

# 2016-2017中国手机 桌面行业研究报告

2016-2017 China Smartphone Desktop  
Research Report

( 内部精简版 )



艾媒咨询集团  
iiMedia Research Group

iiMedia 艾媒咨询  
Research



# 研究方法

本报告主要采用行业深度访谈、桌面研究等方法，并结合艾媒咨询自有的用户数据监测系统及北极星统计分析系统等。

- 通过对行业专家、相关企业与第三方手机桌面用户进行深度访谈，了解相关行业主要情况，获得相应需要的数据。
- 对部分相关的公开信息进行筛选、对比，参照用户调研数据，最终通过桌面研究获得行业规模的数据。
  - 政府数据与信息
  - 行业公开信息
  - 企业年报、季报
  - 行业资深专家公开发表的观点
- 根据艾媒咨询自身数据库、北极星统计分析系统和草莓派调研社区平台（Strawberry Pie）的相关数据分析。
- 艾媒北极星：截至2016年12月底，北极星采用自主研发技术已经实现对6.98亿独立装机覆盖用户行为监测。
- 面向全国针对各领域征集优秀案例企业进行中，[详情可咨询whd@iimedia.cn](mailto:whd@iimedia.cn)。

# 目录

- 1 / 2016中国手机桌面行业发展现状
- 2 / 2016中国手机桌面用户行为分析
- 3 / 2016中国手机桌面典型案例分析
- 4 / 第三方手机桌面出海发展专题研究
- 5 / 2017中国手机桌面行业发展趋势



PART ONE

# 2016中国手机桌面 行业发展现状

# 2016中国手机桌面市场动态

2016.04

Facebook 年度F8大会在旧金山开幕，APUS成为Facebook全球20大深度合作伙伴中唯一的中国公司

2016.05

魔秀科技正式挂牌新三板，成为中国第一家登陆新三板的第三方桌面应用企业

2016.06

APUS宣布当月收入超过一亿人民币，并预计未来三年每年增幅将达100%

2016.10

赤子城（旗下Solo桌面是一个主打海外市场的第三方手机桌面工具）获数亿元D轮融资，投资方未透露

2016.12

91桌面V8版本正式发布，网红直播的新品发布方式引人注目。新版本对多功能进行升级，进一步完善“会员体系”，并为用户搭建基于兴趣而成的圈子“发现模块”。

# 手机桌面应用厂商分类

## 手机桌面厂商

- 按照桌面应用产品占其主营业务的比重，可以将第三方桌面应用厂商分为以桌面产品为主要盈利来源的手机桌面服务厂商和以非手机桌面业务为主要盈利的互联网综合应用厂商；
- 手机厂商对自有桌面应用的推广主要靠手机预装，桌面应用所占厂商业务比重较小。



艾媒咨询分析师认为，过去第三方手机桌面，尤其是桌面服务厂商桌面具有一定的产品优势，但随着手机厂商桌面的更新优化，两者的产品差异逐渐缩小，第三方手机桌面市场规模增长持续放缓。

# 中国手机桌面市场发展历程



第三方桌面应用常见功能

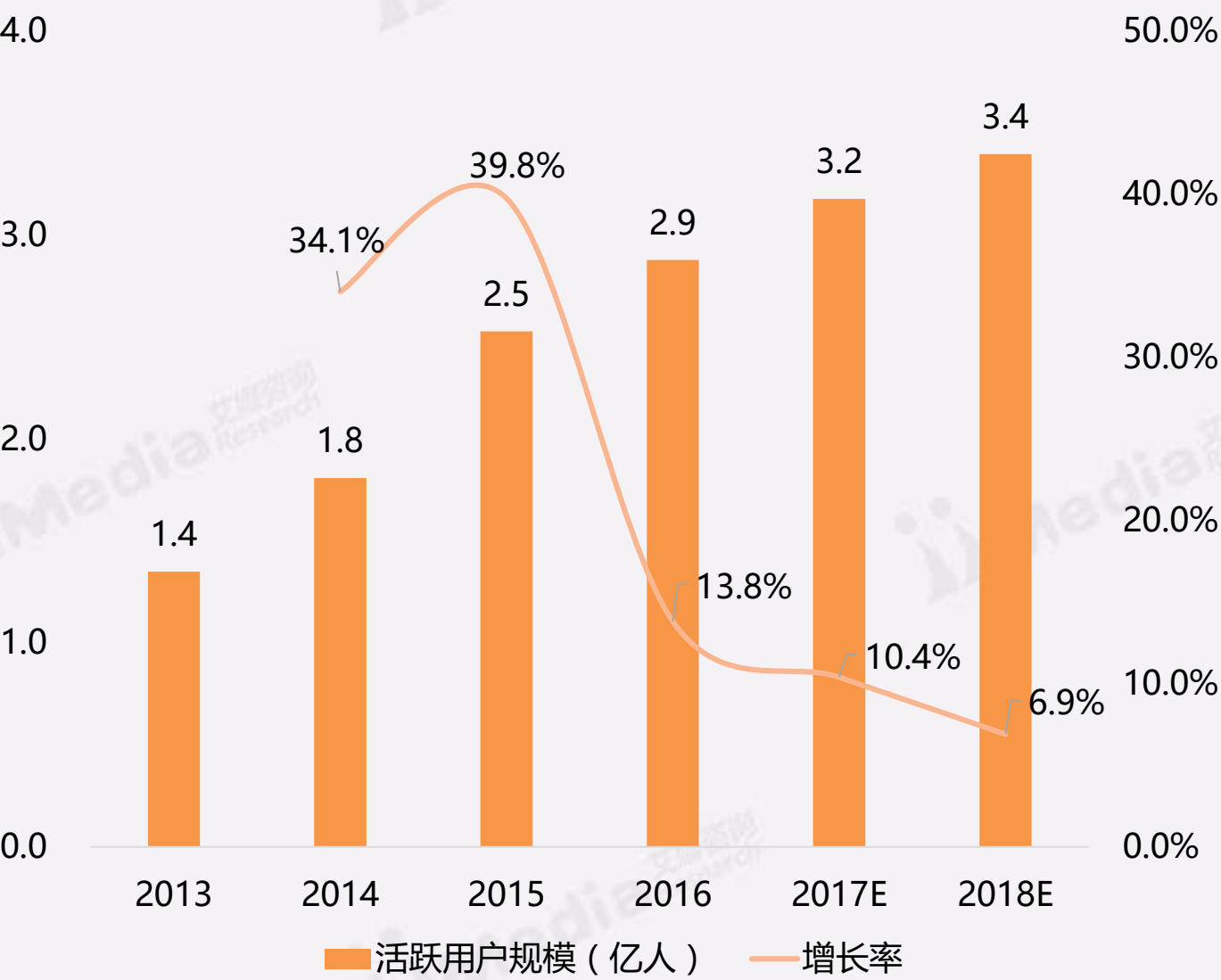
艾媒咨询分析师认为，过去第三方桌面应用能够满足用户提升手机使用体验的需求，但由于Android系统和智能手机的更新优化，此需求放缓，靠功能吸引用户的产品策略逐渐被内容策略所取代。



# 第三方手机桌面用户规模增长放缓

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，中国第三方手机桌面市场在2013至2015年经历了一段高速发展时期，2015年活跃用户规模达到2.5亿，而在2015至2018年，用户规模增速将会持续下降。艾媒咨询分析师认为，由于市场逐渐饱和，加之手机原装桌面的竞争，第三方手机桌面市场增长放缓将不可避免。

2013-2018中国第三方手机桌面用户规模及预测

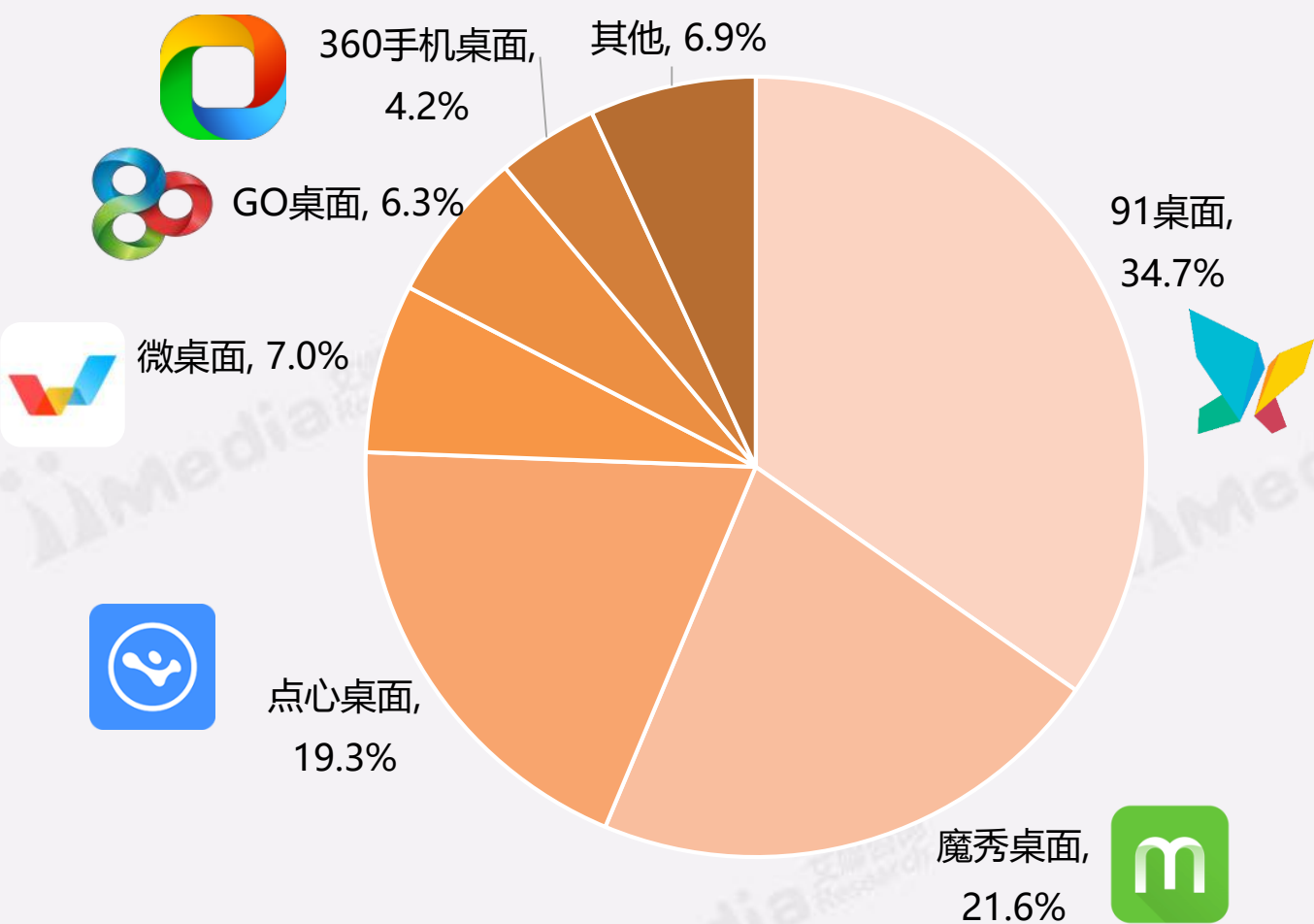




# 91桌面领跑中国第三方手机桌面市场

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，2016中国手机桌面应用活跃用户分布，91桌面以34.7%的比例占据第一，魔秀桌面、点心桌面位列二、三位。艾媒咨询分析师认为，91桌面是目前主流第三方桌面应用中最早创立的，借助移动互联网用户红利，拥有较大用户基础，并且拥有91助手、百度手机助手等上游渠道支持，因此占据市场领先地位。

2016年中国手机桌面应用活跃用户分布



# 国内手机桌面应用主要盈利来源

## 游戏及应用分发

- 通过不同的方式引导用户下载其他开发者提供的APP，接受APP提供商的利润分成
- 大部分桌面应用都会利用这种盈利方式

## 广告收入

- 基于用户规模，做到流量变现，广告形式有传统的Banner，也包括积分墙或是信息流
- 大部分桌面应用都会利用这种盈利方式

## 增值服务付费

- 设计精美的主题、小工具需要付费才能使用
- 桌面应用设立了积分制度，部分主题需要使用积分才能下载，积分可以通过付费购买和完成应用推送任务两种方式来获得，这样做的有91桌面、GO桌面，小米桌面等

艾媒咨询分析师认为，桌面应用厂商在利用推广进行盈利的同时，需要兼顾与用户体验之间的平衡，不至于引起用户的反感，在此基础上，要引导用户习惯付费模式。



PART TWO

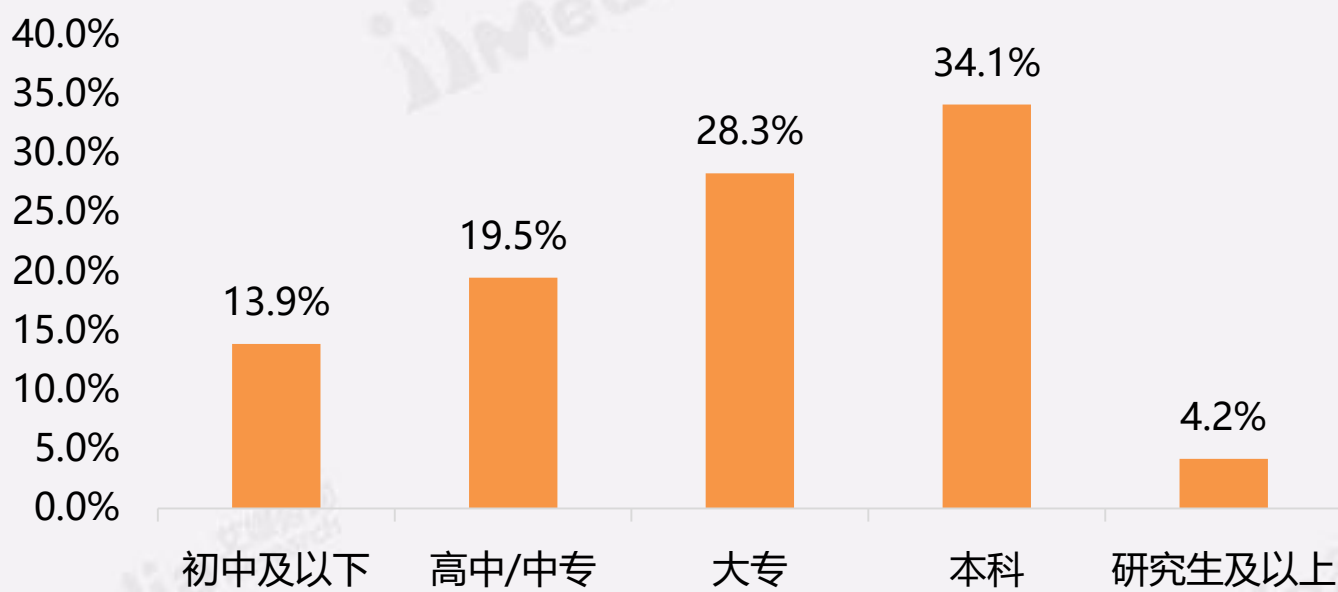
# 2016中国手机桌面 用户行为分析

# 第三方手机桌面用户年轻化特征明显

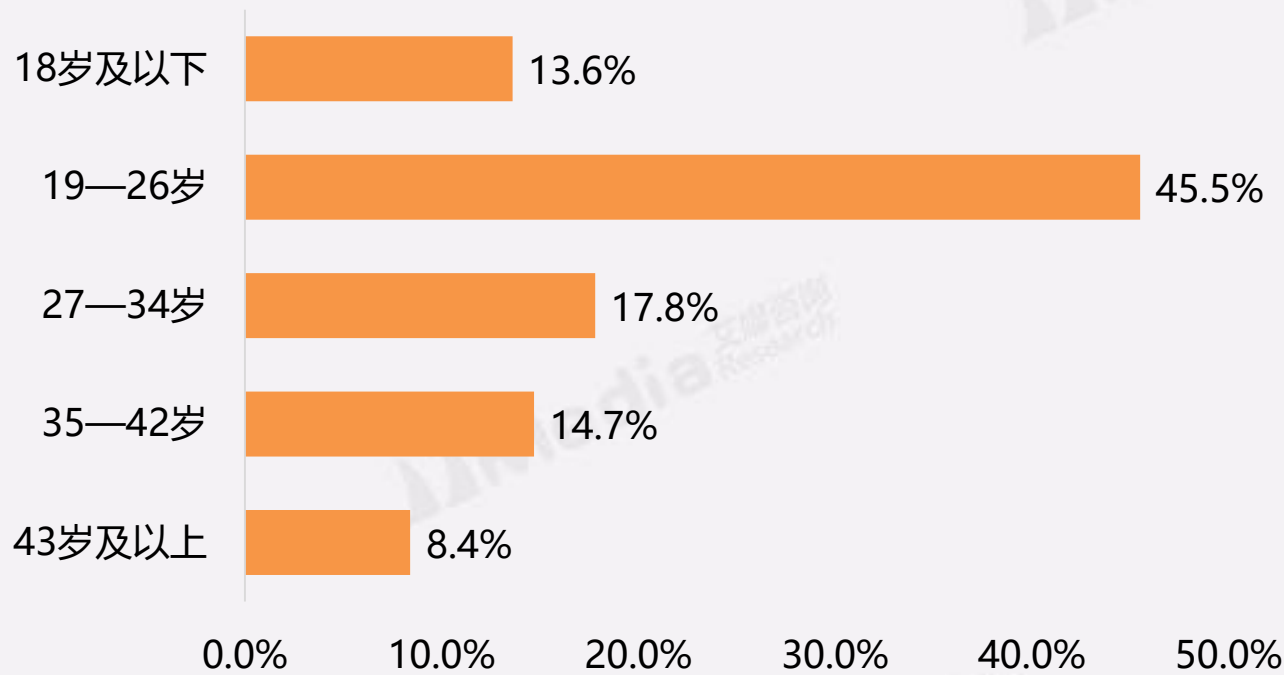
iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，第三方手机桌面用户女性占比大于男性，且年龄分布年轻化特征明显，19-26岁用户占比接近一半，年轻用户对新兴事物的好奇心和较为充分的闲暇时间或为重要原因。



2016年中国第三方手机桌面用户学历分布



2016年中国第三方手机桌面用户年龄分布

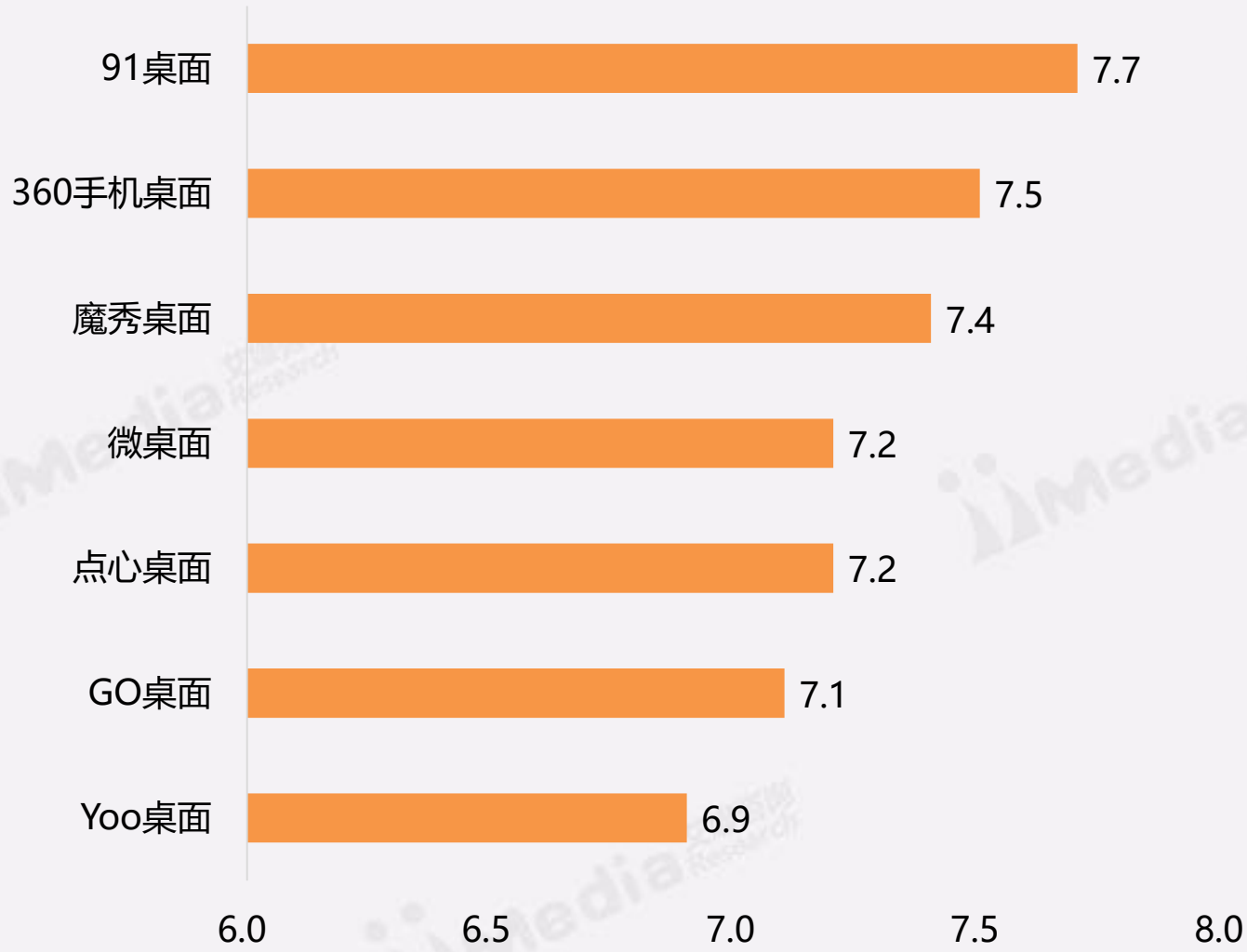


数据来源：iiMedia Research

# 91桌面用户满意度最高

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，91桌面用户评分为7.7，领先于其他的应用，360手机桌面以7.5的评分位列第二，魔秀桌面排名第三，评分7.4。艾媒咨询分析师认为，91桌面丰富的主题壁纸资源是其获得较多好评的关键。

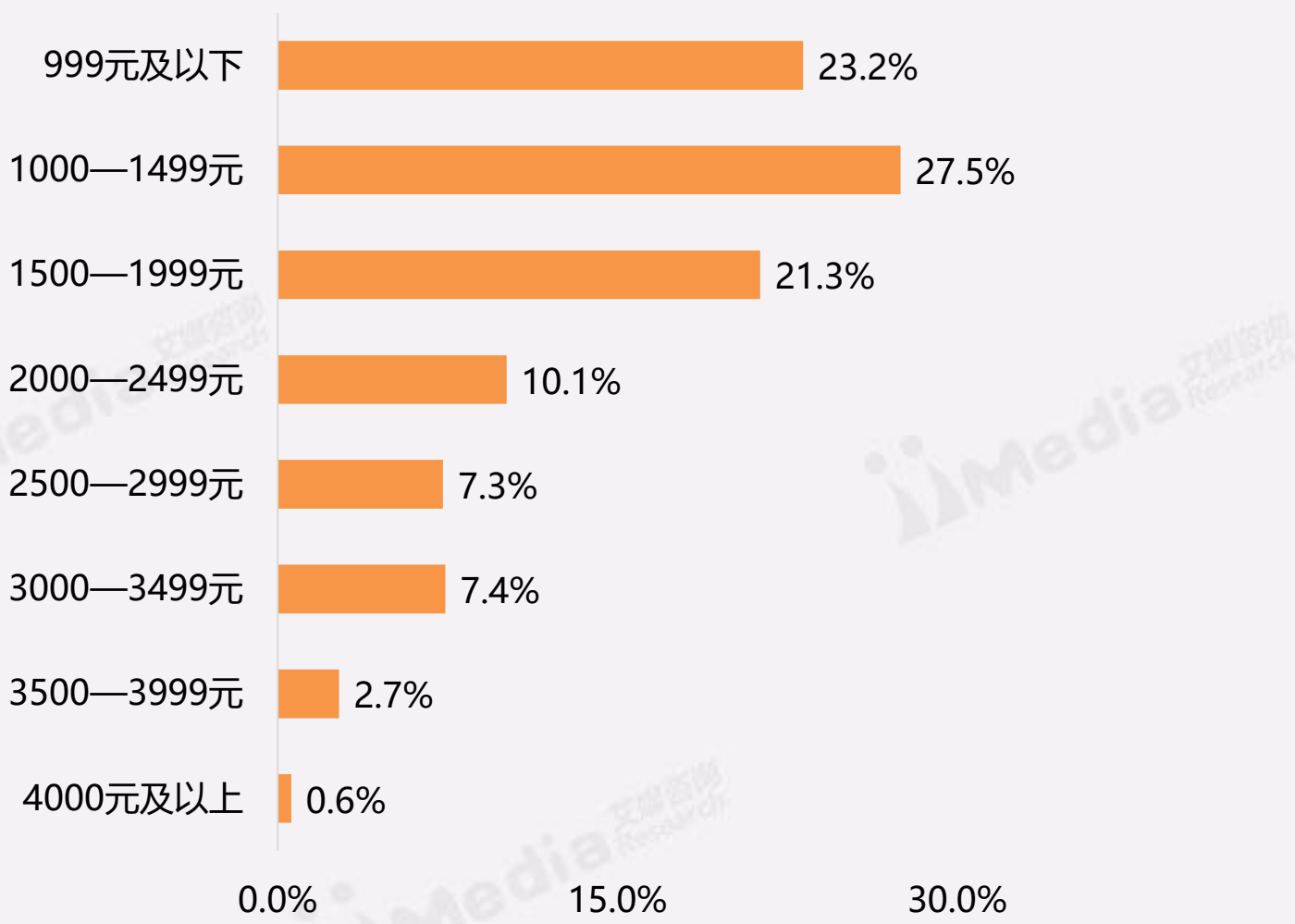
2016年中国第三方手机桌面应用用户满意度评分



# 手机桌面用户手机价格普遍较低

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 50.7%第三方手机桌面用户使用的手机价格在1500元以下, 21.3%的用户使用的手机价格在1500-1999元之间。艾媒咨询分析师认为, 中低端智能手机由于功能上的不足, 更需要第三方桌面应用带来的功能优化。而中国经济以及智能手机科技的发展将会对第三方手机桌面市场造成负面影响, 第三方手机桌面厂商需要寻求功能及市场定位上的突破。

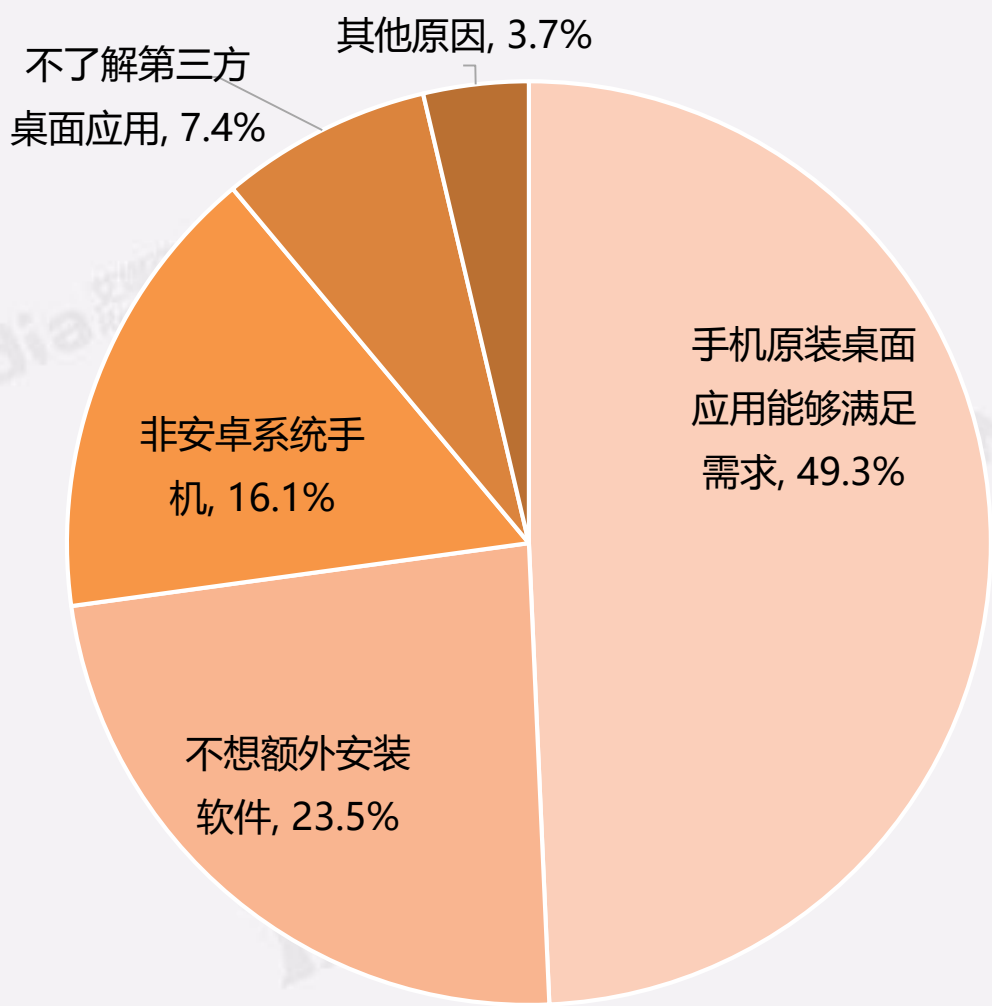
2016年中国第三方手机桌面用户手机价格分布



# 手机原装桌面能够满足部分用户需求

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 49.3%的用户拒绝使用第三方手机桌面的原因是手机原装的桌面应用能够满足其要求, 23.5%的用户则是因为不想额外安装更多的软件。艾媒咨询分析师认为, 随着中国智能手机的发展, 手机自带桌面应用功能会逐渐优化, 用户使用第三方手机桌面的意愿逐渐下降, 第三方手机桌面市场增长速度持续放缓。

2016年中国智能手机用户未使用第三方手机桌面原因调查

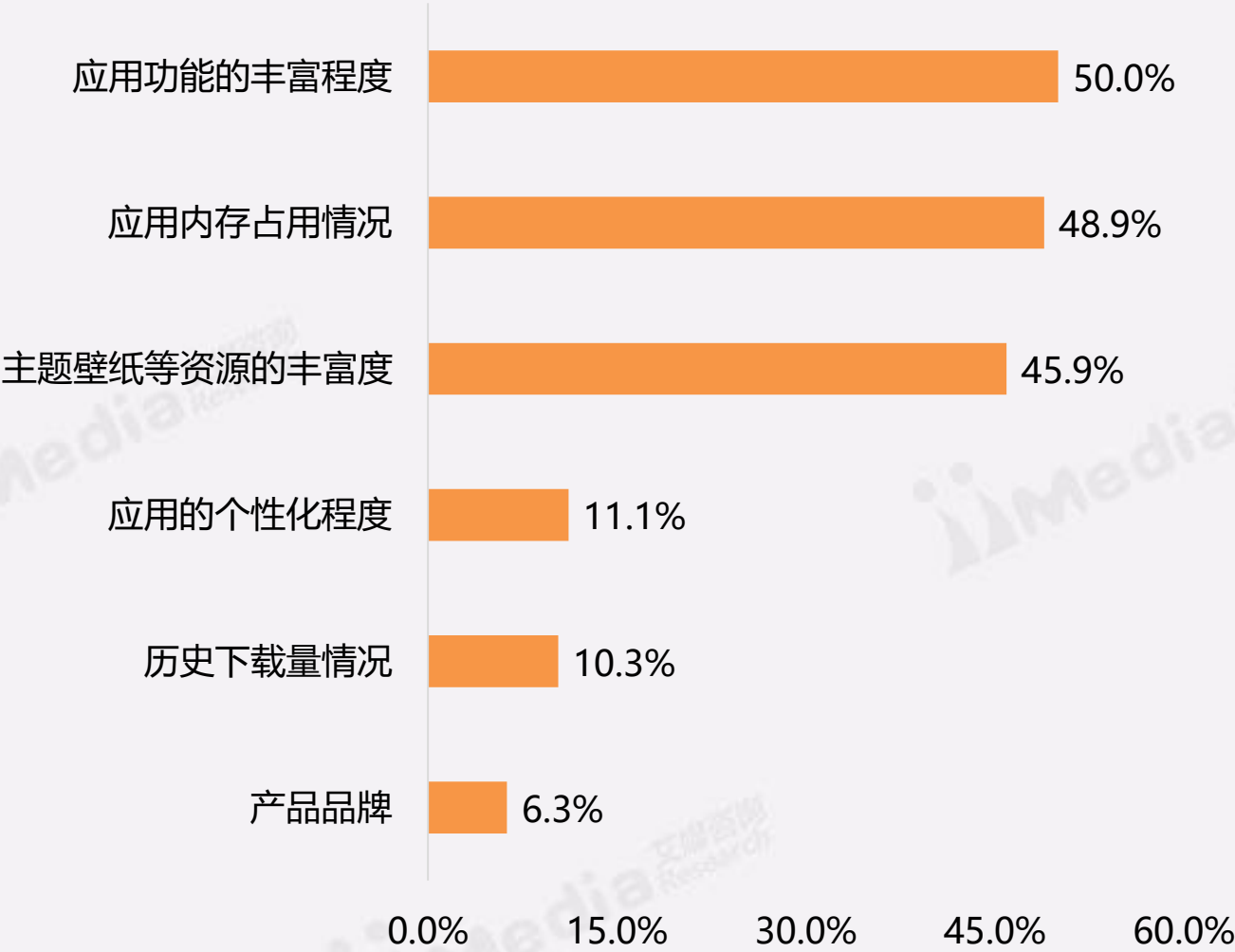




# 内容丰富度为用户最重要选择因素

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，50.0%的用户在选择桌面应用时会考虑应用功能的丰富程度，48.9%的用户会将应用的内存占用情况纳入考虑范围。艾媒咨询分析师认为，第三方手机桌面应用不应只专注于桌面美化等“传统”功能，融合其他功能，让桌面应用系统化才是正确的发展方向。

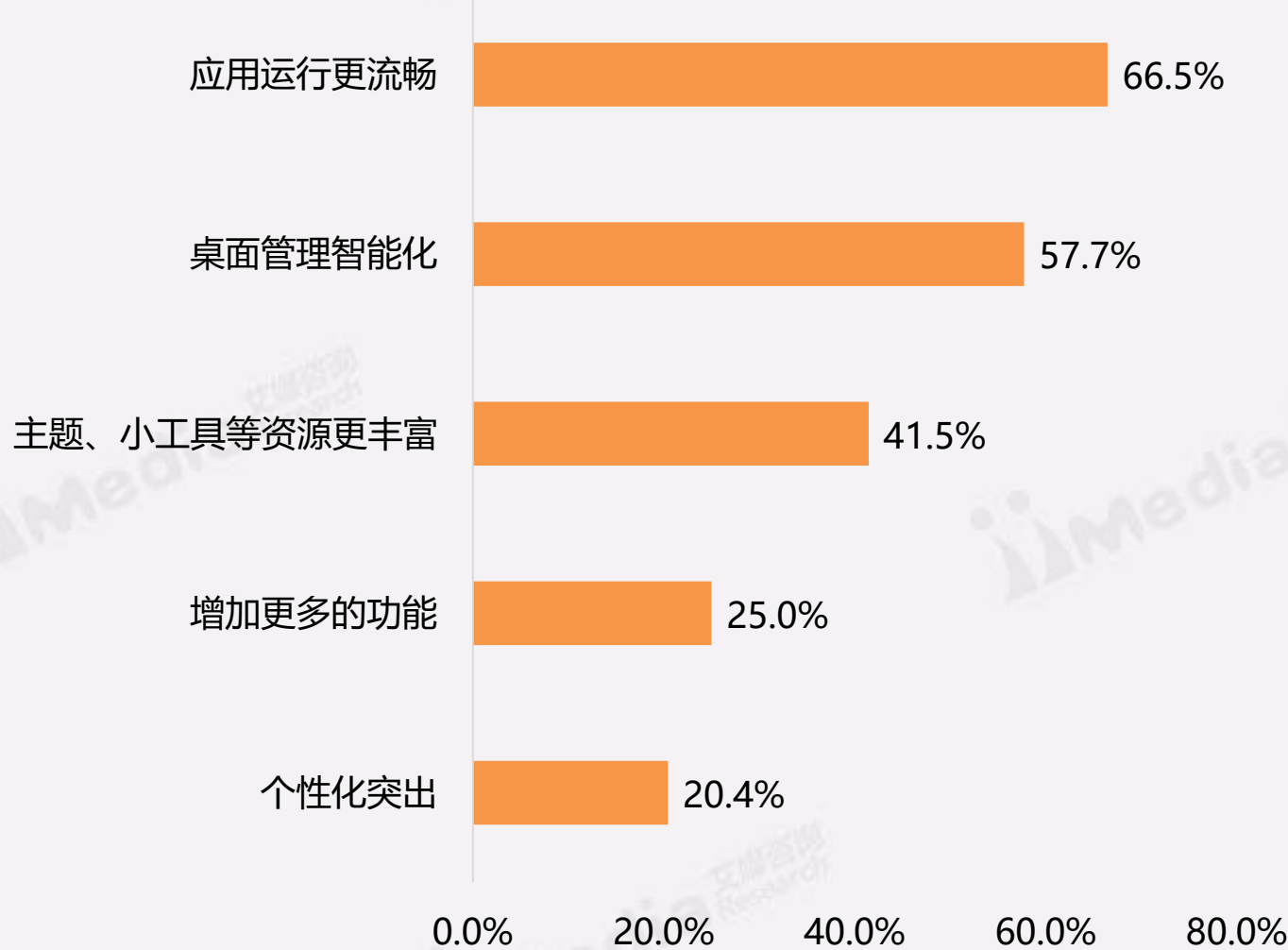
2016年中国第三方手机桌面用户选择偏好调查



# 手机桌面用户期望应用运行更流畅

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，66.5%的用户希望桌面应用运行更流畅，57.7%的用户对桌面管理的智能化抱有期待。艾媒咨询分析师认为，桌面应用在运行过程中出现的卡慢情况，会对用户体验产生较大的不良影响，对应用厂商而言，在保证应用功能完善的同时，避免运行时的不良情况，是开发产品时的技术要点。

2016年中国第三方手机桌面用户期望改进功能调查

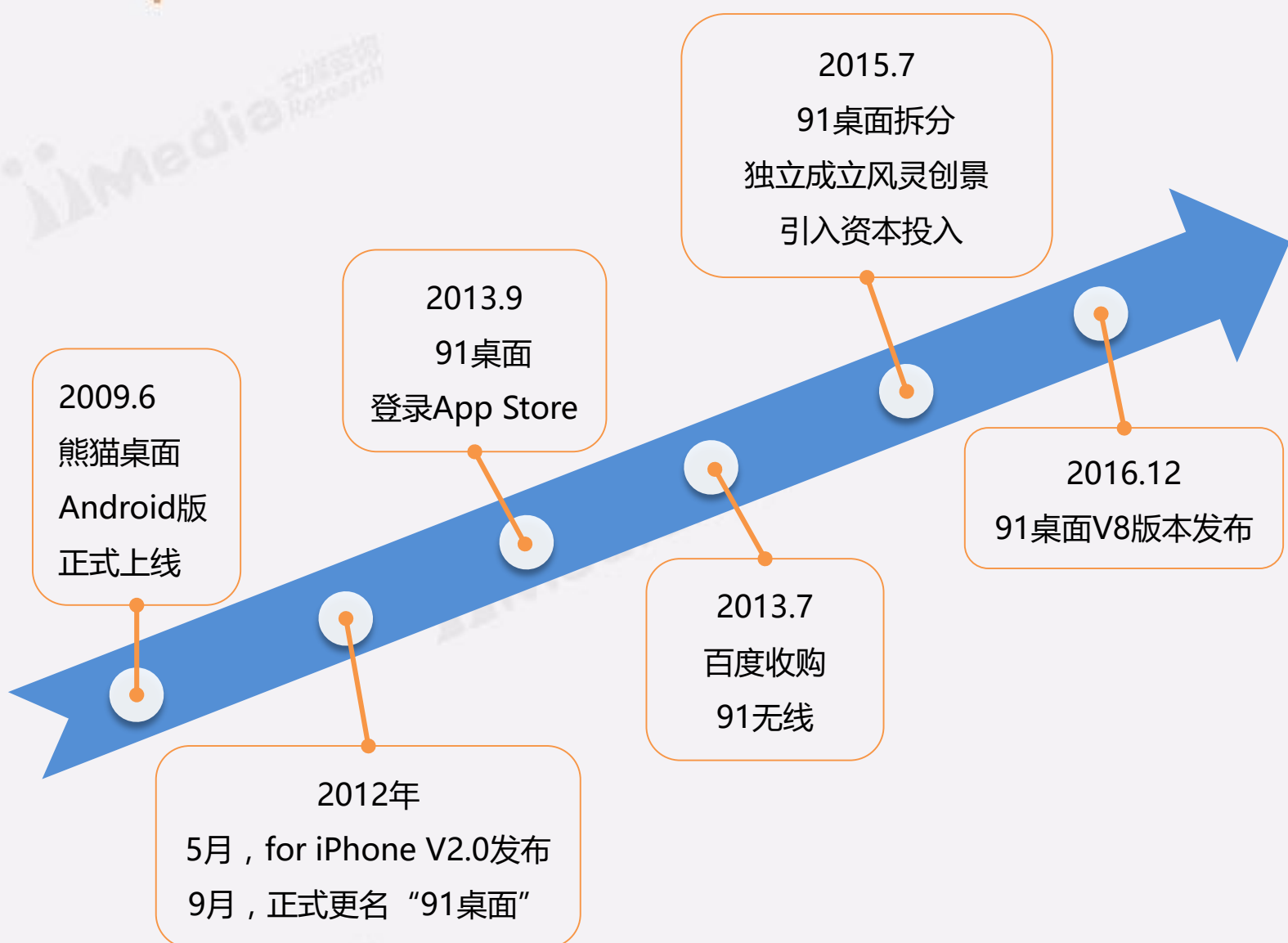




PART THREE

# 2016中国手机桌面 典型案例分析

# 91桌面：第三方手机桌面应用代表



## 91桌面走向服务多元化

- 91桌面2016年4月发布7.3版本，推出位于快速搜索屏和主屏之间，全新的内容订阅“开放屏”。
- 用户通过手机桌面内置的动态插件可实现资讯、购物等个性化订阅内容的浏览，可直接进入商户购买，无需进行APP二次下载操作。
- 此次功能的推出，是91桌面对打造生活聚合“时尚轻平台”服务模式的一次探索，也是基于入口生态平台商业化的尝试。日后还将逐步推出视频、游戏等各类优质内容，让91桌面从功能指向型走向服务多元化。

# 91桌面：第三方手机桌面应用代表

## 用户群体广泛

风灵创景旗下桌面系产品含91桌面、91Launcher、点心桌面、安卓桌面、Mobo桌面等，覆盖国内外市场多类型桌面应用用户群体。

## 主题资源丰富

91桌面在业内率先打造了主题运营模式，通过设计师签约授权机制为用户提供多元化的手机主题界面选择与专属界面主题定制。

### 91桌面 竞争优势

## 上游渠道支持

百度旗下拥有百度手机助手、安卓市场、91助手等多个应用商店，91桌面具有比较稳固的上游渠道支持。

## 付费模式较成熟

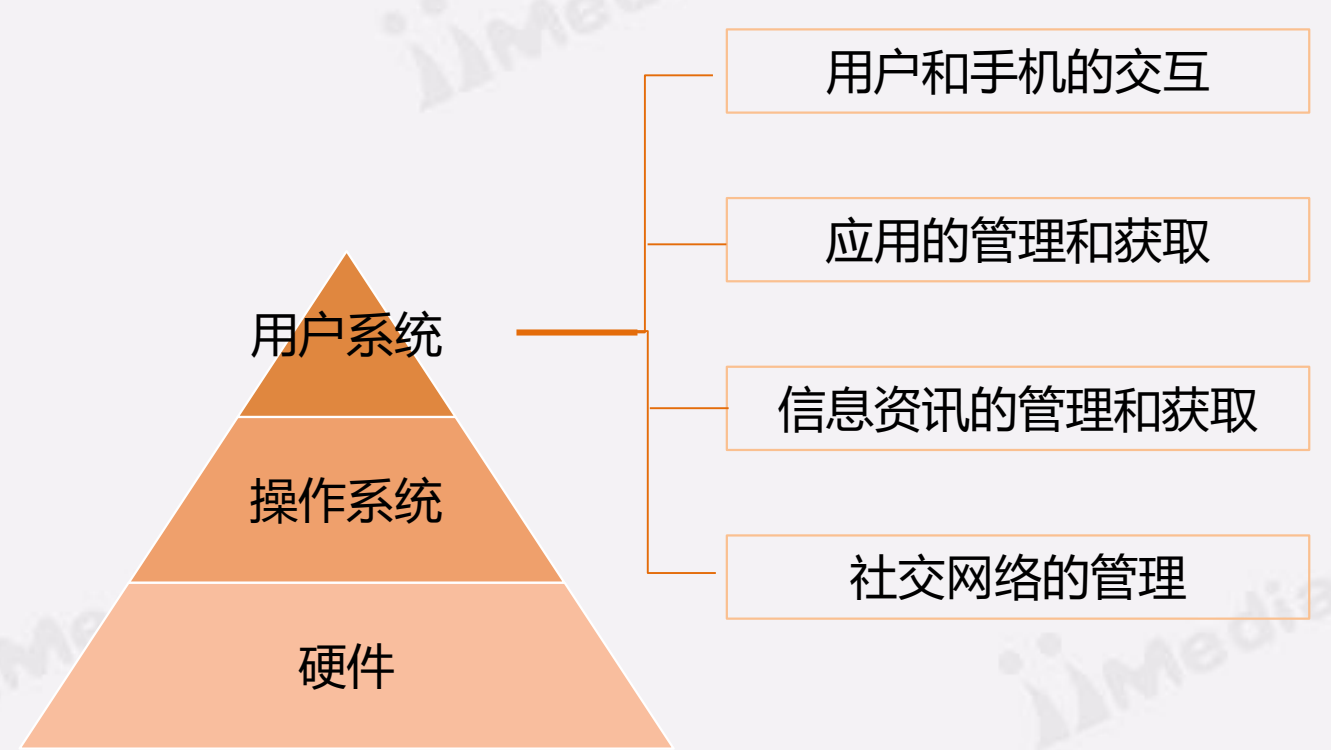
91桌面最早建立主题运营模式和主题用户付费模式，用户付费习惯和生态比较成熟。

91 桌面作为中国手机桌面应用市场早期进入者，率先抢占移动互联网用户红利，用户基础较大；在多年的运营中建立起比较成熟的用户付费生态。艾媒咨询分析师认为，有91助手、百度手机助手等上游渠道支持，加之91丰富的设计资源，91桌面未来仍会保持国内第三方手机桌面中的领先地位。

# APUS：轻量级的用户系统

APUS成立于2014年6月，第一款产品是APUS Launcher，主打概念是  
小而快捷的手机桌面应用。但在发展中，APUS已经成为轻量级的用户  
系统，桌面产品只是其中一个方面。

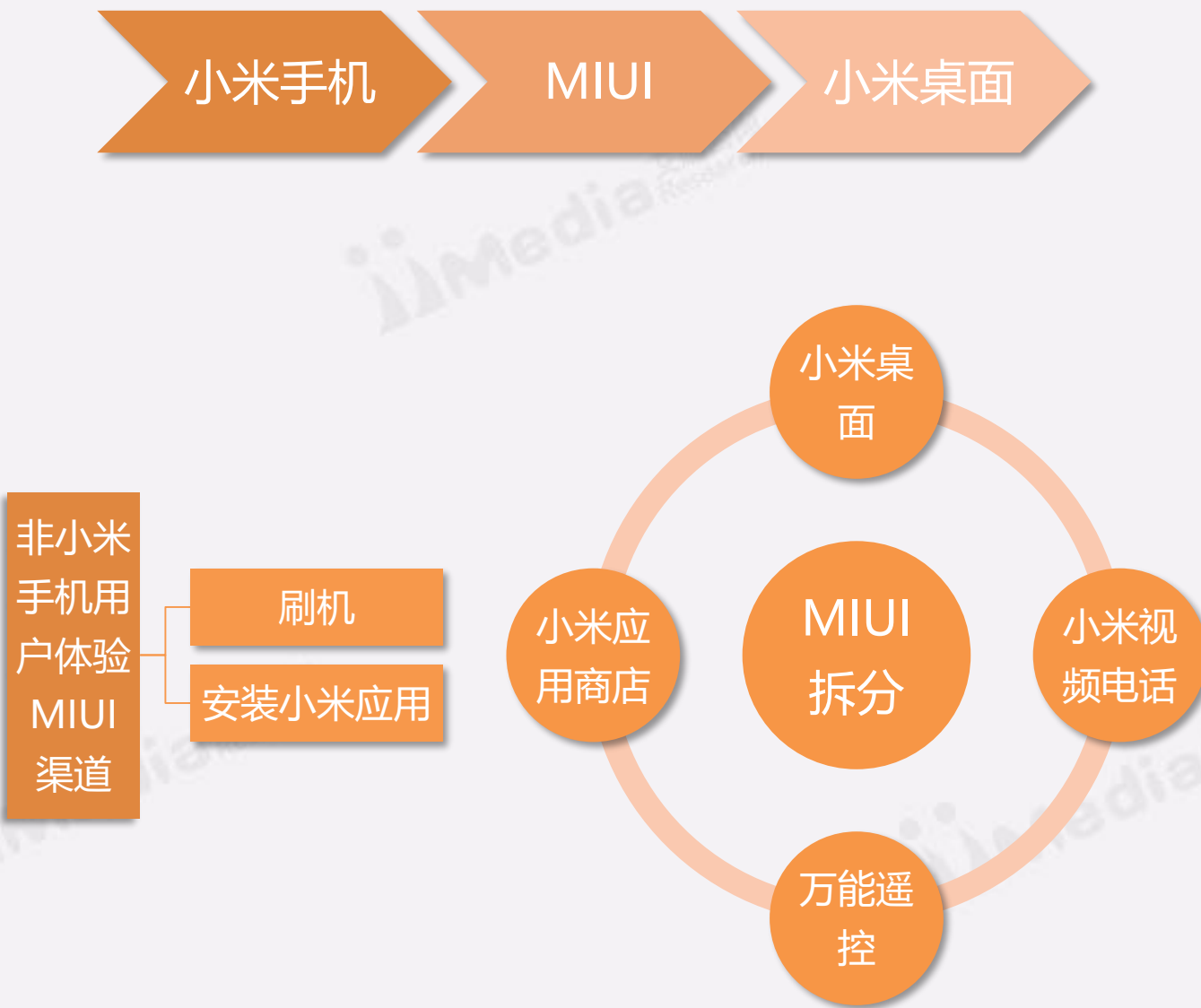
APUS用户系统是在硬件和操作系统之上，构建用户系统，成为用户接  
入移动互联网的第一入口。



艾媒咨询分析师认为，随着智能手机和Android系统的更新换代，第三  
方手机桌面的“传统”功能对用户的使用意义逐渐减弱，手机桌面企业  
需要寻求桌面应用定位上的转变和功能上的拓展。APUS从桌面应用出  
发，发展成为用户系统，对其他第三方桌面应用具有一定的启发意义。

# 小米桌面：构建MIUI生态布局

小米桌面首发于2012年，是MIUI团队研制的一款安卓桌面工具，传承了MIUI操作系统的桌面体验，让其他Android品牌手机用户不用刷机就能体验到MIUI系统。



艾媒咨询分析师认为，作为小米战略级重要产品，小米希望MIUI能够“走出去”，构建基于MIUI的生态体系，但由于刷机容易造成不良后果，小米转而开发大量应用，其他品牌手机用户安装这类应用后能部分体验MIUI功能，小米桌面就是其中之一。





PART FOUR

# 第三方手机桌面出 海发展专题研究

# 目标国外市场的第三方手机桌面 产品情况

艾媒咨询分析师认为，中国互联网企业正处于出国发展的风口，部分第三方手机桌面应用厂商也加入这波浪潮，摆脱国内的竞争环境，寻求在其他国家内的市场增长。

## 出国发展的第三方手机桌面应用代表



GO  
桌面



Mobo  
桌面



APUS  
桌面



91Launcher



Solo  
桌面



猎豹3D  
桌面

## 出国发展的 第三方手机桌面 产品特点

内存  
占用小

运行  
流畅

手机内存  
清理

# 中国第三方手机桌面海外发展重要地区

## 东南亚

代表国家：越南、  
泰国、马来西亚

## 南亚

代表国家：印度、  
巴基斯坦

## 中东

代表国家：沙特、  
埃及

## 南美

代表国家：巴西、  
阿根廷

艾媒咨询分析师认为，中国第三方手机桌面厂商在发掘国外市场的时候，往往以亚洲发展中国家为突破口，比如越南、泰国、印度等。这些国家的共同点包括：处于智能手机普及阶段，移动互联网人口红利即将到来；中低端智能手机占据智能手机销量的大部分。这些特点有利于手机桌面厂商在当地的市场增长，加之同为亚洲国家，地理和文化上的接近有助于当地业务的开展。

# 印度智能手机发展环境分析

印度作为中国第三方手机桌面应用国外发展战略核心地区之一，其智能手机发展环境有以下特点：

低端智能手机为主

超过七成的印度智能手机用户使用售价低于10000卢比（约等于1000元）的手机。

增长速度快

2016Q3印度智能手机市场总出货量已超过3000万部。

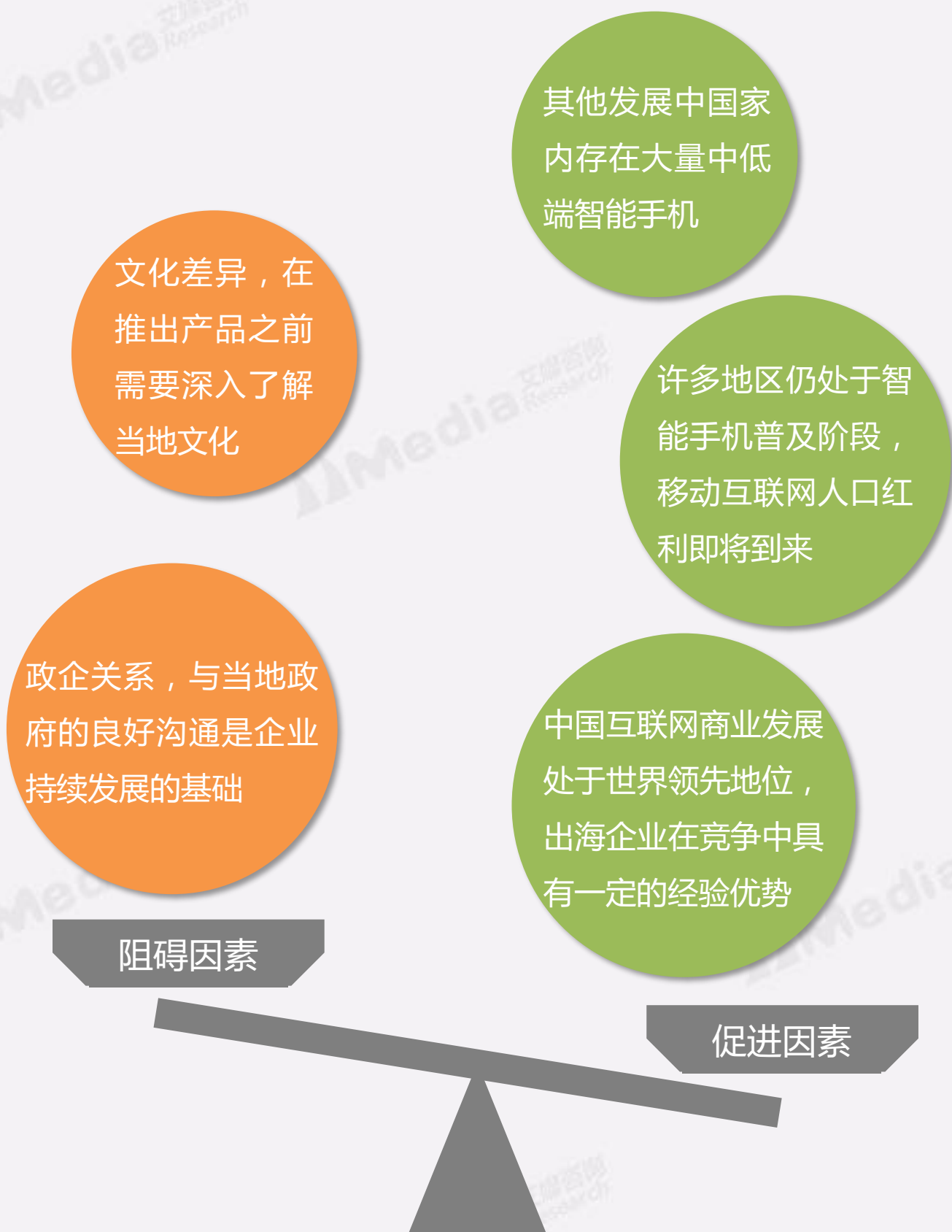
增长空间大

预计印度智能手机用户数量将在2021年前超8亿。

注：以上数据来源于公开数据整理。

艾媒咨询分析师认为，印度具有庞大的人口基础，加之其正处于互联网商业快速发展期，使其成为中国互联网企业出国发展的核心战略地区之一，而以APUS和91launcher为代表的第三方手机桌面厂商也在积极布局印度市场，未来印度将成为另一个互联网商业激烈竞争地区。

# 第三方手机桌面出海发展面临因素



艾媒咨询分析师认为，出国发展对于第三方手机桌面厂商是一条正确的发展道路，借助企业在互联网商业发展上的经验优势，利用当地移动互联网人口红利，企业能够更轻松地实现市场增长（对比中国市场）。

# 风灵创景：海外产品矩阵布局



## Dorado产品矩阵



### 主要功能



美化



加速



91知道



手势控制



快速搜索



电池管理



壁纸库



应用发现



清理

### 市场分类

01

以印度为代表的新兴市场，智能手机数量增长快，谋求以多种方式迅速提升用户规模。

02

以美国为代表的成熟市场，提升用户规模同时，注重优化用户体验，增强用户粘度，探索优化商业模式。

艾媒咨询分析师认为，风灵创景自2015年开始全面铺开海外移动工具、内容平台产品建设矩阵，并以较快速度进军印度、美国及各东南亚国家。入局较早，产品矩阵渐趋完善，为中国出海的新秀。



PART FIVE

# 2017中国手机桌面 面行业发展趋势



# 第三方手机桌面面临竞争挑战

手机厂商推出的基于Android系统进行优化和定制的手机操作系统，不仅在视觉设计上进行了深入地挖掘，还会搭配完善的原生应用体系，涵盖通讯、安全、应用商店、拍摄、天气、咨询等多个方面，反映了不同手机厂商独特的思想与理念。一个操作系统往往能适配多种品牌手机。



小米  
MIUI  
2010.08



魅族  
Flyme OS  
2012.06



华为  
Emotion UI  
2012.07



手机厂商原装桌面、  
操作系统逐渐优化

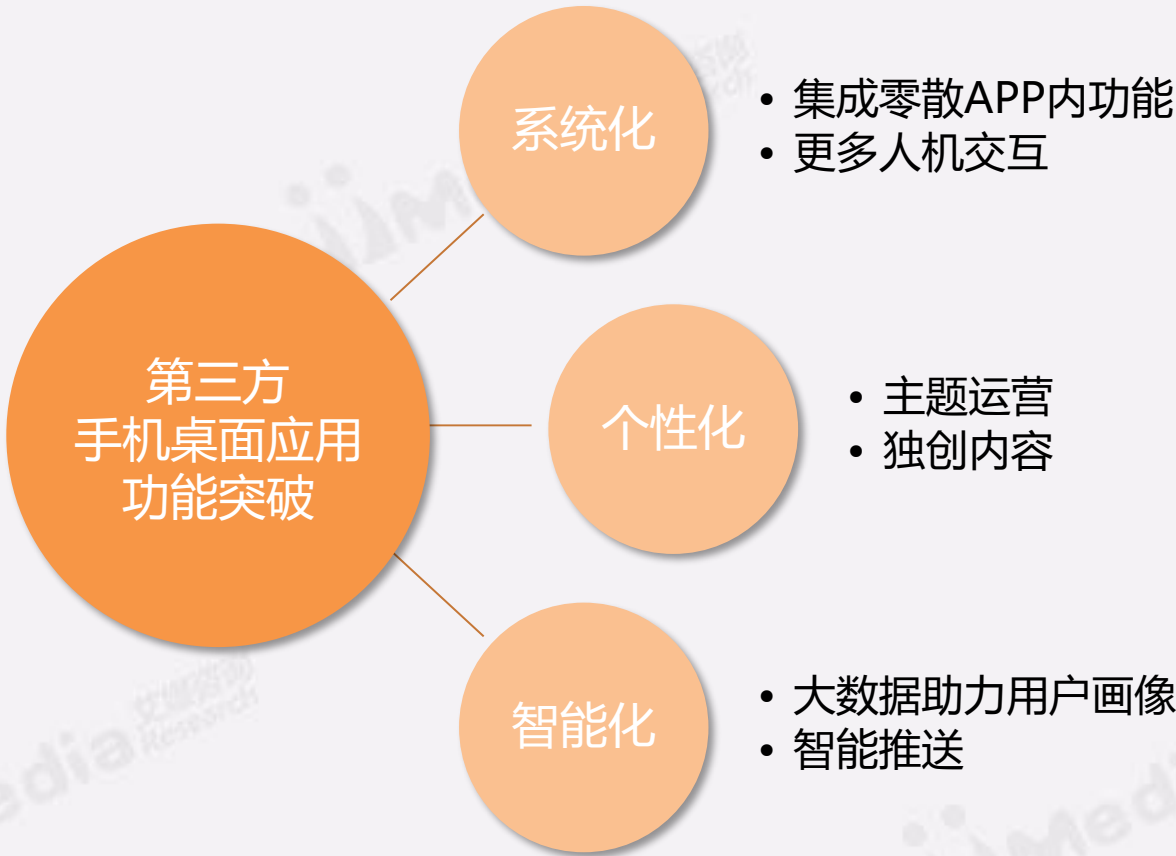
优化的手机操作系统、原装桌面  
会减弱第三方手机桌面  
市场地位

用户使用第三方手机  
桌面应用的意愿

艾媒咨询分析师认为，操作系统已经成为手机厂商在硬件之外的重点关注领域，这些系统在视觉和产品上的设计能够直接影响到用户购买该品牌手机的意愿，随着手机厂商操作系统的更新与优化，第三方手机桌面应用面临的竞争压力持续增大。

# 第三方手机桌面应用功能突破

用户对于手机桌面的功能需求已经不再局限于更换桌面主题、图标以及简单整理手机应用等功能，手机桌面在功能上的新突破将成为用户重新接受第三方手机桌面应用的重要影响因素。



艾媒咨询分析师认为，第三方手机桌面应用曾经的产品优势正在被手机原装桌面和操作系统消除，用户使用第三方手机桌面的意愿因此不断下降，未来第三方手机桌面需要做到功能上的突破，以系统化、个性化、智能化为切入点，提升用户感知体验，维持用户群体。

# 第三方手机桌面发展趋势总结



## 市场增长减缓

由于用户需求在智能手机的发展中被手机原装桌面和操作系统满足，第三方手机桌面竞争格局逐步稳定，整个市场未来增长将持续放缓。同时由于分发渠道受限，未来市场内将不会出现新的强力竞争者。



## 寻求国外发展机会

以印度为代表的新兴国家市场中存在大量低端智能手机，并且具有巨大的智能手机用户增长空间，有利于第三方手机桌面的发展，未来会有更多的第三方手机桌面厂商寻求中国以外的市场增长机会。



## 功能突破

由于第三方手机桌面应用和功能上的同质化，未来在用户感知体验的打造将成为各应用厂商的发展重心，以重新吸引用户群体。未来第三方手机桌面将会以系统化、个性化、智能化为切入点，形成功能上的突破，提升用户使用体验。而如91桌面等已积累大量用户基础，在市场深耕多年的厂商，或将有更大的机会在市场中突围而出。



北极星应用统计分析平台是在广东省政府省重大科技专项支持下研发的专业、独立的第三方移动应用统计分析平台，支持Android、iOS等主流平台。

北极星系统通过专业的技术手段助力开发者统计和分析流量来源、用户行为、用户习惯、进行用户画像并与运营商大数据对接，充分利用运营商精准LBS能力、用户深度透视能力、用户消费能力，帮助开发者利用数据进行产品、运营、推广策略的决策，改善产品设计，透视运营指标，提升推广效率。

ADiiMedia艾媒移动广告监测系统由全球领先第三方数据研究机构艾媒咨询独家研发，系统针对移动端广告特性，通过全流程数据记录跟踪、复合反作弊算法，结合用户大数据标签分析，实时提供公正独立的广告监测与优化服务，帮助广告主、代理公司及数字媒体有效分析提升营销效果和投资回报。目前支持微信公众号、微博、网页、APP、H5等多种媒体广告监测。

ADiiMedia系统正在为国内外的过百家知名品牌提供产品及服务，包括微软、高通、百事、华为、联想、王老吉、格力等。

服务网址：<http://bjx.iimedia.cn/> 接入咨询：[mwj@iimedia.cn](mailto:mwj@iimedia.cn)

# 艾媒 ● 大数据解决方案

围绕“互联网+”主题，依托艾媒集团的整合传播营销与互联网行业大数据挖掘的资源优势，为寻求互联网转型的传统企业以及互联网创业企业提供业务咨询，整合资源，提升客户价值。





# 法律声明

本报告由iiMedia Research（艾媒咨询）调查和制作，报告版权归属于艾媒咨询集团控股有限公司（中国香港）；报告中所有的文字、图片、表格均受到中国大陆及香港特别行政区知识产权法律法规的保护，任何非商业性质的报道、摘录、以及引用请务必注明版权来源；iiMedia Research（艾媒咨询）会向国家相关政府决策机构、知名新闻媒体和行业研究机构提供部分数据引用，但拒绝向一切侵犯艾媒著作权的商业研究提供免费引用。

本报告中的调研数据均采用行业深度访谈、用户调研、桌面研究得到，部分数据未经相关运营商直接认可；同时本报告中的调研数据均采用样本调研方法获得，其数据结果受到样本的影响，部分数据可能未必能够完全反映真实市场情况。因此，本报告仅供个人或单位作为市场参考资料，本公司不承担因使用本报告而产生的法律责任。在未接受本声明前，请不要阅读本报告。



# 因为专注， 所以专业！

Since 2010, We focus on mobile Internet!



艾媒咨询集团  
iiMedia Research Group

全球领先的移动互联网  
大数据挖掘与分析机构