



MobTech与新京报联合发布

2019 中国移动互联网 年终关键词盘点

2019年12月

Mob研究院主要观点：

- **下沉崛起**：2019年下沉市场炙手可热，其释放的巨大购买力吸引各界关注，无论是新手玩家还是互联网巨头纷纷布局下沉生态，**618、双11、直播卖货**成为竞争下沉用户的主战场；
- **旅游厮杀**：2019年在线旅游行业进入**存量竞争阶段**，整体市场由流量增长驱动模式向用户价值驱动模式转变。用户运营是关键，未来用户权益正逐渐成为在线旅游厮杀的主战场；
- **酒店风云**：2019年酒店行业进入从依靠开新店过渡到**依靠单店收入增长**的阶段，市场玩家积极运营私域流量、开拓民宿市场，激活单体酒店活力以及发展智慧酒店；
- **出行赋能**：2019年智慧出行**渗透到传统交通业各个领域**，其中地图导航大局已定，网约车进入规范发展阶段，共享汽车市场加速洗牌，共享单车进入二代时代；
- **视频战役**：2019年短视频行业**用户规模破6亿**，以抖音为首的头条系App依旧占据头把交椅，短视频带货受到直播电商的威胁。





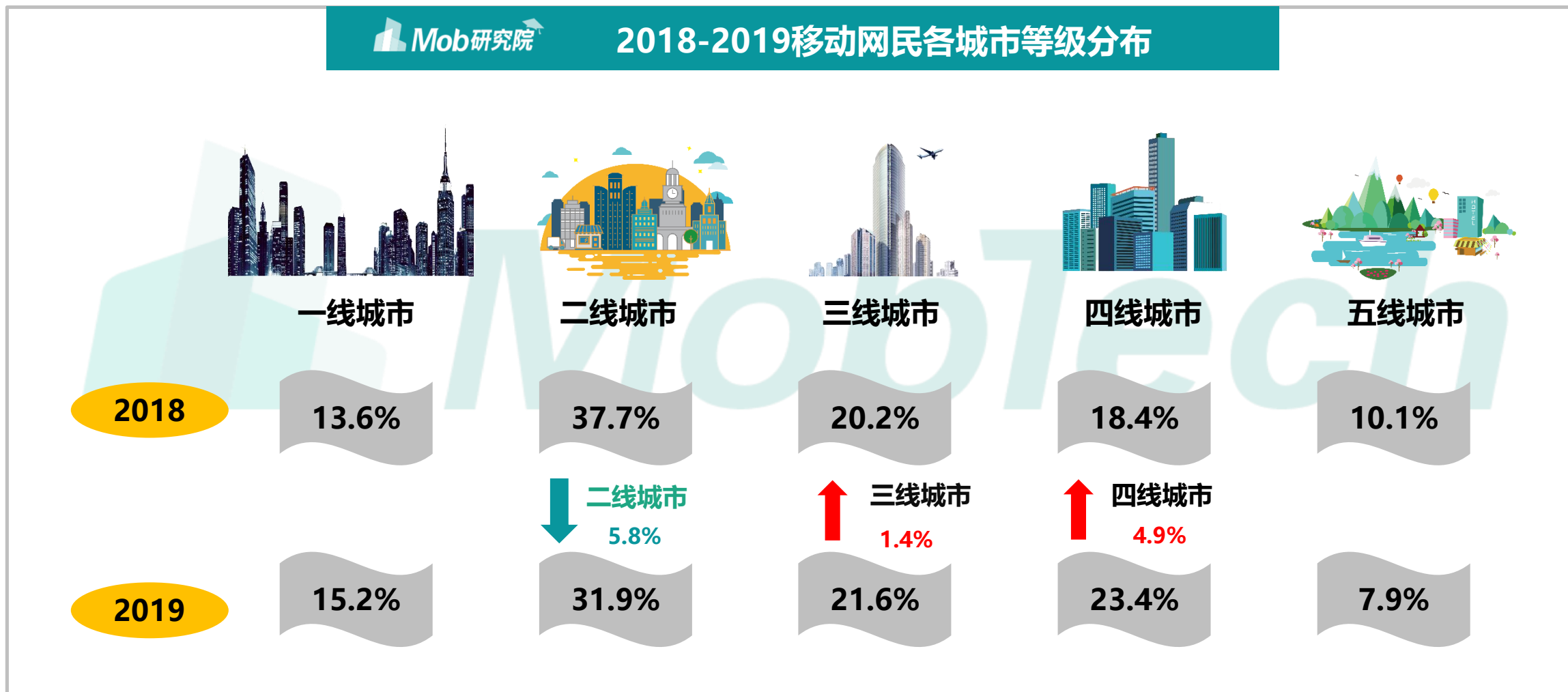
关键词一

下沉崛起

下沉市场，简单说就是包括三四线城市到农村乡镇在内的用户群体，它释放的购买力总量可能空前庞大，它的崛起，是趋势、是蓝海，也是兵家必争的风水宝地。

1、三四线城市成为价值洼地

移动互联网战场“下沉”，三四线城市用户爆发，成为移动线上消费主力，这个市场在未来的五到十年仍将是市场蓝海，蕴含了无数的商机



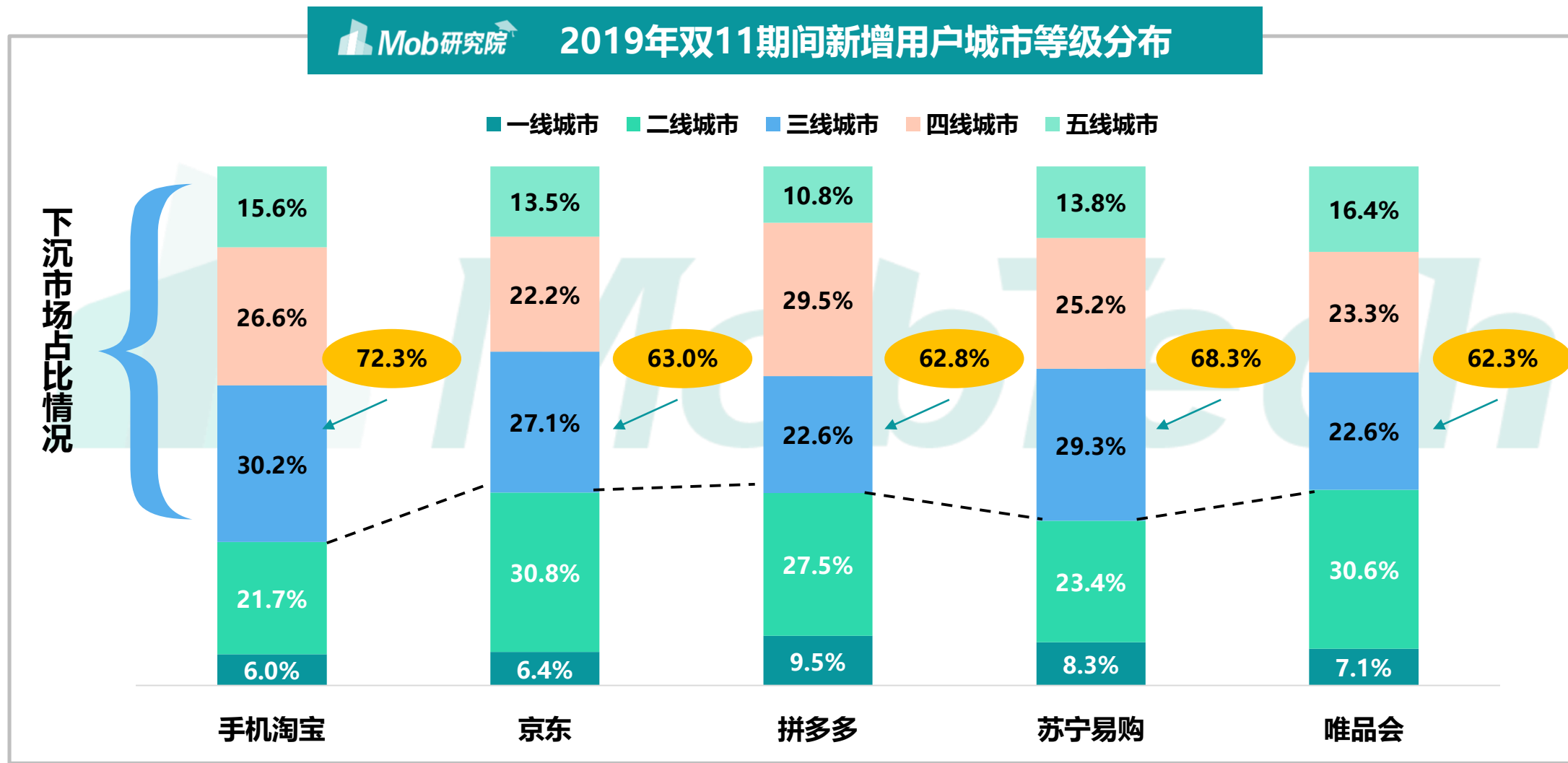
2、下沉市场≠ 低端用户

以趣头条为代表的新一代互联网企业逐步认识到，市场不存在“低端用户”只有需求不被满足的用户，下沉市场消费者可支配收入不一定低于大城市白领，与此同时口碑传播效果更强，或将成为社群和社交电商的一片温床



3、互联网巨头纷纷聚焦下沉市场

双11期间互联网头部企业新增用户超过半数都来自下沉市场，其中手机淘宝新增用户中下沉市场用户占比超过7成



4、下沉市场目标用户画像：乡村幸福一姐，真隐形“富豪”

三四线城市已婚女性，有房有车有老公，实际可支配收入相对较高



基本信息：女，32岁，专科，已婚

不动产：有房无贷，有车无贷

工作：朝九晚五，每天在单位有1/3的时间是在看报纸看新闻，年薪四五万，吃喝不愁

爱好：闲暇时刷快手、抖音，喜欢分享生活视频，通过拉新推荐方式赚点小钱

消费：喜欢购买OPPO和vivo手机，喜欢通过拼团和推荐模式采购日用品



关键词二

旅游厮杀

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_38087

