

# 2018年上半年95后网民行为分析

本产品保密并受到版权法保护

Confidential and Protected by Copyright Laws

Analysys 易观  
你要的数据分析



# 分析定义与分析方法



## 分析定义及分析范畴

- 本分析内容主要分析对象是中国移动互联网95后群体。文章通过对95后网民行为方式，消费习惯，兴趣爱好等领域的剖析，了解95后用户的生活形态和价值观。



## 分析方法

- 分析内容中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及易观分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价



## 数据说明

- 易观千帆“A3”算法升级说明：易观千帆“A3”算法引入了机器学习的方法，使易观千帆的数据更加准确地还原用户的真实行为、更加客观地评价产品的价值。整个算法的升级涉及到数据采集、清洗、计算的全过程：
  - 1、采集端：升级SDK以适应安卓7.0以上操作系统的开放API；通过机器学习算法，升级“非用户主观行为”的过滤算法，在更准确识别的同时，避免“误杀”
  - 2、数据处理端：通过机器学习算法，实现用户碎片行为的补全算法、升级设备唯一性识别算法、增加异常设备行为过滤算法等
  - 3、算法模型：引入外部数据源结合易观自有数据形成混合数据源，训练AI算法机器人，部分指标的算法也进行了调整

# 目录

## CONTENTS

01 

前言

03 

社交行为

05 

消费习惯

02 

95后网民概况

04 

兴趣爱好

06 

附录：95后领域增速排行榜





## 前言

“你连世界都没有观过,哪来的世界观”, 击中了很多人的心, 95后深以为然, 并亲身实践。他们成长于中国社会物质丰富时代, 经历着强大的中国崛起和全球化浪潮加速的背景, 95 后更加关注对自我世界的极致探索, 他们在应用各种工具和媒介探索新世界, 并在此中慢慢养成自己的“世界观”和自己的行为模式。

# PART 2



## 95后网民概况

© Analysys 易观

[www.analysys.cn](http://www.analysys.cn)

# 95后 - 物质生活优越的一代

95后的出生并成长于中国经济高速增长且人口出生率不断下降的20年，他们普遍拥有着物质丰厚的童年经历。

## 1987-2016年中国GDP变化趋势（单位：万亿元人民币）

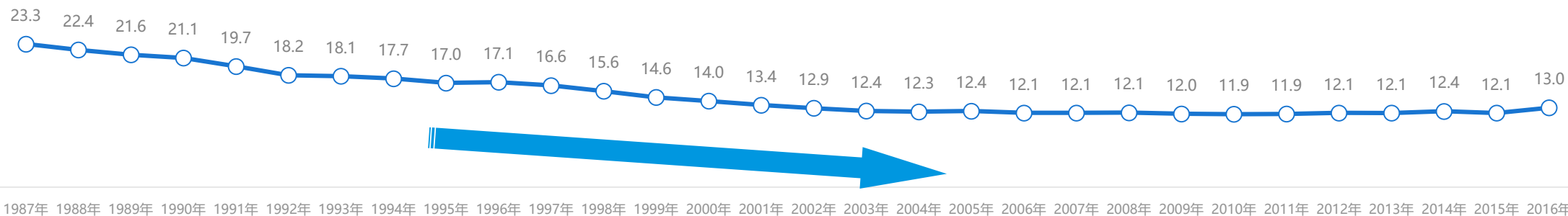


数据说明：中国国家统计局

© Analysys 易观·中国国家统计局

www.analysys.cn

## 1987-2016年中国人口出生率(单位：‰)



数据说明：中国国家统计局

© Analysys 易观·中国国家统计局

www.analysys.cn

# | 95后 - 网络时代的原住民

来源：易观千帆（2018年用户规模）、CNNIC发布的中国互联网统计报告（1997年用户规模、出口带宽）、IDC 2017Q4全球智能手机出货量报告（手机出货量）

- 95后网民的成长同时伴随着中国互联网行业的高速发展。移动网民规模从最初的64万，增长至如今的9.8亿，增长接近1500倍。作为“土生土长”的互联网网民，高年龄段用户相对95后没有代差优势，他们熟悉互联网世界的所有“套路”。

1997-2018年中国移动网民规模



数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2018年第三季度易观千帆基于对23.6亿累计装机覆盖及5.93亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

© Analysys 易观·易观千帆

www.analysys.cn



智能手机出货量从2002年的130万，到如今的**4.41亿台**

数据说明：CNNIC中国互联网统计报告

© Analysys 易观·CNNIC

www.analysys.cn



基础服务领域，国际出口带宽从23.4M到如今的**109G**

数据说明：IDC 全球智能手机出货量报告

© Analysys 易观·IDC

www.analysys.cn

# | 95后网民 “小” 与 “大”

- 95后年龄较小，多为学生和初入职场新人
- 中国95后网民总体规模较小，占整个网民群体的11%

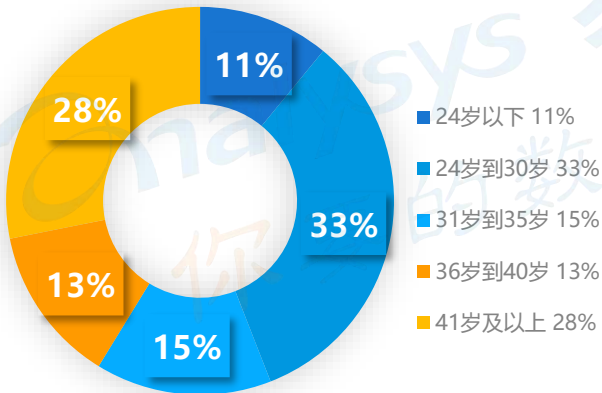
- 95后网民整体规模，虽然仅占整体网民的11%，但高活跃领域达到37%，移动互联网行为活跃
- 数据显示，95后月均花费接近3000元，且移动电商用户渗透不断提升，未来商业价值惊人

规模小

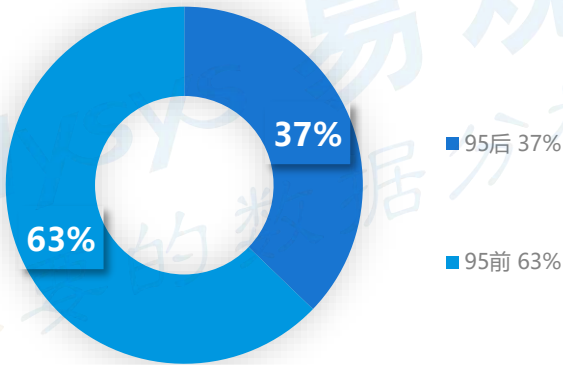
95后

影响力大

2018年6月中国移动网民年龄分布



2018年6月95后移动网民高活跃TGI占比



数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2018年第3季度易观千帆基于对23.6亿累计装机覆盖及5.93亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

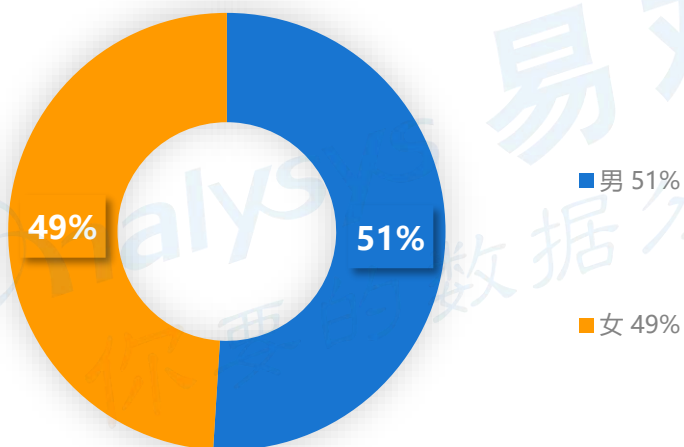


# | 95后以学生和职场新人为主，性别分布均衡

- 95后网民中，男女比例均衡，接近人口统计学，未出现早起网民女比例失衡的现象，表明该群体整体互联网化程度高

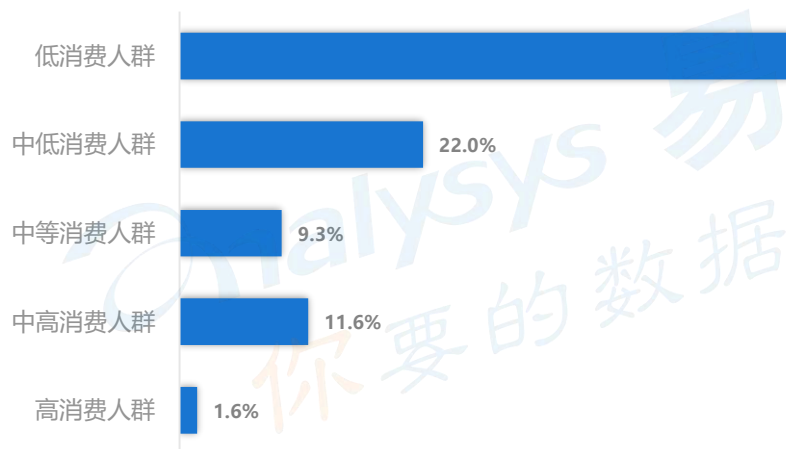
- 95后网民以学生和刚入职场的白领为主，中高消费群体占比不高

2018年6月中国95后移动网民性别分布



数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2018年第3季度易观千帆基于对23.6亿累计装机覆盖及5.93亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

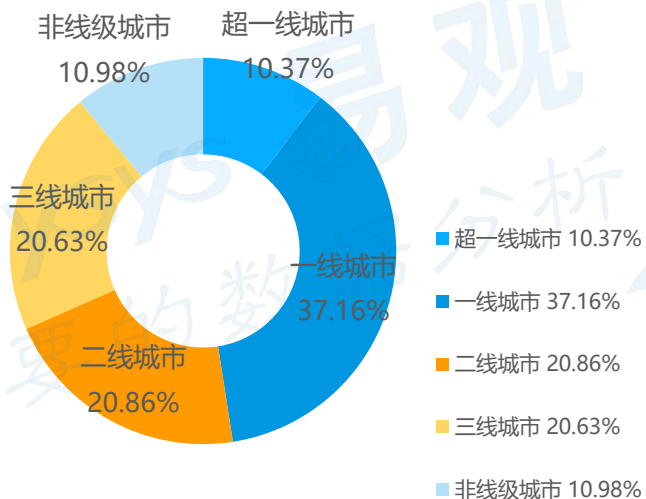
2018年6月中国95后移动网民消费能力



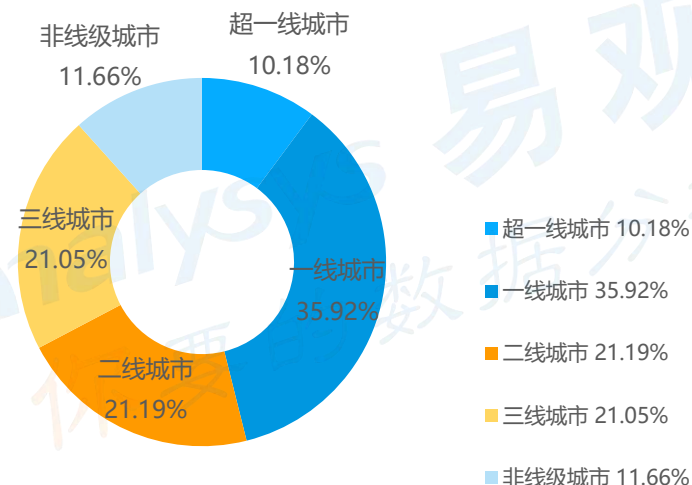
数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2018年第3季度易观千帆基于对23.6亿累计装机覆盖及5.93亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

- 对比移动网民整体分布来看，95后在低线级城市中占比高于整体分布水平，显示出95后群体逐步向政策、房价、消费等更具竞争优势的低线级城市下沉。

2018年6月中国移动互联网网民城市分布



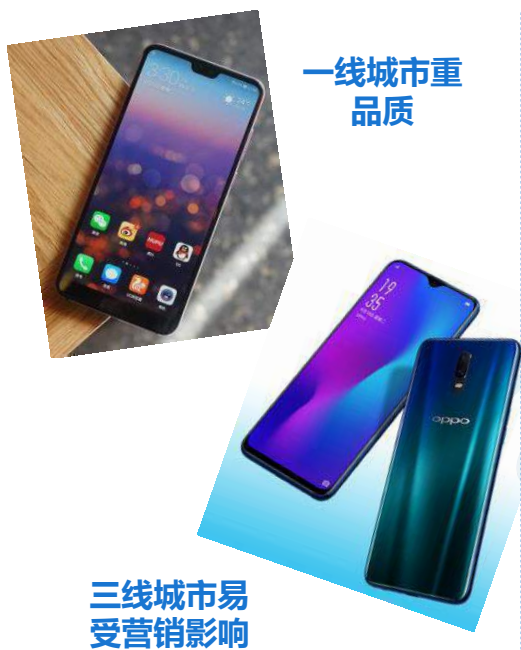
2018年6月中国95后移动互联网网民城市分布



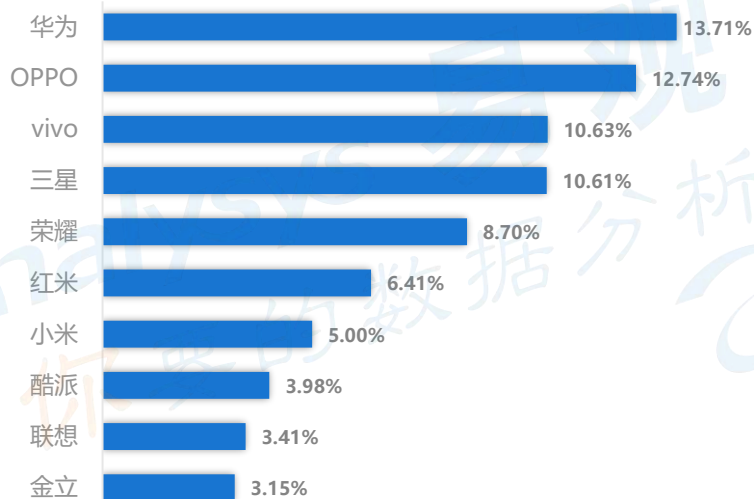
数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2018年第三季度易观千帆基于对23.6亿累计装机覆盖及5.93亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

# 设备使用上一二线城市更爱华为、OV占领低线级城市

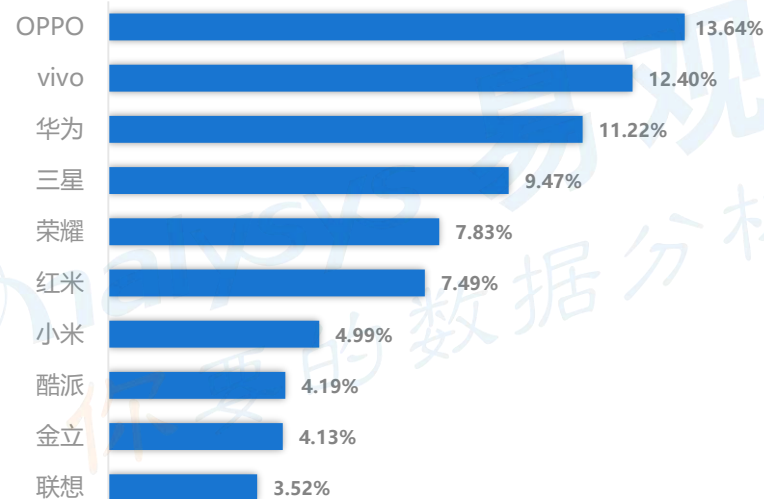
- 从网民移动设备使用情况来看，一线城市网民更偏好于华为，来彰显自己消费品质，而低线级城市用户更倾向于OV年轻有活力的品牌形象，也代表低线级城市用户更容易受到广告营销的影响。



2018年6月一线城市95后网民安卓手机使用情况



2018年6月三线及以下城市95后网民安卓手机使用情况



数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2018年第三季度易观千帆基于对23.6亿累计装机覆盖及5.93亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

# PART 3



## 95后细分领域行为

© Analysys 易观

[www.analysys.cn](http://www.analysys.cn)

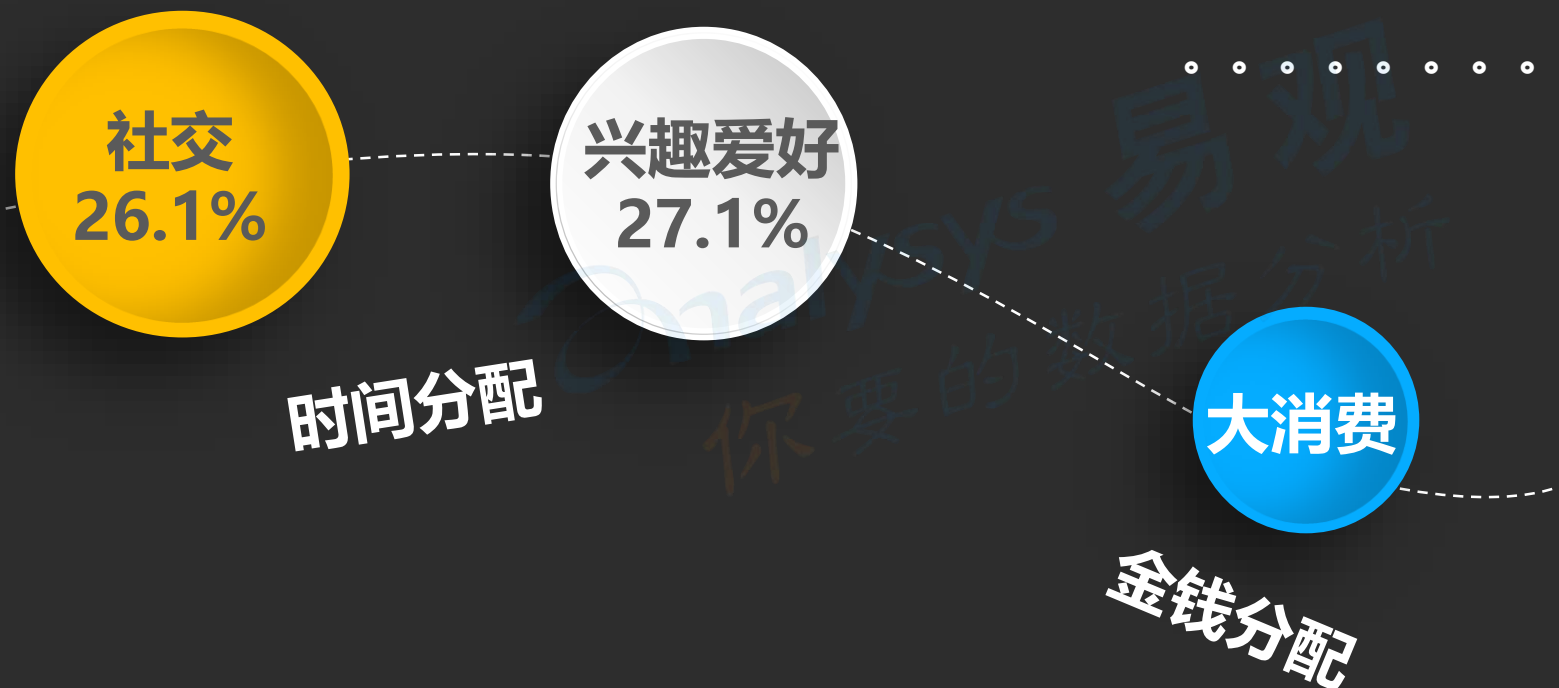


95后更习惯于什么样的沟通方式？

是什么原因造就了这一独特的沟通方式？

他们有着怎样的兴趣爱好和购买习惯？

.....



指标说明：

活跃用户数/使用时长-----市场规模

增速-----市场发展潜力

TGI-----群体差异

# 社交方式



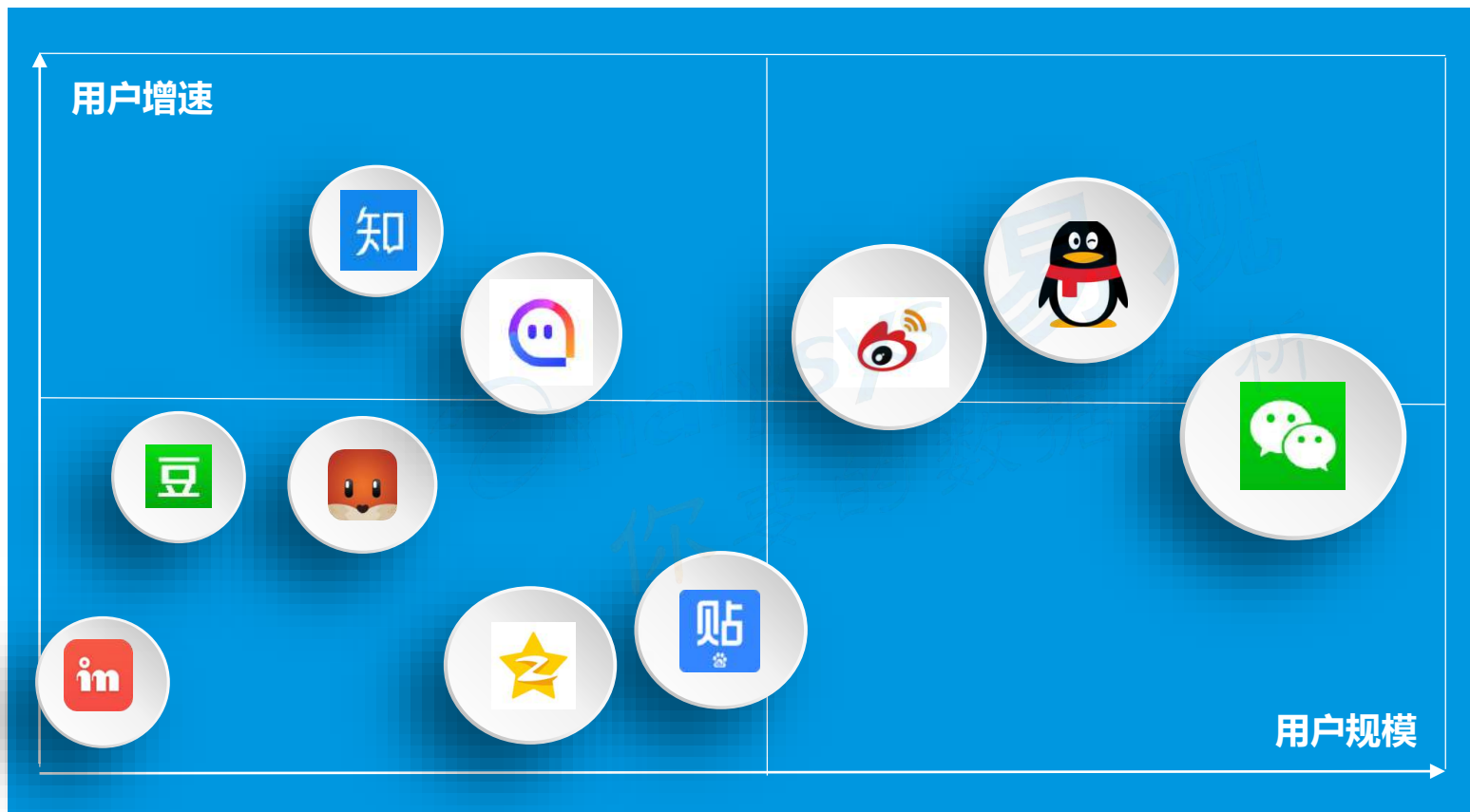
95后的更习惯于什么样的沟通方式？

是什么原因造就了他们特有沟通方式选择？

。。。。。

# 95后社交方式与主流群体呈现明显差异

2018年6月95后社交矩阵



- 头部领域中，95后对于QQ的偏爱远胜微信
- 95后对偶像、细分领域的KOL的关注，促使微博的重要性不断显现
- 知乎崛起，95后更喜欢“精专”的知识体系与良好的沟通氛围
- 图片社交应用虽然用户规模较小，但TGI较高，显示出95后对于新奇好玩的社交模式，仍有较高的尝试欲望

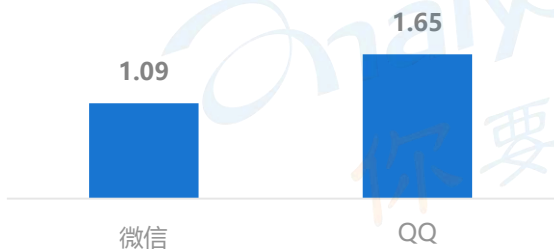
数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2018年第三季度易观千帆基于对23.6亿累计装机覆盖及5.93亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

# 95后对于QQ有独特的偏爱

综合社交领域，虽然用户规模来看微信依旧领先，但95后用户QQ使用TGI及用户增速均大幅领先于微信；对于95后而言QQ能带给他们归属感和安全感是微信所无法比拟的。



2018年6月综合社交应用TGI



数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2018年第三季度易观千帆基于对23.6亿累计装机覆盖及5.93亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

95后喜爱社交，常希望充分表达、展示自己。由于在他们眼中“大人”占领了微信空间，学生们在选择通讯工具时，为了避免自己的隐私暴露在家人面前而选择QQ

绝大多数95后最早知道的聊天软件是QQ，因为他们在初中和高中有手机的人是少数，但有电脑的家庭是多数。在没有手机的情况下，电脑是他们接触网络和朋友的重要工具，而PC端QQ几乎是聊天工具的唯一选择

## 精神层面

给予95后独立空间

## 功能层面

功能更为契合95后需求

QQ与微信相比整体定位更为开放，功能更为多样化。

QQ的等级和充值业务满足青少年的攀比心理，并且很95后是通过DNF、LOL等腾讯的游戏开始接触QQ的，微信跟QQ不再绑定后，微信彻底的成了一个独立的个体，除了手游，跟腾讯的其他产品有很明显的边界

## 认知层面

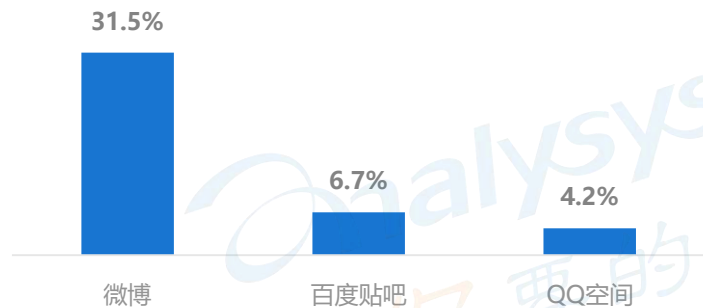
先入为主，先发优势



# 95后需求成长，导致平台迁移

- 2018上半年95后用户群体中，微博用户增长高达31%，微博不仅在体量远超两者，在用户增速上也呈现出大幅领先的态势，95后用户在内容社交领域逐步从贴吧和QQ空间向着微博迁移
- 从95后用户使用需求来看，微博已成为95后获得热点新闻的最主要渠道，其次是休闲内容和个人兴趣内容，另外我们发现95后对明星和各领域KOL的关注度也排名靠前

2018年6月社交领域用户增速

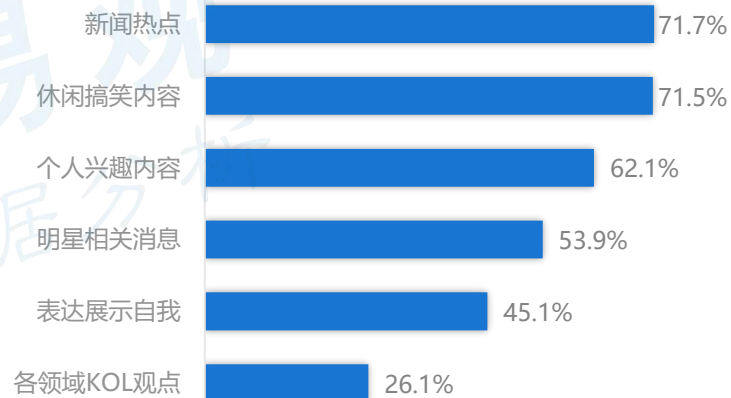


数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2018年第3季度易观千帆基于对23.6亿累计装机覆盖及5.93亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

© Analysys 易观·易观千帆

www.analysys.cn

2018年上半年95后微博用户关注点分布



数据说明：2018年新浪微博用户研究报告

© Analysys 易观·新浪微博

www.analysys.cn

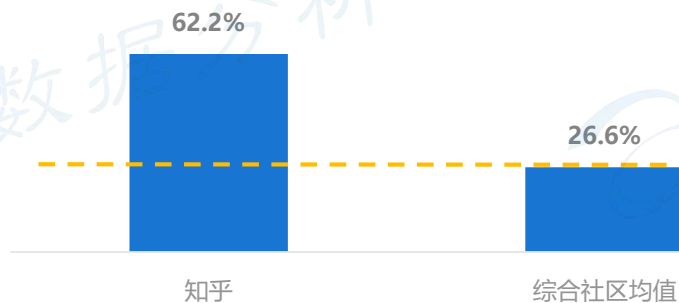


# 从知乎的崛起看95后对内容平台的态度

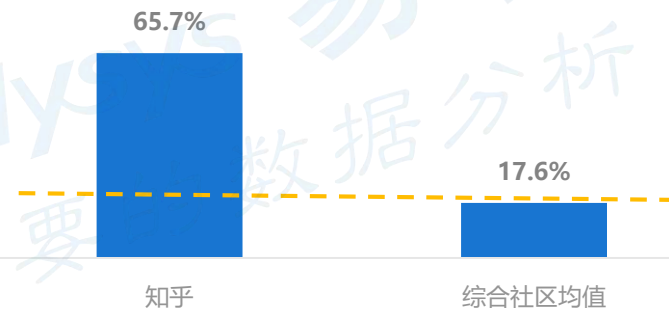
- 2018上半年，知乎在95后用户中用户增速，以及使用时长实现双增长。知乎的成功表明了，95后用户对**社区氛围友好与理性，分享更为专业知识的平台更为青睐**。而普通的兴趣内容平台增速均有所放缓，百度知道甚至出现了月活用户的衰退。

知乎  
95后  
TGI= **1.62**

2018年6月综合社区用户增速



2018年6月综合社区领域用户使用时长增速



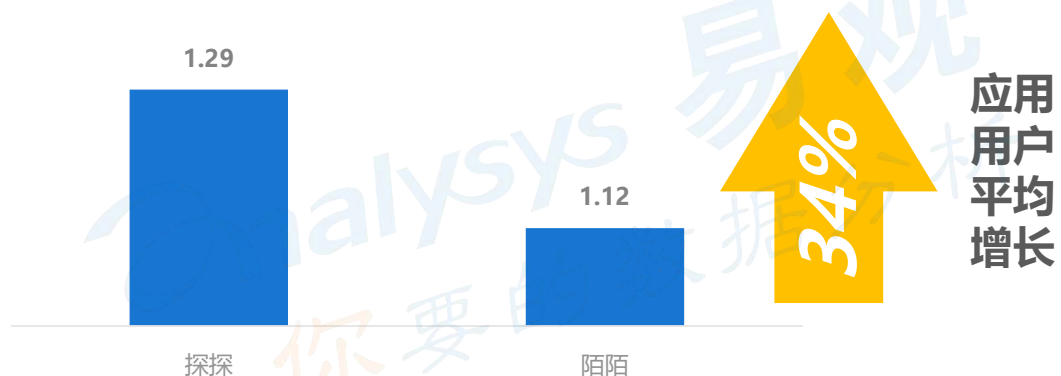
数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2018年第3季度易观千帆基于对23.6亿累计装机覆盖及5.93亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

# 95后对陌生人社交及创新的社交模式有较高尝试意愿

- 陌生人交友应用的快速增长，主要原于95后乐于社交的天性，传统的朋友圈子很难满足展现自我的目标，而陌生人交友，给了他们一个更大的展示自我的舞台；并且大数据技术帮助他们更精准的实现了相同兴趣爱好用户的匹配。

- 陌生人交友细分领域中，最右、in、soul等应用分别代表了，模式、功能创新，这些新奇有趣的玩法对95后群体依旧有很大的吸引力，但要留住95后用户产品功能还需打磨。

2018年6月社交应用TGI

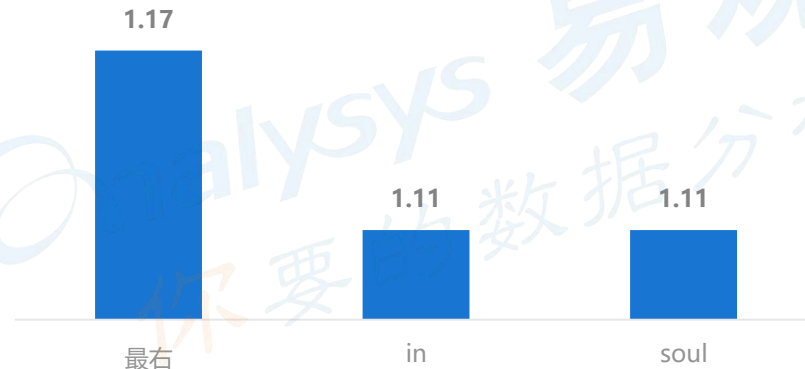


数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2018年第3季度易观千帆基于对23.6亿累计装机覆盖及5.93亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

© Analysys 易观·易观千帆

www.analysys.cn

2018年6月社交应用TGI



数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2018年第3季度易观千帆基于对23.6亿累计装机覆盖及5.93亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

© Analysys 易观·易观千帆

www.analysys.cn

# 兴趣爱好



95后的有着怎么样的兴趣爱好？

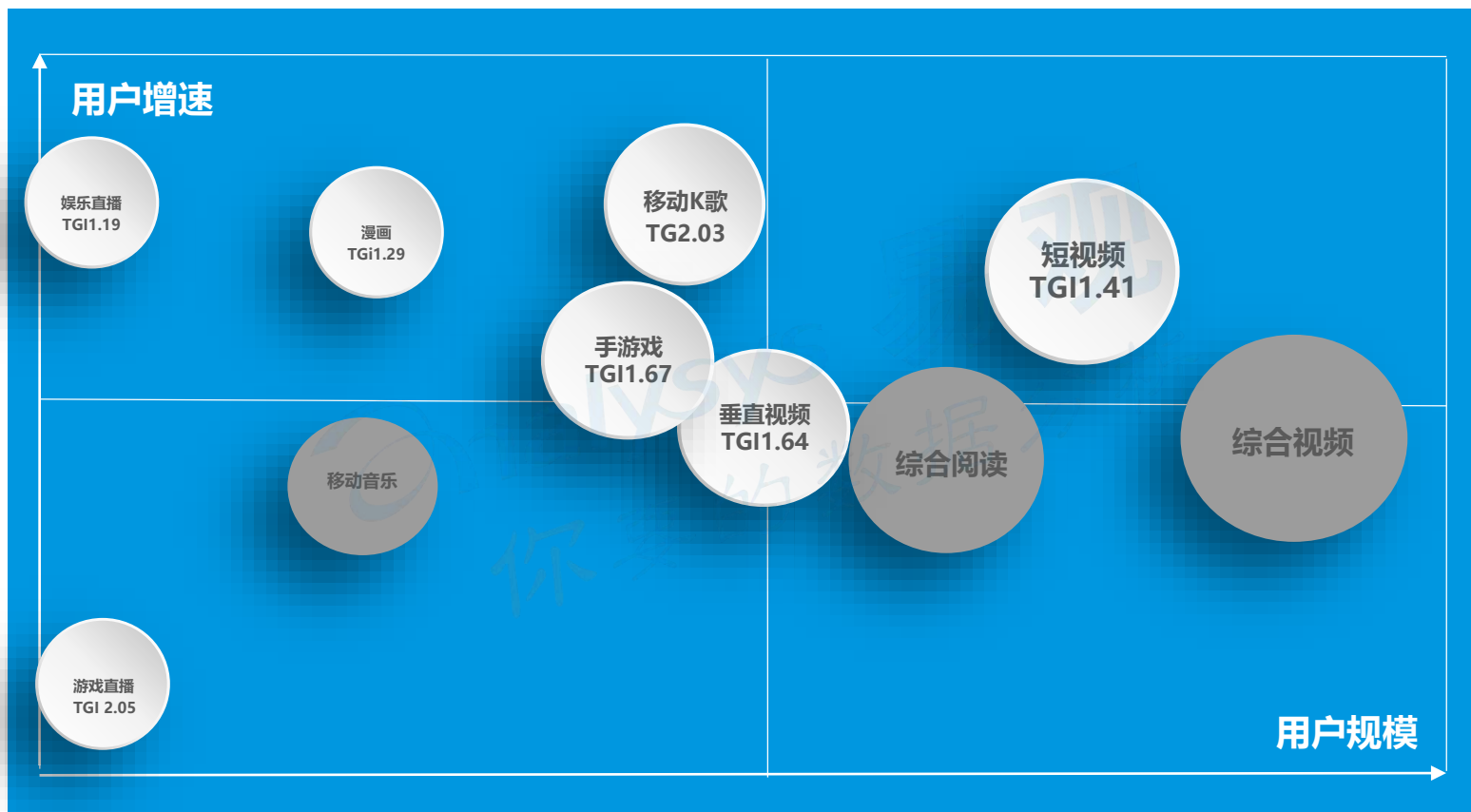
这些爱好背后又有着怎么样的含义？

。。。。。



# 95后兴趣与主流群体呈现显著差异

2018年6月95后兴趣矩阵



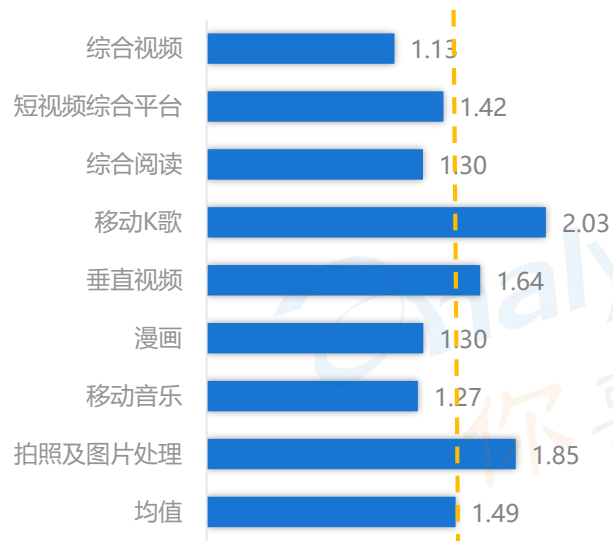
- 短视频正逐步抢夺综合视频的用户时间
- 95后乐于表达，展现自我，结合移动互联技术的移动K歌成为他们展现自我的最佳平台
- 由垂直视频，动漫，手游等所构建的二次元世界的影响力不断增强
- 由于政策监管导向，游戏直播行业面临洗牌，用户注意力逐步由游戏直播向娱乐直播转移

数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2018年第3季度易观千帆基于对23.6亿累计装机覆盖及5.93亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

# 短视频在95后的流行，本质上群体对高质量，精炼内容的追求

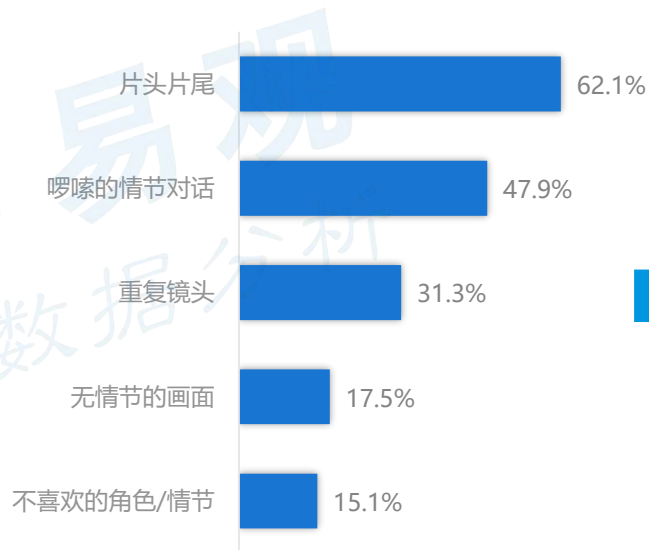
- **有限的时间与众多的媒介：**从各娱乐领域来看TGI来看，95后均值1.49，这表明相对其他群体，95后在更多的媒介呈现活跃态势，而总体有限的时间也意味着他们平均停留时长更为短暂。
- 95后的观看行为改变，也是短视频得以流行的重要基础。

2018年上半年95后各娱乐媒介TGI



数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2018年第三季度易观千帆基于对23.6亿累计装机覆盖及5.93亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

2018年上半年95后综合视频观看行为



数据说明：2018年爱奇艺用户研究报告

集锦

只看某主角

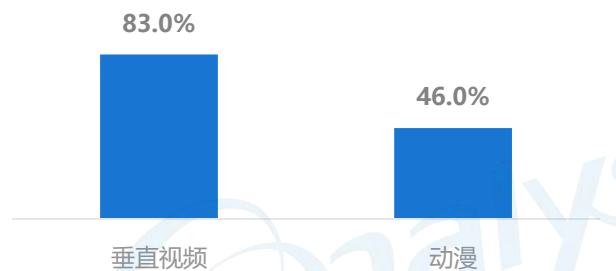
原版内容的趣味改变

玩法的变化

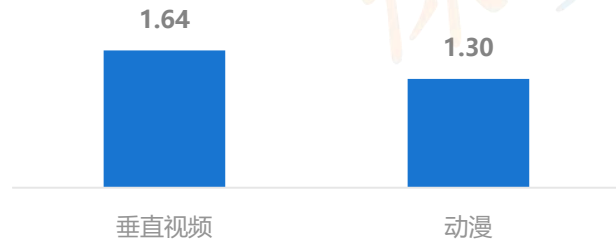
# 二次元世界是95后精神世界避风的港湾

95后二次元群体占比及增速远高于主流人群

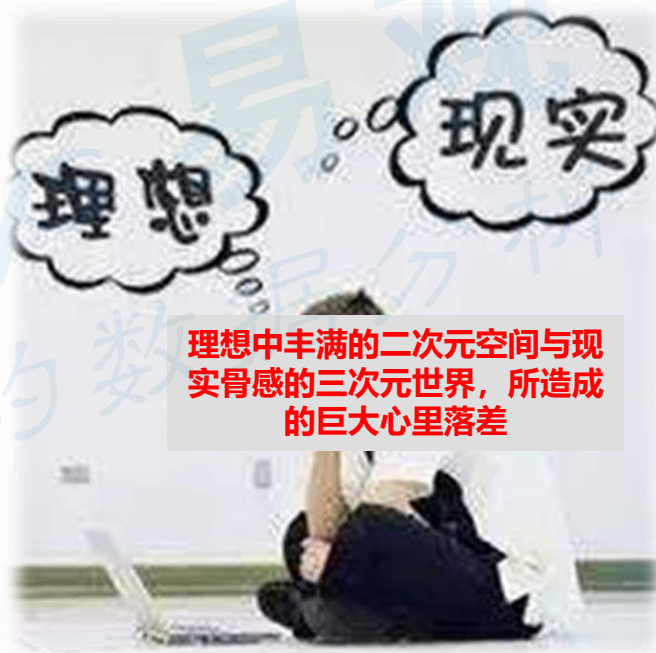
2018年6月二次元领域的用户增速



2018年6月二次元领域TGI



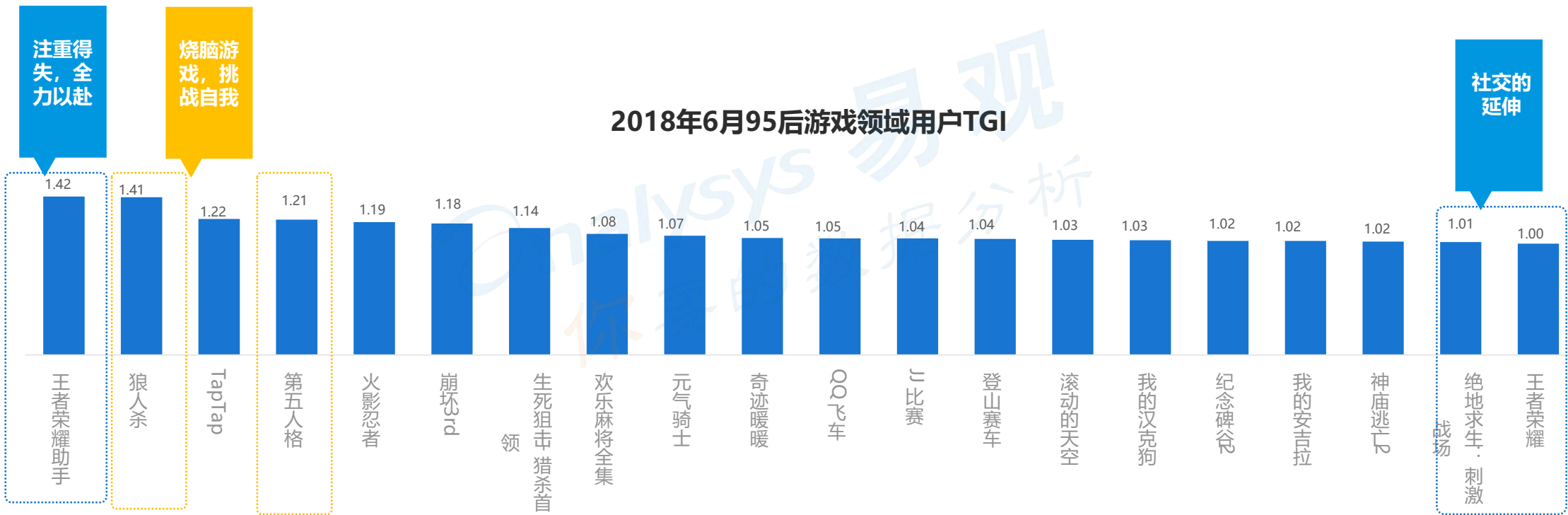
数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2018年第三季度易观千帆基于对23.6亿累计装机覆盖及5.93亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。



➤ 95后虽然摆脱了物质匮乏的童年，但是中国经济快速增长，所推高的房价、物价以及带来择偶、养老、贫富差距等问题，又是他们不能承受之痛。二次元自然成为了他们精神避风的港湾。

# 95后更为沉浸，单纯享受游戏带来的快乐

➢ 相对于其他群体，95后玩游戏更为沉浸，更注重游戏本身的品质，喜欢烧脑类游戏，并享受游戏所带来的简单的快乐。而王者荣耀，刺激战场这样的游戏，已经论为主流群体社交的工具。



数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2018年第3季度易观千帆基于对23.6亿累计装机覆盖及5.93亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。





# 消费习惯

95后的消费习惯差异是什么？

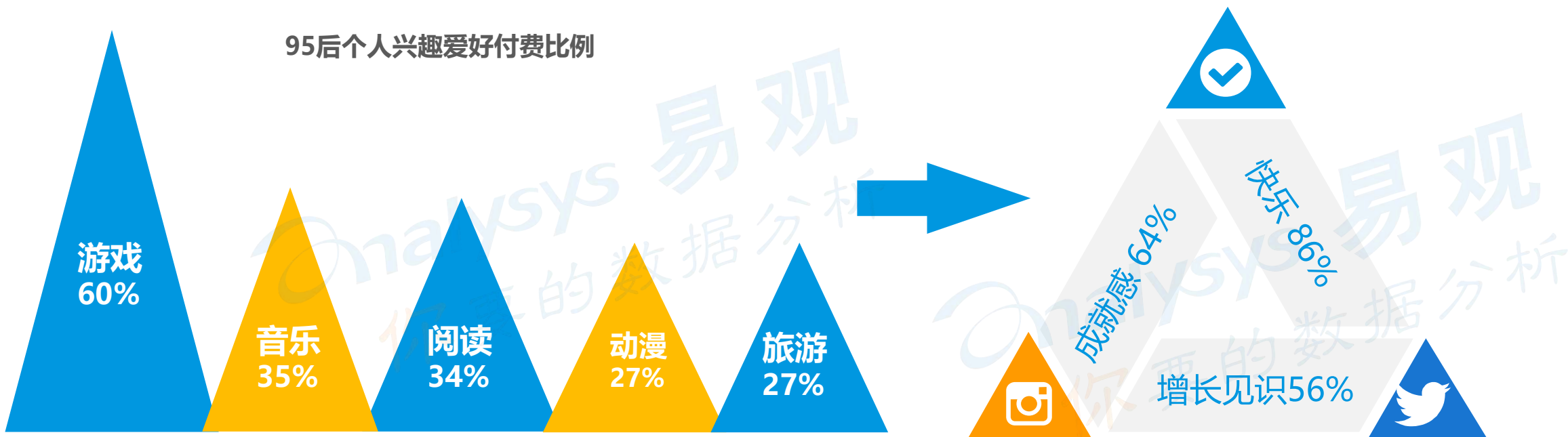
他们有什么样的消费理念？

。。。。。

# | 95后为兴趣付费意愿空前

与其他群体不同，**73%**的95后表示自己有明确的兴趣爱好，并且其中有**82%**的用户为自己的兴趣付费，95后对自己兴趣爱好以及虚拟物品的付费意愿空前；并且他们认为通过兴付费他们除了能获得快乐，还能获得成就感，以及增加见识

95后个人兴趣爱好付费比例



数据说明：2018年腾讯社交用户调研报告

© Analysys 易观·腾讯

www.analysys.cn

95后知识付费意识空前，并且自己在多个领域精专知识储备，使**他们不但成为知识的付费的索取者，而且很多时候也成为了知识技能的提供者**，这一切都为整个知识付费时代提供了坚实的基础。

## 平台方

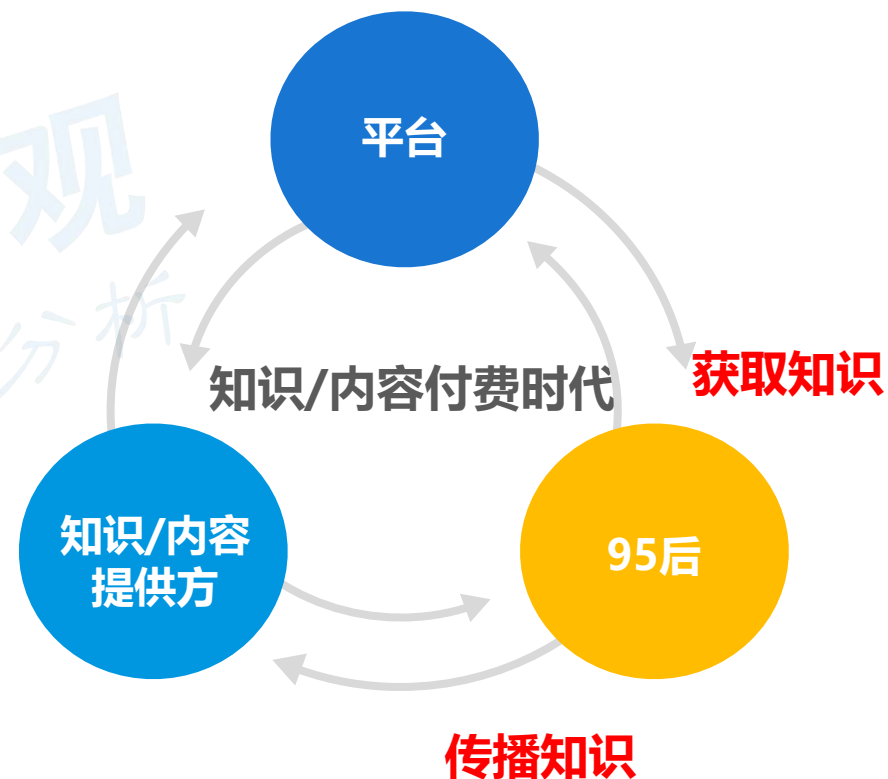
长期以来平台方都处在高价抢购优质内容，维持自身竞争优势的尴尬处境，但随着95后用户的付费意愿逐步增强，企业自身盈利能力将得到显著改善。

## 知识/内容提供方

95后在各自兴趣爱好领域都十分精专，他们不但是知识的索取者，很多时候更能利用自己的专长成为知识的提供者（代练，陪玩等新业态不断涌现）。

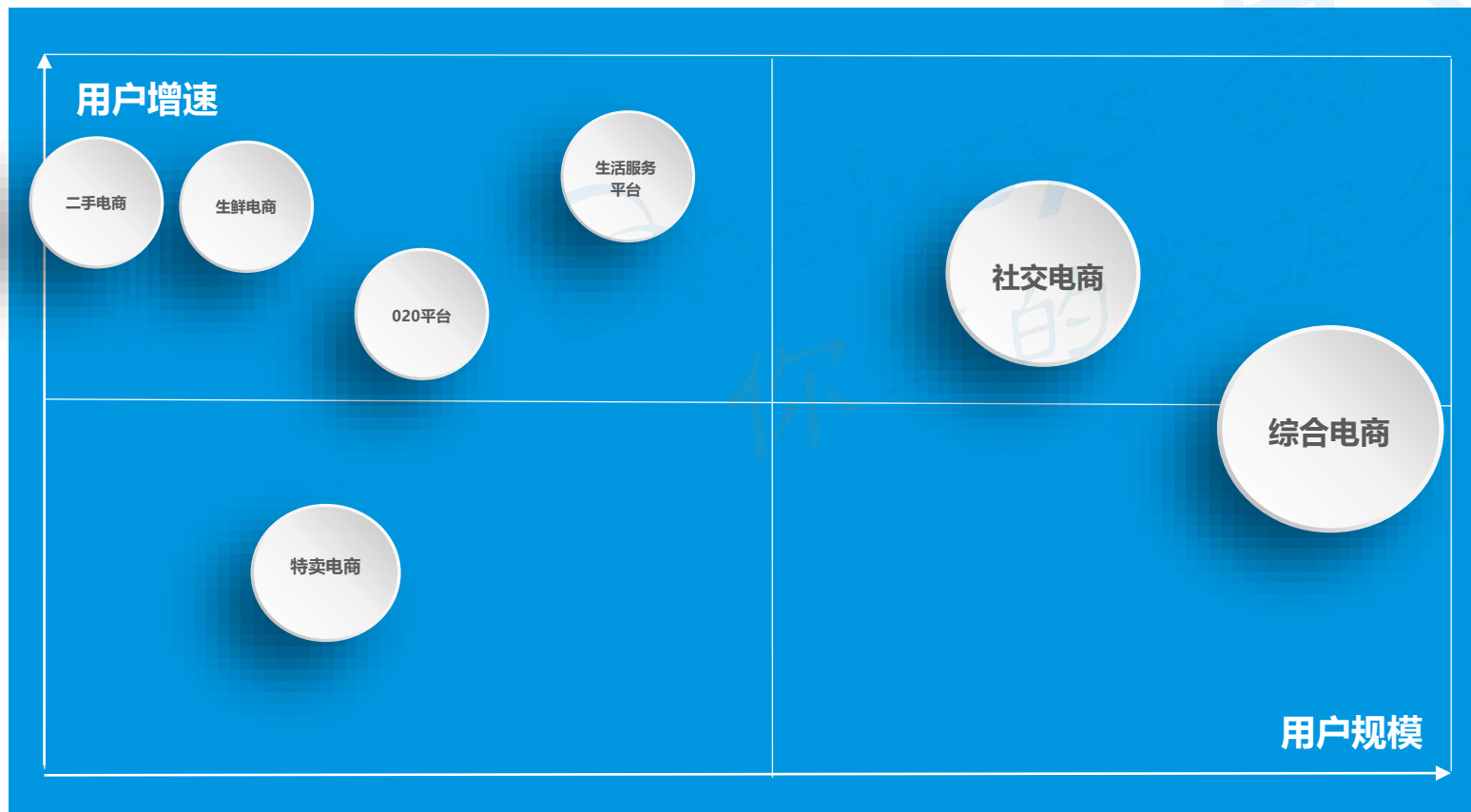
## 95后

95后知识付费意识空前，为整个知识付费时代的到来提供了坚实的基础。



# 95后购物渠道线上为主，兼顾线下

2018年6月95后购物渠道用户规模及增速



- **综合电商与社交电商：**从用户TGI来看，95后用户主流综合电商领域均低于平均水平，而在社交电商领域95后用户有着明显偏好，因此**社交+电商是俘获95后用户的良好抓手**。
- **生活服务与生鲜电商：**能通过在线平台提升效率的事就绝不走线下，可以说**95后用户正被生活服务类应用、生鲜电商宠溺的越来越“懒”**。
- **O2O平台：**虽然整体偏向线上购物，但95后在O2O平台的活跃用户依旧保持较高增速，这表明他们**对于线下体验购物也十分看重**。
- **二手电商：**这是一个消费与反消费的时代，95后在网上消费的同时，他们也正懂得通过线上平台处置他们的闲置商品。

数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2018年第三季度易观千帆基于对23.6亿累计装机覆盖及5.93亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

# 95后消费理念：始于颜值，忠于内涵，轻价格，重效率

## 小鲜肉



从95后对偶像的选择来看，都以鹿晗/蔡徐坤这些高颜值为主，因此，95后是一群十足的“外貌协会”。同样很多产品如果无法在第一时间通过外貌打动用户，很有可能失去用户进一步了解的机会。

## 95后

特卖电商  
TGI=0.8

从95后对于特卖电商的态度来看，“价格战”对于95后而言，很难买帐。

始于颜值

忠于内涵

轻价格

重效率

## 新优品



网络时代的他们，从小看惯了各种“套路”，没有真材实料很难打动他们，而“简洁大方”、“匠心打造”、“艺术气质”成为他们喜欢的产品特点，有着新价值主张的“新优品”才是他们的最爱，对于品牌而言。

## 95后对于快递期望

34%  
当天到达

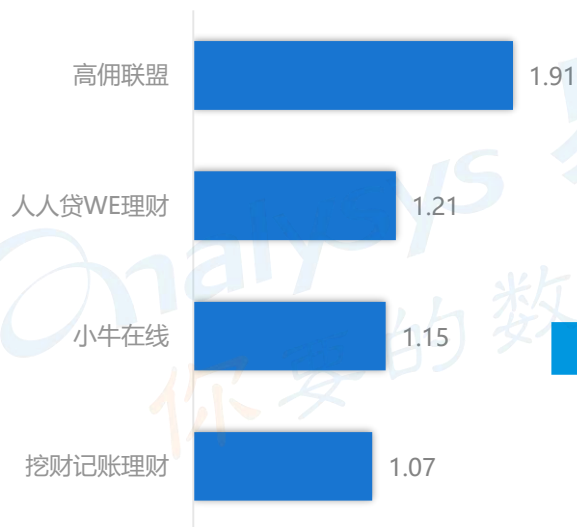
从数据来看，95后对于电商物流有着更高的效率追求，34%的用户希望当天就能达到。



# 丰富多样的消费欲望，使得他们对高风险互金领域格外热衷

95后丰富多样的消费欲望与相对拮据的经济来源，使得他们在理财与小贷领域都显得十分生猛，但随之而来的代价也十分惨痛，学会对于贪婪和欲望的控制，或许也是他们成长的必经之路。

2018年6月95后理财产品TGI



数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2018年第3季度易观千帆基于对23.6亿累计装机覆盖及5.93亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

© Analysys 易观·易观千帆

www.analysys.cn

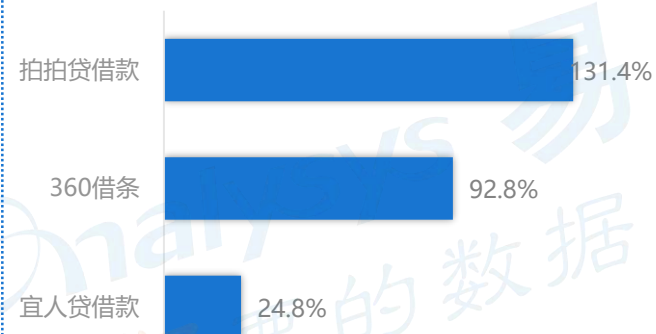
P2P



比特币



2018年6月95后信贷产品增速



数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2018年第3季度易观千帆基于对23.6亿累计装机覆盖及5.93亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

© Analysys 易观·易观千帆

www.analysys.cn



行业不断降低产品门槛也成为重要推手：

无抵押担保，最快3分钟放款，最高额度达30000元

# PART 4



## 附录

© Analysys 易观

[www.analysys.cn](http://www.analysys.cn)

# 附录：95后用户各领域增速榜单（1）

电商领域

应用	2018年6月用户规模 (万人)	2018年6月相对于1月用户增速	排名
微店-买家版	46.9	114%	1
折800	155.9	100%	2
每日优鲜	47.4	90%	3
转转	283.7	88%	4
云集微店	38.4	83%	5
闲鱼	390.0	71%	6
京东	2653.4	60%	7
美丽说	65.1	53%	8
天猫	829.3	51%	9
蘑菇街	511.1	47%	10
唯品会	1077.3	45%	11
多点	84.6	42%	12
淘宝	9132.3	41%	13
云集VIP	33.5	39%	14
拼多多	2551.9	37%	15
聚美优品	246.1	27%	16
闪电降价	78.9	14%	17
当当	63.1	8%	18
苏宁易购	323.2	8%	19

来源：易观2018

社交领域

应用	2018年6月用户规模 (万人)	2018年6月相对于1月用户增速	排名
Soul	89.9	163%	1
微爱	52.8	150%	2
快手小游戏	116.8	142%	3
情侣空间	55.0	106%	1
微博国际版	46.6	70%	2
Twitter	67.9	67%	3
花瓣	43.0	50%	4
Hello语音交友	35.5	44%	5
Facebook	35.1	42%	6
微博极速版	50.2	41%	7
instagram	87.7	40%	8
最右	220.9	37%	9
处CP	38.6	35%	10
微博	12625.0	31%	11
QQ	14434.4	31%	12
新浪博客	28.1	27%	13
探探	778.9	27%	14
腾讯微博	44.4	25%	15
小恩爱	93.3	23%	16
微信	15513.4	21%	17
in	609.8	7%	18
派派	223.9	7%	19
LOFTER	109.5	5%	20

来源：易观2018

## 附录：95后用户各领域增速榜单（2）

### 综合视频领域

应用	2018年6月用户规模 (万人)	2018年6月相对于1月用户增速	排名
咪咕视频	342.7	82%	1
风行视频	62.3	29%	2
爱奇艺	9943.8	29%	3
腾讯视频	9233.2	18%	4
优酷	7397.6	16%	5
芒果tv	1918.6	14%	6
乐视视频	234.5	12%	7
PP视频	281.0	4%	8
天翼视讯	32.1	4%	9
搜狐视频	523.0	0.4%	10

来源：易观2018

### 移动音乐领域

应用	2018年6月用户规模 (万人)	2018年6月相对于1月用户增速	排名
爱音乐	64.5	72%	1
网易云音乐	2794.4	51%	2
QQ音乐	6273.8	47%	3
虾米音乐	300.0	41%	4
Y2002客户端	38.1	38%	5
酷狗音乐	5069.5	33%	6
咪咕音乐	273.5	27%	7
酷我音乐	2943.3	12%	8

来源：易观2018

# 附录：95后用户各领域增速榜单（3）

综合阅读领域

应用	2018年6月用户规模（万人）	2018年6月相对于1月用户增速	排名
免费追书	101.6	129%	1
微信读书	100.8	105%	2
塔读文学	50.0	68%	3
咪咕阅读	533.8	67%	4
起点读书	50.2	57%	5
书旗小说	285.6	49%	6
晋江小说阅读	82.4	41%	7
掌阅iReader	968.8	39%	8
免费小说大全	68.6	37%	9
QQ阅读	1312.9	36%	10
小书亭	79.9	35%	11
多看阅读	64.5	34%	12
搜狗阅读	157.0	33%	13
阅读王	126.1	29%	14
宜搜小说	497.1	28%	15

来源：易观2018

新闻资讯领域

应用	2018年6月用户规模（万人）	2018年6月相对于1月用户增速	排名
东方头条	166.0	133%	1
人民日报	72.3	79%	2
一点资讯OPPO版	413.2	62%	3
搜狐新闻(资讯版)	48.1	48%	4
央视新闻	29.0	34%	5
爱看	140.3	30%	6
中青看点	60.7	23%	7
知乎日报	30.1	22%	8
腾讯新闻	4134.5	22%	9
搜狐新闻	920.9	11%	10
今日头条	3992.2	9%	11
网易新闻	1013.2	7%	12
新浪新闻	676.6	7%	13
凤凰新闻	776.6	3%	14
百度新闻	23.1	3%	15

来源：易观2018



# 附录：95后用户各领域增速榜单（4）

短视频领域

应用	2018年6月用户规模 (万人)	2018年6月相对于1月用户增速	排名
抖音	5235.5	181%	1
小影	284.3	139%	2
好看视频	273.4	100%	3
逗拍	36.7	67%	4
波波视频	471.6	64%	5
爱奇艺纳逗	146.7	37%	6
人人视频	94.7	35%	7
快手	6069.1	27%	8
小咖秀	62.9	20%	9
西瓜视频	1469.1	16%	10

来源：易观2018

二次元领域

应用	2018年6月用户规模 (万人)	2018年6月相对于1月用户增速	排名
漫画台	196.6	218%	1
咚漫	82.8	186%	2
知音漫客	94.9	88%	3
韩剧TV(com.leku.hmsq)	129.4	71%	4
MissEvan(M站)	39.4	70%	5
韩剧TV(com.babycloud.hanju)	805.2	52%	6
嗶咔漫畫 (攻測版)	99.3	45%	7
看漫画	560.9	42%	8
腐次元	87.7	33%	9
哔哩哔哩动画	2958.1	28%	10

来源：易观2018

# 附录：95后用户各领域增速榜单（5）

城市出行领域

应用	2018年6月用户规模（万人）	2018年6月相对于1月用户增速	排名
哈罗单车	117.9	423%	1
掌上公交	173.6	66%	2
ofo共享单车	391.8	53%	3
高德地图	2266.7	51%	4
酷米客	29.0	42%	5
腾讯地图	143.9	31%	6
和地图	141.0	30%	7
车来了	174.0	26%	8
百度地图	2354.2	23%	9
摩拜单车	249.5	3%	10

来源：易观2018

生活服务领域

应用	2018年6月用户规模（万人）	2018年6月相对于1月用户增速	排名
饿了么	1418.6	88%	1
汽车火车票预订	1017.9	82%	2
赶集生活	174.1	75%	3
美团外卖	864.8	75%	4
房天下	54.9	67%	5
58同城	671.5	64%	6
快递100	49.3	54%	7
安居客	163.9	52%	8
饿了么商家版	40.8	44%	9
美团外卖商家版	35.7	43%	10

来源：易观2018

# 附录：95后用户各领域增速榜单（6）

直播领域

应用	2018年6月用户规模（万人）	2018年6月相对于1月用户增速	排名
火星	76.0	248%	1
腾讯体育	235.8	96%	2
直播吧	111.3	60%	3
熊猫TV	322.5	43%	4
IS语音	29.7	35%	5
一直播	198.9	26%	6
战旗TV	62.6	25%	7
龙珠直播	93.4	18%	8
斗鱼	697.7	17%	9
秀色直播	66.7	15%	10

来源：易观2018

自拍领域

应用	2018年6月用户规模	2018年6月相对于1月用户增速	排名
无他	1073.2	90%	1
拼立得	43.0	90%	2
最美证件照	31.4	59%	3
PicsArt—照片工作室	344.9	52%	4
微商水印相机	188.5	52%	5
微商截图王	62.3	50%	6
画中画相机	50.8	44%	7
水印相机	270.3	43%	8
美图秀秀	6834.6	43%	9
B612咔叽	3810.0	42%	10

来源：易观2018

# 附录：95后用户各领域增速榜单（7）

金融领域

应用	2018年6月用户规模（万人）	2018年6月相对于1月用户增速	排名
云闪付	66.1	172%	1
交通银行	135.2	102%	2
翼支付	165.3	98%	3
百度钱包	37.0	88%	4
中国银行手机银行	196.8	87%	5
京东金融	194.6	82%	6
中信银行手机银行	39.1	80%	7
蚂蚁财富	46.1	78%	8
融360	59.6	59%	9
农行掌上银行	349.2	59%	10

来源：易观2018

旅游领域

应用	2018年6月用户规模（万人）	2018年6月相对于1月用户增速	排名
马蜂窝旅游	157.6	178%	1
驴妈妈旅游	41.3	68%	2
飞猪旅行	202.5	44%	3
同程旅游	70.8	43%	4
途牛旅游	88.3	43%	5
携程旅行	686.6	23%	6
去哪儿旅行	556.0	9%	7

来源：易观2018

# 附录：95后用户各领域增速榜单（8）

## 游戏领域

应用	2018年6月用户规模 (万人)	2018年6月相对于1月用户增速	排名
别踩白块儿2	492.4	259%	1
迷你世界	500.5	83%	2
汤姆猫跑酷	368.2	83%	3
元气骑士	178.0	73%	4
弓箭手大作战(猎豹)	161.4	71%	5
炉石传说国际版	111.6	69%	6
阴阳师网易官方版	253.2	64%	7
梦想城镇	116.5	64%	8
天天酷跑	128.3	60%	9
梦幻花园	233.9	60%	10
我的世界	400.3	58%	11
魂斗罗：归来	120.2	57%	12
滚动的天空	370.6	56%	13
奇迹暖暖	399.5	54%	14
我的汤姆猫	272.9	52%	15
部落冲突	132.4	50%	16
天天象棋	102.1	41%	17
我的汉克狗	108.6	40%	18
植物大战僵尸2	160.1	38%	19
钢琴块2	193.7	37%	20
恋与制作人	404.5	37%	21
我的安吉拉	233.4	34%	22
贪吃蛇大作战	649.0	34%	23
饥饿鲨进化	105.5	33%	24
QQ飞车	875.0	29%	25
地铁跑酷	251.4	28%	26
JJ斗地主(cn.jj)	326.2	28%	27
登山赛车	110.2	27%	28
崩坏3rd	217.2	27%	29

来源：易观2018

## K歌电台领域

应用	2018年6月用户规模 (万人)	2018年6月相对于1月用户增速	排名
唱吧	3665.6	98%	1
喜马拉雅FM	725.5	80%	2
酷我K歌	37.4	61%	3
蜻蜓FM	145.7	26%	4
全民K歌	8003.3	21%	5
荔枝FM直播	320.2	18%	6
K米	54.5	13%	7
企鹅FM	48.9	13%	8
天籁K歌	100.8	1%	9

来源：易观2018



# 数据驱动精益成长

- 易观方舟
- 易观千帆
- 易观万像
- 易观标签云



易观方舟试用



易观千帆试用



易观订阅号