

# 星巴克粉丝 = “高逼格”？

—— 星巴克忠实粉丝人群洞察

TalkingData移动数据研究中心 2016年11月



Bigger Than Bigger

STARBUCKS

# 目录

## CONTENTS

### Part 01

- 星巴克忠实粉丝人群洞察概览

### Part 02

- 星巴克忠实粉丝人群画像

### Part 03

- 星巴克忠实粉丝人群行为偏好



Part 01

# 星巴克忠实粉丝人群洞察概览



# 星巴克粉丝，就是逼格高！

星巴克忠实粉丝多为成熟青年，地域分布上，横扫一线，盘踞长三角，集中分布在江浙沪、北京、广东等地；爱吃爱玩爱运动，较为偏爱餐饮、房产、健康美容、旅游、出行、汽车服务、办公等线上应用，同时，其线下消费需求较为强烈。



星巴克忠实粉丝

1

以男性为主，且多为80后成熟青年

2

地域分布：横扫一线，盘踞长三角

3

爱吃爱玩爱运动，较为偏爱餐饮、房产、健康、旅游、出行、汽车服务、办公等线上应用

4

线下买不停，一线城市粉丝最高端、二线城市粉丝最顾家、三线及以下城市粉丝最爱休闲娱乐

注：星巴克忠实粉丝指的是安装有星巴克官方移动APP的用户。



Part 02

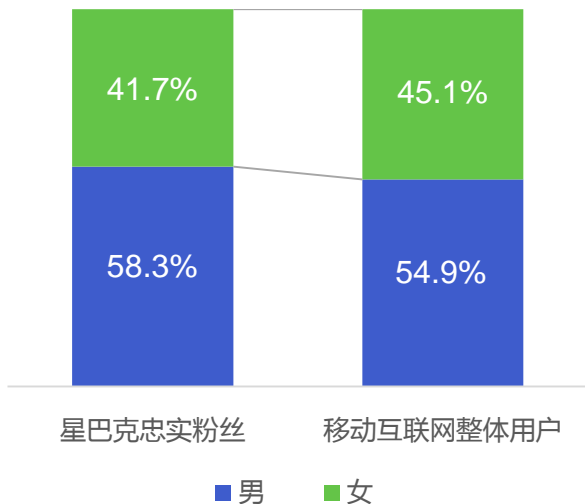
# 星巴克忠实粉丝人群画像

# 80后成熟青年撑起星巴克半边天

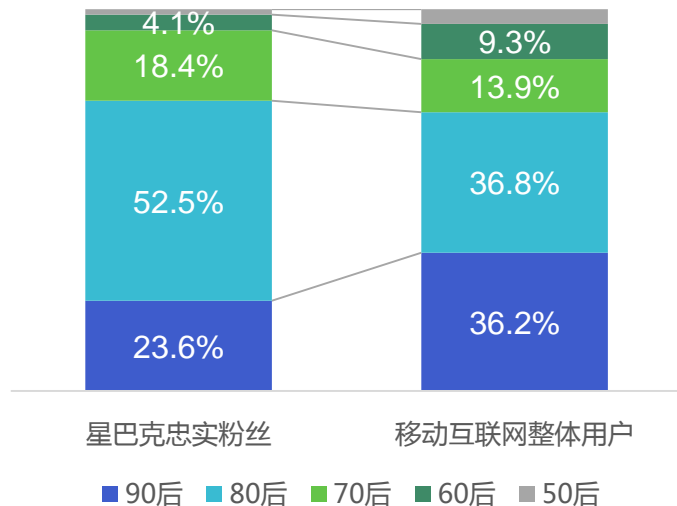
从性别分布来看，星巴克忠实粉丝以男性用户为主，占比为58.3%，高于移动整体用户；从年龄分布来看，星巴克忠实粉丝主要为80后成熟青年，此外，70后用户占比也高于移动整体用户，星巴克忠实粉丝偏成熟化。

## 星巴克忠实粉丝人口属性分布情况

### 性别分布



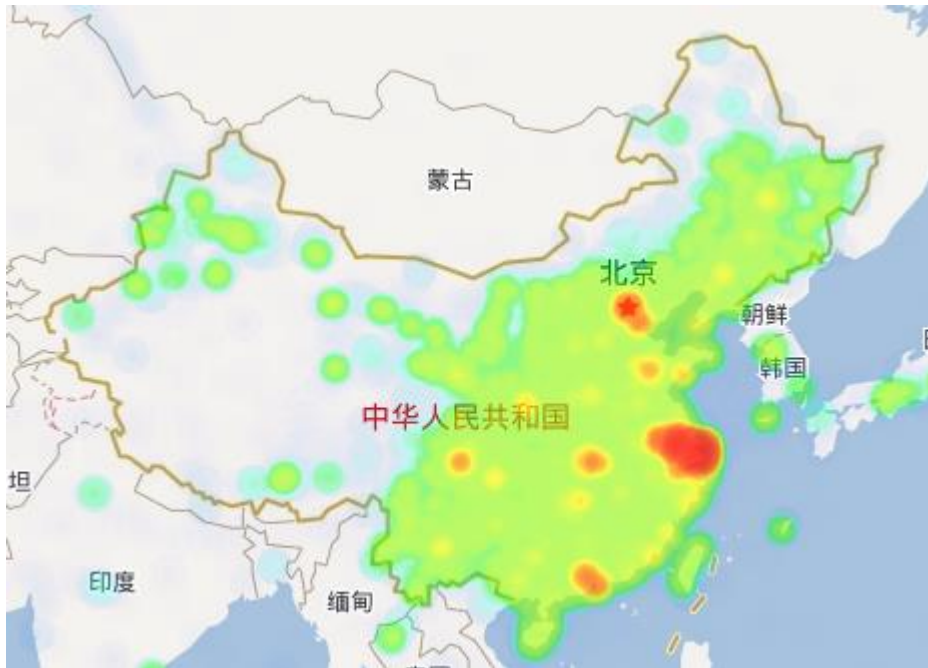
### 年龄分布



# 星巴克忠实粉丝多来自长三角，爱包邮也爱星巴克

星巴克忠实粉丝主要集中在长三角、北京、广东；此外，在湖北、四川等内陆地区，其粉丝集中度亦较高，看来慢节奏和高逼格还是可以共存的。

星巴克忠实粉丝人口分布情况

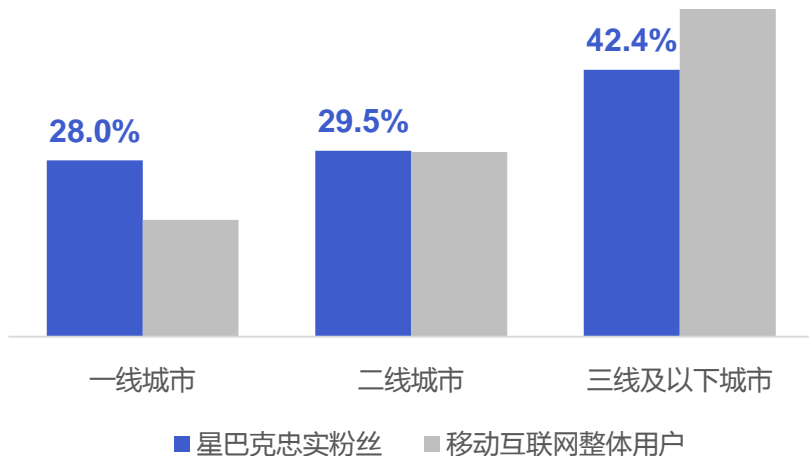


# 一线城市用户较为偏爱星巴克

一线城市的星巴克忠实粉丝比例高于移动互联网整体用户，其TGI指数达到151，而三线城市的星巴克忠实粉丝比例低于移动互联网整体用户，一线城市用户更小资。

## 星巴克忠实粉丝城市级别分布情况

### 城市级别分布



### TGI指数分布

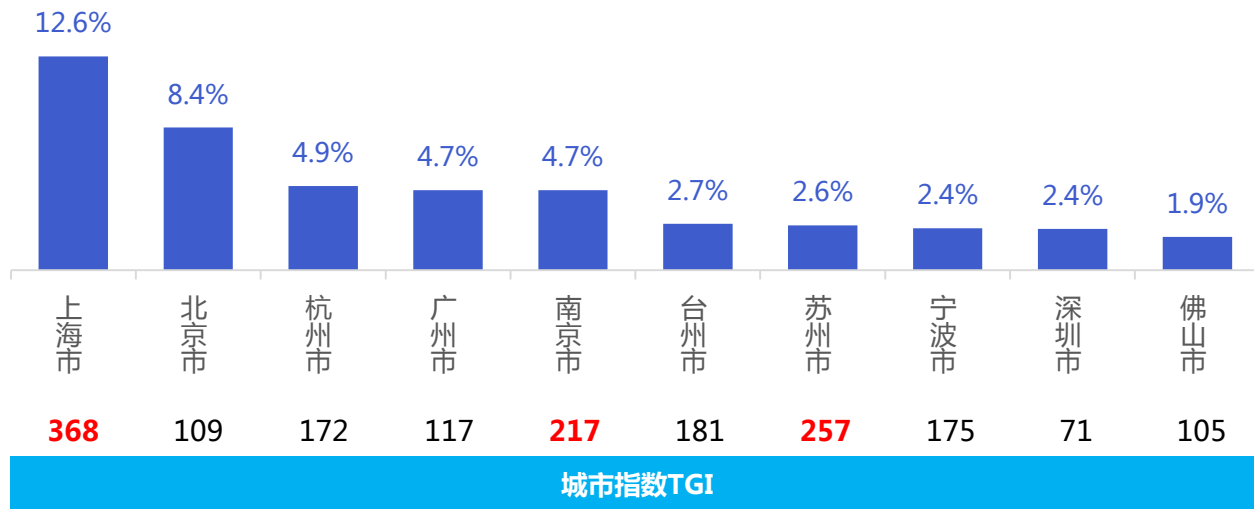
城市级别	星巴克忠实粉丝TGI
一线城市	151
二线城市	101
三线及以下城市	81



# 魔都大上海，星巴克忠实粉丝最多没商量

上海的星巴克忠实粉丝最多，占比超过10%，其次是北京和杭州；从城市指数来看，上海、南京、苏州分列前三位，长三角一带的用户更偏爱星巴克。

## 星巴克忠实粉丝城市分布TOP10及城市指数

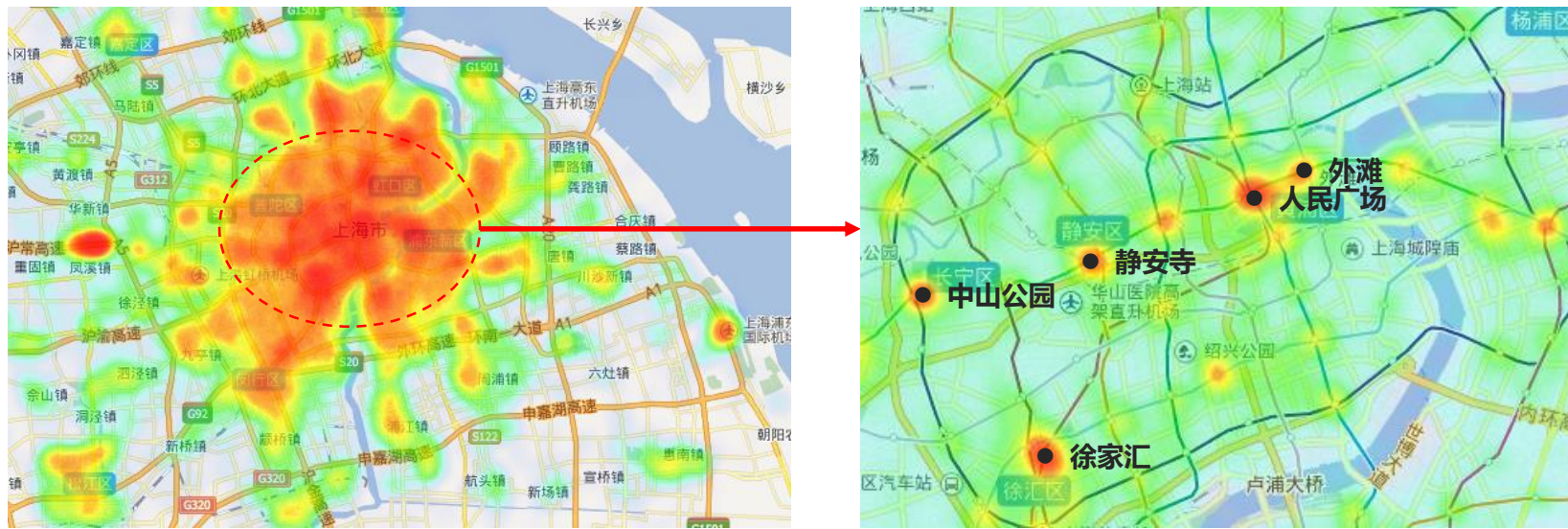


数据来源：TalkingData 移动数据研究中心；注：指数即TGI指数，反映目标群体在特定研究范围内的强势或弱势， $TGI = [\text{星巴克忠实粉丝某城市用户占比} / \text{移动互联网整体用户在该城市级别的占比}] * \text{标准数} 100$ 。

# 在人民广场吃炸鸡？也可能喝着星巴克

上海星巴克忠实粉丝分布较广，在市区较为集中，其中，在外滩、人民广场、静安寺、徐家汇等地最为集中，看来在人民广场不只要吃炸鸡，星巴克也是必备啊。

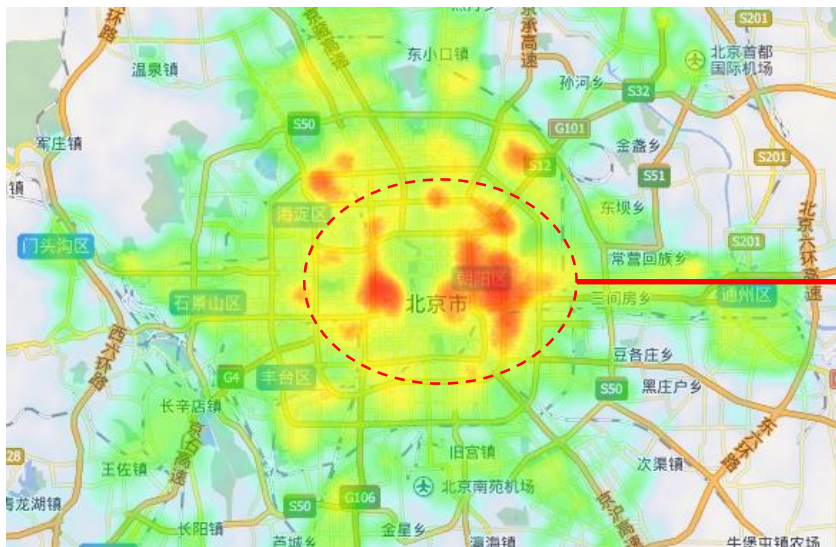
上海星巴克忠实粉丝人口分布情况



# 星巴克忠实粉丝最爱西单、国贸、大朝阳，就是这么高大上

北京星巴克忠实粉丝多分布在五环以内，其中在西单、金融街、国贸和朝阳门一带最为集中，大西单、大国贸、大朝阳果然是逼格满满啊。

## 北京星巴克忠实粉丝人口分布情况



*Part 03*

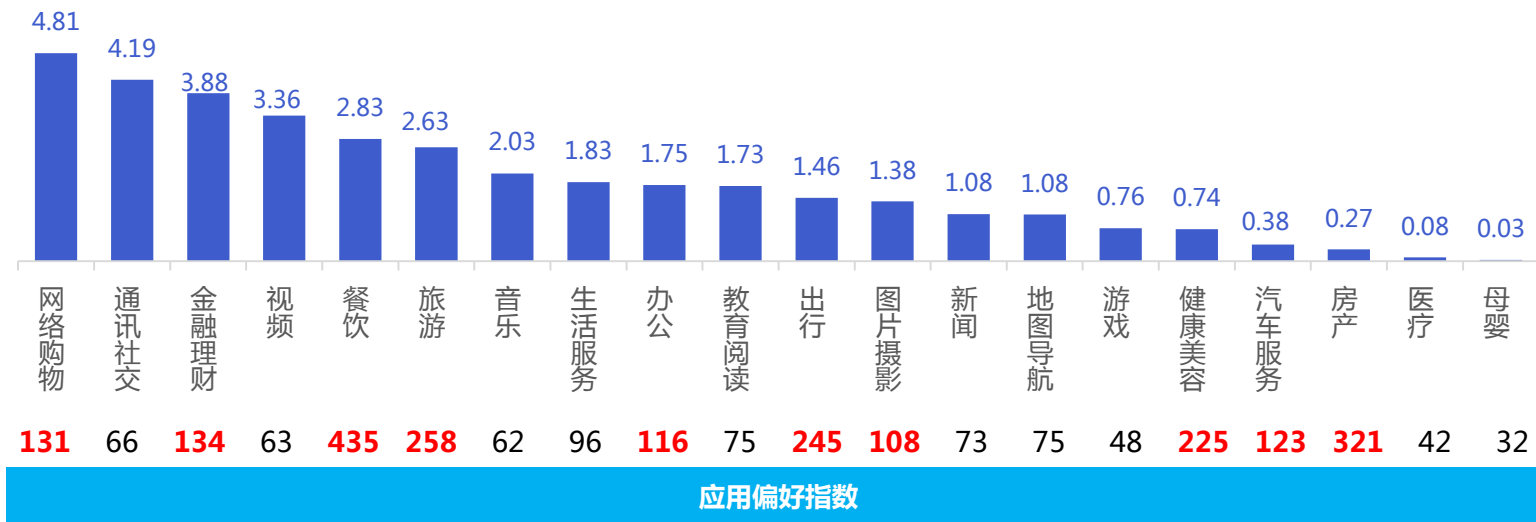
# 星巴克忠实粉丝人群行为偏好



# 星巴克忠实粉丝爱吃爱玩爱运动，工作生活两不误

除网购、通讯社交、金融理财外，星巴克忠实粉丝与视频和餐饮类应用的关联度也较高；从应用偏好指数来看，星巴克忠实粉丝偏爱餐饮、房产、健康、旅游、出行、汽车服务、办公等类别，真可谓爱吃爱玩爱运动、工作生活两不误啊。

## 星巴克忠实粉丝关联应用类型及应用偏好指数

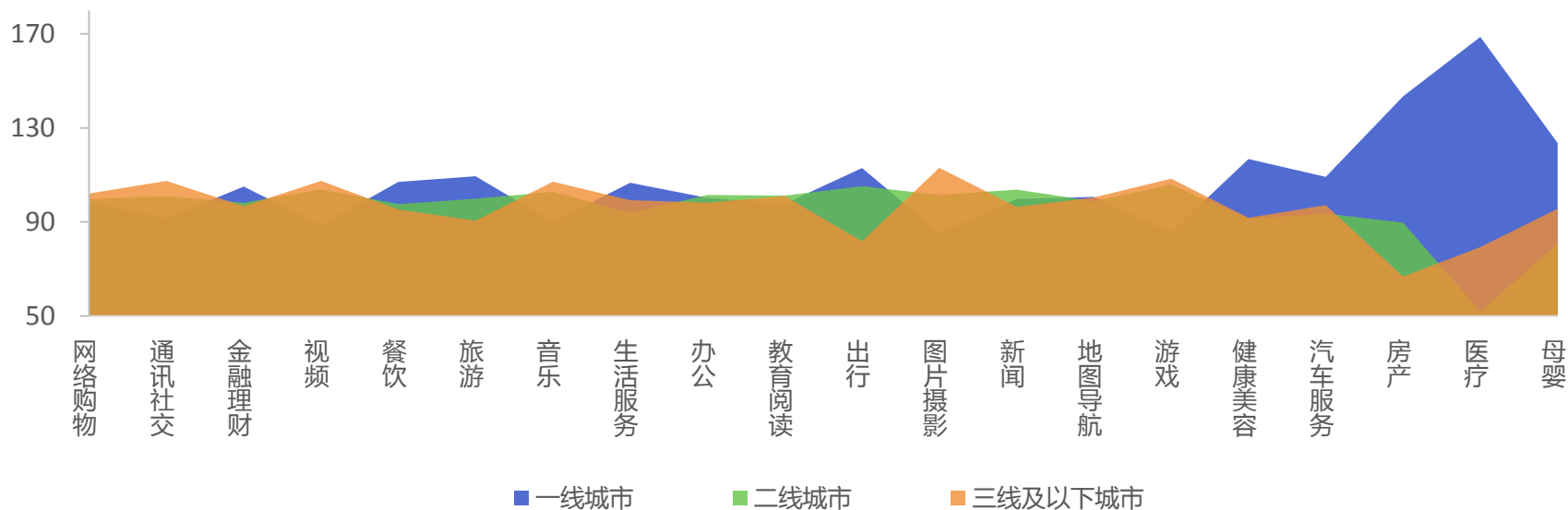


数据来源：TalkingData 移动数据研究中心；注：应用偏好指数用TGI指数表示， $TGI = [\text{特定人群某类型应用关联度} / \text{移动互联网整体用户该类应用关联度}] * \text{标准数}100$ ，反映目标群体在特定研究范围内的强势或弱势。

# 一线粉丝偏爱医疗、房产、健康，三线粉丝偏爱影音娱乐

星巴克一线城市忠实粉丝偏爱医疗、房产、母婴、健康美容、旅游出行等应用，关注医疗健康、爱旅行是其一大特性；三线城市忠实粉丝爱影音娱乐、爱通讯社交，对图片摄影、音乐、视频、通讯社交等应用较为偏好。

## 不同城市级别星巴克忠实粉丝应用偏好指数对比

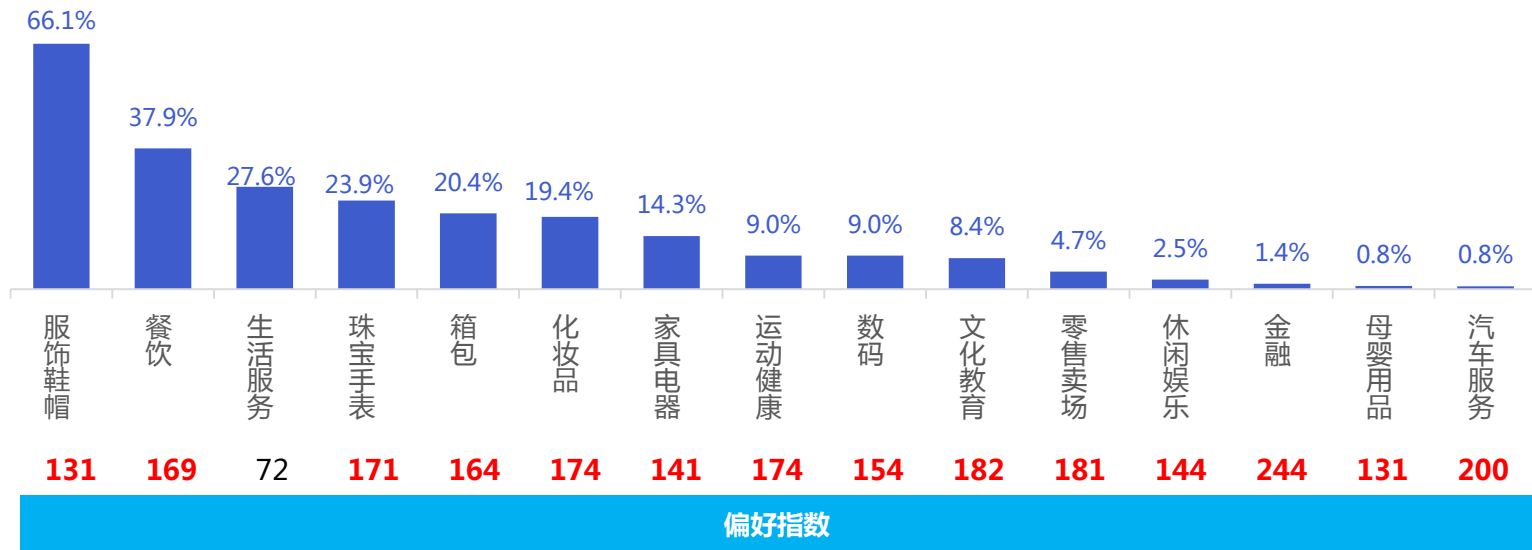


数据来源：TalkingData 移动数据研究中心；注：应用偏好指数用TGI指数表示， $TGI = [\text{特定人群某类型应用关联度} / \text{行业均值}] * \text{标准数} 100$ ，反映目标群体在特定研究范围内的强势或弱势。

# 星巴克忠实粉丝线下消费需求强，买买买不停

星巴克忠实粉丝与服饰鞋帽、餐饮和生活服务等线下品类的关联度最高；从偏好指数来看，除生活服务外，星巴克忠实粉丝与各品类的关联度均高于移动整体用户，尤以金融、汽车等领域需求更为突出。

## 星巴克忠实粉丝线下消费品类关联度及偏好指数



数据来源：TalkingData 移动数据研究中心；注：线下消费品类关联度是根据某类人群对线下不同品类的消费倾向指数得出；偏好指数=[星巴克忠实粉丝对某类线下消费品类的偏好度/移动互联网整体用户对该线下消费品类的偏好度]\*标准数100。



# 一线粉丝最高端，二线粉丝最顾家，三线粉丝爱休闲

星巴克一线城市忠实粉丝偏爱金融、汽车服务、零售、餐饮等线下品类；二线城市忠实粉丝最顾家，偏爱母婴用品、家具电器；三线及以下城市忠实粉丝最爱玩，偏爱休闲娱乐、生活服务等线下品类。

## 星巴克一线城市忠实粉丝

金融、汽车服务、零售卖场、餐饮

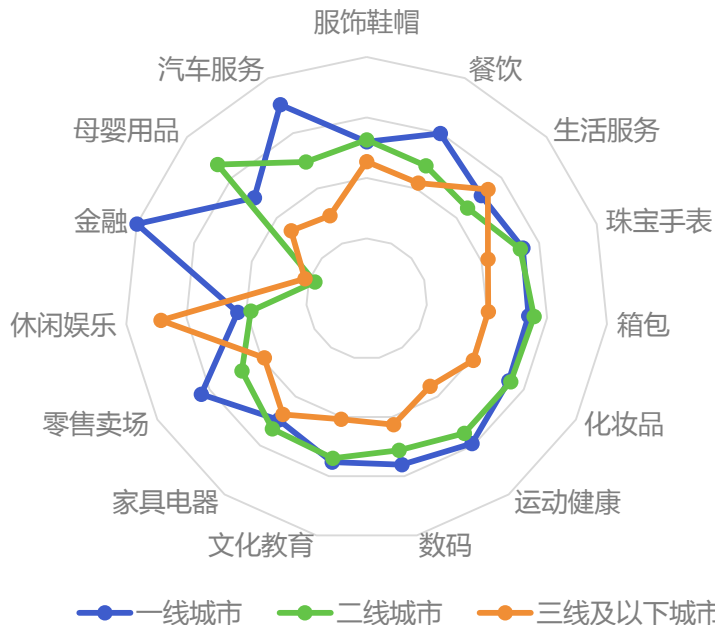
## 星巴克二线城市忠实粉丝

母婴用品、家具电器

## 星巴克三线及以下城市忠实粉丝

休闲娱乐、生活服务

不同城市级别星巴克忠实粉丝线下消费品类偏好



数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

注：线下消费品类偏好是根据某类人群对线下不同品类的消费倾向指数得出。



## ● 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。
  - ✓ 公开信息收集整理
- 

## ● 数据周期

- ✓ 2016年10月
- 

## ● 概念定义

- ✓ 星巴克忠实粉丝：指的是安装有星巴克官方移动APP的用户。

# 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。



扫一扫立即访问

# 移动观象台

纵览行业，数据解析移动趋势





# TalkingData

移动 · 数据 · 价值



扫一扫立即访问



## 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



# Thanks!

关注TalkingData官方微信获取最新移动数据资讯

[www.talkingdata.com](http://www.talkingdata.com)