



2022年Q1移动互联网行业数据研究报告

月狐数据 (MoonFox Data)

2022年4月



月狐观点



一季度移动互联网人均app安装数量保持稳定，人均单日使用时长提升明显，达5.4小时，对比上一季度增加了18分钟，同比去年增加了6分钟，移动网民用网行为持续增强



短视频行业用户粘性仍处于提升阶段，今年第一季度，短视频占移动网民日使用时长比例继续扩大，达33.8%，对比去年同期扩大了4.2%，人均单日使用短视频应用达231.3分钟，人均单日点击短视频应用11.5次



头条系加大主营业务发展力度，积极开拓新赛道，2022年第一季度，头条系在拥有汽车服务行业庞大用户规模的同时继续保持高增长，一季度月活跃用户达3852.9万，同比增长73.7%，用户覆盖度提升至7.4%；同时，头条系继续发力移动购物和手游类应用，行业月活跃用户规模分别同比增长了4144.6%和166.1%



史上最具热度冬奥助推平台打造流量盛宴，本届北京冬奥会成功助力各类文化IP出圈，带动实现三亿人参与冰雪运动，咪咕视频等转播平台不断创新内容玩法和技术手段，将赛事热度推向高潮



在求职市场的减岗缩编的背景下，**求职招聘行业迎来劳动力“供给热潮”**，一季度月活跃用户规模最高达1.28亿，同比扩大了82.7%，行业内各大招聘app同比均实现不同程度的活跃用户增长

CONTENTS

01 | 整体app市场概览

02 | 行业及app特色榜单

03 | 热点分析

04 | 细分行业观察

05 | App流量价值总榜



01

整体app市场概览

- 移动网民人均app安装总量
- 移动网民人均app使用时长
- 行业用户时长占比top 8
- 泛娱乐行业用户时长占比
- 行业用户粘性特性分析
- 互联网头部企业流量纷争
- 互联网头部企业动态

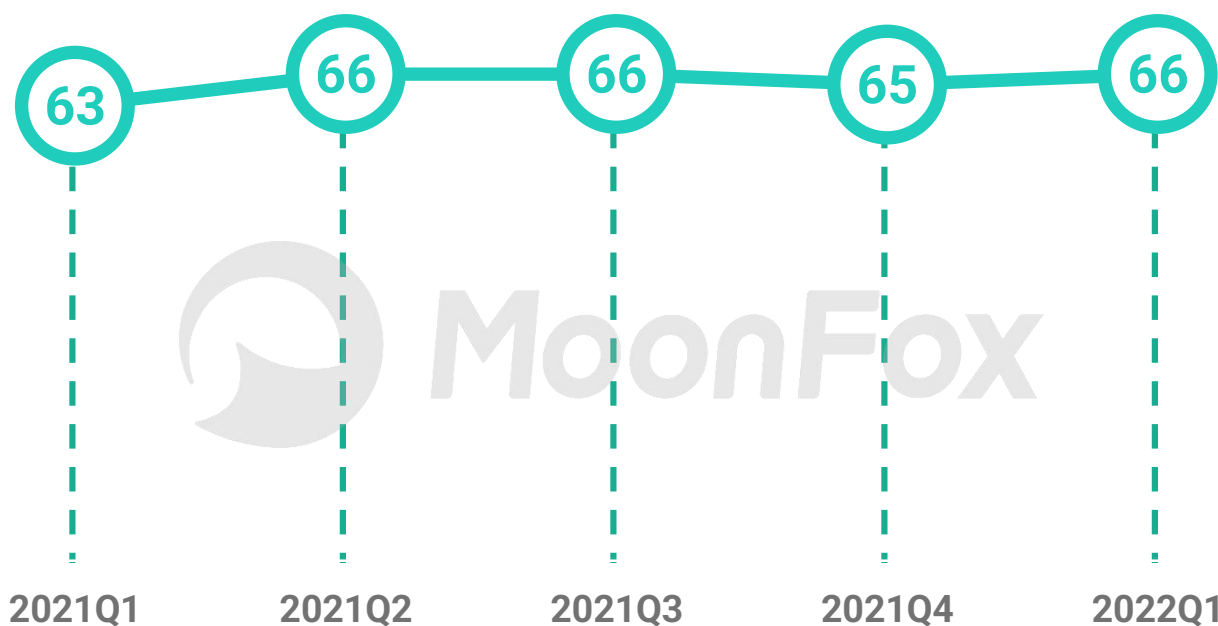


人均app安装量

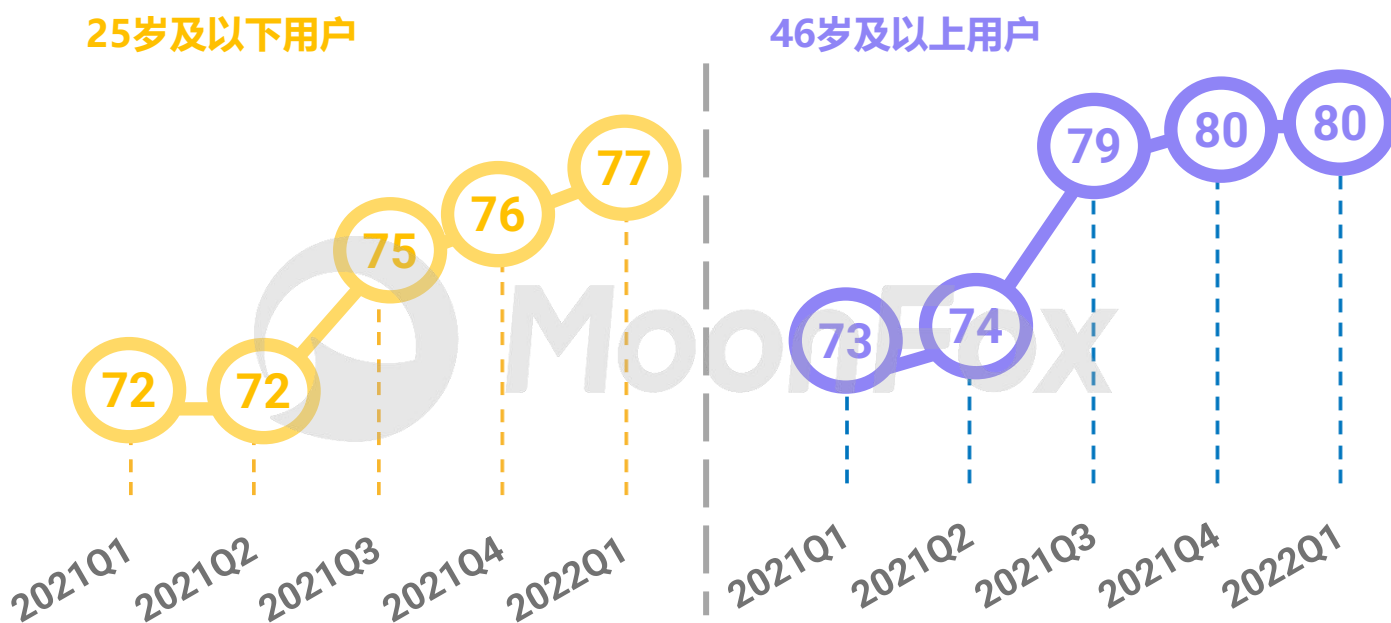
2022年第一季度人均app安装量对比去年同期增加3个

- 2022年第一季度，移动网民手机人均安装app总量为66个，对比2021年第四季度增加1个，对比去年同期增加了3个
- 对比不同年龄层用户的人均安装app总量变化，25岁及以上用户的人均安装量与上一季度相比略有上升，达77个；而46岁及以上用户的人均安装app总量与上一季度持平，为80个

移动网民手机人均安装app总量



不同年龄层用户人均安装app总量



数据来源：月狐iAPP (MoonFox iApp)

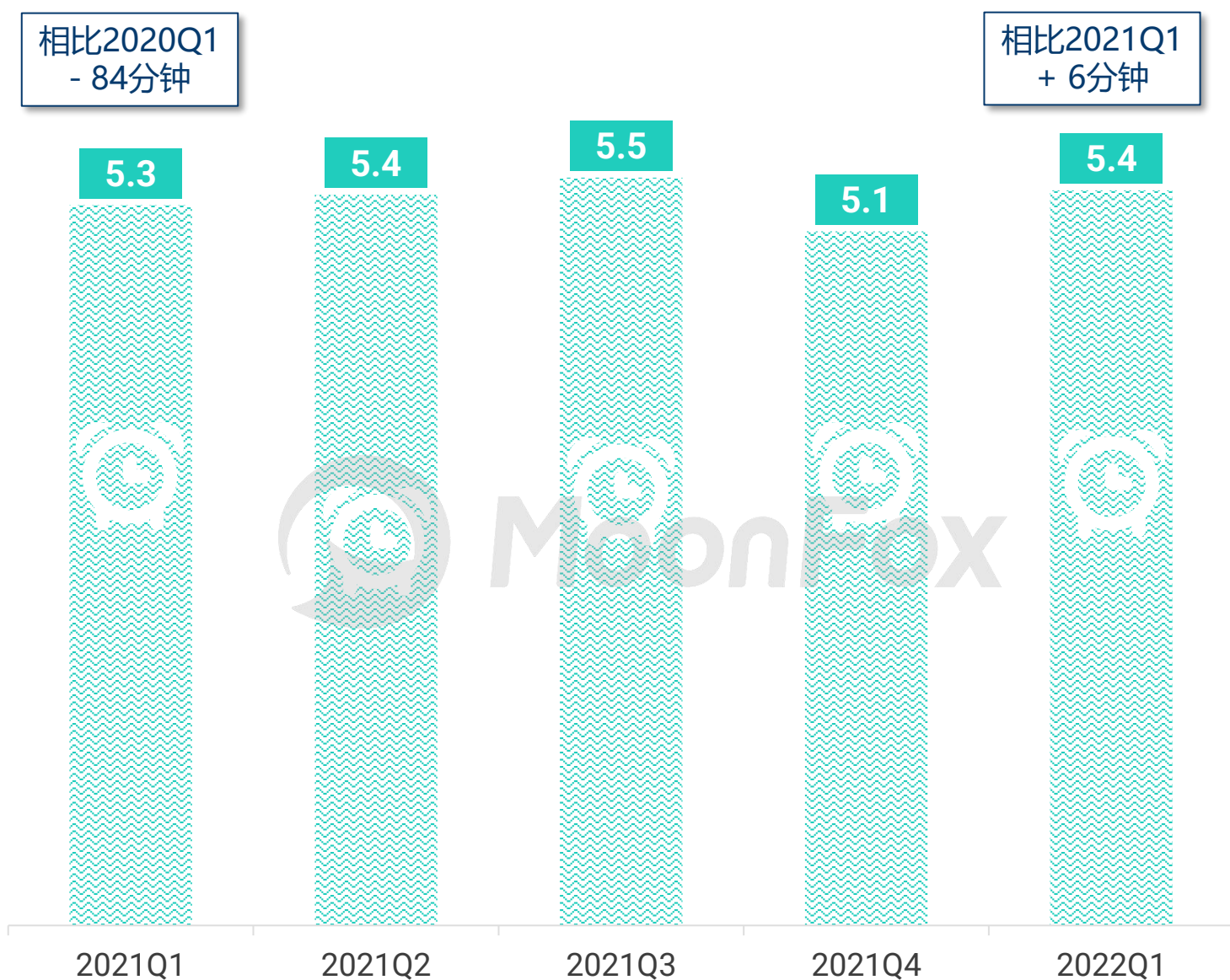
取数周期：2021.01-2022.03

人均app使用时长

第一季度人均app使用时长较上一季度有所增长，约增加18分钟

- 适逢春节假期，2022年第一季度人均app使用时长较去年第四季度有所提升，达到5.4小时，同比去年Q1增加了6分钟
- 移动网民人均app日使用时长总体波动不大，与疫情元年相比，移动网民的用网行为已恢复至稳定状态

移动网民人均app每日使用时长(小时)



数据来源：月狐iAPP (MoonFox iApp)

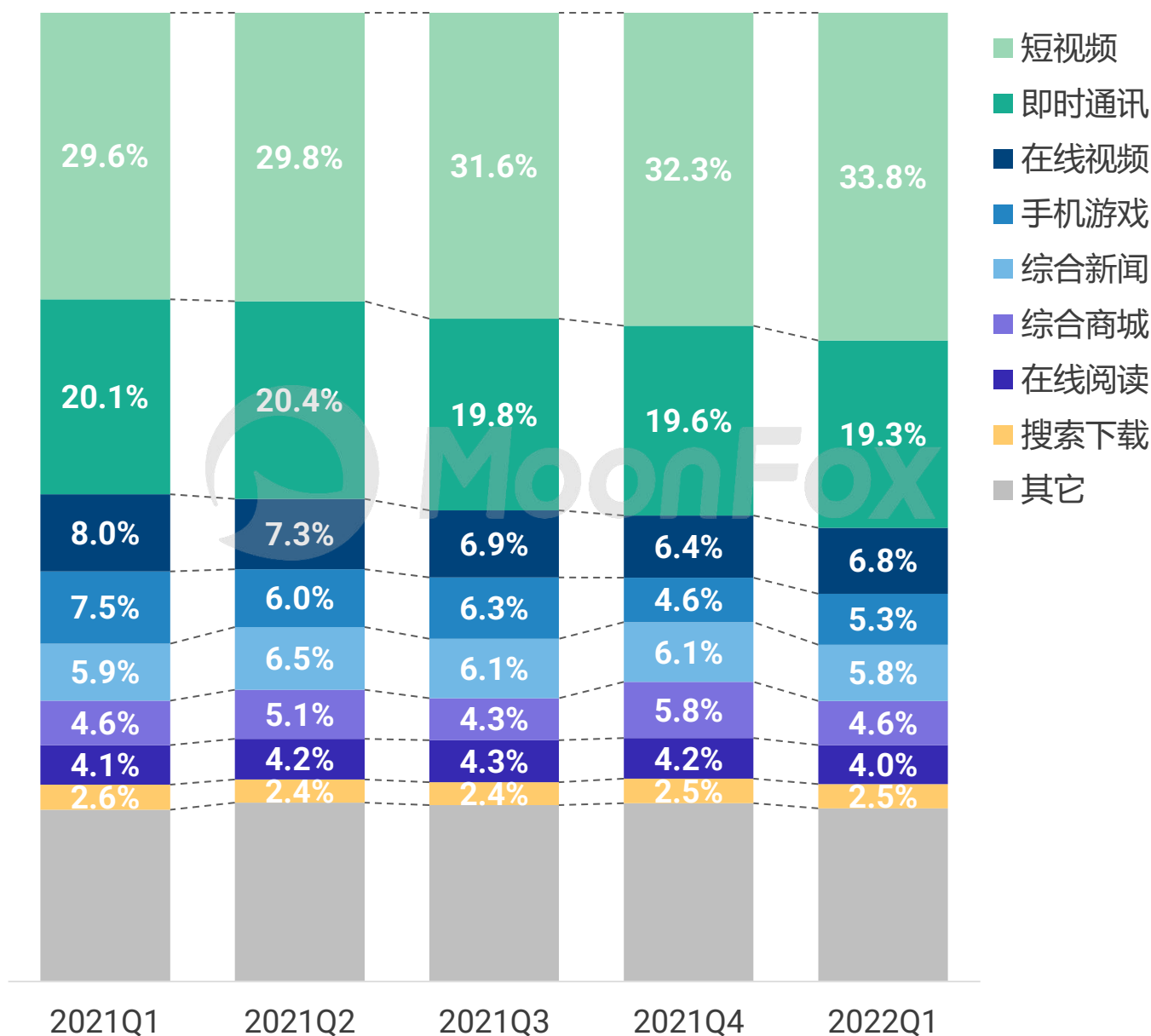
取数周期：2021.01-2022.03

行业用户时长占比top 8

网民观看短视频内容的时长占比继续扩大，手机游戏时长占比略有回升

- 今年第一季度，短视频行业的用户使用时长占比依然保持稳定扩大的趋势，占比达到33.8%，对比上一季度扩大了1.5%，对比去年一季度扩大了4.2%，继续成为霸占移动网民最多时间的应用行业
- 手机游戏类app的使用时长占比在去年全年的持续下降后，今年Q1稍有提升，达到5.3%，较上一季度提升了0.7个百分点，受手机游戏类监管措施的持续影响，手机游戏行业的使用时长仍难以恢复至去年平均水平

移动网民app每日使用时长top 8类型



数据来源：月狐iAPP (MoonFox iApp)

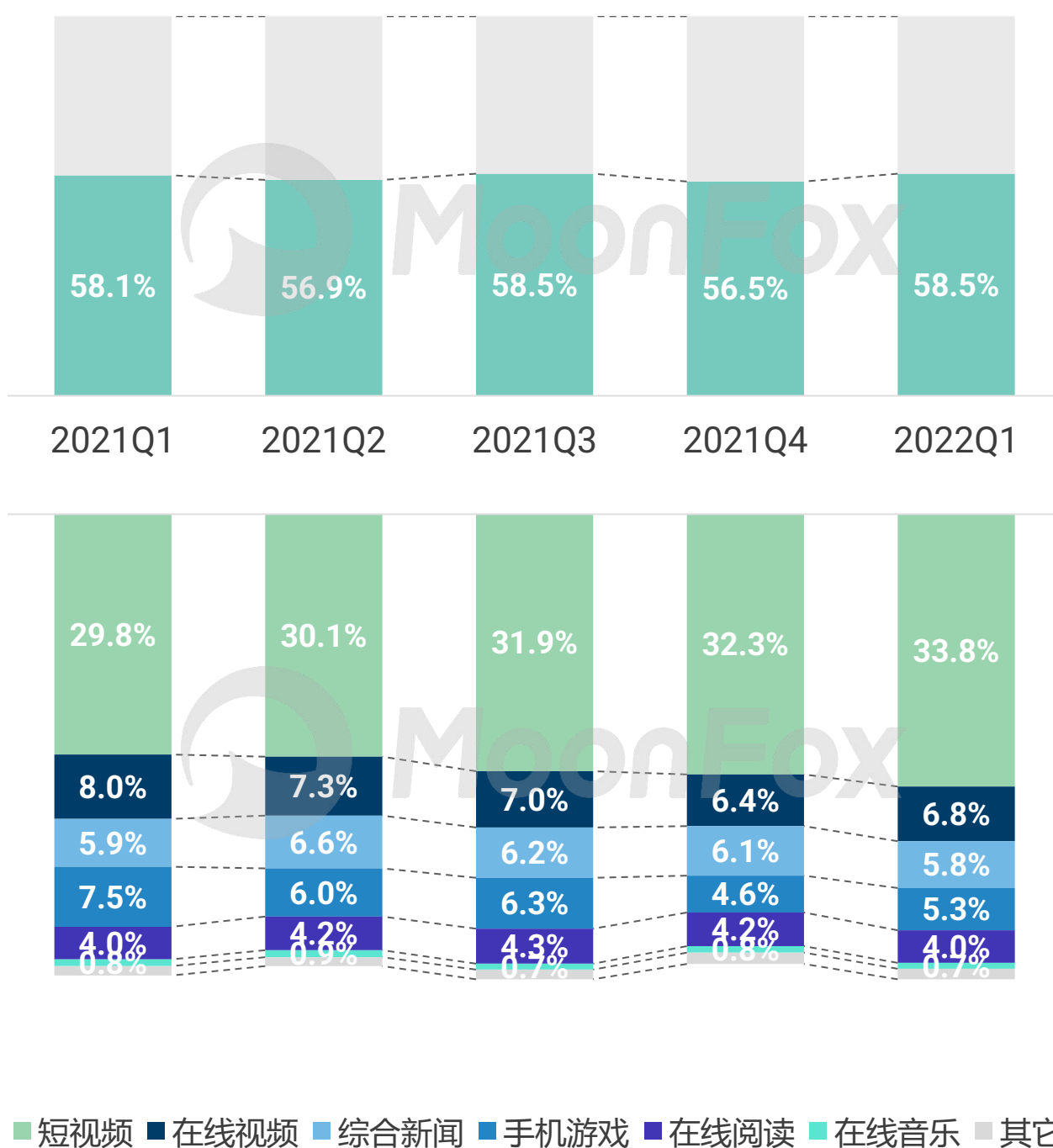
取数周期：2021.01-2022.03

泛娱乐行业用户时长占比

近一年移动网民在娱乐类app上花费的时长占比变化稳定，短视频成时长占比唯一持续增长点

- 今年Q1，移动网民在泛娱乐行业上的每日使用时长占比贴近六成，达58.5%，同比变化幅度为0.1%，较上一季度增加了2个百分点，近一年以来泛娱乐行业整体用户使用情况较为稳定
- 从泛娱乐业的细分赛道上看，短视频在用户使用时长占比上成为唯一的持续增长赛道，在用户规模逼近天花板的情况下，其用户粘性仍在不断提升

泛娱乐行业app每日使用时长占比



泛娱乐行业为视频直播、手机游戏、数字音乐、数字阅读、新闻资讯、休闲娱乐六个一级行业下的细分行业

数据来源：月狐iAPP (MoonFox iApp)

取数周期：2021.01-2022.03

行业用户粘性特征

短视频和即时通讯行业用户高粘性特点明显，在线阅读行业用户潜力仍有待进一步发掘

2021Q1 2022Q1



人均月活跃天数为当月DAU加总/当月MAU

以上指标为该季度每月均值

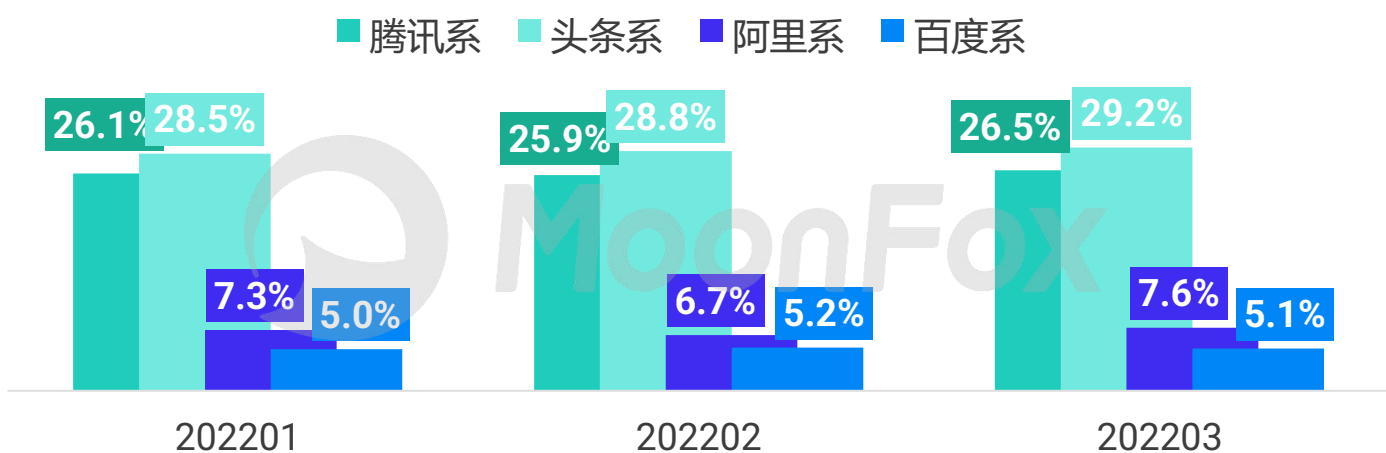
数据来源：月狐iAPP (MoonFox iApp) ; 数据周期：2021.01-2022.03

互联网头部企业流量纷争

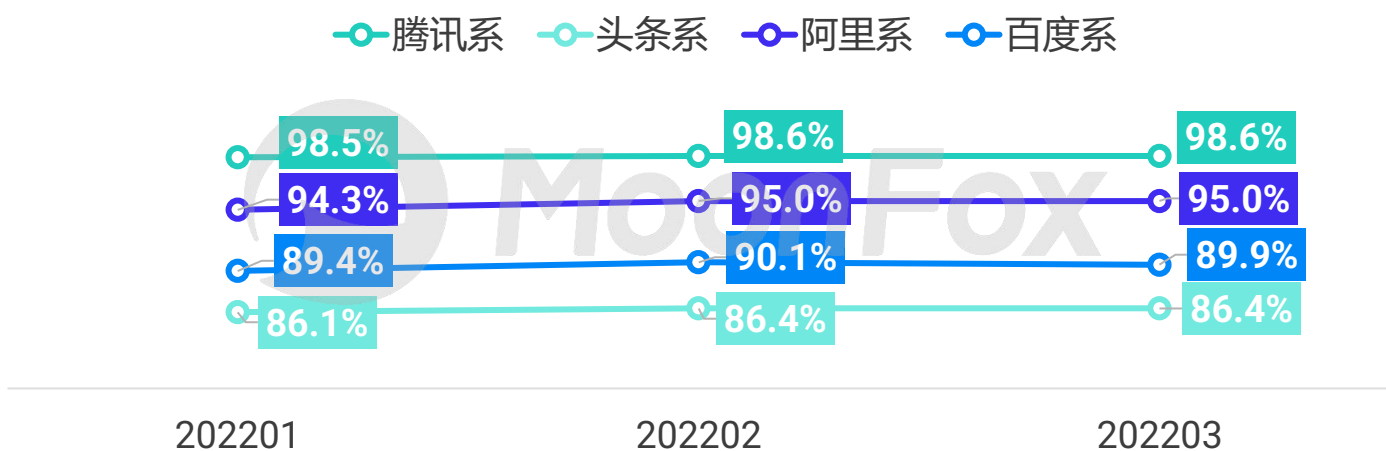
Q1头条系用户使用时长占比持续上升，领先地位逐渐稳固

- 头条系应用今年Q1的用户使用时长占比逐月上升，三月末使用时长占比已达29.2%，高出腾讯2.7个百分点；从用户渗透率情况上看，腾讯系覆盖度仍然保持最高，一季度末用户安装占比达98.6%，高出头条系应用约12个百分点
- 从用户规模变化情况来看，腾讯拥有最庞大的用户体量，Q1平均拥有11.2亿的用户，同期阿里系用户规模同样达10亿量级

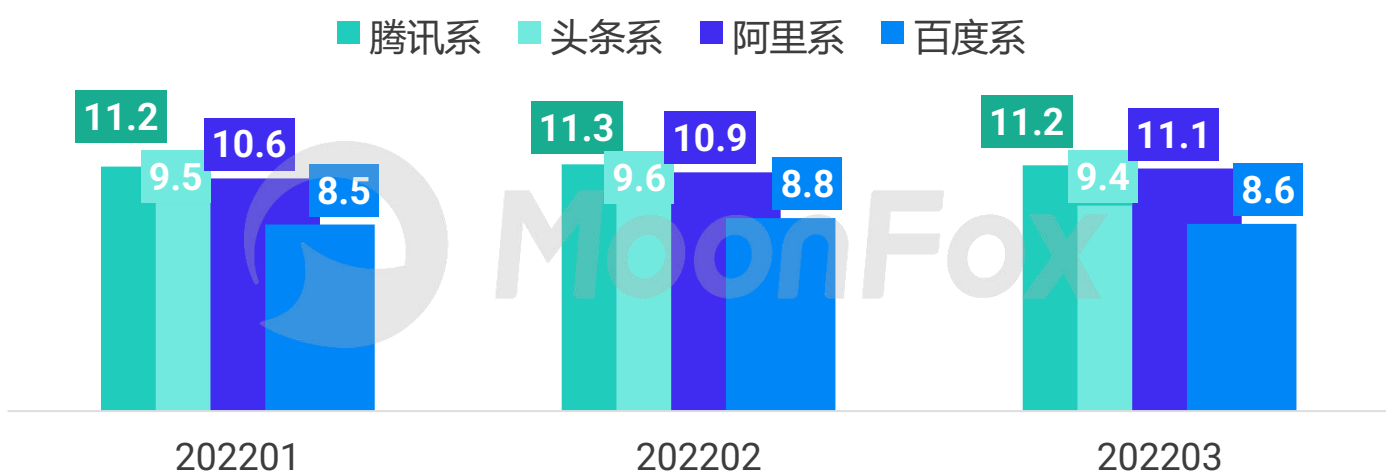
BAT&头条系app用户使用时长占比变化



BAT&头条系app用户安装占比变化



BAT&头条系app用户规模变化 (单位: 亿)



数据来源: 月狐iAPP (MoonFox iApp) ; 数据周期: 2021.01-2022.03

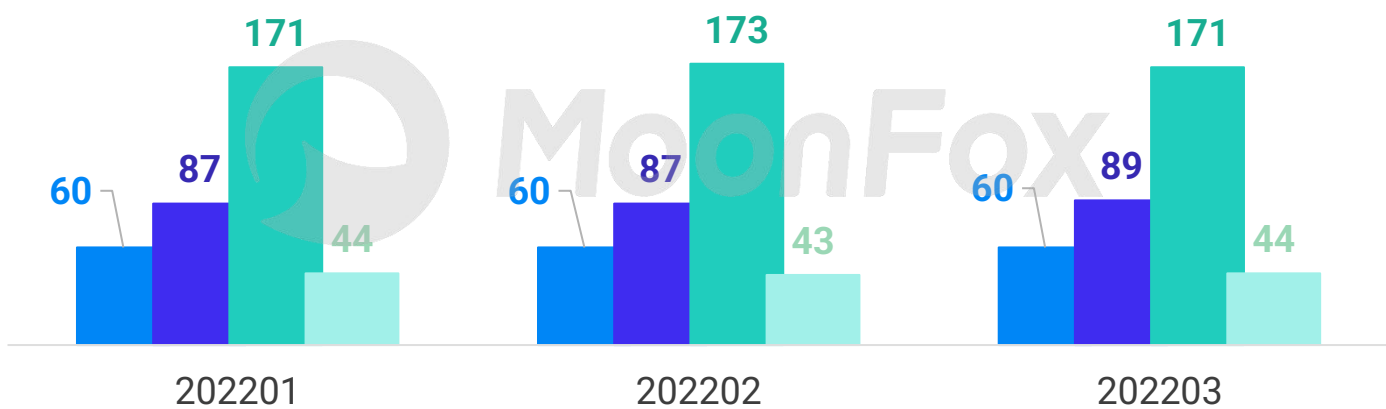
头部企业行业布局 (1/5)

头部企业中腾讯系保持应用开发数量第一，各巨头纷纷抢占办公商务和视频直播市场

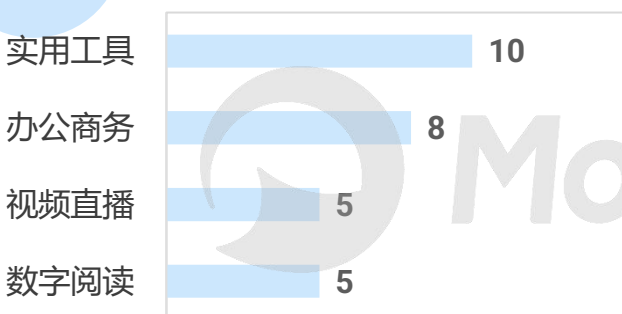
- 2022年第一季度，四家头部企业的移动应用数量维持稳定，腾讯系的应用数量达171个，远高于其他头部企业；今年3月末，阿里系旗下app数量对比今年年初增加2个，达到89个
- 从各企业应用数量的行业分布上看，腾讯开发的移动应用主要集中在手机游戏行业，今年一季度已开发的手游类app为98个；四家巨头在视频直播和办公商务领域均有发力，从数量对比上看，腾讯在这两个领域中均具备一定优势，已开发视频直播类软件12个，办公商务类软件10个

BAT&头条系旗下app数量变化

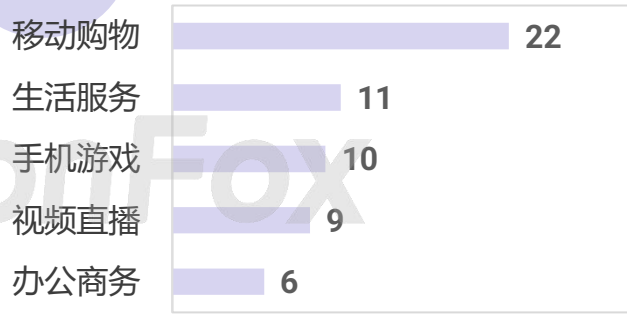
■ 百度系 ■ 阿里系 ■ 腾讯系 ■ 头条系



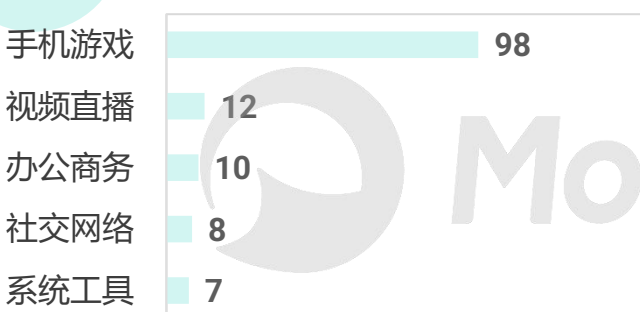
百度系 行业app数量top 4



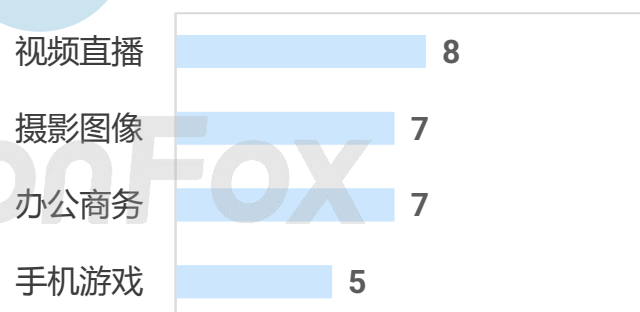
阿里系 行业app数量top 5



腾讯系 行业app数量top 5



头条系 行业app数量top 4



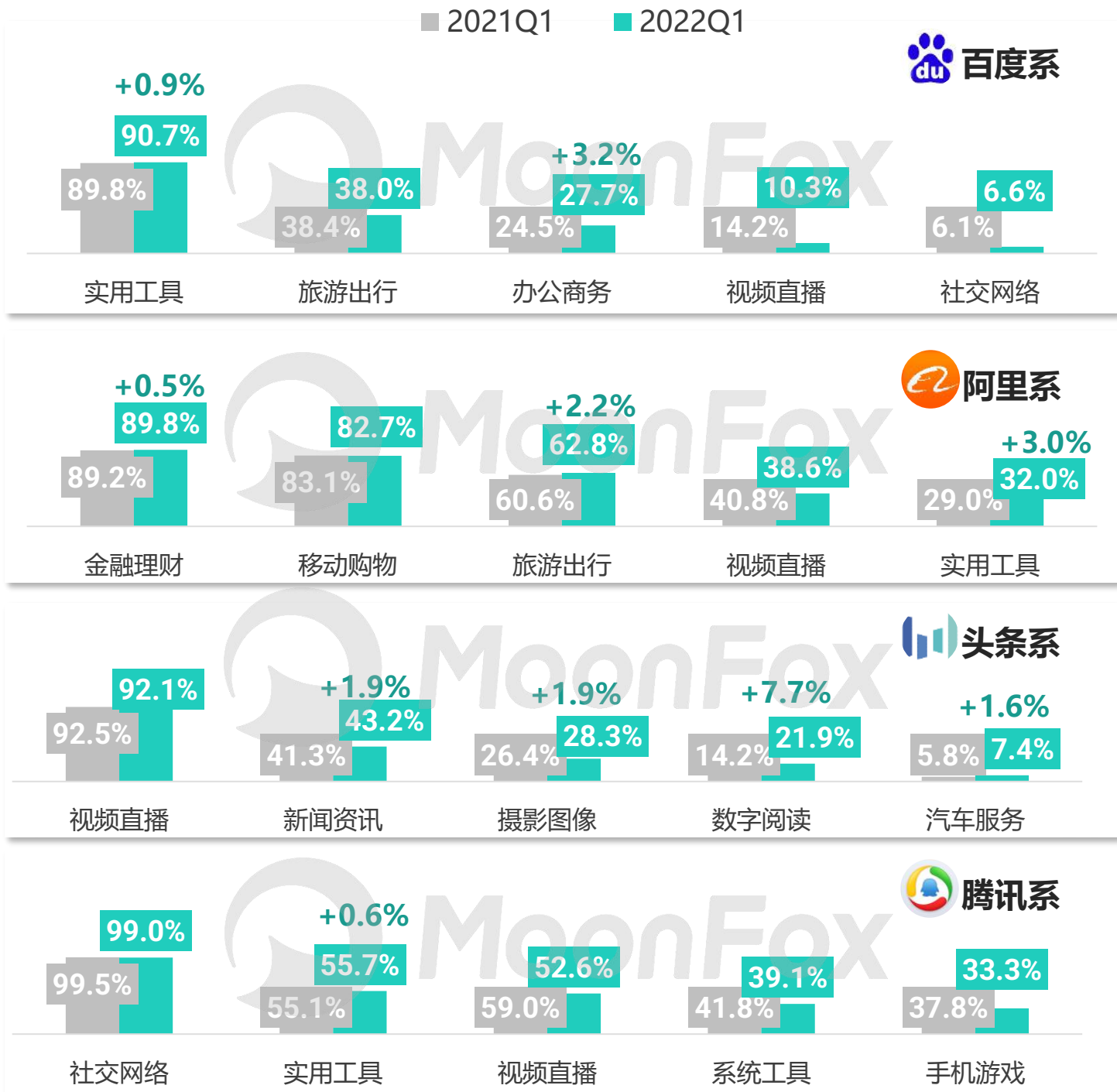
数据来源：月狐iAPP (MoonFox iApp) ; 数据周期：2022.01-2022.03

头部企业行业布局 (2/5)

头条系的行业发展增速明显，腾讯主营业务发展脚步稍放缓

- 对比头部企业在各主营细分行业上的渗透率情况，百度在办公商务赛道上的增速最快，今年一季度渗透率为27.7%，同比增加3.2%；头条系在主营业务方向上持续发力，新闻资讯、摄影图像、数字阅读以及汽车服务行业的一季度渗透率同比均录得增长，其中数字阅读行业的增速最为理想，一季度数字阅读渗透率达21.9%，同比增加了7.7个百分点
- 反观腾讯今年一季度的渗透率表现，其主营业务的渗透率与去年同期相比出现了不同程度的下降，发展势头呈现放缓趋势

头部企业细分行业渗透率top5



渗透率增幅为同比增量

数据来源：月狐iAPP (MoonFox iApp) ; 数据周期：2021.03, 2022.03

头部企业行业布局 (3/5)

头条系持续渗透，月活跃用户规模增速最强劲

- 头部企业积极扩张生活服务和办公商务类行业用户规模，头条系在生活服务行业同比增速最优，达58%，腾讯系在办公商务类应用的月活数同比增速最大，达62.5%
- 头条系的整体月活跃用户规模继续保持高速增长，自去年开始，头条系切入移动购物行业，虽行业的月活用户仍处于较小规模，但仍录得最高的同比增速，今年Q1同比增速高至4144.6%，其次头条系继续发力手游应用和汽车服务应用，今年Q1月活跃用户分别为768.8万和3852.9万，同比增速达166.1%和73.7%

头部企业细分行业MAU同比增长top5 (单位: 万)

■ 2021Q1 ■ 2022Q1



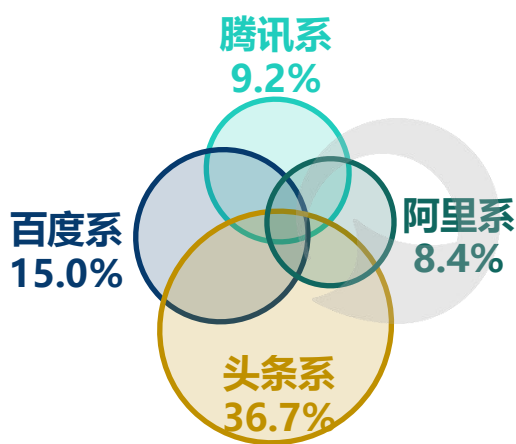
数据来源: 月狐iAPP (MoonFox iApp) ; 数据周期: 2021.01-2022.03

头部企业行业布局 (4/5)

网盘存储行业头部企业重合度较高，阿里系与百度系该行业重合率超80%

- 数字阅读行业中，头条系火力十足，行业渗透率达36.7%，头条系与阿里系和腾讯系的用户重合率均超四成，其中与腾讯系的用户重合率同比上升了13.3%，迅速抢占腾讯在线阅读板块的活跃用户
- 办公商务方面，百度、腾讯、阿里的行业渗透情况旗鼓相当，在网盘存储赛道，用户重合比例较高，阿里系与百度系的重合率达80.2%

数字阅读行业渗透率



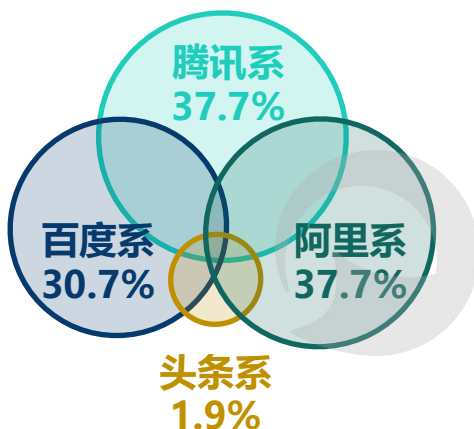
在线阅读行业企业重合率

重合企业	重合率	重合率同比增量
阿里系∩腾讯系	17.6%	3.9%
阿里系∩头条系	45.2%	9.4%
阿里系∩百度系	43.7%	1.1%
腾讯系∩头条系	47.5%	13.3%
腾讯系∩百度系	40.5%	4.7%
头条系∩百度系	24.0%	-5.8%

协同办公行业企业重合率

重合企业	重合率	重合率同比增量
腾讯系∩阿里系	43.9%	3.1%
头条系∩阿里系	48.7%	3.7%
头条系∩腾讯系	36.3%	8.2%
百度系∩阿里系	44.4%	9.5%
百度系∩腾讯系	28.4%	9.2%
百度系∩头条系	9.5%	5.8%

办公商务行业渗透率



网盘存储行业企业重合率

重合企业	重合率	重合率同比增量
阿里系∩腾讯系	10.2%	3.0%
阿里系∩百度系	80.2%	6.7%
腾讯系∩百度系	58.9%	5.6%

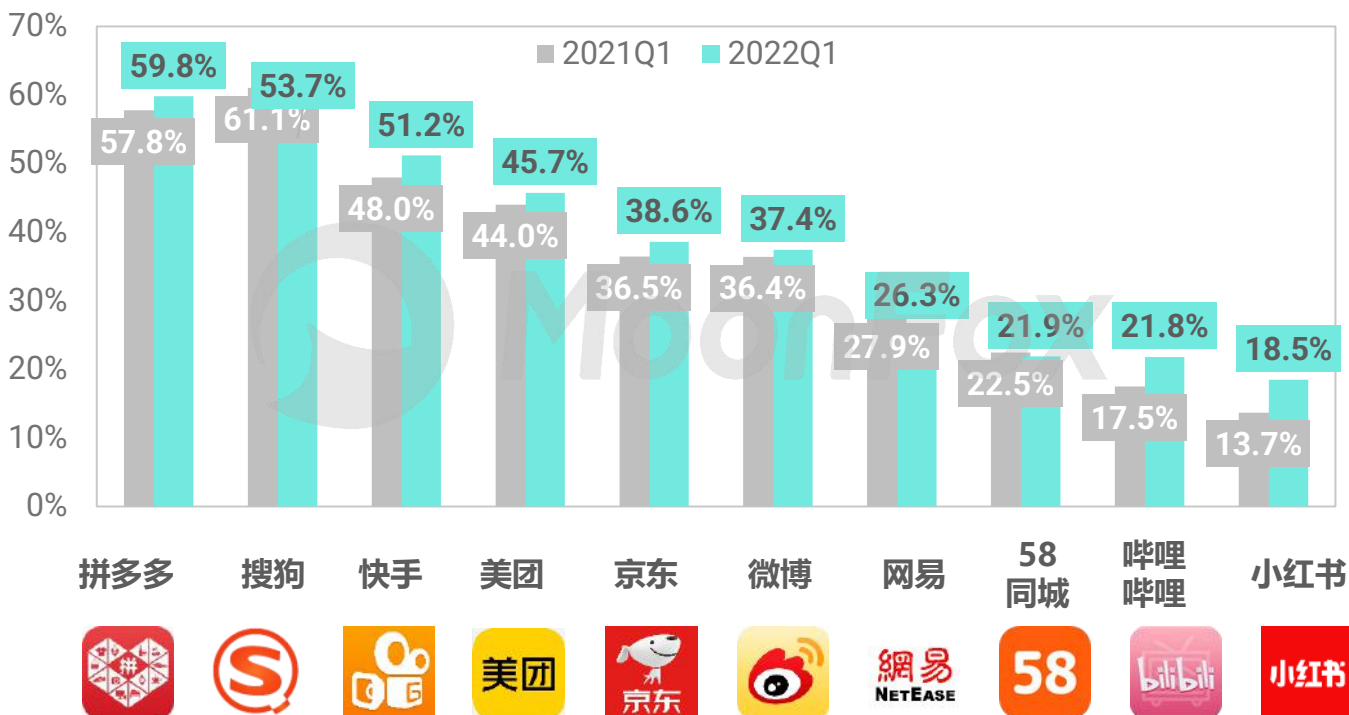
数据来源：月狐iAPP (MoonFox iApp) ; 数据周期：2021.03, 2022.03

头部企业行业布局 (5/5)

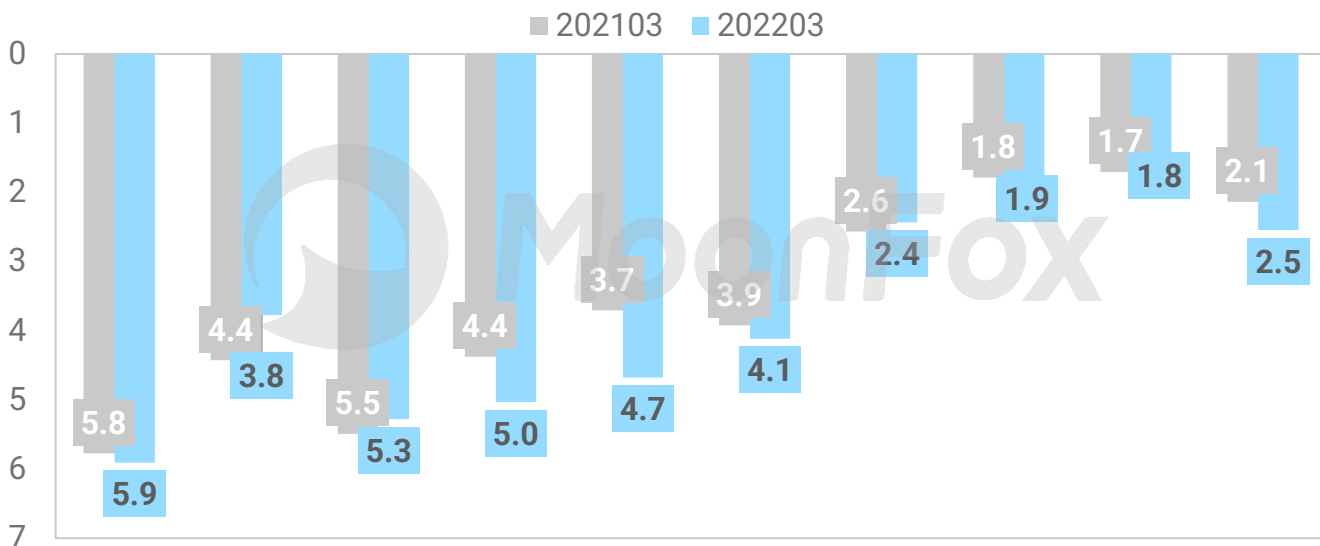
第二梯队企业中，电商类行业渗透程度和用户规模增长明显

- 对比去年一季度，今年第二梯队企业的用户渗透率整体呈现上升趋势，头部企业对移动网民的覆盖程度逐渐加深
- 从用户覆盖率和用户规模情况上看，拼多多成为第二梯队的领军企业，今年一季度末用户渗透率逼近六成，月用户规模达5.9亿，对比去年同期增加了1000万月活跃用户；作为电商行业中的另一佼佼者，京东表现同样不俗，今年Q1渗透率为38.6%，同比增加了2个百分点，月活跃用户在一年期间增加了约1亿，今年3月末达4.7亿

第二梯队企业用户渗透率变化



第二梯队企业用户MAU变化 (单位: 亿)



数据来源: 月狐iAPP (MoonFox iApp) ; 数据周期: 2021.01-2022.03

02

行业及app特色榜单

- 行业用户规模增长排名
- 行业用户时长增长排名
- 热点app DAU飙升榜
- 热点app DAU新秀榜
- 地域特色app榜

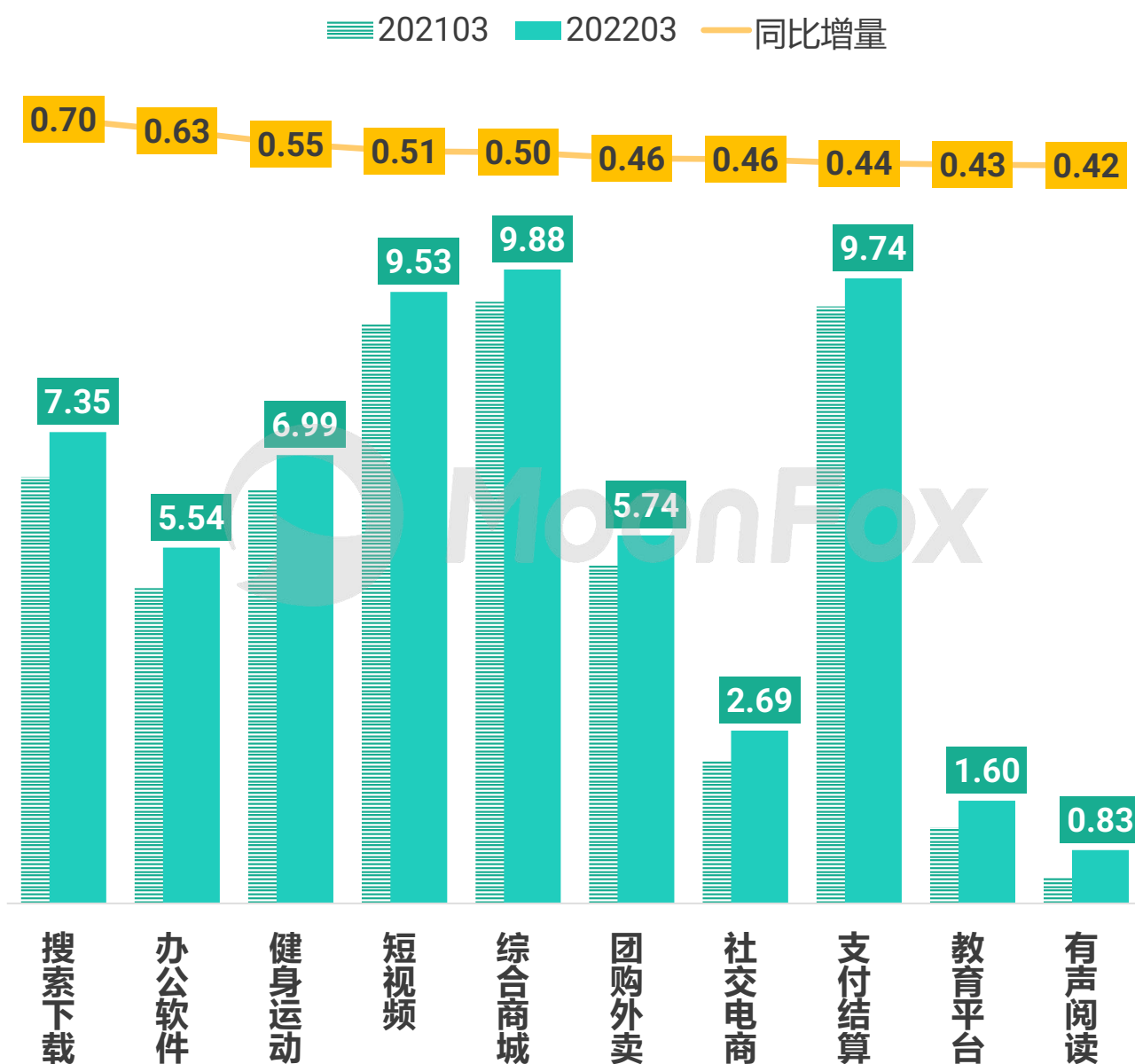


行业用户规模增长top 10

搜索下载行业保持高速增长模式，办公软件行业用户增长规模升至第二位

- 搜索下载行业的用户规模同比增量继续维持第一，今年3月拥有7.35亿的用户数量，同比增加了7000万用户
- 受疫情反复的影响，今年三月公众对远程办公的需求有所提升，行业用户规模增长跃升至第二位，今年3月用户规模为5.54亿，同比增加量达6300万；而受奥运热潮的影响和全民健身计划的持续性指导作用，健身运动行业仍然维持高增长，截止今年3月份，已有近七亿用户下载安装了健身运动类应用

用户规模同比增长top 10行业（单位：亿）



数据来源：月狐iAPP (MoonFox iApp)；数据周期：2021.03, 2022.03

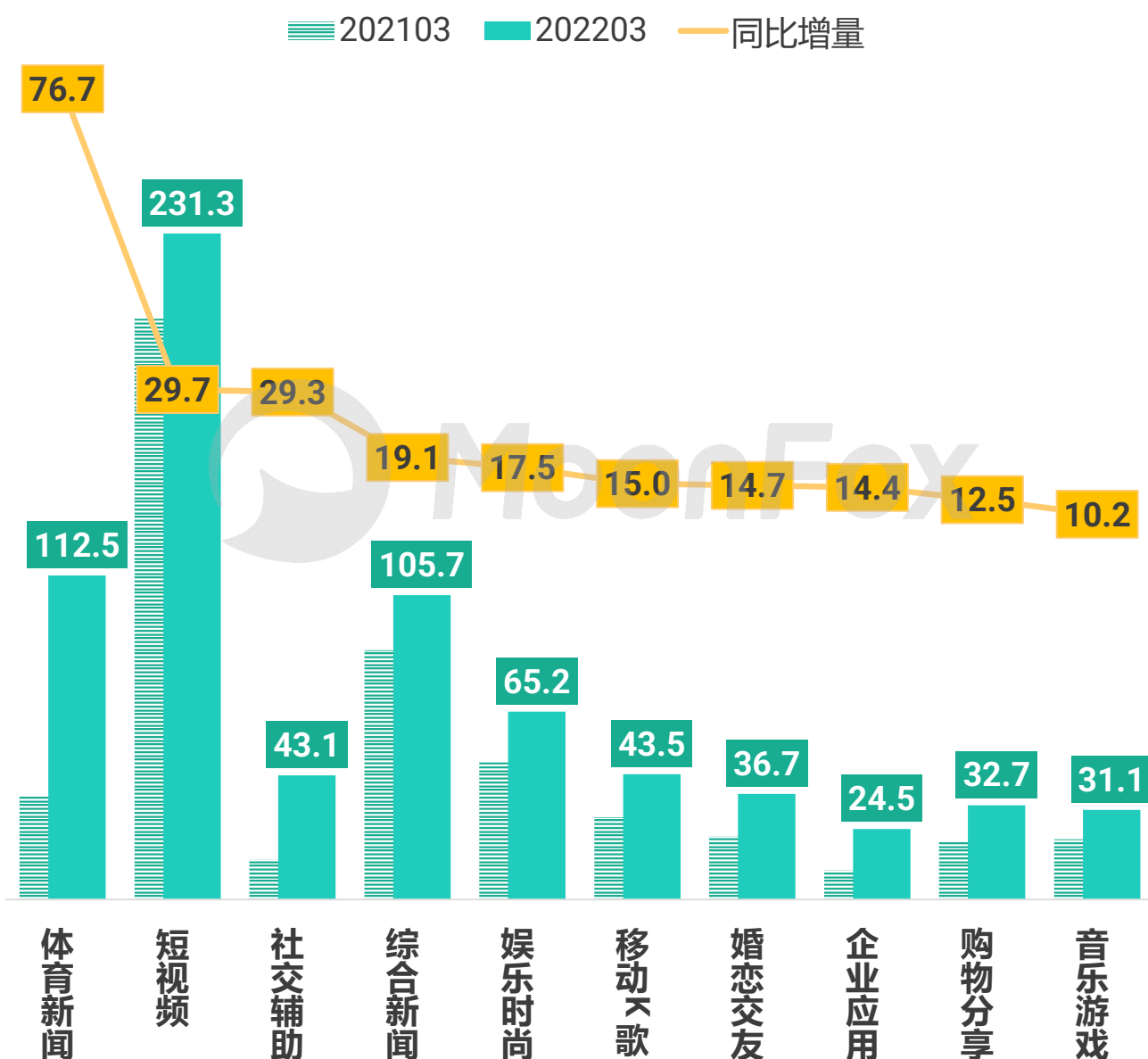
行业用户规模指目标行业app在装的设备数

行业人均时长增长top 10

体育新闻类app人均日使用时长同比增长量达76.7分钟，增长幅度远超短视频成为增长黑马

- 行业人均日使用时长的同比增长量排行榜单中，体育新闻行业发力超越短视频，成为本季度使用时长增量第一，今年3月份用户平均每天花费112.5分钟在浏览体育新闻，对比去年3月增加了76.7分钟，用户粘度增长势头不容小觑
- 虽落至第二位，短视频行业仍然拥有较高的用户使用时长同比增量，今年3月人均日使用时长达231.3分钟，较2021年3月增长了29.7分钟

人均日使用时长同比增长top 10行业（单位：分钟）



数据来源：月狐iAPP (MoonFox iApp)

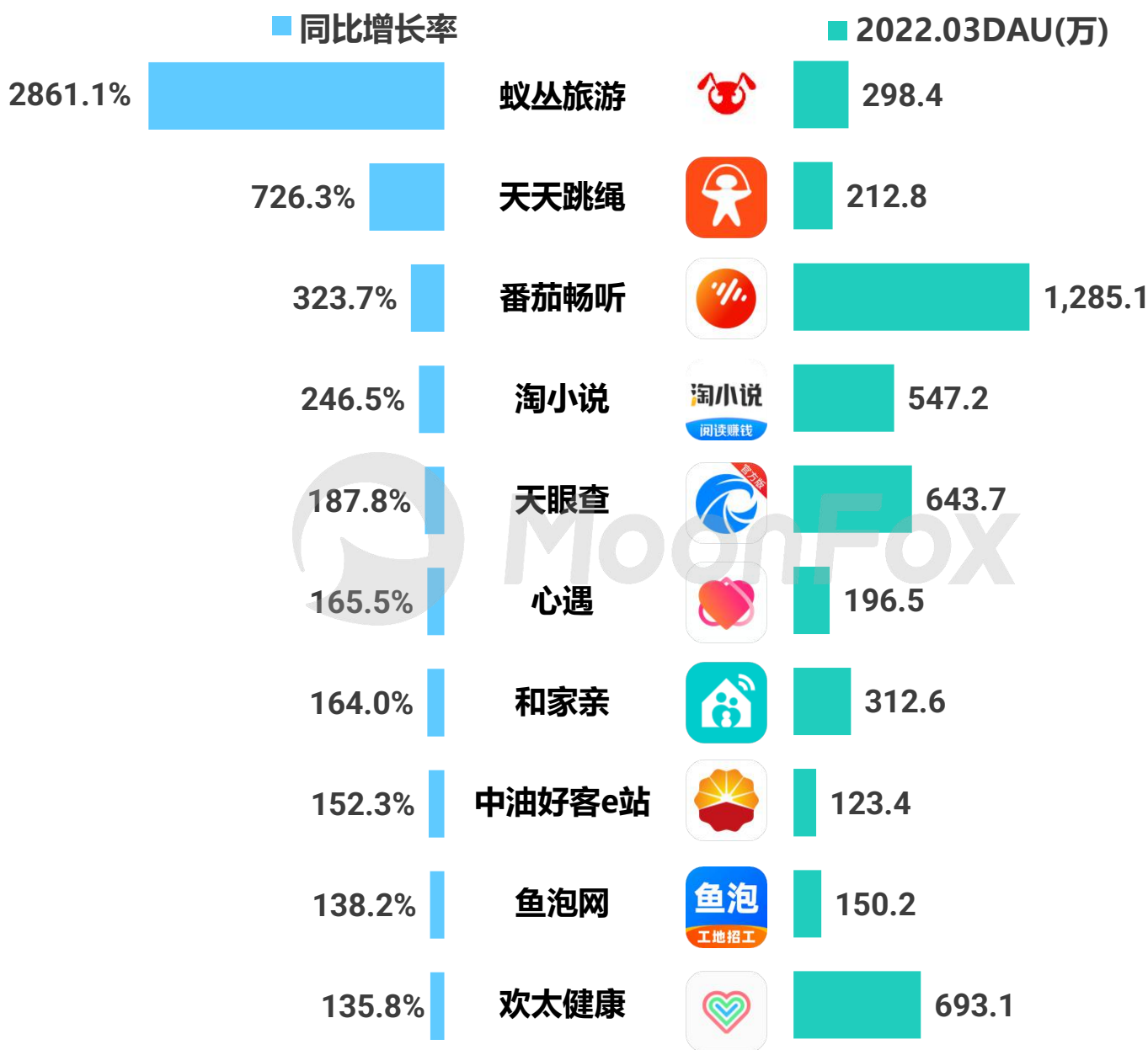
数据周期：2021.03, 2022.03

DAU飙升榜

蚁丛旅游登顶飙升榜第一，番茄畅听在千万用户规模下仍保持高增长

- 2022年第一季度，蚁丛旅游已2861.1%的同比增长率领跑季度活跃用户飙升榜，其三月份的月均DAU为298.4万；健身运动类app天天跳绳凭借726.3%的活跃用户同比增长率成为飙升榜第二名，健身运动行业中的另一款app欢太健康同样入围榜单前十，月均DAU达693.1万
- 榜单第三的番茄畅听近一年来不断扩张用户规模，今年3月活跃用户数已破千万，同比增长率达323.7%

DAU飙升榜



数据来源：月狐iAPP (MoonFox iApp) ; 数据周期：2021.03, 2022.03

应用DAU同比增长率= (当期应用DAU均值-去年同期应用DAU均值) / 去年同期应用DAU均值

数据范围：月均DAU在当期与去年同期满足一定规模的app，按同比增长率的top榜单

DAU新秀榜

秀影图片编辑以较大优势领跑Q1新秀榜

- 2022年第一季度移动应用新秀榜单中，拍摄美化类应用秀影图片编辑凭借117.2的月均DAU登顶新秀榜单的榜首，而基于NFT溯源技术的数字藏品交易平台zTag名列第二，三月月均DAU为37.5万；排名第三的应用为综合商城行业的海豹电商，拥有27.7万的月均DAU
- 其余上榜的应用分别有拍摄美化行业的趣演、社区交友行业的就聊、短视频行业的轻抖和达赏、图片分享行业的去拍吧、健康工具行业的快来计步以及动画动漫行业的画涯

DAU新秀榜



数据来源：月狐iAPP (MoonFox iApp)；数据周期：2022.01-2022.03

数据范围：上线时间在2022年1季度，2022年3月月均DAU top榜单

地域特色app榜

城市等级	行业	应用名	渗透率TGI	区域DAU
一线城市	综合商城	东方购物	1,234	37,570
	手机银行	上海农商银行	1,143	102,930
	导诊挂号	优苗	1,142	16,394
	导诊挂号	健康云	1,141	1,276,390
	手机银行	北京农商银行	1,138	102,242
	教育工具	孩子通	1,136	43,303
	即时零售	美团买菜	1,049	833,575
	导诊挂号	健康160	982	29,392
	零售O2O	i百联	971	93,834
新一线城市	教育工具	宁波智慧教育	537	17,594
	教育平台	百智通线上教育中心	531	71,654
	教育工具	杭州教育	525	21,622
	手机银行	重庆三峡银行	514	18,169
	汽车养护	重庆加油	513	17,458
	求职招聘	汇博人才网	507	42,783
	手机银行	天津农商银行	498	64,794
	手机银行	重庆银行	497	44,623
	手机银行	鄞州银行手机银行	497	109,598
K12教育	微课掌上通	489	40,847	
二线城市	分类信息	化龙巷	508	98,038
	手机银行	临商银行	482	12,988
	手机银行	无锡农商行	478	32,008
	智能家居	e家安	477	83,665
	手机银行	江阴农商银行	449	37,478
	手机银行	大连银行	439	45,656
	智能家居	小依	436	45,241
	手机银行	江南农商行	434	42,096
	手机银行	潍坊银行	421	16,534
手机银行	海峡银行	406	61,654	
三线城市	手机银行	唐山银行手机银行	421	26,420
	手机银行	齐商银行	347	22,652
	手机银行	济宁银行	339	15,469
	手机银行	乌鲁木齐银行	327	40,223
	手机银行	邯郸银行	327	11,415
	基金券商	财达财日昇	266	89,174
	综合新闻	冀云	265	10,152
	手机银行	柳州银行	259	15,190
	支付结算	农商行收银宝	252	44,708

数据来源: 月狐iAPP (MoonFox iApp) ; 数据周期: 2022.03

TGI: TGI=所选日期内, 某APP在该地域的渗透率/该app在全网的渗透率*100, 行业删除厂商生态, 工具类, 电子政务类, 预装类APP

四个地域的app (一线城市、新一线城市、二线城市、三线城市) 按照在当地渗透率TGI的top榜单

03

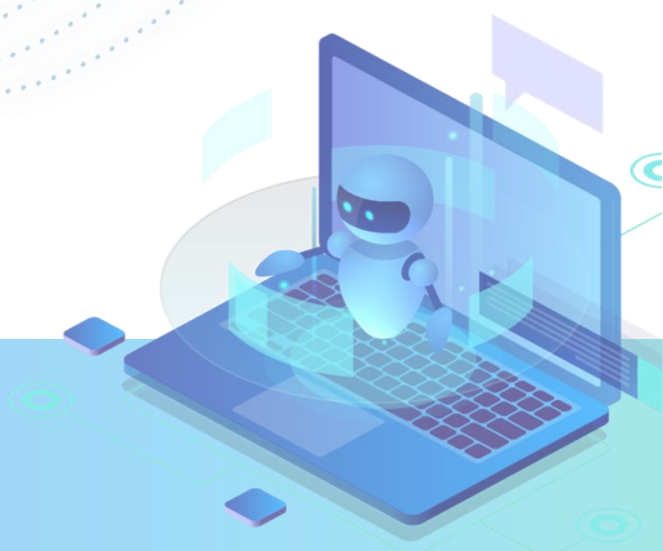
热点分析

- 北京冬奥会掀起超凡观赛热潮
- 虚拟形象+社交成互联网玩家的新方向
- “一号文件” 聚焦乡村数字化建设，下沉市场迎发展新机遇



热点一

北京冬奥会掀起超凡观赛热潮

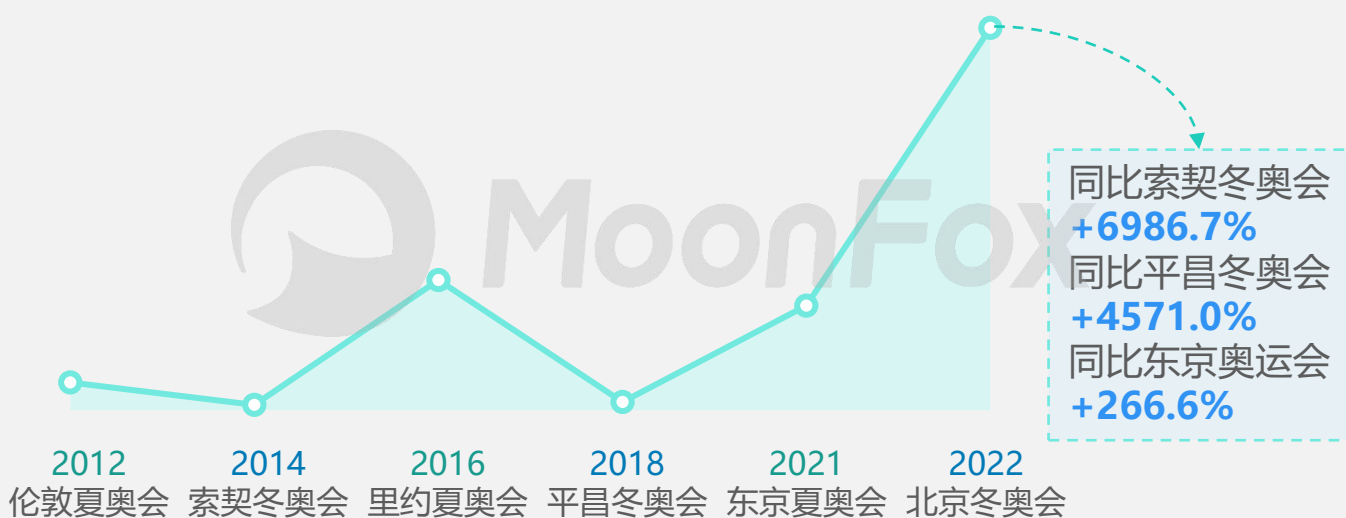


北京冬奥热度创冬奥历史新高

北京冬奥会实力“出圈”，关注热度远超历届冬奥

- 凭借着主场优势、爆红的冬奥IP“冰墩墩”、谷爱凌等冠军的夺冠瞬间刷屏以及王濛东北式解说等因素的影响下，成功让冬奥会融合了具备足够热度的社交话题和娱乐互动性，使本届北京冬奥会成为了数字媒体平台上热度最高的一届冬奥会
- 从搜索热度来看，北京冬奥会的关注度比上届平昌冬奥会飙升了45倍，与去年的东京夏季奥运会相比，搜索指数也上升超266.6%

历届奥运会举办期间搜索指数日均值变化



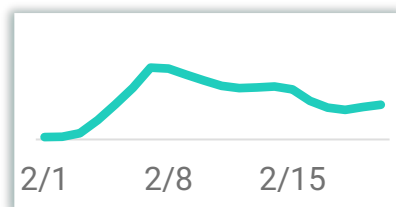
热点事件+社交话题+娱乐互动性

三位一体推动冬奥话题热度飙升

IP出圈

- 得益于可爱的形象和社交平台的曝光度，冰墩墩成功“出圈”，一度出现“一墩难求”的抢购热潮

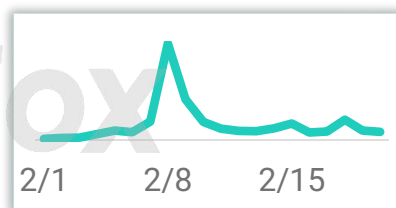
“冰墩墩”搜索指数变化



冠军出圈

- 谷爱凌、苏翊鸣等“00后”冠军凭借出色技术和亲和性格成为当期“顶流”

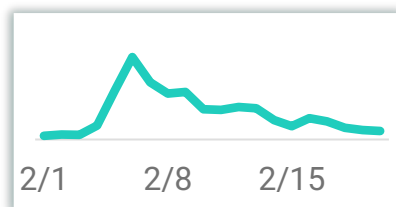
“谷爱凌”搜索指数变化



文化出圈

- 随着王濛唠嗑式解说和运动员们极具渲染力的东北话采访走红，“冬奥尽头是东北话”成为当期热门梗

“王濛解说”搜索指数变化



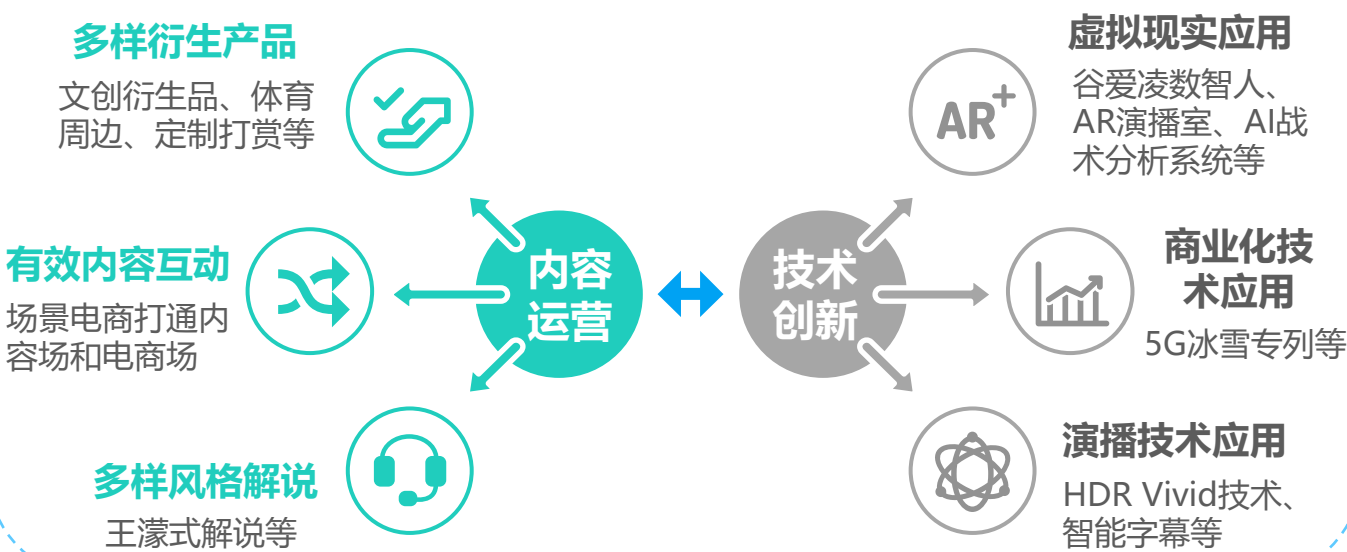
数据来源：百度指数；取数范围：2012.07-2022.02

平台深耕运营，拓宽云上冬奥玩法

数字媒体平台探索多样玩法，为观众打造一场好看又好玩的奥运盛事

- 作为热度最高、关注度最高的一届冬奥赛事，数字媒体平台强大成熟的运营能力为这份出色的冬奥成绩单添下了浓重的一笔
- 奥运IP无疑是获取公众关注度的首要因素，但如何利用好IP流量、挖掘IP价值成为内容平台成功跑出的重要一剑；以咪咕视频和快手短视频为例，基于对用户多样化需求的考虑，他们积极建设自身的奥运内容生态，形成成熟高质量的奥运赛事社区生态，赛事举办期间，快手端的奥运相关作品总播放量破千亿

咪咕视频强运营能力提升冬奥观赛体验



快手抢先连接冬奥内容与短视频平台



快手相关端内外奥运相关作品及话题视频总播放量达**1544.8亿**

- 冬奥点播间播放量达**79.4亿**
- 快手自制的冰雪奥运相关节目总播放量达**42.5亿**
- 全民冬奥打CALL视频总播放量达**708亿**

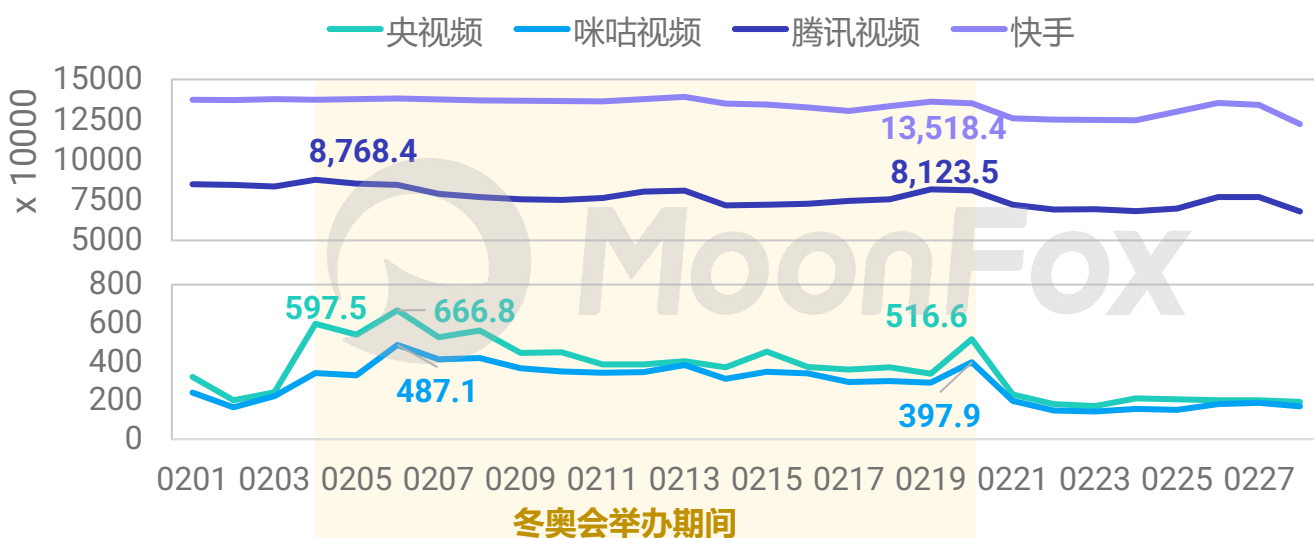
资料来源：月狐研究院整理

平台合力打造冬奥流量盛宴

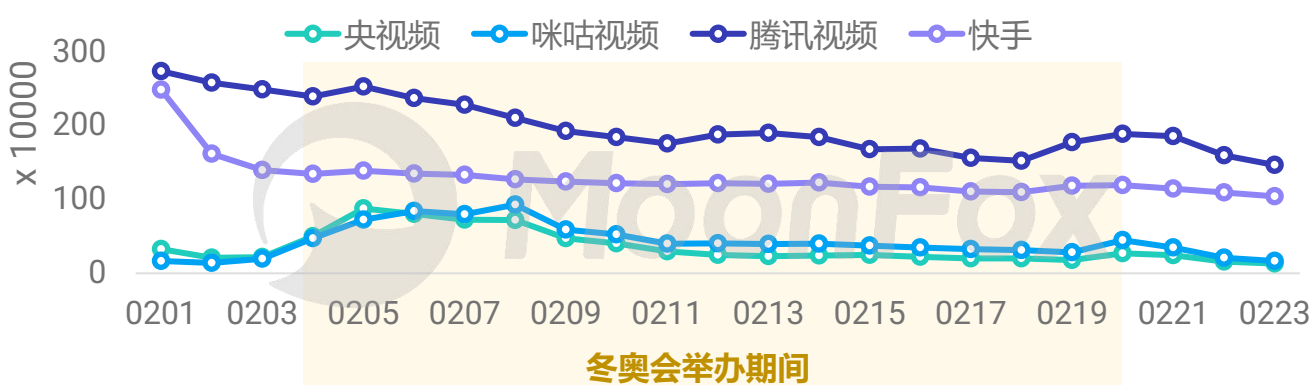
借助冬奥强大体育赛事，赛事转播承接平台赚足眼球

- 冬奥赛事的主要转播平台央视频和咪咕视频在用户规模增长方面取得了亮眼的成绩，冬奥举办期间，央视频日均新增用户数为40.2万，咪咕视频日均新增用户达50.4万，央视频日活跃用户规模在2月6日到达峰值666.8万
- 观众用户在整个赛事期间保持着较高的关注度和粘度，平台的人均每日使用时长保持稳定

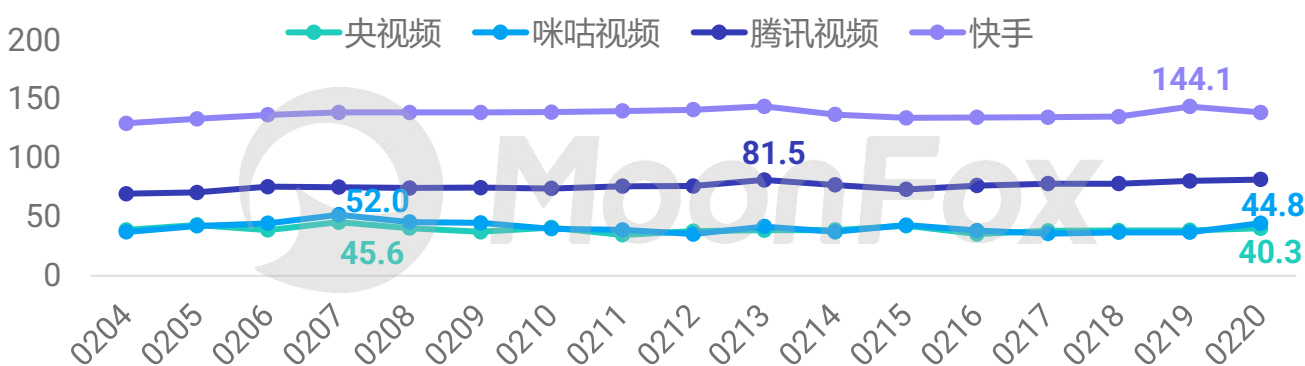
冬奥赛事播放平台app DAU变化 (单位: 万)



冬奥赛事播放平台app日新增用户变化 (单位: 万)



冬奥会期间播放平台人均使用时长变化 (单位: 分钟)



数据来源: 月狐iAPP (MoonFox iApp) ; 取数周期: 2022.02

“冬奥热” 激发全民冰雪运动热潮

“带动三亿人参与冰雪运动” 承诺已实现，成为北京冬奥会最大成果

- 北京冬奥会引燃全民冰雪运动热情，冰雪产业发展明显提速：国家统计局调查显示，从北京冬奥会申办成功至2021年10月，全国冰雪运动参与人数达3.46亿人，居民参与率达24.6%；六年间，全国冰雪场地设施有了数量的极大提升，截止2021年初，全国冰场数对比2015年增加317%
- 冬奥热同样带动冰雪经济，文化和旅游部相关调查显示，2021-2022冰雪季我国冰雪休闲旅游人数有望超3亿，冰雪休闲旅游收入预估达3233亿元

《冰雪运动发展规划(2016-2025年)》

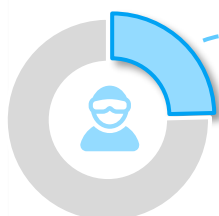
- ✓ 到2025年，冰雪运动基础更加坚实，普及程度提升
- ✓ 直接参加冰雪运动人数超5000万，带动3亿人参与冰雪运动

《关于以2022年北京冬奥会为契机大力发展冰雪运动的意见》

- ✓ 力争到2022年，我国冰雪运动总体发展更均衡，普及程度明显提升，参与人数大幅增加，冰雪运动影响力更广泛
- ✓ 大力普及群众性冰雪运动，建设群众冰雪设施

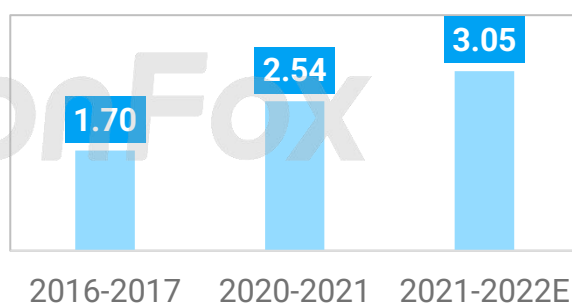
群众基础更加坚实

居民冰雪运动参与情况



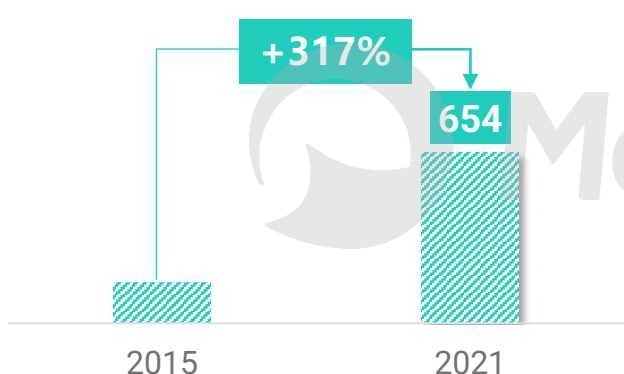
- 居民参与率达**24.6%**
- 全国冰雪运动参与人数达**3.46亿**

各冰雪季全国冰雪休闲旅游人数变化

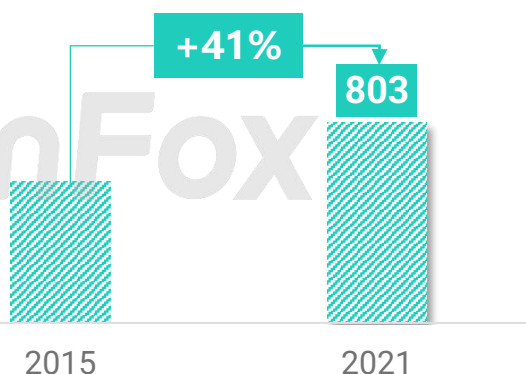


冰雪设施更加普及

全国标准冰场数变化



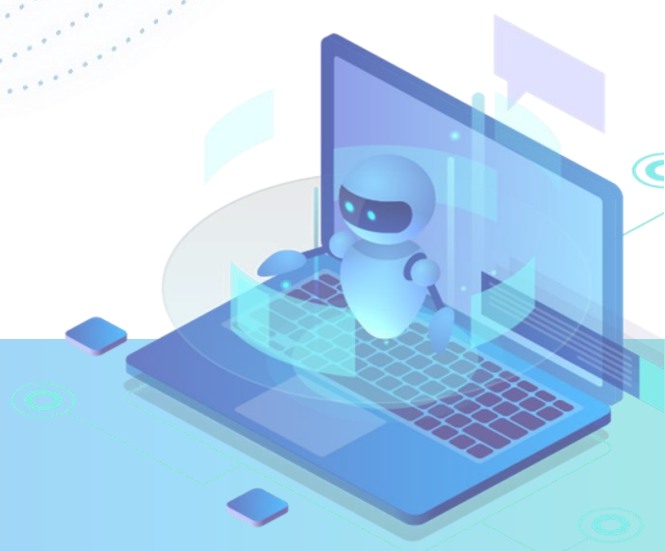
全国雪场数变化



数据来源：国家统计局，文化和旅游部；取数范围：2015-2021

热点二

虚拟形象+社交成互联网玩家 的新方向

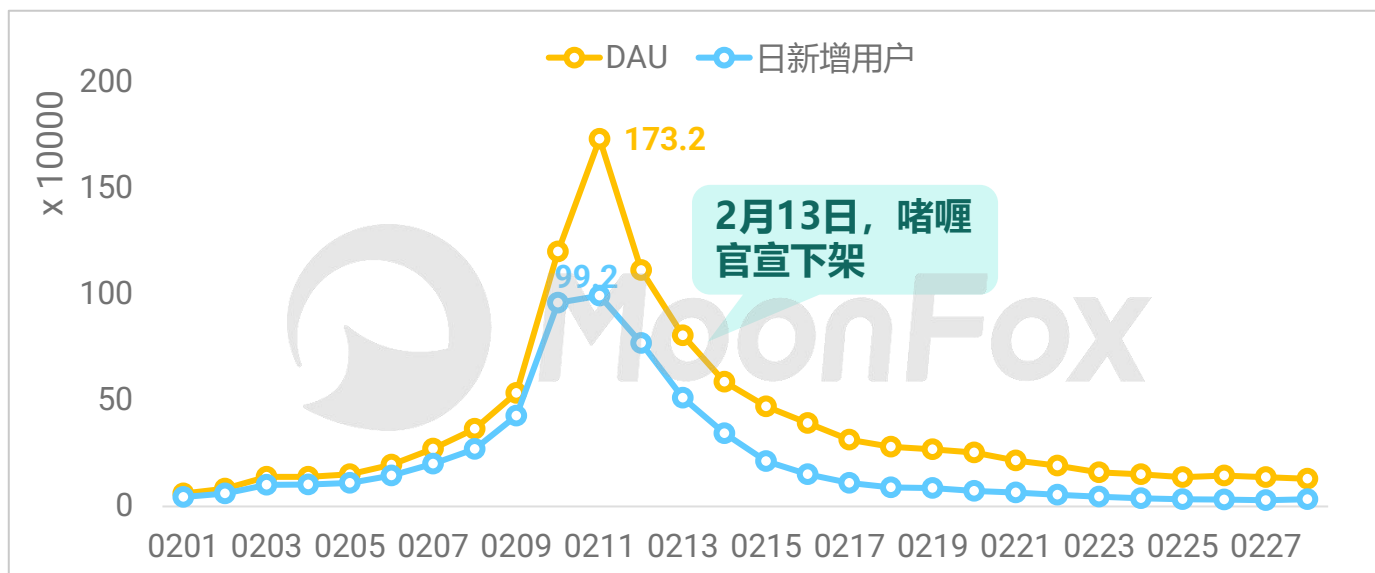


虚拟社交新玩家队伍日益壮大

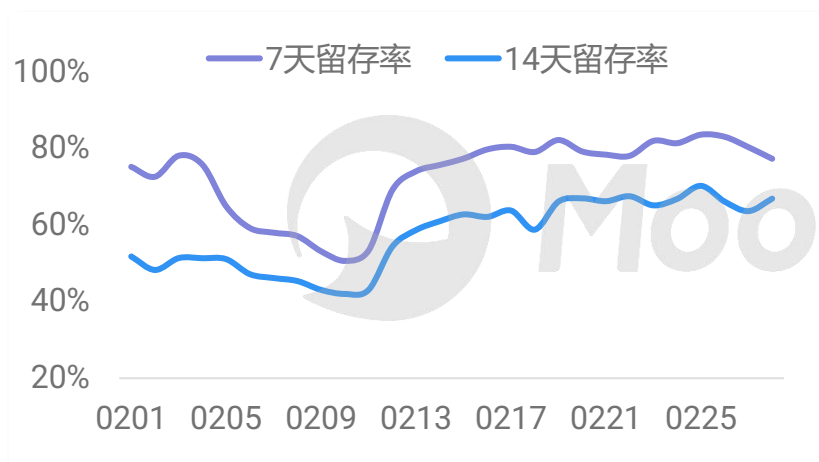
新玩家啫喱强势火热出圈，虚拟社交跑道潜力还待进一步释放

- “元宇宙”热潮依然强盛，作为元宇宙的重要组成零件，虚拟形象与虚拟社交被认为是目前构建元宇宙世界的一块敲门砖，不少产品瞄准元宇宙的风口纷纷入场，如字节跳动在海外推出了虚拟身份社交产品 pixsoul，百度上线沉浸式虚拟互动app“希壤”，一点资讯推出“啫喱”
- 在众多新上线的虚拟社交应用中，以啫喱的表现最为亮眼：上线一个月后，啫喱因存在延迟、闪退等问题在2月13日选择主动从应用商店下架，截止目前仍未重现上架；但从啫喱短期的用户表现上看，超七成的活跃用户为女性群体，2月份的七天平均留存率达72.9%，十四天平均留存率为57.4%，虚拟社交群体具有较强的粘性，虚拟社交领域的创新和持续性还有更多待释放的潜力

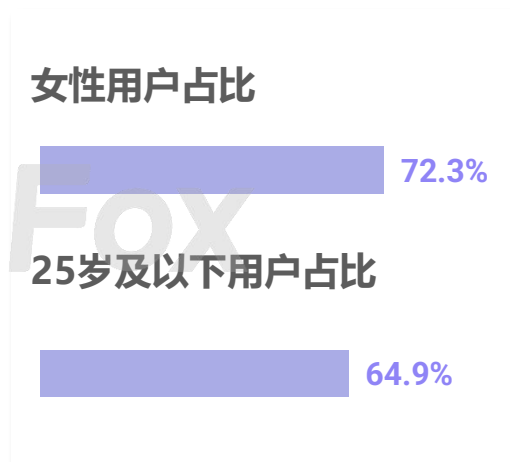
啫喱DAU及日新增用户变化 (单位: 万)



啫喱用户留存率



啫喱用户画像



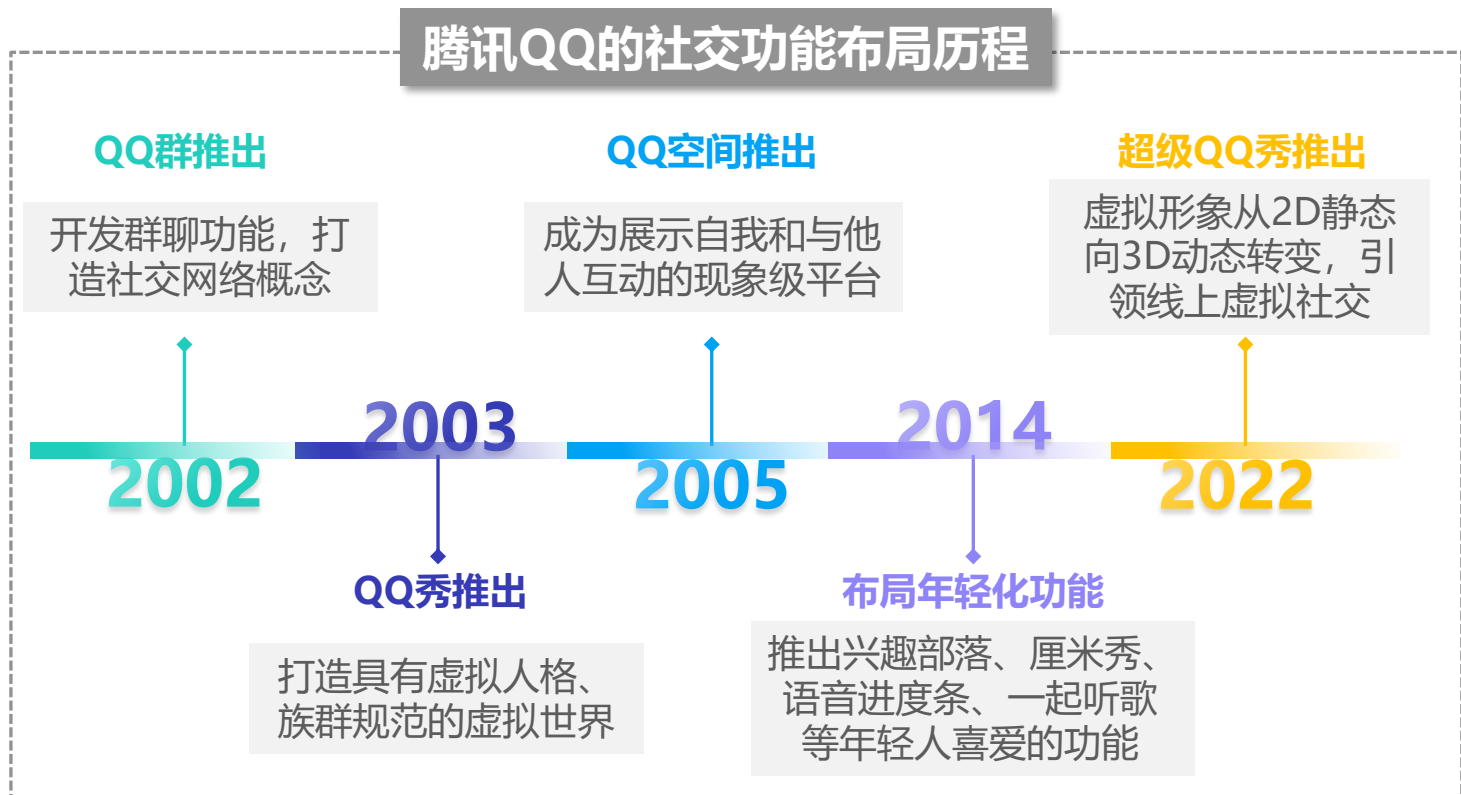
数据来源: 月狐iAPP (MoonFox iApp) ; 取数周期: 2022.02

QQ秀再出发，启航全新虚拟社交

腾讯借QQ秀的升级换代，强势切入元宇宙虚拟社交跑道

- 随着元宇宙概念的走红，各大厂迅速着手布局元宇宙赛道，今年春节期间，腾讯QQ新增“超级QQ秀”虚拟形象功能，用户可以自由地设计个性化的虚拟社交形象
- 凭借QQ背后强大的用户基础和社交流量，以及具备一定情怀价值的QQ秀功能，腾讯这次的尝试找准了入口，满足了老用户以及Z世代用户的游戏和社交多重需求

腾讯QQ的社交功能布局历程



超级QQ秀的应用功能

高度定制化形象

- ✓ AI自由捏脸
- ✓ 丰富个性化形象搭配
- ✓ 多样化的情绪表达、表情呈现

视频化动态展示 3D

- ✓ “舞蹈直拍式”的视频化自我展现
- ✓ 互动式的好友约拍



多元社交场景

- ✓ 为特定社会关系设定不同场景
- ✓ 用户打造个性化场景以自我展现

深度沉浸感场景

- ✓ 高精度、高还原度虚拟建模
- ✓ 打造高契合度的同好兴趣社交场景

资料来源：月狐研究院整理

Soul持续发力，拓宽虚拟社交功能

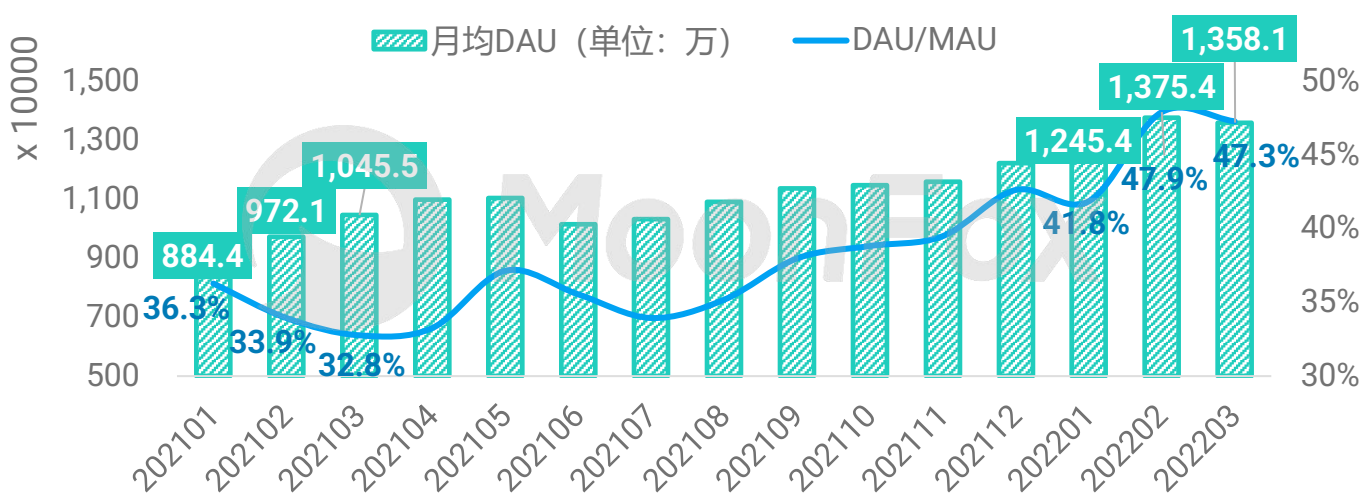
元宇宙概念加持虚拟社交，不断开拓多元内容场景，用户粘性度增势可观

- 去年5月，Soul首次将自己定义为社交元宇宙，通过元宇宙概念的切入与赋能，Soul成为了社交宇宙中的势不可挡的一股热潮
- Soul持续深化发展，拓展更多虚拟社交功能与场景，用户粘性度持续增强，DAU/MAU比值从去年Q1的34.3%上升至今年同期的47.3%，上涨幅度超10个百分点；同时，Soul的重度用户占比也由去年年初的27.6%增加到今年一季度末的34.2%

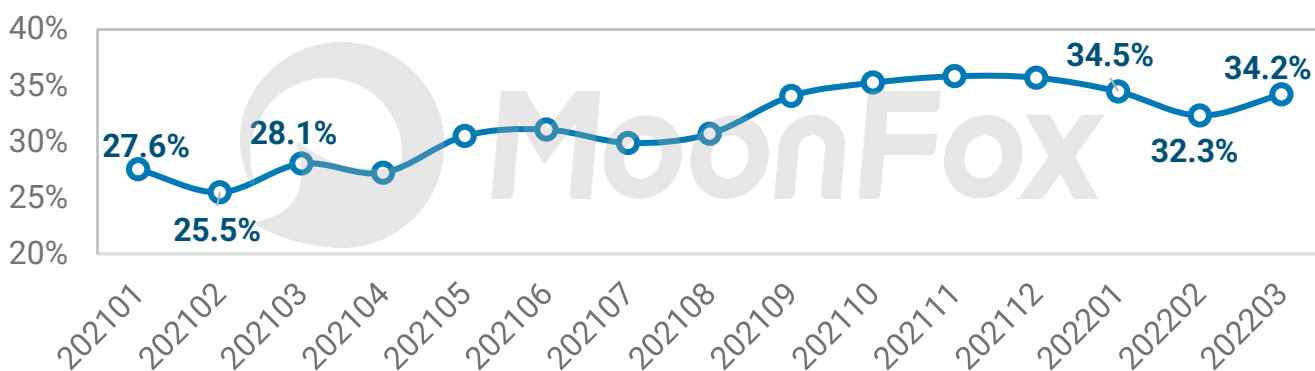
Soul虚拟社交组成元素



Soul月均DAU及用户粘性指标变化



Soul重度用户占比变化



数据来源：月狐iAPP (MoonFox iApp)；取数周期：2021.01-2022.03

重度用户：月活跃天数为10天以上

热点三

“一号文件” 聚焦乡村数字化建设，下沉市场迎发展新机遇



数字乡村建设释放下沉市场活力

数字化建设成为乡村振兴工作重点

- 2022年度中央一号文件于今年2月正式发布，文件指出要全面推进乡村振兴重点工作，并明确了包含“加强县域商业体系建设”、“大力推进数字乡村建设”在内的多项任务，下沉市场迎来数字化发展利好机遇
- 在数字化振兴的背景下，京东积极响应下沉城市发展需求，提升下沉市场的数字化商城、物流配送等覆盖率

数字乡村建设相关政策文件

2018年1月

中央一号文件首次提出要实施**数字乡村战略**

2019年5月

中共中央办公厅、国务院办公厅印发《**数字乡村发展战略纲要**》，部署了加快乡村信息基础设施建设、发展农村数字经济等十项重点任务

2020年

农业农村部等相继发布《**数字农业农村发展规划(2019—2025年)**》、《**2020年数字乡村发展工作要点**》、《**关于开展国家数字乡村试点工作的通知**》

2022年1月

国家发改委等十部门印发《**数字乡村发展行动计划(2022-2025年)**》，部署了数字基础设施升级行动、新业态新模式发展行动等八方面重点行动

2022年2月

中央一号文件提出**实施数字乡村建设发展工程**

数字乡村商业市场体系建设三步走

产业数字化转型

- 农民数字化素养提升
- 数字化专业人才引进
- 传统产业与新型业态同时发展

县域商业体系建设

- 发展农村电商，实施“数商兴农”工程
- 加快农村物流快递网点布局，实施“快递进村”工程，促进农村消费扩容提质升级

农村数字化
市场体系

数字基建

下沉用户覆盖

- ✓ 京东2021年全年的新增用户中，**70%来自下沉市场**

下沉物流覆盖

- ✓ 京东物流在全国33个城市运营了43座“亚洲一号”，**提升了偏远地区的配送时效，有力地带动了当地就业，形成多个“亚一就业村”**

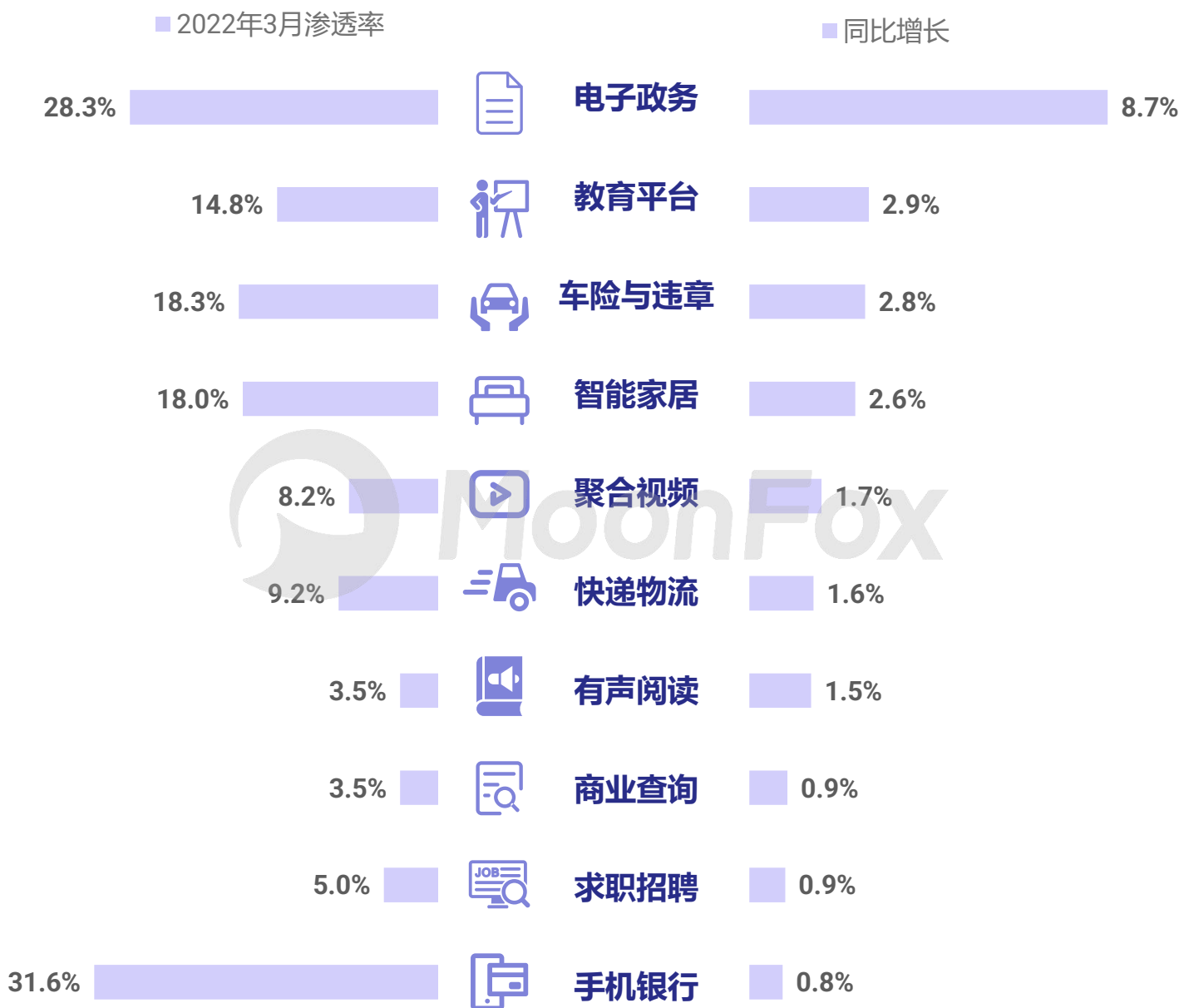
资料来源：公开资料整理

电子政务引领下沉城市数字化建设

下沉城市中，电子政务行业应用渗透率同比增长最快

- 在数字化新基建的号召以及后疫情时代的影响下，我国智慧城市、数字化城市的建设正在加快“下沉”速度，地方政府率先作出示范性模范作用，积极推动数字化政务服务下沉，今年3月份，在移动互联网的各细分行业中，电子政务行业的渗透率同比增长幅度最大，达8.7%，当月渗透率为28.3%
- 数字化金融平台在下沉城市中也拥有较高的覆盖度，三线及以下城市的手机银行行业覆盖度达31.6%

三线及以下城市渗透率同比增长TOP 10



数据来源：月狐iAPP (MoonFox iApp)

取数周期：2021.03, 2022.03

下沉市场的泛娱乐行业增长迅猛

在线音乐和体育新闻类应用在三线及以下城市中的用户规模增长态势良好

- 在下沉市场用户同比增长最快的榜单排行中，腾讯旗下酷我音乐推出的波点音乐今年3月录得同比增长率为6569.5%，融合了短视频+社区+音乐概念的波点音乐在下沉城市中迅速成长
- 在线协同办公软件Link Now以及手机银行行业的海南银行在三线及以下城市中的同比增长情况也非常乐观，今年3月同比增长率分别为4316.2%和749.6%，移动办公和数字金融在下沉城市中日常生活的渗透程度逐渐扩大

三线及以下城市月均DAU增长TOP 10



数据来源: 月狐iAPP (MoonFox iApp)

取数周期: 2021.03, 2022.03

04

细分行业观察

- 求职招聘
- 汽车资讯
- 买房租房
- 智能家居
- 拍摄美化
- 健康运动
- 就医咨询
- 二手电商

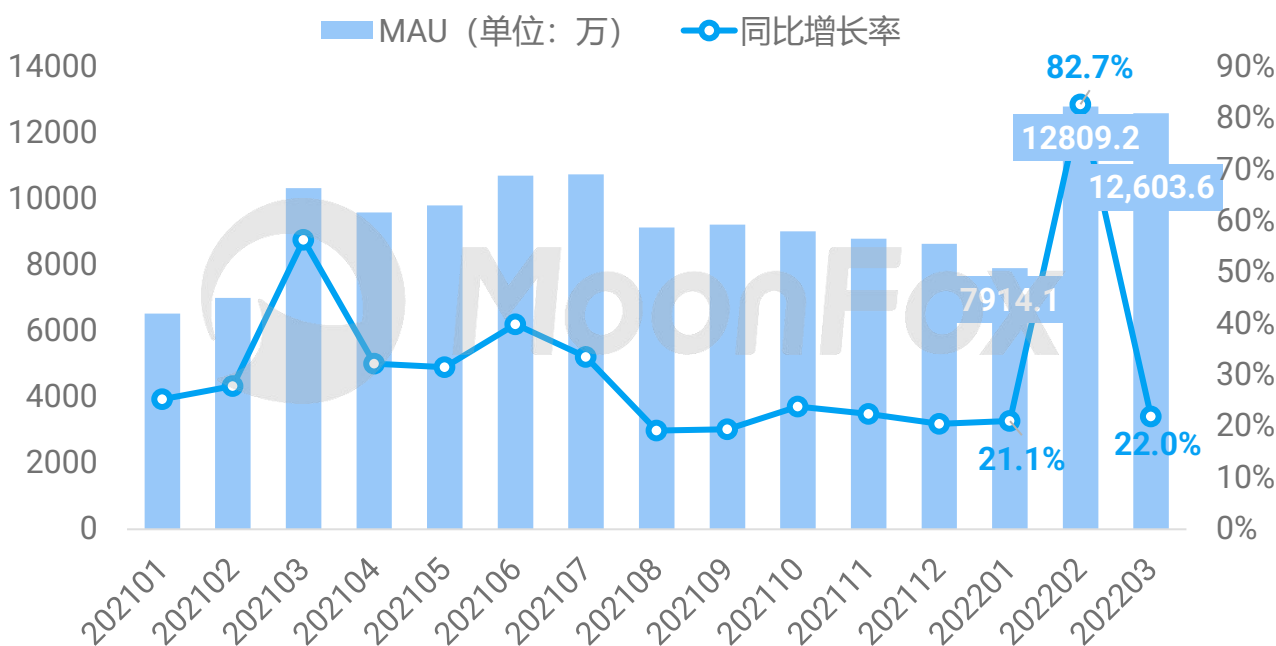


求职招聘行业

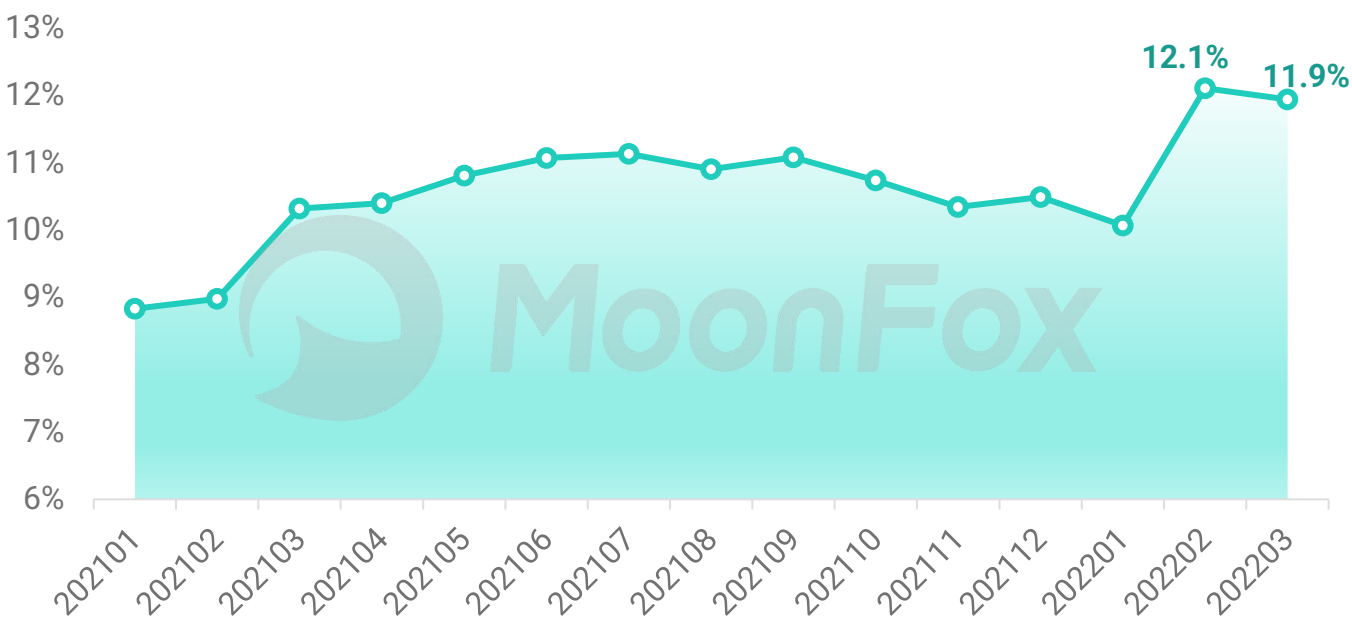
招聘市场迎来求职潮，互联网招聘平台用户明显增长

- 从去年年中开始，互联网行业相继爆出裁员消息，大厂“裁员潮”下，相当一批劳动力回流到招聘市场中，自去年年底，招聘市场渐渐出现“供给热”
- 而对于互联网招聘平台来说，此波“供给热”则迎来了用户的膨胀期：今年春节后，2月份的活跃用户数飙升至1.28亿，同比增长82.7%，行业在移动网民中的覆盖率在2月份也有所提升，2月份覆盖率达12.1%，对比1月份上升了两个百分点

求职招聘行业MAU变化



求职招聘行业渗透率变化



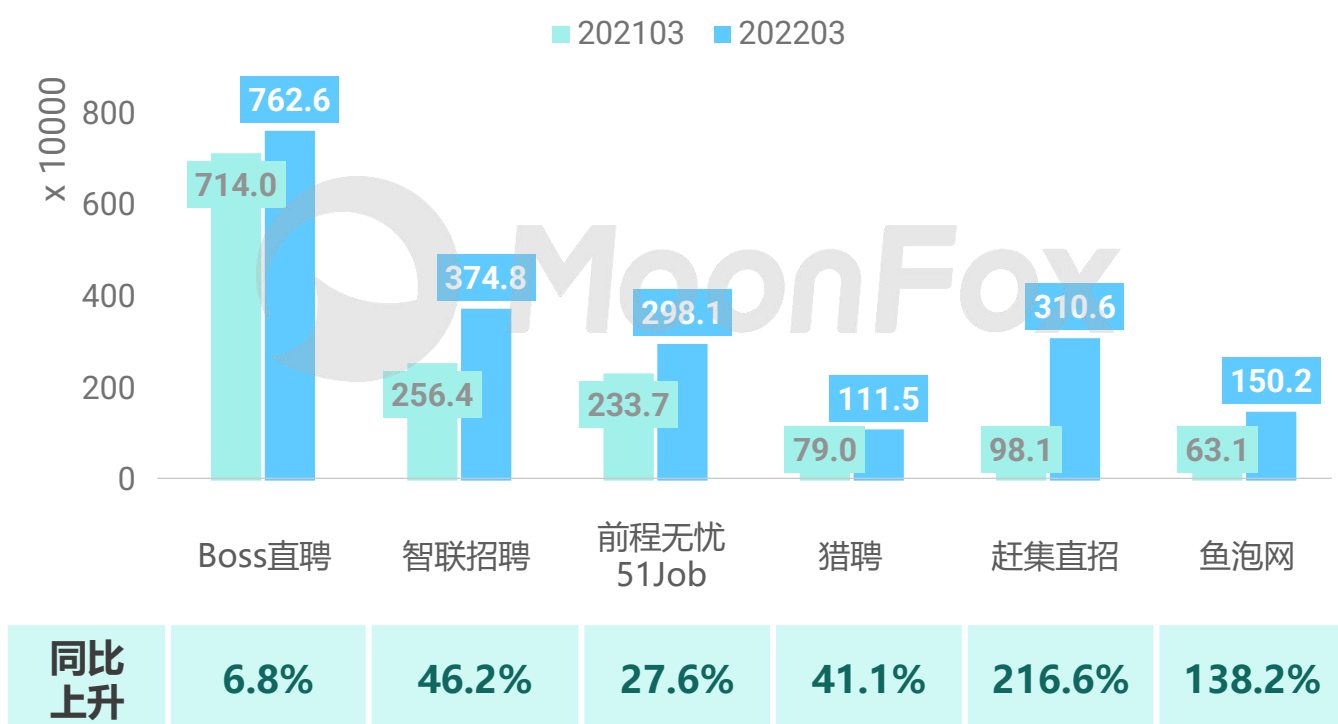
数据来源：月狐iAPP (MoonFox iApp) ; 取数周期：2021.01-2022.03

求职招聘行业

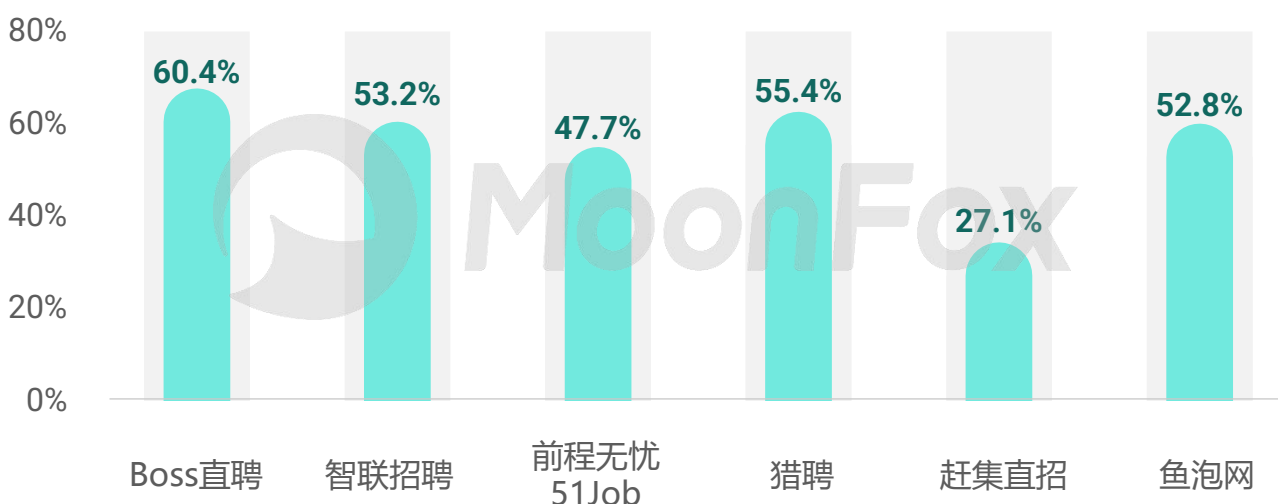
Boss直聘地位优势明显，蓝领招聘市场增长迅速

- 从求职招聘行业下各app的表现来看，Boss直聘拥有最庞大的活跃用户规模，今年3月月均DAU达762.6万，比去年同期增加约50万活跃用户，用户规模均高出行业内其他应用的一倍以上；Boss直聘的用户粘性度同样高于其他求职类应用，中重度用户占比超六成
- 从增长态势来看，技术劳动力服务领域的表现最佳，今年年初完成更名的赶集直招实现同比超两倍的活跃用户增长，而专注于工程建筑行业用工招聘的鱼泡网同比增长率达138.2%

求职招聘app月均DAU变化 (单位: 万)



求职招聘app中重度用户占比



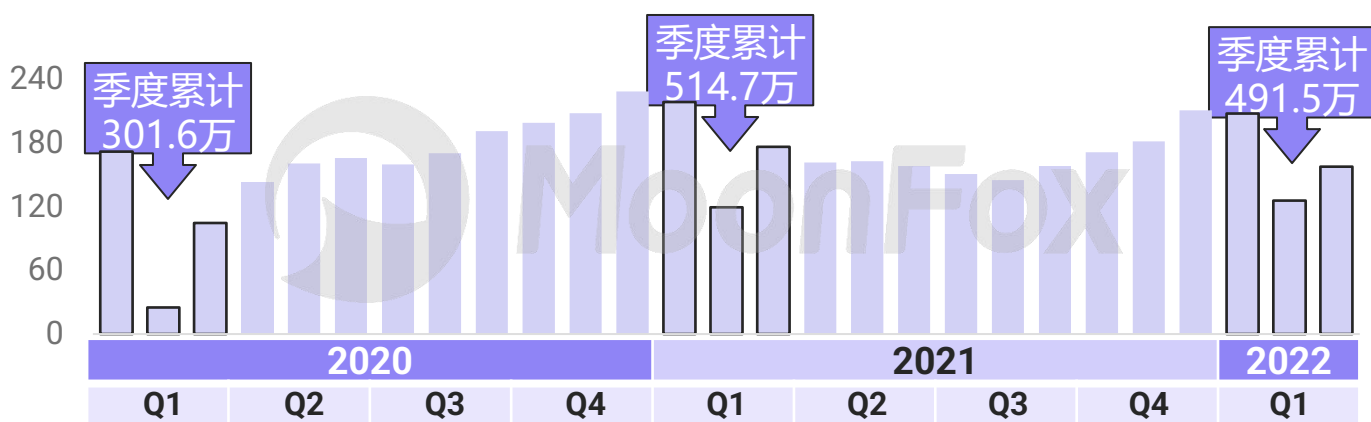
数据来源: 月狐iAPP (MoonFox iApp) ; 取数周期: 2021.03-2022.03

汽车资讯行业

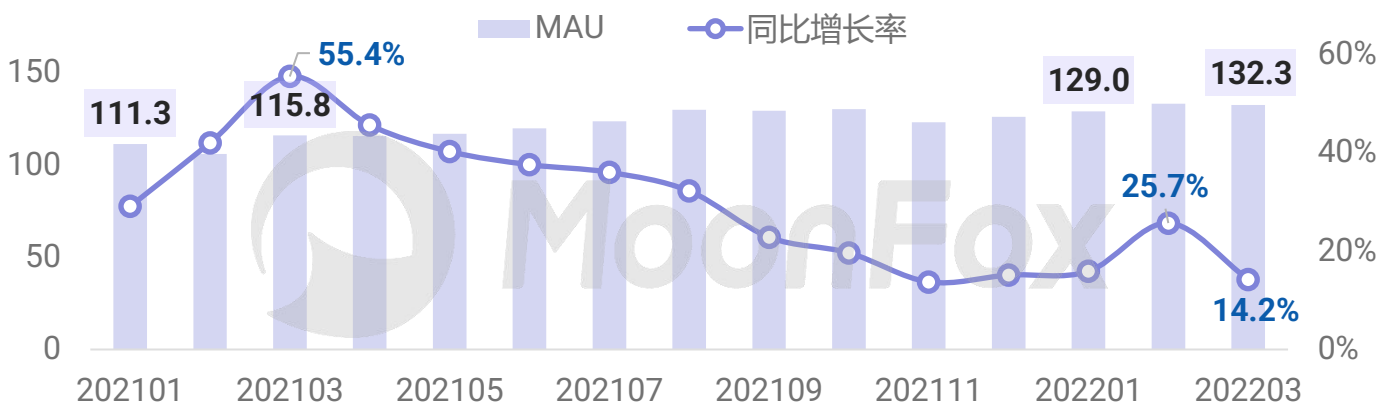
受疫情影响零售端车市小幅下挫，汽车资讯行业用户规模渐趋稳定，用户粘性稳健提升

- 3月的新冠疫情复发，各地经销商进店和成交受到影响，零售损失较大，2022年Q1累计乘用车市场零售达491.5万辆，同比下降4.5%，总体走势低于预期；但得益于芯片供应2月份有所恢复，预计下季度市场阶段性压抑需求将得到集中释放
- 2022年Q1，三月MAU超1.3亿，同比增长率为14.2%，行业总体仍保持着10%以上的同比增长率，行业用户规模保持稳定
- 一季度人均单日使用时长达近两年来新高，为20.7分钟，对比前年同期增加了4分钟，公众对汽车市场的关注度继续提升

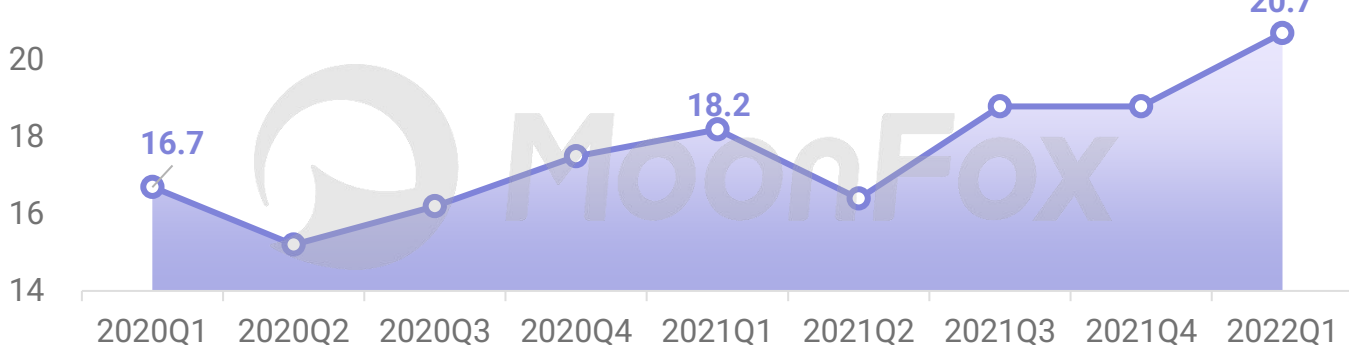
国内狭义乘用车零售端销量（单位：万辆）



汽车资讯行业MAU变化（单位：百万）



汽车资讯行业单日人均使用时长（单位：分钟）



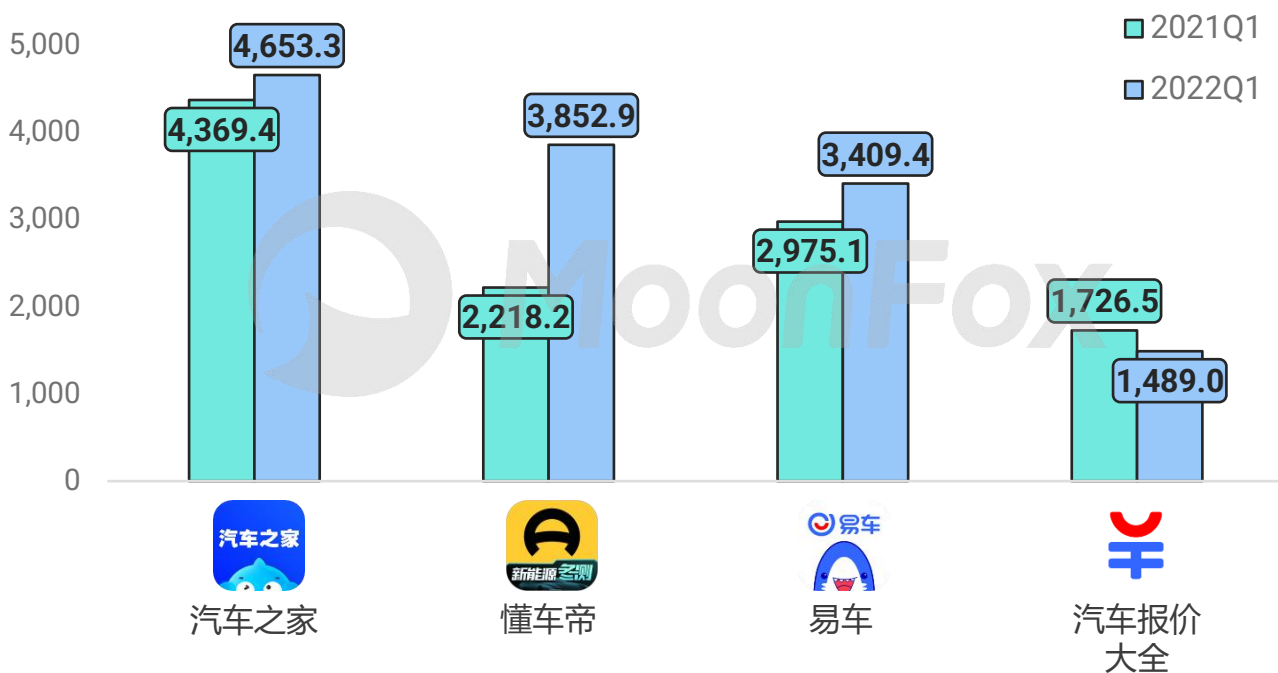
数据来源：月狐iAPP (MoonFox iApp)；取数周期：2020.01-2022.03

汽车资讯行业

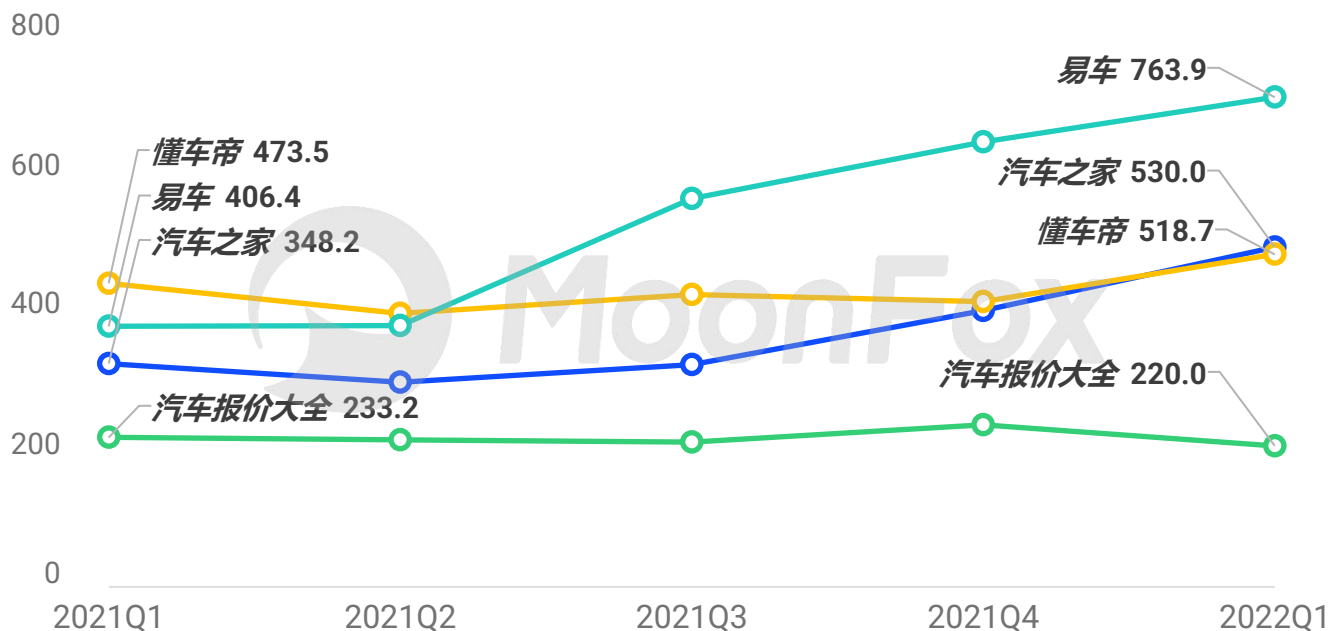
主流汽车资讯平台总体发展态势持续向好，行业竞争进入白热化阶段

- 2022年一季度，汽车资讯行业平台月活用户规模保持高位水平，较2021年同期均有大幅提升
- 汽车资讯行业市场准入壁垒已形成，马太效应明显，头部平台间竞争已进入白热化阶段

头部汽车资讯平台季均MAU对比（单位：万）



头部汽车资讯季平均新增用户（单位：万）



数据来源：月狐iAPP (MoonFox iApp)；取数周期：2021.01-2022.03

汽车资讯行业

汽车新零售时代下营销价值链重构，机遇与挑战并存，头部汽车资讯平台进入战略分化期

- 汽车之家打造“生态化”战略，全面融入平安集团生态体系，全方位服务C端消费者、B1端主机厂及B2端汽车生态各类参与者，打造“人无我有”的汽车生态全链路平台，聚焦新能源、二手车等增量市场机遇，打造新的增长曲线

汽车之家C端「三多」战略

「更多人群」

覆盖高低线城市和年轻用户
打造多元汽车内容生态

连续三年举办 **「818全球汽车节」**
打造车圈第一IP，覆盖人次超 **5亿**
期间VR线上看展人次超 **3亿**

- 覆盖人群相当于做了150次国际A级线下车展
- 成为助力产业数字化升级金牌案例

「更多玩法」

拥抱直播和视频时代
打造行业多元玩法

加速布局短视频、直播赛道
打造多款车圈热点IP

- 互动问答类直播 **「AUTO答人」**
- 业内首个**「新能源车车主狂欢节」**
- 热点IP **「冬季实验室」**
「事故检查官」

「更多场景」

继续探索线下用车、玩车场景
满足用户全生命周期需求

锚定汽车消费人群核心触点，专业内容拓展汽车售后服务场景

- ✓ 行业领先 **「用车车型库」**
- ✓ 全网最全 **「摩托车车型库」**
- ✓ 高效解决汽车消费人群售后服务问题

积极开辟线下场景建设，强化核心用户心智塑造

- 汽车之家非常重视线下场景，推出了新能源车车友大会、试驾、编辑部开放日、青少年线下互动等方式

汽车之家生态全链路平台B端战略

B1端 > 固本开新

保持垂媒市场份额，全方位拓展业务新赛道

- 汽车新零售时代下，主机厂急需互联网企业赋能，汽车之家凭借汽车垂媒赛道优势，通过抢占新车销量、提高车主忠诚度、建设用户触达新渠道
- 汽车之家重点切入汽车消费全环节，建立标准化系统
 - 邀约
 - 到店
 - 试驾
 - 交付

B2端 > 赋能共进

“数字化经销商”解决方案提升门店端到端各环节运营水平

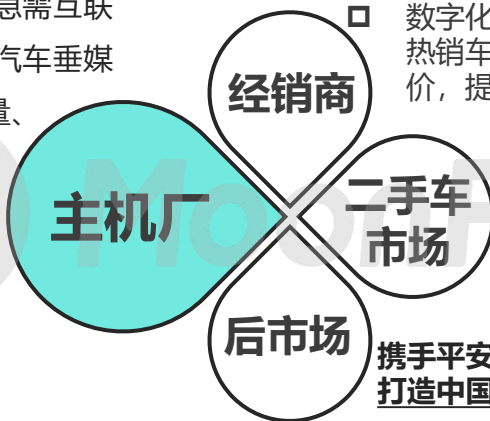
- 数字化产品“司南”，覆盖90%以上热销车型成交价，赋能经销商新车定价，提效新车销售业务

融合平安集团、天天拍车实现二手车闭环交易服务

- 透过对海量车主用四个模型精准识别用户，为商户提供车源和金融服务

携手平安集团生态圈打造中国最大的后市场生态圈

- 联合平安，建立了庞大的后市场生态圈提高车主留存、增加车主对门店的信赖

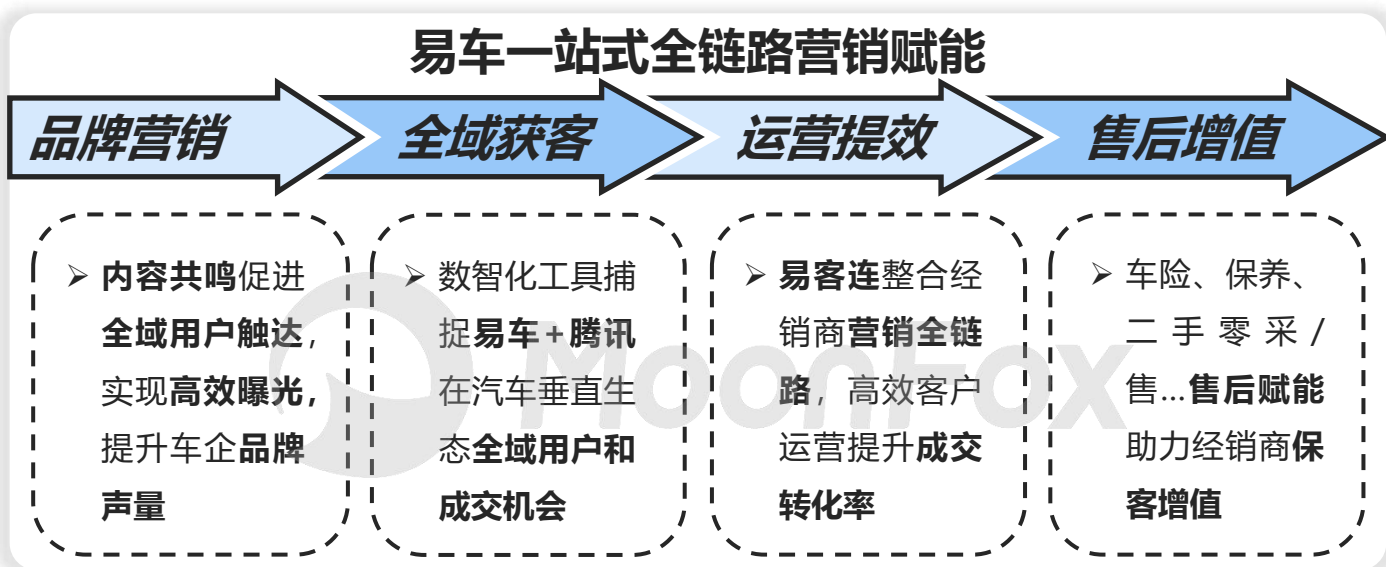


数据来源：公开报道

汽车资讯行业

易车依托四大核心“抓手”，为行业提供全域全链路数智化营销赋能

- 依托腾易计划、企微SaaS、数智化营销引擎、原创内容四大核心“抓手”，易车为主机厂、经销商提供从品牌营销到全域获客、成交转化、售后增值的一站式全链路数智化营销解决方案



易车营销四大核心“抓手”



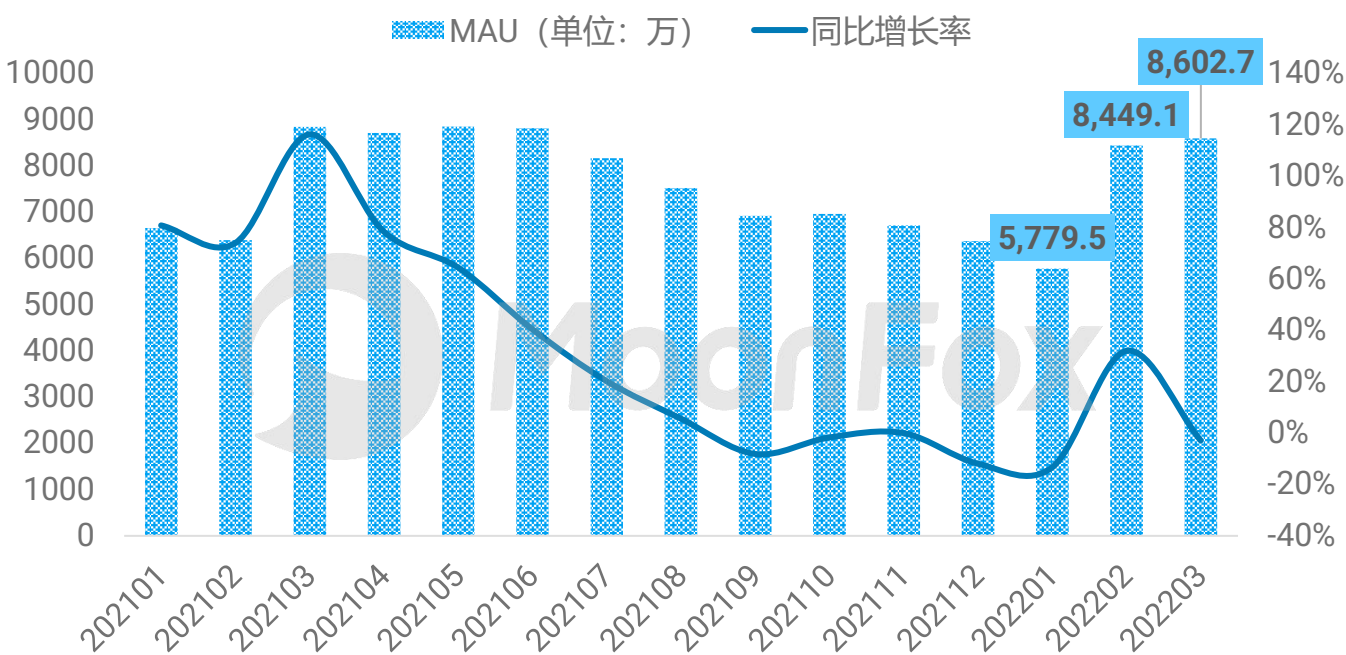
数据来源：公开报道

买房租房行业

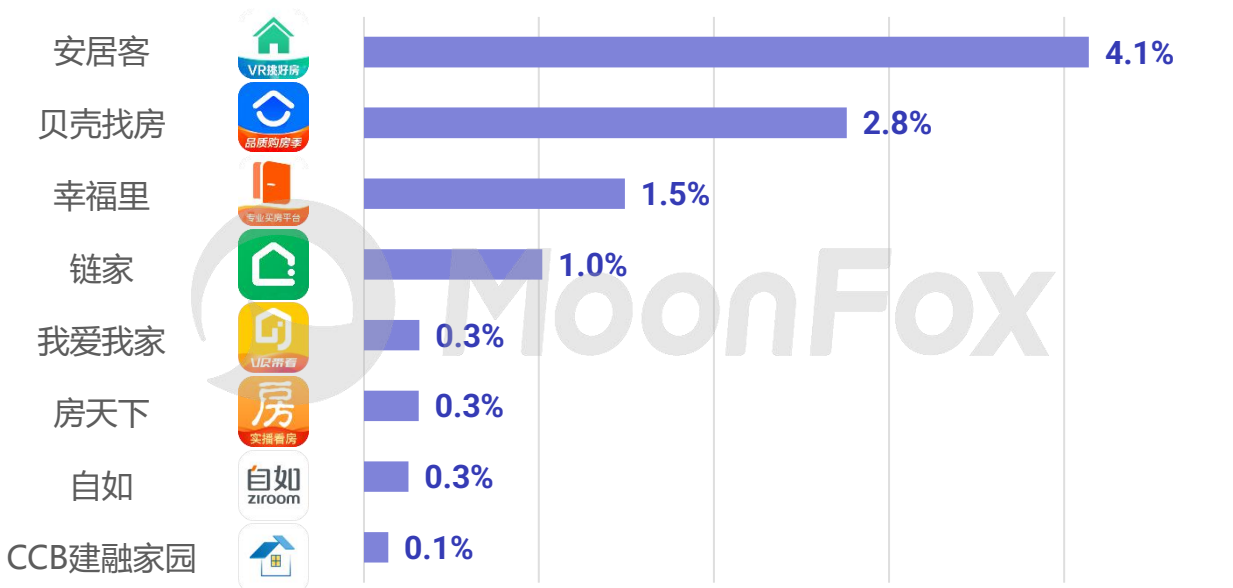
买房租房行业热度回升，安居客用户覆盖率行业第一

- 自去年下半年以来，房地产行业下行趋势明显，进入2022年以来，各地纷纷出台楼市纾困政策提升市场信心预期；今年第一季度，买房租房行业对比上一季度稍有回温，平均MAU达7610.4万，较去年同期的7301.7万增加了超300万月活跃用户
- 在行业的应用排行中，安居客凭借最高的用户渗透率4.1%坐稳买房租房移动应用的头把交椅；位列第二的贝壳找房今年3月渗透率达2.8%

买房租房行业MAU变化



买房租房app渗透率情况



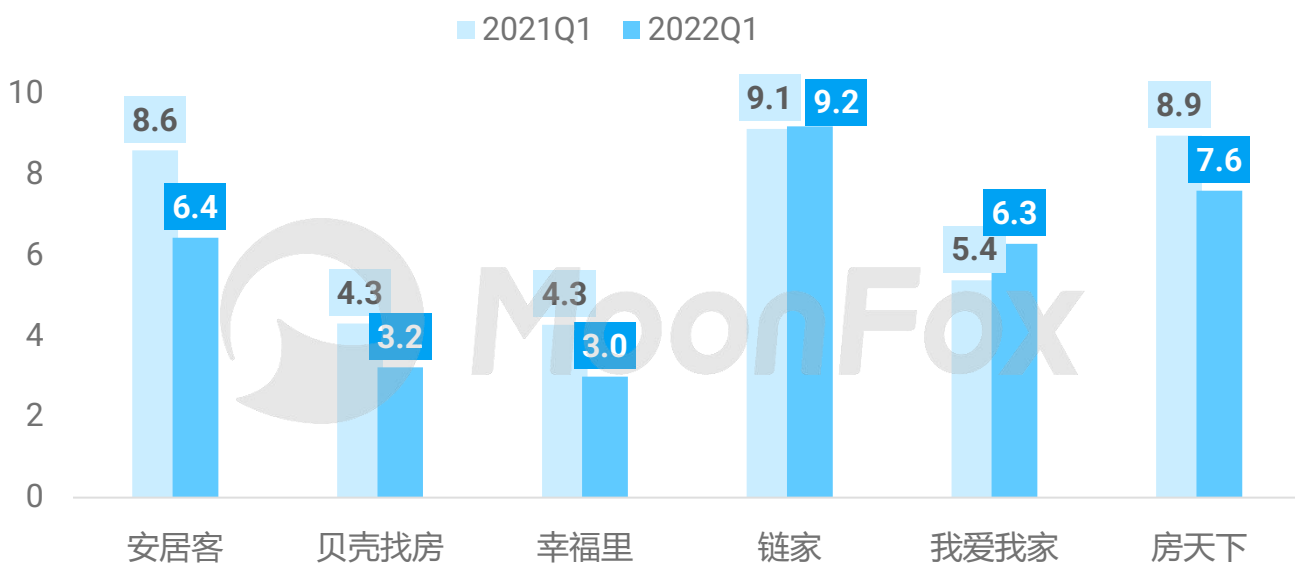
数据来源：月狐iAPP (MoonFox iApp)；取数周期：2020.01-2022.03

买房租房行业

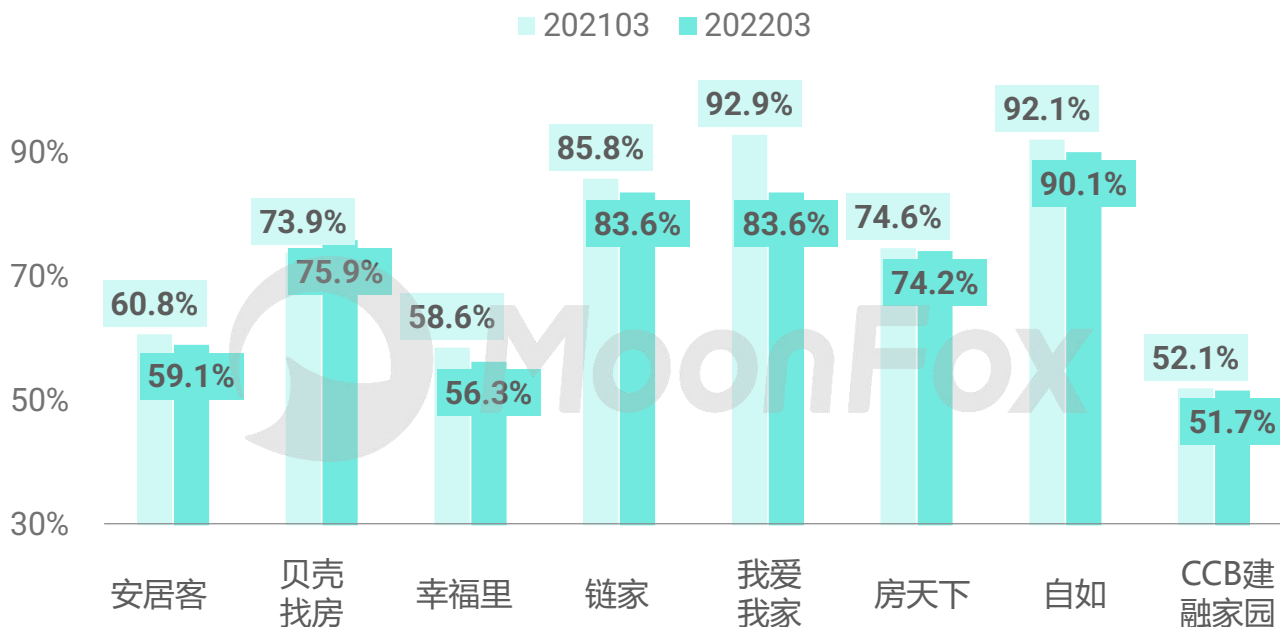
买房租房应用持续渗透下沉城市，高线城市用户占比稍下降

- 在用户使用行为方面，链家表现最为突出，今年Q1人均单日使用时长为9.2分钟，与去年同期表现无太大差别；而位于行业渗透率第一的安居客，今年Q1的人均单日使用时长为6.4分钟，对比去年Q1下降了2.2分钟，降幅明显
- 在买房租房行业的主流八款应用中，七款应用的高线城市用户占比均见不同程度的下降，其中我爱我家的下降幅度最大，今年Q1的高线城市用户占比为83.6%，对比去年同期减少了近10个百分点

买房租房app人均单日使用时长变化（单位：分钟）



买房租房app高线城市用户占比



数据来源：月狐iAPP (MoonFox iApp)；取数周期：2021.01-2022.03

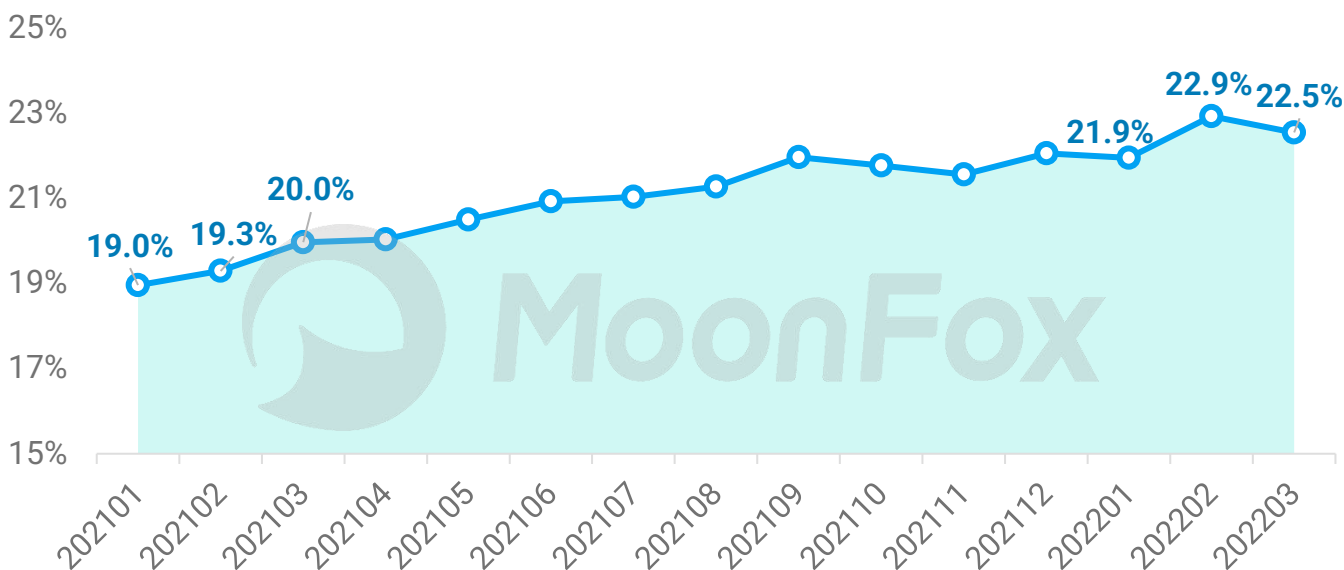
高线城市：一线城市、新一线城市、二线城市

智能家居行业

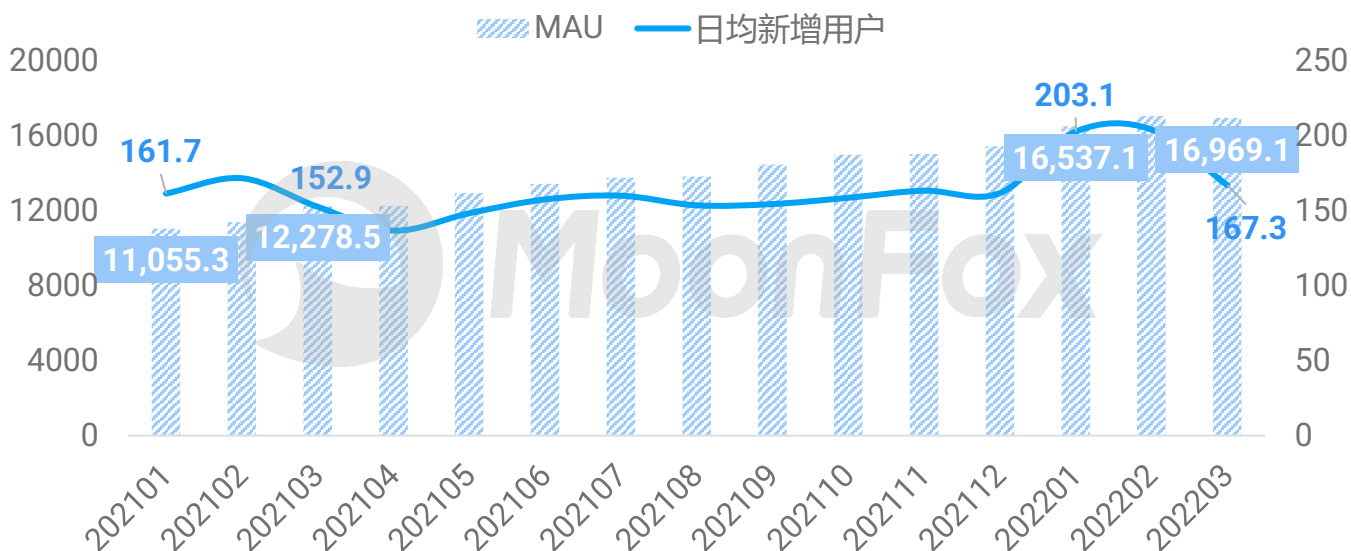
智能家居行业平稳增长，用户规模持续扩大，前景火热

- 历经几年的发展，我国智能家居市场普及到越来越多的家庭里面，移动互联网中智能家居的行业渗透率持续上升，今年一季度的渗透率为22.5%，对比去年的20.0%上升了2.5个百分点；
- 在用户规模表现上，智能家居行业月活跃用户维持平稳上升趋势，2022年Q1 MAU均值为1.69亿，而2021年Q1 MAU均值则为1.18亿，对比之下今年行业用户规模扩大了5000万；同时今年Q1行业日均新增用户维持在160万以上，行业发展前景良好

智能家居行业渗透率变化



智能家居行业MAU及日均新增用户变化（单位：万）



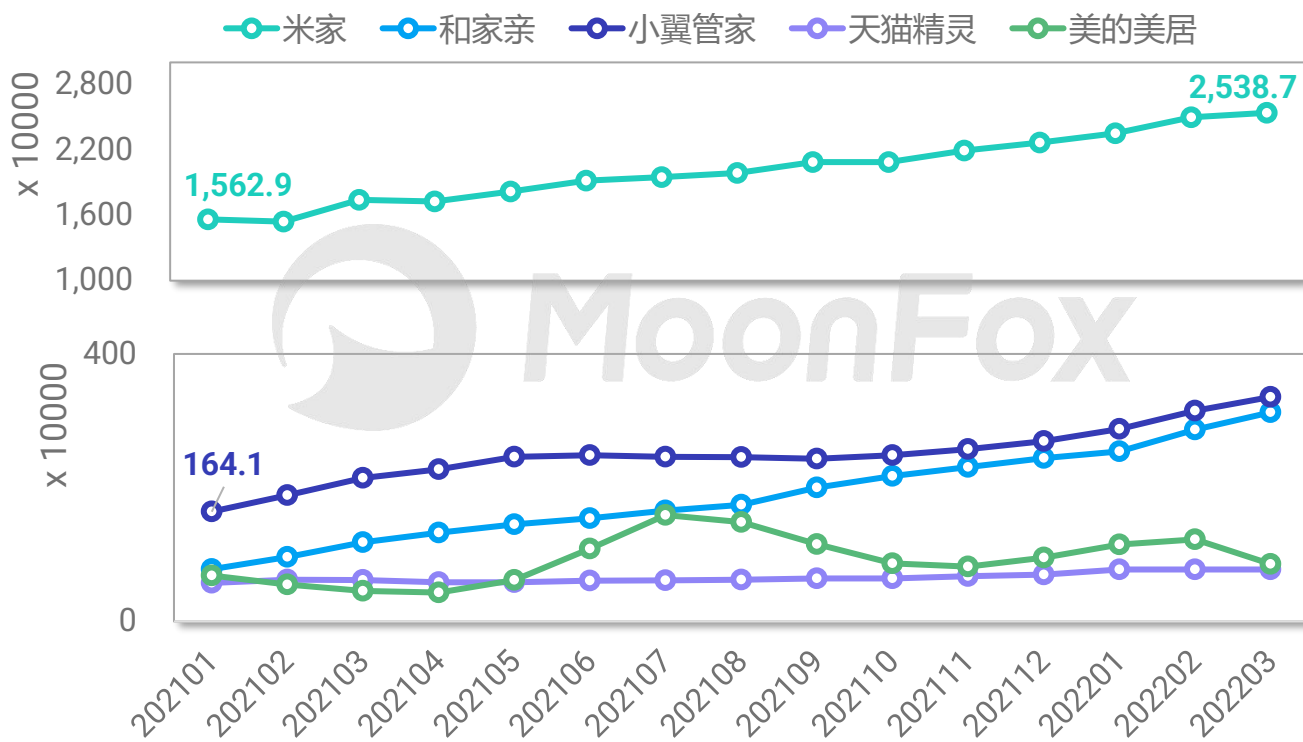
数据来源：月狐iAPP (MoonFox iApp)；取数周期：2021.01-2022.03

智能家居行业

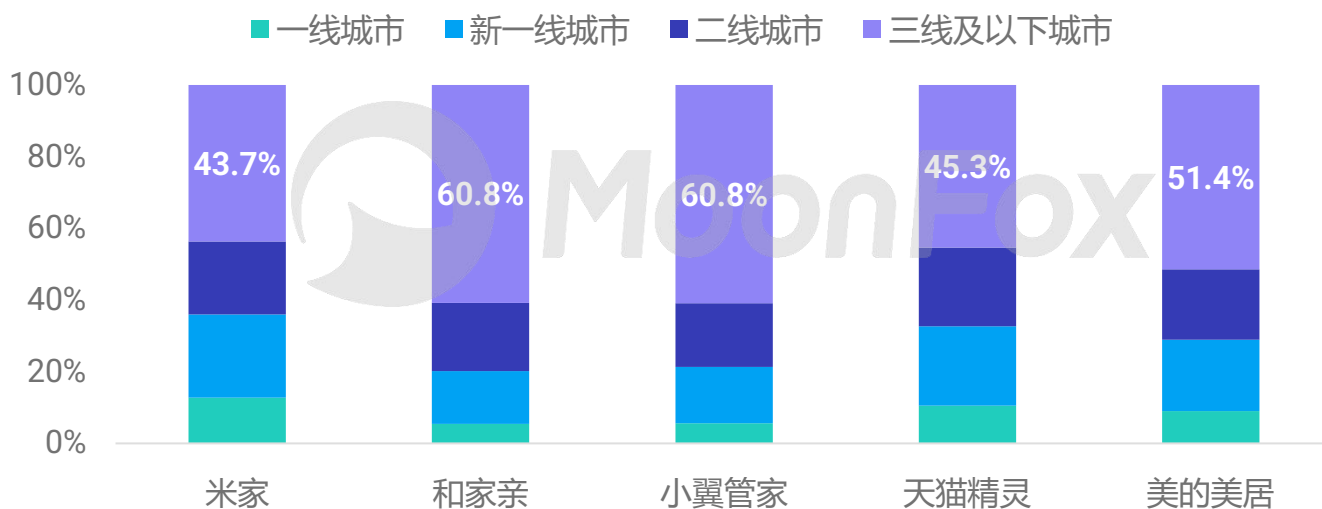
小米成熟生态链稳固其行业领先地位，运营商发力下沉城市智能家居市场

- 作为智能家居行业的先行者和领军者，小米在智能家居生态链的发展渐趋成熟，占据了行业的半壁江山，活跃用户规模稳态发展，2022年第一季度月均DAU达2462.2万，对比去年一季度增加了超800万用户
- 运营商重点布局下沉城市的智能家居赛道，中国移动旗下的和家亲和中国电信旗下的小翼管家，下沉城市用户占比均超60%，为下沉城市家庭提供数字生活、智能生活解决方案

智能家居app 月均DAU变化 (单位: 万)



智能家居app用户城市等级分布



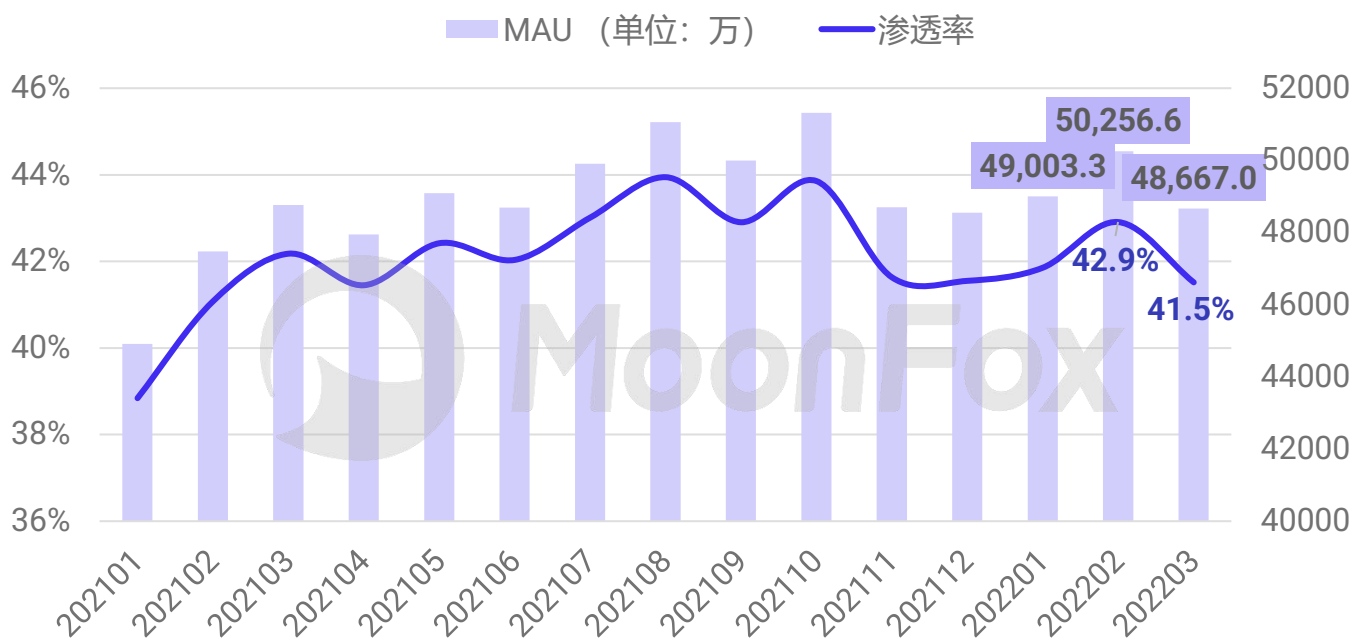
数据来源: 月狐iAPP (MoonFox iApp) ; 取数周期: 2021.01-2022.03

拍摄美化行业

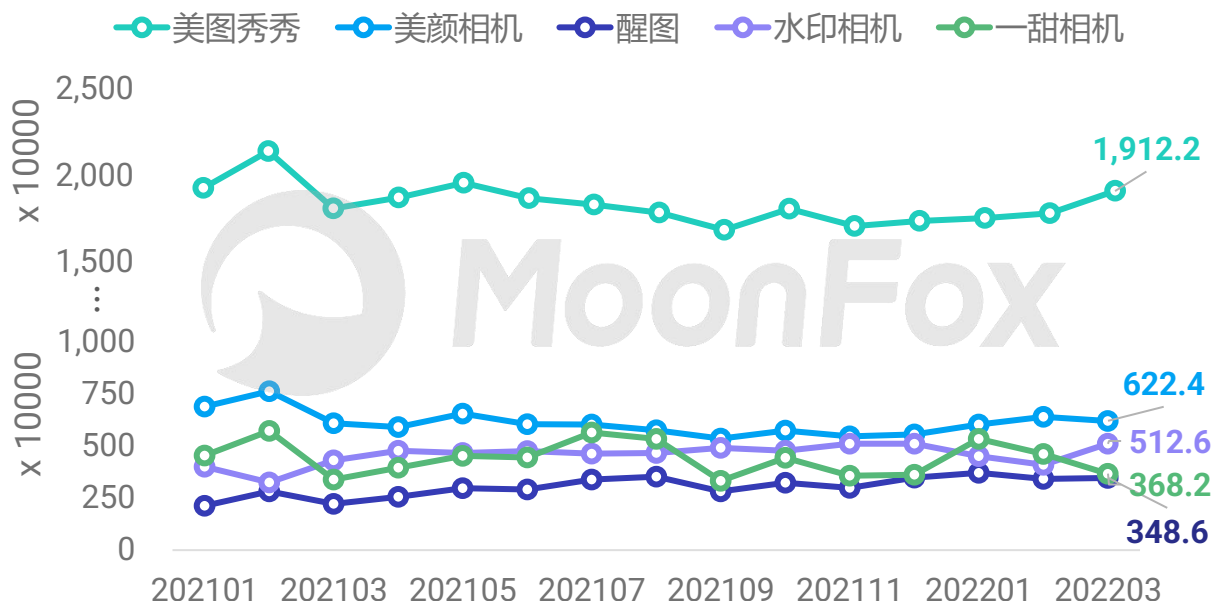
拍摄美化行业赛道格局稳定，美图公司领跑行业赛道

- 拍摄美化行业的覆盖率和用户规模整体上升趋势不明显，覆盖率保持在45%以下小幅浮动，而月活跃用户数量在5亿量级左右波动，拍摄美化行业进入存量时代
- 美图公司旗下两款app美图秀秀和美颜相机占据行业用户规模的头两名，其中美图秀秀的月均DAU稳定在千万级别上，今年3月月均DAU逼近两千万，大幅抛离同行业的其他应用；美颜相机实力同样不容小觑，一季度拥有超600万的日活数

拍摄美化行业渗透率和MAU变化



拍摄美化app月均DAU变化



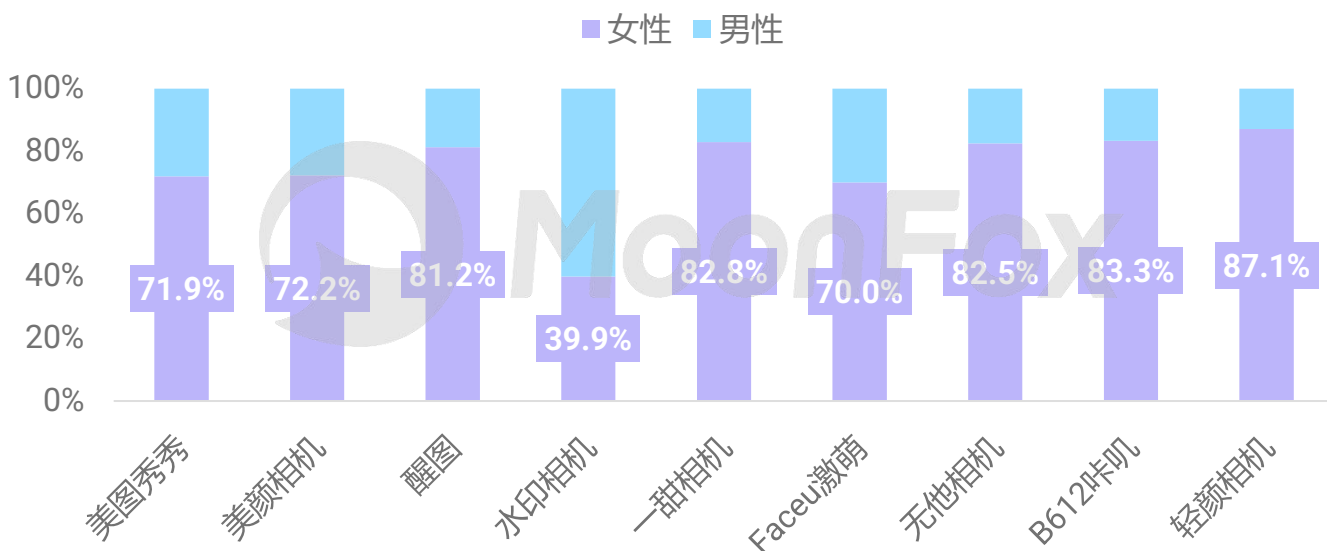
数据来源: 月狐iAPP (MoonFox iApp) ; 取数周期: 2021.01-2022.03

拍摄美化行业

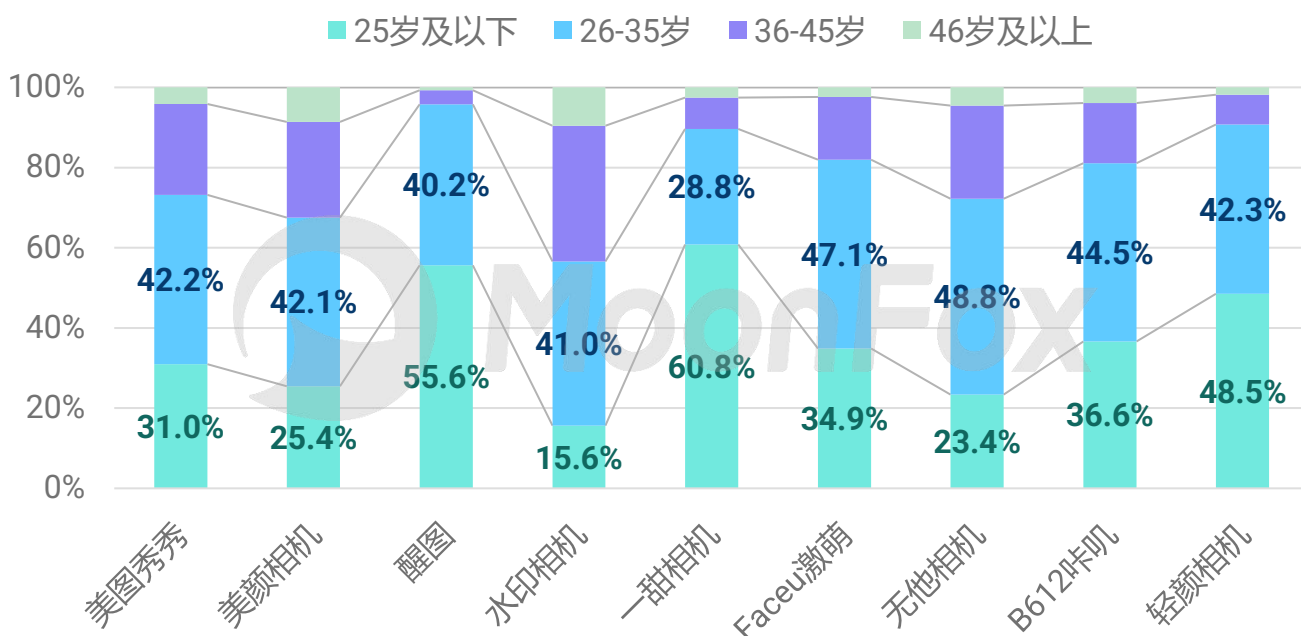
拍摄美化应用成年轻女性群体装机必备

- 各拍摄美化app的用户以女性为主，在用户覆盖度最高的前九款“美图”app中，七款app拥有超七成的女性用户，其中轻颜相机的女性用户占比最高，达87.1%；与此同时，主打工具性、行业应用性的水印相机在性别分布上没有其他app突出，女性用户占比约四成
- 主打“轻松修出高级美”的醒图自推出以来便斩获大批热爱尝新、追求独特的年轻粉丝，从年龄分布上看，醒图的年轻用户占比显著高于行业内其他应用，25岁及以下用户的占比为55.6%，35岁及以下用户占比占比超95%，产品的年轻化特征明显

拍摄美化app用户性别分布



拍摄美化app用户年龄分布



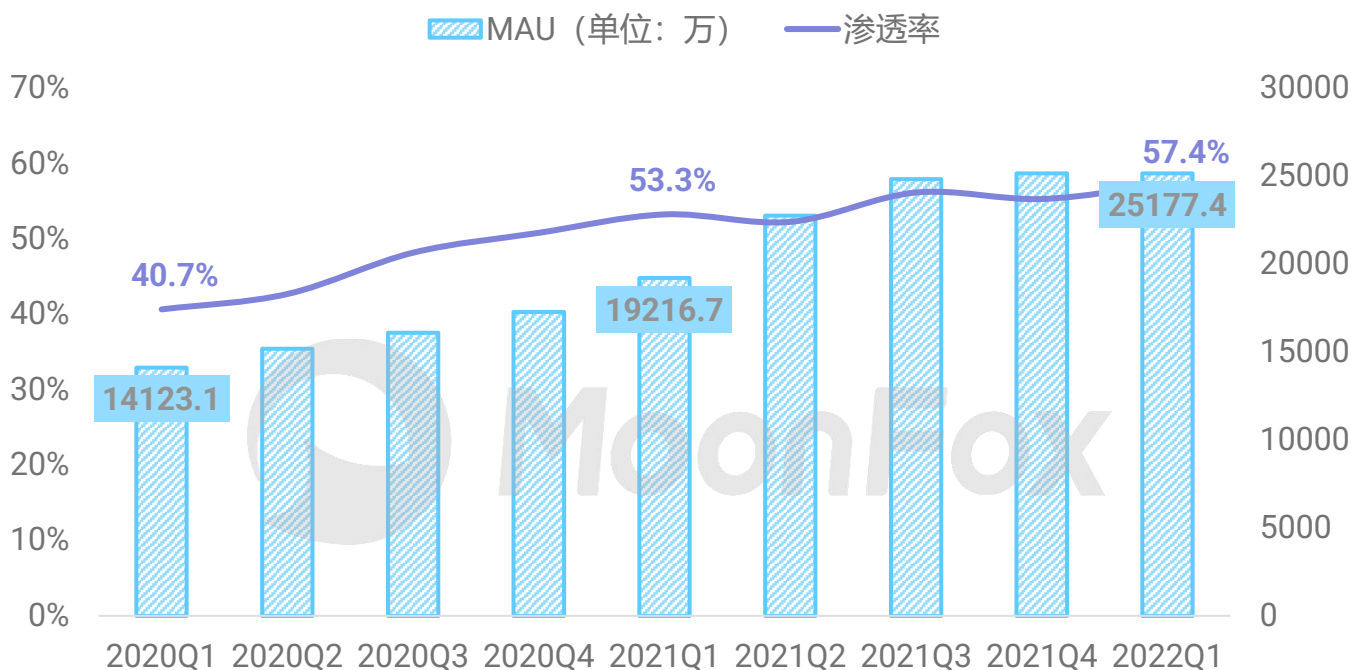
数据来源：月狐iAPP (MoonFox iApp)；取数周期：2022.03

健康运动行业

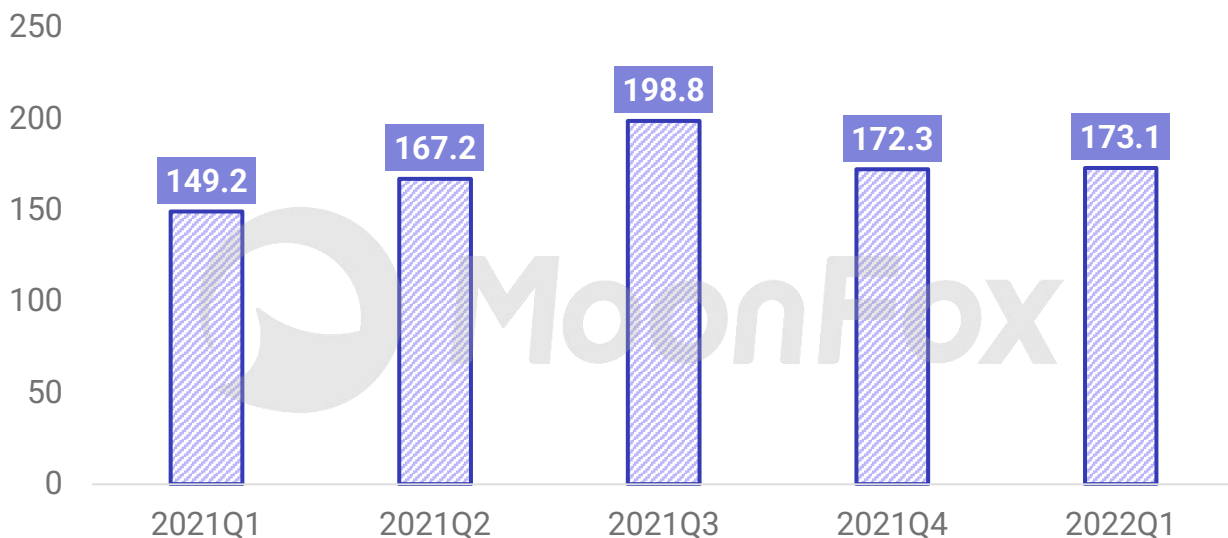
全民健身热潮不退，健康运动行业保持稳步增长势头

- 自疫情开始以来，公众对健康的身体素质的关注度逐渐上升，健康运动行业的用户规模和行业覆盖度在两年间表现出明显的增长态势；今年第一季度，行业渗透率达57.4%，对比去年同期上升了4.1%，对比2020年同期上升了16个百分点
- 月活用户规模提速同样显著，今年Q1达2.5亿，同比上升31%，对比2020年同期增加了超一亿活跃用户；近一年以来，行业日均拥有百万以上的新增用户，今年Q1日均新增用户为173.1万

健康运动行业MAU和渗透率变化



健康运动行业日均新增用户 (单位: 万)



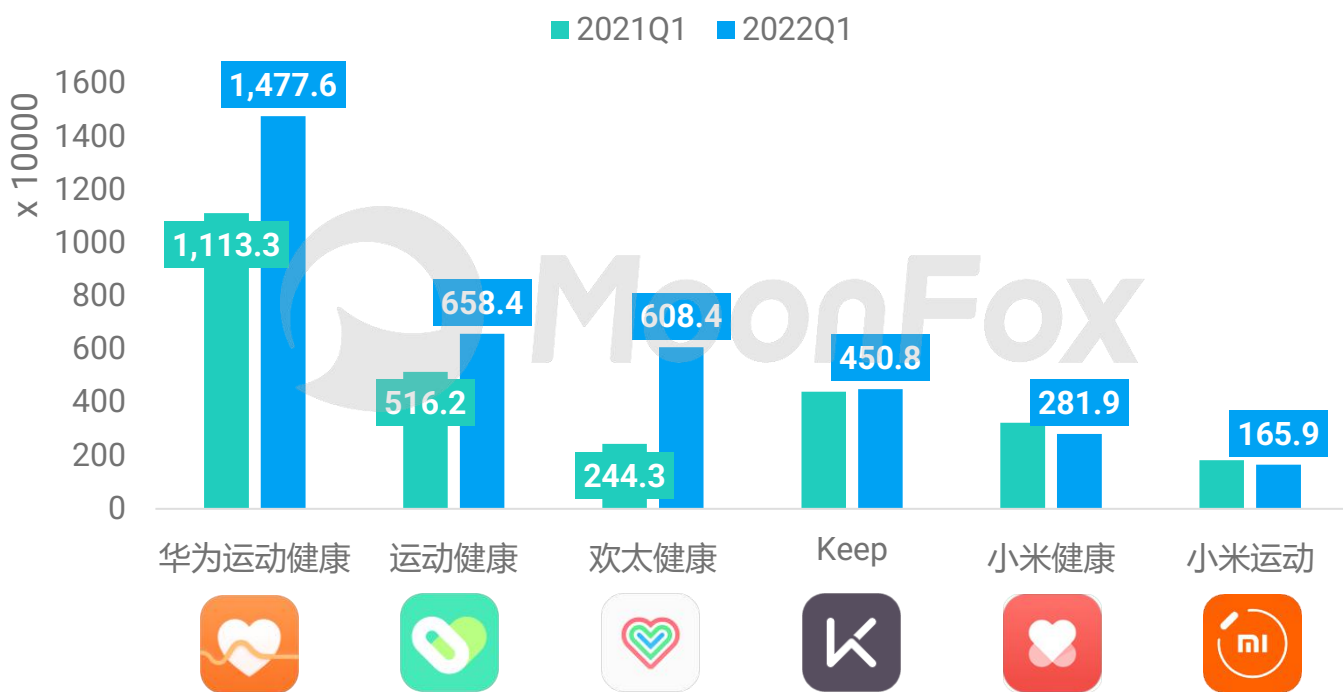
数据来源：月狐iAPP (MoonFox iApp)；取数周期：2020.01-2022.03

健康运动行业

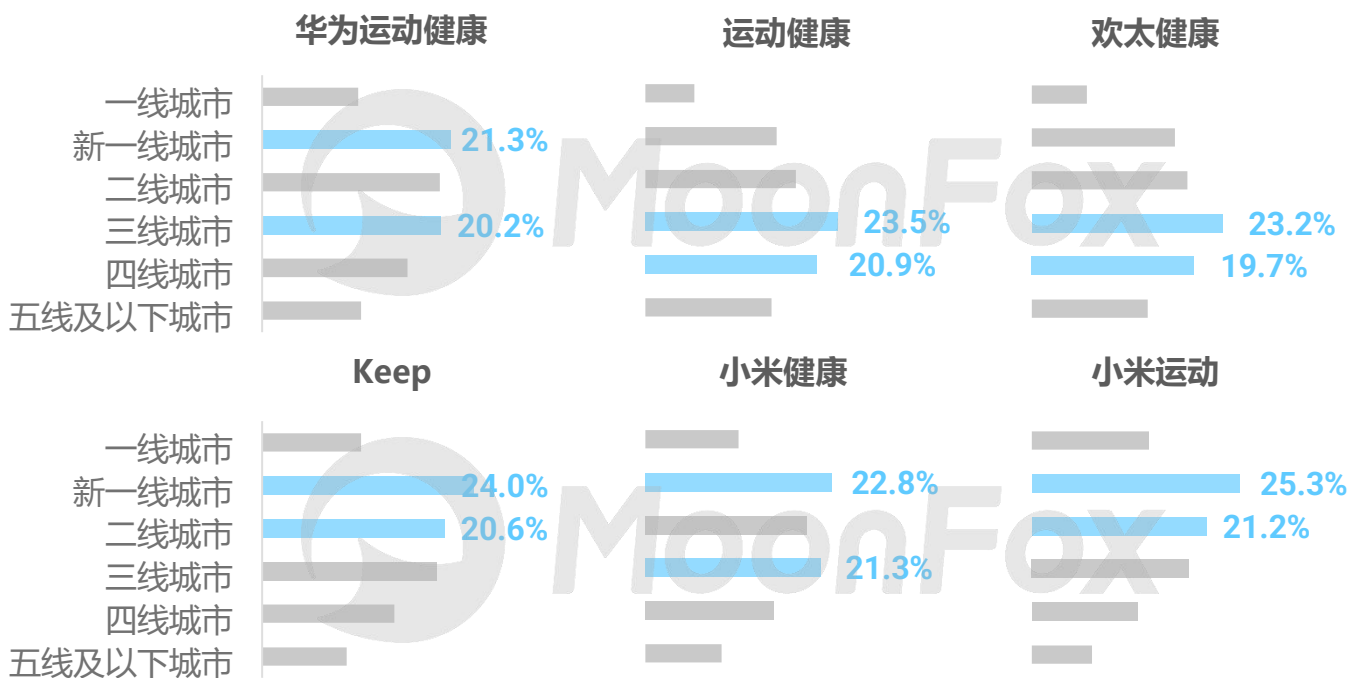
智能设备商积极发展健身运动应用，搭建完善的智能设备生态

- 对比去年一季度以及今年一季度的活跃用户规模，智能设备商的内置健康运动应用月均DAU取得不容小觑的提升，华为运动健康从去年的1113.3万上升至今年的1477.6万，继续稳固其在行业内的领先地位
- vivo旗下的运动健康今年Q1平均拥有658.4万的日活用户；而OPPO旗下的欢太健康日活用户数上升幅度超两倍，今年一季度破600万；相较之下，Keep则表现平平，今年Q1月均日活用户数同比变化不大

健康运动app月均DAU变化 (单位: 万)



健康运动app用户城市等级分布



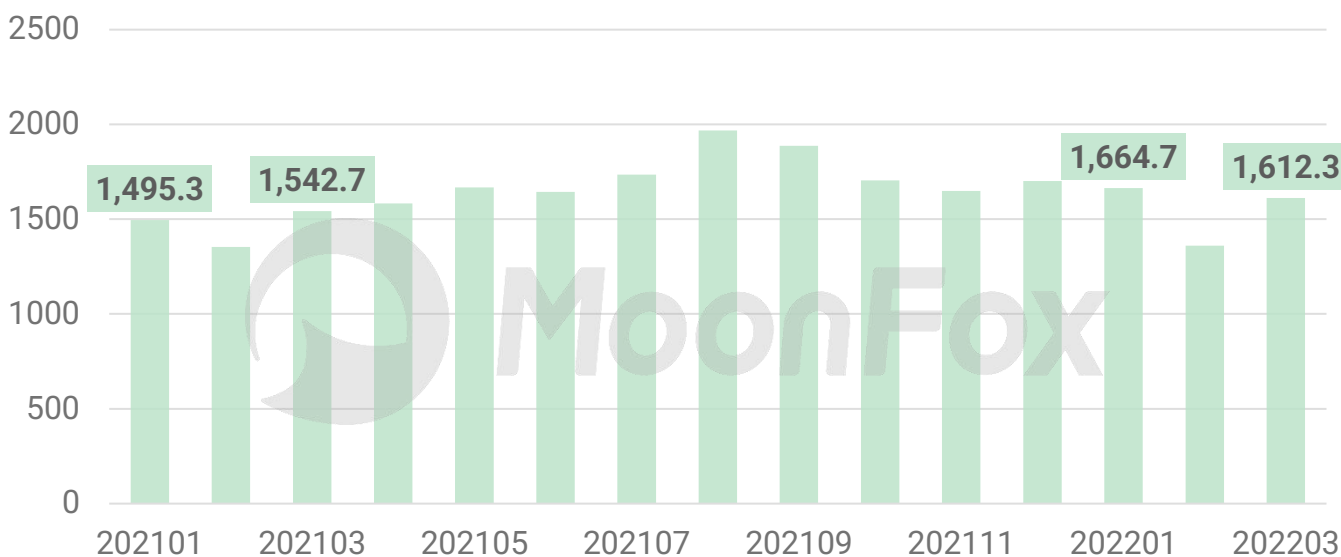
数据来源: 月狐iAPP (MoonFox iApp) ; 取数周期: 2021.01-2022.03

就医咨询行业

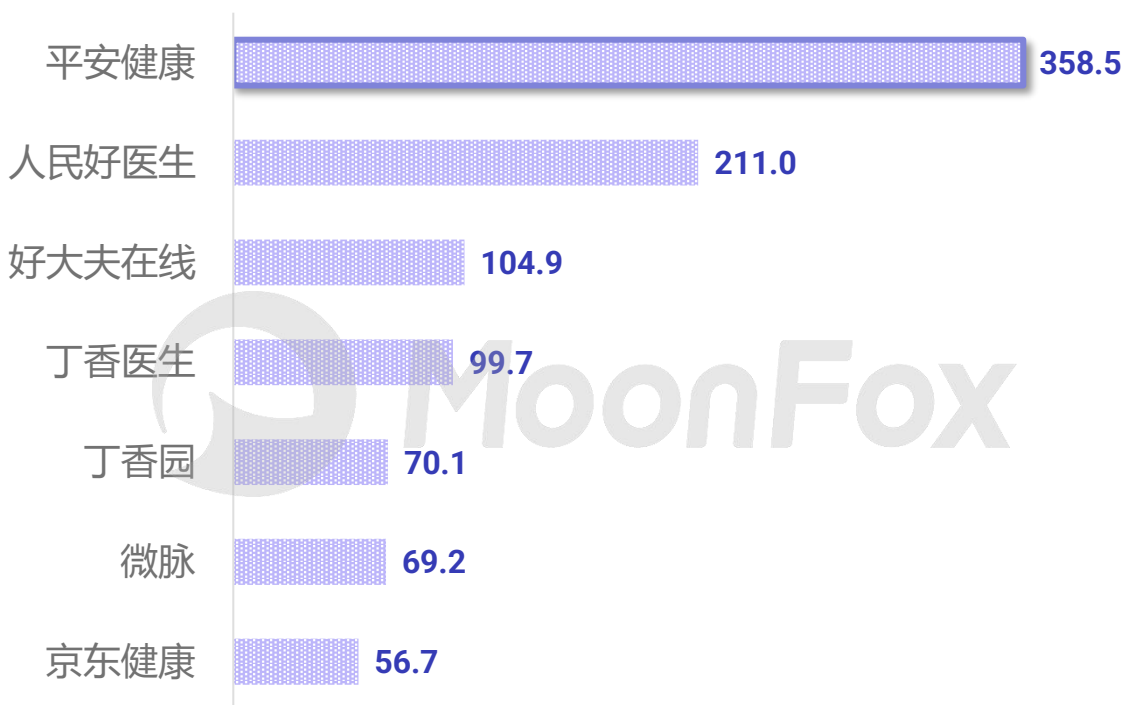
就医咨询行业规模维持稳定，平安健康仍站稳“互联网医疗第一股”

- 就医咨询行业整体用户规模变化幅度不大，月活跃用户数在1500万上下浮动，2022年第一季度中，行业平均拥有1546.1万的月活用户，较去年同期增加了82.4万活跃用户
- 作为平安医疗生态圈的线上流量入口，平安健康为用户提供保险保障、健康管理、医疗服务的一站式解决方案；从今年3月份的月活数据上看，平安健康拥有358.5万的MAU，远超行业内其他应用，“互联网医疗第一股”的行业优势凸显

就医咨询行业MAU变化 (单位: 万)



2022年3月就医咨询app MAU排行情况 (单位: 万)



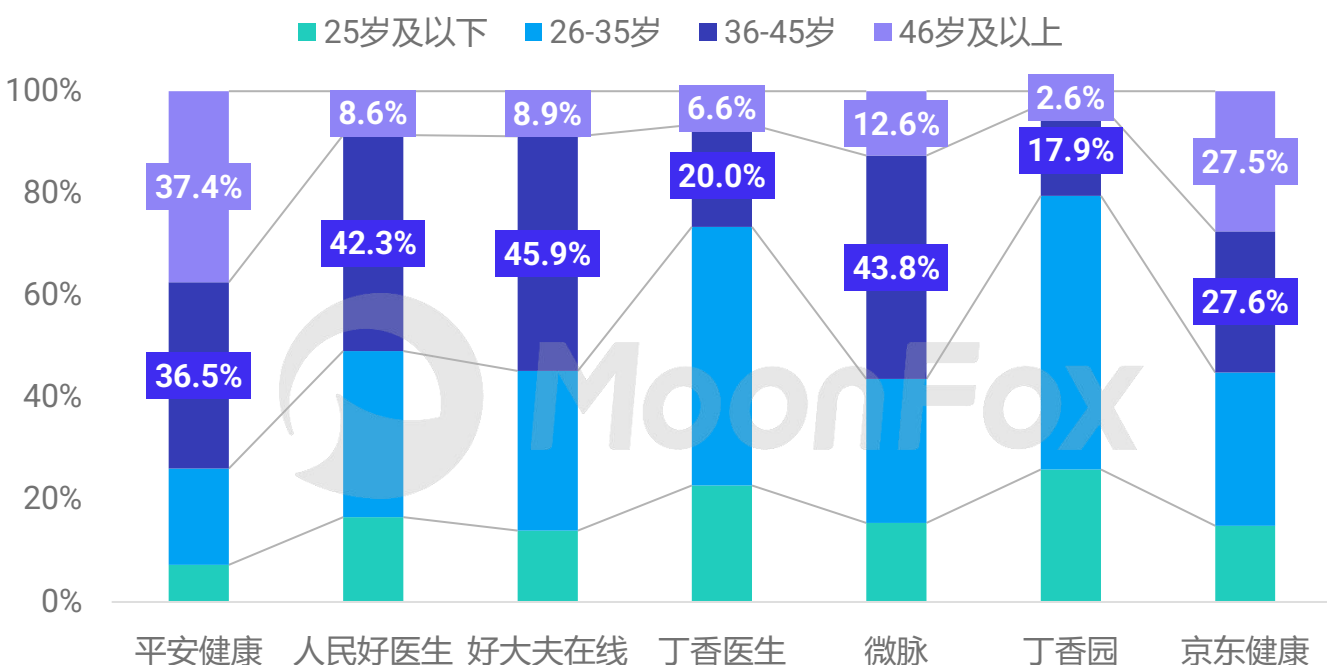
数据来源: 月狐iAPP (MoonFox iApp) ; 取数周期: 2021.01-2022.03

就医咨询行业

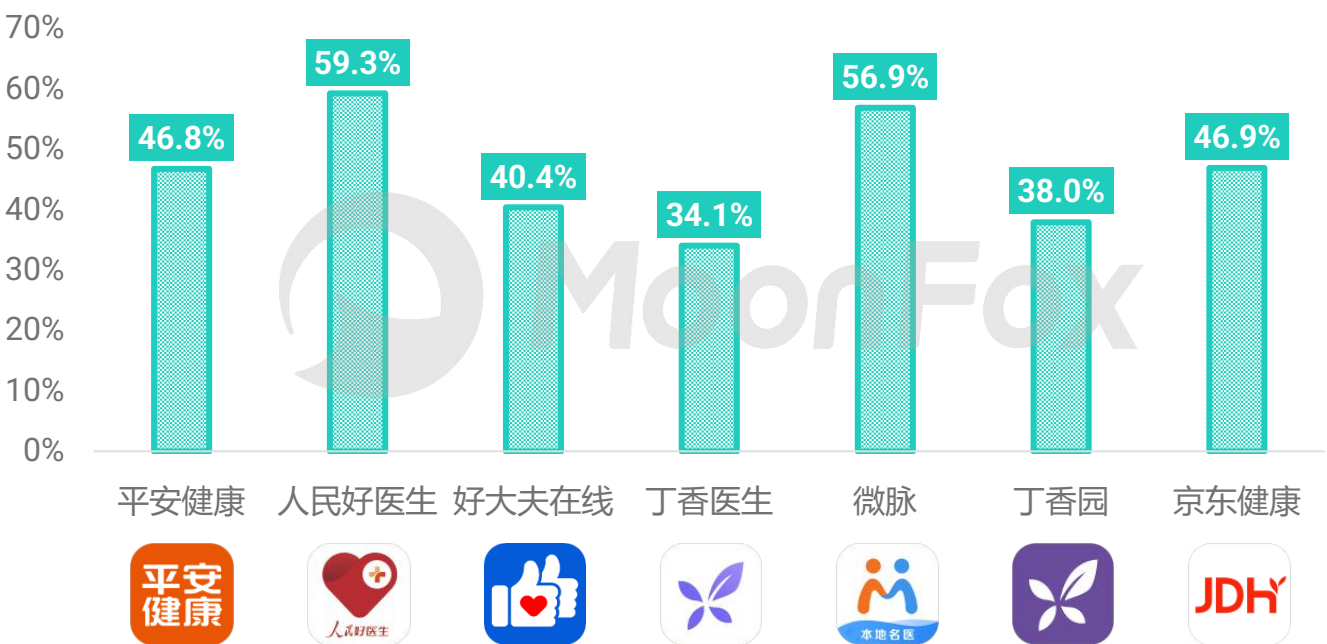
互联网医疗平台促优质医疗资源下沉，下沉城市为就医咨询行业打开新市场

- 2020年11月，工信部办公厅联合国家卫健委发布《关于进一步加强远程医疗网络能力建设的通知》，提出在2022年实现98%以上基层医疗卫生机构介入互联网，而在优质医疗资源相对稀缺的下沉城市中，公众对远程的健康咨询、健康监控的需求更为迫切，“互联网+基层医疗”成为行业一大发力点
- 从下沉城市的用户分布来看，人民好医生和微脉的下沉用户占比均超五成，其次为京东健康和平安健康，下沉用户占比分别为46.9%和46.8%

就医咨询app用户年龄分布



就医咨询app下沉城市用户分布



数据来源：月狐iAPP (MoonFox iApp)；取数周期：2022.03

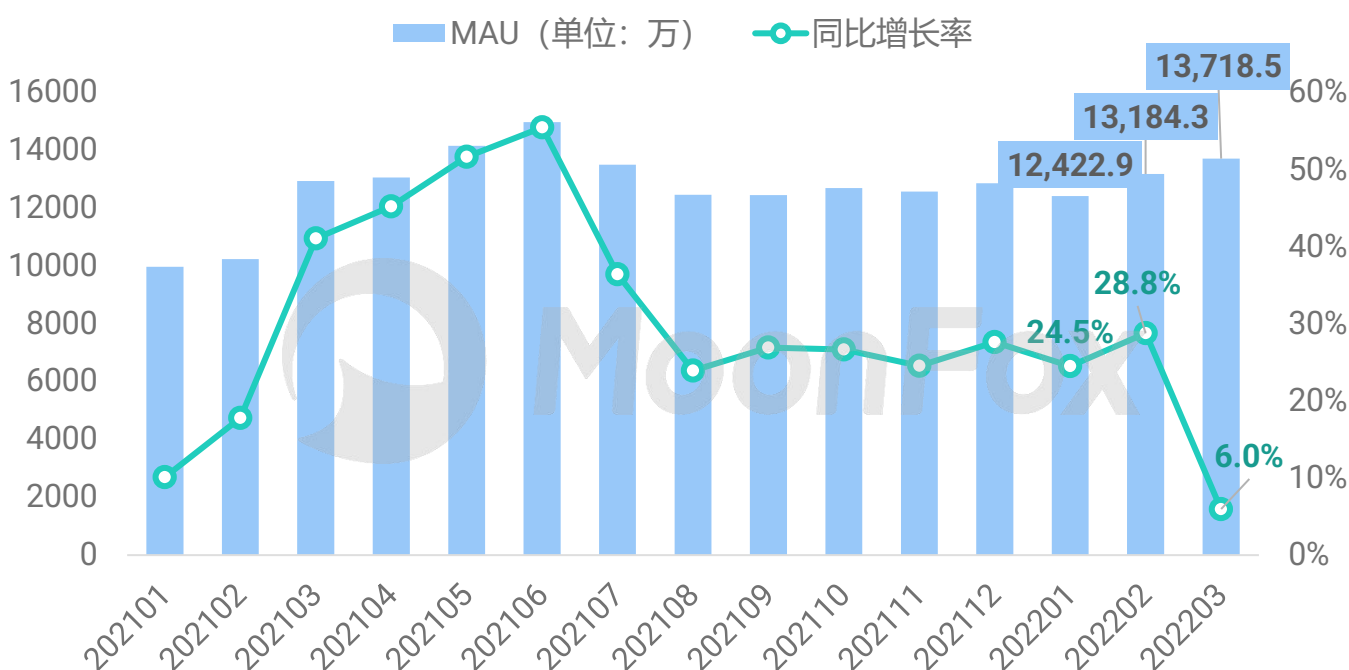
下沉城市：三线及以下城市

二手电商行业

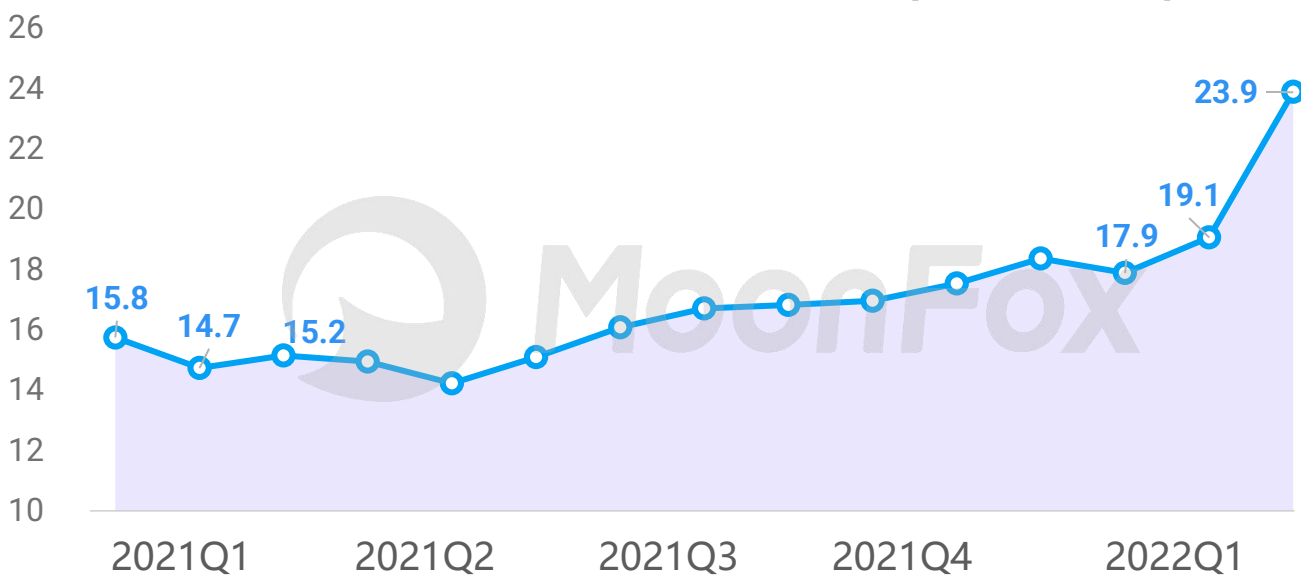
二手电商平台继续火热，行业用户使用时长进一步增长

- 随着共享经济、循环经济深入人心，闲置市场热度不减，二手电商平台持续火热；今年一月至三月期间，二手电商行业MAU均值超一亿，达1.3亿，同比变化近一年以来均保持在正增长，今年一月和二月，同比增长率均超20%，行业增长动力十足
- 行业用户单日人均使用时长持续攀高、走势明朗，去年一季度，人均使用时长为15.2分钟，而在今年一季度，平均使用时长增加至20.3分钟，用户在日常生活中对二手电商的依赖度逐渐加深

二手电商行业MAU变化



二手电商行业单日人均使用时长 (单位: 分钟)



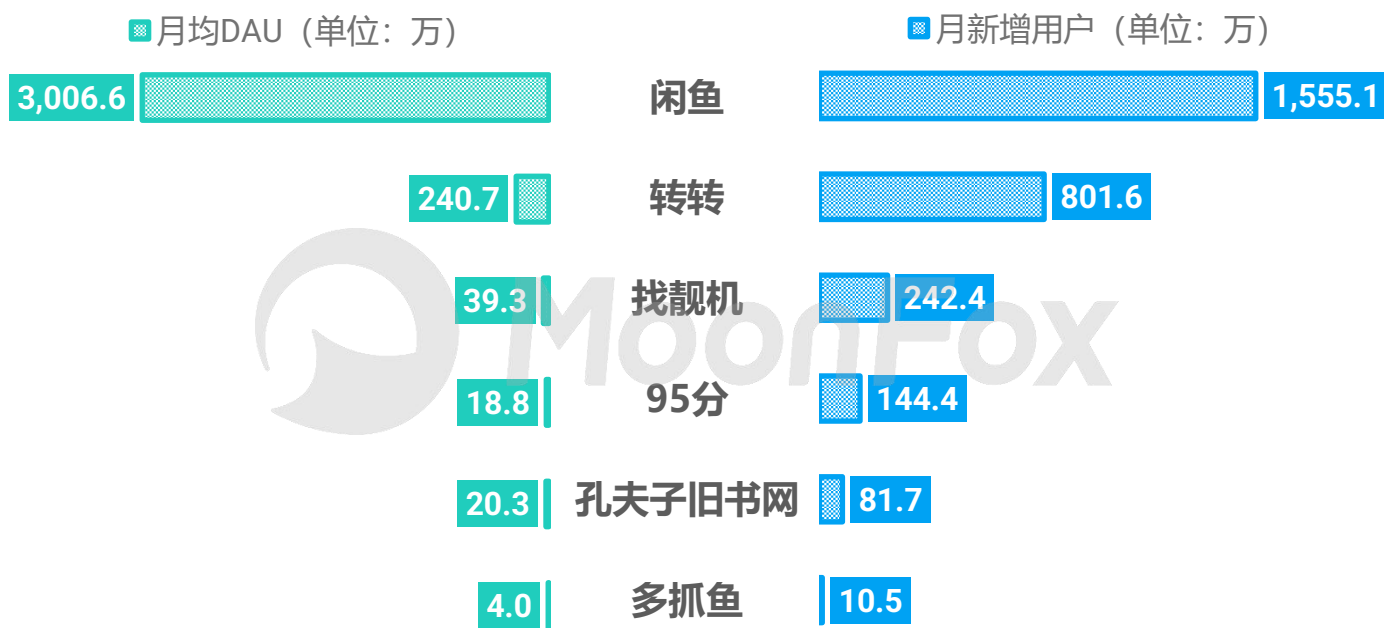
数据来源: 月狐iAPP (MoonFox iApp) ; 取数周期: 2021.01-2022.03

二手电商行业

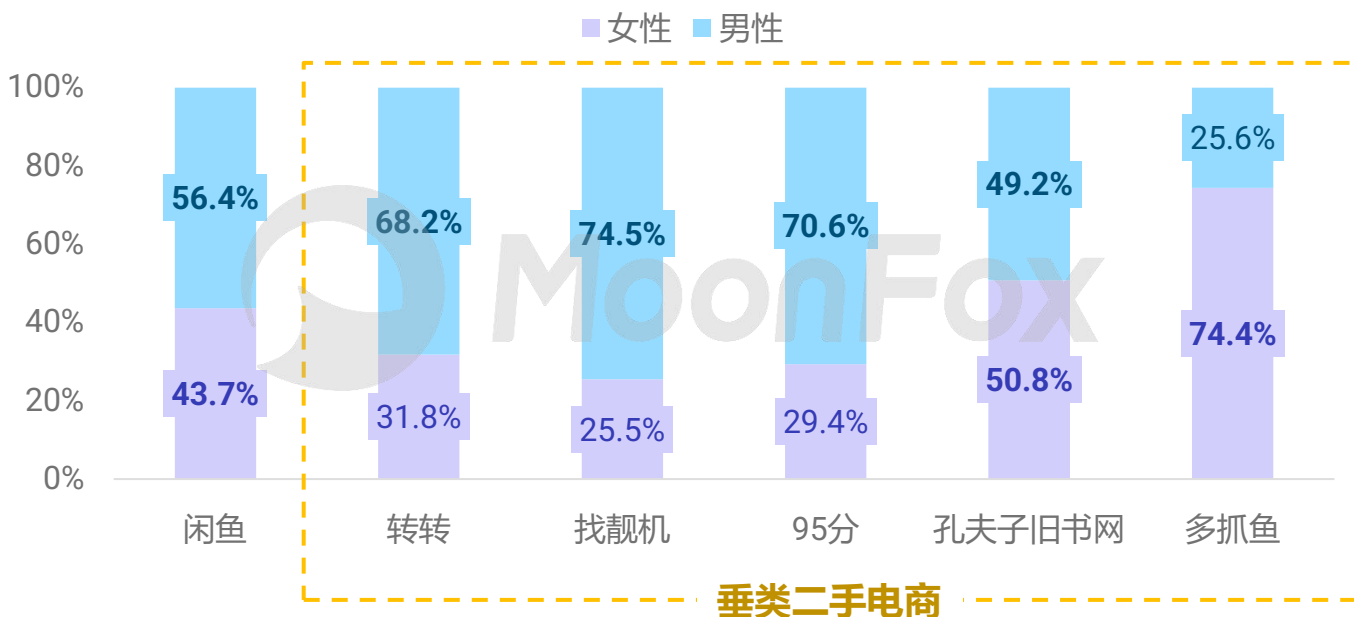
全品类二手平台占据最大的活跃用户规模，垂类平台用户性别偏好明显

- 从今年3月各app的月均DAU表现上看，全品类二手电商平台闲鱼以及转转占据了二手行业市场的大头，闲鱼3月DAU破三千万，达3006.6万，转转同期DAU为240.7万，而其他应用月均日活均低于百万
- 在用户的性别分布上，闲鱼的用户性别比例较为均衡，而专注于3C赛道的转转、找靓机以及专注潮鞋赛道的95分则以男性用户为主，男性用户比例约在七成左右

2022年3月二手电商app月均DAU及月新增用户数



二手电商app用户性别分布



数据来源: 月狐iAPP (MoonFox iApp) ; 取数周期: 2022.03

05

App流量价值总榜

• 流量价值top 100 apps

月狐流量价值模型采用四个维度多个指标进行评估，充分考虑了app在流量规模、流量质量、用户特征和产品特性上的差异，得到流量价值指标值；月狐流量价值指标反映的是app能够实现广告方面的变现能力，即每年在广告方面的潜在收入



用户流量价值top 100 apps (1/2)

2022年3月 排名	较2021年12 月排名	应用名	用户流量价值 (亿元)
1	-	微信	714.7
2	-	抖音	559.5
3	-	淘宝	505.4
4	-	百度	498.4
5	+1	今日头条	369.1
6	-1	拼多多	352.4
7	-	美团	313.8
8	-	QQ	305.7
9	+1	微博	267.6
10	-1	快手	248.1
11	-	小红书	203.4
12	-	京东	188.6
13	-	今日头条极速版	151.4
14	+1	易车	125.2
15	-1	汽车之家	115.8
16	+1	腾讯新闻	114.9
17	+1	西瓜视频	110.1
18	-2	腾讯视频	105.8
19	+1	爱奇艺	99.6
20	-1	快手极速版	99.4
21	+14	钉钉	93.4
22	-	懂车帝	87.1
23	+4	58同城	80.2
24	-	抖音极速版	79.3
25	-4	高德地图	79.1
26	-3	淘特(原淘宝特价版)	77.2
27	-1	饿了么	67.9
28	-3	大众点评	59.9
29	+3	闲鱼	59.3
30	-2	优酷视频	56.2
31	-1	哔哩哔哩	56.1
32	-3	知乎	55.9
33	-2	抖音火山版	51.0
34	-1	百度地图	48.3
35	-1	百度极速版	43.6
36	+2	得物	36.3
37	+1	美团外卖	35.0
38	-1	支付宝	35.0
39	-3	携程旅行	31.0
40	+1	企业微信	29.8
41	+1	QQ浏览器	28.5
42	-3	华为视频	26.7
43	-3	好看视频	26.6
44	+1	网易新闻	25.6
45	+1	瓜子二手车	25.4
46	-2	点淘	23.8
47	+4	安居客	23.6
48	+1	新浪新闻	23.3
49	-2	汽车报价大全	22.7
50	-7	唯品会	20.7

数据来源: 月狐iAPP (MoonFox iApp)

取数周期: 2022.03

用户流量价值top 100 apps (2/2)

2022年3月 排名	较2021年12 月排名	应用名	用户流量价值 (亿元)
51	-3	百度贴吧	20.5
52	+1	番茄免费小说	18.3
53	+2	搜狐新闻	17.6
54	-4	MOMO陌陌	17.5
55	-1	UC浏览器	16.5
56	+2	凤凰新闻	15.2
57	+3	Soul	15.0
58	-1	手机天猫	14.7
59	+3	王者荣耀	14.7
60	+29	赶集直招	14.4
61	-	一点资讯	12.6
62	+4	阿里巴巴	12.5
63	-11	T3出行	12.4
64	+1	芒果TV	12.4
65	-1	美柚	12.0
66	+3	中油好客e站	11.9
67	+4	酷狗音乐	11.9
68	+39	233乐园	11.1
69	-13	去哪儿旅行	10.4
70	-3	全民K歌	10.4
71	+15	贝壳找房	10.1
72	-2	七猫免费小说	9.9
73	-5	QQ音乐	9.8
74	+2	加油中石化	9.6
75	+73	腾讯会议	9.4
76	+2	小米视频	8.4
77	-	小米商城	8.3
78	-6	腾讯地图	8.3
79	+4	皮皮虾	8.1
80	新上榜	阳光车导司机端	7.6
81	-1	酷我音乐	7.5
82	-9	作业帮	7.5
83	+2	剪映	7.4
84	-13	飞猪旅行	7.4
85	-4	华为商城	7.3
86	+18	和平精英	7.2
87	-13	微视	7.1
88	-6	网易云音乐	7.1
89	-14	趣头条	7.0
90	-6	团油	6.9
91	+8	百度网盘	6.7
92	-5	探探	6.7
93	-5	华为应用市场	6.6
94	-1	盒马	6.5
95	-3	亲宝宝	6.5
96	+4	喜马拉雅	6.5
97	-2	影视大全	6.5
98	-7	腾讯体育	6.1
99	+10	搜狐视频	5.7
100	新上榜	美团打车司机	5.6

数据来源: 月狐iAPP (MoonFox iApp)

取数周期: 2022.03

报告说明

1. 数据来源

1) 月狐iAPP (MoonFox iApp) , 基于极光云服务平台的行业数据及月狐iAPP平台针对各类移动应用大数据的挖掘, 并结合大样本算法开展的数据统计与分析; 2) 月狐iBrand (MoonFox iBrand) , 基于全面品牌洞察方案, 对门店客流、店铺数、销量、用户画像等多维度数据进行统计与分析; 3) 月狐iMarketing (MoonFox iMarketing) , 基于自有移动端大数据和用户画像标签, 对人群社会属性、地理位置、轨迹特征、线上行为偏好等多维度数据进行统计与分析; 4) 月狐调研数据, 通过月狐调研平台进行网络调研; 5) 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: 2020年1月-2022年3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

月狐数据MoonFox Data所提供的数据信息系依据大样本数据抽样统计、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, 月狐数据MoonFox Data也不例外。月狐数据MoonFox Data依据上述方法所估算、分析得出的数据信息仅供参考, 月狐数据MoonFox Data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月狐数据MoonFox Data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

月狐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

本报告为月狐数据MoonFox Data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。

关于月狐

月狐数据 (MoonFox Data) 是中国领先的全场景数据洞察与分析服务专家。凭借全面稳定、安全合规的移动大数据根基以及专业精准的数据分析技术、人工智能算法, 月狐数据先后推出移动应用数据 (iApp)、品牌洞察数据 (iBrand)、营销洞察数据 (iMarketing)、金融另类数据等产品, 以及提供月狐研究院的专业研究咨询服务, 旨在用数据帮助企业洞察市场增量, 赋能商业精准决策。



数据需求请联系
data@jiguang.cn



数据洞察未来，引领企业发展