

# 大学生行为分析专题报告2019

带你一起探秘大学生的精彩生活

本产品保密并受到版权法保护

Confidential and Protected by Copyright Laws

Analysys 易观  
你要的数据能力



# 分析定义与分析方法



## 分析定义及分析范畴

- 本分析内容主要研究对象是2019年5月和7月15日-8月15日的大学生数据，通过对大学生生活环境、兴趣爱好和生活习惯等方面的分析，全面了解大学生的生活状态



## 分析方法

- 分析内容中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及易观分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。






## 千帆说明

- 千帆分析全国网民，分析超过99.9%的APP活跃行为。
- 千帆行业划分细致，APP收录量高，分析45领域、300+行业、全网TOP 4万多款APP。
- 千帆是数字化企业、投资公司、广告公司优选的大数据产品，2015年至今累计服务客户数量400+。

# 目录

## CONTENTS

- 01**  | 大学生数字行为概览：学习仍是主要任务，懒、宅、玩的生活习惯让大学的休闲生活丰富多彩
- 02**  | 大学生数字行为分述：尝鲜、个性、经济、社群和多元化成为当代大学生学习、生活和娱乐的关键词
- 03**  | 附录：大学生用户成长背景分析



# PART 1



**大学生数字行为概览：学习仍是主要任务，懒、宅、玩的生活习惯让大学的休闲生活丰富多彩**

# 学习延伸到大学生用户的数字生活，同时他们也有着丰富多彩的娱乐体验

## 2019年大学生用户移动应用使用行为矩阵



# 大学生数字行为显著性图谱



注：在易观万象中创建目标人群“大学生”，在目标人群的APP偏好和行业偏好中，综合考量活跃用户数量、使用深度TGI和目标人群渗透率TGI，得出上图。  
TGI值=100即等于全网平均水平，TGI值>100即有偏好；值越大，偏好越强。

- **目标人群活跃人数渗透率TGI**=目标人群在该APP的活跃占比/该APP的总活跃占比，代表了相较全网，目标人群在该APP中的活跃程度
- **使用深度TGI**由该APP的目标人群活跃人数渗透率、启动次数渗透率、使用时长渗透率计算，代表了该APP的用户黏性

示例：行业  
目标人群活跃渗透率TGI  
使用深度TGI



## PART 2



尝鲜、个性、经济、社群和多元化成为当代大学生  
学习、生活和娱乐的关键词



## 学习

- 受限于全球化趋势和社会需求的增加，外语学习贯穿整个大学生活，因此各类英语学习APP受到大学生的广泛使用，包括背单词工具、听说工具和英语翻译工具等



## 生活

- 大学生追求时尚和跟随时代的生活特点，网上社交和购物成为大学生主要活动；但受限于资金有限，在选择上会更偏爱于他人建议，以满足既经济又有品质的生活，但男女生在具体选择偏好上，存在较大差异



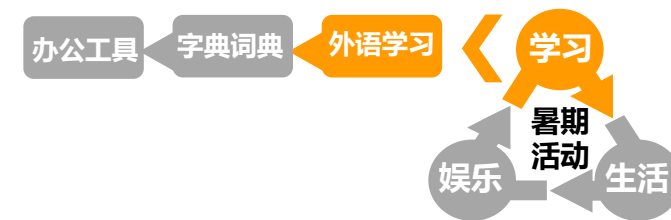
## 娱乐

- 大学生休闲时间充足，课业压力相对较小，其对娱乐的需求明显高于全网平均水平，且男女生在内容选择上有明显的区别



# 外语学习：女生偏好背单词，男生沟通实战最重要

大学生的外语学习聚焦于基础单词量的提升和依托场景的听说技能的提升，快速满足其顺畅交流的需求；当然男女生在学习内容上也各有侧重，女生学习者中，英语词汇量的积累是其最关注的内容，听说技能的提升对男生更有吸引力



## 2019年大学生外语学习MAU-TOP10 APP

■ 在校MAU (万人) ■ 暑期MAU (万人)

在校男生MAU	0.4	0.2	0.4	1.2	0.7	3.5	0.8	0.6	1.1	0.2
在校女生MAU	2.3	1.8	3.3	10.8	2.4	5.8	1.0	1.5	1.7	1.8



注：男生渗透率=使用该APP男生MAU/男生总体MAU (万人) 注：女生渗透率=使用该APP女生MAU/女生总体MAU (万人)

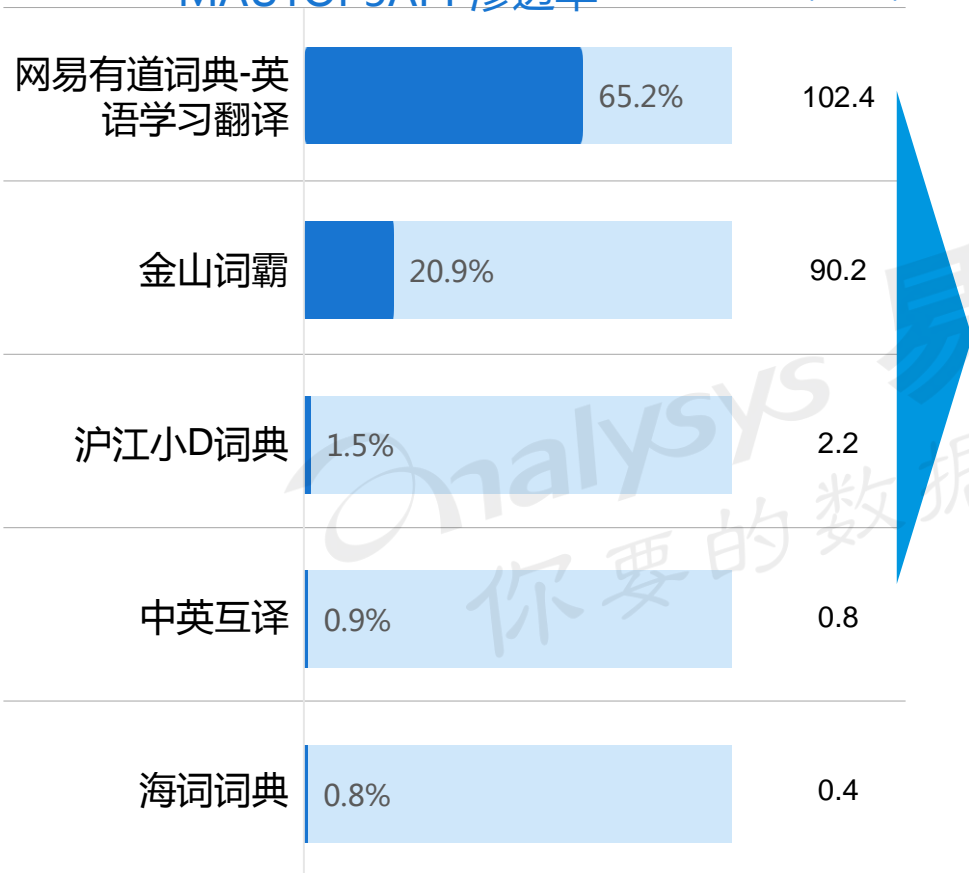
# 字典词典：女性用户占比高，反复背诵粘性高

字典词典行业，排名前五的均为英语翻译相关APP，而受众最广的网易有道词典和金山词霸的用户规模和用户粘性均很高，其中女生的使用时间分别占比APP总时长的50.5%和40%以上

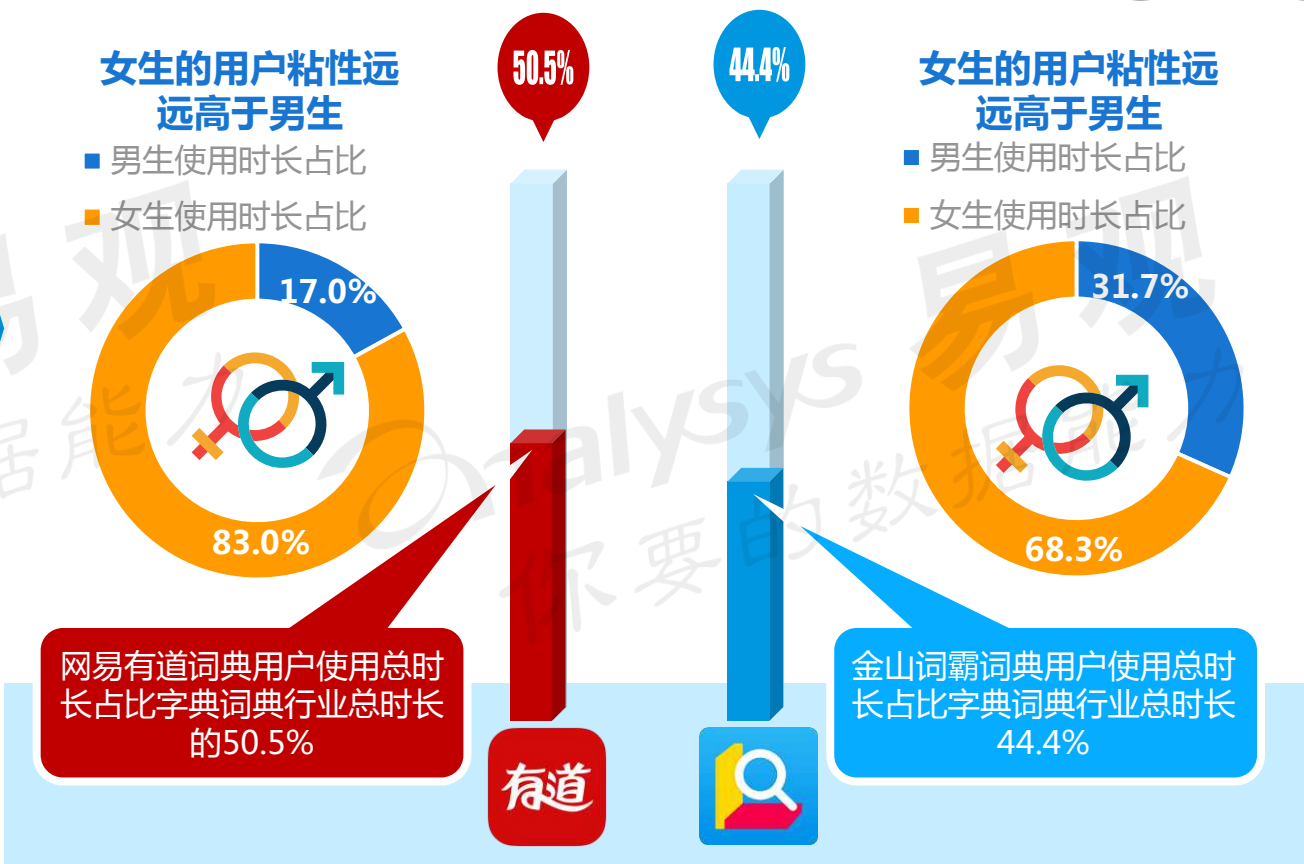


大学生字典词典行业在校  
MAUTOP5APP渗透率

使用时长  
(万小时)

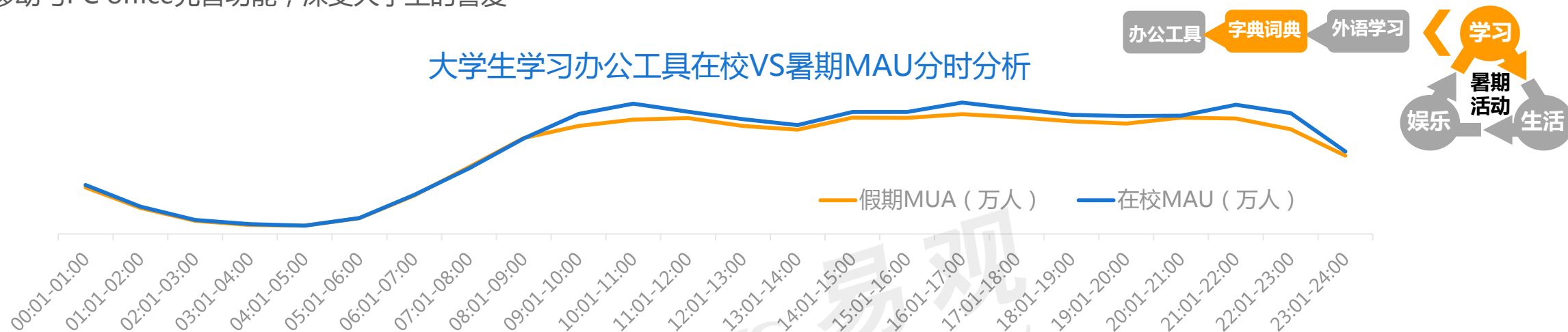


网易有道词典&金山词霸用户粘性分析

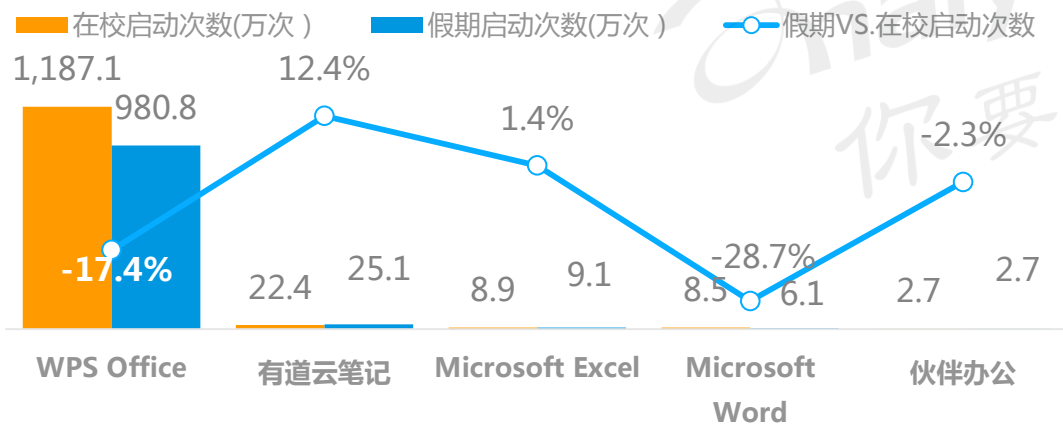


# 办公工具：应用免费是基础，安装便捷需满足

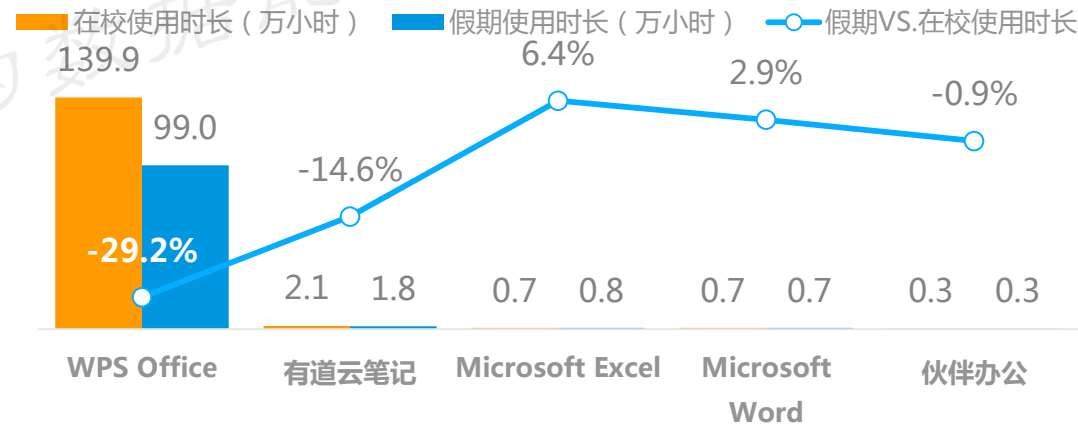
暑期课业压力的减少，大学生对办公工具的需求明显降低，其中WPS Office凭借舒适友好的界面和兼容移动与PC office完善功能，深受大学生的喜爱



## 大学生办公工具MAUTOP5 APP启动次数



## 大学生办公工具MAUTOP5 APP使用时长





# 社交：男生喜好陌生人社交，女生购物分享热情高

除了日常交流外，大学生对于兴趣社交和陌生人社交的热情也很高；男生对陌生人社交APP的用户粘性明显高于女生，女大学生更习惯于在购物和娱乐选择时到相关论坛查看评价和推荐，男生在游戏方面愿意花费更多的精力和时间



社交网络



综合社区论坛



社交

饮食

购物

出行

大学生社交网络行业MAU-TOP10 APP

	渗透率	使用时长 (万小时)	使用时长占比 男生VS.总体
微信	80.3%	35811.5	50.8%
QQ	57.5%	8470.5	39.2%
新浪微博	31.1%	3929.3	16.7%
MOMO陌陌	6.4%	386.7	74.8%
探探	3.0%	38.9	48.2%
QQ空间	2.5%	51.9	26.7%
多闪	1.5%	5.4	56.0%
知乎	1.4%	112.1	25.4%
派派	0.7%	162.0	46.2%
最右	0.7%	62.9	32.5%

大学生在校MAU-TOP10 APP

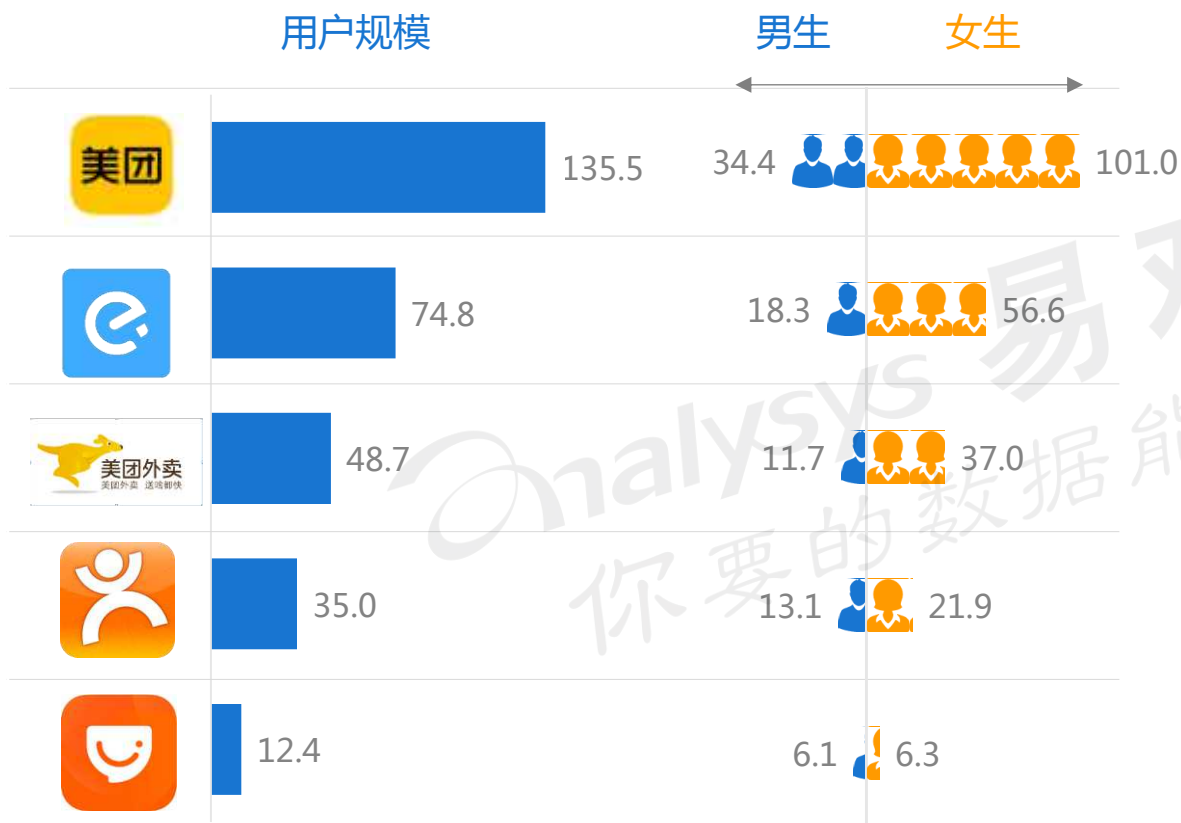
	渗透率	使用时长 (万小时)	使用时长占比 男生VS.总体
小红书	41.7%	77.3	18.0%
百度贴吧	39.6%	519.4	35.8%
知乎	16.2%	112.1	25.4%
TapTap	11.4%	5.6	53.9%
OPPO社区	9.5%	1.2	46.6%
美篇	9.5%	18.4	46.6%
豆瓣	6.5%	71.1	14.8%
爱豆IDOL	3.7%	3.2	6.1%
百度知道	3.3%	4.1	58.6%
她社区	2.3%	3.0	5.6%

注：男生VS.总体=该APP男生使用时长/该APP使用总时长

# 饮食：懒宅习惯渐养成，个性化需求不能少

大学生生活不规律，晚睡晚起，沉迷网络和小说，外卖给他们提供了懒宅在宿舍的条件，选择前会提前到推荐APP中参考其他人评价进行选择

大学生生活行业MAU超10万APP用户规模（单位：万人）



## 用户评价

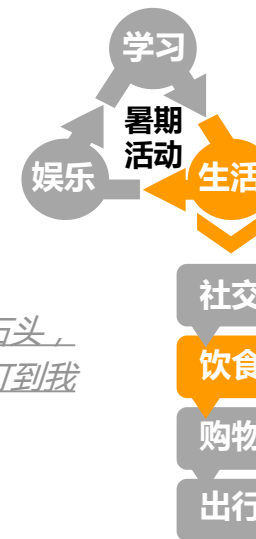
支持用美团，非常贴心，在餐里吃出石头，商家不给解决，联系平台，直接把款打到我钱包里

操作简单易用，但优惠有点少

美团外卖，送啥都快，哼哼哈嘿！！

非常好用的软件，到哪都不愁找不到好吃的

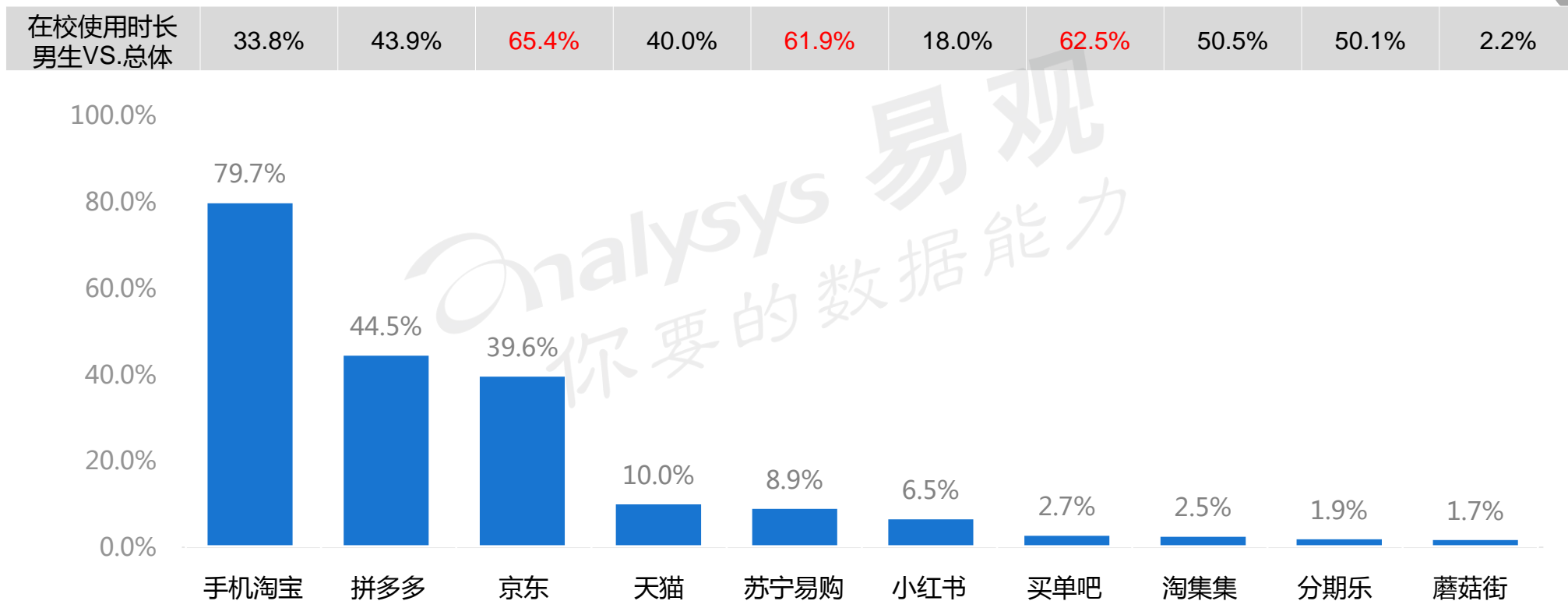
很多店铺优惠力度非常大，还有很多抢购优惠，但就是商家数量有点儿少



# 购物：低价拼购青睐度高，时尚、品质不能少

在购物选择上，女大学生对于时尚潮流追求更高，但受限于资金，容易被低价拼购的方式所吸引；而因消费观念的不同，男生购买目标明确，对于商品品质和品牌的关注度更高

移动购物行业渗透率排名TOP10 APP



注：男生VS.总体=该APP男生总体使用时长/该APP大学生总体使用时长





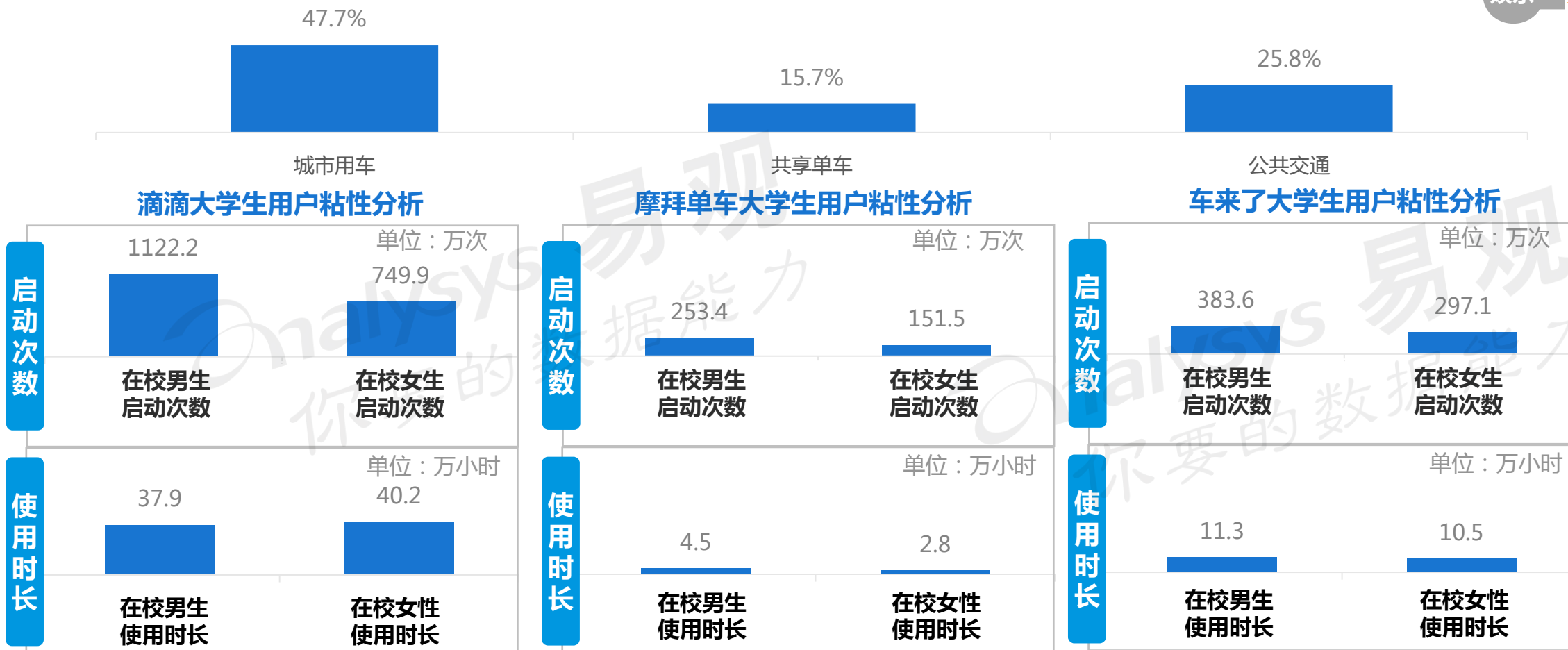
# 出行：便捷经济是前提，女生安全意识高

在大学生出行方式以打车和坐公交为主，男生在出行过程中很少关注行程的进度，而女生在乘车过程中较为缺乏安全感，在其间会持续关注行程变化情况



- 社交
- 饮食
- 购物
- 出行

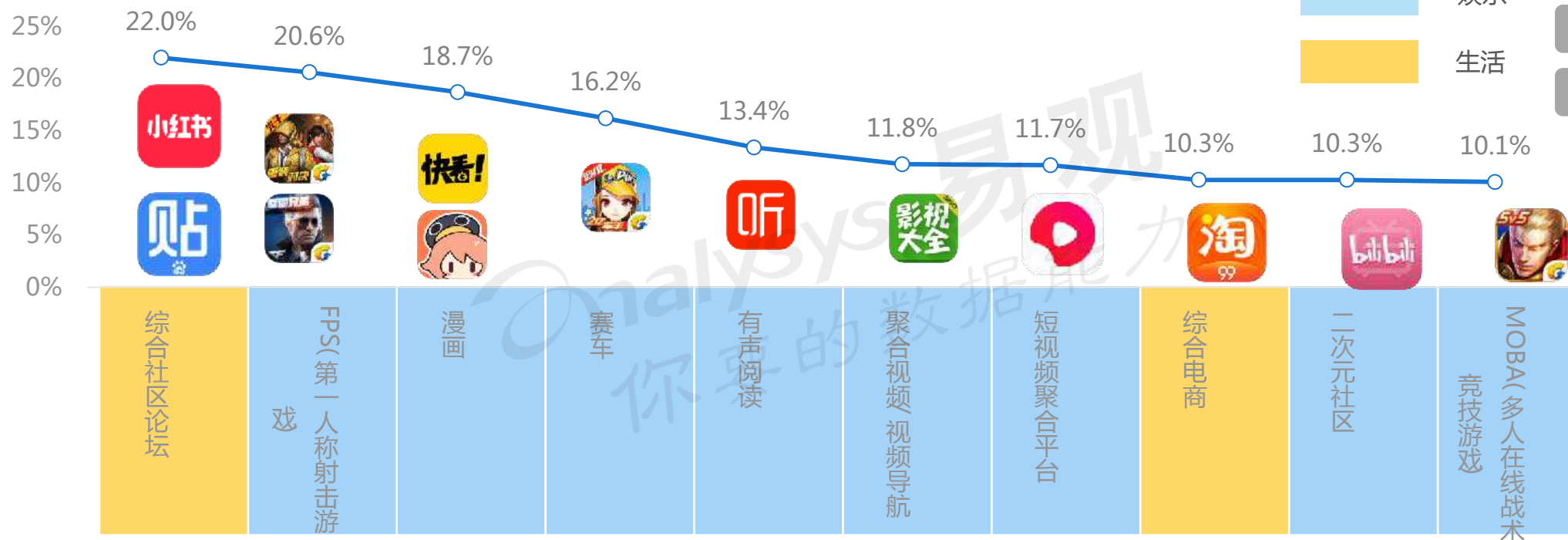
## 大学生出行典型行业渗透率分析



# 娱乐：游戏、视频齐上榜，消磨时间显神威

假期大学生的休闲时间增多，期间娱乐行为明显增加，在大学生用户增速排行前十名行业中，游戏类和视频类共占据6席。和平精英、王者荣耀、QQ飞车等游戏的活跃大学生明显增加。

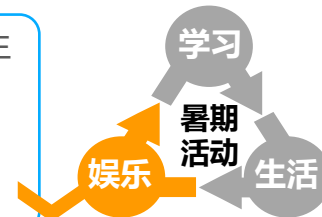
### 假期大学生用户规模环比增速前十行业



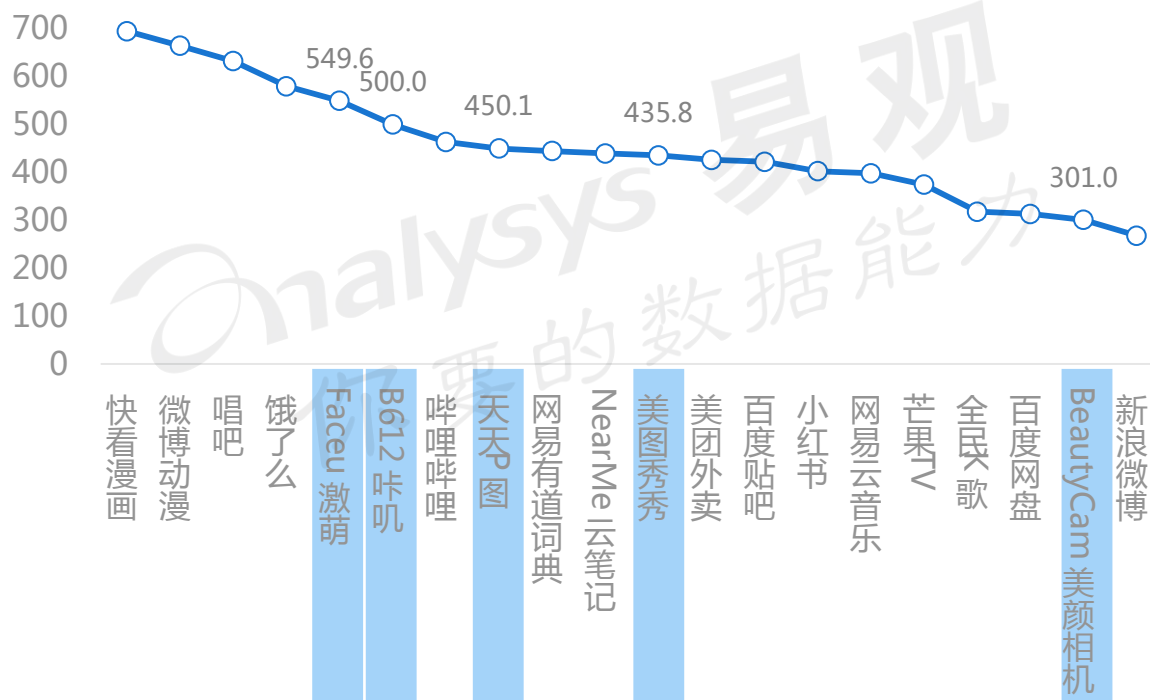
# 拍照：年轻爱美是天性，个性搞怪成习惯

拍照及图片处理APP在大学生中的渗透明显，**Faceu激萌**和**B612咔叽**在大学生中的渗透率5倍于全网水平，**天天P图**和**美图秀秀**居于第二阵营，**BeautyCam美颜相机**则稍显落后。

综合目标人群活跃人数渗透率TGI来看，虽然美图类APP在大学生中均有较高的渗透率，但**Faceu激萌**和**B612咔叽**的用户分布较为集中，以大学生为主，而**美图秀秀**和**BeautyCam美颜相机**的用户群体分布相对较分散。



大学生用户规模渗透率TGI-TOP20APP



注：规定目标人群活跃人数渗透率大于10%

大学生拍照及图片处理类APP-MAU (万)

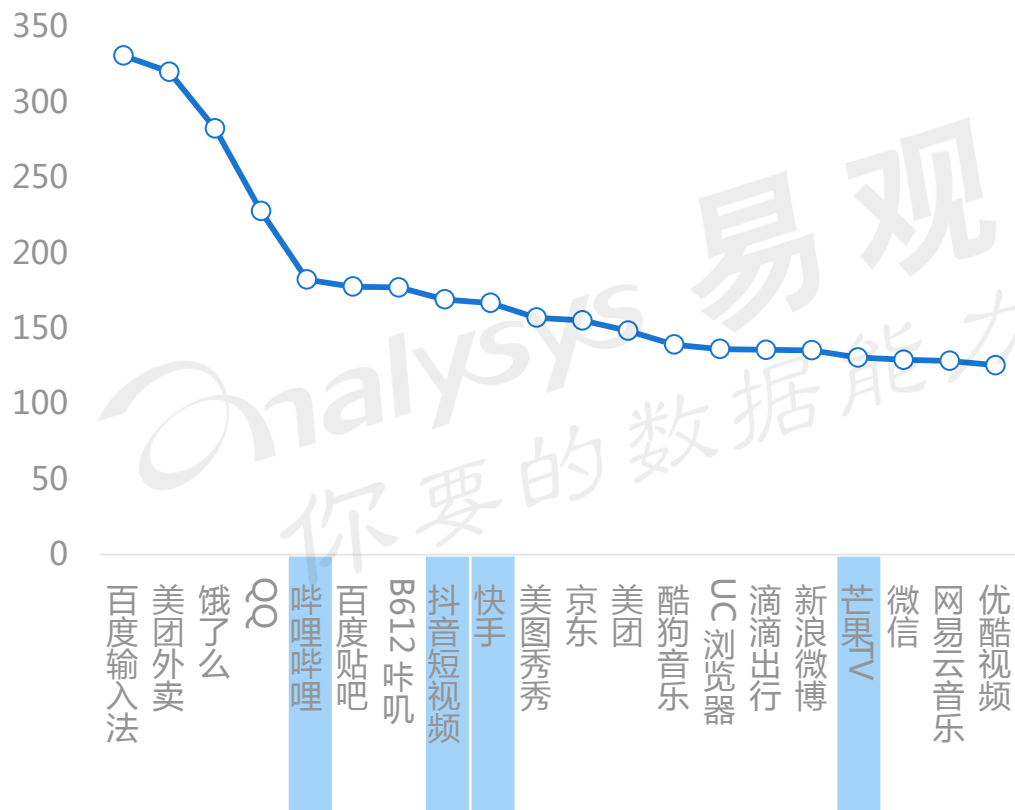




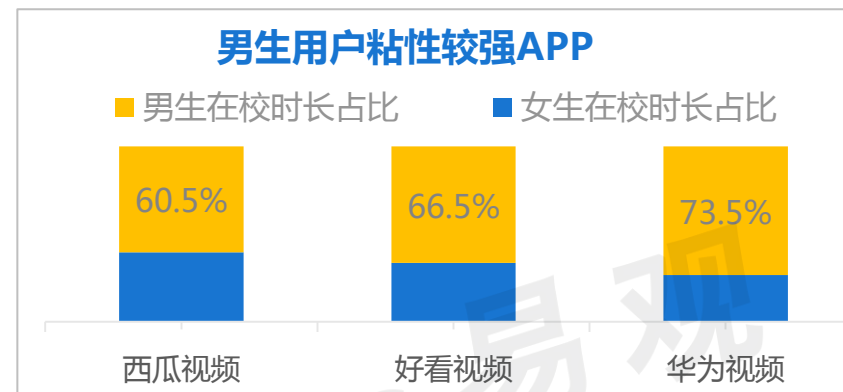
# 视频：资源丰富是核心，互动功能引关注

大学生课业压力小，休闲时间多，为了打发无聊时间，大学生将大量的时间用来看视频，其中短视频行业抢占大量大学生的业余时间，而以青春时尚定位的APP吸引大量女生的关注

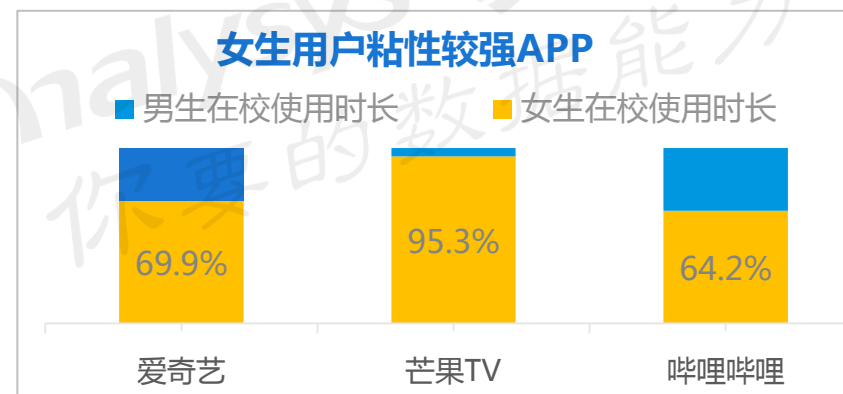
## 大学生使用深度TGI TOP20 APP



♂  
男生用户  
粘性明显  
高于女生



♀  
女生用户  
粘性明显  
高于男生



注：规定目标人群活跃人数渗透率大于10%

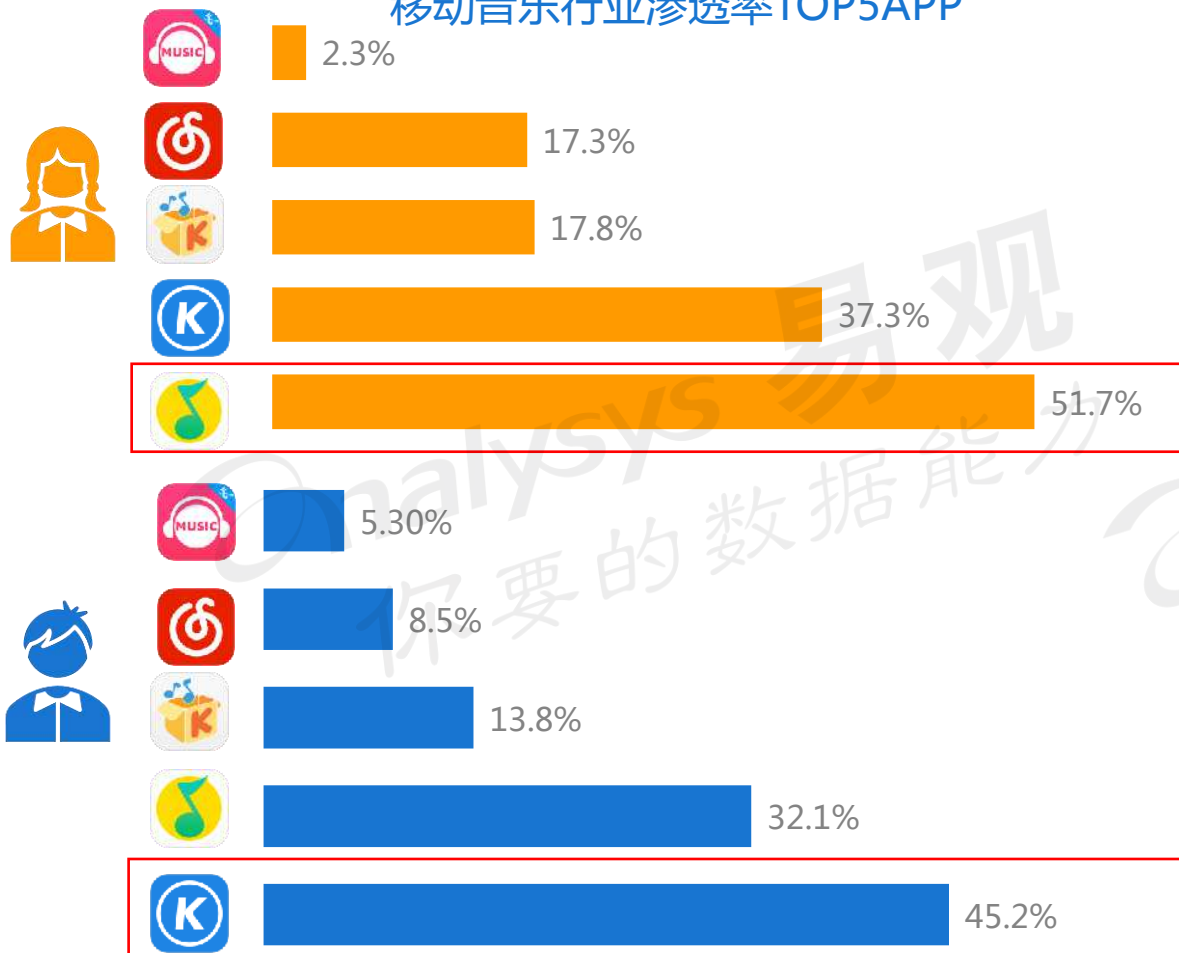


# 音乐：版权内容成关键，个性、多元需兼备

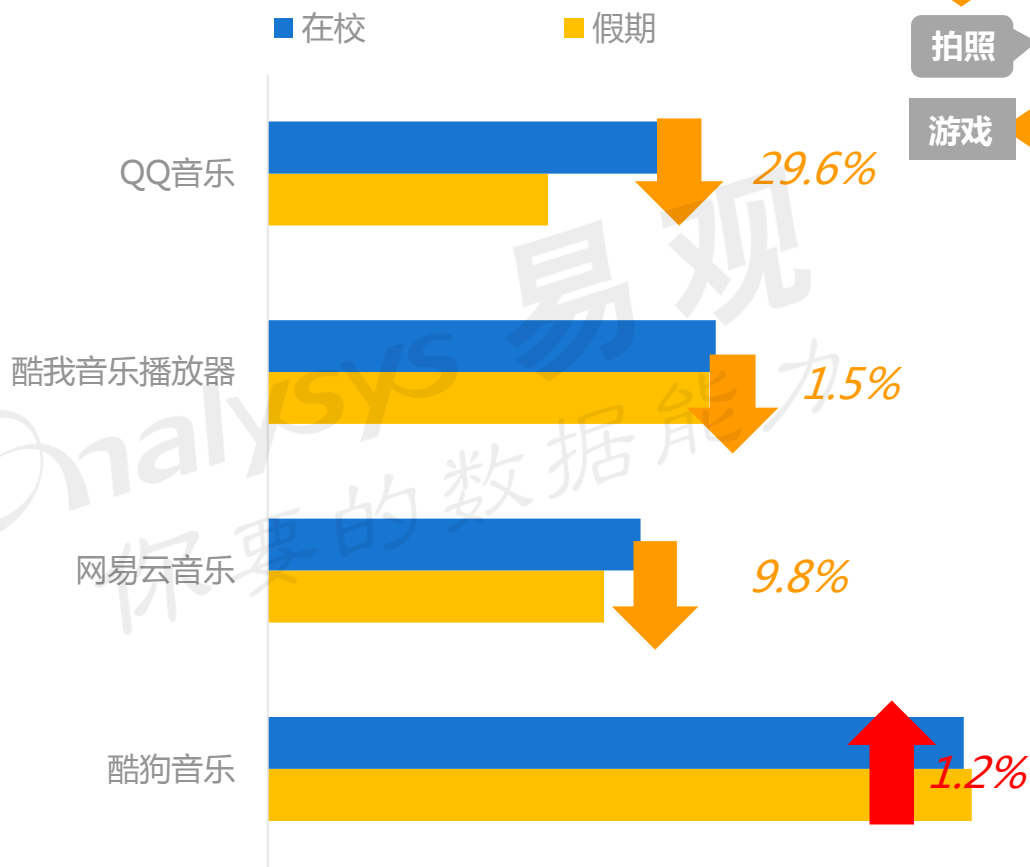
听歌是大学生随时随地进行的娱乐活动，学习、外出、购物都可以成为大学生听歌的场景，音乐资源丰富程度是大学生选择播放器的重要因素，QQ音乐凭借QQ聊天工具积累的用户量收获最大的用户规模，网易云音乐则通过分享互动的社交功能和个性化推歌功能吸引大批粉丝关注



移动音乐行业渗透率TOP5APP



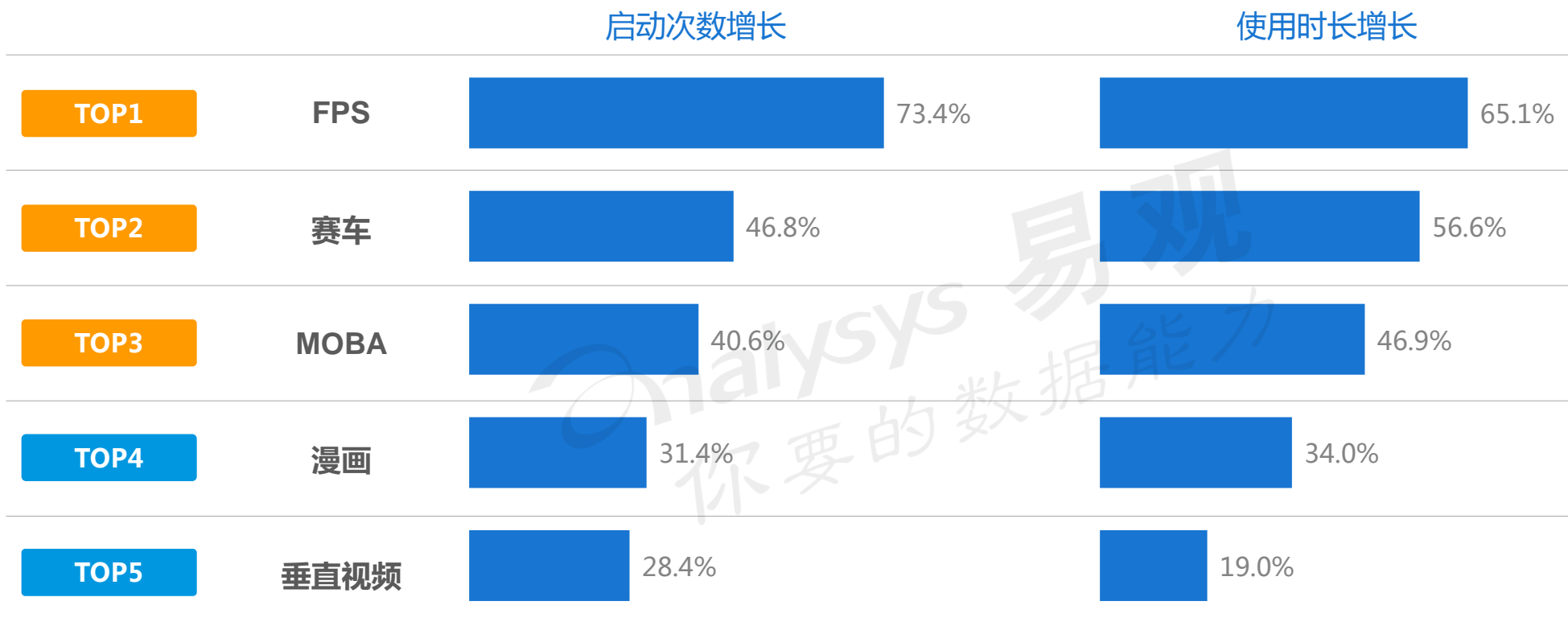
假期移动音乐主要APP使用时长变化



# 游戏：消磨时光是首选，“农药” & “吃鸡” 不能少

相较在校期间，假期大学生娱乐需求增加，大学生把大量的闲暇时间花在游戏上，使游戏类APP的用户粘性大增，在用户粘性增速分析中，增速排名前三的行业均为游戏

## 假期大学生用户粘性增长行业前五



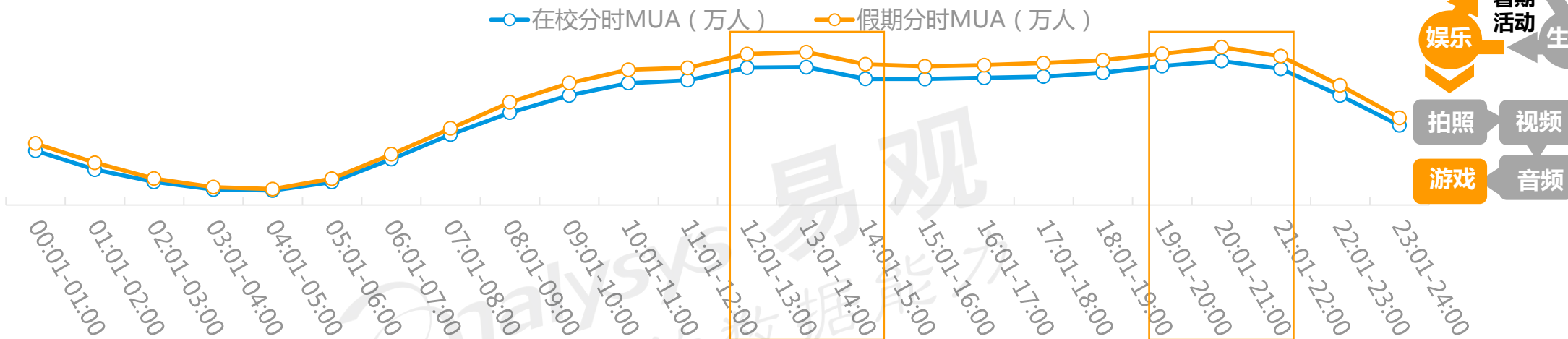
注：启动次数增长 = (假期启动次数 - 在校启动次数) / 在校启动次数

注：启动时长增长 = (假期启动时长 - 在校启动时长) / 在校启动时长

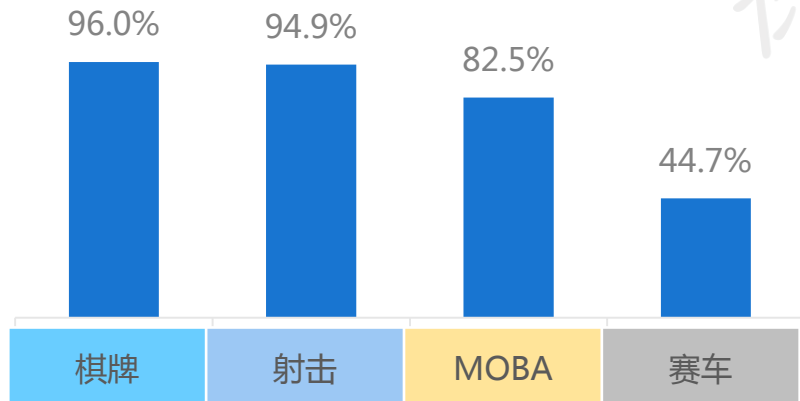
# 游戏：紧张刺激是潮流，促进友谊成关键

大学生休息时间相对较固定，游戏时间主要集中在中午和晚上休息时间，紧张刺激的射击类游戏深受大学生偏爱，而在零散的碎片时间，大学生更愿意选择时间较短的棋牌类游戏来打发时间

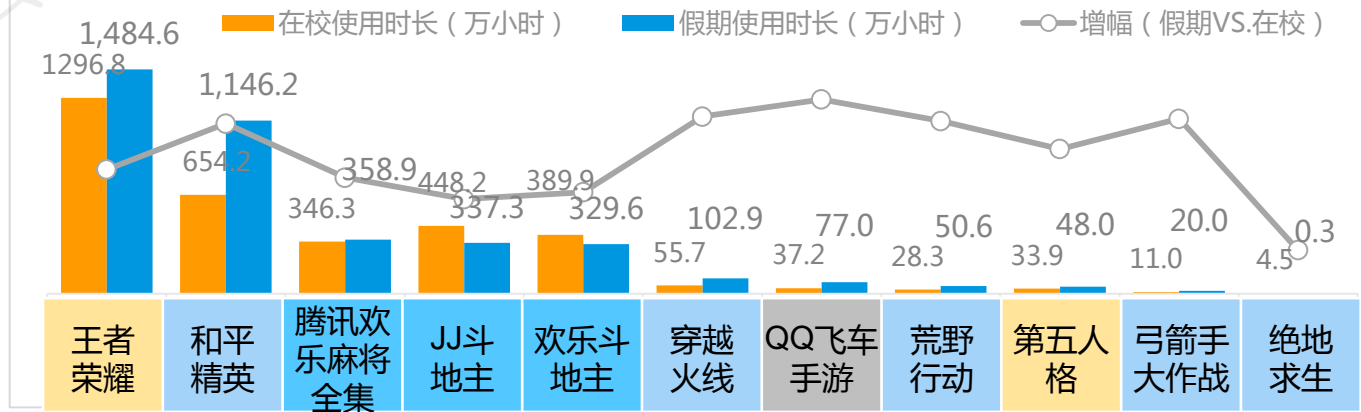
### 大学生游戏领域分时数据分析



### 大学生典型游戏领域的细分行业渗透率



### 大学生游戏领域典型行业MAU TOP10 APP使用时长





# PART 3



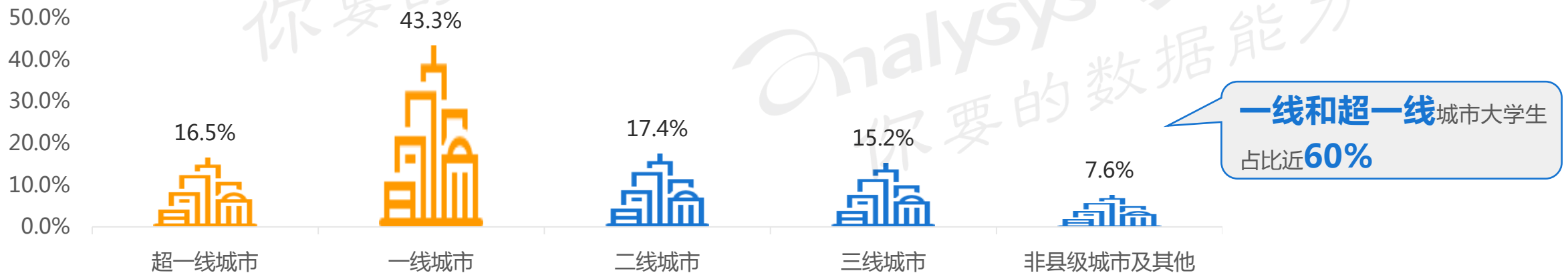
## 附录：大学生用户成长背景分析

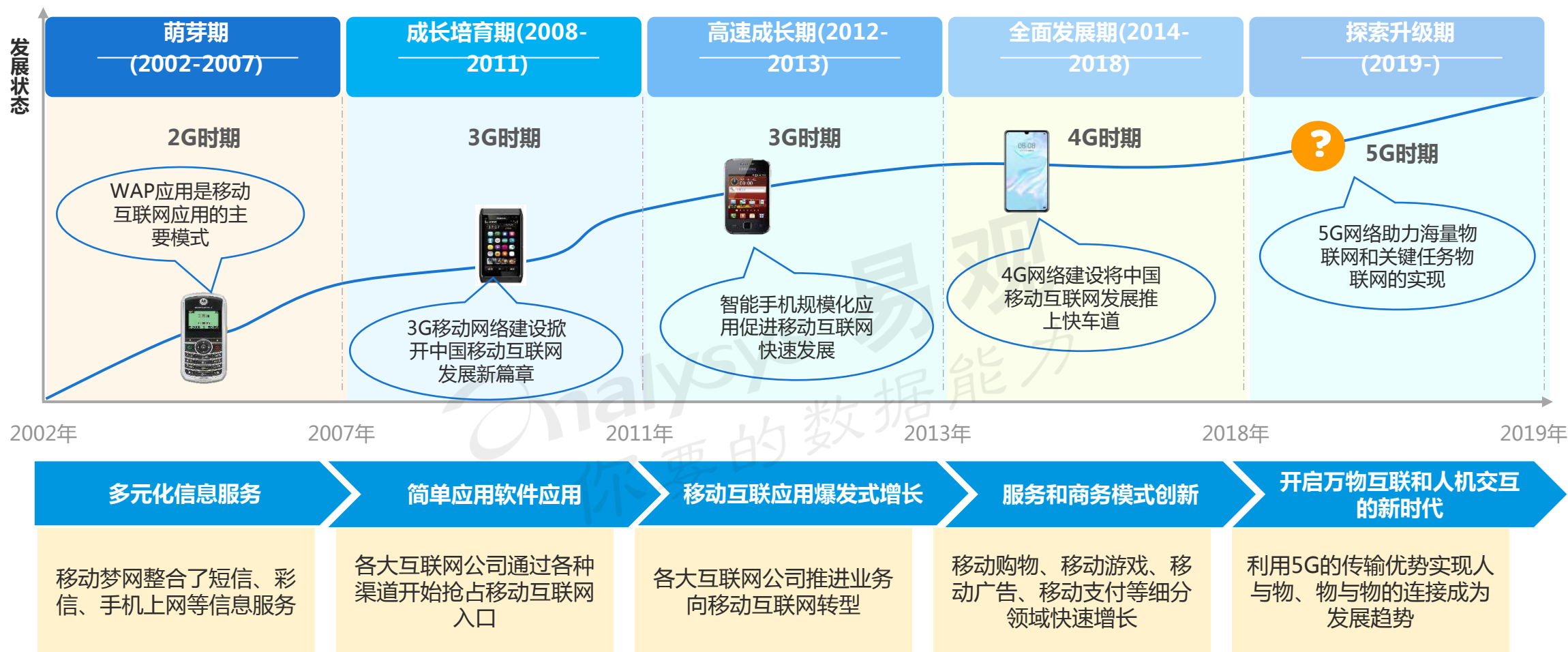
# 生活环境是前提

不同类型的院校之间性别比例差异较大，但从整体来看，男女生比例大体均衡，男性略少于女性。超35%的高校分布在一线和新一线城市中，尤其是北上广集中了全国最多的本科院校，受此影响，超6成大学生集中在一线和超一线城市。



### 2019年7月大学生城际分布





# 数据驱动精益成长

- 易观方舟
- 易观千帆
- 易观万像



易观方舟试用



易观千帆试用



易观订阅号