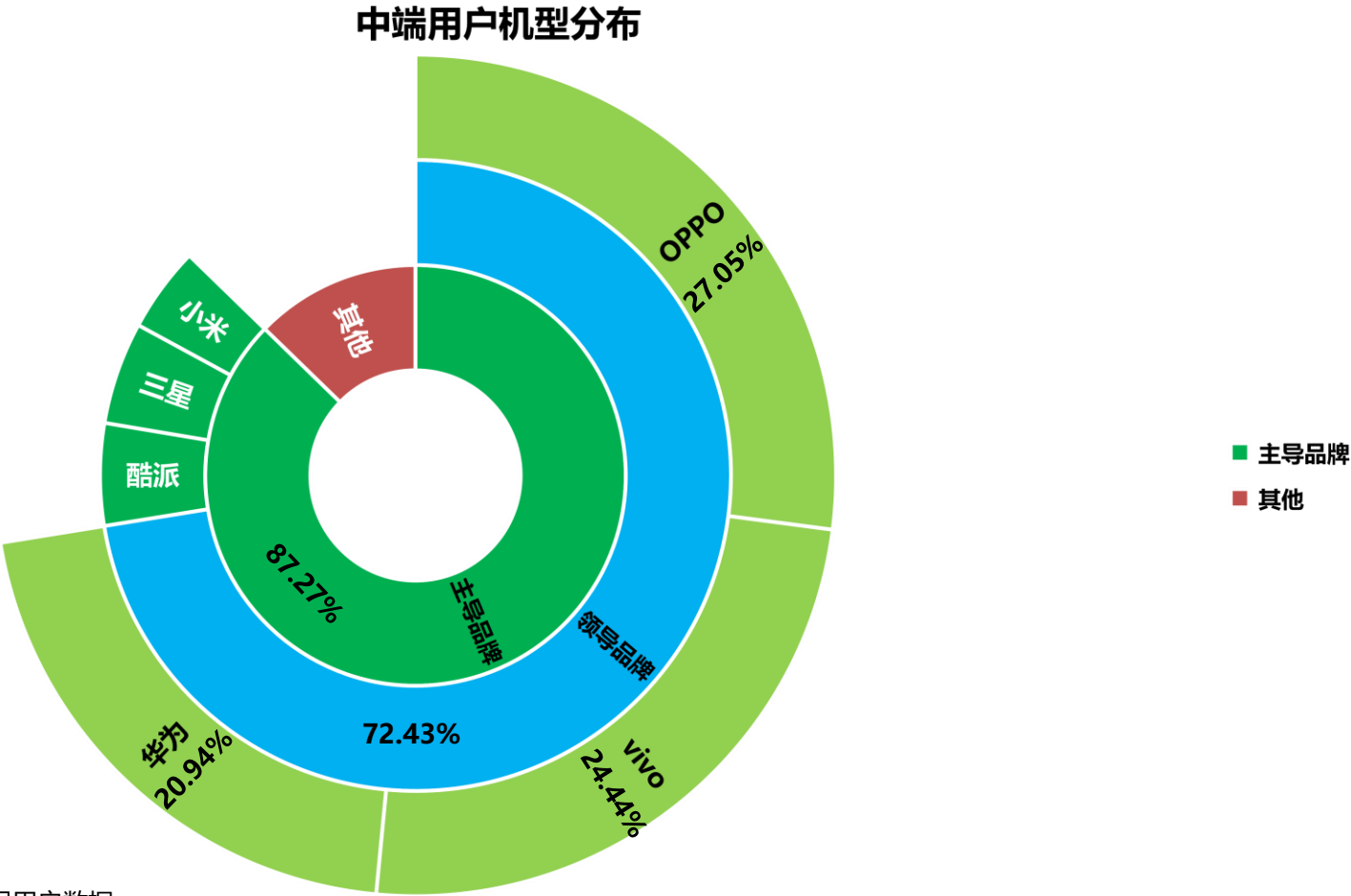


\*备注：数据来源于中国电信2016年12月底在网用户数据



# 在中端机型消费中，“国产三强”OPPO、vivo、华为成为青年用户最爱的品牌

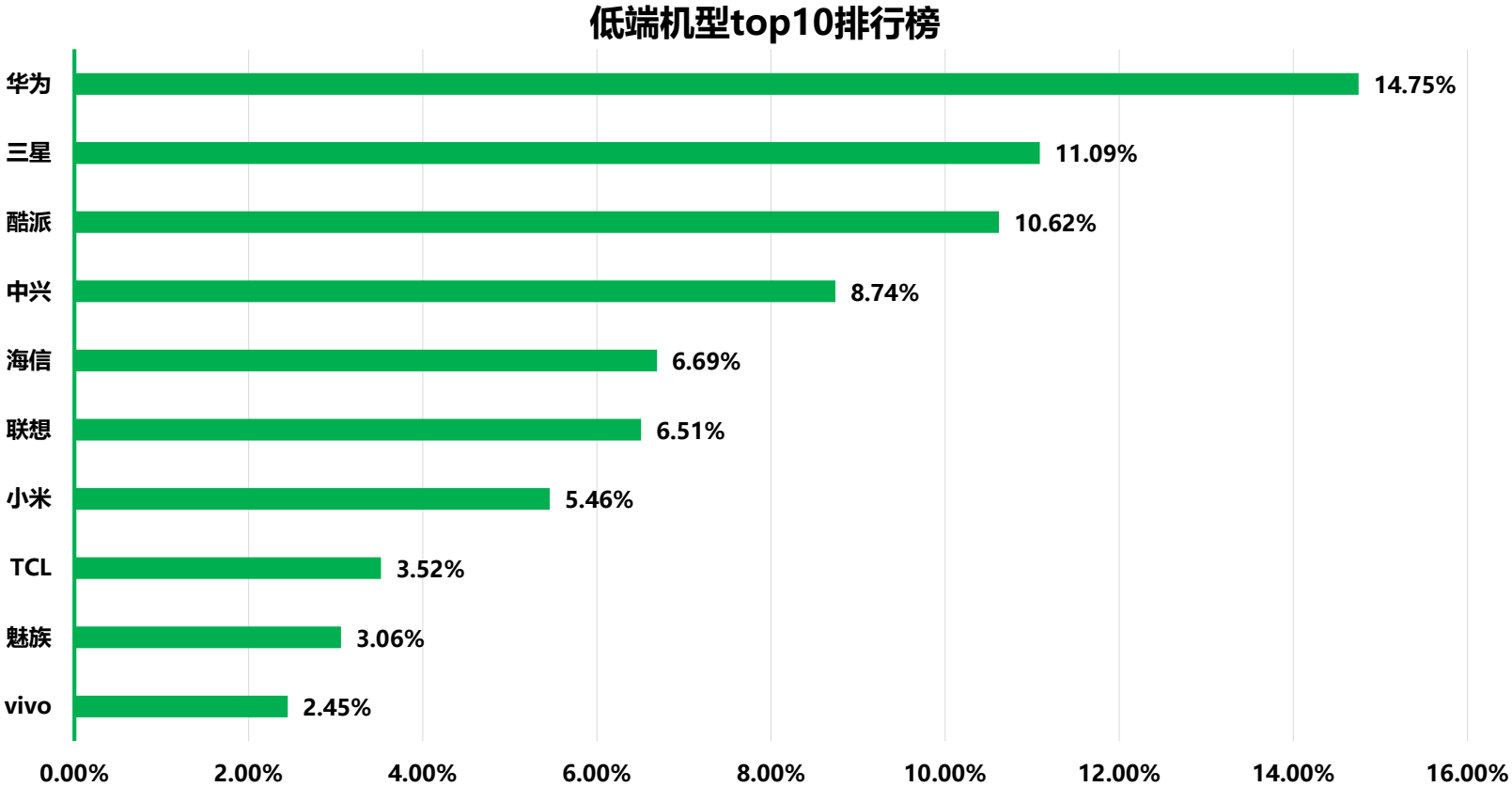
■ **中端机型三足鼎立**：手机机型中以国内手机品牌为主，超过72.43%的份额被OPPO、vivo、华为三家所瓜分，整体呈现三足鼎立的局面。



\*备注：数据来源于中国电信2016年12月底在网用户数据

# 在低端机型消费中，选择较为分散，份额最高的品牌华为也仅占14.75%的份额

■ **低端机型份额较为分散**：在低端机市场，目前主要以国产品牌为主，且市场份额较为分散，前10家厂商占据超过7成的份额，其中份额最高的华为也仅为14.75%。



\*备注：数据来源于中国电信2016年12月底在网用户数据

# 目录



用户画像



手机消费现状

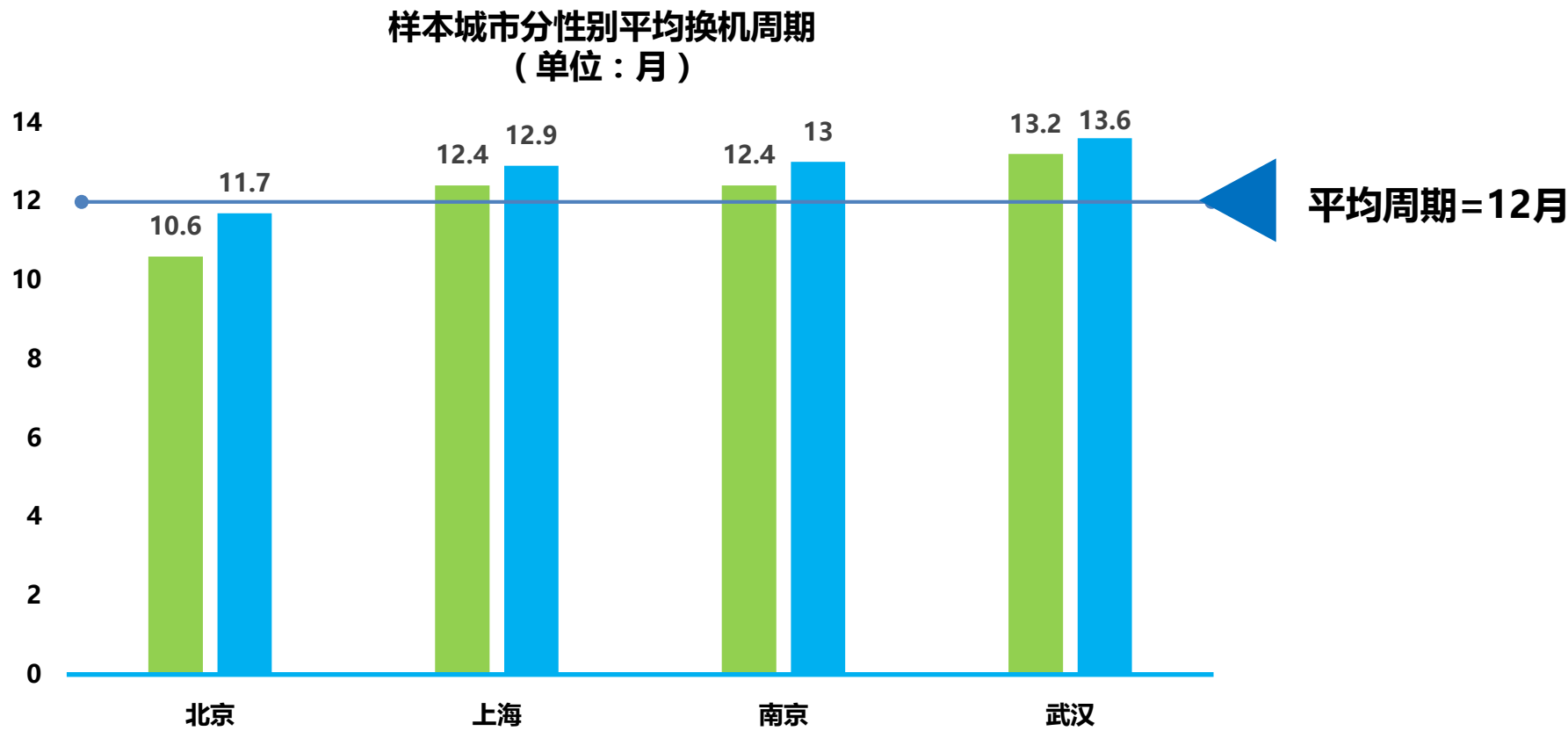


手机消费趋势

---

# 天翼大数据显示，换机周期存在较为明显的城市差异性，女性的换机周期普遍高于男性

- **周期差异**：以图中选取的样本城市为例，4个样本城市的平均换机周期为12个月；其中北京最短，武汉最长。
- **性别差异**：整体上女性的换机周期比男性要长，其中男女换机周期差异最大的是北京，女性比男性长1.1个月，最短的为武汉，仅为0.4个月。

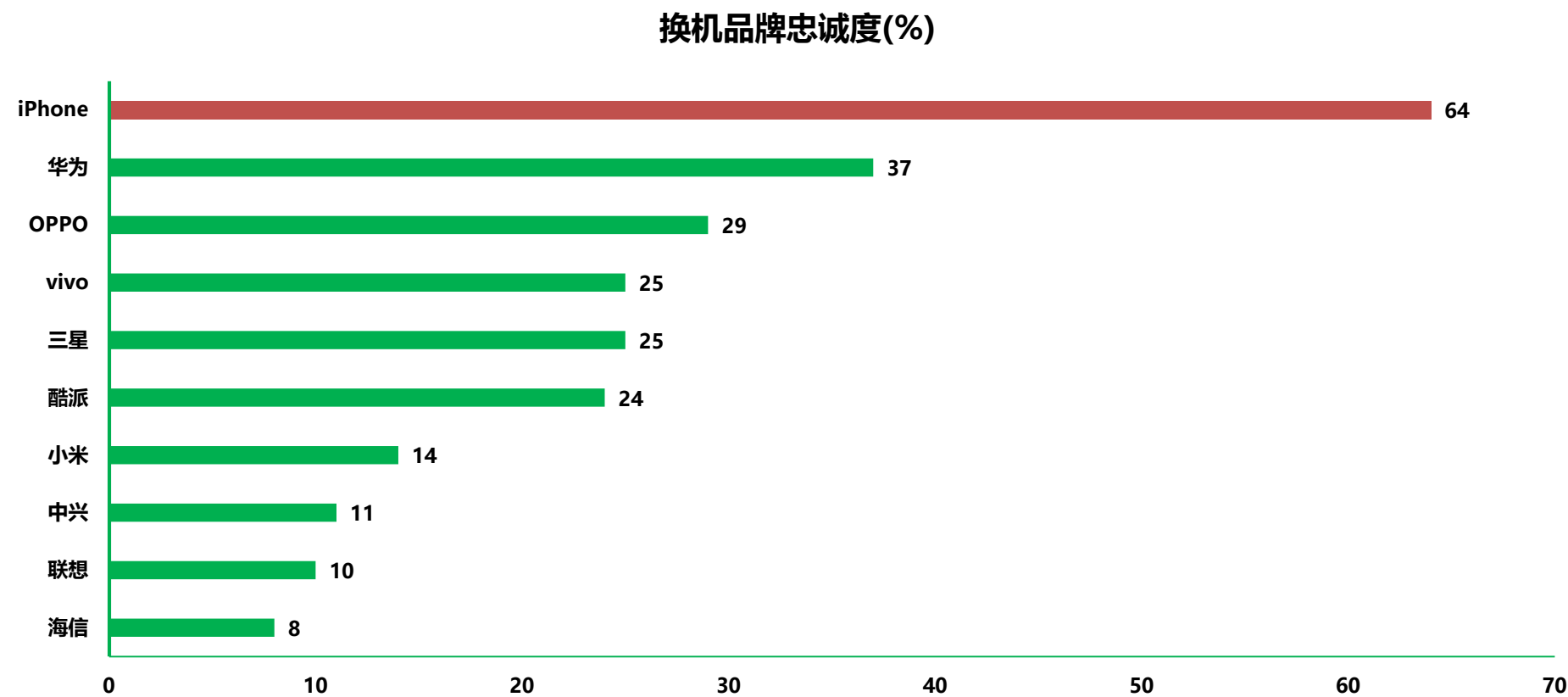


\*备注：数据来源于中国电信2016年12月底在网用户数据

■ 男性 ■ 女性

# 18-25岁换机用户，在对手机的二次选择中，对苹果的品牌忠诚度最高

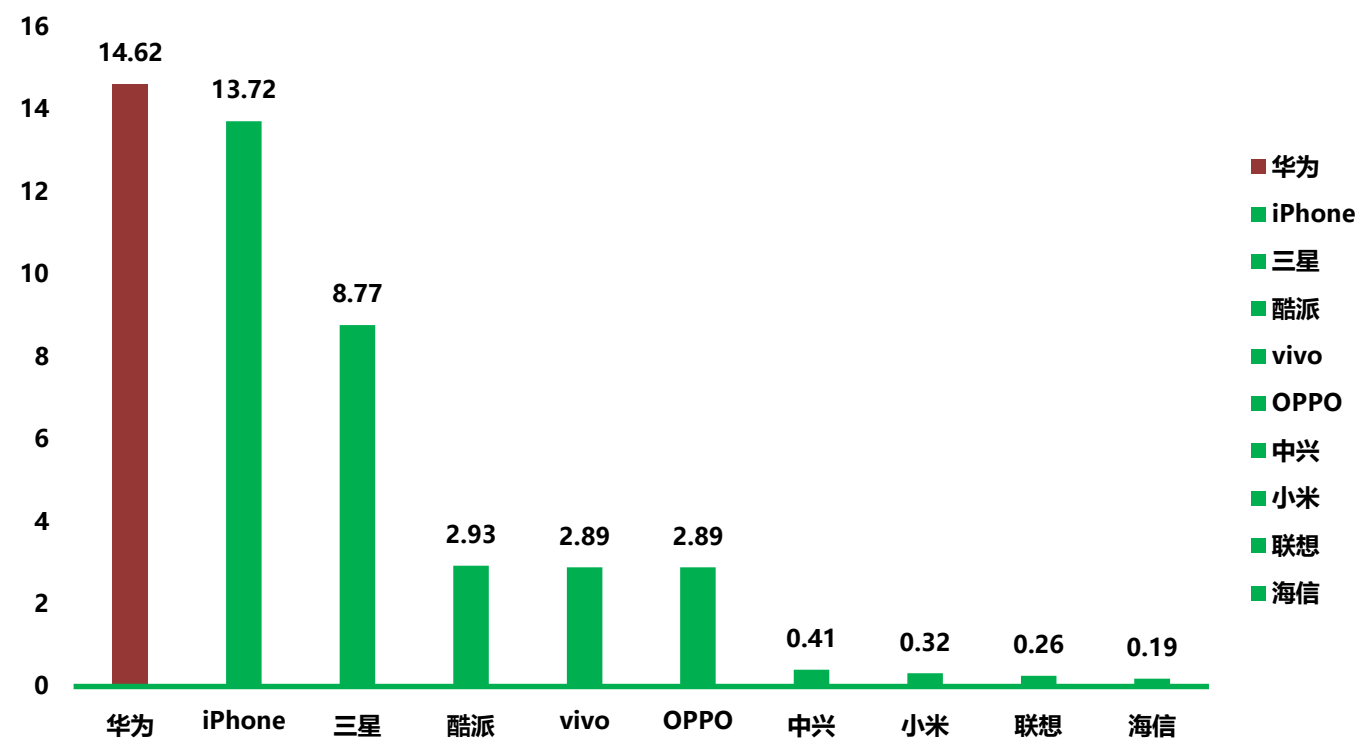
■ **品牌忠诚度分化明显**：比较流出的换机品牌TOP10数据，18-25岁青年用户对苹果的忠诚度最高；在国产品牌中，则对华为的忠诚度最高，OPPO、vivo等品牌其次。



\*备注：1. 数据来源于中国电信2016年12月底在网用户数据  
2. 换机忠诚度=换机时留在本品牌的数量/换机总数量

# 在青年用户中，华为超过苹果成为越来越多用户二次消费的首选，势头强劲

华为作为国产手机品牌的代表，具有强劲的品牌竞争力，其竞争力指数为14.62，高于苹果的13.72，成为在18-25岁青年用户中最受喜爱的手机品牌之一。



**\*备注：**

1. 数据来源于2016年12月底在网数据；

2. 某品牌竞争力指数=某品牌流失指数×留存率+其他品牌流失指数×流入该品牌比例；

3. 流失指数是人为设定流失数量TOP10品牌排名最后一位品牌流失指数为1，其他品牌相对最后一位品牌流失数量的比例为该品牌的流失指数。

# 关于我们



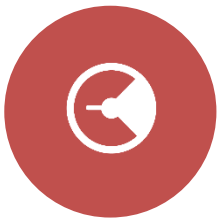
## 市场洞察

终端市场整体情况，  
规模增速、竞争格局



## 竞品分析

产品定位及发展策略、  
目标用户、市场数据



## 用户画像

用户属性、通信行为  
习惯和终端消费偏好



## 换机分析

重点品牌换机监测、  
竞品对标、换机预测



## 品牌追踪

指定品牌的价值分  
析、竞品对标



## 商圈分析

人流特征、竞争状  
况、市场饱和度分析

定制化报告

API接口

终端智慧运营服务平台

更多资讯敬请联系：中国电信云计算分公司大数据事业部 赵鑫 13301160935