

中国第三方日历类App 用户洞察报告

2016年

www.iresearch.com



海量行研报告免费读

写在前面-研究对象及方法

行业背景

根据艾瑞咨询mUserTracker的最新监测数据，2016年9月，个人工具类App的月度独立设备数与用户粘性均较高，随着生活节奏的加快、智能设备的普及、用户对工具类App的需求不断增大，其中日历类App作为与日常生活息息相关的产品，不断被用户所认可，其自身也在以时间作为入口，向更多生活服务领域拓展。

研究目的



- 分析中国第三方日历类App的行业发展现状及特征；
- 反映市场核心企业的产品特征及用户使用行为；
- 刻画核心产品的用户画像及特征
- 探讨未来发展方向

研究方法



- 研究方法：
桌面研究、监测数据
与用户调研
- 调研样本量：
有效样本=1209

样本定义



第三方日历类App定义：包含中国所有非手机系统自带的可在应用市场下载的日历类App。

日历类App用户定义：在过去12个月中使用过日历类App的智能手机用户。

写在前面-报告摘要

行业情况 及 用户行为

- 中国第三方日历类App月度有效使用时长超1000万小时；
- 智能手机的普及为中国总体日历类App市场带来良好的发展机会，而第三方日历类App市场集中度较高，以中华万年历、万年历为核心产品的随身云公司市场占有率超过70%；
- 五成用户每日都会使用随身云旗下产品，22.7%的用户会在其产品中内停留20分钟以上；
- 七成用户选择自行安装日历类App，随身云用户则有八成选择自行安装；
- 在日历类App中，用户以使用日历/天气/黄历等功能为主，购物、休闲娱乐、提醒也受到关注；
- 用户对日历类产品整体满意度高，推荐意愿人数占比超过90%。

- 男女比约为6:4，七成为25-35岁的年轻人，大学及以上学历者占多数；
- 智能手机系统中，Android系统占比59.3%，iOS系统占比40.7%；
- 用户所处城市多位于经济发达地区，职务的三成以上为公司中高层；
- 随身云用户拥有旺盛的购买欲，多是家庭消费的决策者，网购次数频繁；
- 从消费的产品类型来看，用户热爱旅行，关注理财，对智能产品也有浓厚兴趣。

随身云产品 用户画像

随身云产品用户 广告接受度

- 用户并不排斥日历类应用中的广告，17.6%的用户会因内容创意而留意广告；
- 广告的内容和质量是决定其是否能引起用户注意和得到接受的关键；
- 具备实用性、符合个人需求的广告内容及社交广告等形式更受用户青睐。

- 沿着生活服务的出发点，提供给用户更简单、实用的产品体验和个性化服务是用户对产品的期待；
- 用户对黄历、日历等基础功能期待更高，要求更优体验。

用户期待

日历类产品 新增长点

- 围绕日历提升精细化管理工具体验，使功能更便捷高效；
- 时间为入口，用内容为用户提供更多价值；
- 拓展更多生活信息类服务、本地服务；
- 精准化推荐与场景营销的结合。

中国第三方日历类App发展情况分析

1

中国日历类App用户使用行为分析

2

随身云旗下App用户画像分析

3

随身云旗下App用户消费能力分析

4

随身云旗下用户移动广告接受情况分析

5

中国第三方日历类App创新与未来方向

6

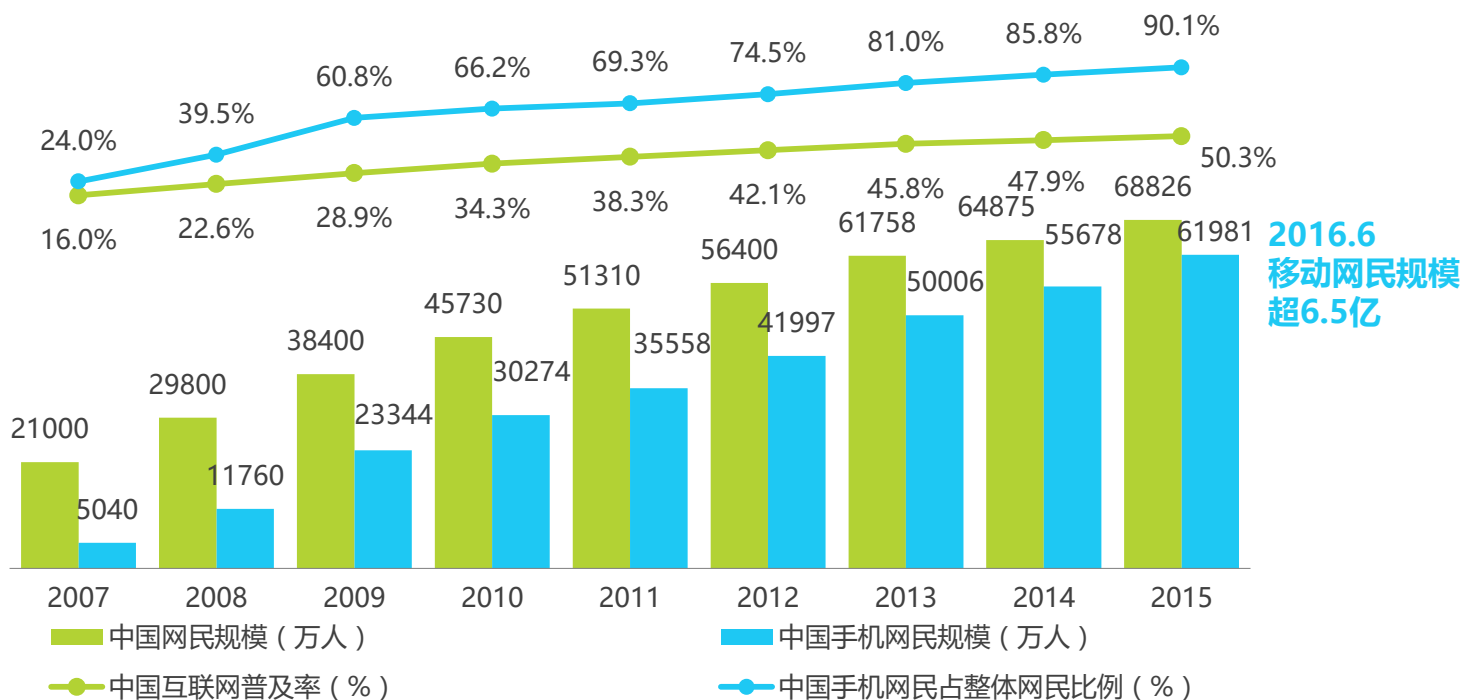
中国移动互联网发展情况分析

互联网发展趋于成熟，互联生活助推管理工具类产品受关注

根据艾瑞整理CNNIC最新数据显示，截至2016年6月，我国网民规模近6.5亿，互联网普及率超过50%。同时，移动互联网经过多年发展已经进入相对成熟阶段，过去几年来，移动网民增速远超过整体网民增速，中国整体网民的增长已经由PC网民增长转移到移动网民的增长。

艾瑞分析认为，移动互联网使互动变得更高效、信息获取更便捷，也加速了网民的生活与工作节奏，使贴近人们生活的工具类App获得了更多的发展机会。

2007-2015年中国整体网民及移动网民规模



来源：网民规模来源为2016年CNNIC发布的第38次《中国互联网络发展状况统计报告》

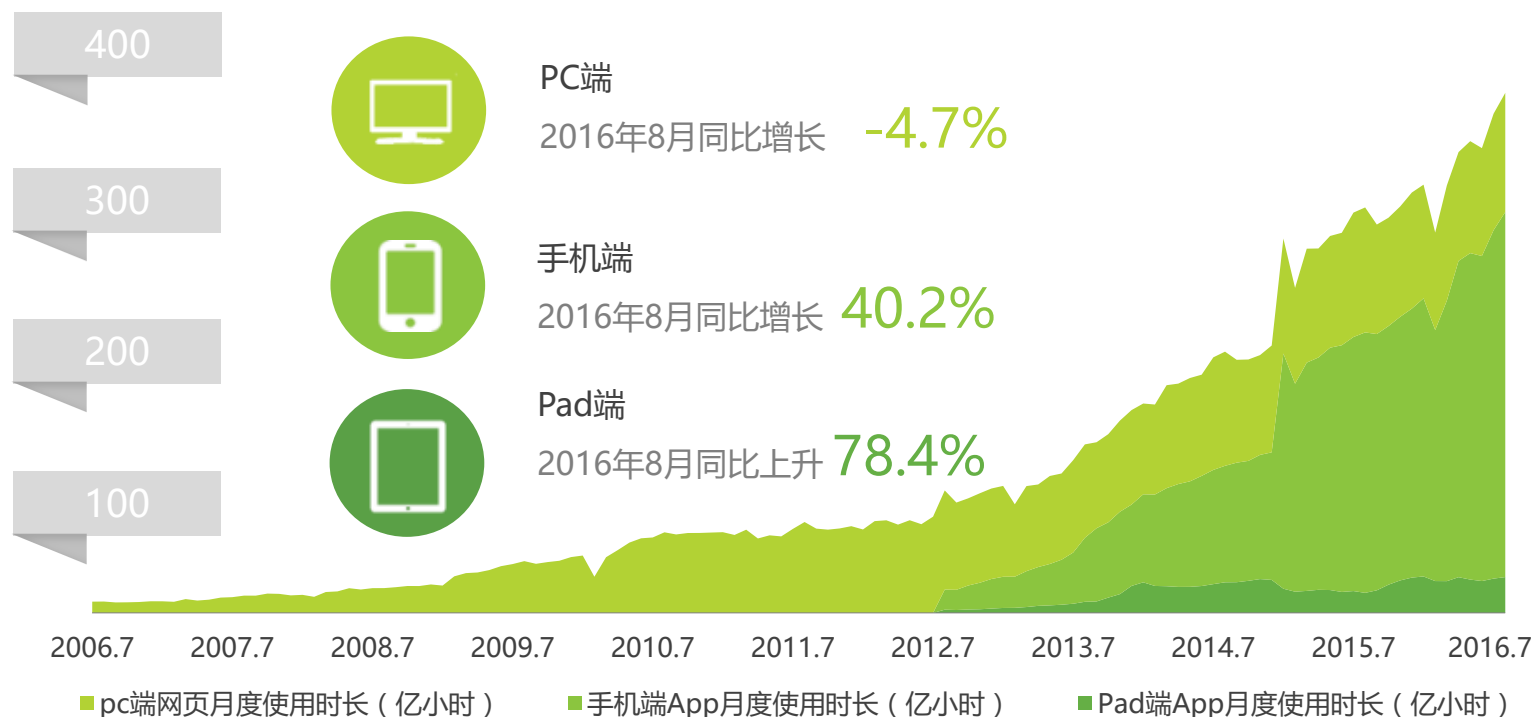
中国网民各终端使用时长分布

移动端吸引更多的网民注意力，智能手机与生活密不可分

根据艾瑞数据显示，当前中国网民手机端及Pad端上花费的时间同比增长迅速，两者的使用时长已远超PC端。其中，2016年8月手机App的月度使用时长为357.1亿小时，接近PC端的3倍。随着移动互联网技术的不断创新、手机应用涉及的领域不断垂直细分、产品对于用户需求的挖掘逐步深入，移动端已经成为中国网民选择的主流终端，用户黏性不断提高。

iUserTracker&mUserTracker-2006年7月-2016年8月PC端网页、手机端App、

Pad端App月度使用时长情况



来源：iUserTracker.2016.3，基于日均400万PC端软件监测数据获得。 mUserTracker.2016.3，基于日均400万手机、平板移动设备软件监测数据，与超过1亿移动设备的通讯监测数据，联合计算研究获得。

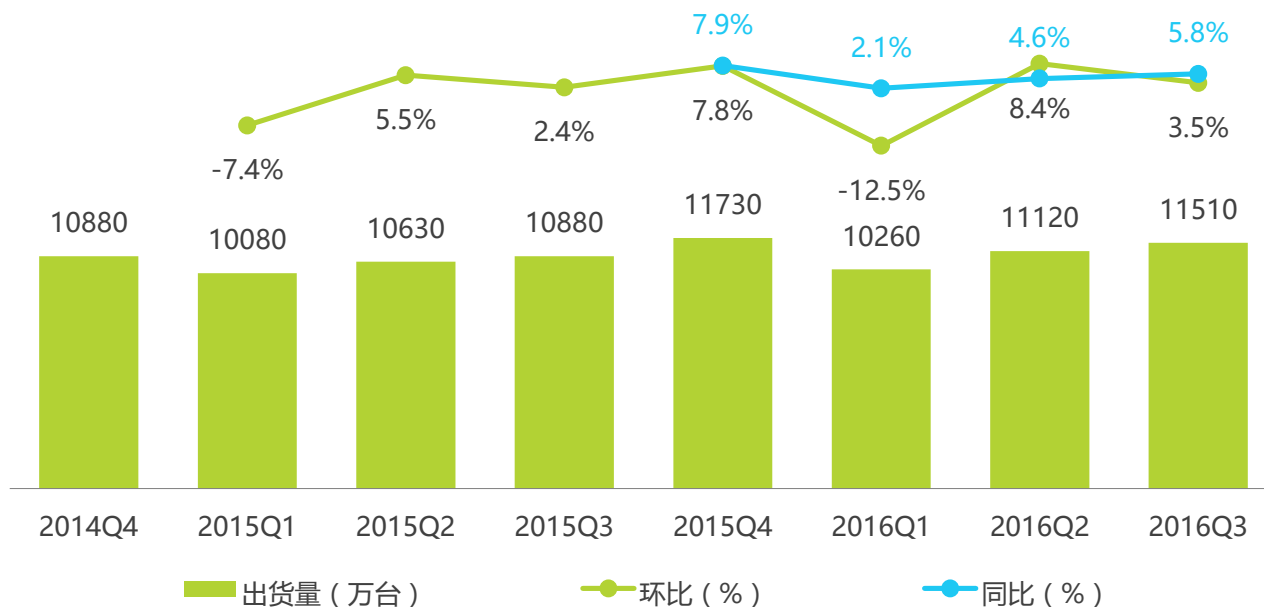
中国第三方日历类App发展环境分析

依托于智能手机的发展，日历类App潜在市场巨大

1) 2016年上半年全球智能手机出货量为6.8亿部，随着功能机存量替换和智能新机型升级换代二者速度的放缓，全球智能手机市场进入成熟发展期，部分海外市场如东南亚和非洲地区显示出旺盛生长力，部分地区出货量增速超过30%。2) 我国手机市场的新发展特征，体现为不仅本土市场大，且海外影响力凸显。2016年前三季度国内智能手机市场累计出货为3.71亿部，并且国产品牌手机由于其高性价比在东南亚、非洲等市场拥有较高占有率。依托于智能手机而不断发展的工具类应用也存在更广阔的海外发展空间。

综上，艾瑞分析认为，日历类App作为智能手机不可或缺的工具性产品，伴随国内移动互联网对人们生活方式渗透的深入以及中国智能手机市场产业向海外市场的扩张，潜在市场巨大。

2014Q4-2016Q3中国智能手机出货量



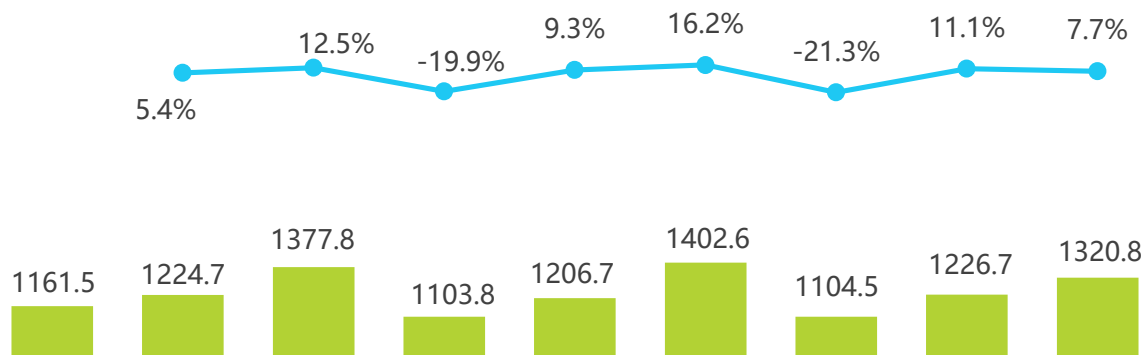
来源：IDC中国地区智能手机季度跟踪报告2014Q4-2016Q3。

中国第三方日历类App发展情况分析

月总有效使用时长超1000万小时，现季节性波动

根据艾瑞移动端监测产品mUserTracker显示，2016年1月-9月中国第三方日历类App的月度总有效使用时长均保持在1000万小时左右。其中，2016年9月，第三方日历类App的月度总使用时长达到1320.8万小时。从全年的走势来看，受到节气、节日等因素的影响，日历类App的用户黏性呈现较为明显的季节性变化，在换季或有传统节日的月份用户使用的时间更长。

2016年1月-9月中国第三方日历类App月度有效使用时长走势



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_21515

