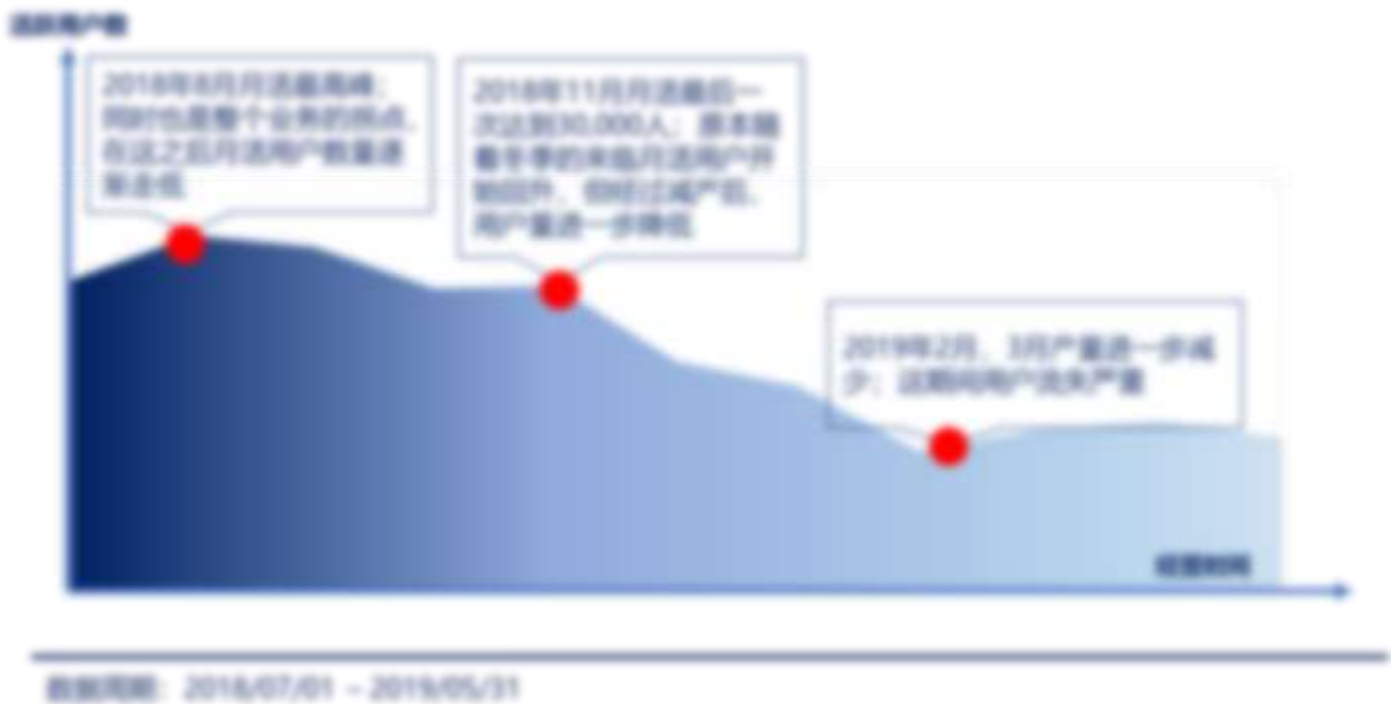


一、FMM 用户数据概况-活跃用户数

活跃用户量从 2018 年 7 月，8 月的月均 XXXX 人以上逐渐下滑到 2019 年 4,5 月月均 XXXX 人左右，下降幅度 XX。
活跃用户量最多的是 2018 年 8 月：XXXX 人；用户量除去春节假期外最少的月份为 5 月：XXX 人。

图表1 2018年7月至今活跃用户数变化趋势，及节点事件



图表2 MAU总量

时间	活跃用户数量
2018年7月	30,636
2018年8月	35,009
2018年9月	33,876
2018年10月	29,809
2018年11月	30,073
2018年12月	22,558
2019年1月	20,158
2019年2月	13,772
2019年3月	15,848
2019年4月	16,640
2019年5月	15,100

- **第一阶段：**2018 年 8 月前活跃用户数量都处于增长阶段，峰值达到了 8 月的 XXXX 人。
- **第二阶段：**2018 年 8 月至 11 月用户数量维持在 XXXX 人以上，在 11 月天气转冷后用户数量本有望冲击 XXXX，但经过 11 月中旬突然减产，用户量开始逐渐走低。
- **第三阶段：**2018 年 11 月至 2019 年 2 月春节前，这一阶段由于受陆续减产的影响，用户量直线下跌，这次打击影响极为恶劣，直接导致了活跃用户减少 XX，也为节后的用户提升背上了沉重的负担。
- **第四阶段：**2019 年 3 月至 5 月，3 月初随着上餐量的恢复，用户数量有一定回升，但紧接着又面临了一次减产，自此之后用户数量基本维持日均 XXXX 人的水平，无法增长。
- **后续阶段：**可以预见的是，在无大量新增用户的前提下，活跃用户数还将进一步下滑。不过下降幅度会低于前几阶段；跌幅减小的主因是现有留存用户存在相对刚性的需求（下一章流失用户部分将详细解读），但这部分刚性需求也会随着产品“老龄化”而减弱（详见后续产品老龄化章节），所以目前急需在满足老用户需求的下，尽可能增加新用户数量。