

从流量的纷争到生态的游戏

移动互联网五年回顾与展望

极光 (Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

分析师 一默



移动互联网近5年关键词

AI与机器学习

2016年，与围棋世界冠军、职业九段棋手李世石进行围棋人机大战，以4比1的总比分获胜。由此掀起了一轮对于人工智能的热潮。百度启动All in AI战略（之后有调整），云从、商汤等AI四小龙快速发展。但AI作为一种产品理念而非核心资源，在经历过度追捧之后，出现了商业变现能力弱的困境。

小程序

2017年微信小程序正式上线。尽管它并没有像人们期待的那样为很多人带来丰富的流量和收入，但它确实为很多开发者降低了产品研发的门槛。类似的轻应用理念虽然很早就被提出，但显然只有作为超级入口的微信才能把它变为现实。

共享经济

ofo的倒下、摩拜被收购，以及众多企业的倒闭，让很多人把共享单车看做是伪命题。然而哈罗单车、美团单车和青桔单车等后来者的兴起，证明了前辈们的失败并非毫无价值。在一个好的运营管理体系和良性的竞争环境下，共享单车依然是一门好生意。

5G时代

2019年是5G商用元年，三大运营商上线5G商用套餐。尽管受到美国的技术打压，并没有对国内5G的建设造成严重影响。在5G基础设施真正完善之后，工业、能源、医疗、汽车等商业领域才是5G真正能发挥的地方。

暴雷

乐视的倒闭、淘集集的破产，以及众多P2P公司的暴雷，让整个互联网行业深受影响。这是过去行业粗放式发展带来的必然后果。经历了低谷之后，互联网行业有望迎来新一轮爆发。

疫情

2020年突发的全球疫情对国内很多行业都带来了深刻影响。但对于移动互联网而言，机遇大于挑战。在线教育、互动娱乐、远程办公等行业都获得了显著的流量。

社交、电商与短视频的三国杀，各自城池依然稳固

- 字节的社交产品多闪自2019年推出之后，用户数一路下滑



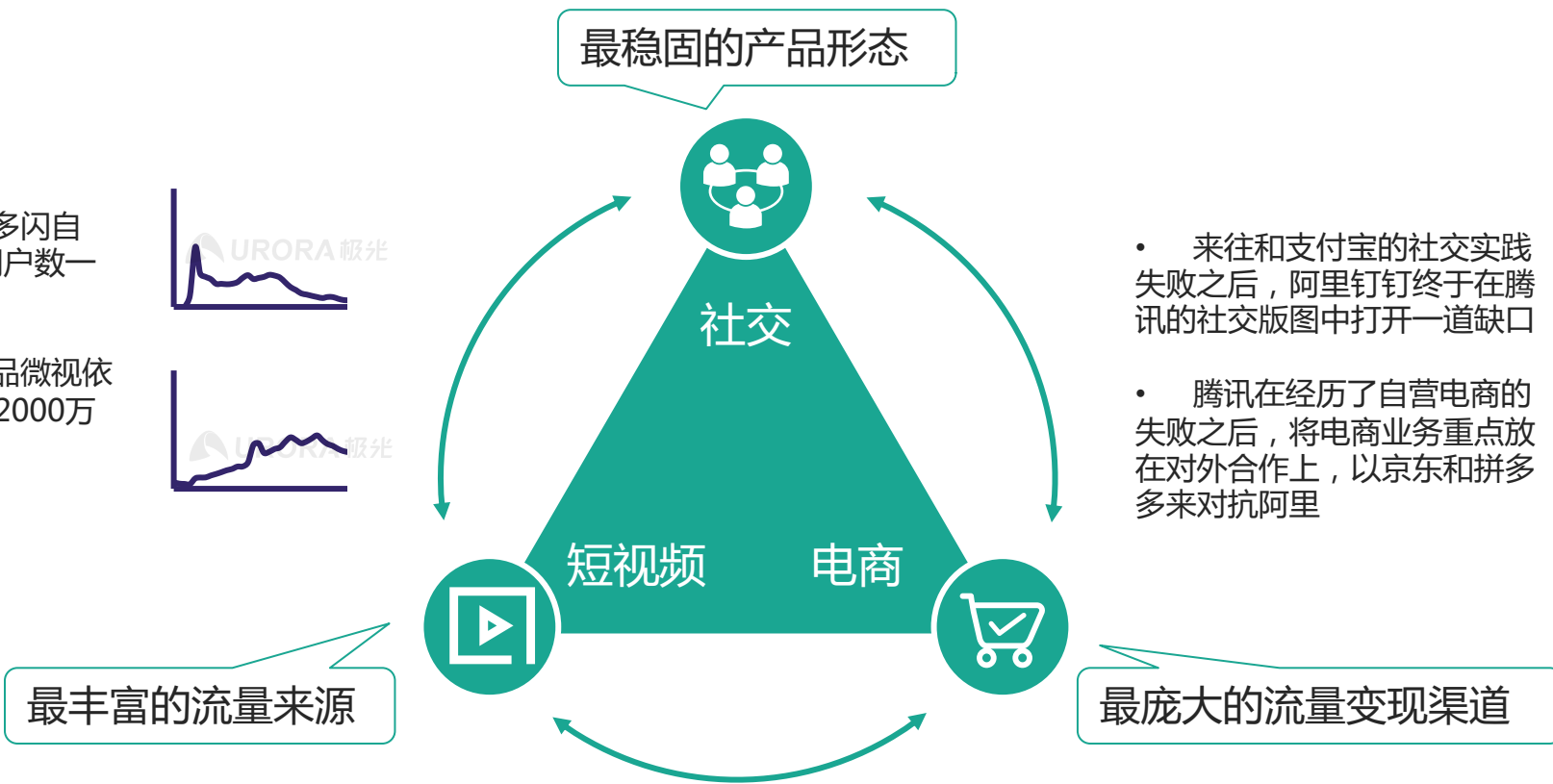
- 腾讯的短视频产品微视依靠流量扶持实现超过2000万的日活。但已见疲态



- 来往和支付宝的社交实践失败之后，阿里钉钉终于在腾讯的社交版图中打开一道缺口



- 腾讯在经历了自营电商的失败之后，将电商业务重点放在对外合作上，以京东和拼多多来对抗阿里

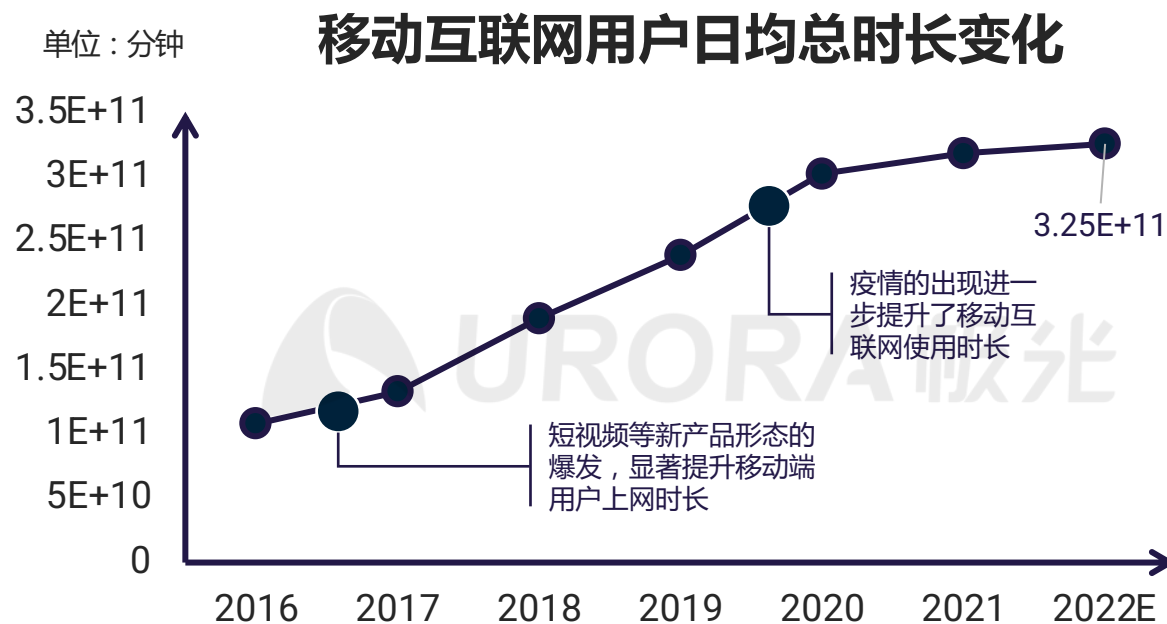
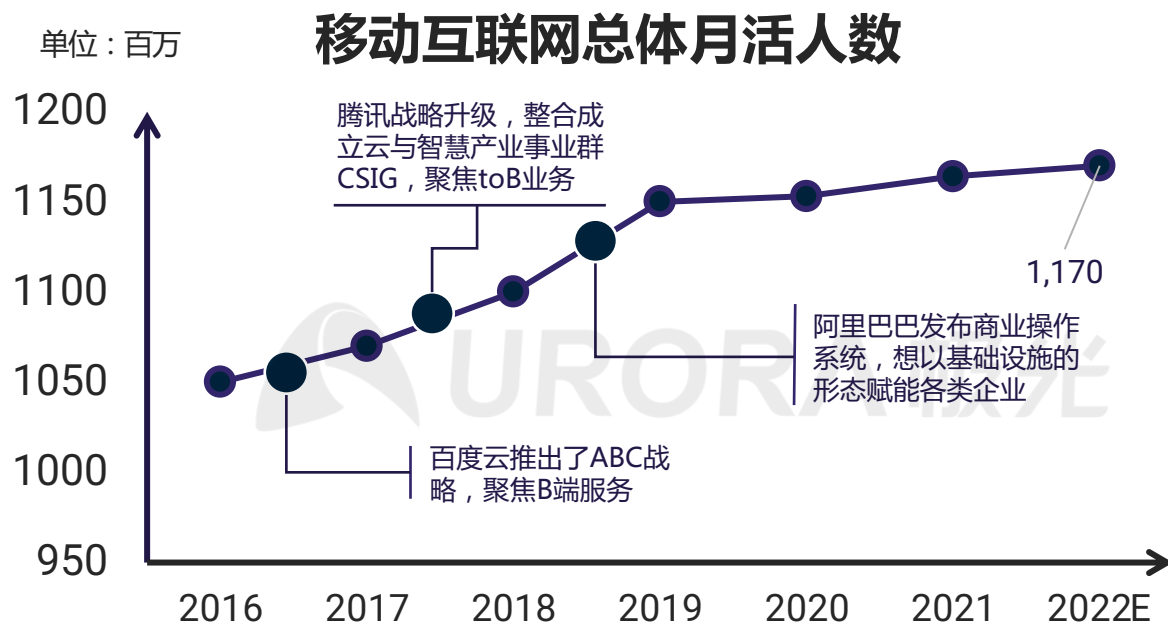


- 字节已有二类电商平台鲁班。同时也在开发独立电商app，后续会通过抖音以及今日头条等字节系App为其引入流量，打造成字节的综合性电商平台
- 2020年，手淘改版，短视频内容大大增加



移动端用户流量增量枯竭，红利期即将结束

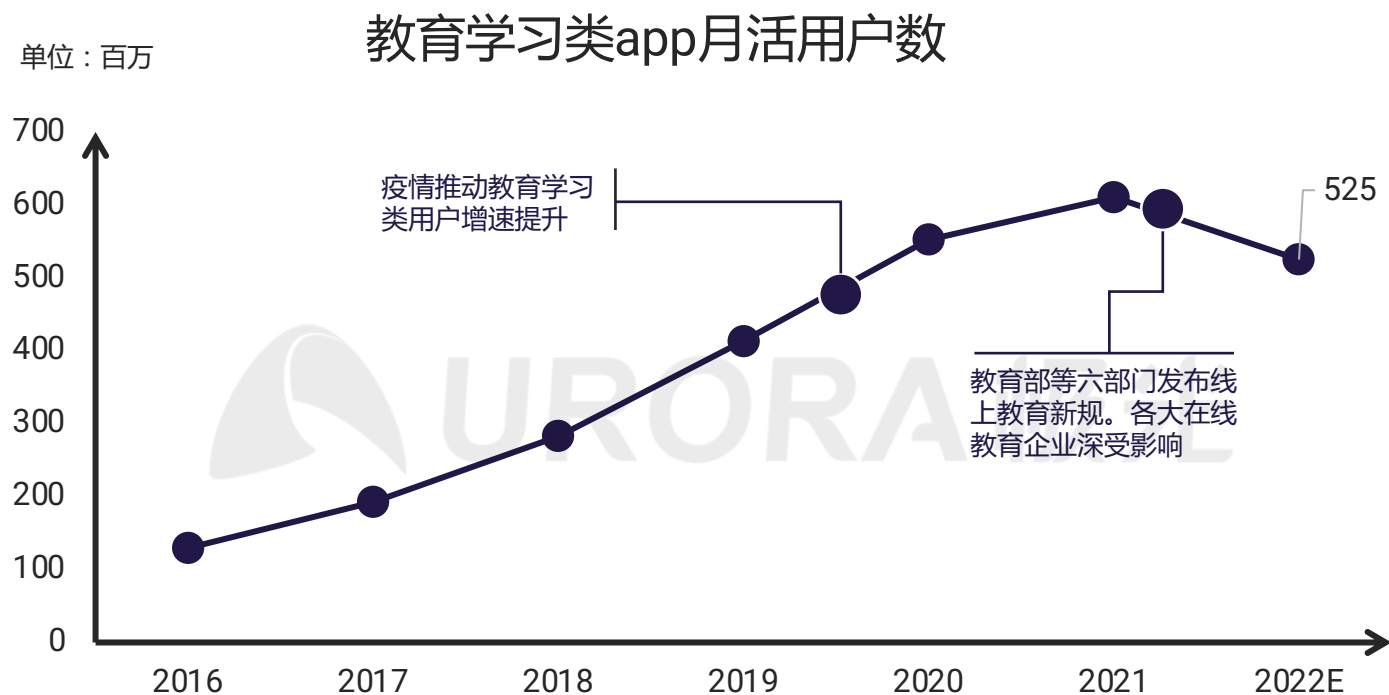
大型互联网公司开始在B端市场投入更多力量



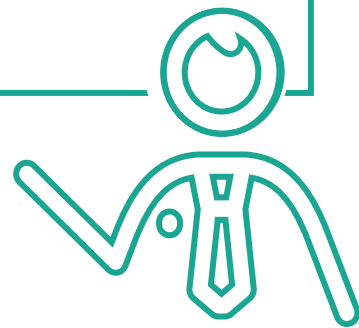
数据源：极光iApp监测数据库每年6月月均数据，后同



在线教育的盛宴不在，内卷生意终难长久



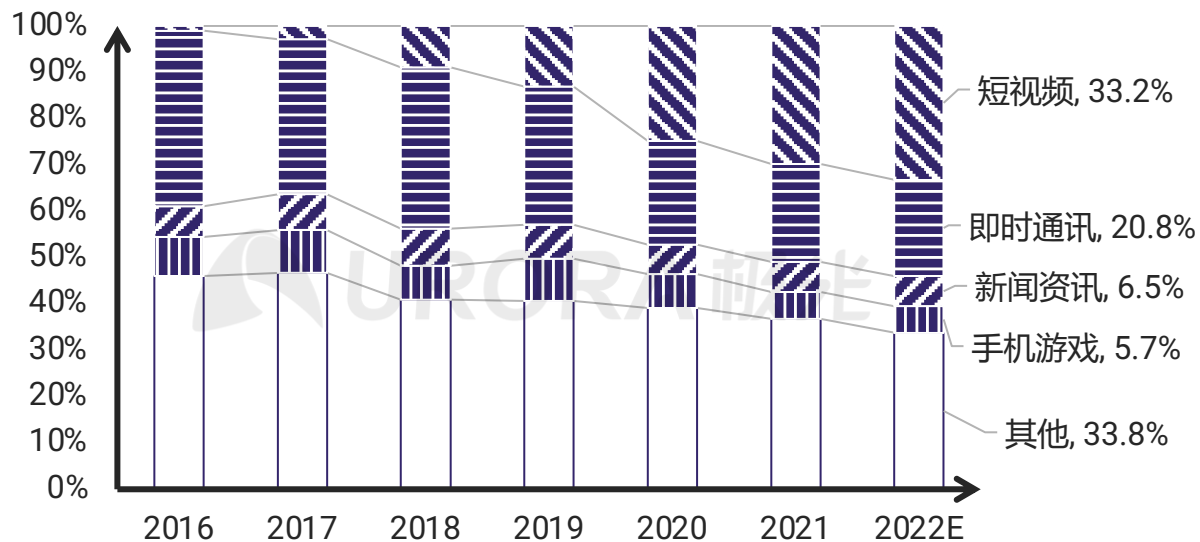
- 教育行业的特殊性在于不能即时反映产品功效，这是一个很大程度上由供给者而非消费者决定的行业。这类行业通常不能施行高度市场化，需要较多的政府规制
- 教育新规出台之前，行业的增长已经乏力。新规实施之后，这一领域的商业价值被大大削弱。并且在可预见的未来，K12教育去市场化的方向都不会改变
- K12之外的职业教育、素质教育等，并不会受到太大的影响



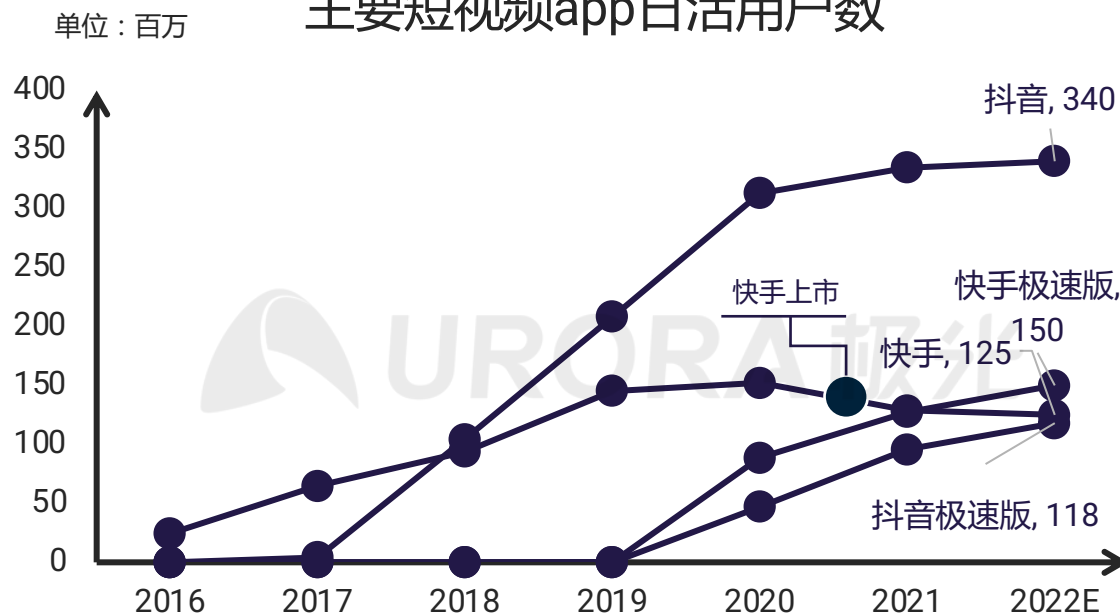
短视频爆发，成为一级流量入口，并带动了电商、游戏等次级流量变现。这种影响可能在未来几年深刻改变互联网行业格局

- 2016年，字节跳动宣布入局短视频分发，并投资10亿元补贴短视频内容创作者。2018年，抖音超越快手，并一直保持巨大的领先优势。在生态建设上投入更高是抖音领先的重要原因
- 随着短视频生态的成熟，其他产品也逐渐将短视频打造成核心业务形态，出现短视频功能泛化。“快抖”系将面临增长压力

不同业态占用用户总时长比例

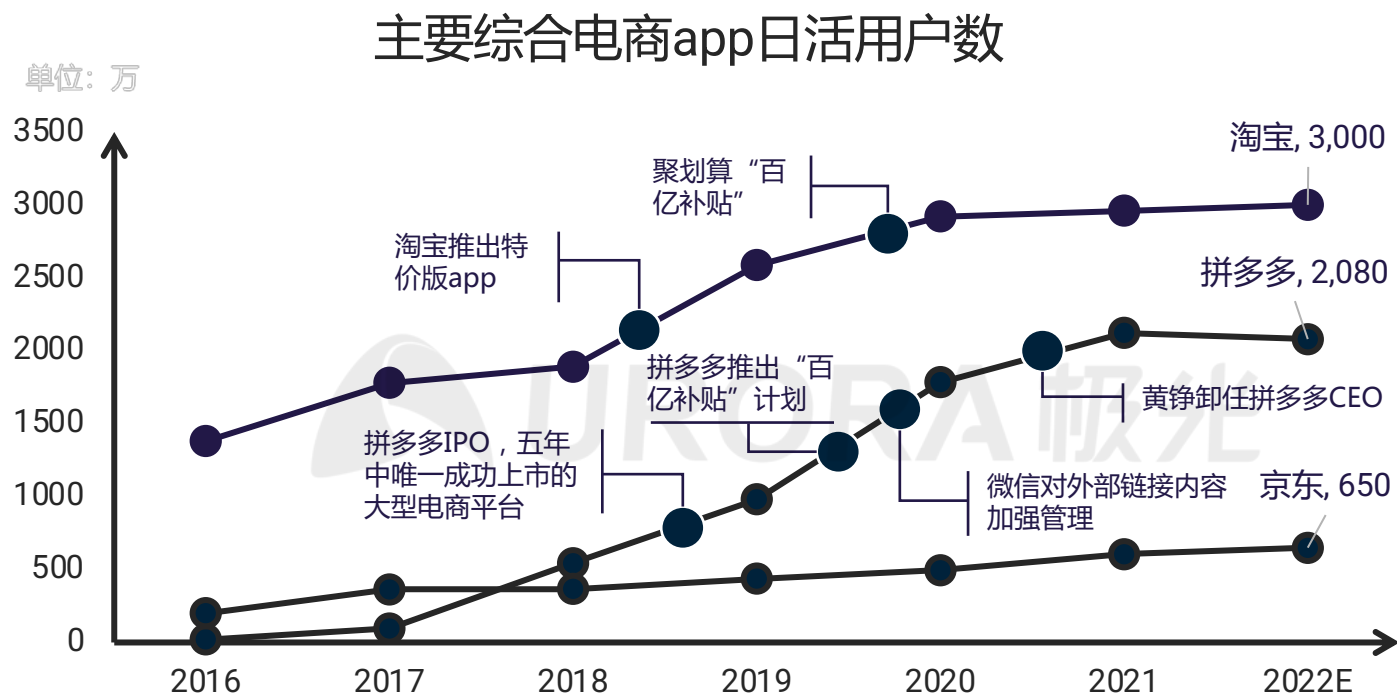


主要短视频app日活用户数



拼多多依托补贴和社交流量崛起，未来面临增长天花板

拼多多利用微信社交流量红利和下沉市场红利，借助国内电商行业已有的成熟生态圈取得成功



- 在拼多多的成功的刺激下，众多电商平台都推出了自己的特价版或拼团版产品（如淘特、京喜等），但到目前为止，尚难有一款产品取得实质的成功
- 在外部竞争对手崛起的背景下，未来阿里与腾讯可能会互相开放生态系统。届时，拼多多将可能受到影响

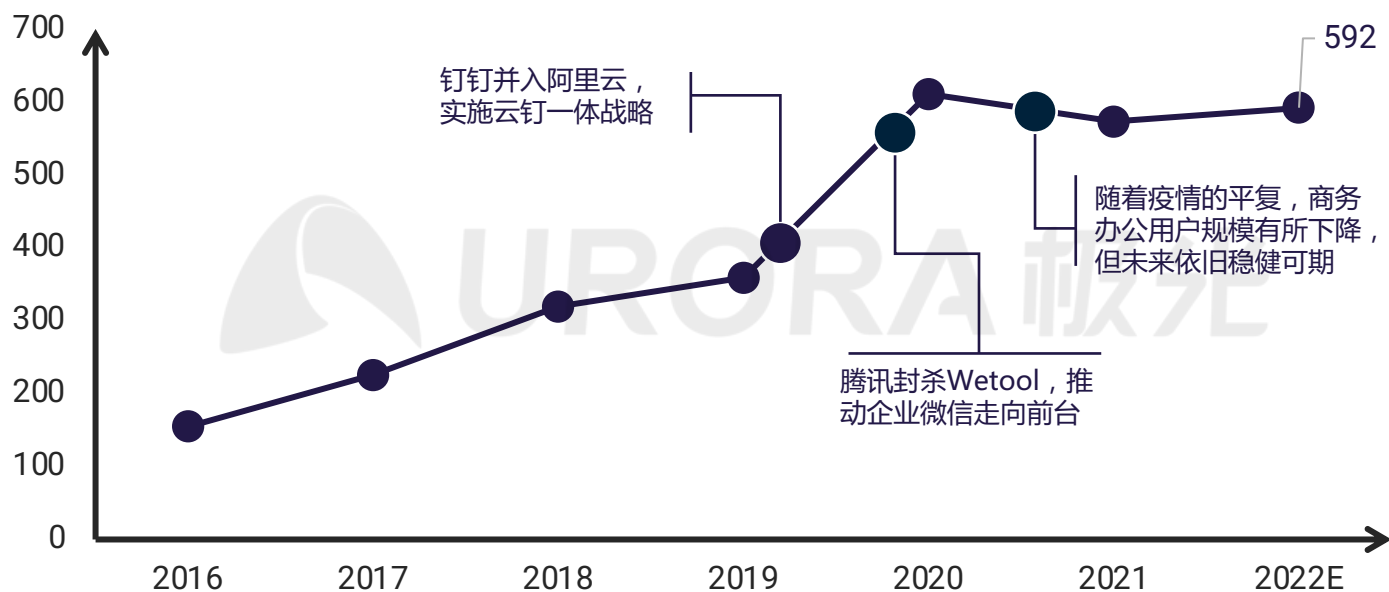
随着微信对社交流量的管控趋严，以及移动端流量向短视频倾斜，拼多多的优势或将磨平，而短板（供应链和过度补贴等问题）将会显现



疫情帮助办公商务平台的用户快速扩张，这一趋势随着疫情结束放缓

相比消费类应用而言，办公商务业务更需要精耕细作，并且更加难以垄断

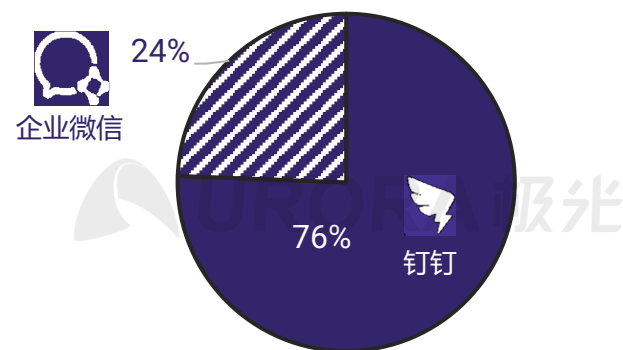
移动端办公商务用户月活用户数



- 办公商务产品不仅仅比拼的是产品力，同样重要的是B端商务拓展能力。只有大型企业才能生存

- 这一领域尽管变现能力不那么显著，但却可能是今后toB领域重要的攻城利器

Top 2 商务办公app日活占比



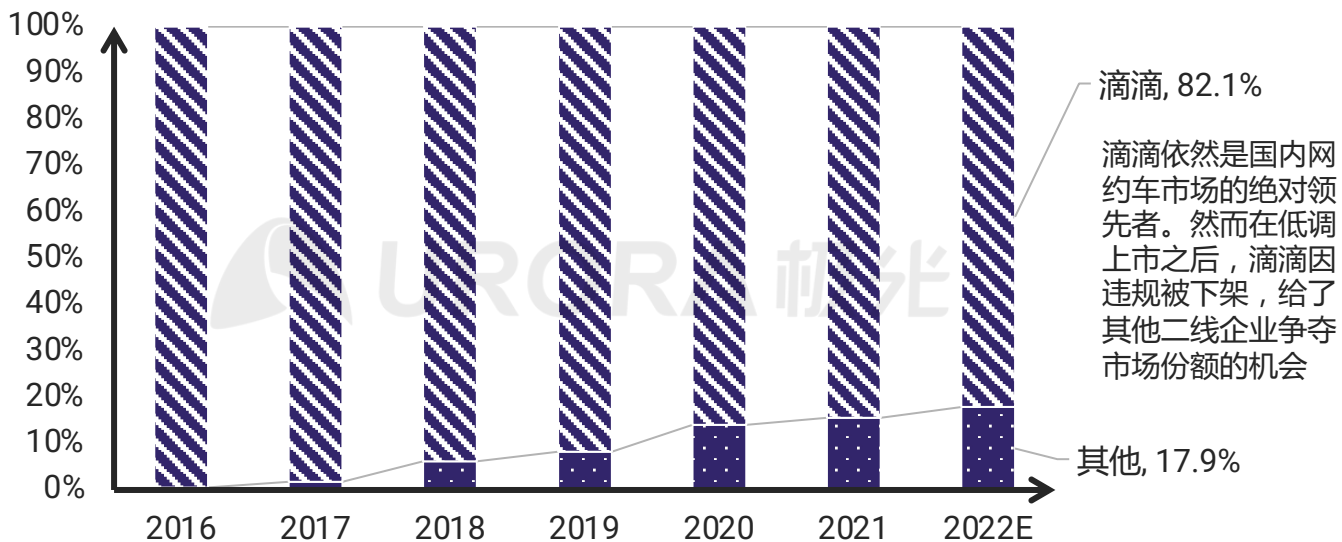
注：2021年6月数据



■ 背靠汽车厂资源，新兴网约车借力新能源汽车实现规模化运营

汽车厂为消化多余产能，纷纷布局城市网约车业务。如背靠一汽、东风和长安的T3出行、背靠吉利的曹操出行、背靠广汽的如祺出行

滴滴（含花小猪）与其他平台日活用户对比



新能源汽车产能爆发为城市网约车低成本运营和扩张提供了可能

由于存在这些不太在乎经营利润的竞争者，行业尚难摆脱补贴运营的窘境。网约车整体盈利能力较弱

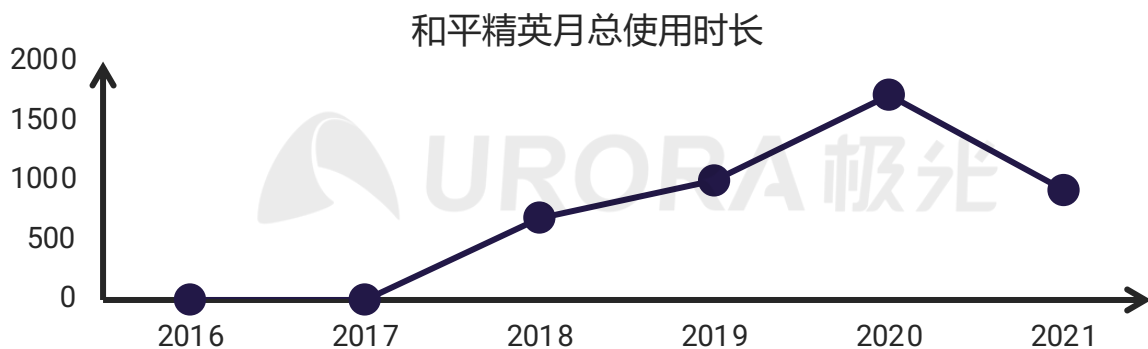
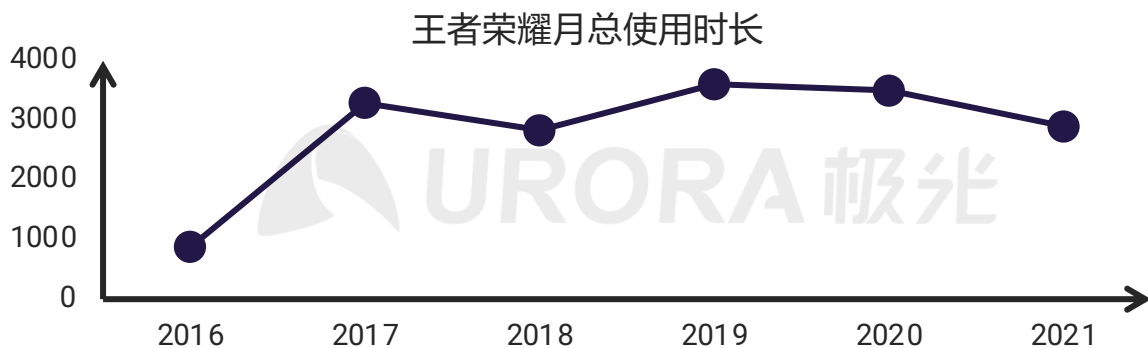


未来行业更大的变数恐需等到自动驾驶的真正落地。在此之前，网约车行业可能都不是一门赚钱的生意

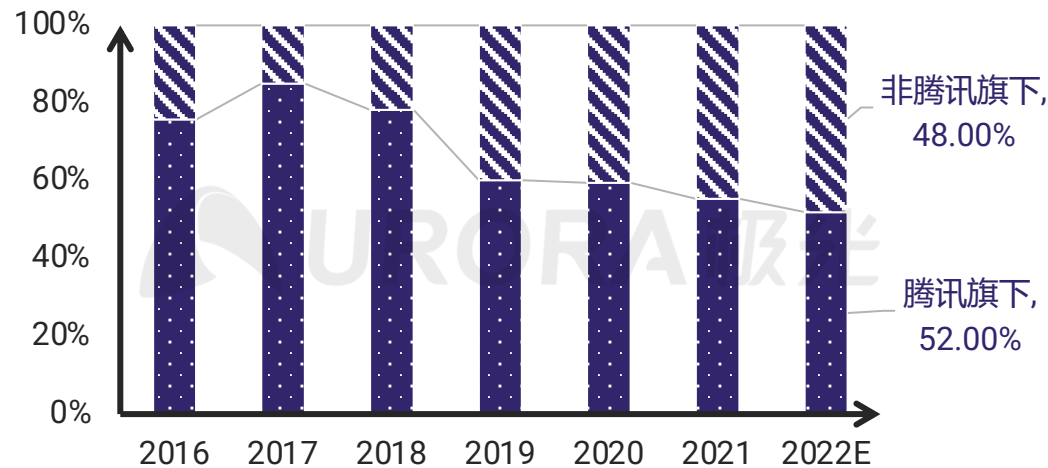


手游市场再起波澜，上游流量格局变动或将打破腾讯垄断

- 腾讯游戏业务的辉煌很大一个因素是QQ和微信的绝对流量优势。随着用户注意力向短视频等产品进行转移，手游的格局在未来也可能会发生变化



腾讯vs非腾讯游戏总使用时长分布



注：基于top100手游app计算



曾经火爆但想象力不再的领域：知识付费、区块链、长视频、新闻信息流

知识付费

如果知识的增加跟付费的数量能够成正比，那的确是一件再好不过的事了。但显然这不现实。在经历了爆发式增长之后，知识付费看起来进入了一个相对停滞的时期

樊登读书&得到日活用户数



区块链

随着虚拟币价格的快速攀升，其背后的区块链技术也被人们逐渐重视起来。然而到目前为止，除了在国际贸易等少数缺乏中心机制的领域有价值体现之外（虚拟币也可以看做是一种国际结算机制），绝大部分区块链的应用都被证明是失败的。原因在于区块链所带来的运作成本的增加，远大于由区块链的安全性所带来的价值

长视频

各大视频网站曾经为争夺版权付出高昂代价，结果发现胜利的果实被短视频拿去。似乎用户消费门槛越低的产品优势越大。优秀的长视频作品依然值得投资。但市场逻辑已很难有再次爆发的机会

爱奇艺&腾讯视频日活用户数



新闻信息流

今日头条是字节发迹的产品。如今依然是行业领头羊。除了腾讯新闻尚可以跟随之外，其他产品差距越来越大。趣头条们证明了裂变的方式并不能是成功的捷径。随着短视频的崛起，这个行业已经没有新的机会和空间

今日头条&腾讯新闻日活用户数



总结与展望

- 设计一个好的产品，然后烧钱推广就可以获得成功时代已经过去。字节的成功证明了，内容生态的建设比推广更重要。在过去的几年里，**互联网竞争的焦点应从流量的争夺变成了对生态体系的争夺**
- 未来几年，移动互联网可能无法向过去那样带给玩家巨大的风口，但机遇依然存在，他们可能是：

互联网医疗

人口老龄化会让国内原本就不充裕的医疗体系经受更为严峻的挑战。国家医疗改革的方向必然是让老百姓看病买药更加方便。在未来的分级诊疗体系中，互联网可以扮演一个非常重要的角色。当处方不再被医院体系所垄断，医保支付可以放开，互联网医疗也会获得真正的发展良机

车联网

车联网在过去并没有真正得到发展，原因在于需求并不迫切，同时车厂对于发展车联网并不积极。随着电动汽车的普及和自动驾驶的逐步落地，充电服务、车辆控制、车载娱乐、停车等需求场景会越来越多。华为、百度等平台解决方案也会推动车联网实现长足进步

延伸性市场

尽管互联网流量红利已经接近尾声，但新增的流量依然可能带来一些新的机会。这些新增的流量更多集中在银发族和乡镇网民中。他们消费能力和消费意愿，可能并不弱于主力网民和备受关注的Z世代人群

新型就业平台

未来社会的就业结构会发生翻天覆地的变化，大量岗位因为新技术的应用而销售。同时也会有大量岗位因为新技术而出现。传统的就业管理模式很难满足需求。利用互联网平台和AI技术，将人力资源组织起来并形成生产力，将是社会中越来越迫切的需求

SaaS云服务

SaaS作为风口已经存在较长时间，但相比庞大的数字化市场来说，SaaS产品依然有广阔的发展空间。随着5G网络的普及，以及阿里、腾讯、华为等公司在IaaS和PaaS层面的完善，SaaS服务机会也会迎来更多机会



报告说明

1. 数据来源

1) 极光 (Aurora Mobile, NASDAQ:JG), 源于极光云服务平台的行业数据采集及极光iAPP平台针对各类移动应用的长期监测, 并结合大样本算法开展的数据挖掘和统计分析; 2) 极光调研数据, 通过极光调研平台进行网络调研; 3) 其他合法收集的数据。以上均系依据相关法律法规, 经用户合法授权采集数据, 同时经过对数据脱敏后形成大数据分析报告。

2. 数据周期

报告整体时间段:2016年1月-2021年7月。

3. 数据指标说明

具体数据指标请参考各页标注。

4. 免责声明

极光JIGUANG所提供的数据信息系依据大样本数据抽样采集、小样本调研、数据模型预测及其他研究方法估算、分析得出。由于统计分析领域中的任何数据来源和技术方法均存在局限性, 极光JIGUANG也不例外。极光JIGUANG依据上述方法所估算、分析得出的数据信息仅供参考, 极光JIGUANG不对上述数据信息的精确性、完整性、适用性和非侵权性做任何保证。任何机构或个人援引或基于上述数据信息所采取的任何行动所造成的法律后果均与极光JIGUANG无关, 由此引发的相关争议或法律责任皆由行为人承担。

5. 报告其他说明

极光数据研究院后续将利用自身的大数据能力, 对各领域进行更详尽的分析解读和商业洞察, 敬请期待。

6. 版权声明

本报告为极光JIGUANG所作, 报告中所有的文字、图片、表格均受相关的商标和著作权的法律所保护, 部分内容采集于公开信息, 所有权为原著作者所有。未经本公司书面许可, 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》和其他法律法规的规定。



关于极光

极光（Aurora Mobile，纳斯达克股票代码：JG）成立于2011年，是中国领先的开发者服务提供商。极光专注于为移动应用开发者提供稳定高效的消息推送、即时通讯、统计分析、极光分享、短信、一键认证、深度链接等开发者服务。截止到2020年3月份，极光已经为约150万款移动应用提供服务，其开发工具包（SDK）安装量累计372亿，月度独立活跃设备13.6亿部。同时，极光持续赋能开发者和传统行业客户，推出精准营销、金融风控、市场洞察、商业地理服务产品，致力于为社会和各行各业提高运营效率，优化决策制定。

