



/ 2019年Q4 /

移动互联网行业数据研究报告

极光JIGUANG

2020.02



- 2019年第四季度，手机游戏行业遇冷，时长占比大幅下降；即时通讯行业用户注意力被短视频及在线视频等行业进一步挤压



- 用户注意力高度集中于头部互联网企业：头部企业建立起app生态圈，用不到三成的app安装占比抢占了市场超七成的用户使用时长



- 金融行业上浮，短视频行业下沉：与去年同期相比，手机银行和支付结算行业的高线城市用户体量增长均超过5千万；短视频行业则在低线城市收获了近亿用户



- “她经济”带来消费需求新机遇：女性网民占比逐步增长，拍摄美化、美容美妆和医学整形行业等女性向细分市场涌入更多消费主力



- 圈层消费时代来临：圈层是由个性化内容汇聚和维系的兴趣群体，其活跃度、忠诚度、消费意愿较高，“泛兴趣消费”意愿强烈

01 / CHAPTER ONE

整体app市场概览

02 / CHAPTER TWO

热点分析


03 / CHAPTER THREE

细分行业观察

04 / CHAPTER FOUR

App渗透率总榜

01



/ CHAPTER ONE

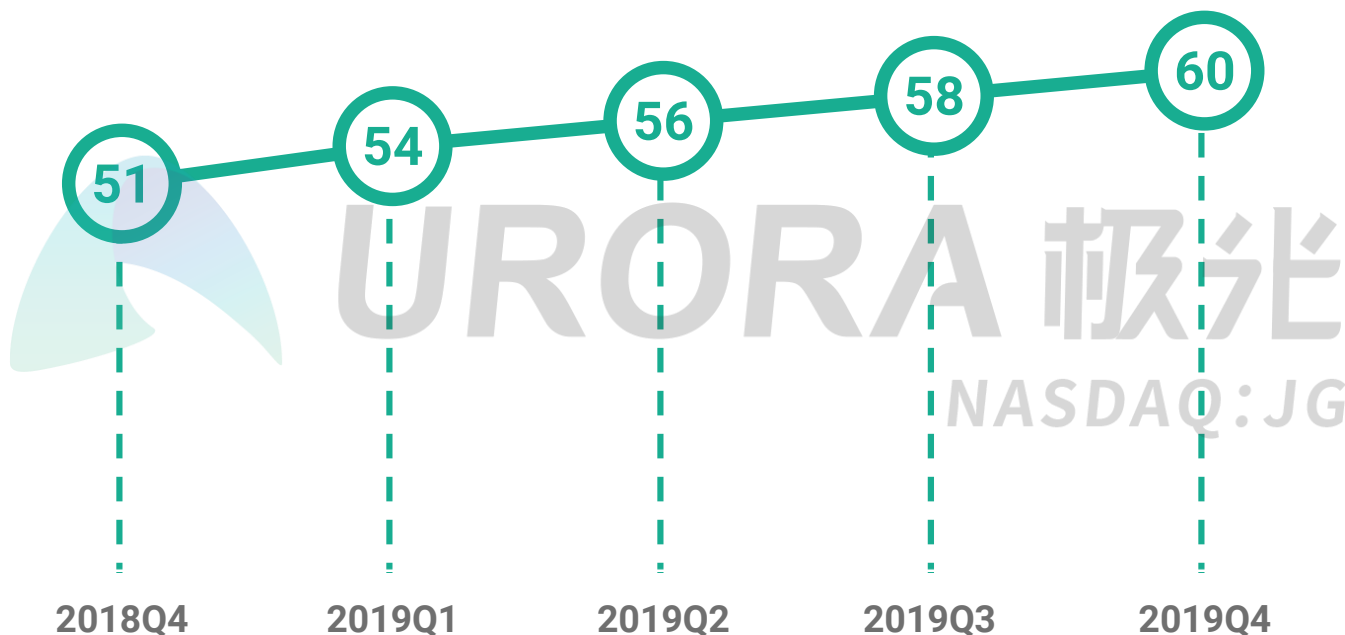
整体app市场概览

- 移动网民app安装特征
- 移动网民app分类时长
- 同比增长榜

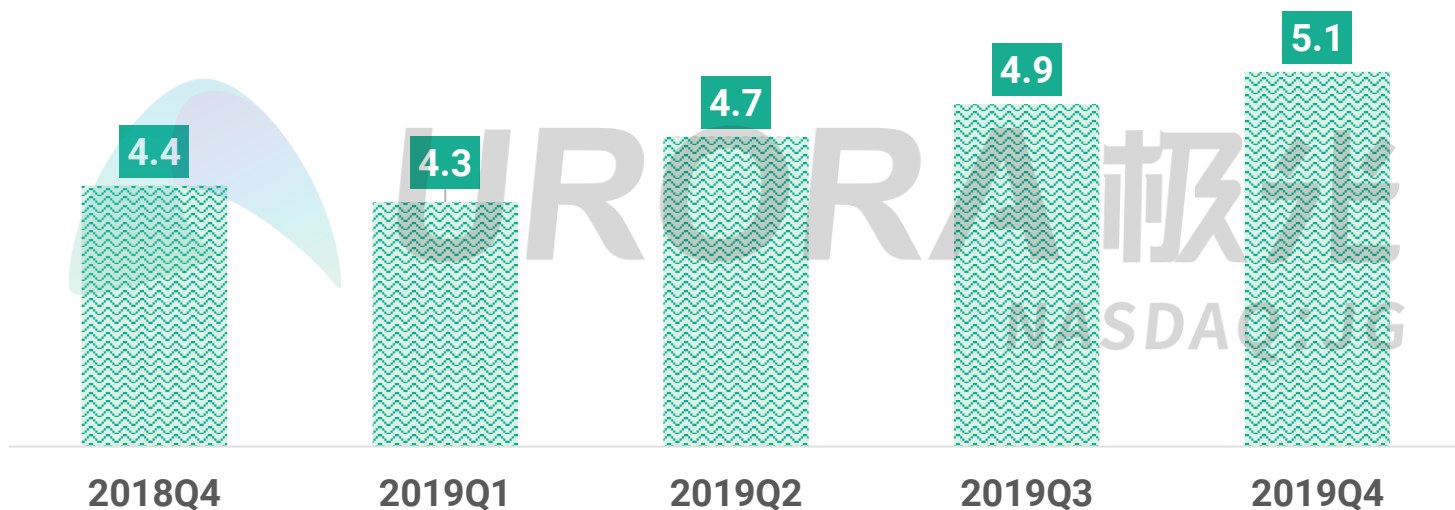
人均app安装量仍在增长， 人均日使用时长达5.1小时

- 在过去一年里，移动网民人均安装app总量持续增长至60款，第四季度人均app每日使用时长达5.1小时，相较去年同期有近1个小时的增长

移动网民手机人均安装app总量



移动网民人均app每日使用时长(小时)



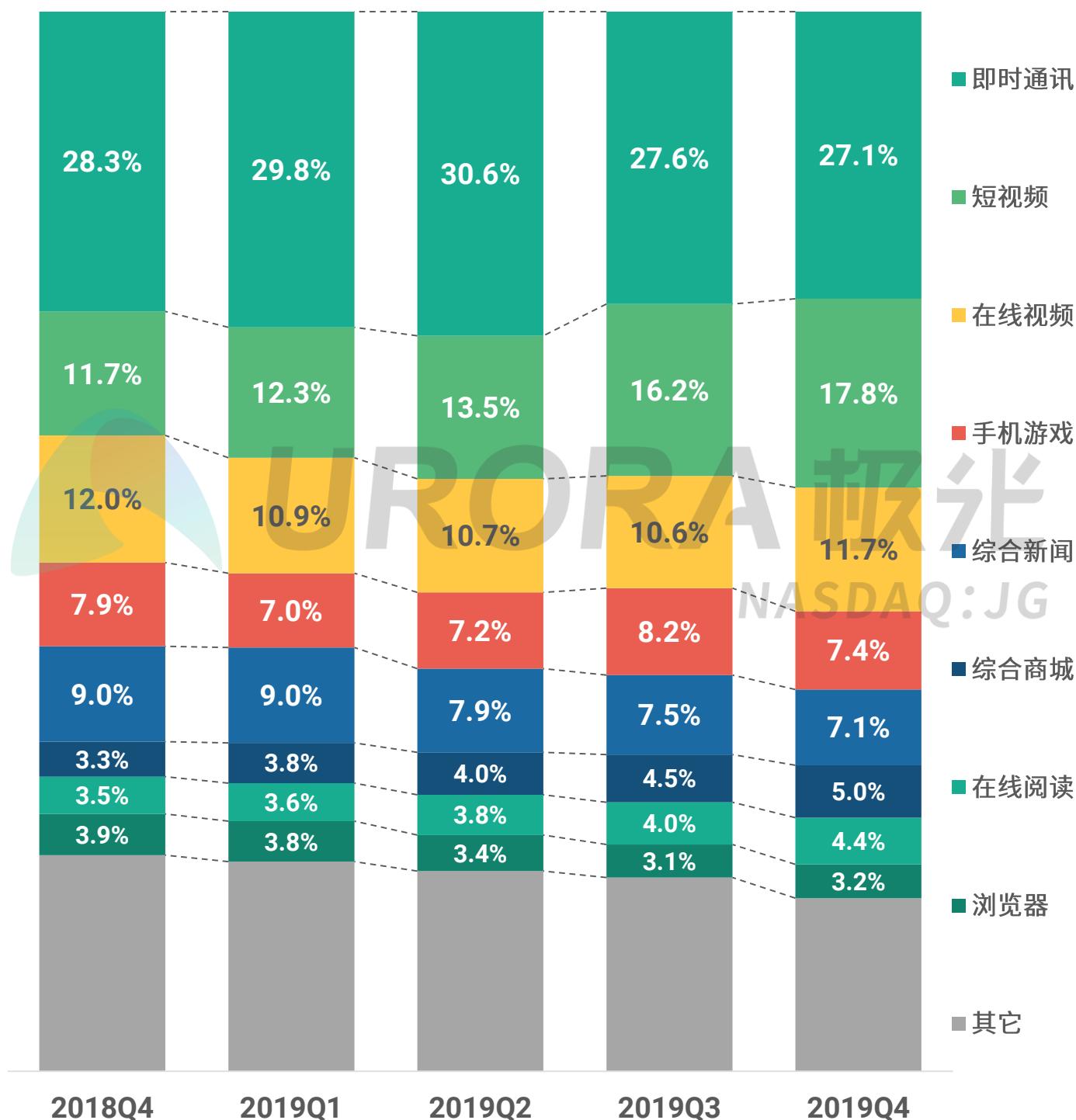
数据来源：极光(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

数据周期：2018.10-2019.12

短视频时长占比连续四季度增长

- 纵观过去一年用户使用时长的占比变化，整体呈现向头部行业集中的趋势，分散在“其它”行业的时长占比连续下滑
- 2019年Q4，即时通讯行业用户时长占比被压缩至27.1%，该时长压力主要来自短视频和在线视频行业；短视频用户时长占比较去年第四季度涨幅超过6个百分点；电商节大促的带动下，综合商城时长占比达5.0%

移动网民人均app每日使用时长top 8类型

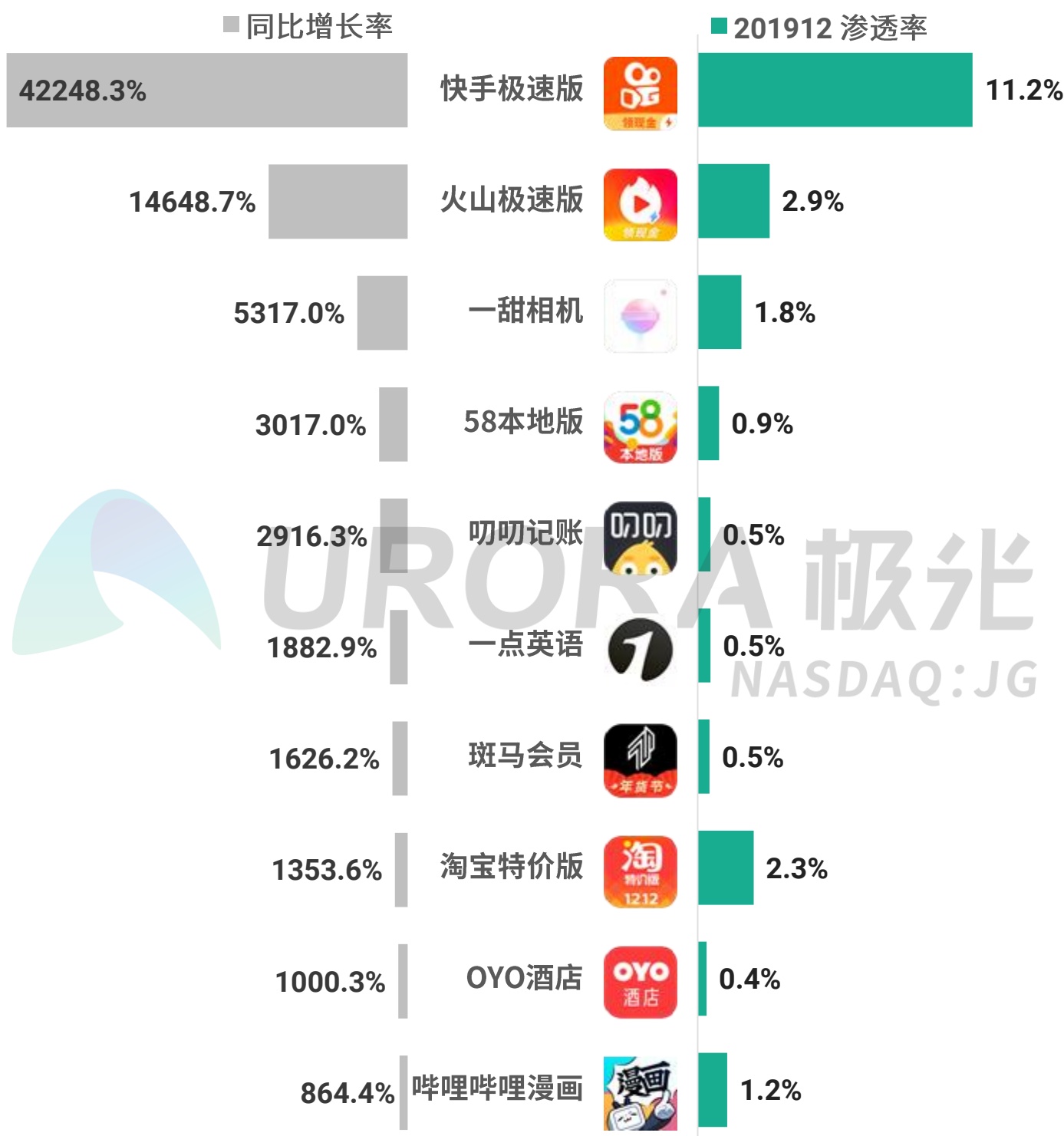


数据来源：极光(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

数据周期：2018.10-2019.12

- 快手极速版渗透率同比增长超400倍，2019年12月渗透率达11.2%，同比增速靠前的短视频app还有火山极速版，渗透率同比增长146倍；此外，快手旗下的一甜相机覆盖用户量仍保持高速增长；主打聊天记账的叨叨记账19年12月渗透率为0.5%

渗透率飙升榜



数据来源：极光(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)；数据周期：2018.12, 2019.12

*应用渗透率同比增长率= (当期末应用渗透率-去年同期末应用渗透率) / 上期末应用渗透率，如未特别说明，以下报告环比概念定义相同

取数范围仅包含2018年12月渗透率排名>=10000且2019年12月渗透率排名>=1000的app

- DAU同比增速榜中，快手极速版独占鳌头，DAU同比增长超769倍；上榜应用中，社交电商斑马会员活跃用户量同比增速排名第二，2019年12月DAU达71.6万
- 有弹幕的哔哩哔哩漫画作为轻量级的漫画阅读工具，颇受年轻用户的欢迎，2019年12月DAU达125.6万，同比增长超19倍

DAU飙升榜



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_22056



云报告
https://www.yunbaogao.cn

云报告
https://www.yunbaogao.cn

云报告
https://www.yunbaogao.cn