



行业饱和下精品应用突围
跨界+互联网转型在即
——《2015年移动互联网行业发展报告》

*TalkingData*移动数据研究中心
2016年1月

2015 移动互联网行业概览



年轻一代主宰移动互联网，越来越多用户来自经济欠发达地区

移动端用户规模与增速

12.8亿 3.2%

移动互联网迈入全民时代，截止2015年，设备规模达12.8亿台，季度增速3.2%，用户规模趋于饱和，人口红利时代已结束；

80后+90后+00后

73.6%

90后与00后年轻一代用户在崛起，整体份额已超移动网民的三分之一，且比例持续上升，80后用户占比37.1%，三个年龄段用户合计占比超过七成，迎合年轻人生活场景需求是应用开发者需考虑的核心问题；

三线及以下城市用户

49.3%

伴随人口迁移，用户继续向一线城市集中，三线及以下城市的移动端渗透在加速，形成潜力市场；中部省份用户规模虽不具优势，但用户的移动端活跃度更高，价值不容忽视。

手机成为日常生活中最重要的连接纽带，终端厂商的战略地位提升

智能手机设备占比
94.2%

手机的使用比例上升，更多平板电脑可实现的功能正被大屏幕手机所取代，用户日常生活中越来越多的场景开始与手机关联，手机已成为重要纽带；

移动设备性能
更高、更大、更快

移动设备的性能在明显改善，表现出价位更高，屏幕更大，网速更快的特征，推动移动端使用体验的提升，为更多传统线下场景在手机端的实现创造条件；

终端厂商布局
抢占应用市场

不论是Apple独霸iOS市场，还是三星、小米、华为等新老终端分食安卓市场，终端厂商的渠道优势显著，并开始抢占应用侧的流量入口，未来应用开发者与终端厂商的合作将更紧密。

生活场景开始广泛触发移动应用的使用，只有超级应用才能充分占领市场

应用类型

**生活服务App
快速崛起**

移动应用突破固有工具、娱乐、消费等功能性阶段触发使用，已进入生活场景化全时服务使用阶段，2015年高成长应用TOP30中，生活服务相关应用占一半，Uber、滴滴出行、美团外卖等服务于日常生活场景的典型应用快速兴起，用户逐渐习惯于通过手机获取线下的便利服务；

用户的应用需求 “少而精”

使用25款 每类1-3款

用户应用使用习惯趋向“少而精”，每台设备每天打开应用款数稳定在25款左右，细分行业的数字则仅在1-3款之间，应用开发者面临“一屏之争”，细分行业领先地位的角逐将更加激烈，2016Top应用市场推广压力加剧；

同行业竞争者

**“合纵连横”
站稳领先优势**

资本市场关注点开始转变，对生活服务领域的投资趋于理性，面对资本注入收紧、新兴应用不断追逐与消费者需求日益提升的三重压力，细分行业内的同类型竞争者纷纷通过“联姻”站稳行业内寡头地位。

移动广告行业发展迅速，大数据在移动端精准营销中将发挥更大作用

移动端广告流量
快速增长

移动端广告的点击量与激活量呈显著增长，更多广告主投入移动营销领域，暑假、国庆、双十一、圣诞等节庆前后形成移动端广告投放的高峰；

移动端广告产业链
大数据
创造更大价值

移动端实现了线上与线下复合数据的采集与聚合，丰富的数据维度助力移动营销产生更多、更灵活的解决方案，而提供数据服务的DMP平台在移动广告产业链中的重要性日益凸显；

移动端用户洞察
线上+线下
“多维洞察”

目标人群洞察更纵深与多维，通过对用户人口属性、移动应用使用行为、线下生活轨迹与消费偏好等多维度数据分析，综合刻画用户特征，目标受众的筛选将更精准，媒介与营销时间的选择将更科学，移动广告效果将显著提升。

各行业与移动端的融合加速，传统企业与政府机构开始向移动互联网时代迈进

传统行业

移动端业务延伸 与用户掌控

房产、零售、航空酒店等传统行业加速拥抱移动互联网，借助移动端拓展业务模式，通过移动终端丰富获客渠道，通过移动数据深入了解客户诉求，挖掘更深层次商业价值；

政府机构

“智慧政务” 起步于民生

“互联网+”战略引导下，政府应用不断涌现，用户对关乎民生的服务型应用需求强烈，相应应用的用户覆盖量增长较快，从民生角度切入，是政府部门推进“智慧政务”转型的更好选择；

移动端企业

构建复合业务 “生态圈”

BAT、超级应用等行业巨头加速在不同新兴应用领域或智能硬件领域的布局，加速业务的跨界与整合，构建各自的移动端业务“生态圈”成业内企业的普遍目标。

目录

CONTENTS

Part 01

2015年移动互联网趋势盘点

Part 02

2015年移动应用整体盘点

Part 03

2015年细分行业应用盘点

Part 01

2015年移动互联网趋势盘点



Part 01

——2015年移动互联网趋势盘点

用户特征

硬件环境

设备品牌

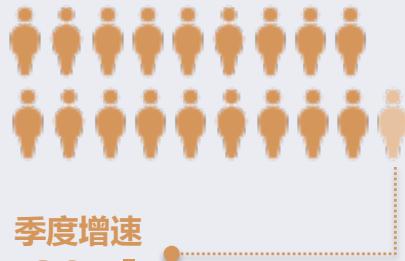
应用发展

资本市场

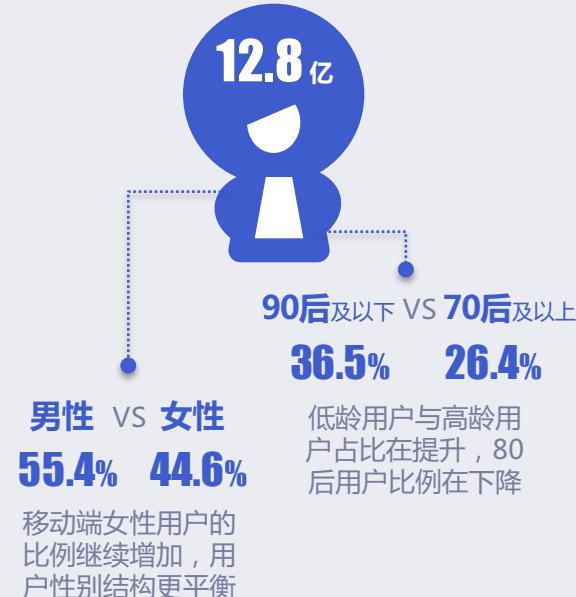
移动营销

跨界融合

一、用户特征：用户规模趋于饱和，80后依旧是主流用户但主力地位在削弱，用户资源继续向中心城市集中及经济欠发达地区下沉



活跃移动终端的增长速度在逐渐降低，用户已趋于饱和，预计2016年的用户季度增速将低于3%



随着移动终端的普及，移动端用户增速放缓，逐渐趋于饱和

移动智能终端规模 **12.8** 亿台

截止2015年12月，我国移动智能终端用户规模达12.8亿台，较2015年Q1增长1.5亿台，但整体增速明显放缓，移动终端用户逐渐趋于饱和。

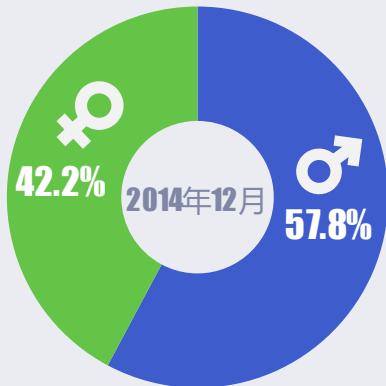


2015Q1-2015Q4 中国移动智能终端设备规模

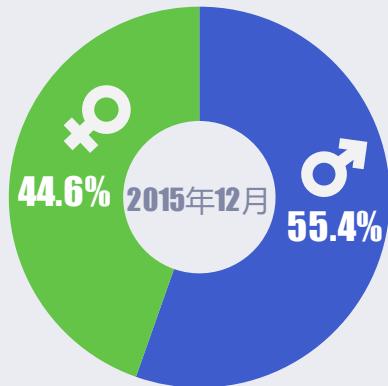
数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

注：移动智能终端用户指移动端累计活跃设备总数，包括智能手机、平板电脑、智能手表、智能电视盒子等。

移动端用户的男女比例更加平衡



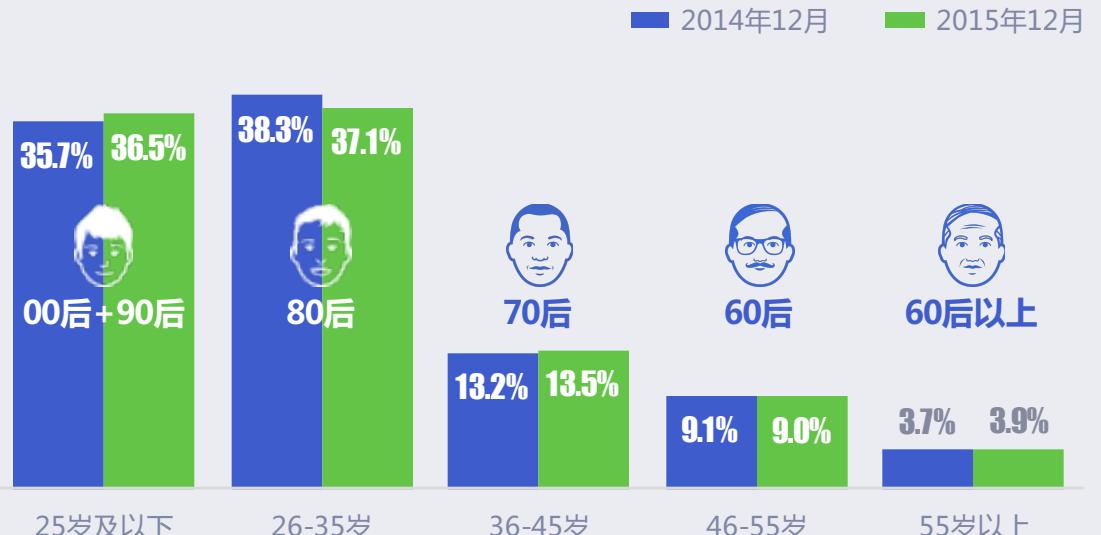
移动网民性别结构



女性用户占比继续提升

截止2015年12月，我国移动智能终端用户中，女性用户的比例达到44.6%，较去年同期有所提升，移动端用户的性别结构更趋于均衡。

25岁以下及35岁以上的用户占比在增加

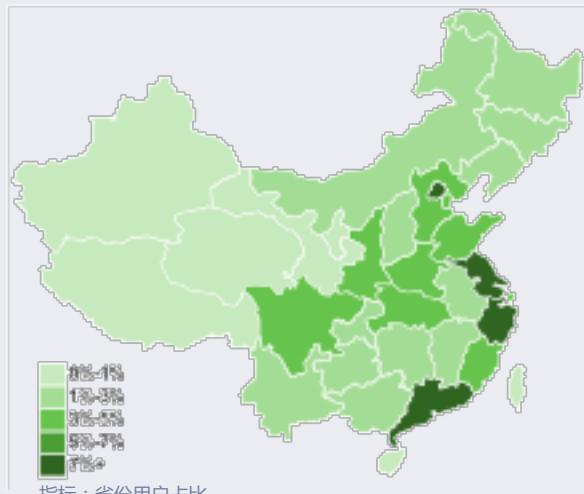


移动网民年龄结构

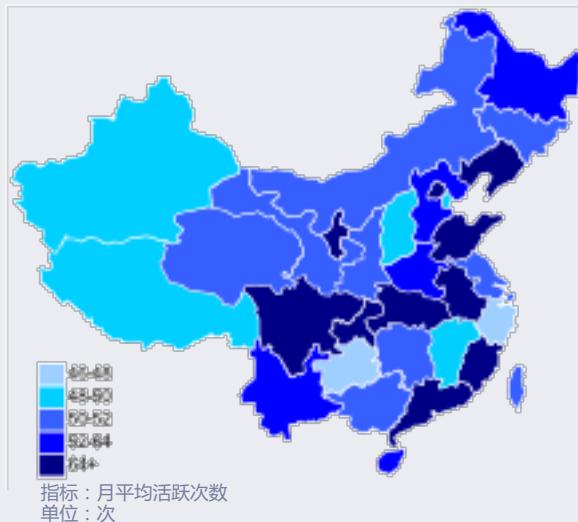
低龄与高龄用户占比提升

截止2015年12月，我国移动智能终端用户中，25岁及以下用户的比例达36.5%，较去年同期有所提升，90后与00后年轻用户的地位日益凸显；35岁以上用户比例也有小幅增加，而80后用户比例有所降低。

东部沿海省份的用户规模大，但中部省份的用户活跃度更高



移动端用户各省份分布地图



移动端用户各省份活跃度地图

数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

注：月平均活跃次数=当月该省活跃设备的总活跃次数/该省活跃设备总数

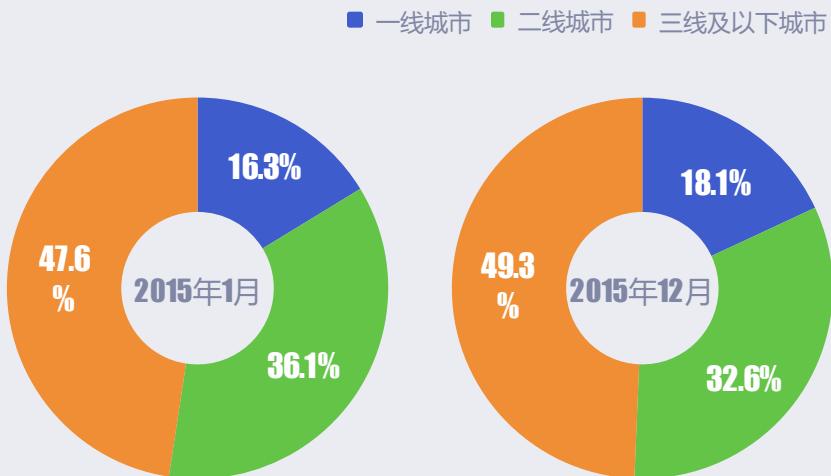
广东、北京 移动端用户规模最大

广东是移动端用户最为集中的省份，比例占全国的14.3%，其次是北京和江苏。

四川、湖北 移动端用户活跃度最高

四川与湖北两省是全国移动端用户活跃度最高的省份，中部多个省份用户活跃度表现均较为突出。

一线城市、三线及以下城市的用户份额在增加



一线城市用户比例由年初的16.3%增长至18.1%，涨幅1.8%；

二线城市用户比例由年初的36.1%下降至32.6%；

三线及以下城市用户比例增长至49.3%，增幅1.7%。

数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

注：一线城市为北上广深，二线城市为各省会、直辖市、以及厦门、珠海、汕头经济特区，三线及以下城市为除一二线城市之外的其他城市。

Part 01

——2015年移动互联网趋势盘点

用户特征

硬件环境

设备品牌

应用发展

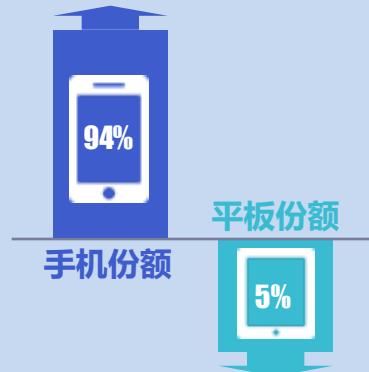
资本市场

移动营销

跨界融合

二、硬件环境：手机的重要性愈加凸显，移动终端的硬件质量提升显著，设备类型更加多元化

手机份额上升



更多平板电脑可实现的功能被大屏幕手机所取代，平板电脑的差异化优势在削弱

设备质量提升



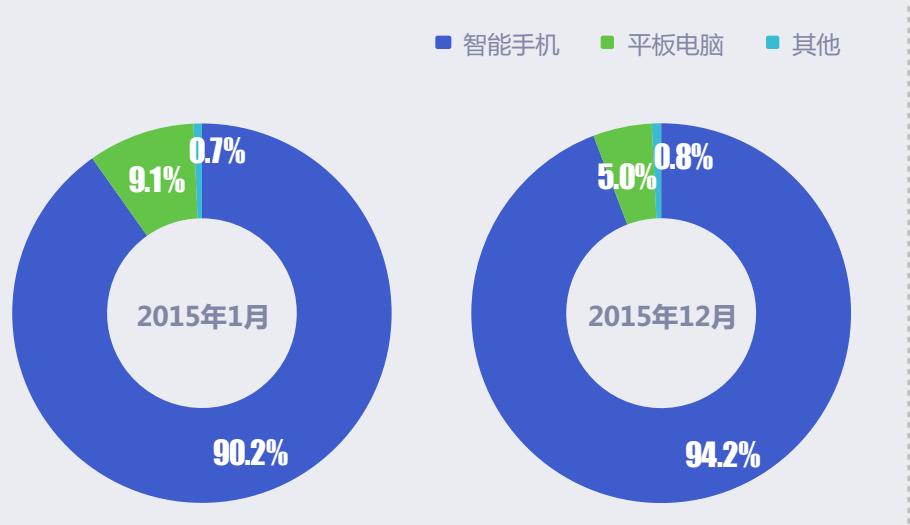
高价位手机使用比例显著增长，中屏与大屏手机份额增长明显，4G的使用率在提升，用户的移动端使用体验进一步改善

智能硬件兴起



可穿戴设备的使用更加普及，智能家居、家电、健康设备等不同类型智能硬件正陆续走进普通百姓生活

平板电脑份额下降，智能手机与其他智能设备的比例在提升



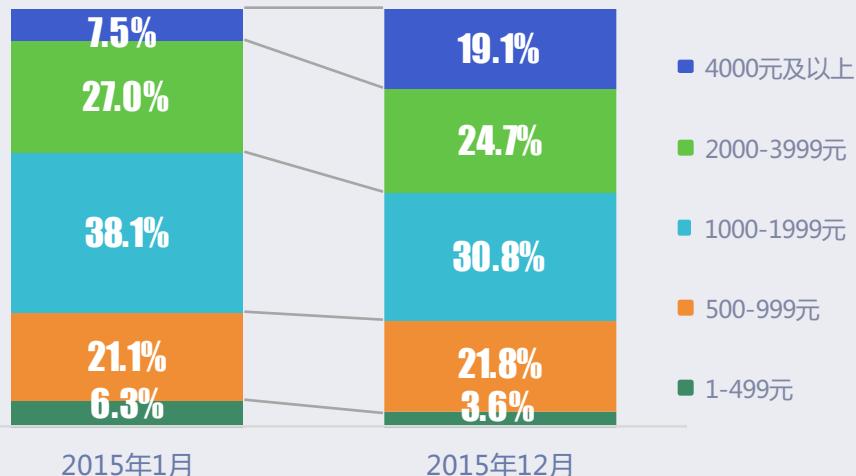
移动智能终端设备类型占比

数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

平板电脑设备份额下降至 **5.0%**

平板电脑的份额由2015年1月的9.1%下降至5.0%，而智能手机份额随之增长，由年初的90.2%增长至94.2%，此外，智能可穿戴设备、智能电视盒子等其他移动智能设备的份额也出现小幅增长。

用户消费习惯逐渐转变，高端机的使用比例大幅增长

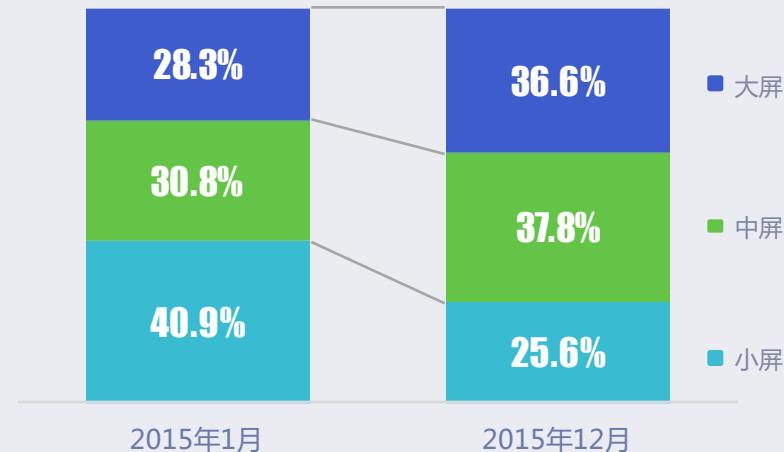


移动智能设备价位分布

4000元以上高端机份额增长 **11.6%**

选择中低价位智能移动设备的用户比例在降低，用户对高端机的接受度显著提升，19.1%的用户在使用4000元以上的高端设备，较年初的7.5%有明显增长。

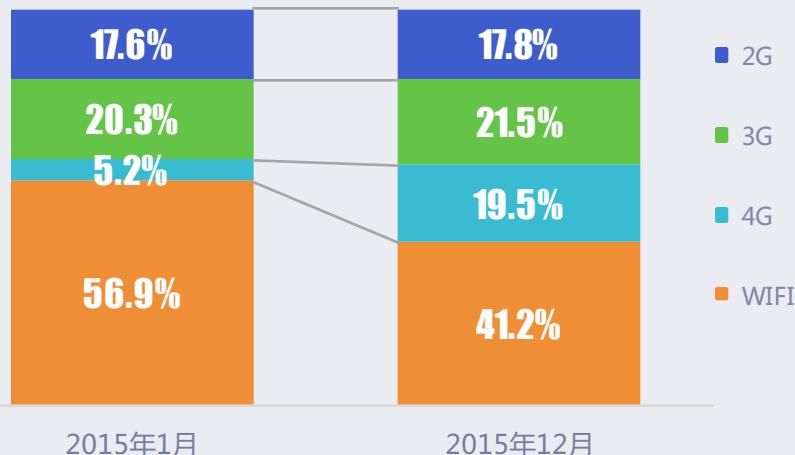
小屏设备正逐渐被中屏与大屏设备所取代，主流品牌纷纷奉行大屏产品策略



数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

注：大屏为5英寸以上，中屏为4.6-5英寸，小屏为4.5英寸及以下

更多用户在4G网络环境下使用移动设备



在4G环境下上网的用户比例达**19.5%**

2015年底，在4G网络环境下使用移动终端的用户已约占整体用户的五分之一，该比例较年初增长近4倍，用户的移动上网环境有明显改善。

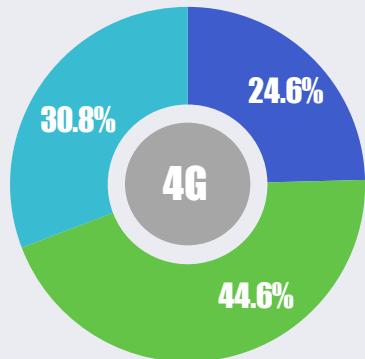
用户网络环境分布

数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

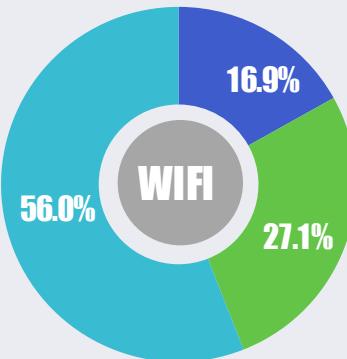
注：统计周期内，在任一网络环境下有过使用行为的设备即计为该类型网络的用户，比例为各网络环境下使用人次的占比。

4G在一二线城市使用率高，而三线城市用户更依赖WIFI

■ 一线城市 ■ 二线城市 ■ 三线及以下城市



4G用户城市分布



WIFI用户城市分布

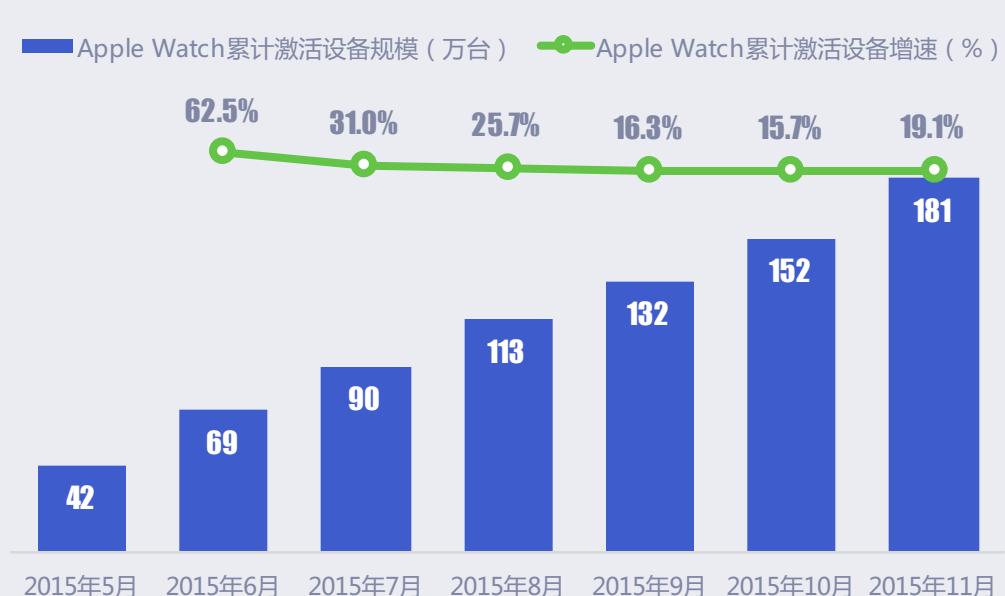
4G用户中 **69.2%** 分布在一二线城市

使用4G网络上网的用户中，一二线城市用户比例达到69.2%，三线及以下城市用户仅占30.9%，相较于三线及以下城市庞大的用户规模，4G在该类城市的使用率还相对较低。

WIFI用户中 **56.0%** 分布在三线及以下城市

三线及以下城市用户对WiFi的依赖度更高，移动端用户中使用WiFi上网的人群有56.0%来自三线及以下城市。

Apple Watch的国内激活设备规模增长稳定



Apple Watch累计激活设备规模及增速

数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

Apple Watch 国内累计激活设备超
180万台

Apple Watch国内上市后激活设备量稳定
增长，截止2015年11月，国内累计激活
Apple Watch已超过180万台。

Part 01

——2015年移动互联网趋势盘点

用户特征

硬件环境

设备品牌

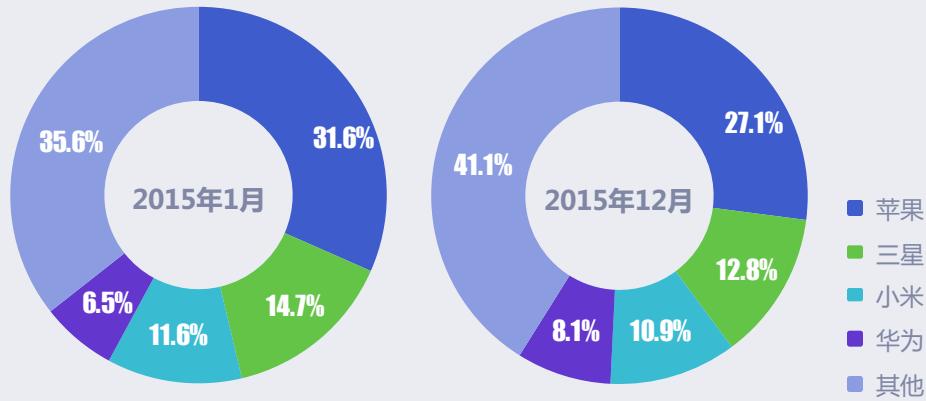
应用发展

资本市场

移动营销

跨界融合

三、设备品牌：TOP设备品牌的集中度在下降



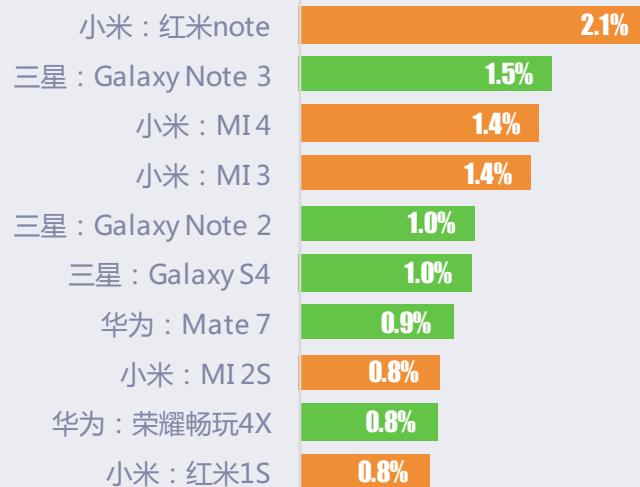
移动智能设备品牌占比

Top4品牌占比 **58.9%**

2015年12月，移动端用户使用的Top4设备品牌的合计份额占整体设备的58.9%，品牌集中度较2015年1月的64.3%有所下降

数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

Android机型TOP10：小米机型依然占据主流，三星与华为机型占据TOP10的另半壁江山



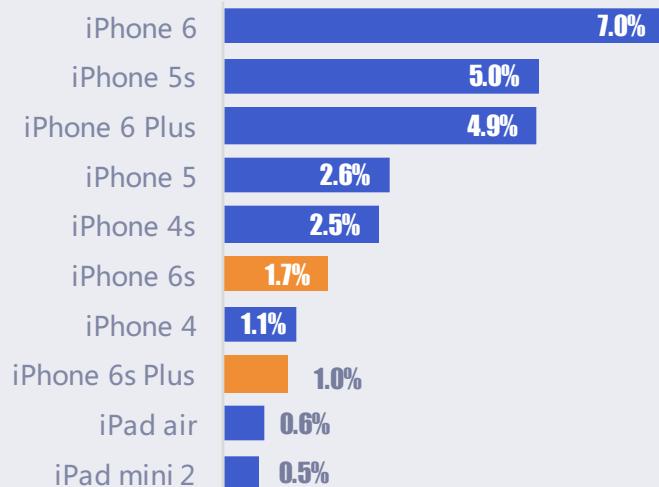
小米 设备占据安卓TOP10机型的半数席位

安卓平台覆盖率最高的10款机型中，小米品牌设备占5款，
此外，三星机型占3款，华为机型占2款。

Android平台移动智能设备机型TOP10

数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

iOS机型TOP10：iPhone6依然是iOS平台用户覆盖率最高的机型，iPhone 6s两款新机型上市短期已获得可观用户份额



iOS平台移动智能设备机型TOP10

iPhone 6s 两款新机型进入iOS机型TOP10

今年9月上市的iPhone 6s与iPhone 6s Plus两款新机型，在上市三个月后，机型份额已进入iOS平台TOP10，其中，iPhone6s居第6位，iPhone 6s Plus居第8位。

Part 01

——2015年移动互联网趋势盘点

用户特征

硬件环境

设备品牌

应用发展

资本市场

移动营销

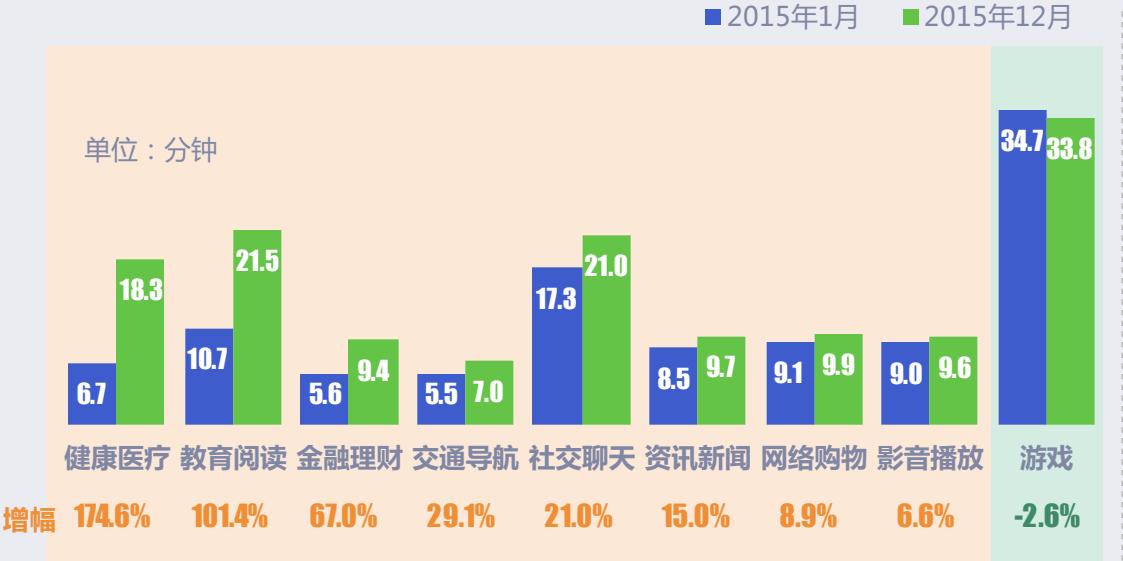
跨界融合

四、应用发展：移动应用经历从工具、娱乐、消费到服务时代的发展历程，坐拥大量用户的成熟领域应用正向平台化迈进，新兴领域应用则趋向寡头垄断



数据来源：TalkingData 移动数据研究中心
注：仅为举例，排名不分先后，不包含所有参与者。

2015年，用户对生活服务领域应用的依赖度在显著增加



不同类型应用单日人均使用时长及增幅



健康医疗 教育阅读 金融理财

除游戏类应用外，用户对各类应用的使用时长都在增加，在健康医疗、教育阅读、金融理财等新兴领域的人均使用时长增长更为明显，与生活息息相关的各类应用正在被用户更频繁地使用。

数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

2014下半年至2015年，滴滴出行、美团外卖等生活服务领域的典型应用，也纷纷迎来用户的快速增长

2014-2015年典型生活服务应用用户覆盖量增长趋势



数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

全行业高成长应用中，出行、金融、教育等新兴领域的应用数量也较多，相关行业正处于高速发展阶段

2015成长应用TOP30

成长排名	用户成长倍数	应用名称	细分类型
1	488.0	快报 快报	阅读
2	196.2	借贷宝	金融
3	176.0	可米酷漫画	阅读
4	171.1	Keep	健康
5	117.9	一起作业	教育
6	100.7	咪咕视频	视频
7	95.6	王者荣耀	游戏
8	81.1	球球大作战	游戏
9	73.0	Uber车主端	出行
10	65.4	零钱夺宝	电商

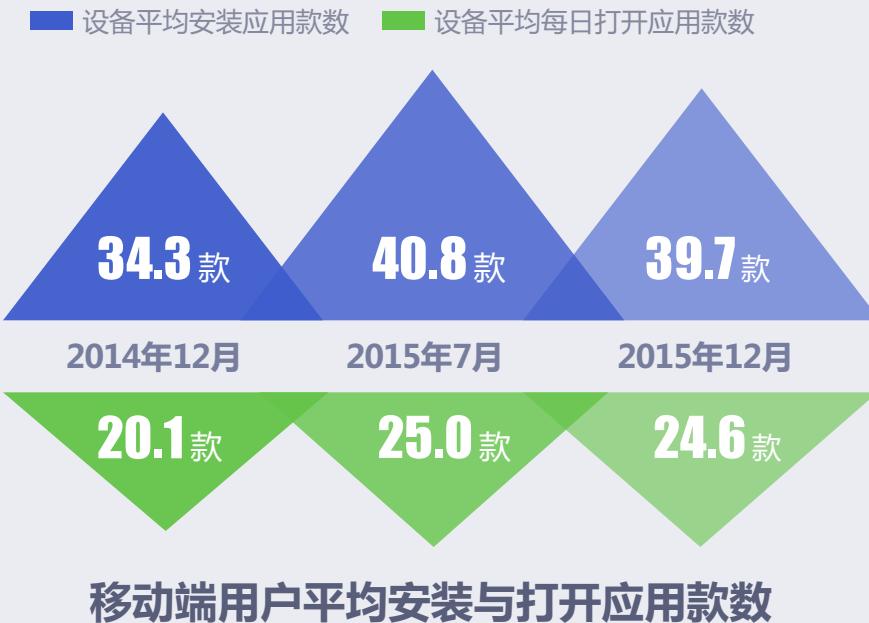
成长排名	用户成长倍数	应用名称	细分类型
11	64.1	奇迹暖暖	游戏
12	58.7	穿越火线	游戏
13	53.6	360手机急救箱	工具
14	50.4	热血传奇	游戏
15	44.6	工行融e联	金融
16	44.0	滴滴专车司机端	出行
17	43.9	和我信	生活
18	43.4	按键精灵	工具
19	42.0	京东到家	生活
20	36.2	Uber	出行

成长排名	用户成长倍数	应用名称	细分类型
21	35.9	优信	汽车
22	34.8	全民超神	游戏
23	34.8	嘀嗒	出行
24	34.5	龙珠直播	视频
25	33.1	快看漫画	阅读
26	30.6	小米智能家庭	智能硬件
27	29.1	淘宝电影	票务
28	28.8	纳米盒	教育
29	27.8	小米金融	金融
30	27.6	OneNote	办公

数据来源：TalkingData 移动数据研究中心 安卓平台数据

注：用户成长倍数为2015年12月对比2015年1月用户覆盖量的增长倍数，新应用按监测到的首月数据计算。

而移动端用户人均安装与打开的应用款数趋于稳定，“一屏之争”下新应用的进入门槛将更高



数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

用户的应用需求——“少而精”

平均每台设备安装与打开的应用款数趋于稳定，用户不再追求应用的数量而更倾向于使用精品，新应用的进入门槛将进一步提高。

对于各细分领域应用而言，用户的安装与打开款数也止于1-3款之间，各行业寡头地位的争夺将更加激烈

各行业用户平均安装与打开应用仅**1-3**款

通讯社交、金融理财、游戏、网络购物、视频等满足用户基础刚需的应用，平均安装与打开款数领先，而餐饮、旅游、出行、医疗等非刚需行业应用安装与打开款数仅在1款左右，细分行业领先地位的重要性凸显。

数据来源：TalkingData 移动数据研究中心



不同类型应用用户平均安装与打开款数

Part 01

——2015年移动互联网趋势盘点

用户特征

硬件环境

设备品牌

应用发展

资本市场

移动营销

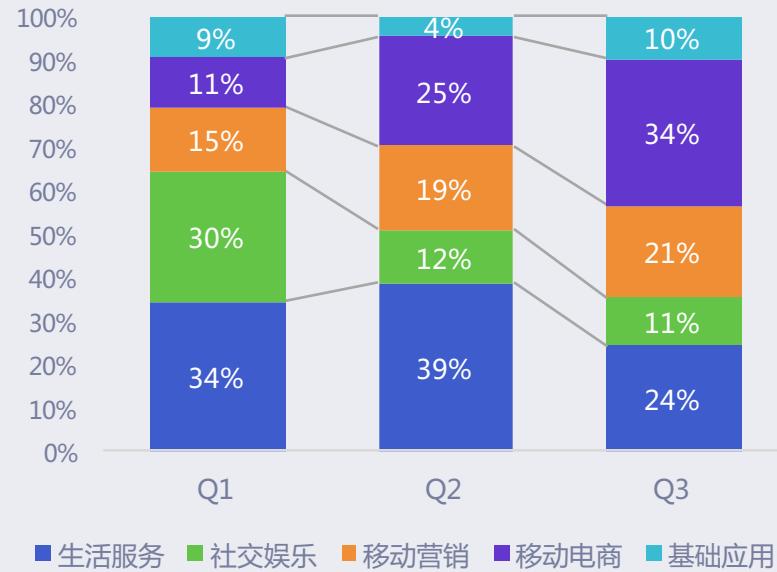
跨界融合

五、资本市场：移动互联网投资热度不减但趋于理性，下半年开始投资重心由生活服务转向移动营销与移动电商

2014Q1-2015Q3中国移动互联网行业VC/PE融资情况



2015年Q1-Q3各细分行业融资项目数量占比



数据来源：ChinaVenture 公开信息整理

Part 01

——2015年移动互联网趋势盘点

用户特征

硬件环境

设备品牌

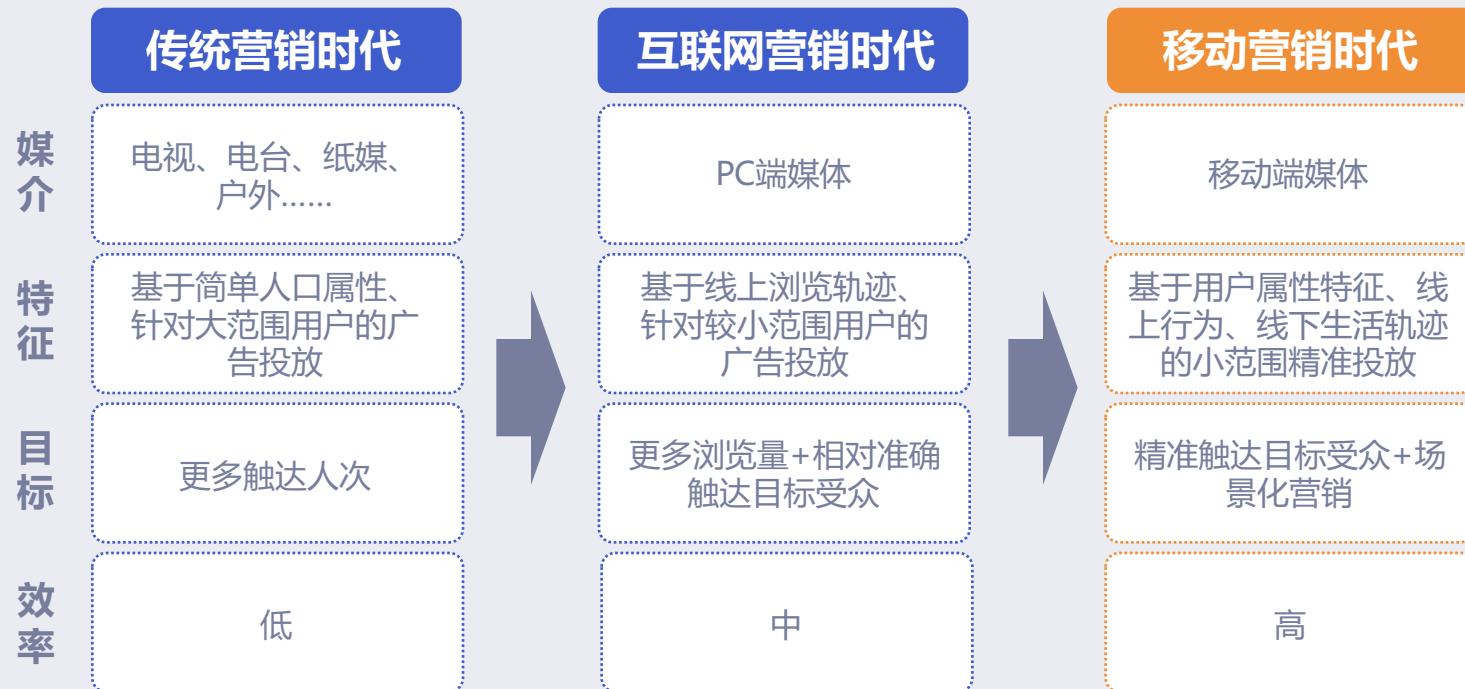
应用发展

资本市场

移动营销

跨界融合

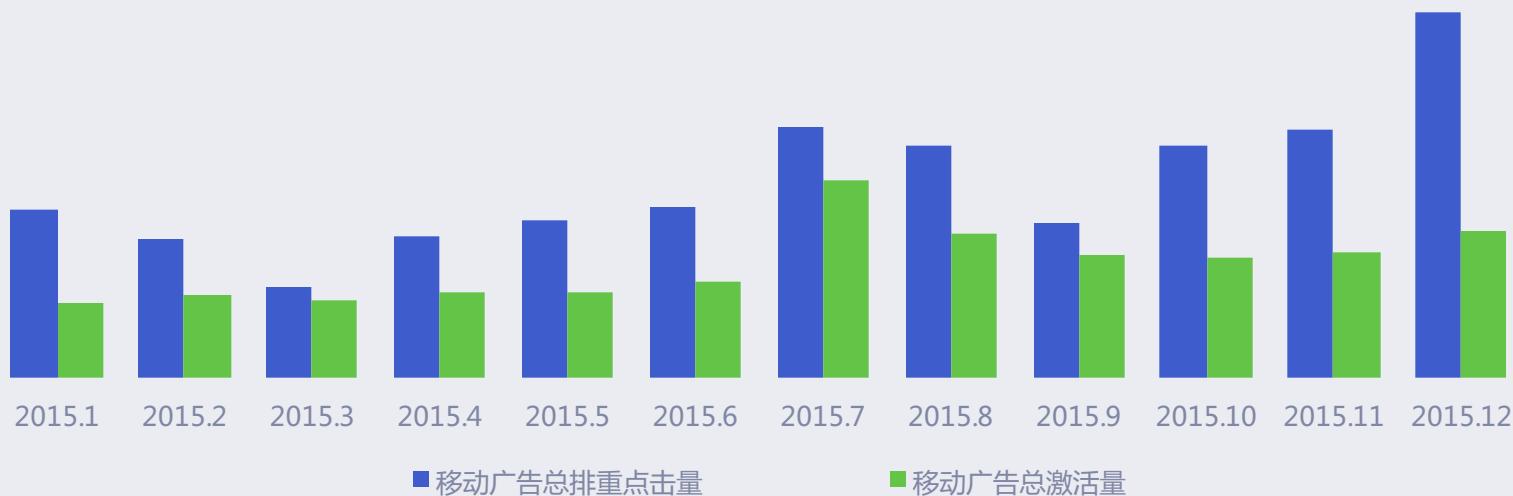
六、移动营销：针对细分目标客群与特定生活场景的移动端精准营销时代来临



2015年移动互联网年度盘点

**2015年移动广告的总点击量与激活量增长显著，更多广告主投入移动营销领域，
暑假、国庆、双十一、圣诞节前后是移动端广告投放的高峰期**

2015年1-12月 移动广告总激活量及增长趋势



数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

DMP在移动广告产业链中的重要性提升

广告主

媒体 / 应用开发者

广告代理

Mobile DSP



Mobile Ad Exchange



Mobile SSP



Mobile DMP



Mobile Ad Network



Measurement&Analytics



数据来源：公开信息整理

注：仅为举例，排名不分先后，不包含所有参与者。

利用移动端硬件与应用、线上与线下复合数据的聚合优势，对不同目标人群的定位与深入洞察将更为精准

 **高端金融人群**

安装金融类应用如：



使用4000元以上高端设备如：
iPhone 6s、iPhone 6s Plus
、Galaxy S6 Edge.....

集中在发达地区如：
北上广深、浙江
、江苏等



 **活跃游戏人群**

安装游戏类应用如：



游戏频度：
连续三天以上有游戏行为

游戏活跃：
近30天玩过3款
以上游戏



 **母婴人群**

安装母婴类应用如：



线下母婴消费：
到访婴儿服饰、婴儿食品、孕期用品等母婴类店铺；

线下母婴场所：
常出现在早教、
亲子娱乐等线下
场所



通过目标人群应用偏好分析，选择更合适的媒体类型，提升目标客群的有效触达



高端金融人群

办公、新闻资讯、商旅出行、地图导航

等类型应用的偏好指数高于其他两类人群



活跃游戏人群

游戏、教育阅读

等类型应用的偏好指数较其他两类人群更高

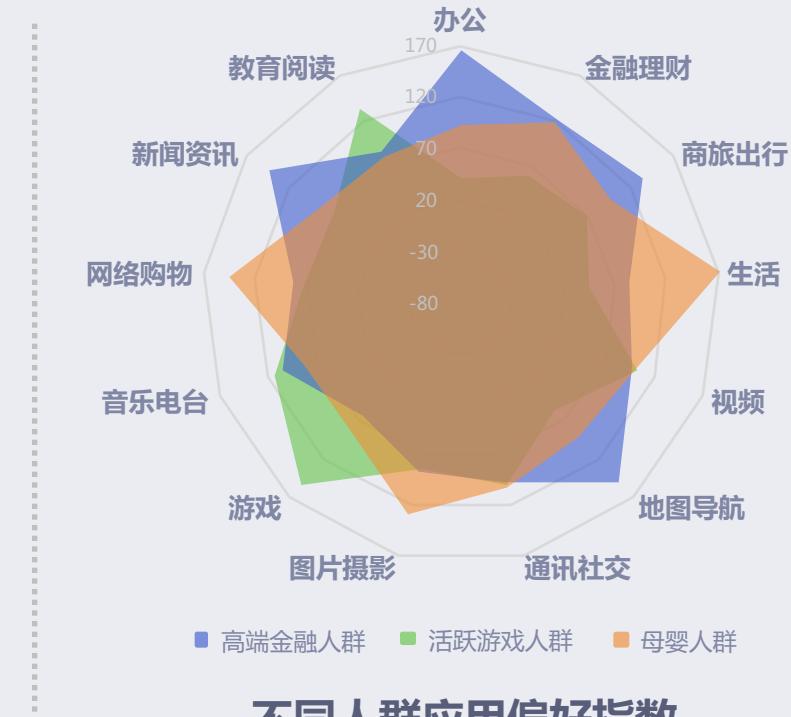


母婴人群

图片摄影、生活、网络购物

等类型应用的偏好指数明显高于其他两类人群

数据来源：TalkingData 移动数据研究中心



不同人群应用偏好指数

通过了解目标人群移动端活跃时段的差异，为最佳营销时间的选择提供依据



高端金融人群

早起活跃

金融用户工作日早晨出现全天活跃峰值，周末的上午活跃度也较其他两类人群高



活跃游戏人群

早晚活跃

数据来源：TalkingData 移动数据研究中心



母婴人群

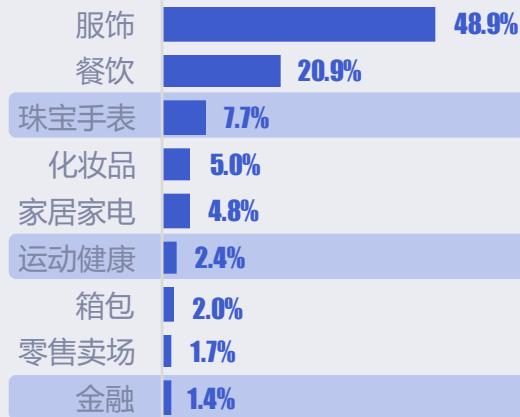
睡前活跃

游戏用户工作日与周末的早晚活跃度均呈现两个明显峰值，且晚间更为活跃

母婴用户工作日的活跃峰值出现在晚九点前后，周末的午休时段及睡前较活跃

通过对目标人群线下消费兴趣的洞察，将更精准地掌握目标客群的消费喜好

不同人群线下各品类店铺客流分布



高端金融人群

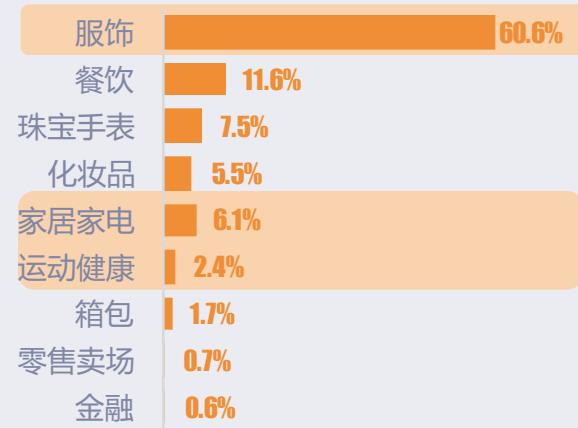
在外用餐多，珠宝手表等奢侈品消费需求高，注重运动健康，金融消费需求高

数据来源：TalkingData 移动数据研究中心



活跃游戏人群

服饰类消费占比高，化妆品消费需求在三类人群中最低，箱包类消费三类人群中最高



母婴人群

讲究穿着，外出就餐的比例在三类人群中最低，家居家电类消费三类人群中最高

Part 01

——2015年移动互联网趋势盘点

用户特征

硬件环境

设备品牌

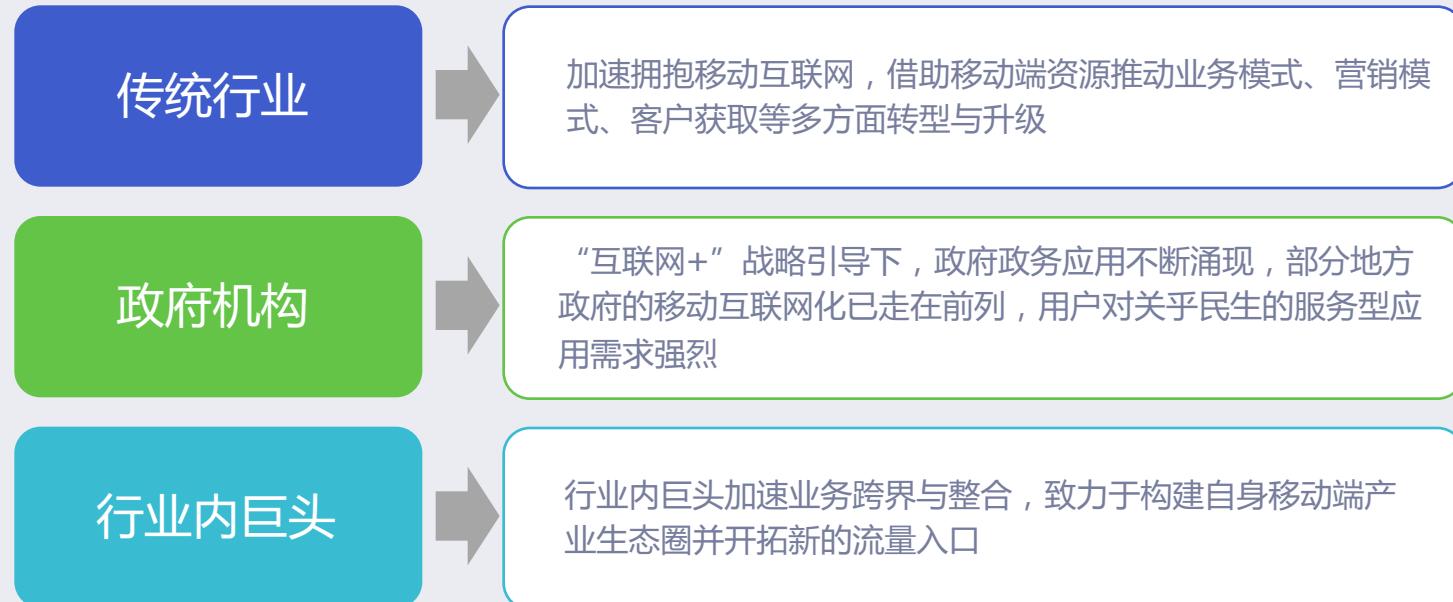
应用发展

资本市场

移动营销

跨界融

七、跨界融合：传统行业、政府机构及移动互联网行业内参与者在不同领域的跨界与融合加速



传统行业：加速拥抱移动互联网，借助移动端资源推动业务模式、营销模式、客户获取等多方面转型与升级



数据来源：公开信息整理

注：仅为举例，不包含所有参与者，排名不分先后

政府政务：“互联网+”战略引导下，政府应用不断涌现，北京、上海、深圳等地方政府移动互联网化已走在前列，用户对关乎民生的服务型应用需求强烈

政务门户


中央纪委网站


北京服务您


深圳政府在线


我的南京


浙江政务

民生服务


交通在手


深圳天气


乘车易


北京实时公交

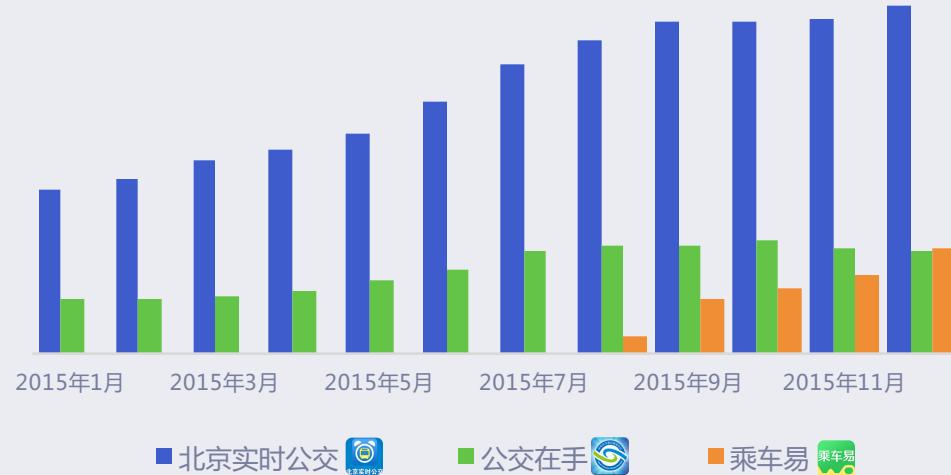

智慧社保


上海公积金


电力E行


掌上110

2015年典型政府民生服务应用用户覆盖量增长趋势



数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

注：仅为举例，排名不分先后，不包含所有参与者。

移动互联网业内巨头：行业内巨头的业务跨界与整合加速



加速全行业生态圈布局



BAT企业拥有最大流量资源，在提升自有移动产品优势的同时，在其他新兴领域广泛布局，加速各自移动端生态圈的构建



依托硬件优势抢占应用市场



小米、华为等硬件厂商，依托在硬件市场的份额优势以及自有渠道优势，抢占不同细分领域移动端应用市场



硬件领域的跨界尝试



360、乐视等细分领域巨头，试水移动硬件，通过进入终端市场扩展移动端流量入口

注：仅为举例，不包含所有参与者，排名不分先后。

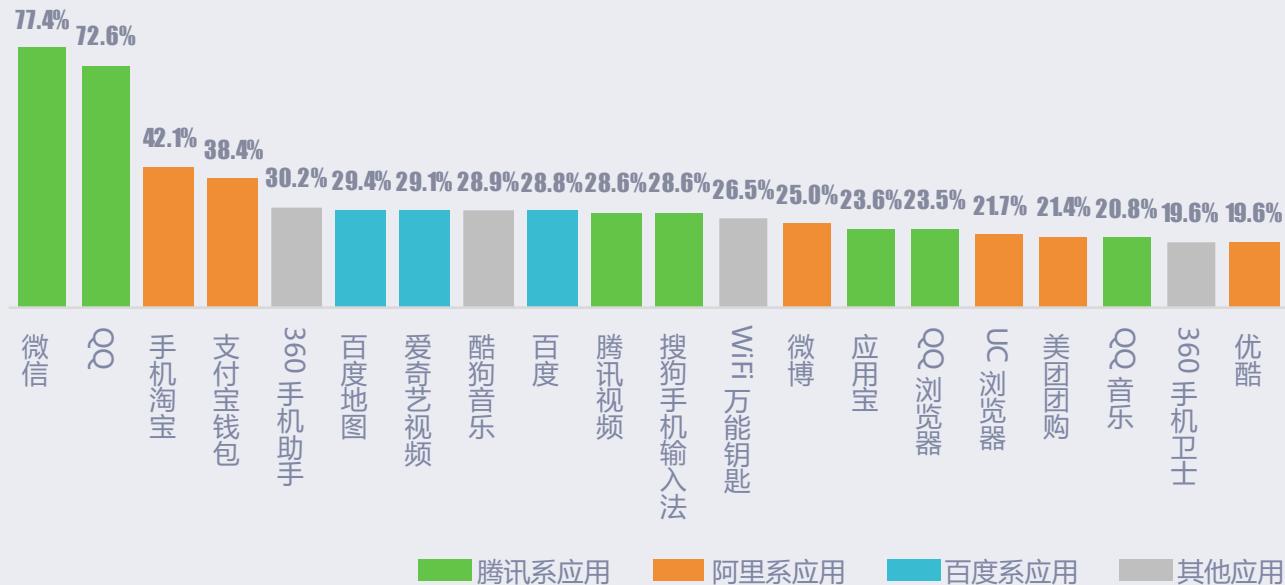
Part 02

2015年移动应用整体盘点



整体应用覆盖率TOP20

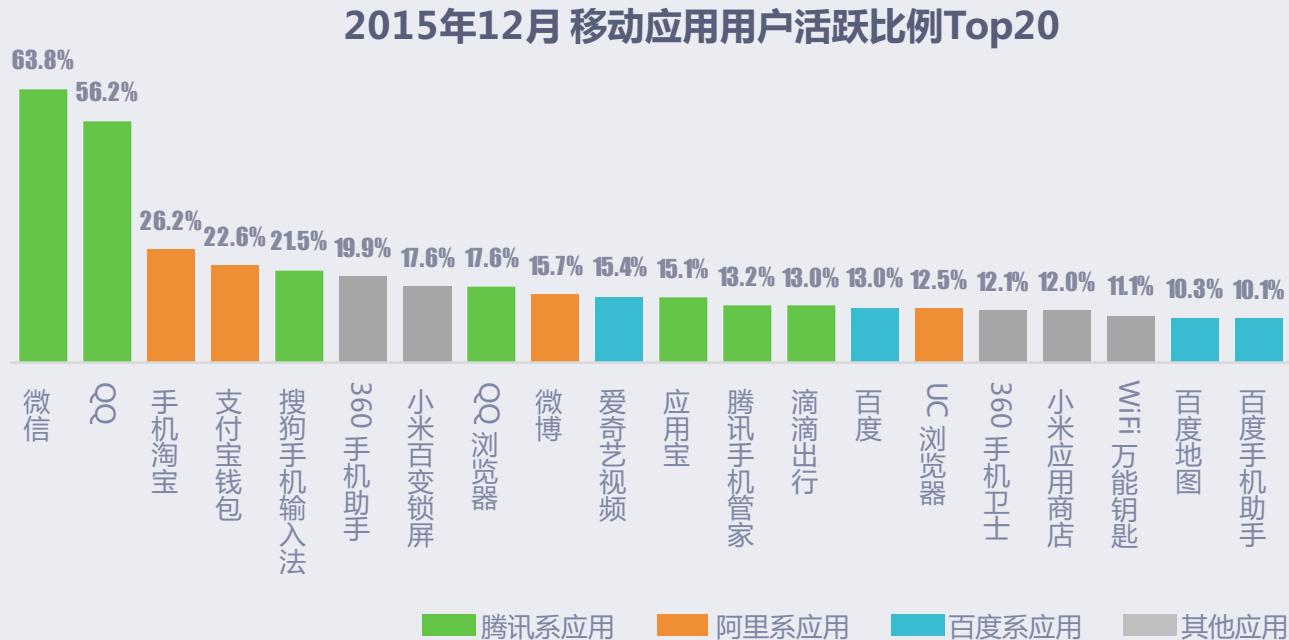
2015年12月 移动应用用户覆盖比例Top20



- 用户覆盖率TOP20的应用榜单中，BAT应用占16款，其中，腾讯系应用依然占据最多席位，共7款进入前20；阿里、百度应用分别为6款与3款；360应用占据2个席位。

数据来源：TalkingData 移动数据研究中心 安卓平台数据

整体应用活跃率TOP20

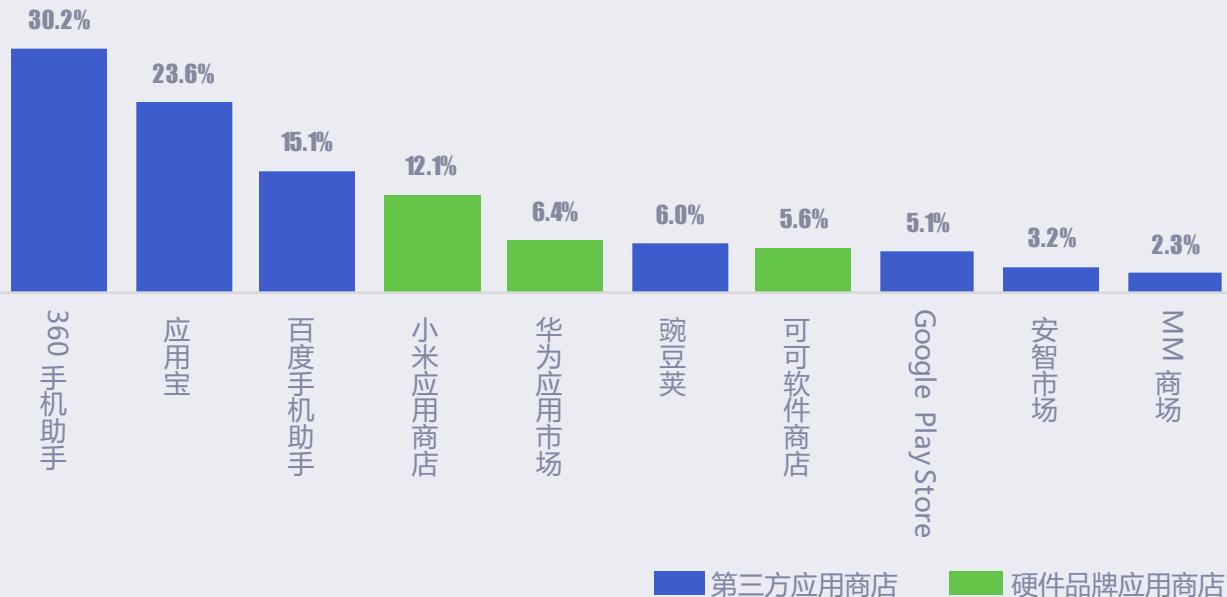


- 用户活跃率TOP20应用榜单中，BAT应用也占据多数；其中，腾讯系应用达7款；小米与360应用也各占2个席位。

数据来源：TalkingData 移动数据研究中心 安卓平台数据

渠道用户覆盖率TOP10

2015年12月 应用商店用户覆盖比例Top10



- 360手机助手依然居渠道覆盖率首位，应用宝覆盖率居第二，百度手机助手居第三；小米、华为、OPPO等硬件品牌自有应用商店的地位提升，也跻身榜单前十。

数据来源：TalkingData 移动数据研究中心 安卓平台数据

Part 03

2015年细分行业应用盘点



Part 03

——2015年细分行业应用盘点



移动游戏玩法在日渐多元化和垂直化发展下，类似FPS、MOBA、换装养成等作品不断进入市场，吸引大量用户；截止2015年底，移动游戏用户规模达到10亿



数据来源：TalkingData移动数据研究中心
单位：亿台

休闲、跑酷和棋牌类等轻度游戏仍旧受到广大用户喜爱，策略类游戏增长较快

2015年12月 游戏App用户覆盖率TOP10



数据来源：TalkingData移动数据研究中心 安卓平台数据

注：新应用以首次进入TalkingData应用统计平台前50000名且有监测数据的时间为准。

电竞、影游联动和动漫成为获取及沉淀移动游戏用户的三个重要元素

- 随着文学、漫画等国内外作品催生更多优质内容，基于优质内容的IP将在电视剧、动画等领域得到持续放大和影响受众的机会，进而经由电影和游戏层面实现更高认知价值的变现。



Part 03

——2015年细分行业应用盘点



移动视频行业用户规模达10.9亿，移动端渗透率较高



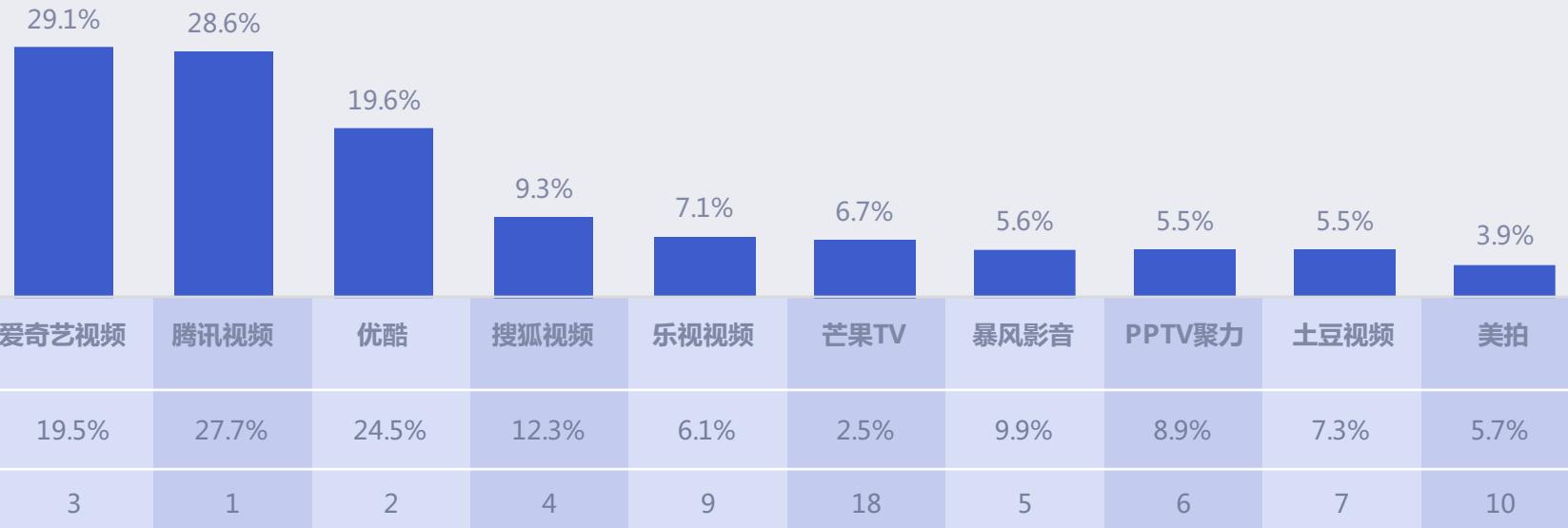
- 移动视频行业的用户规模达到10.9亿，在移动互联网整体用户中的占比超过85%，用户渗透率较高

数据来源：TalkingData移动数据研究中心
单位：亿台

移动视频行业覆盖率TOP10

- 爱奇艺视频的用户覆盖率排在首位，为29.1%，腾讯视频、优酷次之，三者用户覆盖率均接近或超过20%，其他视频应用的覆盖率与Top3差距较大；与2014年同期相比，芒果TV的增长最快，排名进入Top10。

2015年12月 移动视频App用户覆盖率TOP10



数据来源：TalkingData移动数据研究中心 安卓平台数据

视频行业趋势：移动视频产业链中，CP与SP角色逐渐融合；视频企业提供的服务趋同，优质内容成为取得竞争优势的关键因素；短视频应用逐渐兴起，移动视频的社交属性凸显



CP与SP角色逐渐融合

腾讯、乐视、爱奇艺、优酷土豆集团等在线视频平台相继涉足上游制作产业，加速内容生产投入，移动视频产业链中，CP与SP的角色逐渐融合



优质内容成制胜法宝

视频企业提供的服务趋同，优质内容成为取得竞争优势的关键因素，各视频平台争相购买优质版权或者自制内容，形成差异化竞争



短视频应用逐渐兴起

美拍等短视频应用的兴起，使用户更加青睐“拍摄+实时编辑+分享”的方式，移动视频的社交属性日益凸显

Part 03

——2015年细分行业应用盘点



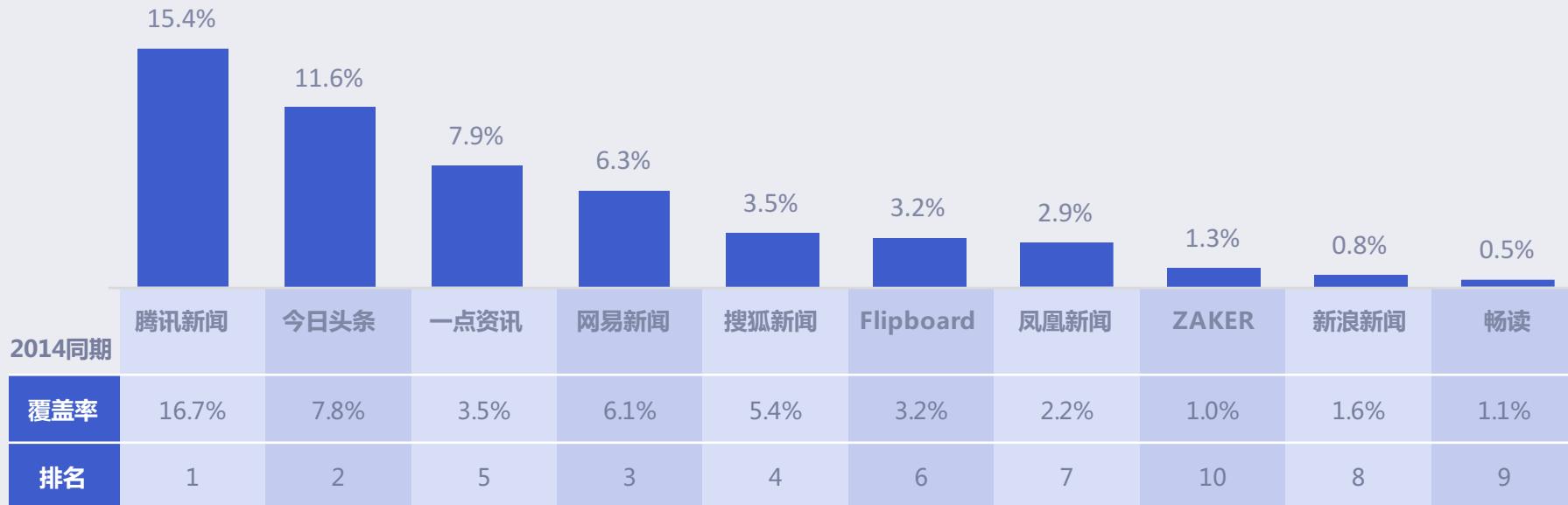
新闻资讯行业用户规模达9亿，在移动端渗透率为70.3%



数据来源：TalkingData移动数据研究中心
单位：亿台

新闻资讯行业TOP10应用格局稳定，腾讯新闻依然居首位，一点资讯增速较快

2015年12月 新闻资讯App用户覆盖率TOP10



数据来源：TalkingData移动数据研究中心 安卓平台数据

新闻资讯行业趋势：渠道多样化、需求更精细、需要更精准的个性化推荐

移动新闻资讯发展趋势



数据来源：TalkingData移动数据研究中心 安卓平台数据
注：使用率=用户活跃率/用户覆盖率*100%

Part 03

——2015年细分行业应用盘点



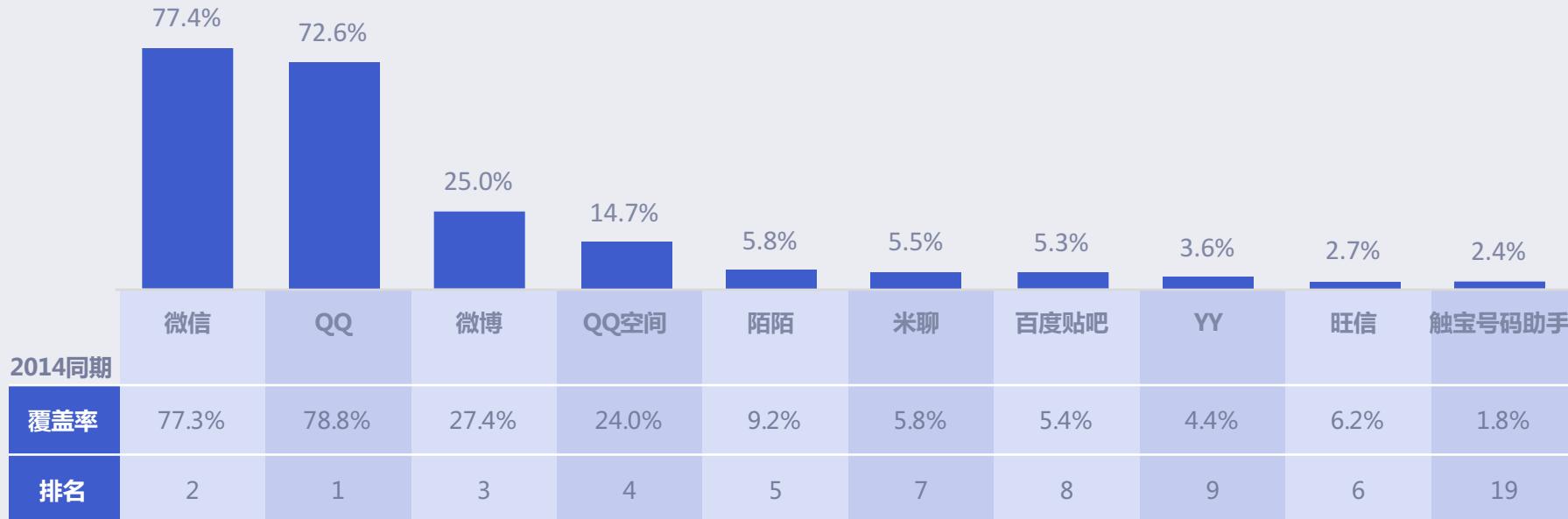
社交应用在即时通信基础上逐步增加实用功能、原创内容和场景服务，继续吸引到广泛的用户，截止2015年底，国内移动社交应用用户规模达到11.7亿



数据来源：TalkingData移动数据研究中心
单位：亿台

在支付、金融和电商等层面的持续探索下，微信赶超QQ成为移动社交第一大平台

2015年12月 社交App用户覆盖率TOP10



数据来源：TalkingData移动数据研究中心 安卓平台数据

未来新兴社交应用做大的机会较小，但基于共同兴趣和内容标签的仍可沉淀一定用户



数据来源：TalkingData移动数据研究中心

Part 03

——2015年细分行业应用盘点



在网络电商平台常态化促销推广和物流效率提高背景下，国内用户通过移动终端购物下单的习惯已经养成，截止2015年12月，移动电商用户规模达到8.7亿



数据来源：TalkingData移动数据研究中心
单位：亿台

2015年移动互联网年度盘点

手机淘宝稳居榜首，京东和苏宁易购继续抢占市场，移动电商竞争更加激烈

2015年12月 电商App用户覆盖率TOP10



数据来源：TalkingData移动数据研究中心 安卓平台数据

注：此排名不包括团购应用

在全球购、农村市场以及线上线下融合发展推动下，移动电商仍存较大增长空间



海淘应用在2015年实现快速增长，同时涌现出考拉海购、丰趣海淘等新进入者

2015年12月 海淘App用户覆盖率TOP10



数据来源：TalkingData移动数据研究中心 安卓平台数据

注：新应用以首次进入TalkingData应用统计平台前50000名且有监测数据的时间为准。

大多数海淘应用已培养出自身特定的用户群体和市场，整个海淘领域还未出现一家独大的现象，但随着亚马逊等大企业展开角力，中小企业的竞争压力将会增加



注：仅为举例，排名不分先后，不包含所有参与者。

Part 03

——2015年细分行业应用盘点



随着手机银行、移动支付的日渐成熟以及移动理财等细分领域的兴起，移动金融理财行业的用户规模达8.2亿



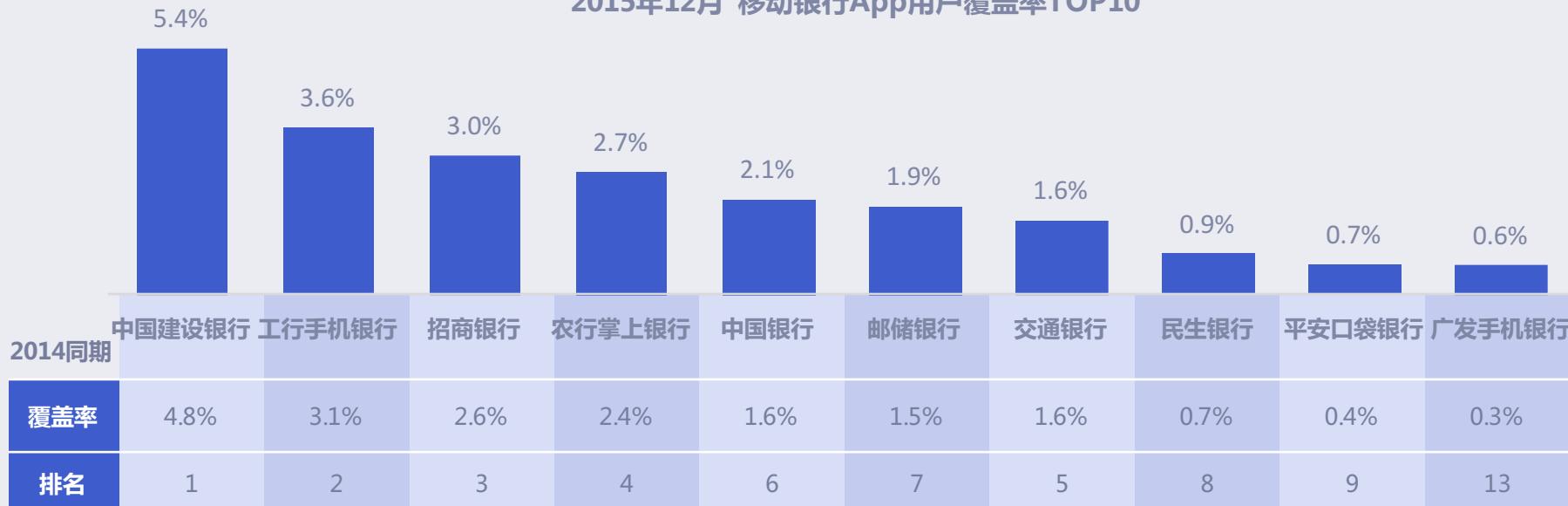
- 移动金融理财行业的用户规模为8.2亿，在移动互联网整体用户中的占比超过60%，用户渗透率较高

数据来源：TalkingData移动数据研究中心
单位：亿台

移动银行覆盖率TOP10

- 中国建设银行的用户覆盖率居于首位，其次是工行手机银行和招商银行；与2014年同期相比，除广发手机银行新晋Top10应用外，其他应用的排名变化不大。

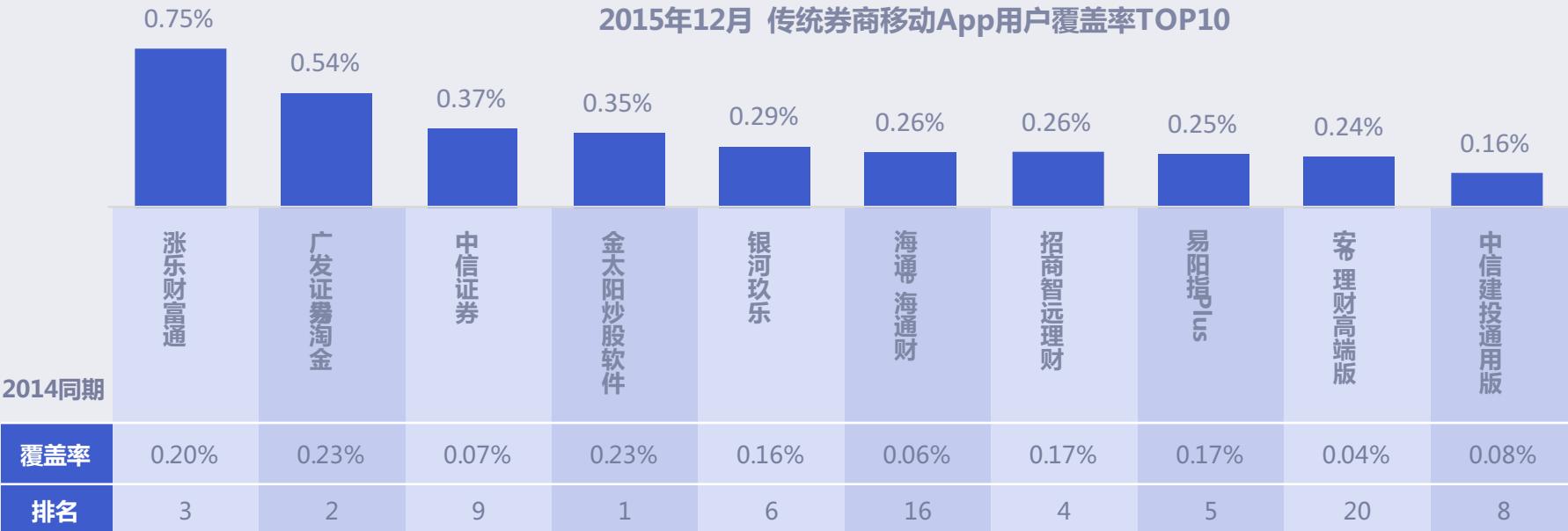
2015年12月 移动银行App用户覆盖率TOP10



数据来源：TalkingData移动数据研究中心 安卓平台数据

传统券商移动应用覆盖率TOP10

- 传统券商移动证券应用中，华泰证券的涨乐财富通以0.75%的用户覆盖率排在首位，其次是广发证券易淘金。

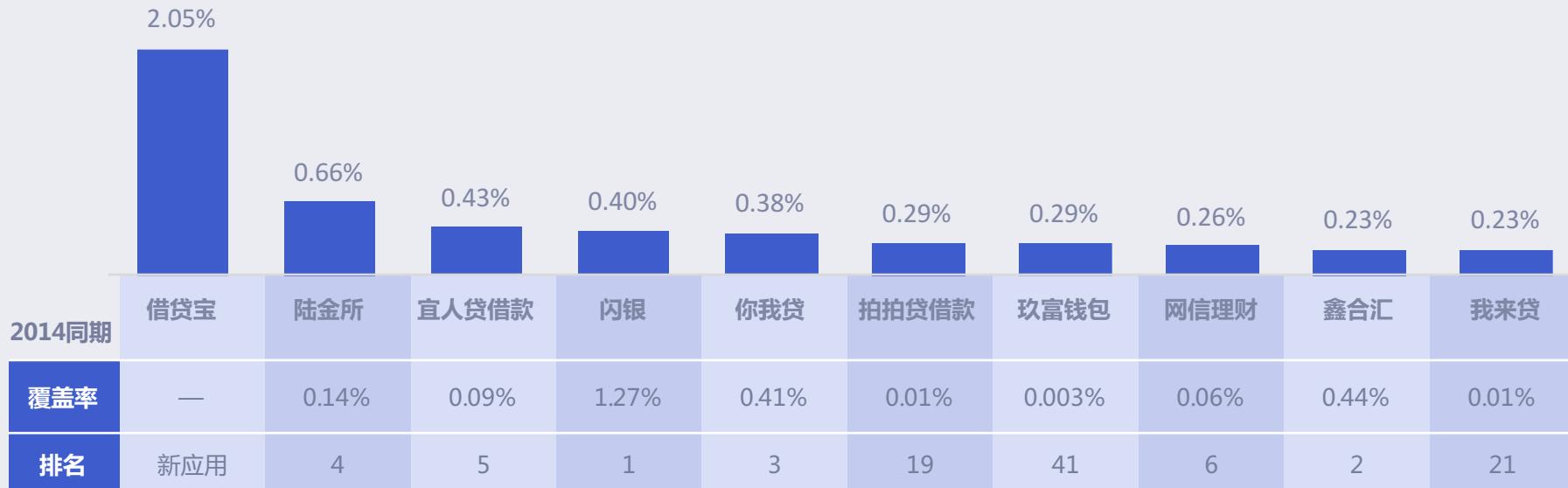


数据来源：TalkingData移动数据研究中心 安卓平台数据

移动P2P网贷覆盖率TOP10

- P2P网贷应用中，借贷宝以2.05%的用户覆盖率排在第一名，其次为陆金所；与2014年同期相比，玖富钱包、拍拍贷借款、我来贷的用户覆盖率排名提升幅度较大。

2015年12月 P2P网贷App用户覆盖率TOP10



数据来源：TalkingData移动数据研究中心 安卓平台数据

注：新应用以首次进入TalkingData应用统计平台前50000名且有监测数据的时间为准。

移动直销银行覆盖率TOP10

- 钱大掌柜的用户覆盖率最高，为0.08%，其次是江苏银行直销银行、平安橙子银行；整体来看，直销银行应用用户覆盖率较低，发展潜力较大。

2015年12月 直销银行App用户覆盖率TOP10



数据来源：TalkingData移动数据研究中心 安卓平台数据

注：新应用以首次进入TalkingData应用统计平台前50000名且有监测数据的时间为准。

银行信用卡应用覆盖率TOP10

- 招商银行的掌上生活用户覆盖率最高，为2.28%，整体来看，信用卡应用的用户覆盖率较低；与2014年同期相比，浦发信用卡、工行融e联的用户增长速度较快。

2.28%

2015年12月 银行信用卡App用户覆盖率TOP10

1.05%

0.51%

0.22%

0.08%

0.05%

0.04%

0.03%

0.01%

0.004%

2014同期

	掌上生活	工行融e联	平安天下通	中信银行 动卡空间	浦发信用卡	民生信用卡	光大信用卡	中国银行 缤纷生活	掌上龙卡	交行买单吧
覆盖率	2.00%	0.02%	0.21%	0.20%	0.001%	0.06%	0.02%	0.04%	—	—
排名	1	6	2	3	8	4	7	5	新应用	新应用

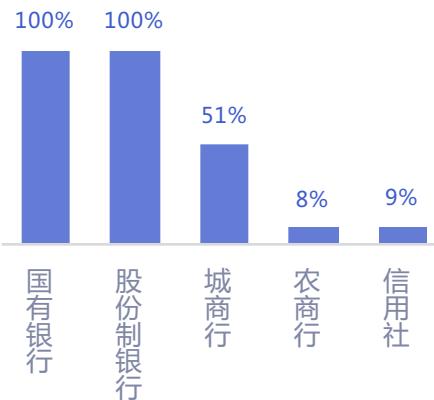
数据来源：TalkingData移动数据研究中心 安卓平台数据

注：新应用以首次进入TalkingData应用统计平台前50000名且有监测数据的时间为准。

金融理财行业趋势：国有银行、股份制银行全员参与，城商行开发率过半，银行业积极投身移动金融大潮；P2P网贷爆发式增长，2015年成交额近万亿，且利率定价回归理性化

银行业积极参与 投身移动金融大潮

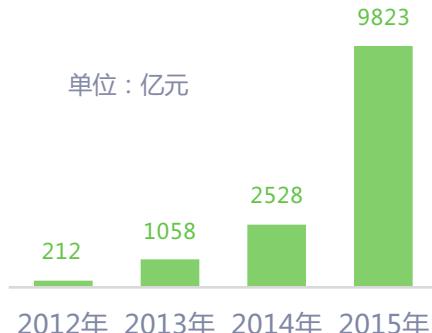
各类银行的移动应用开发率



P2P网贷爆发式增长 成交额近万亿

P2P网贷平台成交额

单位：亿元



P2P网贷收益率走低 利率定价回归理性化

P2P网贷平台综合收益率



数据来源：1、TalkingData移动数据研究中心 安卓平台数据；2、公开信息整理

Part 03

——2015年细分行业应用盘点



移动房产行业用户规模为3800万，在移动端渗透率为3%



数据来源：TalkingData移动数据研究中心
单位：亿台

移动房产用户增长较快，渗透率较年初增长54%



渗透率增长**54%**

移动房产用户受众是特定人群，有买房、租房等相关需求的用户会安装相关应用，起步较晚，用户规模尚小，但是增长较快；移动房产用户在移动端渗透率从年初的1.9%增长到3%，增幅达54%

数据来源：TalkingData移动数据研究中心

注：移动房产用户在移动端渗透率=移动房产用户规模/移动互联网整体用户规模*100%；增幅为12月对比3月增长。

搜房网、安居客房产、掌上链家居房产应用用户覆盖率前三位

2015年12月 生活服务App用户覆盖率TOP10



数据来源：TalkingData移动数据研究中心 安卓平台数据

房产行业趋势：房产金融成趋势、租房市场寻求变革



房产行业趋势：传统地产开发商开始试水移动互联网领域的业务延伸



Part 03

——2015年细分行业应用盘点



国民收入的持续增长，为外出旅游创造了经济条件，刺激用户通过移动互联网查询攻略、订购旅游产品或酒店等，截止2015年12月，移动旅游用户规模已达4亿



数据来源：TalkingData移动数据研究中心
单位：亿台

2015年移动互联网年度盘点

在线旅游经过移动互联网的改造，释放了休闲、度假等符合年轻群体的消费需求

2015年12月 OTA旅游App用户覆盖率TOP10



数据来源：TalkingData移动数据研究中心 安卓平台数据

短租、民宿等分享住宿开始快速增长，并对传统酒店的竞争逻辑带来冲击

2015年12月 旅游-酒店App用户覆盖率TOP10



数据来源：TalkingData移动数据研究中心 安卓平台数据

注：新应用以首次进入TalkingData应用统计平台前50000名且有监测数据的时间为准。

在各航空公司“降代提直”大趋势影响下，民航应用用户规模稳步增长

2015年12月 旅游-民航App用户覆盖率TOP10



数据来源：TalkingData移动数据研究中心 安卓平台数据

移动旅游行业处在创新升级阶段，带动渠道、资源和服务三个触点加速协同发展

- 旅游行业进行移动互联网升级是大势所趋，一方面OTA开始加速布局度假旅游，利用跨界寻求创新，一方面民航、酒店等在减少对OTA的依赖，包括“降代提直”、“自建平台”，另一方面旅游B2B平台、分享住宿和行程管理等细分领域将继续吸引创业者以及投资方。整体上，即围绕“渠道”、“资源”和“服务”发展向云端的大数据、大平台，和线下的O2O、核心服务。



数据来源：1、TalkingData移动数据研究中心；2、公开资料收集和整理
注：以上仅为示例，排名不分先后，不包括所有参与者。

Part 03

——2015年细分行业应用盘点



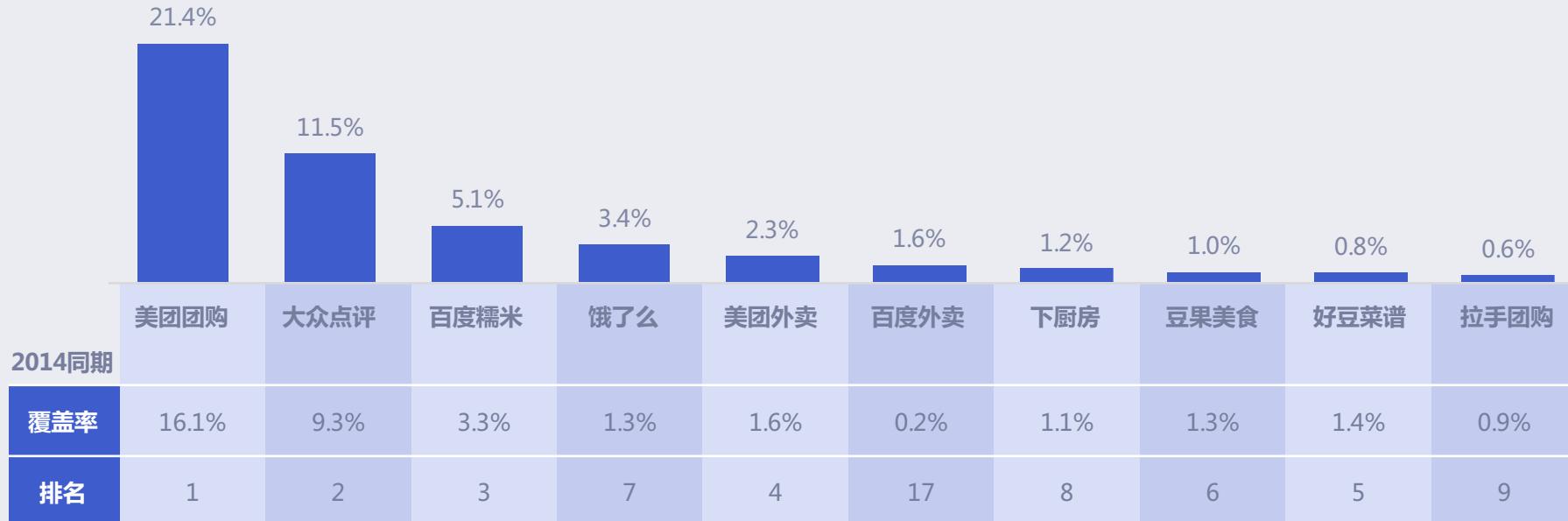
生活服务行业用户规模为4.3亿，在移动端渗透率为33.3%



数据来源：TalkingData移动数据研究中心
单位：亿台

美团、大众点评与百度糯米居生活服务行业用户覆盖率前三，外卖类应用的成长迅速

2015年12月 生活服务App用户覆盖率TOP10



数据来源：TalkingData移动数据研究中心 安卓平台数据

生活服务行业趋势：细分领域发展各有特点，总体来看生活服务将承载更多用户刚需，未来将继续纵深发展



生活服务行业是本地化服务经济中最重要的
一环，美团与大众点评合并，饿了么被
阿里投资；行业风起云涌，在刚需、资本的
双重推动下，生活服务行业未来将继续
纵深发展

Part 03

——2015年细分行业应用盘点



移动教育行业用户规模：行业进入高速发展期，移动端用户渗透率超过30%



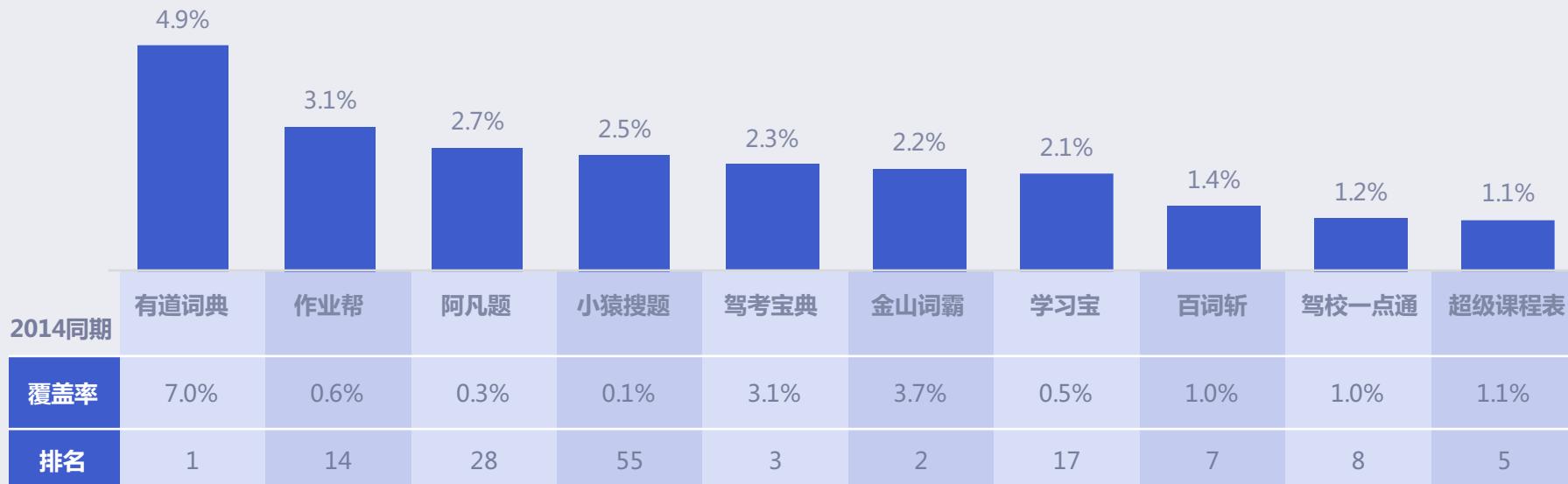
- 移动教育行业的用户规模达到4.8亿，在移动互联网整体用户中的渗透率为37.7%；与2014年相比，用户规模增速超过70%，增长较快

数据来源：TalkingData移动数据研究中心
单位：亿台

移动教育行业覆盖率TOP10

- 有道词典以4.9%的用户覆盖率位居移动教育行业首位；与2014年同期相比，作业帮、阿凡题、小猿搜题和学习宝几款K12类应用增长迅速，Top10榜上有名。

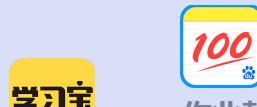
2015年12月 移动教育App用户覆盖率TOP10



数据来源：TalkingData移动数据研究中心 安卓平台数据

移动教育行业趋势：用户增长迅速，但产品同质化严重，优化产品内容、精品化是未来教育领域应用取得竞争优势的必经之路

教育产品同质化严重，以K12答疑类为例



学习宝



作业帮



作业通



小猿搜题



学霸君

K12
答疑类

K12答疑类应用致力于解决中小学生作业中遇到的问题，主要通过拍照、文字搜索等方式实现；现市场上同类产品众多，同质化严重，竞争激烈

2015年 教育应用款数



数据来源：TalkingData移动数据研究中心 安卓平台数据

Part 03

——2015年细分行业应用盘点



移动医疗行业用户规模：移动医疗行业覆盖1.3亿移动设备，行业规模化仍需时间



- 截止2015年12月，移动医疗类应用用户规模为1.3亿，行业仍处于发展初期，用户尚未形成规模化。

数据来源：TalkingData移动数据研究中心
单位：亿台

医疗行业TOP10应用：医疗TOP应用的覆盖率普遍较去年有较大增长，其中康爱多掌上药店、就医160、丁香医生等用户增长较为突出

2015年12月 医疗App用户覆盖率TOP10

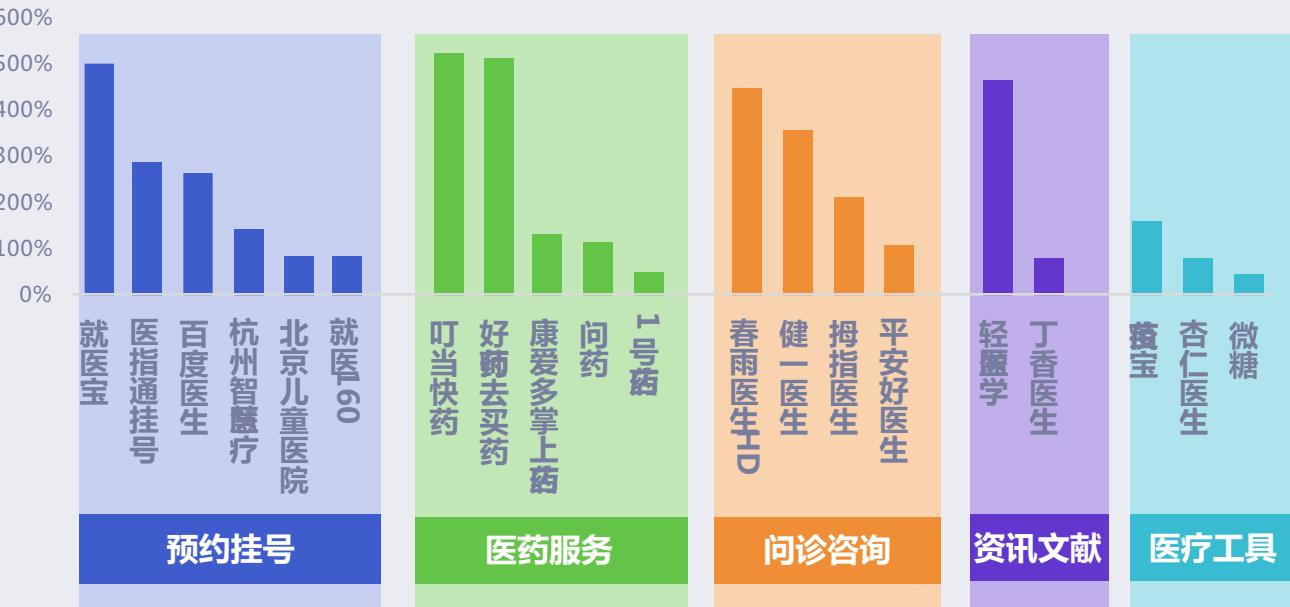


数据来源：TalkingData移动数据研究中心 安卓平台数据

注：新应用以首次进入TalkingData应用统计平台前50000名且有监测数据的时间为准。

移动医疗行业趋势：预约挂号与医药服务，中短期内仍将是移动医疗行业主要的用户增长点

2015年医疗应用用户覆盖量增长率TOP20



数据来源：TalkingData移动数据研究中心 安卓平台数据
注：增长率为各款应用2015年各季度平均环比增长率

- 基于国情，优质医疗资源仍然集中在线下，移动医疗行业的政策监管也尚未明朗，目前用户在移动端的医疗需求仍集中在挂号与日常用药服务方面，未来，行业中短期内的用户增长仍将集中在该领域。

Part 03

——2015年细分行业应用盘点



母婴行业用户规模：行业仍处于发展初期，有较大的用户增长空间

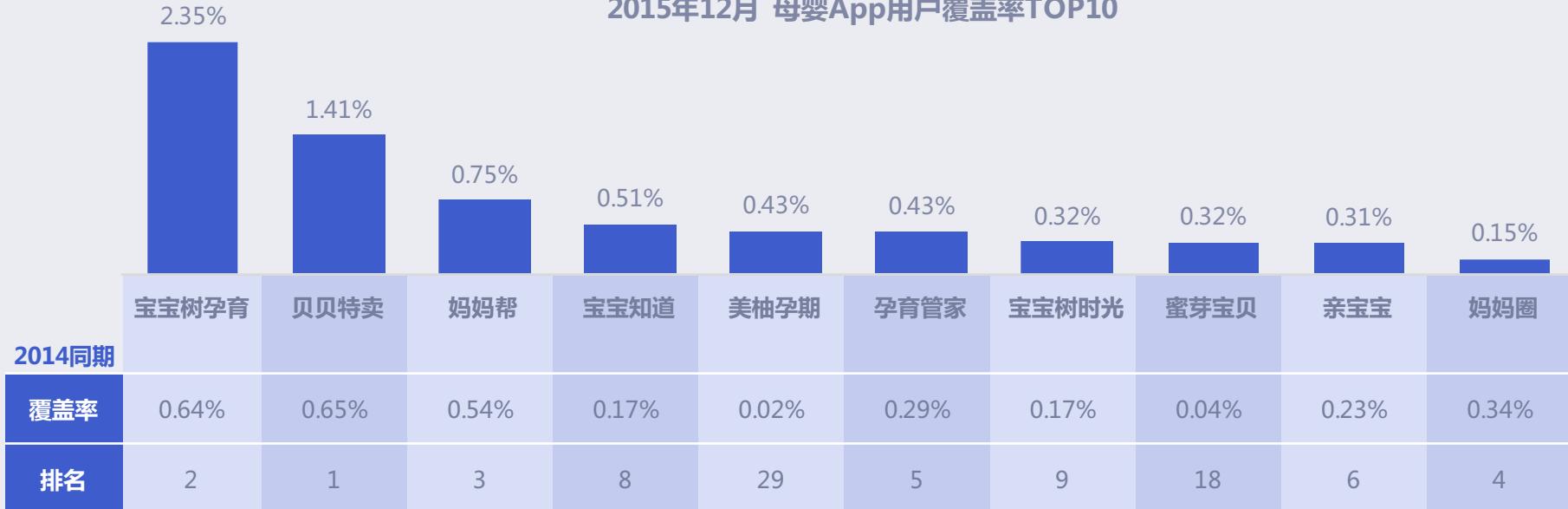


- 截止2015年12月，母婴类应用覆盖0.8亿台移动端活跃设备，移动端渗透率仅6.3%，行业仍处于发展初期，在移动端用户主体为80-90后适龄婚育人群，加之二胎政策的有利推动下，移动母婴行业未来有较大的增长空间

数据来源：TalkingData移动数据研究中心
单位：亿台

母婴应用TOP10：覆盖率较高的母婴应用以社区与电商类为主，宝宝树孕育、贝贝特卖、妈妈帮用户覆盖率领先，美柚孕期、蜜芽宝贝覆盖排名提升显著

2015年12月 母婴App用户覆盖率TOP10



数据来源：TalkingData移动数据研究中心 安卓平台数据

移动母婴行业趋势：平台化发展与服务链整合是移动母婴行业未来发展趋势

母婴电商

● 需求与产品形态升级

向产后、育儿期延展，产品由母婴向女性、家庭、早教等拓展；

● 母婴电商新模式探索

社交电商、C2C等电商模式上的尝试与创新具备优势

● 跨境电商的切入点

母婴市场将成为跨境电商&海外品牌进驻国内市场切入点

● 新参与者的进入

线下连锁品牌基于用户基础与品牌价值，移动电商化进程加速

创新与升级

母婴健康

Online



Offline



资讯

工具

硬件

整合服务链

母婴社区



单纯垂直社区



母婴综合服务平台

(社区+工具+资讯+电商)

母婴社区平台化发展模式深化，拓展更多流量变现方式，从追求流量积累到追求流量价值的最大化

平台化发展

母婴工具

● 构建差异化优势

注重基础功能板块的积累，强化特定领域母婴工具的核心竞争力与品牌价值；

● 关注功能的延展

通过功能的延展丰富产品服务维度，丰富使用场景，加强社交互动，逐步由单纯工具向母婴服务平台转变

功能深耕与延展

注：涉及应用仅为举例，不包含细分领域所有参与者

Part 03

——2015年细分行业应用盘点



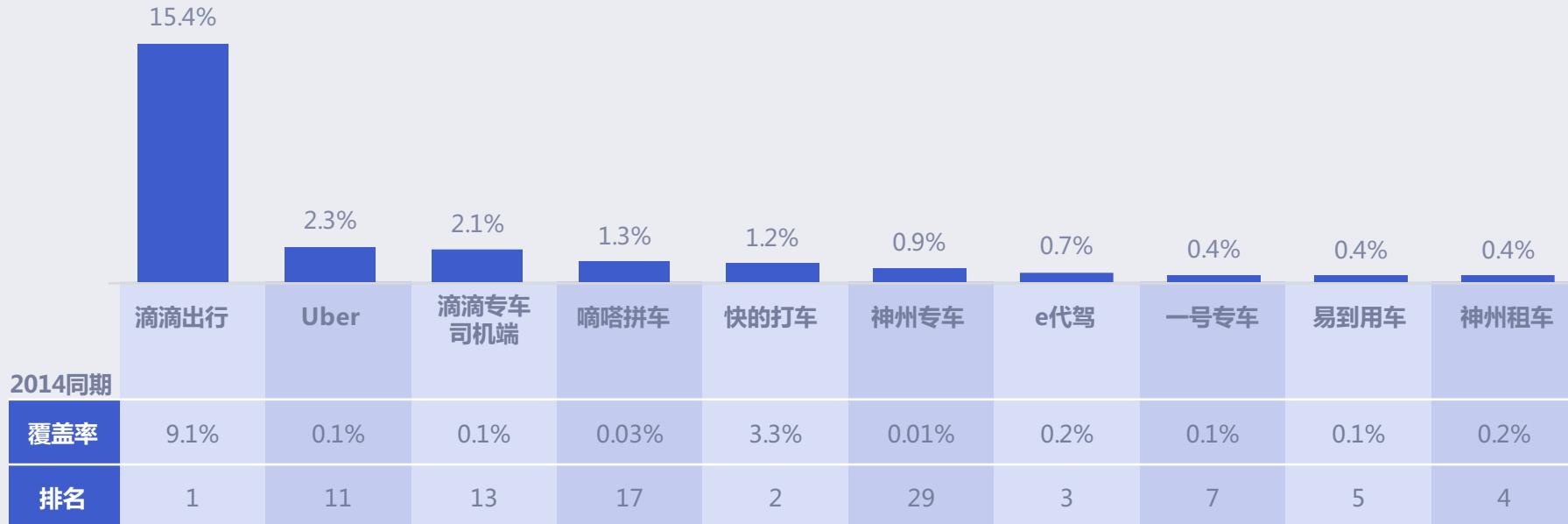
出行行业用户规模达到3.5亿，在移动端渗透率为27.7%



数据来源：TalkingData移动数据研究中心
单位：亿台

出行应用TOP10：滴滴出行依然占据行业绝对领先地位，Uber用户覆盖率居第二位

2015年12月 出行App用户覆盖率TOP10



数据来源：TalkingData移动数据研究中心 安卓平台数据

出行行业趋势：市场集中度高，流量战争结束，开始探索盈利模式



数据来源：TalkingData移动数据研究中心

Part 03

——2015年细分行业应用盘点



汽车服务行业用户规模：汽车服务移动端用户规模达2.8亿



- 截止2015年12月，移动汽车服务行业用户规模为2.8亿，我国汽车保有量增速有所放缓，移动端汽车服务用户的增长将趋缓。

数据来源：TalkingData移动数据研究中心
单位：亿台

汽车服务应用TOP10：覆盖率较高的汽车服务应用以驾考与违章查询类为主，汽车之家、驾考宝典、汽车报价大全用户覆盖领先

2015年12月 汽车服务App用户覆盖率TOP10



数据来源：TalkingData移动数据研究中心 安卓平台数据

汽车服务行业趋势：移动端盘活二手车交易市场，线上汽车交易将逐渐常态化

二手车市场

2015年典型二手车交易应用用户覆盖量月平均增速

B2B

车易拍
商户版

10.9%

优信
xin.com

122.7%

B2C

二手车之家
www.shiche.com

10.5%

C2C

瓜子
Guazi

305.5%

人人车
划算！靠谱！

79.3%

好车无忧
GoodCar

37.1%

C2B

平安好车
PingAnHaoChe

140.3%

资源整合加速 C2C模式前景看好

- 移动端二手车交易平台的兴起为二手车商的运营能力与管理水平提出更高要求，二手车线下资源的整合将加快，而C端用户的参与度也将逐渐提升，移动端的二手车C2C模式前景乐观

新车市场

2015年“双十一”各大电商汽车交易规模

汽车之家
autohome.com.cn

54085 辆
89.95 亿元
移动端占比 42.8%

易车
yiche.com

77992 辆
125.6 亿元

阿里汽车

6506 辆

总交易额
数百亿元

消费观念转变 移动端交易将继续增加

- 线上整车销售为越来越多的汽车消费者所接受，随着垂直电商线上交易管理能力的提升，用户线上购车以及移动端的交易将逐渐常态化

数据来源：1、TalkingData移动数据研究中心 安卓平台数据；2、“双十一”电商交易数据为公开信息整理

ABOUT TD

关于TalkingData

- ▶ TalkingData（北京腾云天下科技有限公司）成立于2011年9月，2013年完成千万美元A轮融资（北极光领投），2014年完成数千万美元的B轮融资（MileStone和软银领投），总部位于北京，在美国硅谷，日本东京，上海都设有分公司。
- ▶ 经过近四年的高速发展，TalkingData逐步打造了由开发者服务平台，数据服务平台，数据商业化平台为中心的数据生态体系，覆盖超过20亿独立智能设备，服务超过10万款移动应用，以及8万多应用开发者。
- ▶ 公司服务的客户既有如：腾讯，百度，网易，搜狐，360，Google，Yahoo，Zynga，宝开，聚美，唯品会，滴滴打车等知名互联网企业，又有中国银联，招商银行，兴业银行，中信银行，平安集团，国信证券，海通证券，Orchirly，碧桂园，亨得利，全城热恋等传统行业巨头。我们在移动互联网发展过程中创造数据价值，并帮助传统行业积极拥抱未来。

移动观象台

- 观数据星象，解移动风云
- 实时了解移动行业构成，以及地区、人群、设备、偏好、属性
- 随时了解最客观的市场份额动态排名，了解竞争位置
- 获取权威公正的数据报告、游戏行业指标对比标准值

网址：

https://www.talkingdata.com/index/#/mobileIndex/zh_cn





Thanks!

关注TalkingData官方微信获取最新移动数据资讯
www.talkingdata.com

