

# 2016Q3中国移动应用 商店季度监测报告

2016Q3 China Mobile Application Stores  
Research Report

( 内部精简版 )



艾媒咨询集团  
iiMedia Research Group

iiMedia 艾媒咨询  
Research



# 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、相关企业与移动应用商店用户进行深度访谈，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：截止2016年10月底，北极星采用自主研发技术已经实现对6.83亿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whd@iimedia.cn](mailto:whd@iimedia.cn)。

# 目录

1

2016Q3移动应用商店行业现状分析

2

2016Q3移动应用商店用户分析

3

2016Q3移动应用商店典型案例分析

4

2017年移动应用商店行业发展趋势



## PART ONE

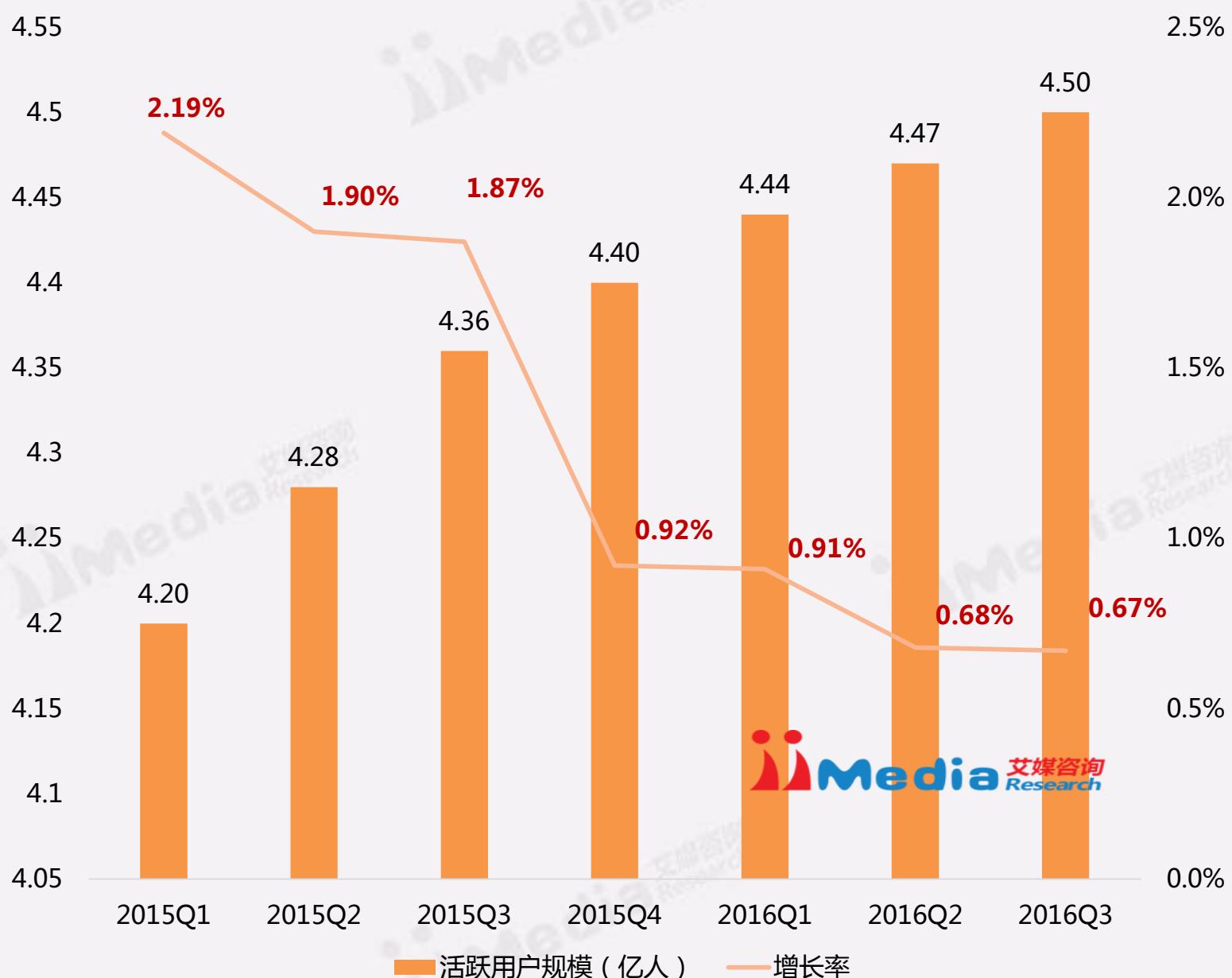
2016Q3

# 中国移动应用商店行业现状分析

# 2016Q3中国移动应用商店用户规模

iiMedia Research(艾媒咨询)数据显示，2016年第三季度第三方移动应用商店活跃用户规模达4.50亿，增长率为0.67%。艾媒咨询分析师认为，第三方移动应用商店活跃用户规模逐渐饱和，用户规模增长率保持稳定。

## 2016Q3中国第三方移动应用商店活跃用户规模

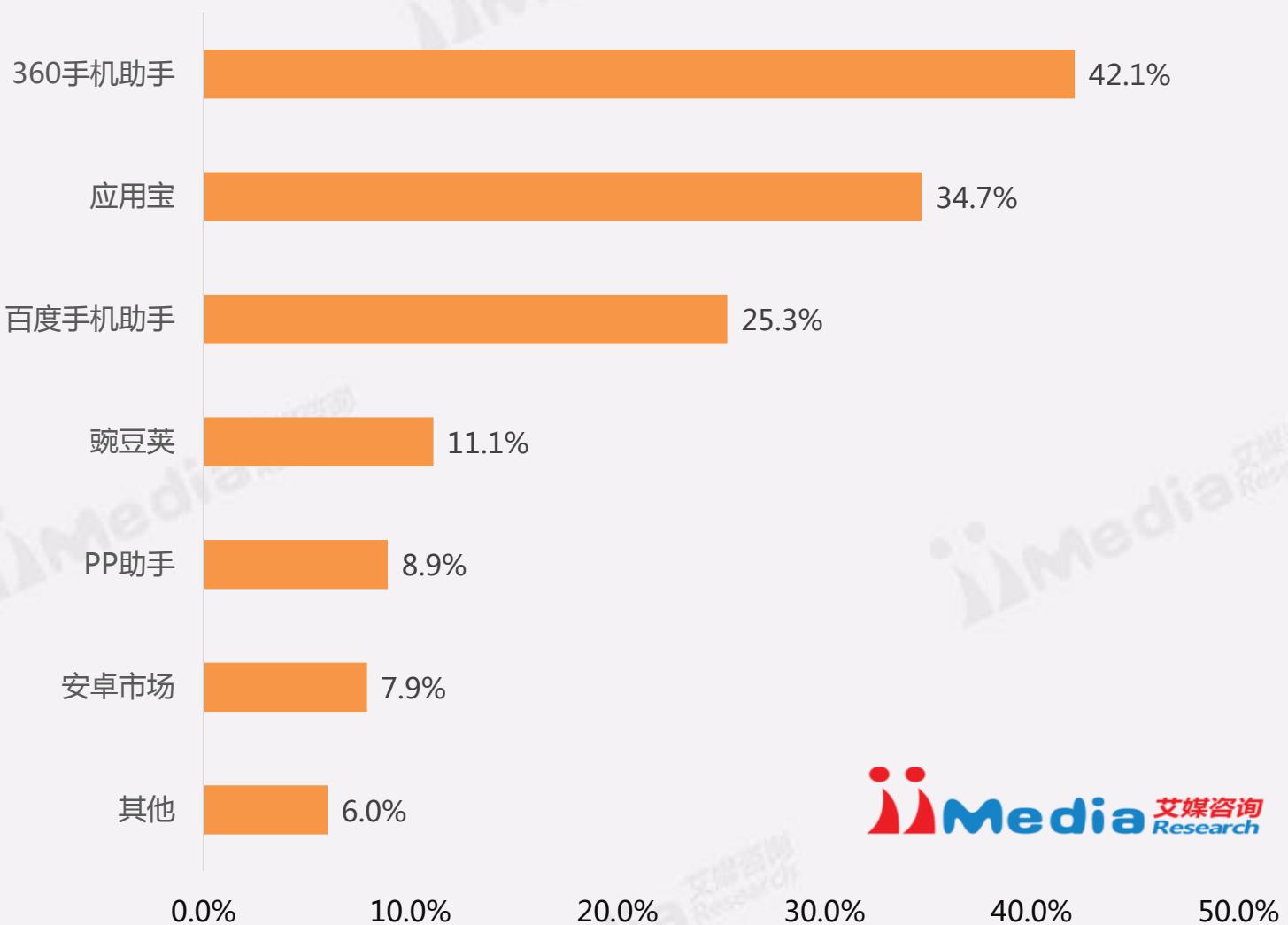


数据来源：艾媒北极星（截止2016年10月底，北极星采用自主研发技术已经实现对6.83亿独立装机覆盖用户行为监测）

# 2016Q3中国移动应用商店活跃用户分布

iiMedia Research ( 艾媒咨询 ) 数据显示 , 2016 年第三季度 , 第三方移动应用商店的行业局势保持稳定 , 360 手机助手以 42.1% 的活跃用户数占比稳居第一 ; 应用宝第二 , 占比 34.7% , 相比第二季度略微上升。

## 2016Q3中国第三方移动应用商店活跃用户分布



iiMedia 艾媒咨询  
Research

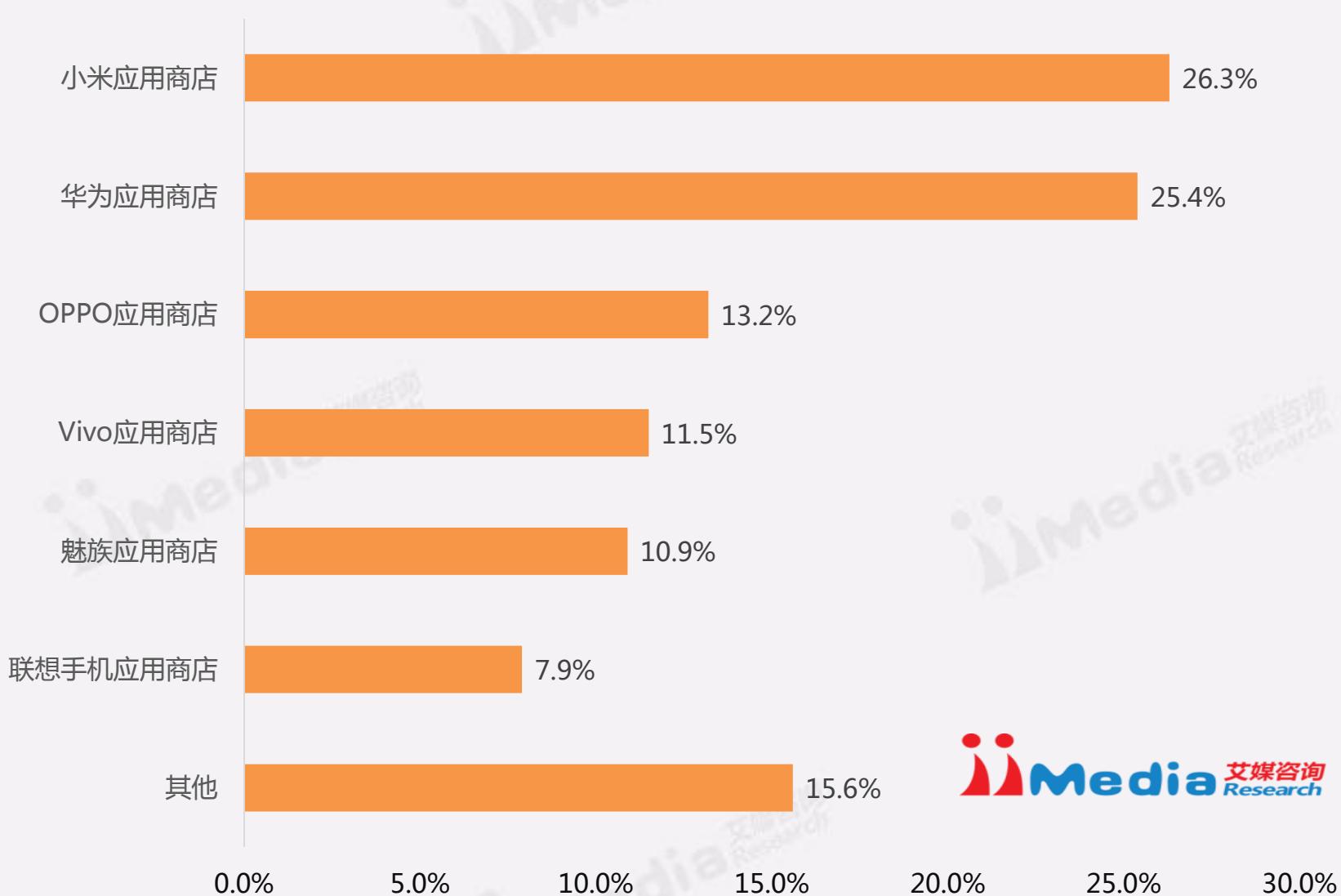
数据来源 : 艾媒北极星 ( 截止 2016 年 10 月底 , 北极星采用自主研发技术已经实现对 6.83 亿独立装机覆盖用户行为监测 )

iiMedia 艾媒咨询  
Research

# 2016Q3中国移动应用商店活跃用户分布

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示，2016年第三季度，手机自带移动应用商店活跃用户分布方面，小米应用商店和华为应用商店分别以26.3%和25.4%的占比位居前两位，两者差距微弱。另一方面，得益于手机销量快速增长，OPPO应用商店和Vivo应用商店的活跃用户分布相较年初也大幅增长，位居三四位。

## 2016Q3中国终端厂商应用商店活跃用户分布



iiMedia 艾媒咨询  
Research

数据来源：艾媒北极星（截止2016年10月底，北极星采用自主研发技术已经实现对6.83亿独立装机覆盖用户行为监测）

iiMedia 艾媒咨询  
Research

# 2016Q3中国移动应用商店行业发展动态

01

## 工信部公告批评14家移动应用商店捆绑安装

2016年8月，工信部发布2016年第3号关于电信服务质量的通告，公布了2016年二季度检测发现问题的应用软件名单。因强行捆绑推广其他无关应用软件、恶意“吸费”等行为，百度手机助手、天翼空间、91门户、小米移动应用商店、魅族手机移动应用商店等14家移动应用商店内的32款APP软件，被点名批评。

02

## 苹果开始大面积清扫APP，规范应用市场

2016年9月，苹果公司向应用开发者宣布将对应用进行持续评估，清理长期没有更新的僵尸应用，以及不符合更新后的苹果商店审核指南的应用。部分开发者如果在30天内不提交更新版本，应用将被移出App Store。

03

## 微信发布“小程序”内测，引发各界热议

9月22日，微信官方向部分微信公众号发送了内测邀请函，邀请在微信中快速开发小程序，首批内测名额为200个。“微信之父”张小龙9月22日凌晨23分在微信朋友圈中解释，小程序是一种不需下载即可使用的程序，用户扫码或搜索后即可使用，可以避免安装过多应用的问题。

# 2016Q3中国移动应用商店行业发展动态

04

## 豌豆荚和PP助手联合举办开发者沙龙

2016年9月2日，阿里旗下的豌豆荚和PP助手首次联合在上海举行“光合行动·开发者沙龙”。在沙龙活动上向应用开发者们分享如何应对流量红利消失的行业趋势、阿里移动应用分发的创新之举以及扶持政策。随着应用市场的竞争加剧，移动应用商店与应用开发者之间的合作将更加紧密。

05

## 百度手机助手评选高校人气校花，发力娱乐营销

2016年9月18日-10月8日，百度手机助手联手小咖秀APP举办“人气校花玩什么”互动评选活动。全国各地高校校花纷纷上传视频参与比拼，吸引了大量年轻网友参与。活动引入了社交分享机制，在微博微信朋友圈中引发了校花讨论热潮，充分激发了年轻群体的参与热情。

06

## 360营销盛典360手机助手提出“场景分发”

10月12日，在“360营销盛典上”，360手机助手事业部高层提出了应用的场景化分发。通过分析360手机助手数据，以及各应用用户使用场景和行为数据，对应用进行精准分发，提高分发质量。这是360手机助手继社区分发、社交分发后，对分发模式的又一新探索。

# 政府移动应用商店双发力，规范应用市场

艾媒咨询分析师认为，移动应用的野蛮增长为用户带来更多选择的同时，也导致了应用市场鱼龙混杂。为此，政府大力整改捆绑安装、泄露用户信息等违规应用。国外移动应用商店开始清理长期不更新、产品不兼容等不良应用，而国内移动应用商店规范市场的举措仍不明显。艾媒咨询分析师认为，国内移动应用商店应从苹果公司对中国区市场App Store内不合规定的应用大力度的清扫中获得启示，净化应用市场，保障用户体验。

2016年5月，工信部今年一季度对43家移动应用商店的应用软件进行了技术检测，并公布了29款不良软件。

2016年6月28日，国家网信办发布《移动互联网应用程序信息服务管理规定》，提出了移动互联网应用程序提供者、移动应用商店程序提供者应当履行的责任和义务。

2016年9月，工信部在电信服务质量通告中发布2016年二季度检测发现问题的32款应用软件名单。

2016年9月，苹果公司开始对App Store商店实行应用评估，清理无法使用的、废旧的、不符合审核指南的应用。

2016年10月，微软公司开始清理Win10移动应用商店内不合规定进行升级更新的应用，包括未更新至最新的年龄评价标准的应用。

2016年10月26日至28日，苹果公司下架5000多款中文应用，对违规刷榜应用进行大力清扫，其中游戏类应用受到最大影响。

# 精准化、个性化、场景化分发趋势

## 搜索分发



## 社交分发

- 360手机助手提出场景分发，基于用户使用习惯，使用场景等大数据，精准定位用户，实现高质量分发。
- PP助手发布“数据+”战略，依托阿里集团大数据优势，丰富用户画像，实现精准、千人千面的个性化分发。

## 精准分发



## 娱乐分发

- 应用宝联手十大卫视推出网台综艺节目《星App风云榜》，由明星推荐App。
- 360手机助手联合CP共同邀请孙俪、汪涵等明星进驻应用圈，为用户推荐应用。
- 360手机助手“礼”拜一秒杀局派送日常福利，并与花椒直播合作，将直播与福利相结合。

- 360手机助手提出基于通信录和地理位置的社交分发。
- 百度手机助手推出基于大数据的“人气指数”推荐和排行。
- 腾讯应用宝接入微信和QQ，新增“朋友圈流行”等推荐栏目。



## 社区分发

- 360手机助手上线应用圈，包含发现和话题两大模块，同时基于通讯录和LBS，推动社区“全民分发”。



## 内容服务分发

- 百度提出分发3.0时代，建立应用生态，连接人与服务。
- 腾讯应用宝发布6.0版本，提出“应用+”战略计划，逐步实现从“体验式分发”、“直达式分发”到移动应用商店直接分发内容与服务、开发者无需开发App的目标。



## PART TWO

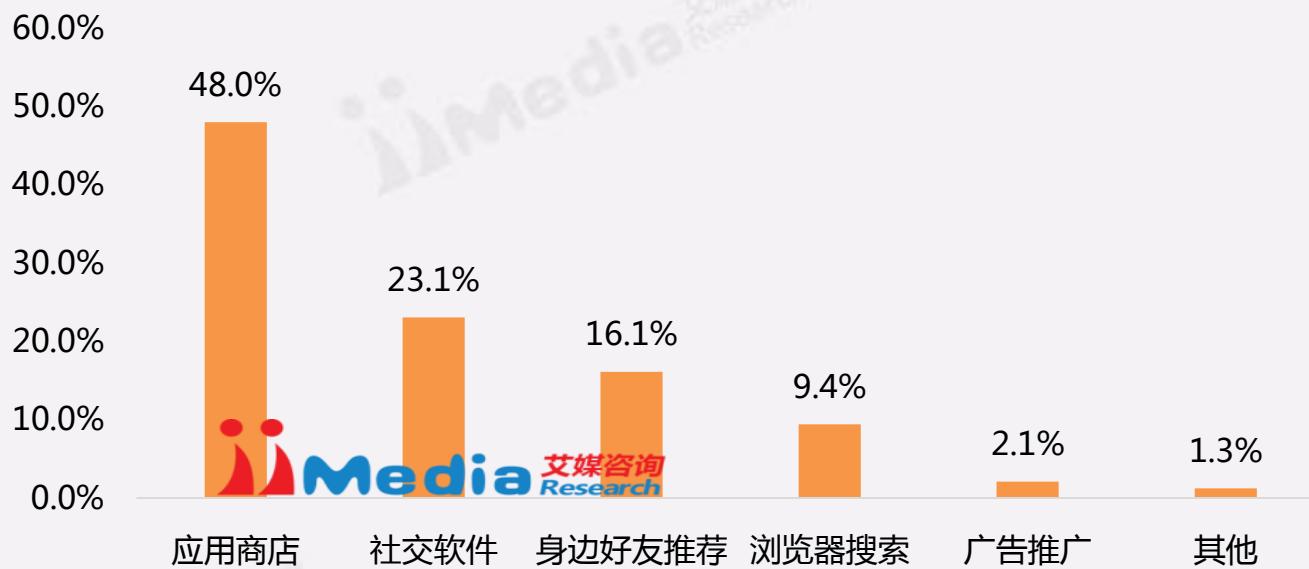
2016Q3

# 中国移动应用商店行业用户分析

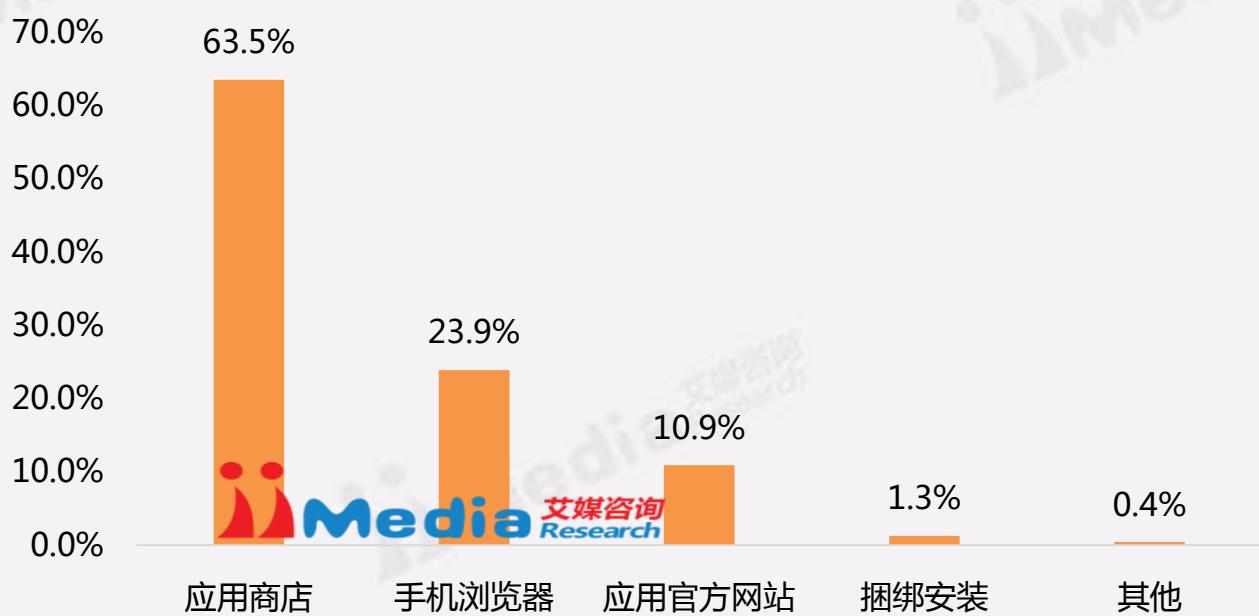
# 移动应用商店稳占应用分发主入口

iiMedia Research (艾媒数据) 显示，近半成 (48%) 的手机网民选择移动应用商店作为获取应用信息的渠道，也有23.1%的手机网民通过社交软件获取应用信息。而移动应用商店也是超过六成用户下载应用的主要渠道，另外23.1%的用户最常使用浏览器下载应用。艾媒咨询分析师认为，移动应用商店仍是用户主要的应用信息获取和下载通道，但同时，社交也是用户了解相关应用的重要形式。

2016Q3中国手机网民获取应用信息渠道分布



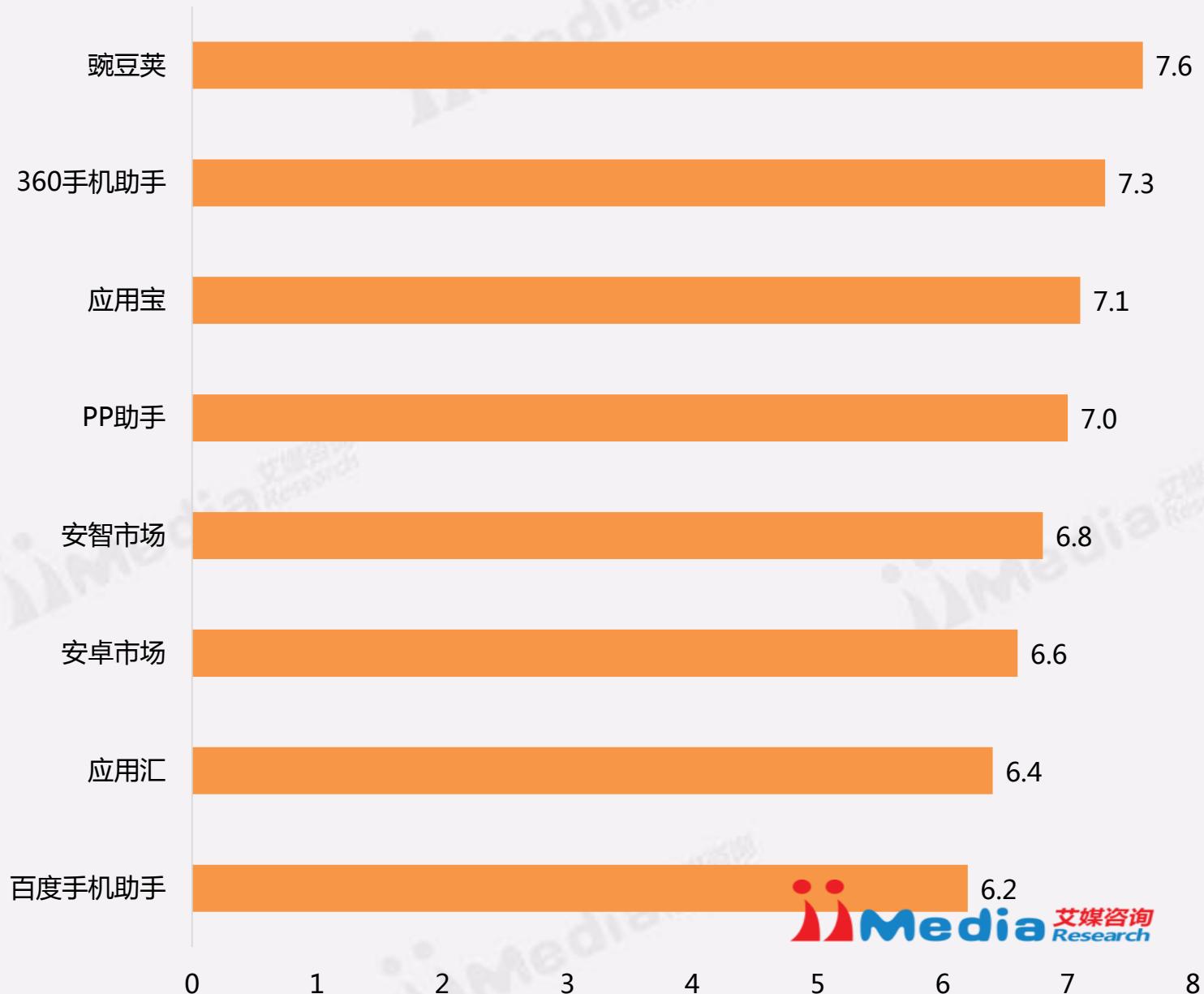
2016Q3中国手机网民应用下载渠道分布



## 豌豆荚、360、应用宝排名第三方应用商店用户满意度前三

iiMedia Research (艾媒咨询) 显示，第三方移动应用商店用户对豌豆荚的满意程度最高，评分为7.6分。其次是360手机助手和应用宝，满意度的得分分别为7.3分和7.1分。

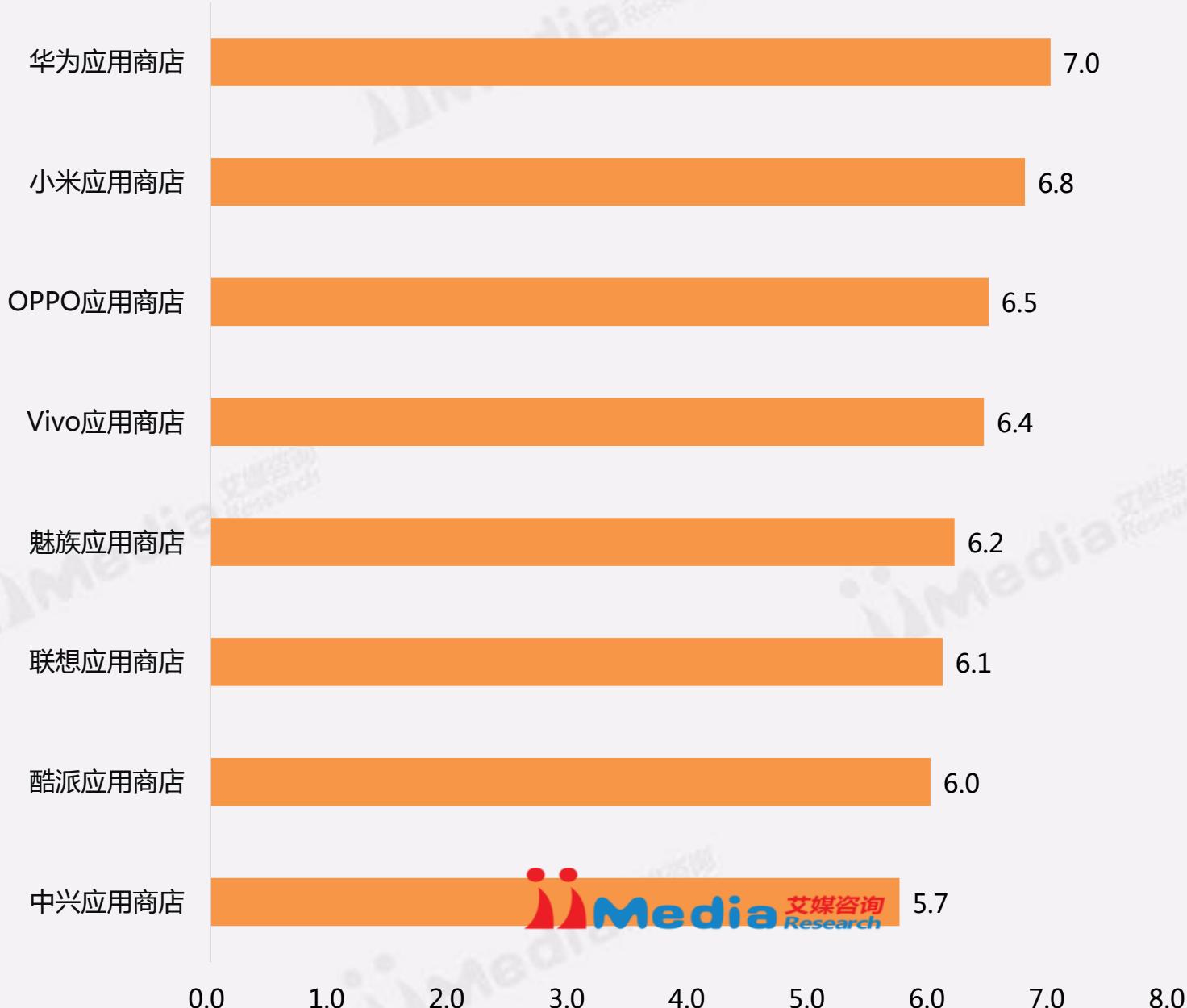
2016Q3第三方移动应用商店用户使用满意度评分



## 华为、小米、OPPO排名手机自带移动应用商店满意度前三

iiMedia Research ( 艾媒咨询 ) 显示 , 品牌手机自带移动应用商店用户满意度评分最高为华为移动应用商店 , 其次是小米移动应用商店和 OPPO 移动应用商店。

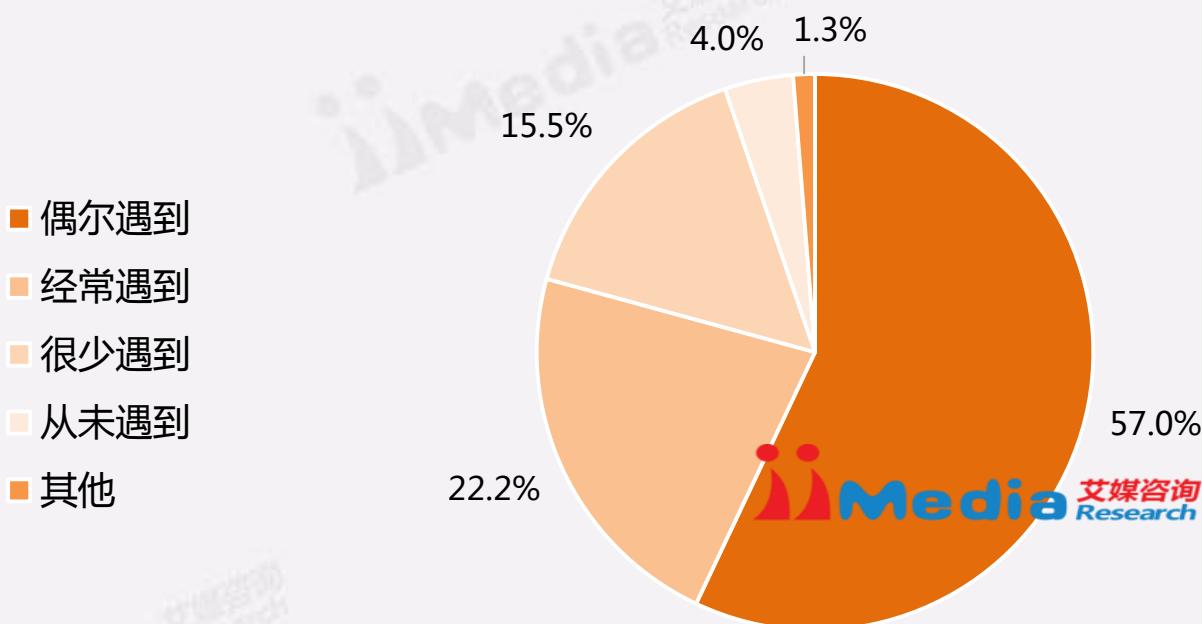
### 2016Q3手机自带移动应用商店用户使用满意度评分



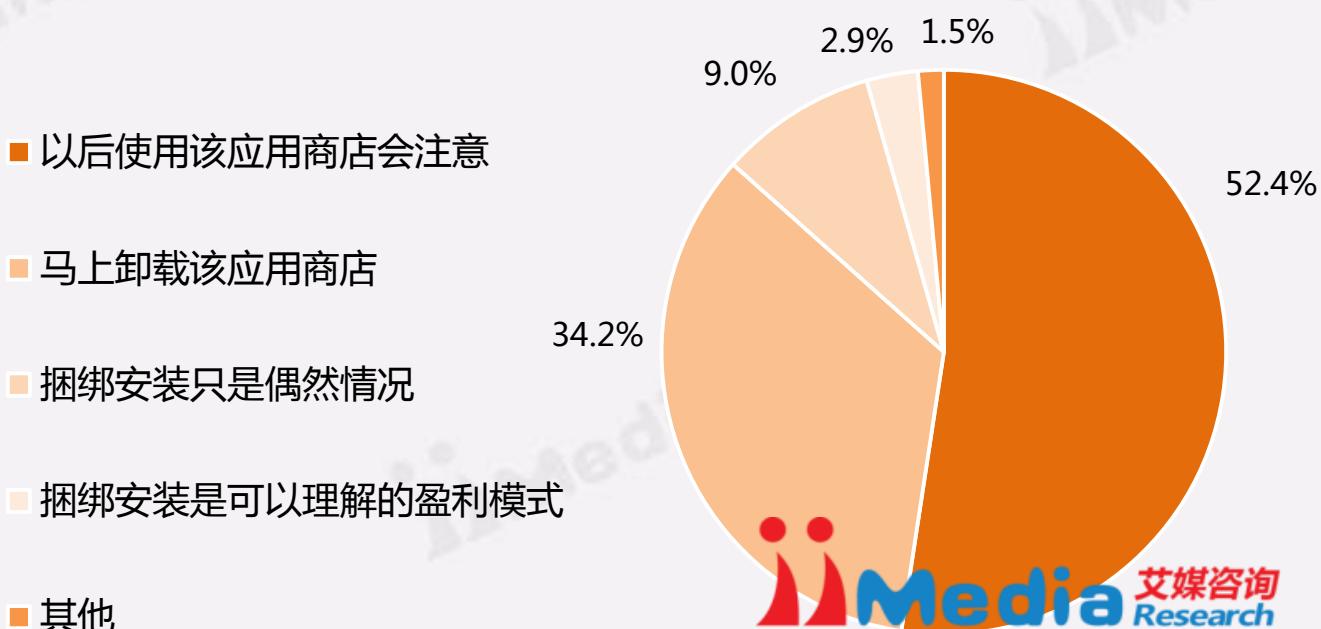
# 捆绑安装乱象仍未消除

iiMedia Research (艾媒咨询) 显示，大多数的用户偶尔会遇到捆绑安装的现象，22.2%的用户更是经常遇到这个问题。遇到捆绑安装，52.4%的用户会更加注意，而34.2%的用户选择卸载移动应用商店。艾媒咨询分析师认为，在政府出台政策规范应用市场环境后，捆绑安装问题依然存在，而捆绑安装影响大多数用户的使用体验，移动应用商店应加大力度整治此乱象。

2016Q3中国移动应用商店用户遇到捆绑安装问题频率



2016Q3中国移动应用商店用户对捆绑安装应用态度





## PART THREE

2016Q3

中国移动应用商店典型案例分析



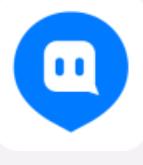
# PP助手案例分析

PP助手  
UC移动应用商店  
淘宝手机助手  
三大市场整合

多渠道  
多场景  
大数据



出行



社交



娱乐



阅读



智能化数据  
挖掘技术

## 1. 精准分发满足个性化需求

利用阿里系的数据优势，PP助手在应用的精准分发方面极具优势。PP助手可以根据用户画像，使用场景，用户迁徙等变化，结合App标签，做到精准推荐，满足个性化需求。

个性化安装列表  
个性化推荐提示  
有价值内容精选

## 2. 精简化处理减轻用户负担

在各大移动应用商店新增功能模块的趋势下，PP助手为页面做“减法”，减少用户浏览负担，创造更方便的用户体验。PP的5.0版本，对页面做出精简化升级，采用简洁高效的树状信息框架。同时新增信息流功能，将优质和个性化内容前置到首页推荐栏。

阿里移动全场景大数据



# 360手机助手案例分析

## 1. 应用分发模式丰富多样

- 分发模式不断创新
- 多种分发模式并存，分发方式多样：直播分发，内容分发，社交分发等

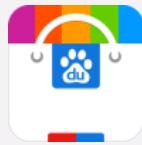
## 2. 明星营销定位90后、00后用户

- 2015年12月，360手机助手宣布TFBOYS成为其品牌代言人
- 360手机助手添加TFBOYS乐次元板块
- 360手机助手广告深度植入TFBOYS主演网络剧《超少年密码》



## 3. 移动互联网环境安全卫士

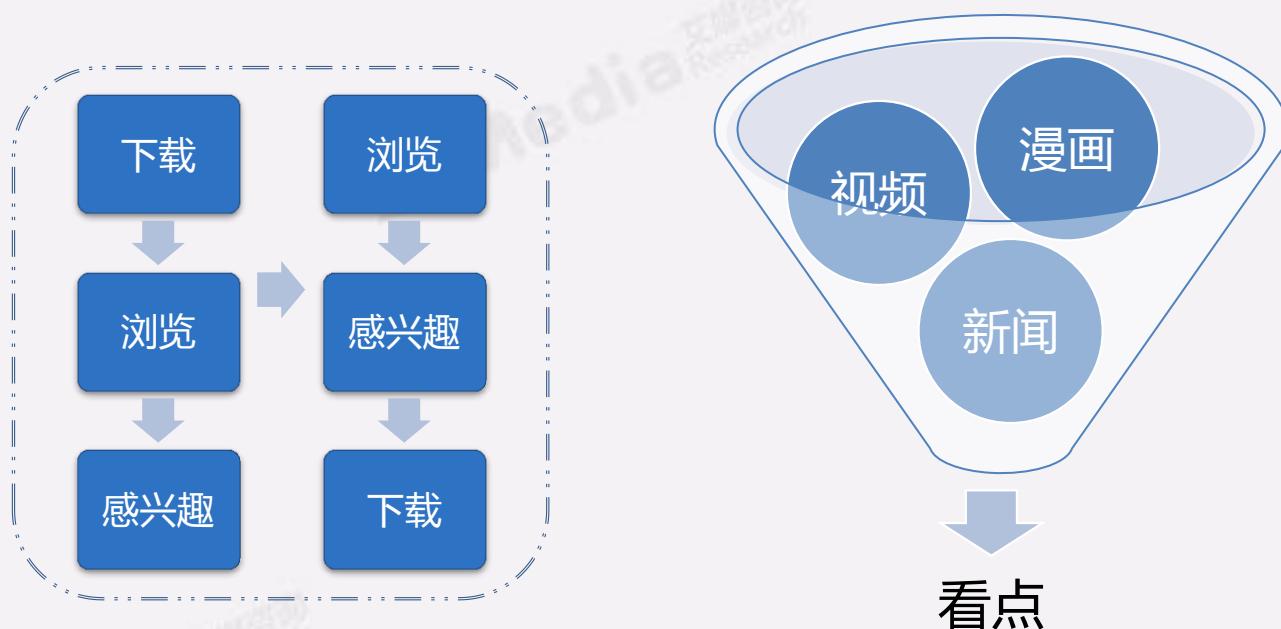
- 拥有保障应用软件安全性，维护应用市场健康的经验
- 2016年4月，360手机助手联合国家知识产权局专利管理司、国务院下属双打办等多家政府部门，成立中国移动互联网安全联盟



# 百度手机助手案例分析

## 1. 破壳技术让应用内容提前看

- 破壳技术的应用让用户在应用秀内提前浏览应用内核心内容，快速了解应用功能与特色
- 7.0版本推出的“看点”频道，聚合大量精品APP，提供视频、漫画，新闻等娱乐与文化资讯



## 2. 高调营销活动瞄准高校人群

与360手机助手展开的对年轻用户的争夺战中，百度手机助手聚焦大学生，以各大高校为据点：

- 2015年，百度手机助手发起2015春季校园行，走进全国23个城市100多个高校，与大学生面对面游戏互动
- 2016年9月值开学季举办人气校花互动评选活动



## PART FOUR

# 2017年中国移动应用商店行业发展趋势分析

# 2017年中国移动应用商店行业趋势分析

01

## 营销力度加大，年轻市场成为下一主战场

手机自带移动应用商店的加入使得应用分发市场竞争愈加激烈，移动应用商店将加大营销力度，重点争夺新生代用户。艾媒咨询分析师认为，培养90后、00后用户消费习惯对应用市场的未来布局非常重要，无论是百度手机助手举办的高校人气校花评选活动，还是360手机助手力推的TFboys代言人活动，都显示出这一营销方向。

02

## 分发形式创新，多种模式并存

艾媒咨询分析师认为，移动应用商店分发模式将日趋多样化，并在分发模式上不断创新。从最初的单一搜索分发，到后来不断探索出社区分发、社交分发、内容分发、直播分发、场景分发等各种分发形式并存，移动应用商店都在方便用户快速获取优质应用过程中不断前进。

03

## 增加应用内容展示，以内容引流量

为用户更好地了解应用内容，增加用户粘性，移动应用商店将展示更多优质应用内容，让用户提前浏览和获取应用内的信息。艾媒咨询分析师认为，用内容吸引用户停留更多的时间，争取用户注意力不仅是当下电商玩家的做法，也是移动应用商店争夺流量的一大战略。运用破壳技术让内容提前看的百度手机助手已是这一趋势的先行者。

04

## 移动应用商店与开发者合作加强

移动应用商店在激烈的市场环境中的合作不止于商店与商店间的联合，也在于商店和开发者间的合作。移动应用商店为合作伙伴提供平台、技术和资源支持，合作将更加深入。比如豌豆荚和PP助手联合举办的开发者沙龙，百度手机助手发布的用户需求分析报告，都帮助开发者更精准捕捉用户需求，开发满足用户需求的应用。



北极星应用统计分析平台是在广东省政府省重大科技专项支持下研发的专业、独立的第三方移动应用统计分析平台，支持Android、iOS等主流平台。

北极星系统通过专业的技术手段助力开发者统计和分析流量来源、用户行为、用户习惯、进行用户画像并与运营商大数据对接，充分利用运营商精准LBS能力、用户深度透视能力、用户消费能力，帮助开发者利用数据进行产品、运营、推广策略的决策，改善产品设计，透视运营指标，提升推广效率。



ADiiMedia艾媒移动广告监测系统由全球领先第三方数据研究机构艾媒咨询独家研发，系统针对移动端广告特性，通过全流程数据记录跟踪、复合反作弊算法，结合用户大数据标签分析，实时提供公正独立的广告监测与优化服务，帮助广告主、代理公司及数字媒体有效分析提升营销效果和投资回报。目前支持微信公众号、微博、网页、APP、H5等多种媒体广告监测。

ADiiMedia系统正在为国内外的过百家知名品牌提供产品及服务，包括微软、高通、百事、华为、联想、王老吉、格力等。

服务网址：<http://bjx.iimedia.cn/> 接入咨询：[mwj@iimedia.cn](mailto:mwj@iimedia.cn)

# 艾媒 ● 大数据解决方案

围绕“互联网+”主题，依托艾媒集团的整合传播营销与互联网行业大数据挖掘的资源优势，为寻求互联网转型的传统企业以及互联网创业企业提供业务咨询，整合资源，提升客户价值。



# 法律声明

本报告由iiMedia Research（艾媒咨询）调查和制作，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！

Since 2010, We focus on mobile Internet!



艾媒咨询集团  
iiMedia Research Group

全球领先的移动互联网  
大数据挖掘与分析机构