

传统券商移动证券行业观察

2016年11月

TalkingData移动数据研究中心
2016年11月

● 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

- ✓ 规模数据：2016年1-9月
 - ✓ 排名&用户画像数据：2016年10月
-

● 概念定义

- ✓ 应用覆盖率：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量的比例；
- ✓ 应用活跃率：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量的比例；

● 合包说明

✓ 按券商实体排名数据合包说明：同一券商的不同交易类应用进行去重合并，本报告中涉及的具体如下：

- **华泰证券**：涨乐财富通（com.lphtscft）、涨乐交易（com.lphtsc）；**广发证券**：广发证券易淘金（com.gf.client）、广发手机证券（gf.king.app）、广发金管家至慧版（com.gfjgj.dzh）；**海通证券**：海通e海通财（com.android.haitong）、海通证券手机证券（com.hundsun.stockwinner.htzq）、海通e海通财智慧版（com.android.ehaitongcai）；**国泰君安证券**：易阳指（com.guotai.dazhihui 和 com.gtja.dzh）；**国信证券**：金太阳（com.guosen.android）、金太阳HD（com.guosen.androidpad）、金太阳香港（com.guosenHK.android）；**平安证券**：平安证券（com.hundsun.winner.pazq）、安e理财（com.hundsun.stockwinner.pazq）、安e理财高端版（com.hundsun.stockwinner.pazqhd5）；**招商证券**：智远一户通（com.cmschina.stock）、招商智远理财（com.cmschina）、招商智远Pad（com.TdxPad）；**银河证券**：银河玖乐（com.galaxy.stock）、玖乐2.0（cn.com.chinastock.jl）；**中信证券**：中信证券（com.hundsun.stockwinner.zxzq）、信E投（com.zxscnew）；**申万宏源证券**：赢家理财（com.sywg.stock、com.hexin.plat.android.ShenWanSecurity、com.sywg.pad）、宏源天游（cn.emoney.hy.main、cn.emoney.pad.main、cn.emoney.hy.fresh）、申银万国经典版（com.hexin.qs.app.android）。

目录

CONTENTS

Part 01

- 传统券商移动证券应用行业概况

Part 02

- 一人三户时代下的传统券商用户概览

Part 03

- 一人三户时代下的传统券商用户洞察

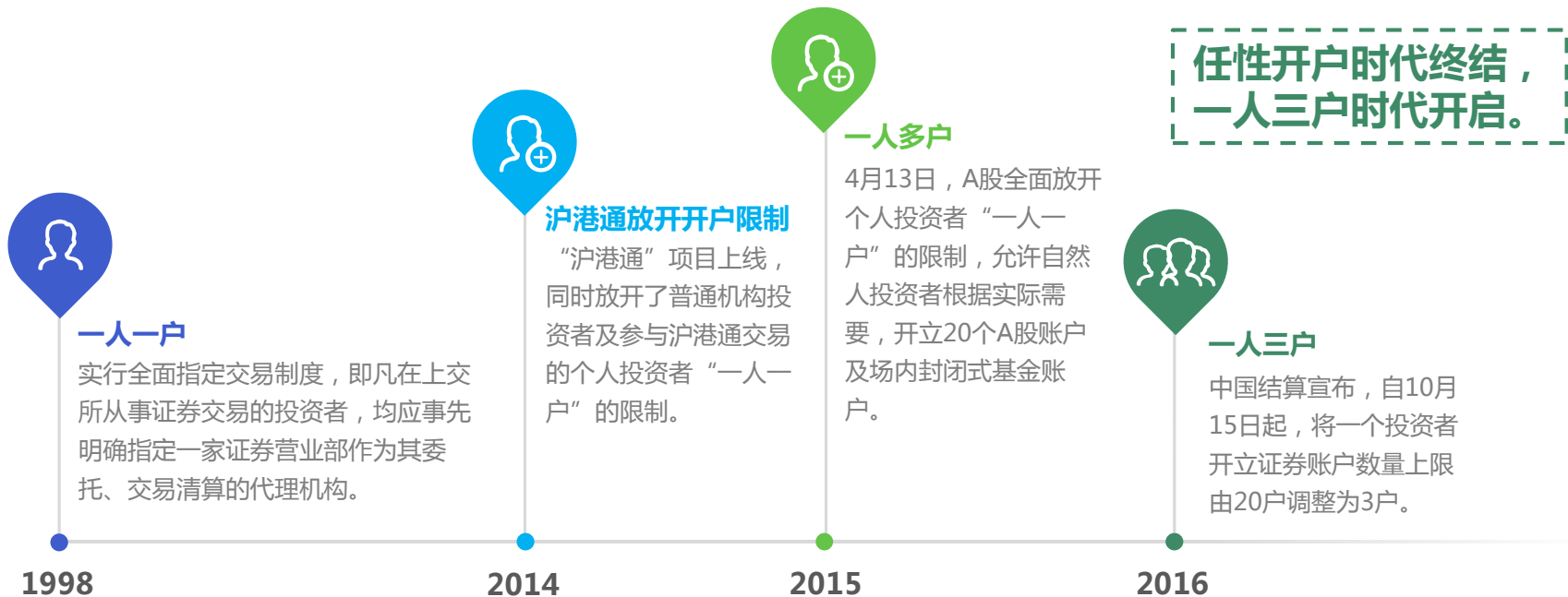
Part 01

传统券商移动证券应用行业概况



一人三户时代正式拉开帷幕

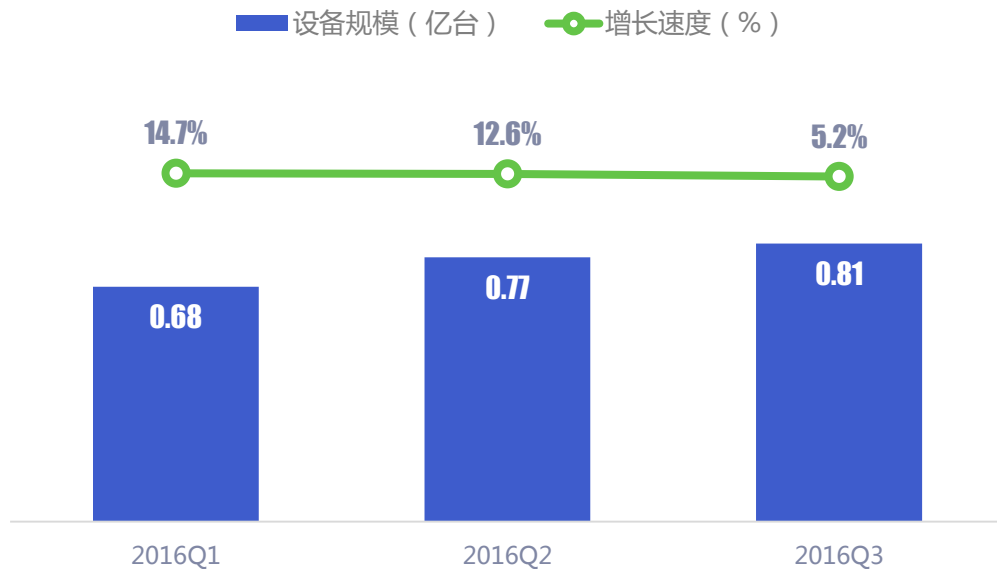
2016年10月14日，中国结算宣布，自10月15日起，一个投资者只能申请开立一个一码通账户，在同一市场最多可以申请开立3个A股账户、封闭式基金账户，只能申请开立1个信用账户、B股账户；任性开户时代终结，一人三户时代开启。



传统券商移动证券用户规模达到0.81亿

传统券商用户规模 **0.81** 亿台

截至2016年9月，我国传统券商移动证券用户规模达到 0.81亿台；2016年以来，传统券商移动证券用户规模的增长速度放缓，人口红利逐渐消失。



传统券商移动证券设备规模及增速

数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

注：传统券商移动证券用户规模指安装有传统券商证券应用的移动智能终端累计活跃设备总数，包括智能手机、平板电脑、智能手表、智能电视盒子等。

传统券商移动证券应用覆盖TOP20

2016年10月，传统券商移动证券应用整体格局变化不大，涨乐财富通的覆盖率最高，其次是中信证券；从覆盖率排名变化来看，智远一户通、申万宏源赢家理财高端版和掌中投均较上月上升1位。

10月排名	应用名称	10月覆盖率	较上月排名变化
1	涨乐财富通	0.6505%	—
2	中信证券	0.3760%	—
3	平安证券	0.2601%	—
4	易阳指	0.2370%	—
5	海通e海通财	0.2058%	—
6	金太阳手机炒股	0.1986%	—
7	广发证券易淘金	0.1931%	—
8	银河玖乐	0.1885%	—
9	智远一户通	0.1701%	↑ 1
10	广发手机证券	0.1692%	↓ 1

10月排名	应用名称	10月覆盖率	较上月排名变化
11	中信建投手机证券	0.1188%	—
12	长江e号	0.0936%	—
13	金阳光移动证券	0.0868%	—
14	安信安翼金融终端	0.0824%	—
15	申万宏源赢家理财高端版	0.0792%	↑ 1
16	民生证券	0.0694%	↓ 1
17	中泰齐富通	0.0628%	—
18	华彩人生	0.0554%	—
19	掌中投	0.0518%	↑ 1
20	泉友通手机炒股	0.0491%	↓ 1

传统券商移动证券应用活跃TOP20

2016年10月，涨乐财富通的活跃率居于首位，其次是易阳指和海通e海通财；从活跃率排名变化来看，东吴秀财较上月上升3位，金罗盘较上月上升4位，二者名次上升较快。

10月排名	应用名称	10月活跃率	较上月排名变化
1	涨乐财富通	0.2548%	—
2	易阳指	0.1292%	—
3	海通e海通财	0.1074%	—
4	平安证券	0.0938%	—
5	金太阳手机炒股	0.0838%	—
6	中信证券	0.0799%	—
7	银河玖乐	0.0694%	—
8	广发证券易淘金	0.0636%	—
9	广发手机证券	0.0553%	↑ 1
10	民生证券	0.0506%	↓ 1

10月排名	应用名称	10月活跃率	较上月排名变化
11	智远一户通	0.0499%	—
12	中信建投手机证券	0.0348%	—
13	东吴秀财	0.0345%	↑ 3
14	大同证券安卓版	0.0337%	—
15	长江e号	0.0318%	↓ 2
16	金罗盘	0.0288%	↑ 4
17	安信安翼金融终端	0.0287%	↓ 2
18	金阳光移动证券	0.0281%	↓ 1
19	申万宏源赢家理财高端版	0.0279%	↓ 1
20	中泰齐富通	0.0219%	↓ 1

传统券商证券用户覆盖TOP10

传统券商移动证券中，华泰证券的用户覆盖率最高，其次是中信证券；与上月相比，TOP10券商的用户覆盖率排名无变化。

2016年10月 传统券商移动证券用户覆盖率TOP10

10月排名	券商名称	10月券商用户覆盖率	较上月排名变化
1	华泰证券	0.6520%	—
2	中信证券	0.3904%	—
3	广发证券	0.3147%	—
4	平安证券	0.2629%	—
5	国泰君安证券	0.2371%	—
6	海通证券	0.2235%	—
7	国信证券	0.2000%	—
8	银河证券	0.1919%	—
9	招商证券	0.1748%	—
10	申万宏源证券	0.1704%	—

数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，安卓平台数据；

注：券商用户覆盖率=当月安装有某个券商的证券应用的设备数量占当月监测移动设备总量的比例。

传统券商证券用户活跃TOP10

传统券商移动证券中，华泰证券的用户活跃率最高，其次是国泰君安证券；与上月相比，海通证券、中信证券的用户活跃率排名各上升1位。

2016年10月 传统券商移动证券用户活跃率TOP10

10月排名	券商名称	10月券商用户活跃率	较上月排名变化
1	华泰证券	0.2552%	—
2	国泰君安证券	0.1293%	—
3	海通证券	0.1130%	↑ 1
4	广发证券	0.1112%	↓ 1
5	平安证券	0.0946%	—
6	中信证券	0.0858%	↑ 1
7	国信证券	0.0842%	↓ 1
8	银河证券	0.0709%	—
9	申万宏源证券	0.0607%	—
10	招商证券	0.0509%	—

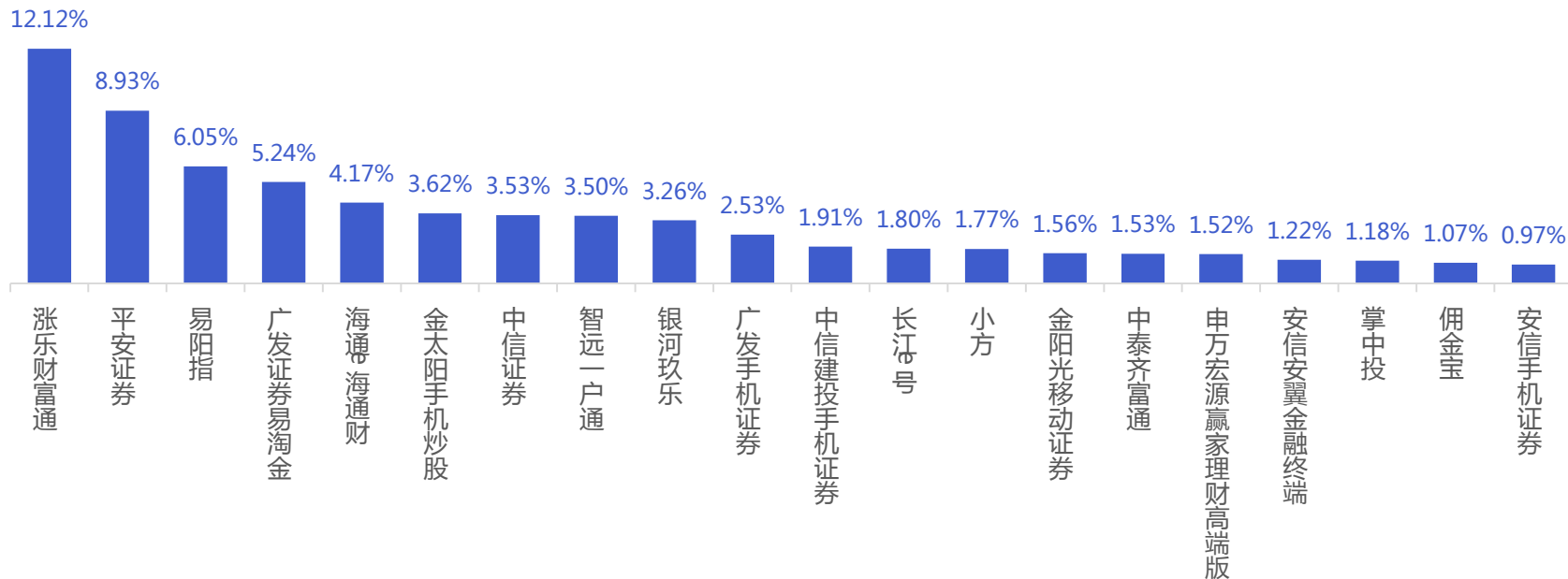
数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，安卓平台数据；

注：券商用户活跃率=当月使用过某个券商的证券应用的设备数量占当月监测移动设备总量的比例。

涨乐财富通新增用户最多，其次是平安证券

传统券商移动证券应用的新增用户中，涨乐财富通的新增用户最多，其次是平安证券。

2016年10月 传统券商移动证券应用新增用户占比TOP20



数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，安卓平台数据；注：1、某应用的新增用户指的是历史前三个月份中某设备未安装某应用，而统计当月安装了该应用，则计该设备为该应用的新增用户；2、新增用户占比=某应用新增用户/传统券商证券类应用新增用户*100%。

Part 02

一人三户时代下的传统券商用户概览



传统券商移动证券用户以一人一户为主

从传统券商移动证券用户的账户数量来看，一人一户用户最多，占比88.3%，一人两户用户亦较多，占比近一成。

传统券商移动证券用户的账户数量分布情况



数据来源：TalkingData 移动数据研究中心；备注：一人多户用户的定义：如果某个设备只安装了某个券商的应用，计为一人一户，如果某设备同时安装了两个券商的应用，计为一人两户，以此类推。

一人两户用户最爱华泰证券和中信证券的组合

一人两户用户使用的证券组合中，华泰证券和中信证券的组合最受偏爱，其次是华泰证券和平安证券的组合。

传统券商移动证券一人两户用户最爱证券组合TOP5



数据来源：TalkingData 移动数据研究中心；备注：一人多户用户的定义：如果某个设备只安装了某个券商的应用，计为一人一户，如果某设备同时安装了两个券商的应用，计为一人两户，以此类推。

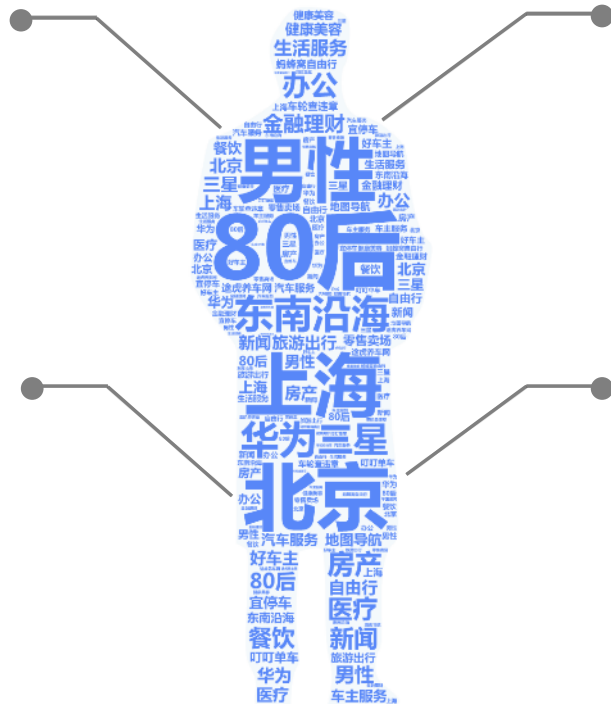
一人两户及以下券商用户概览

80后男性用户

一人两户及以下券商用户中，男性用户占6成，80后用户过半。

东南沿海分布最集中

省份分布上，广东、江苏、上海等东南沿海最集中；城市分布上，在一线城市优势明显。



设备偏好：最爱商务风

偏爱华为Mate、三星Note等商务属性较强的机型；偏爱大屏中高端智能机。

爱理财、关注健康、享受生活

偏爱金融理财、房产、医疗、旅游出行、汽车、健康美容等类型，爱理财爱旅行，关注健康亦不忘享受生活。

数据来源：TalkingData 移动数据研究中心；备注：一人多户用户的定义：如果某个设备只安装了某个券商的应用，计为一人一户，如果某设备同时安装了两个券商的应用，计为一人两户，以此类推。

Part 02

一人三户时代下的传统券商用户洞察

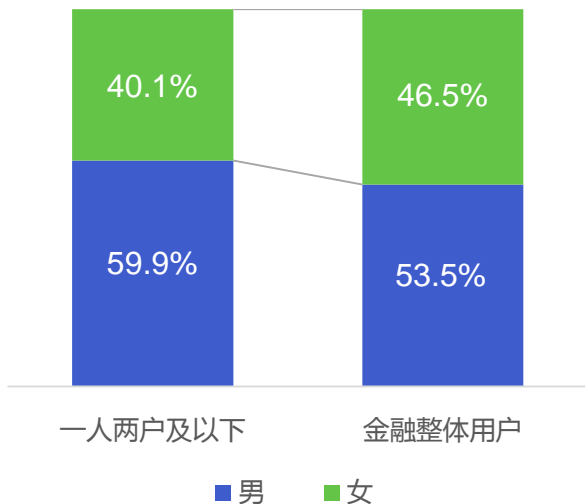


一人两户及以下券商用户以男性为主，年龄呈现年轻化

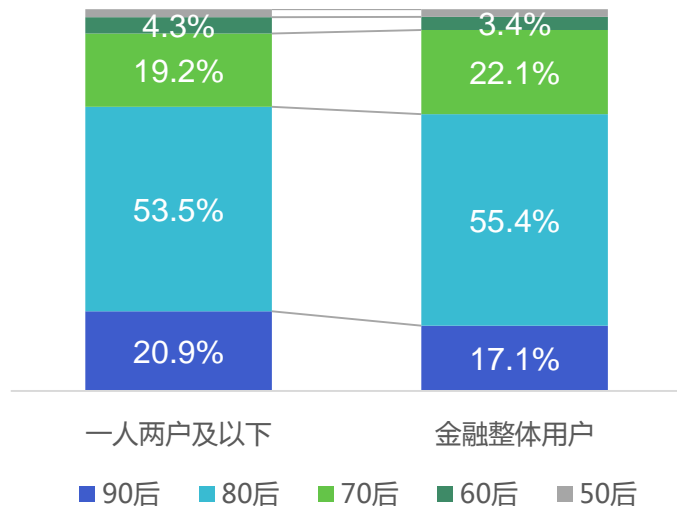
一人两户及以下券商用户以男性为主，占比近6成；从年龄分布来看，80后是其主力用户，此外，其90后用户比例高于金融整体用户，一人两户及以下券商用户呈现年轻化的特点。

2016年10月 一人两户及以下传统券商移动用户人口属性分布

性别分布



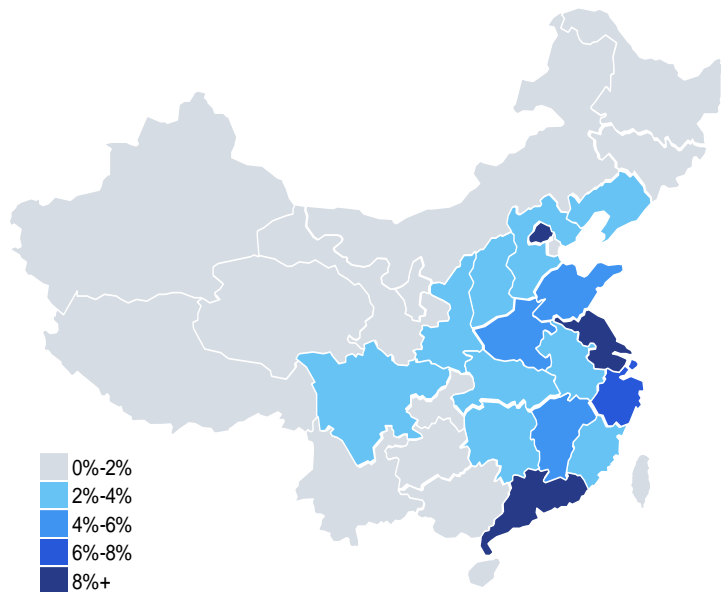
年龄分布



一人两户及以下券商用户在上海、北京更占优势

一人两户及以下券商用户在东南沿海分布最为集中，其中，广东、江苏分列前两位；从省份指数来看，上海、北京的指数更高，其用户更占优势。

2016年10月 一人两户及以下传统券商移动用户省份分布



排名	省份	占比	省份指数
1	广东	15.4%	116
2	江苏	9.1%	108
3	北京	8.3%	123
4	上海	7.0%	187
5	浙江	6.6%	86
6	河南	4.9%	87
7	山东	4.3%	81
8	江西	4.2%	101
9	河北	3.8%	71
10	四川	3.6%	115

数据来源：TalkingData 移动数据研究中心；注：省份指数=[一人两户及以下券商某省份用户占比/移动金融整体用户在该省份的占比]*标准数100。

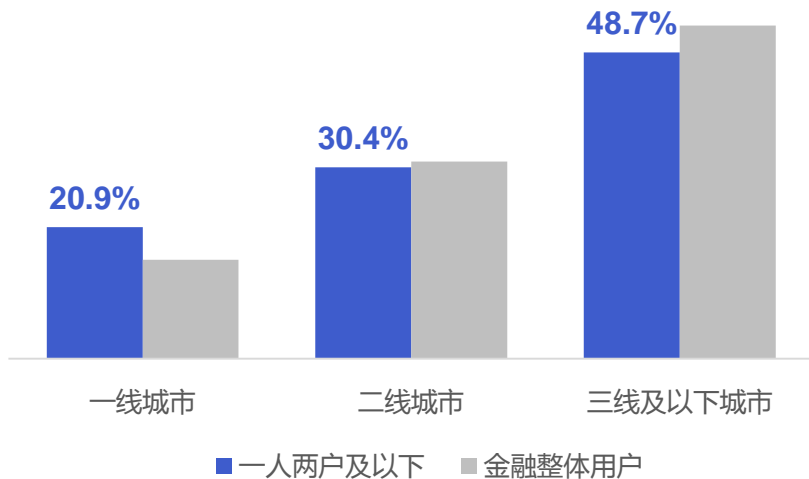
一线用户更高端，其一人两户及以下券商用户更占优势

一线城市的一人两户及以下券商用户比例高于金融整体用户，其TGI指数为133，而二、三线城市的TGI指数均小于100，一线城市用户更高端。

2016年10月 一人两户及以下传统券商移动用户城市级别分布情况

城市级别分布

TGI指数分布



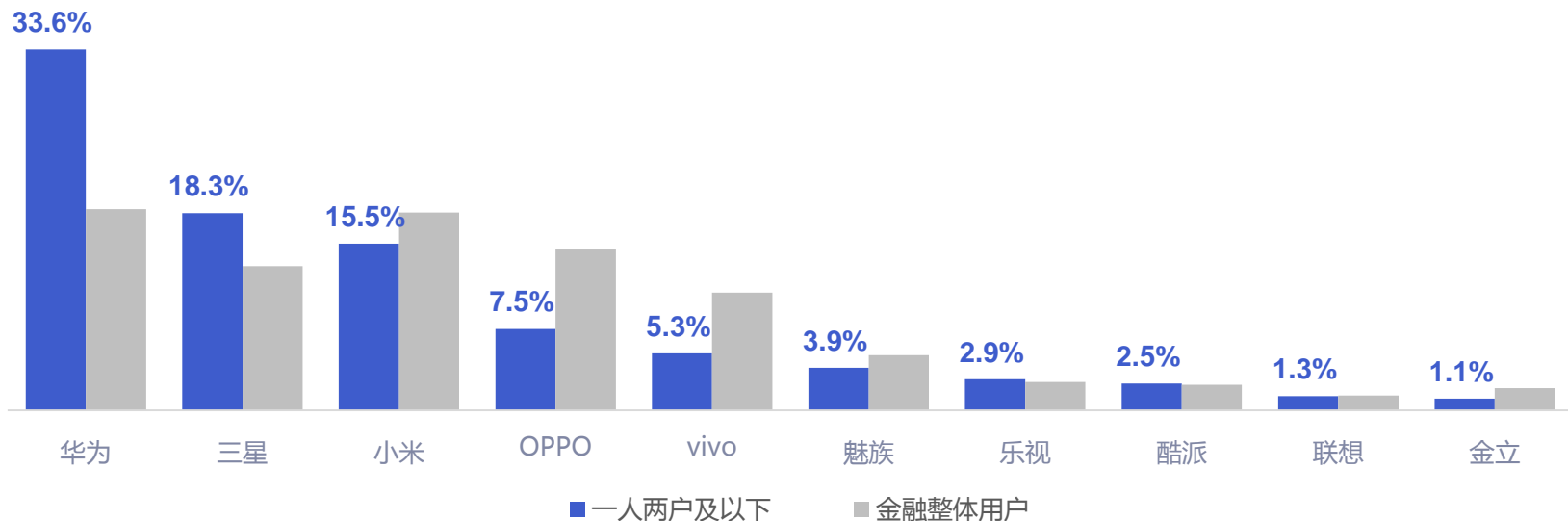
城市级别	一人两户及以下TGI
一线城市	133
二线城市	97
三线及以下城市	92

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， $TGI = \frac{\text{一人两户及以下券商某城市级别用户占比}}{\text{移动金融整体用户在该城市级别的占比}} \times \text{标准数} 100$ 。

一人两户及以下券商用户的设备品牌更偏商务风

对比金融整体用户，一人两户及以下券商用户更为偏爱华为、三星，其商务属性更为明显。

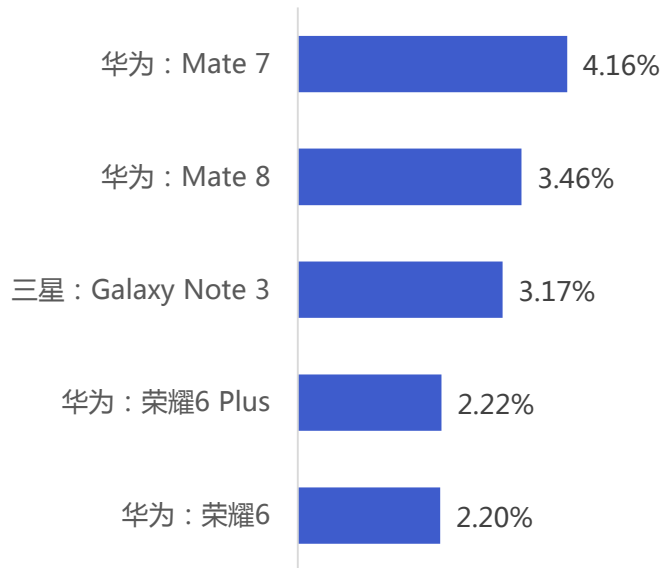
2016年10月 一人两户及以下传统券商移动用户设备品牌TOP10



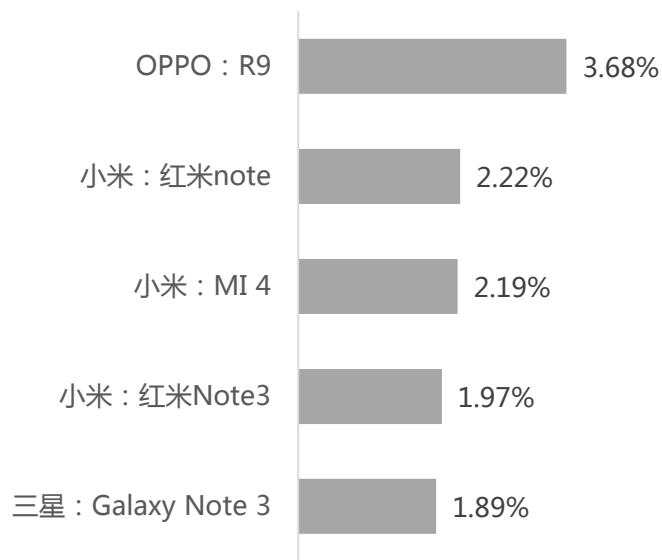
一人两户及以下券商用户偏爱商务属性较强的机型

一人两户及以下券商用户偏爱商务属性较强的华为Mate、三星Note系列机型，而金融整体用户则偏爱时尚属性较强的OPPO R9。

一人两户及以下券商用户机型TOP5



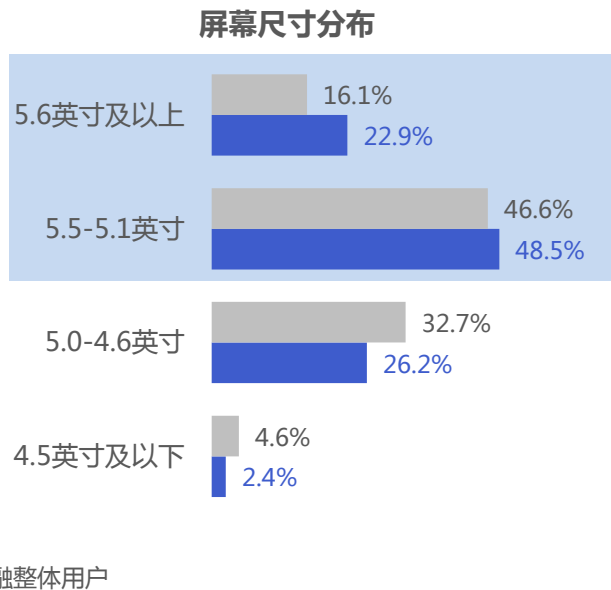
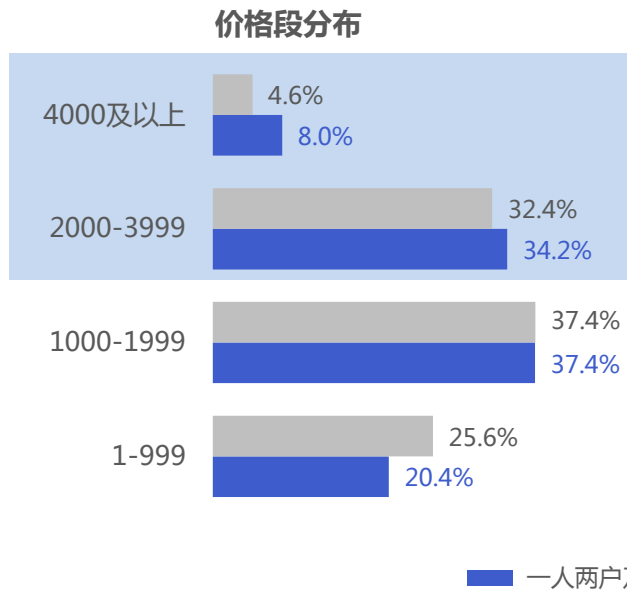
金融整体用户机型TOP5



一人两户及以下券商用户偏爱大屏中高端智能机

从价格来看，一人两户及以下券商用户偏爱2000元以上的中高端设备；从屏幕尺寸来看，一人两户及以下券商用户偏爱5英寸以上的大屏设备。

2016年10月 一人两户及以下传统券商移动证券用户设备情况



一人两户及以下券商用户爱理财、关注健康、享受生活

一人两户及以下券商用户与金融理财、通讯社交和网络购物类应用的关联度较高；从应用偏好指数来看，一人两户及以下券商用户偏爱金融理财、房产、医疗、旅游出行、汽车、健康美容等类型，爱理财爱旅行，关注健康亦不忘享受生活。

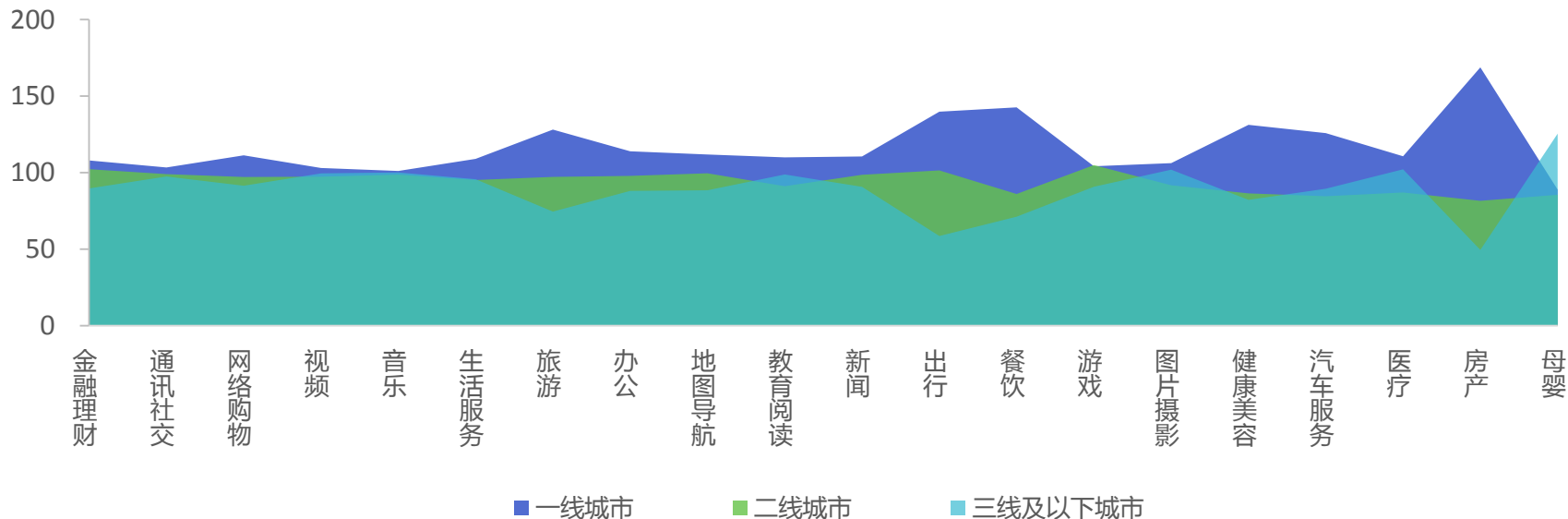
一人两户及以下传统券商用户关联应用类型及应用偏好指数



一线用户偏爱房产、汽车，三线用户对母婴类需求强烈

不同城市级别一人两户及以下券商用户对通讯社交、视频、音乐、图片摄影等应用的偏好较为一致；一线城市用户对房产、汽车、旅游出行、餐饮和健康等应用更为偏爱，三线城市用户对母婴应用需求更为强烈。

不同城市级别一人两户及以下传统券商用户应用偏好指数对比



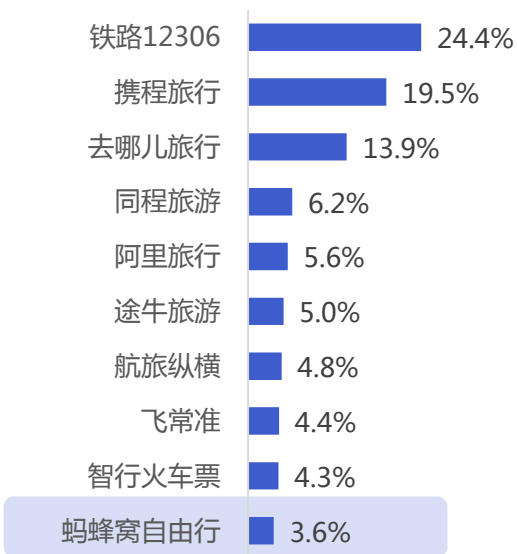
数据来源：TalkingData 移动数据研究中心；注：应用偏好指数用TGI指数表示， $TGI = [\text{特定人群某类型应用关联度} / \text{行业均值}] * \text{标准数} 100$ ，反映目标群体在特定研究范围内的强势或弱势。

一线用户旅游需求高，且较关注自由行

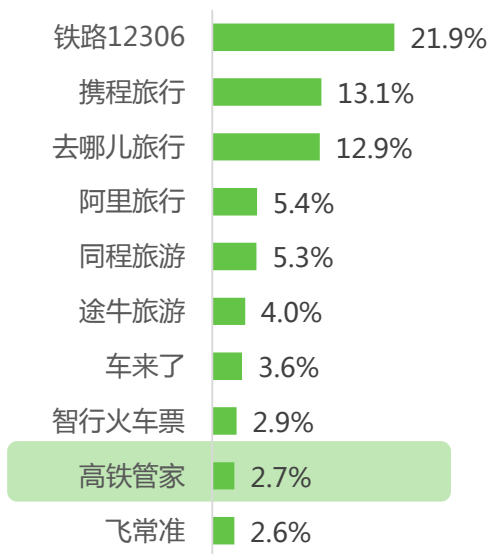
一线用户与旅游类应用的关联度更高，其TOP10关联应用中，蚂蜂窝自由行上榜，一线用户较关注自由行；二线用户旅游需求居中，较为偏爱高铁管家；三线用户旅游需求较低，从应用上看，较为偏爱无线城市掌上公交。

不同城市级别一人两户及以下传统券商用户**旅游类**关联应用TOP10

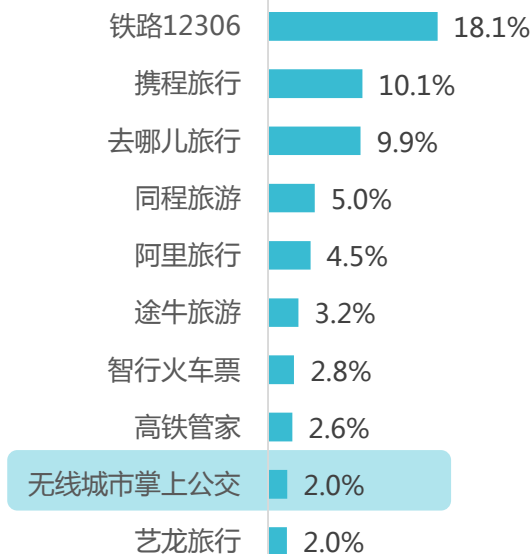
一线城市TOP10



二线城市TOP10



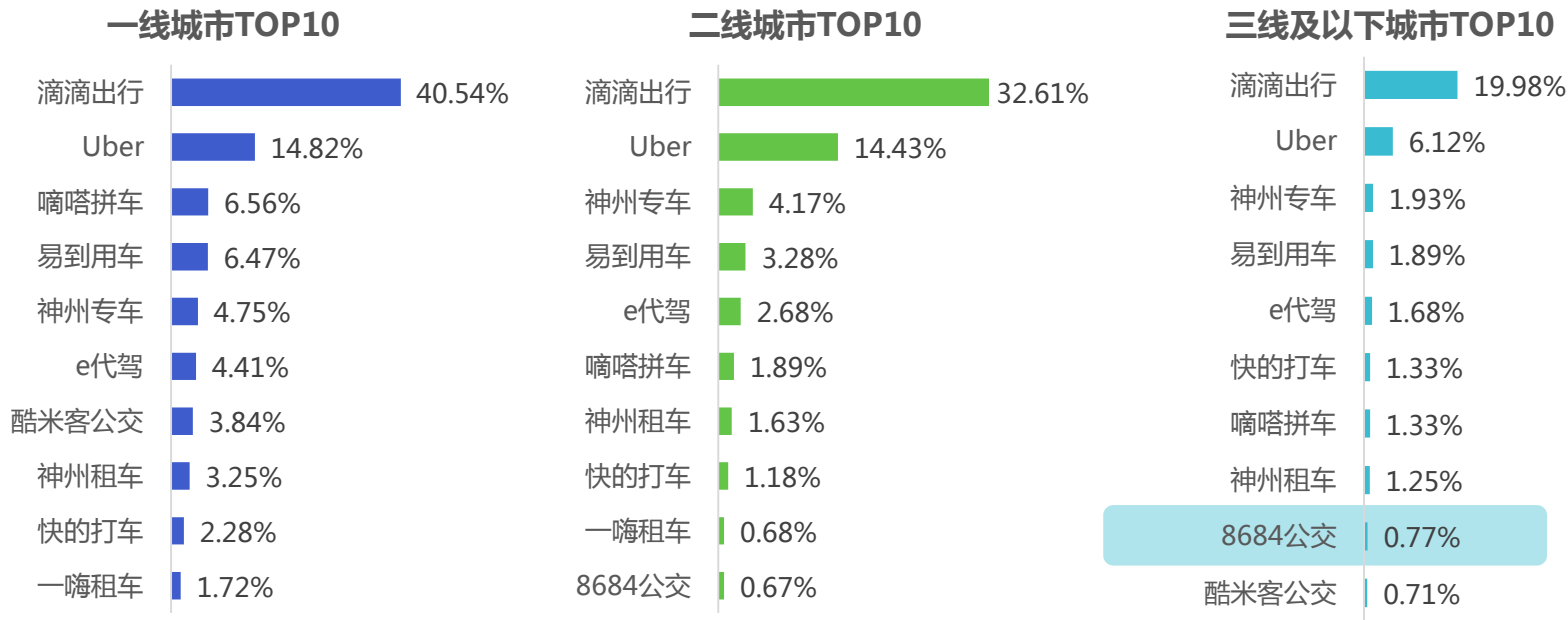
三线及以下城市TOP10



一线用户出行需求较高，三线用户较偏爱公交类应用

一线用户出行需求最强烈，与打车、租车、专车、代驾等应用关联度均较高；三线城市较为偏爱公交类应用，TOP10关联应用中，公交类有两个，且与8684公交的关联度高于另外两类用户。

不同城市级别一人两户及以下传统券商用户出行类关联应用TOP10



一线用户较偏爱健身，三线用户对健康管理应用需求较强烈

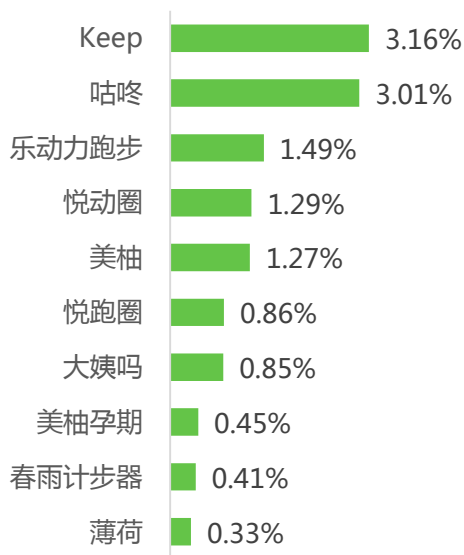
一线用户与Keep、咕咚的关联度较高，爱健身、爱跑步；三线用户较为偏爱美柚、大姨妈、美柚孕期等健康管理类应用，对健康管理的需求较为强烈。

不同城市级别一人两户及以下传统券商用户**健康类**关联应用TOP10

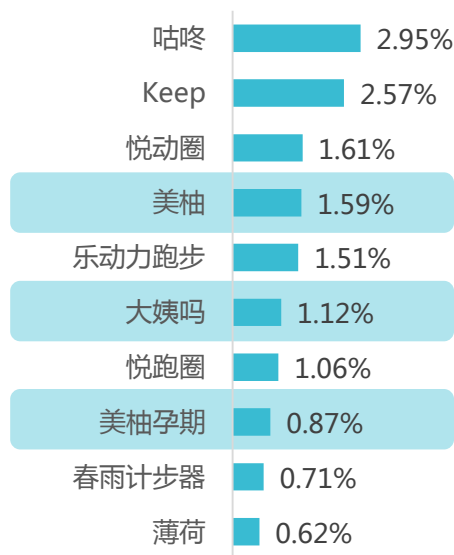
一线城市TOP10



二线城市TOP10



三线及以下城市TOP10

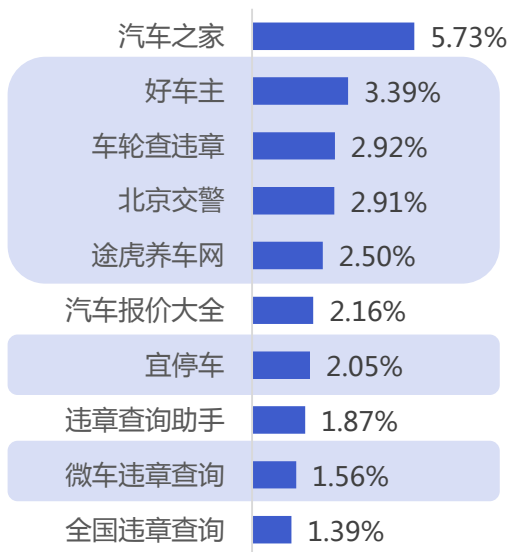


一线用户较偏爱车主应用，三线用户较偏爱询价、交易应用

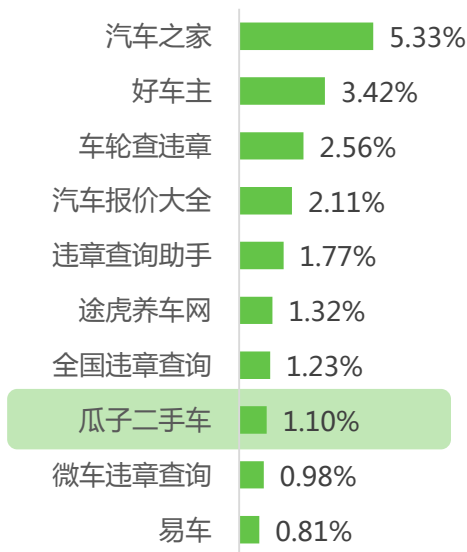
一线用户较偏爱车主应用，与好车主、车轮查违章、途虎养车网等应用的关联度高于其他两类用户；三线用户较偏爱售前询价和交易应用，与汽车报价大全、瓜子二手车的关联度较高。

不同城市级别一人两户及以下传统券商用户汽车服务类关联应用TOP10

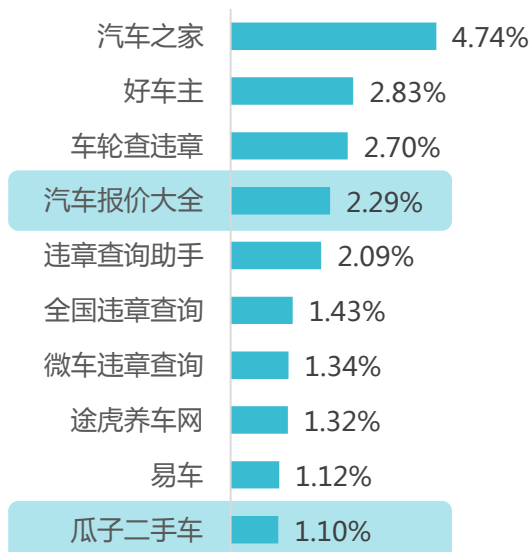
一线城市TOP10



二线城市TOP10



三线及以下城市TOP10

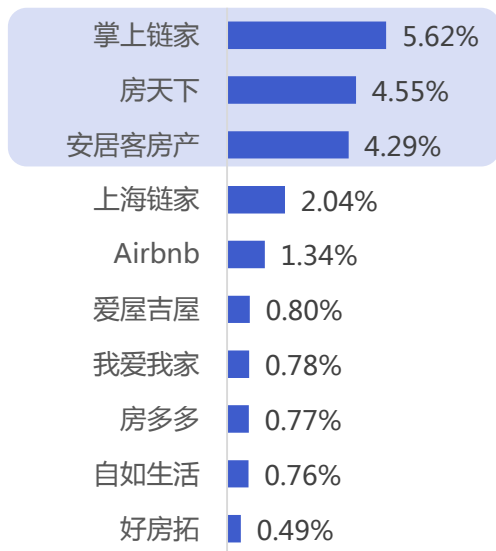


一线用户偏爱综合房产，三线用户偏爱装修应用

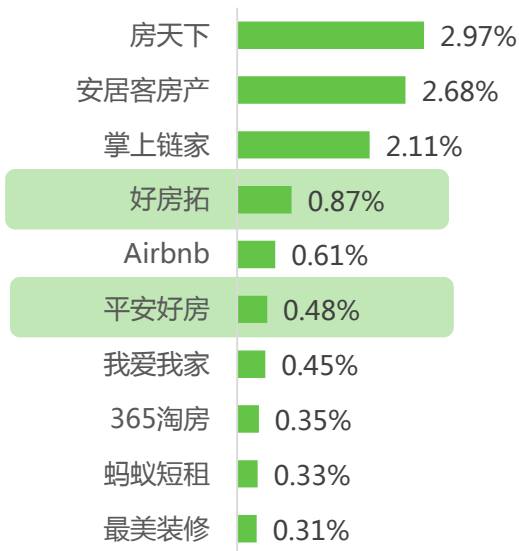
一线用户偏爱综合房产类，与掌上链家、房天下、安居客房产的关联度最高；二线用户较为偏爱房产运营应用好房拓；三线用户与最美装修、蚂蚁短租的关联度高于其他两类用户，较偏爱装修和短租应用。

不同城市级别一人两户及以下传统券商用户房产类关联应用TOP10

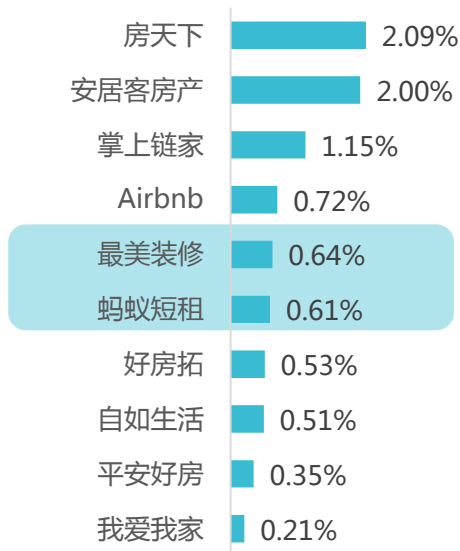
一线城市TOP10



二线城市TOP10



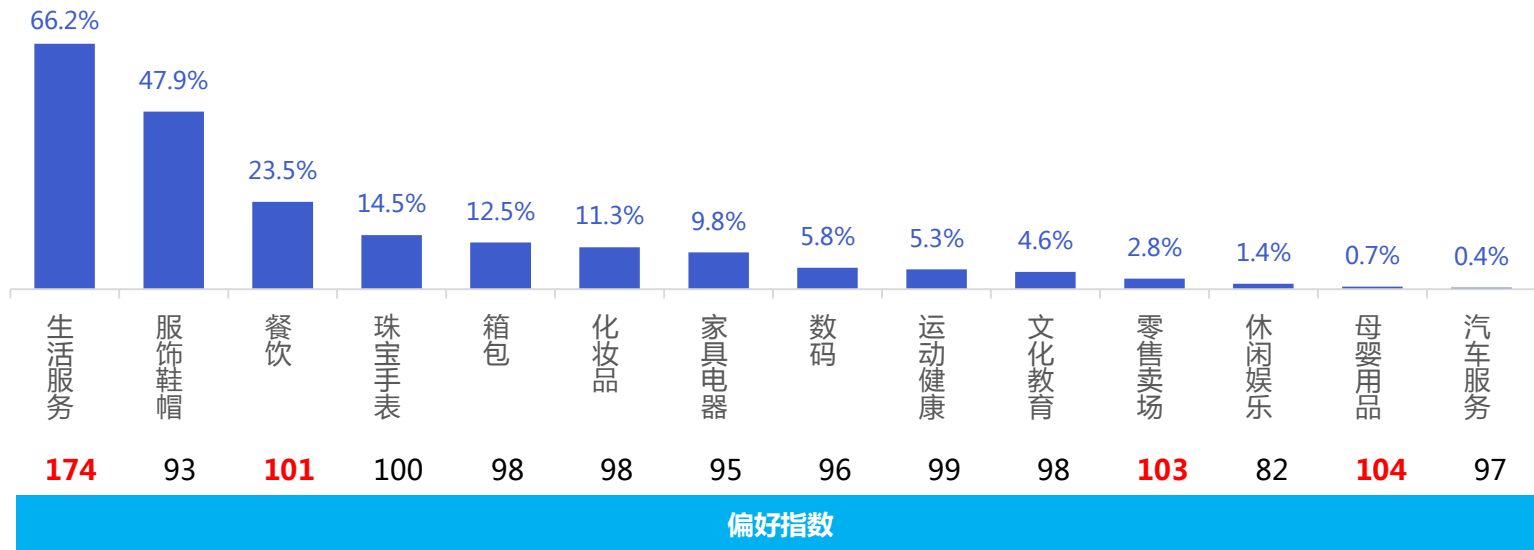
三线及以下城市TOP10



一人两户及以下券商用户对生活服务的线下消费需求较强烈

一人两户及以下传统券商用户对于生活服务、母婴用品、零售卖场和餐饮等线下消费品类的需求较为强烈，而对服饰鞋帽、箱包、化妆品等品类的线下消费需求较低。

一人两户及以下传统券商用户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=[一人两户及以下传统券商用户对某类线下消费品类的偏好度/移动金融整体用户对该线下消费品类的偏好度]*标准数100。

一线用户对汽车服务需求强烈，三线用户偏爱生活服务

一人两户及以下券商用户的线下消费偏好中，一线用户偏爱汽车服务、零售卖场和餐饮，二线用户偏爱母婴用品，三线用户偏爱生活服务和休闲娱乐。

一线城市一人两户及以下券商用户

汽车服务、零售卖场、餐饮

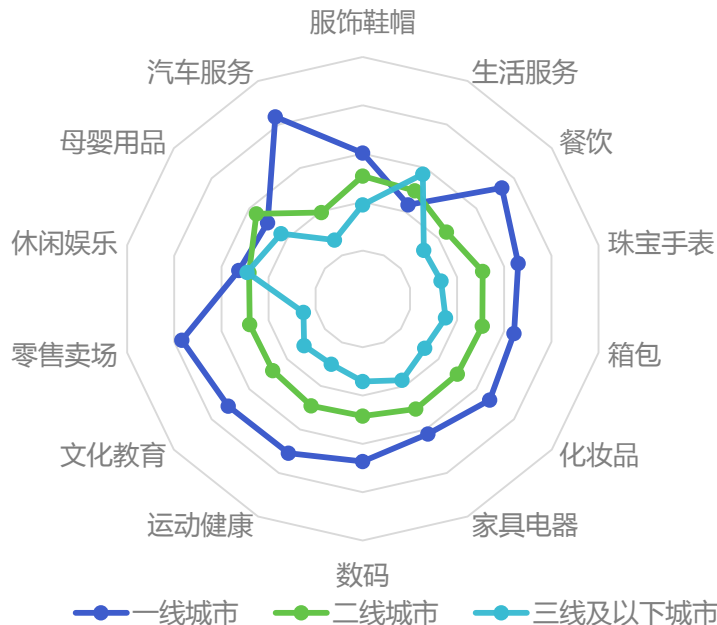
二线城市一人两户及以下券商用户

母婴用品

三线及以下城市一人两户及以下券商用户

生活服务、休闲娱乐

不同城市级别一人两户及以下券商用户线下消费品类偏好



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。

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
