



# 进入下半场的移动互联网迎来新玩家 手机厂商自有应用崛起

2016年11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5000万（月活跃用户超过1.4亿）的样本集
- 采集方法：只在亮屏情况下进行数据采集，确保数据的真实性和有效性。采集频次方面，不带支付功能的APP为每次10秒，带有支付功能的APP为每次1秒
- 统计周期：2015年1月至2016年9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
- 月度留存率---新增用户在接下来的一个月重复使用过1天及以上的概率
- 月新增---每月新增用户数

# 移动互联网下半场洗牌进行时

## 手机厂商自有应用崛起成为既定事实

50%

移动应用商店

TOP10移动应用商店中有五家来自手机厂商。



2/5

手机浏览器

TOP5手机浏览器中来自手机厂商的占据两席。



2/5

移动视频

OPPO视频及小米视频进入移动视频TOP5。



50%

移动音乐应用

TOP10移动音乐应用手机厂商占据五席。



1/5

手机阅读

OPPO阅读居阅读类手机应用第二名。



TOP 1

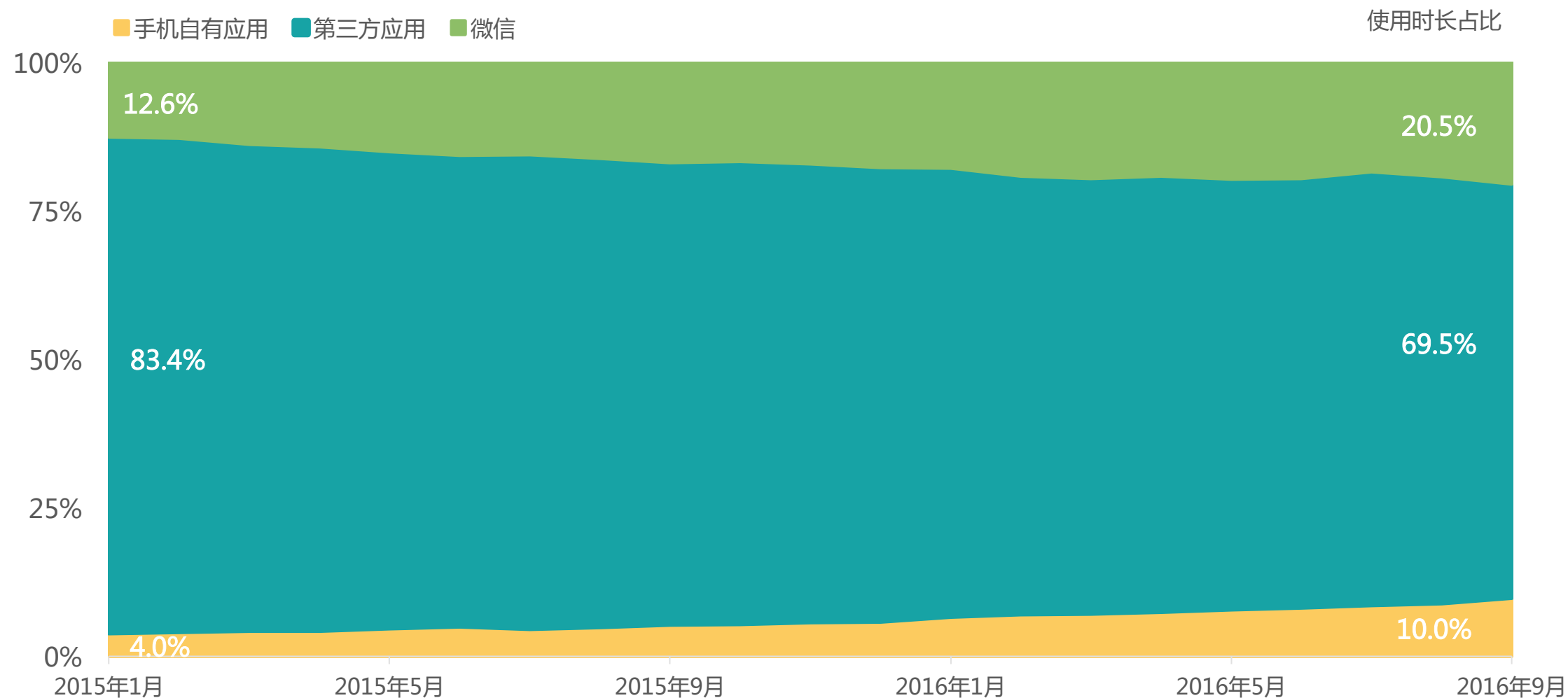
运动健身

三星s健康居运动健身类应用榜首。



# 微信与手机厂商不断侵蚀第三方应用市场

# 手机厂商自有应用及微信 对其他第三方应用形成钳形压缩态势

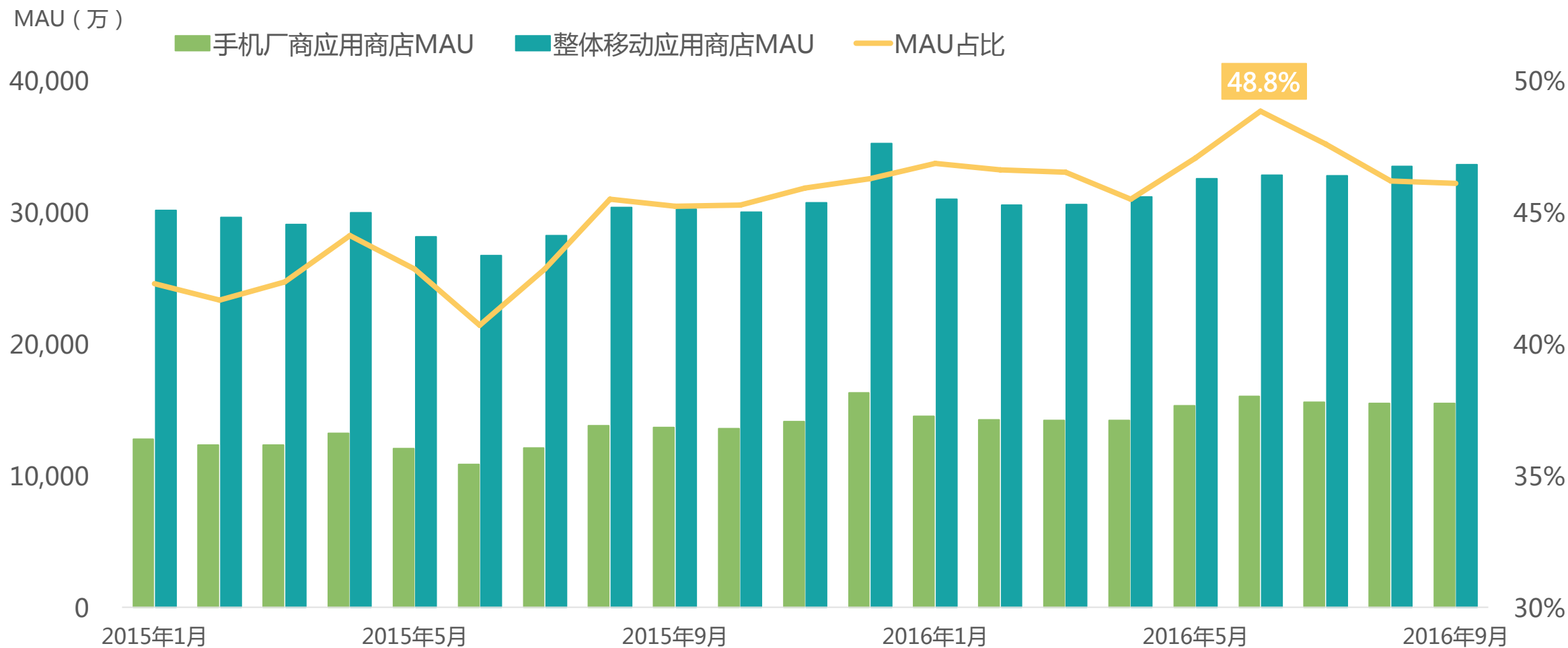


# 手机厂商自有应用用户吸附能力持续增强

应用商店、浏览器、视频、音乐等高频需求正稳步向手机自有应用转移

# 用户稳步向手机自有应用商店迁移

## MAU占比接近五成

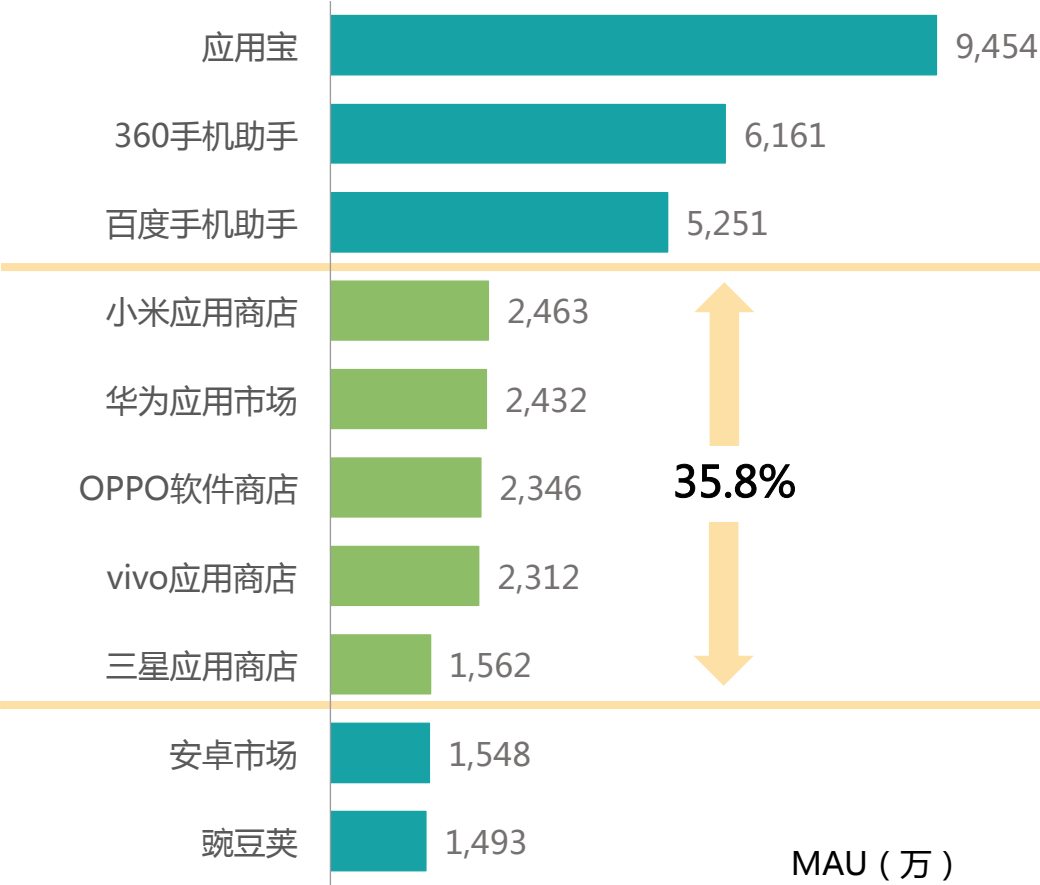


# TOP10移动应用商店手机厂商占据半壁江山

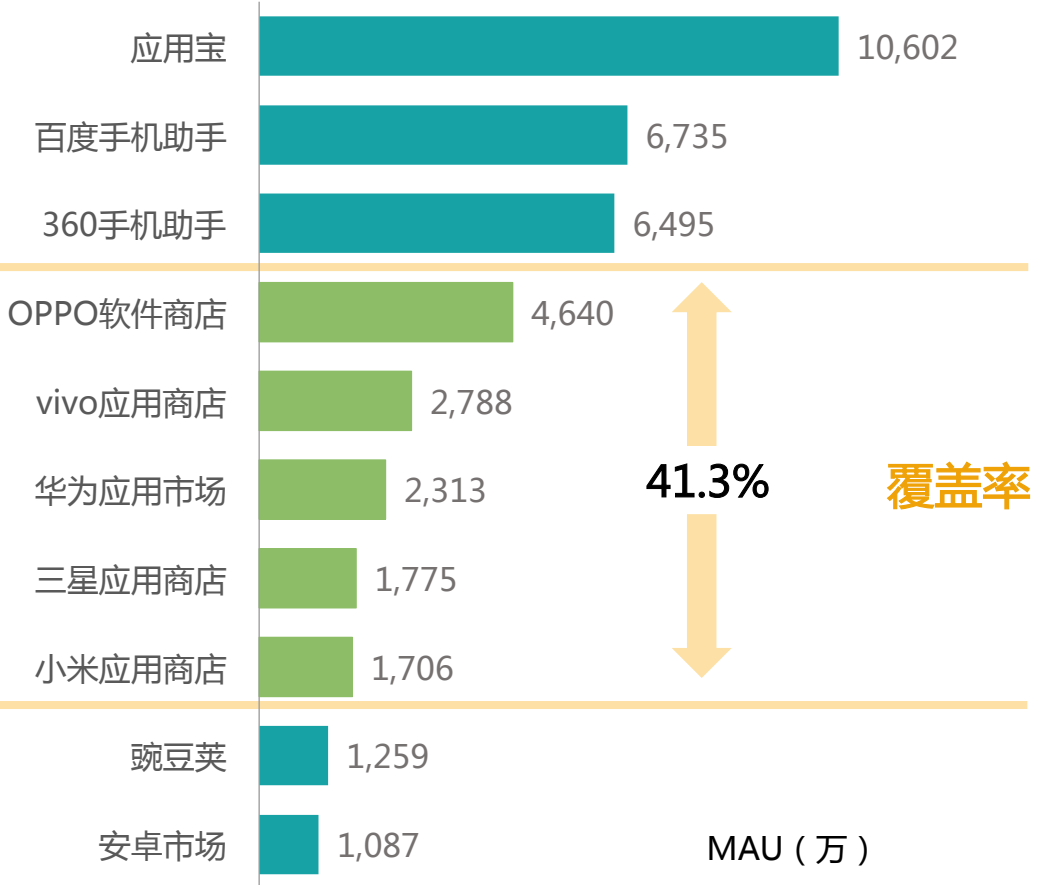
## MAU覆盖率逐步扩大



2015年9月中国安卓应用商店TOP10



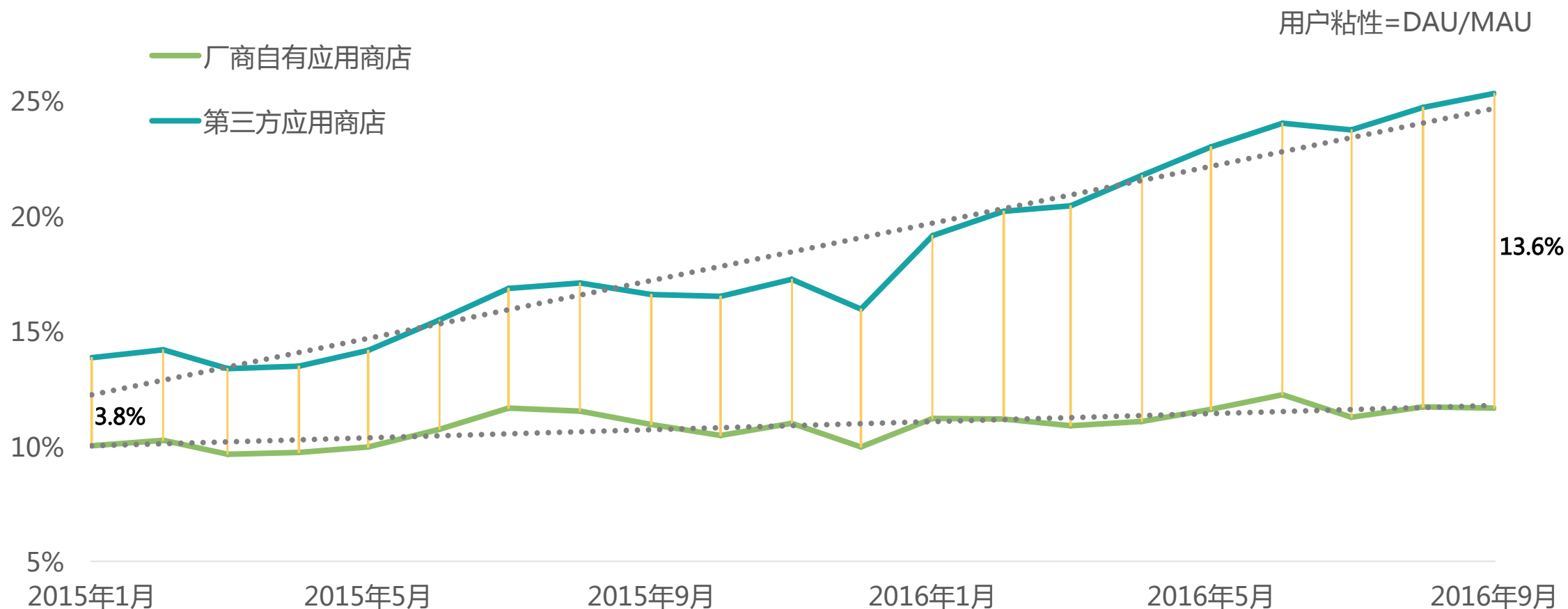
2016年9月中国安卓应用商店TOP10



数据来源：Trustdata移动大数据监测平台

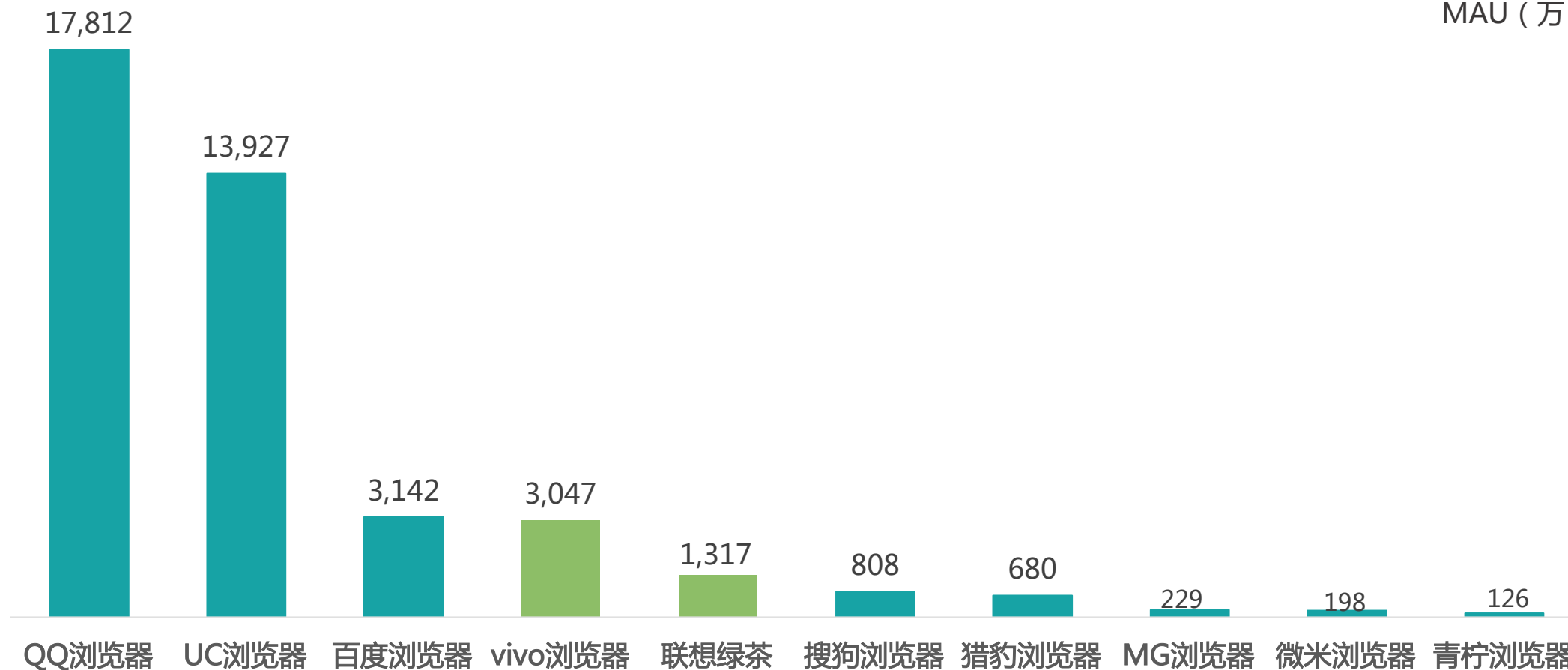


# 手机厂商自有应用商店用户粘性持续低迷 与第三方应用商店差距逐步拉大



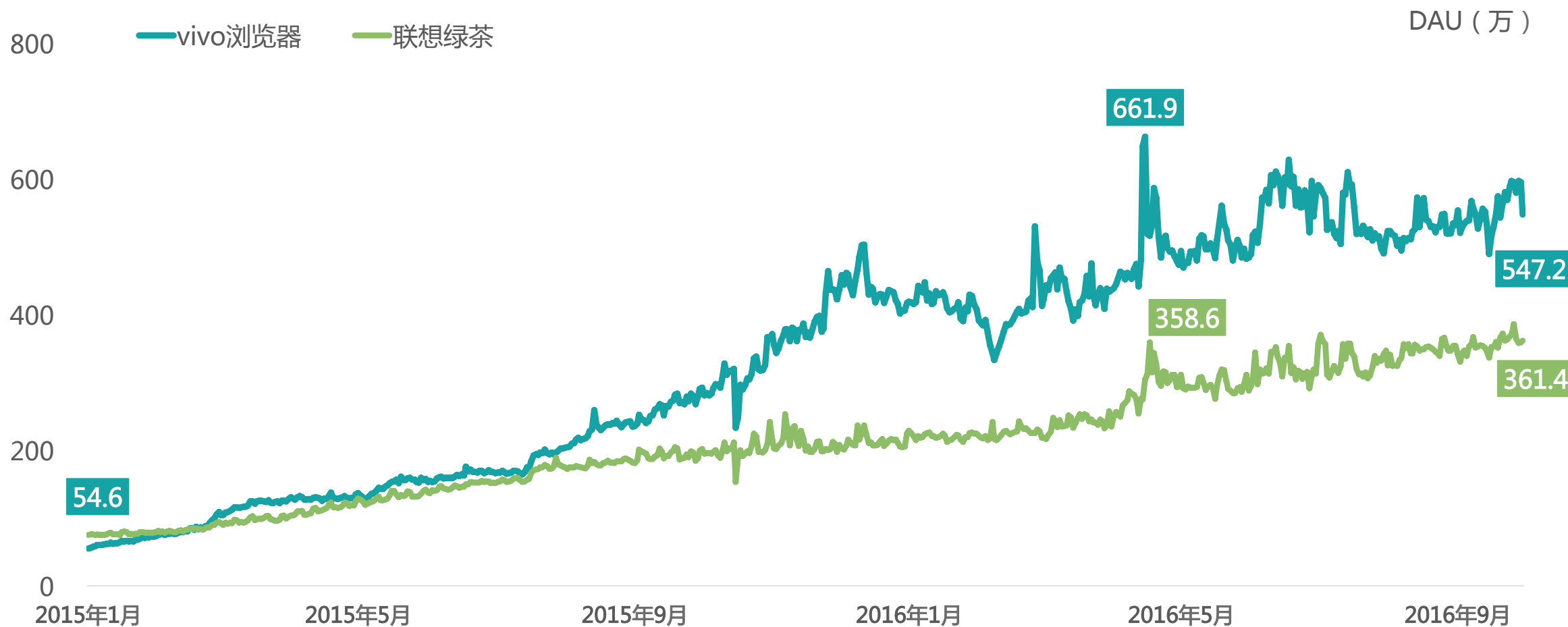
# vivo浏览器及联想绿茶冲入手机浏览器TOP5

MAU ( 万 )



# 2015年1月-2016年9月，vivo浏览器DAU大涨10倍

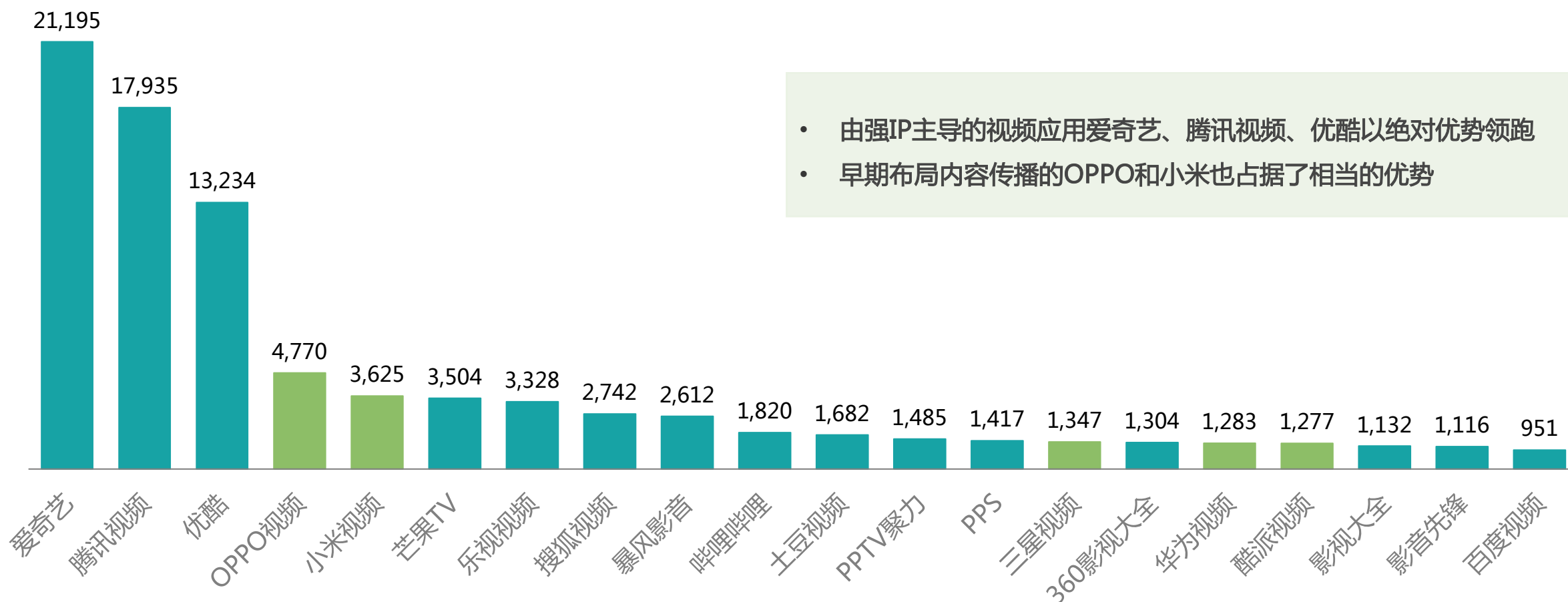
## 联想绿茶浏览器增长近4倍



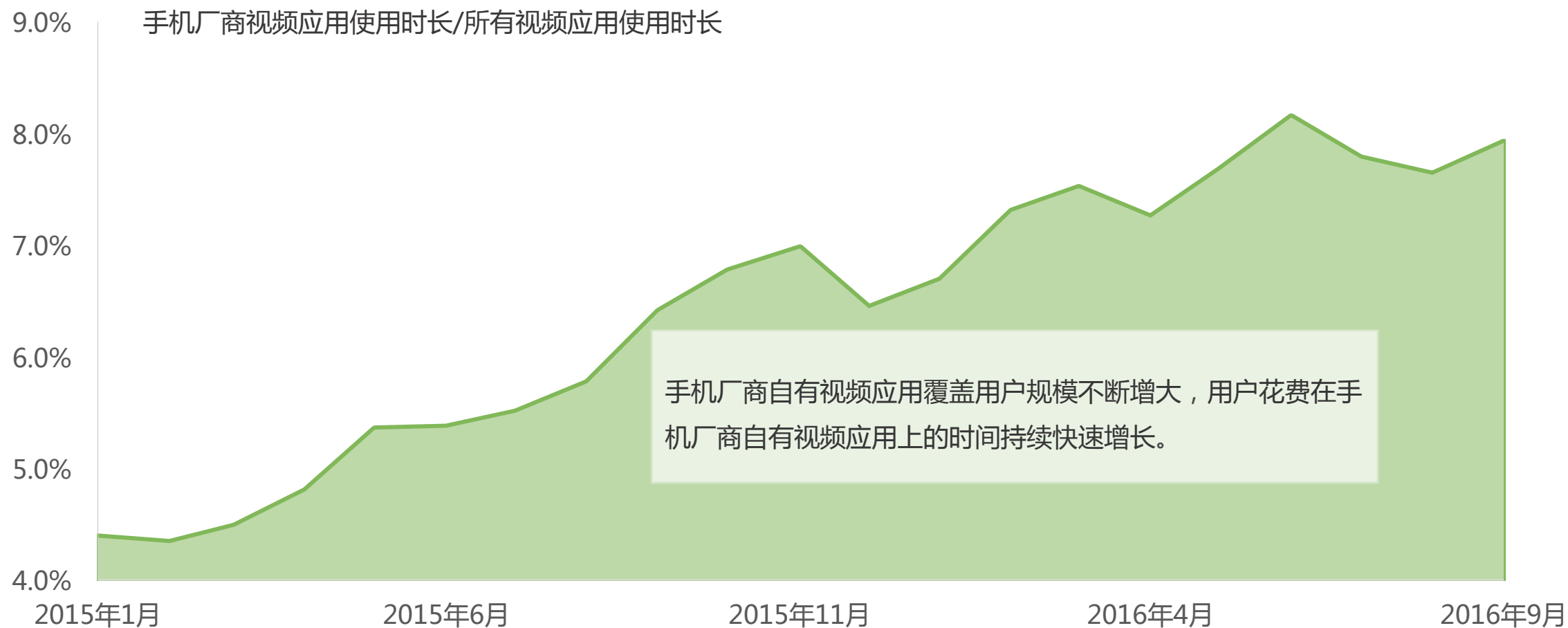
# TOP20移动视频应用中手机厂商占据五席

## OPPO视频及小米视频冲入TOP5

TOP20移动视频应用 MAU ( 万 )



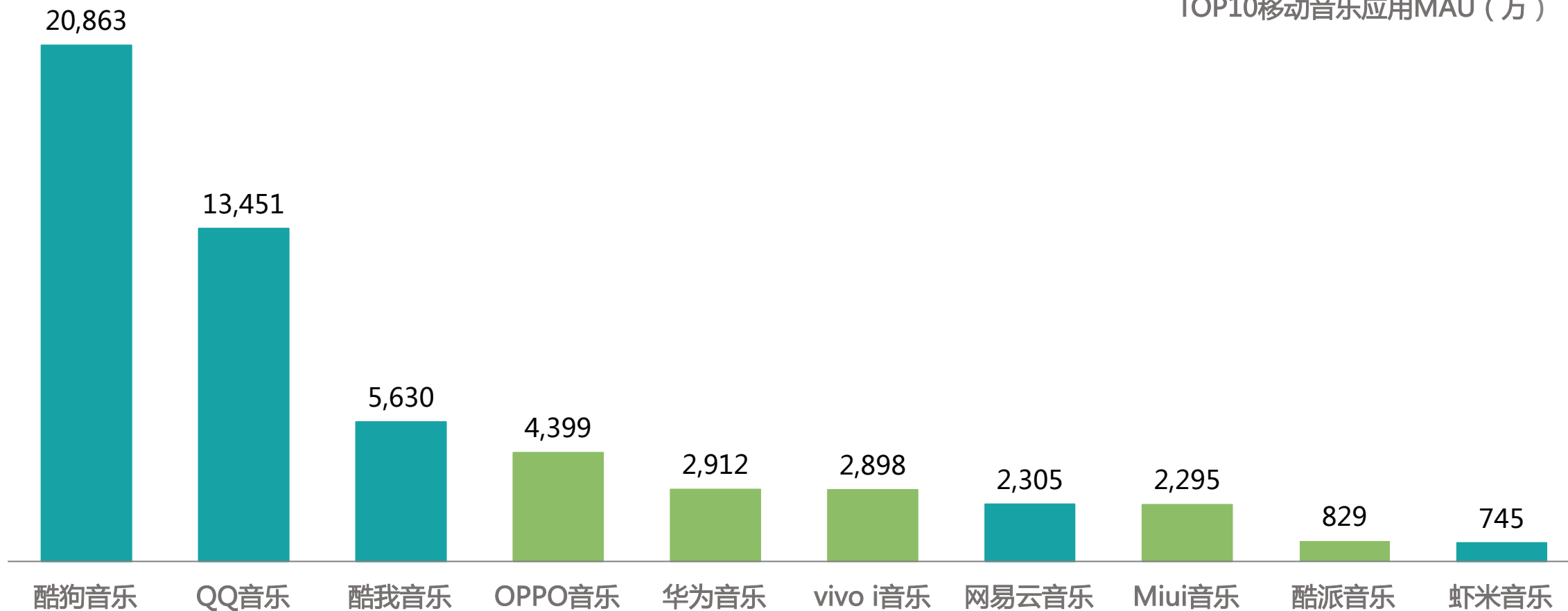
# 用户对手机厂商自有视频应用的依赖性持续增强



# TOP10音乐应用五款来自手机厂商

## OPPO音乐及华为音乐冲入TOP5

TOP10移动音乐应用MAU（万）

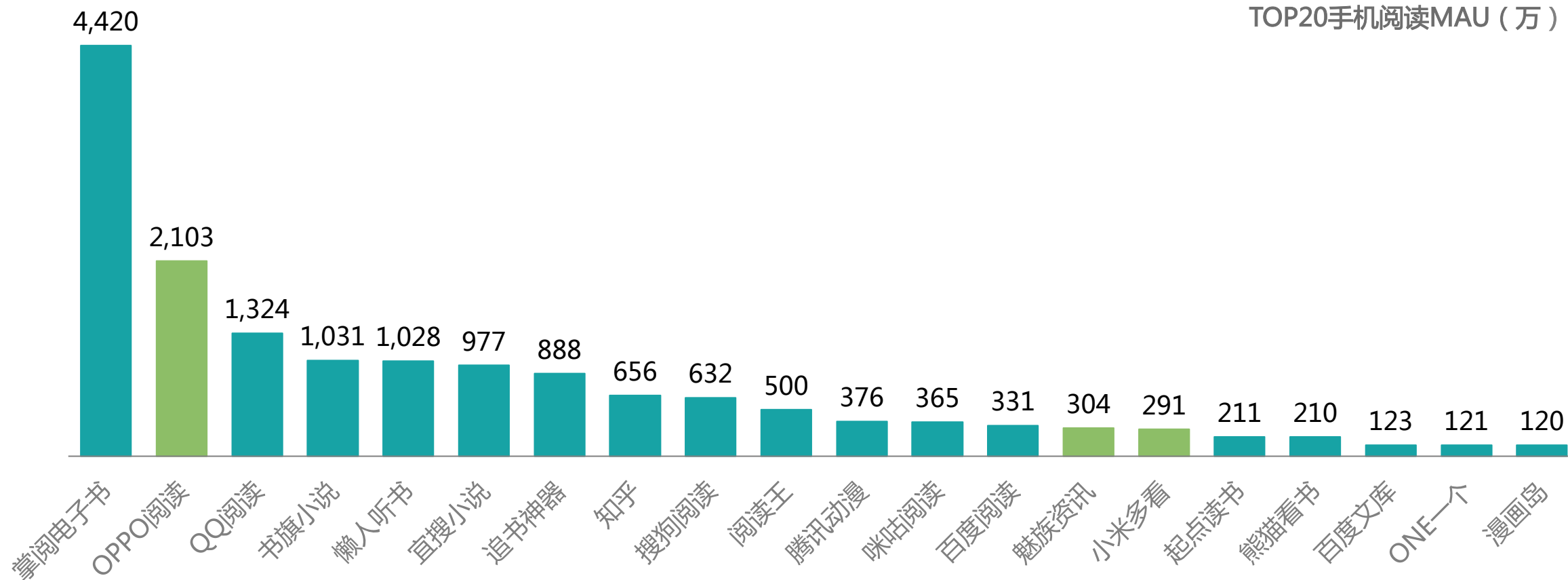


# TOP20移动阅读应用来自手机厂商的占据三席

## OPPO阅读位居第二



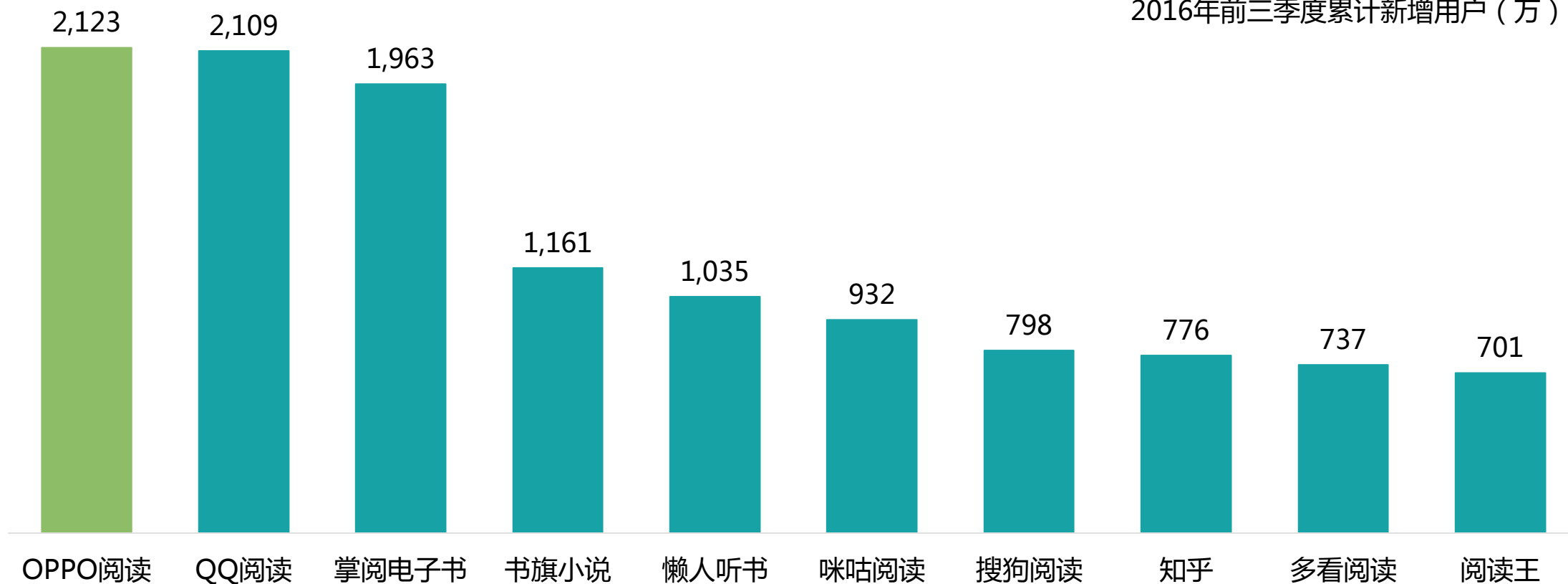
TOP20手机阅读MAU（万）



# OPPO阅读新增用户排名第一

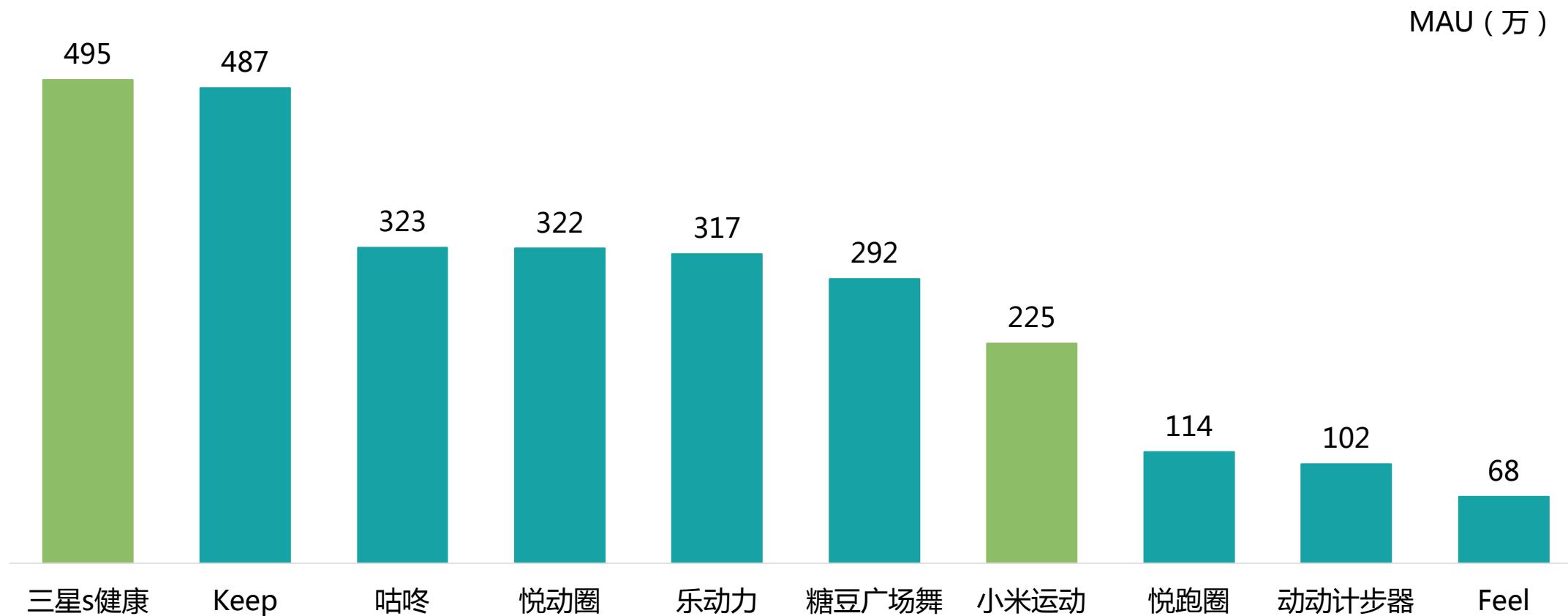


2016年前三季度累计新增用户（万）

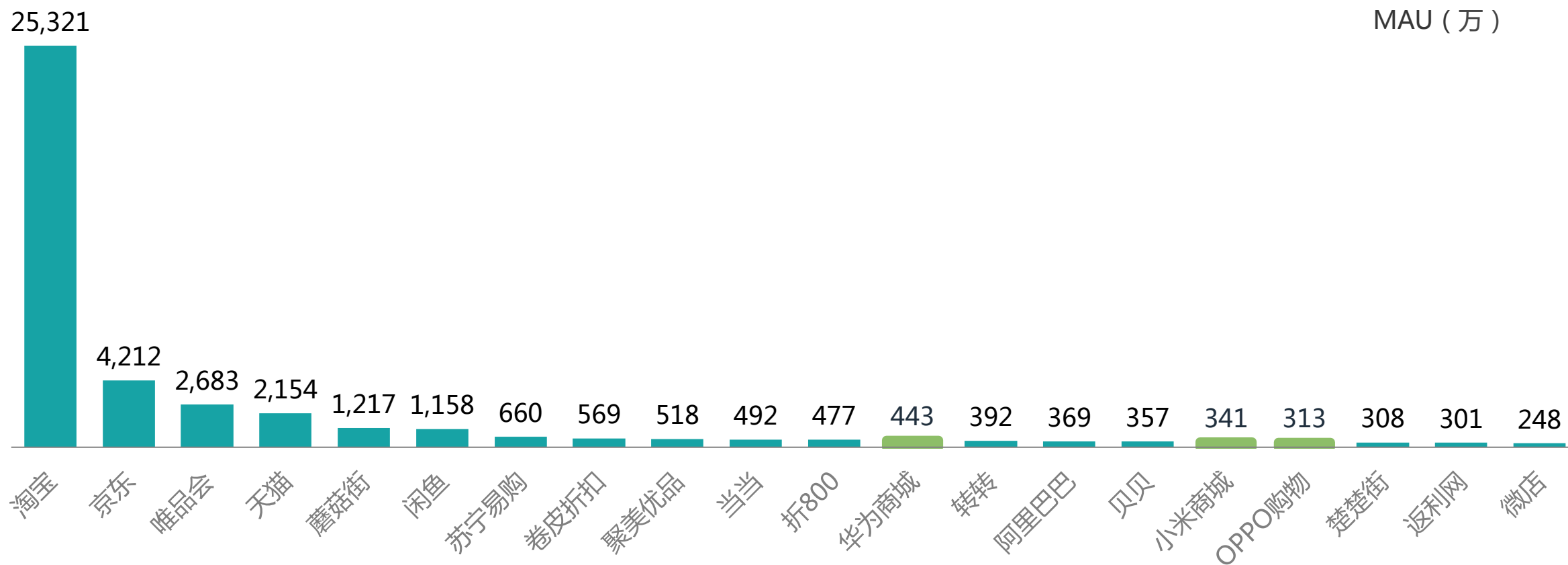




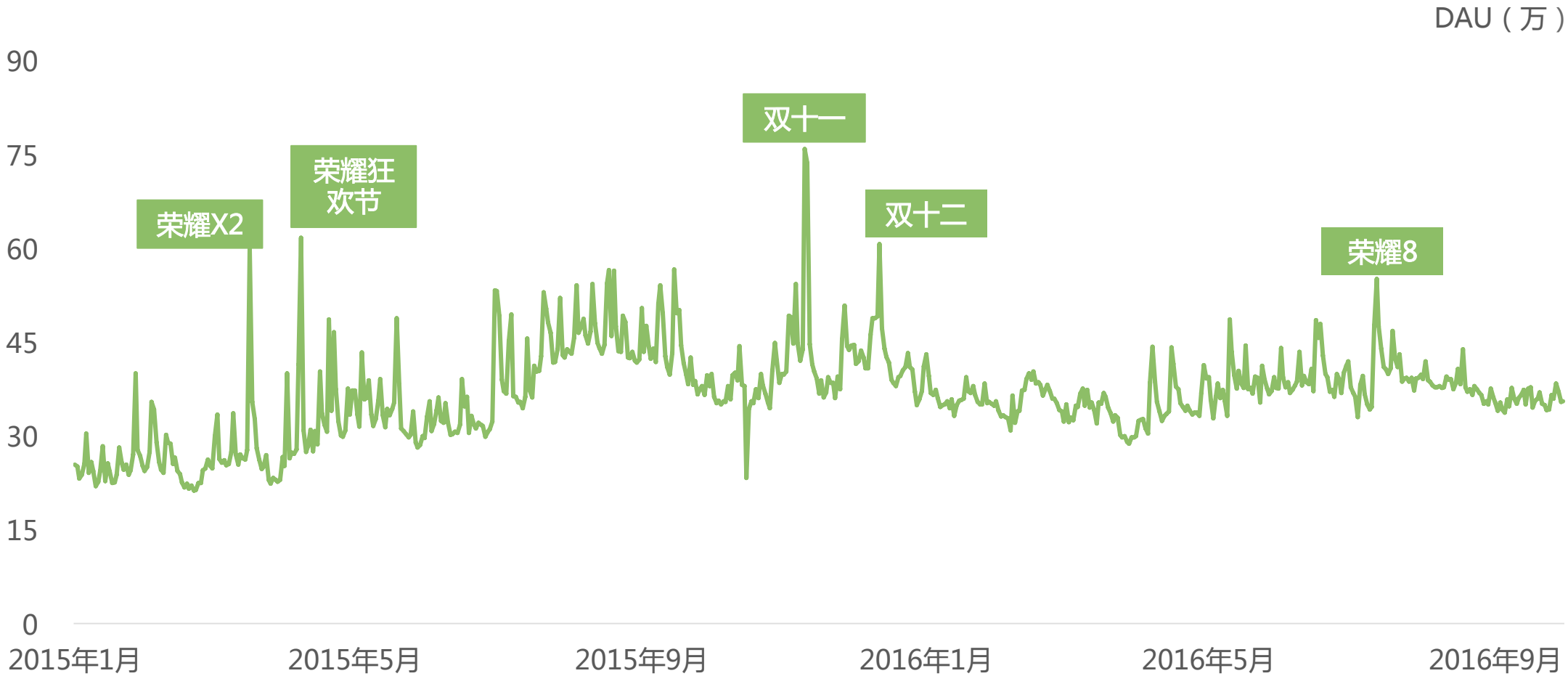
# 三星S健康排名运动健身类应用第一



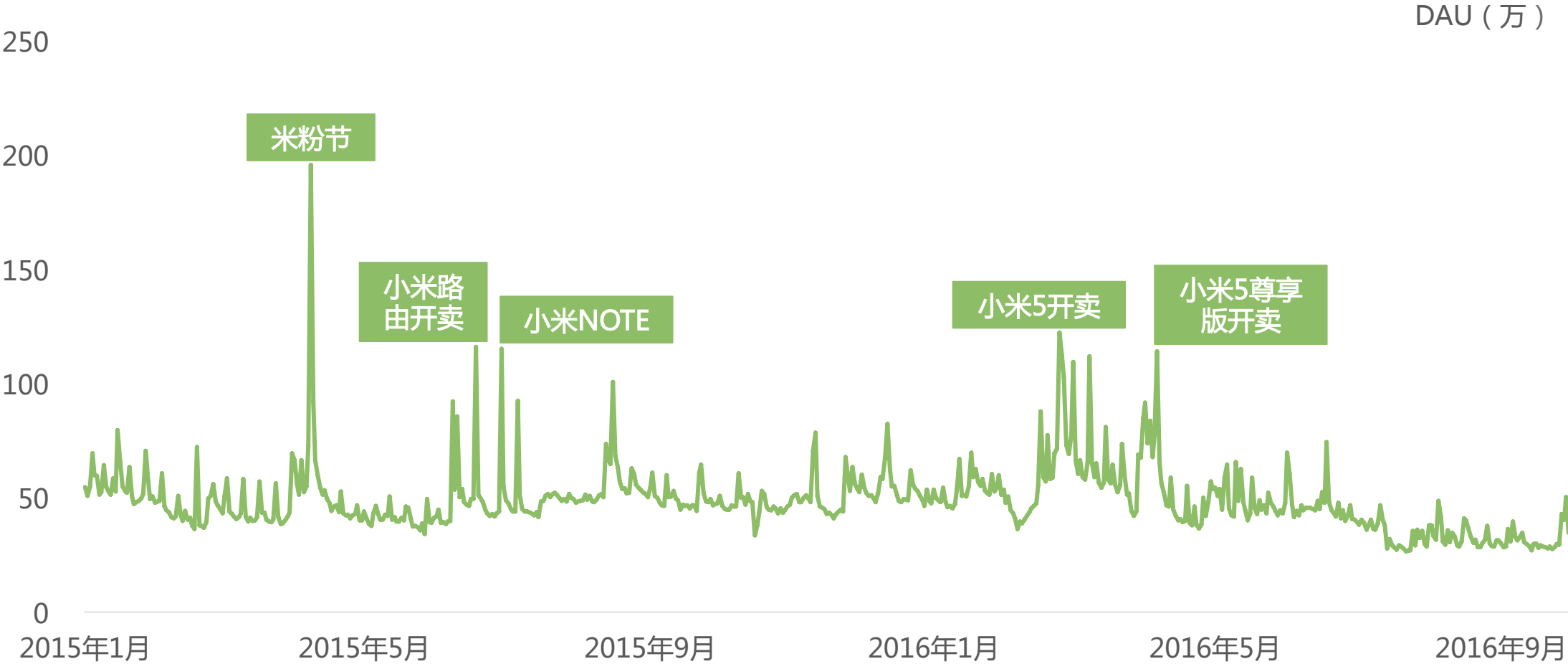
# 华为商城、小米商城及OPPO购物冲进移动电商TOP20



# 华为商城DAU随新机上市及促销节大幅波动



# 小米商城DAU受米粉节及新机型上市影响较大



# 手机厂商及互联网企业正在向 “硬件 + 软件 + 服务” 全场景模式渗透

# 手机厂商自有应用向全场景渗透

应用层布局线上

- 手机厂商在硬件侧全线布局，占领消费者线下在家庭、办公、户外出行各种场景应用
- 软件层则从基础工具类逐步扩大到内容传播、电商金融，占领消费者线上视觉&听觉&消费场景应用



# 每一个换机用户都为手机厂商带来天然流量

## A 用户换机

手机用户平均18个月换机，除微信、支付宝等应用、用户在新手机中会重新筛选安装App

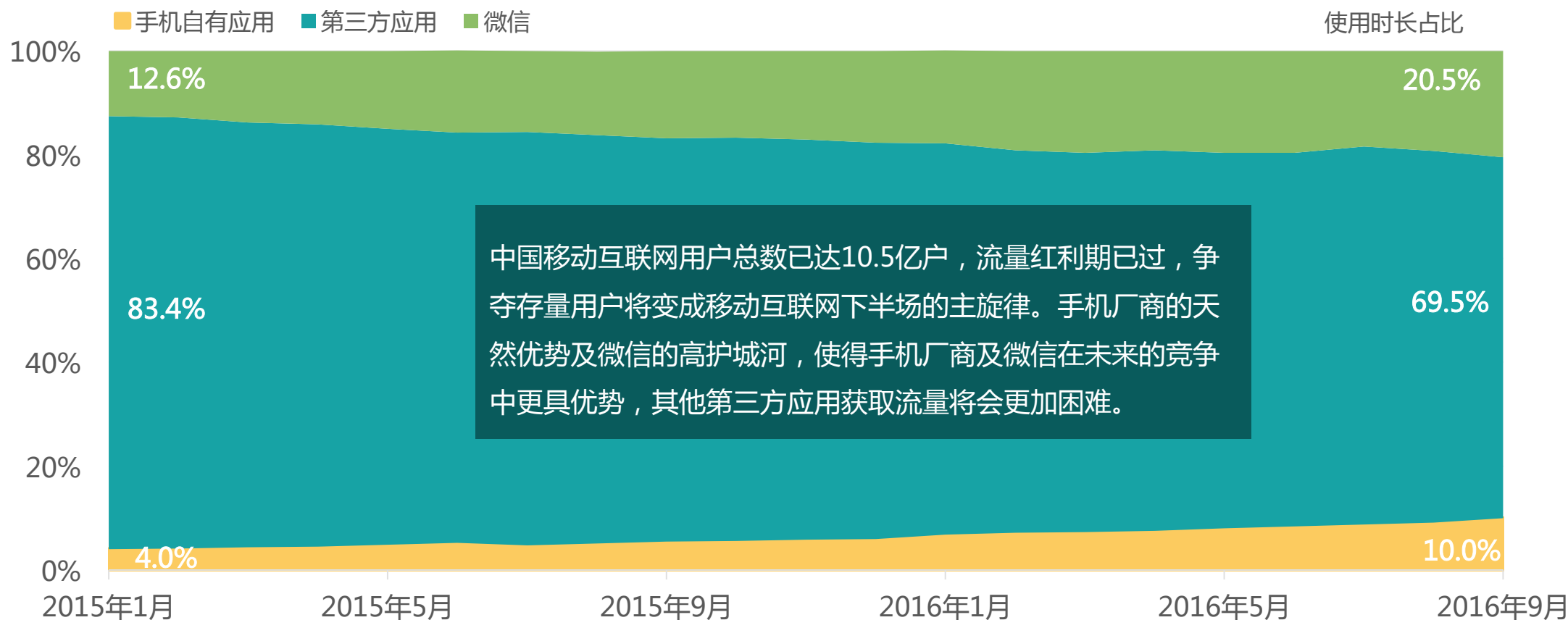


## B 厂商自有APP

用户手机中的App重新洗牌，手机厂商拥有天然用户流量，通过预装用户有刚需的自有应用，逐渐向应用层渗透

# 移动互联网红利期已过、流量将更稀缺

## 除微信外，其他第三方应用获取流量将更加困难







Trust Us, Trust Data

