

TalkingData

2017年度应用风云榜

頒獎盛典



01

2017年度应用风云榜

个性化新闻



个性化新闻市场稳步发展 内容+数据是未来行业竞争的关键

新闻资讯是刚性需求
随时随地需要获取新闻资讯

信息渠道碎片化
新闻资讯分布广泛

聚合优质内容是大势所趋
精品化内容有助于增强用户粘性

个性化推荐技术
用户需求更加精细

移动新闻App（示例）



新闻门户



聚合平台



社交媒体



其他应用



传统媒体



自媒体



编辑筛选

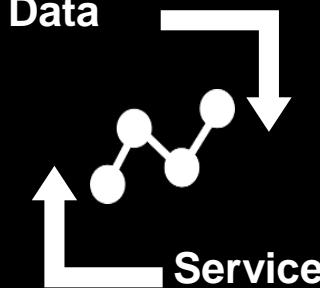


人工智能



- 兴趣爱好
- 互动体验
- 行为特征
- 环境感知

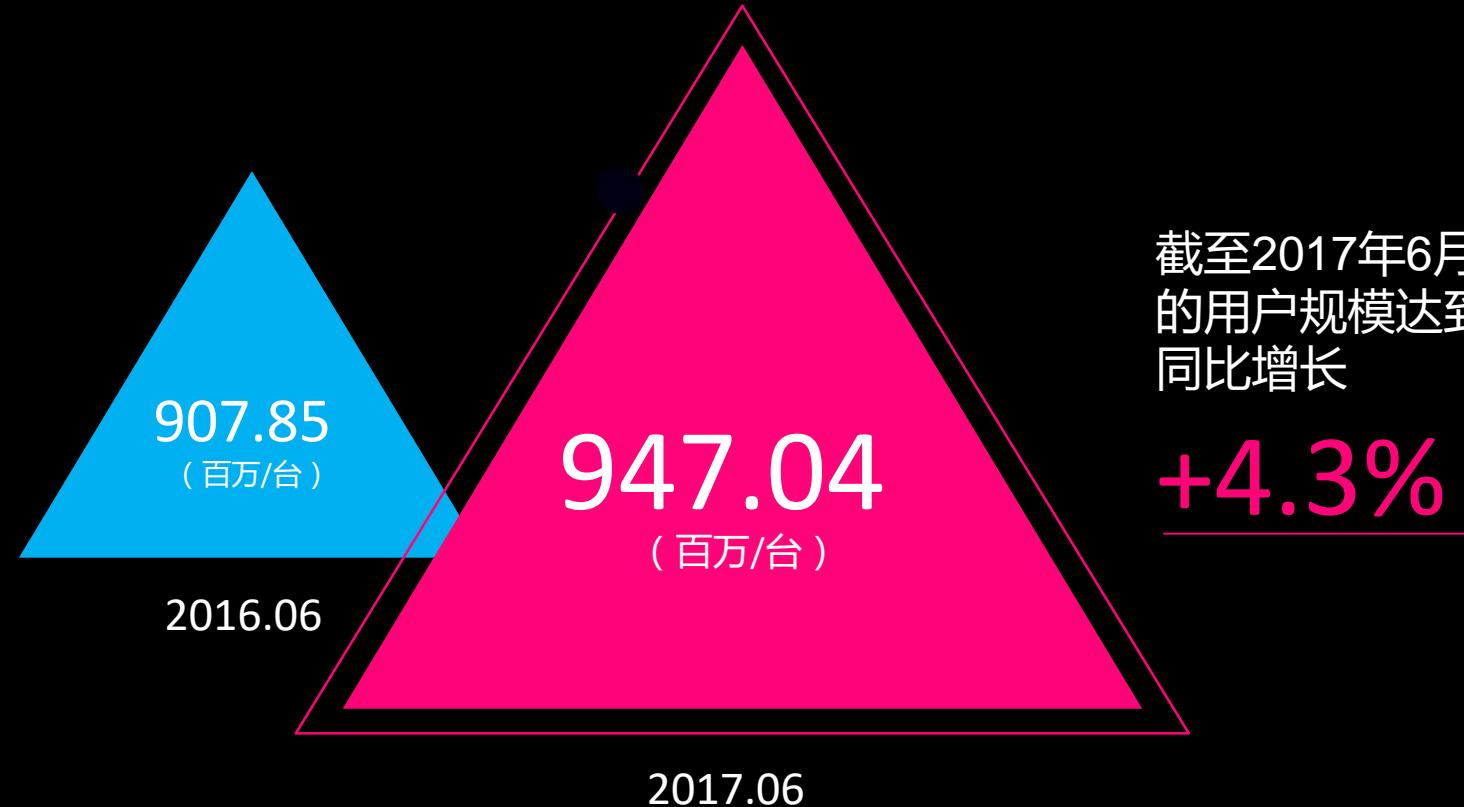
Data



- 个性定制
- 算法推荐
- 多元内容
- 精准营销



个性化新闻行业用户规模达到9.47亿 继续呈现稳定发展态势



截至2017年6月，移动新闻行业的用户规模达到9.47亿，
同比增长

新闻资讯常相伴 商旅出行不孤单



爱阅读
好学习
出差
理财

商旅
管理学
出差
理财

体育迷
科技范

TalkingData移动互联网

风云应用-个性化新闻

(排名不分先后 按照品牌首字母排列)



今日头条

你关心的 才是头条



网易新闻

网易新闻 各有态度



一点资讯

私人订制 价值阅读



02

2017年度应用风云榜

共享出行



共享出行服务多样化 为人们提供了更多选择空间

打车服务



租车服务



拼车服务



轿车



SUV



单车



商务车



跑车



房车



巴士

模式多样

车型丰富

场景广泛

服务便捷



国内



港澳台



海外



交通枢纽



旅游景点



商务中心



商业中心



LBS



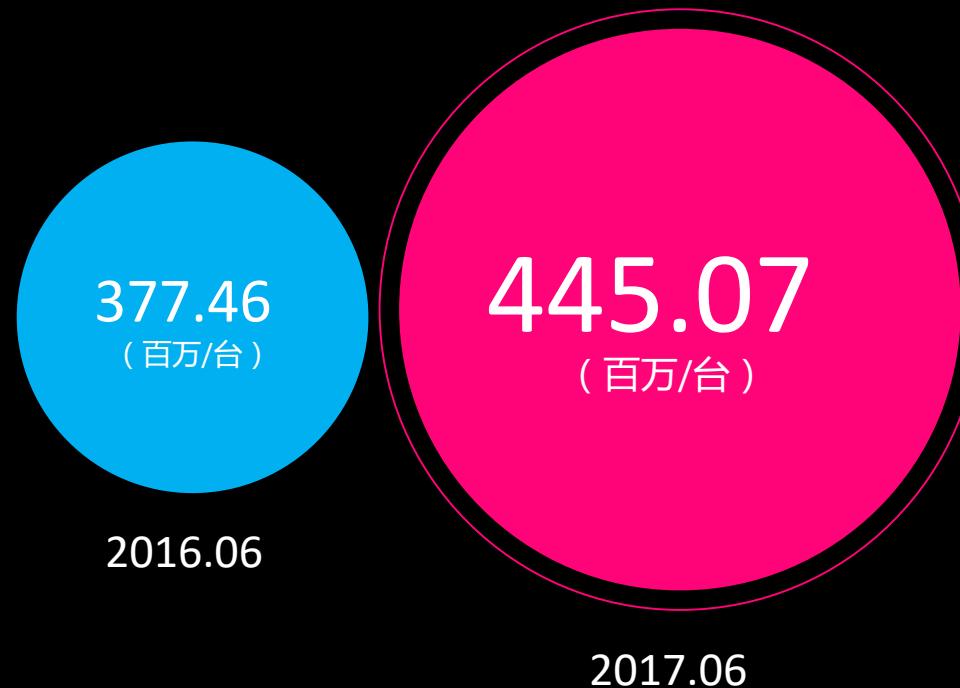
信用分



移动支付 网络预约



共享出行用户规模达到4.45亿 满足大众多样需求



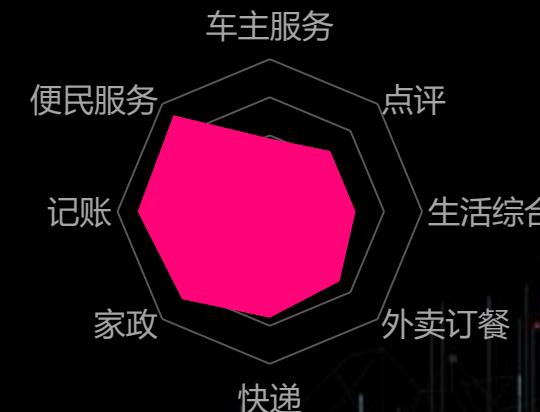
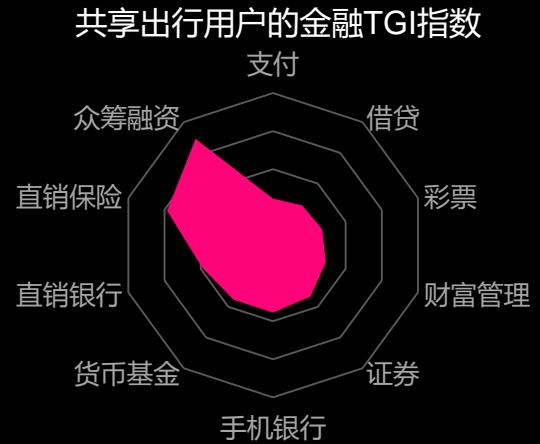
截至2017年6月，共享出行行业的用户规模达到4.45亿，相比去年同期的3.77亿增长

+17.9%

打车 / 租车 / 拼车 / 单车



出行正当时 市民生活的必备之选



TalkingData移动互联网

风云应用-共享出行

(排名不分先后 按照品牌首字母排列)



摩拜单车

摩拜单车,触手可骑



OFO共享单车

随时随地有车骑



小蓝单车

自有骑行范儿



03

2017年度应用风云榜

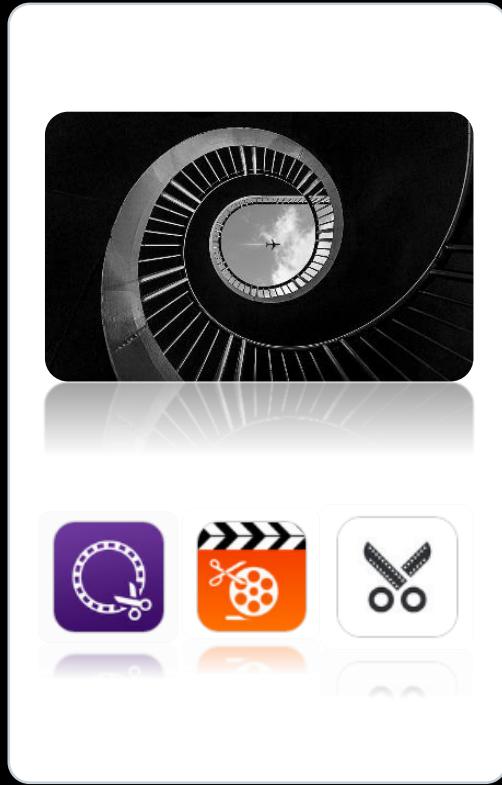
图片摄影



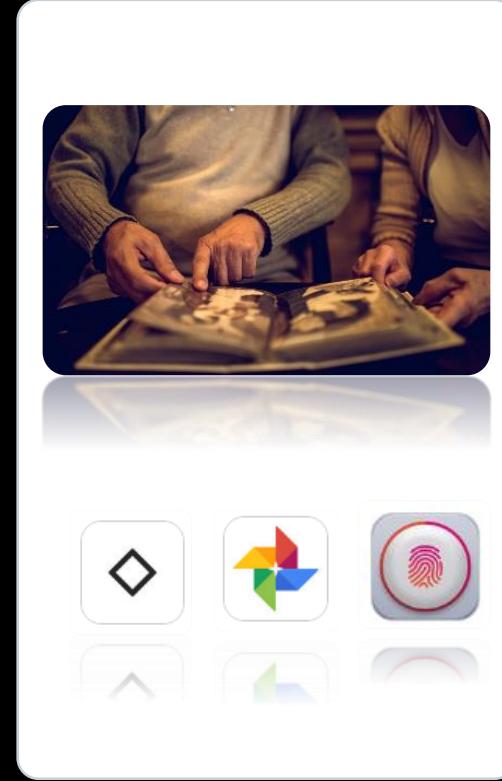
图片摄影类应用 间接对社交网络的活跃度作出贡献



图片编辑美化



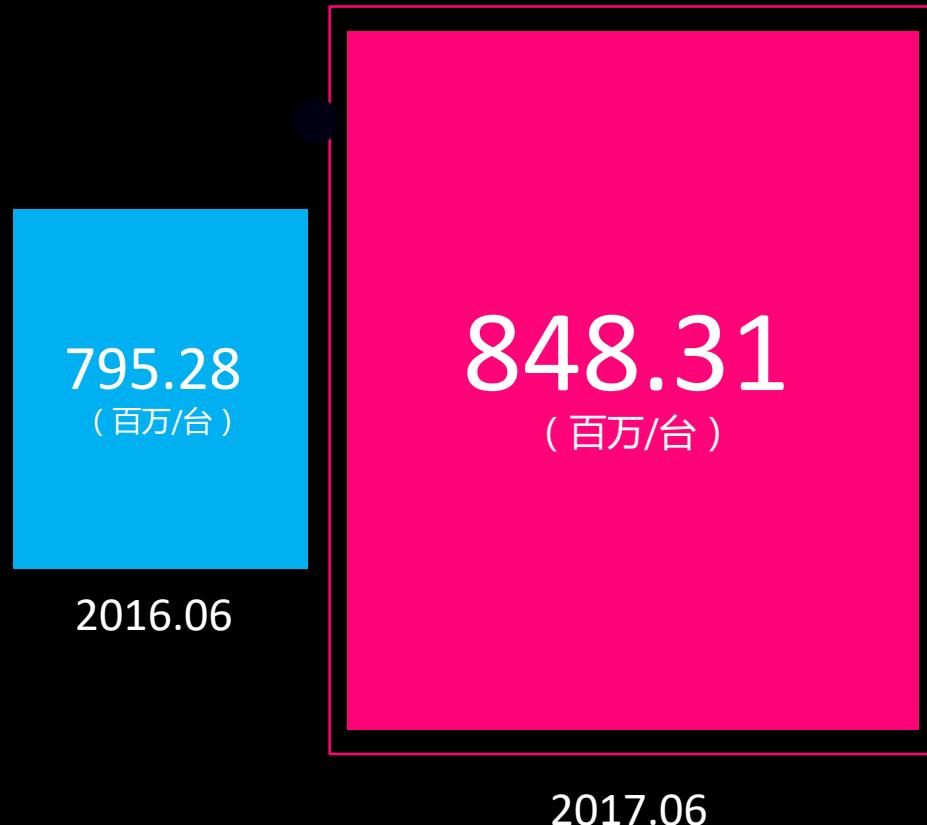
影像剪辑



相册图库



图片摄影用户规模达到8.48亿 图片摄影成为共性需求

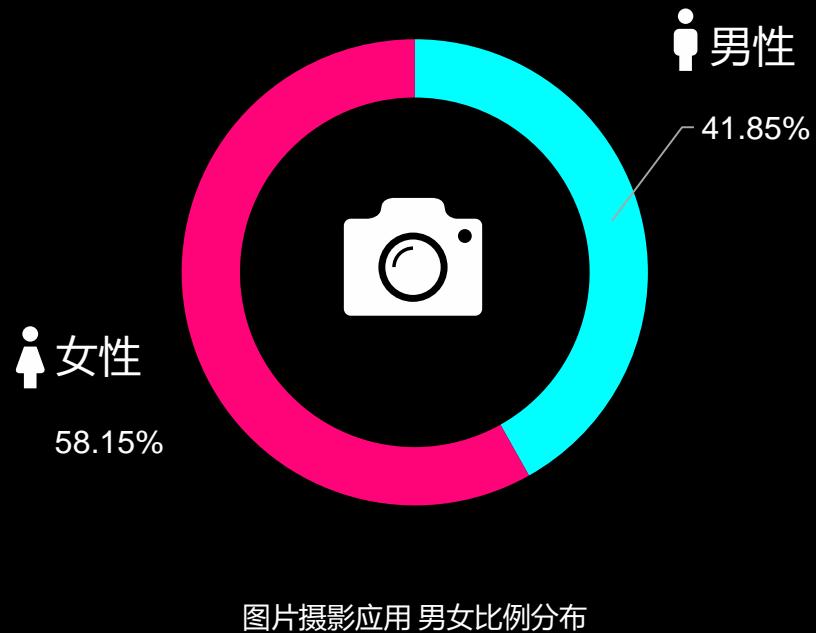


图片摄影的用户规模
达到8.48亿，同比增长
+6.7%

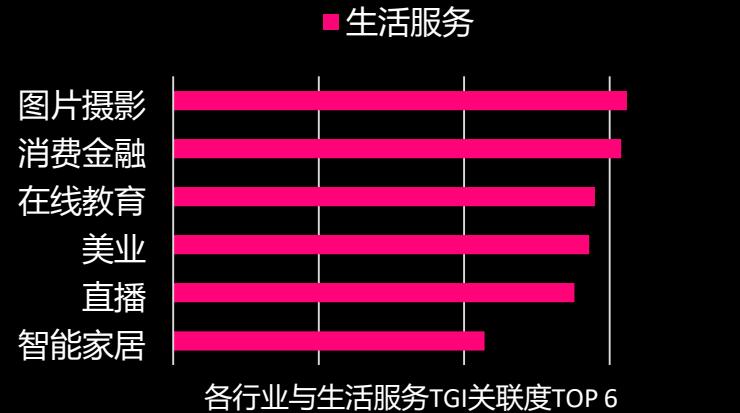


图片摄影用户更懂生活

图片摄影应用，得“女王”者得天下



图片摄影用户更懂生活



记账

256



外卖

203



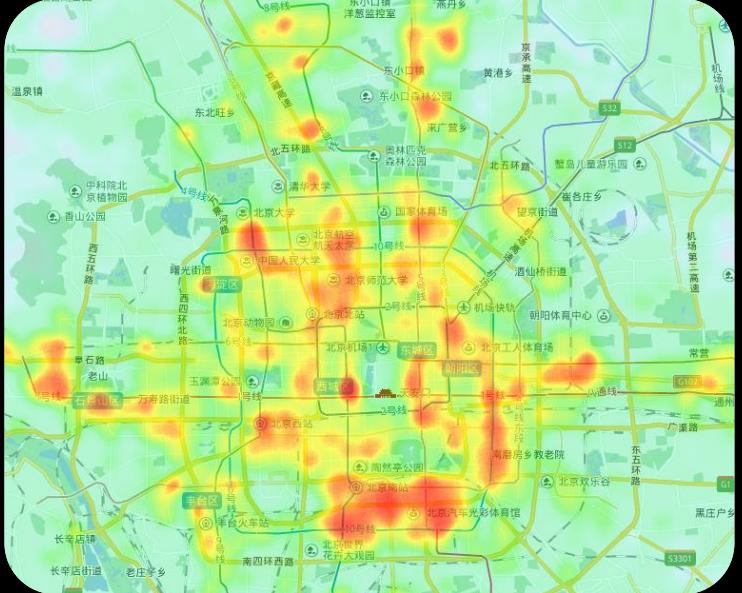
点评

202

图片摄影人群生活服务应用兴趣TGI指数



拍无止境 图片摄影是大众共同的休闲爱好



图片摄影应用人群周末生活消费热力图

北店时代广场

GOGO商业中心

燕赛奥特莱斯

卡购商城

圣熙8号购物中心

西单购物中心

拍无止境 全国人共同的休闲爱好 (TGI指数)

一线城市 92.94

二线城市 97.46

三线城市 102.6



团购 58.15%女性 外语 手机银行

69.47%已婚 体育资讯 全线级城市 宝石消除

秀场、直播 OPPO、三星、vivo 美颜

TalkingData移动互联网

风云应用-图片摄影

(排名不分先后 按照品牌首字母排列)



B612咔叽

全球自拍达人的新圣地



Faceu激萌

越亲密 越有趣



美图秀秀

很好用又好玩的图片处理软件



04

2017年度应用风云榜

新锐电商



新锐电商市场仍处于激烈竞争阶段 品牌建设之路任重道远

专业服务能力

掌握专业化新锐电商综合服务能力，在经营品类、功能使用、仓储物流和售后服务等提升专业度

线上线下融合

实现线上平台与线下门店的深度融合，打通用户、门店与库存等的同时，增加线下体验的功能

平台品质升级

提升平台在商品和服务两个方面的品质，满足用户个性化定制、消费升级等需求，增强品牌合作



流量合作模式

入驻大型综合电商开放平台，通过与天猫、京东等的合作增加流量和订单，以及推广自主品牌

资源协同效应

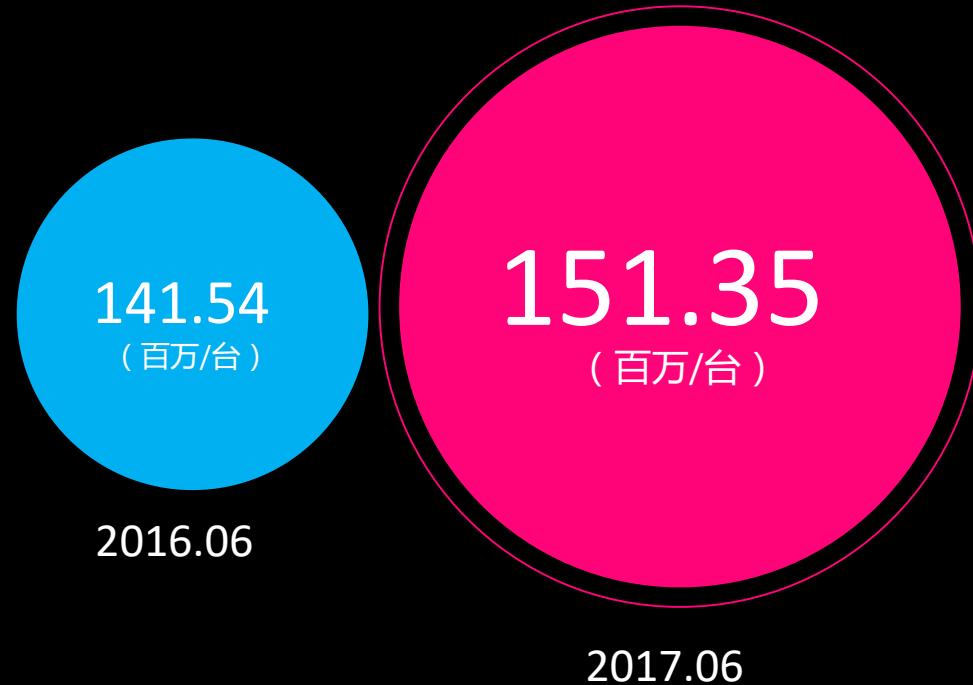
利用集团或合作伙伴，延长服务用户的广度和深度，包括经销渠道、商品配送等链条的拓宽

互动营销创新

丰富用户参与的互动形式，通过网络直播、促销活动、社交游戏等增强用户的互动体验



新锐电商市场用户规模达到1.51亿 细分市场人群继续深耕

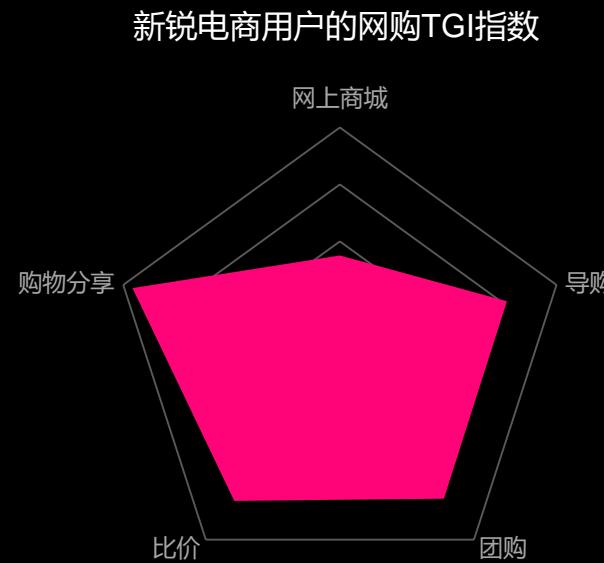


截至2017年6月，新锐电商市场的用户规模达到1.51亿，
同比增长

+6.9%



新锐电商背后是一群剁手党



爱分享
买买买
晒单
消费贷
持家
秒杀
剁手党
守信用



新锐电商用户的生活TGI指数



TalkingData移动互联网

风云应用-新锐电商

(排名不分先后 按照品牌首字母排列)



每日
优鲜

每日优鲜

优质生鲜·2小时到



拼多多

多实惠·多乐趣



小红书

小红书

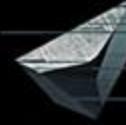
全世界的好东西



05

2017年度应用风云榜

母婴



母婴行业日益多元 母婴人群阶段性需求催生更多细分市场

母婴社区

母婴社区类应用(部分)



母婴电商

母婴电商类应用(部分)



母婴健康

综合健康类应用(部分)



备孕助手类应用(部分)



饮食疫苗类应用(部分)

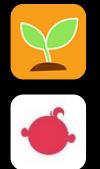


孕期记录类应用(部分)



母婴工具

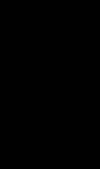
成长记录类应用(部分)



胎教/早教类应用(部分)



其他工具类应用(部分)



母婴人群需求阶段

准妈妈

备孕

新生

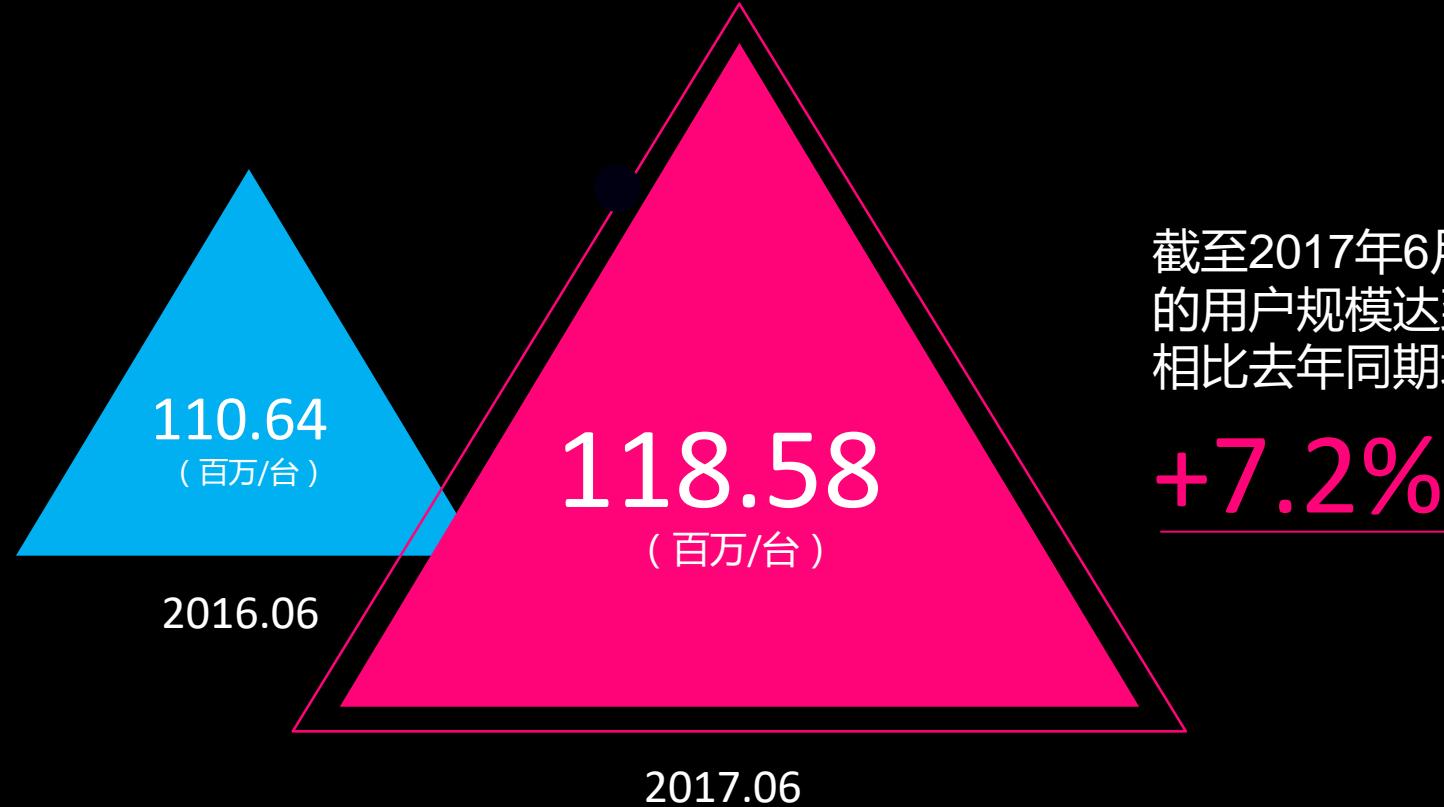
孕期

正式妈妈

育儿



母婴行业用户规模达到1.19亿 母婴人群呈现稳步增长



截至2017年6月，移动母婴市场的用户规模达到1.19亿，
相比去年同期增长
+7.2%



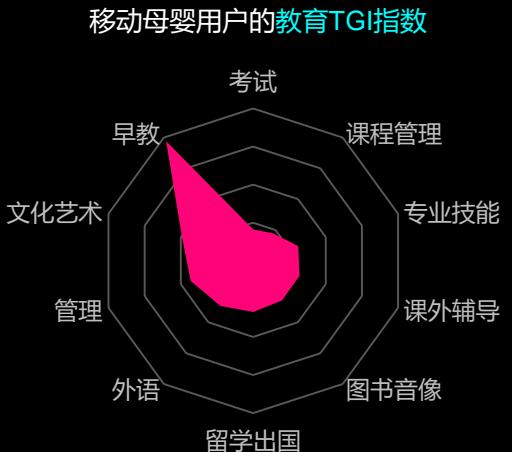
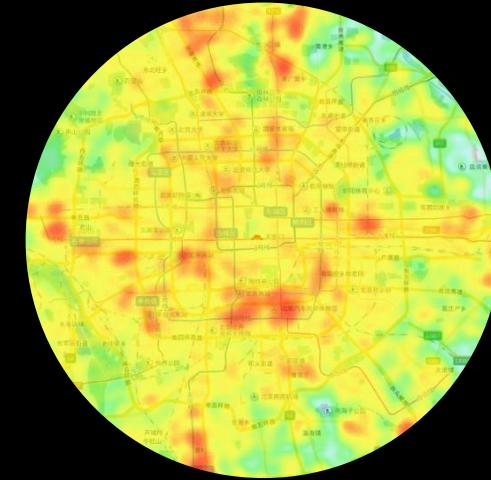
围绕社区和子女转的母婴人群

北京地区移动母婴用户的周末生活社区热力图

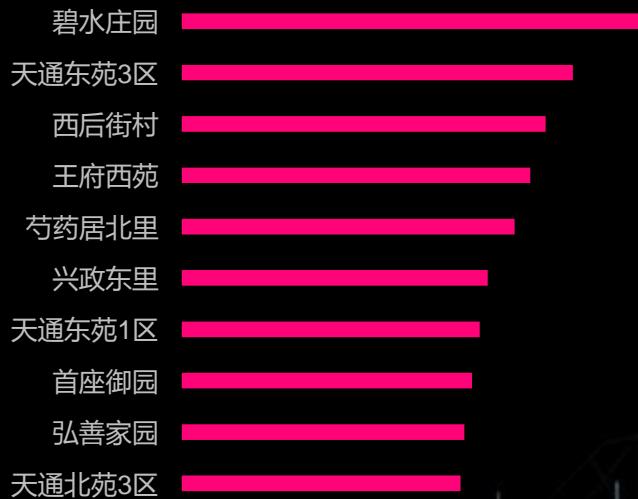
爱子
健康
早教

育儿
大社区
晒图

顾家型
减肥



北京地区移动母婴用户的周末生活社区
(TOP10)



TalkingData移动互联网

风云应用-母婴

(排名不分先后 按照品牌首字母排列)



宝宝巴士

快乐启蒙



宝宝树孕育

爱·交流·成长



贝贝

买母婴上贝贝



06

2017年度应用风云榜

美业



美业行业仍处于市场早期发展阶段 商商业模式有待验证

本地生活服务

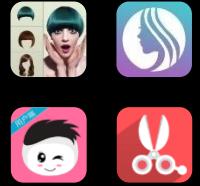
美妆



美甲



美发



美容



供给侧

去中间化

挖掘和培养
用户对美业的需求

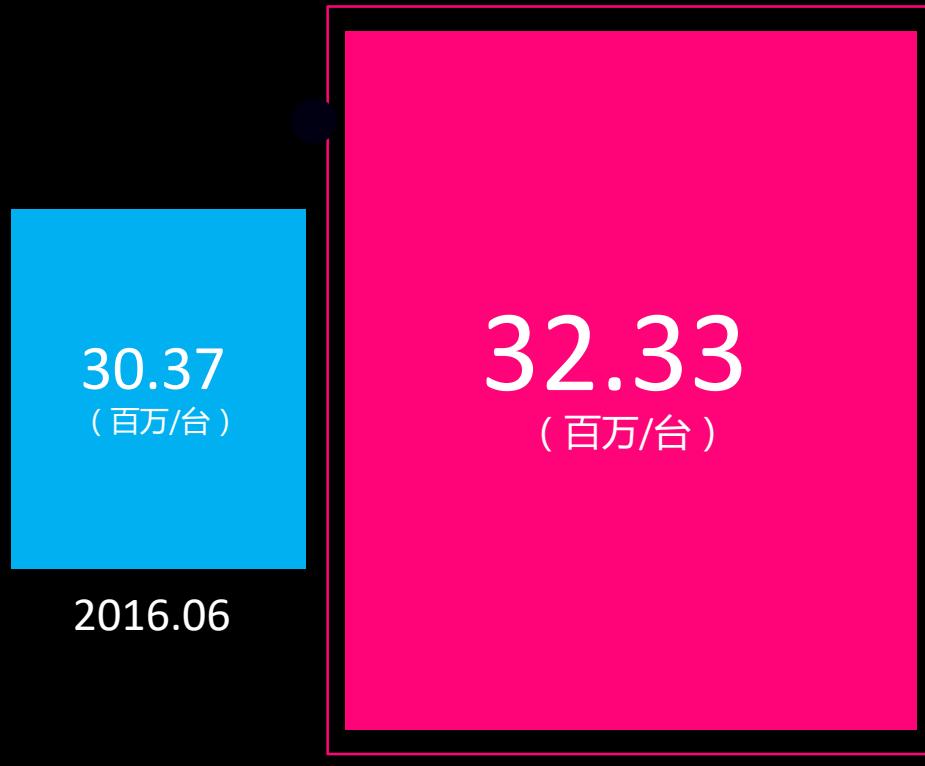
用户侧

个性、时尚
品质、效率

对于美业的接受度
逐渐提高



移动美业市场用户规模超过3000万 移动美业市场仍待培育

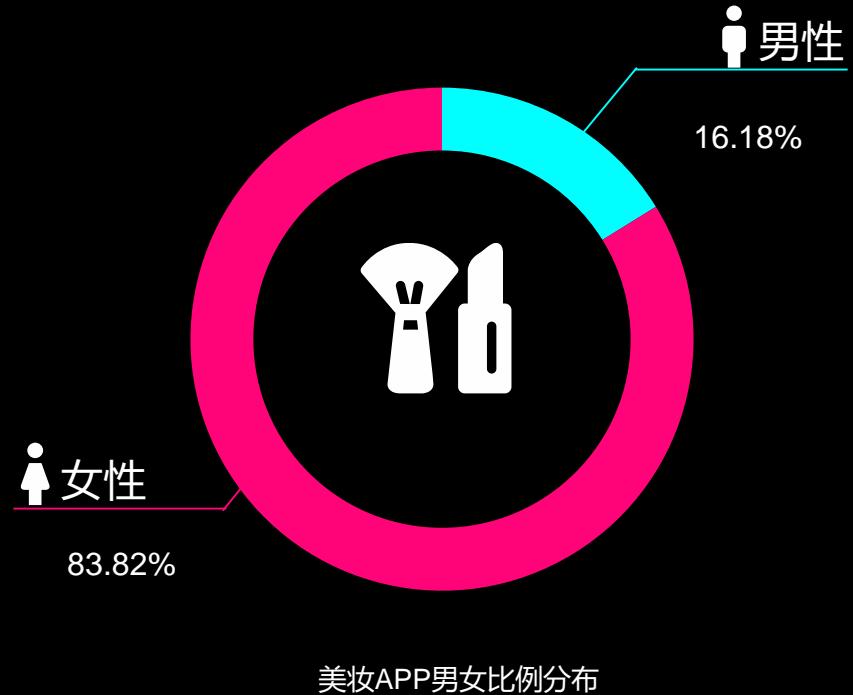


移动美业的用户规模达到3233万，
相比去年同期增长
+6.4%

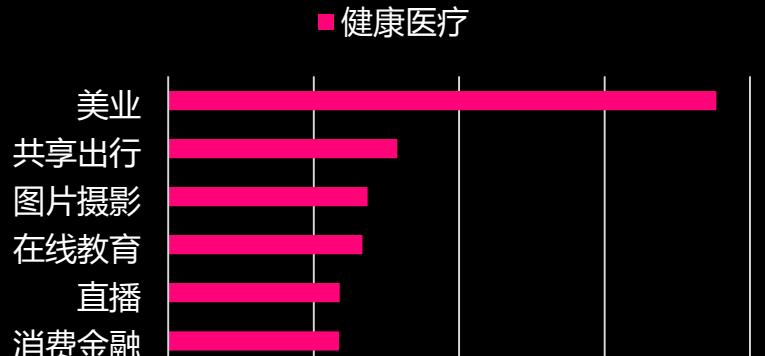


爱美和减肥总有一个在路上

爱美是女人的天性



爱美和减肥总有一个在路上



减肥



健康管理



养生



健康可穿戴

144

77

75

68

美业人群健康医疗应用兴趣TGI指数



二、三线城市对美业兴趣偏好较强

美妆、美容、美发、美甲

一个都不能少



美业用户电商购物应用偏好TGI指数



美容美发美甲

854



购物分享

308



导购

281

二、三线城市对美业兴趣偏好较强 (TGI指数)

一线城市 86.83

二线城市 99.63

三线城市 103.07

83.82%女性 美容美发美甲 减肥 健康管理
养生 休闲娱乐 直播秀场 休闲游戏、棋牌
航班 OPPO、vivo、小米 旅游攻略

TalkingData移动互联网

风云应用-美业

(排名不分先后 按照品牌首字母排列)



更美

遇见更美的自己



抹茶美妆

最火视频美妆社区



新氧

新氧一下 安心变美



07

2017年度应用风云榜

短视频

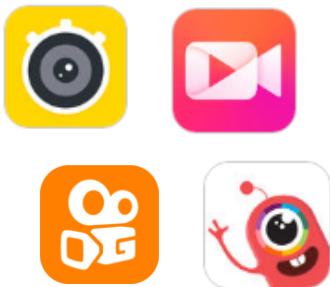


短视频 优质内容及其生产者的争夺是关键



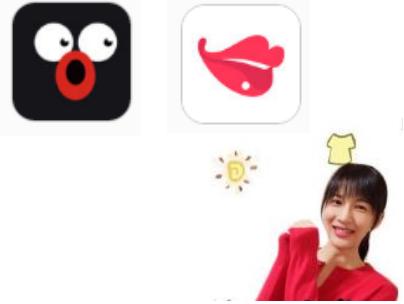
短视频潜伏期 2011-2013 (海外)

自2011年Viddy、Socialcam的问世，到2013年Twitter、Instagram相继推出短视频产品，短视频分享应用在国外市场逐渐兴盛。



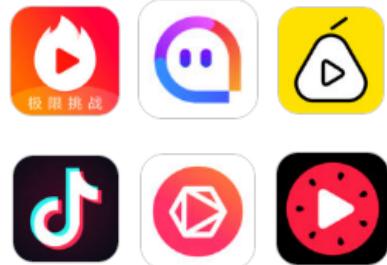
短视频萌芽期 2013-2015

国内短视频步伐紧跟国外，2013年底先后推出了秒拍和微视两款短视频分享应用，2014年5月，美拍的问世进一步激发了该类应用的市场热潮。



短视频成长期 2015-2016

诸多媒体人涉足短视频内容生产，其中代表人物Papi酱，短视频一方面成就了个人，另一方面Papi酱也成为短视频发展的催化剂。

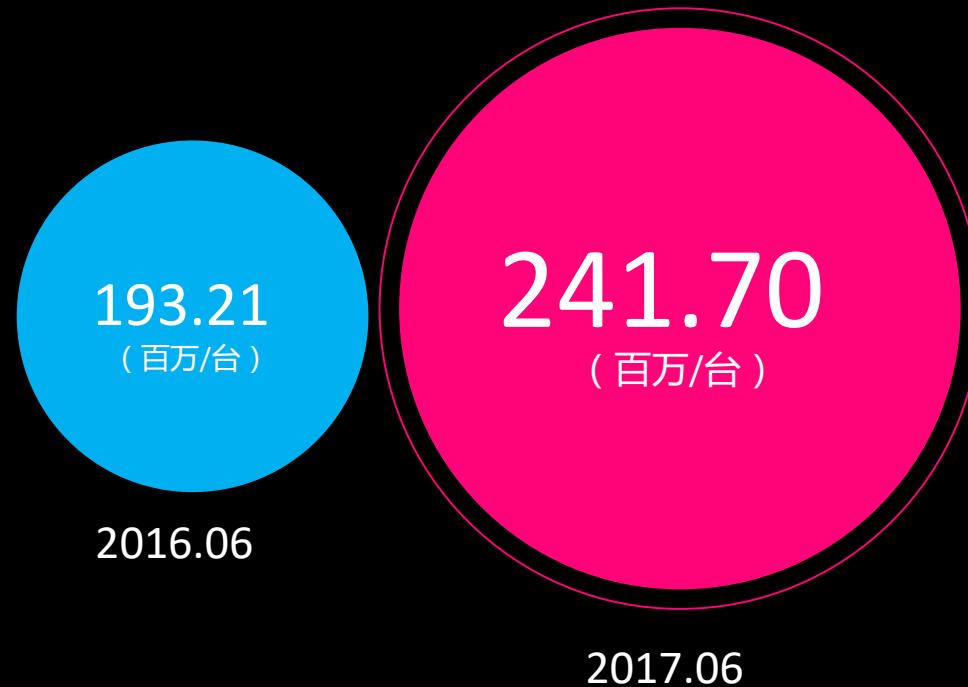


短视频竞争期 2016—至今

短视频进一步深耕垂直内容，涌现出一批以音乐为主格调的短视频产品。但短视频产品同质化明显，将迈入市场竞争阶段。



移动短视频用户规模达到2.42亿 市场呈现高速发展态势



移动短视频的用户规模达到2.42亿，相比去年同期的1.93亿增长

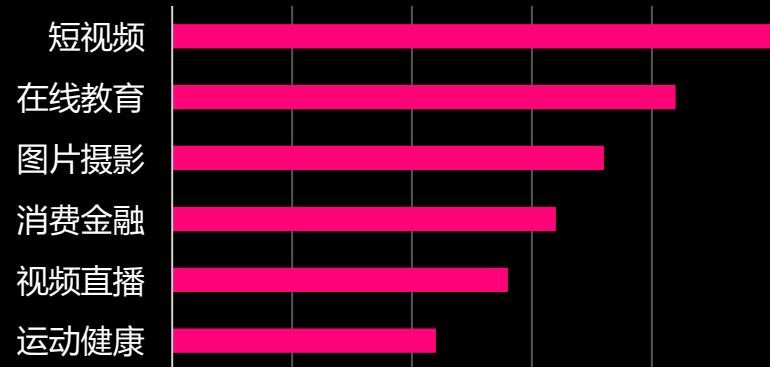
+25.1%



手游“王者”非短视频用户莫属

手游“王者” 非短视频用户莫属

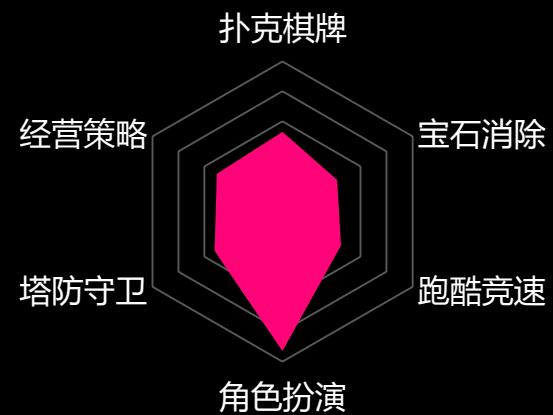
■ 游戏指数



各行业与游戏TGI关联度TOP 6

短视频用户是“角色扮演”剧情控

■ 游戏TGI指数

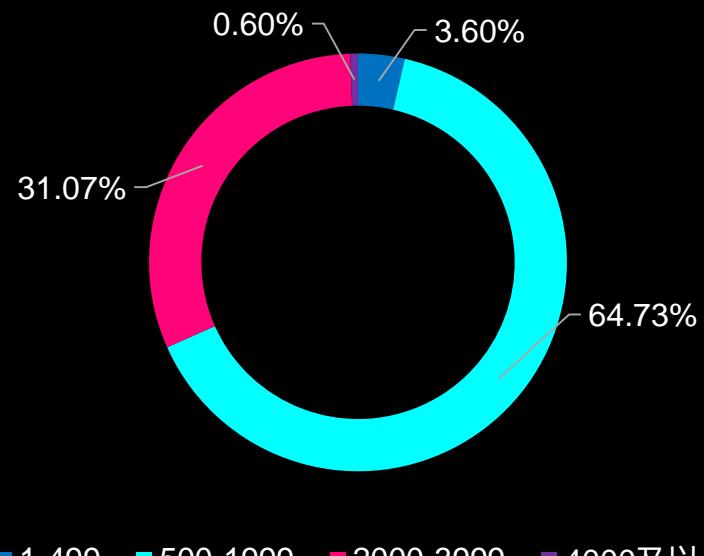


短视频用户游戏类型偏好TGI指数



三线城市是短视频用户主力军

中低端手机受短视频用户青睐



■ 1-499 ■ 500-1999 ■ 2000-3999 ■ 4000及以上

短视频用户设备终端价位分布【安卓】

三线城市是短视频用户主力军 (TGI指数)

一线城市 65.59

二线城市 87.87

三线城市 112.51

■ 影片 游戏控 54.63%女性 直播

视频爱好者 三线城市 60.57%已婚

手机2000元以下 26-35岁为主 秀场

OPPO、vivo、小米 角色扮演

TalkingData移动互联网

风云应用-短视频

(排名不分先后 按照品牌首字母排列)



快手

记录世界 记录你



美拍

让短视频更好看



西瓜视频

给你新鲜好看



08

2017年度应用风云榜

运动健康



运动健康发展充满挑战 难逃同质化竞争

量化阶段
促进大众运动健康意识觉醒



运动健康数据

可穿戴阶段
移植部分量化功能



智能可穿戴

商业化尝试阶段
提高用户粘性及商业化

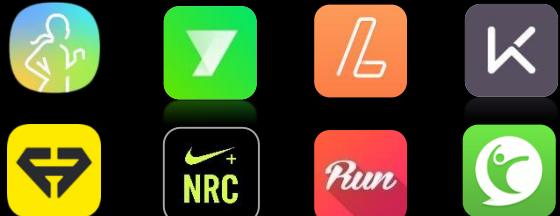


社交、课程、广告

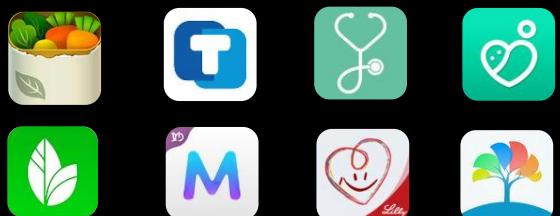
商业模式发展

继晒美食、晒旅行之后，晒健身已成为朋友圈的新宠。在移动互联网时代，利用手机软件随时随地健身成为人们的新选择。随着用户需求的增加，运动健身类APP创业潮来临，虽然健身类APP容易受到大众关注，也受到创投基金等资本的青睐，但健身类APP的发展之路依旧充满挑战和瓶颈，难逃同质化竞争、盈利受阻等现实困境。

运动健身类 (部分/排位不分先后)



健康管理 (部分/排位不分先后)

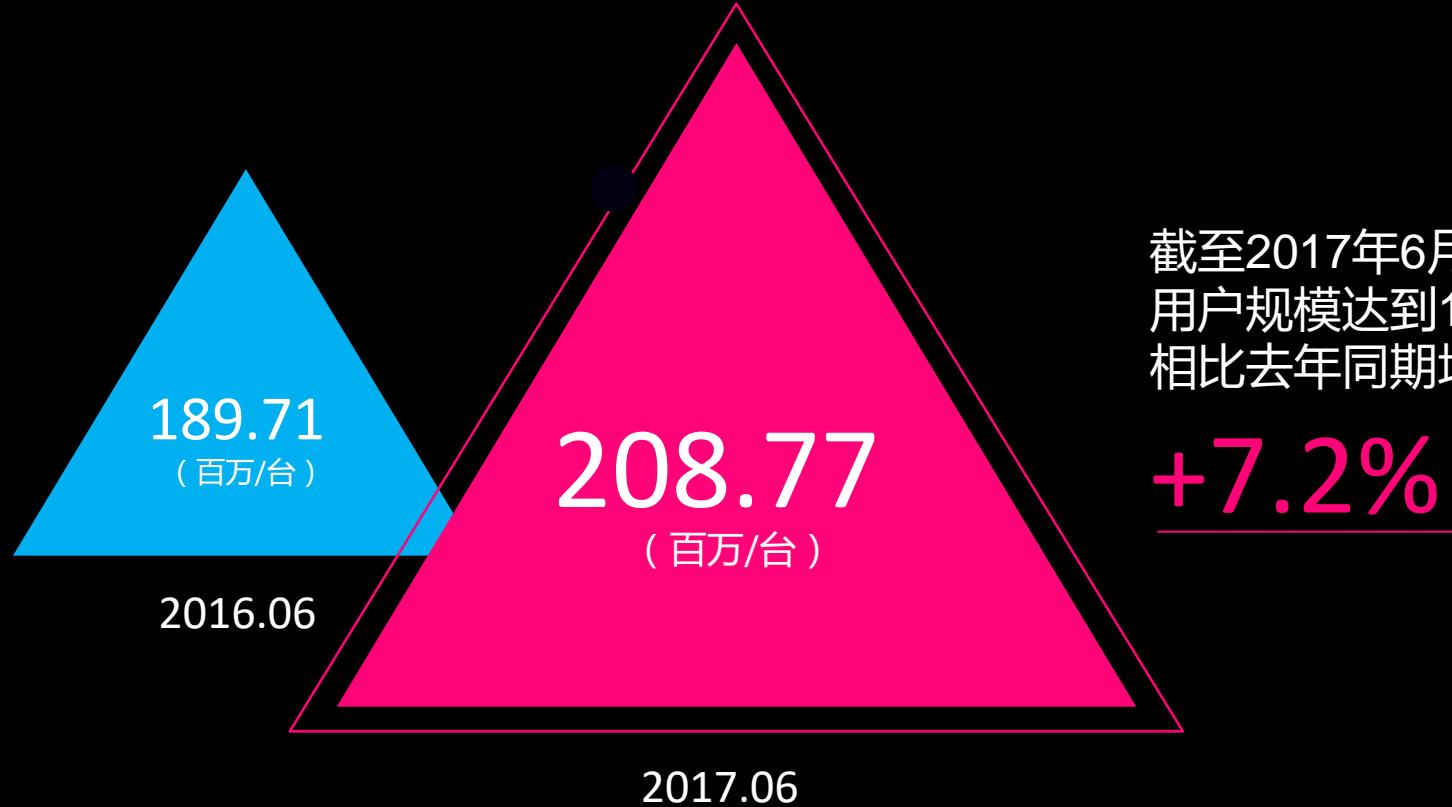


瘦身减肥 (部分/排位不分先后)





运动健康用户规模超过2亿 行业稳步发展

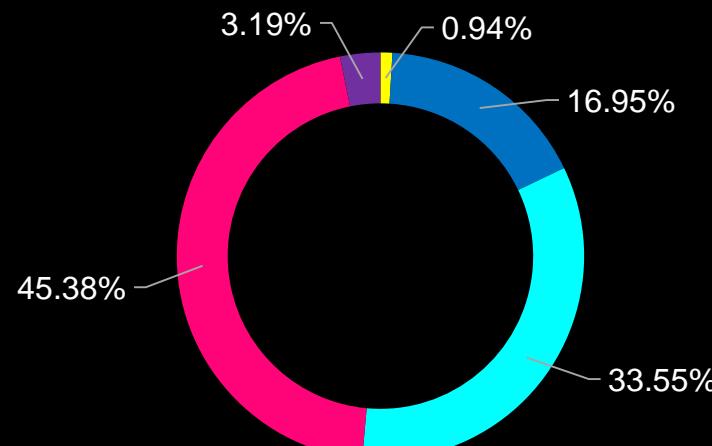


截至2017年6月，运动健康
用户规模达到1.19亿，
相比去年同期增长
+7.2%



“Leader”和“文艺咖”更注重运动健康

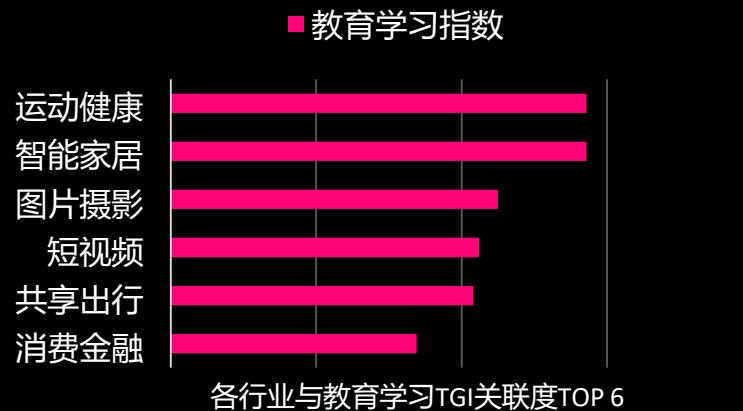
运动健康用户手机相对中高端



■ 1-499 ■ 500-1999 ■ 1000-1999 ■ 2000-3999 ■ 4000及以上

运动健康用户设备终端价位分布【安卓】

健身和读书总有一个在路上



管理

243



文化艺术

196



留学出国

194

运动健康人群教育应用兴趣占比



一、二线城市用户更注重运动健康

运动达人更倾向单车出行



共享单车

318



代驾

280



酒店应用

234

运动健康人群交通出行应用兴趣TGI指数

一、二线城市用户更注重运动健康 (TGI指数)

一线城市	123.30
二线城市	113.45
三线城市	89.38



直播

69.47%已婚

52.56%女性

外语

休闲娱乐

一线城市

教育学习

手机银行

共享单车

三星、OPPO、vivo

31.85%有车

TalkingData移动互联网

风云应用-运动健康

(排名不分先后 按照品牌首字母排列)



乐动力

爱上自己的好身材



三星健康

开启健康挑战旅程



悦动圈

多一点运动 多一点健康



09

2017年度应用风云榜

移动教育



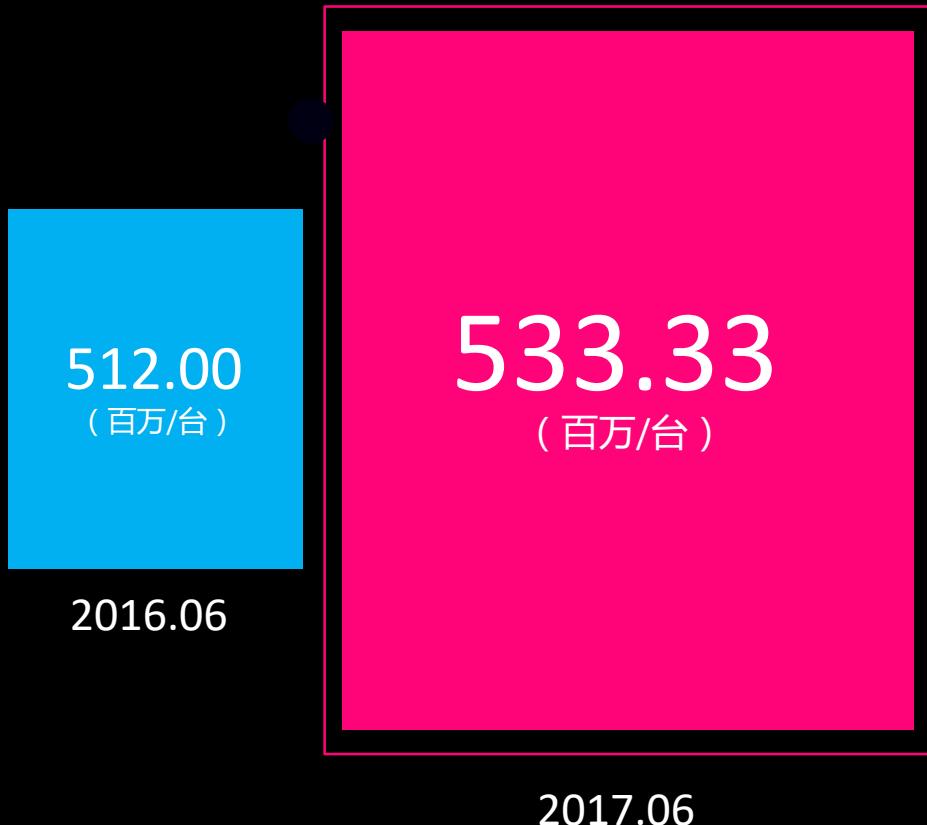
移动教育行业总体保持良性增长态势 商业模式较为稳定

国内移动教育市场的创业大潮已经退去，在盈利模式尚不稳定的阶段下，仍需要大量的资本、人才、产品等的投入





移动教育市场用户规模达到5.33亿 整体保持稳定发展趋势



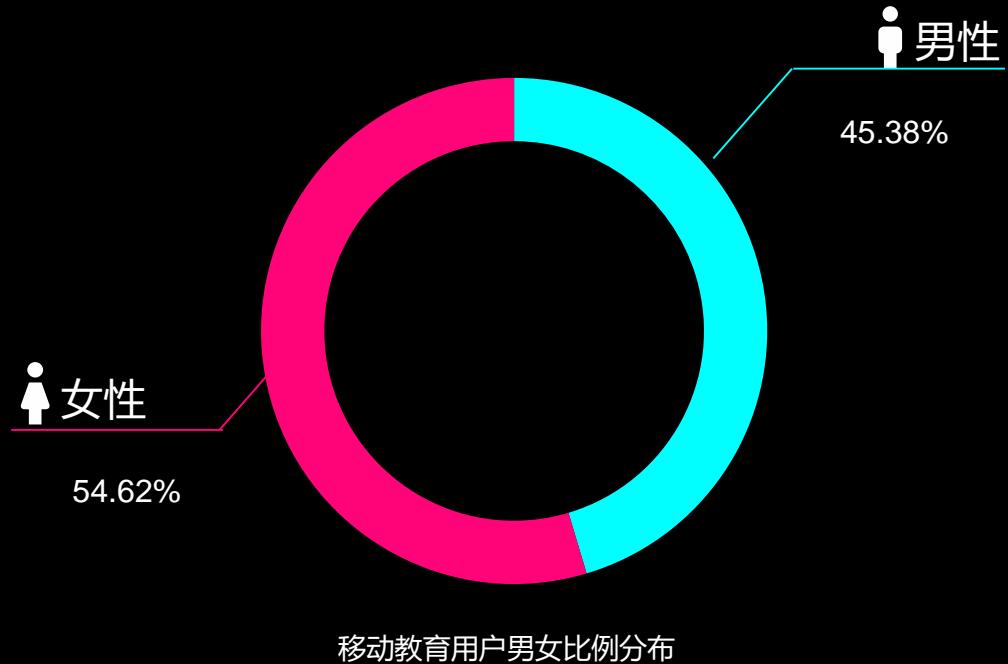
截至2017年6月，移动教育行业的用户规模达到5.33亿，
相比去年同期的5.12亿增长

+4.2%

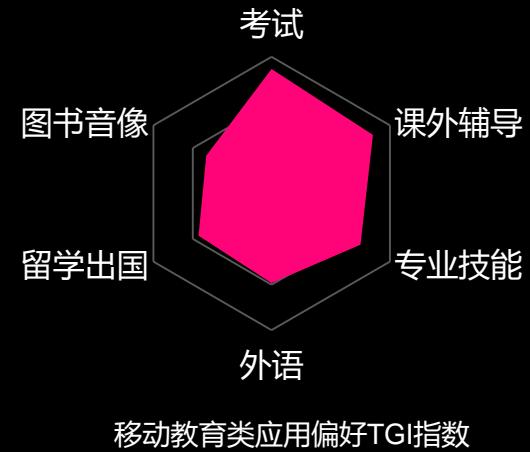


女性比男性更重视知识学习

女人比男人更看重教育学习



教育人群平时都在学什么？

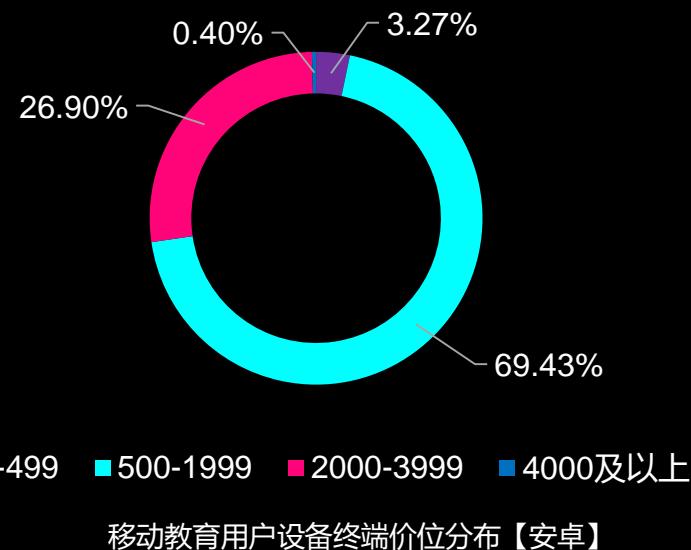


考试	课外辅导	专业技能	外语
187	128	112	98



三线城市用户更注重学习赋能

2000元以下中低端手机
为移动教育用户首选



三线城市用户更注重学习赋能 (TGI指数)

一线城市	73.82
二线城市	93.81
三线城市	108.29



67.75%已婚 65.7%中国移动 导购电商 跑酷竞速
共享单车 旅游产品 图片分享 体育资讯
运动健身 OPPO、vivo、华为 养生

TalkingData移动互联网

风云应用-移动教育

(排名不分先后 按照品牌首字母排列)



阿凡题

挖掘可提升的每一分



网易有道词典

6亿人都在用的外语学习翻译APP



作业帮

让学习更简单



10

2017年度应用风云榜

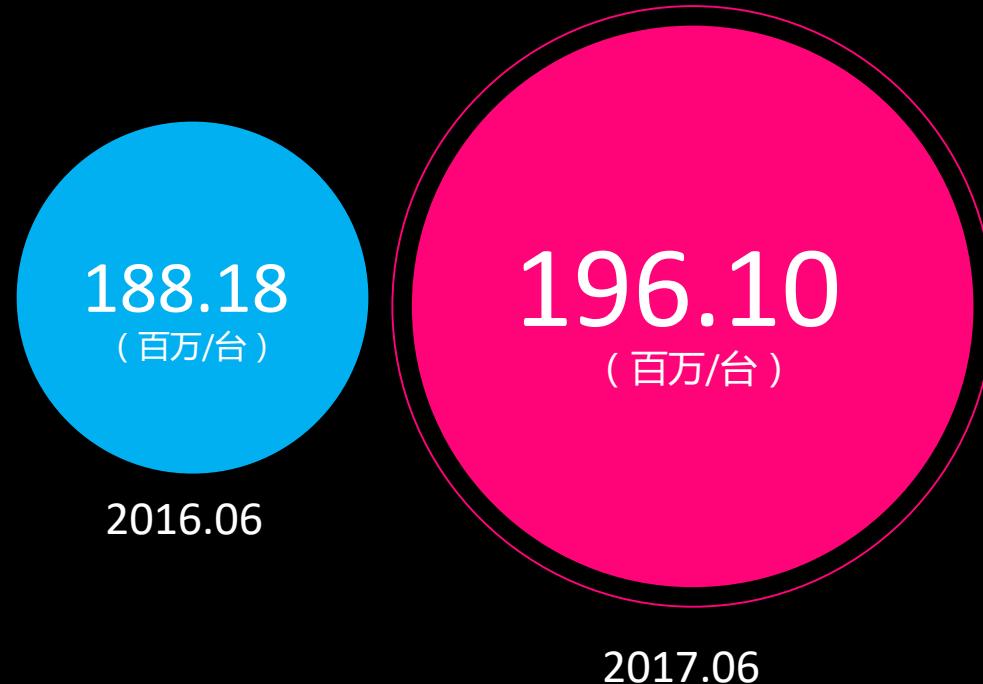
视频直播

应用场景多样化， 视频直播正从泛娱乐时代向泛生活时代迈进





视频直播用户规模达到1.96亿 视频直播行业稳步发展



截至2017年6月，视频直播行业的用户规模达到1.96亿，
同比增长

+4.2%



视频直播为宅男带来福音

打游戏

311
角色扮演

看秀场

672
直播指数

查攻略

217
游戏攻略

征女票

363
婚恋

订外卖

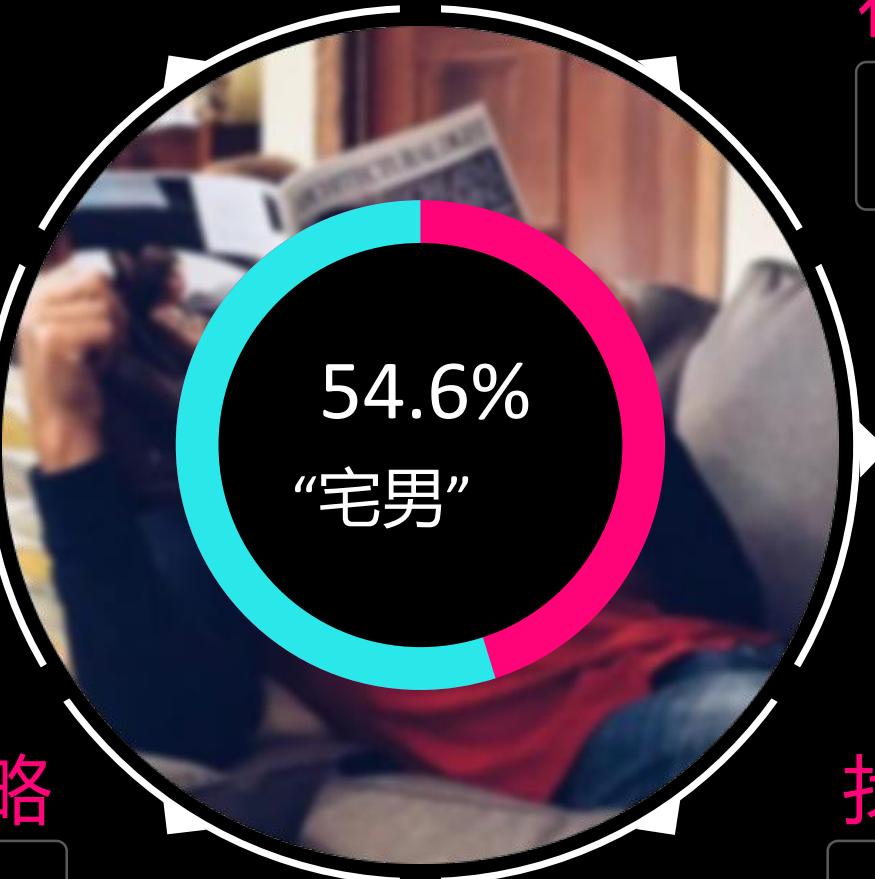
255
外卖订餐

收快递

267
快递

找培训

169
文化艺术



TalkingData移动互联网

风云应用-视频直播

(排名不分先后 按照品牌首字母排列)



斗鱼直播

每个人的直播平台



花椒直播

美颜椒友 疯狂卖萌



YY

全民娱乐视频直播平台



11

2017年度应用风云榜

消费金融



政策、资本、产业链等环境的完善助力 消费金融 快速发展



试点管理办法出台

银监会发布《消费金融公司试点管理办法》，为试点消费金融公司的经营行为提供了依据和保障。

2009



全国成立四家企业

经批准，首批4家消费金融公司——北银、中银、捷信、锦程，分别在北京、上海、天津和成都成立，从此开启了消费金融发展的新篇章。

2010



试点城市范围扩容

银监会宣布扩大消费金融公司试点城市范围，新增广州、武汉、杭州等10个城市参与试点工作。

2013



各方势力开始入场

分期乐、趣分期等进入市场，京东白条、蚂蚁花呗陆续上线，消费金融行业变得火热。

2014



行业驶入快速车道

截至5月，持牌消费金融公司已达到22家；此外，众多P2P借贷平台、消费分期企业亦参与其中，消费金融行业仍处于快速发展阶段。

2015



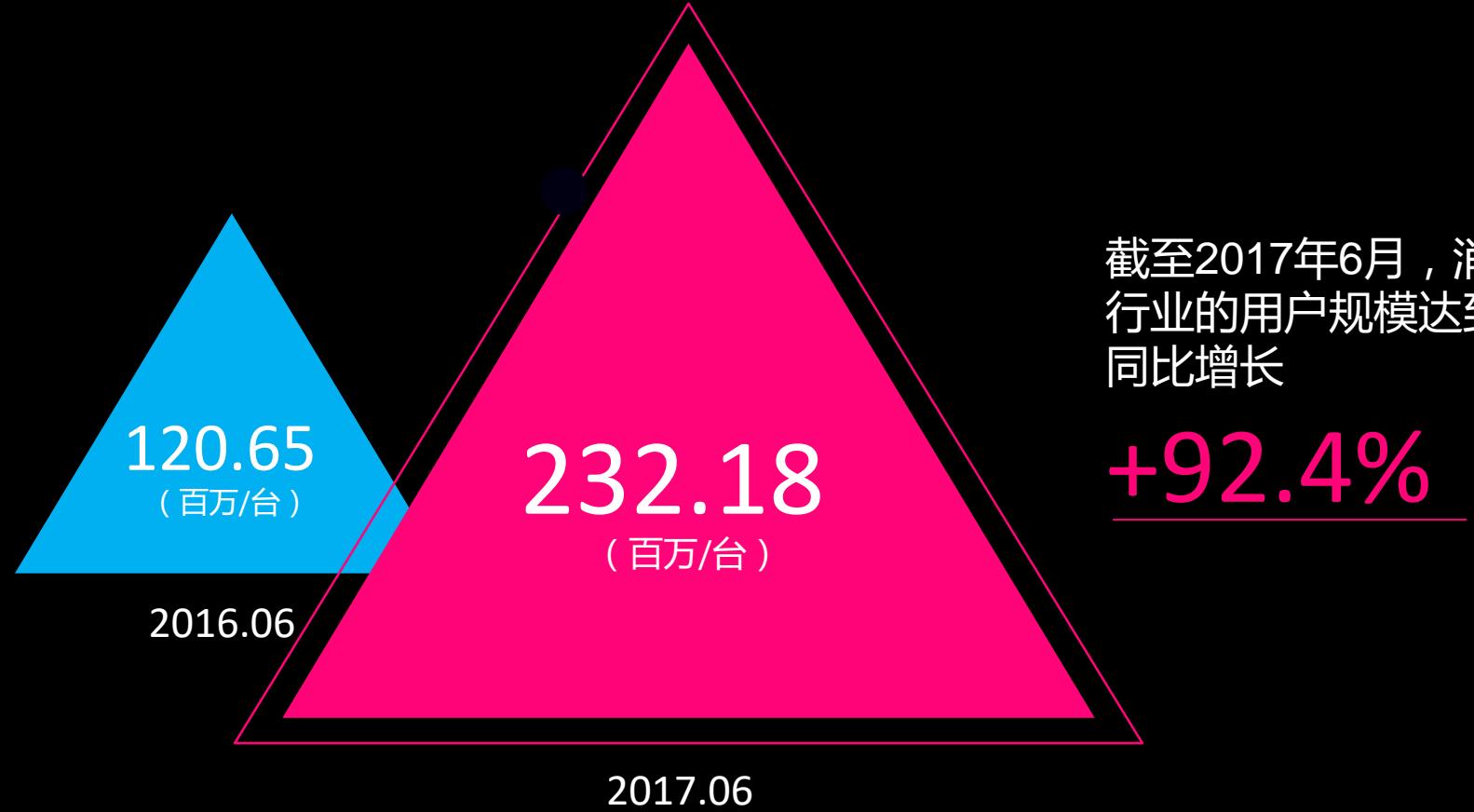
国务院放开了市场

国务院放开市场准入，消费金融试点扩大到全国，审批权下放各省，以增强消费对经济的拉动作用。

2017

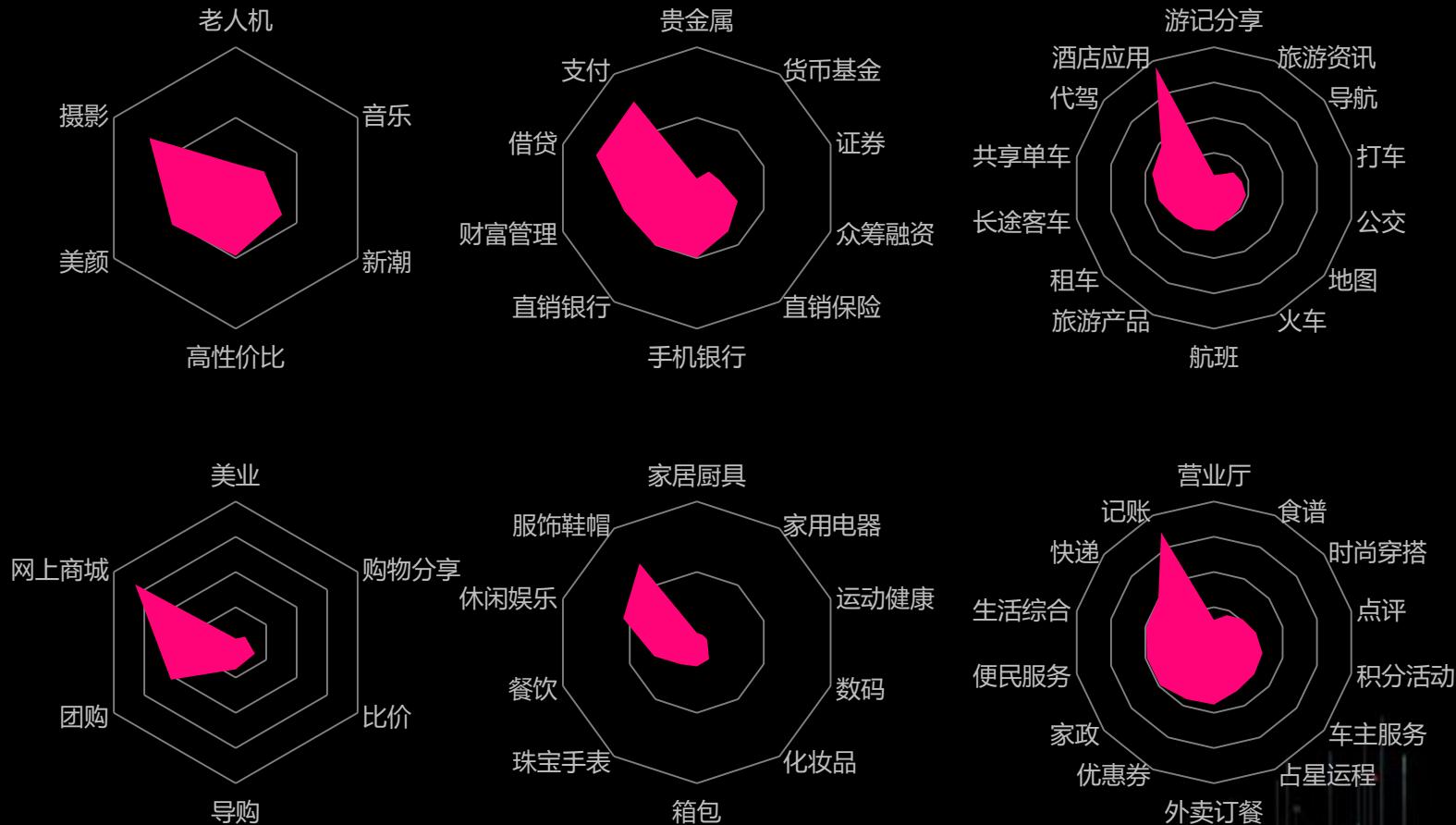
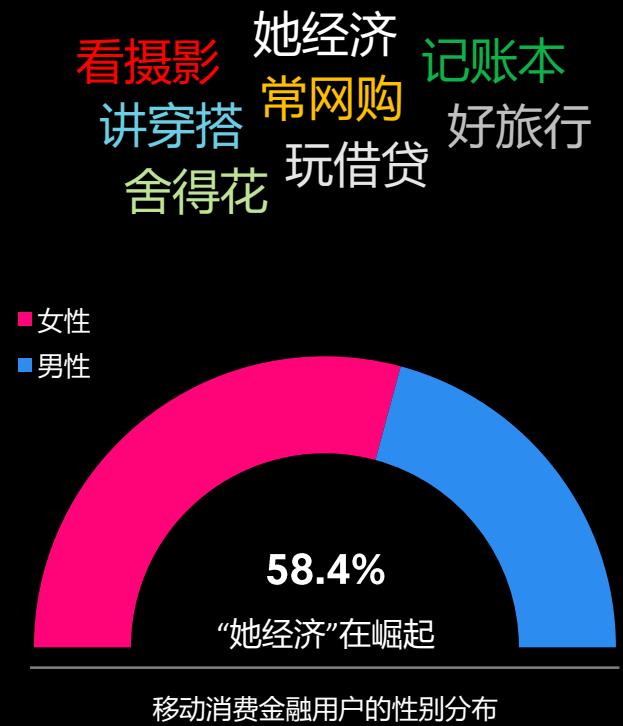


移动互联网带动消费金融快速增长 移动端用户规模超2亿





“她经济”与消费金融一拍即合



TalkingData移动互联网

风云应用-消费金融

(排名不分先后 按照品牌首字母排列)



拍拍贷借款

触手可及的金融



我来贷

年轻人的口袋银行



宜人贷借款

让精彩发生



12

2017年度应用风云榜

智能家居



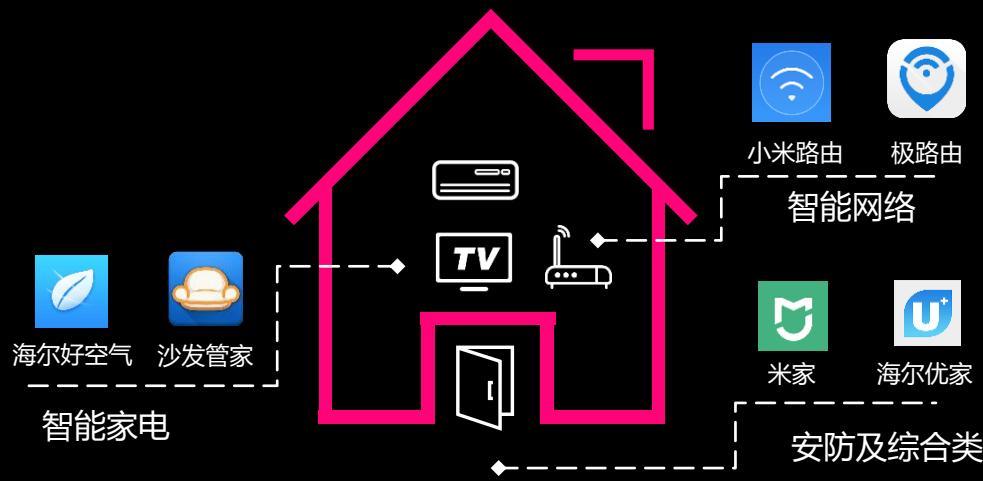
智能家居应用 组建品牌生态既是机遇亦是挑战

1.线上应用独立、整合度低

2.硬件产品 分类繁乱

3.产品线下 体验不足

智能家居应用分类



传统家电企业



互联网公司



独立品牌



智能家居企业分类



智能家居用户规模超过7000万，逐步得到渗透



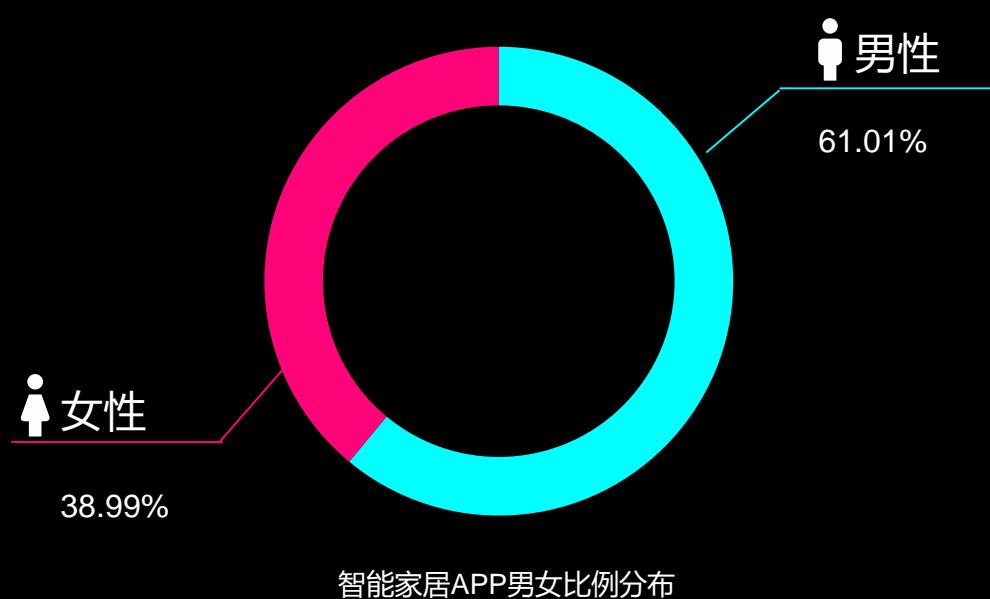
智能家居的用户规模
达到7403万，同比增长

+7.2%



智能家居应用人群更关注教育学习

男人天生就是智能产品控



智能家居用户更注重教育学习

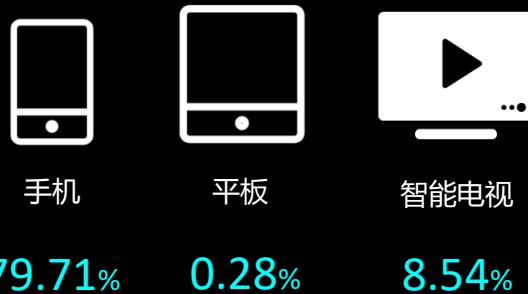


智能家居人群教育应用兴趣占比



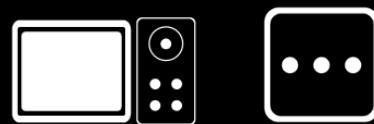
智能电视+盒子是目前智能家居核心应用场景

智能电视+盒子是智能家居核心应用场景



一线城市用户对智能家居产品有强兴趣 (TGI指数)

一线城市	121.32
二线城市	98.27
三线城市	95.98



电视盒子	8.37%
其它	3.1%

智能家居APP用户使用终端占比



家庭	健康可穿戴	早教	休闲娱乐
教育学习	一线城市	体育资讯	智能电视
电视盒子	小米、华为、三星	男士	

TalkingData移动互联网

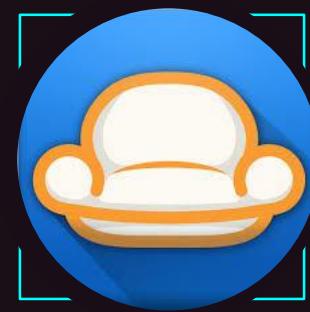
风云应用-智能家居

(排名不分先后 按照品牌首字母排列)



米家

开启智能生活



沙发管家

千万家庭最信赖的电视应用市场



悟空遥控器

好用的智能电视助手

主题：投资人眼中的大数据和新零售



金昌连

36氪副主编



蒋毅威

五岳资本 创始合伙人



肖宇

Ofashion迷橙 创始人兼CEO 北极光创投 董事总经理



姜皓天



顾宇扬

女神派 战略副总裁



南萍

Advantech 董事



陈子林

缤果盒子 CEO



THANKS