

# 政府大数据在企业中的应用



白欢朋 总经理  
北京华通人商用信息有限公司

# 目录

- 政府大数据
- 政府大数据的应用
  - 政府大数据的个人画像
  - 政府大数据的企业画像
  - 政府大数据的城市/区域画像
- 政府大数据的应用案例
  - 案例一：工商数据下的企业画像
  - 案例二：统计大数据下的城市画像



# 政府大数据

# 谁拥有大数据



## 政府：80%

- 统计
- 交通
- 人口
- 医疗
- 教育
- 工商
- 税务
- 海关
- .....



## 运营商

- 客户数据（实名制）
- 通信数据



## 银行

- 客户数据（实名制）
- 金融数据（信用）



## 网络平台

- 搜索平台（百度）
- 电商平台（淘宝）
- 门户网站（搜狐、新浪）
- 社交软件（QQ、微信）

# 开放大数据提升政府治理能力



## 打通数据壁垒，实现各部门、各层级数据信息互联互通、充分共享

日前，李克强指出“我国信息数据资源80%以上掌握在各级政府部门手里，‘深藏闺中’是极大浪费。”

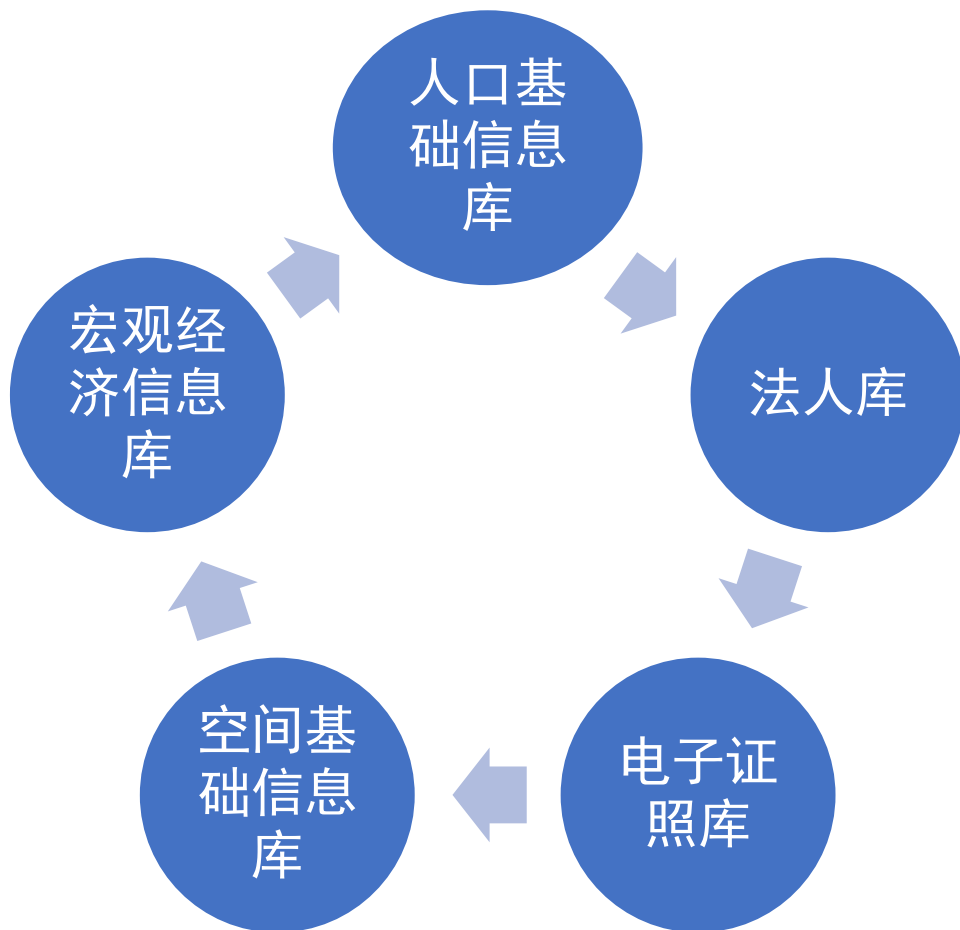
“过去较长时期一些地方和部门的信息化建设各自为政，形成‘信息孤岛’和‘数据烟囱’，严重制约政府效能提升，给企业群众办事创业造成很大不便”，要求下决心打通数据壁垒，实现各部门、各层级数据信息互联互通、充分共享。

## 逐步实现政府治理能力现代化

2015年8月，国务院印发《**促进大数据发展行动纲要**》，明确大数据在推动经济转型发展、重塑国家竞争优势以及提升政府治理能力等方面具有重要意义，要求政府部门建立“**用数据说话、用数据决策、用数据管理、用数据创新**”的管理机制，推动政府管理理念和社会治理模式进步，逐步实现政府治理能力现代化。



# 向社会可开放共享的公共信息资源内容范围



# 政府大数据的应用

# 利用政府大数据的个人画像

## 司法属性

- 民事诉讼
- 失信被执行人
- 犯罪记录
- 法院判决
- 在逃人员
- 交通违章

## 身份属性

- 姓名
- 身份证号
- 性别
- 身份证照片
- 民族
- 户籍地址
- 出生日期
- 婚姻状况

## 消费属性

- 月收入预估
- 消费次数
- 月取现额估计
- 消费地区
- 消费金额
- 消费用途

## 教育属性

- 毕业院校
- 学位
- 入学时间
- 学历类型
- 毕业时间
- 证书编号
- 专业名称
- 职业资格证书



## 财务资产属性

- 借记卡数量
- 房屋地址
- 信用卡数量
- 房屋面积
- 借记卡余额
- 购车时间
- 信用卡等级
- 车辆类型
- 购房时间
- 车辆品牌

## 社交属性

- 新浪微博
- 微博认证原因
- 微博粉丝数
- 关注话题
- 微博关注数
- 个人标签
- 微博互粉数
- QQ群偏好特征
- 微博认证类型

## 航旅属性

- 出行次数
- 到达城市
- 总计里程数
- 舱位等级
- 起飞城市
- 国际/国内





# 利用政府大数据的企业画像

## 基本属性

- 企业名称
- 注册号
- 成立时间
- 法定代表人
- 注册地址
- 经营地址
- 股东信息
- 股权结构
- 对外投资
- 股权出质
- 异常信息
- 变更信息

## 财务属性

- 营业收入
- 财务费用
- 利润总额
- 资产总额
- 负债总额
- 盈利能力
- 营运能力
- 短期偿债能力
- 长期偿债能力
- 发展能力

## 行业属性

- 行业名称
- 上游行业
- 下游行业
- 行业规模
- 成长性
- 盈利水平
- 市场竞争
- 集中度水平
- 进入壁垒
- 国际贸易
- 资金需求
- 成本结构



## 发票属性

- 卡号
- 交易对象
- 交易时间
- 交易金额
- 商户名称
- 商户地址

## 司法属性

- 法院公告
- 法院判决
- 失信信息
- 司法拍卖
- 开庭公告
- 欠税信息
- 被执行人
- 动产抵押

## 招聘属性

- 招聘时间
- 招聘职位
- 所属职能
- 工作地点
- 薪资水平
- 招聘人数



# 利用政府大数据的城市/区域画像



城市群



人口画像



文化



经济运行



消费特征



产业聚集

# 案例一：工商数据下的企业画像

# 企业画像工具



启信宝



企查查  
qichacha.com



北京华通人商用信息有限公司  
All China Marketing Research Co., Ltd.

# 举例-摩拜单车



法定代表人：胡玮炜

对外投资及任职 添加找关系

注册资本：500 万人民币

成立日期：2015-01-27

登记信息

注册号 110108018555421 组织机构代码号 33024530X

社会信用代码 9111010833024530XJ 经营状态 存续

企业类型 有限责任公司(自然人投资或控股)

经营范围 技术开发、技术推广、技术转让、技术咨询、技术服务；工程和技术研究与试验发展；销售电子产品；计算机系统服务；基础软件服务；应用软件服务；软件开发；软件咨询；产品设计；模型设计；经济贸易咨询；企业策划；文化咨询；会议服务；投资咨询；电脑动画设计；项目投资；投资管理；资产管理；设计、制作、代理、发布广告；机械设备租赁（不含汽车租赁）

数据来源：全国企业信用信息公示系统

基本信息

风险信息

0 法院判决	0 被执行人	0 开庭公告	0 法院公告
0 失信信息	0 动产抵押	0 欠税信息	0 司法拍卖
4 股权出质	0 经营异常		

知识产权

159 商标信息	28 专利信息	7 著作权	0 资质认证
-------------	------------	----------	-----------

经营信息



# 股权结构

疑似实际控制路径: ★ 疑似实际控制人

★ 胡玮炜 36.12% → 摩拜科技

\*以下数据为启信宝数据分析引擎基于工商、企业年报信息的挖掘成果。启信宝不对数据的全面、准确、真实、时效负责。

北京摩拜科技有限公司	详情
<b>胡玮炜 (工商股东) ★</b>	
股比:36.12% 认缴金额:180.6万元	
<b>李斌 (工商股东)</b>	
股比:29.25% 认缴金额:146.25万元	
<b>王晓峰 (工商股东)</b>	
股比:20.00% 认缴金额:100万元	
<b>夏一平 (工商股东)</b>	
股比:14.63% 认缴金额:73.15万元	

# 变更信息

2016-10-18  
经营范围变更

### 变更前

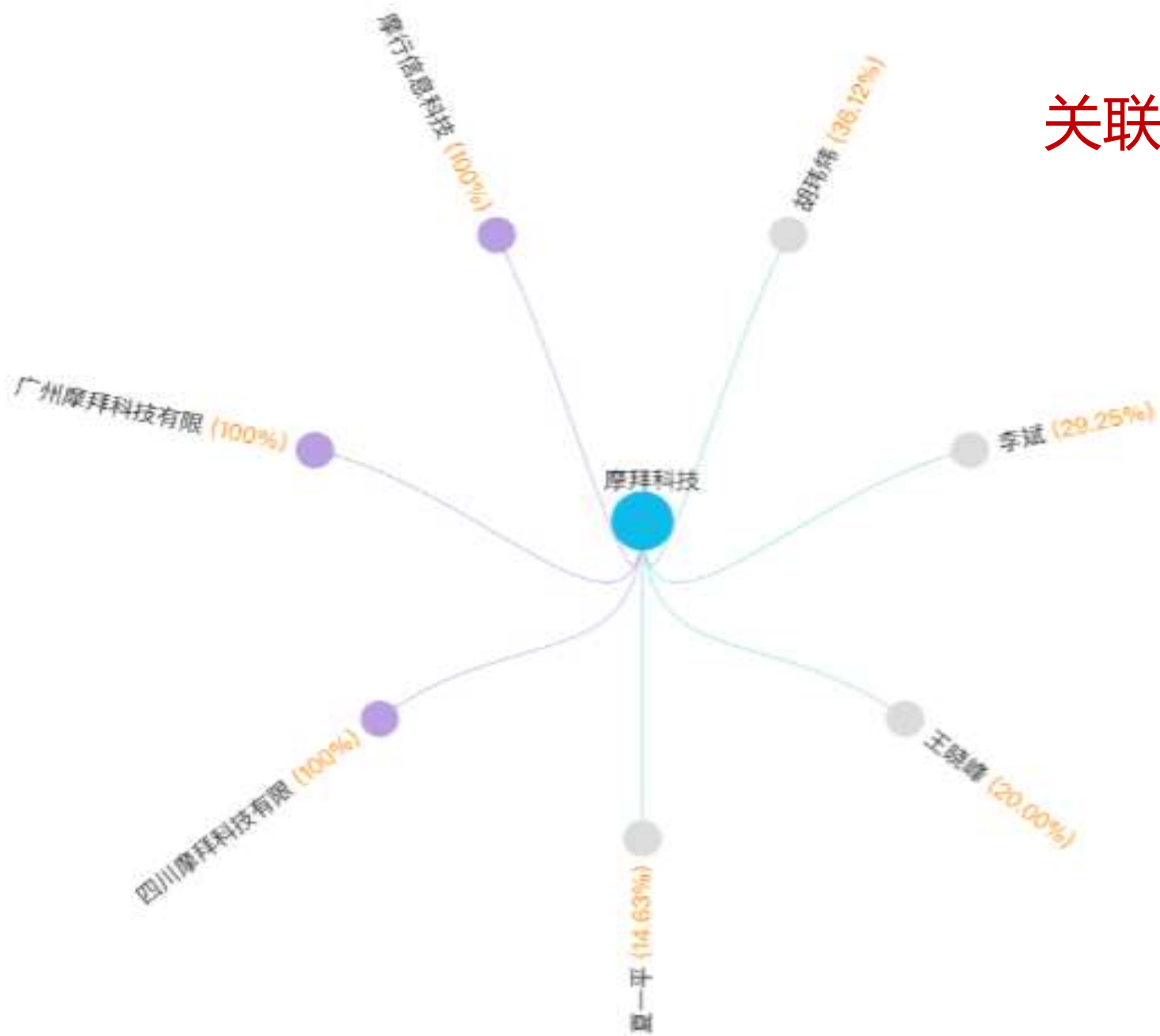
技术开发、技术推广、技术转让、技术咨询、技术服务；工程和技术研究与试验发展；销售电子产品；计算机系统服务；基础软件服务；应用软件开发；软件开发；软件咨询；产品设计；模型设计；经济贸易咨询；企业策划；文化咨询；会议服务；投资咨询；电脑动画设计；项目投资；投资管理；资产管理；设计、制作、代理、发布广告。依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动。

### 变更后

技术开发、技术推广、技术转让、技术咨询、技术服务；工程和技术研究与试验发展；销售电子产品；计算机系统服务；基础软件服务；应用软件开发；软件开发；软件咨询；产品设计；模型设计；经济贸易咨询；企业策划；文化咨询；会议服务；投资咨询；电脑动画设计；项目投资；投资管理；资产管理；设计、制作、代理、发布广告；机械设备租赁（不含汽车租赁）。企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。

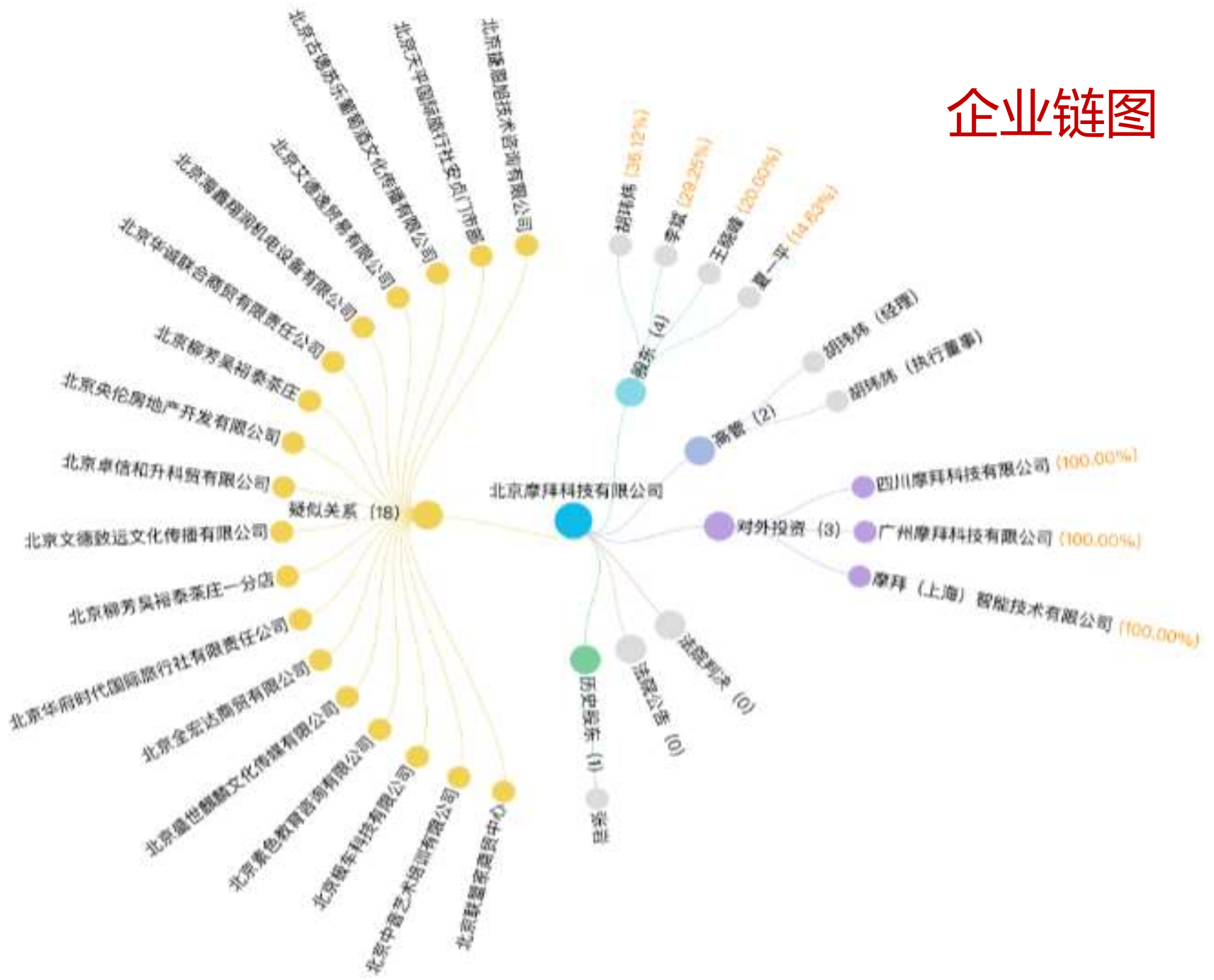
2016-01-27  
住所

# 关联族谱





# 企业链图



2017-01-23

战略投资

亿元及以上美元

投资方: 富士康

2017-01-04

D轮

2亿美元

投资方: 红杉资本中国 创新工场 启明创投 贝塔斯曼亚洲投资基金 祥峰投资Vertex 腾讯 携程 华平投资 WIHarperGroup 鸿海集团Foxconn 熊猫资本 JOYCapital愉悦资本 永柏资本PGA Ventures TPG 德太资本 华住酒店集团 TPG PGA

2016-10-13

C轮

未透露

投资方: 红杉资本中国 启明创投 贝塔斯曼亚洲投资基金 腾讯 华平投资 WIHarperGroup 高瓴资本 HillhouseCapital

相关新闻: 摩拜单车完成超1亿美元C轮融资高瓴资本领投

2016-09-30

C轮

1亿美元

投资方: 红杉资本中国 高瓴资本HillhouseCapital

融资信息

相关新闻: 摩拜单车完成超1亿美元C轮融资高瓴资本领投

2016-09-30

C轮

1亿美元

投资方: 红杉资本中国 高瓴资本HillhouseCapital

相关新闻: 摩拜单车完成超1亿美元C轮融资高瓴资本领投

2016-08-30

B+轮

数千万美元

投资方: 创新工场 祥峰投资Vertex

2016-08-19

B轮

数千万美元

投资方: 创新工场 熊猫资本 JOYCapital愉悦资本

相关新闻: 摩拜单车完成千万美元级B轮融资熊猫资本领投、愉悦资本跟投

2015-10-30

A轮

数百万美元

投资方: JOYCapital愉悦资本

## 案例二：统计大数据下的城市画像

# 100万人民币在各城市能买多大的房子？

上海 18 m <sup>2</sup>	杭州 52m <sup>2</sup>	南京 57m <sup>2</sup>	成都 95m <sup>2</sup>	郑州 武汉 107m <sup>2</sup>
北京 20m <sup>2</sup>	天津 69m <sup>2</sup>	石家庄 哈尔滨 126m <sup>2</sup>		重庆 沈阳 145m <sup>2</sup>
长春 南宁 长沙 163m <sup>2</sup>		贵阳 银川 200m <sup>2</sup>		

# 一张图看懂中国城市房价

从整体来看，一线及东部沿海城市房价整体偏高，中部和西部二三线城市房价相对处于较低水平。



# 最新的城市划分标准

## 城市划分标准调整

为更好的实施人口和城市分类管理，适应城镇化发展等新形势要求，2014年11月20号国务院发布《关于调整城市规模划分标准的通知》，新的城市规模划分标准以城区常住人口为统计口径，将城市分为**五类七档**。

城市类型由四类增加至五类  
增设超大城市

小城市和大城市细分为两档

人口规模上下限普遍提高

统计口径界定为城区常住人口

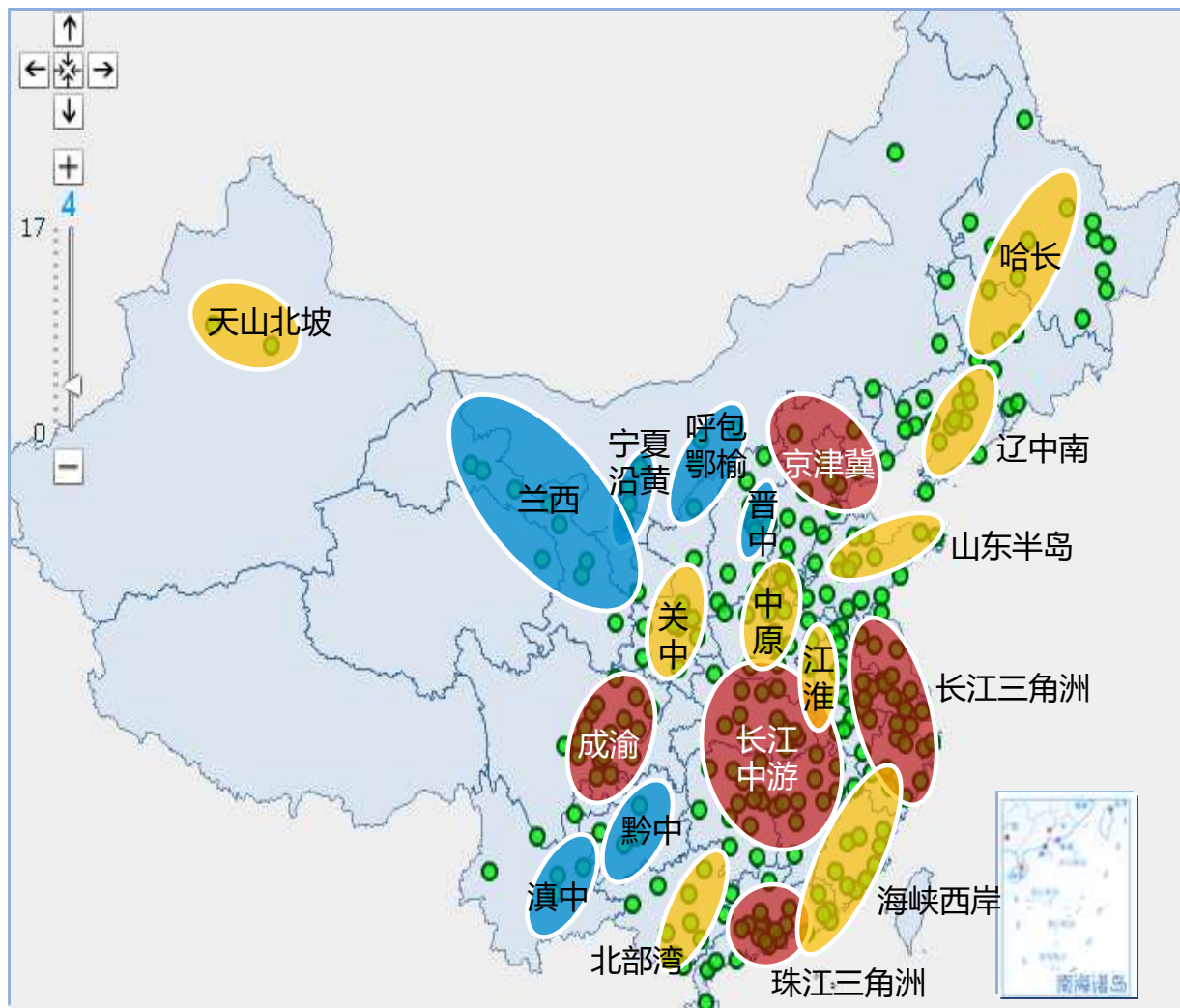
城市分类	划分标准（城区常住人口）	城市数量
<b>超大城市</b>	1000万 $\leq$ 常住人口	<b>6</b>
<b>特大城市</b>	500万 $\leq$ 常住人口 $<$ 1000万	<b>10</b>
<b>大城市</b>	<b>I型大城市</b> 300万 $\leq$ 常住人口 $<$ 500万	<b>22</b>
	<b>II型大城市</b> 100万 $\leq$ 常住人口 $<$ 300万	<b>157</b>
<b>中等城市</b>	50万 $\leq$ 常住人口 $<$ 100万	<b>269</b>
<b>小城市</b>	<b>I型小城市</b> 20万 $\leq$ 常住人口 $<$ 50万	<b>161</b>
	<b>II型小城市</b> 常住人口 $<$ 20万	<b>1662</b>



# 中国将分三类打造20个城市群

权威人士透露，国家发改委初步从重点培育国家新型城镇化政策作用区的角度出发，确定分三类打造20个城市群。包括5个国家级城市群、9个区域性城市群和6个地区性城市群。

设立城市群有助于我国打破行政区域规划限制，进行资源的整合和再分配。另外，由于城市群针对中小城市抱团，中小城市将迎来发展机遇，同时倒逼大城市进行部分功能疏解。



## **(一) 基于CCP的中国城市划分**



# 研究城市划分意义

## ◆按照行政区划对城市级别进行划分不足以反映城市消费市场的特征

➤按照中国行政区划，全国县级以上城市共有654个，包括直辖市、副省级城市、省会城市、非省会地级市和县级市

城市级别	城市数量
直辖市	4
副省级市+省会地级市	31
非省会地级市	252
县级市	367

➤由于经济发展水平、地理位置等不同，各城市在城市规模、人民生活水平、城市化与人口集聚程度等都存在巨大差异，而且属同一个行政级别的城市之间也存在巨大差异

➤因此，研究城市的消费潜力与规模，仅仅依据行政级别的划分是远不够的。

# 研究城市划分意义

◆从城市的发展规模、区域辐射力等方面对城市级别进行划分的方法，又缺乏具体而直观的量化指标

常被提及的所谓一线、二线、三线城市的概念最早起源于房地产市场，现在已演变成为城市综合实力和竞争力的划分。常规指标包括综合经济实力、城市发展与规模（建设水平、人口面积等）、城市级别、辐射力与影响力、信息交流能力、知名度等，但目前这些方法仍然存在很大的局限性——并没有将核心指标进行量化，使用者很难直观的了解各线城市的主要特征。



# 城市消费力 ( CCP )

**城市消费力 ( City Consumption Power , 简称 “CCP” ) , 是一个综合性评价指标 , 标志城市的整体消费能力 。**

消费力理论是消费经济学的重要内容。我国上世纪70年代末起步研究消费经济理论时就提出了消费力 , 至今已近30年。期间不少人对消费力从不同的角度进行了研究 , 有些机构也提出了区域性消费力概念 , 如深圳消费力、长沙消费力 , 但还没有一个针对中国大陆地区各县市的整体概念。



# 中国城市综合性评价指标—CCP

## 城市消费力

城市消费力（City Consumption Power，简称“CCP”），是一个综合性评价指标，标志城市的整体消费能力。

ACMR利用自身丰富的统计数据优势，综合考虑各城市的行政级别、经济实力、人口城镇化率等量化指标，运用科学的数理统计测算方法，创造了可以衡量中国大陆地区所辖县市的消费潜力的城市消费力理论，并与实践进行了良好的结合，可以帮助企业或者研究人员直观的了解目标城市消费潜力状况。

## 数据准备

• 行政级别数据、人口数据（总人口、城镇人口、农村人口）、经济数据（GDP、社会消费品零售总额、投资等）、人民生活（城镇居民人均可支配收入、消费性支出、居民储蓄余额等）

## 数据处理

• 聚类分析、因子分析、指数平滑、逐步回归、神经网络

城市人均消费力指标  
(PCP)

城市消费力指标  
(CCP)



# 数据来源：国家数据库开放平台

国家数据开放平台是国家统计局对社会及开放的数据共享平台。

平台包括宏观,区域,人口,产业等多纬度数据库资源。

网址:

[DATA.STATS.GOV.CN](http://DATA.STATS.GOV.CN)



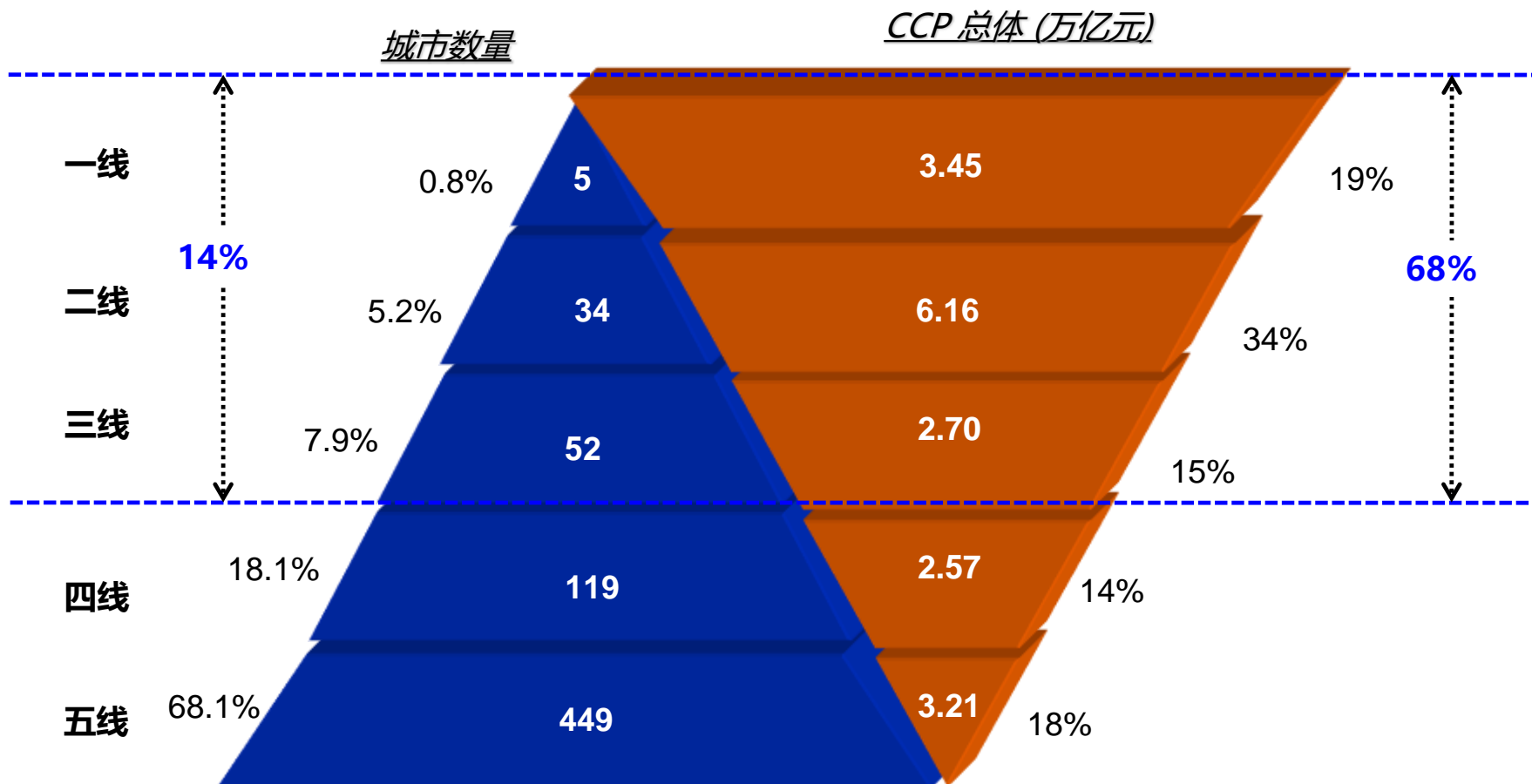
# 城市分级标准

为了与常用的城市划分可比，ACMR综合考虑各城市城市消费力、行政级别、经济实力、人口城镇化率等量化指标，对中国大陆地区各线城市（地级市、县级市、县合计2300个左右）进行深入研究挖掘，并制定了相应的划分标准：

城市类别	行政级别	城市消费力（亿元）	GDP总量（亿元）	人口（万人）
一线城市	直辖市或计划单列市	CCP>4500	GDP>15000	城区总人口>1100万，且城镇人口>1000万
二线城市	副省级城市或区域中心城市	CCP>900	GDP>2500	城区总人口>250万，且城镇人口>200万
三线城市	省会城市或经济发达城市	CCP>300	GDP>800	城区总人口>100万，且城镇人口>80万



# 城市分级结果

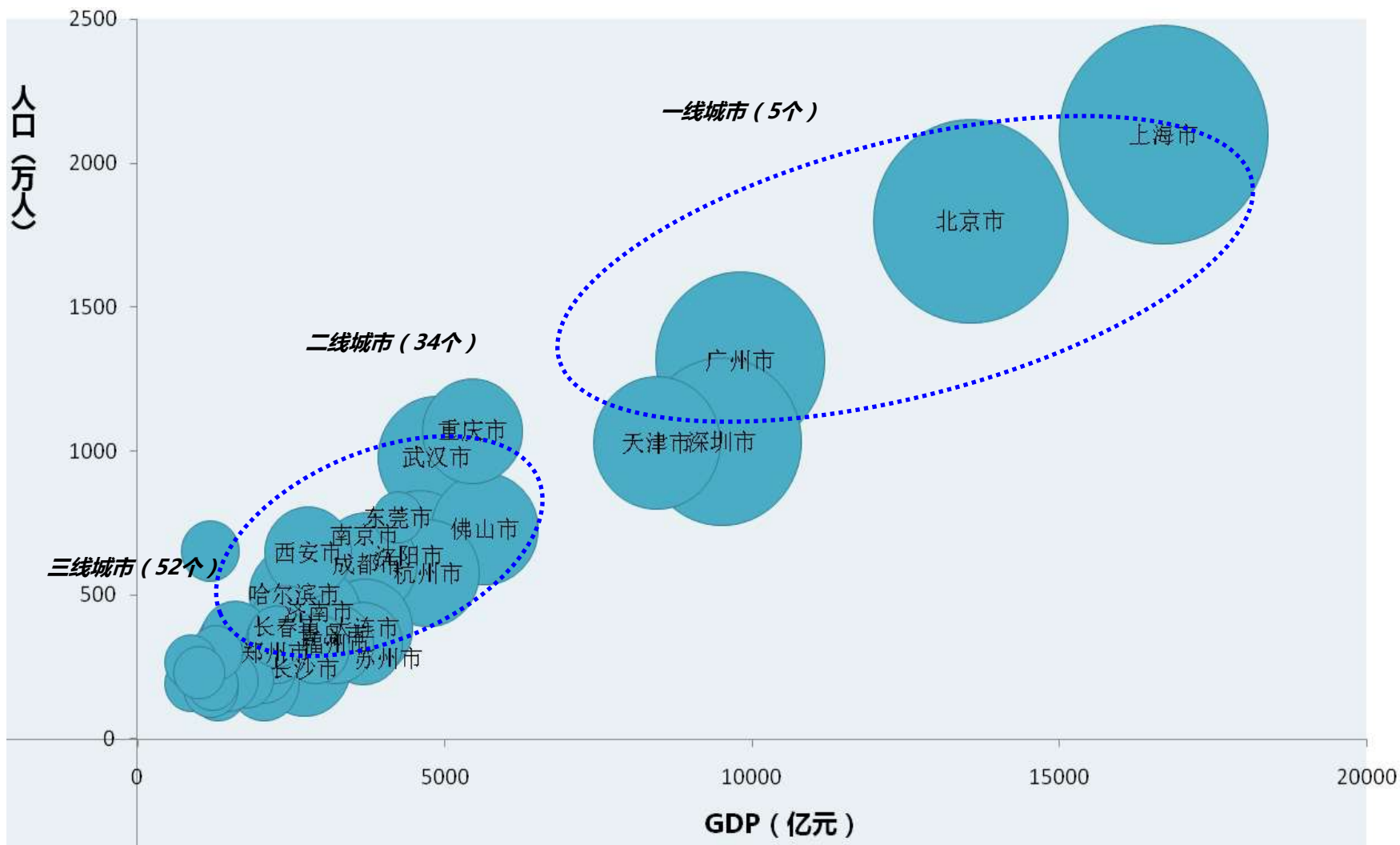


备注：以上分级结果仅针对全国650多个县级市以上城市，数据来源于《2016年城市统计年鉴》





# 一二三线人口经济总览





# 依据最新划分标准的城市消费力统计



<20万 II型小城市

城市消费力 540 亿元，占比 0.4 %



20万 ≤ I型小城市 < 50万 I型小城市 161个  
城市消费力 7370 亿元，占比 5.0 %



50万 ≤ 中等城市 < 100万 中等城市 269个  
城市消费力 23851 亿元，占比 16.2 %



100万 ≤ II型大城市 < 300万 II型大城市 157个  
城市消费力 37619 亿元，占比 25.6 %



300万 ≤ I型大城市 < 500万 I型大城市 22个  
城市消费力 24896 亿元，占比 16.9 %



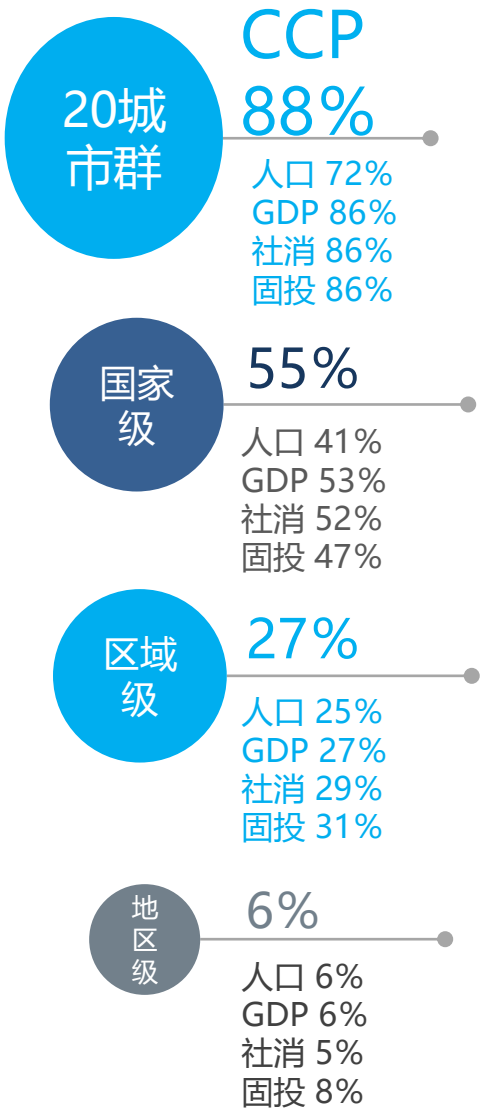
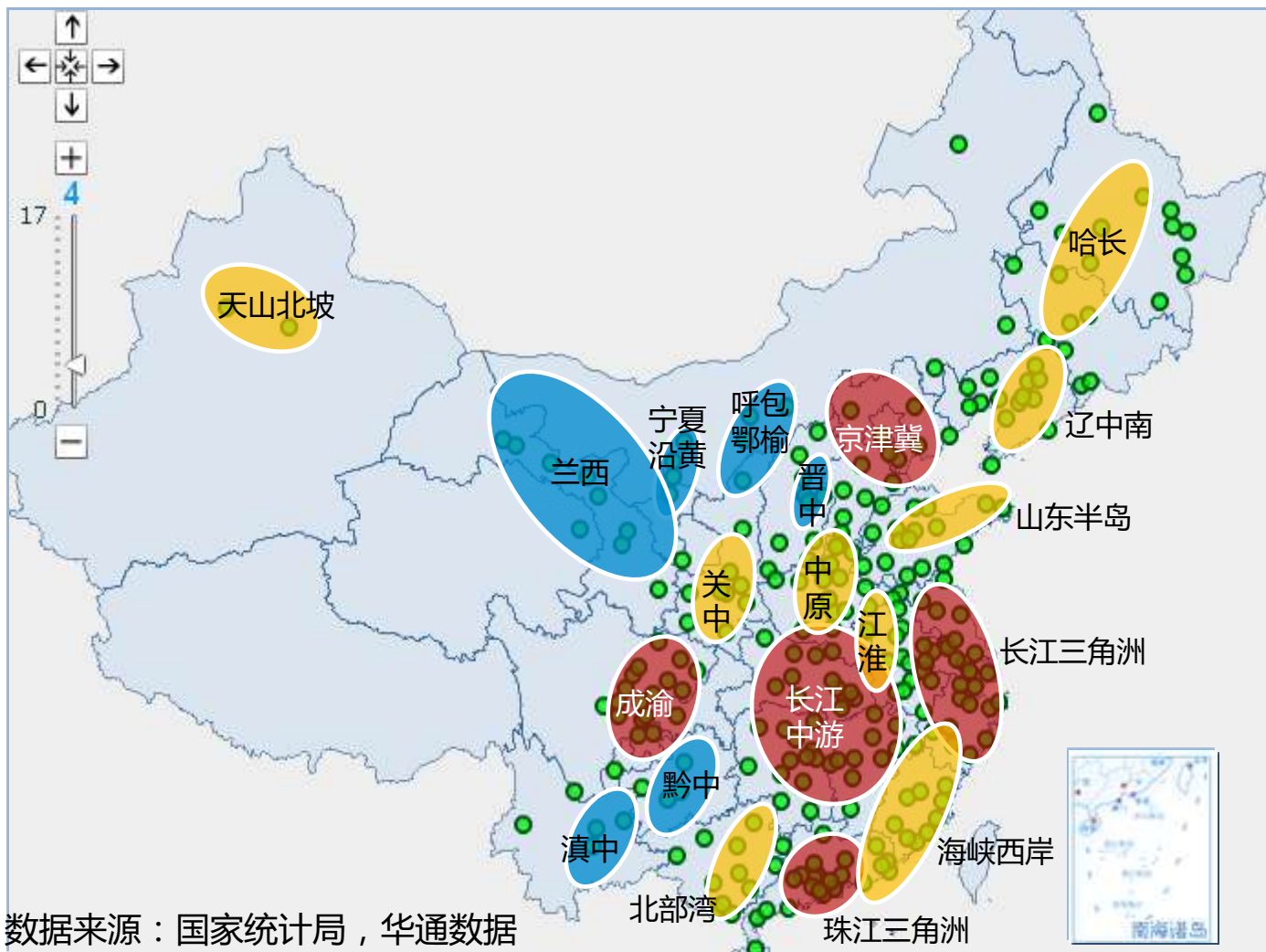
500万 ≤ 特大城市 < 1000万 特大城市 10个  
城市消费力 20753 亿元，占比 14.1 %



1000万 ≤ 超大城市 超大城市 6个  
城市消费力 32075 亿元，占比 21.8 %



# 20大城市群消费力统计



数据来源：国家统计局，华通数据

# 国家级城市群消费力统计

## 国家级城市群

**重点建设5大国家级城市群**，具体包括长江三角洲城市群、珠江三角洲城市群、京津冀城市群、长江中游城市群和成渝城市群。

指标	国家级城市群合计	合计比例(%)	长江三角洲比例(%)	长江中游比例(%)	京津冀比例(%)	珠江三角洲比例(%)	成渝比例(%)
常住人口(万人)	55616	36.9	13.1	11.6	8	4.2	4
地区生产总值(亿元)	333597	49.8	20.7	10.8	9.9	8.4	3.2
社会消费品零售总额(亿元)	120544	48.9	20.6	10.1	10	8.2	3.4
城镇固定资产投资(亿元)	195460	43.1	17.1	13	9.2	3.8	3.4
城市消费力(亿元)	96328	50.4	21.6	9.9	9.5	9.4	3



# 区域级城市群消费力统计

## 区域级城市群

**稳步建设9大区域性城市群（国家二级城市群），包括哈长城市群、山东半岛城市群、辽中南城市群、海峡西岸城市群、关中城市群、中原城市群、江淮城市群、北部湾城市群和天山北坡城市群。**

指标	区域级城市群合计	合计比例 (%)	海峡西岸比例 (%)	山东半岛比例 (%)	辽中南比例 (%)	哈长比例 (%)	中原比例 (%)	江淮比例 (%)	关中比例 (%)	北部湾比例 (%)	天山北坡比例 (%)
常住人口(万人)	33383	24.6	6.6	3.3	2.3	2.8	3.1	2.7	1.9	1.5	0.4
地区生产总值(亿元)	172644	27.4	5.9	5.6	4.0	3.3	3.0	2.3	1.7	1.0	0.6
社会消费品零售总额(亿元)	65595	28.6	6.8	5.9	3.8	3.6	3.1	2.0	1.8	1.1	0.5
城镇固定资产投资(亿元)	129332	30.8	5.9	5.3	5.0	3.4	3.5	3.4	2.5	1.3	0.5
城市消费力(亿元)	47943	27.4	6.1	5.3	4.1	3.2	2.9	2.1	1.8	1.1	0.8

# 地区级城市群消费力统计

## 地区级城市群

引导培育6大新的地区性城市群，包括呼包鄂榆城市群、晋中城市群、宁夏沿黄城市群、兰西城市群、滇中城市群和黔中城市群。

指标	地区级城市群合计	合计比例 (%)	呼包鄂榆比例 (%)	兰西比例 (%)	滇中比例 (%)	晋中比例 (%)	黔中比例 (%)	宁夏沿黄比例 (%)
常住人口(万人)	8645	6.3	0.8	2.4	1.1	0.6	1	0.4
地区生产总值(亿元)	39917	6.3	2.1	1.6	1	0.5	0.7	0.4
社会消费品零售总额(亿元)	12321	5.2	1.3	1.3	1	0.7	0.6	0.3
城镇固定资产投资(亿元)	34531	8.3	2.2	2.4	1.1	0.6	1.3	0.7
城市消费力(亿元)	11269	6.4	1.7	1.5	1.2	0.7	0.7	0.6

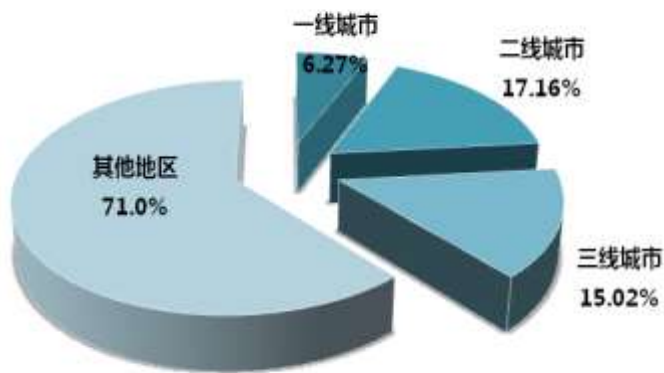
## **(二) 中国二三线城市发展概况**

# 二三线城市的人口规模

随着城市化进程的加速，中国二三线城市人口规模不断扩大

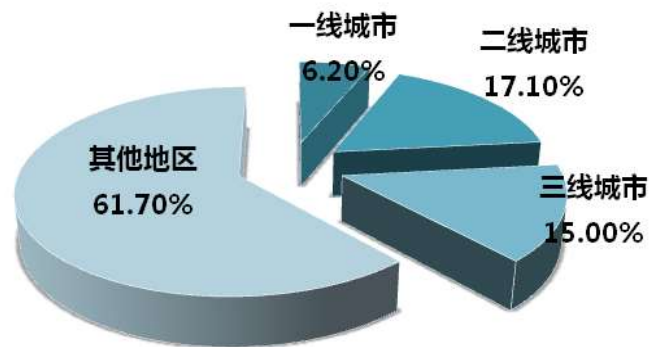
□ 国家统计局公布数据显示，2015年一线城市总人口达0.86亿人，同比增长1.7%。二三线城市人口规模达2.36和2.06亿人，占全国的比重分别为17.2%和15.0%，分别比2014年提高0.05、0.02个百分点，城市人口规模进一步扩大。

## 2015年中国人口分布



2015年全国年末总人口13.75亿人

## 2014年中国人口分布



2014年全国年末总人口13.68亿人

数据来源：《2016年城市统计年鉴》 下同



北京华通人商用信息有限公司

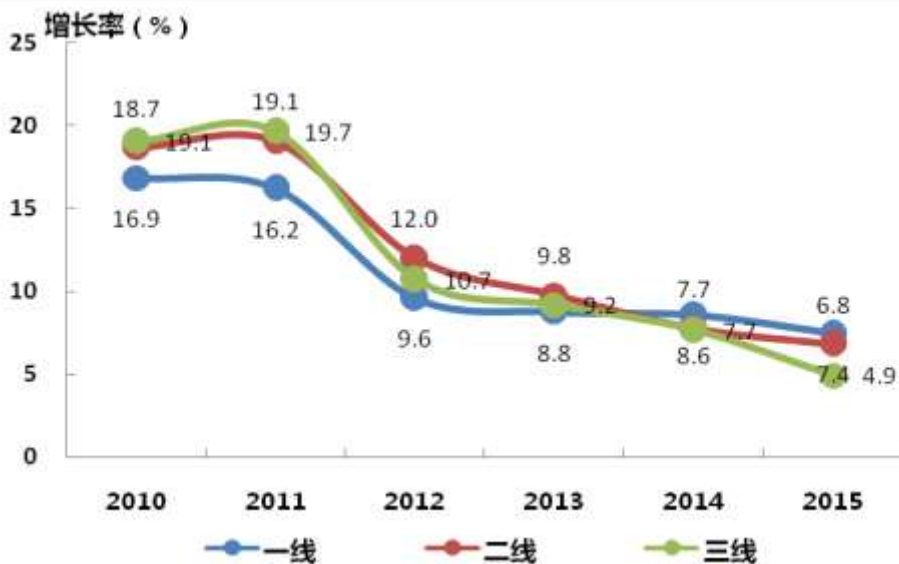
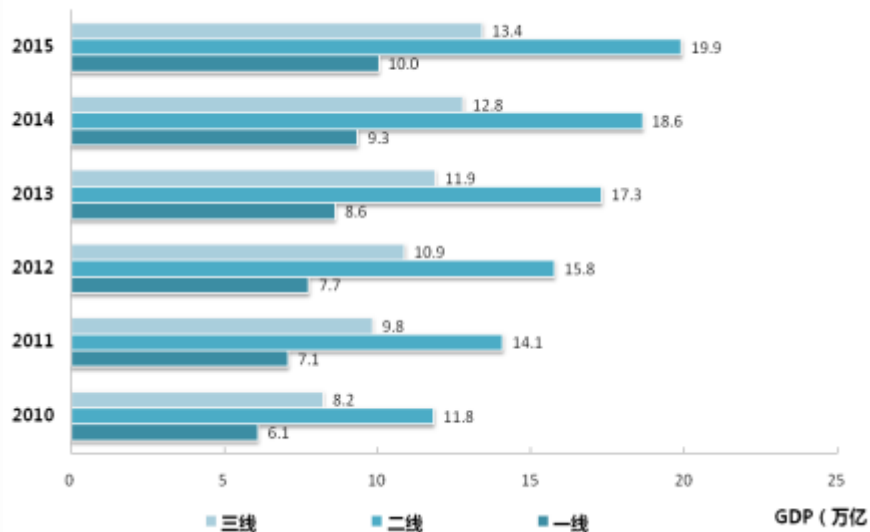
ACMR All China Marketing Research Co., Ltd.



# 二三线城市经济总量

## 二三线城市经济总量逐年扩大，增速中低位徘徊

□ 国家统计局公布数据显示，2015年一线城市GDP总量为10.0万亿元，同比增长7.4%。二三线GDP总量为33.3万亿，占全国比例分别为29.4%和19.8%，经济增量逐年扩大；同时受全国经济向新常态转换的影响，经济增长速度进入换挡期，二三线城市GDP同比增速由高位运行转档为中低位。

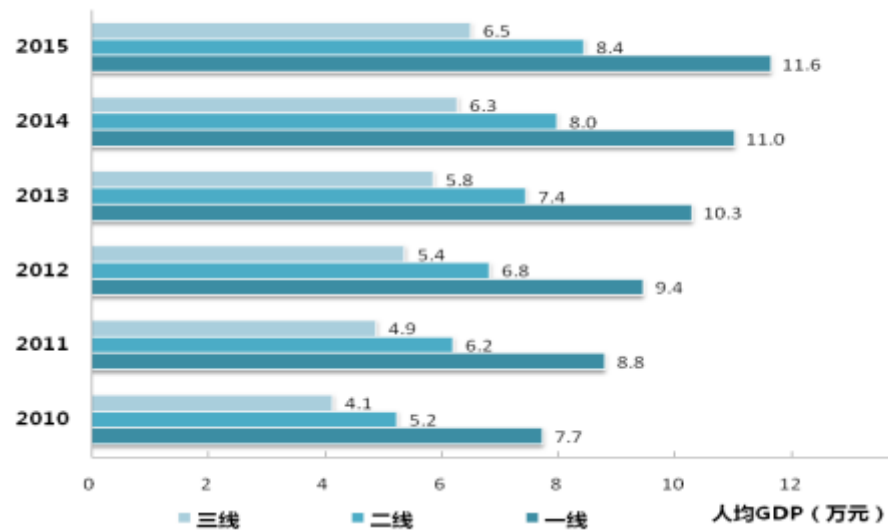




# 二三线城市的人均GDP

## 二三线城市人均GDP稳定增长

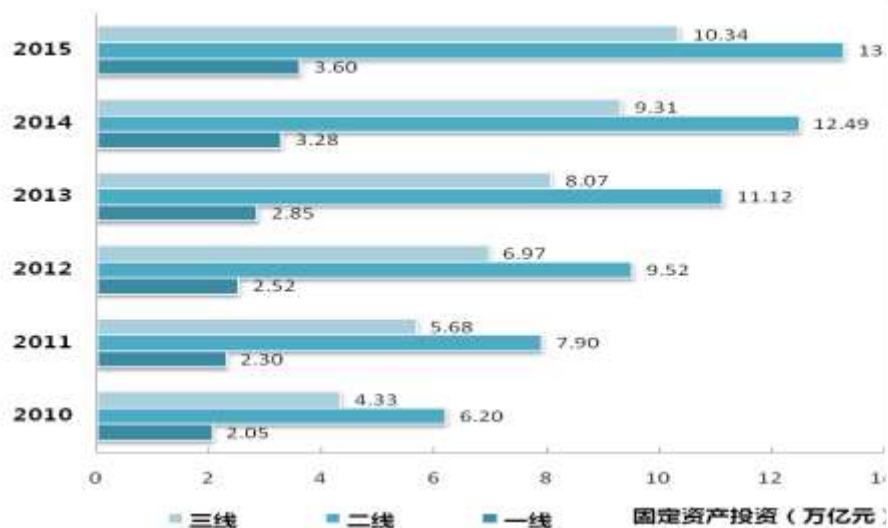
□ 国家统计局公布数据显示，2015年一线城市人均GDP为116324元，同比增长5.6%。二三线城市人均GDP均值分别为84385和64909元，同比增长速度分别为6.0%和3.5%，二三线城市人均GDP稳定增长。



# 二三线城市的投资规模

二三线城市城镇固定资产投资规模进一步提高，增速下行势头明显。

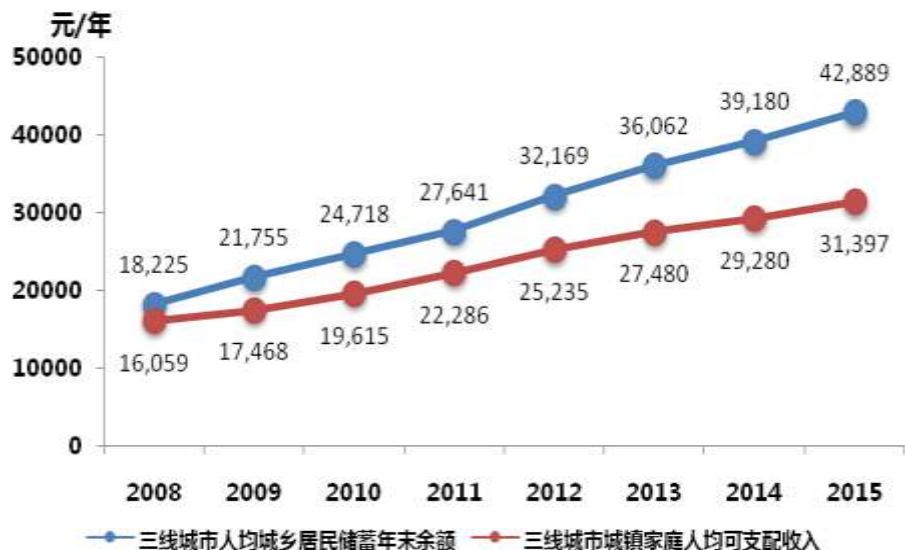
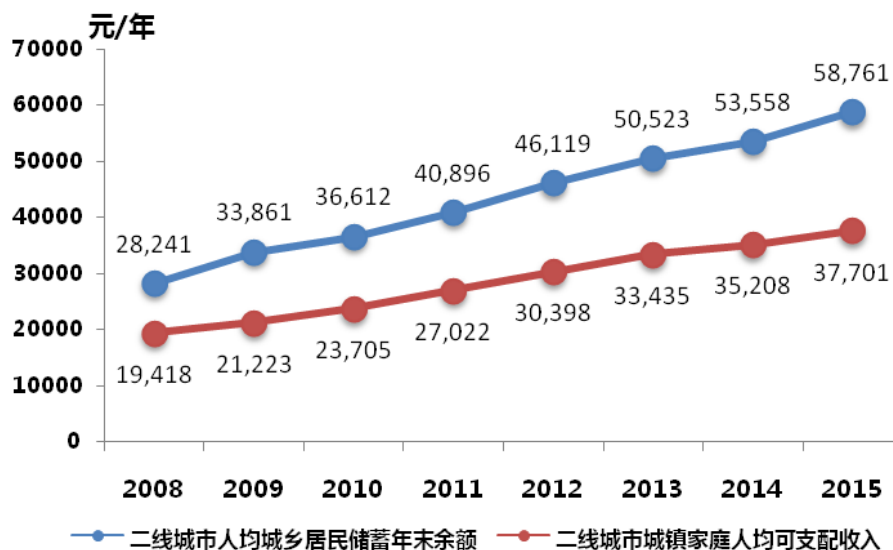
国家统计局公布数据显示，2015年一线城市城镇固定资产投资总额为3.6万亿元，同比增长10.0%。二三线城市城镇固定资产投资额为23.6万亿元，比2014年增加1.8万亿元，规模继续扩大，占全国比例分别为24.1%和18.8%，同比增长速度分别为6.3%和11.1%，受经济发展方式和结构调整的影响，二三线城市投资增速下行趋势明显，进入调整阵痛期。



# 二三线城市的居民收入

## 二三线城市人均年末存款余额和人均可支配收入继续保持稳定增长

- 从居民收入情况看，2015年二三线城市人均年末存款余额均值分别为58761元和42889元，人均可支配收入为37701元和31397元，同比增速均在7%以上，高于GDP增速；
- 从08年以来的数据看，二线城市人均年末存款余额和可支配收入分别比08年上涨108%和94%，三线城市人均年末存款余额和可支配收入分别比08年上涨135%和96%，年复合增速均在10%以上，居民收入大幅增长。

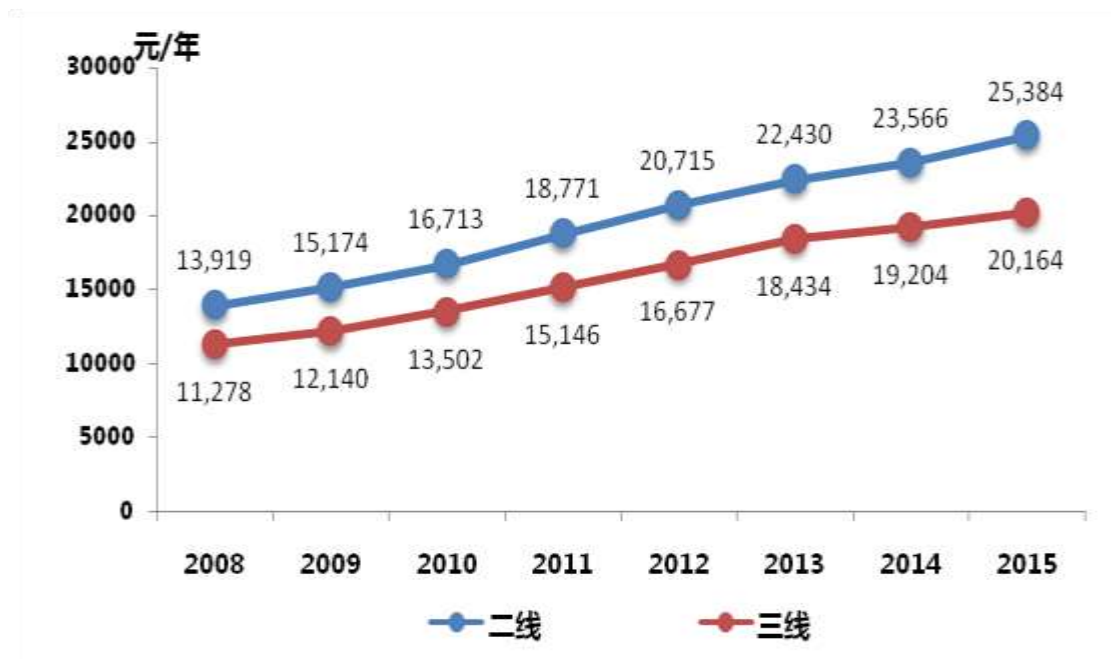


# 二三线城市的消费支出

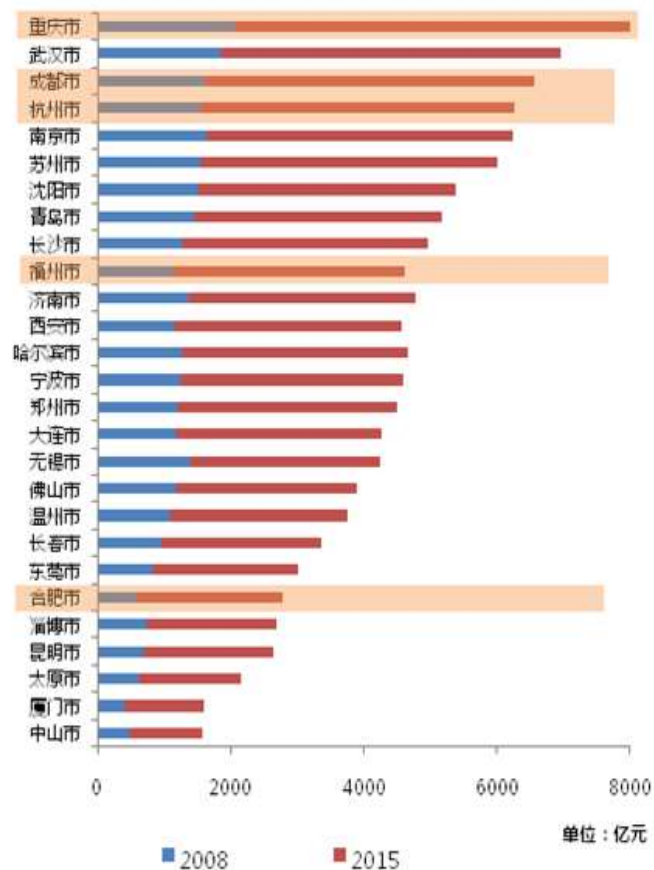
## 二三线城市人均消费支出平稳增长

扣除2013年以来持续加大反腐力度、严格执行八项规定对高端消费（高档餐饮业、会所等）较明显抑制效应的影响，消费增长平稳运行。2015年二三线城市居民人均消费支出均值分别为23566元和20164元，同比增速分别为7.7%、5.0%；

从08年以来的数据看，二三线城市居民人均消费支出比08年上涨82%和79%，年均复合增速均在9%以上，居民消费支出平稳增长。



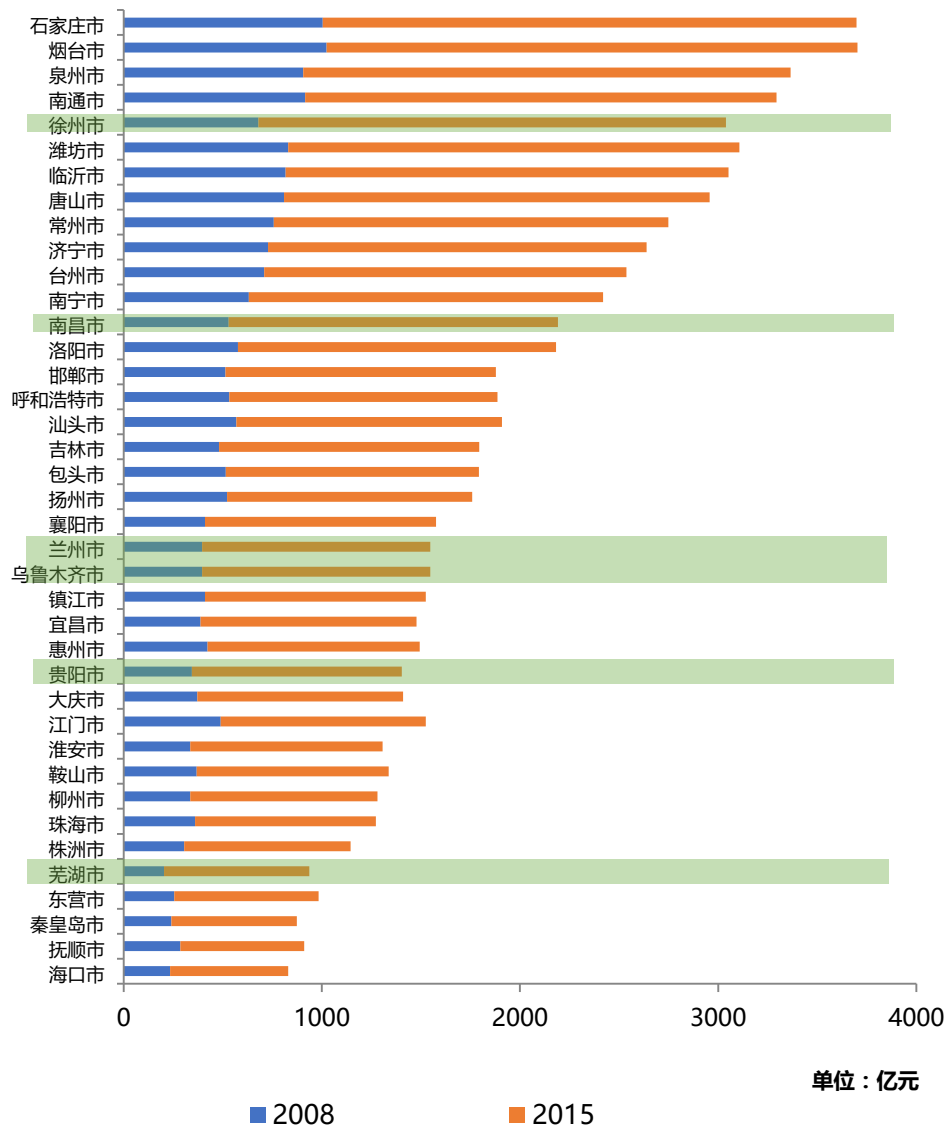
# 二线城市的消费市场规模



## 二线城市消费稳定增长

- 2015年二线城市的社会消费品零售总额为8.76万亿元，同比增长11.5%，比08年上涨173.4%，年复合增速为15.5%，保持高位稳定增长。
- 其中增速较快的城市分别是重庆、成都、杭州、合肥、昆明等城市，年均增幅在17%以上。

# 三线城市的消费市场规模



## 三线城市消费同比增长11.3%

2015年三线城市的社会消费品零售总额为5万亿元，同比增长5.6%，比08年上涨170.4%，年均复合增速15.3%；

其中增速较快的城市分别是徐州、南昌、兰州、乌鲁木齐、贵阳、芜湖等城市，年均增幅均在17%以上。

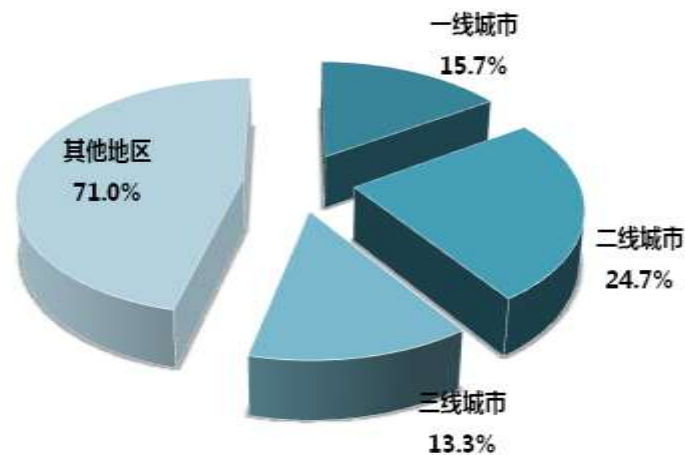
# 二三线城市的消费潜力

## 二三线城市总体消费力明显提高

根据华通人测算，2015年全国城市消费力总量为21.9万亿元，同比增长11.0%。二、三线城市总体消费力分别为5.4和2.9万亿元，占全国总体消费力的38.0%，同比增速分别为10.1%和7.6%，二三线城市总体消费力逐年提高。

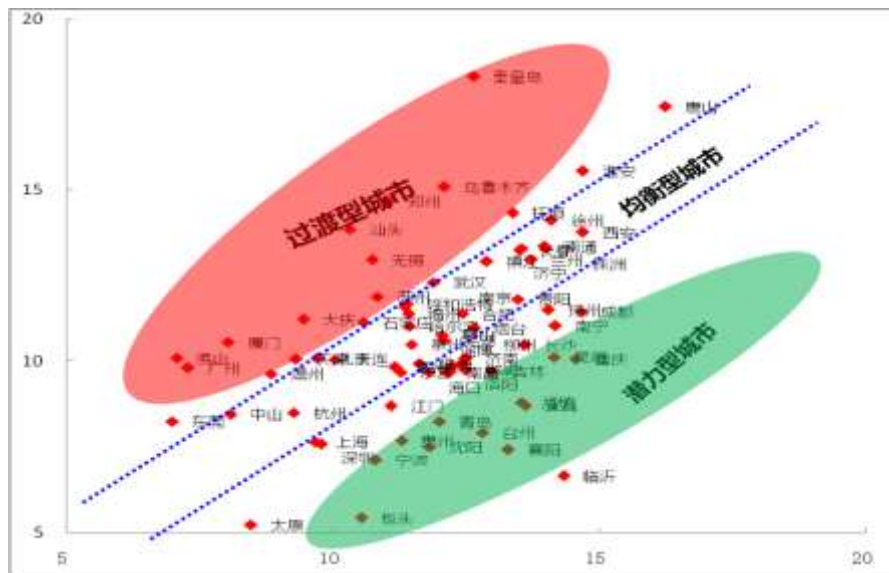


## 2015年中国城市消费力分布





# 二三线城市消费潜力



## 中国涌现出一批潜力型城市

### 二线城市：

重庆、沈阳、昆明、青岛、宁波、太原、成都、长沙、济南、淄博

### 三线城市：

临沂、襄阳、包头、宜昌、台州、潍坊、惠州、吉林、南宁、邯郸、扬州、洛阳、柳州、南昌、江门、海口

排名	潜力型城市TOP10	城市消费力(亿元)	人均消费力(元)	收入指标增速(%)	城镇居民人均消费性支出增速(%)
1	重庆	3465	28985	14.5	10.1
2	成都	3059	40824	14.7	11.4
3	沈阳	2723	45446	11.8	7.5
4	青岛	1910	54208	12	8.2
5	长沙	2009	66058	13.6	10.5
6	济南	1901	47562	12.5	10.1
7	昆明	1466	41653	14.1	10.1
8	宁波	1419	50292	10.8	7.1
9	太原	1156	33015	8.5	5.2
10	淄博	1080	41065	12.2	9.9

备注：收入指标为居民可支配收入与年末城乡居民储蓄余额的合成指标



北京华通人商用信息有限公司

ACMR All China Marketing Research Co., Ltd.



**当前,政府大数据的应用只是冰山一角,绝大部分隐藏在表面之下。**

**未来,大数据所带来的精彩值得期待!**



# 联系我们：

- 北京华通人商用信息有限公司
- 电话：+8610 5321 3288
- 传真：+8610 5321 3299
- 地址：北京市丰台区南四环西路188号总部基地一区ABP大厦B座8层
- 邮编：100067

