

# 超级用户时代，数据驱动，精益求精

中国数字经济2018年年度盘点与2019年年度预测

本产品保密并受到版权法保护

Confidential and Protected by Copyright Laws

Analysys 易观  
你要的数据分析





# 2018年数字经济年度盘点

# 壹、模式创新红利式微，市场从“拓荒期”进入“守成期”

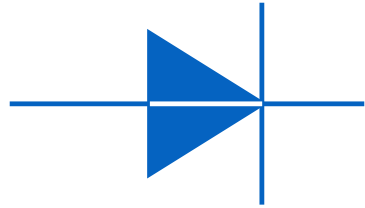
<b>动漫娱乐 (App: 295)</b> 动画 二次元社区 漫画 漫画创作平台 轻小说	<b>地图导航 (App: 439)</b> 地图 定位应用 路况查询 指南针	<b>房产 (App: 93)</b> 房产服务 房产经纪人工具	<b>健康 (App: 1147)</b> 健康管理 两性生活 生理健康 心理健康 运动健康 养生保健 医学整形 孕婴健康	<b>金融 (App: 3947)</b> 保险服务 财经资讯 彩票服务 贷款计算器 大宗商品投资 金融工具 理财兼职 手机银行服务应用 投资理财 外汇查询 网络借贷 消费金融 信用服务 信用卡服务应用 银行综合服务 支付 证券服务应用	<b>交通出行 (App: 670)</b> 车辆充电加油 城市用车 代驾 公共交通 共享单车 互联网巴士 接单助手 快递/配送 汽车分时租赁 长短租车 在线停车	<b>教育 (App: 4544)</b> 儿童教育 付费问答 教育平台 教育资讯 外语学习 兴趣教育 学习工具 学习社区 校园管理/校园应用 应试教育 中小学类教育 职业教育
<b>旅游 (App: 432)</b> 航空服务 酒店预订 旅游工具 旅游攻略/UGC类 汽车火车票预订 综合度假旅游预订 综合旅游预订	<b>美食 (App: 208)</b> 酒水电商 美食社区 食谱 生鲜电商	<b>浏览器 (App: 166)</b> 浏览器	<b>母婴亲子 (App: 296)</b> 母婴电商 母婴综合社区 亲子工具 孕育工具助手 孕婴健康		<b>企业级应用 (App: 394)</b> 广告/营销工具 进销存管理 考勤管理 企业及应用 企业社交 企业信息服务 项目管理/项目管理 视频会议/监控 综合视频/视频导航 视频会议/视频会议 视频会议/视频会议	<b>生活 (App: 2286)</b> 宠物O2O 宠物饲养 餐饮品牌 法律服务 分类信息 婚恋交友 家居家装 警务服务 家政服务 快递/配送 美业服务 生活服务 生活服务综合平台 生活工具 生活资讯 上门洗衣 社区服务 外卖订餐 戏剧文化 优惠券 综合到家平台 招聘求职
<b>输入法 (App: 86)</b> 外文输入法 中文输入法	<b>社交 (App: 2691)</b> 婚恋交友 即时通讯 匿名社交 情侣互动 企业社交 社交辅助工具 社交 商务社交 图片社交 同志交友 学习社区 异性社交	<b>汽车 (App: 621)</b> 车后服务 驾驶学习 汽车工具 汽车交易 汽车社区 汽车违章 汽车资讯	<b>视频直播 (App: 476)</b> 体育视频/直播 娱乐直播 游戏直播	<b>系统工具 (App: 4225)</b> 安全管理 备份工具 拨号工具 电池管理 短信工具 翻墙软件 root工具 手机测速 刷机工具 数据管理 手机锁屏 手机桌面 手机助手 通话辅助 通讯录 文件管理 无线管理/WIFI管理 系统自带 优化工具		
<b>摄影摄像 (App: 102)</b> 拍照及图片处理 图片社交 图文排版工具 相册/图片管理	<b>办公 (App: 102)</b> 办公打印 财务管理 翻译工具 记事本/备忘录 通讯录 商务社交 文件管理 网盘 体育资讯 运动健康	<b>办公 (App: 102)</b> 办公打印 财务管理 翻译工具 记事本/备忘录 通讯录 商务社交 文件管理 网盘 体育资讯 运动健康	<b>游戏工具 (App: 171)</b> 模拟器 修改器	<b>系统工具 (App: 4225)</b> 安全管理 备份工具 拨号工具 电池管理 短信工具 翻墙软件 root工具 手机测速 刷机工具 数据管理 手机锁屏 手机桌面 手机助手 通话辅助 通讯录 文件管理 无线管理/WIFI管理 系统自带 优化工具	<b>移动购物 (App: 1250)</b> B2B 便利店 导购/返利 二手电商 服装服饰 酒水电商 跨境电商 零售O2O 卖家工具 母婴电商 农业电商 品牌电商 奢侈品电商 社交电商 生鲜电商 特卖电商 综合电商	
<b>移动阅读 (App: 1689)</b> 电子书 古典文化 历史阅读 轻阅读 文库 小说创作平台 阅读工具 综合阅读 宗教阅读	<b>医疗 (App: 670)</b> 本地医疗 导诊平台 挂号 患者管理 疾病管理 问诊 医疗学术 医疗资讯 医药电商 中医咨询 自诊自查	<b>音频娱乐 (App: 909)</b> 铃声工具 MV视频 移动电台 移动K歌 移动音乐 音乐播放器 音乐编辑 音乐学习 有声阅读	<b>应用管理 (App: 344)</b> 传输工具 下载工具 卸载工具 应用商店 语音助手	<b>系统工具 (App: 4225)</b> 安全管理 备份工具 拨号工具 电池管理 短信工具 翻墙软件 root工具 手机测速 刷机工具 数据管理 手机锁屏 手机桌面 手机助手 通话辅助 通讯录 文件管理 无线管理/WIFI管理 系统自带 优化工具	<b>游戏媒体 (App: 219)</b> 游戏工具 游戏攻略 游戏论坛 游戏资讯	
<b>游戏平台 (App: 144)</b> 游戏交易 游戏中心	<b>资讯 (App: 1031)</b> 本地资讯 财经资讯 畜牧养殖	<b>其它 (App: 3882)</b> 存档修改器 测试软件		<b>系统工具 (App: 4225)</b> 安全管理 备份工具 拨号工具 电池管理 短信工具 翻墙软件 root工具 手机测速 刷机工具 数据管理 手机锁屏 手机桌面 手机助手 通话辅助 通讯录 文件管理 无线管理/WIFI管理 系统自带 优化工具	<b>智能硬件 (App: 245)</b> 点歌应用 机器人 VR 智能家居 智能可穿戴	

截至目前，易观千帆共覆盖**45个领域**，具体**314个细分行业**。

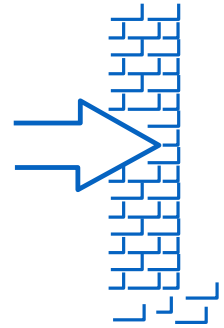
易观认为，互联网已经完成对用户诉求的多角度触及，其中涵盖社交、娱乐、生活服务、教育、医疗、金融等重点领域。未来，更进一步的模式创新潜力告竭，市场正在从“拓荒期”进入“守成期”。

## 贰、企业突破原有定位的可能性增强，市场竞争环境极不稳定

打通产业链上下游式发展

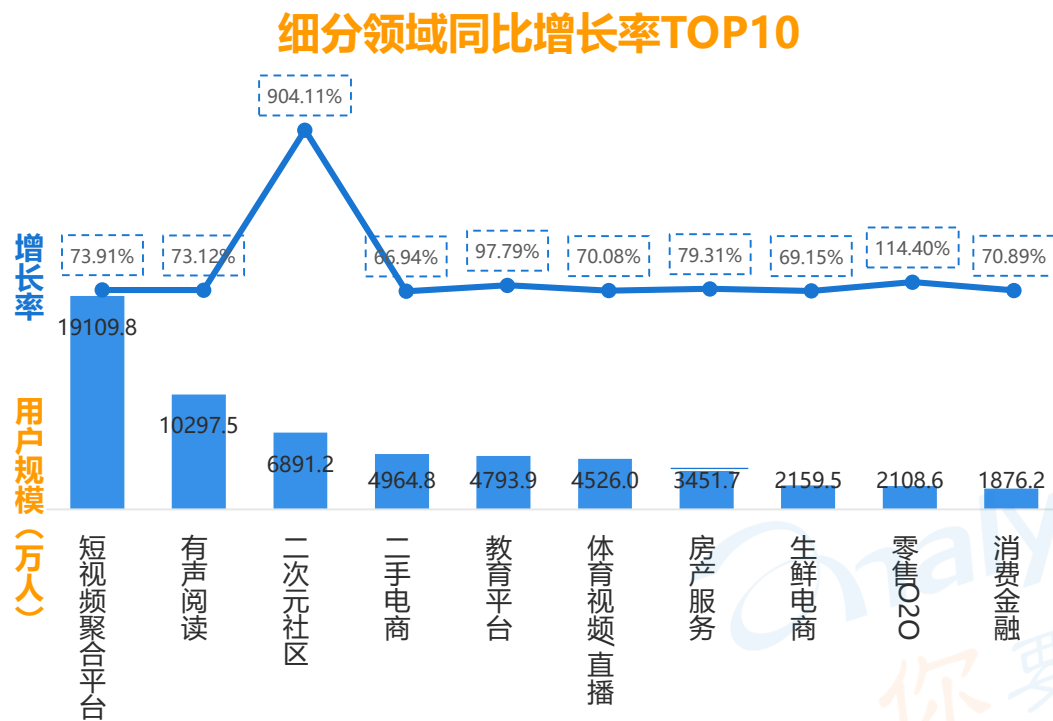


打破行业次元壁式发展



对于积累了海量数据的互联网企业而言，从中抽丝剥茧孵化全新业务的可能性大增，其中以打通产业链上下游及打破行业次元壁两种方式最为典型。这也为市场不断输出新玩家，市场格局和竞争环境均呈现出不稳定的态势

# 参、市场细分和下沉进一步拓宽了数字资产范畴的边界



## 下沉市场三巨头



MAU **2.81亿**  
YOY **44.39%**



MAU **1.43亿**  
YOY **101.87%**



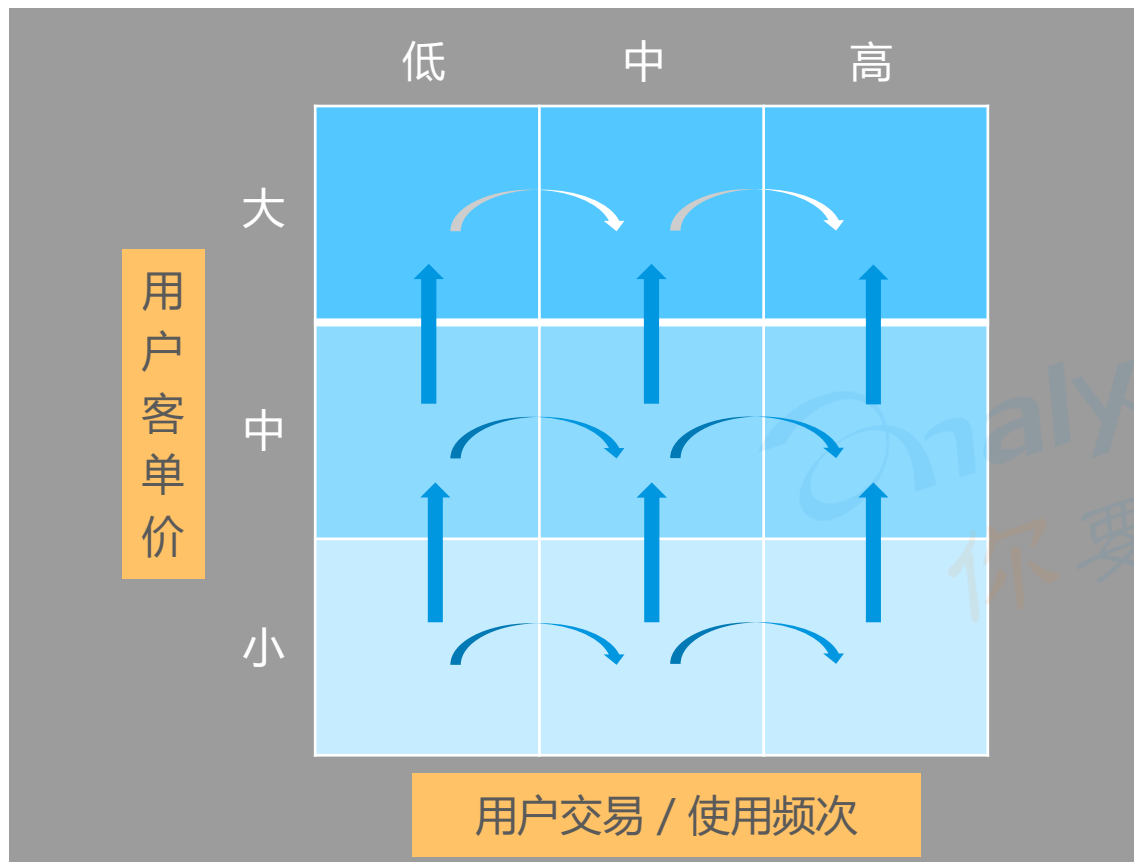
MAU **6899万**  
YOY **43.86%**



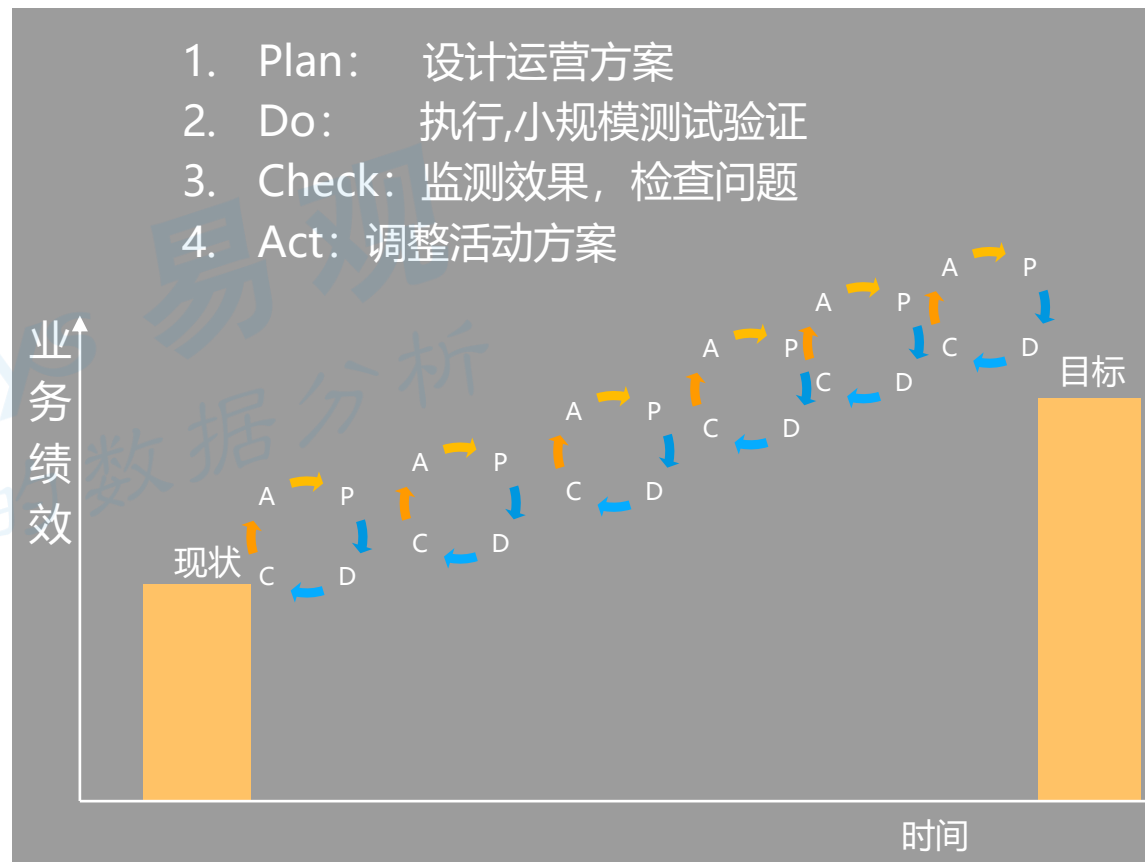
- **细分市场仍然存在开发空间。** 2018年社交、视频等头部领域同比增长率仅为1.93%和2.53%，细分市场则保持高速增长，用户规模在100万以上的细分领域中，增长率最高的为**二次元社区**（904.11%）、**零售O2O**（114.40%）和**教育平台**（97.79%）。
- **布局下沉市场带来高速增长。** 下沉市场三巨头拼多多、趣头条和快手填补了中低消费群体的消费空白和娱乐空白。

# 肆、上述市场环境倒逼企业精益成长，数字化转型意识萌芽

## 重新理解用户成长路径



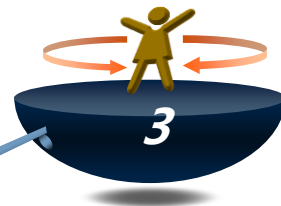
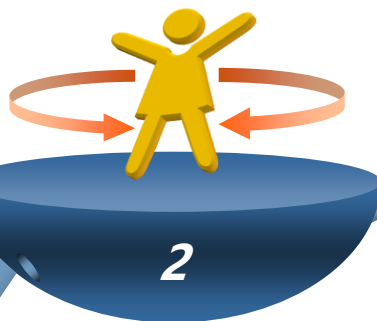
## 重新理解企业决策流程



# 伍、重新评估数字用户价值已成为企业探索数字化转型第一站

## 保持/扩大现有用户价值

- 市场竞争激烈，企业应重视维护现有用户的价值
- 基于企业的自身标准，将用户进行分级度量，结合技术制定相应的运营策略。逐步提升企业在用户心中的价值高度与广度，夯实创新或突破边界



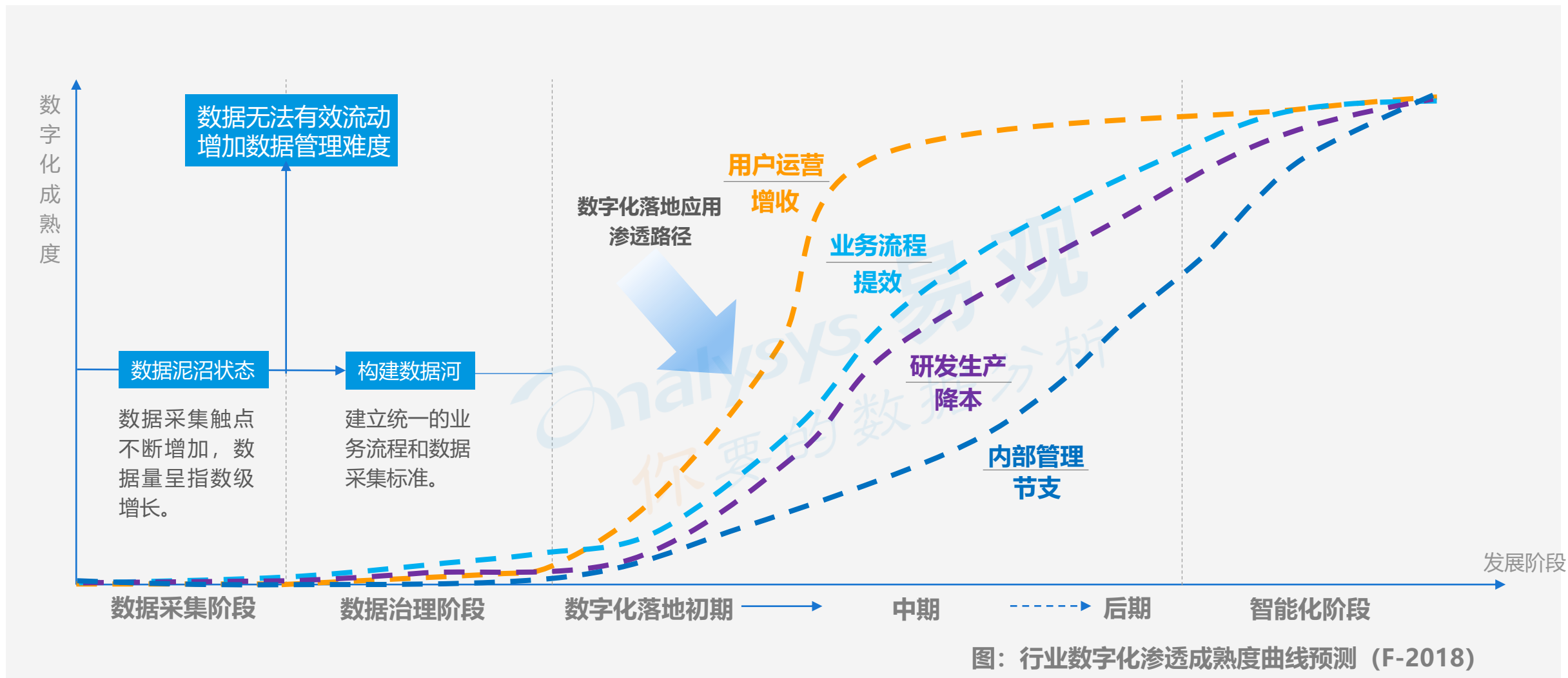
## 吸引更多的价值用户

- 致力于长期发展的企业不会止步于短期业绩，在深耕的基础上企业也将会寻找更多的价值用户，提高影响力与市场地位

## 透视现有用户价值

- 数字用户管理的核心在于对用户的了解，对用户的了解越多，企业对自身的了解越多，越有可能挖掘越多的潜在价值，发现越多的忽略盲点；
- 现有用户特征是企业了解自身最基础的信息资源，收集和分析现有用户的数据是管理框架的第一步，也是最重要的一步

# 陆、但是，目前数据围墙阻隔数据流通，数字化变革仍属早期





# 柒、零售行业在数字化转型探索中“成于产业链，也困于产业链”

- 零售业数字化围绕消费者洞察在零售的场景改造、整合营销、供应链升级各环节展开实践并取得一定成效。然而随着消费者渠道多样化，零售全行业数字化改造的困境也突显出来。



## 零售业数字化的困境

- 传统零售推行数字化阻力较大。**首先，传统零售的经销和联营模式导致企业在数字化转型过程中会遇到如经销商、门店店长等利益方，平台对渠道的管控较弱，推行数字化需要权衡各方利弊，因此阻力较大。**其次**，传统零售业对数字化改造的态度暧昧，因为成功参考案例较少，他们既希望通过数字化得到经营能力上提升，又对数字化最终效果表示担忧。
- 电商平台线下门店运营经验不足。**尽管电商平台具备了良好的数字化基础，但是其对线下门店的运营经验不足，导致对线下业态的数字化改造还处于探索期，多围绕前端的营销和引流，改造方式比较单一。

# 捌、金融行业下细分领域市场化程度越高，数字化潜力越强

- 整个金融行业的参与主体不再是简单的上下游关系，而是构成基于“数字用户”为核心的网状链接关系，传统的用户服务机制正逐渐被打破，开始直面数字用户，不过发展程度由于行业自身特性不同而不尽相同。

## 支付

- 支付作为金融商业领域重要的基础设施和流量入口，已经成为了企业获取基础数据的最主要来源之一
- 支付独有的闭环特性也令其在大数据提炼用户画像和精准营销上拥有独有的优势，支付企业在此方面服务B端的探索程度加大

## 银行

- 积极推动金融科技应用，升级现有IT体系，打造数据平台、云服务平台等，同时组建科技团队，强化对人工智能等技术的研究和掌控
- 借助互联网、移动互联网技术建设各类网络平台，加大以场景化的方式向客户提供金融服务

## 证券

- 产品创新上，智能投顾、AI选股等不断落地，从市场反馈来看，智能产品还没起到应用的效果
- 内部管理数字化，尝试打通外部市场和用户方面的数据，不过数据应用方面仍显割裂

## 保险

- 保险公司面临“互联网+”背景下科技驱动的转型压力，基于自身优势业务积极探索金融科技落地应用成为传统保险公司面临的重要课题
- 互联网公司寻求金融圈的完整布局，推动其金融科技技术在应用层面落地，逐渐涉足保险行业

# 玖、旅游行业中航司、酒店等硬核需求场景数字化转型动力更强

- 旅游行业各产业链数字化改造意识已建立，航司软硬件投入并行，用户体验改善显著；酒店集团头部企业通过大数据加强直销渠道能力和会员体系建设；景区及旅行社进度相对滞后，OTA的数据对接和协作赋能加强二者线上营销能力，成为景区及传统旅游企业数字化转型的重要推动力。

## 航司 ★★★★★

### 现有成绩

- 服务全流程智能化发展迅速，退票可极速退款、出行知识搜索、特殊服务申请、电子发票开具等投入使用，提升运营效率、服务水平及用户体验
- 依托数字化信息系统升级加强直销能力

### 改造难点

- 后台应用如运行控制、订单执行、退改签变更等一站式数字化管理改造周期不定
- 设施与技术投入成本较高
- 数据挖掘能否精准对应用户旅途前、中、后场景扩展，激发消费意愿



## ★★★★☆ 酒店

### 现有成绩

- 高星酒店集团自建数据资产管理体系，通过用户数据分析改善服务
- PMS企业推动云后台管理系统升级
- OTA赋能酒店商家进行数字化营销
- 人工智能提升酒店服务，无人酒店成为行业新亮点

### 改造难点

- 用户数据信息安全存在隐患
- 数字化改造成本过高，投入与回报比是商家端最大疑虑
- 中/低星酒店数字化基础设施落后，业主数字化管理能力欠缺



## 景区 ★★★

### 现有成绩

- 建立数字触点，扩充数字化应用场景
- 智能终端应用逐渐渗透到景区各个环节
- 景区信息获取、区域导航、智能导览等服务落地
- 信息传感设备将景区内部基础服务设施、景点串联构成智能传感网络，实时全面感知、识别、定位、跟踪、监控

### 改造难点

- 大型景区数字化设施投入成本压力巨大
- 景区关联消费品类丰富，数字化程度参差不齐
- 景区大数据各个流通管道尚未打开，掣肘进一步数据挖掘和调整数字化改造方案



## ★★ 旅行社

### 现有成绩

- 头部旅行社加强线上营销力度
- 与OTA实现直连，扩充线上渠道
- OTA增加目的地旅游科技产品投入，通过技术覆盖旅行社市场帮助旅行社解决增长困境

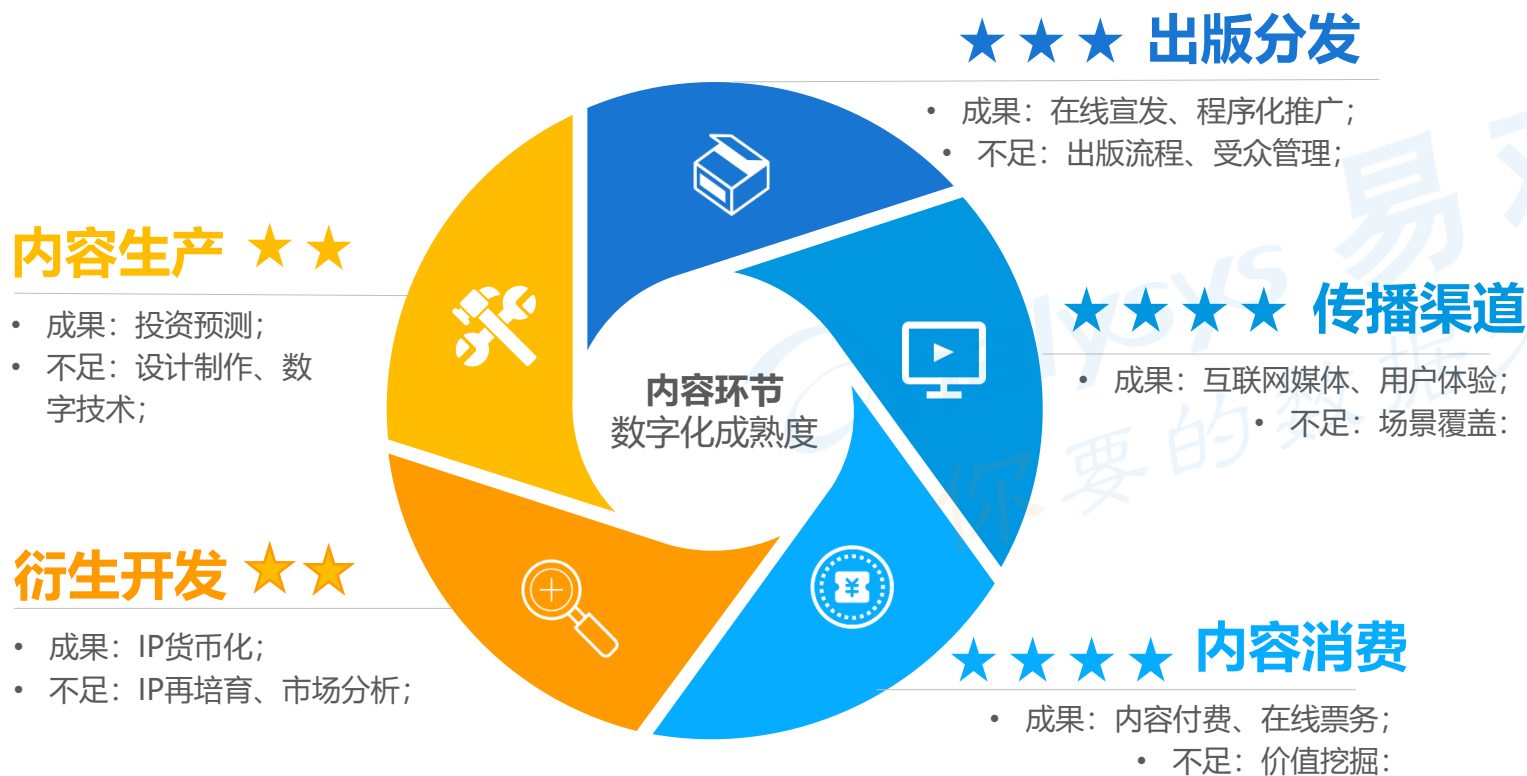
### 改造难点

- 原有重资产成为改造负累
- 中小旅行社对数字化转型重视程度和认知不足
- 旅行社整体数字化管理及运营人才缺失



# 拾、内容产业拥有数字金矿，但目前主要集中在产业链下游发挥效用

- 在移动互联网发展的助力下，中国内容产业已在用户消费端取得了显著的数字化成果，并在多个细分领域领先于全球。积累了丰富的数据资源后，在产业升级需求的驱动下，中国内容产业正在向生产数字化时代迈进。



## 互联网媒体发展促进了内容消费数字化

- 内容产品区别于其他产品，能够在互联网媒体的依托下更好地进入数字化阶段。目前，内容产业的消费数字化已经取得了显著的成果，主要集中在传播渠道和内容消费环节，包括影视、音乐、文学等众多内容产品均可实现消费的数字化；

## 消费数字化为生产数字化积累了丰富的数据资源

- 内容产业的消费数字化，积累了海量用户的行为、偏好等。而进入2018年后，用户增量红利带来的增长动能消亡后，内容产业需要从内容质量、生产效率和用户价值挖掘等方面进行数字化，将数据资源应用至内容生产、出版分发和衍生开发环节中，从而开启生产数字化进程；

注：数字化成熟度满分5星，主要从覆盖行业、数据资源、效率优化程度等角度进行评价；



# 2019年数字经济年度预测

# 壹、5G、物联网、AI和区块链成为新的加速器 撬动数字经济新发展，或将带来市场格局新变化

## 物联网 开启商业模式探索

紫光展锐 春藤8908

华为海思 Boudica

MEDIATEK MT2625

芯片厂商纷纷推出量产芯片



智能硬件产品化落地加速

## 人工智能 企业前进的发动机



智慧城市

智慧家庭



智能制造

.....

## 5G商用 市场破局的重要动能

5G商用已箭在弦上，作为更高效的基础设施将为市场贡献新的增量，与此同时其巨大动能的作用方式可能存在不可预知的想象空间



## 区块链 进入扩展应用阶段

# 贰、互联网升级进入第二产业，工业互联网未来可期

## 推动力

工业互联网落地成本降低

互联网产业在消费端的演进完成了基础设施和落地应用的“原始积累”。

消费互联网的增长趋缓

增速由2017年的50.56%预计降至27.33%。

“工业2025”成为政策推动力

要求2020年实现50%的关键工序数控化，数字化研发设计工具普及率达72%

新技术的持续推进

时间敏感网络 (TSN)  
软件即网络 (SDN)  
边缘计算  
5G

标签和射频技术



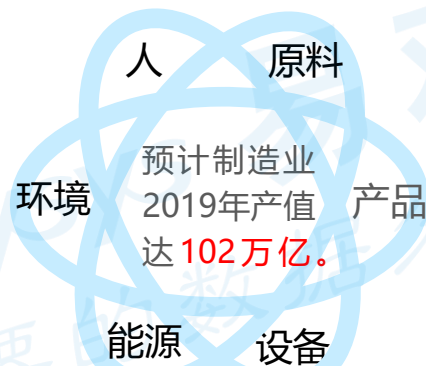
智能终端技术



进化为

制造大国

制造强国



工业互联网应用场景

### 设备管理

接入管理 远程诊断  
设备维修 设备监控

### 生产管理

协同制造 资源申请  
任务监控 计费对账

### 运营管理

数据统计 资源管理  
服务计费 租户管理



传感器

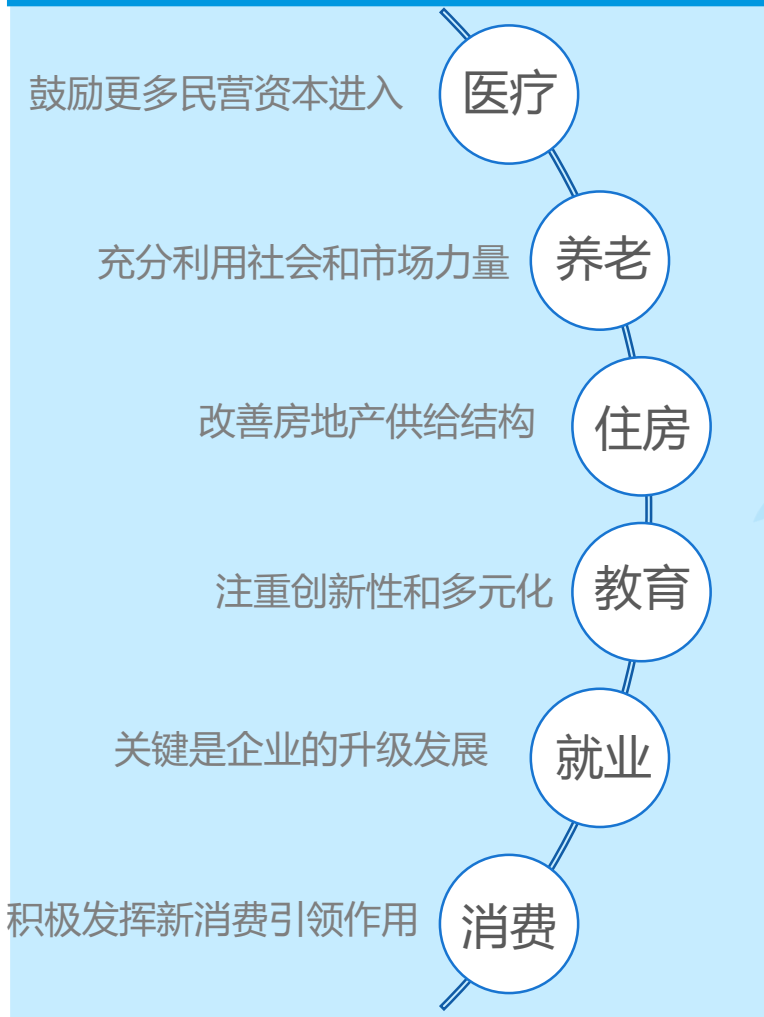


网关

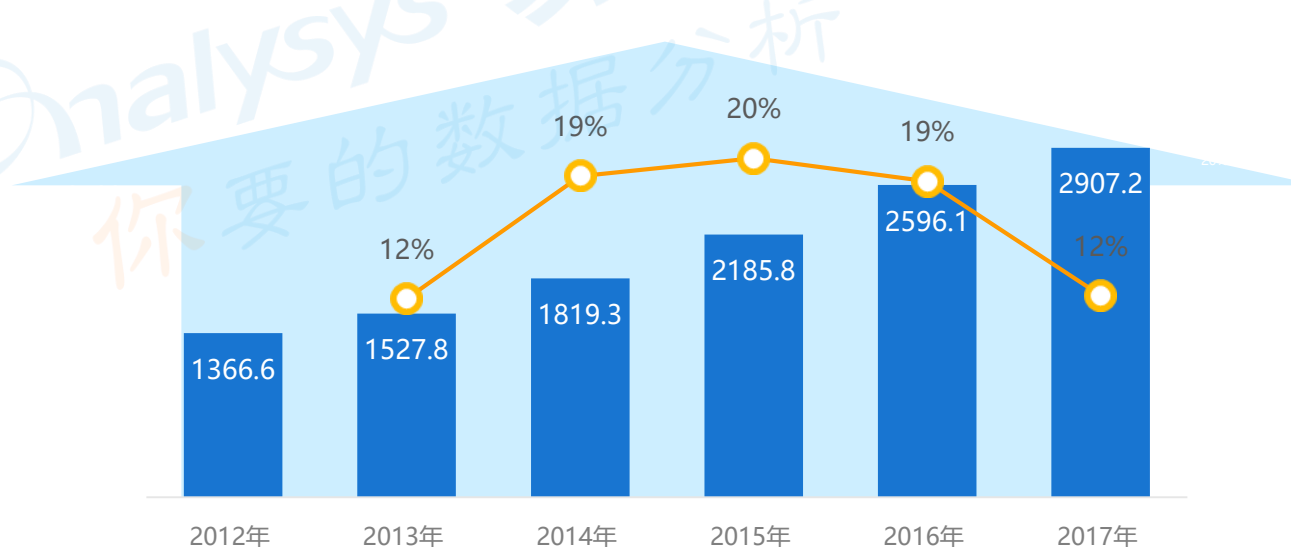
数据驱动精益成长

# 参、供给侧红利出现，将助推企业数字化服务价值回归

## 供给侧红利多行业展现



## 数字化转型背景下企业服务形式不断创新

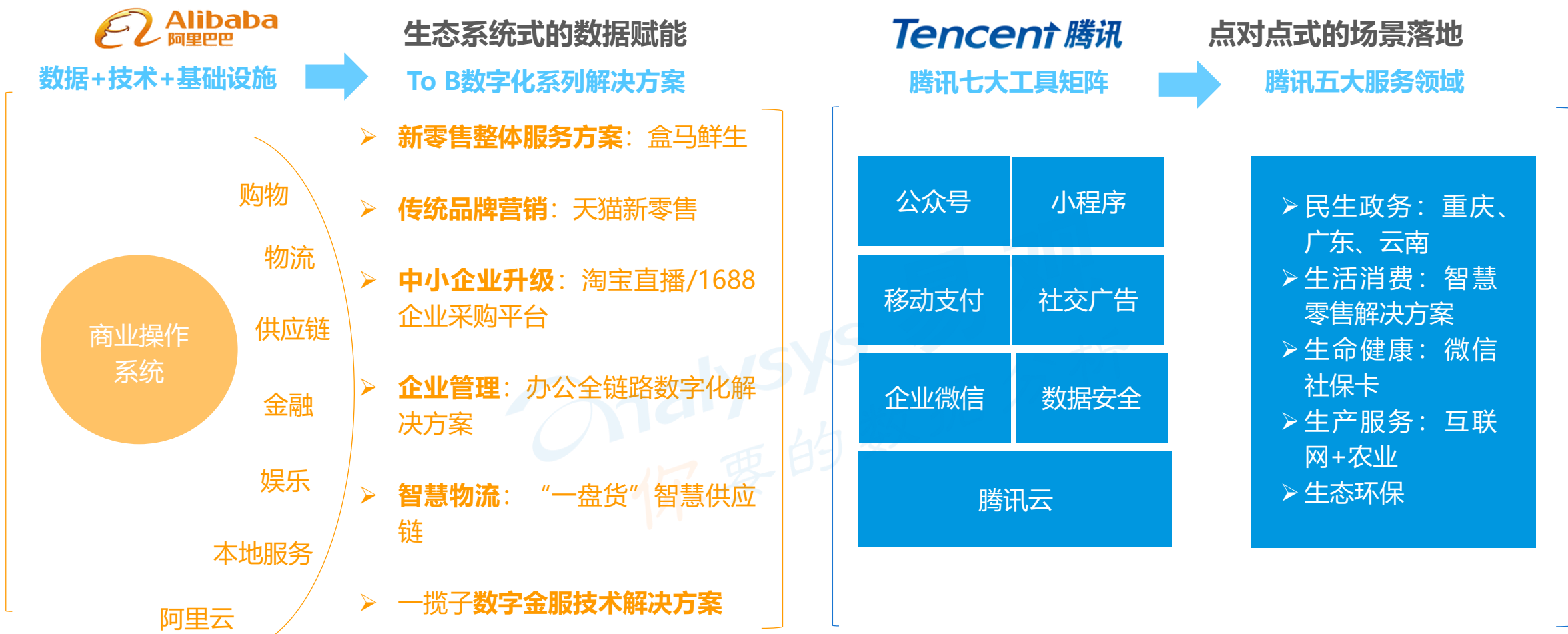


## 企业数持续稳定增长，企业服务市场空间广阔

数据驱动精益成长

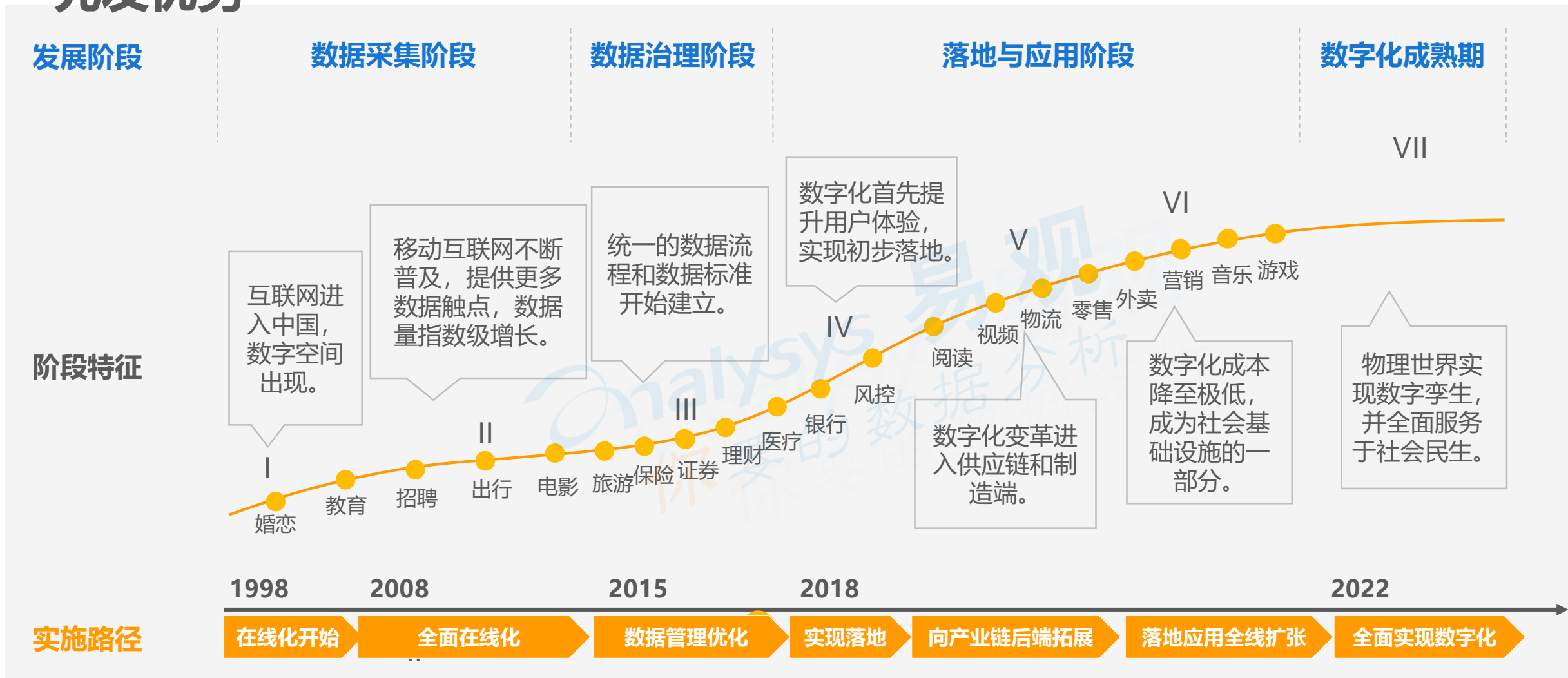


# 肆、头部企业应用数据将在数字化部署中发挥巨大业务价值



巨头阿里巴巴、腾讯在互联网时代所积累的平台经验和数据优势将在数字化时代持续发挥效能，助推其从服务C端过渡为服务B端+C端。其中，阿里巴巴的优势在于消费及金融层面相对成熟的生态化服务能力，协同性更强；而腾讯的微信生态则更适于面向政府、零售等领域赋能，目前而言场景相对有限。

# 伍、零售、金融、旅游、内容行业将在数字化转型浪潮中拥有先发优势



# 陆、零售行业将进入涵盖营销、经营、管理的数字化协同时代

## ● 零售各种业态进入全面数字化，各环节应用协同

超市、便利店、百货、连锁、餐饮等各种零售业态将进入全面数字化阶段。在线上线下融合发展成为常态的背景下，全渠道的数字化治理成为零售业越来越关注的课题，营销、经营、管理各方面的数字化协同是未来零售业数字化发展的主导方向。



## ● 围绕消费端数字化改造成效显著，用户成为最大受益者

近年来，以改善用户体验为目的个性化推荐、自助结算、虚拟试用等功能越来越多的被应用在零售领域。由于消费端数字化改造升级最先会被消费者感知，并会快速回馈给用户，因此未来围绕消费端的数字化改造将会持续深化。



## ● 电商企业身份转变，数字化解决方案供应商进入混战

传统零售业在互联网公司下场后，数字化进程将加速，并将主导零售业数字化向前推进。互联网企业借助技术优势，转型为数字化解决方案供应商。随着改造的深入，各类数字化解决方案将不断涌现，各色供应商随之进入，多维度抢占市场，市场进入混乱厮杀。

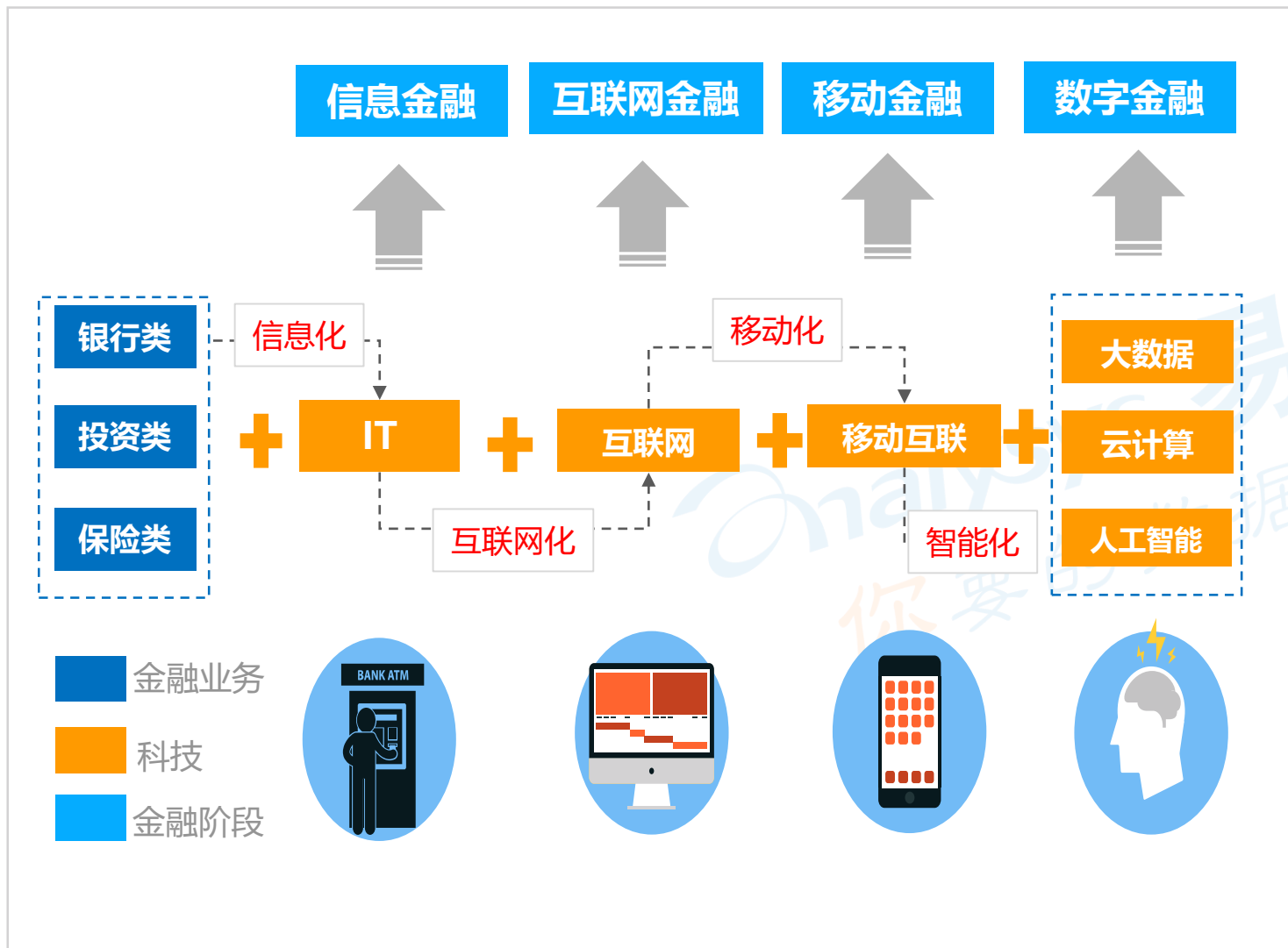


## ● 零售数字化过程漫长，品牌零售力量有待爆发

受传统零售渠道组织结构、管理方式、改造成本等因素制约，零售的数字化必将经历一些挫折。而以品牌零售主导的数字化改造还处在萌芽期，未来品牌零售，尤其是依托互联网起家的品牌零售产商，将首先深入到制造端和供应链体系的数字化改造中，从而推进整个零售业数字化发展。



# 渠道、技术和数据将推动金融机构发生新一轮质变，最终提升整个产业的生态化服务能力



## 技术驱动金融机构模块创新

以技术为手段，以账户为核心、以数据为基础，围绕客户完成“产品服务”、“运营管理”的数字化升级。

## 数据驱动机构增长方式转变

企业内部条线相互打通，增长由现在的业务推动变成数字价值推动，服务能力及边界长效扩展。

## 开放能力驱动金融服务生态化

金融机构进一步加快构建开放能力，通过SDK、API等方式将自身金融产品及服务开放给第三方合作伙伴，形成金融+场景开放生态。

# 捌、数字化将加速旅游产业链高效互联，共同推动全域旅游发展



## 👤 旅游产品全域优化

数字化通道连通更有利于获取用户多维标签，实现从用户画像到立体用户形象的刻画，用以精准匹配产品品类、改善产品内容、优化产品设计、进行全线旅游产品创新组合，从而真正提升用户服务和体验。

## 👤 旅游服务全域配套

在技术层面上，通过“互联网+”利用信息数字手段，构建旅游交通、旅游公共服务网络体系，融入智慧元素。通过景区串联，在点线面旅游体验中，提升游客吃住行游购娱旅游元素环节满意度。

## 🌐 旅游产业全域联动

通过“旅游+”拓宽旅游产业，带动区域内经济发展，形成特色地域经济综合体。全域旅游与工业化、农业化、城镇化、生态化等紧密联系，关联融合，促进经济社会各类资源与公共服务有效再配置。

# 玖、内容产业面临效率优化的重大挑战，能否构建数字化生产全流程将成为下一阶段的主要焦点



虽然内容产业的消费数字化领先于其他产业，但依旧存在不足，如用户场景的覆盖、目标用户管理、用户的反馈传导等。因此，内容消费数字化将在现有成果的基础上优化和深入，通过数字化用户资产的建立和运营、三方数据增补等方式，进一步提升内容消费数字化水平。

**消费数字化进一步优化**



内容创新是衡量内容产业发展水平的最核心的指标之一。我国内容产业虽然拥有庞大的市场规模，但无论是游戏、影视还是音乐方面，其内容创新水平均仍有较大的发展空间。随着数字化进入内容生产环节，用户反馈和数字技术将进一步优化创作效率，用户需求升级倒逼内容创新。

**内容创新依旧是核心**



投资、IP资源和用户增量是内容产业此前发展的主要动力，而随着这些动力的趋弱，内容产业将在效率优化方面面临更大的挑战。其中，生产全流程的数字化将成为主要发展趋势之一，内容产业需要能够覆盖全业务场景的数据工具，以数据为链条串联各生产业务环节的沟通协作，提升效率。

**构建数字化生产全流程**

# 拾、当前数字化更宜小步迭代，但最终会促使企业面临新的管理变革，传统的组织架构将被打破



# 数据驱动精益成长

- 易观方舟
- 易观千帆
- 易观万像



易观方舟试用



易观千帆试用



易观订阅号