



PC互联网篇

√ PC互联网市场发展概览

√ PC互联网行业发展情况

PC互联网篇



整体流量趋势



网民注意力的变化



用户特征

整体流量变化趋势

用户人口红利继续减少，春节期间降低明显

PC互联网月覆盖人数自2018年波动下降之后，2019年Q1继续下降至5.1亿。2019年3个月，月覆盖人数增加75.4万人，但各月均低于18年同期，预计未来将持续下降。

春节期间（2月份），PC互联网月覆盖人数为4.69亿人，在Q1中处于最低水平，这除了受春节淡季影响，也与用户娱乐放松转向移动互联网有关。

iUserTracker-2017年1月-2019年3月中国PC互联网用户规模



来源：Usertracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

©2019.4 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

6

网民注意力的变化

用户时长红利殆尽，月度总上网时长减少14.1万年

经过2018年Q1末的小幅上涨之后，月度总上网时长在2019年Q1末大幅下跌，减少742.5亿分钟。以年来计算的话，共计14.1万年。用户时长红利殆尽，使用黏性和用户忠诚度下降。

iUserTracker-2017年3月-2019年3月
中国PC网民月度总上网时长与次数



来源：Usertracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

©2019.4 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

iUserTracker-2017年3月-2019年3月
中国PC网民人均单日上网时长与次数



来源：Usertracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

©2019.4 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

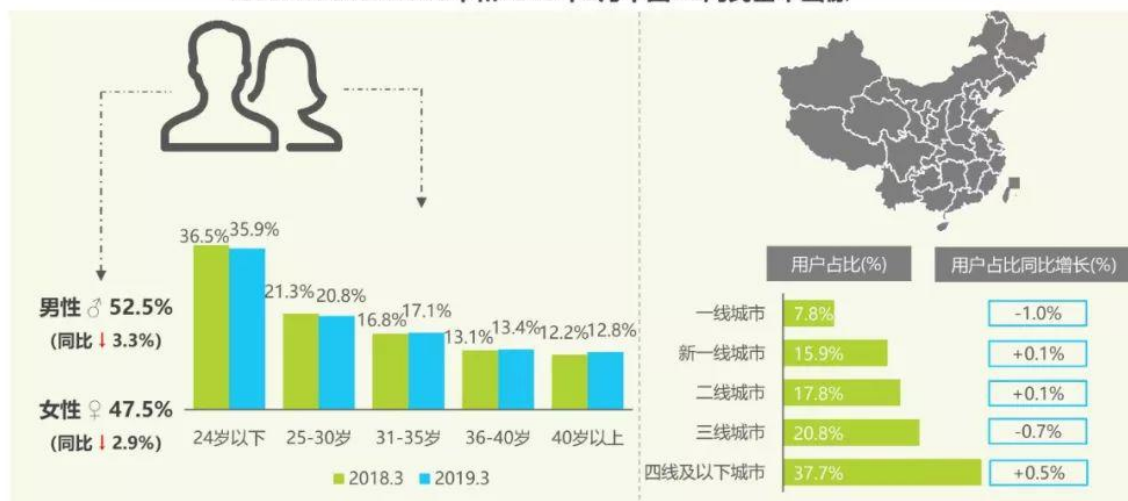
用户特征

老龄化趋势加剧，区域下沉更加明显

男女用户规模均呈下降趋势，但男性用户下降幅度超过女性。从年龄分布来看，30岁以下用户占比下降，30岁以上用户占比上升，PC互联网用户老龄化加剧。

从城市结构来看，低线城市用户占比上升，区域下沉更加明显。

iUserTracker-2018年和2019年3月中国PC网民基本画像



来源：Usertracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

PC互联网篇



行业发展概览



热门行业分析

行业发展概览

用户使用场景固定，TOP15行业中仅汽车服务用户人数上升

网民PC端使用场景比较固定，访问网站更多的是为了获取外部资讯、其次是购物休闲。以百度搜索为例的搜索服务、以百度网盘为例的其他类别、以东方网为例的新闻资讯、以百度贴吧为例的社区交友渗透率均在80%以上，月度覆盖人数均超过4亿。

从同比增长率来看，月度覆盖人数TOP15行业中，只有汽车服务行业实现正增长，其他行业均呈现下降趋势。

iUserTracker-2019年3月中国PC互联网TOP15行业月度覆盖人数、行业渗透率和同比增长率



来源：Usertracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

©2019.4 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

10

行业发展概览

游戏服务、休闲娱乐成为重要增长极

再看月度总上网时长，2019年3月，在月度总上网时长TOP15的行业中，13个行业的月度总上网时长呈下降趋势，仅仅以腾讯游戏为首的游戏服务和以腾讯网为首的休闲娱乐行业仍有正增长，月度总上网时间分别同比上升17.3%、10.7%，成为PC互联网重要的增长极。

iUserTracker-2019年3月中国PC网民月度总上网时长



来源：Usertracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

©2019.4 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

11

行业发展概览

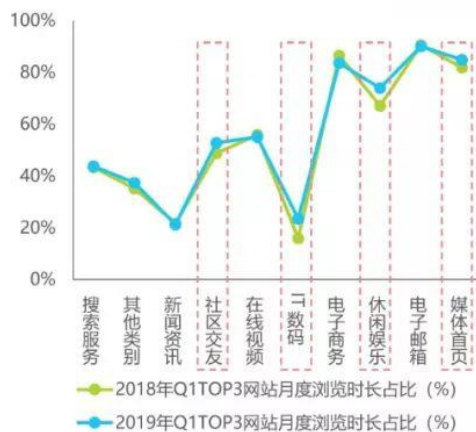
娱乐类、安全类、资讯类网站马太效应增强

PC网民集中度方面，2019年Q1末，社区交友、IT数码、休闲娱乐、媒体首页四类热门行业的马太效应增强，无论是其TOP3网站月度覆盖人数占比还是浏览时间占比，均呈上升趋势。

iUserTracker-2019年3月中国PC互联网
热门行业用户集中度-月覆盖人数



iUserTracker-2019年3月中国PC互联网热
门行业用户注意力集中度-月度浏览时间



来源：Usertracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

©2019.4 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

来源：Usertracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

©2019.4 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

12

热门行业分析：搜索服务

PC搜索发展特点

用户红利渐消，移动端分流PC端用户

随着互联网行业人口红利的消失，搜索市场用户规模难有较大变化，PC搜索行业用户规模渐趋下降。此外，头部企业在移动端的布局竞争，甚至会分流PC端的搜索用户。

完善内容生态，探索个性服务

从个人需求出发，推荐用户感兴趣的优质内容，将信息推荐和自主搜索相结合，增加用户的留存时间和沉浸深度，成为企业拓展流量、盘活存量的重要方式。

1

2

3

发力AI技术，提升用户体验

作为PC时代标志性的产品，提升内容供给数和匹配准确度成为盘活存量的重要方式。目前头部企业开始注重AI技术在搜索领域的探索，竞争将更加激烈，技术壁垒也愈发提高。

来源：艾瑞咨询自制。

©2019.4 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

13

热门行业分析：搜索服务

PC端用户规模不及移动端，但仍具有广阔的市场前景

截至2019年Q1末，搜索服务行业PC端月覆盖人数同比下降至4.6亿人，虽然不及移动端用户规模，但其行业渗透率仍高达99%，并远高于移动端，PC搜索仍具有广阔的市场前景。

iUserTracker-2018年1月-2019年3月
中国PC互联网
搜索服务行业月覆盖人数及行业渗透率



来源：Usertracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

©2019.4 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

mUserTracker-2018年1月-2019年3月
中国移动互联网
搜索服务行业月独立设备数及行业渗透率



来源：Usertracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

©2019.4 iResearch Inc.

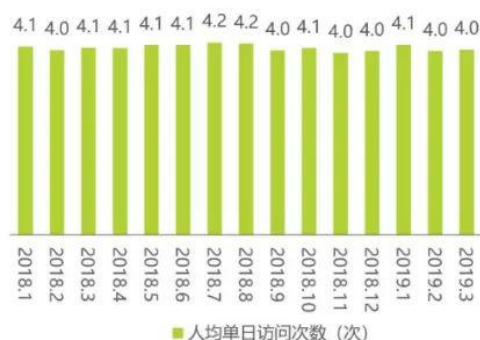
www.iresearch.com.cn

热门行业分析：搜索服务

PC端是重要的搜索入口，移动端是抢夺用户时间的重要通道

由于使用习惯的养成，网民更习惯将PC端当作搜索入口。截至2019年3月，PC端人均单日访问次数在4次左右浮动，略高于移动端1.2次。

iUserTracker-2018年1月-2019年3月
中国PC互联网搜索服务行业人均单日访问次数



来源：Usertracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

©2019.4 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

mUserTracker-2018年1月-2019年3月
中国移动互联网搜索服务行业人均单日访问次数



来源：Usertracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

©2019.4 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

热门行业分析：搜索服务

PC端是重要的搜索入口，移动端是抢夺用户时间的重要通道

而移动端人均单日浏览时长超过PC端的3倍，成为抢夺用户时间的重要通道。

iUserTracker-2018年1月-2019年3月
中国PC互联网搜索服务行业人均单日浏览时间



mUserTracker-2018年1月-2019年3月
中国移动互联网搜索服务行业人均单日浏览时间



来源：Usertracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

©2019.4 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

来源：Usertracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

©2019.4 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

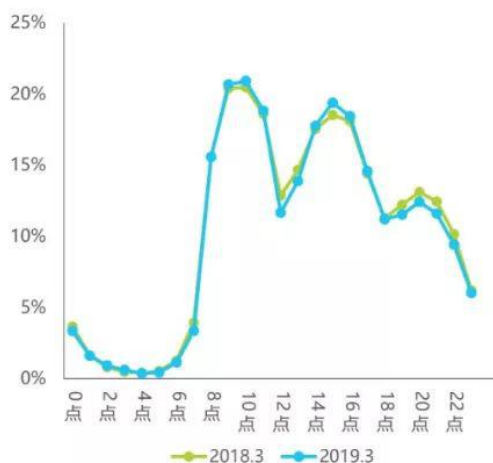
16

热门行业分析：搜索服务

PC端工作，移动端休闲

PC端用户使用峰值出现在工作时间，是工作内容搜索的主要渠道；移动端用户使用峰值则是在休息时间，更多用于休闲娱乐内容的获取。

iUserTracker-2018年和2019年3月
中国PC互联网搜索服务行业网民24小时活跃分布



来源：Usertracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

©2019.4 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

mUserTracker-2018年和2019年3月
中国移动互联网搜索服务行业网民24小时活跃分布



来源：Usertracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

©2019.4 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

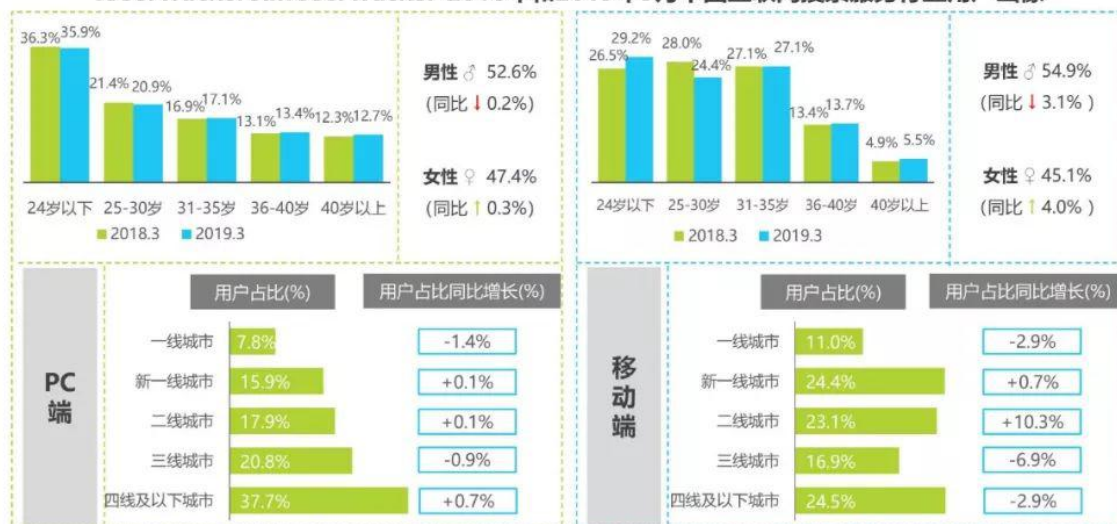
热门行业分析：搜索服务

用户向高年龄段转移，PC端区域下沉趋势更明显

PC端30岁以下用户占比降低0.9个百分点，用户向高年龄段转移趋势渐显。

从城市结构来看，PC端四线及以下城市用户占比上升，移动端三线及以下城市用户占比下降。PC端区域下沉趋势更加突出。

iUserTracker&mUserTracker-2018年和2019年3月中国互联网搜索服务行业用户画像



来源：UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

热门行业分析：在线视频

在线视频发展现状

互联网公司全链条生产，头部平台地位趋稳

依靠广告费用和版权费用的支持，互联网公司参与到IP创造、内容制作以及播放平台搭建的全链条生产之中。在长视频大战中，爱腾优三大头部玩家地位稳固，芒果TV奋起直追，进击势头不可小觑

精品化VIP剧/独播剧/自制剧成为制胜武器

近年四大平台的付费用户数量增长迅猛，各大平台的VIP剧、独播剧、自制剧数量也持续攀升，成为吸引新付费用户的利器。



继续加码内容，差异化打法挖掘不同受众

爱奇艺在潮流文化的挖掘上仍在持续，推动圈层文化出圈，成功打造多部爆款内容。

腾讯凭借强大的泛娱乐布局，从网络文学，动漫，游戏开始孵化优质IP，为其他自制内容服务。

优酷对自制剧的打磨依旧持续着，在原创剧本和IP打造上正在极力追赶两大竞争对手。

芒果TV背靠湖南卫视，有强大的女性观众和青年观众的积累。来到互联网竞争时代，芒果TV依旧牢牢把握住自己最忠实的核心用户。

来源：艾瑞咨询自制。

©2019.4 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

19

热门行业分析：在线视频

PC端用户流失加速，行业渗透率创新低

PC端和移动端用户规模走势相左。截至2019年Q1末，PC端月覆盖人数同比下降至4.0亿人，下降速度高于去年同期水平。PC端用户规模不及移动端的1/3。

2019年3月，PC端行业渗透率方面下降至79.8%，创新低，低于移动端的93.6%，用户被大量分流。

iUserTracker-2018年1月-2019年3月中国PC互联网在线视频行业月覆盖人数及行业渗透率



来源：Usertracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

©2019.4 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

mUserTracker-2018年1月-2019年3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：Usertracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

©2019.4 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

热门行业分析：在线视频

PC端人均单日访问次数降低至3.5次

2019年3月PC端人均单日访问次数达降低至3.5次，低于移动端的5.7次，用户使用偏好降低。

iUserTracker-2018年1月-2019年3月
中国PC互联网在线视频行业人均单日访问次数



mUserTracker-2018年1月-2019年3月
中国移动互联网在线视频行业人均单日访问次数



来源：Usertracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

©2019.4 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

来源：Usertracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

©2019.4 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

热门行业分析：在线视频

PC端人均单日浏览时间降低至76分钟

2019年Q1，PC端人均单日浏览时间均低于去年同期水平，与移动端的发展趋势迥异，PC流量红利渐微，用户向移动端转移的趋势更加显著。

iUserTracker-2018年1月-2019年3月
中国PC互联网在线视频行业人均单日浏览时间



来源：Usertracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

©2019.4 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

mUserTracker-2018年1月-2019年3月
中国移动互联网在线视频行业人均单日使用时间



来源：Usertracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

©2019.4 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

热门行业分析：在线视频

中午和下班后观看视频，PC端用户活跃程度普遍低于移动端

2019年3月，PC端和移动端均在12点、20点前后出现使用峰值，大部分用户习惯在中午和下班后观看在线视频。相同时间，PC端用户活跃程度普遍低于移动端，显示出用户对于移动端的偏好。用户活跃最值差异方面，PC端为18%，移动端达25.5%，PC端用户使用习惯差异相对较小。

iUserTracker-2018年和2019年3月
中国PC互联网在线视频行业网民24小时活跃分布



来源：Usertracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

©2019.4 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

mUserTracker-2018年&2019年3月
中国移动互联网在线视频行业网民24小时活跃分布



来源：Usertracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

©2019.4 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

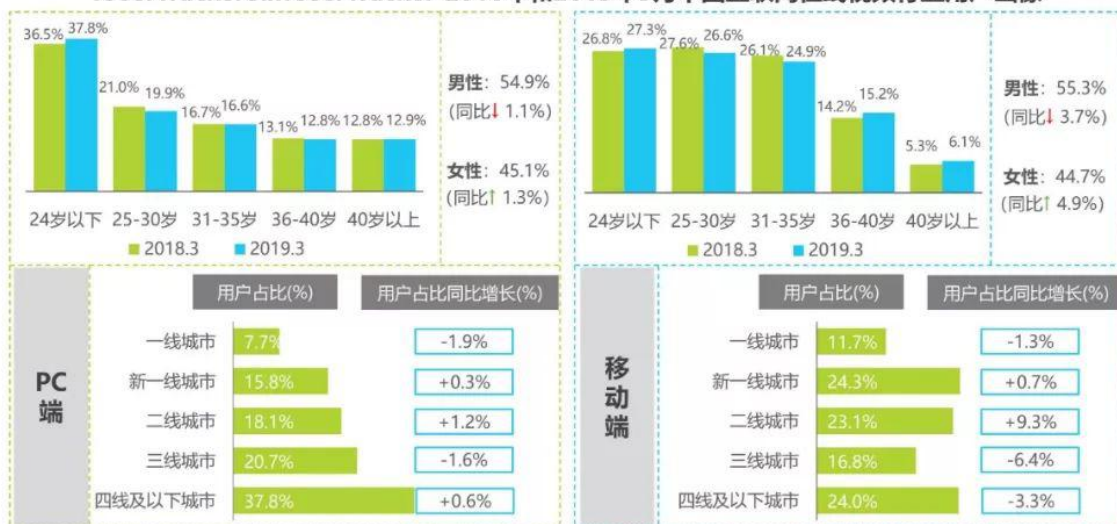
热门行业分析：在线视频

用户向年龄两端扩散，低线城市是PC端服务重点

PC端女性用户占比高于移动端。用户年龄向两端扩散，PC端以年轻人为主，而移动端分布更加均匀。

城市结构方面，PC端四线及以下城市用户占比上升，低线级城市成为市场服务的重点。移动端新一线及二线城市用户占比上升，高线级城市是主要市场。PC端和移动端服务重点不同，市场互补态势趋向明显。

iUserTracker&mUserTracker-2018年和2019年3月中国互联网在线视频行业用户画像



来源：UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。



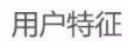
移动互联网篇

√ 移动互联网市场发展概览

√ 移动网民触媒偏好

√ 2019Q1热门行业分析

√ 2019Q1中国移动互联网价值榜



整体流量变化趋势

移动网民规模持续增长，增速放缓加剧

移动网民用户规模稳中有升，2019年3月月独立设备数达13.8亿台，但增长趋势放缓，相比于2018年Q1，2019年Q1净增独立设备数减少0.2亿，同时2018年独立设备数增长量（1.25亿）低于2017年的增长量（1.33亿）。

mUserTracker-2017年1月-2019年3月中国移动互联网用户规模



来源：Usertracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

网民注意力的变化

上网次数增速放缓，时长红利犹在

移动互联网应用服务的丰富性，满足用户多元化的上网需求，推动我国网民上网时间和次数的持续增长。

网民上网次数方面，无论是月度总上网次数还是人均单日上网次数，均出现明显的增速放缓情况。

上网时长增长率较高，2019年3月人均单日上网时长为3.5小时，同比增长25.0%，提升了42分钟，相当于一集《都挺好》的时长。网民使用时间更聚焦，以内容吸引用户时长分配、提升用户留存是关键。

mUserTracker-2017-2019年3月
中国移动网民注意力的变化-月度



mUserTracker-2017-2019年3月
中国移动网民注意力的变化-人均单日



来源：Usertracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

©2019.4 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

来源：Usertracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

©2019.4 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

28

网民注意力的变化

智能穿戴聚焦用户价值，成为发展新趋势

首先从用户使用时长来看，2019年3月月总时长TOP10行业均处于增长状态，通讯聊天行业增长率相对偏低（9.2%）。视频服务行业在月度总时长及人均单日时长上均位于行业榜首，这与在线视频、短视频等赛道的火热有关。随着智能化浪潮的到来，智能穿戴作为时尚以及科技的产物，受到消费者的追捧，人均单日使用时长同比增长率高达150.8%，而电子阅读行业出现人均单日使用时长下降的情况。

mUserTracker-2019年3月中国移动互联网
月总使用时长TOP10行业



来源：Usertracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

©2019.4 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

mUserTracker-2019年3月中国移动互联网
人均单日使用时长TOP10行业



来源：Usertracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

©2019.4 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

网民注意力的变化

智能穿戴聚焦用户价值，成为发展新趋势

其次从使用时长增长率分析，智能穿戴、个人工具行业增长迅速，其月总使用时长与人均单日使用时长同比增长率均处于行业前两名，成为最受用户关注的行业。

一些用户活跃度较高的行业，例如综合资讯行业、游戏服务行业，在保持较高活跃度的同时，仍有较高的增长率，用户粘性持续增强。

mUserTracker-2019年3月中国移动互联网
月总使用时长增长率TOP10行业



来源：Usertracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

©2019.4 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

mUserTracker-2019年3月中国移动互联网
人均单日使用时长增长率TOP10行业



来源：Usertracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

©2019.4 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

用户特征

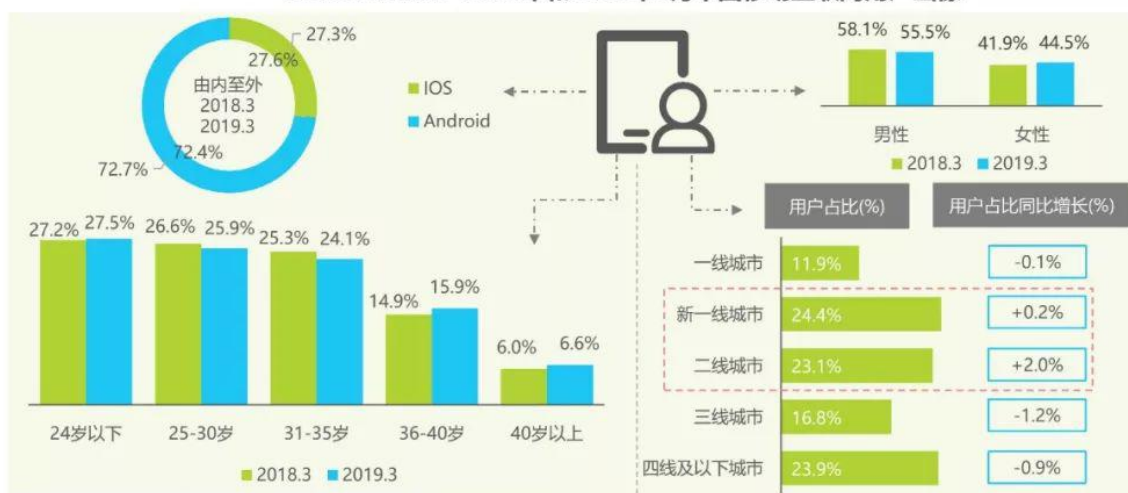
男性用户占比下降，年龄两极化发展趋势加重

移动网民中男性比例下降，但仍高于女性。从年龄分布来看，35岁及以下依旧为主要用户群体，但同比于2018年3月，25-35岁用户占比减少，年龄两极化发展趋势加重。

终端设备类型方面，国产品牌厂商迅速发展，Android端市场份额上升至72.7%，IOS比例持续下跌。

从整体城市结构来看，新一线及二线城市用户占比较大，且攀升2.2%，区域下沉在移动端并未表现。

mUserTracker-2018年和2019年3月中国移动互联网用户画像



来源：Usertracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

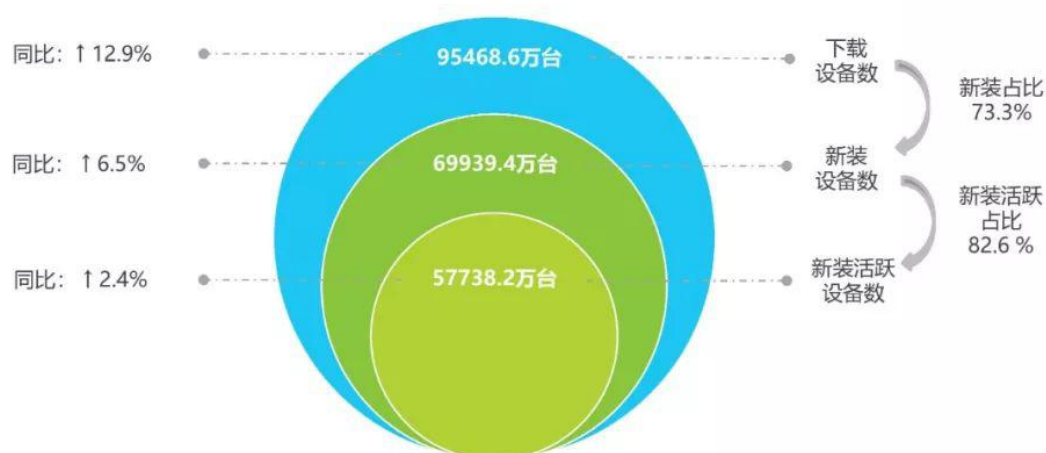
移动渠道市场发展情况

渠道市场发展良好，用户使用意愿更强

截至2019年Q1，移动互联网渠道整体下载、新装和新装活跃设备数均有所上升，用户使用意愿更强。

其中，渠道整体下载设备数（更新+新装）达9.5亿台，新装设备数占比73.3%。新装到活跃设备转化率为82.6%，新装沉默用户占比17.4%。

StoreTracker-2019年3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 渠道监测数据库。

©2019.4 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

32

移动渠道市场发展情况

2019年3月移动网民人均安装52.3个APP，市场机会增加

2019年3月人均安装APP 52.3个，同比增加8.9个，市场机会增加。

诸如Google Play Services的实用工具其他类成为人均安装APP最多的行业，人均安装2.8个。

安装APP个数50个以上的用户占比接近50%，用户占比增多，用户注意力更分散。而受手机预装APP的影响，安装10个及以下APP的用户占比下滑严重。

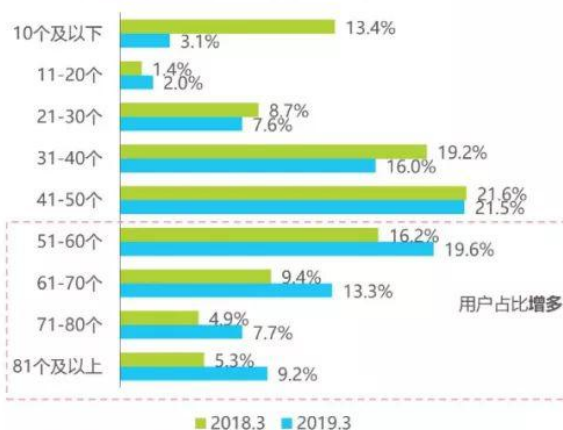


2019年3月人均安装APP个数：**52.3个**
同比增加**8.9个**

人均安装APP数TOP5行业

排名	行业	APP安装个数
1	实用工具-其他	2.8
2	在线视频	2.4
3	网络购物	2.2
4	即时通讯	1.8
5	短视频	1.7

StoreTracker-2018年&2019年3月中国移动互联网用户人均安装APP个数分布



来源：StoreTracker 渠道监测数据库。

移动渠道市场发展情况

应用分发行业月独立设备数破10亿，厂商商店占据主流

应用分发行业月独立数达到10.6亿台，同比去年3月增长7.5%。

应用分发各二级行业中，得益于各手机厂商大力发展自有商店，且效果显著，厂商商店始终占据最大份额。

手机厂商通过自建厂商商店和游戏商店，达到互利共赢的效果，凭借着对流量资源的夺权，使得应用商店处于相对劣势的状态。

mUserTracker-2018年和2019年3月
中国移动互联网应用分发行业月独立设备数



来源：Usertracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

©2019.4 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

mUserTracker-2018年和2019年3月
中国移动互联网应用分发各二级行业月独立设备数



来源：Usertracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

©2019.4 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

移动渠道市场发展情况

厂商商店势均力敌，应用商店与游戏商店寡头化明显

2019年3月，应用宝以2.8亿设备数领跑安卓应用市场，通过“应用+”的分发模式和不断推出的创新功能，逐步拉大与同类产品的距离。

苹果应用商店领衔厂商商店市场，但增长率较低。华为应用市场紧随其后，这与其高销售额密不可分。

厂商商店设备数普遍高于厂商游戏商店，VIVO例外，这可能与VIVO用户偏爱玩游戏有关。华为应用市场虽位于安卓厂商商店之首，但其游戏中心流量偏低，提升内容深度和用户体验是关键。值得注意的是，魅族应用商店和游戏中心均出现负增长的情况。

mUserTracker-2019年3月中国移动互联网应用分发类APP月独立设备数



来源：Usertracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

移动渠道市场发展情况

厂商商店发威，OPPO、华为应用市场新装数破亿

厂商商店中OPPO软件商店、华为应用市场表现突出，成为唯二的新装设备数破亿的渠道APP，且新装活跃占比位列前茅。

StoreTracker-2019年3月中国移动互联网应用分发类APP新装-新装活跃情况



来源：StoreTracker 渠道监测数据库。
注释：StoreTracker 渠道监测数据库中厂商商店包含游戏商店。
©2019.4 iResearch Inc.

移动互联网篇



→移动网民触媒偏好 >>>>>>>>>>>>>>>>



移动网民触媒偏好变化情况



移动网民过年期间触媒偏好和时间分配

移动网民触媒偏好变化情况

女性偏爱网购和亲子类，男性最爱汽车服务和综合资讯类

不同性别在使用APP上有明显的侧重，女性偏爱网购和女性亲子类，男性最爱汽车服务行业和综合资讯类。

同比于2018年3月，女性偏爱APP类型TOP10中，新增育儿社区和丽人丽荣两个二级行业，而男性用户偏爱类型TOP10变化较大，汽车服务行业占据半壁江山。

mUserTracker-2019年3月
中国移动女性网民二级行业偏好TOP10

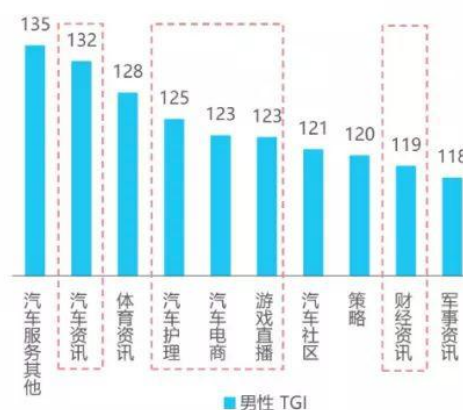


来源：Usertracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。
注释：红色框内的行业为该网民同比新增TOP10偏好二级行业。

©2019.4 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

mUserTracker-2019年3月
中国移动男性网民二级行业偏好TOP10



来源：Usertracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。
注释：红色框内的行业为该网民同比新增TOP10偏好二级行业。

©2019.4 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

移动网民触媒偏好变化情况

伴随年龄增长，行业偏好趋于稳定

不同年龄阶段对行业偏好类型不同，30岁前侧重娱乐与社交，30岁后侧重综合资讯、汽车服务和金融理财等。

24岁及以下的年轻群体，追随潮流，易接纳新鲜事物，其偏好不稳定、变化大，同比于2018年3月，偏好TOP10行业已更新7个席位。但随着年龄增长，用户对行业的偏好趋于稳定。

mUserTracker-2019年3月不同年龄中国移动网民二级行业偏好TOP10



来源：Usertracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

注释：红色框内的行业为该网民同比新晋TOP10偏好二级行业。

©2019.4 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

39

移动网民触媒偏好变化情况

一二线旅游、理财必不可少，三四五线游戏娱乐更受追捧

不同城市用户行业类型偏好差异明显，一二线城市用户偏好旅游出行、便捷生活、金融理财等行业，三四五线城市用户偏好音乐音频、游戏服务等娱乐行业，游戏服务行业区域下沉明显。

mUserTracker-2019年3月不同城市中国移动网民二级行业偏好TOP10



来源：Usertracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。
注释：红色框内的行业为该网民同比新晋TOP10偏好二级行业。

©2019.4 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

40

移动网民过年期间触媒偏好和时间分配 iResearch 艾瑞咨询

过年期间，社交、娱乐行业占据主导地位

从周独立设备数来看，过年期间（2月4日-2月10日）即时通讯、在线视频、短视频等社交、娱乐行业占据主导地位，人们有更多的时间进行社交、娱乐活动。其中即时通讯行业周独立设备数达11.0亿台，位于行业首位。

mUserTracker-2019年过年期间周独立设备数TOP15二级行业



来源：Usertracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

©2019.4 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

41

移动网民过年期间触媒偏好和时间分配 iResearch 艾瑞咨询

“春节档” 电影火爆，游戏等娱乐行业增长趋势明显

从周独立设备数增长率分析，作为一年一度的电影票房大战，“春节档”电影一直都是关注焦点。过年期间电影行业增速迅猛，环比增长率高达62.6%。搜索服务行业作为PC端行业的“领头羊”，春节期间在移动端表现依旧良好，独立设备数遥遥领先，且增速较快，这可能与过年期间是热门内容爆发期等因素有关。

mUserTracker-2019年过年期间周独立设备数
增长率TOP15二级行业（周独立设备数>1千万）



来源：Usertracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

©2019.4 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

42

移动网民过年期间触媒偏好和时间分配 iResearch 艾瑞咨询

“春节档” 电影火爆，游戏等娱乐行业增长趋势明显

周总使用时长增长率方面，受春节社交化、娱乐化场景的影响，过年期间网民将更多时间聚焦于电影、婚恋交友等娱乐、社交行业。

mUserTracker-2019年过年期间周总使用时长
增长率TOP15二级行业（周独立设备数>1千万）



来源：Usertracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

©2019.4 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

43

移动互联网篇



全行业发展概览



健康医疗行业



社区团购行业

全行业发展概览

社区团购等行业增速迅猛，发展前景广阔

2019年3月，在中国移动互联网热门行业中，社区团购、短视频、社交电商等行业增速迅猛，社区团购更是成倍数增长，发展前景广阔。同时多个行业出现下降趋势，共享单车行业依旧洗牌严重。

mUserTracker-2019年3月中国移动互联网热门行业月独立设备数及同比增长率



来源：Usertracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。
注释：本报告社区团购行业仅涵盖如下APP：每日一淘、呆萝卜、惠购、一米鲜。
©2019.4 iResearch Inc.

“互联网+健康”，大数据助力健康医疗生态



健康医疗愈发受关注

- 近来，“996.ICU”、“身体”or“事业”等话题引发网友激烈讨论，日常如何保持身体健康成为人们关注的焦点；
- 对于上班族来说，时间少、工作忙，常常“大病化小，小病化了”，无暇顾忌身体状况；
- 记步数软件、健身软件的兴起，使用户可在空闲零碎时间锻炼身体；
- 我国人口老龄化、看病难等问题依然存在。



模式创新

- 发展“互联网+健康”的医疗模式，助力全民健康，建设远程医疗服务体系。
- 大数据及AI技术在健康医疗领域应用场景丰富，包括但不限于辅助决策、健康/慢病管理、机构智能化管理、基因数据；
- 大数据技术的应用，将对健康医疗行业的体系搭建、机构运作、临床研发、诊断治疗、生活方式等方面带来变革性的改善。

来源：艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

©2019.4 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

46

健康医疗行业

弥补传统医疗的不足，移动医疗寻找新出路

随着我国人口老龄化加速以及社会生产力的提高、人们对医疗健康的要求愈加严格，传统医疗的弊端也渐渐凸显。在移动互联网时代，得益于大数据及AI技术的成熟，大批健康医疗APP正不断出现。

健康医疗APP在改变传统就诊、传播健康生活方式等方面做出了巨大的贡献，虽存在着需加大监管力度、无法替代传统医疗等问题，但基于其便利性以及多功能服务，行业发展良好，2019年3月月独立设备数已达0.98亿台。

mUserTracker-2018年1月-2019年3月中国移动互联网健康医疗行业月独立设备数及行业渗透率



来源：Usertracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

©2019.4 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

47

健康医疗行业

行业增长主要来自健身运动，而医疗行业用户粘性下降

健身运动行业快速发展，月独立设备数同比增长313万台，成为健康医疗行业主要增长领域。
值得注意的是，医疗行业月独立设备数和人均单日使用时长均出现下跌的情况，用户粘性显著下降。

mUserTracker-2018年和2019年3月
中国移动互联网
健康医疗各二级行业月独立设备数



来源：Usertracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

©2019.4 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

mUserTracker-2018年和2019年3月
中国移动互联网
健康医疗各二级行业人均单日使用时长



来源：Usertracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

©2019.4 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

◆ 健身运动行业

用户规模波动变化，春夏两季用户最多

健身运动行业用户规模受季节影响波动变化，春夏两季是健身运动的黄金季，用户规模较大，呈上涨趋势。

mUserTracker-2018年1月-2019年3月中国移动互联网健身运动行业月独立设备数



来源：Usertracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

©2019.4 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

49

◆ 健身运动行业

用户使用情况受季节影响，周期变化

2019年3月健身运动行业人均单日使用时长为10.1分钟，人均单日使用次数达5次，经历1月与2月短暂的下降后，略有增长。季节因素影响明显，春夏季的使用情况明显高于秋冬季，与用户规模的变化趋势相一致。

mUserTracker-2018年1月-2019年3月中国移动互联网健身运动行业人均单日使用时长及次数



来源：Usertracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

©2019.4 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

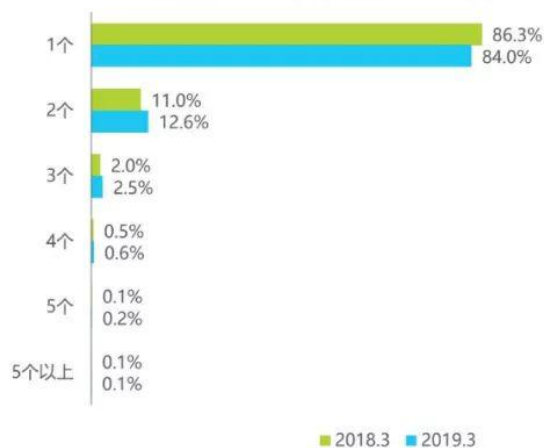
50

◆ 健身运动行业

8成以上用户仅安装1个健身运动APP，寡头化强

从用户安装APP数量分布上看，安装1个APP的用户比例虽略有下降，但仍占据着接近85%的市场比例，用户使用习惯比较固定，寡头化明显。

StoreTracker-2018年和2019年3月中国移动互联网健身运动行业人均安装APP个数分布



来源：StoreTracker 渠道监测数据库。

©2019.4 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

51

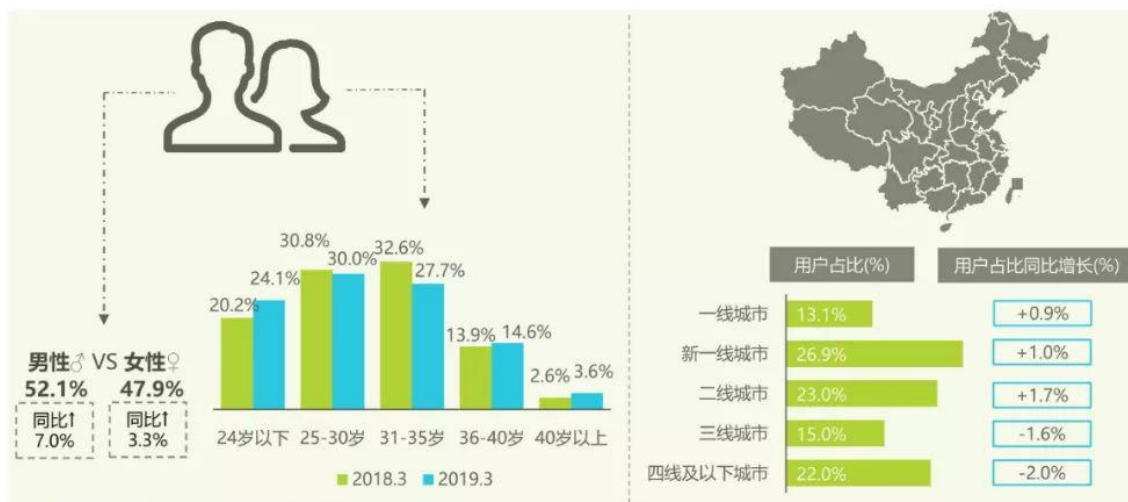
◆ 健身运动行业

“全民健身”，用户年龄层分布更广泛

健身运动行业男性与女性用户均有所增加，健身积极度提高，相比于2018年3月，用户年龄分布层更广泛，24岁以下及36岁以上用户占比增多。

用户城市分布以二线及以上城市为主，整体上升3.6%，低线城市用户占比下降。

mUserTracker-2018年和2019年3月中国移动互联网健身运动行业用户画像



来源：Usertracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

◆ 健身运动行业

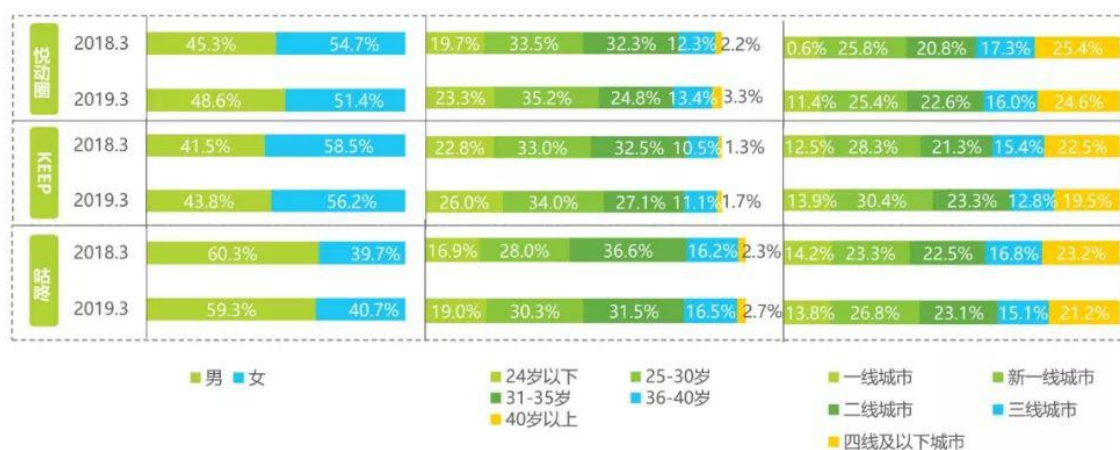
热门APP男女各有所爱，低线城市占比下滑

从热门健身运动行业APP来看，除咕咚外，用户以女性为主。

年龄分布层情况与行业发展趋势一致，主力用户集中在35岁以下，且24岁以下及36岁以上用户占比增多。

用户城市分布主要集中于新一线、二线城市，低线城市占比下滑。

mUserTracker-2018年和2019年3月中国移动互联网健身运动行业热门APP用户画像



来源：Usertracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

©2019.4 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

53

◆ 医疗行业

“春天”过后，用户规模下降趋势加剧

移动医疗行业在经历2018年短暂的“春天”后，月独立设备数下降趋势加剧，2019年3月月独立设备数为2911.9万台，同比下降了11.5%。除了与实际体验和解决问题能力达不到预期、监管政策收紧、缺乏专业评估手段等问题有关外，移动医疗平台同质化严重、盈利模式尚不清晰，从而使得平台发展进入瓶颈期，资本市场遇冷。

mUserTracker-2018-2019年中国移动互联网医疗行业月独立设备数



来源：Usertracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

©2019.4 iResearch Inc.

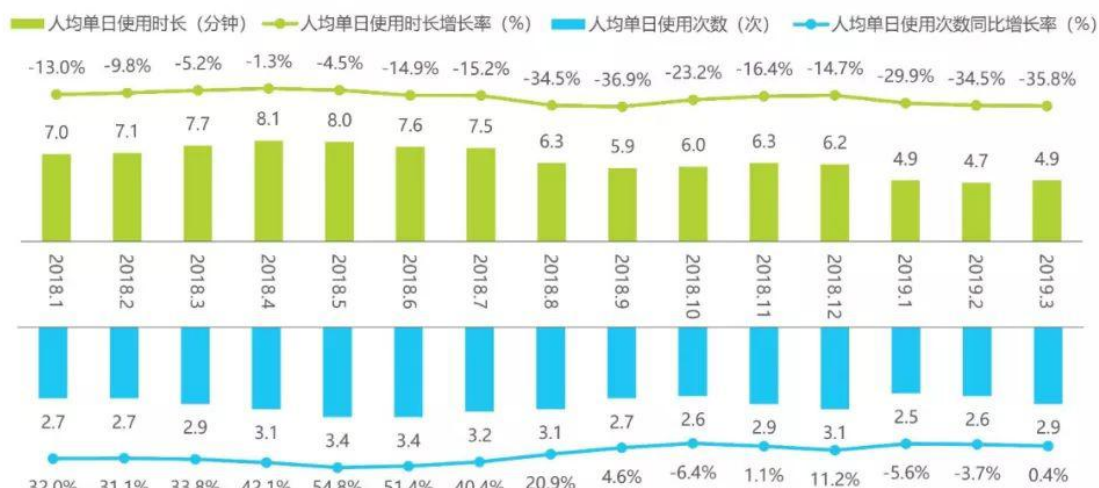
www.iresearch.com.cn

54

用户使用次数围绕3次波动，使用时长下滑严重

人均单日使用次数小范围波动，围绕在3次左右。而人均单日使用时长下滑较严重，与2018年同期相比，2019年前三月的下滑幅度均在30%左右。

mUserTracker-2018年1月-2019年3月中国移动互联网医疗行业人均单日使用时长及次数



来源：Usertracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

©2019.4 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

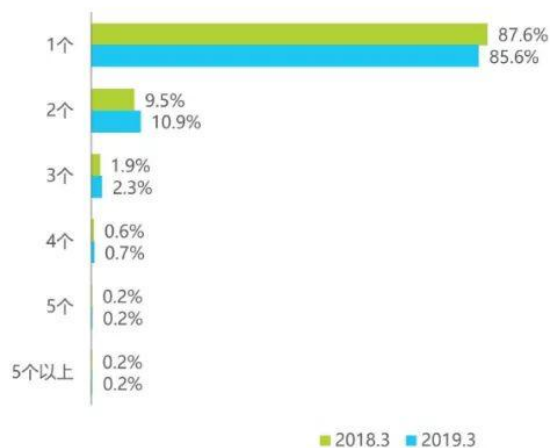
55

◆ 医疗行业

头部产品占领市场，寡头化明显

医疗APP同质化严重，头部医疗APP功能齐全，一个APP即可满足85.0%的用户需求，头部产品占领市场，寡头化明显。

StoreTracker-2018年和2019年3月中国移动互联网医疗行业人均安装APP个数分布



来源：StoreTracker 渠道监测数据库。

©2019.4 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

56

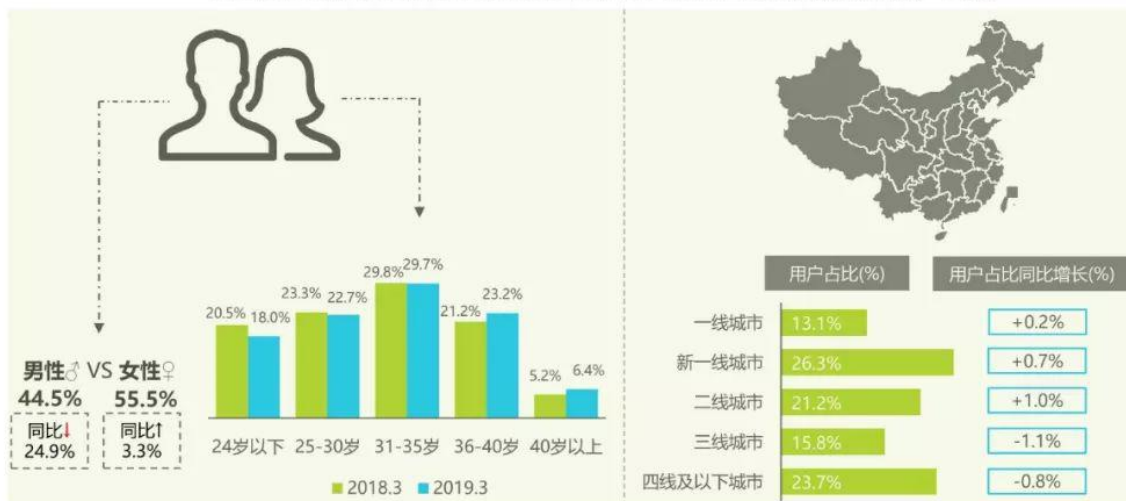
◆ 医疗行业

男性用户下滑严重，高线城市用户接受程度更强

医疗行业以女性用户为主，男性用户下滑严重，同比下降24.9%。年龄构成中，35岁以上用户占比增多。

从城市结构来看，低线城市用户占比下降，二线及以上城市用户占比攀升1.9%，高线城市用户对医疗APP接受程度更强。

mUserTracker-2018年和2019年3月中国移动互联网医疗行业用户画像



来源：Usertracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

社区团购行业

小程序加持，社区团购成为热门流量风口



来源：艾瑞咨询研究院自主研究绘制。
注释：此种类图为示意图，未将所有客户端标出，所列顺序不涉及排名。
©2019.4 iResearch Inc.

社区团购行业

生鲜是关键品类，“团长”拉动需求

主流运营模式

以社区为入口，线上建立社群，线下完成交付，平台提供供应链、物流等支持。

“团长”是运营的关键

•寻找社区KOL，也即“团长”，“团长”组织微信群，在群里推荐商品，平台提供产品、物流、客服等相关服务，当“团长”收集到订单，平台将商品统一配送，由团长负责组织取货。根据团长来源不同，社区团购分为宝妈模式和便利店模式。

生鲜是关键品类

•通过社交、社群触达用户，要求平台推荐的商品必须满足普遍需求。生鲜是社区团购非常关键的品类，生鲜品类高频、刚需的特点满足社区推荐商品的要求，且生鲜行业一直探索不出一个商业模式，社区团购为生鲜行业打开了市场。

来源：艾瑞咨询研究院根据公开资料整理所得。

©2019.4 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

59

社区团购APP市场情况

“社交电商”时代，社区团购终在2018年下旬爆发

拼多多开启“社交电商”时代，微信群降低获客成本的效果得到大众认知。2018年下旬，社区团购迎来爆发，月独立设备数增长显著，成为热门的流量风口。

但进入2019年以来，社区团购APP持续走低，3月才有所回暖。这与小程序的迅速发展密不可分，小程序用完即走、对用户零打扰、方便快捷等特性使得APP热度持续下降，APP未来发展趋势有待考量。

mUserTracker-2018年1月-2019年3月中国移动互联网社区团购行业月独立设备数



来源：Usertracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。
注释：本报告社区团购行业仅涵盖如下APP：每日一淘、呆萝卜、惠购、一米鲜。
©2019.4 iResearch Inc.

社区团购APP市场情况

爆发后的即刻降温，APP市场用户粘性显著降低

社区团购行业APP端的人均单日使用时长和使用次数有显著下滑的趋势，用户粘性降低。
社区团购行业小程序市场的火爆使得社区团购APP开发力度较低，用户群体转移。

mUserTracker-2018年1月-2019年3月中国移动互联网社区团购行业人均单日使用时长及次数



来源: Usertracker 多平台网民行为监测数据库 (桌面及智能终端)。
注释: 本报告社区团购行业仅涵盖如下APP: 每日一淘、呆萝卜、惠购、一米鲜。
©2019.4 iResearch Inc.

社区团购APP市场情况

“春寒”影响，2月活跃度处于冷淡状态

受春节期间影响，社区团购行业热门APP的月独立设备数和月使用时长在2月都出现了不同程度的下滑，可能是由于提前置办年货，用户在社区团购的购买力会在1月爆发完毕，其次，春节期间线下渠道发力，使得社区团购2月的购买需求处于冷淡状态。

mUserTracker-2019年1-3月
中国移动互联网社区团购行业
热门APP月独立设备数（月独立设备数>10万）



来源：Usertracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

©2019.4 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

mUserTracker-2019年1-3月
中国移动互联网社区团购行业
热门APP月总使用时长（月独立设备数>10万）



来源：Usertracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

©2019.4 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

社区团购APP市场情况

女性用户为主，二三线城市为核心战场

热门社区团购APP用户主要以女性为主，31-35岁用户占比最多。

从城市结构来看，二三线城市为主要战场，这与社区团购的运营模式相关，一线城市消费渠道多样化，零售业态丰富，便捷度、时效性等消费体验方面相比社区团购有竞争优势，分割了用户的大量消费需求。

mUserTracker-2019年3月中国移动互联网热门社区团购APP用户画像（月独立设备数>10万）



来源：Usertracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

©2019.4 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

63

社区团购小程序市场情况

小程序市场火热，与APP市场相辅相成

以“群接龙”为代表的社区团购小程序发展前景广阔，2019年3月，“群接龙”月独立设备数已达到496.7万台，远远超过社区团购头部APP市场规模，小程序市场为社区团购行业热门发展渠道。

MiniTracker-2019年3月中国移动互联网热门社区团购小程序月独立设备数



来源：MiniTracker小程序监测数据库。

©2019.4 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

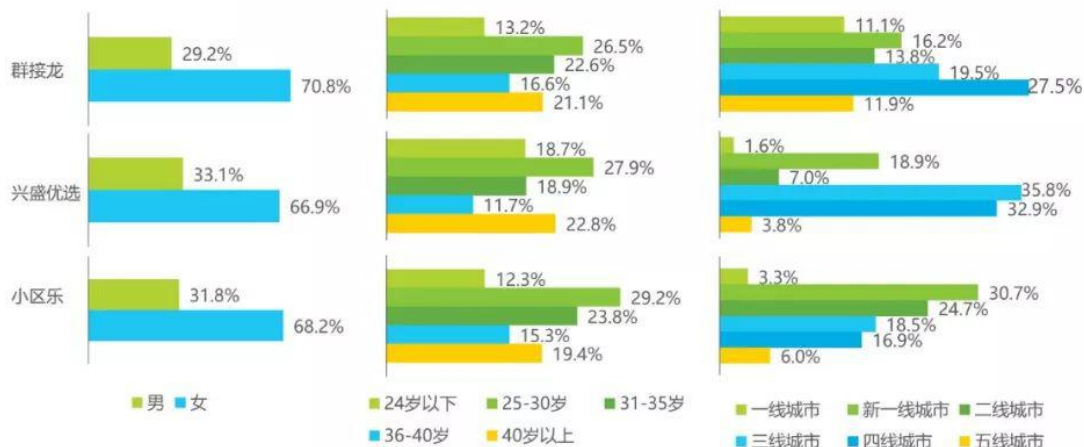
64

社区团购小程序市场情况

女性用户为主，呈现用户区域下沉趋势

热门社区团购小程序用户以家庭女性为主，年龄分布25-35岁用户占比最多。
从城市分布来看，低线城市用户占比较大，用户区域下沉明显。

MiniTracker-2019年3月中国移动互联网热门社区团购小程序用户画像（月独立设备数>100万）



来源：MiniTracker/小程序监测数据库。

©2019.4 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

65



2019Q1中国移动互联网新势力



2019Q1中国移动互联网用户增速榜

2019Q1中国移动互联网新势力

2019Q1中国移动互联网新上线APPTOP100

2019Q1中国移动互联网新上线APP TOP1-20

排名 1-20	APP名称	一级行业	二级行业	上线月份	2019年3月独立设备数 (万台)
1	学习强国	学习教育	教育工具	2019年1月	3083.0
2	极速清理大师-亿玖光年	实用工具	优化	2019年2月	2367.4
3	刷宝-力奥	视频服务	视频服务其他	2019年1月	1648.9
4	多闪	社交网络	社区交友	2019年1月	1399.9
5	番茄小说	电子阅读	在线阅读	2019年2月	515.9
6	消灭病毒	游戏服务	休闲益智	2019年2月	401.9
7	免费小说阅读-tadu	电子阅读	在线阅读	2019年1月	289.8
8	免费追书神器reader	电子阅读	在线阅读	2019年1月	236.1
9	233小游戏	游戏服务	平台	2019年1月	221.4
10	漫读小说	电子阅读	在线阅读	2019年2月	192.1
11	奇妙宠物美妆店	女性亲子	儿童教育	2019年2月	168.7
12	作业盒子学生	学习教育	教育工具	2019年1月	146.3
13	我飞刀玩得贼6	游戏服务	策略	2019年2月	143.6
14	斗罗大陆hsh	游戏服务	策略	2019年1月	131.8
15	秀来电	视频服务	短视频	2019年1月	121.2
16	腾讯视频极速版	视频服务	在线视频	2019年1月	106.1
17	第二人生	游戏服务	模拟经营	2019年2月	101.1
18	超级看影视大全	视频服务	在线视频	2019年2月	98.3
19	模拟狼生存	游戏服务	模拟经营	2019年1月	89.9
20	火柴人军团	游戏服务	动作	2019年2月	85.6

来源：Usertracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

©2019.4 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

67

2019Q1中国移动互联网新势力

2019Q1中国移动互联网新上线APPTOP100

2019Q1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	2019年3月独立设备数
21-40					(万台)
21	跑酷飞侠快跑	游戏服务	跑酷	2019年1月	85.4
22	雷电战机传奇	游戏服务	射击	2019年2月	78.7
23	火柴人之战	游戏服务	动作	2019年1月	78.0
24	金市大富翁	游戏服务	休闲益智	2019年1月	75.4
25	火柴人你好	游戏服务	休闲益智	2019年1月	74.0
26	攀爬侠ppxia	游戏服务	动作	2019年1月	73.4
27	武者弹跳	游戏服务	休闲益智	2019年1月	72.8
28	羚羊夫人的幼儿园	游戏服务	休闲益智	2019年2月	70.7
29	传奇纪元	游戏服务	动作	2019年1月	69.6
30	模拟卡车真实驾驶	游戏服务	模拟经营	2019年1月	67.7
31	像素求生战场	游戏服务	射击	2019年1月	64.5
32	乐头条	综合资讯	新闻资讯	2019年2月	59.9
33	模拟极限越野	游戏服务	体育	2019年1月	59.4
34	淘宝直播	电子商务	网络购物	2019年2月	57.6
35	火柴人必须死	游戏服务	休闲益智	2019年1月	56.4
36	石器冒险	游戏服务	动作	2019年1月	55.5
37	西瓜北斗导航	便捷生活	导航地图	2019年2月	55.5
38	飞读小说	电子阅读	在线阅读	2019年2月	55.1
39	超凡特战队	游戏服务	角色扮演	2019年1月	54.9
40	挖掘机建造模拟	游戏服务	模拟经营	2019年1月	54.8

来源：Usertracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

©2019.4 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

68

2019Q1中国移动互联网新势力

2019Q1中国移动互联网新上线APPTOP100

2019Q1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	2019年3月独立设备数
41-60					(万台)
41	全民吃鸡战场	游戏服务	射击	2019年1月	53.5
42	城市富豪	游戏服务	模拟经营	2019年2月	52.8
43	木筏求生	游戏服务	动作	2019年1月	51.4
44	斗罗大陆didi	游戏服务	角色扮演	2019年1月	50.8
45	就是憋不住	游戏服务	休闲益智	2019年1月	50.4
46	奥特曼热血英雄atm	游戏服务	动作	2019年1月	50.3
47	碰碰车大冒险	游戏服务	竞速	2019年1月	49.5
48	真实公路汽车mingya	游戏服务	角色扮演	2019年1月	48.5
49	快乐卡五星	游戏服务	棋牌	2019年1月	48.5
50	玩具飞机战场	游戏服务	射击	2019年2月	48.5
51	照顾宝宝过家家	游戏服务	休闲益智	2019年1月	48.2
52	龙珠觉醒	游戏服务	角色扮演	2019年1月	45.9
53	奥特曼疯狂跑酷	游戏服务	跑酷	2019年1月	45.3
54	挖掘机模拟3d	游戏服务	模拟经营	2019年1月	44.9
55	功夫疾走	游戏服务	动作	2019年1月	44.8
56	海绵宝宝zhexinit	游戏服务	休闲益智	2019年1月	44.0
57	闪电鸡	电子商务	网络购物	2019年2月	43.6
58	暴击火柴人	游戏服务	动作	2019年1月	42.2
59	奥特曼钢铁飞龙	游戏服务	角色扮演	2019年1月	41.8
60	闪烁之光	游戏服务	卡牌	2019年1月	41.5

来源：Usertracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

©2019.4 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

69

2019Q1中国移动互联网新势力

2019Q1中国移动互联网新上线APPTOP100

2019Q1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	2019年3月独立设备数
61-80					(万台)
61	即阅免费小说	电子阅读	在线阅读	2019年2月	41.2
62	metro新时代	旅游出行	车票服务	2019年1月	41.2
63	飞鱼王子冒险之旅	游戏服务	射击	2019年1月	41.1
64	城市忍者联盟	游戏服务	角色扮演	2019年1月	41.0
65	巨齿鲨大逃亡	游戏服务	模拟经营	2019年1月	40.9
66	深海垂钓 shenhaichuidiao	游戏服务	体育	2019年1月	40.4
67	模拟大恐龙	游戏服务	角色扮演	2019年1月	40.2
68	火柴人吃鸡	游戏服务	射击	2019年1月	39.4
69	城信	社交网络	社区交友	2019年2月	38.9
70	欢乐消水果igame	游戏服务	休闲益智	2019年2月	38.9
71	猎空风云	游戏服务	射击	2019年2月	38.4
72	口袋决斗	游戏服务	动作	2019年1月	38.0
73	秀购	电子商务	网络购物	2019年1月	37.9
74	记忆重构	游戏服务	休闲益智	2019年2月	36.5
75	52看看影视大全	视频服务	在线视频	2019年2月	36.4
76	梦回战场	游戏服务	动作	2019年1月	36.0
77	聚看影视大全	视频服务	在线视频	2019年2月	34.9
78	火柴人大冒险hcrdmx	游戏服务	动作	2019年2月	34.8
79	狙击手大追击	游戏服务	射击	2019年2月	33.2
80	欢乐萝卜农场	游戏服务	模拟经营	2019年1月	33.1

来源：Usertracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

2019Q1中国移动互联网新势力

2019Q1中国移动互联网新上线APPTOP100

2019Q1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	2019年3月独立设备数
81-100					(万台)
81	找到老公的私房钱	游戏服务	休闲益智	2019年1月	32.7
82	勇者历险记	游戏服务	动作	2019年1月	32.4
83	失控飞车	游戏服务	跑酷	2019年1月	32.0
84	明星日历	个人工具	日历	2019年2月	31.7
85	spot	社交网络	社区交友	2019年2月	31.4
86	斗罗大陆 不悔入唐门	游戏服务	角色扮演	2019年1月	31.2
87	莉比小公主梦幻甜品店 libii	游戏服务	休闲益智	2019年1月	31.1
88	宝宝绘画书	游戏服务	休闲益智	2019年1月	30.9
89	火柴人英雄zsfz	游戏服务	动作	2019年1月	29.7
90	恐龙狩猎	游戏服务	射击	2019年1月	28.9
91	逃脱者2	游戏服务	休闲益智	2019年2月	28.6
92	油罐车山地模拟	游戏服务	休闲益智	2019年2月	28.6
93	彩球碰撞	游戏服务	休闲益智	2019年1月	28.2
94	专业变声器	实用工具	语音助手	2019年2月	28.2
95	单机斗地主hd	游戏服务	棋牌	2019年1月	27.3
96	M信 (M-Seek)	通讯聊天	即时通讯	2019年1月	27.2
97	飞到绝技igame	游戏服务	体育	2019年2月	27.1
98	八向箭头	游戏服务	射击	2019年2月	26.9
99	多多医院	游戏服务	休闲益智	2019年1月	26.4
100	植物大战僵尸全明星 njyy	游戏服务	策略	2019年2月	26.4

来源: Usertracker 多平台网民行为监测数据库 (桌面及智能终端)。

2019Q1中国移动互联网用户增速榜

用户规模过亿的TOP20增速榜

2019Q1中国移动互联网用户规模过亿的TOP20增速APP榜

序号	APP名称	一级行业	二级行业	2019年3月独立设备数 (亿台)	同比增长率 (%)
1	百度好看视频	视频服务	短视频	1.22	779.8%
2	抖音短视频	视频服务	短视频	3.62	110.3%
3	芒果TV	视频服务	在线视频	1.62	83.2%
4	拼多多	电子商务	团购	3.12	80.6%
5	绝地求生 刺激战场	游戏服务	射击	1.31	68.8%
6	喜马拉雅FM	音乐音频	有声音频	1.19	52.8%
7	掌阅	电子阅读	在线阅读	1.41	40.7%
8	新浪新闻	综合资讯	新闻资讯	1.50	38.0%
9	猎豹清理大师	实用工具	优化	1.71	23.5%
10	360清理大师	实用工具	优化	1.00	22.9%
11	小米游戏中心	应用分发	游戏商店	1.09	21.2%
12	今日头条	综合资讯	新闻资讯	2.52	19.8%
13	华为应用市场	应用分发	厂商商店	1.61	19.1%
14	华为浏览器	实用工具	厂商浏览器	2.28	18.6%
15	快手	视频服务	短视频	2.84	18.6%
16	WiFi万能钥匙	实用工具	WiFi	3.60	17.9%
17	网易云音乐	音乐音频	在线音乐	1.63	16.7%
18	酷我音乐	音乐音频	在线音乐	1.78	15.7%
19	百度	实用工具	搜索	4.87	13.9%
20	小米安全中心	实用工具	安全	1.41	13.7%

来源：Usertracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

2019Q1中国移动互联网用户增速榜

用户规模5000万级以上的TOP20增速榜

2019Q1中国移动互联网用户规模5000万级以上的TOP20增速APP榜

序号	APP名称	一级行业	二级行业	2019年3月独立设备数 (亿台)	同比增长率 (%)
1	百度好看视频	视频服务	短视频	1.22	779.8%
2	小红书	社交网络	社区交友	0.51	239.2%
3	趣头条	综合资讯	新闻资讯	0.73	126.5%
4	抖音短视频	视频服务	短视频	3.62	110.3%
5	芒果TV	视频服务	在线视频	1.62	83.2%
6	拼多多	电子商务	团购	3.12	80.6%
7	绝地求生 刺激战场	游戏服务	射击	1.31	68.8%
8	去哪儿旅行网	旅游出行	在线旅游	1.00	63.3%
9	喜马拉雅FM	音乐音频	有声音频	1.19	52.8%
10	掌阅	电子阅读	在线阅读	1.41	40.7%
11	新浪新闻	综合资讯	新闻资讯	1.50	38.0%
12	搜狐新闻	综合资讯	新闻资讯	0.86	33.0%
13	哔哩哔哩	视频服务	聚合视频	0.83	29.4%
14	作业帮	学习教育	非语言类教育	0.89	29.1%
15	搜狗浏览器	实用工具	浏览器	0.53	24.4%
16	猎豹清理大师	实用工具	优化	1.71	23.5%
17	360清理大师	实用工具	优化	1.00	22.9%
18	PP助手	应用分发	应用商店	0.55	22.8%
19	小米游戏中心	应用分发	游戏商店	1.09	21.2%
20	今日头条	综合资讯	新闻资讯	2.52	19.8%

来源：Usertracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

2019Q1中国移动互联网用户增速榜

用户规模千万级以上的TOP20增速榜

2019Q1中国移动互联网用户规模千万级以上的TOP20增速APP榜

序号	APP名称	一级行业	二级行业	2019年3月独立设备数 (亿台)	同比增长率 (%)
1	腾讯微视	视频服务	短视频	0.40	2117.7%
2	作业互助组	学习教育	非语言类教育	0.17	859.9%
3	安狗狗清理大师	实用工具	优化	0.15	844.9%
4	百度好看视频	视频服务	短视频	1.22	779.8%
5	快对作业	学习教育	非语言类教育	0.25	585.6%
6	云闪付	金融理财	支付	0.31	498.1%
7	小红书	社交网络	社区交友	0.51	239.2%
8	阳光惠生活	金融理财	信用卡服务	0.11	197.1%
9	东方头条	综合资讯	综合资讯其他	0.11	178.8%
10	央视影音	视频服务	电视直播	0.25	128.5%
11	趣头条	综合资讯	新闻资讯	0.73	126.5%
12	抖音短视频	视频服务	短视频	3.62	110.3%
13	安全教育平台	学习教育	教育工具	0.22	109.1%
14	翼支付	金融理财	支付	0.31	107.2%
15	影视大全-Le123	视频服务	聚合视频	0.21	99.6%
16	Google Play services	实用工具	实用工具其他	0.22	96.2%
17	连信	通讯聊天	即时通讯	0.13	87.5%
18	汤姆猫跑酷	游戏服务	竞速	0.12	87.3%
19	韩剧TV-宝云	视频服务	聚合视频	0.28	86.2%
20	哈罗出行	旅游出行	用车服务	0.11	85.1%

来源：Usertracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。