

# 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

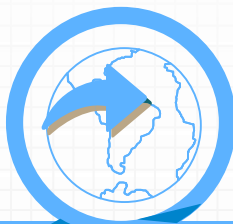
Analysys 易观  
实时分析驱动用户资产成长



## 分析方法

### 分析方法

- 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。



### 分析范畴

- 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 and 区域主要包括：中国大陆，不包括港澳台地区。



### 数据来源

- 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

© Analysys 易观

[www.analysys.cn](http://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**

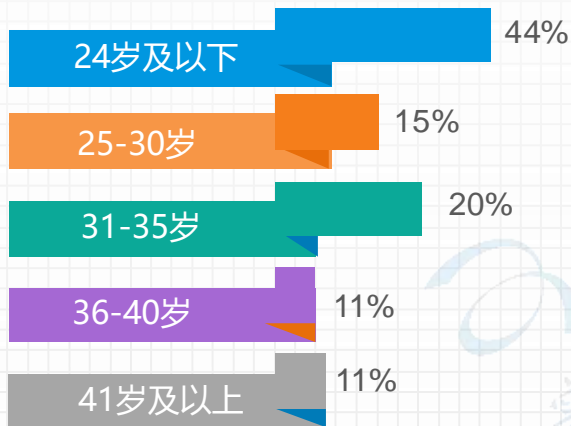
“休闲时间较多”



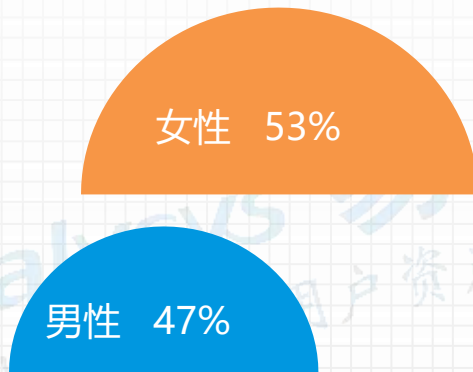


# 酷划锁屏用户呈现年轻化，且女性用户高于男性用户，中等及中高等收入占主流

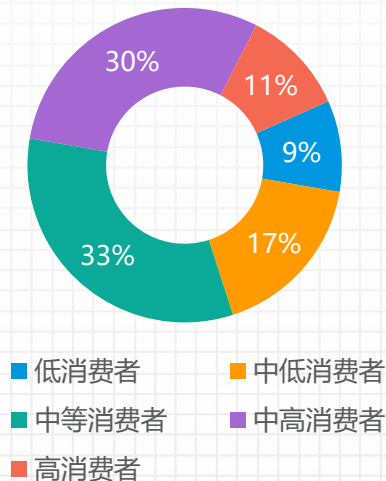
酷划锁屏用户年龄分布



酷划锁屏用户性别分布



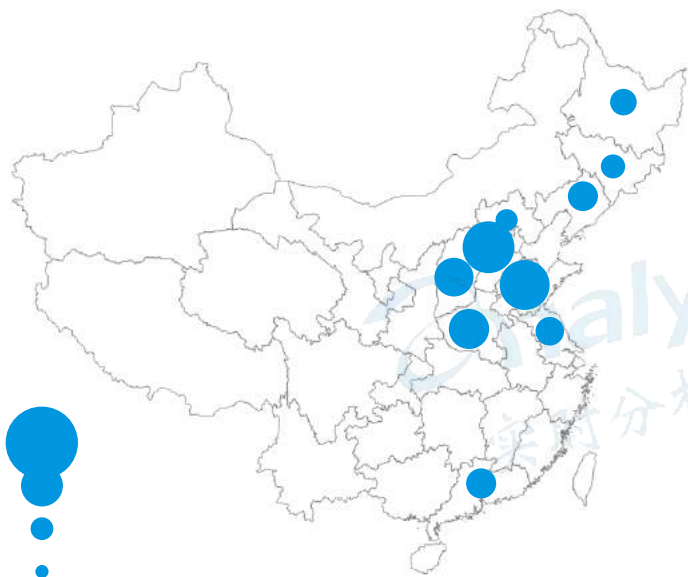
酷划锁屏用户收入分布



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。

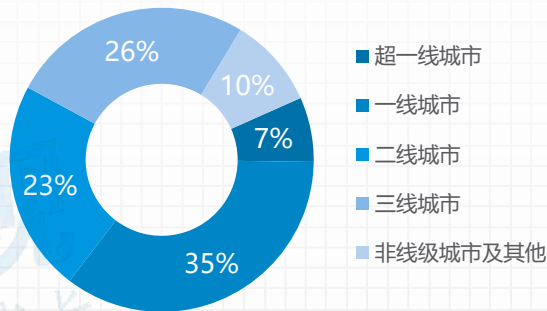
# 酷划锁屏用户主要集中在一二三线城市，特别是以北方城市为主

## 酷划活跃用户地域分布图TOP10



气泡大小代表活跃用户占比大小

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



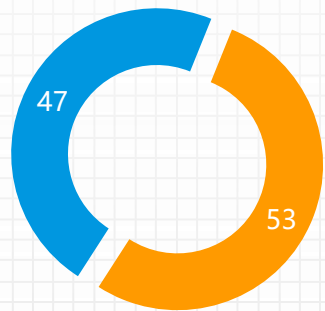
### 酷划锁屏属性行为偏好分析

# 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

健康和咨询

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

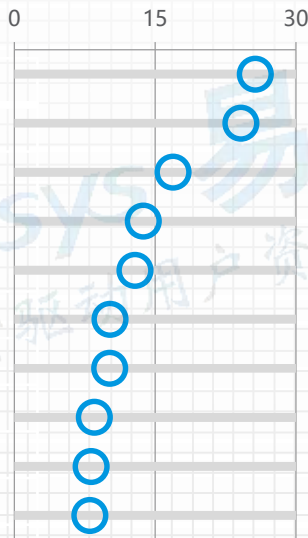


女性

男性

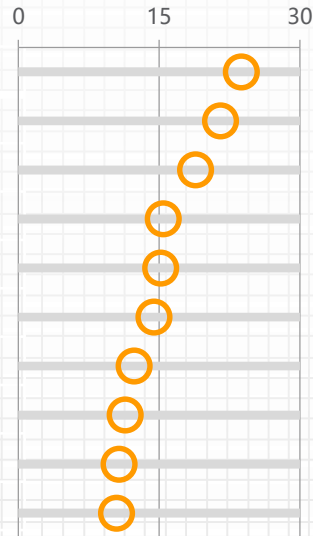
男性

财经直播  
问诊  
投资理财  
查询工具  
疾病管理  
网络借贷  
财经资讯  
运动健康  
科技资讯  
企业社交



女性

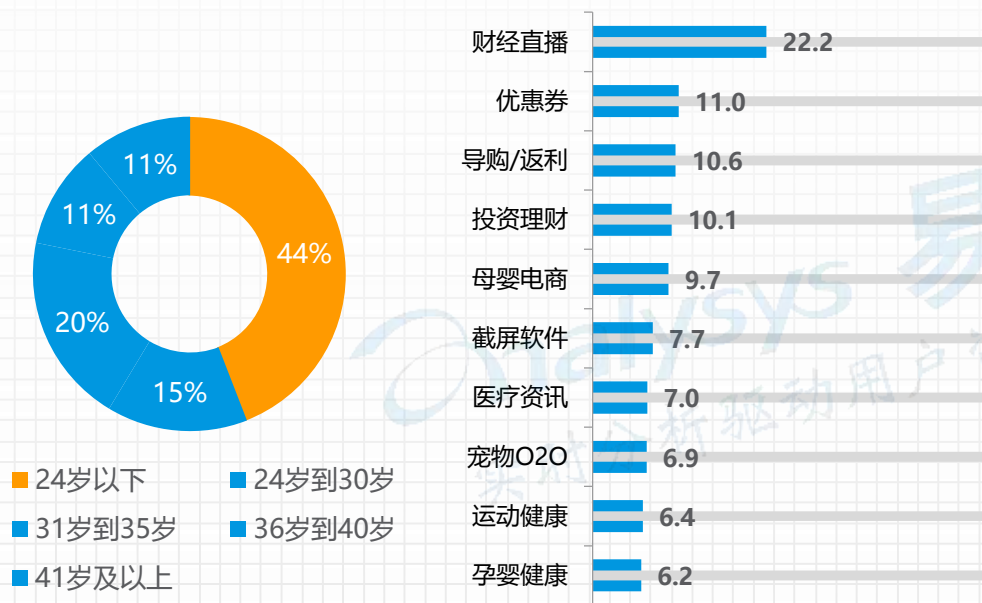
问诊  
财经资讯  
疾病管理  
查询工具  
患者管理  
投资理财  
导购/返利  
优惠券  
医药电商  
母婴电商



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

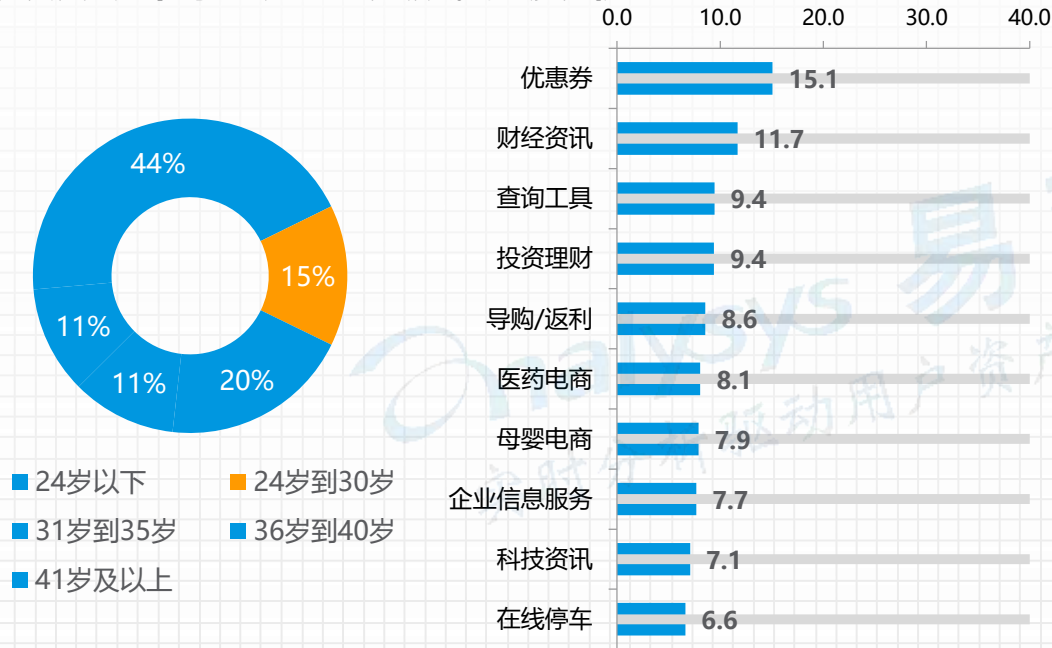
根据易观千帆数据统计，24岁以下用户作为酷划主要受众人群，对优惠券、导购/返利，母婴电商和宠物O2O等领域关注较多，说明这类用户主要为女性用户，且经济基础一般，比较会节约，同时也能看出这类用户休闲时间较多，有时间购物、养宠物和健身

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

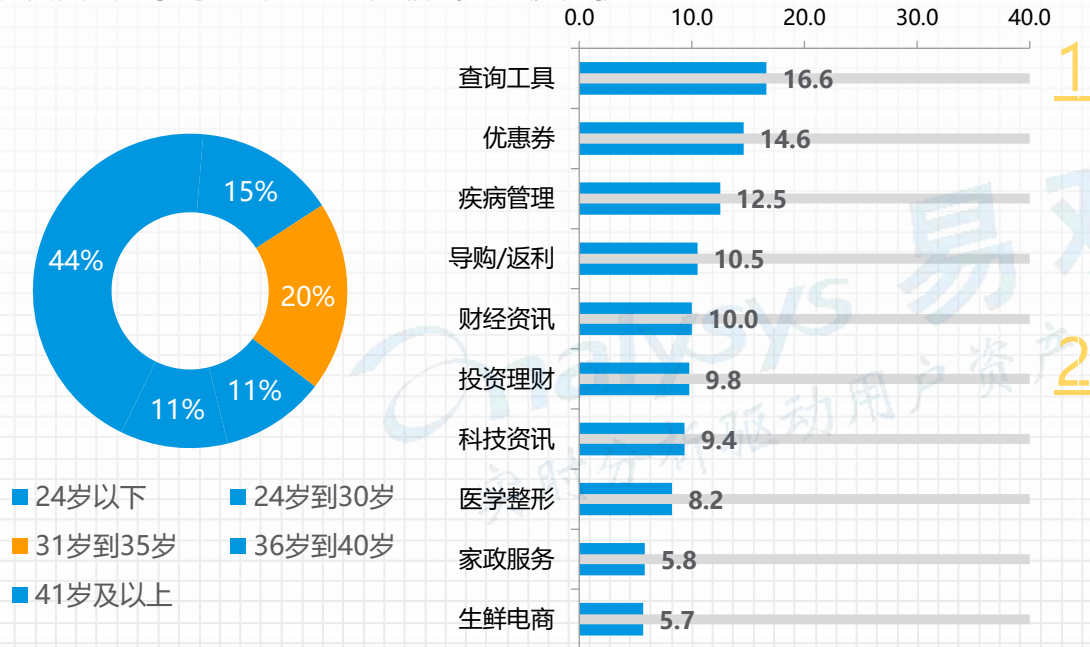
2

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

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31-35岁用户占比为20%，为酷划锁屏次主要用户。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

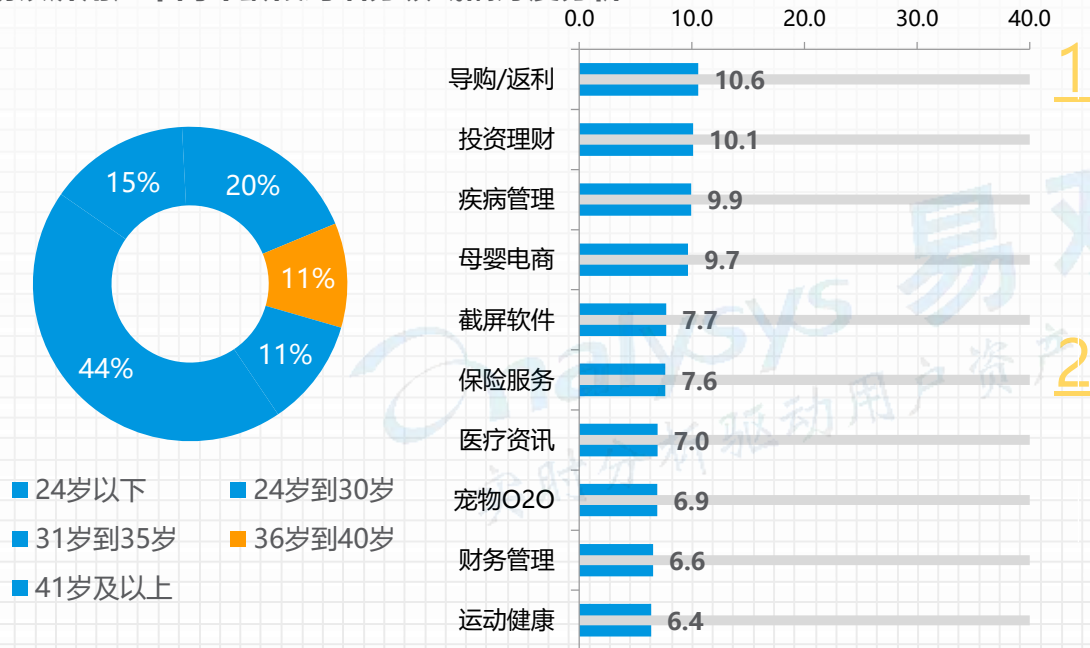
2 根据易观千帆数据统计，31岁-35岁酷划用户对资讯类领域关注度提升，如财经资讯科技资讯等。另外，31岁-35岁用户对提升生活品质有追求，关注自身健康，外貌和生活品质的提升

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—— 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



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

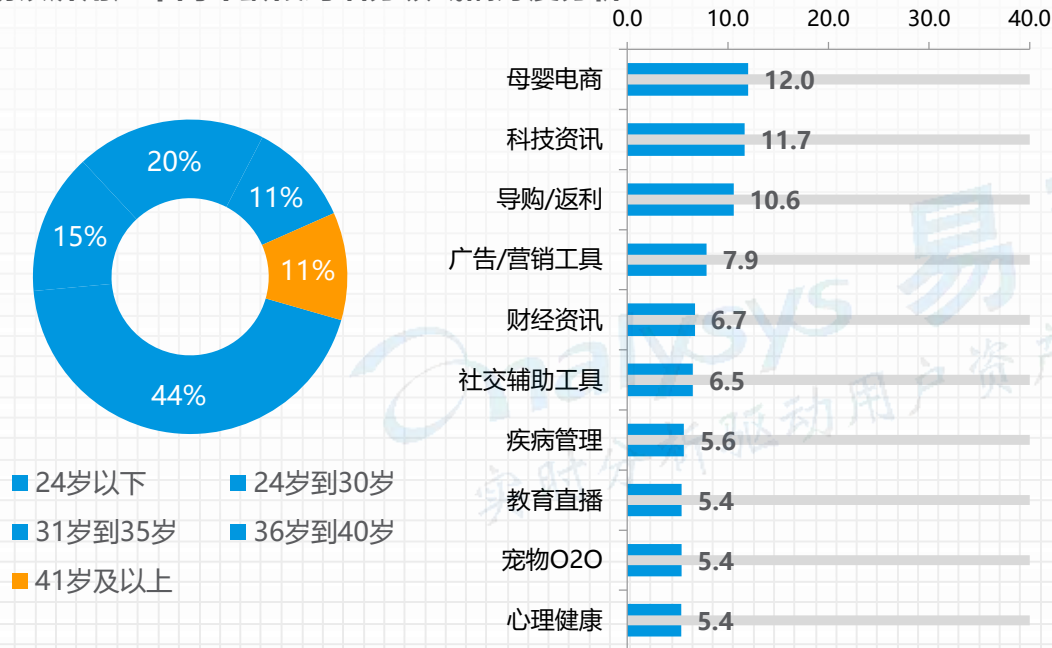
2 根据易观千帆数据统计，36岁-40岁酷划用户对资金增值领域关注度提升，或者说对如何节约用钱比较关注。如投资理财，导购/返利，关注健康，购买保险等，都是对资金合理规划的有效体现

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—— 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

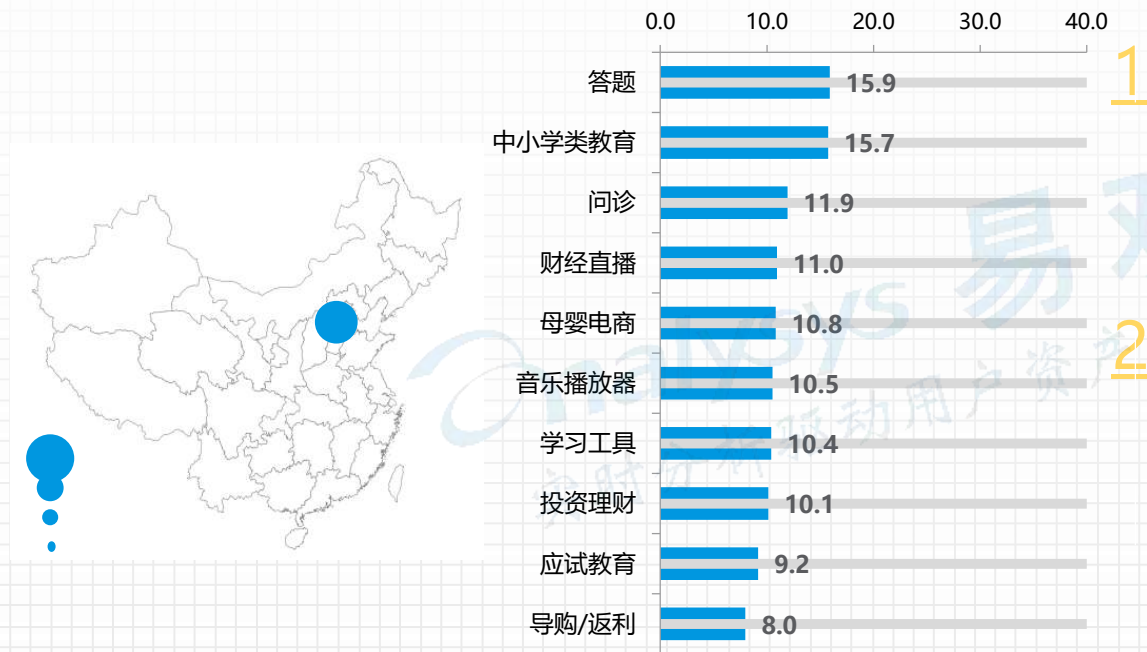


1 根据易观千帆数据统计，酷划受众中41岁以上用户占比为11%，为酷划锁屏占比最小的用户类别之一。41岁以上用户注重对孩子的教育，注重对社交的追求，而且拥有更多的非工作时间

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

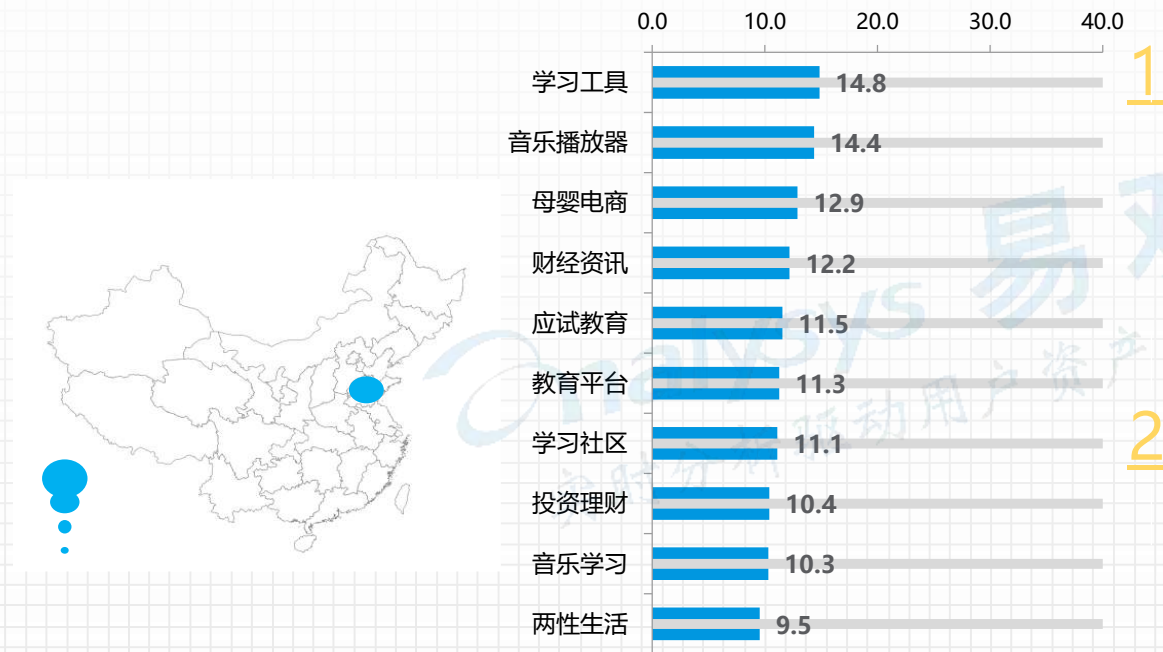
根据易观千帆数据统计，酷划受众中河北用户最多，占比达到16%。河北用户注重孩子上学，对应试教育领域偏好较高，如答题、中小学教育、学习工具和应试教育等，都是对教育领域的关注

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

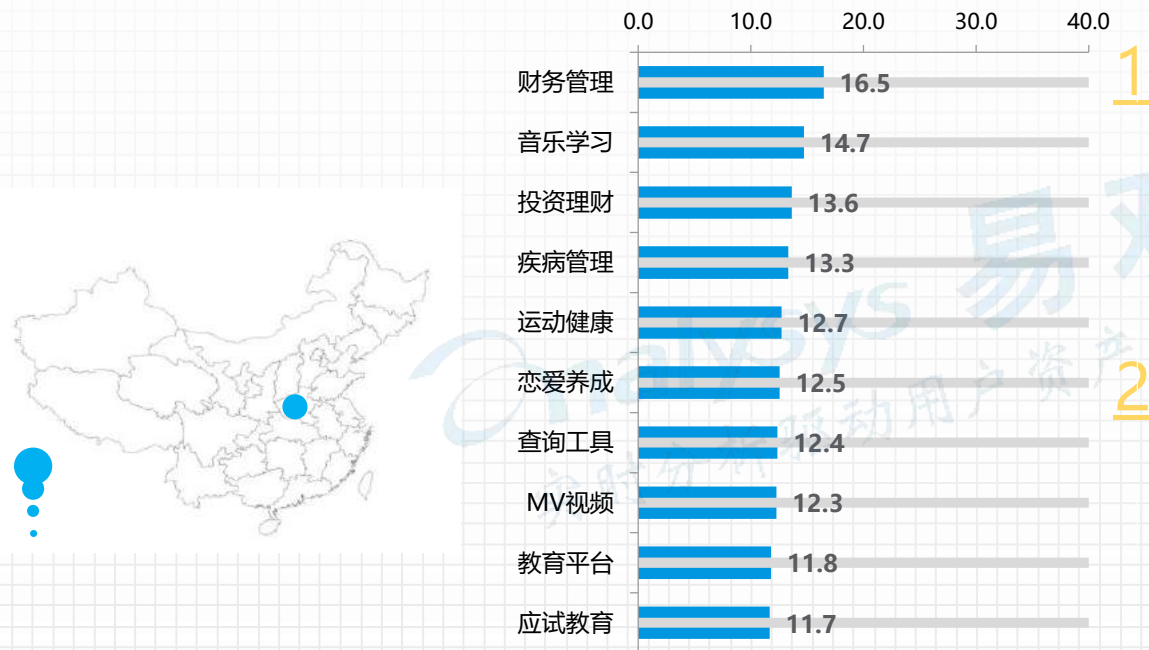


1 根据易观千帆数据统计，酷划受众中山东用户占比仅次于河北，占比达到14%。山东用户和河北用户有异曲同工之妙，都是注重对孩子的教育，而且拥有更多的非工作时间。和河北不同的是，山东酷划用户更加热爱音乐，排名前十的偏好领域中，有两个是音乐相关

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

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.cn

# 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

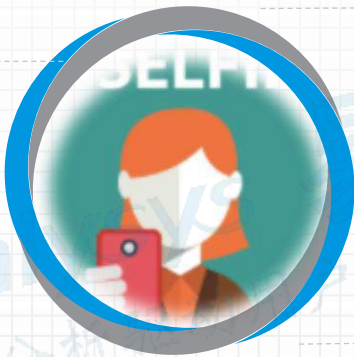
女性

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年第三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

## 典型用户（一）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（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

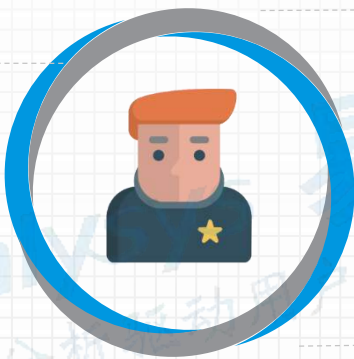
男性

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

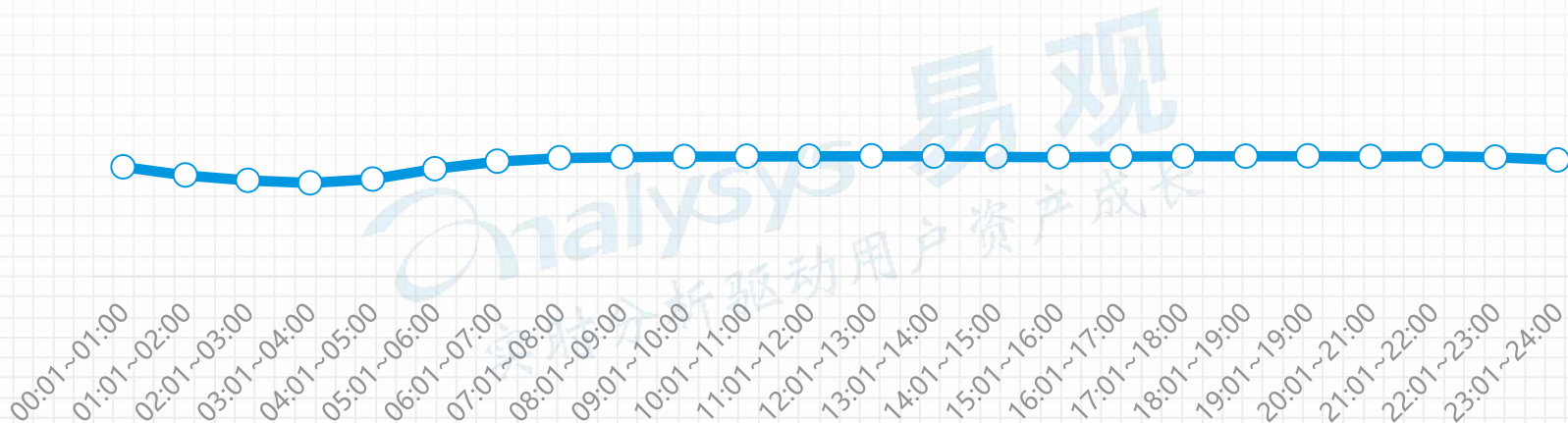
享受

关注度

# | 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年第三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

- 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

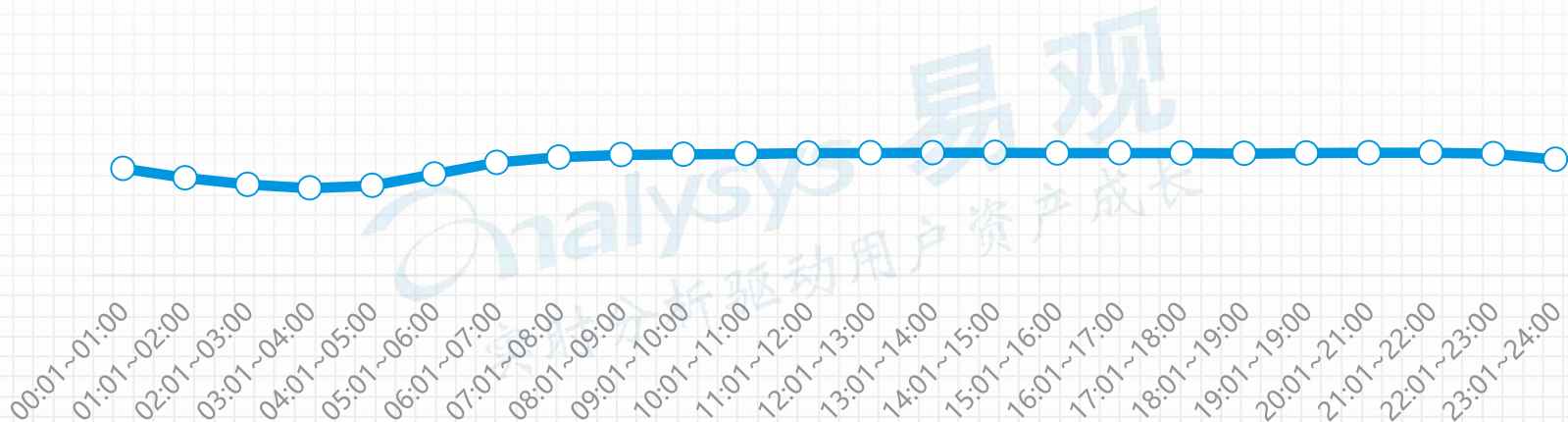
关注自身



# | 对典型用户（三）类人群把“有营养”的资源重点放到上午

- 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

- 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

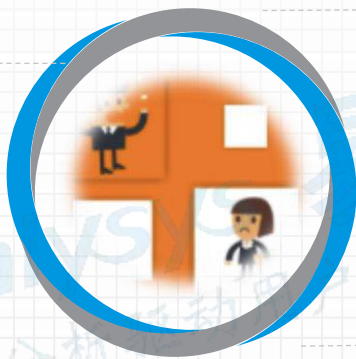
男女

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

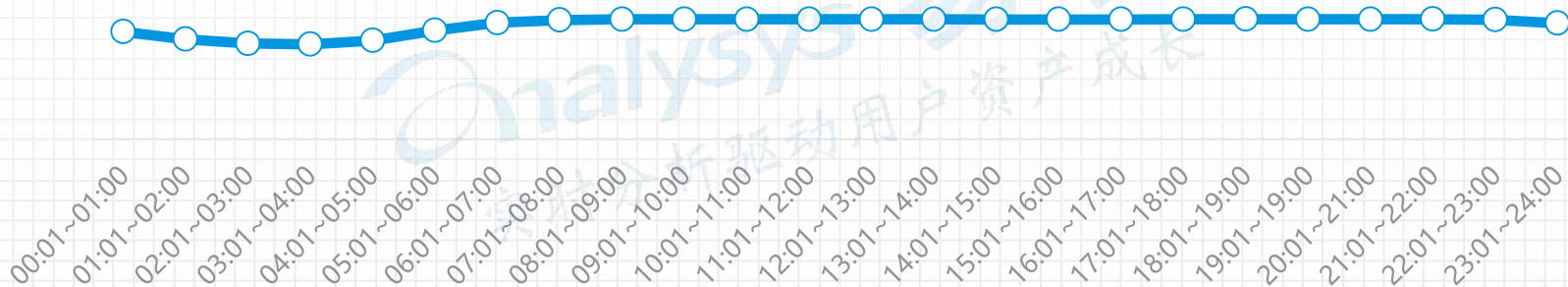
渴望充实

注重健康

# | 对典型用户（四）类人群可于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年第三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

## 典型用户（四）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。

# 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