



2021年Q2移动互联网 行业数据研究报告

极光 (Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

2021年8月

每日免费获取 研究报告

1. 每日微信群内分享**10+最新**重磅报告
2. 定期分享**华尔街日报**、**金融时报**、**经济学人**
3. 和群成员切磋交流，对接**优质合作资源**
4. 累计解锁**8万+**研报/案例，**7000+**工具/模板

手机用户建议先截屏本页，微信扫一扫

或搜索公众号“**行业报告分享**”

回复“进群”加入每日报告分享微信群

回复“2020”领取1000份行业资料包

【1000份最新行业资料礼包】

关注回复“2020”领取



(此页只为需要行业资料的朋友提供便利，如果影响阅读体验，请多多理解)

极光观点

-  二季度，短视频行业用户时长占比继续提升，达29.8%，全行业中保持排名第一，与去年同期相比提升6.2%。而在线视频用户时长占比呈下降趋势，二季度占比为7.3%，比去年同期下降1.6%
-  前置仓双雄叮咚买菜和每日优鲜探索着不同的发展道路。叮咚买菜坚持深耕前置仓到家模式，扩大业务规模；每日优鲜则基于生鲜电商业务，发力打造社区零售数字化平台
-  新能源汽车蓬勃发展，二季度乘用车零售销量稳步上升。三大国产造车新势力追赶特斯拉，销量和app活跃用户数大幅增长。特斯拉和“蔚理鹏”的活跃用户在画像特征和地理分布层面有所不同
-  二季度在线旅游行业强劲复苏，五一前后行业DAU均值超3100万，同比增长88.1%，超越疫前水平
-  游戏直播行业稳定增长，斗鱼6月MAU达4691万，日均新增33万用户，实现行业内领先

目录

CONTENTS

01 整体app市场概览

02 飙升榜热点app

03 热点分析

04 细分行业观察

05 App流量价值总榜

01

整体app市场概览

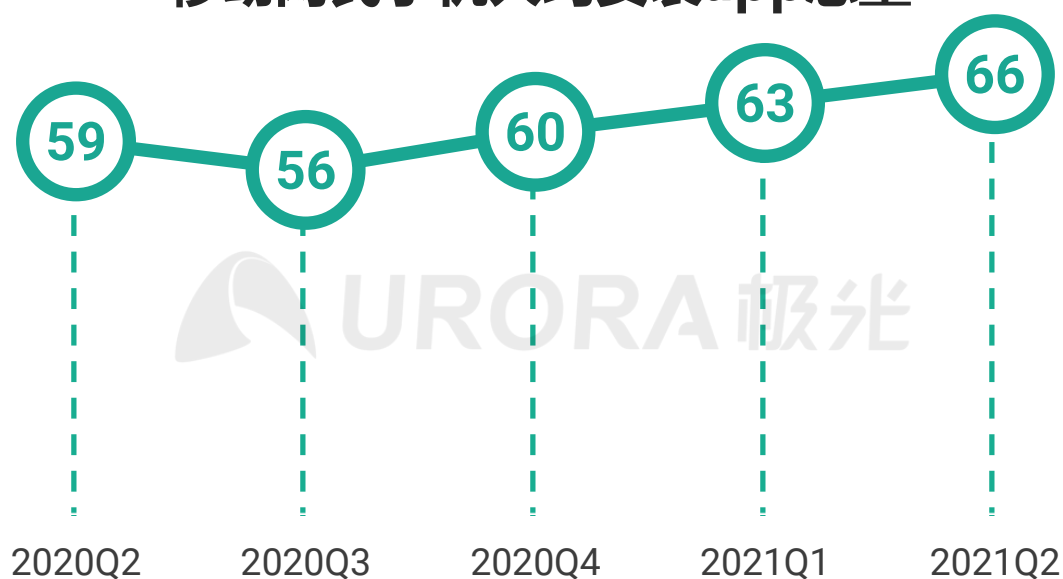
- 移动网民人均app安装总量
- 移动网民人均app使用时长
- 行业用户时长占比top 8
- 行业用户规模增长排名
- 行业用户时长增长排名
- 互联网头部企业流量纷争
- 地域特色app榜

人均app安装量及使用时长

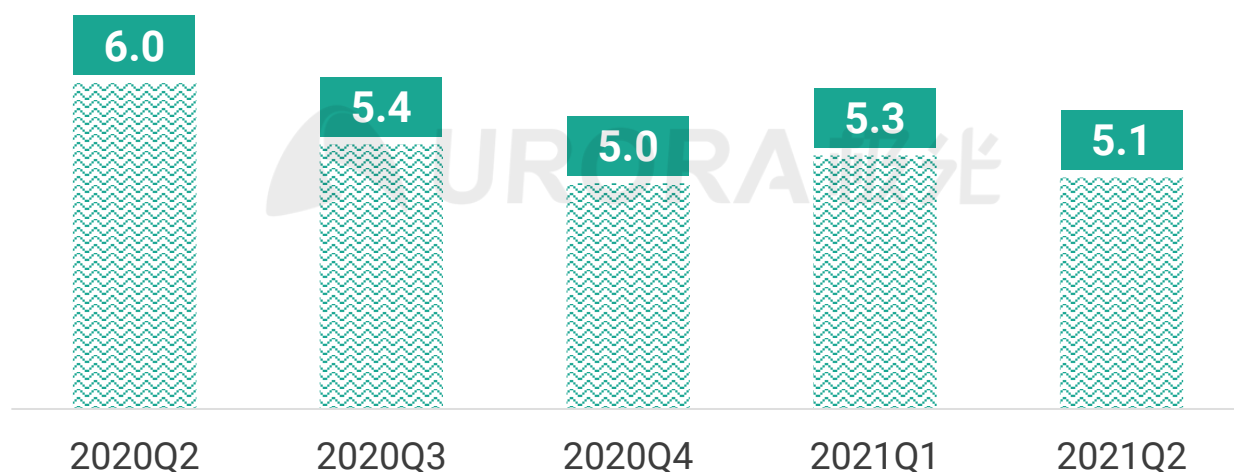
移动网民人均安装66款app，平均每天使用app 5.1个小时

- 2021年第二季度，移动网民人均app安装总量继续上升，达66款，人均单日app使用时长为5.1小时，较上一季度下降0.2小时，相对去年同期下降0.9小时

移动网民手机人均安装app总量



移动网民人均app每日使用时长(小时)



数据来源：极光iAPP(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

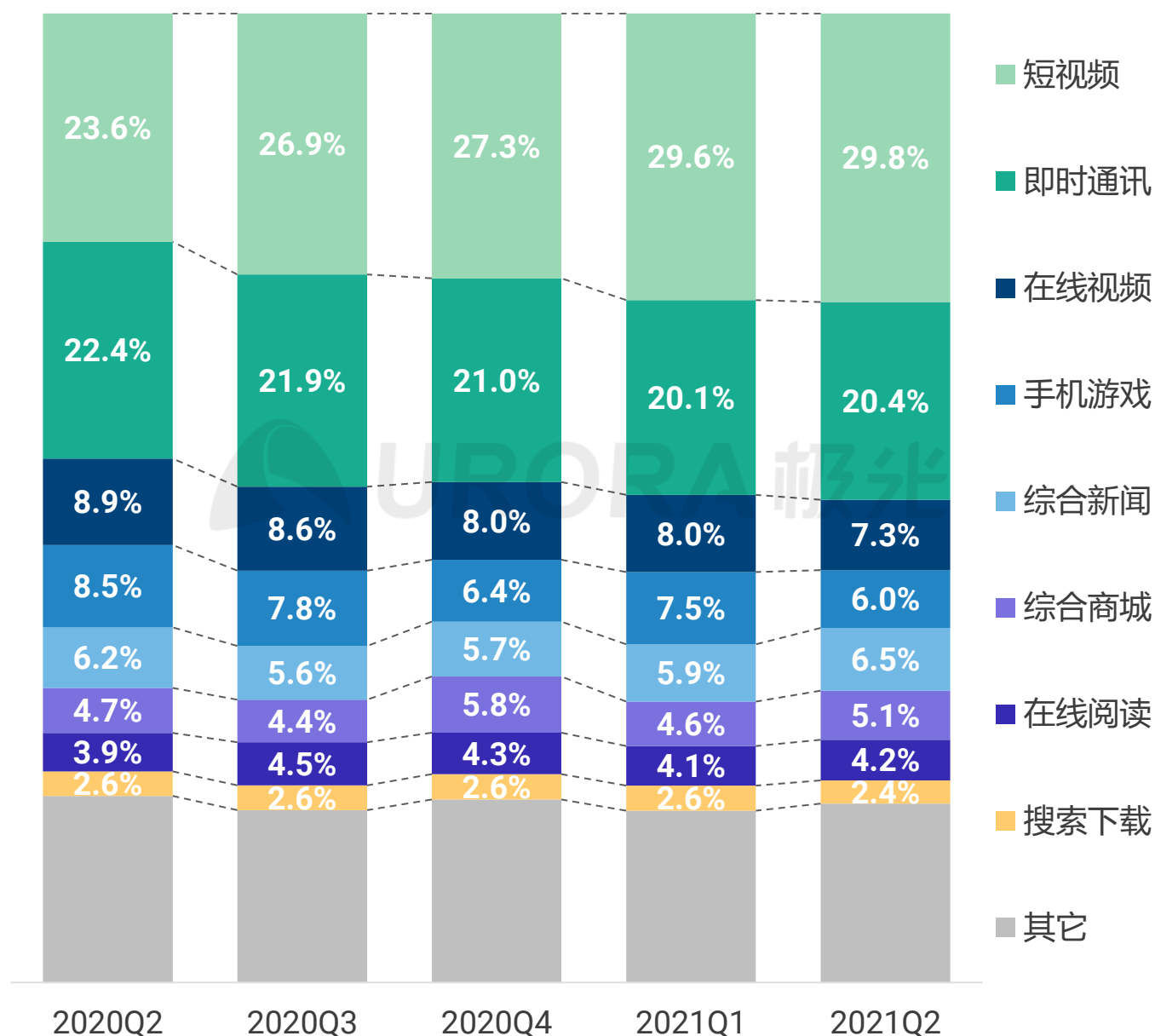
数据周期：2020.04-2021.06

行业用户时长占比top 8

短视频行业时长占比继续提升，全行业中保持排名第一

- 2021年第二季度，短视频行业用户时长占比达29.8%，与第二名即时通讯的差距达9.4%；另外，在线视频时长占比呈下降趋势，Q2占比为7.3%，比上季度下降0.7%，比去年同期下降1.6%

移动网民人均app每日使用时长top 8类型



数据来源：极光iAPP(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)，数据周期：2020.04-2021.06

数据排名按照更新的分类和算法计算

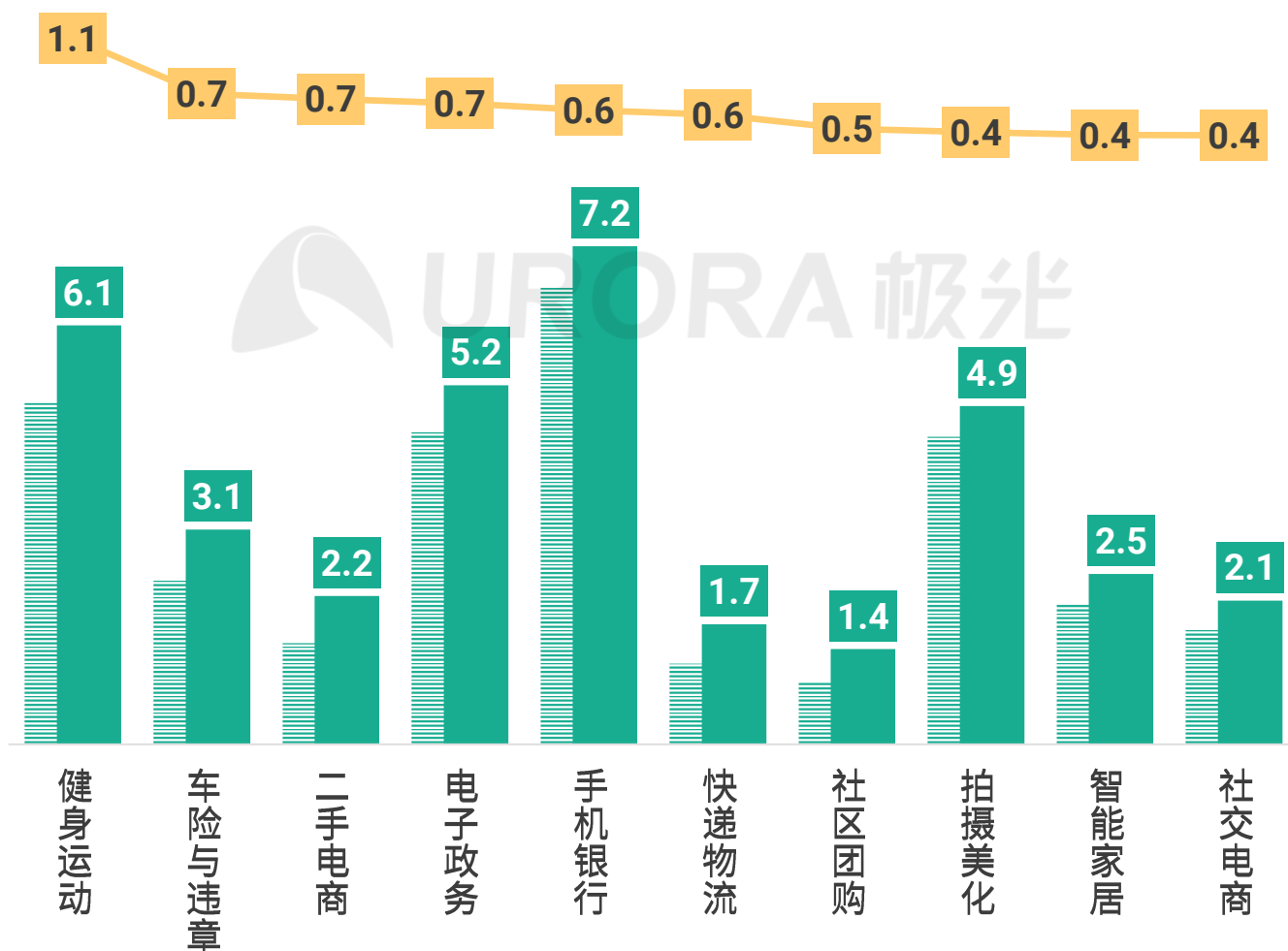
行业用户规模增长top 10

健身运动和车险与违章是用户规模同比增长最多的两个行业

- 2021年6月，用户规模同比增长最多的两个行业分别为健身运动和车险与违章，同比增量规模分别达1.1亿和0.7亿，排位第三的是二手电商，用户规模较去年同期增长近0.7亿

用户规模同比增长top 10行业

202006 202106 同比增量 单位：亿



数据来源：极光iAPP(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)；数据周期：2020.06&2021.06

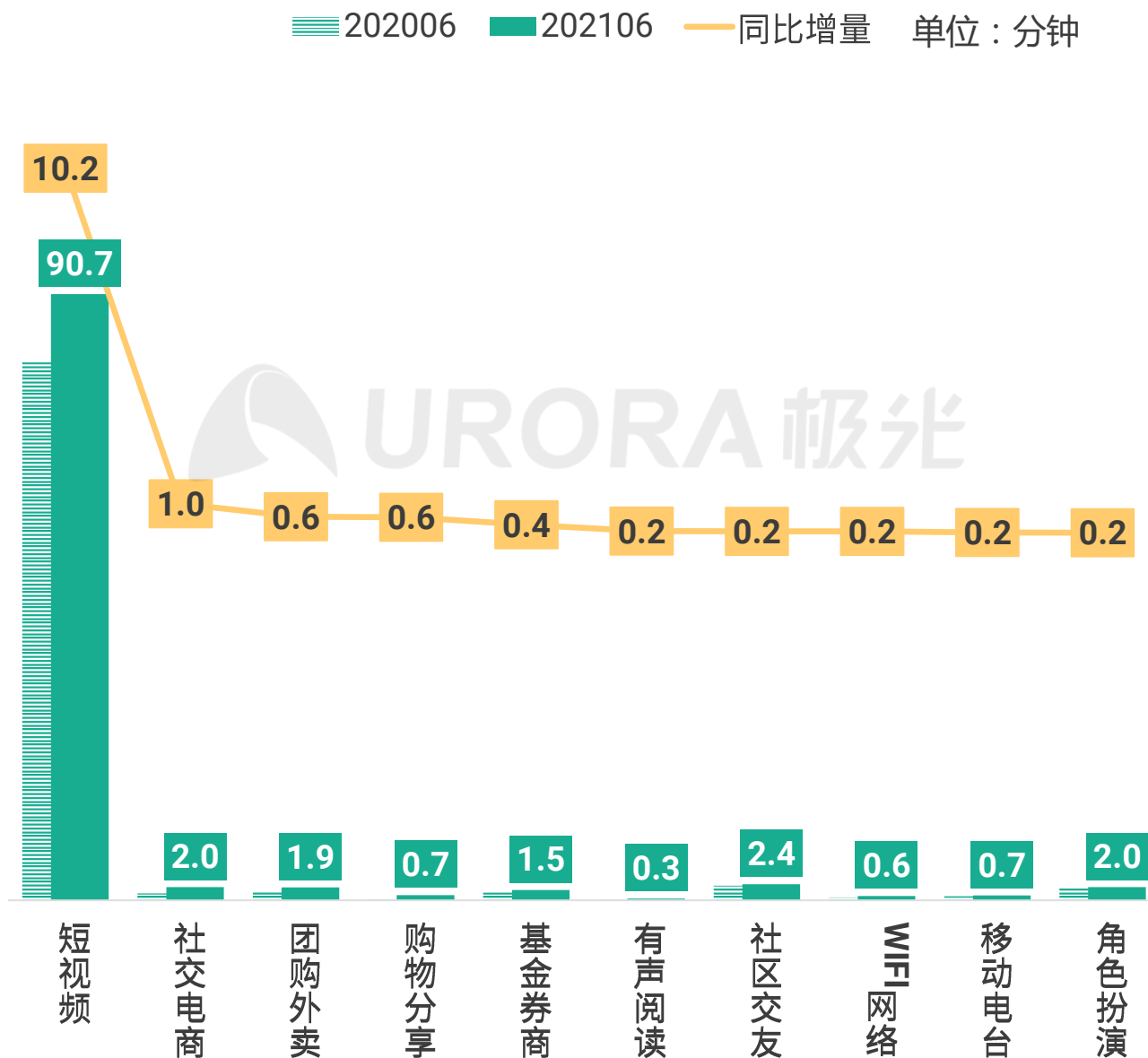
行业用户规模指目标行业app在装的设备数

行业用户时长增长top 10

短视频行业用户时长同比增长大幅领先于其他行业，增幅达10.2分钟

- 2021年6月，短视频行业的用户人均日使用时长达90.7分钟，同比增量为10.2分钟；社交电商用户人均日使用时长同比增长1分钟，排名第二

用户人均日使用时长同比增长行业top 10



数据来源：极光iAPP(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

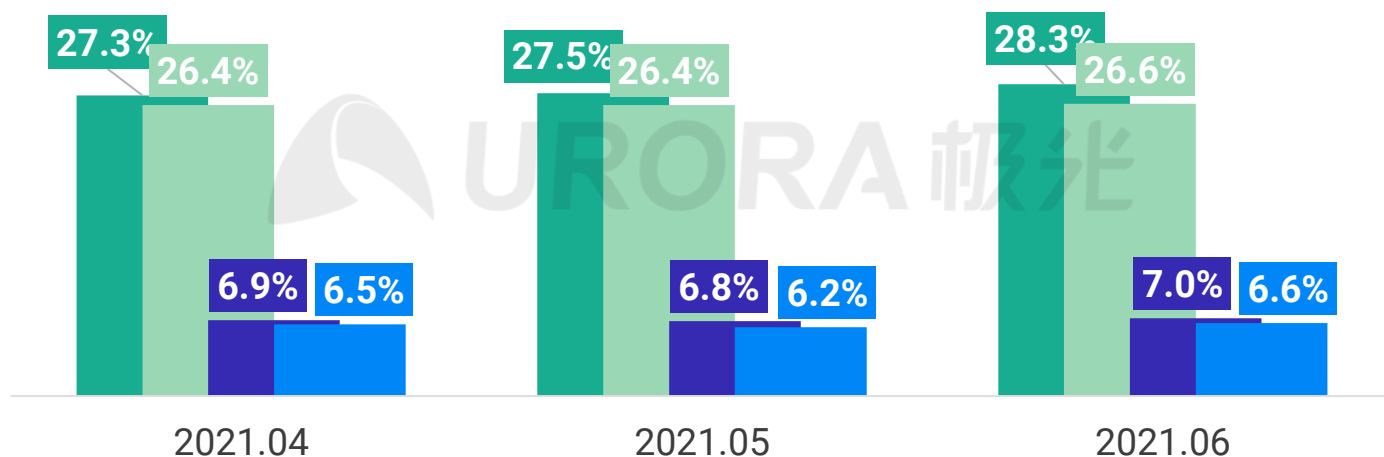
数据周期：2020.06&2021.06

互联网头部企业流量纷争

- 2021年第二季度，腾讯系app的整体渗透率保持领先，6月时长占比达28.3%；阿里系app渗透率和时长占比均保持稳定；头条系渗透率和时长占比稳中有升；百度系app渗透率和时长占比稳定

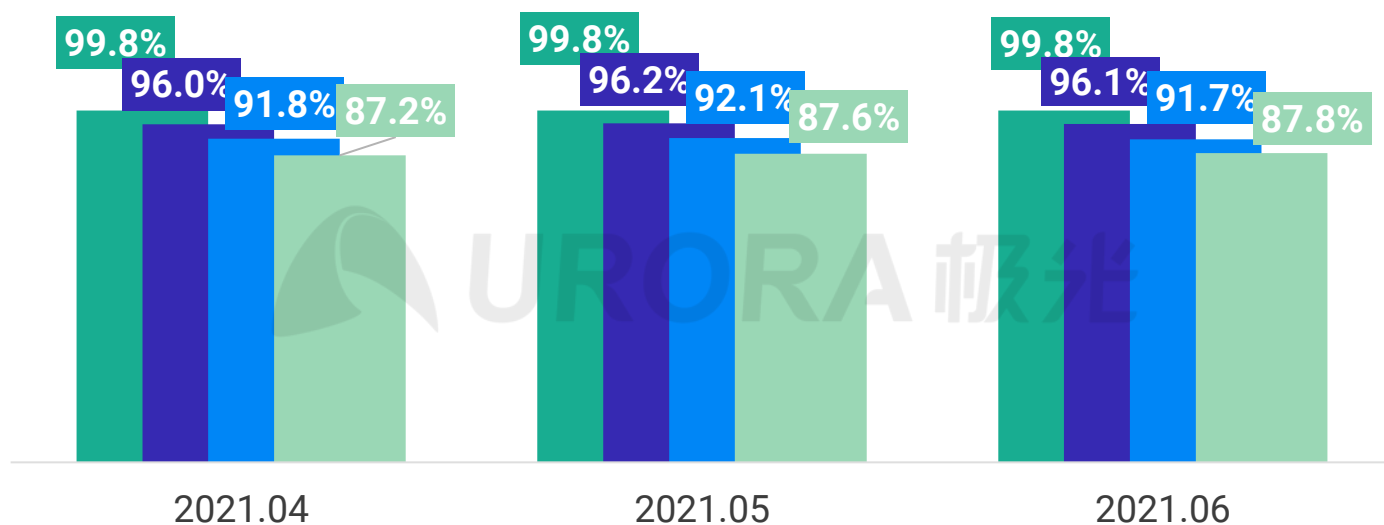
BAT&头条系app用户使用时长占比变化

■ 腾讯系 ■ 头条系 ■ 阿里系 ■ 百度系



BAT&头条系app用户安装占比变化

■ 腾讯系 ■ 阿里系 ■ 百度系 ■ 头条系



数据来源：极光iAPP(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

数据周期：2021.04-2021.06

地域特色app榜

城市等级	行业	应用名	渗透率TGI	区域DAU
一线城市	优惠比价	阿拉订	907	18,585
	用车服务	申程出行	906	17,909
	驾考学车	学车不	901	27,427
	综合商城	易捷加油	849	182,165
	买房租房	上海中原	797	18,838
	买房租房	相寓	786	28,481
	驾考学车	东方时尚	770	37,325
	育儿工具	麦淘亲子	766	16,823
	手机银行	乐速通	742	21,341
	攻略游记	彩贝壳	738	16,064
新一线城市	用车服务	甬城泊车	499	9,734
	驾考学车	西培学堂	494	38,895
	求职招聘	汇博人才网	488	28,979
	本地资讯	津云	486	55,280
	就医咨询	金医宝	481	48,255
	导诊挂号	慧医	481	17,922
	导诊挂号	科瑞泰Q医	455	63,470
	用车服务	T3出行	380	672,859
	零售O2O	联华鲸选	364	15,562
	驾考学车	维尔驾服学员	363	15,857
二线城市	驾考学车	极速驾培	477	17,455
	导航地图	听景	440	17,351
	导航地图	一应黔行	436	12,155
	本地资讯	畅说108	326	99,114
	综合新闻	新福建	289	5,222
	垂直电商	九机网	282	34,420
	求职招聘	广西人才网	278	17,361
	聚合视频	咪咕爱看	271	409,379
	孕婴健康	育苗通	270	2,907
	汽车养护	车e族	270	44,808
三线城市	综合新闻	冀云	337	31,952
	驾考学车	小乔初驾	244	26,401
	分类信息	生活圈	221	77,519
	充电桩服务	六合宝典	219	209,571
	垂直电商	阳光智园	214	6,989
	家装家政	e城e家	203	32,419
	扑克棋牌	闲来广东麻将	201	22,081
	支付结算	缴付通	195	1,642
	求职招聘	597人才网	189	19,344
	攻略游记	海花岛度假区	188	17,633

数据来源：极光iAPP(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)；数据周期：2021.06.30

TGI：TGI=所选日期内，某APP在该地域的渗透率/该app在全网的渗透率*100，行业删除厂商生态，工具类，电子政务类，预装类APP

四个地域的app（一线城市、新一线城市、二线城市、三线城市）按照在当地渗透率TGI的top榜单

02

飙升榜热点app

- DAU飙升榜
- DAU新秀榜

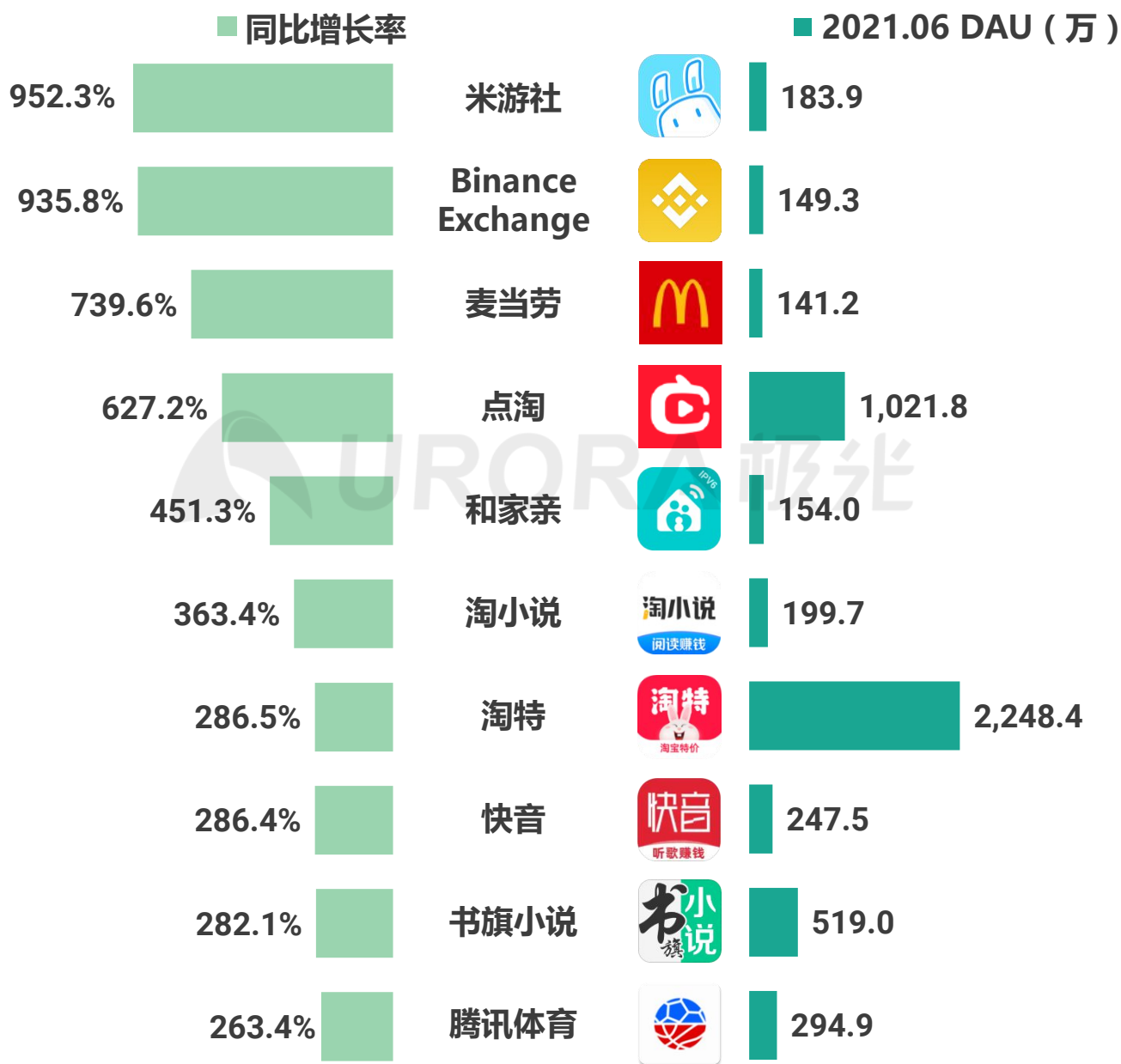


DAU飙升榜

社区交友、在线阅读各两款app上榜

- 社区交友app米游社继续位列第一，快音排名第八；在线阅读app淘小说和书旗小说上榜；虚拟货币app Binance Exchange和麦当劳订餐app入围，其他上榜的app包括购物分享app点淘、综合商城app淘特、智能家居app和家亲，以及体育直播app腾讯体育

DAU飙升榜



数据来源：极光iAPP(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)；数据周期：2020.06，2021.06

应用DAU同比增长率= (当期应用DAU均值-去年同期应用DAU均值) / 去年同期应用DAU均值

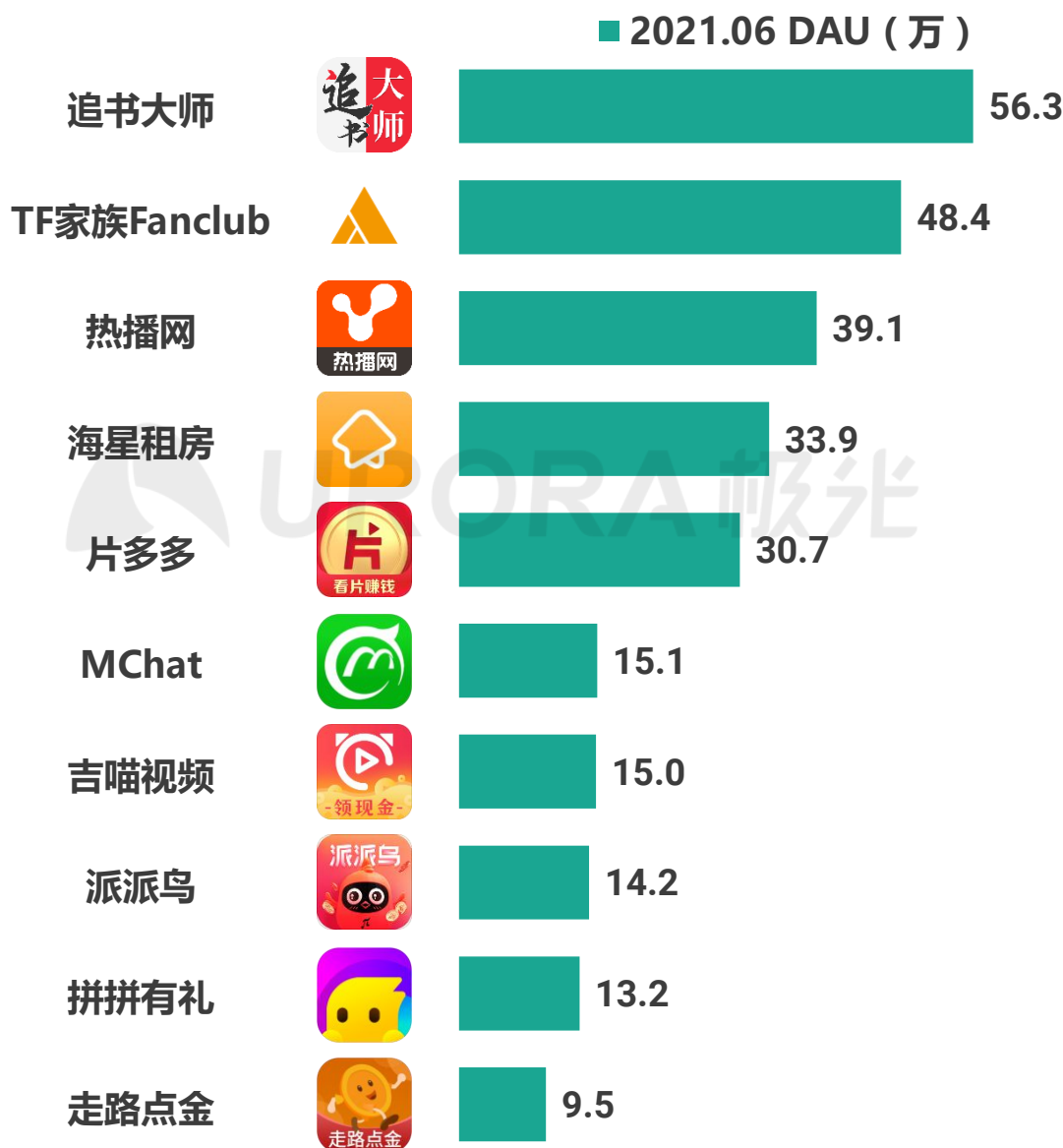
数据范围：月均DAU在当期与去年同期满足一定规模的app，按同比增长率的top榜单

DAU新秀榜

三款视频类app上榜

- 在线阅读app追书大师排名第一；聚合视频app热播网、在线视频app片多多、在线视频app吉喵视频上榜；其余入围的应用包括娱乐票务app TF家族Fanclub、买房租房app海星租房、即时通讯app MChat、综合商城app派派鸟、优惠比价app拼拼有礼，以及健身运动app走路点金

DAU新秀榜



数据来源：极光iAPP(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)；数据周期：2021.04-2021.06

数据范围：上线时间在2021年2季度，2021年6月月均DAU top榜单

03

热点分析

- 前置仓到家双雄相争
- 新能源汽车蓬勃发展

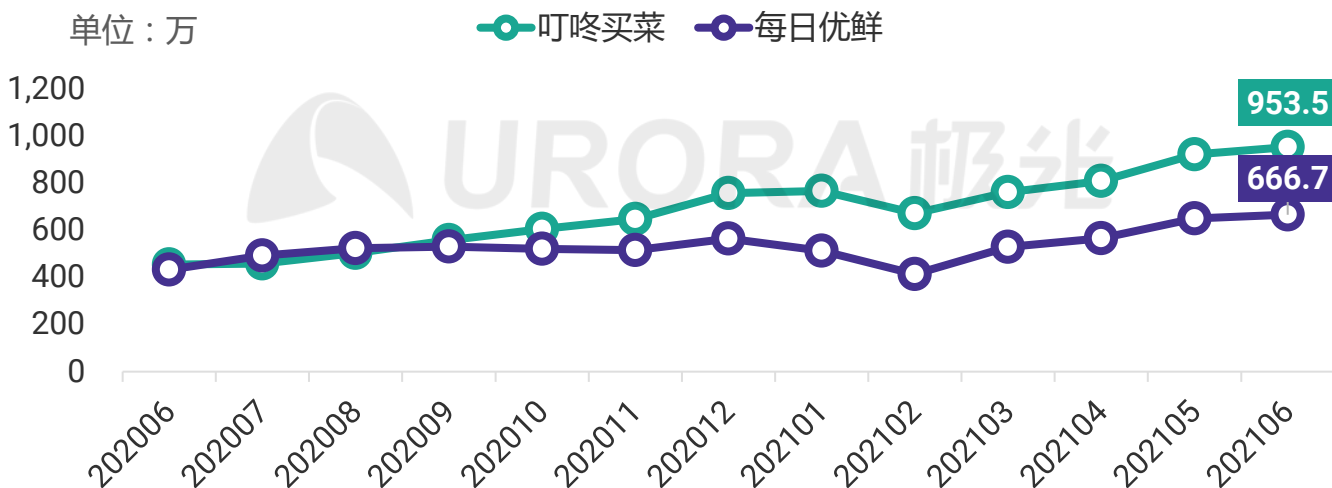


前置仓双雄Q2活跃度提升

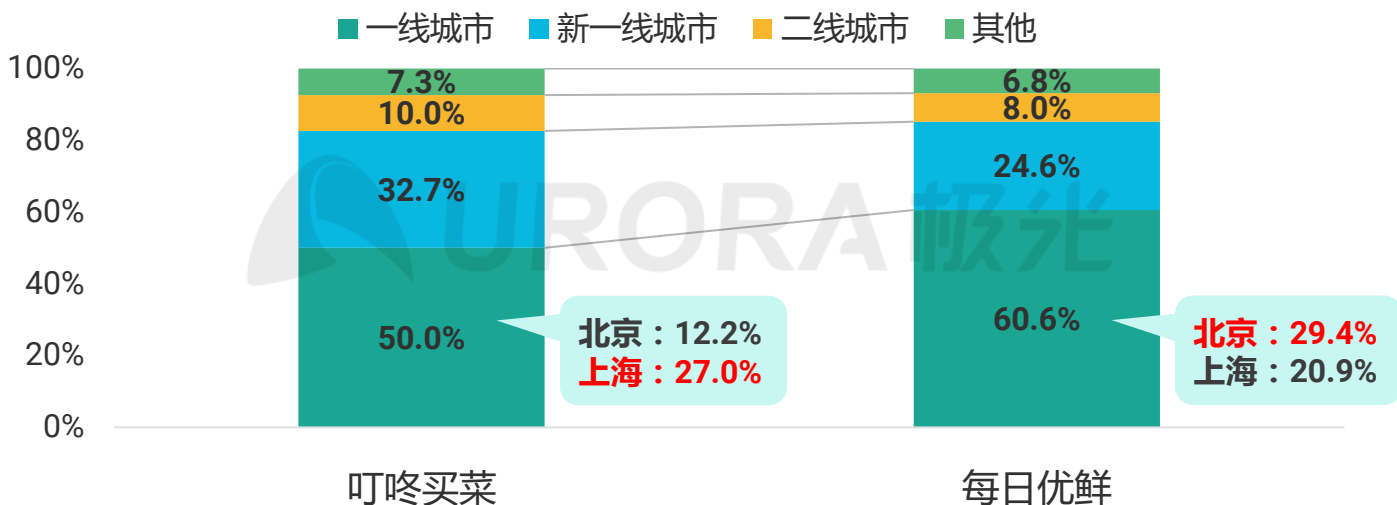
叮咚买菜月活整体领先，每日优鲜一线城市活跃用户占比更大

- 今年6月底，前置仓双雄叮咚买菜和每日优鲜分别在纽交所和纳斯达克挂牌上市。二季度，两平台月活增长显著，6月份，叮咚买菜月活达953.5万，每日优鲜月活达666.7万
- 从6月份活跃用户城市等级分布来看，每日优鲜一线城市月活跃用户占比达60.6%，其中北京用户占比最多，为29.4%；叮咚买菜一线城市月活跃用户占比达50.0%，其中上海用户占比最多，达27.0%

叮咚买菜和每日优鲜MAU



叮咚买菜和每日优鲜月活跃用户城市等级分布 (2021.6)



数据来源：极光iAPP(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)；数据周期：2020.6-2021.6

线上卖菜模式简析

前置仓到家满足大城市优质生鲜需求，但模式重

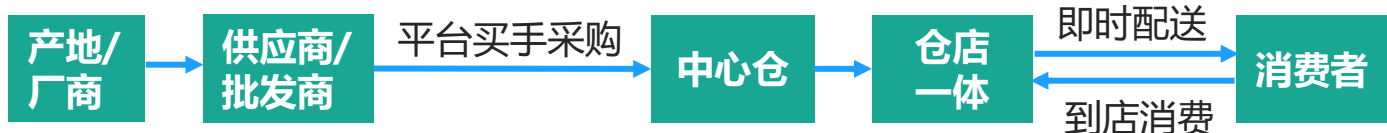
到家平台模式 代表：京东到家



前置仓到家模式 代表：叮咚买菜、每日优鲜



仓店一体模式 代表：盒马鲜生



网格仓社区团购模式 代表：美团优选



	到家平台	前置仓到家	仓店一体	网格仓社区团购
供应链模式	模式轻，但没改变原有供应链，只负责最后一公里配送	前置仓近社区，自营模式重	模式最重，门店要求比前置仓要高	模式较轻，网格站和团长环节可采取加盟制管理，最后一公里自提
时效性	即时配送			次日自提
获客	App/小程序			
	线上获客为主		门店	团长
市场定位	大城市			下沉市场为主

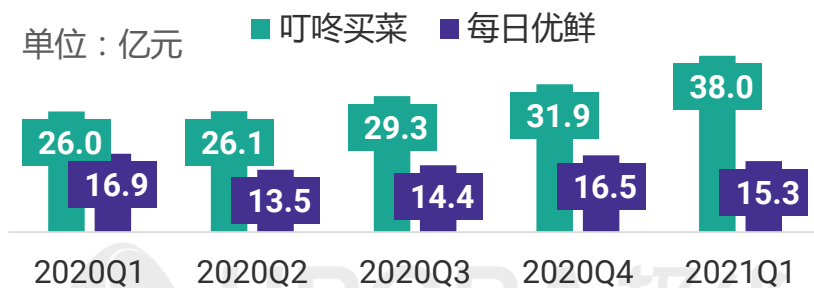
极光研究院自主研究

叮咚买菜坚持深耕前置仓到家业务

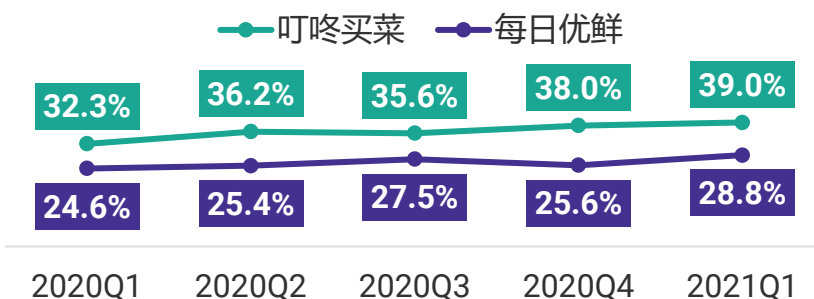
扩大业务规模，重视用户粘性

叮咚买菜和每日优鲜营收

单位：亿元



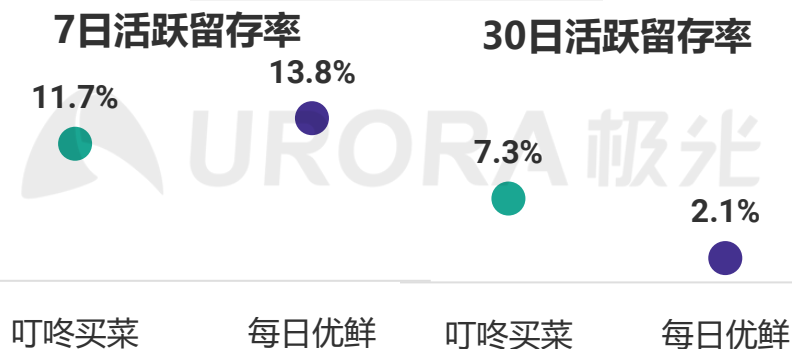
叮咚买菜和每日优鲜履约费用率



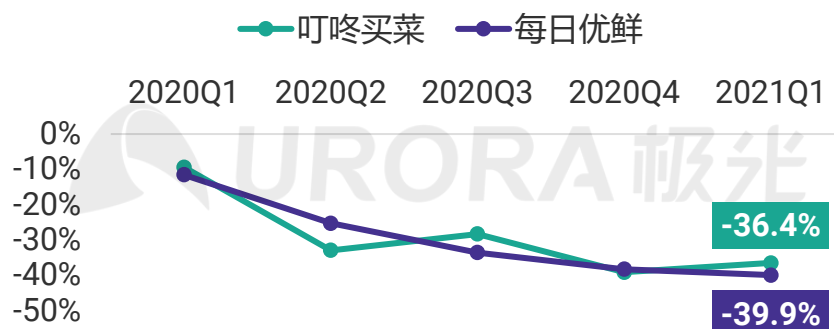
- 叮咚买菜积极扩大前置仓到家的业务规模，营收大幅增长，但履约费用率一直高于每日优鲜
- 叮咚买菜上市募集的资金中，将有50%用于开拓新市场和提高现有市场渗透率，30%将投资上游采购能力，10%将用于投资技术和供应链系统，10%用于一般用途和运营资金

- 叮咚买菜7日活跃留存略低，但30日活跃留存有明显优势
- 叮咚买菜通过扩充品类、会员优惠、保证配送质量、重视质检等一系列努力提升用户粘性

2021年Q2留存率情况



叮咚买菜和每日优鲜净利润率



- 前置仓到家模式在去年一季度疫情严重期间发挥了重要作用，但由于模式重，要在正常市场环境下实现盈利仍需付出很大努力
- 今年Q1，叮咚买菜净利润率表现略优于每日优鲜

数据来源：极光iAPP(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)；数据周期：2021.4-2021.6；招股书

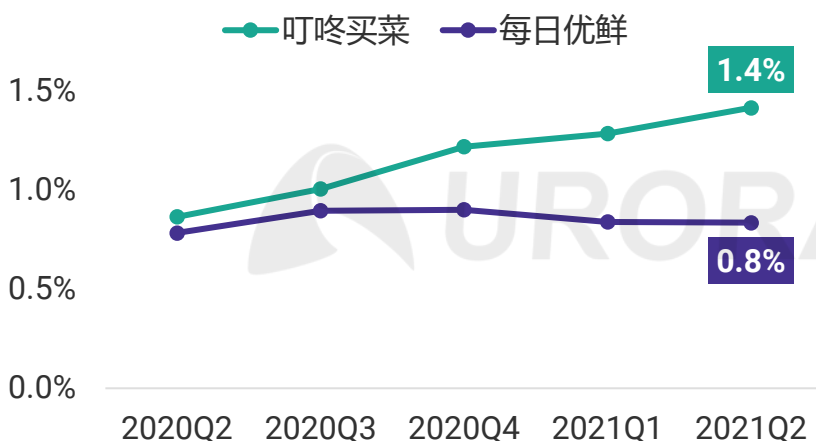
活跃留存率=(新增用户在第N日仍启动了该APP的用户数)/统计日期的新增用户数，留存率为季平均，30日活跃留存最新数据取到2021年6月24日

每日优鲜将探索新方向

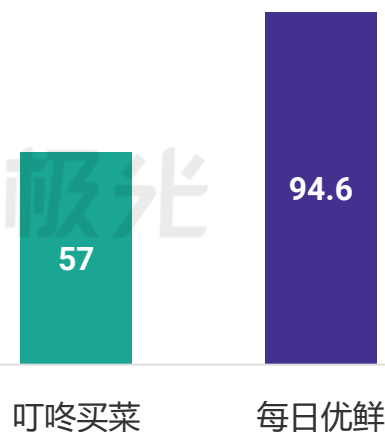
基于生鲜电商业务，打造社区零售数字化平台

- 每日优鲜渗透率相对平稳，不同于叮咚买菜，每日优鲜把前置仓到家业务控制在一定规模，把很大一部分资源投入到新业务模式的探索
- 前置仓到家业务上，每日优鲜更专注于有效用户的增长和增加用户在平台上的支出。2020年9月，公司正式推出智能生鲜市场业务，帮助传统生鲜市场加速数字化转型。每日优鲜还推出零售云业务，将研发的零售AI网络平台化，赋能超市、生鲜市场和零售商

叮咚买菜和每日优鲜渗透率



2020年客单价（元）



每日优鲜业务布局

前置仓到家

- 2020年，客单价高达94.6元，有效用户数达870万，比2019年提升约20.8%
- 上市募集资金的50%将用于前置仓到家业务

智能生鲜市场

- 重新配置市场平面图、向商家提供基于SaaS的服务套餐、帮助商户将线下顾客转化为线上私域流量
- 已签14个城市54个生鲜市场经营合同

零售云

- 研发零售AI网络（RAIN），包括智能供应链、智能物流、智能营销
- 将RAIN平台化，使超市、生鲜市场和零售商以数字方式启动并运营业务

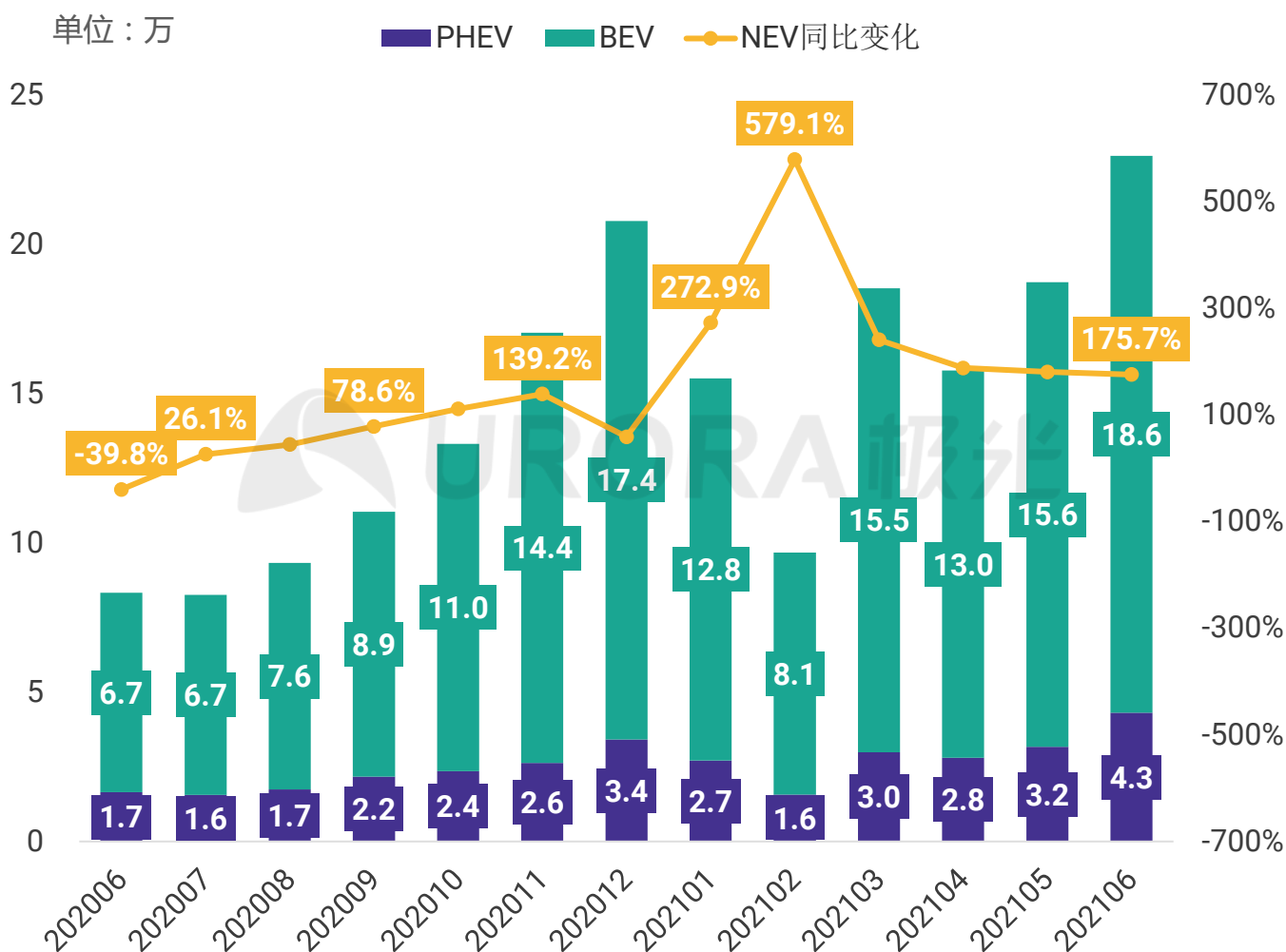
数据来源：极光iAPP(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)；数据周期：2020.6-2021.6；招股书

新能源乘用车销量上升

6月零售销量约23万辆，同比增长超1.5倍

- 国务院发布的《新能源汽车产业发展规划（2021-2035年）》提出，到2025年，我国新能源汽车销售量达到全国汽车新车销售量的20%左右，到2035年，纯电动汽车成为新销售车辆的主流，公共领域用车全面电动化。尽管2021年新能源汽车补贴较上年有所退坡，但新能源汽车购置补贴和免征购置税政策延长至2022年底，重视质量和低碳环保的政策倾向明确
- 据乘联会数据，今年二季度新能源乘用车零售销量稳步上升，3个月同比增速保持平稳

全国新能源乘用车零售销量



数据来源：乘用车市场信息联席会月报表-终稿（零售表，狭义汇总），NEV指新能源汽车，BEV指纯电动汽车，PHEV指插电式混合动力汽车，NEV=BEV+PHEV；数据周期：2020.6-2021.6

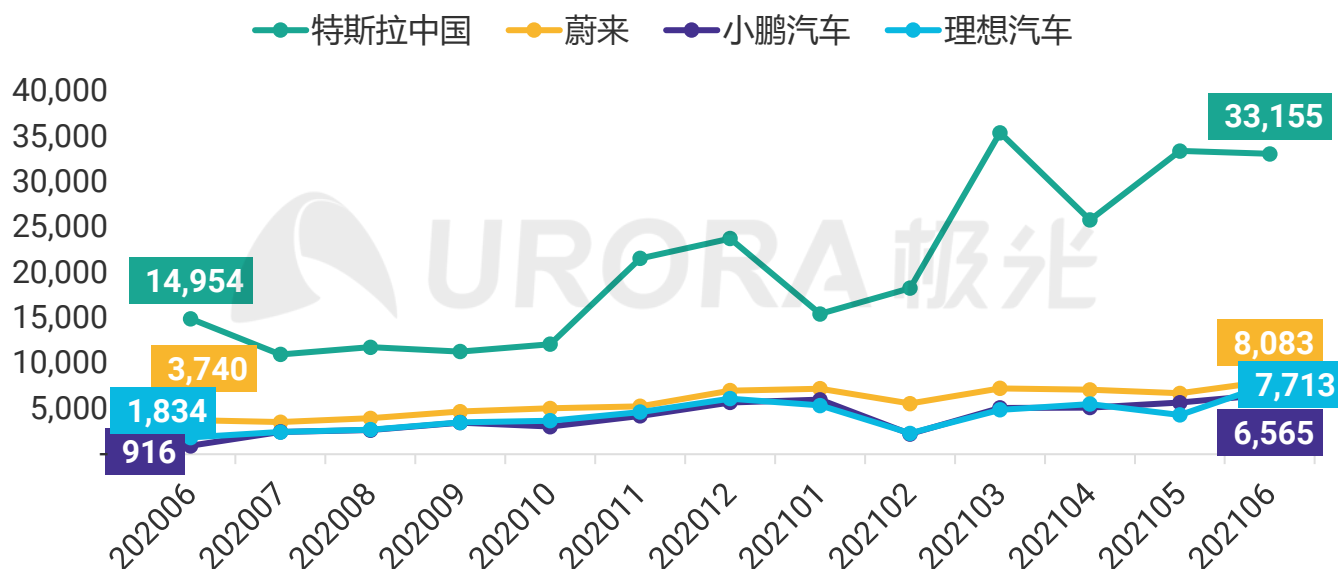
三大国产新势力追赶特斯拉

特斯拉的销量和app MAU领先

- 过去一年中，特斯拉中国，以及有国内三大造车新势力之称的蔚来、小鹏、理想的销量呈上升趋势。虽然今年6月相较于去年同期，三大国产新势力的月销量都有显著提高，但与特斯拉中国相比，销售量级仍有较大差距
- 今年6月，Tesla app月活达76.4万，同比提升2.2倍，小鹏汽车app月活达15.2万，同比提升2.3倍，在四款app中月活同比增幅较高

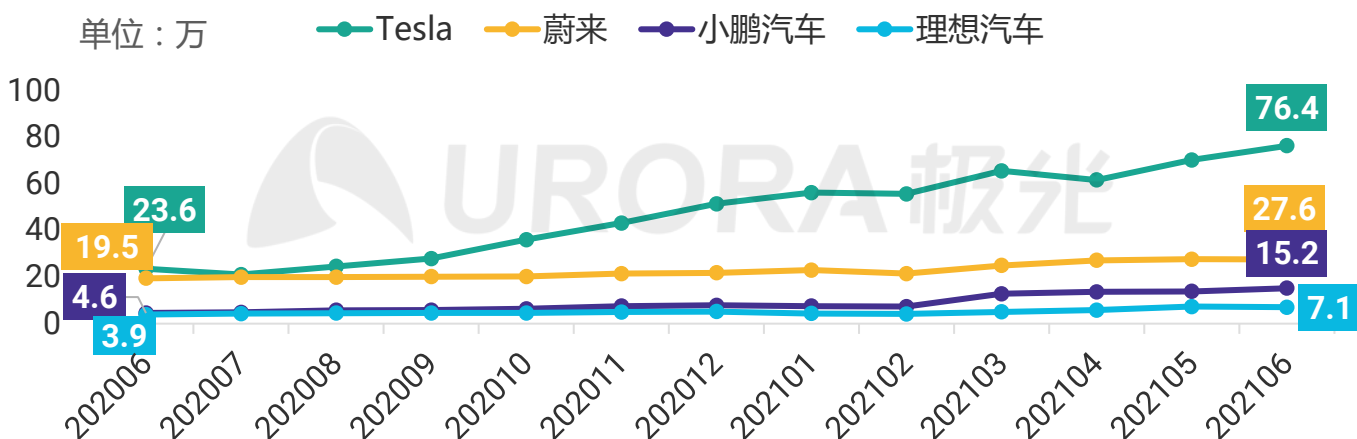
部分新能源汽车厂商月度销量

单位：辆



部分新能源汽车app MAU

单位：万



数据来源：极光iAPP(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)；厂商月度销量数据来自厂商公开数据和乘联会；

数据周期：2020.6-2021.6

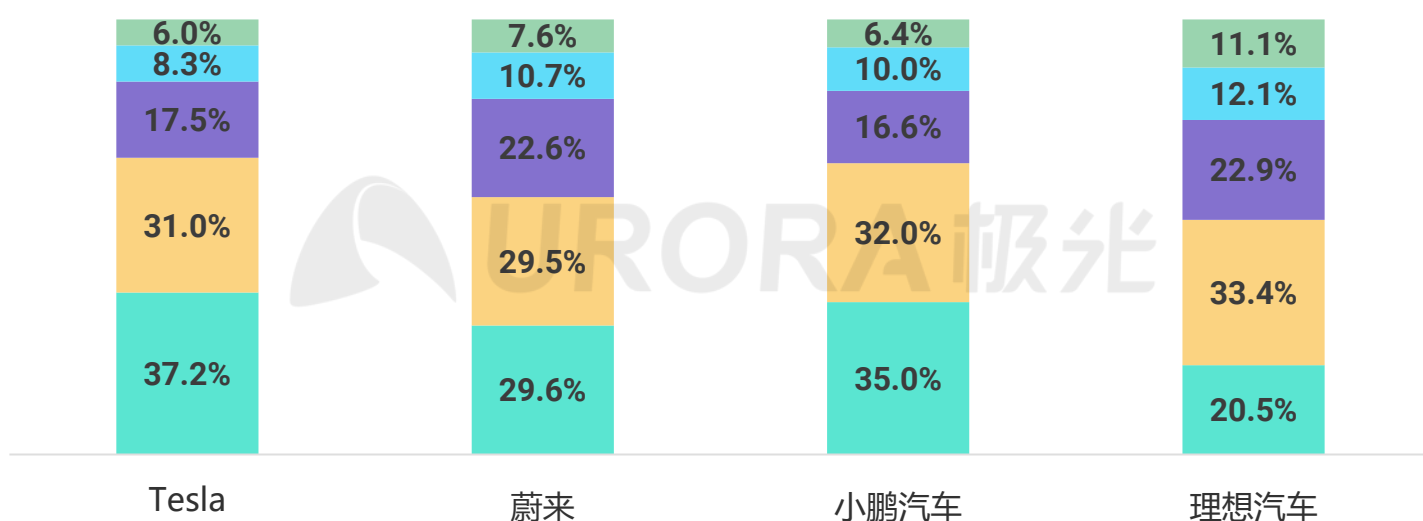
特斯拉和“蔚理鹏”大城市用户多

一线和新一线城市合计月活用户占比均超50%

- 今年6月，Tesla app一线城市月活用户占比最高，达37.2%；理想汽车app在三线及以下城市的月活用户占比为23.2%，相对下沉程度更高。四款app的月活用户占比最高城市均为上海市

部分新能源汽车app月活用户城市等级分布（2021.6）

■ 一线城市 ■ 新一线城市 ■ 二线城市 ■ 三线城市 ■ 四线及以下城市



部分新能源汽车app月活用户top 5城市（2021.6）

Tesla		蔚来		小鹏汽车		理想汽车	
上海市	16.9%	上海市	14.2%	上海市	10.7%	上海市	7.6%
北京市	10.0%	北京市	9.4%	广州市	10.1%	北京市	6.1%
深圳市	7.1%	苏州市	4.2%	北京市	7.7%	重庆市	4.5%
杭州市	4.4%	成都市	3.8%	深圳市	6.6%	成都市	4.2%
成都市	4.0%	深圳市	3.4%	成都市	3.7%	深圳市	3.9%

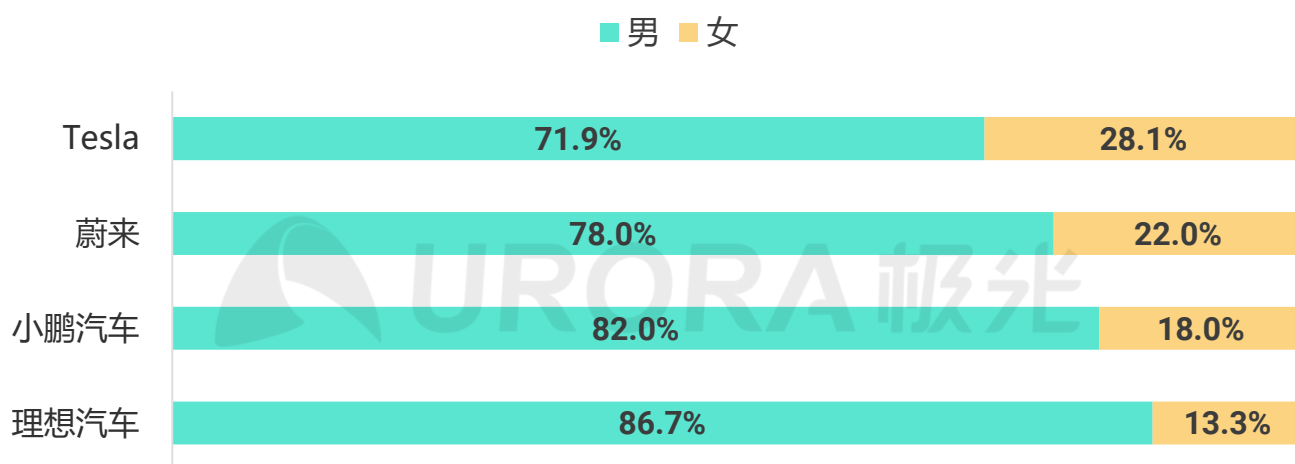
数据来源：极光iAPP(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)；数据周期：2021.6

特斯拉和“蔚理鹏” app用户特征

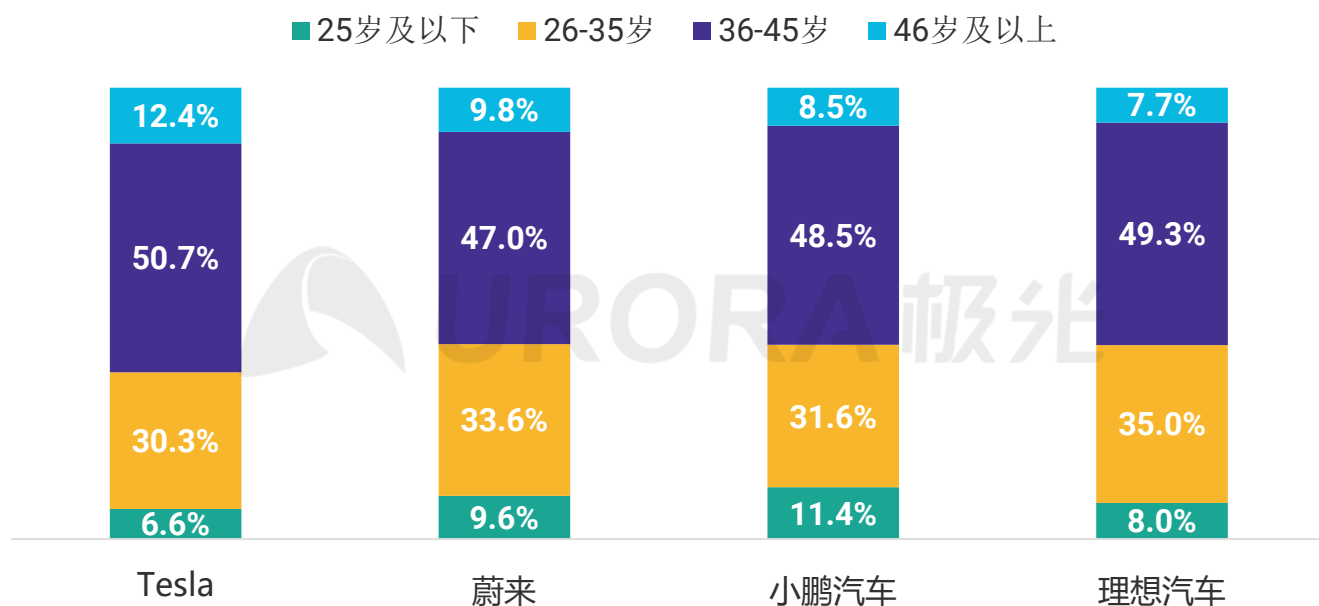
特斯拉女性用户占比相对多，35岁及以下用户占比相对略低

- 今年6月，Tesla app女性活跃用户占比达28.1%，为四款app中最高，其35岁及以下活跃用户占比为36.9%，而另外三款app该比例均在43%左右

部分新能源汽车app活跃用户男女比例（2021.6）



部分新能源汽车app活跃用户年龄分布（2021.6）



数据来源：极光iAPP(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)；数据周期：2021.6

04

细分行业观察

- 综合商城
- 二手电商
- 短视频
- 手机银行
- 汽车资讯
- 有声内容
- 在线旅游
- 动画动漫
- 游戏直播
- 社区交友

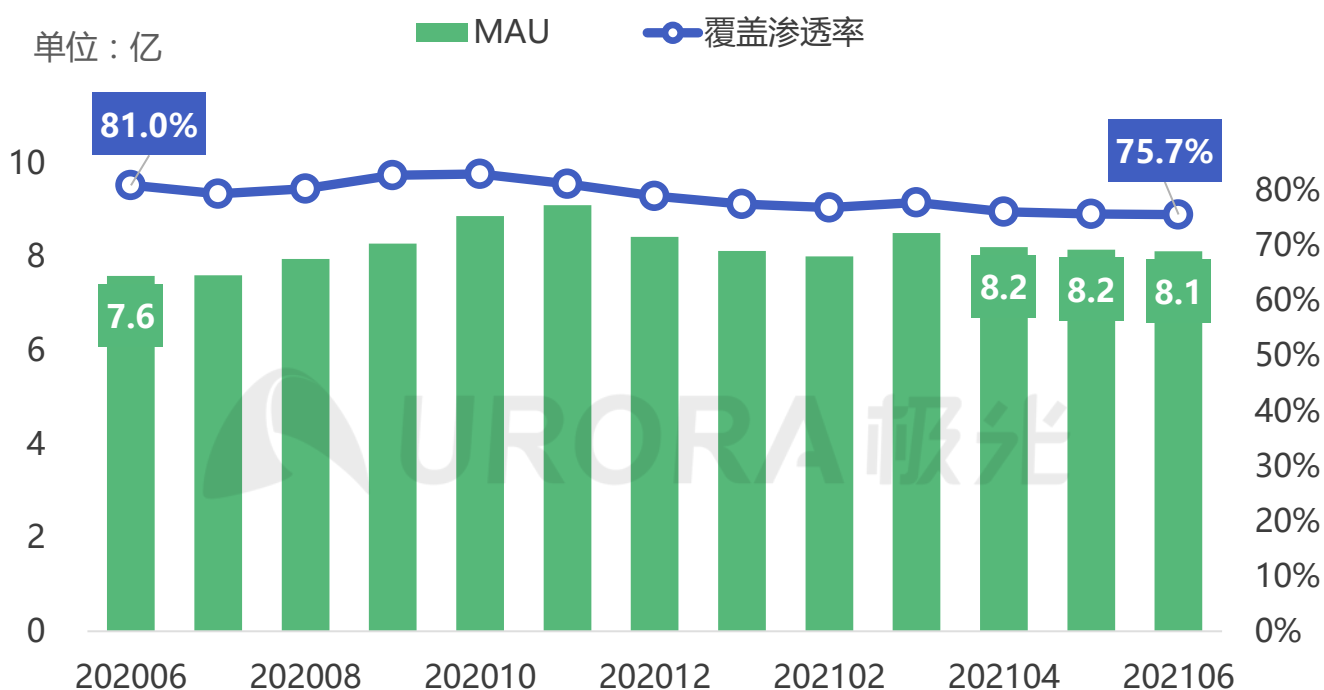


综合商城行业

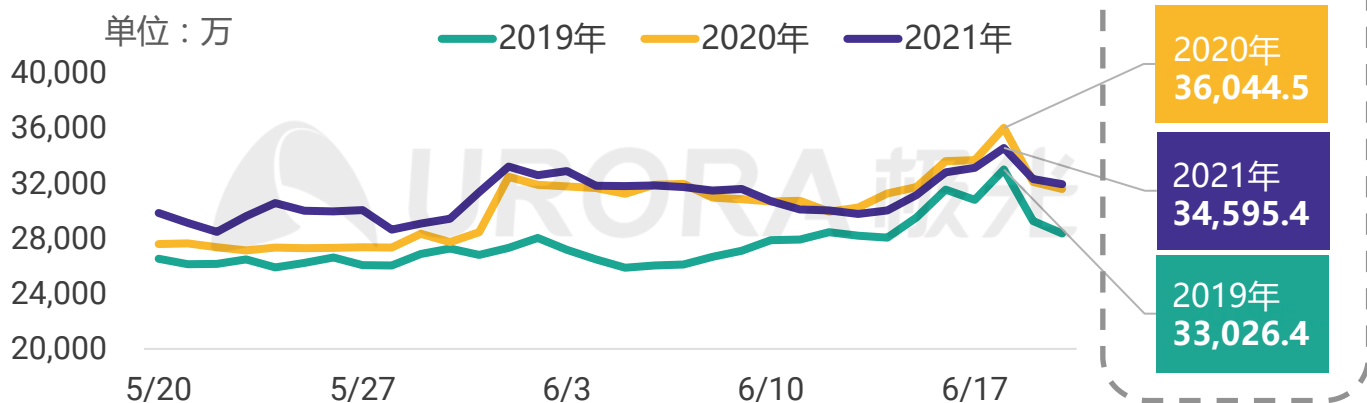
月活用户均值超8亿，购物大促势头保持强劲

- 2021年Q2，综合电商行业的覆盖渗透率及月活保持稳定高位水平，6月渗透率达75.7%，同比稍有回落，同月月活用户数达为8.1亿，同比上升约6.6%
- 受预售期提前、大促战线拉长的影响，今年618购物大促当日日活达3.46亿，较去年同时段略有下降，但前期DAU仍高于去年及前年同期

综合商城行业渗透率及MAU



618购物节期间综合商城行业DAU



数据来源：极光iAPP (Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

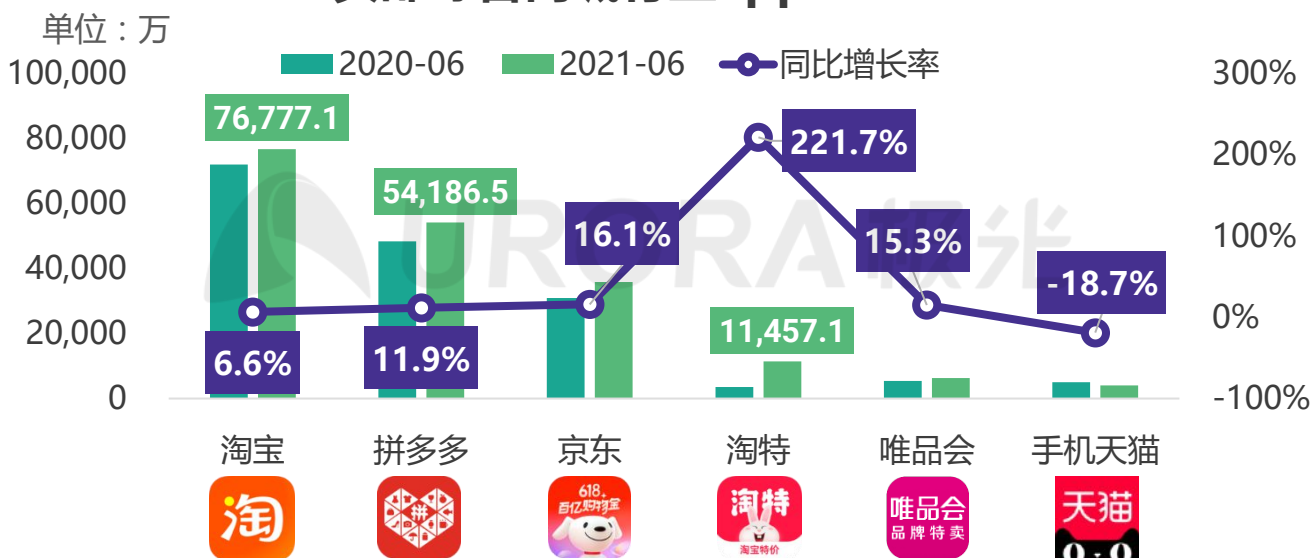
取数周期：2020.06-2021.06

综合商城行业

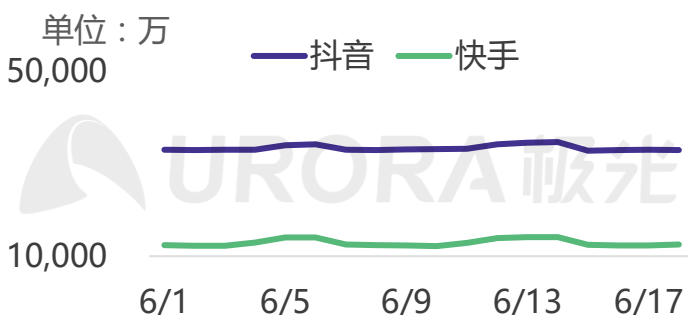
淘特发展迅猛，直播电商形式日渐深入

- 淘宝和拼多多今年6月月活用户分别达7.7亿和5.4亿，同比增长6.6%和11.9%，实力强劲；淘特扩展迅速，6月月活破亿，较去年同期增长221.7%
- 抖音和快手2018年开始布局电商业务。今年6月大促活动中，618当天双方DAU表现并不突出，但仍凭借自身庞大流量取得不错的开局。直播电商在未来将逐渐成为电商行业重要成交渠道之一

头部综合商城行业app MAU



抖音、快手DAU变化



携手老牌电商，新玩家强势入局

- **抖音**：打造“兴趣电商”，与苏宁易购达成深度合作
- **快手**：联手京东启动“双百亿补贴”

抖音618电商直播数据



抖音618累计看播人次

372亿



抖音618直播总时长

2852万小时



单场成交破千万直播间数

153个

数据来源：极光iAPP (Aurora Mobile, NASDAQ: JG)；取数周期：2020.06，2021.06

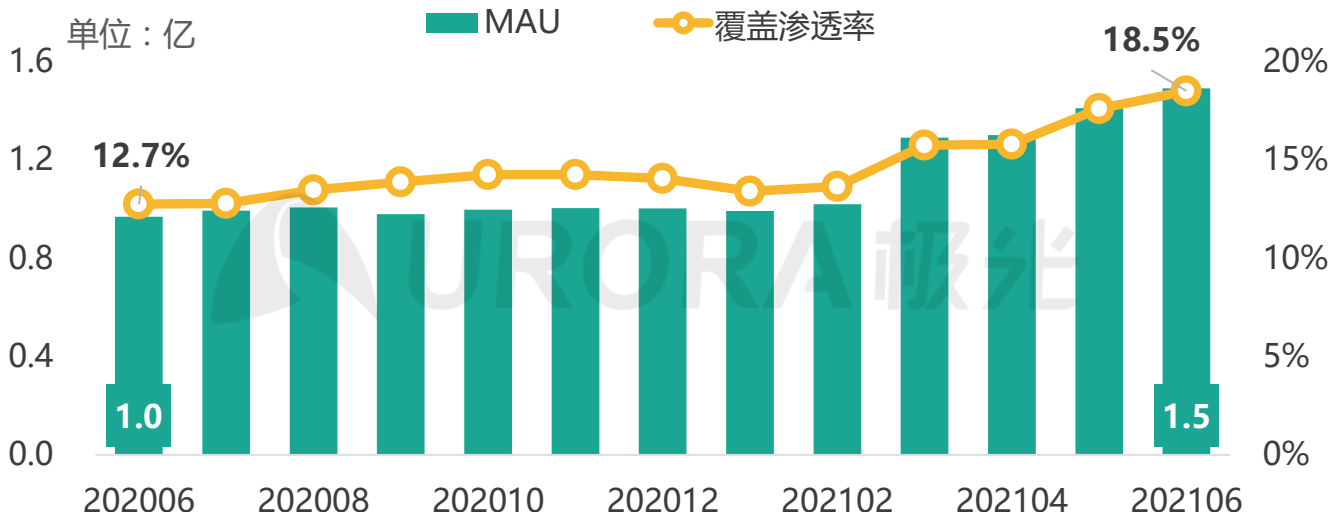
618抖音好物节数据来自抖音电商618战报

二手电商行业

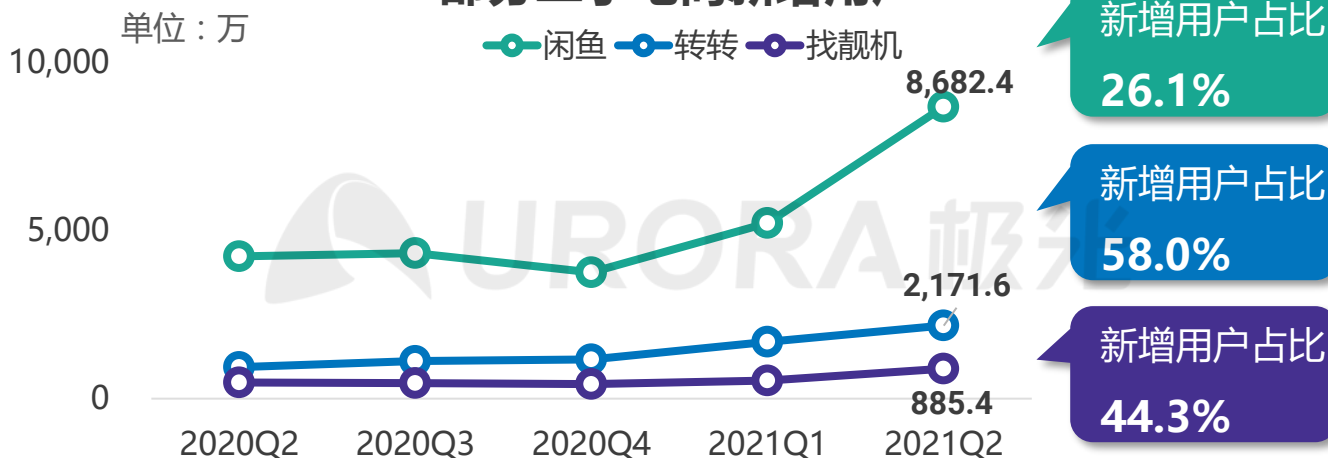
二手电商平台快速崛起，新增用户持续上涨

- 发改委印发的《“十四五”循环经济发展规划》明确鼓励“互联网”+“二手”商业模式发展，伴随着电商平台的持续渗透，二手电商得以拥有强大的发展基础。2021年Q2二手电商行业较去年同期得到较大的提升，行业覆盖率在6月达到18.5%，月活跃用户近1.5亿，同比增加50%
- 2021二季度部分二手电商应用新增用户数量保持增长，为后续平台发力提供足够动力；其中闲鱼在二季度新增用户数量飙升，拥有8682.4万新用户；转转新增用户占活跃用户58.0%

二手电商行业渗透率及MAU



部分二手电商新增用户



新增用户占比为新增用户/活跃用户

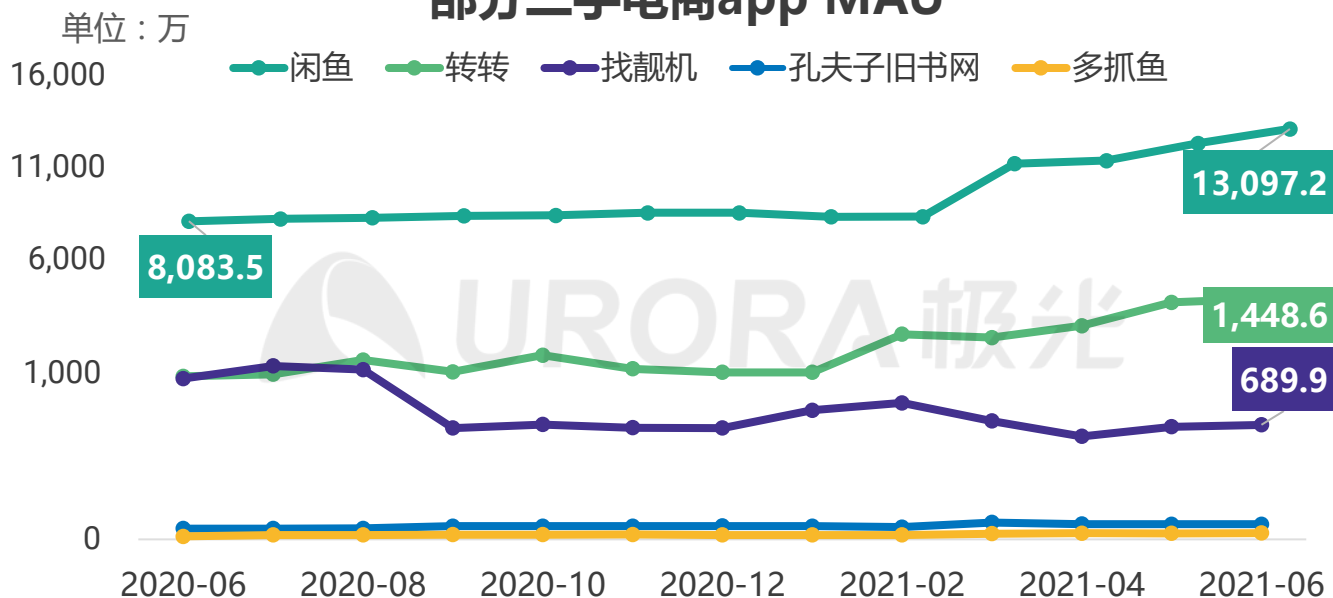
数据来源：极光iAPP (Aurora Mobile, NASDAQ: JG)；取数周期：2020.04-2021.06

二手电商行业

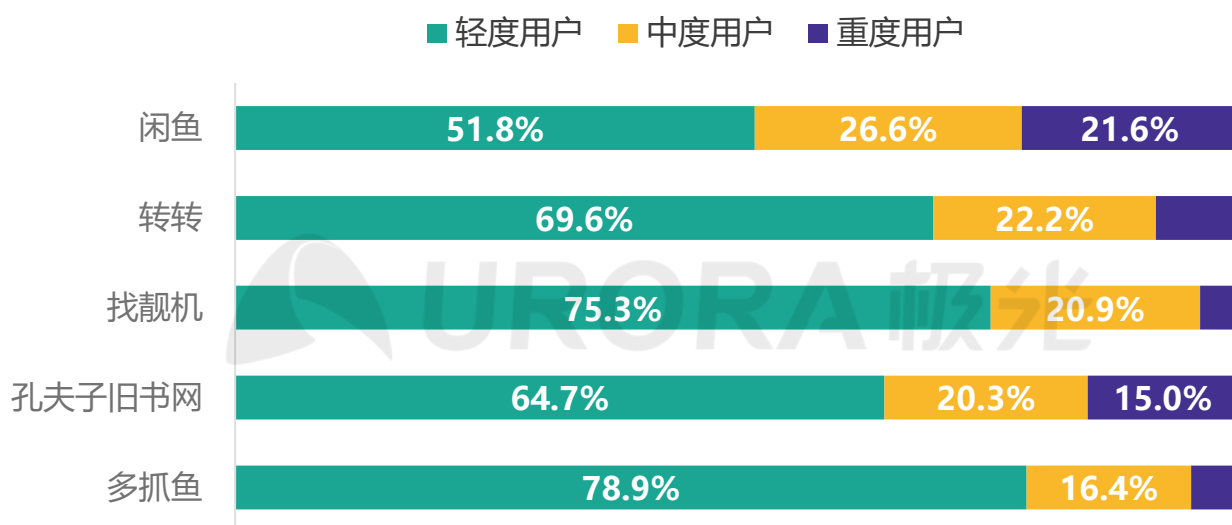
闲鱼领跑二手交易平台，用户活跃度高

- 从月活排行上看，闲鱼持续领跑二手电商行业，2021年二季度末闲鱼月活跃用户数上升至1.3亿，同比升幅达62.0%；相比去年同期，转转MAU也有一定程度的增长，今年6月达1448.6万
- 相较于垂类交易平台，全品类二手交易平台的用户活跃度和黏性较高，C2C平台领军者闲鱼的中度及重度活跃用户比例累计近五成，其中中度用户占比26.6%，重度用户占比21.6%

部分二手电商app MAU



2021年6月部分二手电商app用户构成



轻度、中度、重度用户划分是基于其活跃用户在某月的活跃天数并按照一定的规则进行划分

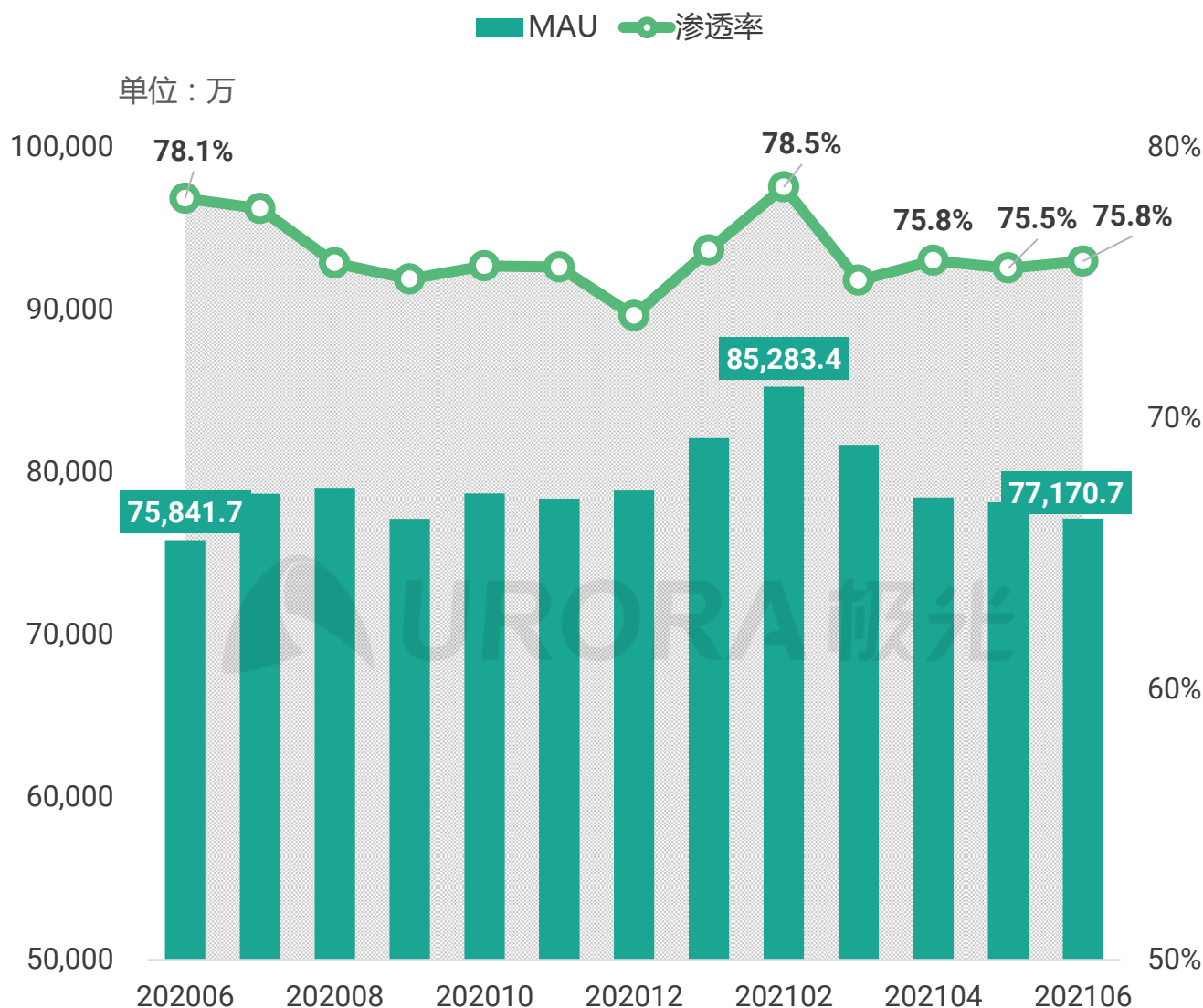
数据来源：极光iAPP (Aurora Mobile, NASDAQ: JG)；取数周期：2020.06-2021.06

短视频行业

Q2渗透率和月活平稳

- 今年Q2，短视频渗透率均值为75.7%，与Q1均值76.6%相比有所下滑；月活用户在季度末保持在7.7亿以上，月活表现依然不及均值超8亿的一季度，但较去年同期上升了2%
- 经过近十年的努力与探索，短视频行业已进入了发展的成熟期和平稳期，据中国互联网络信息中心报告数据显示，短视频用户已占网民整体的88.3%，面对庞大的用户规模，短视频行业加快探索更多的商业模式，推动行业继续发展

短视频行业渗透率及MAU



数据来源：极光iAPP (Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

取数周期：2020.06-2021.06

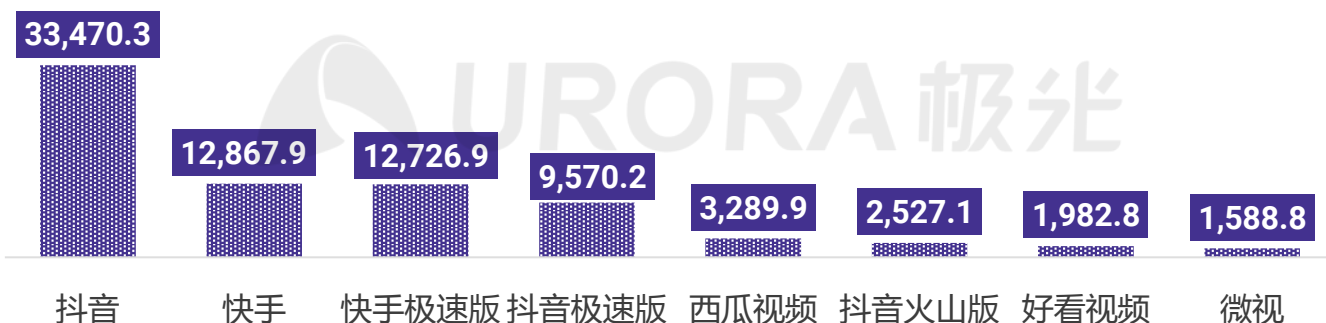
短视频行业

抖音继续领跑短视频赛道，平台进入增长深水区

- 从月均DAU排名上看，抖音系和快手系行业领先，抖音和抖音极速版6月份月均DAU分别达3.3亿和9570万，快手和快手极速版月均DAU分别接近1.3亿；抖音、快手人均单日使用时长均突破110分钟
- 随着平台进入增长深水区，短视频人口红利逐渐消失，在用户增长、时长增长乏力的情况下，抖音、快手上线网页版，重新寻找增量

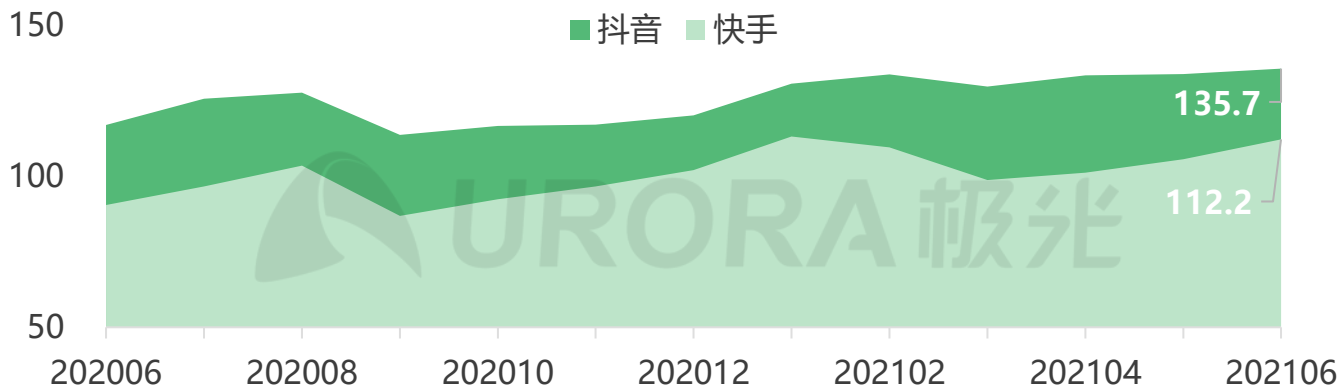
2021年6月部分短视频app月均DAU

单位：万



抖音和快手人均单日使用时长

单位：分钟



抖音快手推出网页版，进入存量竞争新阶段

- 打通短视频客户端渠道，实现内容融合
- 布局中长视频领域，拉升用户时长
- 强化搜索功能，开拓搜索引擎市场

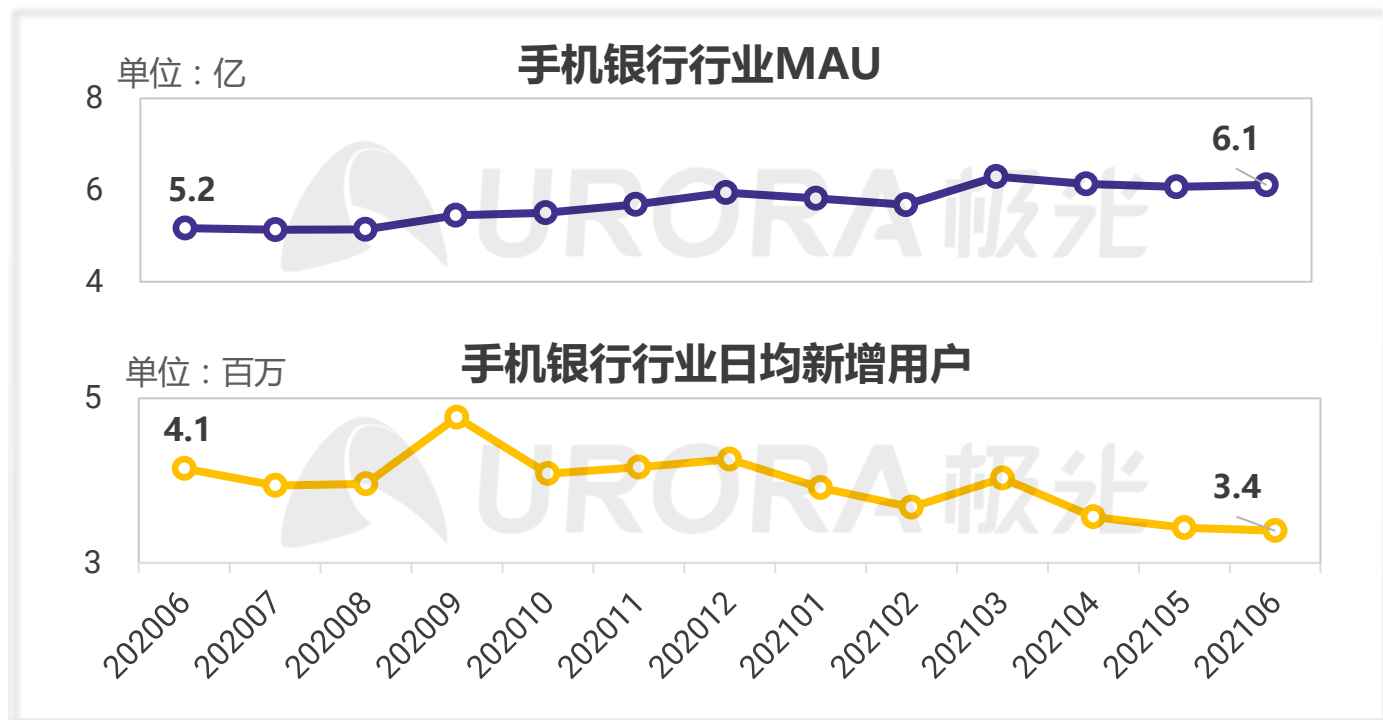
数据来源：极光iAPP (Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

取数周期：2020.06-2021.06

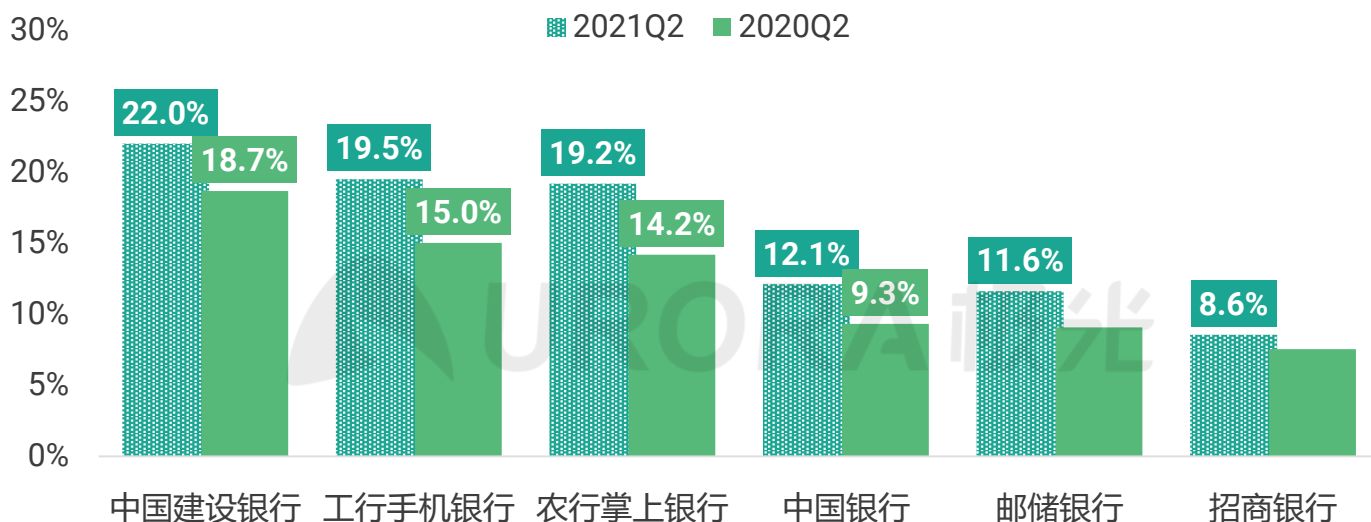
手机银行行业

行业月活平稳向上，覆盖率取得较大提升

- 在金融科技不断推进的大环境下，手机银行越来越能满足用户银行业务、金融理财、民生服务等需求，逐渐成为人们日常必备的金融工具。行业整体月活呈稳步上升趋势，六月份达到6.1亿；六大银行的覆盖率较同期也取得较大提升：建行覆盖率达22%，工行及农行均超19%



部分手机银行app渗透率



数据来源：极光iAPP (Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

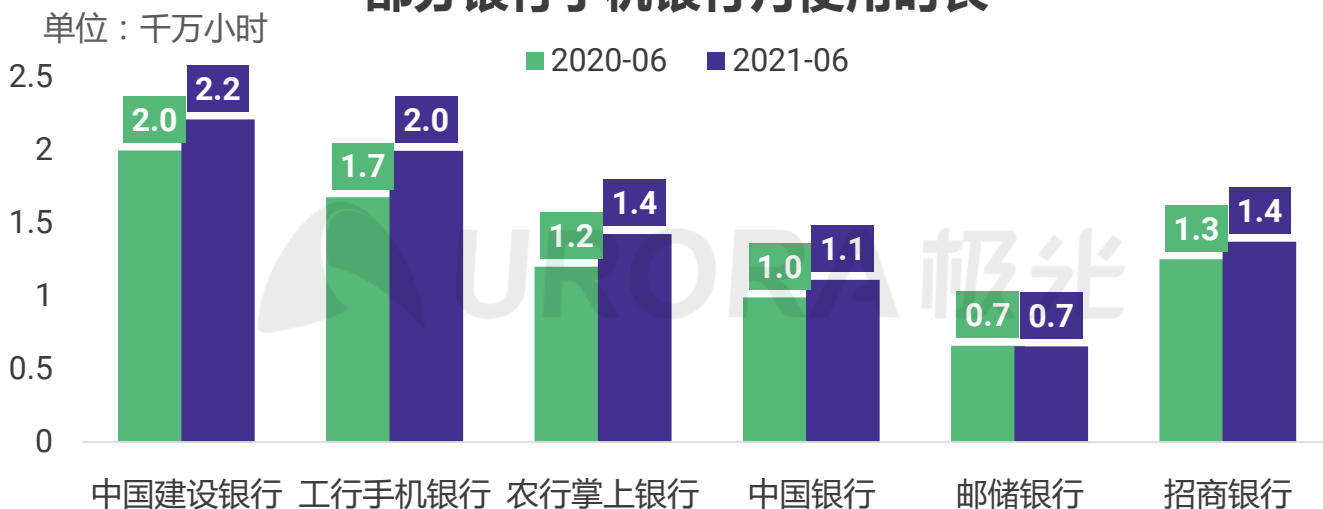
取数周期：2020.06-2021.06

手机银行行业

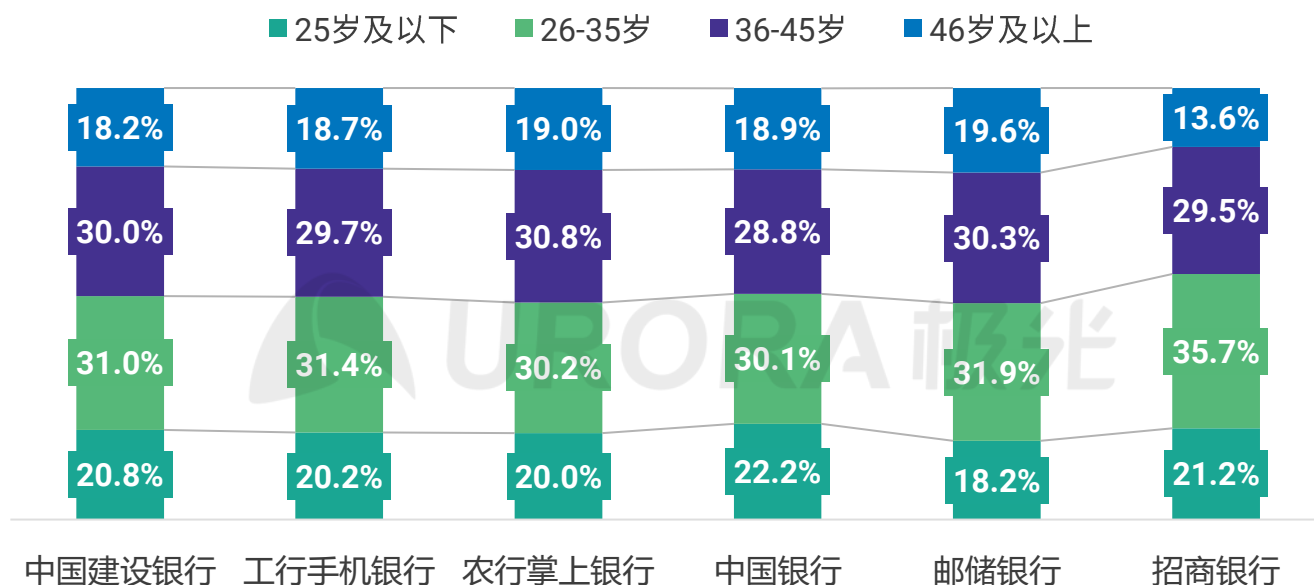
建行月使用时长达2200万小时；六大手机银行用户年龄分布较均匀

- 2021年6月，六大银行中建行月使用时长最长，超2200万小时；工行约达2千万小时，同比增加17.6%；农行达1.4千万小时，同比增长约16.7%
- 六大银行的手机银行用户年龄分布较为均匀，其中招行青年群体占比最高，35岁以下用户占比接近57%

部分银行手机银行月使用时长



2021年6月部分银行手机银行用户年龄分布



数据来源：极光iAPP (Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

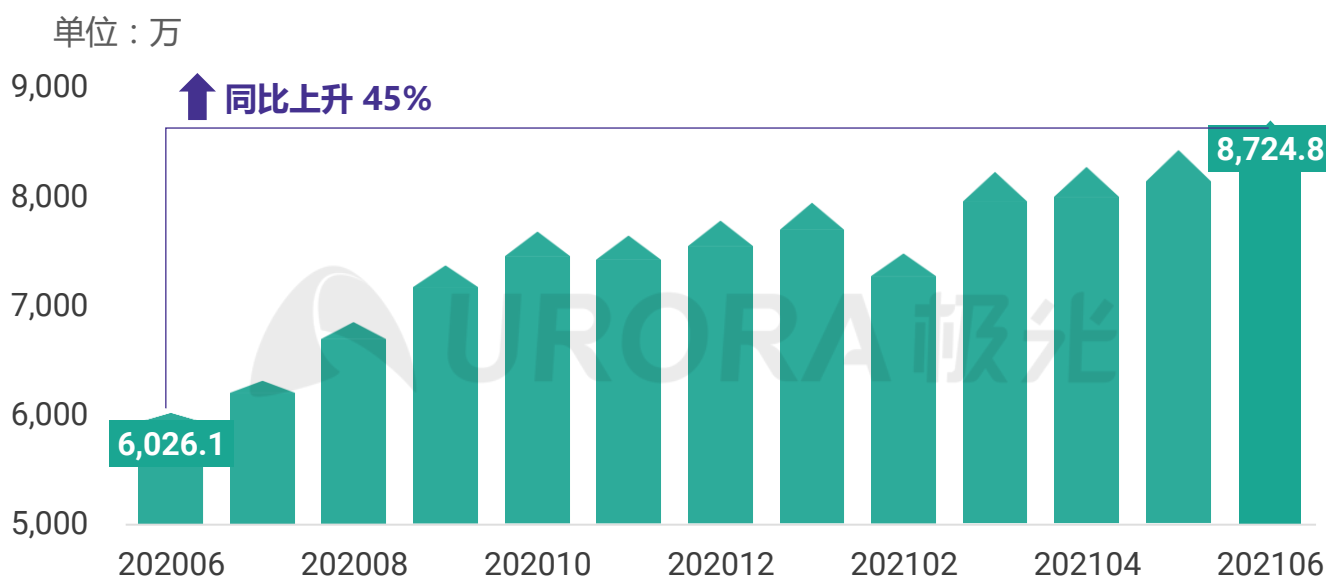
取数周期：2020.06-2021.06

汽车资讯行业

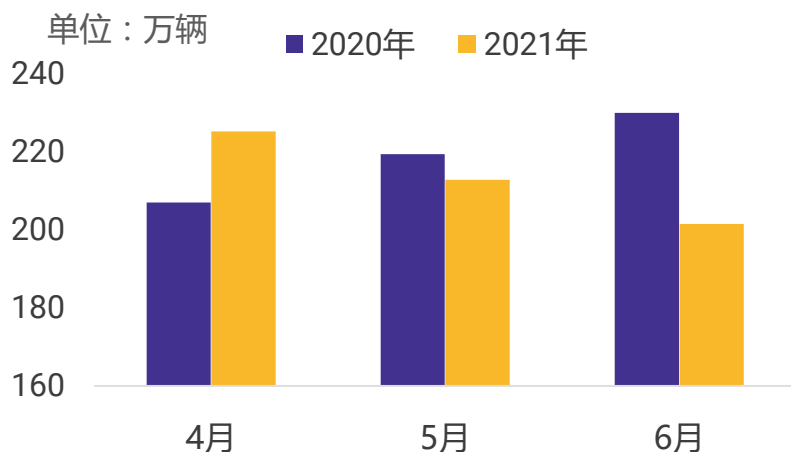
行业月活用户保持增长，6月同比增幅45%

- 2021年二季度，汽车资讯行业持续升温，用户规模逐步扩大，二季度末行业月活跃用户数8725万，较去年6月上涨45%
- 与去年同期相比，汽车行业产销情况略微下降，市场热度有所回落；新能源汽车市场持续火热，成为汽车市场增长的一大拉力，截至2021Q2，今年新能源汽车累计销量已与2019年全年水平持平

汽车资讯行业MAU



汽车月度销量



2021年Q2汽车产销情况

总产量

621.7万辆

总销量

640.7万辆

↓ 同比分别下降6.1%和2.5%

1-6月新能源汽车产销情况

总产量

121.5万辆

总销量

120.6万辆

↑ 同比均增长206%

数据来源：极光iAPP (Aurora Mobile, NASDAQ: JG)；取数周期：2020.06-2021.06

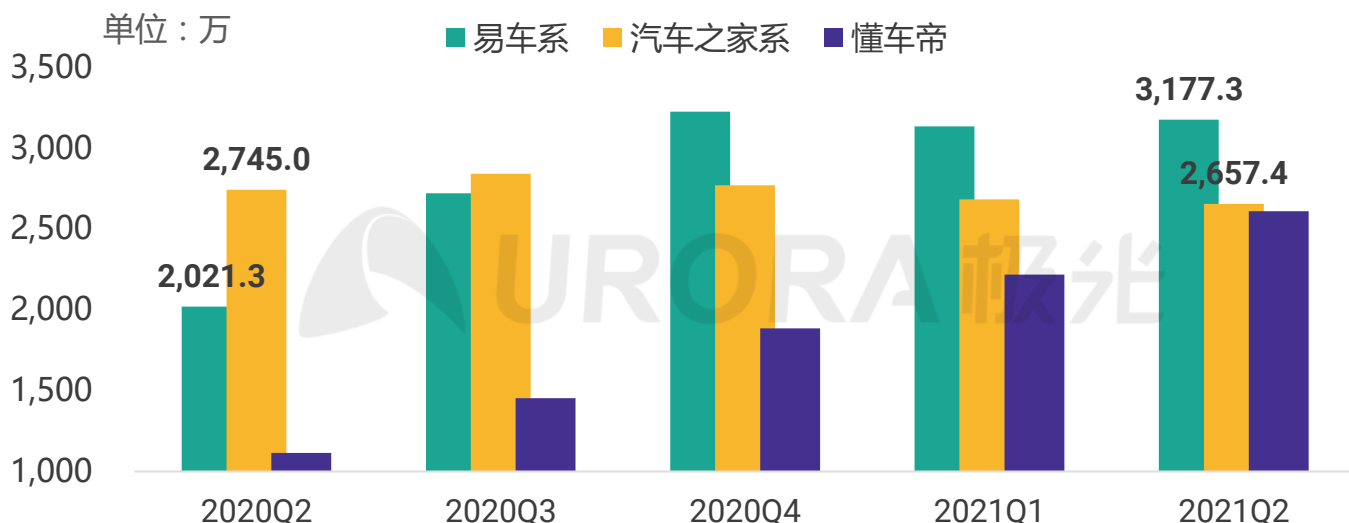
汽车产销数据来自中国汽车工业协会

汽车资讯行业

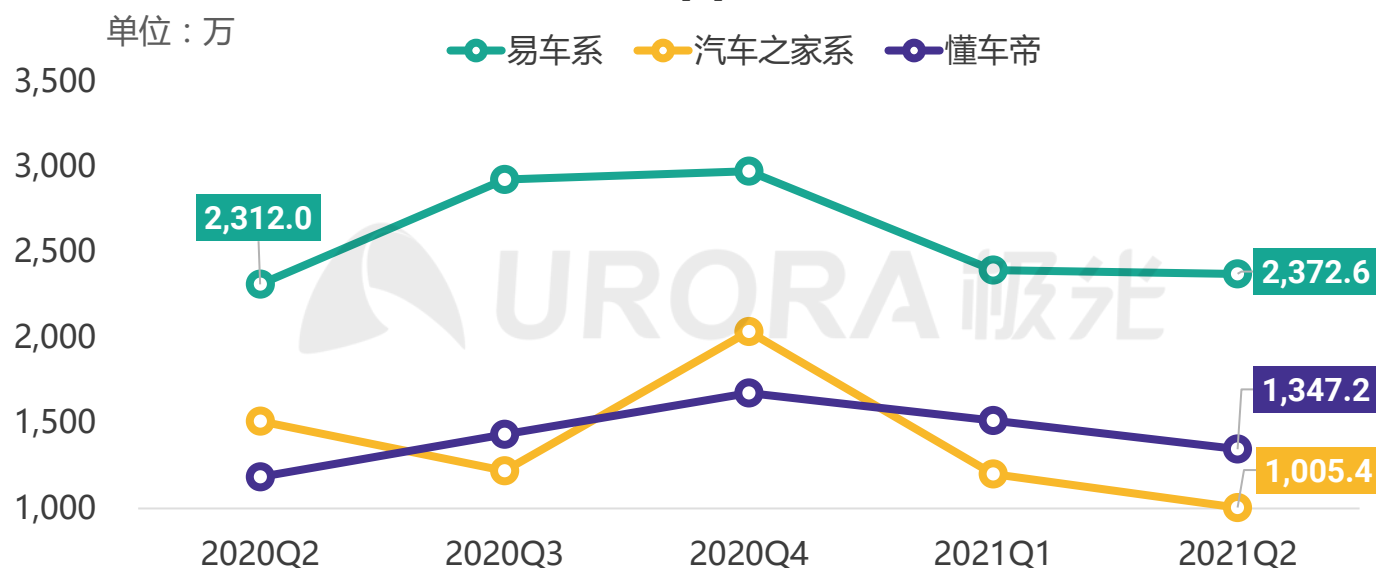
易车系稳坐行业领军位置，月活、新增均列头名

- 主流汽车资讯app中，易车系应用今年Q2月活用户较去年同期增长迅猛，MAU均值达3177.3万，同比增幅为57.2%，自2020年Q4以来稳坐行业头把交椅
- 对比各季度新增用户，易车系app与其他应用拉开了较大的差距，Q2易车系拥有2372.6万新增用户，为其扩大覆盖率及影响力提供了坚实的基础；同期懂车帝新增数为1347.2万，汽车之家系为1005.4万

主流汽车资讯app月活均值



主流汽车资讯app季度新增用户



易车系包含易车、汽车报价大全和易车极速版三款app，汽车之家系包含汽车之家、汽车报价和汽车之家极速版三款app

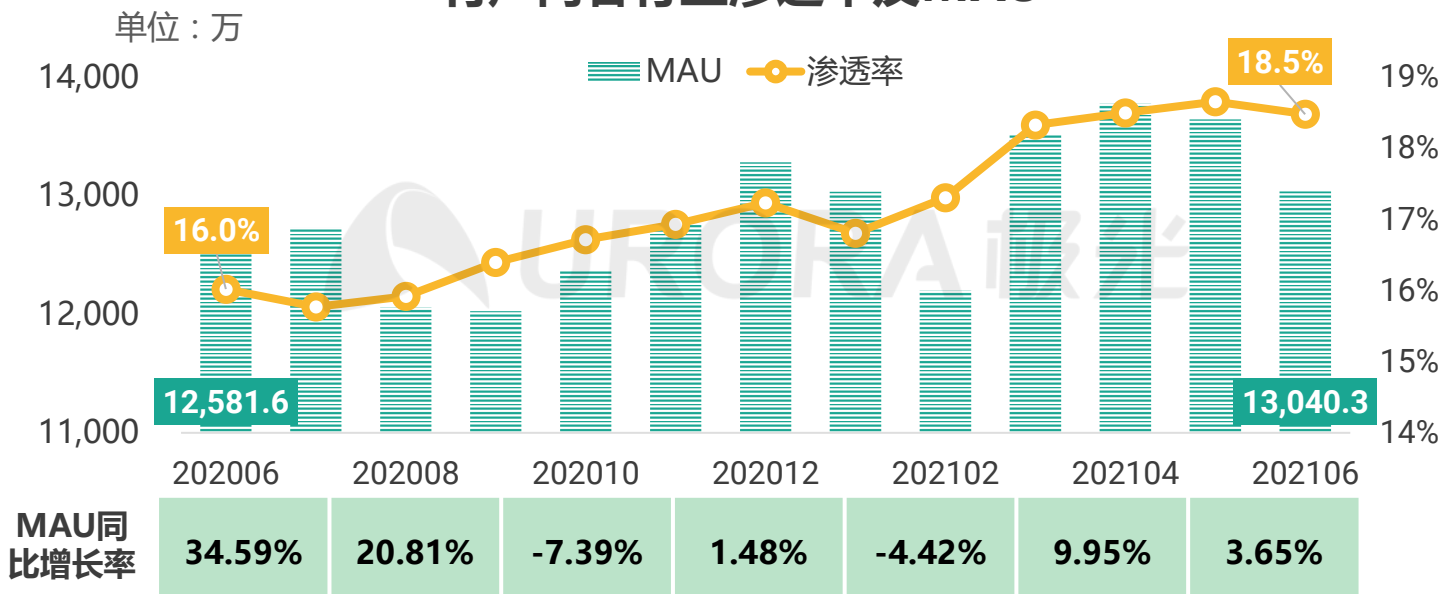
数据来源：极光iAPP (Aurora Mobile, NASDAQ: JG)；取数周期：2020.04-2021.06

有声内容行业

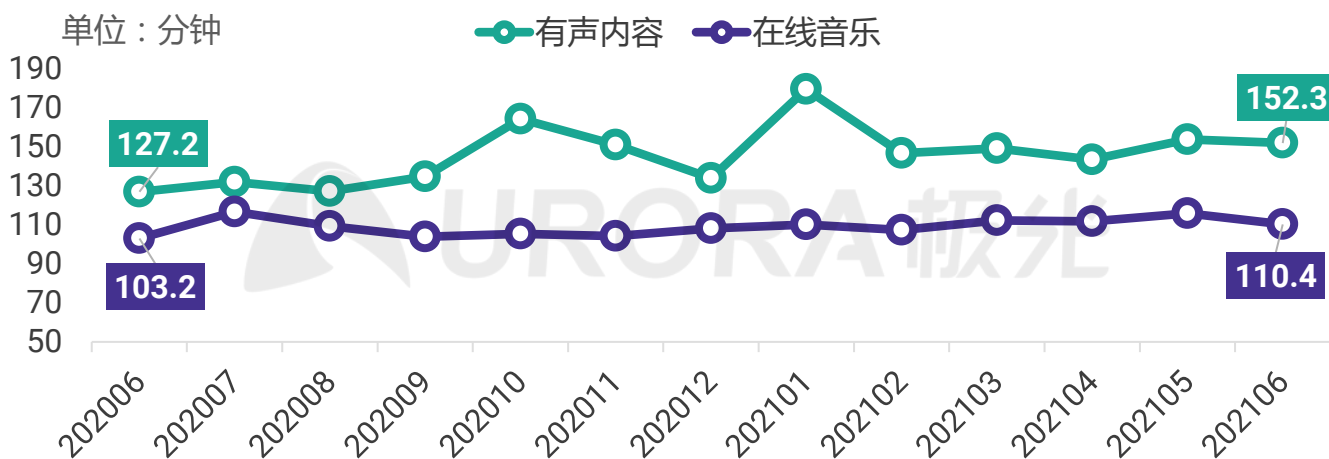
渗透率稳步增长，行业用户规模保持在高水平

- 有声内容行业应用覆盖率稳步上升，2021年6月达到18.5%；二季度末行业内独立应用的MAU超1.3亿，同比增长3.65%；有声内容行业人均使用时长持续领先在线音乐行业，今年6月有声内容人均使用时长达152.3分钟，同比增长19.7%，多元化的音频内容在一定程度上拉升了用户的使用时长
- 作为疫情期间“宅文化”、“宅经济”的重要组成部分，有声内容行业在如今国内疫情渐趋稳定与缓和的情况下依然保持有力的稳定增长，正逐步成长为全场景的伴随性应用

有声内容行业渗透率及MAU



有声内容和在线音乐app人均月使用时长



数据来源：极光iAPP (Aurora Mobile, NASDAQ: JG)，使用精确值计算月活同比变化

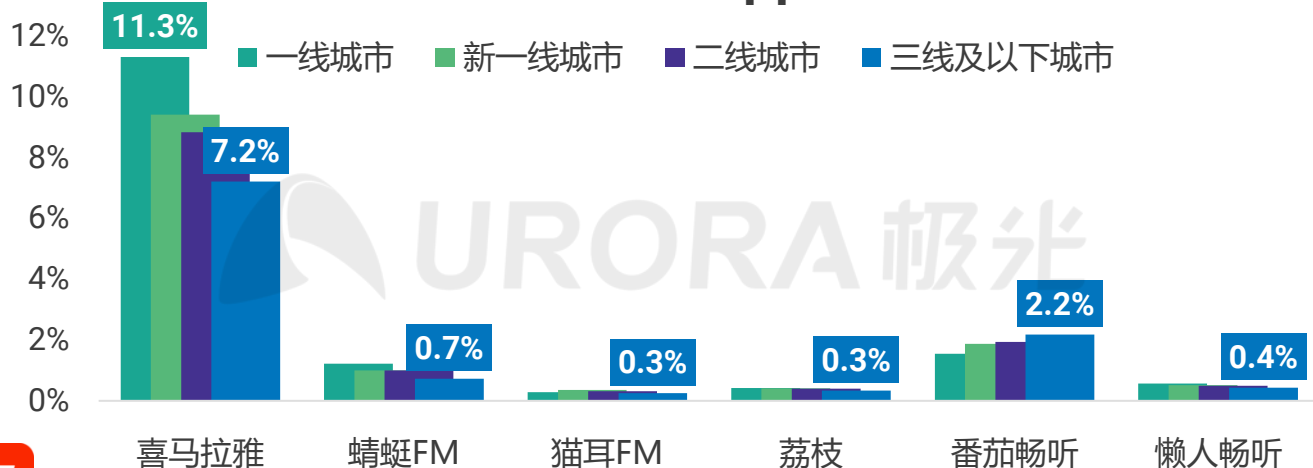
取数周期：2019.06-2021.06

有声内容行业

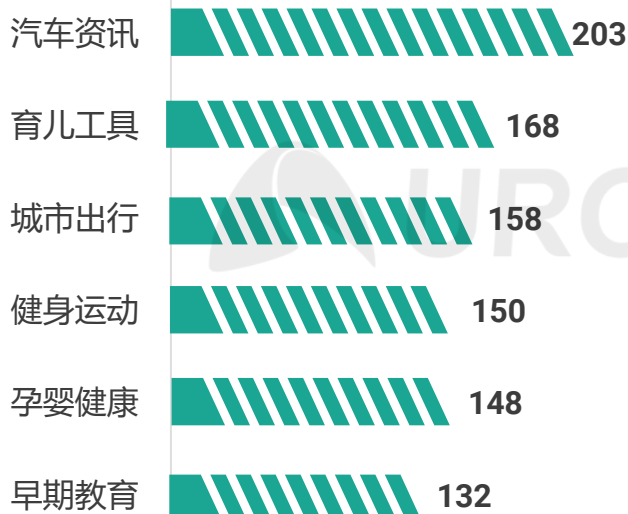
喜马拉雅月活渗透率较高，满足多元场景需求

- 在今年6月月活渗透率分布方面，喜马拉雅的下沉市场渗透优势明显，三线及以下城市月活渗透率均值达7.2%，其次是番茄畅听，为2.2%
- 喜马拉雅用户各垂类行业的TGI较高，其中汽车资讯TGI达203，育儿工具TGI达168，通勤出行以及健身行业均高于150，喜马拉雅在各垂类应用群体中较受欢迎，能够满足不同用户群体在不同场景下对音频的多种需求；二季度喜马拉雅整体活跃度较高，中、重度活跃用户占比46.5%

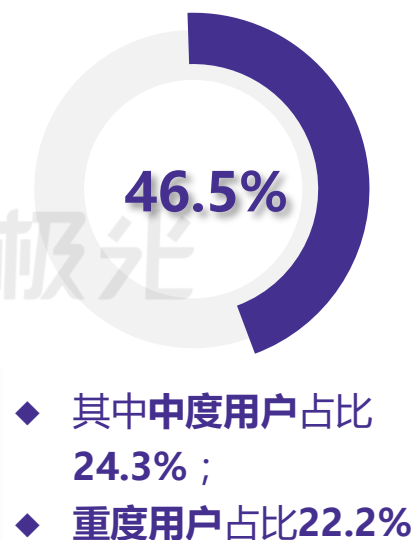
2021年6月部分有声内容app月活渗透率分布



喜马拉雅用户行业偏好 (TGI)



喜马拉雅中、重度用户占比



TGI：喜马拉雅在该二级行业的覆盖率/该二级行业覆盖率*100

轻度、中度、重度用户划分是基于其活跃用户在某月的活跃天数并按照一定的规则进行划分

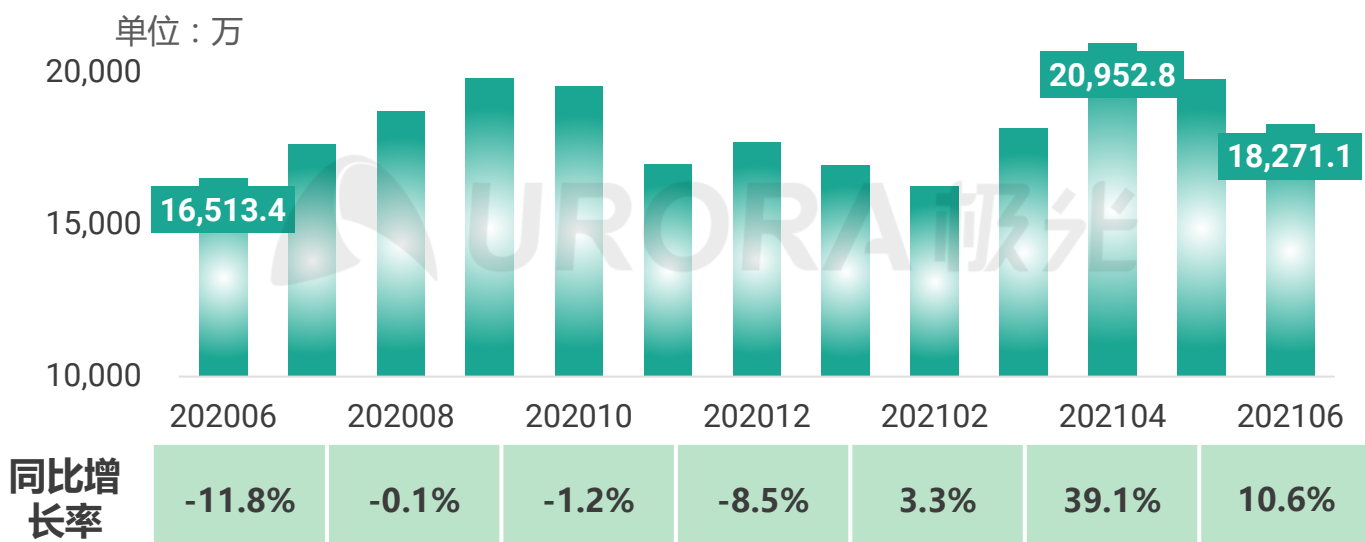
数据来源：极光iAPP (Aurora Mobile, NASDAQ: JG)；取数周期：2021.06

在线旅游行业

Q2月活同比提升，旅游出行强劲复苏

- 随着国内疫情逐渐好转，人们出游信心和旅游欲望在一定程度上有所上涨，今年4月在线旅游行业MAU遇高峰，约2.1亿，同比上升39.1%
- 今年五一假期全国出游达2.3亿人次，在线旅游零售额较去年同期取得大幅上涨；2021年“五一”期间行业DAU均值超3100万，最高达3682.9万，在线旅游行业整体表现超疫前同期

在线旅游行业MAU



近三年“五一”期间出行人数

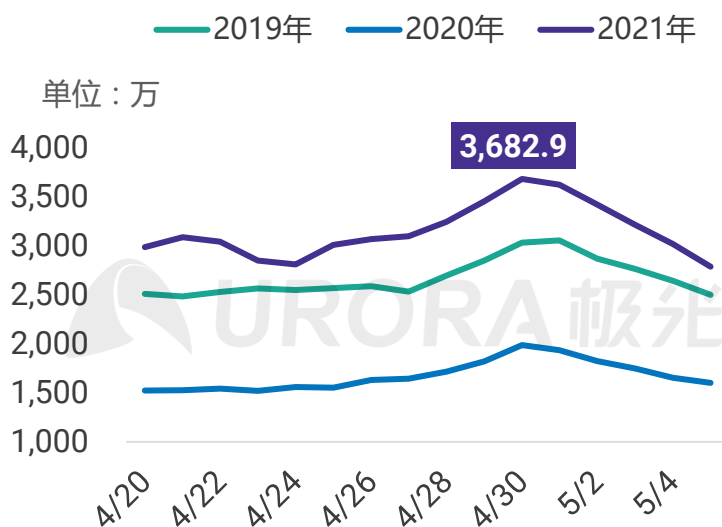
单位：亿



今年“五一”假期：

- 国内旅游收入**1132.3亿元**，同比增长**138.1%**
- 在线旅游零售额同比增长**371.2%**

在线旅游行业近三年“五一”期间DAU



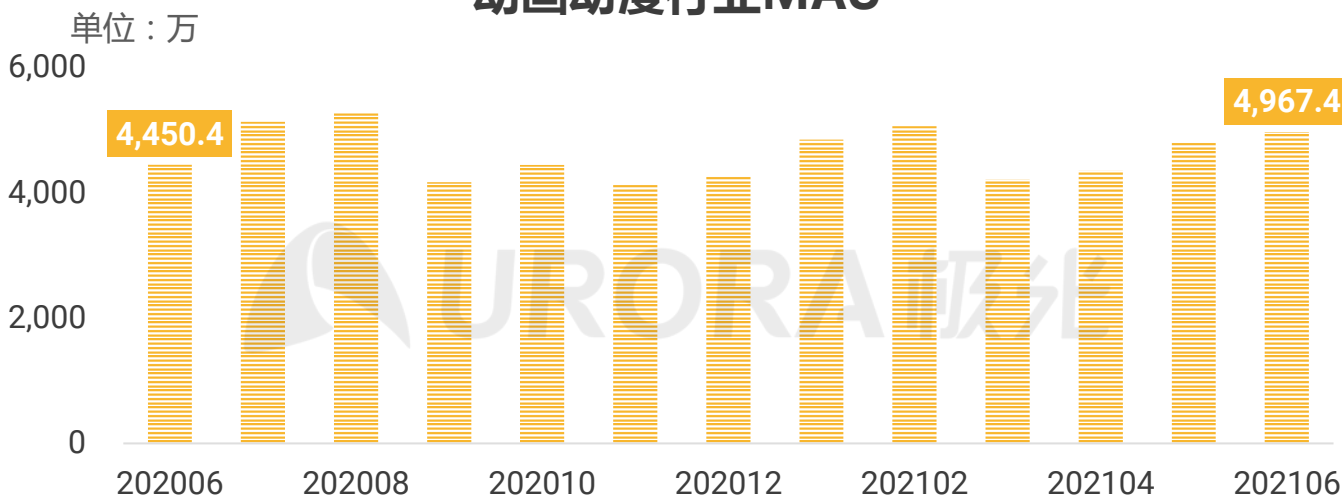
数据来源：极光iAPP (Aurora Mobile, NASDAQ: JG)，使用精确值计算月活同比变化；取数周期：2019.06-2021.06；五一出行人数来自文化和旅游部；五一旅游零售额来自商务部；本统计仅为在线旅游app，含有同类服务的综合app不属于此范围

动画动漫行业

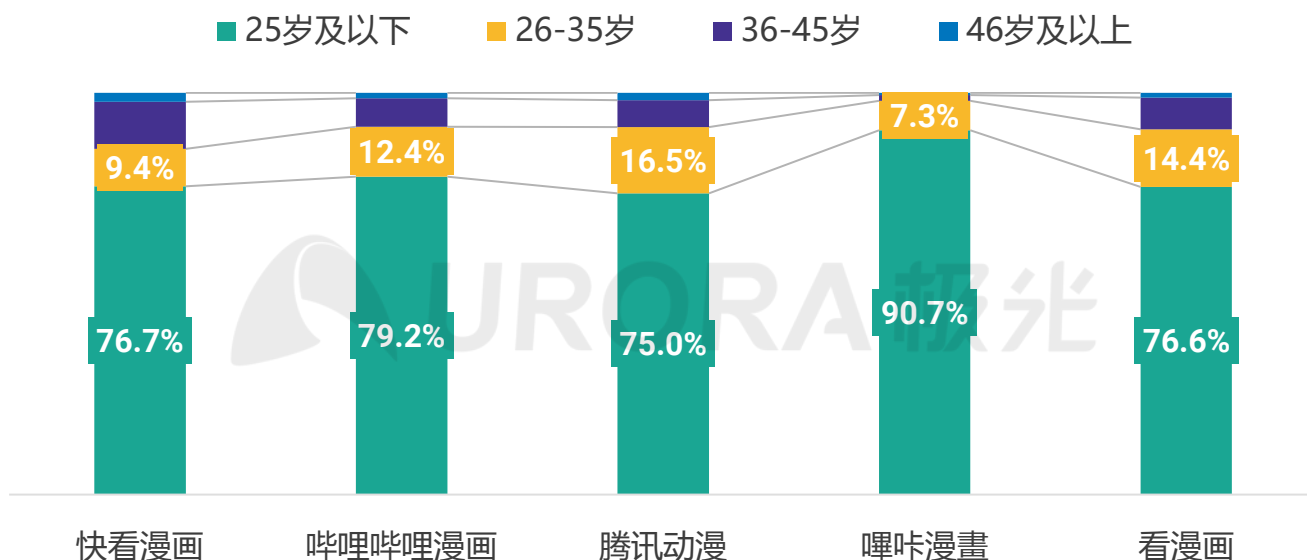
活跃用户规模稳定，95后成为市场主力军

- 国漫崛起，国内动漫市场稳健发展，动画动漫行业月活跃用户规模较为稳定，今年6月MAU达4967.4万，与去年同期4450.4万相比稍有上升，上升幅度为11.6%
- 2021年6月，五款动画动漫app用户年龄分布中，25岁及以下用户占比均超75%，95后成为动漫垂类平台的主要参与者

动画动漫行业MAU



2021年6月部分动画动漫app用户年龄分布



数据来源：极光iAPP (Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

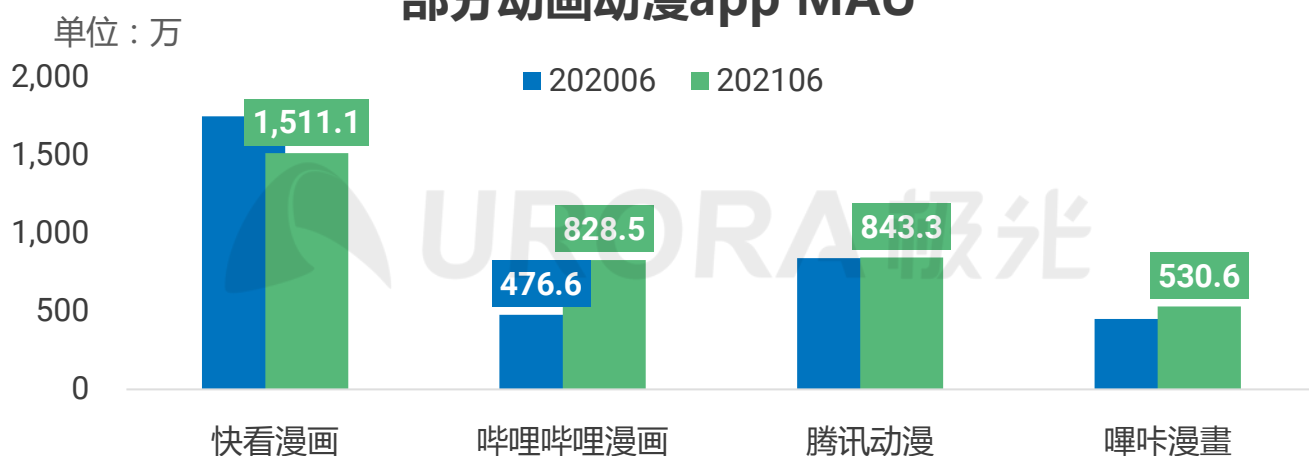
取数周期：2020.06-2021.06

动画动漫行业

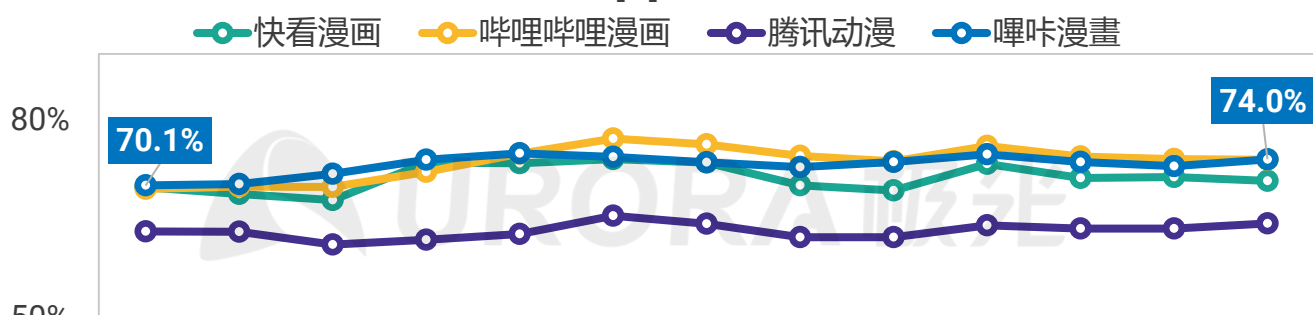
快看漫画月活领先，腾讯动漫7日活跃留存率高

- 快看漫画今年6月月活较去年同期稍有下降，但整体规模仍然领先，达1511.1万；哔哩哔哩漫画月活增长迅猛，今年6月月活达828.5万，同比上涨73.8%
- 安装留存率层面，今年6月，嗶咔漫畫7日安装留存率达74%，同比上升5.6%；活跃留存率层面，腾讯动漫7日活跃留存率整体表现更为突出，6月达25.7%，同比上升14.2%

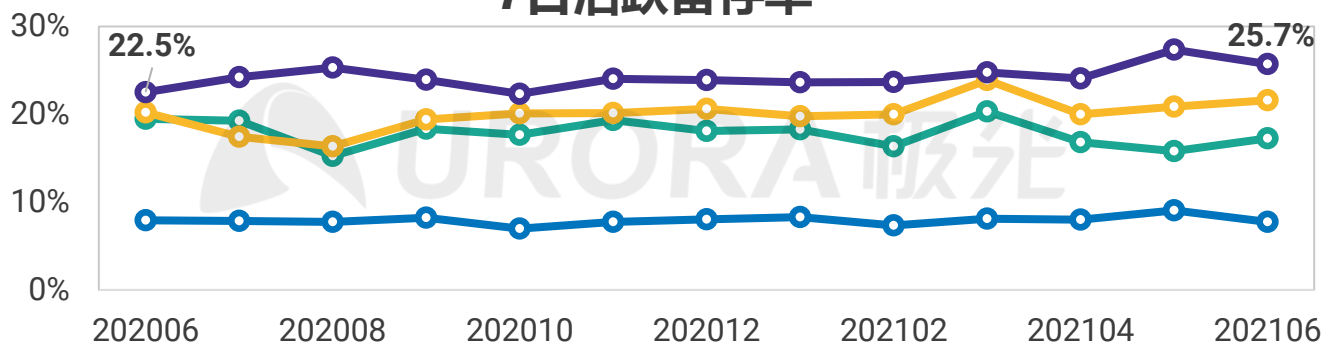
部分动画动漫app MAU



部分动画动漫app 7日安装留存率



7日活跃留存率



数据来源：极光iAPP (Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

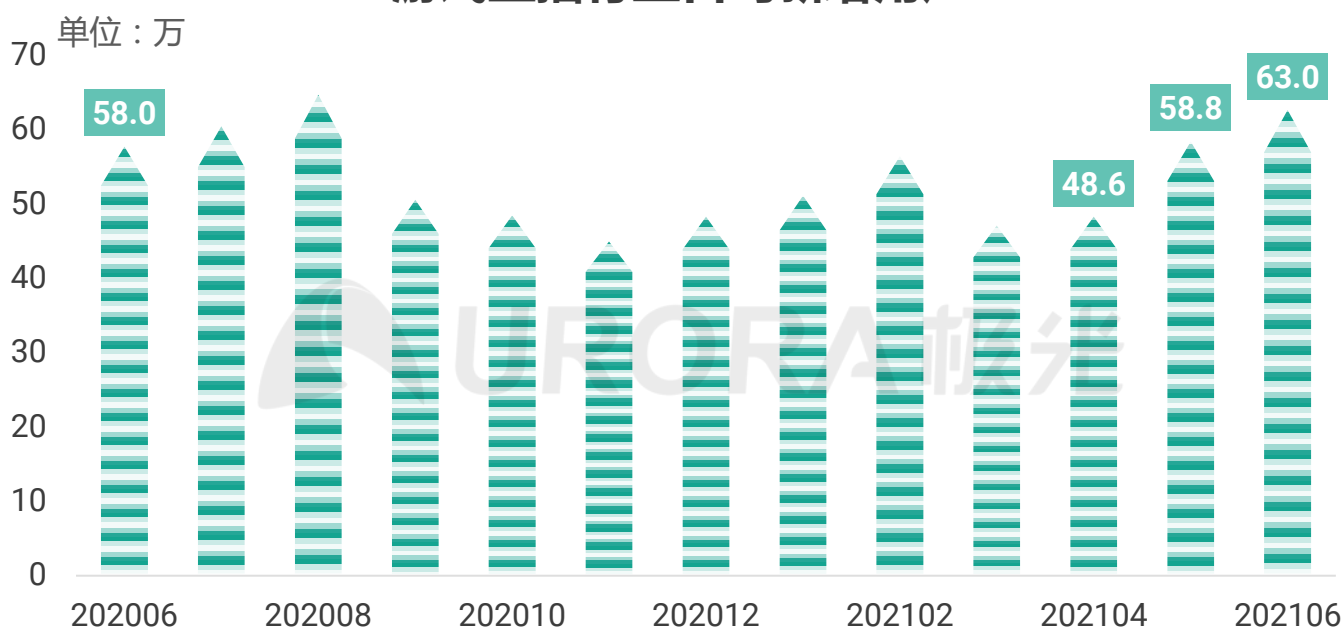
取数周期：2020.06-2021.06

游戏直播行业

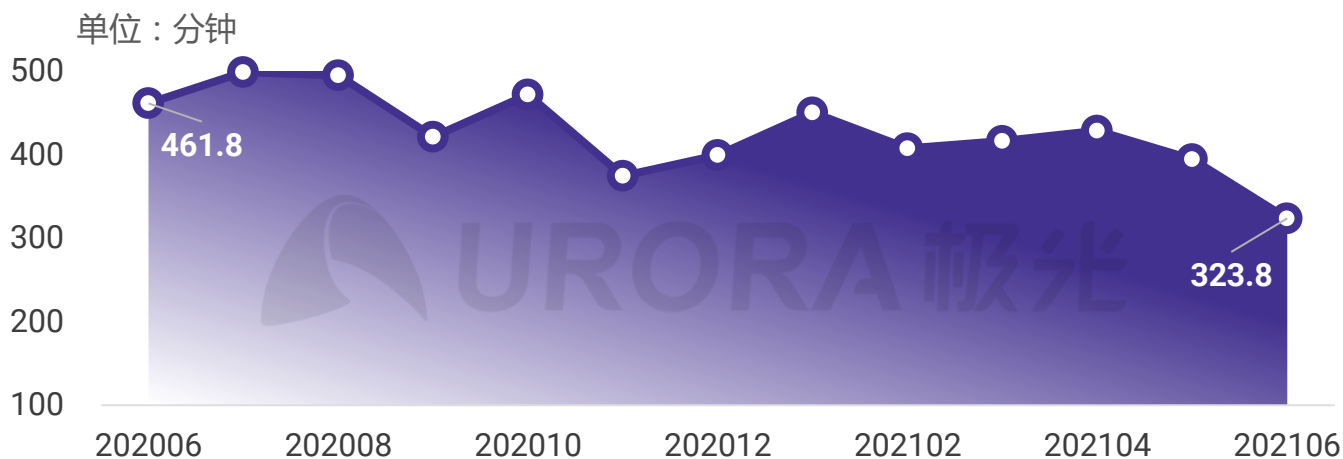
拥有稳定用户新增，使用时长有所下降

- 2021Q2期间，游戏直播日均新增用户持续上升，季度末新增数约63万，与季度初相比增加约30%，同比增加8.6%
- 游戏直播app人均月使用时长与去年同期相比下滑明显，从461.8分钟降至323.8分钟，降幅达29.9%

游戏直播行业日均新增用户



游戏直播app人均月使用时长



数据来源：极光iAPP (Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

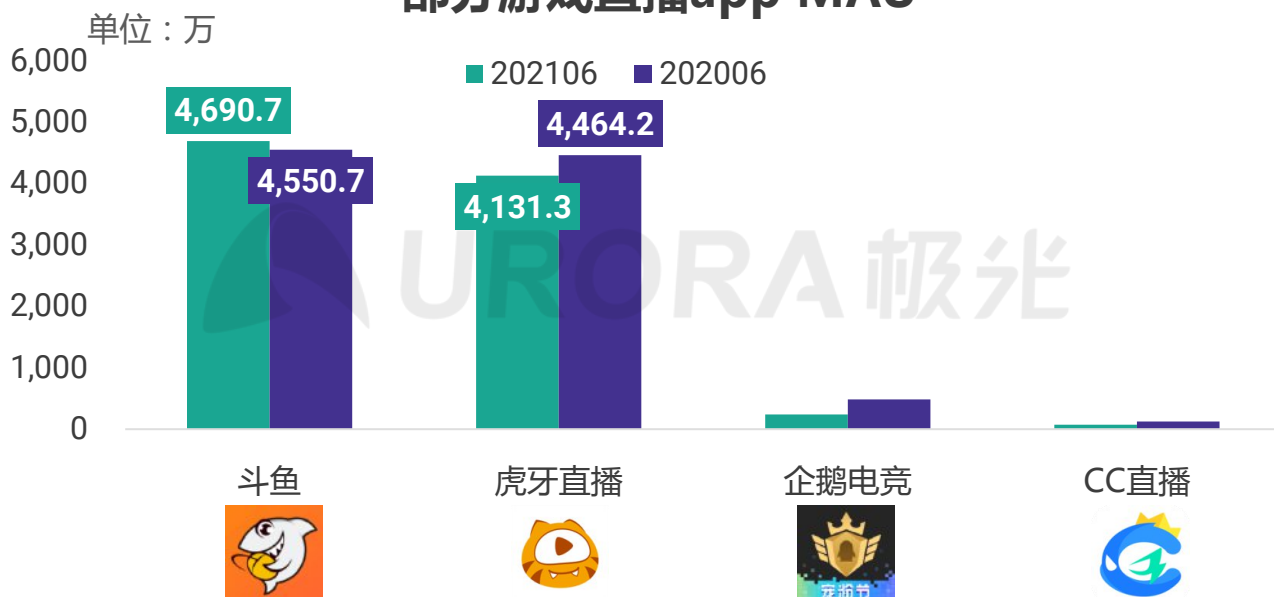
取数周期：2020.06-2021.06

游戏直播行业

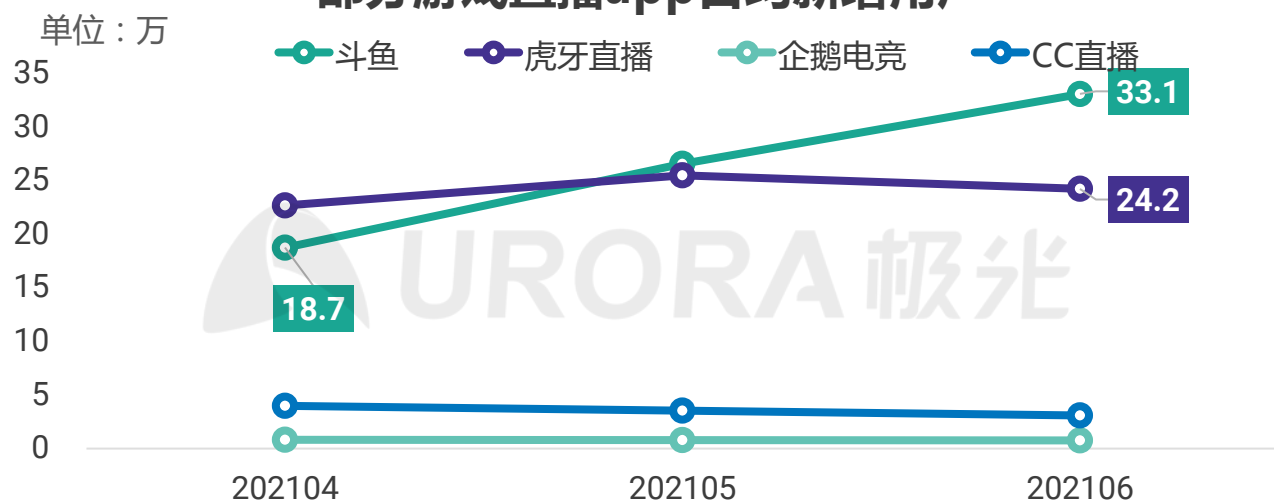
斗鱼、虎牙领跑游戏直播行业

- 在月活跃用户方面，作为“直播+视频+社区”三元融合的多元化泛娱乐平台，斗鱼实现了行业内领先，今年6月MAU达4690.7万，比去年同期增长3%，而其他游戏直播app月活与去年同期相比普遍出现了一定程度的下滑
- 在新增用户数上，斗鱼和虎牙持续领跑游戏直播行业，季度末日均新增均保持在20万以上；其中斗鱼日均新增用户从季度初的18.7万上升至33.1万，上升幅度达77.0%

部分游戏直播app MAU



部分游戏直播app日均新增用户



数据来源：极光iAPP (Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

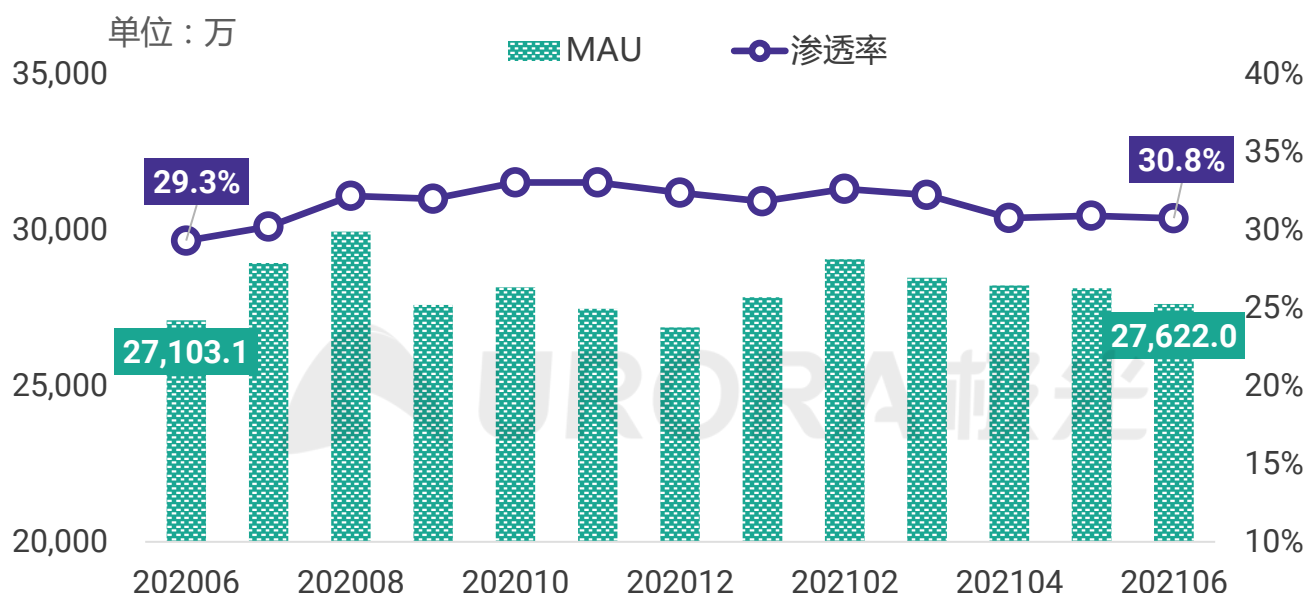
取数周期：2020.06-2021.06

社区交友行业

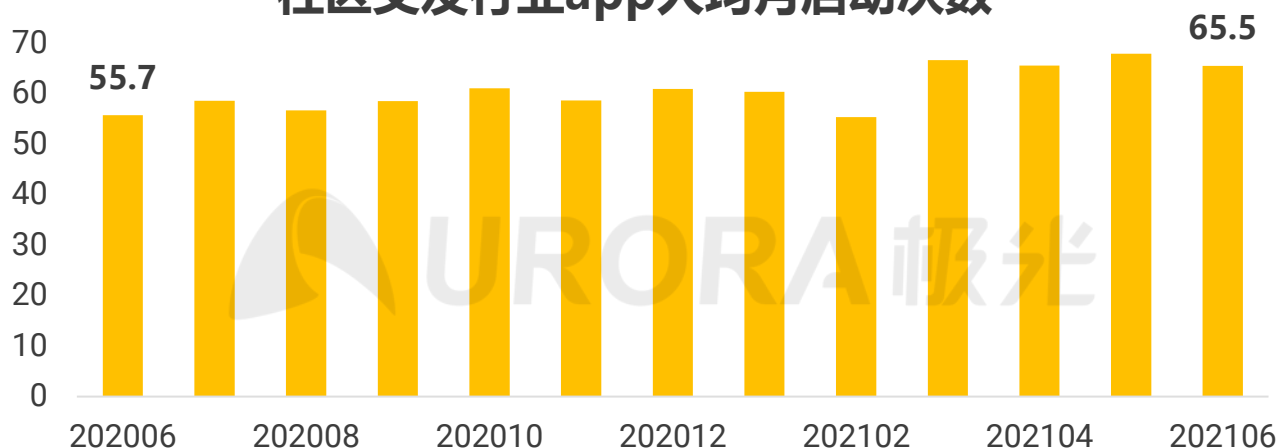
总体平稳发展，人均月启动次数同比有所增加

- 从近一年的月活和覆盖率表现来看，社区交友行业总体保持平稳，今年6月MAU约为2.8亿，覆盖率达30.8%，与去年同期相比均略有上涨
- 今年6月社区交友行业app人均月启动次数为65.5次，与去年同期相比增加近10次，线上的场景化社交越来越成为人们日常社交生活的一大重要组成部分

社区交友行业渗透率及MAU



社区交友行业app人均月启动次数



数据来源：极光iAPP (Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

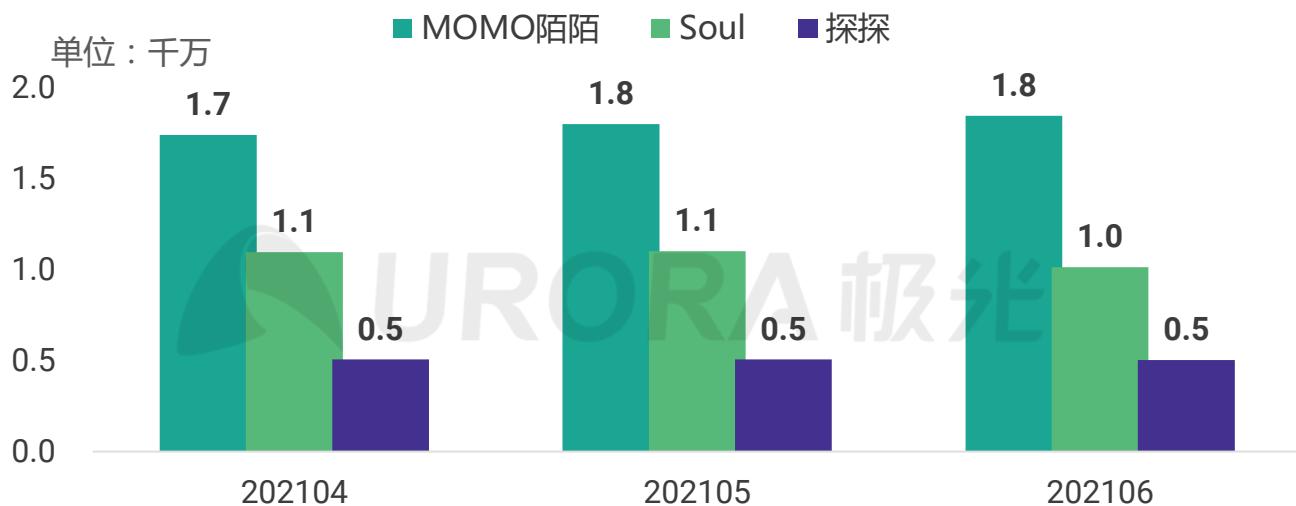
取数周期：2020.06-2021.06

社区交友行业

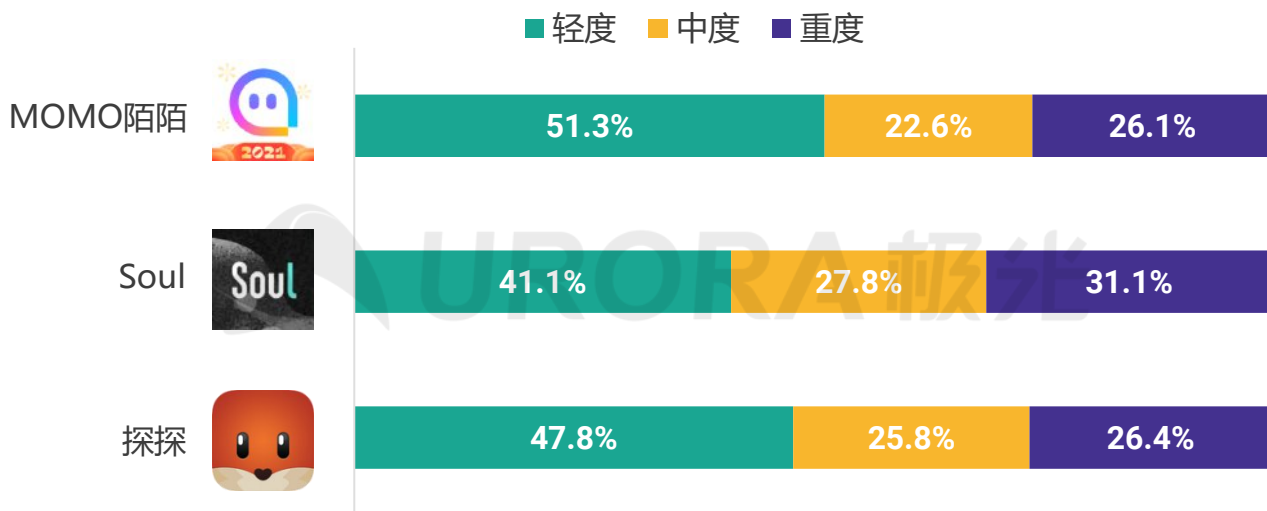
陌陌月均DAU领先，Soul中、重度用户占比高

- 2021年Q2，三款社区交友app季度内月均DAU变化不大，维持稳定，其中陌陌和Soul达千万量级，陌陌表现最优，5月和6月月均DAU均达1800万，大幅领先
- 从今年6月份三款app用户构成情况看，中度用户和重度用户占比均超两成；其中Soul用户黏性最强，中度活跃用户和重度活跃用户占比合计达58.9%

部分社区交友app月均DAU



2021年6月部分社区交友app用户构成



数据来源：极光iAPP (Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

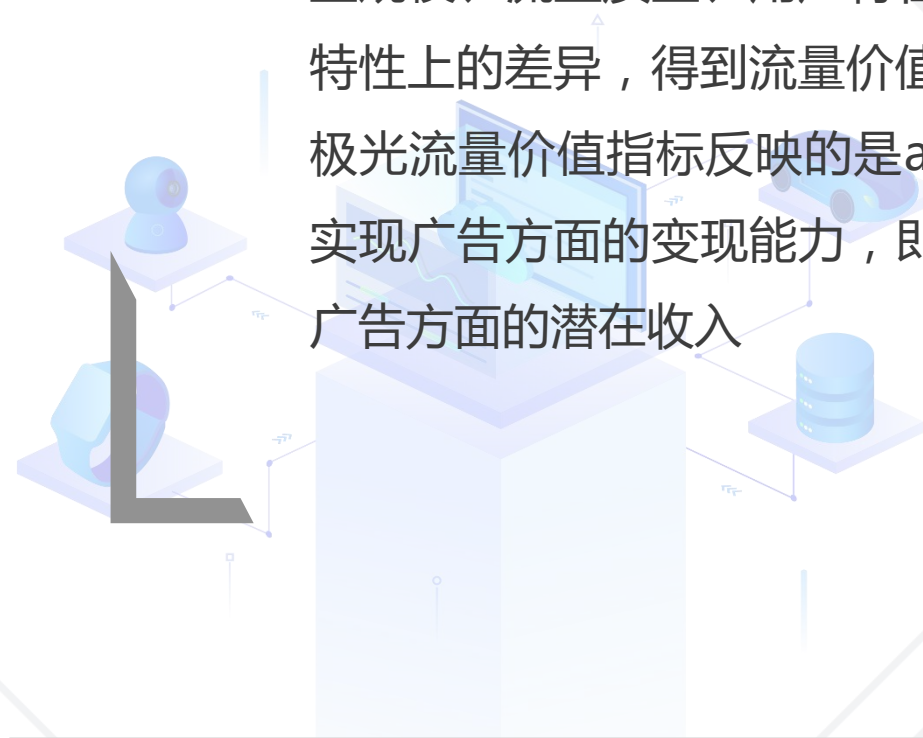
取数周期：2021.04-2021.06

05

App流量价值总榜

• 流量价值top 100 apps

极光流量价值模型采用四个维度多个指标进行评估，充分考虑了app在流量规模、流量质量、用户特征和产品特性上的差异，得到流量价值指标值；极光流量价值指标反映的是app能够实现广告方面的变现能力，即每年在广告方面的潜在收入



用户流量价值top 100 apps (1/2)

2021年6月 排名	应用名	用户流量价值 (亿元)
1	微信	686.3
2	抖音	541.8
3	淘宝	514.7
4	百度	481.9
5	今日头条	363.2
6	拼多多	353.8
7	QQ	348.4
8	美团	280.9
9	微博	261.2
10	快手	244.5
11	京东	174.5
12	小红书	163.0
13	腾讯新闻	135.4
14	今日头条极速版	126.1
15	腾讯视频	118.9
16	爱奇艺	112.7
17	西瓜视频	100.8
18	快手极速版	86.1
19	学习强国	78.5
20	高德地图	74.2
21	抖音极速版	69.2
22	大众点评	67.7
23	懂车帝	66.7
24	汽车之家	65.4
25	58同城	64.9
26	优酷视频	61.9
27	知乎	59.5
28	抖音火山版	59.4
29	闲鱼	53.4
30	哔哩哔哩	53.2
31	饿了么	52.8
32	携程旅行	50.6
33	百度地图	49.0
34	淘特	46.9
35	易车	46.4
36	好看视频	36.7
37	钉钉	36.5
38	支付宝	34.9
39	美团外卖	34.1
40	百度极速版	33.5
41	华为视频	29.7
42	QQ浏览器	27.2
43	得物	26.7
44	去哪儿旅行	25.1
45	网易新闻	25.0
46	唯品会	23.5
47	点淘	23.3
48	安居客	20.0
49	企业微信	19.6
50	微视	19.5

用户流量价值top 100 apps (2/2)

2021年6月 排名	应用名	用户流量价值 (亿元)
51	 百度贴吧	18.9
52	 MOMO陌陌	18.6
53	 新浪新闻	18.6
54	 王者荣耀	18.3
55	 UC浏览器	18.0
56	 芒果TV	17.4
57	 一点资讯	17.3
58	 手机天猫	17.2
59	 番茄免费小说	15.7
60	 汽车报价大全	15.3
61	 凤凰新闻	15.3
62	 团油	15.2
63	 花小猪司机端	15.2
64	 酷狗音乐	13.7
65	 小米视频	13.3
66	 人人视频	12.8
67	 美柚	12.6
68	 贝壳找房	12.2
69	 Soul	12.1
70	 飞猪旅行	11.8
71	 QQ音乐	11.7
72	 趣头条	11.1
73	 阿里巴巴	10.9
74	 搜狐新闻	10.6
75	 腾讯地图	10.6
76	 全民K歌	10.5
77	 花小猪打车	9.9
78	 赶集网	9.3
79	 华为阅读	9.3
80	 七猫免费小说	9.1
81	 影视大全	9.1
82	 瓜子二手车	8.9
83	 华为商城	8.5
84	 探探	8.5
85	 皮皮虾	8.1
86	 网易云音乐	8.1
87	 幸福里	8.0
88	 哈罗摩托	7.8
89	 和平精英	7.5
90	 华为应用市场	7.4
91	 酷我音乐	7.4
92	 剪映	7.2
93	 喜马拉雅	7.2
94	 腾讯体育	7.0
95	 小米商城	7.0
96	 T3出行	6.8
97	 个人所得税	6.8
98	 美团优选	6.6
99	 中油好客e站	6.5
100	 亲宝宝	6.5

报告说明

1. 数据来源

1) 极光 (Aurora Mobile, NASDAQ:JG), 源于极光云服务平台的行业数据采集及极光iAPP平台针对各类移动应用的长期监测, 并结合大样本算法开展的数据挖掘和统计分析; 2) 极光调研数据, 通过极光调研平台进行网络调研; 3) 其他合法收集的数据。以上均系依据相关法律法规, 经用户合法授权采集数据, 同时经过对数据脱敏后形成大数据分析报告。

2. 数据周期

报告整体时间段: 2019年6月-2021年6月。

3. 数据指标说明

具体数据指标请参考各页标注。

4. 免责声明

极光JIGUANG所提供的数据信息系依据大样本数据抽样采集、小样本调研、数据模型预测及其他研究方法估算、分析得出。由于统计分析领域中的任何数据来源和技术方法均存在局限性, 极光JIGUANG也不例外。极光JIGUANG依据上述方法所估算、分析得出的数据信息仅供参考, 极光JIGUANG不对上述数据信息的精确性、完整性、适用性和非侵权性做任何保证。任何机构或个人援引或基于上述数据信息所采取的任何行动所造成的法律后果均与极光JIGUANG无关, 由此引发的相关争议或法律责任皆由行为人承担。

5. 报告其他说明

极光数据研究院后续将利用自身的大数据能力, 对各领域进行更详尽的分析解读和商业洞察, 敬请期待。

6. 版权声明

本报告为极光JIGUANG所作, 报告中所有的文字、图片、表格均受相关的商标和著作权的法律所保护, 部分内容采集于公开信息, 所有权为原著作者所有。未经本公司书面许可, 任何组织和个人不得以任何形式复制或传递。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规的规定。

关于极光

极光 (Aurora Mobile , 纳斯达克股票代码 : JG) 成立于2011年 , 是中国领先的开发者服务提供商 , 专注于为开发者提供稳定高效的消息推送、一键认证以及流量变现等服务 , 助力开发者的运营、增长与变现。同时 , 极光的行业应用已经拓展至市场洞察、金融风控与商业地理服务 , 助力各行各业优化决策、提升效率。



数据需求请联系
data@jiguang.cn



For developers , by developers

<input type="checkbox"/> 物业行业精选研究报告 17份	<input type="checkbox"/> 钢铁行业精选研究报告 54份
<input type="checkbox"/> 网络安全行业精选研究报告 27份	<input type="checkbox"/> 纺织、服装行业精选报告 38项
<input type="checkbox"/> 机器人行业精选研究报告 11份	<input type="checkbox"/> 电子行业精选报告 100份
<input type="checkbox"/> 广告、营销行业精选研究报告 65份	<input type="checkbox"/> 半导体行业精选研究报告 42份
<input type="checkbox"/> 大宗商品 14份	<input type="checkbox"/> 能源、新能源行业精选研究报告
<input type="checkbox"/> 智慧城市、特色小镇、城市相关行业精选研究报告	<input type="checkbox"/> 美妆、化妆品行业精选研究报告
<input type="checkbox"/> 轻工制造业行业精选研究报告 59份	<input type="checkbox"/> 母婴行业精选研究报告 10份
<input type="checkbox"/> 金属、有色金属行业精选研究报告 137份	<input type="checkbox"/> 农林牧渔、畜禽行业精选研究报告
<input type="checkbox"/> 公共事业行业精选研究报告 13份	<input type="checkbox"/> 煤炭行业精选研究报告 57份
<input type="checkbox"/> 高端制造、装备行业精选研究报告 22份	<input type="checkbox"/> 汽车、新能源汽车及其相关产业
<input type="checkbox"/> 银行行业精选研究报告 159份	<input type="checkbox"/> 机械共 113份
<input type="checkbox"/> 休闲服务行业精选研究报告 15份	<input type="checkbox"/> 计算机、IT、软件共 170份
<input type="checkbox"/> 消费、消费品行业精选研究报告 168份	<input type="checkbox"/> 家居、家具、家电共 128份
<input type="checkbox"/> 物流、快递、交通运输行业精选研究报告 125份	<input type="checkbox"/> 建筑、建材共 151份
<input type="checkbox"/> 通信、5G行业精选研究报告 225份	<input type="checkbox"/> AI、云计算、自动驾驶、TMT 共
<input type="checkbox"/> 数据信息、画像等 64份	<input type="checkbox"/> 电子书、培训课件
<input type="checkbox"/> 食品、饮料、酒行业精选研究报告 208份	<input type="checkbox"/> 电气、电力共 193份
<input type="checkbox"/> 石油、化工行业精选研究报告 266份	<input type="checkbox"/> 航空、国防军工共 156份儿
<input type="checkbox"/> 生物行业精选研究报告 22份	<input type="checkbox"/> 互联网共 147份儿
<input type="checkbox"/> 奢侈品行业精选研究报告 13份	<input type="checkbox"/> 传媒、游戏、文娱 196份儿

每日报告分享群

- 1.每日微信群内分享10+最新重磅报告
- 2.每日分享华尔街日报、金融时报
- 3.定期分享经济学人
- 4.每周分享500+当月重磅报告



截屏本页，微信扫一扫
或公众号搜索“行业报告分享”

回复：<进群> 加入每日报告分享群

回复：<2020> 领1000份行业报告合集

QuestMobile2019付费市场半年报告：手游、游戏直播最吸金，在线视频规模效益开始凸显.pdf
做社群不可忽略的10个促活小技巧.pdf
装了这款软件，一部手机可以同时运行800个微信号.pdf
真风口还是伪概念？一场关于KOC的真理大讨论.pdf
增长黑客如何玩转私域流量？.pdf
亿级流量诞生的背后：被“圈养”的百万网民.pdf
一键群发、批量删人，微商特供版微信居然这么骚？.pdf
要致富，先拉群.pdf
严打之下，微信“灰色流量”重新洗牌.pdf
行业揭秘：ToB营销的8大帮派.pdf
下沉市场彻底改变了_4000字最新深度.pdf
我潜伏了100天，拆解完美日记高转化的“私域流量”逻辑！.pdf
微信私域流量惊魂.pdf
微信群死了吗？不，只是转移了战场.pdf
微信狠起来为什么连自己人都打？.pdf
微信封号最新规则以及解决办法其他变化.pdf
微信打击个人号，私域流量接下来要怎么玩？.pdf
万字复盘_门店月流水翻一番，只因他做对了私域流量.pdf
天下苦流量久矣，却为何独独青睐_私域流量_？.pdf
十万冒牌KOL，百亿灰色名利场.pdf
社群运营的三个常用场景—以知识付费产品为例.pdf
社群卖课转化高？4000字看懂私域流量卖课核心套路.pdf
社群经济注定是“历史”，而不是未来.pdf
社区团购三问：价值、终局和盈利.pdf
如何用“训练营+社群”模式，进行高流量转化.pdf
如何从0-1打造一个高价值社群？6000字干货分享.pdf
渠道推广运营攻略：3招实现获客翻倍，轻松搞定拉新难题.pdf
蚂蚁森林主要是促活还是激活？.pdf
华润万达沃尔玛等线下零售如何利用微信裂变给门店引流？.pdf
关于微信生态的一些最新数据和事实.pdf
给企业「私域流量」运营的20条建议！.pdf
服务号、小程序、微信群、个人号、4位一体做好在线教育增长.pdf
疯狂刷屏没销量？微商朋友圈应该如何打造才能卖货？.pdf
低成本引流玩法盘点，掌握在线教育流量运营的4大黄金法则.pdf
从数据看完美日记如何完成品牌增长.pdf
从如何撩汉，谈谈会员运营的黑操作.pdf
操盘社群：4个微信群、付费转化率36.7%、销售额103万+.pdf
被妖魔化的增长、裂变和社群.pdf
10800字深度解析淘宝客这个赚钱的神秘行业.pdf
4个步骤提升50%转化率，揭秘私域流量增长的底层规律.pdf
“下沉市场”有哪些生意值得做？.pdf