



# “宅” 还是 “动”，这是个问题

关于欢度国庆黄金周的四种方式



# 报告说明

- 数据来源

- TalkingData数据中心数据来自TalkingData AppAnalytics、TalkingData GameAnalytics、TalkingData Ad Tracking的行业数据采集，以及诸多合作伙伴的数据交换，如应用市场、渠道、运营商等多种不同来源的数据复合而成。

- 数据周期

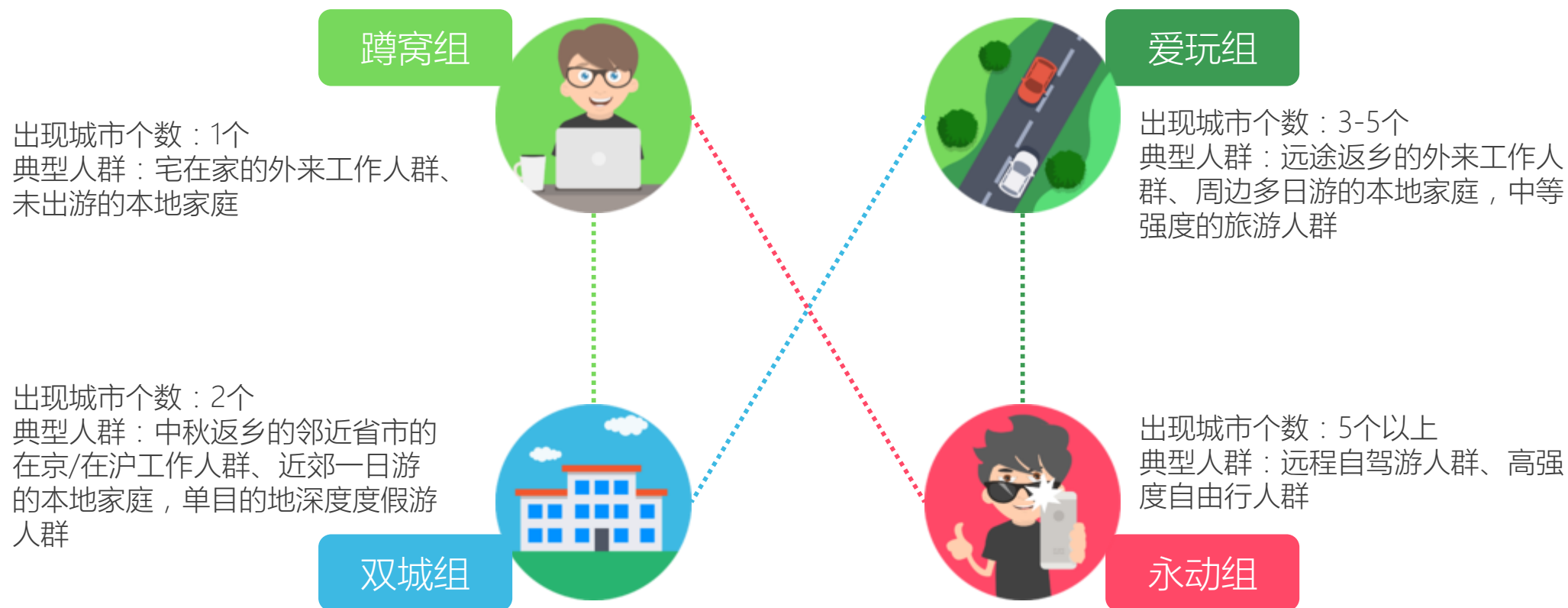
- 2017年9月-2017年10月

- 概念定义

- 北京国庆出游人群：指9月份最常出现城市为北京，且在9月29日-10月8日十天内有6天具有位置信息记录的设备人群。
- 上海国庆出游人群：指9月份最常出现城市为上海，且在9月29日-10月8日十天内有6天具有位置信息记录的设备人群。
- 人群分组规则：根据9月29日-10月8日十天内出现的城市位置信息个数计算。
- 应用类别偏好：依据设备上APP的安装和活跃以及该APP所属类型进行计算。
- 线下消费偏好：依据设备Wi-Fi信息来判断设备出现的场所，根据场所类型进行计算。

# 宅还是动，这是一个严峻的问题

2017的十一长假比以往的长一些，国庆节撞上中秋节，导致国庆黄金周假期天数妥妥增长了14.3%。是宅在家遥看景区人山人海，还是返乡过个团圆的中秋节，还是在“人人人人”中饱览祖国山河景色，这对很多人来说都是个需要面对的选择。此次我们以国庆期间活动城市的数量作为标准，从“宅”到“动”将北京、上海的常住人群分为四类，然后尝试去描述不同分群的特征。



# 不一样，他们真的不一样

依据分组规则，我们观察了四组人群的人口属性、应用偏好等行为，四组人群确实表现出了不同的特征。整体而言，女性、年轻、热爱运动、关心理财的人群更加偏好“动”，而“宅”的人更关心美食与美容。



蹲窝组

爱生活，爱美食

45岁以上人群相对更“宅”

男女比例均衡

热爱美食，喜欢美容

爱用华为、小米



双城组

中秋节，回老家

河北的北京

包邮区的上海

偏好手机预订出行



爱玩组

爱坝上，爱逛街

热爱逛街

爱用华为、小米的旗舰机

承德-张家口是经典路线



永动组

关心理财与健身

女性占比更高

热爱运动，热爱理财

关心汽车，职场精英

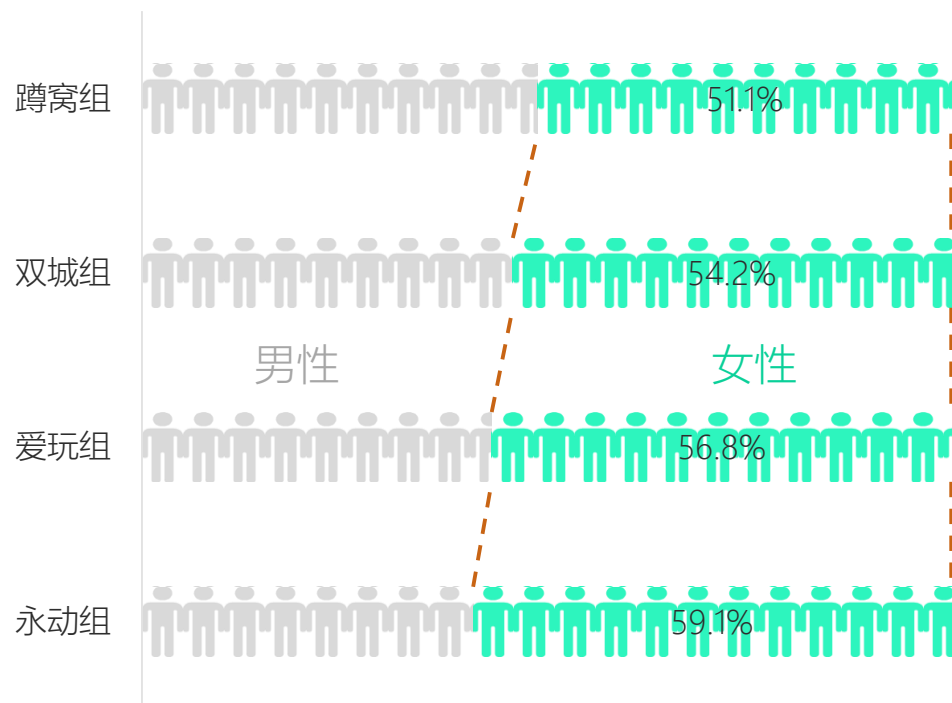
喜欢用OPPO、vivo

数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，2017年9月-10月数据

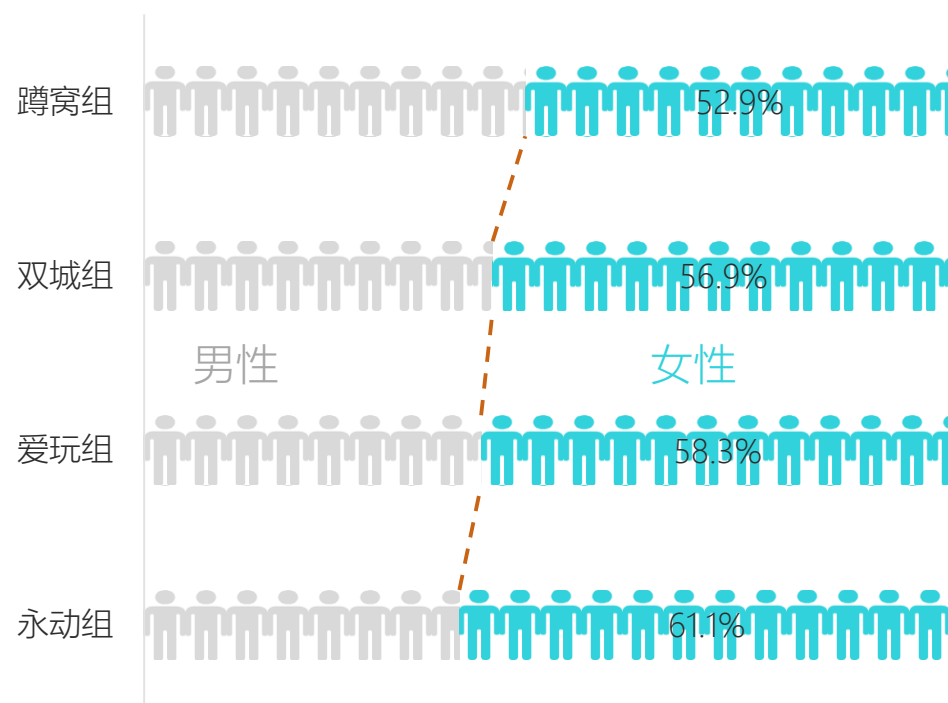
# 旅游和逛街，女性能顶“多半边天”

和逛街一样，旅游也是女性的“种族天赋”之一。北京、上海的国庆出游人群性别比例结果显示，女性相对更热爱出游。在蹲窝组数据中，男女比例相对处于均衡状态，随着十一出游城市数量的增多，国庆出游分组人群的女性占比也在提升。在两个城市的永动组中，女性占比已经在60%左右。对于热爱旅游的女性人群来说，旅游只不过是换个更大的地方来逛而已。

## 北京国庆出游人群性别比例



## 上海国庆出游人群性别比例

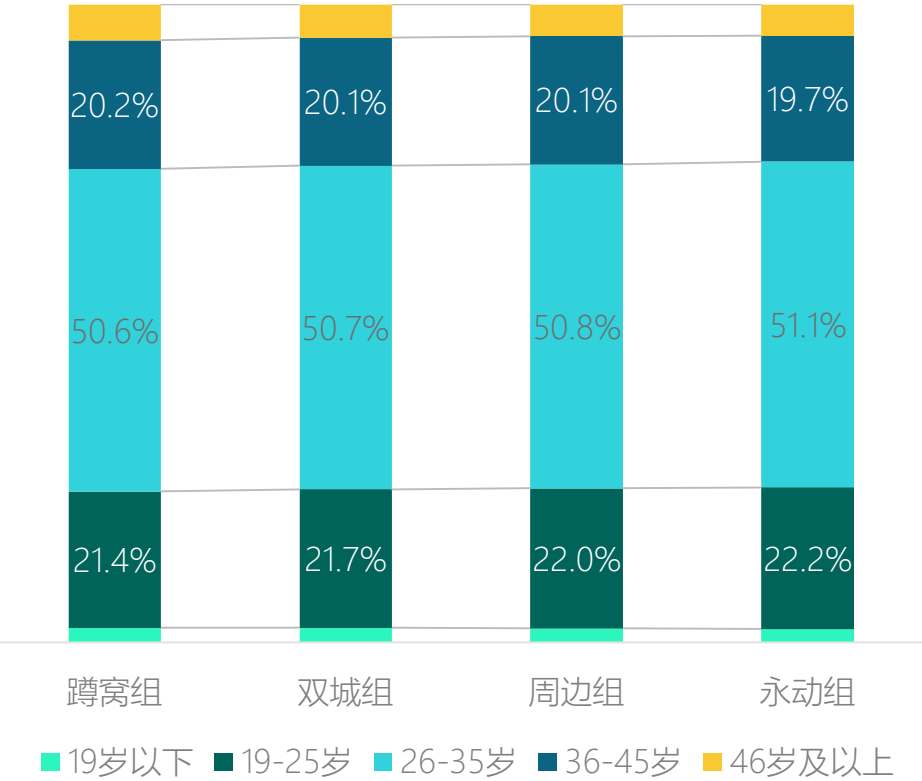


数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，2017年9月29日-10月8日数据

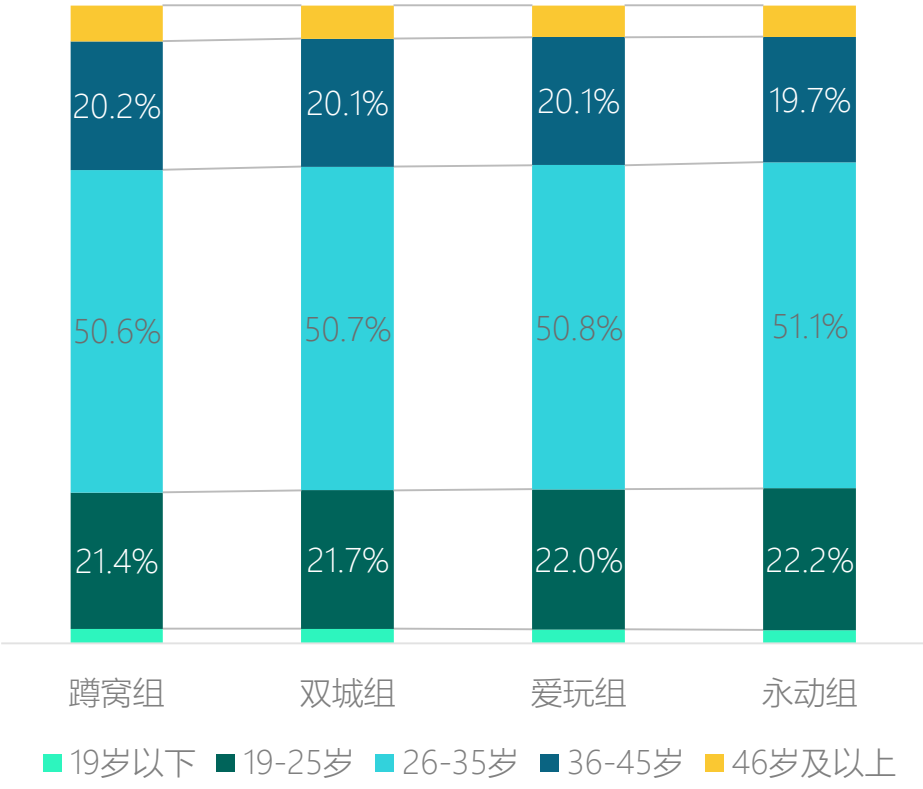
# 出游什么的，还是要趁年轻

26-35岁人群仍然是此次观察人群的主力，不管是北京还是上海的出游人群，在总共8组样本中26-35岁人群占比都超过了50%，19-45岁区间人群占比全部超过了90%。19-45岁人群体力财力兼具，是出游消费的主力军。

北京国庆出游人群年龄分布



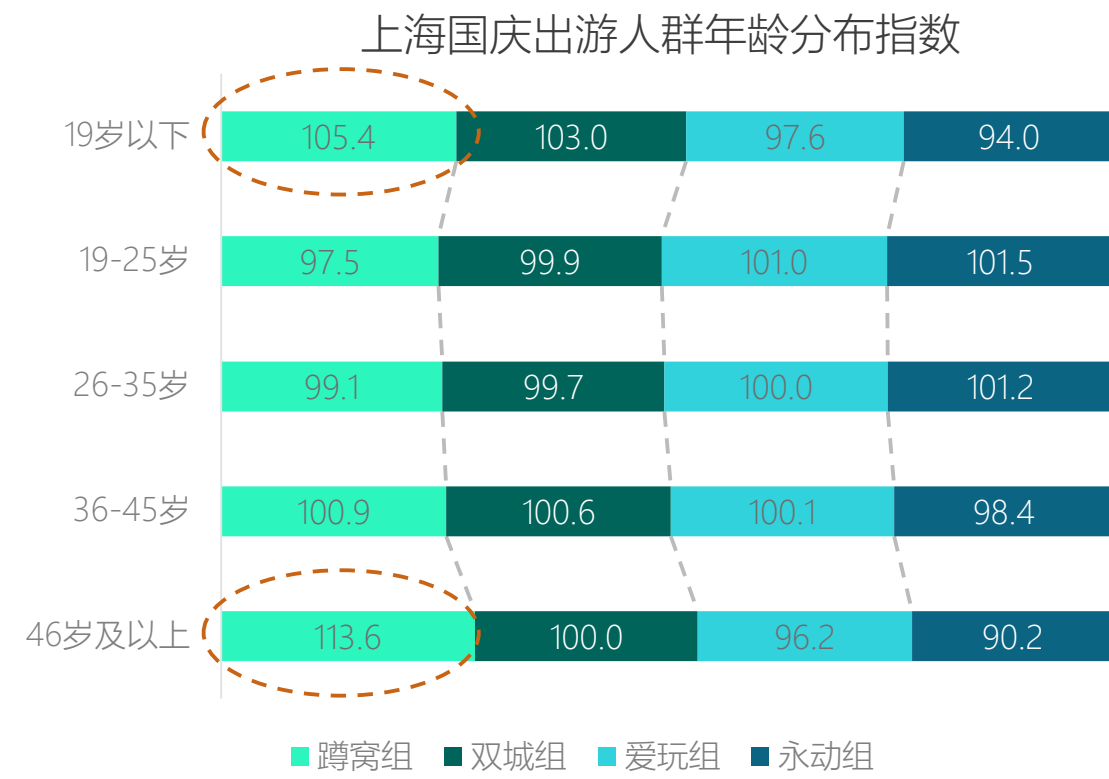
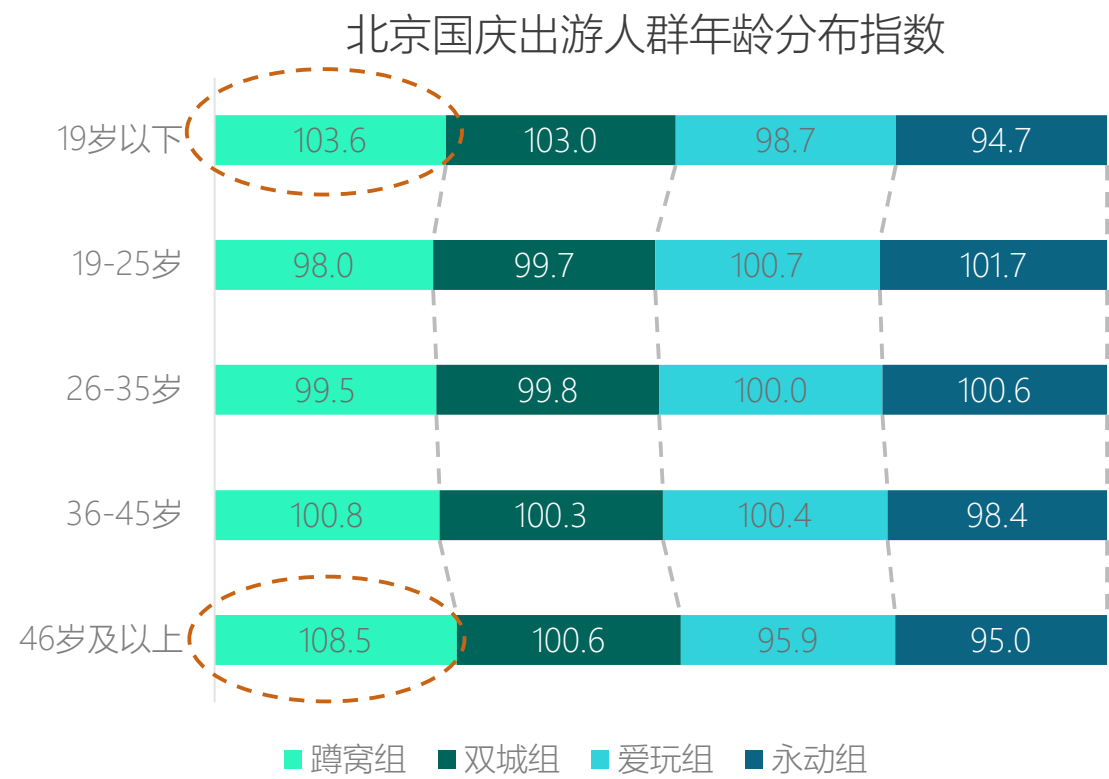
上海国庆出游人群年龄分布



数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，2017年9月29日-10月8日数据

# 旅游，是一生的兴趣

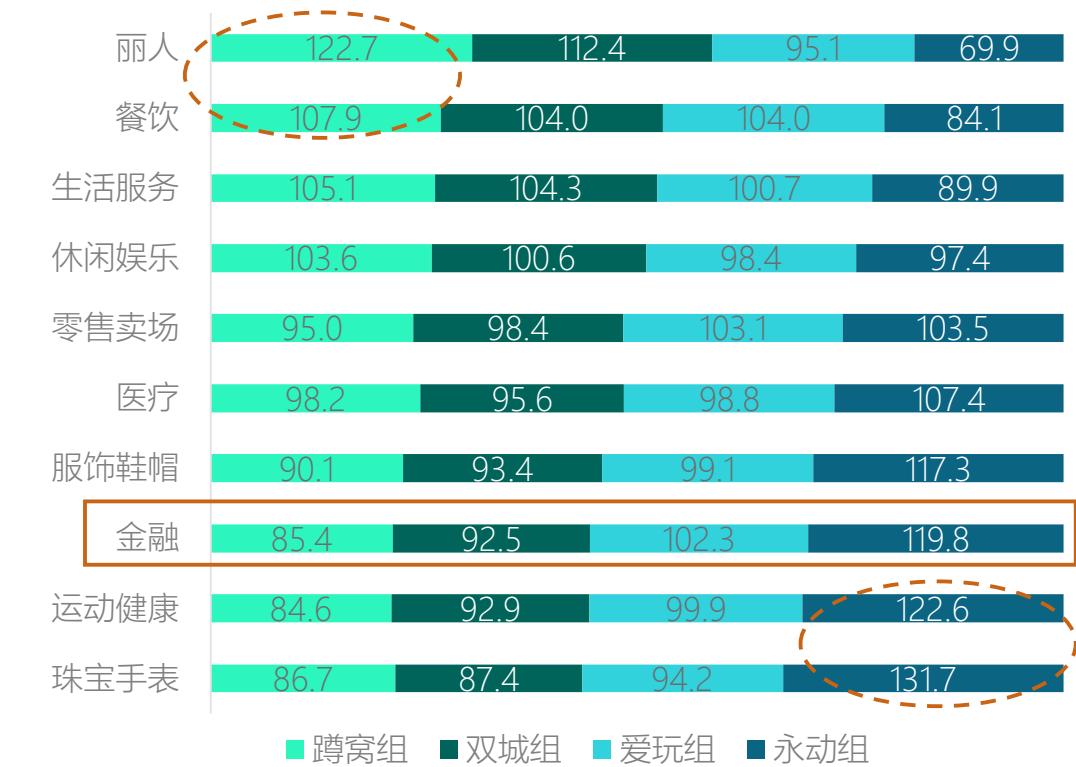
年龄因素对于出游城市个数的影响并不像性别那样明显，26-35岁人群占比在四类分组中只有轻微变化。受限于体力等因素，5个以上出游城市的高强度旅游对于19岁以下及46岁以上人群更有挑战性，人群占比降幅较明显。整体而言，各年龄段人群对于出游接受度保持在一个稳定状态，旅游是一个全年龄的兴趣。



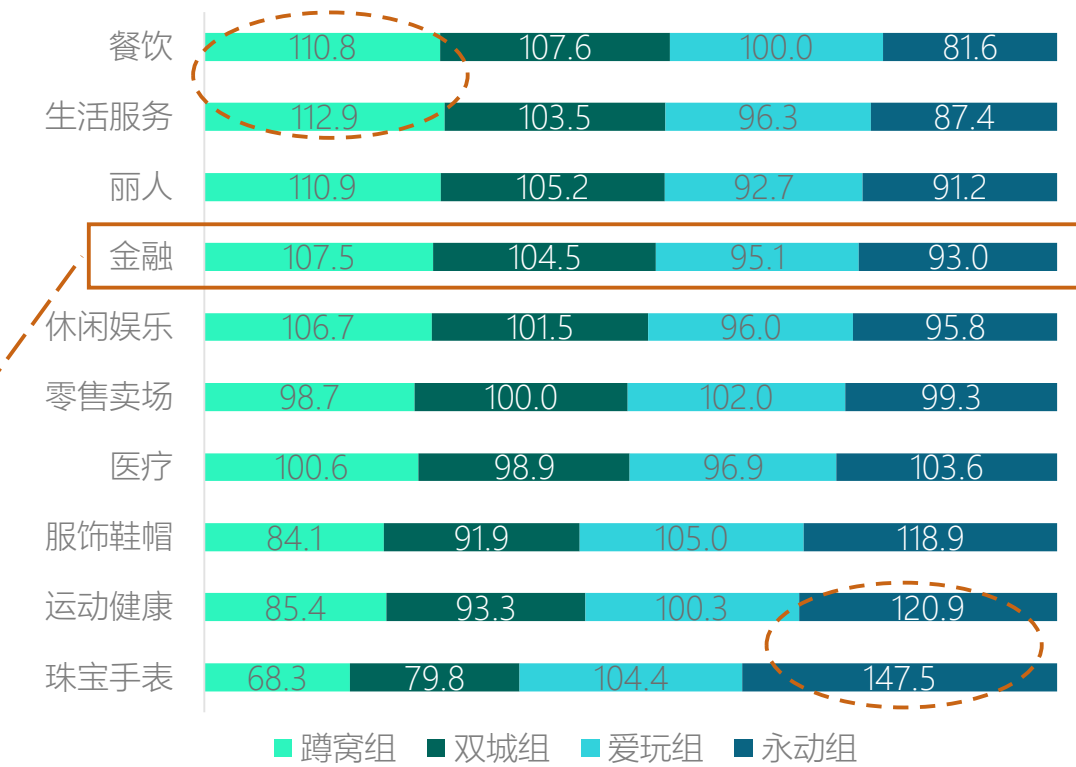
# 有精力8天去5个城市的，那都是爱运动的

“宅”属性满满的蹲窝组人群日常消费更偏爱餐饮、丽人美妆等品类，而更加热爱出游的永动组人群更偏爱珠宝手表、运动健康等品类。在金融品类上，北京、上海两地表现出了差异，在北京是爱出游的人日常更多去金融相关场所，而上海则是越宅的人越爱去金融相关场所，且四组人群差异不明显，表现出全民爱理财的特征。整体上，热爱运动、消费能力高的人群更能接受高强度出游。

北京国庆出游人群主要消费品类偏好指数



上海国庆出游人群主要消费品类偏好指数

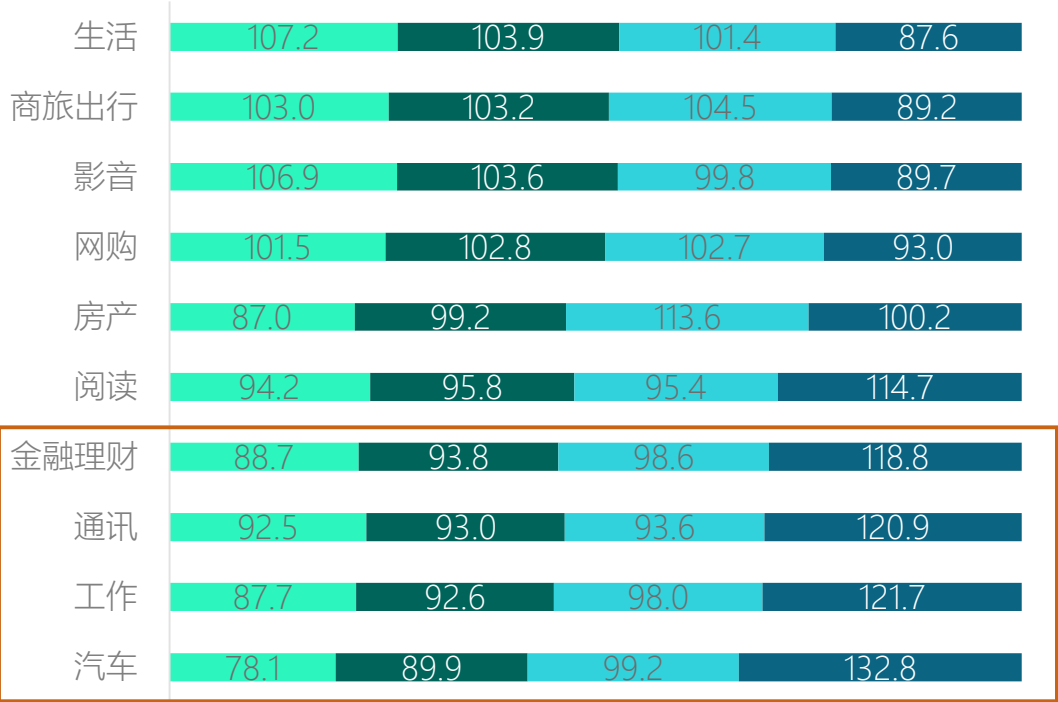




# 多城出游，汽车是最好的伙伴

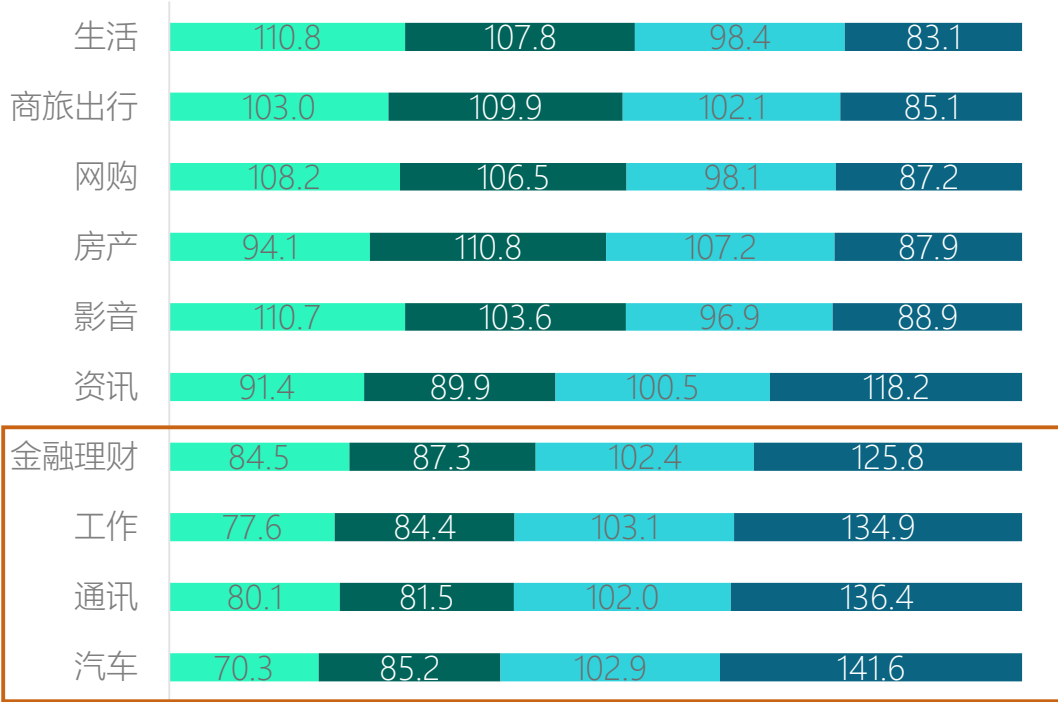
蹲窝组人群热爱使用快递、外卖等生活类应用，而更热爱出游的永动组人群更加偏好汽车、工作、通讯、金融等类型应用。虽然在线下金融类场所偏好上北京与上海表现出了差异，但是在金融理财类应用上两个城市的国庆出游人群偏好基本一致。在国庆假期里出行多个城市的永动组人群中，有车、关心理财的职场精英是一个典型形象。

北京国庆出游人群应用类别偏好指数



■ 蹲窝组 ■ 双城组 ■ 爱玩组 ■ 永动组

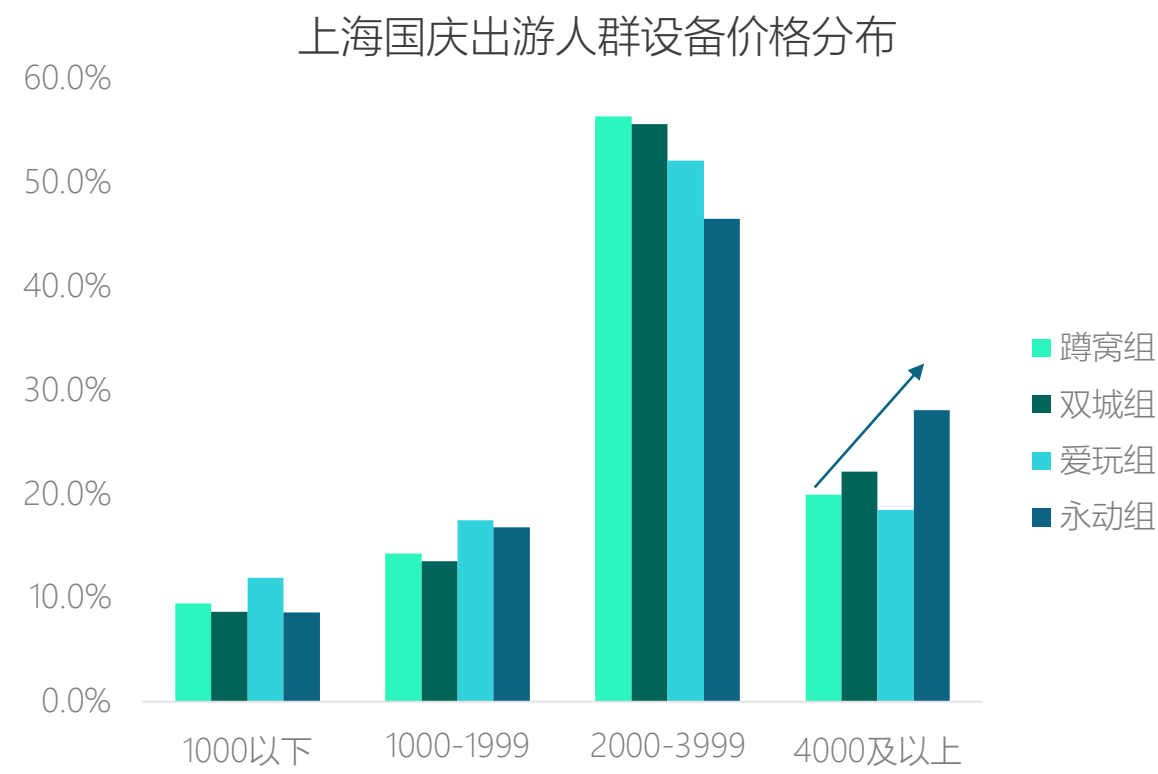
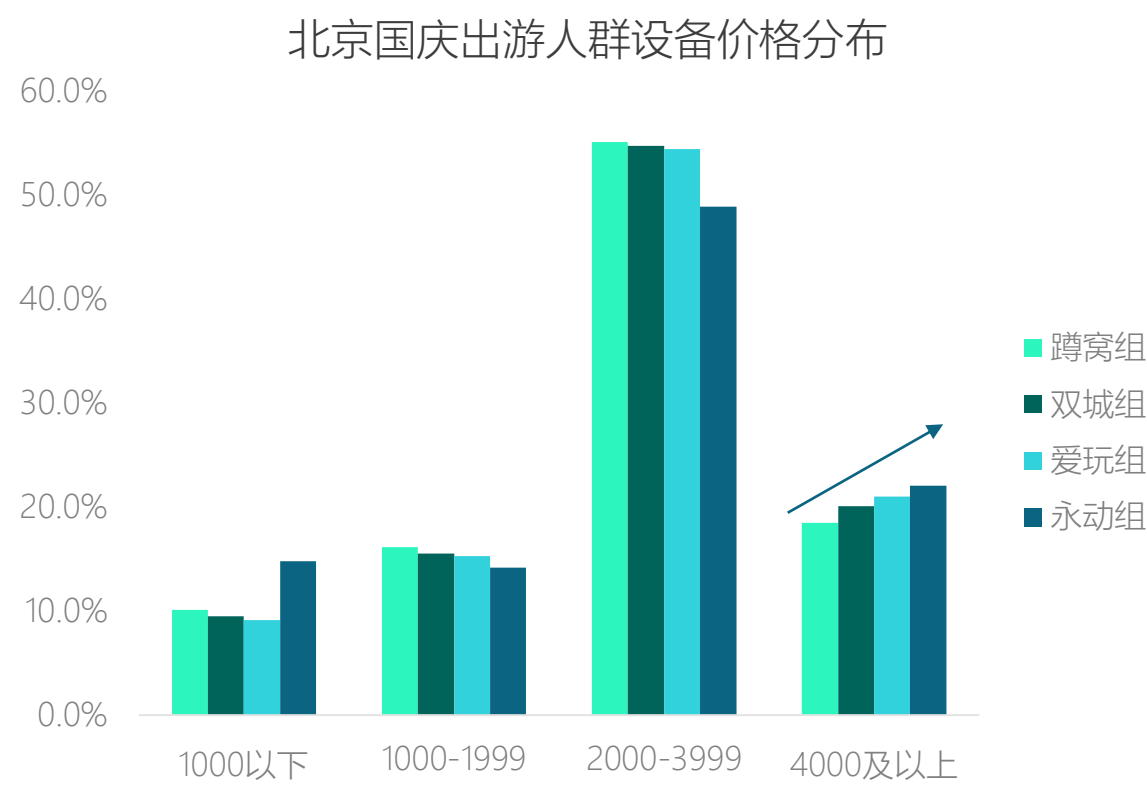
上海国庆出游人群应用类别偏好指数



■ 蹲窝组 ■ 双城组 ■ 爱玩组 ■ 永动组

# 爱玩的人更爱用高端机

国庆出游人群的设备价格表现出与出游城市个数的正相关关系，出游城市越多，使用4000元以上的高端机的人群占比就越高。两个城市的人群中，都是永动组使用高端机的比例最高。在经济实力的支撑下，永动组人群才能够负担高强度的出游，也就更能接受高端机。

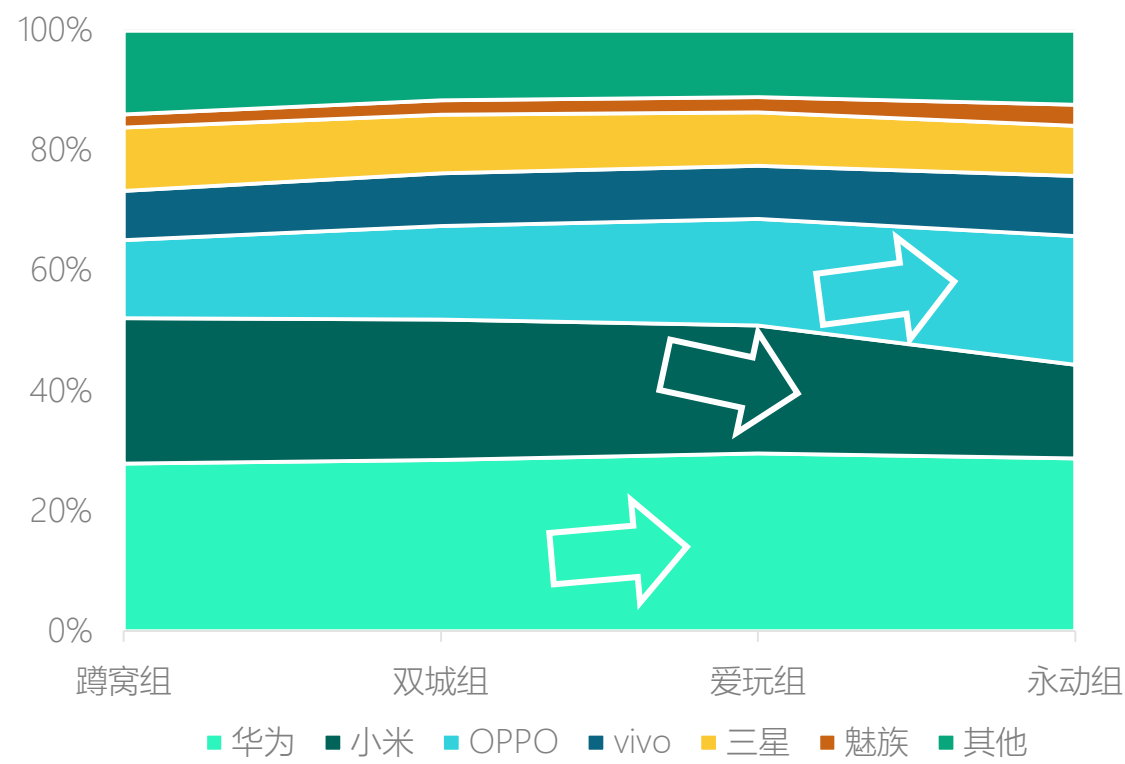


数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，2017年9月-10月数据

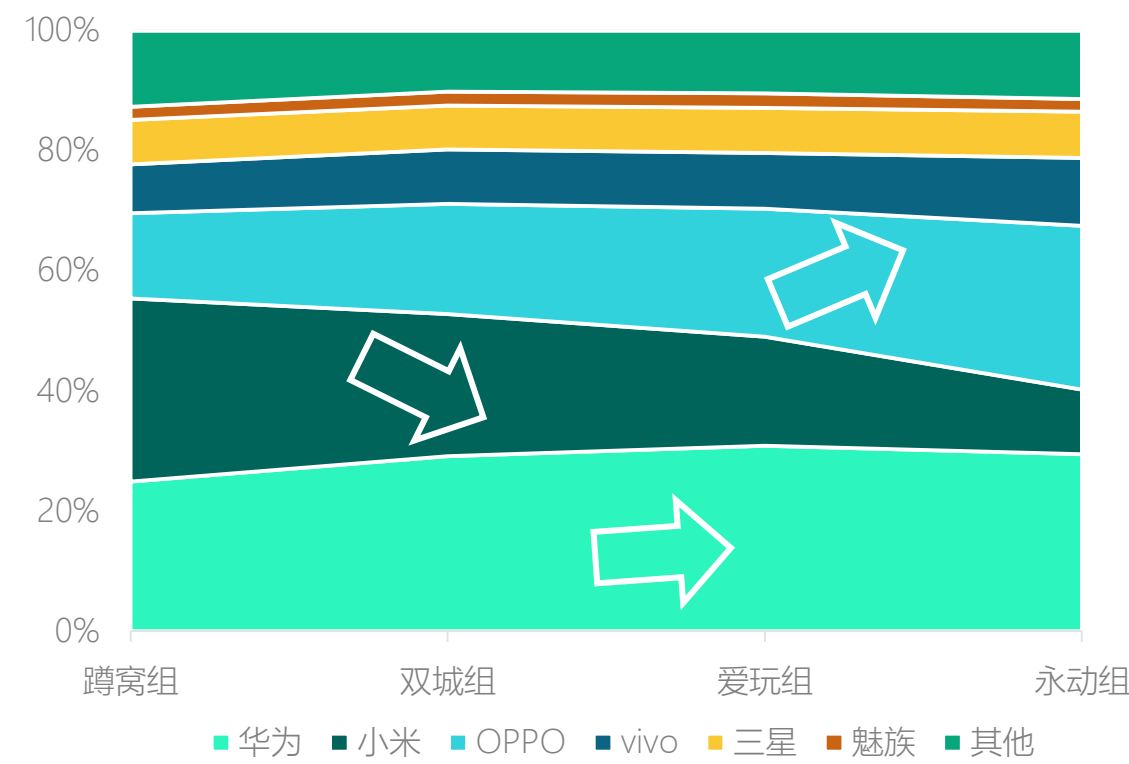
# OPPO用户爱出游

在四类国庆出游人群所使用的安卓设备中，华为、小米、OPPO三家把持了近7成的份额，形成了占据优势的第一集团。而在不同分组中，华为品牌的覆盖率相对保持稳定，OPPO品牌覆盖率先在蹲窝组人群中低于小米，而在爱玩组、永动组人群中占比反超小米，特别是在上海人群样本中。相对更加热爱出游的爱玩组、永动组人群对于OPPO的接受度更高。

北京国庆出游人群安卓设备品牌分布



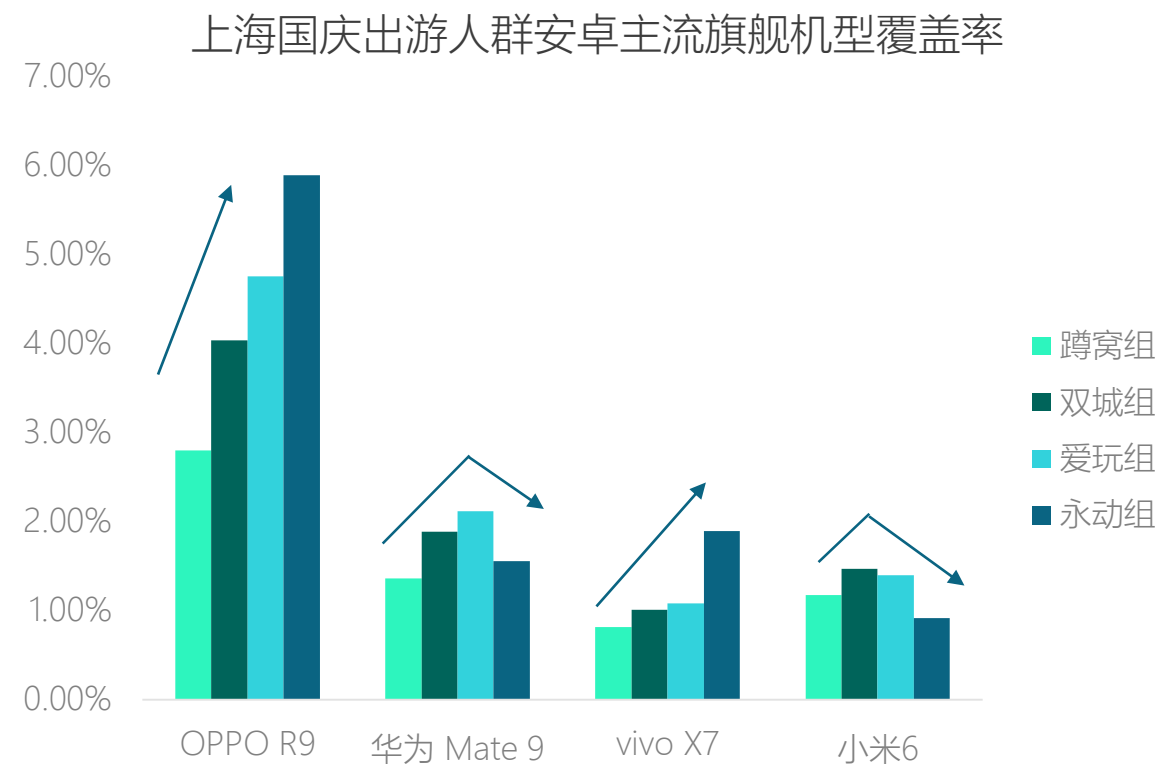
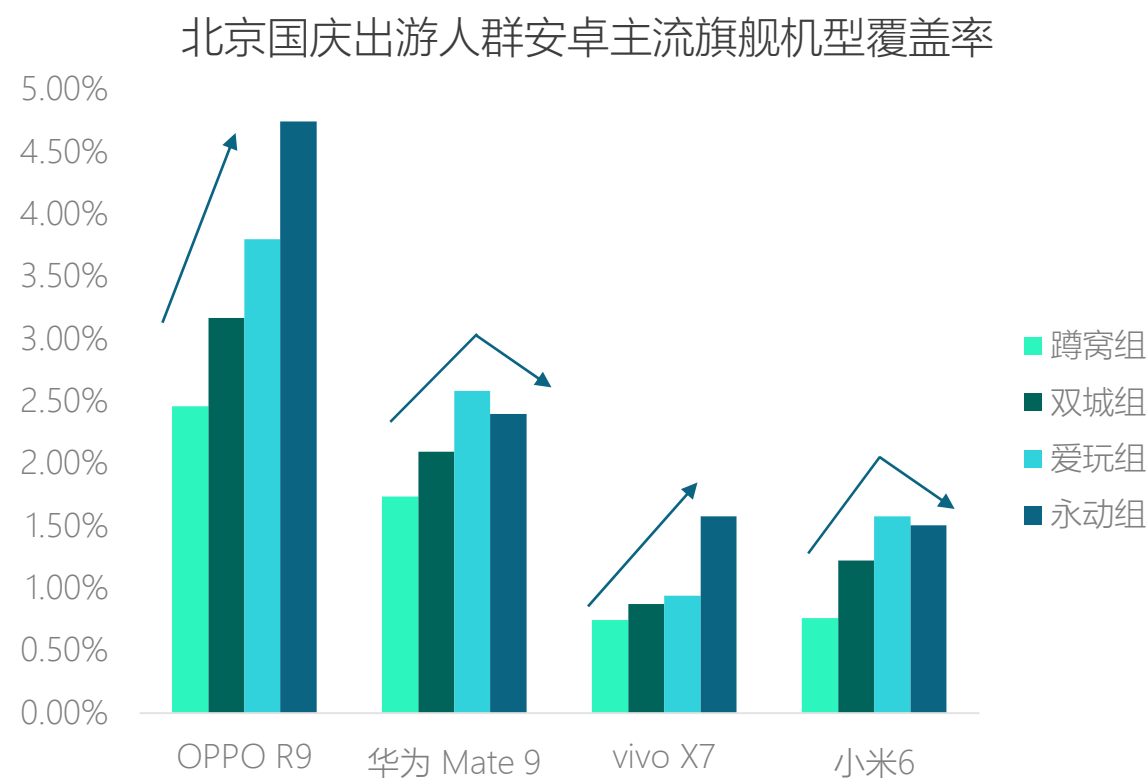
上海国庆出游人群安卓设备品牌分布



数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，2017年9月-10月数据

# 华为、小米用户相对更加沉稳

OPPO、华为、vivo、小米四大品牌的主流机型覆盖率表现出了随出游城市个数增长同步提升的特征，特别是OPPO、vivo两家的旗舰款，在永动组人群中的覆盖率是最高的。而华为、小米的旗舰机型在爱玩组中覆盖率要高于永动组，且四组人群覆盖率变化并不像OPPO、vivo那样明显，比爱玩的OPPO、vivo用户相对稳重一些。

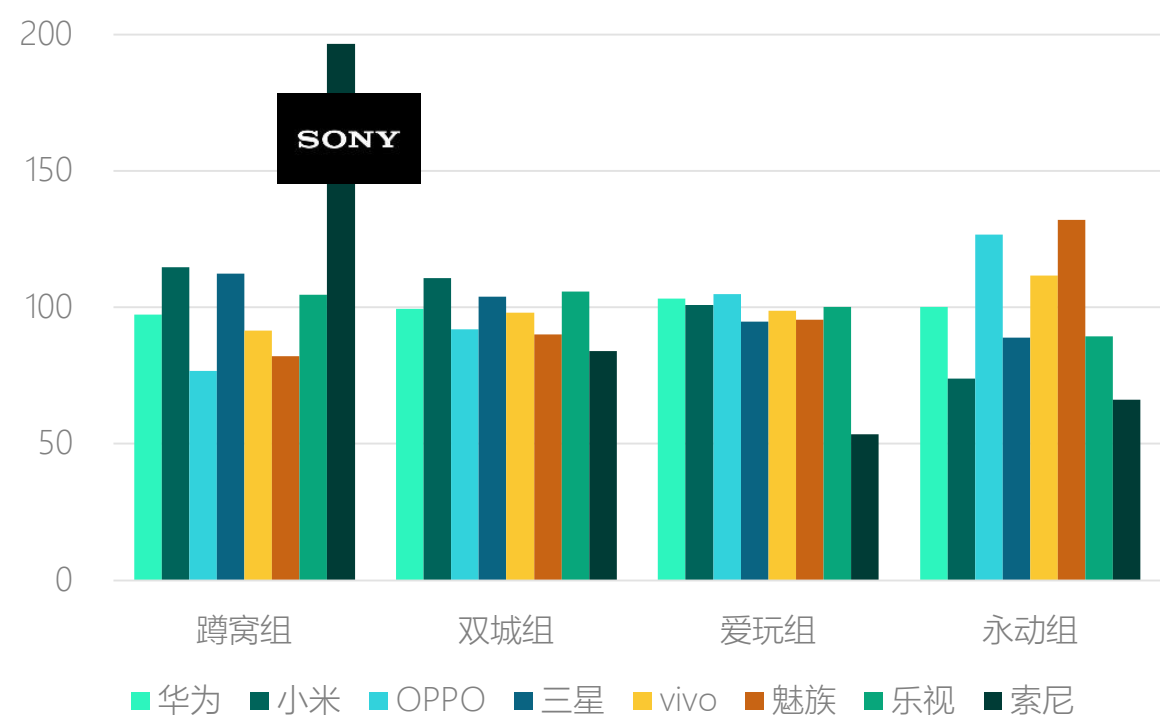


数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，2017年9月-10月数据

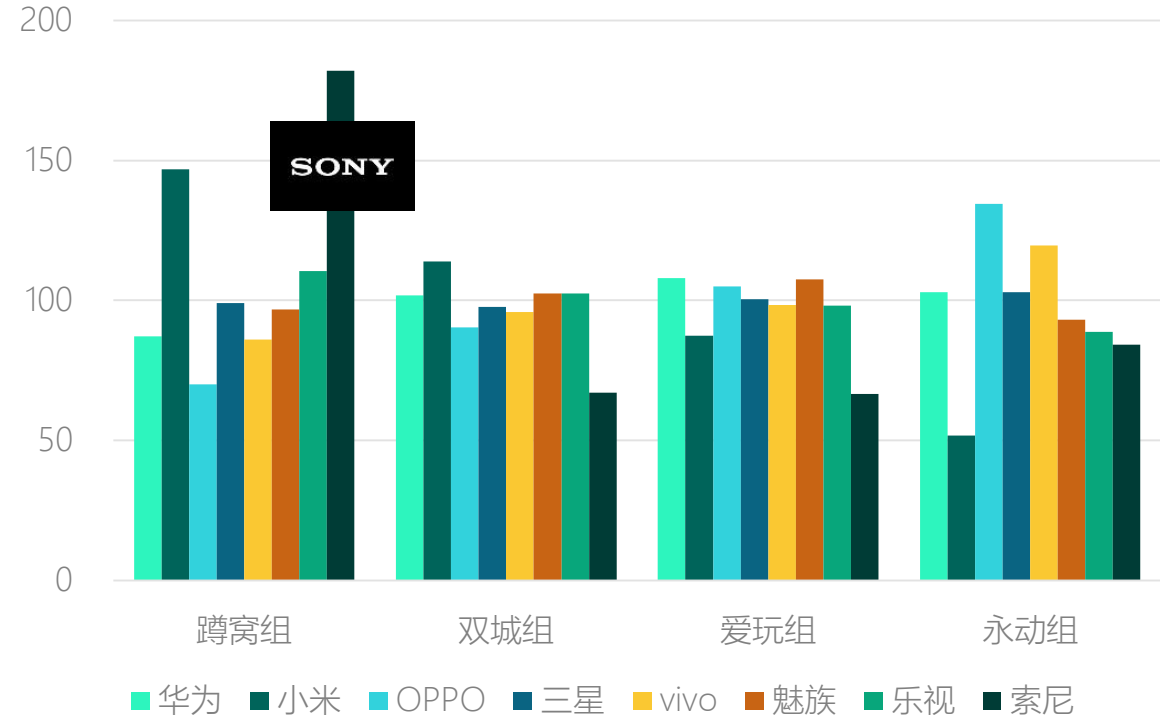
# 索尼大法好，宅家少不了

华为、小米、OPPO三家占据了四类国庆出游人群近70%的安卓设备品牌份额，然而在一些小众品牌上，各类国庆出游人群的偏好差异更加明显。以各种“黑科技”著称的索尼，虽然在安卓手机市场份额上表现并不抢眼，但是在蹲窝组人群中的品牌覆盖率要远远超过其他三类分组，提供了诸如电视、游戏机等诸多客厅娱乐设备的索尼，其品牌更受“宅”人群喜爱。

北京国庆出游人群安卓设备品牌偏好指数



上海国庆出游人群安卓设备品牌偏好指数



# 张家口与承德是北京的旅游后花园

我们设计了人群城市活动指数来表明北京、上海各组人群在其他城市的活动占比，指数越高则表明某组人群在国庆期间到该城市出游的活动较其他组人群更为活跃。数据显示津冀是北京人群出游最为活跃的地区，北京周边的保定、廊坊、天津是双城组人群最为主要的出游城市，中秋返乡推动了短途出游。而同样邻近北京的张家口、承德在爱玩组中占比更高，两地对游客的吸附力超过了返乡人群。

北京国庆出游人群城市活动占比

城市	双城组	爱玩组	永动组
保定市	12.2%	4.7%	2.8%
廊坊市	10.3%	4.7%	2.5%
天津市	8.4%	4.1%	2.5%
石家庄市	2.8%	2.2%	1.7%
张家口市	2.5%	3.0%	1.5%
邯郸市	2.2%	1.8%	1.4%
上海市	2.1%	2.0%	1.7%
唐山市	1.9%	1.8%	1.1%
沧州市	1.8%	1.5%	1.2%
承德市	1.8%	2.0%	0.9%

北京国庆出游人群城市活动指数

城市	双城组	爱玩组	永动组
保定市	184.9	72.0	43.1
廊坊市	176.2	80.8	43.0
天津市	168.5	81.4	50.1
石家庄市	124.4	100.2	75.4
张家口市	108.0	128.3	63.7
邯郸市	121.6	101.6	76.8
上海市	108.6	103.3	88.1
唐山市	120.5	111.0	68.5
沧州市	119.5	101.5	79.0
承德市	114.0	126.1	59.9

# 南京与上海的关系更为平等

上海出游人群最主要的活动区域是长三角地区，苏州、南通是最主要的出游城市。上海各组人群城市活动指数在南京表现出了不一样的特征，三组人群出游情况更加接近，指数分布与北京相似，而其他长三角城市则是双城组人群活动指数更高。可见上海对于南京的吸附力要小于其他长三角城市，两个城市的关系更为平等。

上海国庆出游人群城市活动占比

城市	双城组	爱玩组	永动组
苏州市	10.7%	7.2%	5.7%
南通市	6.1%	2.9%	1.6%
杭州市	3.8%	3.1%	2.1%
无锡市	2.9%	2.7%	2.3%
嘉兴市	2.8%	2.6%	1.8%
宁波市	2.6%	1.8%	1.0%
盐城市	2.4%	2.0%	1.1%
南京市	2.2%	2.3%	2.3%
北京市	2.0%	1.9%	2.1%
常州市	1.8%	1.7%	1.7%

上海国庆出游人群城市活动指数

城市	双城组	爱玩组	永动组
苏州市	135.7	91.3	73.0
南通市	173.6	82.5	44.0
杭州市	126.0	103.9	70.2
无锡市	111.0	101.4	87.6
嘉兴市	117.8	107.7	74.5
宁波市	143.7	99.5	56.8
盐城市	131.1	110.8	58.2
南京市	96.2	101.0	102.8
北京市	101.7	95.4	102.9
常州市	103.6	99.3	97.1

- TalkingData 成立于2011年，以“数据改变企业决策，数据改善人类生活”为企业愿景。目前已完成C轮融资，是中国领先的独立第三方数据服务提供商，在全球开设多个分支机构。
- 融合了互联网“开放精神”和传统IT“严谨服务”的企业文化，为客户提供独树一帜，融创新与严谨为一体，全方位智能数据解决方案。业内独一无二的TalkingData智能数据平台，集海量数据、极致的技术和专业的咨询服务为一体，逐步打造开放的数据生态，为客户带来独特的数据价值。
- 目前，TalkingData智能数据平台覆盖超过7亿/月活跃独立智能设备，客户既包括像Google、腾讯、滴滴出行等互联网企业，也包括中国银联、招商银行、欧时力、碧桂园等传统行业巨头。



- **TalkingData**移动观象台数据报告版权为**TalkingData**（北京腾云天下科技有限公司）所有，报告的所有图片、表格及文字内容的版权亦归**TalkingData**所有。报告内容仅供一般性参考，不应视为针对特定事务的意见或依据。
- **TalkingData**移动观象台数据报告系**TalkingData**原创的免费产品，如需转载，请注明来源。
- 任何单位或个人不得以任何方式将报告内容的全部或部分用于商业化出版或有偿提供给其他单位或个人。否则，**TalkingData**有权追究其经济 and 法律责任。

TalkingData

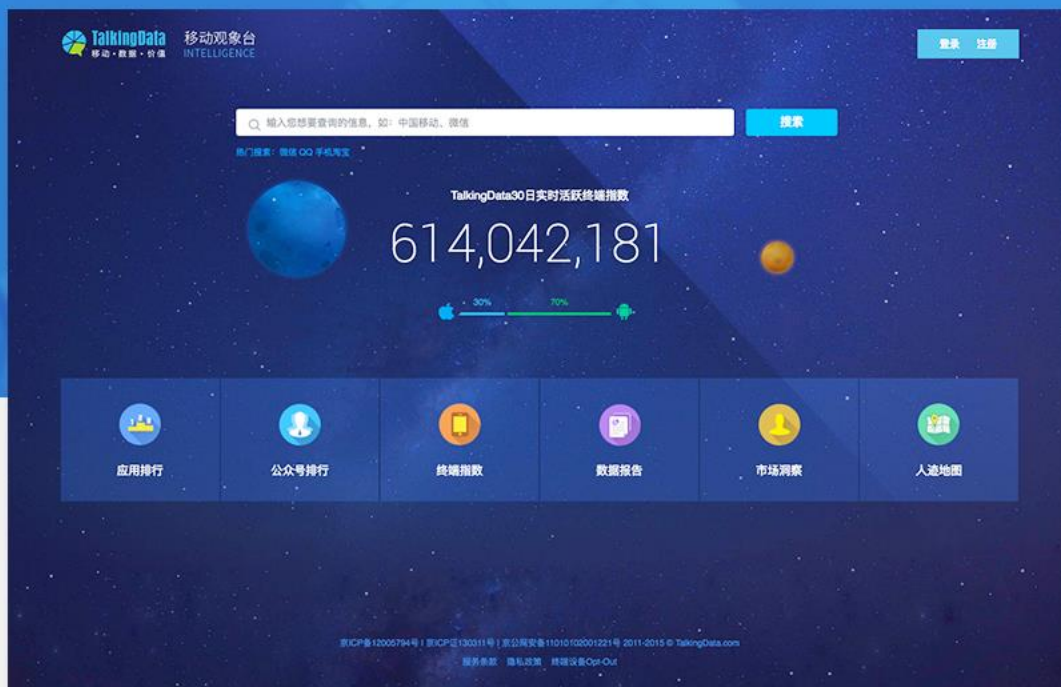


微信服务号

# 移动观象台

纵览行业数据，解析移动趋势

mi.talkingdata.com





微信订阅号



## 应用排名

洞悉市场动态，提供最新Android应用排行，针对单款应用绘制人群画像



## 公众号排名

通过对自媒体人的账号和文章进行甄别分析，获悉最火爆的微信公众号排行



## 终端指数

呈现移动设备趋势，提供最受欢迎的设备品牌、分辨率、操作系统等



## 数据报告

最权威的互联网行业报告，并针对热门行业、热门事件进行重点分析



## 市场洞察

基于大量移动互联网用户数据洞察用户特征，展现市场应用热度



## 人迹地图

挖掘用户行为轨迹，分类解析品牌受众群体，提供可视化数据解读



# 谢谢!

[mireport@tendcloud.com](mailto:mireport@tendcloud.com)

