

QuestMobile2021 中国移动互联网秋季报告

2021-11-02

本报告研究说明



本报告主要对中国移动互联网2021年Q3的发展和特色的全面盘点

1) 数据选取时间: 2021年1-9月

2) 数据来源:

QuestMobile TRUTH 中国移动互联网数据库

QuestMobile GROWTH 用户画像标签数据库

QuestMobile TRUTH 全景生态流量数据库

QuestMobile AD INSIGHT 广告洞察数据库

QuestMobile NEW MEDIA 新媒体数据库

3) 主要研究模型:

行业发展生命周期理论、行业集中度理论

增长、营销、运营相关:用户增长、细分行业发展及典型APP的发展生命力

用户分层与画像相关: 用户群组聚类、用户行为密度和使用依赖性研究

用户动机与行为关联相关:分析用户行为变更、需求供给和满足、以及产品成长和用户行为关联关系



中国移动互联网发展的新形态

01 从平台整合到平台渗透

跑马圈地的时代已经过去,企业需要细化深入用户需求,通过平台间的相互渗透协作,来覆盖更广泛的用户服务场景

02 从线上拓展到线上整合

各大垂直行业经过多年运营已经形成较为稳定的线上布局,下一步将 进行对线上资源的多元整合

03 从终端服务到场景服务

各大终端厂商全面加入泛终端时代的市场竞争,用户服务正在从基于 终端的功能服务向多终端协作的场景服务跨进

04 从产业带动到产业赋能

随着科技水平的不断提升,各行业均在实现数字化发展,产业数字化规模的不断扩大带动行业从量到质的跨越,正在激发新的动能

05 从数字营销到整合营销

单纯增加投放额度对品牌增长已收效甚微,品牌需要基于用户属性和 诉求,有机的整合品牌资源来进行营销拓展,实现更精细的投放触达

Source: QuestMobile 研究院 2021年10月

D. POST

全面深入的数字化发展带动移动互联网进入历史新阶段

中国移动互联网经过20多年的发展,一直经历着各种改变,对于 () 人们的影响也在不断深入



中国移动互联网发展历程

| 200 | 0年 200 | 8年 201 | 1年 2017 | 7年 2020 | 年,49 |
|----------|--|-------------------------------------|-------------------|------------------------|--------------------------------|
| | 初始萌芽阶段 | 〉培育成长阶段 | 〉快速成长阶段 | 〉转型成长阶段 | > 全面发展阶段 |
| 标志 事件 | 2000年12月 中国移动推出移动互联网 业务品牌:"移动梦网" | 2009年1月 工信部发放3G牌照,中 国正式进入3G时代 | 2011年1月 微信上线 | 2017年1月 微信小程序上线 | 2020年 新冠疫情影响下,全面推 进数字化发展 |
| 手机 终端 | 功能机为主 (塞班、黑莓)智能机 | 功能机->智能机 (安卓、苹果) | 智能机为主 (安卓、苹果) | 国产智能机崛起 | 国产智能机全面崛起 |
| 应用 形式 | WAP | APP (PC端->手机端) | APP (专为手机开发应用) | APP+小程序 | APP、小程序 智能设备应用服务 |
| 主要场景 | 短信、彩信 手机上网 | 上网、社交 | 社交、网购 新闻、搜索 | 社交、网购、短视频 手机游戏、生活服务 | 全面数字化生活 |

Source: QuestMobile 研究院 2021年10月



2020年至今移动互联网的时代变革背景









存量竞争 跨领域

巨头掌控流量通道 新锐增长势力崛起 更加考验运营效率及盈利能力

代际变迁 圈层化

Z世代逐渐崛起 消费及兴趣偏好的变迁 圈层文化下的精细化运营

直播带货 流量粉尘化与营销模式创新 新兴品牌快速发展

新端系统 跨终端

物联网与数字化 智能设备升级 多终端、跨终端布局新机遇

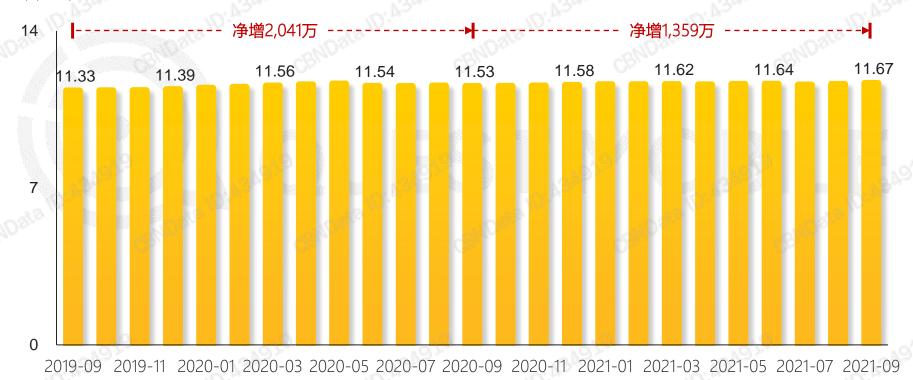
Source: QuestMobile 研究院 2021年10月

移动互联网覆盖逐步趋于饱和下,用户增长有所放缓,规模达到 (11.67亿历史新高



中国移动互联网 月活跃用户规模

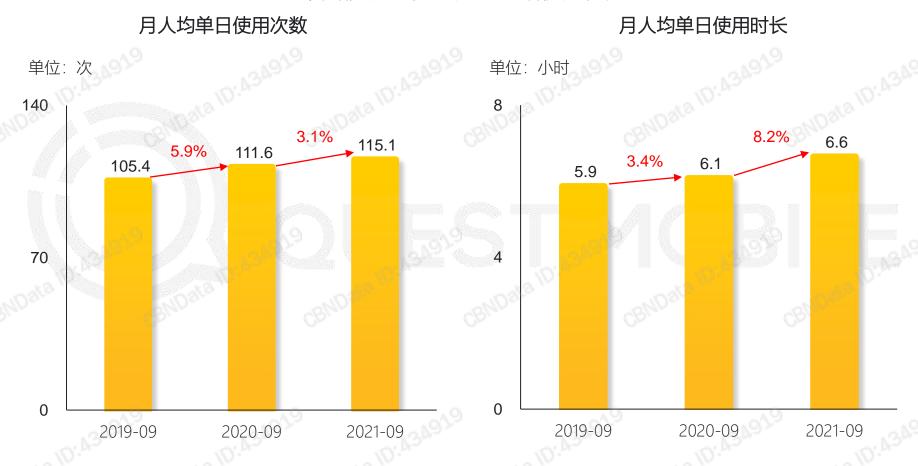




但移动互联网对于用户的影响依然在稳步加深,人们的使用次数(和时长都保持增长态势)



中国移动互联网 用户网络使用行为

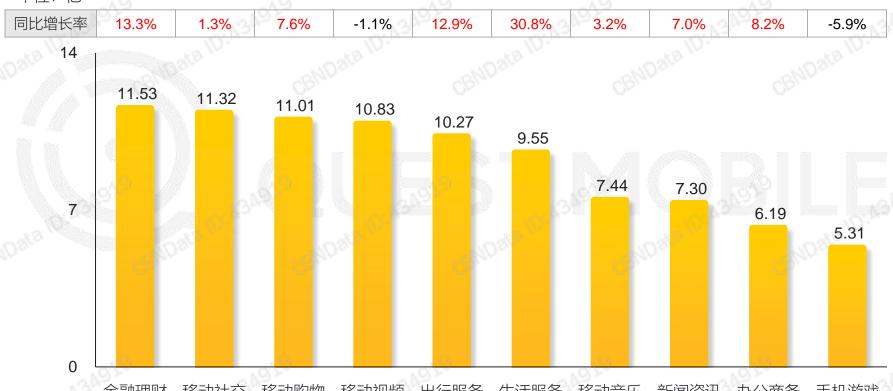


其中生活服务、金融理财、出行服务等垂直领域保持较高增长, 人们生活正在进入全面数字化阶段



2021年9月 中国移动互联网 一级行业 月活跃用户规模TOP10

单位: 亿



金融理财 移动社交 移动购物 移动视频 出行服务 生活服务 移动音乐 新闻资讯 办公商务 手机游戏

注:已剔除系统工具、实用工具等工具类行业

Carried Difference of the Control of

中国移动互联网发展的新形态

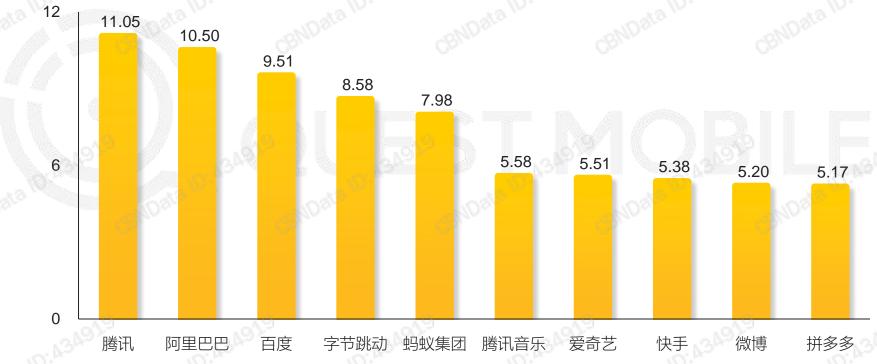
从平台整合到平台渗透



2021年9月 中国移动互联网企业流量TOP10

单位: 亿

| APP个数 | 428 | 111 | 102 | 97 | 3 | 30 | 20 | 16 | 10 | 3 |
|-------|------|------|-------|-------|------|------|------|------|-------|-------|
| 同比增长率 | 1.1% | 8.0% | 10.3% | 22.9% | 5.3% | 2.0% | 0.7% | 9.4% | 11.1% | -0.6% |



企业流量:在统计周期(月)内,该企业下各App用户量的去重总用户数;2、APP个数:该企业下关联的APP总个数; 3、企业下App最新划分以TRUTH全景版产品为准

Source: QuestMobile TRUTH 全景生态流量数据库 2021年9月

行业市场不断细分,复杂的用户需求下,应用平台只是人们在特 (定场景环境中的接触渠道



电子商务典型平台分类及代表性APP

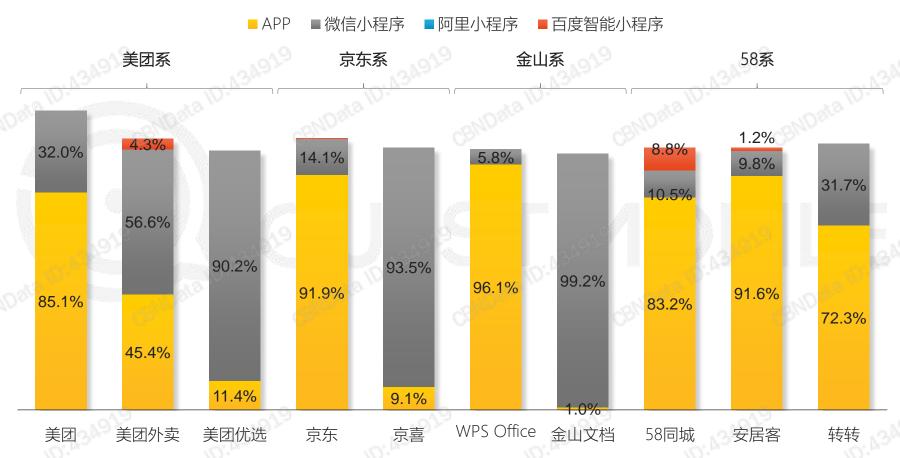


Source: QuestMobile 研究院 2021年10月

存量市场下,用户的接触渠道更加多元,应用间流量的互惠互利成为必然,企业发展离不开超级应用平台的加持



2021年9月 各大垂直领域头部互联网公司 全景流量分布



注: 1、各渠道流量规模占比 = 该渠道用户量 / 去重总用户量; 2、各渠道流量占比低于1%的渠道未做显示

Source: QuestMobile TRUTH 全景生态流量数据库 2021年9月

人们广泛使用不同行业应用的同时,也在不断加深各类应用间的 (相互渗透,企业间更需加强合作提高用户导流



2021年9月 典型头部APP用户中 其他APP用户占比



Company Compan

从线上拓展到线上整合

生活服务、移动购物、办公商务等行业在小程序加持下已形成广 泛的线上布局,并逐步进行资源的有机整合



2021年9月 BAT小程序平台 TOP100 小程序行业分类占比



注:BAT小程序选取占比TOP10行业

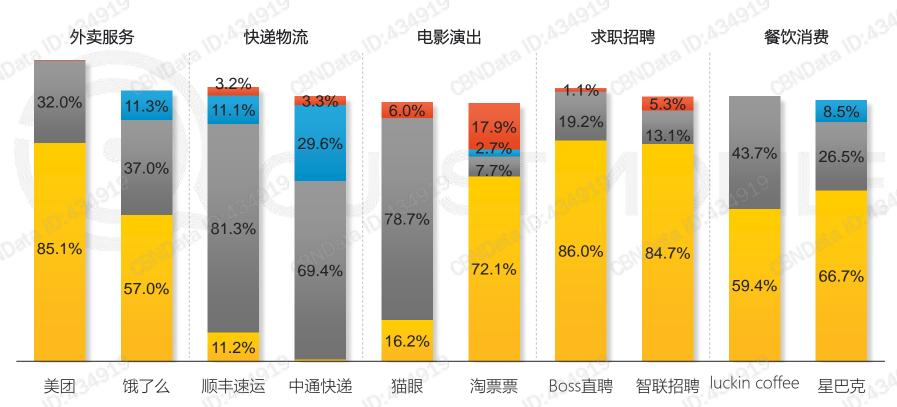
Source: QuestMobile TRUTH 全景生态流量数据库 2021年9月

小程序加速生活服务行业的多元化发展, 使应用服务可以更全面 (的深入用户生活



2021年9月 生活服务细分行业典型应用 全景流量规模占比分布





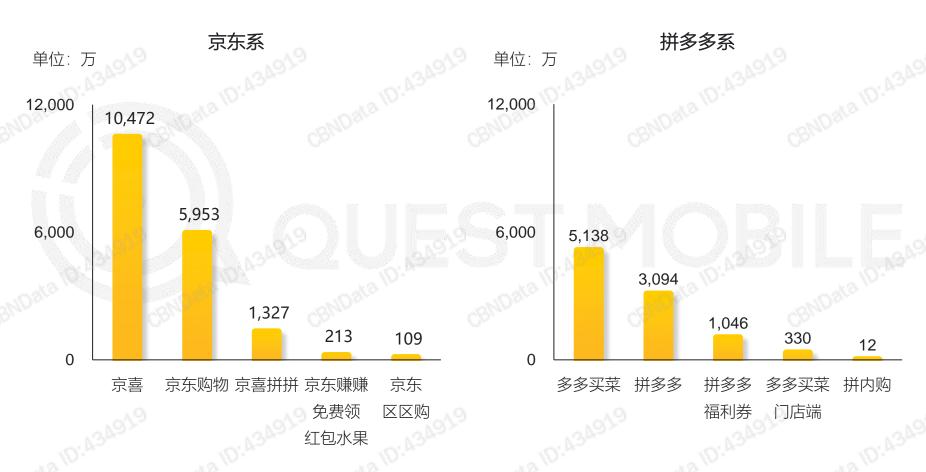
注: 1、各渠道流量规模占比 = 该渠道用户量 / 去重总用户量; 2、各渠道流量占比低于1%的渠道未做显示

Source: QuestMobile TRUTH 全景生态流量数据库 2021年9月

移动电商通过小程序广泛布局细分市场,实现更多元的营销渗透, 扩展营销场景

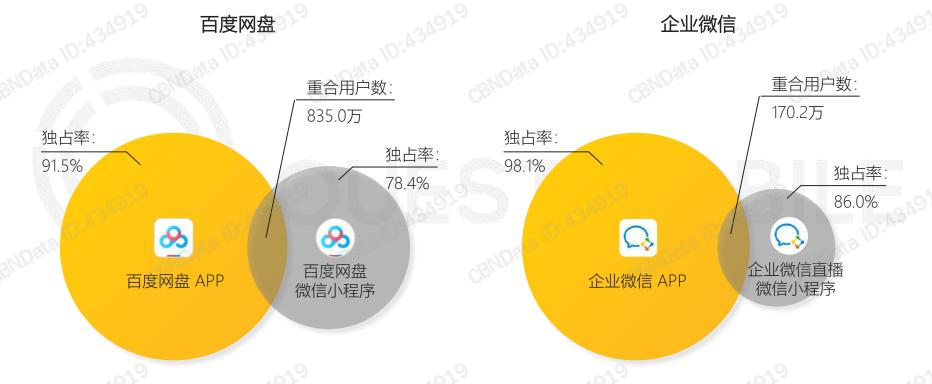


2021年9月 移动购物类微信小程序 月活跃用户规模





2021年9月 办公商务行业典型应用 APP与小程序重合独占情况



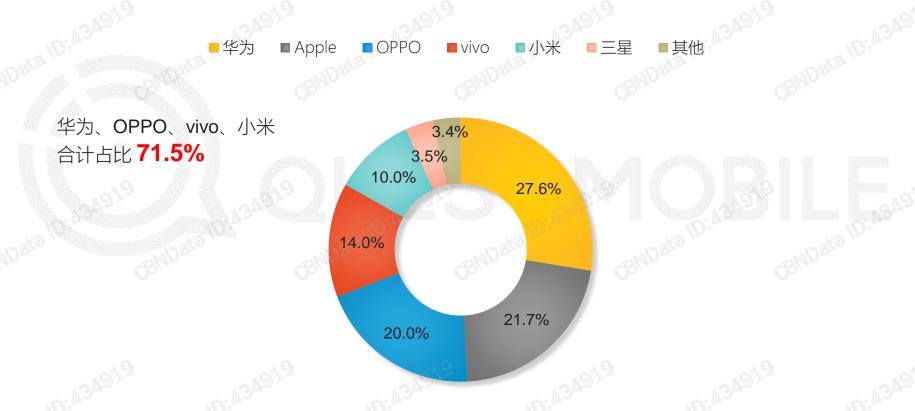
注:1、重合用户数:在统计周期(月)内,所选对比渠道的重合用户总量;2、独占率:在统计周期(月)内,独占用户量占对应渠道用户量的比例;3、这里选取办公商务行业APP和小程序流量占比均大于10%的TOP2应用。

从终端服务到场景服务

智能终端作为用户的第一触点,也在全面加入泛终端时代的市场竞争,各大国产品牌占据着国内市场的绝对份额和发展优势



2021年9月 中国智能终端各品牌活跃设备数量占比



注:华为品牌份额包含荣耀未拆分前机型,荣耀独立运营后发布新机型(2021年1月起)计入荣耀独立品牌,不再算入华为品牌份额。

各大手机厂商依靠自身用户优势全面布局互联网生态,实现对用 户生活的全面渗透



2021年9月 典型智能终端品牌旗下TOP5 APP

OPPO vivo

単位・万

| 十四. 刀 | . 0 | | . 0 | | |
|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 所属行业 | 系统工具 | 实用工具 | 移动视频 | 移动社交 | 金融理财 |
| 端用户占比 | 99.3% | 95.6% | 74.6% | 99.8% | 99.8% |

苗位· 万

| 1 T 1 T . 7 . 7 | . Qi | | | s. Q1 | |
|-----------------|-------|-------|--------|-------|-------|
| 所属行业 | 系统工具 | 移动购物 | 金融理财 | 实用工具 | 智能设备 |
| 终端用户占比 | 99.9% | 98.8% | 100.0% | 99.2% | 76.0% |



注:终端用户占比 = 该APP用户中使用对应品牌智能终端的月活跃用户数/该APP的月活跃用户数

智能设备行业随着技术的发展正在快速增长,各类应用使多终端(间协作形成立体化的服务场景



2021年9月 智能设备行业APP 月活跃用户规模TOP10

单位:万

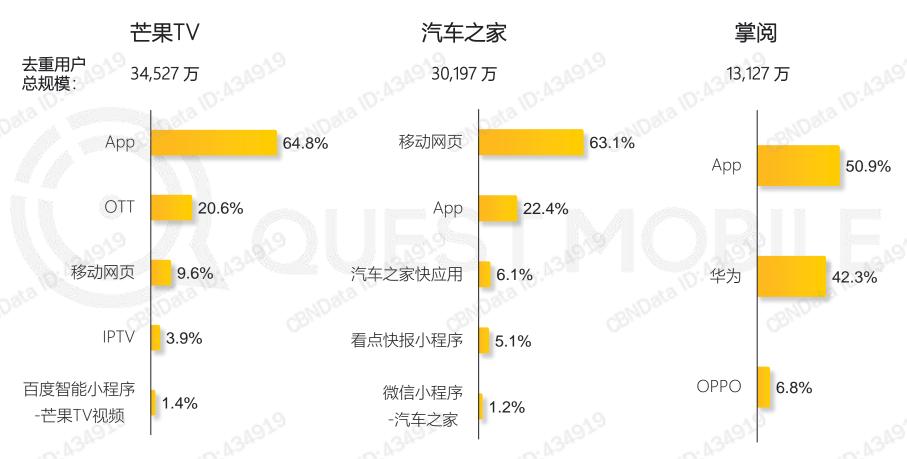
| 同比增长率 27.0% | 15.2% 127.8% | —— 110.2% | 197.5% -8.3% | 25.0% 23.3% | 71.2% |
|-------------|--------------|-----------|--------------|-------------|--------|
| 'O. b. | 10: p- | O. D. | ,O. b. | O. Pr | ACC DE |



各垂直行业也在加速生态流量布局,扩大流量来源的同时也为人 们带来更多元的使用体验,更贴合用户的使用场景



2021年9月 典型应用全景生态流量渠道用户量占比



注:1、以上数据及占比已经过QuestMobile全景生态流量审计;2、选取比例大于1%的生态流量渠道;3、用户量占比:在统计周期(月)内,该渠道用户量占总用户量的比例;4、去重用户总规模:在统计周期(月)内,该应用在各渠道用户量的去重总量(仅对全景流量去重)

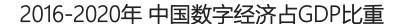
Source: QuestMobile TRUTH 全景生态流量数据库 2021年9月

Company of the control of the contro

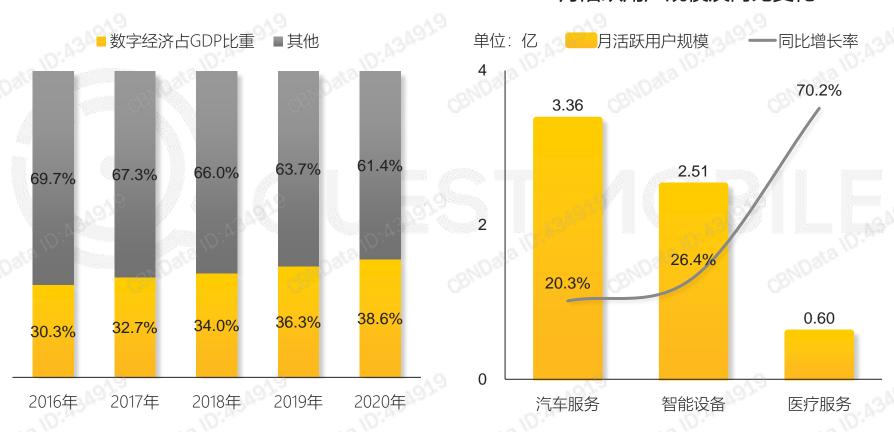
从产业带动到产业赋能

数字经济占据比重越来越大,传统服务产业加速数字化布局,带动行业发展的同时也在激发新的市场动能





2021年9月 移动互联网部分一级行业 月活跃用户规模及同比变化



Source:中国信通院 2021年4月; QuestMobile TRUTH 中国移动互联网数据库 2021年9月

餐饮、零售类企业基于线上的用户积累,构建线上营销矩阵,约 下门店适应数字化发展,与线上渠道形成多元联动

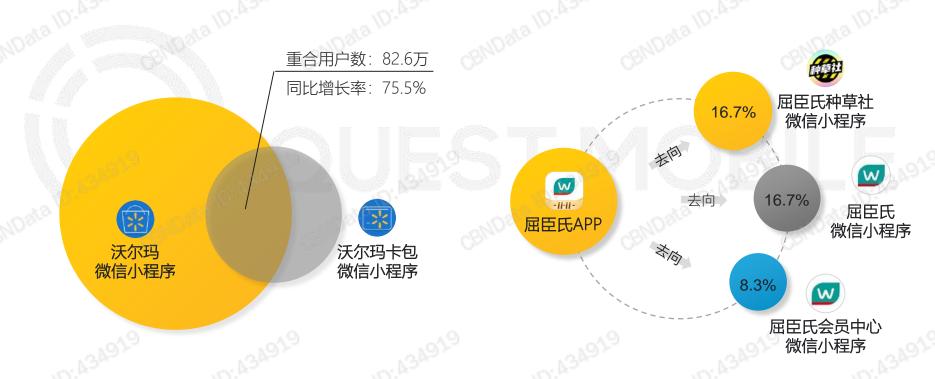


沃尔玛微信小程序矩阵 屈臣氏微信小程序矩阵 拼购 线上 种草 屈臣氏值得拼 商城 沃尔玛 WOW乐惠 沃尔玛 官方旗舰店 权益商城 线上 商城 屈臣氏 官方旗舰店 020 服务 服务 工具 小屈助手 沃尔玛 沃尔玛到家 线下门店 会员 管理 屈臣氏会员中心 屈臣氏e卡 会员 服务 游戏 山姆会员商店 Sams Club 社群 屈臣氏造美星球 屈撸猫吧

Source: QuestMobile 研究院 2021年10月



2021年9月 沃尔玛系 微信小程序间重合情况 2021年8月 屈臣氏系 应用内部渠道去向情况



注:去向占比:在统计周期(周/月)内启动了所选渠道的用户,去往生态内部其他渠道用户数占比。*去向是指下月/周未启动所选渠道用户。

Source: QuestMobile TRUTH 全景生态流量数据库 2021年9月

家电、汽车等制造业厂商加速布局互联网,构建用户服务新图景,《国内品牌正在迎来发展新机遇



2021年9月 典型家电&汽车厂商APP 月活跃用户规模

家电厂商

汽车厂商

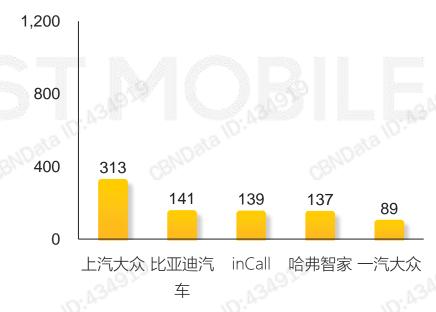
单位:万

| 所属公司 | 步步高 | 美的 | 海尔 | 科沃斯 | 格力 |
|-------|-------|--------|-------|--------|-------|
| 同比增长率 | 25.0% | 144.6% | 79.5% | 141.0% | 68.7% |

单位:万

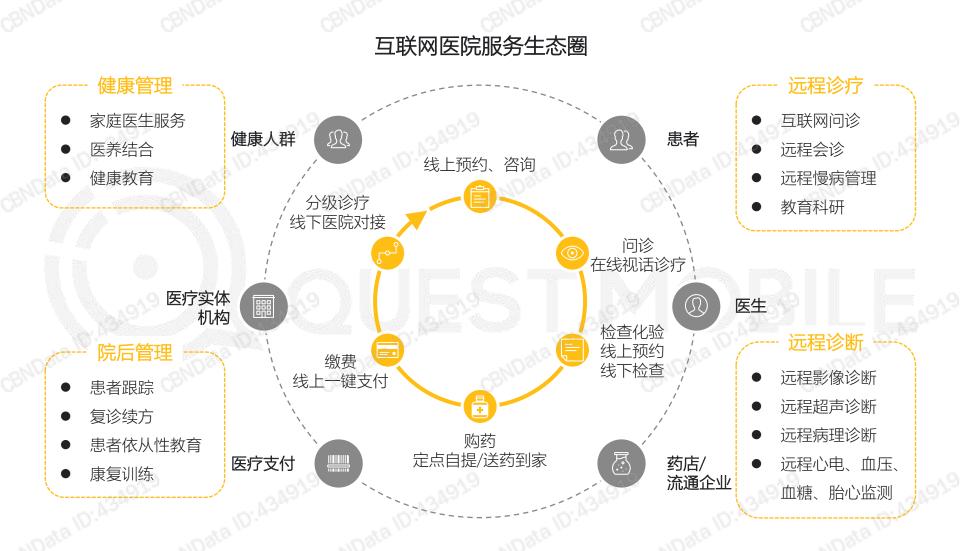
| 所属公司 | 上汽大众 | 比亚迪 | 长安汽车 | 长城汽车 | 一汽大众 |
|-------|---------|--------|--------|--------|--------|
| 同比增长率 | 2124.5% | 129.1% | 105.0% | 151.8% | 190.4% |





互联网全面赋能医疗产业发展,带动市场进入数字化运营发展新 (它) 时代





Source: QuestMobile 研究院 2021年10月

各大企业争相布局互联网医药行业,全线覆盖人们看病医疗的整 (个流程,为用户提供医药服务新体验



医疗服务APP行业 月活跃用户规模TOP10

| 所属行业 | 预约挂号 | 问诊咨询 | 预约挂号 | 问诊咨询 | 问诊咨询 | 医药服务 | 预约挂号 | 预约挂号 | 医药服务 | 预约挂号 |
|------|-------|------|------|------|------|------|-------|------|------|------|
| 所属公司 | 三代人科技 | 平安健康 | 阿里健康 | 人民健康 | 源码悦动 | 观澜网络 | 沈苏自动化 | 万达信息 | 方舟医药 | 科瑞泰 |



从数字营销到整合营销

Q3广告市场增速放缓,广告主投放预算或集中在Q4引爆



2020年Q1-2021年Q3 中国互联网广告市场规模变化



注:参照公开财报数据,结合QuestMobile AD INSIGHT广告洞察数据库进行估算。广告形式为互联网媒介投放广告,不包括直播、软植、综艺节目冠名、赞助等广告形式。

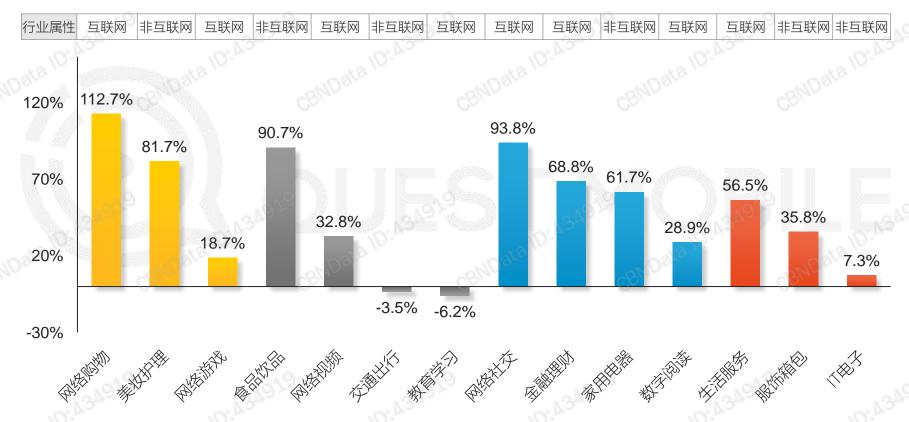
Source: QuestMobile AD INSIGHT 广告洞察数据库,营销研究院 2021年9月

电商重视引流,非大促期依然保持高投放;社交媒介营销价值渐 (增,加大自身广告投放争夺用户,提升自身价值



2021年Q3 广告主行业在互联网广告投放费用同比变化

■ Q3投放费用≥50亿元 ■ 50亿元 > Q3投放费用≥30亿元 ■ 30亿元 > Q3投放费用≥25亿元 ■ 25亿元 > Q3投放费用≥20亿元



注:选取2021年第三季度广告投放费用≥20亿元的广告主行业,根据广告投放费用区间进行归类,并根据同比增长率降序排列。

Source: QuestMobile AD INSIGHT 广告洞察数据库 2021年9月



2021年8月 典型互联网平台818购物节营销案例

典型平台818购物节概述

典型广告主与抖音818好物节投放广告曝光量



1、典型广告案例选取广告标题或素材中包含"818潮流好物节"及相关关键词的广告素材,并统计其广告投放曝光量;2、 素材示例选取广告主在统计周期内投放的广告素材之一,不代表全部广告素材;3、数据统计周期为2021年8月1日-8月18日。

Source: QuestMobile AD INSIGHT 广告洞察数据库,营销研究院 2021年8月

汽车资讯平台积极造势、众多品牌参与,通过"车晚"中的创新玩法增强品牌建设



2021年 汽车之家与易车818汽车购物节概况

车企合作伙伴对比

晚会表演形式与优惠福利对比



汽车之家 818全球汽车夜

5大爱擎主张 N场舞台大秀立体呈现 "完美爱擎夜" 易车 超级818汽车狂欢夜

明星歌舞、MR车型秀 汽车营地: 明星组队游泳大比拼 品牌直播间: 车圈KOL 互动带货

主舞台:

优惠福利

表

演

形

尤

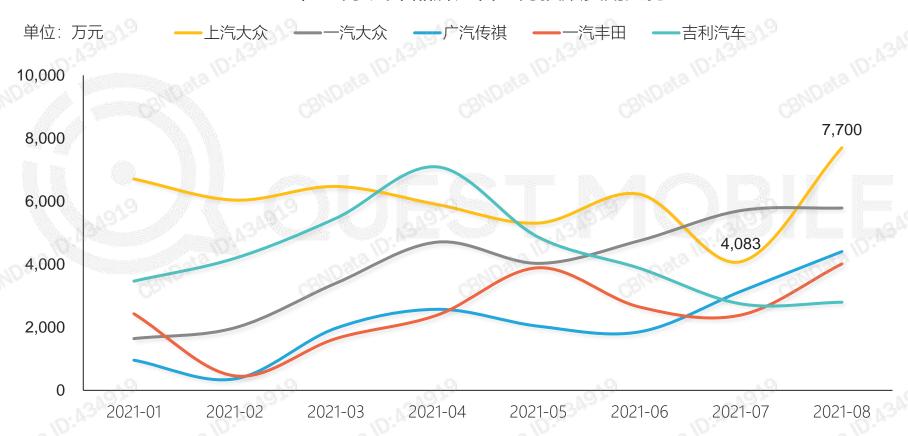
7台优选好车现场发布 21台热议车型1元秒杀 10亿红包开抢 3000+份商品好礼 价值百万超级锦鲤大奖

150+台半价车, 边看晚会边抢购 购车红包、抵扣券、 车款直降等

Source: QuestMobile 营销研究院,公开资料整理 2021年10月



2021年1-8月 汽车品牌广告主月投放费用趋势

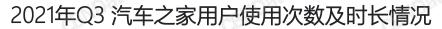


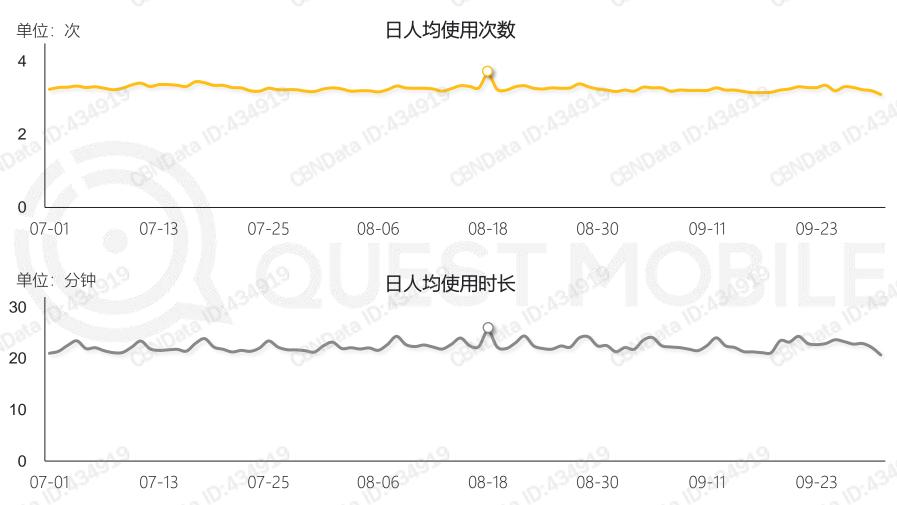
Source: QuestMobile AD INSIGHT 广告洞察数据库 2021年8月

(接上页)



818"车晚"当日,汽车资讯类用户使用频次及时长明显提升,汽车购物节营销有助于提升平台商业价值以及品牌影响力。









品牌联动资源,以高效变现为核心,不断加深与电商的合作



典型品牌整合资源营销示意图



Source: QuestMobile 营销研究院 2021年10月

移动互联网典型行业观察



2021年Q3 中国移动互联网 典型行业发展特点

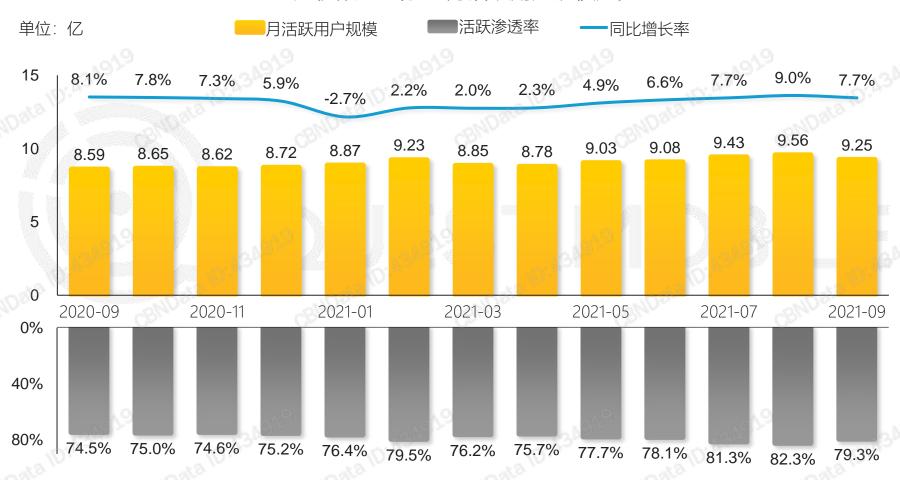


短视频行业

随着短视频花样玩法、精制短视频层出不穷,各大垂直类企业入 论驻短视频平台,短视频成为用户日常获取社会信息的重要渠道,行业活跃渗透率稳步提升



短视频APP行业 月活跃用户规模趋势

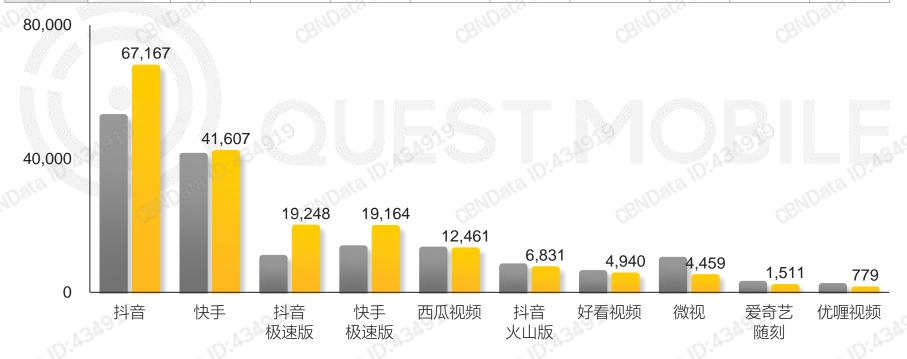


字节系、快手系头部应用增长势头强劲,其他阵营用户流失明显, 行短视频行业马太效应加剧



2021年9月 短视频APP行业 月活跃用户规模TOP10

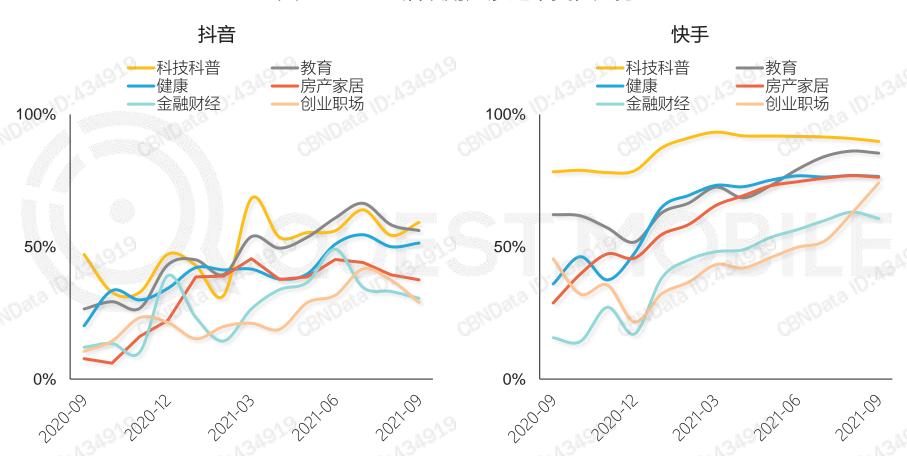
| 所属派系 | 字节系 | 快手系 | 字节系 | 快手系 | 字节系 | 字节系 | 百度系 | 腾讯系 | 爱奇艺旗下 | OPPO旗下 |
|-------|-------|------|-------|-------|-------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 同比增长率 | 28.3% | 2.0% | 88.4% | 46.5% | -2.1% | -11.2% | -12.9% | -53.8% | -39.0% | -56.0% |



内容精品化趋势显现,教育、科技科普、健康等专业化垂直内容释放增长潜能



典型垂直KOL活跃用户渗透率变化趋势



注:活跃用户渗透率:在统计周期内,指定KOL平台中目标KOL行业活跃用户数除以该KOL平台活跃用户数

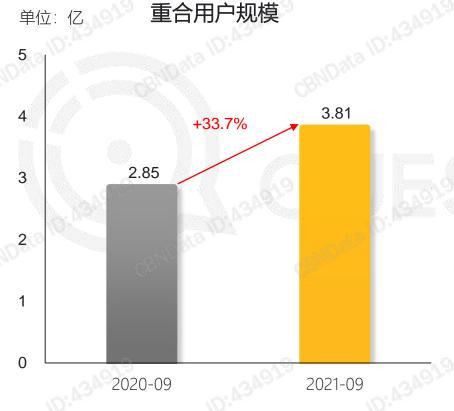
Source: QuestMobile NEW MEDIA 新媒体数据库 2021年9月

短视频平台加深与商业结合,从实体商品拓展到本地服务场景,基于POI打造"线上内容种草+线下实体消费"的模式探索



根据QuestMobile数据,短视频行业与本地生活行业重合用户规模已达3.81亿,同比提升33.7%。

短视频行业与本地生活行业



本地生活营销典型案例

抖音设有本地化吃喝玩乐服务,以打造"品质团购、限时优惠"为宗旨,带领全网用户在线上看短视频、直播抢购优惠券,线下实体到点享优惠。



抖音优惠团购



抖音吃喝玩乐榜

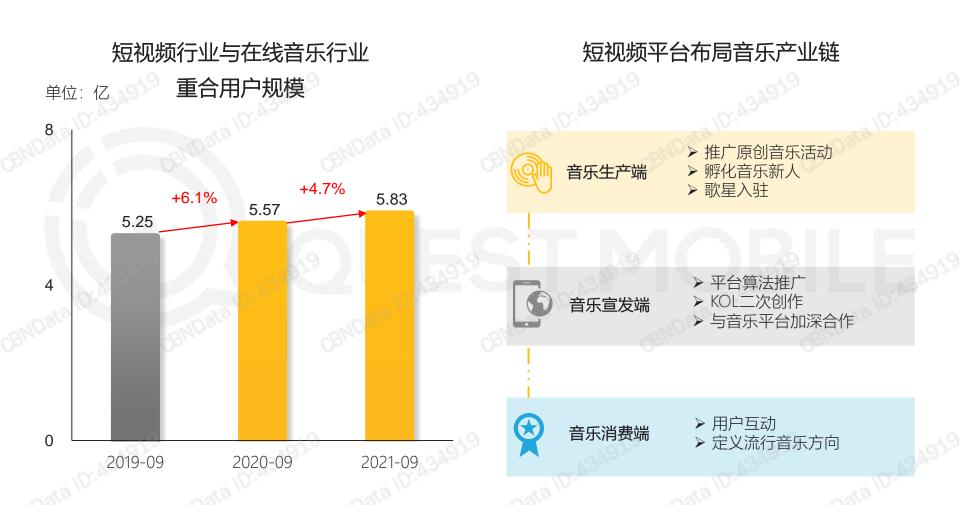


达人探店抢优惠

短视频平台深耕音乐领域,"短视频+音乐"视听结合的呈现方式, 在用户互动及二次创作等助推下,打造音乐全新宣发效果



根据QuestMobile数据,短视频与在线音乐重合用户规模逐年攀升,2021年9月已达5.83亿,"音乐"连接平台协同发展。



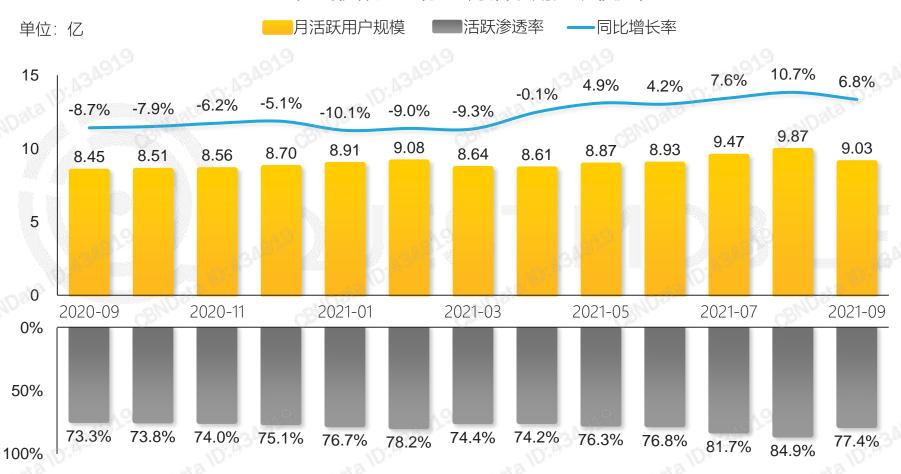
3 Details

在线视频行业

三季度正值暑期,在线视频行业接连迎来多档大事件,2020年东 京奥运会激烈展开、王牌音乐综艺回归、网剧火热来袭,全民聚 焦在线视频端,用户活跃规模稳中有升



在线视频APP行业 月活跃用户规模趋势



暑期档作为迸发爆款作品重要档期,各大在线视频平台火力全开, 热播综艺及热播剧带动在线视频APP增长



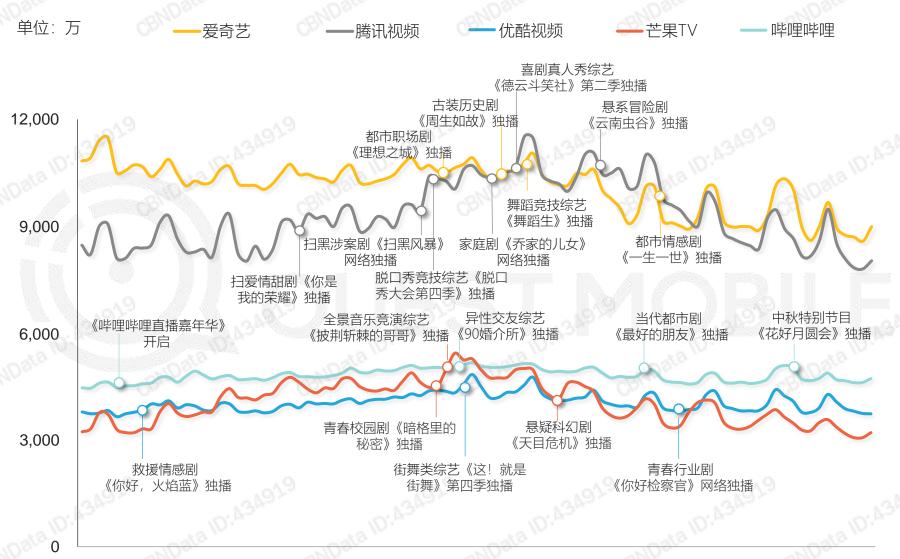
单位: 亿

2021年9月 在线视频APP行业 月活跃用户规模 TOP10

| 同比增长率 | 0.7% | -2.9% | 2.4% | 16.4% | 37.9% | 20.8% | -39.1% | 232.2% | 3.8% | -55.5% |
|--------|------|---|-----------|--------------|------------|-------------|----------|--------|------|--------|
| Data 6 | 5.30 | | | | | | | | | |
| | | 4.59 | | | | | | | | |
| 4 | 99 | | | | | | | | | |
| 0818 | | 090 1010 | 2.30 | 2.24 | | | | | | |
| 2 | Co. | | 9,1 | | 1.61 | | | | | |
| 0 | .0 | | | | | 0.37 | 0.34 | 0.20 | 0.17 | 0.16 |
| | 巫大# | 14、17、14、14、14、14、14、14、14、14、14、14、14、14、14、 | /大型化子四 小五 | \ | ntknæntknæ | 古는 다기 그 / 🥌 | 4 1 4m+z | 는 ADIE | | |



2021年Q3 在线视频行业APP DAU TOP5



2021-07-01 2021-07-11 2021-07-21 2021-07-31 2021-08-10 2021-08-20 2021-08-30 2021-09-09 2021-09-19 2021-09-29



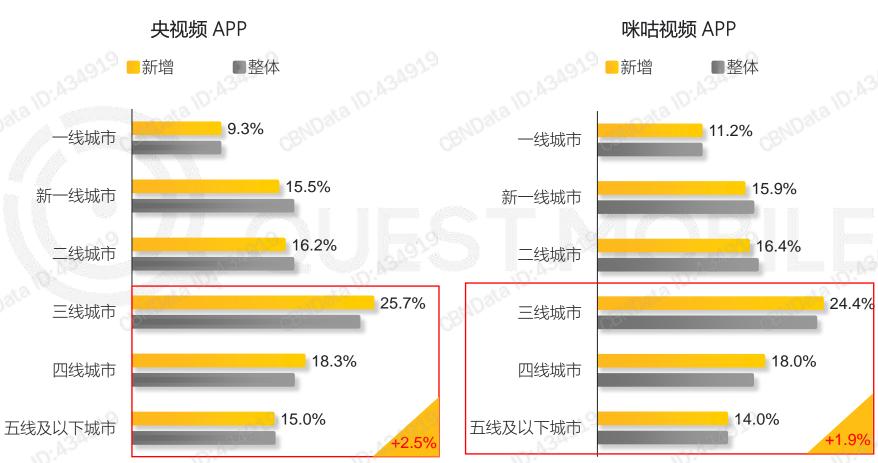
2021年Q3 央视频、咪咕视频APP DAU变化趋势



2021-07-01 2021-07-11 2021-07-21 2021-07-31 2021-08-10 2021-08-20 2021-08-30 2021-09-09 2021-09-19 2021-09-29



2021年8月 央视频、咪咕视频APP及各自新增用户画像分布对比



注: 1、新增用户指本月新安装活跃用户,新安装活跃用户: 在统计周期(月)内,安装后并启动过该App的用户; 2、下沉市场指三线及以下城市

Source: QuestMobile GROWTH 用户画像标签数据库 2021年8月

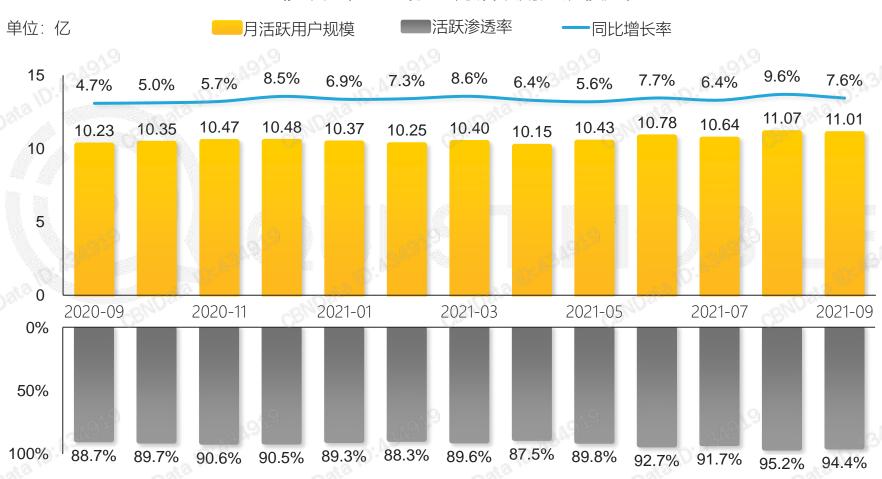
Sold Silvers

移动购物行业

行业用户规模在去年突破10亿量级后,网购作为在线经济的重要组成部分,用户规模迎来新高峰,今年三季度突破11亿大关



移动购物APP行业 月活跃用户规模趋势

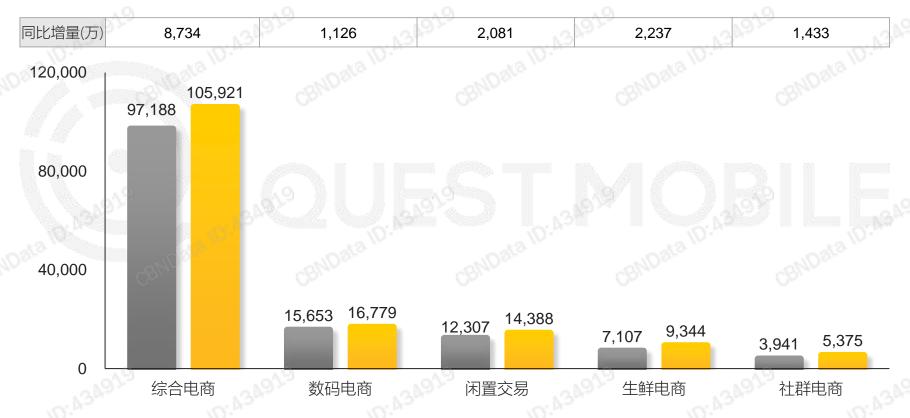


以淘宝、拼多多、京东为代表的综合电商行业用户规模也突破10亿量级,生鲜电商行业明显增长,用户规模增量居电商行业第二



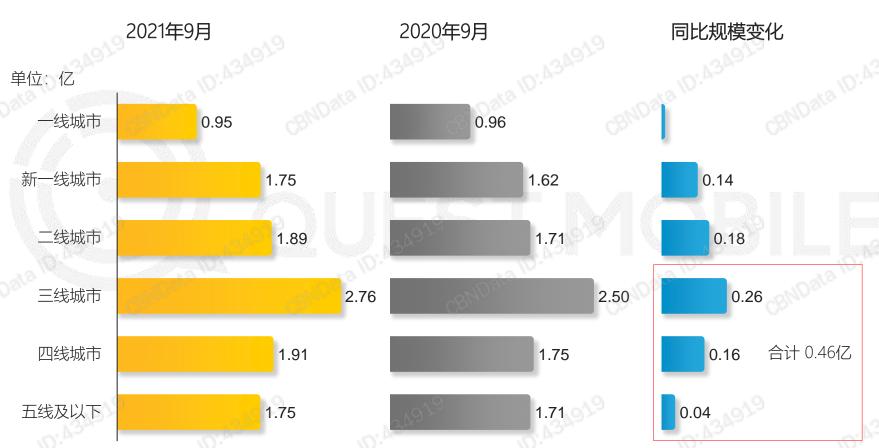
移动购物行业细分行业 月活跃用户规模





注:选取月活跃用户规模TOP5细分行业

移动购物行业各城市等级用户规模



注: 变化=某城市等级在2021年9月的活跃用户规模 - 2020年9月的活跃用户规模, 小数点已四舍五入

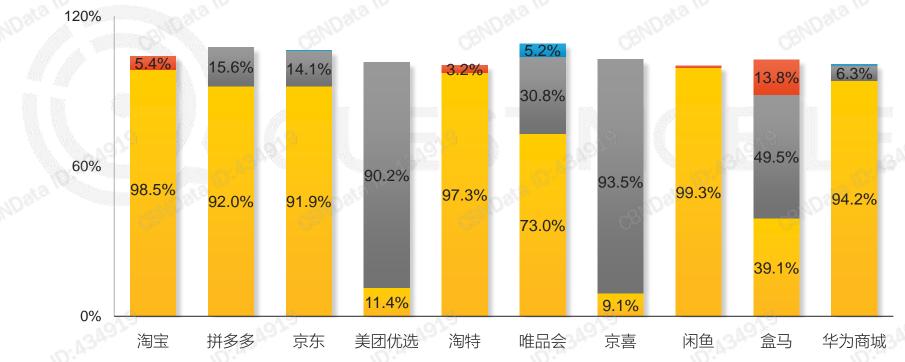
Source: QuestMobile GROWTH 用户画像标签数据库 2021年9月

移动购物行业在全景流量视角下,行业格局发生改变,美团优选、 QUEST MOBILE 京喜、盒马等平台基于来自小程序的生态流量,通过社交裂变及 线下场景获得巨量用户规模

2021年9月 移动购物行业TOP10 全景流量规模占比分布

■APP ■微信小程序 ■百度智能小程序 ■阿里小程序

| 所属行业 | 综合电商 | 综合电商 | 综合电商 | 社区团购 | 综合电商 | 综合电商 | 综合电商 | 闲置交易 | 生鲜电商 | 数码电商 |
|-----------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|-------|-------|
| 去重总用户量(万) | 85,956 | 56,097 | 42,705 | 14,870 | 14,599 | 12,453 | 12,431 | 11,274 | 5,986 | 5,184 |



注: 1、去重总用户量: 在统计周期(周/月)内,该应用在各渠道用户量的去重总量(仅对全景流量去重); 2、各渠道流量规模占比 = 该渠道用户量 / 去重总用户量 3、各渠道流量占比低于1%的渠道未做显示

Source: QuestMobile TRUTH 全景生态流量数据库 2021年9月

阿里系凭借淘特APP,进一步加强下沉流量撷取;另一方面,以 华为、vivo、小米为代表的数码设备终端厂商,也在不断加强自 营直营电商体系,三者合计去重达1.3亿活跃用户



2021年9月 移动购物APP行业 TOP10 用户规模

单位: 亿

| 三线及以 城市占比 | 56.7% | 62.0% | 52.2% | 60.8% | 48.5% | 61.2% | 56.1% | 61.2% | 54.9% | 15.6% |
|-----------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 所属行业 | 综合电商 | 综合电商 | 综合电商 | 综合电商 | 闲置交易 | 综合电商 | 数码电商 | 数码电商 | 数码电商 | 生鲜电商 |



社区团购模式仍是生鲜行业追捧的热点,基于强社交关系场景,社区团购类平台在小程序端流量持续增加



生鲜电商APP行业 月活跃用户规模 TOP10

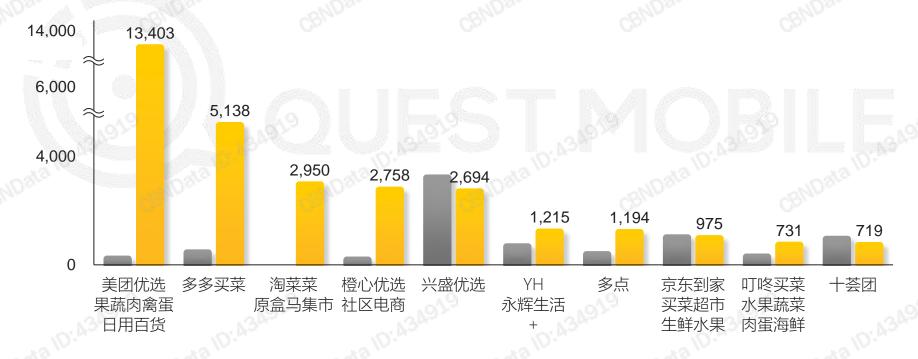
| 所属模式 | 前置仓 | 到家+到店 | 到家+到店 | 020 | 前置仓 | 到家+到店 | 到家+到店 | 前置仓 | 前置仓 | 社区团购 |
|-------|-------|-------|--------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|-------|
| 同比增长率 | 94.2% | 48.4% | -10.4% | -5.9% | 15.5% | 68.5% | 38.8% | 21.2% | -11.1% | 23.1% |





生鲜电商微信小程序 月活跃用户规模 TOP10

| 所属模式 | 社区团购 | 社区团购 | 社区团购 | 社区团购 | 社区团购 | 到家+到店 | 到家+到店 | 020 | 前置仓 | 社区团购 |
|-------|---------|---------|----------------|---------|--------|-------|--------|-------|--------|--------|
| 同比增长率 | 6012.6% | 1052.0% | 2020年10 月上线 | 1426.3% | -15.9% | 81.0% | 208.9% | -2.7% | 147.9% | -24.2% |



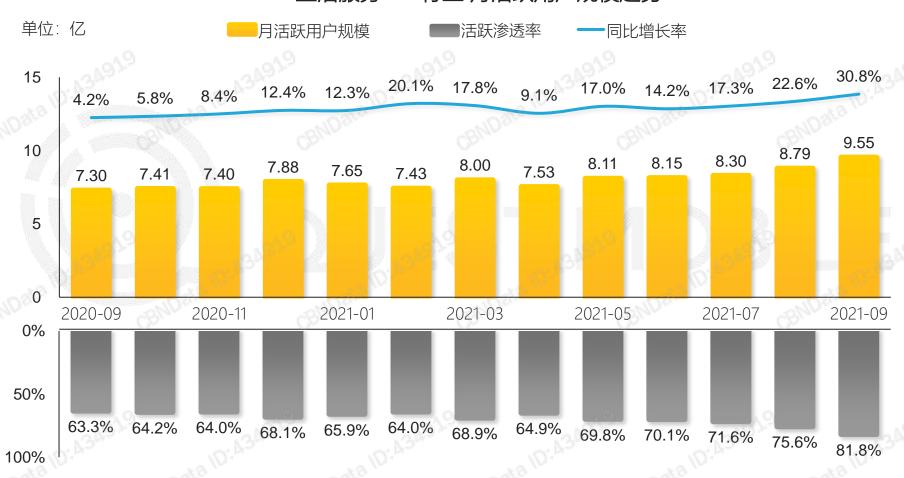
Some South and the second of t

生活服务行业

生活服务行业数字化进一步提升,互联网提供的生活服务场景越来越丰富,行业用户规模保持增长



生活服务APP行业 月活跃用户规模趋势

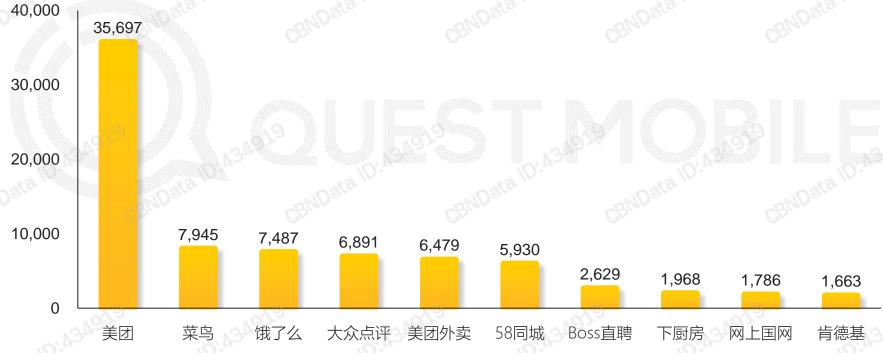


单位:万



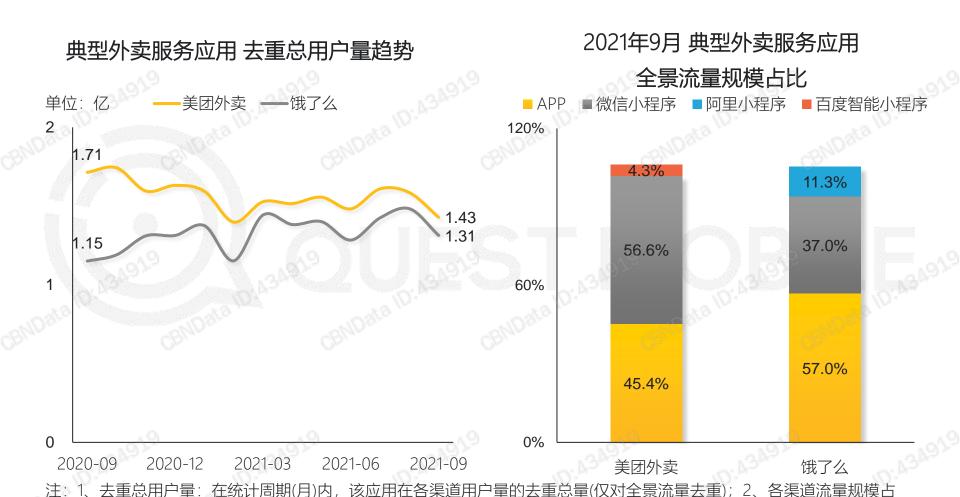
2021年9月 生活服务APP行业 月活跃用户规模 TOP10

| 所属行业 | 本地生活 | 快递物流 | 外卖服务 | 本地生活 | 外卖服务 | 分类信息 | 求职招聘 | 美食菜谱 | 分类信息 | 外卖服务 |
|-------|-------|-------|-------|-------|------|-------|-------|------|-------|-------|
| 同比增长率 | 25.8% | 31.8% | 27.7% | 15.6% | 5.3% | -9.8% | 31.7% | 2.5% | 38.0% | 21.7% |



注:生活服务行业选取本地生活、快递物流、外卖服务、分类信息、求职招聘、美食菜谱细分行业MAU≥1,000万TOP10APP



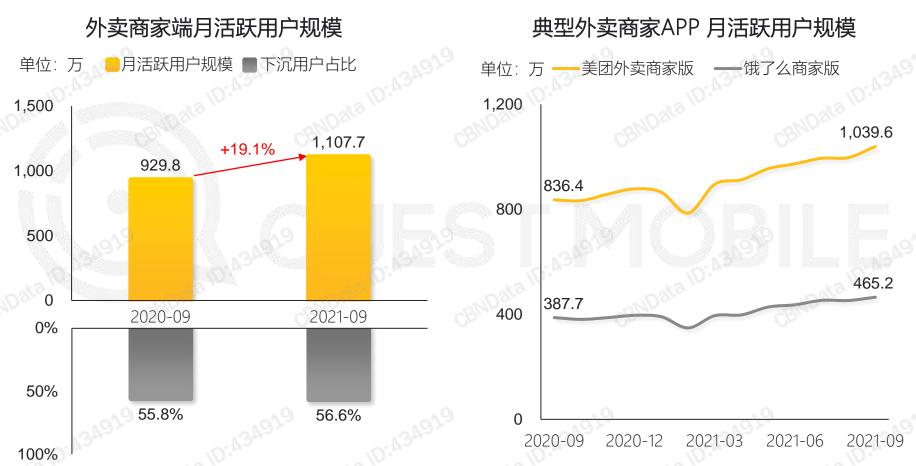


Source: QuestMobile TRUTH 中国移动互联网数据库 2021年9月; QuestMobile TRUTH 全景生态流量数据库 2021年9月

比 = 该渠道用户量 / 去重总用户量

餐饮数字化升级趋势下,加速供给端餐饮商家线上化进程,外卖商家版用户规模持续提升,外卖下沉市场不断打开





注:1、外卖商家端指美团外卖商家版、饿了么商家版加总去重用户;2、下沉用户指三线及以下城市用户

招聘平台加深对多元求职群体的覆盖,针对蓝领、公考人群的垂直类求职平台流量提升显著



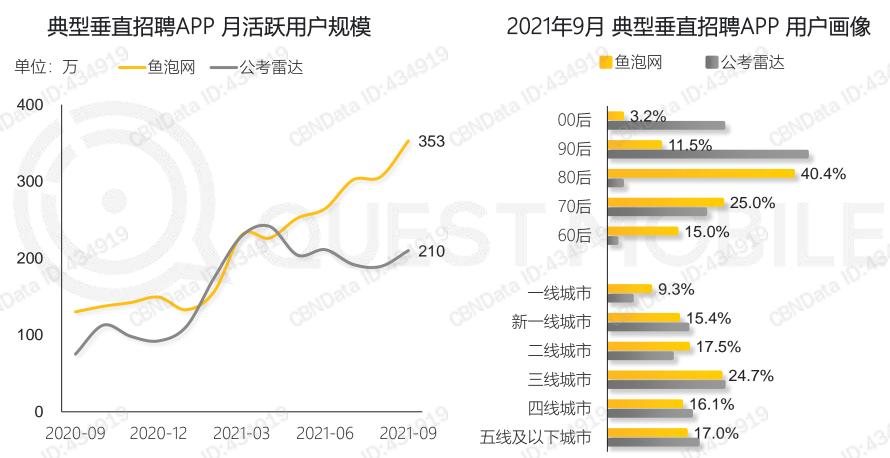
2021年9月 求职招聘APP 月活跃用户规模 TOP10

| | 单作 | \ | | 万 |
|---|----|--------------|--|---|
|---|----|--------------|--|---|

| 平台特征 | 垂直平台 | 综合平台 | 综合平台 | 垂直平台 | 垂直平台 | 综合平台 | 垂直平台 | 垂直平台 | 垂直平台 | 垂直平台 |
|-------|-------|-------|--------|-------|-------|--------|--------|--------|--------|-------|
| 同比增长率 | 31.7% | 24.4% | -11.3% | 30.0% | 28.5% | -10.2% | 171.4% | -15.6% | 179.8% | 21.5% |







注: 1、典型垂直招聘APP选取2021年9月MAU≥100万且同比提升≥100%; 2、鱼泡网为专注建筑业、装修等行业招工平台,公考雷达为专注全网公职考试信息同步及服务平台。

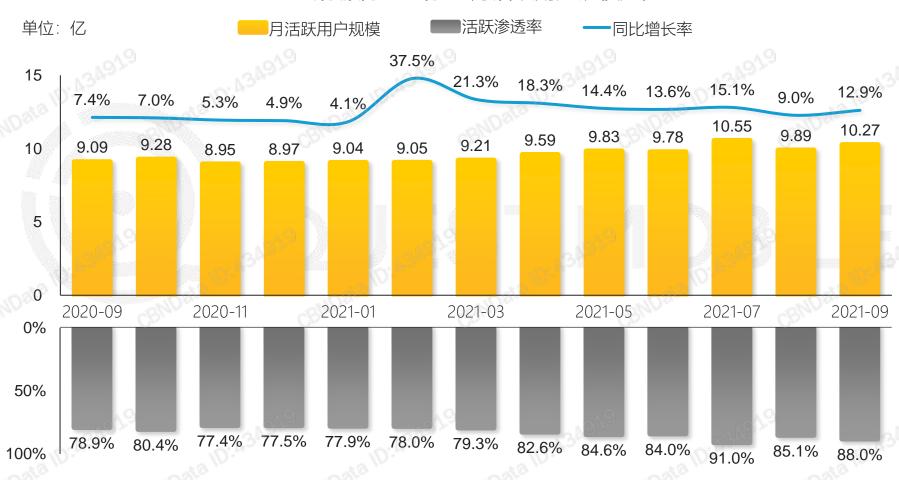
Source: QuestMobile TRUTH 中国移动互联网数据库 2021年9月; QuestMobile GROWTH 用户画像标签数据库 2021年9月

出行服务行业

伴随我国有效防疫和新冠疫苗全民接种,居民出行更加放心,移 心动互联网在出行服务领域突破10亿量级大关



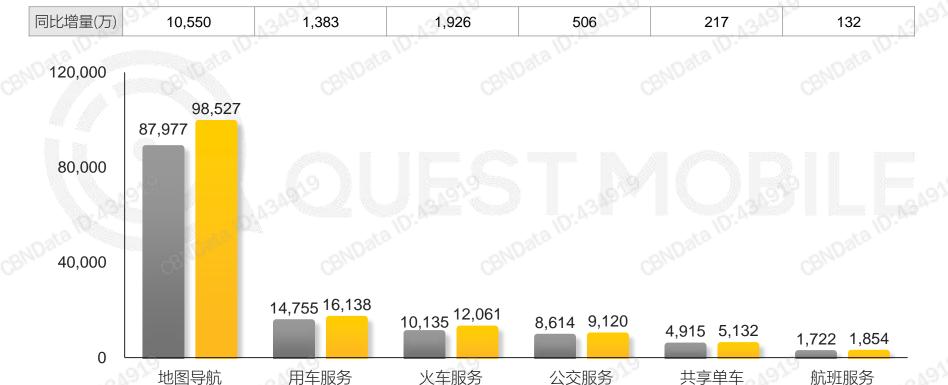
出行服务APP行业 月活跃用户规模趋势



出行服务行业中各细分行业均呈现不同程度的规模增长, 地图类 应用流量增长迅猛



出行服务细分行业 月活跃用户规模



注: 同比增量=某细分行业在2021年9月活跃用户规模 - 2020年9月活跃用户规模

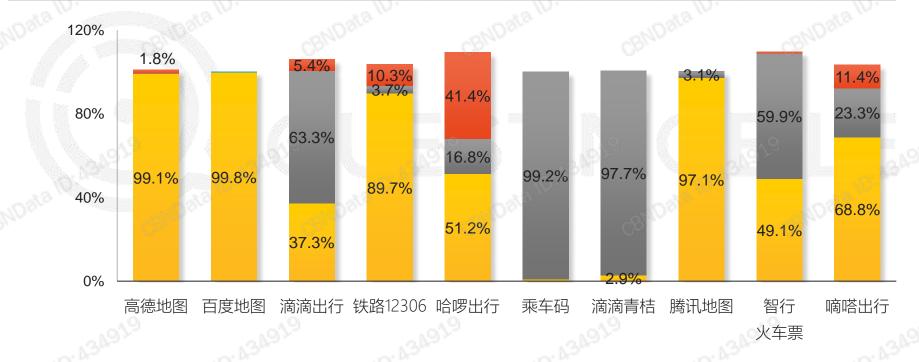
以高德地图、百度地图为代表的地图类应用,通过与汽车资讯、 用车服务进行异业合作,拓展应用服务场景



2021年9月出行服务行业TOP10 全景流量规模占比分布

| APP | ■微信小程序 | ■百度智能小程序 | ■阿里小程序 |
|--------|--|----------|---------------------------|
| / (! ! | — \\\\\\\\\\\\\\\\\\\\\\\\\\\\\\\\\\\\ | | _ - - - - - - |

| 所属行业 | 地图导航 | 地图导航 | 用车服务 | 火车服务 | 共享单车 | 公交服务 | 用车服务 | 地图导航 | 火车服务 | 用车服务 |
|-----------|--------|--------|--------|--------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 去重总用户量(万) | 65,845 | 48,709 | 22,818 | 11,179 | 8,576 | 5,876 | 5,786 | 5,362 | 3,016 | 2,646 |



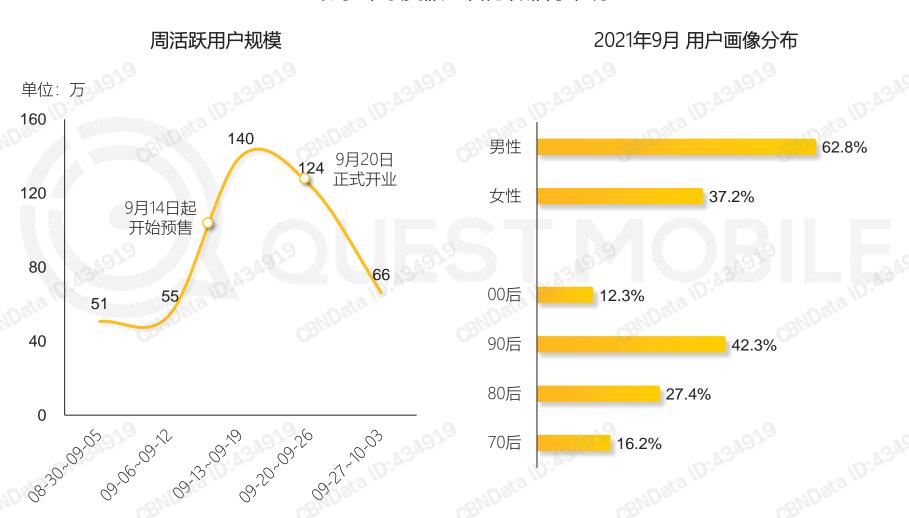
注: 1、智行火车票全称为: 智行火车票12306高铁抢票; 2、各渠道流量规模占比 = 该渠道去重用户量 / 去重总用户量; 3、各渠道流量规模占比低于1%未显示

Source: QuestMobile TRUTH 全景生态流量数据库 2021年9月

安心的出游环境下,热门景区迎来客流高峰,我国首家环球影城开业以来,使用者多为30岁以下男性用户



北京环球度假区官方微信小程序



Source:<mark>QuestMobile</mark> TRUTH 中国移动互联网数据库 2021年9月;<mark>QuestMobile</mark> GROWTH 用户画像标签数据库 2021年9月

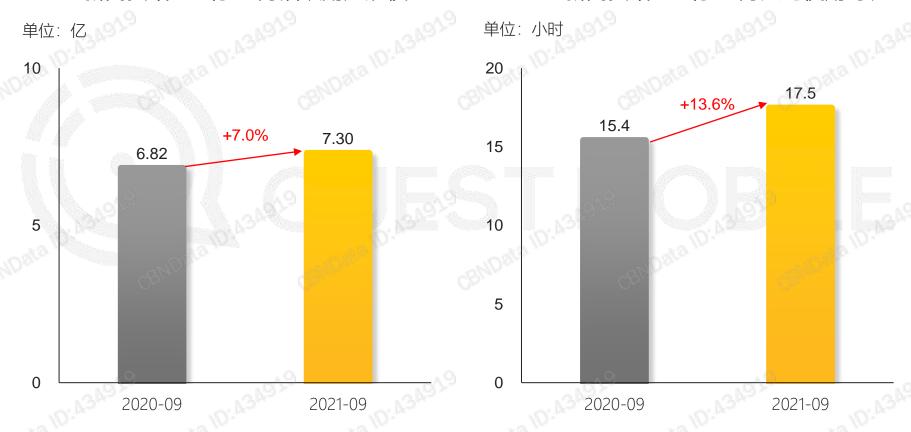
新闻资讯

社会热点话题不断及视频内容加持下,新闻资讯行业用户规模及时长均有所提升



新闻资讯APP行业 月活跃用户规模

新闻资讯APP行业 月人均使用时长



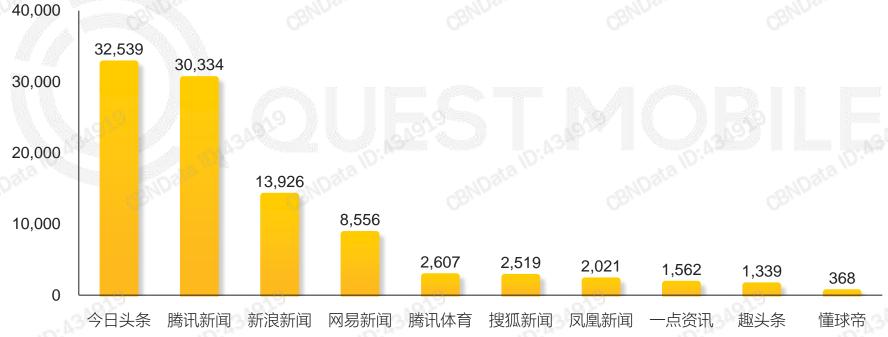
新闻资讯APP视频化、社区化发展趋势下,头部平台加速向多元人群渗透,下沉市场用户规模提升显著



2021年9月 新闻资讯APP行业 月活跃用户规模 TOP10

| 单位 | $\overline{\nabla}$ | : | 万 |
|----|---------------------|---|---|
| | | | |

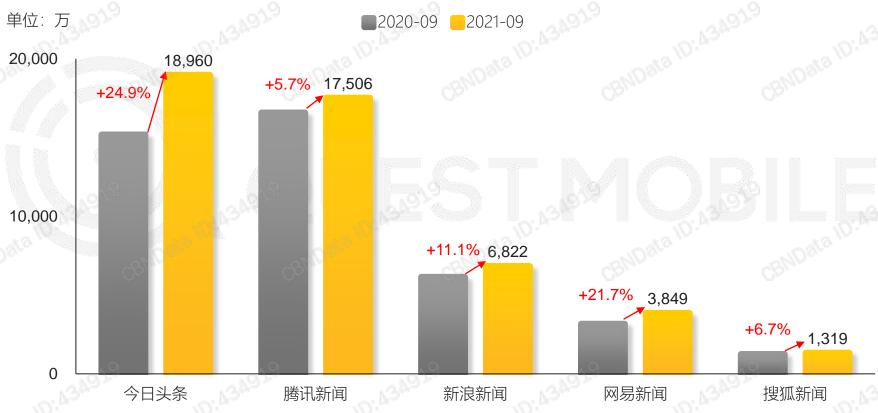
| 二级行业 | 综合资讯 | 综合资讯 | 综合资讯 | 综合资讯 | 体育资讯 | 综合资讯 | 综合资讯 | 综合资讯 | 综合资讯 | 体育资讯 |
|-------|-------|------|------|-------|--------|------|--------|--------|--------|-------|
| 同比增长率 | 23.8% | 5.9% | 6.9% | 19.7% | -49.6% | 8.0% | -27.8% | -41.9% | -38.6% | 33.4% |



注:选取新闻资讯行业上线满一年APP



综合资讯TOP5APP 下沉市场月活跃用户规模



注: 下沉市场指三线及以下城市



2021年9月 今日头条&腾讯新闻在新闻资讯行业 新安装活跃&回流用户来源分布



注:新安装活跃&回流用户来源占比:在统计周期(周/月)内,目标App的新安装活跃与回流用户,在上个统计周期使用其他App的用户数占比。(分母为新安装活跃与回流用户使用过该行业App的用户数总和;新安装活跃与回流用户是指上个统计周期未启动该App用户)

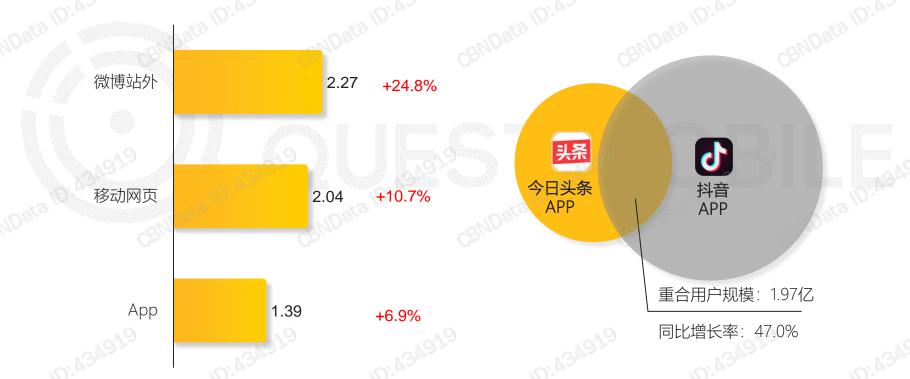
生态效应愈加明显, 多场景流量协同促进增长



2021年9月 新浪新闻全景流量

2021年9月 今日头条与抖音 重合用户规模

单位: 亿 **去重总用户数:** 5.70亿



注: 1、以上数据已经过QuestMobile全景生态流量审计; 2、去重总用户数: 在统计周期(月)内, 该应用在全景生态各渠道用户量的去重总量(仅对全景流量去重)。

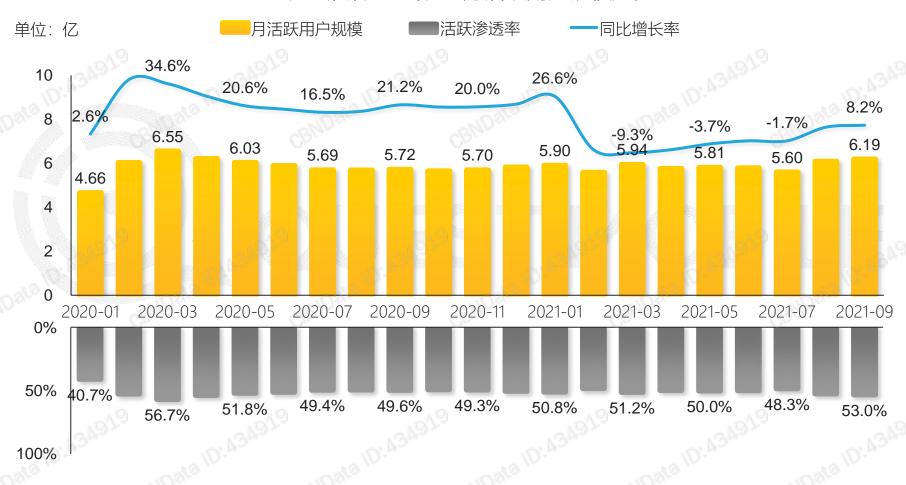
Source: QuestMobile TRUTH 全景生态流量数据库 2021年9月; QuestMobile TRUTH 中国移动互联网数据库 2021年9月

办公商务行业

随着办公商务类应用在办公互动性、沟通效率等方向持续改善, 行业活跃用户规模达到去年初疫情爆发时的高光时刻,后疫情时 代下,由"必选项"回归"可选项"后,用户远程线上办公习惯已养 成



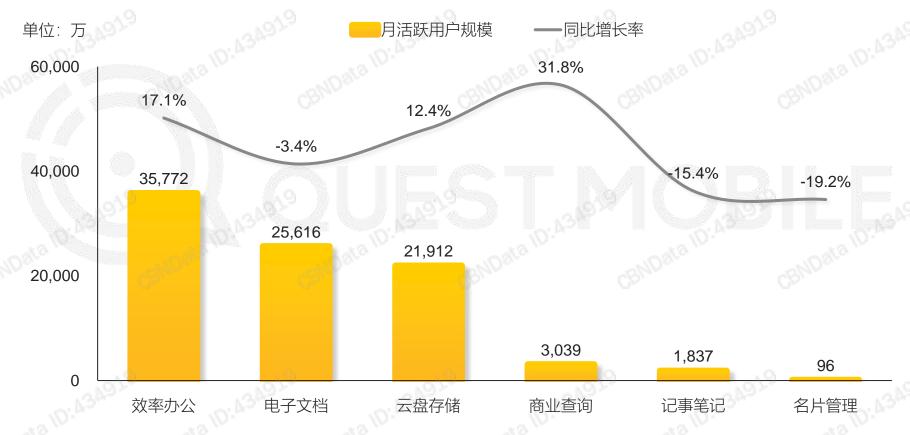
办公商务APP行业 月活跃用户规模趋势



疫情作为远程办公的"机遇窗口",更多远程办公应用通过免费开放功能和资源,俘获大批全国范围内用户,涌入效率办公等类型应用



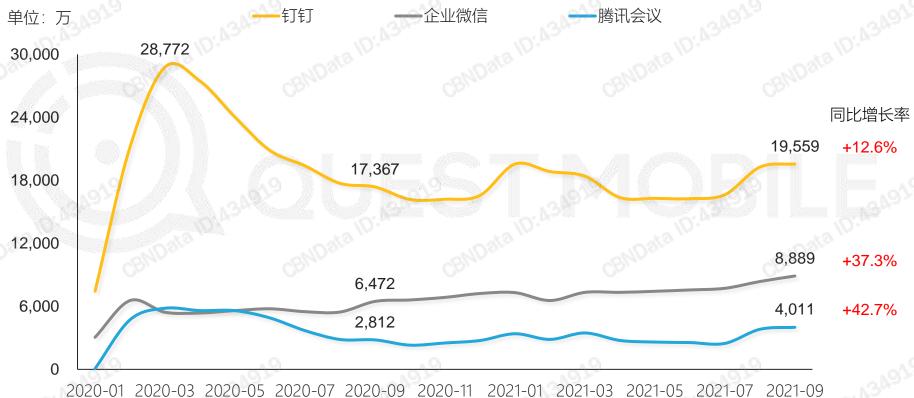
2021年9月 办公商务细分行业 月活跃用户规模及同比增长率



典型办公APP在疫情期间,快速获客、跑马圈地后,对用户需求保持敏感,深挖应用价值,实现快速迭代;伴随产品成熟度不断提升,今年以来用户规模也获得明显增长



效率办公行业 TOP3 APP 月活跃用户规模

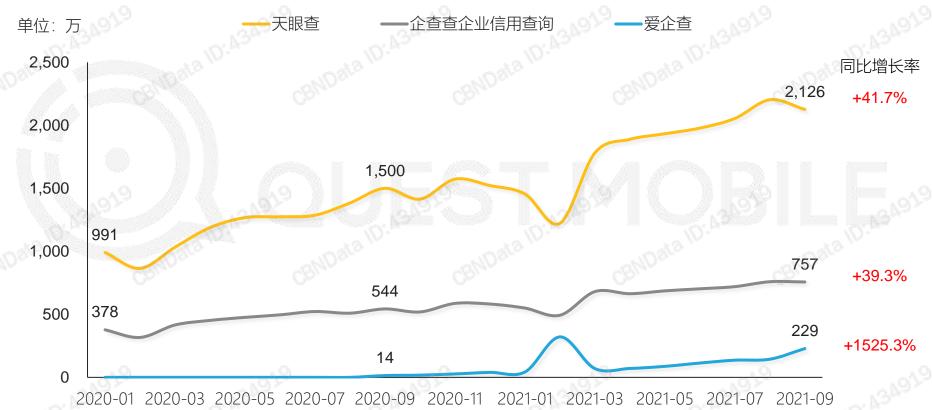


2020-01 2020-03 2020-05 2020-07 2020-09 2020-11 2021-01 2021-03 2021-05 2021-07 2021-09

注:选取效率办公行业2021年9月活跃用户规模TOP3 APP

商业查询类应用基于公开信息,通过结构化和可视化的数据加工, QUEST MOBILE 减少商业交易中信息不对称,为用户决策避险提效,一年以来增长明显

商业查询行业 TOP3 APP 月活跃用户规模



注:选取效率办公行业2021年9月活跃用户规模TOP3 APP

法律免责声明



- 1. 本研究报告(以下简称"本报告")由QuestMobile(以下简称"本公司")制作及发布。
- 2. 本报告所涉及的数据来源于QuestMobile自有数据库、行业公开、市场公开、公司授权,以及QuestMobile Echo快调研平台等,均采用合法的技术手段、深度访问、抽样调查等方式获取;本公司力求但不保证该信息的完全准确性和完整性,客户也不应该认为该信息是完全准确和完整的。同时,本公司不保证文中观点或陈述不会发生任何变更,在不同时期,本公司可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的研究报告。本公司会适时更新我们的研究,但可能会因某些规定而无法做到。除了一些定期出版的研究报告之外,绝大多数研究报告是在本公司认为适当的时候不定期地发布。
- 3. 本报告所涉及的独立研究数据、研究方法、研究模型、研究结论及衍生服务产品拥有全部知识产权,任何人不得侵害和擅自使用,违者必究。
- 4. 本报告主要以微信公众号形式分发或电子版形式交付,间或也会辅以印刷品形式交付或分发,所有报告版权均归本公司 所有。未经本公司事先书面协议授权,任何机构或个人不得以任何形式复制、转发或公开传播本报告的全部或部分内容。 不得将报告内容作为诉讼、仲裁、传媒所引用之证明或依据,不得用于营利或用于未经允许的其它用途。
- 5. 经本公司事先书面协议授权刊载或转发的,被授权机构承担相关刊载或者转发责任。不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节和修改。
- 6. 本报告的分享或发布现场,未经本公司事先书面协议授权,参会人员不得以任何形式进行录音、录像或拍照,更不允许参会人员以任何形式在其他场合或社交媒体(包括客户内部以及外部)进行转发、交流或评论本次分享内容。
- 7. 如因以上行为 (不限于3、4、5、6) 产生的误解、责任或诉讼由传播人和所在企业自行承担,本公司不承担任何责任。
- 8. 本次分享内容最终解释权归本公司所有。



QUESTMOBILE

第 一 时 间 观 察 行 业 趋 势 报 告

▶ 扫码关注 每周更新

