



智能手机地域性特征研究报告

2017年7月

本报告为Trustdata制作，报告中所有的文字、图片、表格均受到中国法律知识产权相关条例的版权保护。
任何组织和个人，不得使用本报告中的信息用于其它商业目的。

研究综述

- 研究对象：中国移动互联网网民
- 数据来源：Trustdata自建的日活跃用户超过5000万（月活跃用户超过1.5亿）的样本集
- 采集方法：只在亮屏情况下进行数据采集，确保数据的真实性和有效性。采集频次方面，不带支付功能的APP为每次10秒，带有支付功能的APP为每次1秒
- 统计周期：2015年1月至2017年4月

指标说明：

- DAU---日活跃用户量
- MAU---月活跃用户量
- 用户粘性---月均DAU/MAU
- 使用时长占比---月度应用使用时长占全网移动应用使用时长的比例
- 月新增---每月新增用户数
- TGI指数---用户指标/目标群体用户相同指标，反映目标群体在特定研究范围的强弱程度

智能手机地域性分布特征概览

1

中部及西部地区，智能手机仍有新增用户发展空间

2

华为北方地区表现略显弱势，娱乐化女性化仍是努力方向

3

一二线城市用户特征更多元，三四线城市用户使用更活跃

4

小米酷派金立用户偏爱使用本地影音类应用

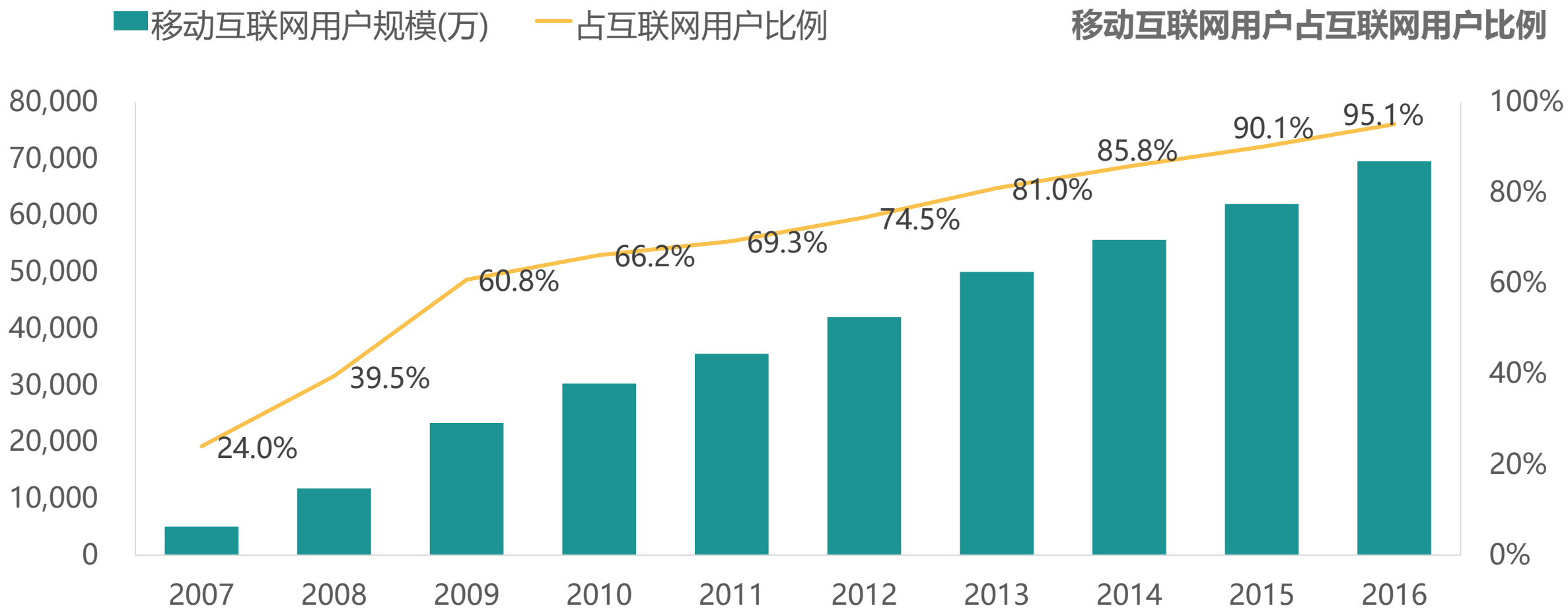


Part.1 整体市场地域性特征概述



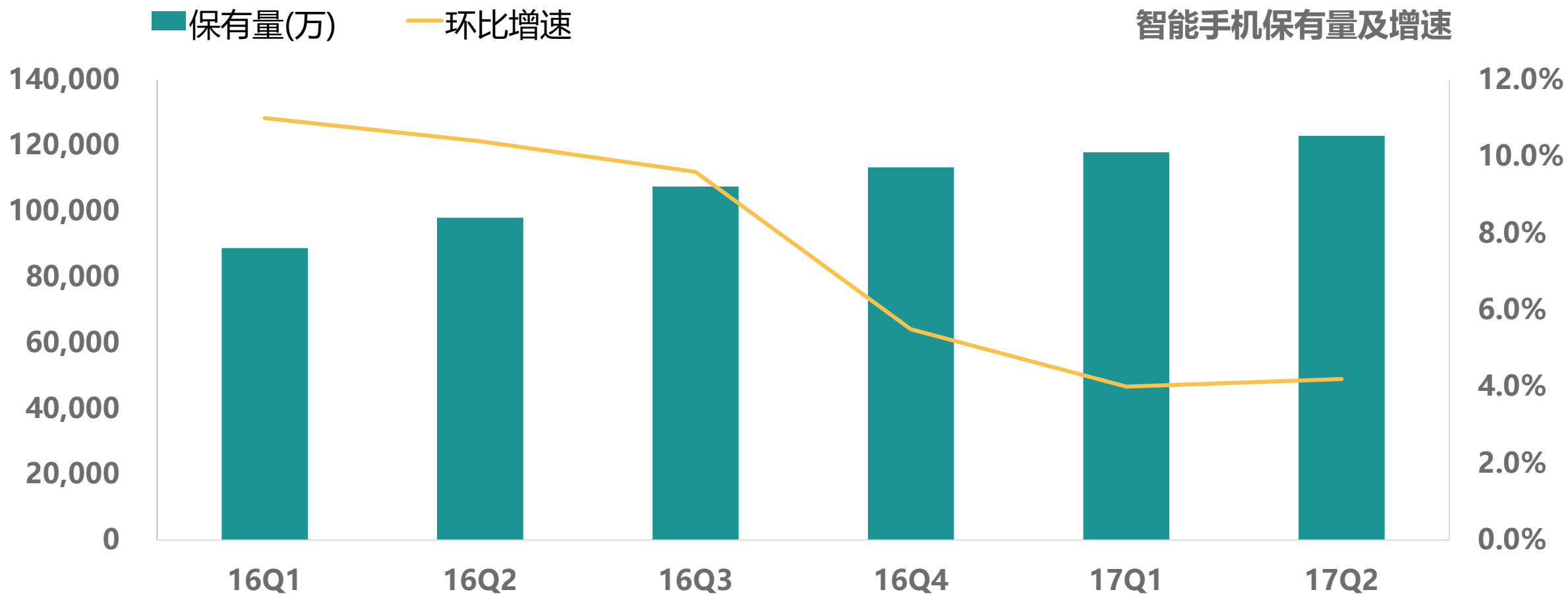
移动互联网用户规模逐年攀升

在互联网用户中的渗透率超95%



智能手机市场保有量增速放缓

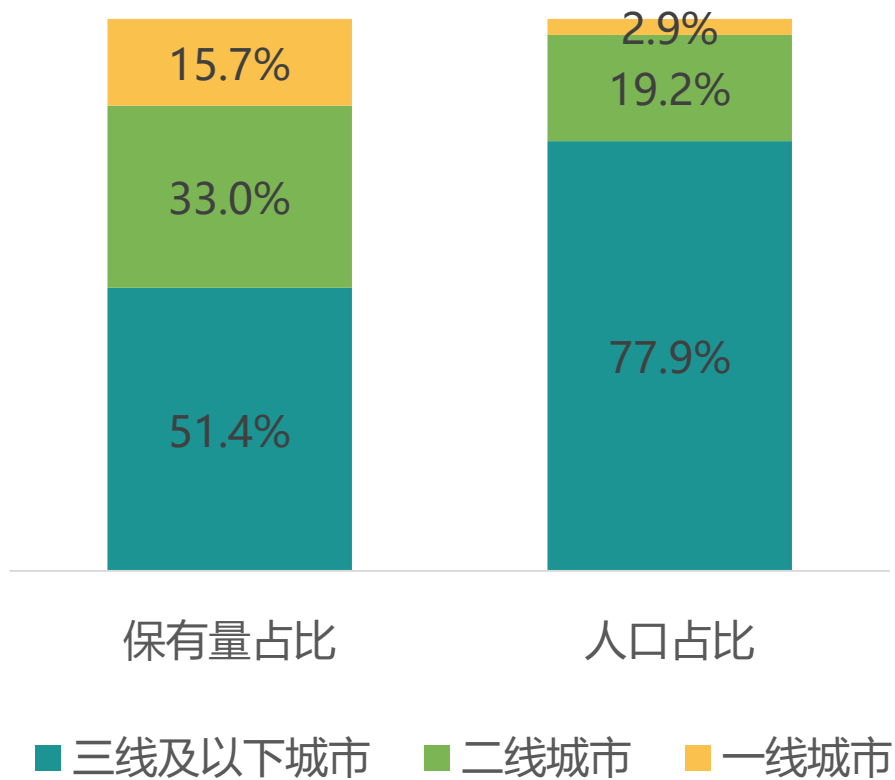
人口红利消失，手机进入存量时代



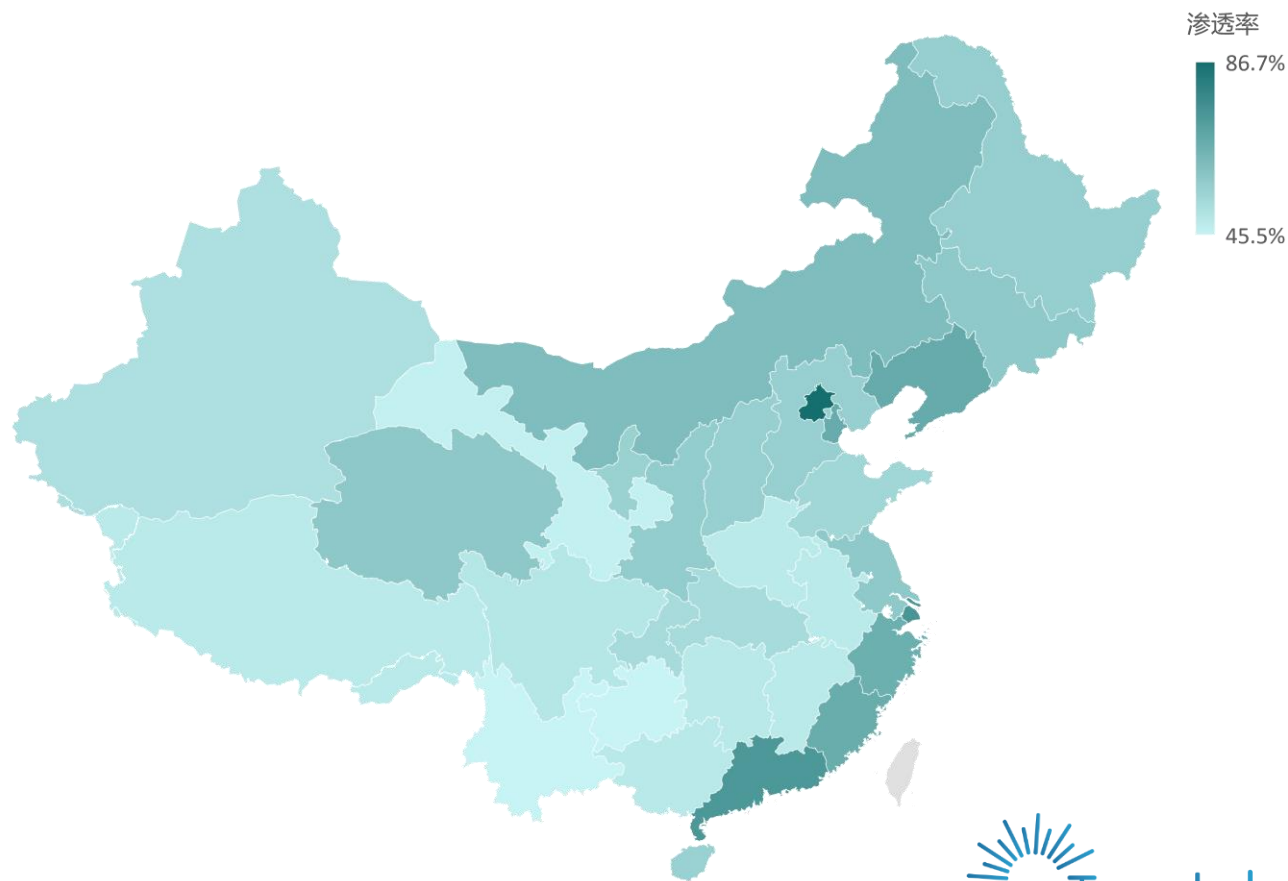
三四线城市，中部西部地区手机渗透率较低

存量时代中仍有新增用户发展空间

17年4月各区域保有量及人口占比

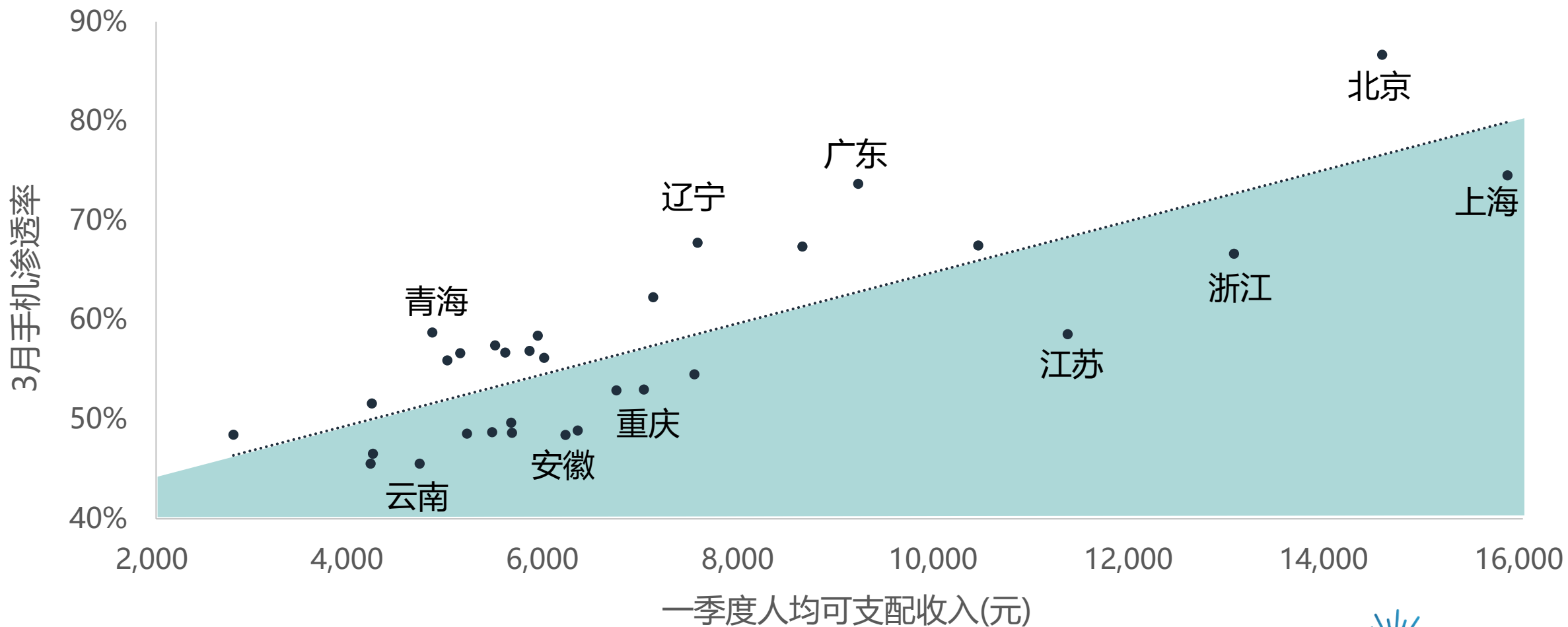


17年4月智能手机各省渗透率



省份间手机渗透率差异明显

发展滞后的省份争取新增用户的机会大



数据来源：Trustdata移动大数据监测平台3月数据，综合市场信息，根据Trustdata统计计算

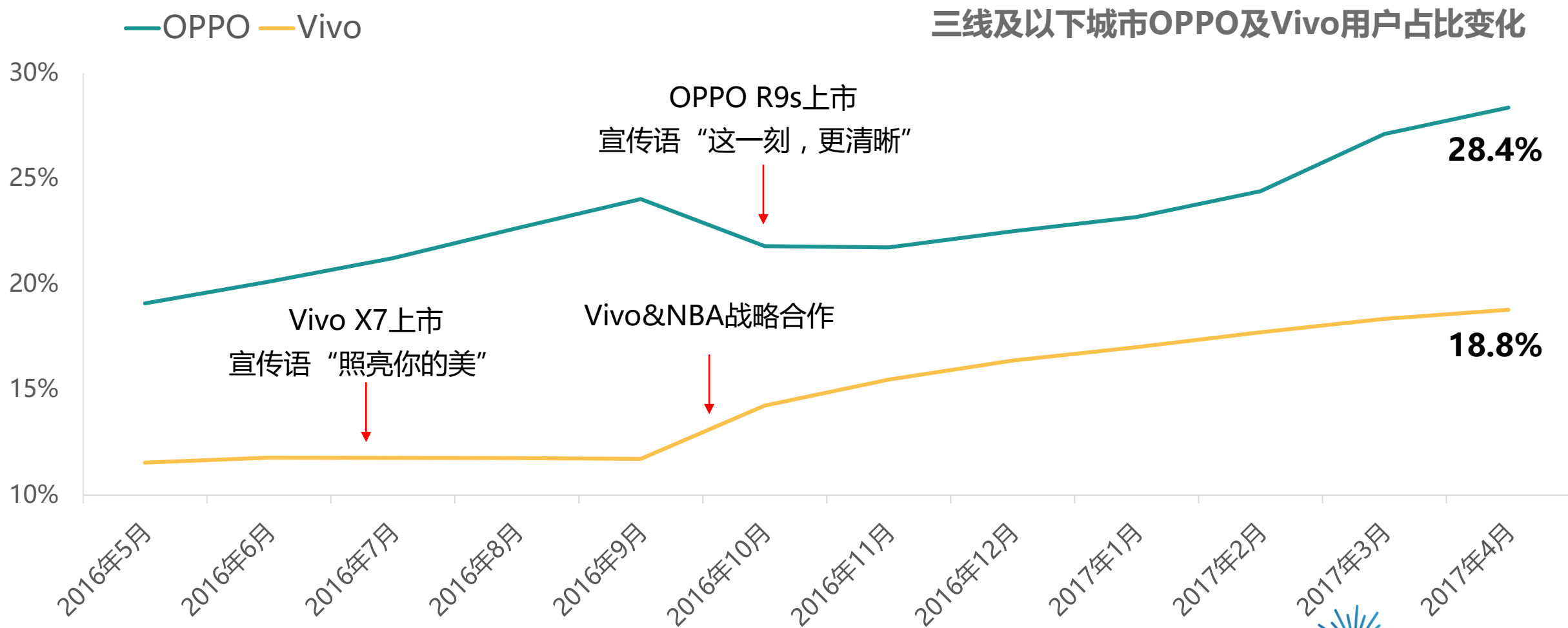


Part.2 品牌地域性分布特征



三线及以下城市市场OPPO、Vivo占比持续走高

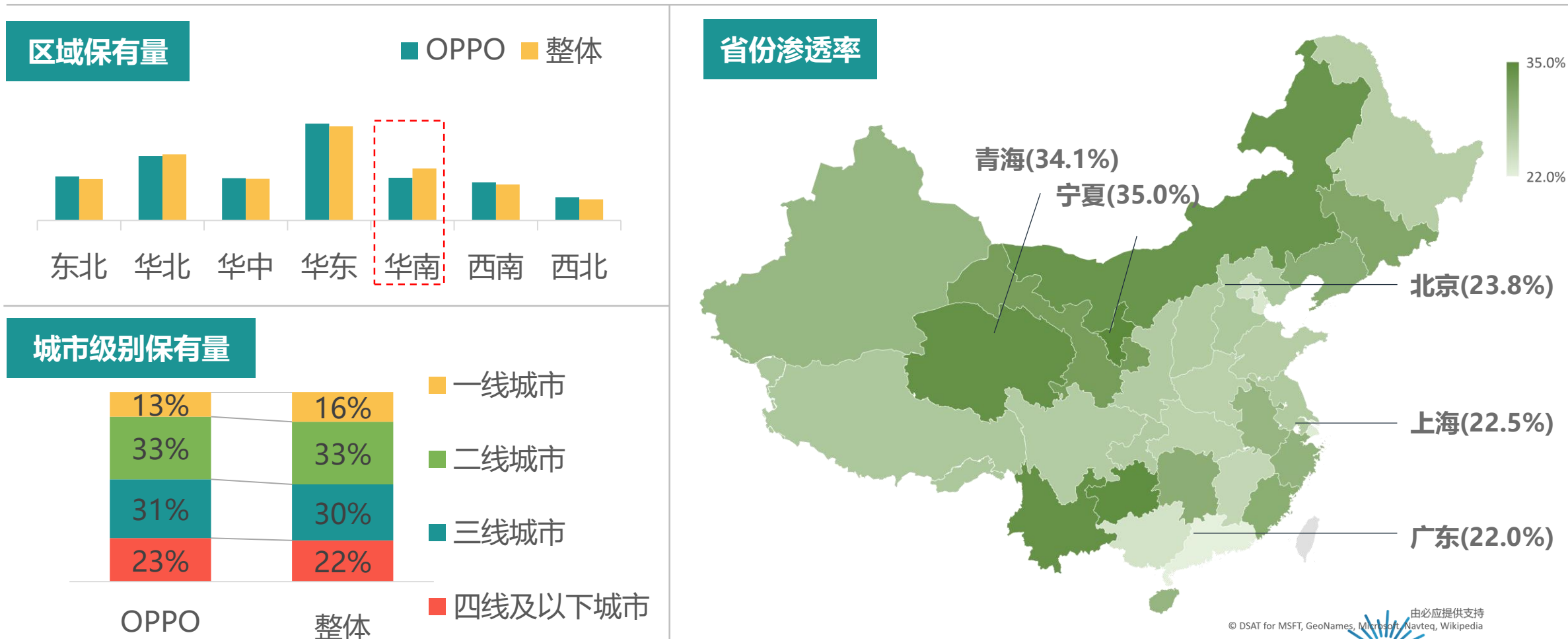
OV占据市场半壁江山



数据来源：Trustdata移动大数据监测平台4月数据，综合市场信息，根据Trustdata统计计算

OPPO华南地区保有量占比低于整体水平

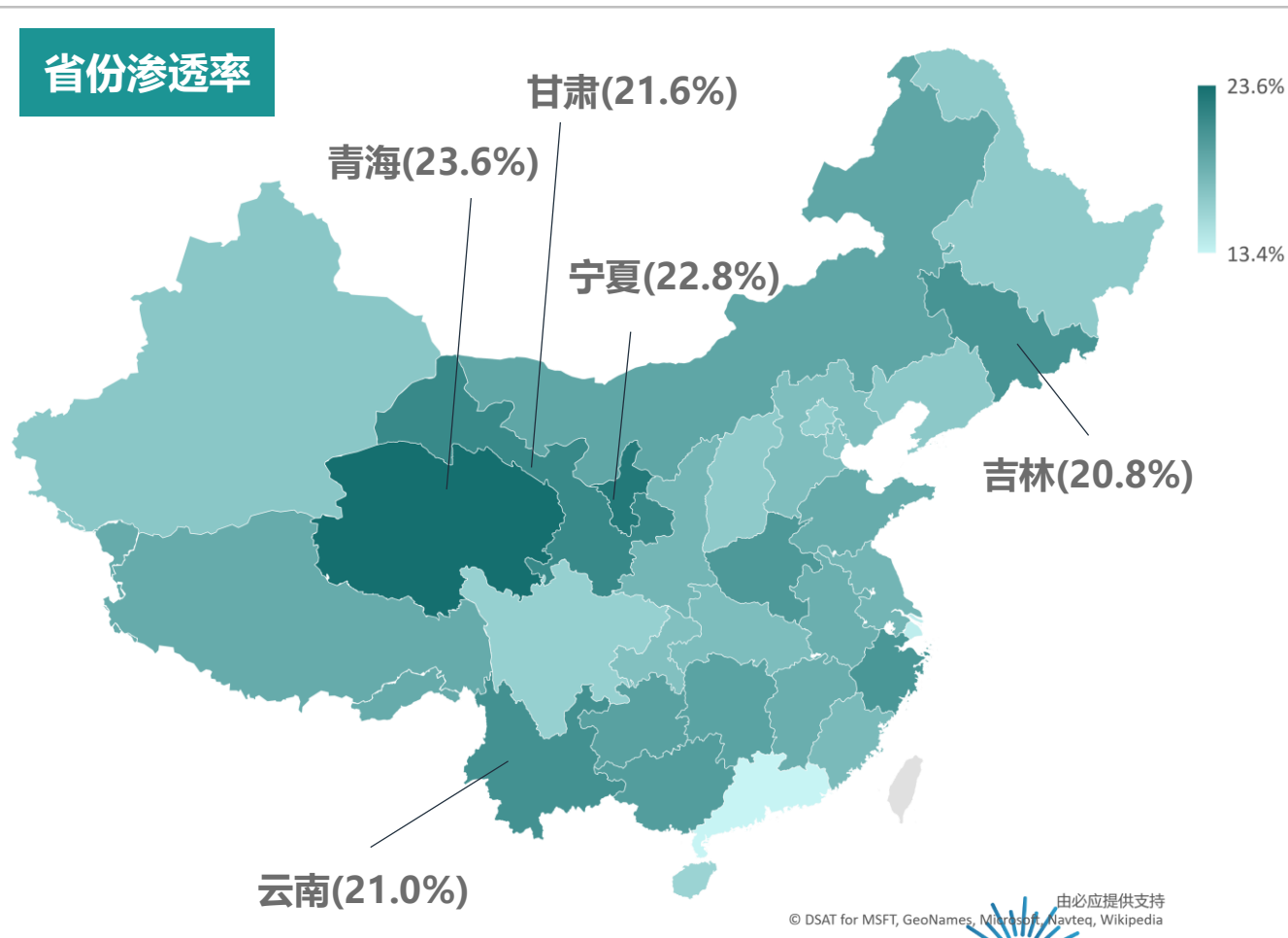
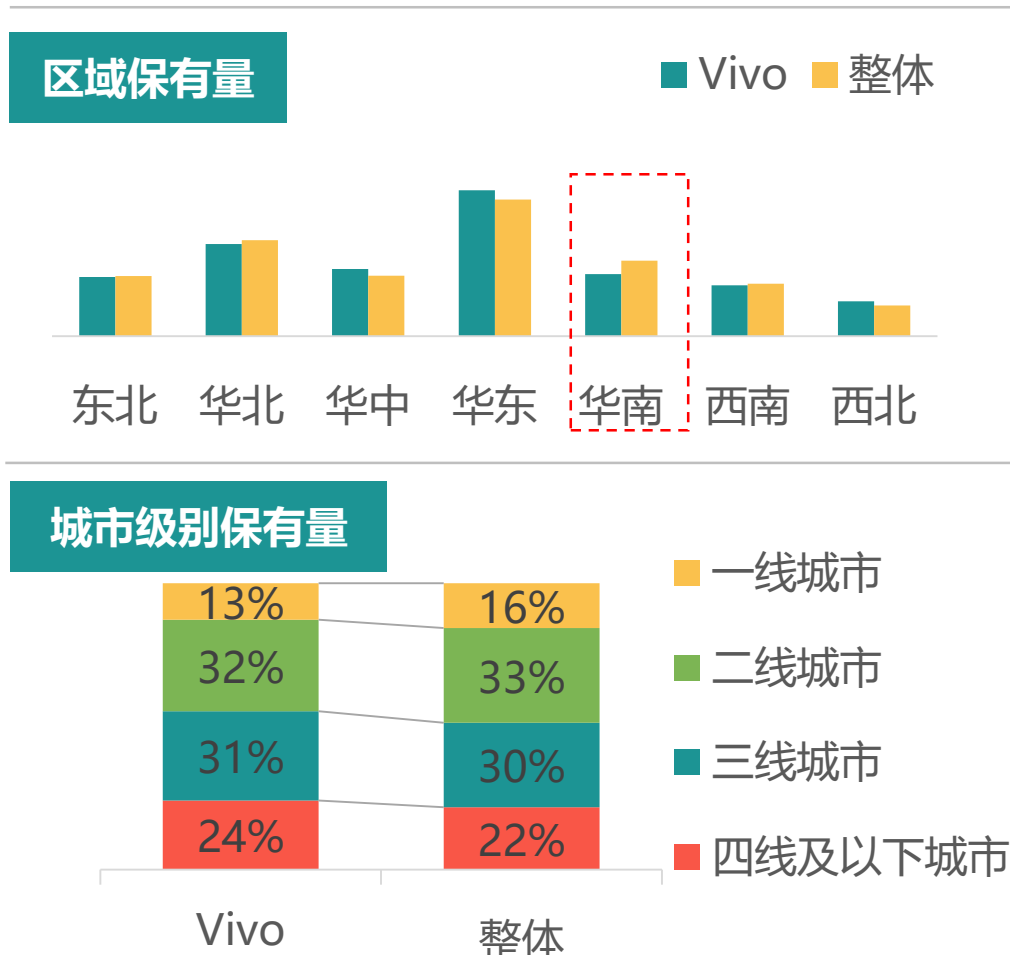
一线城市仍是市场薄弱点



数据来源：Trustdata移动大数据监测平台4月数据

Vivo地域分布与OPPO较一致，各省份市场渗透率更平均

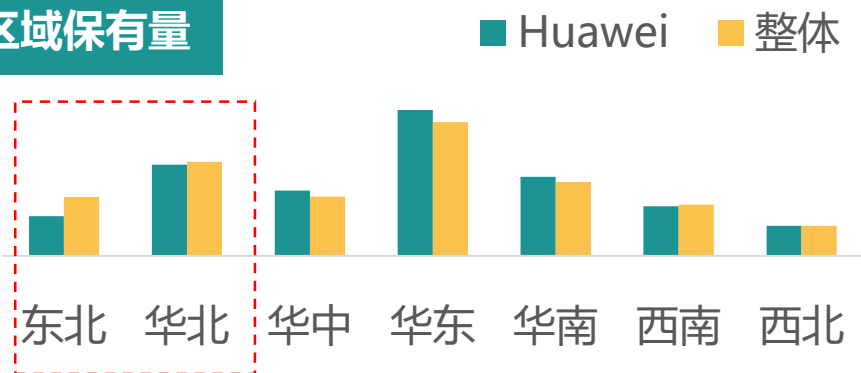
OV产品在青海最受欢迎



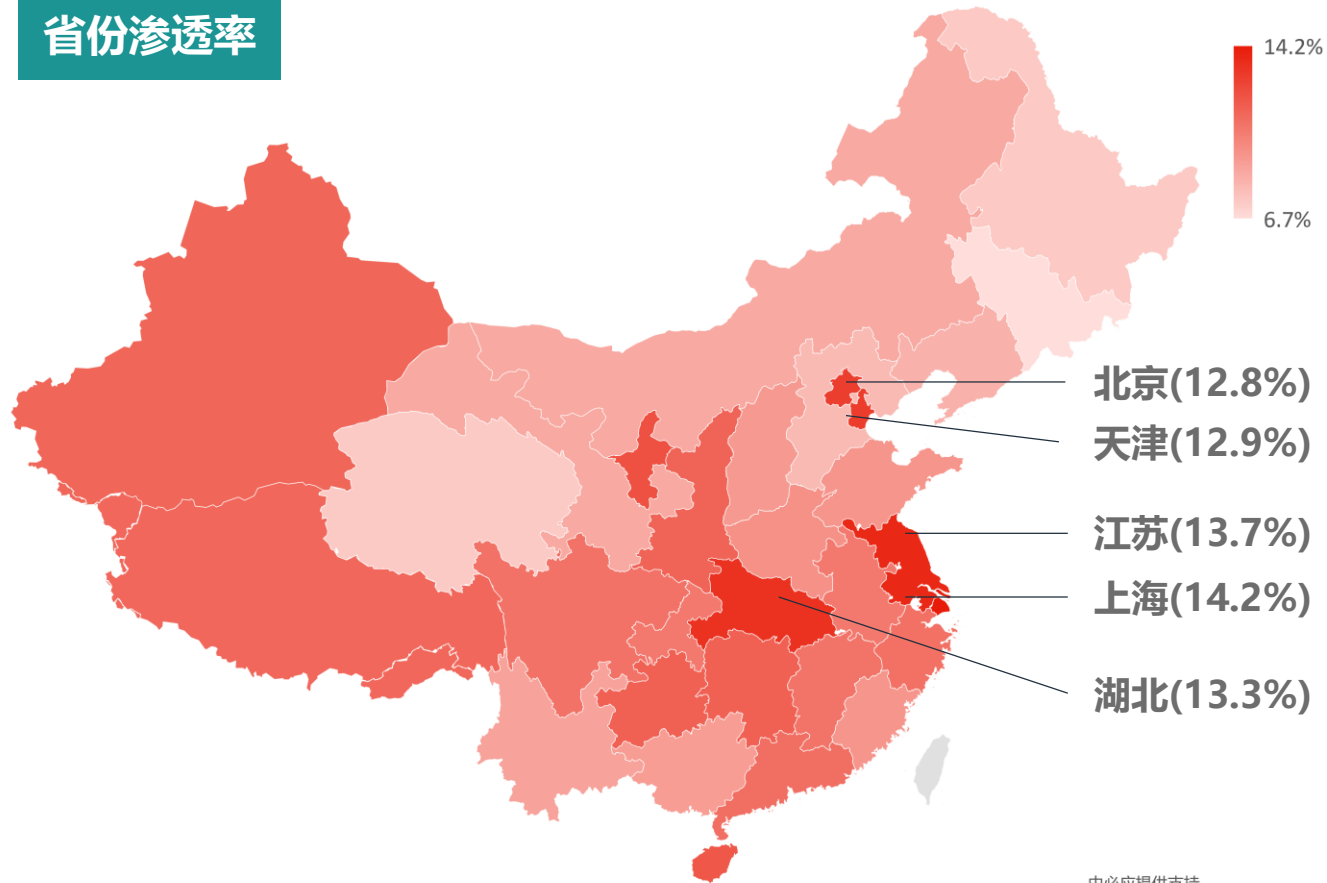
华为东部及中部地区销量可观，北方省市显弱势

三四线城市占比与OV差距较大

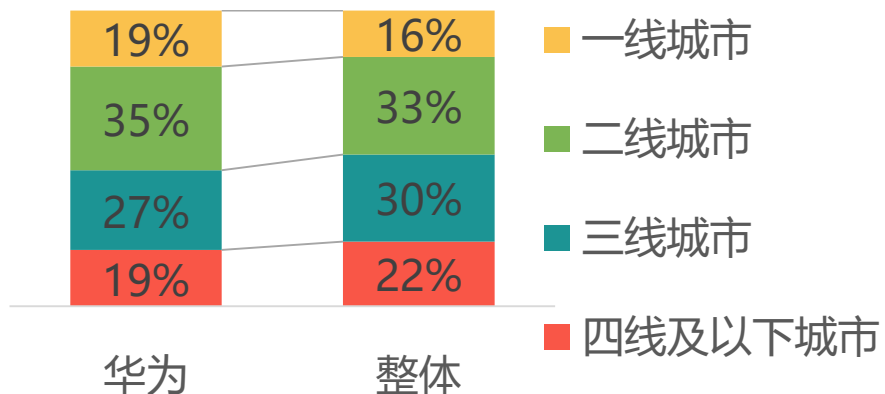
区域保有量



省份渗透率



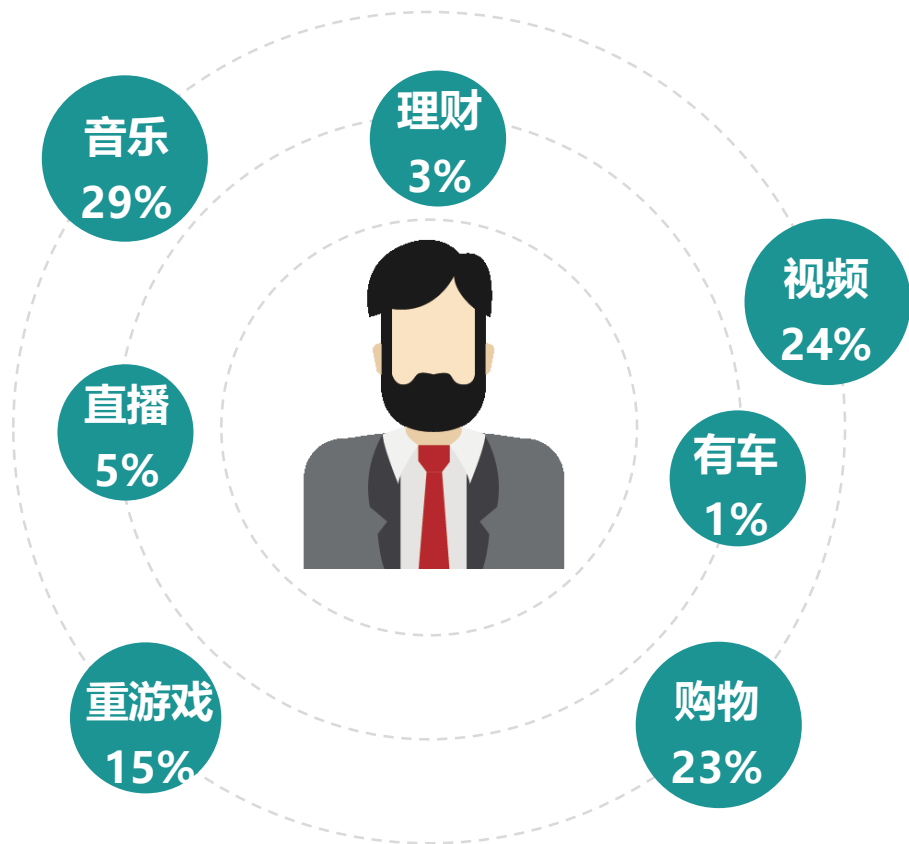
城市级别保有量



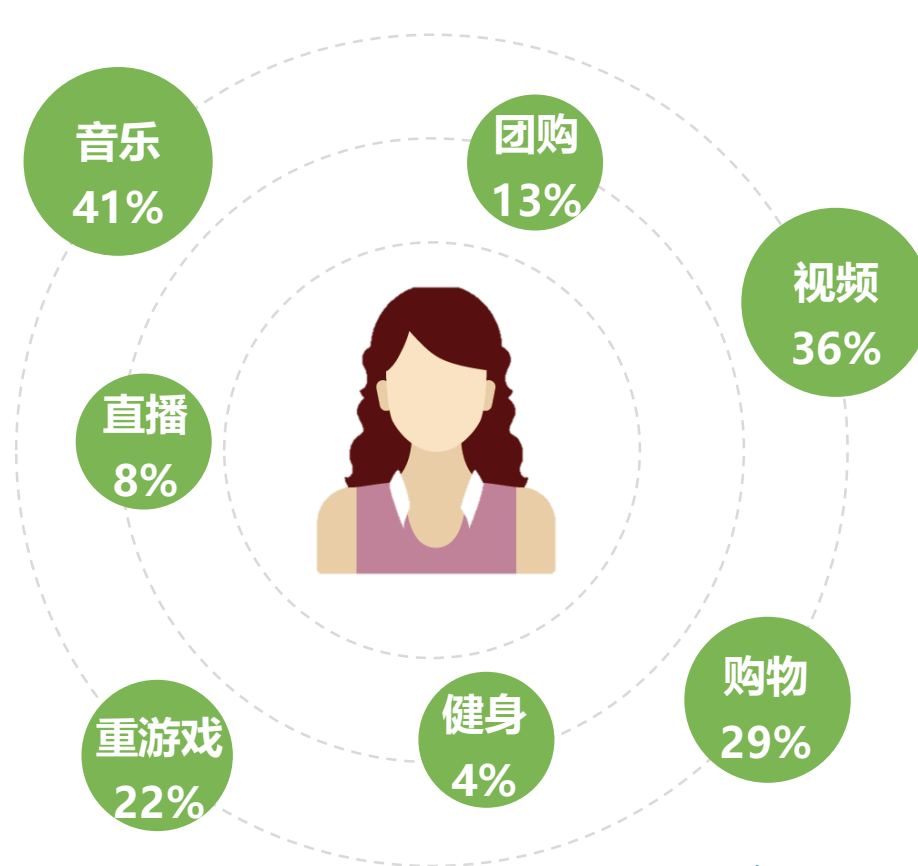
华为现有用户画像与北方用户差异较大

补足北方市场的努力方向仍是娱乐化，女性化

华为北方用户标签占比



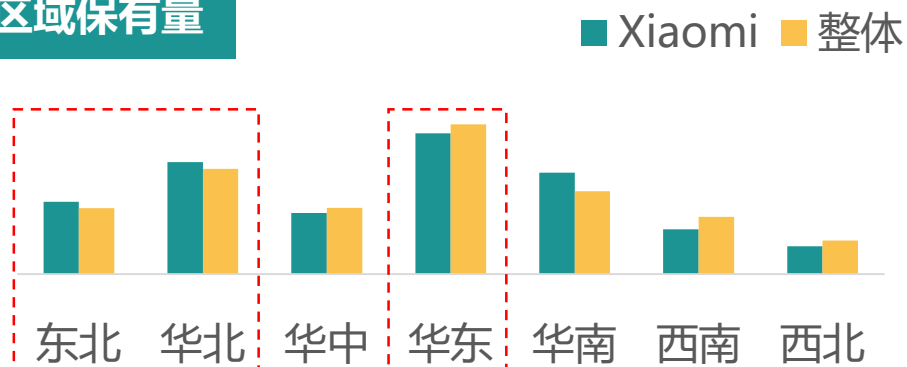
北方用户标签占比



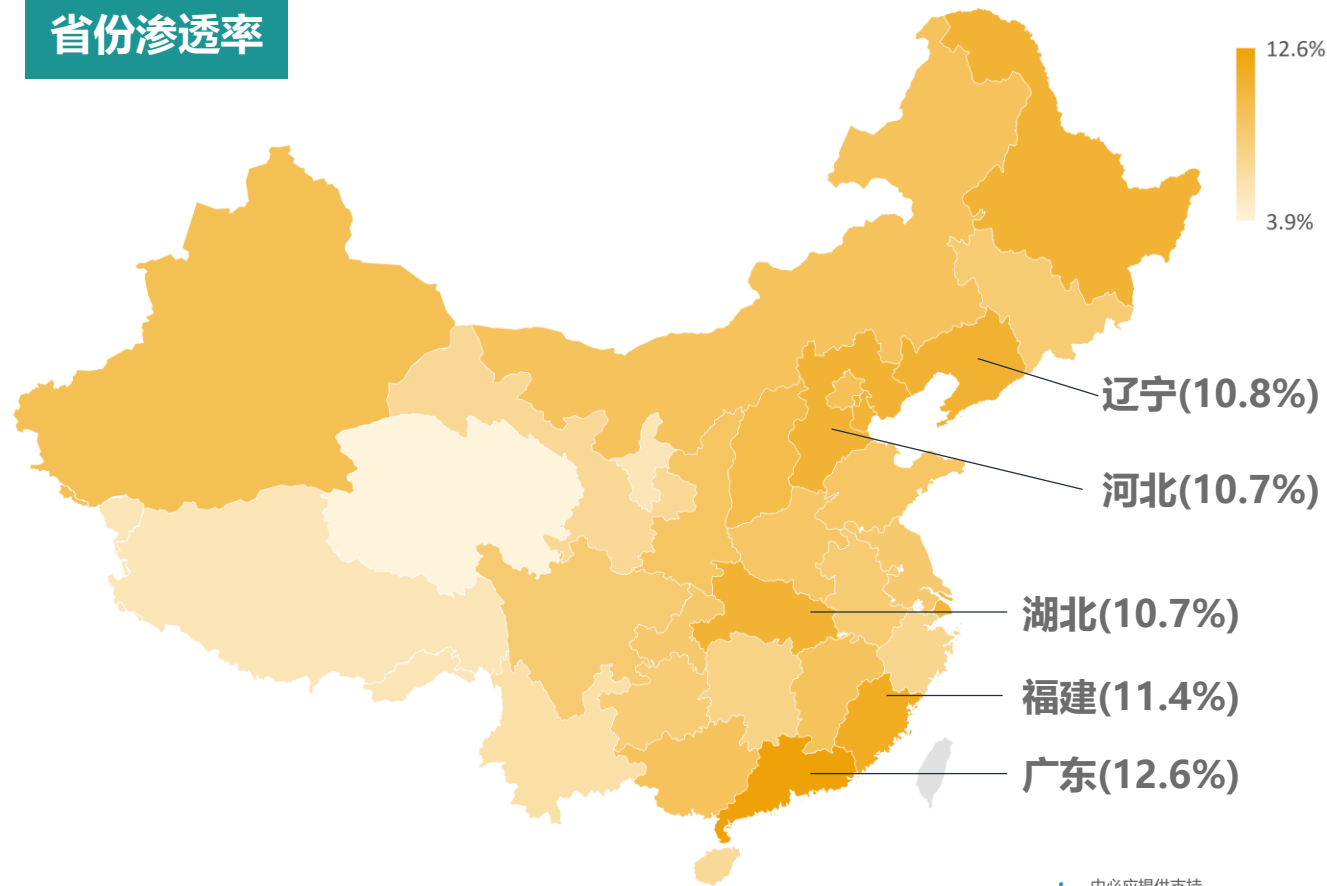
小米在北方及华南地区表现出色

西部地区市场推广有待加强

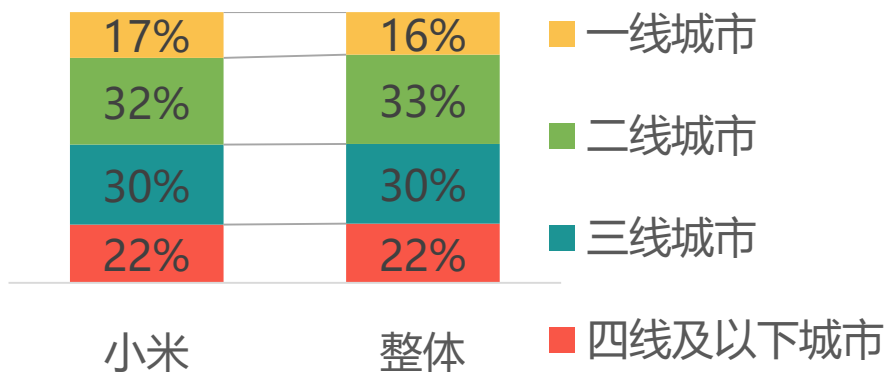
区域保有量



省份渗透率



城市级别保有量



数据来源：Trustdata移动大数据监测平台4月数据

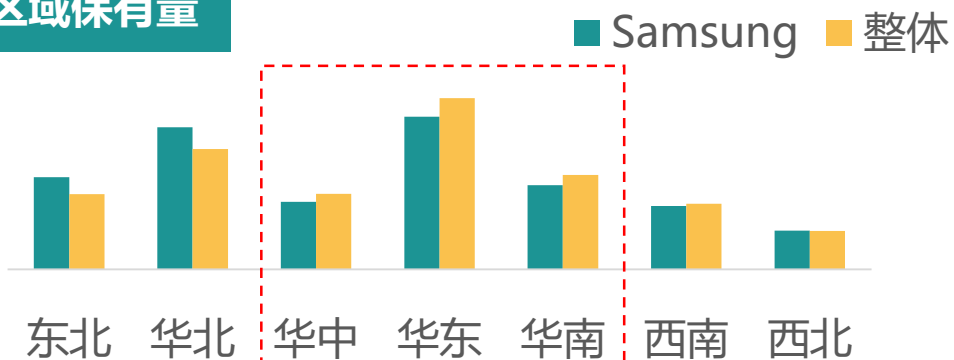
© DSAT for MSFT, GeoNames, Microsoft, Navteq, Wikipedia
由必应提供支持



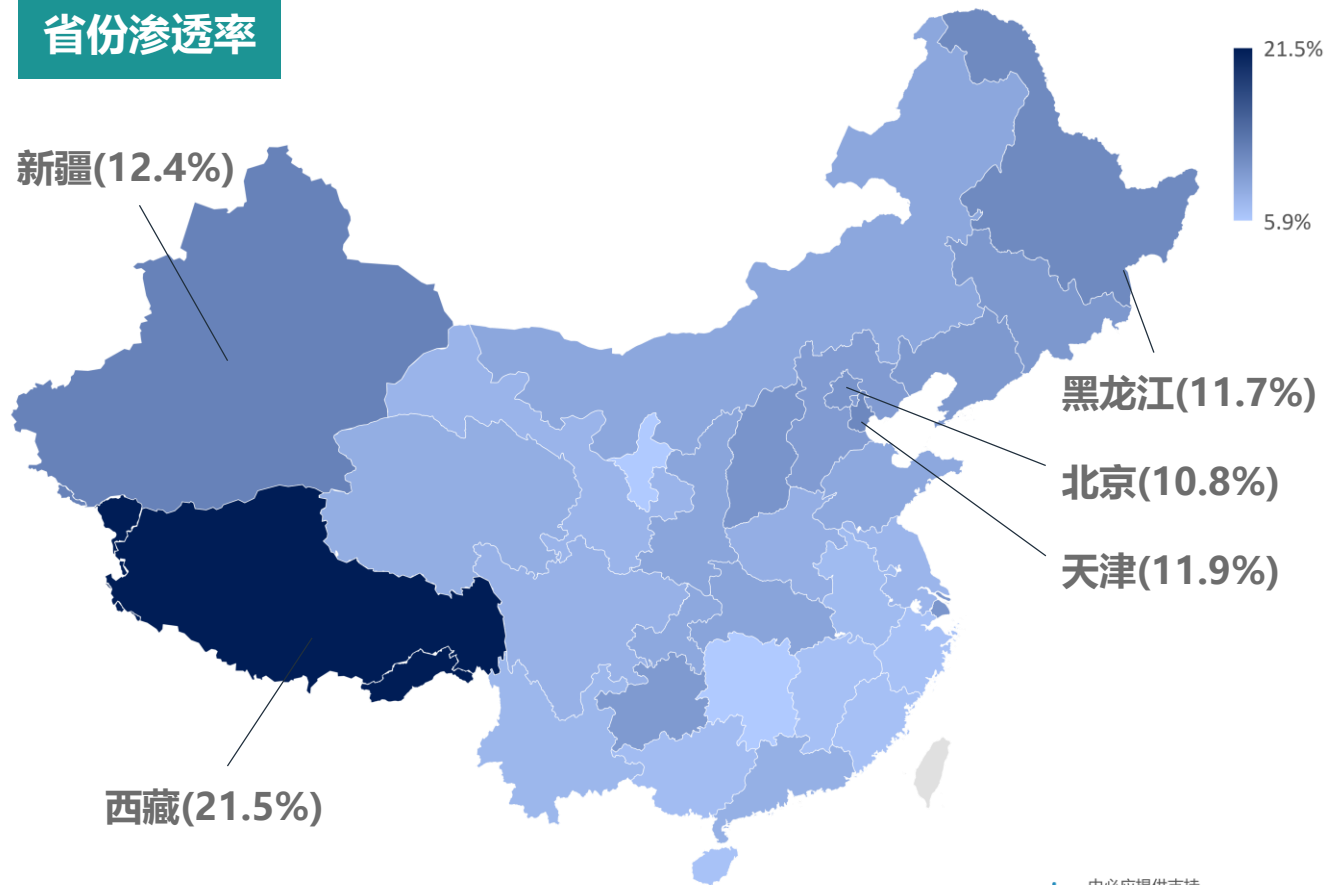
三星多省份渗透率低于行业水平

一二线城市占有量仍存优势

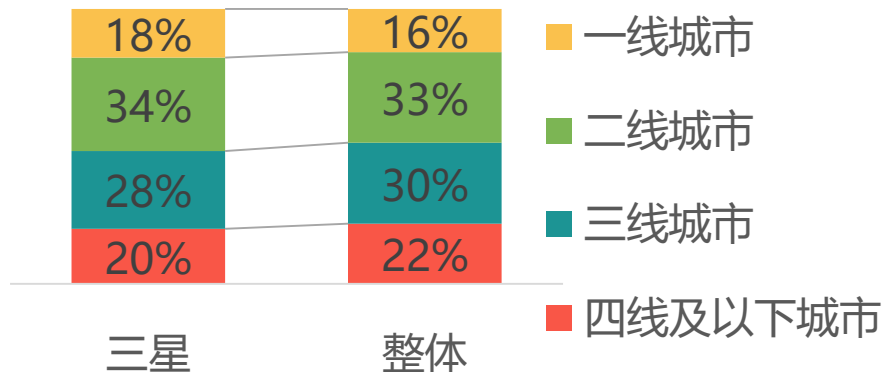
区域保有量



省份渗透率



城市级别保有量





Part.3 手机用户地域性特征研究



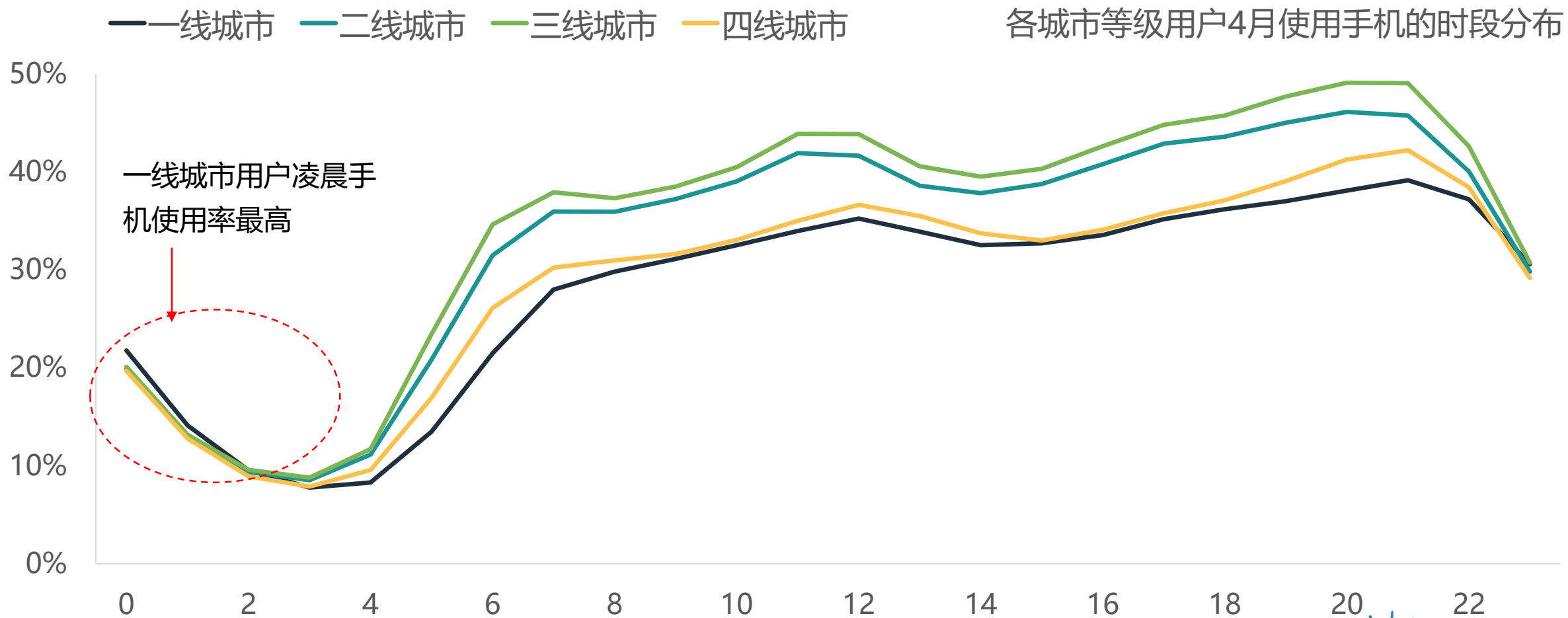
一二线城市用户追求便捷和效率

三线及以下城市用户看重娱乐性



一线城市用户日常被手机占用的时间较少

二三线城市用户对手机的依赖性更高

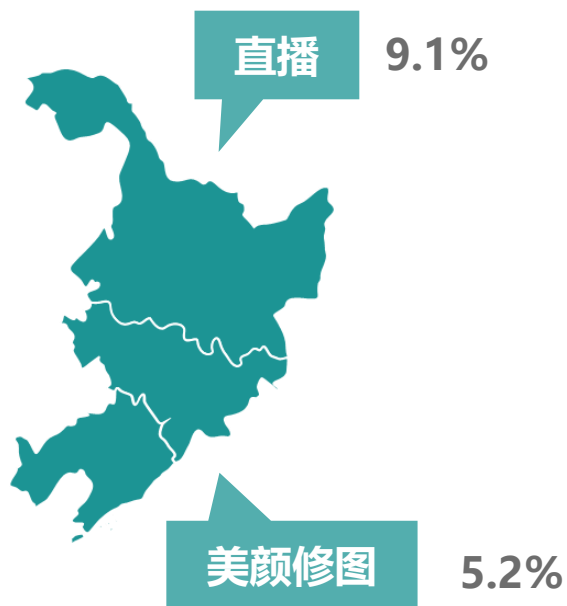


一线城市用户凌晨手机使用率最高

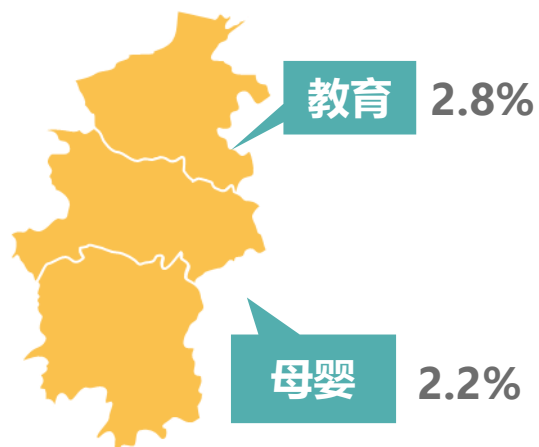
部分区域用户主要标签

东北地区爱直播，华东华南地区爱理财

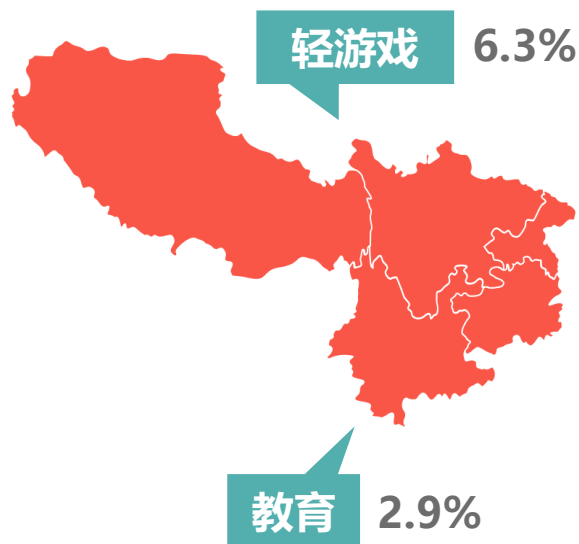
东北地区



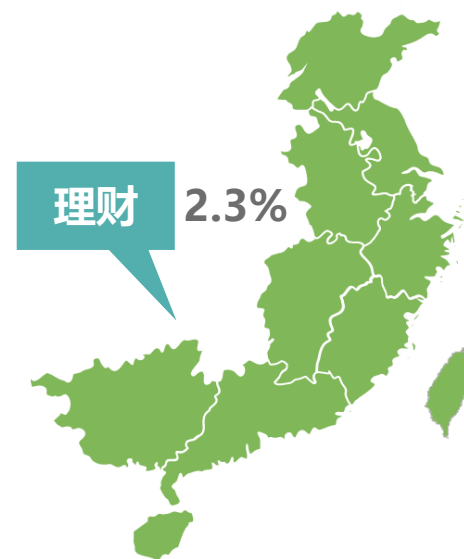
华中地区



西南地区

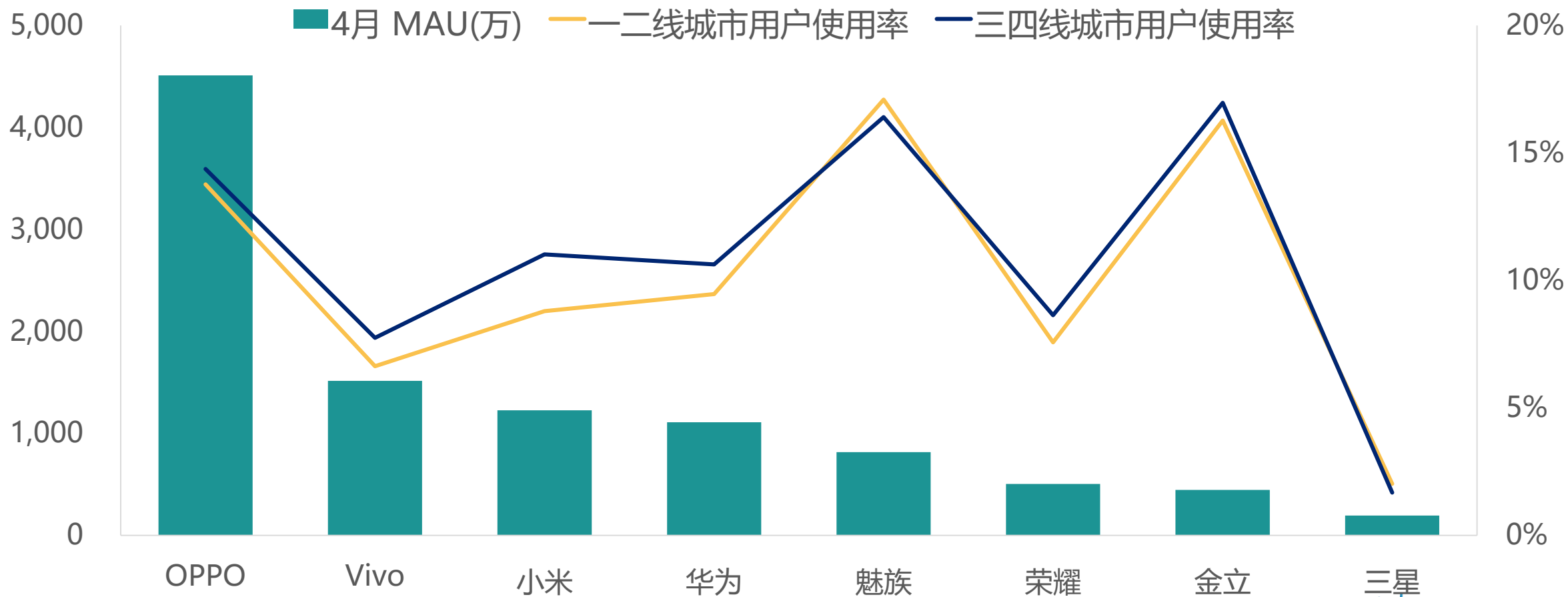


华东&华南地区



OPPO本地音乐MAU居榜首

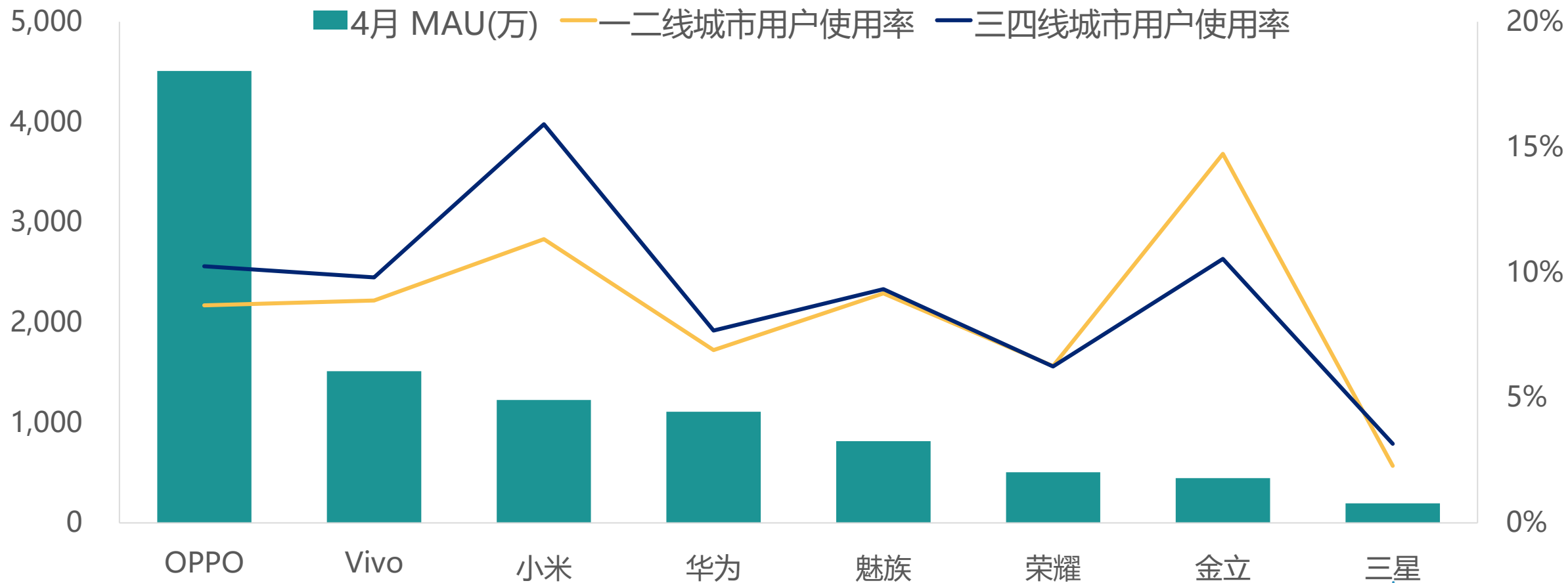
本地音乐类app用户的地域性差异微小，品牌差异较大



数据来源：Trustdata移动大数据监测平台4月数据

OPPO本地视频MAU保持第一，

小米视频三四线城市用户使用率高，金立视频更受一二线城市用户偏爱



数据来源：Trustdata移动大数据监测平台4月数据

Trustdata , 拥有行业领先的数据挖掘能力与分析能力

样本覆盖规模

日活用户

4900万

月活用户

1.5亿

数据采集频次

不带支付功能的APP

10秒/次

带有支付功能的APP

1秒/次

数据有效性

只在亮屏情况下，
进行数据采集，
确保数据真实性及有效性

数据处理能力

每日原始数据采集量

60TB

每日运算后结构化数据量

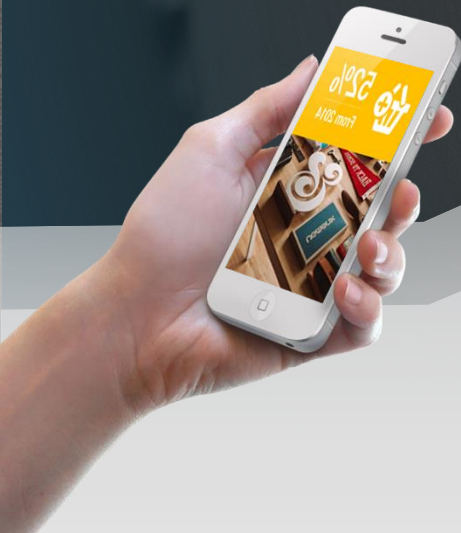
300G

数据报告生成时间

T+2

法律安全性

Trustdata 在数据采集过程中，只采集用户使用动作数据，不采集用户使用内容数据，并且所有的数据都将基于群体数据分析输出，不会带有任何个体数据



Trustdata 成立于2014年初，致力于成为大数据时代下最领先的移动应用数据内容解决方案提供商，为客户提供从数据产品到产品模型，技术平台到商业解决方案全方位服务体系。至2016年底，Trustdata 4900万日活用户，1.5亿月活用户。Trustdata的客户涵盖了PE/VC、政府机关、金融、快消等传统及互联网领域企业。

Trustdata ICT行业研究服务

行业研究



品牌格局变迁

用户换机走向

智能手机市场行业研究

智能可穿戴设备行业研究

...

用户研究



用户移动互联网使用行为分析

区域人口流动、人口画像研究

Trustapp移动互联网监测平台

用户精准画像研究

...

定制研究

产品形态与配置研究

用户体验研究

广告效果研究

用户满意度研究

项目可行性研究

...



Trust Us, Trust Data

