

1. App 客户端的基本埋点数据指标

启动用户数：当日有过启动行为的用户数，也称为日活（DAU），通过 UID 排重。

新增用户数：当日为历史首次启动的用户数，通过 UID 排重。

启动次数：当日启动页的展示量，不排重。

某页面访问量：当日某页面的流量次数，即该页 PV。

平均使用时长：日使用时长的均值，即全部用户的日使用时长/总活跃用户数，技术进行数据清洗时需排除小于 0 或大于 1440 分钟（24 小时）的脏数据。

平均日启动次数：用户一天内启动应用的次数，即总启动次数/活跃用户数。

次日启动留存：次日启动用户且在当日启动用户中的用户占当日启动用户的比例。

次日新增留存：次日活跃用户且在当日新增用户中的用户占当日新增用户的比例。

标的物被浏览数：当日用户浏览标的物的总数，通过标的物 ID 排重。

拉活新增用户数：当日通过 deeplink（深度链接）进入 App 的新增用户数，通过 UID 排重。

签到人数：当日点击签到的人数，通过 UID 排重。

某按钮/Banner/入口点击人数：当日该页某按钮/Banner/入口点击的人数，通过 UID 排重。

以下派生指标也是比较常用的数据指标。

累计用户数：历史新增用户数叠加，前一日累计用户数+今日新增用户数。

7 日平均新增用户：T-7 日至 T-1 日每日新增用户的平均值，即 7 日新增用户的总和/7。

7 日平均次日留存率：T-7 日至 T-1 日次日留存率的平均值，即次日留存率的总和/7。

7 日平均日使用时长：T-7 日至 T-1 日用户每日使用时长的平均值，即 7 日使用时长的总和/7。

7 日平均活跃用户：T-7 日至 T-1 日每日活跃用户的平均值，即 7 日活跃用户的总和/7。

周活（WAU）：近 7 日活跃用户的总和，通过 UID 排重。

月活（MAU）：近一个月活跃用户的总和，通过 UID 排重（以自然月计算）。

2. 业务指标

充值用户：当日充值的用户数。

充值额度：当日用户充值的总金额（元）。

消费总用户：当日消费的用户数（包括真钱、代金券消费）。

消费真钱用户：当日消费真钱的用户数。

消费真钱：当日用户消费的真钱的总金额（元）。

充值次数：当日用户充值的总次数。

首充人数：当日第一次充值的用户数。

首充金额：当日第一次充值的用户充值的总金额（元）。

赠送代金券：当日赠送给通过相应充值方式充值的用户的代金券。

消费次数：当日用户在相应消费额度范围内的消费次数。

消费用户：当日在相应消费额度范围内的消费用户数。

3. 会员指标（会员的分析应该将赠送会员单独统计）

累计会员人数：历史累计至今开通过会员的总人数。

有效会员人数：当日会员仍在有效期内的人数。

当日购买会员人数：当日产生购买行为的人数，即新开通人数+老会员续费人数。

新开通人数：未曾开通过会员的用户在当日首次开通的人数。

老会员续费人数：曾开通过会员的用户在当日续费或再次开通的人数。

当日会员失效人数：当日会员有效期到期的人数。

当日复购人数：当日该会员类型有效期到期的用户中再次购买会员的人数（含任意会员类型）。

当日复购率：当日复购人数/当日会员失效人数。

累计会员收益：历史累计至今的会员收益总额（单位：元）。

当日会员收益：当日开通会员的收益总额，即新开通会员收益+老会员续费收益（单位：元）。

新开通会员收益：未曾开通过会员的用户在当日首次开通会员的收益总额（单位：元）。

老会员续费收益：曾开通过会员的用户在当日续费或再次开通的收益总额（单位：元）。

ARPU 值：当日人均会员收益，即当日会员总收益/当日购买人数。

赠送 VIP 人数：当日赠送 VIP 的总人数，包含新手礼包、会员奖品、手动赠送等非消费产生的 VIP。

赠送 VIP 失效人数：当日内有效期到期的赠送 VIP 人数。

赠送 VIP 在失效当日购买人数：有效期在当日到期的赠送 VIP 的人中购买会员的人数（含任意会员类型）。

赠送 VIP 在失效 7 日内购买人数：有效期在 7 日内到期的赠送 VIP 的人中购买会员的人数（含任意会员类型）。

4. 复合指标

CPA（Cost Per Action，每注册成本）：获取一个新注册用户对应的价格，即总消费/注册数。

GMV（Gross Merchandise Volume，成交总额）：一定时期内某网站的成交总金额，GMV=销售额+取消订单金额+拒收订单金额+退货订单金额，即 GMV 为已付款订单和未付款订单两者之和。

ARPU（Average Revenue Per User，每用户平均回报）：统计周期内的总收入/活跃用户数，即日 ARPU=日收入金额/DAU，周 ARPU=周收入金额/WAU，月 ARPU=月收入金额/MAU。

ARPPU（Average Revenue Per Paying User，每付费用户平均回报）：某时间段内平均每个付费用户为应用创造的收入。在用户数量上，ARPPU 只考虑某一时间段内的付费用户，而非该时间段内所有的活跃用户。ARPPU=统计周期内的收入金额/付费用户数，即日 ARPPU=日收入金额/日付费用户数，周 ARPPU=周收入金额/周付费用户数，月 ARPPU=月收入金额/月付费用户数。

CTR（Click Through Rate，广告的点击率）：广告点击次数占广告展示次数的百分比。CTR=实际点击次数/展示量×100%。

CPM（Cost Per Mille，每千人成本）：广告被展示 1000 次对应的价格。

ROI（Return On Investment，投资回报率）：特定时期内广告主通过广告投放收回的价值占广告投入的百分比

零售业：人货场

