



# 2018年上半年中国移动互联网行业发展分析报告

2018年7月

本报告为Trustdata制作，报告中所有的文字、图片、表格均受到中国法律知识产权相关条例的版权保护。  
任何组织和个人，不得使用本报告中的信息用于其它商业目的。

# 研究综述





- 研究对象：中国移动互联网网民
- 数据来源：基于Trustdata自建的日活跃用户超过7000万（月活跃用户超过2亿）的安卓用户样本集，并根据中国移动网民人口结构、地域分布、各移动应用iOS与Android比例关系等多方面因素搭建模型计算所得
- 采集方法：只在亮屏情况下进行数据采集，确保数据的真实性和有效性。采集频次方面，不带支付功能的APP为每次10秒，带有支付功能的APP为每次1秒
- 统计周期：2017年7月至2018年6月

## 指标说明：






- DAU---日活跃用户量
- MAU---月活跃用户量
- 用户粘性---月均DAU/MAU
- 使用时长占比---月度应用使用时长占全网移动应用使用时长的比例
- 月新增---每月新增用户数
- TGI指数---用户指标/目标群体用户相同指标，反映目标群体在特定研究范围的强弱程度



## 2018年上半年中国移动互联网关键字

-  **TOP1 : 安全。** 安全已成为中国移动互联网企业存亡生命线。作为平台，首先要保证输出内容的安全，其次要保证符合当下价值观，最后要保证用户的人身财产安全及数据安全。安全，为立“身”之本。
-  **TOP2 : 上市。** 2018年上半年中国已上市或正IPO互联网企业超过数十家，金融大环境的“小年”与移动互联网IPO的“大年”形成鲜明对比。上市是企业发展成长的必经阶段亦是资本变现的不二法门，资本市场的角逐从未停止，大平台与独角兽共舞，涨停与破发齐现。
-  **TOP3 : 出海。** 中国移动互联网大局已定，头部企业海外动作频繁。海外战场有诱人的机遇更有艰辛的挑战，有气质相投的伙伴更会狭路相逢遇“劲敌”，产品技术实力及资本运作的比拼持续上演。
-  **TOP4 : 焦虑。** 焦虑，笼罩在移动互联网上空。大平台与小企业各有各的焦虑，但同处一片天空下，焦虑总是相似：在移动互联网的下半场，要保证用户增长、争夺用户时间、追逐优质内容、寻找新模式，更需要应对同域及跨界的猛烈竞争。移动互联网企业已经走过一段崎岖不平之路，新时代的曙光还在前方。

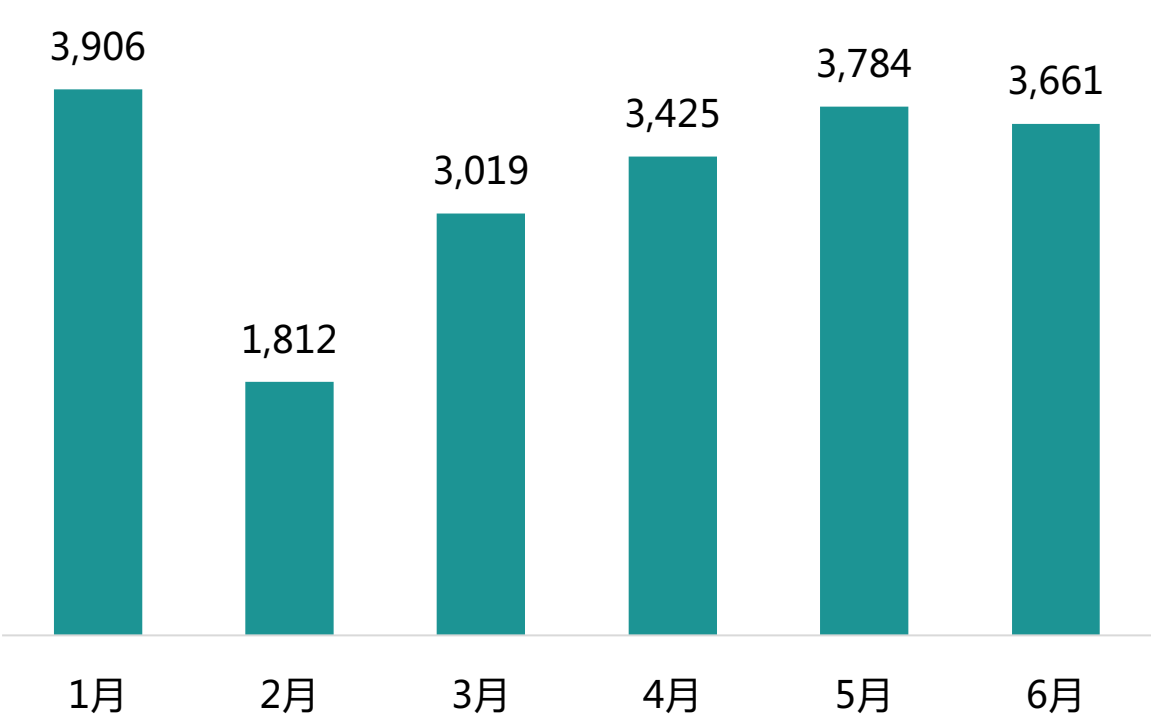
# 2018年上半年中国移动互联网大事件

-  2018年上半年阿里巴巴先后投资印度电商 Paytm及土耳其时尚电商Trendyol，截止目前已完成新加坡、印尼、印度及土耳其等地的战略布局
-  2018年上半年腾讯强力加持旗下短视频应用“微视”，布局海外电商及完善支付体系，先后投资印度母婴电商Firstcry以及跨境支付公司Airwallex
-  2018年上半年今日头条旗下抖音持续火爆，借助流量优势头条进军付费阅读及游戏直播，开疆拓土链接多领域
-  谷歌亚马逊鹬蚌相争，京东获益。谷歌5.5亿美元战略投资京东，联手探索零售新模式，加速拓展智能穿戴设备市场；同时，京东发力智能物流体系，强化电商供应链优势
-  2018年美团启动打车出行业务，收购摩拜单车，高调布局出行领域；在保持外卖市场优势的前提下，加快扩展酒旅及跑腿业务板块，二季度已赴港筹备IPO

# 2018年上半年，中国手机出货量近2亿部

## 华为（含荣耀）、OPPO及vivo排名前三

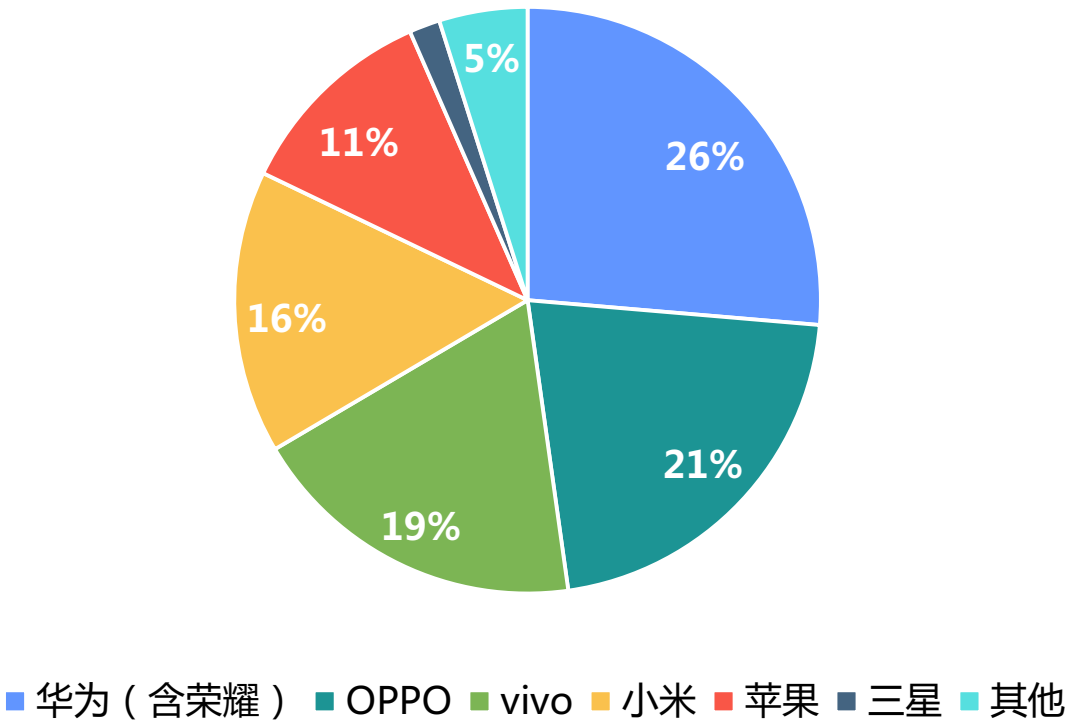
2018年上半年中国手机月度出货量（单位：万）



备注：本页数据仅统计中国区销量，不含出口

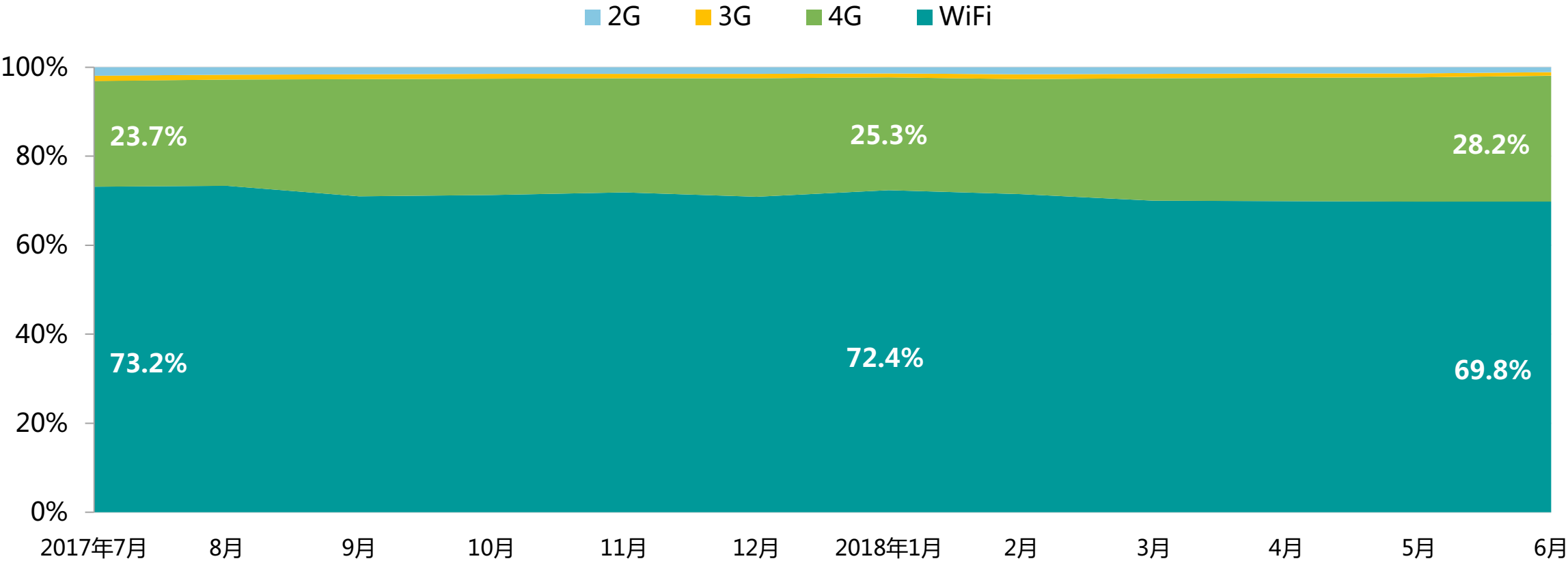
数据来源：Trustdata移动大数据监测平台

2018年上半年中国手机出货量品牌占比



# 2018年上半年，WiFi联网占比七成，微幅走低 4G占比持续扩大，接近30%

2017年7月-2018年6月移动互联网用户联网方式占比

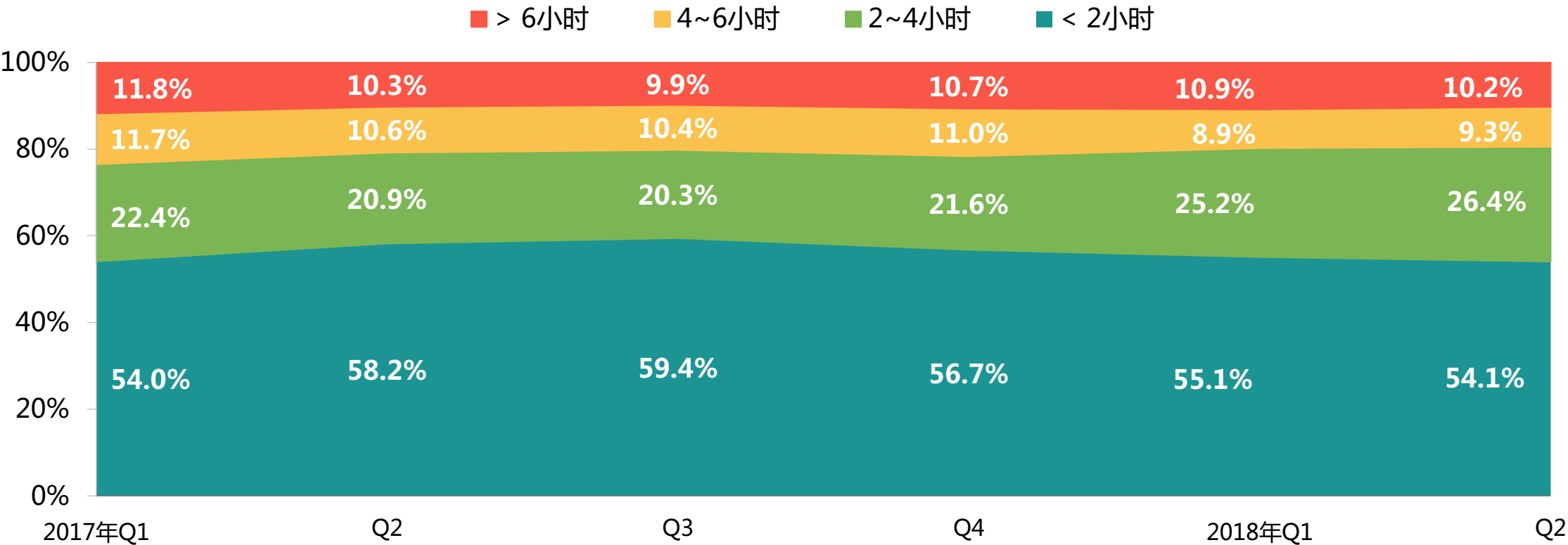


数据来源：Trustdata移动大数据监测平台



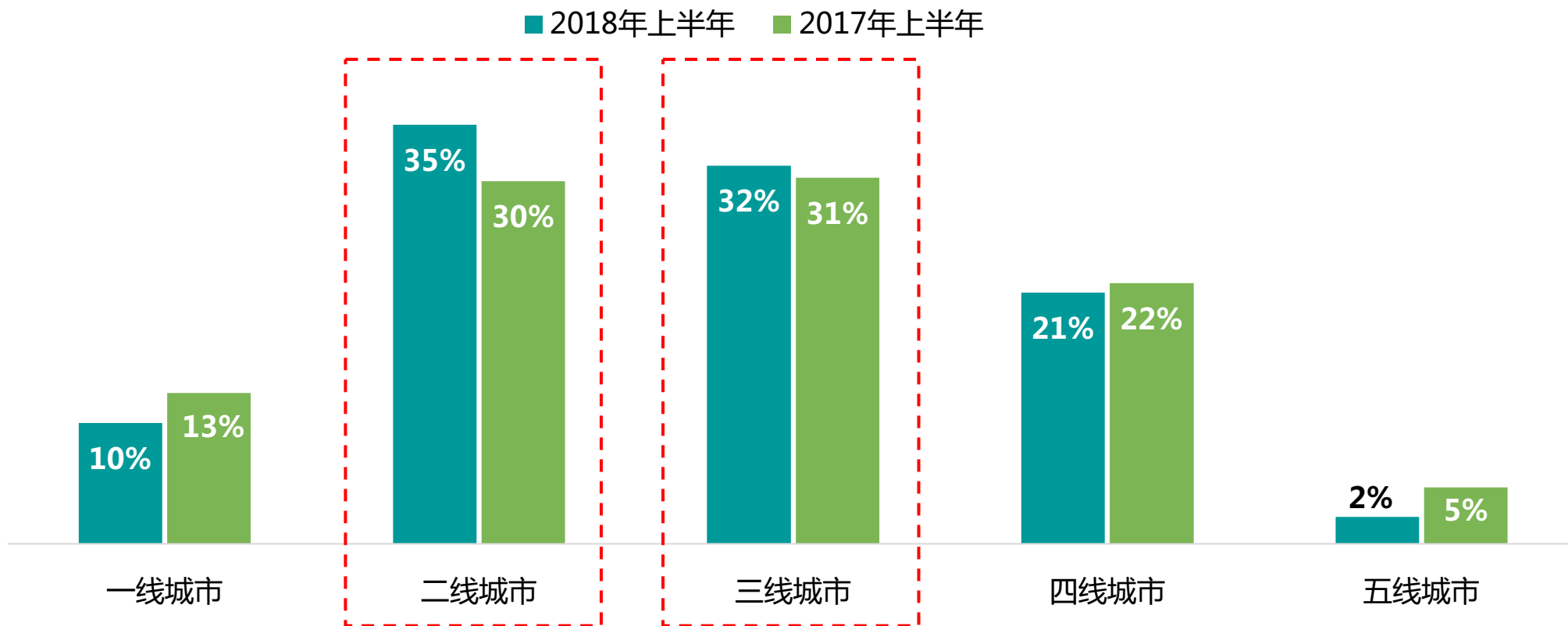
# 2018年上半年，用户每日亮屏时长2-4小时占比持续提升，高达26.4%

2017-2018年用户手机每日持续亮屏时长占比分布



# 中国移动互联网用户二三线城市占比不断提高 分别达到35%及32%

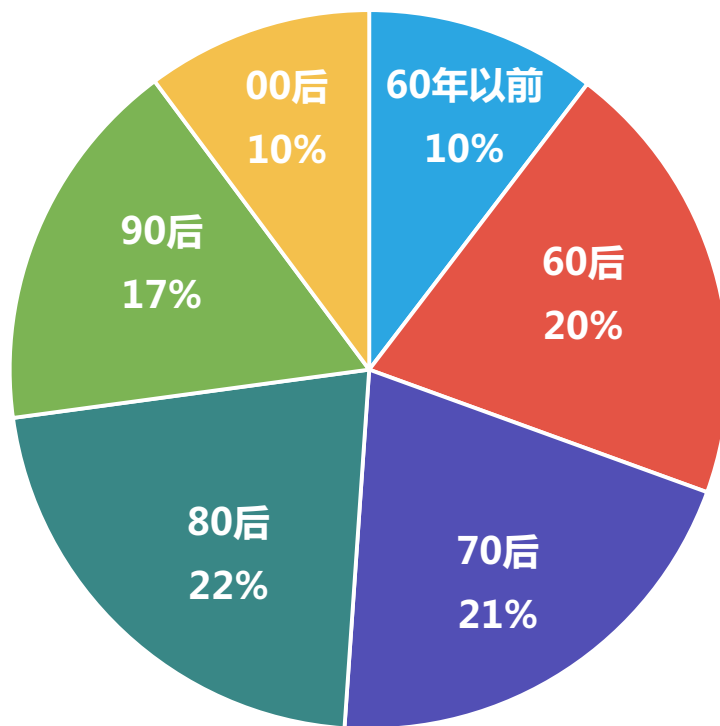
2018年上半年中国移动互联网用户城市等级分布





# 中国移动互联网80后用户占比22%，领先其他年龄段 18岁及以下未成年用户占比10%，与60前持平

2018年上半年中国移动互联网用户年龄结构分布



■ 60年前：大于59岁

■ 60后：49-58岁

■ 70后：39-48岁

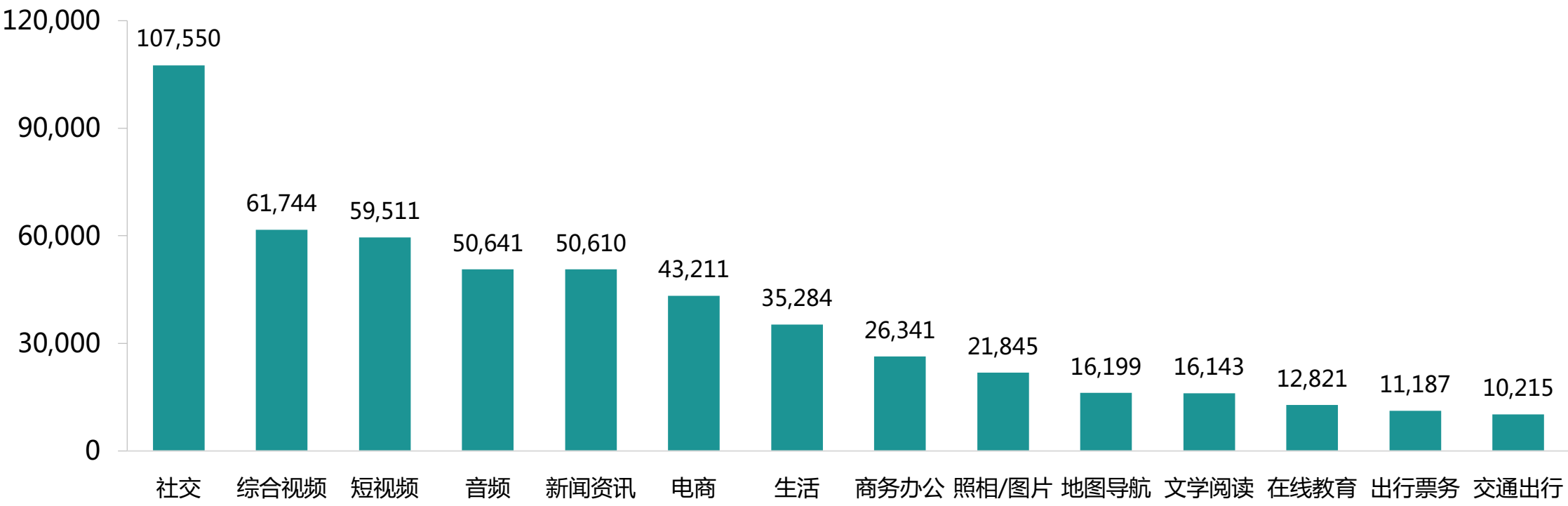
■ 80后：29-38岁

■ 90后：19-28岁

■ 00后：9-18岁

# 社交、综合视频及短视频领域用户规模位居前三 音频及新闻资讯紧随其后

2018年6月中国移动互联网TOP应用领域MAU（单位：万）

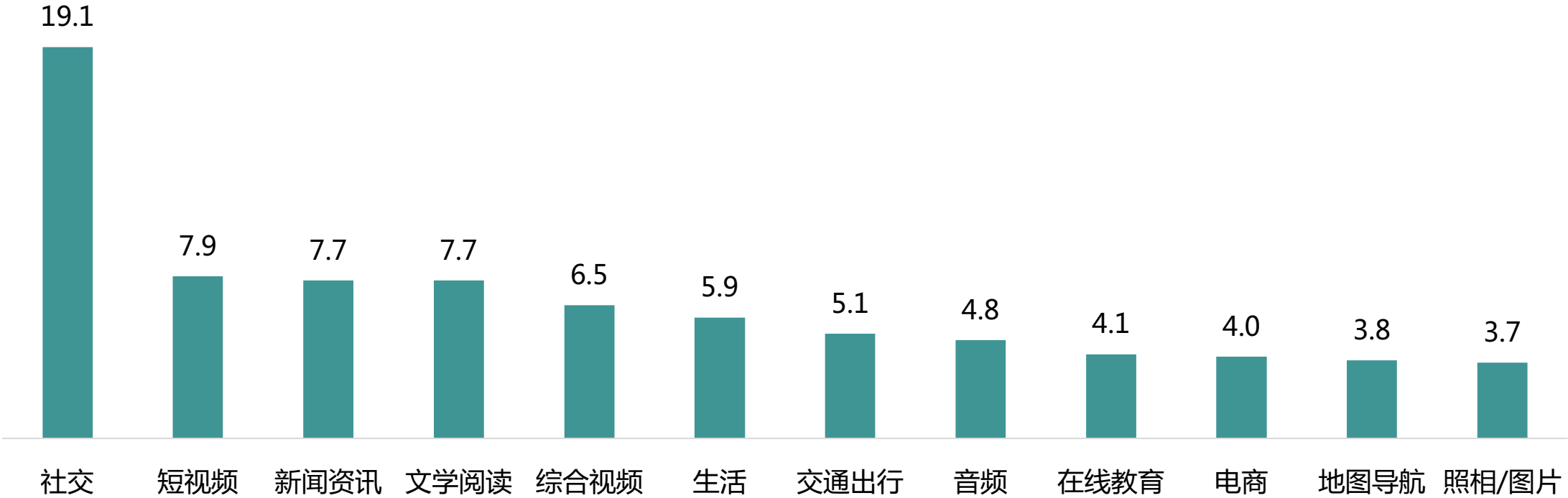


数据来源：Trustdata移动大数据监测平台



# 2018年上半年，社交应用日均启动19次，领跑市场 短视频、新闻资讯及移动阅读排名紧随其后

2018年1-6月中国移动互联网重点应用领域日均启动次数（单位：次）

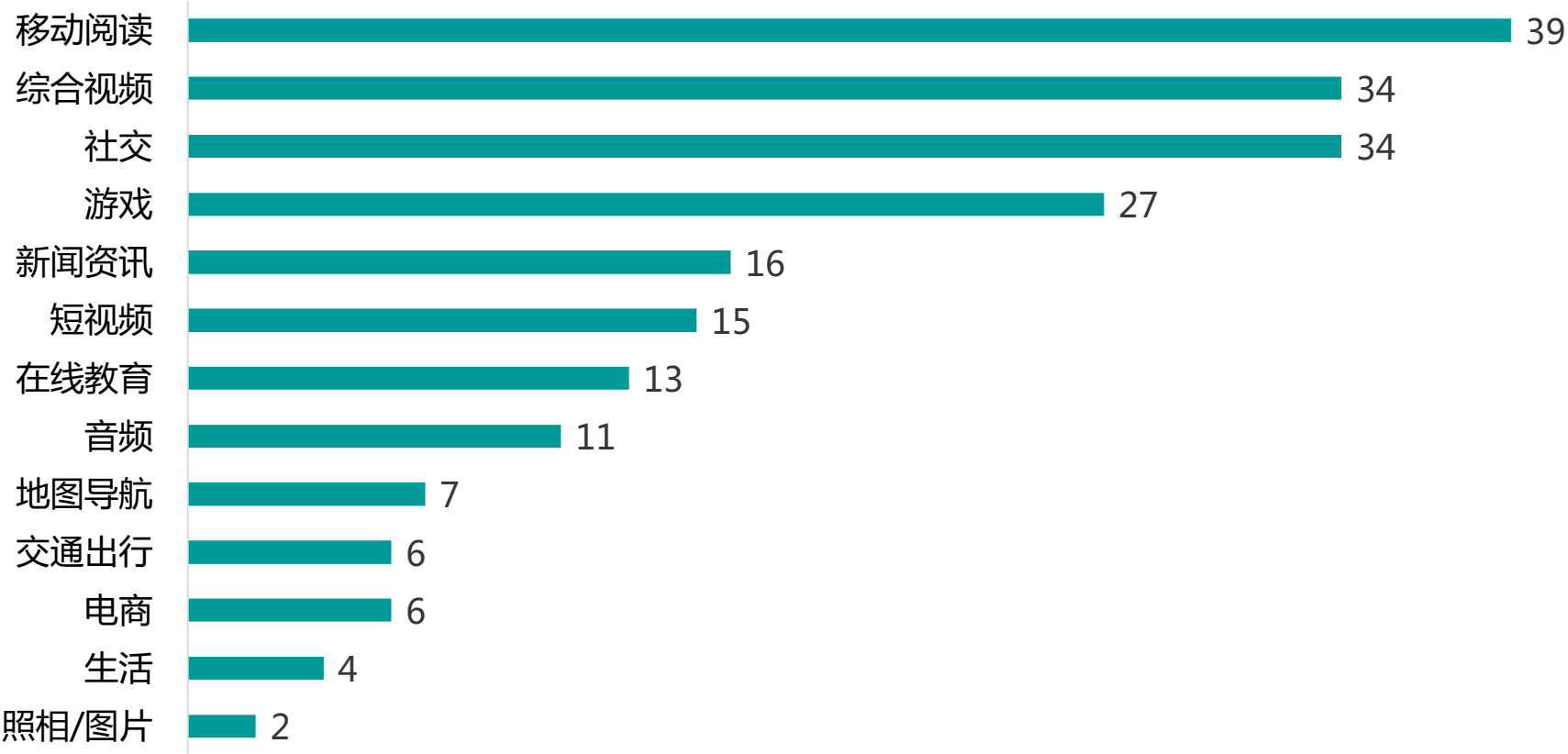


数据来源：Trustdata移动大数据监测平台

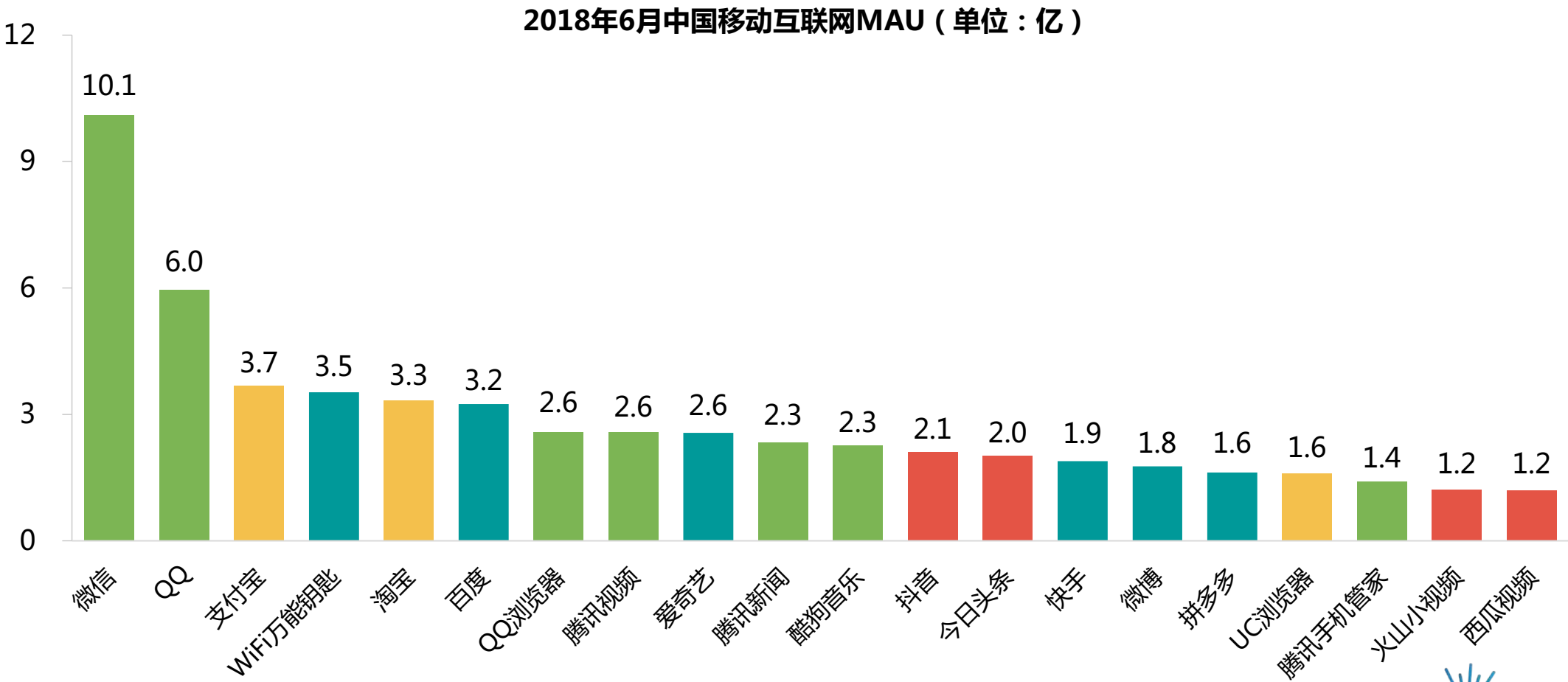


# 2018年上半年，移动阅读用户日均使用时长39分钟，超过视频及社交，位居榜首

2018年1-6月中国移动互联网重点应用领域日均使用时长（单位：分钟）



# TOP20移动应用中，腾讯系雄霸7席，今日头条系占据4席，阿里系贡献3席

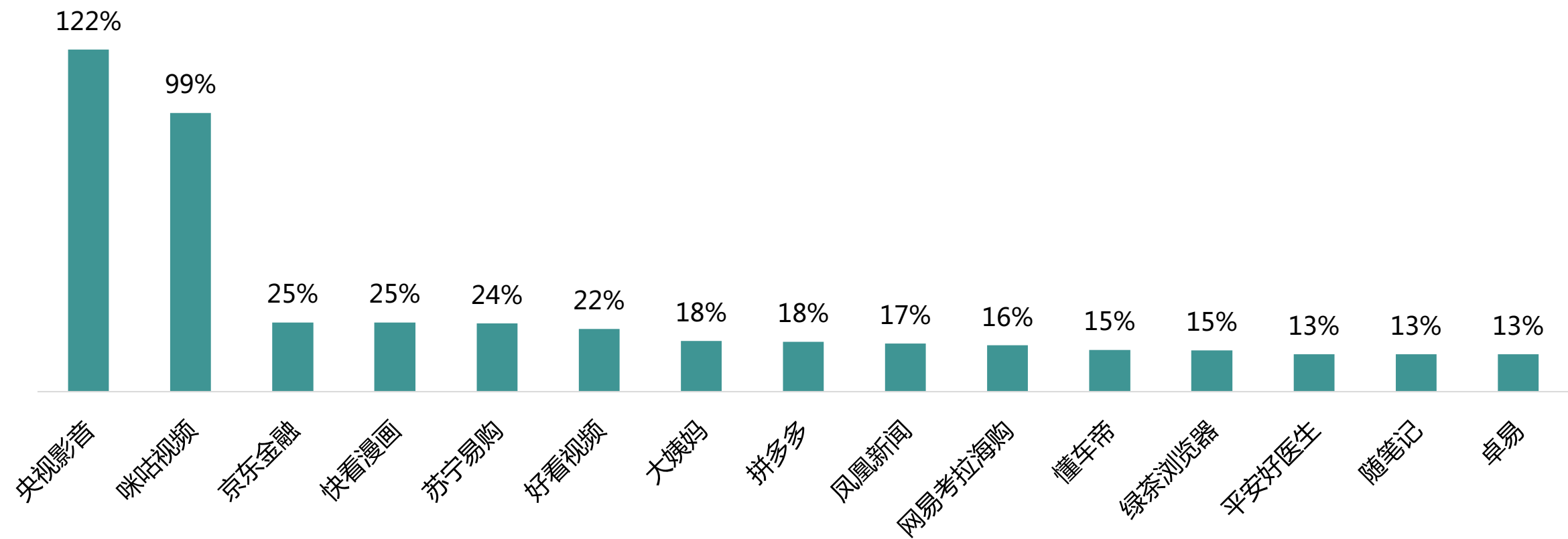


数据来源：Trustdata移动大数据监测平台



# 受世界杯影响，2018年6月央视影音及咪咕视频MAU月环比增长强劲

2018年6月中国移动互联网MAU月环比增长TOP应用（单位：%）

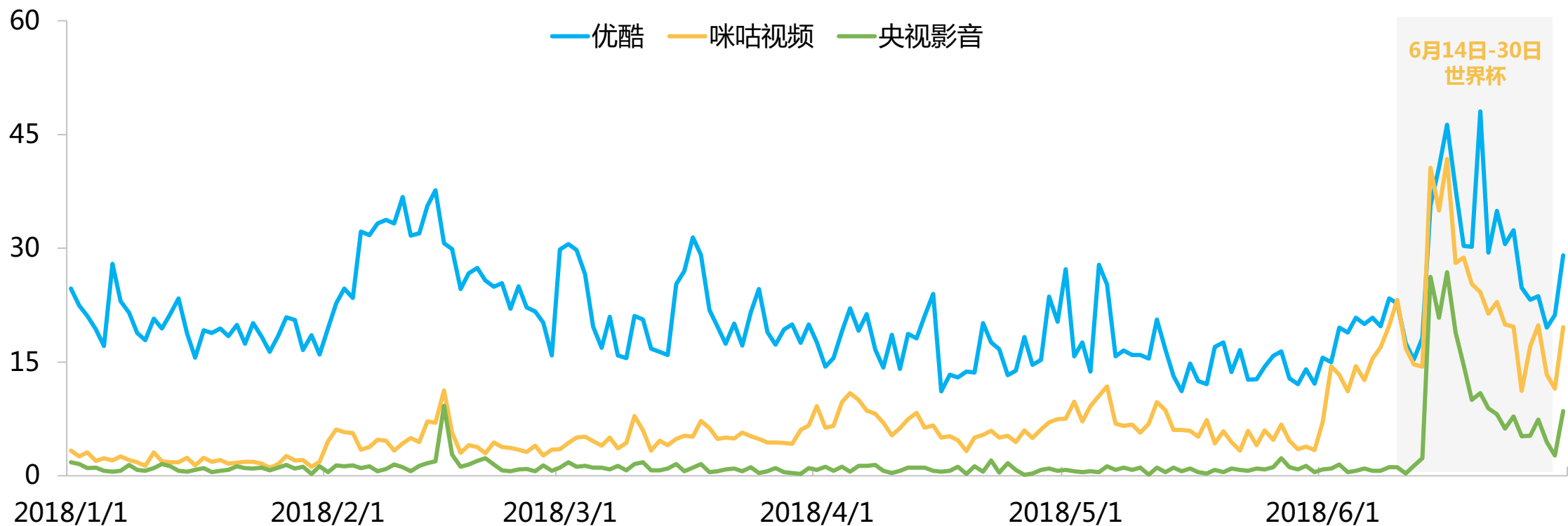


数据来源：Trustdata移动大数据监测平台



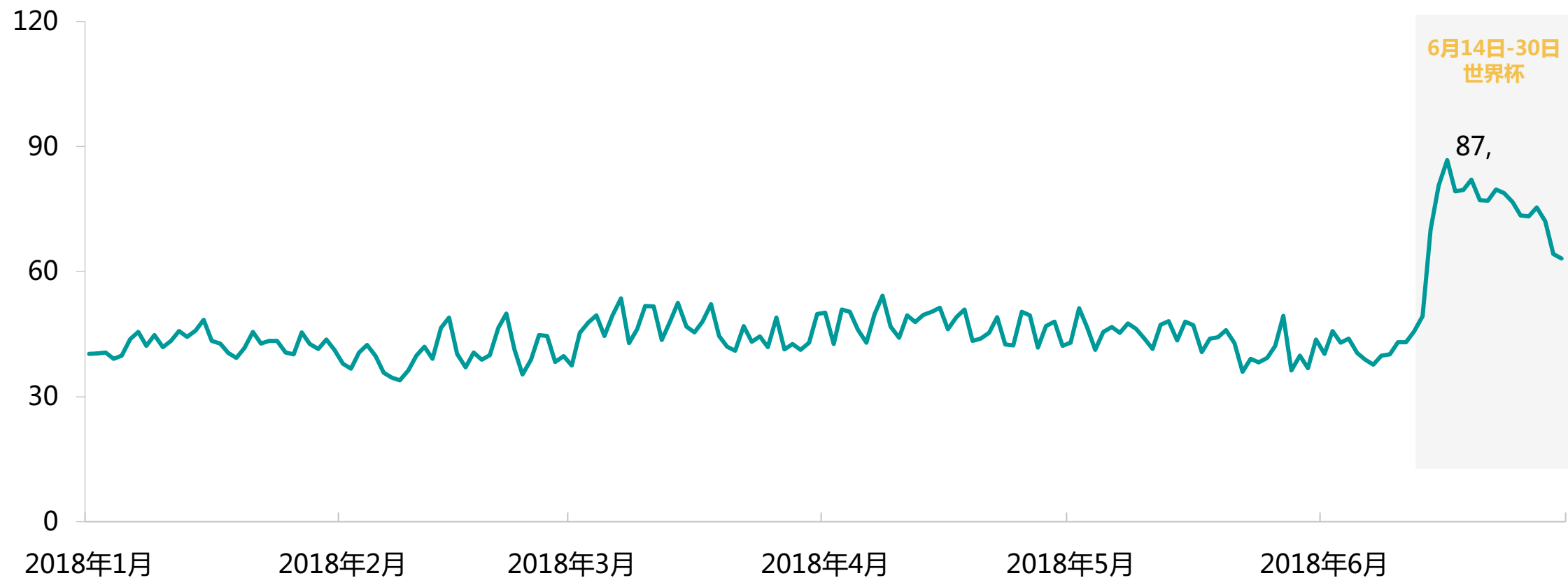
# 借助世界杯新媒体版权，优酷，咪咕视频及央视影音赛事期间出现增长高峰

2018年上半年优酷、咪咕视频及央视影音日新增用户走势（单位：万）



# 懂球帝世界杯期间DAU成倍增长

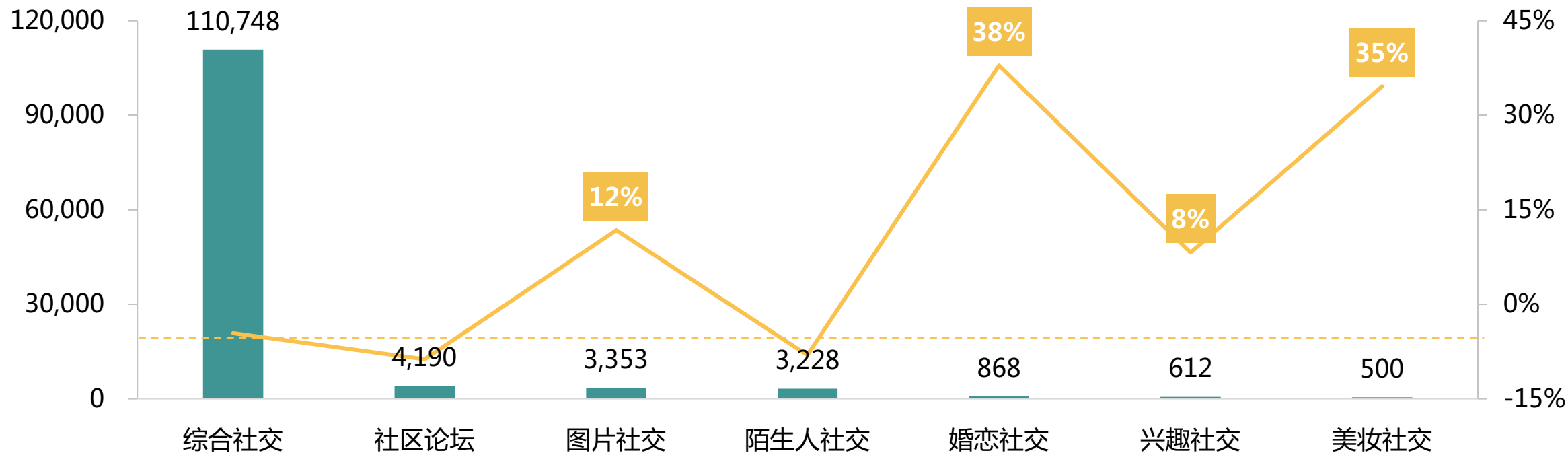
2018年1-6月懂球帝DAU走势（单位：万）





# 社交领域红利期已过，细分赛道或有机会重拾增长

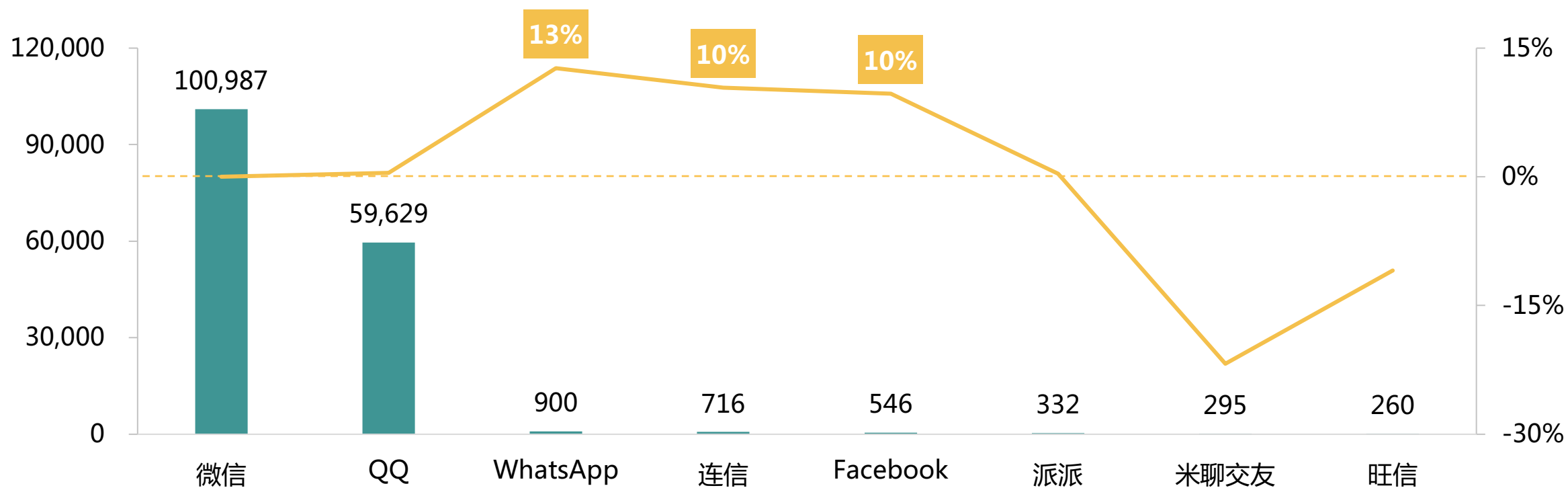
2018年6月社交领域MAU及月度环比增长（单位：万）



# 微信用户规模超10亿，月度环比持平

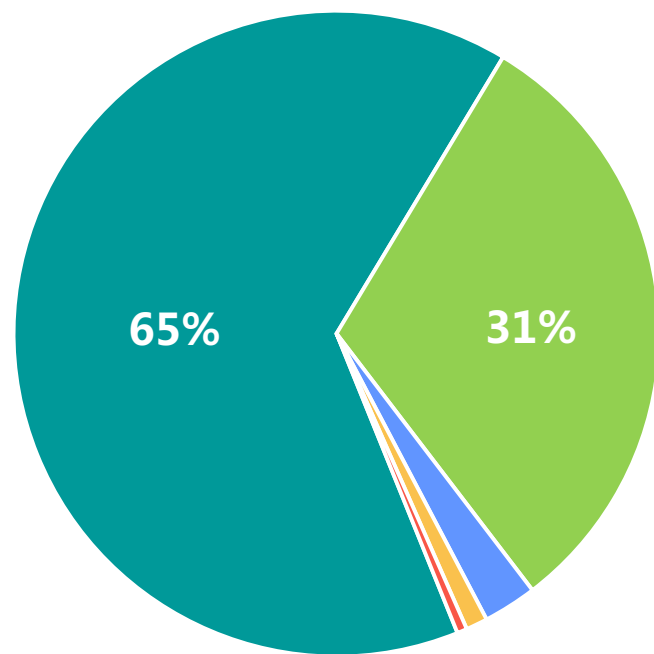
## WhatsApp、连信及Facebook增幅明显

2018年6月社交应用MAU及月度环比增长（单位：万）



# 陌生人社交领域中，陌陌及探探用户规模合计占比96% 两强格局稳固

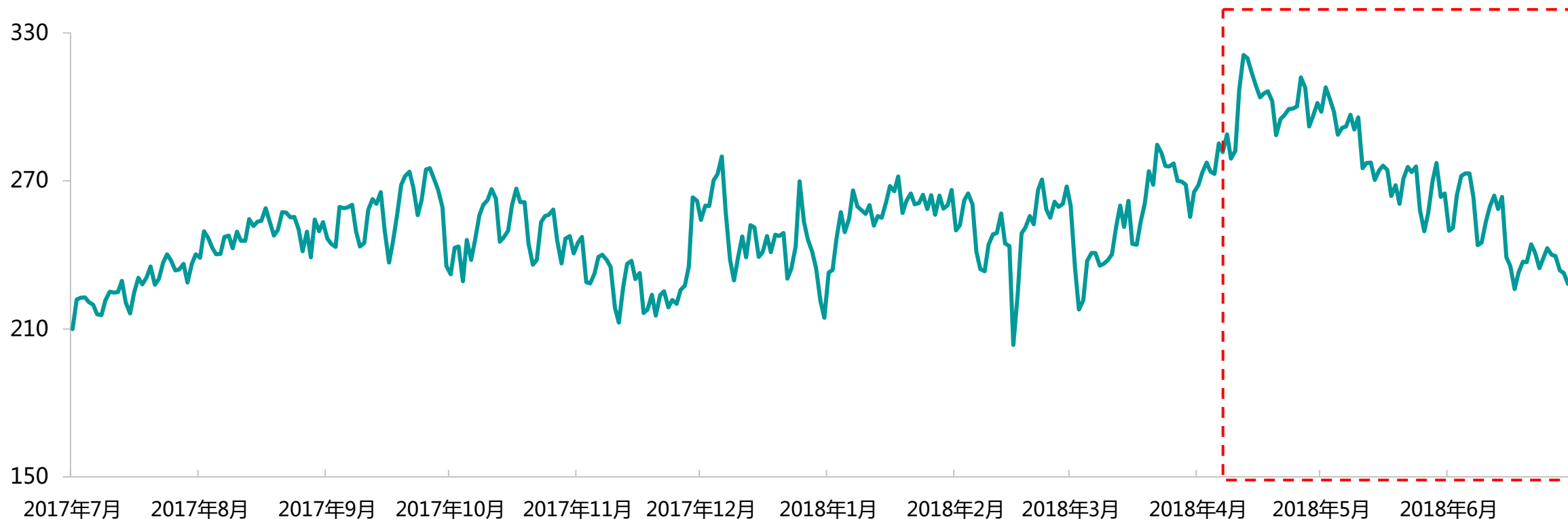
2018年上半年陌生人社交平台用户规模分布（单位：%）



■ 陌陌 ■ 探探 ■ 富聊 ■ 比邻 ■ 泡泡

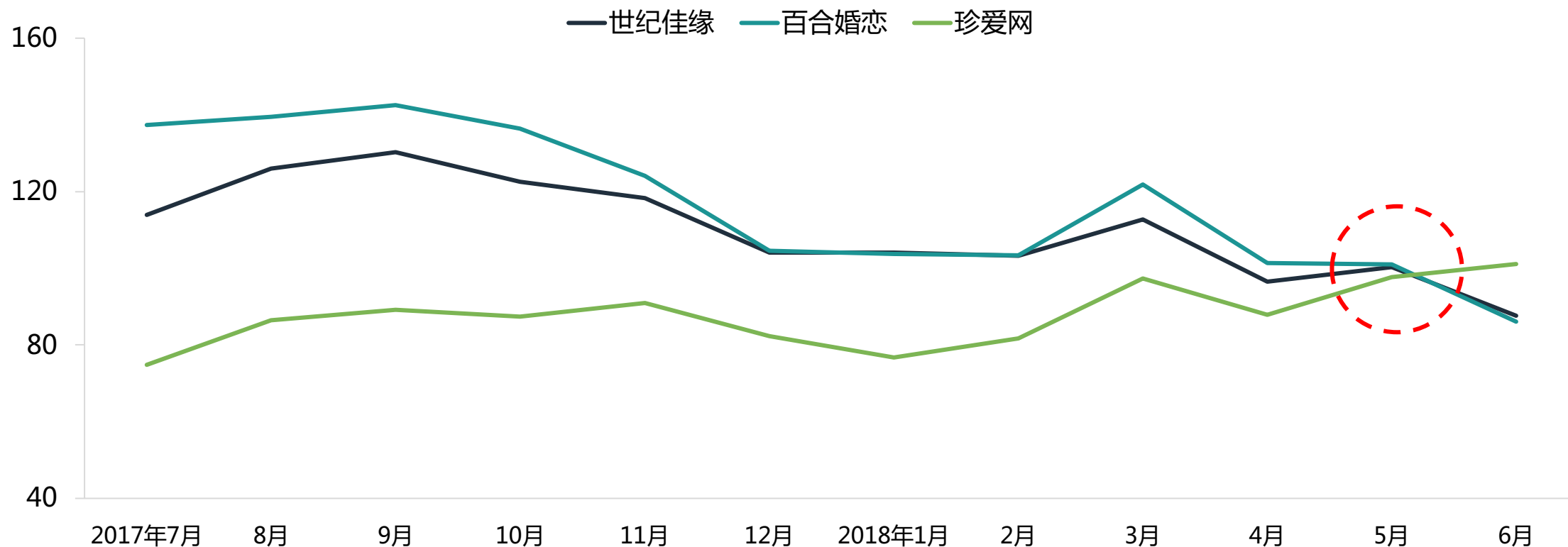
## 2018年4月起，知乎DAU持续下滑，世界杯广告未能力挽狂澜

2017年7月-2018年6月知乎DAU走势（单位：万）



# 珍爱网奋力追赶，用户规模超越世纪佳缘及百合婚恋，暂居婚恋社交首位

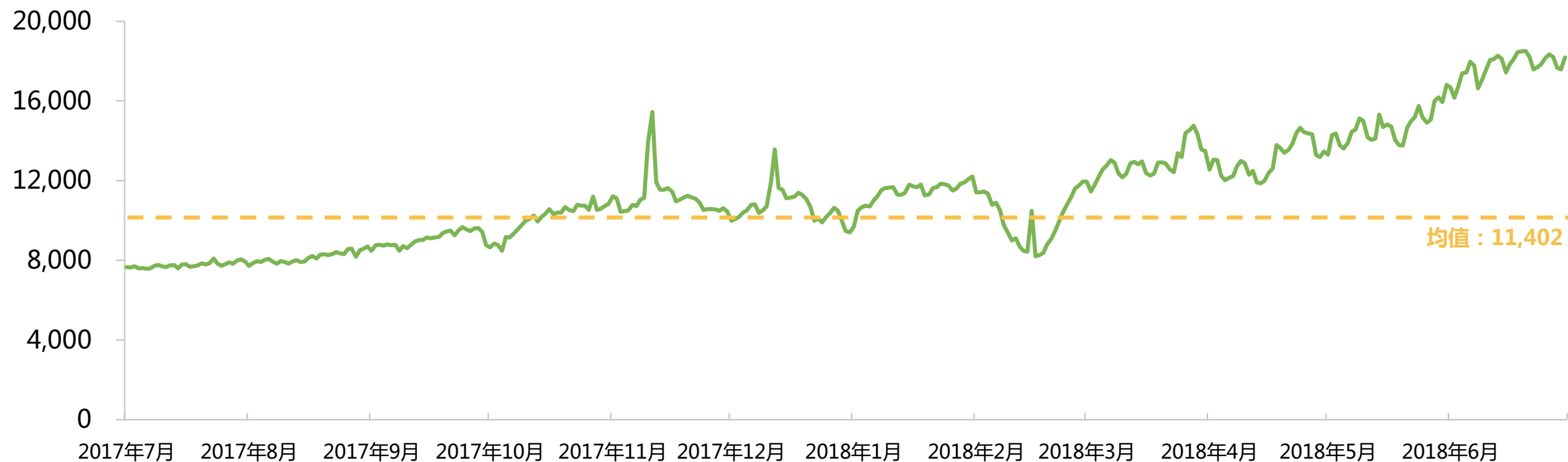
2017年7月-2018年6月主流婚恋社交平台MAU走势（单位：万）



# 2018年上半年，电商行业DAU持续上升

## 6.18大促效果平平

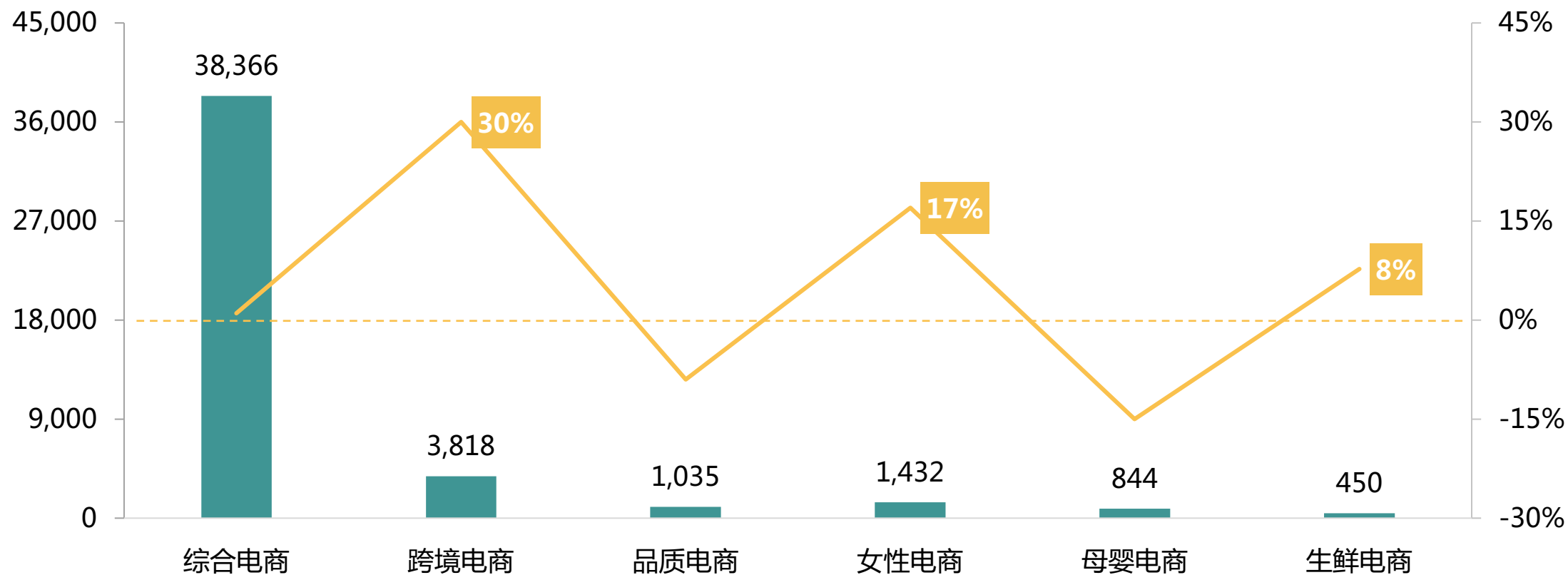
2017年7月-2018年6月综合电商DAU走势（单位：万）



# 综合电商MAU近4亿，远超其他电商品类

## 跨境电商、女性电商及生鲜电商用户规模增长明显

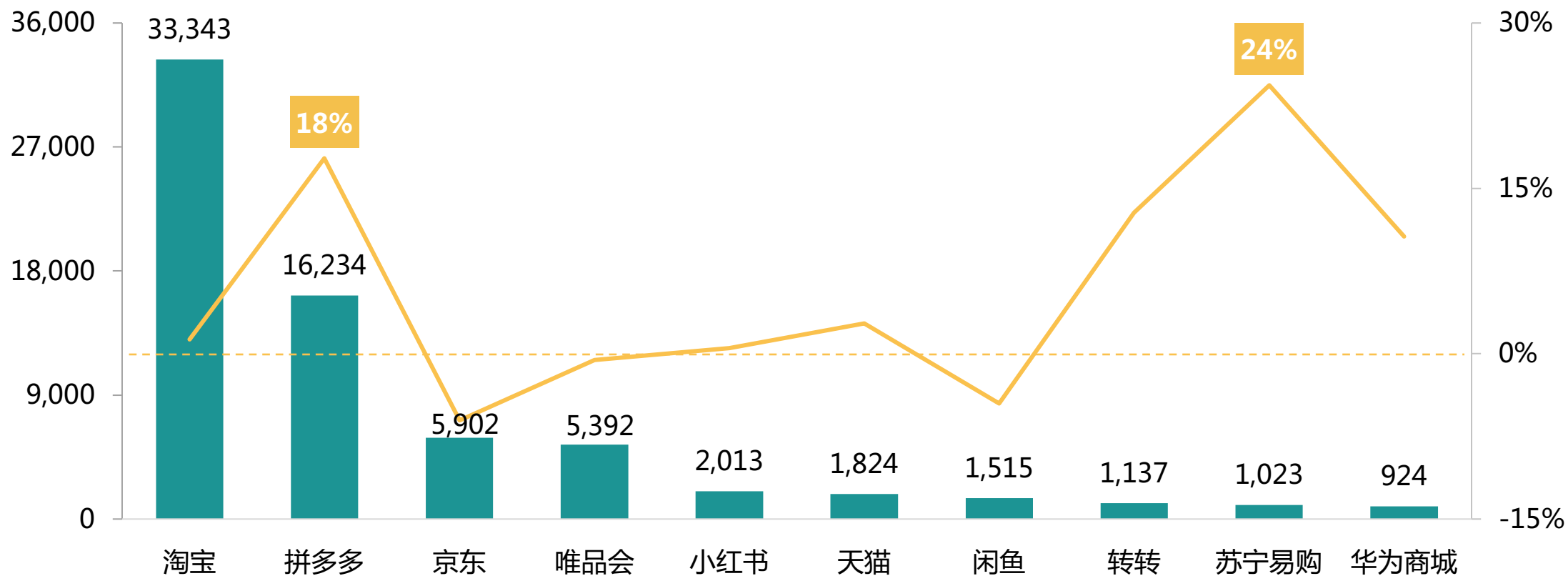
2018年6月电商细分领域MAU及月度环比（单位：万）



# 淘宝继续引领整个电商市场

## 拼多多紧随其后，月度环比增长18%，接近前者的一半

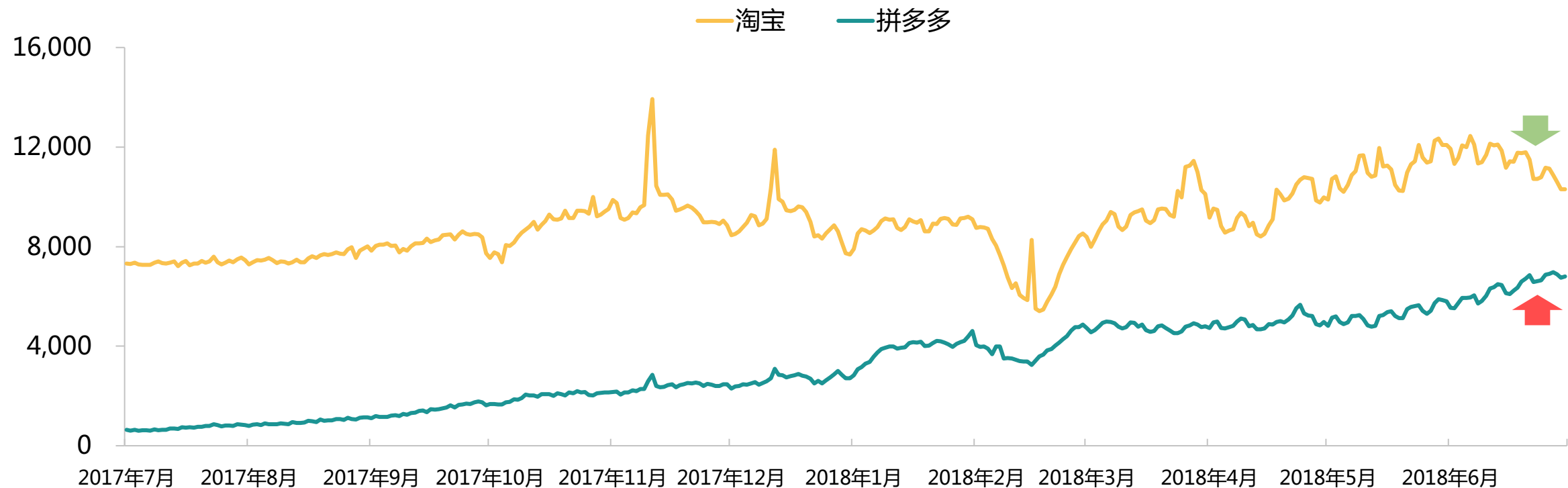
2018年6月TOP电商MAU及月环比（单位：万）





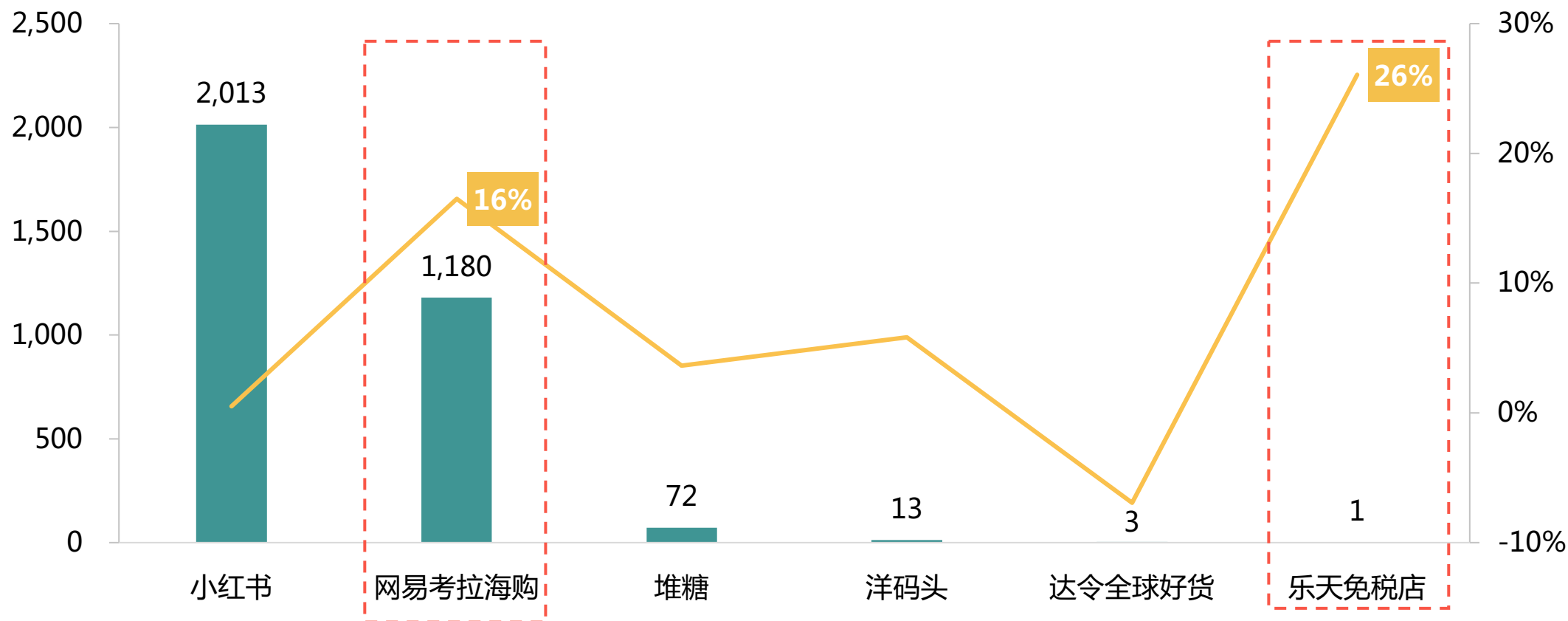
# 拼多多强势进攻，力撼淘宝霸主地位

2017年7月-2018年6月淘宝及拼多多DAU走势（单位：万）



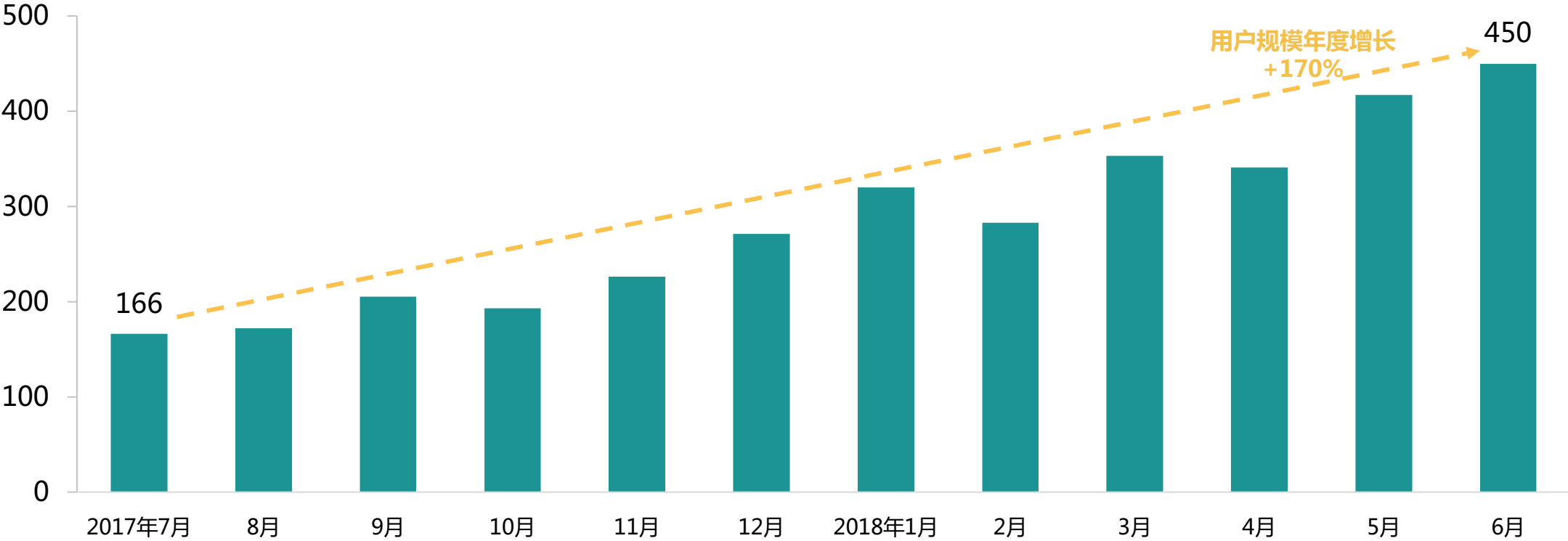
# 跨境电商市场中，小红书表现疲软，网易考拉增长明显

2018年6月跨境电商主流应用MAU及环比增长（单位：万）



# 生鲜电商市场用户规模稳步增长，年度增幅约为170%

2017年7月-2018年6月生鲜电商MAU月度走势（单位：万）



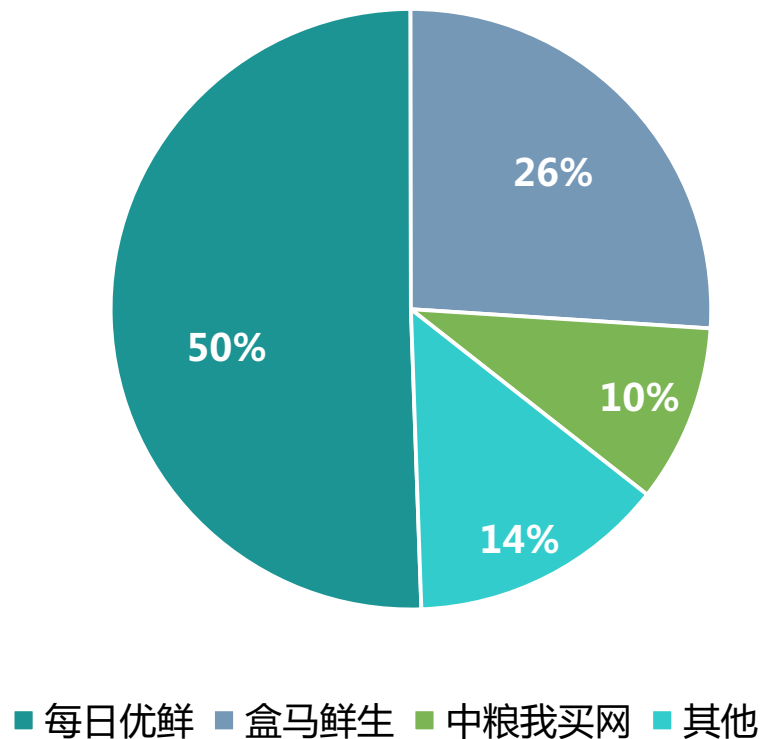
数据来源：Trustdata移动大数据监测平台



# 鲜衣怒马，飞速发展

## 生鲜电商市场中，每日优鲜用户规模快速增长至50%

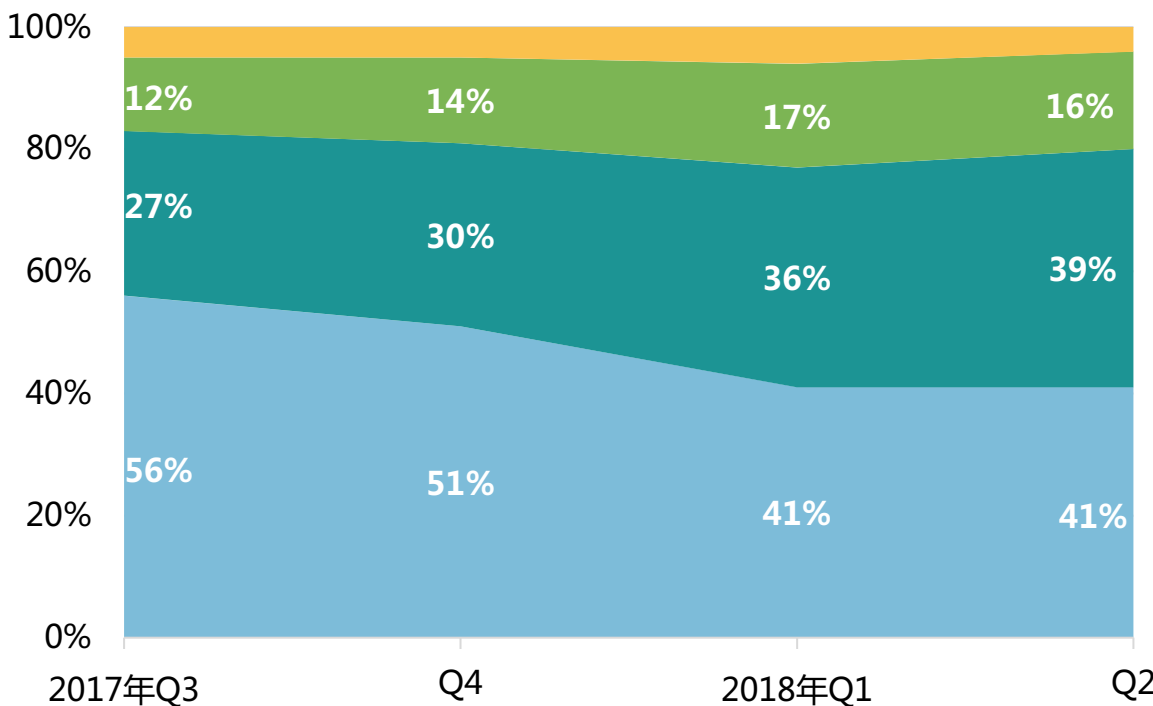
2018年6月生鲜电商用户品牌分布占比



# 每日优鲜及盒马鲜生二线城市占比均呈上升态势

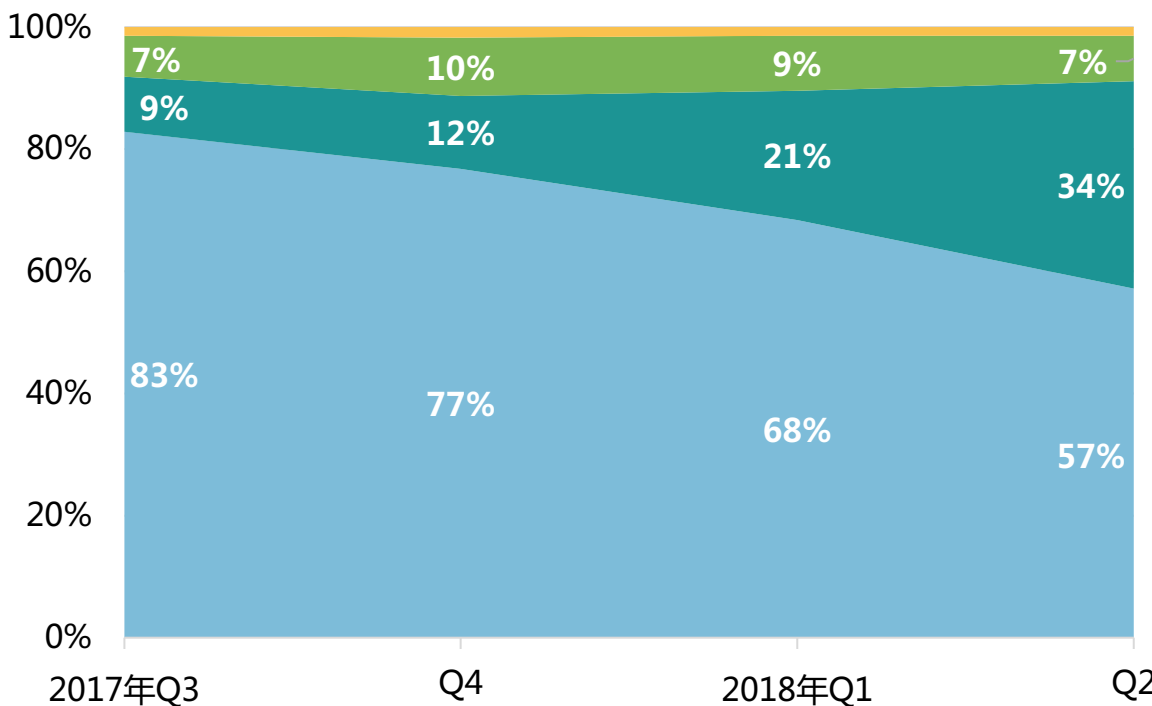
2017年Q3-2018年Q2每日优鲜用户城市等级分布

■ 一线城市 ■ 二线城市 ■ 三线城市 ■ 四线及以下



2017年Q3-2018年Q2盒马鲜生用户城市等级分布

■ 一线城市 ■ 二线城市 ■ 三线城市 ■ 四线及以下

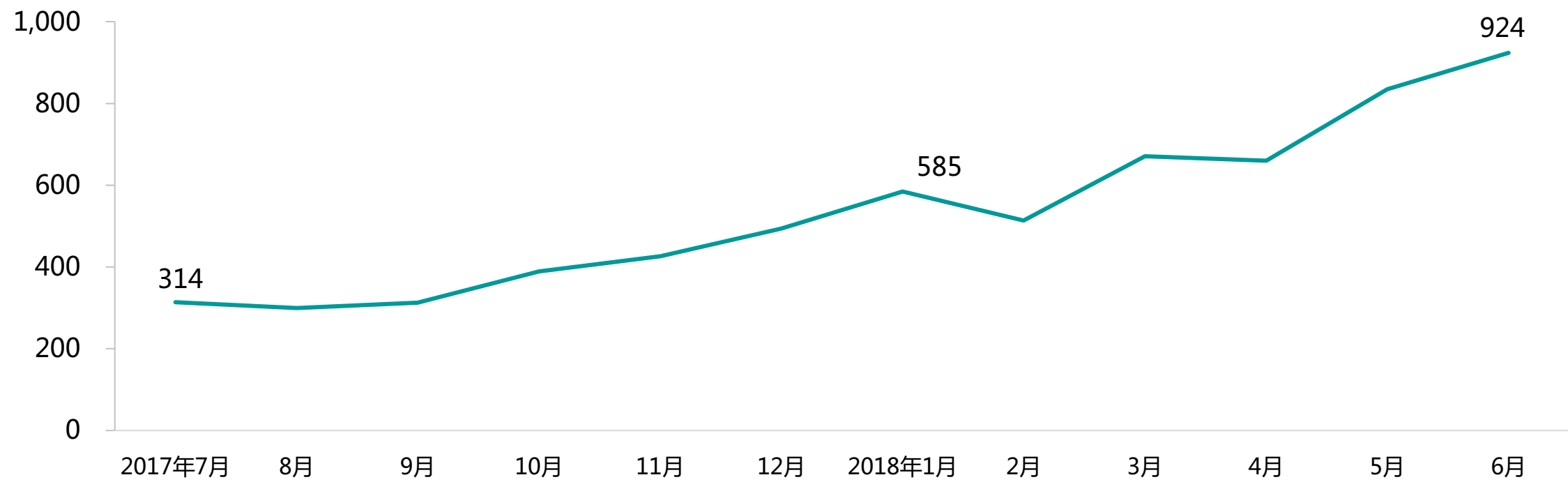


数据来源：Trustdata移动大数据监测平台



# 华为借助自有手机优势，强势杀入电商领域，用户规模稳步增长

2017年7月-2018年6月华为电商MAU月度走势（单位：万）

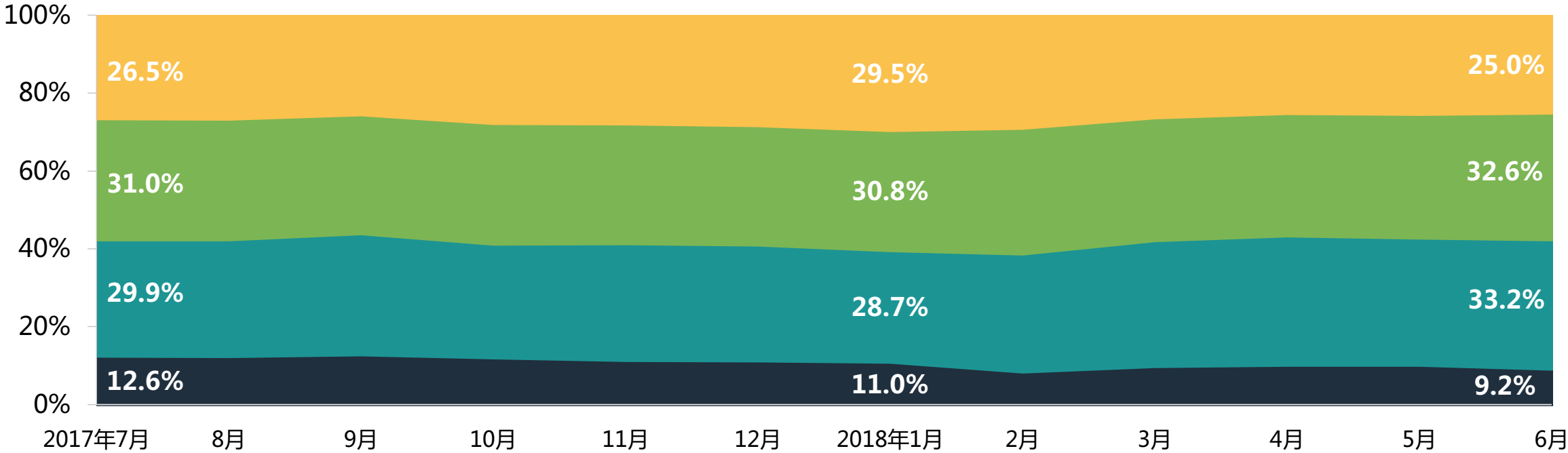


数据来源：Trustdata移动大数据监测平台

# 综合视频领域二三线城市用户占比略有提升 一线、四线及以下城市持续走低

2017年7月-2018年6月综合视频用户城市等级占比走势

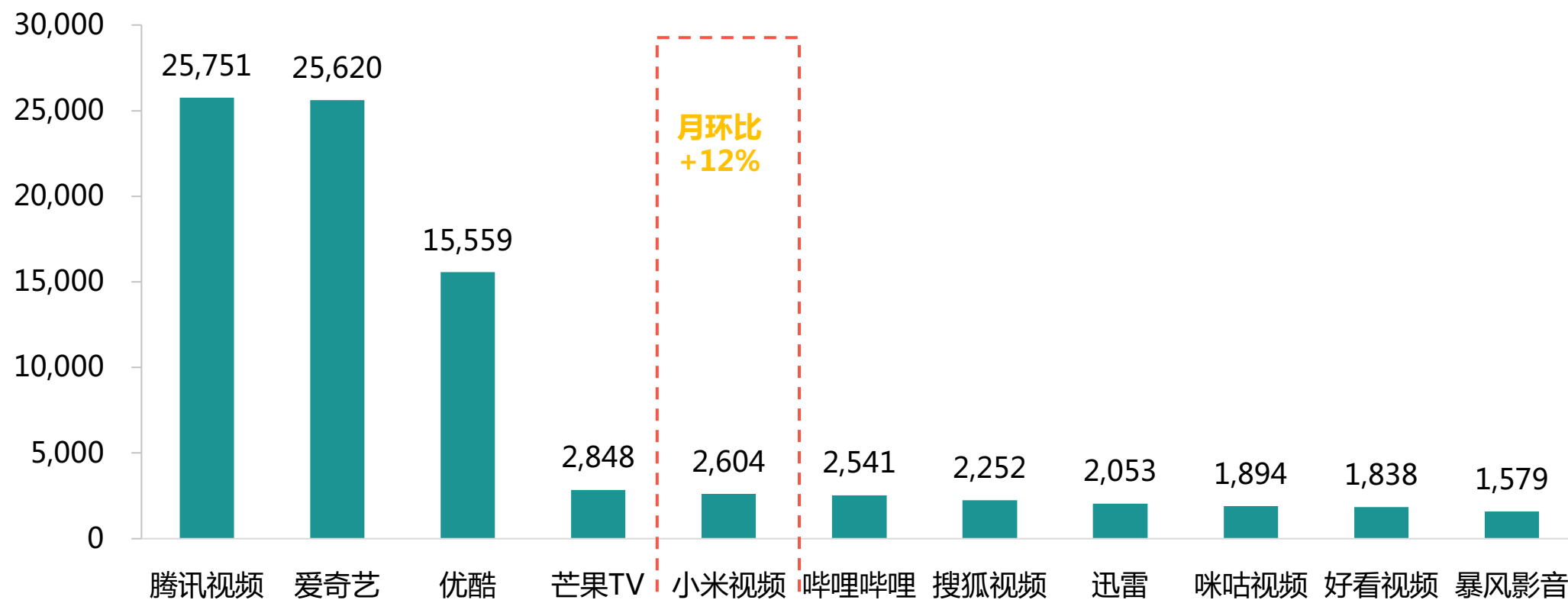
■ 一线城市 ■ 二线城市 ■ 三线城市 ■ 四线及以下城市



# 腾讯视频及爱奇艺用户规模不分伯仲，领跑综合视频市场

## 小米视频用户规模超越B站，进入TOP5

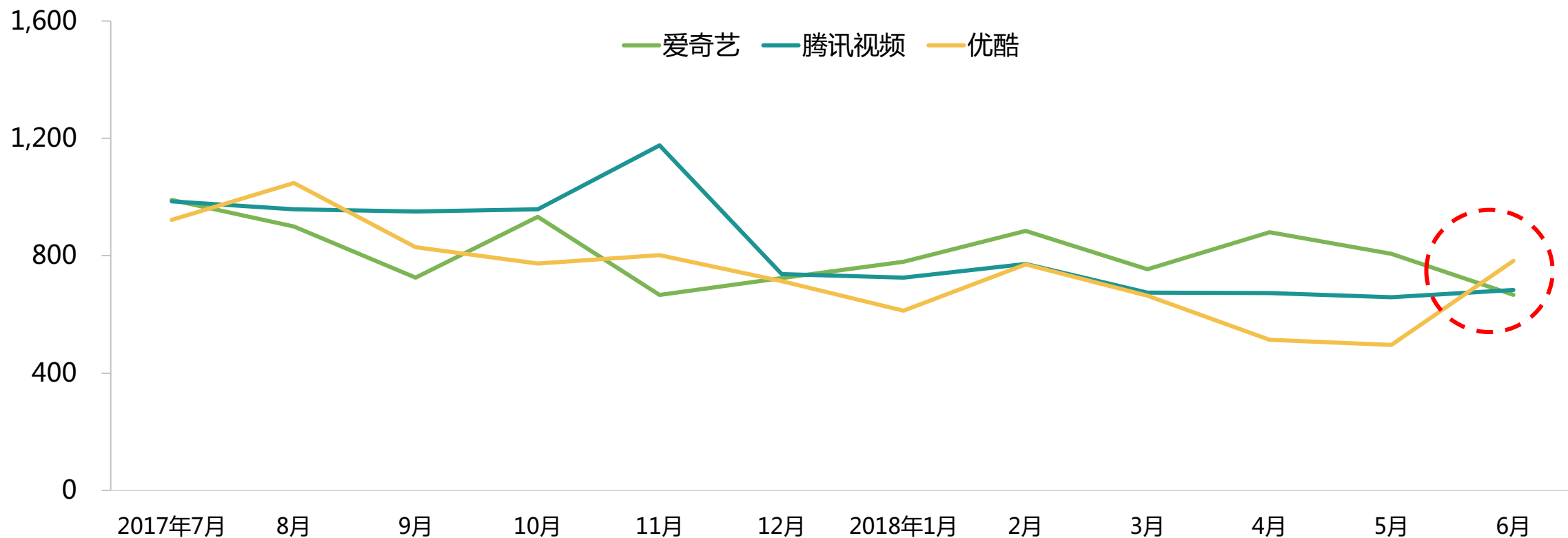
2018年6月综合视频平台MAU（单位：万）





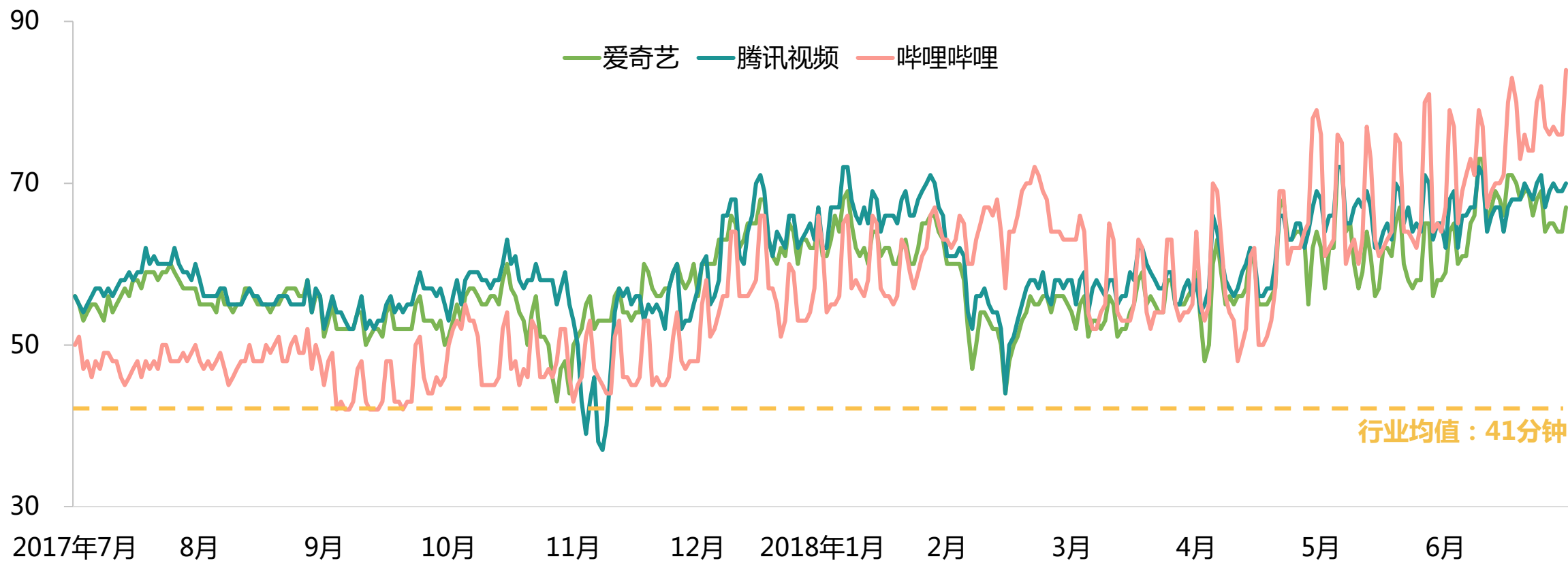
# 优酷借势世界杯，6月用户新增高于腾讯视频及爱奇艺

2017年7月-2018年6月综合视频用户新增走势（单位：万）



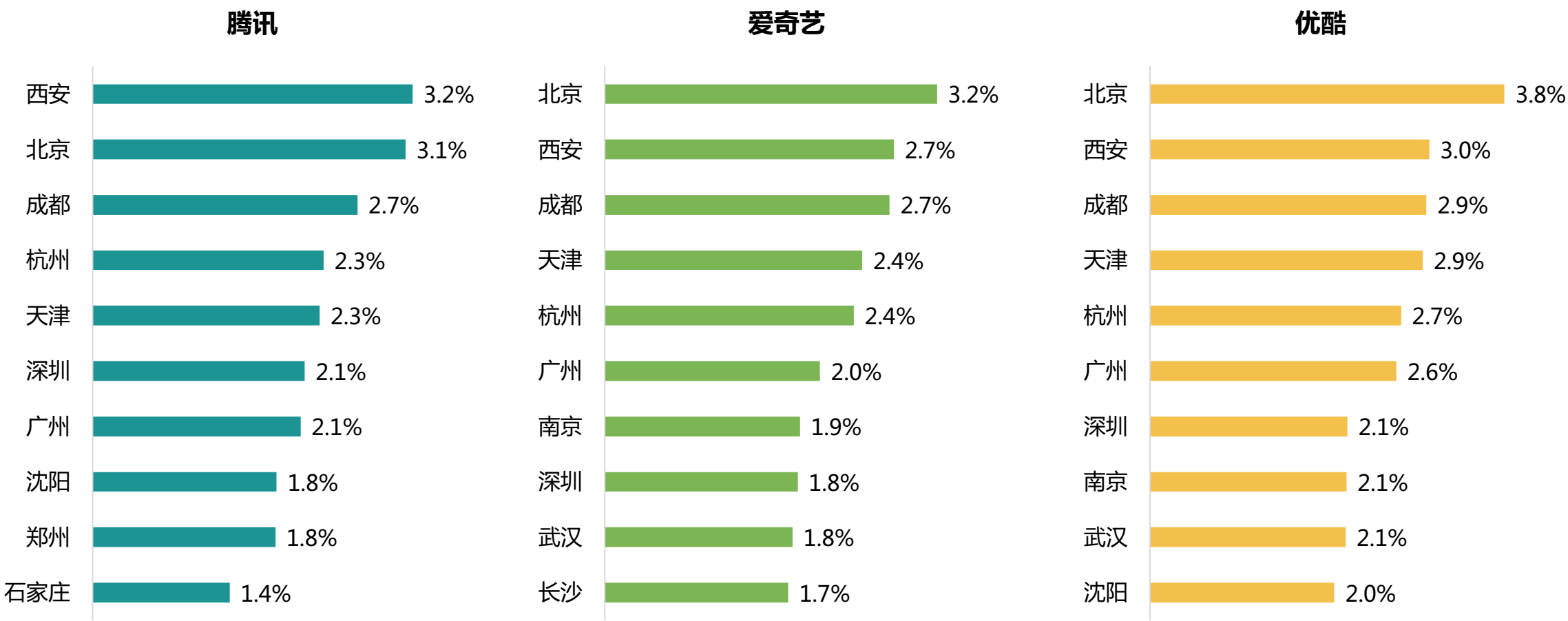
# 哔哩哔哩、腾讯视频及爱奇艺用户日均使用时长行业领先

2017年7月-2018年6月哔哩哔哩日均使用使用时长走势（单位：分钟）



行业均值：41分钟

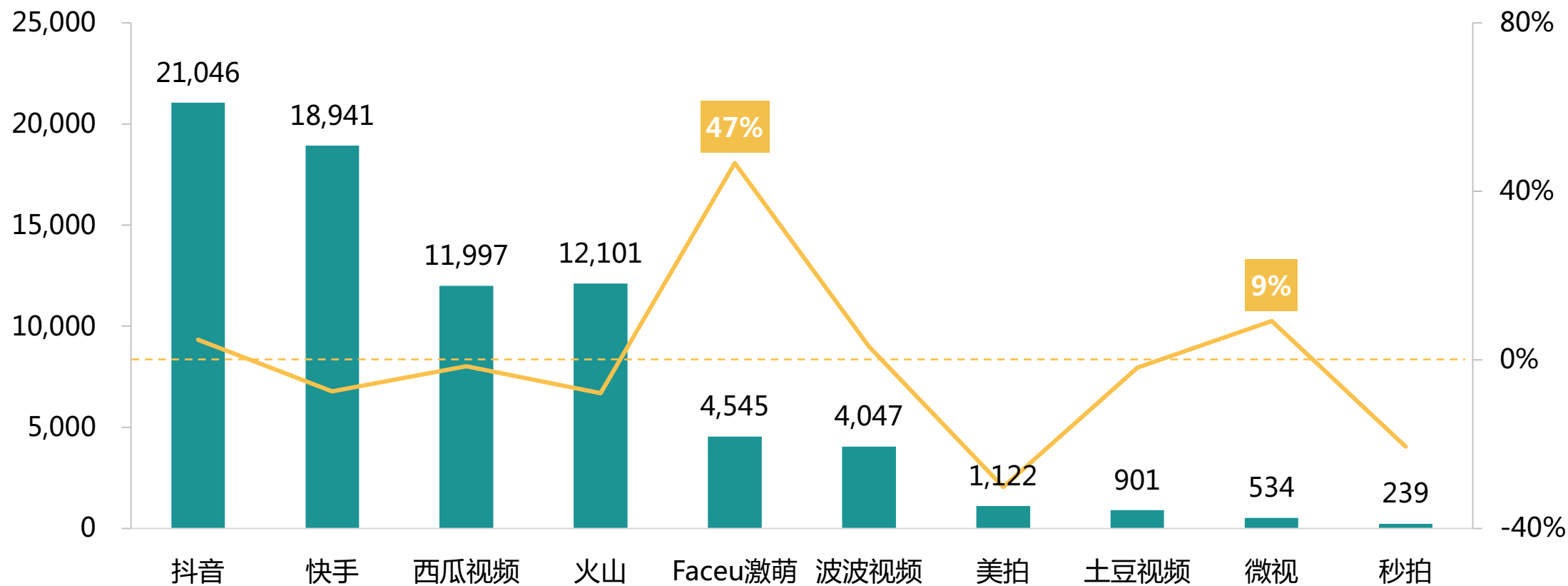
# 综合视频应用城市分布趋同 北京、西安、成都、天津及杭州占据前五



# 短视频霸主易位，抖音初登榜首

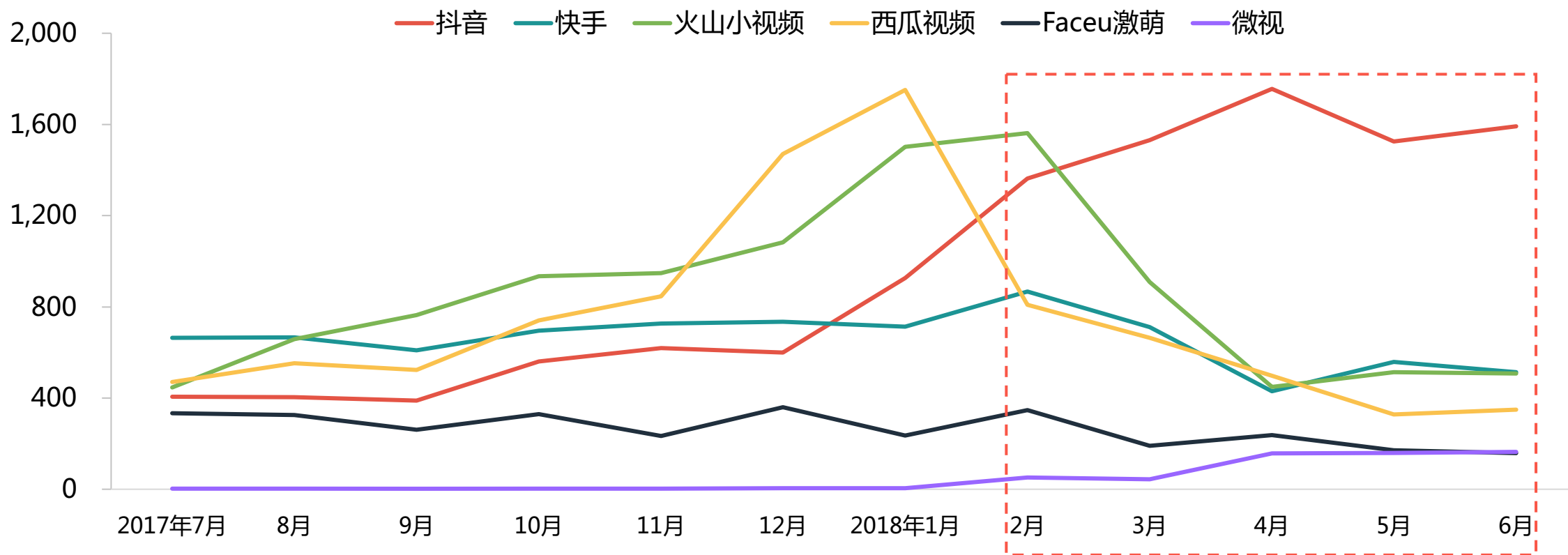
## 腾讯微视小幅增长，美拍及秒拍阴跌不止

2018年6月短视频应用MAU及月环比增长（单位：万）



# 短视频出现黑洞效应，资源加速向抖音聚集 其他应用新增动力衰竭

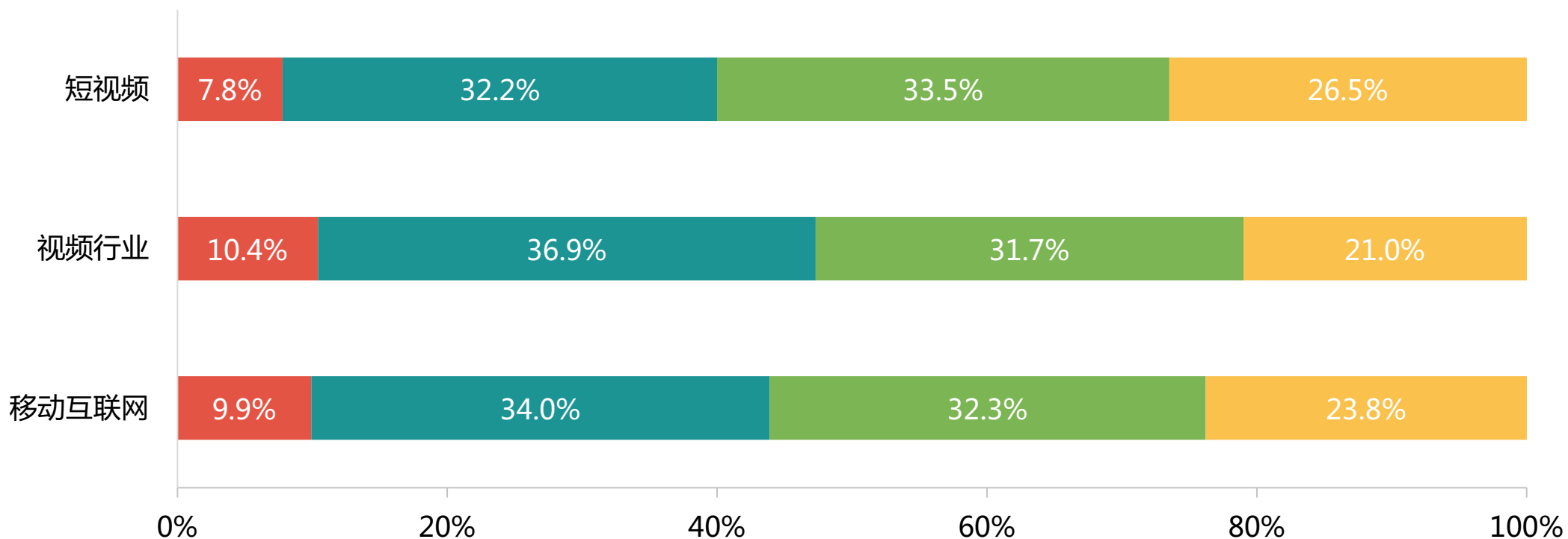
2017年7月-2018年6月主流短视频应用用户新增走势（单位：万）



# 与全网用户及整体视频行业相比，短视频一二线城市占比较低 未来仍有增长空间

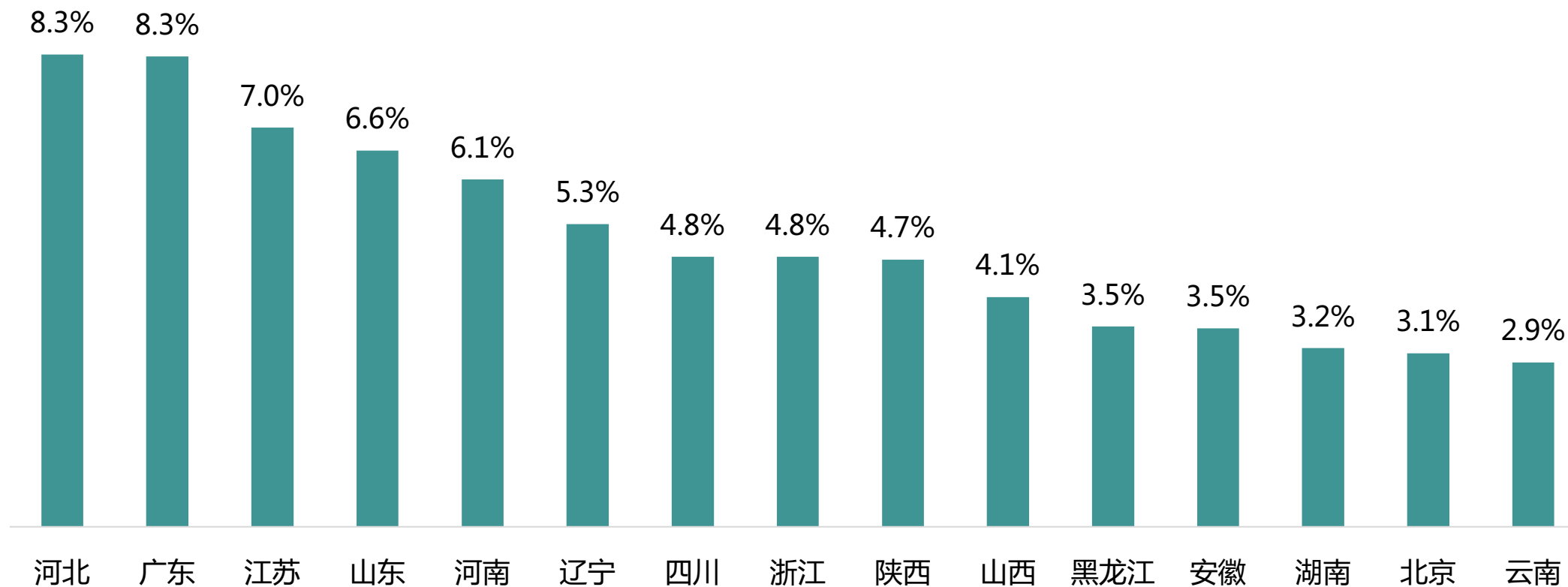
2018年6月视频及移动互联网用户城市分布

■ 一线城市 ■ 二线城市 ■ 三线城市 ■ 四线及以下



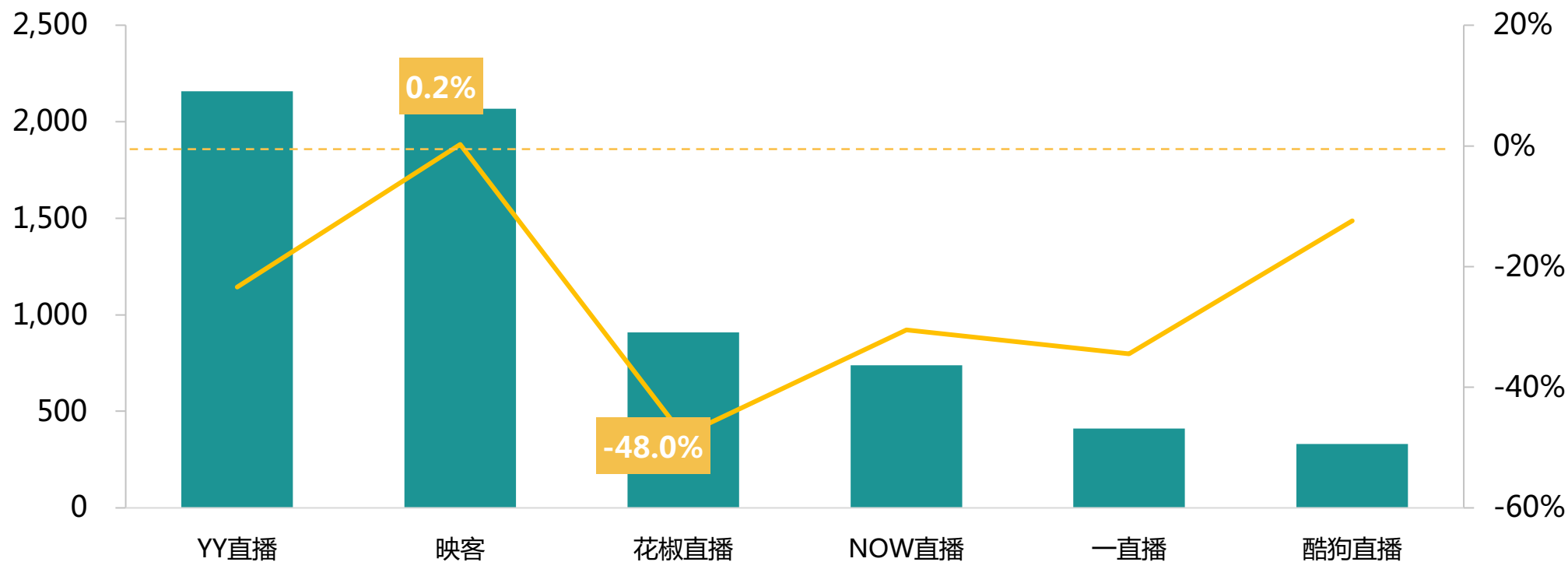
## 河北及广东为短视频头部重镇 江苏、山东及河南紧随其后

2018年6月短视频用户省份分布（单位：%）



# 娱乐直播行业下滑明显，映客表现较为亮眼

2018年6月娱乐直播主流应用MAU及月度环比增长（单位：万）

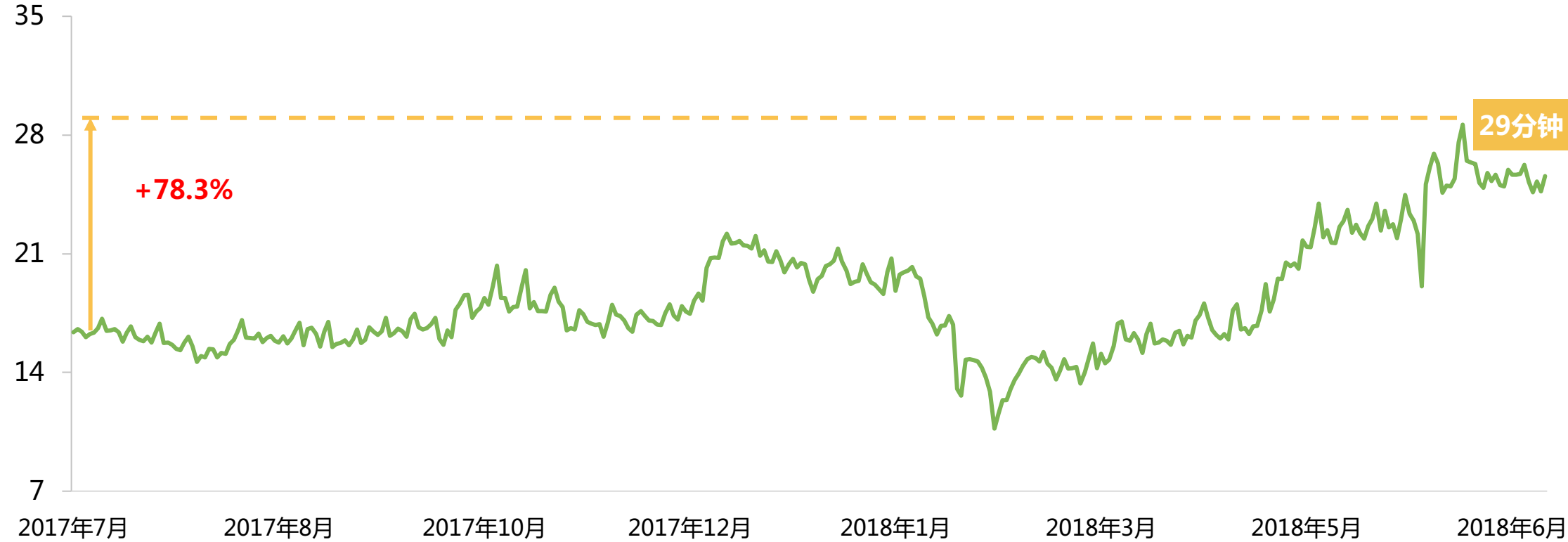




# 映客用户日均使用时长快速增长

## 2018年6月最高达29分钟，年增长78.3%

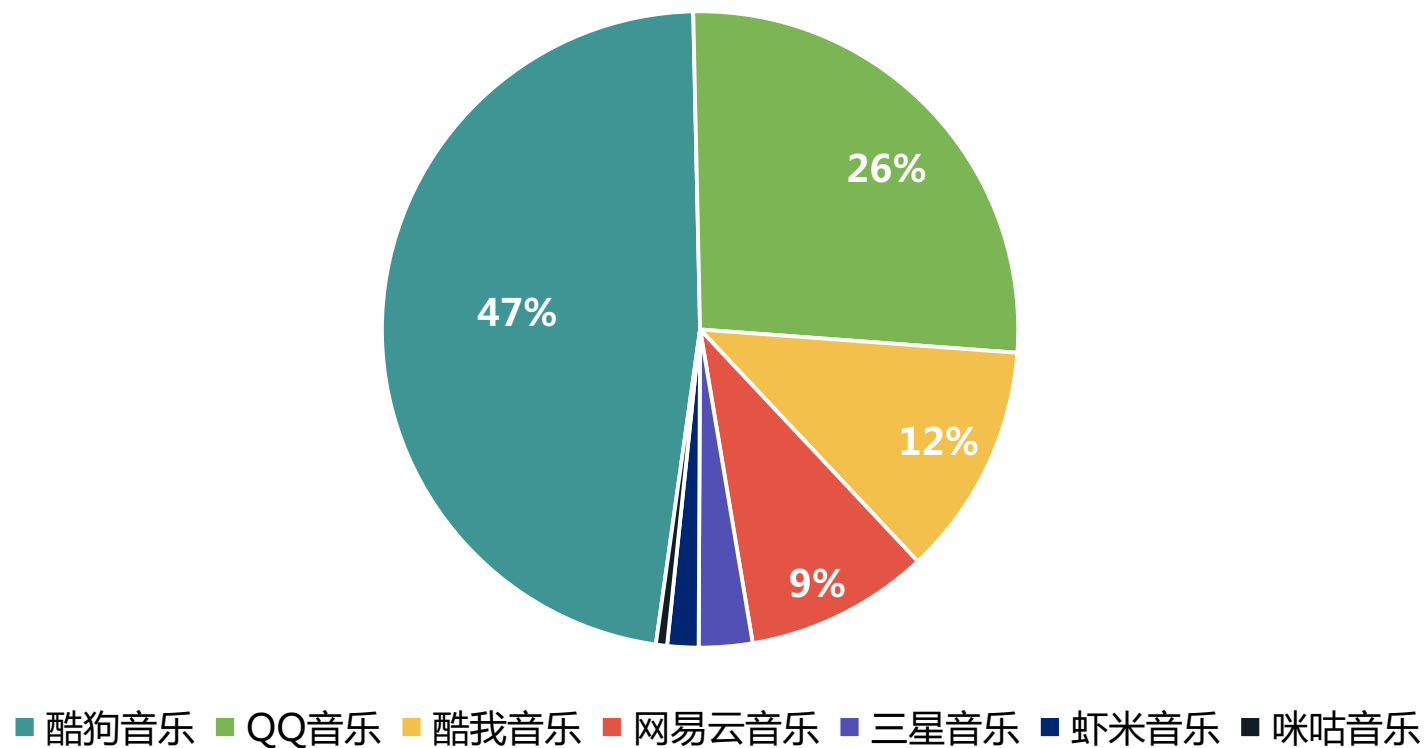
2017年7月-2018年6月映客直播日均使用时长（单位：分钟）



# 移动音乐竞争格局稳固

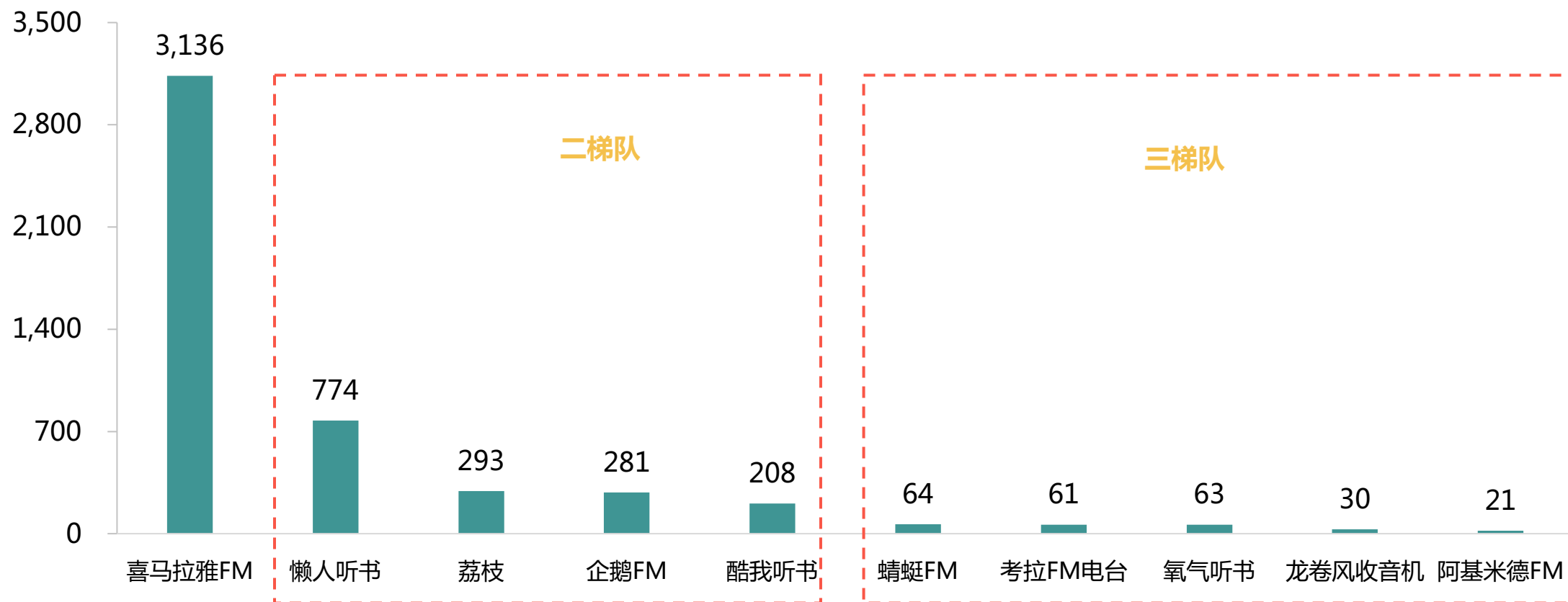
## 腾讯旗下酷狗、酷我及QQ音乐占据近九成用户规模

2018年6月移动音乐MAU分布占比（单位：%）



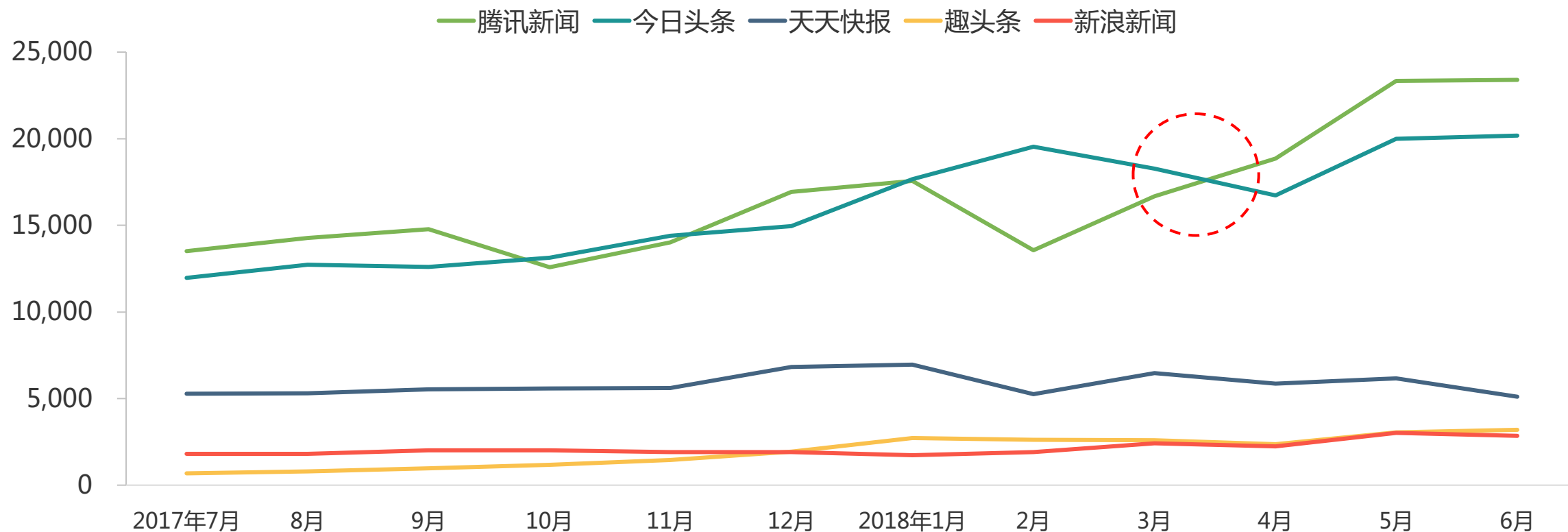
# 移动电台市场喜马拉雅高居榜首 与二三梯队拉开明显差距

2018年6月移动电台应用MAU（单位：万）



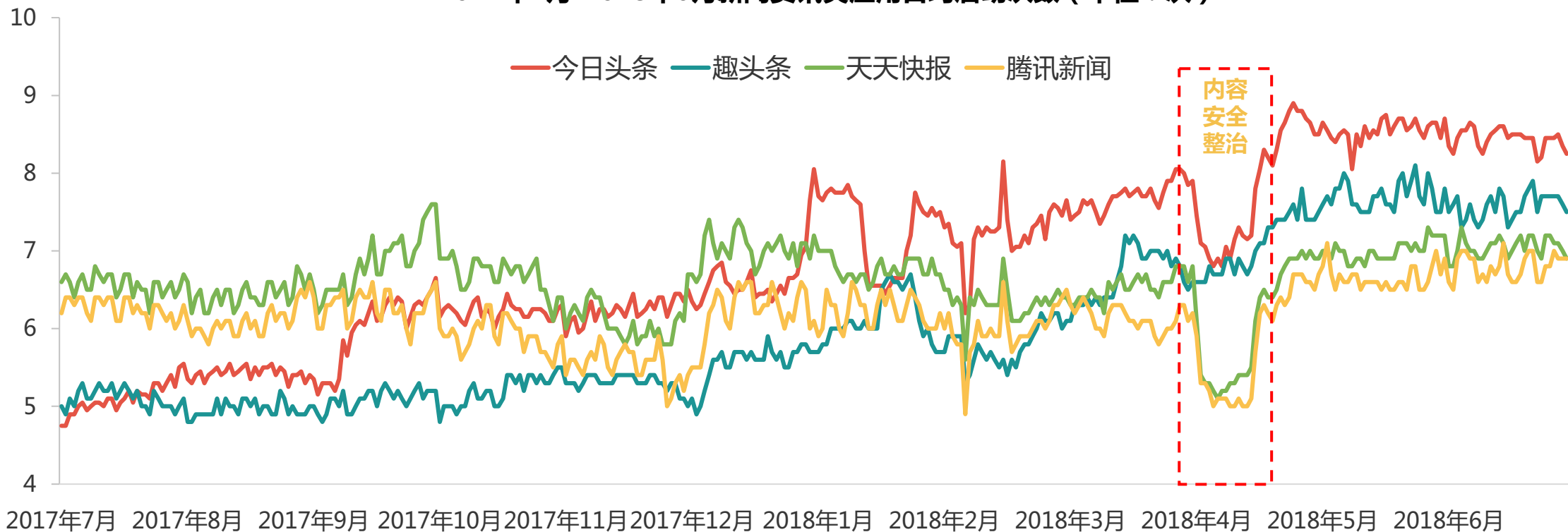
# 你追我赶，腾讯新闻与今日头条用户规模交替领先，远超其他对手

2017年7月-2018年6月主流新闻资讯MAU走势（单位：万）



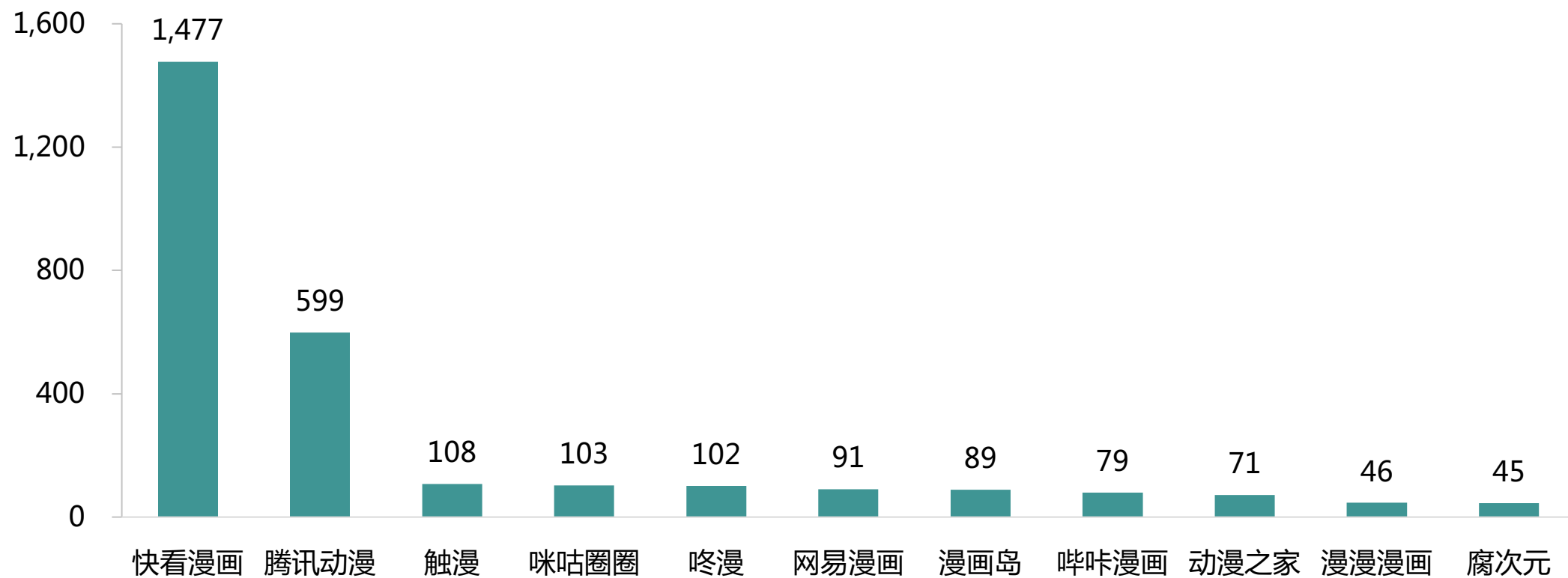
# 今日头条用户日均启动次数行业领先 趣头条紧随其后，成长迅猛

2017年7月-2018年6月新闻资讯类应用日均启动次数（单位：次）



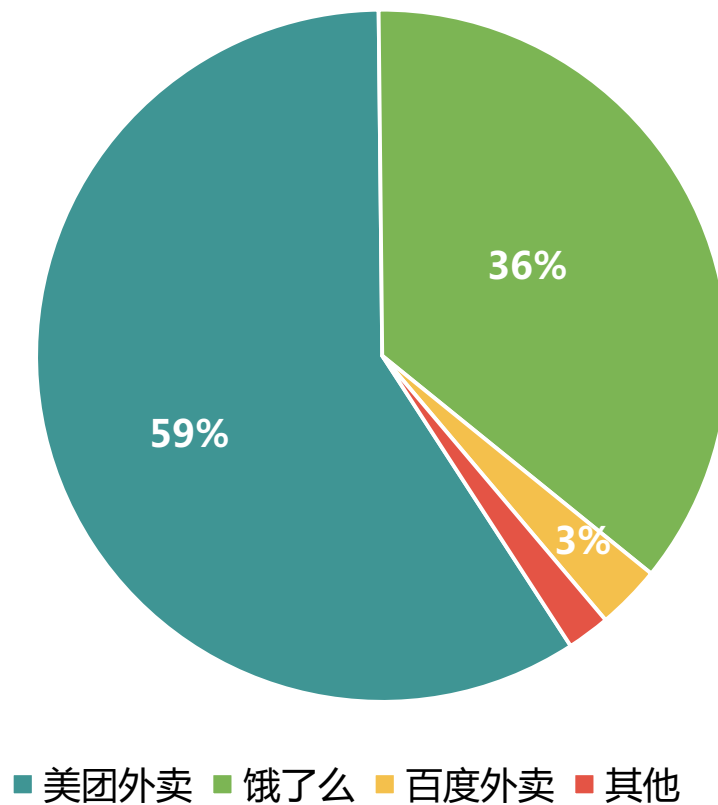
# 动漫阅读市场快看漫画一家独大 排名第二的腾讯漫画与其差距明显

2018年6月动漫阅读主流应用MAU（单位：万）



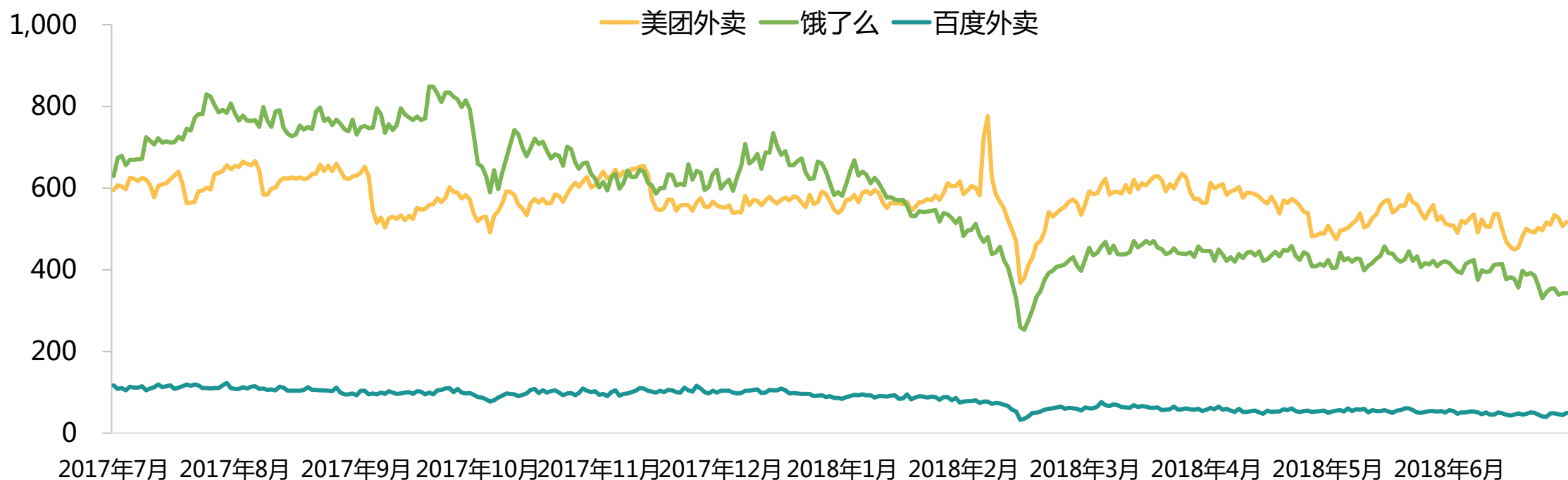
## 2018年上半年美团外卖交易额占比59% 保持领先地位

2018年上半年中国外卖市场交易额分布占比



# 2018年上半年，美团外卖DAU以明显优势领先饿了么 百度外卖垫底

2017年7月-2018年6月主流外卖应用DAU走势（单位：万）

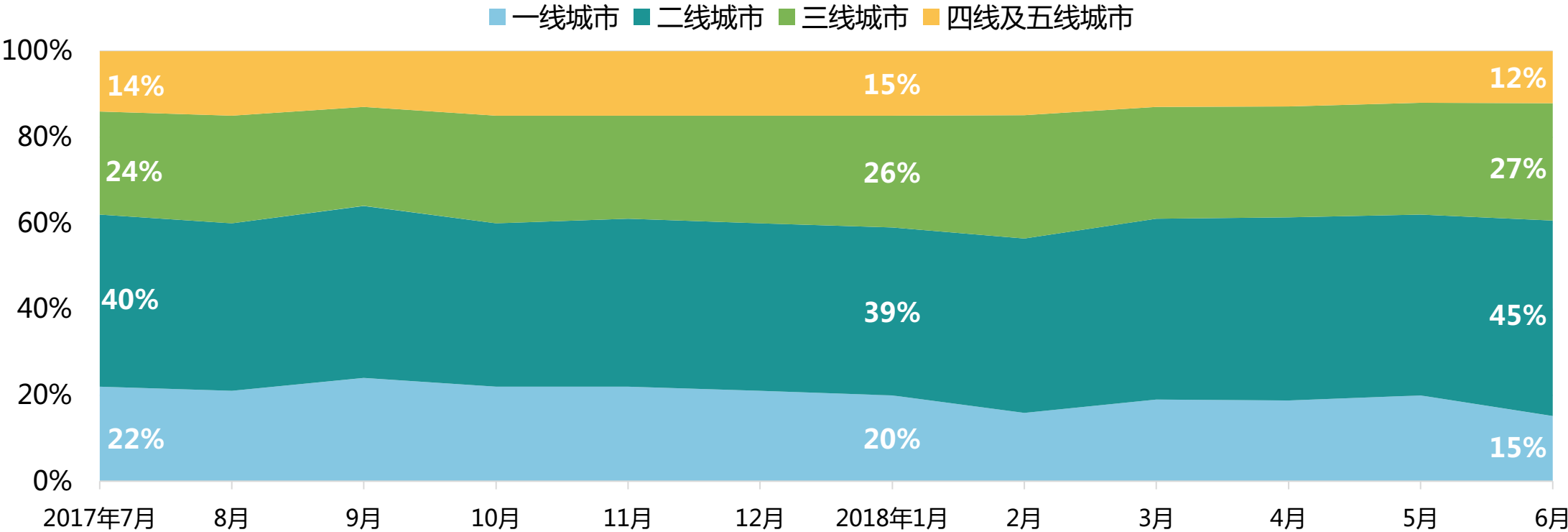


- 此处DAU数据仅包含独立外卖APP



# 娱乐票务市场二三线城市占比持续增长 一线城市跌幅明显

2017年7月-2018年6月娱乐票务城市占比走势

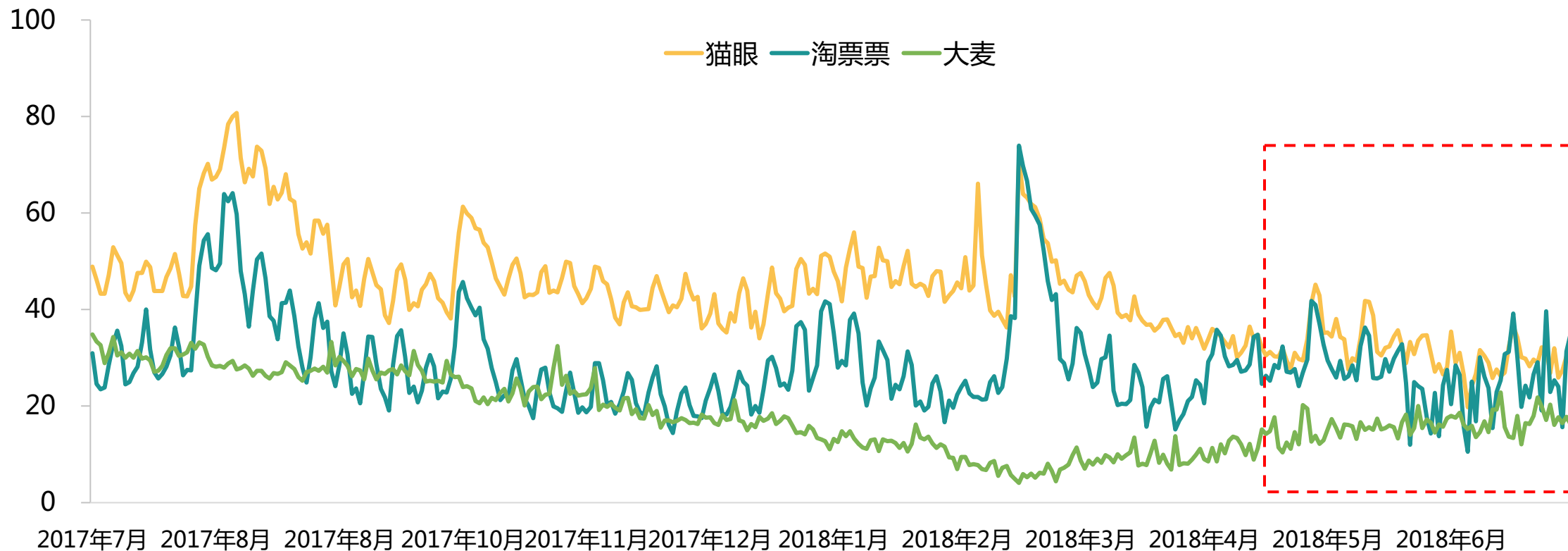


数据来源：Trustdata移动大数据监测平台



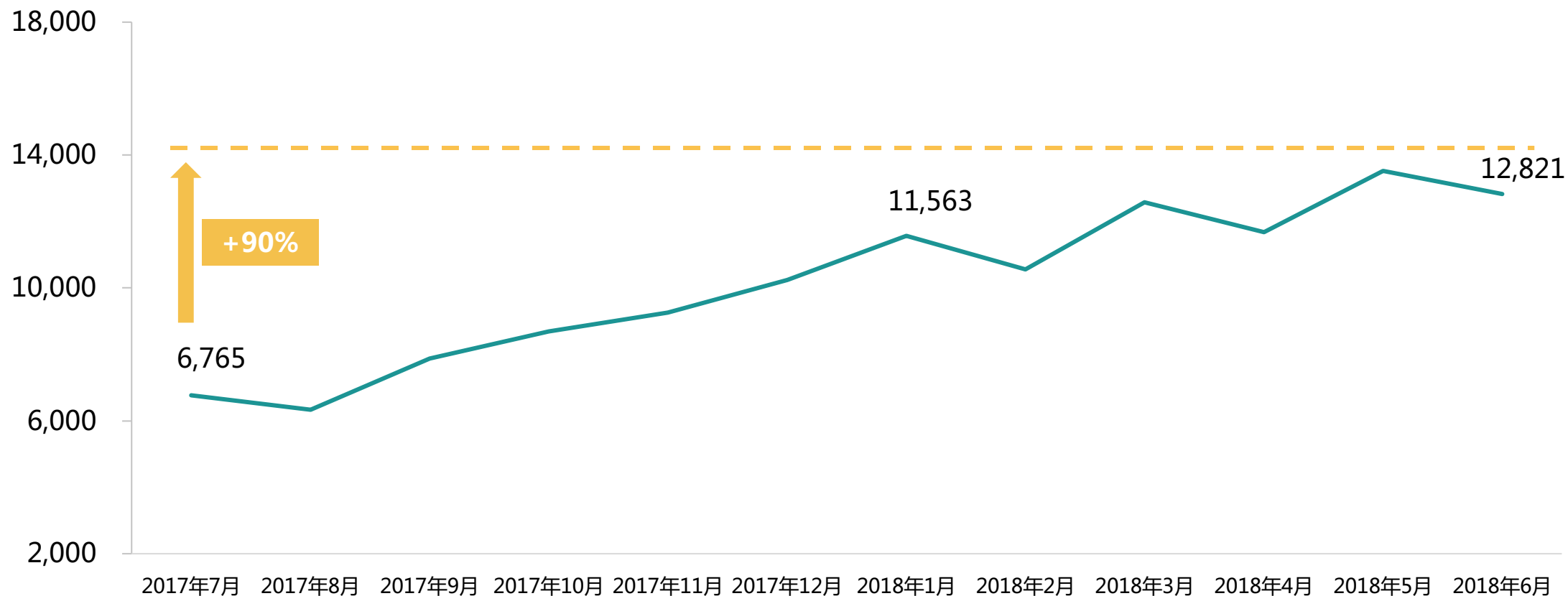
# 娱乐票务市场大麦网、猫眼及淘票票竞争激烈，DAU趋同

2017年7月-2018年6月娱乐票务DAU走势（单位：万）



# 2018年上半年，在线教育市场用户规模突破1个亿，年度增长90%

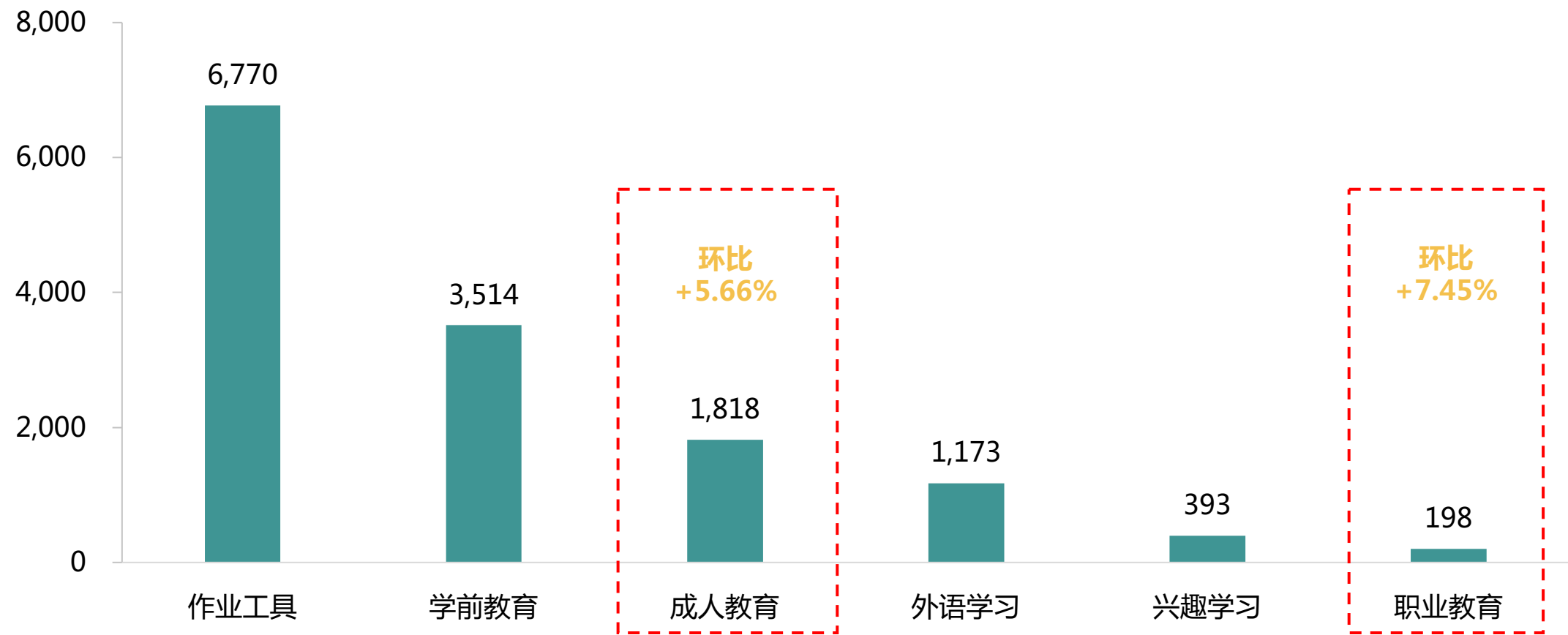
2017年7月-2018年6月在线教育MAU走势（单位：万）



# 作业工具用户规模领跑在线教育市场

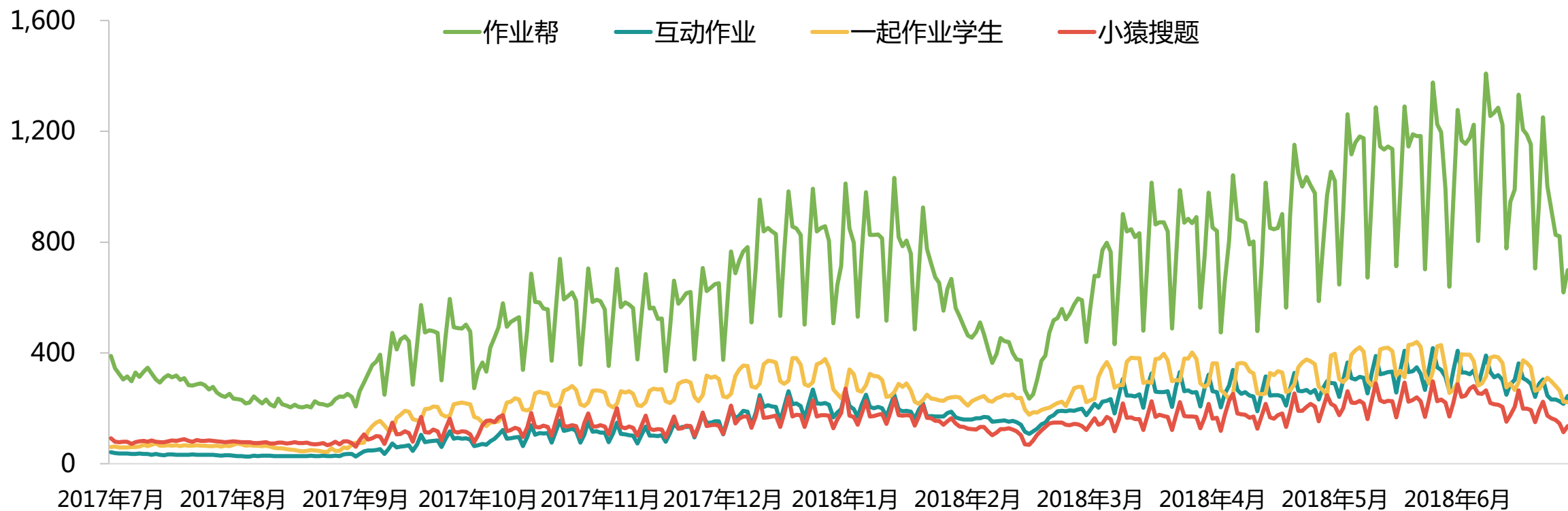
## 学前教育及成人教育分列二三位

2018年6月在线教育细分领域MAU（单位：万）



# 作业工具领域作业帮一骑绝尘，表现优异 远超一起作业、互动作业及小猿搜题

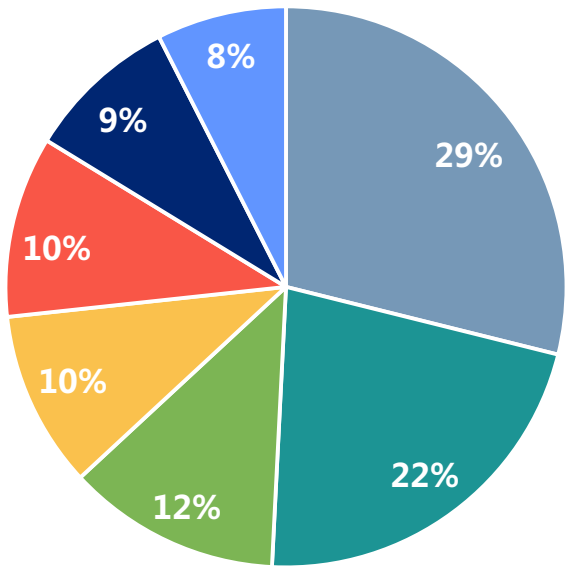
2017年7月-2018年6月作业工具主流应用DAU走势（单位：万）



# 小伴龙领跑儿童教育市场，MAU占比29%

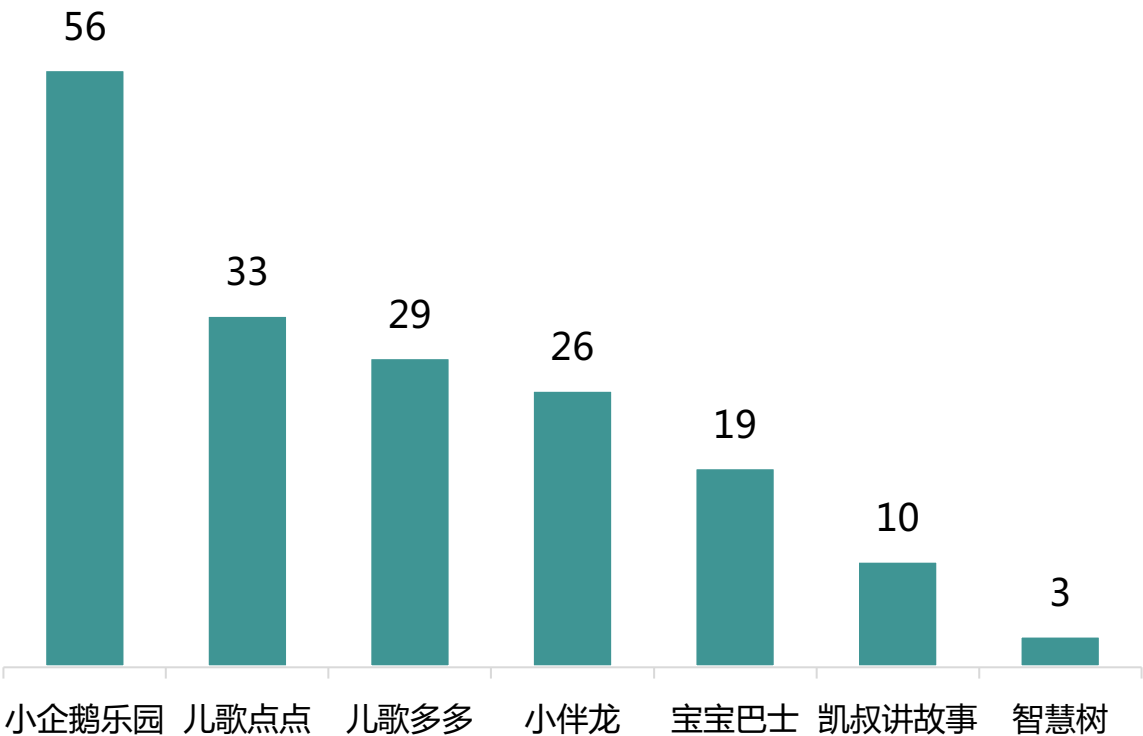
## 小企鹅乐园日均使用时长56分钟，为儿歌点点的1.7倍

2018年6月儿童学前教育MAU分布占比



■ 小伴龙 ■ 儿歌多多 ■ 智慧树 ■ 宝宝巴士 ■ 儿歌点点 ■ 小企鹅乐园 ■ 凯叔讲故事

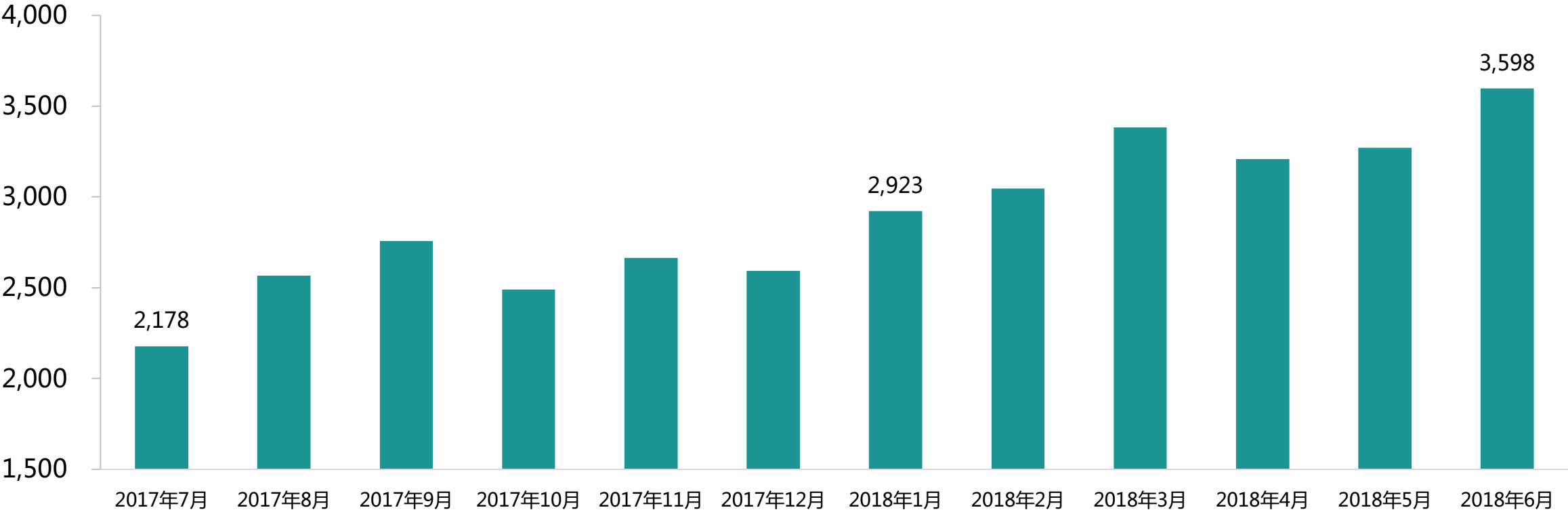
2018年6月儿童学前教育应用日均使用时长（分钟）



# 企业级应用市场用户规模稳步增长

## 2018年6月，MAU近3600万

2017年7月-2018年6月企业级应用MAU（单位：万）

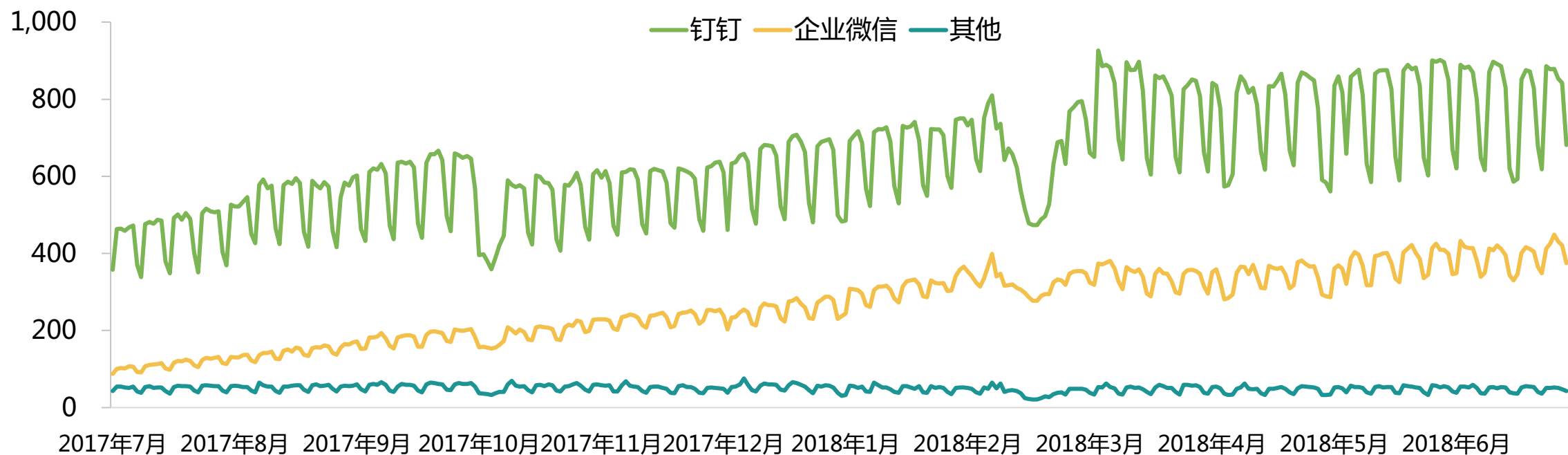


数据来源：Trustdata移动大数据监测平台



# 企业级应用市场呈现双雄争霸格局，钉钉领跑

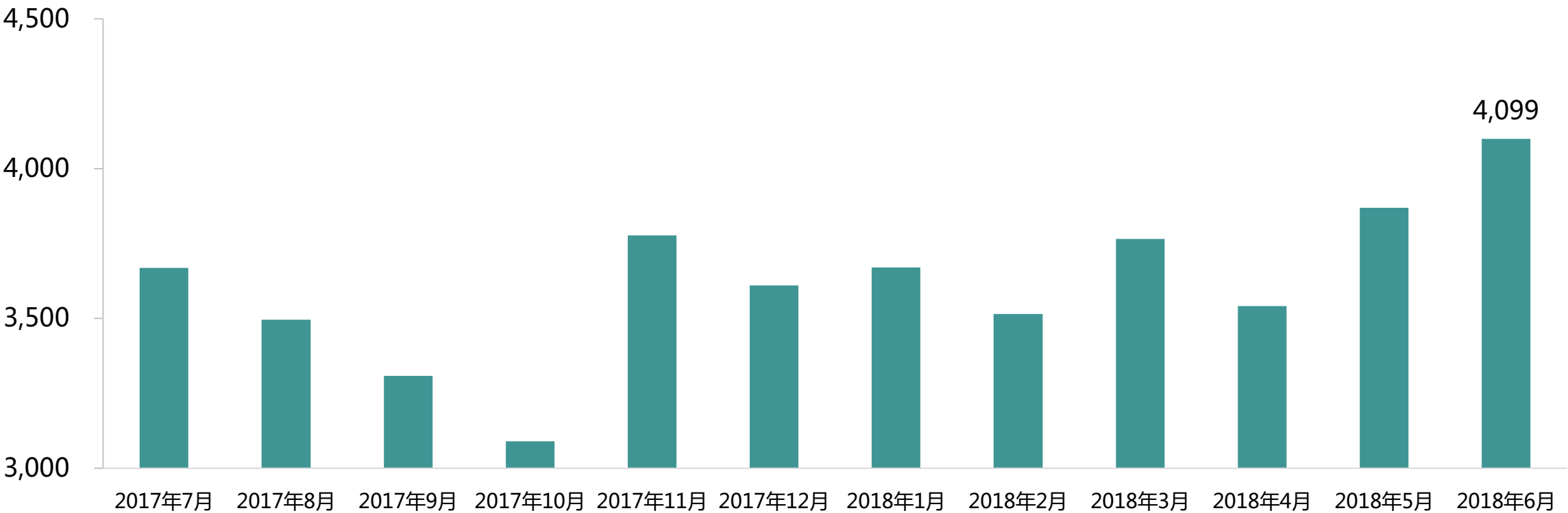
2017年7月-2018年6月主流企业级应用DAU走势（单位：万）





# 受季节因素影响，运动健康类应用进入增长期 6月MAU升至4千万

2017年7月-2018年6月运动健康MAU走势（单位：万）

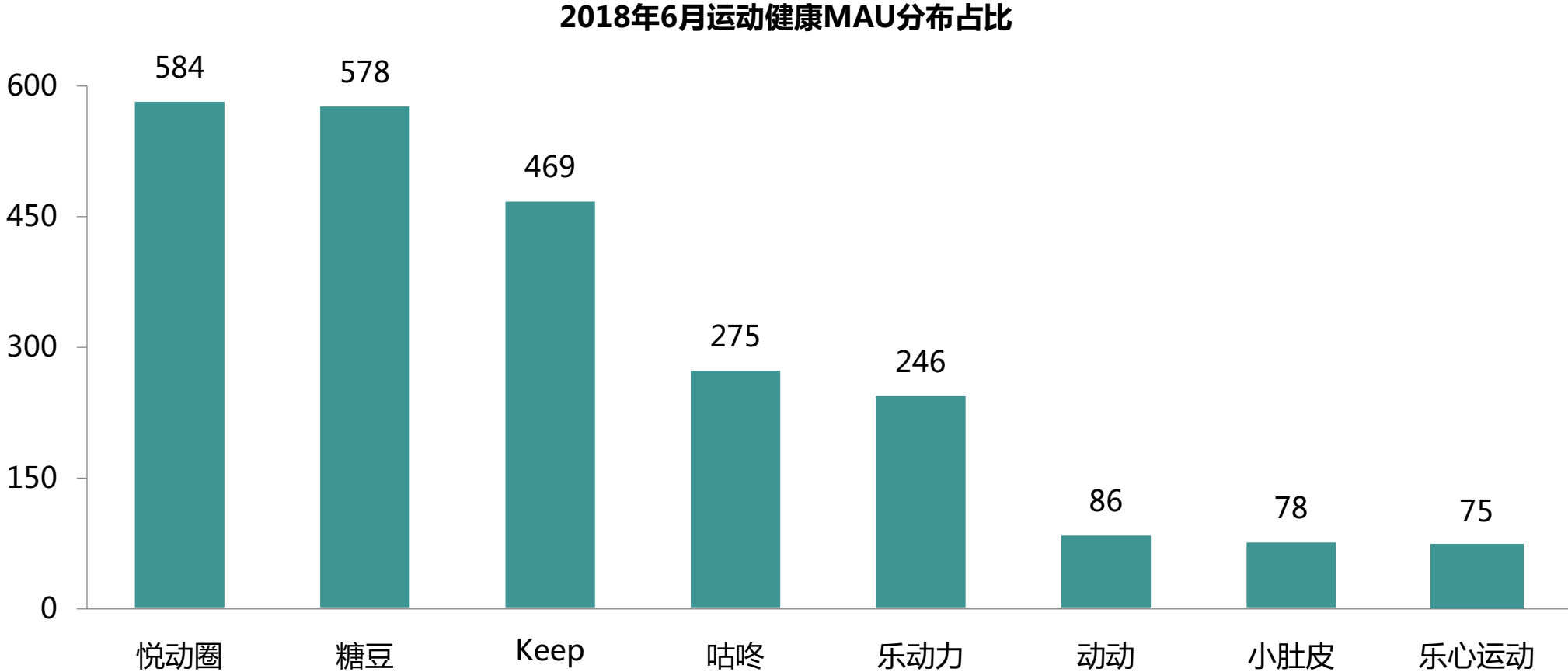


数据来源：Trustdata移动大数据监测平台



# 运动健康领域竞争激烈

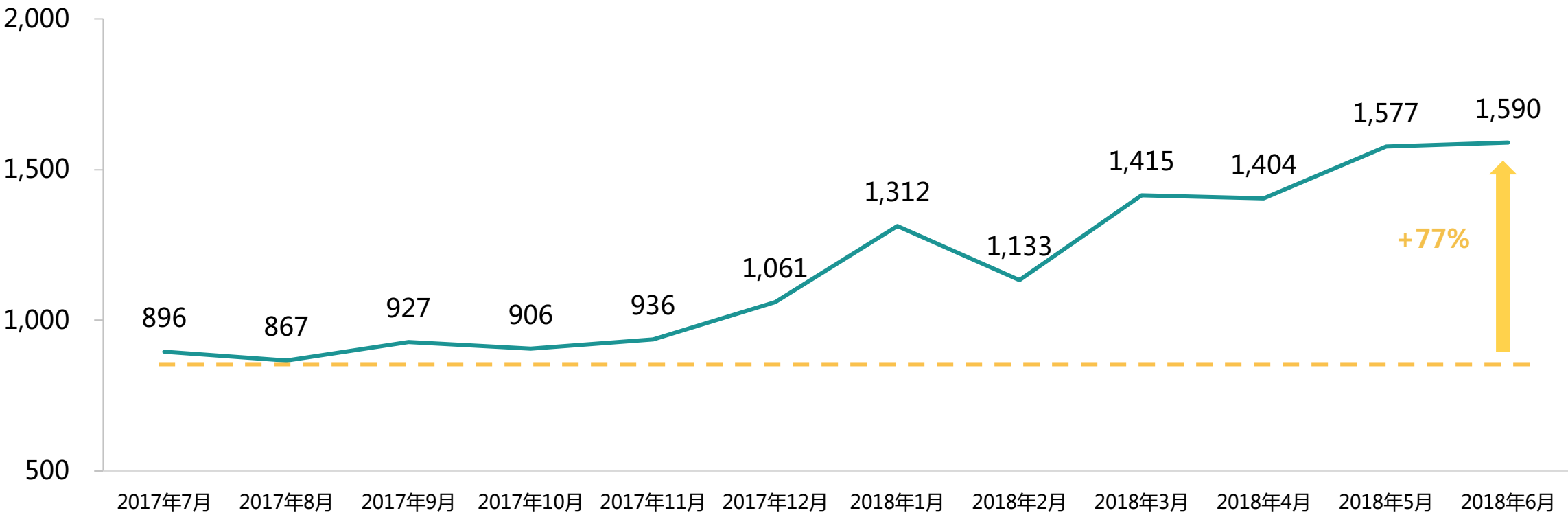
## 悦动圈、糖豆及Keep排名前三



# 医疗健康用户规模稳步增长

## 2018年MAU最高达1590万，年增长77%

2017年7月-2018年6月医疗健康MAU走势（单位：万）

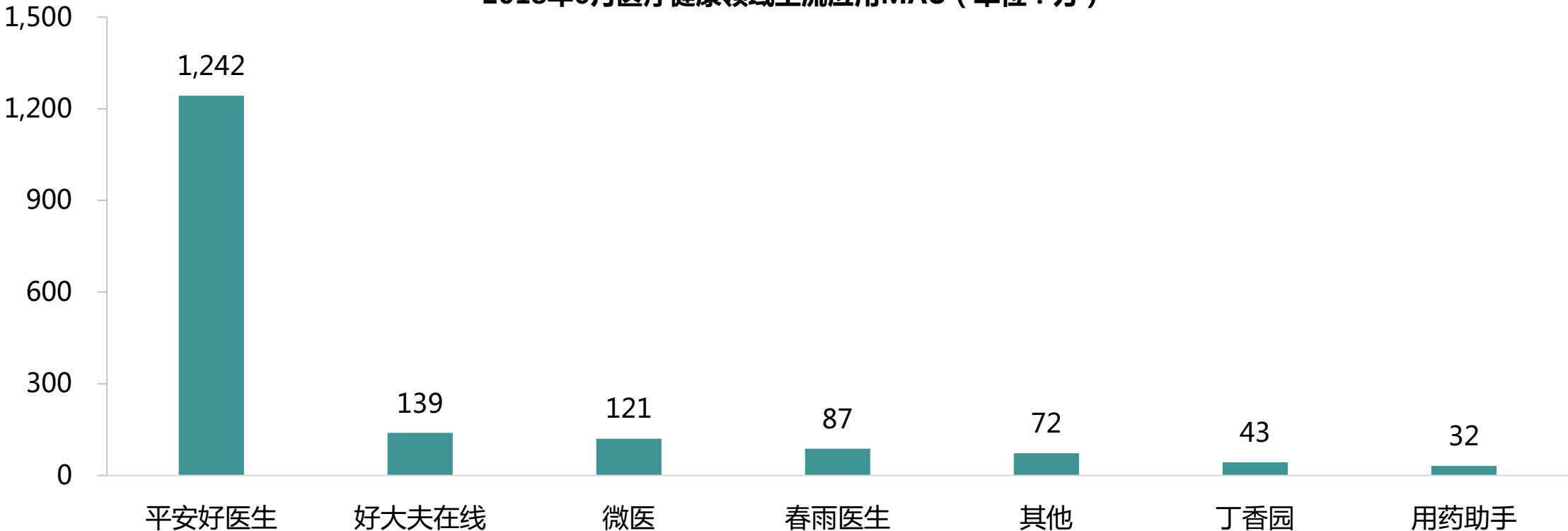


数据来源：Trustdata移动大数据监测平台



# 平安好医生MAU超千万，以9倍优势领先第二梯队 领跑医疗健康领域

2018年6月医疗健康领域主流应用MAU（单位：万）



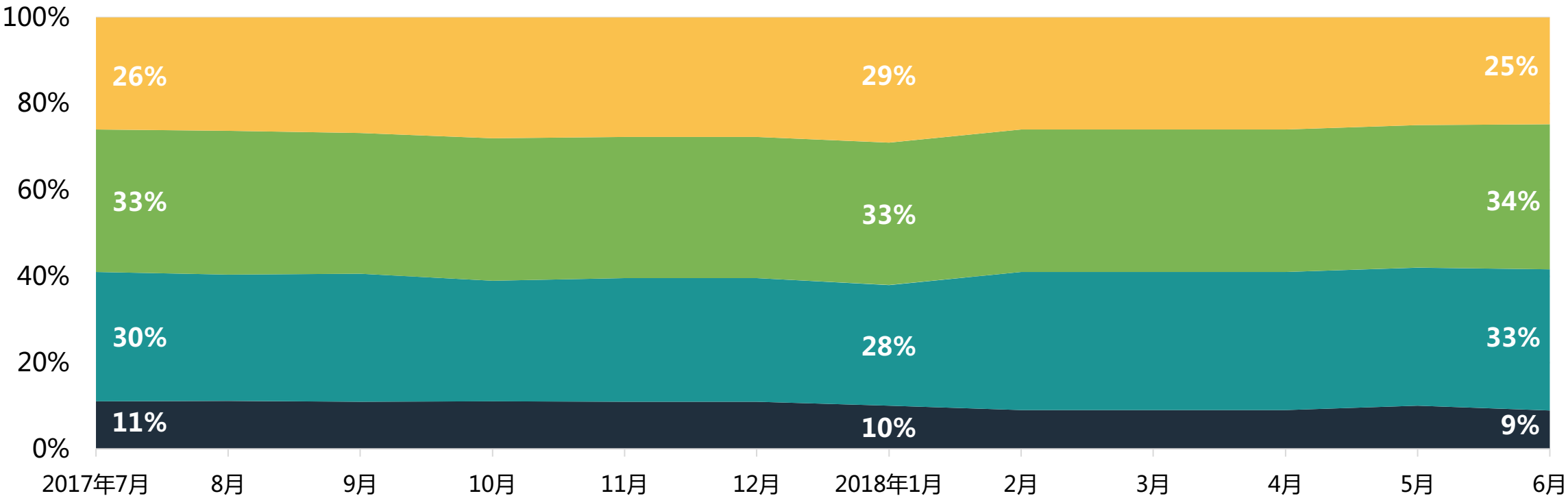
数据来源：Trustdata移动大数据监测平台



# 平安好医生区域拓展有力 用户城市等级分布均衡

2017年7月-2018年6月平安好医生城市分布走势

■ 一线城市   ■ 二线城市   ■ 三线城市   ■ 四线及五线城市



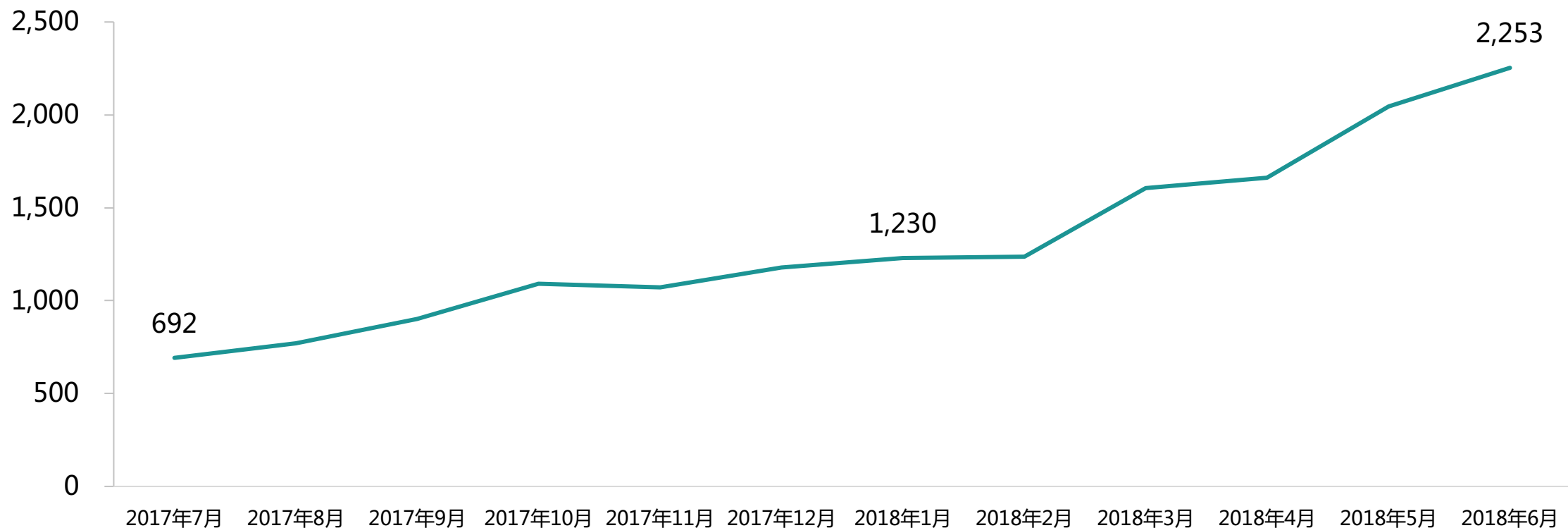
数据来源：Trustdata移动大数据监测平台



# 女性健康领域，用户规模呈现迅猛增长态势

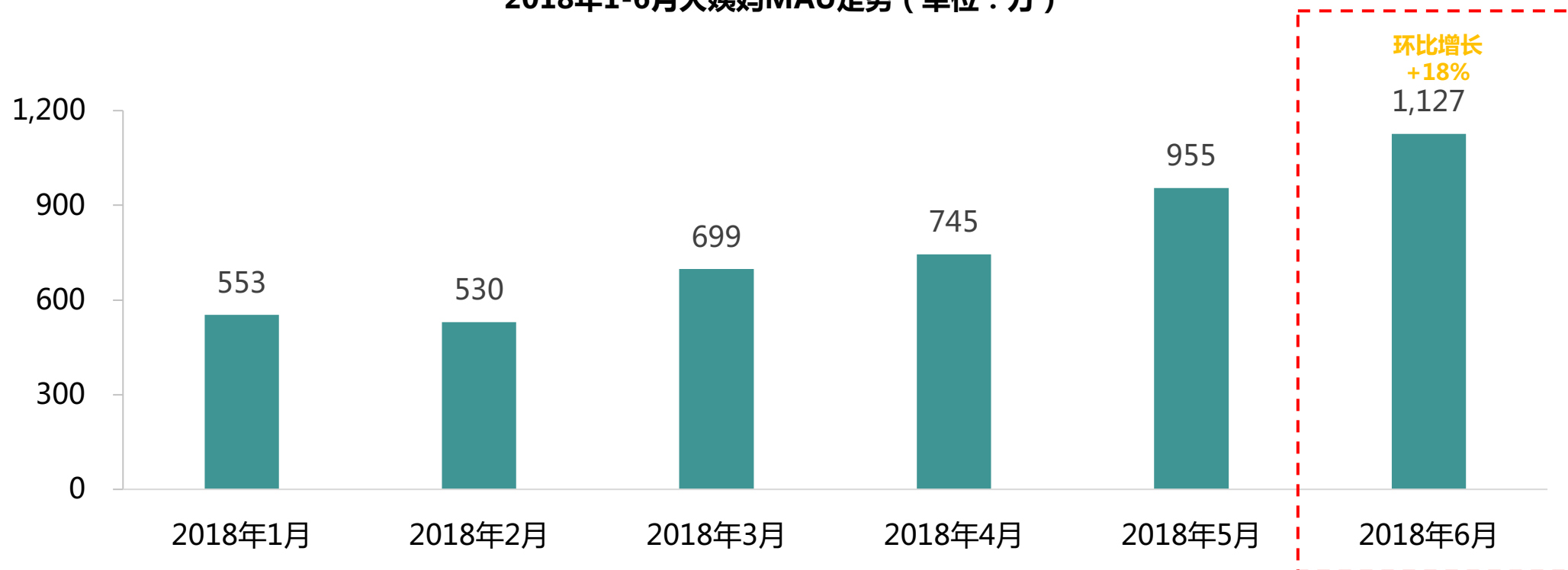
## 2018年MAU最高达2253万

2017年7月-2018年6月女性健康MAU走势（单位：万）



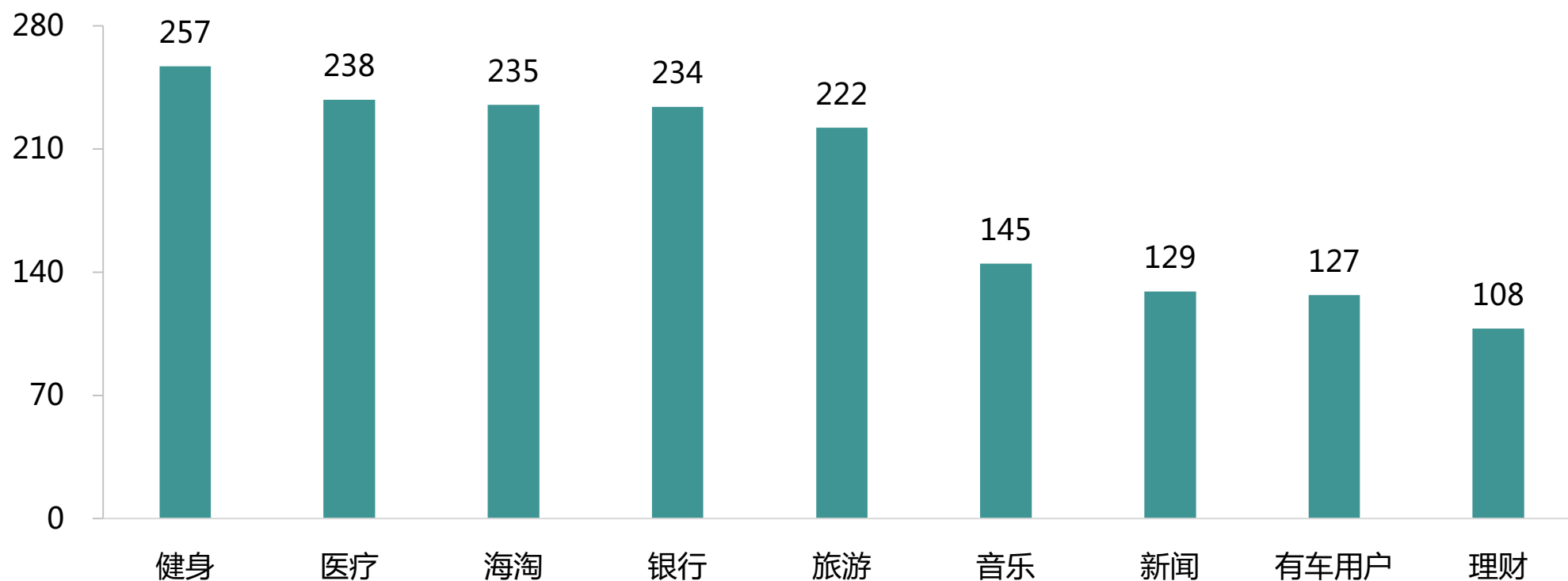
## 大姨妈表现亮眼，MAU月环比增长18%

2018年1-6月大姨妈MAU走势（单位：万）



## 大姨妈用户生活品质较高 热爱健身旅游，关注健康医疗

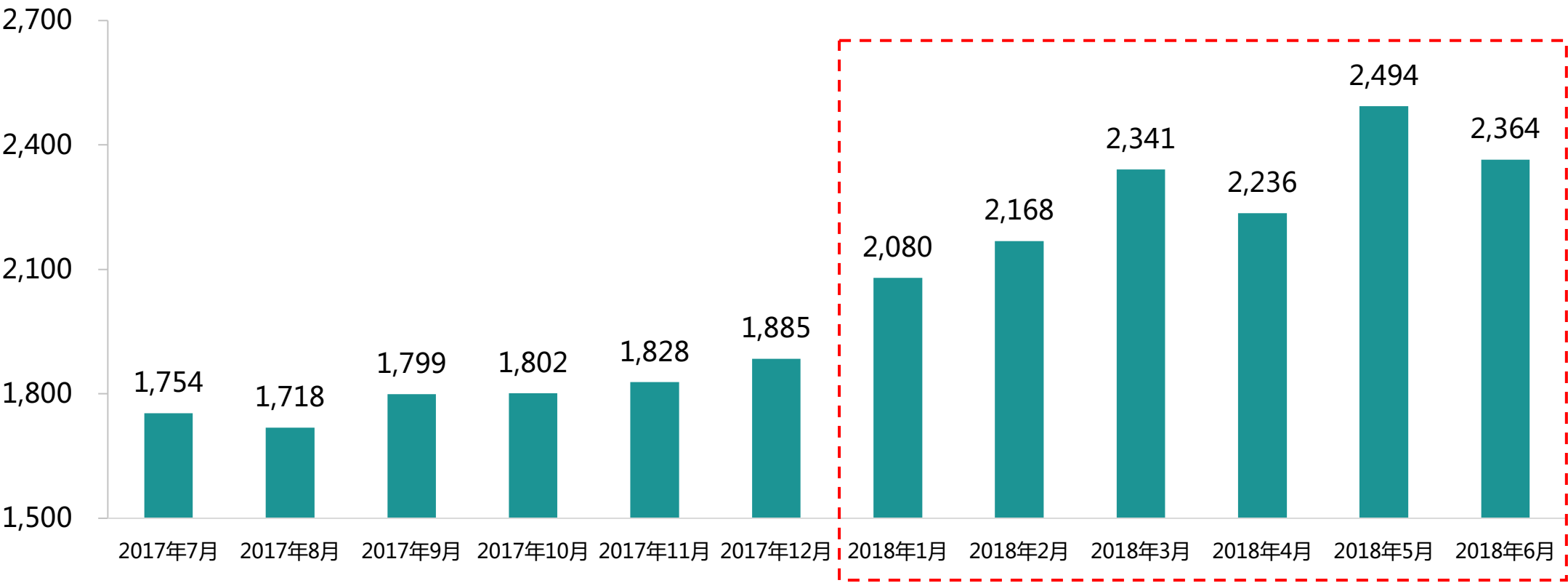
2018年6月大姨妈TGI指数





# 智能穿戴市场用户规模持续增长，2018年突破2千万

2017年7月-2018年6月中国智能穿戴设备MAU走势（单位：万）

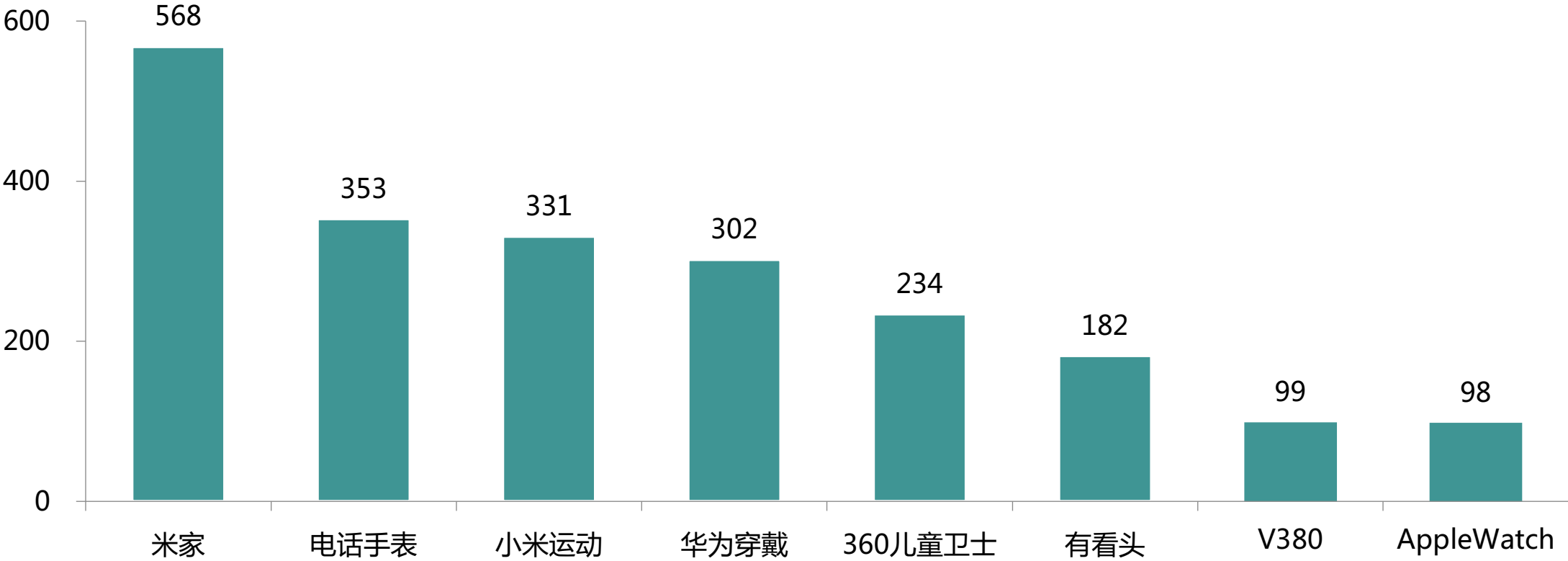


数据来源：Trustdata移动大数据监测平台



# 2018年6月，米家MAU近600万，高居行业首位

2018年6月主流智能穿戴应用MAU（单位：万）

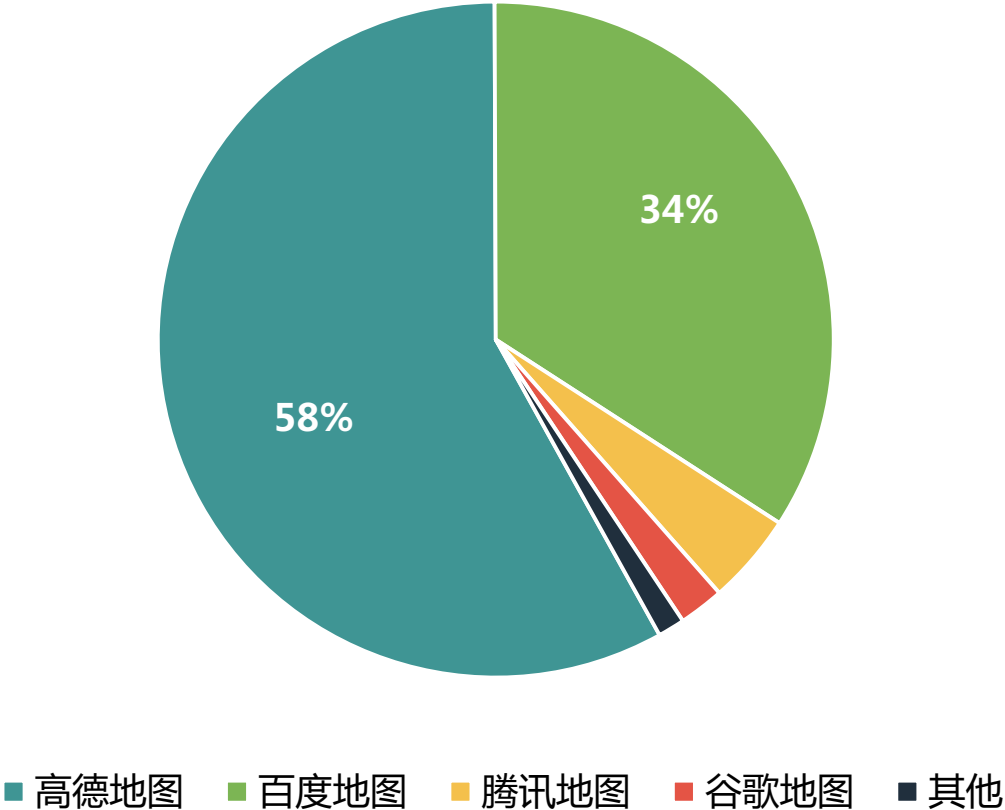


数据来源：Trustdata移动大数据监测平台



# 高德地图领跑地图导航市场，占比近六成

2018年6月地图导航MAU品牌分布

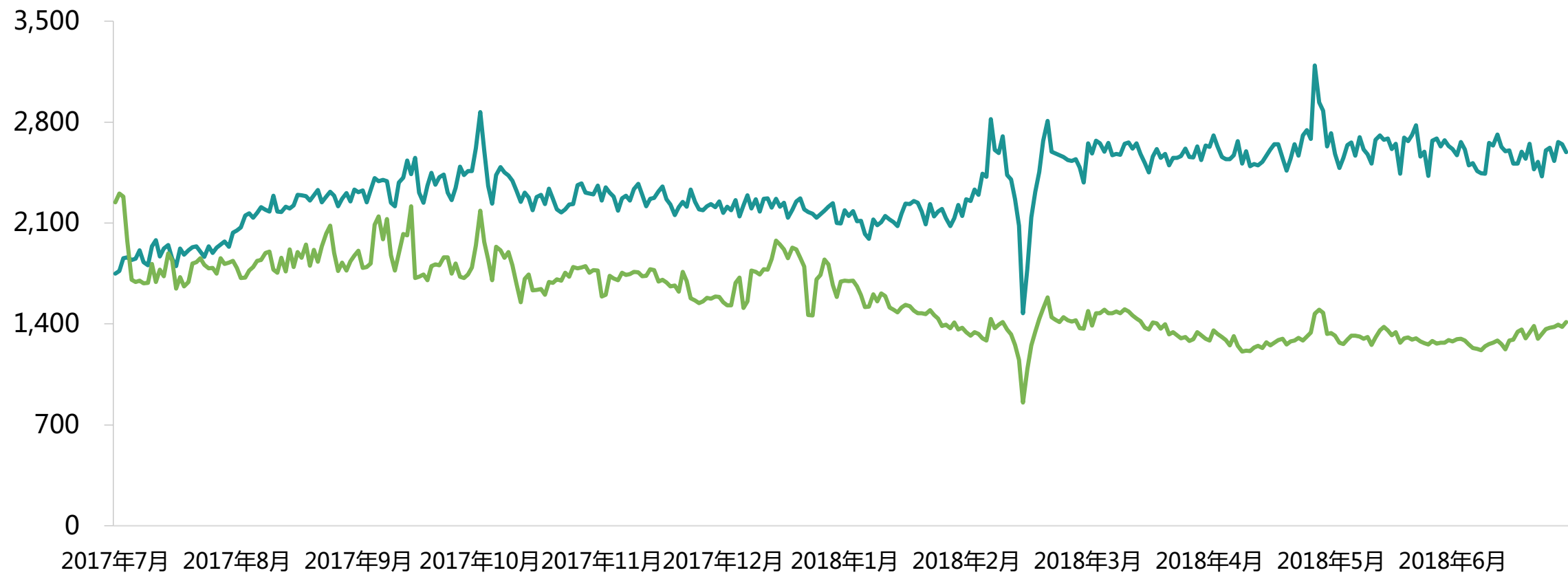


数据来源：Trustdata移动大数据监测平台



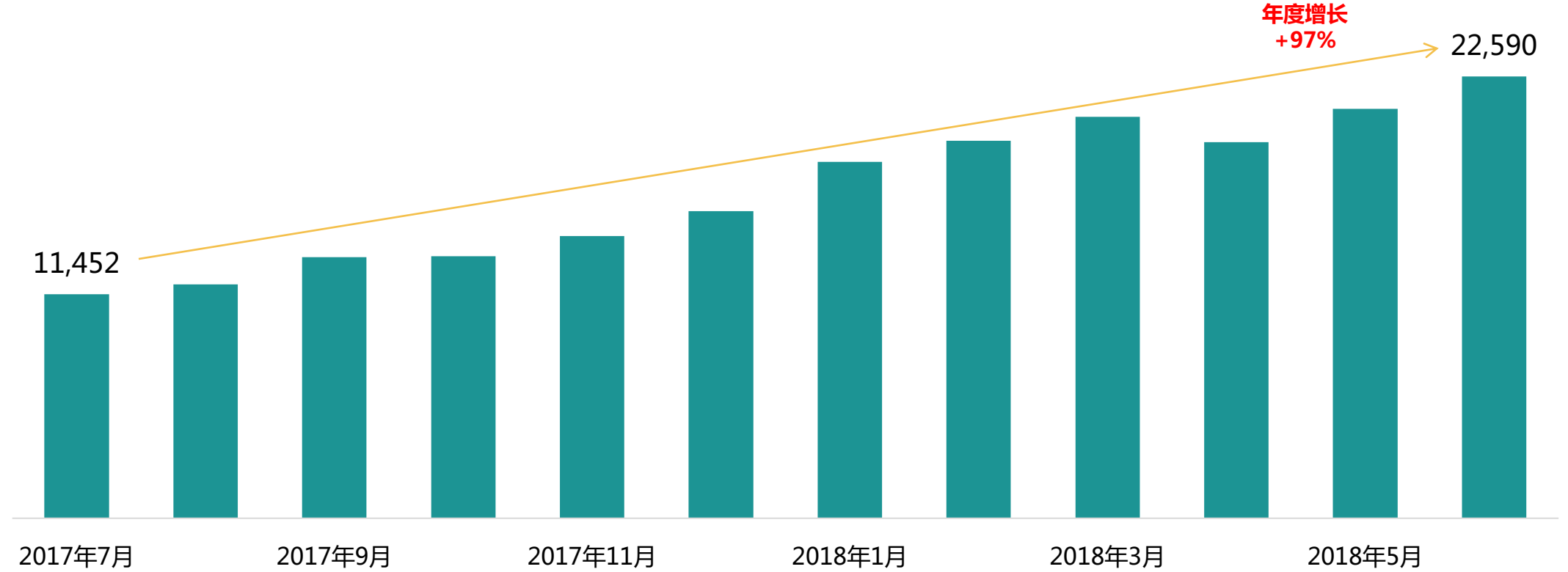
# 高德地图DAU近3000万，逐渐扩大与百度地图的优势

2017年7月-2018年6月高德地图及百度地图DAU走势（单位：万）

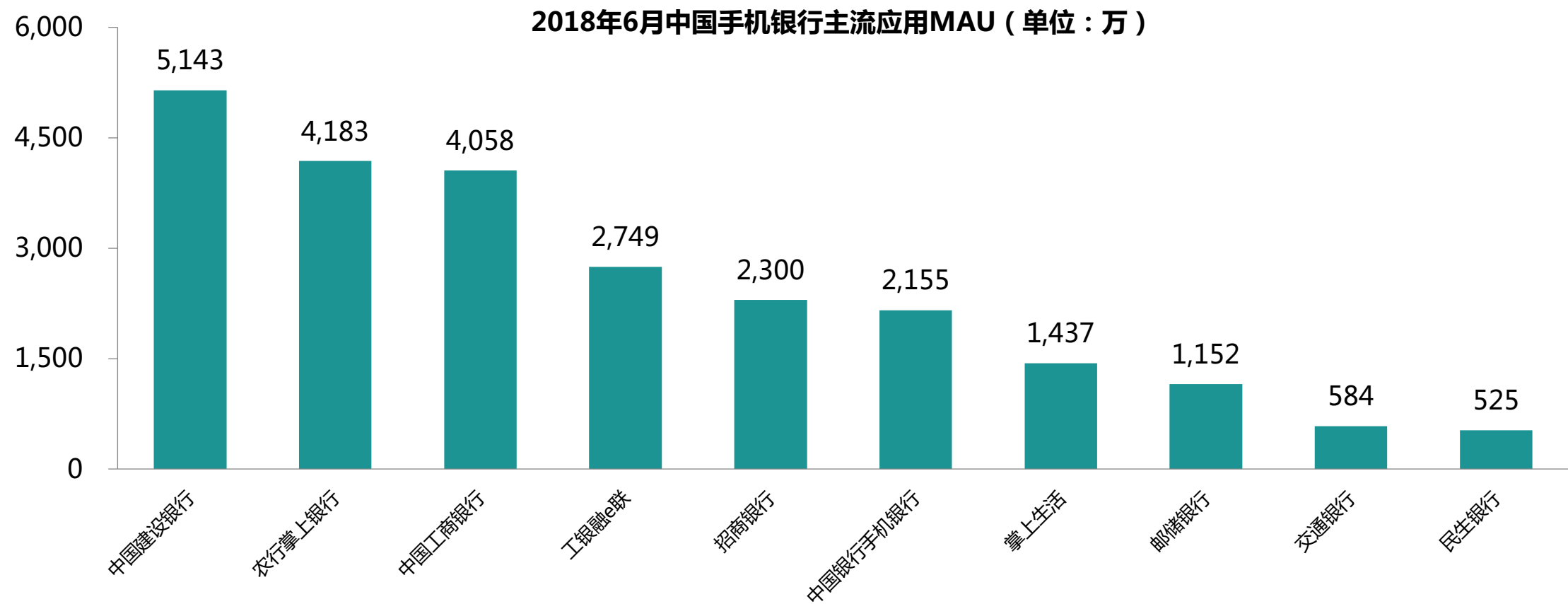


# 中国手机银行市场用户规模持续稳定增长，6月达2.26亿，年度增长97%

2017年7月-2018年6月中国手机银行MAU走势（单位：万）



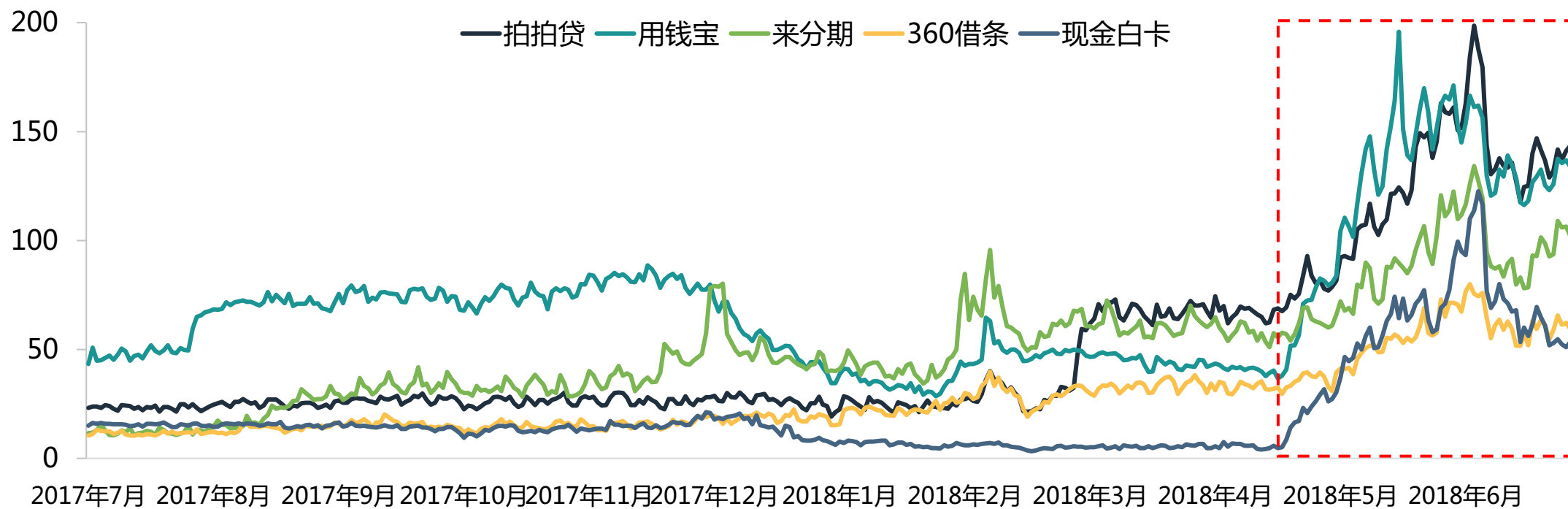
# 建设银行、农业银行及工商银行MAU高居手机银行APP前三甲



数据来源：Trustdata移动大数据监测平台

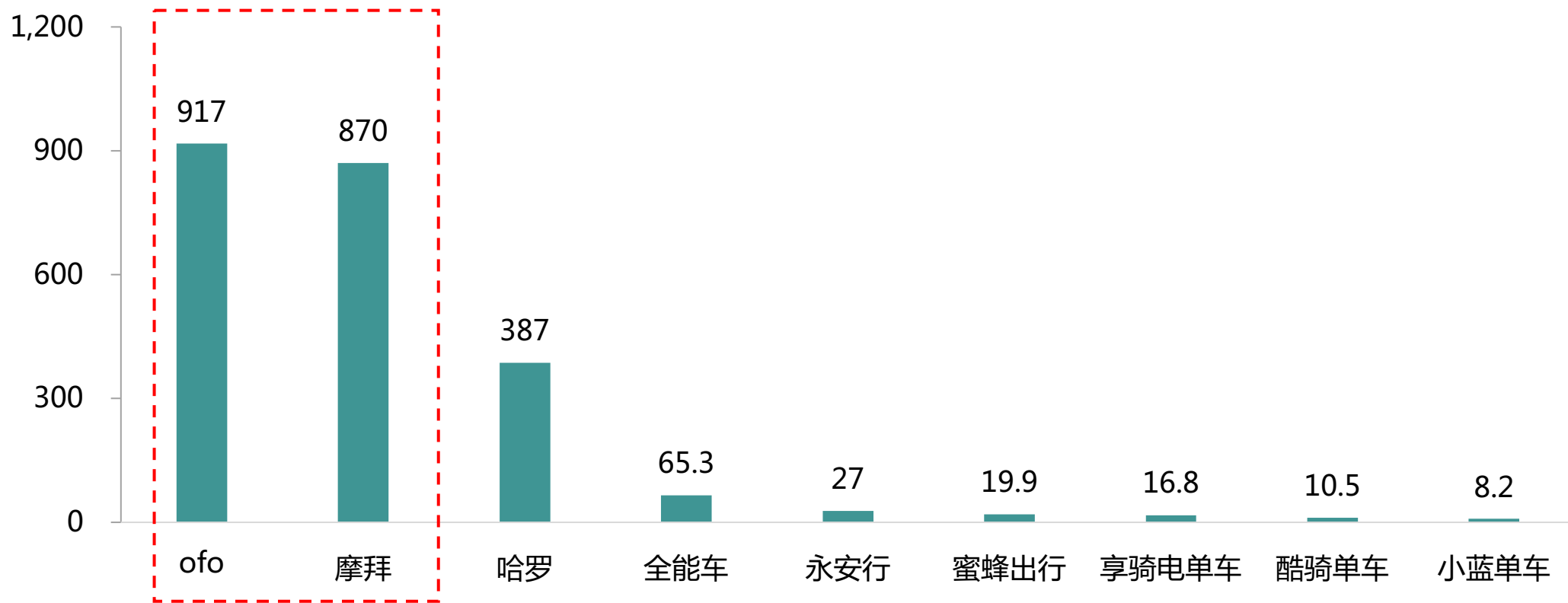
# 网络借贷DAU大起大落

2017年7月-2018年6月网络借贷主流应用DAU走势（单位：万）



## 共享单车市场ofo及摩拜双寡头竞争格局依旧 新进品牌无明显起色

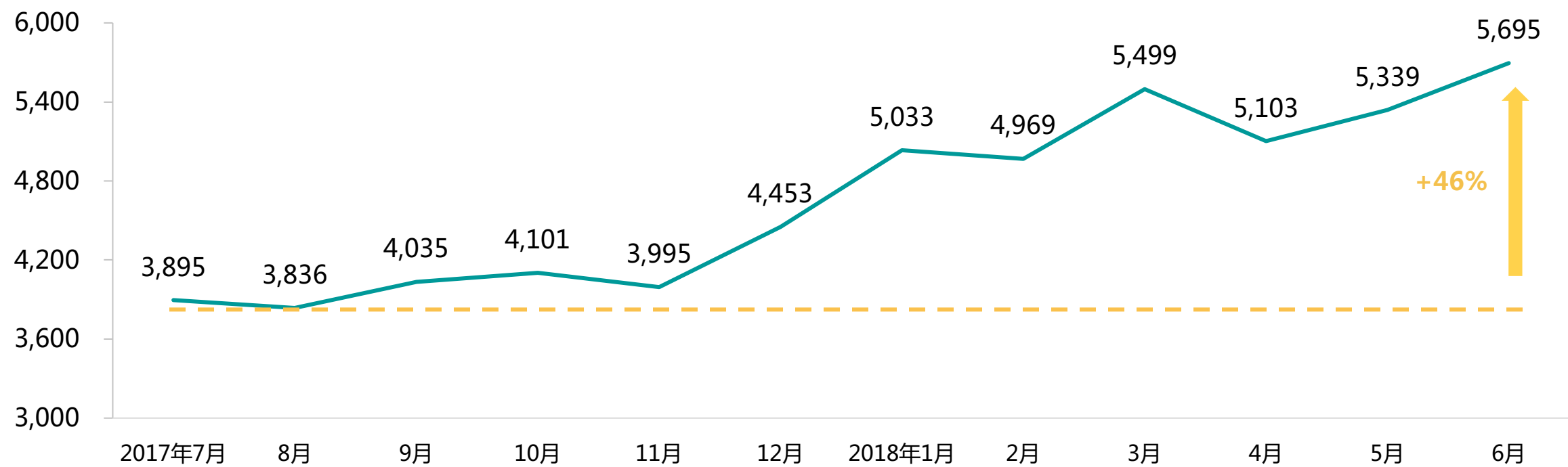
2018年6月共享单车主流应用MAU（单位：万）





# 2018年上半年中国出行用车用户规模突破5千万，年增长46%

2017-2018年出行用车MAU月度走势（单位：万）



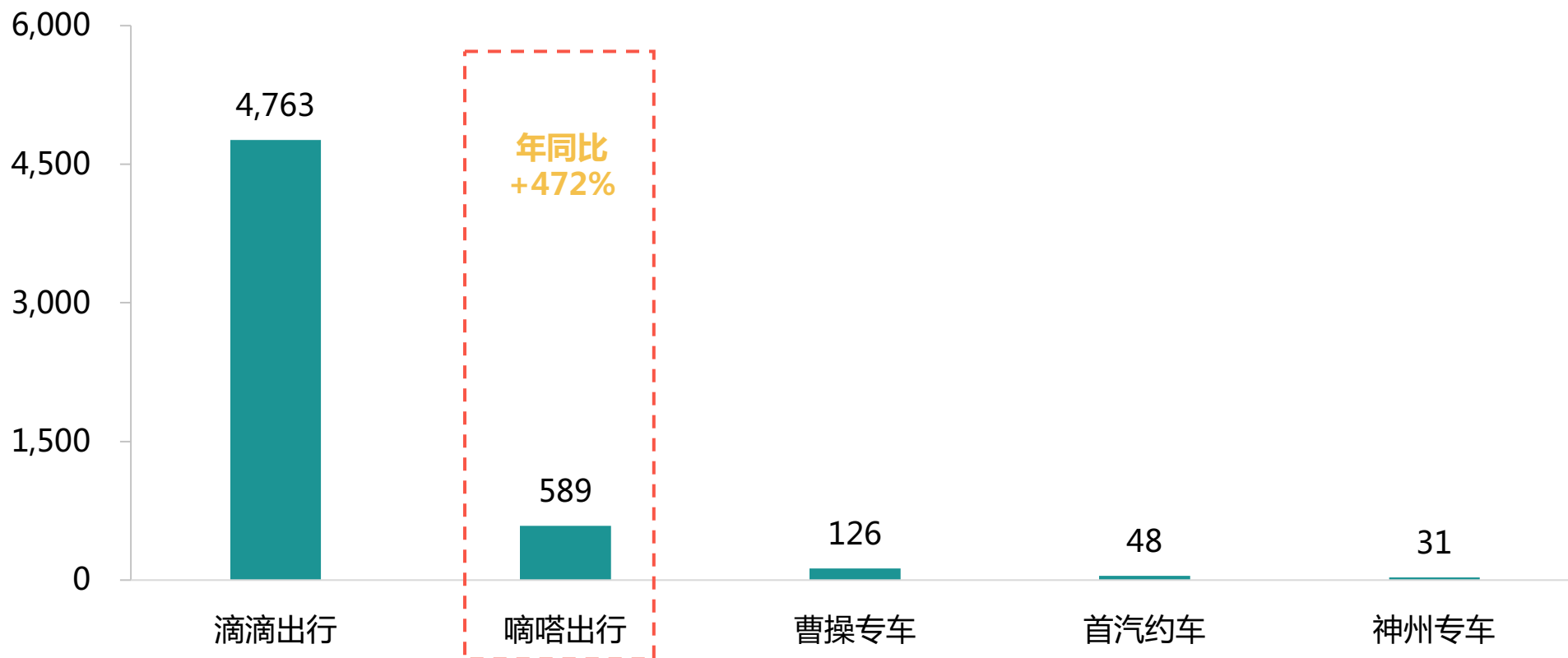
数据来源：Trustdata移动大数据监测平台



# 滴滴用户规模稳居出行用车领域榜首，MAU近5000万

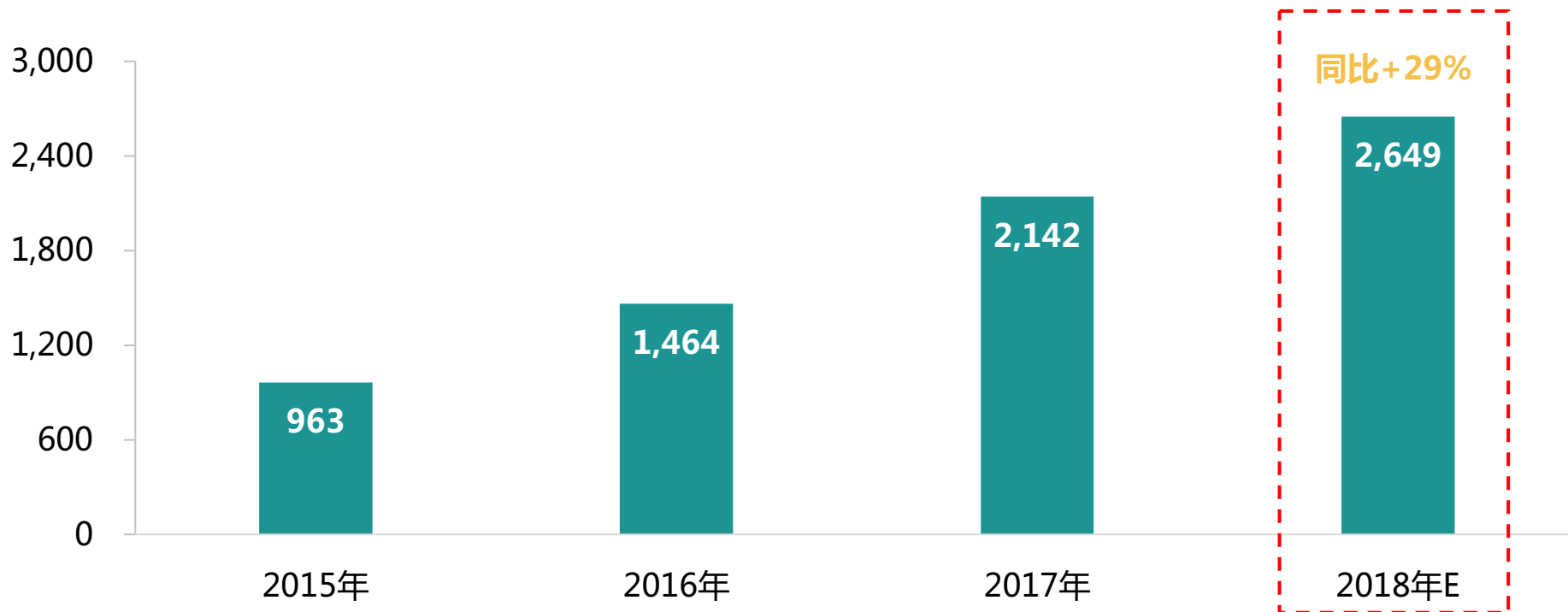
## 嘀嗒出行年同比增长近5倍，用户规模近600万

2018年6月中国汽车出行主流应用MAU（单位：万）



# 2018年中国互联网家装用户规模将达3千万 同比增长29%

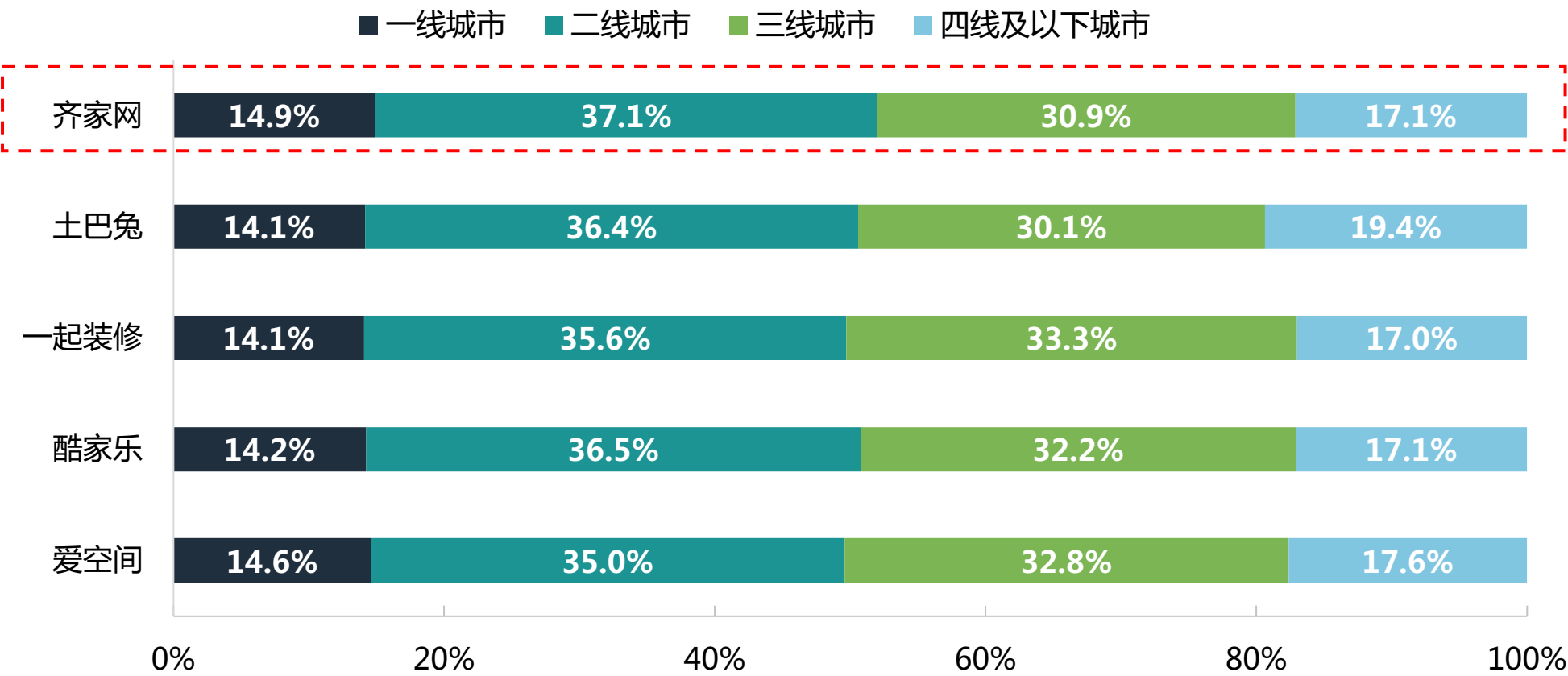
2015-2018年中国互联网家装行业用户规模总量趋势（万）



- 活跃用户数据统计含已成交及有装修需求多次访问待转化用户，包括PC端、APP全网用户

# 齐家网一二线城市占比领先

2018年1-6月中国互联网家装主流平台活跃用户城市等级分布



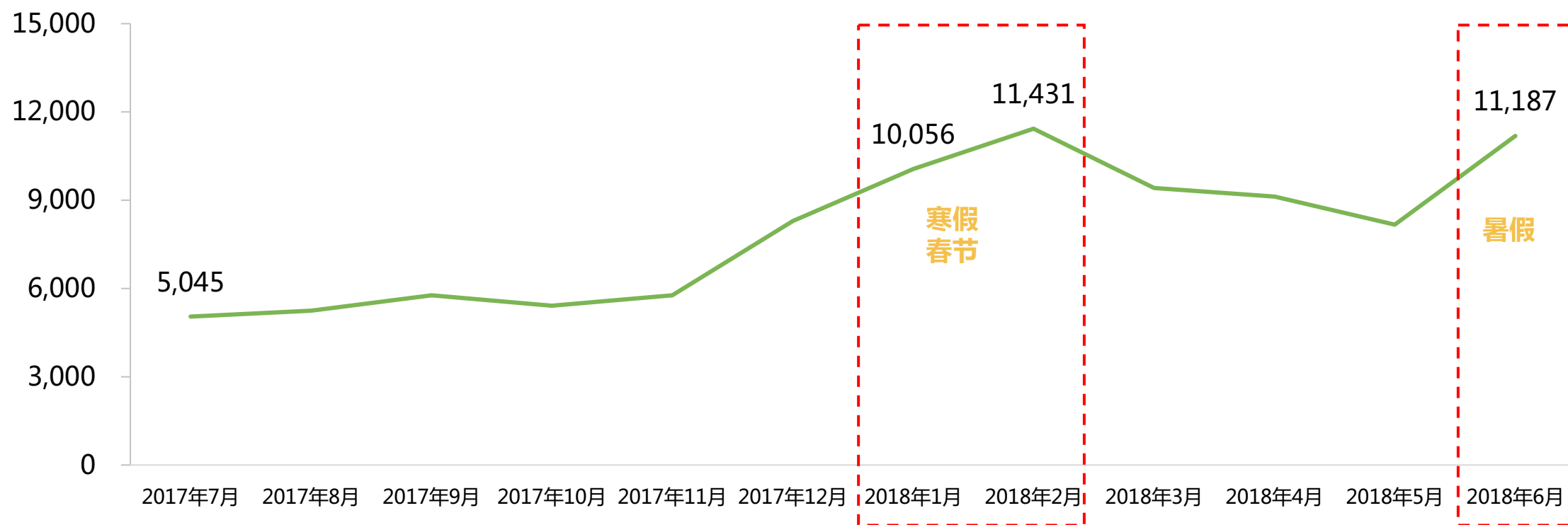
数据来源：Trustdata移动大数据监测平台



# 出行票务市场节假日特征明显

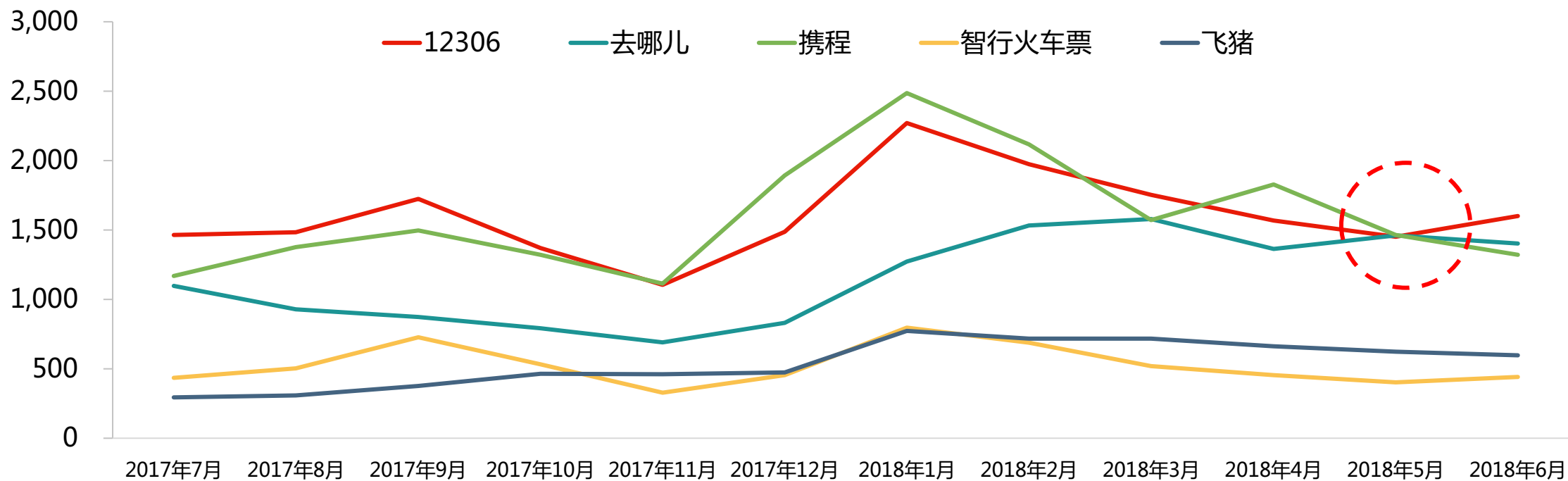
## 2018年MAU最高达1.1亿

2017年7月-2018年6月出行票务MAU走势（单位：万）



## 进入暑假期间，12306MAU再次领先 去哪儿网及携程略有跌势，分列其后

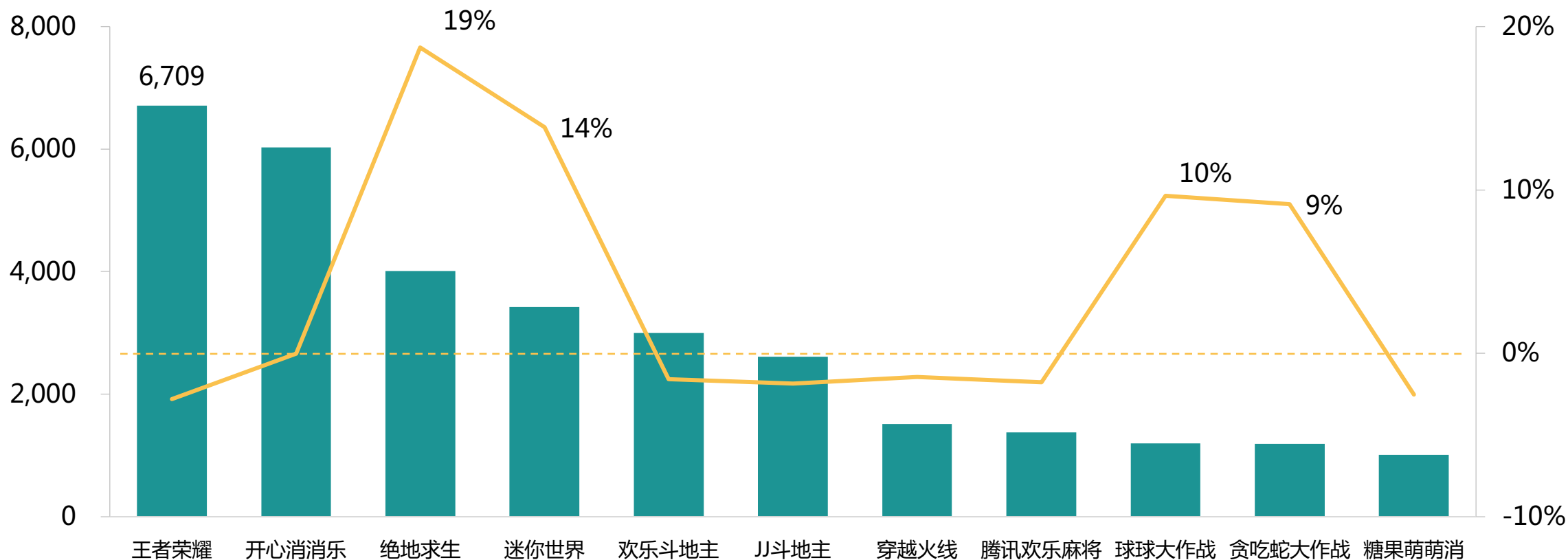
2017年7月-2018年6月出行票务主流应用MAU走势（单位：万）



# 《王者荣耀》 MAU近7千万，手游霸主地位依旧

## 《绝地求生：刺激战场》持续增长，用户规模至4千万

2018年6月手机游戏MAU 及环比增长-TOP10应用（单位：万）





**Trust Us, Trust Data**