

中国互联网流量季度监测报告

2018年Q2



摘要



截至2018年6月，中国移动互联网独立设备数突破**13亿**台，以男性用户为主（**58%**），90、95后是消费主力军，广东省网民集中度最高，四川作为唯一一个西部省份冲进前五。城市下沉、流量增速放缓，互联网后流量时代，存量之争势在必行。



中国网民更加依赖互联网，人均单日使用APP时长达**3.2**小时，接近北京直飞东京用时；人均单日使用APP次数达**30**次，同比去年6月增长**45%**。其中视频服务APP霸占用户日均时间最久（**90.7分钟**），通讯聊天APP摘取人均单日使用次数状元榜（**11.6次**）。



2018Q2移动网民人均安装**44.2**个APP，人均卸载**8.1**个APP。即时通讯新装-活跃率最高（**93.1%**），WIFI、智能穿戴紧随其后。Android端各应用分发APP独立设备数保持高速增长趋势，应用宝以**2.66亿**设备数领跑，撼动IOS用户市场。



泛娱乐行业寡头化明显，竞争激烈，**1**个在线音乐APP即可满足**81.8%**的用户需求，**46.8%**的用户也仅安装**1**个短视频APP。用户观看在线视频习惯从PC端向移动端迁移，但40岁以上中老年用户PC端占比在增长。



截至2018年6月，短视频行业人均单日使用时长为**34.23**分钟，同比增加2.64分钟，相当于抖音中级用户至少多拍**3**条短视频。社交网络行业明星效应和粉丝经济明显，人均单日使用时长为**28.5**分钟，同比全年同期则增加了0.8分钟，半小时刷尽关心的人与事。



综合电商在PC端仍占据一席之地，行业渗透率达**76%**，移动购物也一路高歌猛进，6月独立设备数达**8.5亿**台。美食外卖行业用户市场发展趋于稳定，存量用户是竞争重点。

中国移动互联网市场发展概览	1
中国移动网民洞察	2
中国移动渠道市场监测	3
热门行业分析	4
案例分析：创新发展与生态赋能	5
2018Q2中国移动互联网新势力	6

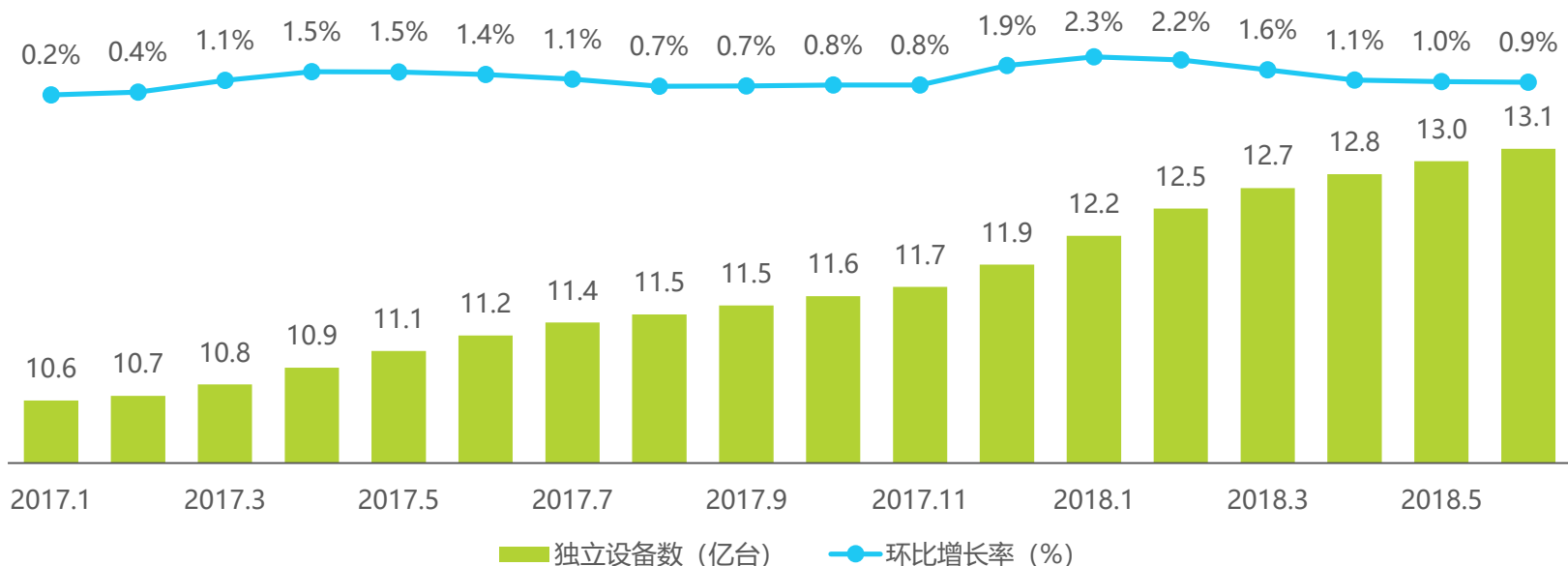
中国移动互联网用户规模概况

互联网流量增速放缓，存量之争势在必行

随着中国互联网基础设施建设的优化升级以及移动设备普及率的提升，截至2018年6月，中国移动互联网独立设备数突破13亿，较2017年末增长9.5%。

月独立设备数稳中有升，但增速逐渐放缓，互联网流量红利日渐殆尽，获客成本不断上升，因此，深耕市场，多元化布局业务，探索线上线下的结合，从存量用户中找增量用户，势在必行。

mUserTracker-2017年1月-2018年6月
中国移动互联网月独立设备数及环比增长率



来源：mUserTracker.2018.6，基于日均400万手机、平板移动设备软件监测数据，与超过1亿移动设备的通讯监测数据，联合计算研究获得。

中国移动互联网用户规模概况

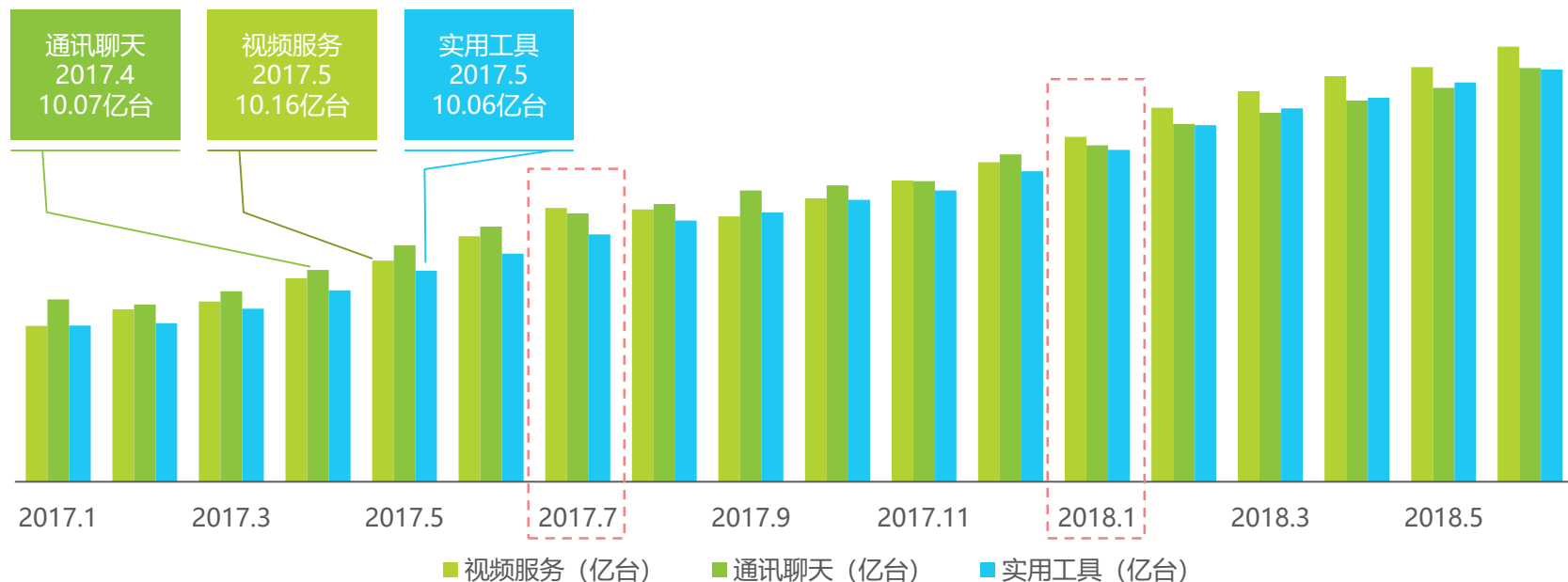
短视频助力视频行业赶超通讯聊天，并愈发强势

截至2018年6月，月独立设备数TOP3行业分别为视频服务、通讯聊天、实用工具。

通讯聊天类应用作为移动互联网核心流量入口，其月独立设备数于2017年4月首先突破10亿台，视频服务和实用工具类应用紧跟其后于2017年5月突破10亿。

2017年7月腾讯视频与爱奇艺视频独立设备数迅猛增长，带动视频服务行业整体提升，并首次超越通讯聊天行业，之后在2018年1月再次赶超。在线视频的娱乐刚需以及短视频的强势崛起，促进视频服务行业的独立设备数持续领先。

mUserTracker-2017年1月-2018年6月
中国移动互联网月独立设备数-TOP3行业



来源：mUserTracker.2018.6，基于日均400万手机、平板移动设备软件监测数据，与超过1亿移动设备的通讯监测数据，联合计算研究获得。

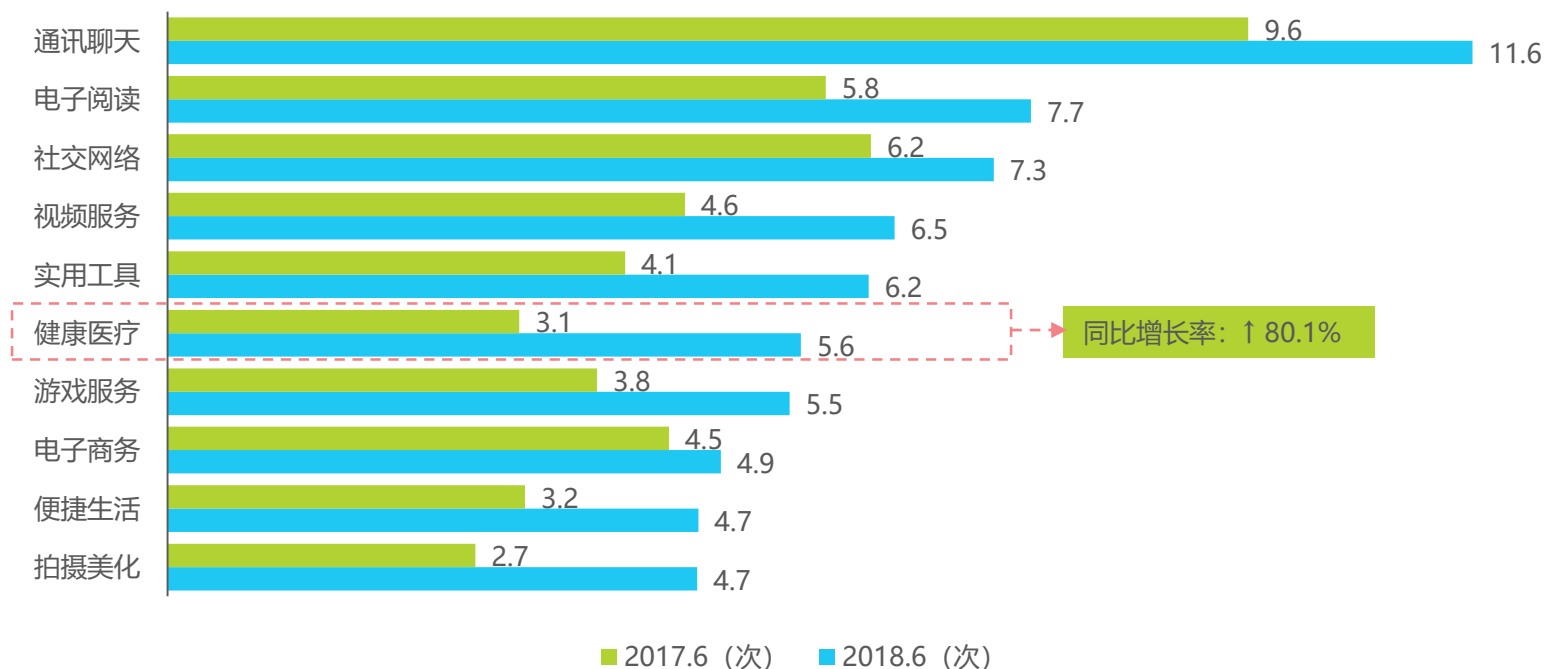
中国移动互联网用户规模概况

通讯聊天摘取状元榜，健康医疗或成流量洼地

以微信为首的通讯聊天行业的人均单日使用次数最多，为11.6次，同比去年增加1.99次。

TOP10人均单日使用APP次数的行业中，健康医疗类APP的同比增长率（80.1%）最高，增加了2.5次。全民健身的风潮以及人们对自身身体健康的愈加重视，是健康医疗类APP使用次数增长的主要原因。

mUserTracker-2017年6月&2018年6月
中国移动网民人均单日使用APP次数TOP10行业



来源：mUserTracker.2018.6，基于日均400万手机、平板移动设备软件监测数据，与超过1亿移动设备的通讯监测数据，联合计算研究获得。

中国移动互联网用户规模概况

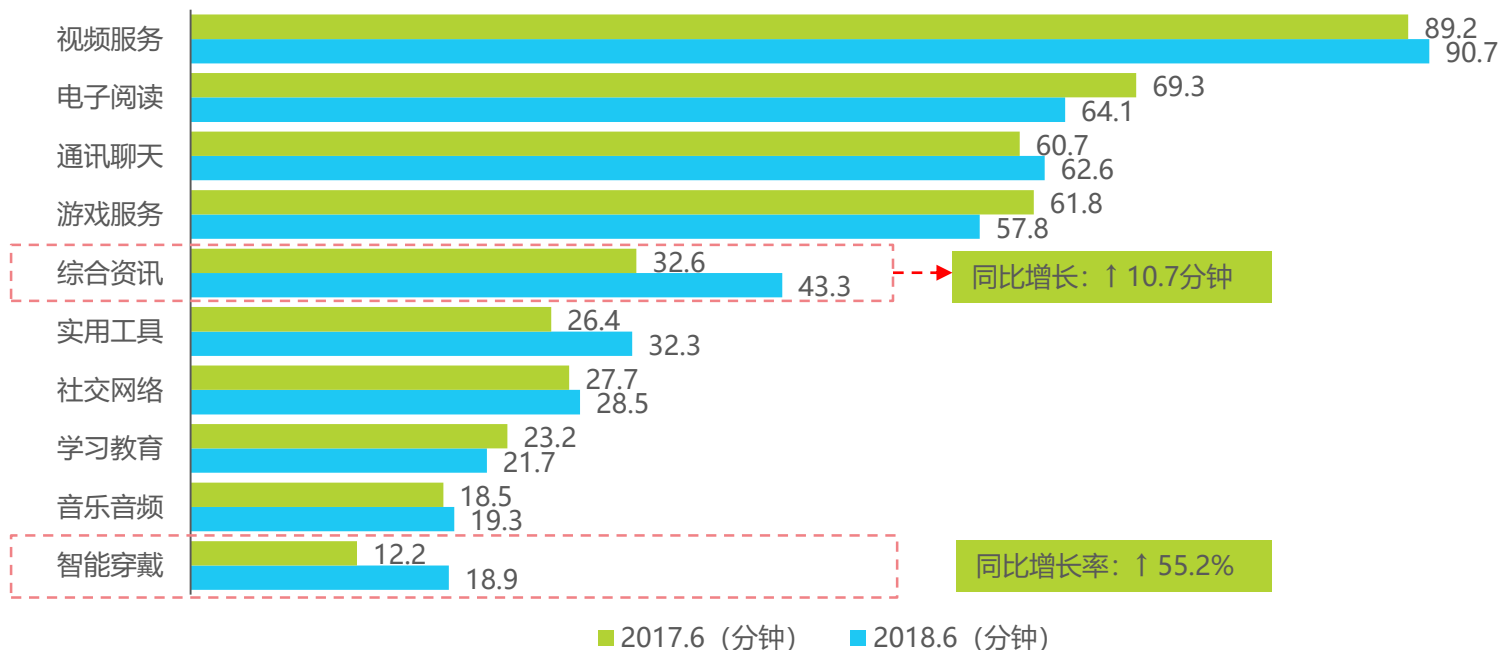
视频服务成刚需，强势领跑人均单日使用APP时长

视频服务类应用的人均单日使用APP时长最久，超1个半小时。

综合资讯行业APP2018年6月同比去年增长量最多，人均单日使用时长增加10.7分钟，这可能与高品质的内容以及优秀的用户体验有关。

智能穿戴行业APP的人均单日使用时长同比增长率最高，超55%。

mUserTracker-2017年6月&2018年6月
中国移动网民人均单日使用APP时长TOP10行业



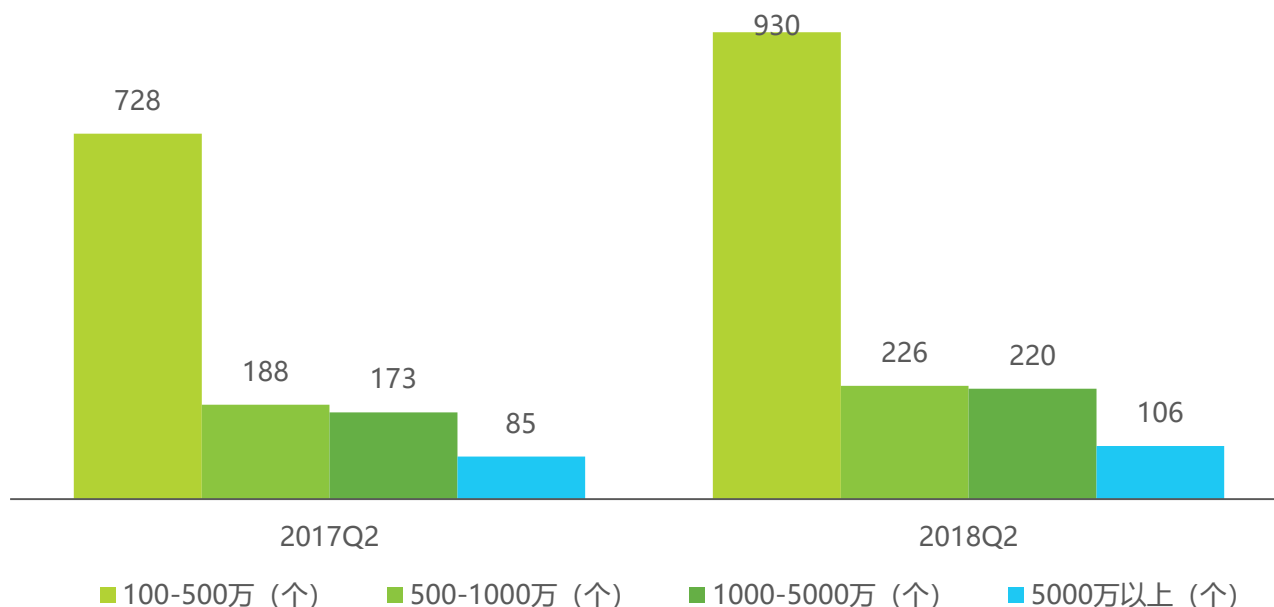
来源: mUserTracker.2018.6, 基于日均400万手机、平板移动设备软件监测数据, 与超过1亿移动设备的通讯监测数据, 联合计算研究获得。

中国移动互联网用户规模概况

六成APP用户数100-500万，APP市场用户抢夺激烈

移动互联网APP市场持续活跃，截至2018年Q2，六成APP独立设备数在100-500万之间，月独立设备数在5千万以上的APP为106个，同比去年增加21个。

mUserTracker-2017年Q2&2018Q2
中国移动互联网不同独立设备数量级的APP数量分布



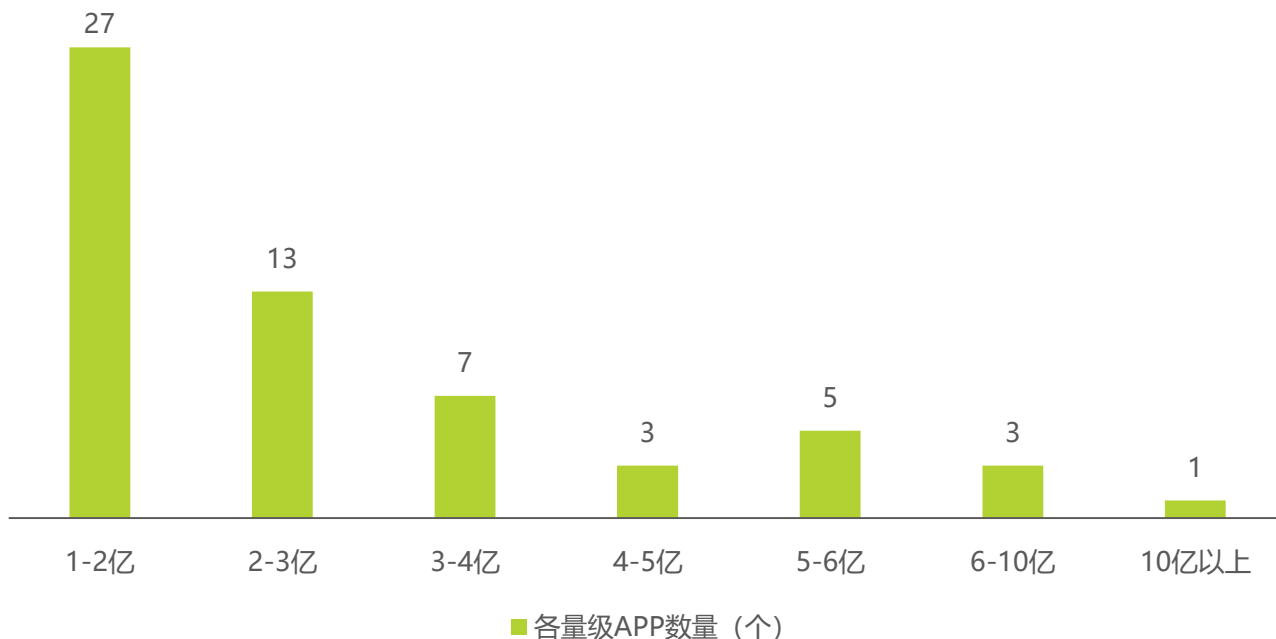
来源：mUserTracker.2018.6，基于日均400万手机、平板移动设备软件监测数据，与超过1亿移动设备的通讯监测数据，联合计算研究获得。

中国移动互联网用户规模概况

5亿+的APP屈指可数，国民级APP微信用户超10亿独占鳌头

2018年6月，独立设备数量超3亿的APP有59个，但5亿+的APP只有个位数，微信以10亿+用户量领跑市场。

mUserTracker-2018年6月中国移动互联网
独立设备数量超1亿的APP个数分布



来源：mUserTracker.2018.6，基于日均400万手机、平板移动设备软件监测数据，与超过1亿移动设备的通讯监测数据，联合计算研究获得。

中国移动互联网市场发展概览

1

中国移动网民洞察

2

中国移动渠道市场监测

3

热门行业分析

4

案例分析：创新发展与生态赋能

5

2018Q2中国移动互联网新势力

6

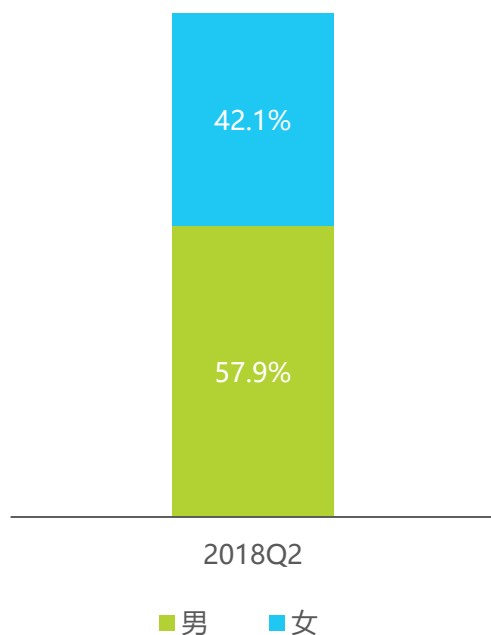
中国移动网民基本画像

移动互联网整体网民男性居多，并以青少年、青年群体为主

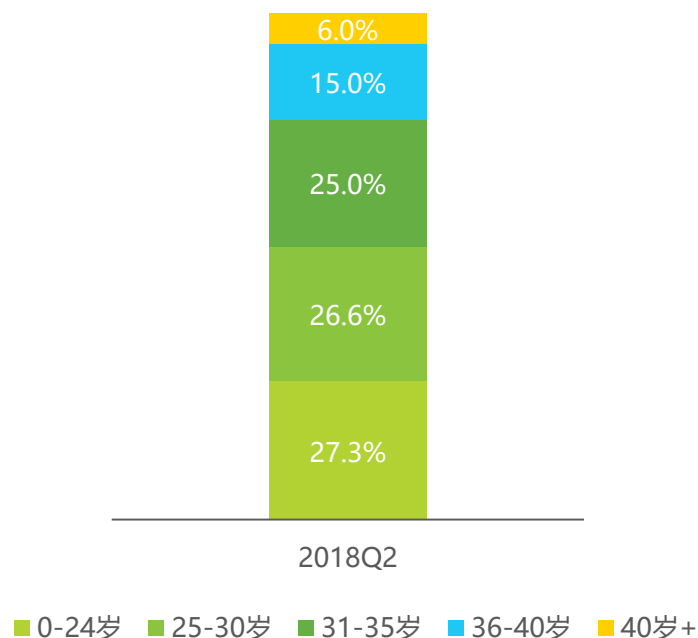
从移动互联网网民整体性别比来看，仍以男性为主，占比58%左右，与人口结构男多女少一致。

从年龄分布上来看，中国移动网民用户中35岁及以下用户占比接近79%，年轻用户仍占主导地位。随着更多90后、95后步入职场，毋庸置疑，他们将成为互联网消费主力军。

mUserTracker-2018Q2中国移动网民性别分布



mUserTracker-2018Q2中国移动网民年龄分布



来源：mUserTracker.2018.6，基于日均400万手机、平板移动设备软件监测数据，与超过1亿移动设备的通讯监测数据，联合计算研究获得

来源：mUserTracker.2018.6，基于日均400万手机、平板移动设备软件监测数据，与超过1亿移动设备的通讯监测数据，联合计算研究获得

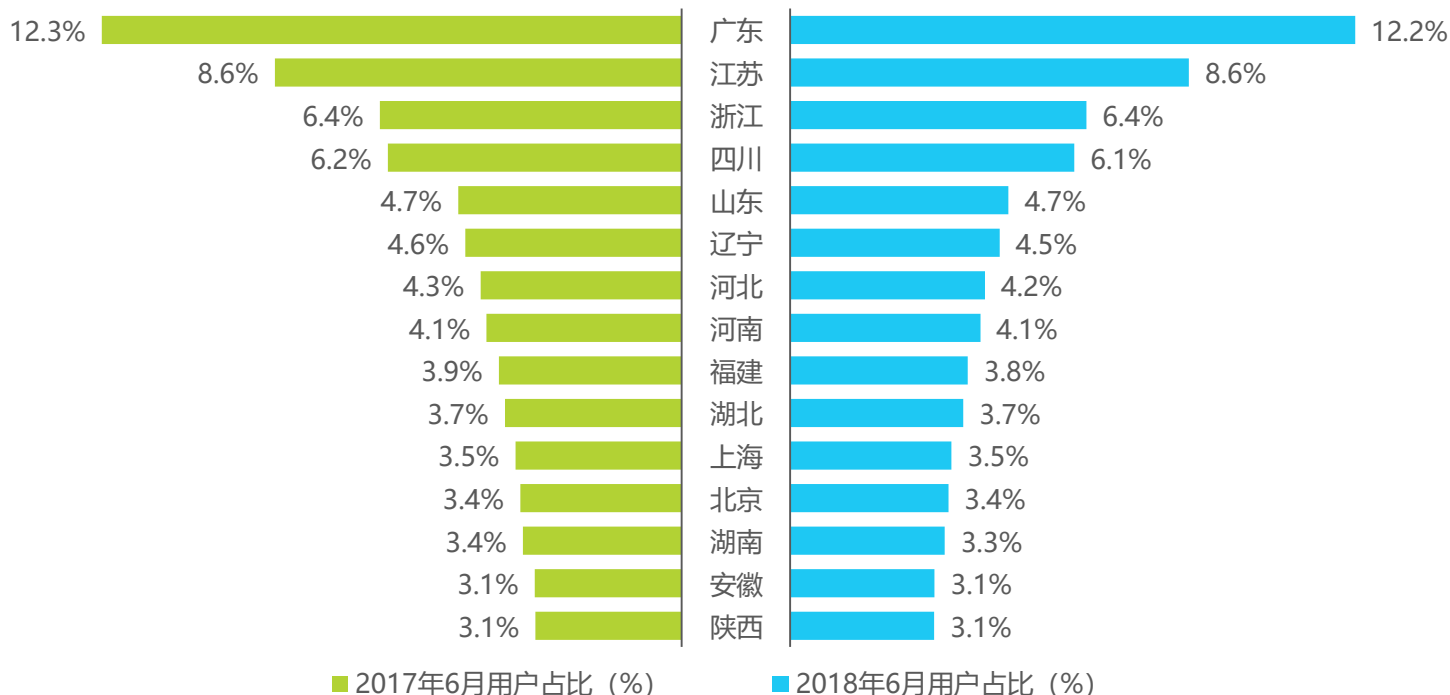
中国移动网民基本画像

网民集中在东部，广东省高居首位

从网民地域分布上来看，截至2018年6月，中国移动终端用户TOP15省份占整体的75%。其中广东省网民集中度最高，其次是江苏和浙江。受国家区域经济协调发展政策影响，四川作为唯一一个西部省份冲进前五。

从数据上来看，2018年6月，作为发达地区的上海、广东省的网民占比同比比去年6月稍有下降；而江苏、浙江、山东等东部区域网民占比则同比略有增长。

mUserTracker-2017年6月&2018年6月中国移动网民地域分布TOP15省份



来源：mUserTracker.2018.6，基于日均400万手机、平板移动设备软件监测数据，与超过1亿移动设备的通讯监测数据，联合计算研究获得。

中国移动网民基本画像

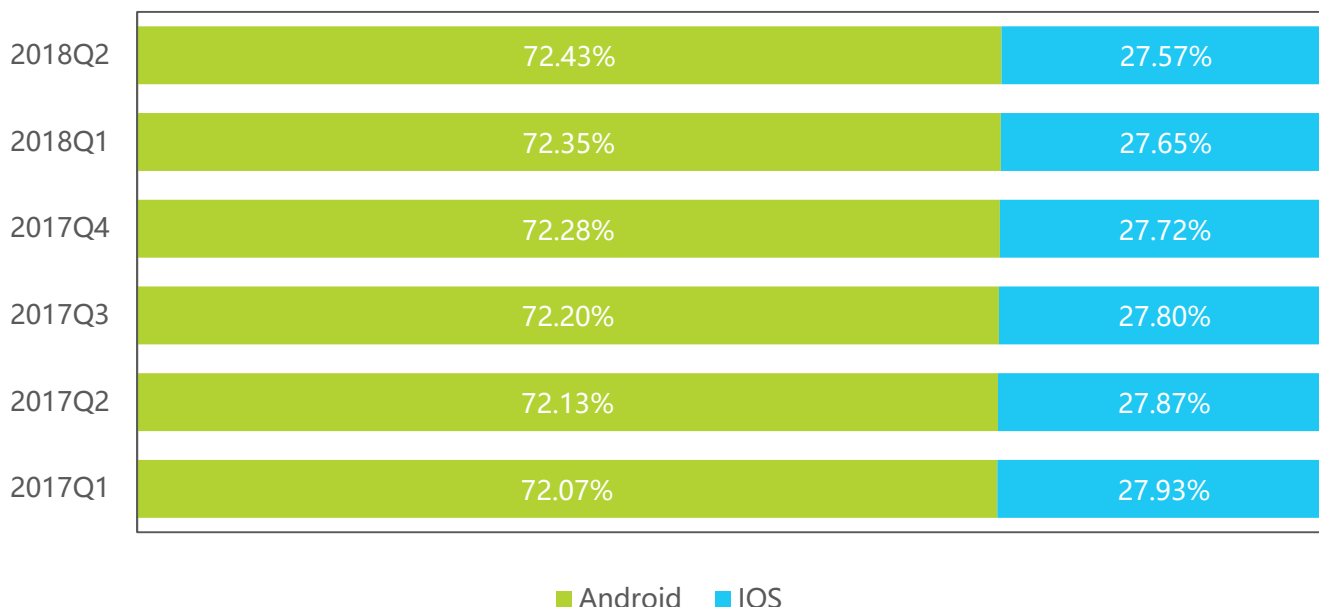
国产手机用户稳中有升，苹果用户占比持续下跌

从移动网民终端设备分布来看，截至2018Q2，Android设备数接近9.5亿，占比72.43%，设备数同比2017Q2增长1.3亿台，同比增长率达17.2%。

截至2018Q2，IOS设备数达3.6亿，占比27.57%，市场占比呈下滑趋势，设备数同比2017Q2增长4700万，远低于Android端同比增长量。

国产品牌厂商迅猛发展，Android用户占比稳步提升，撼动IOS用户市场。

mUserTracker-2017Q1-2018Q2中国移动网民终端分布



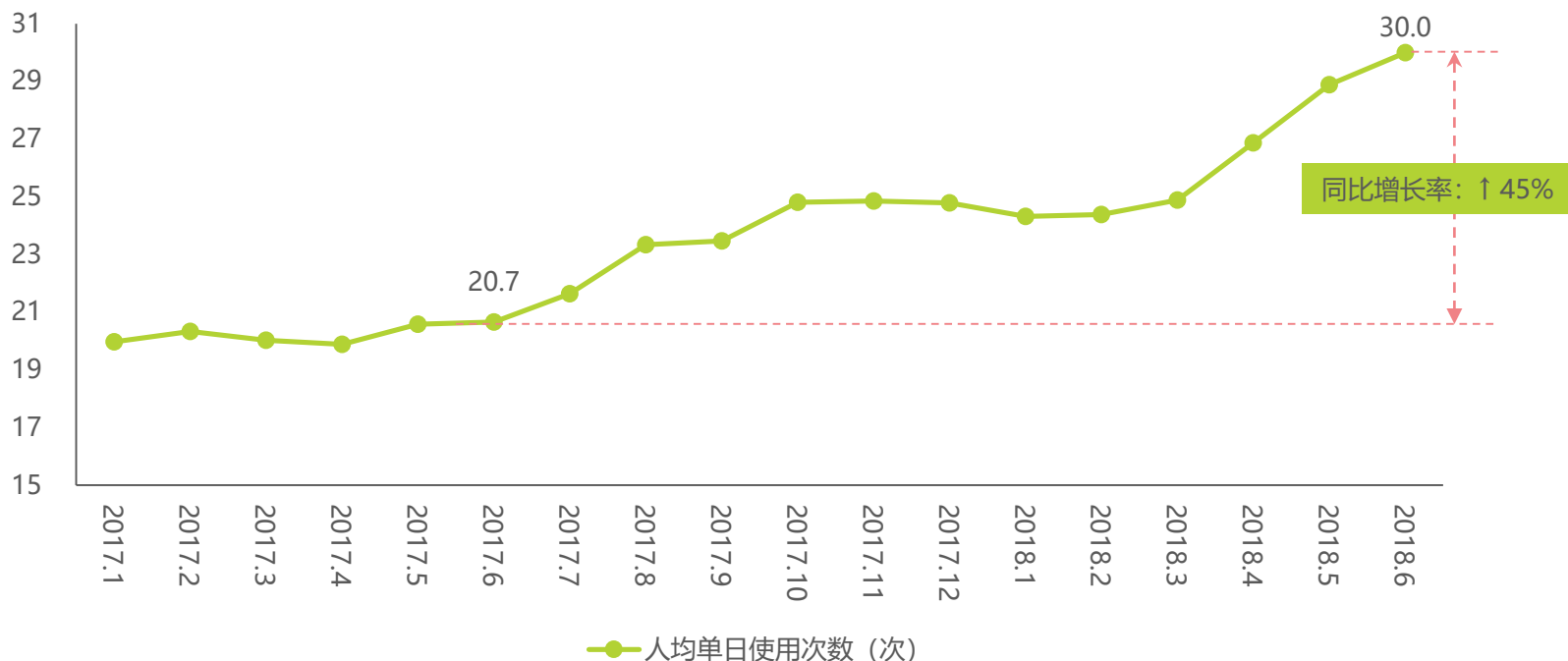
来源：mUserTracker.2018.6，基于日均400万手机、平板移动设备软件监测数据，与超过1亿移动设备的通讯监测数据，联合计算研究获得。

中国移动网民APP使用习惯

网民更依赖互联网，人均单日使用次数同比增加45%

2018年6月，移动网民人均单日使用APP次数达30次，同比去年6月增长45%，网民对移动互联网的依赖程度不断提升。
2018年4月，得益于视频服务类及游戏服务类APP使用次数的环比迅猛增加，APP整体人均单日使用次数上升较快。

mUserTracker-2017年1月-2018年6月
中国移动网民人均单日使用APP次数



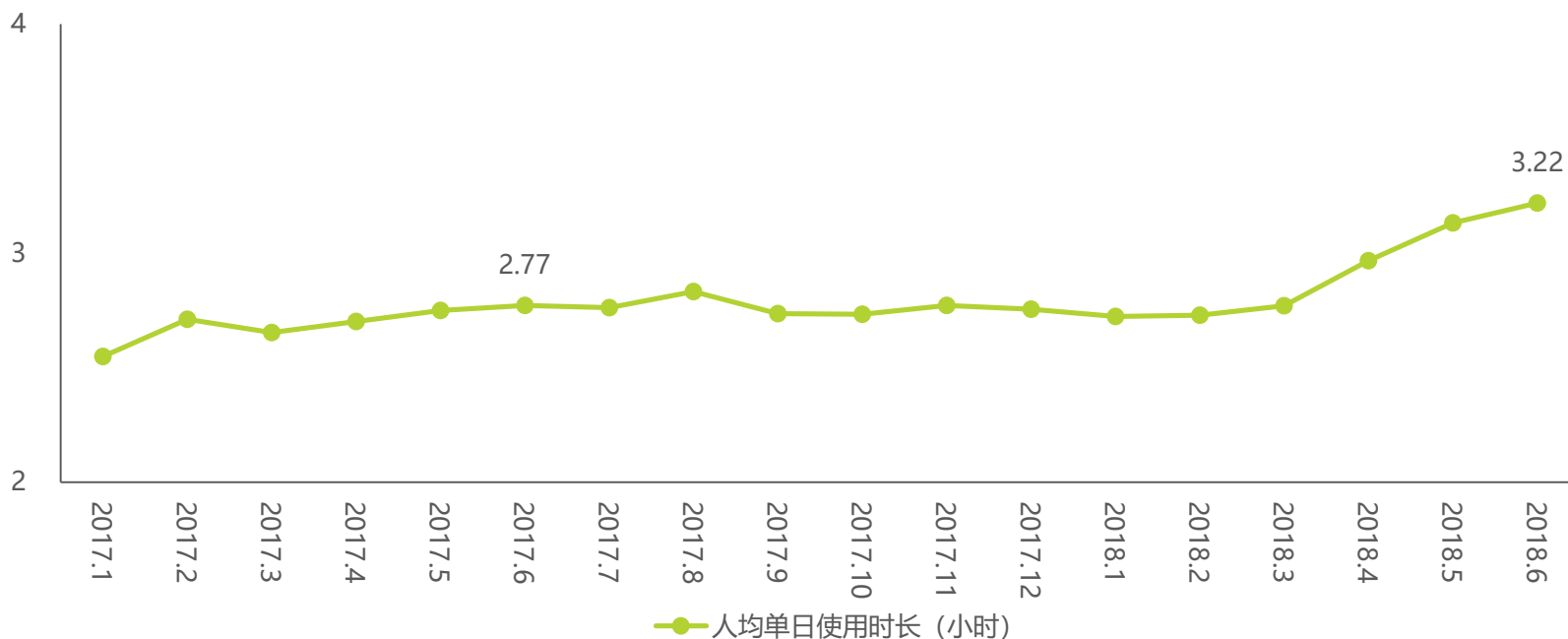
来源：mUserTracker.2018.6，基于日均400万手机、平板移动设备软件监测数据，与超过1亿移动设备的通讯监测数据，联合计算研究获得。

中国移动网民APP使用习惯

人均单日使用APP时长达3.22小时，接近北京直飞东京用时

2018年6月，移动网民人均单日上网时长为3.22小时，相比2017年6月提高0.45小时，接近北京直飞东京全程用时。

mUserTracker-2017年1月-2018年6月
中国移动网民人均单日使用APP时长



来源：mUserTracker.2018.6，基于日均400万手机、平板移动设备软件监测数据，与超过1亿移动设备的通讯监测数据，联合计算研究获得。

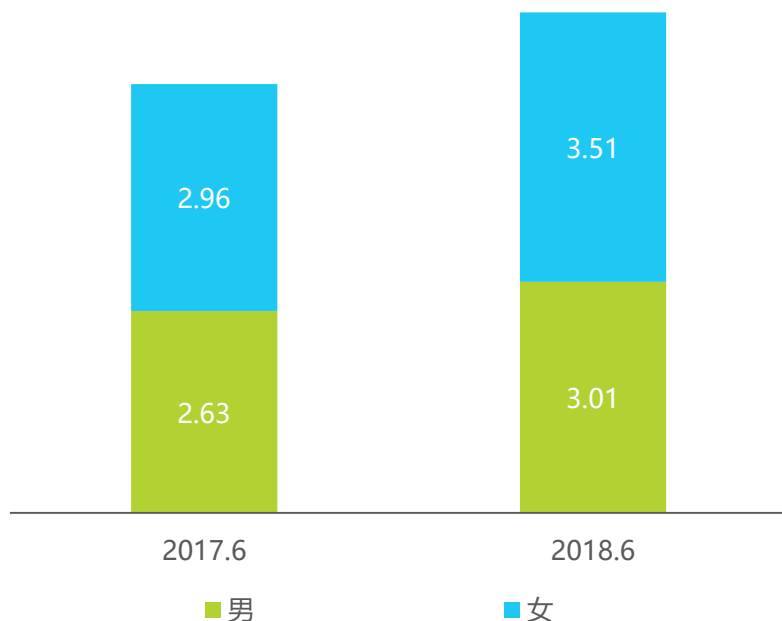
中国移动网民APP使用习惯

女性更沉迷手机，24岁以下用户人均单日上网时长增加最多

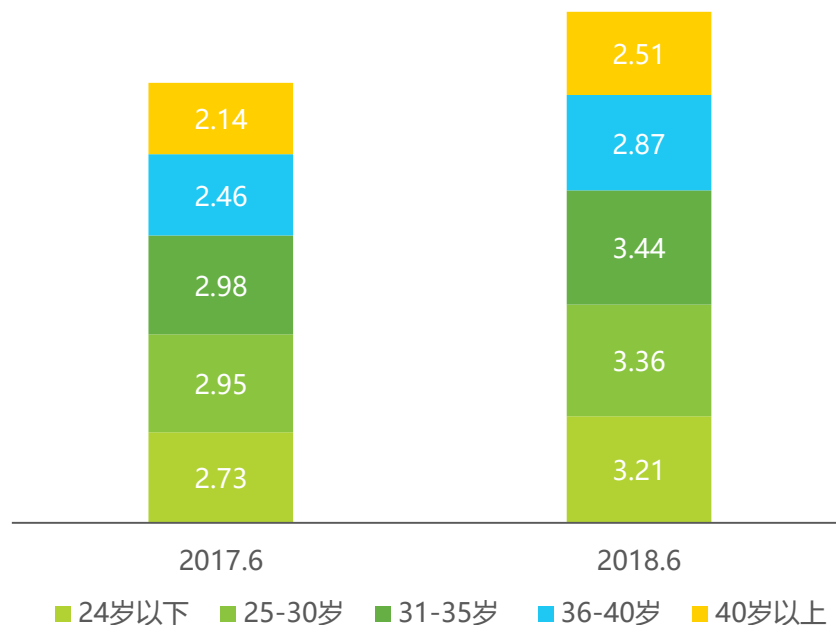
2018年6月，女性人均单日使用APP时长为3.51小时，同比增长18.7%，而男性用户人均单日使用APP时长不足3小时，同比增长14.4%，女性用户更沉迷手机上网。

2018年6月，31-35岁上网时长最久，24岁以下年轻用户上网时长环比增加最多。

mUserTracker-2017年6月&2018年6月
中国移动网民人均单日使用APP时长性别分布



mUserTracker-2017年6月&2018年6月
中国移动网民人均单日使用APP时长年龄分布



来源：mUserTracker.2018.6，基于日均400万手机、平板移动设备软件监测数据，与超过1亿移动设备的通讯监测数据，联合计算研究获得

来源：mUserTracker.2018.6，基于日均400万手机、平板移动设备软件监测数据，与超过1亿移动设备的通讯监测数据，联合计算研究获得

中国移动互联网市场发展概览

1

中国移动网民洞察

2

中国移动渠道市场监测

3

热门行业分析

4

案例分析：创新发展与生态赋能

5

2018Q2中国移动互联网新势力

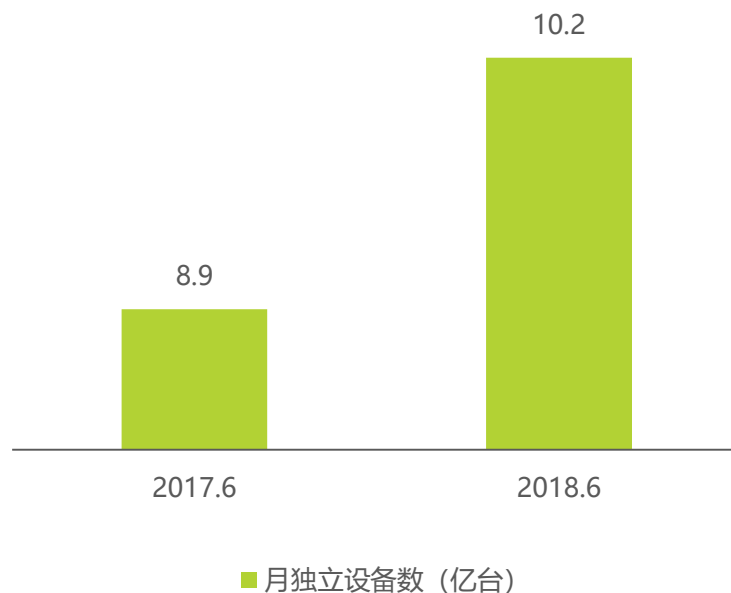
6

中国移动渠道市场概览

截至2018年6月，应用分发APP独立设备数破10亿

截至2018年6月，应用分发类APP独立设备数首次突破10亿，同比去年6月增加14%，位居全行业第四。

**mUserTracker-2017年6月&2018年6月
中国移动互联网应用分发APP独立设备数规模**



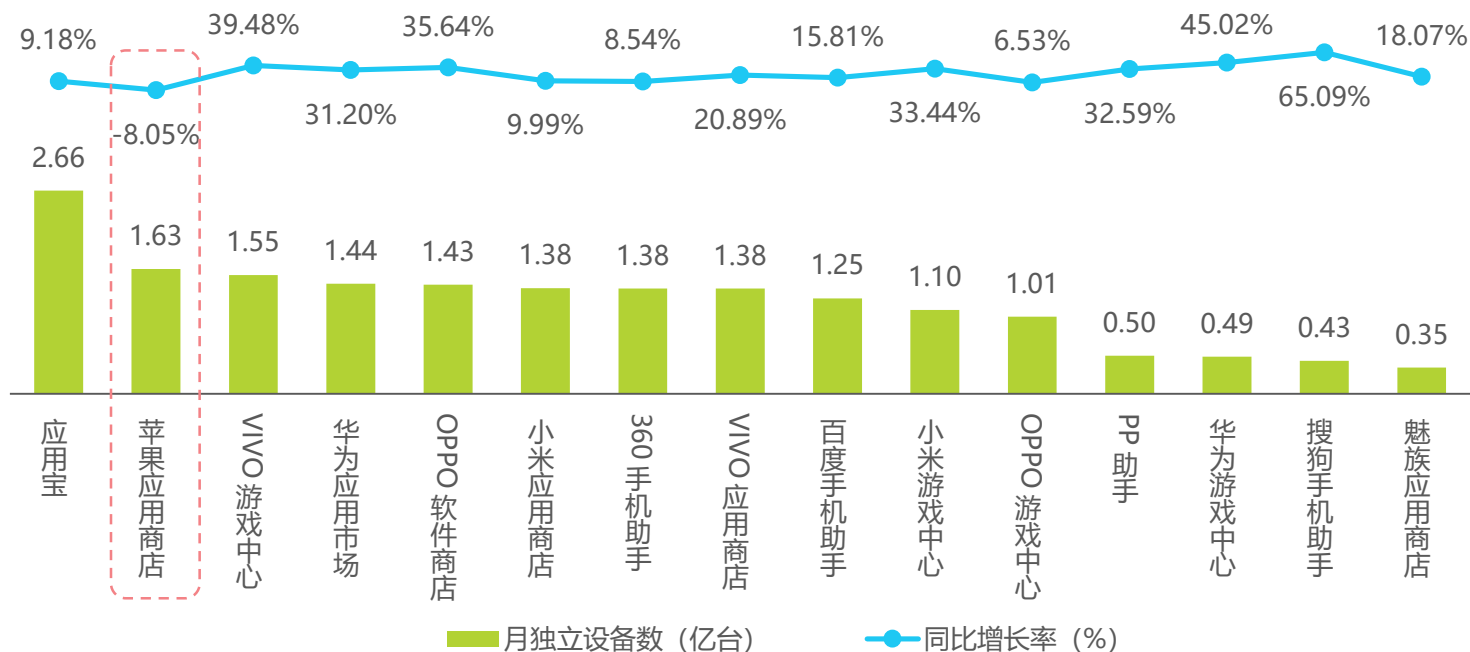
来源：mUserTracker.2018.6，基于日均400万手机、平板移动设备软件监测数据，与超过1亿移动设备的通讯监测数据，联合计算研究获得。

中国移动渠道市场概览

应用宝领跑Android市场增势良好，苹果应用商店降低8%

2018年6月，Android端各应用分发APP独立设备数保持高速增长趋势，应用宝以2.66亿设备数领跑市场；而苹果应用商店月独立设备数相比去年同期下降8%，表现欠佳。

mUserTracker-2018年6月中国移动互联网应用分发APP独立设备数规模



来源：mUserTracker.2018.6，基于日均400万手机、平板移动设备软件监测数据，与超过1亿移动设备的通讯监测数据，联合计算研究获得。

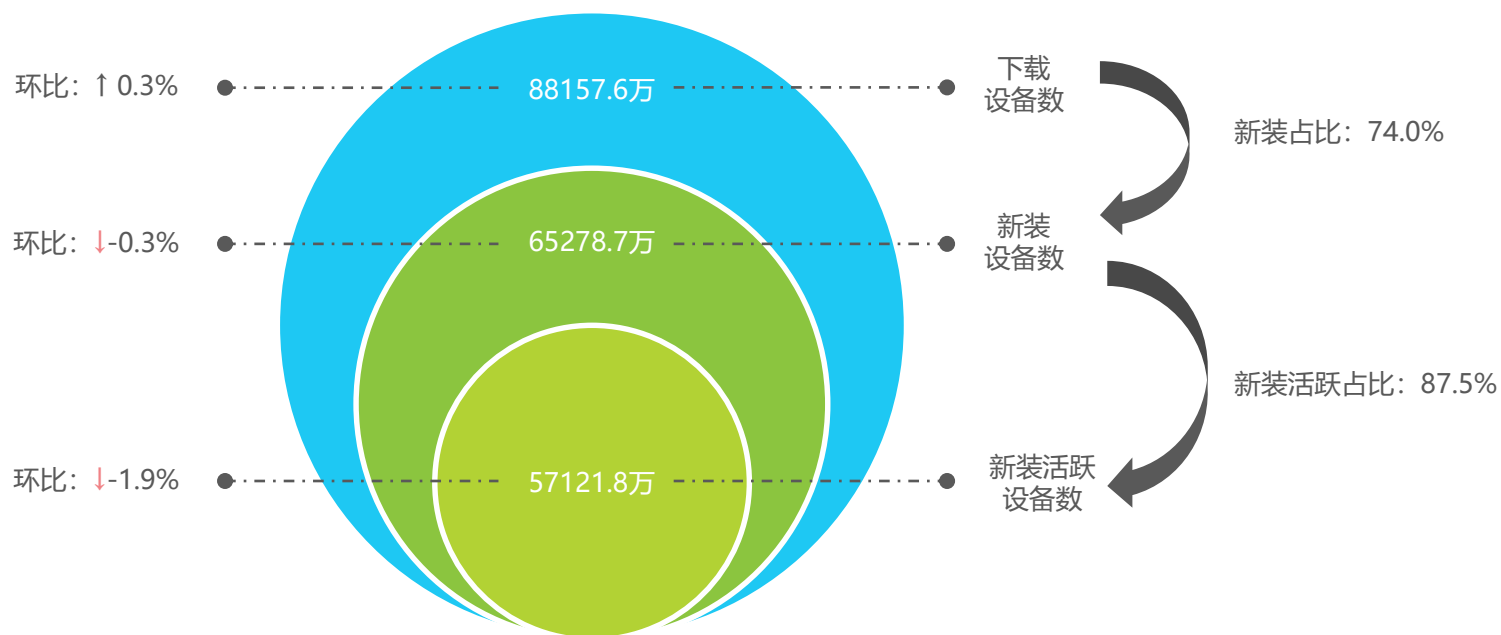
中国移动渠道下载-新装-新装活跃情况

渠道整体新装活跃占比达87.5%，新用户使用意愿较强

截至2018年6月，渠道整体下载设备数（更新+新装）达8.8亿，其中新装设备数占比74.0%，更新率26.0%。新装到活跃设备转化率达87.5%，新装沉默用户占比12.5%。

新装设备数6.5亿，环比5月略有下降，新装活跃设备数同样环比5月略有下降。

StoreTracker-2018年6月中国移动互联网渠道整体下载-新装-新装活跃情况



来源：StoreTracker.2018.6，基于日活千万级的多源有效样本数据，联合计算得出涵盖50+Android端应用商店市场的用户行为数据。

中国移动渠道下载-新装-新装活跃情况

即时通讯新装-活跃率最高，WIFI、智能穿戴紧随其后

即时通讯作为社交刚需，其新装-活跃率高达93.1%，稳居第一。

作为随时随地帮助免费连接附件wifi热点的装机必备，WIFI类APP新装-活跃率接近90%，排名第二。

运动健康监测功能促进可穿戴行业高速发展，智能手表、手环随处可见，智能穿戴新装-活跃转化率达86.8%，位列第三。

StoreTracker-2018Q2中国移动互联网新装-活跃转化TOP10二类行业



来源：StoreTracker.2018.6，基于日活千万级的多源有效样本数据，联合计算得出涵盖50+ Android端应用商店市场的用户行为数据。

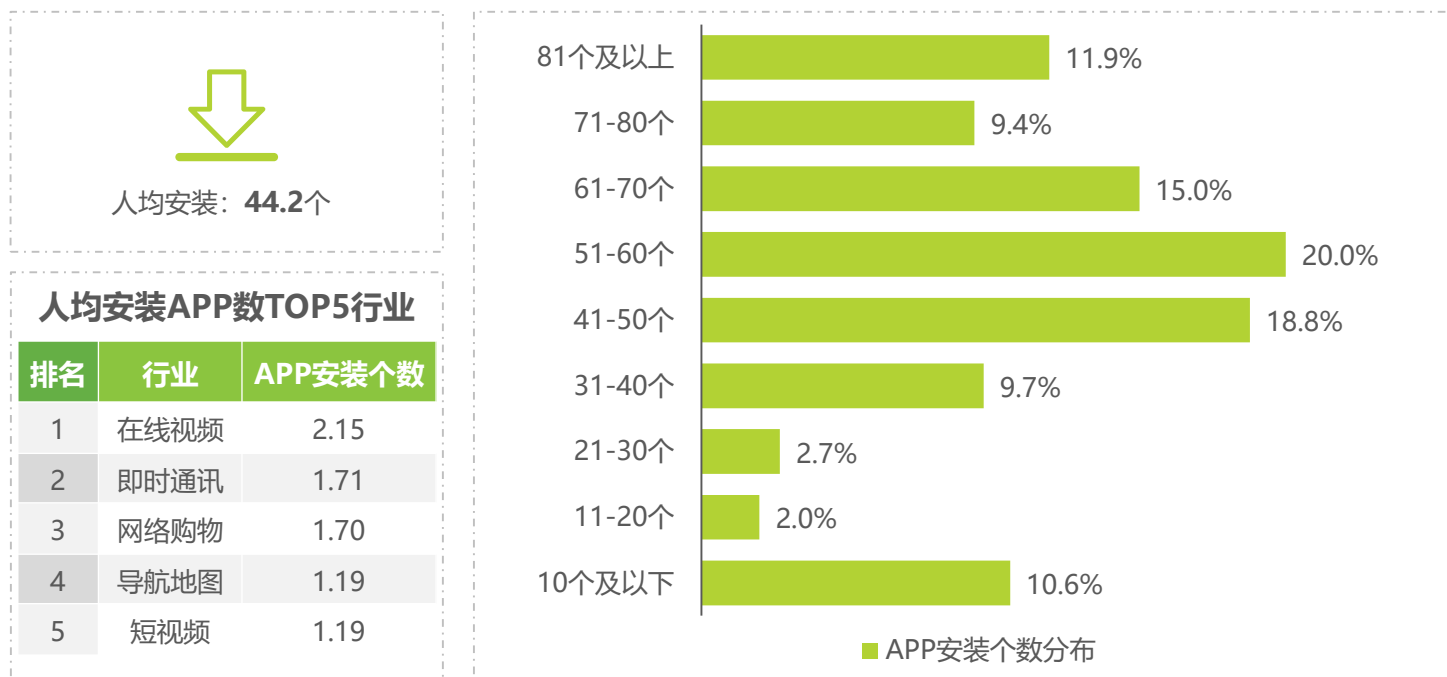
中国移动网民APP安装情况

2018年Q2移动网民人均安装44.2个APP，APP市场竞争激烈

38.8%的移动网民人均安装41-60个APP，人均安装44.2个。

在线视频类APP人均安装量最多，为2.15个，剩余行业APP人均安装量不足2个，用户争夺激烈。

StoreTracker-2018Q2中国移动互联网人均安装APP量分布



来源：StoreTracker.2018.6，基于日活千万级的多源有效样本数据，联合计算得出涵盖50+Android端应用商店市场的用户行为数据。

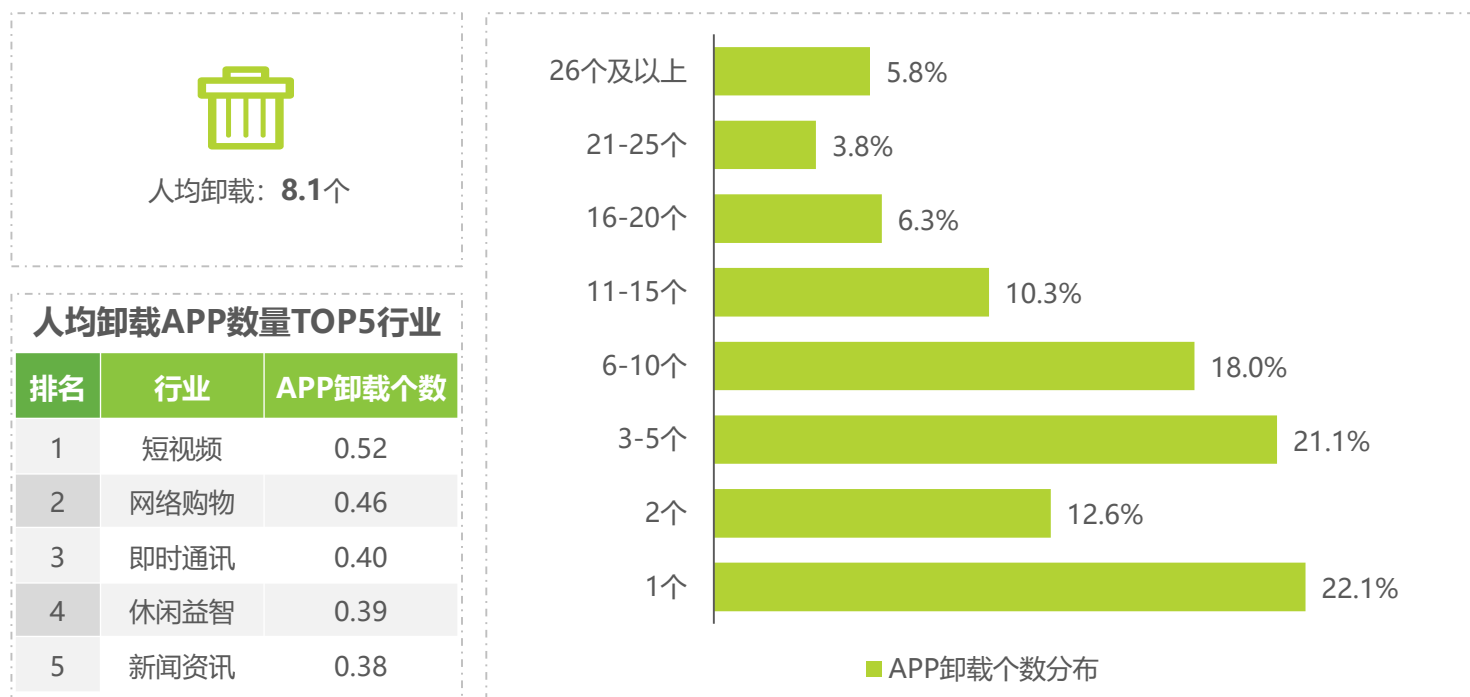
中国移动网民APP卸载情况

2018年Q2移动网民人均卸载8.1个APP

界面和用户体验差、内容同质化、频出BUG、推送通知过多、广告窗口无法关闭等原因导致用户怒删APP，2018Q2人均卸载APP数为8.1个。

2018Q2，22.1%的用户至少删除1个APP，超8成用户会删除15个以内的APP。

StoreTracker-2018Q2中国移动互联网人均卸载APP量分布



来源：StoreTracker.2018.6，基于日活千万级的多源有效样本数据，联合计算得出涵盖50+Android端应用商店市场的用户行为数据。

中国移动互联网市场发展概览

1

中国移动网民洞察

2

中国移动渠道市场监测

3

热门行业分析

4

案例分析：创新发展与生态赋能

5

2018Q2中国移动互联网新势力

6

在线视频行业流量分析

用户持续向移动端转移，PC端走低，PC时代流量红利渐微

用户观看视频习惯从PC端向移动端迁移，直接导致PC端独立设备数逐渐减少，2018年6月同比去年同期下降6.6%，行业渗透率由2017年年初的93.6%下降至86.3%。

iUserTracker-2017年1月-2018年6月中国PC互联网
在线视频行业月度覆盖人数及行业渗透率



来源：iUserTracker. 家庭办公版 2018.6，基于对40万名家庭及办公（不含公共上网地点）样本网络行为的长期监测数据获得。

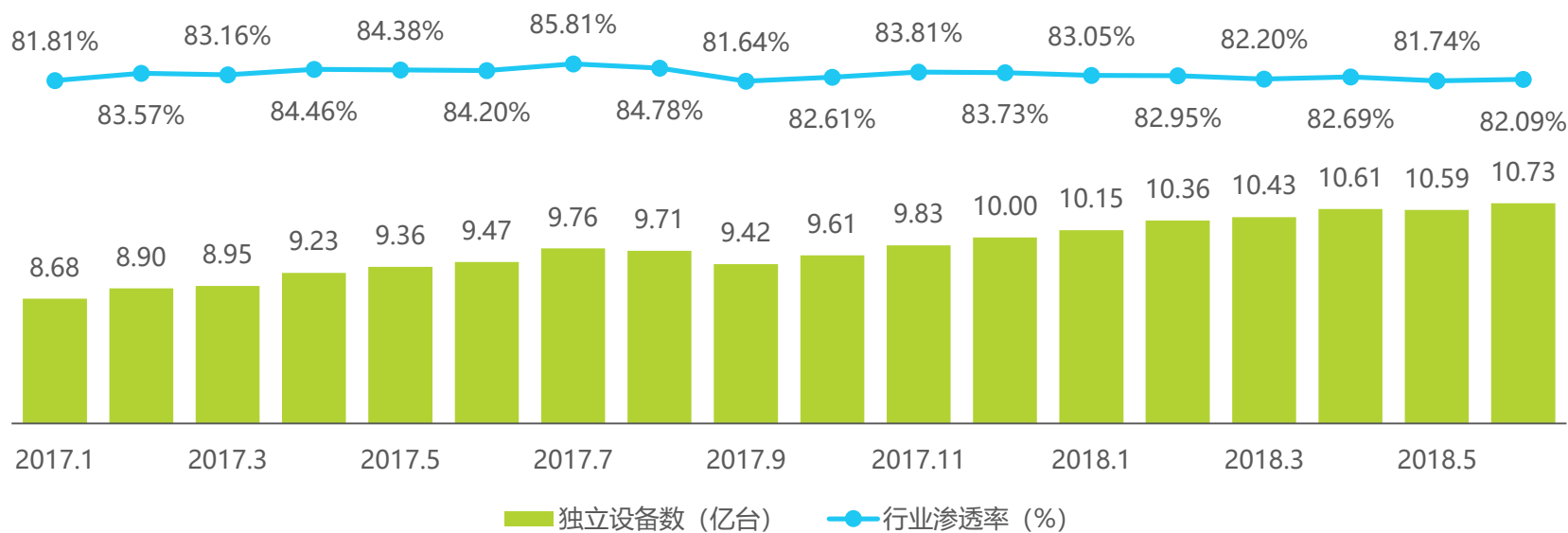
在线视频行业流量分析

用户持续向移动端转移，PC端走低，PC时代流量红利渐微

在线视频平台快速发展，移动设备的便携性更是为用户的观看提供便利，移动视频市场规模呈递增趋势，截至2018年6月，在线视频APP独立设备数达10.72亿台，行业渗透率在82%左右。

移动设备的普及虽然奠定了在线视频行业发展的基础，但随着用户时间的碎片化，拥有精品、独特的内容才能培养和提升用户的粘性，影片质量是王道。

mUserTracker-2017年1月-2018年6月中国移动互联网
在线视频行业月独立设备数及行业渗透率



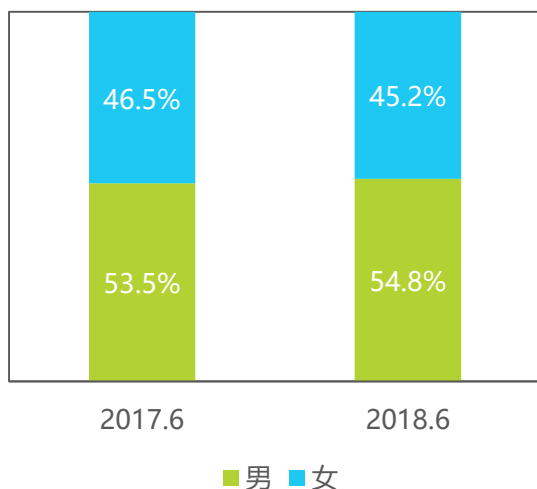
来源：mUserTracker.2018.6，基于日均400万手机、平板移动设备软件监测数据，与超过1亿移动设备的通讯监测数据，联合计算研究获得。

在线视频行业流量分析

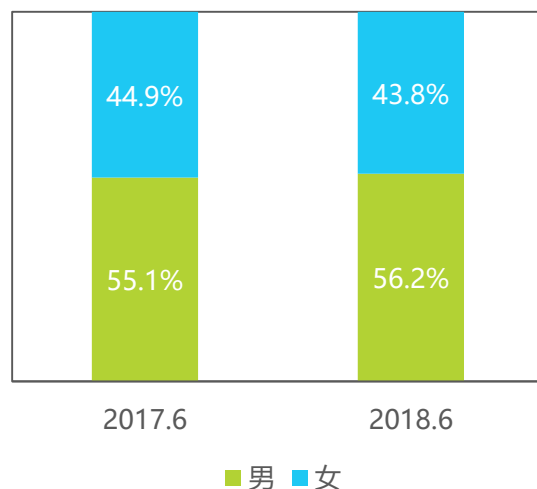
在线视频行业男性用户居多，且手机移动端比例高于电脑端

虽然女性爱追剧，但男性用户仍占主导地位，2018年6月，PC端男性比例为54.8%，同比去年同比上涨1个百分点。APP端男性比例更高，达56.2%，同样同比增长态势。

iUserTracker-2017年6月&2018年6月
中国在线视频行业用户性别分布-PC端



mUserTracker-2017年6月&2018年6月
中国在线视频行业用户性别分布-移动端



来源：iUserTracker. 家庭办公版 2012.6，基于对40万名家庭及办公（不含公共上网地点）样本网络行为的长期监测数据获得。

来源：mUserTracker.2018.6，基于日均400万手机、平板移动设备软件监测数据，与超过1亿移动设备的通讯监测数据，联合计算研究获得

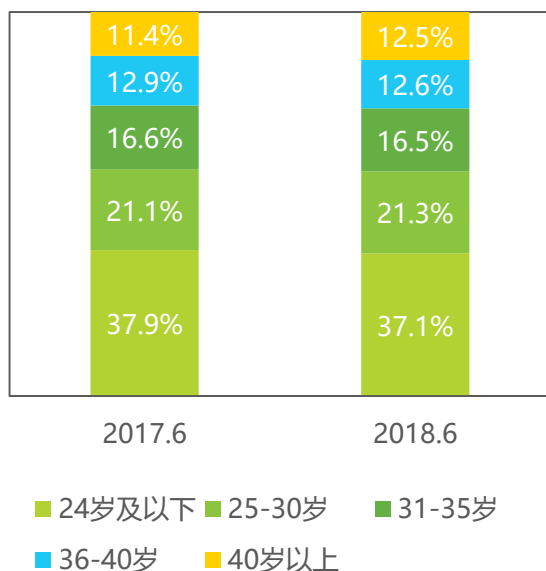
在线视频行业流量分析

PC端持续渗透中老年用户，年轻用户则从PC端流向移动端

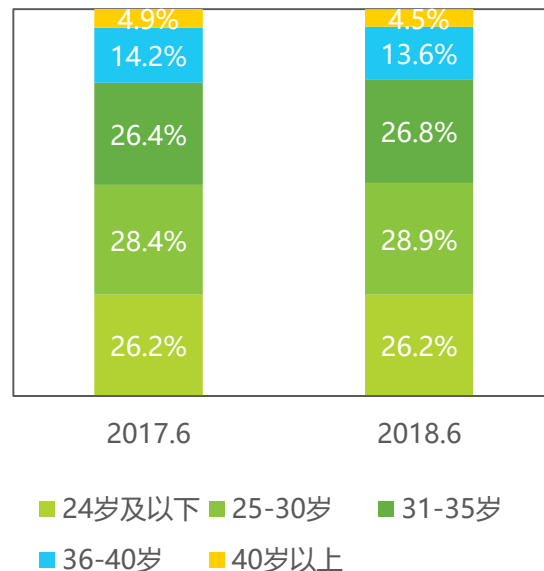
无论PC端还是移动端，在线视频都更受年轻人拥戴，且年轻用户在PC端用户占比减少，而移动端占比增多。

40岁以上中老年用户在PC端观看视频的比例同比上升1个百分点，且高于在移动端的比例，这可能与中老年人更易视疲劳有关。

iUserTracker-2017年6月&2018年6月
中国在线视频行业用户年龄分布-PC端



mUserTracker-2017年6月&2018年6月
中国在线视频行业用户年龄分布-移动端



来源：iUserTracker. 家庭办公版 2012.6，基于对40万名家庭及办公（不含公共上网地点）样本网络行为的长期监测数据获得。

来源：mUserTracker.2018.6，基于日均400万手机、平板移动设备软件监测数据，与超过1亿移动设备的通讯监测数据，联合计算研究获得

短视频行业流量分析

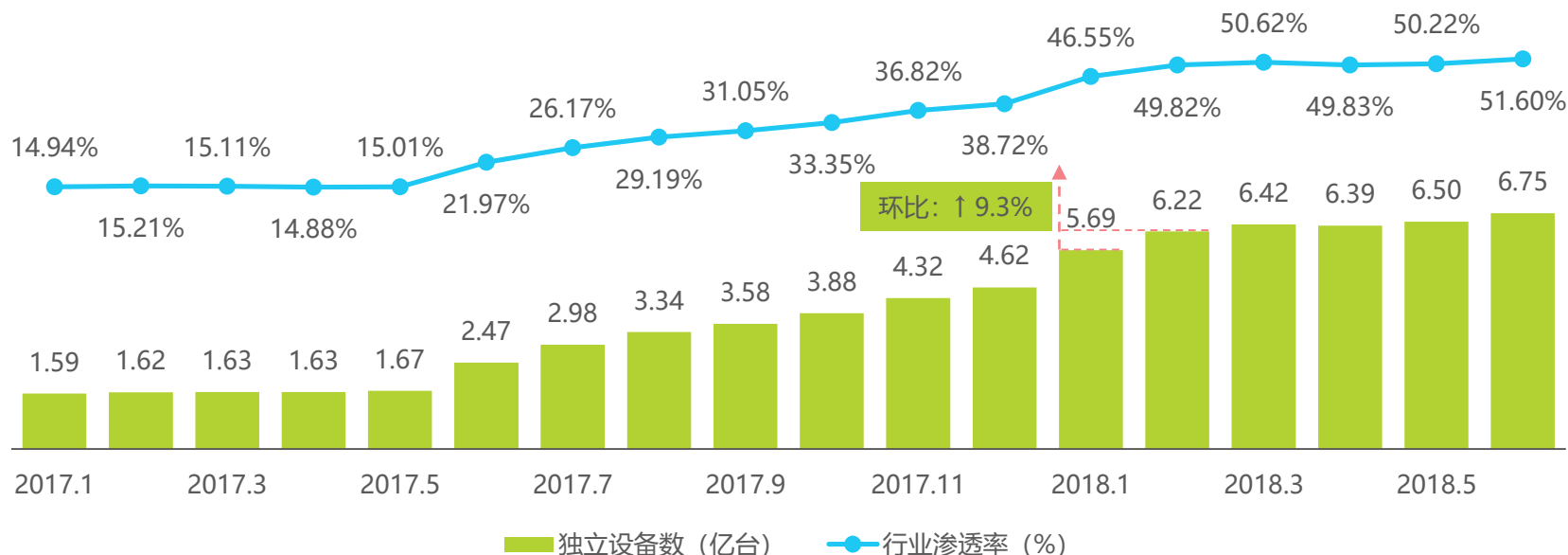
碎片化操作和强社交性促进行业发展迅猛，2月也高速增长

强互动性、社交属性以及碎片化传播，以及BAT、爱奇艺、今日头条等巨头强势加码，短视频行业不断升级、爆发，截至2018年6月，行业渗透率持续增长至51.6%。

2017年6月，西瓜视频、土豆视频计入艾瑞mUserTracker统计，短视频行业独立设备数突破2亿。2018年1月，抖音独立设备数突增4千万，以及火山小视频计入统计，短视频行业独立设备数超过5亿。

2018年2月，在这样一个几乎所有行业都会受春节影响导致流量下降的月份，短视频行业仍有接近10%的增长，节假日成营销、获客重要时机。

mUserTracker-2017年1月-2018年6月中国移动互联网
短视频行业月独立设备数及行业渗透率



来源：mUserTracker.2018.6，基于日均400万手机、平板移动设备软件监测数据，与超过1亿移动设备的通讯监测数据，联合计算研究获得。

短视频行业流量分析

短视频重度爱好者增多，用户粘性持续增加

2018年6月，短视频行业人均单日使用次数为4次，同比去年同期增长84%。资本助力短视频行业后，短视频行业持续火热，用户粘性持续增加。

mUserTracker-2017年1月-2018年6月中国移动互联网
短视频行业人均单日使用APP次数



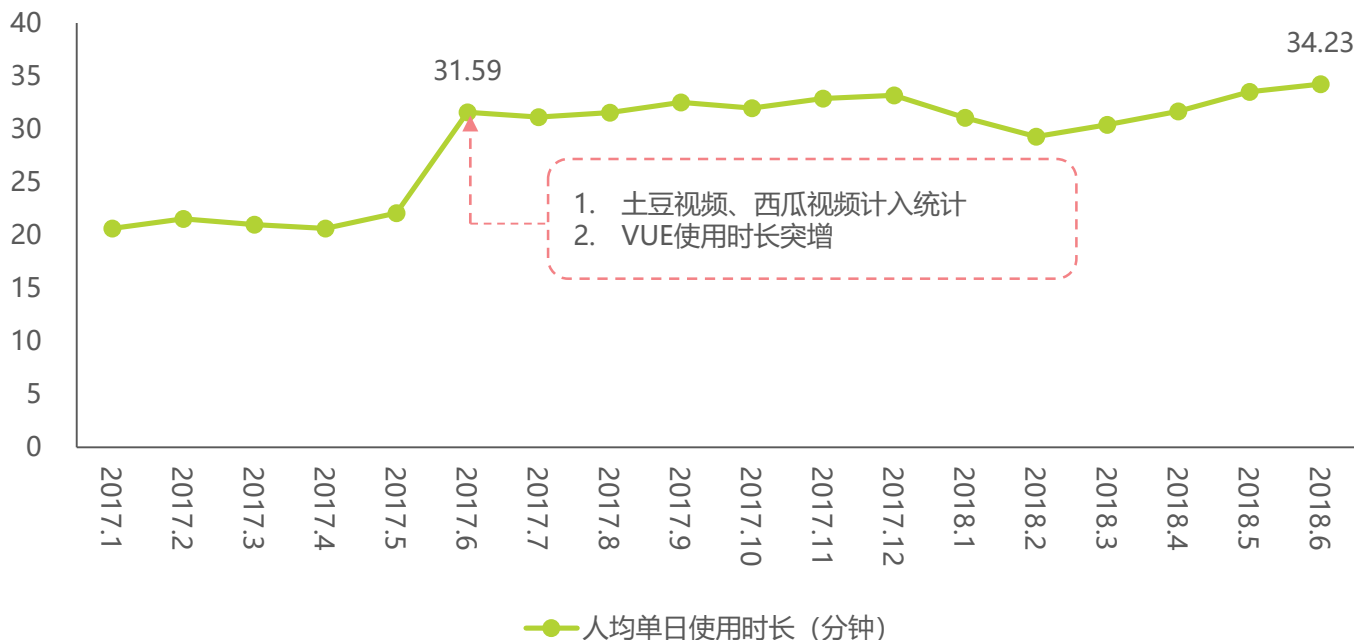
来源：mUserTracker.2018.6，基于日均400万手机、平板移动设备软件监测数据，与超过1亿移动设备的通讯监测数据，联合计算研究获得。

短视频行业流量分析

短视频重度爱好者增多，用户粘性持续增加

2018年6月，短视频行业人均单日使用时长为34.23分钟，较去年6月增加2.64分钟，相当于抖音中级用户至少多拍3条短视频。

mUserTracker-2017年1月-2018年6月中国移动互联网
短视频行业人均单日使用APP时长



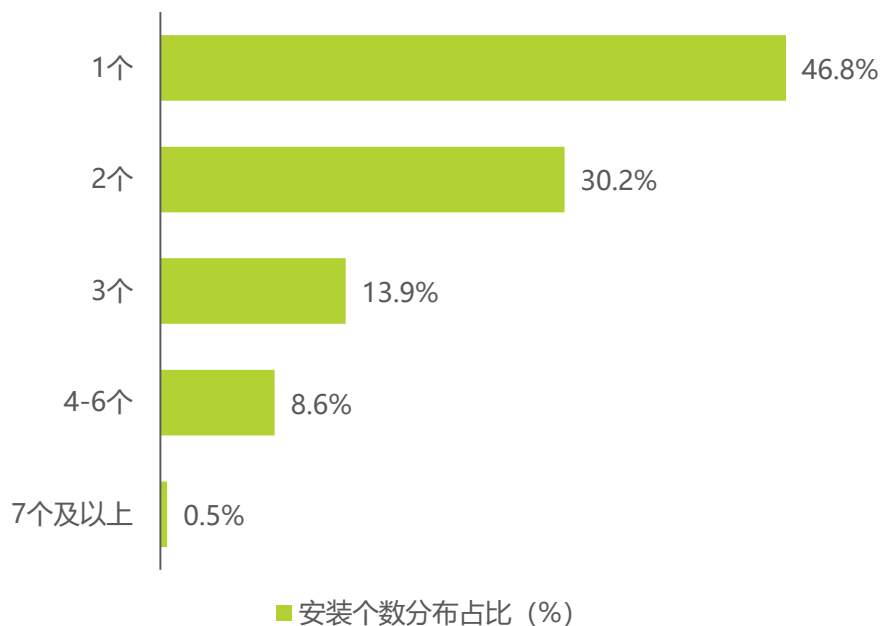
来源：mUserTracker.2018.6，基于日均400万手机、平板移动设备软件监测数据，与超过1亿移动设备的通讯监测数据，联合计算研究获得。

短视频行业流量分析

1-2个短视频APP可满足近八成用户需求，行业竞争激烈

从用户安装短视频APP数量分布上看，46.8%的用户仅安装1个APP，30.2%的用户安装2个APP，用户忠诚度高，竞争激烈。

StoreTracker-2018Q2中国移动互联网
短视频行业人均安装APP个数分布



来源：StoreTracker.2018.6，基于日活千万级的多源有效样本数据，联合计算得出涵盖50+Android端应用商店市场的用户行为数据。

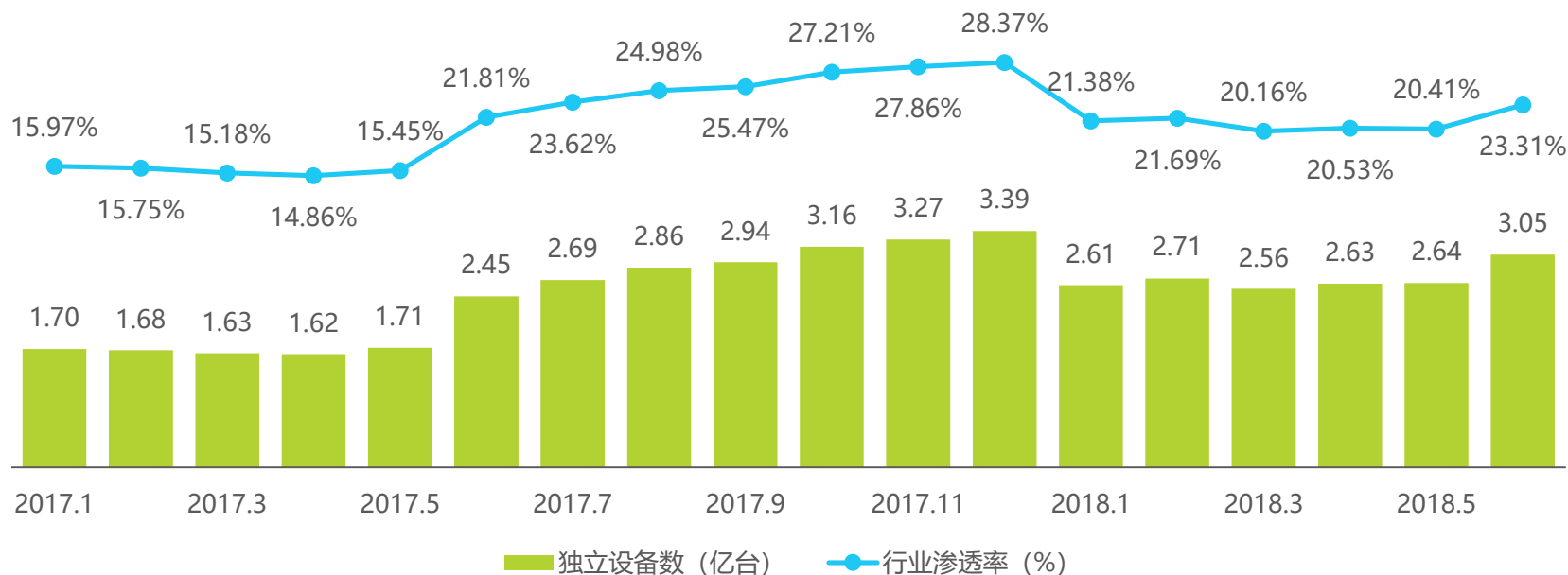
在线直播行业流量分析

行业发展缓慢，内容竞争成关键

截至2018年6月，在线直播行业独立设备数刚突破3亿。火山小视频在2018年1月计入短视频类别前，拉动在线直播行业在2017年下半年快速发展，之后行业流量呈现断崖式下降，增速减缓。

在人口红利枯竭、内容为王的时代，同样要求在线直播行业需要打造差异化、优质内容，方能争夺更多存量用户。

mUserTracker-2017年1月-2018年6月中国移动互联网
在线直播行业月独立设备数及行业渗透率



来源：mUserTracker.2018.6，基于日均400万手机、平板移动设备软件监测数据，与超过1亿移动设备的通讯监测数据，联合计算研究获得。

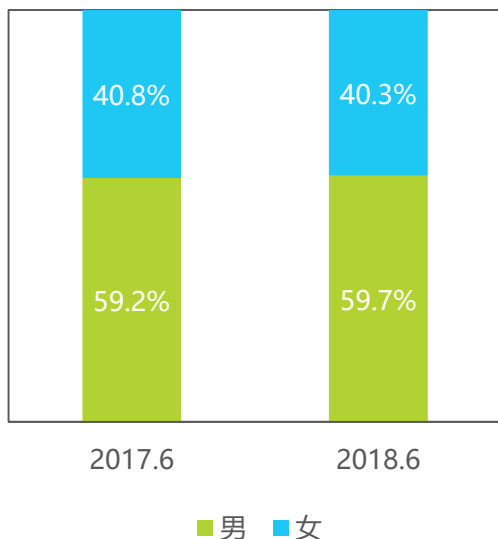
注释：本报告在线直播行业仅包含游戏直播、网络直播和电视直播三类行业。

在线直播行业流量分析

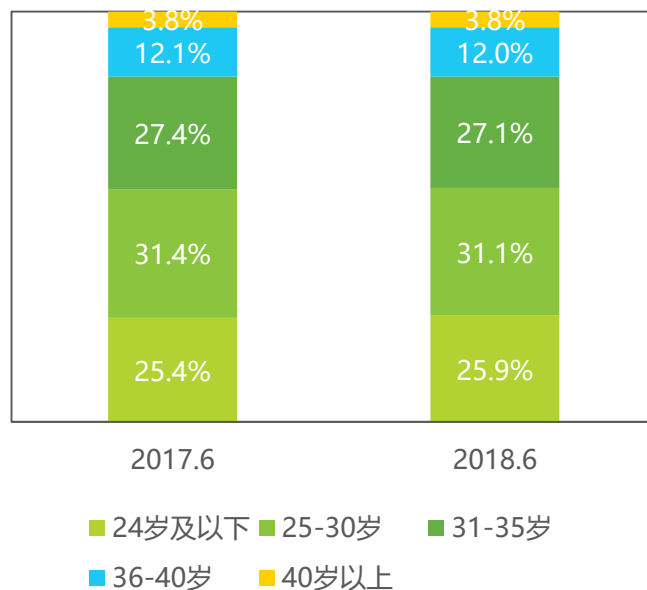
80后主场，男女比例接近6:4

在线直播行业用户性别分布中，男性占绝对优势。年龄构成中，又以80后为主，但24岁及以下的年轻用户占比呈增长态势。

mUserTracker-2017年6月&2018年6月
中国移动互联网在线直播行业用户性别分布



mUserTracker-2017年6月&2018年6月
中国移动互联网在线直播行业用户年龄分布



来源：mUserTracker.2018.6，基于日均400万手机、平板移动设备软件监测数据，与超过1亿移动设备的通讯监测数据，联合计算研究获得。
注释：本报告在线直播行业仅包含游戏直播、网络直播和电视直播三类行业。

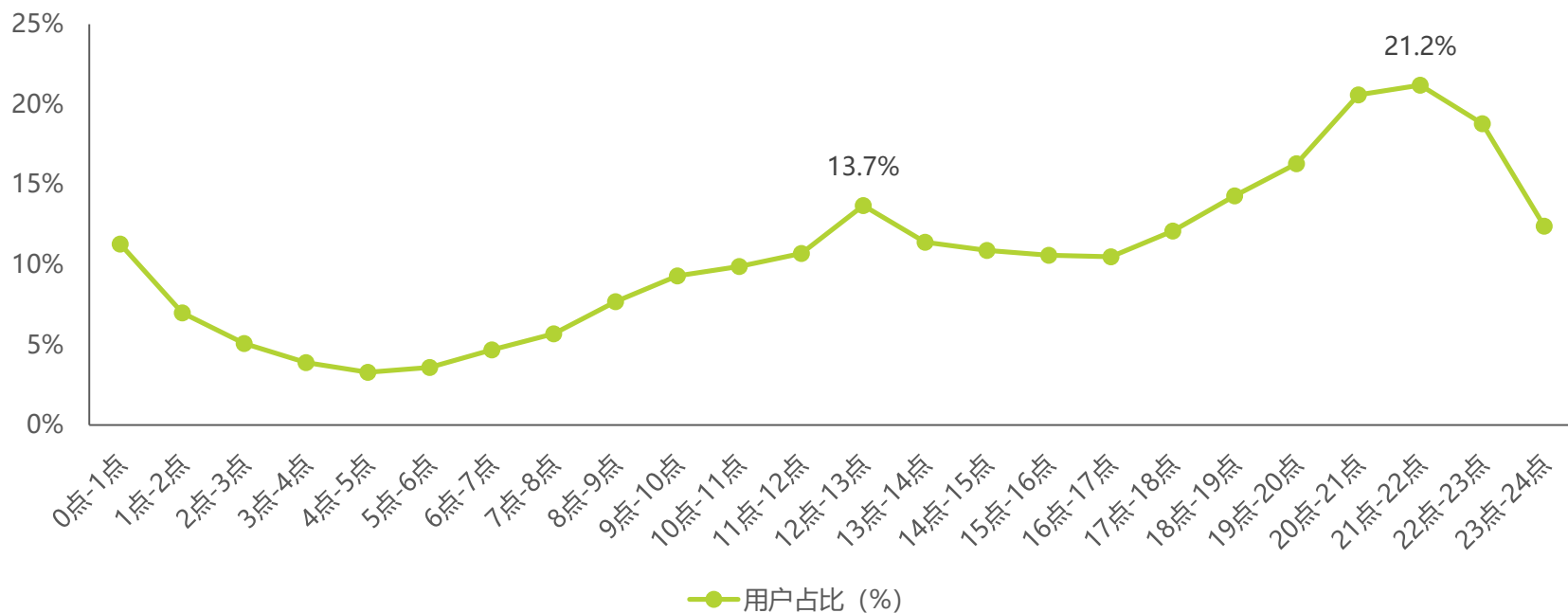
来源：mUserTracker.2018.6，基于日均400万手机、平板移动设备软件监测数据，与超过1亿移动设备的通讯监测数据，联合计算研究获得。
注释：本报告在线直播行业仅包含游戏直播、网络直播和电视直播三类行业。

在线直播行业流量分析

在线直播用户活跃时间符合上下班规律

在线直播用户的主要活跃时间较集中，并符合上下班规律，在中午12点-13点午休时间有一个小高峰，在18点下班后活跃度快速上升，并在21点-22点达到最高峰。

mUserTracker-2018年Q2中国移动互联网
在线直播行业用户24小时活跃时段分布



来源：mUserTracker.2018.6，基于日均400万手机、平板移动设备软件监测数据，与超过1亿移动设备的通讯监测数据，联合计算研究获得。

注释：本报告在线直播行业仅包含游戏直播、网络直播和电视直播三类行业。

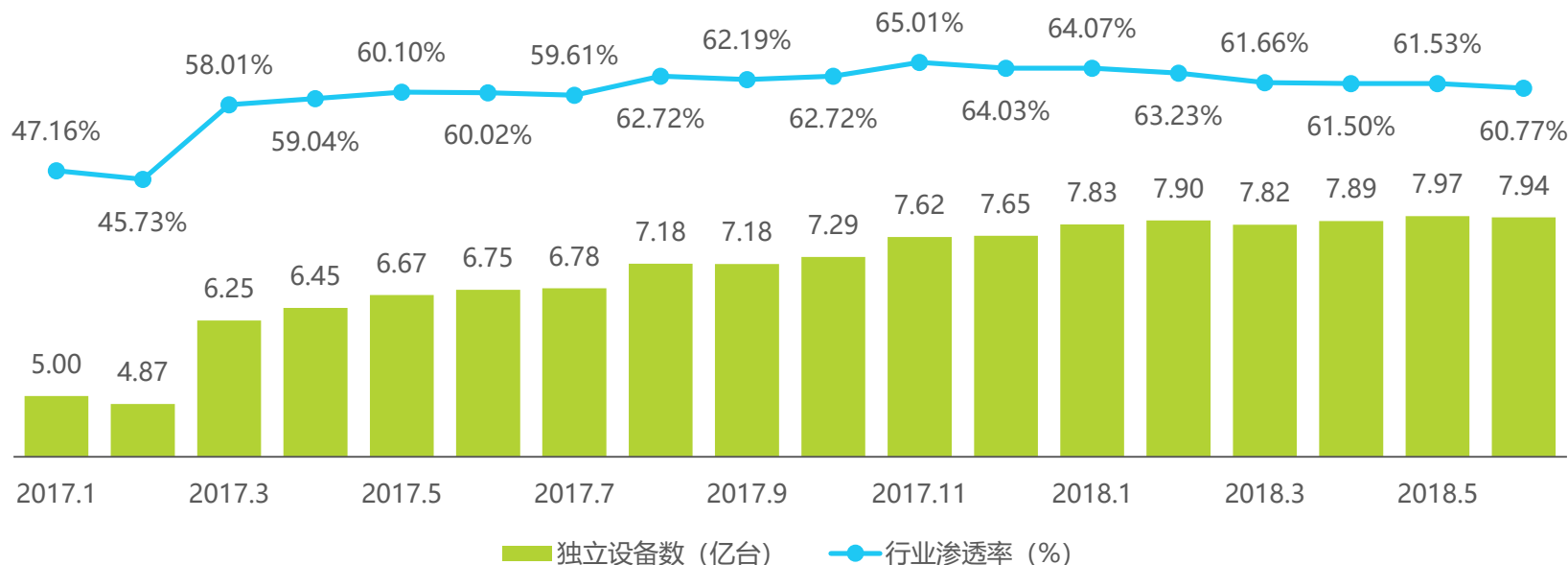
在线音乐行业流量分析

行业渗透率维持在60%左右，增速放缓

泛娱乐时代，知识产权意识的提升以及国家对正版音乐的保护政策，推动了在线音乐市场的良性发展，截至2018年6月，行业月独立设备数接近8亿，渗透率维持在60%左右。

虽然移动互联网人口红利的殆尽导致在线音乐行业的增速有所放缓，但随着各大音乐平台提供矩阵化娱乐衍生服务，未来发展空间可期。

mUserTracker-2017年1月-2018年6月中国移动互联网
在线音乐行业月独立设备数及行业渗透率



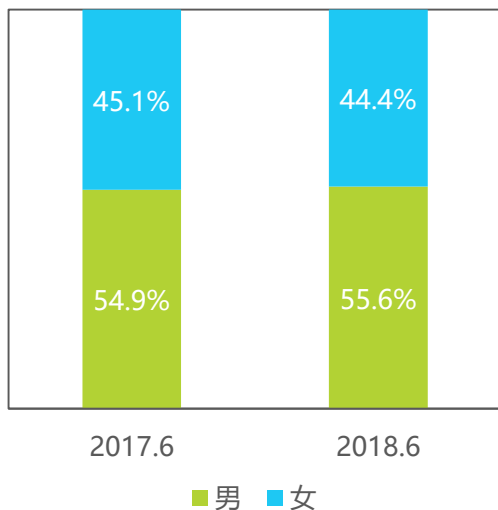
来源：mUserTracker.2018.6，基于日均400万手机、平板移动设备软件监测数据，与超过1亿移动设备的通讯监测数据，联合计算研究获得。

在线音乐行业流量分析

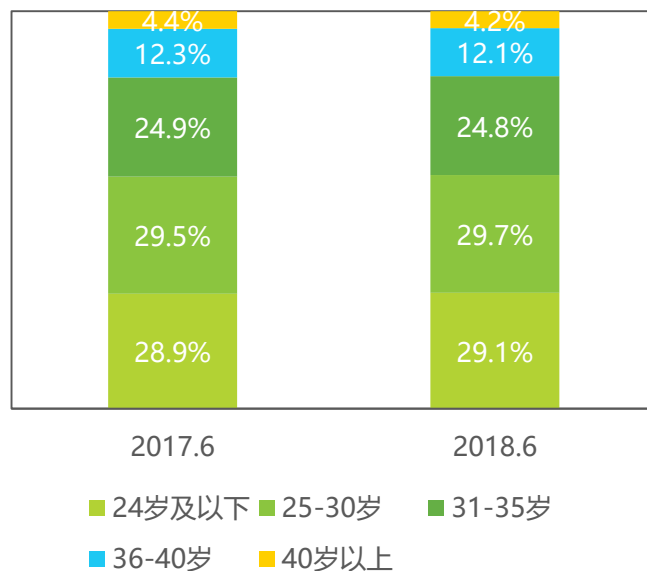
男性用户主导，超八成用户在35岁以下

在线音乐用户中有55.6%为男性，超八成音乐爱好者在35岁以下，36岁以上用户占比略有下降。
从年龄分布上来看，30岁以下年轻人士比例最大，且正向增长，他们会是付费音乐的主要群体。

mUserTracker-2017年6月&2018年6月
中国移动互联网在线音乐行业用户性别分布



mUserTracker-2017年6月&2018年6月
中国移动互联网在线音乐行业用户年龄分布



来源：mUserTracker.2018.6，基于日均400万手机、平板移动设备软件监测数据，与超过1亿移动设备的通讯监测数据，联合计算研究获得。

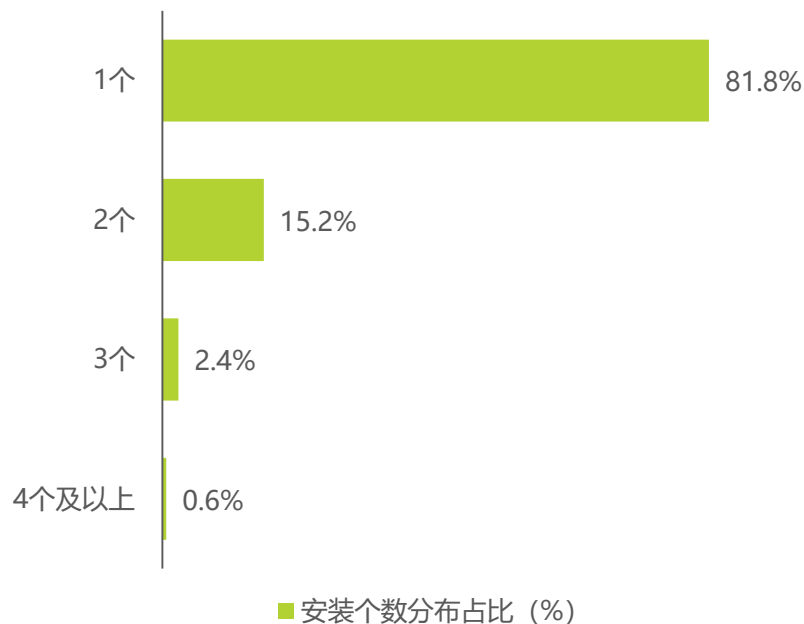
来源：mUserTracker.2018.6，基于日均400万手机、平板移动设备软件监测数据，与超过1亿移动设备的通讯监测数据，联合计算研究获得。

在线音乐行业流量分析

8成以上用户仅安装1个在线音乐APP，寡头化明显

从用户安装APP数量分布上看，81.82%的用户仅安装1个音乐APP，寡头化明显，排他性强。

StoreTracker-2018Q2中国移动互联网
在线音乐行业人均安装APP个数分布



来源：StoreTracker.2018.6，基于日活千万级的多源有效样本数据，联合计算得出涵盖50+ Android端应用商店市场的用户行为数据。

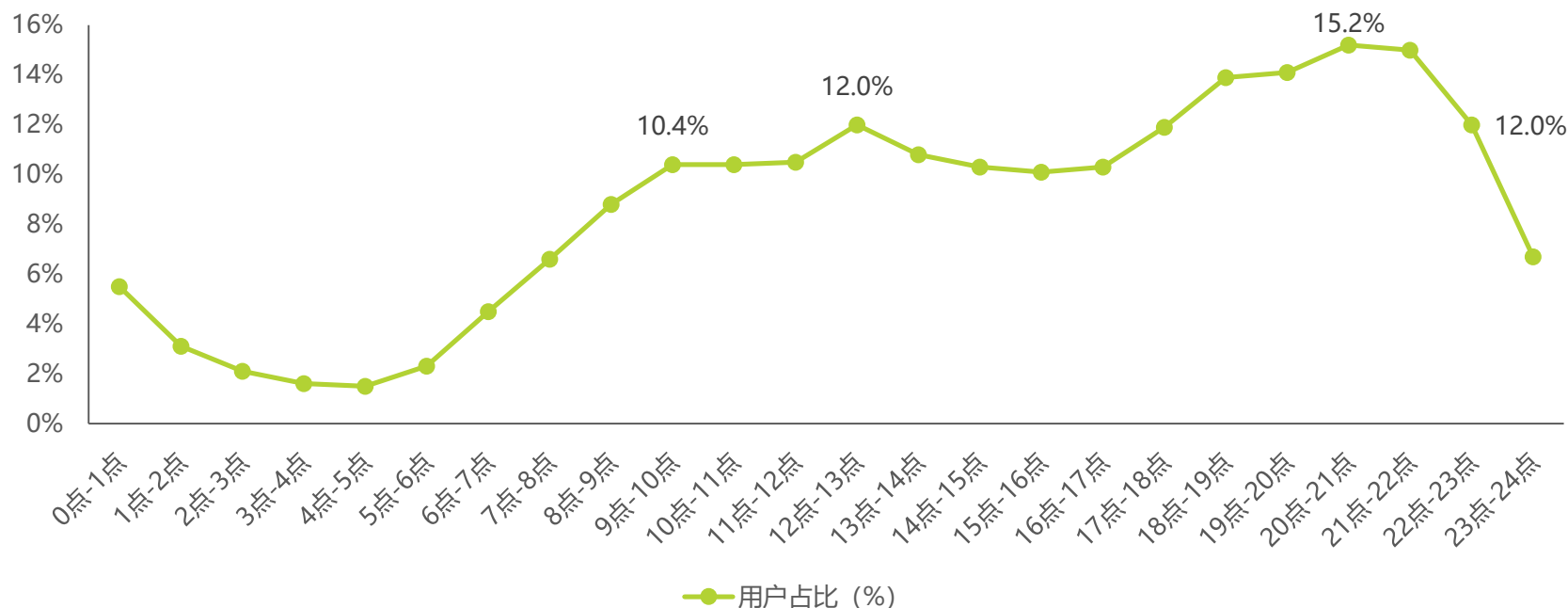
在线音乐行业流量分析

20点-21点流量最高峰，9点后各时间点人群比例差异不大

中午12点-13点以及夜间20点-21点为流量高峰阶段。

鉴于在线音乐具有随时随地可享受的特性，各时间点人群占比的差距较小，早上9点与夜间高峰的差距不到5个百分点。

mUserTracker-2018年Q2中国移动互联网
在线音乐行业用户24小时活跃时段分布



来源：mUserTracker.2018.6，基于日均400万手机、平板移动设备软件监测数据，与超过1亿移动设备的通讯监测数据，联合计算研究获得。

综合电商行业流量分析

PC综合电商仍占据一席之地，行业渗透率达76%

截至2018年6月，PC端综合电商行业月度覆盖人数接近4亿，虽低于去年下半年，但行业渗透率仍然达到76.4%，PC端电商仍占据一席之地。

对比2018年6月和2017年6月，月度覆盖人数同比减少5%，618年中大促在PC端收效略逊色去年。

iUserTracker-2017年1月-2018年6月中国PC互联网
综合电商行业月度覆盖人数及行业渗透率



来源：iUserTracker. 家庭办公版 2012.6，基于对40万名家庭及办公（不含公共上网地点）样本网络行为的长期监测数据获得。

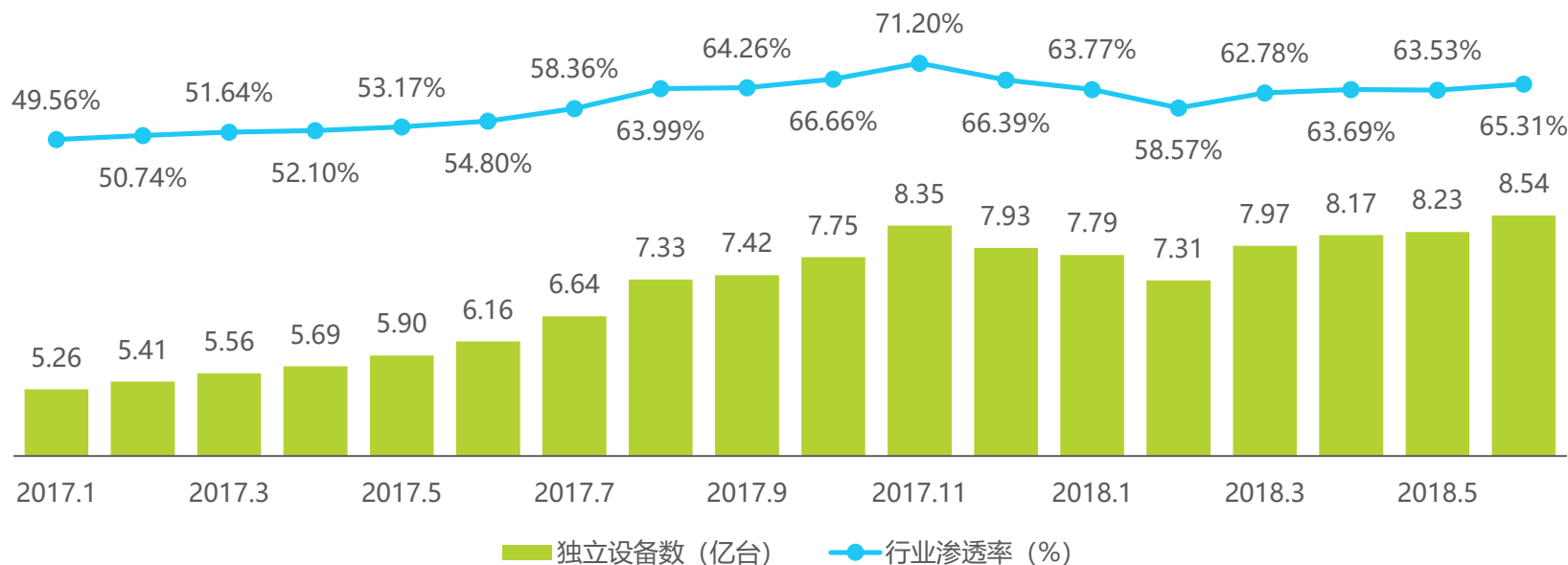
注释：本报告综合电商行业仅涵盖如下APP：淘宝、天猫、京东、拼多多、唯品会、苏宁易购、国美在线、当当、1号店、亚马逊中国、聚美优品。

综合电商行业流量分析

移动购物飞速发展，6月独立设备数超8.5亿，同比增长39%

移动购物一路高歌猛进，月独立设备数从2017年1月的5.3亿，发展至2018年6月的8.5亿，增长率高达62%。
购物节作为流量提升的主要驱动力，在2017年11月创当年年度最高峰值，2018年6月创今年上半年流量新高。

mUserTracker-2017年1月-2018年6月中国移动互联网
综合电商行业月独立设备数及行业渗透率



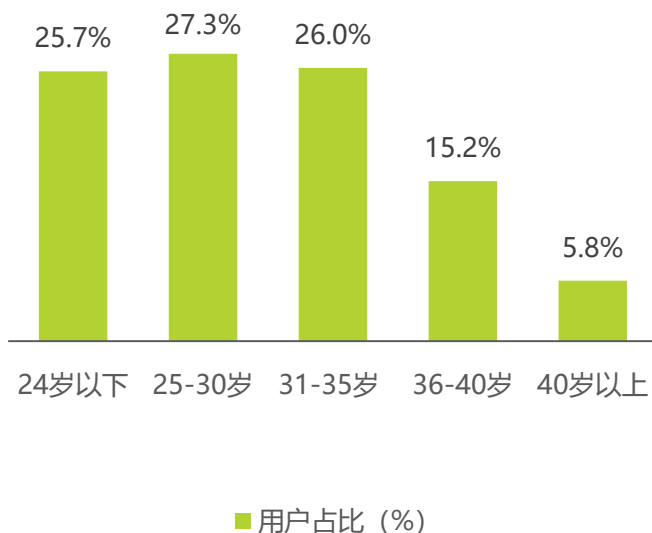
来源：mUserTracker.2018.6，基于日均400万手机、平板移动设备软件监测数据，与超过1亿移动设备的通讯监测数据，联合计算研究获得。
注释：本报告综合电商行业仅涵盖如下APP：淘宝、天猫、京东、拼多多、唯品会、苏宁易购、国美在线、当当、1号店、亚马逊中国、聚美优品。

综合电商行业流量分析

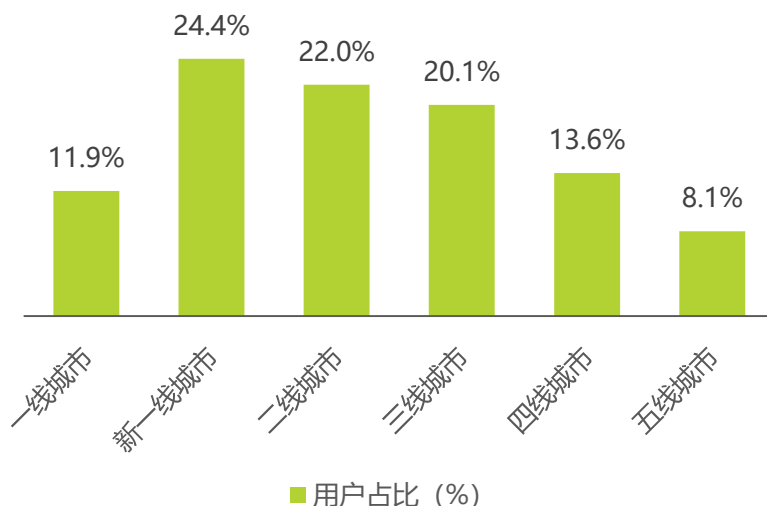
APP端新增用户多为35岁以下年轻人，又以新一线城市最多

2018年Q2，综合电商行业APP端新增用户主要集中在35岁以下的年轻人，其中25-35岁最多。从城市分布来看，又以新一线城市占比最大，其次是二线城市。

mUserTracker-2018年Q2中国移动互联网
综合电商行业APP端新增用户年龄分布



mUserTracker-2018年Q2中国移动互联网
综合电商行业APP端新增用户地域分布



来源：mUserTracker.2018.6，基于日均400万手机、平板移动设备软件监测数据，与超过1亿移动设备的通讯监测数据，联合计算研究获得。
注释：本报告综合电商行业仅涵盖如下APP：淘宝、天猫、京东、拼多多、唯品会、苏宁易购、国美在线、当当、1号店、亚马逊中国、聚美优品。

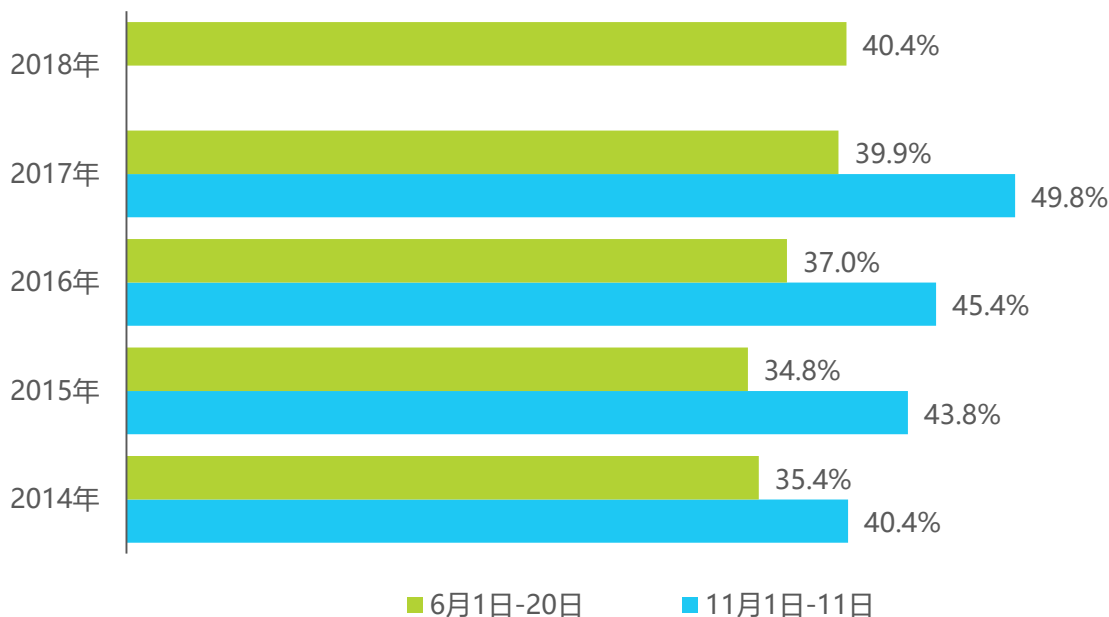
来源：mUserTracker.2018.6，基于日均400万手机、平板移动设备软件监测数据，与超过1亿移动设备的通讯监测数据，联合计算研究获得。
注释：本报告综合电商行业仅涵盖如下APP：淘宝、天猫、京东、拼多多、唯品会、苏宁易购、国美在线、当当、1号店、亚马逊中国、聚美优品。

综合电商行业流量分析

综合电商用户占比在大促期逐年提升，且双11高于618

1. 2014年至2018年618和双11电商大促期间，除2015年618用户占比略低于2014年，其他均逐年提升，其中2017年表现最优，用户占比环比增量最大。
2. 双11期间用户占比环比增幅高于618期间。

iUserTracker-2014年至2018年中国PC互联网
综合电商行业大促期间用户占比情况



来源：iUserTracker家庭办公版 2012.6，基于对40万名家庭及办公（不含公共上网地点）样本网络行为的长期监测数据获得。

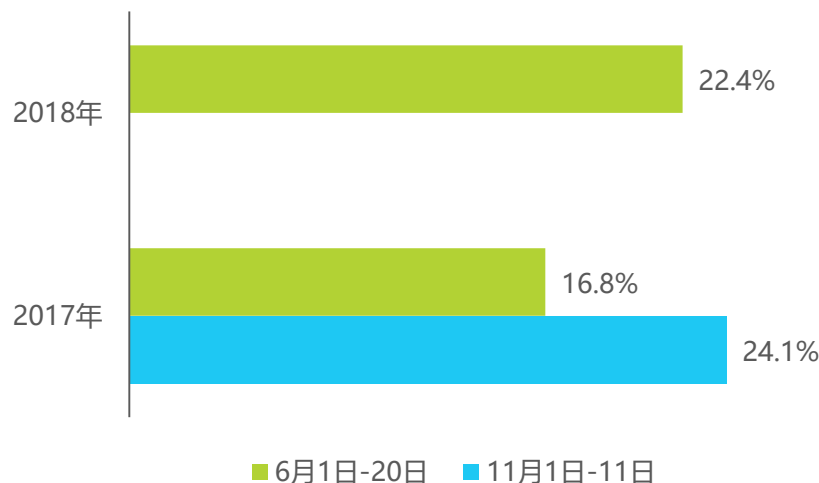
注释：本报告综合电商行业仅涵盖如下APP：淘宝、天猫、京东、拼多多、唯品会、苏宁易购、国美在线、当当、1号店、亚马逊中国、聚美优品。

综合电商行业流量分析

综合电商用户占比在大促期逐年提升，且双11高于618

移动端2018年618期间用户占比高2017年接近6个百分点。从前面移动端流量整体增长情况来看，2018年双11期间，其用户占比有望超过30%。

**mUserTracker-2017年至2018年中国移动互联网
综合电商行业大促期间用户占比情况**



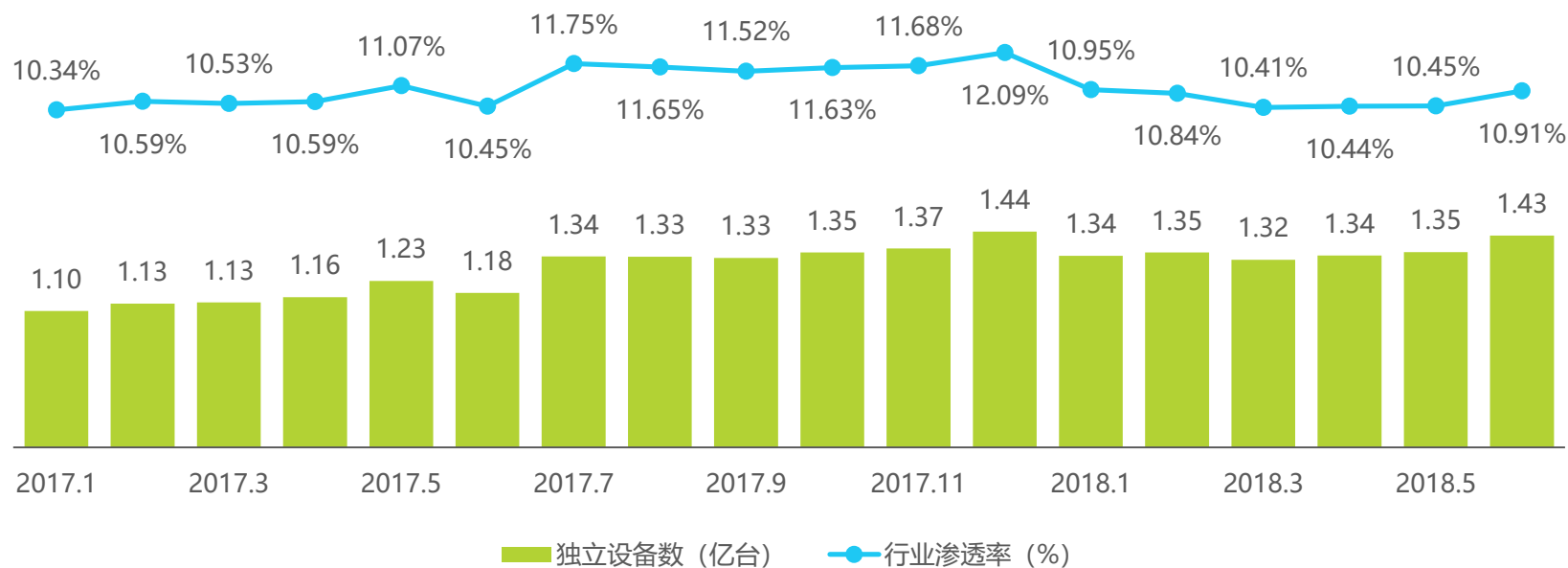
来源：mUserTracker.2018.6，基于日均400万手机、平板移动设备软件监测数据，与超过1亿移动设备的通讯监测数据，联合计算研究获得。
注释：本报告综合电商行业仅涵盖如下APP：淘宝、天猫、京东、拼多多、唯品会、苏宁易购、国美在线、当当、1号店、亚马逊中国、聚美优品。

美食外卖行业流量分析

用户市场发展趋于稳定，存量用户是竞争重点

美食行业发展趋于稳定，自2017年7月至今，月独立设备数维持在1.3亿至1.4亿之间，行业渗透率在10%左右。

mUserTracker-2017年1月-2018年6月中国移动互联网
美食行业月独立设备数及行业渗透率



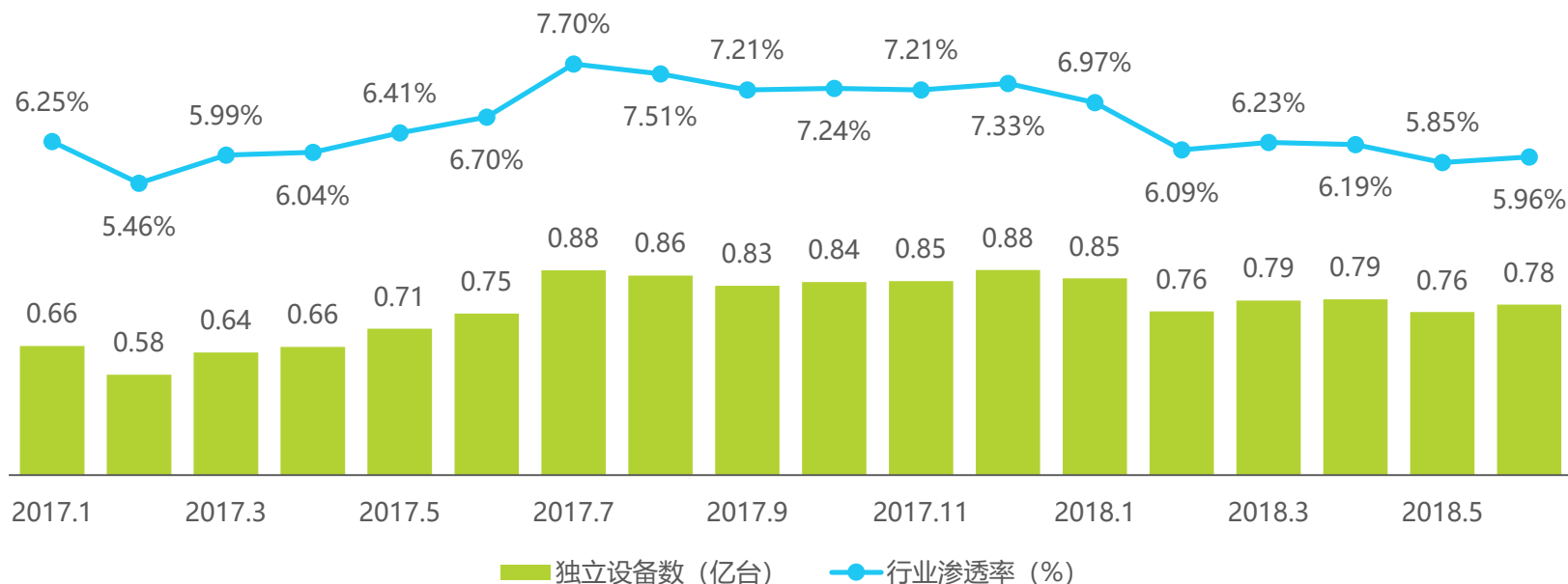
来源：mUserTracker.2018.6，基于日均400万手机、平板移动设备软件监测数据，与超过1亿移动设备的通讯监测数据，联合计算研究获得。

美食外卖行业流量分析

用户市场发展趋于稳定，存量用户是竞争重点

截至2018年6月，外卖行业APP月独立设备数不足8千万。从发展趋势上来看，用户规模同样趋于稳定。

mUserTracker-2017年1月-2018年6月中国移动互联网
外卖行业月独立设备数及行业渗透率



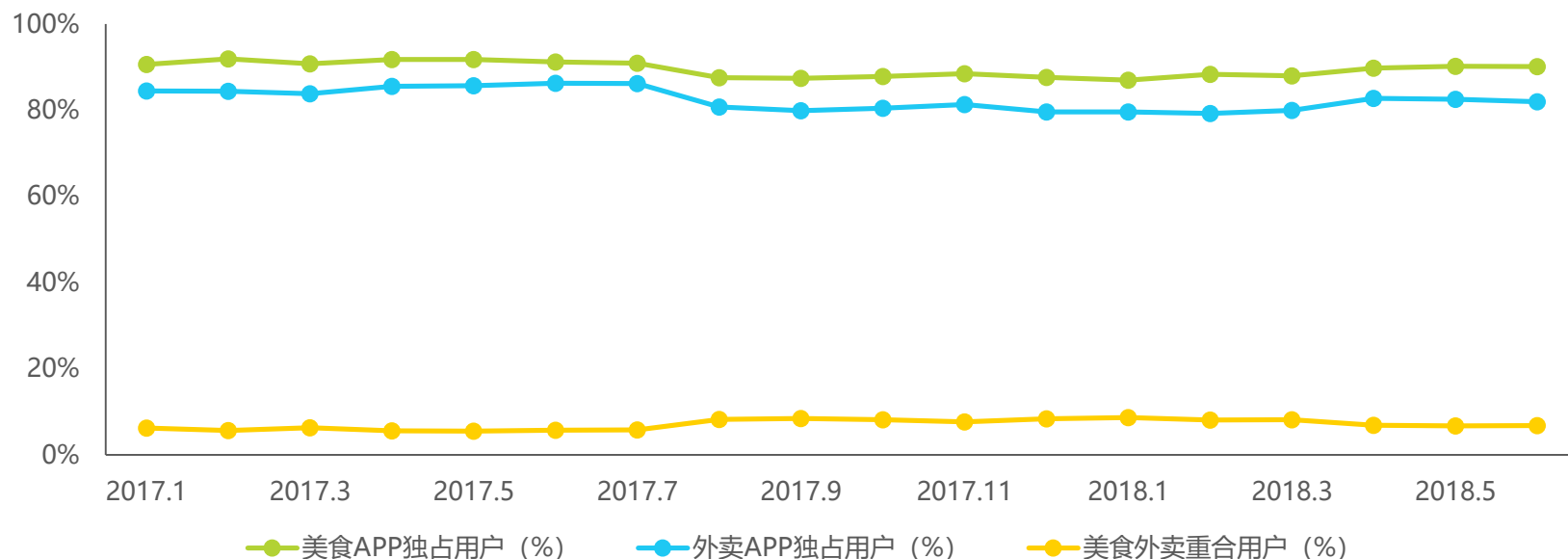
来源：mUserTracker.2018.6，基于日均400万手机、平板移动设备软件监测数据，与超过1亿移动设备的通讯监测数据，联合计算研究获得。

美食外卖行业流量分析

美食APP独占用户更多，而外卖APP新装活跃度更高

美食APP独占用户占比在90%左右，外卖APP独占用户占比在80%左右，美食APP竞争力、忠诚度强于外卖APP。美食与外卖用户重合度较低，在7%左右。

mUserTracker-2017年1月-2018年6月中国移动互联网
美食与外卖用户独占及重合情况



来源：mUserTracker.2018.6，基于日均400万手机、平板移动设备软件监测数据，与超过1亿移动设备的通讯监测数据，联合计算研究获得。

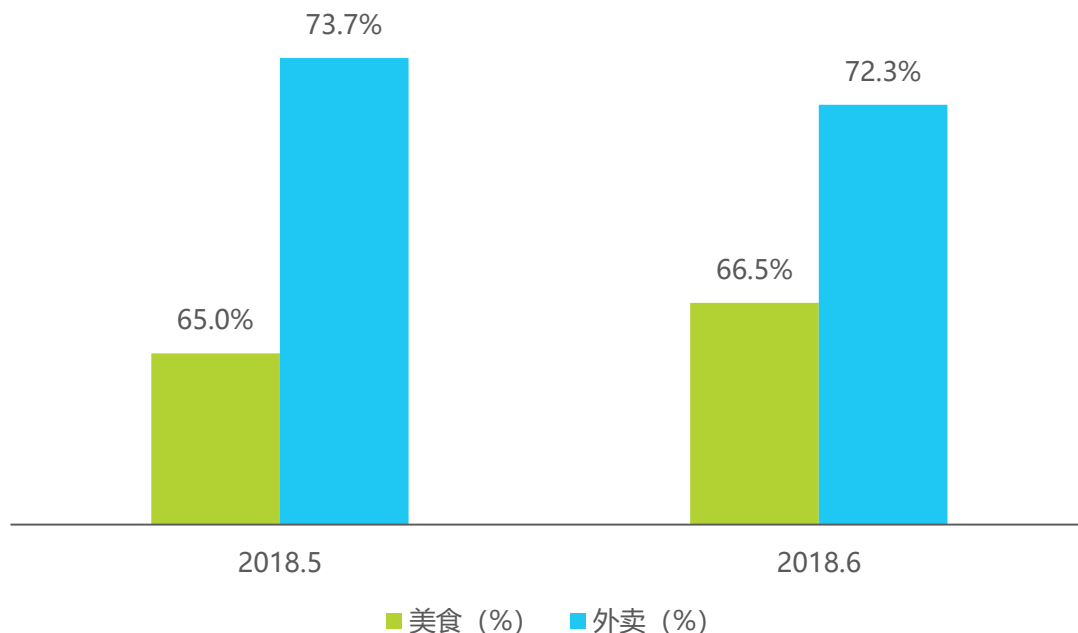
美食外卖行业流量分析

美食APP独占用户更多，而外卖APP新装活跃度更高

相比美食APP，外卖APP新装活跃度更高，在70%以上，新用户使用意愿更强。

美食APP新装活跃度在66%左右，且6月环比5月呈增长态势。

StoreTracker-2018年5-6月中国移动互联网
美食外卖APP新装-新装活跃情况



来源：StoreTracker.2018.6，基于日活千万级的多源有效样本数据，联合计算得出涵盖50+Android端应用商店市场的用户行为数据。

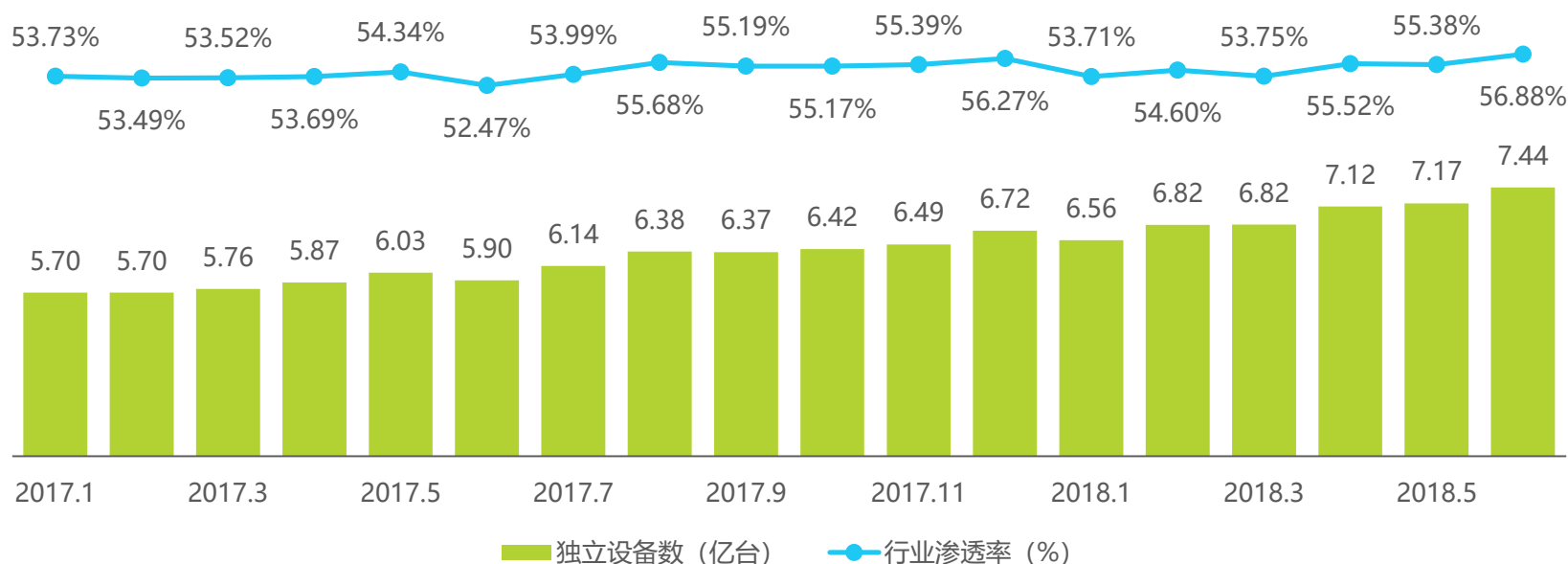
社交网络行业流量分析

行业渗透率接近60%，呈正向缓慢增长态势

随着人们对社交需求的增多，社交网络市场规模呈现阶梯式增长，截至2018年6月，社交网络APP月独立设备数已超过7.4亿，同比去年同期增长26%。

以新浪微博、百度贴吧、QQ空间等为代表的社交网络，“明星效应”和“粉丝经济”明显，促使用户使用率逐渐提升，行业渗透率接近60%。

mUserTracker-2017年1月-2018年6月中国移动互联网
社交网络行业月独立设备数及行业渗透率



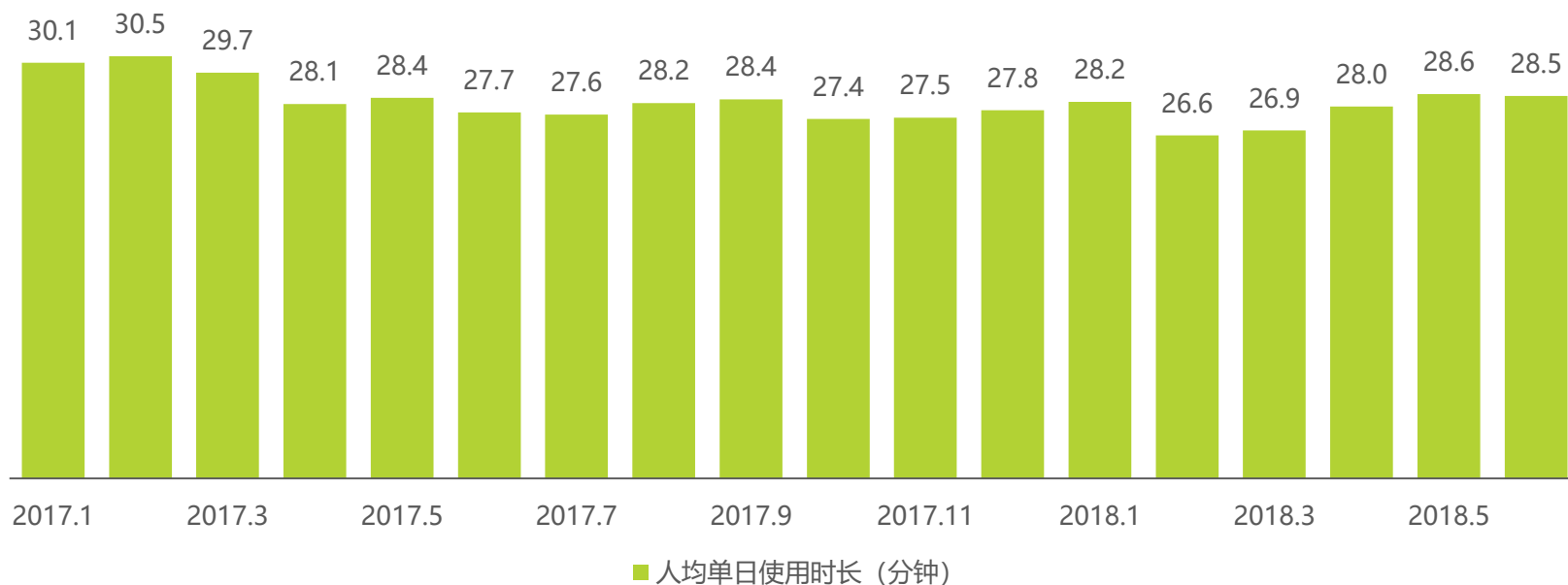
来源：mUserTracker.2018.6，基于日均400万手机、平板移动设备软件监测数据，与超过1亿移动设备的通讯监测数据，联合计算研究获得。

社交网络行业流量分析

人均单日使用时长居高不下，半小时刷尽关心的人与事

2018年6月，社交网络人均单日使用时长为28.5分钟，同比全年同期则增加了0.8分钟，半小时刷尽关心的人与事。

mUserTracker-2017年1月-2018年6月中国移动互联网
社交网络行业人均单日使用时长



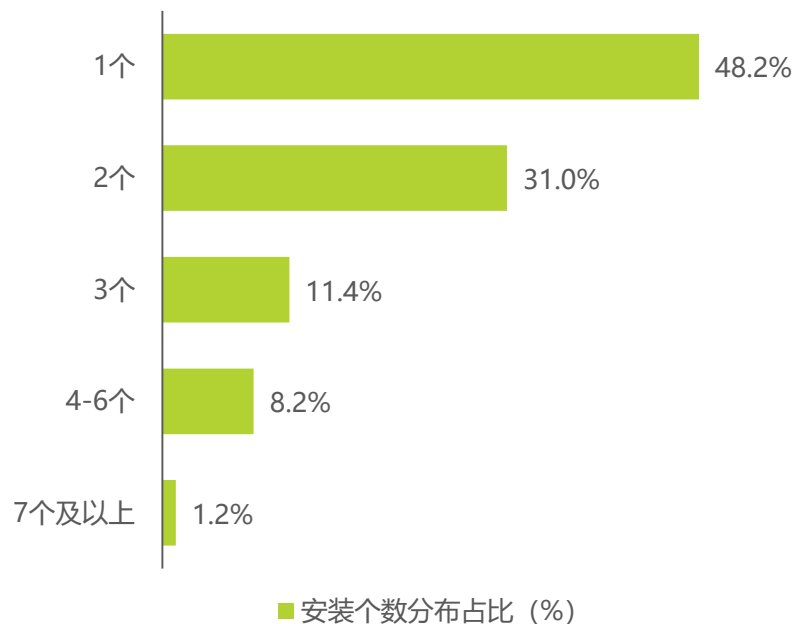
来源：mUserTracker.2018.6，基于日均400万手机、平板移动设备软件监测数据，与超过1亿移动设备的通讯监测数据，联合计算研究获得。

社交网络行业流量分析

接近一半的用户仅安装1个社交网络APP

接近一半的用户仅安装1个社交网络APP，而3个APP已能满足90%用户的社交需求。

StoreTracker-2018Q2中国移动互联网
社交网络行业人均安装APP个数分布



来源：StoreTracker.2018.6，基于日活千万级的多源有效样本数据，联合计算得出涵盖50+Android端应用商店市场的用户行为数据。

中国移动互联网市场发展概览

1

中国移动网民洞察

2

中国移动渠道市场监测

3

热门行业分析

4

案例分析：创新发展与生态赋能

5

2018Q2中国移动互联网新势力

6

创新发展与生态赋能

智慧零售 — 移动互联网推动咖啡市场创新发展

在消费体验时代，咖啡像一种文化，在大学生、白领上班族中蔓延，咖啡馆的社交属性又助力了咖啡市场的持续发展。2018年，咖啡市场迎来了全新的迭代发展态势，瑞幸咖啡以“野蛮生长”的姿态迅速打入中国连锁咖啡品牌的第一梯队；星巴克与阿里达成战略合作，加入阿里新零售战略布局；可口可乐收购Costa所有发行股份...，移动互联网加剧中国咖啡市场的竞争。

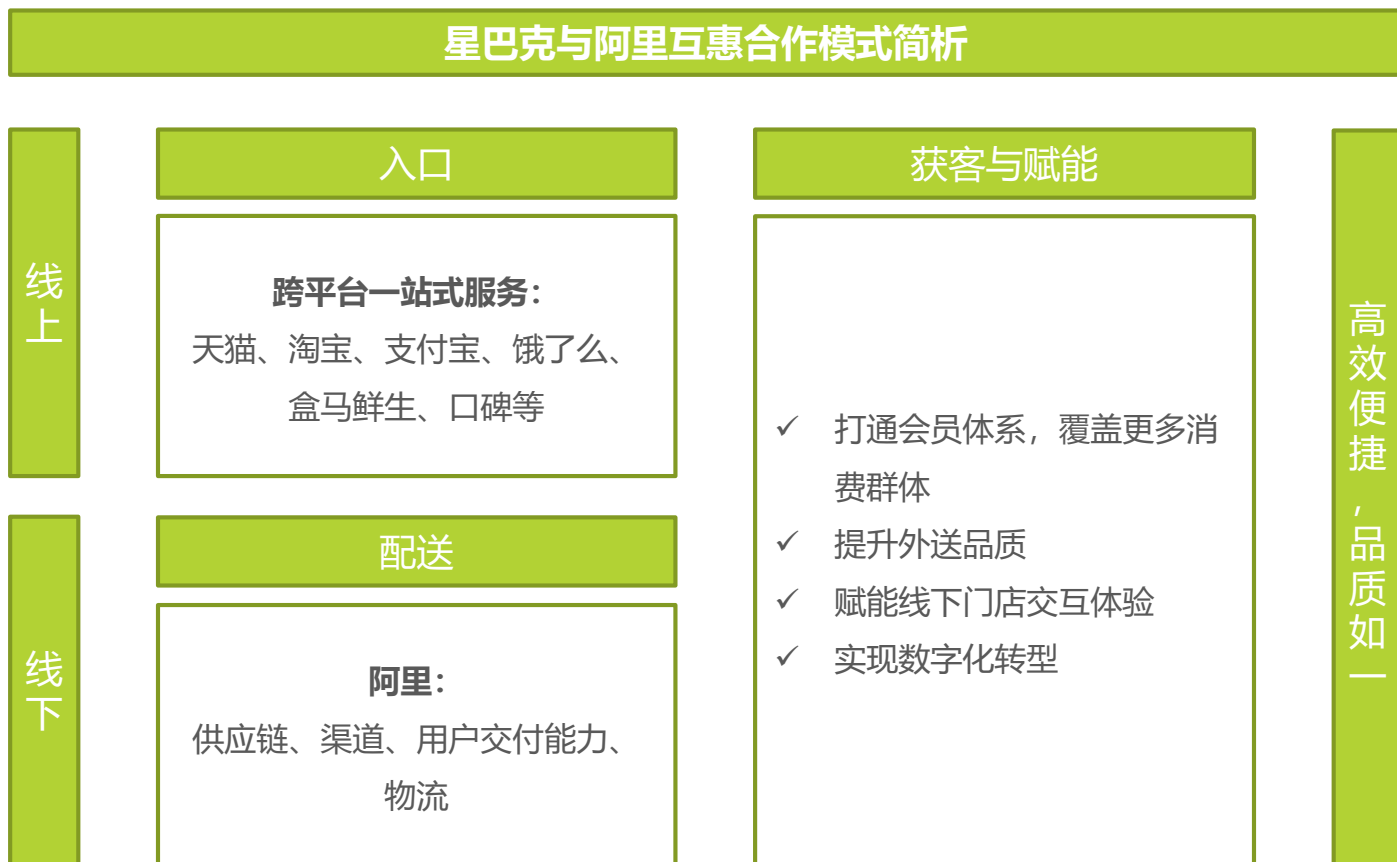
中国互联网咖啡之战，不仅仅是品牌的竞争，更是对移动网民消费习惯和消费时间等用户忠诚度的争夺。



创新发展与生态赋能

星巴克牵手阿里

作为咖啡领域的领导者，星巴克全面拥抱阿里新零售，打造线上线下融合的数字化星巴克。



来源：根据公开资料，艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

创新发展与生态赋能

星巴克牵手阿里

以星巴克与饿了么APP用户重合情况来看，两者用户重合度不超过1%，这就意味着饿了么将会协助星巴克大大拓展外卖咖啡市场，提升咖啡消费的时间与空间。

mUserTracker-2018年8月饿了么APP与星巴克APP 用户重合分析



来源：mUserTracker.2018.8，基于日均400万手机、平板移动设备软件监测数据，与超过1亿移动设备的通讯监测数据，联合计算研究获得。

创新发展与生态赋能

泛娱乐生态下的消费升级 —— 传统娱乐向新兴娱乐创新发展

根据艾瑞咨询《拥抱00后新生代，线下娱乐市场新兴业态纷纷涌现》指出，当前传统线下文娱的发展面临收入来源单一、成本上升、内容消费形式单一以及消费人群老年化等一系列问题。而从各年龄段用户的文化娱乐消费占比以及线下新娱乐参与率来看，90、00后新生代在文娱方面的支出占比要高于70、80后，并且新生代更喜欢探索新鲜事物，更易接受具有独特互动体验和社交场景的新兴娱乐形态，如迷你KTV、点播影院、电竞馆、娃娃机集合店等。



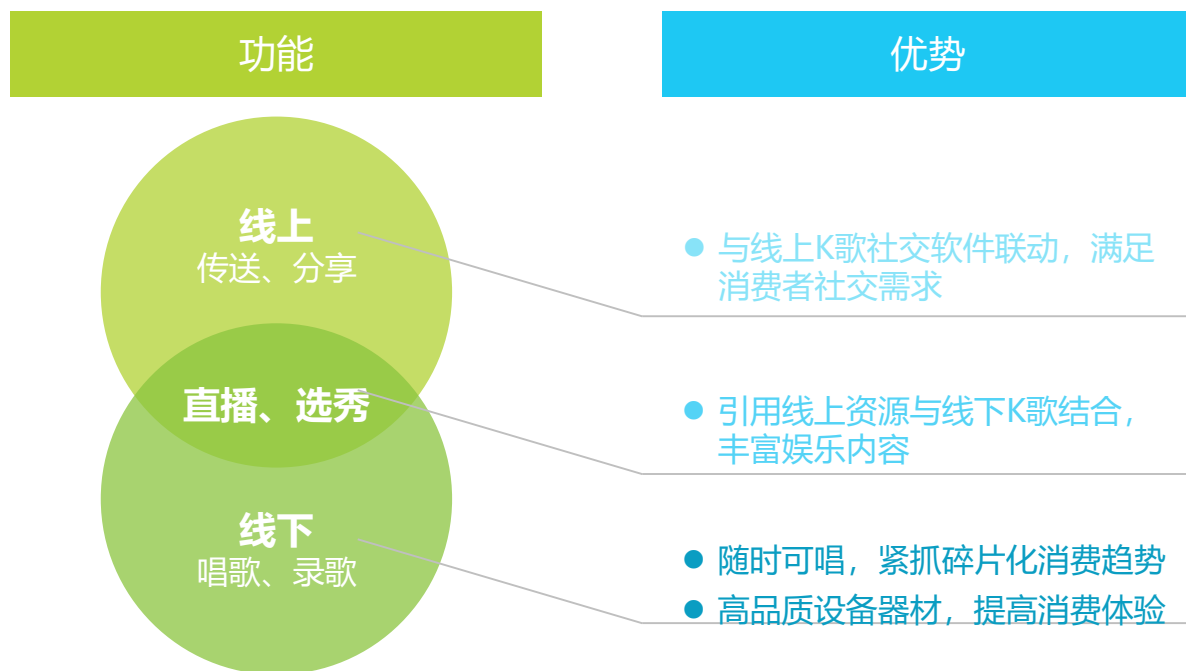
来源：图片来自网络。

创新发展与生态赋能

迷你KTV

作为移动互联网结合微产业下的新型娱乐项目，迷你KTV同时抓住了碎片化消费的趋势以及整合线上线下资源的风向，并满足了用户的社交分享需求。

中国迷你KTV的发展优势



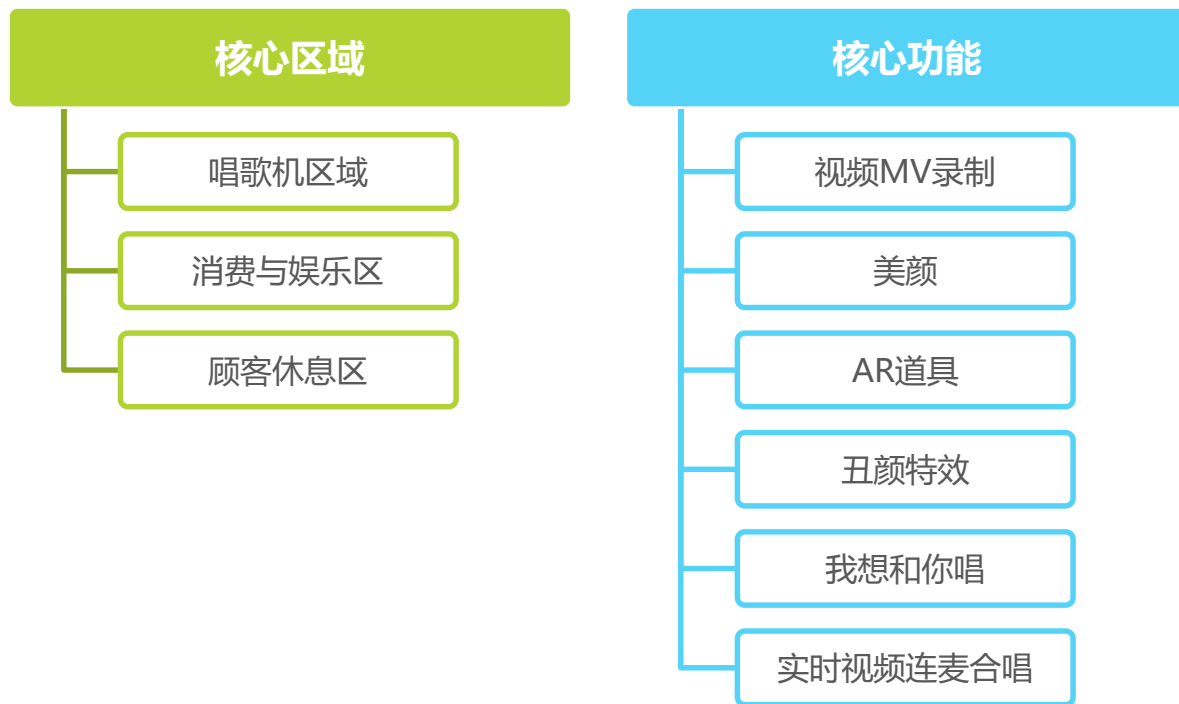
来源：艾瑞咨询《拥抱00后新生代，线下娱乐市场新兴业态纷纷涌现》，艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

创新发展与生态赋能

泛音乐新生态：全民K歌 X 线下KTV

全民K歌是腾讯旗下一款K歌社交类APP，2017年9月全民K歌首家线下试验店开放，同年11月全民K歌自助店正式运营。全民K歌自助店，以实体店与社交深度结合的经营模式，创造了线下K歌、线上互动、以歌会友的全新社交方式，是当下新生代偏爱的体验式消费的泛音乐新生态。

全民K歌自助店



来源：根据公开资料，艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

中国移动互联网市场发展概览	1
中国移动网民洞察	2
中国移动渠道市场监测	3
热门行业分析	4
案例分析：创新发展与生态赋能	5
2018Q2中国移动互联网新势力	6

2018Q2中国移动互联网新势力

2018Q2中国移动互联网新上线APP TOP100

2018Q2中国移动互联网新上线APP TOP1-20

排名	APP名称	一级行业	二级行业	上线月份	2018年6月独立设备数
1-20					(万台)
1	开心跳一跳	游戏服务	休闲益智	2018年4月	1138.51
2	超级看	视频服务	聚合视频	2018年4月	524.54
3	fifa足球世界	游戏服务	体育	2018年6月	500.99
4	连尚头条	综合资讯	新闻资讯	2018年4月	490.03
5	一跳到底	游戏服务	休闲益智	2018年6月	407.32
6	好运天气	便捷生活	天气	2018年6月	324.42
7	米米罐	电子商务	网络购物	2018年5月	297.69
8	消除者联盟	游戏服务	休闲益智	2018年4月	270.29
9	保护气球-joy	游戏服务	休闲益智	2018年6月	269.9
10	美食烹饪家	游戏服务	模拟经营	2018年6月	247.33
11	微鲤看看	综合资讯	新闻资讯	2018年5月	237.87
12	我的恐龙	游戏服务	养成	2018年5月	200.35
13	球球与白块	游戏服务	休闲益智	2018年4月	184.49
14	谜题发烧友	游戏服务	休闲益智	2018年6月	177.72
15	简影	拍摄美化	拍摄美化其他	2018年5月	165.93
16	宝宝假日旅行	女性亲子	儿童教育	2018年6月	159.6
17	魅族趣视频	实用工具	实用工具其他	2018年6月	157.87
18	票房大卖王-我是大导演	游戏服务	模拟经营	2018年6月	144.77
19	逗客	社交网络	社区交友	2018年6月	131
20	奇妙春游日	女性亲子	儿童教育	2018年4月	126.46

来源：mUserTracker.2018.7，基于日均400万手机、平板移动设备软件监测数据，与超过1亿移动设备的通讯监测数据，联合计算研究获得。

2018Q2中国移动互联网新势力

2018Q2中国移动互联网新上线APP TOP100

2018Q2中国移动互联网新上线APP TOP21-40

排名	APP名称	一级行业	二级行业	上线月份	2018年6月独立设备数
21-40					(万台)
21	聚看点	综合资讯	时尚资讯	2018年5月	125.21
22	关系计算器	个人工具	计算器	2018年6月	124.31
23	消消大作战	游戏服务	休闲益智	2018年4月	113.08
24	宝宝果汁商店	女性亲子	儿童教育	2018年4月	110.95
25	绝地求生手游助手	游戏服务	辅助工具	2018年4月	109.84
26	物理弹球-chanyou	游戏服务	休闲益智	2018年6月	108.1
27	像素车	游戏服务	休闲益智	2018年4月	106.69
28	惠花花	金融理财	消费分期	2018年5月	104.36
29	网易星球	实用工具	实用工具其他	2018年6月	102.07
30	今日歌王	视频服务	网络直播	2018年5月	98.63
31	风速浏览器	实用工具	浏览器	2018年6月	97.57
32	宝宝梦想小镇	女性亲子	儿童教育	2018年5月	94.55
33	奇妙昆虫世界	女性亲子	儿童教育	2018年4月	91.5
34	贝壳找房	便捷生活	房产	2018年6月	90.25
35	山西移动和生活	便捷生活	运营商服务	2018年5月	89.61
36	UULive	视频服务	网络直播	2018年6月	87.66
37	跳跳跳方块	游戏服务	休闲益智	2018年5月	86.76
38	恋爱球球	游戏服务	休闲益智	2018年6月	82.41
39	宫廷计手游	游戏服务	养成	2018年4月	78.16
40	冰雪皇家婚礼	游戏服务	休闲益智	2018年4月	77.15

来源：mUserTracker.2018.7，基于日均400万手机、平板移动设备软件监测数据，与超过1亿移动设备的通讯监测数据，联合计算研究获得。

2018Q2中国移动互联网新势力

2018Q2中国移动互联网新上线APP TOP100

2018Q2中国移动互联网新上线APP TOP41-60

排名	APP名称	一级行业	二级行业	上线月份	2018年6月独立设备数
41-60					(万台)
41	埋堆堆	综合资讯	综合资讯其他	2018年4月	75.65
42	我的心动小狗	游戏服务	休闲益智	2018年5月	72.1
43	奇妙拼图世界	女性亲子	儿童教育	2018年5月	70.79
44	太古神王：星魂觉醒	游戏服务	角色扮演	2018年6月	66.73
45	全网影视大全	视频服务	聚合视频	2018年6月	65.9
46	跳跃战士之急速跃变	游戏服务	动作	2018年6月	63.79
47	立刷	金融理财	支付	2018年5月	61.35
48	烈火如歌	游戏服务	角色扮演	2018年6月	59.51
49	爱飒漫画	电子阅读	动漫	2018年5月	59.08
50	叶罗丽跑酷天团-xgm	游戏服务	跑酷	2018年5月	57.07
51	华容道经典闯关	游戏服务	休闲益智	2018年4月	56.19
52	我是小丑	金融理财	金融理财其他	2018年6月	54.49
53	爱碰	社交网络	社区交友	2018年6月	53.04
54	豆豆免费小说	电子阅读	在线阅读	2018年4月	52.71
55	层层逼近	游戏服务	休闲益智	2018年5月	51.75
56	宝宝森林美食	女性亲子	儿童教育	2018年5月	51.65
57	oppo快应用	应用分发	应用商店	2018年6月	50.08
58	史上最坑爹的游戏16	游戏服务	休闲益智	2018年4月	49.79
59	竖屏麻将	游戏服务	卡牌	2018年6月	48.07
60	时光小视频	拍摄美化	相册图库	2018年5月	47.66

来源：mUserTracker.2018.7，基于日均400万手机、平板移动设备软件监测数据，与超过1亿移动设备的通讯监测数据，联合计算研究获得。

2018Q2中国移动互联网新势力

2018Q2中国移动互联网新上线APP TOP100

2018Q2中国移动互联网新上线APP TOP61-80

排名	APP名称	一级行业	二级行业	上线月份	2018年6月独立设备数
61-80					(万台)
61	幸存者危城	游戏服务	射击	2018年5月	45.01
62	小猿口算	学习教育	教育工具	2018年5月	42.74
63	良法	学习教育	学习教育其他	2018年5月	42.52
64	皮皮虾语音包	通讯聊天	语音通话	2018年5月	42.11
65	河北移动	便捷生活	运营商服务	2018年6月	39.9
66	牧羊人之心	游戏服务	角色扮演	2018年6月	39.43
67	UC浏览器福利版	实用工具	浏览器	2018年6月	39.42
68	魅族视频解码器	实用工具	实用工具其他	2018年6月	39.32
69	微信分身版免费	实用工具	实用工具其他	2018年4月	38.12
70	真龙霸业	游戏服务	策略	2018年4月	37.13
71	泡芙社区	社交网络	社区交友	2018年5月	36.73
72	有令	金融理财	金融理财其他	2018年6月	36.36
73	十字绣-fanqie	游戏服务	休闲益智	2018年6月	35.65
74	小猪酷跑	游戏服务	跑酷	2018年6月	35.52
75	数码暴龙：激战	游戏服务	休闲益智	2018年5月	34.79
76	QQ华夏	游戏服务	角色扮演	2018年4月	34.72
77	衣之国	游戏服务	角色扮演	2018年5月	34.52
78	滚动迷城	游戏服务	休闲益智	2018年6月	33.99
79	nomo	拍摄美化	照相机	2018年6月	33.45
80	装扮少女	拍摄美化	拍摄美化	2018年6月	33.32

来源：mUserTracker.2018.7，基于日均400万手机、平板移动设备软件监测数据，与超过1亿移动设备的通讯监测数据，联合计算研究获得。

2018Q2中国移动互联网新势力

2018Q2中国移动互联网新上线APP TOP100

2018Q2中国移动互联网新上线APP TOP81-100

排名	APP名称	一级行业	二级行业	上线月份	2018年6月独立设备数
81-100					(万台)
81	猪猪侠之五灵酷跑	游戏服务	跑酷	2018年4月	33.11
82	oppo手机搬家下载器	实用工具	实用工具其他	2018年6月	33.1
83	吹牛	社交网络	社区交友	2018年5月	32.66
84	焚天决	游戏服务	角色扮演	2018年4月	32.59
85	钱金金	金融理财	消费分期	2018年5月	31.04
86	免费娃娃机	游戏服务	休闲益智	2018年5月	30.81
87	天生不凡	游戏服务	角色扮演	2018年6月	30.76
88	很皮语音包	游戏服务	辅助工具	2018年4月	30.49
89	作业帮家长版	学习教育	学习教育其他	2018年6月	30.32
90	PUBG MOBILE	游戏服务	动作	2018年5月	30.17
91	永不言弃3：世界	游戏服务	音乐	2018年5月	30.01
92	云课堂2	学习教育	教育工具	2018年5月	29.9
93	聚点搜索	实用工具	搜索	2018年6月	29.19
94	弹来弹趣	游戏服务	休闲益智	2018年6月	28.99
95	皇室守卫	游戏服务	策略	2018年5月	28.86
96	逃生力场	游戏服务	冒险闯关	2018年4月	28.52
97	渔获	社交网络	社区交友	2018年5月	28.45
98	盛乐斗地主	游戏服务	卡牌	2018年5月	28.27
99	萌虎白卡	金融理财	消费信贷	2018年5月	27.89
100	多比特斗兽棋	游戏服务	棋牌	2018年5月	27.67

来源：mUserTracker.2018.7，基于日均400万手机、平板移动设备软件监测数据，与超过1亿移动设备的通讯监测数据，联合计算研究获得。

关于艾瑞



在艾瑞 我们相信数据的力量，专注驱动大数据洞察为企业赋能。

在艾瑞 我们提供专业的数据、信息和咨询服务，让您更容易、更快捷的洞察市场、预见未来。

在艾瑞 我们重视人才培养，Keep Learning，坚信只有专业的团队，才能更好的为您服务。

在艾瑞 我们专注创新和变革，打破行业边界，探索更多可能。

在艾瑞 我们秉承汇聚智慧、成就价值理念为您赋能。

● 我们是艾瑞，我们致敬匠心 始终坚信“工匠精神，持之以恒”，致力于成为您专属的商业决策智囊。



扫描二维码
读懂全行业

海量的数据 专业的报告



400-026-2099



ask@iresearch.com.cn

法律声明

版权声明

本报告为艾瑞咨询制作，报告中所有的文字、图片、表格均受有关商标和著作权的法律保护，部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原著者所有。没有经过本公司书面许可，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》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，并且结合艾瑞监测产品数据，通过艾瑞统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，仅供参考。本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。

为商业决策赋能

EMPOWER BUSINESS DECISIONS



艾 瑞 咨 询