



QuestMobile2022 全景生态流量春季报告

2022-3-22

本报告研究说明

1) 数据选取时间：2022年1月

2) 数据来源：

QuestMobile TRUTH 中国移动互联网数据库

QuestMobile TRUTH 全景生态流量数据库

QuestMobile AD INSIGHT 广告洞察数据库

3) 名称及指标释义：

[1] 全景流量：移动互联网主流流量渠道，目前包括APP、微信小程序、阿里小程序、百度智能小程序

[2] 生态流量：经过QuestMobile审计的独有生态流量渠道，目前包括OTT、移动网页、智能设备等多种流量渠道

[3] 应用：指App和其关联的多个小程序的总体

[4] 全景生态用户量：在统计周期(周/月)内，该应用在全景生态各渠道用户量的去重总量(仅对全景流量去重)

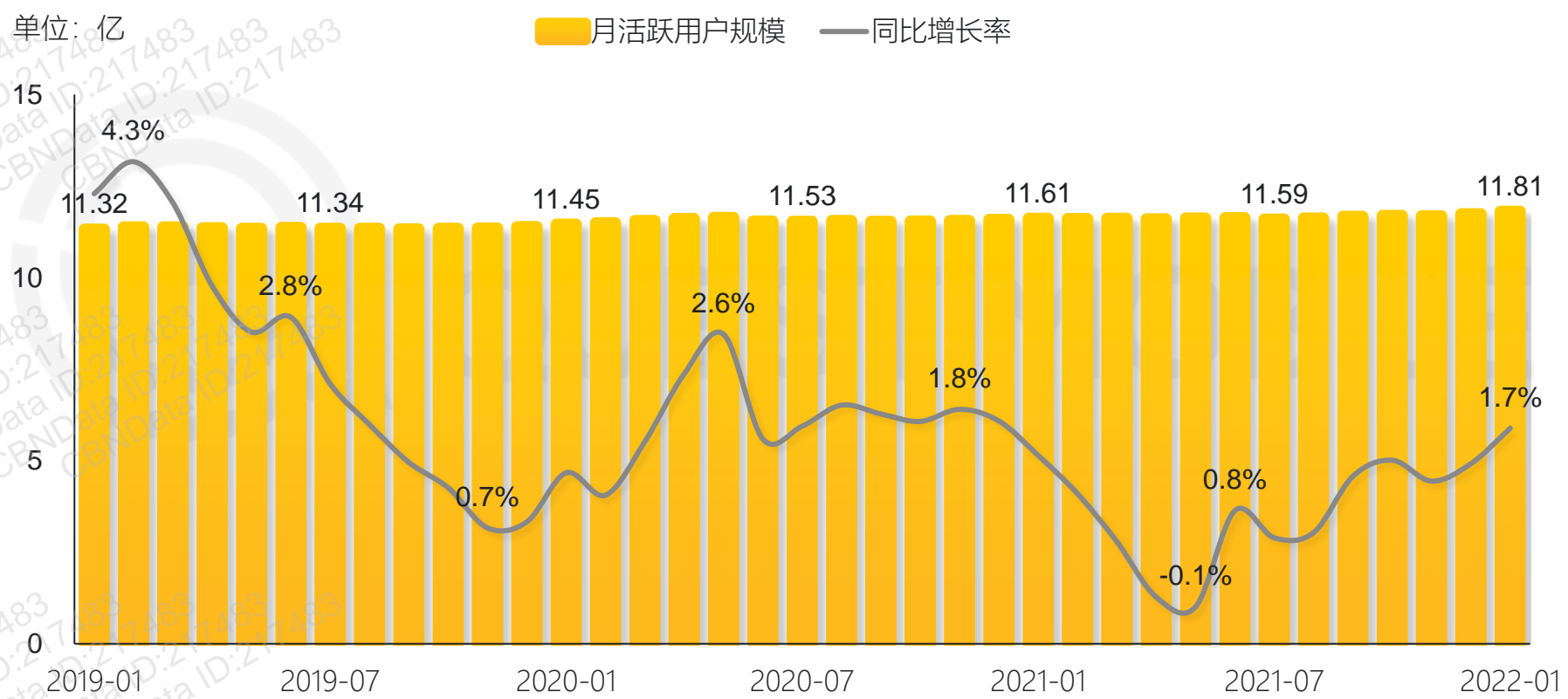
01

APP、小程序、生态流量等
在多场景下持续发挥效能

随着移动互联网的全面渗透，用户规模稳步提升，但增速有所放缓，对既有流量价值的再次开发已成为互联网领域重要课题



中国移动互联网 月活跃用户规模



BAT基于旗下头部APP流量优势，持续完善小程序平台功能及商业环境，吸引玩家入驻的同时实现对流量价值的深度开发



2022年1月 腾讯、阿里巴巴及百度旗下典型APP及小程序平台特征

Tencent 腾讯		Alibaba Group 阿里巴巴集团		Baidu 百度	
月活跃用户规模	同比增长率	月活跃用户规模	同比增长率	月活跃用户规模	同比增长率
微信 10.07亿	+2.3%	支付宝 8.00亿	+3.8%	百度 6.09亿	+9.4%
微信小程序 <ul style="list-style-type: none"> 小程序内跳转公众号、视频号，添加企业微信、分享朋友圈更便捷 支持APP、移动网页、短信等多渠道跳转小程序 		阿里小程序 <ul style="list-style-type: none"> 支付宝首页、会员频道等更多触达用户机会的中心化频道逐步开放 淘宝、高德、UC浏览器等集团内更多亿级用户APP逐步开放 		百度智能小程序 <ul style="list-style-type: none"> 信息流、搜索、固定入口等多场景流量支持 发布“超导计划”，与多家头部手机厂商共同探索智能小程序互联互通新玩法 	

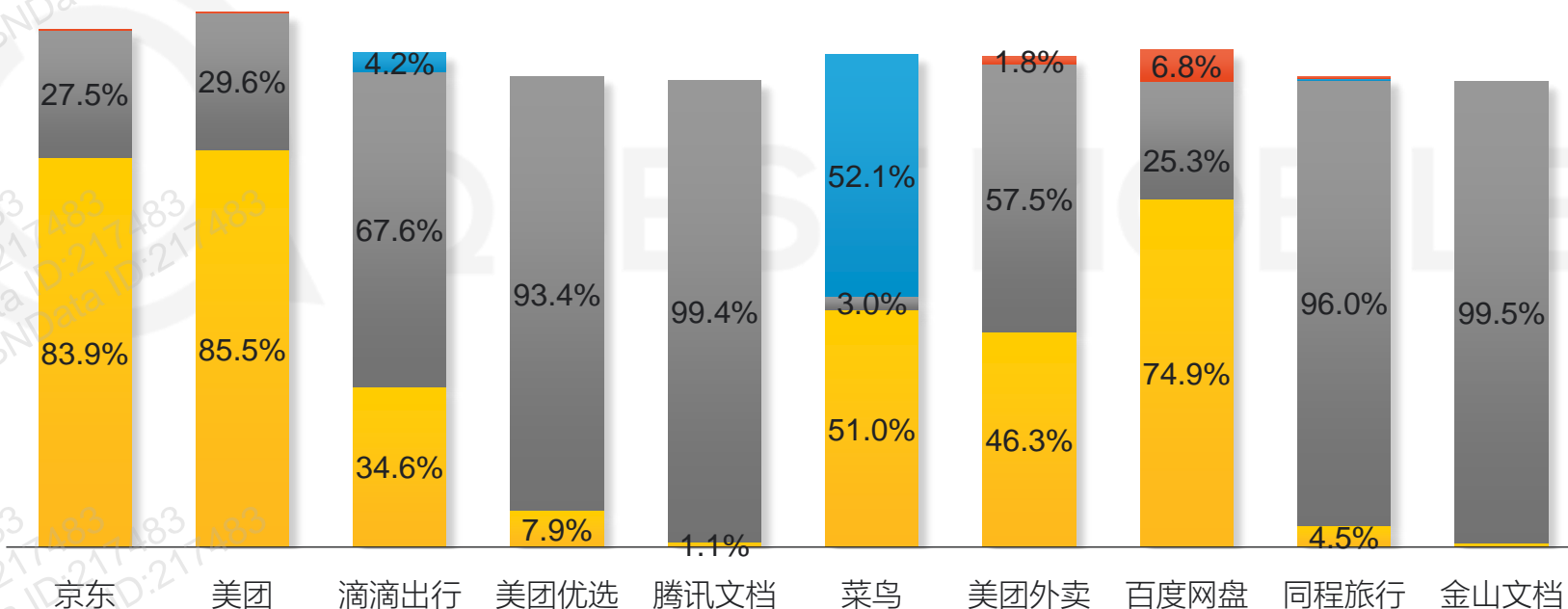
小程序流量助力各大平台突破流量瓶颈，TOP10全景流量应用均达到亿级规模，购物、生活及办公等领域更多应用实现多渠道布局



2022年1月 中国移动互联网应用 去重用户规模TOP10 全景流量分布

■ APP ■ 微信小程序 ■ 阿里小程序 ■ 百度智能小程序

所在行业	移动购物	生活服务	出行服务	移动购物	办公商务	生活服务	生活服务	办公商务	旅游服务	办公商务
去重用户规模(亿)	5.07	4.25	2.39	1.84	1.46	1.43	1.40	1.29	1.28	1.28



注：1、应用统计规则：2022年1月应用全景流量分布中APP流量占比≤90%；2、各渠道流量规模占比 = 该渠道用户量 / 去重总用户量；3、各渠道流量占比低于1%的渠道未做显示

随着智能硬件产品发展及内容丰富度的提升，智能音箱、OTT、IPTV等生态流量价值在家庭娱乐场景中释放



2022年1月 多场景典型应用全景生态流量规模渠道分布

音频场景

喜马拉雅

去重总用户数:

29,591万

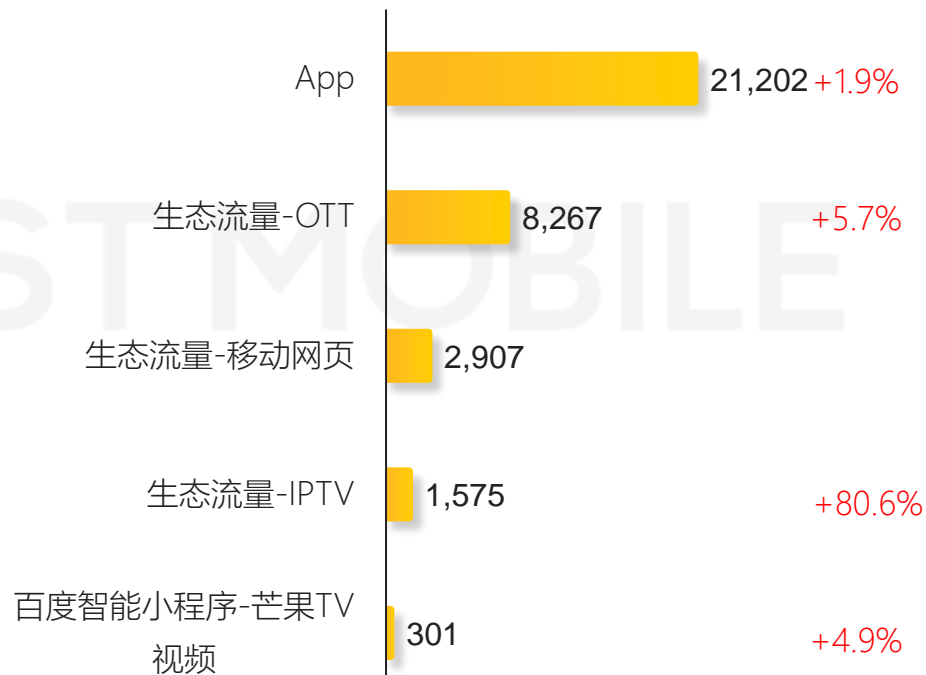


视频场景

芒果TV

去重总用户数:

34,208万



注：1、以上数据及占比已经过QuestMobile全景生态流量审计；2、用户量：在统计周期(月)内，该应用Top10渠道的用户量；3、去重总用户数：在统计周期(月)内，该应用在各渠道用户量的去重总量（仅对全景流量去重）；4、选取MAU≥300万渠道展示

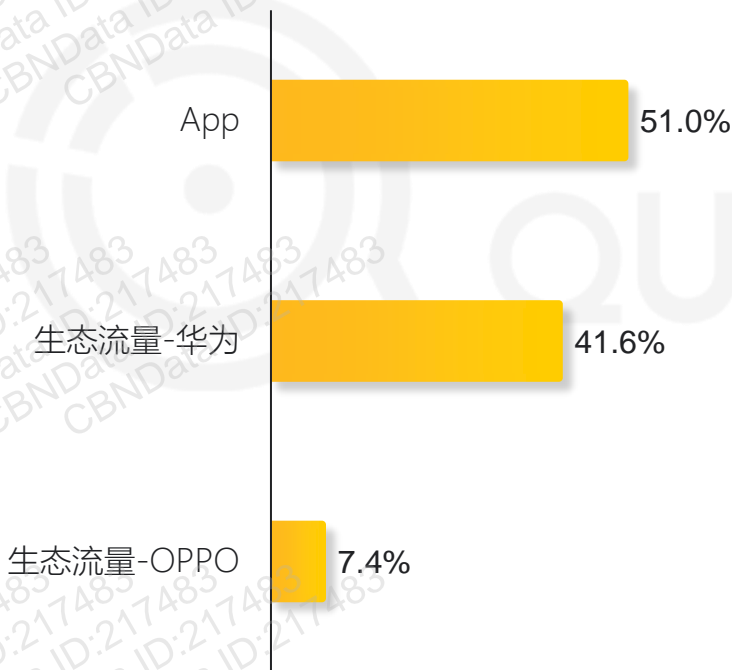
2022年1月 多场景典型应用全景生态流量规模占比分布

文学阅读场景

掌阅

去重总用户数:

12,466万

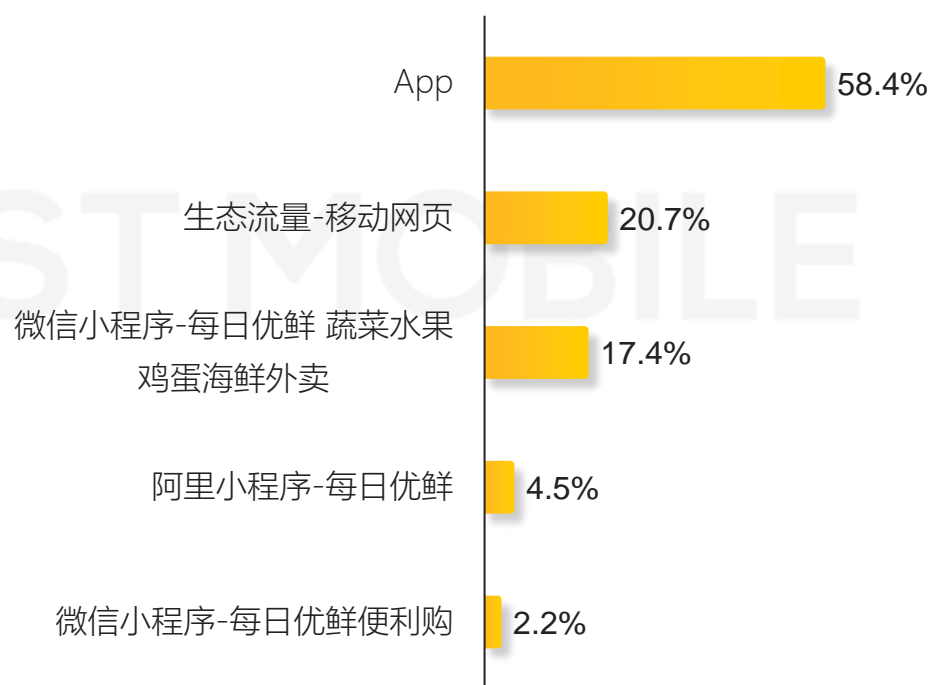


生鲜购物场景

每日优鲜

去重总用户数:

1,169万



注：1、以上数据及占比已经过QuestMobile全景生态流量审计；2、用户量占比：在统计周期(月)内，该渠道用户量占总用户量的比例；3、去重总用户数：在统计周期(月)内，该应用在各渠道用户量的去重总量（仅对全景流量去重）；4、选取比例大于1%的生态流量渠道

Source: QuestMobile TRUTH 全景生态流量数据库 2022年1月

2022年1月 多场景典型应用全景生态流量规模占比分布

新闻资讯场景

新浪新闻

去重总用户数: **52,910万**

生态流量-微博站外 38.7%

生态流量-移动网页 36.7%

App 24.6%

汽车资讯场景

汽车之家

去重总用户数: **33,734万**

生态流量-移动网页 52.5%

App 19.8%

生态流量-高德地图 8.5%

生态流量-小米小爱 7.2%

生态流量-看点快报 5.3%

生态流量-汽车之家快应用 2.8%

生态流量-UC浏览器 1.2%

百度智能小程序-汽车之家极速版 1.1%

微信小程序-汽车之家 1.0%

注: 1、以上数据及占比已经过QuestMobile全景生态流量审计; 2、用户量占比: 在统计周期(月)内, 该渠道用户量占总用户量的比例; 3、去重总用户数: 在统计周期(月)内, 该应用在各渠道用户量的去重总量(仅对全景流量去重); 4、选取比例大于1%的生态流量渠道

Source: QuestMobile TRUTH 全景生态流量数据库 2022年1月 zhituquan

02

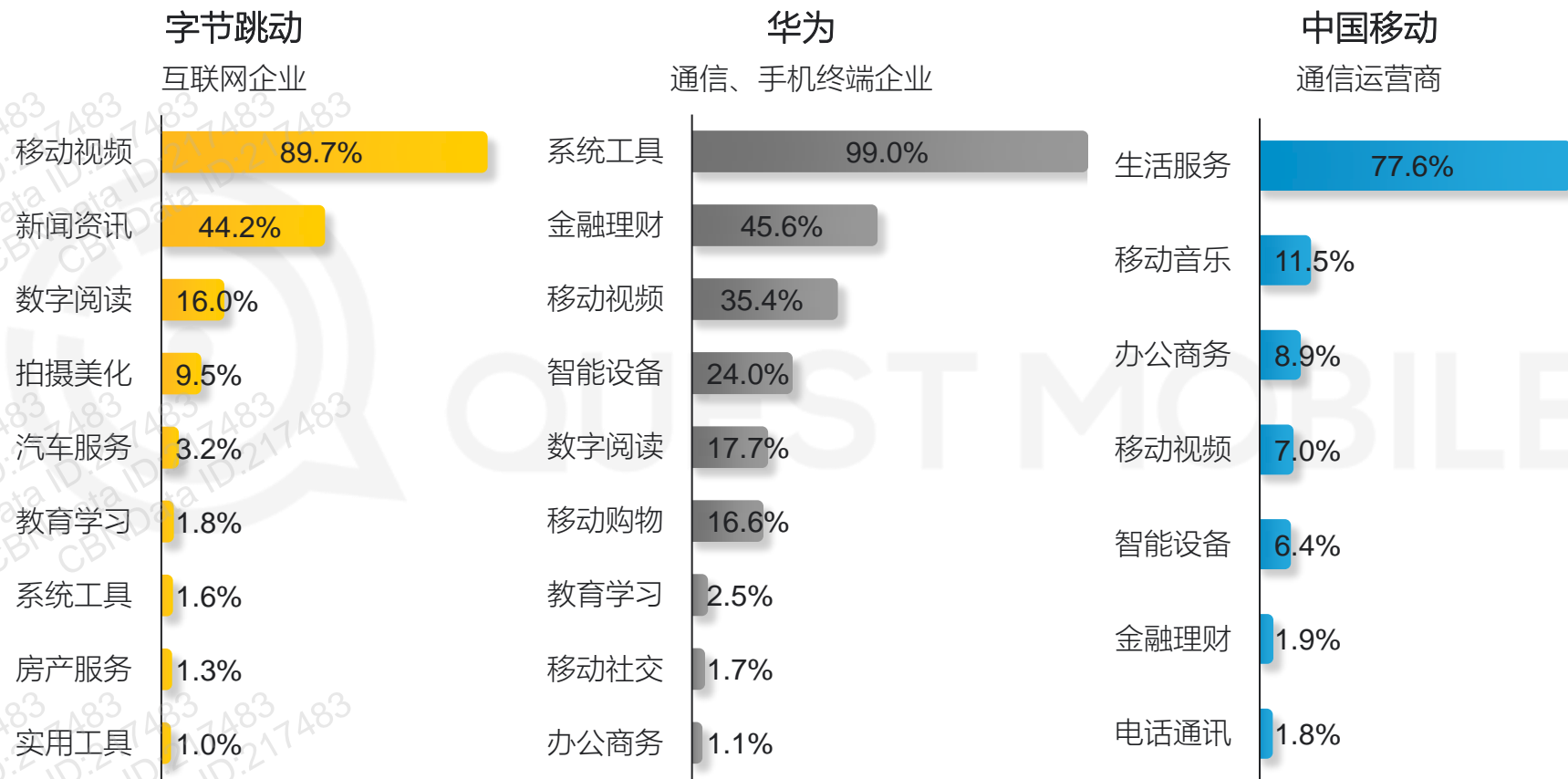
行业赛道价值多样化，
吸引多类型企业布局流量域

传统互联网巨头开发平台流量价值的同时，越来越多互联网、手机终端、通信等类型企业也在基于各自优势加快多行业流量布局



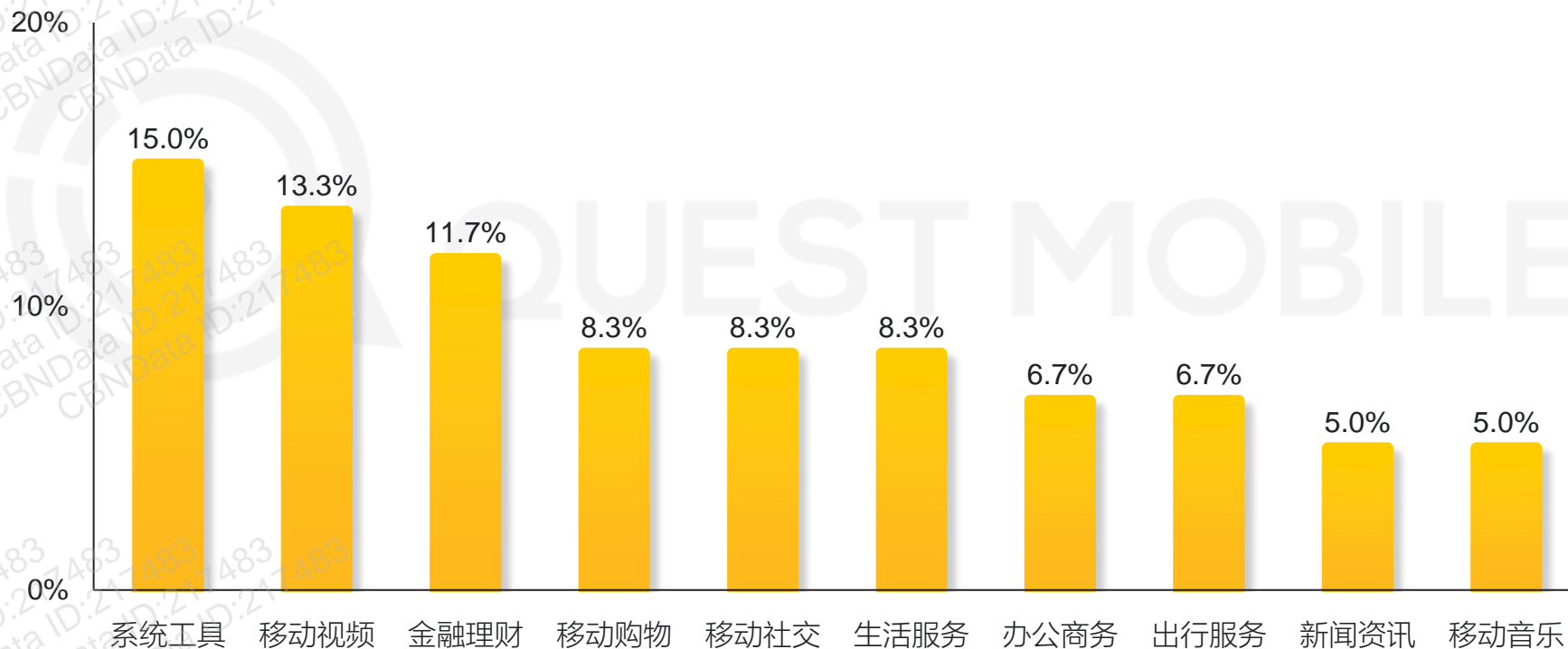
以字节跳动为代表的互联网企业流量集中在视频、资讯等内容领域，手机终端企业主要通过系统工具类应用获取流量，并向金融理财、视频等多行业扩充，通信运营商重点布局生活服务行业。

2022年1月 典型企业全景流量行业分布



注：1、用户量占比：在统计周期(月)内，该企业在对应行业下各应用(App和小程序)用户量的去重总用户数占总去重用户量的比例；2、选取比例大于1%的一级行业

2022年1月 用户规模过亿企业数量占比 TOP10 行业



注：选取各一级行业下布局应用（APP/APP和小程序）用户规模亿级以上企业，数量占比=某行业用户规模亿级以上企业数量/所有行业用户规模亿级以上企业数量

2.1

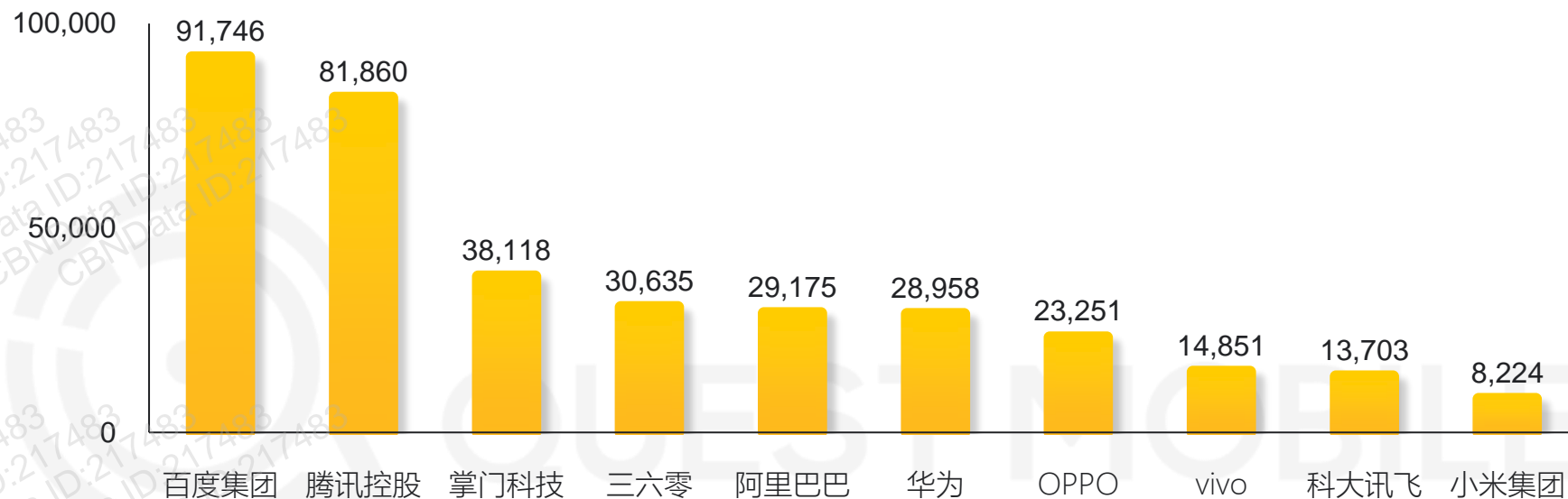
系统工具行业

系统工具行业，百度与腾讯领先优势明显，华为、OPPO、vivo等手机厂商凭借终端优势占据亿量级流量入口



2022年1月 系统工具流量域 总用户量 TOP10 企业

单位：万



应用个数	21	23	7	30	10	8	2	2	8	8
代表性应用	 百度	 搜狗输入法	 WiFi 万能钥匙	 360 手机卫士	 UC浏览器	 华为 应用市场	 OPPO 软件商店	 vivo 应用商店	 讯飞 输入法	 小米 应用商店

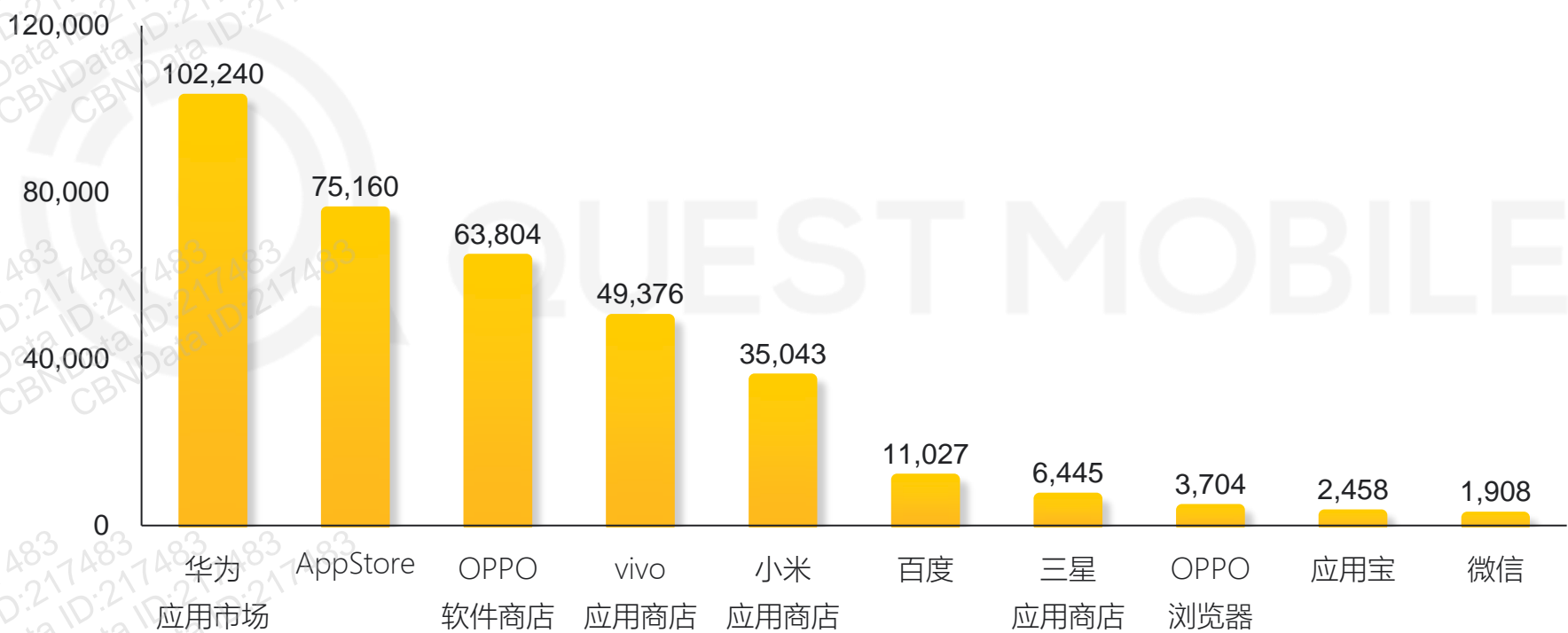
注：1、总用户量：在统计周期(月)内，该企业在对应行业下各App和小程序用户量的去重总用户数；2、流量域：该企业下关联APP所处的对应行业；3、应用个数：该企业下关联的应用总个数，其中应用指App和其关联的多个小程序的总体；4、代表性应用选取各企业旗下系统工具流量域2022年1月活跃用户规模TOP1

应用市场、搜索浏览器及超级APP等为重要的用户渠道入口，手机厂商应用商店为大多数用户下载的首要选择



2022年1月 下载用户数 TOP10 渠道

单位：万人次



注：下载用户数指统计周期（月）内，从该分发渠道下载了应用的用户数。在同一周期内（月）同一个用户从该渠道下载多款应用，会记录相应数量人次，在同一周期内（月）同一个用户从该渠道多次下载同款应用，则会记录一次。

2.2

移动视频行业

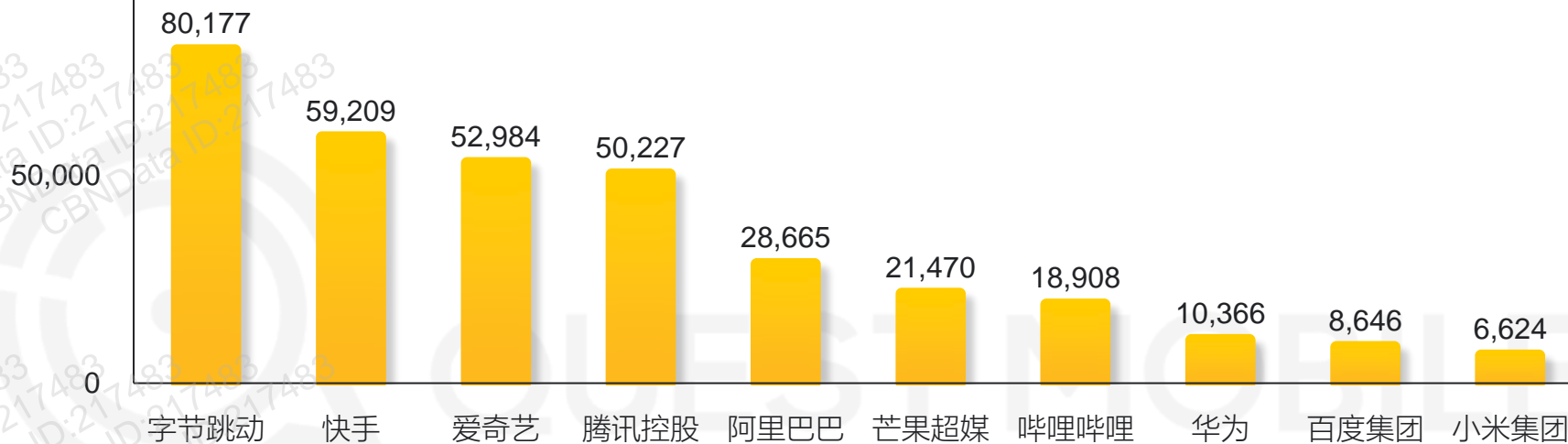
移动视频行业，字节跳动、快手短视频流量领跑，BAT在线视频流量紧随，视频平台广告投放热度不减



2022年1月 移动视频流量域 总用户量 TOP10 企业

单位：万

100,000



应用个数	11	10	8	24	10	2	4	1	11	3
代表性应用										
	抖音	快手	爱奇艺	腾讯视频	优酷视频	芒果TV	哔哩哔哩	华为视频	好看视频	小米视频

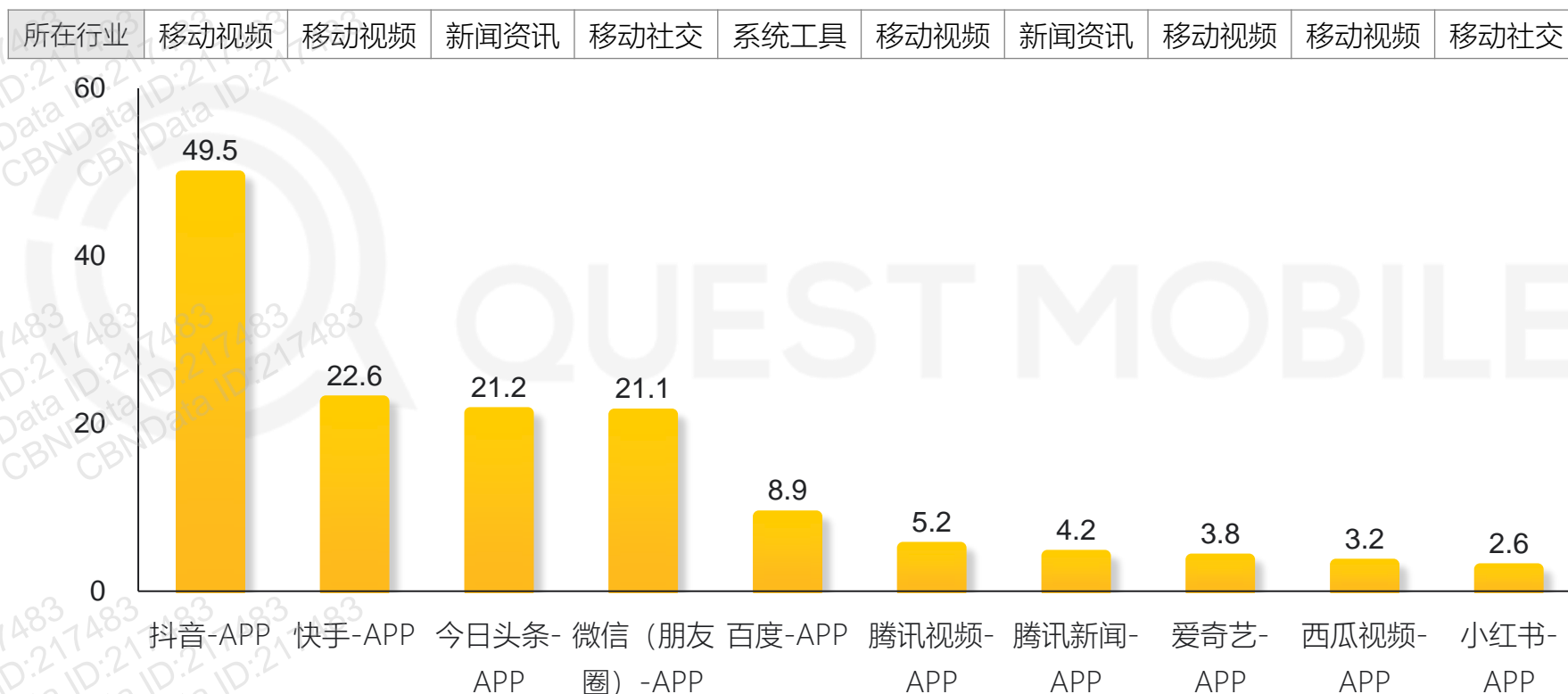
注：1、总用户量：在统计周期(月)内，该企业在对应行业下各App和小程序用户量的去重总用户数；2、流量域：该企业下关联APP所处的对应行业；3、应用个数：该企业下关联的应用总个数，其中应用指App和其关联的多个小程序的总体；4、代表性应用选取各企业旗下移动视频流量域2022年1月活跃用户规模TOP1

广告主重点布局短视频及在线视频平台，长短视频平台协同投放以提高广告点击率



单位：亿元

2022年1月 互联网广告收入 TOP10 媒介



注：1、以上广告投放形式为互联网媒介广告，不包括搜索、直播、软植、综艺节目冠名、赞助、电商内广告等广告形式及硬件广告如手机厂商广告、OTT开机广告；2、百度为信息流广告，不包括搜索广告；3、以上为QuestMobile监测到媒介在曝光广告，按照QuestMobile自有模型估算的广告投放费用。

Source: QuestMobile AD INSIGHT 广告洞察数据库 2022年1月

2.3

金融理财行业

金融理财行业，银行类业务线上化加速，多APP布局且与各类生活场景相融合，助力银行应用规模量级提升

职途圈 www.zhituquan.com

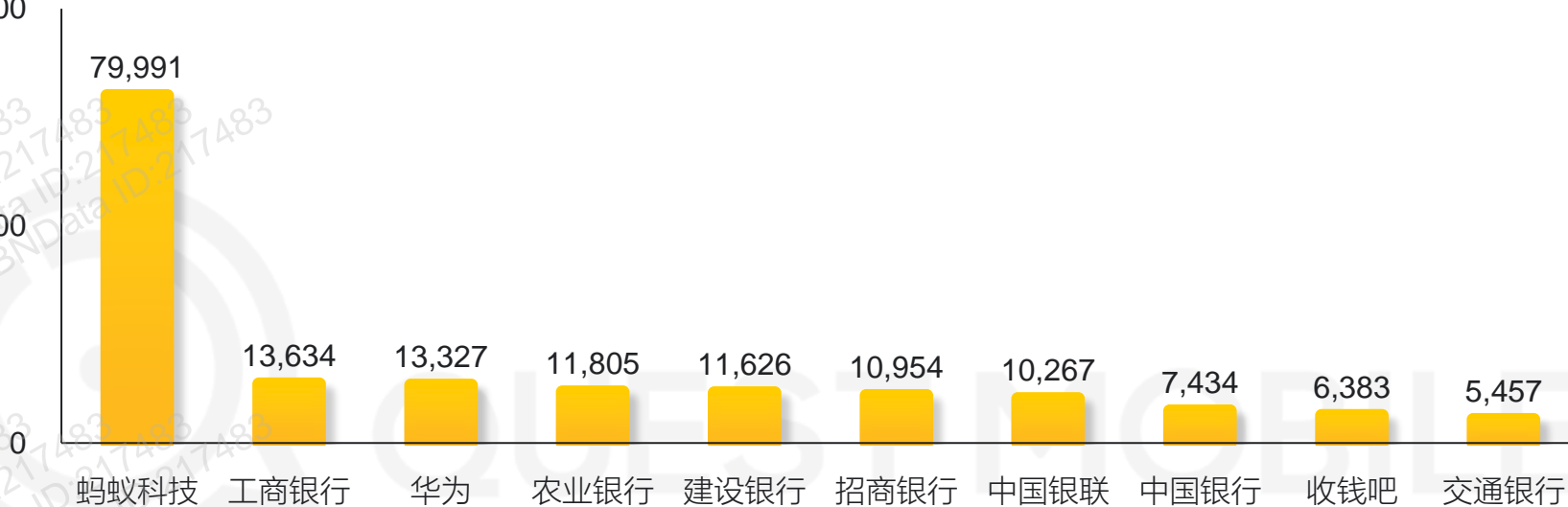


2022年1月 金融理财流量域 总用户量 TOP10 企业

单位：万

100,000

50,000



应用个数	3	10	1	3	6	8	2	9	1	4
代表性应用										
	支付宝	中国工商银行	华为钱包	农行掌上银行	中国建设银行	招商银行	云闪付	中国银行	收钱吧	买单吧

注：1、总用户量：在统计周期(月)内，该企业在对应行业下各App和小程序用户量的去重总用户数；2、流量域：该企业下关联APP所处的对应行业；3、应用个数：该企业下关联的应用总个数，其中应用指App和其关联的多个小程序的总体；4、代表性应用选取各企业旗下金融理财流量域2022年1月活跃用户规模TOP1

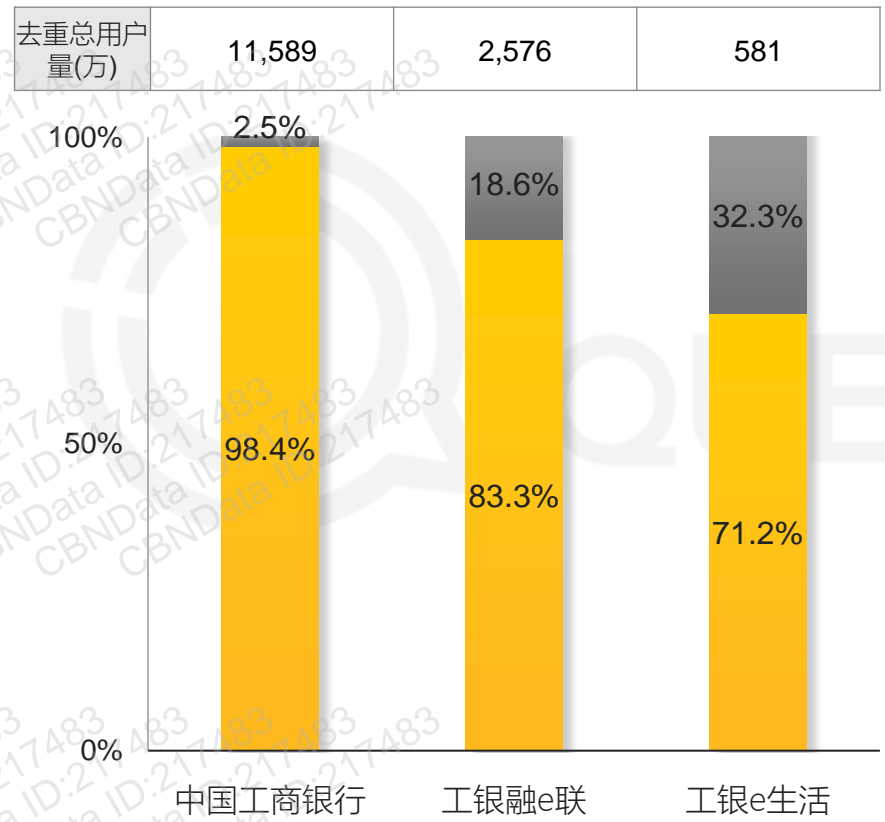
工商银行同时布局APP和小程序端，不同的使用方式匹配各类年龄段用户

职途圈 www.zhituquan.com



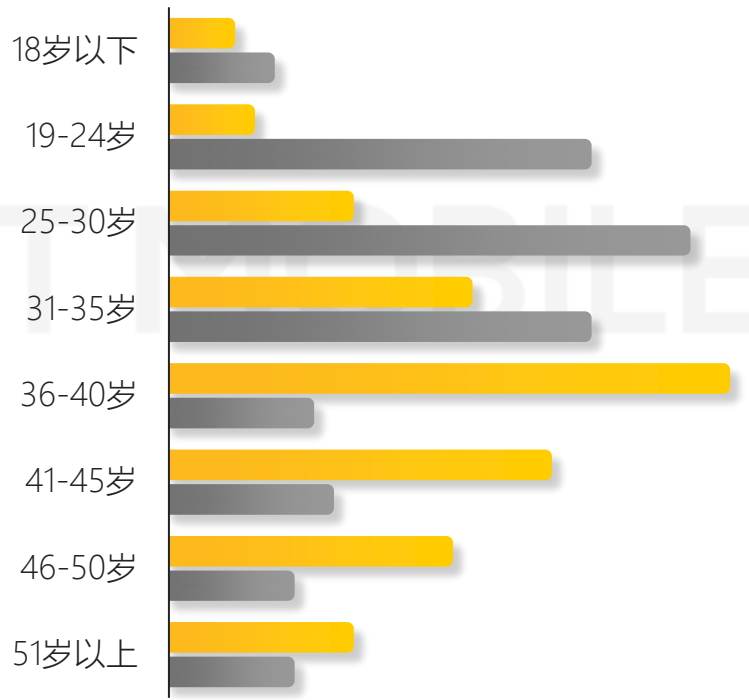
2022年1月 工商银行TOP3应用 全景流量分布

■ APP ■ 微信小程序



2022年1月 工银e生活应用 用户画像

■ App - 工银e生活 ■ 微信小程序-e生活plus



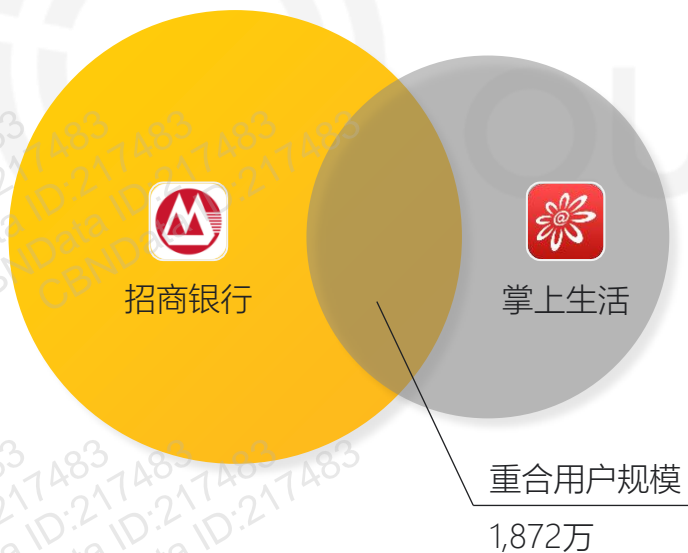
注：1、去重总用户量：在统计周期(月)内，该应用在各渠道用户量的去重总量(仅对全景流量去重)；2、各渠道流量规模占比 = 该渠道用户量 / 去重总用户量

招行用户主要来源为招商银行和掌上生活APP，通过侧重功能不同吸引多类型用户，特色的本地生活服务助力用户量提升



2022年1月 招商银行与掌上生活APP 用户重合情况

		
月活跃用户数(万)	8,289	4,352
重合用户数(万)	1,872	



招商银行与掌上生活两个APP的用户重合度较低，两个APP中功能各具特色，对用户服务的侧重点不同

掌上生活APP，是专为信用卡用户发布的产品，其立足于信用卡金融，并布局本地生活场景；本地生活服务几乎覆盖生活中高频需求的所有功能，与品牌合作，注重提高用户的消费体验

2.4

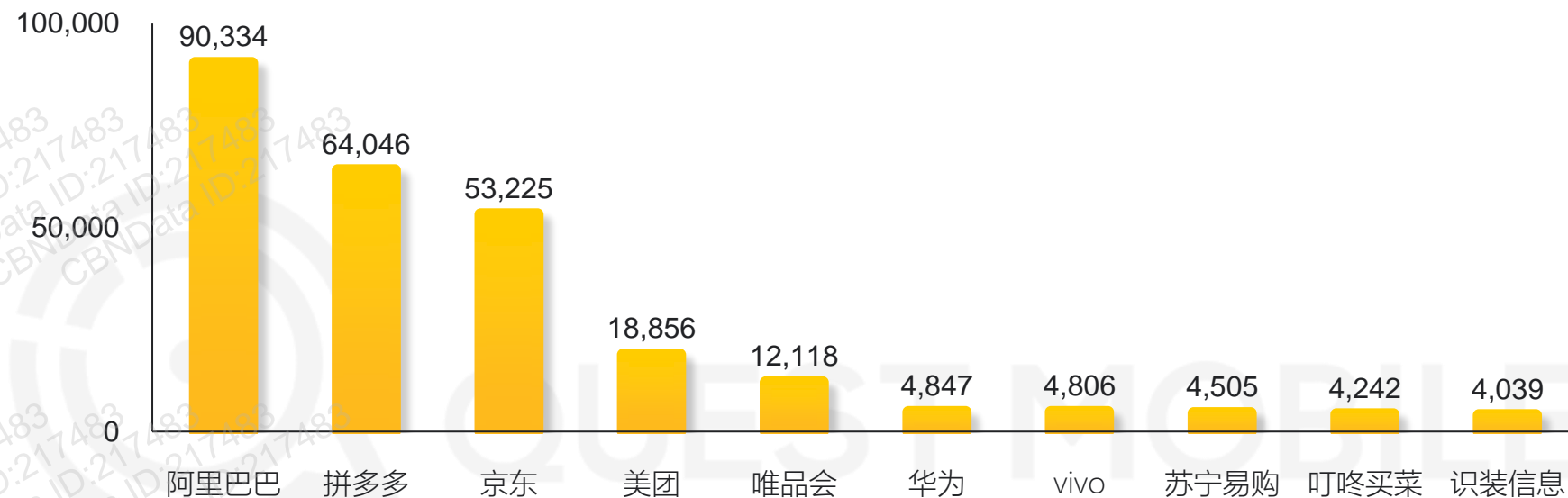
移动购物行业

移动购物行业，头部平台APP端产品矩阵建立流量领先优势，小程序流量抢占同城零售新战场



2022年1月 移动购物流量域 总用户量 TOP10 企业

单位：万



应用个数	24	4	12	5	2	1	1	8	1	1
代表性应用										
	淘宝	拼多多	京东	美团优选	唯品会	华为商城	vivo官网	苏宁易购	叮咚买菜	得物(毒)

注：1、总用户量：在统计周期(月)内，该企业在对应行业下各App和小程序用户量的去重总用户数；2、流量域：该企业下关联APP所处的对应行业；3、应用个数：该企业下关联的应用总个数，其中应用指App和其关联的多个小程序的总体；4、代表性应用选取各企业旗下移动购物流量域2022年1月活跃用户规模TOP1

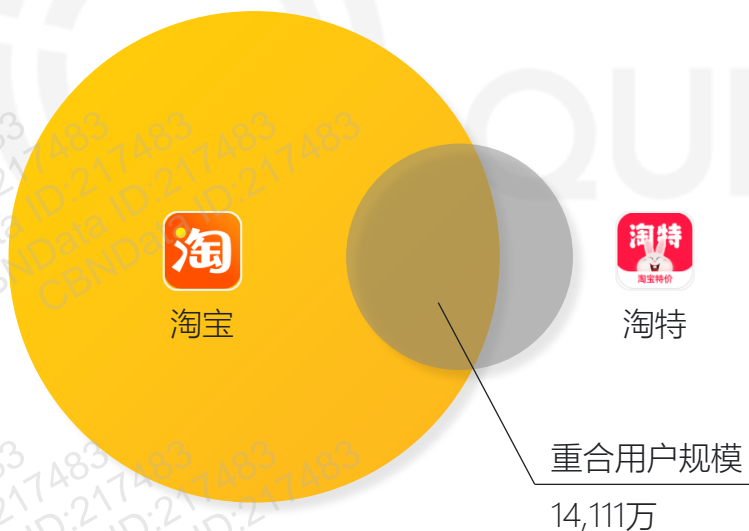
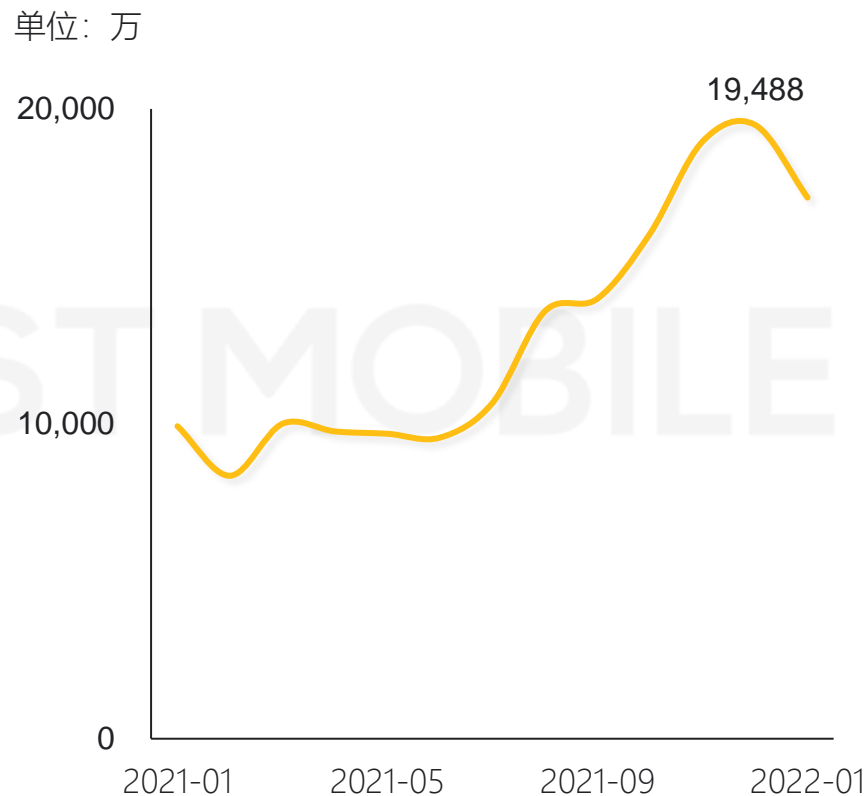
(接上页)

QuestMobile数据显示，阿里巴巴旗下淘宝与淘特APP重合用户规模已达1.4亿，同比提升68.7%；美团优选微信小程序近一年流量提升显著，峰值近1.95亿。

2022年1月 淘宝与淘特APP用户重合情况

		
月活跃用户数(万)	87,091	16,268
重合用户数(万)	14,111	
同比增长率	68.7%	

美团优选微信小程序 月活跃用户规模趋势



注：美团优选微信小程序全称为：美团优选 果蔬肉禽蛋日用百货

2.5

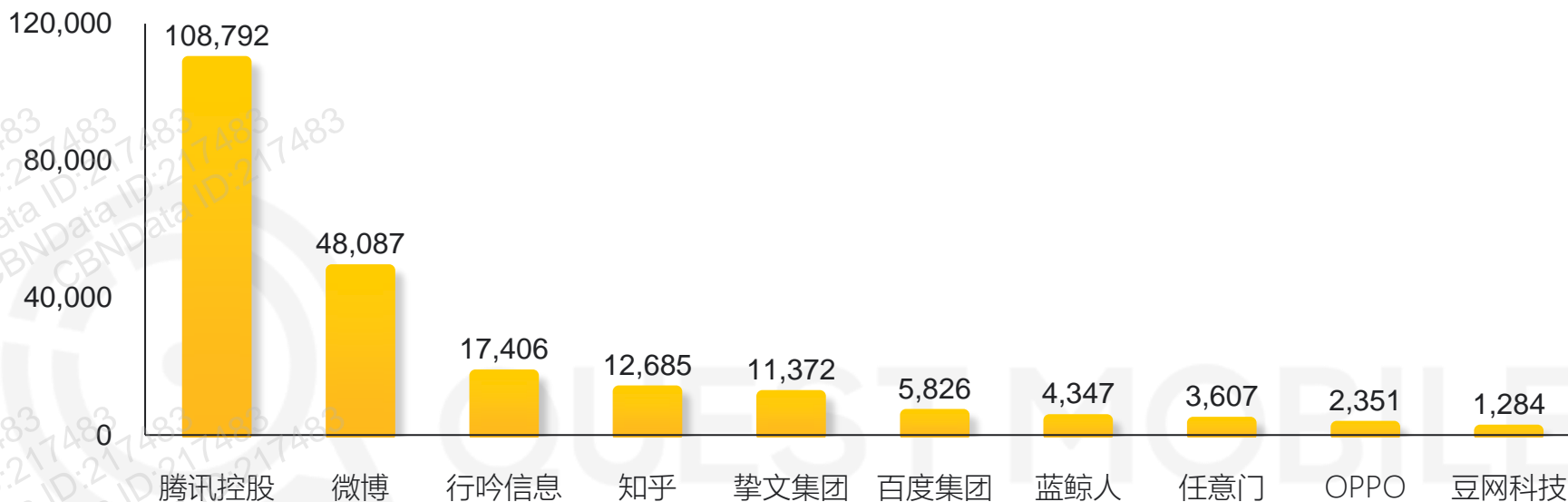
移动社交行业

移动社交行业，代际人群社交偏好存在差异，驱动多样化社区应用发展



2022年1月 移动社交流量域 总用户量 TOP10 企业

单位：万

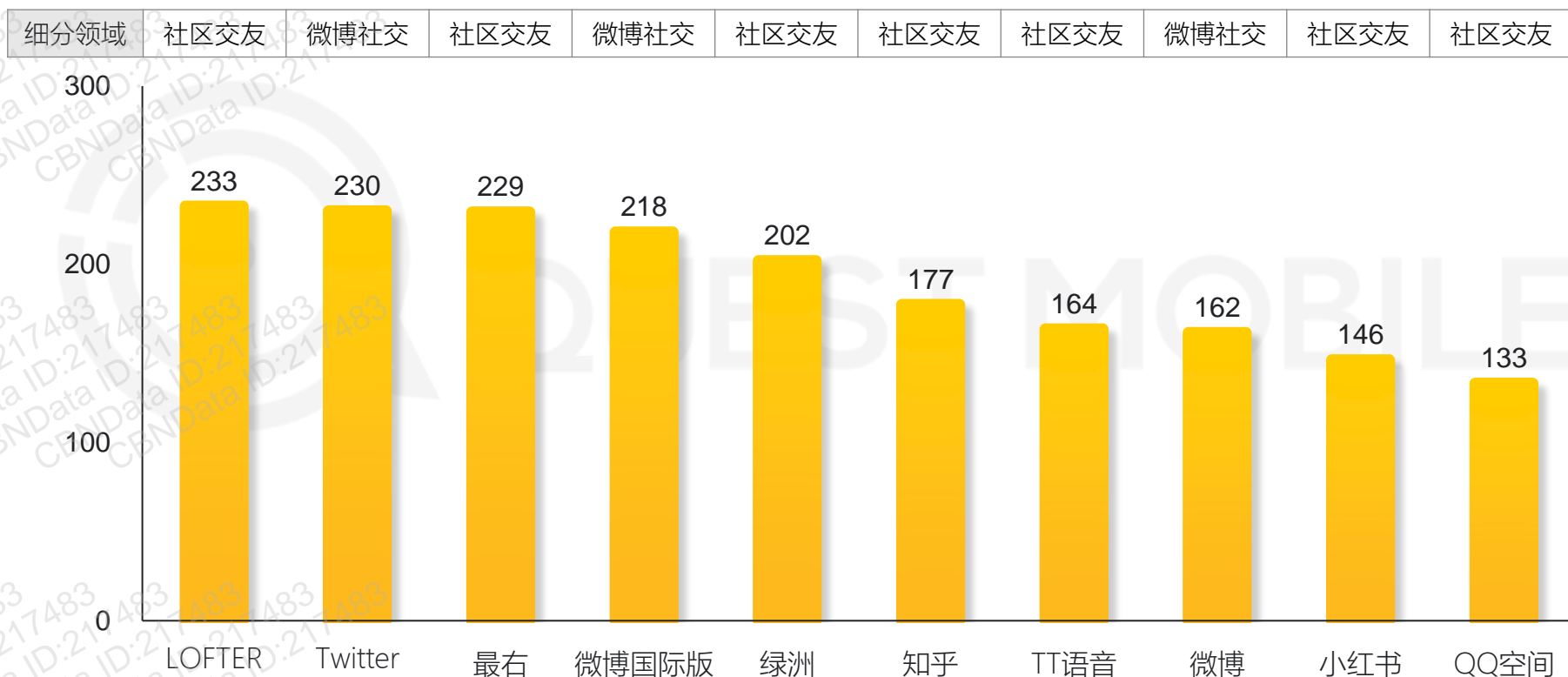


应用个数	13	6	1	1	5	8	1	1	1	2
代表性应用										
	微信	微博	小红书	知乎	MOMO 陌陌	百度贴吧	美篇	Soul	OPPO社区	豆瓣

注：1、总用户量：在统计周期(月)内，该企业在对应行业下各App和小程序用户量的去重总用户数；2、流量域：该企业下关联APP所处的对应行业；3、应用个数：该企业下关联的应用总个数，其中应用指App和其关联的多个小程序的总体；4、代表性应用选取各企业旗下移动社交流量域2022年1月活跃用户规模TOP1

QuestMobile数据显示，00后用户对于聚焦游戏、二次元、娱乐等兴趣社区平台表现出明显偏好。

2022年1月 00后用户在移动社交App活跃渗透率TGI TOP10



注：1、活跃渗透率：某目标人群启动某个App媒介的月活跃用户数除以该目标人群的月活跃用户数；2、活跃渗透率TGI：目标人群中某个App媒介的月活跃渗透率除以全网中该App媒介的月活跃渗透率*100；3、选取00后用户规模≥100万移动社交APP，按活跃渗透率TGI降序排列

Source: QuestMobile TRUTH 中国移动互联网数据库 2022年1月 tuquan

2.6

生活服务行业

生活服务行业，三大通信运营商通过激励活动刺激用户下载使用，物流网络在小程序流量加持下，覆盖亿量级用户

职途圈 www.zhituquan.com



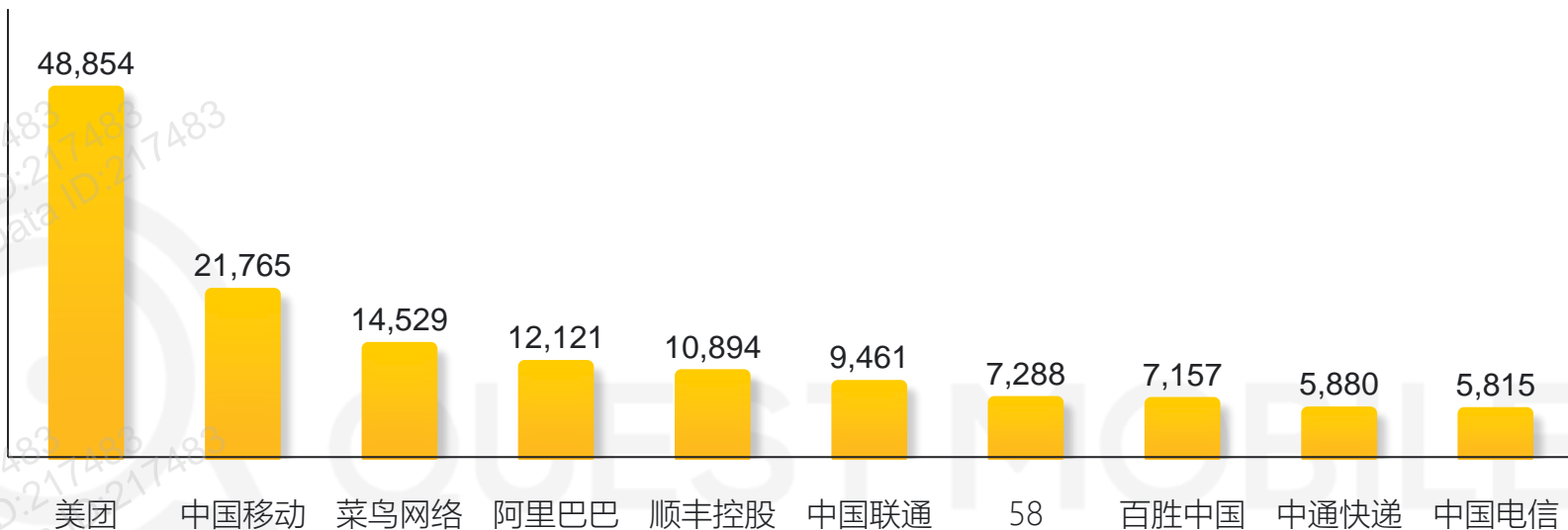
2022年1月 生活服务流量域 总用户量 TOP10 企业

单位：万

60,000

30,000

0



应用个数	13	47	3	17	2	12	16	4	2	15
代表性应用										
	美团	中国移动	菜鸟	饿了么	顺丰速运	中国联通	58同城	肯德基	中通快递	电信营业厅

注：1、总用户量：在统计周期(月)内，该企业在对应行业下各App和小程序用户量的去重总用户数；2、流量域：该企业下关联APP所处的对应行业；3、应用个数：该企业下关联的应用总个数，其中应用指App和其关联的多个小程序的总体；4、代表性应用选取各企业旗下生活服务流量域2022年1月活跃用户规模TOP1

快递物流平台着重布局小程序端，降低用户的使用门槛，借助小程序平台流量，促进潜在用户使用



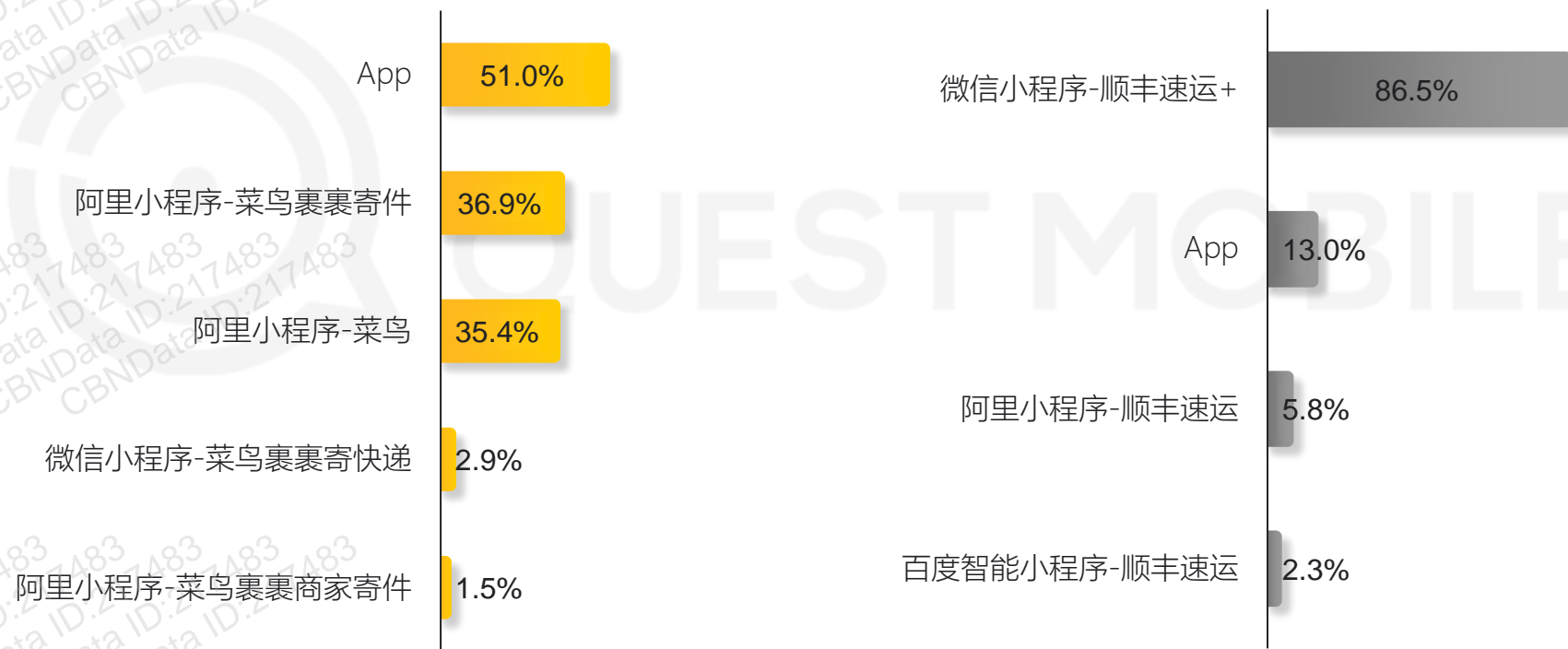
2022年1月 典型快递物流应用 全景流量规模占比分布



菜鸟



顺丰速运



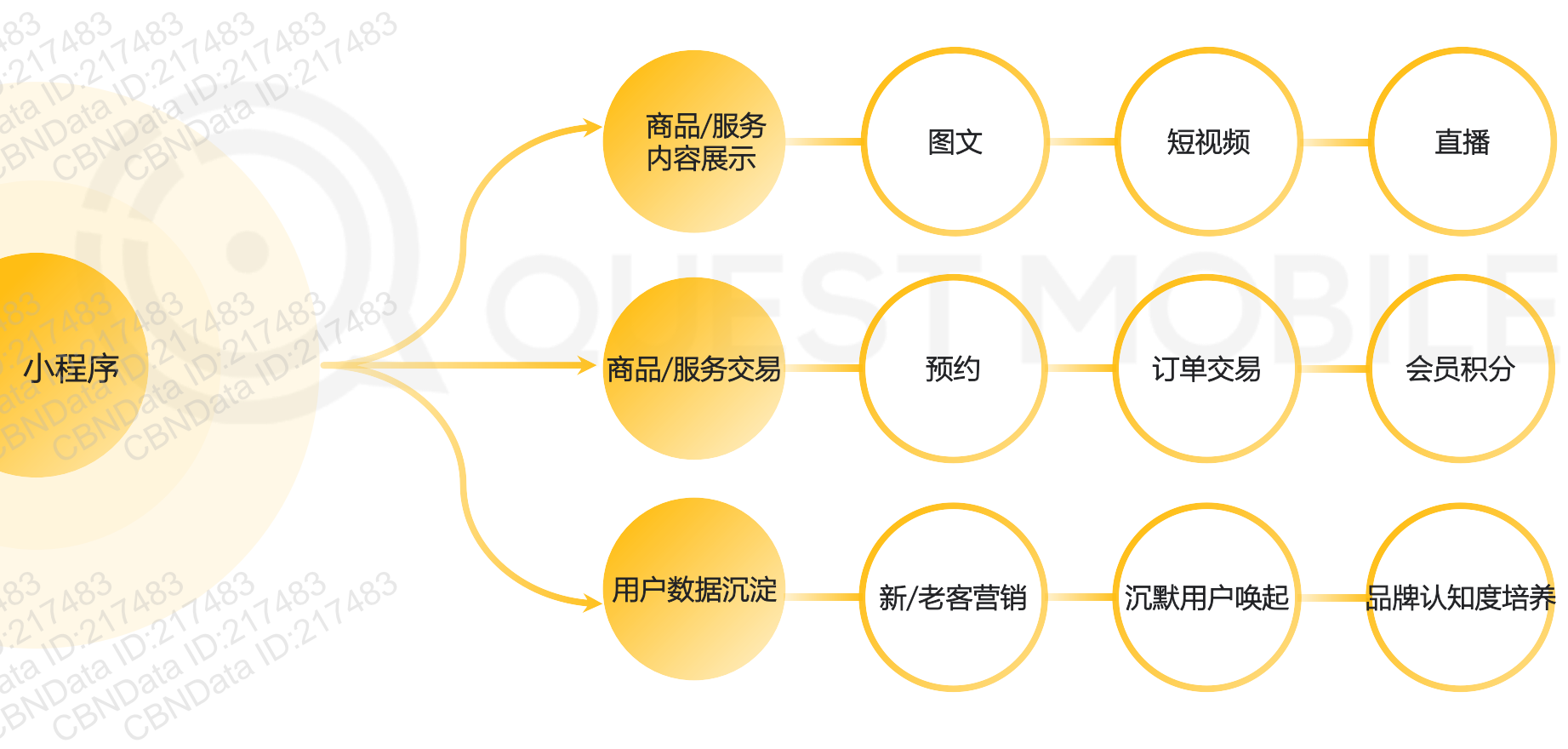
注：1、用户量占比：在统计周期(月)内，该渠道用户量占总用户量的比例；2、选取比例大于1%的全景流量渠道

03

小程序功能多样化，提升品牌线上化运营能力

小程序涵盖多种内容展现形式及服务能力，为企业品牌连接丰富的线上线下用户需求场景，助力品牌运营能力提升

小程序服务功能价值图谱



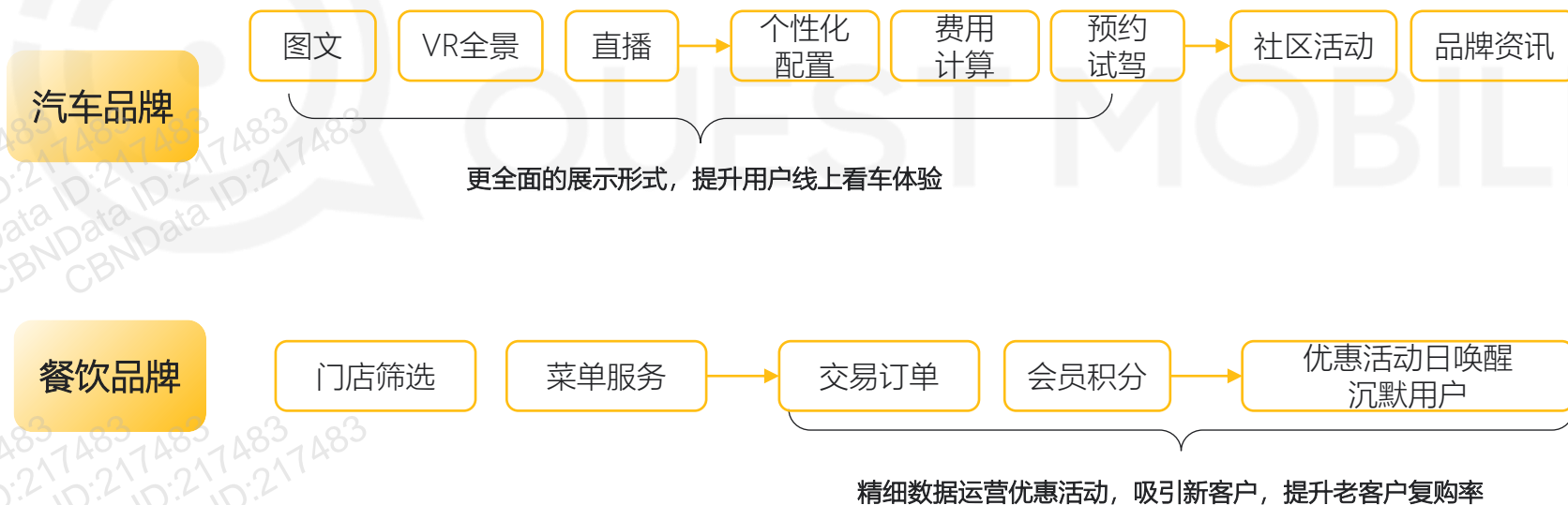
以汽车、餐饮类品牌小程序为例，基于各自行业特点加深核心运营板块服务能力，提升“获客”、“转化”、“留客”效率

典型品牌小程序运营模块服务流程图

内容展示

服务交易

数据沉淀



汽车品牌加速线上营销布局，微信小程序端流量增长显著

经典车企、新锐势力等发力小程序，

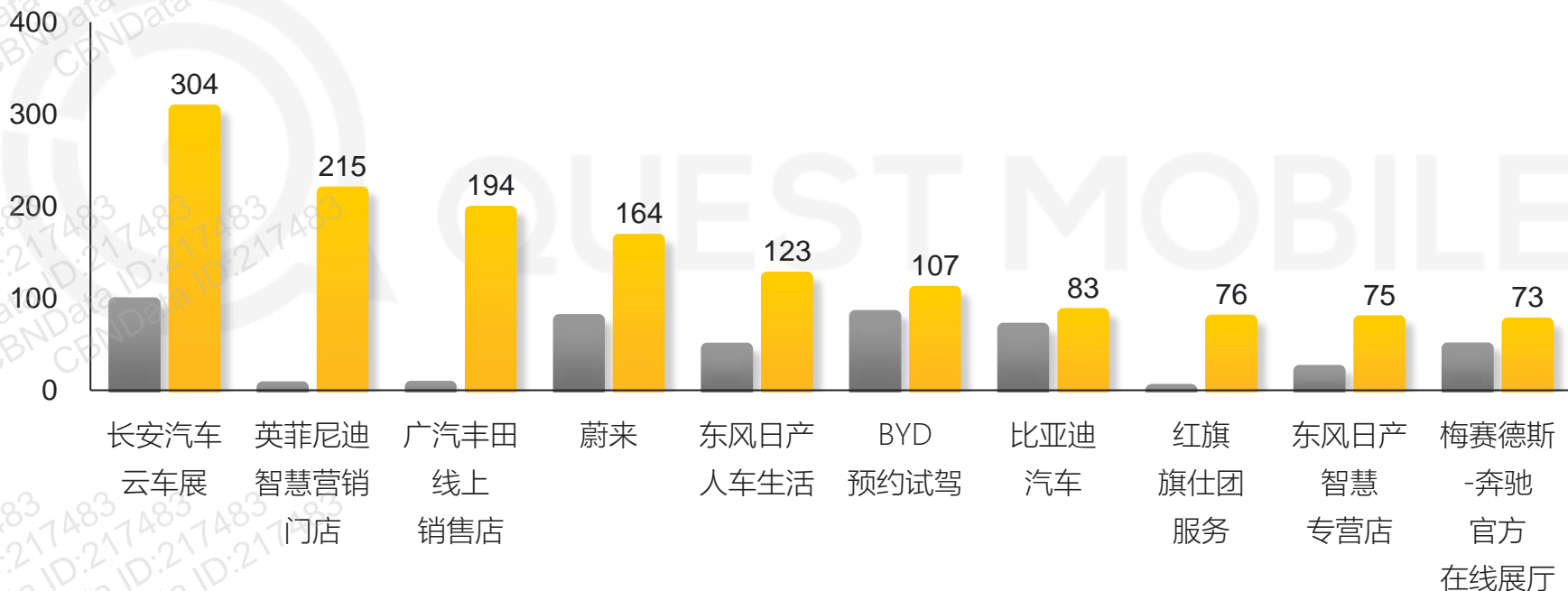


2022年1月 汽车品牌类微信小程序 月活跃用户规模TOP10

单位：万

■ 2021-01 ■ 2022-01

同比增长率	221.9%	6240.4%	4729.9%	114.4%	171.2%	32.4%	23.7%	151280.0%	254.8%	59.8%
-------	--------	---------	---------	--------	--------	-------	-------	-----------	--------	-------

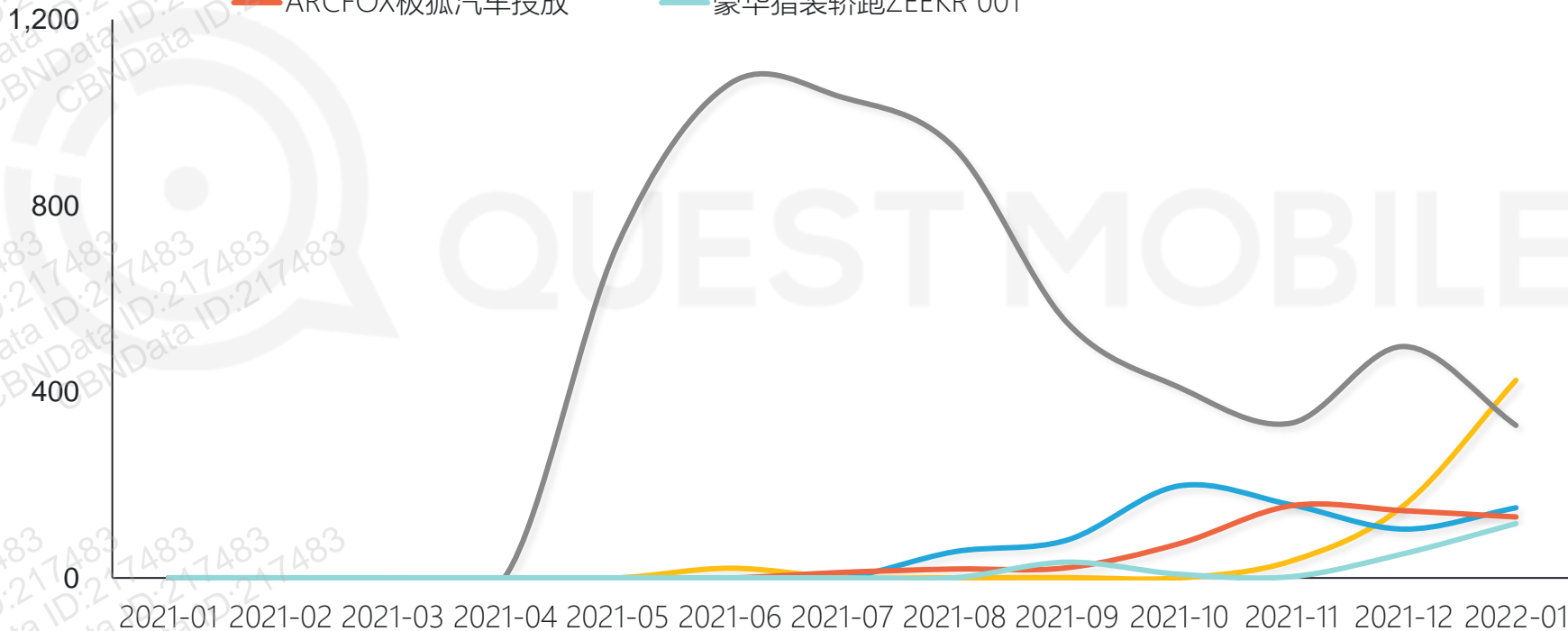


注：选取2021年1月已上线汽车品牌微信小程序

近一年新上线汽车品牌微信小程序 用户规模变化趋势

单位：万

- 长安福特
- ARCFOX极狐汽车投放
- 一汽大众销售服务信息
- 捷达品牌
- 豪华猎装轿跑ZEEKR 001

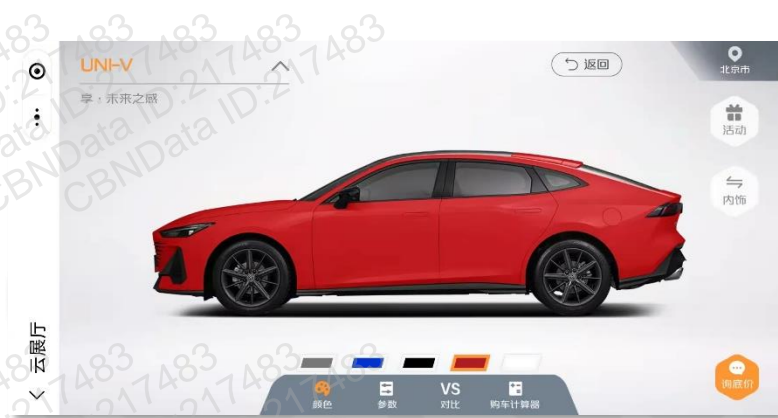


注：选取2021年1月后上线汽车品牌微信小程序

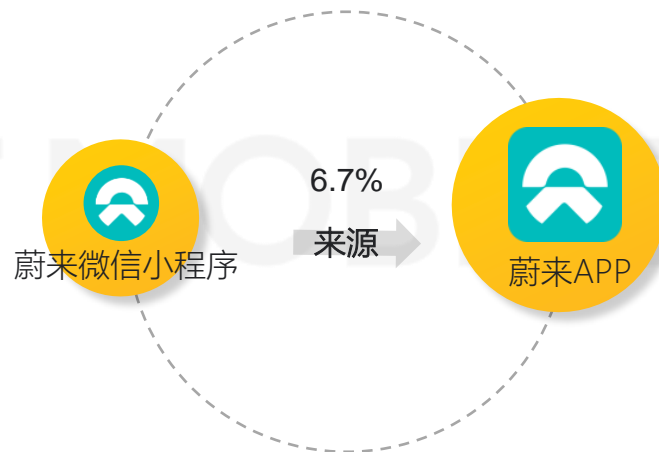
汽车品牌微信小程序已不局限于预约等单一功能，在线选车型、内饰及计算车价等功能愈加丰富，为用户沉淀起到重要促进作用

长安汽车云车展微信小程序案例

2022年1月 蔚来APP 内部渠道流转来源占比



长安汽车云车展微信小程序“云展厅”功能，可对旗下多款车在线进行车体颜色、内饰等进行沉浸式展示，两款车型对比以及购车方案计算等服务功能，已基本与APP能力媲美。



注：来源占比：在统计周期(月)内启动了所选渠道的用户，从生态内部其他渠道来源的用户数占比。*来源是指上月/周末启动所选渠道的用户。

餐饮微信小程序发展逐渐成熟，中餐连锁品牌线上化布局提速



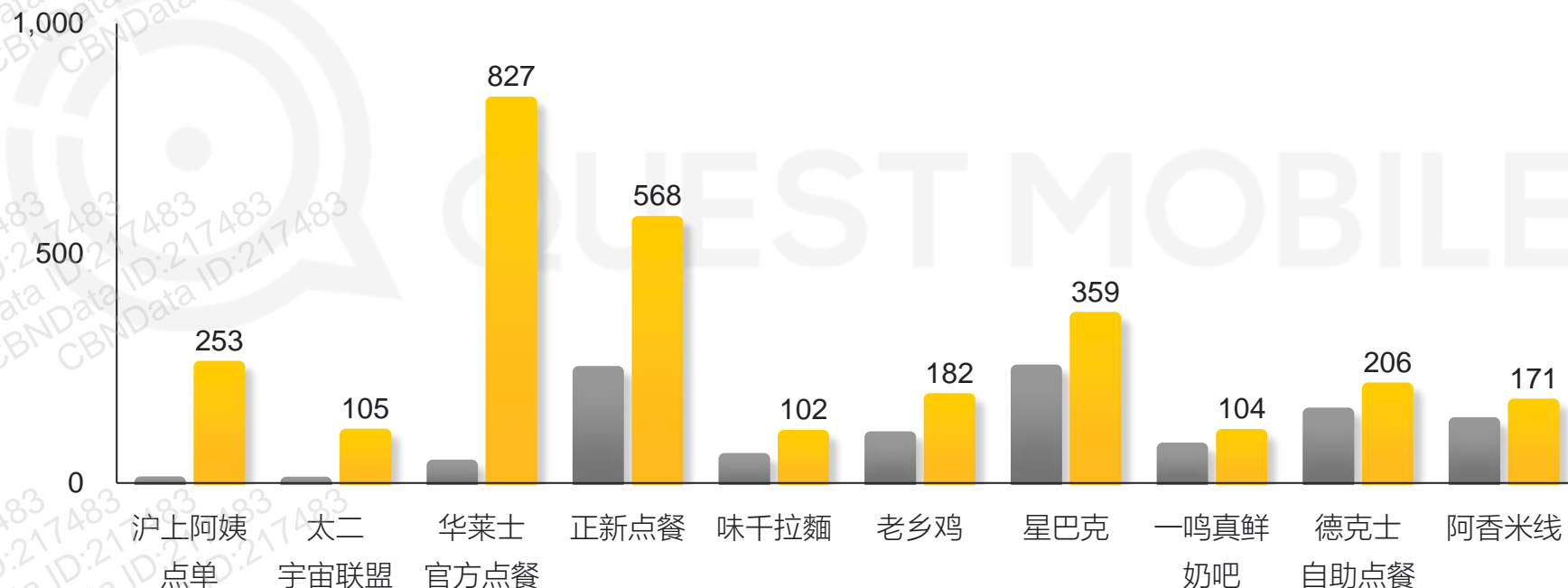
QuestMobile数据显示，太二酸菜鱼、正新鸡排、老乡鸡等中餐连锁品牌微信小程序增长显著，2022年1月同比增长分别达到238倍、135.3%和83.7%。

2022年1月 餐饮品牌类微信小程序 增长TOP10

单位：万

■ 2021-01 ■ 2022-01

同比增长率	29287.2%	23788.6%	2084.8%	135.3%	96.5%	83.7%	46.9%	40.1%	36.6%	30.9%
-------	----------	----------	---------	--------	-------	-------	-------	-------	-------	-------



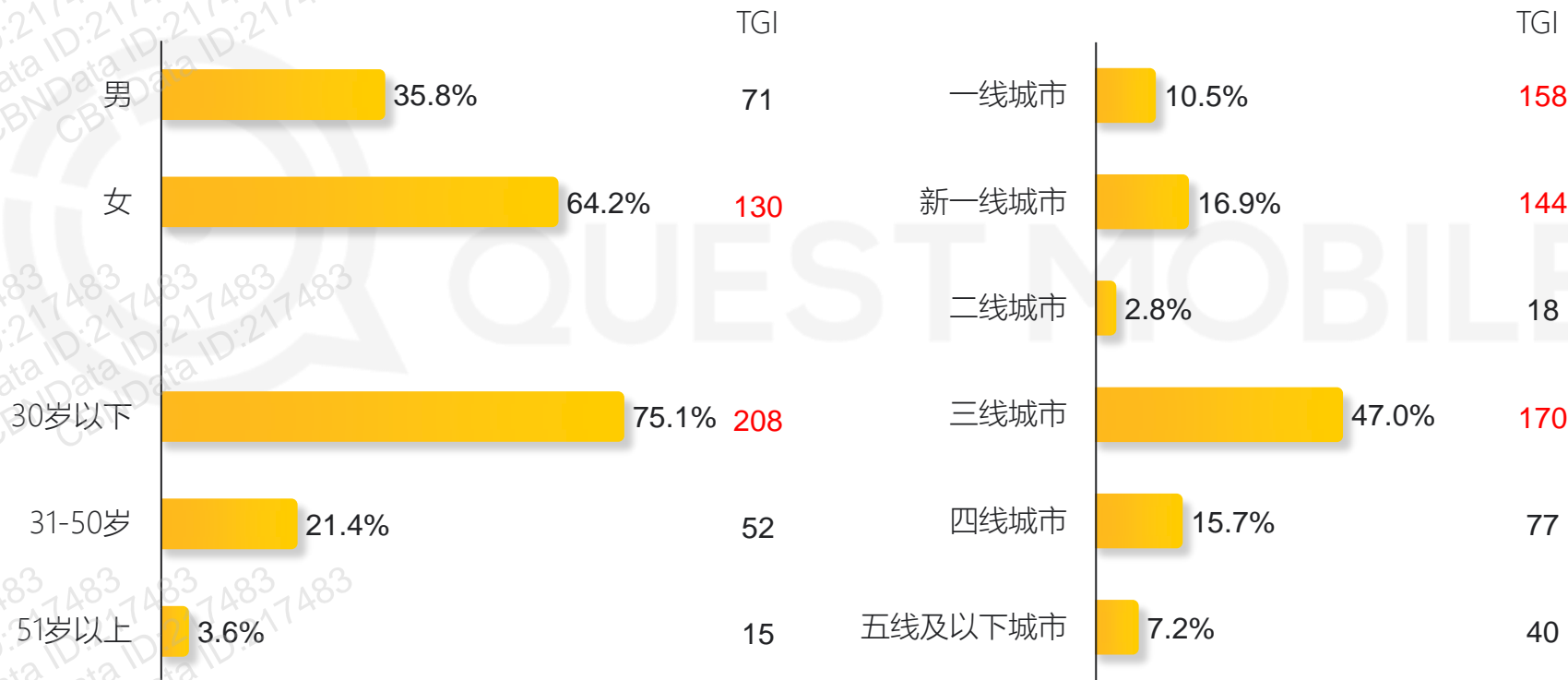
注：2022年1月MAU≥100万餐饮品牌类微信小程序，按同比增长率取TOP10

中餐品牌基于菜品特色定位目标人群，太二酸菜鱼聚焦30岁以下年轻用户，老乡鸡以品牌发源地为中心，向一线及新一线城市拓展

2022年1月 典型中餐连锁品牌 微信小程序用户画像

太二宇宙联盟

老乡鸡



注：1.活跃占比：目标小程序A中具有某个属性的活跃用户数占该小程序A的总活跃用户数的比例；2.活跃占比TGI：反映小程序某目标人群的活跃渗透强势或弱势程度，其计算方法为：目标小程序A中某个属性的用户活跃占比除以微信小程序整体具有相同属性的用户活跃占比*100。

法律免责声明

1. 本研究报告（以下简称“本报告”）由QuestMobile（以下简称“本公司”）制作及发布。
2. 本报告所涉及的数据来源于QuestMobile自有数据库、行业公开、市场公开、公司授权，以及QuestMobile Echo快调研平台等，均采用合法的技术手段、深度访问、抽样调查等方式获取；本公司力求但不保证该信息的完全准确性和完整性，客户也不应该认为该信息是完全准确和完整的。同时，本公司不保证文中观点或陈述不会发生任何变更，在不同时期，本公司可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的研究报告。本公司会适时更新我们的研究，但可能会因某些规定而无法做到。除了一些定期出版的研究报告之外，绝大多数研究报告是在本公司认为适当的时候不定期地发布。
3. 本报告所涉及的独立研究数据、研究方法、研究模型、研究结论及衍生服务产品拥有全部知识产权，任何人不得侵害和擅自使用，违者必究。
4. 本报告主要以微信公众号形式分发或电子版形式交付，间或也会辅以印刷品形式交付或分发，所有报告版权均归本公司所有。未经本公司事先书面协议授权，任何机构或个人不得以任何形式复制、转发或公开传播本报告的全部或部分内容。不得将报告内容作为诉讼、仲裁、传媒所引用之证明或依据，不得用于营利或用于未经允许的其它用途。
5. 经本公司事先书面协议授权刊载或转发的，被授权机构承担相关刊载或者转发责任。不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节和修改。
6. 本报告的分享或发布现场，未经本公司事先书面协议授权，参会人员不得以任何形式进行录音、录像或拍照，更不允许参会人员以任何形式在其他场合或社交媒体（包括客户内部以及外部）进行转发、交流或评论本次分享内容。
7. 如因以上行为（不限于3、4、5、6）产生的误解、责任或诉讼由传播人和所在企业自行承担，本公司不承担任何责任。
8. 本次分享内容最终解释权归本公司所有。

QUESTMOBILE

第一时间观察行业趋势报告

▶▶ 扫码关注 每周更新

