

2016 双旦热点分析 / 热点报告 /

TalkingData移动数据研究中心
2017年1月

目录

CONTENTS



Part 01

2016年双旦人群整体概况

Part 02

2016年双旦人群行为特征



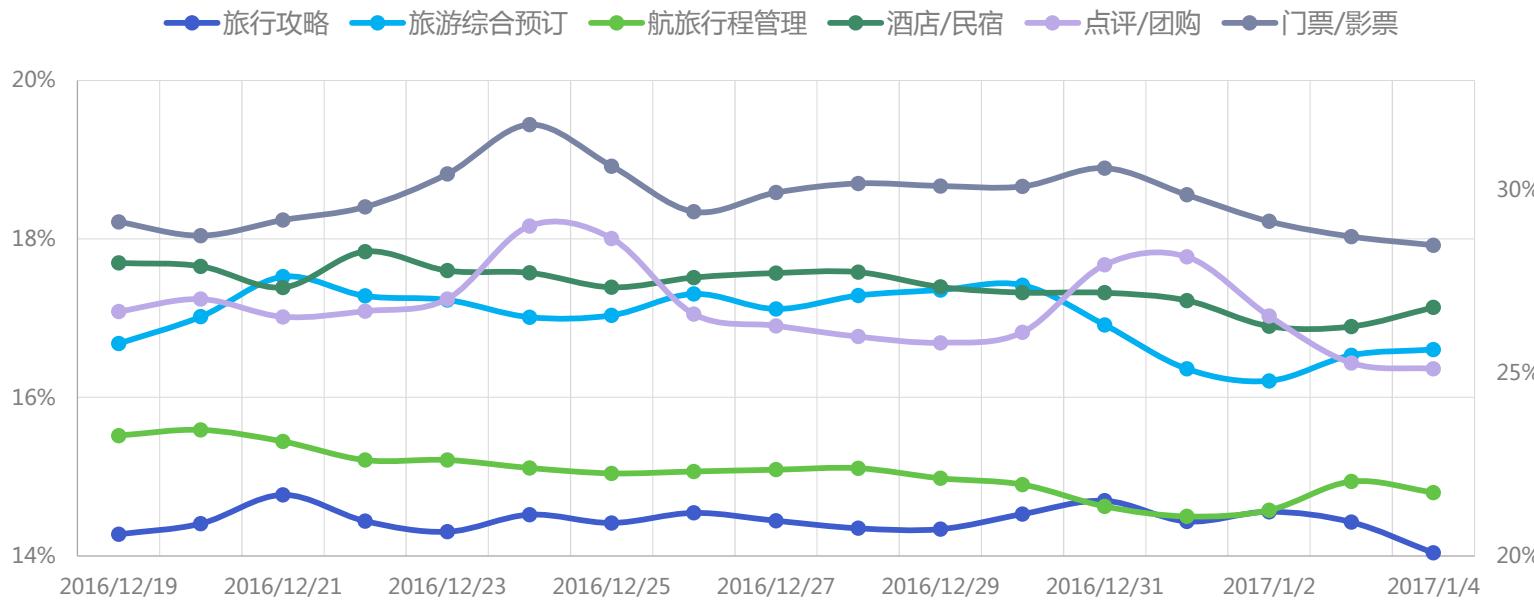
Part 01

2016年双旦人群整体概况

双旦期间点评/团购和门票/影票类应用使用率增幅明显

从休闲度假相关APP使用率变化趋势看，航空服务和旅游服务类应用在元旦假期间的使用率相对较低，酒店/民宿类应用在平安夜前期有小幅提升，旅行攻略类应用的使用率在元旦小长假假期前有小幅提升。

休闲度假相关APP使用率 (类型)



数据来源：TalkingData 移动数据研究中心 2016年12月19日-2017年1月4日

注1：门票/影票的坐标轴为次坐标轴，其他类型的坐标轴为主坐标轴。
注2：使用率=活跃率/覆盖率*100%，不同类型应用的使用率为相同类型APP使用率的均值。

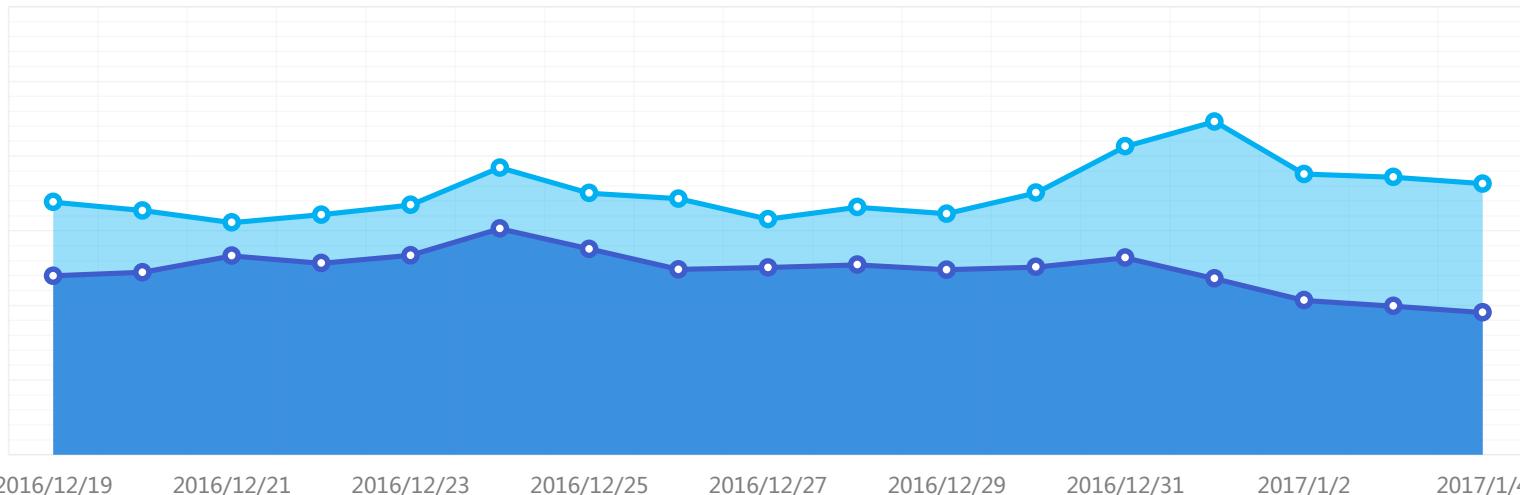
双旦人群的线上线下行为趋势存在较强关联性

从双旦期间休闲度假相关APP使用率和休闲度假场所客流趋势关系看，线上线下增降趋势比较一致，说明双旦人群的线上应用与线下场所在行为趋势方面具有一定关联性。

休闲度假相关APP使用率&休闲度假场所¹ 客流趋势关系（例）

—●— 休闲度假相关APP使用率

—●— 休闲度假场所客流趋势



数据来源：TalkingData 移动数据研究中心 2016年12月19日-2017年1月4日

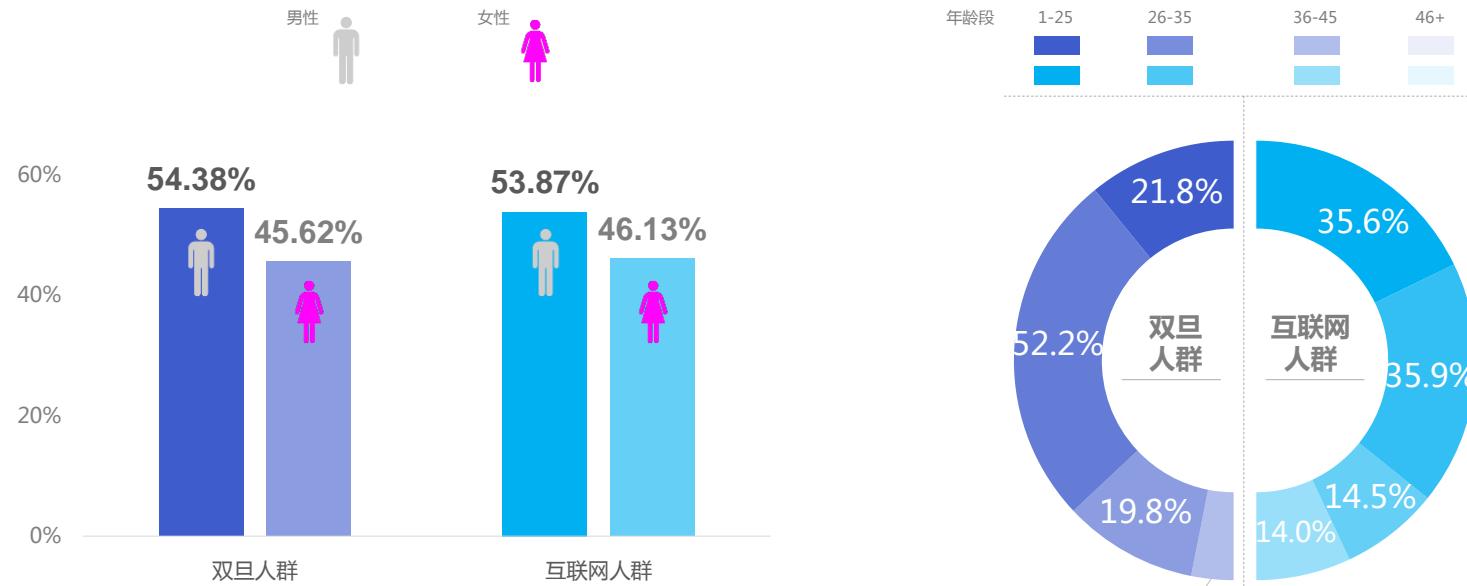
注1：双旦人群根据线下休闲度假娱乐场所筛选得出，本报告特指北京市蓝色港湾、八达岭长城、古北水镇，上海市外滩、欢乐谷、迪士尼，广州市二沙岛、长隆。 / 5 /

注2：客流趋势=某场所当日客流量/某场所双旦期间客流总量*100%，本处采用各样本场所客流趋势的均值，以上样本数据结果不代表全部，供参考。

双旦人群¹ 年龄多半为26-35岁，休闲度假需求强烈

从用户人群性别分布看，双旦人群男性比重略高于互联网人群，占比54.38%；从用户人群年龄分布看，26-35岁年龄段人群是双旦人群的主体，所占比例达到52.2%，高于互联网人群的35.9%。

双旦人群性别&年龄分布特征 (%)



数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

注：双旦人群数据周期为2016年12月19日-2017年1月4日；互联网人群数据周期为2016年12月，下同。

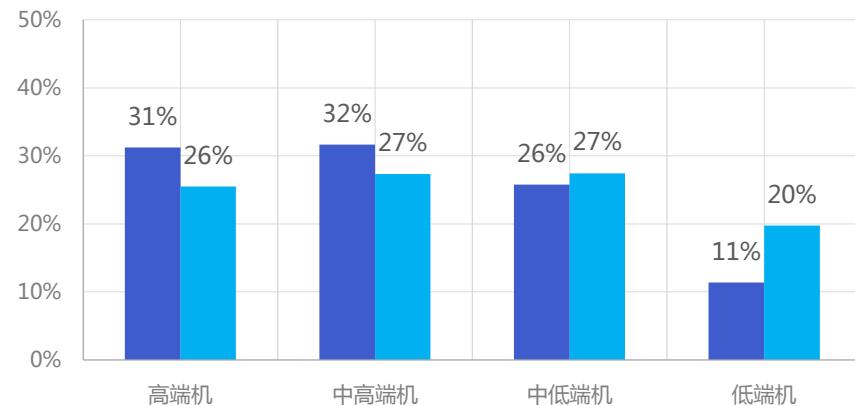
双旦人群相对偏好中/高端机型，且相对偏好大屏设备

从双旦人群使用设备状况看，中高端机和高端机是使用的主力机型，所占比例分别达到32%和31%，均高于互联网人群整体；在设备尺寸上，双旦人群则比较偏好5.1英寸以上偏大屏设备。

双旦人群使用设备状况 (%)

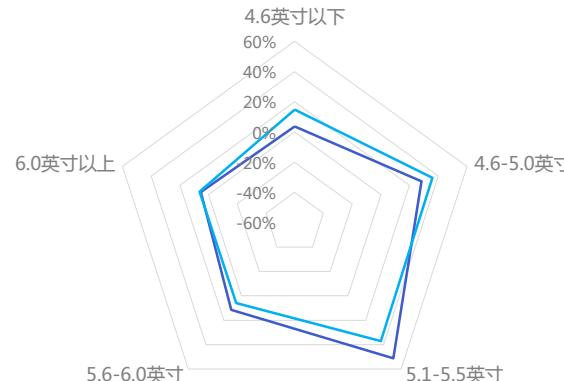
设备价位分布¹

■ 双旦人群 ■ 互联网人群



设备尺寸分布

□ 双旦人群 □ 互联网人群

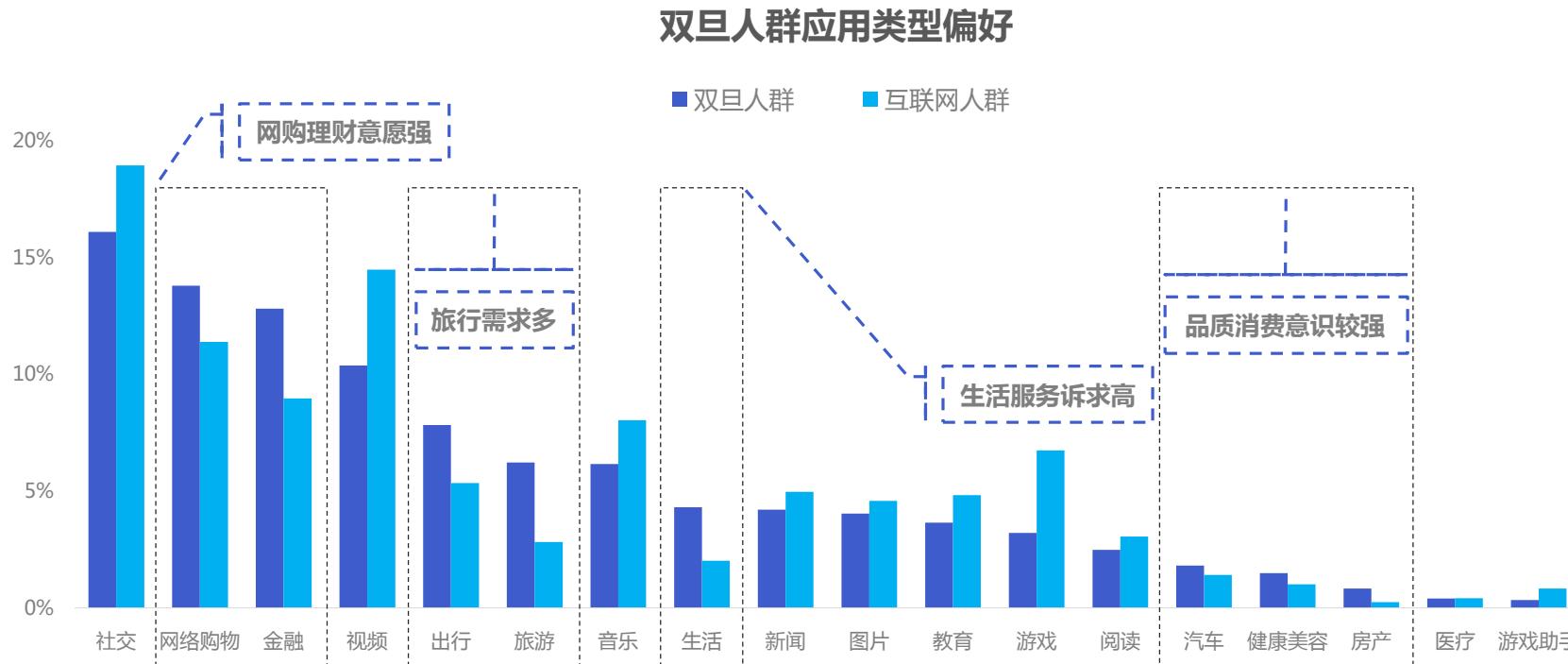


数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

注1：价位>4000为高端机，价位在2000-3999为中高端机，价位在1000-1999为中低端机，价位<999为低端机。

双旦人群相对偏好网购、金融、出行、旅游和生活等应用

从双旦人群应用类型偏好看，双旦人群在消费方面应用的偏好相对较高，比如网络购物、金融、出行、旅游、生活、汽车、健康美容和房产等类应用。



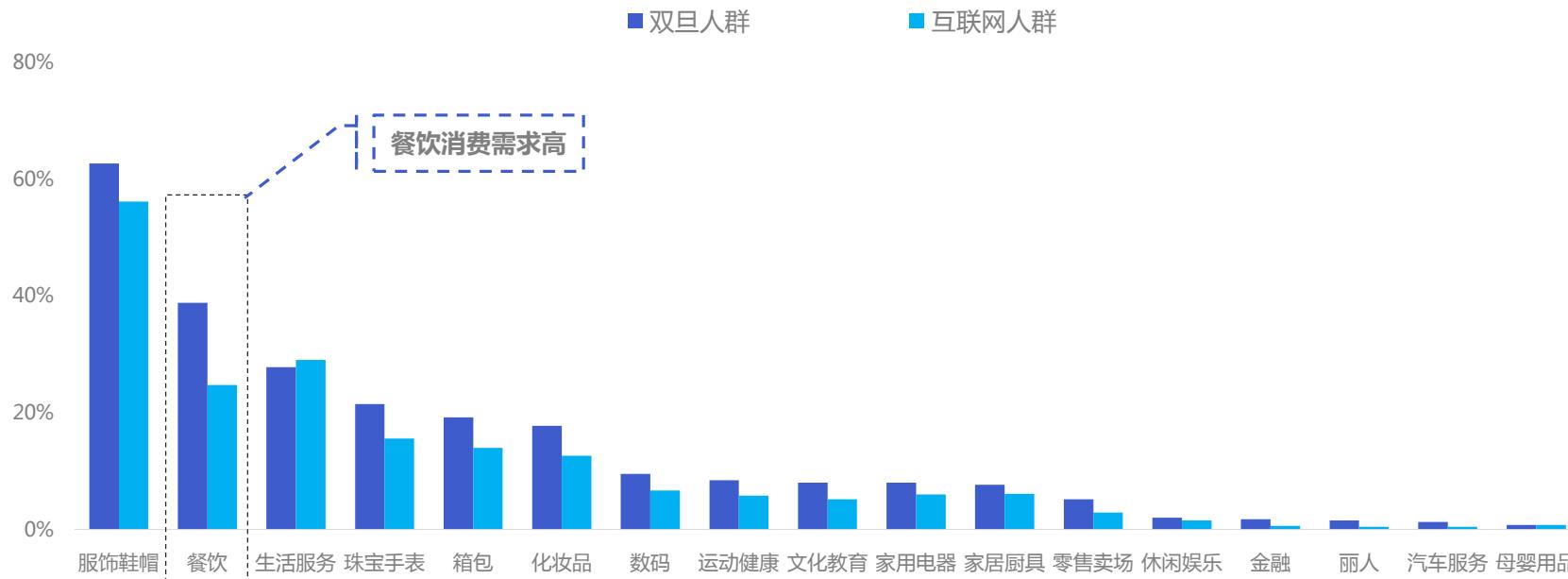
数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

注：应用偏好即关联应用，是指安装了某款/某类应用的用户同时安装的
其他应用；应用类型偏好，根据TOP800关联应用（不包括系统、插件和工具类应用）整理得出。

双旦人群消费偏好整体高于互联网人群，餐饮消费需求较高

从消费偏好看，双旦人群比较偏好服饰鞋帽、餐饮、生活服务、珠宝手表、箱包、化妆品和数码等消费，相对于互联网人群整体表现出较强的消费意愿。

双旦人群消费偏好



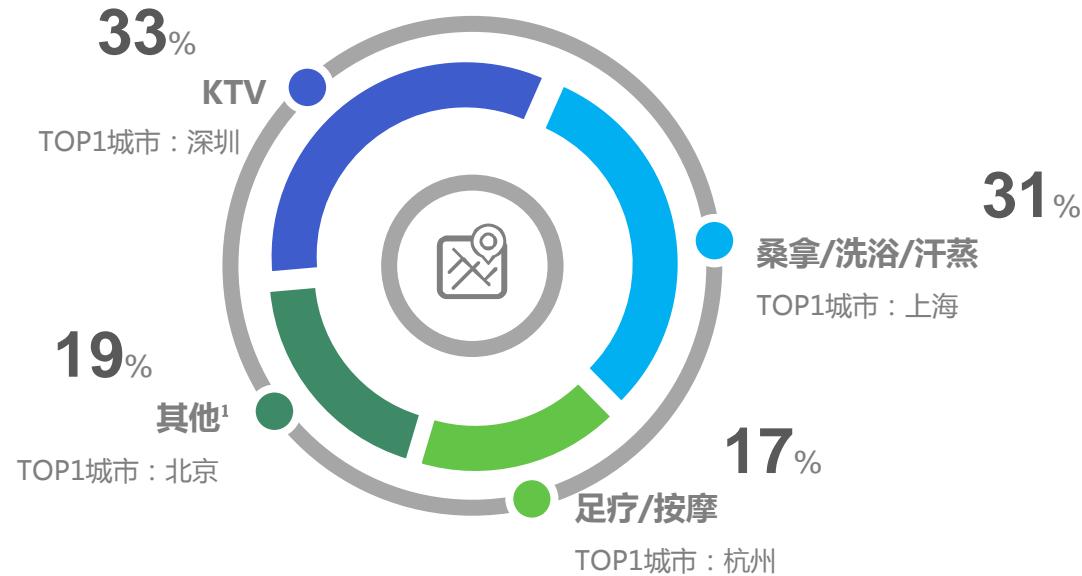
圣诞/元旦期间人们最爱吃火锅，欢唱KTV

从双旦期间人们最喜欢的美食和娱乐项目看，正餐更加偏爱火锅、自助餐、西餐、香锅/烤鱼、日韩菜和川菜，非正餐偏爱小吃、蛋糕/甜品/饮品和快餐，娱乐项目更加偏爱KTV、桑拿/洗浴/汗蒸、足疗/按摩，以及游艺厅/棋牌室等。

正餐



非正餐





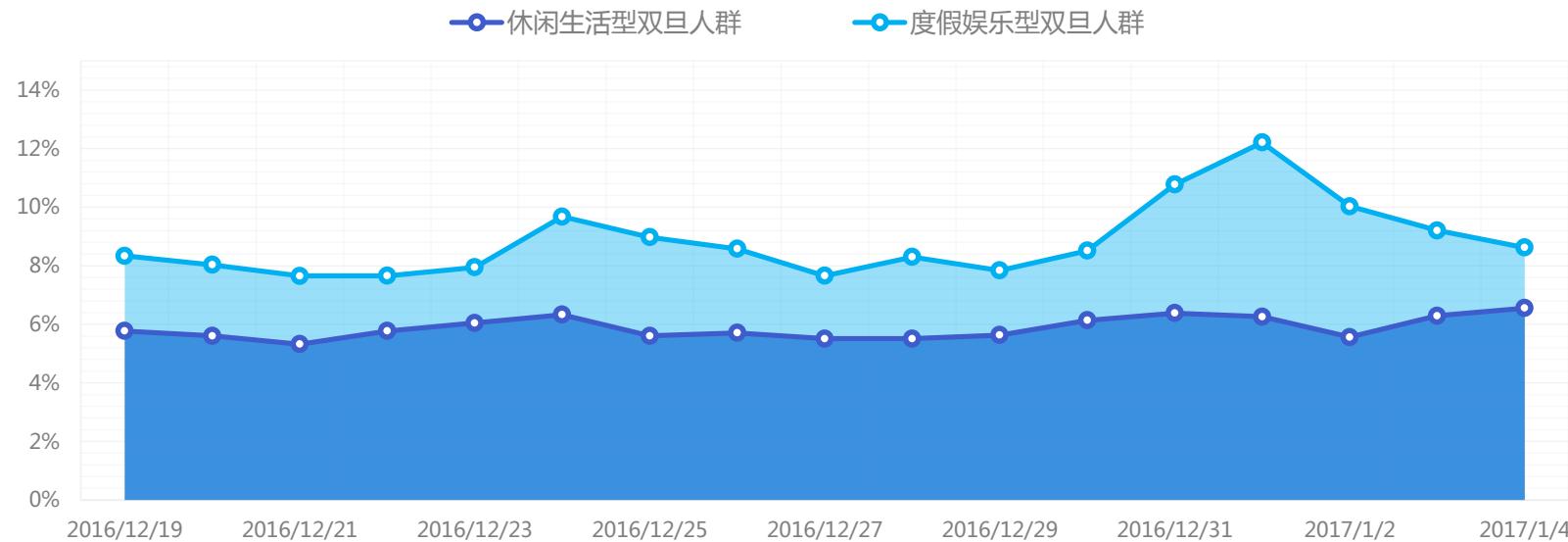
Part 02

2016年双旦人群行为特征

度假娱乐型双旦人群在圣诞节和元旦期间表现更活跃

从不同类型双旦人群线下客流趋势看，度假娱乐型双旦人群在圣诞节和元旦节期间的线下流量增势明显高于休闲生活型双旦人群，体现出较活跃的度假娱乐特征。

不同类型双旦人群线下客流趋势



数据来源：TalkingData 移动数据研究中心 2016年12月19日-2017年1月4日

注1：不同类型双旦人群根据线下样本休闲度假娱乐场所筛选得出，
例如偏向休闲生活的北京蓝色港湾，上海外滩，广州二沙岛，偏向度假娱乐的
北京古北水镇、八达岭长城，上海迪士尼、欢乐谷，广州长隆。

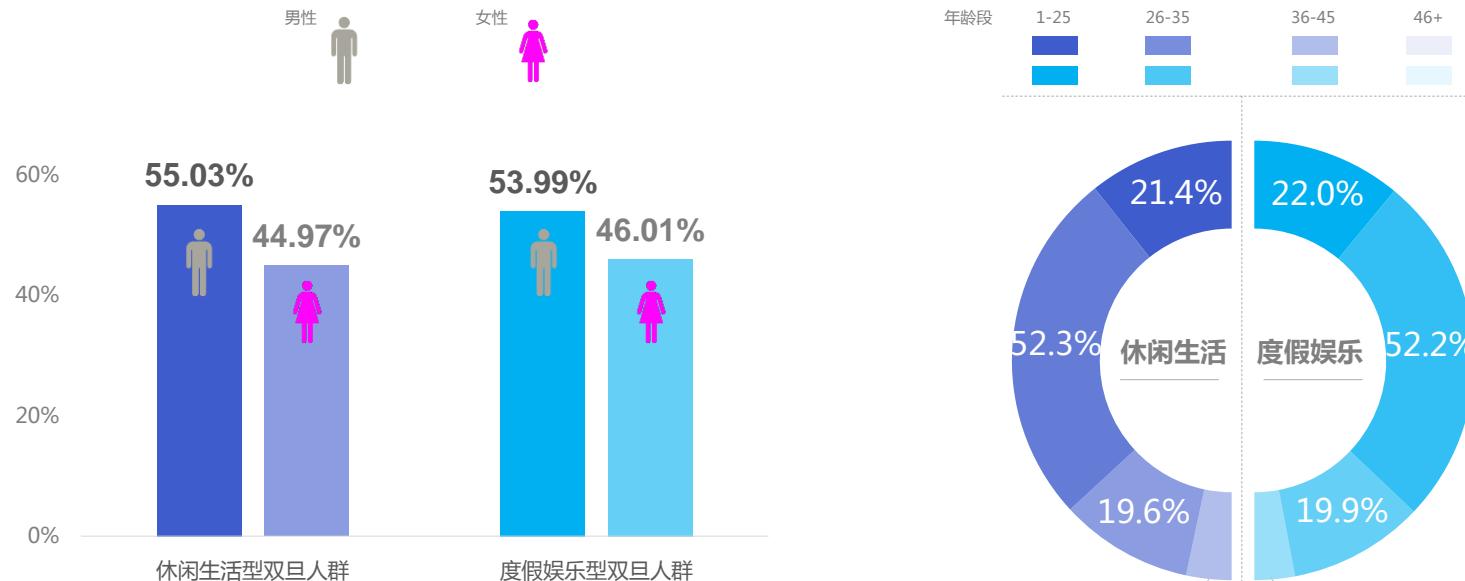
/ 12 /

注2：客流趋势=某场所当日客流量/某场所双旦期间客流总量*100%，本处采用各样本场所客流趋势的均值，以上样本数据结果不代表全部，供参考。

度假娱乐型双旦人群更加年轻

从用户人群性别分布看，度假娱乐型双旦人群的女性比重高于休闲生活型双旦人群，占比46.01%；从用户人群年龄分布看，度假娱乐型双旦人群的45岁及以下年龄段人群占比相对较高。

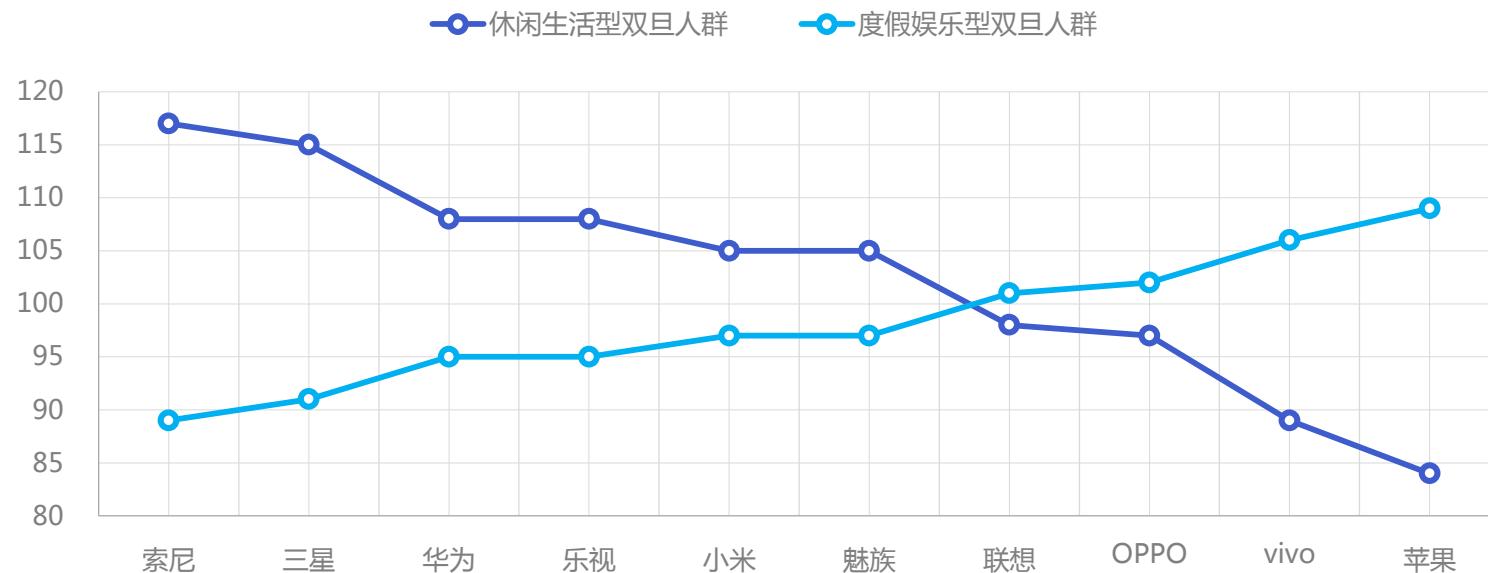
不同类型双旦人群性别&年龄分布特征 (%)



度假娱乐型双旦人群更加偏好苹果、vivo、OPPO品牌

从不同类型双旦人群设备品牌偏好分布看，休闲生活型双旦人群比较偏好索尼、三星、华为、乐视、小米和魅族品牌，而度假娱乐型双旦人群则比较偏好苹果、vivo、OPPO和联想品牌。

不同类型双旦人群使用设备品牌偏好 (TGI)



数据来源：TalkingData 移动数据研究中心 2016年12月19日-2017年1月4日

注：联想包括Lenovo、Moto、ZUK三个旗下子品牌；注2：TGI指数即Target / 14 /

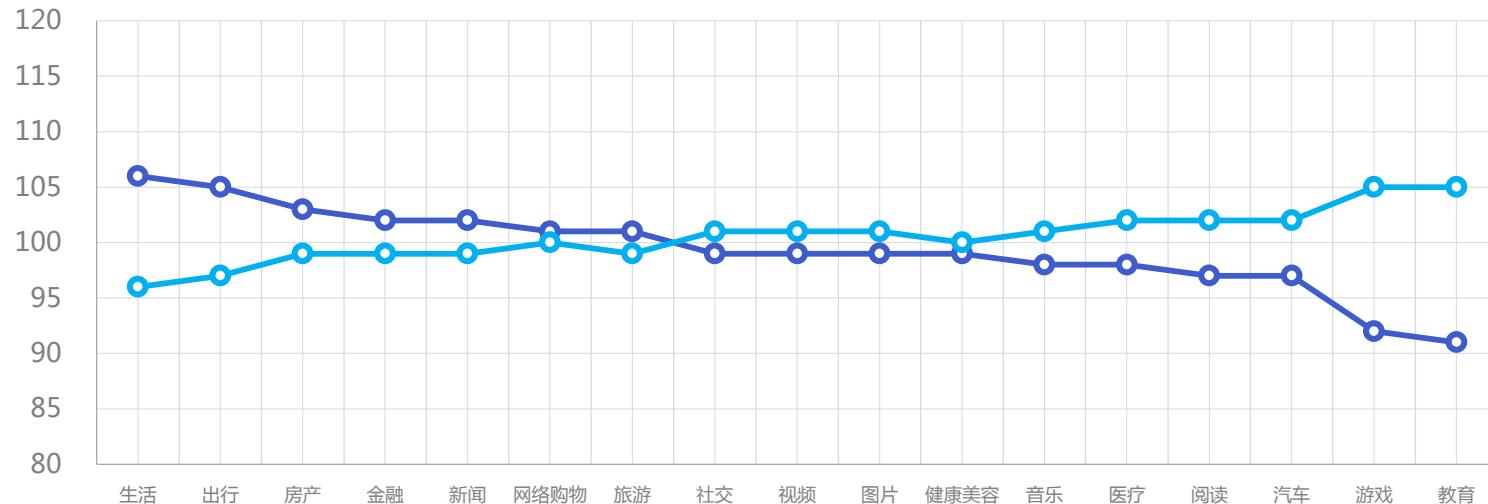
Group Index，反映目标群体在特定研究范围内的强势或弱势；品牌偏好TGI=不同类型双旦人群在某品牌的比例/双旦人群在该品牌的比例*标准数100。

度假娱乐型双旦人群更加偏好娱乐、教育等应用

从不同类型双旦人群应用类型偏好分布看，休闲生活型双旦人群比较偏好生活、出行、房产类应用，而度假娱乐型双旦人群则比较偏好教育和游戏等类应用。

不同类型双旦人群应用类型偏好 (TGI)

—●— 休闲生活型双旦人群 —○— 度假娱乐型双旦人群



数据来源：TalkingData 移动数据研究中心 2016年12月19日-2017年1月4日

注：TGI指数即Target Group Index，反映目标群体在特定研究

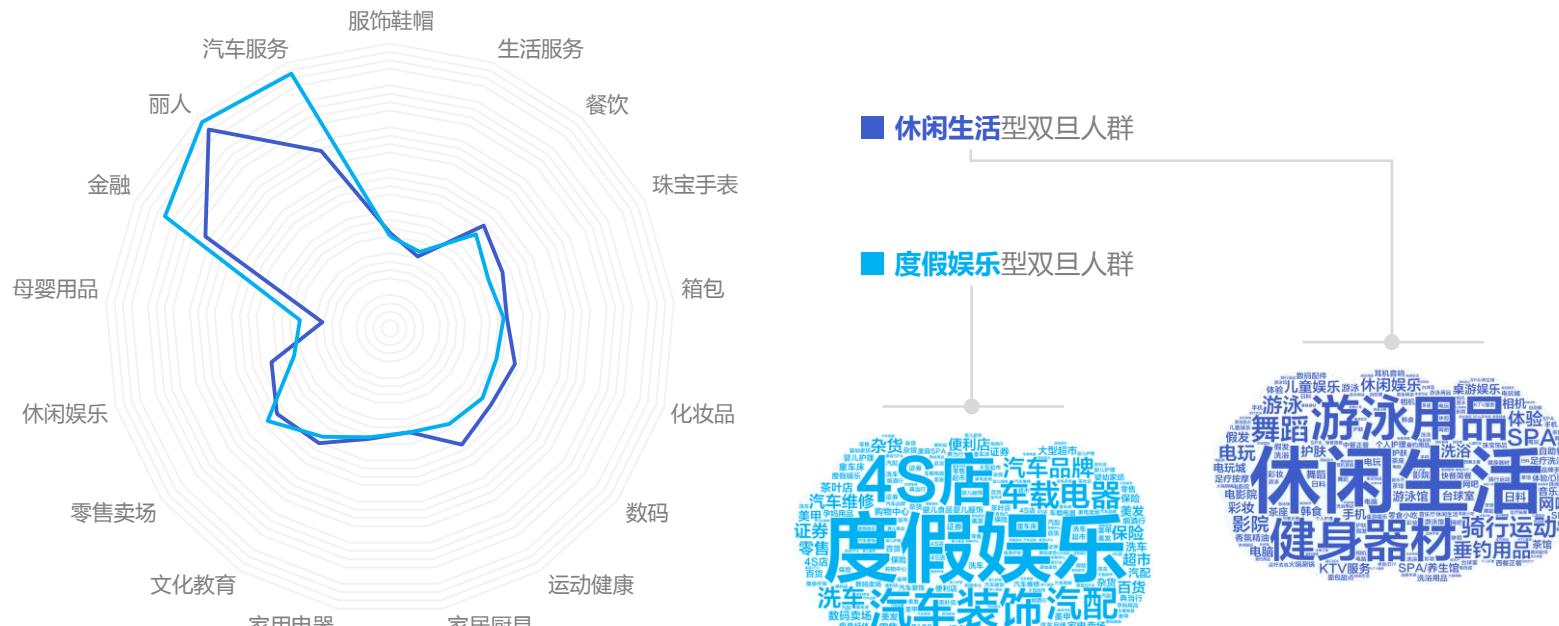
/ 15 /

范围内的强势或弱势；应用偏好TGI=不同类型人群在某应用类型的偏好比例/双旦人群在该应用类型的偏好比例*标准数100。

休闲生活型双旦人群相对偏好休闲娱乐、运动健康消费

从不同类型双旦人群消费偏好看，休闲生活型双旦人群比较偏好休闲娱乐、运动健康、化妆品和生活服务等消费，度假娱乐型双旦人群则比较偏好汽车服务、丽人类消费。

不同类型双旦人群日常消费偏好 (TGI)



数据来源：TalkingData 移动数据研究中心 2016年12月19日-2017年1月4日

注：TGI指数即Target Group Index，反映目标群体在特定研究

范围内的强势或弱势：消费偏好 $TGI = \text{不同类型人群在某类别的消费偏好比例} / \text{双目人群在该类别的消费偏好比例} * \text{标准数} 100$

休闲生活类型双旦游乐场所：北京蓝色港湾、上海外滩

从以北京蓝色港湾和上海外滩为代表的休闲生活型双旦人群消费分布热力图看，来蓝色港湾的人群比较偏好在亮马桥、东大桥等地消费，而来外滩的人群则比较偏好在南京路步行街、八佰伴等地消费。

北京蓝色港湾和上海外滩 消费分布热力图 (10:00-16:00)



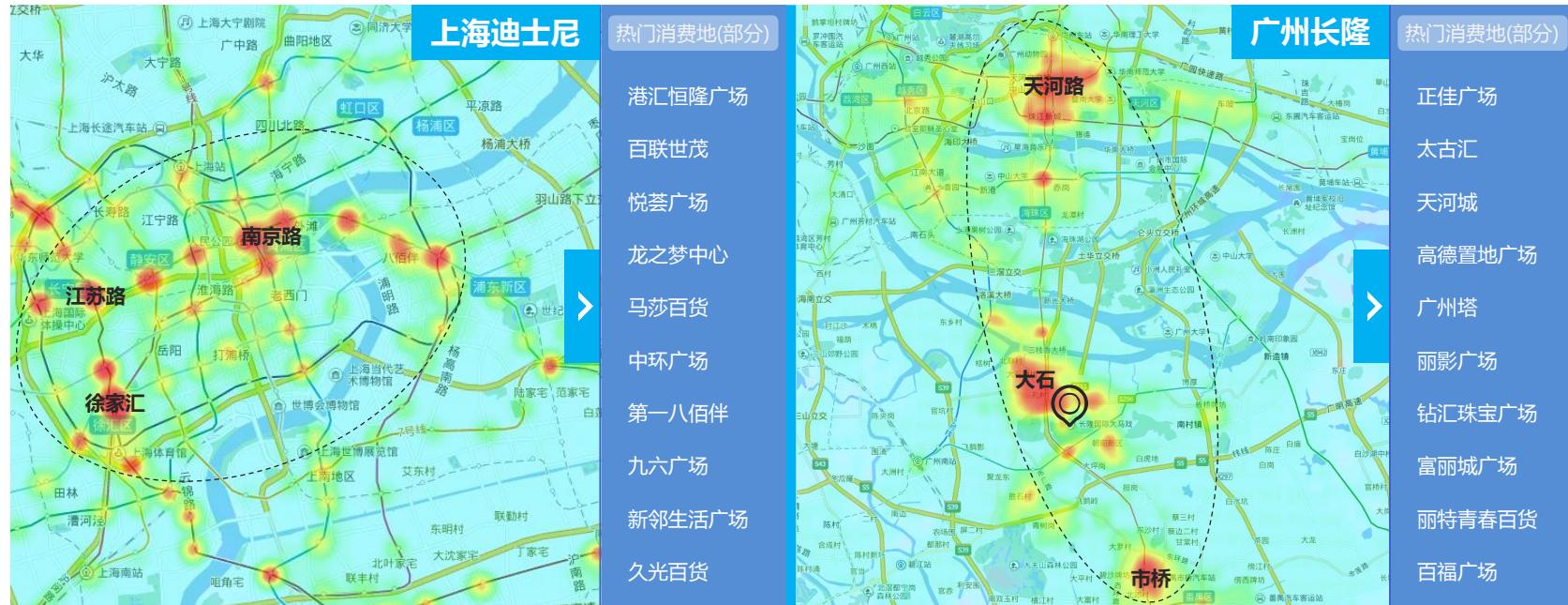
数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

注：热门消费地排名不分先后，不包括全部，仅为示例。

度假娱乐类型双旦游乐场所：上海迪士尼、广州长隆

从以上海迪士尼和广州长隆为代表的度假娱乐型双旦人群消费分布热力图看，来上海迪士尼的人群相对偏好在南京路、徐家汇等地消费，而来广州长隆的人群则比较偏好在天河路、市桥等地消费。

上海迪士尼和广州长隆 消费分布热力图 (10:00-16:00)



数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

注：热门消费地排名不分先后，不包括全部，仅为示例。

双旦期间上海迪士尼客群增长明显，附近酒店出租率走高

从上海迪士尼乐园在双旦期间的线下客流变化趋势及其附近酒店入住情况看，圣诞节和元旦节有利于带动乐园游客人群的增加，相应的配套设施如酒店等也有所受益。

双旦期间上海迪士尼乐园客流趋势及附近酒店¹ 状况



数据来源：TalkingData 移动数据研究中心；桔子水晶酒店

注1：迪士尼乐园附件酒店相关数据由桔子水晶酒店提供，样本为康桥、川沙店。 19 /

注2：客流趋势=某场所当日客流量/某场所双旦期间客流总量*100%，以上样本数据结果不代表全部，供参考。

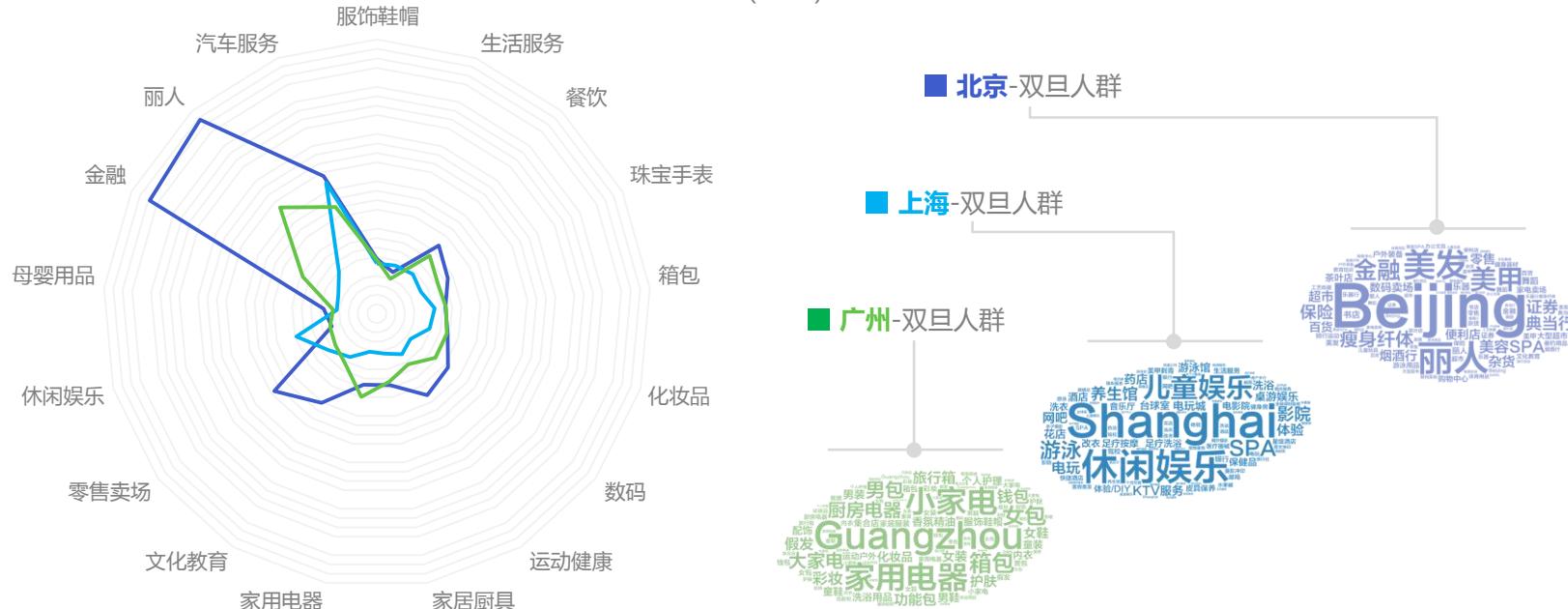
桔子水晶酒店
Crystal Orange Hotel

TalkingData

不同城市双旦人群：北京爱美、上海爱玩，广州爱家

从不同城市双旦人群消费偏好看，来北京游玩的双旦人群比较偏好丽人、金融以及零售卖场等消费，来上海游玩的双旦人群比较偏好休闲娱乐和生活服务类消费，而来广州游玩的双旦人群则比较偏好家用电器、箱包、化妆品等消费。

不同城市双旦人群日常消费偏好 (TGI)



数据来源：TalkingData 移动数据研究中心 2016年12月19日-2017年1月4日

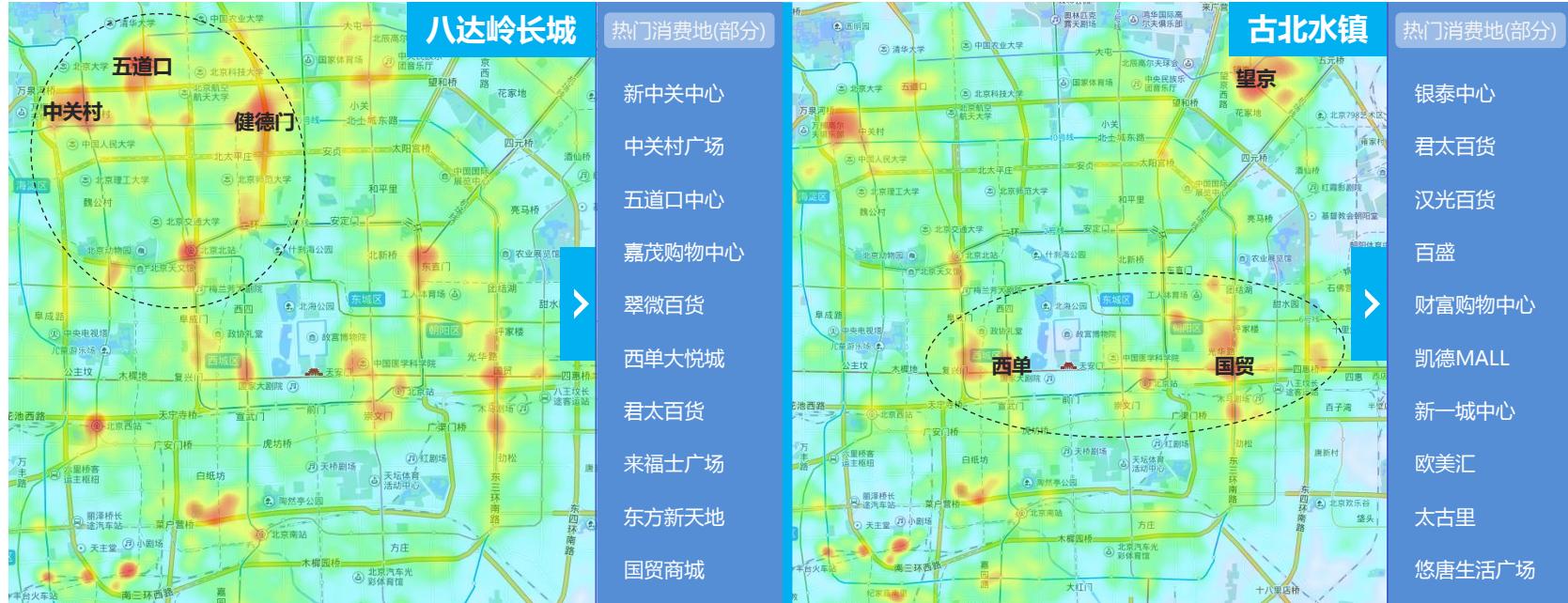
注：TGI指数即Target Group Index，反映目标群体在特定研究

范围内的强势或弱势：消费偏好 $TGI = \text{不同城市人群在某类别的消费偏好比例} / \text{互联网人群在该类别的消费偏好比例} * \text{标准数} 100$

北京地区双旦游乐场所：八达岭长城、古北水镇

从以八达岭长城和古北水镇为代表的北京地区双旦人群消费分布热力图看，来八达岭长城游玩的人群比较偏好在海淀区的中关村、五道口等地消费，而来古北水镇游玩的人群比较偏好在国贸、西单等地消费。

八达岭长城和古北水镇 消费分布热力图 (10:00-16:00)



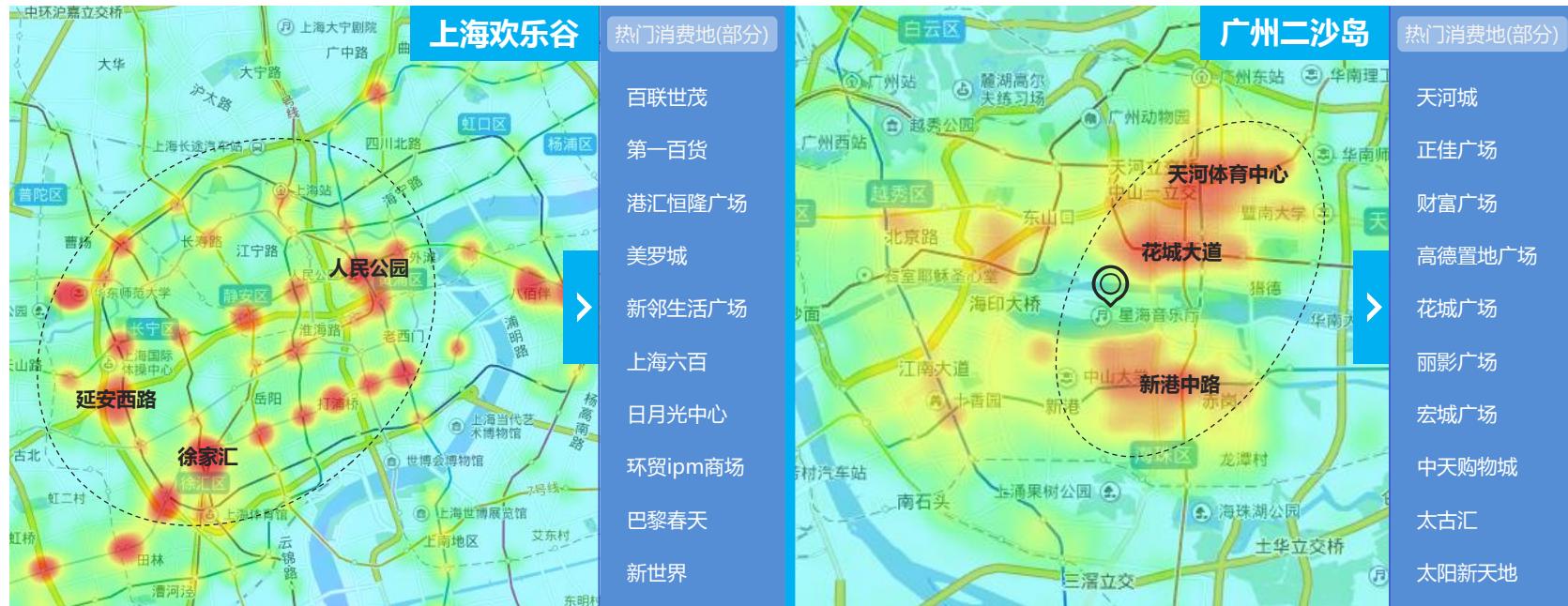
数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

注：热门消费地排名不分先后，不包括全部，仅为示例。

上海和广州地区双旦游乐场所：上海欢乐谷、广州二沙岛

从上海欢乐谷和广州二沙岛的双旦人群消费分布热力图看，来上海欢乐谷游玩的人群比较偏好在人民公园、徐家汇等地消费，而来广州二沙岛游玩的人群则比较偏好在天河城、花城大道等地消费。

上海欢乐谷和广州二沙岛 消费分布热力图 (10:00-16:00)



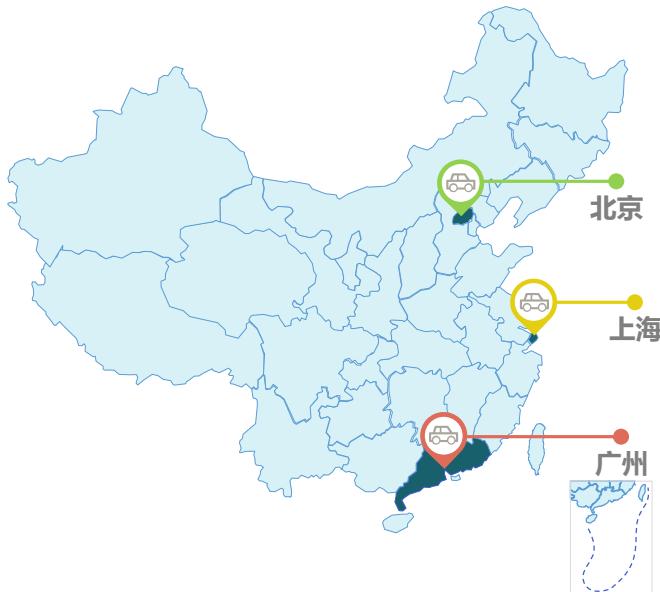
数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

注：热门消费地排名不分先后，不包括全部，仅为示例。

不同城市元旦期间热门拥堵路段：北京、上海、广州

从元旦期间不同城市道路拥堵情况看，高速/快速/环路、交通枢纽以及高架/立交等路段最容易堵塞，比如，在31日的去程高峰期，北京大广高速（天宫院）路段、上海南北高架路（中环立交）路段和广州内环路（人民桥）路段等较为拥堵。

元旦期间部分地区热门拥堵路段（部分）



北京



上海



广州

去程：
返程：

去程：9:45-12:35
返程：9:45-11:50和14:05-18:20

去程：
返程：

去程：9:40-19:00和20:00-22:20
返程：14:10-18:45

去程：
返程：

去程：9:50-23:45
返程：14:05-21:45

去程时段	大广高速(天宫院)	南北高架路(中环立交)	内环路(人民桥)
	京津高速(东石村桥)	沪蓉高速(真北立交)	体育西路辅路
	京沪高速(大羊坊桥)	北翟高架(北青公路)	金沙洲大桥
	京哈高速辅路(五方桥)	南泉北路	新光快速路(夏滘立交)
	北五环(顾庄桥)	南京东路	新浦路(洛溪)
返程时段	机场高速(温榆桥)	沈海高速(松卫南路)	站西路
	东六环(徐庄桥)	方浜中路	增槎路
	京承高速(白马南桥)	五洲大道(浦东北路)	鸦岗南大道
	清河中街	外环高速(漕宝立交)	华南快速路(春岗立交)
	立水桥北路	通虹路	虎门高速(虎门大桥西)

数据来源：百度地图，2016年12月31日和2017年1月2日

注：去程时段指2016年12月31日期间，返程时段指2017年1月2日期间。



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;
 - 美团点评、桔子酒店、百度地图等数据和资料整理。
-

数据周期

- 2016年12月，2017年1月1-4日
-

概念定义

- 使用率:活跃率/覆盖率*100%。
- 休闲生活型双旦人群样本：北京蓝色港湾、上海外滩、广州二沙岛区域样本人群。
- 度假娱乐型双旦人群样本：北京八达岭长城、古北水镇，上海迪士尼、欢乐谷，广州长隆区域样本人群。

鸣谢



作为“基于大数据的人工智能出行平台”，百度地图以人工智能技术为核心驱动力，逐步实现了虚拟现实化、智能化、共享化、全球化，为用户提供智能出行服务。百度地图在国内拥有超过5亿用户，占据了70%的市场份额，数据采集和分析处理能力均处于行业领先地位。



美团点评是中国最大的生活服务业电商平台，秉承让每个人吃得更好，活的更好的使命，美团点评覆盖全国超过2800个市县区，拥有用户近6亿，合作商家近450万户，日订单量突破1300万单，移动端月度活跃用户超1.8亿，年度活跃买家达2.2亿。美团点评在餐饮、电影、酒店旅游、KTV、婚庆、美业等领域均保持领先地位。



桔子水晶酒店集团成立于2006年，是国内知名设计师酒店集团。集团目前共有约130家中高端精品设计师酒店已投入运营，遍布全国超过40个大中城市，且近70%的酒店由集团自主投资，另全国有筹建酒店超过70家。桔子水晶酒店集团在香港母公司的大股东是目前全球最大的私募基金 - 凯雷集团。



关于TalkingData

- ▶ TalkingData（北京腾云天下科技有限公司）成立于2011年，致力于用数据改变企业做决策的方式，改善人类自身和环境。目前已完成C轮融资，是中国最大的第三方数据服务的领导厂商，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6.5亿/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。



微信服务号

TalkingData

移动观象台

纵览行业数据，解析移动趋势

mi.talkingdata.com

The image displays two screenshots of the TalkingData mobile observatory platform. The left screenshot shows a dark-themed dashboard with a large central number (614,042,181), a search bar, and several data icons representing different metrics like app rankings, public account rankings, terminal index, data reports, market research, and location maps. The right screenshot shows a detailed view of the 'Real-time Active Terminal Index' (TalkingData 30-day real-time active terminal index) with a value of 614,041,386, followed by a grid of icons for application rankings, public account rankings, terminal index, data reports, market research, and location maps. At the bottom, there is a section for 'This week's top mobile apps' showing 'WeChat' at the top with a 73.2% share.



微信服务号



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



微信服务号

TalkingData

客服QQ / 400 870 1230

商务热线 / 400-870-1230