

新技术应用催化市场整合，潜在市场规模巨大

百度网盘APP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
实时分析驱动用户资产成长



before

APP常规评价指标

DAU、MAU、下载安装...

单从规模上很难全面、准确的反映一款APP的潜在价值



after

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聚类。

PART 1



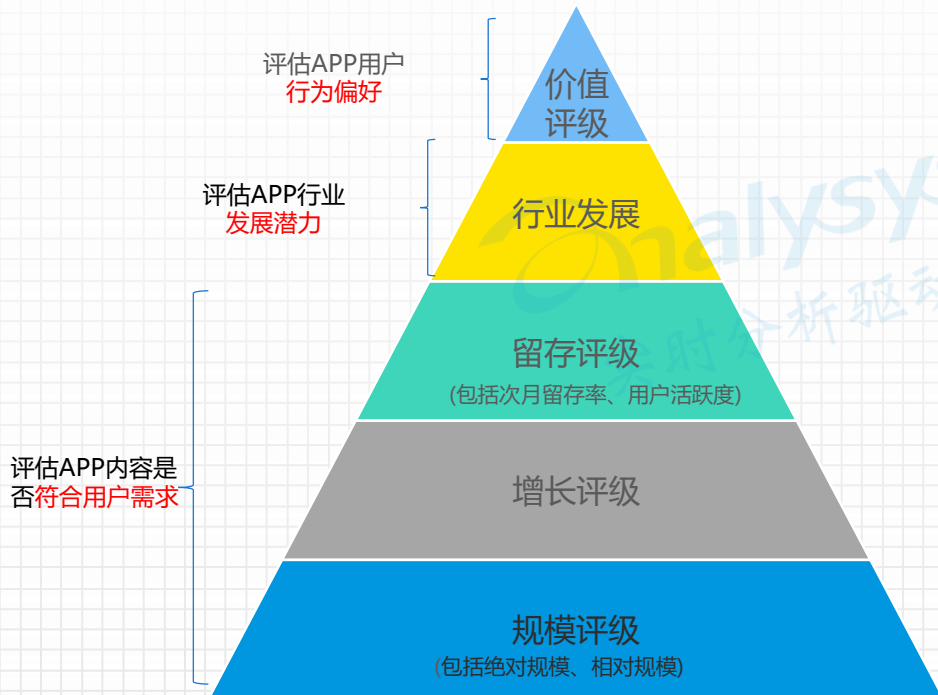
移动APP评级体系简介

© Analysys 易观

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



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**：是以行业月活在50万及以上APP数据为基础进行级别临界值划分。用APP的DAU(日活跃人数)比上MAU(月活跃人数)，值越大表明用户需求越高，使用越频繁。

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

消费价值涵盖领域	媒体价值涵盖领域	娱乐价值涵盖领域	应用价值涵盖领域
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

来源：易观2017

PART 2



百度网盘APP价值度评级研究

© Analysys 易观

www.analysys.cn

案例选择：百度网盘各维度表现突出，是网盘类代表性APP

技术驱动：百度作为技术驱动的公司，将图像识别、智能存储分类等技术优势运用到网盘业务中，在使用简易性、搜索的精确性以及响应速度等方面做出提升。

产品体验丰富：百度网盘除了传统的存储、分享等功能外，积极发力扩展产品体验，不断完善产品功能、丰富网盘内容、扩大粉丝群。

智能化服务引领：“智能化”同时也是个人网盘行业发展的趋势之一。物联网时代的来临，个人云服务将成为支撑人工智能技术发展的重要基础服务，也将成为未来互联网乃至物联网中最基础、较核心的一部分。

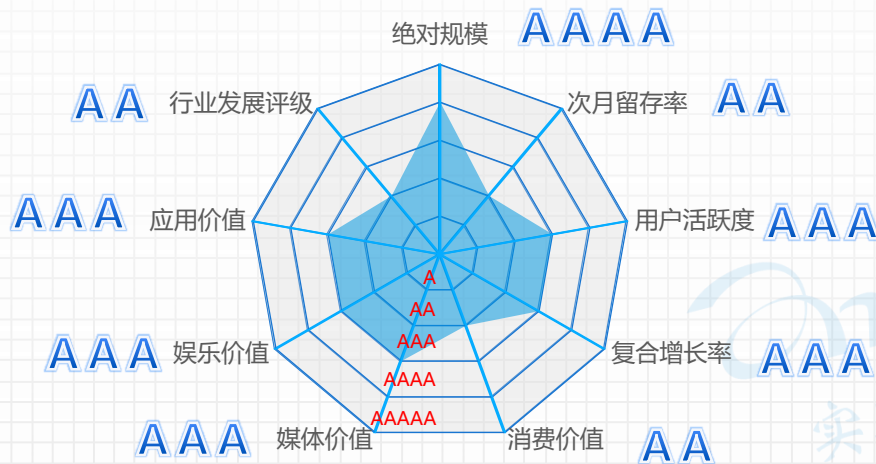
行业洗牌机会出现：在2016年，网盘市场经历了一轮剧烈洗牌，多家知名厂商退出或转型，百度作为行业中的领先者之一获得了巨大的市场想象空间。



百度网盘
价值度研究

行业现状：个人网盘行业领域用户已逾8500万人，规模可观，但仍有上探空间。个人网盘用户媒体、娱乐、应用价值度较高

2017年3月个人网盘领域价值度评级蛛网图



数据来源：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2季度易观千帆基于对20.7亿累计装机覆盖及4.8亿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

www.analysys.cn

备注：个人网盘评级采用个人网盘领域内MAU在50万及以上的所有APP的平均水平来代表。

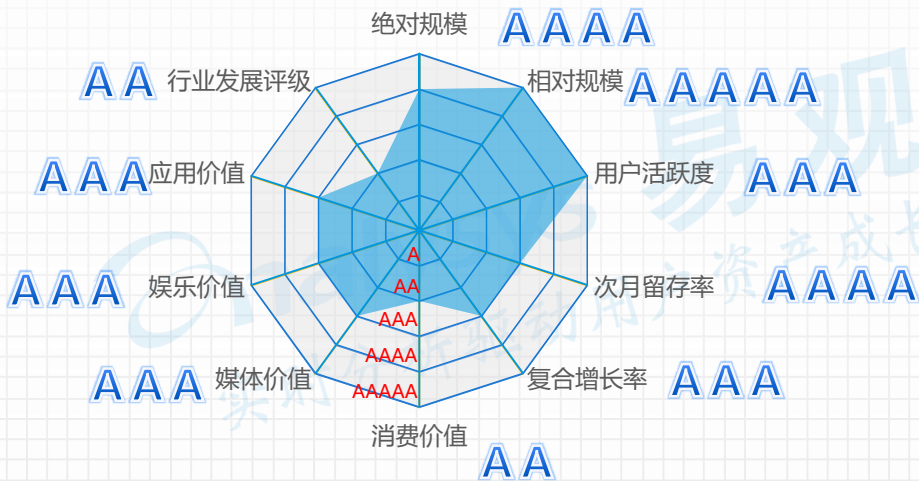
个人网盘领域整体评级：

移动APP评级体系客观、全面地反映了APP及其领域的发展状况，用户价值的大小体现出APP厂商及其领域商业价值的高低。网盘领域用户平均规模已达4A级，整体规模已经达到较高水平，但仍有上探空间。

随着工信部提速降费的进一步深入和用户需求的不增长，个人网盘市场在2016年进行了一轮洗牌，并将在2017年建立崭新格局，部分厂商退市后的市场空白将由竞品来弥补，产品则将趋向精细化、垂直化、生活化、场景化。未来随着各厂商盈利模式逐渐建立健全，用户价值必将得到进一步体现和提升。

百度网盘已实现规模化覆盖，留存率极高，增长、活跃等指标已达到5A级

2017年3月百度网盘APP价值度评级蛛网图



数据来源：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2季度易观千帆基于对20.7亿累计装机覆盖及4.8亿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。

百度网盘价值发现：

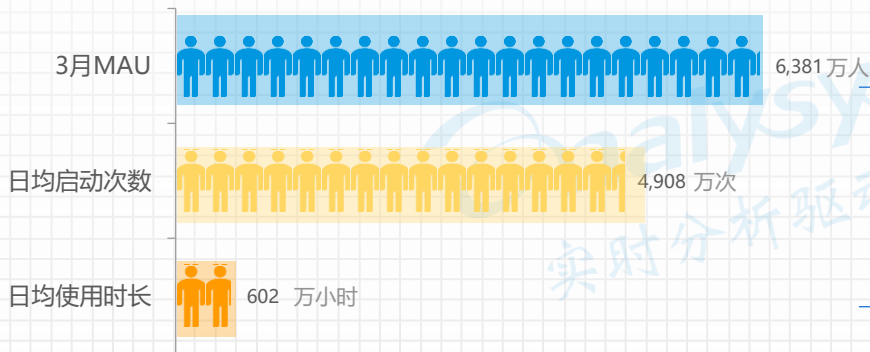
百度网盘在绝对规模、相对规模和用户活跃度中均表现优秀，在绝对规模中处于4A级，相对规模处于5A级水平；在全行业和网盘领域内均超越99%的APP，在移动互联网市场中已实现了规模化覆盖，也获得了十分理想的用户活跃度。

百度网盘积极整合百度现有技术、渠道、资金、品牌等资源，在用户中获得了良好的反响，市场渗透率不断提升，用户付费意愿和比例不断提升，是高价值APP的典型代表。

规模评级：百度网盘规模评级为5A级，用户规模较大，超越90%以上的APP

2017年3月份百度网盘APP活跃用户规模在整个移动互联网评级为4A级，在**网盘**领域评级为**5A级**，处于**领先者**。

2017年3月百度网盘活跃人数(MAU)与使用行为



数据来源：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2季度易观千帆基于对20.7亿累计装机覆盖及4.8亿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
网盘	绝对规模评级	A A A A
	相对规模评级	A A A A
百度网盘	绝对规模评级	A A A A
	相对规模评级 (网盘)	A A A A A

来源：易观2017

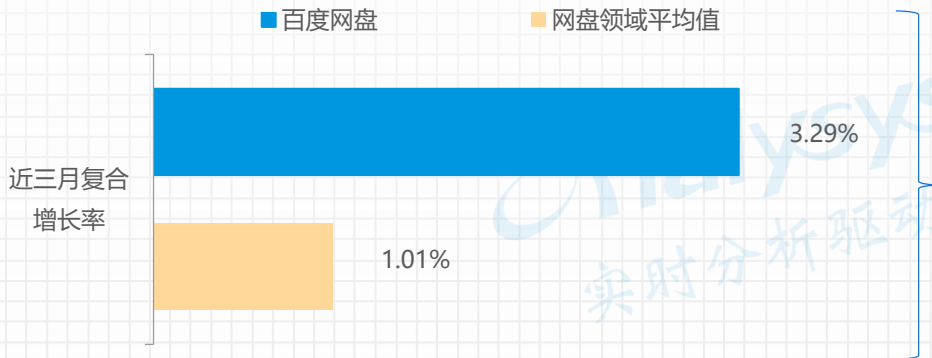
APP规模MAU级别评定标准

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)	5A级	991.12万<MAU
		4A级	287.02万<MAU<991.11万
相对规模评级	网盘 (MAU≥50万)	5A级	9574.15<MAU
		4A级	1438.05<MAU<9574.14

增长评级：宏观市场洗牌后，百度网盘大量挖潜，保持稳定高速增长

百度网盘近三月**复合增长率为3.29%**，高于平均值近三个百分点，增长评级为3A级，在网盘市场洗牌后，挖掘大量前竞品潜在用户，保持高速增长。

2017年3月网盘TOP5与百度网盘复合增长率



数据来源：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2季度易观千帆基于对20.7亿累计装机覆盖及4.8亿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
网盘	复合增长率评级	AAA
百度网盘	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

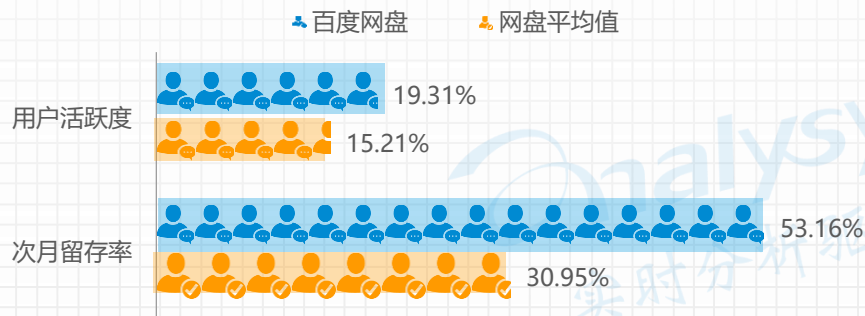
评级说明	评级范围	级别	评级标准
复合增长率评级	移动全网 (MAU ≥ 50万)	3A级	-0.92% < 复合增长率 ≤ 9.35%

来源：易观2017

留存评级：用户使用习惯培养和百度品牌建设使百度网盘具有更高用户留存率

百度网盘用户活跃度为**19%**，为**3A级**，用户次月留存率**53%**，为**4A级**，均高于行业平均水平。

2017年3月网盘领域与百度网盘用户留存率与活跃度



数据来源：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2季度易观千帆基于对20.7亿累计装机覆盖及4.8亿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

www.analysys.cn

备注：用户活跃度=DUA/MAU，该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行业特点，因此评级参照范围选取行业数据

评级指标		级别分布
网盘 (TOP5均值)	次月留存率评级	AA
	用户活跃度评级	AA
百度网盘	次月留存率评级	AAAA
	用户活跃度评级	AAA

来源：易观2017

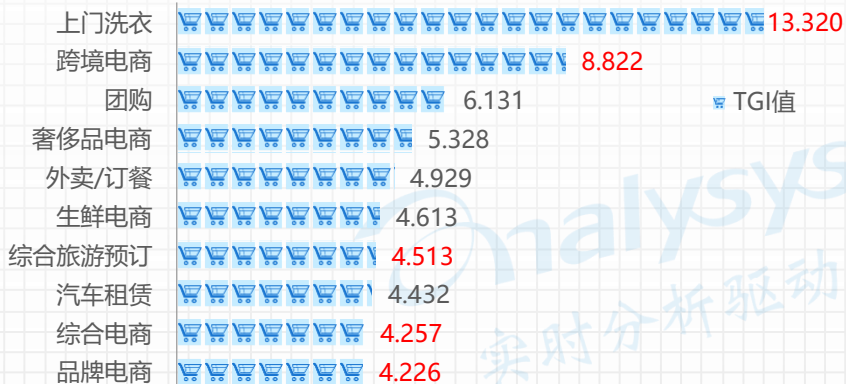
APP次月留存和活跃度级别评定标准

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)	2A级	24.93%<留存率<41.63%
		4A级	54.73%<留存率<68.46%
用户活跃度评级	网盘 (MAU≥50万)	2A级	8.43%<活跃度≤11.97%
		3A级	11.98%<活跃度≤20.33%

消费价值评级：百度网盘用户消费价值与行业基本持平，拥有大量商务用户

百度网盘APP用户在上门洗衣、跨境电商等领域消费倾向最强，同时喜欢奢侈品电商、生鲜电商、品牌电商等，可见其商务、白领用户较多。

2017年3月百度网盘用户消费细分领域TGI值TOP10



数据来源：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2季度易观千帆基于对20.7亿累计装机覆盖及4.8亿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
网盘 (TOP5均值)	消费价值评级	AA
百度网盘	消费价值评级	AA

来源：易观2017

APP消费价值级别评定标准

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)	2A级	2.434<消费TGI≤5.476

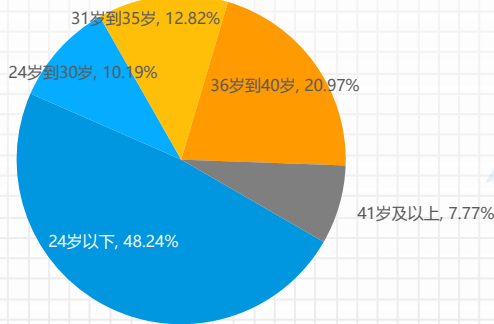
来源：易观2017

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：百度网盘APP用户以年轻人士为主，多具有商务属性，消费欲望较强

百度网盘APP用户在垂直电商、商务预订等消费领域的高TGI值，与用户结构有很大相关性：百度网盘用户多数为年轻人群，网购习惯极强、并且相当部分为商务人士，具有一定的消费潜力。

2017年3月百度网盘用户年龄分布情况



数据来源：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2季度易观千帆基于对20.7亿累计装机覆盖及4.8亿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。

百度网盘APP用户消费价值体现

百度网盘APP用户的消费特征，如对O2O服务、团购的喜好，体现出注重服务、关注价格的特点，从而推断出用户群体多为年轻人。

年轻人群

商旅服务、奢侈品电商等的高TGI值，体现了百度网盘用户的商务属性，该类人群的付费潜力巨大。

商务人士

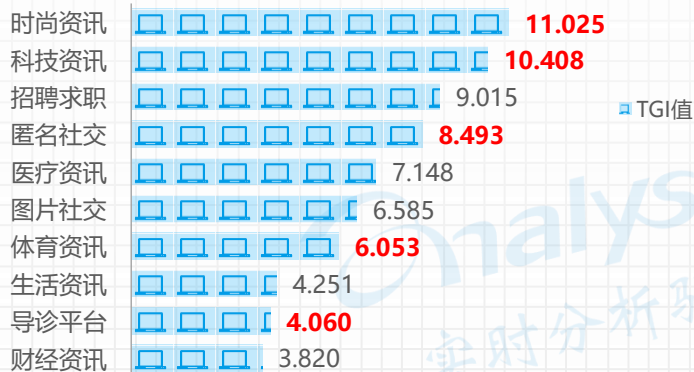
百度网盘用户对综合旅游预订、汽车租赁等领域的高TGI值体现出其用户多无积蓄积累，但消费欲望较强的特点。

消费欲望强

媒体价值评级：百度网盘APP用户偏爱时尚、科技资讯

百度网盘用户在时尚资讯、科技资讯、匿名社交等领域TGI值较高；媒体使用行为较为丰富，评级为3A级，与网盘行业平均水平保持一致。

2017年3月百度网盘用户媒体细分领域TGI值TOP10



数据来源：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2季度易观千帆基于对20.7亿累计装机覆盖及4.8亿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

www.analysys.cn

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

评级指标		级别分布
网盘 (TOP5均值)	媒体价值评级	A A A
百度网盘	媒体价值评级	A A A

来源：易观2017

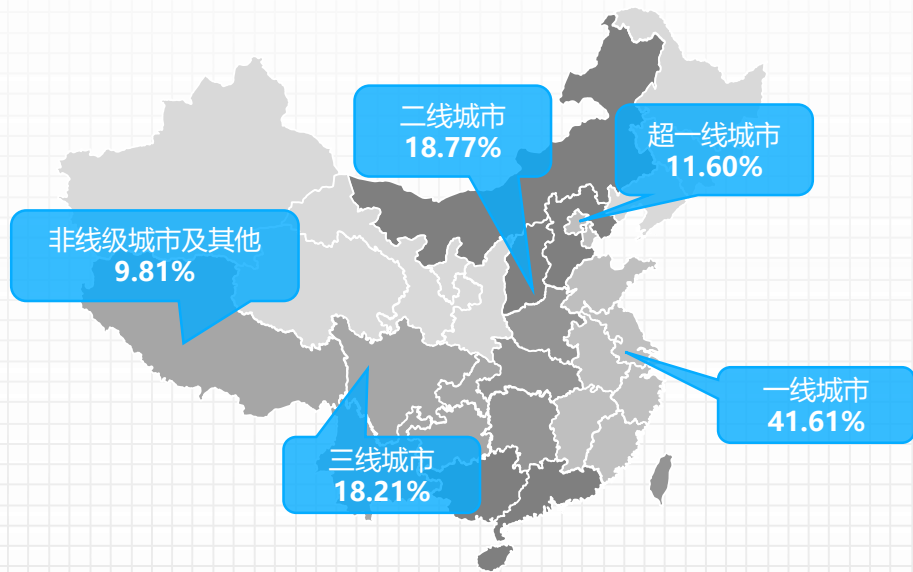
APP媒体价值级别评定标准

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)	3A级	22.10<媒体TGI≤29.34

来源：易观2017

百度网盘APP用户媒体价值体现

2017年3月百度网盘用户地域分布



数据来源：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2季度易观千帆基于对20.7亿累计装机覆盖及4.8亿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。

百度网盘APP用户对时尚、科技、体育、游戏、医疗等专业领域资讯具有相当高的兴趣。体现出百度网盘用户多为第三产业的从业者，并拥有较为丰富的业余爱好，对专业咨询获取较为饥渴。

匿名社交、图片社交等领域的高TGI值，体现出百度网盘用户对新兴社交方式的热爱。与百度网盘用户多分布与发达城市，孤单感较强有关。

百度网盘APP用户在超一、一线、二线等城市累积达到60%；发达地区网络条件好，资讯传播快，符合百度网盘对于用户的扩展要求。

专业资讯

垂直社交

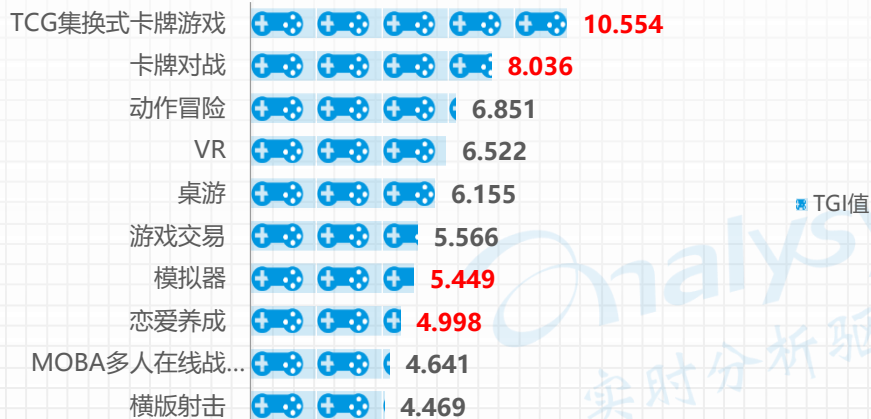
发达城市

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：百度用户除热门游戏外，较偏爱动作冒险等类型

百度网盘用户对于《阴阳师》、《炉石传说》卡牌相关类游戏偏好度最高，此外，以《王者荣耀》为代表的MOBA和冒险、桌游类游戏等也受到喜爱。娱乐价值评级为3A级，持平于平均水平。

2017年3月百度网盘用户娱乐细分领域TGI值TOP10



数据来源：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2季度易观千帆基于对20.7亿累计装机覆盖及4.8亿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

www.analysys.cn

备注：TGI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）

评级指标		级别分布
网盘 (TOP5均值)	娱乐价值评级	A A A
百度网盘	娱乐价值评级	A A A

来源：易观2017

APP娱乐价值级别评定标准

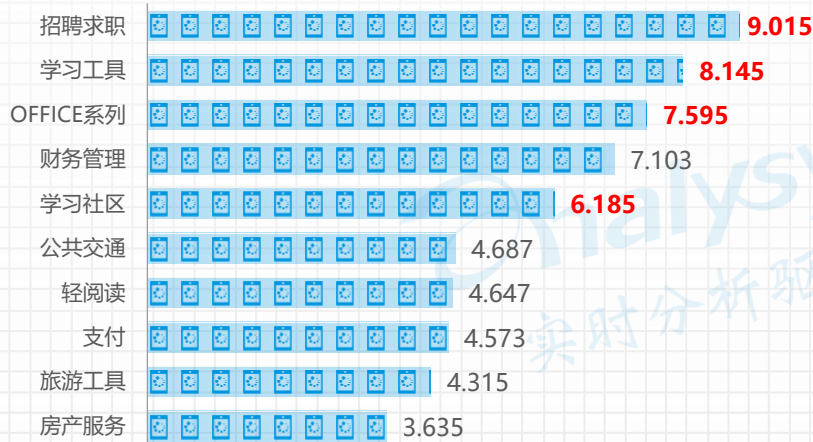
评级说明	评级范围	级别	评级标准
娱乐价值评级	移动全网 (MAU≥50万)	3A级	9.221<娱乐TGI≤13.172

来源：易观2017

应用价值评级：用户多使用商务、学习等领域的应用

百度网盘用户APP使用行为丰富，覆盖近300个应用领域，招聘类、办公相关和下载等领域的使用倾向性更强，体现出用户的实际需求，同时学习领域的高TGI值也反映出部分用户对于自身充电的需求；应用价值评级为3A级，与网盘平均水平一致。

2017年3月网盘用户应用关联领域TGI值



数据来源：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2季度易观千帆基于对20.7亿累计装机覆盖及4.8亿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
网盘 (TOP5均值)	应用价值评级	A A A
百度网盘	应用价值评级	A A A

来源：易观2017

APP应用价值级别评定标准

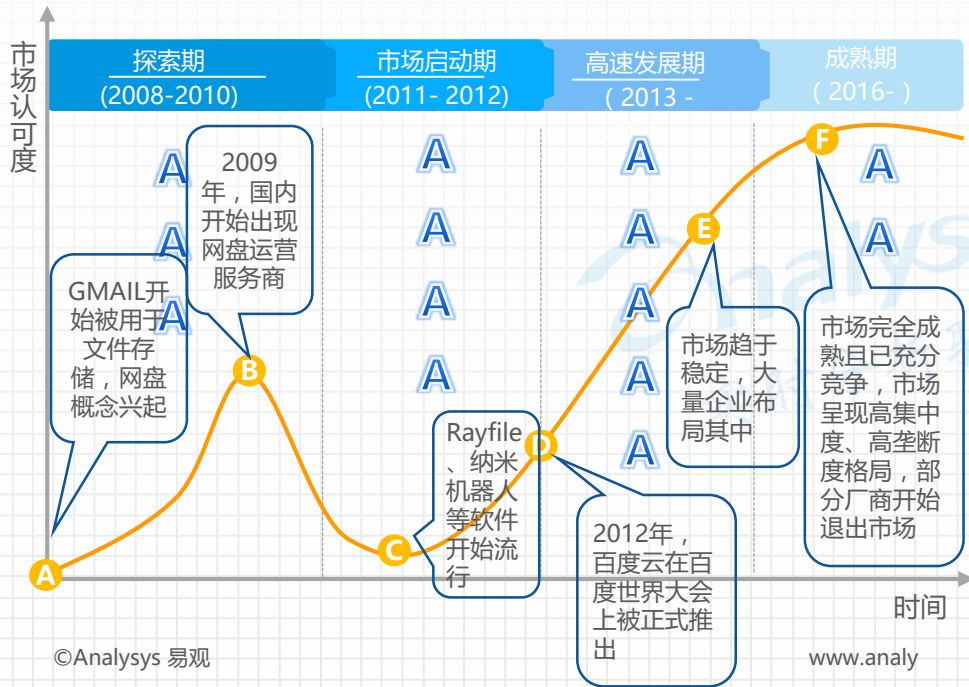
评级说明	评级范围	级别	评级标准
应用价值评级	移动全网 (MAU≥50万)	3A级	7.827<应用TGI≤9.783

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。

行业发展评级：个人网盘领域处于应用成熟期

2017年中国个人网盘市场AMC模型



©Analysys 易观

www.analysys.cn

应用网盘行业发展评级：

截至2017年3月，个人网盘行业覆盖8591万移动网民，中国个人网盘市场已经进入应用成熟期，市场格局基本稳定，用户习惯已经基本固定，付费习惯逐渐形成。用户群体基本固定，部分企业开始由于带宽、服务器成本等原因退出市场。百度发挥技术优势，利用优质的产品体验、丰富的内容和庞大的粉丝群占据了市场领先地位，其用户规模、文件量和用户日均活动量均在业界领跑。

评级指标		级别分布
网盘	行业发展评级	A A
百度网盘	行业发展评级	A A

综合：百度网盘用户多为处于一二线城市的年轻商务人群，用户群稳定，附加值高

百度网盘作为行业最具有价值度的厂商之一，在用户规模与粘性以及娱乐、媒体价值评级上处于较高水平；用户覆盖各个主要群体；做为中国目前规模最大的个人网盘提供商，百度网盘以技术驱动，通过整合自有及合作伙伴的渠道资源，能够为中国手机用户提供高质量的存储、下载、文件管理等服务。

◆百度网盘借助丰富的功能、优秀的用户体验和有效的运营手段笼络了大规模的用户，且仍有极大的增长潜力。



◆百度网盘用户次月留存率极高，用户稳定，超过七成的用户在连续自然月使用网盘APP，用户忠诚度较高。超过15%的用户为活跃用户，在工具类应用中较为出色。

O2O、商务出行和垂直电商等消费领域倾向性强。

垂直资讯、各类视频、新型交友关注度高，高于全网平均值。

消费价值

媒体价值

爱好卡牌等热门手游

规模化运营效果显著

0.66
(亿)

百度网盘月活

8.7%

复合增长率

用户价值度高

◆从高TGI值的领域特点可以看出：百度网盘用户年轻化、月光族化、发达城市化，多喜爱现今流行的娱乐类型和O2O服务，用户价值度较高。

用户粘性强

次月留存率

70%

用户活跃度

16%

◆百度网盘用户偏好《炉石传说》、《阴阳师》等热门卡牌类游戏和《王者荣耀》等热门MOBA游戏，加之对时尚、科技等资讯的热衷，网盘用户多为年轻追逐时尚的人群。

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

分析背景：

◆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3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。

◆数据来源：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2季度易观千帆基于对20.7亿累计装机覆盖及4.8亿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。

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50个二级领域，排名体现各领域消费金额以及用户消费能力的差异

排序	二级领域名称	排序	二级领域名称	排序	二级领域名称
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	城市出行
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		

来源：易观2017

附录：媒体价值细分为36个二级领域

一级领域名称	二级领域名称	一级领域名称	二级领域名称	一级领域名称	二级领域名称
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	体育	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	医疗	体育资讯		学习社区
	教育直播		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 评级二级指标	1A级	2A级	3A级	4A级	5A级
规模评级	绝对排名 (MAU)	749696及以下	749697-1337650	1337651-2870150	2870151-9911250	9911250以上
	相对排名 (网盘)	118.366及以下	118.366-364.315	364.315-1438.05	1438.05-9574.15	9574.15以上
留存评级	次月活跃留存率	24.92%及以下	24.93%-41.63%	41.64%-55.72%	55.73%-68.46%	68.46%以上
	用户活跃度 (DAU/MAU) (网盘)	8.43%及以下	8.43%-11.98%	11.98%-20.33%	20.33%-27.32%	27.32%以上
增长评级	复合增长率	-10.15%及以下	-10.14%- -0.93%	-0.92% -9.35%	9.36%-37.29%	37.29%以上

备注：指标值评级划分基于月度活跃用户(MAU)在50万及以上的APP用户行为表现。

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 评级二级指标	1A级	2A级	3A级	4A级	5A级
价值评级	消费价值	2.433及以下	2.434-5.746	5.747-10.256	10.257-15.957	15.957以上
	媒体价值	14.538及以下	14.539-22.099	22.100-29.341	29.342-37.817	37.817以上
	娱乐价值	6.092及以下	6.093-9.220	9.221-13.172	13.173-17.819	17.819以上
	应用价值	5.503及以下	5.504-7.826	7.827-9.783	9.784-11.844	11.844以上

备注：指标值评级划分基于月度活跃用户(MAU)在50万及以上的APP用户行为表现。

实时分析驱动用户资产成长

• 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