

TalkingData金融人群洞察报告

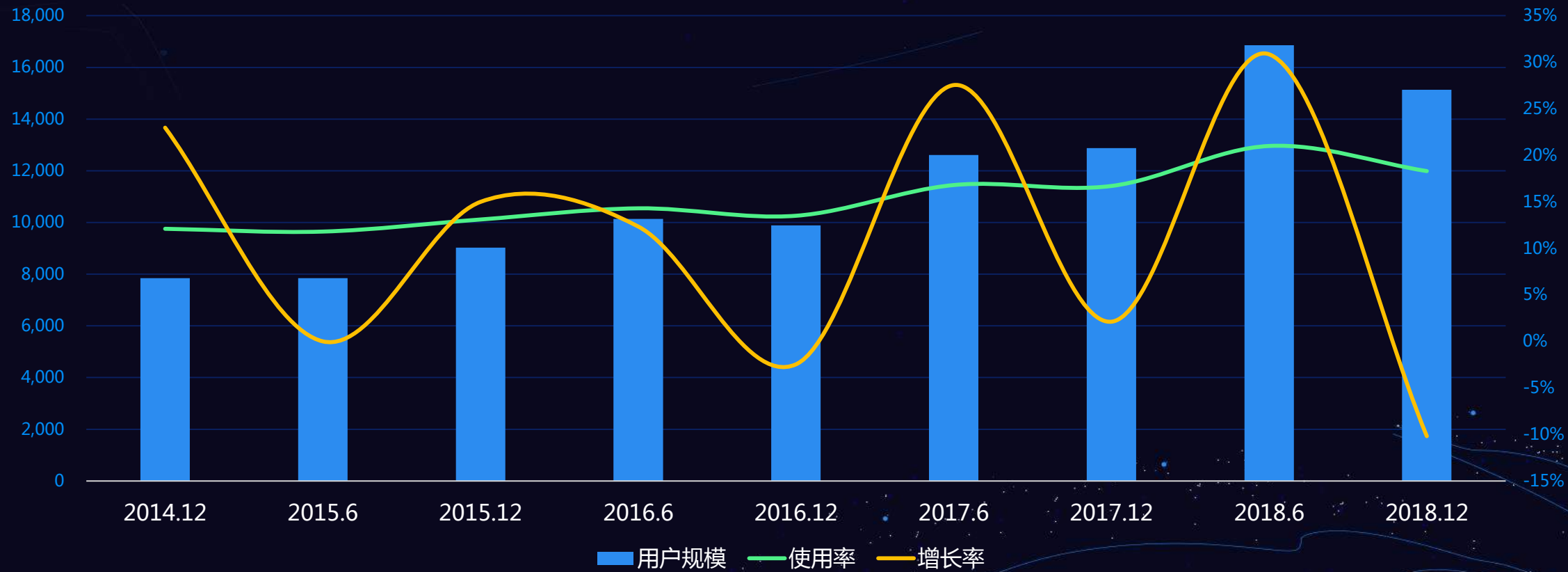
——暨金融人群最具投放价值媒体奖揭晓

Best Media For Target Audiences

TalkingData

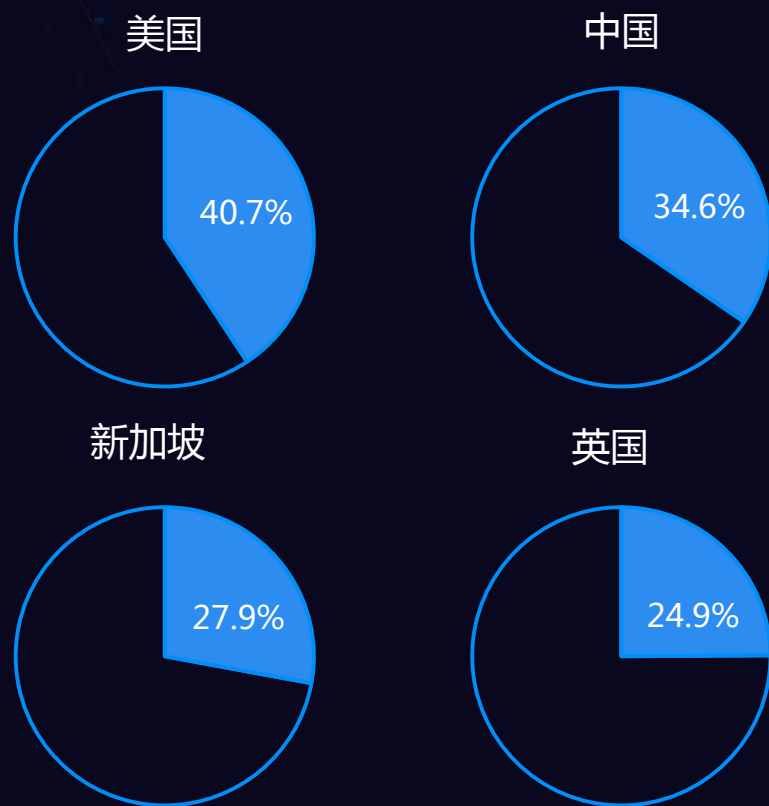
互联网金融用户增速放缓，政策管控趋紧推动市场规范化发展

互联网金融用户*规模（万）、使用率及增长率

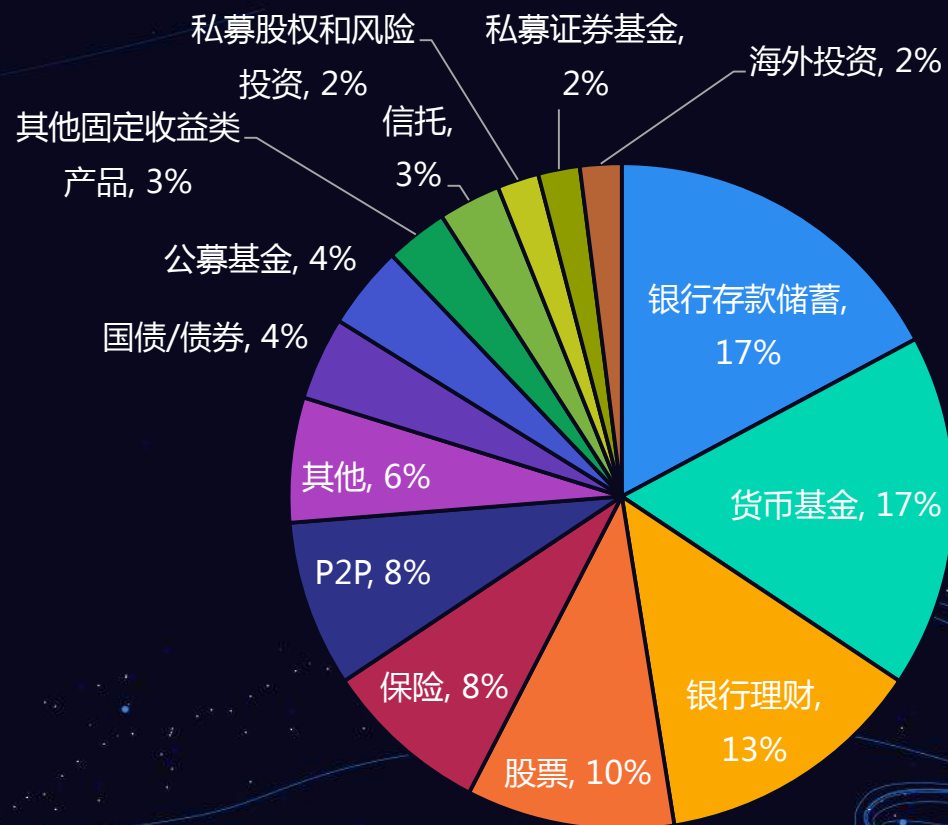


中国理财产品线上渗透率国际领先，银行、货币基金为资金主要流向

美国、中国、新加坡、英国理财产品线上渗透率



中国互联网理财用户可投资资产主要投资去向



钱包正在“智能手机化”



TalkingData通过智能手机行为“数说金融”

TalkingData自有数据源 金融行为活跃

本部分使用了TalkingData自有的数据源, 采用约1亿个金融行为活跃的设备数据, 每个设备拥有数十个标签, 形成了超过十亿的行为特征;

第一篇： 金融从业者-北京 vs 上海

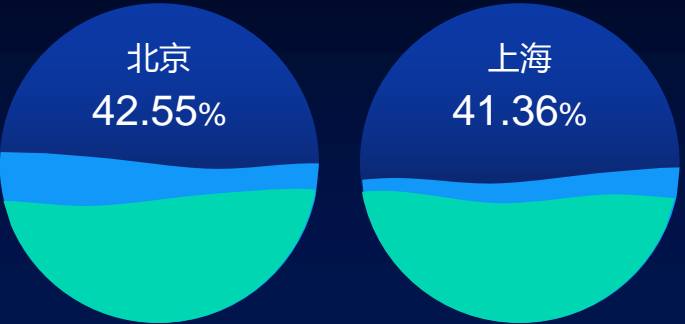
第一篇研究的是北京和上海两地核心金融区域为工作地的用户的特征, 北京主要研究的是金融街区域, 上海主要研究的是外滩区域;

第二篇： 金融族群 无监督机器学习

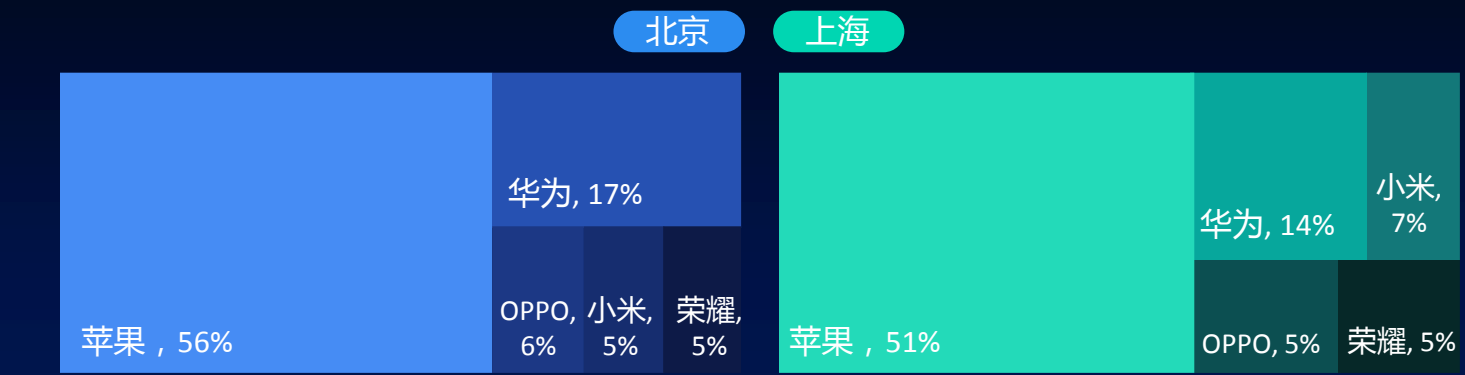
第二篇采用无监督机器学习对十亿多行为特征依照标签分值进行聚类, 从而形成了依照用户的近似行为特征而划分的族群, 由于篇幅限制, 本报告展示聚合而成的十个族群。(以安卓设备为主)

金融从业者-北京 vs 上海

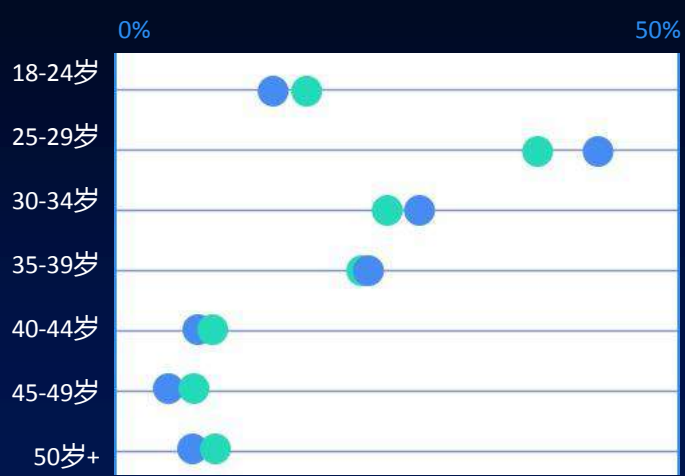
已婚对比



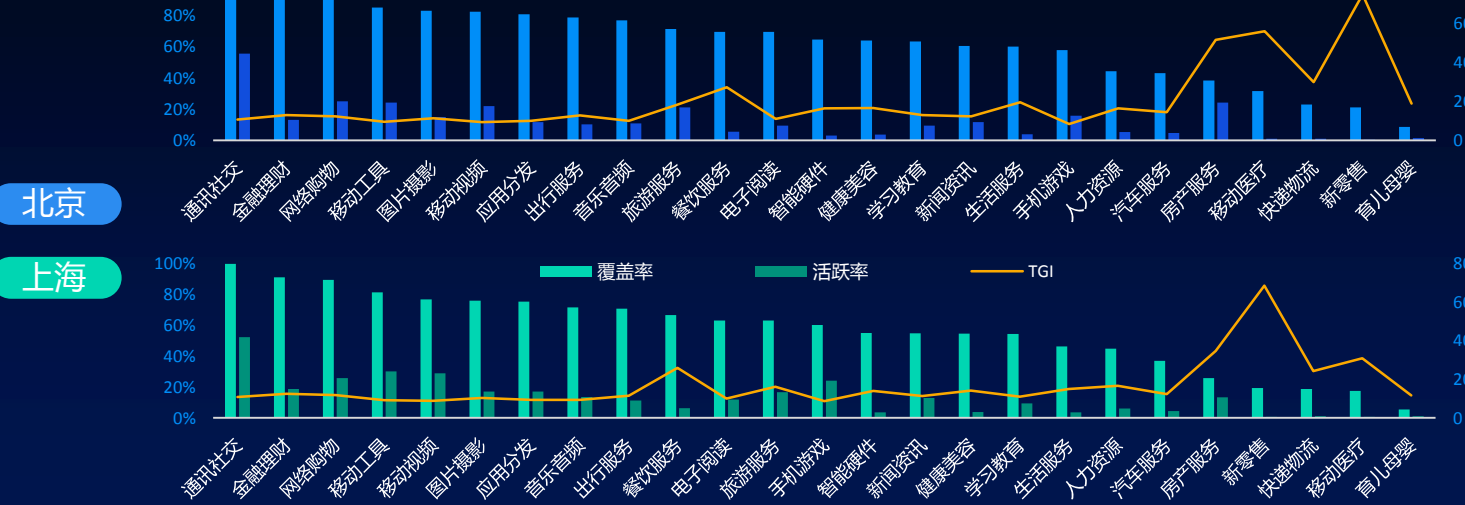
TOP5手机品牌



年龄对比



TGI指数



金融从业者-北京 vs 上海



北京

年轻从业者更多
房产服务的覆盖率和TGI
更高



上海

资深从业者更多
新零售的覆盖率和TGI
更高



共性

iPhone/华为是标配
基础种类App行为基本
一致

金融人群众生相

十亿个特征
十个族群

0
pass_8
pass_7
pass_3
pass_1
pass_6
pass_2
pass_4
pass_5
pass_0
pass_9

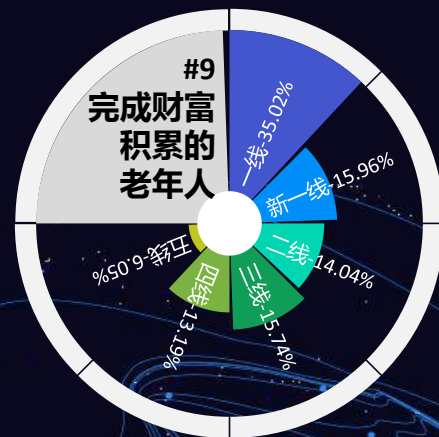
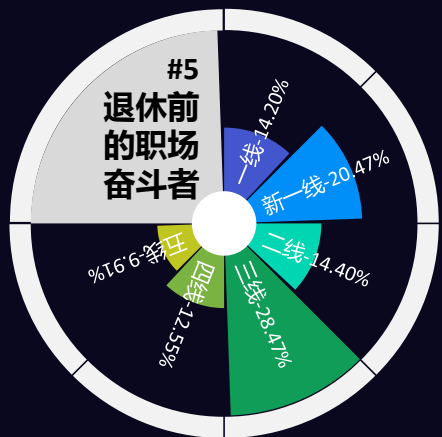
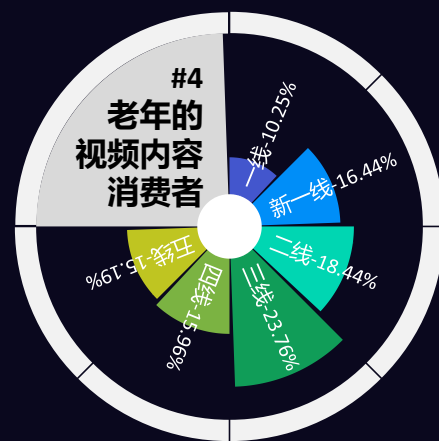
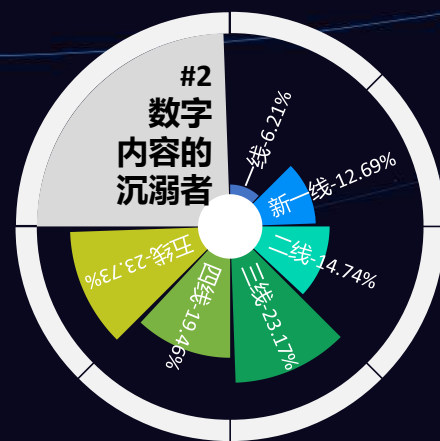
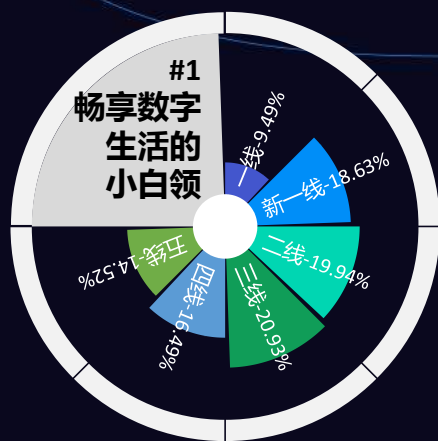
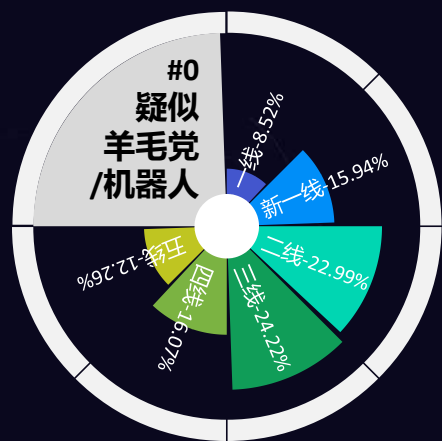
智能设备偏好等

App行为的覆盖/活跃/TGI

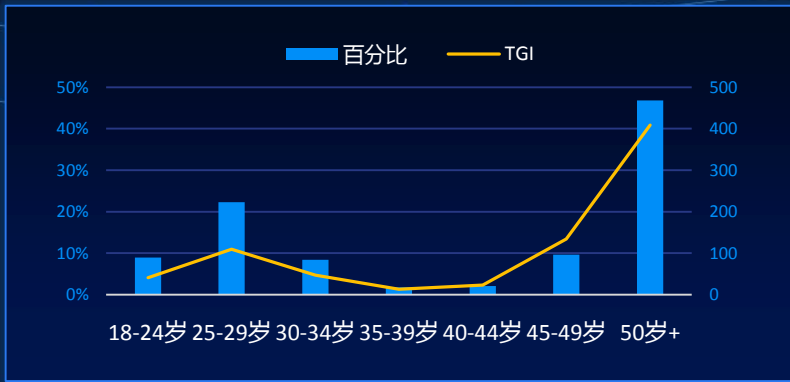
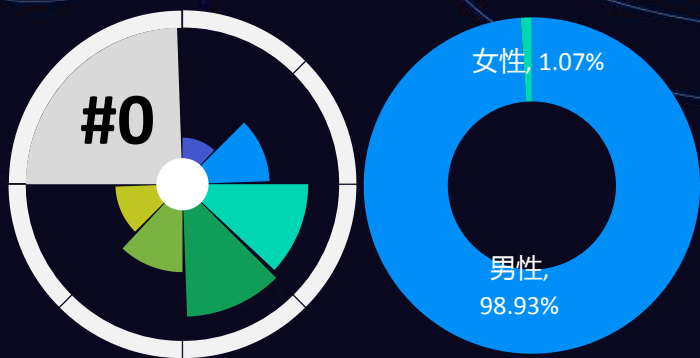
人口属性

A字

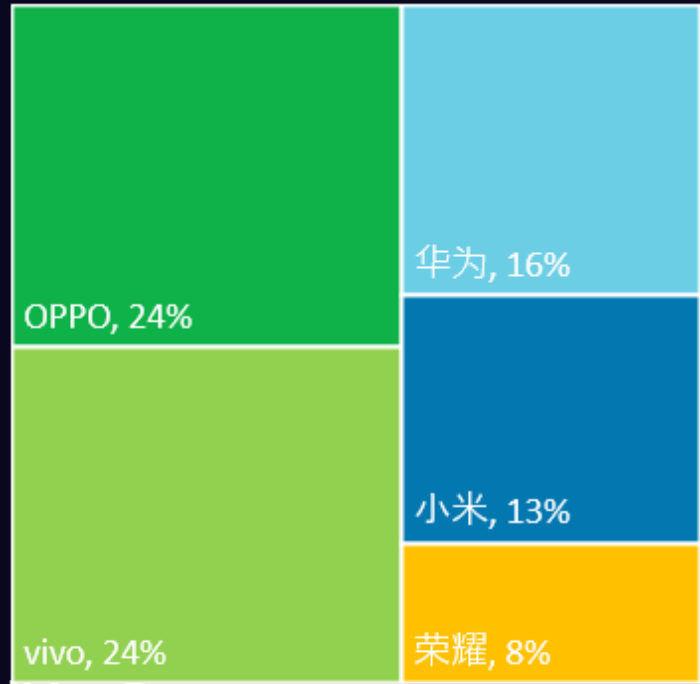
金融人群, 十大聚类族群的城市分布



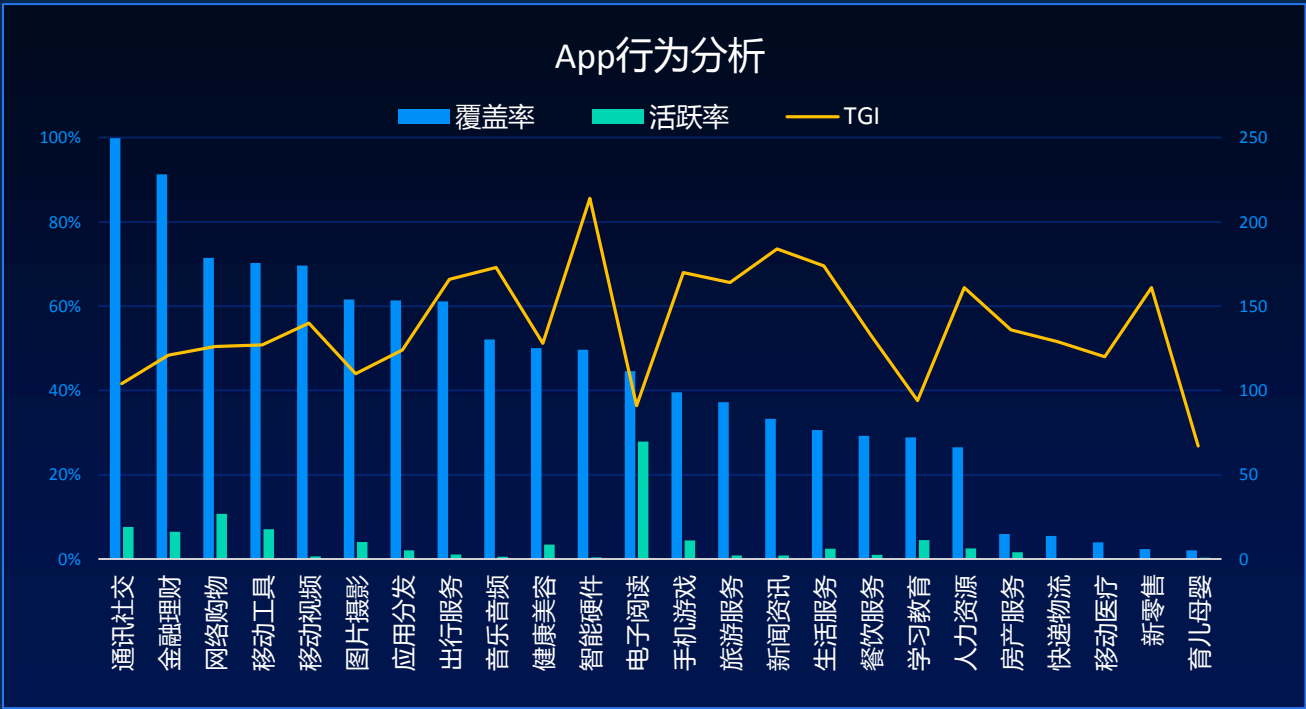
金融人群侧写-#0 疑似羊毛党/机器人



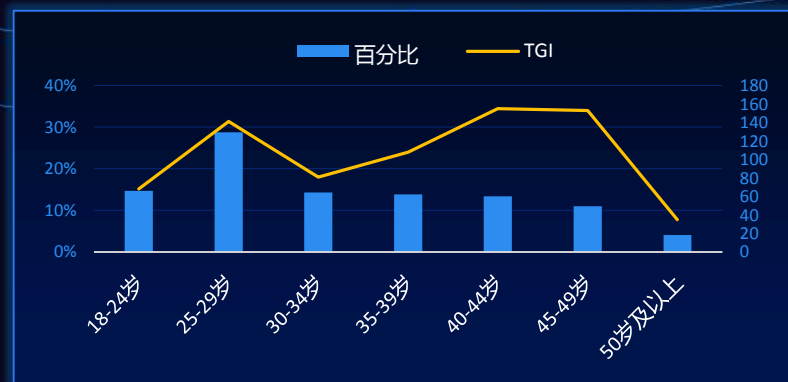
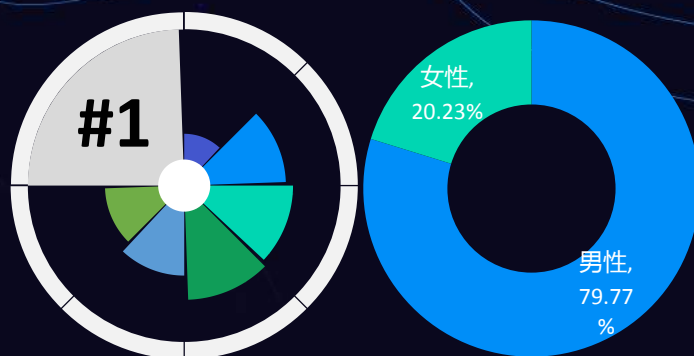
- 该族群疑似羊毛党或是机器人;
- 从24小时活跃的应用排名中看到, 几乎都是金融借贷类的App, 另外, 从他们的App使用习惯而运算得到的年龄, 已婚, 性别等特征也不合乎社会学逻辑.



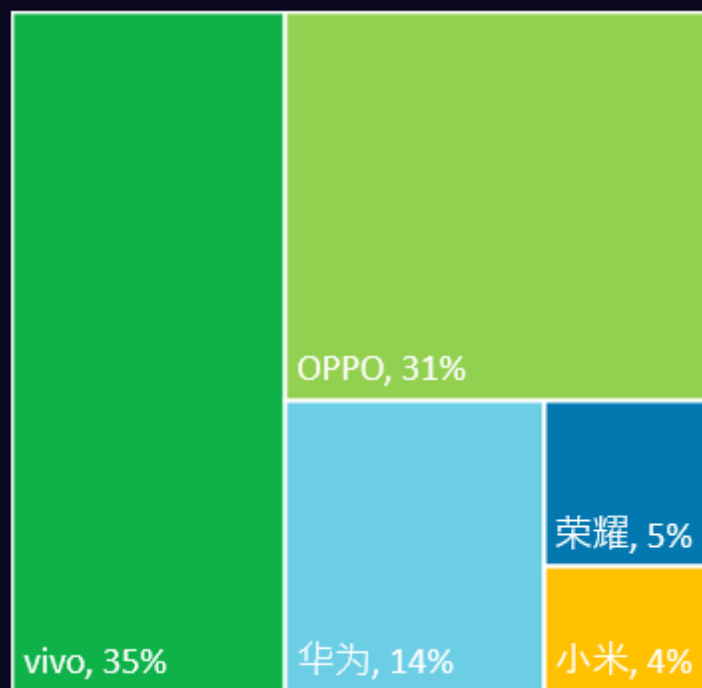
城市TOP10	占比
徐州市	4.65%
宿迁市	3.28%
深圳市	2.21%
北京市	2.21%
上海市	2.09%
广州市	2.01%
东莞市	1.74%
连云港市	1.53%
重庆市	1.51%
成都市	1.39%



金融人群侧写-#1畅享数字生活的小白领



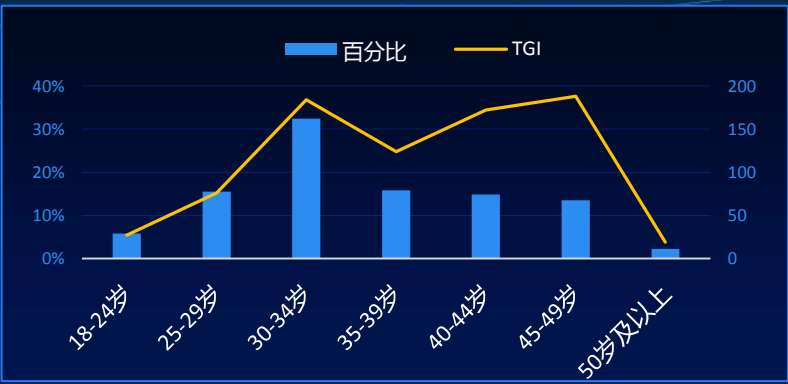
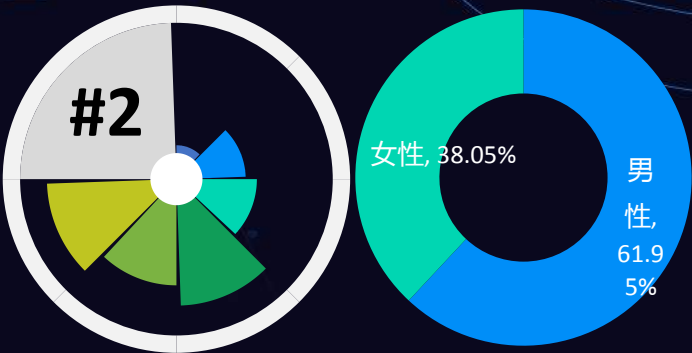
- 该族群较为均匀的分布在一线以外的城市;
- 他们广泛且高频率的使用各种常见的数据工具管理自己的工作和生活;
- 他们对于新闻资讯/人力资源/新零售类App的TGI更高, 表明他们比其它族群更加关注此类信息.



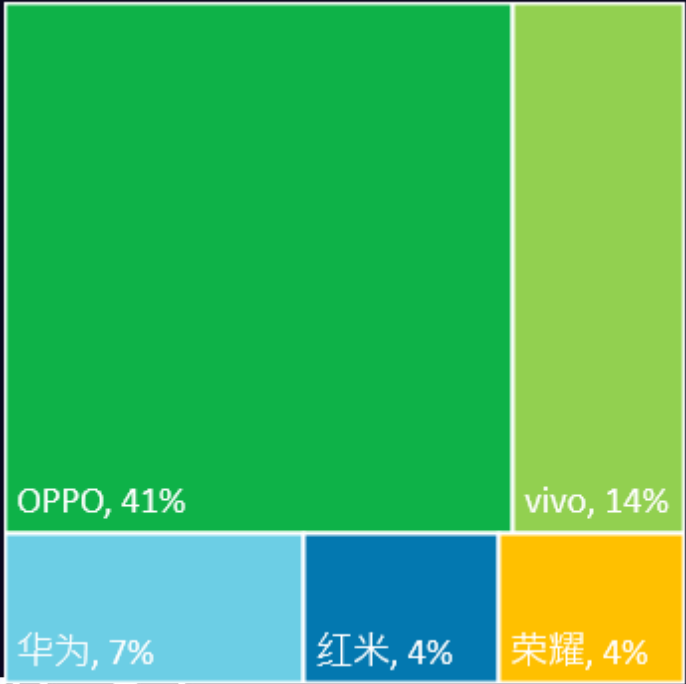
24小时 活跃应用排名	
1	微信
2	QQ
3	支付宝
4	手机淘宝
5	抖音短视频
6	QQ浏览器
7	搜狗输入法
8	手机百度
9	快手
10	拼多多



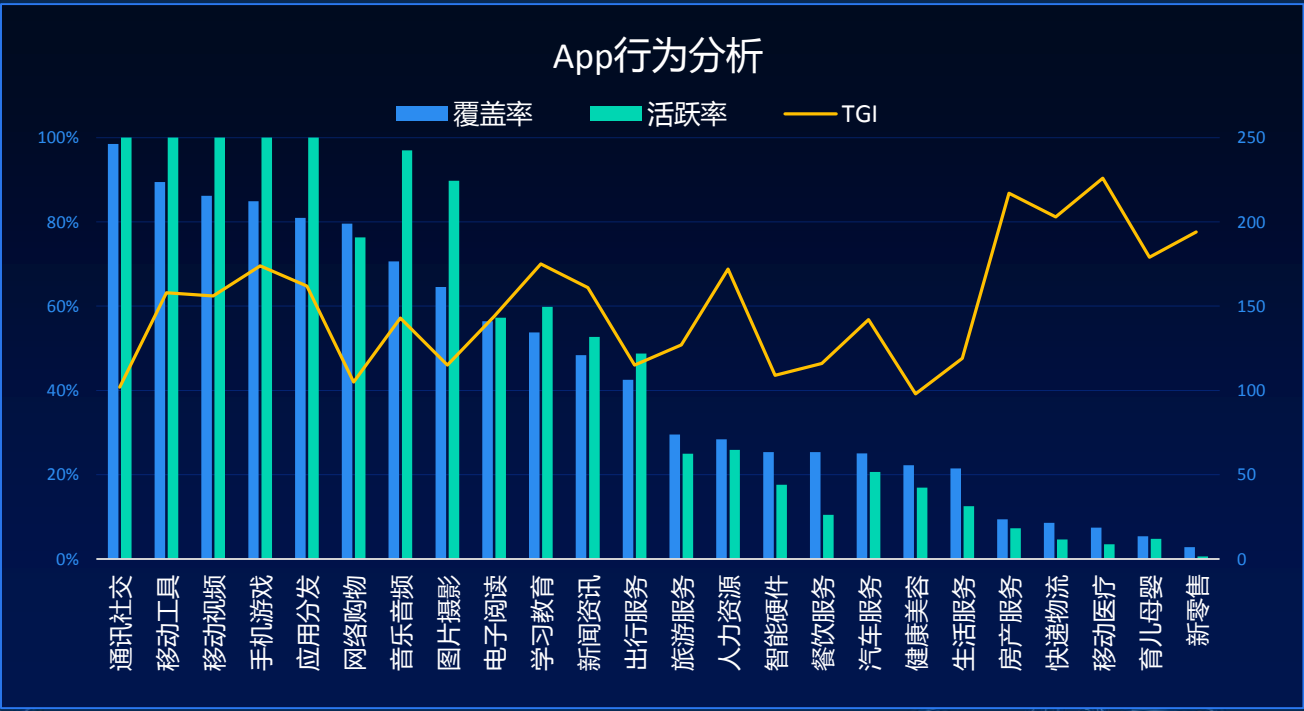
金融人群侧写-#2数字内容的沉溺者



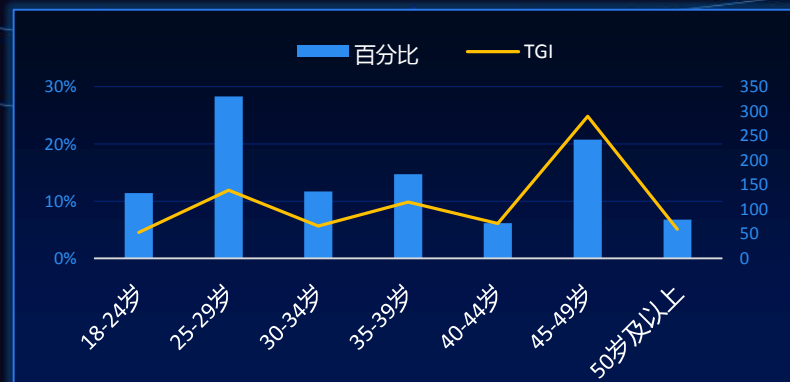
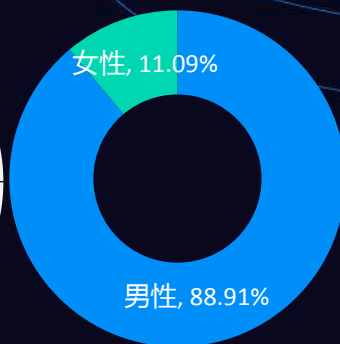
- 该族群更为密集的分布在低线城市;
- 他们之中男性较多,尤其是30-35岁这一黄金年龄段的比例更高;
- 他们的App行为中,游戏,音乐,以及下载游戏和音乐的应用宝具有极高的活跃率,表明他们大部分时间都消磨在这些数字内容上.



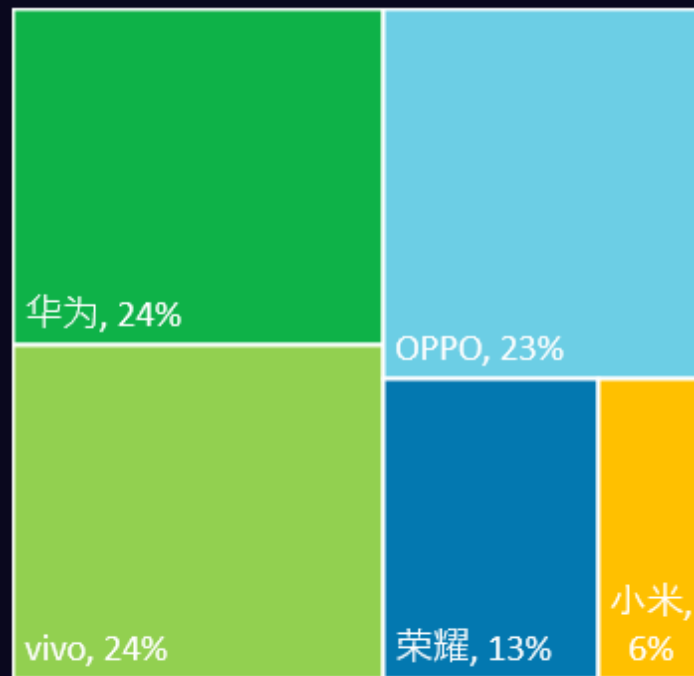
24小时活跃应用排名	
1	微信
2	QQ
3	迷你世界
4	抖音短视频
5	搜狗输入法
6	拼多多
7	快手
8	WiFi万能钥匙
9	爱奇艺
10	应用宝



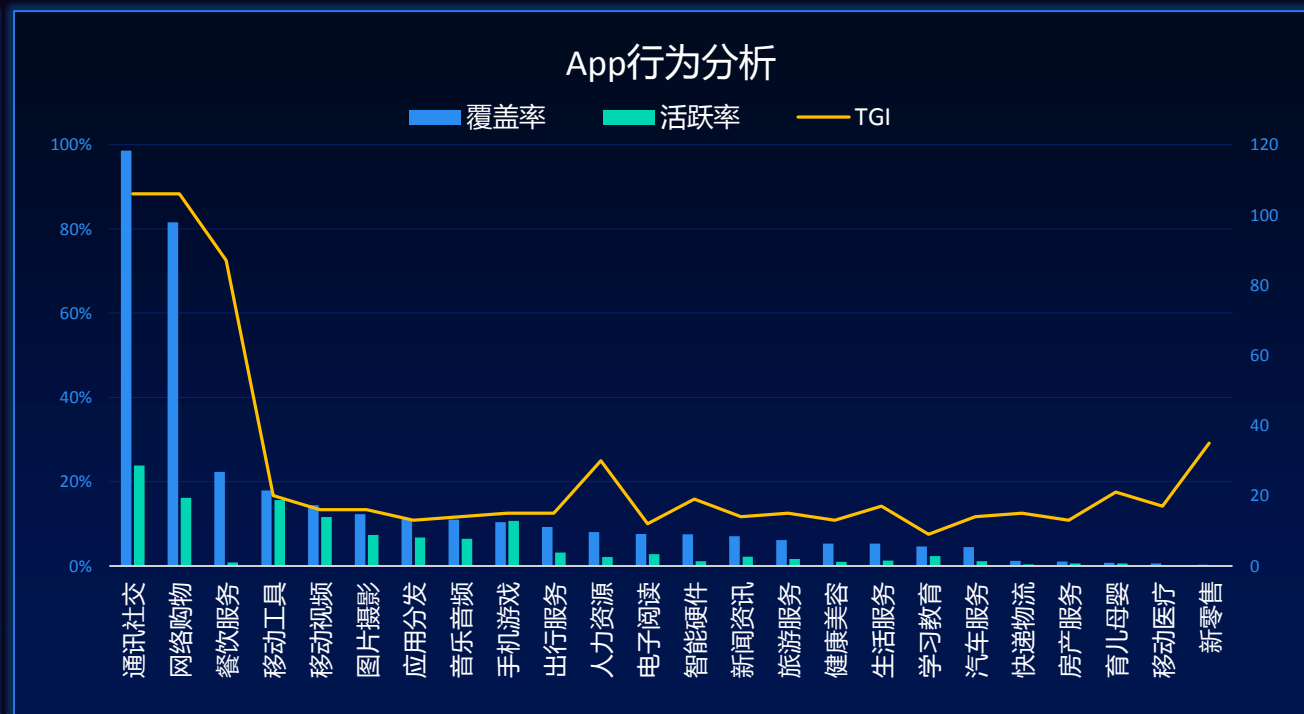
金融人群侧写-#3为生活奔波的平凡人



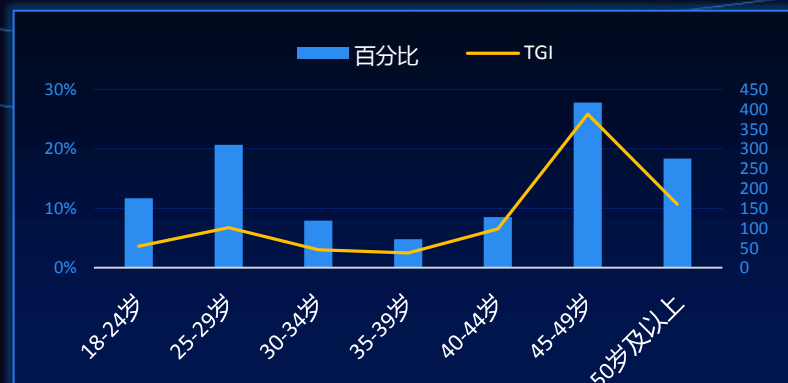
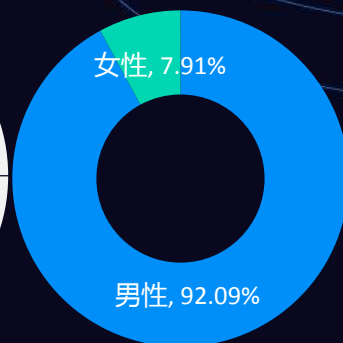
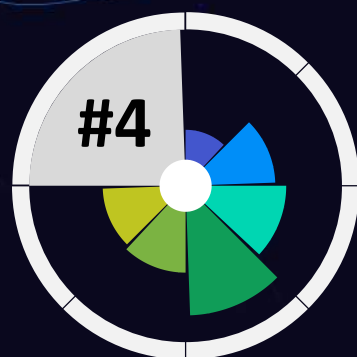
- 该族群以男性居多,或是初入职场的年轻人或是职场末期的中老年人;
- 他们更多的使用华为手机;
- 除了通讯社交外,其它的App分类基本上都没有较高的覆盖率,表明他们主要使用手机进行通讯联络,没有更多的时间和精力进行数字内容的消费;



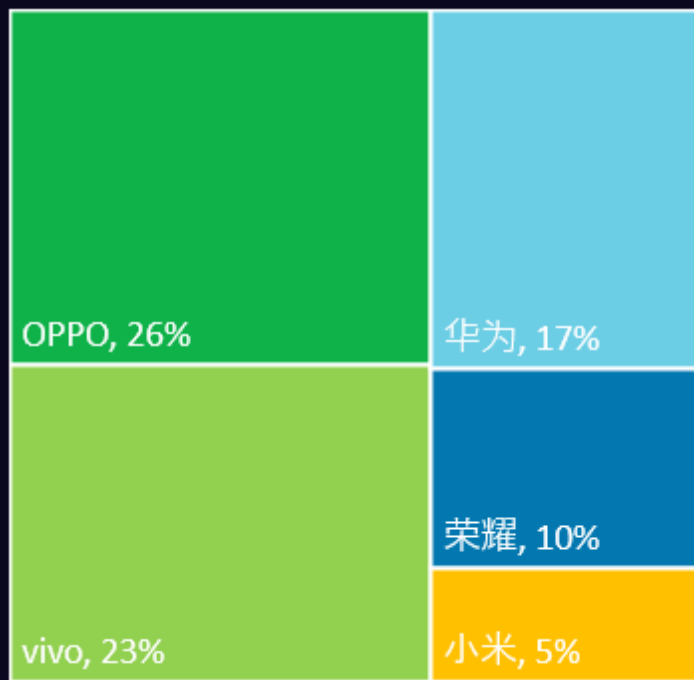
24小时 活跃应用排名	
1	微信
2	QQ
3	支付宝
4	借钱快手贷款
5	急现贷
6	小象优品
7	手机淘宝
8	抖音短视频
9	嗨付
10	搜狗输入法



金融人群侧写-#4老年的视频内容消费者



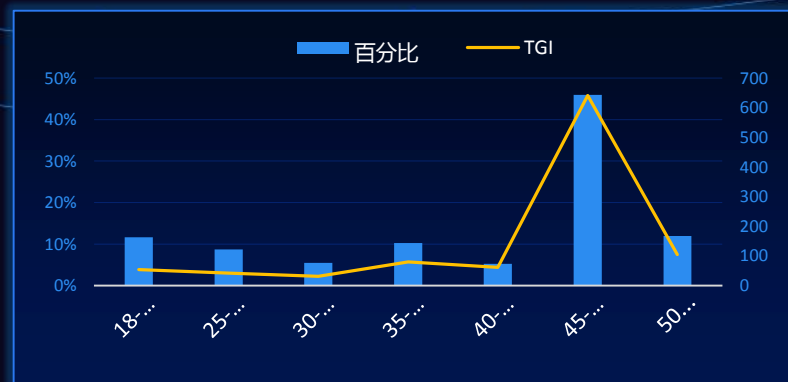
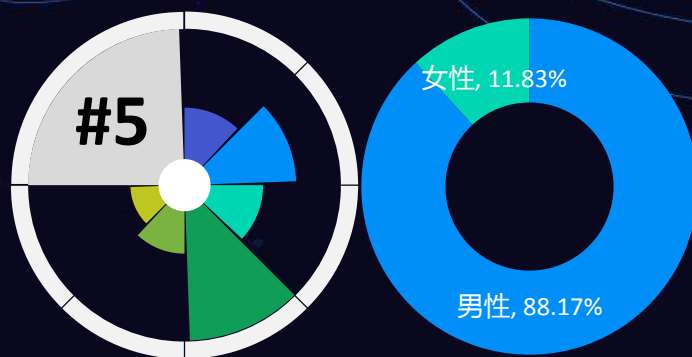
- 该族群年龄偏大,多居住在新一线到三线城市;
- OPPO和vivo手机使用较多, 其次是华为系列;
- 除了通讯社交外, 他们经常使用各种工具类App帮助打理生活, 对于他们来说, 各类长视频和短视频是消磨时间的最好的方式.



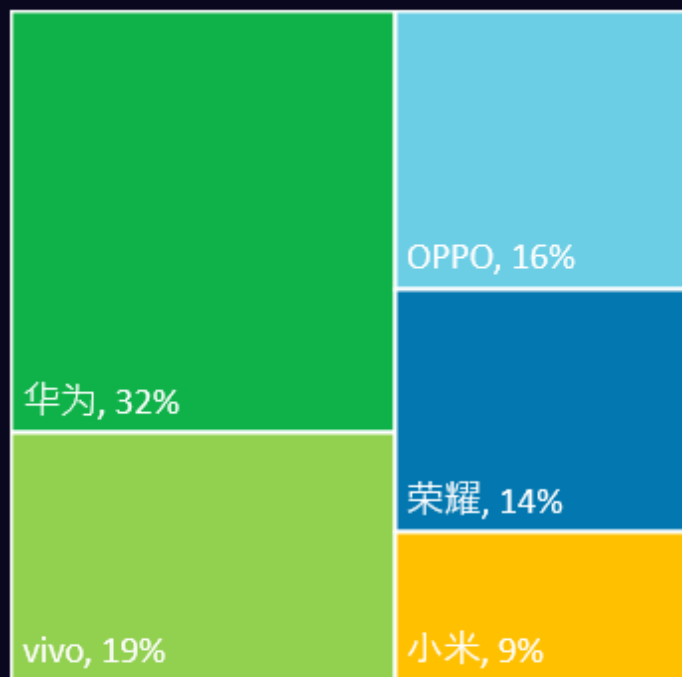
24小时活跃应用排名	
1	微信
2	QQ
3	抖音短视频
4	搜狗输入法
5	手机百度
6	QQ浏览器
7	WiFi万能钥匙
8	快手
9	手机淘宝
10	腾讯视频



金融人群侧写-#5退休前的职场奋斗者



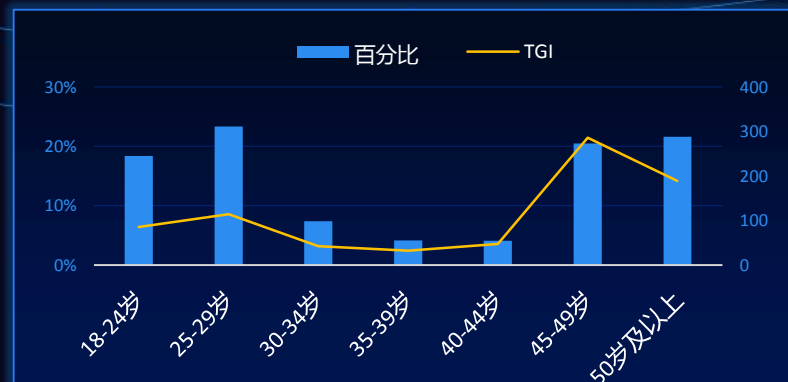
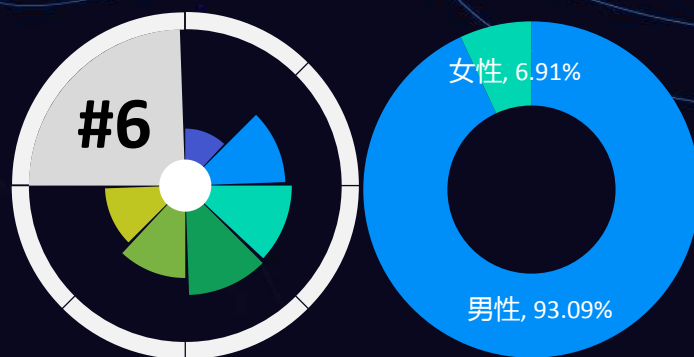
- 退休前的职场奋斗者;
- 与#4族群类似, 他们都是属于年龄偏大的族群;
- 但#5更多的集中在三线城市, 手机以华为居多;
- 他们在App行为上, 以通讯社交为主, 各种娱乐内容消费活跃率较低, 表明他们较少的使用智能手机消磨时光.



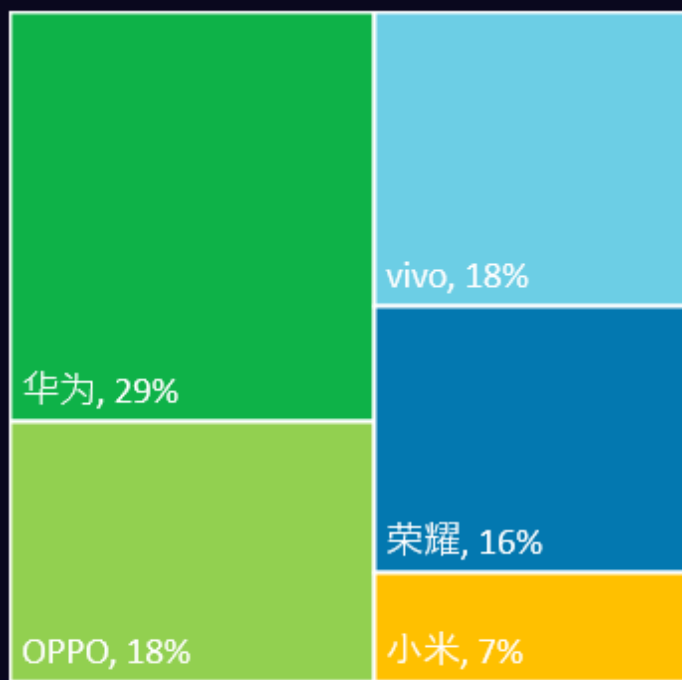
24小时 活跃应用排名	
1	微信
2	QQ
3	支付宝
4	手机淘宝
5	搜狗输入法
6	华宝证券
7	手机百度
8	QQ浏览器
9	抖音短视频
10	百度输入法



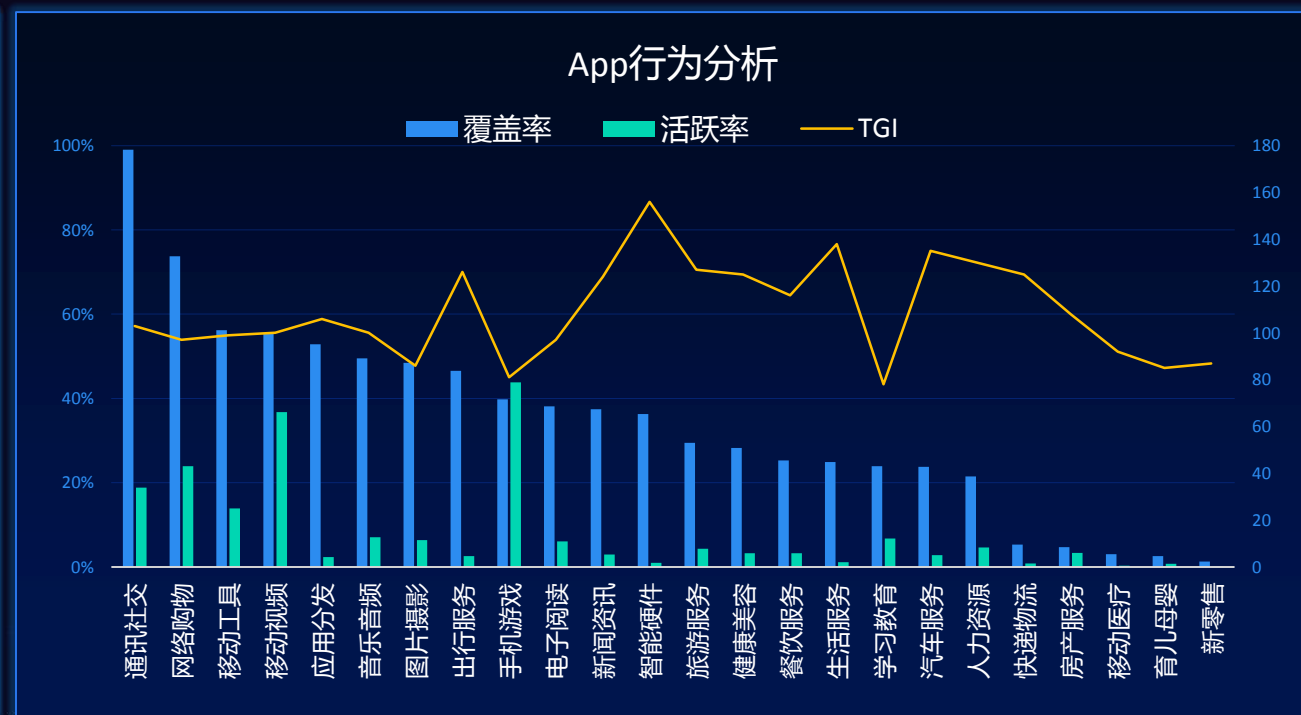
金融人群侧写-#6年少与年老的品质生活追逐者



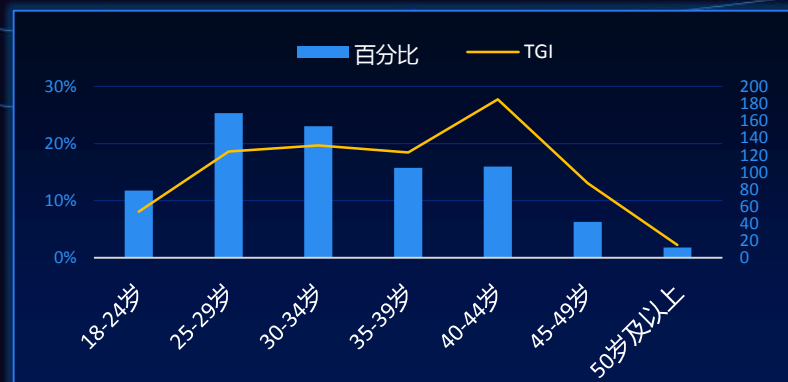
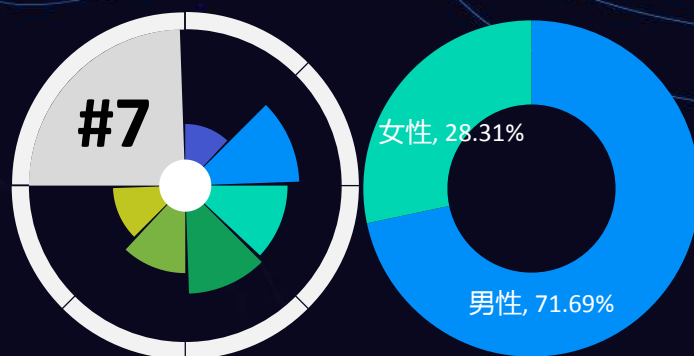
- 年少和年老的资金渴求者;
- 他们更加偏好华为手机;
- 他们中大部分是电子金融的高活跃使用者, 除此之外, 他们还偏好手机游戏, 会更多的使用订餐类App; 汽车类服务在该群体中的TGI较高, 表明该群体多为汽车拥有者.



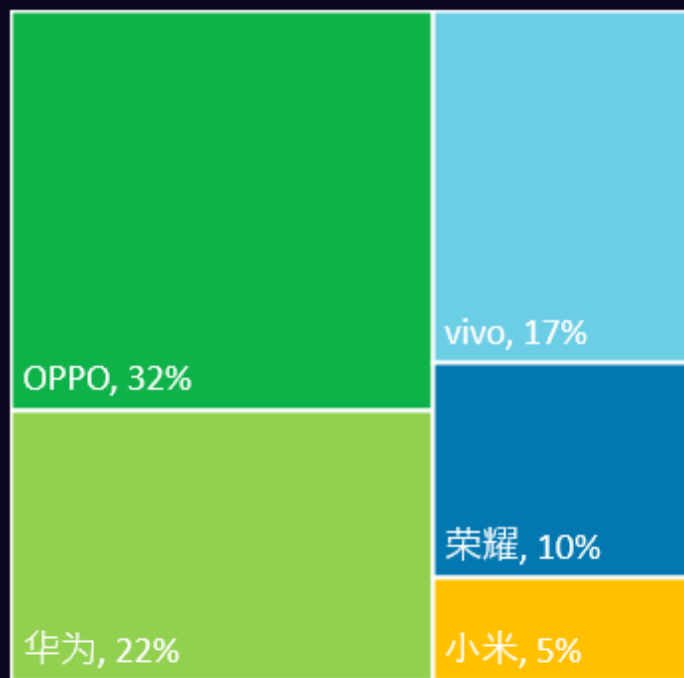
24小时 活跃应用排名	
1	微信
2	QQ
3	借钱快手贷款
4	新速贷贷款
5	小象优品
6	新浪分期
7	抖音短视频
8	搜狗输入法
9	迷你世界
10	嗨付



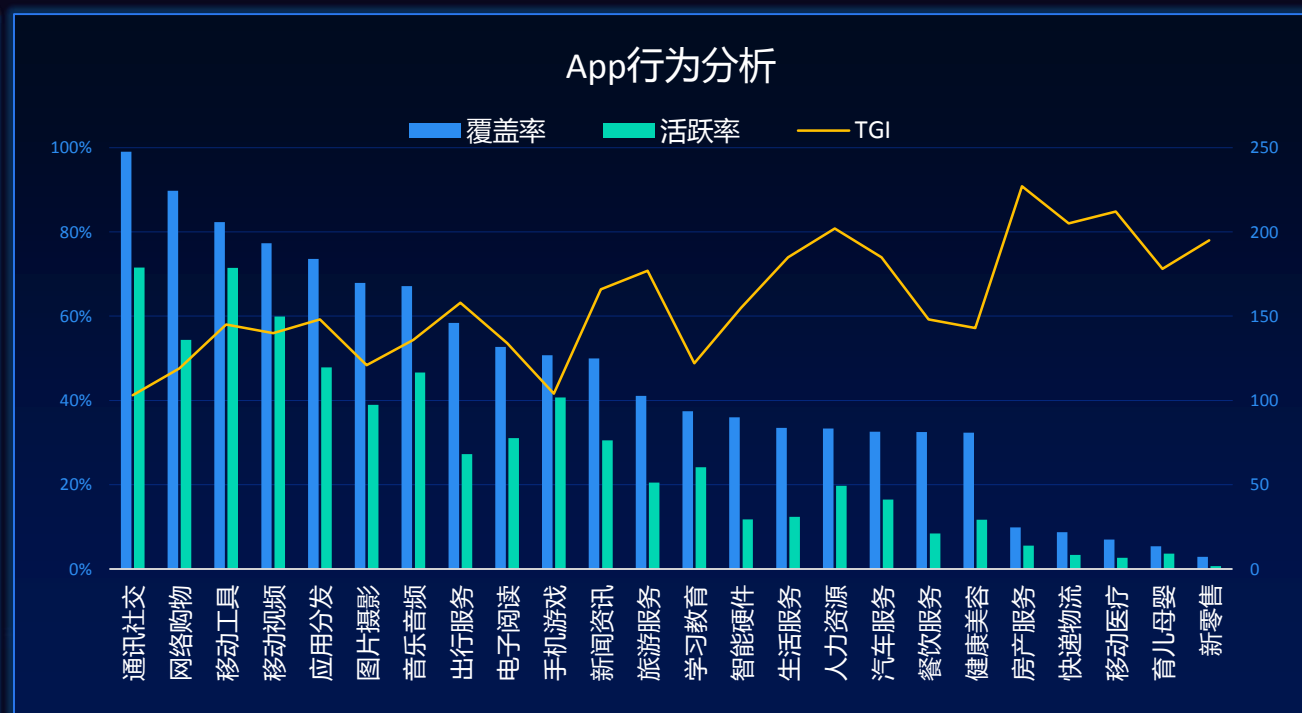
金融人群侧写-#7数字化生活的核心力量



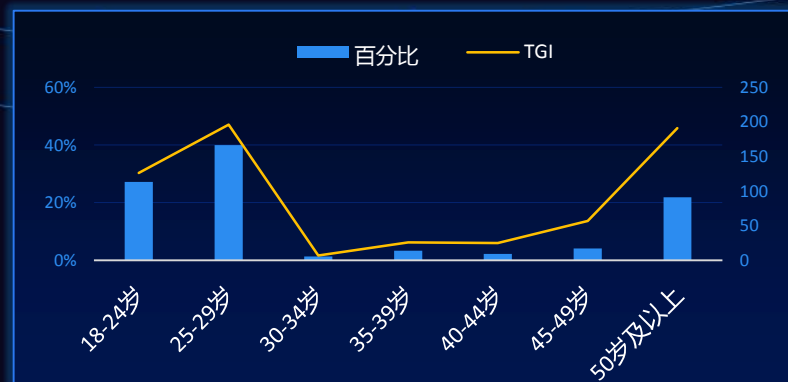
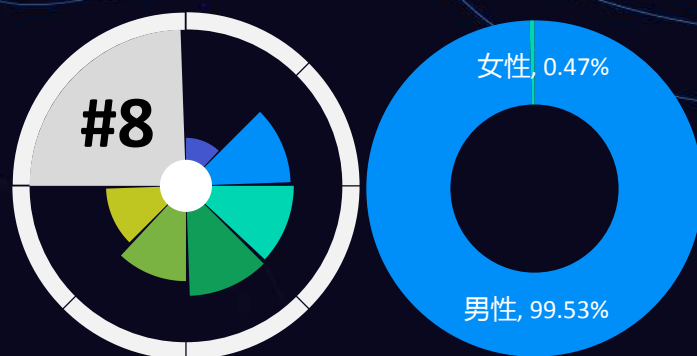
- 这一族群是被移动互联赋能后的核心力量;
- 该族群老年用户很少, 多为青壮年;
- 他们充分的使用各类App来管理自己的工作和生活, 并且, 他们在汽车, 出行, 旅游类App上更加活跃, 集中度更高, 表明他们多为有车一族, 且喜好旅游.



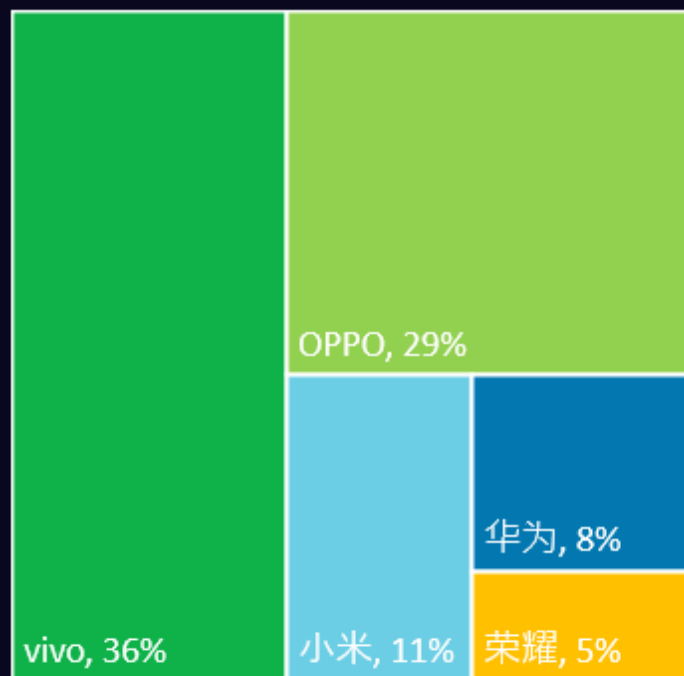
24小时 活跃应用排名	
1	微信
2	QQ
3	搜狗输入法
4	抖音短视频
5	拼多多
6	支付宝
7	QQ浏览器
8	手机淘宝
9	WiFi万能钥匙
10	应用宝



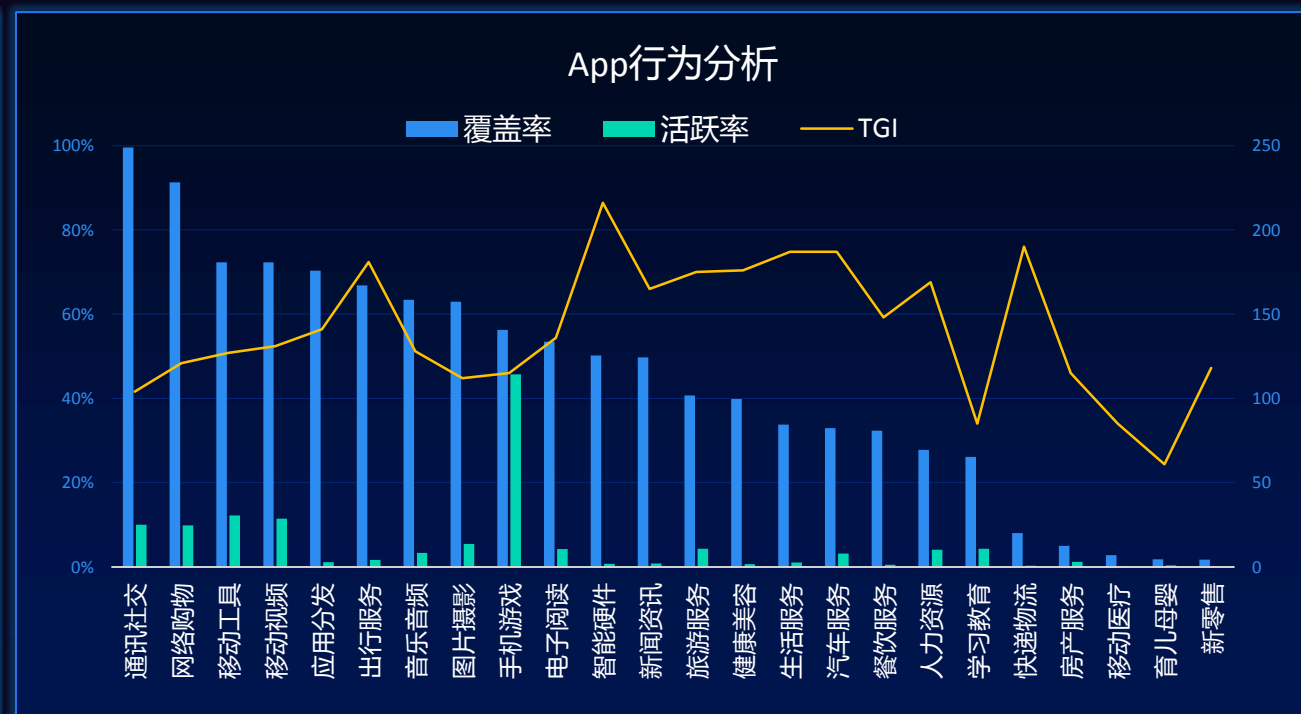
金融人群侧写-#8年轻爱消费的贷款用户



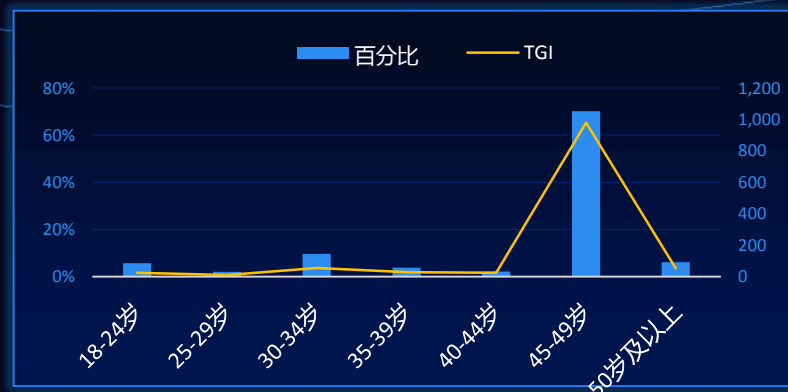
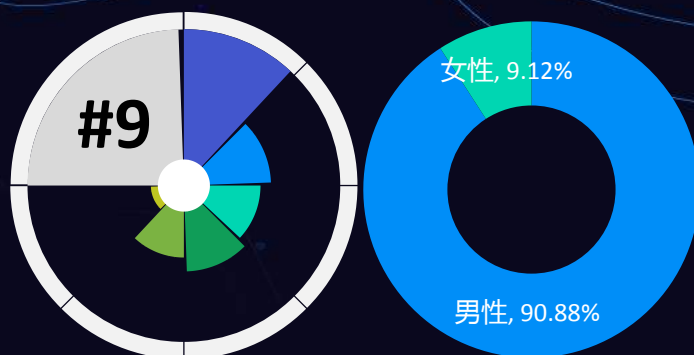
- 这一族群很年轻, 在贷款类应用上非常活跃;
- 他们多背负了一定的债务;
- 他们在智能硬件这个系列上覆盖率和TGI均较高, 表明他们对于各种新奇的电子设备具有极高的兴趣; 此外, 他们是手机游戏的重度用户, 与之相对应, 学习教育类内容, 对于他们来说几乎没有吸引力;



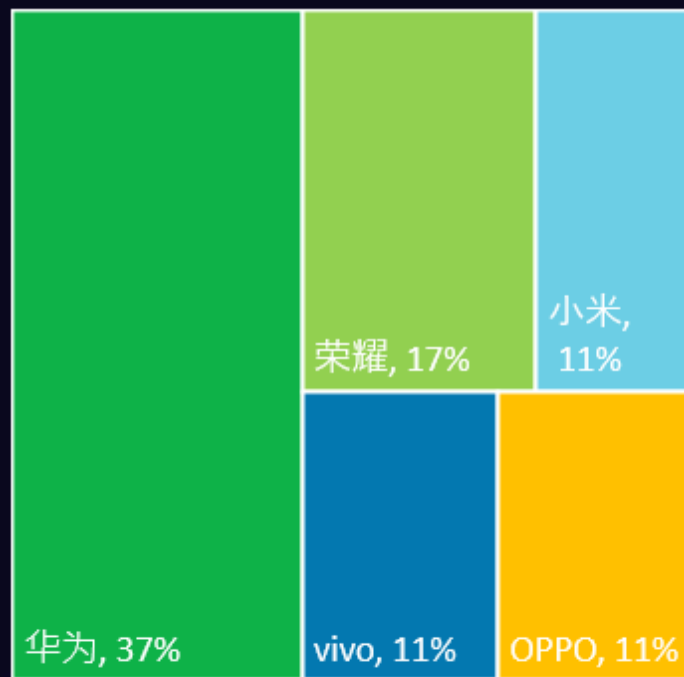
24小时 活跃应用排名	
1	微信
2	QQ
3	迷你世界
4	飞贷
5	淘钱宝
6	新浪分期
7	抖音短视频
8	77信用
9	爱奇艺
10	快手



金融人群侧写-#9完成财富积累的老年人



- 这一族群是一线城市的中老年人;
- 他们退休后的时间非常充裕, 因此游戏类的内容活跃率非常高;
- 他们可能拥有多处房产, 因此无论是出售还是出租, 都通过房产服务类App来完成交易, 因此此类App活跃和TGI均较高;



24小时活跃应用排名	
1	微信
2	QQ
3	抖音短视频
4	搜狗输入法
5	支付宝
6	手机淘宝
7	爱奇艺
8	高德地图
9	拼多多
10	百度输入法

