

# 中国移动互联网流量半年度 分析报告

2020年



# 研究范围及数据说明

## 研究范围

### 1. 研究对象:

-中国移动互联网网民

### 2. 研究范围:

-中国移动互联网APP使用行为、视频浏览习惯及新媒体平台KOL访问行为

## 数据说明

### 1. 数据来源:

-艾瑞咨询 UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）

-艾瑞咨询 OneMedia 新媒体监测数据库

-艾瑞咨询 Sponsorship Value Creator 赞助效果评估数据库

### 2. 数据统计时间:

-2019年1月-2020年6月

## 01 流量变化

**流量红利见顶**：月独立设备数达14.26亿台，较去年仅增长3018万台；流量增速持续走低，6月增速低至2.2%；

**时长红利犹可期**：网民对移动互联网的依赖程度逐年提高，相比前年6月增加1.17小时；疫情之下，用户“宅生活”加深，线上活跃时长增长明显，在2月达到单机单日4.56小时，疫情好转后在6月仍保持在4小时以上。

## 02 行业变化

在经过疫情的洗礼下，移动互联网细分行业形成四种典型发展态势：**陡然上升型、短期回落型、稳中有升型、持续低迷初恢复型**。

## 03 内容营销

**剧集**：四大平台齐入局，付费超前点播成新常态，古装和IP改编占多数。

**综艺**：多触点链接，链路营销促转化。

**直播**：主播阵容多元化成新风潮，持续加码种草直播；泛娱乐品质化内容注入，赋能电商直播生态内容升级。

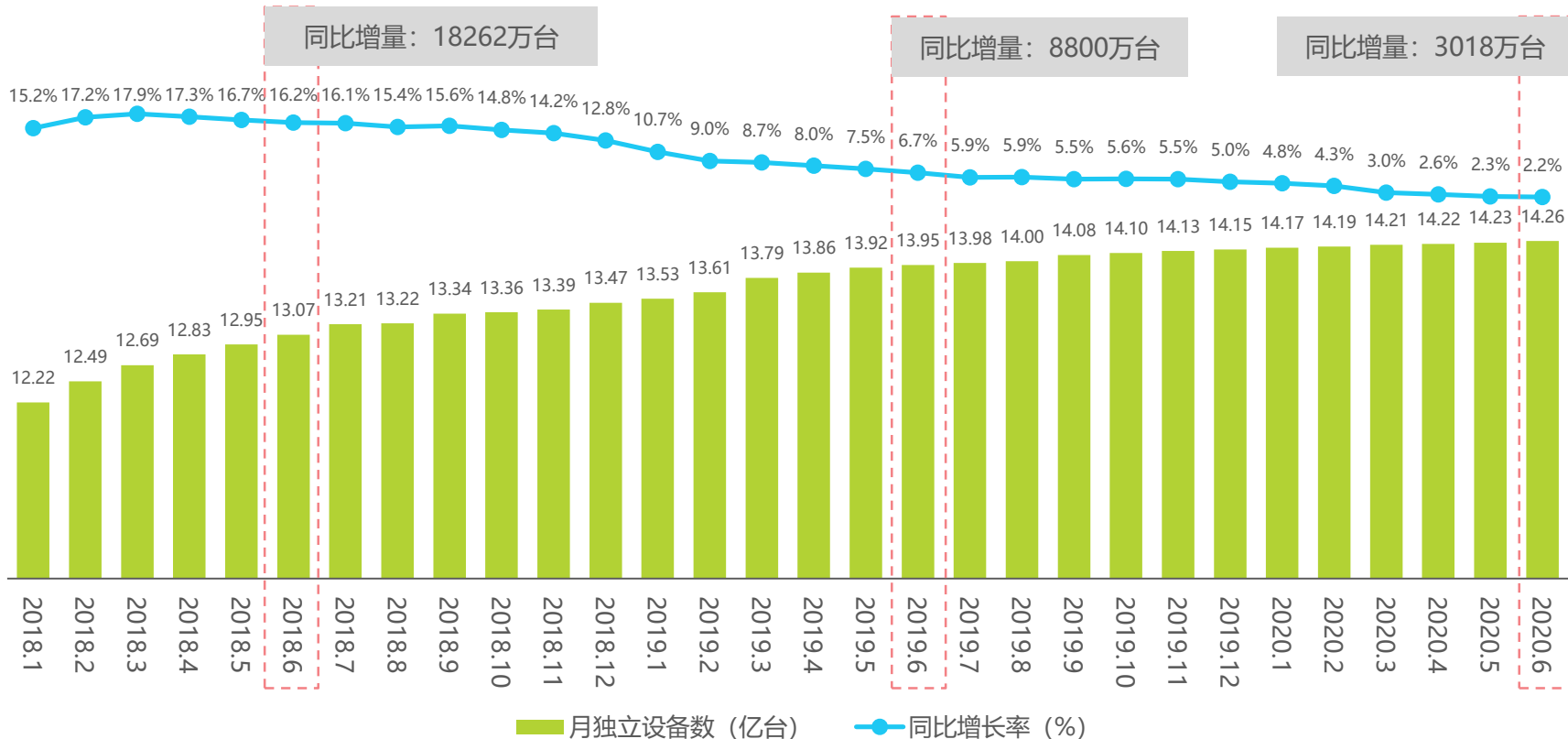
2020H1中国移动互联网发展概览	1
互联网内容营销简览	2
互联网圈层人群分析	3
移动互联网细分行业分析	4
2020H1移动互联网价值榜	5



# 中国移动互联网流量趋势

流量红利见顶：月独立设备数达14.26亿台，较去年仅增长3018万台；流量增速持续走低，6月增速低至2.2%

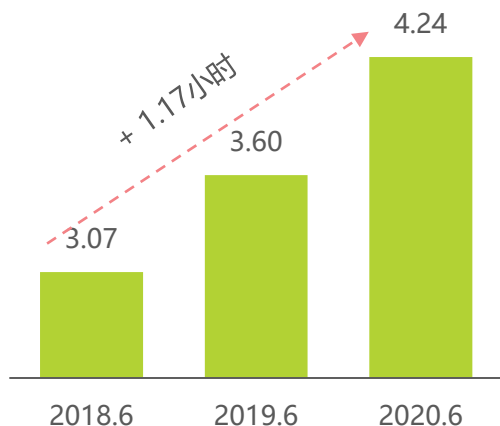
## mUserTracker-2018.1-2020.6中国移动互联网月独立设备数及同比



# 中国移动互联网用户粘性

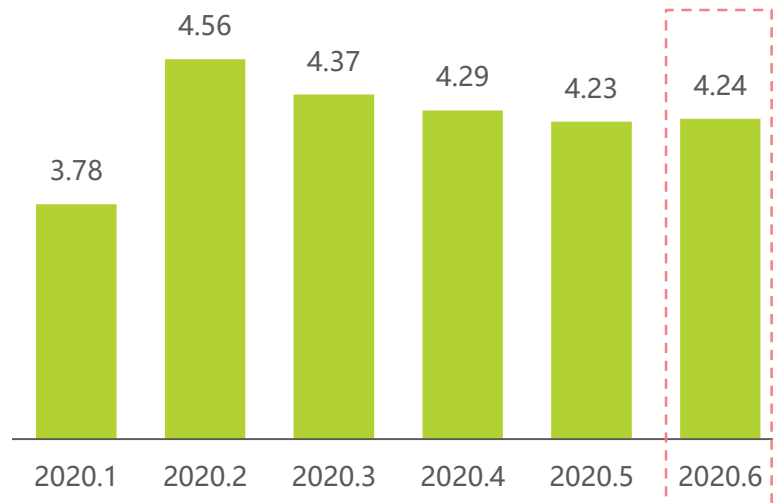
时长红利犹可期：疫情之下，用户“宅生活”加深，线上活跃时长增长明显，在2月达到4.56小时，疫情好转后在6月仍保持在4小时以上

mUserTracker-2018-2020年6月中国  
移动网民用户粘性



■ 单机单日使用时长 (小时)

mUserTracker-2020年1-6月中国移动  
网民用户粘性

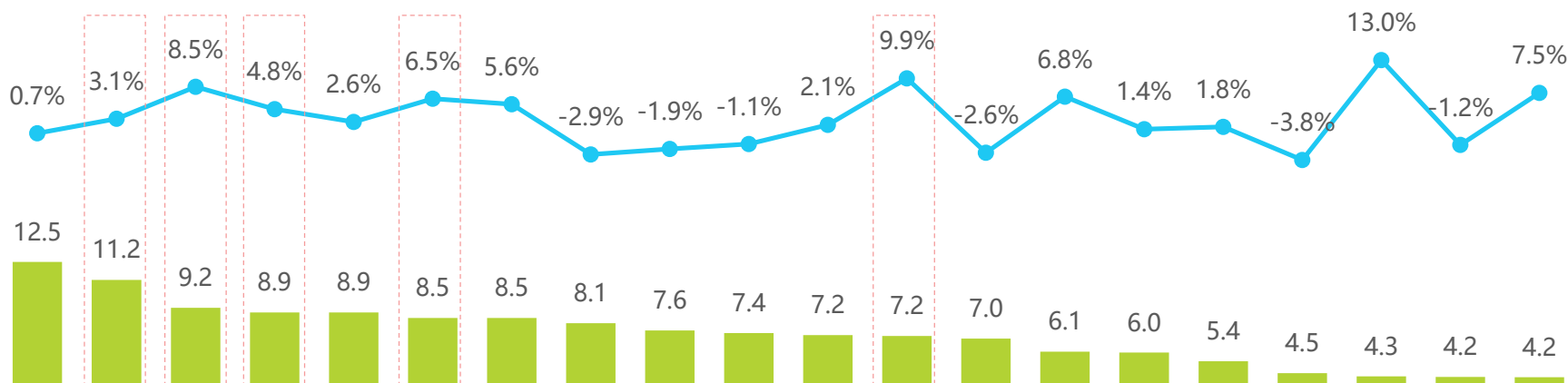


■ 单机单日使用时长 (小时)

# 后疫情时代的发展变化 | 行业变化

流量：TOP20细分行业强者恒强，TOP7全部不同程度增长；泛娱乐行业依旧表现亮眼，与消费相关的支付类以及与生活相关的新闻资讯类月活同比增长明显

mUserTracker-2020年6月中国移动互联网TOP20二级行业月独立设备数和同比增长率



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\\_20879](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_20879)

