



geo

GEO发布：互联网金融P2P行业洞察报告

集奥聚合
2014.1

洞察说明

洞察项目	P2P行业洞察
洞察方法	Geo DataQuate数据挖掘
洞察时间	2013年12月1日到12月31日
统计区域	北京、上海、广东、浙江、江苏
洞察对象	精选429个P2P网站
统计方式	累计用户数
数据挖掘精度	95%的置信度，5%的误差

目录

1

P2P网站分析

2

P2P人群分析

3

移动端分析

4

网站案例

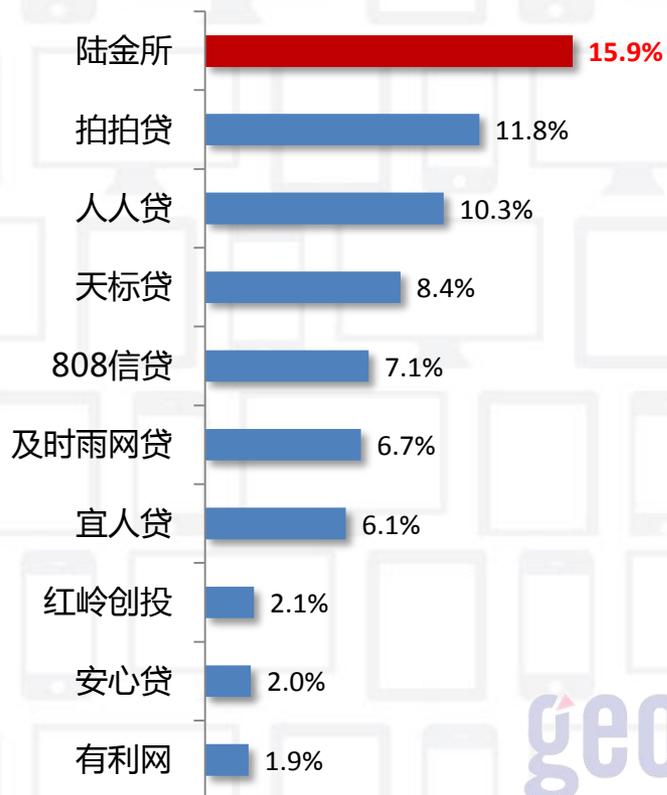


目录

流量

P2P网站的流量差异较大，从网站访问次数和访问人数来看，陆金所均有较大优势。

TOP10网站页面浏览量(PV)占比



TOP10网站独立访客(UV)占比

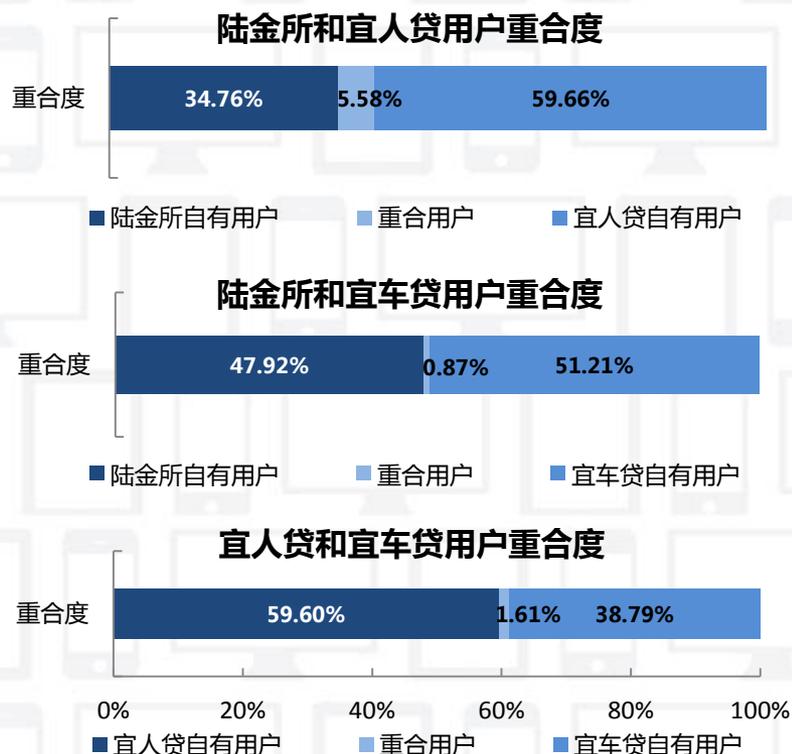


数据来源：Geo DataQuate

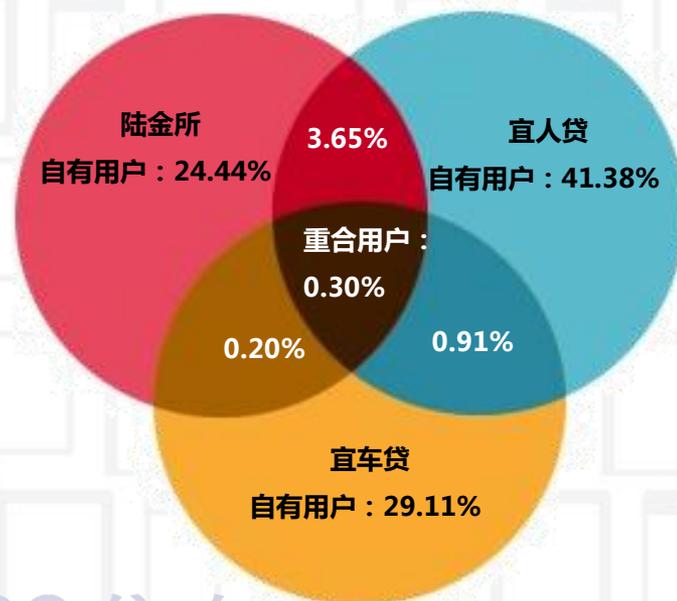
备注：访问次数占比是指该网站页面浏览量与所有P2P网站页面浏览量的比值；独立访客占比是指该网站独立访客数与P2P网站受众的比值

P2P网站用户重合度较低，表明目前P2P网站经营各自用户，未到互相争夺用户阶段

TOP3网站两两重合度分析



TOP3网站三三重重合度分析



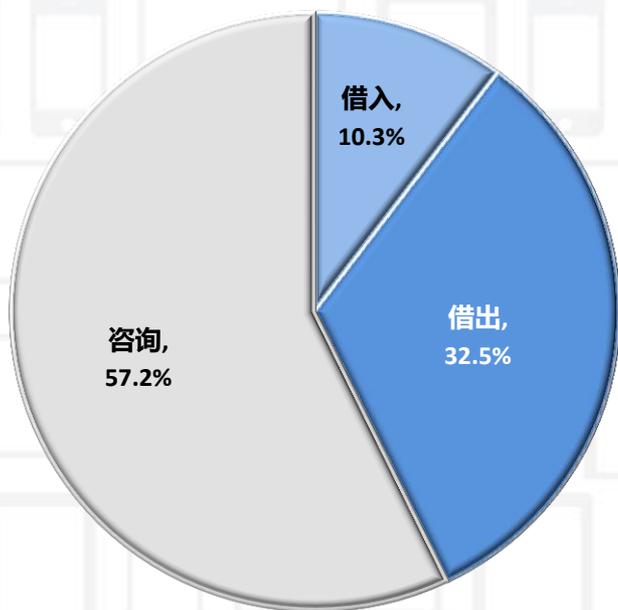
geo 集奥

数据来源：Geo DataQuate

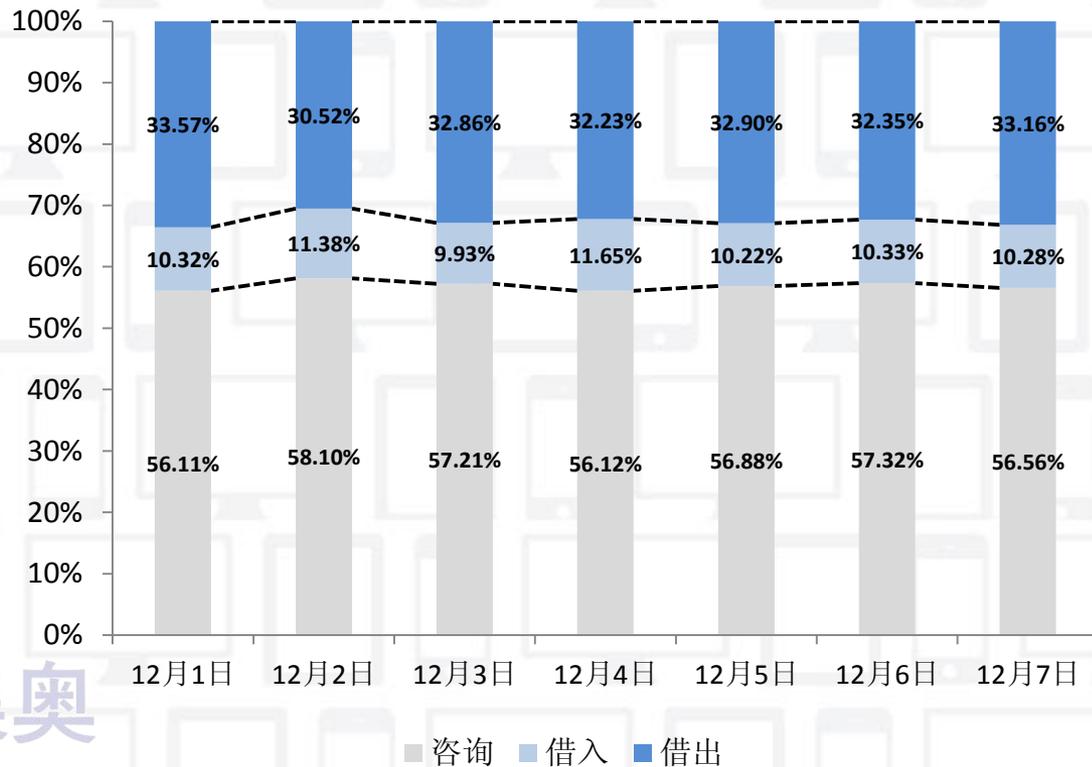
备注：TOP3按照独立访客访问数排名计算；两两重合度的计算基数是A网站与B网站的去重用户数；三三重重合度的计算基数是A、B、C网站的去重用户数。

网站流量中浏览借出页面的明显高于浏览借入页面

P2P网站流量类型细分



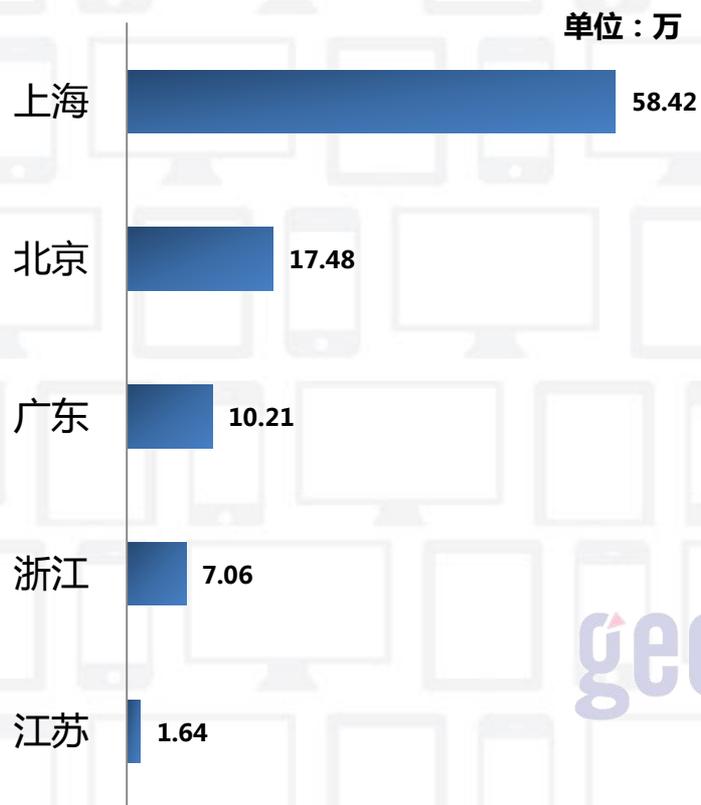
P2P网站流量类型变化



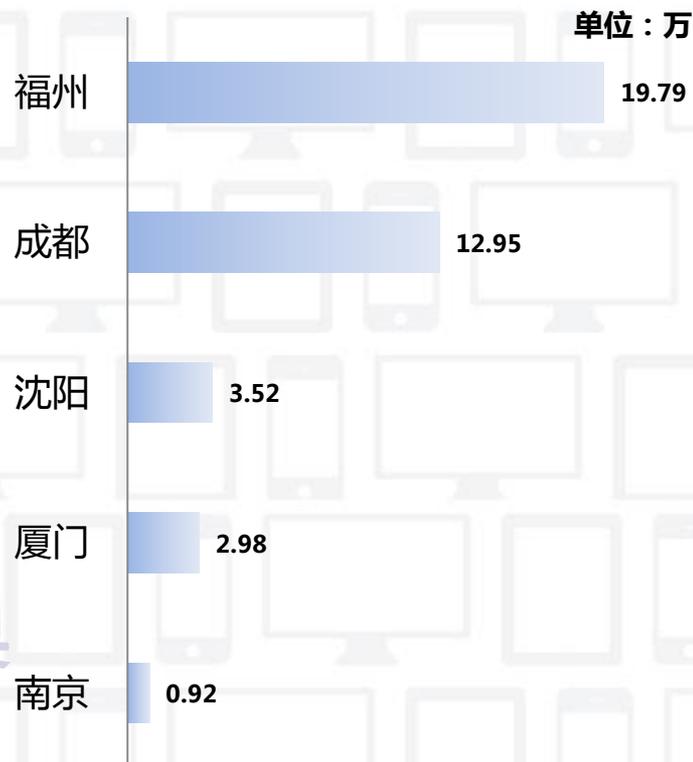
数据来源：Geo DataQuate

区域流量：上海和福州的P2P流量领先，用户更活跃

区域流量对比-省份



区域流量对比-城市



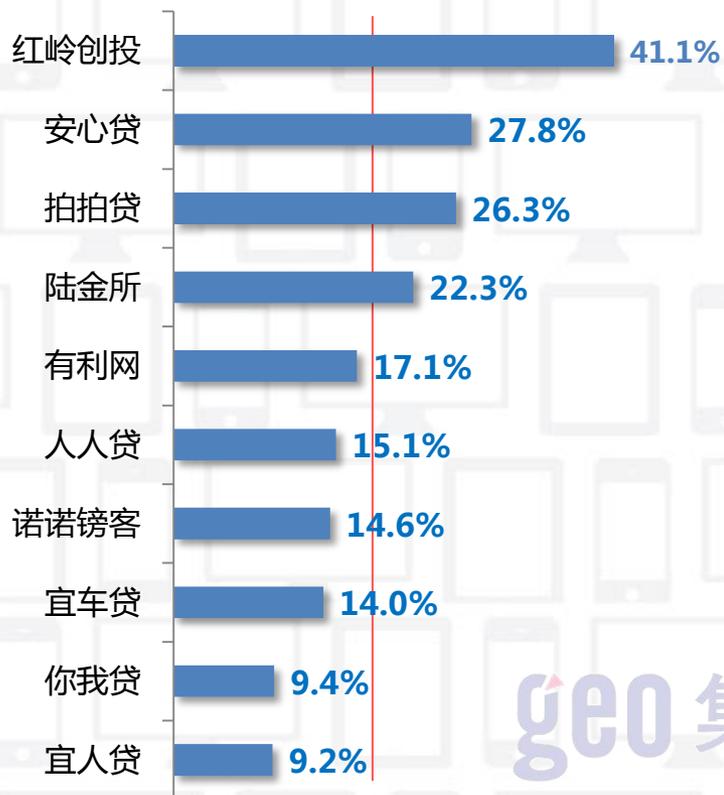
geo 集奥

数据来源：Geo DataQuate

备注：区域流量是每百万人群浏览P2P网站产生的PV总量。

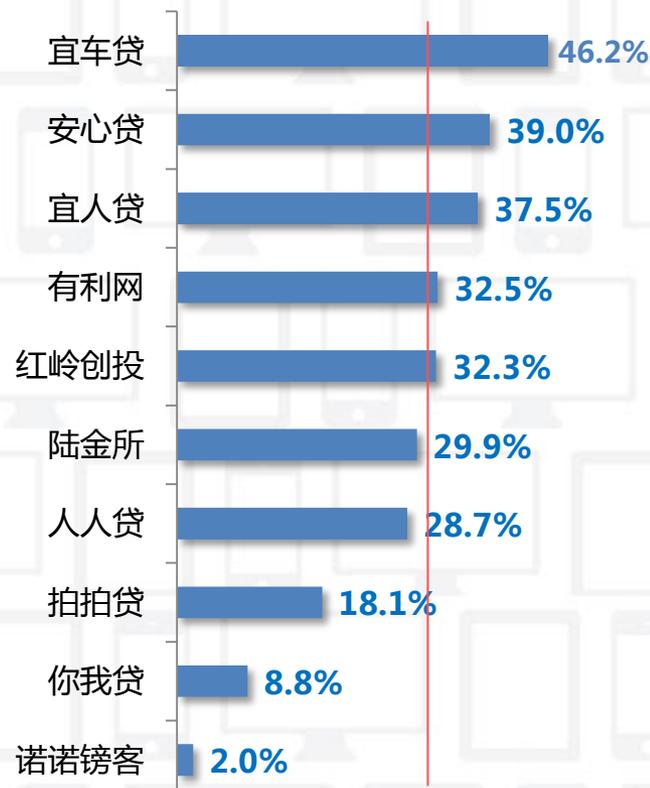
回访比例反映用户粘性、跳出率反映用户体验

UV TOP10网站回访用户比例



行业回访比例：**19%**

UV TOP10网站跳出率



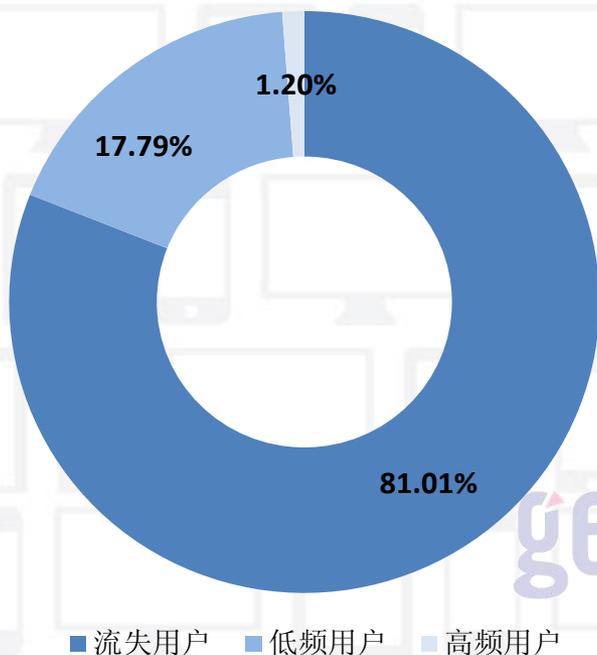
行业跳出比例：**31%**

备注：回访用户比例是指在洞察周期内访问过两次及以上的用户的比例，跳出率是指只访问过单次的用户比例

数据来源：Geo DataQuate

P2P网站目前流失用户较多

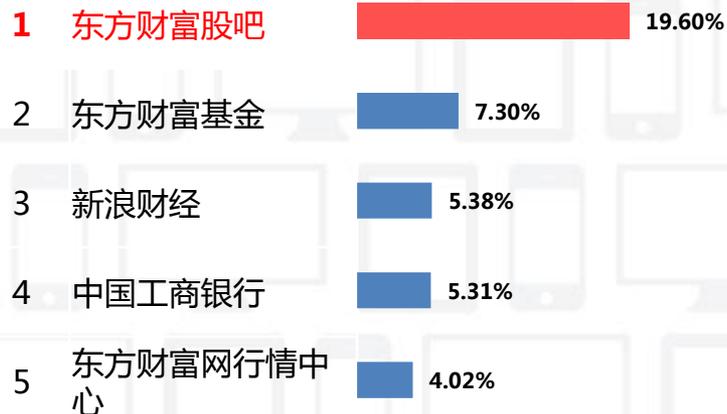
用户细分



备注：流失用户是指第一周有访问，后三周没有访问的用户；
低频用户是指每月访问一次以上的用户，四次以下的用户；
高频用户是指每月访问4次以上的用户；

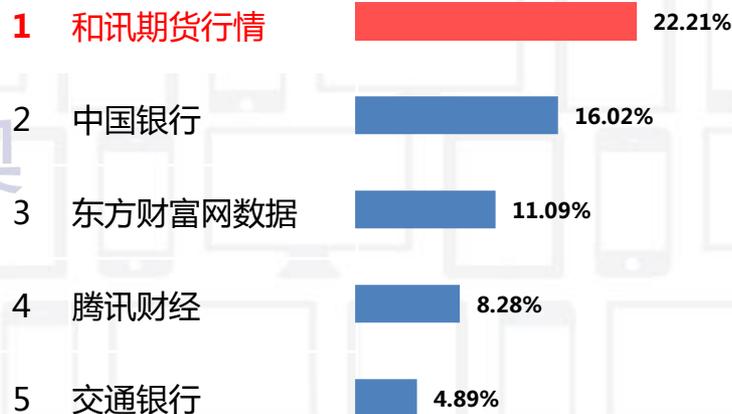
流失用户关注站点

比例



低频用户关注站点

比例



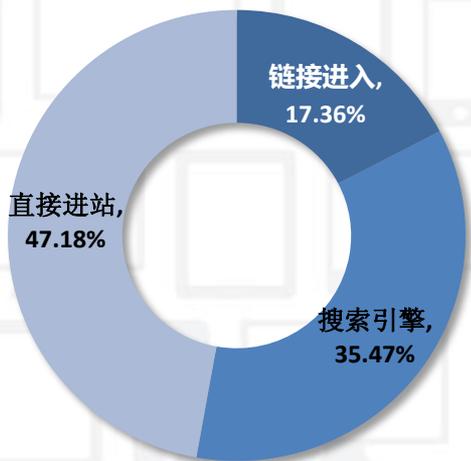
数据来源：Geo DataQuate

目录

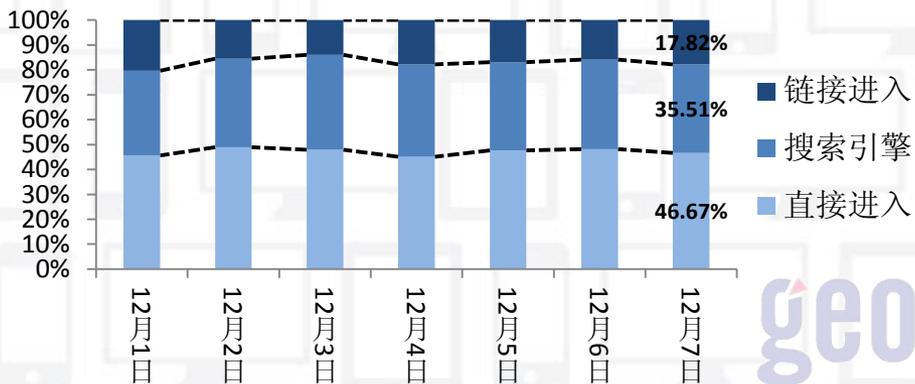
来源

P2P网站流量贡献方式：重视从综合搜索引擎引流

流量贡献方式



流量贡献方式变化（一周）



站外来源网站

排名	网站	点击次数
1	百度	56.24%
2	腾讯网	3.92%
3	360安全中心	3.78%
4	平安银行	2.14%
5	谷歌	2.14%
6	搜狗	2.07%
7	360搜索	1.78%
8	天天基金网	1.43%
9	网贷之家	1.21%
10	2345网址导航	1.00%
11	网易	0.86%
12	宜信	0.86%
13	联想网址导航	0.71%
14	驾考宝典	0.64%
15	国付宝	0.57%

geo 集奥

数据来源：Geo DataQuate

站外来源网站细分

搜索来源

网站	引流量
百度	83.76%
谷歌	3.19%
搜狗	3.08%
360搜索	2.65%
中搜	0.42%
腾讯搜搜	0.32%
有道	0.21%
必应	0.11%

行业导航

网站	引流量
网贷之家	36.17%
网贷导航	14.89%
赶集网	10.64%
百姓网	8.51%
网贷大全	8.51%
网贷榜首	6.38%
58同城	6.38%
网贷第三方	4.26%

推广链接

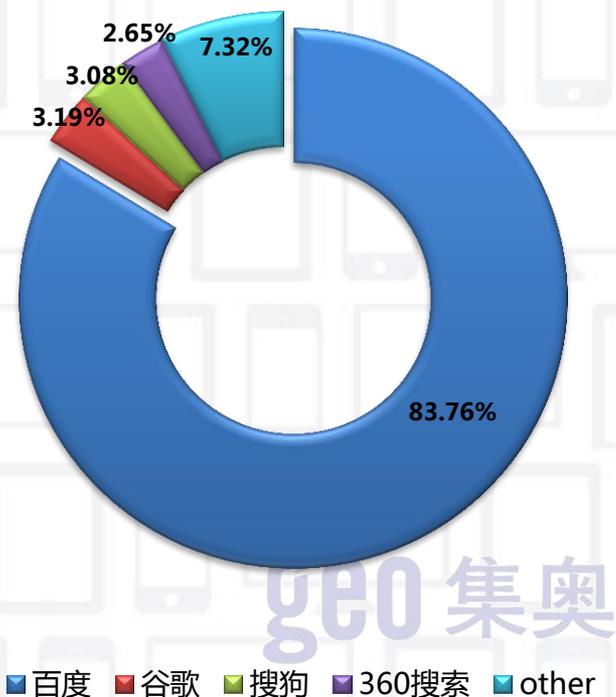
网站	引流量
腾讯网	32.35%
平安银行	17.65%
天天基金网	11.76%
2345网址导航	8.24%
网易	7.06%
直信	7.06%
联想网址导航	5.88%
驾考宝典	5.29%

数据来源：Geo DataQuate

综合搜索引擎P2P引流词

P2P引流词 (TOP10)

各平台搜索次数占比



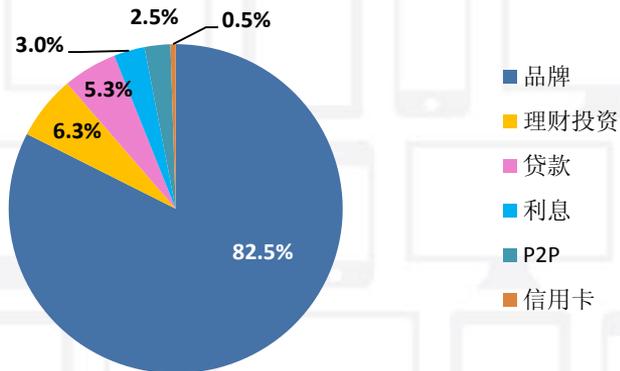
编号	百度	谷歌	搜狗	360搜索
1	人人贷	有利网	陆金所	陆金所
2	陆金所	月息通	拍拍贷	平安陆金所
3	拍拍贷	有利	新新贷	宜信
4	贷款	安心贷	P2P	银实贷
5	e速贷	紫枫信贷	融信理财	有利网
6	有利网	互联网金融	宜人贷收费	拍拍贷
7	宜人贷	贷款	网上贷款	诺诺镑客
8	宜信	有利网好不好	p2p理财	宜人贷
9	在线贷	陆金所	温州贷	人人贷
10	拍拍贷官网	定存宝	p2p网络借贷	积木盒子

数据来源：Geo DataQuate

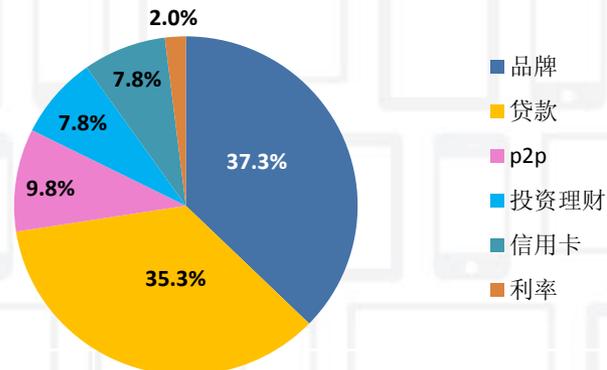
备注：搜索次数占比是指各综合搜索引擎上搜索P2P相关词汇的次数的占比

借出人的引流词多为P2P网站名称，借入人的引流词中贷款类词汇占1/3

借出人_引流关键词类型



借入人_引流关键词类型



分类

搜索词

引流比例

品牌类	人人贷	9.0%
品牌类	陆金所	7.8%
品牌类	拍拍贷	6.1%
品牌类	e速贷	5.4%
品牌类	有利网	4.9%
品牌类	在线贷	3.9%
品牌类	拍拍贷官网	3.4%
品牌类	宜信	2.4%
品牌类	红岭创投	2.2%
品牌类	有利	2.0%

分类

搜索词

引流比例

贷款类	贷款	9.8%
品牌类	宜人贷	7.8%
品牌类	人人贷	3.9%
贷款类	你我贷网	3.9%
贷款类	抵押贷款	3.9%
p2p	p2p金融网站	3.9%
贷款类	房产贷款	2.0%
p2p	p2p	2.0%
品牌类	拍拍贷	2.0%
贷款类	信用卡代办	2.0%

数据来源：Geo DataQuate

目录

1

P2P网站分析

2

P2P人群分析

3

移动端分析

4

网站案例



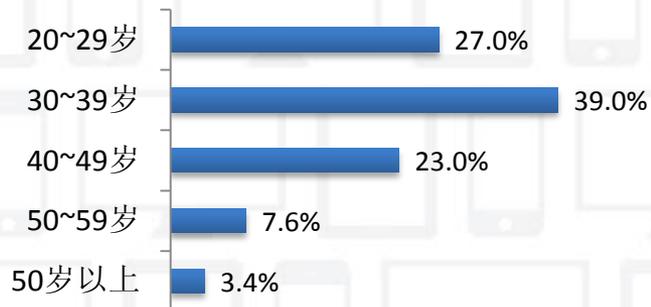
目录

人群画像

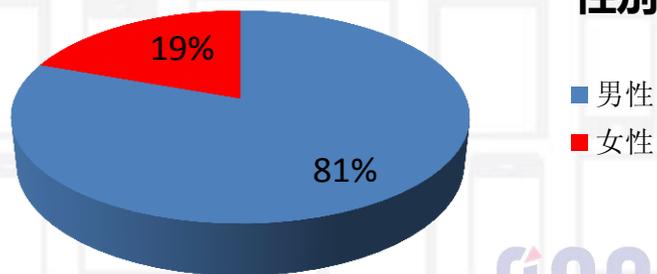
P2P人群以30-40岁的中青年男性群体为主

借出人_基本属性

年龄



性别

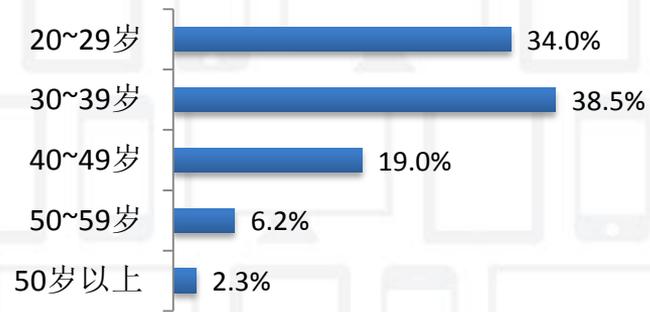


有子女 72%

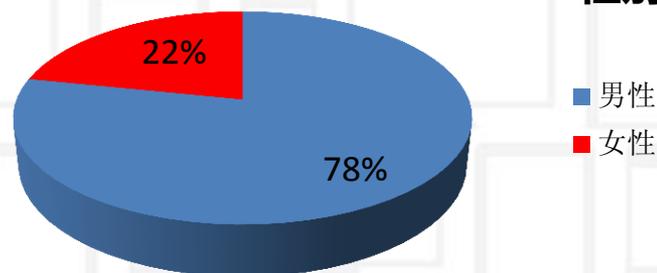


借入人_基本属性

年龄



性别



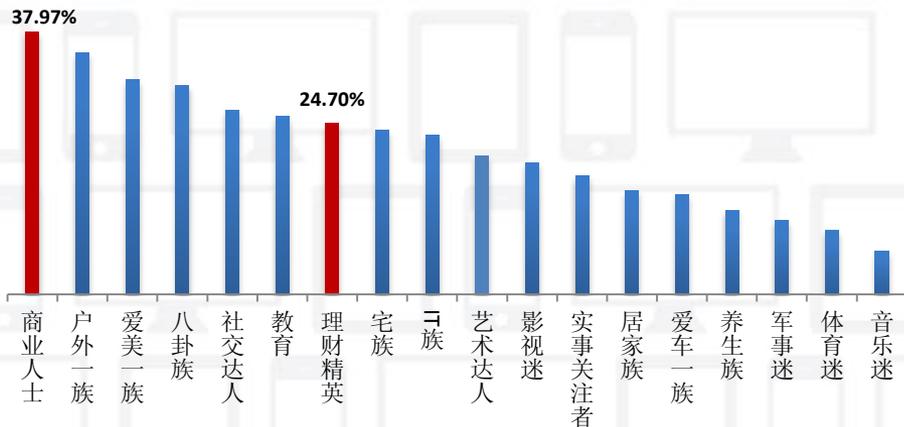
有子女 47%



数据来源：Geo DataQuate

关注P2P网站的以商业人士居多，借款用途多为淘宝经营所需

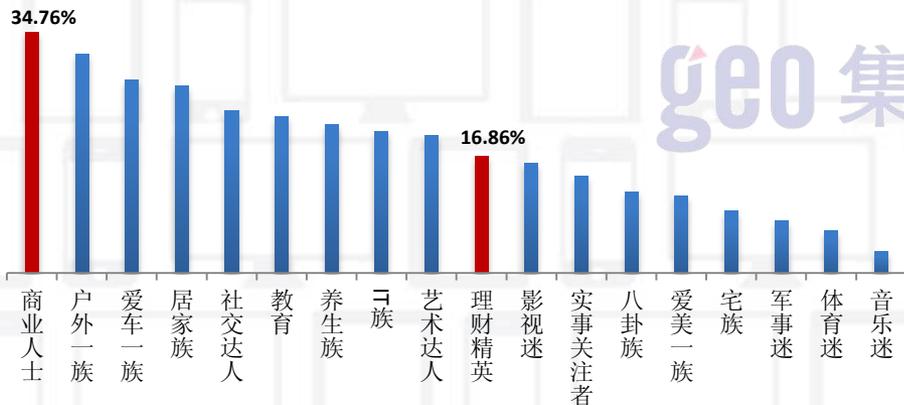
借出人_兴趣偏好



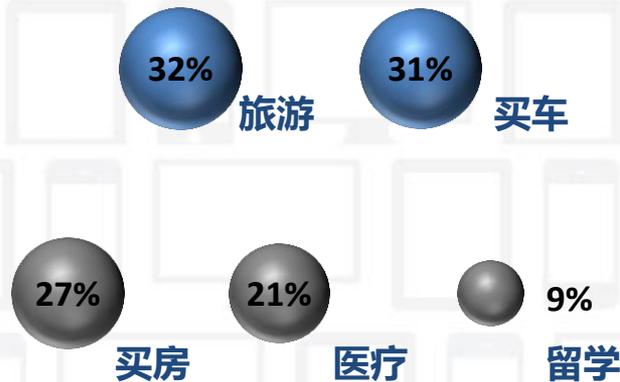
借款用途



借入人_兴趣偏好



geo 集奥

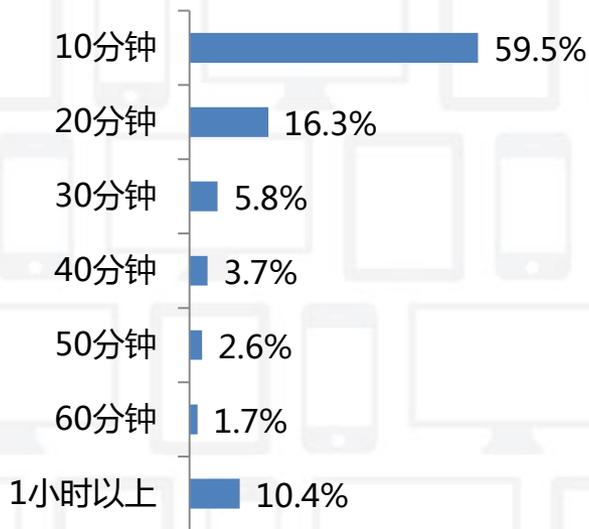


备注：P2P人群有多个兴趣偏好；P2P人群贷款用途有重合

数据来源：Geo DataQuate

P2P用户晚上上网较为活跃, 20点到22点为最高峰

P2P网站浏览时长



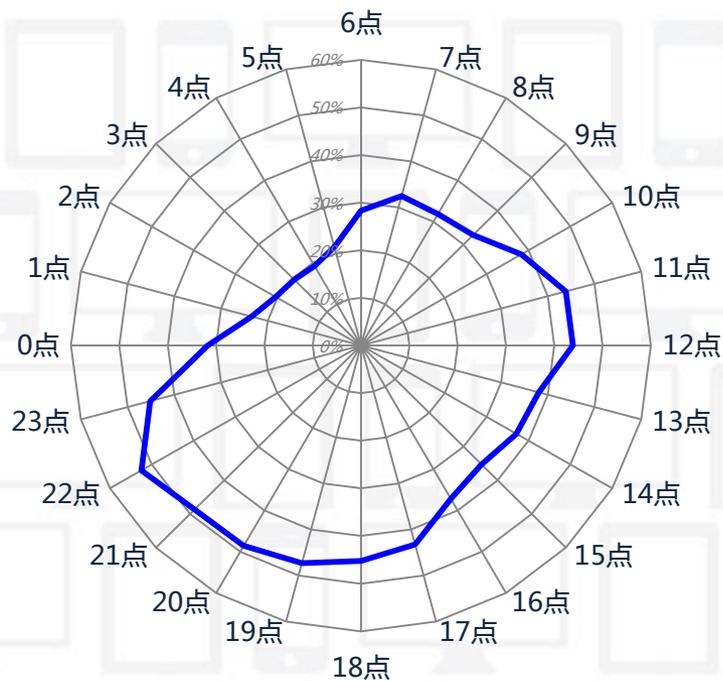
平均浏览时长：

26分钟

不同时段上网活跃用户比例

凌晨

上午



晚上

下午

geo 集奥

备注：活跃用户比例是指每个时间段上网的用户数与当天用户数的比值

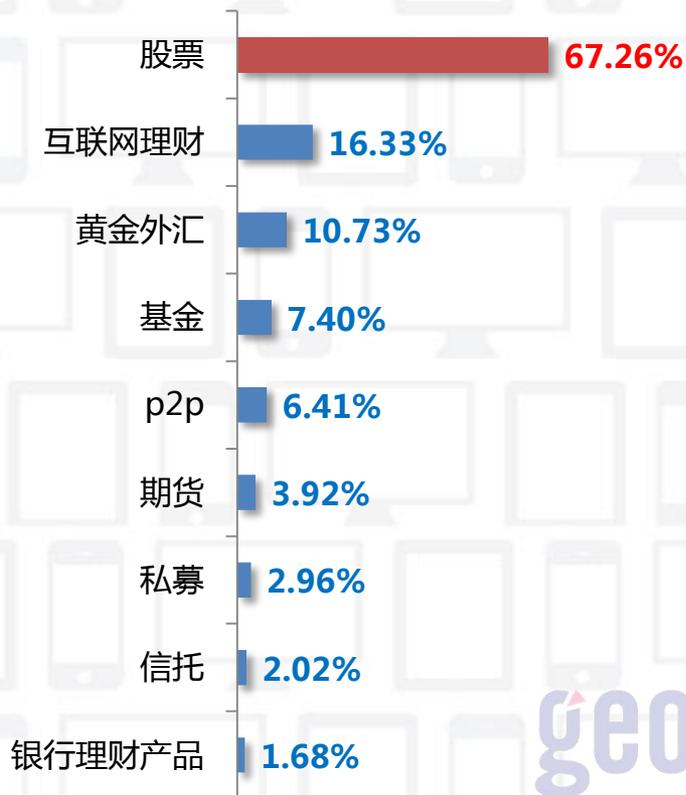
数据来源：Geo DataQuate

目录

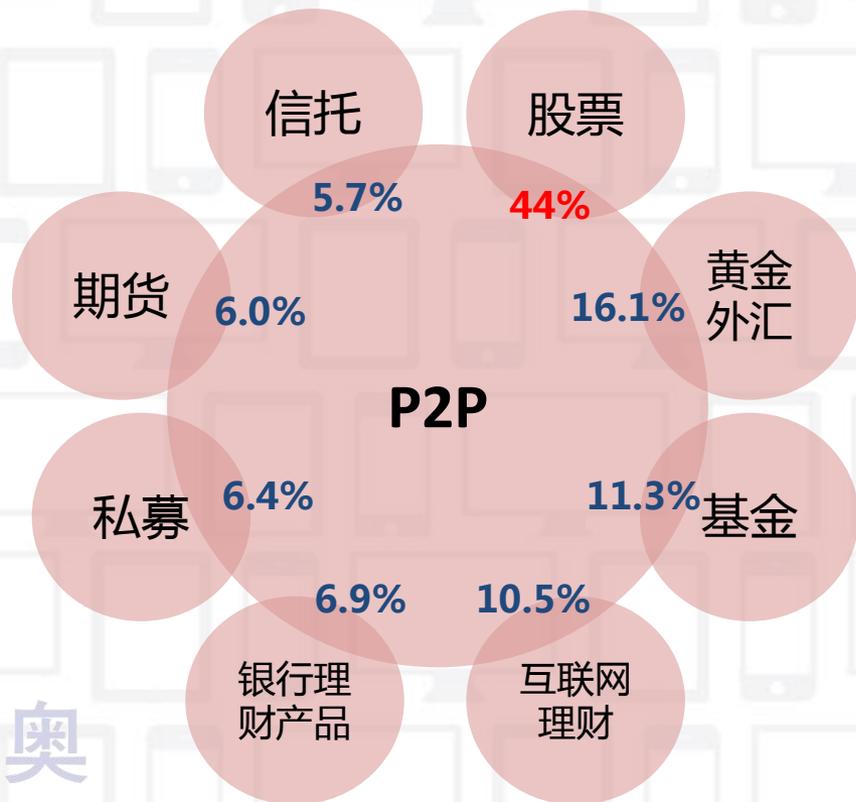
理财

P2P人群与股票人群重合度高

借出产品关注度



P2P人群与其他人群的重合度

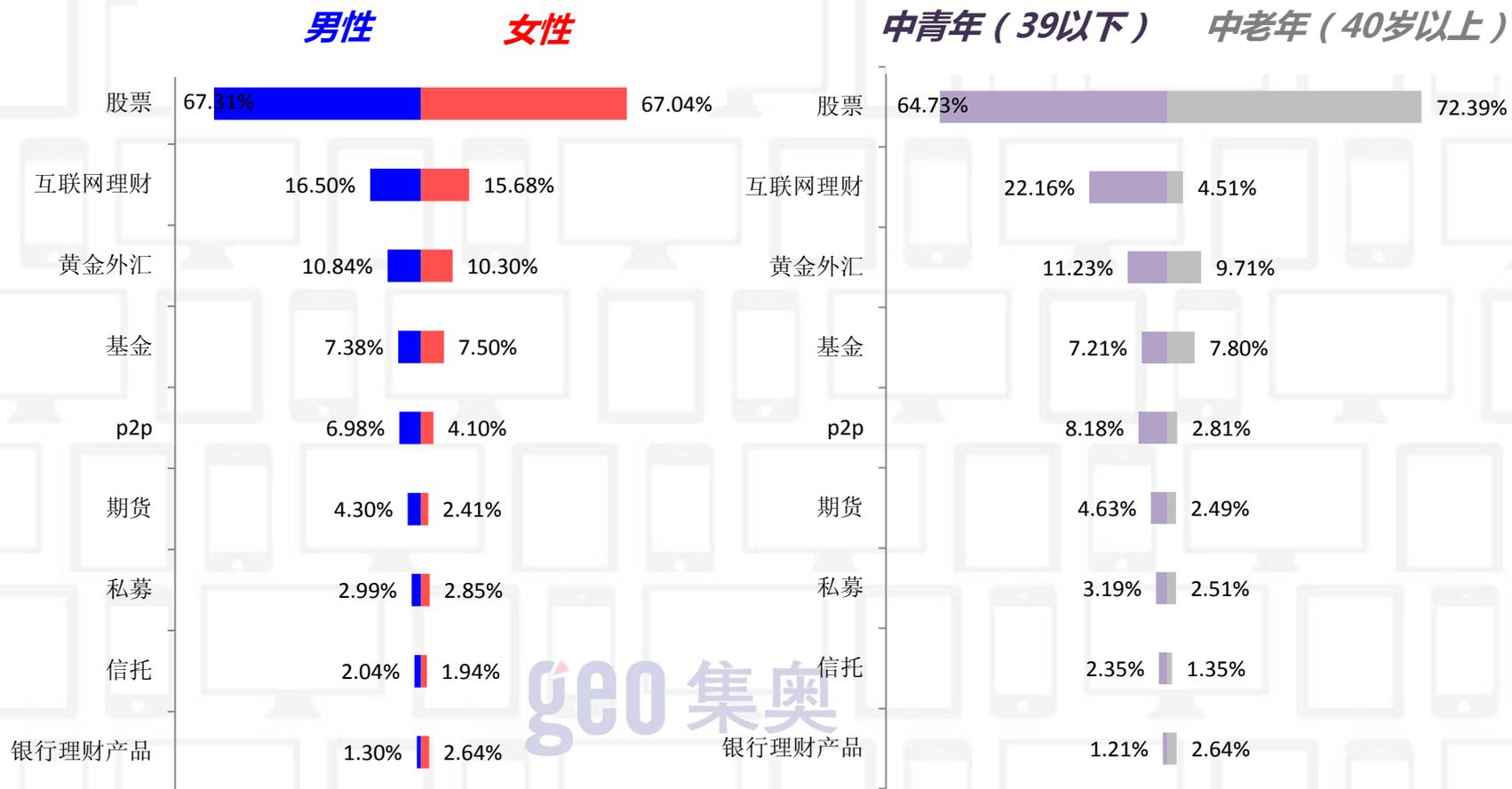


geo 集奥

数据来源：Geo DataQuate

备注：互联网理财人群是指关注余额宝、百度理财等互联网理财产品的人群；人群占比为各类用户数与全部用户数的比值；P2P人群与其他人群的重合度计算基数为P2P受众人数，重合度是指P2P人群中各类其他人群的占比

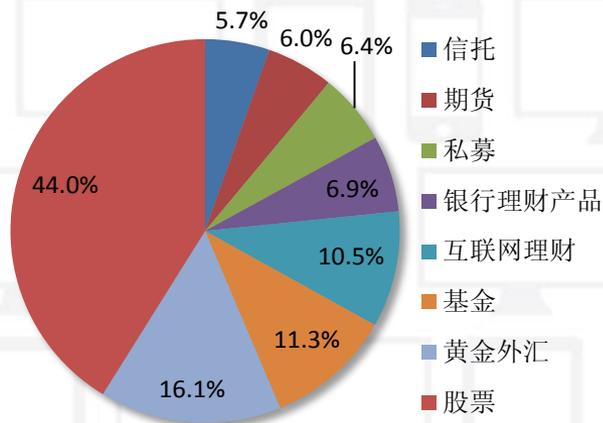
40岁以下人群对互联网理财关注度高



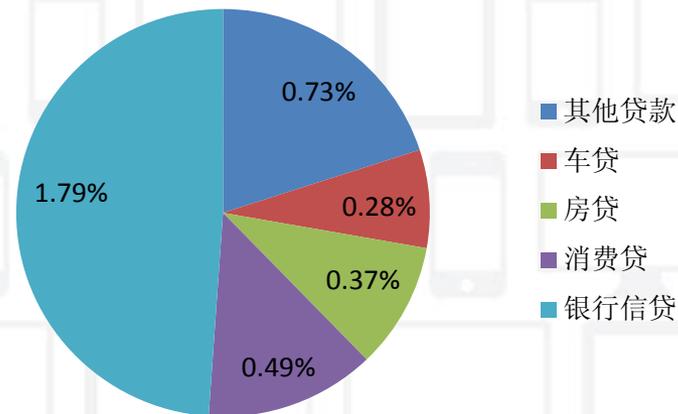
数据来源：Geo DataQuate

金融产品关注度

借出类产品关注度



借入类产品关注度



关注站点

点击次数

1 东方财富股票	15.71%
2 东方财富基金	5.83%
3 新浪财经	4.31%
4 中国工商银行	4.25%
5 东方财富行情中心	3.22%
6 农业银行	3.19%
7 和讯股票	3.13%
8 招商银行	2.48%
9 中国银行	0.88%
10 腾讯财经	0.80%

关注站点

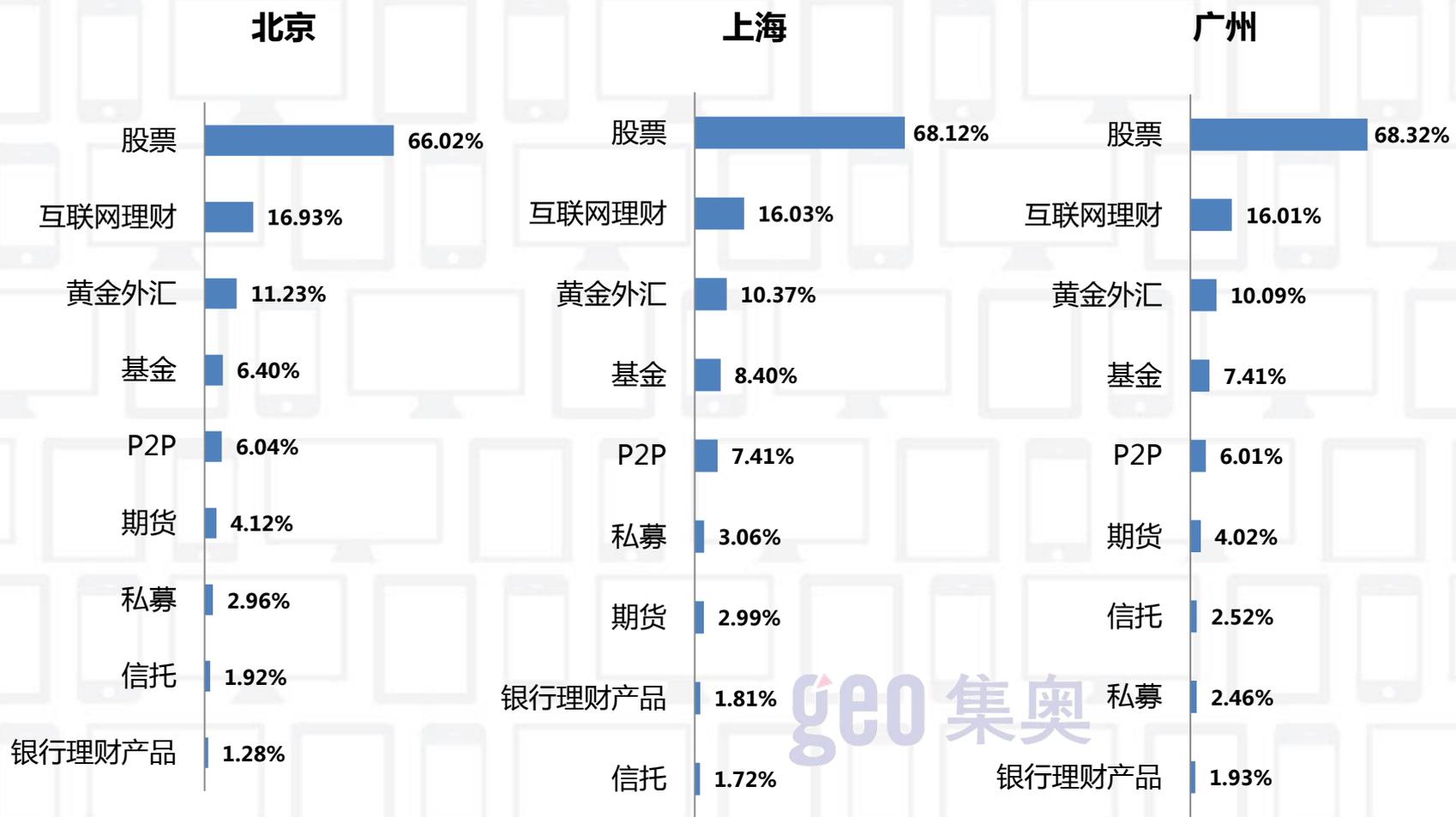
点击次数

1 中国建设银行房贷	11.72%
2 招商银行信贷	5.08%
3 民生银行信贷	4.30%
4 广发银行信贷	3.52%
5 平安银行信贷	2.73%
6 中国工商银行信贷	1.95%
7 中国建设银行房贷	1.95%
8 平安银行车贷	1.56%
9 华夏银行信贷	1.17%
10 平安银行房贷	1.17%

geo 集奥

数据来源: Geo DataQuate

区域之间理财偏好差异性不明显



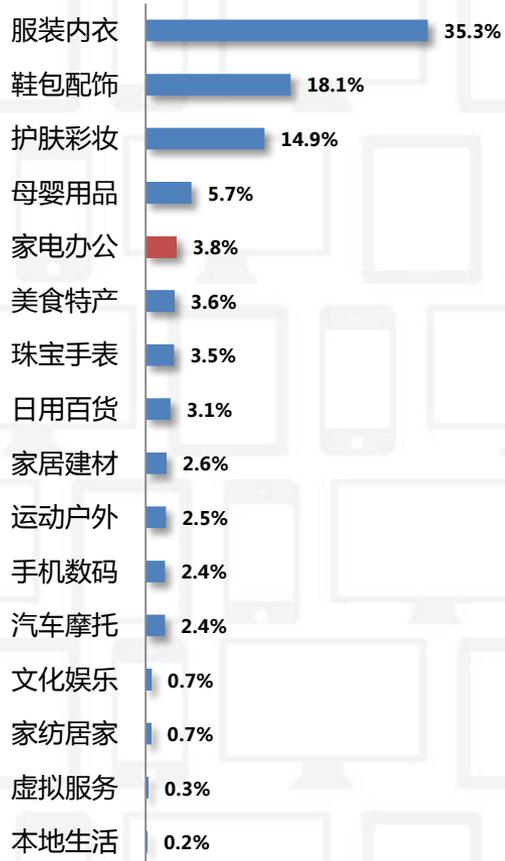
数据来源：Geo DataQuate

目录

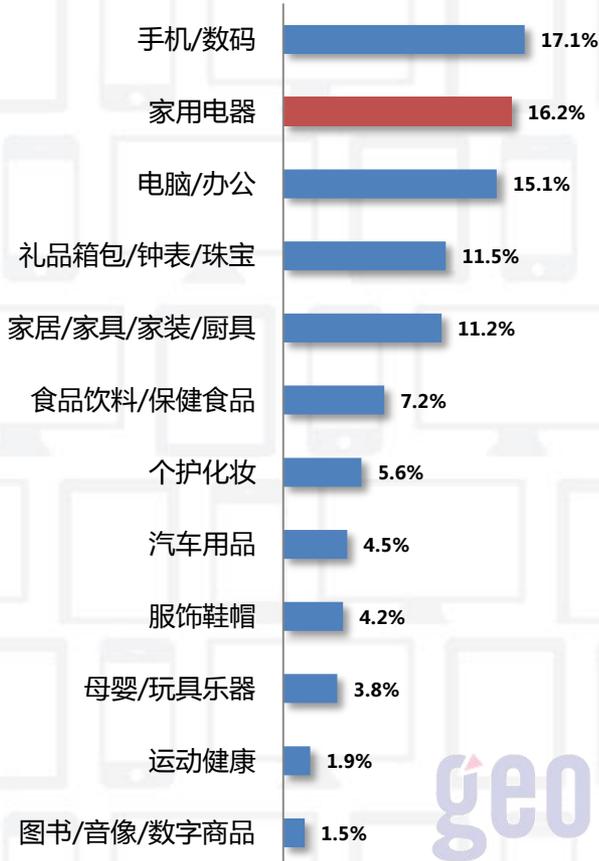
消费

相对于全网人群，P2P人群在各电商平台对家电和手机数码的关注度较高

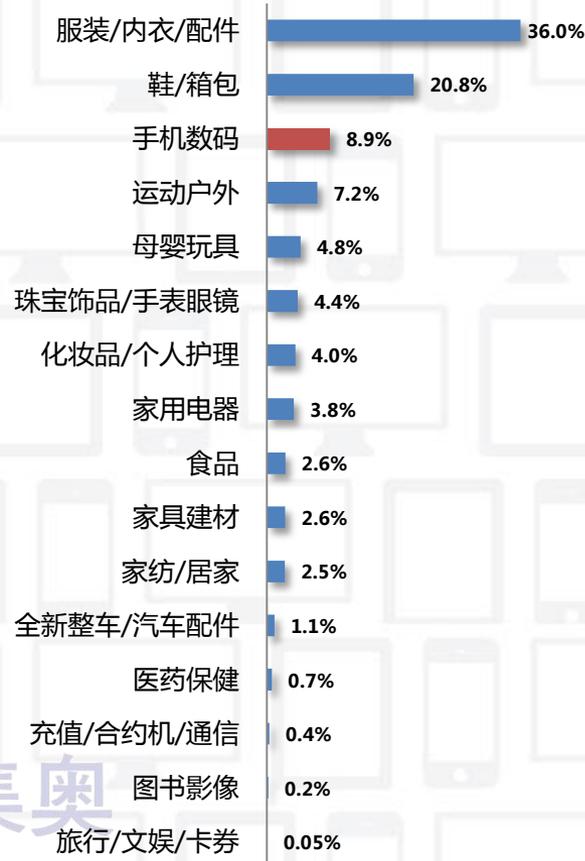
淘宝



京东



天猫

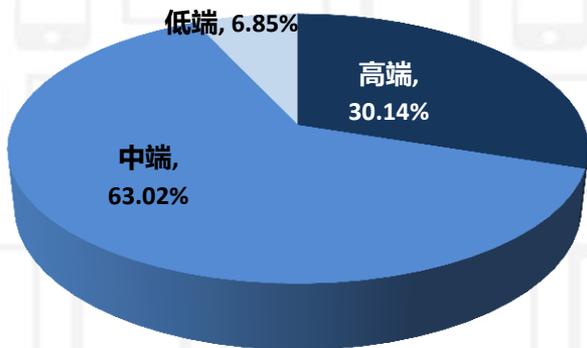


数据来源：Geo DataQuate

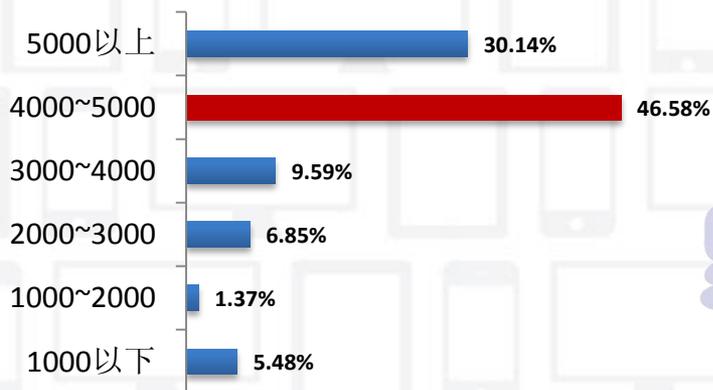
备注：关注度按照P2P用户对电商平台上的商品浏览量占比计算；
 相对全网人群，P2P人群在淘宝的家电办公从第8位上升为第5位、京东的家用电器从第4位上升为第二位、天猫的手机数码从第4位上升为第2位；

借出人的消费能力较强劲，最关注的商品是三星和苹果手机

借出人使用的终端档次



借出人移动终端价格分布



借出人商品关注

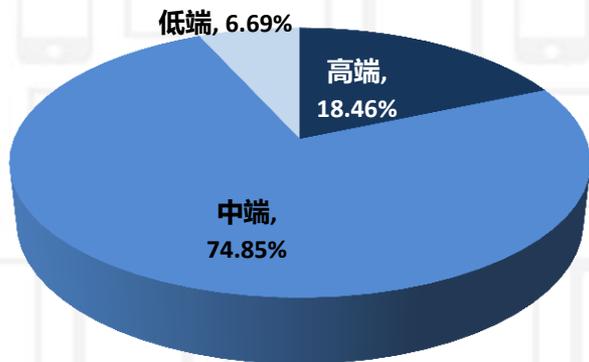
商品	价格区间
三星手机	2000-4000
苹果手机	4000-5000
空气净化器	2000-4000
平板电脑	2000-3000
图书	0-100
电视	2000-4000
洗衣机	1000-2000
箱包	50-2000
华为手机	1000-2000
保健食品	0-100

geo 集奥

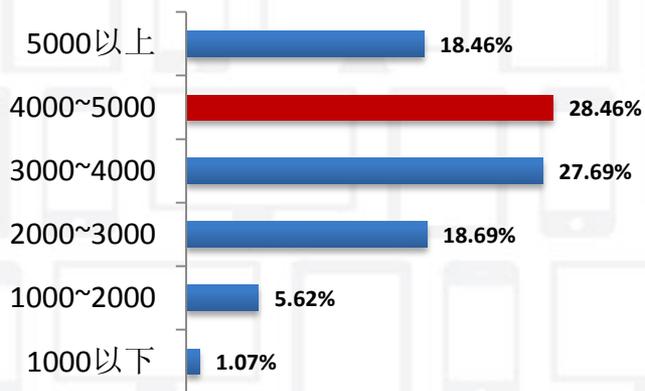
数据来源：Geo DataQuate

借入人最关注服装鞋帽和华为手机

借入人使用的终端档次



借入人移动终端价格分布



借入人商品关注

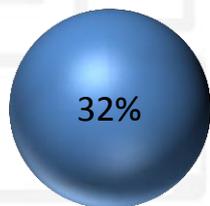
商品	价格区间
服装鞋帽	100-2000
华为手机	1000-2000
苹果手机	5000-6000
家装建材	0-100
电子狗	1000-2000
按摩器	0-100
空气净化器	1000-2000
手机刷卡器	0-100
笔记本电脑	1000-2000
床上用品	100-2000

geo 集奥

数据来源：Geo DataQuate

高端消费：P2P人群最爱奥迪车，最想海岛游

高端汽车关注度



高端汽车品牌关注排行

1	奥迪	18.03%
2	奔驰	14.75%
3	宝马	13.11%
4	大众辉腾	9.83%
5	路虎	8.16%

高端旅游关注度



高端旅游类型关注排行

1	度假海岛	18.81%
2	顶级自由行	15.84%
3	顶级邮轮	12.87%
4	地球标记	10.89%
5	轻度探索	8.91%

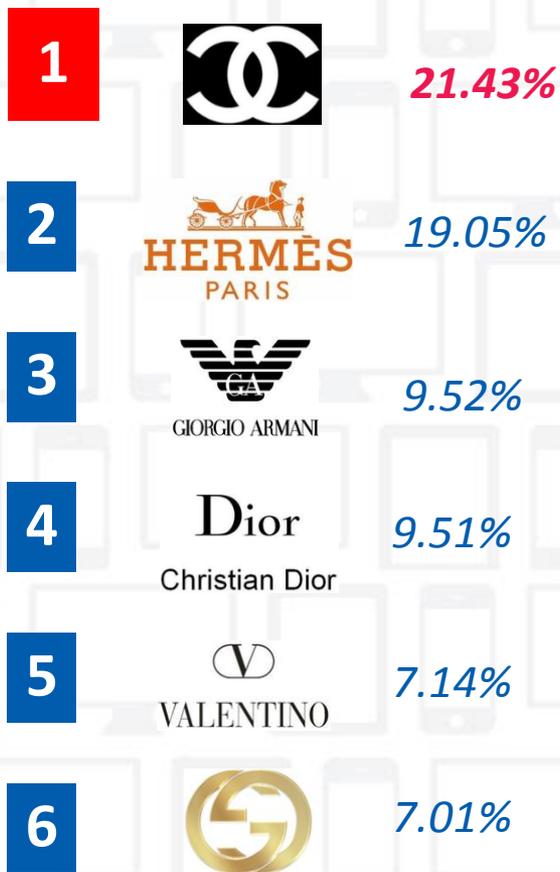
geo 集奥

备注：高端汽车及旅游关注度是指浏览高端汽车及旅游的人群比例；
关注排行按照搜索比例降序排列。

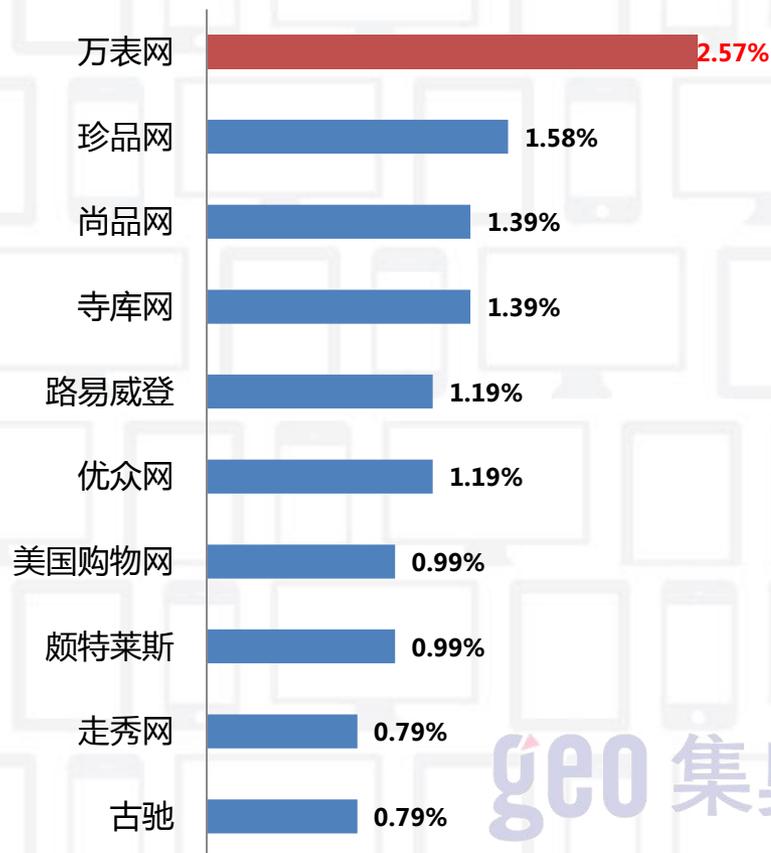
数据来源：Geo DataQuate

奢侈品中借出人最关注香奈尔

借出人奢侈品品牌关注排行



借出人奢侈品网站关注排行



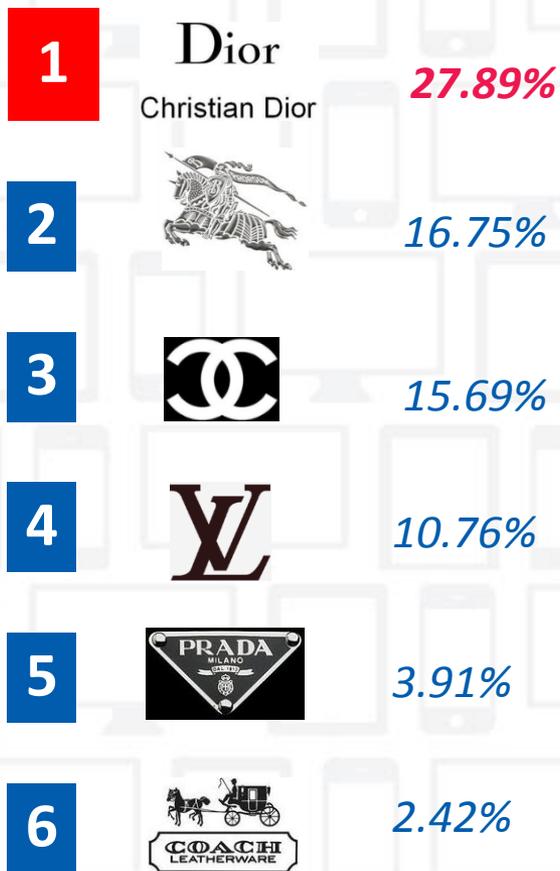
备注：奢侈品品牌关注按各品牌词的搜索量降序排列；奢侈品网站关注按各站点的访问用户数降序排列。

数据来源：Geo DataQuate

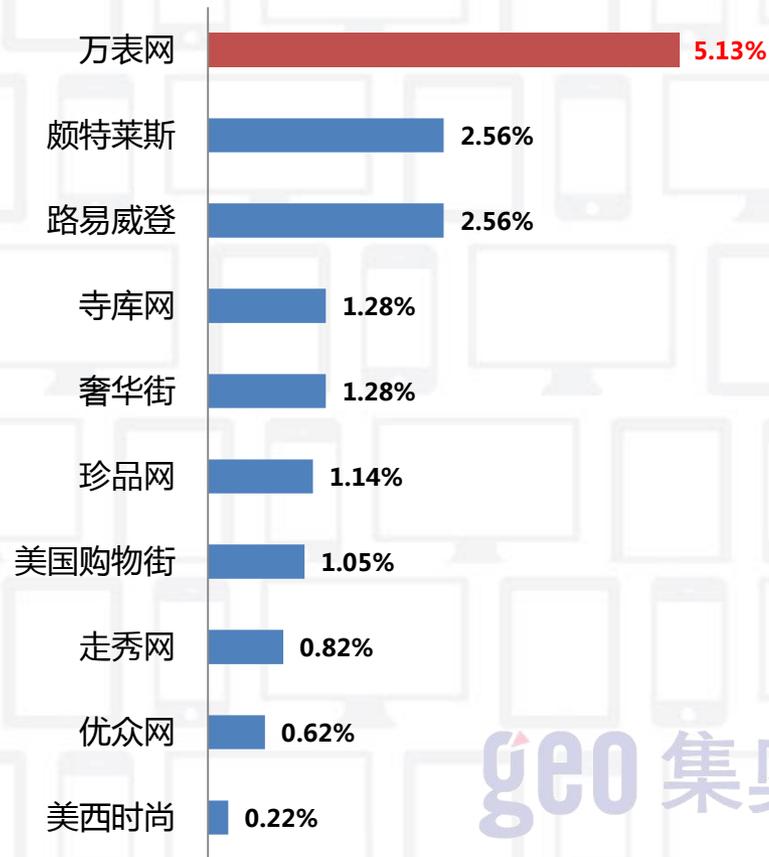


借入人最关注迪奥

借入人奢侈品牌关注排行



借入人奢侈品网站关注排行



geo 集奥

备注：奢侈品品牌关注按各品牌词的搜索量降序排列；奢侈品网站关注按各站点的访问用户数降序排列。

数据来源：Geo DataQuate

区域对比：高端消费偏好

高端汽车品牌

北京

奔驰	21.75%
奥迪	20.04%
宝马	13.58%
大众	6.79%
路虎	6.41%

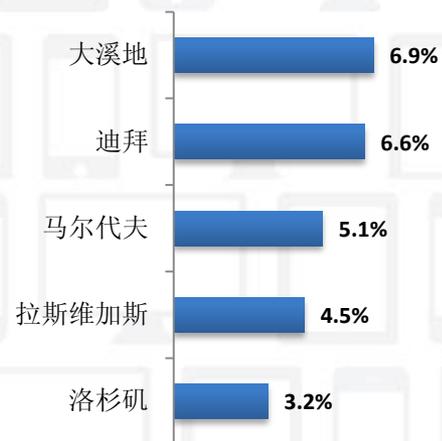
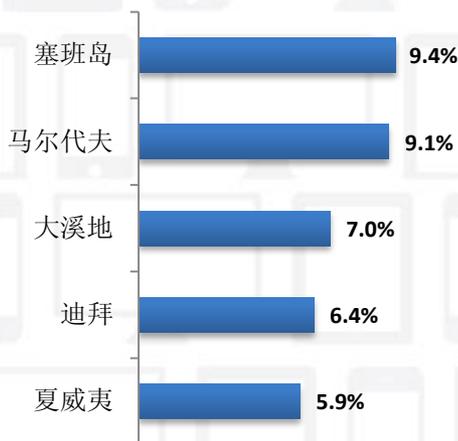
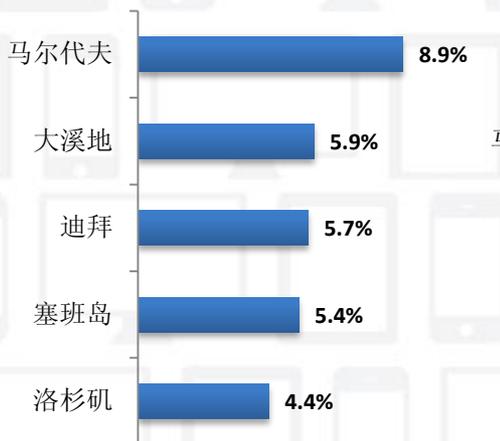
上海

奥迪	17.90%
奔驰	15.43%
捷豹	11.79%
大众	10.93%
保时捷	10.51%

广州

奥迪	19.75%
奔驰	17.90%
宝马	14.95%
雷克萨斯	8.64%
路虎	6.17%

高端旅游目的地



geo 集奥

数据来源：Geo DataQuate

备注：高端旅游目的地依据涉及高端旅游地点的相关页面浏览量降序排列。

目录

信用评级

信用评级样本-借出人

属性

男、生活在北京、40-45岁、有子女、有车族、IT从业者、高收入人群

兴趣

汽车：宝马5系；旅游：境外旅游；围棋爱好者

关注

理财：股票、收藏品、余额宝、招行金葵花理财；招行白金卡、私人银行用户；搜索关注：“理财收益”

消费

终端：三星N9008,价格：4008；
电商关注：Iphone5s，机票；

geo 集奥

移动

移动端上网时长：1.6小时；7:45-8:30；21:00-22:00；经常使用APP:大智慧、余额宝、微信；

用户分析

稳定性：



风险偏好：



理财需求：



用户类型：

高净值、高消费用户

综合评级：

高端理财用户

信用评级样本-借入人

属性

男、生活在上海、30-39岁、有子女、有车族、淘宝店主

关注

贷款：阿里信用贷款；信用卡：浦发信用卡、招行信用卡；
搜索关注：“小额贷款”，融360：贷款金额10万，还款期限12个月

经营

淘宝女装；流量近一个月波动上升；
引流词：羽绒服、韩版外套...

geo 集奥

消费

终端：iPhone4s,价格：2798；
电商关注：Iphone5s，手机充值卡，服饰鞋包；

移动

移动端上网时长：2小时；12:00-13:00; 18:00-19:00；
经常使用APP:淘宝\支付宝、微信；

用户分析

稳定性：



风险性：



贷款需求：



还款能力



用户类型：

经营业主，短期周转

附录：P2P典型样本用户的轨迹

A:某借出人



B:某借入人



geo 集奥

数据来源：Geo DataQuate

目录

媒体与
社交

P2P借出人群的触媒行为

TOP1-25

编号	媒体类型	媒体中文名	媒体域名	TGI
1	搜索引擎	宜搜	easou.com	193.72
2	手机	机锋网	gfan.com	192.69
3	新闻	中国青年网	youth.cn	190.93
4	招聘	智联招聘	zhaopin.com	190.86
5	房产	搜狐焦点网	focus.cn	187.54
6	社区	十九楼	19lou.com	183.73
7	电商	银泰百货	yintai.com	182.95
8	视频	野兔影院	wgimg.com	182.76
9	交友	世纪佳缘	jiayuan.com	181.68
10	彩票	乐彩网	lecai.com	179.45
11	新闻门户	中国广播网	cnr.cn	178.98
12	电商	购物客	gouwuke.com	178.70
13	网站服务	我要啦	51.la	178.57
14	新闻门户	中国网	china.com.cn	177.68
15	分类广告	百姓网	baixing.com	175.82
16	图书音像	360doc个人图书馆	360doc.com	175.41
17	房地产	安居客	anjuke.com	173.76
18	生活	小百科	baike.com	171.56
19	生活	城市吧	city8.com	171.46
20	分类	赶集网	ganji.com	171.32
21	汽车	爱卡汽车	xcar.com.cn	169.96
22	门户	上海热线	online.sh.cn	169.60
23	新闻门户	中国新闻网	chinanews.com	168.91
24	分类广告	口碑网	koubei.com	166.40
25	门户	MSN	msn.com	164.95

TOP26-50

编号	媒体类型	媒体中文名	媒体域名	TGI
26	门户	中华网	china.com	164.91
27	招聘	前程无忧	51job.com	164.26
28	新闻门户	环球网	huanqiu.com	164.15
29	财经	东方财富网	eastmoney.com	163.75
30	社区	猫扑	mop.com	163.49
31	视频	爆米花网	baomihua.com	163.43
32	门户	21CN	21cn.com	163.24
33	汽车	太平洋汽车	pcauto.com.cn	162.89
34	社交	51.com	51.com	162.45
35	搜索引擎	帮5买	b5m.com	161.27
36	电商	当当	dangdang.com	161.25
37	分类	58同城	58.com	160.86
38	地产	搜房网	soufun.com	160.38
39	军事门户	战略网	chinaiiss.com	159.70
40	文学	起点中文网	qidian.com	159.06
41	新闻门户	新华网	xinhuanet.com	158.46
42	影视搜索	BoBo1314	bobo1314.com	157.99
43	新闻门户	光明网	gmw.cn	157.74
44	电商	苏宁易购	suning.com	157.73
45	影视搜索	yes80影视搜索	yes80.net	157.72
46	电商	梦芭莎	moonbasa.com	157.27
47	视频	琪琪影院	77vcd.com	157.05
48	电商	唯品会名牌时尚折扣网	vipshop.com	156.63
49	汽车	汽车之家	autohome.com.cn	155.93
50	电商	亚马逊中国	amazon.cn	155.90

数据来源：Geo DataQuate

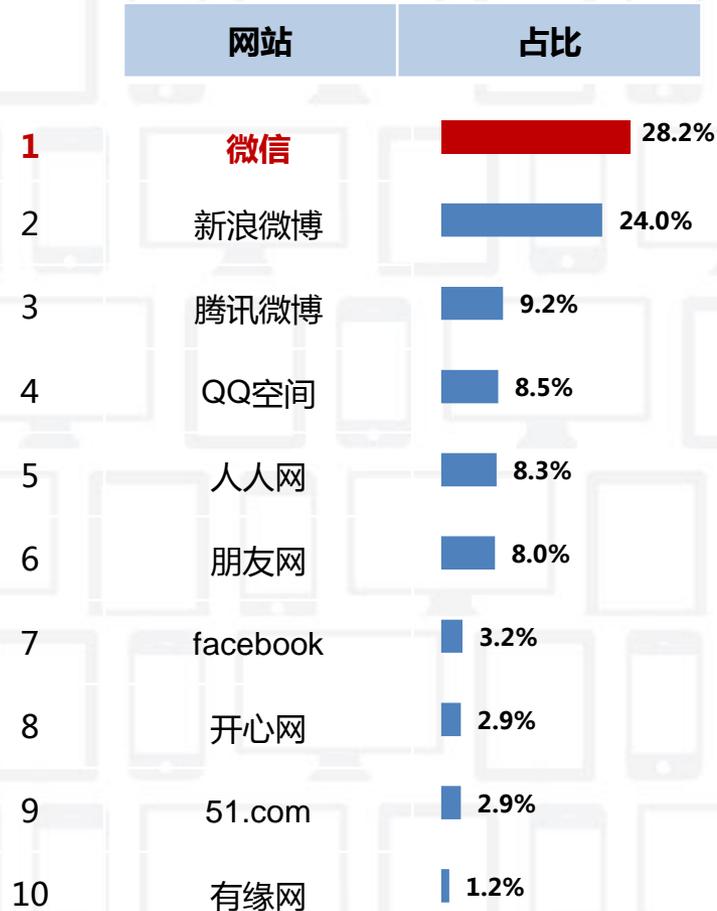
备注：按TGI进行降序排名，TGI= [目标群体中具有某一特征的群体所占比例/总体中具有相同特征的群体所占比例]*标准数100

社交类网站中微信最受欢迎

借出人社交类网站排名



借入人社交类网站排名



geo 集奥

数据来源：Geo DataQuate

目录

1

P2P网站分析

2

P2P人群分析

3

移动端分析

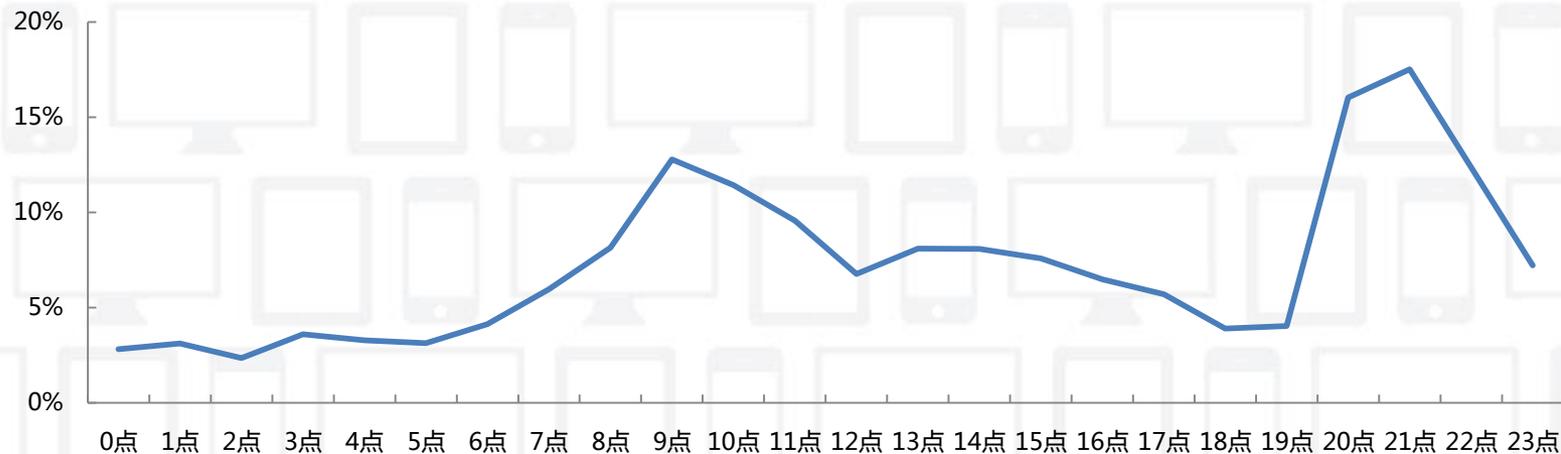
4

网站案例

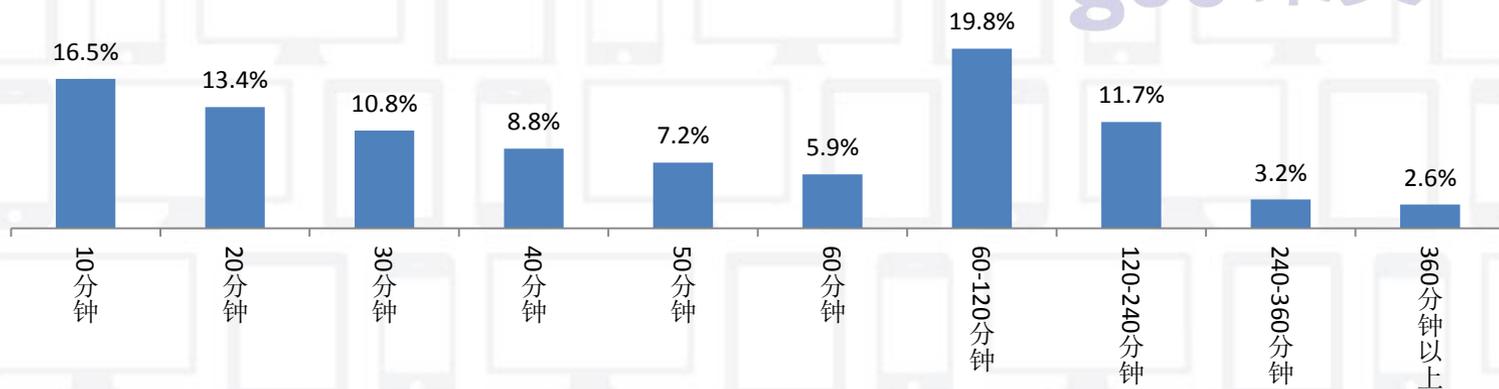


移动端上网高峰在晚上21点，平均上网时长73分钟

分时段用户活跃度



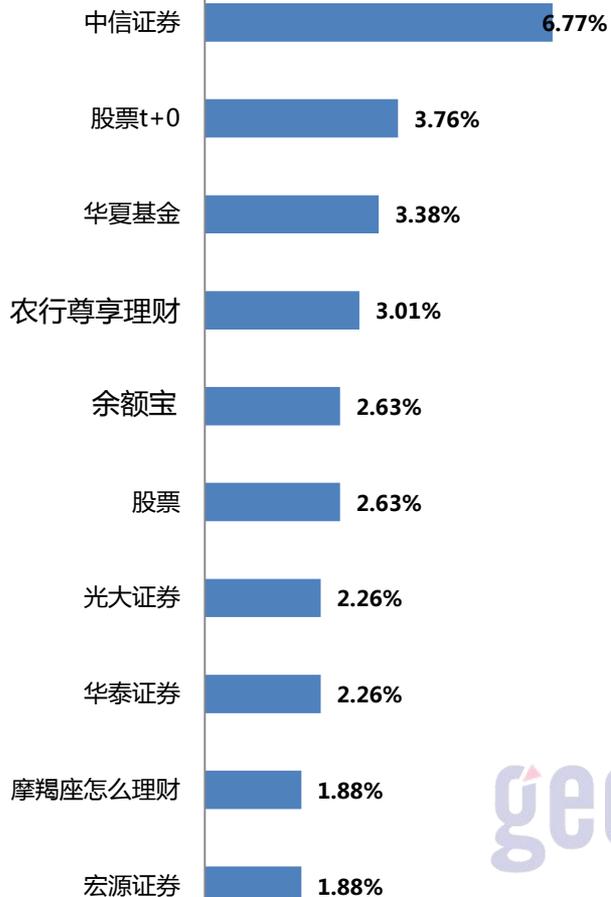
用户上网时长



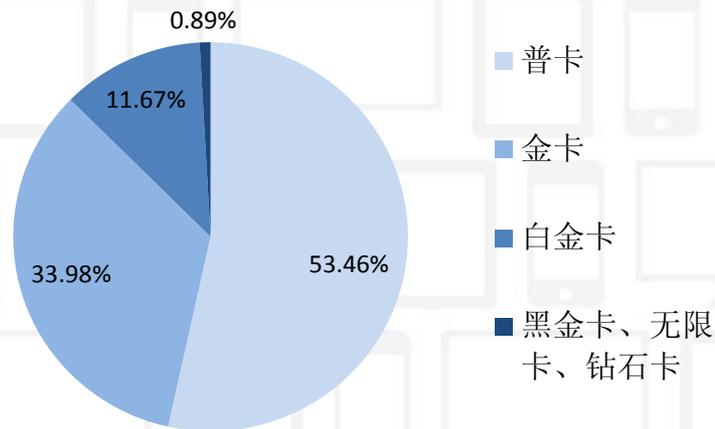
geo 集奥

数据来源：Geo DataQuate

理财类关键词（固网）



余额宝用户的银行卡类别



余额宝用户的银行关注排行



备注：关键词按照使用理财类APP的用户在固网搜索理财相关词的次数降序排列。

数据来源：Geo DataQuate

O2O案例-移动端地理位置分析

经度	维度
126.6120	45.7769
126.6121	45.7768
126.6125	45.7767
126.6125	45.7763
126.6989	45.7824
126.6992	45.7823
126.9908	45.7819
126.6029	45.7735
126.6602	45.7607
126.7057	45.7675



geo 集奥

用户分析

女性，
25-30岁，
无子女...



兴趣偏好：视频、新闻、金融、音乐
 品类关注：美妆、皮包、手机
 移动APP：微博、美颜相机...

目录

1

P2P网站分析

2

P2P人群分析

3

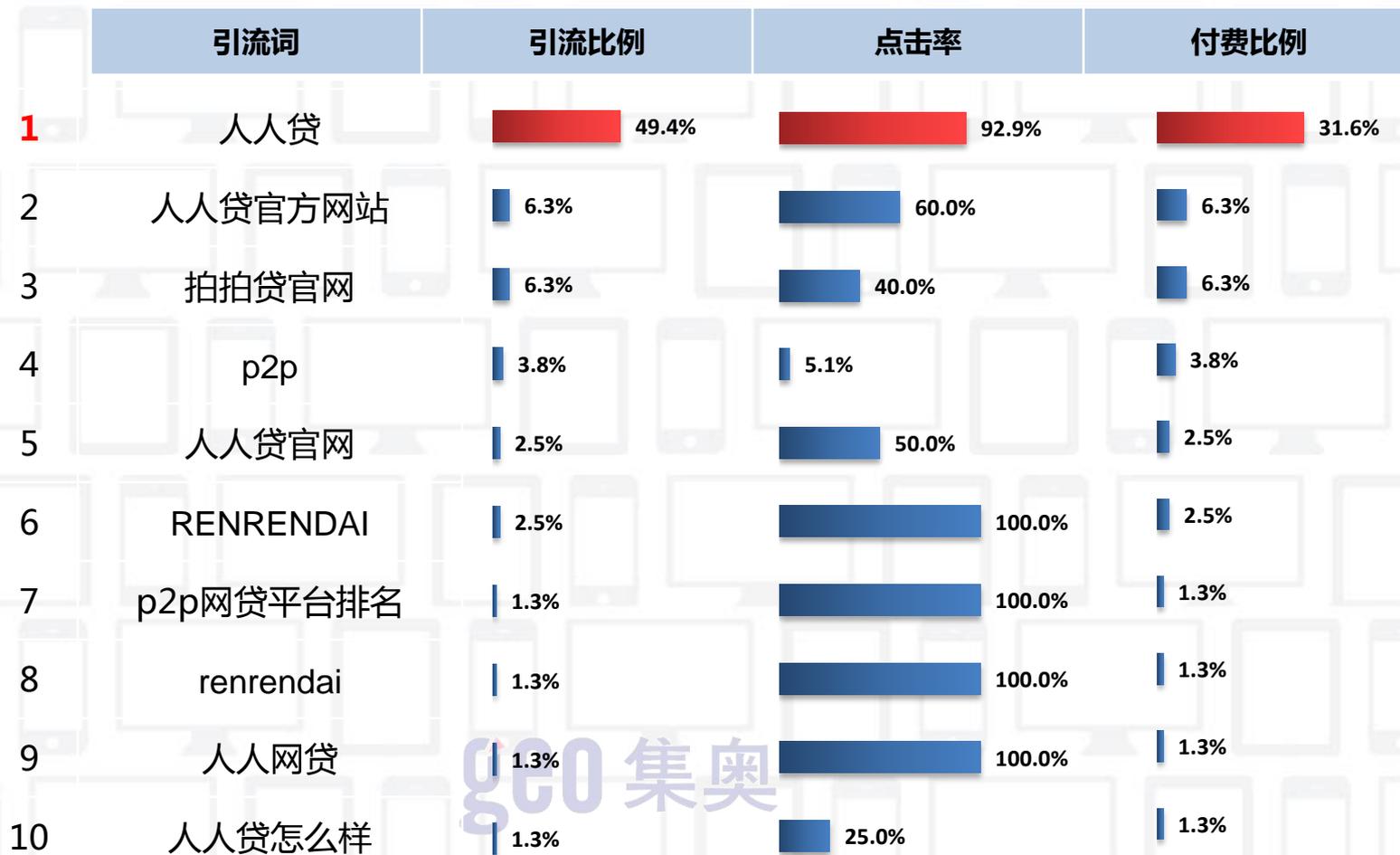
移动端分析

4

网站案例



人人贷网站的引流关键词分析



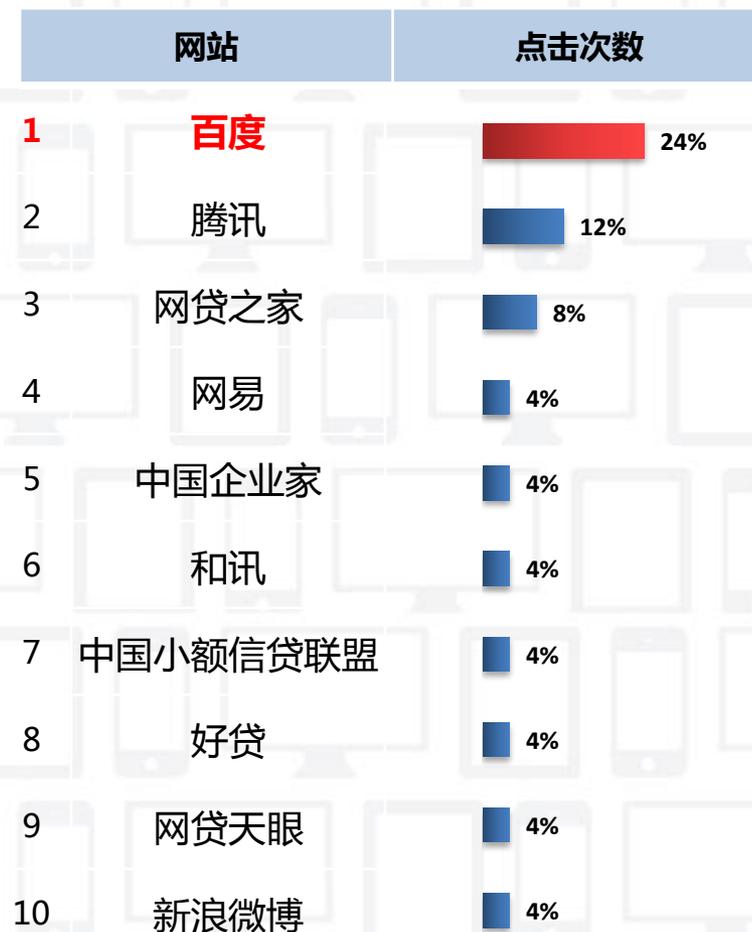
数据来源：Geo DataQuate

人人贷网站用户的生态链

上游网站



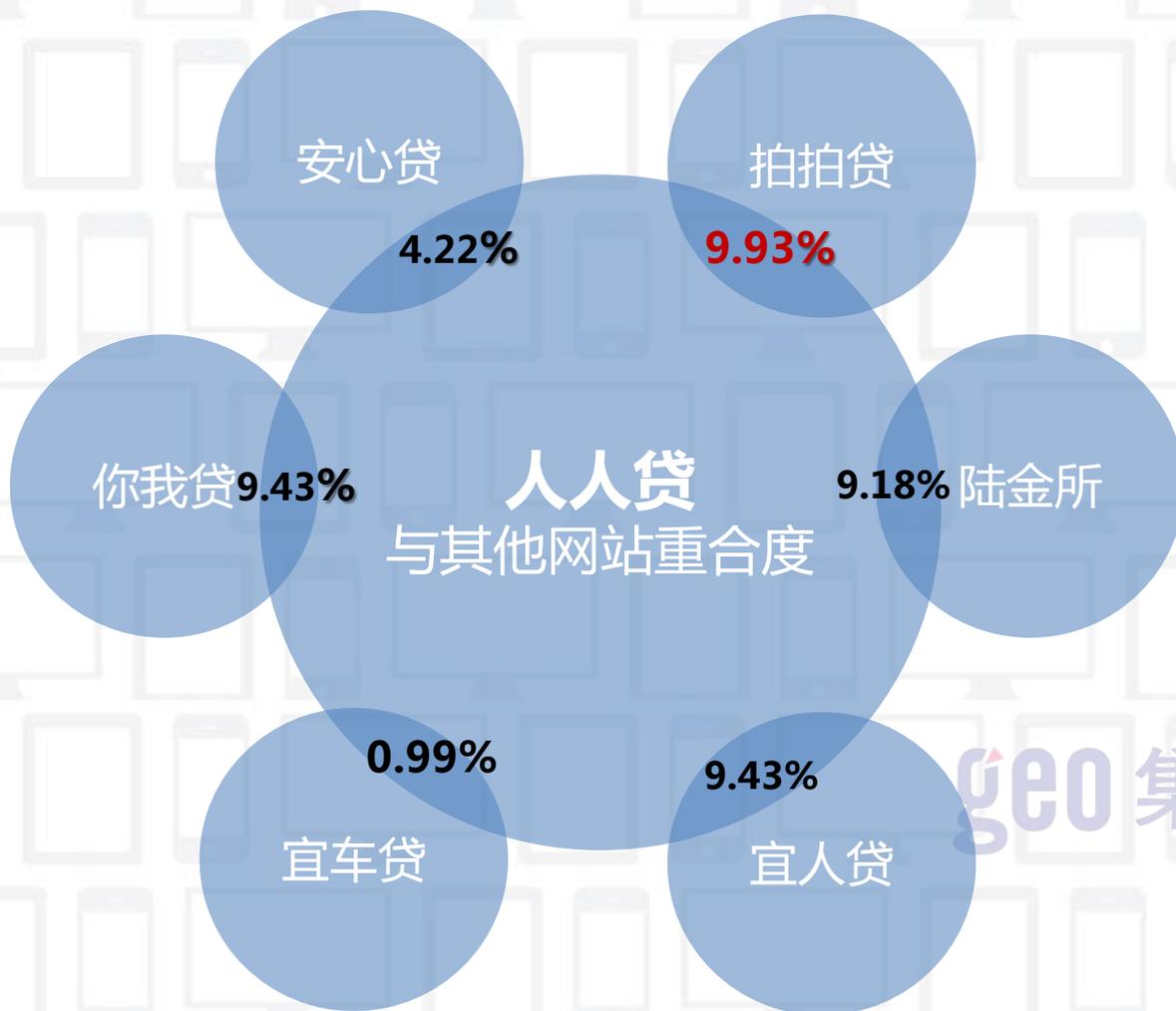
下游网站



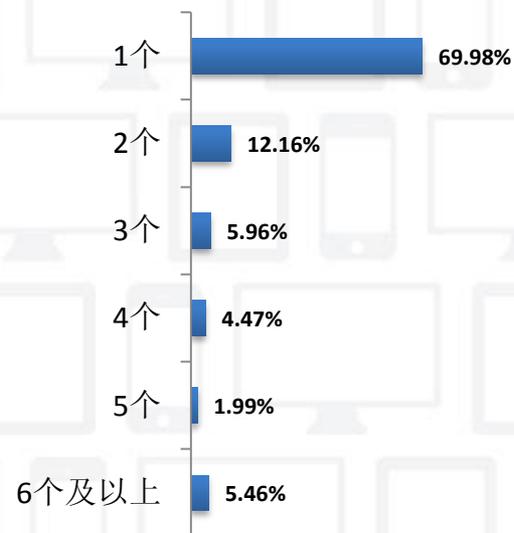
geo 集奥

数据来源：Geo DataQuate

人人贷与其他P2P网站的重合度



人人贷用户访问P2P网站个数



人人贷摇摆用户比例：

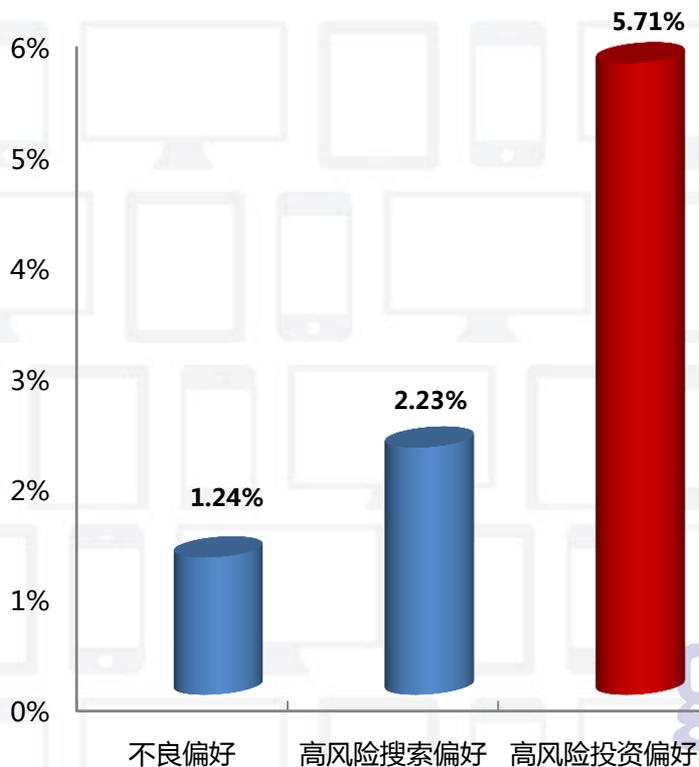
30%

备注：重合度的计算基数为人人贷用户数

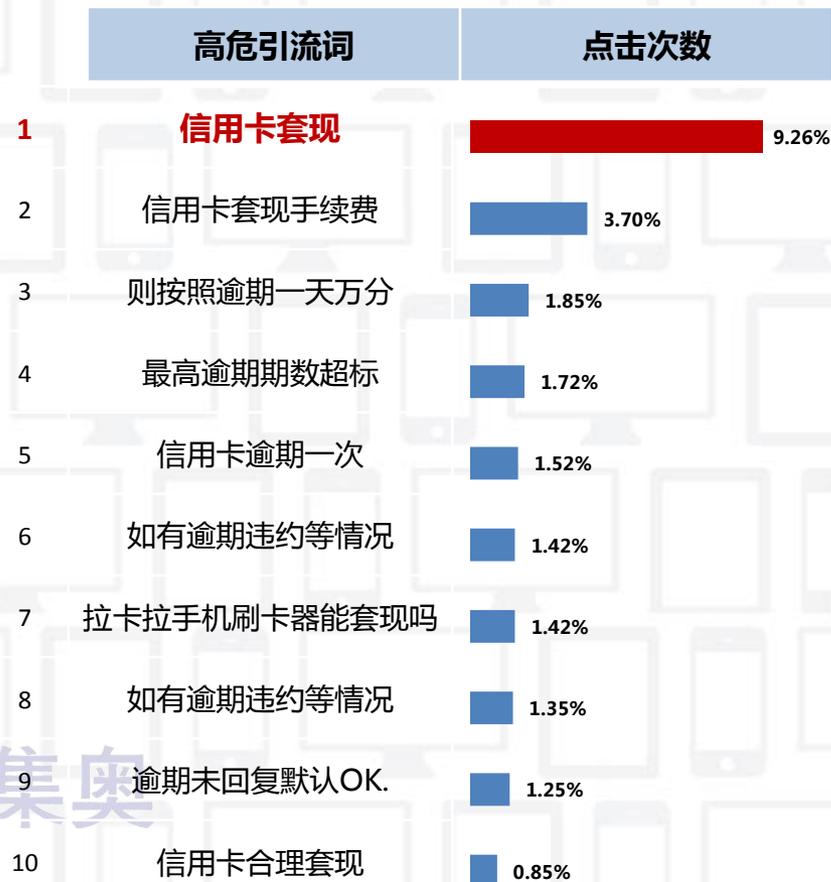
数据来源：Geo DataQuate

人人贷网站的信用风险分析

风险人群比例



高危词搜索



数据来源：Geo DataQuate

备注：1.不良偏好指有赌博等不良兴趣；2.高风险搜索指在综合搜索引擎上搜索过高风险关键词；3.高风险投资指如保证金交易等高风险投资

gEO

关于GEO：

GEO是一家行业领先的大数据技术公司，提供用户洞察和实时广告服务。

更多信息请访问集奥聚合官网：www.geotmt.com

或关注微信公众号：GEO集奥聚合

Copyright@2014 GEO All rights reserved.