

# 线下布局加速，持续提升用户体验

## 途虎养车APP价值度评级分析

本产品保密并受到版权法保护

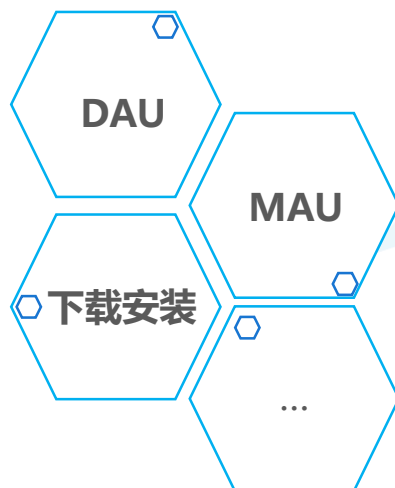
Confidential and Protected by Copyright Laws

Analysys 易观  
你要的数据分析



before

APP常规评价指标



单从规模上很难全面、准确的反映一款APP的潜在价值。

now

移动APP价值度评级体系



2016易观首发多维度全方位移动APP价值度评级体系，从规模、留存、价值、增长、潜力五大指标评估APP价值。

APP价值评级如何实现？

- 一、通过距离来测度样本的“亲疏程度”，样本间距离越小意味着它们越“亲密”。
- 二、根据距离最近原则进行分类。

# PART 1



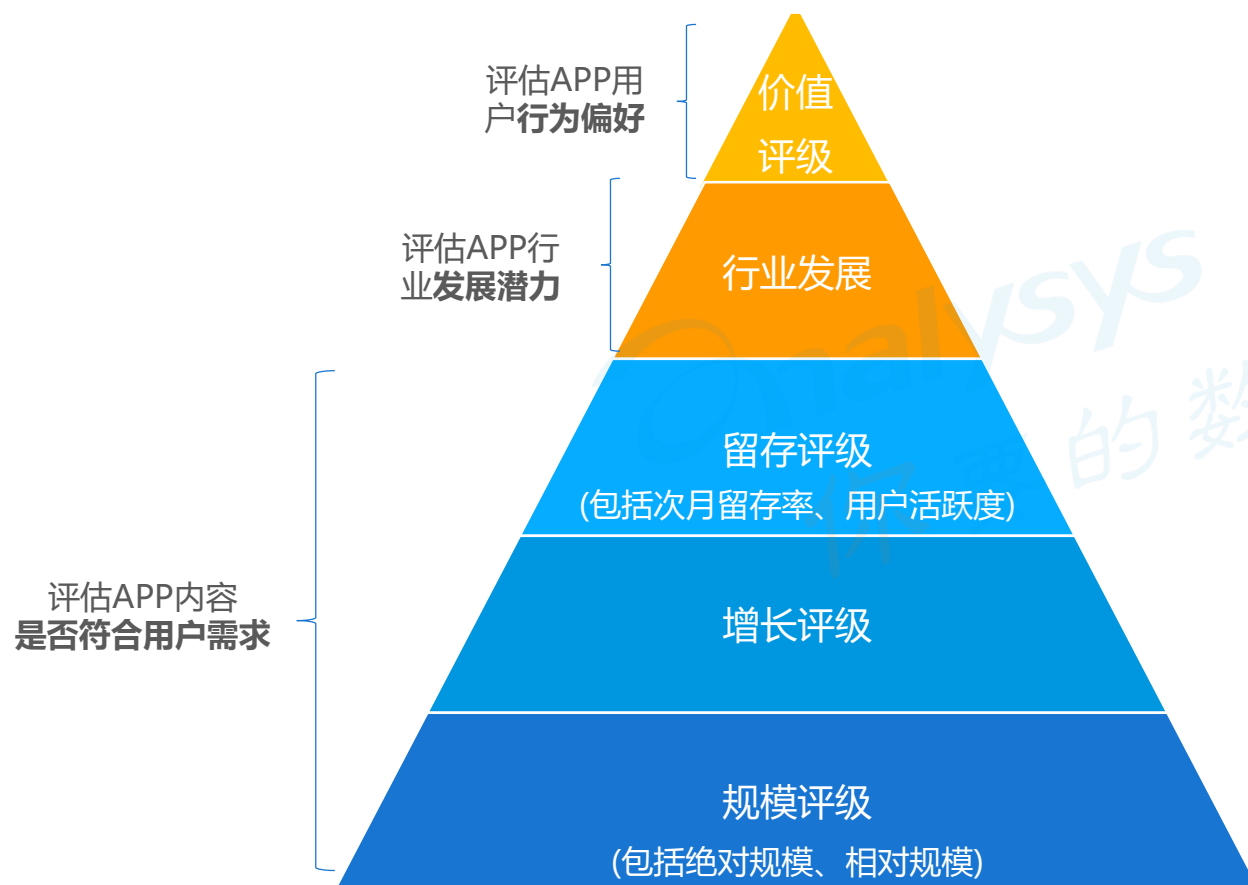
## 移动APP评级体系简介

© Analysys 易观

[www.analysys.cn](http://www.analysys.cn)

# 移动APP评级指标：从内容符合度、行业发展、用户行为角度全方位评估APP真实价值

## 移动APP评级体系



备注：五大指标体系呈金字塔分布，越往塔尖指标越能体现APP真实价值。

## 移动APP评级标准说明

AAAAA	处于全网/行业高水平
AAAA	处于全网/行业较高水平
AAA	处于全网/行业中等水平
AA	处于全网/行业较低水平
A	处于全网/行业低水平

注意：

- 1、绝对规模（规模评级重要指标）、次月留存率（留存评级重要指标）、价值评级和增长评级、行业发展综合评级指标是以移动APP的整体产业发展为基础，利用移动APP全网用户的使用行为数据来体现不同领域、不同APP间的价值度差异，因此评级范围在移动全网范围内进行；
- 2、相对规模（规模评级重要指标）与用户活跃度指标（留存评级重要指标）值受行业类型影响较大；利用移动全网数据作为参照不能真实反映APP特点，因此评级参照范围选取相应行业数据进行计算。

# 指标解读：移动APP评级二级指标详细解读

## 价值 评级

- **价值评级**：以整个移动互联网月活在50万及以上APP数据为基础进行计算和级别临界值划分，利用用户安装量、用户启动次数和用户使用时长三个核心维度计算。TGI值越大表明该用户群体相比全网用户，启动次数更频繁、使用时长更长、安装同类APP更多。
- 价值评级细分为：**消费价值评级、媒体价值评级、娱乐价值评级、应用价值评级。**

## 行业 潜力

- **行业发展综合评级**：结合行业发展趋势，反映其发展阶段；评级越高，表明行业处于高速发展期。

## 留存 评级

- **次月活跃留存率**：是以整个移动互联网月活在50万及以上APP数据为基础进行级别临界值划分。第N月用户中，有多少用户在第(N+1)月仍然使用该APP。该数值越大，表明用户流失少，粘性高。
- **用户活跃度**：在统计周期内，用户使用APP间隔时间的平均值，比值代表用户平均几天使用一次，数值越接近1表示用户活跃度越高。

## 增长 评级

- **复合增长率**：以整个移动互联网月活在50万及以上APP的数据为基础进行级别临界值划分，计算过程采用数学上的开方公式，结果更加合理。值越大，表明MAU增长越快。

## 规模 评级

- **绝对排名**：以整个移动互联网月活在50万及以上APP的数据为基础进行级别临界值划分。
- **相对排名**：以行业月活在50万及以上APP的数据为基础进行级别临界值划分，级别越高表明用户规模越大。

# 指标解读：价值评级，覆盖移动互联网主流应用

消费价值涵盖行业	媒体价值涵盖行业	娱乐价值涵盖行业	应用价值涵盖行业
消费价值反映APP用户群体的实际和潜在线上消费能力	媒体价值反映APP用户群体的阅读、社交与视频观看行为习惯	娱乐价值反映APP用户群体的休闲娱乐方式	应用价值反映APP用户群体的手机使用行为与内容
汽车	视频	游戏中心、媒体	企业级应用、音频娱乐
移动购物	视频直播	视频、视频直播	健康、医疗、实用工具
旅游	资讯	音频、动漫娱乐	移动阅读、资讯、体育
生活	游戏媒体	移动阅读	动漫娱乐、交通出行
金融	移动阅读	智能硬件	房产、视频直播、视频
母婴	社交	体育	游戏媒体、游戏中心
地图导航	音频娱乐	竞速	游戏工具、智能硬件
医疗	智能硬件	休闲	母婴、汽车、旅游
健康	浏览器	TAB	金融、通讯、生活
交通出行	搜索	SIM、ACT	移动购物、社交、摄影摄像
美食	体育	SLG、RPG	地图导航、美食、商务办公
房产	医疗	卡牌	系统工具、输入法、教育
其他		射击	浏览器、应用管理、其他

## PART 2



### 途虎养车APP价值度评级研究

© Analysys 易观

[www.analysys.cn](http://www.analysys.cn)



# 案例选择：途虎养车在用户规模、服务体验和线上线下联动方面表现卓越

## 用户规模优势

中国汽车后市场电商化、互联网化发展至今，车主的线上消费习惯日渐成熟，市场规模增长迅速且潜力巨大。途虎养车在汽车养护领域深耕多年，在该领域积累的用户规模优势明显。

## 综合服务平台的优势突出，用户体验好

途虎养车充分发挥电商平台的优势，提供种类完善的产品，个性化的服务和极速的物流体验。除了零配件产品，途虎养车还提供内容丰富的资讯，创建途虎养车论坛，满足用户的资讯需求和车主之间的交流需求，为用户打造一个有温度的综合服务平台。

## 用户群体消费能力强

根据易观千帆监测的数据显示，途虎养车最大的用户群体是24岁-40岁的男性，中等及以上消费能力的用户占比接近85%，单位用户的消费价值高，挖掘用户潜在消费能力的空间大。

## 品牌忠诚度高

途虎养车在汽车养护领域沉淀多年，出色的服务让用户对途虎有着较高的品牌忠诚度。

## 线上线下联动效应强

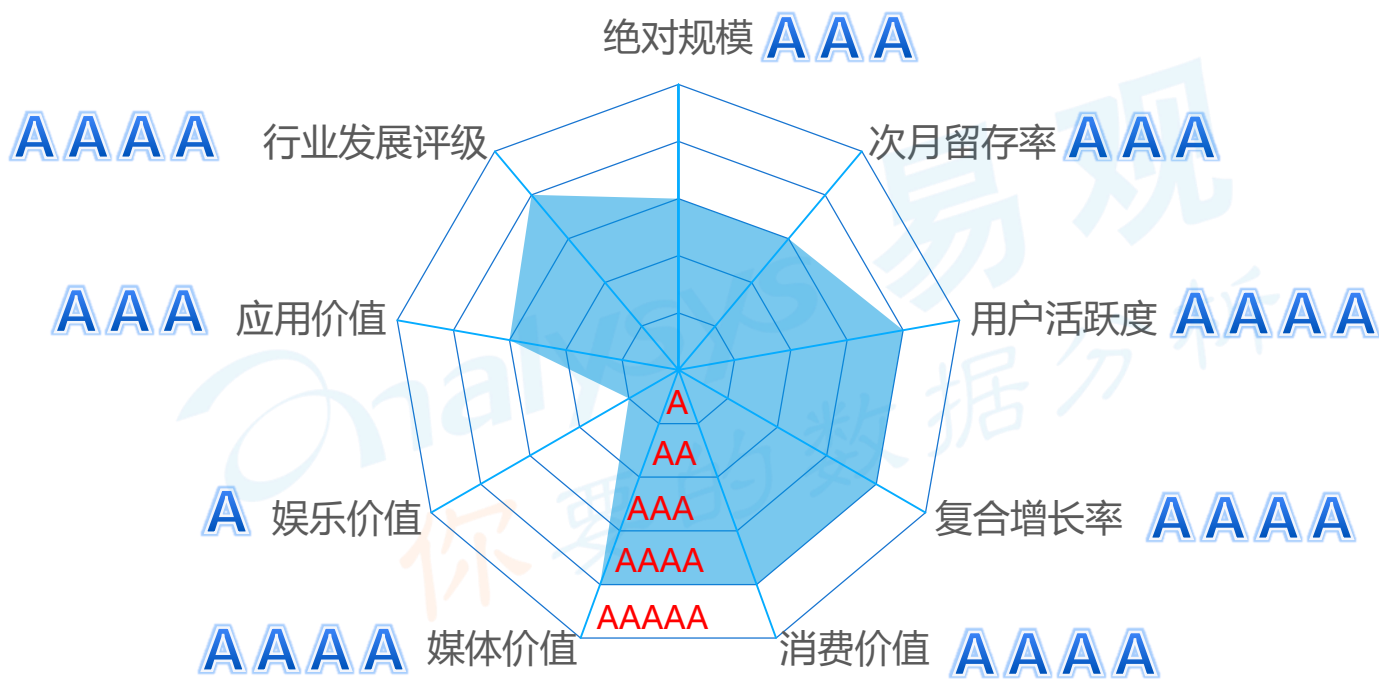
途虎养车线上平台配合线下13000余家品牌安装服务门店，为用户带来便捷、迅速的安装服务。而线下门店也成为了途虎养车展示的窗口，线上线下的联动效应将推动途虎养车稳步发展。





# 行业现状：车后服务行业用户规模增长迅速、潜力巨大，行业加速发展，用户的消费价值和媒体价值较高

## 2017年11月车后服务行业价值度评级蛛网图



数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第4季度易观千帆基于对22.5亿累计装机覆盖及5.5亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

### 车后服务行业整体评级：

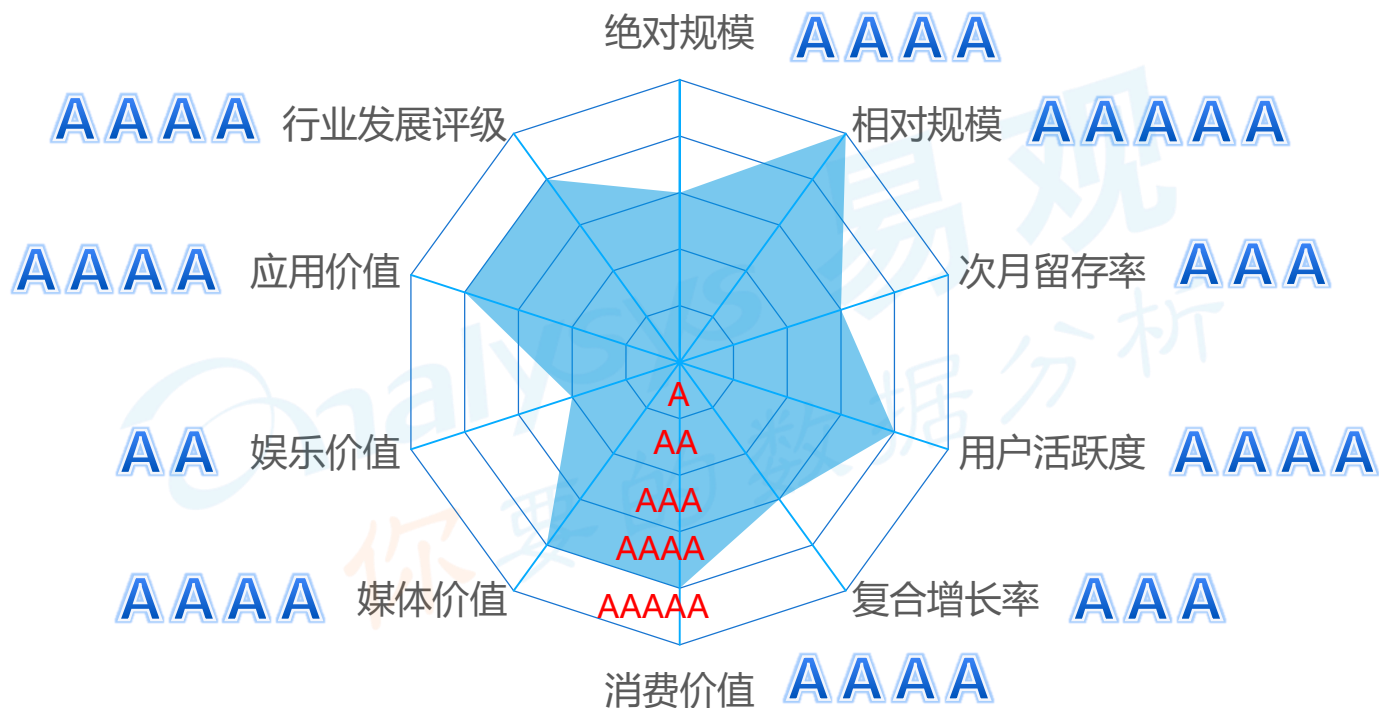
移动APP评级体系客观、全面地反映了APP及其行业的发展状况，为APP的商务合作与运营提供支撑。用户价值的大小体现出APP厂商及其行业商业价值的高低。

车后服务行业用户绝对规模评级达到3A级，行业发展评级达和复合增长率均为4A级，说明行业规模增长快速且增长潜力巨大。车后服务行业的次月留存率和用户活跃度分别为3A级和4A级，表明这一行业在吸引和保持用户流量方面表现卓越。

车后服务行业用户的消费价值和媒体价值达到了4A级，这反映了这一行业用户的消费能力较强，同时对媒体资讯的需求强烈。

# 途虎养车用户相对规模优势明显、用户活跃度高，在消费价值、媒体价值和应用价值方面表现突出

## 2017年11月途虎养车APP价值度评级蛛网图



数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第4季度易观千帆基于对22.5亿累计装机覆盖及5.5亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

© Analysys 易观·易观千帆·A3

www.analysys.cn

### 途虎养车价值发现：

途虎养车在用户规模、用户活跃度、消费价值、媒体价值和应用价值等方面表现强劲。

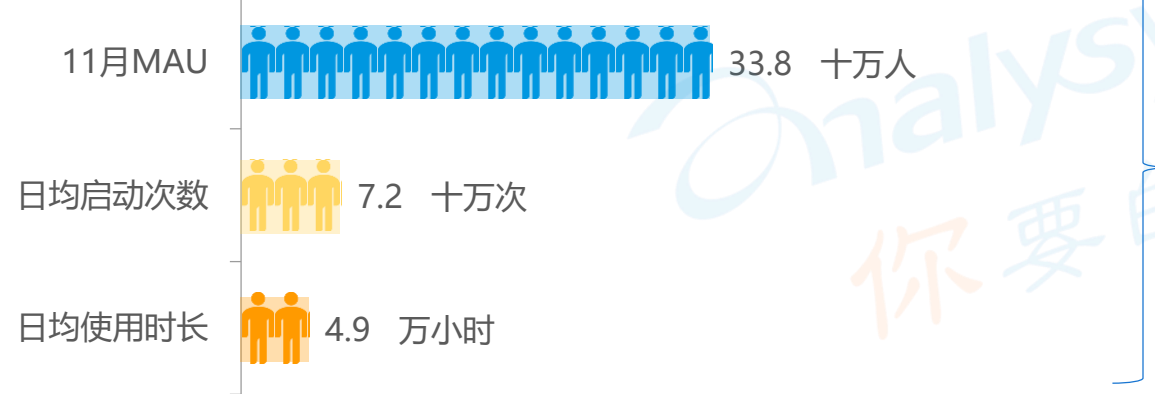
途虎养车定位于中国专业的“汽车养护电商平台”，为用户提供从汽车美容、保养、汽车配件到车险和违章查询等车后综合服务。此外，途虎养车还建立了虎说论坛，供各类车主用户交流分享，打造一个用户规模大、用户活跃度高的综合服务平台。

途虎养车的用户规模优势明显，用户群体的消费能力强，为进一步提升用户体验，途虎养车广泛布局线下的合作门店和途虎工场。线上和线下的高效联动为用户提供更高效、便捷的服务，增加了用户对途虎养车品牌的忠诚度。

# 规模评级：途虎养车的相对用户规模领先于同行业，绝对用户规模增长潜力较大

2017年11月途虎养车的活跃用户的绝对规模评级为3A，相对用户规模评级为5A，说明途虎养车的用户规模在同行业中优势明显，而稳定的复合增长率和较高用户粘性将支撑其绝对用户规模的增长。途虎养车入局车后服务市场的时间早，丰富的平台运营经验和线上线下资源的整合，不断提升着用户体验。随着途虎养车线下门店和途虎工场的扩张，其用户增长潜力将逐步得到释放。

2017年11月途虎养车活跃人数(MAU)与使用行为



数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第4季度易观千帆基于对22.5亿累计装机覆盖及5.5亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

评级指标		级别分布
车后服务	绝对规模评级	AAA
途虎养车	绝对规模评级	AAA
	相对规模评级 (车后服务)	AAAAA

来源：易观2017

APP规模MAU级别评定标准

评级说明	评级范围	级别	评级标准
绝对规模评级	移动全网 (MAU≥50万)	3A级	194.2万≤MAU≤531.0万
相对规模评级	车后服务	5A级	81.2万<MAU

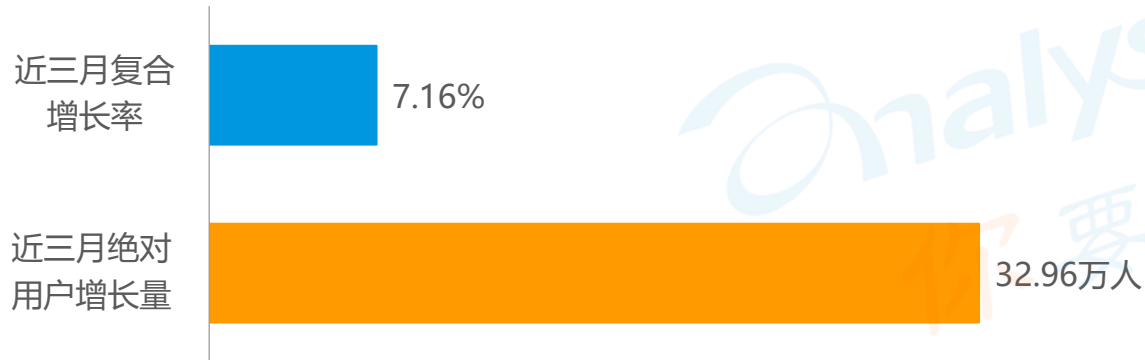
来源：易观2017

# 增长评级：行业整体用户规模增长迅速，途虎养车用户增量可观

途虎养车2017年近三个月复合增长率为 7.16%，增长评级为3A级，近三月绝对用户增长量达到32.96万人。途虎养车因为入局时间早，积累了庞大的用户规模，而稳定的复合增长率将带来一定的用户增量。

2017年11月途虎养车复合增长率和绝对用户增量

■ 近三月绝对用户增长量 ■ 近三月复合增长率



数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第4季度易观千帆基于对22.5亿累计装机覆盖及5.5亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

评级指标		级别分布
途虎养车	复合增长率评级	AAA

来源：易观2017

APP复合增长率级别评定标准

评级说明	评级范围	级别	评级标准
复合增长率评级	移动全网 (MAU≥50万)	3A级	-3.53% < 复合增长 ≤ 9.18%

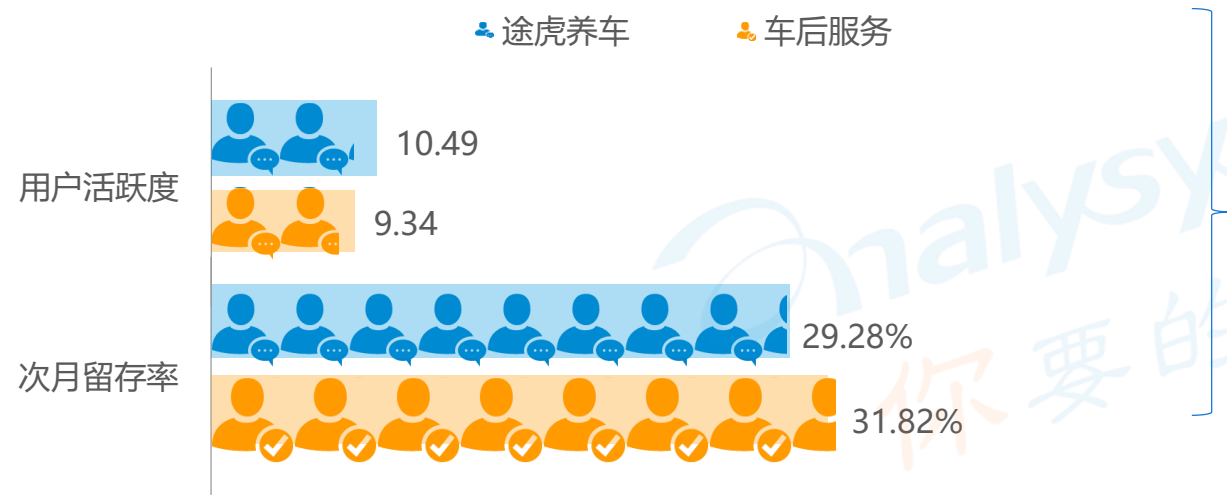
来源：易观2017

备注：复合增长率 =  $\sqrt[3]{\frac{\text{第N月MAU}}{\text{第(N-3)月MAU}} - 1} \times 100\%$

# 留存评级：途虎养车的用户粘性接近车后服务行业平均水平

2017年11月，途虎养车的用户活跃度为10.49，评级为4A级，次月留存率为29.28%，评级为3A。这两个指标的评级较高，与行业的均值持平。途虎养车为用户提供高效、便捷的汽车养护服务，而丰富的资讯和活跃的虎说论坛提高了途虎养车的用户体验和用户粘性。

2017年11月车后服务行业和途虎养车用户活跃度和次月留存率



数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第4季度易观千帆基于对22.5亿累计装机覆盖及5.5亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

评级指标		级别分布
车后服务	次月留存率评级	AAA
	用户活跃度评级	AAAA
途虎养车	次月留存率评级	AAA
	用户活跃度评级	AAAA

来源：易观2017

APP规模MAU级别评定标准

评级说明	评级范围	级别	评级标准
次月留存率评级	移动全网 (MAU≥50万)	3A级	29.12%<留存率≤43.37%
用户活跃度评级	途虎养车	4A级	4.56<活跃度≤11.53

来源：易观2017

备注：在统计周期内，用户使用APP间隔时间的平均值，比值代表用户平均几天使用一次，数值越接近1表示用户活跃度越高。



# 消费价值评级：途虎养车消费价值评级与行业持平，用户对综合电商、理财等需求高

途虎养车的消费价值评级为4A级，与车后服务行业的平均水平一致。途虎养车的用户对综合电商、团购的消费倾向明显。同时，对银行服务、证券服务和投资理财方面的需求较强，表明途虎养车的用户广泛关注金融理财，而且消费能力强。

## 2017年11月途虎养车用户消费细分行业TGI值TOP10



数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第4季度易观千帆基于对22.5亿累计装机覆盖及5.5亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

评级指标		级别分布
车后服务	消费价值评级	AAAA
途虎养车	消费价值评级	AAAA

来源：易观2017

## APP规模MAU级别评定标准

评级说明	评级范围	级别	评级标准
消费价值评级	移动全网 (MAU≥50万)	4A级	10.471<消费TGI≤18.64

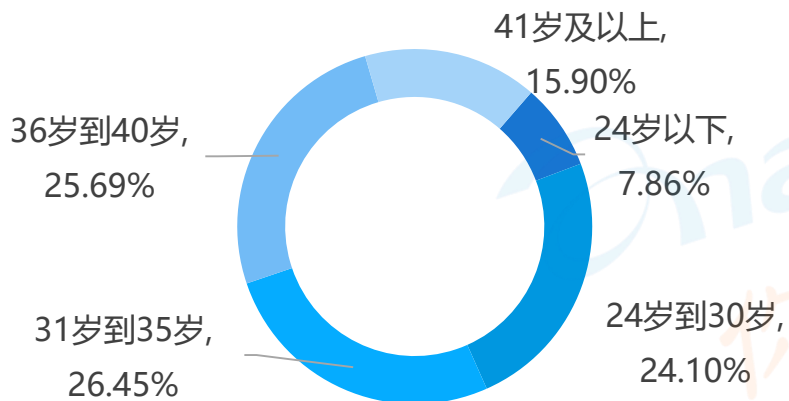
来源：易观2017

备注：TGI值指目标APP用户在某领域安装量、启动次数和使用时长三项指标值与移动全网用户在相同领域三项指标平均值的比值加权平均，值大于1表明目标APP用户在特定研究范围内高于总体平均水平（强势），反之，低于总体平均水平（弱势）。

# 消费画像：途虎养车APP用户集中在24-40岁的中青年，对电商、车后服务和投资理财方面的消费倾向明显

途虎养车APP用户在综合电商、团购、银行服务应用和证券服务应用等消费领域的高TGI值，与用户的年龄结构有很大相关性：途虎养车的用户主要集中在24岁到40岁的年龄段。这部分人群的网购习惯强，事业发展处于上升期，收入稳步增长，关注生活品质和投资理财。

2017年11月途虎养车主要用户年龄分布情况



数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第4季度易观千帆基于对22.5亿累计装机覆盖及5.5亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

## 途虎养车APP用户价值体现

途虎养车用户在综合电商、团购和投资理财等行业的高TGI值，体现了其用户的消费需求广，消费行为丰富。

消费需求广

途虎养车用户对证券服务、支付、银行服务等领域的高TGI值，体现了其用户具有较高的理财需求和理财能力。

理财能力强

途虎养车用户以中青年为主，用户群体收入稳定，注重提高生活品质和消费升级，具有明显的购买意愿和支付意愿。

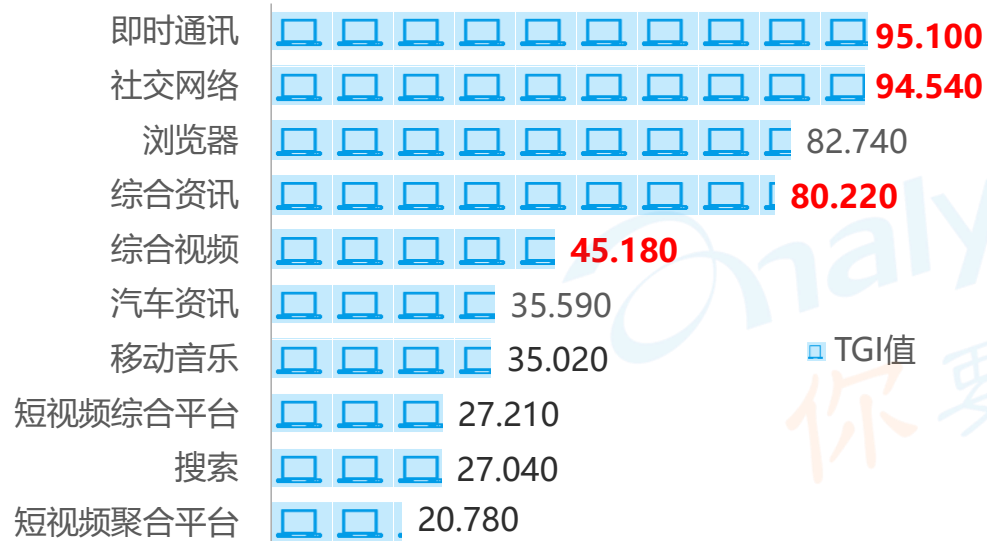
消费能力强



# 媒体价值评级：途虎养车APP用户偏好即时通讯、社交网络媒体，媒体使用行为丰富

途虎养车APP媒体价值评级为4A级，与城市出行行业均值评级持平。途虎养车用户在即时通讯、社交网络、综合资讯和综合视频等行业TGI值均较高，表明用户媒体使用行为较为丰富。

## 2017年11月途虎养车用户媒体细分行业TGI值TOP10



数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第4季度易观千帆基于对22.5亿累计装机覆盖及5.5亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

评级指标		级别分布
车后服务	媒体价值评级	A A A A
途虎养车	媒体价值评级	A A A A

来源：易观2017

## APP媒体价值级别评定标准

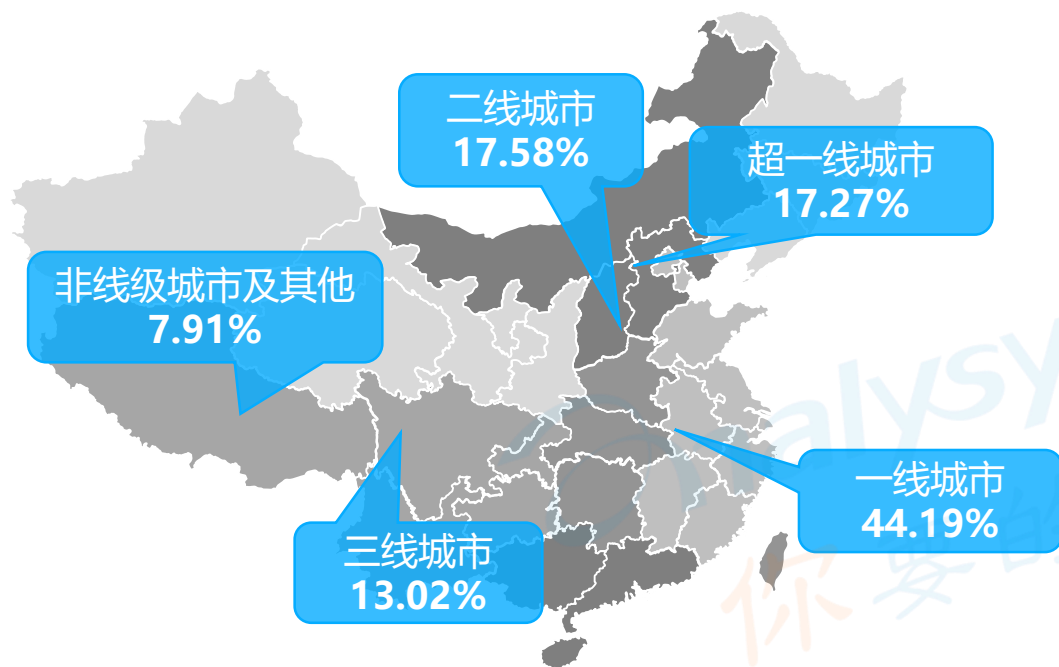
评级说明	评级范围	级别	评级标准
媒体价值评级	移动全网 (MAU≥50万)	4A级	$24.952 \leq \text{媒体TGI} \leq 29.931$

来源：易观2017

备注：TGI值指目标APP用户在某领域安装量、启动次数和使用时长三项指标值与移动全网用户在相同领域三项指标平均值的比值加权平均，值大于1表明目标APP用户在特定研究范围内高于总体平均水平（强势），反之，低于总体平均水平（弱势）；媒体价值反映APP用户群体的阅读、社交与视频观看行为习惯，若一个媒体价值高说明，用户使用其他媒体的行为更丰富，若媒体价值低，则说明使用其他媒体的行为较少。

# 媒体画像：途虎养车APP用户在一线及以上城市最为活跃

## 2017年11月途虎养车主要用户地域分布



数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第4季度易观千帆基于对22.5亿累计装机覆盖及5.5亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

## 途虎养车主要用户媒体价值体现

途虎养车APP用户在即时通讯、社交网络行业的高TGI值，反映了途虎养车用户的社交需求强，更喜欢在线上交流和分享。

线上社交  
属性强

途虎养车APP用户在浏览器、综合资讯和汽车资讯行业的TGI值较高，体现了用户关注实时资讯，对汽车资讯尤其感兴趣。

热点追踪

途虎养车APP的用户主要集中在一线及以上城市，对潮流更敏感，追求个性化的娱乐方式，对时髦短视频的偏好明显。

追求个性  
化

备注：超一线城市：北京、上海、广州、深圳；一线城市：杭州、南京、济南、重庆、青岛、大连、宁波、厦门、天津、成都、武汉、哈尔滨、沈阳、西安、长春、长沙、福州、郑州、石家庄、苏州、佛山、东莞、无锡、烟台、太原、合肥、昆明、南昌、南宁、唐山、温州、淄博等。

# 娱乐价值评级：途虎养车APP娱乐价值评级高于行业，钟爱短时休闲的娱乐方式

途虎养车APP娱乐价值评级为2A级，高于行业的娱乐价值评级。用户对视频、音乐的偏好明显，喜欢棋牌、消除类的小游戏，对MOBA类的游戏也有较强的兴趣。用户时间碎片化明显，钟爱省时、轻松、简单的娱乐方式。

## 2017年11月途虎养车用户娱乐细分行业TGI值TOP10



数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第4季度易观千帆基于对22.5亿累计装机覆盖及5.5亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

评级指标		级别分布
车后服务	娱乐价值评级	A
途虎养车	娱乐价值评级	AA

来源：易观2017

## APP媒体价值级别评定标准

评级说明	评级范围	级别	评级标准
娱乐价值评级	移动全网 (MAU≥50万)	1A级	娱乐TGI≤5.112
娱乐价值评级	移动全网 (MAU≥50万)	2A级	5.113<娱乐TGI≤7.315

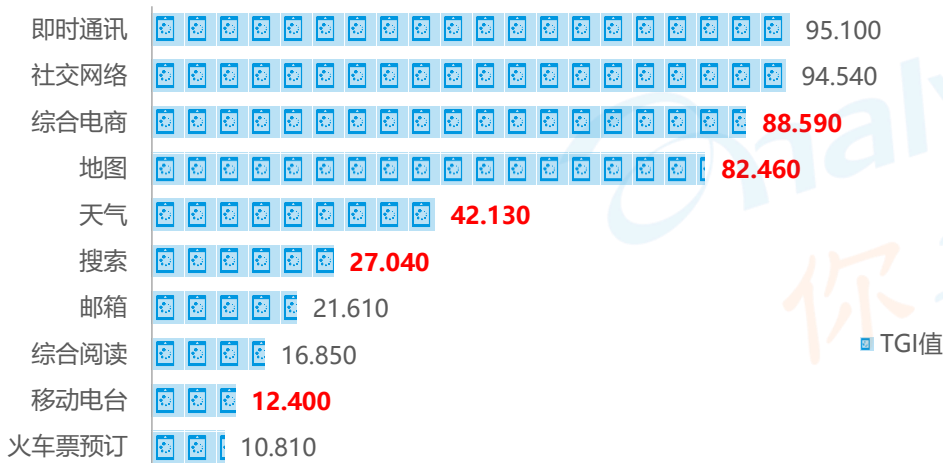
来源：易观2017

备注：TGI值指目标APP用户在某领域安装量、启动次数和使用时长三项指标值与移动全网用户在相同领域三项指标平均值的比值加权平均，值大于1表明目标APP用户在特定研究范围内高于总体平均水平（强势），反之，低于总体平均水平（弱势）。

# 应用价值评级：途虎养车APP应用价值评级高于同行业，用户社交属性强，关注实际需求

途虎养车APP应用价值评级为4A级，高于车后服务行业的平均值。途虎养车用户对于通讯、社交类APP的使用倾向性明显，同时对电商、工具类和阅读类的应用偏好较强。体现出途虎养车用户APP使用需求较广，注重实际生活需求，热爱交流和分享。

## 2017年11月途虎养车用户应用关联行业TGI值TOP10



数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第4季度易观千帆基于对22.5亿累计装机覆盖及5.5亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

评级指标		级别分布
车后服务	应用价值评级	AAA
途虎养车	应用价值评级	AAAA

## APP应用价值级别评定标准

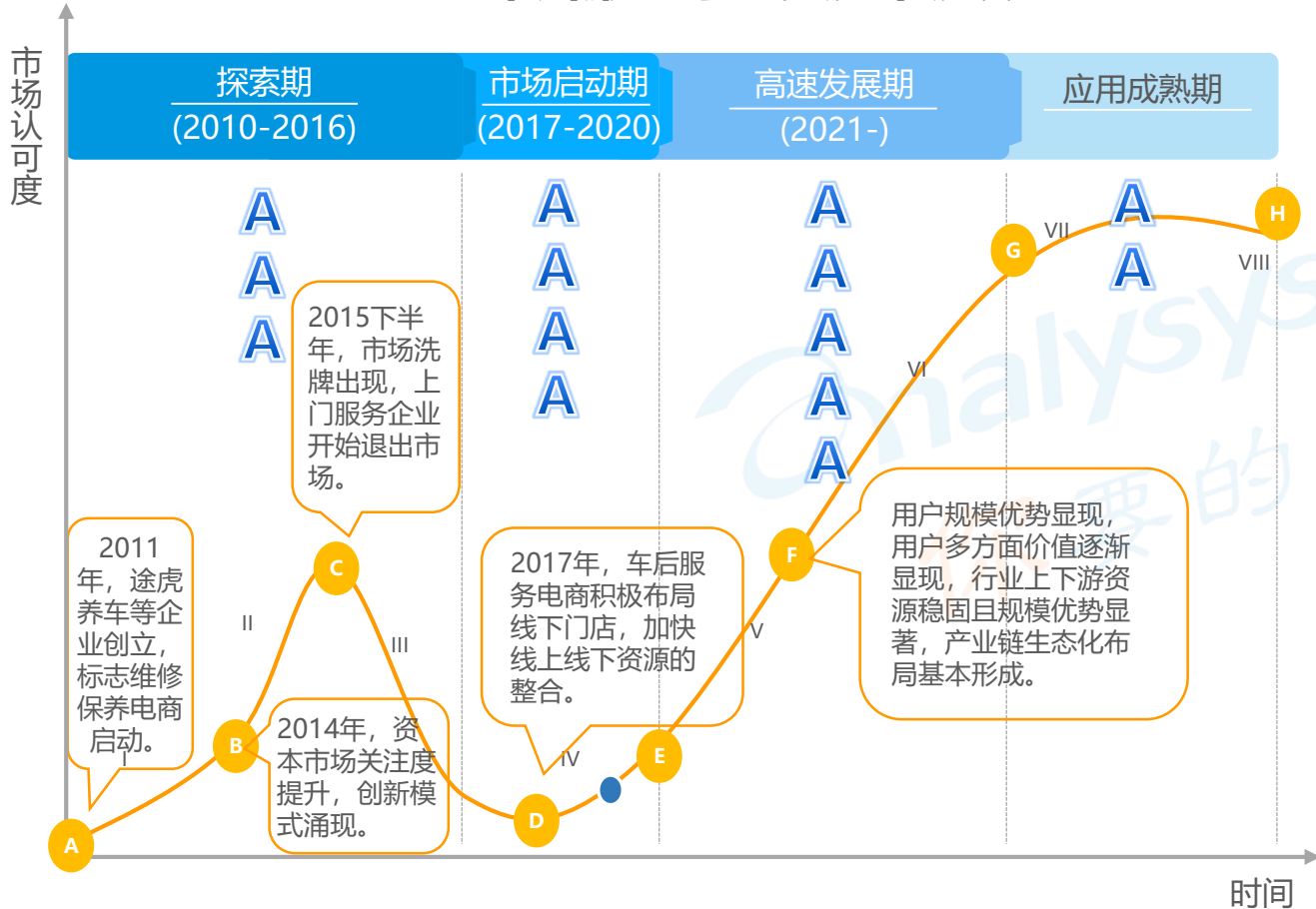
评级说明	评级范围	级别	评级标准
应用价值评级	移动全网 (MAU≥50万)	3A级	7.017<应用TGI≤8.915
		4A级	8.916<应用TGI≤11.148

来源：易观2017

备注：TGI值指目标APP用户在某领域安装量、启动次数和使用时长三项指标值与移动全网用户在相同领域三项指标平均值的比值加权平均，值大于1表明目标APP用户在特定研究范围内高于总体平均水平（强势），反之，低于总体平均水平（弱势）；应用价值体现用户使用手机APP种类的丰富性和频繁程度，反映用户APP的应用亮点以及与消费、媒体价值直接相关的延伸领域。

# 行业发展综合评级：车后服务行业处于市场启动期，途虎养车在用户规模、用户价值和线上、线下资源整合能力等方面领先于行业发展水平

2017年车后服务行业发展评级模型



## 车后服务行业发展评级：

车后服务行业的电商模式发展得日渐成熟，为进一步提升效率和用户体验，行业内各家企业从2016年下半年开始布局并整合线下资源，希望回归线下服务的本质。经过一年多的投入和探索，2018年的线下整合将会加速进行。但短时间内重资产模式难以快速复制，行业服务标准也难以统一，整个市场仍将处于启动期。途虎养车利用高效运营的线上平台、分布广泛的线下门店和加速布局的途虎工场，整合线上线下资源，构建车主生活一站式服务平台，领先于行业发展水平。

评级指标		级别分布
车后服务	行业发展评级	AAAA
途虎养车	行业发展评级	AAAA

来源：易观2017



# 综上：途虎养车用户多为一线及以上城市的商务人群，社交需求强烈，消费行为广泛，用户价值高

途虎养车作为车后服务行业内具有高价值的厂商，在用户规模、消费、媒体和应用价值等评级上处于较高水平；用户覆盖人群年龄分布均匀，社交属性强，消费需求旺盛逐渐的年轻化。途虎养车在汽车养护领域深耕多年，利用自己长久以来积累的用户优势和电商平台运营经验，整合线下合作门店和途虎工场的资源，增强线上线下的联动效应，旨在为车主用户打造一个便捷、高效、有归属感的汽车养护服务平台。

◆途虎养车用户规模大，新用户的增长量可观。随着线上平台产品和服务完善，配合线下的合作门店和途虎工场，途虎养车APP的用户体验将不断升级，长期来看，途虎养车仍有很大的用户增长潜力。



注重效率和金融理财

◆途虎养车用户以经济发达和互联网化程度高的超一线和一线城市为主，用户多处于事业上升期或高峰期，追求效率，消费能力强，用户价值度高。

◆途虎养车用户留存和活跃度与行业均值水平持平，用户行为较为稳定。随着线下门店和途虎工场的扩张，线下服务能力将有所提高，带动途虎养车的用户粘性有望进一步提高。

用户粘性强

用户活跃度

10.49

活跃用户留存率

29.28%

提高生活品质的费需求较高，关注投资理财。

消费价值

关注时事热点，对综合资讯、视频、音频等媒体关注度高。

媒体价值

爱好休闲类娱乐方式

◆途虎养车用户注重服务效率，较高的理财需求表明收入水平高和消费能力高，偏好移动购物、综合资讯、消除、棋牌等短时娱乐项目，表明工作节奏快，且善于利用碎片化时间进行休闲娱乐和保持对时事热点的追踪。

规模化运营效果显著

338.1  
(万)

途虎养车  
月活

7.16%

复合  
增长率

备注：复合增长率=  $\sqrt[3]{\frac{\text{第N月MAU}}{\text{第(N-3)月MAU}} - 1} \times 100\%$

## 研究背景：

◆用户规模是衡量APP价值的重要指标，然而在应用成熟的行业中，APP具有插件化、衍生化、互通化的特点，单一的用户规模排名不能全面、准确的反映一款APP的潜在价值。因此，易观对用户使用行为进行深度挖掘，推出移动APP评级模型。该模型体系从规模、留存、增长、价值和潜力等多个维度，全面客观地展现了APP价值，为APP的商业合作、用户运营提供有力支撑。

## 数据说明：

◆基于易观千帆对2017年11月月活(MAU)在50万及以上的APP用户数据监测结果，报告中所涉及数据分布以用户使用行为数据进行相关计算获得。

◆数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第4季度易观千帆基于对22.5亿累计装机覆盖及5.5亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

◆易观千帆“A3”算法升级说明：易观千帆“A3”算法引入了机器学习的方法，使易观千帆的数据更加准确地还原用户的真实行为、更加客观地评价产品的价值。整个算法的升级涉及到数据采集、清洗、计算的全过程：1、采集端：升级SDK以适应安卓7.0以上操作系统的开放API；通过机器学习算法，升级“非用户主观行为”的过滤算法，在更准确识别的同时，避免“误杀”。2、数据处理端：通过机器学习算法，实现用户碎片行为的补全算法、升级设备唯一性识别算法、增加异常设备行为过滤算法等。3、算法模型：引入外部数据源结合易观自有数据形成混合数据源，训练AI算法机器人，部分指标的算法也进行了调整。



## 附录：评级体系选取了七项指标作为分析的基础

- ◆选取的七项数据指标综合反映了用户规模、使用习惯与偏好。
- ◆消费、媒体、娱乐和应用四种价值采用用户安装量、用户启动次数和用户使用时长三个核心维度，结合行业渗透率做相关计算，得到APP的各类价值TGI指数。
- ◆TGI指数：反映目标群体某一特征的群体比例与总体中具有相同特征的群体比例的比值，比值大于1表明目标群体在特定研究范围内高于总体平均水平（强势），反之，低于总体平均水平（弱势）。

### 指标内容

DAU  
(日活跃  
人数)

MAU  
(月活跃  
人数)

使用时长  
(月度累  
计数据)

启动次数  
(月度累  
计数据)

安装量  
(月度累  
计数据)

复合增长  
率  
(三个月  
数据)

AMC指  
数

# 附录：消费价值细分为48个行业，排名体现各行业消费金额以及用户消费能力的差异

排序	行业名称	排序	行业名称	排序	行业名称
1	零售O2O	18	网络借贷	35	综合电商
2	生鲜电商	19	汽车租赁	36	团购
3	酒水电商	20	汽车代驾	37	特卖电商
4	导诊平台	21	车辆充电加油	38	火车票预订
5	娱乐票务	22	在线停车	39	旅游攻略/UGC类
6	养生保健	23	证券服务应用	40	保险服务
7	综合到家平台	24	挂号	41	酒店预订
8	车后服务	25	上门洗衣	42	生活服务
9	汽车违章	26	外卖/订餐	43	汽车工具
10	综合旅游预订	27	家政服务	44	跨境电商
11	综合度假旅游预订	28	美业服务	45	金融工具
12	快递/配送	29	导购/返利	46	家居家装
13	路况查询	30	医药电商	47	房产服务
14	支付	31	品牌电商	48	汽车工具
15	零售O2O	32	母婴电商		
16	银行服务应用	33	二手电商		
17	投资理财	34	优惠券		

# 附录：媒体价值细分为36个行业

领域名称	行业名称	领域名称	行业名称	领域名称	行业名称
视频	聚合视频/视频导航	新闻阅读	教育资讯	移动阅读	电子书
	综合视频		科技资讯		综合阅读
	垂直视频		财经资讯	实用工具	搜索
	网络电视		综合资讯		网址导航
	短视频		汽车资讯	社交	社交网络
	微视频		军事资讯		综合社区论坛
视频直播	游戏直播		时尚资讯		商务社交
	娱乐直播		期刊杂志		即时通讯
	体育视频/直播	体育	体育资讯		学习社区
	教育直播	医疗	医疗资讯	音频娱乐	移动音乐
	财经直播	游戏媒体	游戏资讯		移动电台
浏览器	浏览器	智能硬件	VR		移动K歌

# 附录：规模、留存与增长评级的等级划分标准(MAU50万及以上)

评级一级指标	取值范围	1A级	2A级	3A级	4A级	5A级
	评级二级指标					
规模评级	绝对排名(MAU)	964040及以下	964041-1942350	1942351-5310440	5310441-25914429	25914429以上
	相对排名(车后服务)	501595及以下	501596-531977	531978-601965	601966-812536	812536以上
留存评级	次月活跃留存率	21.57%及以下	21.58%-29.11%	29.12%-43.37%	43.38%-55.04%	55.04%以上
	用户活跃度(DAU/MAU)(车后服务)	18.21以上	15.33-18.21	11.52-15.34	4.56-11.53	4.55及以下
增长评级	复合增长率	-15.03%及以下	-15.02%- -3.54%	-3.53% -9.18%	9.19%-30.99%	30.99%以上

# 附录：价值评级等级划分标准(MAU50万及以上)

评级一级指标	取值范围	1A级	2A级	3A级	4A级	5A级
	评级二级指标					
价值评级	消费价值	2.905及以下	2.906-5.666	5.667-10.470	10.471-18.640	18.641以上
	媒体价值	14.541及以下	14.542-21.041	21.042-24.951	24.952-29.931	29.931以上
	娱乐价值	5.112及以下	5.113-7.315	7.316-9.781	9.782-12.610	12.610以上
	应用价值	5.392及以下	5.393-7.016	7.017-8.915	8.916-11.148	11.148以上

# 数据分析驱动业务升级

- 易观千帆
- 易观万像
- 易观方舟
- 易观博阅



易观订阅号



易观千帆试用