



# QuestMobile2021 中国移动互联网秋季报告

---

2021-11-02

# 本报告研究说明



本报告主要对中国移动互联网2021年Q3的发展和特色的全面盘点

1) **数据选取时间**: 2021年1-9月

2) **数据来源**:

QuestMobile TRUTH 中国移动互联网数据库

QuestMobile GROWTH 用户画像标签数据库

QuestMobile TRUTH 全景生态流量数据库

QuestMobile AD INSIGHT 广告洞察数据库

QuestMobile NEW MEDIA 新媒体数据库

3) **主要研究模型**:

行业发展生命周期理论、行业集中度理论

增长、营销、运营相关: 用户增长、细分行业发展及典型APP的发展生命力

用户分层与画像相关: 用户群组聚类、用户行为密度和使用依赖性研究

用户动机与行为关联相关: 分析用户行为变更、需求供给和满足、以及产品成长和用户行为关联关系

## 中国移动互联网发展的新形态

### 01 从平台整合到平台渗透

跑马圈地的时代已经过去，企业需要细化深入用户需求，通过平台间的相互渗透协作，来覆盖更广泛的用户服务场景

### 02 从线上拓展到线上整合

各大垂直行业经过多年运营已经形成较为稳定的线上布局，下一步将进行对线上资源的多元整合

### 03 从终端服务到场景服务

各大终端厂商全面加入泛终端时代的市场竞争，用户服务正在从基于终端的功能服务向多终端协作的场景服务跨进

### 04 从产业带动到产业赋能

随着科技水平的不断提升，各行业均在实现数字化发展，产业数字化规模的不断扩大带动行业从量到质的跨越，正在激发新的动能

### 05 从数字营销到整合营销

单纯增加投放额度对品牌增长已收效甚微，品牌需要基于用户属性和诉求，有机的整合品牌资源来进行营销拓展，实现更精细的投放触达

# 01

---

全面深入的数字化发展带动  
移动互联网进入历史新阶段

中国移动互联网经过20多年的发展，一直经历着各种改变，对于人们的影响也在不断深入



## 中国移动互联网发展历程

2000年

2008年

2011年

2017年

2020年

初始萌芽阶段

培育成长阶段

快速成长阶段

转型成长阶段

全面发展阶段

标志事件	2000年12月 中国移动推出移动互联网业务品牌：“移动梦网”	2009年1月 工信部发放3G牌照，中国正式进入3G时代	2011年1月 微信上线	2017年1月 微信小程序上线	2020年 新冠疫情影响下，全面推进数字化发展
手机终端	功能机为主 (塞班、黑莓) 智能机	功能机->智能机 (安卓、苹果)	智能机为主 (安卓、苹果)	国产智能机崛起	国产智能机全面崛起
应用形式	WAP	APP (PC端->手机端)	APP (专为手机开发应用)	APP+小程序	APP、小程序 智能设备应用服务
主要场景	短信、彩信 手机上网	上网、社交	社交、网购 新闻、搜索	社交、网购、短视频 手机游戏、生活服务	全面数字化生活

## 2020年至今移动互联网的时代变革背景



### 存量竞争 跨领域

巨头掌控流量通道  
新锐增长势力崛起  
更加考验运营效率及盈利能力



### 代际变迁 圈层化

Z世代逐渐崛起  
消费及兴趣偏好的变迁  
圈层文化下的精细化运营



### 营销变革 新品牌

直播带货  
流量粉尘化与营销模式创新  
新兴品牌快速发展



### 新端系统 跨终端

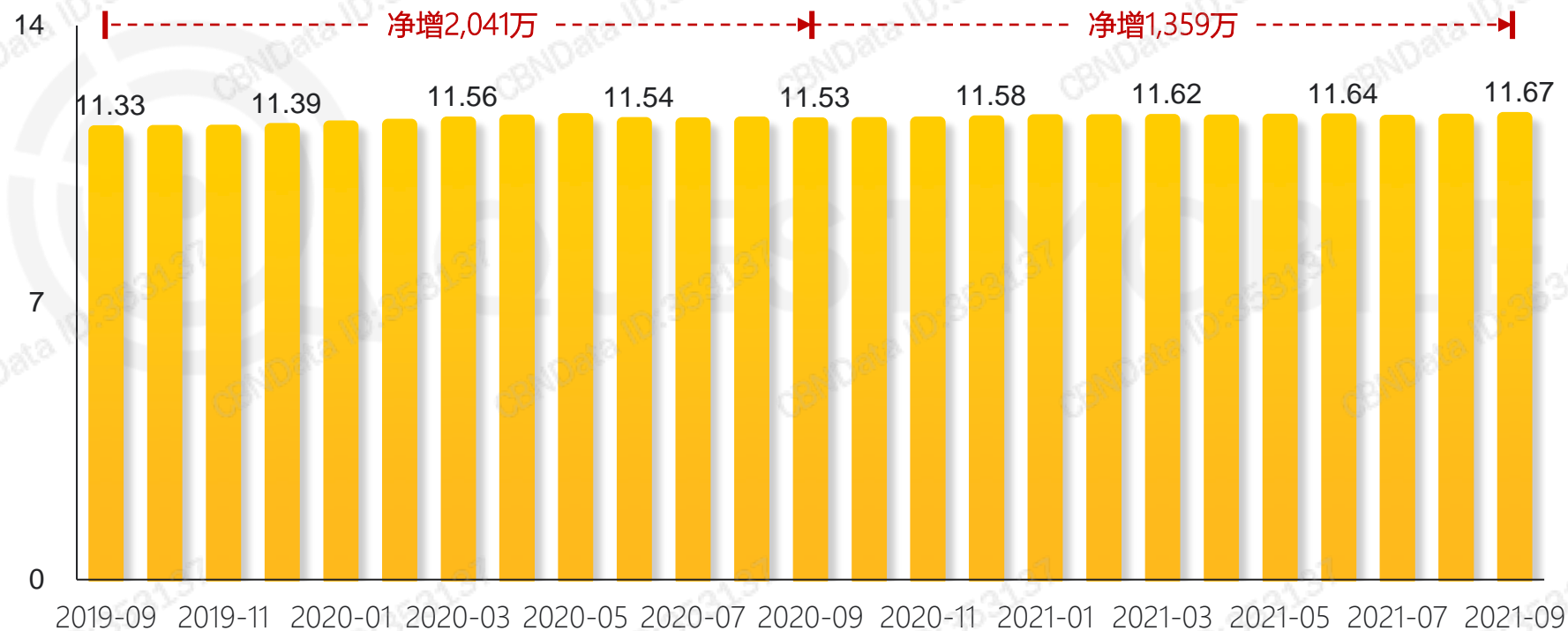
物联网与数字化  
智能设备升级  
多终端、跨终端布局新机遇

移动互联网覆盖逐步趋于饱和下，用户增长有所放缓，规模达到11.67亿历史新高



### 中国移动互联网 月活跃用户规模

单位：亿

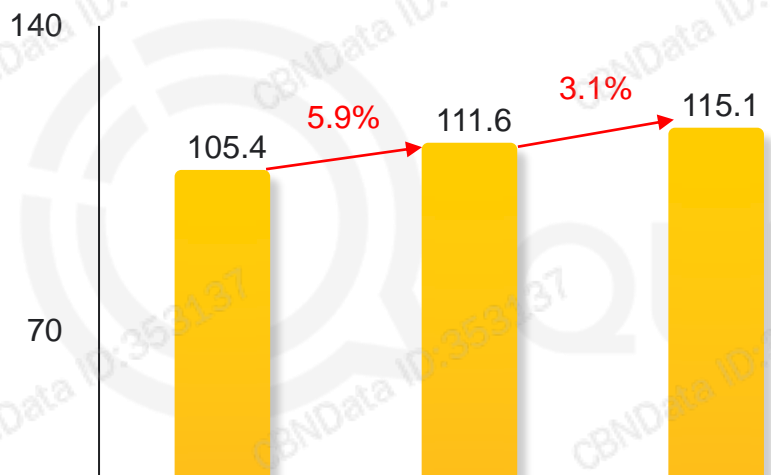


但移动互联网对于用户的影响依然在稳步加深，人们的使用次数和时长都保持增长态势

## 中国移动互联网 用户网络使用行为

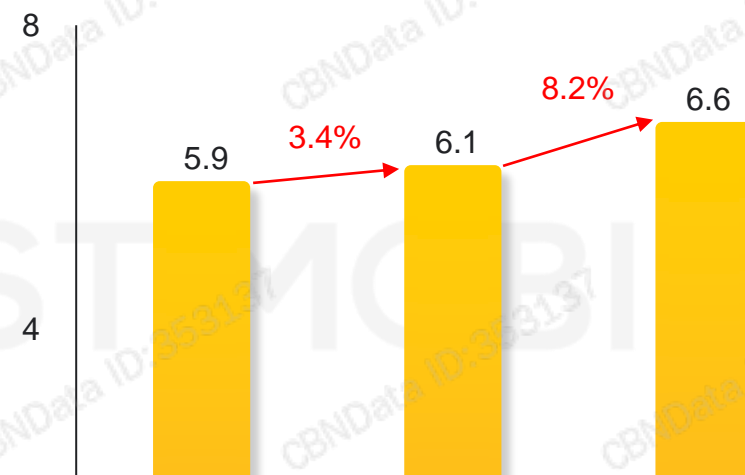
### 月人均单日使用次数

单位：次



### 月人均单日使用时长

单位：小时



预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

[https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1\\_28938](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_28938)

