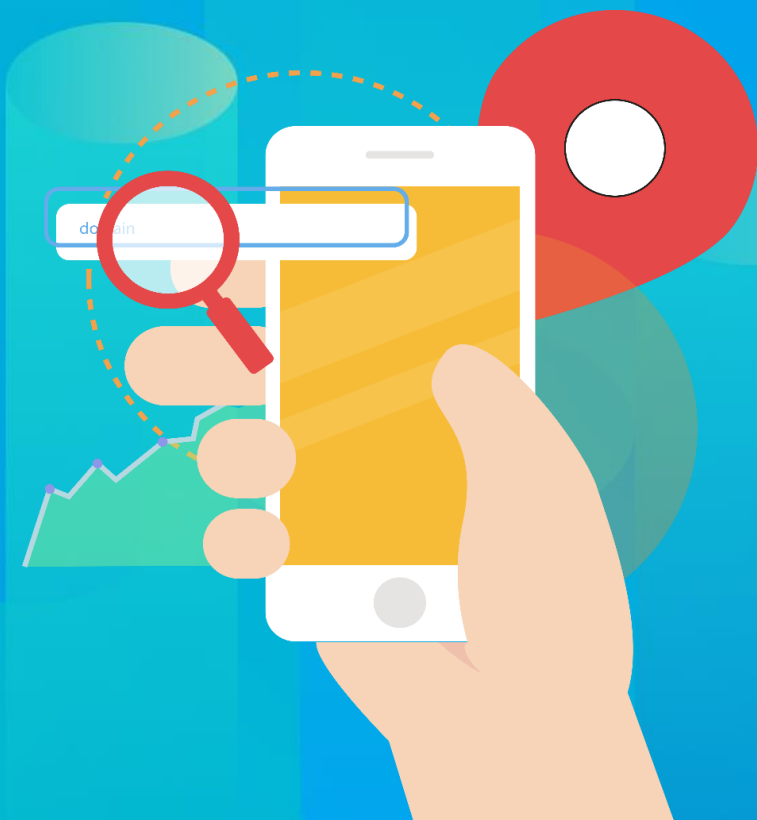




MobTech与新京报联合发布

2020年中国移动互联网 趋势洞察报告

2021年1月



Mob研究院主要观点：

- **电商加速下沉**：2020年电商下沉市场用户规模突破4亿大关，日均使用时长突破1小时，95后、00后年轻用户占比攀升；
- **短视频流量池高增**：2020年短视频用户规模突破8亿大关，月均使用时长突破20小时。同时，短视频下沉之战愈演愈烈，“极速版”为抢占下沉市场的利器；
- **旅游出行回暖**：2020Q4在线旅游用户规模攀升至4.9亿，与2020Q1相比增加1亿，旅游业重现生机。国庆中秋双节期间，旅游人数已恢复至去年八成；
- **直播电商风头正劲**：2020年直播电商用户规模突破3亿量级，投融资金额超过15亿元，资本竞相追逐。同时，直播电商赛道巨头盘踞，主播竞争激烈，马太效应凸显；
- **“云经济”逆势突围**：疫情下，云办公、云教育等行业逆势增长。其中，2020年在线教育用户规模突破5亿大关，学前教育 and 职业教育成为“新宠”；远程办公用户一年暴增2亿，综合类平台牢据90%用户；





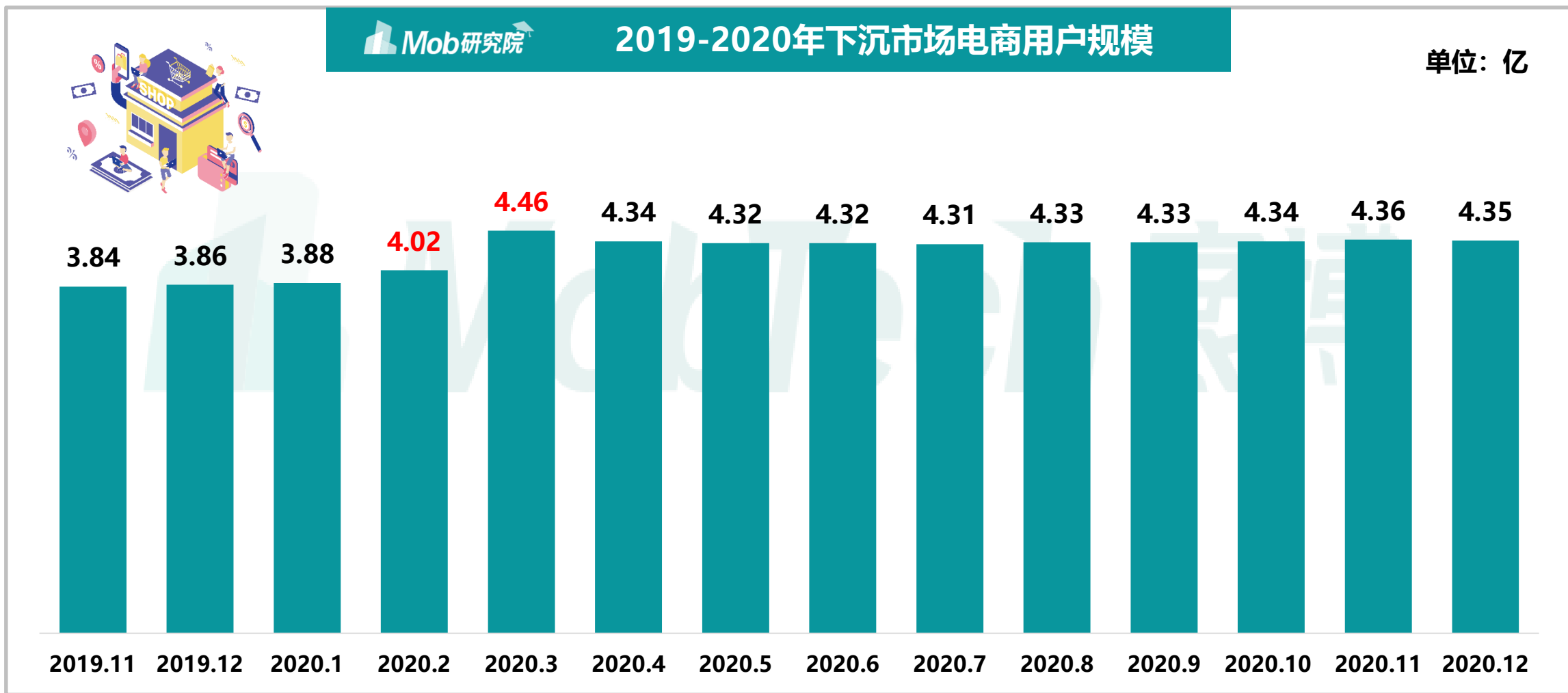
趋势一

电商加速下沉

疫情加速电商下沉，截止2020年12月底，下沉市场电商用户规模已经突破4亿大关，日均使用时长突破1小时，95后、00后年轻用户占比攀升

疫情培育下沉网购习惯，用户突破4亿

网购在下沉市场已经成为主流的购物方式，疫情期间加速网购下沉，用户规模突破4亿大关



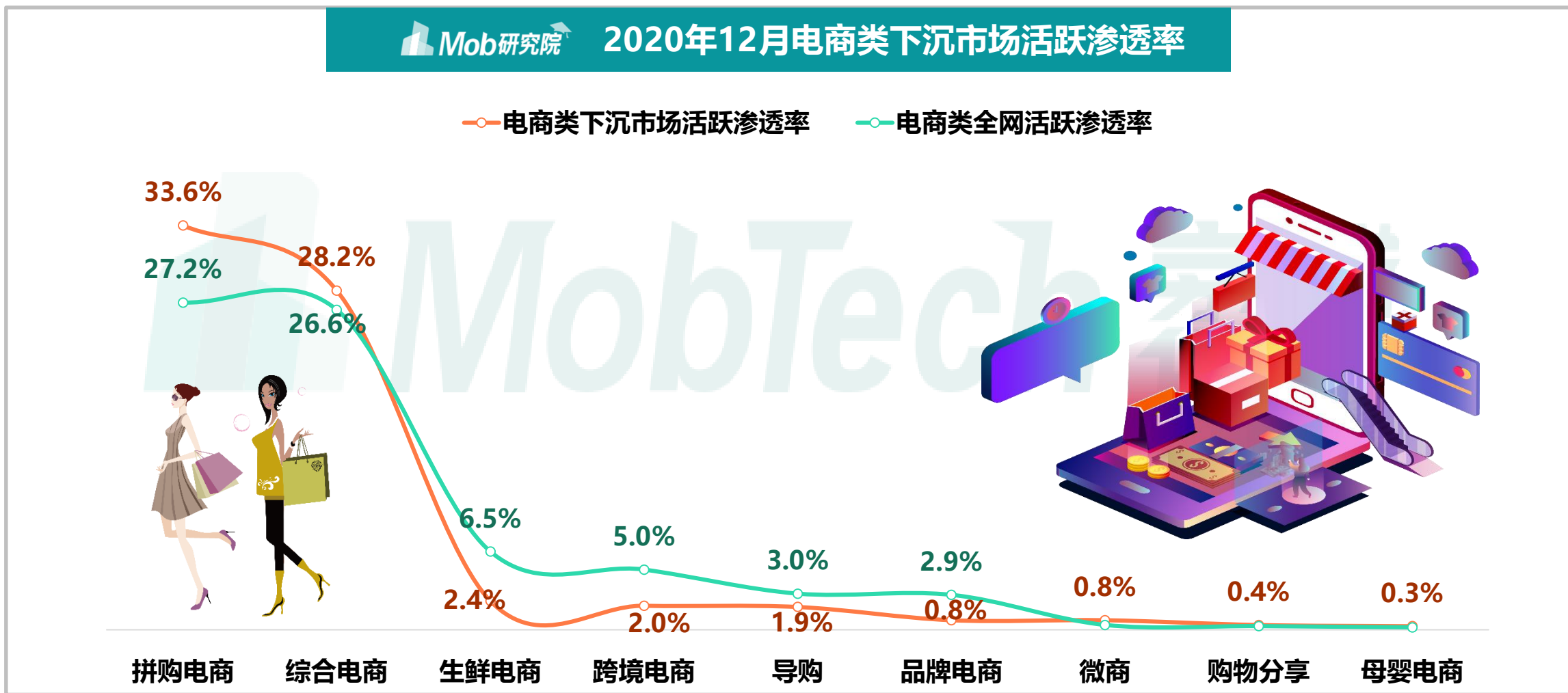
下沉用户日均使用时长突破1小时

下沉市场电商用户日均使用时长突破1小时，直播带货模式贡献使用时间



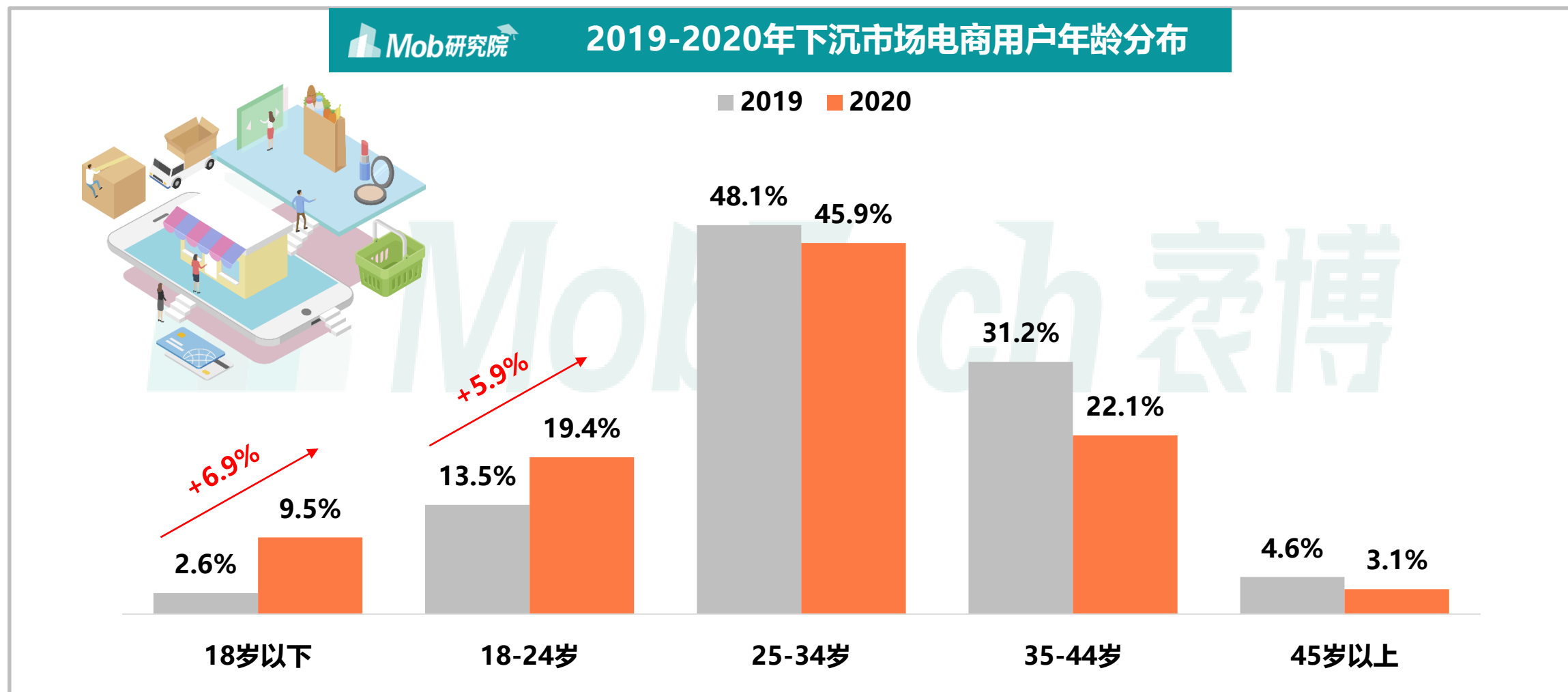
更偏好综合电商和拼购电商

相比于一二线市场，下沉市场使用的电商平台种类相对较少，更偏好综合电商和拼购电商



95后与00后逐渐成为下沉市场网购主力军

网红产品、小众需求和极致性价比受追捧，电商逐渐开始迎合下沉年轻人的消费特性





趋势二

短视频流量池高增

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_38052

