



# 智能手机地域性特征研究报告

2017年7月

本报告为Trustdata制作，报告中所有的文字、图片、表格均受到中国法律知识产权相关条例的版权保护。  
任何组织和个人，不得使用本报告中的信息用于其它商业目的。

# 研究综述

- 研究对象：中国移动互联网网民
- 数据来源：Trustdata自建的日活跃用户超过5000万（月活跃用户超过1.5亿）的样本集
- 采集方法：只在亮屏情况下进行数据采集，确保数据的真实性和有效性。采集频次方面，不带支付功能的APP为每次10秒，带有支付功能的APP为每次1秒
- 统计周期：2015年1月至2017年4月

## 指标说明：

- DAU---日活跃用户量
- MAU---月活跃用户量
- 用户粘性---月均DAU/MAU
- 使用时长占比---月度应用使用时长占全网移动应用使用时长的比例
- 月新增---每月新增用户数
- TGI指数---用户指标/目标群体用户相同指标，反映目标群体在特定研究范围的强弱程度

# 智能手机地域性分布特征概览

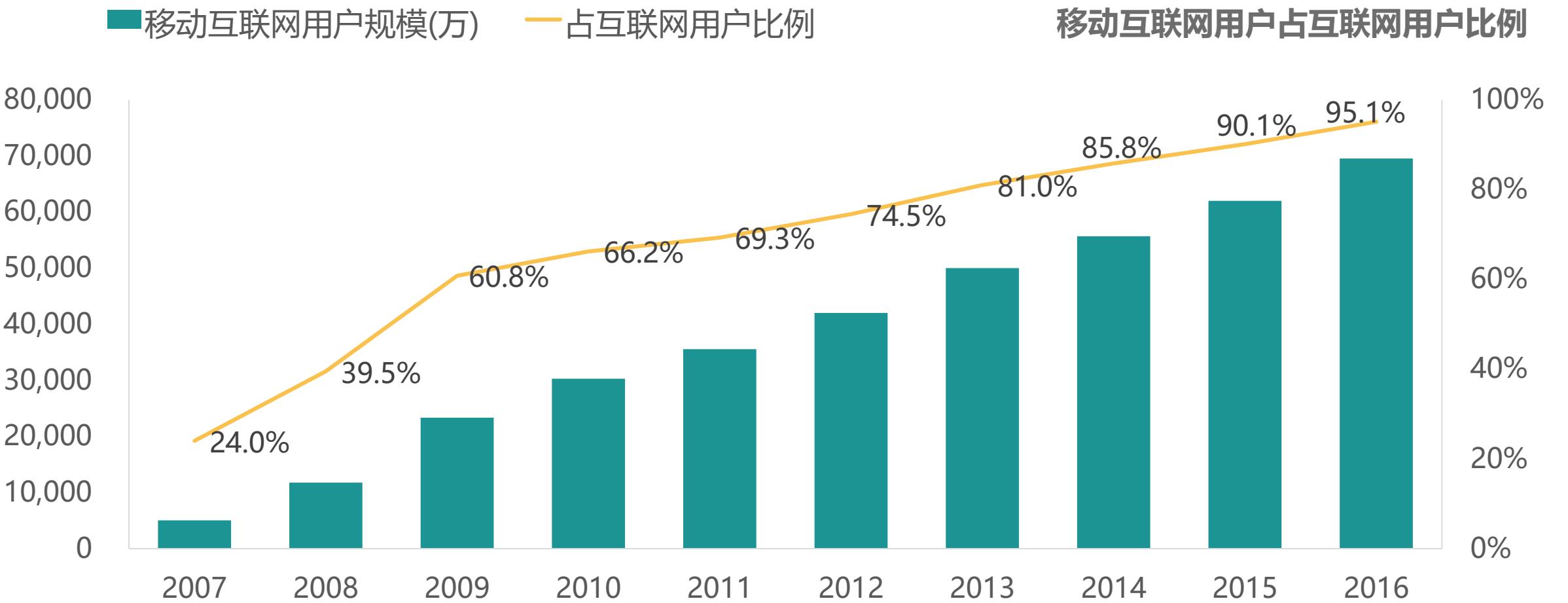
- 1 中部及西部地区，智能手机仍有新增用户发展空间
- 2 华为北方地区表现略显弱势，娱乐化女性化仍是努力方向
- 3 一二线城市用户特征更多元，三四线城市用户使用更活跃
- 4 小米酷派金立用户偏爱使用本地影音类应用



## Part.1 整体市场地域性特征概述

# 移动互联网用户规模逐年攀升

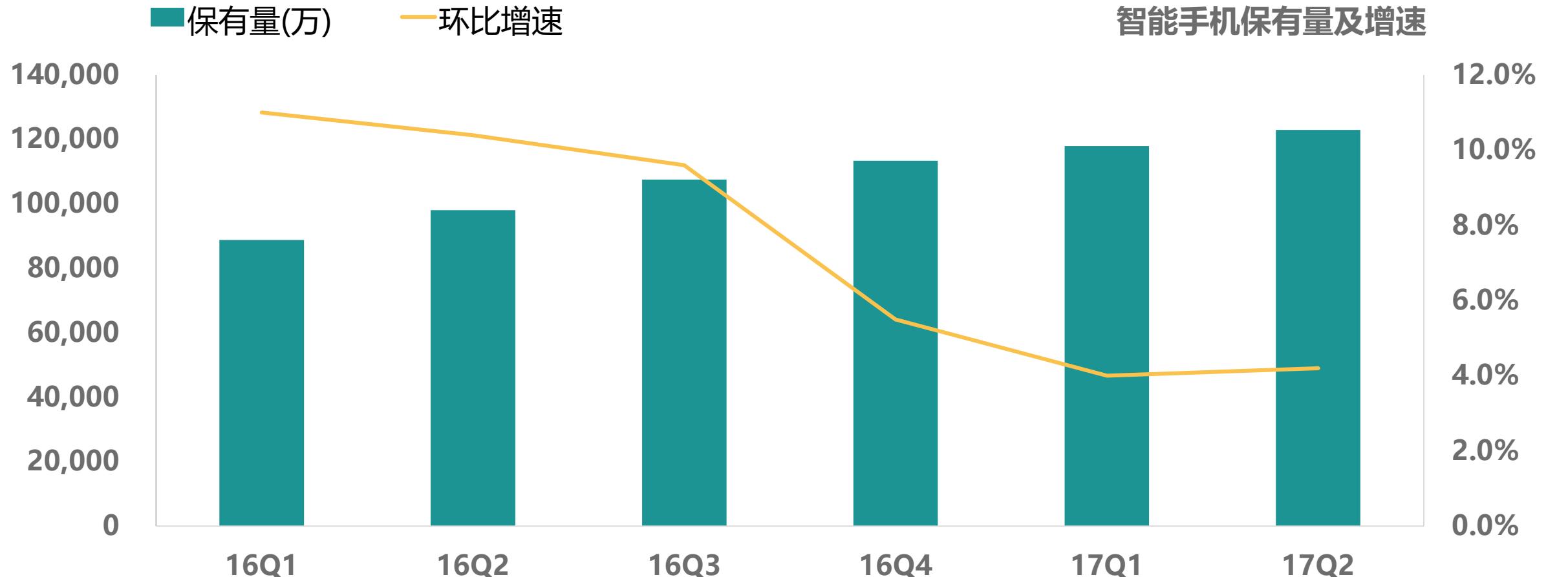
## 在互联网用户中的渗透率超95%



数据来源：CNNIC中国互联网络发展状况统计报告

# 智能手机市场保有量增速放缓

## 人口红利消失，手机进入存量时代

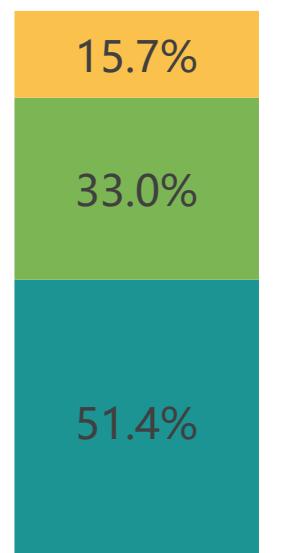


数据来源：Trustdata移动大数据监测平台

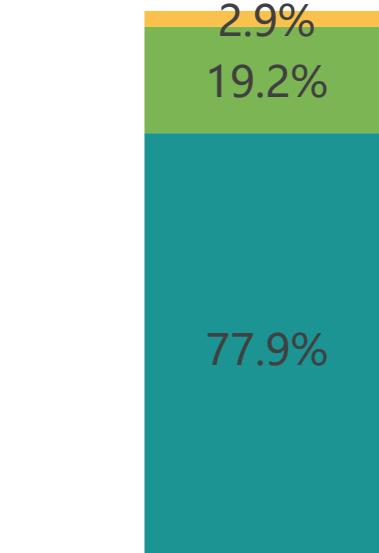
# 三四线城市，中部西部地区手机渗透率较低

存量时代中仍有新增用户发展空间

17年4月各区域保有量及人口占比



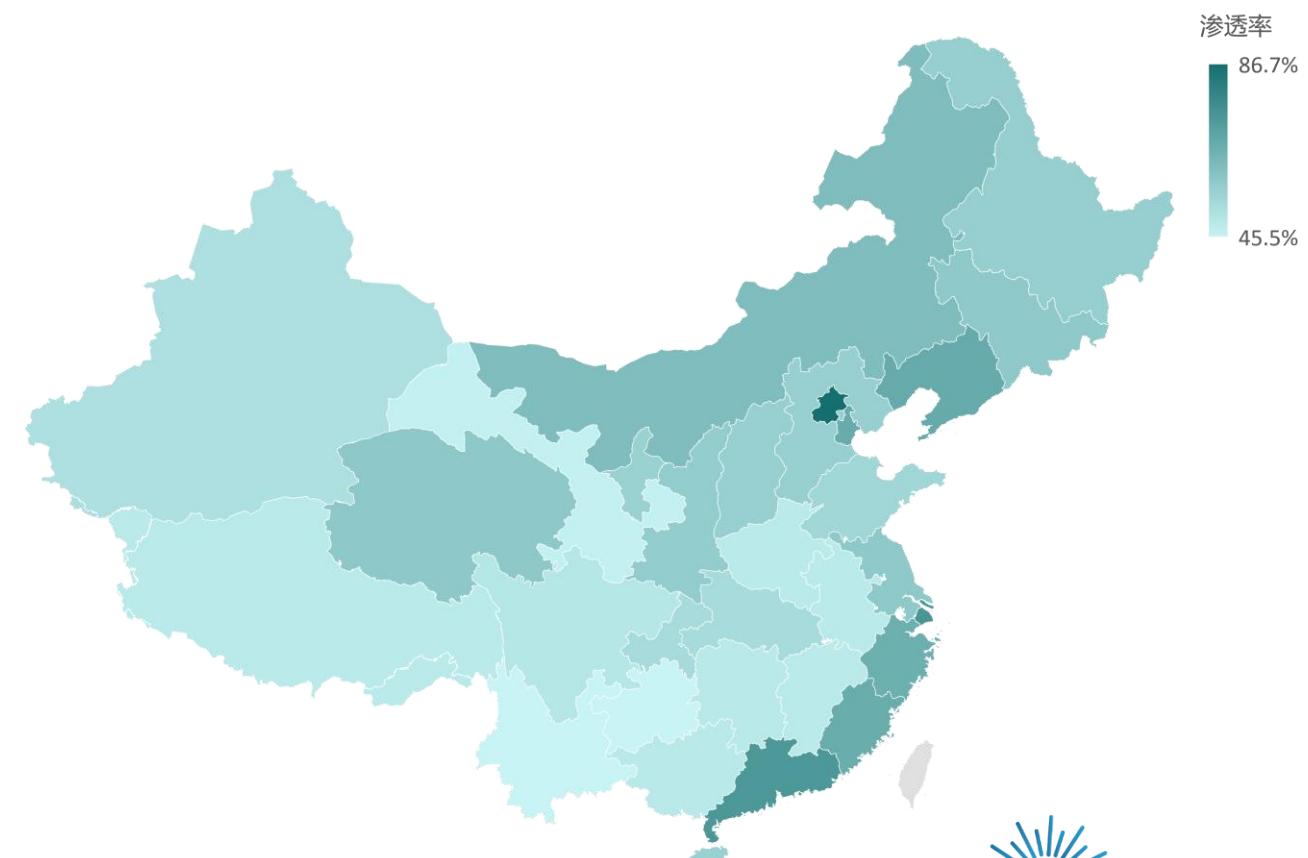
保有量占比



人口占比

■ 三线及以下城市 ■ 二线城市 ■ 一线城市

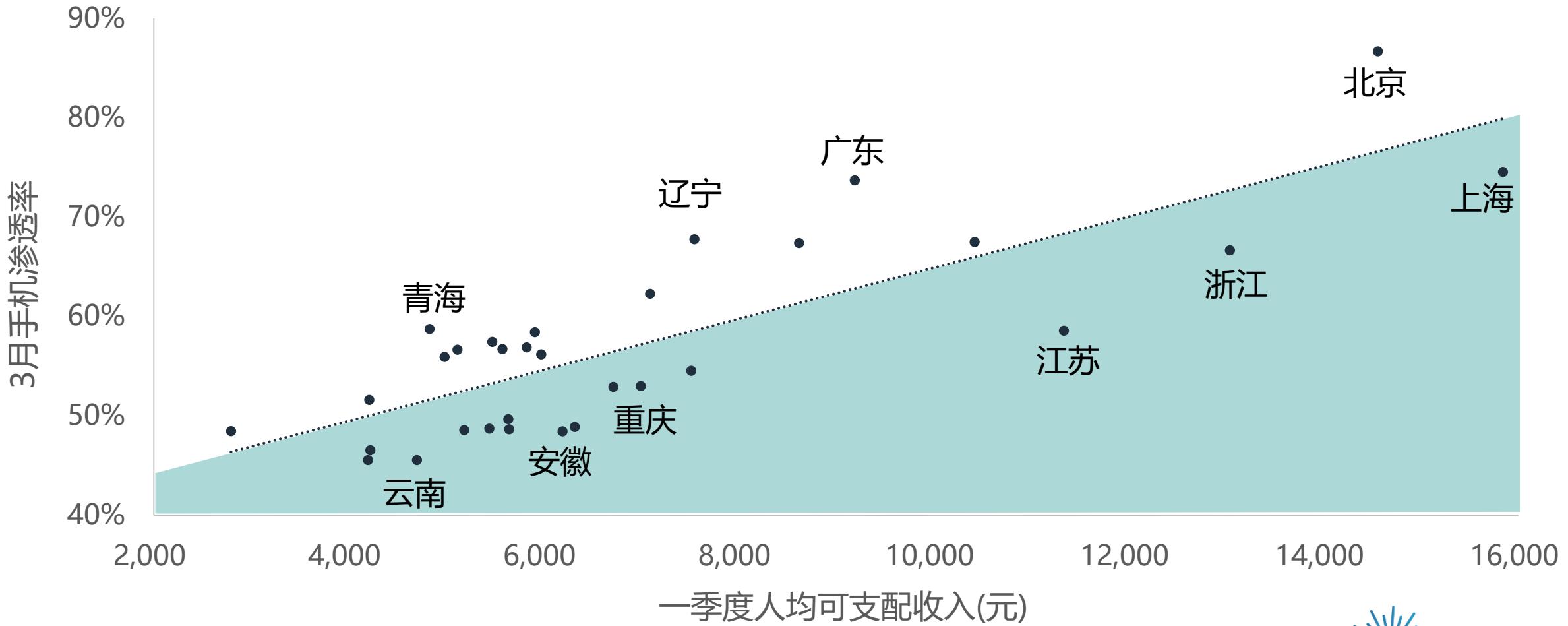
17年4月智能手机各省渗透率



数据来源：Trustdata移动大数据监测平台4月数据

# 省份间手机渗透率差异明显

## 发展滞后的省份争取新增用户的机会大



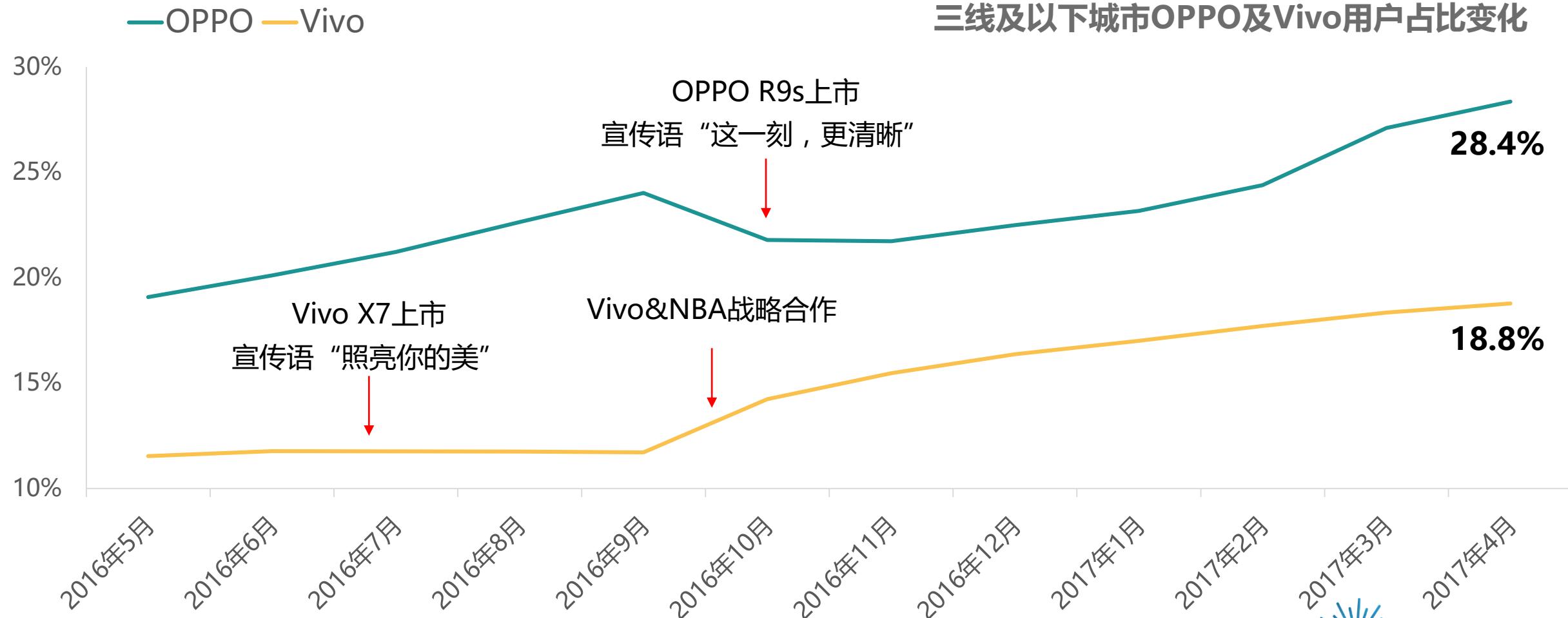
数据来源：Trustdata移动大数据监测平台3月数据，综合市场信息，根据Trustdata统计计算



## Part.2 品牌地域性分布特征

# 三线及以下城市市场OPPO、Vivo占比持续走高

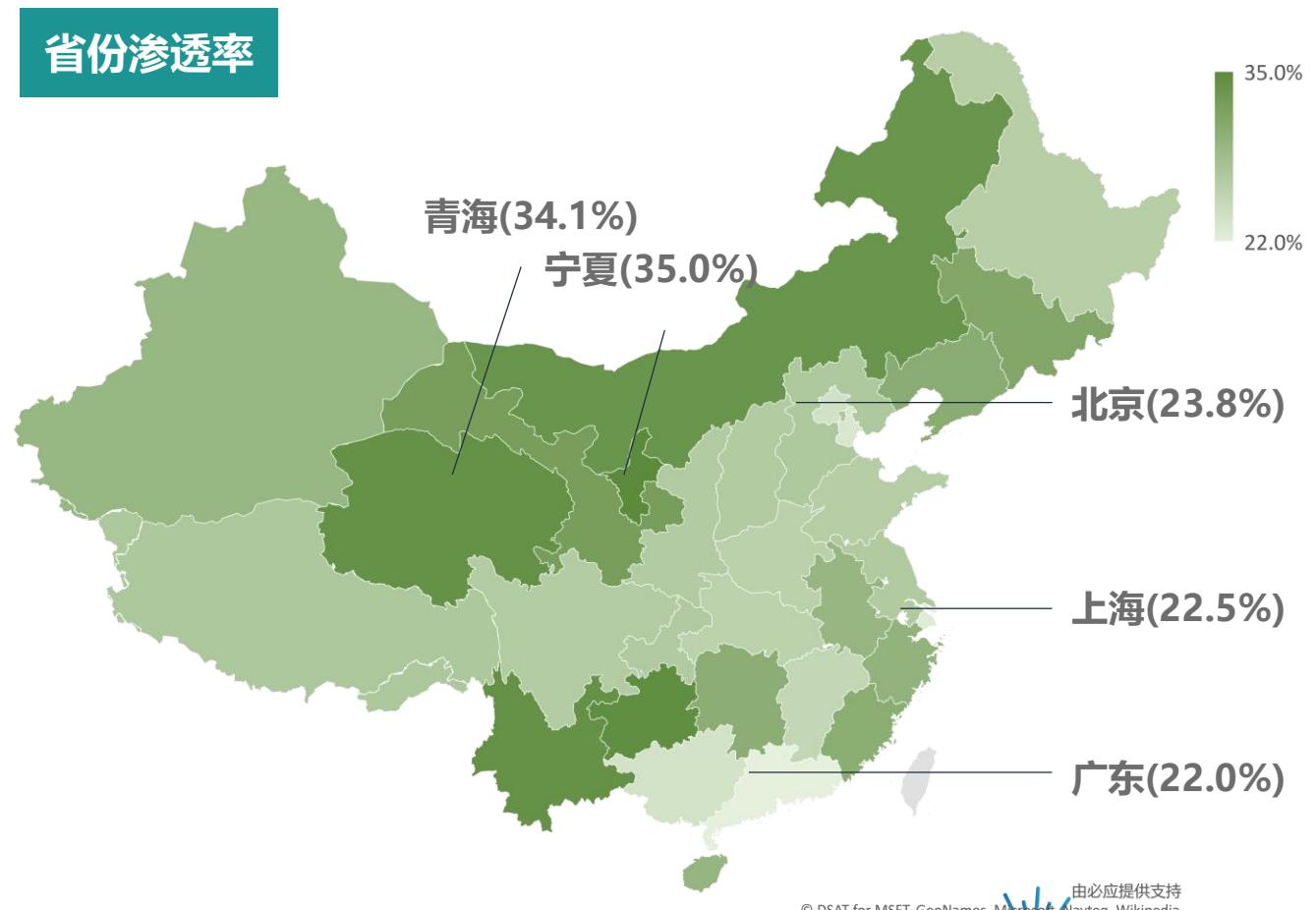
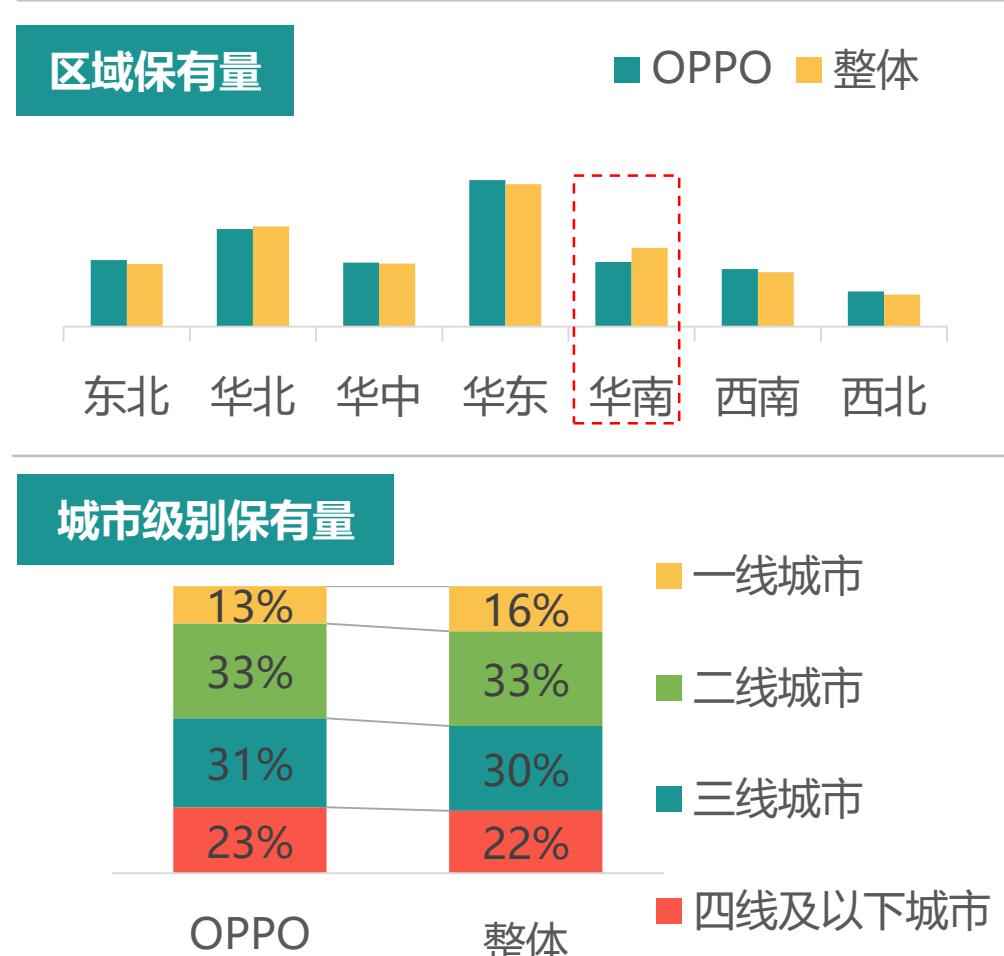
## OV占据市场半壁江山



数据来源：Trustdata移动大数据监测平台4月数据，综合市场信息，根据Trustdata统计计算

# OPPO华南地区保有量占比低于整体水平

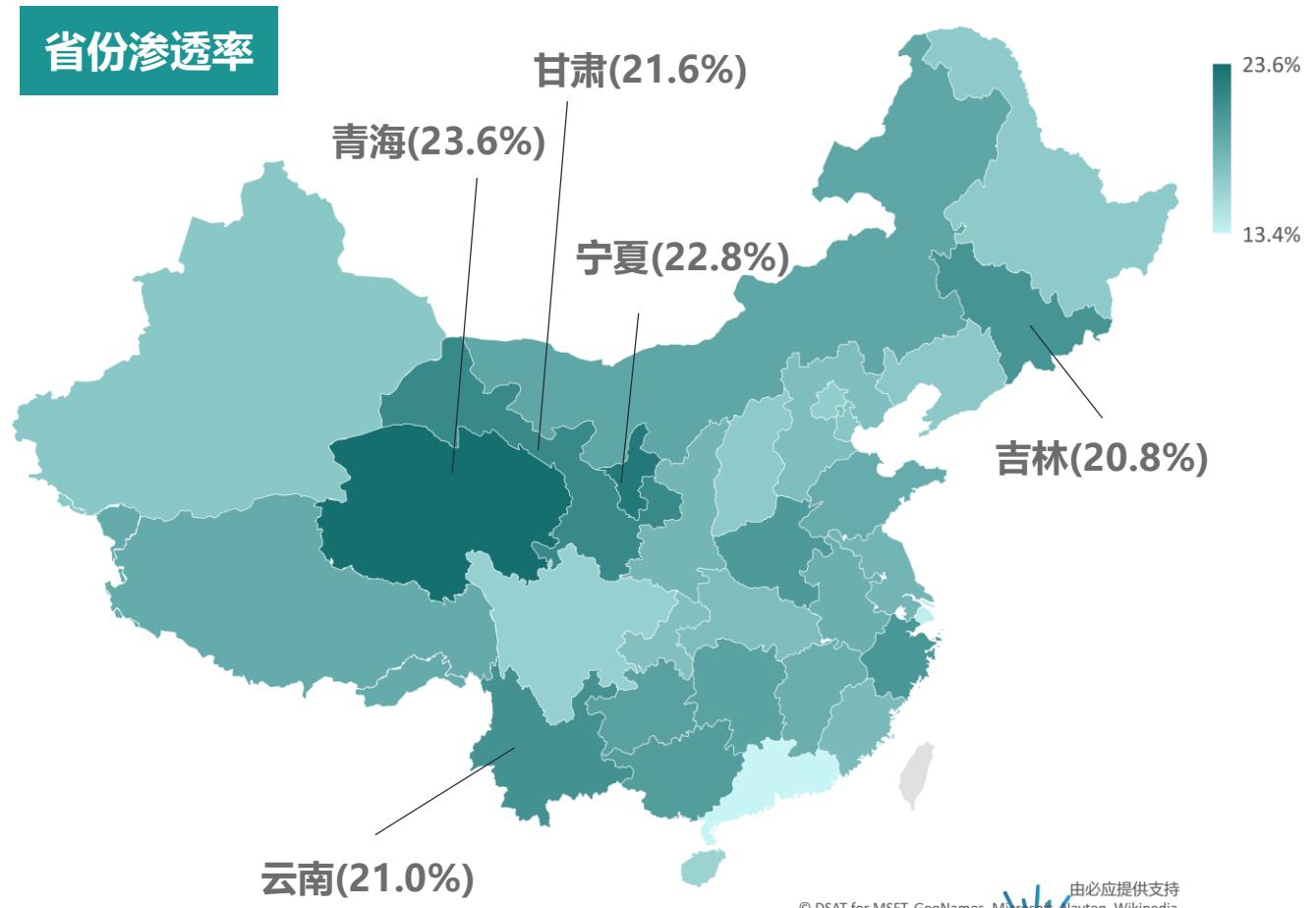
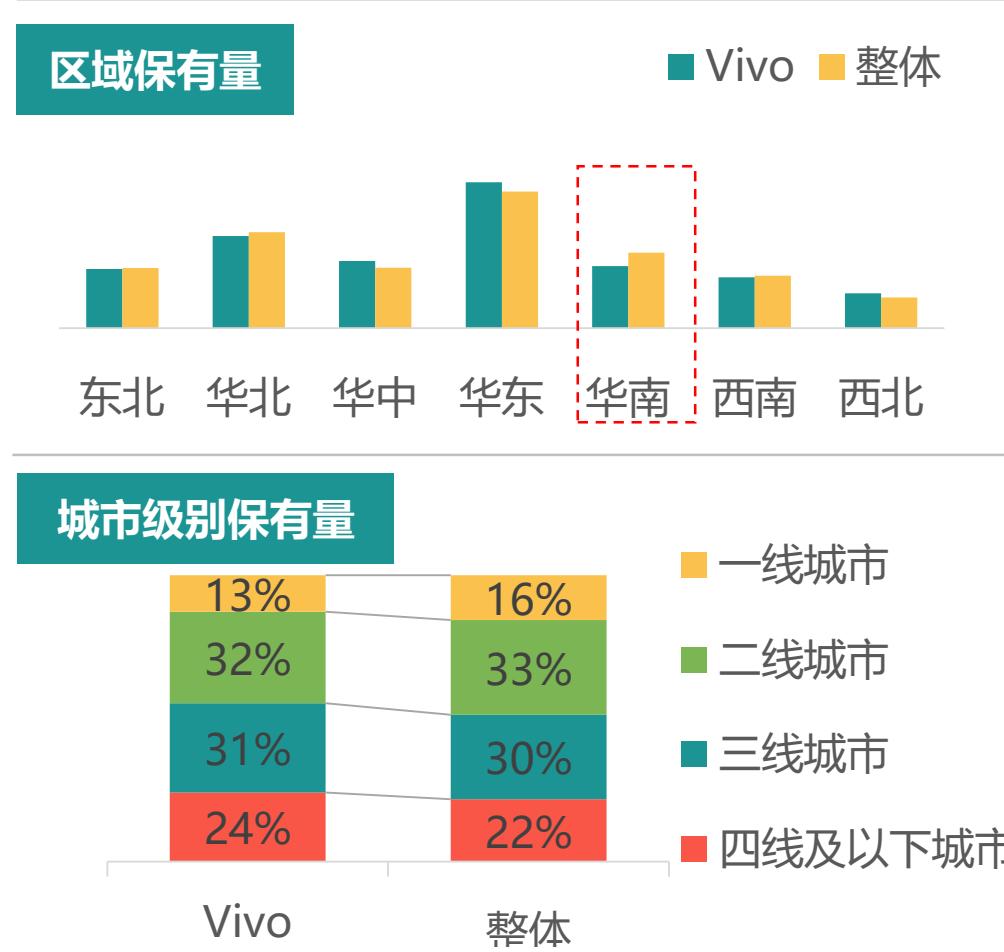
## 一线城市仍是市场薄弱点



数据来源：Trustdata移动大数据监测平台4月数据

# Vivo地域分布与OPPO较一致，各省份市场渗透率更平均

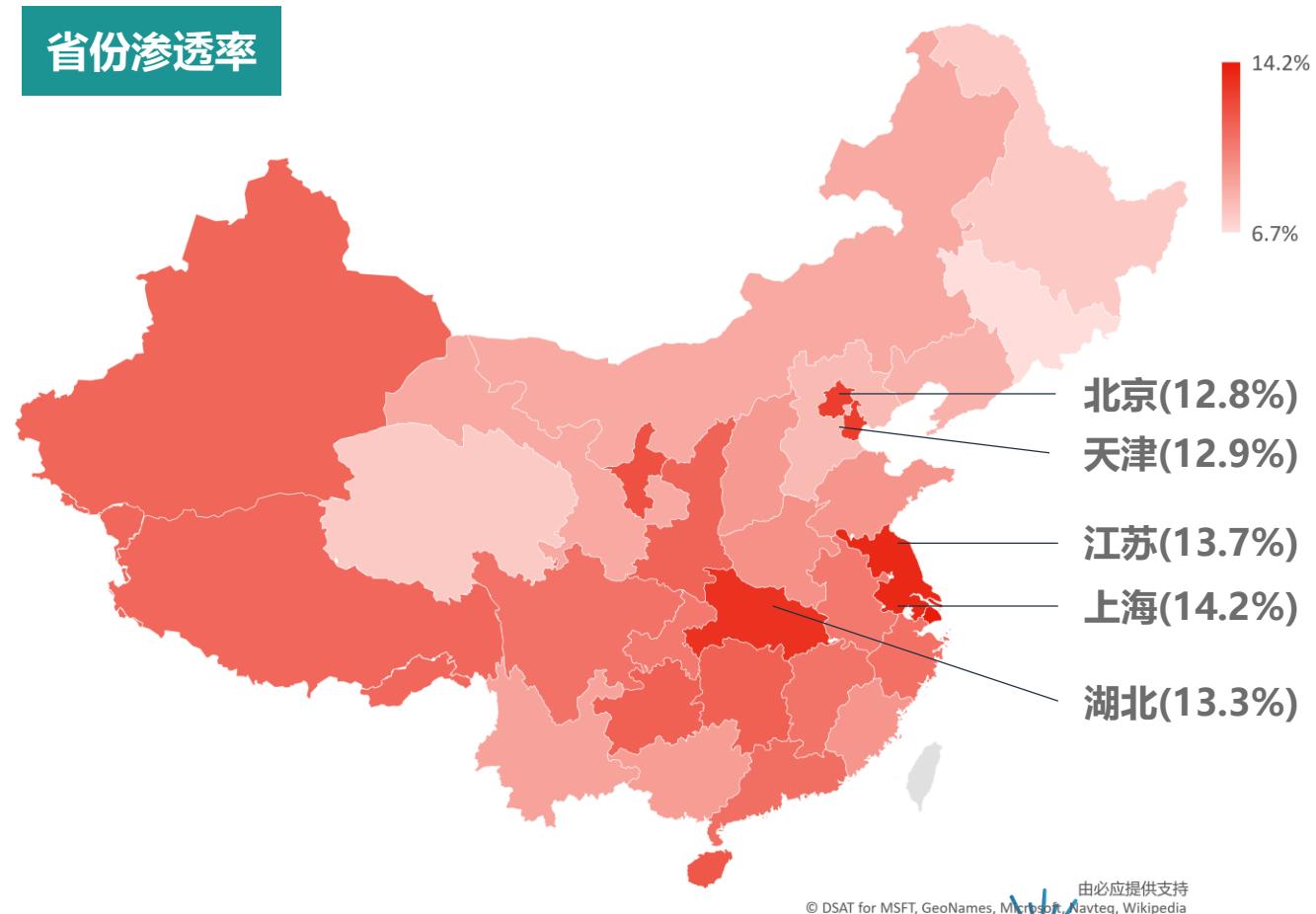
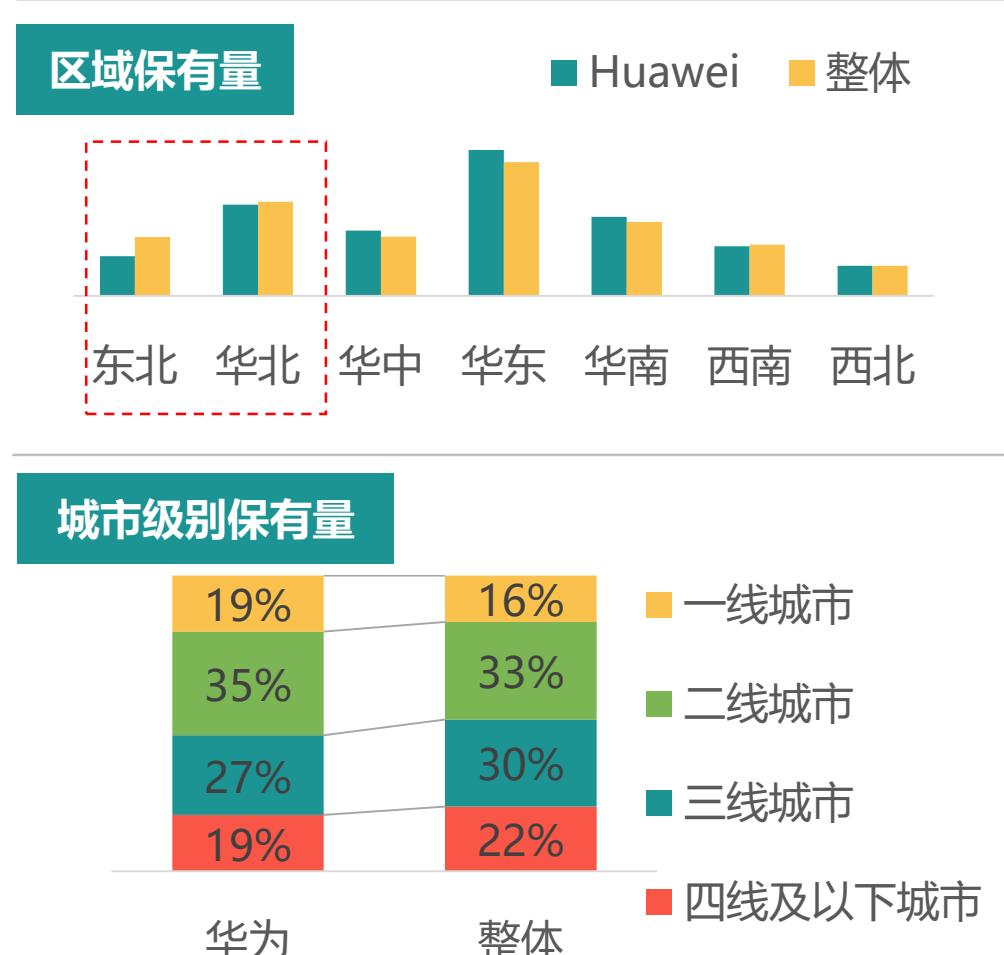
## OV产品在青海最受欢迎



数据来源：Trustdata移动大数据监测平台4月数据

# 华为东部及中部地区销量可观，北方省市显弱势

## 三四线城市占比与OV差距较大

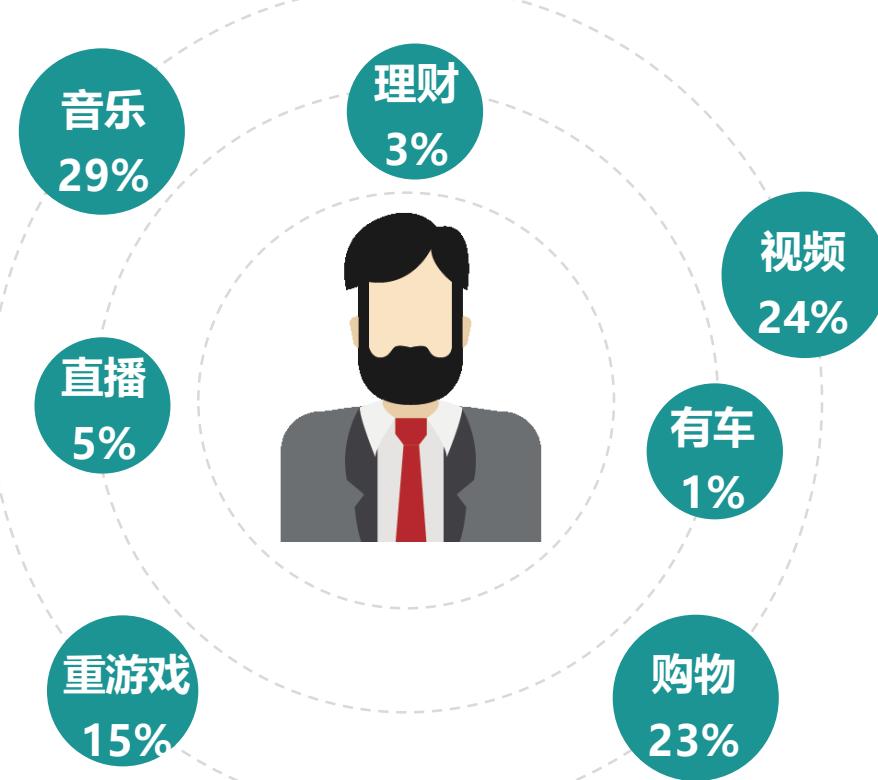


数据来源：Trustdata移动大数据监测平台4月数据

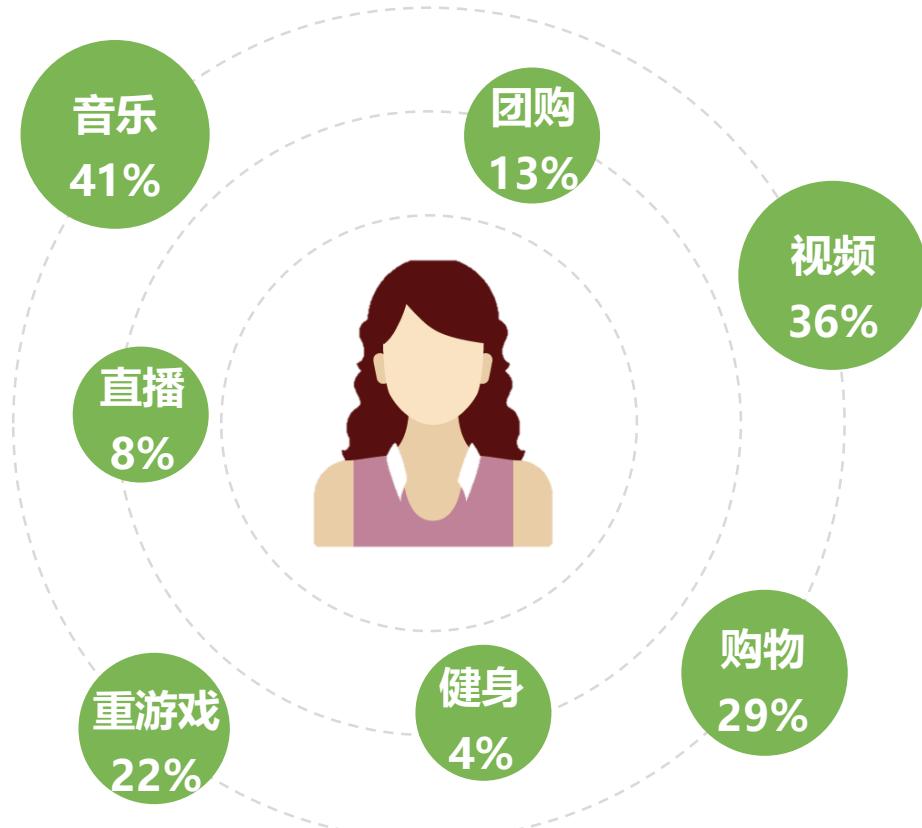
# 华为现有用户画像与北方用户差异较大

补足北方市场的努力方向仍是娱乐化，女性化

华为北方用户标签占比



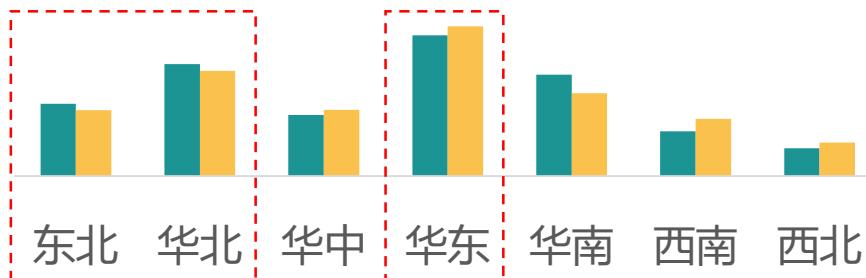
北方用户标签占比



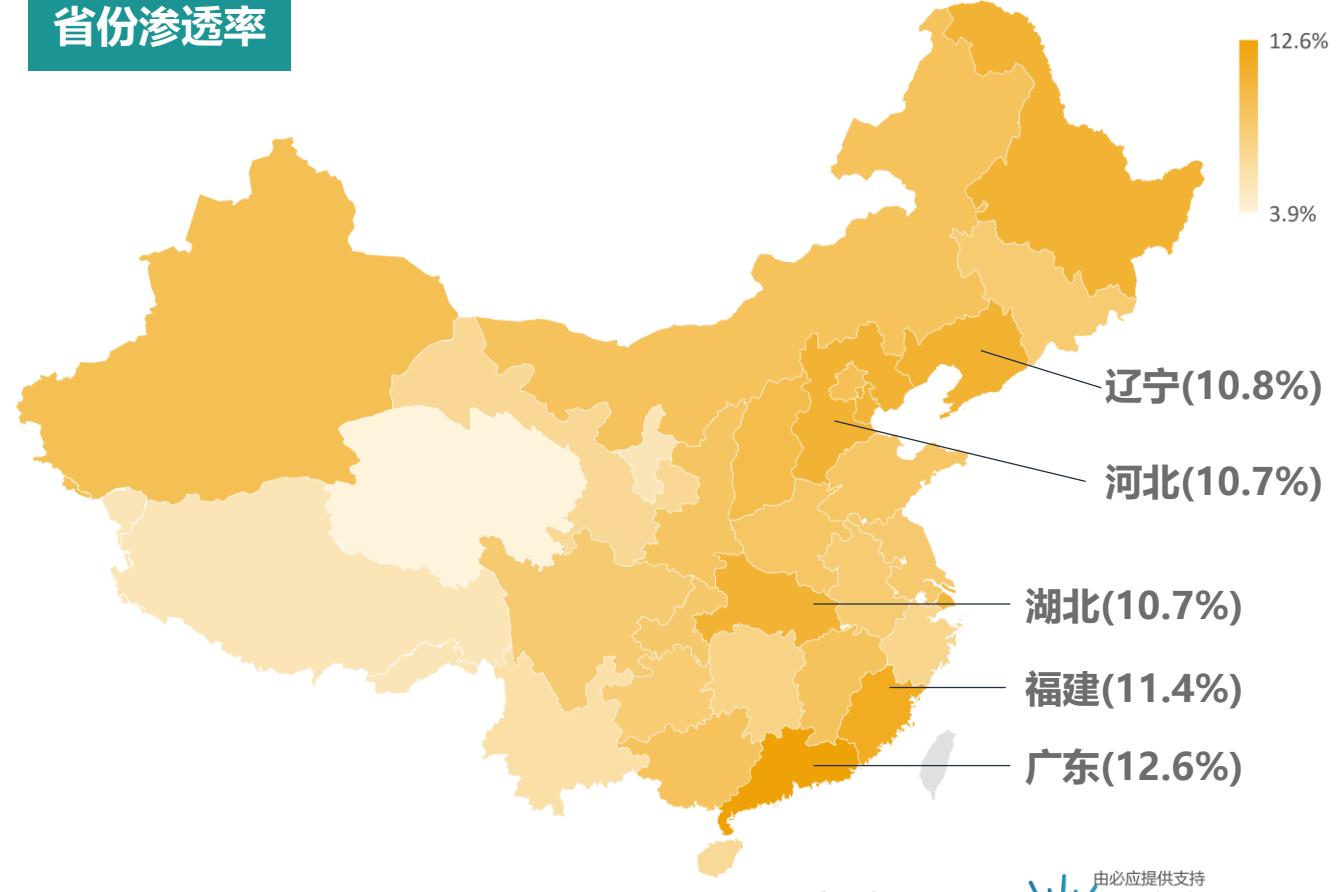
数据来源：Trustdata移动大数据监测平台4月数据

# 小米在北方及华南地区表现出色 西部地区市场推广有待加强

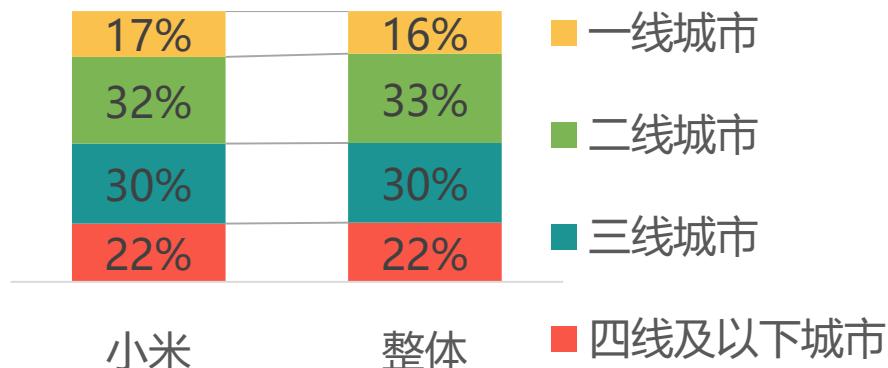
区域保有量



省份渗透率



城市级别保有量

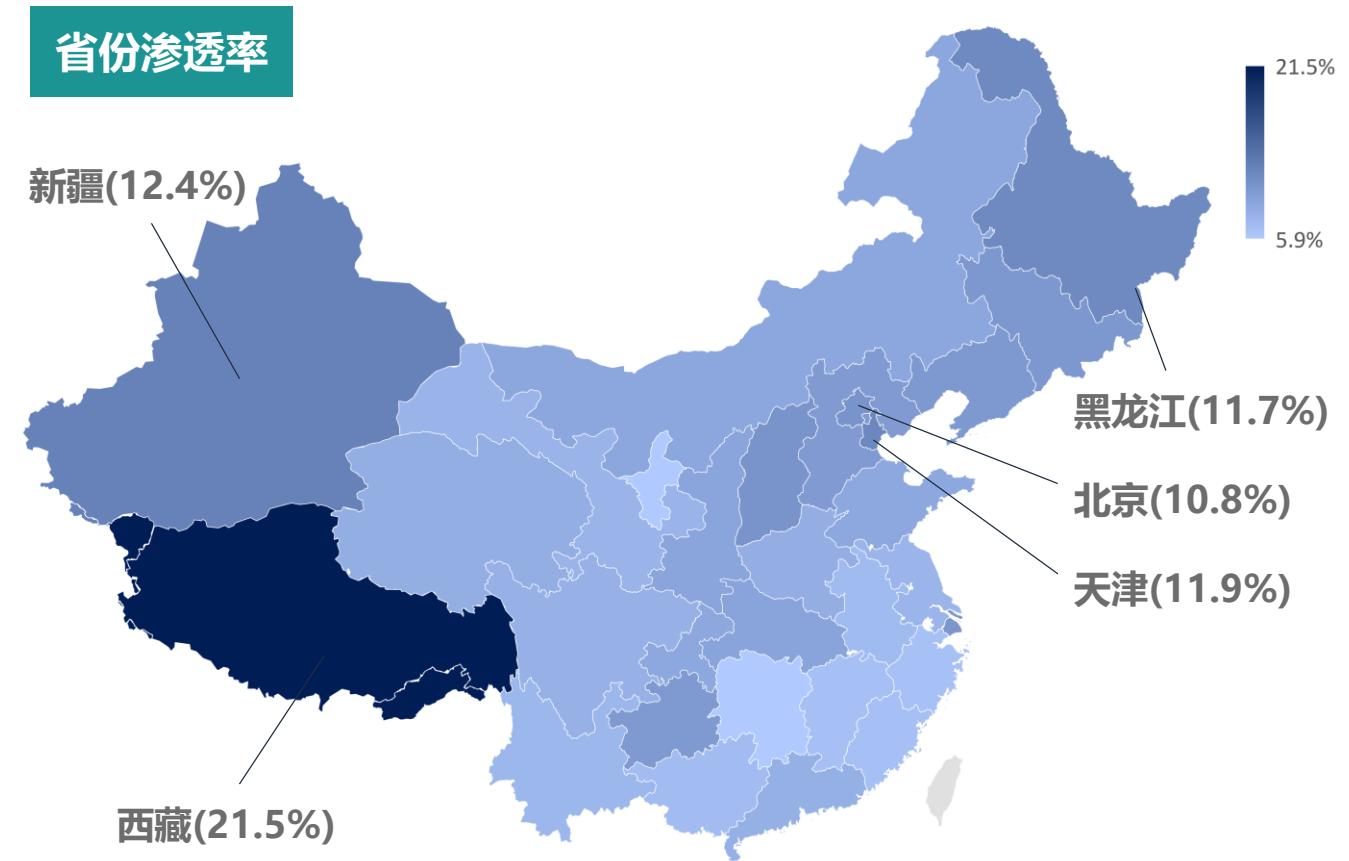
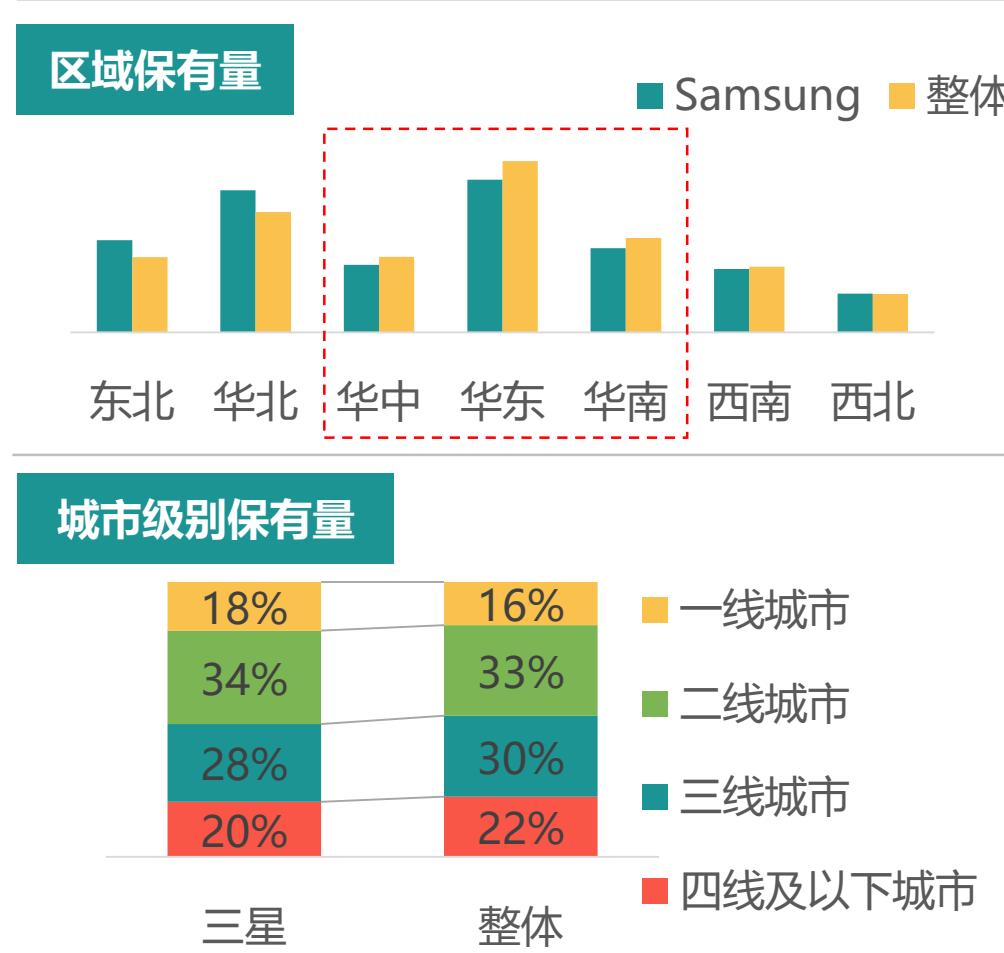


数据来源：Trustdata移动大数据监测平台4月数据

由必应提供支持  
© DSAT for MSFT, GeoNames, Microsoft, Navteq, Wikipedia

# 三星多省份渗透率低于行业水平

## 一二线城市占有量仍存优势



数据来源：Trustdata移动大数据监测平台4月数据

© DSAT for MSFT, GeoNames, Microsoft, Navteq, Wikipedia  
由必应提供支持



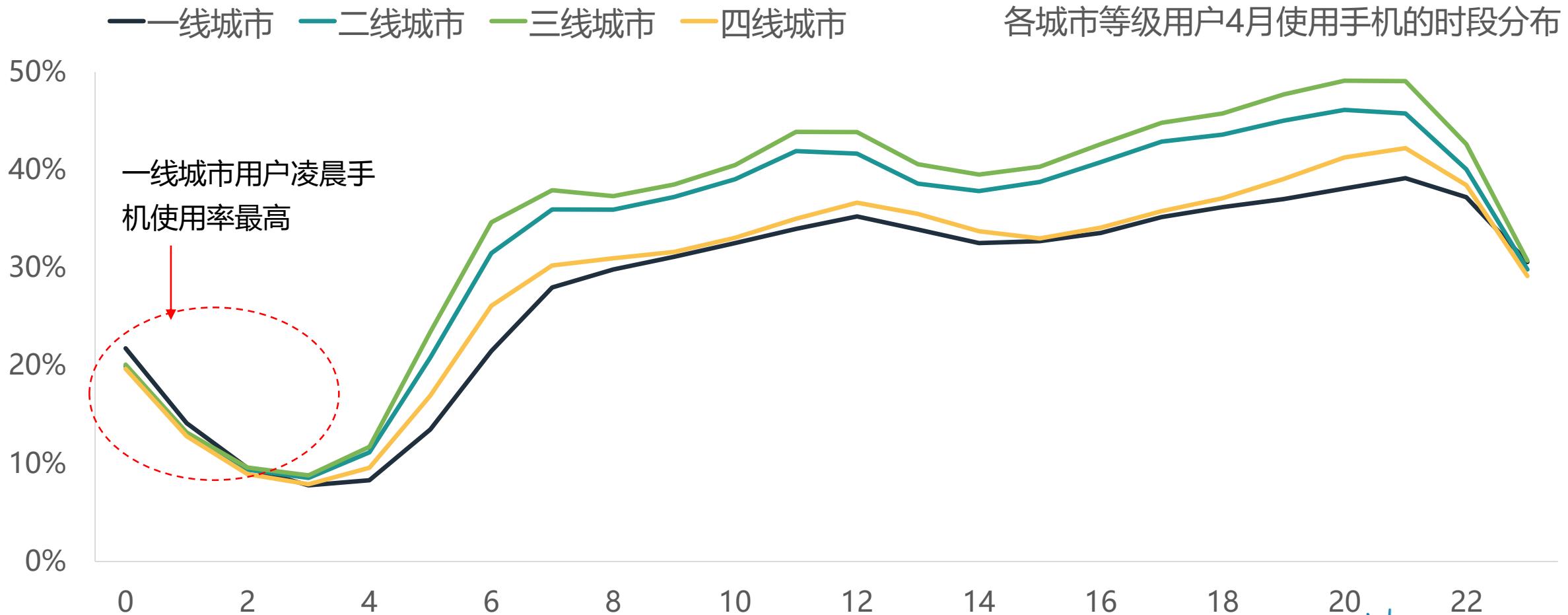
## Part.3 手机用户地域性特征研究

# 一二线城市用户追求便捷和效率 三线及以下城市用户看重娱乐性



数据来源：Trustdata移动大数据监测平台4月数据

# 一线城市用户日常被手机占用的时间较少 二三线城市用户对手机的依赖性更高



数据来源：Trustdata移动大数据监测平台4月数据

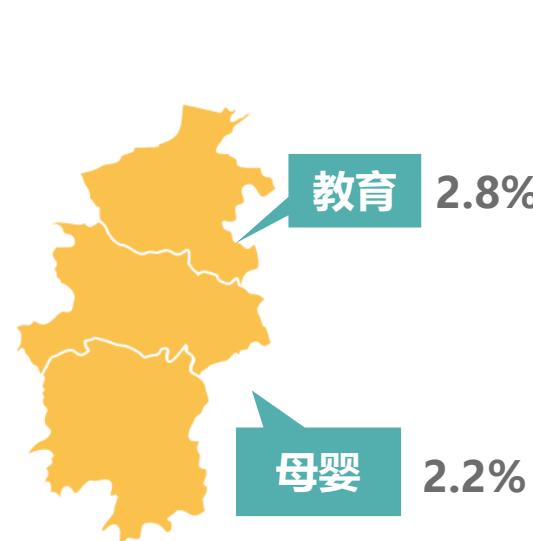
# 部分区域用户主要标签

东北地区爱直播，华东华南地区爱理财

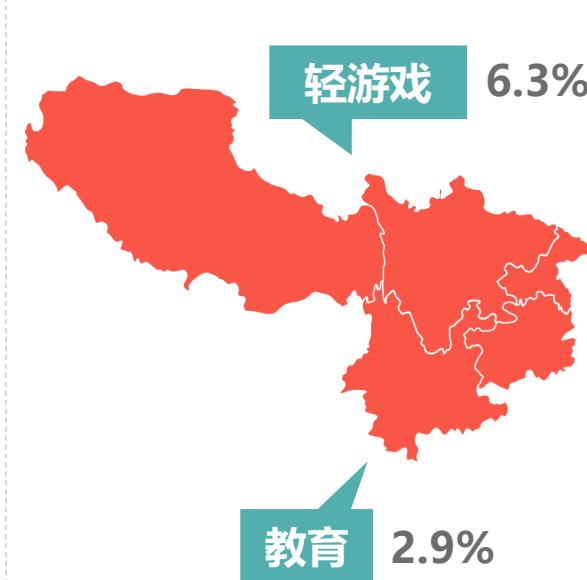
东北地区



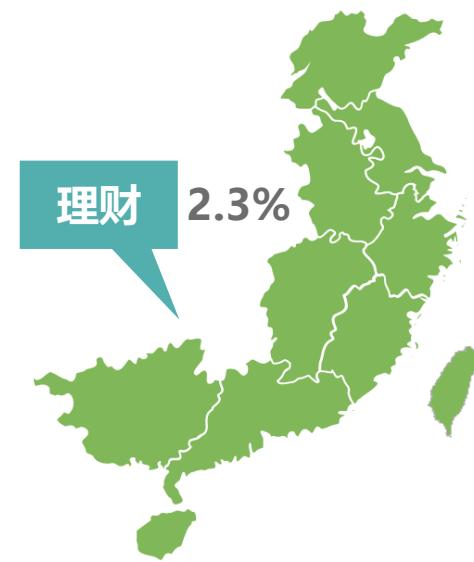
华中地区



西南地区



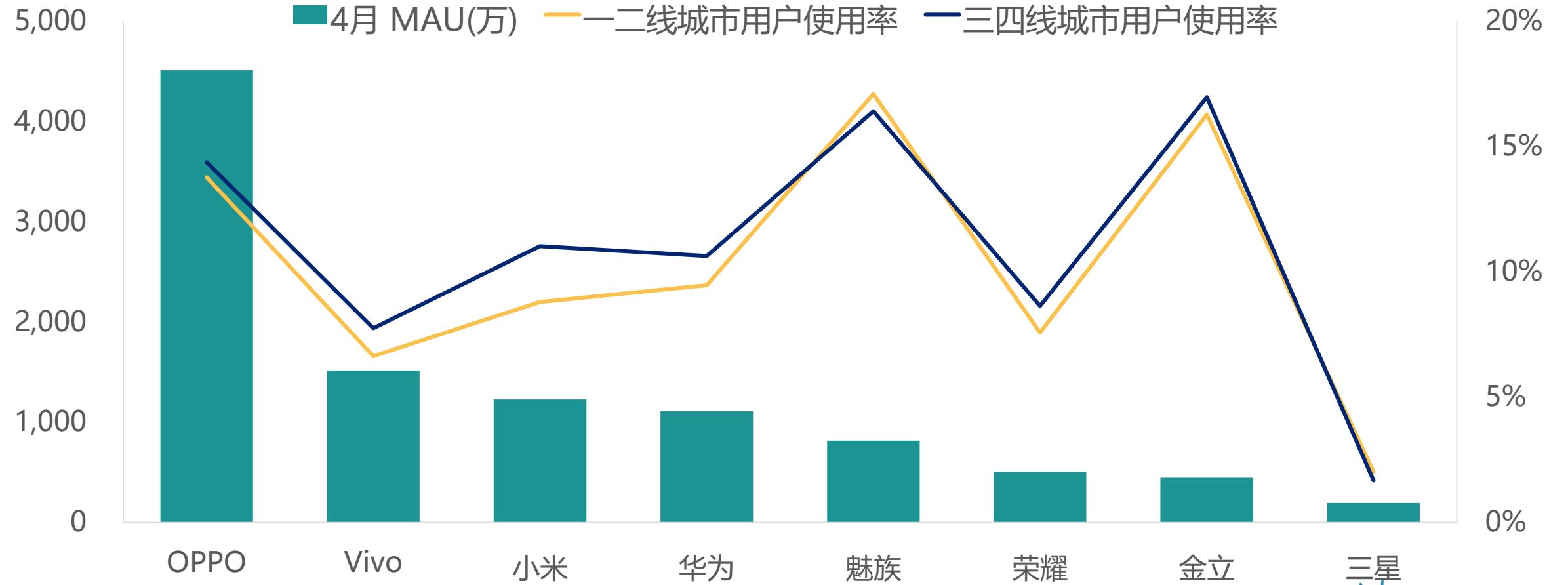
华东&华南地区



数据来源：Trustdata移动大数据监测平台4月数据

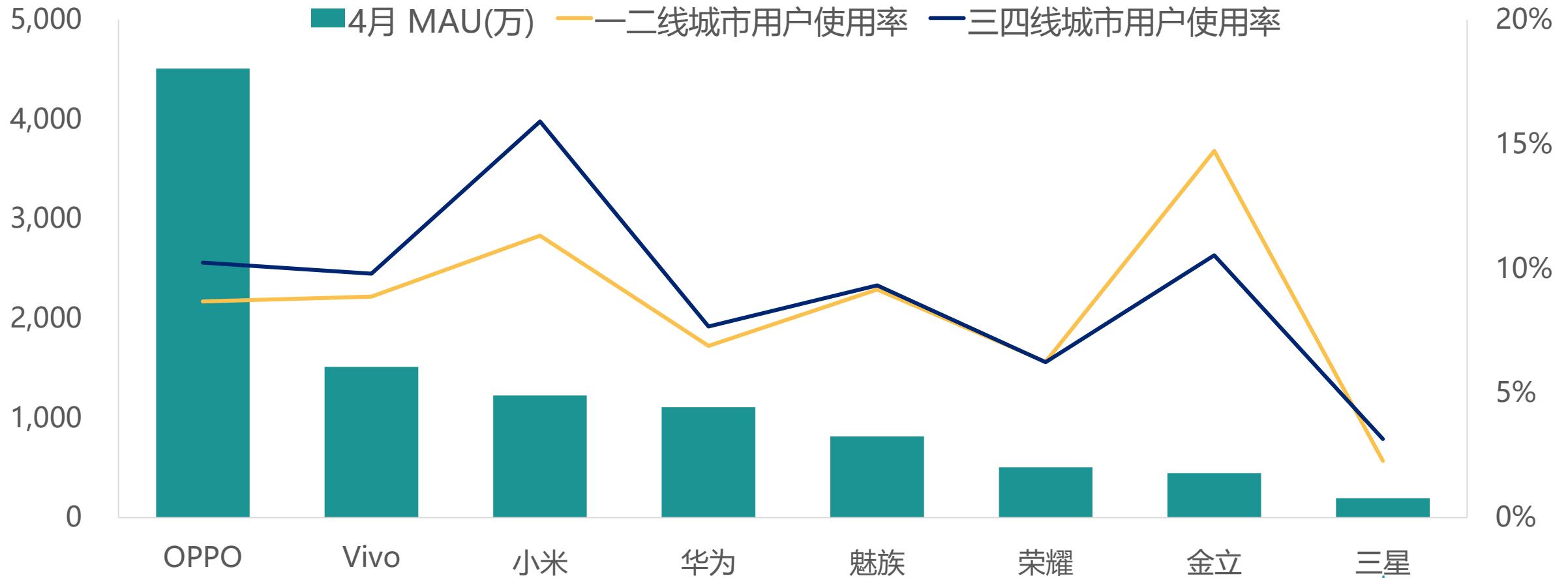
# OPPO本地音乐MAU居榜首

本地音乐类app用户的地域性差异微小，品牌差异较大



数据来源：Trustdata移动大数据监测平台4月数据

# OPPO本地视频MAU保持第一， 小米视频三四线城市用户使用率高，金立视频更受一二线城市用户偏爱



数据来源：Trustdata移动大数据监测平台4月数据

# Trustdata，拥有行业领先的数据挖掘能力与分析能力

## 样本覆盖规模

日活用户  
**4900万**  
月活用户  
**1.5亿**

## 数据采集频次

不带支付功能的APP  
**10秒/次**  
带有支付功能的APP  
**1秒/次**

## 数据有效性

只在亮屏情况下，  
进行数据采集，  
确保数据真实性及有  
效性

## 数据处理能力

每日原始数据采集量  
**60TB**  
每日运算后结构化数据量  
**300G**  
数据报告生成时间  
**T+2**

## 法律安全性

Trustdata 在数据采集  
过程中，只采集用户使  
用动作数据，不采集用  
户使用内容数据，并且  
所有的数据都将基于群  
体数据分析输出，不会  
带有任何个体数据



Trustdata 成立于2014年初，致力于成为大数据时代下最领先的移  
动应用数据内容解决方案提供商，为客户提供从数据产品到产品模型，  
技术平台到商业解决方案全方位服务体系。至2016年底，Trustdata  
4900万日活用户，1.5亿月活用户。Trustdata的客户涵盖了PE/VC、  
政府机关、金融、快消等传统及网联网领域企业。

# Trustdata ICT行业研究服务

## 行业研究

品牌格局变迁

用户换机走向

智能手机市场行业研究

智能可穿戴设备行业研究

...

## 用户研究

用户移动互联网使用行为分析

区域人口流动、人口画像研究

Trustapp移动互联网监测平台

用户精准画像研究

...

## 定制研究

产品形态与配置研究

用户体验研究

广告效果研究

用户满意度研究

项目可行性研究

...



**Trust Us, Trust Data**