

2017年苹果“打赏”收费 事件调查报告

2017 Apple Inc Charging for Reward
Event Research Report
(内部精简版)



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、相关企业与手机网民进行深度访谈，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Research@iimedia.cn](mailto:Research@iimedia.cn)。

目录

1 2017年苹果打赏收费事件概述

2 2017年中国手机网民针对苹果打赏收费事件观点调查

苹果冒险 “打赏收费” 利润下滑成主因

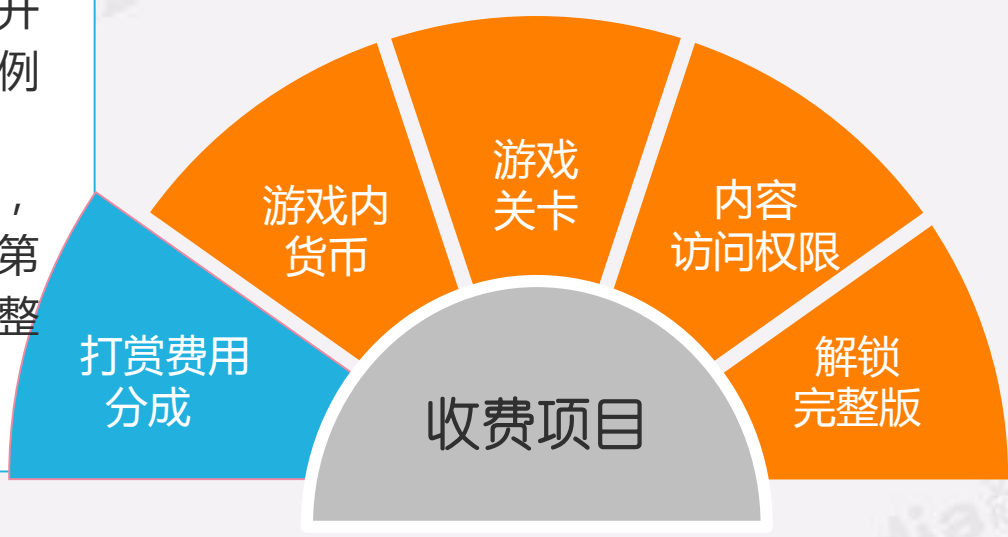
苹果官方消息

2017年6月，苹果更新App Store审核指南明确规定，“应用程序可以使用应用内购买货币来帮助用户在应用内‘打赏’数字内容提供商”。

打赏收费比例

- App Store 与开发者按照3:7比例分成；
- 订阅模式例外，其分成比例从第13个月起，调整为1.5：8.5

苹果公司收费项目（不完全统计）



分析师速评

苹果2017第一季度财报显示，苹果公司大中华区营收为162.33亿美元，比去年同期183.73亿美元下滑11.65%。艾媒咨询分析师认为，随着华为、OV等国产手机市场稳步拓展、苹果周边产品如iwatch等需求量不高，加之iPhone系列新产品还未上线等原因，使得苹果公司营收压力凸显，苹果不得不在原有收费项目基础上，增设“打赏”提成规定。坚持入局收费市场并强势分一杯羹，是苹果公司维持盈利的又一手段。

微信不屈 苹果转战直播与内容付费平台

01

微信下线“打赏”功能 坚决抵抗苹果收费

2017年4月，针对苹果公司提出赞赏功能分成的要求，微信果断作出决定，取消iOS版本微信公众号读者对作者“赞赏”功能。对于此次中国企业范围内大规模抽成事件，腾讯方依旧明确表示“拒绝”。

02

网络直播市场火热 YY、映客已妥协

自BAT巨头积极布局直播市场以来，在线直播行业市场规模不断扩大。iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，2017年用户规模预计将达到3.92亿人。据公开消息称，YY、映客等直播平台已经引入苹果IAP付费机制。

03

知乎、微博等内容付费平台妥协 手续费达32%

2017年6月，知乎公告称“应苹果公司要求，从iOS3.5.3版本起，知乎专栏赞赏功能将介入IAP机制进行支付，苹果从中收取32%手续费。”此外，微博等内容付费业务平台也相继收到苹果公司通知，抽成事实或成定局。

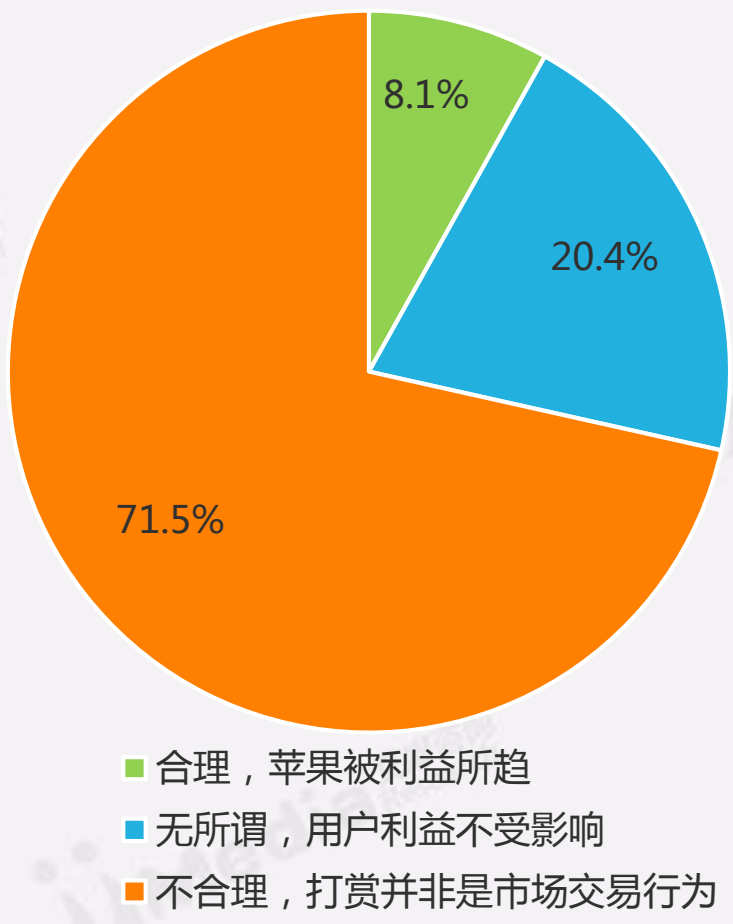
iiMedia Research(艾媒咨询)数据显示，2017年中国内容付费用户规模破亿，用户对于知识付费习惯逐渐形成。尽管苹果与微信方谈判“遇冷”，明确被拒，但映客等直播平台、知乎等内容付费平台相较于社交巨头微信，却明显具有行业竞争激烈、市场格局尚未稳定的劣势，为继续占领市场，保持盈利，妥协于苹果IAP机制似乎已成必然。

注：IAP指应用内购买。

打赏收费难过用户关 七成网民唱反对票

iiMedia Research(艾媒咨询)数据显示，网民针对苹果打赏抽成事件观点不一，仅8.1%网民站队“合理”，七成网民则认为此次苹果强行“打赏”抽成行为不合理。艾媒咨询分析师认为，微信、知乎等平台“打赏”功能是用户出于认可作者内容而进行的奖励行为，并非属于市场交易，苹果公司对于用户在直播平台、内容付费平台“打赏”行为的抽成会使得用户赞赏能动性降低，进而间接影响内容提供方或软件服务商权益，产品及服务质量受影响，最终导致用户体验变差。

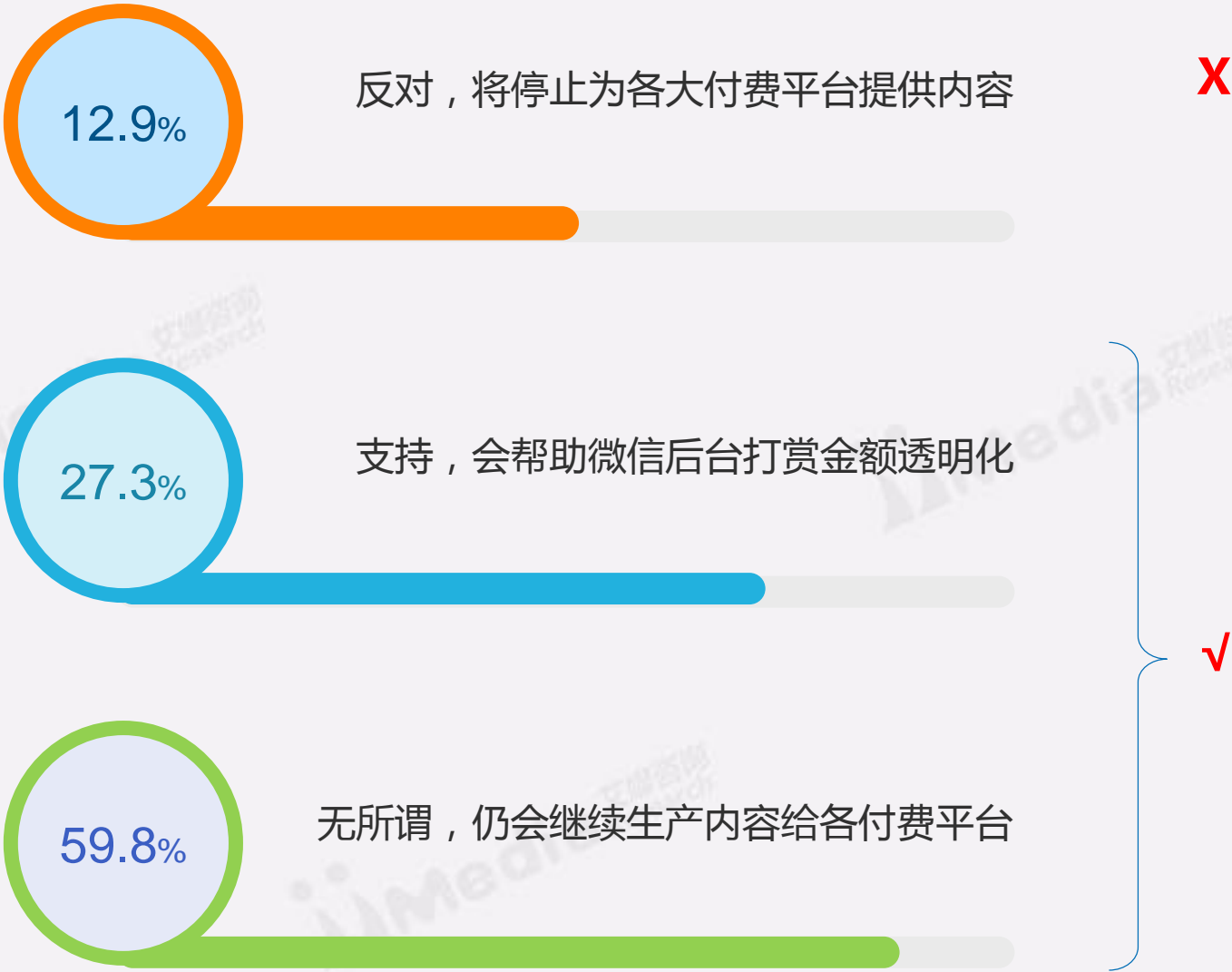
2017年中国网民针对苹果打赏收费事件态度分布



近九成内容生产者选择继续生产内容

iiMedia Research(艾媒咨询)数据显示，87.1%内容生产者表示不受苹果“打赏”收费条款影响，会继续生产内容给微信公众号、知乎等付费平台，其中更有27.3%内容生产者表示，此次苹果与微信互相制衡，可以帮助内容生产者明确微信公众号后台打赏具体金额，是保护自身权益的行为体现。

2017年中国内容生产者针对苹果打赏收费应对行为分布



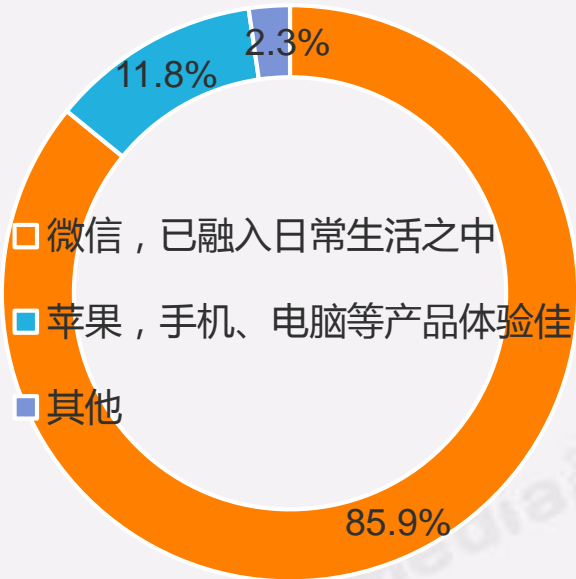
苹果PK微信 局势明朗

iiMedia Research(艾媒咨询)数据显示，微信依旧蝉联2017年5月APP活跃用户排行榜冠军，活跃用户占比高达94.24%，具有不可替代的优势。在网民“苹果&微信二选一”站队行为调查中，85.9%网民果断站队微信，决定选择苹果产品、告别微信的用户只占一成，不难看出，微信与苹果之间的对决，网民意见高度一致。

2017年5月中国APP活跃用户
排行榜TOP5

排名	APP	活跃用户占比
1	微信	94.24%
2	QQ	71.33%
3	支付宝钱包	44.77%
4	优酷	35.43%
5	爱奇艺视频	34.16%

2017年中国网民针对“苹果&微信
二选一”站队行为分布



艾媒咨询分析师认为，相对于苹果手机、电脑等电子产品，微信独有的强大社交化、生活化、移动支付等功能属性，使其在用户层面更加不可或缺。此次明确拒绝苹果打赏收费30%的要求，微信并非冲动之举。对于苹果此次近乎垄断式的收费，开发者和内容生产者都将重新考虑是否继续开发使用iOS端，用户的再次选择必将对苹果造成业务威胁。

—— 艾媒咨询大数据监测体系 ——

移动应用运营监测 (bjx.iimedia.cn)

科学统计分析流量来源，
透视用户活跃留存流失，
提升推广效率降低成本。

舆情预警分析引擎

通过先进的文本分析挖掘
技术，全面满足客户各类
需求，危机预警追踪。

微信微博媒体监测 (SocialiiMedia)

及时发现机器造假刷量，
评估公众号的传播实力，
识别受众兴趣与偏向。



用户感知与体验监测 (survey.iimedia.cn)

增加精准用户画像维度，
了解用户主观消费意愿，
获取用户客观服务评价。

移动广告效果监测 (www.adiimedia.com)

ATC独家防作弊算法，全
流程用户行为跟踪，投放
策略建议与优化。

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！

We focus on New Economy!



艾媒咨询集团
iiMedia Research Group

全球领先的新经济行业
大数据挖掘与分析机构