

2015年1月至11月 微博移动端用户研究报告

Trustdata
2015年12月

本报告为Trustdata制作，报告中所有的文字、图片、表格均受到中国法律知识产权相关条例的版权保护。
任何组织和个人，不得使用本报告中的信息用于其它商业目的。



研究综述

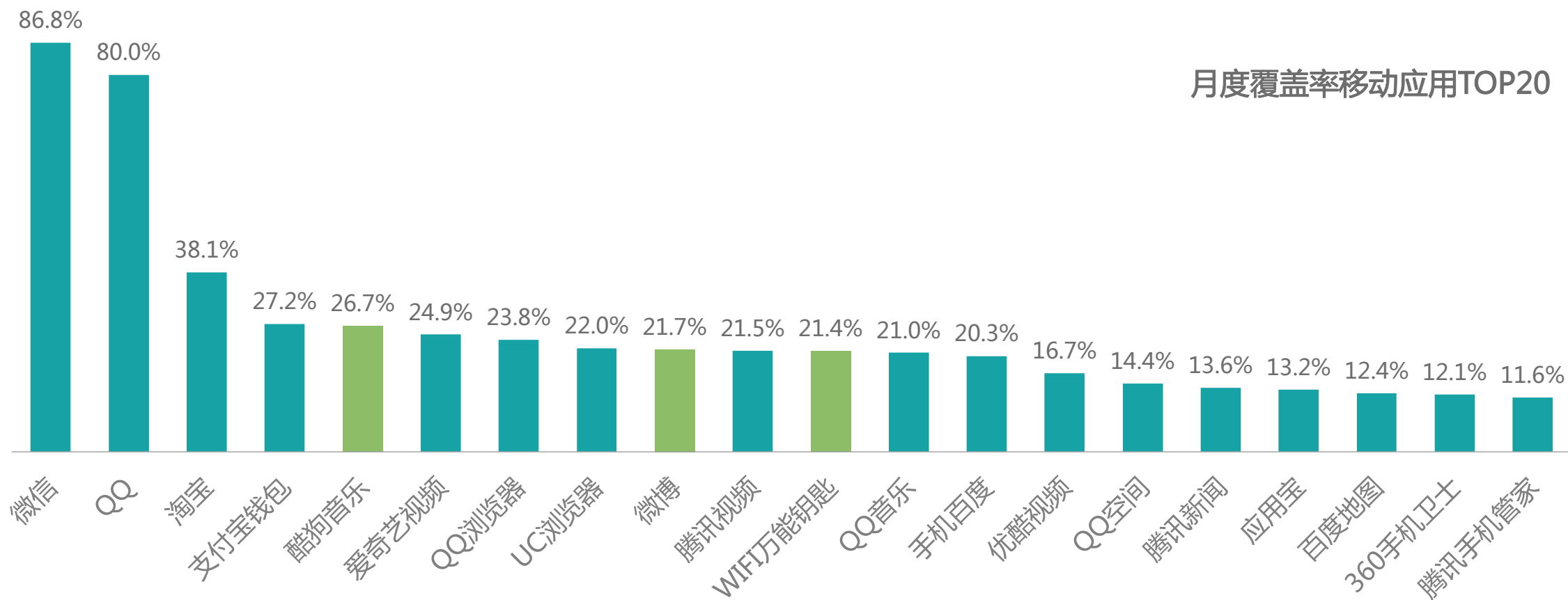
- 研究对象：中国移动互联网网民
- 数据来源：Trustdata自建的日活跃用户超过3000万(月活跃用户超过1.3亿)的样本集
- 统计周期：2015年1月至11月

指标说明：

- DAU---日活跃用户量
- MAU---月活跃用户量
- 月度覆盖率---应用的月活跃用户量占月度移动互联网用户总数的比例
- 日覆盖率---应用的日活跃用户量占日移动互联网用户总数的比例
- 使用时长占比---月度应用使用时长占全网移动应用使用时长的比例

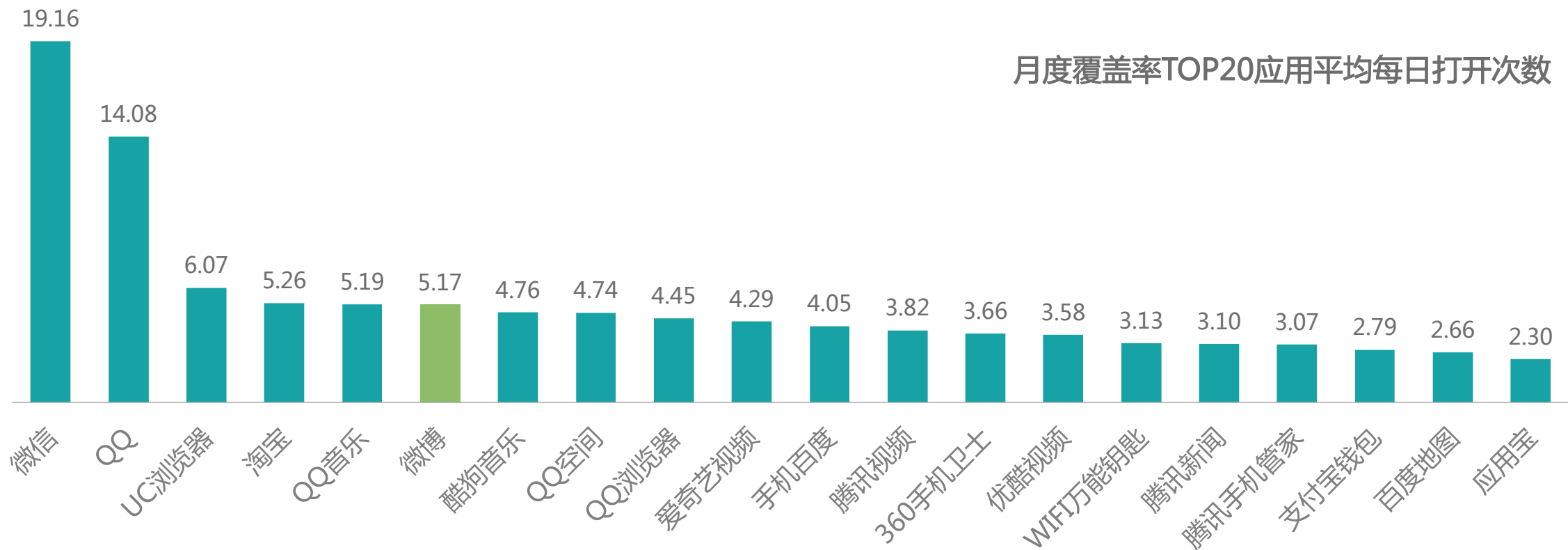
腾讯、阿里、百度及360囊括TOP20移动应用的绝大多数

微博是除了BAT外为数不多的TOP应用之一



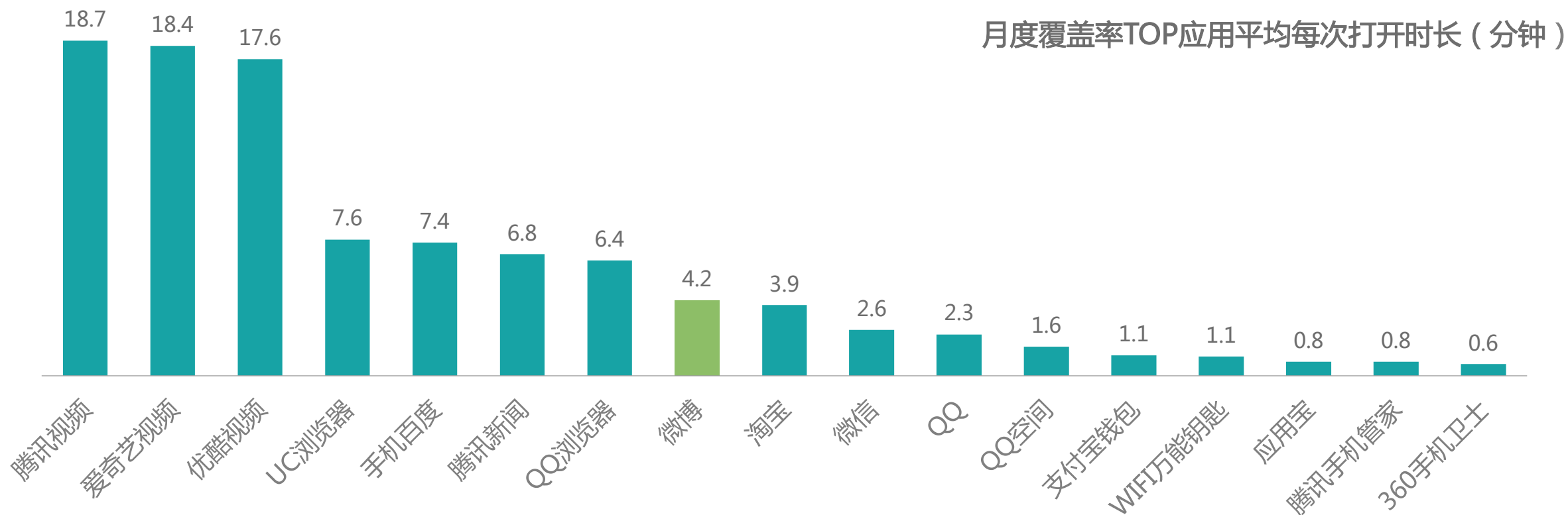
具有强社交工具属性的微信和QQ每日打开次数远超其他TOP应用

微博排名第六



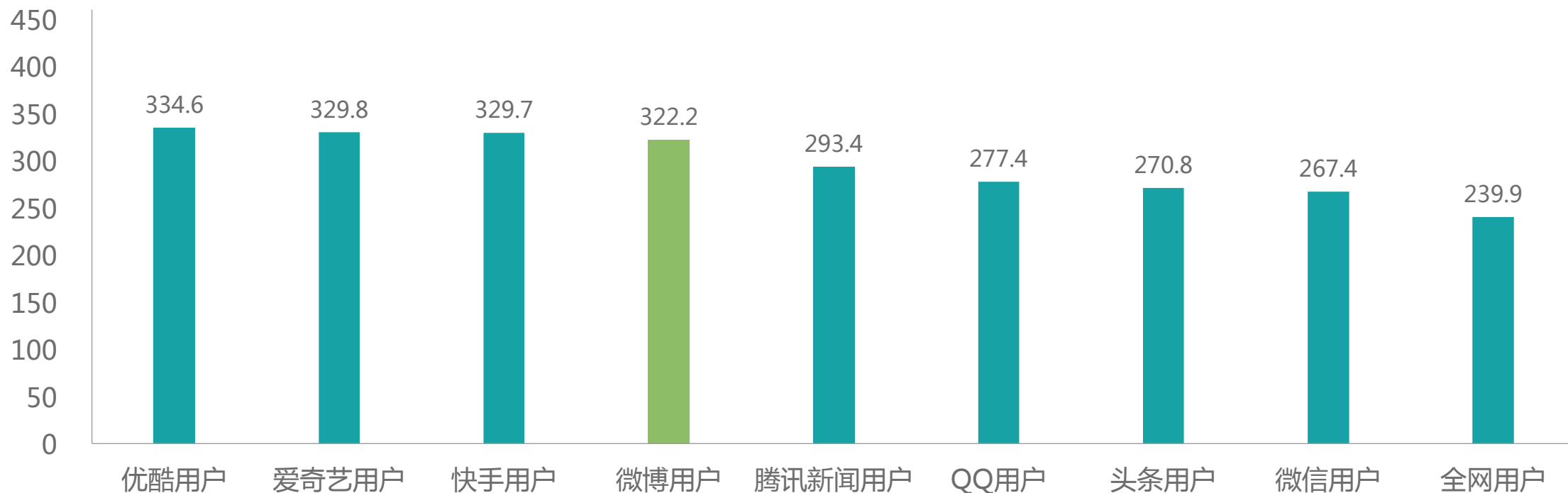
微博用户每次打开时长超过4分钟

微信、QQ及工具类应用平均每次打开时长低于3分钟

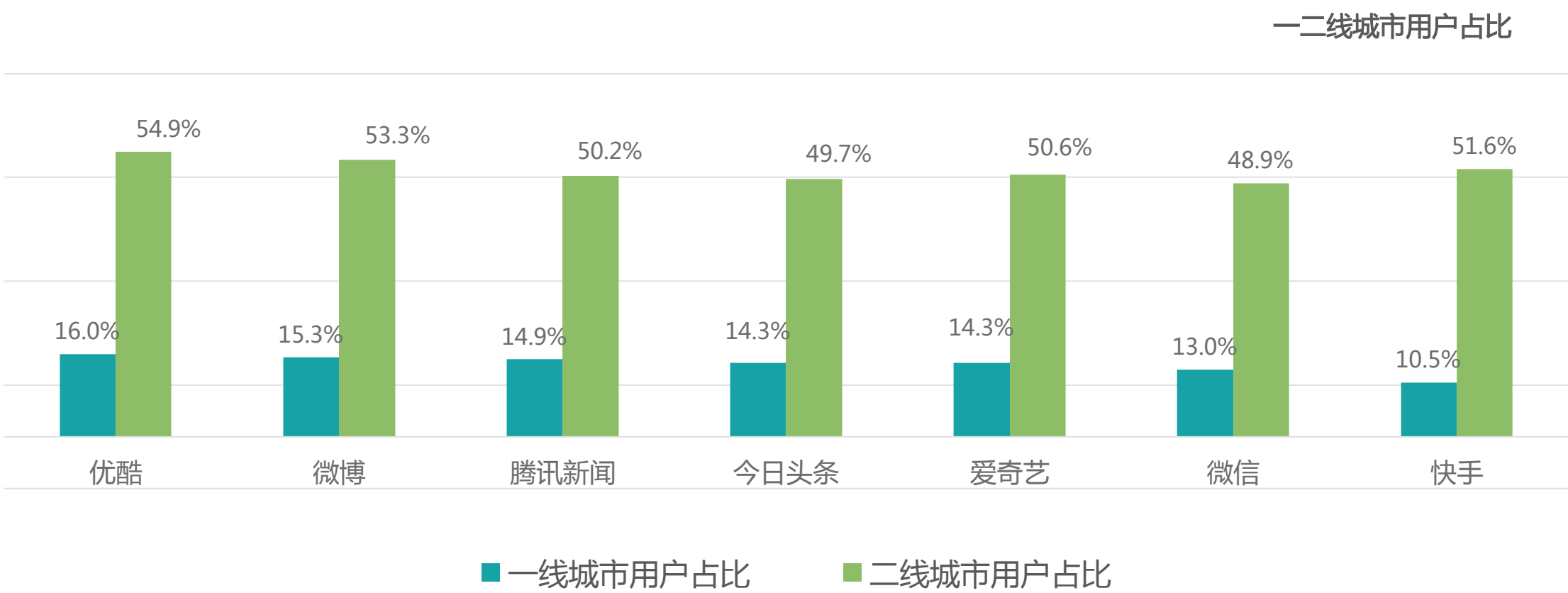


微博用户每日使用移动互联网的时长超过5个小时 高于微信、QQ及新闻客户端，略低于视频产品

平均每日使用移动互联网的时长（分钟）

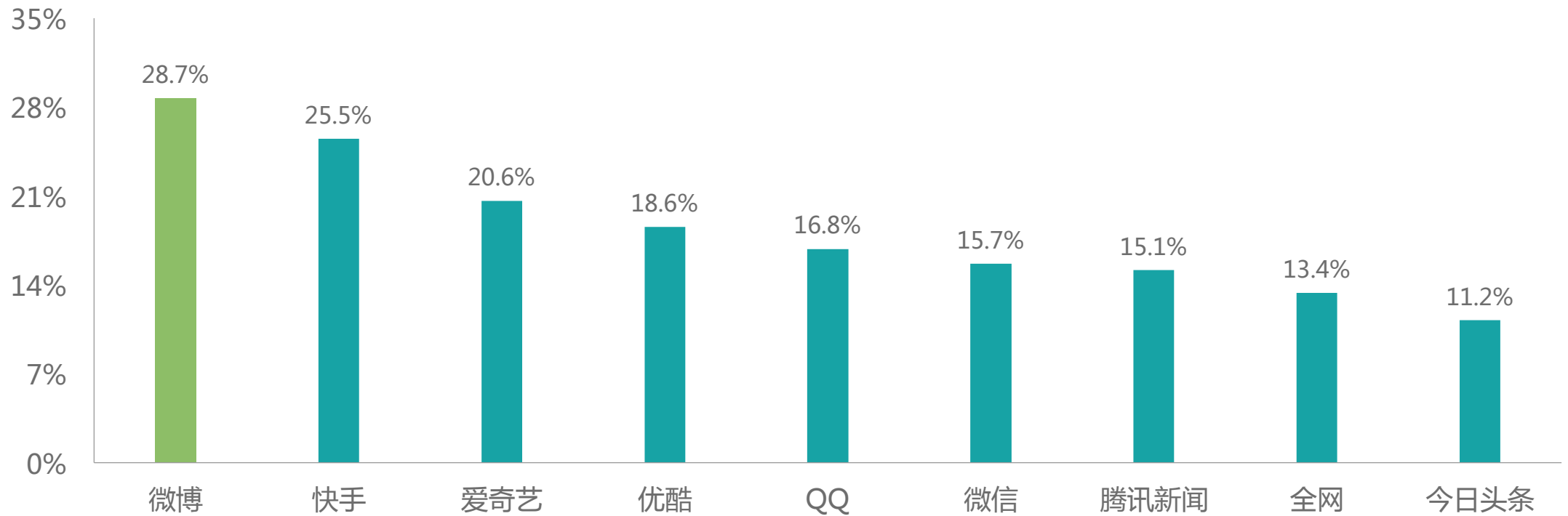


优酷及微博的一二线城市用户占比高于微信及其他视频和新闻客户端



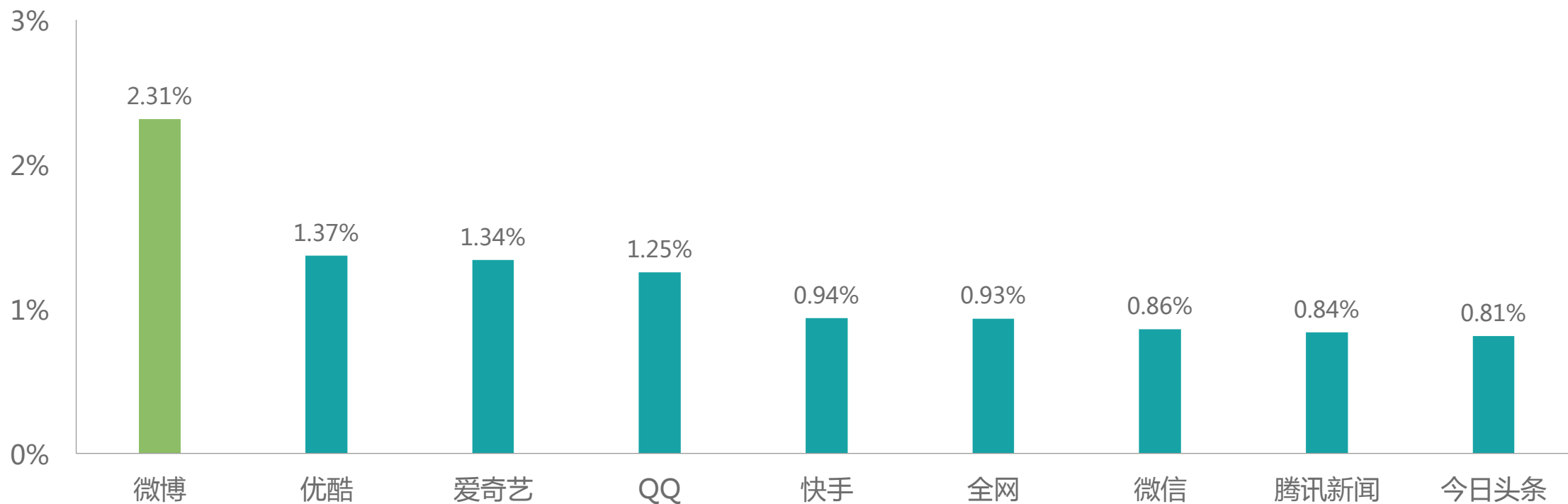
微博用户使用女性类应用的占比高于微信、QQ、TOP视频及新闻客户端 约为全网的2.14倍

每日打开女性类应用的用户整体占比



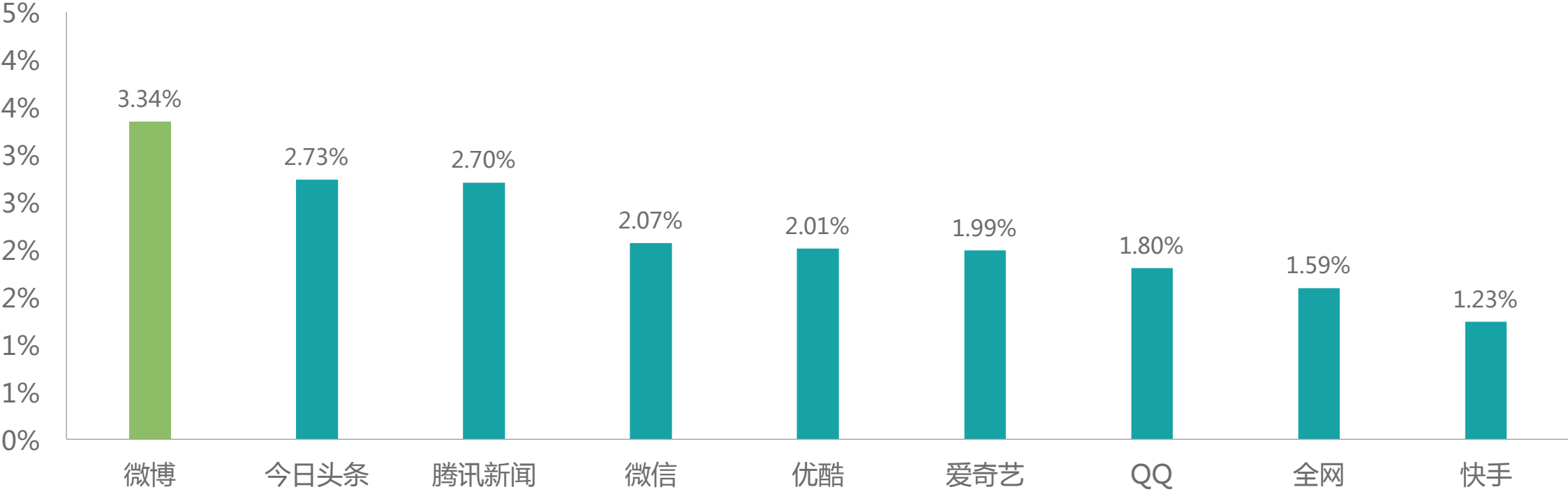
微博年轻用户群体发展迅猛，学生用户增长显著，占比约为全网的2.6倍

每日打开学生类应用的用户整体占比



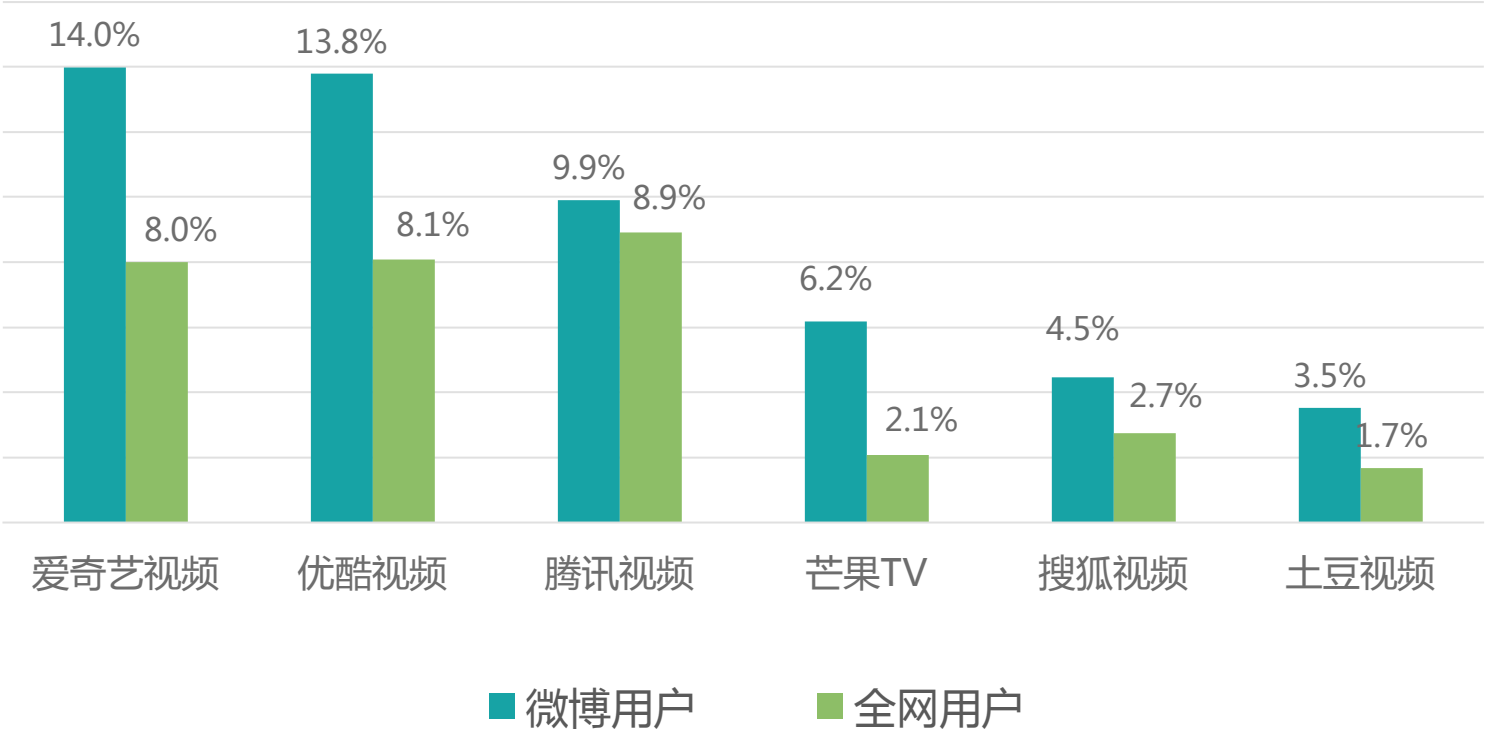
微博用户使用旅游类应用的比例高于其他应用 约为全网的2.1倍

每日打开旅游类应用的用户整体占比

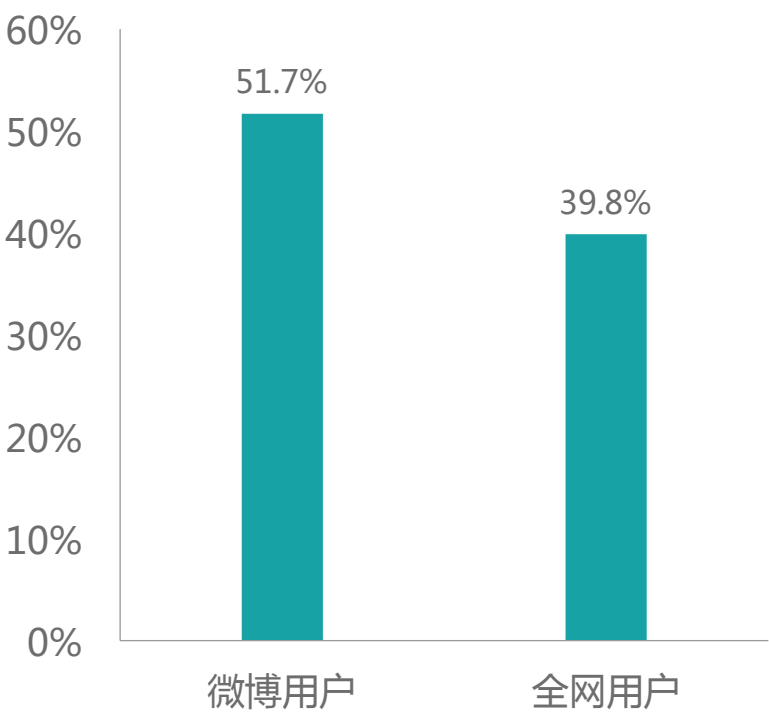


微博用户使用视频类应用的占比是全网的1.3倍

每日打开视频类应用的用户占比详情

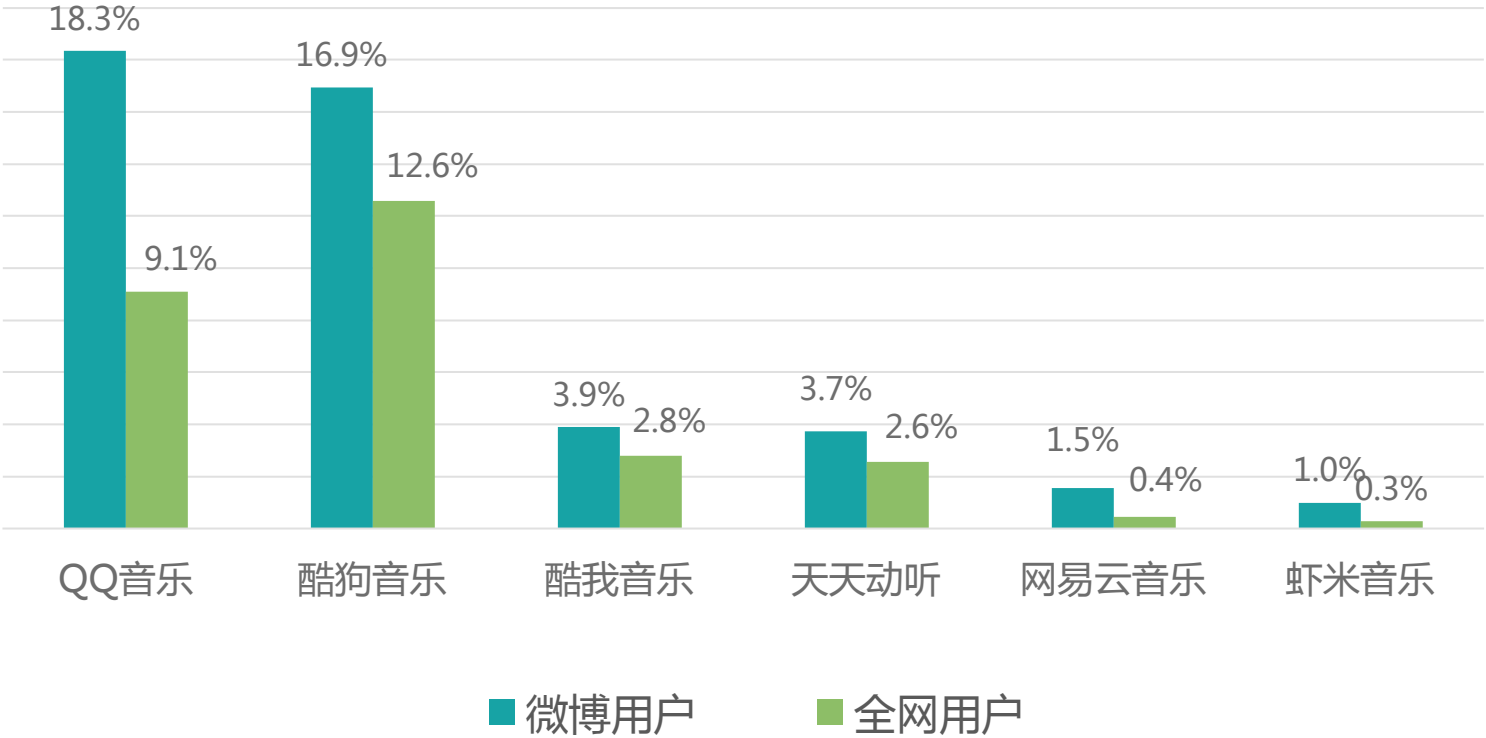


每日打开视频类应用的用户整体占比

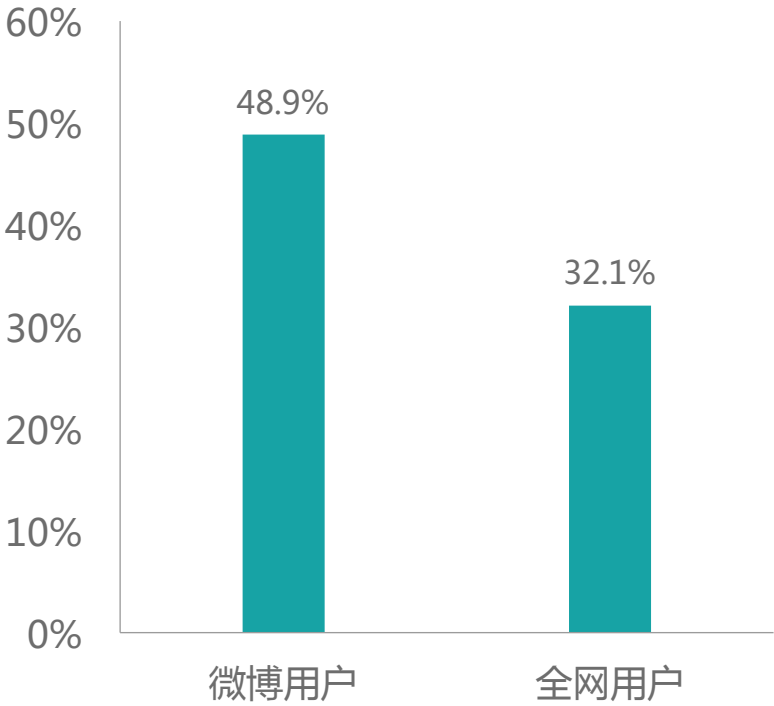


微博用户使用音乐客户端的占比是全网的1.5倍

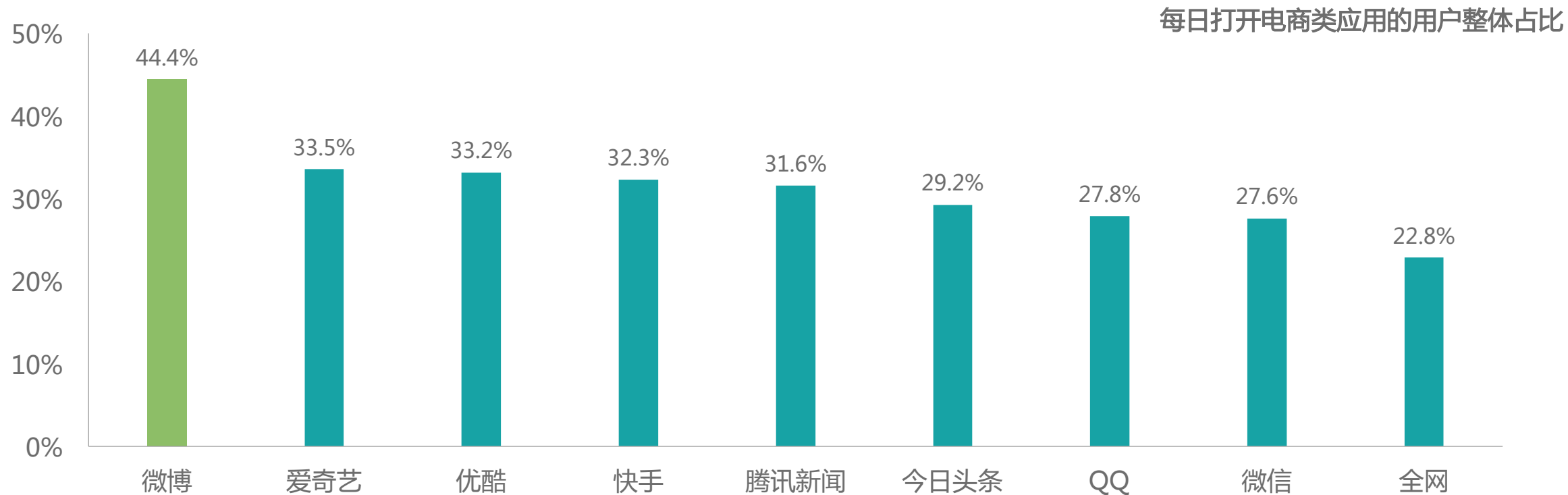
每日打开音乐客户端的用户占比详情



每日打开音乐客户端的用户整体占比

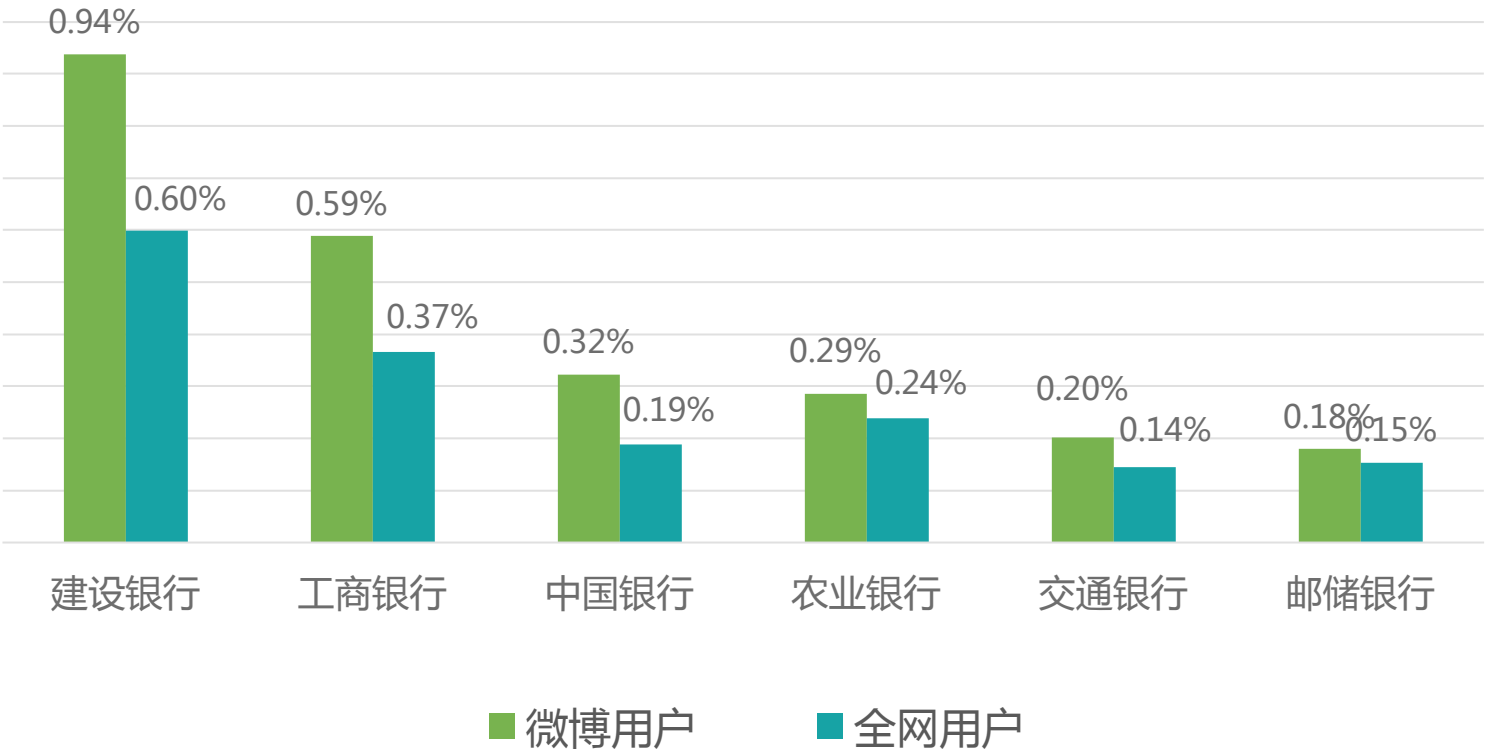


微博用户每日打开电商应用的比例明显高于其他应用 约为全网的2倍

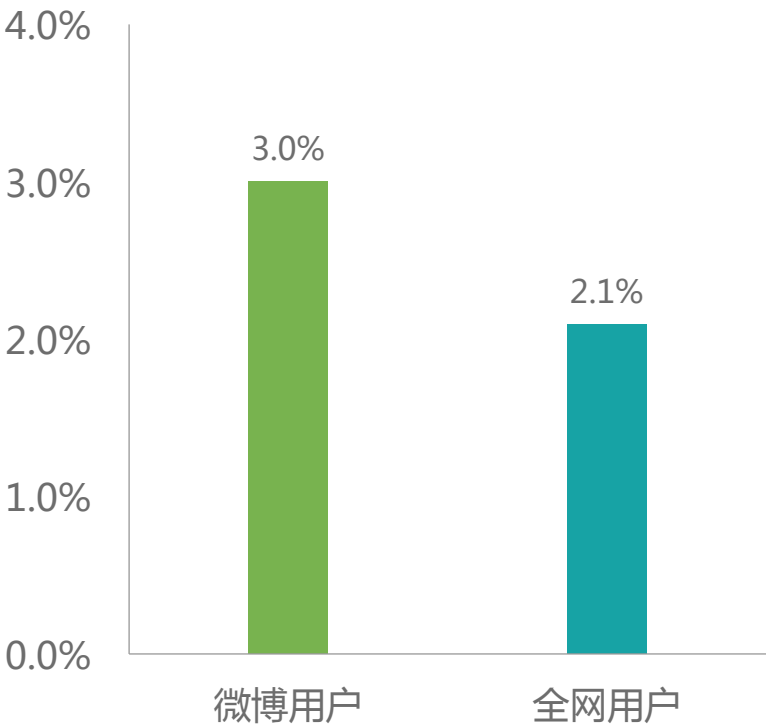


微博用户使用银行客户端的占比是全网的1.5倍

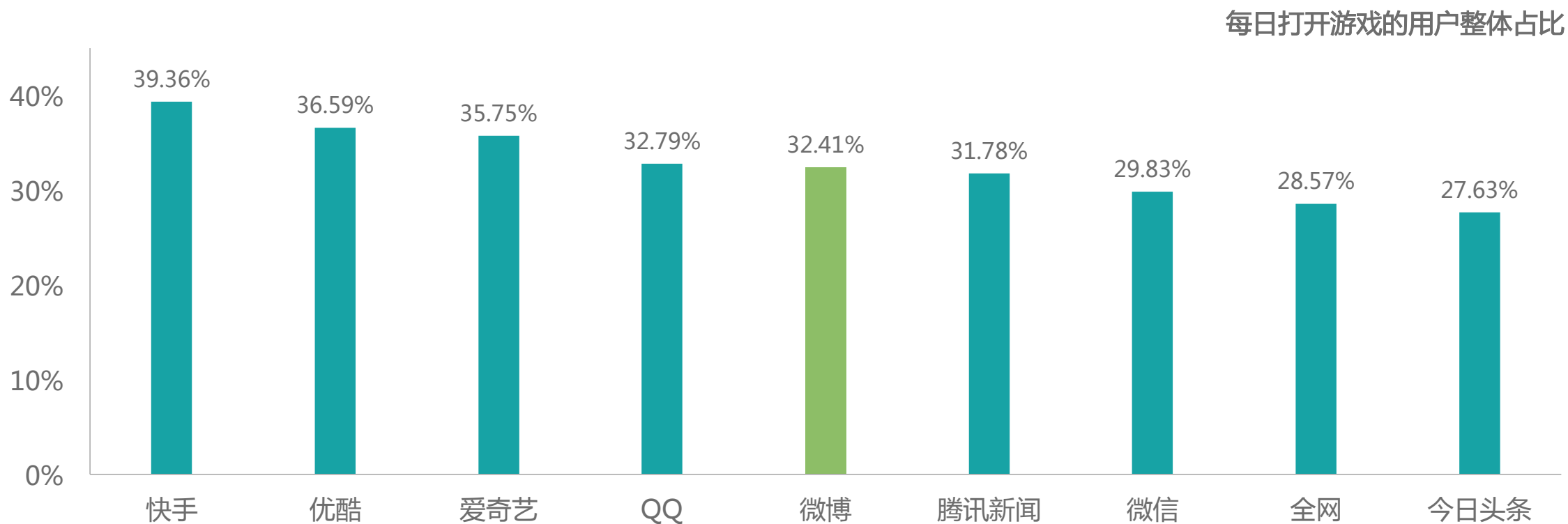
每日打开银行客户端的用户占比详情



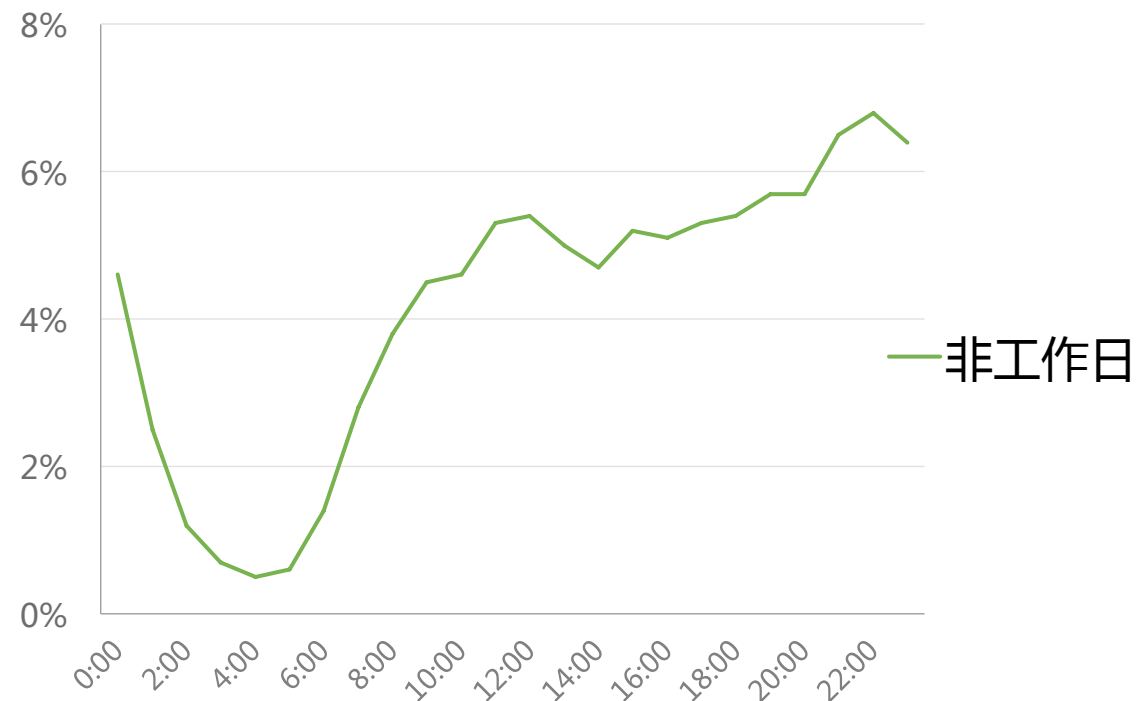
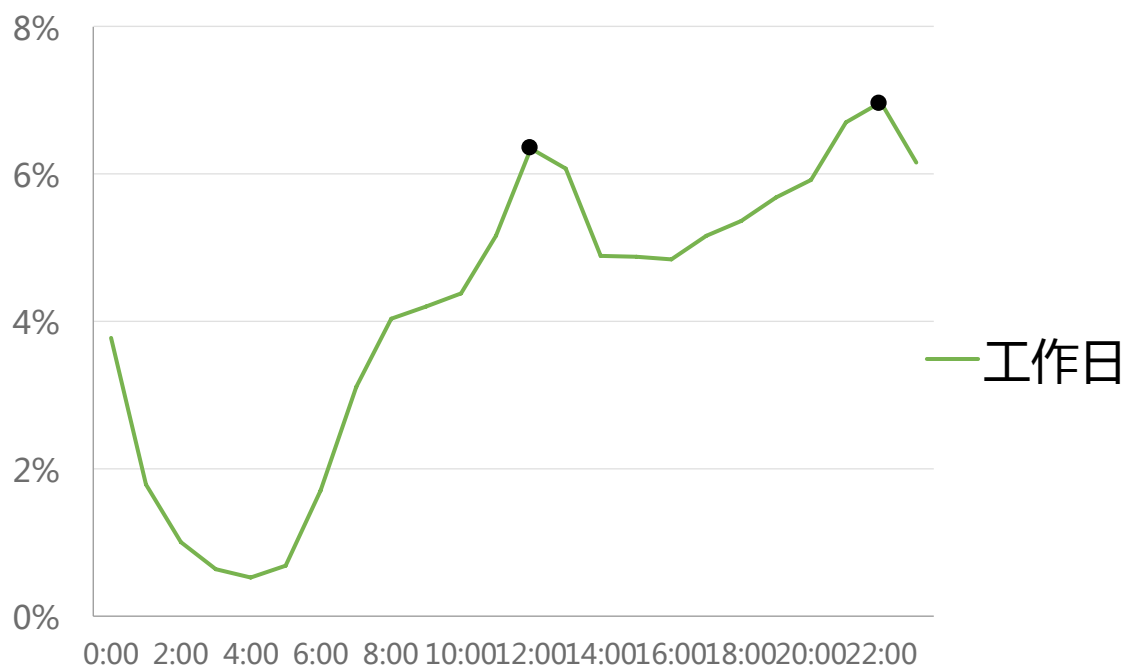
每日打开银行客户端的用户整体占比



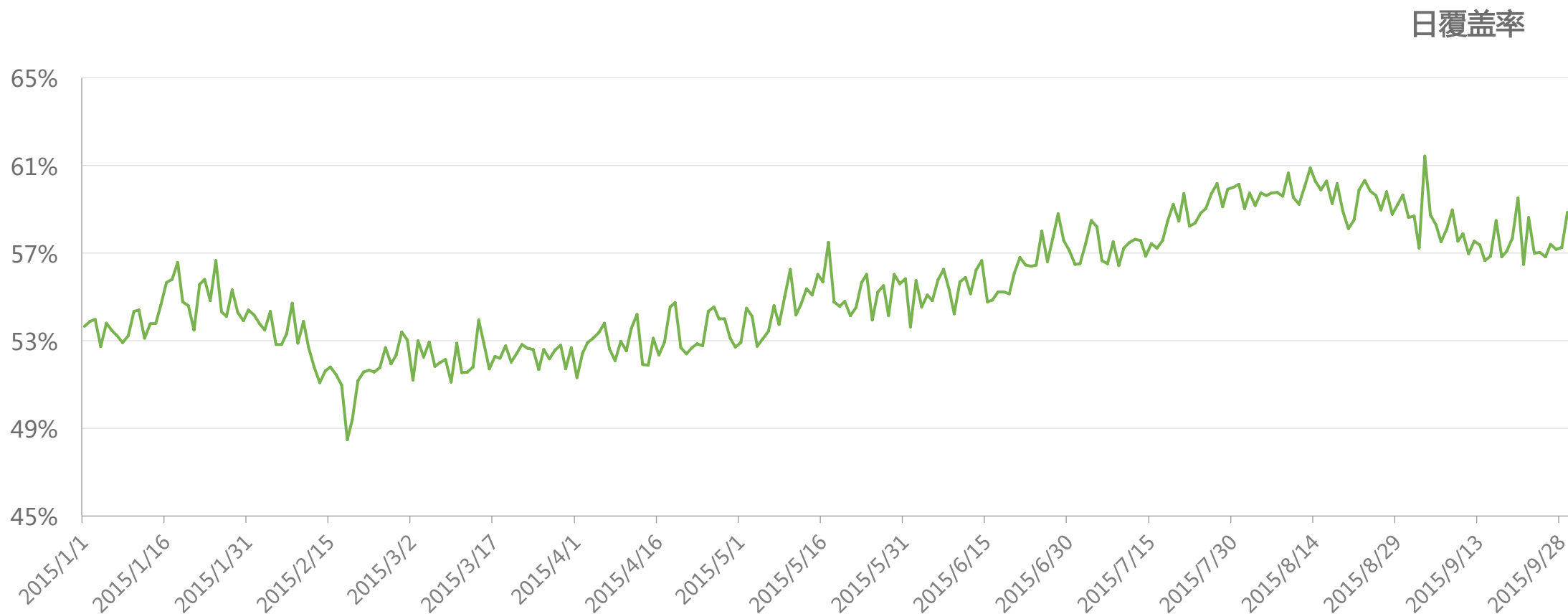
视频用户每日打开游戏的占比较高 QQ，微博用户次之，每日打开游戏的占比约为32%-33%



微博工作日峰值明显，分别出现在中午12点和晚23点 非工作日微博使用得较为平滑，白天峰值并不突出



2015年，移动资讯类应用规模稳步放大

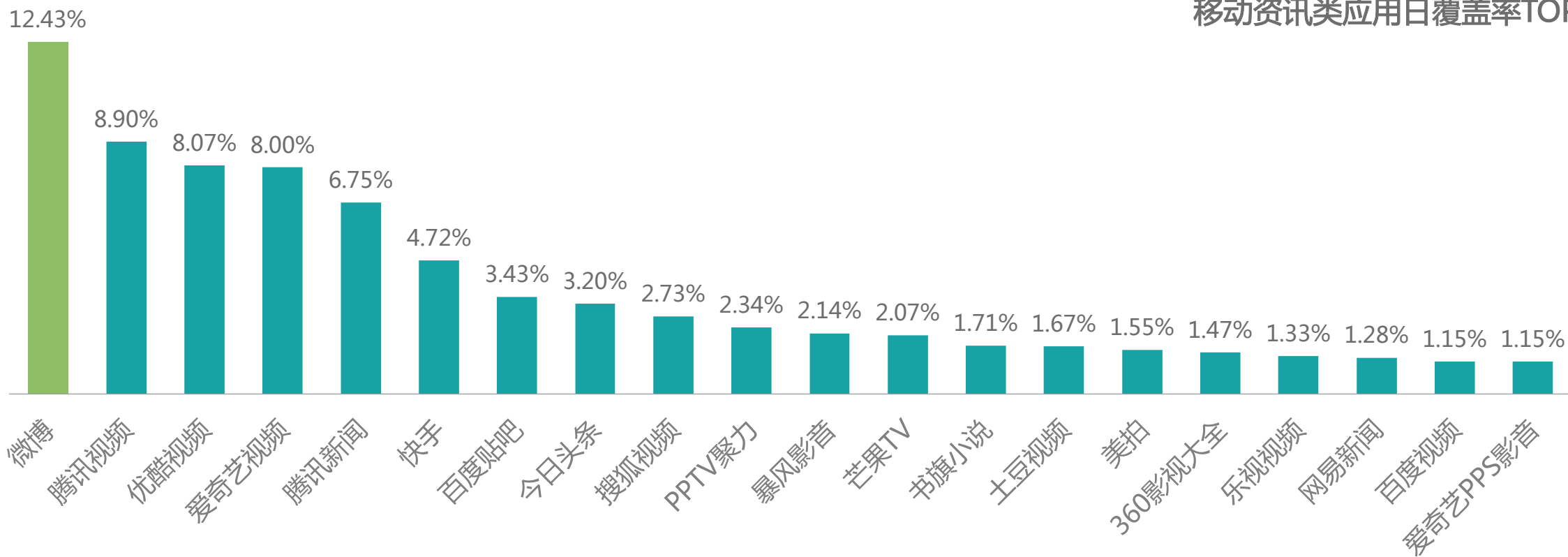


- 这里的移动资讯类媒体包括微博、新闻、视频、阅读及直播

微博稳居移动资讯类应用首位

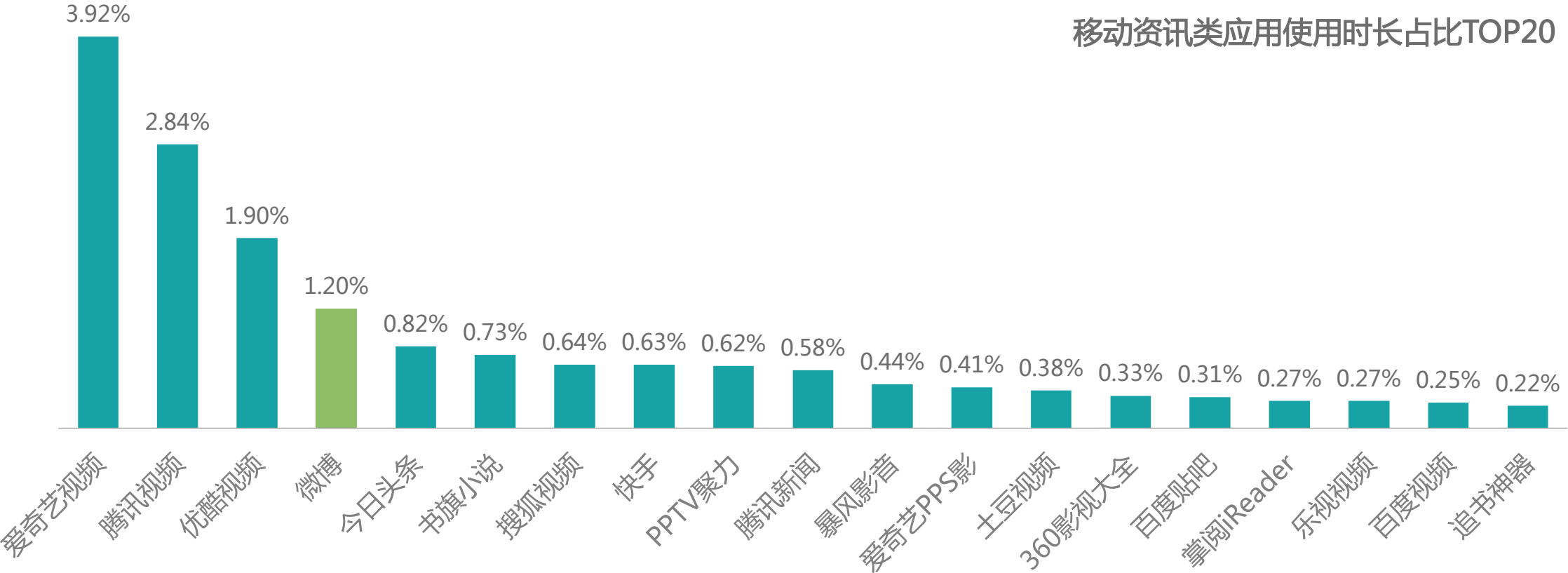
日覆盖率高达12.4%

移动资讯类应用日覆盖率TOP20



移动资讯类应用使用时长微博排名第四

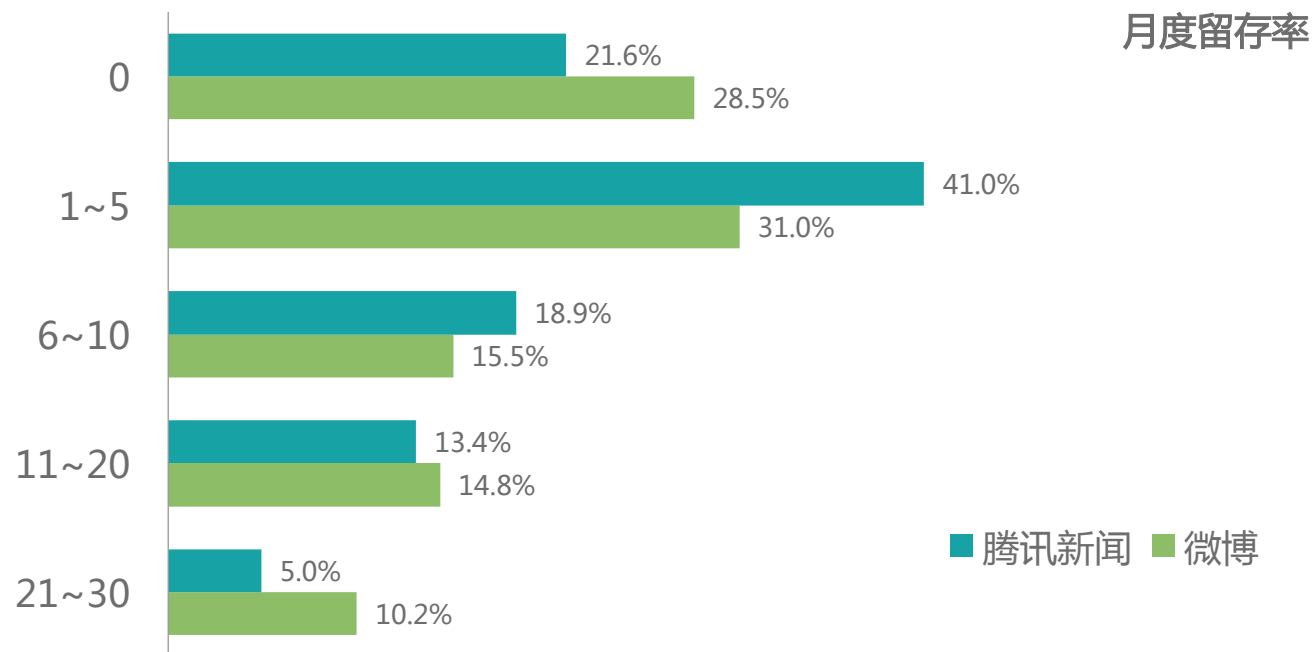
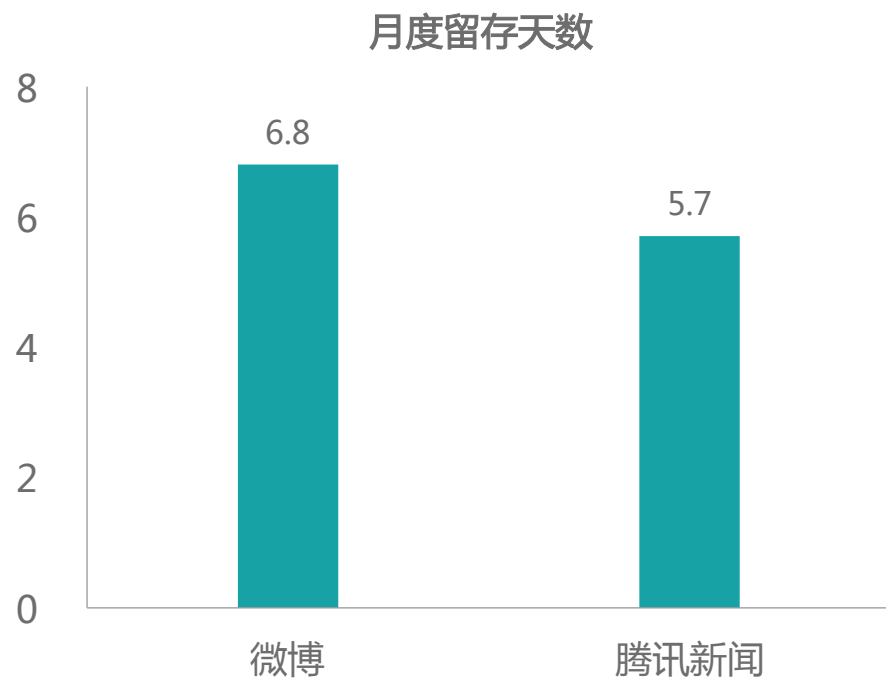
移动资讯类应用使用时长占比TOP20



数据来源：来自于权威移动互联网大数据监测平台Trustdata

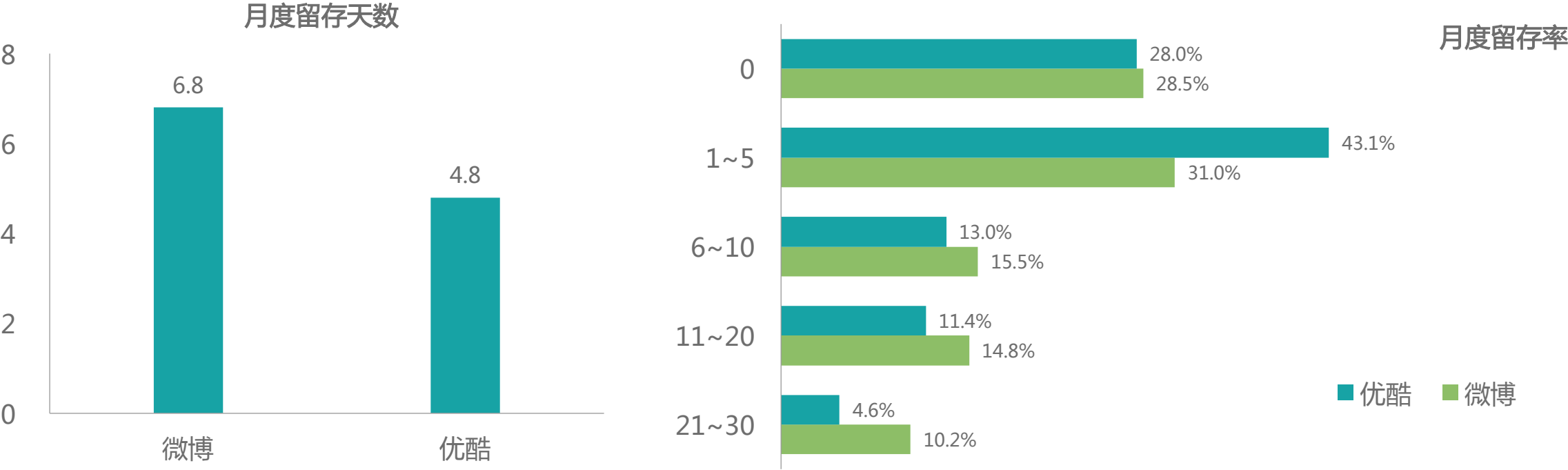


微博新用户转化为忠实用户的比例是腾讯新闻的2倍 依赖微信及QQ强大的拉动力，腾讯新闻在新用户流失率方面优于微博



- 这里的月度留存率指新增用户在接下来的一个月内重复使用不同天数的概率。0指未重复使用，即新用户流失；1~5指重复使用天数为1天至5天。其他以此类推。新用户之后30天内重复使用21~30天的可认为成为忠实用户。
- 月度留存天数指新用户之后30天内重复访问的天数

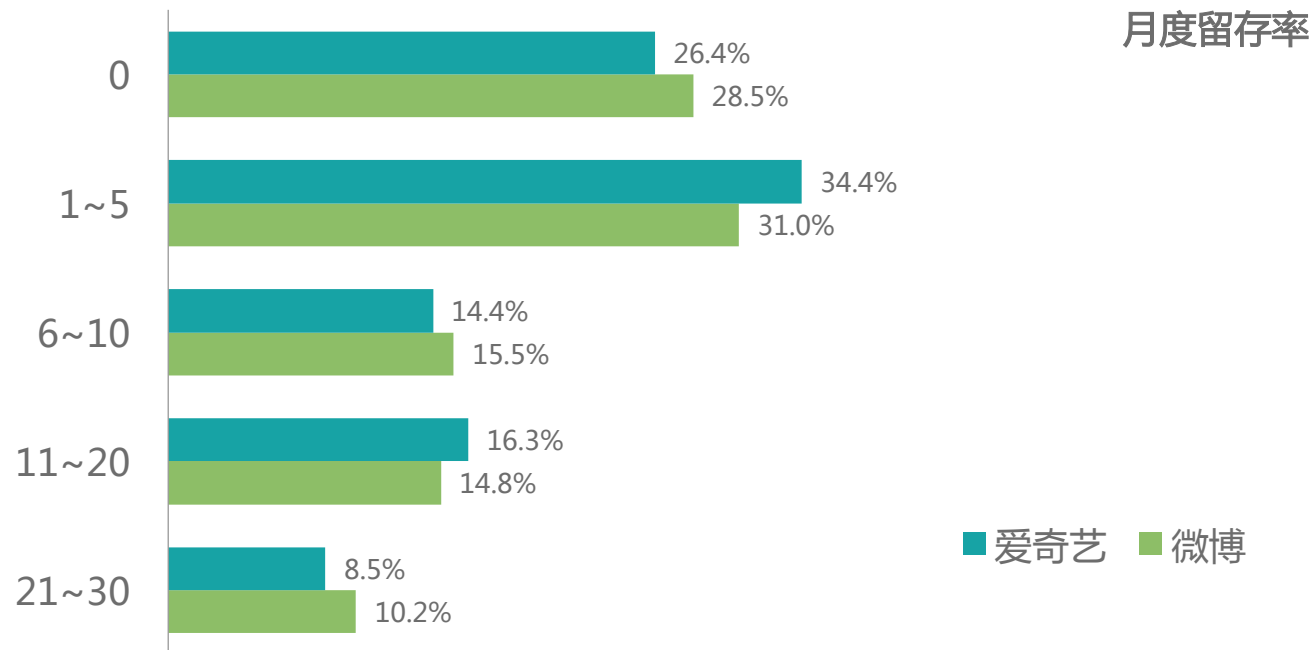
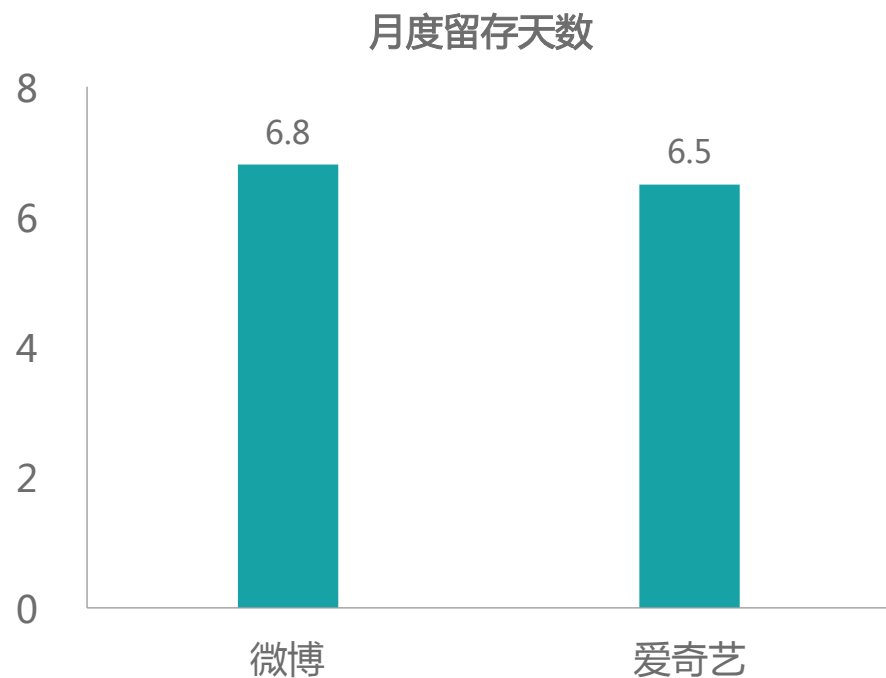
微博的新用户月度留存天数比优酷多出两天



- 这里的月度留存率指新增用户在接下来的一个月内重复使用不同天数的概率。0指未重复使用，即新用户流失；1~5指重复使用天数为1天至5天。其他以此类推。新用户之后30天内重复使用21~30天的可认为成为忠实用户。
- 月度留存天数指新用户之后30天里重复访问的天数



爱奇艺的新用户留存率接近微博 后者新用户转化为忠实用户的比例略高于前者



- 这里的月度留存率指新增用户在接下来的一个月内重复使用不同天数的概率。0指未重复使用，即新用户流失；1~5指重复使用天数为1天至5天。其他以此类推。新用户之后30天内重复使用21~30天的可认为成为忠实用户。
- 月度留存天数指新用户之后30天里重复访问的天数



Trustdata 中国最大移动互联网大数据监测平台，致力成为中国大数据时代下最领先的移动应用数据内容解决方案提供商，为客户提供最专业的移动端各领域数据产品、咨询等专业服务。

Trustdata 覆盖超过6万应用，1.3亿月度活跃用户，通过对中国移动互联网大数据的采集、分析和研究，帮助企业主、移动各个领域和投资人了解自身应用业务状况以及整个移动应用市场趋势，帮助行业从业者更好的制定产品、营销和投资策略相关的市场决策。



Trust Us, Trust Data

