

酷划锁屏用户画像专题分析2017

2017.10



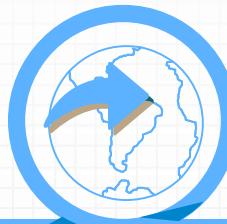
本产品保密并受到版权法保护

Confidential and Protected by Copyright Laws





分析方法



分析范畴



数据来源

- 通过APP的功能、特性与使用人群特征，得出分析维度；采集易观千帆所监测到的用户移动行为数据，匹配分析维度；
- 通过对数据的分析，建立模型，得到用户分类结果。定量分析方法：因子分析模型、聚类分析模型、相关性分析模型。

- 本专题主要分析酷划锁屏用户特征、行为属性及偏好。
 - 本次分析内容涉及的关键字为：用户属性、行为偏好，典型用户画像等。
- 本次分析内容分析的国家和区域主要包括：中国大陆，不包括港澳台地区。

- 数据来源于Analysys易观千帆。易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第3季度易观千帆基于对21.9亿累计装机覆盖及5.2亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。



分析发现

酷划锁屏用户呈现年轻化，且女性用户高于男性用户，中等及中高等收入占主流。且主要集中在一二三线城市，特别是以北方城市为主

酷划锁屏男性用户更偏向于理财、健康和咨询领域，女性用户更偏向优惠、医药或者母婴类

重点需要关注36岁-40岁酷划用户，他们注重资金的增值，会通过“开源”和“截流”的方式来合理规划资金，可作为酷划潜在用户



人群分类

- (一) 24岁以下爱美多休闲时间的女孩，爱划屏，喜欢社交、视频和电商购买，对金融工具偏好度高
- (二) 24-35岁未婚单身年轻白领，喜爱二次元的宅男群体，聚焦一二线城市，偏好两性话题
- (三) 31-35岁的都市商务人士，高消费者，未婚，偏好婚恋交友、心理健康和城市出行领域
- (四) 41岁以上休闲时间较多的中年人，无明显兴趣偏好，需要轻松易用的东西打发时间

目录

CONTENTS

- 01**  基础属性
- 02**  酷划锁屏属性行为偏好分析
- 03**  酷划锁屏用户画像综述分析

PART 1



基础属性

© Analysis 易观

www.analysys.cn

| 酷划锁屏核心用户四大特征

年轻

“24岁以下”



女性

“爱美爱划屏”



中等收入

“经济条件不错”



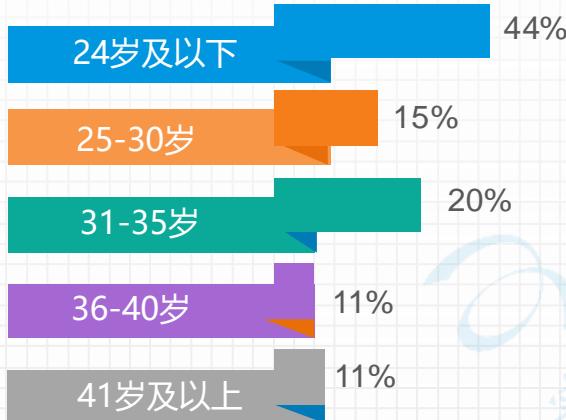
二三线城市为主

“休闲时间较多”

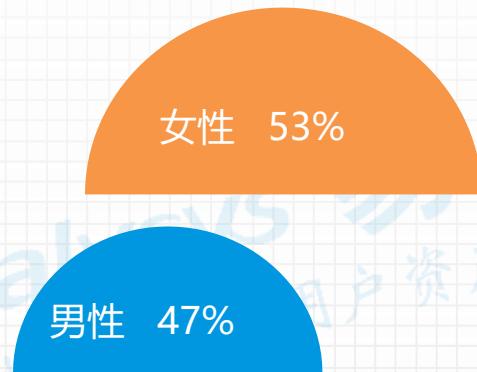


酷划锁屏用户呈现年轻化，且女性用户高于男性用户，中等及中高等收入占主流

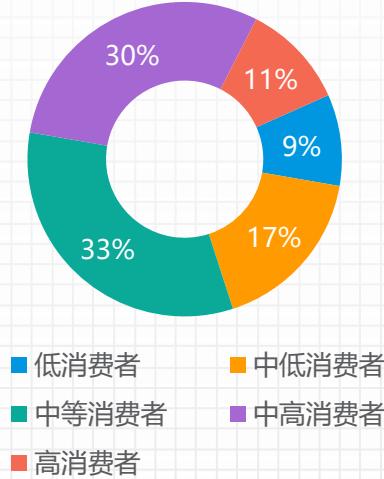
酷划锁屏用户年龄分布



酷划锁屏用户性别分布



酷划锁屏用户收入分布

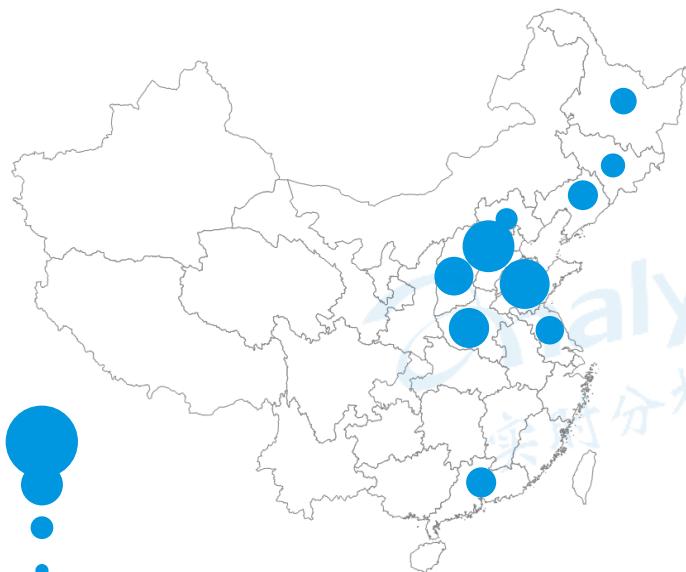


数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第3季度易观千帆基于对21.9亿累计装机覆盖及5.2亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

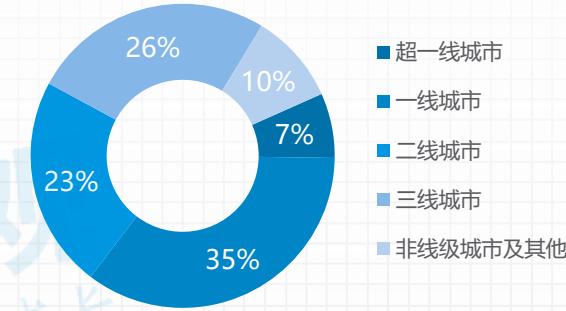
酷划锁屏用户主要集中在一二三线城市，特别是以北方城市为主

Analysys 易观
实时分析驱动用户资产成长

酷划活跃用户地域分布图TOP10



TOP1	石家庄
TOP2	北京
TOP3	天津
TOP4	济南
TOP5	太原
TOP6	唐山
TOP7	郑州
TOP8	沈阳
TOP9	青岛
TOP10	邯郸



城市定义：

超一线城市： 指在全国政治、经济中具有主导作用的大都市，包括北京、上海、广州、深圳

一线城市： 指部分商业活跃度强且经济发达的省会城市、沿海开放城市等。

二线城市： 指经济水平较高的地级市省会及大中型城市。

三线城市： 指经济水平一般的地级市及中型城市。

非线级城市及其他： 指经济水平较弱的地级市及地级市下的县级市、城镇等。

数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第3季度易观千帆基于对21.9亿累计装机覆盖及5.2亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

PART 2

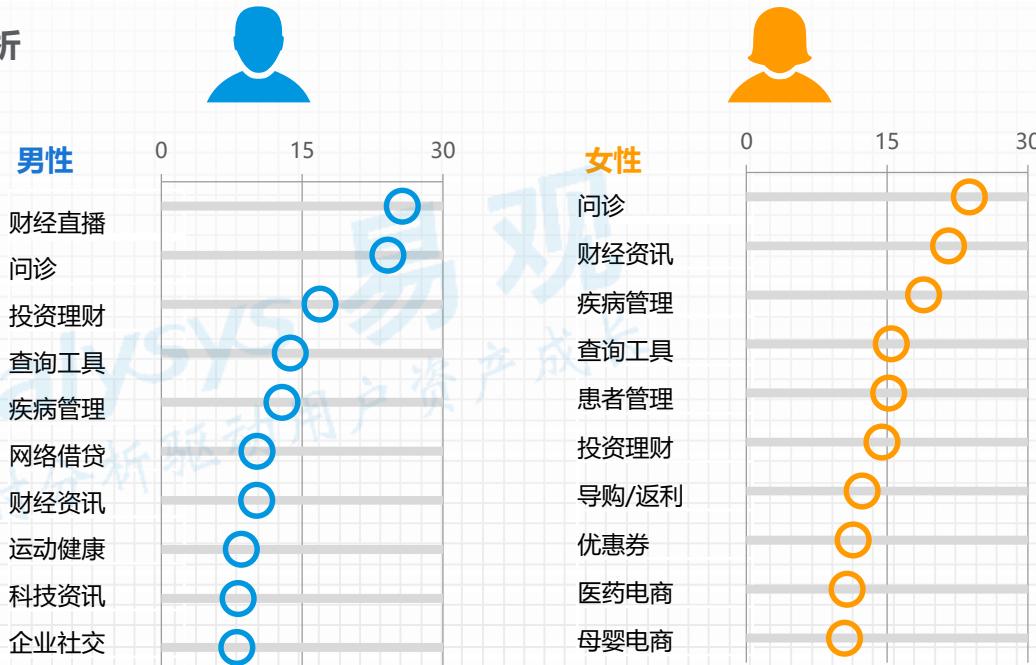
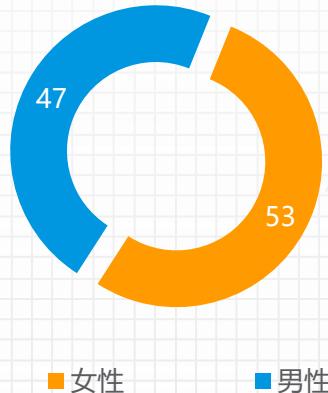


酷划锁屏属性行为偏好分析

性别TGI——酷划锁屏男性用户更偏向于理财、健康和咨询领域，女性用户更偏向优惠、医药或者母婴类

Analysys 易观
实时分析驱动用户资产成长

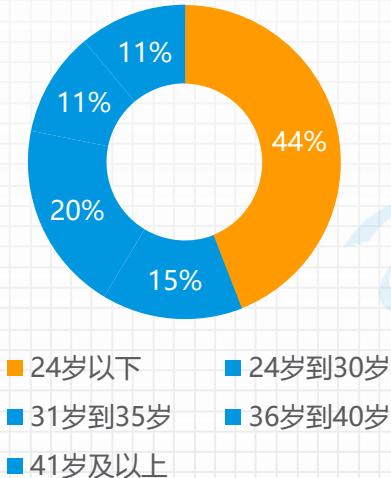
酷划锁屏用户不同性别对细分领域偏好度分析



数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第3季度易观千帆基于对21.9亿累计装机覆盖及5.2亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

年龄TGI——24岁以下酷划用户以有空余休闲时间的女性用户为主要人群，她们较为关注返利、母婴电商、宠物和健康

酷划锁屏用户不同年龄段对细分领域偏好度分析



1 根据易观千帆数据统计，酷划受众中24岁以下用户最多，占比达到44%。24岁以下用户中，大学生用户居多，还有刚进入职场的新新人，对新事物有热爱并且可以在使用酷划的时候挣些零花钱

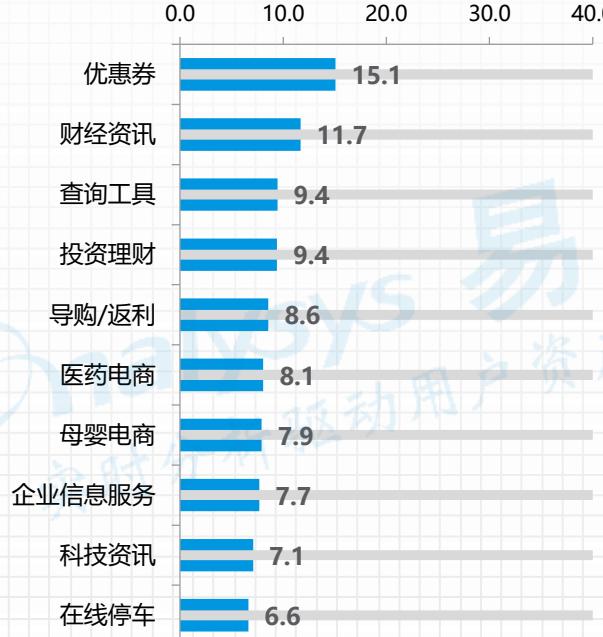
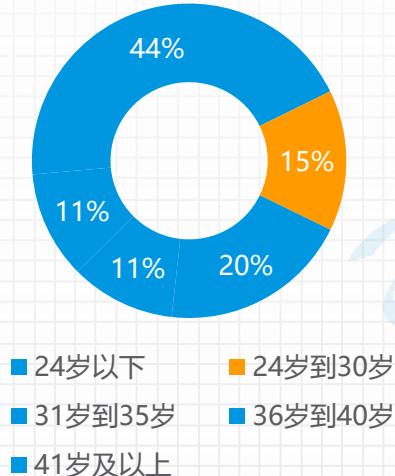
2 根据易观千帆数据统计，24岁以下用户作为酷划主要受众人群，对优惠券、导购/返利，母婴电商和宠物O2O等领域关注较多，说明这类用户主要为女性用户，且经济基础一般，比较会节约，同时也能看出这类用户休闲时间较多，有时间购物、养宠物和健身

数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第3季度易观千帆基于对21.9亿累计装机覆盖及5.2亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

年龄TGI——24岁-30岁酷划用户中以职场人员为主，其中男性用户的占比较24岁以下人群有所提升

Analysys 易观
实时分析驱动用户资产成长

酷划锁屏用户不同年龄段对细分领域偏好度分析



1 根据易观千帆数据统计，酷划受众中24-30岁用户占比为15%。24岁-30岁用户中，职场人员用户居多，相较于24岁以下用户，工具类领域关注度提升，整体经济收入也比24岁以下用户有所提升

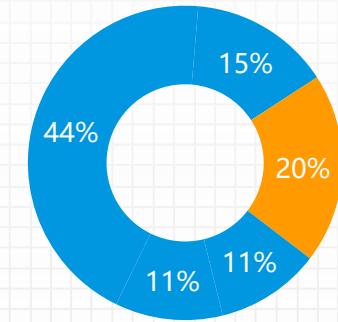
2 根据易观千帆数据统计，24岁-30岁用户对工具类领域关注度提升，如查询工具、企业信息服务等。另外，24岁-30岁用户中，酷划的男性用户占比有所提升，增加对财经资讯和在线停车领域的偏好度

数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第3季度易观千帆基于对21.9亿累计装机覆盖及5.2亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

年龄TGI——31岁-35岁酷划用户中整体知识水平较高，对资讯领域感兴趣；另外，他们有一定经济基础，注重生活品质

Analysys 易观
实时分析驱动用户资产成长

酷划锁屏用户不同年龄段对细分领域偏好度分析



- 24岁以下
- 31岁到35岁
- 41岁及以上
- 24岁到30岁
- 36岁到40岁



数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第3季度易观千帆基于对21.9亿累计装机覆盖及5.2亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

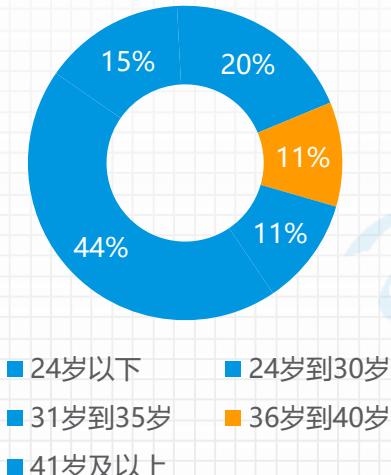
1 根据易观千帆数据统计，酷划受众中31-35岁用户占比为20%，为酷划锁屏主要用户。31岁-35岁用户整体知识水平比较高，通常对资讯领域信息感兴趣。另外，这类用户拥有一定的经济基础，对生活品质有一定要求。

2 根据易观千帆数据统计，31岁-35岁酷划用户对资讯类领域关注度提升，如财经资讯、科技资讯等。另外，31岁-35岁用户对提升生活品质有追求，关注自身健康，外貌和生活品质的提升。

年龄TGI——36岁-40岁酷划用户注重资金的增值，会通过“开源”和“截流”的方式来合理规划资金，可作为酷划潜在用户

Analysys 易观
实时分析驱动用户资产成长

酷划锁屏用户不同年龄段对细分领域偏好度分析



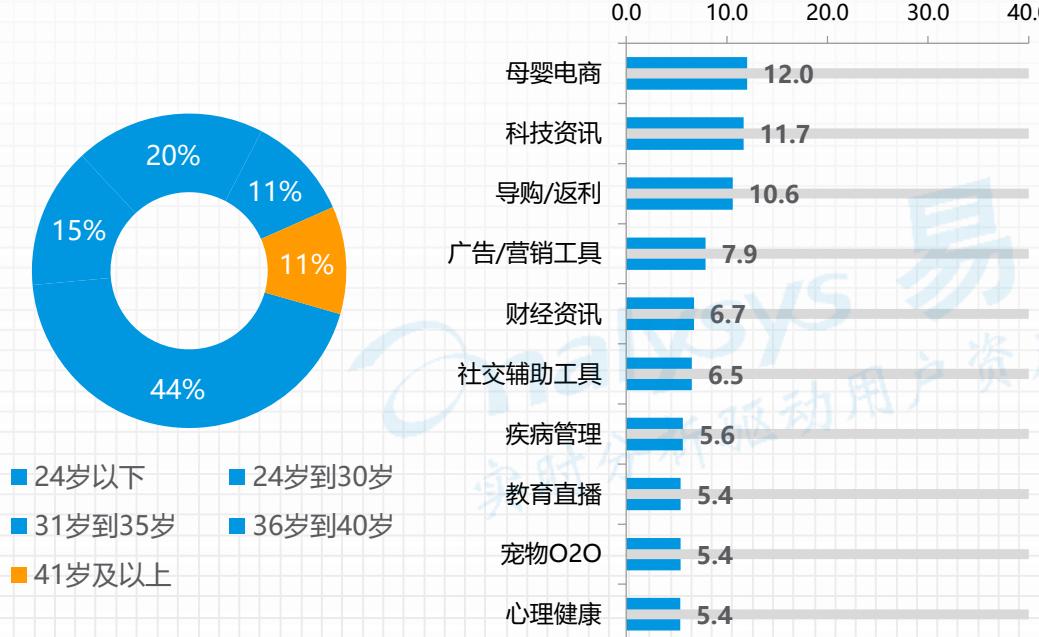
数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第3季度易观千帆基于对21.9亿累计装机覆盖及5.2亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

1 根据易观千帆数据统计，酷划受众中36-40岁用户占比为11%，为酷划锁屏占比最小的用户类别之一。36岁-40岁用户注重资金的增值，因为这个年龄段正是“上有老下有小”的时候，经济压力较大，具体到男性和女性在这个年龄段的倾向性并不明显

2 根据易观千帆数据统计，36岁-40岁酷划用户对资金增值领域关注度提升，或者说对如何节约用钱比较关注。如投资理财，导购/返利，关注健康，购买保险等，都是对资金合理规划的有效体现

年龄TGI——41岁以上酷划用户注重对孩子的教育，同时追求社交，他们通常拥有更多的非工作时间

酷划锁屏用户不同年龄段对细分领域偏好度分析

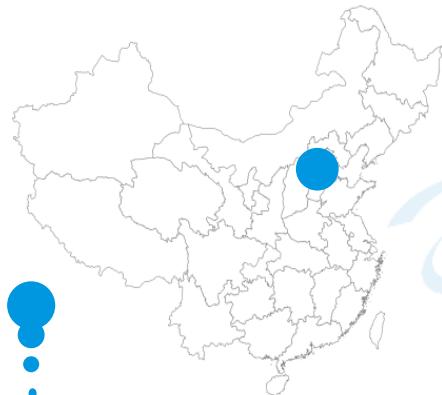


1 根据易观千帆数据统计，酷划受众中41岁以上用户占比为11%，为酷划锁屏占比最小的用户类别之一。41岁以上用户注重对孩子的教育，注重对社交的追求，而且拥有更多的非工作时间

2 根据易观千帆数据统计，41岁以上酷划用户女性用户偏多，她们多注重社交和教育领域，同时关注身体和心理的健康。在领域偏好上，偏好资讯领域、社交工具、心理健康和教育领域

数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第3季度易观千帆基于对21.9亿累计装机覆盖及5.2亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

酷划锁屏用户不同省份对细分领域偏好度分析



1 根据易观千帆数据统计，酷划受众中河北用户最多，占比达到16%。河北用户注重孩子上学，对应试教育领域偏好较高，如答题、中小学教育、学习工具和应试教育等，都是对教育领域的关注

2 根据易观千帆数据统计，河北酷划用户中女性用户偏多，可以在领域偏好上略窥一二，如孩子教育、母婴电商和导购/返利等，都是女性偏好度更多的领域。另外也可以看出河北酷划用户休闲时间较多，可以兼顾家庭和工作

数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第3季度易观千帆基于对21.9亿累计装机覆盖及5.2亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

酷划锁屏用户不同省份对细分领域偏好度分析

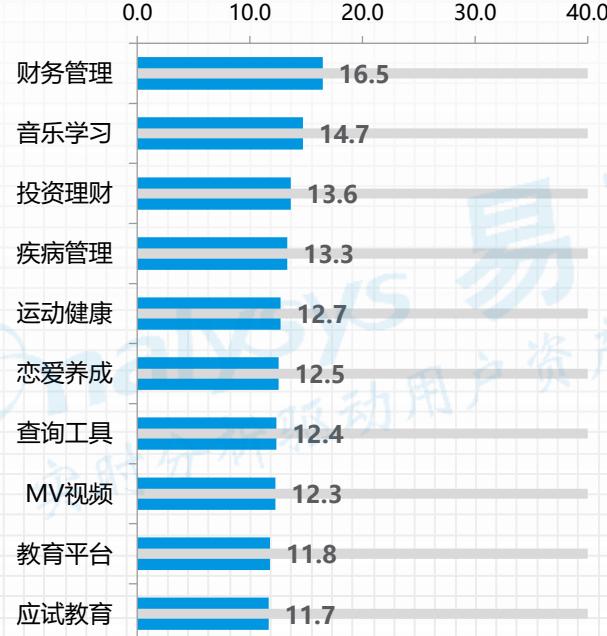


数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第3季度易观千帆基于对21.9亿累计装机覆盖及5.2亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

1 根据易观千帆数据统计，酷划受众中山东用户占比仅次于河北，占比达到14%。山东用户和河北用户有异曲同工之妙，都是注重对孩子的教育，而且拥有更多的非工作时间。和河北不同的是，山东酷划用户更加热爱音乐，排名前十的偏好领域中，有两个是音乐相关

2 同时，山东用户还注重两性生活，酷划可以在植入广告时多注入音乐和两性生活元素，进一步提升山东用户使用度

酷划锁屏用户不同省份对细分领域偏好度分析



1 根据易观千帆数据统计，酷划受众中河南用户占比位列第三，占比达到10%。河南用户不同于河北和山东，河南用户在偏好方面比较庞杂，偏好领域未见明显聚类，可见河南酷划用户的受众人群相对河北和山东复杂一些

2 根据易观千帆数据统计，可对河南用户加入多元素设计，如休闲娱乐，运动健康，教育投资，恋爱养成等，或根据具体不同河南城市进行进一步深化分析

数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第3季度易观千帆基于对21.9亿累计装机覆盖及5.2亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

PART 3



酷划锁屏用户画像综述分析

© Analysys 易观

www.analysys.c

n

酷划典型用户分析（一）—— 24岁以下爱美多休闲时间的女孩，爱划屏，喜欢社交、视频和电商购买，对金融工具偏好度高

Analysys 易观
实时分析驱动用户资产成长

自然属性标签

用户的人口自然属性标签，划分基础人群

24岁以下 女性 中高收入

一二三线城市为主

较多休闲时间

安卓手机主要使用品牌为OPPO和VIVO



用户行为标签

用户线上浏览行为的分类和规整，细分类型用

兴趣偏好	社交网络	即时通讯	综合视频
综合电商	移动音乐	支付	投资理财
综合阅读	金融工具	动漫	证券服务

社群属性标签

综合用户行为和相关标签，定义用户社群属性

关注者 重度用户 轻松 粉丝

对典型用户（一）类人群在凌晨的投放力度放到最低

- 典型用户（一）的特点是夜生活比较规律，从早晨6点起就呈现均衡的活跃状态

酷划典型用户（一）类人群分时活跃用户表现



数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第3季度易观千帆基于对21.9亿累计装机覆盖及5.2亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

典型用户（一）类人群投放重点领域为社交、视频和电商购买

- 该类型人群注重金融理财，可在此重点投放小额理财产品广告
- 同时此类人群偏好动漫，可多植入动漫图片，提高用户使用率
- 因为此类人群为年轻女性，壁纸选择与“美”相关，美妆，美颜，美图和美拍等等



数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第3季度易观千帆基于对21.9亿累计装机覆盖及5.2亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

酷划典型用户分析（二）—— 24-35岁未婚单身年轻白领， 喜爱二次元的宅男群体，聚焦一二线城市，偏好两性话题

Analysys 易观
实时分析驱动用户资产成长

自然属性标签

用户的人口自然属性标签，划分基础人群

24-35岁 男性 白领

未婚单身

一、二线城市

手机使用品牌为华为、小米等



用户行为标签

用户线上浏览行为的分类和规整，细分类型用

兴趣偏好	社交网络	酒店预订	智能穿戴
品牌电商	匿名社交	外卖订餐	两性生活
游戏资讯	二次元	车后服务	奢侈品

社群属性标签

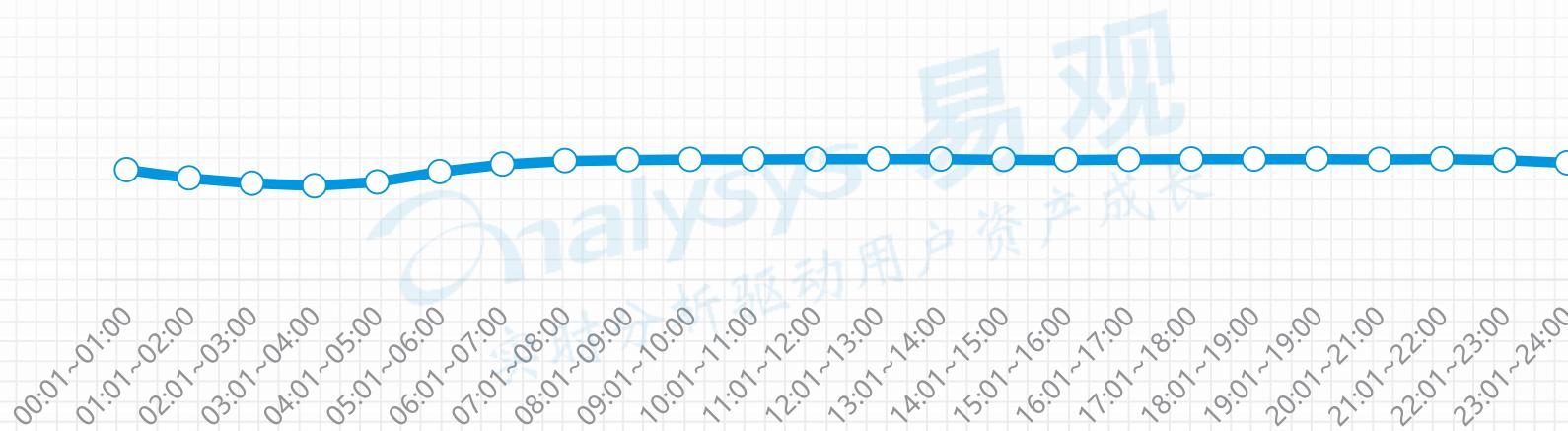
综合用户行为和相关标签，定义用户社群属性

宅男群体 中重度用户 享受 关注性

| 对典型用户（二）类人群可重点投放凌晨时段

- 典型用户（二）为夜猫子型，凌晨期间的使用度较比其他类型典型用户活跃

酷划典型用户（二）类人群分时活跃用户表现



数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第3季度易观千帆基于对21.9亿累计装机覆盖及5.2亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

典型用户(二)类人群投放重点领域为社交、两性和二次元

Analysys 易观
实时分析驱动用户资产成长

- 该类型人群注重两性话题，可在此重点投放相关产品广告
- 同时此类人群偏好二次元，普遍比较宅，可多植入相关内容，提高用户使用率
- 因为此类人群为未婚男性，还可关注汽车、游戏，酒店预订和外卖等领域

典型用户(二)类人群对细分领域偏好度分析



数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第3季度易观千帆基于对21.9亿累计装机覆盖及5.2亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

酷划典型用户分析（三）—— 31-35岁的都市商务人士，高 消费者，未婚，偏好婚恋交友、心理健康和城市出行领域

Analysys 易观
实时分析驱动用户资产成长

自然属性标签

用户的人口自然属性标签，划分基础人群

31-35岁 男性 高消费者

一、二线城市为主

未婚商务人士

安卓手机多用华为



用户行为标签

用户线上浏览行为的分类和规整，细分类型用

兴趣偏好	社交网络	即时通讯	综合视频
综合电商	移动音乐	支付	婚恋交友
企业协同	生理健康	城市出行	投资理财

社群属性标签

综合用户行为和相关标签，定义用户社群属性

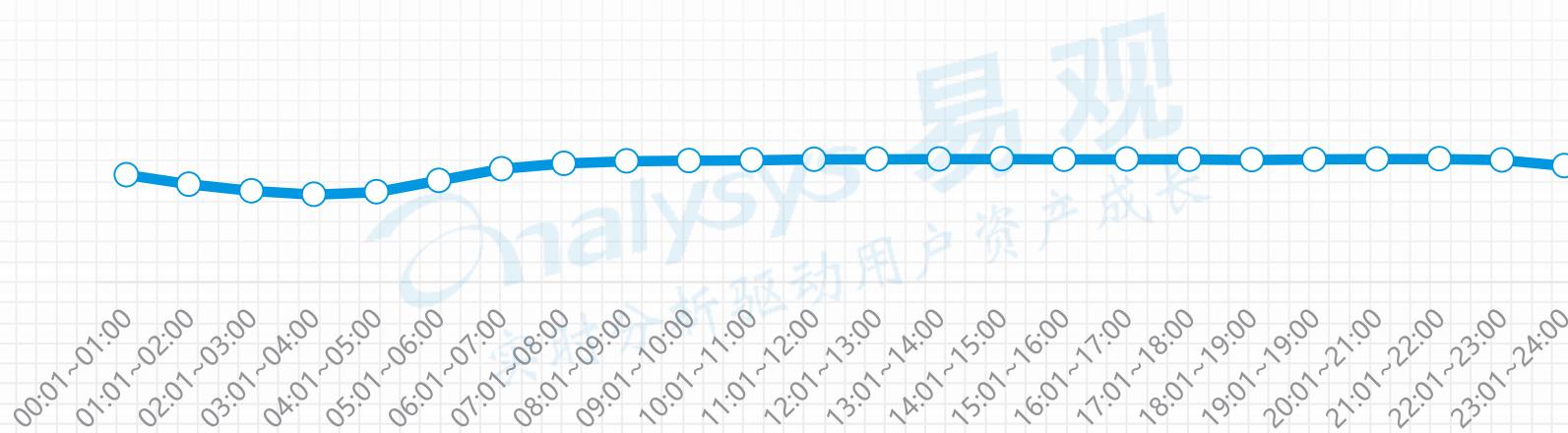
商务人士 中度用户 渴望家庭 关注自身

对典型用户（三）类人群把“有营养”的资源重点放到上午

Analysys 易观
实时分析驱动用户资产成长

- 典型用户（三）早7点到中午午饭前为最活跃时段，下午的使用呈现不明显缓慢递减态势

酷划典型用户（三）类人群分时活跃用户表现



数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第3季度易观千帆基于对21.9亿累计装机覆盖及5.2亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

典型用户（三）类人群投放重点领域为婚恋交友和城市出行

Analysys 易观
实时分析驱动用户资产成长

- 该类型人群注重婚恋社交，可在此重点投放相关产品广告
- 同时此类人群为商务人士，文化程度较高，可多植入相关“有养分”内容，提高用户使用率
- 因为此类人群为未婚高消费男性，还可关注婚恋交友、汽车，奢侈品，期刊等领域

典型用户（三）类人群对细分领域偏好度分析



数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第3季度易观千帆基于对21.9亿累计装机覆盖及5.2亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

酷划典型用户分析（四）—— 41岁以上休闲时间较多的中年人，无明显兴趣偏好，渴望丰富的生活充实自己

自然属性标签

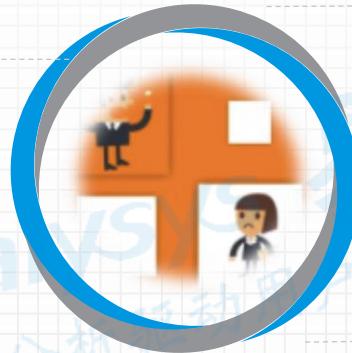
用户的人口自然属性标签，划分基础人群

41岁以上 男女 多休闲时间

一、二、三线城市为主

无明显兴趣偏好

安卓手机用户为主，多为华为、小米



用户行为标签

用户线上浏览行为的分类和规整，细分类型用

兴趣偏好	社交网络	即时通讯	综合视频
综合电商	移动音乐	支付	浏览器
金融工具	汽车工具	证券服务	科技资讯

社群属性标签

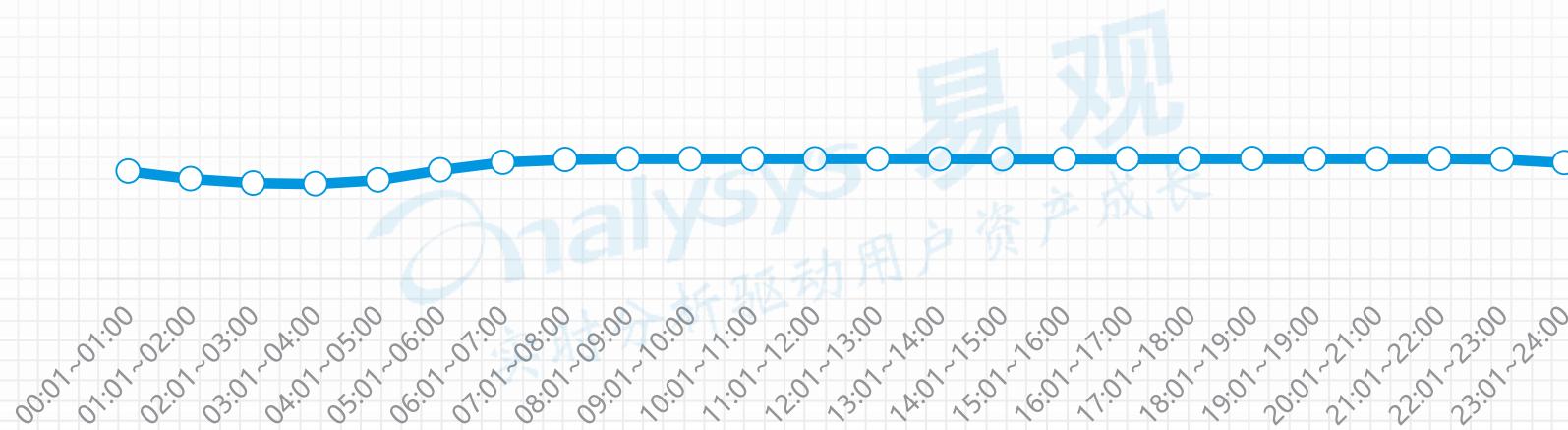
综合用户行为和相关标签，定义用户社群属性

需要轻松东西打发时间 渴望充实 注重健康

| 对典型用户（四）类人群可在工作时段投放轻松资源

- 典型用户（四）生活更为规律，全天奉行“早睡早起身体好”，早7点到中午午饭前为最活跃时段

酷划典型用户（四）类人群分时活跃用户表现



数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第3季度易观千帆基于对21.9亿累计装机覆盖及5.2亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

典型用户(四)类人群投放重点领域为健康和资讯领域

- 该类型人群注重身体健康，可在此重点投放相关产品广告
- 同时此类人群为中年有一定收入人群，渴望多元化丰富的生活，可多植入相关内容，提高用户黏性
- 因为此类人群为时间充裕人群，可有针对性以轻松娱乐的挣钱方式提升用户使用率



数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第3季度易观千帆基于对21.9亿累计装机覆盖及5.2亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

实时分析驱动用户资产成长

- 易观千帆
- 易观万像
- 易观方舟
- 易观博阅



易观订阅号



易观千帆试用