



2015 移动母婴行业洞察

TalkingData移动数据研究中心 2015年12月



目录

CONTENTS

- 移动母婴应用行业概况
- 移动母婴应用人群画像
- 移动母婴细分行业应用分析
- 移动母婴行业趋势展望
- 母婴人群移动端精准营销案例

- 移动母婴应用行业概况

利好的外部环境下移动端母婴行业发展空间广阔

政策环境-Policy

“普遍二孩”政策——将推动新生儿人口增长，中短期内有效刺激妇幼健康、孕婴用品、幼托服务、婴幼儿教育等领域消费，对移动端母婴行业发展产生重要利好；

“互联网+”战略——传统领域互联网化进程加速，催生母婴行业更多线上业态，推动母婴O2O发展

经济环境-Economic

国民消费水平不断提升——国民收入与消费水平保持稳定增长；

母婴人群消费能力更强——母婴人群多为25-35岁中青年群体，收入水平较高且消费能力强

PEST

社会环境-Society

潜在用户庞大——80/90后是移动网民主体也是婚育适龄人口，更是二孩政策的直接受益者，是移动端母婴行业庞大潜在用户群；

价值观念转变——新生代父母的消费观、价值观正在向更便捷、更高质量、更安全、更多元等方向转变，移动端能够更好地满足日益提升的母婴人群消费需求

技术环境-Technology

移动端持续渗透与下沉——移动智能终端的普及率已达较高水平，且正逐渐向二三线及以下城市下沉；

移动电商/支付日渐成熟——移动电商及移动支付技术日益成熟，用户接受度高，母婴行业线下与线上资源整合加速，未来将涌现更多移动端母婴服务场景

目前母婴类应用覆盖0.8亿台移动设备，移动端渗透率仅6.3%，行业仍处于发展初期，有较大的用户增长空间



移动端母婴用户

用户规模 移动端用户渗透率

0.8亿台 **6.3%**



移动端80,90后用户

用户规模 移动端用户占比

8.3亿台 **65.3%**



移动端整体用户

用户规模

12.7亿台

数据来源：TalkingData移动数据研究中心 截止2015年11月数据

不同类型企业近年均纷纷开始线上母婴领域的探索与实践

BAT



2014年，母婴健康类应用“宝宝知道”上线；
2015年，1.5亿美元领投母婴电商“蜜芽宝贝”D轮

2015年，5600万美元战略投资美国母婴电商“Zulily”



儿童智能玩具“宝贝听听”

加快母婴领域布局

传统电商



2015年推出母婴社区类应用“京东宝宝”

2015年，推出独立母婴特卖应用“我是妈咪”



2015年，2.5亿美元投资“宝宝树”



2012年收购母婴垂直电商“红孩子”并于2014年与母婴事业部整合独立运营

拓展母婴垂直市场

垂直社区



社区



母婴综合服务平台
(工具+资讯+电商)

母婴社区起步较早发展较成熟的企业，正逐渐向提供资讯、工具及垂直电商服务的综合平台转型，流量变现模式已渐成熟。

电商平台化发展

线下实体

Offline → Online

线下母婴品牌商、连锁经销商纷纷布局线上业务拓展



Online → Offline

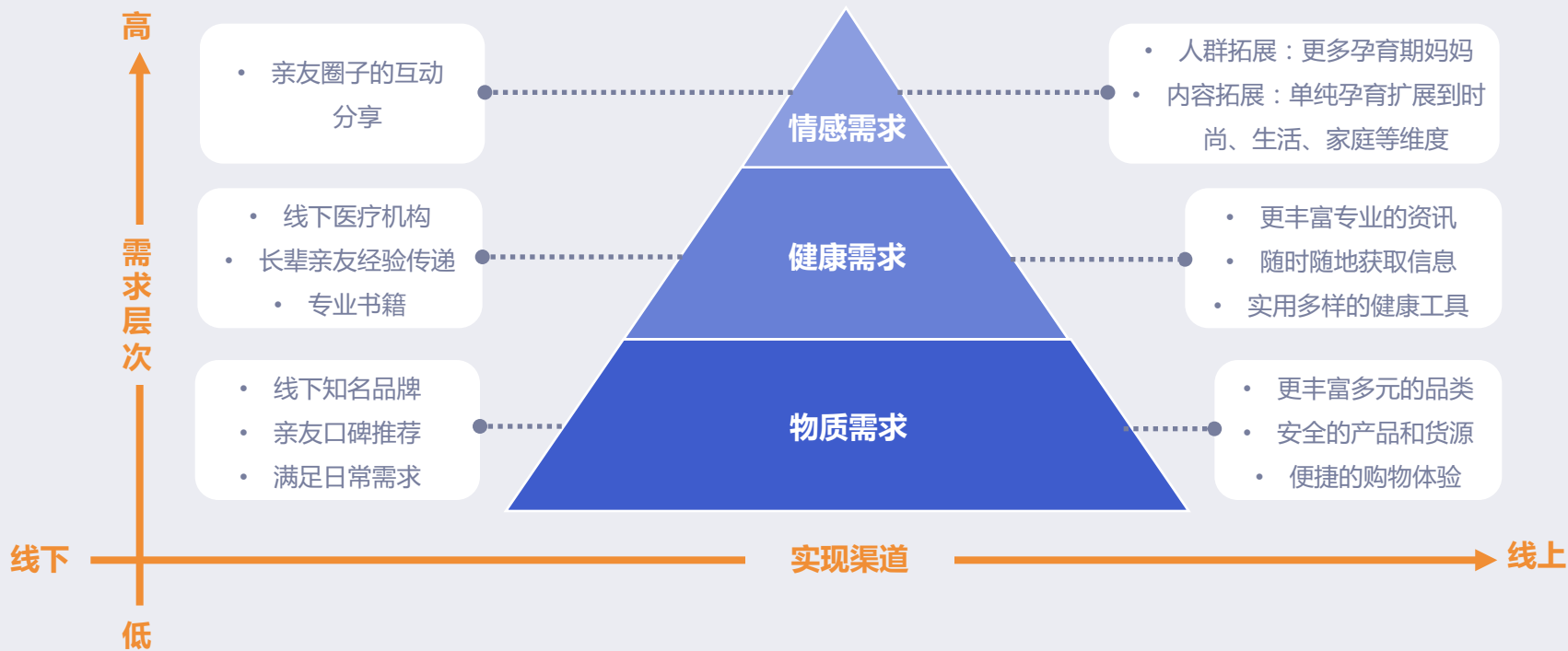
线上母婴服务商推动线上流量与线下服务的联接，催生母婴O2O多种业态



线下线上资源整合

数据来源：TalkingData移动数据研究中心整理，仅为举例，不包含所有行业参与者，排名不分先后

母婴人群的需求也在逐渐演变，需求层次更加深入，实现渠道更加多元

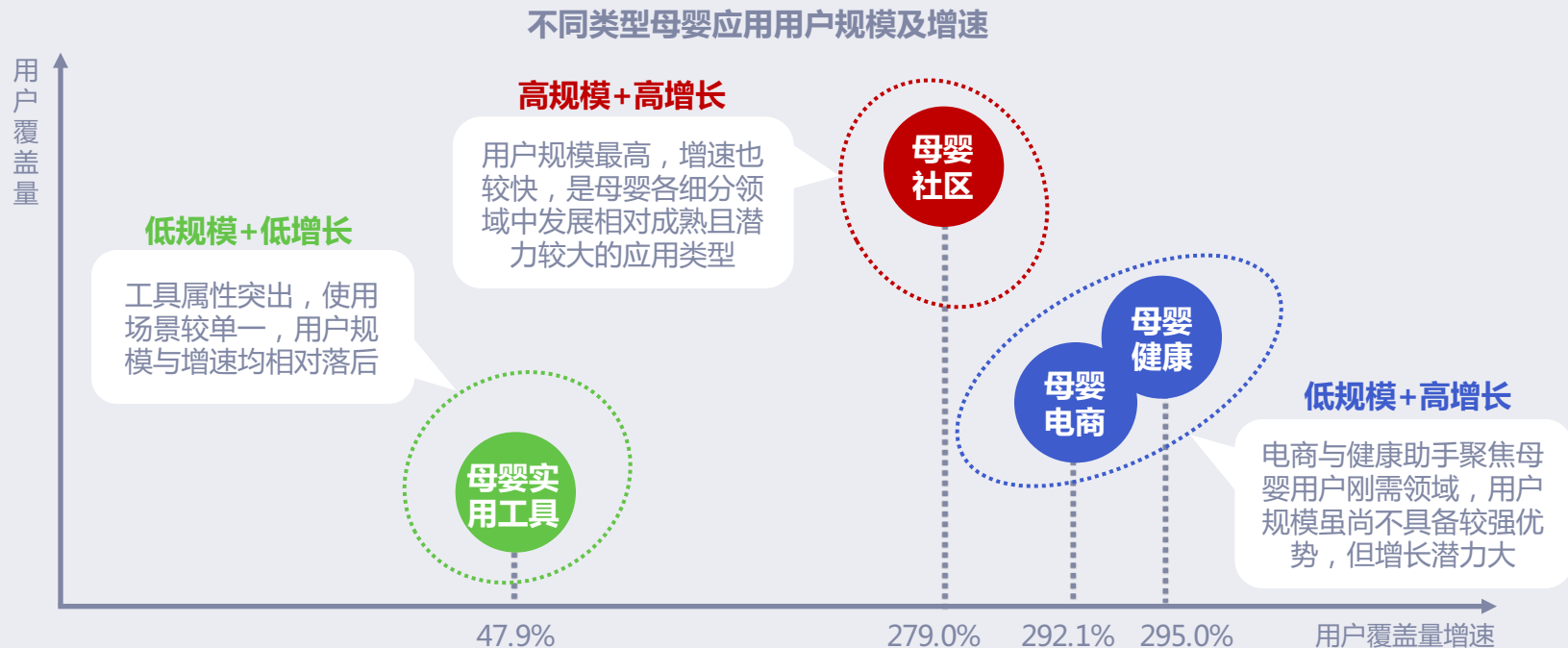


在母婴人群需求日趋多元化的趋势下，母婴类App也出现细分，满足婚育人群从备孕、孕中、新生到育儿等不同阶段需求



备注：仅为举例，不包含所有行业参与者，排名不分先后

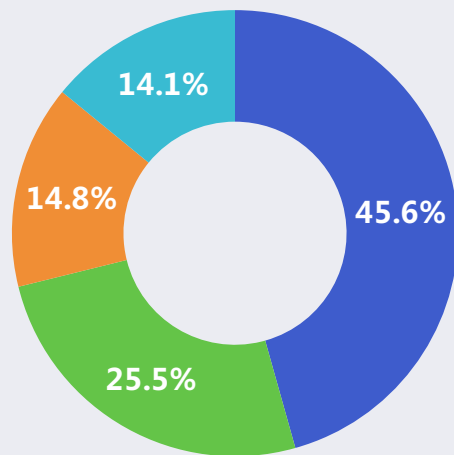
各母婴应用细分领域中，母婴社区发展相对成熟，用户已初具规模；母婴电商与母婴健康助手领域用户规模还不高但增速较快



数据来源：TalkingData移动数据研究中心 安卓平台数据

从应用数量来看，母婴健康应用的款数最多，占比45.6%，其次为母婴实用工具，用户规模最大的母婴社区类应用，其应用款数仅占14.8%，用户集中度较高

2015年11月 母婴App各类型款数分布

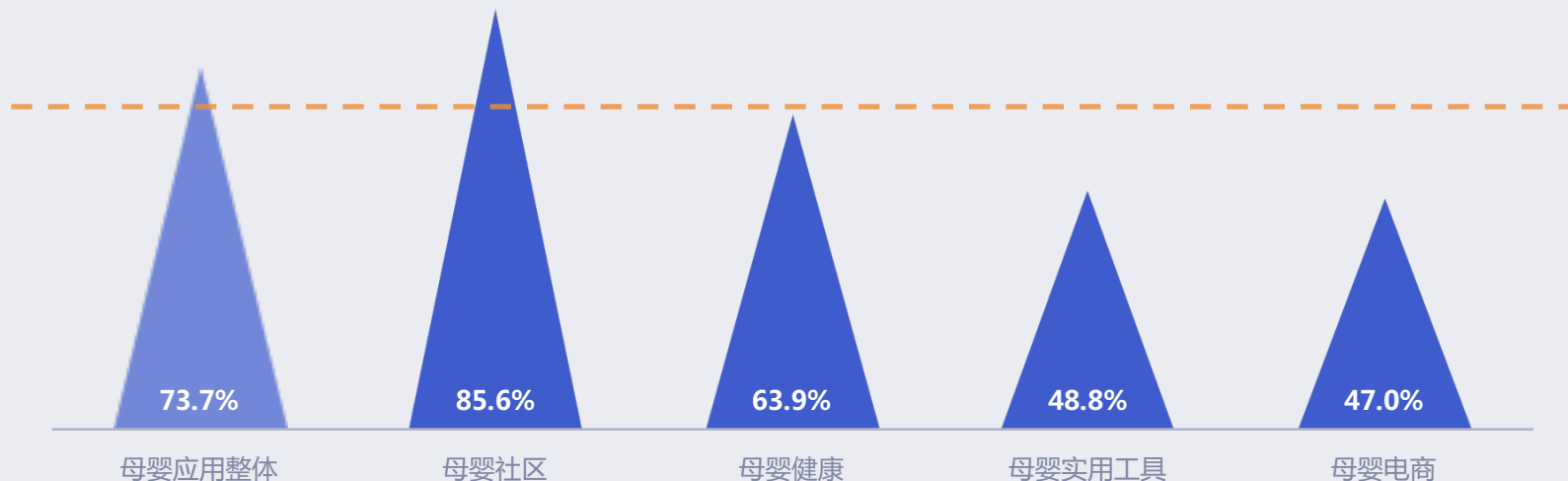


■ 母婴健康 ■ 母婴实用工具 ■ 母婴社区 ■ 母婴电商

数据来源：TalkingData移动数据研究中心，TOP50000应用中母婴应用的款数分布，安卓平台数据

母婴社区类应用的用户使用率高于母婴应用整体，也高于其他母婴细分领域应用

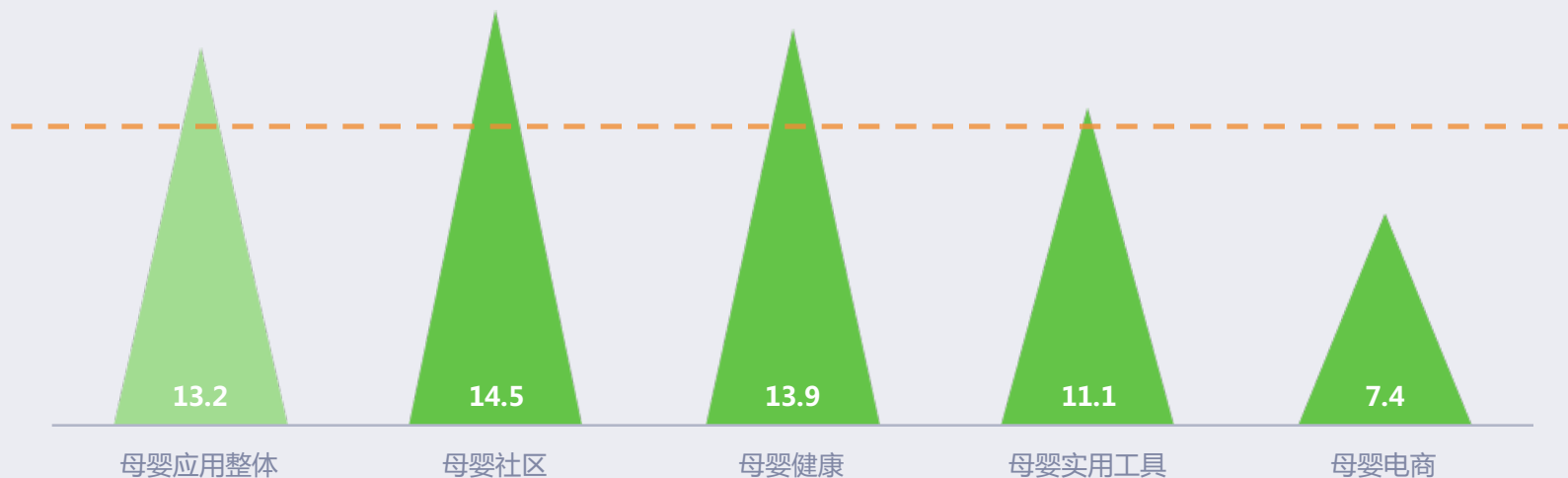
2015年11月 不同类型母婴应用用户**使用率**对比



数据来源：TalkingData移动数据研究中心 安卓平台数据

母婴社区与母婴健康助手类应用的用户活跃度相对其他类型更高

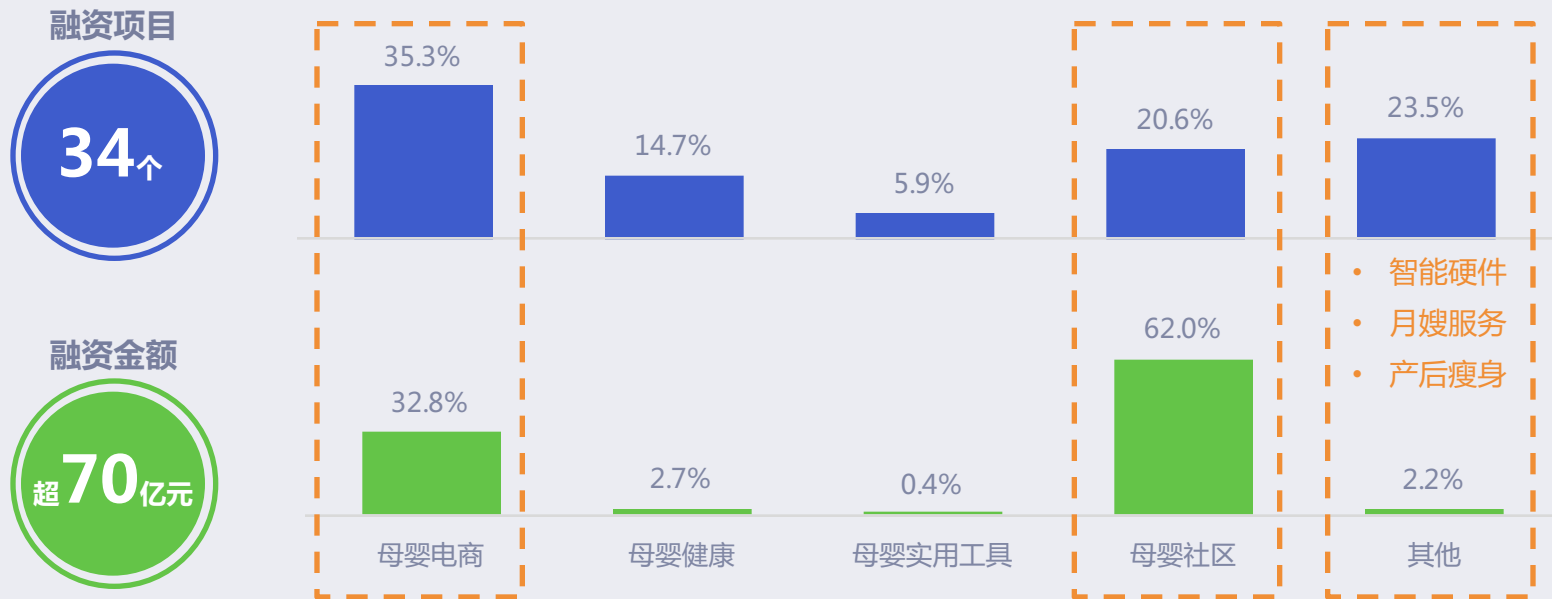
2015年11月 不同类型母婴应用用户平均活跃次数对比



数据来源：TalkingData移动数据研究中心 安卓平台数据

截止2015年11月，母婴行业今年共完成投融资项目34个，融资金额超70亿元，母婴电商与母婴社区类应用是资本市场关注焦点

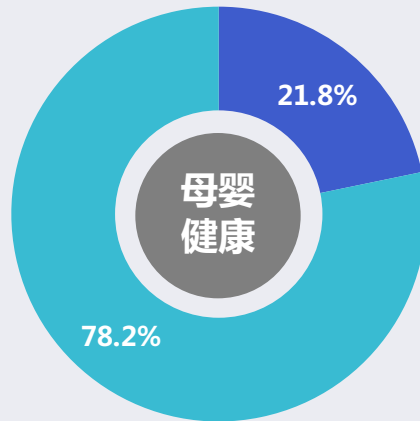
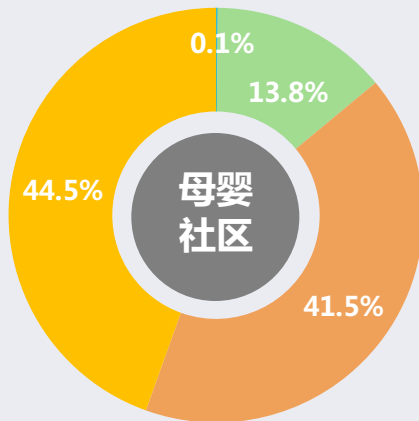
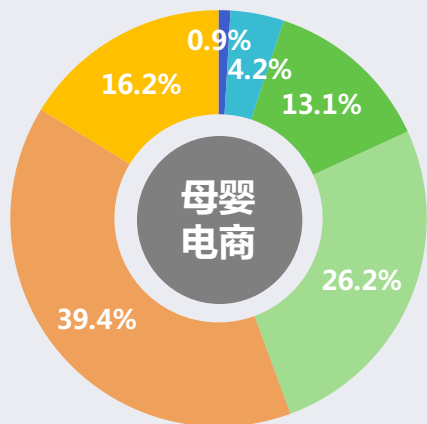
2015年1-11月 互联网母婴领域融资分布情况



数据来源：公开信息整理，仅为孕育类项目整理，不包含早教、亲子娱乐等面向学龄前儿童的相关项目。

母婴社区与母婴电商类应用领域融资事件主要集中在C轮以上较成熟项目，母婴健康领域融资则集中在天使轮与A轮

2015年1-10月 互联网母婴细分领域融资金额分布情况

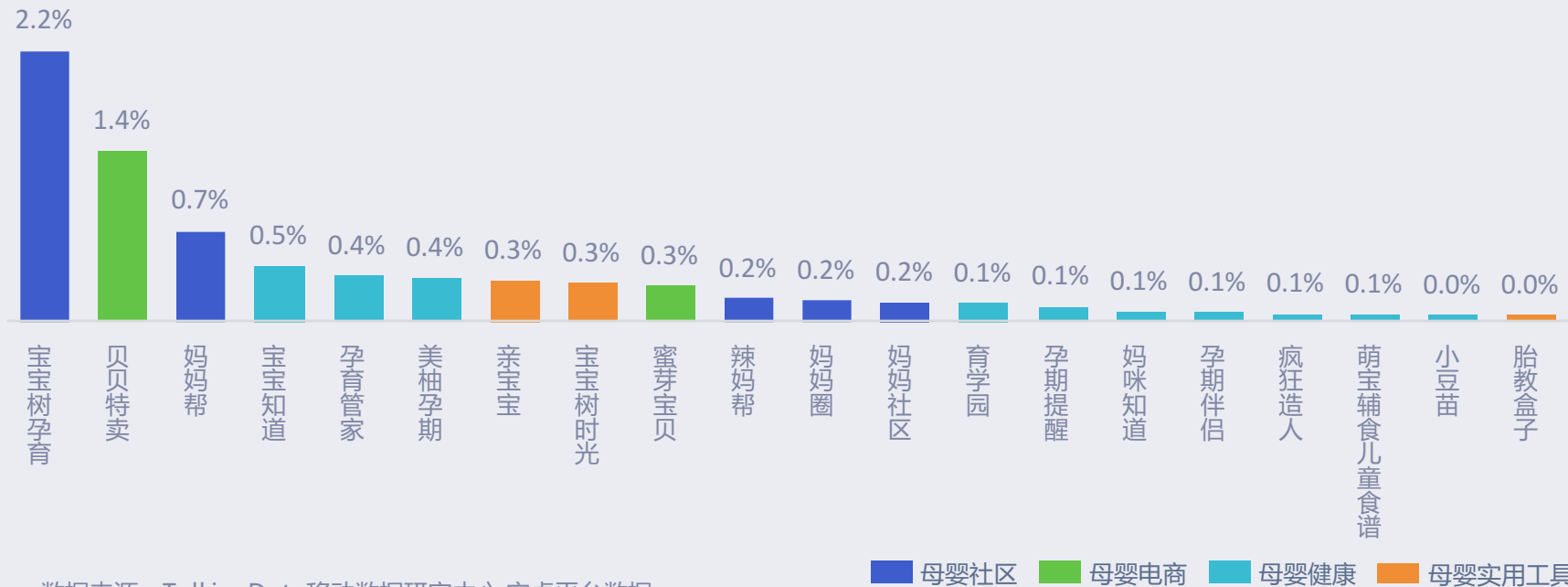


■ 天使/Pre-A轮 ■ A轮 ■ B轮 ■ C轮 ■ D轮 ■ 战略/IPO

数据来源：公开信息整理

用户覆盖率较高的母婴应用以母婴社区、母婴健康类应用为主，“宝宝树”、“贝贝特卖”、“妈妈帮”用户覆盖率居前三

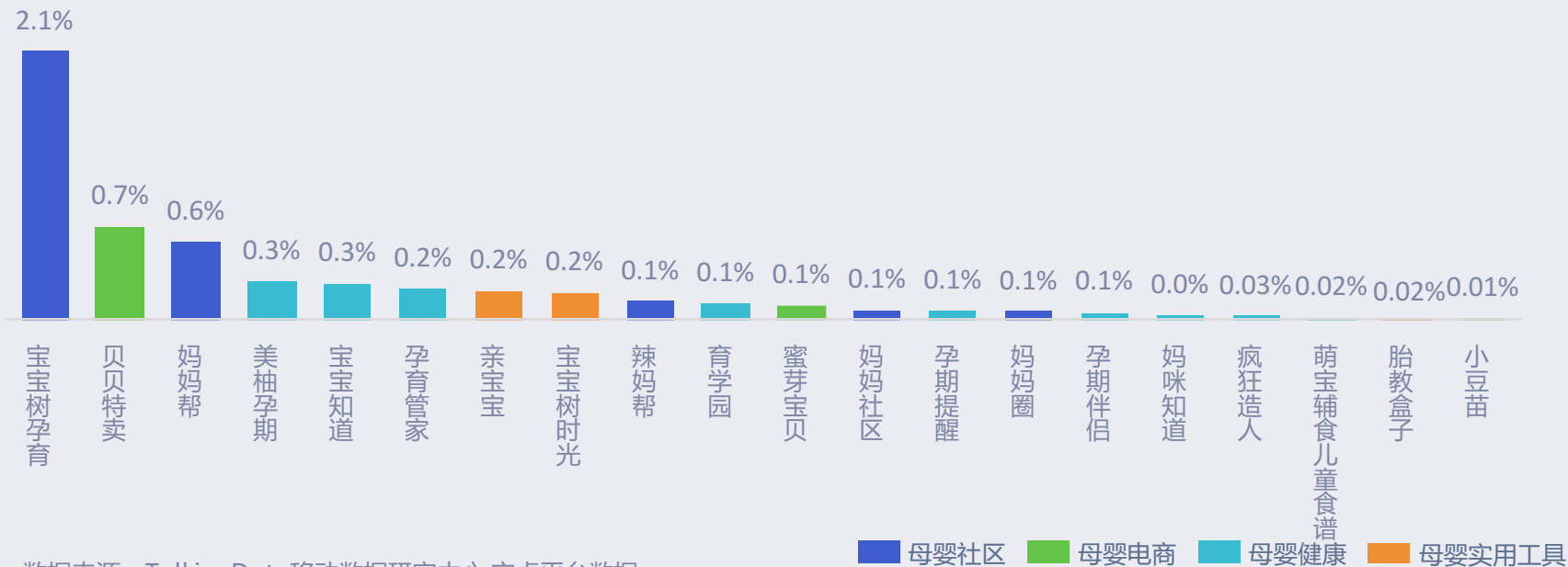
2015年11月 母婴App用户覆盖率TOP20



数据来源：TalkingData移动数据研究中心 安卓平台数据

母婴社区类应用的用户活跃率相对更高，宝宝树孕育、妈妈帮、贝贝特卖继续占据前三，美柚孕期、宝宝知道、亲宝宝的活跃率表现也较好

2015年11月 母婴App用户活跃率TOP20

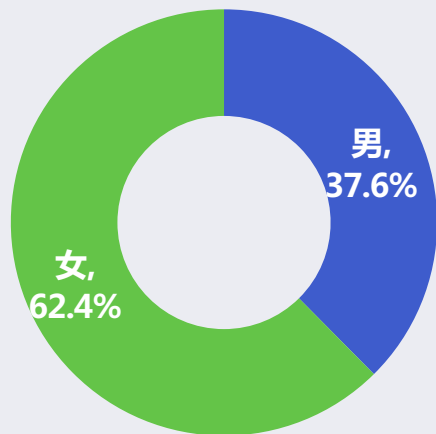


数据来源：TalkingData移动数据研究中心 安卓平台数据

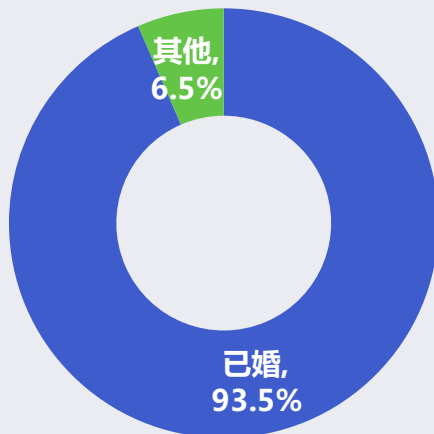
- 移动母婴应用用户画像

人口属性：移动端母婴人群的主体是26-35岁的已婚女性

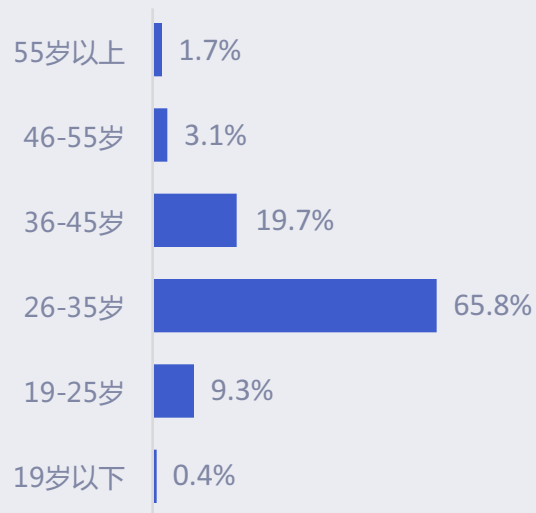
移动端母婴人群性别分布



移动端母婴人群婚姻状况



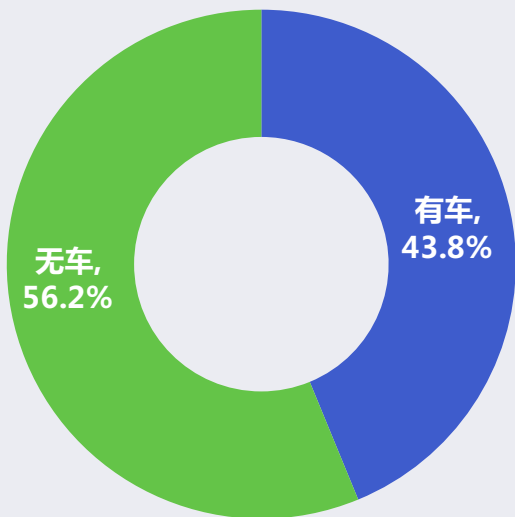
移动端母婴人群年龄分布



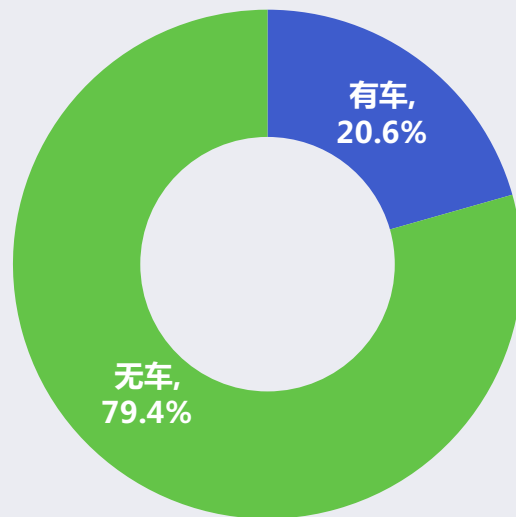
数据来源：TalkingData移动数据研究中心

人口属性：移动端母婴人群中有车用户占43.8%，高于整体移动互联网用户

移动端母婴人群车辆保有状况



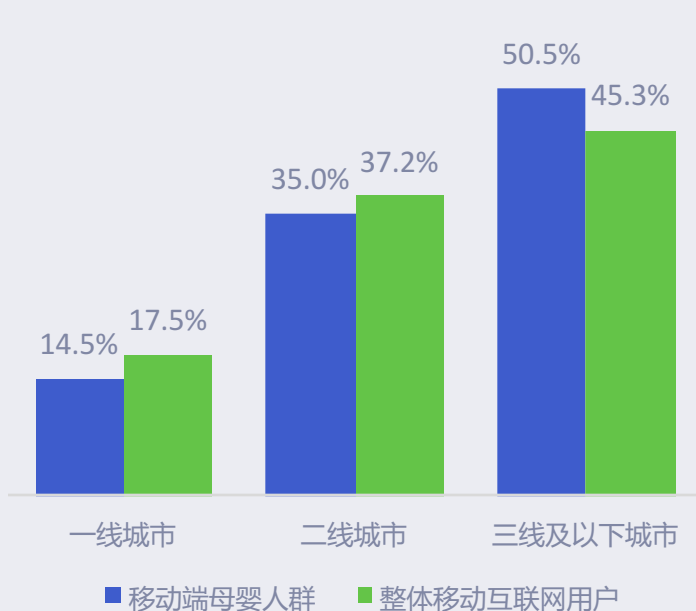
整体移动互联网用户车辆保有状况



数据来源：TalkingData移动数据研究中心

人口属性：移动端母婴人群在三线及以下城市更为集中

移动端母婴人群各级城市分布



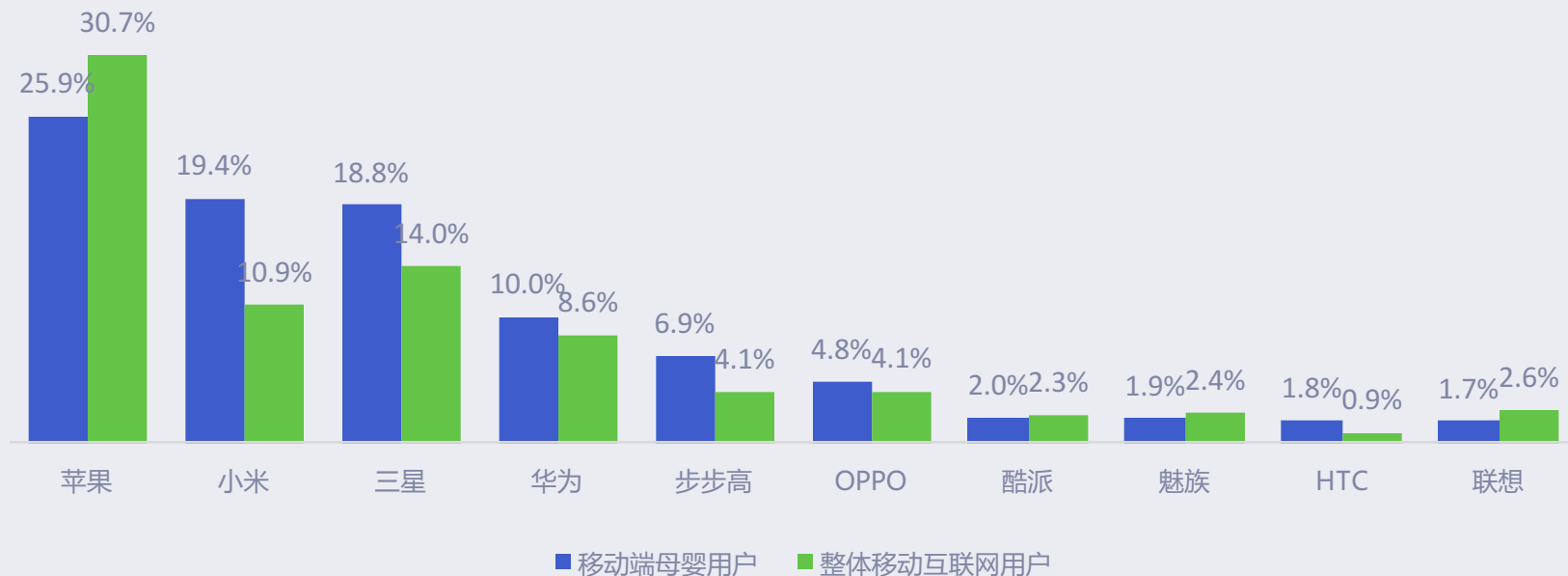
各城市移动端母婴用户指数



数据来源：TalkingData移动数据研究中心 母婴指数根据各城市移动端母婴用户数量占该城市移动端用户的比例换算得到。

设备属性：与同期整体移动端用户相比，母婴用户使用安卓品牌设备的比例更高

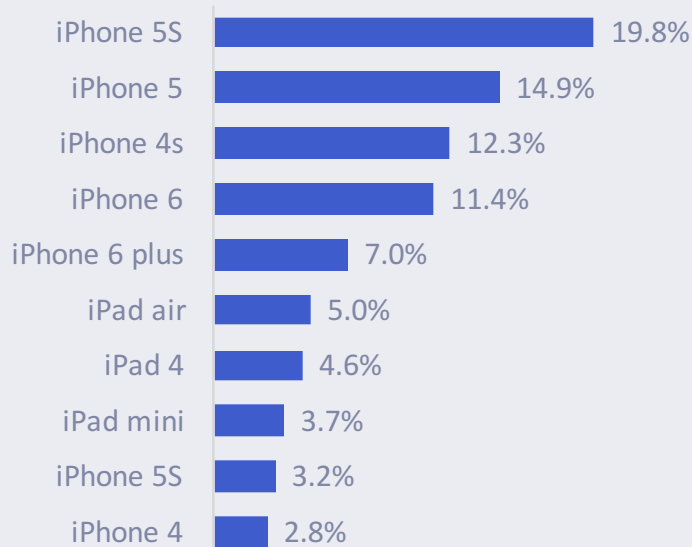
移动端母婴人群TOP10设备品牌占比



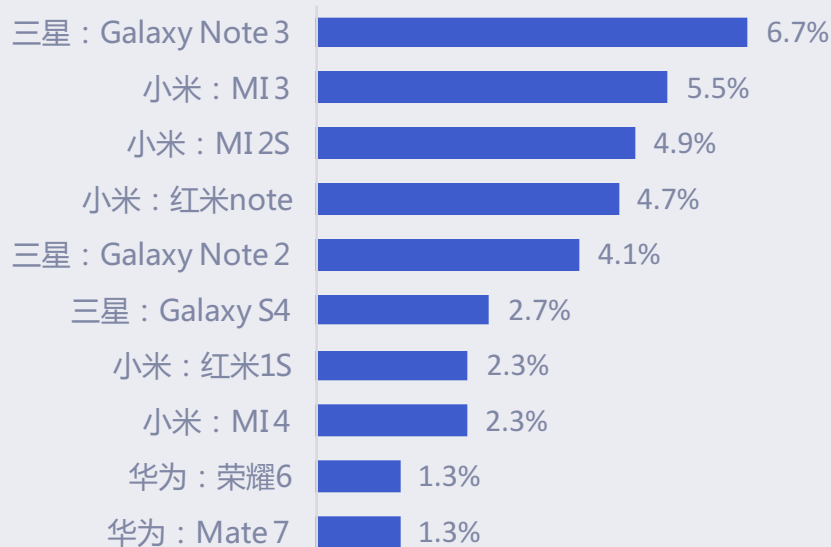
数据来源：TalkingData移动数据研究中心使用2015年11月第二周数据

设备属性：iPhone 5代手机是移动端母婴用户使用较多的iOS设备，使用较多的Android设备则以三星、小米为主

移动端母婴人群iOS设备机型TOP10



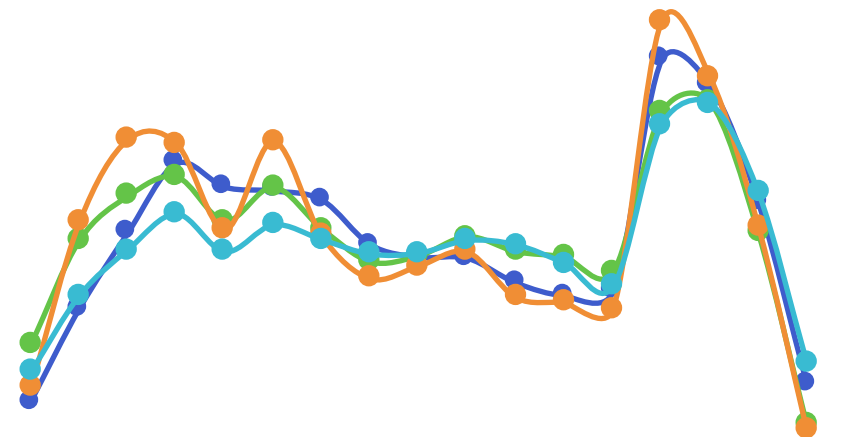
移动端母婴人群Android设备机型TOP10



数据来源：TalkingData移动数据研究中心

应用使用行为：母婴社区与母婴电商类应用晚间时段的活跃度相对其他类型更高

2015年11月 移动母婴用户工作日活跃时段分布

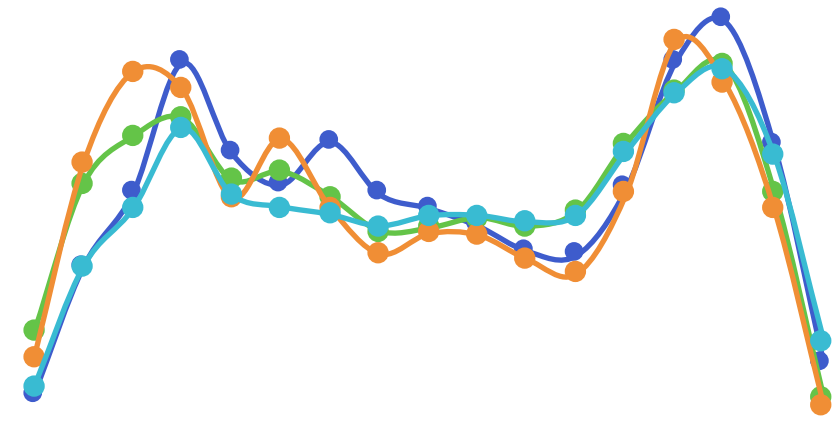


7点 9点 11点 13点 15点 17点 19点 21点 23点

● 母婴电商 ● 母婴健康 ● 母婴社区 ● 母婴工具

数据来源：TalkingData移动数据研究中心 安卓平台数据

2015年11月 移动母婴用户周末活跃时段分布

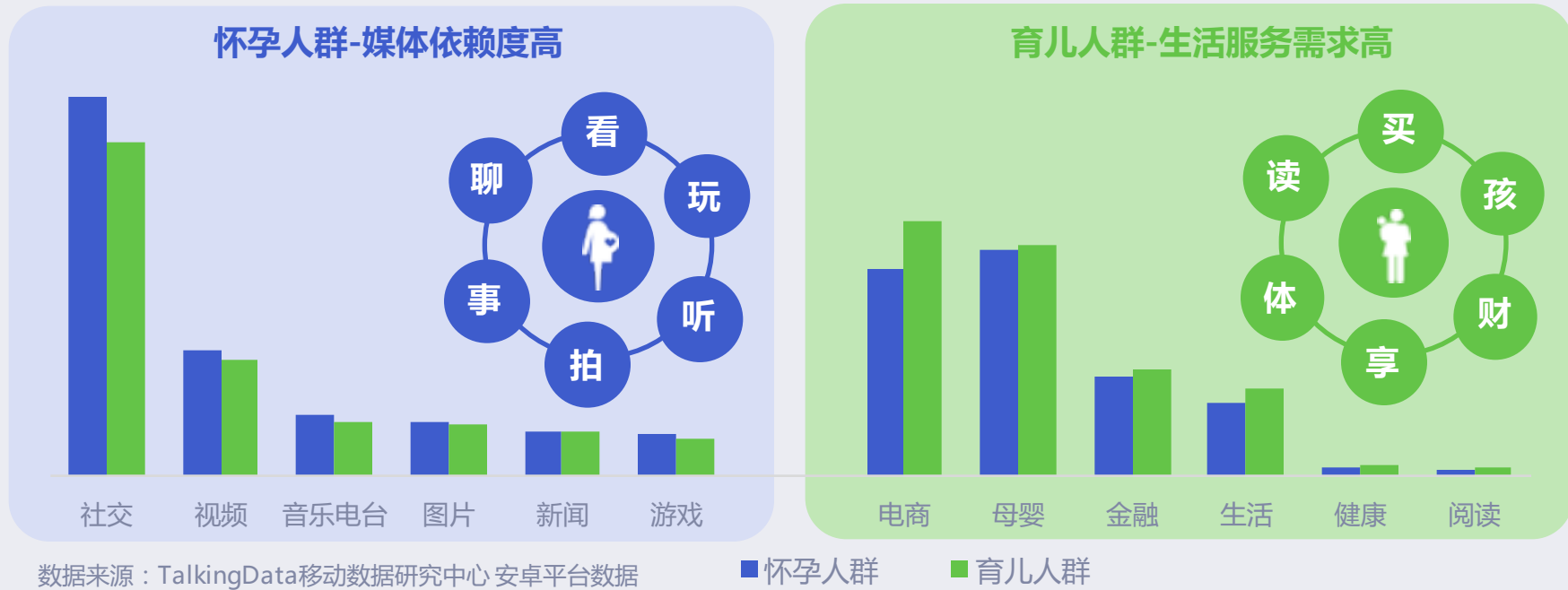


7点 9点 11点 13点 15点 17点 19点 21点 23点

● 母婴电商 ● 母婴健康 ● 母婴社区 ● 母婴工具

应用偏好：怀孕人群与育儿人群的应用偏好存在明显差异，怀孕人群对媒体类应用的偏好度更高，育儿人群则更偏爱网络购物、金融理财以及育儿相关应用

2015年11月 母婴人群线上应用偏好度对比

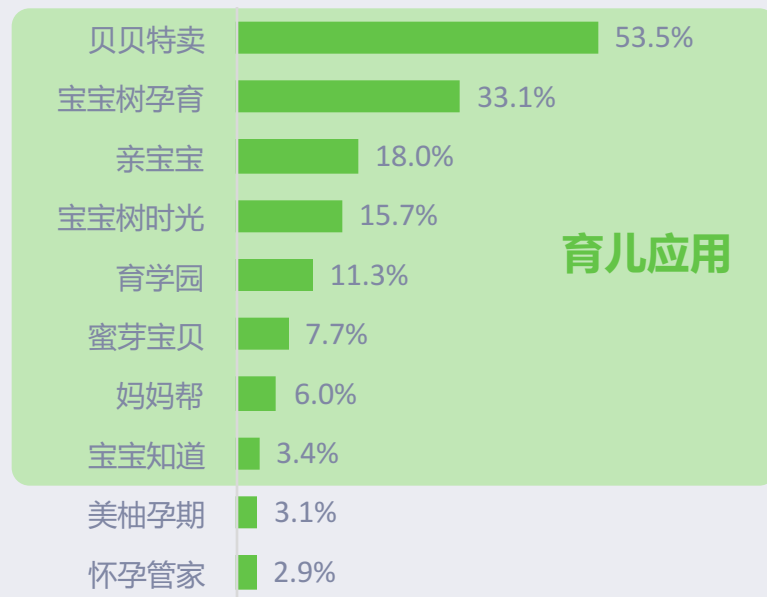


应用偏好：而对于母婴类应用，怀孕人群使用较多的多为孕期相关应用，而育儿人群则更多关注母婴电商以及育儿指导等育儿期相关应用

怀孕人群母婴类应用关联度TOP10



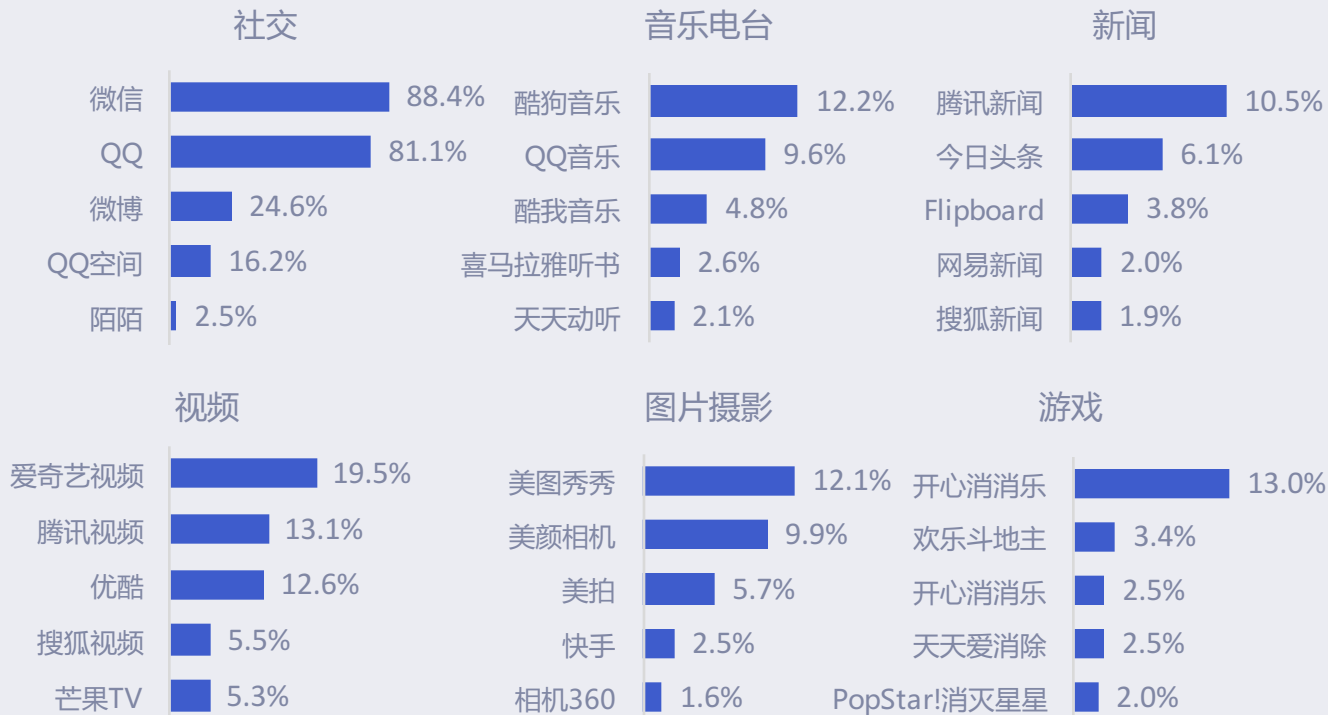
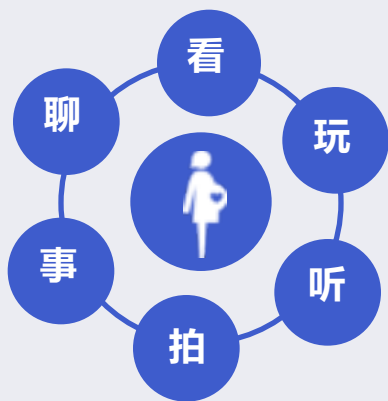
育儿人群母婴类应用关联度Top10



数据来源：TalkingData移动数据研究中心 安卓平台数据

应用偏好：怀孕人群偏好的典型应用排名

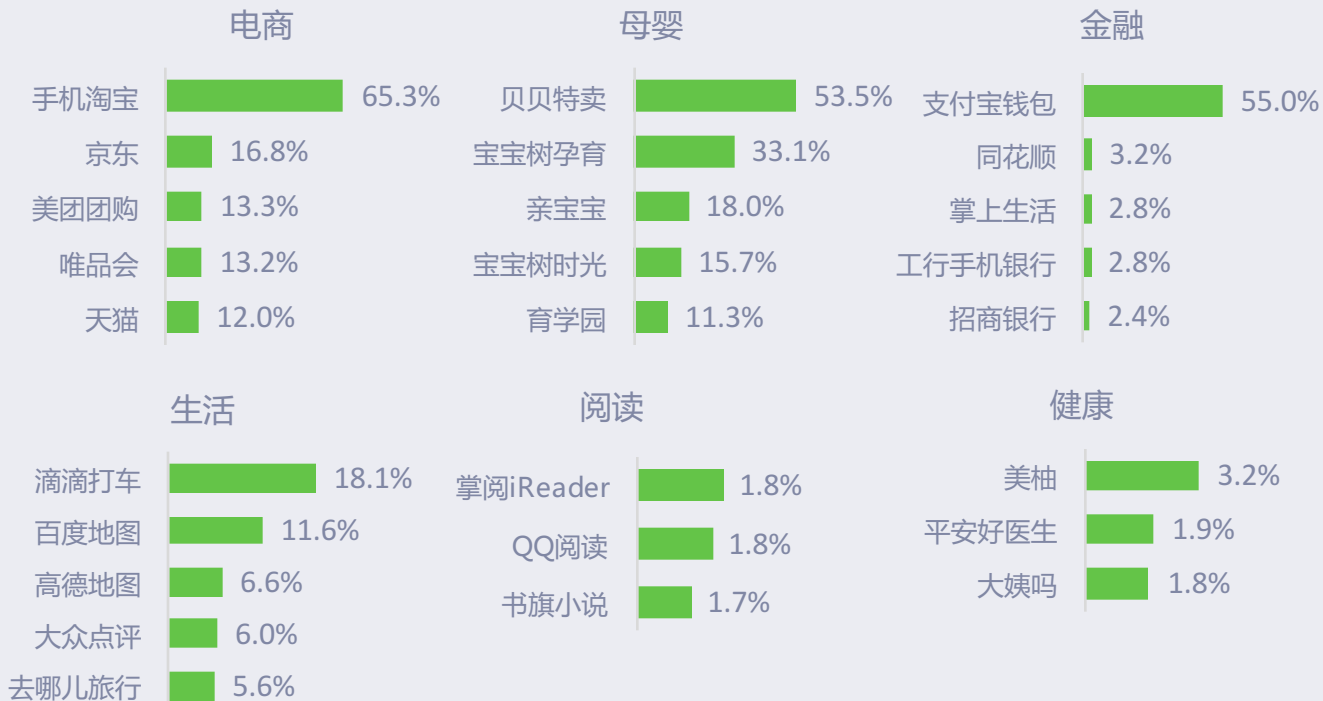
怀孕人群典型应用偏好TOP5



数据来源：TalkingData移动数据研究中心 安卓平台数据

应用偏好：怀孕人群偏好的典型应用排名

育儿人群典型应用偏好TOP5

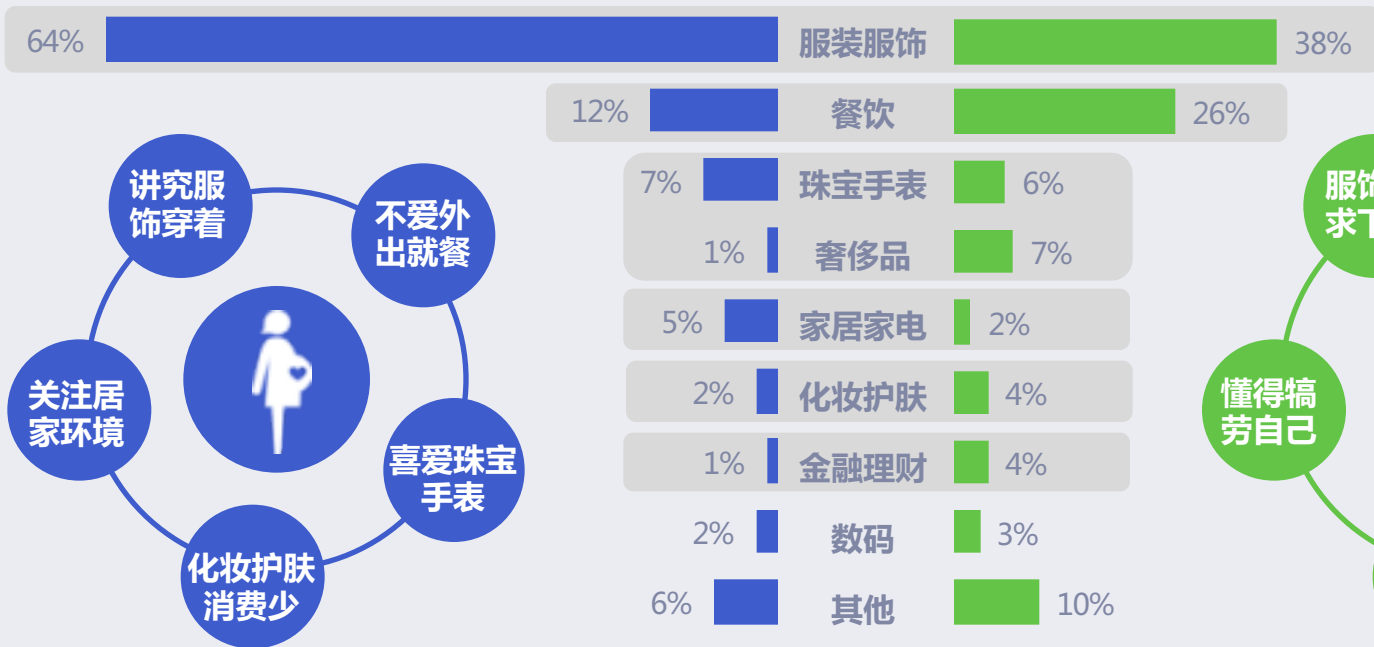


数据来源：TalkingData移动数据研究中心 安卓平台数据

线下消费偏好：怀孕与育儿人群对各线下品类的消费习惯也存在差异

怀孕人群-消费倾向TOP100品牌所属品类

育儿人群-消费倾向TOP100品牌所属品类



数据来源：TalkingData移动数据研究中心

线下服饰消费偏好：怀孕人群更偏爱童装与运动类服饰，育儿人群更关注时尚潮流服饰



怀孕人群

● 童装运动

| 排名 | 消费倾向度 TOP10 品牌 | 细分品类 |
|----|----------------|------|
| 1 | 李宁 | 运动户外 |
| 2 | MoonStar | 童鞋 |
| 3 | 安奈儿Annil | 童装 |
| 4 | NIKE KIDS | 童装 |
| 5 | GXG | 时尚男装 |
| 6 | La Chapelle | 时尚女装 |
| 7 | 耐克Nike | 运动户外 |
| 8 | Hotwind | 时尚女装 |
| 9 | 美特斯邦威 | 牛仔休闲 |
| 10 | 安踏 | 运动户外 |



育儿人群

● 时尚潮流

| 排名 | 消费倾向度 TOP10 品牌 | 细分品类 |
|----|-------------------|-------|
| 1 | URBAN REVIVO | 时尚男女装 |
| 2 | H&M | 时尚男女装 |
| 3 | UNIQLO | 牛仔休闲 |
| 4 | MOISELLE | 时尚女装 |
| 5 | GAP | 牛仔休闲 |
| 6 | adidas | 运动户外 |
| 7 | Ermenegildo Zegna | 时尚男装 |
| 8 | YOUNGOR | 商务男装 |
| 9 | ONLY | 时尚女装 |
| 10 | GUESS | 时尚女装 |

数据来源：TalkingData移动数据研究中心

线下餐饮消费偏好：怀孕人群偏爱面包甜点与特色正餐，育儿人群更爱快餐与咖啡水吧



怀孕人群

● 面包甜点

| 排名 | 消费倾向度 TOP10 品牌 | 细分品类 |
|----|----------------|------|
| 1 | 鲜芋仙 | 面包甜点 |
| 2 | Dairy Queen | 面包甜点 |
| 3 | 黄记煌 | 特色正餐 |
| 4 | 表哥茶餐厅 | 特色正餐 |
| 5 | 瑞可爷爷起司蛋糕 | 面包甜点 |
| 6 | 鹤鸣亭 | 特色正餐 |
| 7 | 小杨楼私房菜馆 | 特色正餐 |
| 8 | 满记甜品 | 面包甜点 |
| 9 | 胜博殿 | 特色正餐 |
| 10 | 又一间面包店 | 面包甜点 |



育儿人群

● 咖啡快餐

| 排名 | 消费倾向度 TOP10 品牌 | 细分品类 |
|----|----------------|------|
| 1 | STARBUCKS | 咖啡水吧 |
| 2 | McDonald's | 快餐 |
| 3 | Costa Coffee | 咖啡水吧 |
| 4 | PACIFIC COFFEE | 咖啡水吧 |
| 5 | 哈根达斯 | 面包甜点 |
| 6 | 吉野家 | 快餐 |
| 7 | KFC | 快餐 |
| 8 | 麻辣诱惑 | 特色正餐 |
| 9 | 永和大王 | 快餐 |
| 10 | 正一味 | 特色正餐 |

数据来源：TalkingData移动数据研究中心

线下珠宝手表消费偏好：母婴人群懂得犒劳自己，怀孕人群偏爱金饰，育儿人群偏爱中高端手表



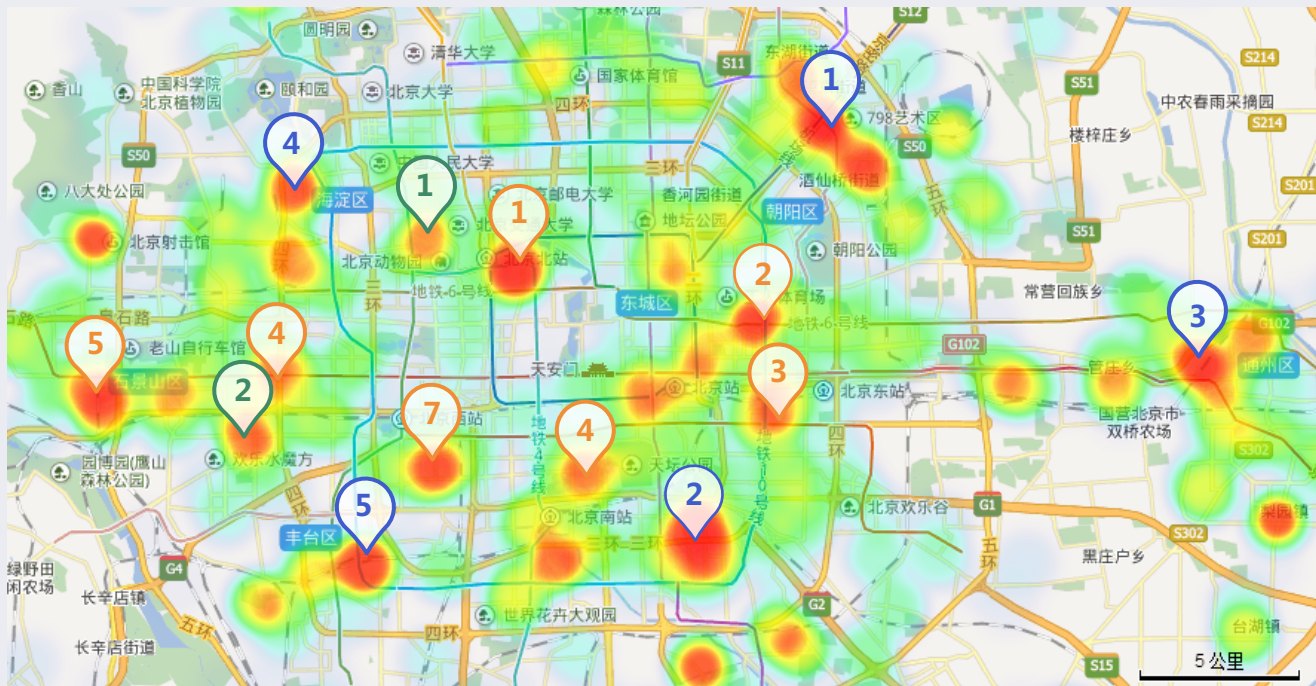
| 排名 | 消费倾向度 TOP5 品牌 | 细分品类 |
|----|---------------|------|
| 1 | CASIO | 品牌手表 |
| 2 | 六福珠宝 | 黄金饰品 |
| 3 | TISSOT | 品牌手表 |
| 4 | 周大生珠宝 | 黄金饰品 |
| 5 | 依波表 | 品牌手表 |



| 排名 | 消费倾向度 TOP5 品牌 | 细分品类 |
|----|---------------|------|
| 1 | PIAGET | 高端手表 |
| 2 | RADO | 高端手表 |
| 3 | MIDO | 中端手表 |
| 4 | 海盗船 | 银饰 |
| 5 | HAMILTON | 中端手表 |

数据来源：TalkingData移动数据研究中心

线下常去场所（北京地区、周末10点-16点）：母婴人群周末常活动的区域，集中在医院、公园、人口密集居住区及周边



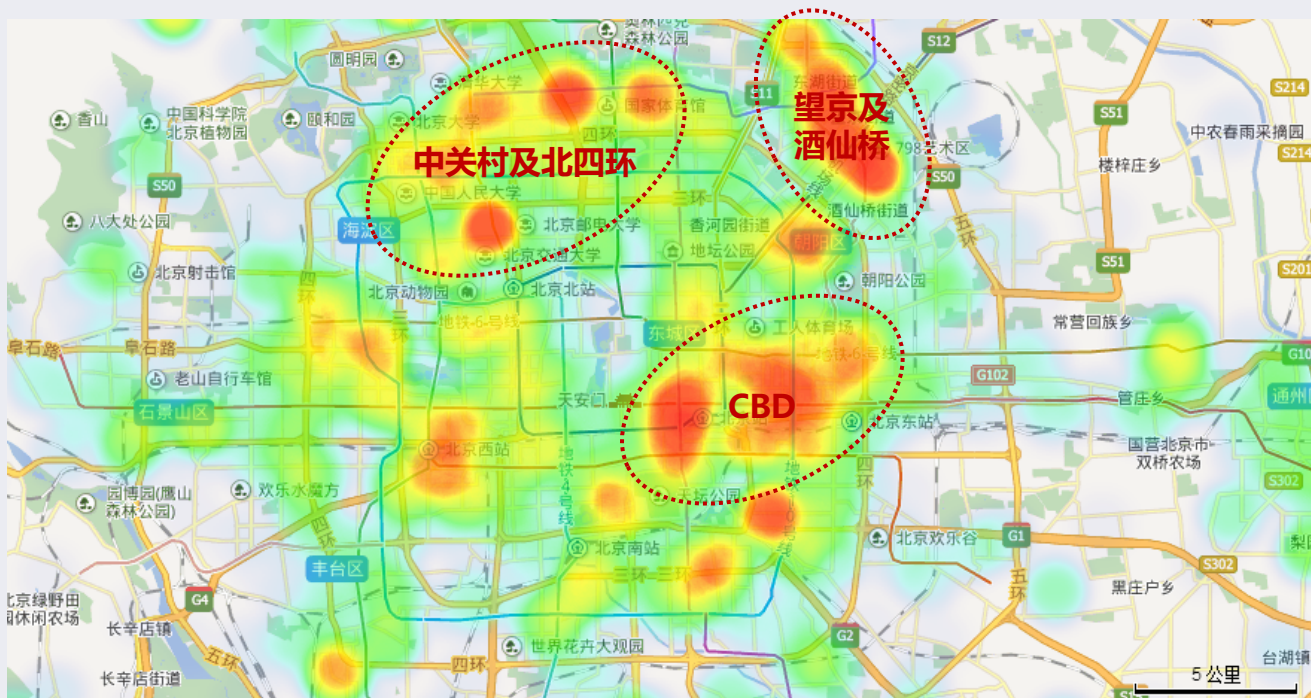
数据来源：TalkingData移动数据研究中心

- 医院**
- 1-北大第一医院
 - 2-北京妇幼保健院
 - 3-五洲妇儿医院
 - 4-武警总医院
 - 5-朝阳医院(京西院区)
 - 6-海淀医院
 - 7-博爱医院

- 居住区**
- 1-望京
 - 2-方庄
 - 3-通州
 - 4-四季青桥
 - 5-丰台站周边

- 公园**
- 1-北京动物园
 - 2-欢乐水魔方水上乐园

线下常去场所（北京地区、工作日10点-16点）：母婴人群工作日活动较集中的区域，集中在CBD、望京、中关村等写字楼聚集地区



数据来源：TalkingData移动数据研究中心

- 移动母婴应用细分行业分析

- 1. 细分行业应用分析
- 2. 细分应用排名
- 3. 典型应用分析



母婴社区类应用包括母婴综合社区以及针对不同孕育阶段受众的母婴垂直社区

母婴社区类应用

综合母婴社区



宝宝树孕育



妈妈帮



辣妈帮



妈妈圈



妈妈社区



京东宝宝

垂直母婴社区



萌宝



播种怀孕社区



靠谱妈

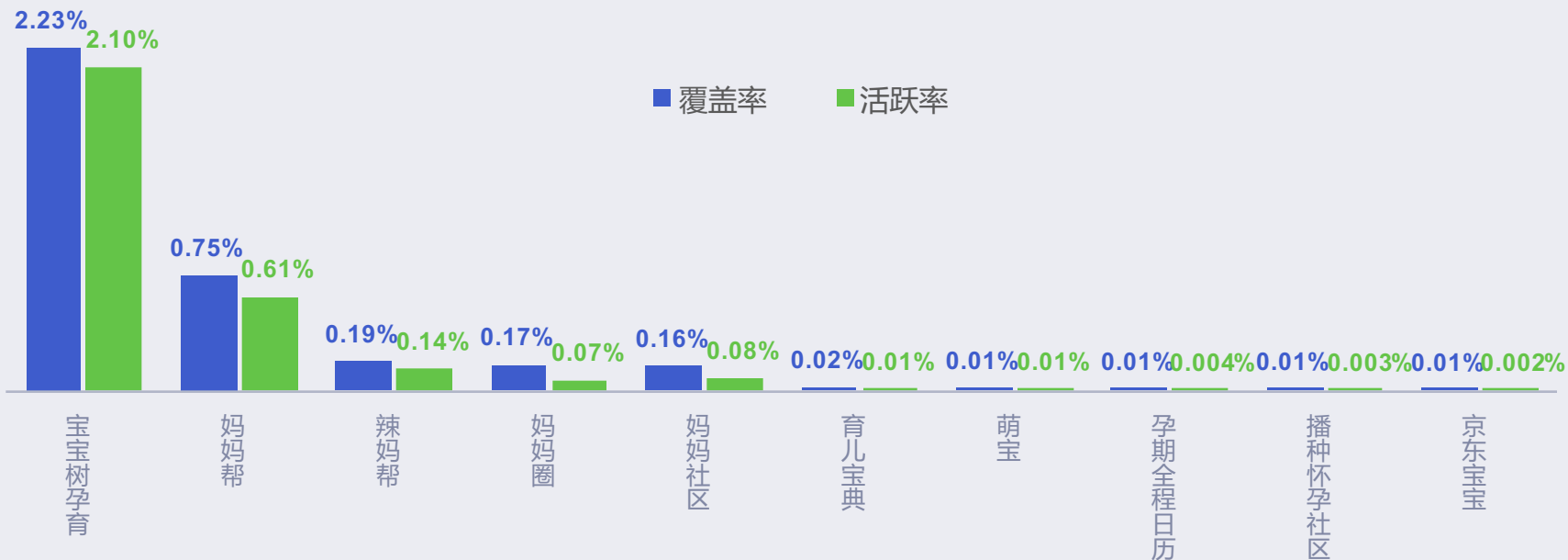


育儿宝典

备注：仅为举例，不包含所有参与者，排名不分先后

母婴社区类应用中，宝宝树孕育、妈妈帮、辣妈帮用户覆盖率先领先

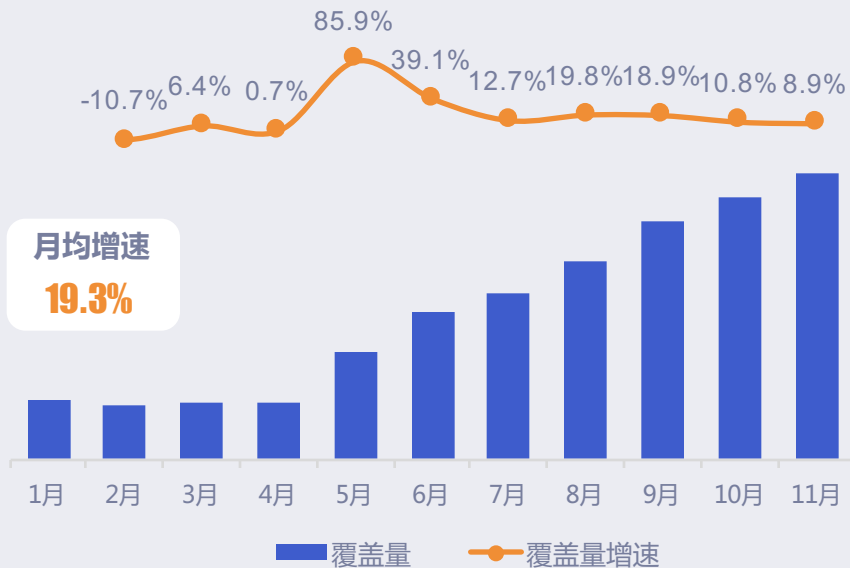
2015年11月 母婴社区应用覆盖率Top10



数据来源：TalkingData移动数据研究中心，安卓平台数据

“宝宝树孕育”起步较早，是以社区为基础，集电商、工具等为一体的母婴平台型应用，用户规模持续稳定增长

2015年 宝宝树孕育用户覆盖量变化趋势



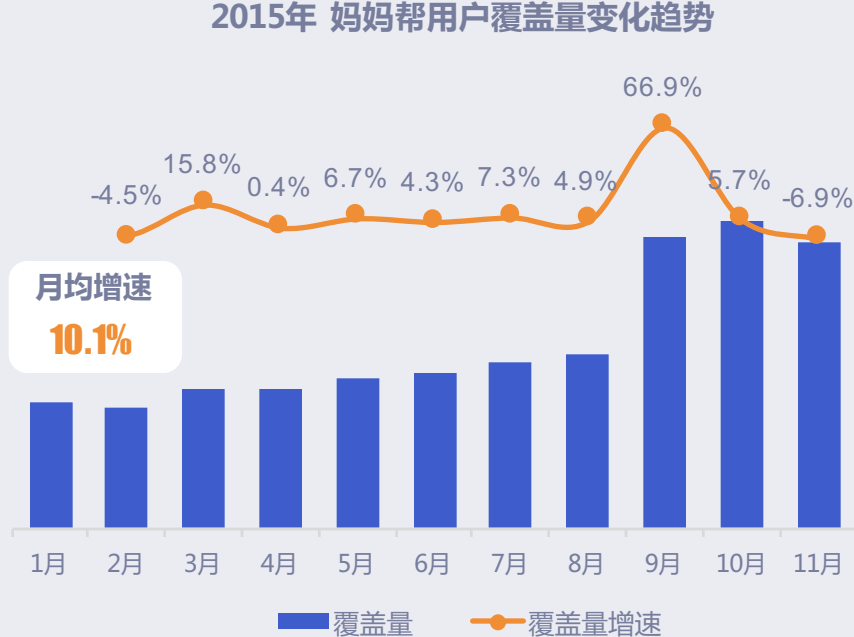
宝宝树孕育

- 2007年，宝宝树公司成立；
- 2008年，获得经纬创投1000万美元A轮投资；
- 2014年，获得好未来领投1.5亿美元B轮融资
- 2015年，完成3亿美元C轮融资，聚美优品领投
- “宝宝树”旗下明星应用，面向孕育期妈妈提供社区、电商、资讯、育儿工具等综合母婴服务。

数据来源：TalkingData移动数据研究中心，安卓平台数据

“妈妈帮”是PC端育儿社区“丫丫网”旗下移动端产品，提供孕产期及育儿健康资讯、社区交流、工具及电商等综合母婴线上服务

2015年 妈妈帮用户覆盖量变化趋势



妈妈帮

- “丫丫网”旗下移动端产品，丫丫网成立于2003年，“妈妈帮”在2011年上线；
- “妈妈帮”定位于母婴综合社区，为不同地域、不同兴趣、各年龄层的妈妈群体提供线上交流平台，同时产品集合了孕产期健康资讯与实用工具等其他功能。

数据来源：TalkingData移动数据研究中心，安卓平台数据

- 1. 细分行业应用分析 2. 细分应用排名 3. 典型应用分析



母婴电商类应用可分为母婴综合电商、母婴跨境电商，以及线下知名品牌商向线上发展的母婴品牌电商

母婴电商类应用

母婴综合电商



贝贝



妈妈100



亲亲宝贝



母婴之家



辣妈汇



红孩子母婴

母婴跨境电商



蜜芽



宝贝格子

母婴品牌电商



孩子王



好孩子



乐友孕婴童

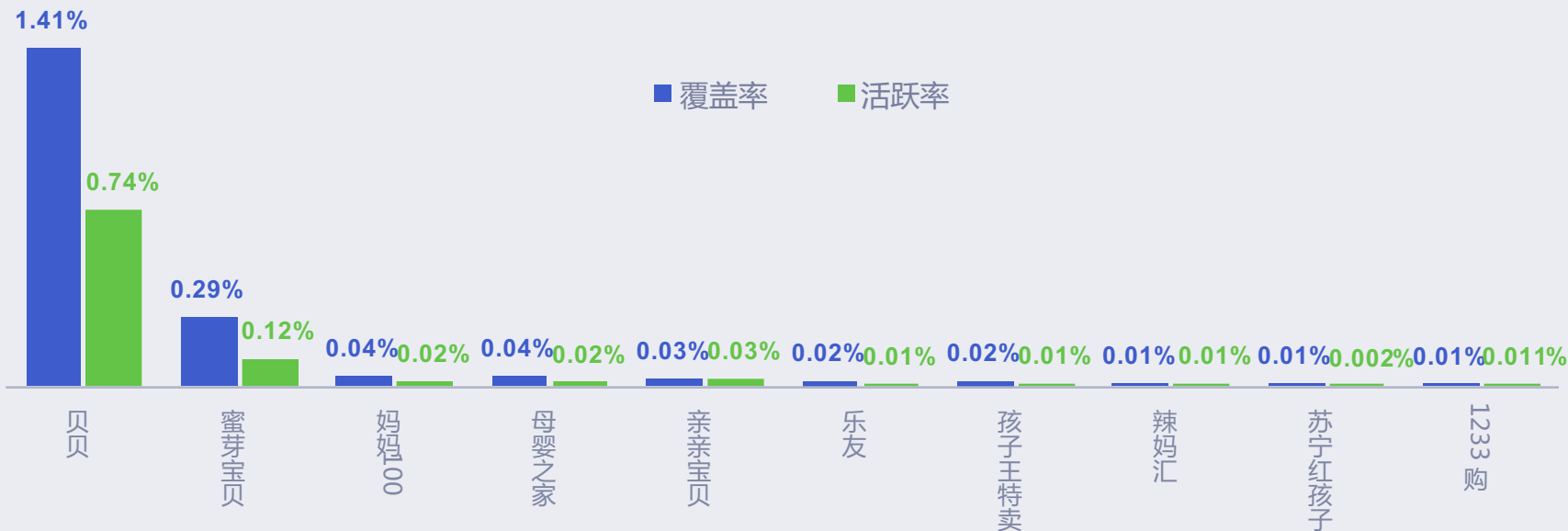


十月妈咪

备注：仅为举例，不包含所有参与者，排名不分先后

“贝贝”在母婴电商类应用中用户覆盖率先优势明显，“蜜芽宝贝”居用户覆盖率第二，合生元旗下母婴综合电商平台“妈妈100”用户覆盖率居第三

2015年11月 母婴电商应用覆盖率Top10



数据来源：TalkingData移动数据研究中心，安卓平台数据

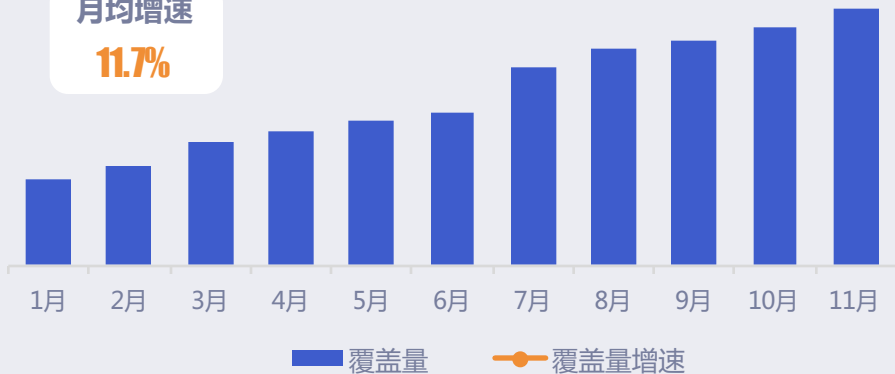
“贝贝” 聚焦母婴产品限时特卖业务，问世时间较短即成长为母婴垂直电商领域用户覆盖率先的应用，且用户保持稳定增长

2015年 贝贝用户覆盖量变化趋势



月均增速

11.7%



- “贝贝网”创立于2014年4月，创始团队主要来自阿里巴巴，先后获得IDG资本、高榕资本等上亿美元的风险投资；
- 产品定位于国内外母婴产品的折扣特卖，品类以孕婴童服装为主，除海外品牌外，也为国内中小母婴品牌企业提供电商化机会。

数据来源：TalkingData移动数据研究中心，安卓平台数据

“蜜芽宝贝”定位母婴跨境电商，以进口母婴产品限时特卖为主要业务模式，用户积累迅速

2015年 蜜芽宝贝用户覆盖量变化趋势



蜜芽宝贝

- 2011年成立；
- 2014年完成三轮融资；
- 2015年7月，更名“蜜芽”，9月获得由百度领投的1.5亿美元D轮融资，品牌定位升级为“亲子家庭消费平台”；

数据来源：TalkingData移动数据研究中心，安卓平台数据

1. 细分行业应用分析 2. 细分应用排名 3. 典型应用分析



母婴健康助手类应用可根据主要功能的差异，分为综合健康助手，备孕、疫苗、孕婴饮食和孕期记录等细分类型

母婴健康助手类应用

综合健康助手



宝宝知道



孕育管家



美柚孕期



育学园

备孕



疯狂造人



宝贝格子

疫苗



小豆苗疫苗
助手



疫苗宝

孕婴饮食



萌宝辅食儿童
食谱



婴儿辅食食谱

孕期记录



胎动随心记

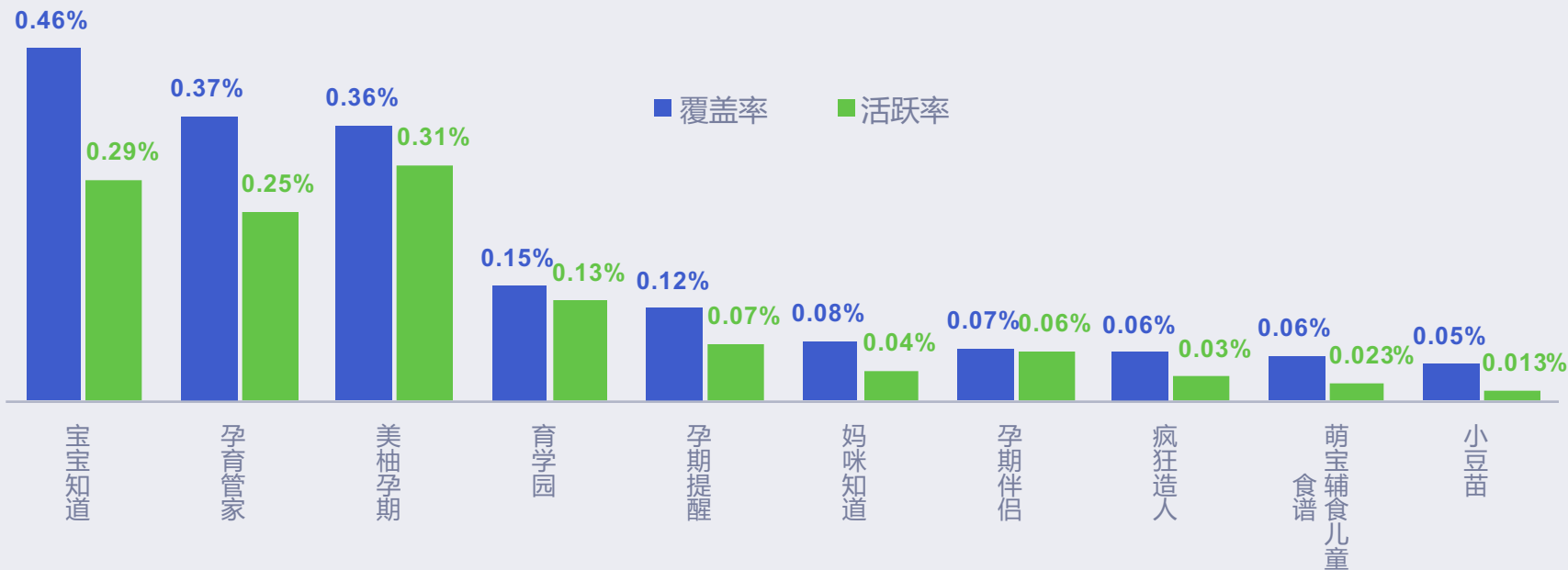


胎动记录

备注：仅为举例，不包含所有参与者，排名不分先后

母婴健康助手类应用中，百度旗下“宝宝知道”、“孕育管家”、美柚旗下“美柚孕期”三款应用用户覆盖率领先

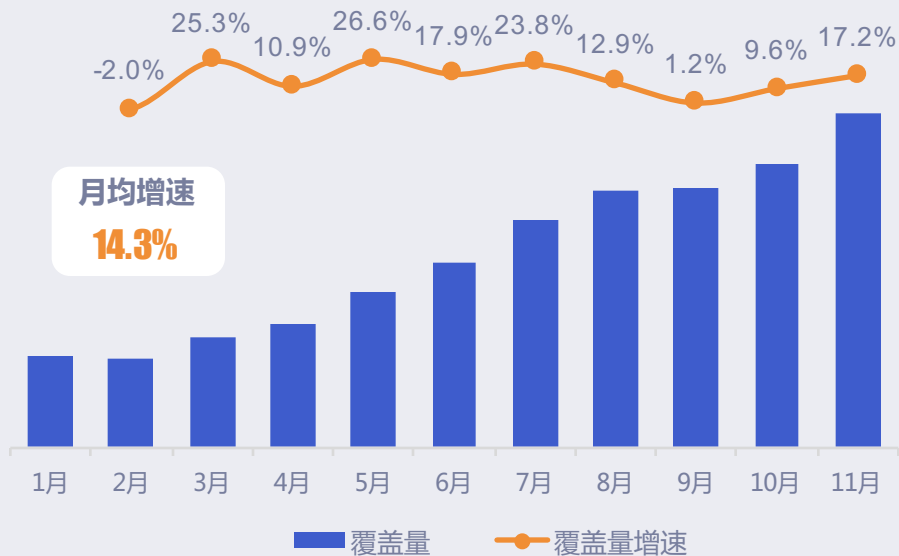
2015年11月 母婴健康助手应用覆盖率Top10



数据来源：TalkingData移动数据研究中心，安卓平台数据

“宝宝知道”是百度布局母婴垂直领域的重要移动端产品，以专业化为切入点，为用户提供孕育期相关的健康咨询与工具服务，2015年用户增速较快

2015年 宝宝知道用户覆盖量变化趋势



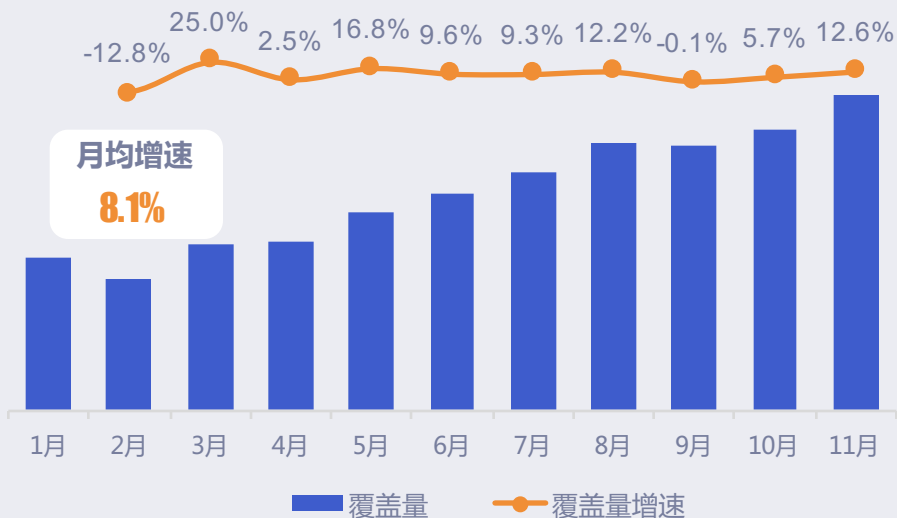
宝宝知道

- 2014年4-5月，Android与iOS版本相继上线；
- 2014年7月，“宝宝知道”PC版上线；
- “宝宝知道”以孕产领域医学专家在线答疑、以及经验妈妈社区交流为核心价值点，迅速积累用户，并辅以孕产期健康工具以及智能硬件设备，解决孕育期不同阶段用户的健康相需求。

数据来源：TalkingData移动数据研究中心，安卓平台数据

“孕育管家”是妈妈网旗下的母婴健康类应用，提供孕期及育儿阶段相关健康资讯，同时融入工具与社交属性，2015年用户增速稳定

2015年 孕育管家用户覆盖量变化趋势



孕育管家

- 2014年上线，是妈妈网构建母婴APP产品体系的重要举措；
- “孕育管家”（原名“怀孕管家”）主要为准妈妈与新妈妈提供孕期与育儿期健康资讯，同时为用户提供分享交流平台以及多种孕期管理工具。

数据来源：TalkingData移动数据研究中心，安卓平台数据

1. 细分行业应用分析 2. 细分应用排名 3. 典型应用分析



母婴实用工具按功能不同可分为成长记录工具、胎教工具、起名工具等类型

母婴实用工具类应用

成长记录工具



亲宝宝



口袋宝宝



育儿指南



时光小屋



水滴宝宝



宝宝助手

胎教工具



胎教盒子



胎教音乐大全

起名工具



起名解名



宝宝起名大全

其他



预产期计算器

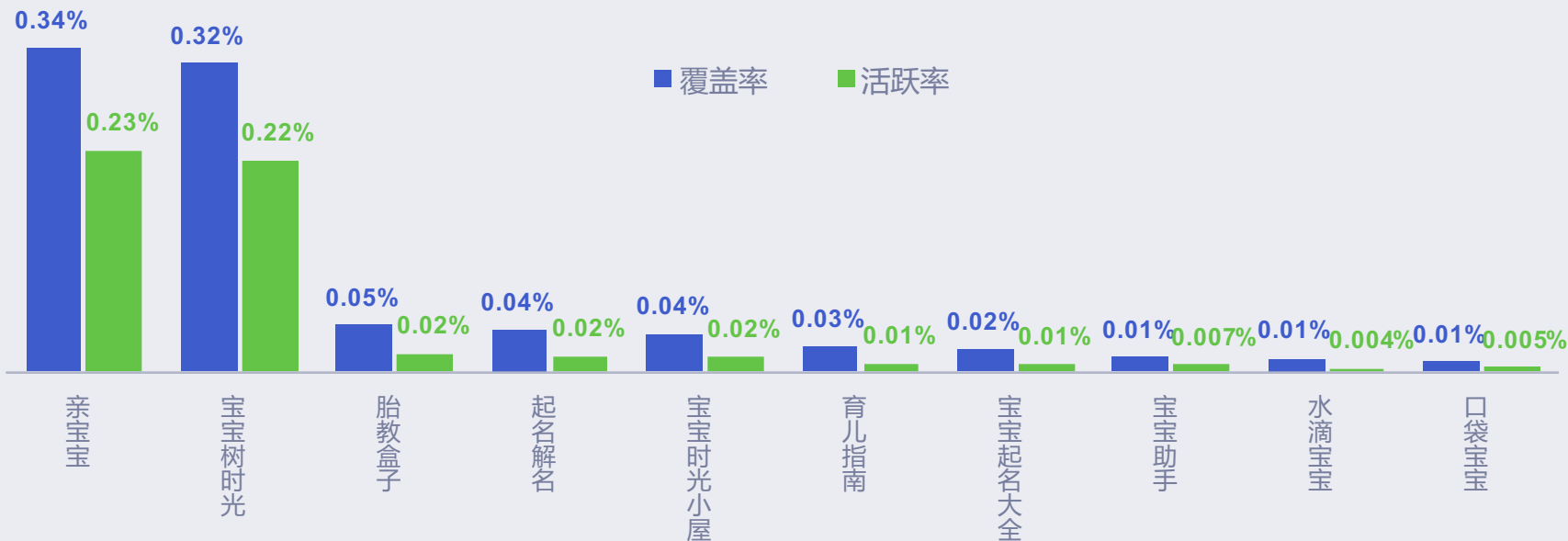


孕期好帮手

备注：仅为举例，不包含所有参与者，排名不分先后

母婴实用工具应用中，“亲宝宝”、“宝宝树时光”两款以亲子成长相册为基础功能的应用，用户覆盖率优势明显

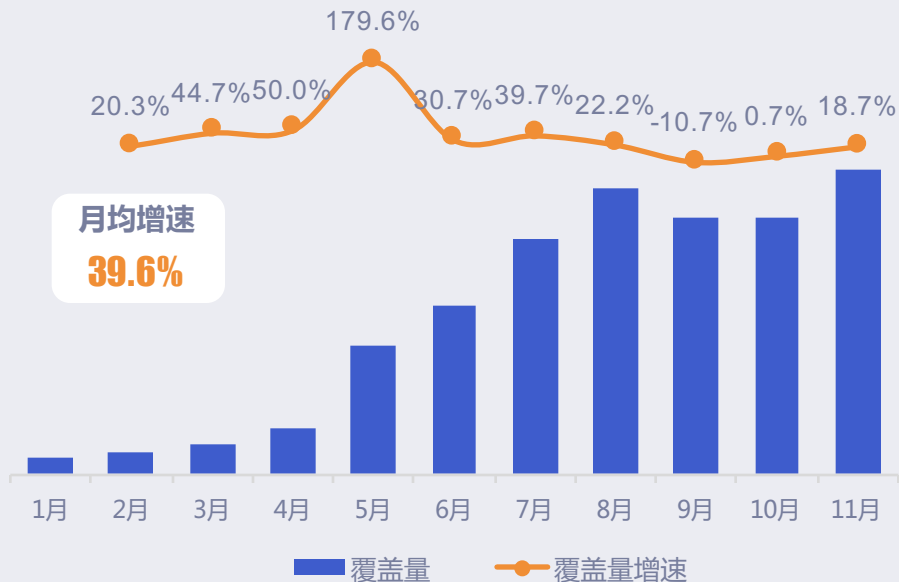
2015年11月 母婴实用工具应用覆盖率Top10



数据来源：TalkingData移动数据研究中心，安卓平台数据

“亲宝宝”是专注于婴幼儿成长记录的工具类应用，为用户提供稳定、私密的家庭相册存储服务，2015年5月开始用户呈现较快增长态势

2015年 亲宝宝用户覆盖量变化趋势



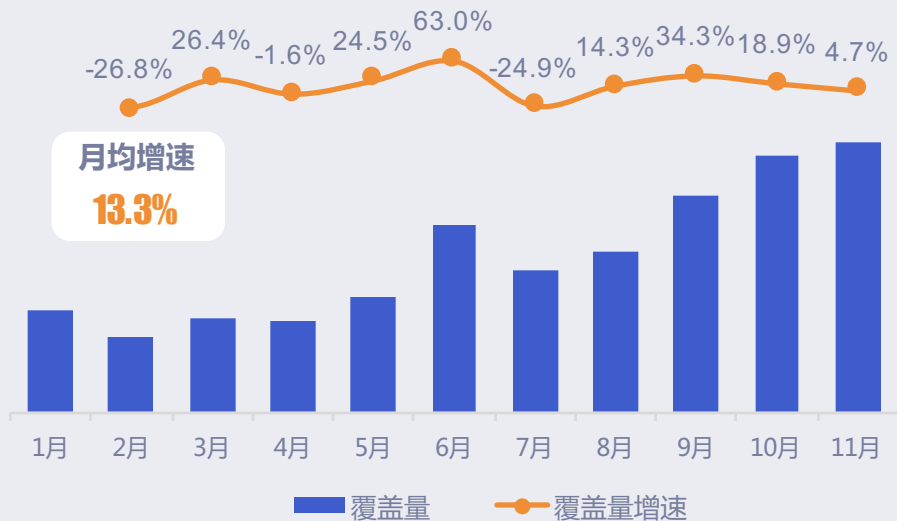
亲宝宝

- 2013年1月上线；
- “亲宝宝”是面向0-6岁婴幼儿家庭的成长记录工具应用，为育儿期家庭创造私密空间用于记录、存储与分享宝宝成长记录、图片、视频，同时为父母提供育儿指导及交流互动平台。

数据来源：TalkingData移动数据研究中心，安卓平台数据

“宝宝树时光”是宝宝树旗下一款以家庭亲子相册为基础功能的差异化产品，同时继承宝宝树社交基因，提供辣妈交流分享的亲子社交平台

2015年 宝宝树时光用户覆盖量变化趋势



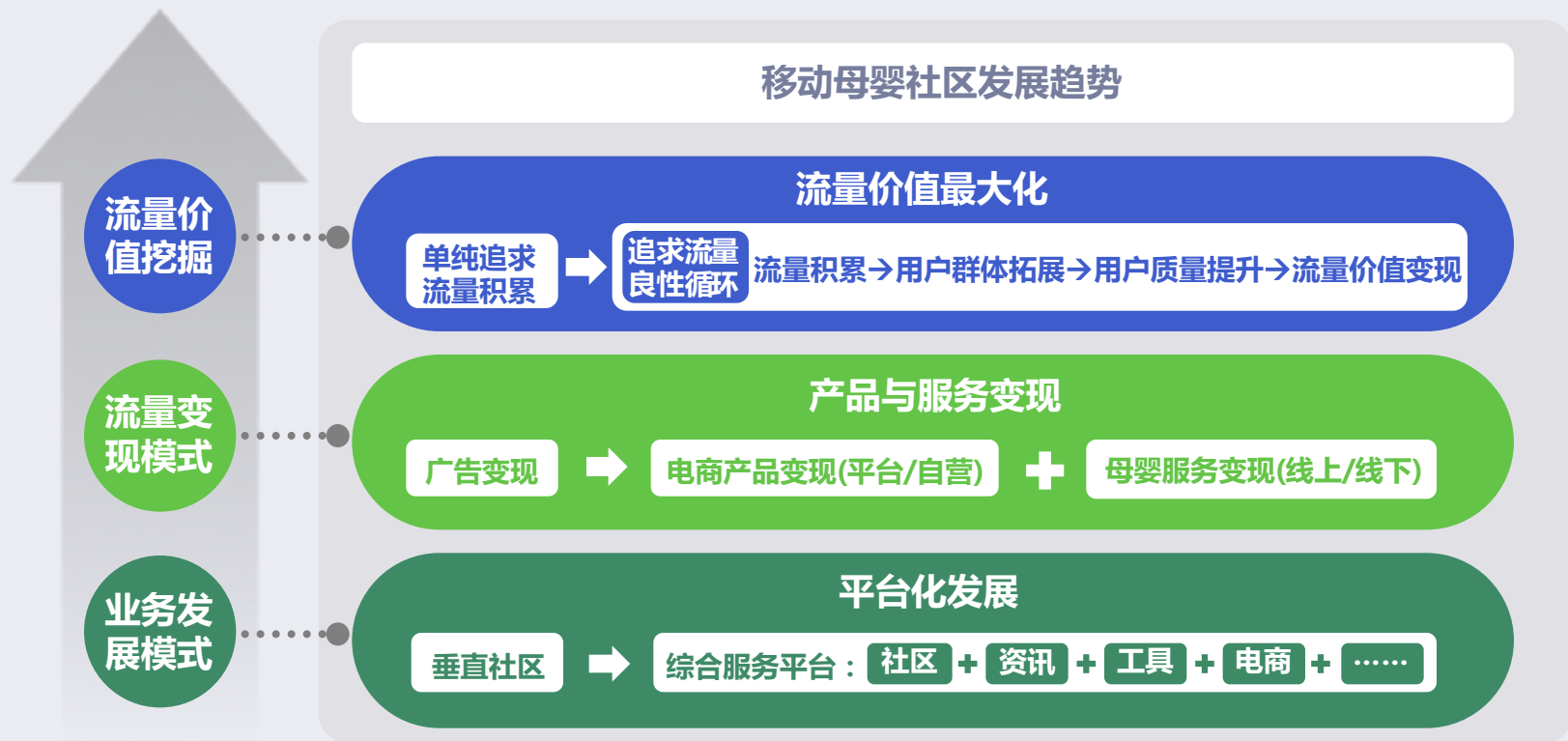
宝宝树时光

- “宝宝树时光”是宝宝树旗下另一款明显产品；
- 产品定位于为婴幼儿家长提供宝宝成长记录工具，如云端相册、成长日记等，同时引入社交功能，为用户提供分享育儿经验、时尚、美容、生活等话题的亲子社交平台。

数据来源：TalkingData移动数据研究中心，安卓平台数据

- 移动母婴行业趋势展望

母婴社区：平台发展模式深化，拓展更多流量变现方式，追求流量价值最大化



母婴电商：随着用户消费观念的升级演变，母婴电商也将面临用户需求、业务模式、市场参与者等多方面升级

新需求

母婴人群需求延伸

消费需求由单纯孕产期需求，向产后恢复、职场回归、幼儿儿童教育等时期延展；产品形态也由单纯母婴产品向女性用品、家庭生活、保险理财、早教等领域拓展。

新模式

母婴电商新模式探索

基于相对成熟的母婴社区，以及母婴人群更为强烈的分享交流诉求，母婴电商将出现更多在社交电商、C2C电商模式上的尝试与创新

新入口

成为跨境电商的切入点

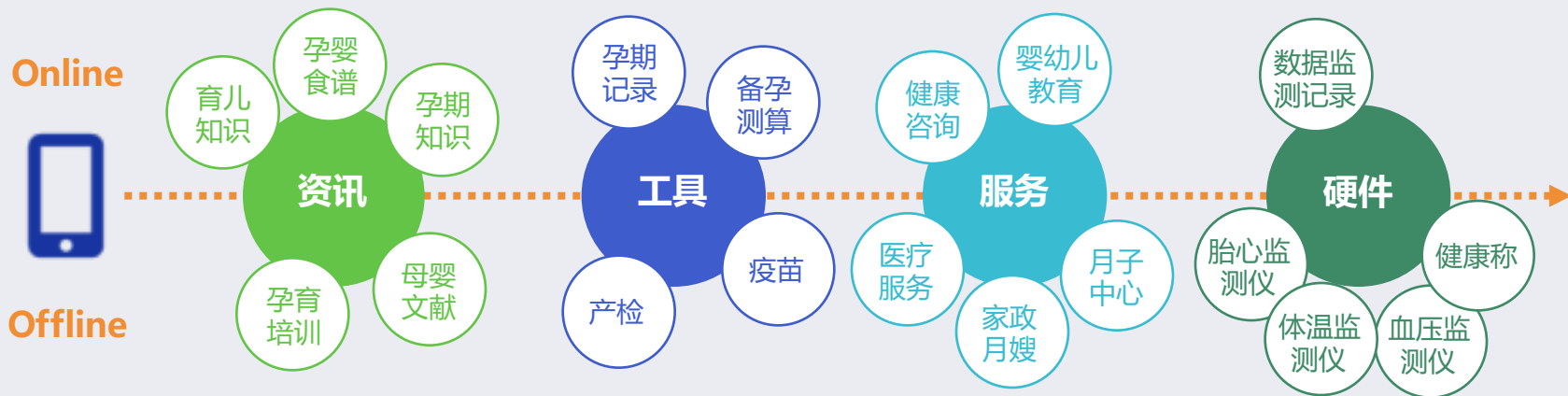
随着国内消费者线上消费需求的提升以及消费观念的升级，海外购成为更多消费者关注的消费模式，而母婴市场特有的海外基因将成为跨境电商&海外品牌进驻国内市场的绝佳切入点

新参与者

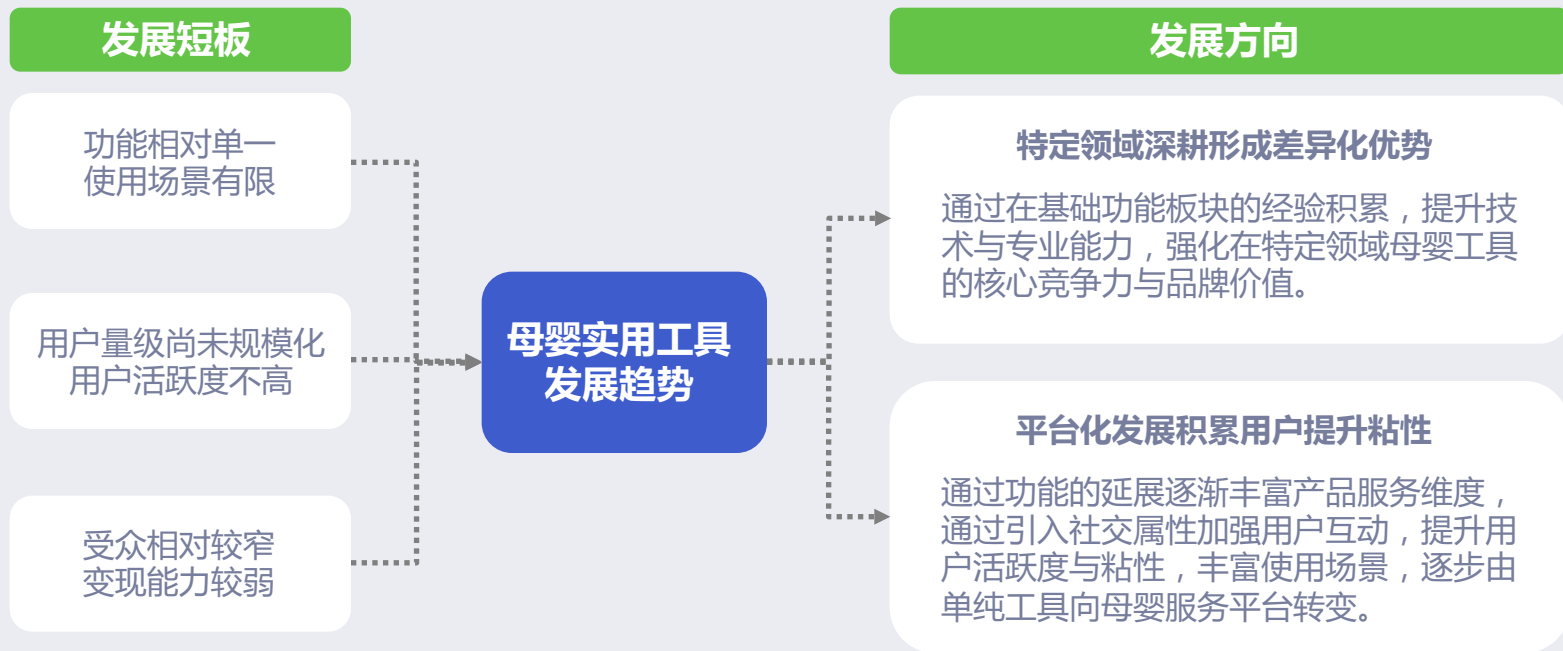
线下品牌移动互联网化深入

线下母婴连锁品牌已有相对稳定的用户群体以及大量忠诚用户，品牌知名度高，更易获得消费者认可，其移动电商化进程将继续加快。

母婴健康：孕育各阶段健康服务链逐渐形成，移动终端成为连接线上与线下资源、随时随地管理孕育健康的主要桥梁



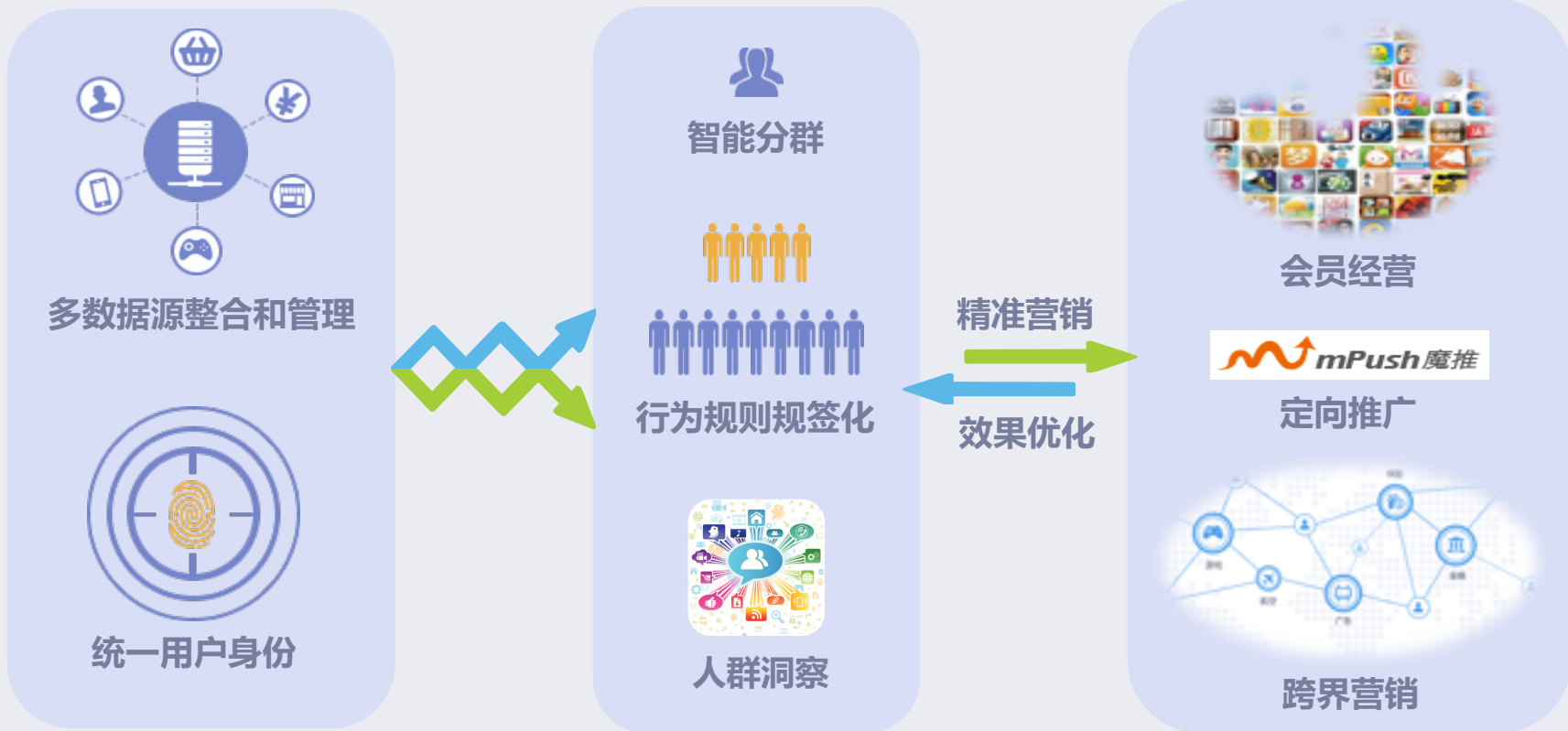
母婴实用工具：强化基础功能的核心竞争力，同时通过功能延展由单纯工具向母婴服务平台转变



● 母婴人群移动端精准营销案例

.....
基于多渠道数据管理的母婴会员经营

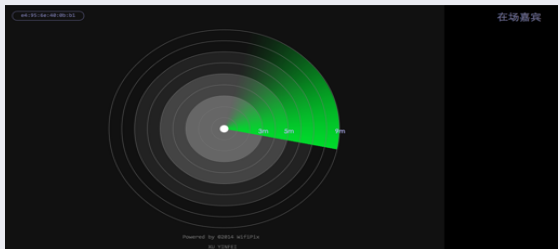
数据驱动的母婴企业 “会员经营” 项目整体策略



基于线下门店的第一方数据采集和分析



母婴连锁门店Wifi指纹



母婴连锁门店wifi反向探测

MAC

TDID

标签查询

基础属性

年龄、性别、婚姻状态等

旅游行为：

接送服务、旅行社、酒店和景点偏好等

家庭状况：

家人、亲戚、家庭资产、消费习惯等

行业标签

新妈妈、哺乳期、早教

位置信息：

出没规律、出行规律、商圈级别、差旅习惯等

社交网络：

交往人群、圈子、影响力等

偏好特征：

美食、旅游、购物、教育等

行为特征：

网上购物、订阅分析报告、搜索、邮件等

购买习惯：

历史购买情况、位置出现规律、付费习惯等



TalkingData DMP

利用第三方数据，找到更多相似的潜在母婴人群



通过 Talking Data DMP 标签体系，精准定位潜在移动端母婴人群，找到备孕、怀孕、育儿等特定人生阶段的母婴细分人群



对目标母婴人群特征进行深入洞察

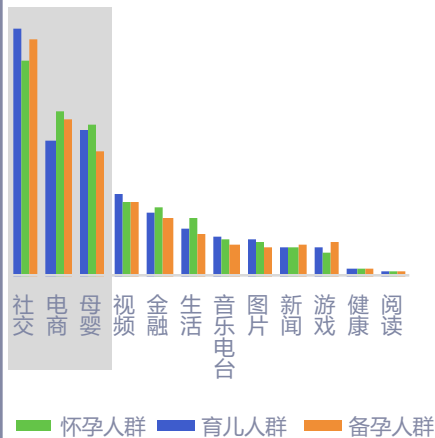
“中青年女性”

- 年龄：25-35岁之间
- 婚姻：绝大多数已婚
- 性别：女性用户为主
- 车辆状况：约半数有车
- 消费定位：追求性价比高的产品、注重实惠、质量与品牌；

人群属性

“社交、电商、视频”

不同母婴人群应用偏好



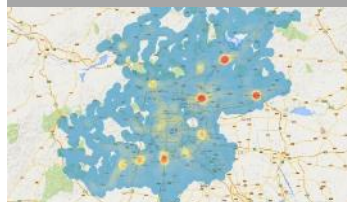
触媒习惯

“常驻地集中于中心城区”

工作日白天位置轨迹



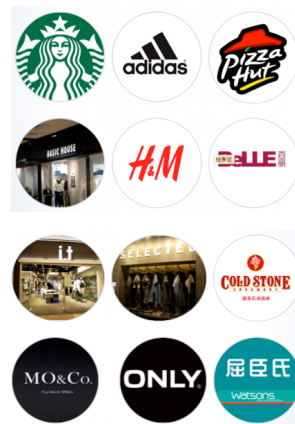
工作日夜间位置轨迹



生活轨迹

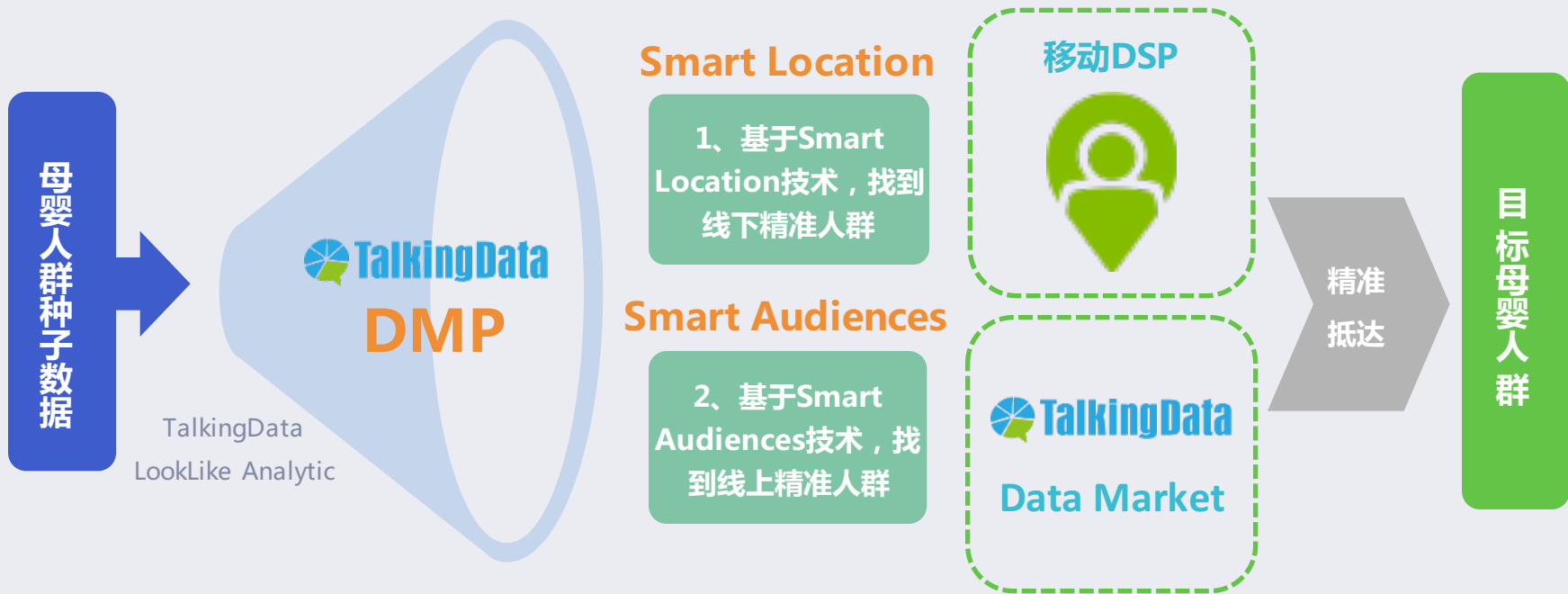
“轻时尚、注重品质”

母婴人群线下品牌偏好



线下品牌偏好

基于母婴人群洞察，精准找到线上与线下目标人群并确定投放媒介与策略，保证营销内容准确到达



● 数据来源

- ✓ TalkingData数据中心数据来自TalkingData AppAnalytics、TalkingData GameAnalytics、TalkingData Ad Tracking的行业数据采集，以及诸多合作伙伴的数据交换，如应用市场、渠道、运营商，等多种不同来源的数据复合而成。
-

● 数据周期

- ✓ 2015年1月-2015年11月
-

● 概念定义

- ✓ 用户覆盖率：当月安装有某个移动应用的活跃设备数量，占当月行业活跃设备总量的比例。
- ✓ 用户活跃率：当月打开过某个移动应用的活跃设备数量，占当月行业活跃设备总量的比例。
- ✓ 报告涉及母婴应用范围：本报告主要聚焦于备孕、怀孕至新生儿育儿阶段（即宝宝-1至1岁阶段）孕婴人群主要使用的应用类型，不包含早教、儿童游戏、亲子娱乐等以2岁及以上儿童和家长为主要受众的应用类型。

移动观象台

- 观数据星象，解移动风云
- 实时了解移动行业构成，以及地区、人群、设备、偏好、属性；
- 随时了解最客观的市场份额动态排名，了解竞争位置；
- 获取权威公正的数据报告、游戏行业指标对比标准值；

网址：

https://www.talkingdata.com/index/#/mobileIndex/zh_cn



扫描二维码
直接访问

ABOUT TD

关于TalkingData

- ▶ **TalkingData**（北京腾云天下科技有限公司）成立于2011年9月，2013年完成千万美元A轮融资（北极光领投），2014年完成数千万美元的B轮融资（MileStone和软银领投），总部位于北京，在美国硅谷，日本东京，上海都设有分公司。
- ▶ 经过近四年的高速发展，**TalkingData**逐步打造了由开发者服务平台，数据服务平台，数据商业化平台为中心的数据生态体系，覆盖超过**20亿**独立智能设备，服务超过**10万**款移动应用，以及**8万**多应用开发者。
- ▶ 公司服务的客户既有如：腾讯，百度，网易，搜狐，360，Google，Yahoo，Zynga，宝开，聚美，唯品会，滴滴打车等知名互联网企业，又有中国银联，招商银行，兴业银行，中信银行，平安集团，国信证券，海通证券，Orchirly，碧桂园，亨得利，全城热恋等传统行业巨头。我们在移动互联网发展过程中创造数据价值，并帮助传统行业积极拥抱未来。



Thanks!



关注TalkingData官方微信获取最新移动数据资讯

www.talkingdata.com