



18亿数据解读移动互联网

目录

- 18亿数据解说移动互联网生态圈
- 移动大数据的价值应用场景
- 大数据商业应用的隐私问题
- 总结

18亿数据解说移动互联网生态圈

中国移动互联网整体用户规模



中国人口（截止到2014年年底）

总人口	13.6亿	100%
小于15岁人口	2.4亿	17.5%
大于60岁人口	2.1亿	15.5%
15岁 - 60岁人口	9.1亿	67%
15岁 - 35岁人口	3.6亿	26%

中国智能手机用户为 6.75亿左右，平均每个人拥有的移动设备为1.35部，智能手机的生命周期大概为2年左右，每年新增移动设备为3亿，每天新增80万部。出生于80年之前的人口大约为6亿人，她们是未来移动互联主要用户。

移动设备品牌占有率



25.8%



16.1%



11.5%



8.0%



38.5%

2015年7月，Top4设备品牌的合计份额占整体设备的61.5%，品牌集中度较2015年1月的64.3%有所下降。其中，苹果设备份额较1月下降5.8%，三星设备份额增长1.4%，小米品牌份额稳定，华为的品牌份额增长1.5%。

Apple Watch，苹果神话不在



4月24日上市，预计销售1500万



中国



第二季度销售300万，低于预期

中国市场苹果手表上市一个月销量为42万，但是在接下来的三个月一共卖了64万，趋势还在下滑。

苹果手机全球第二季度销售为4750万，中国占苹果公司全球营收的26.7%。

移动互联网App安装和使用

2014年12月

2015年7月

34

41

平均每部终端安装的应用

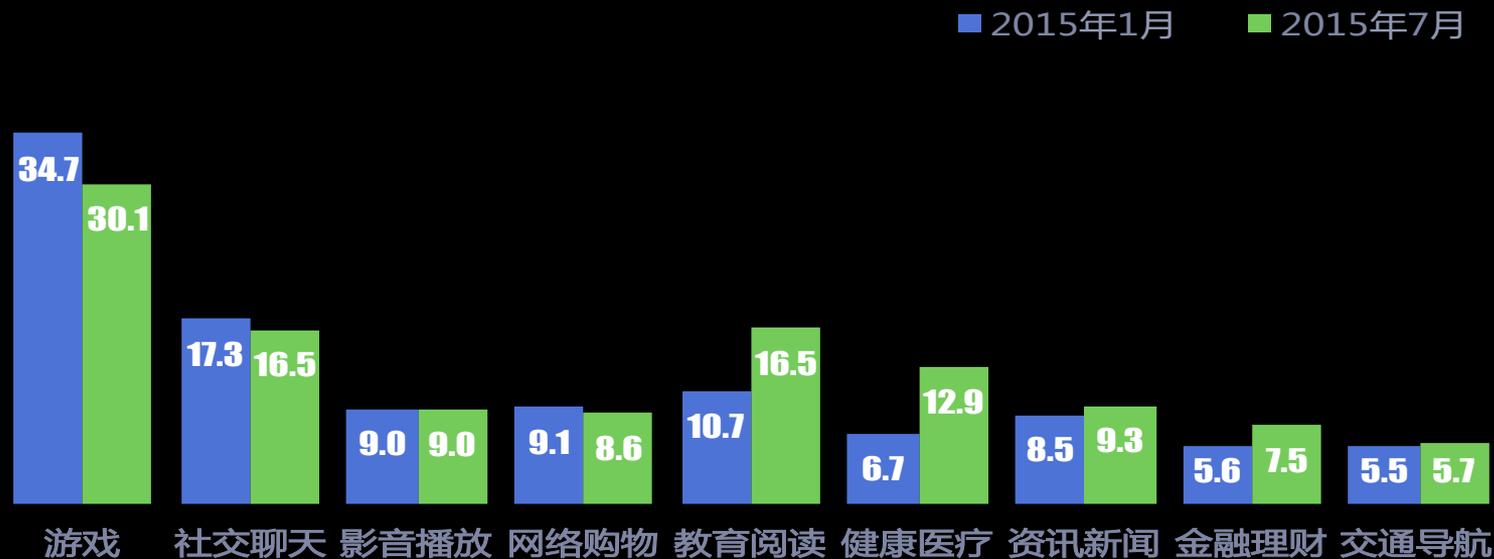
20

25

平均每个用户打开应用的款数

中国人民很忙

移动互联网App类别和占比



游戏、社交、阅读成为移动互联网Top 3应用，健康、资讯、理财增长迅速

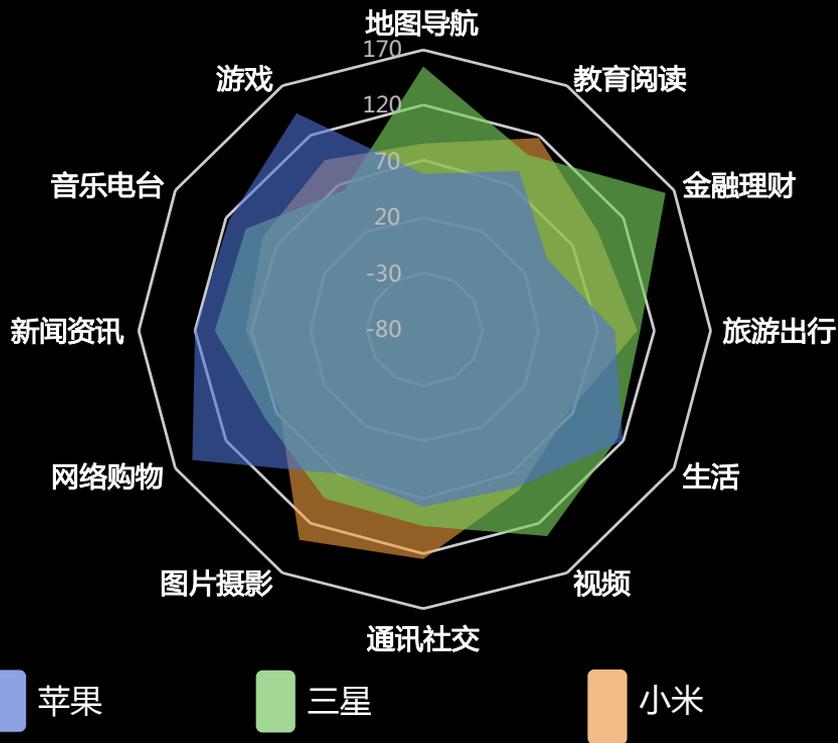
中国人民有文化，爱运动，重理财

移动互联网不同人群、不同地点、不同时段、活跃应用不同



数据来源：TalkingData 移动数据研究中心 各时段应用活跃指数根据TGI计算。

苹果、三星、小米用户应用偏好



网络购物
游戏
音乐
资讯

太复杂



金融理财
视频
地图导航

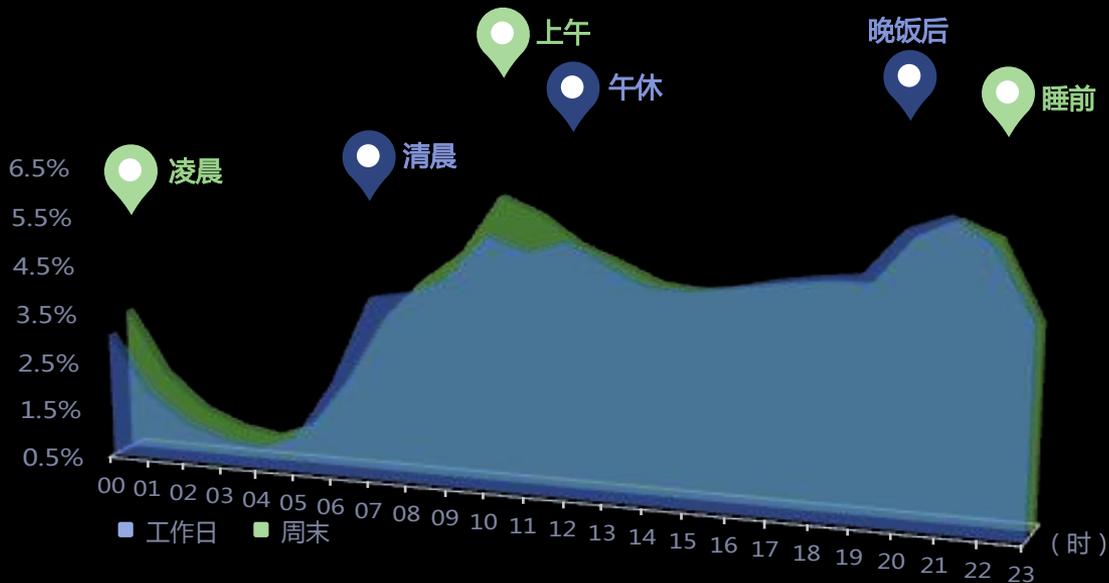
有钱
爱旅游



图片摄影
通讯社交

有追求
有朋友

移动端用户活跃度



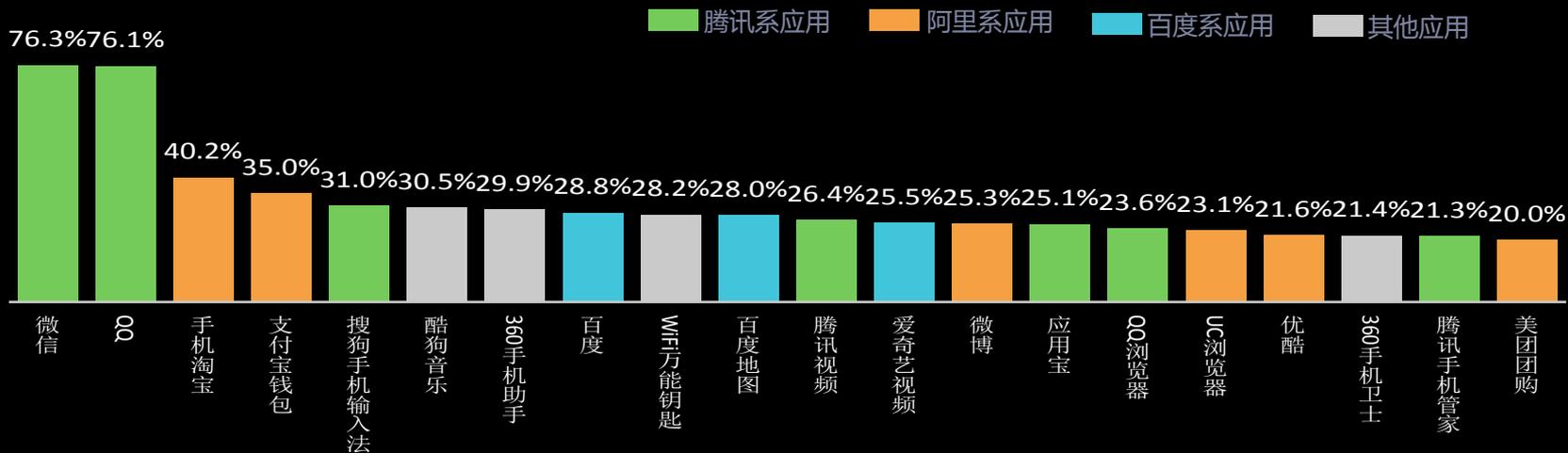
移动端用户工作日与周末活跃时段

工作日的清晨 (6:00-7:00)、午休 (12:00前后) 及晚饭后 (19:00-21:00) 时段，用户活跃度较高；

周末的凌晨 (0:00-3:00)、上午 (10:00-11:00) 时段，用户活跃度较高。

移动广告投放的最佳时段

移动互联网Top20应用（覆盖率）



- 移动互联网仍然是BAT的天下，Top20应用中有16款属于BAT
- 腾讯7款，覆盖了8亿用户，阿里6款，覆盖5亿用户，百度3款 覆盖了5亿用户
- 360有2款，酷狗音乐和WiFi万能钥匙入围令人惊讶

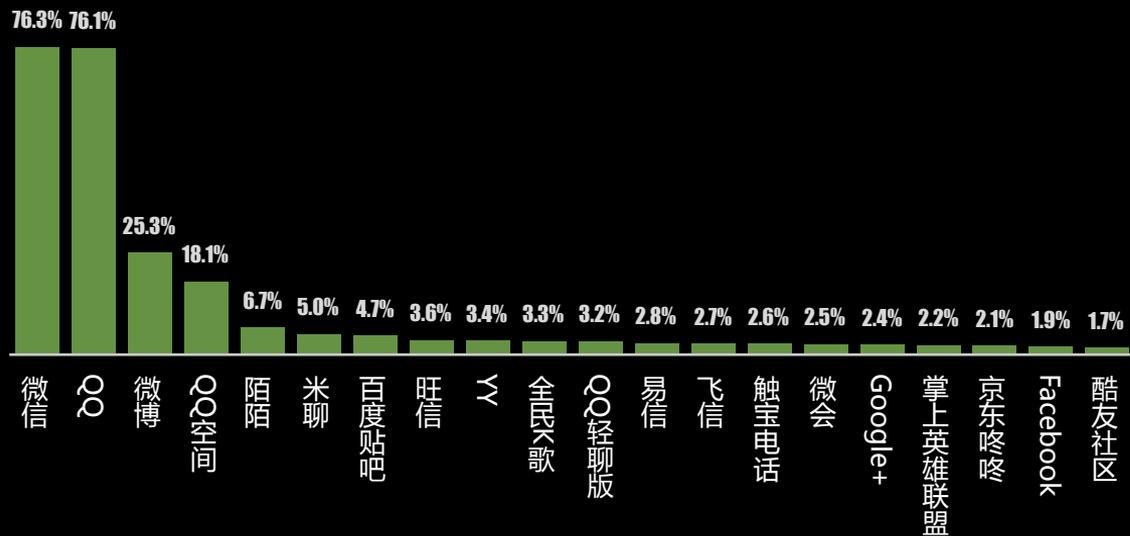
移动互联网应用商店覆盖率Top10



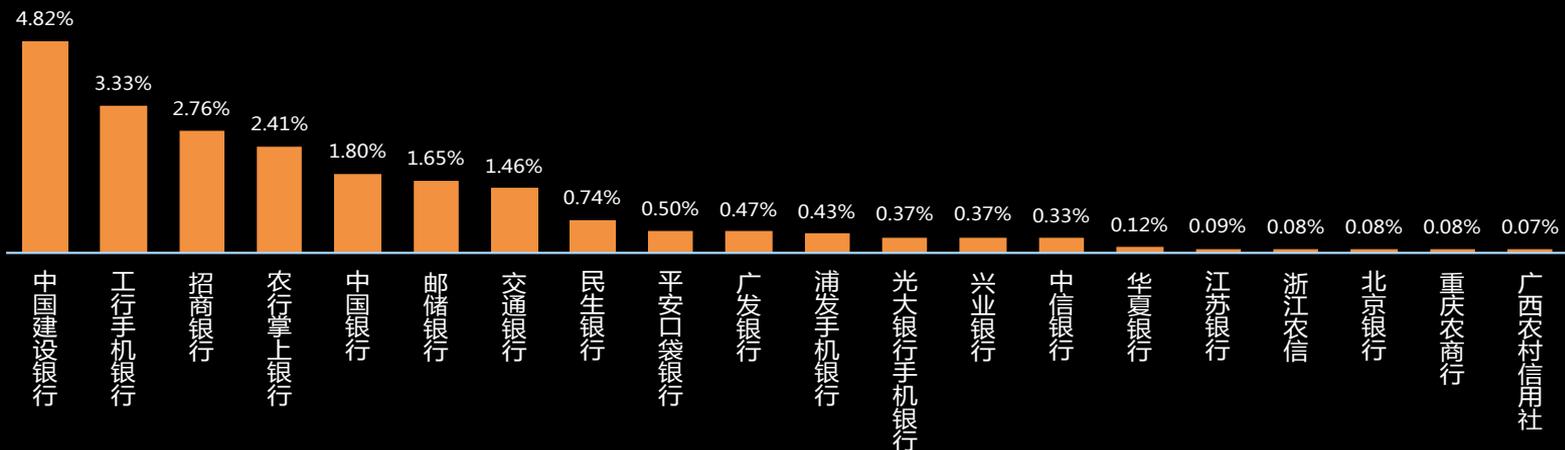
- 应用商店前三名为360手机助手，腾讯应用宝、百度手机助手
- 小米和华为应用市场凭借其设备市场优势，用户覆盖率也较高
- 步步高应用商店背后是OPPO和VIVO手机
- 企业Android应用推广可以参考应用市场的排名

移动互联网社交应用用户覆盖率TOP20

- 腾讯系继续坐拥移动端最大流量入口
- 微博、陌陌、百度贴吧、YY、全民K歌等面向垂直功能社交应用也在榜单前列
- 国外社交软件Google+，Facebook在中国也有千万市场，翻墙用户占移动互联网网用户2%
- 同性恋软件Blued用户也有千万

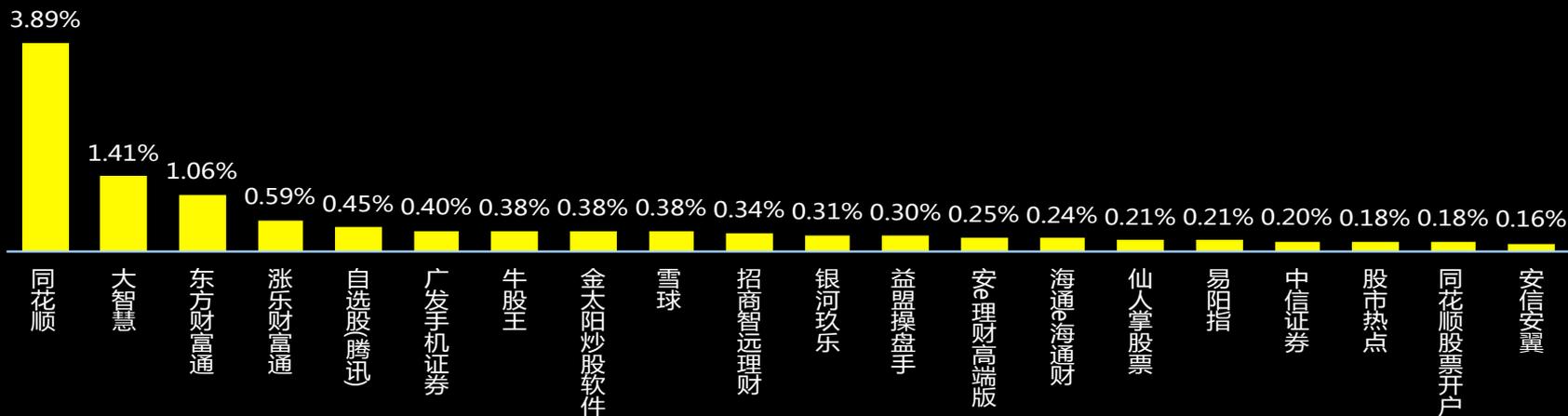


手机银行应用覆盖率TOP20



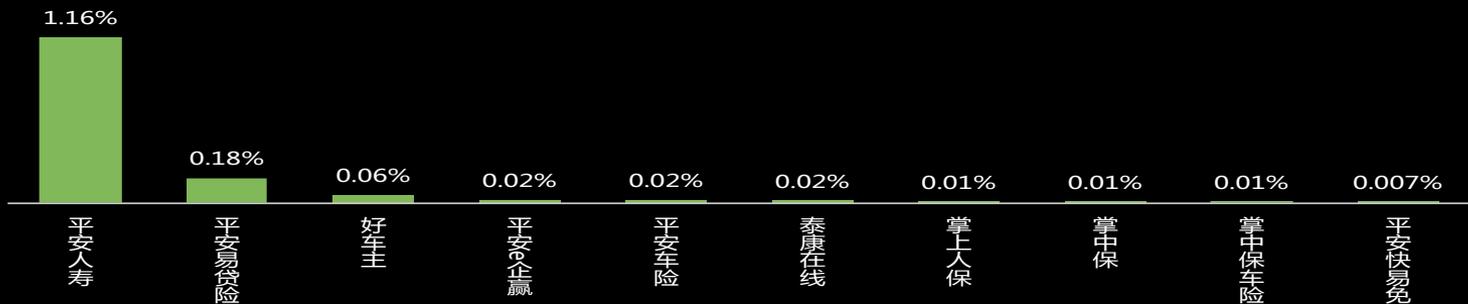
- 覆盖率排在前五位的是建行、工行、招行、农行、中行的手机银行。国有四大行用户规模较大，在移动互联网侧拥有用户优势。
- 参考2015年网易财经金融500强报告，资产排名前20的银行上海银行、恒丰银行、浙商银行没有出现在榜单上

移动证券应用覆盖率TOP20



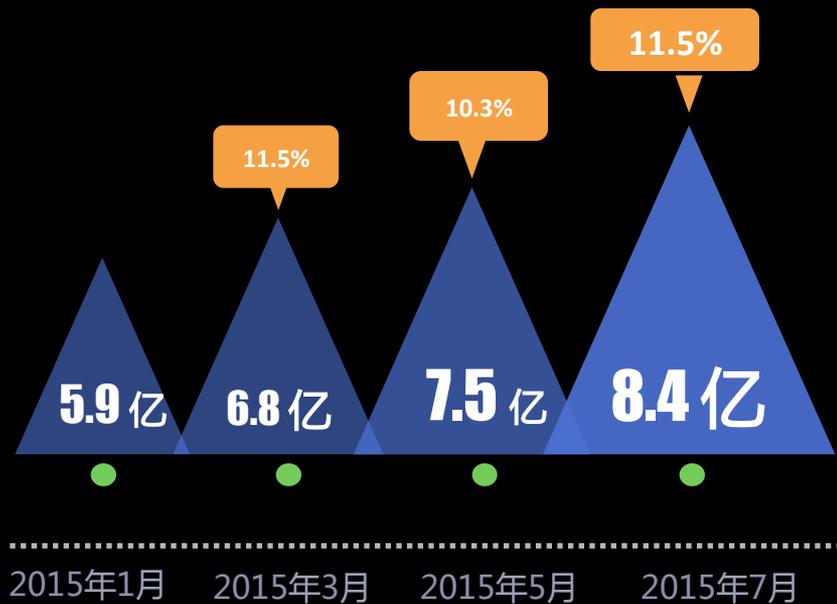
- 移动证券应用中，同花顺的覆盖率为3.89%，排在第一位，Top3应用都是互联网类移动证券。
- 华泰证券的涨乐财富通排在券商移动应用第一位，Top10中仅有四家传统券商。
- 参考2015年网易财经金融500强报告，资产排名前十位的券商，申银万国、宏源、光大没有出现在Top20。

移动保险应用覆盖率TOP10

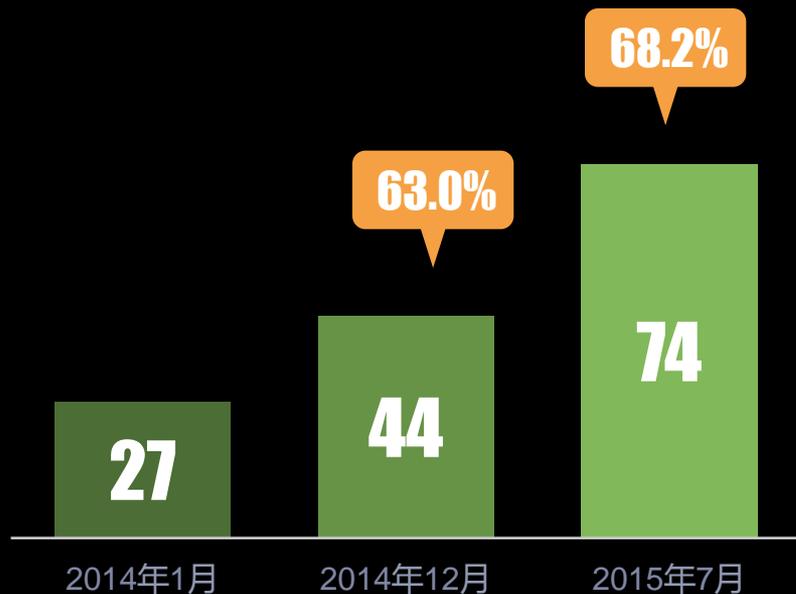


- Top10 移动保险应用中，平安人寿的用户覆盖率最高，排名前5的移动应用都属于平安集团
- 参考2015年网易财经金融500强报告，资产排名前十位的保险公司，太平洋、新华人寿、太平人寿、生命人寿、安邦、华夏人寿共计6家没有进入前十名。

移动O2O行业用户规模稳定增长



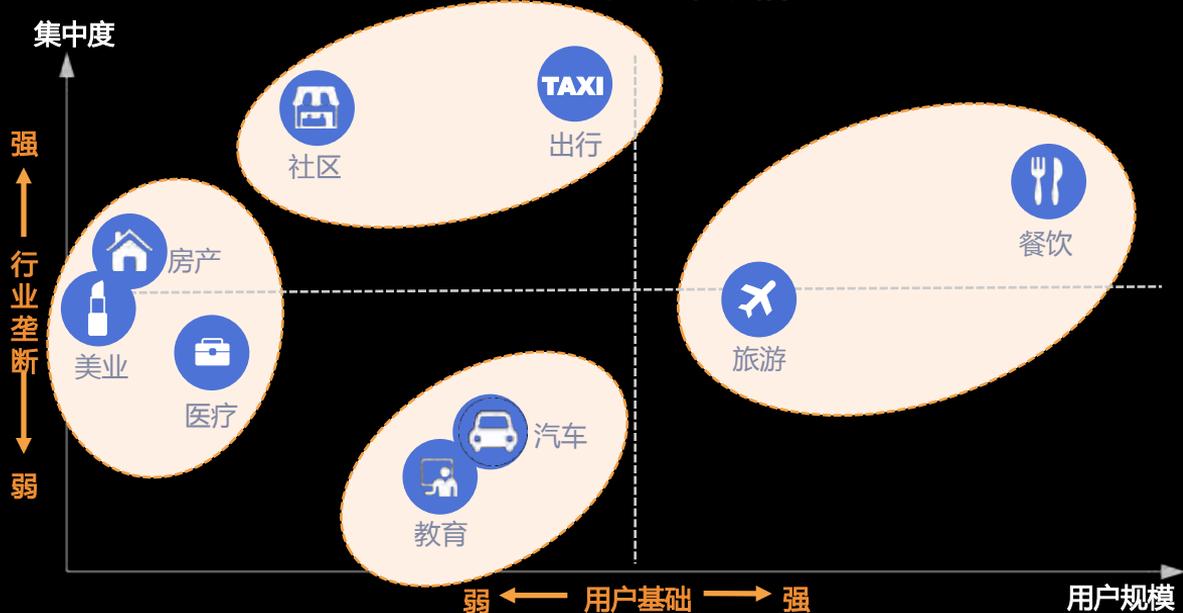
移动端O2O用户达 **8.4** 亿



TOP1000应用中O2O应用款数

餐饮与旅游O2O市场已相对成熟，美业、医疗、房产、教育等新兴领域潜力巨大

O2O细分行业市场格局



餐饮、旅游

- 已形成较强用户规模基础，发展相对成熟；

社区、出行

- 市场集中度高，巨头已占据优势地位，行业进入壁垒高；

房产、医疗、美业

- 受众为特定人群，市场集中度不高，发展潜力较大。

教育、汽车

- 用户规模可观，市场集中度不高，行业机会充分。

移动大数据价值应用场景

移动大数据市场

2014年 美国移动设备位置信息产生了1000亿美金的市场

2015年 中国移动设备位置信息市场刚刚开始

过去以品牌和产品为中心，未来为以消费者为中心

移动大数据具有描述用户行为轨迹和消费偏好的优势，正在成为大数据应用的主要数据来源

移动大数据价值应用 - 用户经营

用户画像

25%

产品推销成本

老客经营

精准营销

10-30倍

转化率提升

新客获取

跨界营销

40%

激活老用户

存客激活

移动大数据将帮助企业获得App运营领先优势，获得新客户、经营老客户、激活存量客户。

移动大数据价值应用 - 市场调研

传统调查公司



采集上千份样本数据
报告加工时间1-2个月
投入人员几十人以上

大数据时代



几百万份样本数据
报告加工用时5天
投入人员少于10人

移动大数据价值应用 - 洞察行业

- 金融投资产品开发例如行业移动指数基金
- 智能手机产业和移动互联网企业估值
- O2O行业发展分析和预测



移动大数据价值应用 - 选址

1200



汽车4S店

6800



银行网点

2000



连锁店铺

2000



快捷酒店

27000



自助取款机

移动大数据价值应用 - 房地产

1.7 万亿

过去：
利用户籍人口
进行土地估值
现在：
利用移动设备
进行土地估值

土地估值

9000亿

过去：
房地产商依据商
户需求进行规划
现在：
利用周边客户
需求进行规划

商铺规划

1万亿

过去：
利用支付通道
打通社区O2O
现在：
利用移动APP
打通社区O2O

社区O2O

移动大数据帮助房地产企业在土地估值，商铺规划，社区O2O等领域，为地产公司提供用户画像，需求分析，打通O2O等数据服务。

移动大数据价值应用-零售

- 利用Wi-Fi获得客户画像和客流量
- 销售额同车流变化92%相关度
- 50%消费者是驾车客群
- 每个驾车用户消费金额700元
- 会员在第三个月和第二十个月消费出现下降

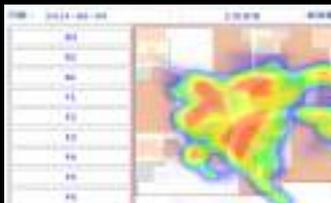


21亿

40%

200

3000



移动大数据帮助零售企业以消费者为中心，数字化经营。

移动大数据价值应用 - 银行



70% 45% 20万亿



消费金融



移动金融



移动大数据帮助银行找到潜在消费者和理财客户

移动大数据价值应用 - 保险

移动大数据提供了客户行为习惯信息，为寿险定价提供决策支持。



考核项	Jack	Bill
性别	男	男
年龄	35	28
Blued App	没有安装	安装，使用频繁
午夜App使用习惯	无	频繁
活动区域	规律	不规律
酒吧等危险区域	0.1	0.8
飙车	否	是
寿险	推荐	提价 / 不建议

移动大数据价值应用 - 个人征信

- 1 用户提交信息是否真实（居住地，工作地，生活地，商旅行为）
- 2 用户是否为欺诈用户（设备号串改，手机号经常换，危险区域）
- 3 用户是否为P2P频繁借款用户（P2P借款App安装列表及活动频次）
- 4 用户行为的危险程度（飙车，午夜酒吧，App使用习惯，某些特殊App）

10000
亿

P2P交易额

10万
亿

信用卡消费

3000
家

P2P企业

3万
亿

消费金融

6亿

无人行征信

大数据应用的隐私问题

大数据隐私问题

所有企业不能回避的问题！

受保护信息的类型

个人差易性信息 (PII) (任何可以间接或直接区分个人的信息)	敏感信息 (任何未经授权曝光可以引起个人不安或伤害的信息)	其他信息 (其他与个人信息PI结合使用的非差异性信息)
名字	民族 / 总族	喜好
邮寄地址	政治意见	Cookie
邮箱地址	宗教信仰 / 哲学信仰	标准IP地址
电话号码 / 手机号码	工会会员	
身份证号码	健康 / 医疗信息	
驾驶证号码	婚姻状况 / 性生活	
银行 / 金融账户	年龄	
信用卡 / 借记卡号码	性别	
邮政编码 *	犯罪记录	

企业移动APP数字化运营的合作伙伴



移动数据

- ① 18亿移动设备
- ② 月活5亿
- ③ 500个标签
- ④ 覆盖30%Top 100 App
- ⑤ 覆盖30% IOS付费游戏
- ⑥ 覆盖8万款App
- ⑦ 日新增百万设备



数据平台

- ① 移动运营统计分析平台
- ② 大数据管理平台 (DMP)
- ③ 移动广告监测 (70%移动App广告监测市场份额)
- ④ App广告推送 (mPush)
- ⑤ 数据交易市场 (DMK)



分析咨询

- ① APP数字运营
- ② APP设计优化
- ③ 用户体验提升
- ④ 跨界营销
- ⑤ 数据分析报告
- ⑥ 获客, 留存, 激活

总结

- 1 移动App成为企业客户和数据入口
- 2 移动大数据代表客户消费轨迹和偏好
- 3 移动大数据结合场景将产生商业价值

未来是年轻人的也是我们的！

年轻终将逝去，唯有数据永生

谢谢！



TALKINGDATA GLOBAL MOBILE
DATA SUMMIT