

2016高端机型人群分析报告

/ 机型分析 /

TalkingData移动数据研究中心
2016年10月

备注：起点学院 学员收集资料于网络，版权为原作者所有。

目录

CONTENTS

Part 01

高端机型人群洞察主要结论

Part 02

高端机型人群画像分析

Part 03

高端机型人群行为偏好

Part 04

高端机型人群消费偏好

备注：起点学院 学员收集资料于网络，版权为原作者所有。

Part 01

高端机型人群洞察主要结论

起点学院 www.qidianla.com，人人都是产品经理旗下品牌，打造最专业最系统的产品、运营 课程

机型选择说明

本报告选择四款相对高端的Android机型做对比，包括三星GALAXY Note 7、三星GALAXY S7、OPPO R9 Plus和华为P9 Plus，四款机型均在2016年上市，价位均相对较高。本报告旨在分析四款机型在人群属性、应用偏好和线下消费偏好方面存在的差异，以观察不同品牌机型的特征。

参数\机型	 三星GALAXY Note 7 (以下简称Note 7)	 三星GALAXY S7 (以下简称S7)	 OPPO R9 Plus (以下简称R9 Plus)	 华为P9 Plus (以下简称P9 Plus)
参考报价	5688元	3850元	2999-3599元	3760-4760元
主屏尺寸	5.7英寸	5.1英寸	6英寸	5.5英寸
上市日期	2016年09月	2016年02月	2016年03月	2016年04月

数据来源：公开资料

起点学院www.qidianla.com，人人都是产品经理旗下品牌，打造最专业最系统的产品、运营课程



主要结论一：四款机型在人口属性方面呈现男性化、年轻化等特征

男性化 年轻化

三星旗下两款机型（Note 7和S7）以男性用户为主，占比超80%；R9 Plus用户以中青年女性为主；四款机型用户年龄均以45岁以下的中青年为主

不同机型地 域各有侧重

P9 Plus一线城市用户占比最高，达到26.4%；R9 Plus在三线及以下城市渗透率更强，占比达55.4%；S7在二线城市占比相对较高

家庭属性

三星的两款机型已婚用户较多，家庭属性明显；Note 7用户有车率更高；R9 Plus用户已婚较少，有车率也相对低一些，是年轻用户的选择

主要结论二：四款机型在应用偏好和线下消费偏好等方面差异化明显

应用偏好差异化明显

三星旗下两款机型（Note 7和S7）用户都偏好办公应用；R9 Plus用户关注游戏和图片摄影类应用；P9 Plus用户关注运动健康和教育阅读类应用等

线下消费偏好存在差异

Note 7用户偏好运动健康、R9 Plus用户偏好箱包、P9 Plus用户偏好家居厨具、S7用户偏好餐饮

线下活动位置较规律

Note 7 用户多活跃在北京五环内
R9 Plus用户工作在市区，居住在郊区
P9 Plus用户分布较分散
S7用户工作地与居住地分布趋势一致

备注：起点学院 学员收集资料于网络，版权为原作者所有。

机型画像



三星 GALAXY Note 7

二、三线城市已婚中青年男性，有车，喜欢通过Note 7办公，经常使用地图导航，爱买运动装备



三星 GALAXY S7

二、三线城市中青年男性，喜欢通过S7办公，爱好美食



OPPO R9 Plus

三线及以下城市年轻女性，爱玩游戏、爱自拍、爱买包



华为 P9 Plus

一线城市已婚中青年男性，有车，热爱运动健身、爱旅游、家居好男人

备注：起点学院 学员收集资料于网络，版权为原作者所有。

Part 02

高端机型人群画像分析

起点学院 www.qidianla.com，人人都是产品经理旗下品牌，打造最专业最系统的产品、运营 课程

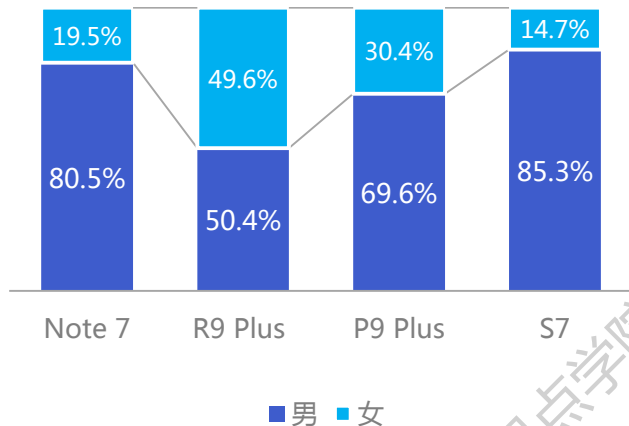
备注：起点学院学员收集资料于网络，版权为原作者所有。

R9 Plus用户以中青年女性为主，三星机型偏男性化

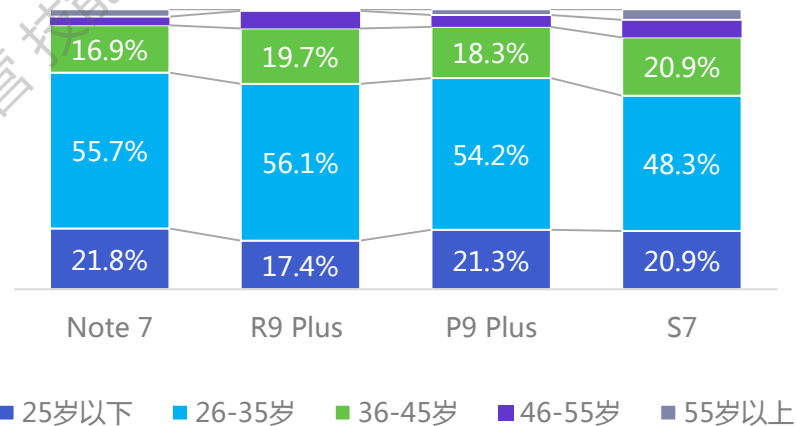
对比四款机型发现，R9 Plus用户男女比例趋于平衡，三星旗下两款机型则以男性用户为主；年龄方面各机型均以45岁以下的中青年为主

高端机型人群人口属性对比

性别比例



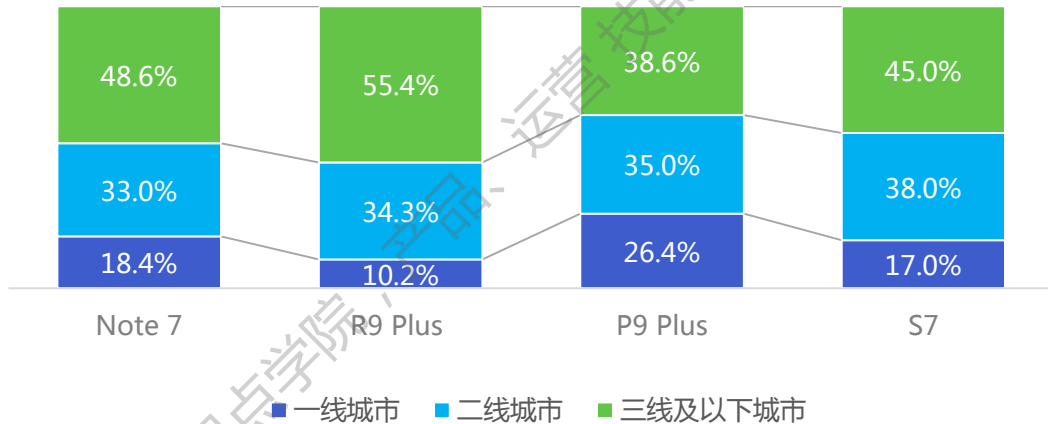
年龄比例



P9 Plus 一线城市用户占比最高

高端机型人群城市分布中，P9 Plus 在一线城市占比达到26.4%，用户较集中

高端机型人群城市分布比例

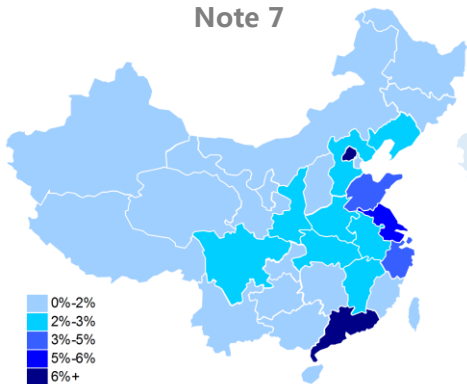


用户多分布在东部经济较发达省份

高端机型人群省份分布以北京、广东、江苏、浙江、上海等经济较发达地区为主

高端机型人群省份分布比例

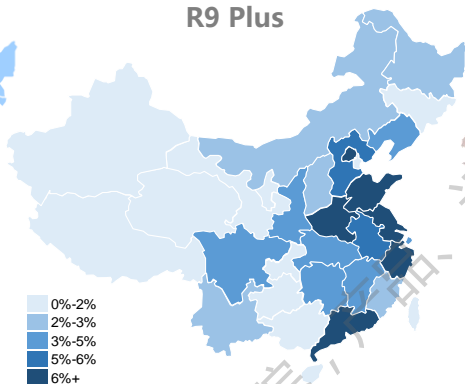
Note 7



TOP5省份

北京	7.6%
广东	6.5%
江苏	5.8%
上海	4.7%
浙江	4.7%

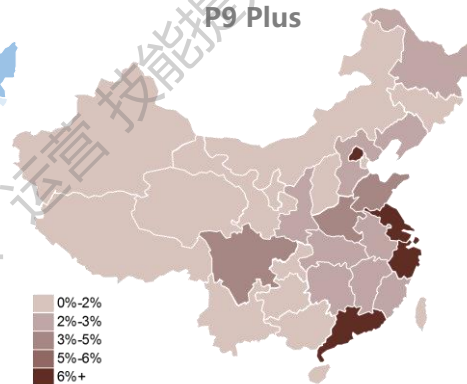
R9 Plus



TOP5省份

河南	9.8%
江苏	9.8%
浙江	8.3%
广东	8.0%
北京	6.6%

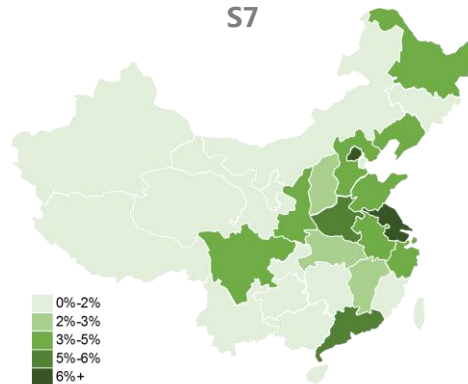
P9 Plus



TOP5省份

北京	11.7%
广东	8.5%
上海	7.8%
江苏	7.5%
浙江	6.1%

S7



TOP5省份

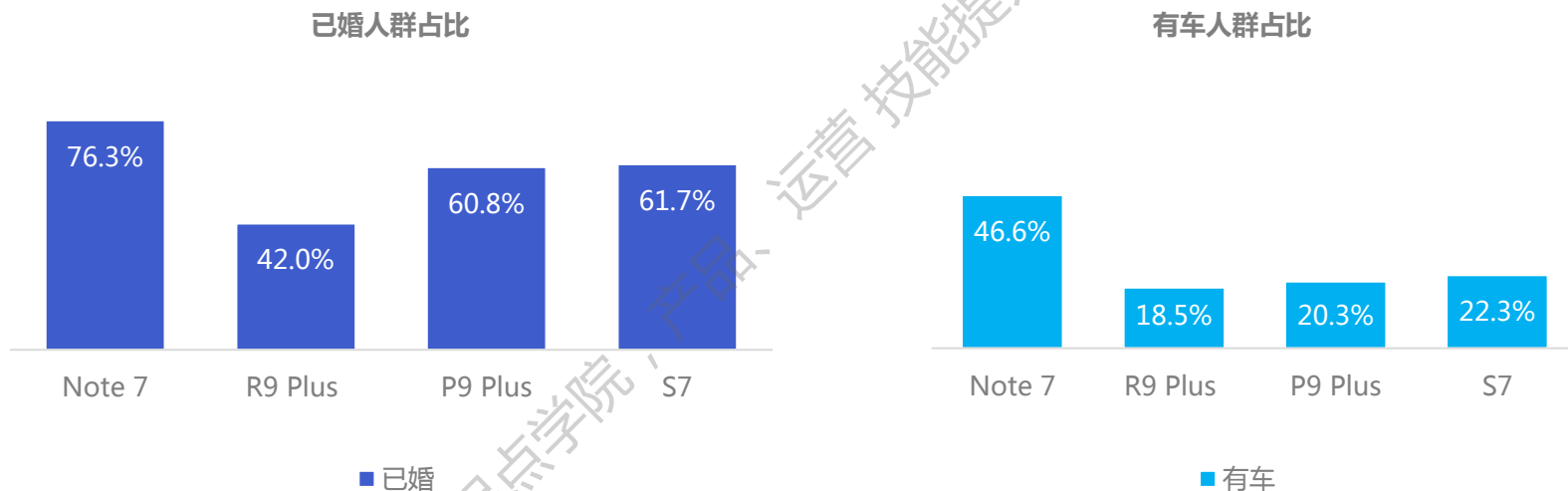
北京	7.7%
江苏	6.5%
河南	5.8%
广东	5.7%
上海	5.0%

备注：起点学院学员收集资料于网络，版权为原作者所有。

Note 7 用户多为已婚、有车一族

对比四款不同机型人群发现，三星的两款机型已婚用户较多；车辆拥有情况中，Note 7用户有车率更高；R9 Plus用户已婚较少，有车率也相对低一些

高端机型人群婚姻&车辆情况



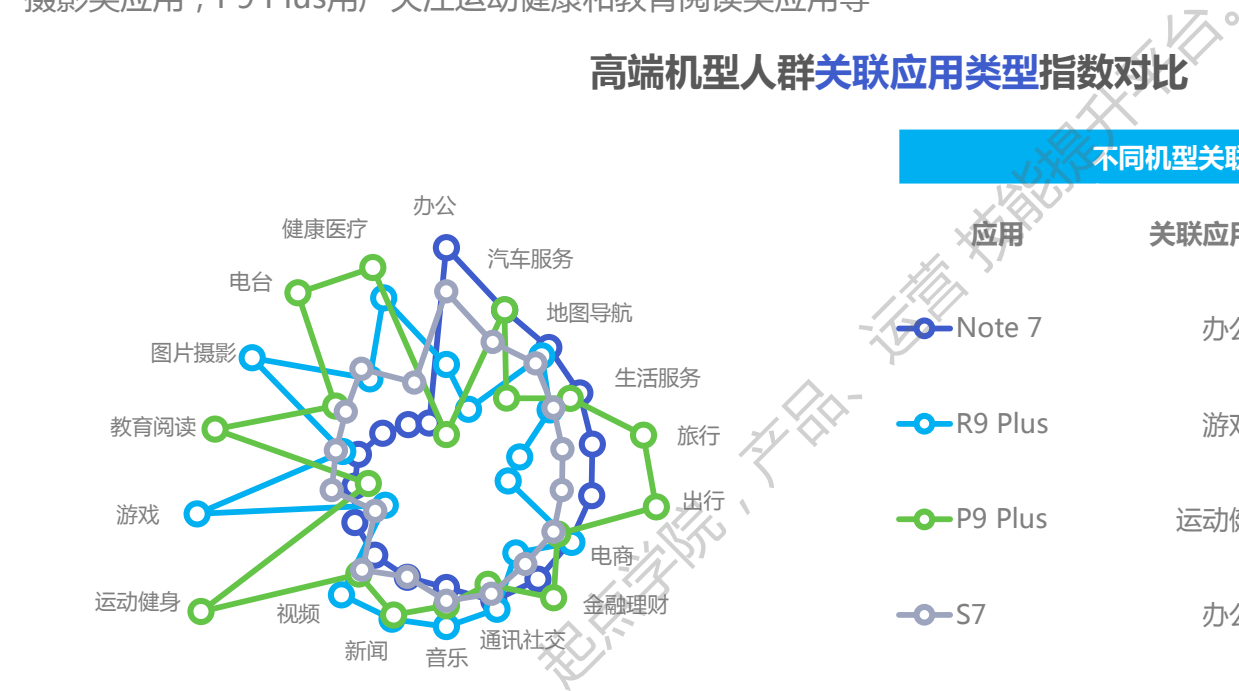
备注：起点学院 学员收集资料于网络，版权为原作者所有。

Part 03

高端机型人群行为偏好

三星两款机型用户都偏好办公类应用

对比四款不同机型人群关联应用偏好发现，三星的两款机型用户都偏好办公应用；R9 Plus用户关注游戏和图片摄影类应用；P9 Plus用户关注运动健康和教育培训类应用等



不同机型关联应用指数TOP1

应用	关联应用类型	指数
Note 7	办公	164
R9 Plus	游戏	187
P9 Plus	运动健身	209
S7	办公	132

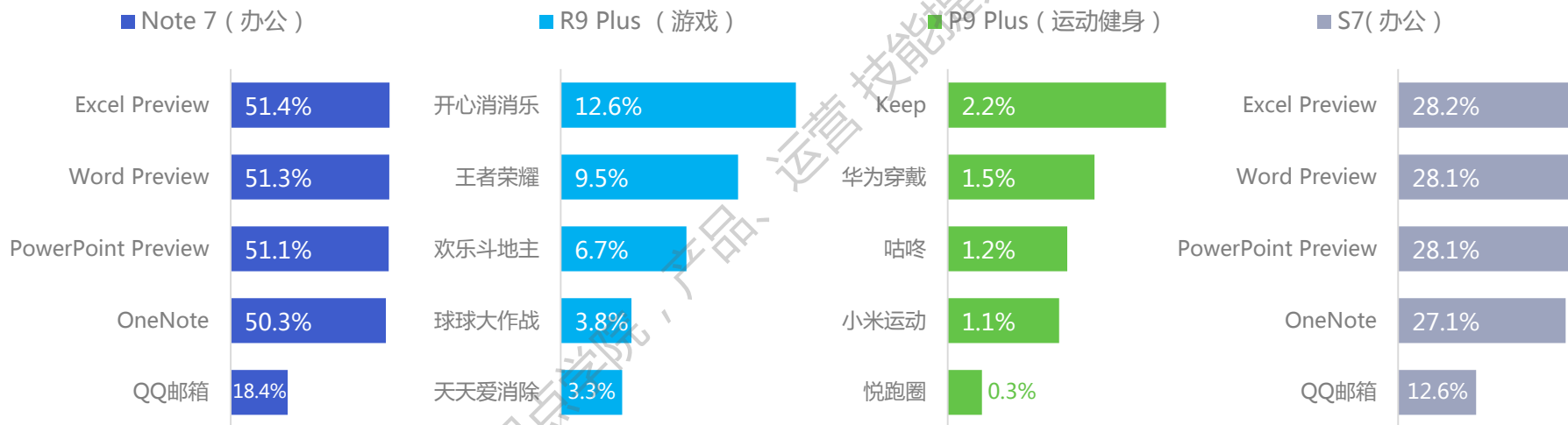
数据来源：TalkingData 移动数据研究中心；注：指数用TGI表示，高端机型人群关联应用类型指数=人群关联应用类型占比/行业均值*100；100为标准数，高于100表示优势数据

起点学院www.qidiania.com，人人都是产品经理旗下品牌，打造最专业最系统的产品、运营 课程

不同机型应用偏好差异较大

对比四款不同机型人群关联应用偏好发现，Note 7和S7 偏好的办公应用中，微软应用最受关注；R9 Plus偏好的游戏应用中开心消消乐最受关注；P9 Plus关注的运动健身应用中keep居第一、其次是华为穿戴

高端机型人群的不同类型应用覆盖率对比



备注：起点学院 学员收集资料于网络，版权为原作者所有。

Part 04

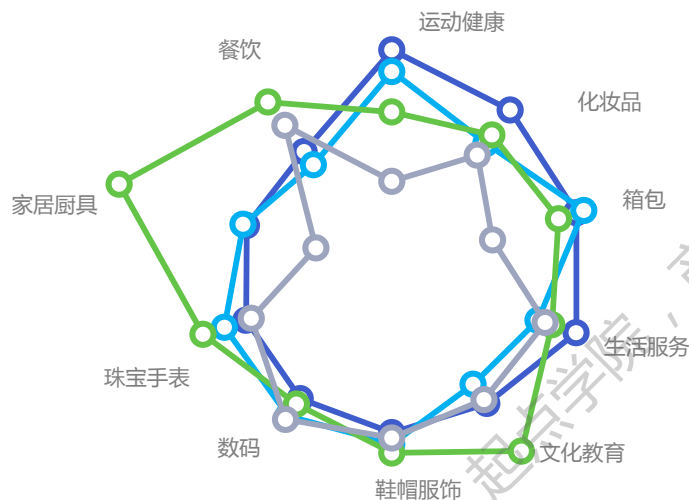
高端机型人群消费偏好

起点学院www.qidianla.com，人人都是产品经理旗下品牌，打造最专业最系统的产品、运营课程

高端机型人群线下消费偏好特征突出

高端机型人群消费偏好指数中，Note 7用户偏好运动健康、R9 Plus用户偏好箱包、P9 Plus用户偏好家居厨具、S7用户偏好餐饮

高端机型人群线下消费品类指数对比



不同机型线下消费品类指数TOP1

机型	消费品类	指数
Note 7	运动健康	132
R9 Plus	箱包	119
P9 Plus	家居厨具	170
S7	餐饮	108

数据来源：TalkingData 移动数据研究中心；注：指数用TGI表示，高端机型人群消费品类指数=人群消费品类占比/行业均值*100；100为标准数，高于100表示优势数据

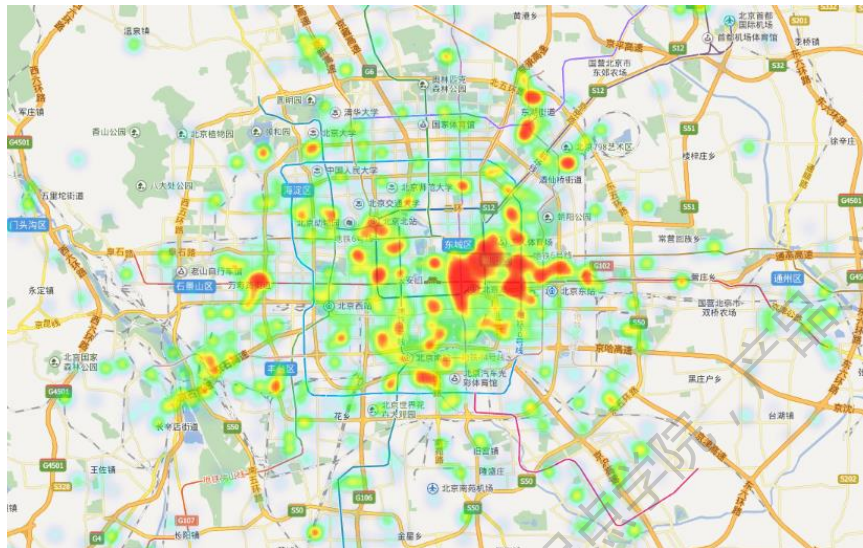
起点学院www.qidianla.com，人人都是产品经理旗下品牌，打造最专业最系统的产品、运营课程

备注：起点学院学员收集资料于网络，版权为原作者所有。

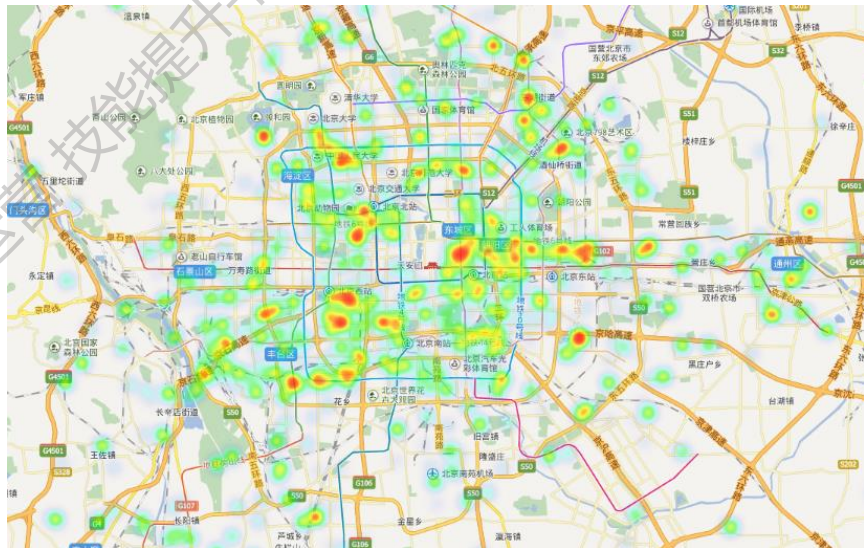
Note 7 用户多活跃在北京五环内

2016年北京Note 7人群线下活动位置

工作地



居住地



数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

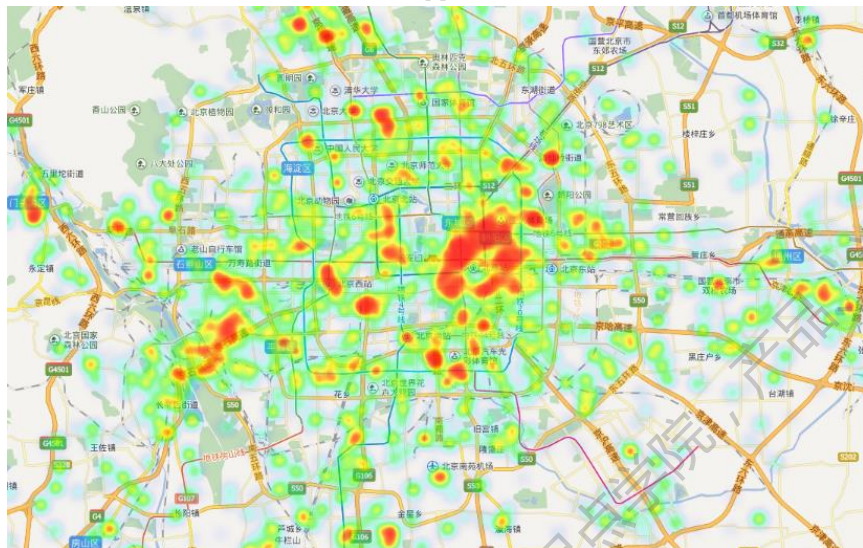
起点学院www.qidianla.com，人人都是产品经理旗下品牌，打造最专业最系统的产品、运营课程

备注：起点学院学员收集资料，网络，版权为原作者所有。

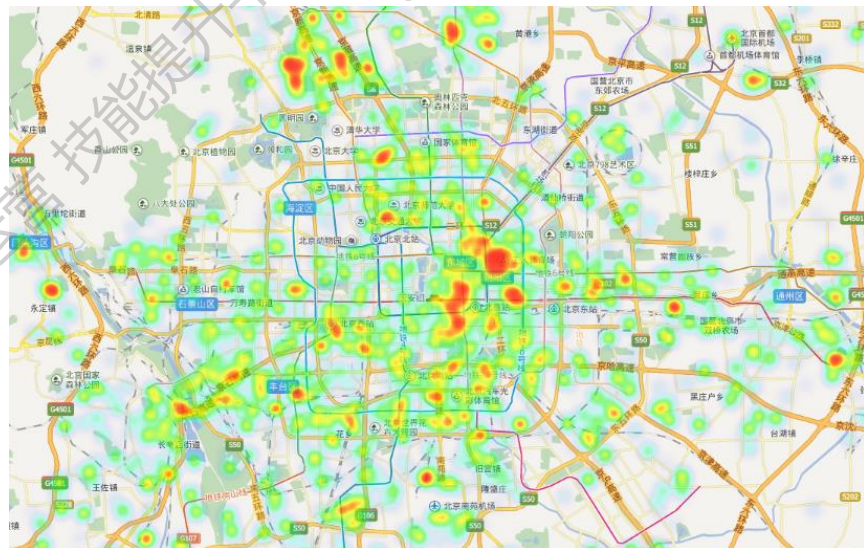
R9 Plus用户工作在市區，居住在郊区

2016年北京R9 Plus人群线下活动位置。

工作地



居住地



数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

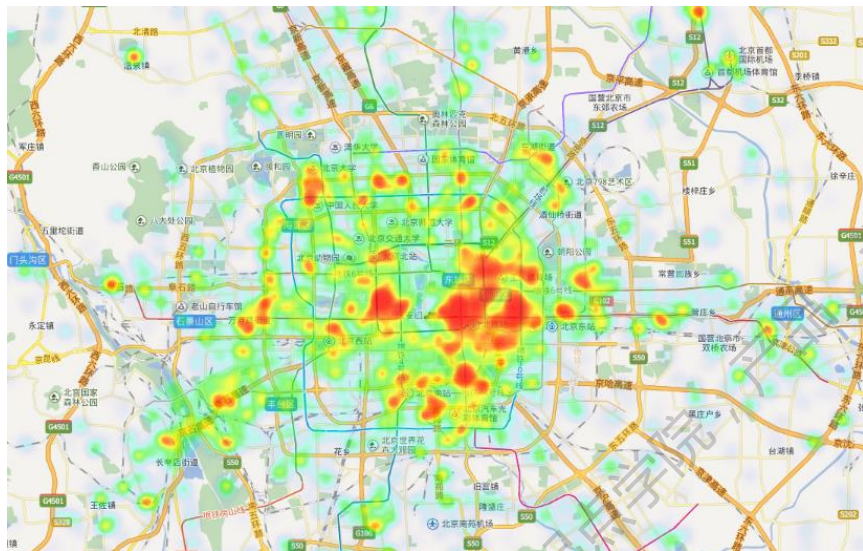
起点学院www.qidianla.com，人人都是产品经理旗下品牌，打造最专业最系统的产品、运营课程

备注：起点学院 采集资料 网络，版权归原作者所有。

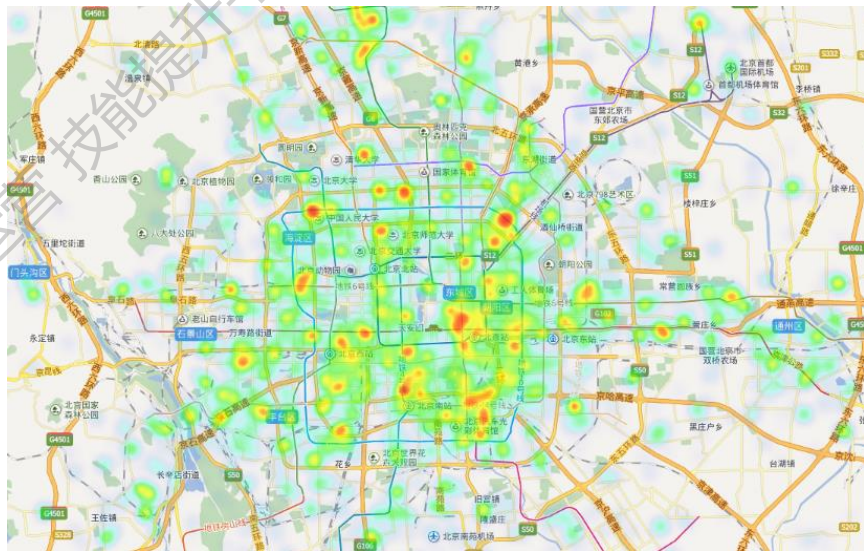
P9 Plus用户分布较分散

2016年北京P9 Plus人群线下活动位置

工作地



居住地



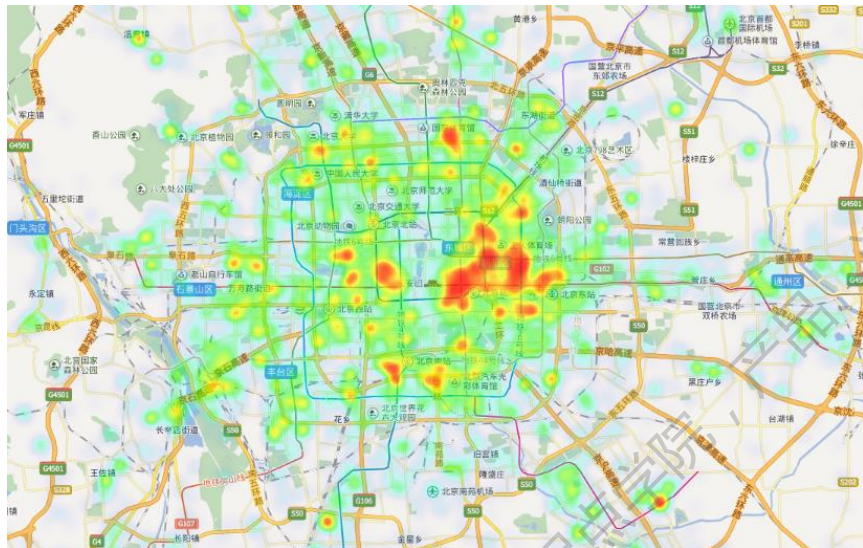
数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

起点学院www.qidianla.com，人人都是产品经理旗下品牌，打造最专业最系统的产品、运营 课程

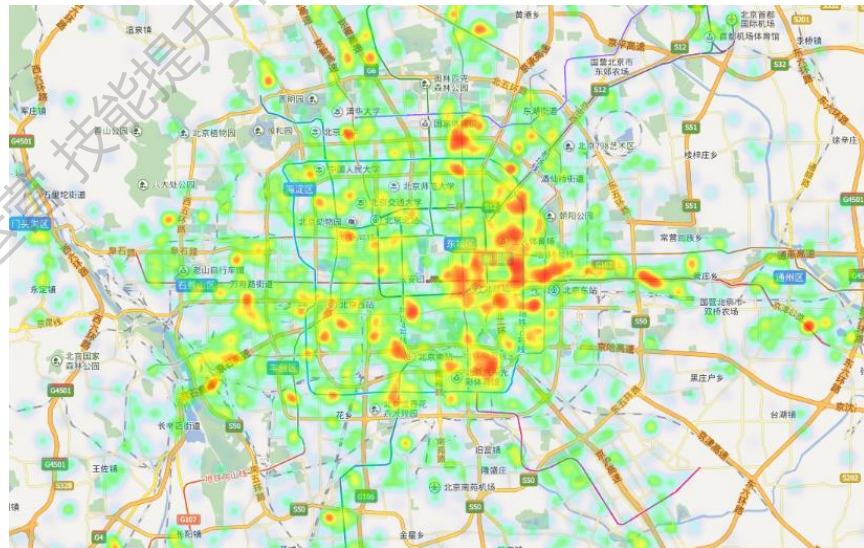
备注：起点学院学员收集资料于网络，版权归原作者所有。 S7用户工作地与居住地分布趋势一致

2016年北京S7人群线下活动位置

工作地



居住地



数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

起点学院www.qidianla.com，人人都是产品经理旗下品牌，打造最专业最系统的产品、运营课程



备注：起点学院 学员收集资料于网络，版权为原作者所有。

报告说明

● 数据来源

- ✓ TalkingData移动数据研究中心数据来自TalkingData App Analytics、TalkingData Game Analytics、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

- ✓ 2016年9月

● 概念定义

- ✓ 用户覆盖率：当月安装有某个移动应用的设备数量占当月监测移动设备总数的比例
- ✓ 用户活跃率：当月使用过某个移动应用的设备数量占当月监测移动设备总数的比例
- ✓ 关联应用：是指特定人群安装移动应用的比例，比例越高说明该人群安装该应用的比例越高、关联度越高
- ✓ 消费偏好：表示用户线下消费的偏向性，将用户在线下光顾过的品牌进行整合分类，得出相应的消费偏好

备注：起点学院 学员收集资料于网络，版权为原作者所有。

ABOUT TD

关于TalkingData

- ▶ **TalkingData**（北京腾云天下科技有限公司）成立于2011年9月，2013年完成千万美元A轮融资（北极光领投），2014年完成数千万美元的B轮融资（MileStone和软银领投），总部位于北京，在美国硅谷，日本东京，上海都设有分公司。
- ▶ 经过近四年的高速发展，**TalkingData**逐步打造了由开发者服务平台，数据服务平台，数据商业化平台为中心的数据生态体系，覆盖超过**32亿**独立智能设备，服务超过**12万**款移动应用，以及**10万**多应用开发者。
- ▶ 公司服务的客户既有如：腾讯，百度，网易，搜狐，360，Google，Yahoo，Zynga，宝开，聚美，唯品会，滴滴打车等知名互联网企业，又有中国银联，招商银行，兴业银行，中信银行，平安集团，国信证券，海通证券，Orchirly，碧桂园，亨得利，全城热恋等传统行业巨头。我们在移动互联网发展过程中创造数据价值，并帮助传统行业积极拥抱未来。

起点学院www.qidianla.com，人人都是产品经理旗下品牌，打造最专业最系统的产品、运营 课程



备注：起点学院 学员收集资料于网络，版权为原作者所有。



扫一扫立即访问

移动观象台

纵览行业，数据解析移动趋势



备注：起点学院 学员收集资料于网络，版权为原作者所有。



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

起点学院www.qidianla.com，人人都是产品经理旗下品牌，打造最专业最系统的产品、运营 课程

备注：起点学院 学员收集资料于网络，版权为原作者所有。



Thanks!

关注TalkingData官方微信获取最新移动数据资讯

www.talkingdata.com



起点学院www.qidianla.com，人人都是产品经理旗下品牌，打造最专业最系统的产品、运营 课程