



千人千面，一点资讯

一点资讯用户研究

极光大数据

2018.12

目录

1 一点资讯简介

2 运营数据

3 一点资讯用户画像

4 一点资讯使用情况

5 一点资讯用户消费行为

6 一点资讯品牌形象

关键发现



综合新闻资讯行业用户规模达5.31亿，渗透率近5成



近一年，一点资讯app渗透率最高点达7.93%



短视频在一点资讯app用户中渗透率达83.7%，排名综合新闻资讯渗透率top 5 app中第一



一点资讯用户中，男性用户占比达56.9%，26-35岁用户接近5成；一线城市用户占比远高于平均水平，广东省用户最多



约9成用户对一点资讯评价在比较满意的水平以上；一点资讯用户净推荐值为81.1%

CHAPTER 01

一点资讯简介

一点资讯定位和功能

一点资讯定位：构建以内容生态、技术创新、数据运营有机整合的服务体系，致力于成为全球最大的内容分发平台

- 一点资讯是融合搜索和个性化推荐技术的兴趣引擎，帮助用户更好地发现、表达、甄别、获取和管理对其真正有价值内容的新闻资讯应用



☒ 新闻资讯应用

★
定位

全球最大的内容分发平台

有机整合的服务体系



服务输出



极光大数据

☑
功能



数据来源：根据公开资料整理

一点资讯发展历程

一点资讯成立于2013年，目前估值达150-180亿人民币



数据来源：根据公开资料整理

CHAPTER 02

运营数据

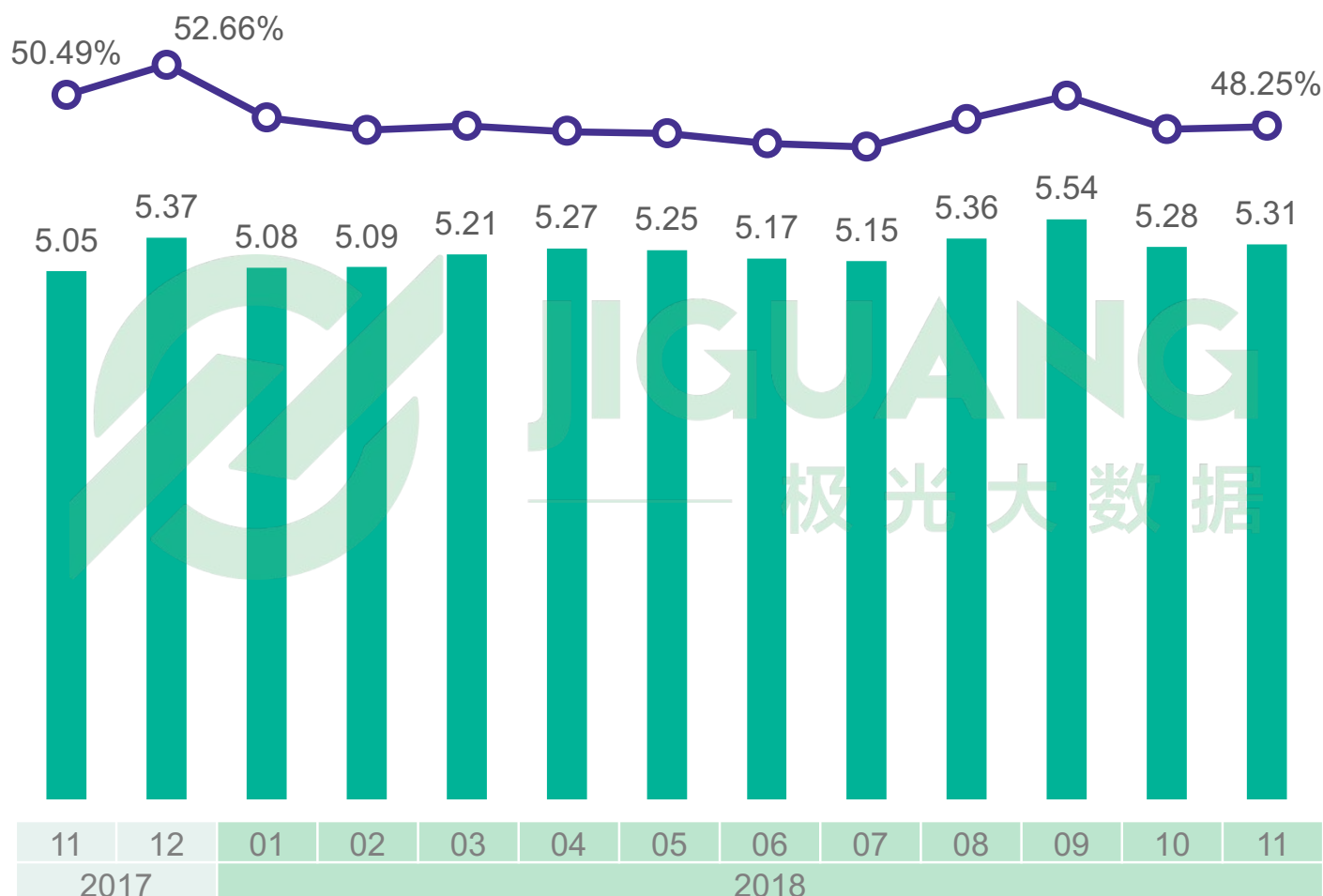
综合新闻资讯行业用户规模和安装渗透率

综合新闻资讯行业用户规模达5.31亿，渗透率近5成

截至2018年11月，综合新闻行业用户规模达5.31亿，较去年同期上升5.1%

综合新闻资讯行业app用户规模和安装渗透率

综合新闻行业用户规模（亿人） 渗透率



数据来源：极光大数据；取数周期：2017.11-2018.11

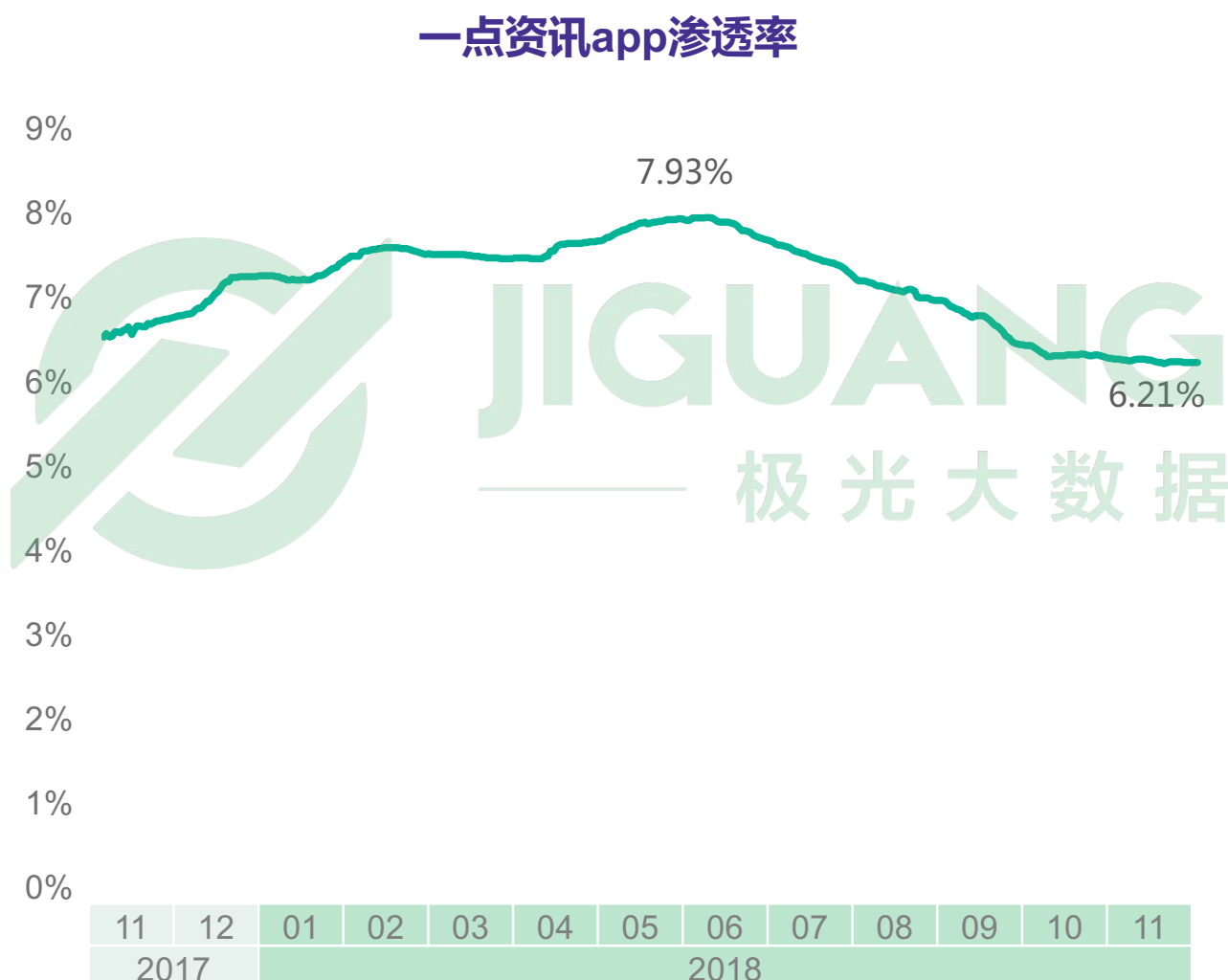
注：用户规模指安装该行业任一app的用户数

注：行业安装渗透率=安装该行业任一app的设备数 / 市场总设备数

一点资讯app渗透率

一点资讯app近一年渗透率最高点达7.93%

- 一点资讯app在今年6月份达到渗透率最高点7.93%，相当于每100个移动网民中有8个装有一点资讯app；一点资讯app渗透率在6月以后有所回落，11月底渗透率为6.21%



数据来源：极光大数据；取数周期：2017.11-2018.11

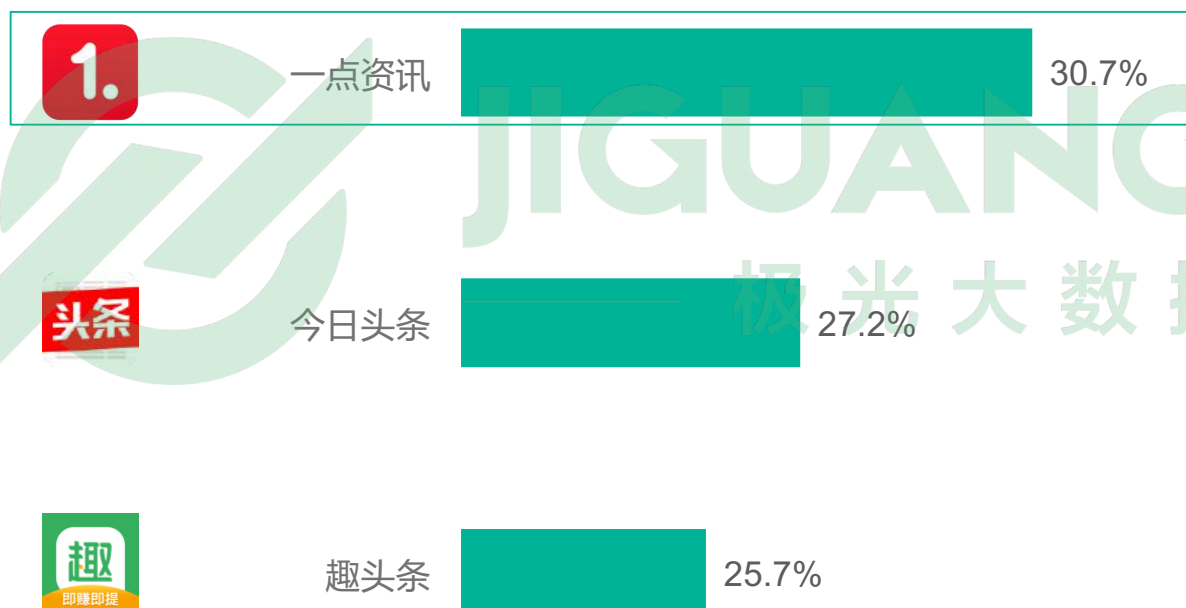
渗透率 = 安装某app的设备数 / 市场总设备数

综合新闻资讯app新增用户14天 活跃留存率

一点资讯新增用户14天活跃留存率达30.7%

- 在渗透率top 5的综合新闻资讯中，新增用户14天活跃留存率前三的app为一点资讯、今日头条和趣头条，留存率分别是30.7%、27.2%和25.7%

综合新闻资讯app新增用户14天活跃留存率



数据来源：极光大数据；取数周期：2018.12.01-2018.12.06；

14天活跃留存率指某日新安装用户在安装该app 14天后仍启动该app的比例

留存率为统计期内的均值；综合新闻资讯app范围为渗透率top 5 app，图中只展示留存率指标排名前三的app

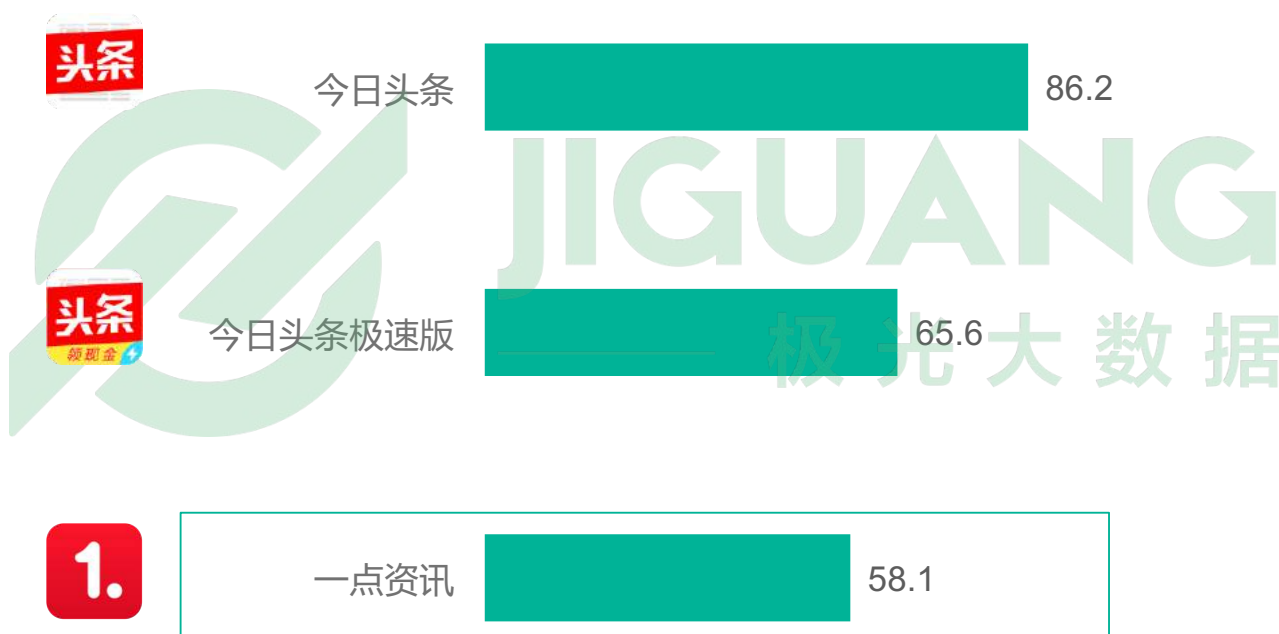
综合新闻资讯app日均使用时长

一点资讯app日均使用时长达58.1分钟

- 在综合新闻资讯top 5 app中，一点资讯app的日均使用时长接近1小时，仅低于今日头条和今日头条极速版

综合新闻资讯app日均使用时长

单位：分钟



数据来源：极光大数据；取数周期：2018.12.01-2018.12.21

日均使用时长为统计期内的均值

综合新闻资讯app范围为渗透率top 5 app，图中只展示日均使用时长指标排名前三的app

综合新闻资讯app独占率

一点资讯app独占率为28.5%

- 在综合新闻资讯渗透率top 5 app中，一点资讯独占率达28.5%，位列第三

综合新闻资讯app独占率



腾讯新闻

35.1%



今日头条

31.8%



一点资讯

28.5%

数据来源：极光大数据；取数周期：2018.11

独占率指该app的用户中，该app是用户唯一使用的综合新闻资讯app的用户比例；

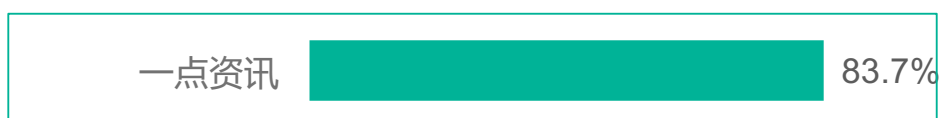
某app独占率 = 安装某综合新闻资讯app且未安装其他综合新闻资讯app的设备数 / 安装该app的总设备数

综合新闻资讯app范围为渗透率top 5 app，图中只展示独占率指标排名前三的app

短视频和汽车行业app在综合新闻资讯app用户中的渗透率

短视频在一点资讯用户中的渗透率达83.7%，
汽车行业在一点资讯用户中的渗透率达48.1%

短视频app在综合新闻资讯app用户中的渗透率



今日头条极速版 80.5%

腾讯新闻 78.8%

汽车行业app在综合新闻资讯app用户中的渗透率

腾讯新闻 49.9%

一点资讯 48.1%

今日头条 46.3%

数据来源：极光大数据；取数周期：2018.11

注：某领域在某个综合新闻资讯app中的渗透率 = 同时安装某综合新闻资讯app和该领域app的设备数 / 安装某综合新闻资讯app的总设备数

综合新闻资讯app范围为渗透率top 5 app，图中只展示某领域渗透率指标排名前三的app

CHAPTER 03

一点资讯用户画像

一点资讯用户画像小结



男性用户占比 **56.9%** 女性用户占比 **43.1%**

48.9%
是26-35岁用户



52.1%
大专及以上学历



12% 用户
分布在一线城市



14.2% 用户
分布在广东省

22.7%
企业基层职员



16.5%
自由职业



花 **六** 存 **四**

个人支出占
个人收入的比例
63.1%



oppo 用户占比*
55.7%



用户占比*
38.8%

兴趣三重奏

音乐占比
86.7%

旅游占比
54.6%

美食占比
48.4%

手游喜欢棋牌麻将

占比 **24%**
TGI达**150**



社交风格偏爱文艺小清新

占比 **55%**
TGI 达**440**



🔍 一点资讯用户画像详情请阅读下文

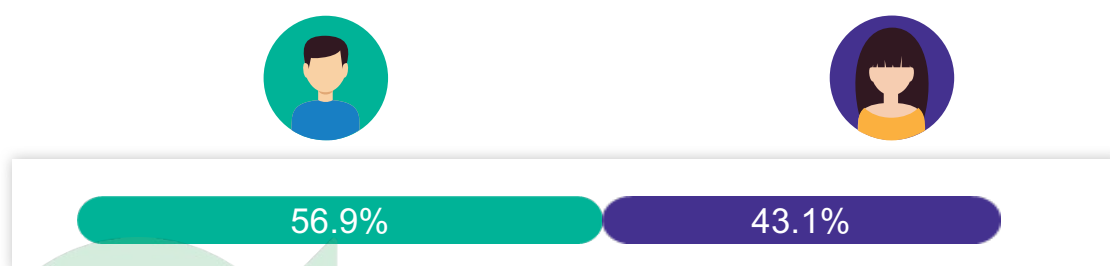
*仅包含安卓手机用户

一点资讯用户年龄和性别分布

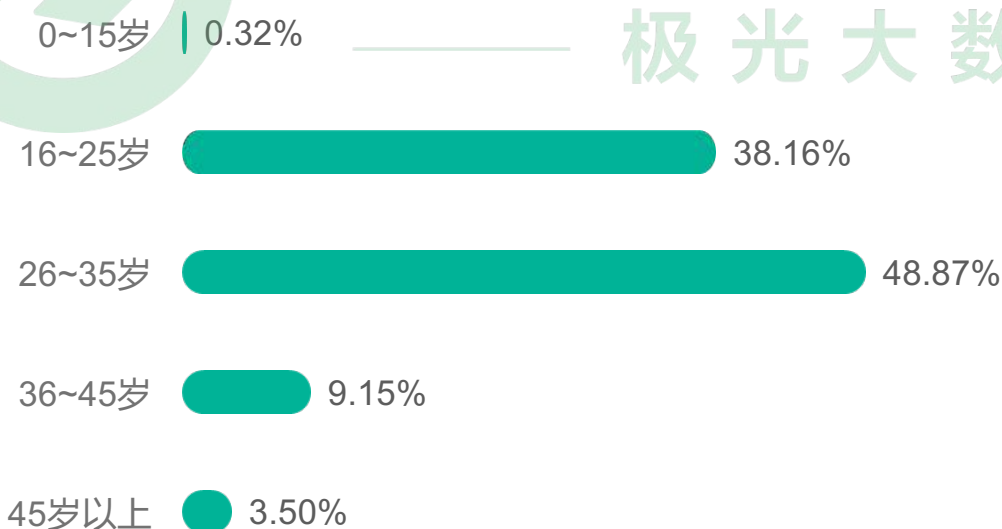
男性用户占比更高，26-35岁用户接近5成

- 一点资讯男性用户占比达56.9%，女性用户占比43.1%
- 26-35岁用户占比48.87%，16-25岁用户占比38.16%，这两个年龄层是一点资讯用户的中坚力量

一点资讯用户性别分布



一点资讯用户年龄分布



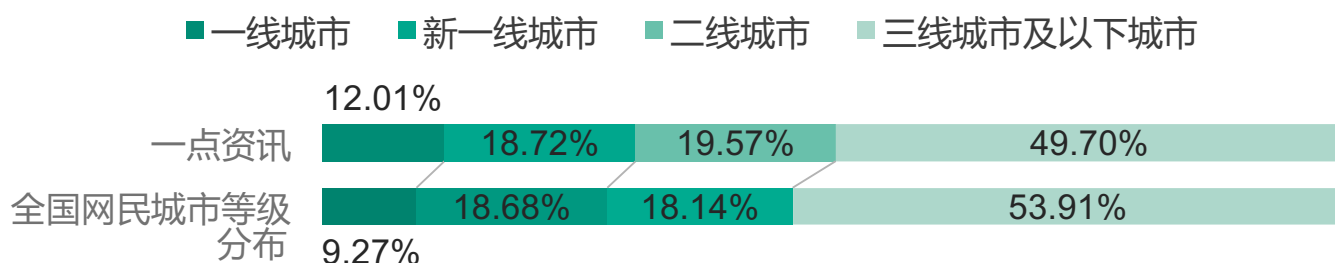
数据来源：极光大数据；取数周期：2018.10

一点资讯用户城市分布

一线城市占比远高于平均水平，广东省用户最多

- 一点资讯用户一线城市占比达12.01%，高于全国网民9.27%的一线城市用户占比；在省份分布中，广东省用户高达14.17%，占比第一；在城市分布中，上海、北京、广州、深圳位列前四

一点资讯用户地域分布



用户量top10 省份	用户量top10 城市
广东省 14.17%	上海 3.72%
江苏省 7.21%	北京 3.32%
浙江省 5.99%	广州 2.69%
山东省 5.71%	深圳 2.28%
河南省 5.21%	成都 2.01%
四川省 5.00%	重庆 1.98%
河北省 4.47%	苏州 1.69%
福建省 4.02%	东莞 1.68%
湖南省 3.71%	天津 1.45%
湖北省 3.32%	佛山 1.34%

数据来源：极光大数据；取数周期：2018.10

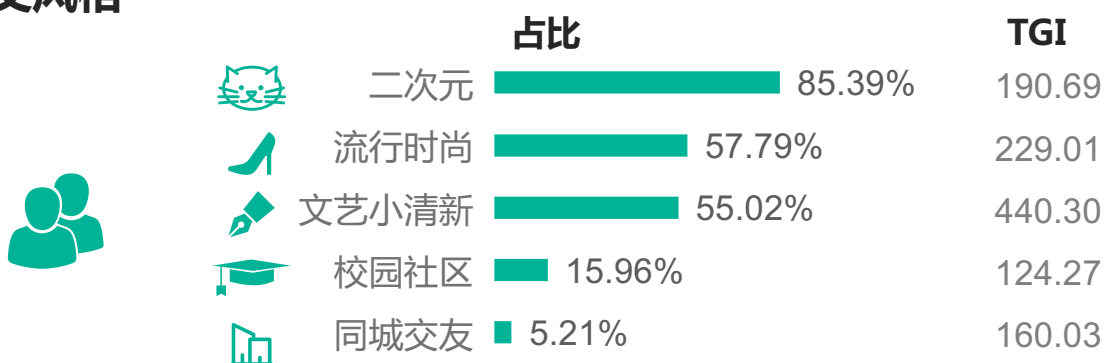
城市等级划分根据第一财经发布的《2018年城市商业魅力排名榜》

一点资讯用户偏好

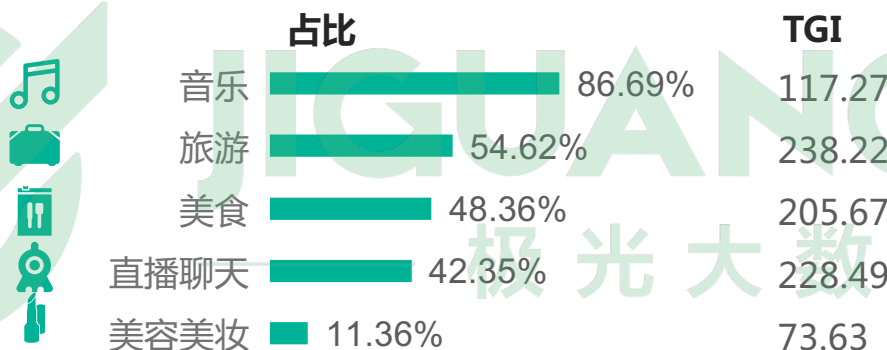
社交以二次元风格为主，喜欢音乐旅游美食，爱玩麻将棋牌

- 一点资讯用户中二次元社交风格占比85.39%，占比55.02%、位列第三的文艺小清新风格TGI达440.30，偏好度非常高；兴趣爱好方面，音乐、旅游和美食占比较高，分别为86.69%、54.62%和48.36%；游戏方面，麻将棋牌以23.99%的占比位列第一，TGI达149.98

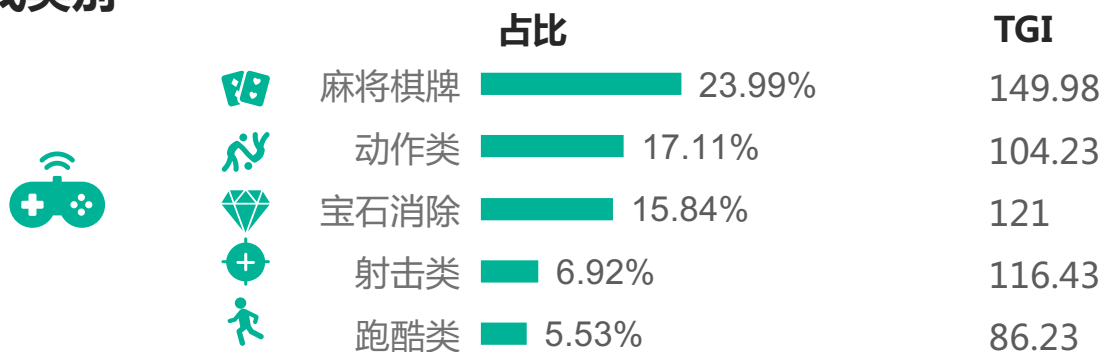
社交风格



兴趣爱好



游戏类别



数据来源：极光大数据；取数周期：2018.10

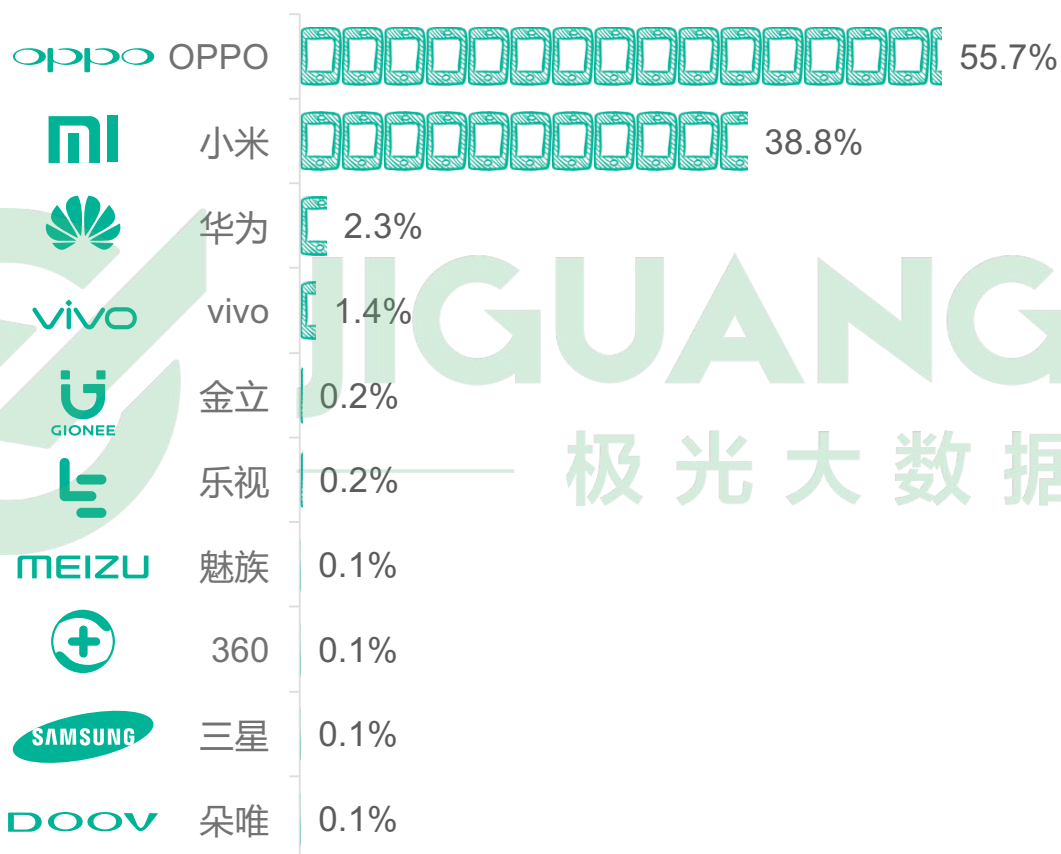
某标签TGI = 应用人群某标签占比值/市场总人群某标签占比值*100

安卓手机用户品牌分布top 10

OPPO和小米是一点资讯用户使用最多的两大安卓手机品牌

- 软硬件公司间的联动合作成为服务用户内容生态的一大方式；在一点资讯安卓用户中，OPPO以55.7%的占比位列第一，小米以38.8%的占比位列第二，这两大品牌都与一点资讯有密切的合作关系

安卓手机用户品牌分布top 10



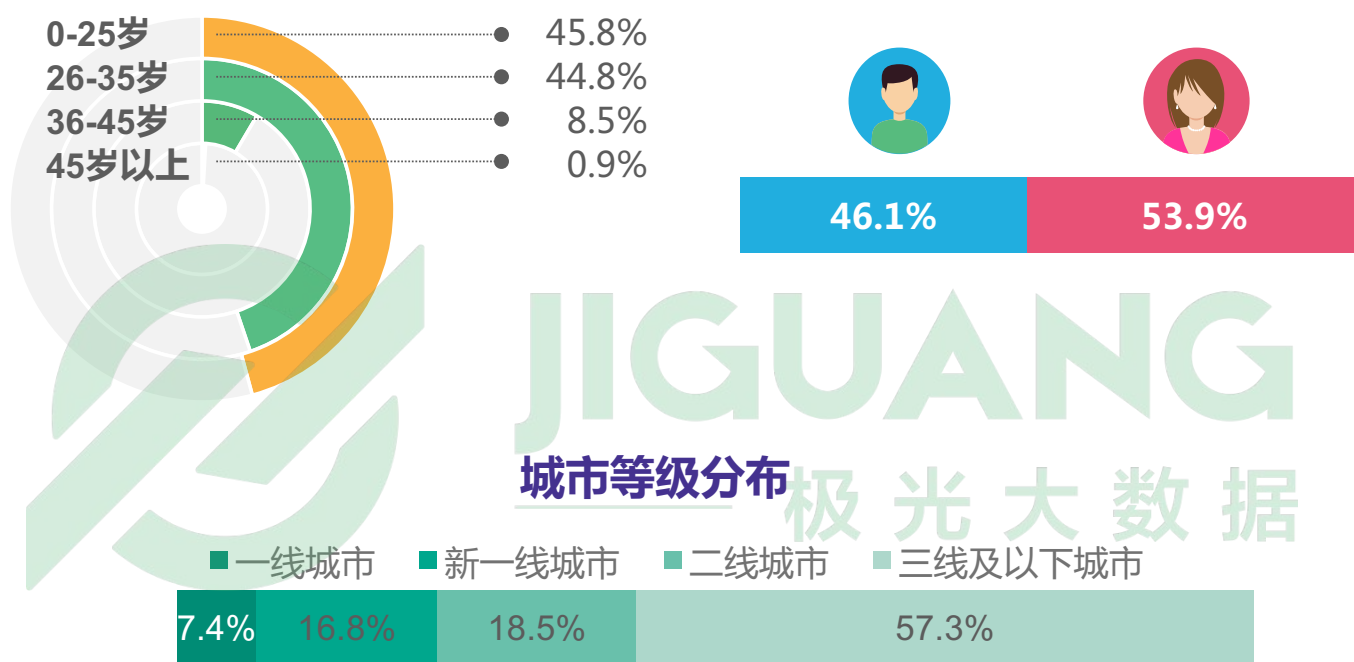
数据来源：极光大数据；取数周期：2018.10

一点资讯OPPO手机用户画像

女性用户比例较高，年轻用户居多

- OPPO手机用户中，女性占比达53.9%，0-25岁用户占比达45.8%，26-35岁用户为44.8%，35岁及以下用户超9成，用户年轻化特征明显
- 一线城市用户占比仅为7.4%，三线及以下城市用户占比达57.3%，城市用户量占比第一的是重庆市，占比为2.18%

年龄和性别分布



城市用户量分布top 5



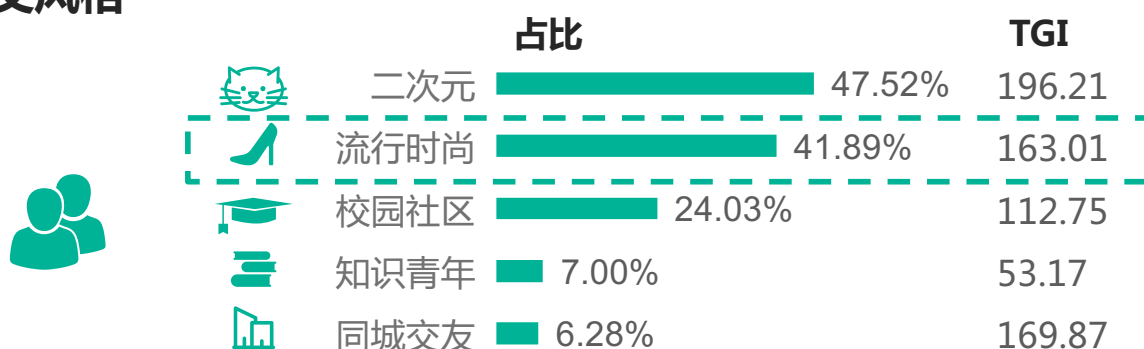
数据来源：极光大数据；取数周期：2018.10

一点资讯OPPO手机用户偏好

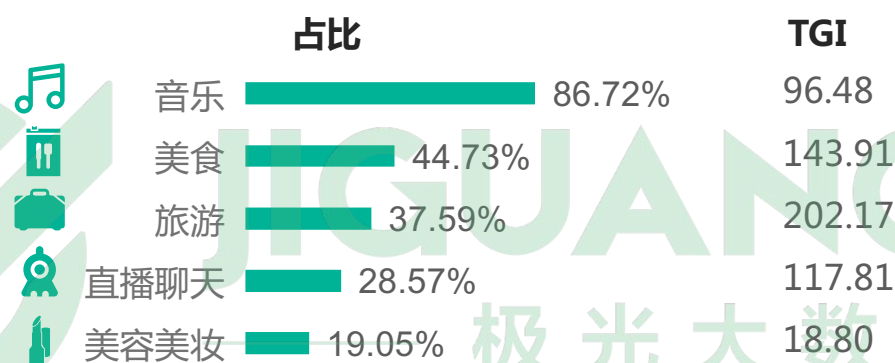
OPPO一点资讯用户——流行时尚风向标

- OPPO用户中，二次元社交风格占比47.52%，流行时尚占比达41.89%
- 在兴趣爱好方面，音乐、美食和旅游是OPPO用户的三大兴趣爱好，其中旅游的TGI达202.17
- 在游戏方面，麻将棋牌占比达28.73%，跑酷类TGI最高

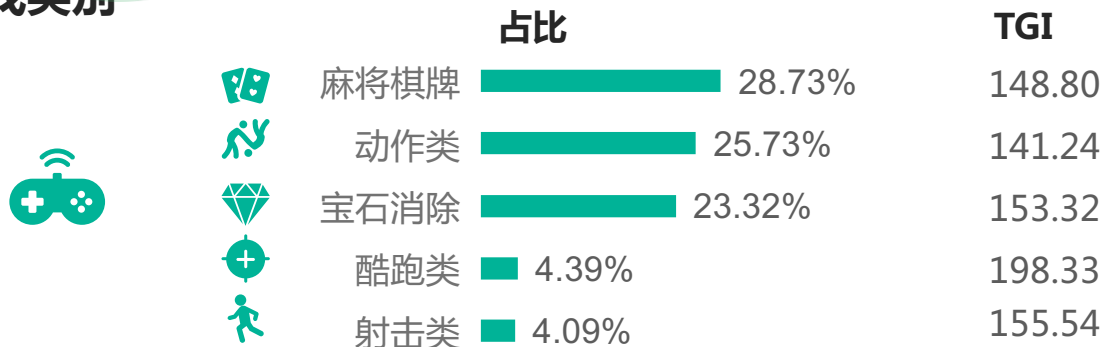
社交风格



兴趣爱好



游戏类别



数据来源：极光大数据；取数周期：2018.10

某标签TGI = 应用人群某标签占比值/市场总人群某标签占比值*100

一点资讯小米手机用户画像

男性用户为主，26-35岁是中坚力量

- 男性用户占比达75.9%，26-35岁用户占比达55.1%
- 一线城市用户占比为15.1%，其中上海市用户达4.71%

一点资讯用户年龄和性别分布



75.9%

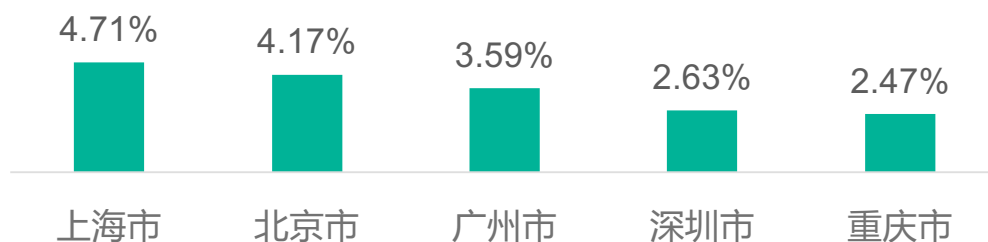


24.1%

城市等级分布



城市用户量分布top 5



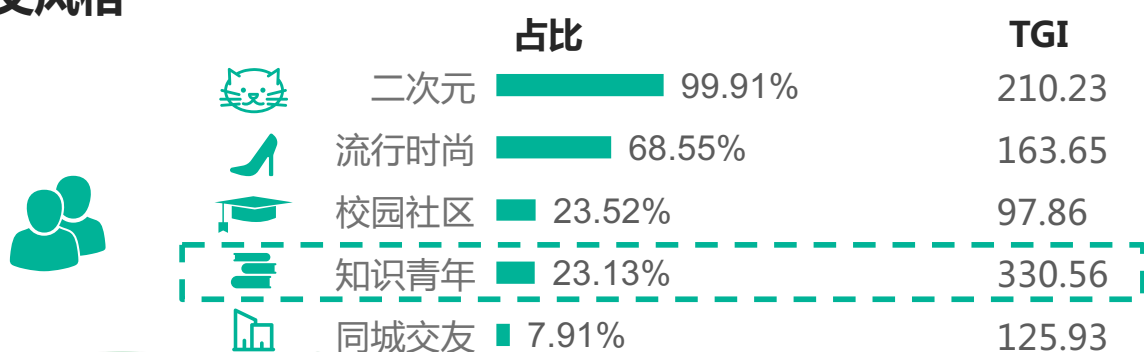
数据来源：极光大数据；取数周期：2018.10

一点资讯小米手机用户偏好

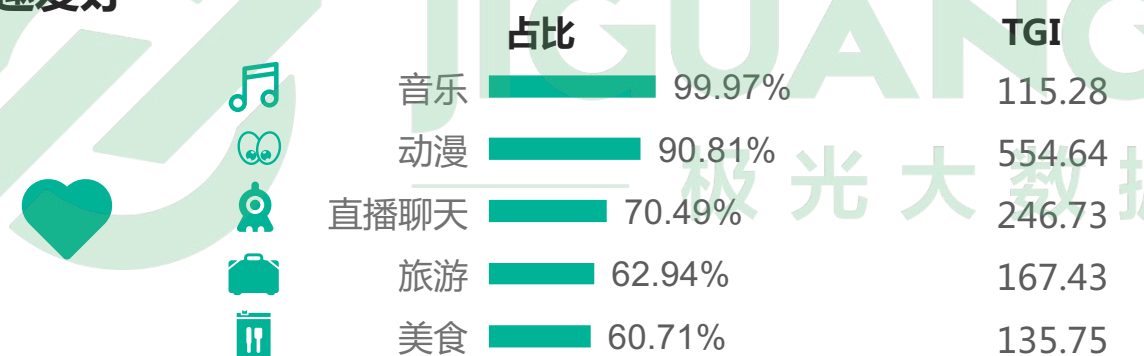
小米一点资讯用户中，以知识会友的社交风格表现突出

- 一点资讯小米手机用户的社交风格中，知识青年TGI达330.6，占比为23.13%；兴趣爱好主要有音乐和动漫，占比都达到90%以上；喜欢的游戏类别方面以动作类游戏和麻将棋牌为主

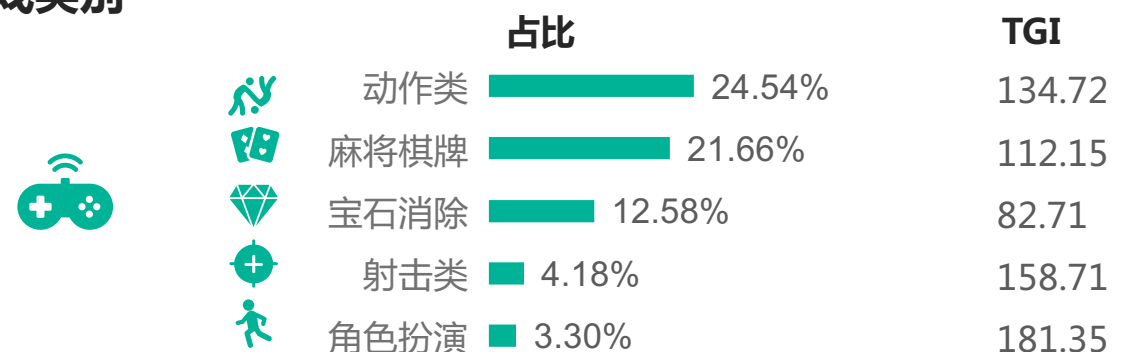
社交风格



兴趣爱好



游戏类别



数据来源：极光大数据；取数周期：2018.10

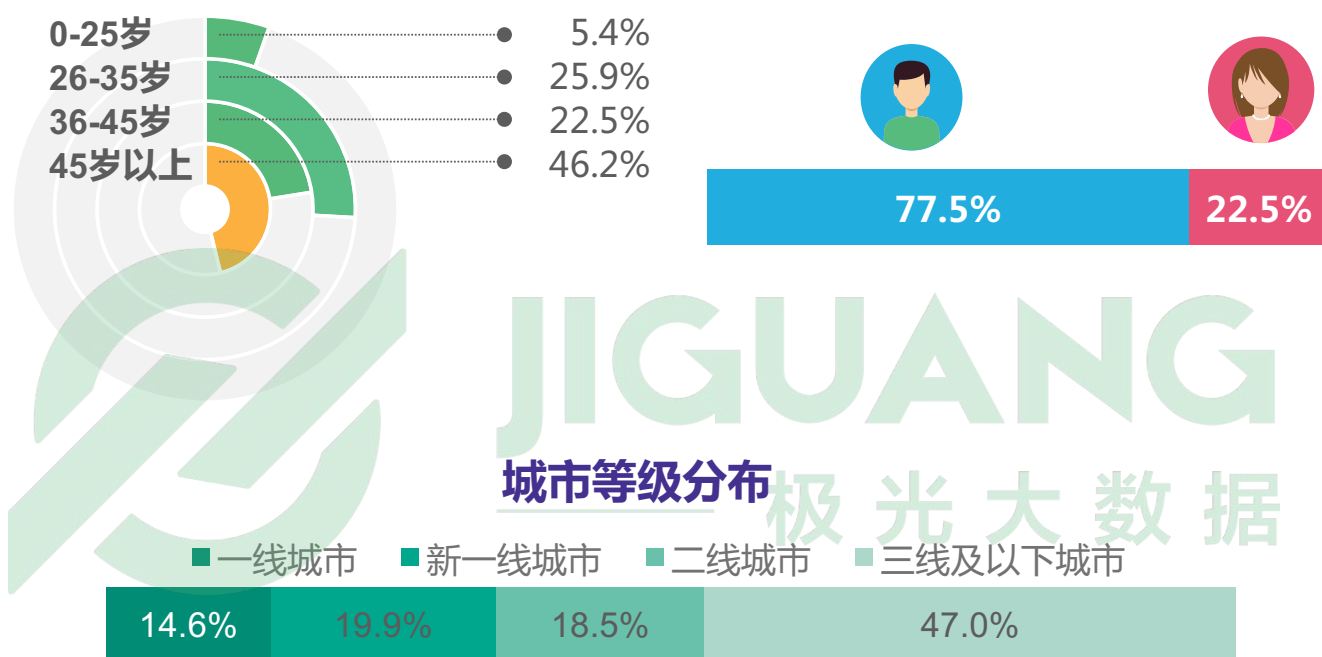
某标签TGI = 应用人群某标签占比值/市场总人群某标签占比值*100

一点资讯华为手机用户画像

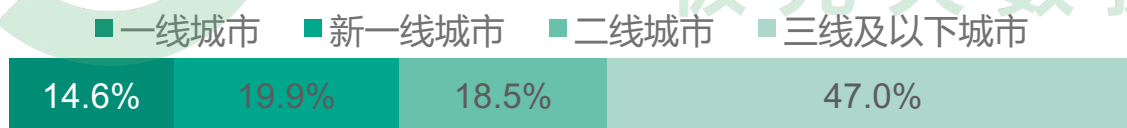
男性用户为主，中老年用户占比高

- 华为手机用户中，男性用户占比高达77.5%，45岁以上用户占比46.2%，25岁及以下用户仅为5.4%
- 城市分布中，一线城市占比14.6%，新一线城市占比19.9%，北京市是用户量分布排名第一的城市，用户量占比达5.36%

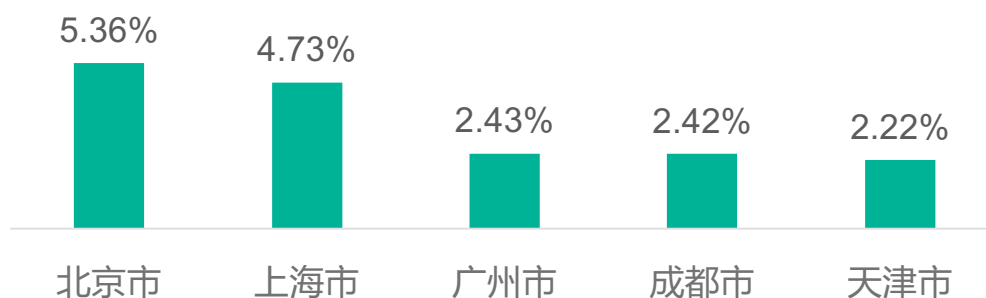
年龄和性别分布



城市等级分布



城市用户量分布top 5



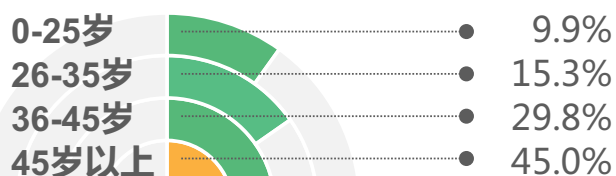
数据来源：极光大数据；取数周期：2018.10

一点资讯三星手机用户画像

男性用户比例稍高，中老年用户较多

- 三星手机用户中，男性用户占比68.1%，45岁以上用户占比达45%，36-45岁年龄层占比排名第二，占比为29.8%
- 城市分布中，三线及以下城市用户占比达56%，城市用户量排名第一的是重庆市

年龄和性别分布



68.1%



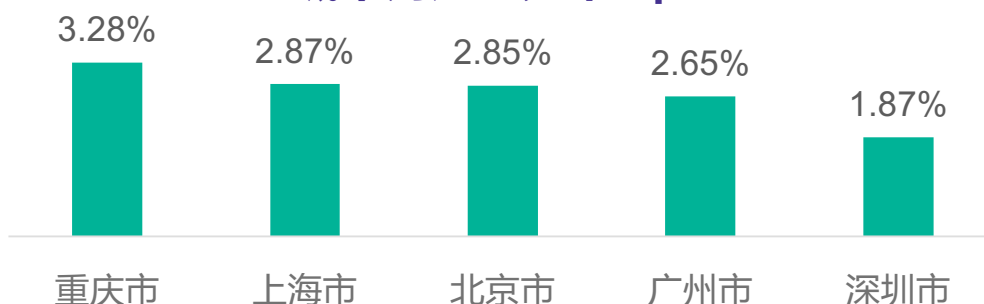
31.9%

城市等级分布

■ 一线城市 ■ 新一线城市 ■ 二线城市 ■ 三线及以下城市



城市用户量分布top 5



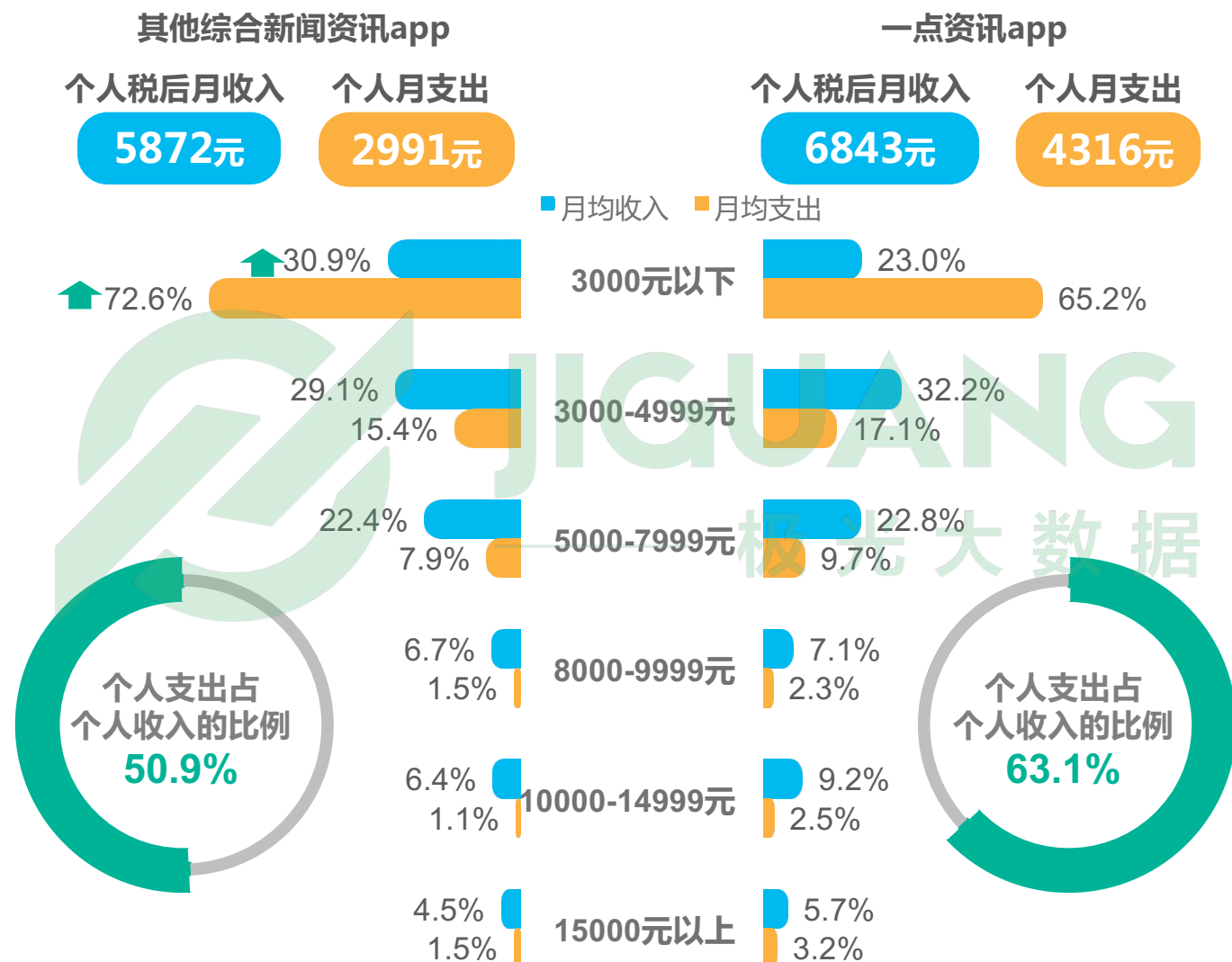
数据来源：极光大数据；取数周期：2018.10

一点资讯用户收支情况

每月结余近四成，可谓是消费适度，存钱有方

- 超两成一点资讯用户月收入超过8千元，平均个人税后收入达6843元；有65.2%的一点资讯用户月均支出在3千以下，平均个人月支出是4316元，个人支出占个人收入的比例为63.1%；相比其他综合新闻资讯app，一点资讯用户的月均收入和支出都高出约1000元左右，支出占收入的比例高出12.2%；整体来说，一点资讯用户是收入和消费能力更强劲群体

一点资讯用户收支情况



数据来源：极光调研，一点资讯总样本503个，其他综合新闻资讯app样本500个；取数周期：2018.10-2018.11；其他综合新闻资讯app包含腾讯新闻、今日头条、网易新闻、凤凰新闻、搜狐新闻、趣头条和天天快报7款app，如没有特别说明下文内容中其他综合新闻资讯app的含义相同；月均支出不包含理财；↑表示在95%置信度上显著高于一点资讯

一点资讯用户职业情况

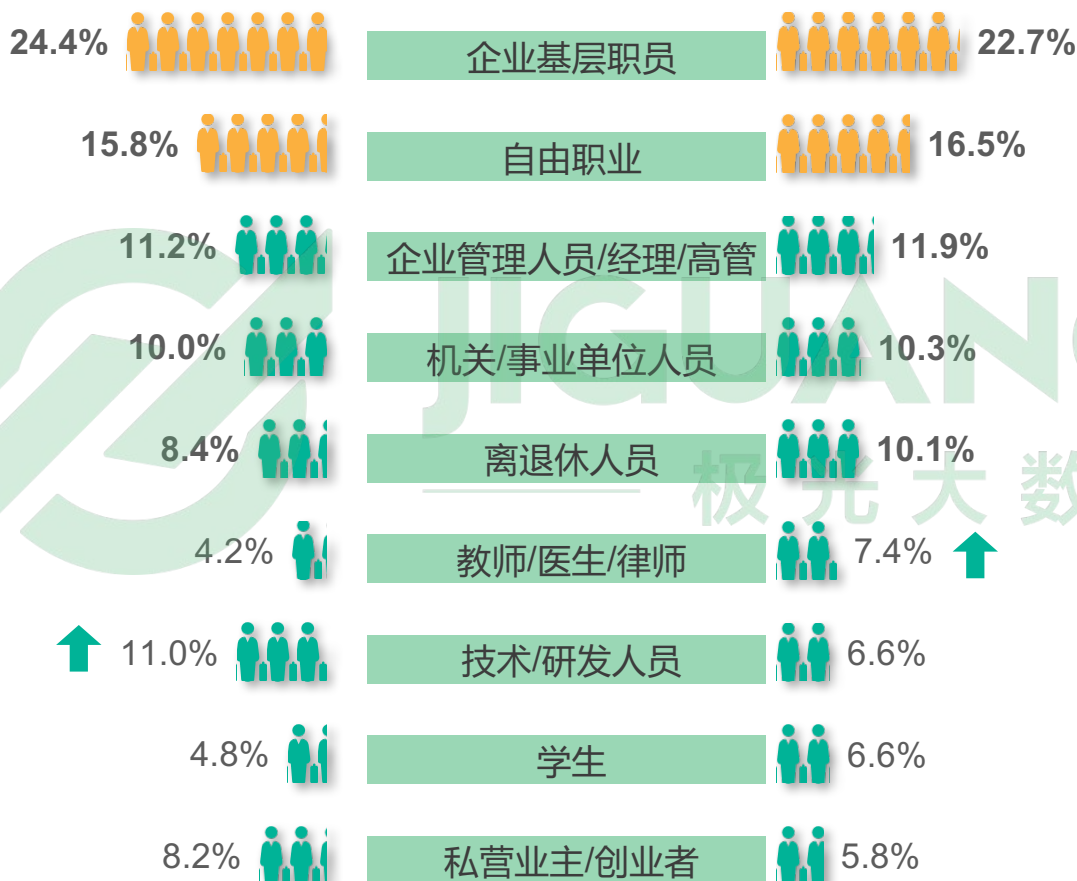
企业基层职员和自由职业者是一点资讯用户的两大主要身份

- 一点资讯用户中，企业基层职员占比22.7%，自由职业者占比达16.5%；企业管理人员/经理/高管、机关/事业单位人员、离退休人员占比超过一成，分别是11.9%、10.3%、10.1%；与其他综合新闻资讯app相比，一点资讯用户在教师/医生/律师职业比例明显更高

一点资讯用户职业情况

其他综合新闻资讯app

一点资讯



数据来源：极光调研，总样本503个，取数周期：2018.10-2018.11

↑ 表示在95%置信度上显著高于一点资讯或其他综合新闻资讯app

图表未出示占比较小的“其他”选项

一点资讯用户学历情况

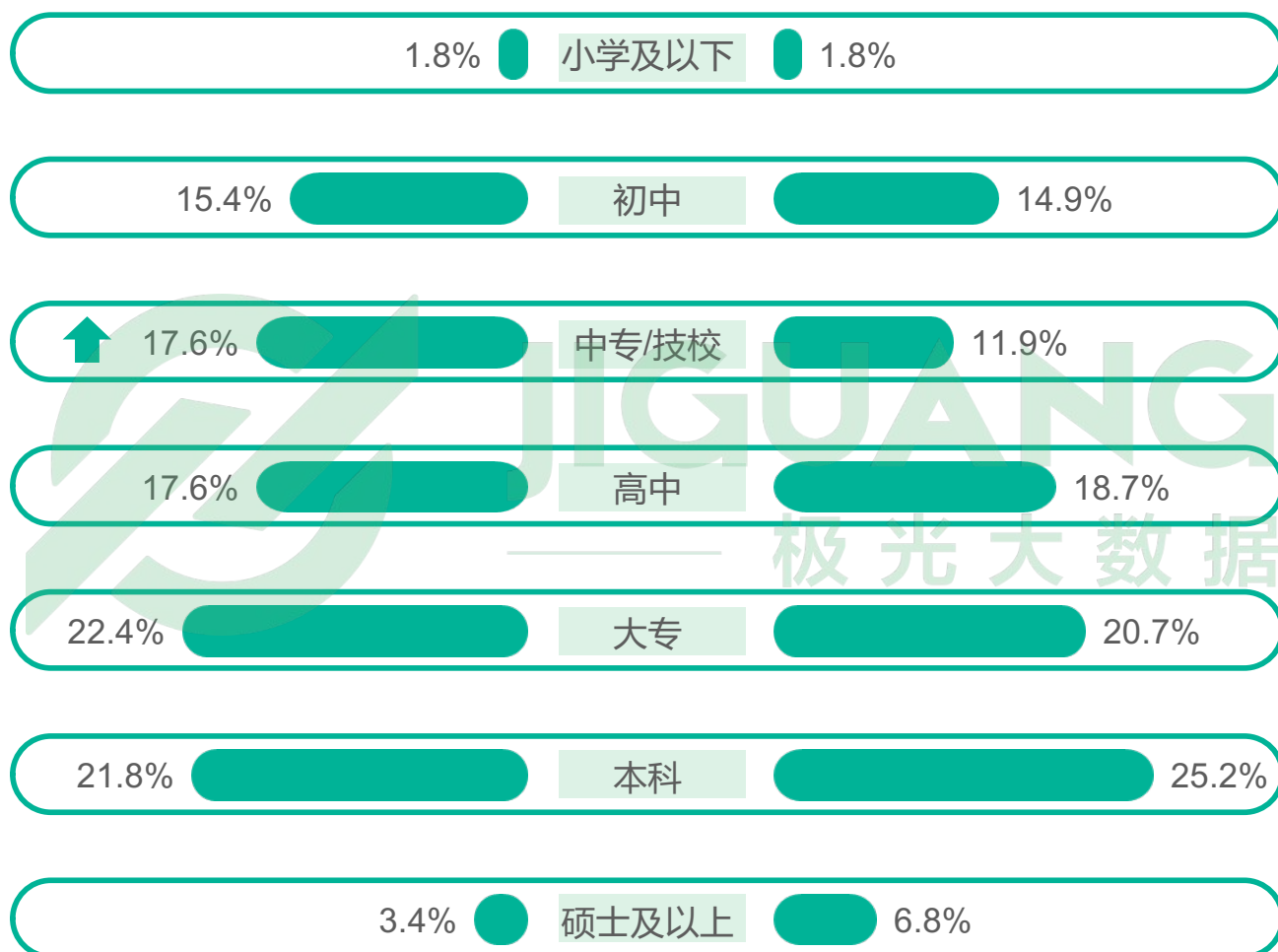
超五成用户学历在大专及以上水平，其中本科学历达25.2%

- 一点资讯用户中，大专学历用户达20.7%，本科学历用户达25.2%，是一点资讯用户中占比最大的学历，硕士及以上用户占比达6.8%，高于其他综合新闻资讯app

一点资讯用户学历情况

其他综合新闻资讯app

一点资讯



数据来源：极光调研，总样本1003个，取数周期：2018.10-2018.11

↑ 表示在95%置信度上显著高于一点资讯

CHAPTER 04

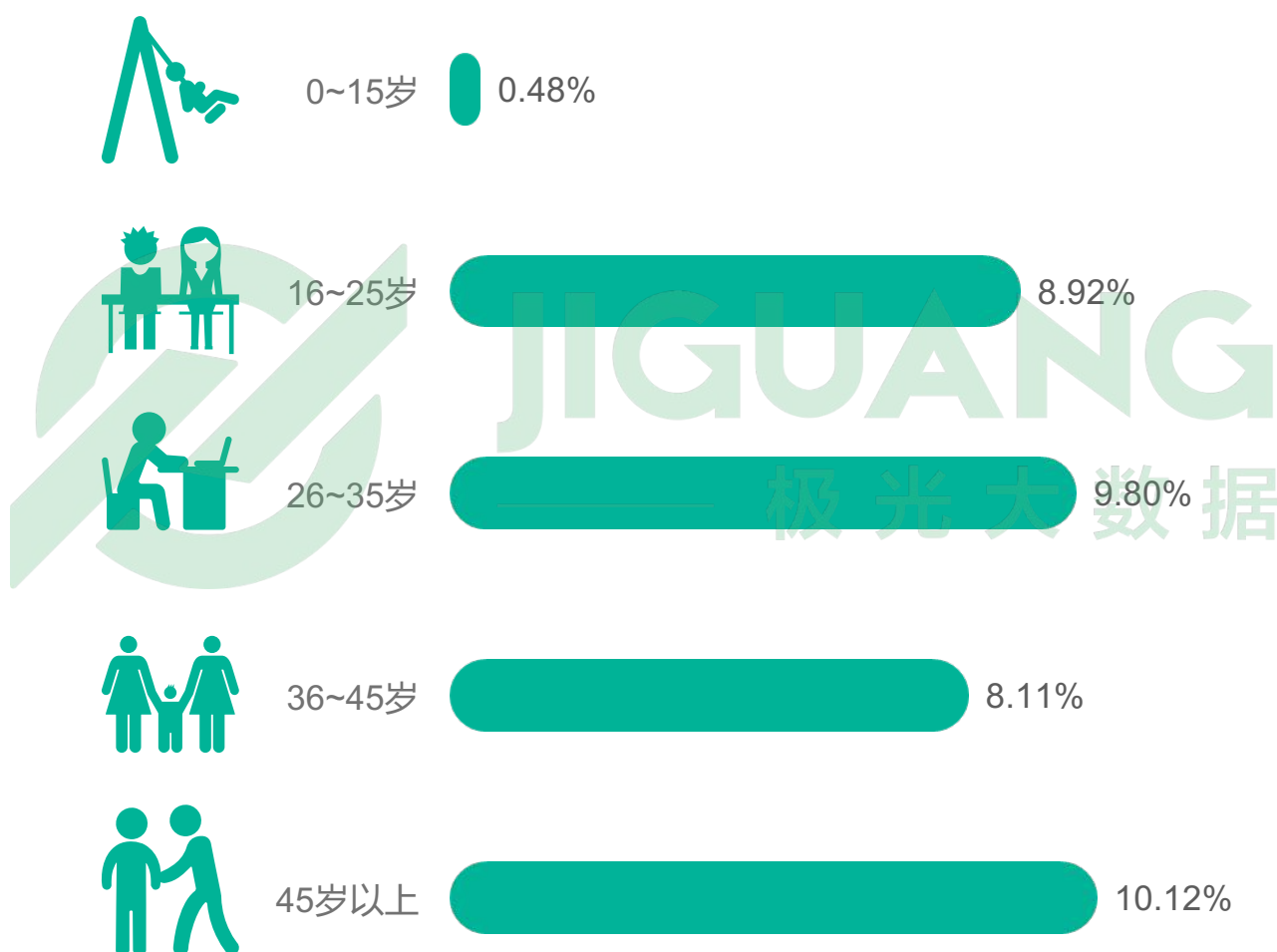
一点资讯用户使用情况

一点资讯不同年龄层用户渗透率

一点资讯在45岁以上用户中渗透率超10%

- 一点资讯在45岁以上用户中渗透率最高，达到10.12%；在26-35岁用户中渗透率达9.8%，是渗透率排名第二高的年龄层

一点资讯不同年龄层用户渗透率



数据来源：极光大数据；取数周期：2018.10

一点资讯某年龄层用户渗透率 = 该年龄层一点资讯app设备数 / 该年龄层市场总设备数 * 100%

一点资讯用户忠诚度

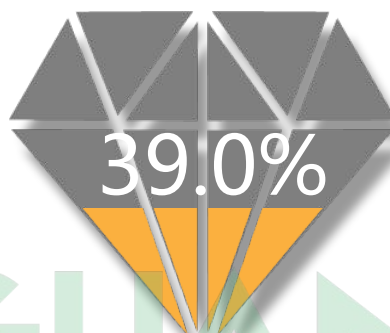
一点资讯用户忠诚度为39%，略高于其他综合新闻资讯app

- 一点资讯用户忠诚度为39%，比其他综合新闻资讯app高0.8%；整体上，综合新闻资讯的用户忠诚度均较低，用户愿意尝试使用新平台，以获得不同的内容阅读体验

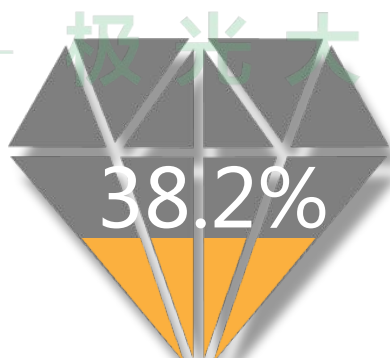
一点资讯用户忠诚度



一点资讯



其他综合新闻资讯app



数据来源：极光调研，一点资讯样本503个，其他综合新闻资讯app样本500个；取数周期：2018.10-2018.11

其他综合新闻资讯app包含腾讯新闻、今日头条、网易新闻、凤凰新闻、搜狐新闻、趣头条和天天快报 7款app，如没有特别说明下文内容中其他综合新闻资讯app的含义相同

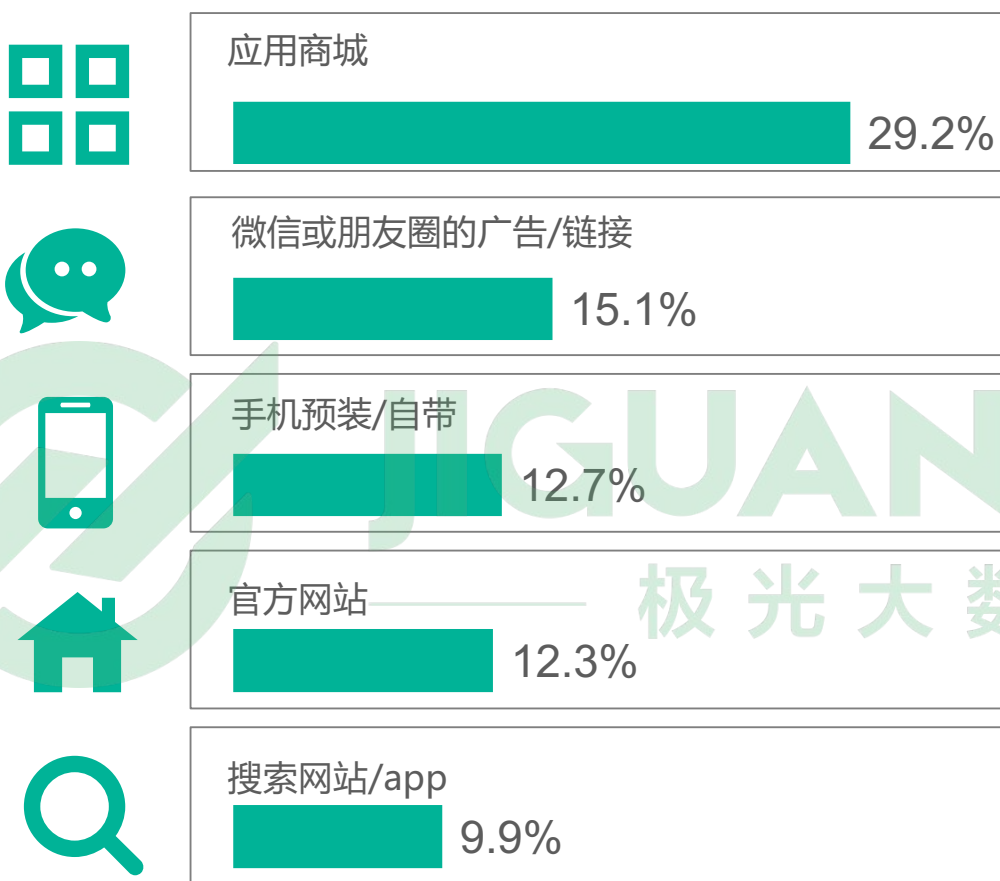
某app忠诚度=过去经常使用该app的用户中，考虑使用其他新闻资讯app的意愿度为一般或不喜欢的用户人数/过去经常使用该app的用户数*100%

一点资讯用户app安装渠道

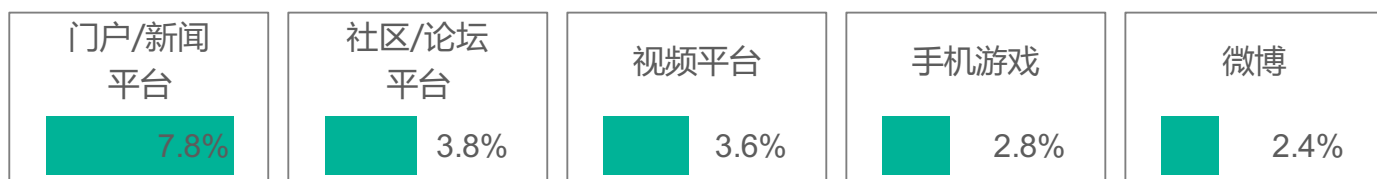
应用商城下载是一点资讯app重要安装渠道

- 一点资讯用户app安装渠道方面，应用商城占比接近3成，熟人社交平台微信或朋友圈的广告或链接占比为15.1%，手机预装是第三大安装渠道，占比达12.7%

一点资讯用户app安装渠道



其他广告推广安装渠道的占比



数据来源：极光调研，一点资讯样本503个；取数周期：2018.10-2018.11

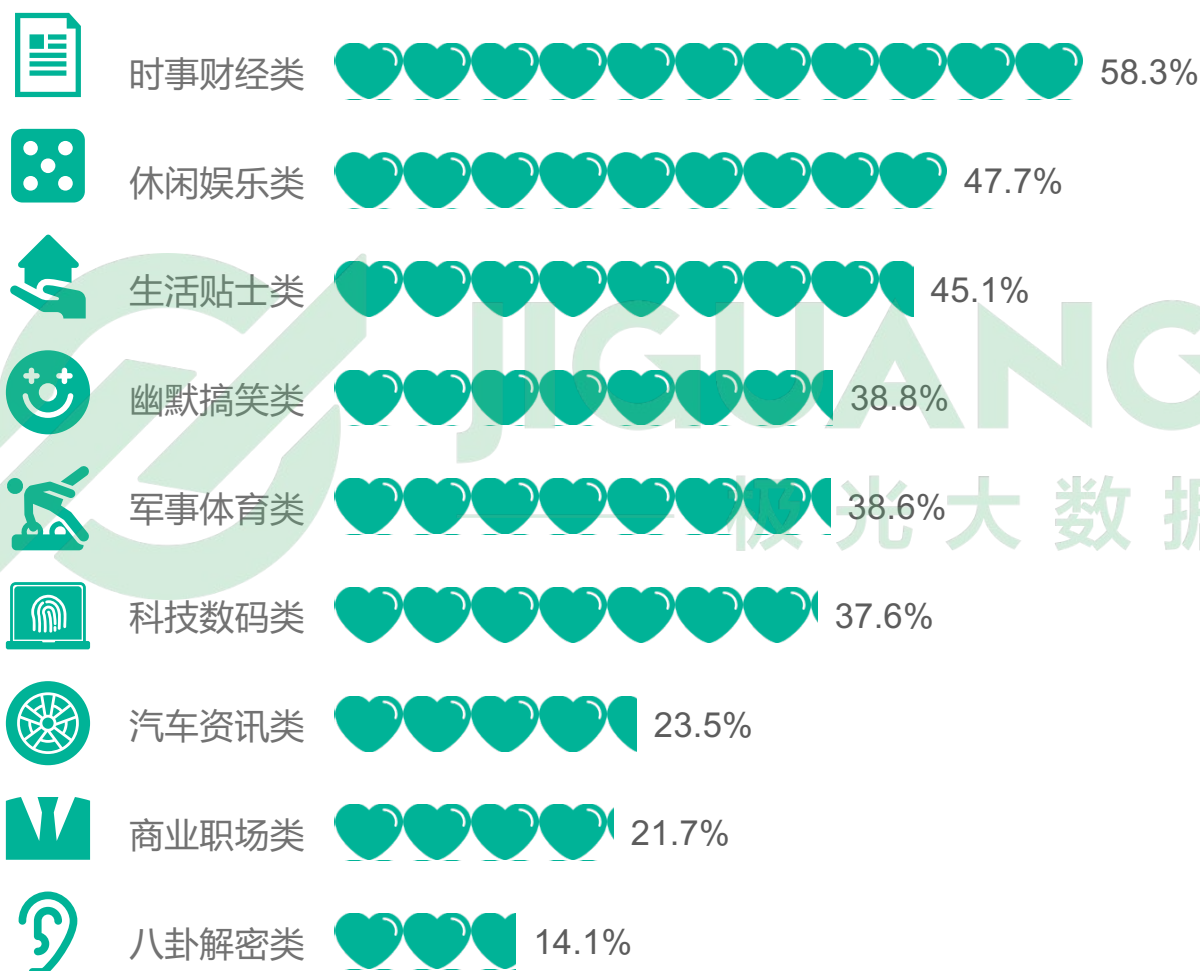
图表未出示占比较小的“其他”选项

一点资讯用户内容类型喜好

时事财经、休闲娱乐、生活贴士是一点资讯用户喜好的内容类型

- 喜好时事财经类内容的用户占比达到58.3%，喜好休闲娱乐类内容的用户占比47.7%，喜好生活贴士类的用户占比为45.1%

一点资讯用户内容类型偏好



数据来源：极光调研，一点资讯样本503个；取数周期：2018.10-2018.11

图表未出示占比较小的“其他”选项

一点资讯用户内容类型喜好

兴趣小圈子组成一点资讯用户内容喜好的万花筒

- 在内容喜好方面，除了资讯大世界，一点资讯用户还存在各式各样的兴趣小圈子；比如，以桌上音乐爱好为主题的喷笔频道，视频播放量超10万；以火车和铁路为乐趣的火车迷频道，订阅人数为3.6万人；聚集纸飞机爱好者的纸飞机频道，订阅人数达1.6万人；另外，还包括火腿族、清醒梦和阿卡贝拉等小圈子

一点资讯用户内容类型喜好



喷笔

Pen Beat

+订阅

Pen Beat相关视频播放量超10万

桌上音乐爱好者，用笔和手的不同部位敲击，来模仿架子鼓鼓点，谱写全新的乐章



火车迷

Train Fans

+订阅

火车频道订阅人数：3.6万人

这是一群对火车和铁路有着狂热痴迷的人们，用毕生的时间，去体验、拍摄每一列火车的旅程



纸飞机

Paper Plane

+订阅

纸飞机频道订阅人数：1.6万人

这是一群对纸飞机狂热痴迷的人们，他们孜孜不倦地钻研折叠方法与物理知识，以提高纸飞机滞空时间



火腿族

Radio Amateur

+订阅

无线电频道订阅人数：1.1万人

业余无线电爱好者，相隔万水千山的人们，通过漂浮在空气的电波联系彼此



清醒梦

Lucid Dreaming

+订阅

清醒梦频道订阅人数：4360人

梦的艺术家，他们在梦境中有意识地造梦，进而产生对美的微妙感受，对孤独的解读，对人生意义的探索



阿卡贝拉

A cappella

+订阅

阿卡贝拉频道订阅人数：2118人

无伴奏人声合唱，起源可追溯至中世纪的教会音乐，最具代表性的阿卡贝拉曲种，是格列高利圣咏

...

更多兴趣频道，请输入关键词搜索

数据来源：一点资讯；数据周期：2018年11月

一点资讯用户内容体裁喜好

新闻简讯、视频新闻/资讯和图片新闻/资讯是一点资讯用户最为喜欢的三大体裁形式

- 喜欢新闻简讯的用户占比50.7%，喜欢视频新闻/资讯的用户占比46.9%，喜欢图片新闻/资讯的用户占比为45.1%；另外，短视频体裁位列深度报道之后，占比为35.8%

一点资讯用户内容体裁喜好

新闻简讯 50.7%

视频新闻/资讯 46.9%

图片新闻/资讯 45.1%

深度报道 45.1%

短视频 35.8%

文学作品 28.0%

数据来源：极光调研，一点资讯样本503个；取数周期：2018.10-2018.11

图表未出示占比较小的“其他”选项

一点资讯用户内容使用场景分析

晚间闲坐家中或睡前是使用一点资讯app首要场景

- 在晚间闲坐家中或睡前使用一点资讯看新闻的用户占比高达65.2%，或许在一天工作后的闲暇时间了解新闻资讯也是一种放松方式；此外，在工作间隙或节假日休闲时看新闻也是主要场景，占比分别为40.2%和34.8%



数据来源：极光调研，一点资讯样本503个；取数周期：2018.10-2018.11

图表未出示占比较小的“其他”选项

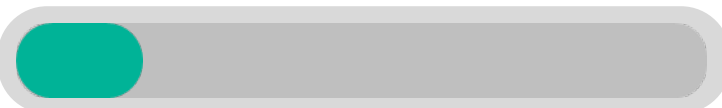
一点资讯用户的评论阅读习惯

超过一半的用户多数时候会看评论

- 55.3%的一点资讯用户多数时候会看评论，25.8%的用户偶尔看一看，18.3%的用户几乎每篇内容的评论都会查看，可见新闻资讯平台激励用户评论内容或许是平台运营的一种方法

一点资讯用户的评论阅读习惯

几乎每篇必看



18.3%

多数时候都会看



55.3%

偶尔看一看



25.8%

几乎从来不看



0.6%

数据来源：极光调研，一点资讯样本503个；取数周期：2018.10-2018.11

CHAPTER 05

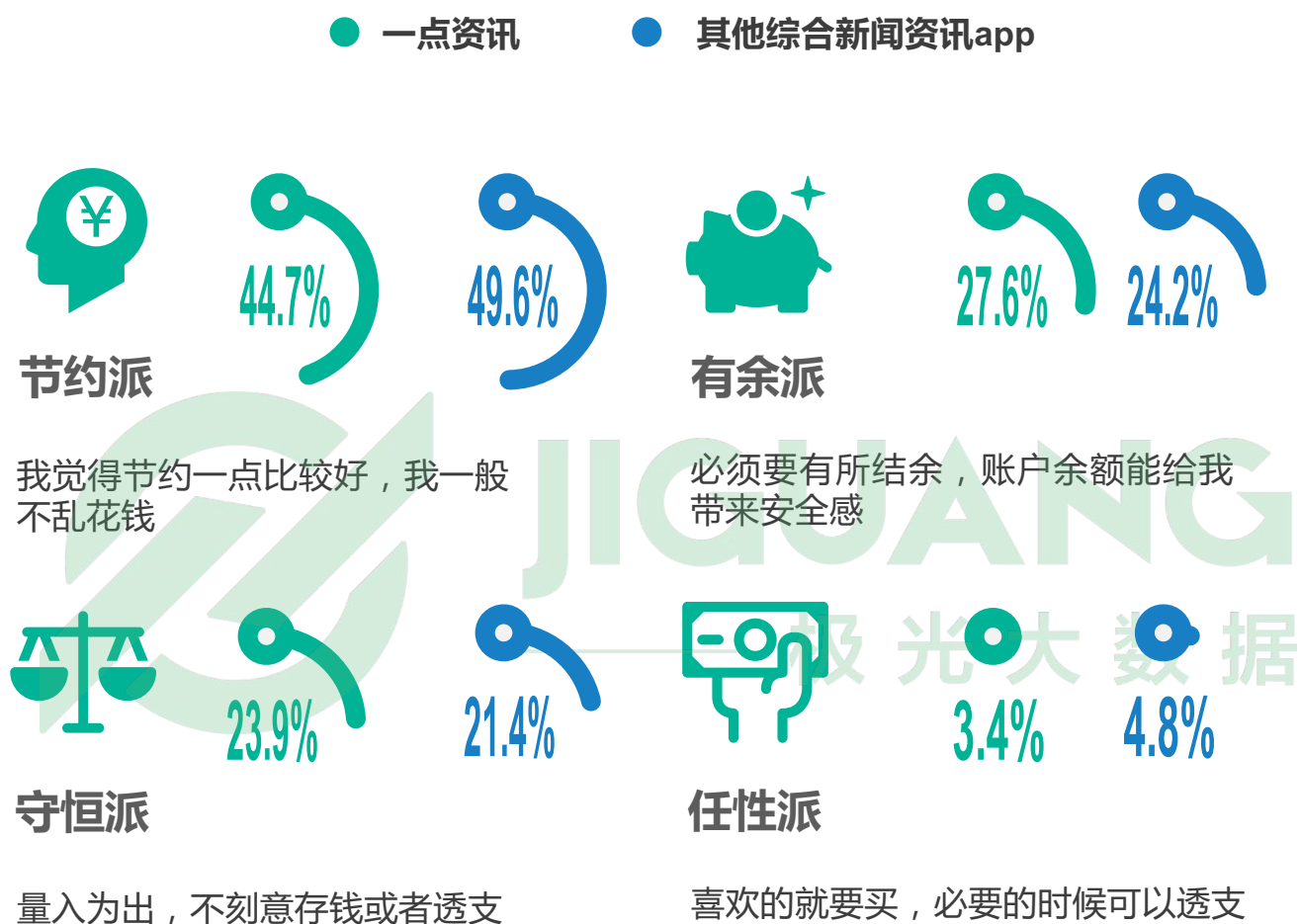
一点资讯用户消费行为

一点资讯用户消费观念

以节约、不乱花钱为主旨的节约派占比最高

- 一点资讯用户认为节约一点比较好，一般不乱花钱的节约派占据44.7%的比例，而持该观点的其他综合新闻资讯app用户达49.6%，与前一章用户收支情况较为吻合；另外，一点资讯用户中，认为必须要有结余的有余派占比27.6%，以量入为出作为标准的守恒派占比为23.9%，可以接受透支、只要喜欢就买的任性派仅占3.4%；整体来看，一点资讯用户的消费观念偏理性

一点资讯用户消费观念



数据来源：极光调研，一点资讯样本503个，其他综合新闻资讯app样本500个

取数周期：2018.10-2018.11

其他综合新闻资讯app包含腾讯新闻、今日头条、网易新闻、凤凰新闻、搜狐新闻、趣头条和天天快报 7款app，如没有特别说明下文内容中其他综合新闻资讯app的含义相同

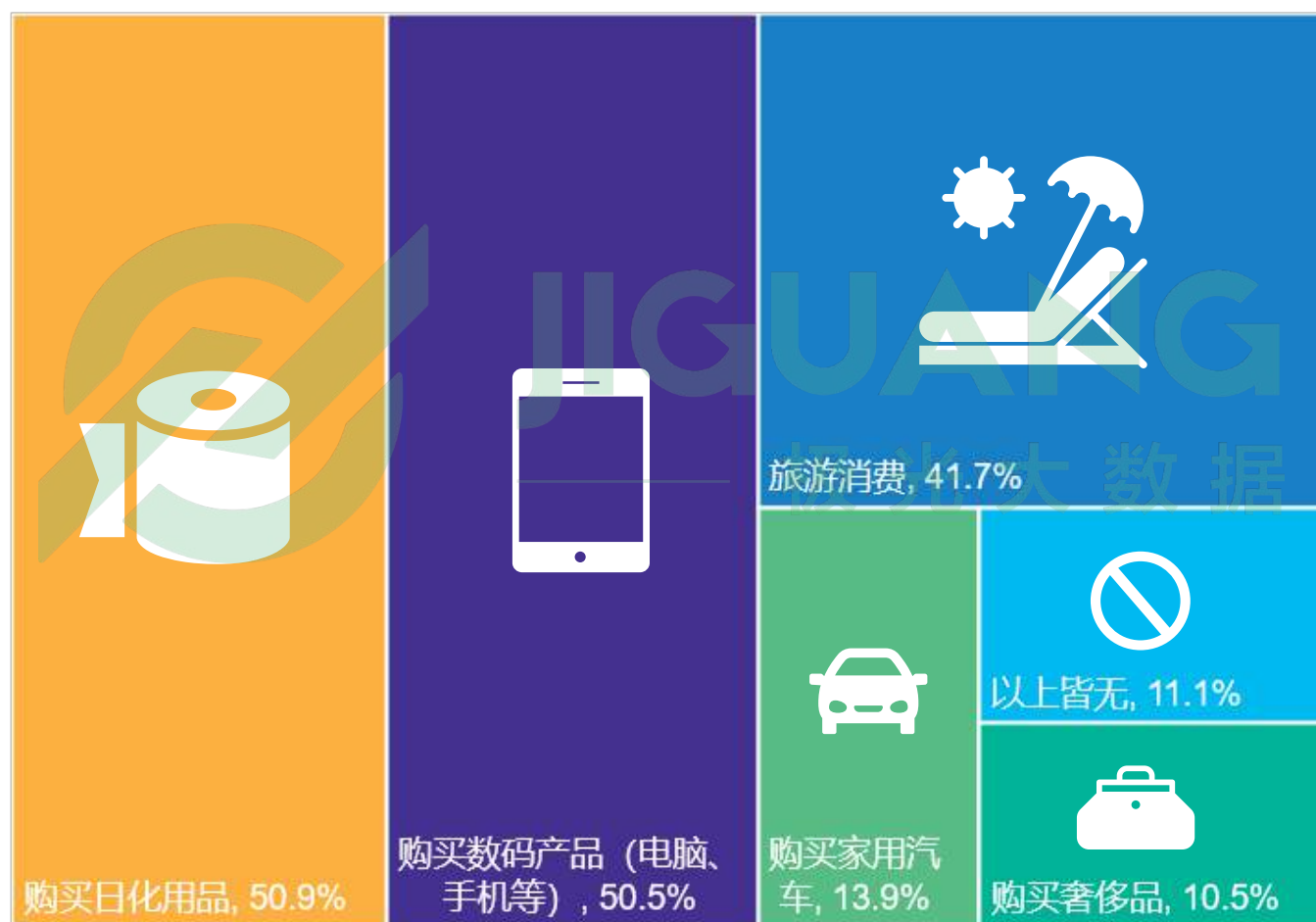
图表未出示占比较小的“其他”选项

一点资讯用户消费类别

购买日化用品、数码产品和旅游消费是三大主要消费类别

- 在过去一年中有日化用品消费行为的用户占比50.9%，购买数码产品的用户占比50.5%，进行旅游消费的用户占比41.7%；13.9%的用户购买过汽车，10.5%的用户购买过奢侈品

一点资讯用户消费类别



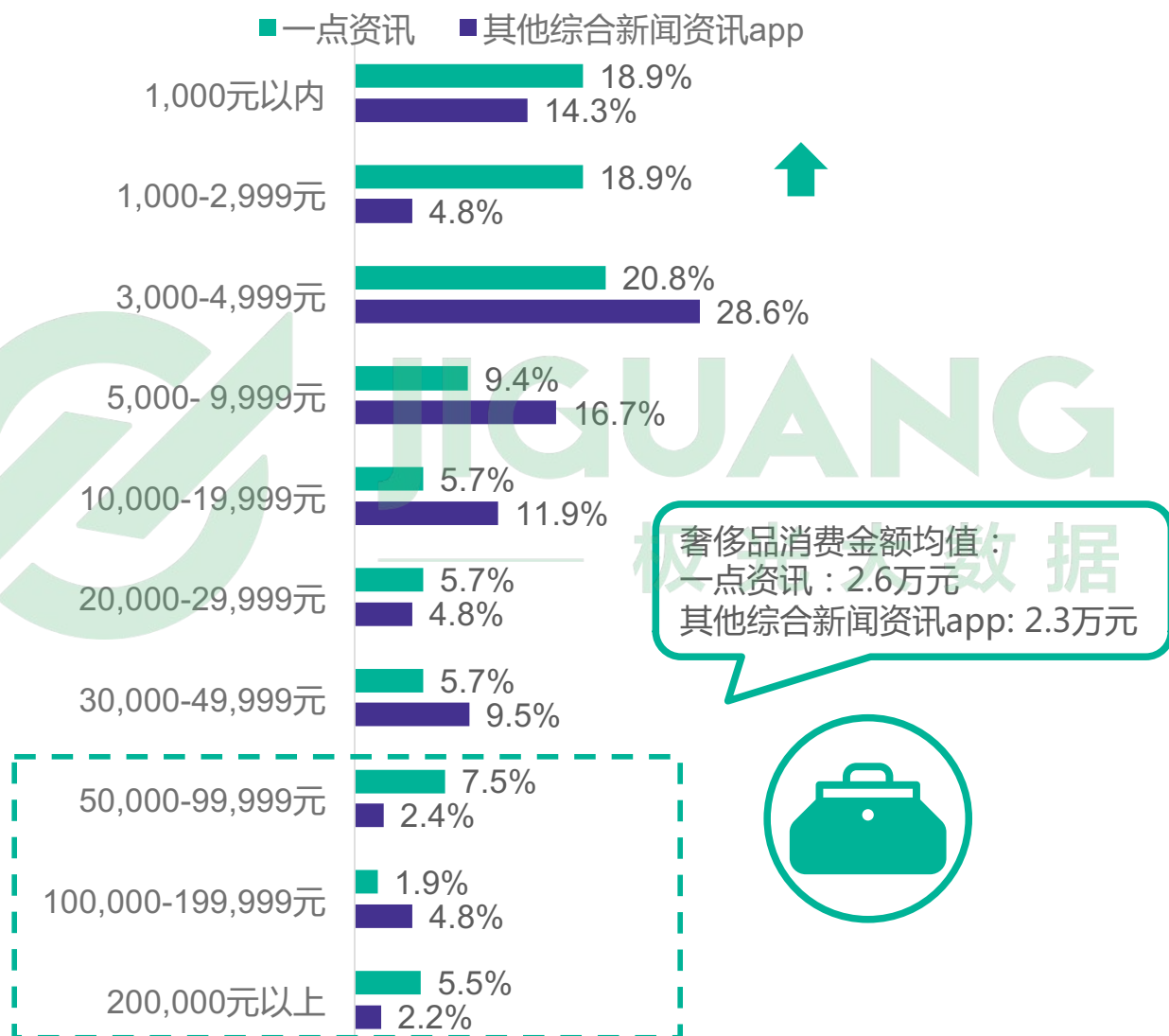
数据来源：极光调研，一点资讯样本503个；取数周期：2018.10-2018.11

购买奢侈品的年消费金额分布

购买奢侈品的一点资讯用户平均消费2.6万元

- 在购买奢侈品的一点资讯用户中，消费金额在3000到4999元之间的占比为20.8%，或许一点资讯用户更喜欢轻奢产品；同时，消费金额在5万到10万元之间的一点资讯用户占比为7.5%，在20万元以上的占比5.5%，均高于其他综合新闻资讯app；奢侈品消费均值显示一点资讯用户平均为2.6万元，其他综合新闻资讯app为2.3万元

购买奢侈品的年消费金额分布



数据来源：极光调研，一点资讯样本503个，其中购买奢侈品的样本有53个，其他综合新闻资讯app样本500个，其中购买奢侈品的样本48个；取数周期：2018.10-2018.11

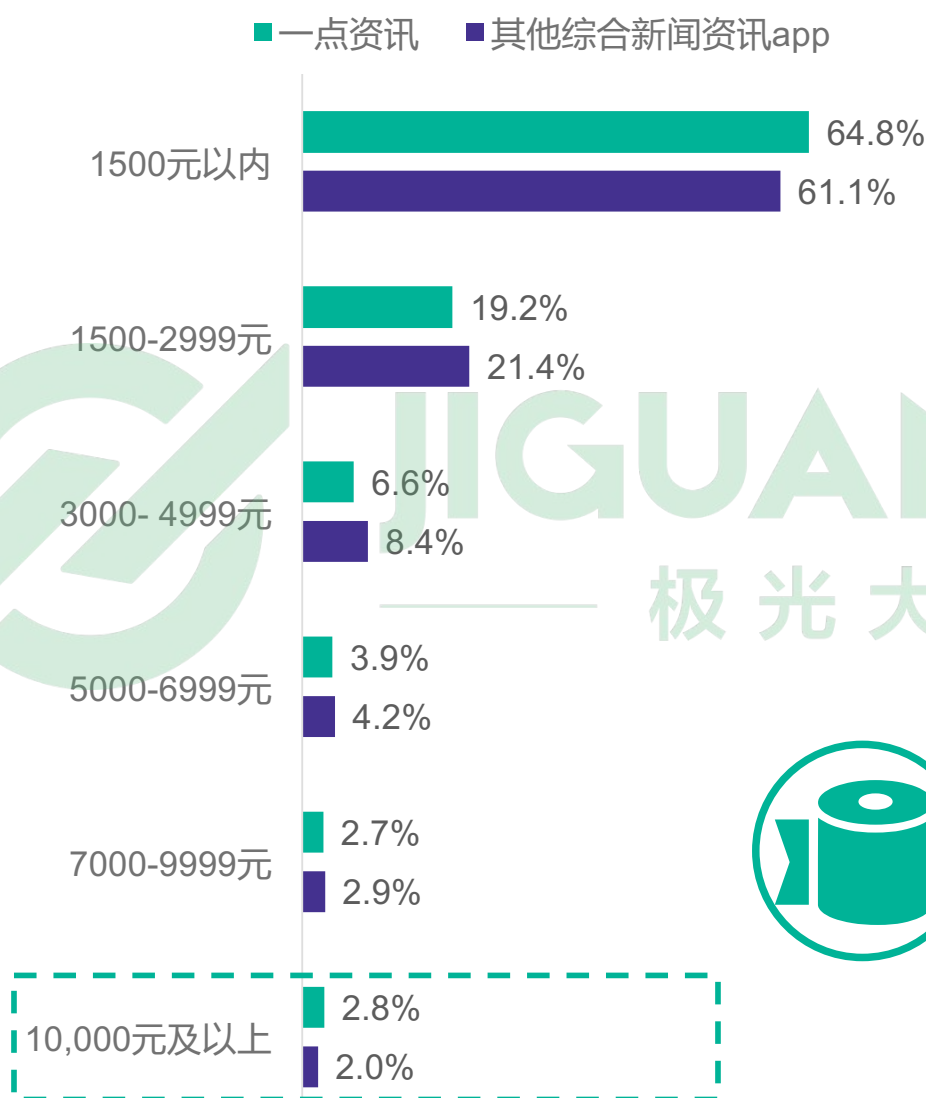
↑ 表示在95%置信度上显著高于其他综合新闻资讯app

购买日化用品的年消费金额分布

多数用户日化用品年消费金额在1500元以内

- 一点资讯用户日化用品年消费金额在1500元内的占比为64.8%，其他综合新闻资讯app占比为61.1%，两者差别不大；年消费金额在1500到2999元之间的占比为19.2%，3000元以上的占比为16%；2.8%的一点资讯用户购买日化用品的年消费超过1万元，高于其他综合新闻资讯app

购买日化用品的年消费金额分布



数据来源：极光调研，一点资讯样本503个，其中日化用品的样本有53个，其他综合新闻资讯app样本500个，其中购买日化用品的样本239个

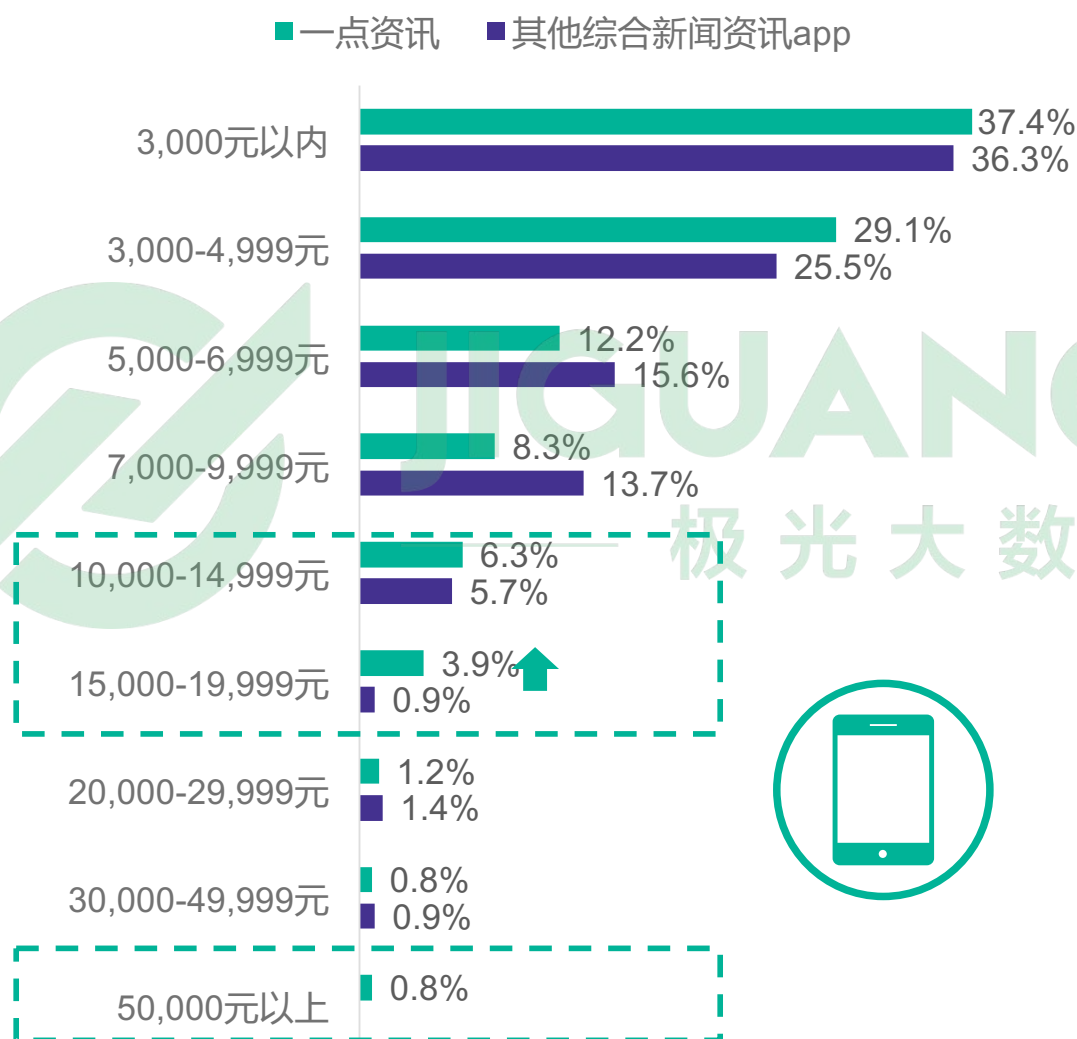
取数周期：2018.10-2018.11

购买数码产品的年消费金额分布

13%购买数码产品的一点资讯用户年消费金额在1万元以上

- 购买数码产品的一点资讯用户中，年消费金额在3000元以内的用户占比为37.4%，与其他综合新闻资讯app差别不大；在3000-4999元之间的占比为29.1%，高于其他综合新闻资讯app；在15000元至19999元的占比为3.9%，明显高于其他综合新闻资讯app在该区间的比例

购买数码产品的年消费金额分布



数据来源：极光调研，一点资讯样本503个，其中数码产品的样本有254个，其他综合新闻资讯app样本500个，其中购买数码产品的样本212个；取数周期：2018.10-2018.11

↑ 表示在95%置信度上显著高于其他综合新闻资讯app

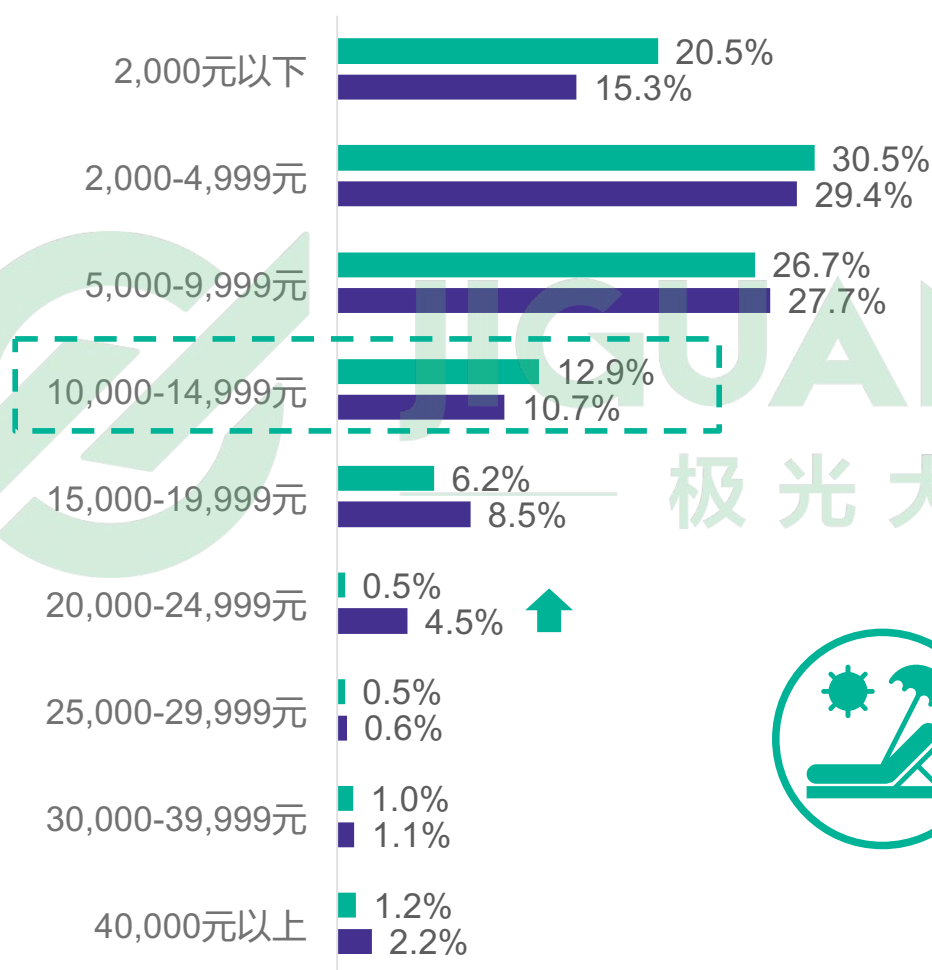
旅游的年消费金额分布

超2成有旅游消费的一点资讯用户年消费金额大于1万元

- 在有旅游消费行为的一点资讯用户中，年消费金额在2000到4999元之间的用户占比最大，达到30.5%，与其他综合新闻资讯app用户在该消费金额区间的占比差别不大；年消费金额在5000到9999元之间的占比为26.7%；在10000到14999元之间的占比为12.9%，高于其他综合新闻资讯app旅游人群在该区间的占比

旅游消费的年消费金额分布

■ 一点资讯 ■ 其他综合新闻资讯app



数据来源：极光调研，一点资讯样本503个，其中旅游消费的样本有210个，其他综合新闻资讯app样本500个，其中旅游消费的样本177个；取数周期：2018.10-2018.11

↑ 表示在95%置信度上显著高于一点资讯

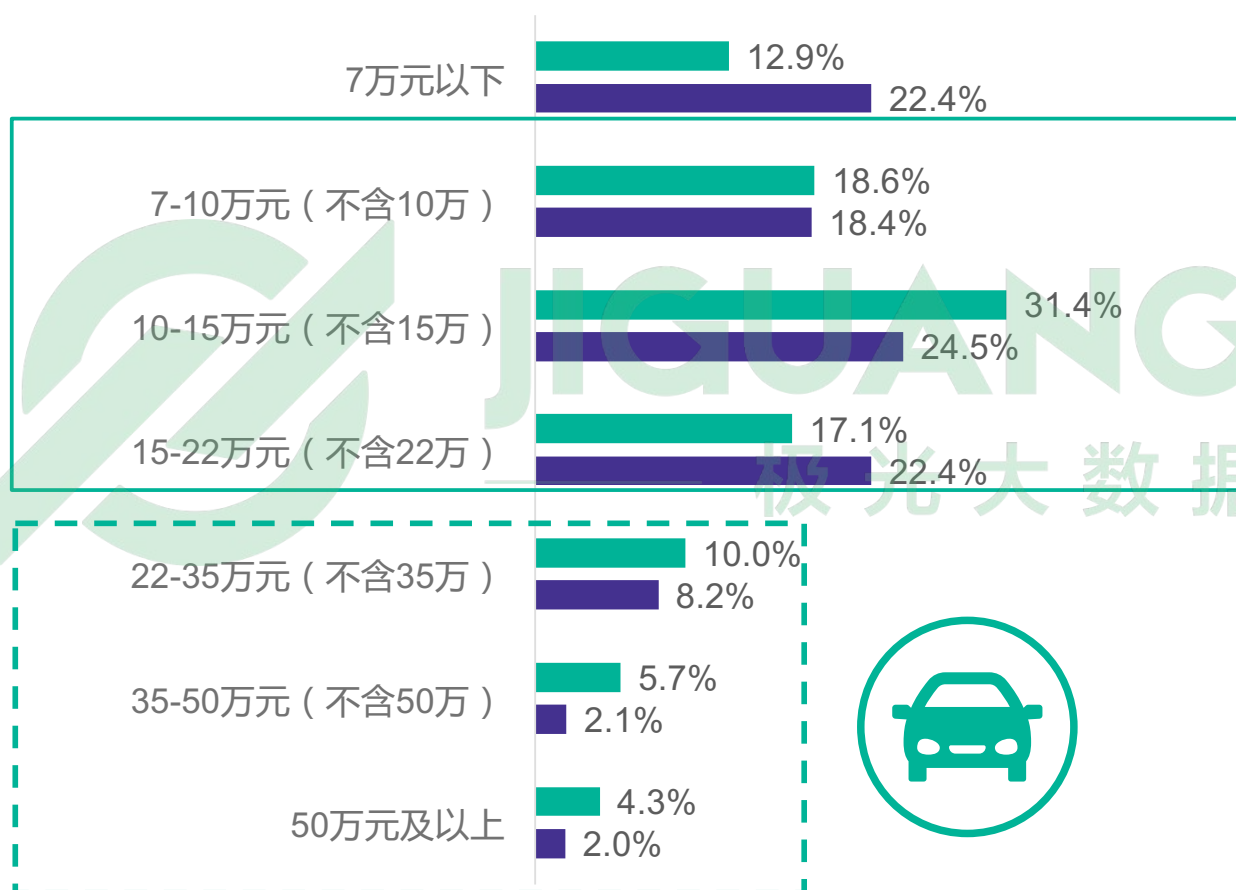
一点资讯用户过去一年购车花费

一点资讯购车一族中，消费金额在22万元以上的用户达2成，高于其他综合资讯app

- 7到22万元之间是一点资讯用户的购车消费金额较为集中的范围；31.4%的一点资讯购车用户过去一年花费在10到15万元之间，该消费金额区间在其他综合新闻资讯app用户中比例为24.5%；花费金额在7-10万元的占比为18.6%，花费金额在15-22万元的占比为17.1%；一点资讯用户花费金额在22万元及以上的用户占比高于其他综合新闻资讯app

一点资讯用户过去一年购车花费

■ 一点资讯 ■ 其他综合新闻资讯app



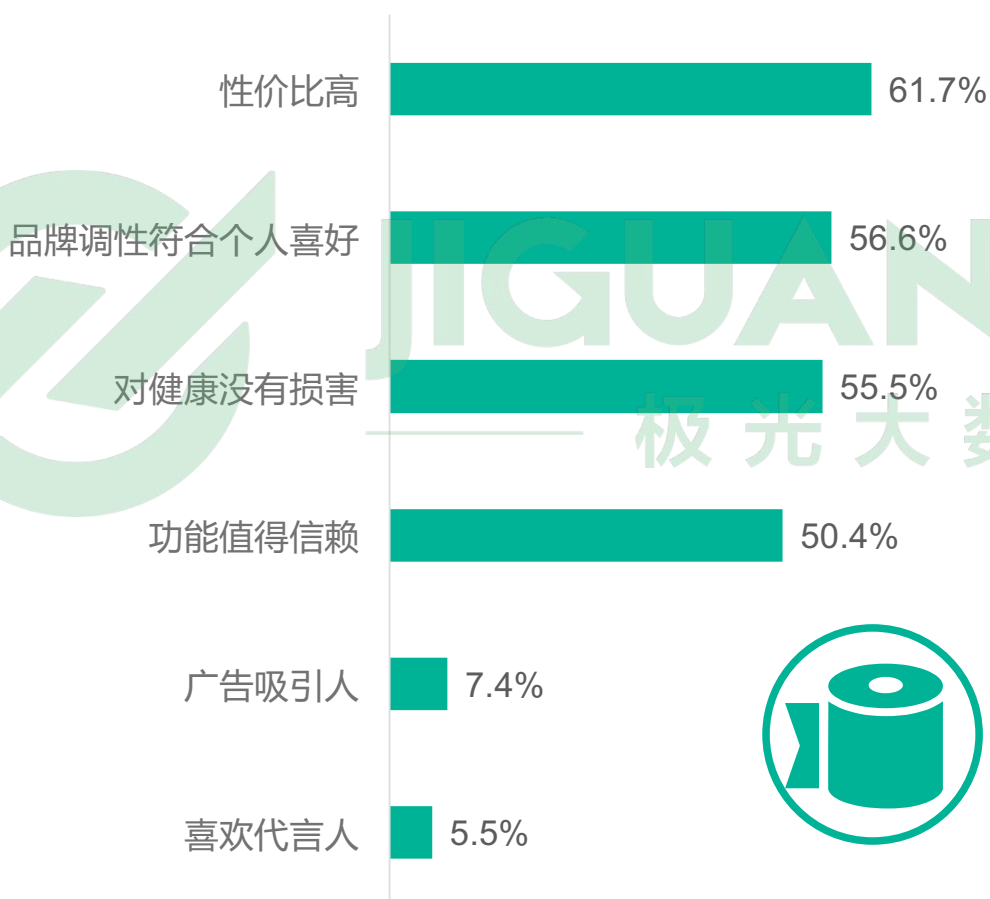
数据来源：极光调研，一点资讯样本503个，其中购车用户样本有70个，其他综合新闻资讯app样本500个，其中购车用户的样本49个；取数周期：2018.10-2018.11

一点资讯用户日化用品购买影响因素

性价比是用户购买日化用品决策的首要考虑因素

- 61.7%的一点资讯用户认为性价比高是购买日化用品首要的考虑因素，同时有56.6%的用户认为品牌调性需要符合个人喜好，考虑健康因素的用户有55.5%，50.4%的用户看重功能

一点资讯用户日化用品购买影响因素



数据来源：极光调研，一点资讯样本503个；取数周期：2018.10-2018.11

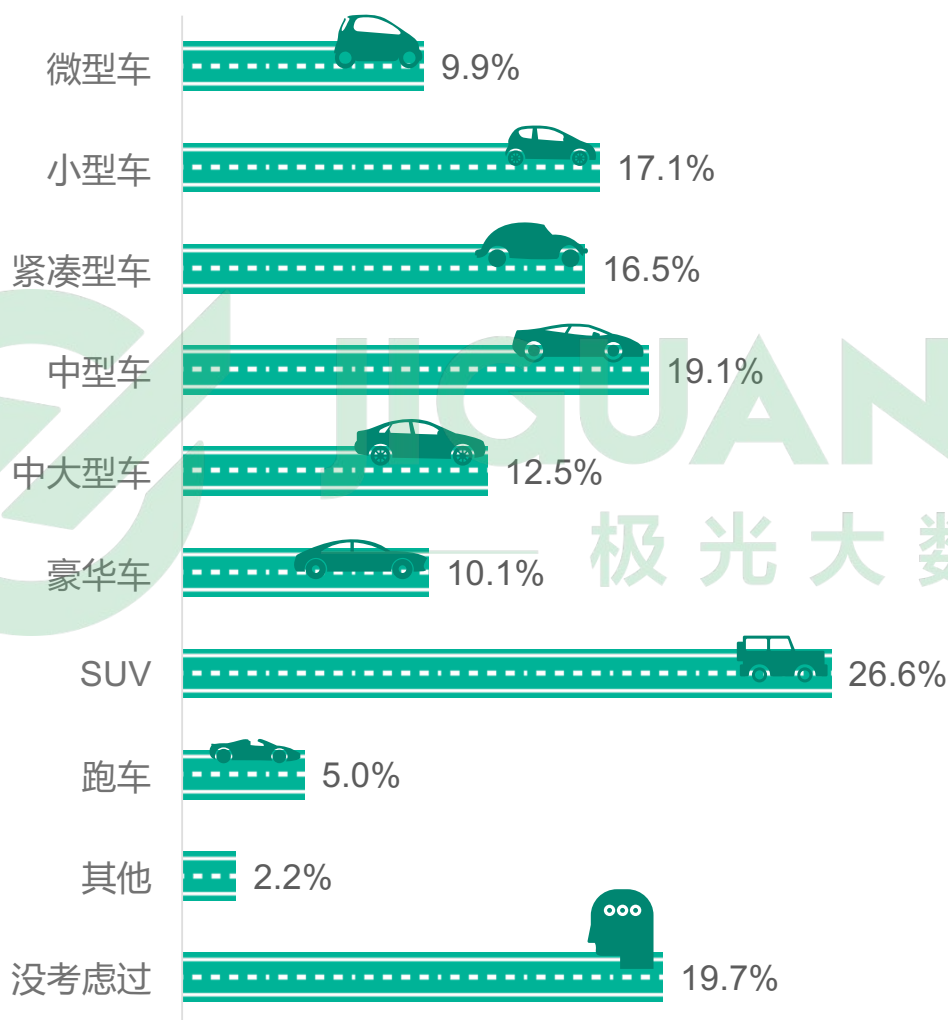
图表未出示占比较小的“其他”选项

一点资讯用户购车车型选择

SUV是一点资讯用户购车首选车型

- 一点资讯用户中，未来购车将选择SUV的用户占比26.6%，选择中型车的占比19.1%；尚未列入考虑中的占比19.7%

一点资讯用户购车车型选择



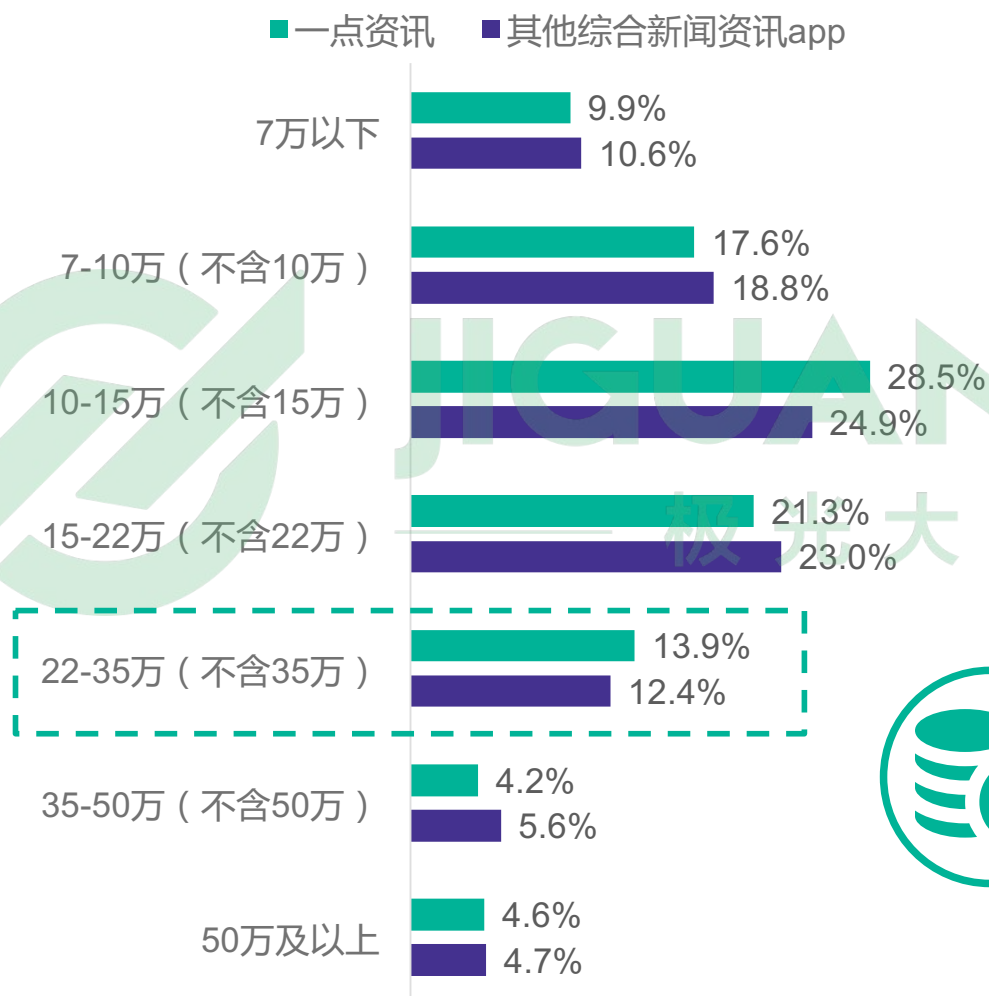
数据来源：极光调研，一点资讯样本503个；取数周期：2018.10-2018.11

一点资讯用户购车心理价位

10-15万、15-22万、7-10万是三个较多用户购车考虑的理想消费金额区间

- 考虑购车的一点资讯用户中，28.5%的用户购车心理价位在10-15万，21.3%的用户购车心理价位是15-22万，17.6%的用户购车心理价位是7-10万，这三个消费金额区间的占比最高；值得一提的是，心理价位在22-35万的消费金额区间的一点资讯用户占比为13.9%，是第四大占比的消费金额区间，高于其他综合新闻资讯app

一点资讯用户购车心理价位



数据来源：极光调研，一点资讯样本503个，其中计划购车/换车用户样本有404个，其他综合新闻资讯app样本500个，其中计划购车/换车用户的样本378个；

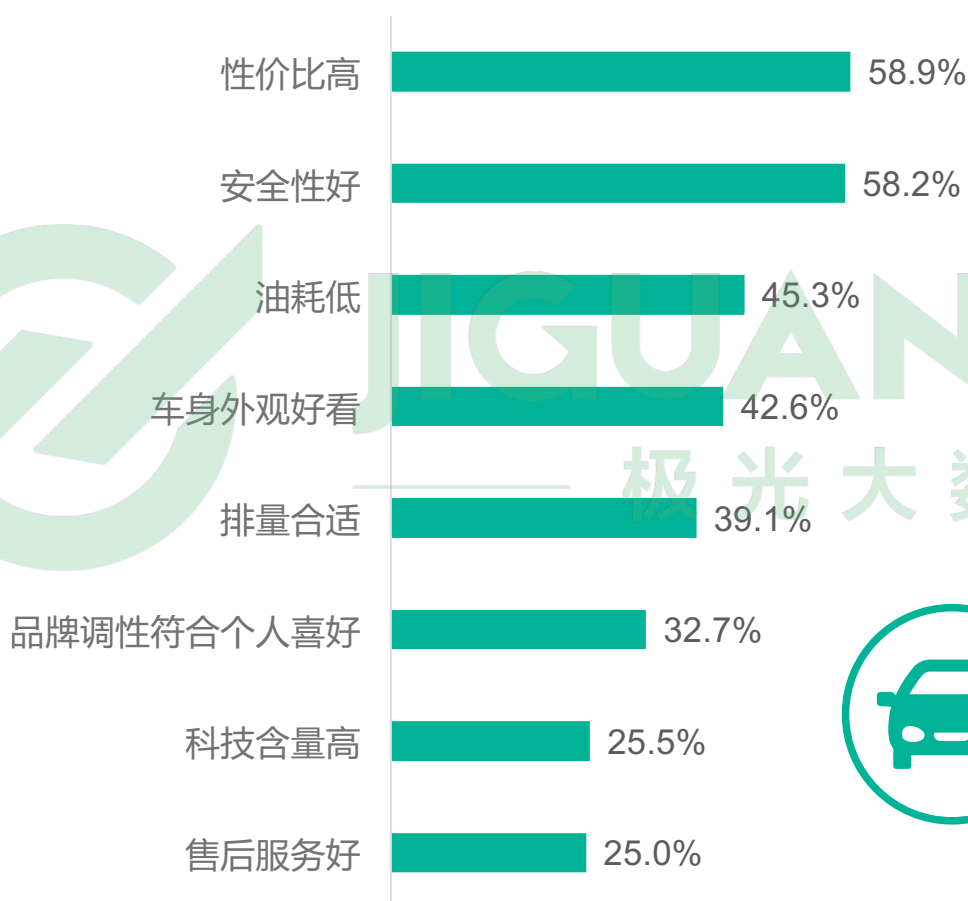
取数周期：2018.10-2018.11

一点资讯用户购车看重要素

近6成用户购车时看重性价比和安全性

- 用户购车最看重的要素是性价比；看重安全性的用户有占比为58.2%；超4成用户觉得油耗低和车身外观好看重要

一点资讯用户购车看重的要素



数据来源：极光调研，一点资讯样本503个；取数周期：2018.10-2018.11

图表未出示占比较小的“其他”选项

一点资讯用户购车品牌选择

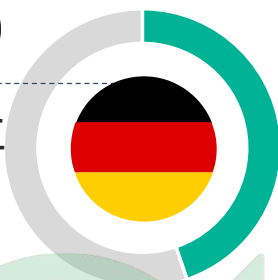
德系、国产、日系是购车用户的三大选择

- 44.8%的用户选择德系车，居于购车品牌选择的首位，可能德系车的高端印象对用户来说更有吸引力；与多数一点资讯用户7-22万的购车心理价位对比来看，他们在实际购车时可能会为超出心理价格预期、配置和品质更优的车型买单，而把价格放在其次；有40.3%的用户选择国产车，有30.7%的用户选择日系车

一点资讯用户购车品牌选择

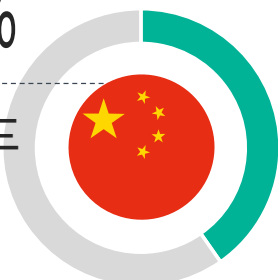
44.8%

德系车



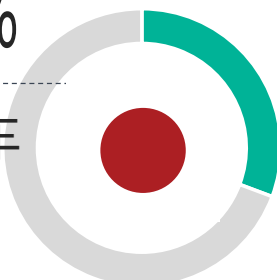
40.3%

国产车



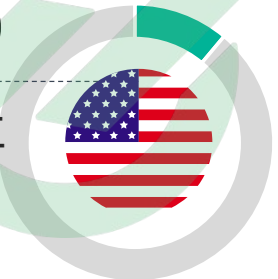
30.7%

日系车



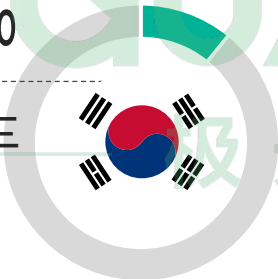
11.1%

美系车



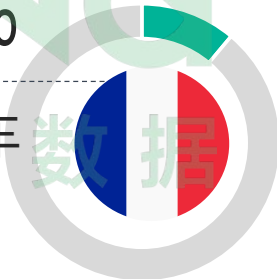
10.9%

韩系车



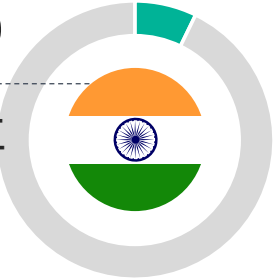
8.7%

法系车



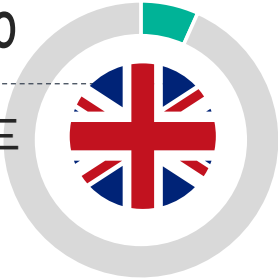
7.2%

印系车



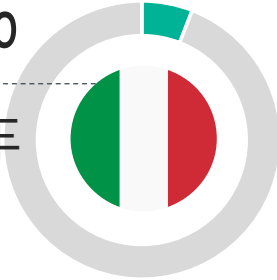
6.7%

英系车



5.9%

意系车



数据来源：极光调研，一点资讯样本503个；取数周期：2018.10-2018.11

图表未出示占比较小的“其他”选项

CHAPTER 06

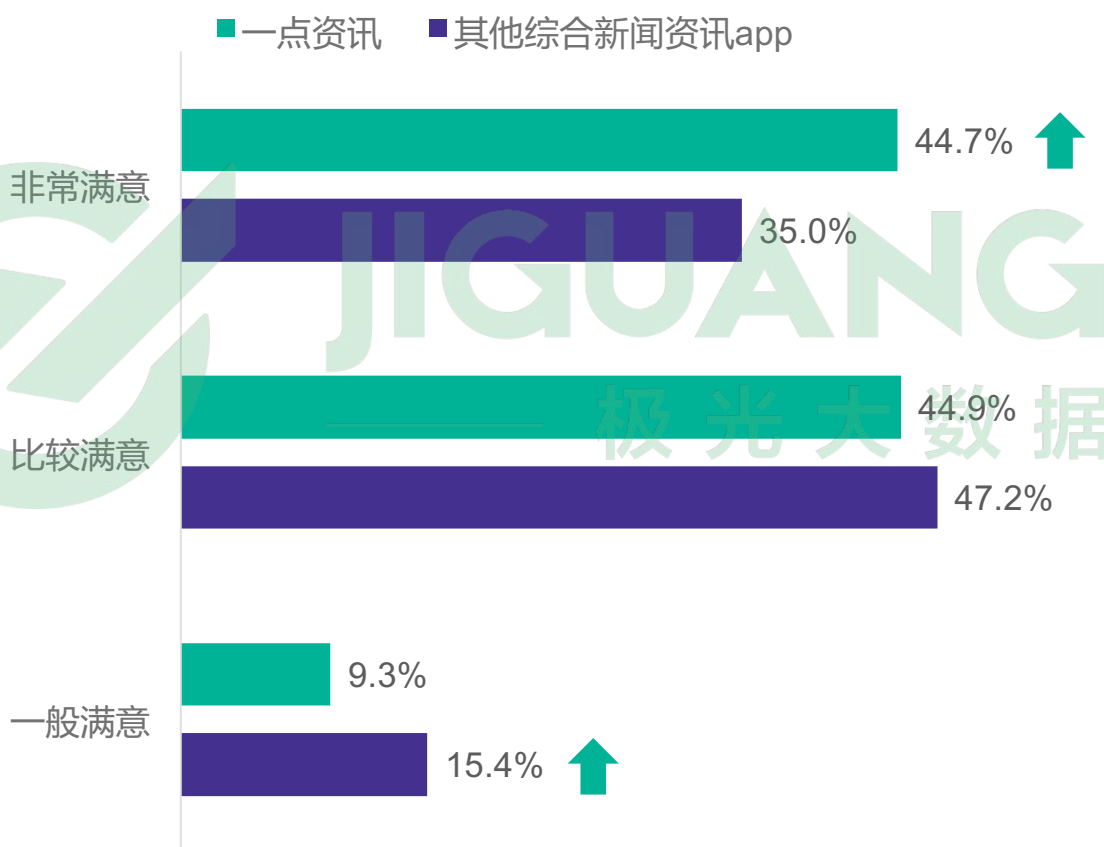
一点资讯品牌形象

一点资讯用户满意度

约9成用户对一点资讯评价在比较满意的水平以上

- 44.7%的用户对一点资讯非常满意，明显高于其他综合新闻资讯平台，44.9%的用户比较满意，另有9.3%的用户一般满意

一点资讯用户满意度



数据来源：极光调研，一点资讯样本503个，其他综合新闻资讯app500个；

取数周期：2018.10-2018.11

其他综合新闻资讯app包含腾讯新闻、今日头条、网易新闻、凤凰新闻、搜狐新闻、趣头条和天天快报 7款app，如没有特别注明下文内容中其他综合新闻资讯app的含义相同

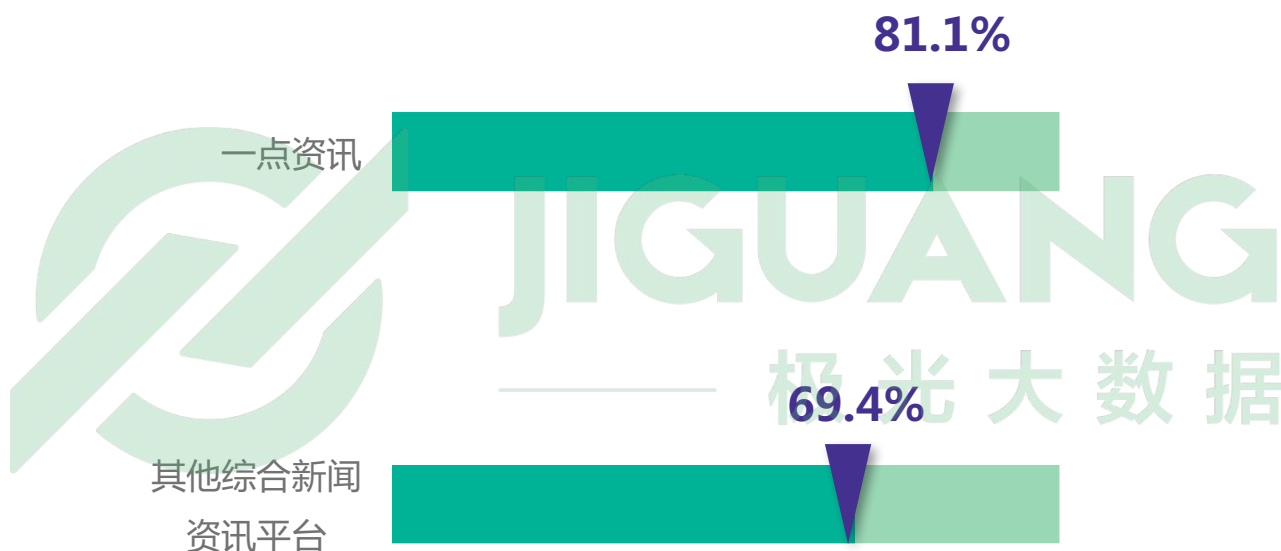
↑ 表示在95%置信度上显著高于一点资讯或其他综合新闻资讯app

一点资讯用户推荐意愿

一点资讯用户净推荐值为81.1%

- 净推荐值（NPS）是计量用户向其他人推荐企业产品和服务可能性的指标，一点资讯的净推荐值为81.1%，说明81.1%的用户愿意向其他人推荐一点资讯，这一比例高于其他综合新闻资讯平台10个百分点左右

一点资讯净推荐值（NPS）



数据来源：极光调研，一点资讯样本503个，其他综合新闻资讯app 500个

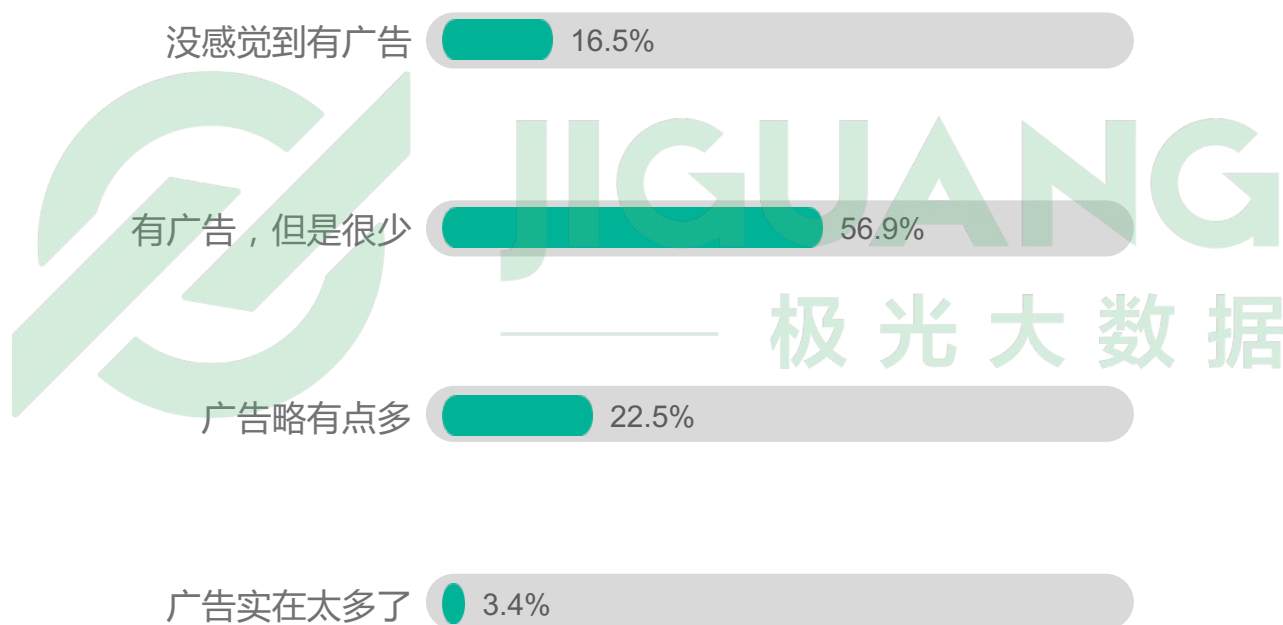
取数周期：2018.10-2018.11

一点资讯用户广告感知度评价

近6成用户在使用app时感知到广告，但是很少

- 56.9%的用户表示使用一点资讯时，感知到广告，但是很少；16.5%的用户没感觉到有广告

一点资讯用户广告感知度评价



数据来源：极光调研，一点资讯样本503个；取数周期：2018.10-2018.11

图表未出示占比较小的“其他”选项

一点资讯品牌调性评价

5成以上用户认为一点资讯的品牌调性是大胆创新

- 51.1%的用户认为一点资讯的品牌调性是大胆创新的，45.5%的用户认为一点资讯的品牌调性是精准严谨的，43.1%的用户更愿意用“年轻时尚”来描述一点资讯

一点资讯品牌调性评价



大胆创新的

51.1%



精准严谨的

45.5%



年轻时尚的

43.1%



深度权威的

39.8%



娱乐搞笑的

31.8%

数据来源：极光调研，一点资讯样本503个；取数周期：2018.10-2018.11

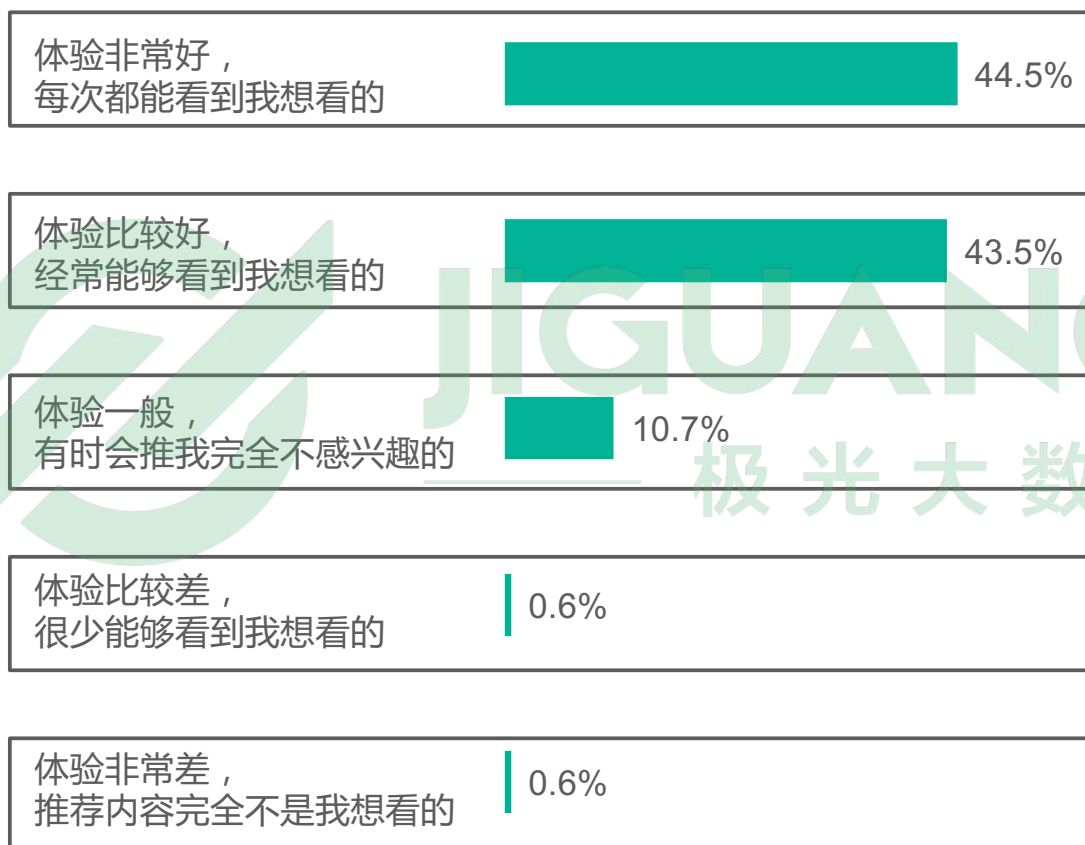
图表未出示占比较小的“其他”选项

一点资讯整体体验评价（推荐体验）

超8成用户认为一点资讯的体验好，其中超4成认为非常好

- 44.5%的用户认为一点资讯的体验非常好，每次都能看到自己想看的内容，43.5%的用户认为体验比较好，经常能看到自己想看的

一点资讯整体体验评价



数据来源：极光调研，一点资讯样本503个；取数周期：2018.10-2018.11

报告说明

1. 数据来源

极光大数据，源于极光云服务平台的行业数据采集及极光iAPP平台针对各类移动应用的长期监测，并结合大样本算法开展的数据挖掘和统计分析；调研数据，通过极光调研平台进行网络调研，共回收符合到综合新闻资讯app用户的问卷1003份（其中，一点资讯app用户的样本503份，其他综合新闻资讯app用户的样本500份，其他综合新闻资讯app包含腾讯新闻、今日头条、网易新闻、凤凰新闻、搜狐新闻、趣头条和天天快报7款app），执行周期为2018年10月至11月

2. 数据周期

报告整体时间段：2017.11-2018.12

3. 数据指标说明

具体数据指标请参考各页标注

4. 法律声明

极光大数据所提供的数据信息系依据大样本数据抽样采集、小样本调研、数据模型预测及其他研究方法估算、分析得出，由于方法本身存在局限性，极光大数据依据上述方法所估算、分析得出的数据信息仅供参考，极光大数据不对上述数据信息的精确性、完整性、适用性和非侵权性做任何保证。任何机构或个人援引或基于上述数据信息所采取的任何行动所造成的法律后果均与极光大数据无关，由此引发的相关争议或法律责任皆由行为人承担

5. 报告其他说明

极光数据研究院后续将利用自身的大数据能力，对各领域进行更详尽的分析解读和商业洞察，敬请期待

关于极光

关于极光极光（纳斯达克股票代码：JG）成立于2011年，是中国领先的移动大数据服务平台。极光专注于为移动应用开发者提供稳定高效的消息推送、即时通讯、统计分析、社会化组件和短信等开发者服务。截止到2018年9月份，极光已经为36.9万移动开发者和99.1万款移动应用提供服务，其开发工具包（SDK）安装量累计近174亿，月度独立活跃设备近10.3亿部。基于海量数据和洞察积累，极光已将业务拓展至大数据服务领域，包括精准营销（极光效果通）、金融风控、市场洞察以及商业地理服务（极光iZone）。极光将继续借助人工智能与机器学习为移动大数据赋能，致力于为社会和各行各业提高运营效率，优化决策制定。

极光产品线

极光开发者服务：高效稳定 SDK、节约开发资源、增强用户体验、提升业务效率

极光效果通：精准锁定目标用户，量身定制广告投放策略，提高运营效率

极光数据服务：解析目标客户，洞悉行业趋势，跟踪企业运营情况，帮助企业决策者提升决策效率

业务咨询请联系



数据改变世界



极光大数据

华北地区数据咨询

hucd@jiguang.cn

华东、华南地区数据咨询

jianghh@jiguang.cn

全国商务咨询

sales@jiguang.cn

媒体数据引用：

marketing@jiguang.cn