

移动大数据应用分享报告



EVERCREATIVE
九 鼎 瑞 信



中国移动
China Mobile

电信运营商数据的特点

全面 海量 真实 可持续

- 数据提供的可持续性。通信网络的实时性为数据的持续和速度提供了保证。



- 运营商掌握数据全面且充足。数以亿计的通信用户基数保证了数据的海量和多元性。

- 运营商对数据可以有效利用。运营商可以通过对海量数据的有效分析，更加精准、更加高效地把握用户需求。

移动大数据的优势

数据不局限

移动所拥有的数据是用户在网全生命周期数据，从用户买手机卡加入移动网络开始，每一个通话，每一个应用网络访问行为均能够被发现，从而汇集多搜索引擎、多APP信息，而不只是用户在某一个网站、应用的数据。不但能够进行用户搜索关键词分析，更能够将用户 APP 使用喜好、用户购物关注喜好等多维度输出到数据结果，从而适应更多样、更准确的业务场景。



打电话



查资料



搜美食



聊天



购物



玩游戏



看视频



看新闻



电子书



一天24小时
全年365天



涵盖用户所有应用行为
数据全方位

移动大数据的优势

地理位置精准获取

基于移动网络，每一条数据，均能够关联用户位置，通过分析，辅助判断用户行为。
基于位置分析可辅助客户获得营销的最佳时段与方案。

用餐地点

居住地点

途径路线



经常出没

工作地点

...

移动大数据的优势

用户身份识别优势

通过移动网络标识，如移动网络中的唯一用户身份标识（IMSI）、用户终端唯一标识（IMEI）、用户手机号（MSISDN），所有数据能够准确关联用户，而部分服务提供商是基于用户登录账号，当用户退出登录后就较难准确关联。

移动大数据多重身份识别更加准确



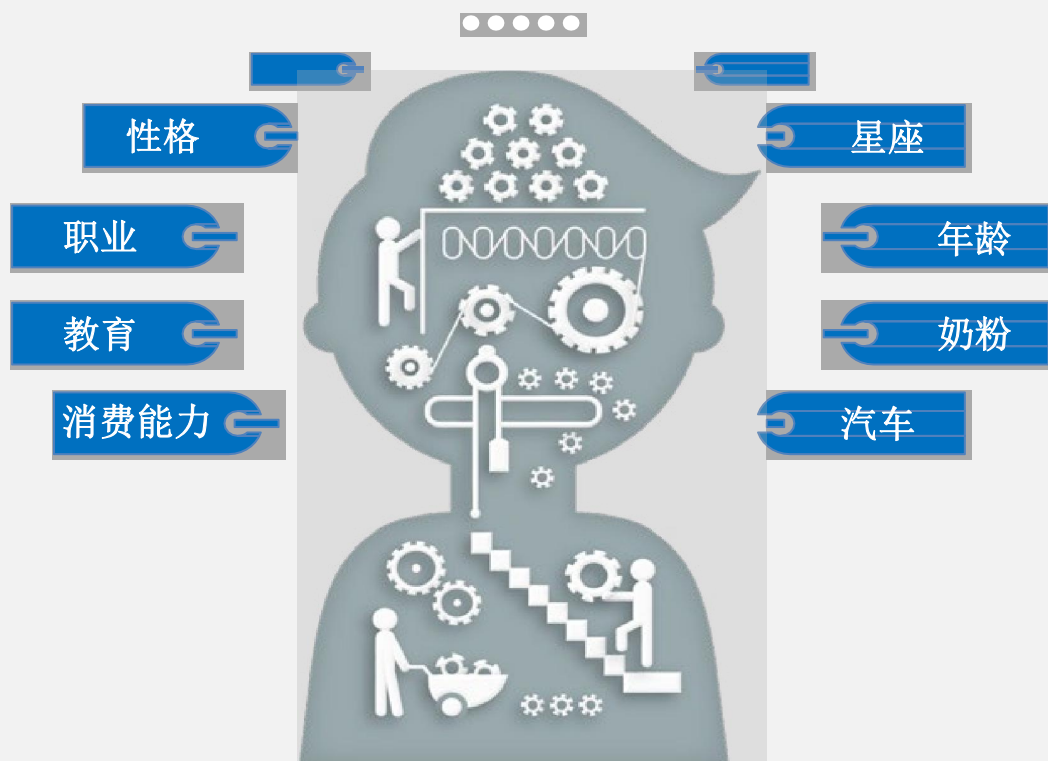
移动大数据的优势

移动大数据的分析能力



移动大数据的优势

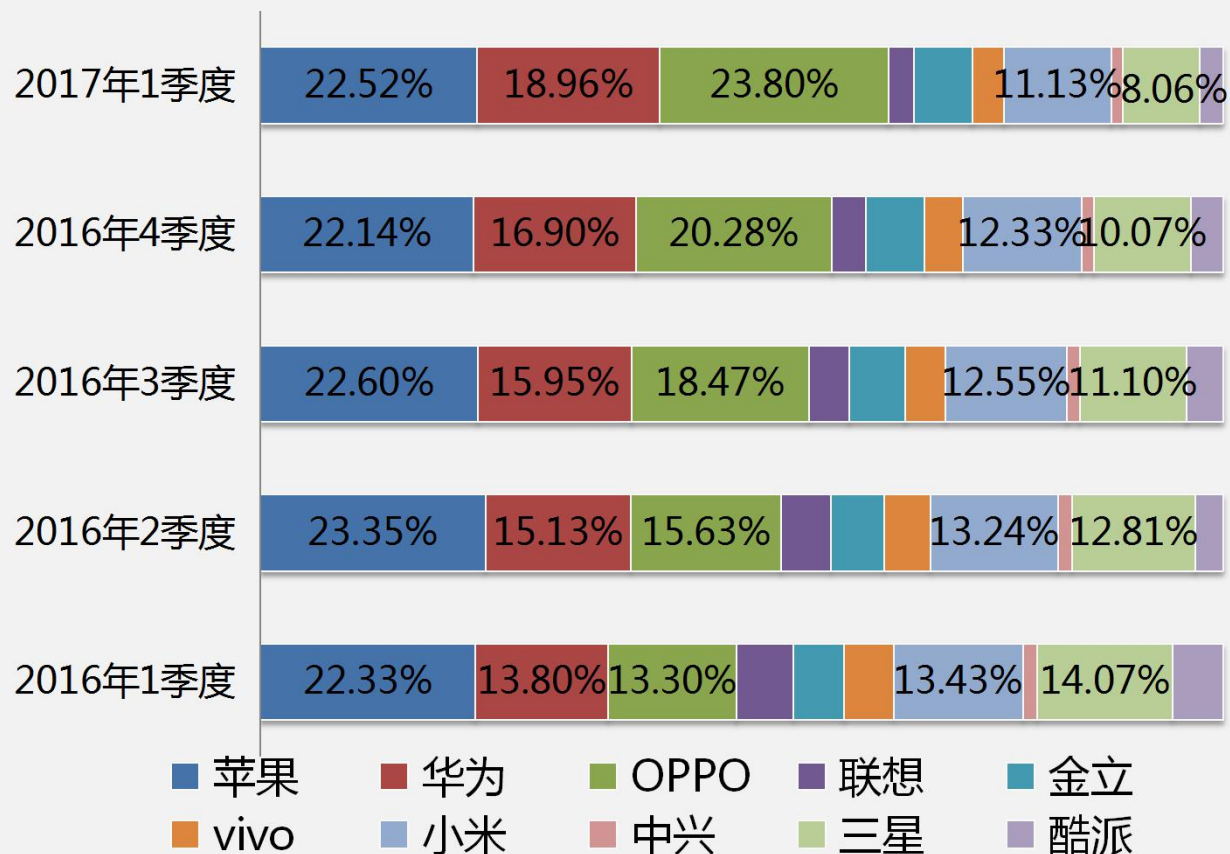
全面且精准的用户画像



通过收集用户终端各类数据信息，通过计算将信息分类生成标签，并为信息对象打标签获得用户画像。将这些画像以数据报告形式在 DMP 上生成，为品牌客户提供可持续的CRM管理及维护的精准数据。

案例1： 基于用户手机终端的终端市场分析

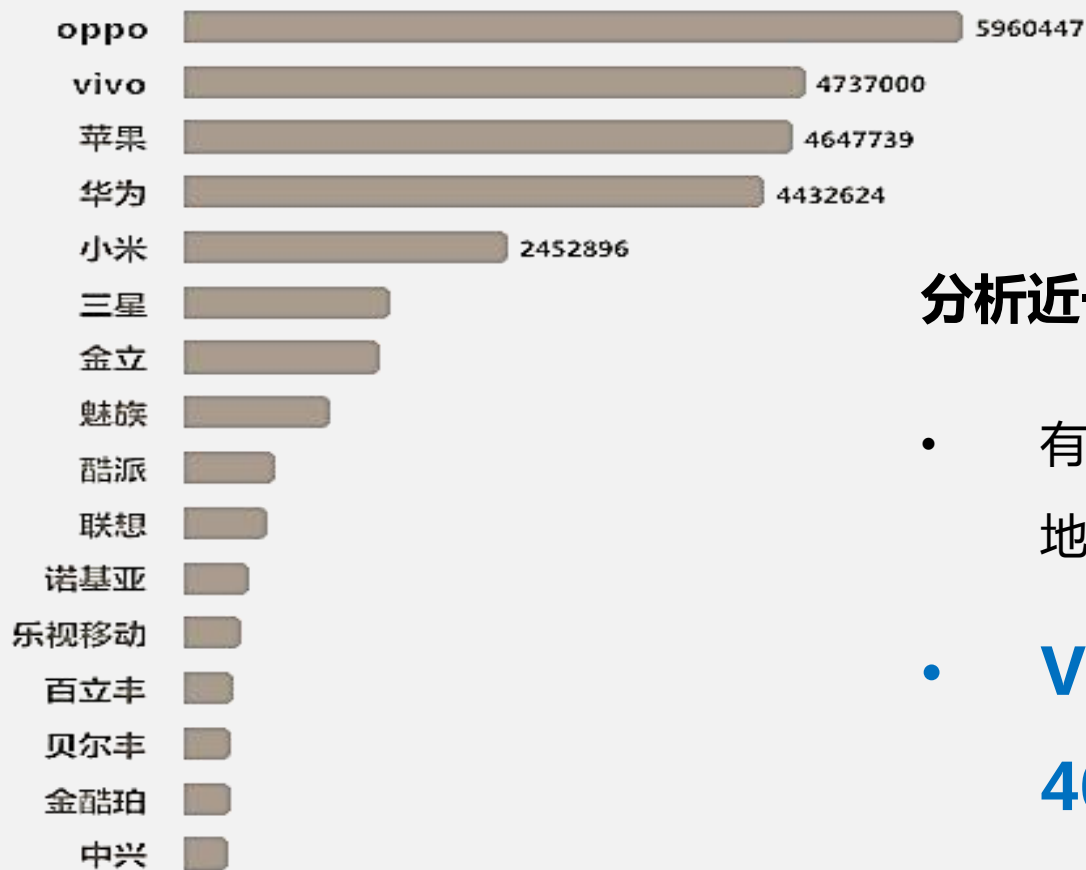
四川移动用户手机终端概况



- **2016年苹果手机总体保持市场份额第一**，2016年四季度OPPO手机市场份额增长较快，几乎与苹果手机市场份额持平；
- **2017年一季度，OPPO手机实现了份额反超**，成为市场份额排名**第一**的手机；
- **华为**手机稳步发展，始终**位列三甲**；
- 曾经领跑中国安卓市场的三星，因为**饱受安全问题困扰，用户数持续走低**，早已没有当年的辉煌

案例1： 基于用户手机终端的终端市场分析

换机品牌排行榜

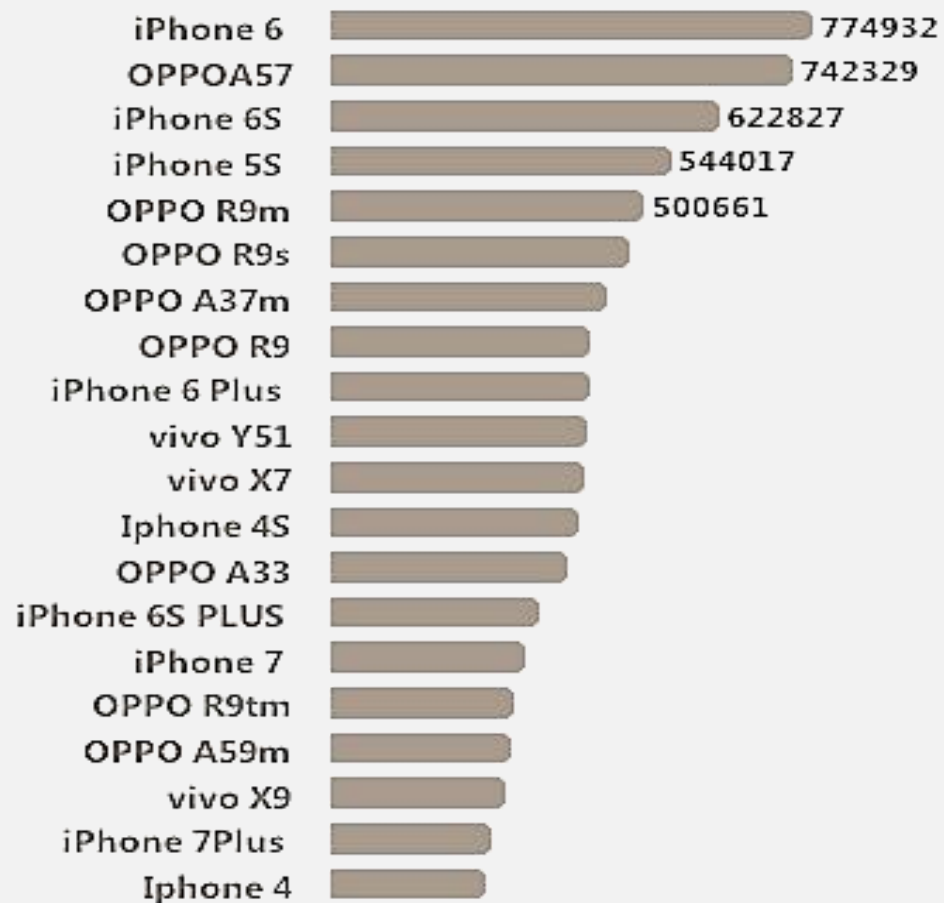


分析近一年四川移动用户新购机数据：

- 有**596万以上**的用户选择**OPPO**，苹果的霸主地位有所下降；
- VIVO和华为**在换机市场中也表现不俗，均拥有**400万以上**的换机用户；

案例1： 基于用户手机终端的终端市场分析

换机型号排行榜



分析近一年四川移动用户新购机数据：

- **iPhone6**因其性价比较**iPhone7**更高而成为最受欢迎的手机
- **OPPO的A57和R9系列**亦是表现不俗，从细节入手，具有**高性价比**；A57作为2000元以下机型，表现最佳；
- **OPPO R9系列**一经上市就备受推崇，也许除了**快充和拍照**两个亮点功能外，其选用的**高流量明星团代言策略**也是功不可没。

案例1： 基于用户手机终端的终端市场分析

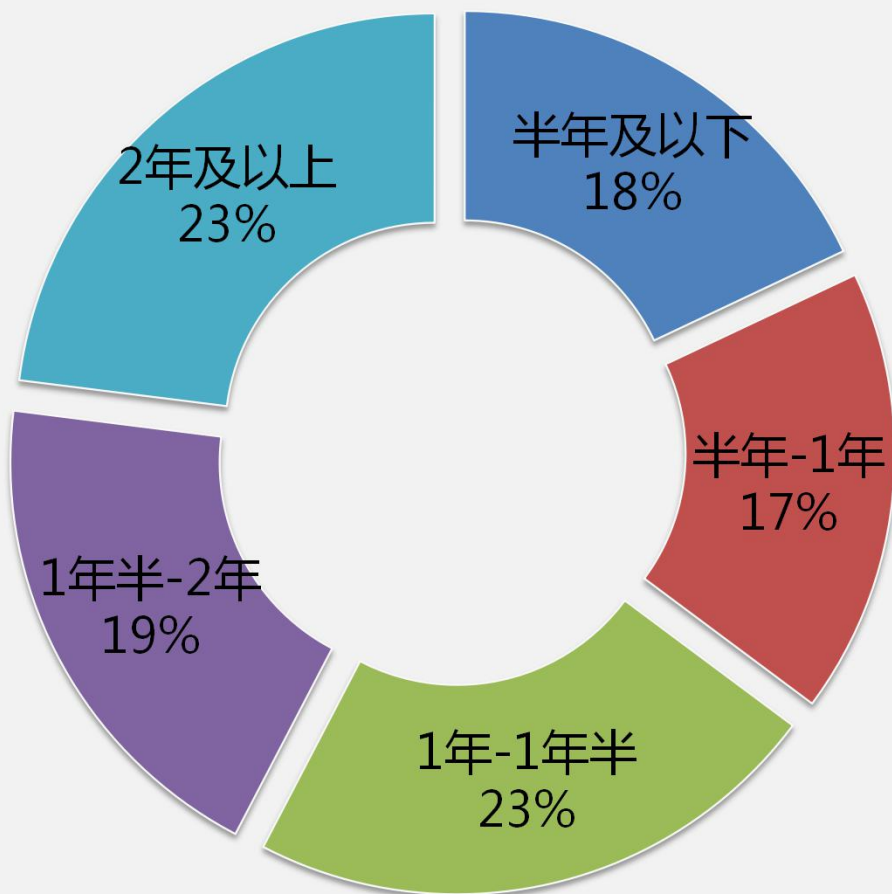
用户手机品牌迁移

换机前品牌	换机后品牌									
	苹果	华为	OPPO	VIVO	小米	三星	金立	魅族	联想	乐视
苹果	59.20%	8.02%	12.89%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%
华为	8.49%	54.11%	13.05%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%
OPPO	10.11%	XX%	53.31%	12.98%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%
VIVO	8.45%	XX%	16.36%	54.93%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%
小米	XX%	13.77%	19.14%	XX%	27.52%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%
三星	XX%	19.06%	20.20%	XX%	XX%	14.61%	XX%	XX%	XX%	XX%
金立	XX%	XX%	18.30%	15.10%	XX%	XX%	34.93%	XX%	XX%	XX%
魅族	12.06%	XX%	13.50%	XX%	XX%	XX%	XX%	42.91%	XX%	XX%
联想	XX%	15.67%	20.31%	16.08%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%
诺基亚	15.06%	15.87%	19.18%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%

- 各手机品牌均具有用户粘性，各终端品牌用户在更换手机时，优先考虑的均是自己本身使用的手机品牌，用户换机后仍选择原品牌的平均比例是**52.8%**；
- 苹果、VIVO、华为**用户的品牌认可度和品牌粘性最高；
- 苹果、华为流失用户在更换手机时，均会首选OPPO手机，而不是对方品牌；小米、三星流失用户均会首选华为手机；而OPPO和VIVO用户则忠诚于步步高手机系列。

案例1： 基于用户手机终端的终端市场分析

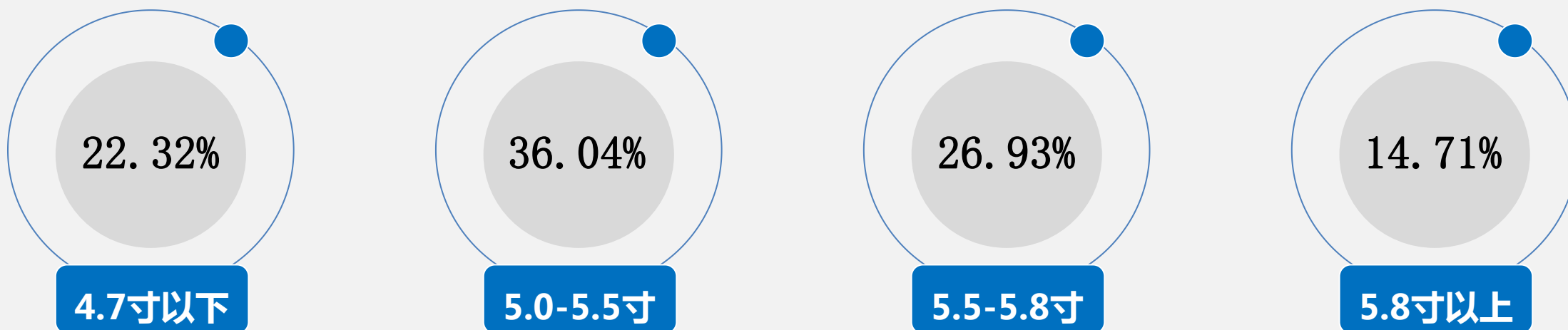
用户换机周期



- 当前智能手机的**换机周期较长**，大部分用户并不热衷于频繁更换手机，**42%以上**的用户换机周期在**18个月以上**；

案例1： 基于用户手机终端的终端市场分析

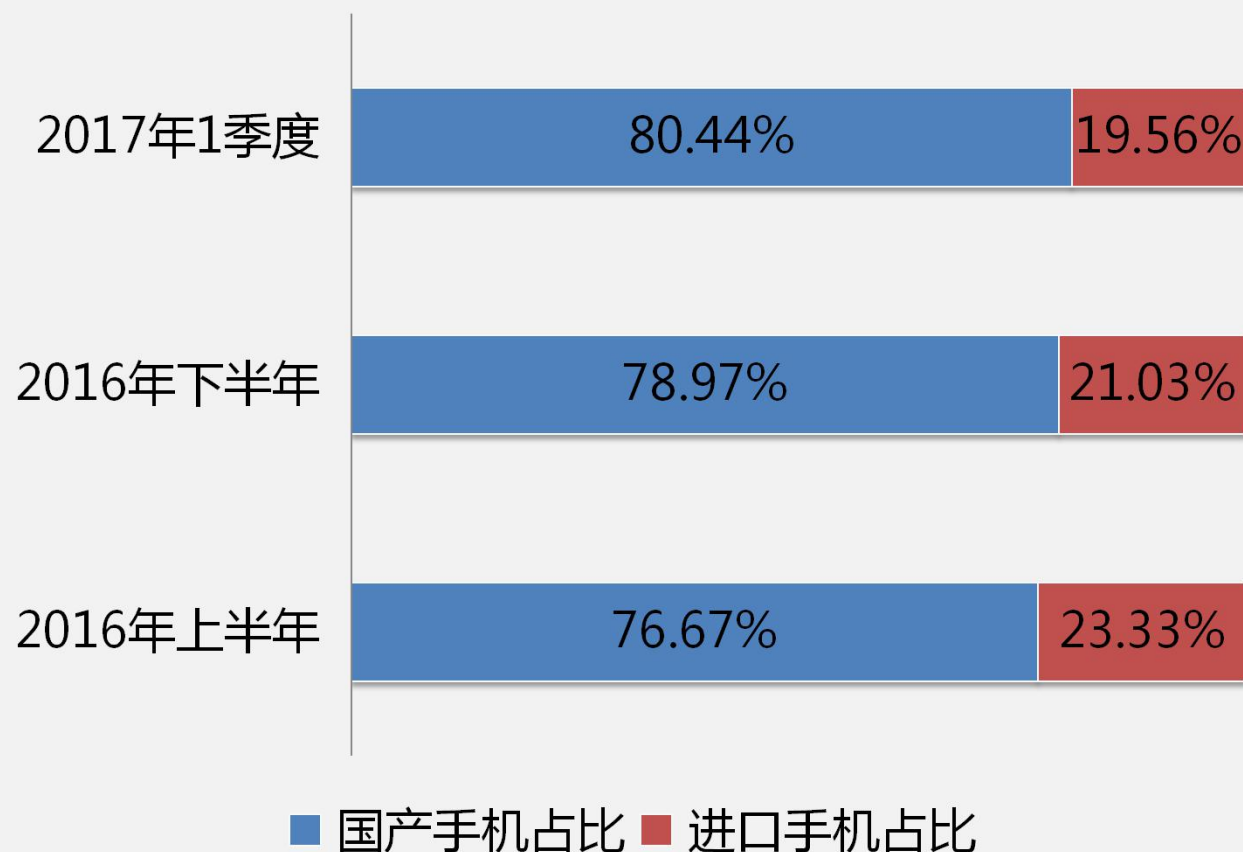
终端屏幕尺寸排行



- 智能终端是大屏的时代，**77.68%的用户都选择5.0寸以上的屏幕。**
- 最受欢迎的屏幕尺寸是5.0-5.5寸，其次是5.5-5.8寸。

案例1： 基于用户手机终端的终端市场分析

国产与外资品牌手机份额



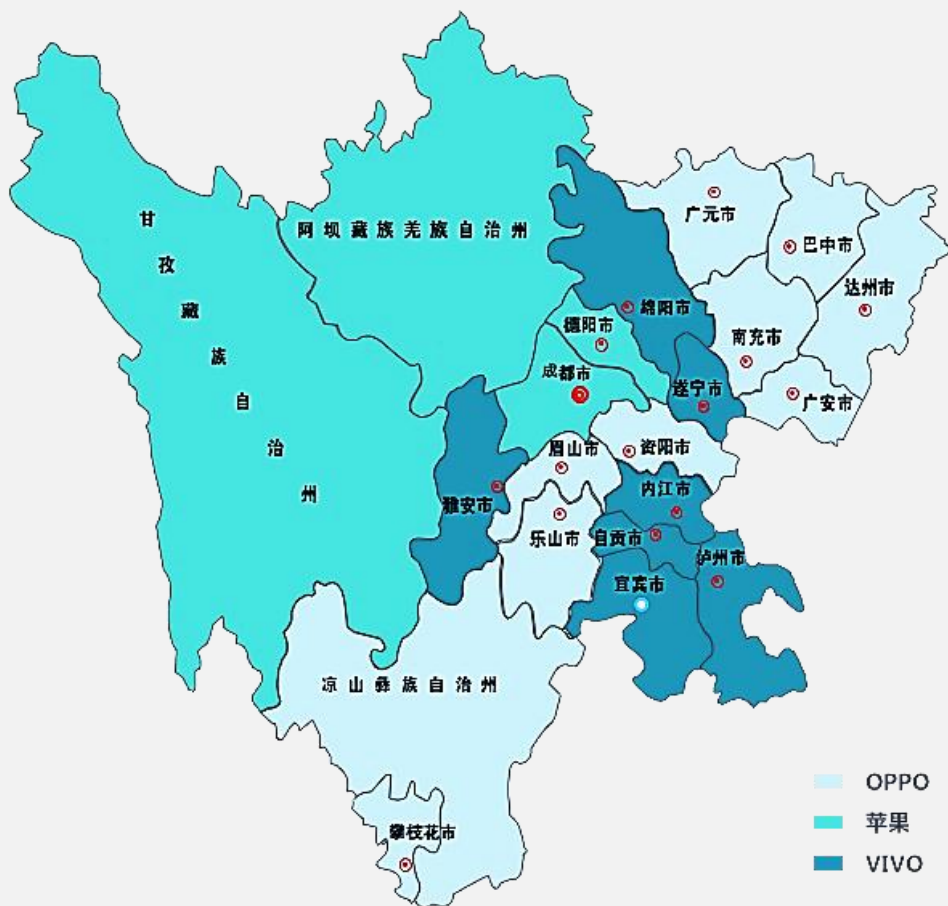
- 自2016年起，国产品牌手机凭借过硬的质量、创新的技术、超高的性价比等，其品牌优势愈发凸显，市场份额逐步增长，截至2017年3月，国产手机市场份额达到80.44%。；



EVERCREATIVE
九鼎瑞信

案例1： 基于用户手机终端的终端市场分析

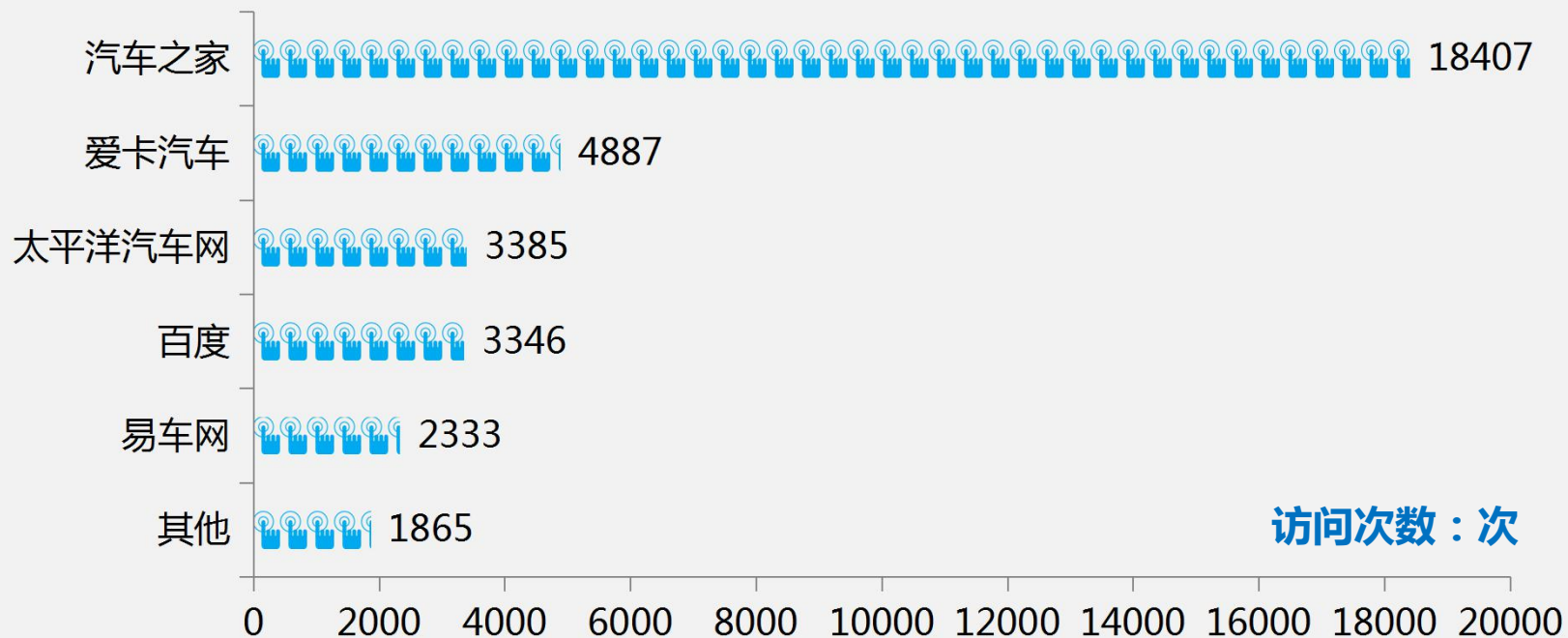
四川各市州换机品牌首选



- 从不同区域来看，OPPO成为资阳、南充等10个地市用户换机的首选品牌；
- VIVO则是泸州、自贡等7个地市用户换机的首选品牌；
- 而成都、德阳、阿坝和甘孜用户换机的首选品牌则是苹果。

案例2： 基于用户上网偏好的汽车网站用户行为分析

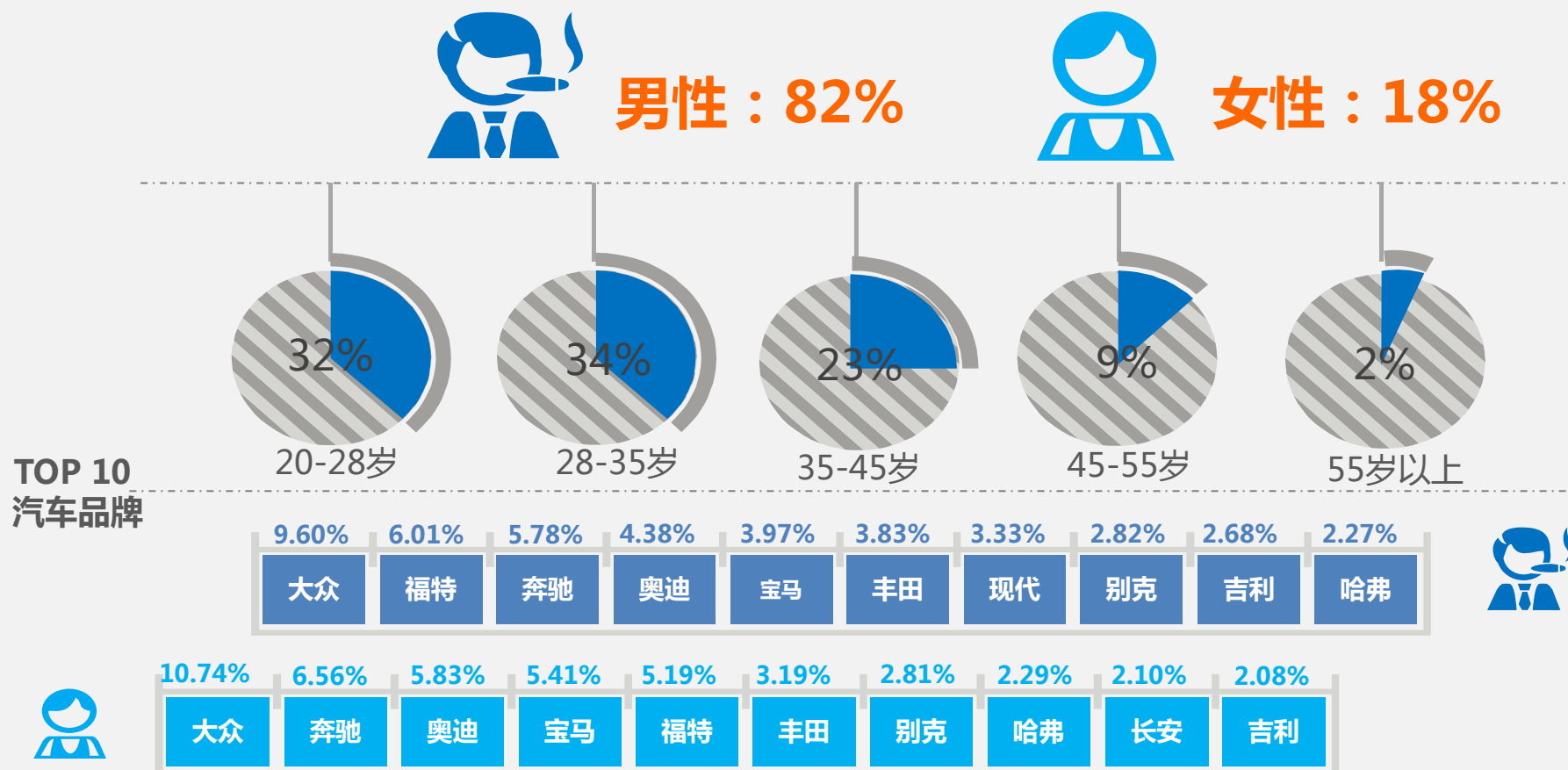
汽车网站访问热度



汽车之家的访问量远远领先其他网站，企业做网站广告投放的最佳选择是汽车之家。

案例2： 基于用户上网偏好的汽车网站用户行为分析

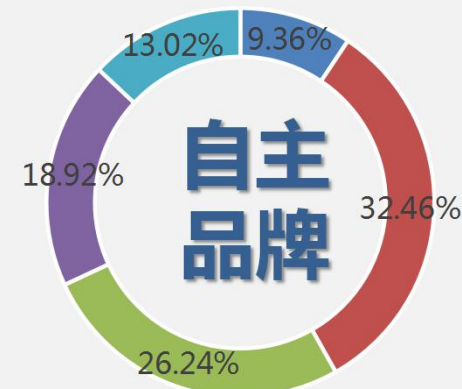
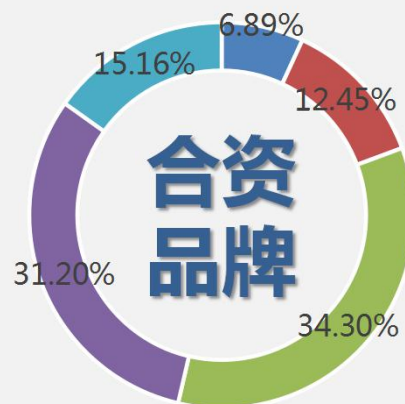
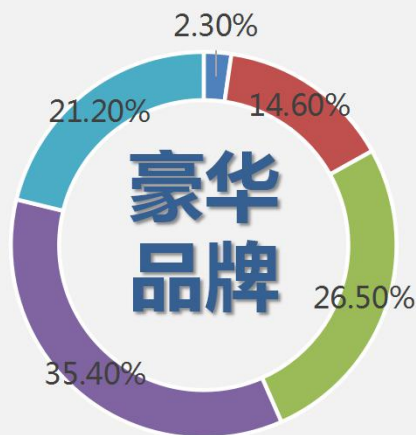
汽车网站访问用户性别年龄特征



案例2： 基于用户上网偏好的汽车网站用户行为分析

汽车网站用户通信消费能力特征

- ◆ 豪华品牌关注用户中，月度手机资费主要在**300元以上**，其中月度手机资费在**500-800元之间**的用户最多；
- ◆ 合资品牌关注用户中，月度手机资费主要集中在**300-800元之间**；
- ◆ 自主品牌关注用户中，月度手机资费主要集中在**100-500元之间**；



■ 100元以下 ■ 100-300元 ■ 300-500元 ■ 500-800元 ■ 800元以上



EVERCREATIVE
九鼎瑞信

案例2： 基于用户上网偏好的汽车网站用户行为分析

汽车网站用户手机终端特征

- ◆ 安卓用户与IOS用户比例为**3:1**；
- ◆ 安卓用户品牌关注度比较分散，更加关注合资品牌，如：**大众、福特、丰田**；
- ◆ 除了合资品牌“大众”外，IOS用户比较青睐豪华品牌，如：**奔驰、宝马、奥迪**。



3 : 1

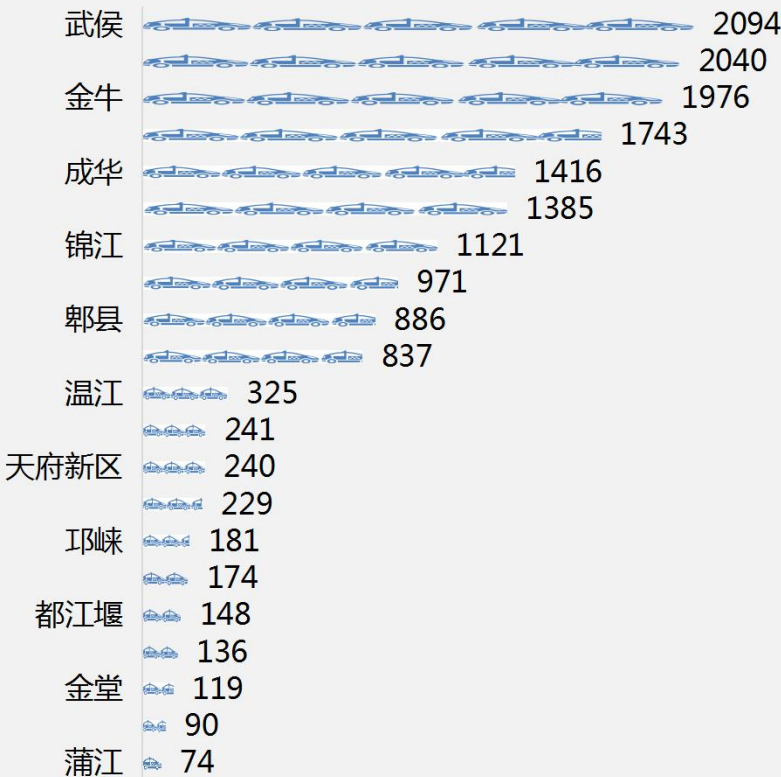




EVERCREATIVE
九鼎瑞信

案例2： 基于用户上网偏好的汽车网站用户行为分析

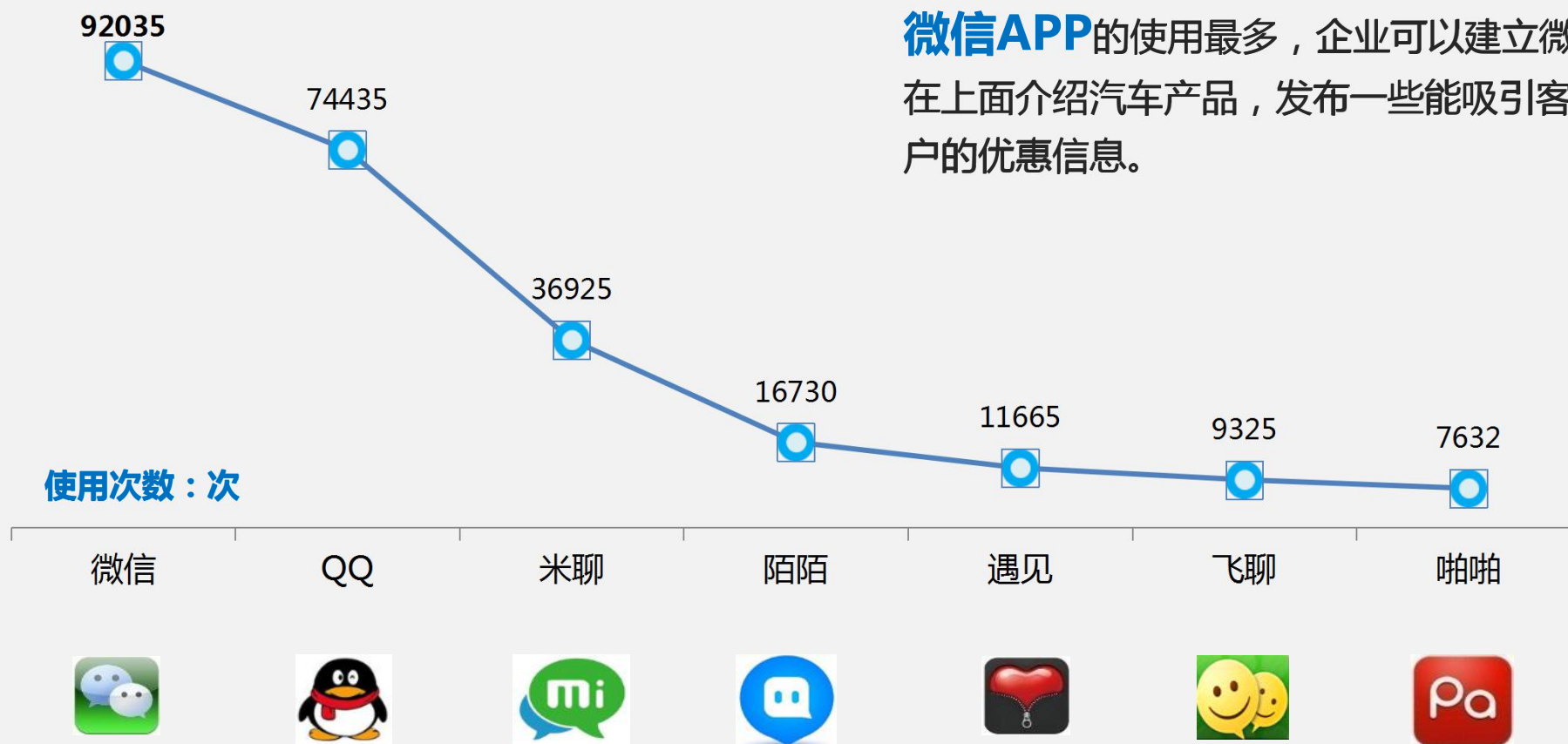
汽车网站用户位置区域分布特征



成都三环内用户对汽车的关注度较三环外用户高。

案例2： 基于用户上网偏好的汽车网站用户行为分析

汽车网站用户社交软件偏好特征



案例2： 基于用户上网偏好的汽车网站用户行为分析

汽车网站用户电商网站偏好特征



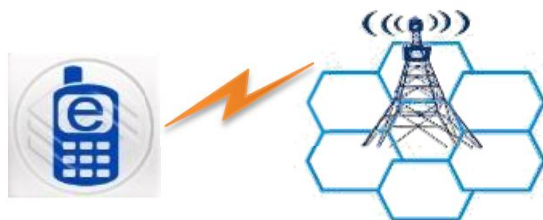
淘宝、天猫和京东受用户青睐，企业适宜在这些APP上销售汽车产品，开展一些能吸引客户、打动客户的优惠信息。

案例3： 基于用户位置信息的热点区域人流量监测分析

分析方法

1

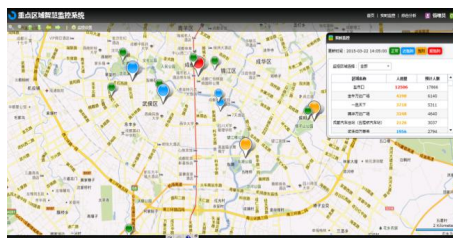
通过对信令采集解码呈现用户基站小区级别的位置信息，结合监控区域基站和小区工参数据进行精确匹配，实现用户真实位置信息和活动轨迹的呈现。



2

用户在进入监控区域内，通过信令采集解析，通过GIS呈现用户的详细信息和活动轨迹，实现区域的动态人流监控。

地图呈现



3

通过大数据处理技术，热点区域人流监测分析还可实现人群趋势分析、来源地分析、常住用户分析、驻留时长分析、区域用户偏好画像等功能。

大数据计算





EVERCREATIVE
九鼎瑞信

案例3： 基于用户位置信息的热点区域人流量监测分析

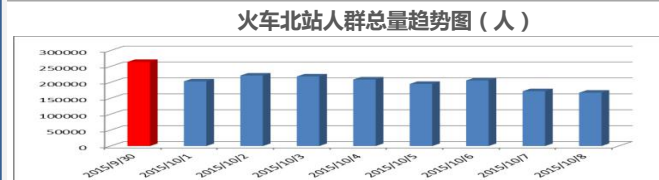
实时监控：交通枢纽人流量监控与预警



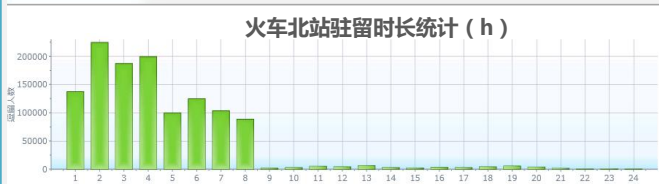
实时监控



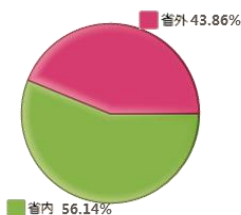
趋势分析



驻留时长



来源地分析



● 及时短信下发预警信息



温馨提示：截止
18:00点火车北
站，人群密集突
发拥挤，请注意



- 国庆期间火车北站人流量在9月30日达到节前顶峰，其中18:00达到当天人流最高峰。实时监控可为火车北站提供人流量预警及应急处理方案支撑；报表统计可对特殊时期人流量趋势进行预估，支撑火车北站人流量疏导管理。



EVERCREATIVE
九鼎瑞信

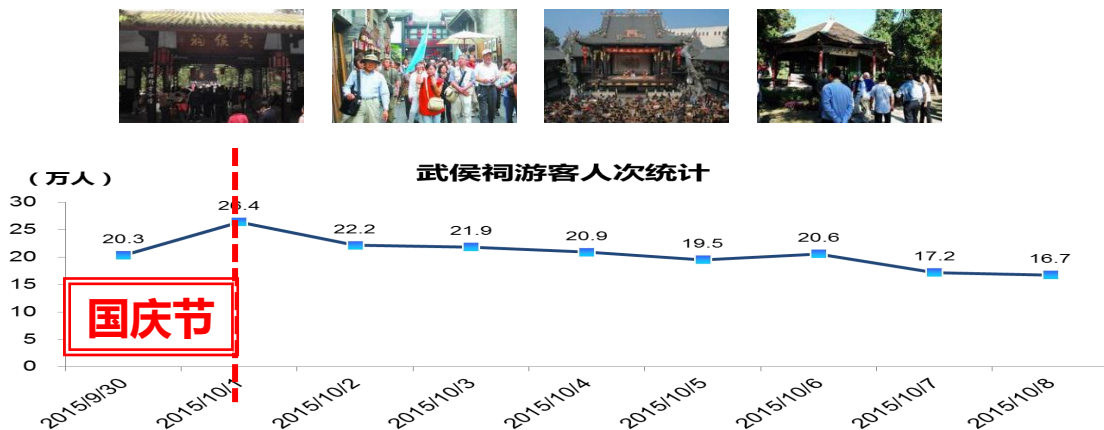
案例3： 基于用户位置信息的热点区域人流量监测分析

旅游分析：区域旅游人口流动监控分析

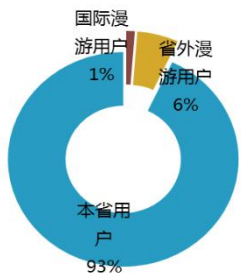
有多少人？



- 2015年9月30-2015年10月8日武侯祠博物馆日均游客数为24169人，游客数量高峰出现在国庆当天。



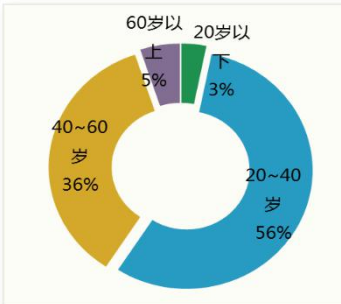
来自哪里？



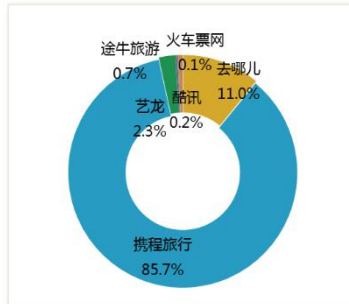
人的性别？



年龄分布？



上网偏好？



- 武侯祠景区游玩高峰主要集中在节假日，20-39岁人群居多，游客喜欢访问携程旅游、去哪儿等旅游网站。武侯祠景区应针对省内中青年及男性群体开发假日旅游产品或特色活动，并利用携程、去哪儿等旅游电商平台进行推广营销。

案例3： 基于用户位置信息的热点区域人流量监测分析

旅游分析：区域旅游人口流动监控分析

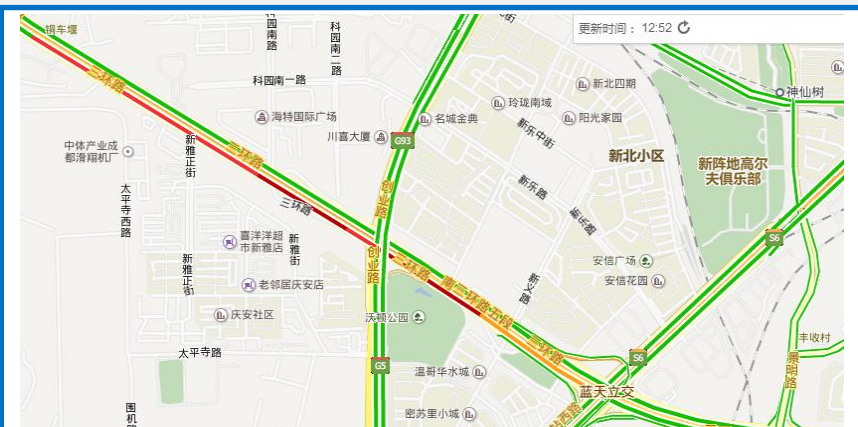


- 通过对区域内的旅游景点和交通枢纽进行人口流动监控和分析，获取人口流动情况、景区人流情况、游客的出行时间、旅游信息偏好、出行方式、驻留时长等，满足政府智慧旅游的决策支撑，以及满足景区和旅游企业旅游产品开发及精准营销支撑。

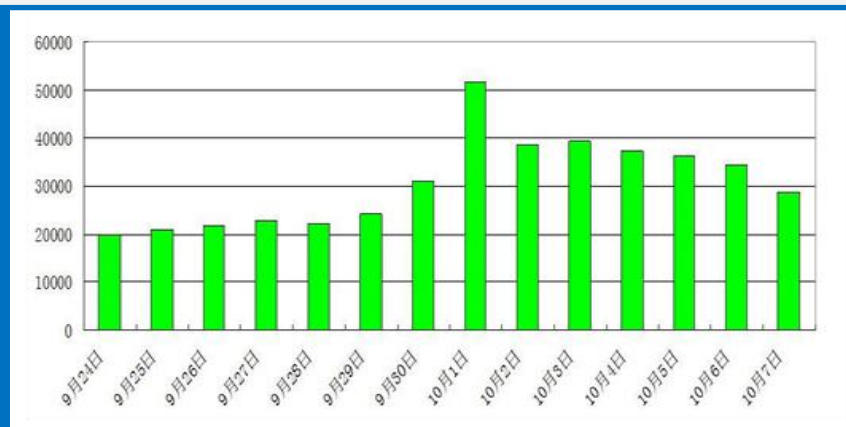
案例3： 基于用户位置信息的热点区域人流量监测分析

交通分析：城市道路、高速公路和交通枢纽等交通监测

车流实时展示



车流趋势分析



交通拥堵预警

道路名称	路段	当前车流量	预警级别	
红星路	红星路一段	1108	红色预警	短信通知
蜀都大道	天府广场下穿隧道	877	橙色预警	短信通知
清江路	清江东路	1365	红色预警	短信通知
二环路	二环路北二段	1867	红色预警	短信通知
营门口路	营门口	912	橙色预警	短信通知
新华大道	玉沙路	966	橙色预警	短信通知

交通指数分析



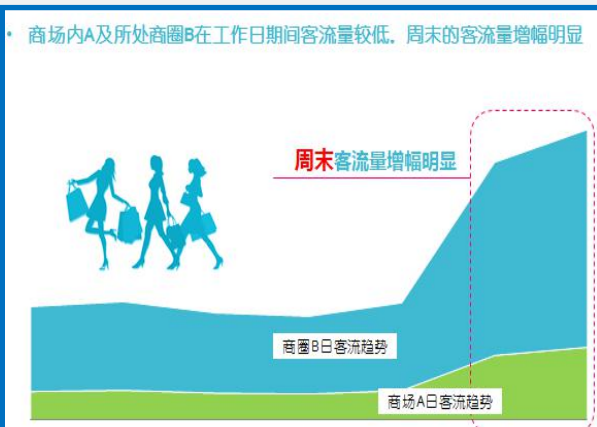


EVERCREATIVE
九鼎瑞信

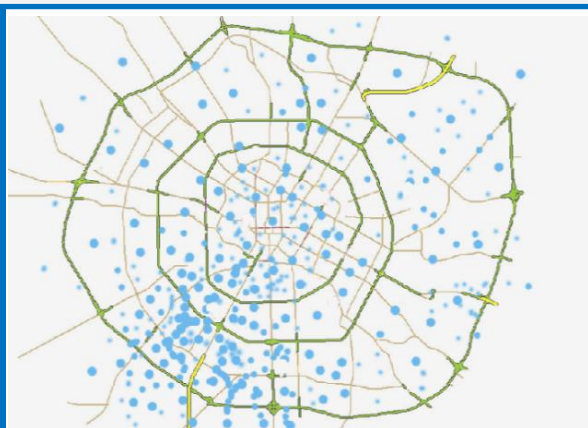
案例3： 基于用户位置信息的热点区域人流量监测分析

商业分析：商场/商圈客流分析

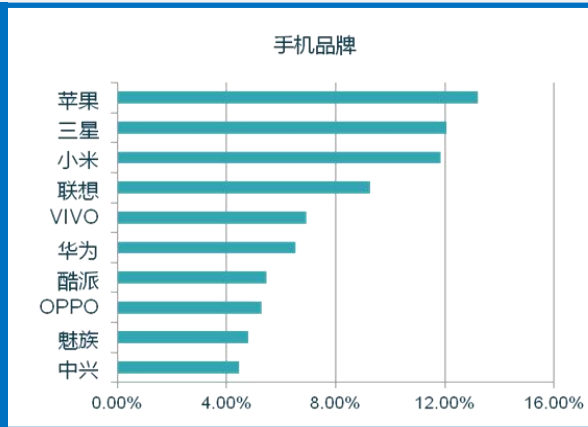
客流量趋势



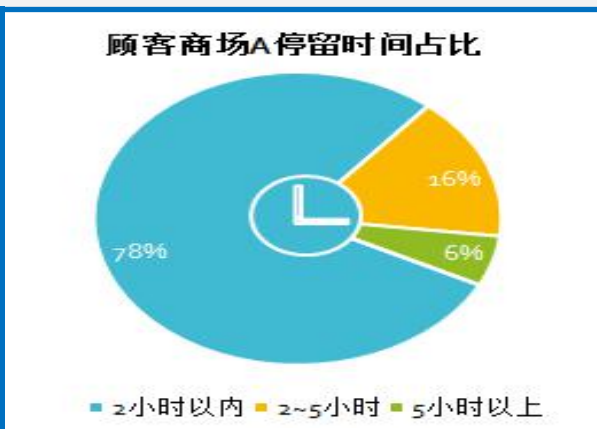
顾客来源分布



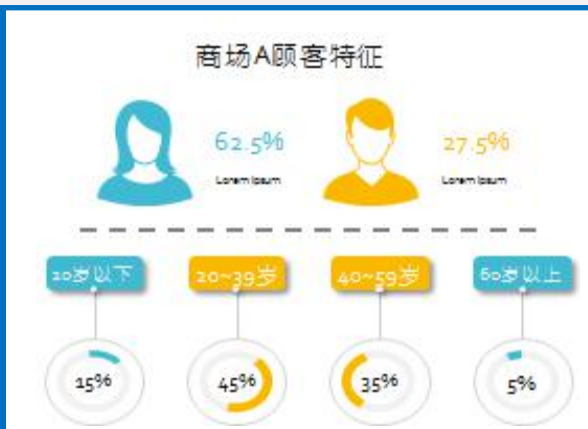
顾客终端分布



驻留时长分析



年龄性别特征



品牌关注度



免责声明

本报告为中国移动通信集团四川有限公司制作，受《中华人民共和国著作权法》和《世界版权公约》的保护。本报告内容可转载，但必须标明资料来源。本报告的数据样本来源于中国移动通信集团四川有限公司，已做匿名和聚合处理，不会泄露用户资料。由于样本数据库差异，部分数据并不反映市场整体情况。本报告只作为市场参考资料，本公司对该报告的数据准确性不承担法律责任。

如有合作意向，请在“四川移动政企服务”微信号后台留言或发送邮件：

bigdata@sc.chinamobile.com

想查询更多四川移动大数据报告，了解四川移动大数据业务能力，请关注“**四川移动政企服务**”公众号



价值创造



价值分享

EVERCREATIVE
九 鼎 瑞 信