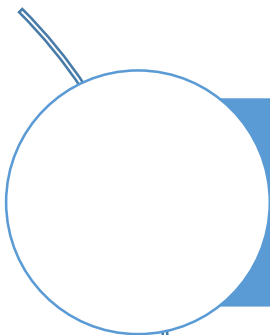


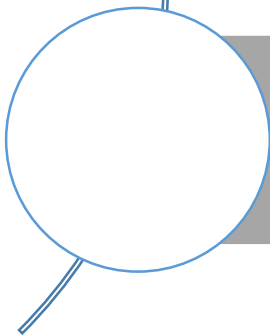
恒大金服业务分析报告

—— “球迷加息” 及 “球迷宝”

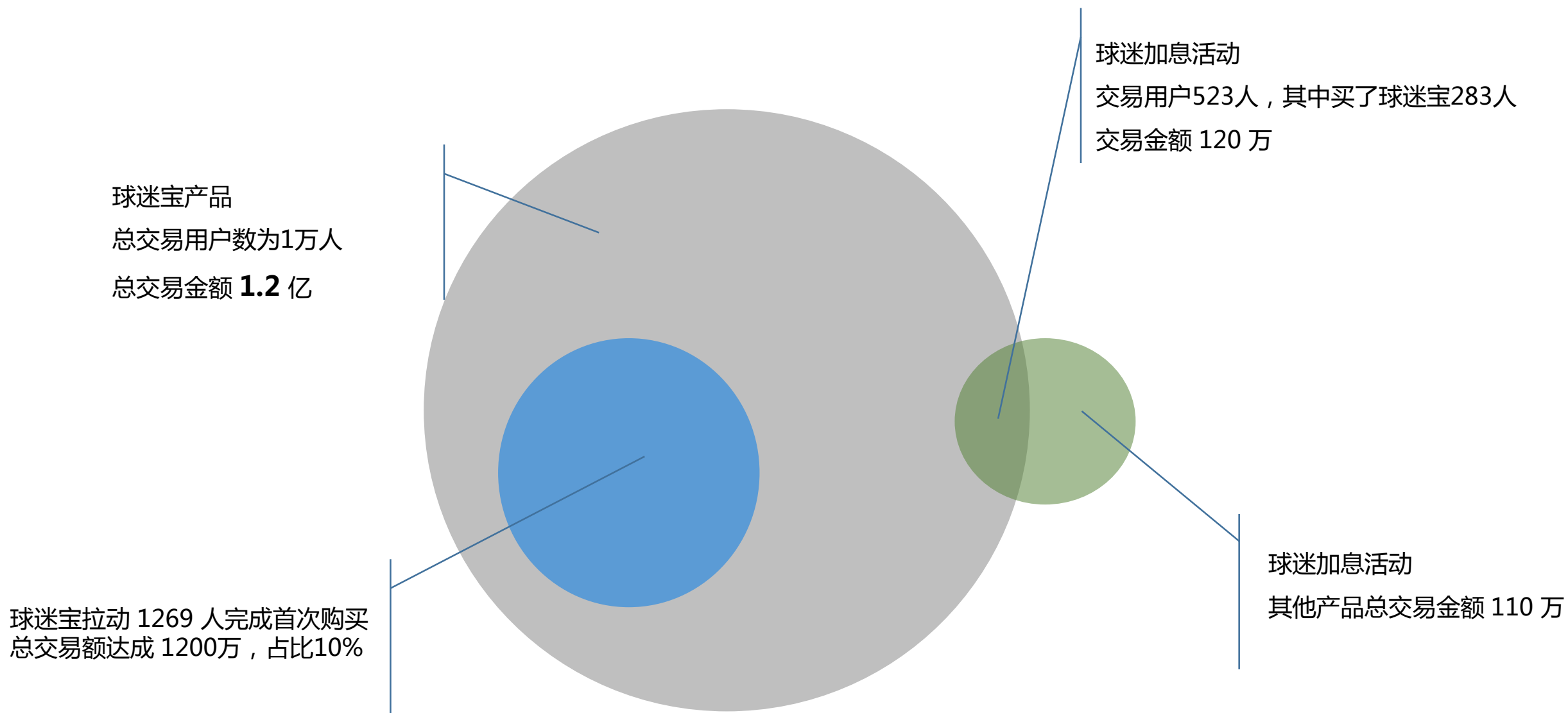
----- 数据截至2016年4月21日



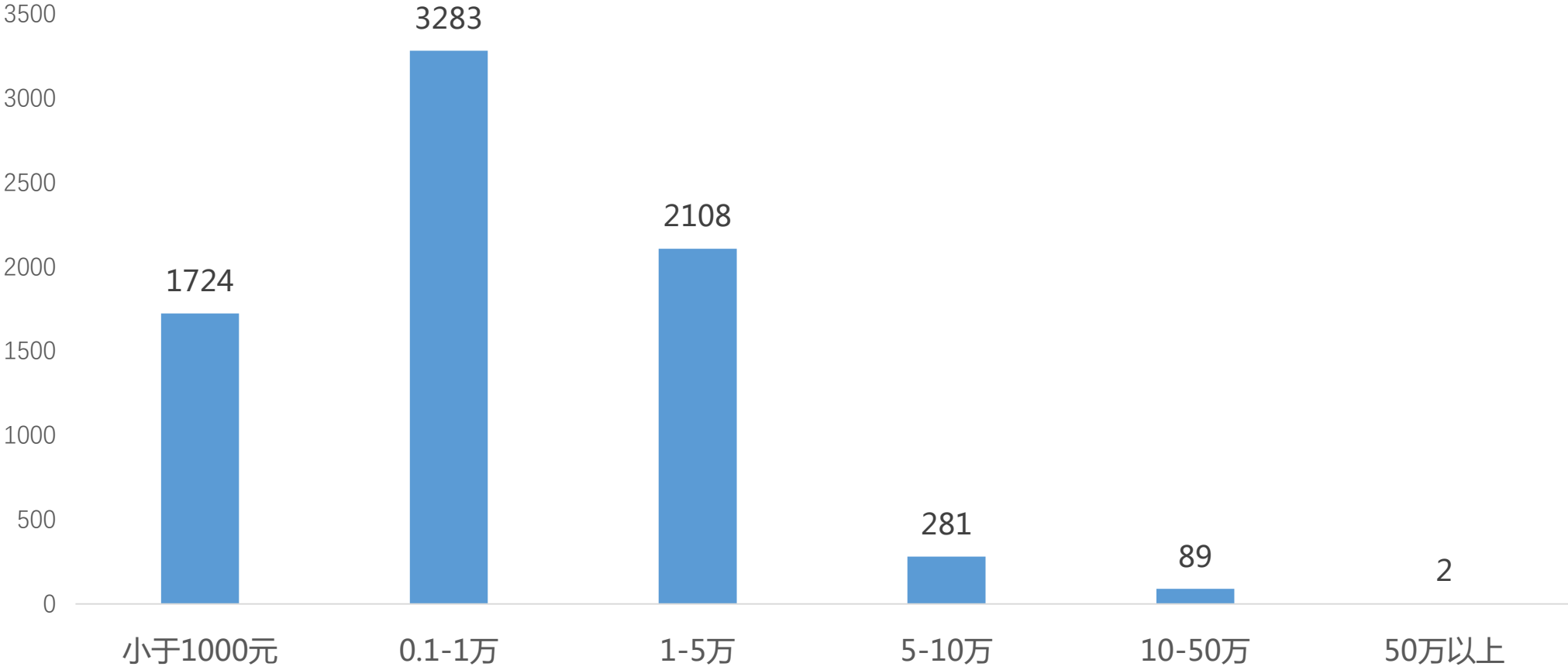
“球迷宝” 产品交易数据

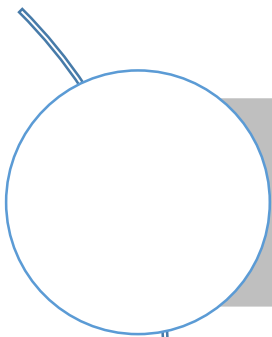


“球迷加息” 活动分析

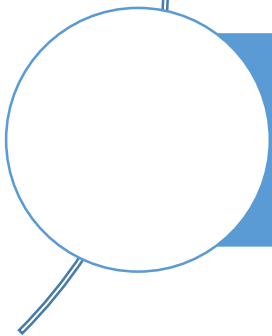


球迷宝产品_区间投资人数





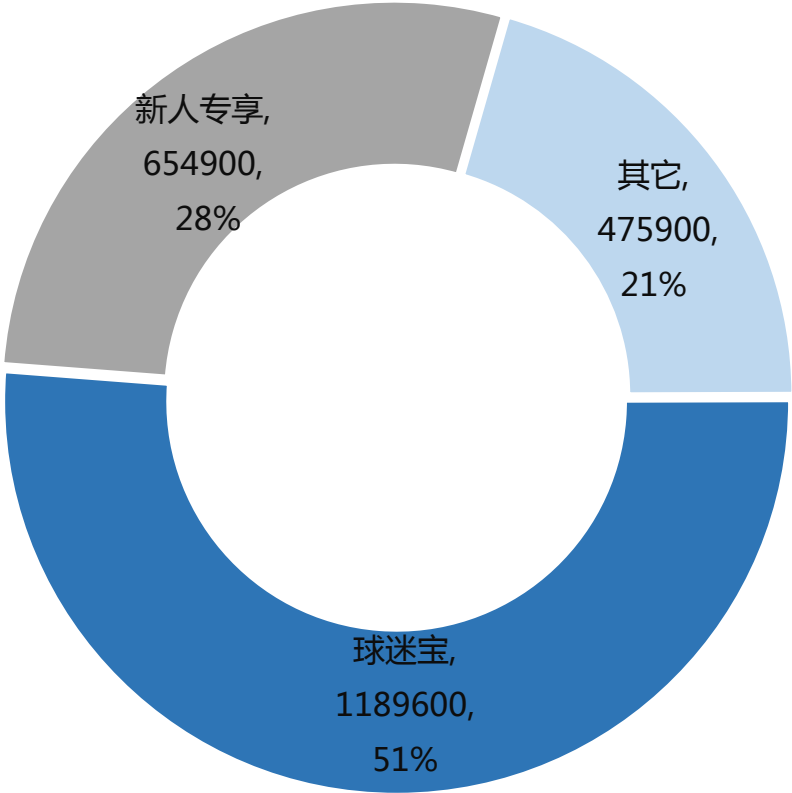
“球迷宝” 产品交易数据



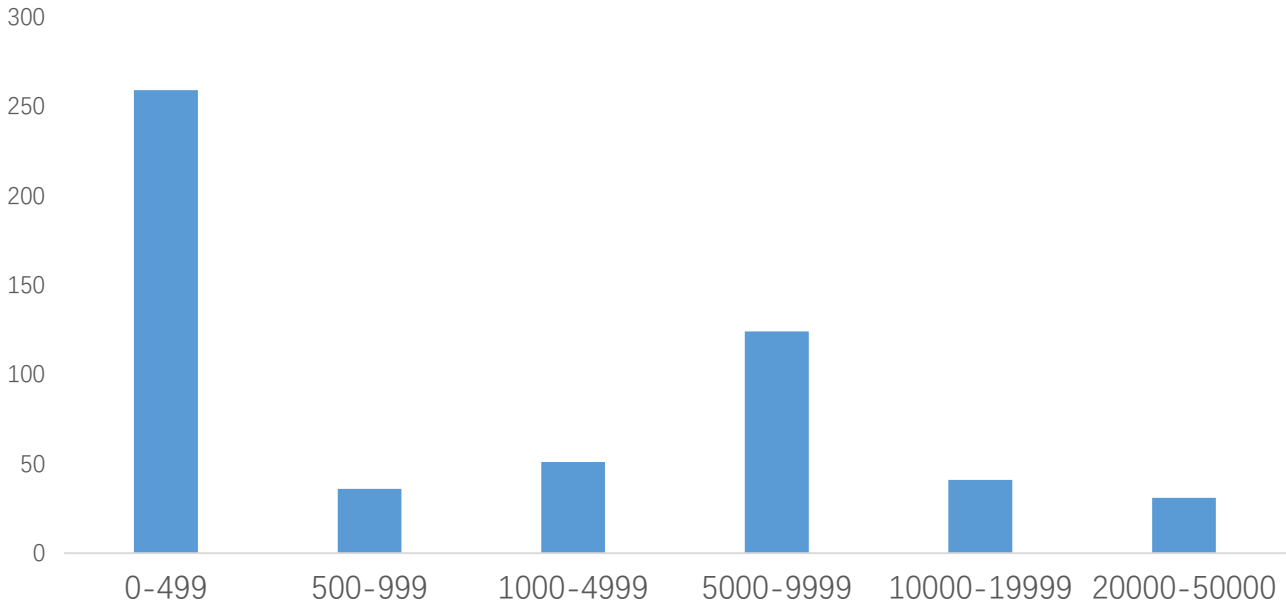
“球迷加息” 活动分析

球迷加息活动中：

- 主要以购买球迷宝为主，球迷宝 **交易金额** 占比 **51%**
- 大多为小额投资尝试，其中购买100元和200元两种额度的 **交易人数** 占比 **40%**，总体购买力偏低

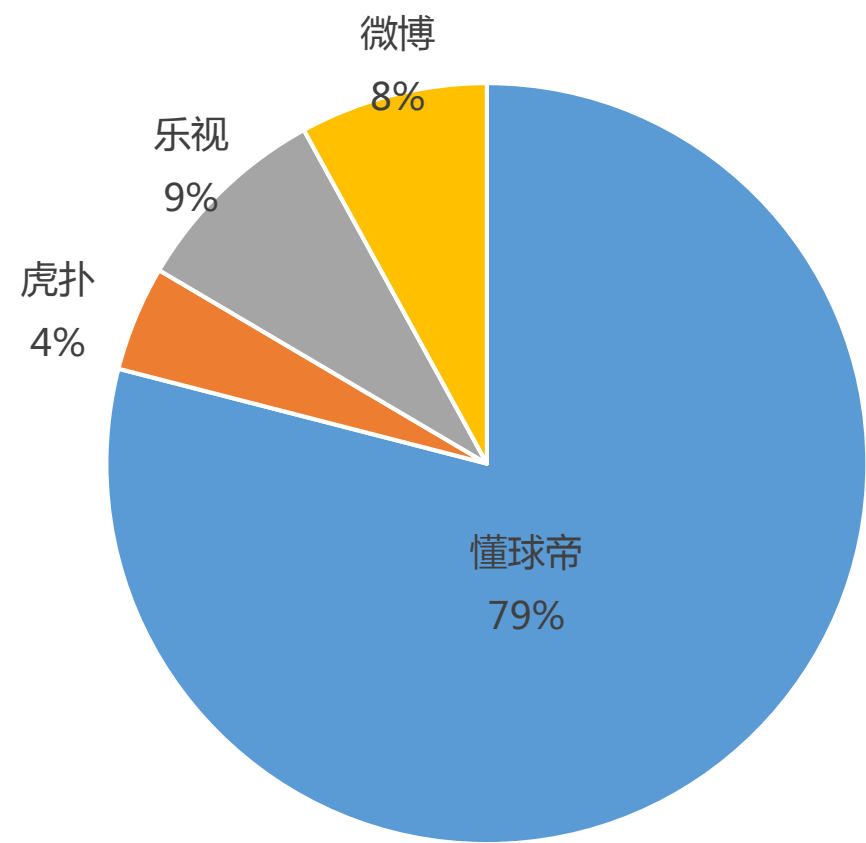


投资区间人数分布

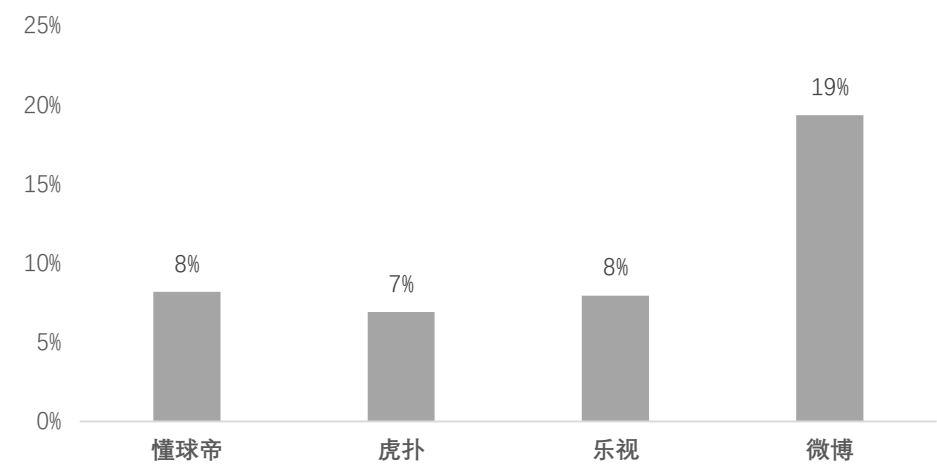


球迷获客渠道方面：

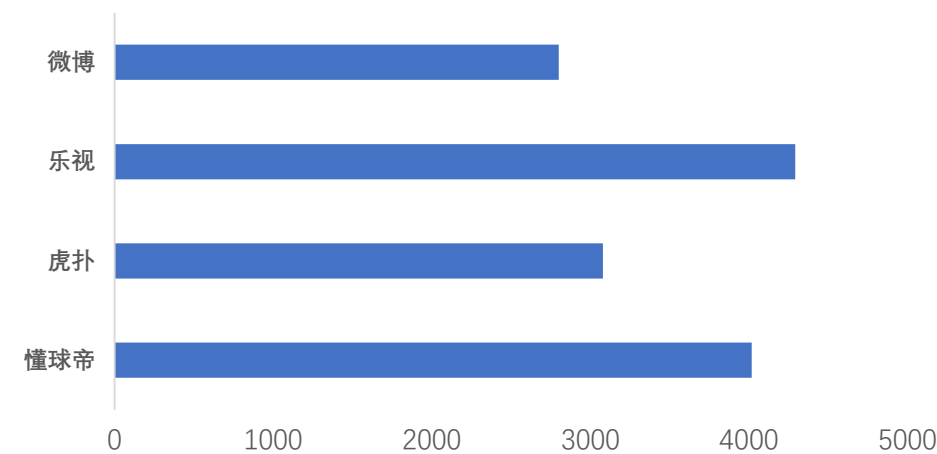
- 懂球帝带来的注册效果最好，占全部注册用户的79%
- 微博用户的交易转化率高于其他渠道
- 乐视用户的人均投资额最高，懂球帝其次



交易/注册 转化率



人均投资额



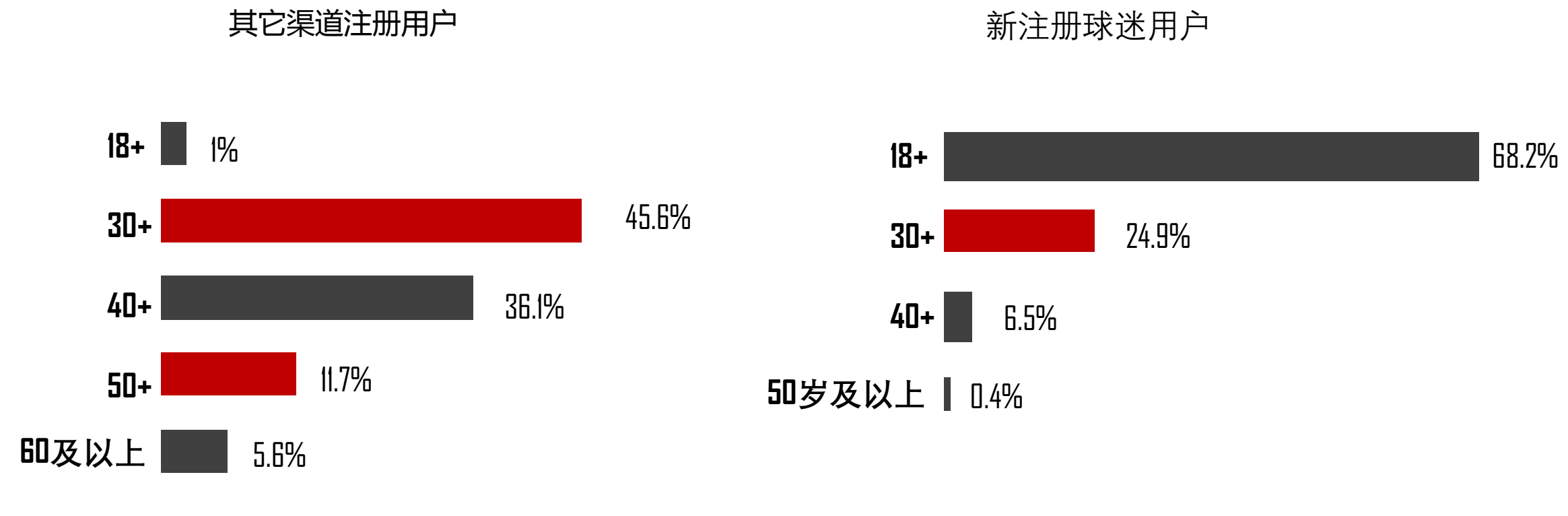
球迷获客区域来源方面：

- 广东用户仍然占据 Top1
- 与其他渠道不同，四川用户比例增加



广东	12.9%
山东	8.3%
四川	6.2%
河北	6.1%
江苏	6.1%
河南	5.9%
安徽	5.6%

球迷获客的年龄分布：



球迷用户年龄结构与其他渠道明显不同，年轻人为主

Thank you