

中国投资理财市场用户行为专题分析2017

本产品保密并受到版权法保护

Confidential and Protected by Copyright Laws

Analysys 易观
你要的数据分析





分析定义与分析范畴

- 本分析内容主要针对线上投资理财用户市场，尤其是移动互联网端进行统计分析，主要内容侧重从用户角度对市场现状、市场特征、行为认知、发展趋势等方面进行分析；
- 主要涉及企业，包含陆金所、爱钱进、宜人财富、人人贷理财等；
- 研究方法，包含大样本调研、桌面研究、专家访谈等。



易观千帆A3算法升级说明

- 易观千帆“A3”算法引入了机器学习的方法，使易观千帆的数据更加准确地还原用户的真实行为、更加客观地评价产品的价值。整个算法的升级涉及到数据采集、清洗、计算的全过程：
 - 1、采集端：升级SDK以适应安卓7.0以上操作系统的开放API；通过机器学习算法，升级“非用户主观行为”的过滤算法，在更准确识别的同时，避免“误杀”；
 - 2、数据处理端：通过机器学习算法，实现用户碎片行为的补全算法、升级设备唯一性识别算法、增加异常设备行为过滤算法等；
 - 3、算法模型：引入外部数据源结合易观自有数据形成混合数据源，训练AI算法机器人，部分指标的算法也进行了调整。

PART 1



中国投资理财市场发展现状

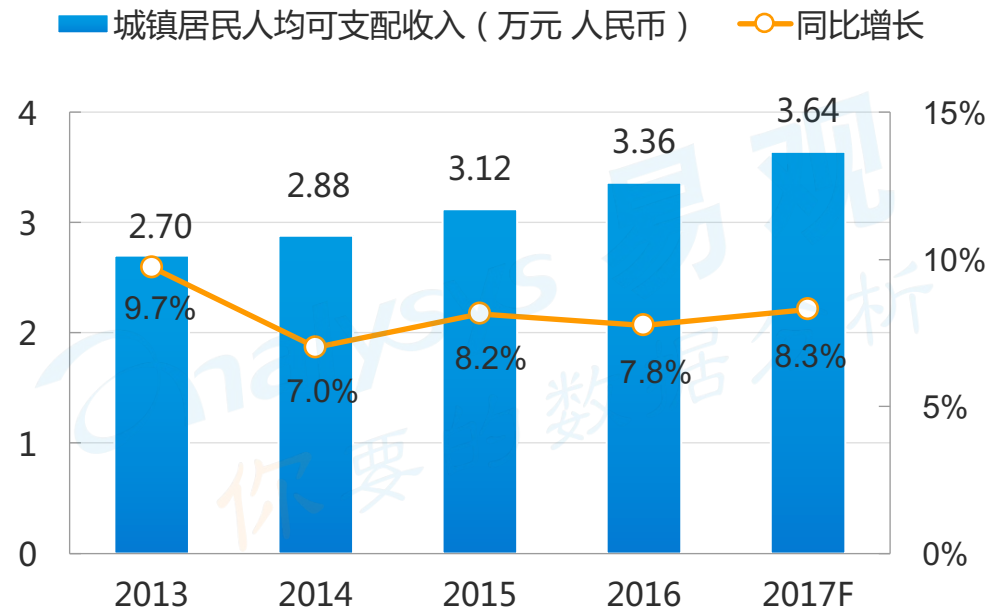
© Analysys 易观

www.analysys.cn

大众可支配收入逐年提升 投资理财需求增加

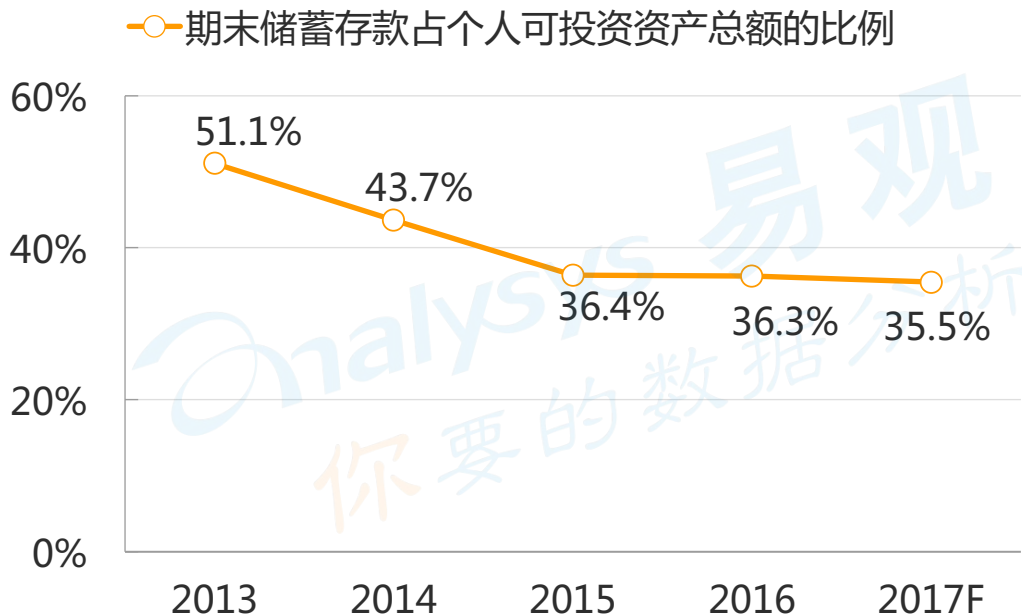
- 一方面，我国居民人均可支配收入稳步提高，预计2017年突破3.6万元；另一方面，储蓄存款占个人可投资资产总额的比例逐年降低，表明居民在财富积累的同时，对基金、保险和债权投资等理财需求不断增强。

2013-2017年城镇居民人均可支配收入及增幅



数据说明：以上数据根据国家统计局公开数据获得，易观整理。

2013-2017年储蓄存款占个人可投资资产总额的比例



数据说明：以上数据根据公开数据、易观自有监测数据获得。

用户习惯逐步养成 利于投资理财市场发展

- 得益于用户互联网理财意识的加强、理财习惯的养成，以及互联网理财丰富的产品、低门槛、高收益等特性，互联网理财逐步成为大众理财的主要方式。

用户互联网理财习惯逐步养成

- ✧ 得益于“余额宝”等产品对用户互联网理财习惯的培养，互联网理财逐渐在大众居民中持续普及，不限于基金、证券等标的，包含债权、保险类产品也成为用户选择对象。



用户理财意识加强

- ✧ 截至2017年6月末，我国网民规模达7.51亿人，随着互联网加速与经济社会各领域深度融合，用户理财观念逐步开放、互联网理财意识不断加强。



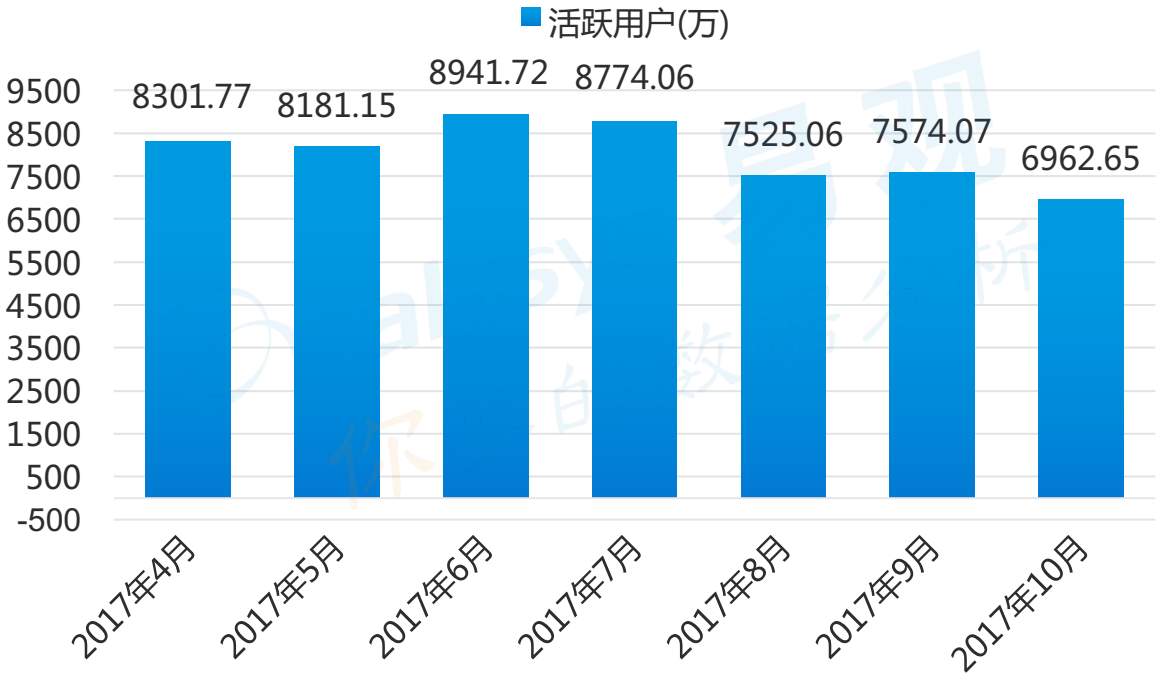
互联网理财特点贴合大众理财需求

- ✧ 互联网理财产品大多具有低门槛、操作简单、高收益和高流动性的特点，可充分满足大众理财需求。

投资理财活跃用户基数庞大 平台用户存增长潜力

- 移动端投资理财市场活跃用户总量呈现一定季节性变化特征，震荡调整过程中，2017年10月仍保持近7千万规模，业内从业平台类型多样，TOP10平台存量活跃规模差异较大，未来存较大市场增长潜力。

2017年4-10月中国移动端投资理财活跃用户规模



数据说明：易观千帆只对独立APP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。截至2017年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。

© Analysys 易观·易观千帆.A3

www.analysys.cn

排名	APP名称	活跃用户(万)	活跃用户环比增幅
1	京东金融	1456.61	7.73%
2	随手记	772.42	3.17%
3	蚂蚁财富	501.99	5.87%
4	天天基金网	315.77	12.99%
5	爱钱进	163.78	5.51%
6	陆金所	142.58	8.18%
7	荷包	107.55	-4.49%
8	挖财记账理财	90.66	1.03%
9	佣金宝	88.43	22.98%
10	凤凰金融	79.65	-7.2%

数据说明：2017年11月易观千帆只对独立APP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。截至2017年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



中国投资理财市场用户画像分析

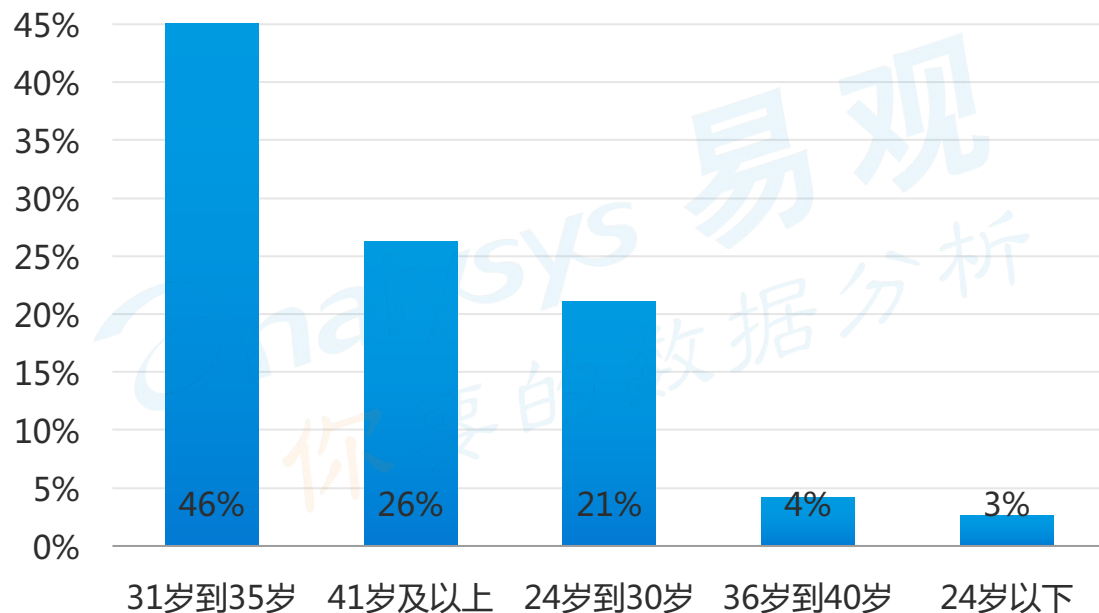
© Analysys 易观

www.analysys.cn

投资理财中年用户占据主力 男性用户比例远超女性

- 投资理财行业用户大部分年龄在30岁以上，其中31-35岁用户占到整体用户的一半左右；而30岁以下的用户较少，更为年轻的25岁以下用户仅占整体的不到5%，整体年龄偏大，以中年以上群体为主；在性别上以男性用户为主，女性用户比例较少。

用户年龄分布

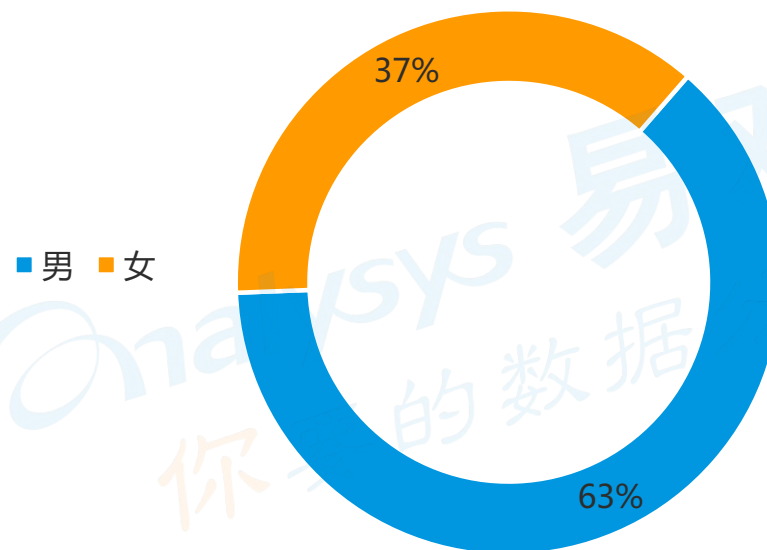


数据说明：易观千帆只对独立APP的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截至2017年3季度易观千帆基于对21.9亿累计装机覆盖及5.2亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfotech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

© Analysys 易观.易观千帆.A3

www.analysys.cn

用户性别比例



数据说明：易观千帆只对独立APP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。截至2017年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。

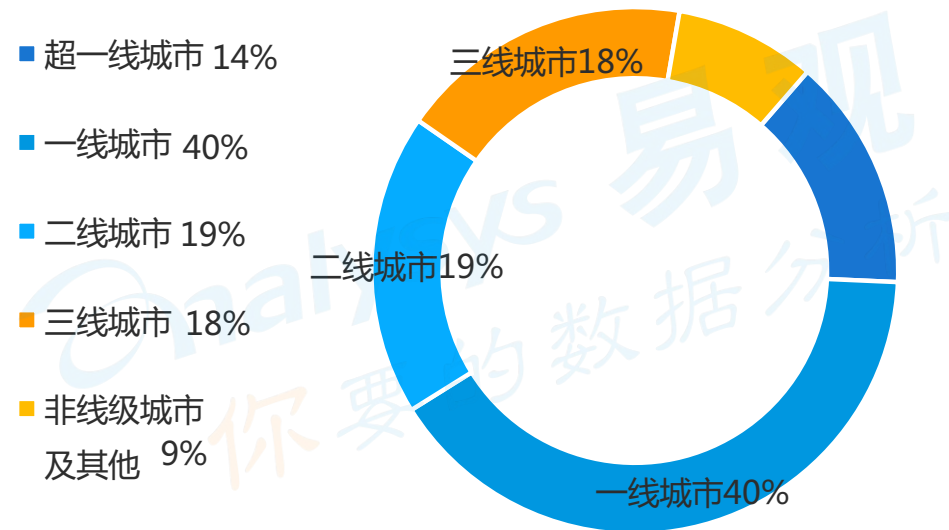
© Analysys 易观

www.analysys.cn

与经济水平相关 超一线城市为理财集中地区

- 在用户的地域分布上，超过一半用户处于一线及超一线城市；约三分之一的用户分布在二三线城市。非线级城市及以下用户占比较少。可见非线级城市及其他地区还有较大的市场可供开发。
- 用户占比前十的城市大多为一线及超一线城市。其中广州用户占比为5%左右，占比高于其他所有城市。经济发达的北上广深仍然是行业用户最主要的集中地。

用户城市分布比例

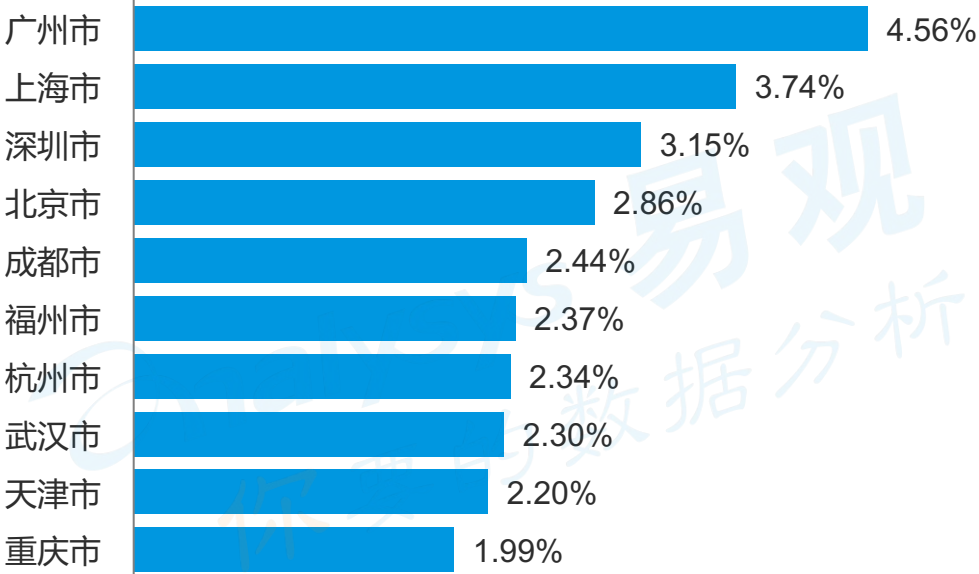


数据说明：易观千帆只对独立APP的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截至2017年3季度易观千帆基于对21.9亿累计装机覆盖及5.2亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfotech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

© Analysys 易观

www.analysys.cn

用户分布前十城市占比



数据说明：易观千帆只对独立APP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。截至2017年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。

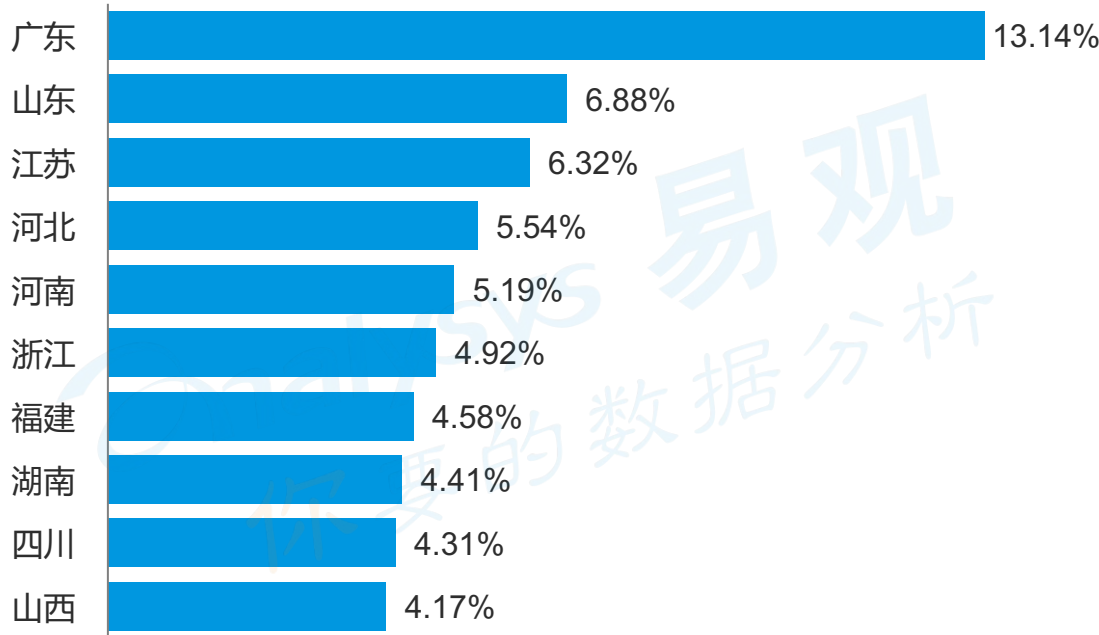
© Analysys 易观

www.analysys.cn

广东省理财用户遥遥领先 电信用户多于移动/联通

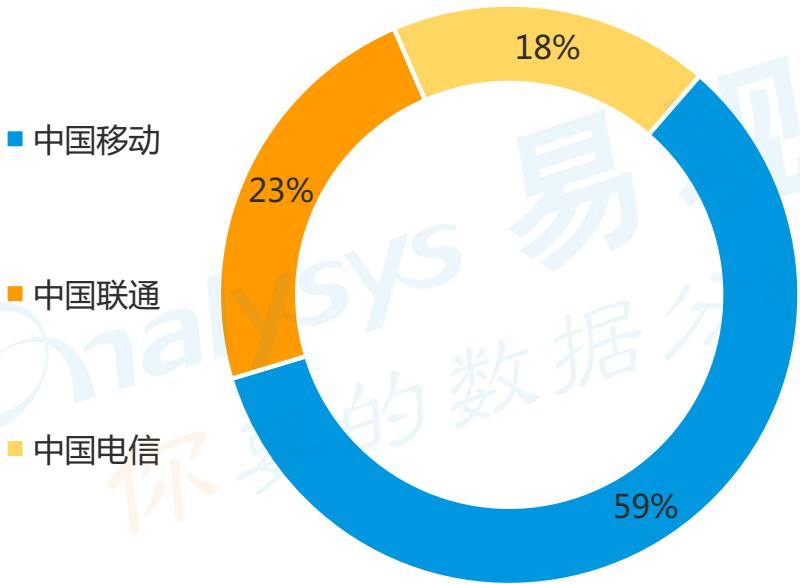
- 按省份划分，用户占比前十省份中南部省份占比较大，但山东、河北和河南表现较为突出。其中广东用户占比远高于其他所有省份，值得注意。

用户分布前十省份占比



数据说明：易观千帆只对独立APP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。截至2017年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。

用户运营商分布

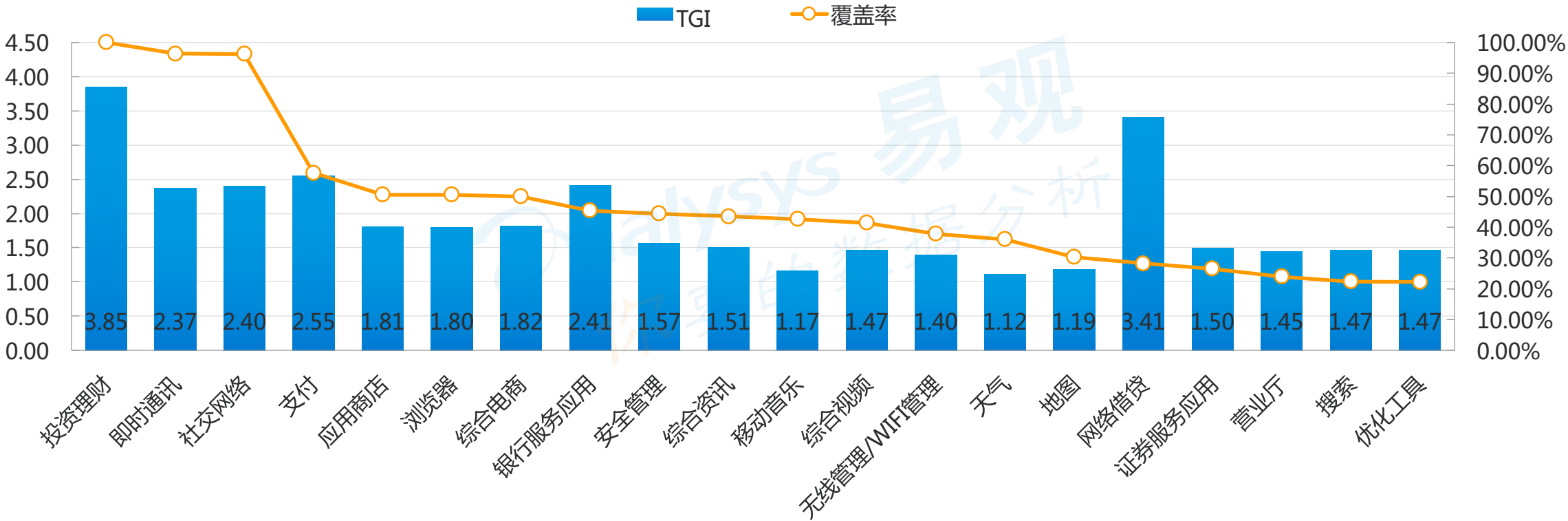


数据说明：易观千帆只对独立APP的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截至2017年3季度易观千帆基于对21.9亿累计装机覆盖及5.2亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfotech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

高偏好低覆盖领域较多 生活服务类有挖掘潜力

- 在投资理财用户人群中有不少用户偏好度高而覆盖率极低的领域。比如宠物O2O、音乐学习、养生保健、生活资讯等等；相关平台可以尝试开展与相关领域的合作，拓宽用户渠道。

投资理财覆盖率TOP20与TGI

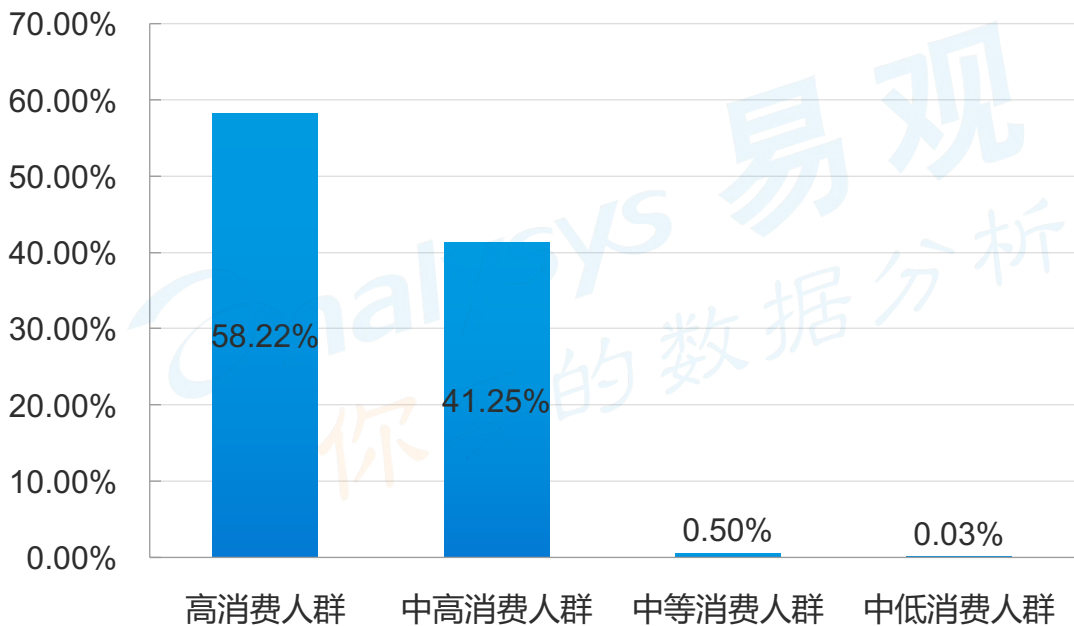


数据说明：易观千帆只对独立APP的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截至2017年3季度易观千帆基于对21.9亿累计装机覆盖及5.2亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfotech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

理财用户整体消费倾向性较高 移动支付方式最为青睐

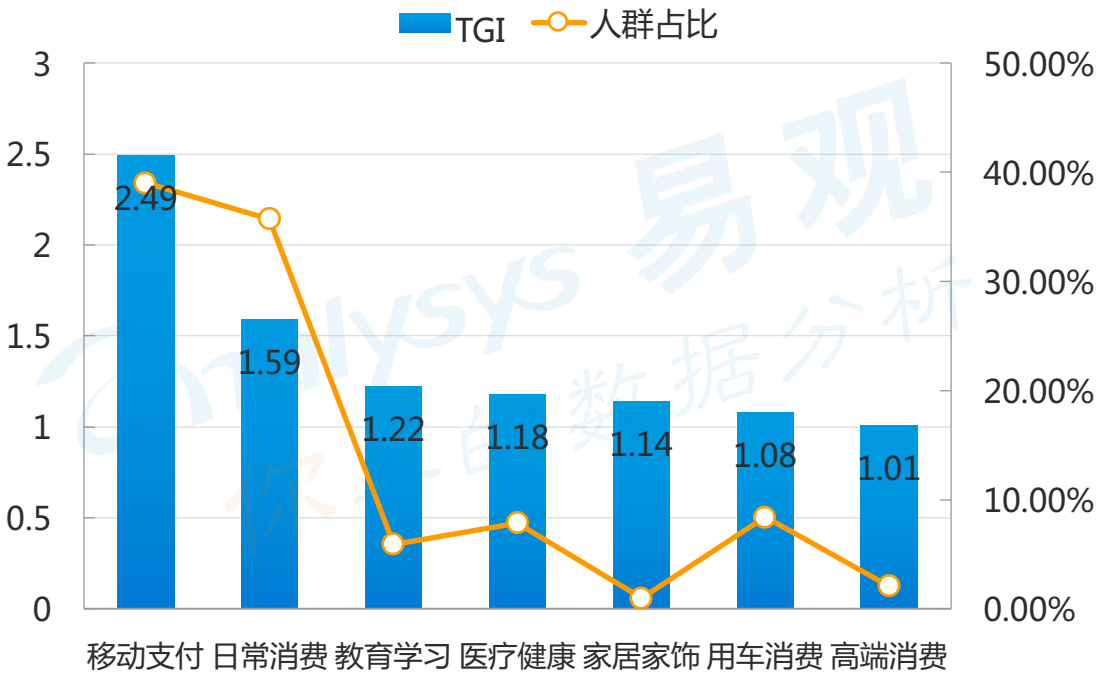
- 在消费能力（偏好）方面，行业用户消费能力普遍较高，绝大多数用户都为中高及高消费人群。针对高消费能力的行业用户，相关平台应当针对性地开发理财项目，开展高质量的服务。
- 在消费偏好方面，行业用户对移动支付、日常消费、教育学习和医疗健康有较强兴趣。针对用户在这些方面的消费偏好，投资理财平台可以开发相应产品，迎合用户喜好。

行业用户消费能力（偏好）



数据说明：易观千帆只对独立APP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。截至2017年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。

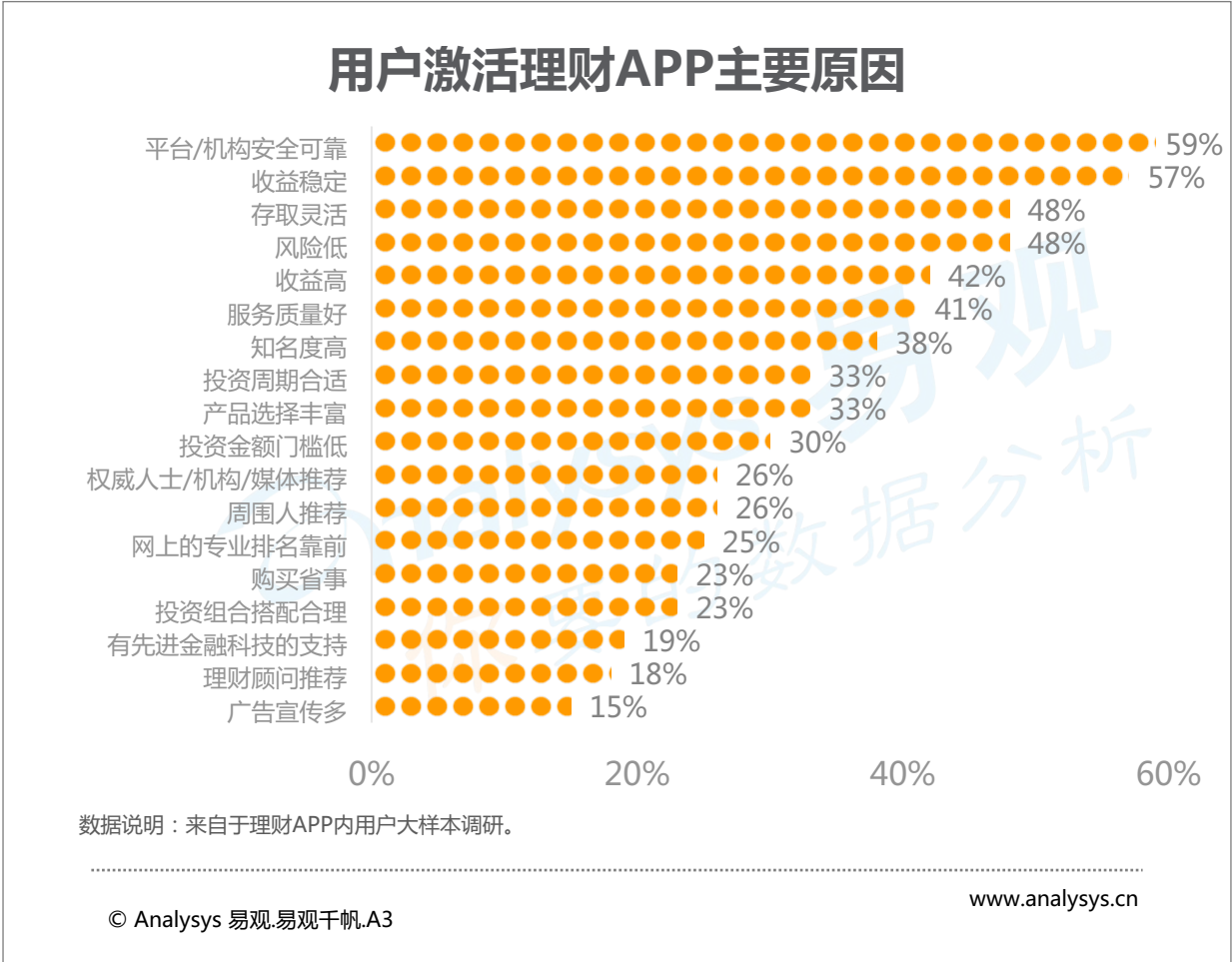
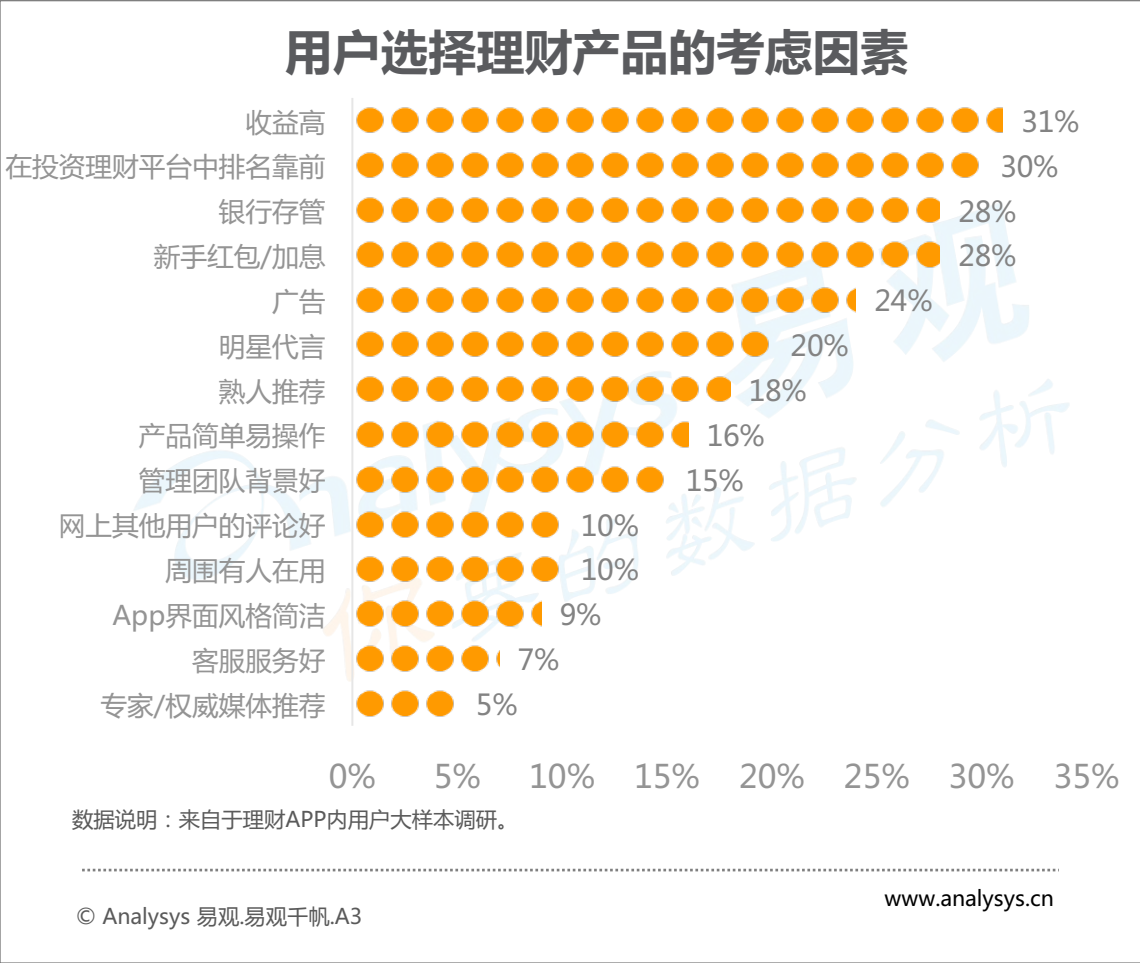
行业用户消费偏好



数据说明：易观千帆只对独立APP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。截至2017年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。

用户理财考虑更偏向安全 行动仍是依赖收益

- 平台或机构的安全可靠程度、产品本身的收益稳定性、存取灵活程度、风险和收益是用户最主要考虑的因素，其次，平台的服务质量、知名度和产品选择的丰富程度也是用户相当看重的因素；而收益高、排名靠前、银行存管和新手红包/加息则是用户激活APP的主要原因。



PART 3



中国典型投资理财平台用户特征

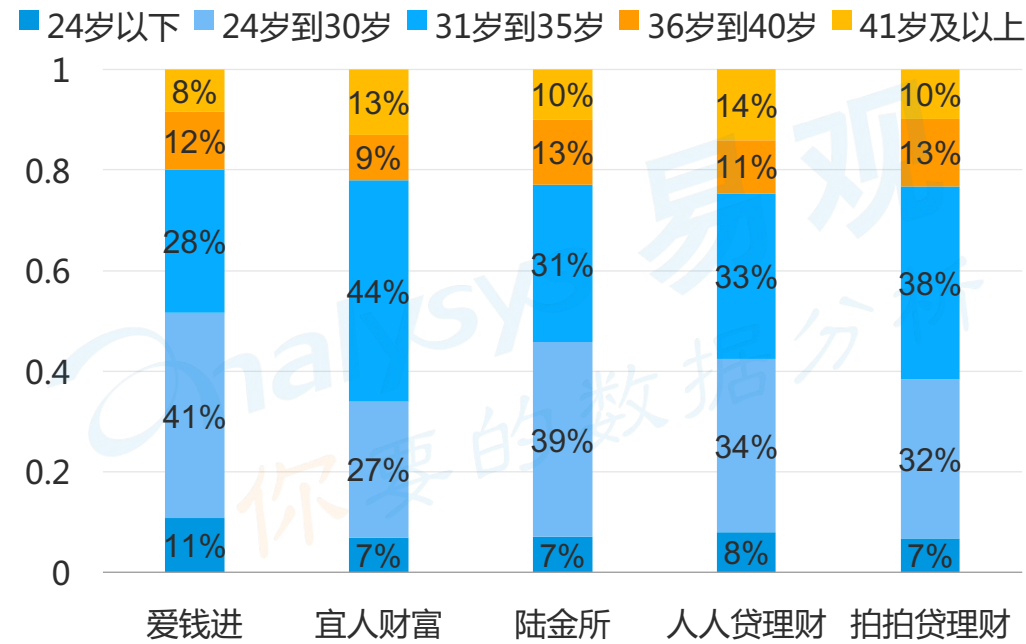
© Analysys 易观

www.analysys.cn

用户年龄与整体相比有所下沉 平台受众性别差异明显

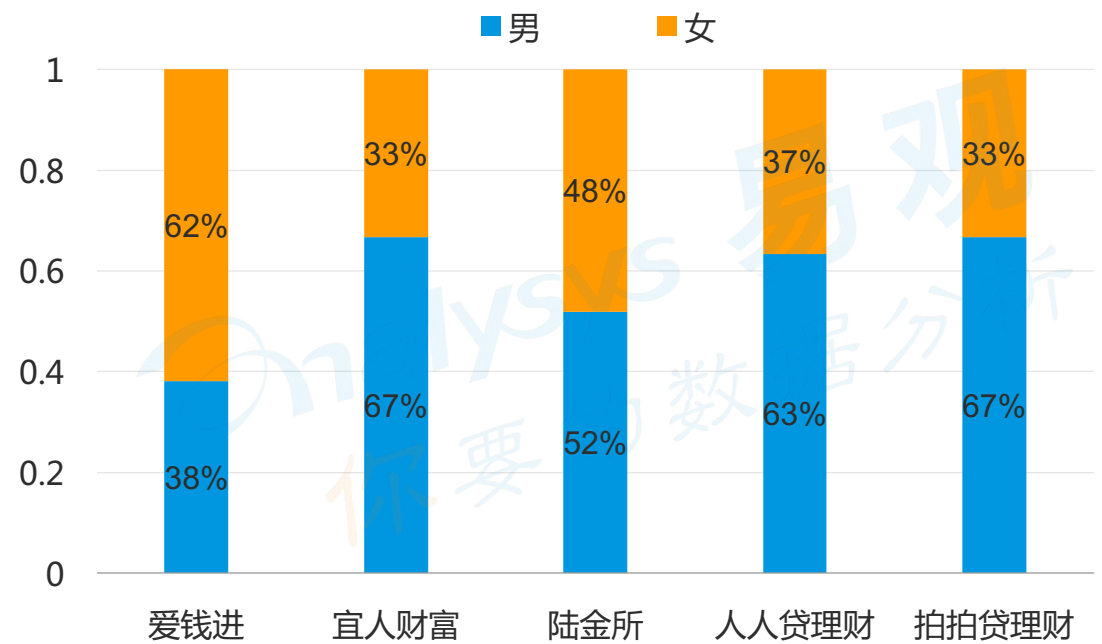
- 在可比性原则下，本章节圈定相近性质及服务类别平台若干（爱钱进、宜人财富、陆金所、人人贷理财、拍拍贷理财，均涵盖固定收益债权类产品，在行业中表现相对突出，具有一定代表性），研究典型平台视角下的用户特征表现。
- 平台之间用户年龄机构与性别分布存在差异，其中宜人财富、爱钱进特征比较明显，前者31-35岁活跃用户居多，后者女性用户较为集中。

用户年龄结构



数据说明：易观千帆只对独立APP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。截至2017年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。

用户性别结构

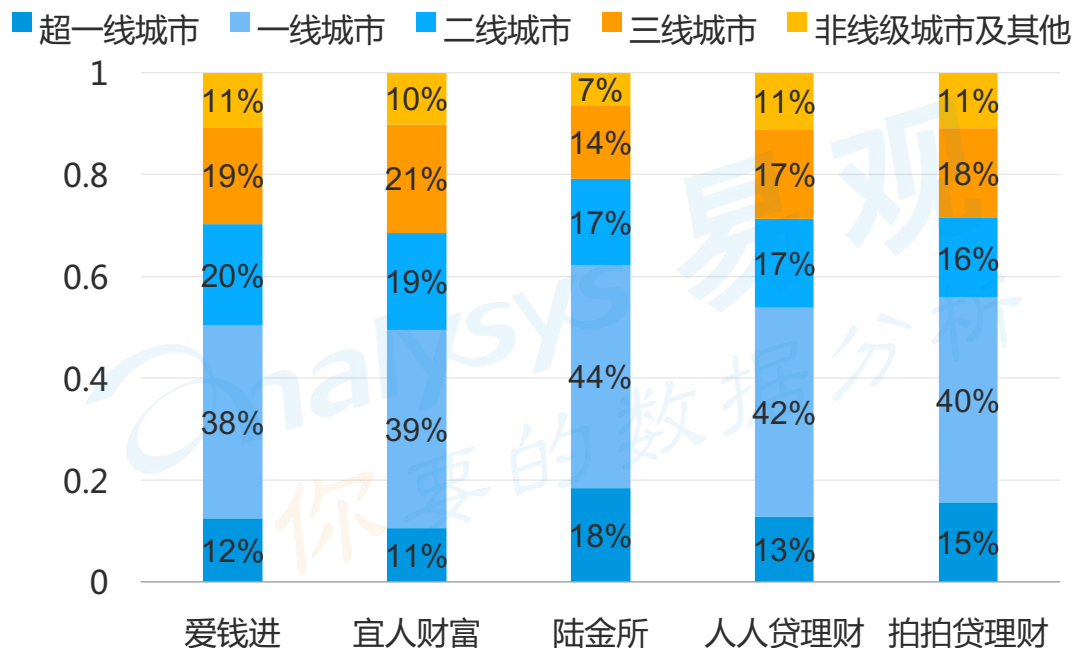


数据说明：易观千帆只对独立APP的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截至2017年3季度易观千帆基于对21.9亿累计装机覆盖及5.2亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfotech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

一线反超成为主力分布城市 消费能力与行业趋同

- 在整体理财市场中超一线占据大比例，从选取的典型平台用户城市来看，在其所处细分市场中一线城市实现反超，其中陆金所在超一线及一线具有地域优势。
- 从平台角度看消费能力，拍拍贷高消费能力（消费偏好）小比例领先，在中高消费能力方面，陆金所与爱钱进基本一致。

用户城市分布

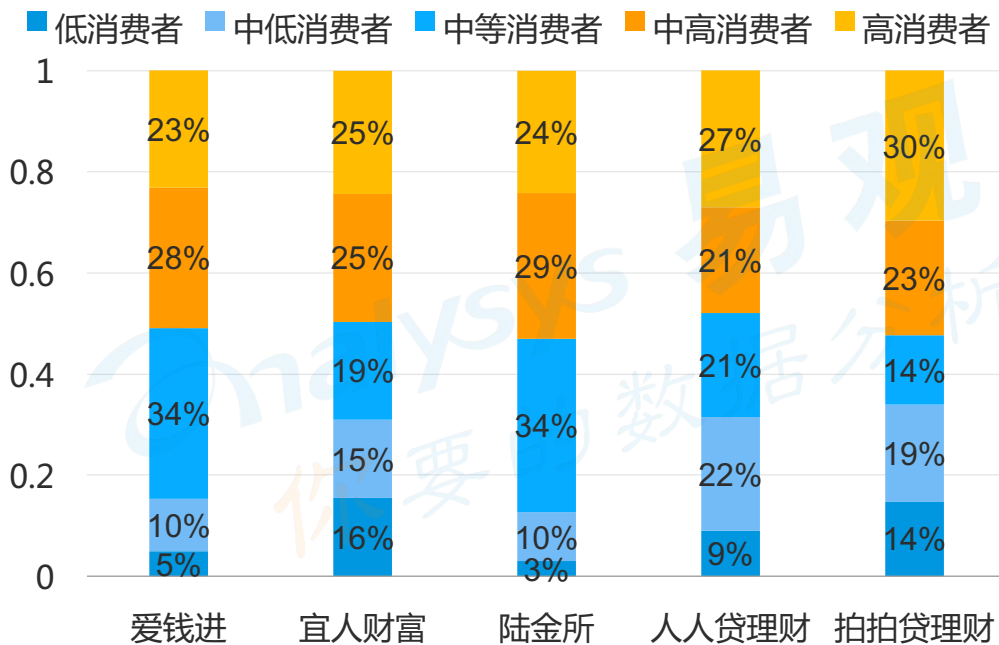


数据说明：易观千帆只对独立APP的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截至2017年3季度易观千帆基于对21.9亿累计装机覆盖及5.2亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfotech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

© Analysys 易观

www.analysys.cn

用户消费能力（偏好）结构



数据说明：易观千帆只对独立APP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。截至2017年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。

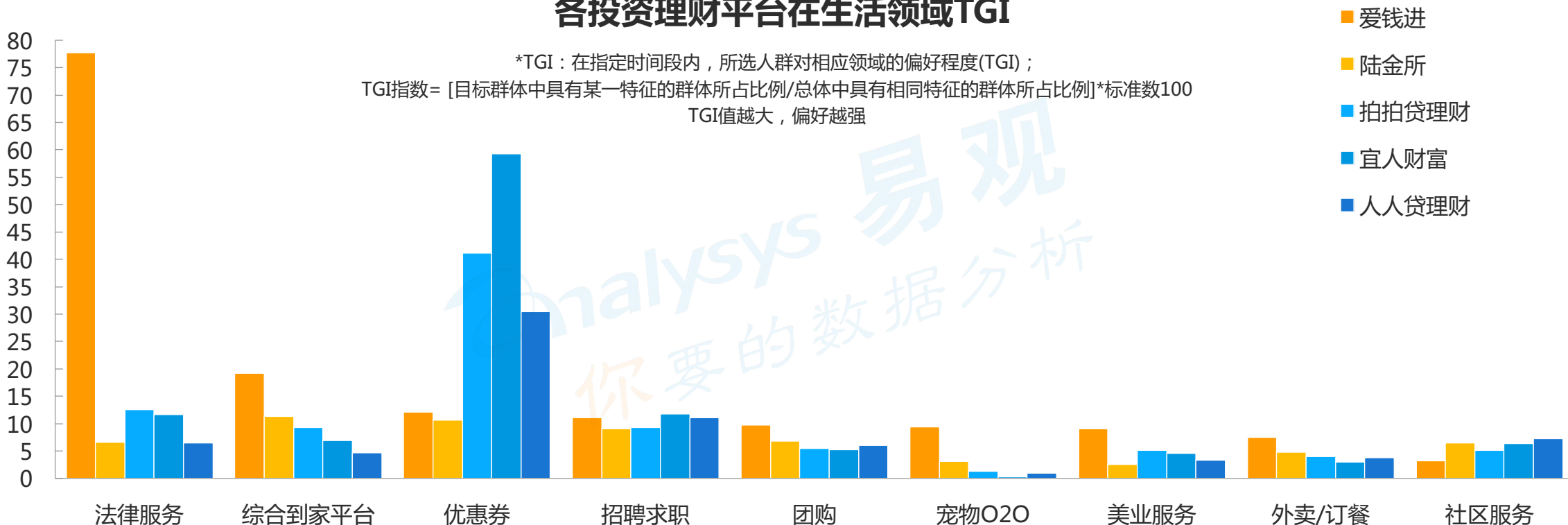
© Analysys 易观

www.analysys.cn

与各自人群属性相关 平台用户生活服务偏好各异

- 在生活服务领域，爱钱进用户在法律服务方面表现出强烈的偏好，远高于同类平台用户，用户安全意识相对较高；宜人财富用户优惠券服务偏好突出，其他领域用户表现相对平均，对于新增用户拓展有参考意义。

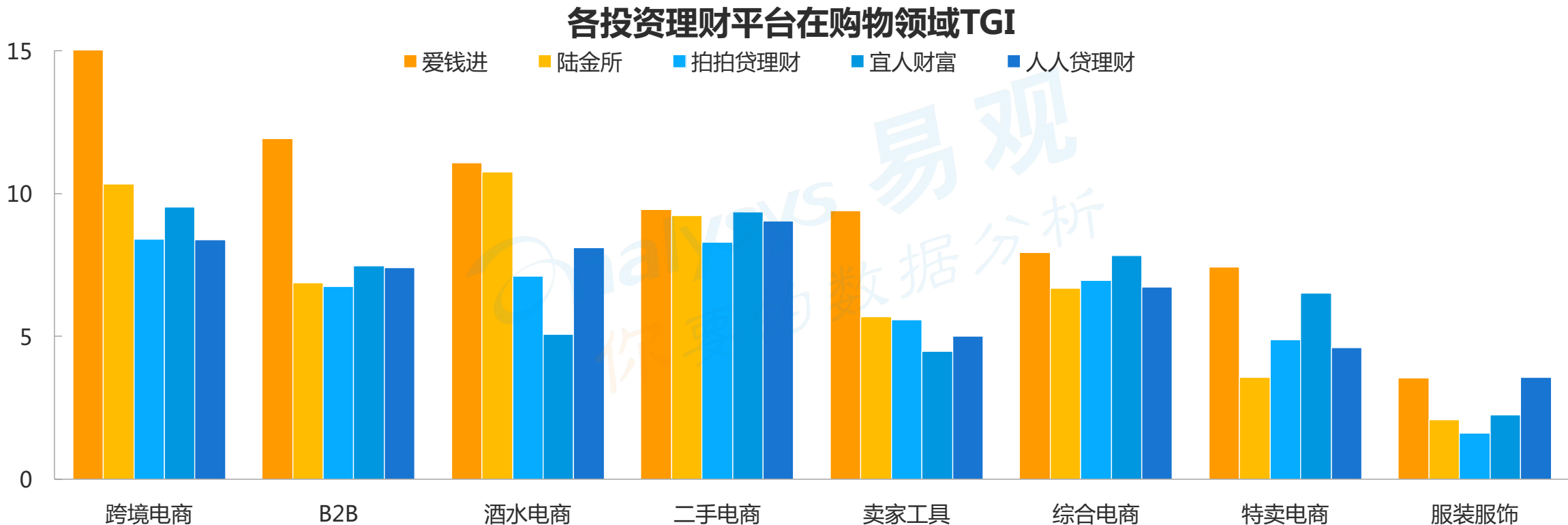
各投资理财平台在生活领域TGI



数据说明：易观千帆只对独立APP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。截至2017年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。

平台用户呈现移动购物偏好共性 TGI水平明显提升

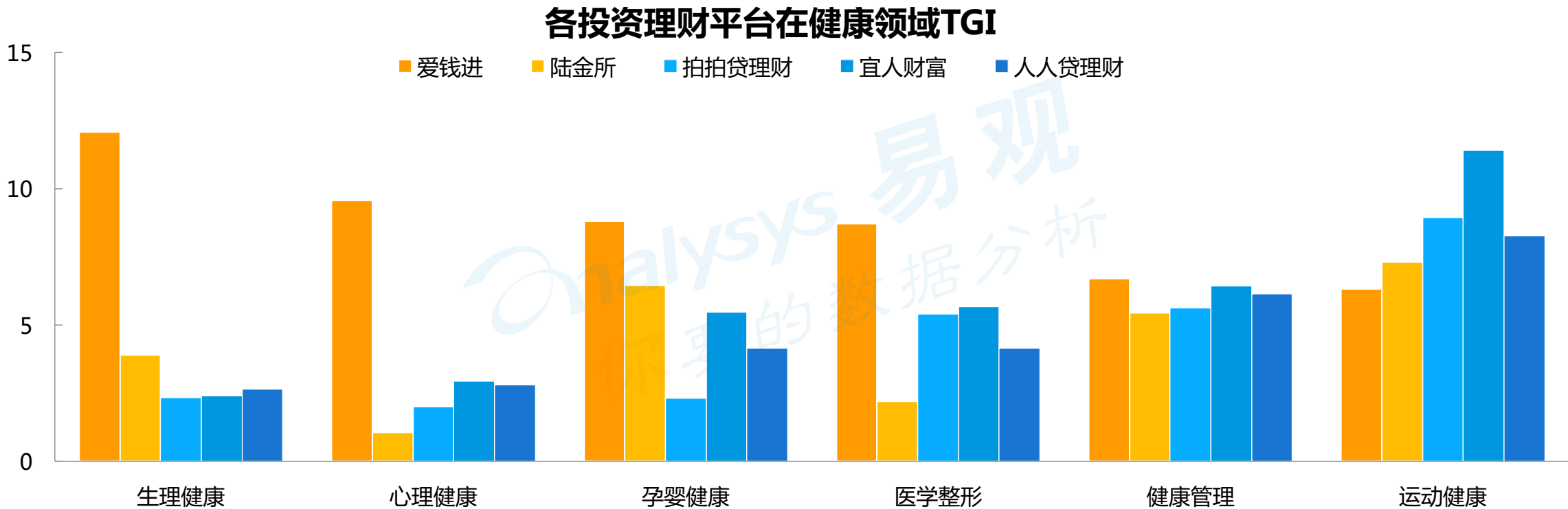
- 在移动购物方面，跨境电商、酒水、二手、特卖电商和服装服饰等领域具有一定小额消费的特征，契合当前互联网群体的消费诉求与形势，各家平台用户偏好均明显提升。



数据说明：易观千帆只对独立APP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。截至2017年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。

平台用户在健康领域现分化 整体对运动健康渗透相对较高

- 在健康领域，运动健康是渗透相对较大类别，该类别中宜人财富TGI数值高于其他平台，其用户中占优的中年人群体数更加关注健康。另外值得注意的是，女性为主的爱钱进平台用户TGI走势与行业呈现相反情况。

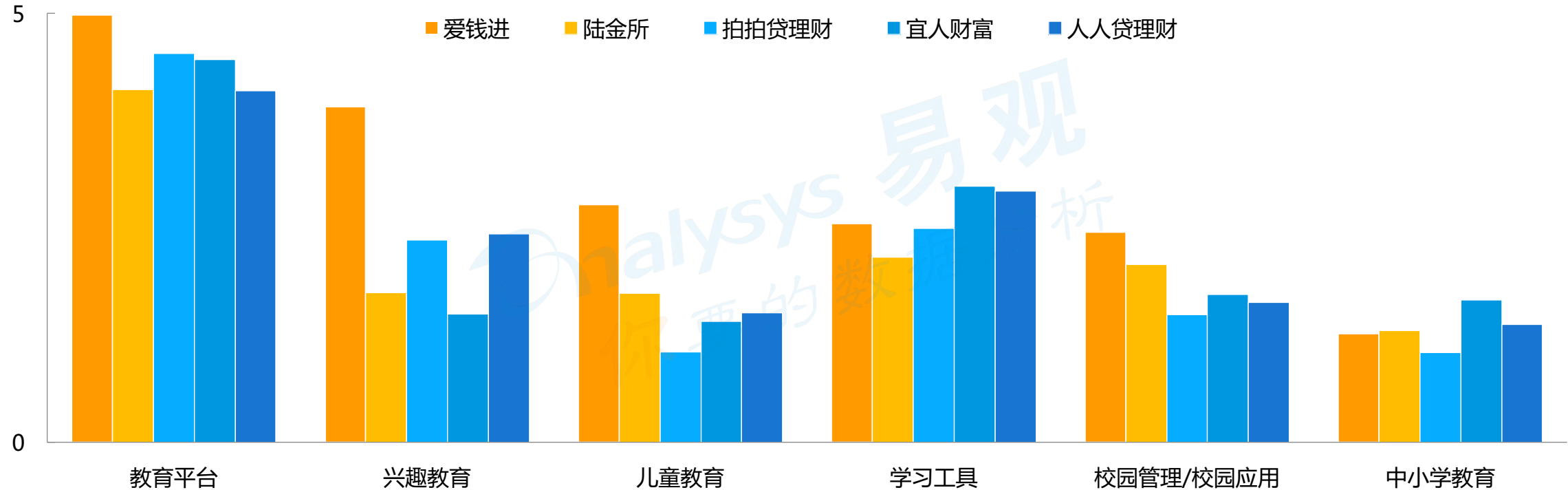


数据说明：易观千帆只对独立APP的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截至2017年3季度易观千帆基于对21.9亿累计装机覆盖及5.2亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfotech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

理财用户自我学习意识良好 对教育类平台关注度较高

- 在教育领域，用户对教育平台TGI情况，爱钱进用户偏好较高，宜人财富在学习工具、中小学教育类别中，以小幅优势领先于其他平台，兴趣教育、儿童教育等领域内各家用户偏好表现不一。

各投资理财平台在教育领域TGI

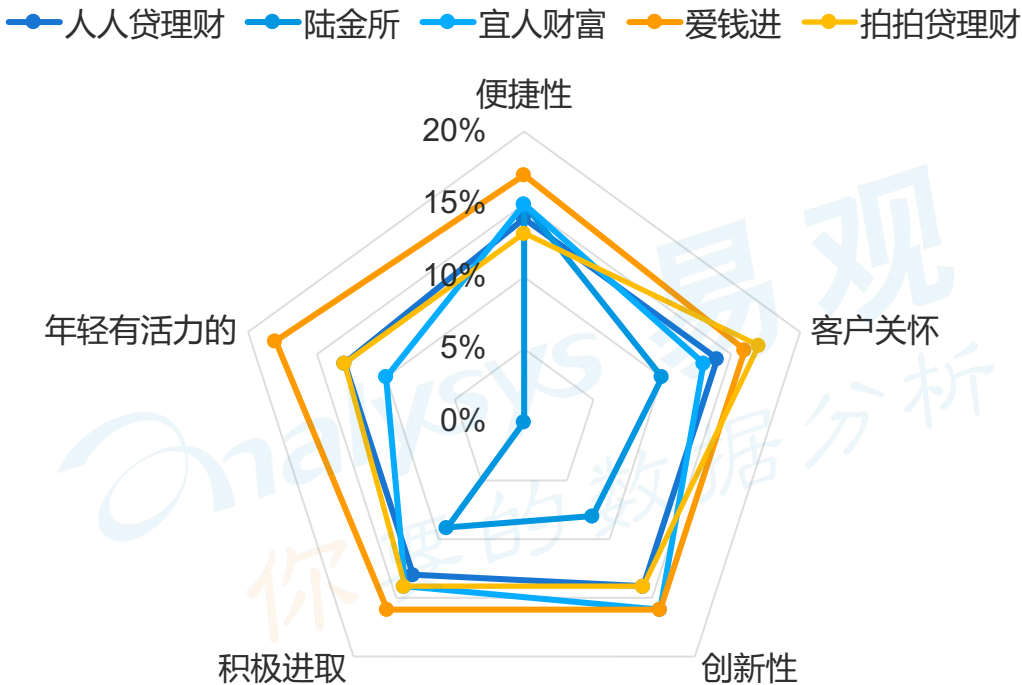


数据说明：易观千帆只对独立APP的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截至2017年3季度易观千帆基于对21.9亿累计装机覆盖及5.2亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfotech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

品牌作为平台核心竞争力之一 用户认知各异

- 特将品牌感知进行分类后圈定特征进行用户调研，从结果看，用户对平台品牌形象认知特征各异，其中爱钱进在年轻活力、幸福感等层面突出，陆金所在实力、稳重层面用户感知较强。

品牌形象相对值表现

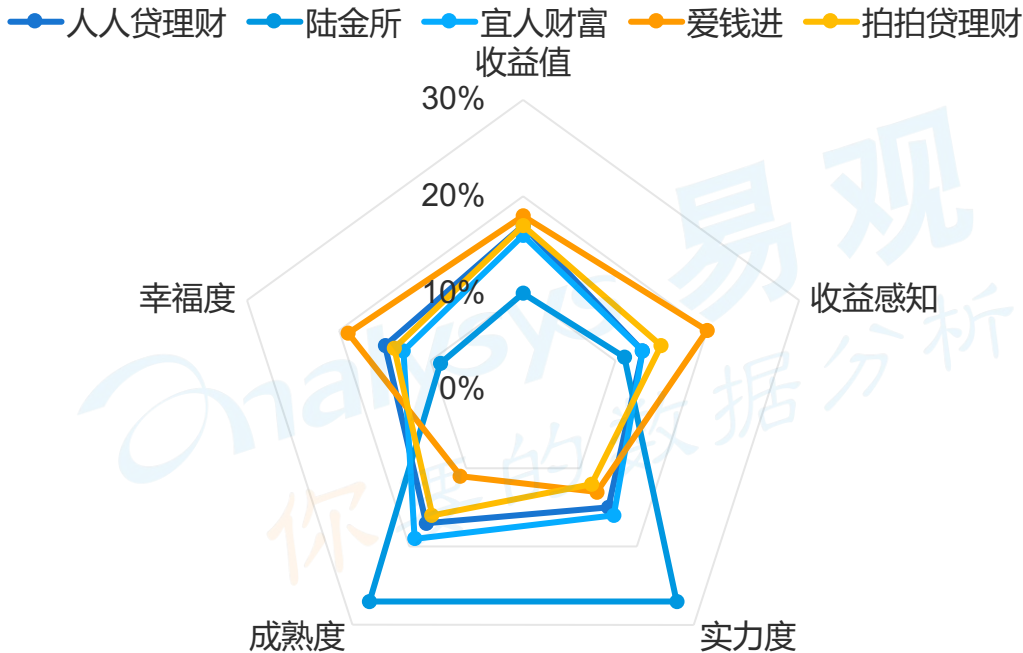


数据说明：来自于理财APP内用户大样本调研。

© Analysys 易观

www.analysys.cn

品牌形象相对值表现



数据说明：来自于理财APP内用户大样本调研。

© Analysys 易观

www.analysys.cn

PART 4



中国投资理财市场发展趋势

© Analysys 易观

www.analysys.cn

基础环境日益完善 理财小白加速向理财达人转化

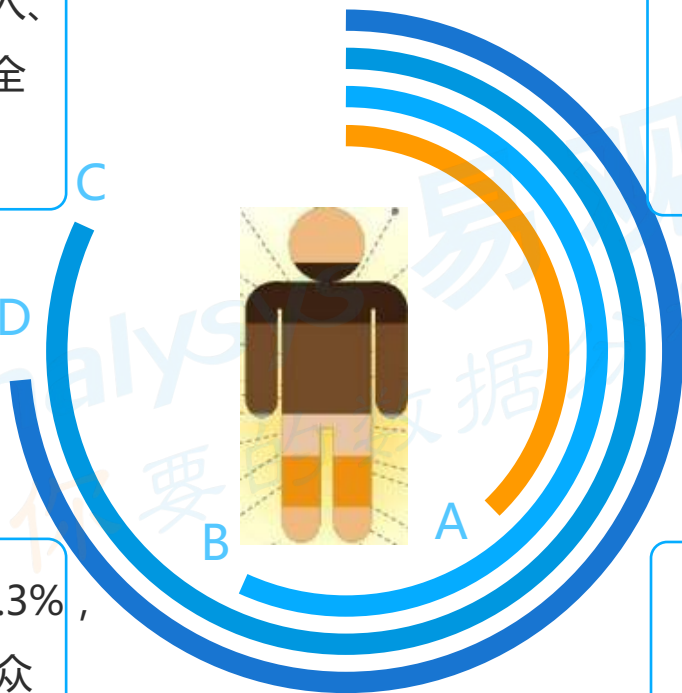
- 多因素利好，投资理财在群体覆盖上，受益于基础环境及设施的完善，向年轻用户下沉有望加速，值得注意的是，在地域上用户覆盖仍不乐观；从平台用户行为来看，目前用户在市场分割较为明显，平台若有针对性的加大用户理财教育投入，奠定自身市场地位同时，将大大促进理财小白用户需求的释放。

✓ 用户投资环境日趋规范，政策对于市场准入、信息披露等方面加大管理力度，对投资安全政策保障性增强。

✓ 从统计数据看，24-30岁群体作为互联网主流消费势力，也逐渐成为财富管理的重要客群。

✓ 截至2017年6月，国内互联网普及率为54.3%，移动互联网覆盖度更高，有助于金融向大众渗透，促进用户的产品触达与可选择性。

✓ 用户投资理性有限，对于信息把握，不具备大型金融机构的规模优势和丰富资源支持，财富管理又是刚需，矛盾日益凸显。



针对用户的平台服务向智能化、场景化加速升级

- 从用户更便捷、智能投资体验角度出发，投资理财智能化应用将更加广泛深入，理财与日常生活场景的结合成为主要开拓方向，对于理财服务机构而言，借此可以更加高效、低成本地进行用户运营，在竞争中占据优势。

投资理财服务智能化

智能销售

- 基于用户细分推送理财资讯、市场行情、理财知识等，并提供产品推荐、案例介绍、投资参考等通过理财顾问等方式提供专业投资理财建议，提升客户体验，促进交易达成

智能投顾

- 根据用户的风险偏好、投资目标等，运用智能算法及投资组合优化等理论模型，为用户量身定制投资规划
- 金融机构需取得相应投资顾问资质，充分披露信息

智能客服

- 7*24小时在线，可随时随地为用户答疑解惑
- 建立投资理财知识库，借助智能机器人为投资者提供标准化便捷服务

投资理财应用场景化

两种运作模式

- 第一种模式是从场景端出发，针对场景开发对应的理财产品，具体场景选择参见用户领域偏好分布情况。
- 第二种模式是从既有的金融产品出发，挖掘可对应的场景，通过对场景的进一步升华，注入情感、社交分享等元素，将用户场景在网络上进一步拓展、深化，增强场景与理财产品的契合感，如天弘基金推出的爱基金和孝基金。

数据分析驱动变革

• 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