



2019年中国移动互联网 八大关键词

2020-01-07

2019年中国移动互联网 八大关键词

- 1 “马太效应”** 中国互联网行业用25年完成了从模仿到创新的蜕变，热门赛道“马太效应”凸显
- 2 用户增长** 流量红利进一步收缩，场上玩家对用户的争夺战越打越激烈
- 3 全景生态流量** 场上玩家布局全景生态流量破解流量桎梏，全景生态布局帮助互联网玩家获取到新的结构性互补的流量
- 4 价值回归** 中国移动互联网广告市场容量增长放缓，抖音、快手等新的媒介对其他媒体产生冲击和侵蚀
- 5 民族品牌崛起** 华为手机销量反超苹果，抢占智能终端市场份额榜首地位，OV、小米市场份额进一步扩大，国产终端品牌崛起
- 6 人群“众生相”** 深入挖掘细分人群特征，及时把握用户需求变动成为移动互联网“下半场”的机会
- 7 新零售深化** 新零售依托大数据，实现整体“生态化”和“数字化”的升级
- 8 金融普惠** 多元化消费场景促进金融支付行业用户规模稳定增长

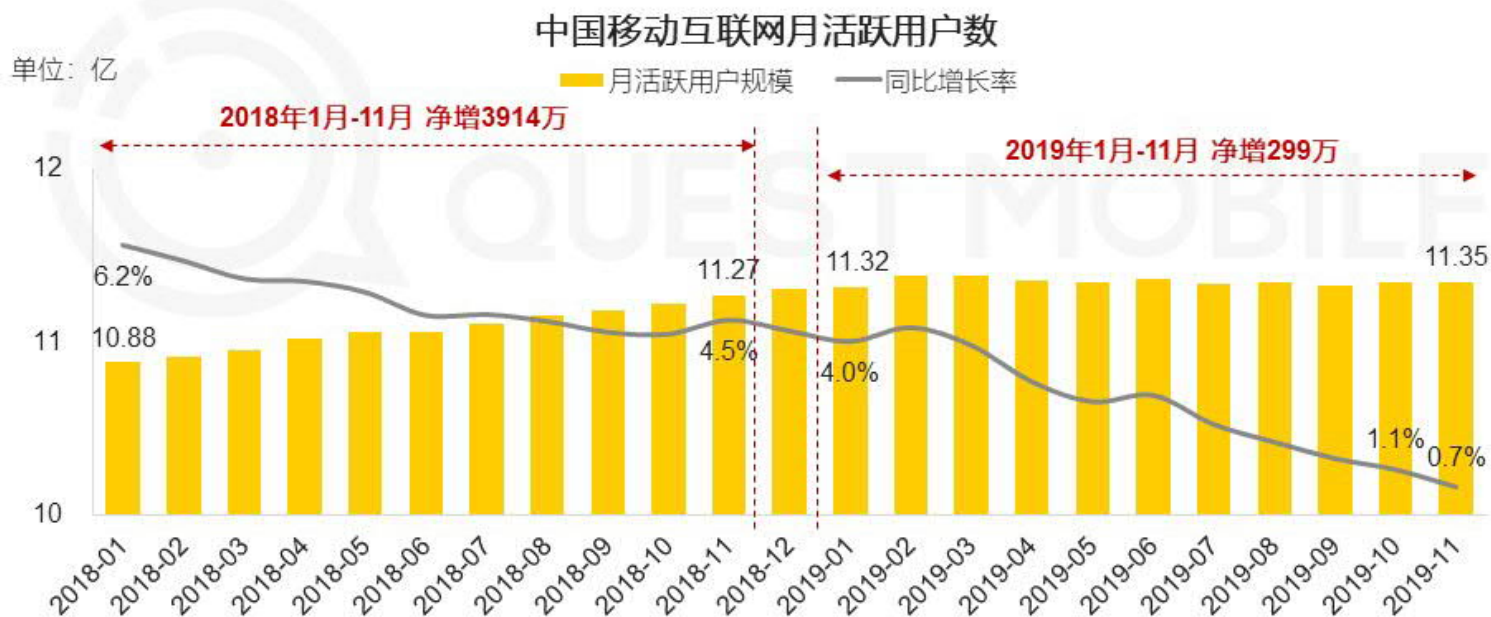
01

关键词一：热门赛道 “马太效应”

中国总体网民规模与移动网民规模

单位：亿



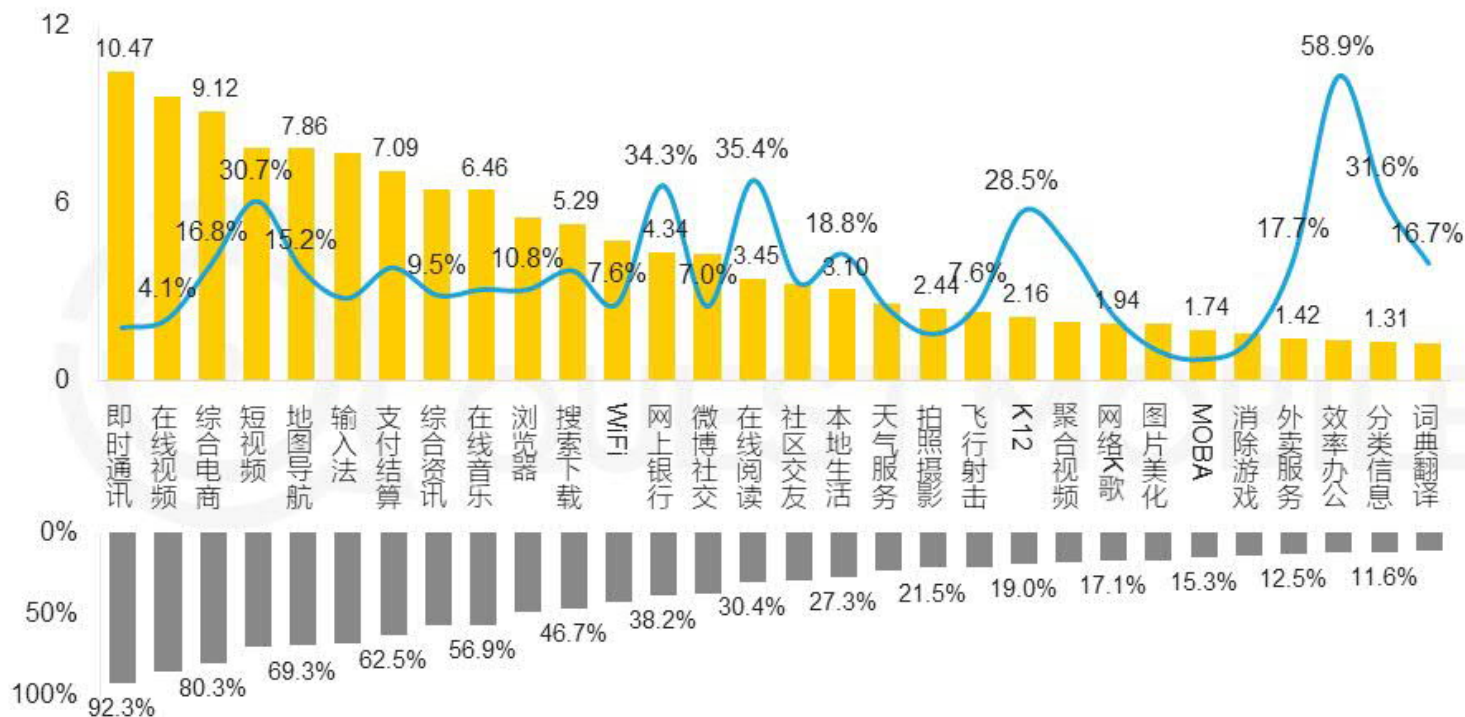


移动互联网已成为“水电煤”等基础设施，深刻影响用户行为，社交稳坐移动互联网头把交椅，用户线上购物、观看视频需求旺盛

2019年中国移动互联网典型细分行业月活跃用户数 TOP30

单位：亿

■ 月活跃用户数 — 同比增长率 ■ 活跃渗透率



备注：已剔除终端商店、应用商店、安全服务、运营商服务等工具类细分行业；

活跃渗透率=目标细分行业2019年1月-11月MAU的均值/移动大盘 2019年1月-11月MAU的均值；

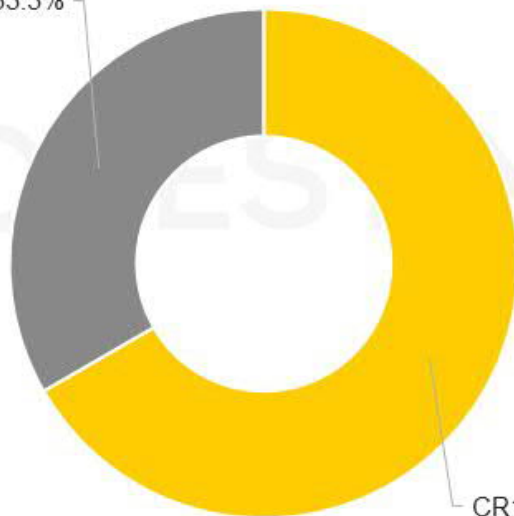
2019年目标细分行业月活跃用户规模取2019年1月-11月月活跃用户规模的均值；

热门赛道“马太效应”凸显，2/3细分行业用户规模TOP1 APP覆盖行业用户超半



2019年中国移动互联网月活跃用户规模 TOP30 细分行业 CR1 > 50%

CR1 ≤ 50%, 33.3%



CR1 > 50%, 66.7%

CR1 = 目标细分行业TOP1 APP月活跃用户数 / 目标细分行业月活跃用户数；

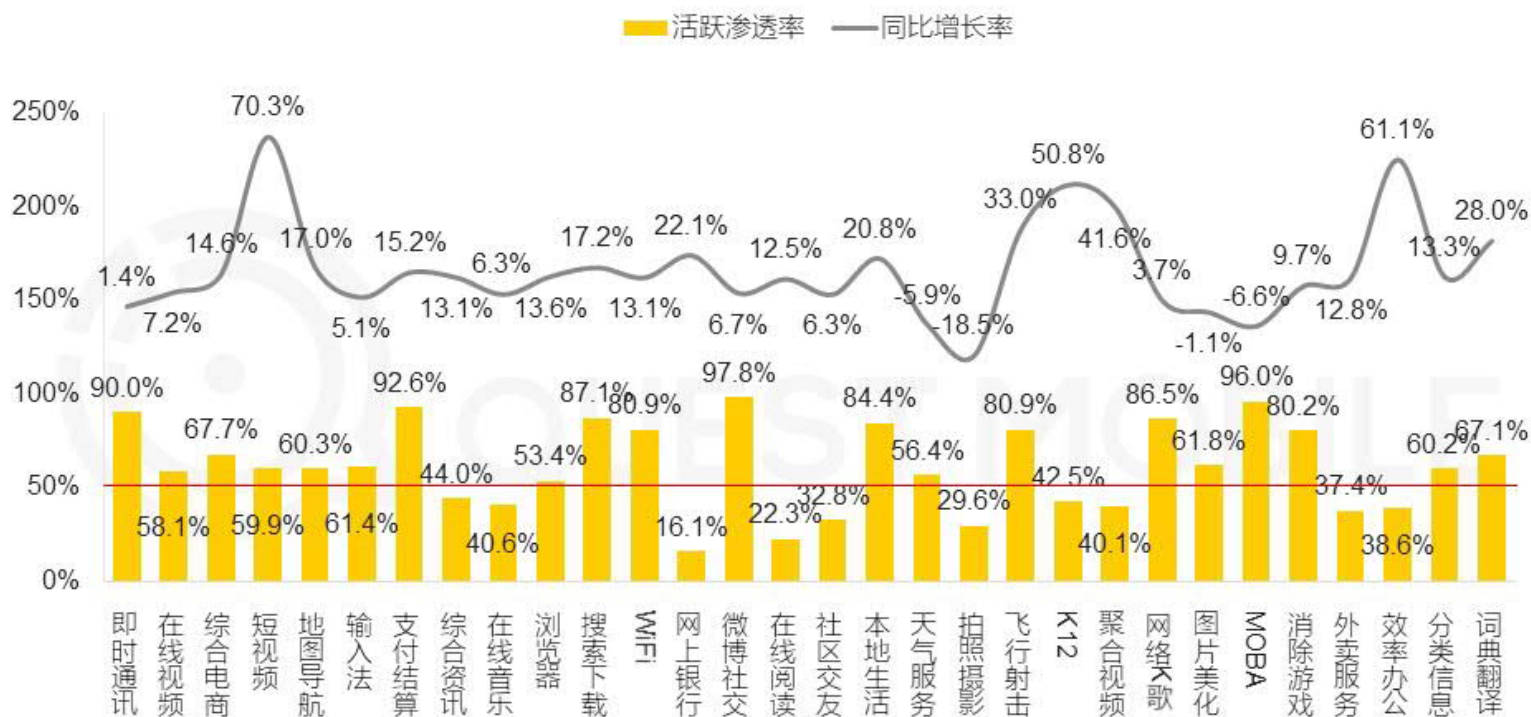
2019年目标细分行业月活跃用户规模 TOP1 APP 取2019年1月-11月月活跃用户规模 TOP1 APP 的均值；

Source: QuestMobile TRUTH 中国移动互联网数据库 2019年

即时通讯、支付结算、微博社交、MOBA等行业用户规模TOP1 APP已超过行业九成



2019年中国移动互联网月活跃用户规模TOP30细分行业 CR1



备注：按照行业MAU降序排列

已剔除终端商店、应用商店、安全服务、运营商服务等工具类细分行业；

CR1=目标细分行业TOP1 APP月活跃用户数 / 目标细分行业月活跃用户数；

2019年目标细分行业月活跃用户规模 TOP1 APP 取2019年1月-11月月活跃用户规模 TOP1 APP 的均值；

Source: QuestMobile TRUTH 中国移动互联网数据库 2019年

02

关键词二：增长

随着流量红利进一步收缩，存量博弈更加显著，移动互联网玩家在用户增长的同时同样注重“转化”

2019年中国移动互联网典型增长策略

KOL矩阵营销

私域流量

垂直社区

全景生态布局

社交裂变

线上线下联动

下沉

用户增长



用户

变现转化



变现

短视频行业流量红利仍在，月活跃用户规模同比增量达1.23亿，
在线教育持续带动教育行业增长



2019年中国移动互联网典型细分行业月活跃用户数同比增量 TOP10



备注：

- 1、已剔除终端商店、应用商店、安全服务、运营商服务等工具类细分行业；
- 2、同比增量=2019年在目标细分行业月活跃用户数-2018年目标细分行业月活跃用户数；

Source: QuestMobile TRUTH 中国移动互联网数据库 2019年

每日报告

不要错过**让你洞察**整个商业世界的每日报告

每日精选资料给您

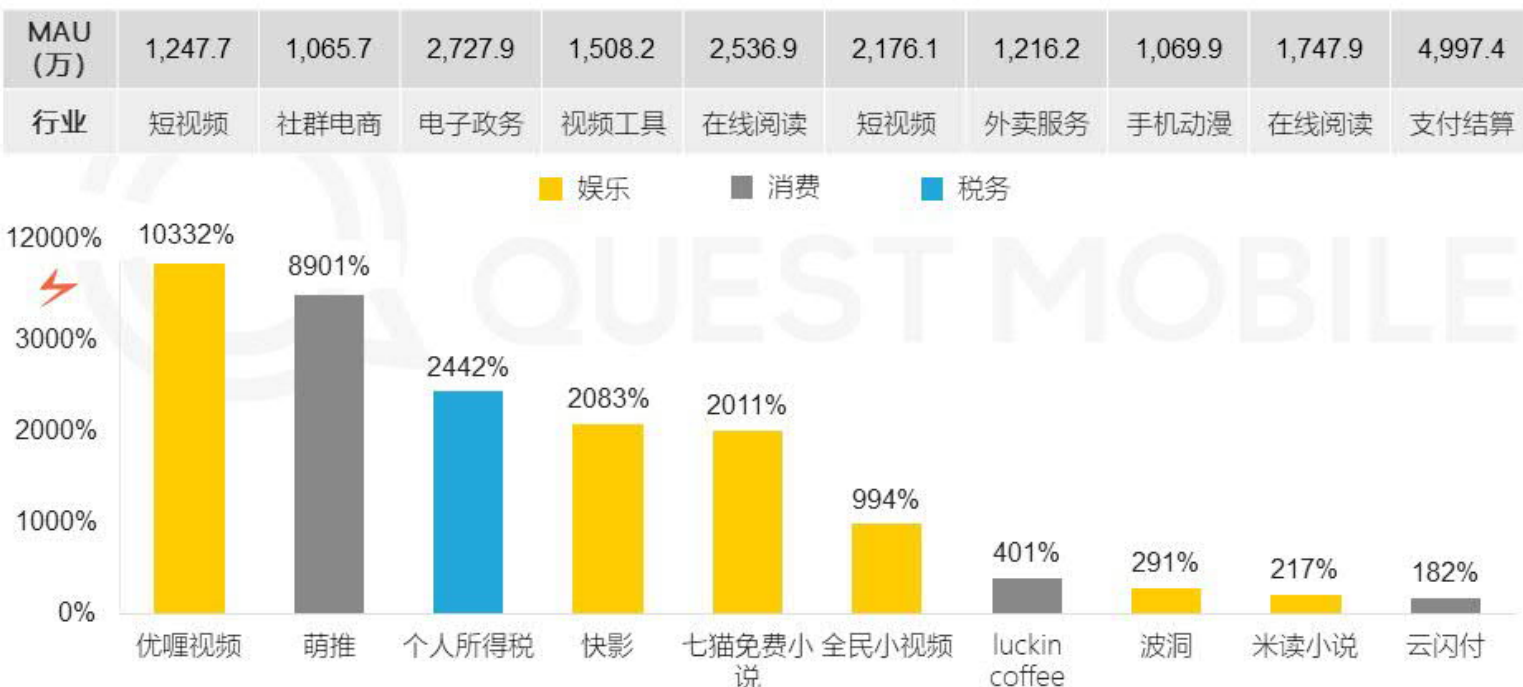
不定期分享顶级外文期刊

扫码加好友后回复“入群”免费入群



用户线上娱乐、消费轨迹更加立体，同时个人所得税APP专项附加扣除信息填报功能的上线，带动用户规模的增长

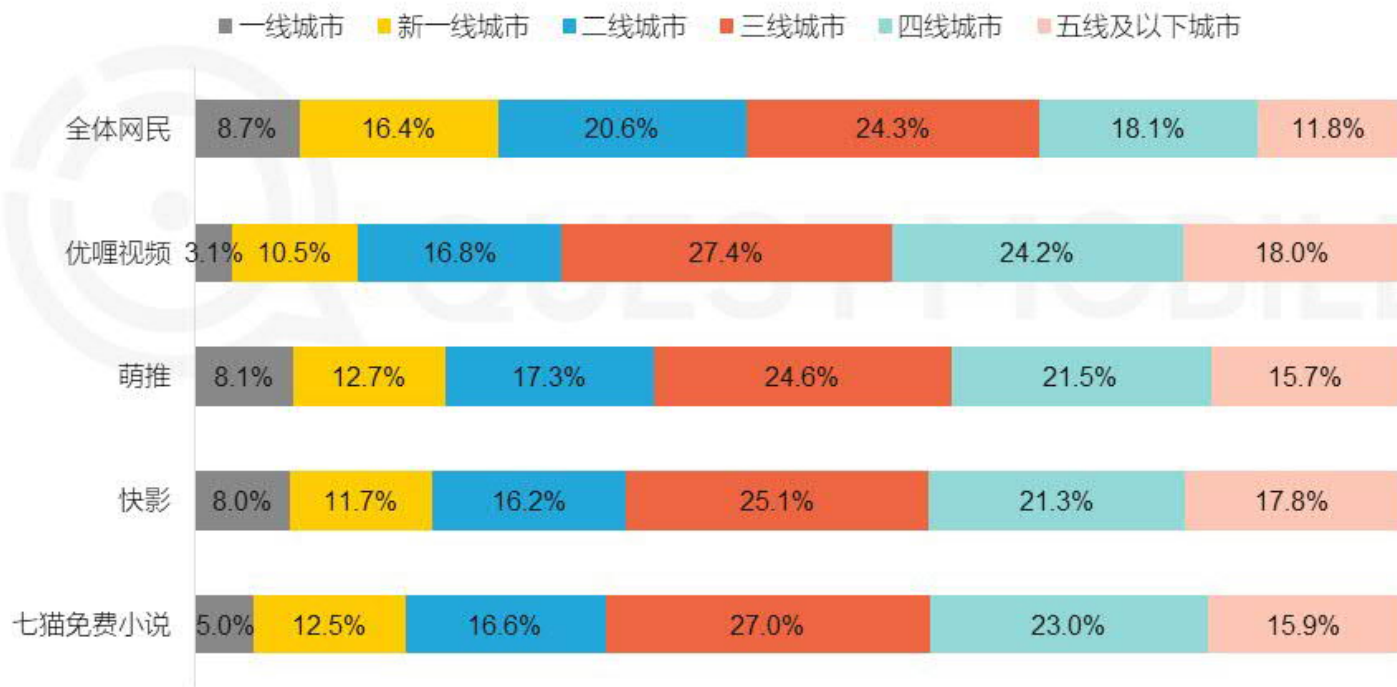
2019年月活跃用户数同比增长率 TOP10 APP
(MAU≥1000万)



备注：2019年目标APP月活跃用户规模取2019年1月-11月月活跃用户规模的均值，同比增长率计算逻辑与MAU相同；

Source: QuestMobile TRUTH 中国移动互联网数据库 2019年

2019年中国移动互联网典型APP新增用户城际分布



03

关键词三：全景生态流量

APP、小程序、终端合作以及Web、H5等多样化的流量矩阵共同形成全景生态流量体系

移动生态全景数据

公共流量入口

独有流量入口

- App**
- 独立App

小程序/快应用

- 微信小程序
- 支付宝小程序
- 百度小程序
- 头条小程序
- 快应用

合作App

- 白牌App
- 其他版本App

终端合作

- 快应用
- 负一屏
- 终端原生应用或模块

自有流量

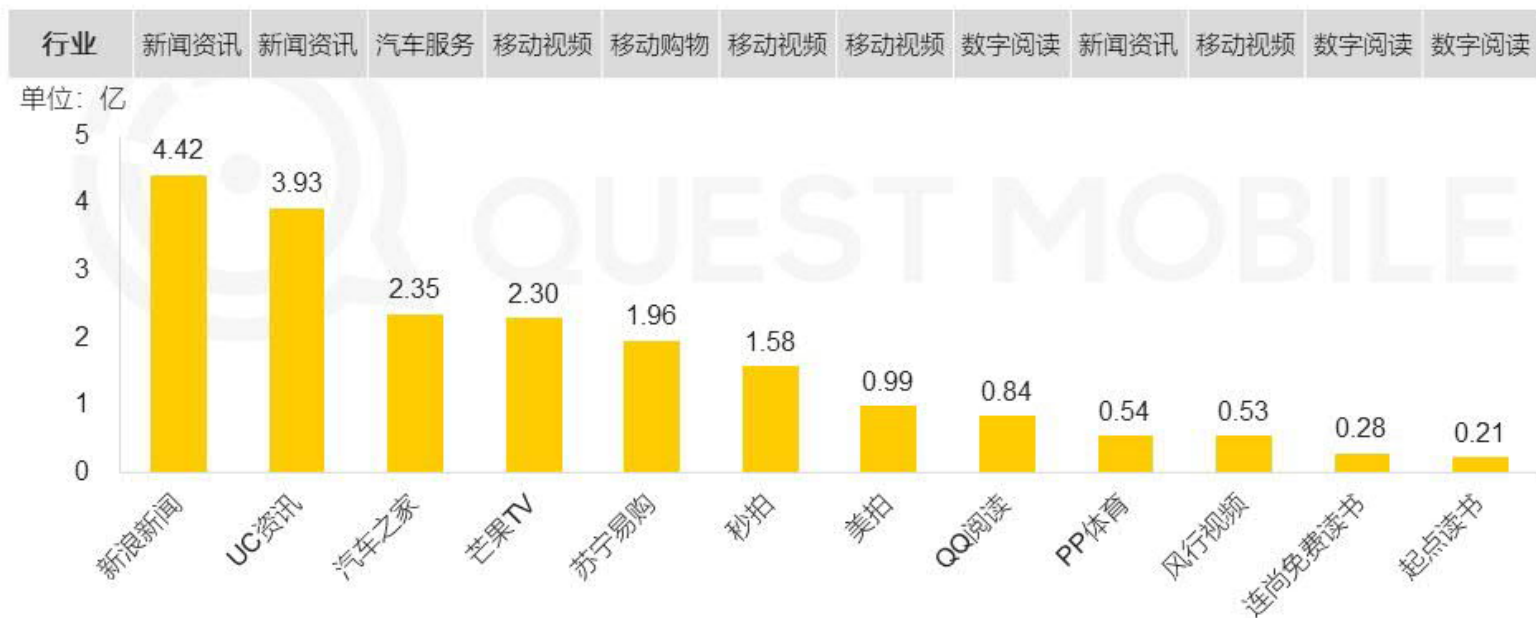
- 移动网站
- H5分享
- OTT/其他移动设备流量

在中国移动互联网月活跃用户数同比增速降至0.7%的背景下，场上玩家布局生态流量破解流量桎梏，并积极利用集团独特资源持有独有流量，构建流量矩阵



QUEST MOBILE

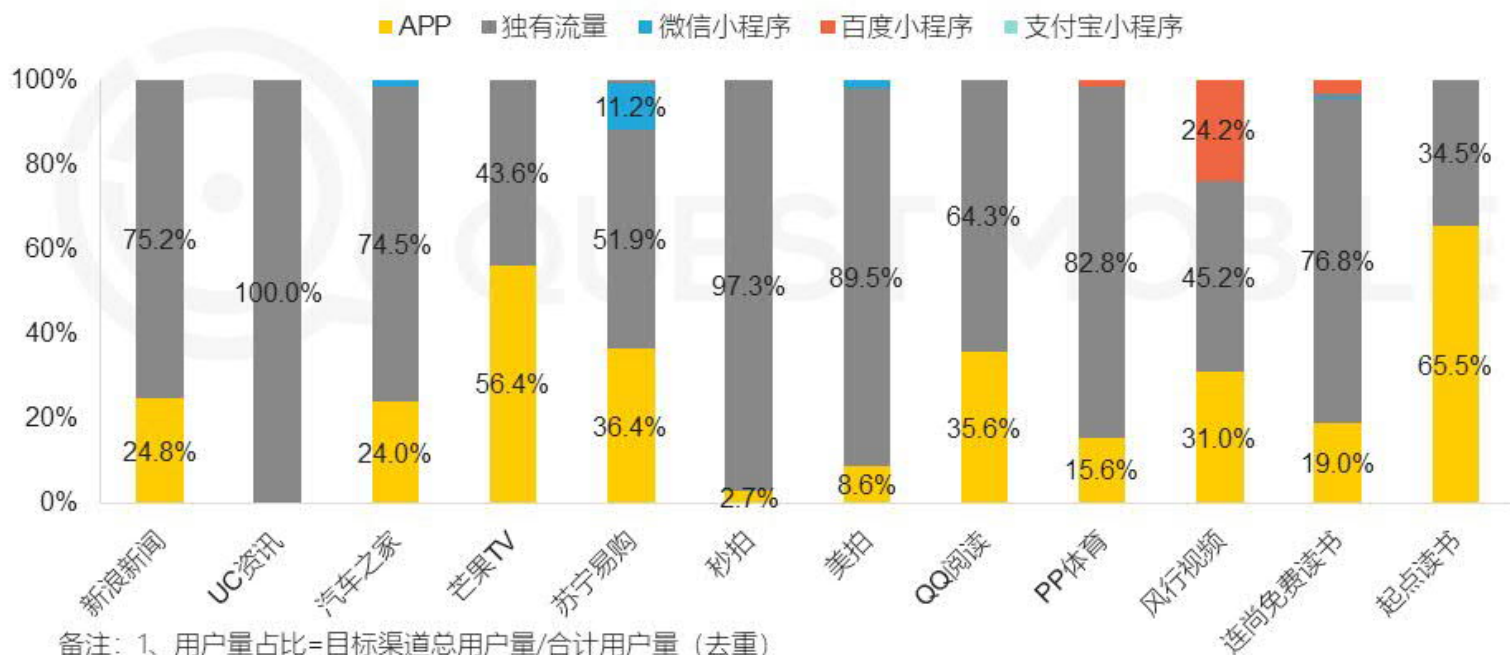
2019年11月 中国移动互联网典型玩家全景生态流量



备注：全景生态流量已去重

Source: QuestMobile TRUTH 中国移动互联网数据库 2019年11月

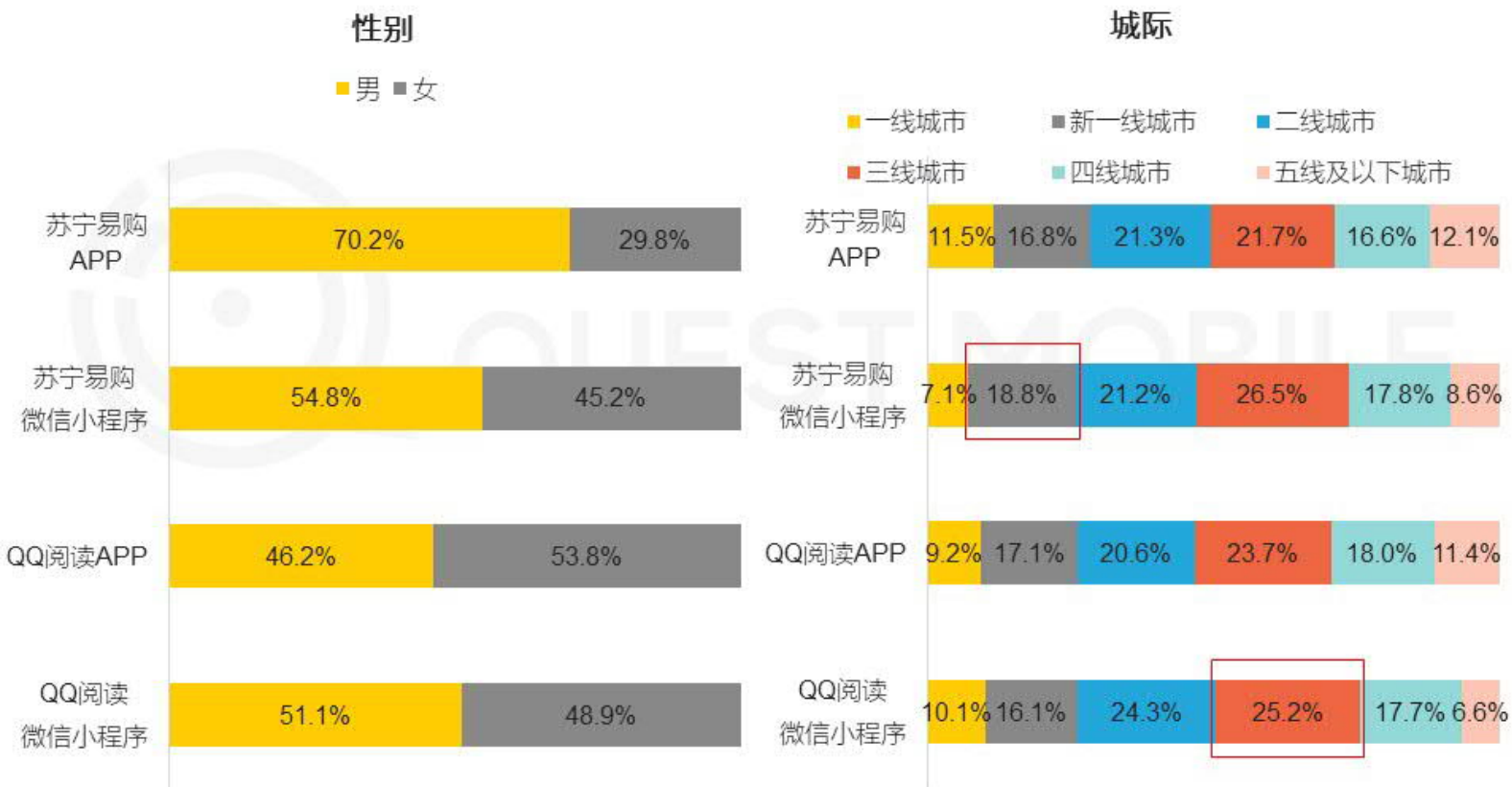
2019年11月 中国移动互联网典型玩家全景生态流量分布



备注：1、用户量占比=目标渠道总用户量/合计用户量（去重）

2、独有流量包括白牌App/H5/移动网页等，已经过QuestMobile全景生态流量审计

2019年11月 全景流量典型玩家用户画像



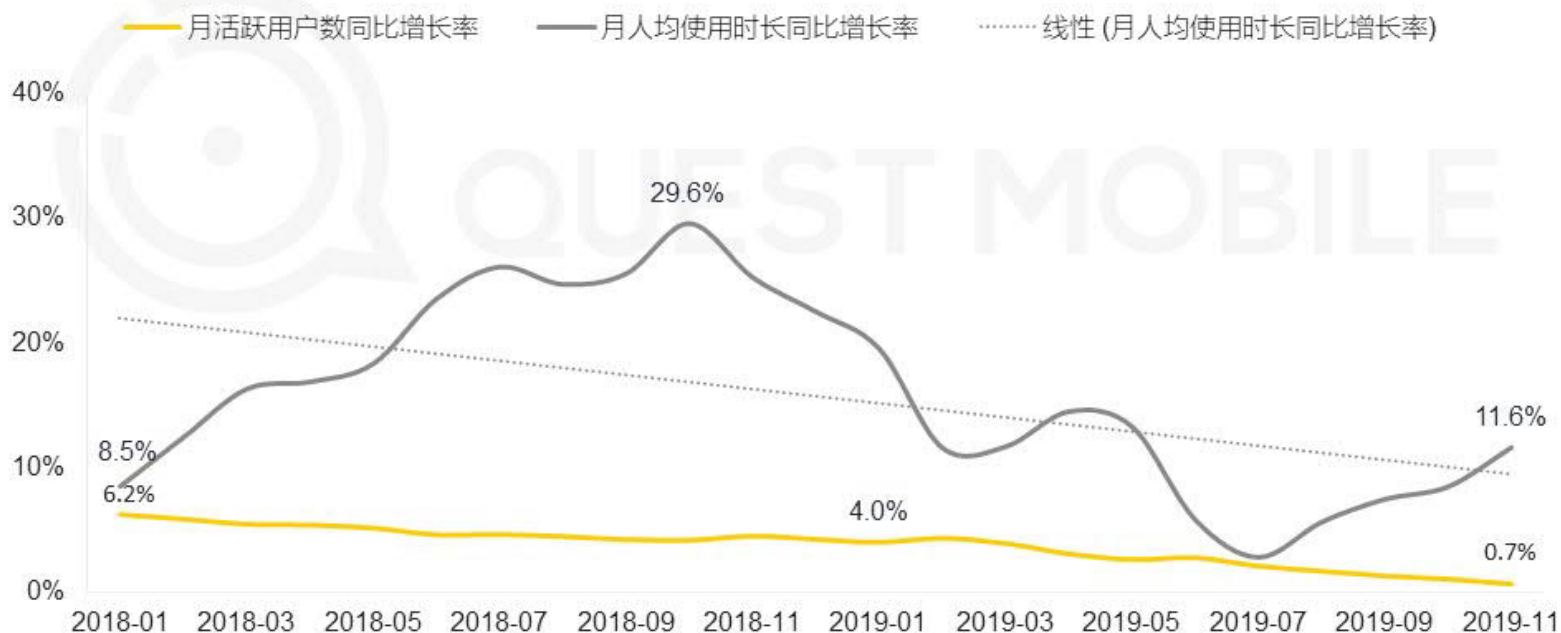
04

关键词四：回归的“商业价值”

中国移动互联网广告市场容量增速下滑，增长承压，其作为互联网经济的晴雨表，全面反映广告市场的商业价值



中国移动互联网广告市场容量



媒介地位指数 (QMVI)：反映媒介当期广告投放热度和投放价值度，由规模指标、投放指标、转化指标加权计算得出



广告主选取广告投放媒介主要考虑媒介自身的覆盖面、影响力和可触达目标TA的比例。因此，评估媒介的价值包括覆盖广度、品牌影响力、用户属性特征和转化效果情况，即流量、品牌、收入和用户属性。



媒介的用户属性标签

QMVI (媒介地位指数)：反映统计周期内媒介地位和价值；

规模指标 (VS)：体现统计周期内媒介的广告容量和展示量；
即描述媒介的流量价值；

投放指标 (VA)：反映统计周期内媒介的广告投放价值；
即描述媒介的品牌影响力和变现能力；

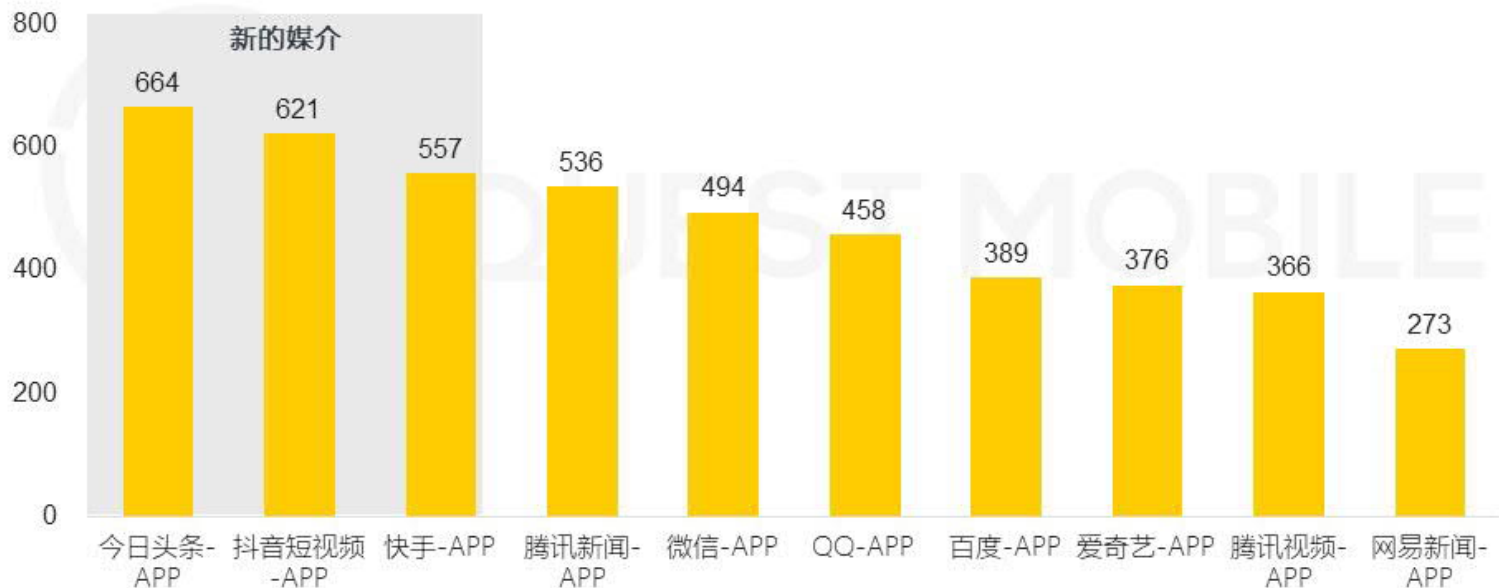
转化指标 (VC)：反映统计周期内媒介对广告主的贡献值大小；
即描述媒介的广告转化效果；

媒介属性特征：反应媒介核心用户群体的人口特征和人群价值；
基于QuestMobile Growth标签库。

今日头条、抖音、快手凭借短视频内容爆发出强大的吸金能力，新的媒介在视频广告、信息流广告和其他效果类广告的收入大幅增长，对其他媒体产生巨大冲击和压力



2019年11月 中国移动互联网媒介地位指数 TOP10



备注：1、媒介地位指数（QMVI）：反映媒介当期广告投放热度和投放价值度，由规模指标、投放指标、转化指标加权计算得出
2、百度-APP数据中只含信息流广告和品牌广告，不包含搜索广告

05

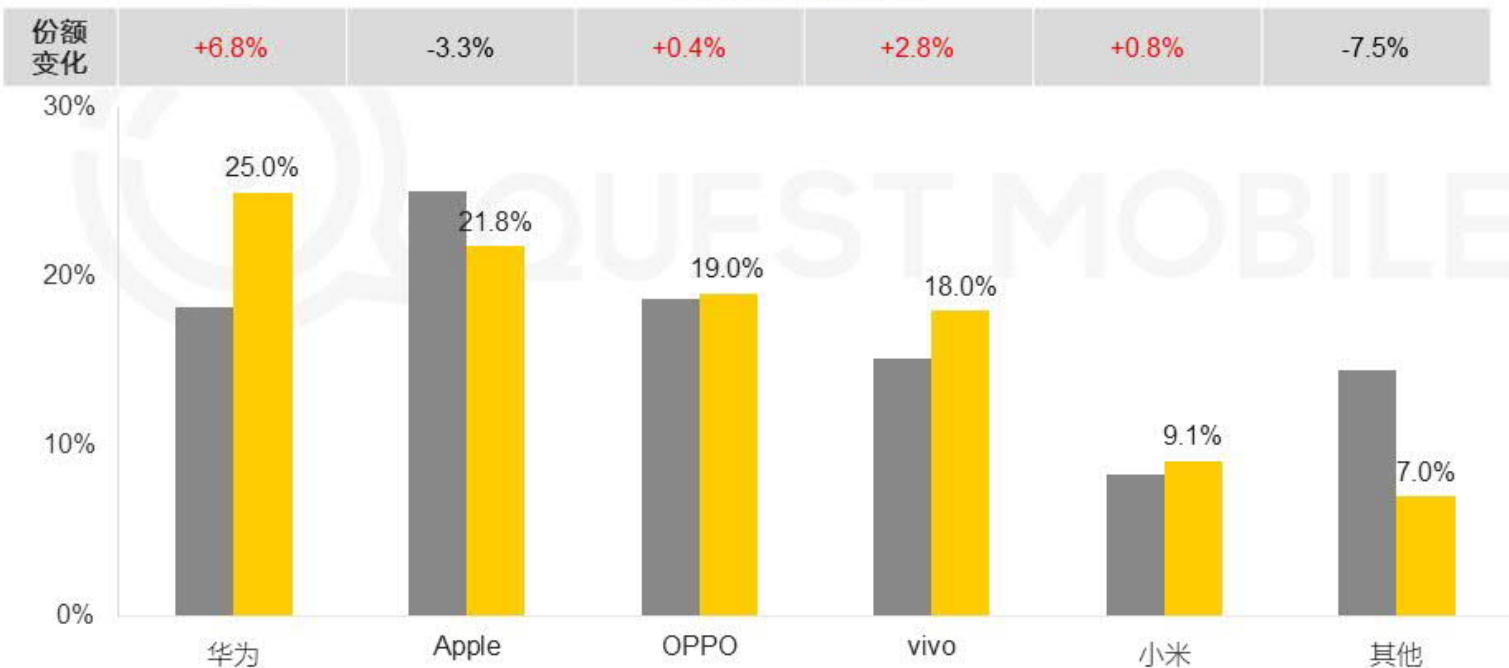
关键词五：5G民族品牌崛起

华为手机销量反超苹果，抢占智能终端市场份额榜首地位，OV、小米市场份额进一步扩大，国产终端品牌崛起

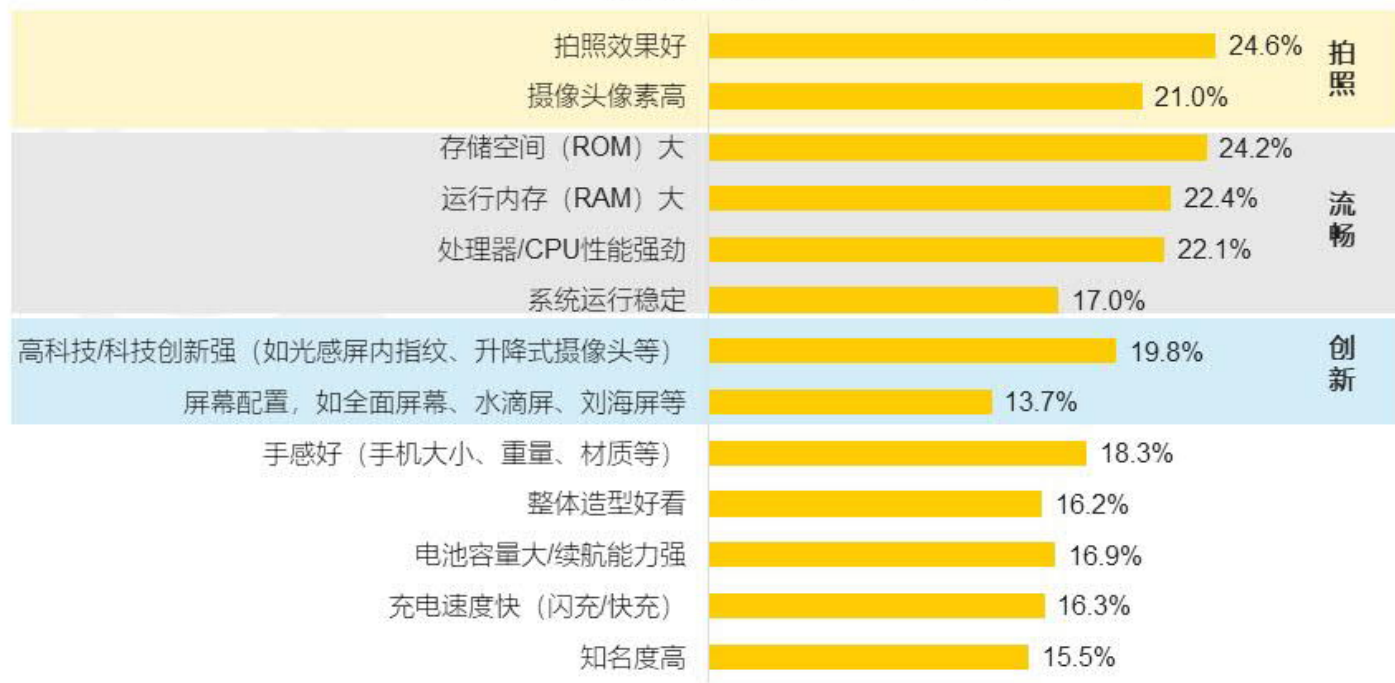


中国智能终端典型品牌市场份额

■ 2018-11 ■ 2019-11



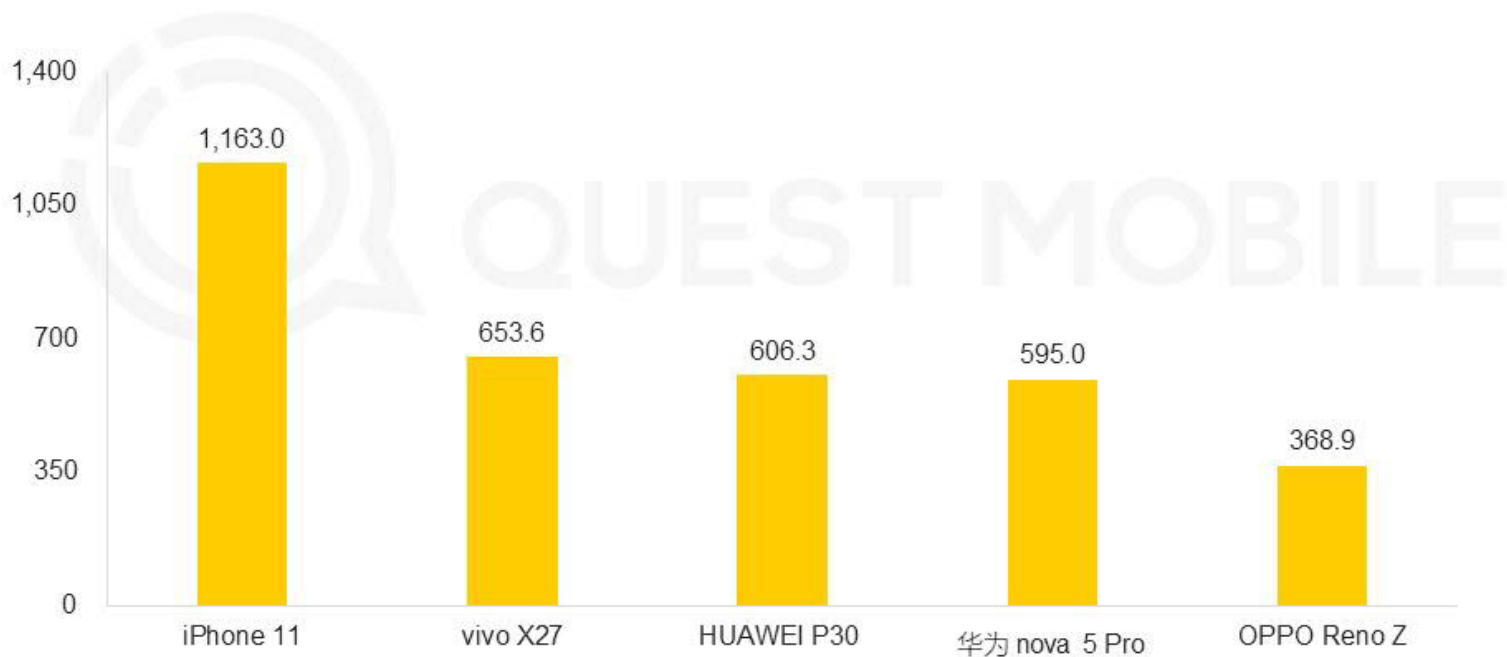
2019年11月 用户购买手机的核心因素



iPhone11凭借价格优势在上市三个月内销量达1163万，成为2019年最受欢迎的机型

热门智能终端上市三个月内总激活设备数

单位：万



苹果手机用户忠诚度高, iPhone11 换机主要来源是苹果手机用户
vivo NEX3 5G用户主要来源于vivo



2019年11月 热门手机换机机型来源 TOP5



06

关键词六：不同人群的“众生相”

在中国移动互联网用户规模增长触顶的背景下，深入挖掘细分人群特征，及时把握用户需求变动成为移动互联网“下半场”的机会



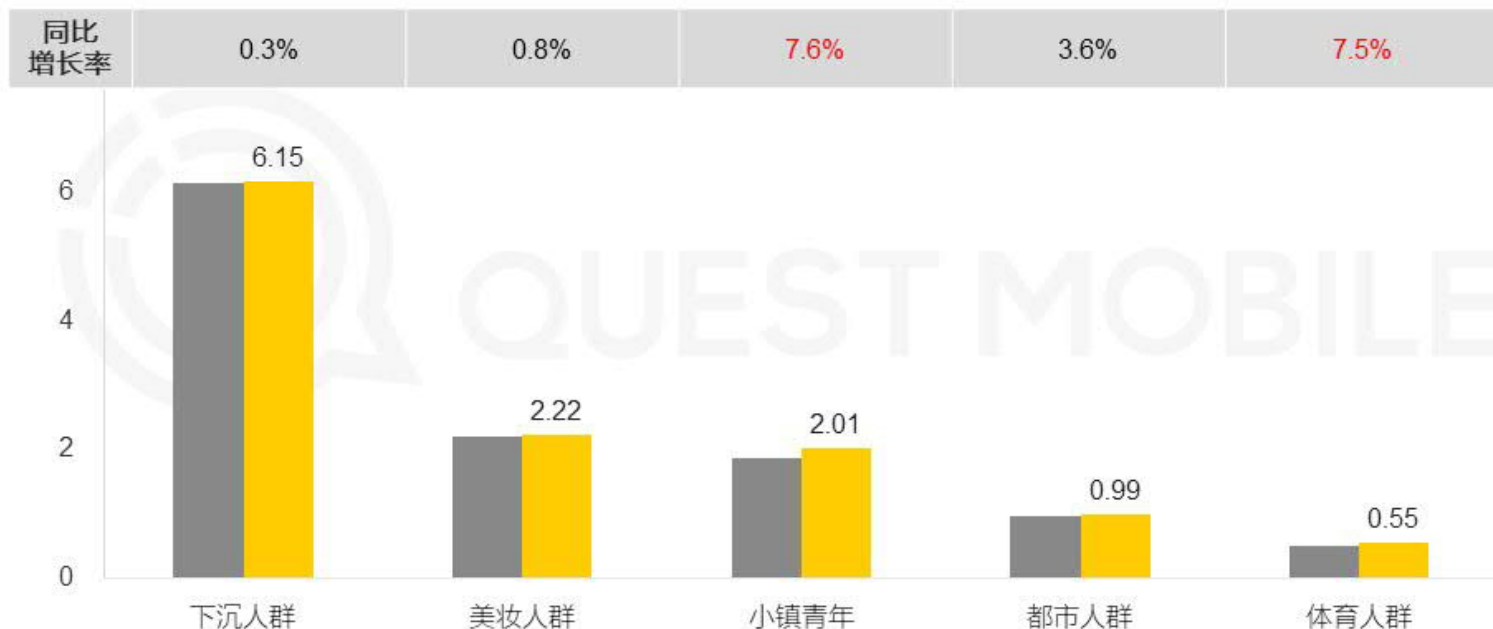
QUEST MOBILE

下沉人群规模庞大，达6.15亿；小镇青年、体育人群用户规模增速远超全体网民。

2019年11月 中国移动互联网典型人群月活跃用户数

■ 2018-11 ■ 2019-11

单位：亿



备注：

1、都市人群：一线城市人群；2、下沉人群：三线城市及以下人群；3、小镇青年：三线及以下城市的90后群体；4、体育人群：关注体育资讯，体育视频等人群；5、时尚/美妆人群：关注时尚美妆的用户人群；

Source: QuestMobile GROWTH 用户画像标签数据库 2019年11月

下沉人群娱乐学习两不误，短视频获得最多下沉流量红利，在线教育满足下沉人群学习成长的需求



2019年11月 中国下沉人群细分行业月活跃用户数同比增量 TOP10



- 备注：
- 1、下沉人群：三线城市及以下人群；
 - 2、已剔除终端商店、应用商店、安全服务、运营商服务等工具类细分行业；
 - 3、同比增量=2019年11月下沉人群在目标细分行业月活跃用户数-2018年11月下沉人群在目标细分行业月活跃用户数；

颜值经济崛起，美妆人群带动与消费相关的金融行业、可创造美妆/护肤相关内容的社交行业的增长

2019年11月 中国美妆人群细分行业月活跃用户数同比增量 TOP10

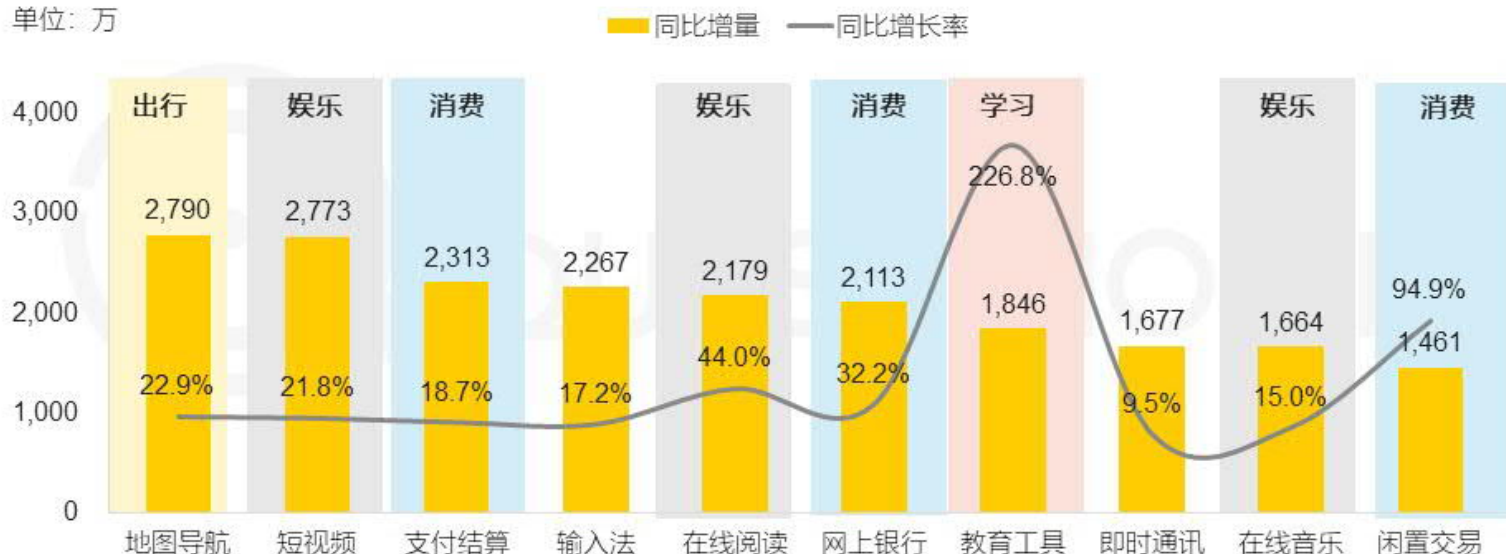


备注：

- 1、美妆人群：关注时尚美妆的用户人群；
- 2、已剔除终端商店、应用商店、安全服务、运营商服务等工具类细分行业；
- 3、同比增量=2019年11月美妆人群在目标细分行业月活跃用户数-2018年11月时美妆人群在目标细分行业月活跃用户数；

2019年11月 中国小镇青年细分行业月活跃用户数同比增量 TOP10

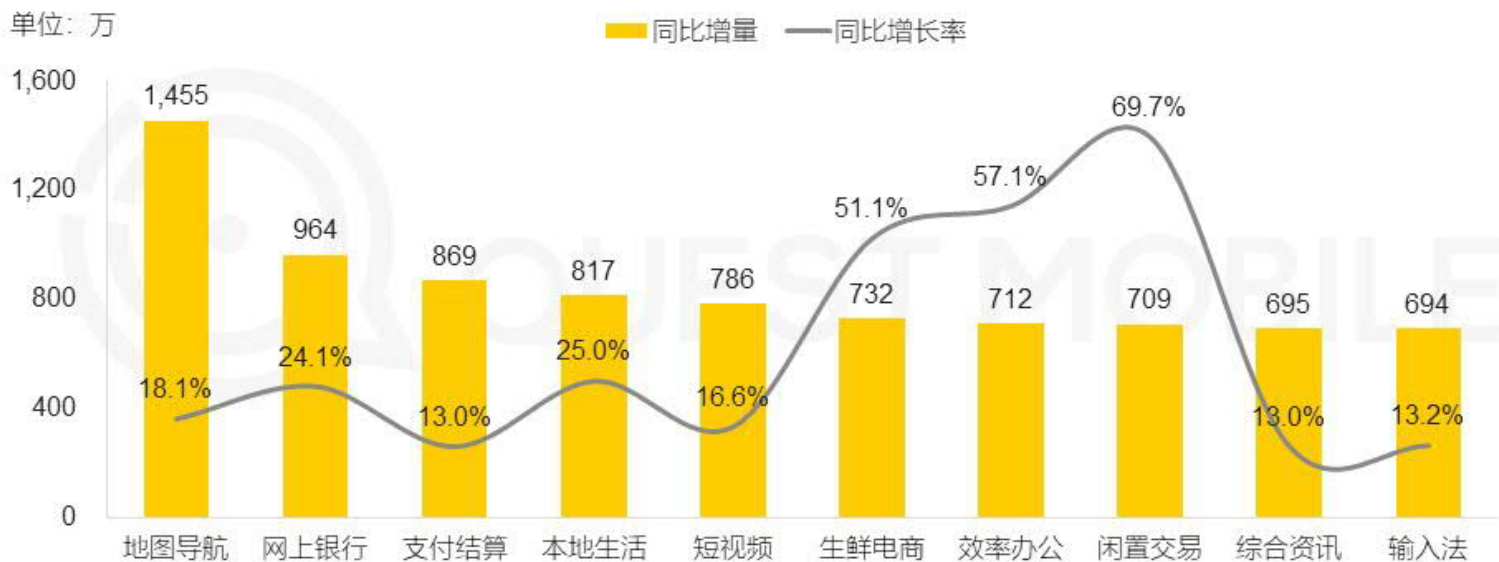
单位：万



备注：

- 1、小镇青年：三线及以下城市的90后群体；
- 2、已剔除终端商店、应用商店、安全服务、运营商服务等工具类细分行业；
- 3、同比增量=2019年11月小镇青年在目标细分行业月活跃用户数-2018年11月小镇青年在目标细分行业月活跃用户数；

2019年11月 中国都市人群细分行业月活跃用户数同比增量 TOP10



- 备注：
- 1、都市人群：一线城市人群；
 - 2、已剔除终端商店、应用商店、安全服务、运营商服务等工具类细分行业；
 - 3、同比增量=2019年11月都市人群在目标细分行业月活跃用户数-2018年11月都市人群在目标细分行业月活跃用户数；

2019年11月 中国体育人群细分行业月活跃用户数同比增量 TOP10

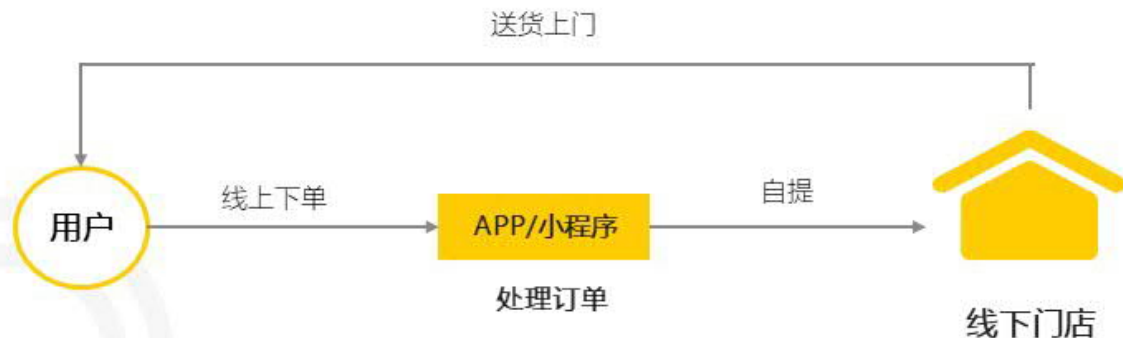


- 备注：
- 1、体育人群：关注体育资讯，体育视频等人群；
 - 2、已剔除终端商店、应用商店、安全服务、运营商服务等工具类细分行业；
 - 3、同比增量=2019年11月体育人群在目标细分行业月活跃用户数-2018年11月体育人群在目标细分行业月活跃用户数；

07

关键词七：新零售的深化

新零售线上线下协同，盘活线上线下流量



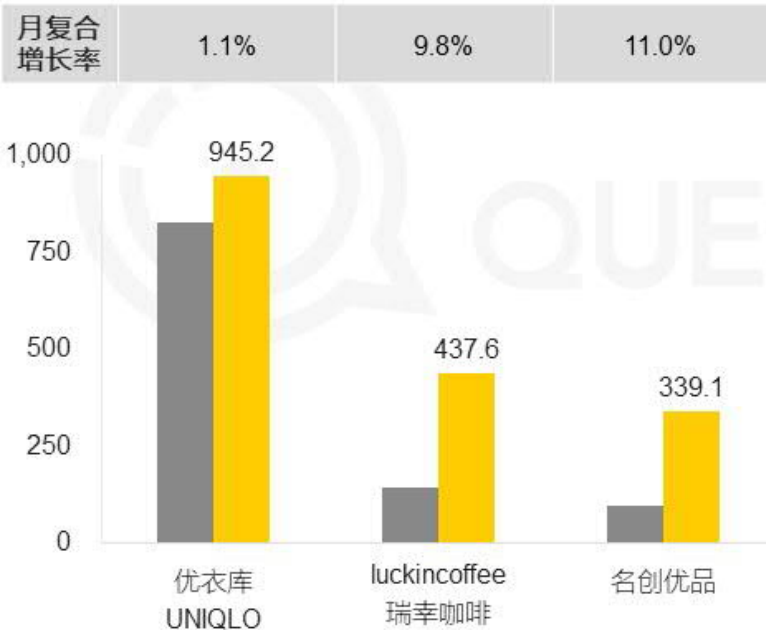
新零售典型玩家



新零售典型微信小程序月活跃用户数

单位：万

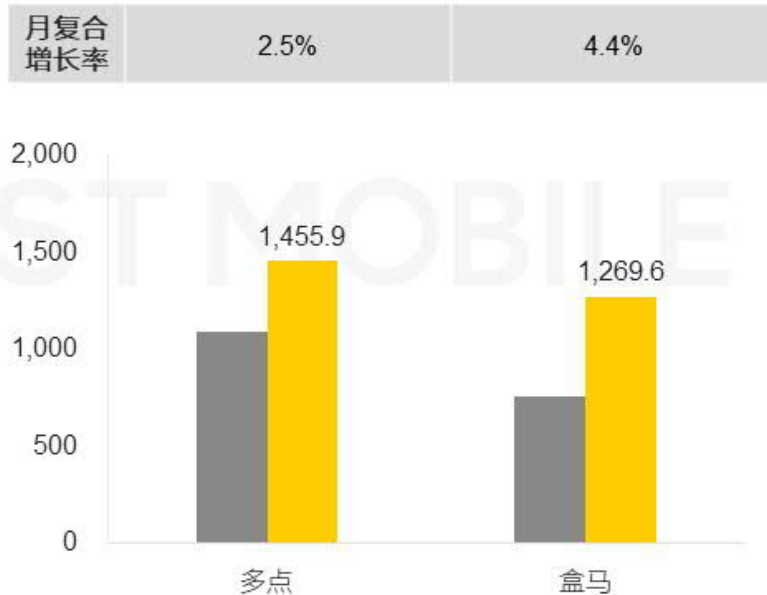
■ 2018-11 ■ 2019-11



新零售典型APP月活跃用户数

单位：万

■ 2018-11 ■ 2019-11

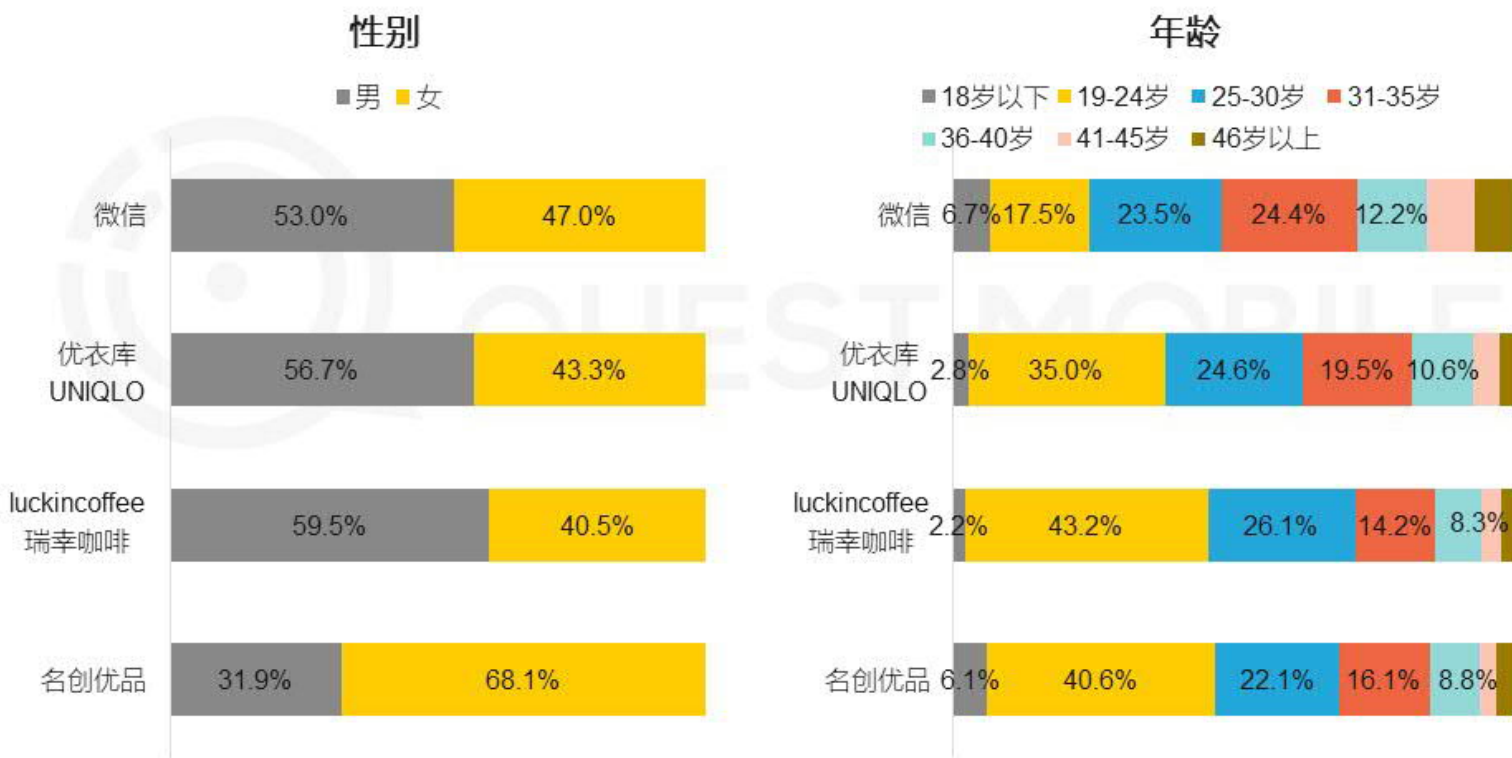


备注：月复合增长率 = $(2019-11\text{月活跃用户数} / 2018-11\text{月活跃用户数})^{1/12} - 1$

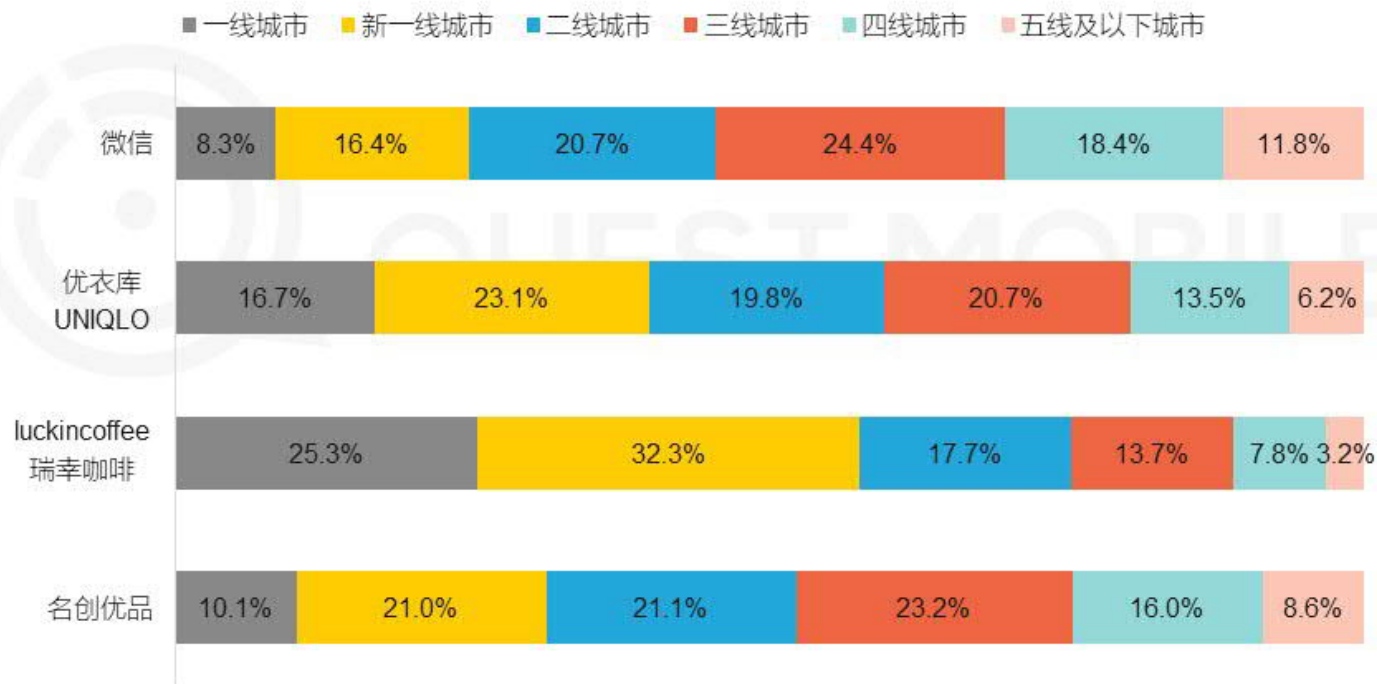
Source: QuestMobile TRUTH 中国移动互联网数据库 2019年11月

优衣库、瑞幸、名创优品微信小程序客群特征年轻化，高线化，其中19-24岁、新一线城市及以上占比显著高于微信；同时名创优品微信小程序客群已女性为主

2019年11月 新零售典型微信小程序用户画像



2019年11月 新零售典型微信小程序城际分布

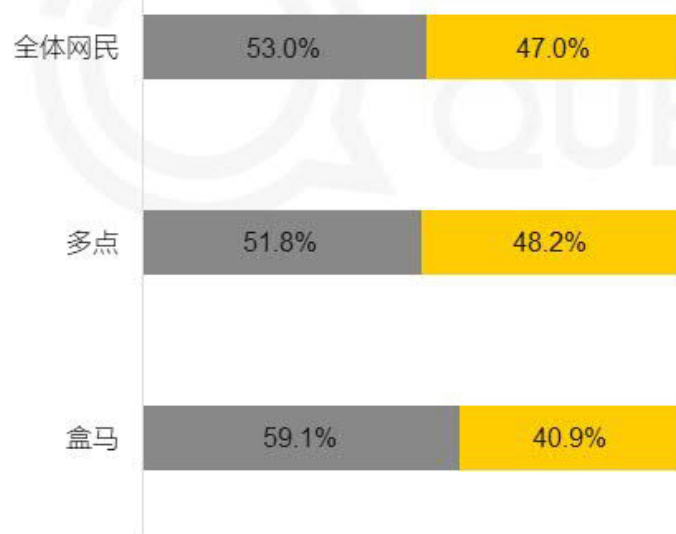


多点、盒马的一线城市、19-30岁的年轻人占比显著高于全体网民

2019年11月 新零售典型APP用户画像

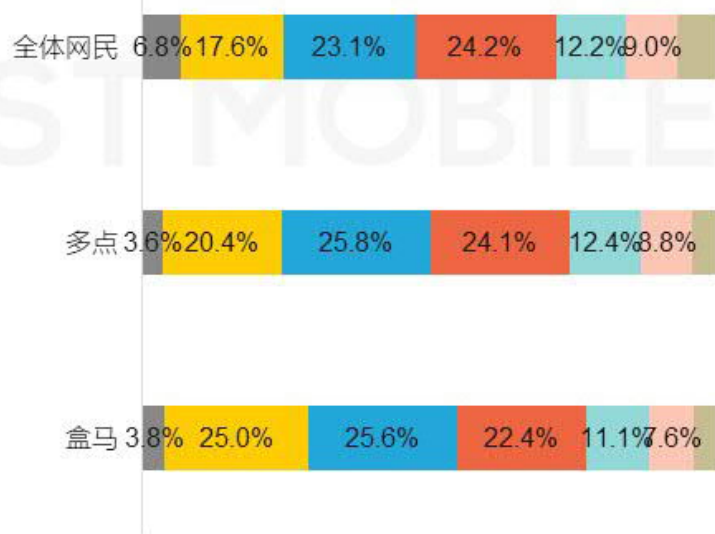
性别

■男 ■女

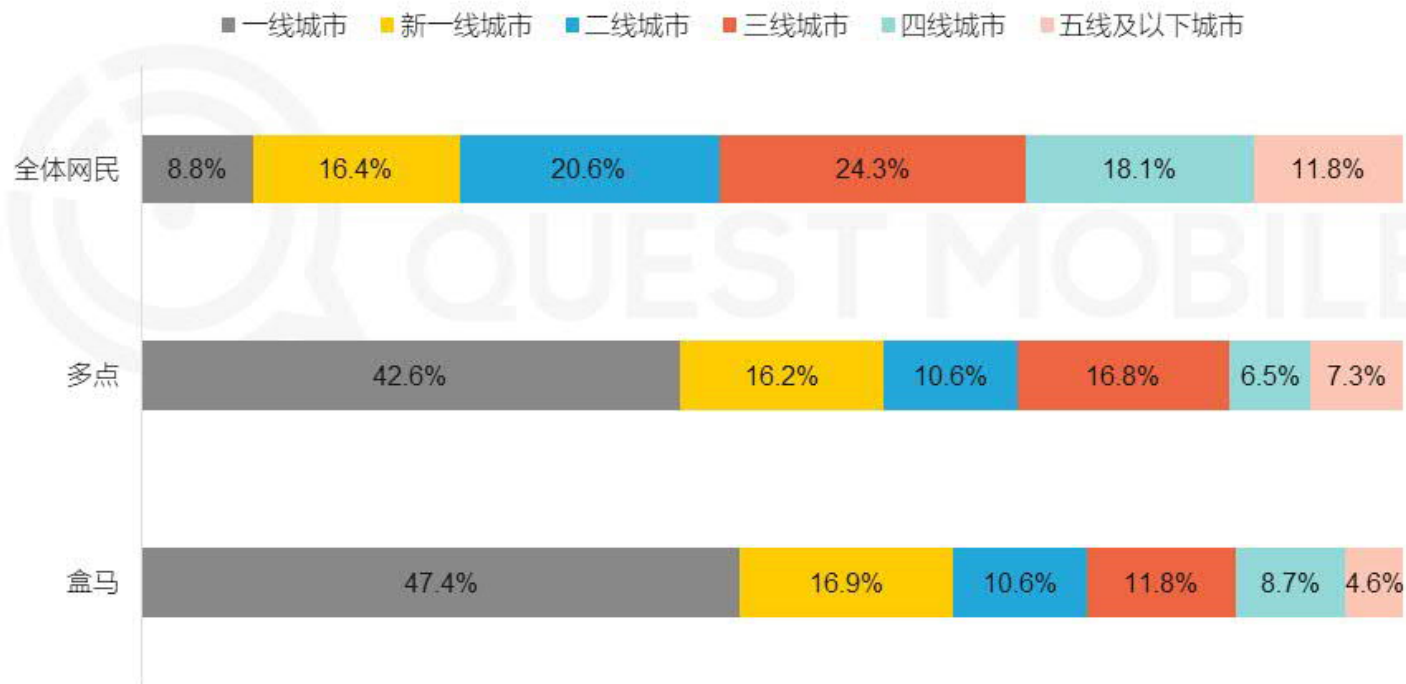


年龄

■ 18岁以下 ■ 19-24岁 ■ 25-30岁 ■ 31-35岁
■ 36-40岁 ■ 41-45岁 ■ 46岁以上



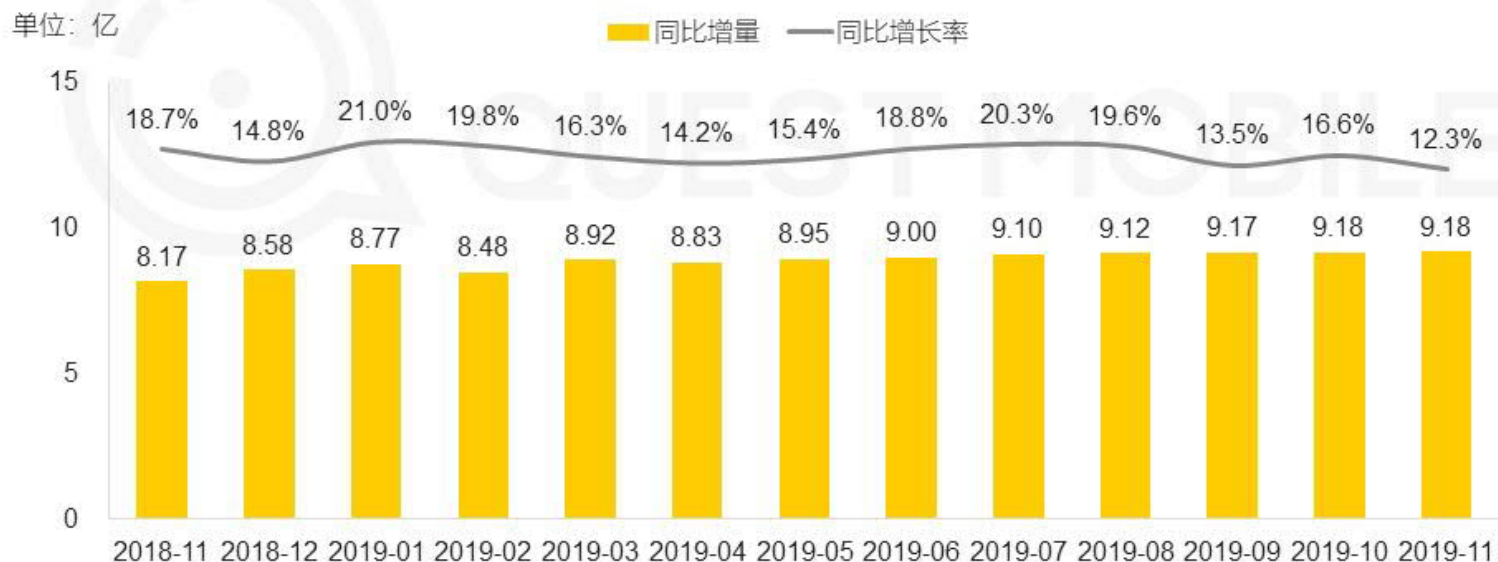
2019年11月 新零售典型APP城际分布



08

关键词八：金融的普惠，C位争夺战

2019年11月 金融理财APP行业月活跃用户数



金融理财典型APP提升金融场景服务能力的举措

工商银行

构建APP矩阵，每个APP服务不同客户群



中国工商银行
5,653万



工银融e联
2,919万



融e购
105万



融e生活
28万

招商银行

2个APP，分别侧重银行理财业务和信用卡业务



招商银行
5,396万



掌上生活
3,461万

平安银行

将手机银行、信用卡等渠道合并，主推一站式超级APP



平安口袋银行
2,226万

重点提升的金融服务场景



购物场景

搭建商城，促进信用卡业务获客和转化



生活服务场景

餐饮、电影、娱乐场所等



旅游出行场景

景区、酒店、旅游、打车软件等



医疗场景

挂号、缴费、专家预约等



教育场景

学校、培训机构等报名、缴费等



其他场景

.....

备注：图内数字为目标APP2019年11月的月活跃用户数

由于消费场景的不断丰富、用户支付习惯的培养，金融支付APP对46岁及以上的年长用户、五线及以下城市的下沉用户覆盖了有所提高

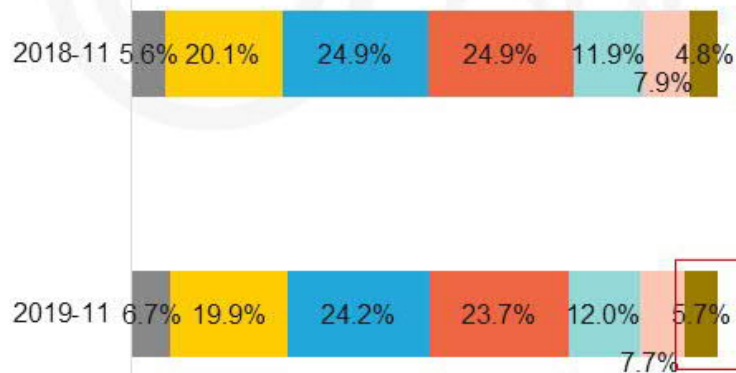


QUEST MOBILE

金融理财APP行业用户画像

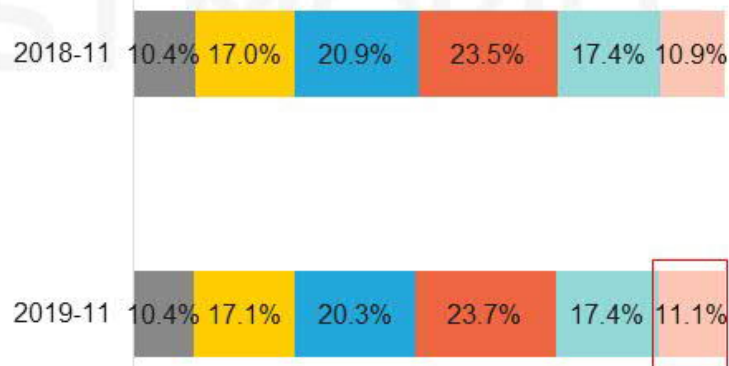
年龄

■ 18岁以下 ■ 19-24岁 ■ 25-30岁 ■ 31-35岁
■ 36-40岁 ■ 41-45岁 ■ 46岁以上



城际

■ 一线城市 ■ 新一线城市 ■ 二线城市
■ 三线城市 ■ 四线城市 ■ 五线及以下城市



2019年11月 金融理财行业典型APP 月活跃用户数 TOP10

单位: 万

■ 月活跃用户数 — 同比增长率



QUESTMOBILE

第一时间观察行业趋势报告



扫码关注 每周更新

