

千元机大数据洞察报告

手机终端市场风云变幻，各家品牌竞争侧重也有区别：部分品牌侧重性能，高端旗舰半年一换；部分品牌侧重营销，广告代言漫天飞舞；部分品牌侧重设计，屏幕颜值不断改善。共同的特点便是，价格越来越高，甚至上探到万元。那手机终端的千元市场已无人关注？事实并非如此，众多实力雄厚的品牌并没有放弃这个广阔的市场，纷纷推陈出新为消费者提供更多选择。

总体上，6月份千元机市场呈现出更为多元、百花齐放的品牌格局：红米手机延续着其在千元机的优势，联想、诺基亚的回归之战，选择千元机为出发点，不惧竞争红海。同时看到不少惊喜之作，它们配备时下流行的全面屏，AI双摄、支持快充。6月刚刚发布的联想Z5以1299元的超值价格，甚至刷新了骁龙636机型的性价比记录。事实证明千元机市场已经不再是低价就能满足消费者需求的了。品牌也需要不断跟上消费潮流，在千元手机这个类别做出差异才能保证销量。

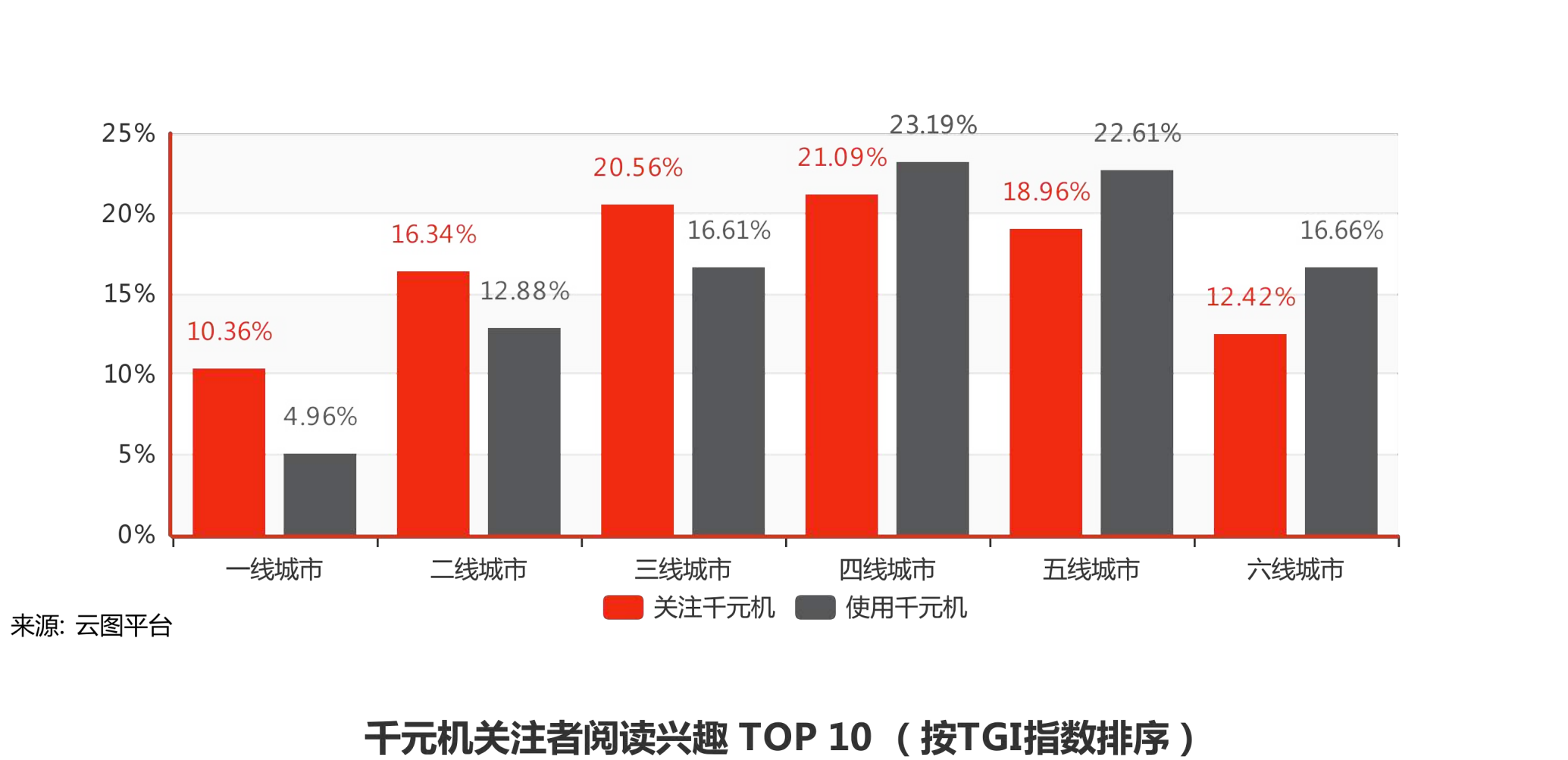
消费者关注哪些方面？品牌有何竞争动向？新机型有哪些特色？基于头条海量用户阅读行为数据，我们将在本篇中剖析千元机用户画像，并从用户关注热度盘点6月千元机热门机型。

1

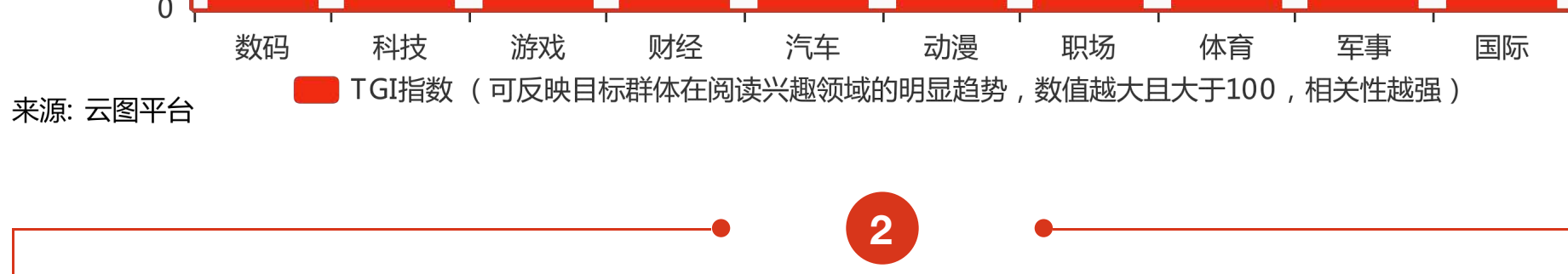
千元机用户画像

从用户占比我们看到，千元机市场已从入门机首选变为存量换机用户的争夺之战。现有千元机用户集中于男性、40岁以上人群中。但是从关注人群和使用人群比例中，40岁以下人群中关注度高于使用占比。此外，相较于使用占比，千元机在一二线城市中的关注度渗透比较明显。

千元机关注者的阅读兴趣分布显示，在动漫、游戏、汽车、职场领域呈现高相关趋势。千元机潜力人群是喜欢动漫、游戏的年轻群体；同时也包含关注汽车、职场的的主流大众人群。



千元机关注者阅读兴趣 TOP 10（按TGI指数排序）



2

千元机的关注度分布

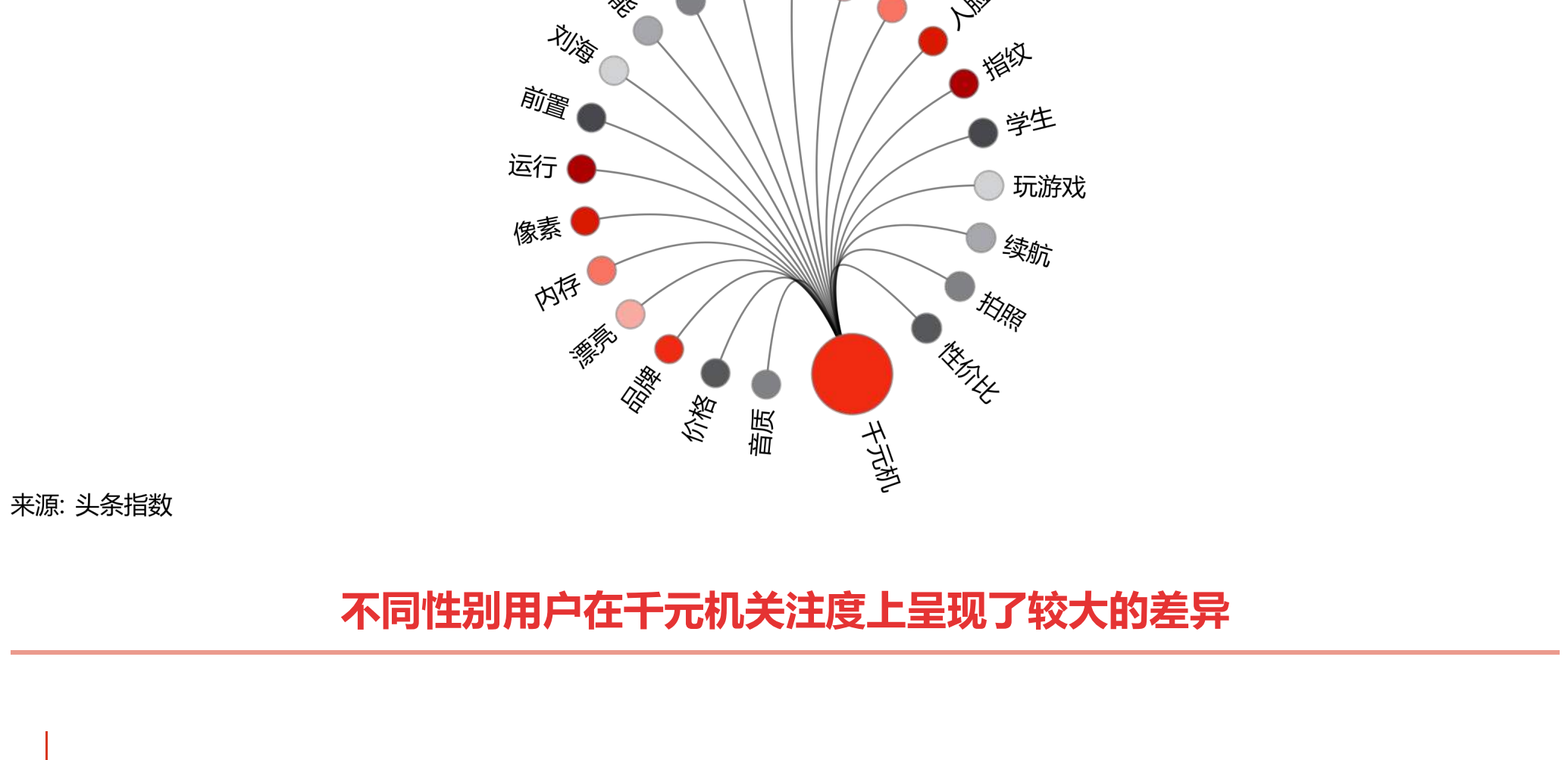
千元机的热搜词及阅读热词中，我们看到千元机竞争已不仅仅是“价格底限的比拼或配置上限的对标”。当今消费者不再满足于千元机“性价比”的基本功能，新增了游戏、拍照等细分需求，对于外观有着高颜值要求。除产品力的高期待之外，消费者也督促着厂商投入品牌影响力，带给用户更具感性的品牌吸引力。

千元机相关热搜词分布

用户热搜榜单数据为我们展现了消费者对于千元机的性能期待。对于千元机，人们更多还是从性价比角度选购。

具体到性能层面，拍照已超过千元机备用机-长续航的消费诉求。另外，功能配置不断向旗舰机靠拢的千元机，拓宽了人们对于千元机配置的理想度。消费者希望千元机也能做到旗舰机的人脸识别、快充、刘海屏等特点。配置性能趋于同质化的时代，“漂亮、品牌”也成了重要考量因素。

以千元机为原点，逆时针依次代表搜索权重由高到低的排序



不同性别用户在千元机关注度上呈现了较大的差异

整体上，手机“颜值、外观”是仅次于“处理器”第二大热词；消费者希望千元机不仅好用，更要好看。

除各类运行参数配置的关注外，男性用户对“多任务、续航能力”呈现更明显的消费诉求。相对于各种参数描述，女性用户更为结果导向，“高配、高性能、不卡顿”等描述更易被她们接受。不同于男性用户，我们看到女性用户的热词分布中有“代言”。这也说明了女性千元机用户中不乏有迷妹的存在；实惠的价格，更促使她们做出较为冲动的购买决策。

男性用户关注的“千元机”性能特点热词云图



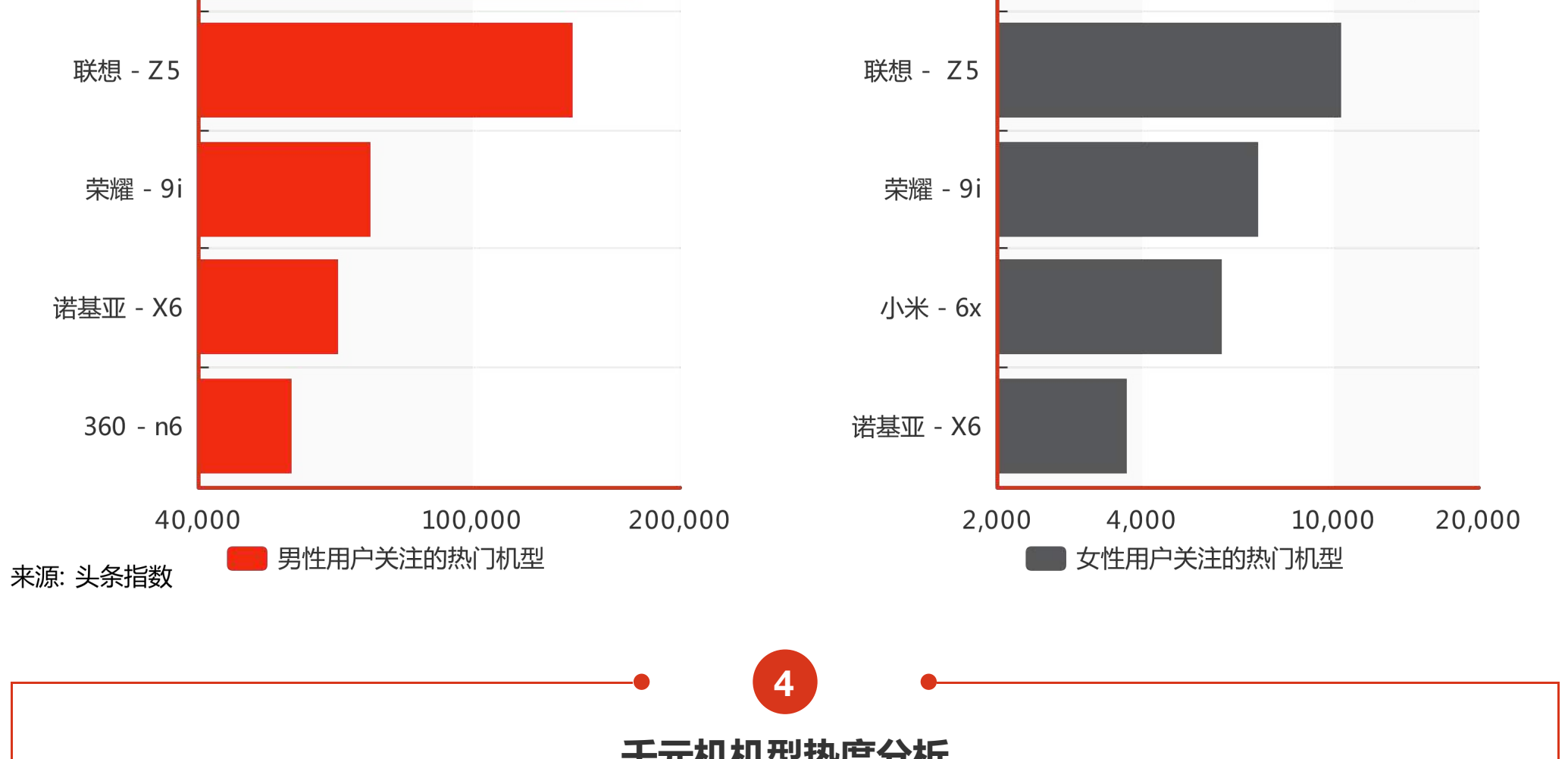
女性用户关注的“千元机”性能特点热词云图



3

6月热门千元机型分布

在千元机具体机型关注度上刚刚回归的联想、诺基亚机型表现出色，列入top5榜单，成黑马。除TOP3机型外，男女性用户在机型偏好上呈现了细微的差异；女性用户相较于男性用户来说更青睐于小米6x，而男性用户比女性用户更喜欢用360 n6。



4

千元机型热度分析

我们对比了红米note5和刚刚回归的联想Z5、诺基亚X6三款机型发布会热度，联想Z5发布会更受用户关注。从联想的高舆情上可看出，企业领导人的合力发声，为品牌带来了较高的关注度。发售之后，高性价比的超值1299及亮眼的屏占比差异化产品力，让消费者有了更多期待，在第八天的真机发售期间引发了第二波热议。

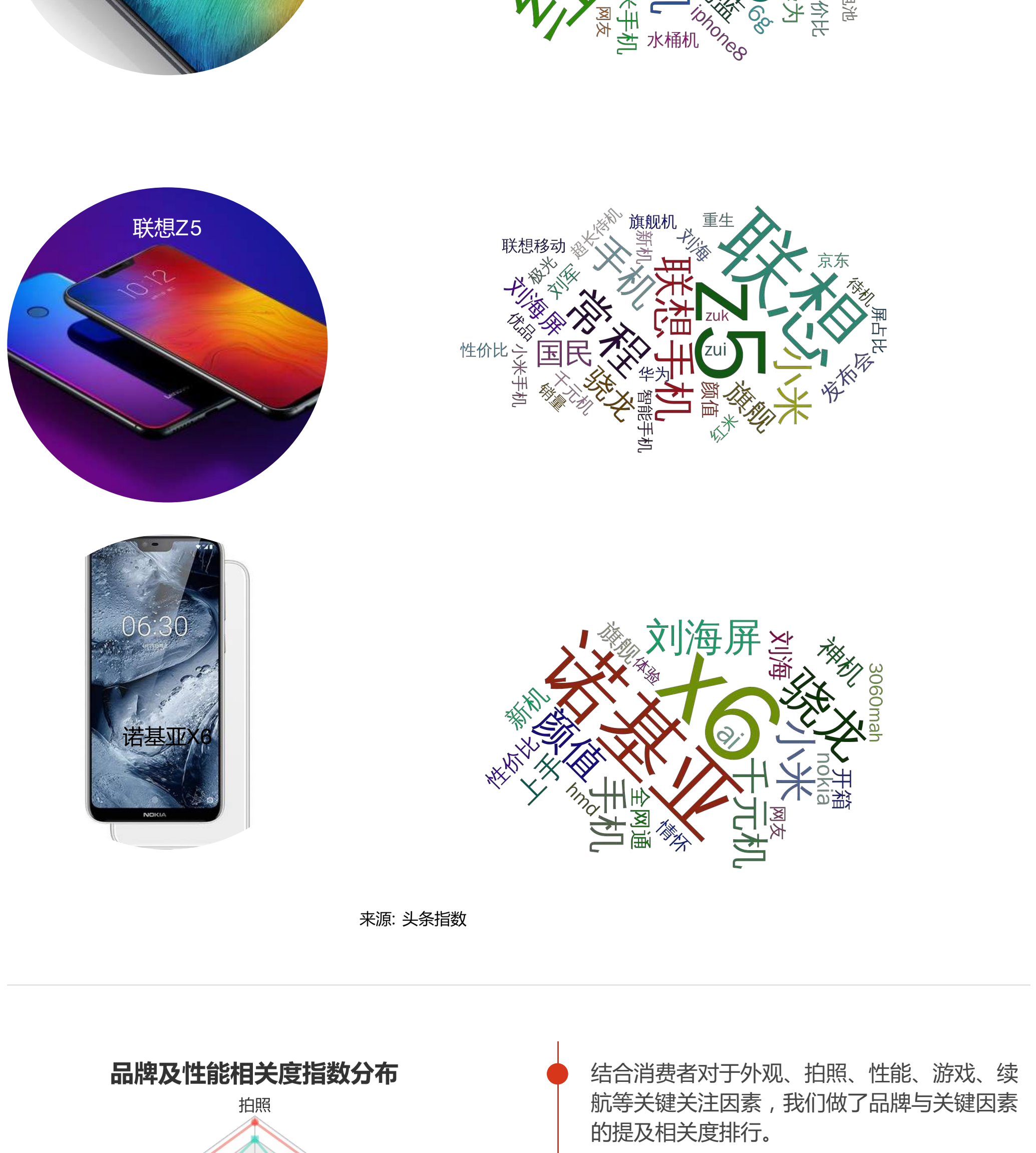
我们对比了三款热门机型发布会期间的热度
红米note5: 20180313 - 20180325 (3月16日发布)
诺基亚 X6: 20180513 - 20180525 (5月16日发布)
联想Z5: 20180602 - 20180614 (6月5日发布)

热门机型发布会期间的热度分布

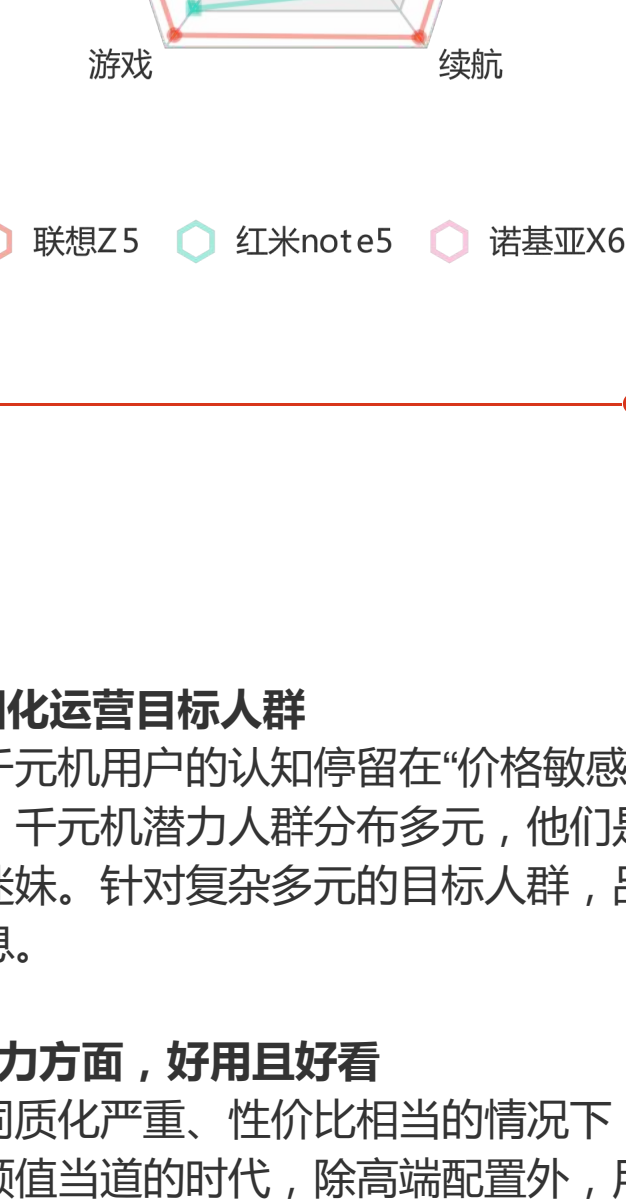


关于热门机型，人们主要在讨论什么？

红米note5中人们关注其6gb内存。联想的回归引发了人们的关注；其中丰富的配色，高屏占比成为国民优品的颜值保障；性能方面，超长待机受到人们的青睐。诺基亚的关注度很大一部分由情怀粉丝贡献，其中刘海屏、3060mah的虚化电池受到关注。



品牌及性能相关度指数分布



结合消费者对于外观、拍照、性能、游戏、续航等关键关注因素，我们做了品牌与关键因素的提及相关度排行。

我们发现联想Z5在各方面有着均衡的表现，高颜值及出色的性能表现让其在千元机海中脱颖而出；红米note5在游戏及拍照领域的表现更受消费者认可；诺基亚在拍照领域提及较多。

5

总结与品牌启示

- 精细化运营目标人群**
以往对千元机用户的认知停留在“价格敏感”群体，他们多为学生或蓝领群体。根据本篇的千元机关注者分布来看，千元机潜力人群分布多元，他们是热衷于游戏动漫的年轻人，也有可能是因为代言人种草了千元机的迷妹。针对复杂多元的目标人群，品牌需要从细分人群洞察出发，触发消费者需求，传达精准的产品信息。
- 产品力方面，好用且好看**
在产品同质化严重、性价比相当的情况下，单一的“性价比比拼”营销已不能再打动千元机消费者。在当前颜值当道的时代，除高端配置外，用户期待厂商提供丰富的配色、时尚的外观设计，形成差异化产品特点。
- 承接品牌影响力，突围千元机红海竞争**
相比小米，联想及诺基亚以回归战役为千元机机型带来品牌热度，为其带来了销量好成绩外，品牌也受到了肯定。我们看到千元机在承接销量任务之外，也可以是品牌影响力的爆发点，可以为品牌注入新的活力。

本报告数据来源于头条指数、云图平台数据。

头条指数介绍：头条指数是字节跳动系产品的数据共享、分析平台，致力于依托字节跳动全系产品海量用户每天数以百亿次级的资讯阅读和视频播放行为产生的数据，测量每一条信息的传播力、描绘每一个用户更精准的画像，洞悉用户行为下更深层的动机。

云图平台介绍：云图平台是字节跳动基于智能算法驱动的大数据应用平台，为品牌主提供用户管理、营销洞察、投放策略的一站式解决方案。

数据区间：2018年6月1日 - 2018年6月29日

数据说明：

- 关注千元机用户：阅读并讨论“千元机”相关资讯（含文章、短视频、图片）的用户群体
- 千元机使用者：使用均价低于1500元的手机用户（价格数据源：取京东等电商平台的该机型的现价均值）
- 关键词热度：根据用户对带有关键词的资讯阅读与互动行为综合加权计算的关键词热度
- 相关度：机型与性能关键词同时出现在同一篇资讯中的阅读数，统计数值越高，这几个词之间相关度越强