

2016年新闻客户端行业APP价值度评级体系

本产品保密并受到版权法保护

Confidential and Protected by Copyright Laws



before

APP常规评价指标

DAU、MAU、下载安装...
单从规模上很难全面、准确的反映一款APP的潜在价值

after



2016易观首发多维度全方位 移动APP价值度评级体系

从规模、留存、价值、增长、潜力五大指标评估
APP价值....

APP价值评级如何实现？

- 一、通过距离来测度样本的“亲疏程度”，
样本间距离越小意味着它们越“亲密”，
- 二、根据距离最近原则进行聚类。

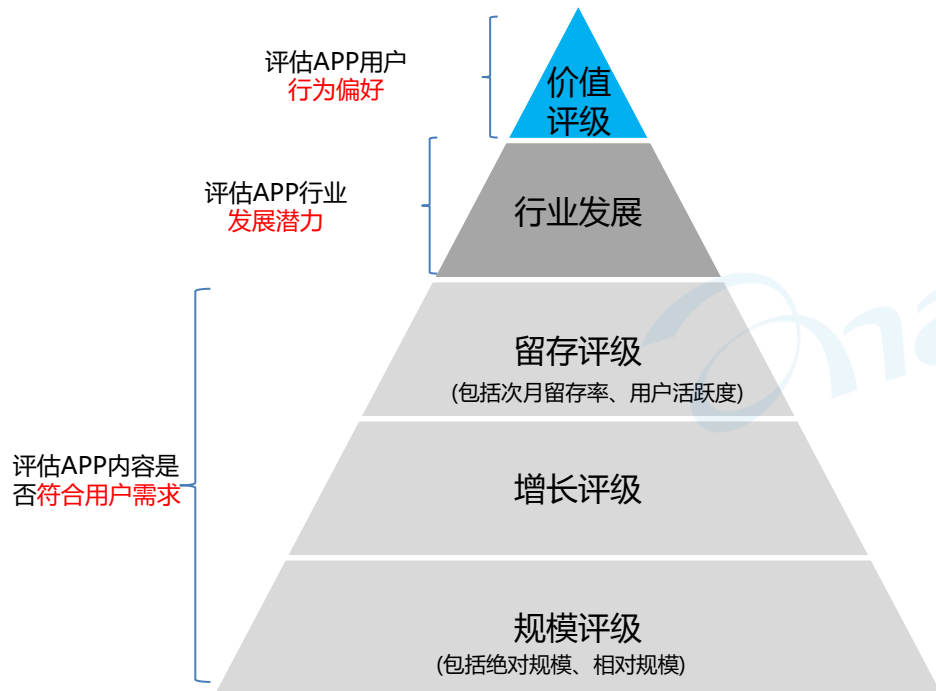
- 1 APP价值度评级体系简介
- 2 新闻客户端领域APP价值度评级研究



五大价值度评级指标：从内容符合度、行业发展、用户行为角度全方位评估APP

Analysys 易观
指数成长的比特动能

五大APP价值度评级体系



备注：五大指标体系呈金字塔分布，越往塔尖指标越能体现APP真实价值；

价值评级标准说明

| | |
|-------|-------------|
| AAAAA | 处于全网/行业高水平 |
| AAAA | 处于全网/行业较高水平 |
| AAA | 处于全网/行业平均水平 |
| AA | 处于全网/行业较低水平 |
| A | 处于全网/行业低水平 |

注意：

- 1、绝对规模（规模评级重要指标）、次月留存率（留存评级重要指标）、价值评级和增长评级、行业发展评级指标是以移动APP的整体产业发展为基础，利用移动APP全网用户的使用行为数据来体现不同领域、不同APP间的价值度差异，因此**评级范围在移动全网范围内进行**；
- 2、相对规模（规模评级重要指标）与用户活跃度指标（留存评级重要指标）值受行业类型影响较大；利用移动全网数据作为参照不能真实反映APP特点，因此**评级参照范围选取相应行业数据**进行计算。

价值 评级

- **价值评级**：以整个移动互联网APP数据为基础进行计算和级别临界值划分，利用用户安装量、用户启动次数和用户使用时长三个核心维度计算。TGI值越大表明该用户群体相比全网用户，启动次数更频繁、使用时长更长、安装同类APP更多。
- 价值评级细分为：**消费价值评级**、**媒体价值评级**、**娱乐价值评级**、**应用价值评级**；

行业 潜力

- **行业发展评级**：结合行业发展趋势，反映其发展阶段；评级越高，表明行业处于高速发展期

留存 评级

- **次月活跃留存率**：是以整个移动互联网APP数据为基础进行级别临界值划分。指第N月用户中，有多少用户在第(N+1)月仍然使用该APP。该数值越大，表明用户流失少，粘性高。
- **用户活跃度**：是以行业APP数据为基础进行级别临界值划分。用APP的DAU(日活跃人数)比上MAU(月活跃人数)，值越大表明用户需求越高，使用越频繁。

增长 评级

- **复合增长率**：以整个移动互联网APP的MAU数据为基础，进行级别临界值划分，计算过程采用数学上的开方公式，结果更加合理。值越大，表明MAU增长越快

规模 评级

- **绝对排名**：以整个移动互联网APP的MAU数据为基础，进行级别临界值划分，级别越高表明用户规模越大。
- **相对排名**：以行业APP的MAU数据为基础，进行级别临界值划分。

指标解读：价值评级，覆盖移动互联网主流应用

| 消费价值涵盖领域 | 媒体价值涵盖领域 | 娱乐价值涵盖领域 | 应用价值涵盖领域 |
|---------------------------|------------------------------|----------------------|-------------------------|
| 消费价值反映APP用户群体的实际和潜在线上消费能力 | 媒体价值反映APP用户群体的阅读、社交与视频观看行为习惯 | 娱乐价值反映APP用户群体的休闲娱乐方式 | 应用价值反映APP用户群体的手机使用行为与内容 |
| 汽车 | 浏览器 | 游戏工具、媒体 | 教育、地图导航 |
| 移动购物 | | 游戏中心 | 移动购物、汽车 |
| 旅游 | 视频 | 竞速跑酷 | 商务办公、输入法 |
| 生活 | | 休闲 | 摄影摄像、社交 |
| 金融 | 社交网络 | RPG | 旅游、智能硬件 |
| 智能硬件 | | ACT | 医疗健康、浏览器 |
| 地图导航 | 音乐 | 射击 | 生活、母婴 |
| 社交 | | 卡牌 | 视频、美食 |
| 医疗健康 | 新闻阅读 | SLG | 音乐、其他 |
| | | SIM、TAB | 体育、其他 |
| 体育 | 搜索 | 竞速、体育 | 新闻阅读、系统工具 |
| 其他 | | 视频 | 通讯、实用工具 |
| | | 音乐 | 金融、应用管理 |

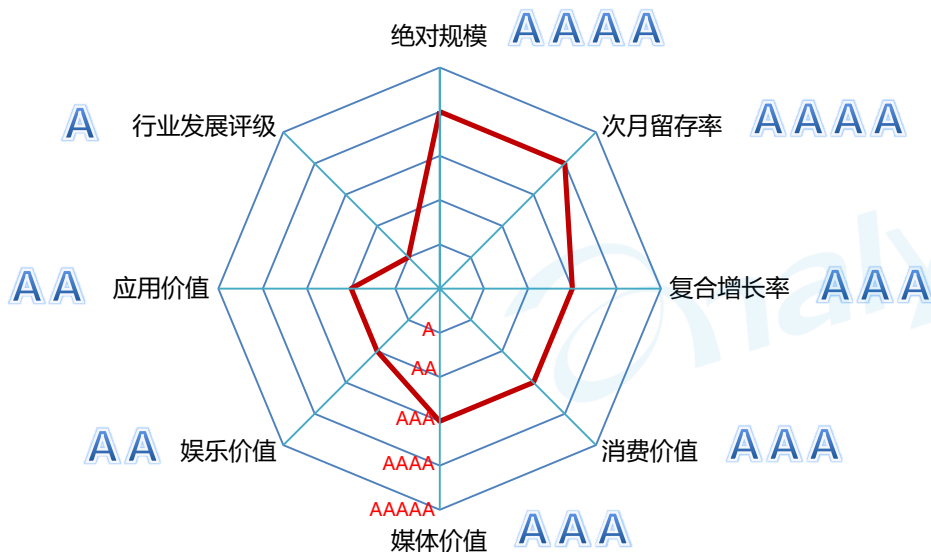
- 1 APP价值度评级体系简介
- 2 新闻客户端领域APP价值度评级研究



行业现状：截至2016年Q1新闻客户端行业已覆盖4亿移动网民，基于多年发展，新闻客户端行业用户结构已较为稳定，用户规模大、粘性强、留存高，行业发展已较为成熟。

指数成长的比特动能

2016年新闻客户端价值度评级蛛网图



数据来源：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2016年第2季度易观千帆基于对10亿累计装机覆盖、2亿移动终端月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。

价值评级标准说明

| | |
|-------|-------------|
| AAAAA | 处于全网/行业高水平 |
| AAAA | 处于全网/行业较高水平 |
| AAA | 处于全网/行业平均水平 |
| AA | 处于全网/行业较低水平 |
| A | 处于全网/行业低水平 |

注意：

1、绝对规模、次月留存率、价值评级（包括消费价值、媒体价值、娱乐价值、应用价值）和复合增长率指标是以移动APP的整体产业发展为基础，利用移动APP全网用户的使用行为数据来体现不同领域、不同APP间的价值度差异，因此评级范围在移动全网范围内进行；

2、相对规模与用户活跃度指标值受行业类型影响较大；利用移动全网数据作为参照不能真实反映APP特点，因此评级参照范围选取相应行业数据进行计算。

案例选择：鉴于凤凰新闻APP在用户规模、用户质量、产品潜力上的卓越表现，因此 **Analysys 易观** 本次研究特选其作为高价值APP的典型案例分析。

指数成长的比特动能

用户规模巨大：凤凰新闻客户端已实现用户规模化覆盖，截至2016年5月，月度覆盖用户数达4422万，**在新闻APP中稳居行业前5。**

用户健康度第一：凤凰新闻APP在2015年新闻客户端**健康度排行中位居行业第一。**

用户特征突出：凤凰新闻客户端用户结构主要覆盖高收入、高学历的高质量人群。

消费价值潜力大：客户端用户拥有良好的**经济基础与影响力**，注重生活品质，消费潜力大。

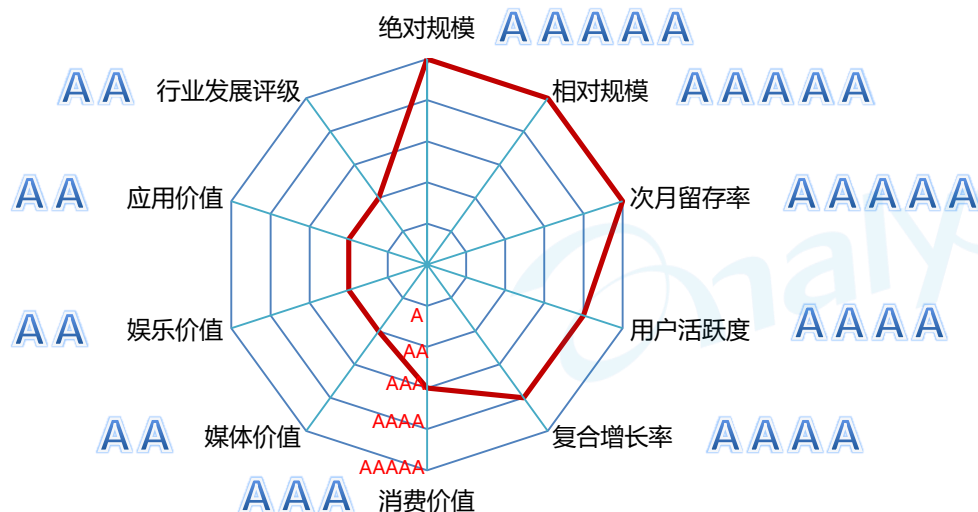
不断加强竞争优势：进行**全媒体**布局，从门户、移动端、视频三大平台构建全媒体生态体系，实现内容的融合创新与突破。



备注：凤凰全媒体生态体系构成：凤凰网、凤凰卫视、手机凤凰网、凤凰新闻客户端、凤凰视频客户端、凤凰FM...

案例发现（以凤凰价值评级为例）：凤凰新闻APP已实现用户规模化覆盖，在留存、活跃、增长核心指标表现强劲，处于行业较高水平；覆盖到的用户消费价值很高，且与其他同类媒体用户的重合度低，具有较强独占性；同时布局视频、门户全媒体生态体系，仍有较大发展潜力，是高价值APP的典型代表。

2016年凤凰新闻APP价值度评级蛛网图



数据来源：干帆只对独立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2016年第2季度易观干帆基于对10亿累计装机覆盖、2亿移动终端月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。

价值评级标准说明

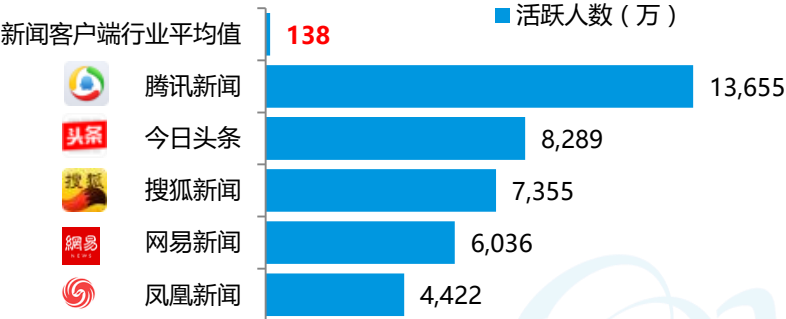
| | |
|-------|-------------|
| AAAAA | 处于全网/行业高水平 |
| AAAA | 处于全网/行业较高水平 |
| AAA | 处于全网/行业平均水平 |
| AA | 处于全网/行业较低水平 |
| A | 处于全网/行业低水平 |

注意：

- 1、绝对规模、次月留存率、价值评级（包括消费价值、媒体价值、娱乐价值、应用价值）和复合增长率指标是以移动APP的整体产业发展为基础，利用移动APP全网用户的使用行为数据来体现不同领域、不同APP间的价值度差异，因此评级范围在移动全网范围内进行；
- 2、相对规模与用户活跃度指标值受行业类型影响较大；利用移动全网数据作为参照不能真实反映APP特点，因此评级参照范围选取相应行业数据进行计算。

规模评级：凤凰新闻规模评级为5A级，在移动APP行业，超过94%的APP。

2016年5月新闻客户端活跃人数(MAU)TOP5



数据来源：干帆只对独立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2016年第2季度易观干帆基于对10亿累计装机覆盖、2亿移动端月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·易观干帆

www.analysys.cn

以MAU评定APP规模级别

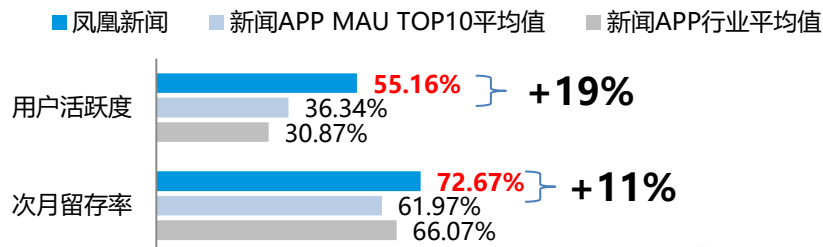
| 评级说明 | 评级范围 | 级别 | 评级标准 |
|--------|---------|-----|--------------------|
| 绝对规模评级 | 移动全网 | 4A级 | 22.87万<MAU≤146.13万 |
| | | 5A级 | MAU>146.13万 |
| 相对规模评级 | 新闻客户端行业 | 5A级 | MAU>72.02万 |

| | 评级指标 | 级别分布 | |
|---------|--------|-------|-------------|
| 新闻客户端 | 绝对规模评级 | AAAA | |
| 凤凰新闻APP | 绝对规模评级 | AAAAA | 超过94%的移动APP |
| | 相对规模评级 | AAAAA | 超过99%的新闻APP |

备注：新闻客户端评级，采用新闻客户端行业内所有APP的平均水平来代表。

留存评级：凤凰新闻APP 用户活跃度达55%，高出新闻top10 app均值近两成，用户活跃度评级为4A级；次月留存率达73%，高出top10app均值11个百分点，次月留存评级达5A级；由此凤凰新闻APP留存评级处于行业较高水平。

2016年新闻客户端和凤凰新闻留存率与活跃度



数据来源：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2016年第2季度易观千帆基于对10亿累计装机覆盖、2亿移动终端月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

以次月留存和活跃度评定APP留存级别

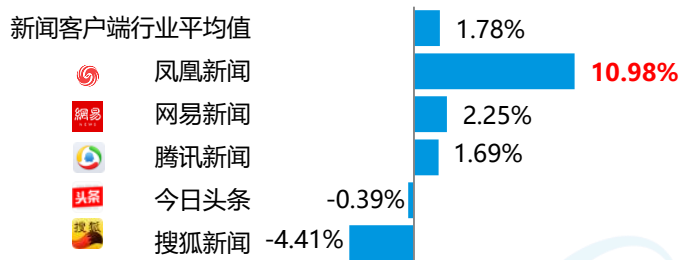
| 评级说明 | 评级范围 | 级别 | 评级标准 |
|---------|---------|-----|-----------------------|
| 次月留存率评级 | 移动全网 | 4A级 | 57.51% < 留存率 ≤ 72.09% |
| | | 5A级 | 留存率 > 72.09% |
| 用户活跃度评级 | 新闻客户端行业 | 4A级 | 50.67% < 活跃度 ≤ 67.87% |

| 评级指标 | | 级别分布 |
|---------|---------|-------------------|
| 新闻客户端 | 次月留存率评级 | AAAA |
| | 用户活跃度评级 | AAAA |
| 凤凰新闻APP | 次月留存率评级 | AAAAA 超过82%的新闻APP |
| | 用户活跃度评级 | AAAA 超过89%的新闻APP |

备注：用户活跃度=DUA/MAU，该指标值受行业类型影响较大，利用移动全网数据作为参照不能真实反映行业特点，因此评级参照范围选取行业数据

增长评级：凤凰新闻APP2016年近三月复合增长率接近11%，在top5规模的新闻APP增长最快，增长评级达4A级，处于行业较高水平。

2016年新闻客户端top5近三月复合增长率



数据来源：干帆只对独立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2016年第2季度易观干帆基于对10亿累计装机覆盖、2亿移动端月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·易观干帆

www.analysys.cn

以复合增长率评定APP增长级别

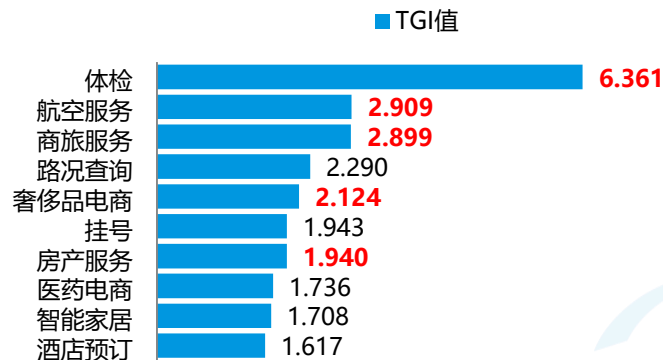
| 评级说明 | 评级范围 | 级别 | 评级标准 |
|---------|------|-----|-------------------------|
| 复合增长率评级 | 移动全网 | 3A级 | -16.22% < 复合增长率 ≤ 4.51% |
| | | 4A级 | 4.51% < 复合增长率 ≤ 27.47% |

| 评级指标 | | 级别分布 |
|---------|---------|------|
| 新闻客户端 | 复合增长率评级 | AAA |
| 凤凰新闻APP | 复合增长率评级 | AAA |

价值评级（消费价值评级）：凤凰新闻APP用户在体检、航空、商旅、汽车、奢侈
品电商、房产等领域消费倾向更强，消费评级为3A级，与行业水平保持一致。

Analysys 易观
指数成长的比特动能

2016年4月凤凰新闻消费细分领域TGI值TOP10



数据来源：干帆只对独立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2016年第2季度易观干帆基于对10亿累计装机覆盖、2亿移动端月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·易观干帆

www.analysys.cn

| 评级指标 | | 级别分布 |
|---------------|-----------------|------|
| 新闻 客户 端 | 消费价值评级 | AAA |
| | 凤凰 新闻 APP | AAA |

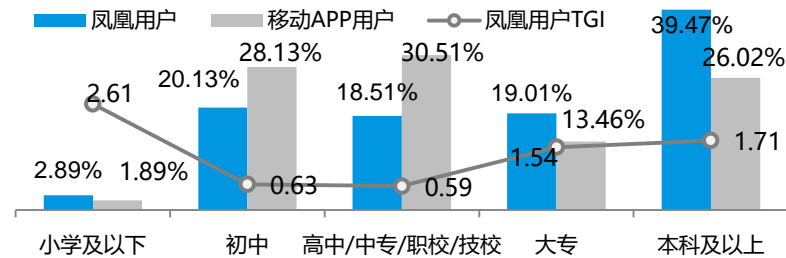
以消费TGI评定APP消费价值级别

| 评级说明 | 评级范围 | 级别 | 评级标准 |
|--------|------|-----|------------------|
| 消费价值评级 | 移动全网 | 3A级 | 1.243<消费TGI≤3.34 |

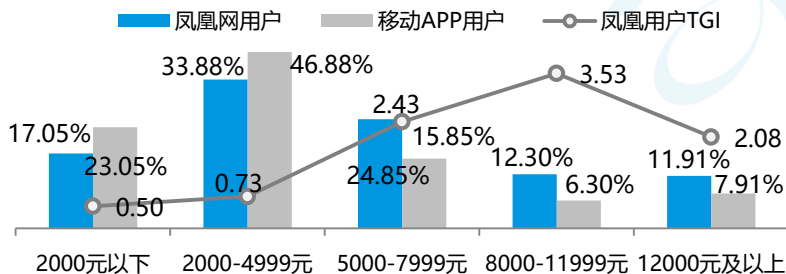
备注：TGI值指目标APP用户在某领域安装量、启动次数和使用时长三项指标值与移动全网用户在相同领域三项指标平均值的比值加权平均，值大于1表明目标APP用户在特定研究范围内高于总体平均水平（强势），反之，低于总体平均水平（弱势）

用户画像（消费行为相关）：凤凰在航空、商旅、奢侈品电商等领域高消费评级与Analysys 易观指数成长的比特动能
其用户结构相关性很大，数据表明：凤凰高收入、高学历的商务人士占比高，他们注重健康，追求生活品质，高端消费潜力更大。

2016年4月凤凰新闻用户、行业学历结构与TGI值



2016年4月凤凰新闻用户、行业收入结构与TGI值



数据来源：干帆只对独立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2016年第2季度易观干帆基于对10亿累计装机覆盖、2亿移动端月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。

凤凰用户消费价值体现

凤凰新闻用户本科及以上学历用户占39%，TGI值1.71，用户出行以航空为主，住宿则选择酒店，同时也喜欢自驾

凤凰新闻用户定期的体检、问诊以及药物的购买，体现了对自身健康的关注

凤凰新闻用户具有一定的经济基础，商务人士占比高，关注最新高科技产品、奢侈品，期望更好的居住条件。

关注健康

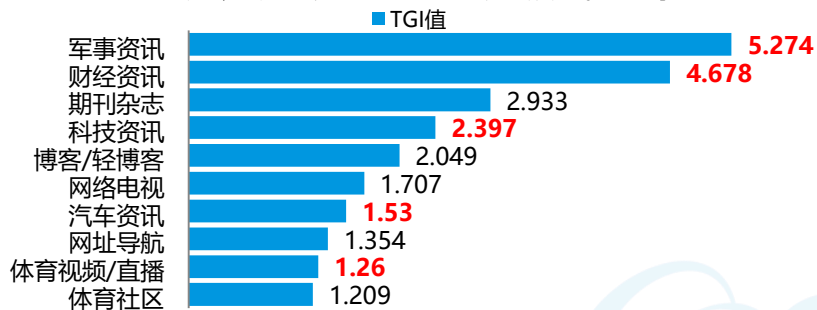
商务精英

追求品质

备注：TGI 值大于1表明目标APP用户在特定研究范围内高于总体平均水平，反之，低于总体平均水平。

价值评级（媒体价值评级）：凤凰APP用户在军事、财经、科技、汽车、体育等领域表现显著；数据显示，凤凰APP以高价值内容吸引到的用户忠诚度更高、独占性更强，其用户相对同类其他媒体使用行为相对较少，也造成凤凰媒体价值评级为2A级，略低于行业平均水平。

2016年4月凤凰新闻媒体细分领域TGI值TOP10



数据来源：干帆只对独立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2016年第2季度易观干帆基于对10亿累计装机覆盖、2亿移动端月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·易观干帆

www.analysys.cn

以媒体TGI评定APP媒体价值级别

| 评级说明 | 评级范围 | 级别 | 评级标准 |
|--------|------|-----|-----------------------|
| 媒体价值评级 | 移动全网 | 2A级 | 0.446 < 媒体TGI ≤ 1.568 |
| | | 3A级 | 1.568 < 媒体TGI ≤ 3.406 |

备注：TGI值指目标APP用户在某领域安装量、启动次数和使用时长三项指标值与移动全网用户在相同领域三项指标平均值的比值加权平均，值大于1表明目标APP用户在特定研究范围内高于总体平均水平（强势），反之，低于总体平均水平（弱势）；媒体价值反映APP用户群体的阅读、社交与视频观看行为习惯，若一个媒体价值高说明，用户使用其他媒体的行为更丰富，若媒体价值低，则说明使用其他媒体的行为较少

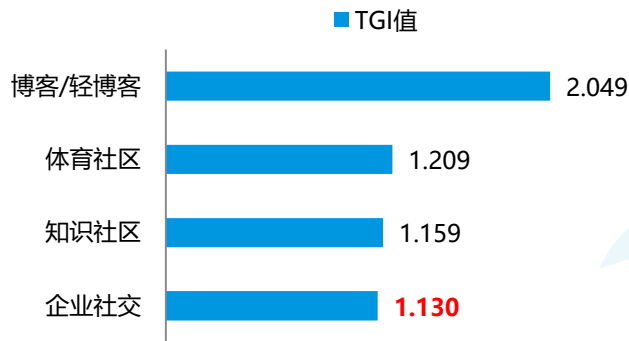
| 评级指标 | | 级别分布 |
|---------|--------|------|
| 新闻客户端 | 媒体价值评级 | AAA |
| 凤凰新闻APP | 媒体价值评级 | AA |

用户画像（媒体行为相关）：凤凰新闻的用户独占性及用户媒体使用行为与凤凰今年以来推广的“就做不同”的理念不谋而合，他们偏爱博客，多关注体育、知识类社区，与行业精英互动交流较多，善于表达自己的观点，在人群中更具影响力。

Analysys 易观

指数成长的比特动能

2016年4月凤凰新闻媒体价值社交领域TGI



注：知识社区APP指知乎、豆瓣等应用；体育社区APP指洋葱圈等应用；企业社交如脉脉等应用；

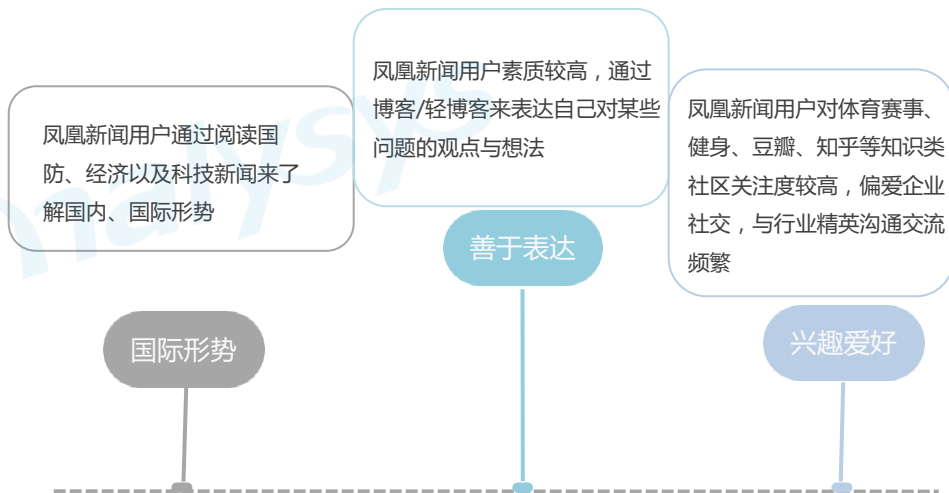
数据来源：千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2016年第2季度易观千帆基于对10亿累计装机覆盖、2亿移动端月活跃用户的行为监测结果。采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

© Analysys 易观·易观千帆

www.analysys.cn

备注：TGI值指目标APP用户在某领域安装量、启动次数和使用时长三项指标值与移动全网用户在相同领域三项指标平均值的比值加权平均，值大于1表明目标APP用户在特定研究范围内高于总体平均水平（强势），反之，低于总体平均水平（弱势）

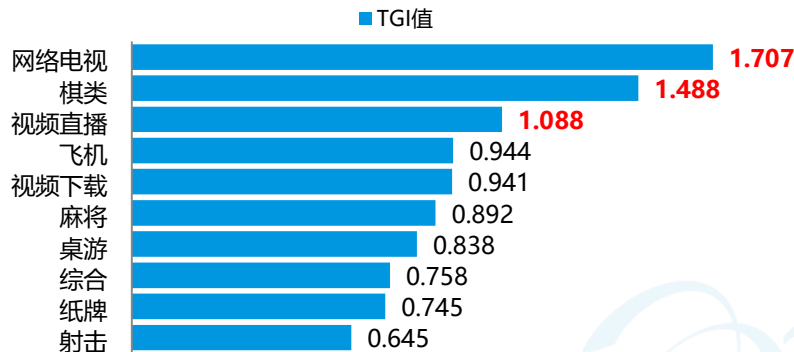
凤凰用户媒体价值体现



价值评级（娱乐价值评级）：凤凰新闻APP用户在休闲时间更倾向视频及策略类桌游，在移动全网娱乐价值评级为2A级，与行业水平保持一致。

Analysys 易观
指数成长的比特动能

2016年4月凤凰新闻娱乐细分领域TGI值TOP10



数据来源：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2016年第2季度易观千帆基于对10亿累计装机覆盖、2亿移动端月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

以娱乐TGI评定APP娱乐价值级别

| 评级说明 | 评级范围 | 级别 | 评级标准 |
|--------|------|-----|-------------------|
| 娱乐价值评级 | 移动全网 | 2A级 | 0.361<娱乐TGI≤1.991 |

备注：TGI值指目标APP用户在某领域安装量、启动次数和使用时长三项指标值与移动全网用户在相同领域三项指标平均值的比值加权平均，值大于1表明目标APP用户在特定研究范围内高于总体平均水平（强势），反之，低于总体平均水平（弱势）

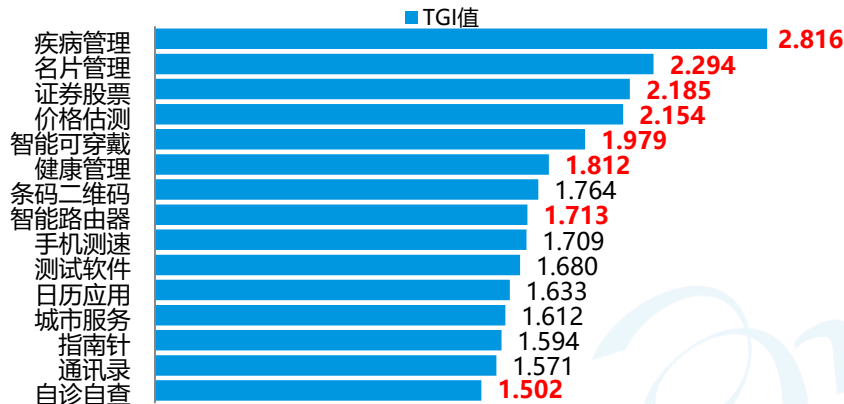
| 评级指标 | | 级别分布 |
|---------|--------|------|
| 新闻客户端 | 娱乐价值评级 | AA |
| 凤凰新闻APP | 娱乐价值评级 | AA |

价值评级（应用价值评级）：凤凰新闻用户APP使用行为丰富（涵盖200+领域），Analysys 易观

其中商务办公、健康、智能可穿戴设备、价格估测等领域的使用倾向性更强，这与用户在航空、商旅、电商等领域的高消费有关；目前应用价值评级为2A级，与行业水平保持一致。

指数成长的比特动能

2016年4月凤凰新闻应用关联领域TGI值



数据来源：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2016年第2季度易观千帆基于对10亿累计装机覆盖、2亿移动端月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

以应用TGI评定APP娱乐价值级别

| 评级说明 | 评级范围 | 级别 | 评级标准 |
|--------|------|-----|-------------------|
| 应用价值评级 | 移动全网 | 2A级 | 0.825<应用TGI≤2.586 |

备注：TGI值指目标APP用户在某领域安装量、启动次数和使用时长三项指标值与移动全网用户在相同领域三项指标平均值的比值加权平均，值大于1表明目标APP用户在特定研究范围内高于总体平均水平（强势），反之，低于总体平均水平（弱势）；应用价值体现用户使用手机APP种类的丰富性和频繁程度，反映用户APP的应用亮点以及与消费、媒体价值直接相关的延伸领域；

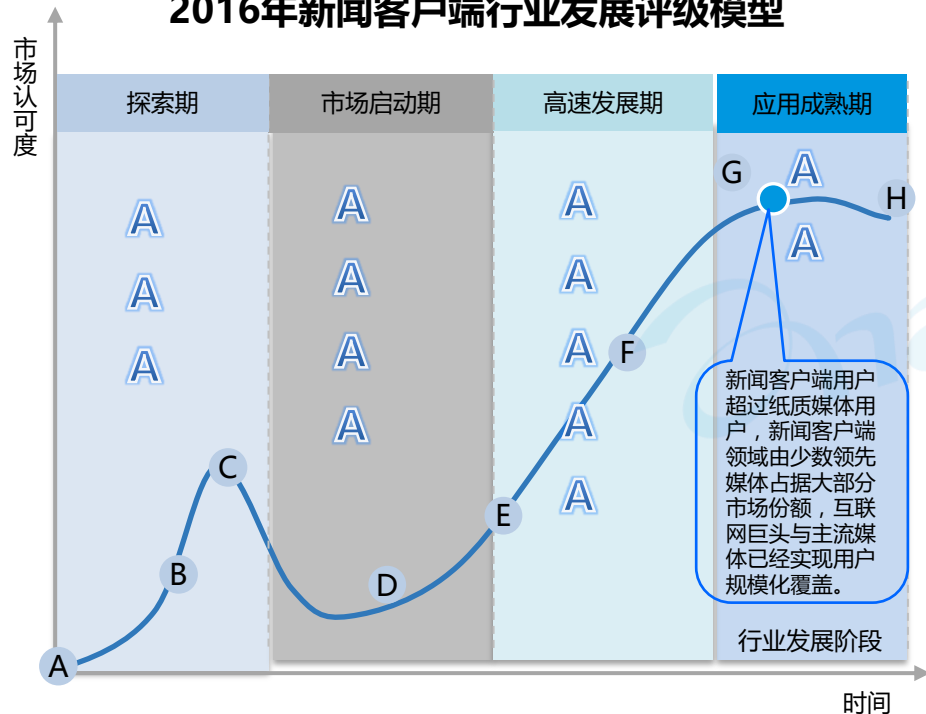
| 评级指标 | 级别分布 |
|---------|-----------|
| 新闻客户端 | 应用价值评级 AA |
| 凤凰新闻APP | 应用价值评级 AA |

价值评级（行业发展评级）：相比新闻APP行业发展已趋于成熟的阶段，凤凰新闻由于全媒体布局（包括在视频直播等高速发展领域有布局），仍有较大发展潜力。

Analysys 易观

指数成长的比特动能

2016年新闻客户端行业发展评级模型



| 评级指标 | | 级别分布 |
|---------|--------|------|
| 新闻客户端 | 行业发展评级 | A |
| 凤凰新闻APP | 行业发展评级 | AA |

综上：凤凰新闻为行业具有高价值度的新闻APP，在用户规模、留存、增长评级上处于行业较高水平，覆盖人群影响力强、商务型高消费特征突出，同时全媒体、多平台布局，使得自身行业发展潜力仍较大，是新闻客户端行业显著的高价值APP。

◆凤凰新闻APP已经达到用户规模化覆盖，在此基础上深度挖掘用户价值，开展对用户的精细化运营，可有效提升用户粘性，实现用户数据的价值增值。



◆凤凰新闻用户次月留存率高，同时超过五成的用户每天都在使用凤凰新闻。表明凤凰新闻内容具有很强的吸引力，用户稳定，有较强的刚性需求。

商务出行、健康、奢侈品等高消费领域倾向性强

消费价值

企业社交、军事、财经、汽车、体育资讯关注度高
于全网平均值

媒体价值

精细化运营效果显著

注重提升生活品质

用户健康度居首

人群商务特征强

4422
(万)

凤凰
新闻
月活

10.98%

复合
增长
率

355
(万)

增长
绝对
值

◆凤凰新闻个人收入在8000元以上的用户占比为24%左右，从TGI值可以看出，凤凰新闻这部分用户比重明显高于全网平均水平。用户学历在本科及以上用户占比约为四成，用户对运动健康以及奢侈品有很高的关注度。

用户活
跃度

55.16%

次月留
存率

72.67%

◆凤凰新闻用户偏好航空出行、奢侈品，注重健康生活，爱好体育健身；喜欢阅读国防、经济和科技类新闻；具有高收入、高素质，高消费的特征。企业社交APP使用频繁。

备注：复合增长率= $\sqrt[N]{\text{第}N\text{月MAU}/\text{第}(N-3)\text{月MAU}}$ ；增长绝对值=第(N-3)月MAU×复合增长率

研究背景：

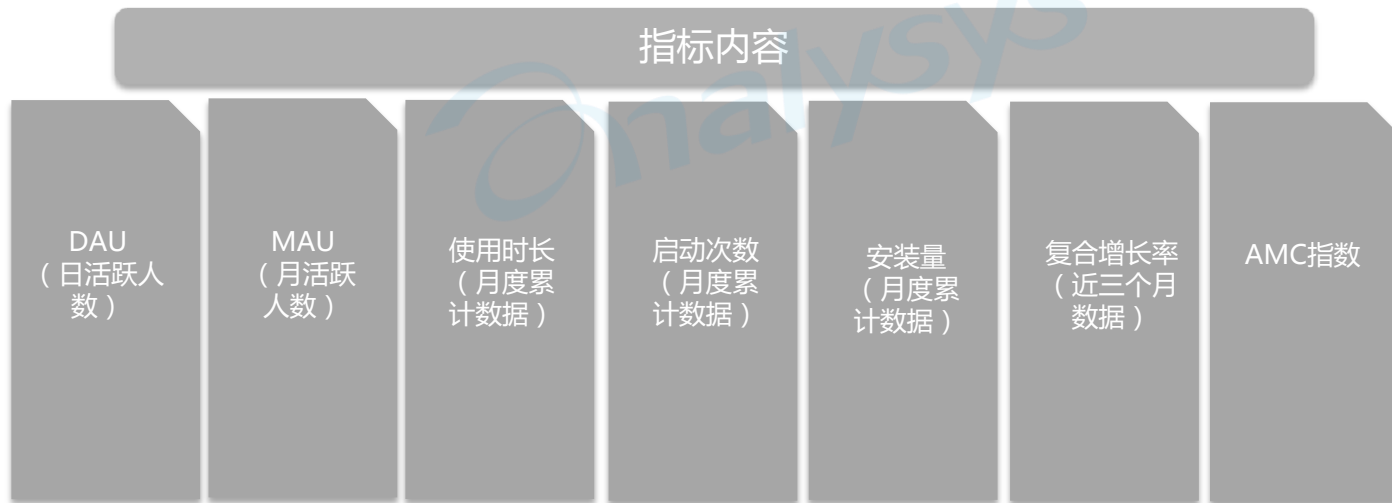
◆用户规模是衡量APP价值的重要指标，然而在应用成熟的行业中，APP具有插件化、衍生化、互通化的特点，单一的用户规模排名不能全面、准确的反映一款APP的潜在价值。因此，易观对用户使用行为进行深度挖掘，推出APP价值度评级体系模型。该模型体系从规模、留存、增长、价值和潜力等多个维度，全面客观地展现了APP价值，为APP的商业合作、用户运营提供有力支撑。

数据说明：

- ◆基于易观千帆对2016年4月的400+个新闻客户端用户数据监测结果，报告中所涉及排名和数据分布以用户使用行为数据进行相关计算获得。
- ◆数据来源：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2016年第2季度易观千帆基于对10亿累计装机覆盖、2亿移动端月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。

附录：评级体系选取了七项指标作为分析的基础

- ◆选取的七项数据指标综合反映了用户规模、使用习惯与偏好。
- ◆消费、媒体、游戏和应用四种价值采用用户安装量、用户启动次数和用户使用时长三个核心维度，结合行业渗透率做相关计算，得到APP的各类价值TGI指数。
- ◆TGI指数：反映目标群体某一特征的群体比例与总体中具有相同特征的群体比例的比值，比值大于1表明目标群体在特定研究范围内高于总体平均水平（强势），反之，低于总体平均水平（弱势）



附录：规模、留存与增长评级的等级划分标准

| 评级一级指标 | 取值范围 评级二级指标 | 一级 | 二级 | 三级 | 四级 | 五级 | 评级算法 |
|--------|--------------------|------------|---------------------|---------------|----------------|-----------|-----------------|
| | | | | | | | |
| 规模评级 | 绝对排名(MAU) | 14856及以下 | 14857-58799 | 58800-228654 | 228655-1461340 | 1461340以上 | K-Means 聚类算法 |
| | 相对排名 (新闻客户端) | 26976及以下 | 26977-56090 | 56091-175988 | 175989-720272 | 720273以上 | 两步 聚类算法 |
| 留存评级 | 次月活跃留存 | 29.14%及以下 | 29.15%-43.56% | 43.57%-57.51% | 57.52%-72.09% | 72.09%以上 | K-Means 聚类算法 |
| | 用户活跃度 (DAU/MAU) | 31.69%及以下 | 31.70%-38.94% | 38.95%-50.67% | 50.68%-67.87% | 67.87% 以上 | K-Means 聚类算法 |
| 增长评级 | 复合增长率 | -39.86%及以下 | -39.85%- -16.22% | -16.21%-4.51% | 4.52%-27.47% | 27.47%以上 | K-Means 聚类算法 |

附录：价值评级等级划分标准

| 评级一级指标 | 取值范围 | 一级 | 二级 | 三级 | 四级 | 五级 | 评级算法 |
|--------|--------|----------|-------------|-------------|--------------|----------|--------------|
| | 评级二级指标 | | | | | | |
| 价值评级 | 消费价值 | 0.305及以下 | 0.306-1.243 | 1.244-3.34 | 3.341-10.089 | 10.089以上 | 两步聚类算法 |
| | 媒体价值 | 0.446及以下 | 0.447-1.568 | 1.569-3.406 | 3.407-10.042 | 10.042以上 | 两步聚类算法 |
| | 娱乐价值 | 0.361及以下 | 0.362-1.991 | 1.992-3.643 | 3.644-10.901 | 10.901以上 | K-Means 聚类算法 |
| | 应用价值 | 0.825及以下 | 0.826-2.586 | 2.587-5.655 | 5.656-14.092 | 14.092以上 | K-Means 聚类算法 |

附录：消费价值细分为50个二级领域，排名体现各邻域消费金额以及用户消费能力的差异

| 排序 | 二级领域名称 | 排序 | 领域名称 | 排序 | 二级领域名称 |
|----|--------|----|-----------|----|--------|
| 1 | 汽车交易 | 18 | OBD应用 | 35 | 二手电商 |
| 2 | 汽车后服务 | 19 | 城市出行 | 36 | 移动支付 |
| 3 | 奢侈品电商 | 20 | 生活服务 | 37 | 母婴电商 |
| 4 | 航空服务 | 21 | 酒店预订 | 38 | 品牌电商 |
| 5 | 汽车工具 | 22 | 旅游工具 | 39 | 食品电商 |
| 6 | 房产服务 | 23 | 保险服务 | 40 | 医药电商 |
| 7 | 出行预订 | 24 | P2P | 41 | 养生保健 |
| 8 | 手机银行 | 25 | 旅游攻略/ugc类 | 42 | 导购/返利 |
| 9 | 理财 | 26 | 票务预订 | 43 | 家政服务 |
| 10 | 家居家装 | 27 | 景区App | 44 | 美业服务 |
| 11 | 旅游产品预订 | 28 | 火车票预订 | 45 | 外卖/订餐 |
| 12 | 跨境电商 | 29 | 特卖电商 | 46 | 挂号 |
| 13 | 商旅服务 | 30 | 团购 | 47 | 上门洗衣 |
| 14 | 智能家居 | 31 | 综合电商 | 48 | 体检 |
| 15 | 车辆管理 | 32 | 优惠券 | 49 | 导诊平台 |
| 16 | 金融工具 | 33 | 服装百货 | 50 | 体育彩票 |
| 17 | 路况查询 | 34 | 商务社交 | | |

附录：媒体价值细分为26个二级领域

| 一级领域名称 | 二级领域名称 | 一级领域名称 | 二级领域名称 | 一级领域名称 | 二级领域名称 |
|--------|-----------|--------|--------|--------|--------|
| 视频 | 聚合视频/视频导航 | 新闻阅读 | 新闻资讯 | 实用工具 | 搜索 |
| | 综合视频 | | 科技资讯 | | 网址导航 |
| | 垂直视频 | | 财经资讯 | 社交 | 社交网络 |
| | 视频直播 | | 综合阅读 | | 博客/轻博客 |
| | 网络电视 | | 汽车资讯 | | 社区论坛 |
| | 视频社交 | | 军事资讯 | | 知识社区 |
| | 微视频 | | 时尚资讯 | | 体育社区 |
| | 游戏直播 | | 期刊杂志 | 浏览器 | 浏览器 |
| | | | 电子书 | 音乐 | 移动电台 |

指数成长的比特动能



■ 易观干帆 ■ 易观万像 ■ 易观方舟 ■ 易观博阅 ■ 易观司南