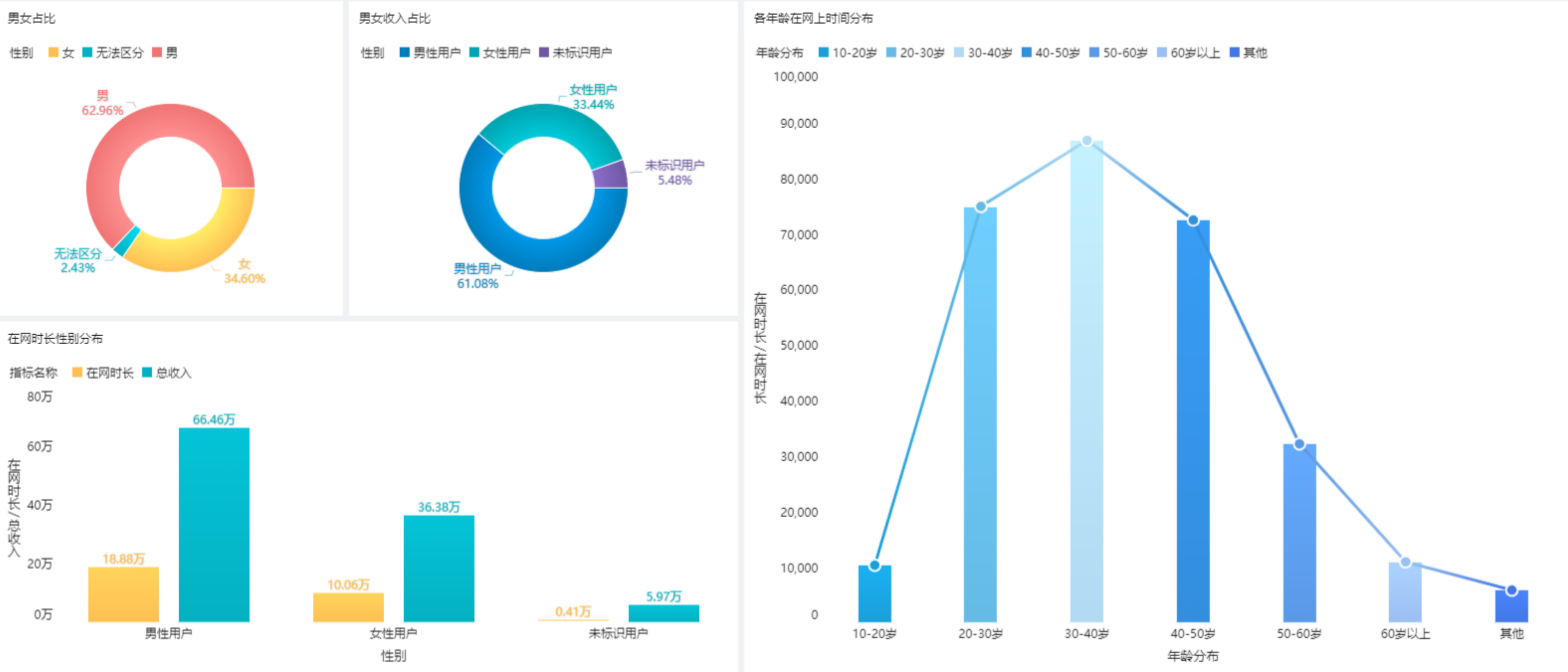


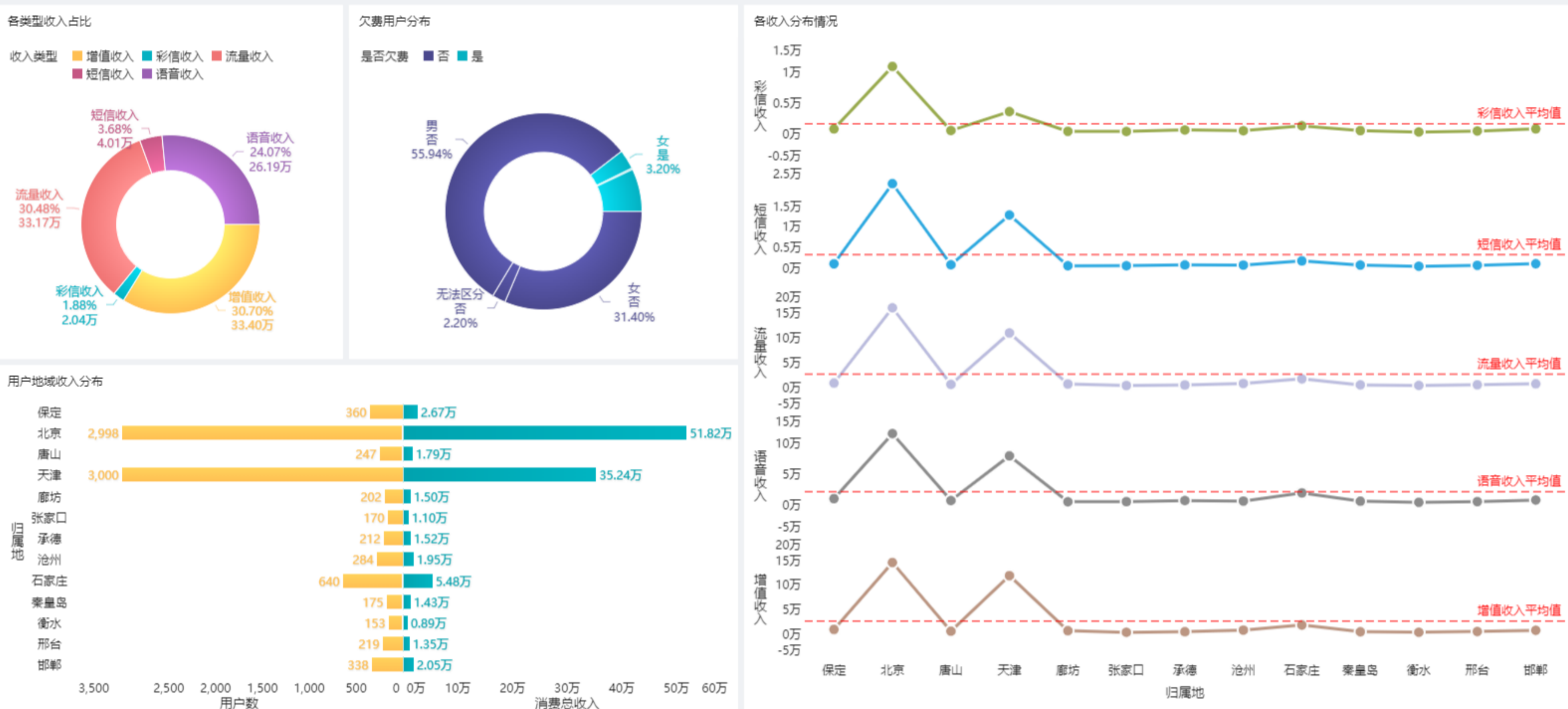
用户基础特征分析

1. 用户男女占比中，男性用户占比、在网时长占比、收入 **近乎于女性两倍**，女性用户的潜在价值丰富，可以定制女性优质服务，母婴健康订阅服务等，扩展女性客户使用频次和增加品牌忠诚度；
2. 20-50岁年龄段仍是消费主流用户，可增加用户参与活动拓展消费途径；50岁以上用户仍有潜在挖掘价值，可提供老年人电子阅读，电子书刊订阅，子女语音畅聊等定制服务。



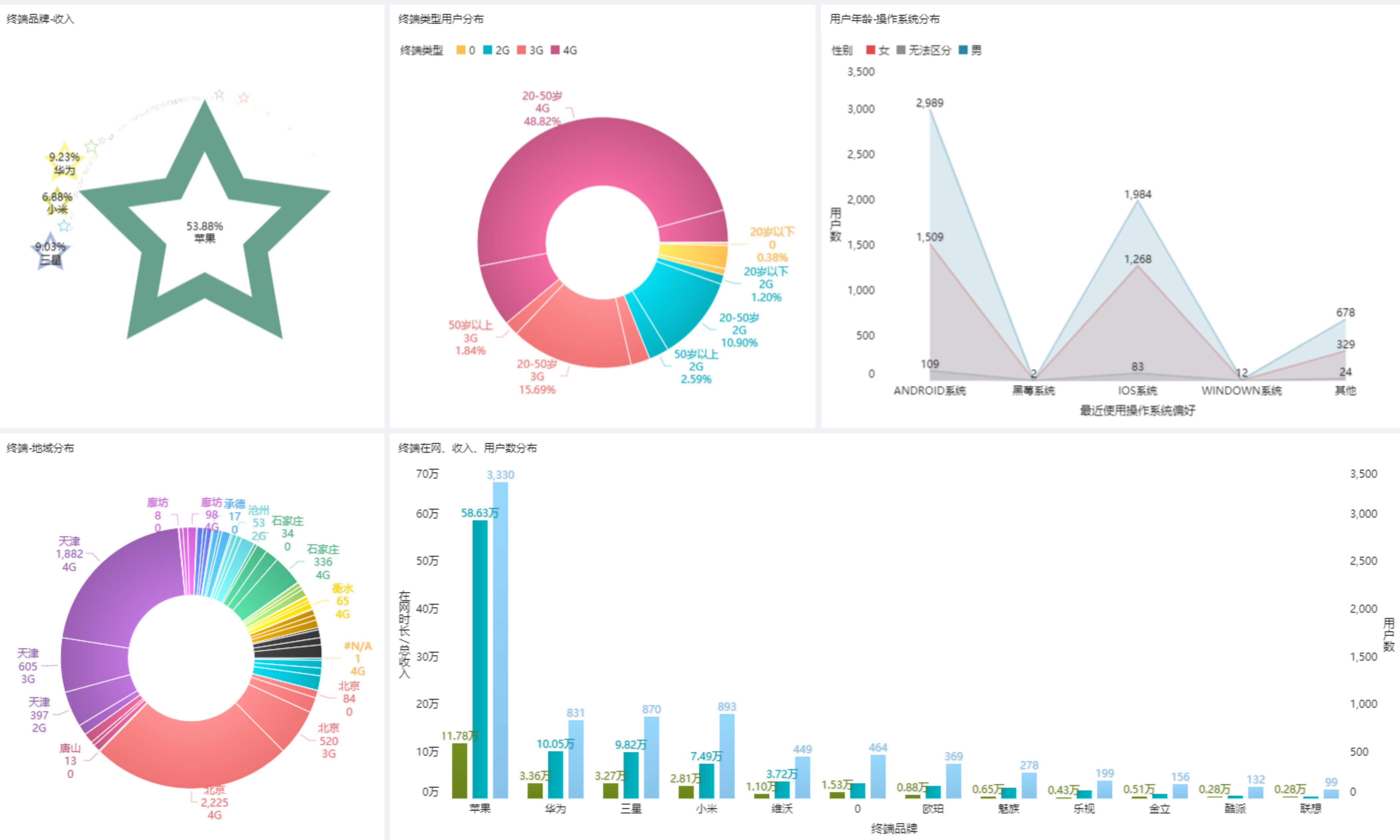
用户消费特征分析

1. 用户消费产生收入主要来源语音、流量、增值收入占比**85.25%**，符合网络时代特征和即时信息亲睐，总趋势向互联网用户投入和重视，保留原有低收入部分；
2. 用户存在部分欠费现象，占比约十分之一，针对这些用户设置缴费提醒服务，提醒按时缴费保证自身信用度，同时男性用户在是否欠费上仍是女性占比的两倍；
3. 地域用户差异过大，主要分布在北京和天津，其他城市各途径收入和用户数均低于平均收入，因此其他城市存在极大的用户和业务开发的潜在价值，将更多注意力投入到其他业务贫瘠的地区。



用户终端使用特征分析

1. 收入来源的终端品牌主要来源于苹果、华为、小米、三星等，**苹果占比超过一半**；终端类型分布情况，用户更为倾向高速网络4G通信，用户年龄分布集中在青壮年，为5G通信巩固忠实用户基础；
2. 用户主要终端操作系统集中在安卓系统和苹果系统，同时安卓系统用户数超过苹果系统约30%，性别占比在终端系统中，仍是男性用户大于女性用户；
3. 通信地域分布仍是主要分布在两个直辖市，其他地区的通信业务和新用户资源存在较大的开发价值；收入来源、用网时间、用户数同样分布在苹果、小米、华为、三星等几大品牌当中。



结论：

1. 用户主要分布在20-50岁年龄段，此年龄段仍有较大的用户服务资源潜在价值，不同地域、职业类型等存在潜在的业务开展资源，同时老年人和学生群体也可开发定制对象服务；
2. 终端品牌集中分布在苹果、小米、华为、三星等几大品牌，随着国内通行技术的提升，以及中国用户对国产手机的支持，未来国内通行产品有极大的上升趋势，因此维持之前对国外的投入，加大和重视国内品牌行业的业务合作。
3. 用户和业务开展主要分布在两个直辖市，周围市场的通行业务和用户新增较为匮乏，通信市场仍存在开发的资源价值。通信高速网络覆盖面应辐射到周围城市，即将全面实行的5G领域开展，保持在热门城市的业务服务和用户新增，加大周围城市的4G通行服务覆盖、通行产品推广、用户领域新增等优质服务。