

风险中酝酿生机|数说2020开 年博弈升级

2020年



2020年的春节，因为新型冠状病毒，打乱了无数人或企业的步伐，但从古至今，乌云背后总有一线强大的曙光，尤其是互联网快速发展、商业业态不断升级、人和平台之间从未如此亲密链接的今天，在疫情袭来的寒冬中，“线上”与“线下”正大迈步融合，风险中酝酿生机。

01

民生刚需，带来措手不及的旺季：

生鲜电商行业迎来猝不及防的旺季，产品供不应求，全天抢菜24小时用户活跃度多次激增。菜谱类APP也迎来增长，用户呈年轻化趋势。

疫情期间，医疗知识、线上问诊、线上买药成为直接需求，**在线医疗**平台日人均使用时长同比增加31.1%。

对抗疫情，用户增加免疫力需求增加，**健身运动**APP使用时长同比增长63.9%。

02

疫情传播，增强行业用户粘性：

疫情动态信息需求拉动**新闻资讯**大幅增长，春节期间用户规模同比去年增长20.7%。

疫情讯息得到广泛关注，**微博**作为舆论风向和信息传播桥梁，春节活同同比增加27%。**微信**作为头部即时通讯平台，沟通和信息获取需求再上升，春节时长同比增长8.6%。

03

场景升级，技术驱动行业风口：

在线教育假期淡季缓解，节后停课不停学，在线学习需求明显提升，行业渗透稳步拔高。互联网大公司积极响应，腾讯视频“在家上课啦”以内容和用户运营能力拓展线上教育场景；保利威用直播技术为学校/企业保驾护航。

04

假期延长，泛娱乐生活加深：

疫情负面情绪缓解、寒假娱乐休闲、春节亲友联谊，三重因素促进**在线游戏**行业增长，人均使用时长环比节前增长5.8%，同比去年增加11.5%。王者荣耀使用时长远超去年，和平精英春节期间增长可观，休闲益智和棋牌类小游戏也大受欢迎；

在线视频和**短视频**行业在疫情宅经济带动下顺势增长，大公司字节跳动、哔哩哔哩表现不俗，但因春节档下线，**在线电影票务**受重创。

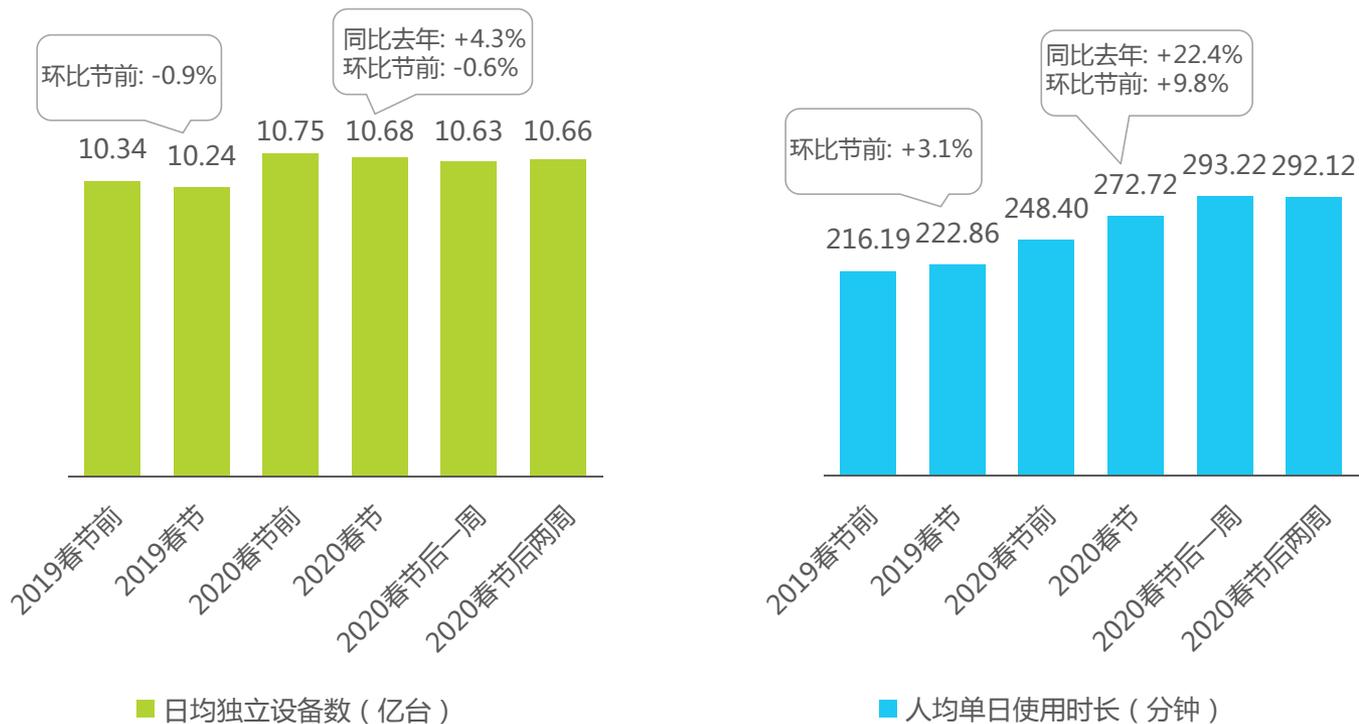
行业总览	1
民生刚需，带来措不及防的旺季	2
疫情传播，增强行业用户粘性	3
场景升级，技术驱动行业风口	4
假期延长，泛娱乐生活加深	5

中国整体移动网民行为变化

春节期间足不出户，用户使用时长增长近10%

受疫情影响，人们春节原本的旅行和外出计划被迫取消，只得待在家中。没有了往年春节的热闹，更多人选择用手机和互联网填补空闲时间。这一现象直观地体现在用户日人均使用时长较春节前一周近10%的增长。

mUserTracker-2019&2020年春节前后移动网民行为对比



注释：2019春节前为2019.1.28-2019.2.3；2019春节为2019.2.4-2019.2.10；2020春节前为2020.1.17-2020.1.23；2020春节为2020.1.24-2020.1.30；2020春节后一周为2020.2.3-2020.2.9；2020春节后两周为2020.2.10-2020.2.16。

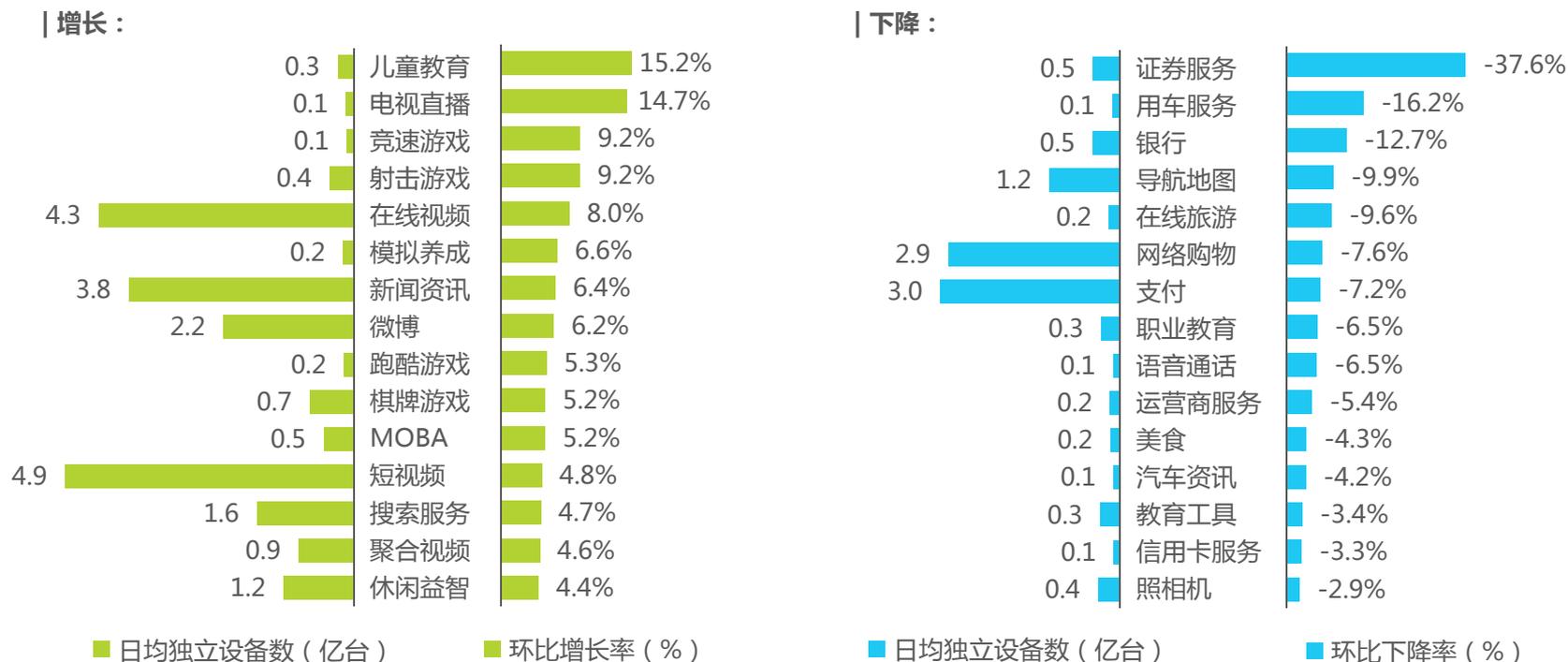
来源：UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

中国整体移动网民行为变化

视频和游戏行业迎来用户量激增，出行、旅游受打击

从日均独立设备数来看，主要增长的行业为视频和游戏大类，反映了春节期间人们对娱乐的需求；另外用户对疫情动态的关心也拉动了新闻资讯和微博6%左右的增长。日均独立设备数下降的行业，除了受股市休市影响的证券服务，其余行业多为受疫情影响的旅游出行、网络购物、金融支付等。

mUserTracker-2020年春节及节前日均独立设备数增长和下降率TOP15行业
(日均活跃设备数>1千万)



注释：2020年春节前为2020.1.17-2020.1.23；2020年春节为2020.1.24-2020.1.30。
来源：UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

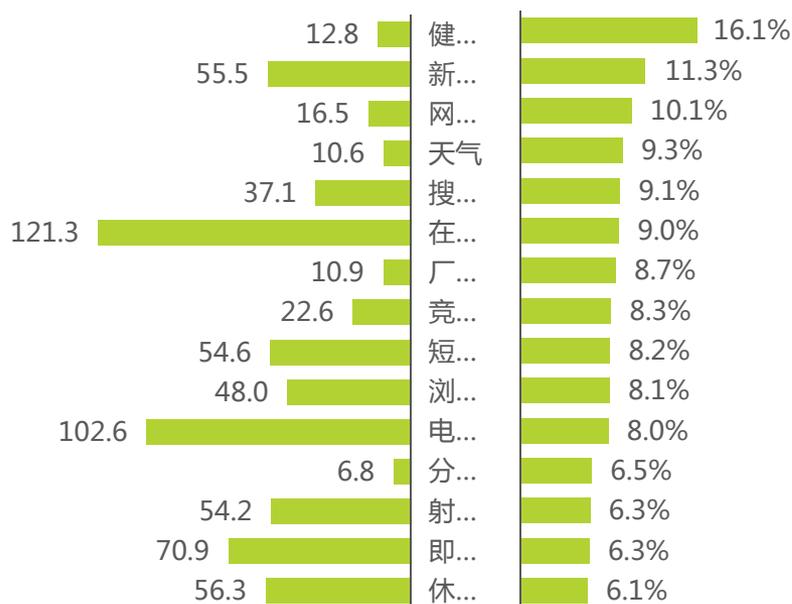
中国整体移动网民行为变化

宅家娱乐不忘健身运动，减少出行响应政府号召

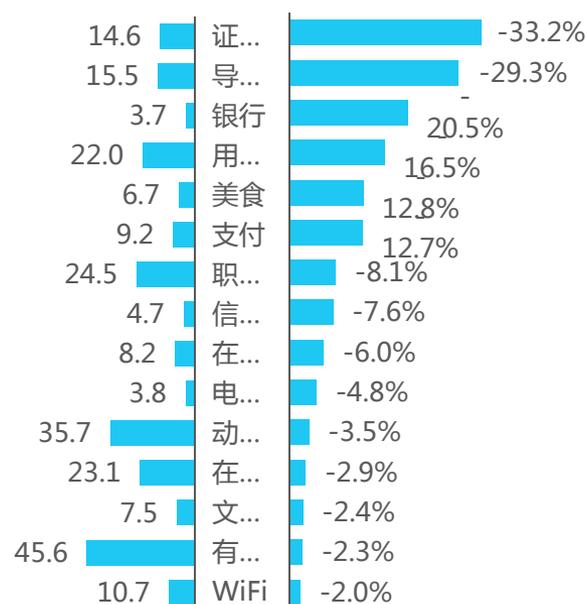
从日人均使用时长来看，相比春节前，用户花更多时间在健身运动、新闻资讯以及泛娱乐APP上。而地图和用车服务使用时长也明显下降符合疫情的特殊情况。不过虽然网络购物行业用户数大幅下跌，我们并没有看到日人均使用时长的明显下降，这可能是受益于防疫物资需求暴增以及部分电商平台提供生鲜配送的正面影响。

mUserTracker-2020年春节及节前日人均使用时长增长和下降率TOP15行业 (日均活跃设备数>1千万)

| 增长 :



| 下降 :



■ 人均单日使用时长 (分钟)

■ 环比增长率 (%)

■ 人均单日使用时长 (分钟)

■ 环比下降率 (%)

注释：2020年春节前为2020.1.17-2020.1.23；2020年春节为2020.1.24-2020.1.30。
来源：UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

行业总览

1

民生刚需，带来措不及防的旺季

2

疫情传播，增强行业用户粘性

3

场景升级，技术驱动行业风口

4

假期延长，泛娱乐生活加深

5

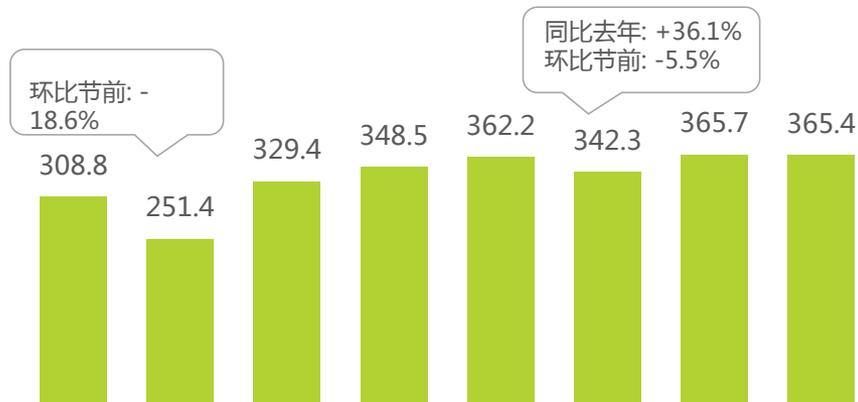
措手不及的旺季,生活刚需带动服务电商

疫情下的生活刚需减缓生鲜电商季节性波谷

2020年春节生鲜电商日均独立设备数环比节前下降5.5%，较去年18.6%的降幅有所缓解。不过节后并未出现明显暴增，这可能是受部分综合电商平台也提供生鲜服务，从而截流影响。

疫情之下，人们的安全防护意识进一步加深，于是为安全卫生着想，更多人倾向买菜回家做饭，生活刚需减弱了生鲜电商平台在假期里的季节性淡季，到家服务需求迎来措手不及的旺季。

mUserTracker-2019&2020年春节前后生鲜电商行业日均独立设备数



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_20970

