



年年双11，今年哪些 app和你一起过

2018年双11数据专题研究

极光大数据

2018.11

关键发现



截至2018年11月，综合商城行业用户规模达8.79亿，较去年同期上升28.3%，渗透率达79.9%



阿里系的手淘和天猫2018年双11增长势头放缓，拼多多表现突出；拼多多2018年双11独占率逆势增长，达5.5%



2018年双11，每用户手机中装有2.3个综合商城app，去年同期为1.9个



受拼多多异军崛起的影响，2018年双11综合商城app一二线城市用户占比提升；另外，女性用户和36岁以上用户占比有所增加

JIGUANG
—— 极光大数据

CHAPTER 01

2018年双11回顾

2018年双11回顾

- 今年是双11购物节的第十个年头，双11已经演化成全民的购物狂欢节；据商务部公布的数据，今年双11全国网络零售交易额超过3000亿元，其中天猫公布的数据，天猫双11交易总额就达2135亿元；京东公布双11累计成交额达1598亿元；交易金额数据年年攀新高，首当其冲的是综合类电商平台
- 本报告以综合商城中渗透率top 6的app为主要内容，探索2017年双11和2018年双11的异同

商务部数据显示



双11期间全国网络零售交易额
超过**3000亿元**



同比增长约
27%



天猫双11成交额

2135亿元



11日当天

15:49:39

达到2017年双11
总成交额1682亿

极光大数据



拼多多平台总物流订单数

同比增长逾**300%**



农产品订单量

超**4000万**单



京东双11累计成交额

1598亿元



同比增长约

25.7%

数据来源：根据公开资料整理

CHAPTER 02

综合商城app运营数据

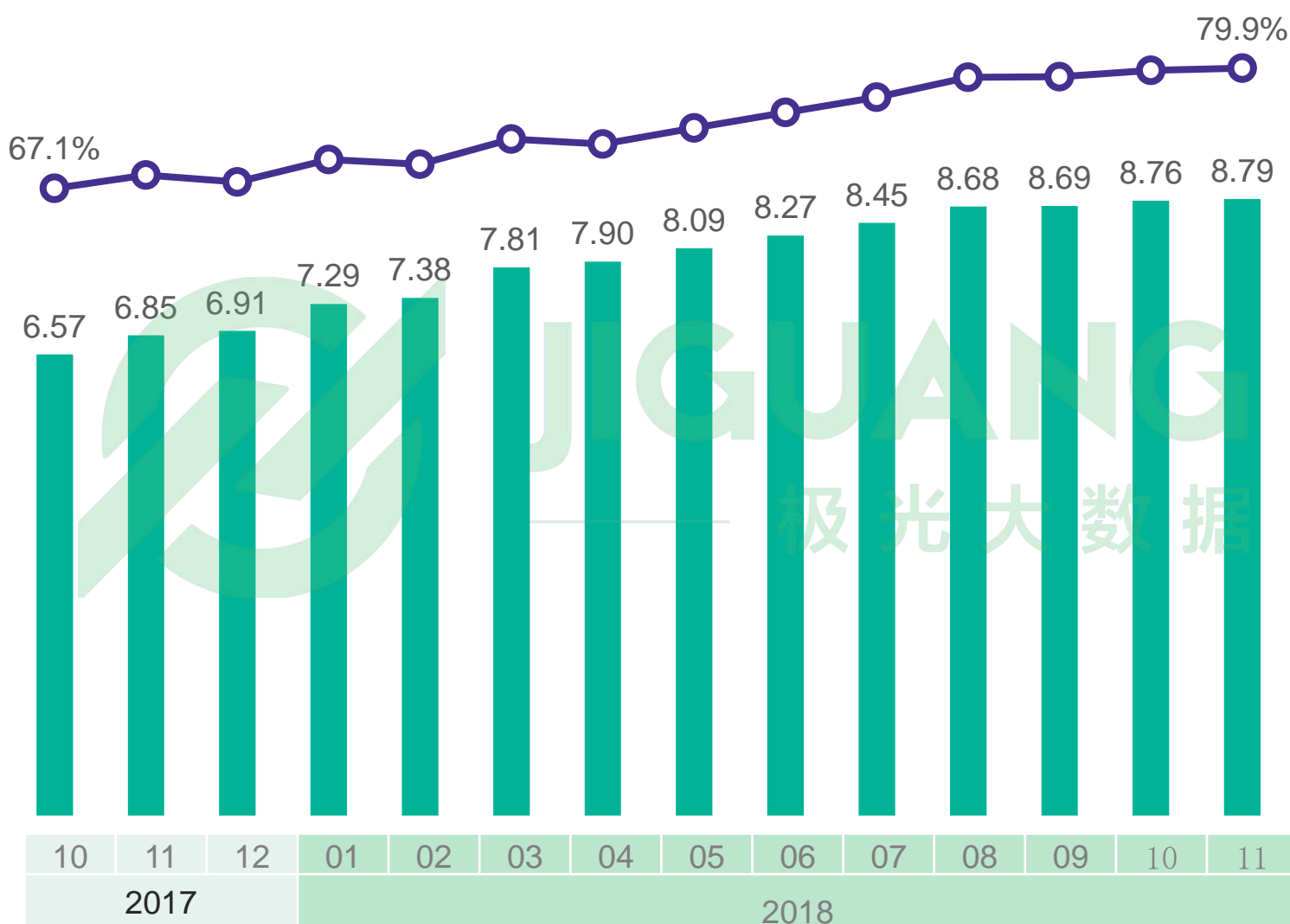
综合商城app用户规模和安装渗透率

综合商城app 11月渗透率达79.9%

- 从去年10月开始，综合商城app用户规模有所上涨；截至2018年11月，综合商城行业用户规模达8.79亿，较去年同期上升28.3%，11月渗透率达79.9%，相当于每10个移动互联网用户中有8个综合商城app用户

综合商城app用户规模和安装渗透率

综合商城用户规模（亿人） 渗透率



数据来源：极光大数据；取数周期：2017.10-2018.11

注：用户规模指安装该行业任一app的用户数

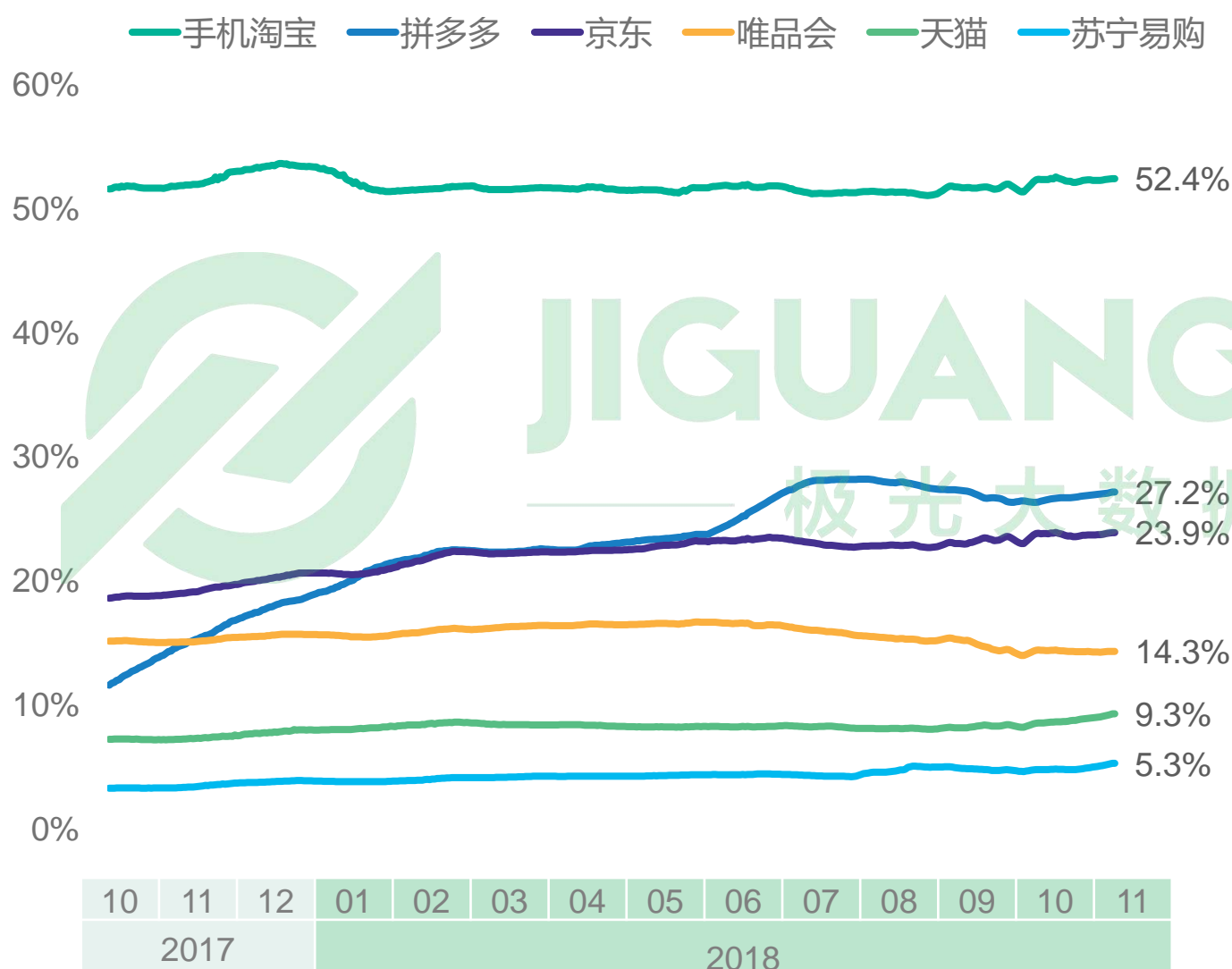
注：行业安装渗透率=安装该行业任一app的设备数 / 市场总设备数

主要综合商城app渗透率

手淘一路领先，拼多多增长最快

- 手机淘宝今年11月渗透率达52.4%，与去年同期基本持平
- 拼多多增长最快，由去年10月初的11.6%渗透率上升至7月中下旬的28.2%，达到统计周期的峰值，随后渗透率基本保持平稳，11月底渗透率为27.2%

主要综合商城app渗透率



数据来源：极光大数据；取数周期：2017.10-2018.11

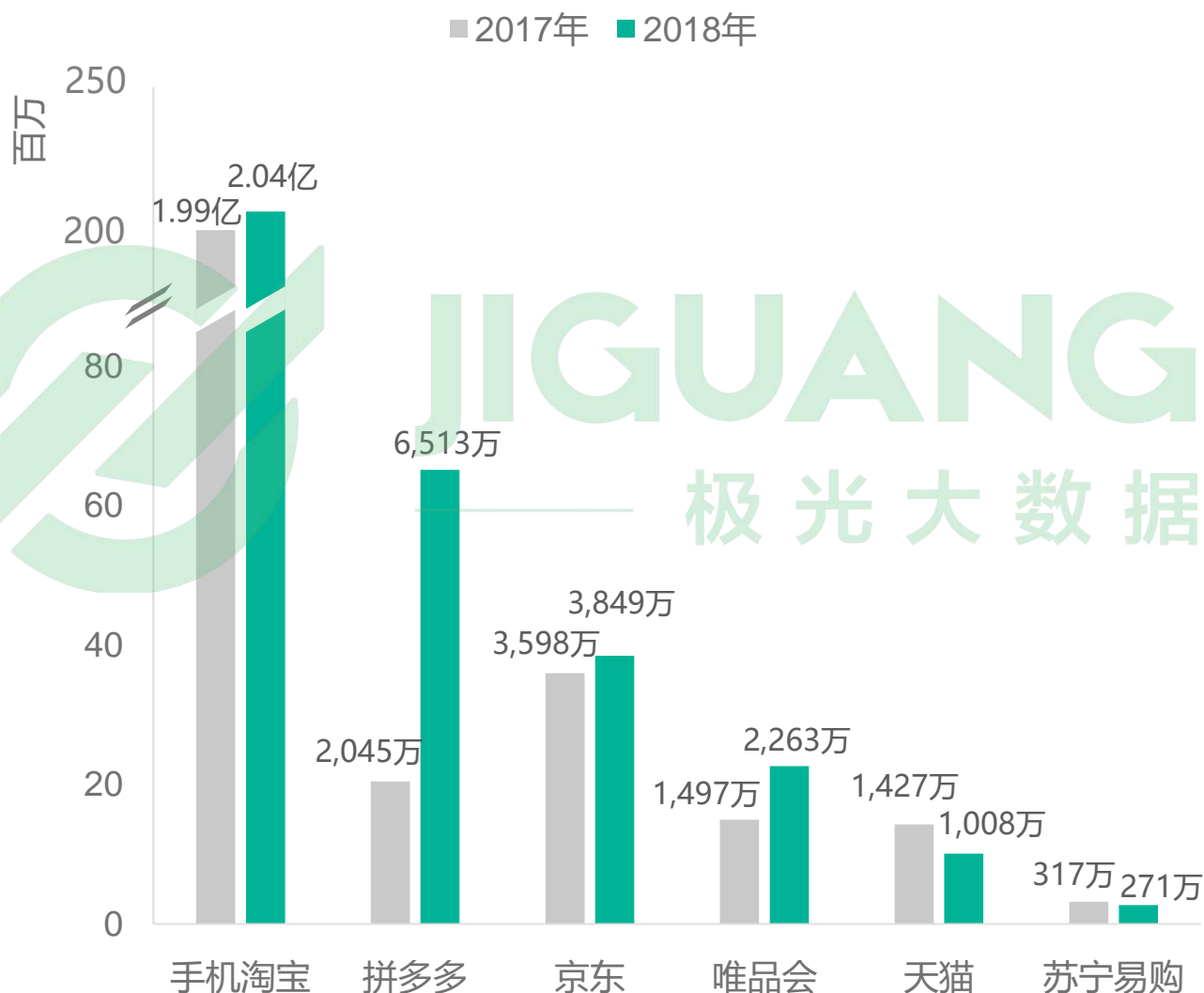
渗透率 = 安装某app的设备数 / 市场总设备数 * 100%

双11期间综合商城app DAU

拼多多双11期间DAU均值同比增长率超2倍

- 2018年双11期间，手机淘宝DAU均值达2.04亿，较2017年同期略有增长；天猫今年双11期间DAU为1,008万，较去年同期下降30%；手淘和天猫双11期间DAU的表现，反映出阿里系国内主要电商平台用户红利天花板将近
- 拼多多双11期间DAU均值达6,513万，2017年同期为2,045万，增长较快

双11期间综合商城app DAU均值



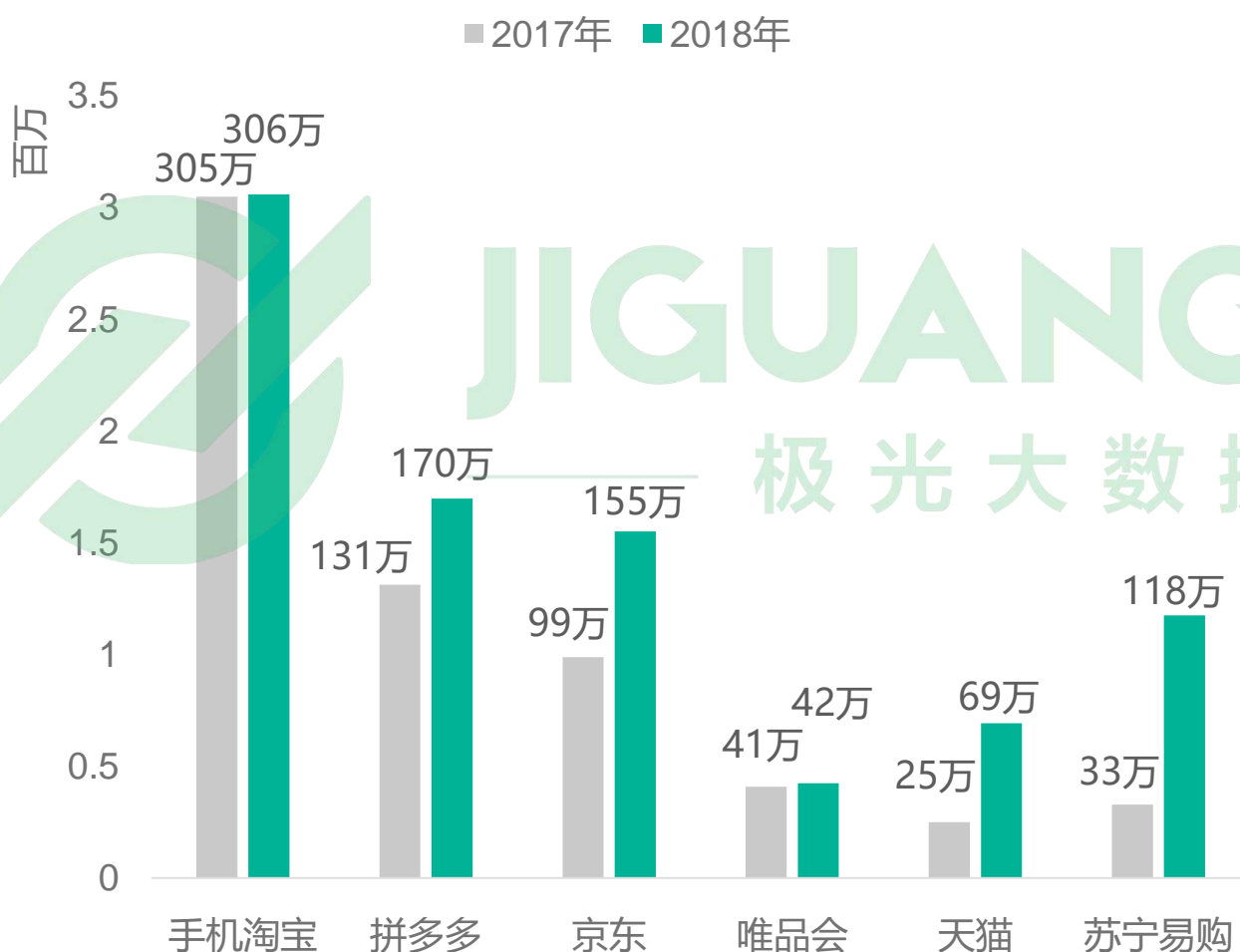
数据来源：极光大数据；取数周期：2017.10.20-2017.11.11，2018.10.20-2018.11.11；
双11期间指2017年或2018年从10月20日至11月11日时间段

双11期间综合商城app日新增用户数

双11期间，6大综合商城日新增用户数较去年同期都有所上涨

- 手淘2018年双11期间日新增用户数均值达306万，去年同期为305万，略有增长
- 拼多多2018年双11期间日新增用户数均值达170万，较去年同比增长率达30%；京东今年双11期间日新增用户数均值达155万，同比增长率达57%

双11期间日综合商城app日新增用户数均值



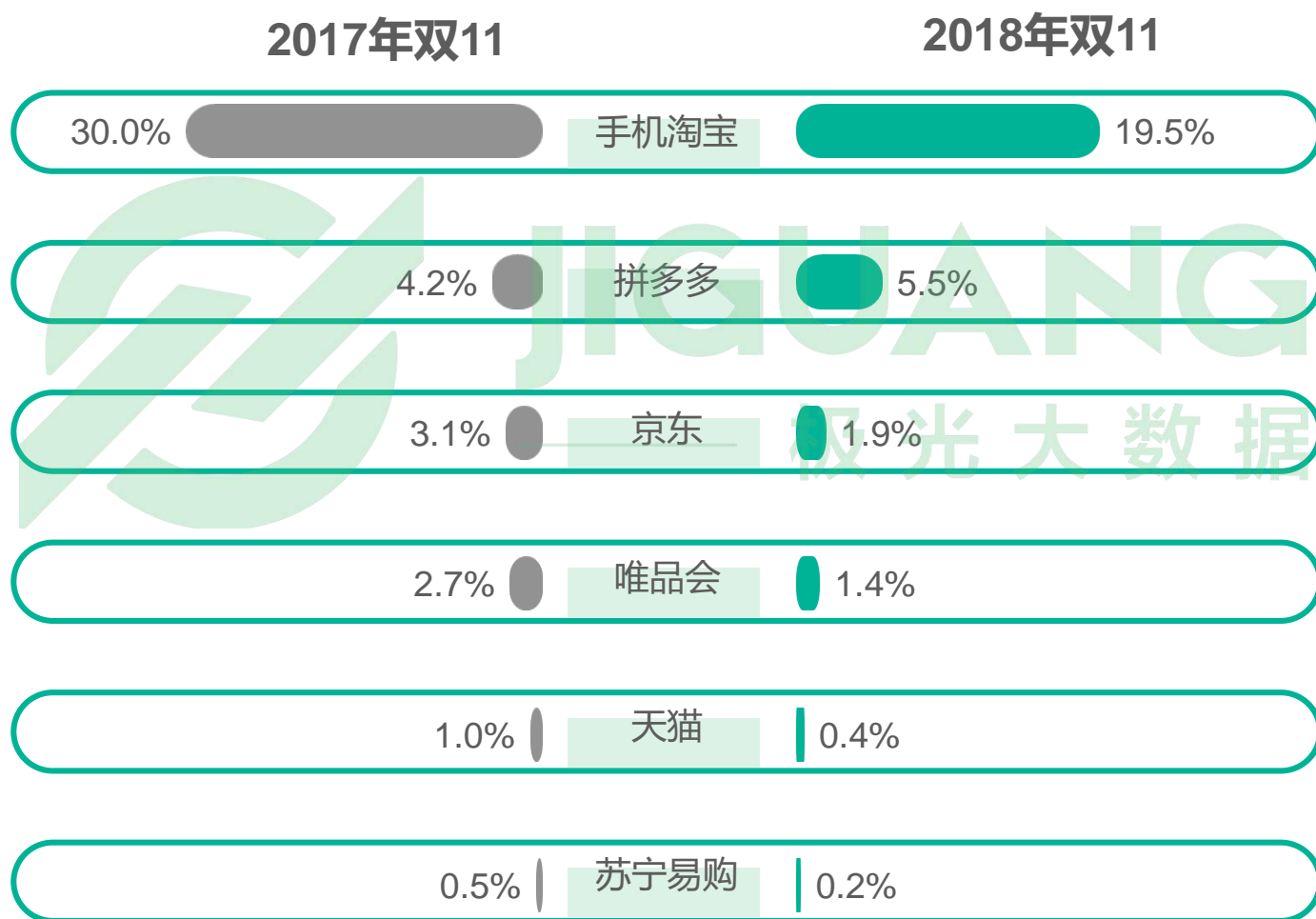
数据来源：极光大数据；取数周期：2017.10.20-2017.11.11，2018.10.20-2018.11.11；
双11期间指2017年或2018年从10月20日至11月11日时间段

双11期间综合商城app独占率

拼多多双11独占率逆势增长，达5.5%

- App独占率指在同类型app中，用户仅安装该款app的比例，侧面反映app领域的竞争情况
- 今年双11期间，手淘app独占率为19.5%，去年同期为30%；拼多多去年双11独占率为4.2%，今年同期达5.5%；其他4款综合商城app独占率均有所下降，拼多多app独占率的增长或许是因为其有着与其他综合商城不同的用户群体

双11期间综合商城app独占率



数据来源：极光大数据；取数周期：2017.11和2018.11

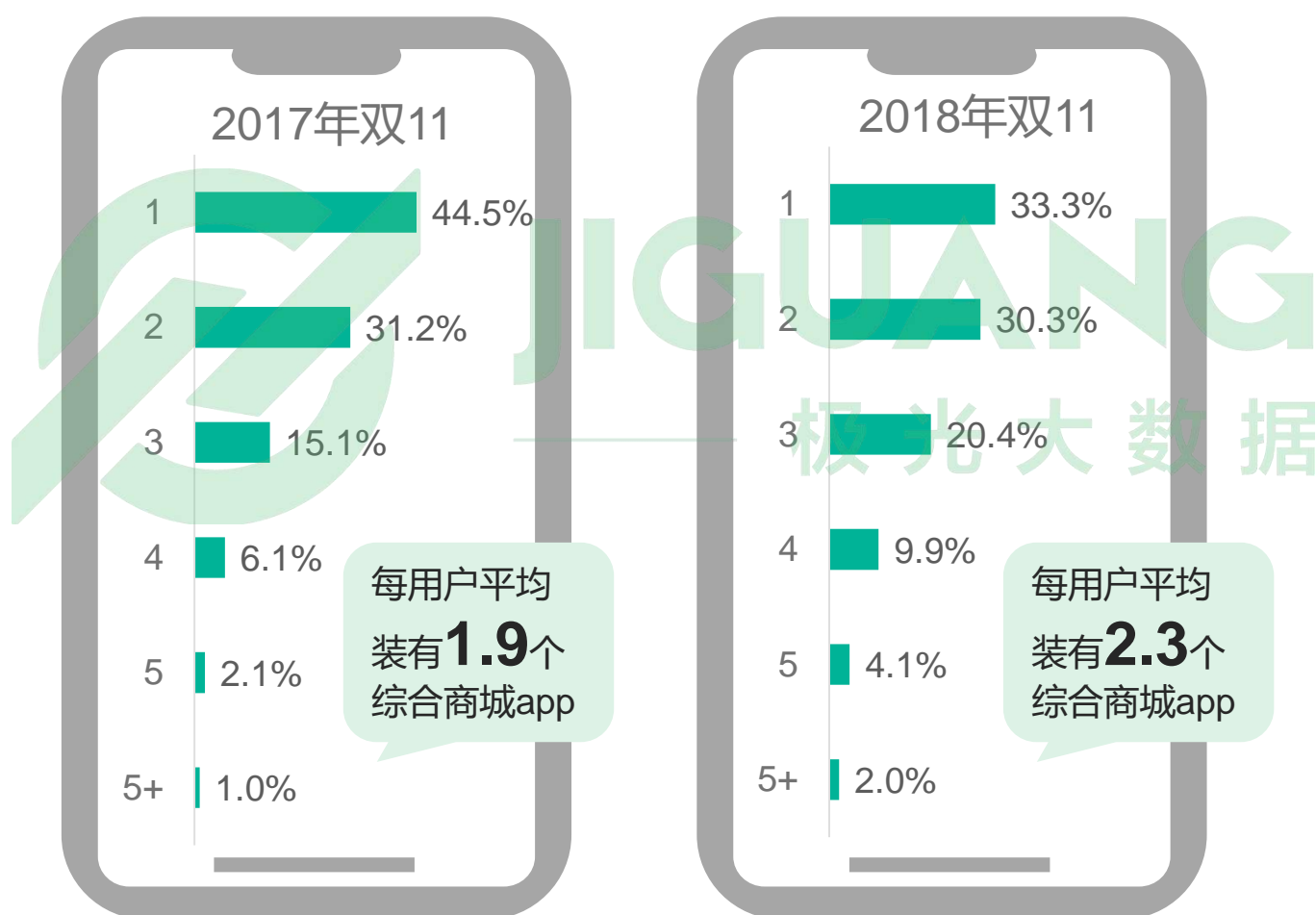
某app独占率 = 指装有某综合商场app且未安装其他综合商场app的设备数 / 安装该app的总设备数

每用户综合商城app个数

今年双11，每用户手机中装有2.3个综合商城app

- 在2018年双11，安装1个综合商城app的用户占比最大，达33.3%；安装5个及以上综合商城app的用户均有所增长；整体来看每用户平均装有2.3个综合商城app，较去年增加0.4个

每用户手机中装有综合商城app个数



数据来源：极光大数据；取数周期：2017.11和2018.11

CHAPTER 03

双11用户画像对比

双11用户性别和年龄层分布

双11女性用户和36岁以上用户占比有所增加

- 去年双11期间，女性用户占比54.2%，今年占比为54.7%，略微有所增长
- 用户年龄层分布中，36-45岁用户占比11.5%，去年同期占比11%，46岁以上用户今年双11占比4.2%，去年同期为3.5%，均有增长

双11用户性别分布



2017年双11

45.8%

54.2%

2018年双11

45.3%

54.7%

双11用户年龄层分布

2017年双11

2018年双11

39.1%

0-25岁

37.9%

46.4%

26-35岁

46.4%

11.0%

36-45岁

11.5%

3.5%

46岁以上

4.2%

数据来源：极光大数据；取数周期：2017.11和2018.11

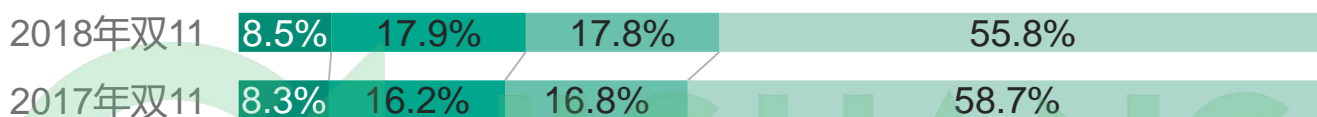
双11用户地域分布

2018年双11一二线城市用户占比增加

- 今年双11期间，一线城市、新一线城市和二线城市占比分别为8.5%、17.9%、17.8%，较去年同期均有所上涨；受2018年拼多多异军崛起的影响，综合商城用户群体出现逆用户下沉的现象
- 广东省位列省级行政区用户分布第一，占比11.7%，去年双11占比为10.7%；另外，北上广深四个一线城市占比均有增长

双11用户地域分布

■ 一线城市 ■ 新一线城市 ■ 二线城市 ■ 三线城市及以下城市



2017年双11

2018年双11

访客量top10 省级行政区		访客量top10 城市		访客量top10 省级行政区		访客量top10 城市	
广东省	10.7%	北京市	2.3%	广东省	11.7%	上海市	2.3%
河南省	9.4%	上海市	2.3%	河南省	7.8%	重庆市	2.3%
江苏省	7.5%	广州市	1.9%	山东省	7.1%	北京市	2.2%
山东省	6.9%	深圳市	1.8%	江苏省	6.7%	广州市	2.1%
四川省	4.9%	郑州市	1.7%	浙江省	5.4%	深圳市	1.9%
浙江省	4.6%	成都市	1.6%	河北省	4.9%	成都市	1.7%
河北省	4.6%	重庆市	1.6%	四川省	4.9%	东莞市	1.6%
湖南省	3.7%	苏州市	1.5%	湖南省	3.6%	郑州市	1.5%
安徽省	3.5%	东莞市	1.4%	广西壮族自治区	3.3%	苏州市	1.4%
湖北省	3.3%	西安市	1.2%	福建省	3.3%	天津市	1.3%

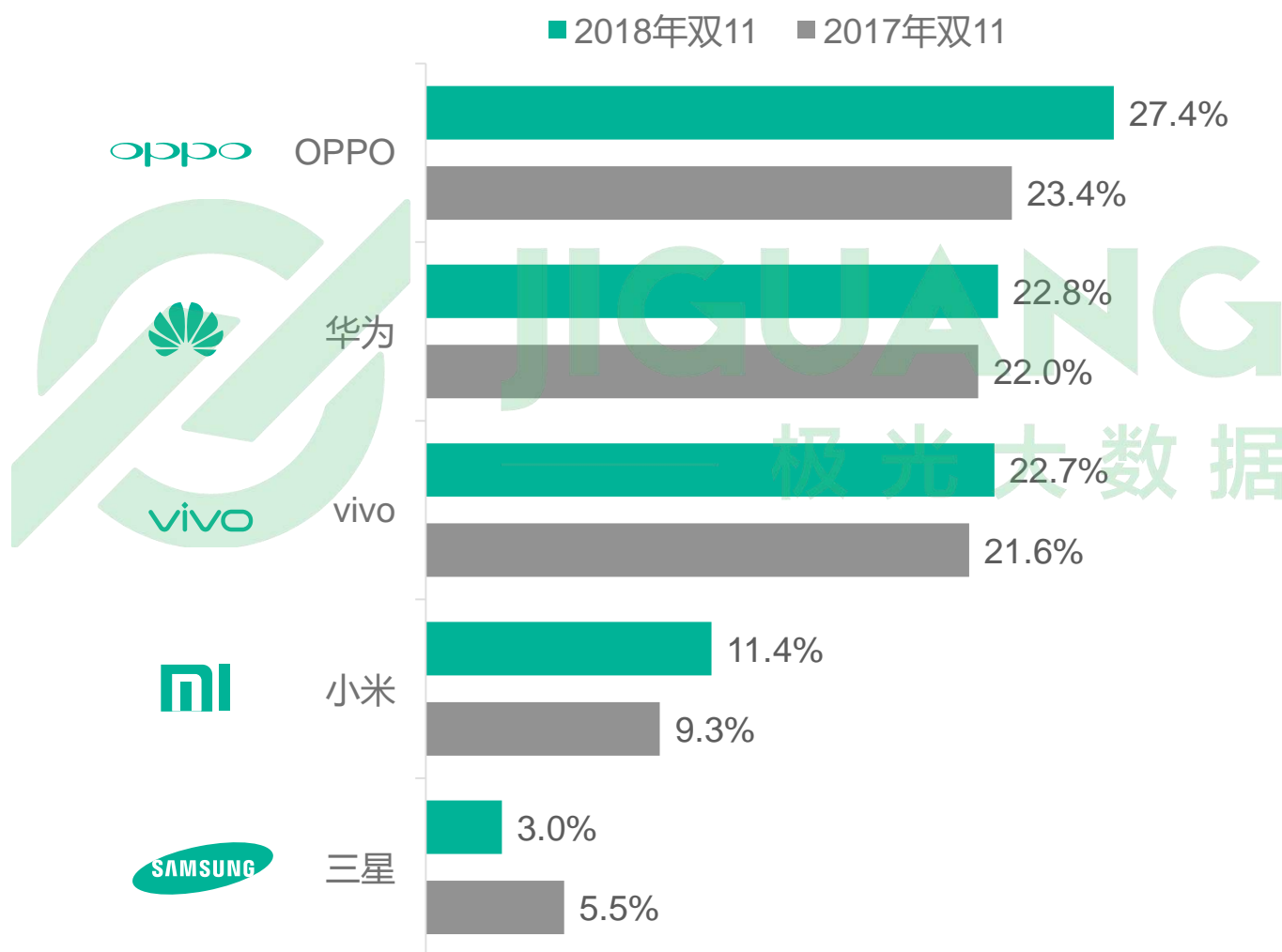
数据来源：极光大数据；取数周期：2017.10.20-2017.11.11和2018.10.20-2018.11.11；
城市等级分布参考第一财经发布的《2018年城市商业魅力排名榜》

双11用户安卓手机品牌分布

OPPO、华为和vivo是安卓手机品牌前三甲

- 2018年双11期间，OPPO手机用户占比27.4%，华为手机用户占比22.8%，vivo手机用户占比22.7%，这三个手机品牌占比之和已达72.9%
- 相比去年双11，今年用户的安卓手机品牌集中度有所提升，占比前五的品牌中，三星是唯一出现占比下降的品牌

双11用户安卓手机品牌分布top 5



数据来源：极光大数据；取数周期：2017.11和2018.11

双11用户社交风格、兴趣、游戏喜好

知识青年、喜爱动漫和动作类游戏的用户占比分别均有增长

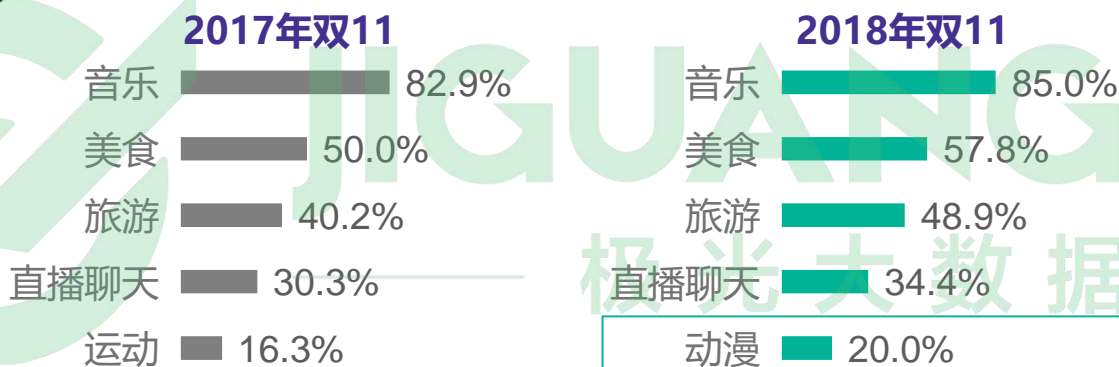
- 在社交风格方面，2018年双11流行时尚占据榜首，占比为53.5%，知识青年上升至第四，占比9.6%；兴趣爱好中，2018年双11动漫以20%的占比跻身第五名；在游戏方面，动作类游戏以26.8%的占比登顶榜首



社交风格



兴趣爱好



游戏类别



数据来源：极光大数据；取数周期：2017.11和2018.11

双11用户app偏好

美团是2017年和2018年两届双11用户最为偏爱的app

- 除了位居榜首的美团外，新浪微博和优酷在2018年分别上升至第二和第三名，同属阿里系的平台；另外，在2018年双11偏好top 10中，二手电商闲鱼和生活购物分享社区小红书也出现在其中

双11用户app偏好

2017年双11

App名称	偏好指数
 美团	38.3
 携程旅行	35.9
 支付宝	35.3
 新浪微博	35.2
 饿了么	35.1
 58同城	34.4
 大众点评	34.4
 闲鱼	34.3
 去哪儿旅行	33.7
 滴滴出行	33.2

2018年双11

App名称	偏好指数
 美团	27.9
 新浪微博	27.3
 优酷	26.2
 携程旅行	25.5
 闲鱼	25.4
 58同城	25.3
 小红书	25.3
 饿了么	25.2
 美图秀秀	24.8
 滴滴出行	24.4

数据来源：极光大数据；取数周期：2017.11和2018.11

极光app偏好指数为极光基于app大数据挖掘建立的评价指标，用于评估该群体相对于平均水平而言，对于某款app的偏好程度；app数据剔除了综合商城类别

报告说明

1. 数据来源

极光大数据，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. 数据周期

报告整体时间段：2017.10-2018.11

3. 数据指标说明

具体数据指标请参考各页标注

4. 法律声明

极光大数据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，由于方法本身存在局限性，极光大数据依据上述方法所估算、分析得出的数据信息仅供参考，极光大数据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大数据无关，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

关于极光

关于极光极光（纳斯达克股票代码：JG）成立于2011年，是中国领先的移动大数据服务平台。极光专注于为移动应用开发者提供稳定高效的消息推送、即时通讯、统计分析、社会化组件和短信等开发者服务。截止到2018年9月份，极光已经为36.9万移动开发者和99.1万款移动应用提供服务，其开发工具包（SDK）安装量累计近174亿，月度独立活跃设备近10.3亿部。基于海量数据和洞察积累，极光已将业务拓展至大数据服务领域，包括精准营销（极光效果通）、金融风控、市场洞察以及商业地理服务（极光iZone）。极光将继续借助人工智能与机器学习为移动大数据赋能，致力于为社会和各行各业提高运营效率，优化决策制定

极光产品线

极光开发者服务：高效稳定 SDK、节约开发资源、增强用户体验、提升业务效率

极光效果通：精准锁定目标用户，量身定制广告投放策略，提高运营效率

极光数据服务：解析目标客户，洞悉行业趋势，跟踪企业运营情况，帮助企业决策者提升决策效率

业务咨询请联系



数据改变世界



华北地区数据咨询

hucd@jiguang.cn

华东、华南地区数据咨询

jianghh@jiguang.cn

全国商务咨询

sales@jiguang.cn

媒体数据引用：

marketing@jiguang.cn