

2015年1-4月 中国移动互联网行业发展分析报告

信诺数据公司 TrustData

2015.04

本报告为信诺数据公司（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。



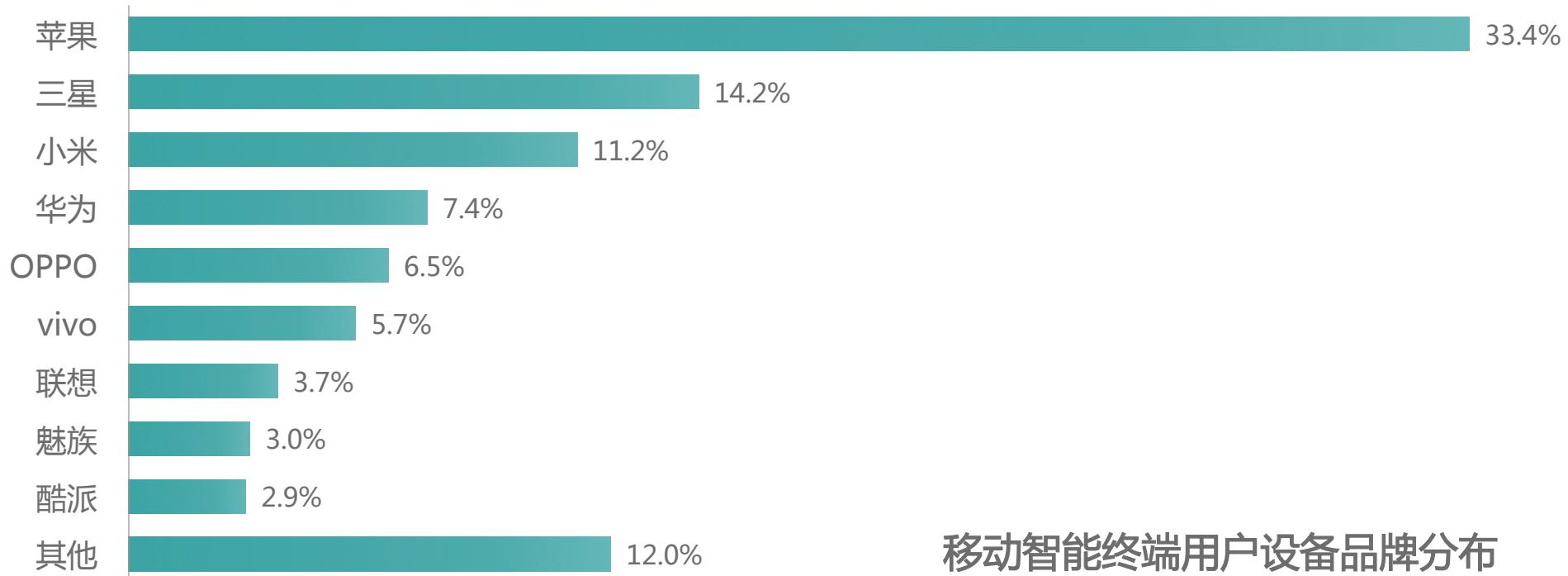
研究综述

- 研究对象：中国移动互联网网民
- 数据来源：信诺数据公司自建的日活跃用户超过3000万(月活跃用户超过1亿)的样本集
- 统计周期：2015年1月至4月

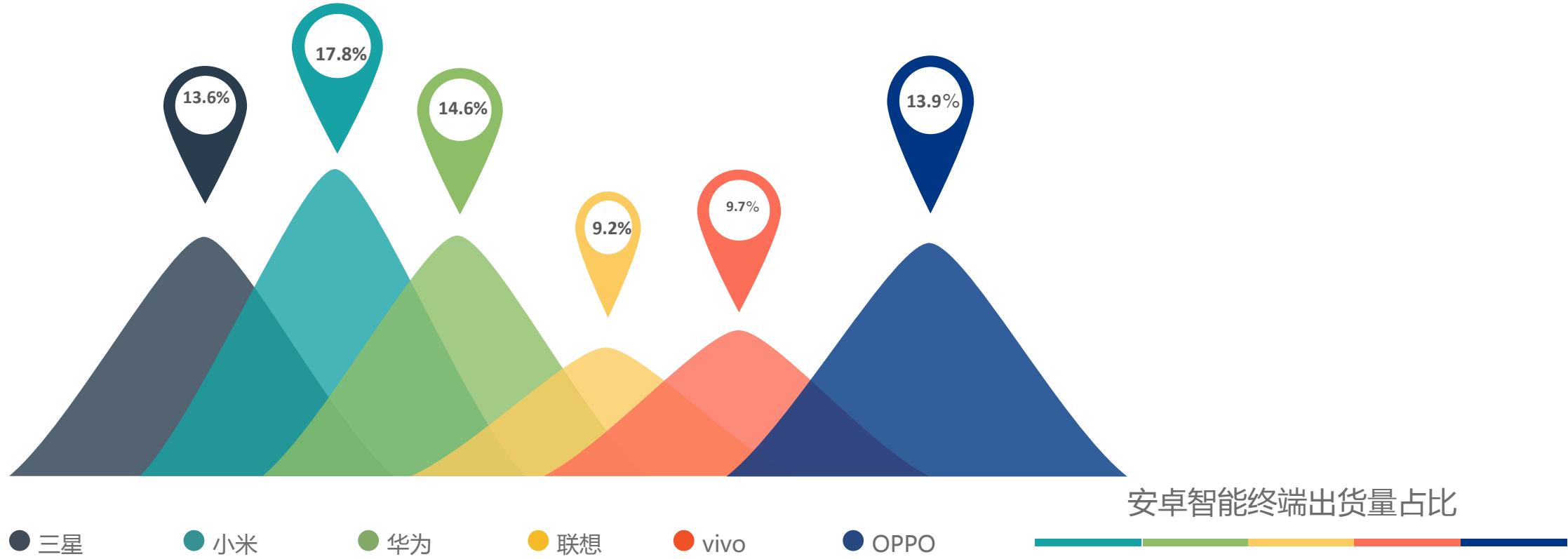
指标说明：

- 忠诚度---在某一领域内仅使用某一应用的用户数占领域内用户总数的比例
- 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

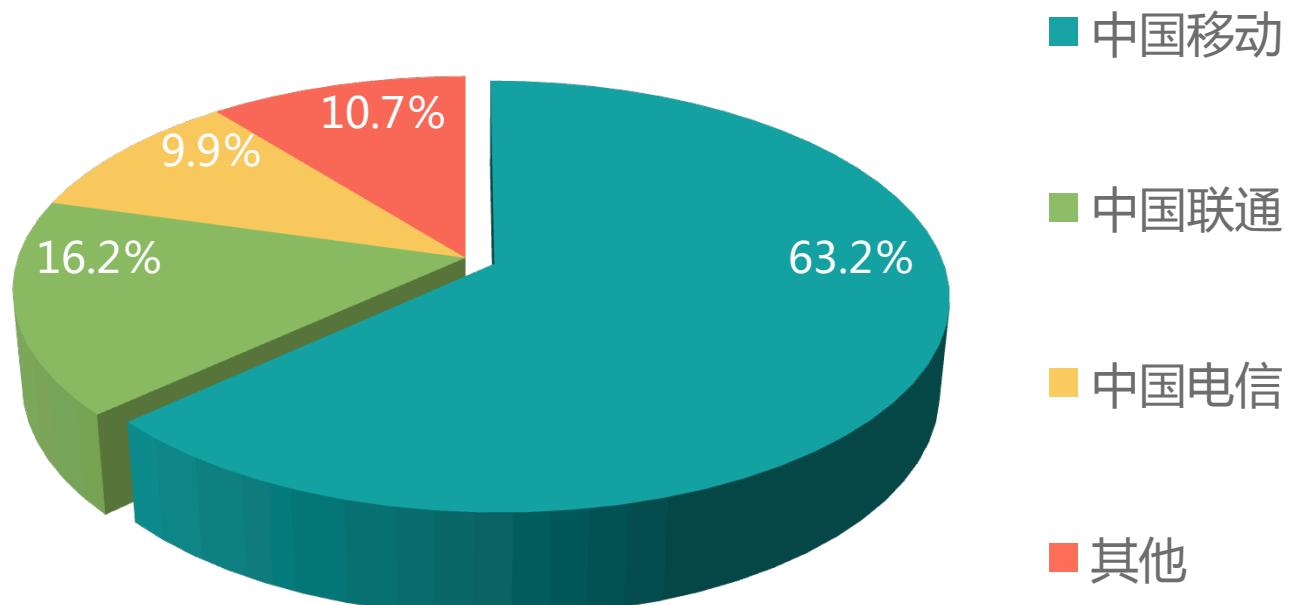
以苹果和三星为代表的国外手机品牌依旧占据近半壁江山
以小米、华为、OPPO、vivo、联想为代表的国产手机品牌正在迎头赶上



2015年6月，国产手机品牌小米、华为、OPPO的出货量超越三星

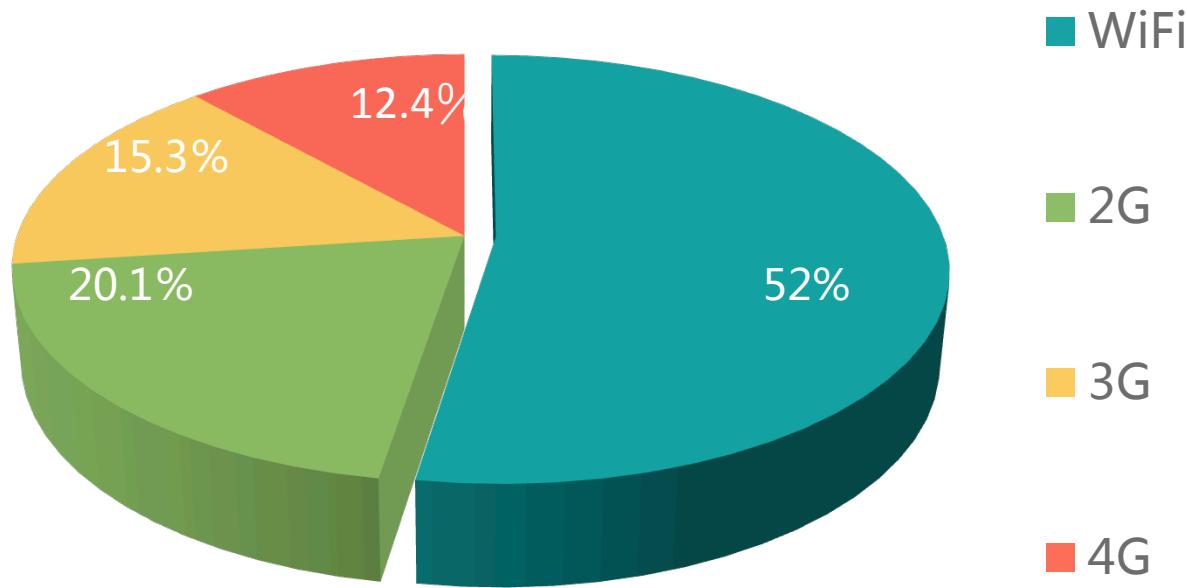


中国移动继续领跑移动网络接入市场



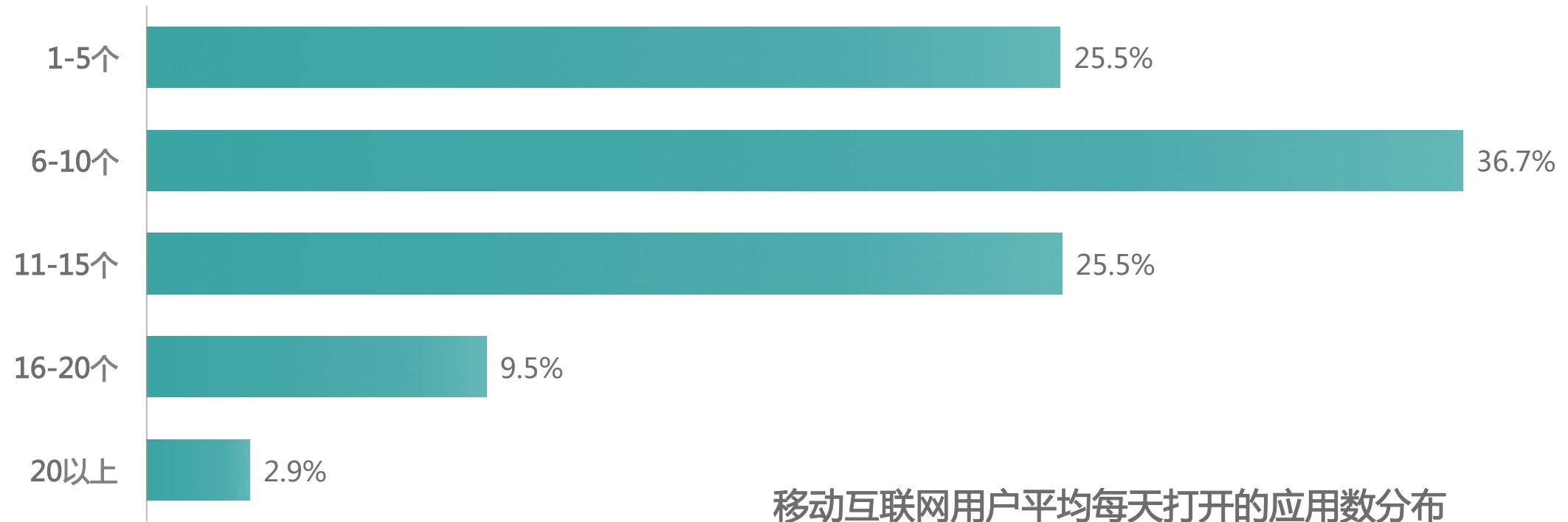
移动网络接入运营商比例分布

4G网络发展迅速，12%的移动用户采用4G作为上网方式
WiFi依然是最重要的上网方式，占比逾五成



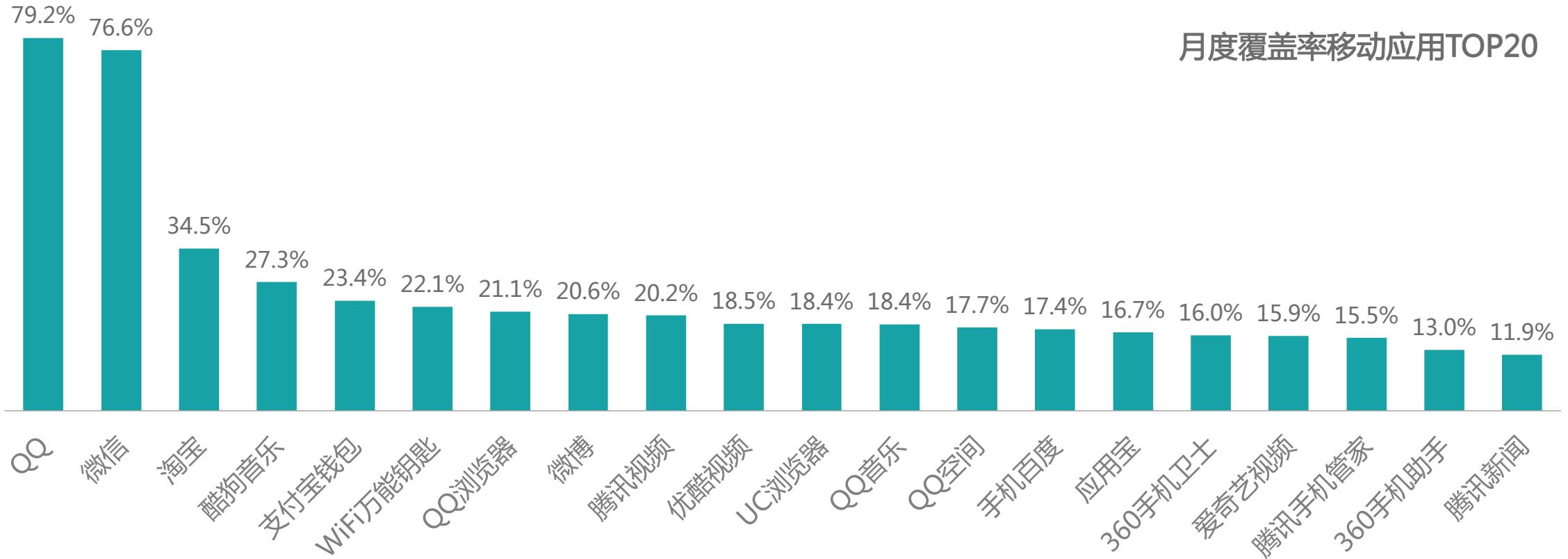
移动网络用户上网方式

四分之一的移动互联网用户每天打开不超过五款应用
逾六成用户每天打开的应用数在十款内

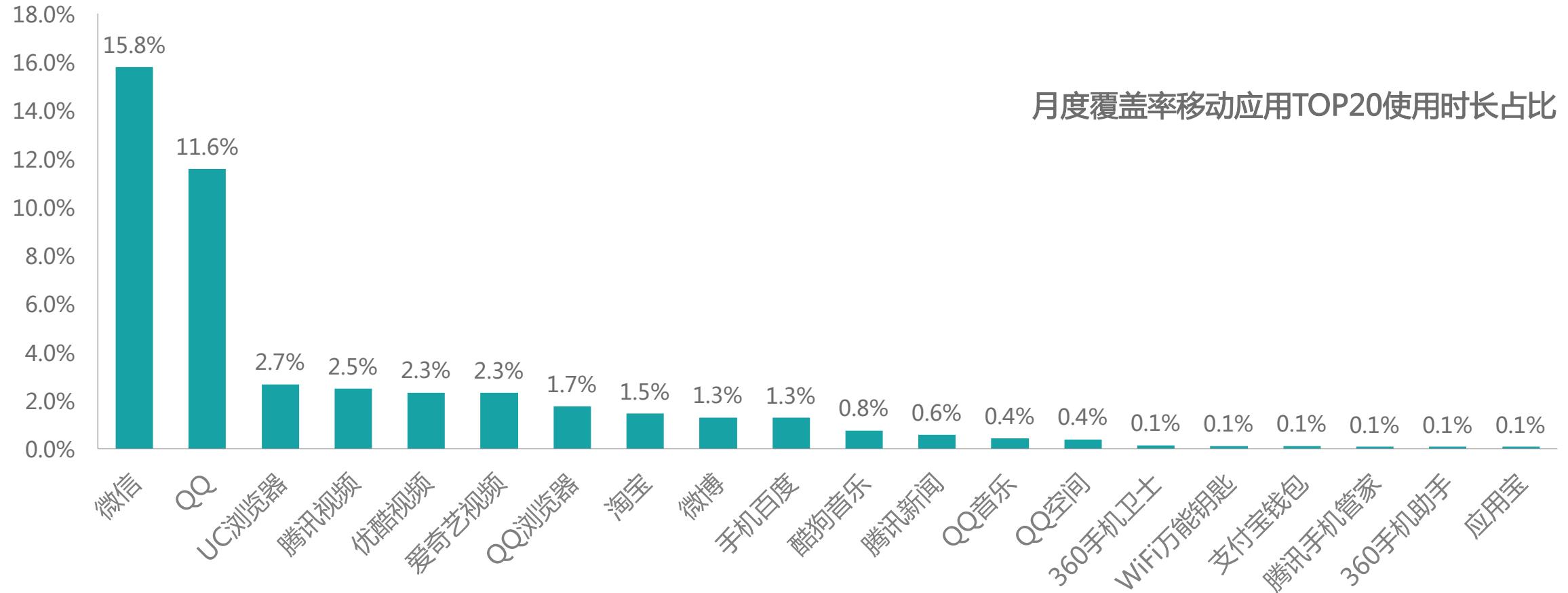


腾讯、阿里、百度及360占据TOP20移动应用的绝大多数

腾讯系坐拥半壁江山

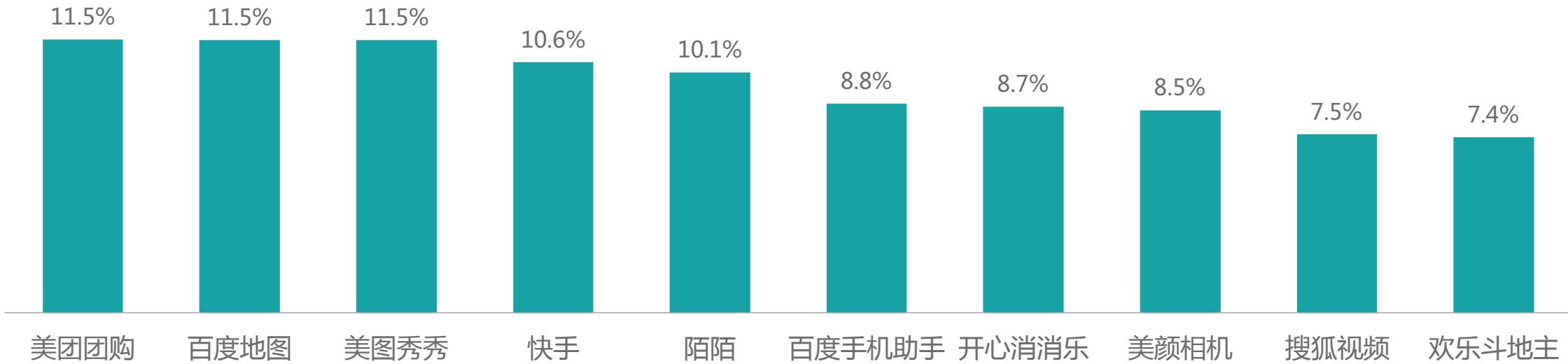


TOP20移动应用的总时长占比达到45%，其中腾讯系占比逾七成

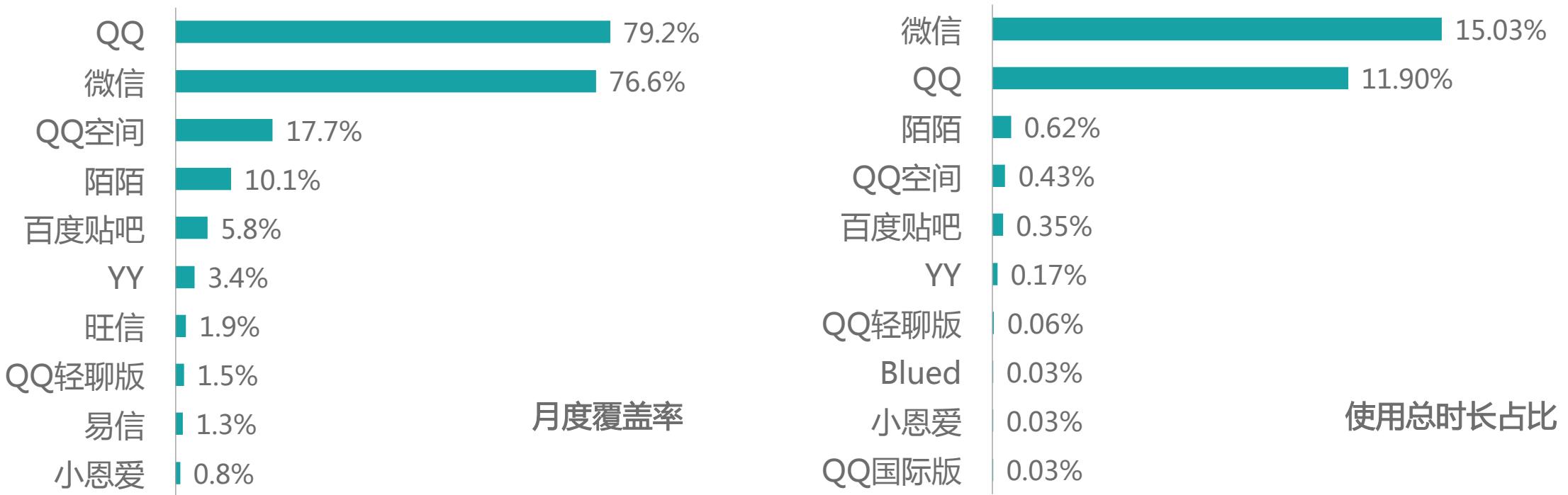


美团团购、美图秀秀、快手等热门应用紧随TOP20之后

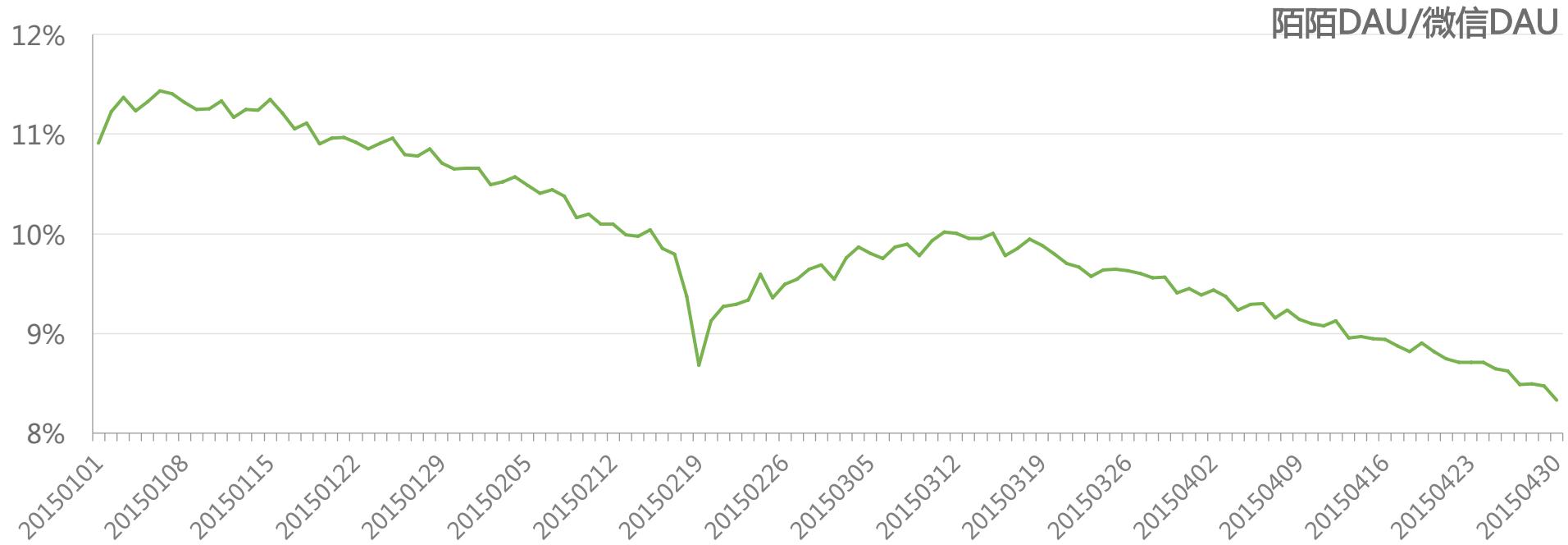
月度覆盖率紧随TOP20之后的10款热门应用



腾讯稳居移动社交霸主地位，地位无可撼动

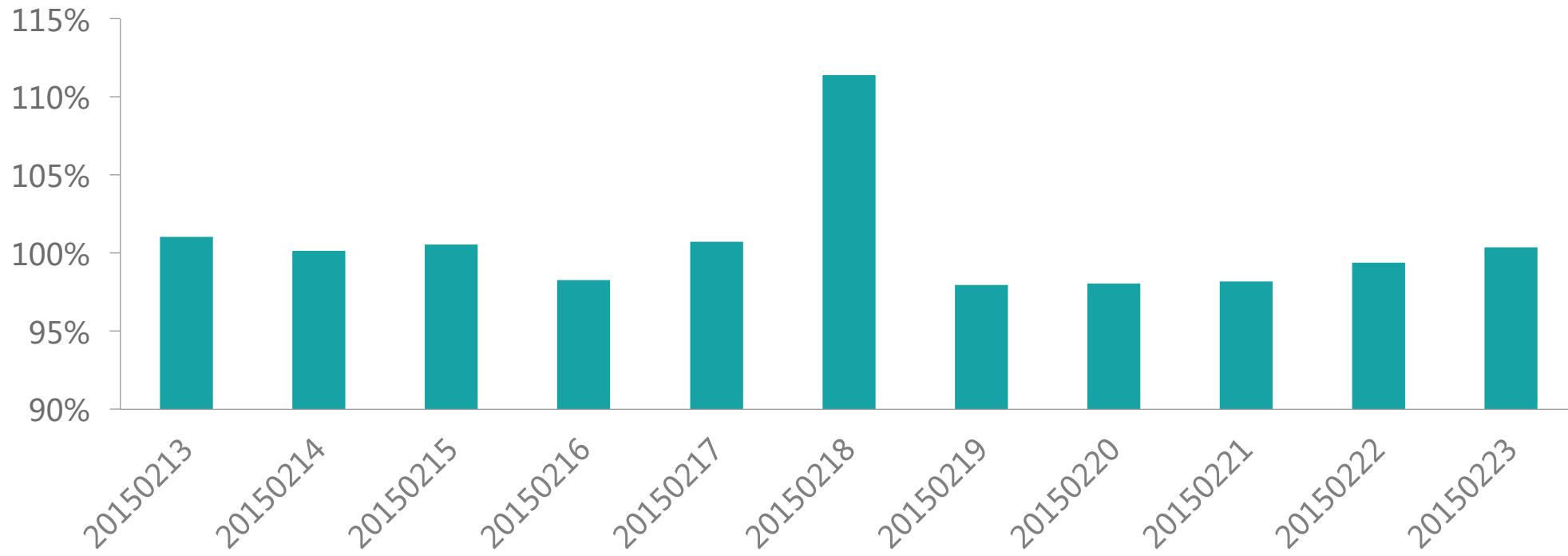


2015年前四个月，陌陌DAU暴跌30%



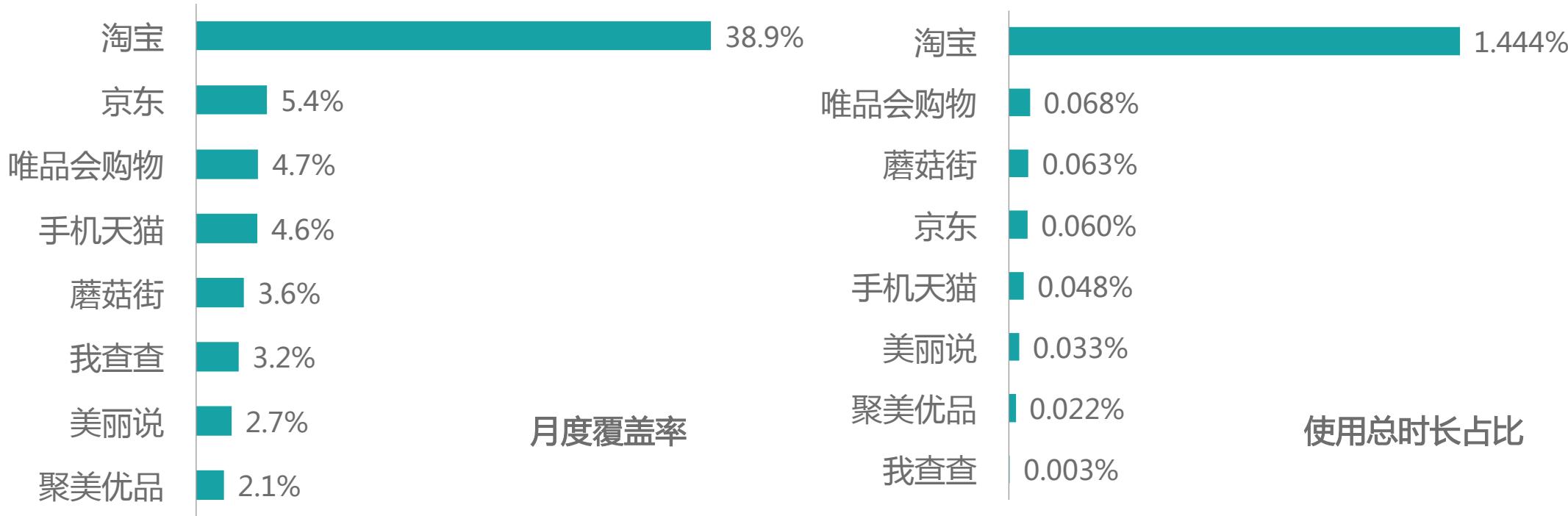
- 陌陌与微信DAU的比例显著下跌，从1月初的11.4%下滑至四月底的8%左右。在微信用户量相对稳定的情况下，导致两者比值在四个月内暴跌的主要原因是陌陌的DAU显著降低。
- 春节期间，陌生交友需求明显萎缩，加之微信在除夕当天DAU有所提升，导致两者比例骤然下跌

微信春节期间日活变化趋势图

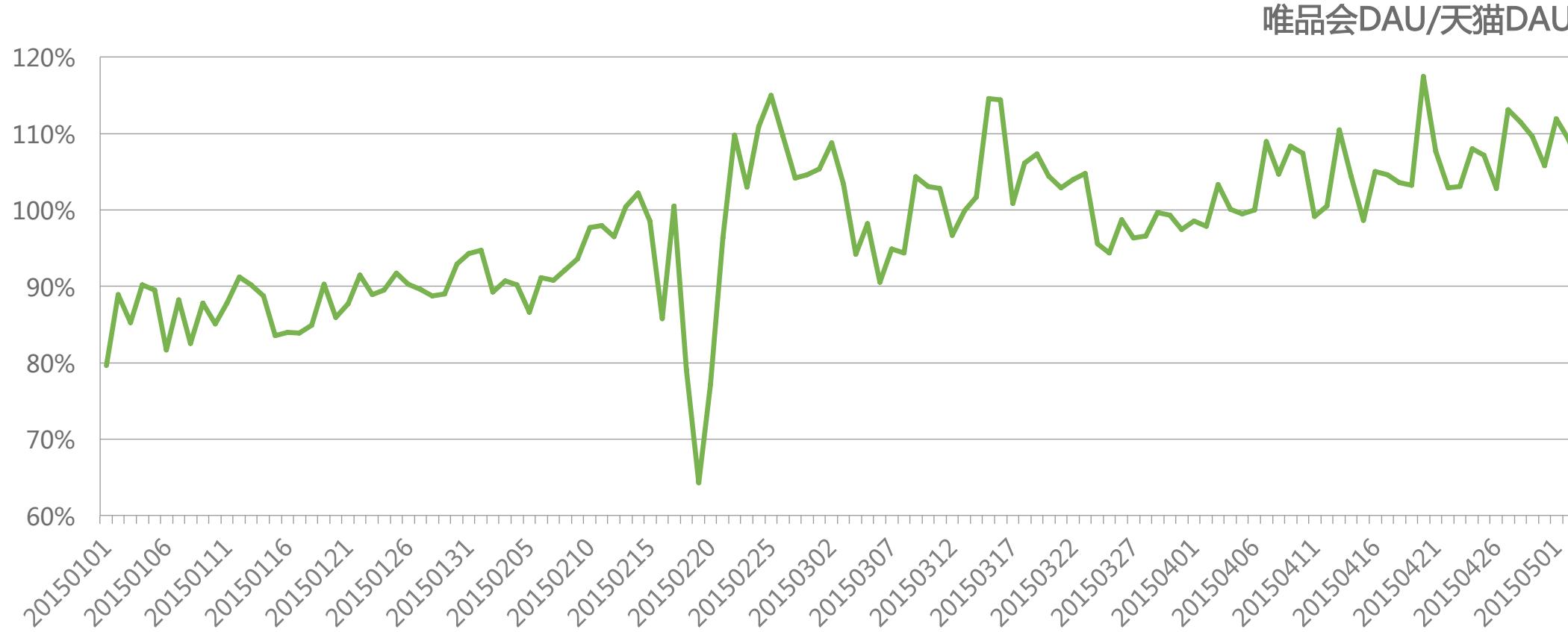


- 在除夕当天，由于拜年以及红包的影响，微信日活提升10%。春节期间与家人团聚，社交需求变弱，微信日活略有降低

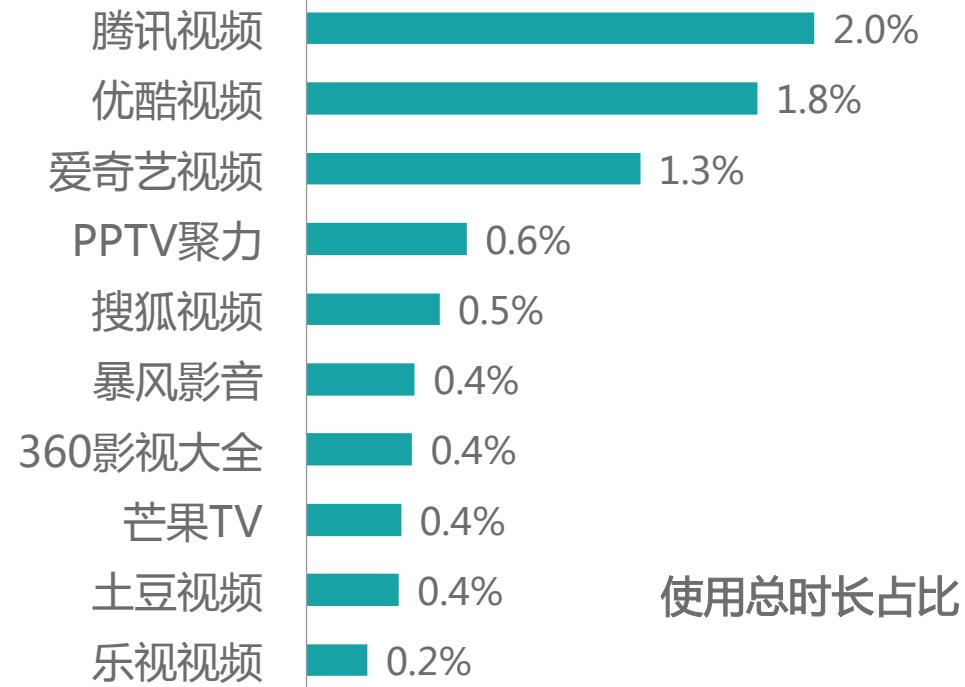
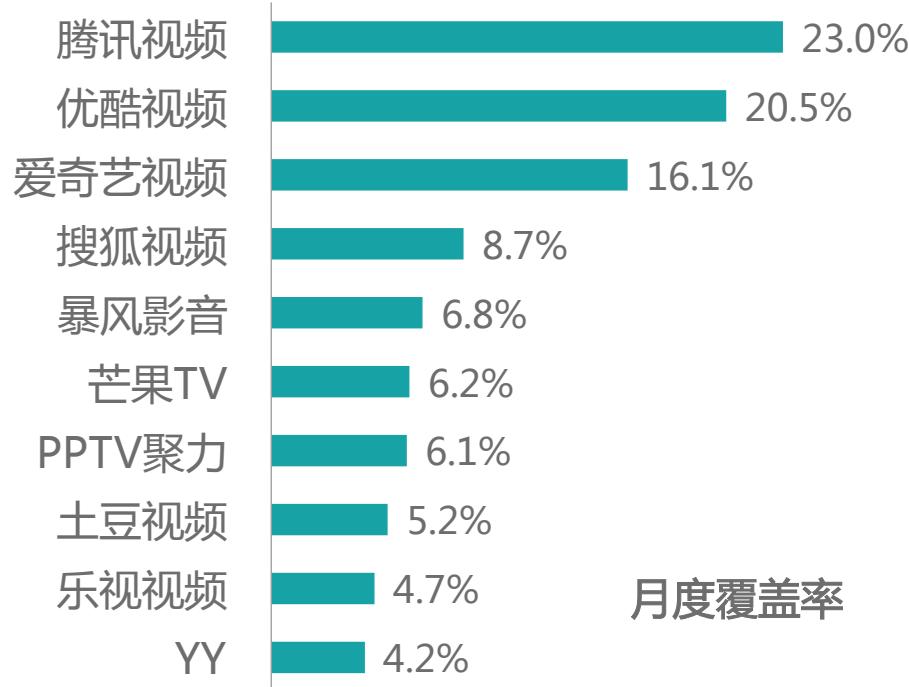
淘宝在移动电商类应用中位列前茅 京东、唯品会超越天猫排名紧随其后



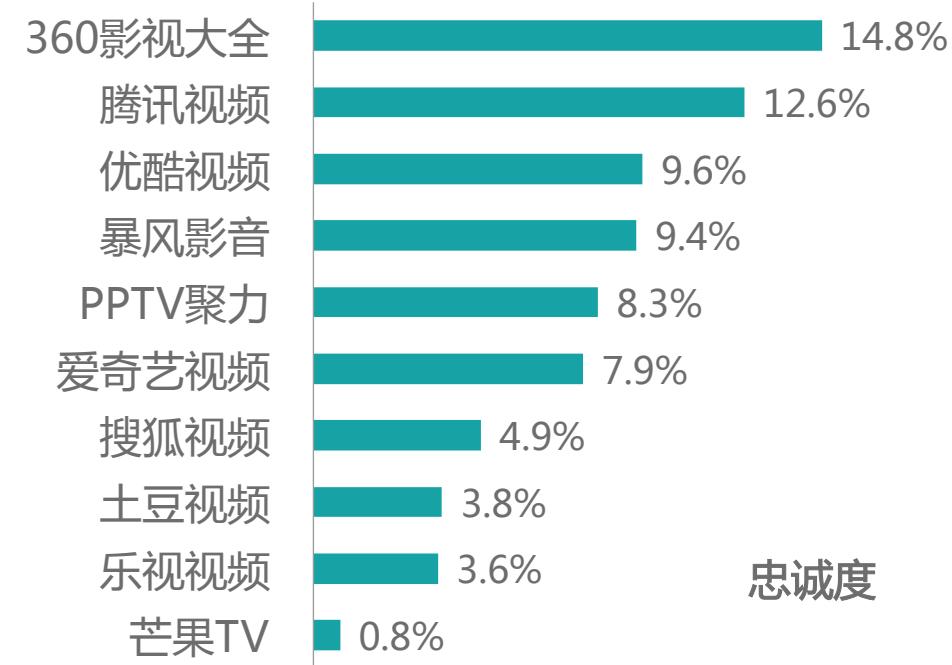
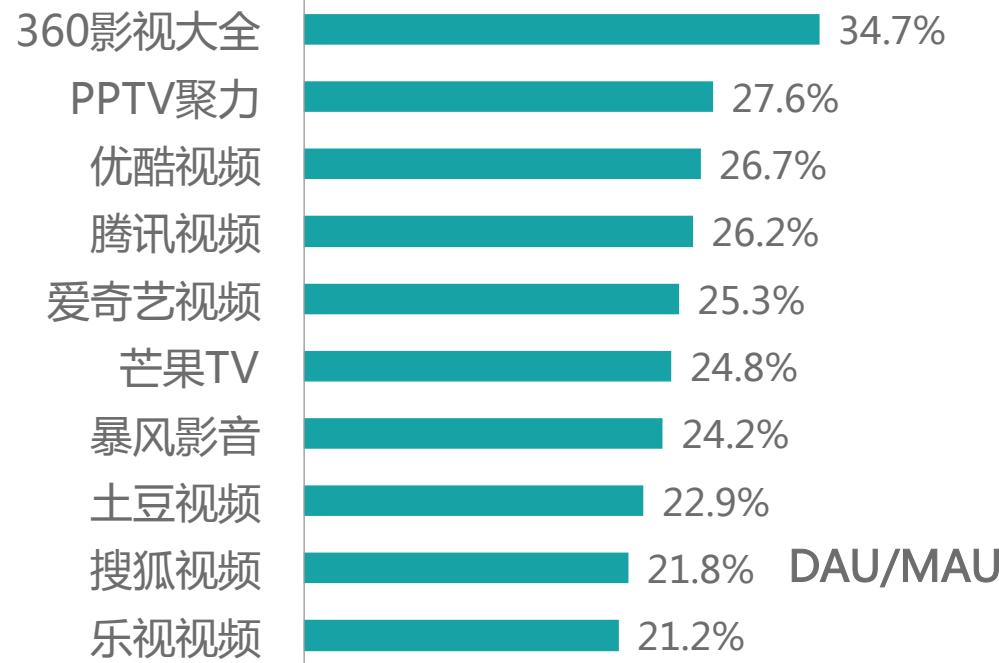
唯品会持续发力，DAU超越天猫



视频领域阵营明显，前三名竞争胶着

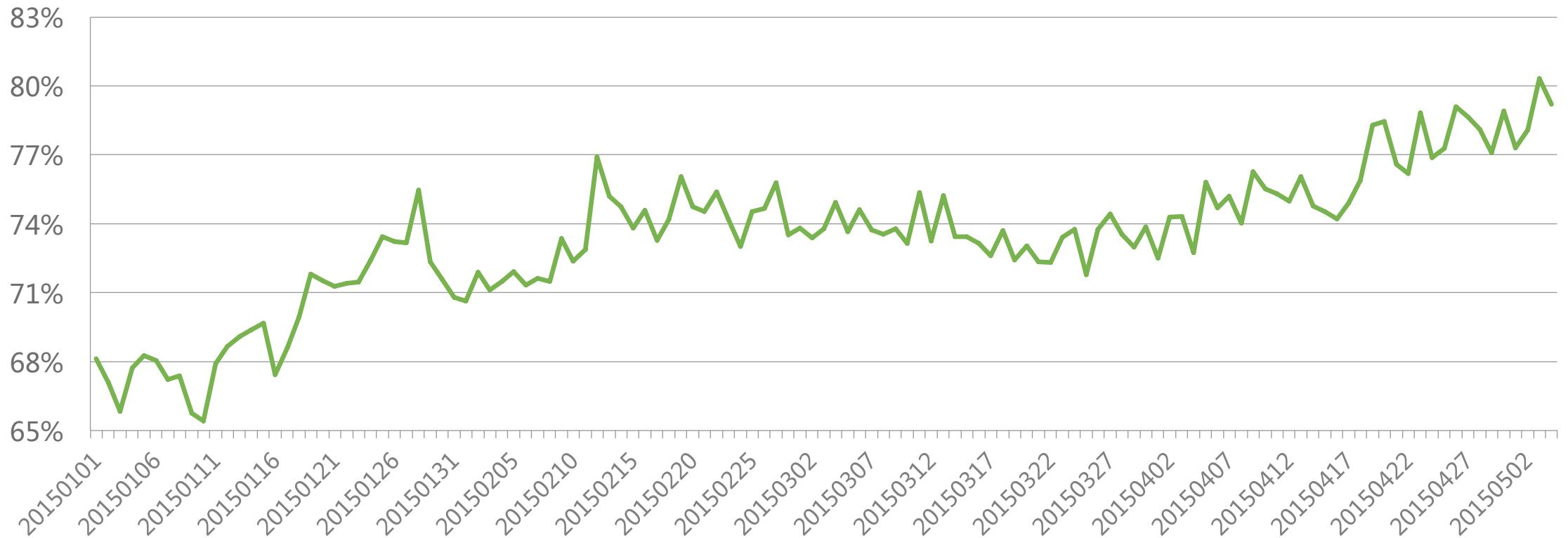


腾讯视频用户活跃度有待提升，360影视大全用户粘性高居首位



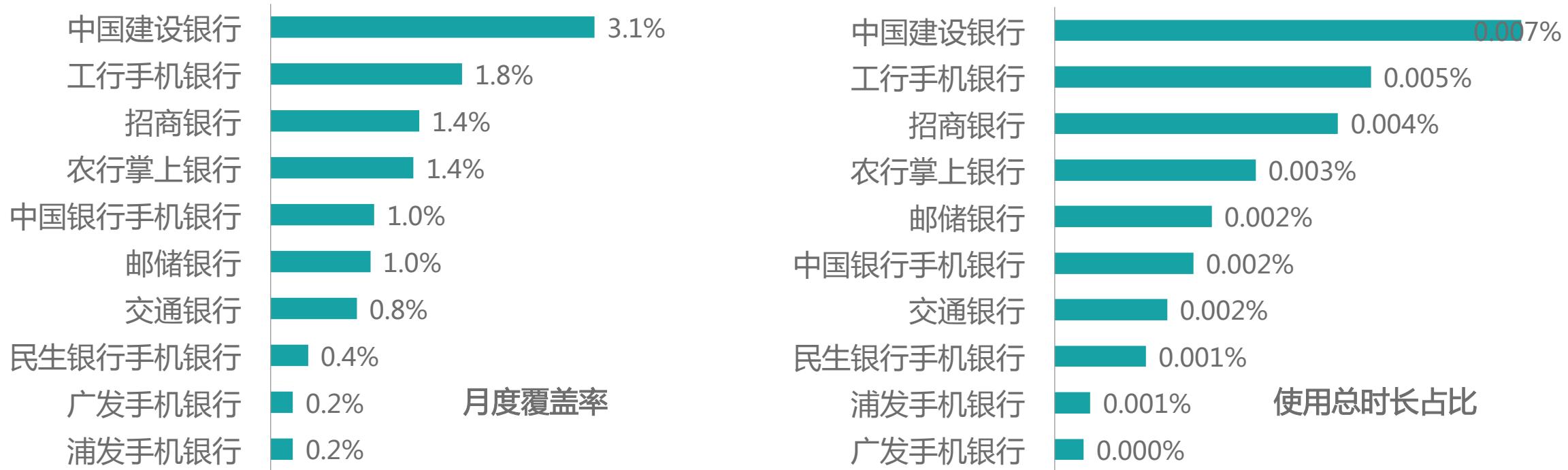
爱奇艺没有停下追赶优酷的步伐

爱奇艺DAU/优酷DAU

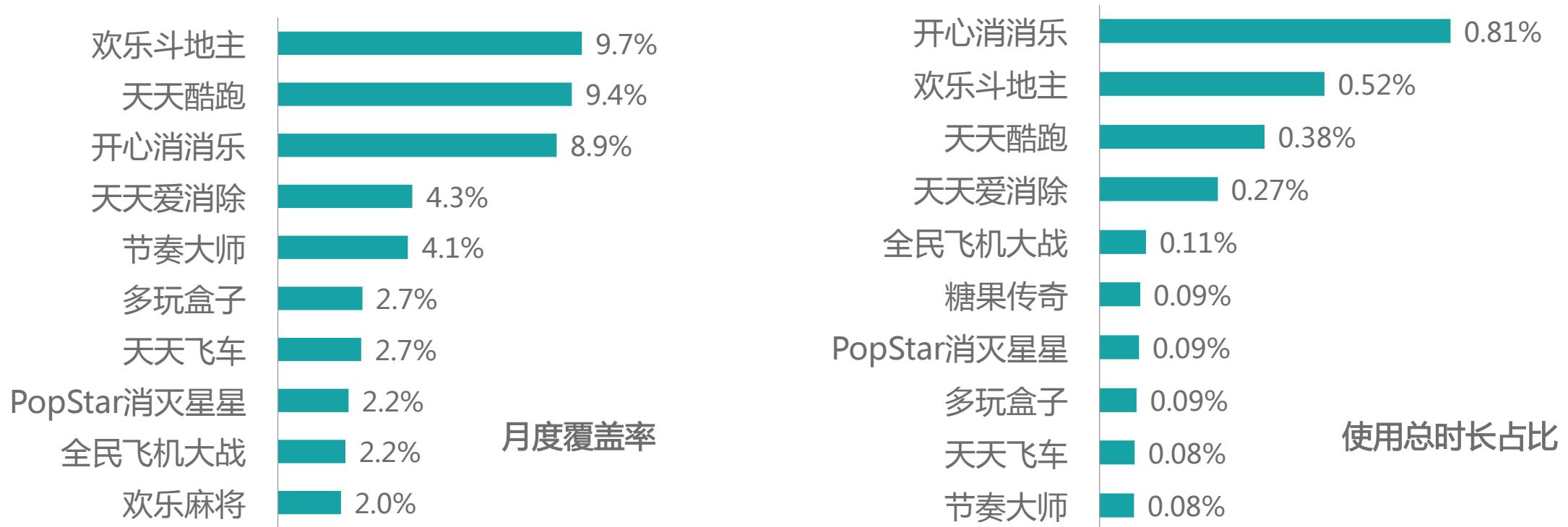


- 爱奇艺持续奋力追趕，不断缩小与优酷的DAU差距。视频第一阵营的竞争焦灼，未来格局还充满变数

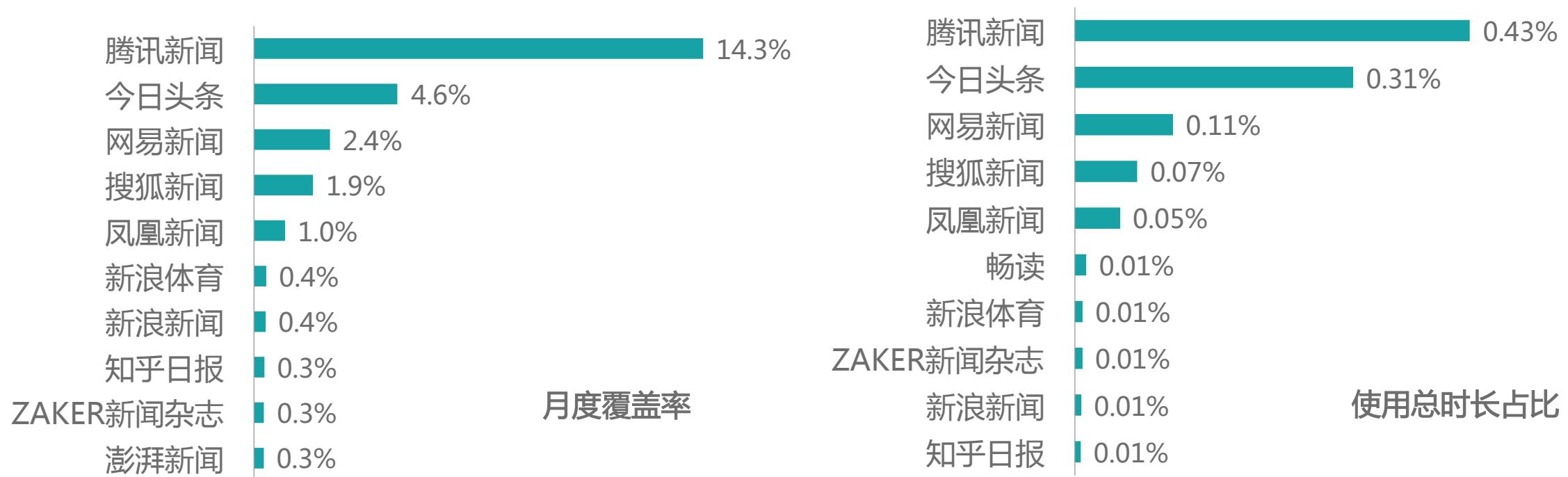
建设银行领跑移动银行市场，最大的实体银行工行仅位列第二 以优质服务著称的招行位列第三



开心消消乐在众多腾讯系游戏的围追堵截中仍位列前茅

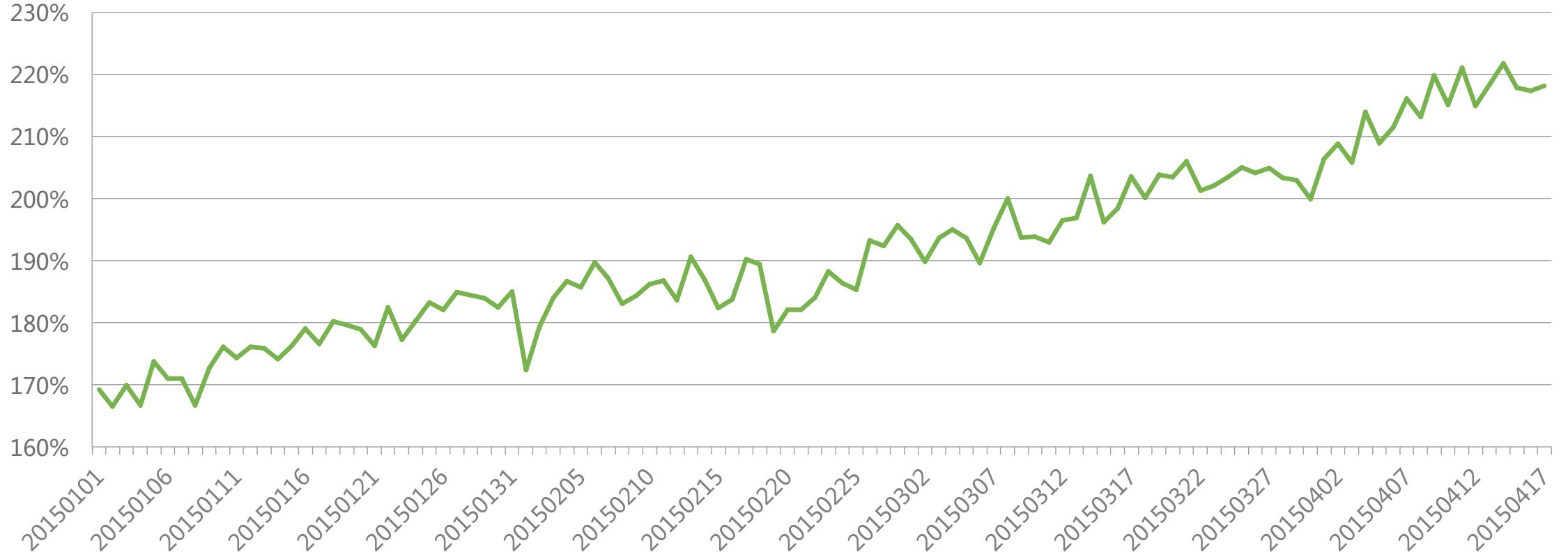


腾讯新闻月度覆盖率是第二名今日头条的3.1倍，
使用总时长是第二名的1.4倍，领跑移动新闻市场

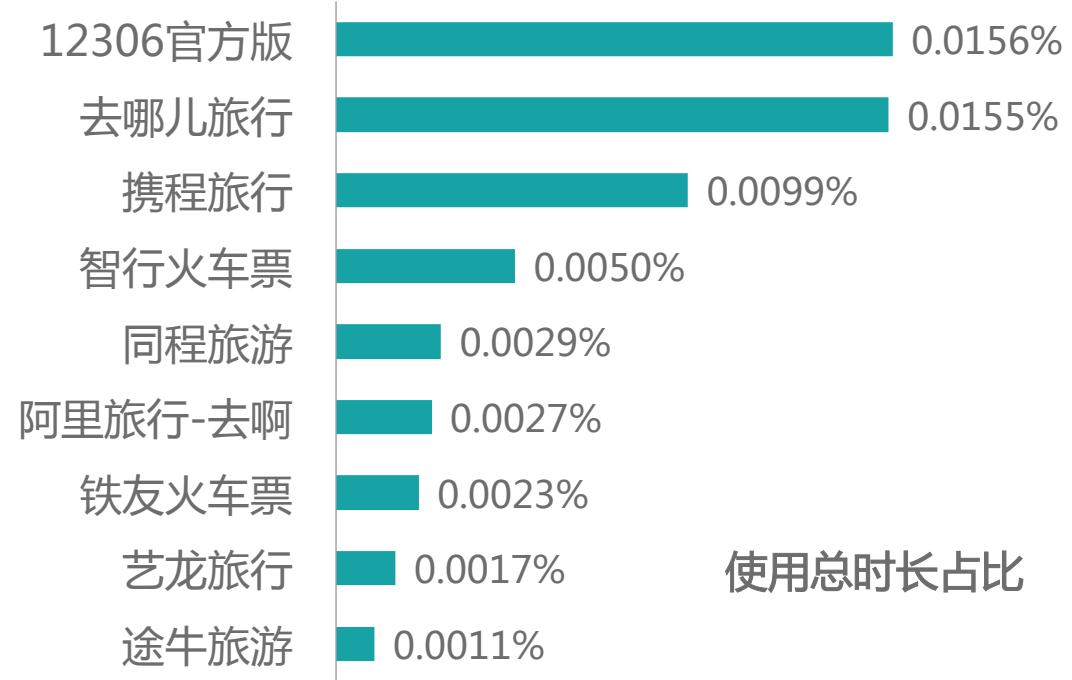
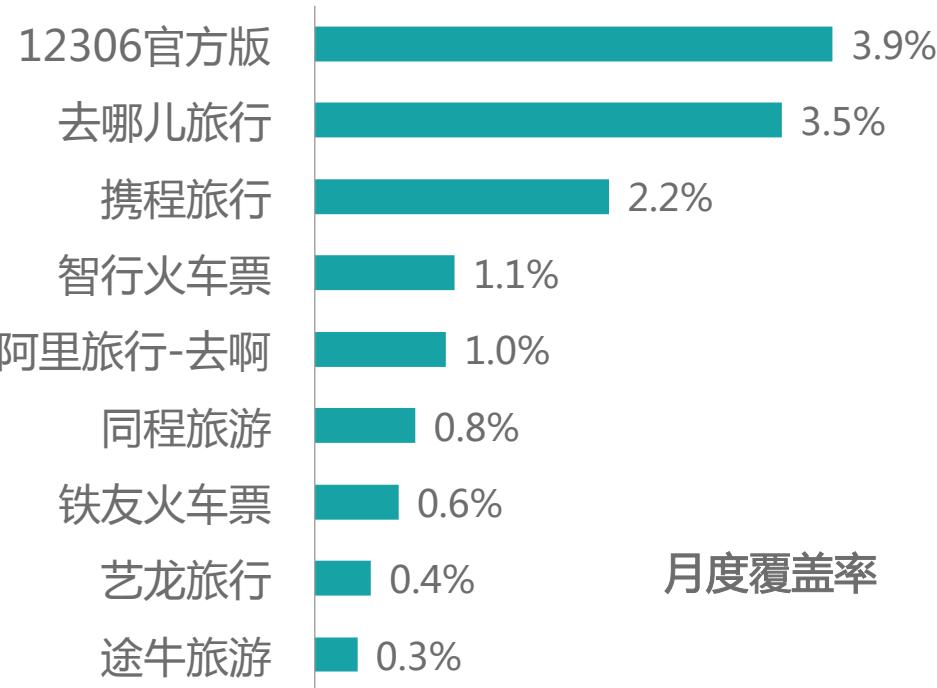


今日头条继续拉大和网易新闻的DAU差距 老牌新闻霸主在移动端难掩疲态

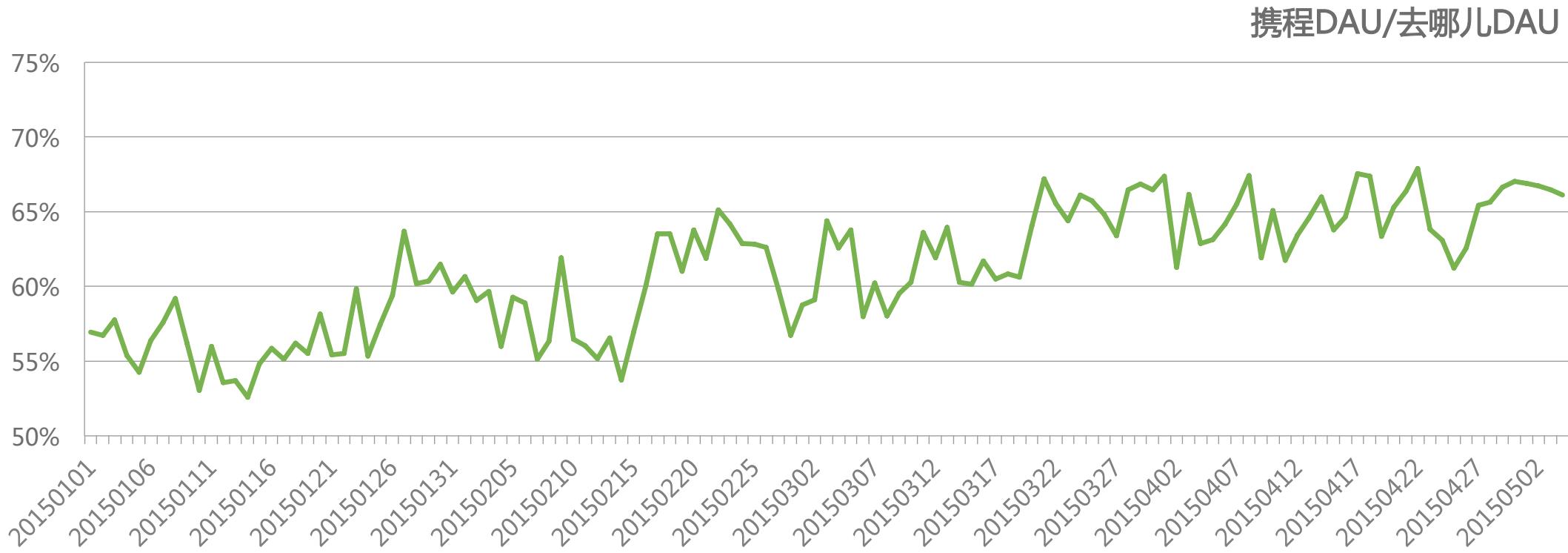
今日头条DAU/网易新闻DAU



12306和去哪儿形成旅游预定市场的第一阵营，优势显著

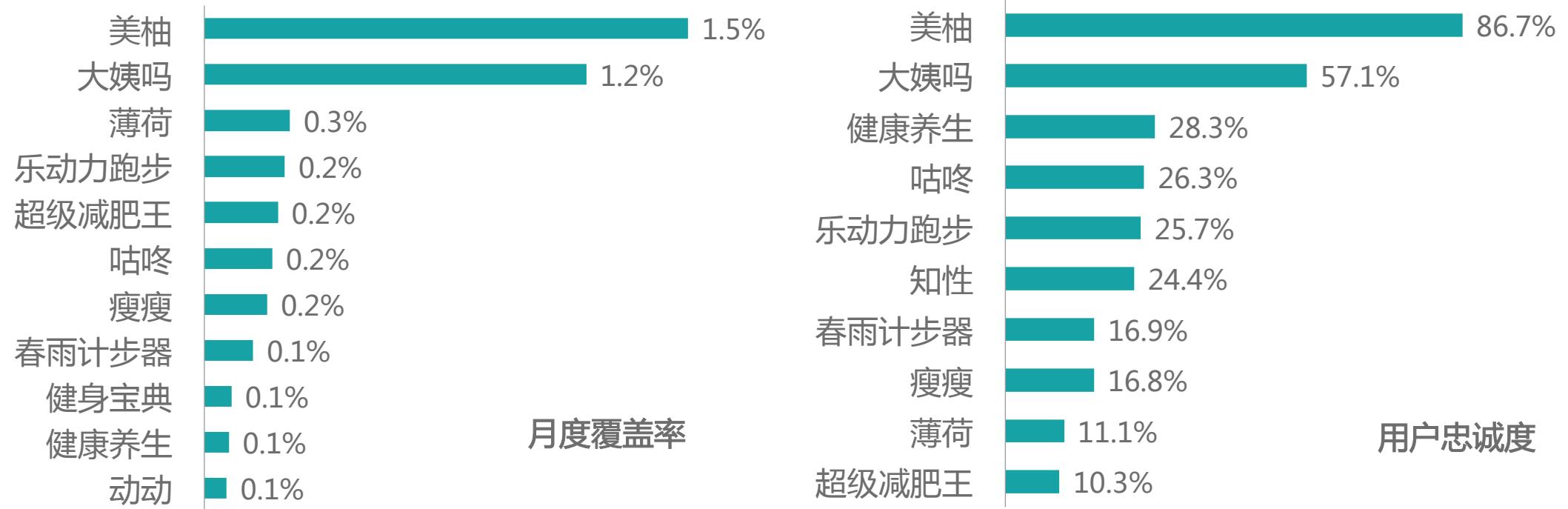


携程正在缩小与去哪儿的差距

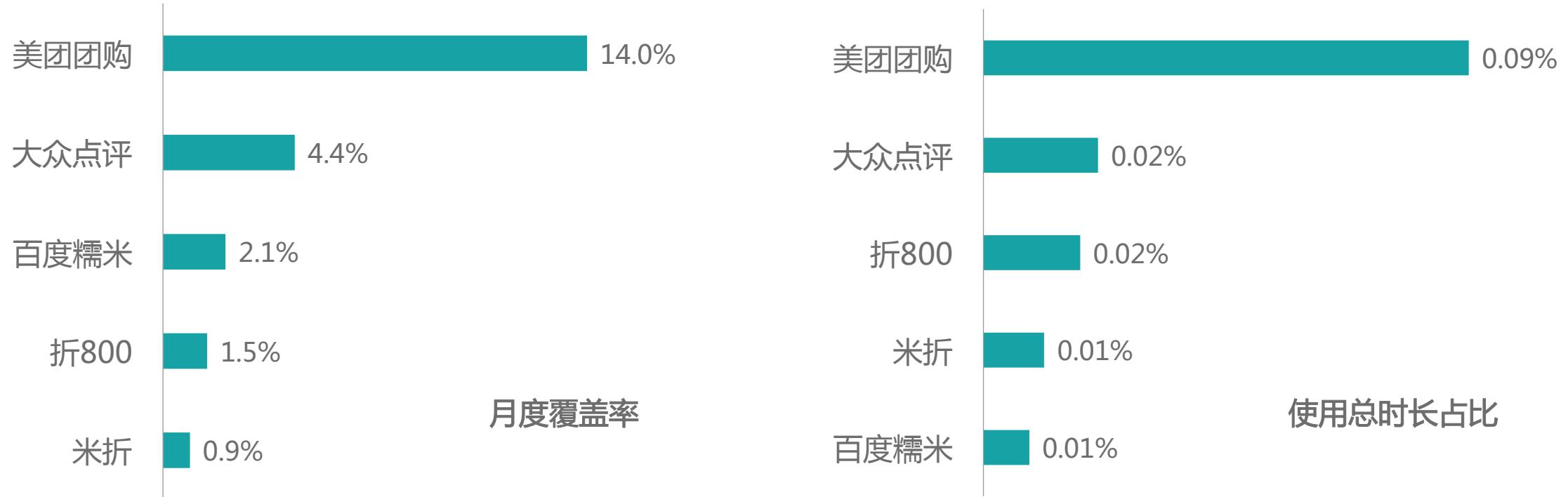


- 携程DAU相对去哪儿有显著提升，从一月初的56.4%提高至四月底的66.6%，增长了10.2个百分点。

女性类应用领跑健康市场，跑步、养生、减肥应用值得关注



美团领跑团购类市场，霸主地位不可撼动 大众点评和糯米排名紧随其后

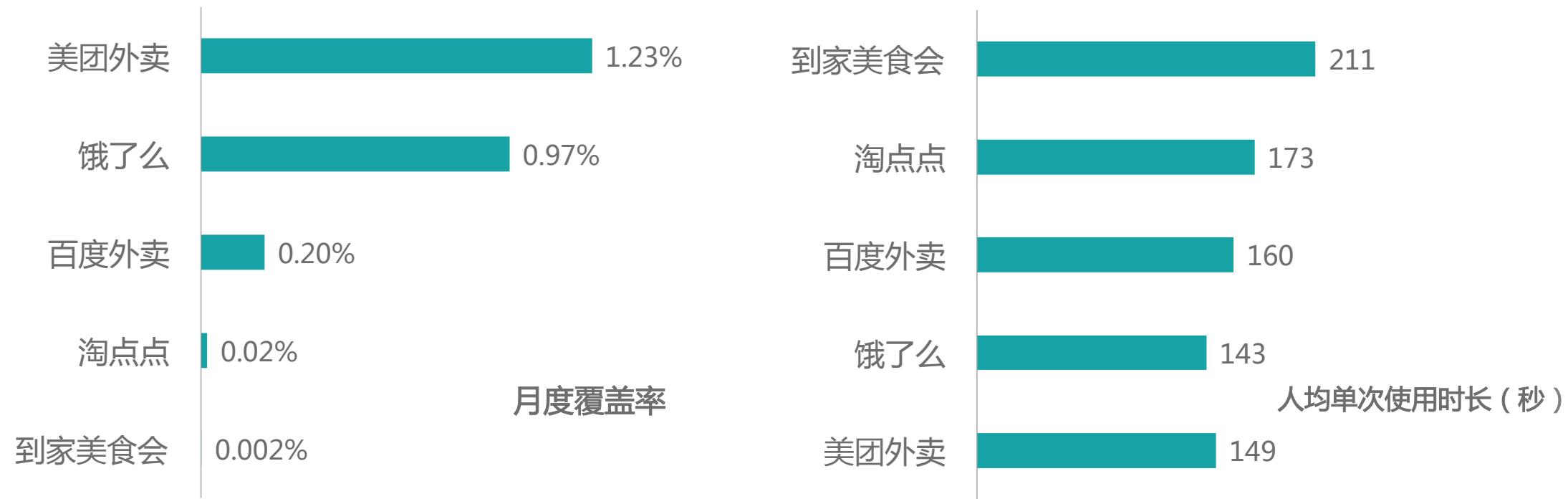


糯米与美团DAU差距逐渐增大

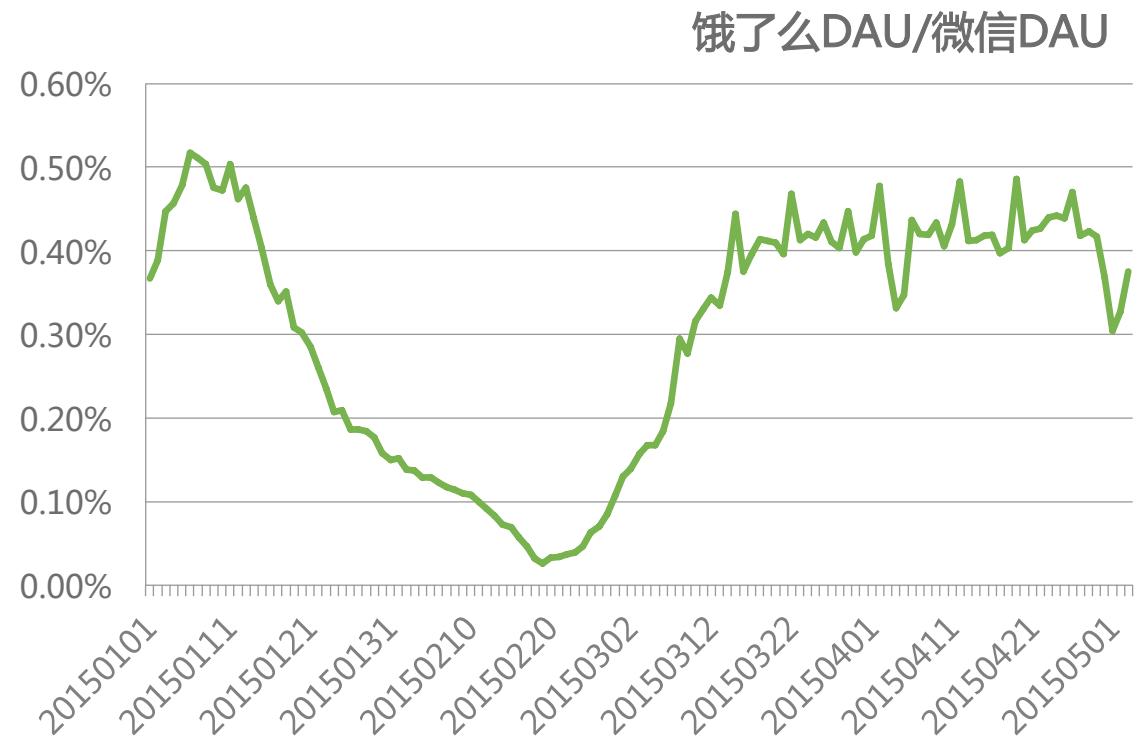


- 糯米DAU相对美团小幅下降，两者比例从1月初的14.2%降至四月底的10.3%。值得注意的是，自3月8日糯米团购大促以来，两者DAU比例略有提升。

美团外卖和饿了么稳居外卖第一阵营，到家美食汇人均使用时长占优



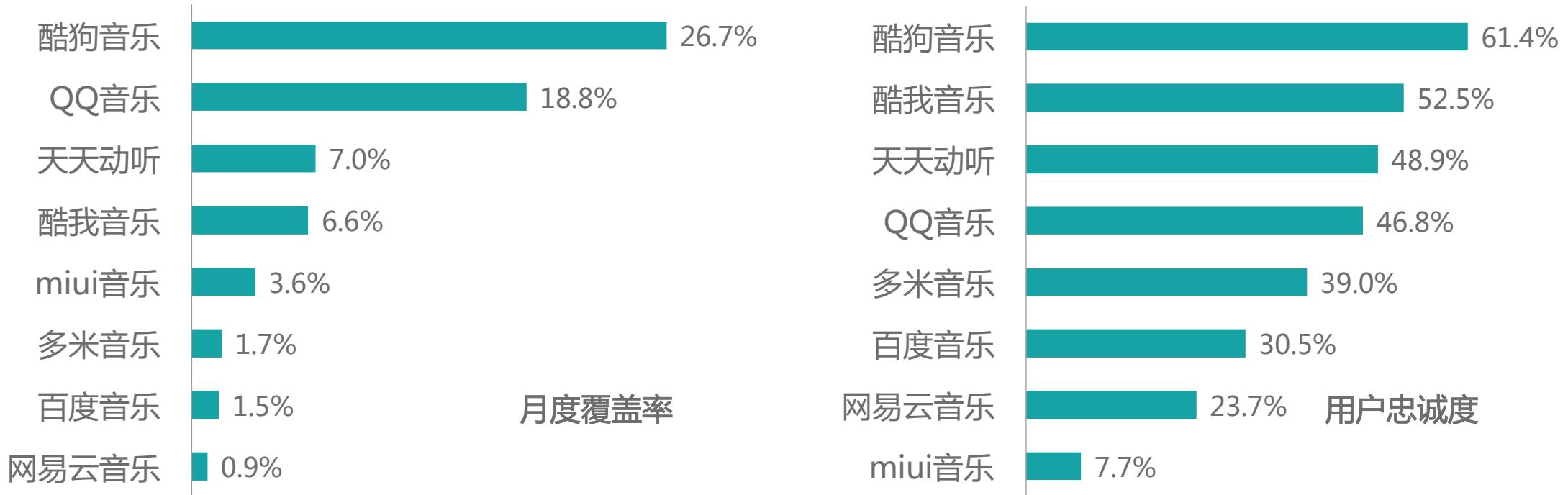
由于以学生用户为主体，美团外卖和饿了么在寒假期间DAU暴跌80%



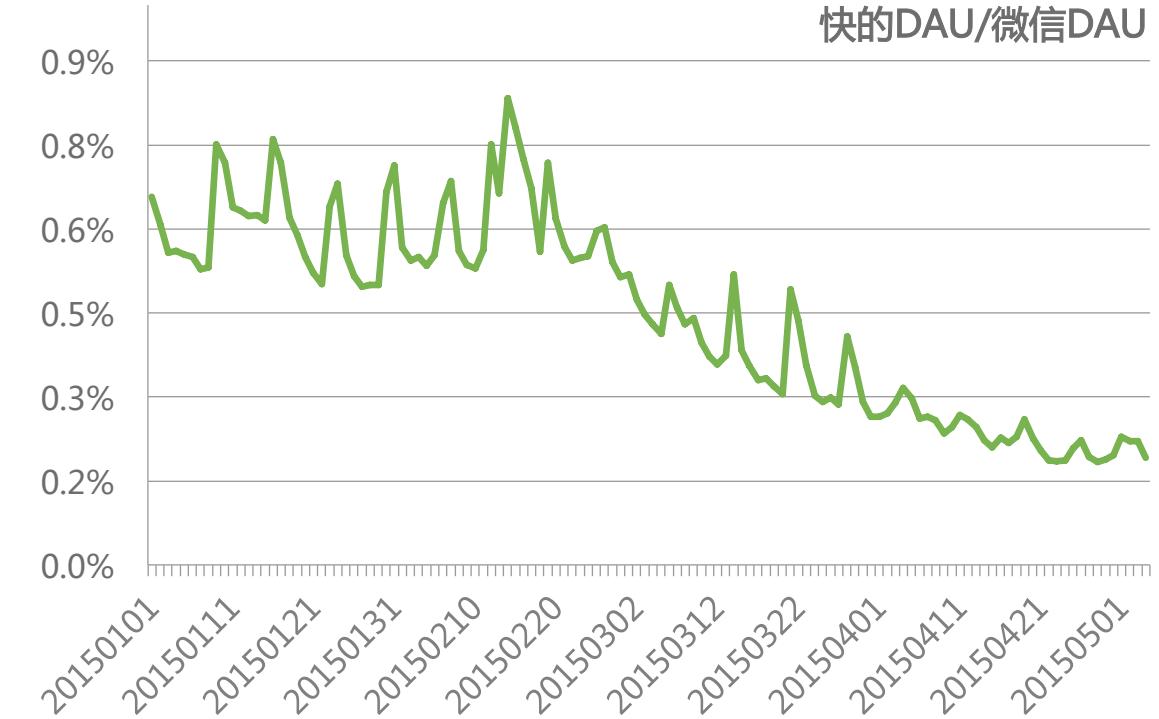
百度外卖和淘点点用户群体更为均衡，未受学生寒假影响



酷狗音乐在用户规模和用户粘性方面稳居第一

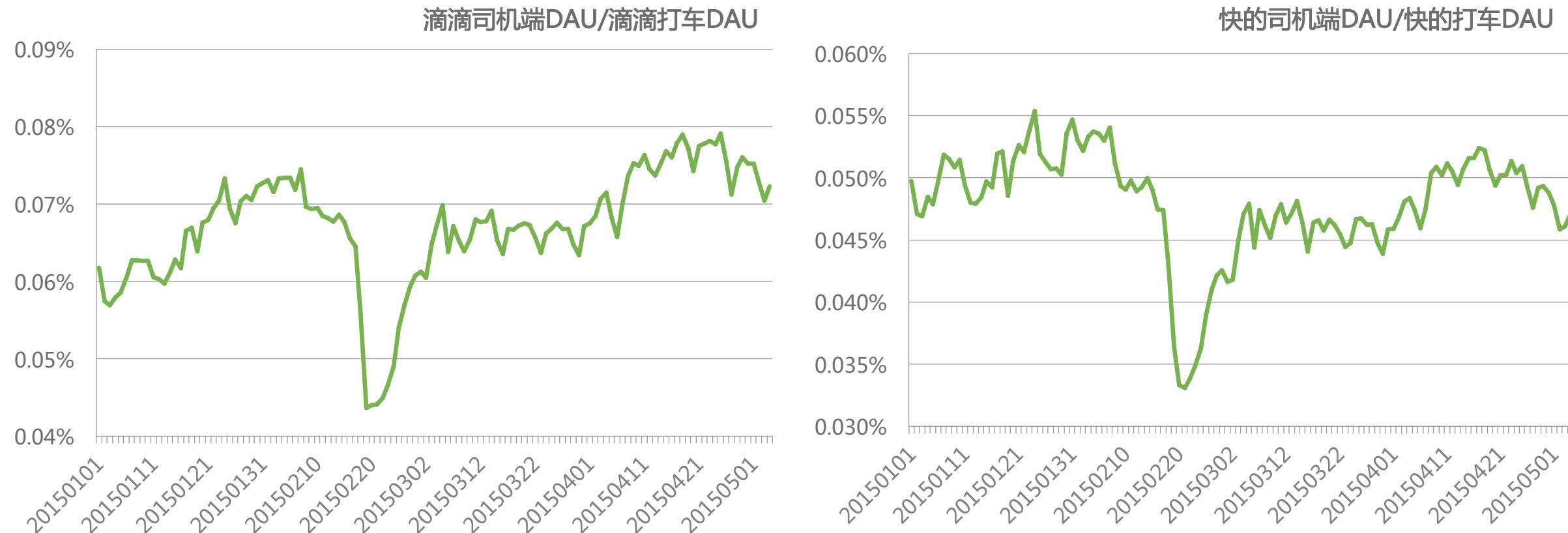


在合并后，滴滴/快的DAU大幅下跌



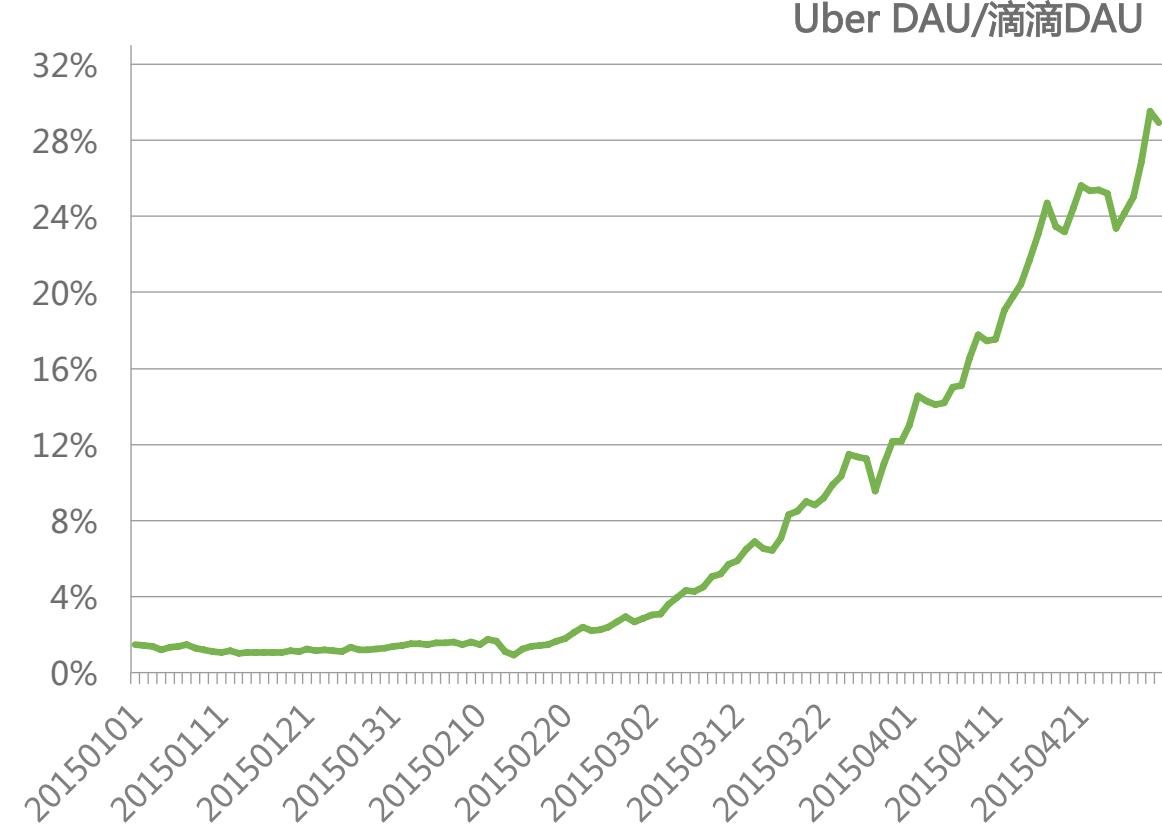
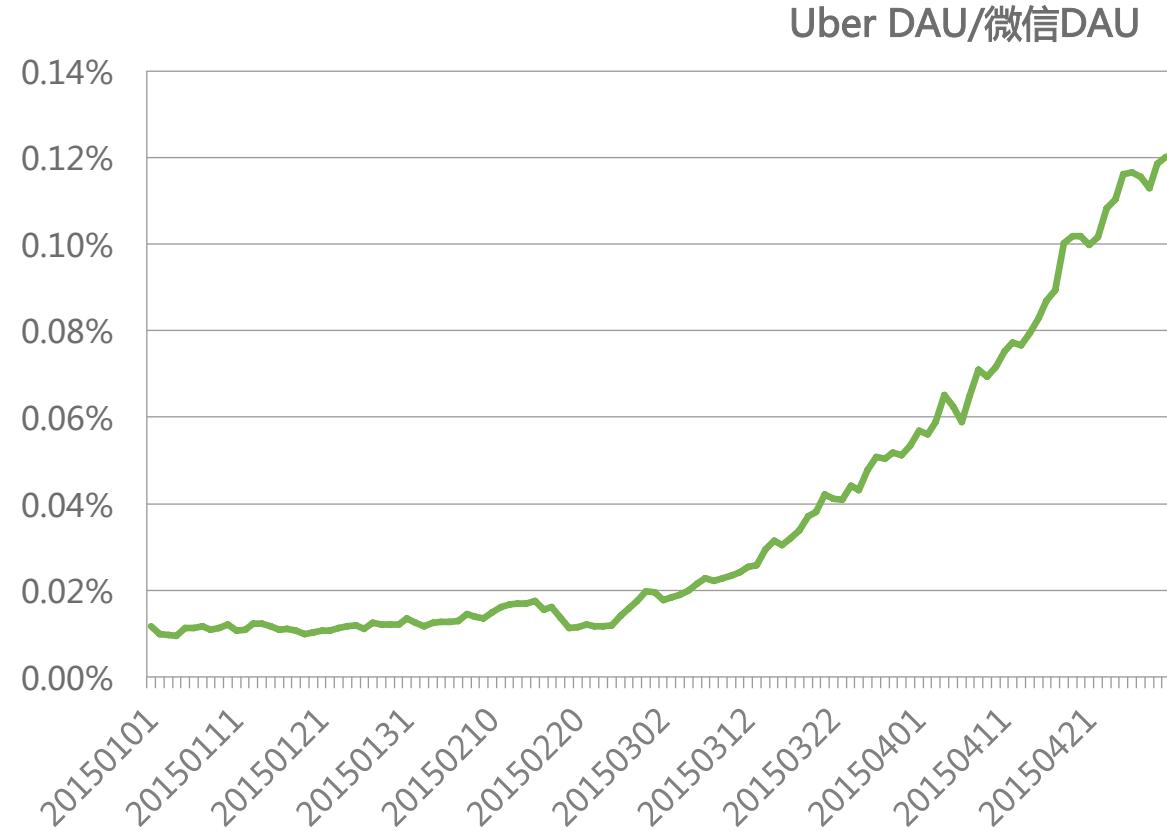
- 滴滴打车与微信的DAU比例从1月份的1%下跌至4月底的0.45%。同样，快的打车与微信的DAU比例也从1月份的0.7%下降至4月底的0.19%。整个打车市场在滴滴/快的合并后无红包刺激的情况下，规模降低了逾50%。

在合并后，滴滴/快的司机端DAU无明显变化

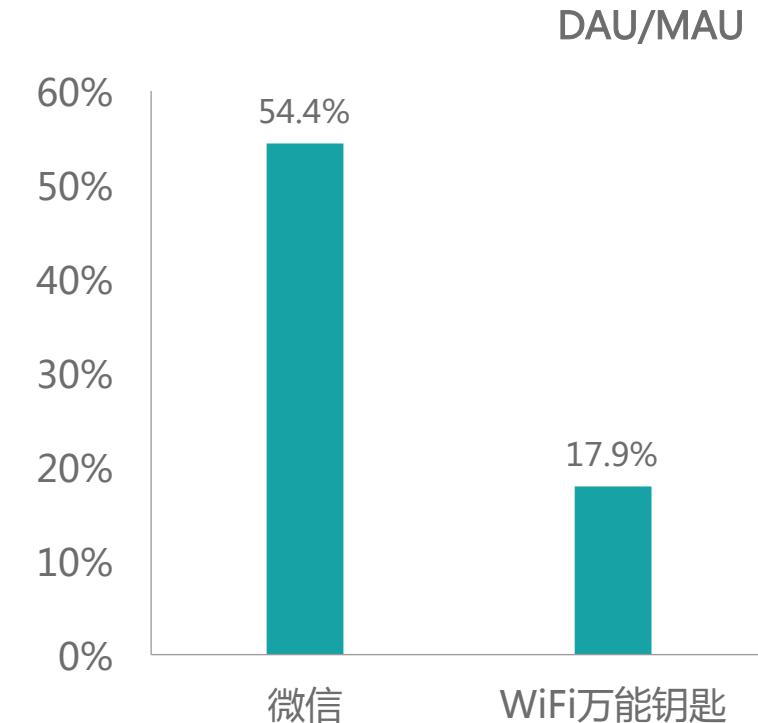
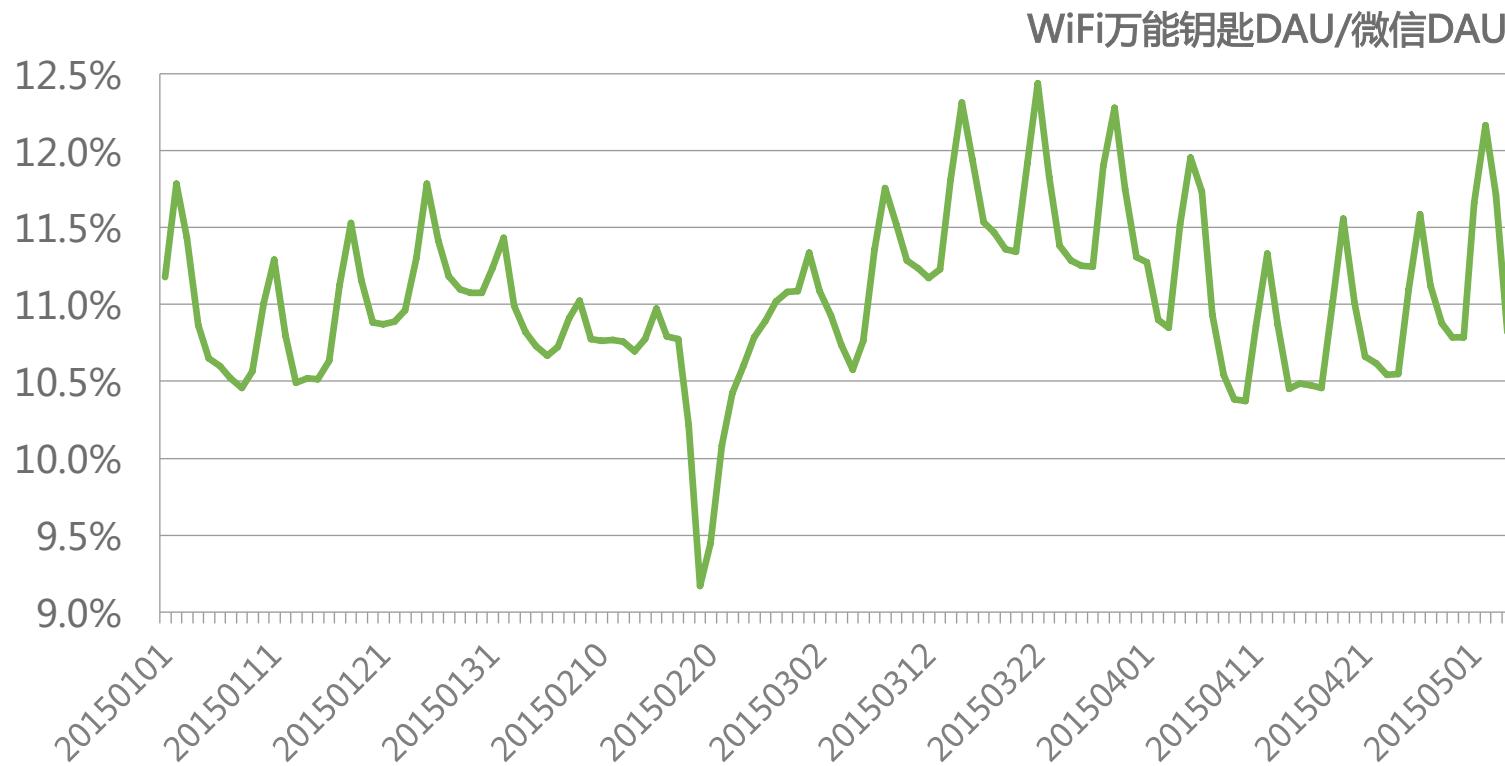


- 在合并后，滴滴/快的司机端DAU无明显变化。对于出租车司机来说，使用打车应用接活儿已成为习惯

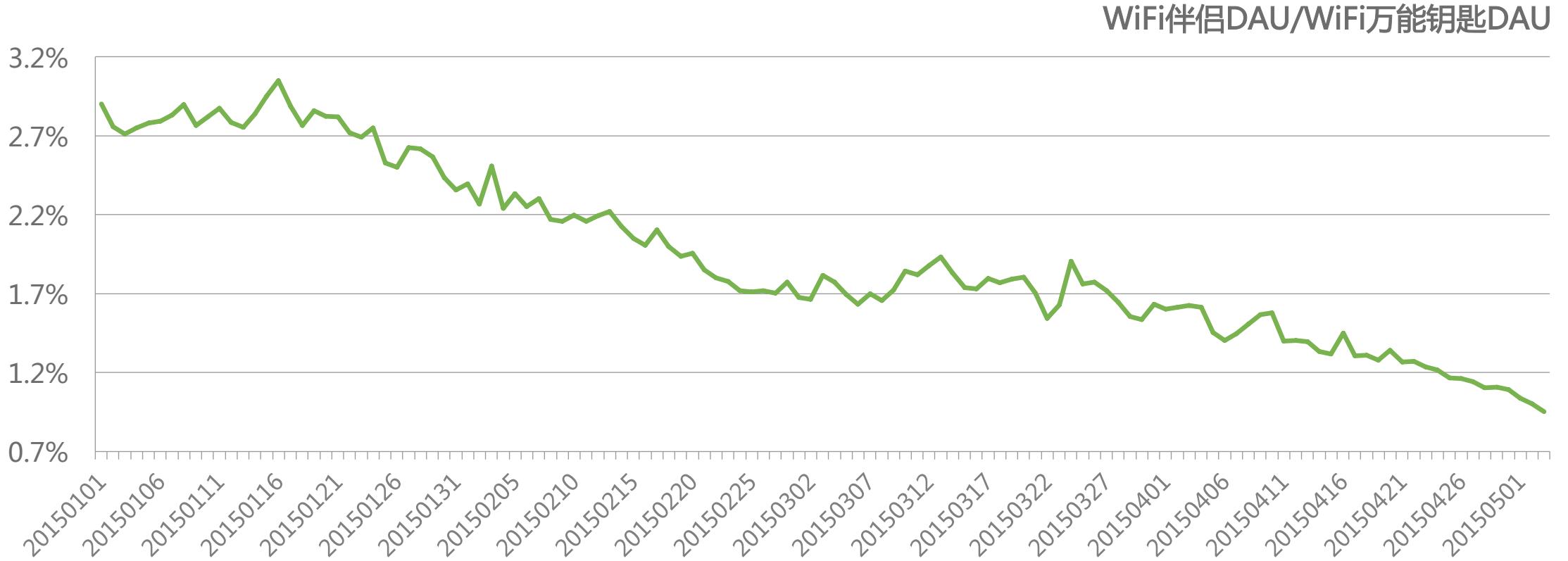
Uber开始在中国发力，DAU火箭式增长12倍 滴滴堪忧！



WiFi万能钥匙DAU约为微信的十分之一 DAU/MAU约为微信的三分之一



WiFi伴侣DAU蒸发约七成





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