

# 2019年上半年用户行为分析

---

- 流量未见顶，用户时长仍有空间，细分领域蓬勃发展

# 分析定义与分析方法



## 分析定义及分析范畴

- 本分析内容主要分析对象是2019年上半年中国移动互联网网民。文章通过对2019年上半年网民行为方式、消费习惯、兴趣爱好等领域的剖析，了解用户的生活形态和价值观变化。



## 分析方法

- 分析内容中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及易观分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价



## 数据说明

- 千帆分析全国网民，分析超过99.9%的APP活跃行为。
- 千帆行业划分细致，APP收录量高，分析45领域、300+行业、全网TOP 4万多款APP。
- 千帆是数字化企业、投资公司、广告公司优选的大数据产品，2015年至今累计服务客户数量400+。

# 流量未见顶，用户时长红利仍有空间

## 流量增长未见顶

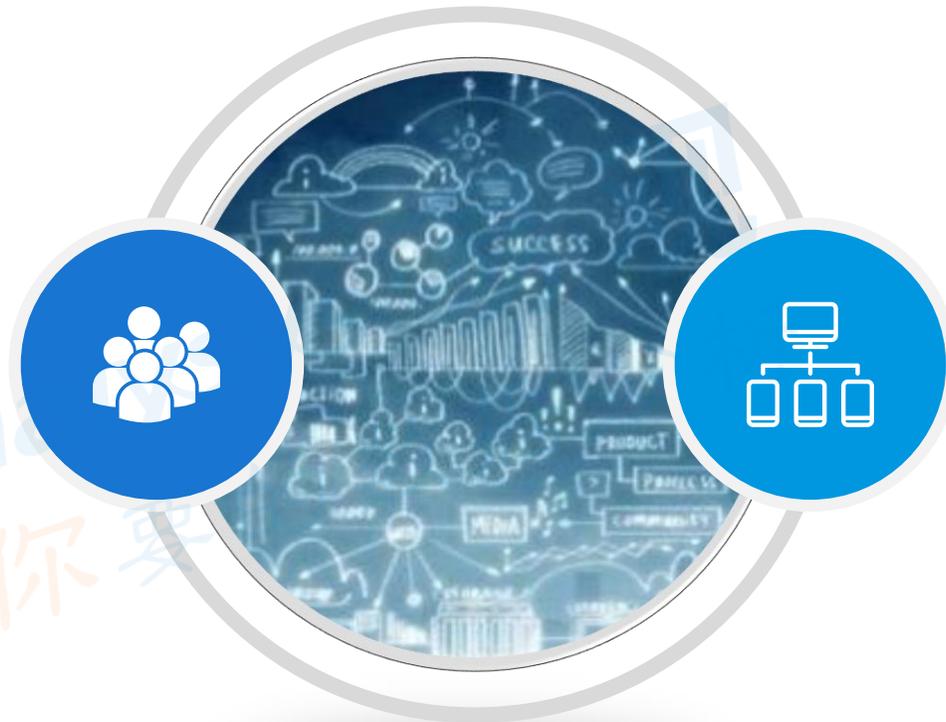
- 2019年上半年流量仍未见顶，环比增长1.6%，短视频、体育、健康等领域增速靠前

## 时长红利依旧增长

- 用户使用时长红利依旧，环比增长4.3%，内容类应用继续强势抢夺用户使用时长

## 巨头壁垒牢不可破

- 长尾应用数减少，头部应用用户时长占比增加
- 巨头生态内协同不断深化



## 代季更替机会已现

- 95后个性化、细分化的需求成为新兴机会
- 移动互联网在银发群体生活中的方方面面加速渗透

## 下沉市场争夺围绕双主线展开

- 三、四线城市用户需求继续围绕娱乐和资源获取两条主线展开

## “她”经济呈现巨大商机

- 新时代，女性用户求美需求和差异化理念逐步凸显

# PART 1



➤ **主要发现：流量未见顶，时长仍有空间，细分领域蓬勃发展**

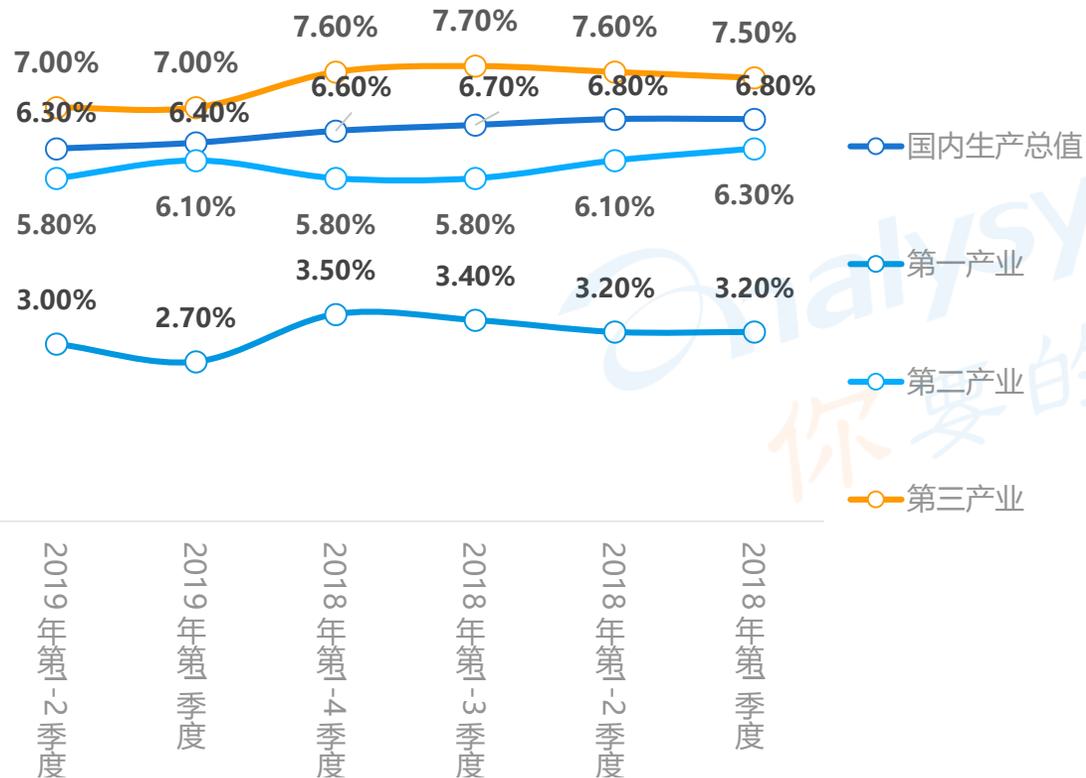
© Analysys 易观

[www.analysys.cn](http://www.analysys.cn)

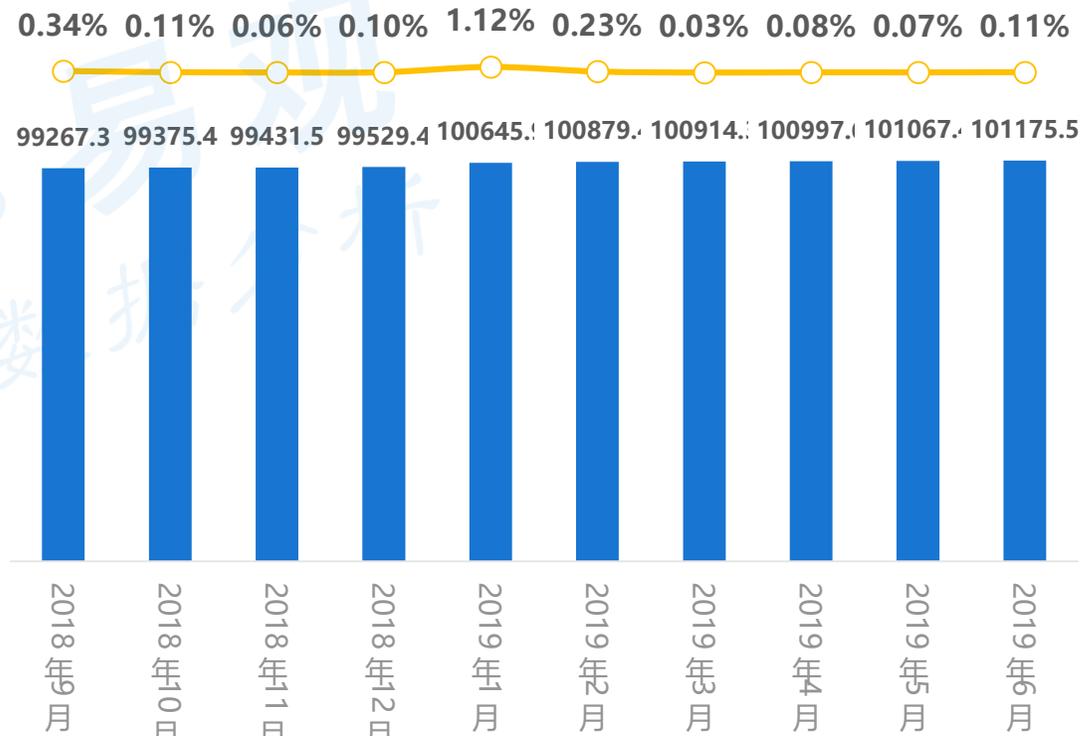
# 1.1 2019年上半年移动互联网用户规模增长1.6%，流量还未见顶

2019年上半年，上半年国民经济实现了6.3%的增长速度，在整体经济转型的大背景，并且未搞大水漫灌式的强刺激下实属不易，上半年物价还保持基本稳定，居民收入实现较快增长，预计下半年整体经济依旧可以保持高质量增长；上半年移动互联网用户规模突破十亿，但是整体增速继续放缓，二季度用户环比增长0.26%，存量用户竞争时代企业如何提升内力，成为思考重点

2018年-2019年中国GDP季度增长

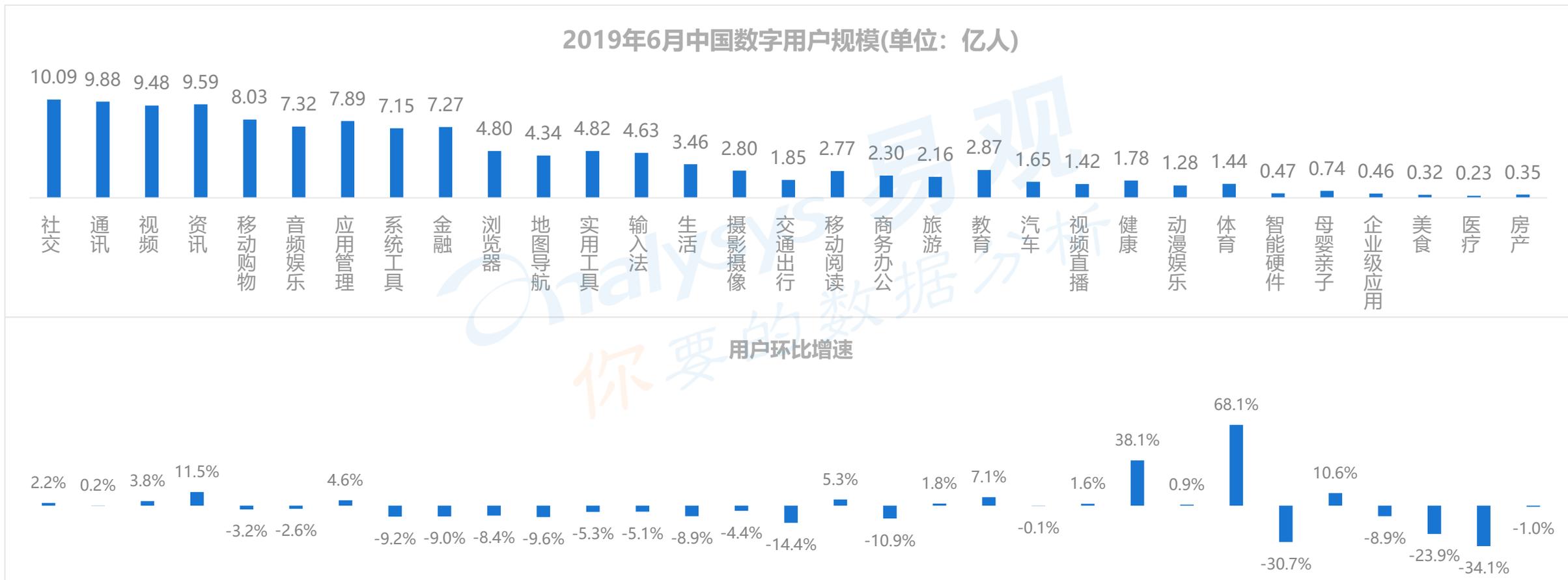


2018年9月-2019年6月中国移动互联网用户规模及增长



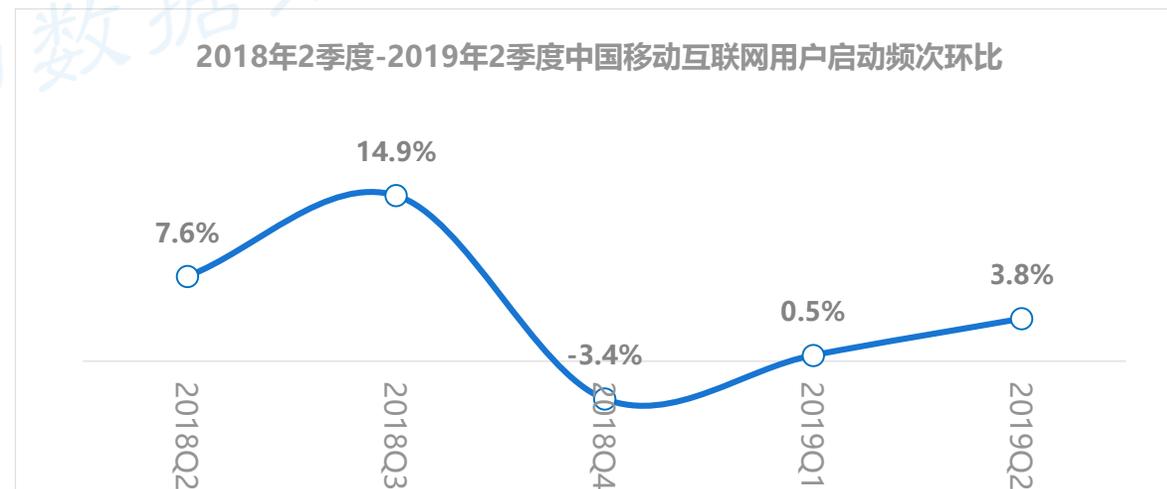
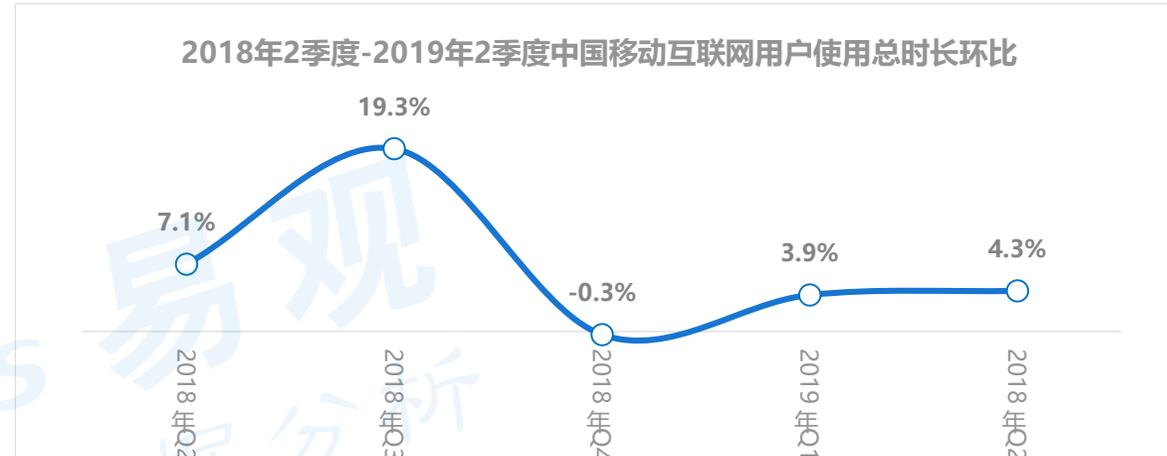
## 1.2 头部领域中短视频保持高速增长，其他领域中，体育、健康、母婴等表现较好

2019年上半年，头部领域继续保持小幅增长，视频领域受益于短视频持续快速增长，整体用户规模环比增长3.8%；其他领域中，竞技观赛体育（腾讯体育-NBA、PP体育-五大联赛）持续高速增长，叠加用户运动健身意识觉醒，体育领域增幅表现亮眼，另外，健康、母婴、教育等领域表现也较为突出



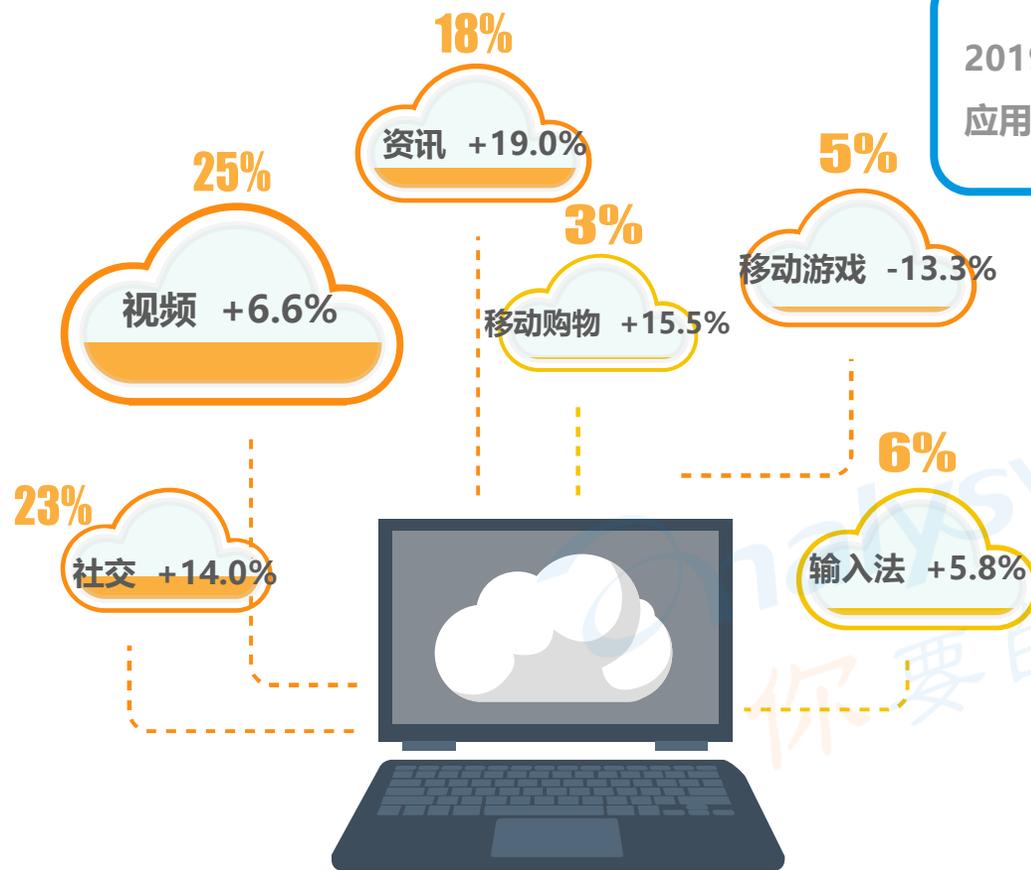
## 2.1 时长红利仍在增长，用户日均使用时长5.59小时，环比增长4.3%

2019年上半年，从用户粘性来看，虽无18年三季度时的强势增长，但是19年二季度用户对于移动互联网使用依旧稳步增长4.3%，日均使用时长达到5.59小时，而日均启动频次也达到53.05，同比增长3.8%，这两项数据表现均好于一季度



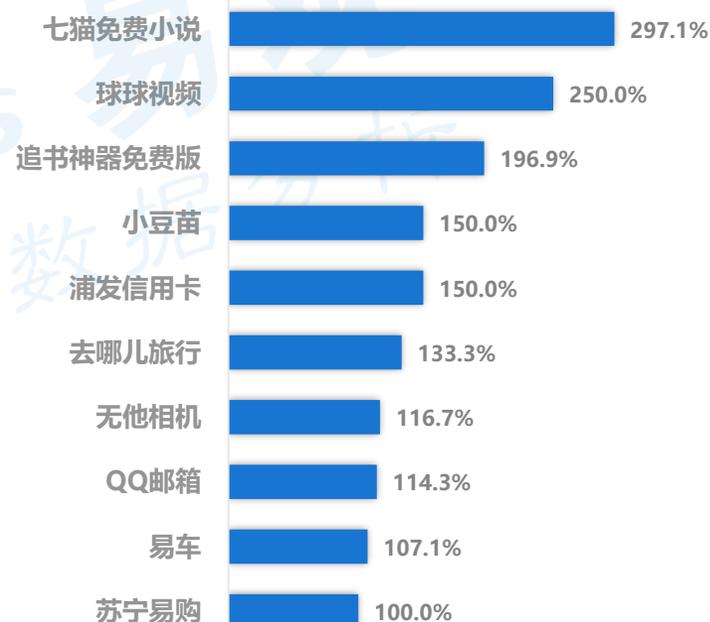
## 2.2 头部领域使用时长基本保持增长态势

2019年上半年，头部领域中，除移动游戏外，用户使用均继续保持增长；从具体应用来看，七猫免费阅读，球球视频，追书神器免费版等应用排名居前



中国移动网民头部领域使用时长占比及变化

2019年6月千万级应用人均使用同比增长TOP10

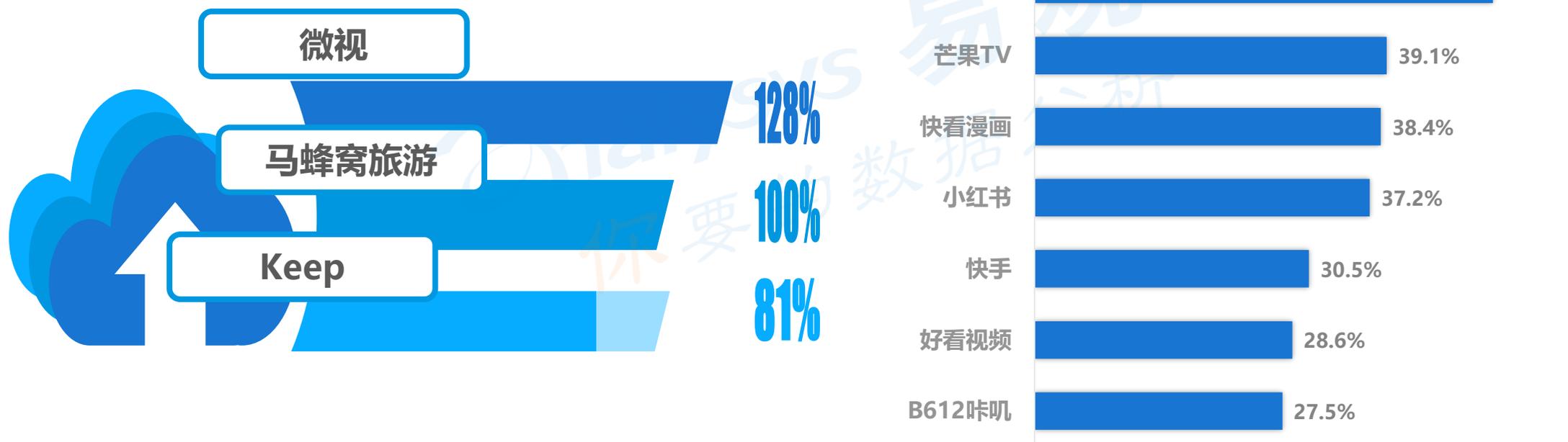


应用名称	人均单日使用时长 (分钟)	用户规模 (万人)
七猫免费小说	13.5	1934.6
球球视频	8.4	1446.1
追书神器免费版	9.5	1319.2
小豆苗	0.5	1032.9
浦发信用卡	0.5	1002.4
去哪儿旅行	1.4	3737.4
无他相机	1.3	1684
QQ邮箱	1.5	7423.8
易车	2.9	1351.7
苏宁易购	1.0	5720.3

## 2.3 千万级应用增长TOP10：注意力经济下，优质内容成为增长关键

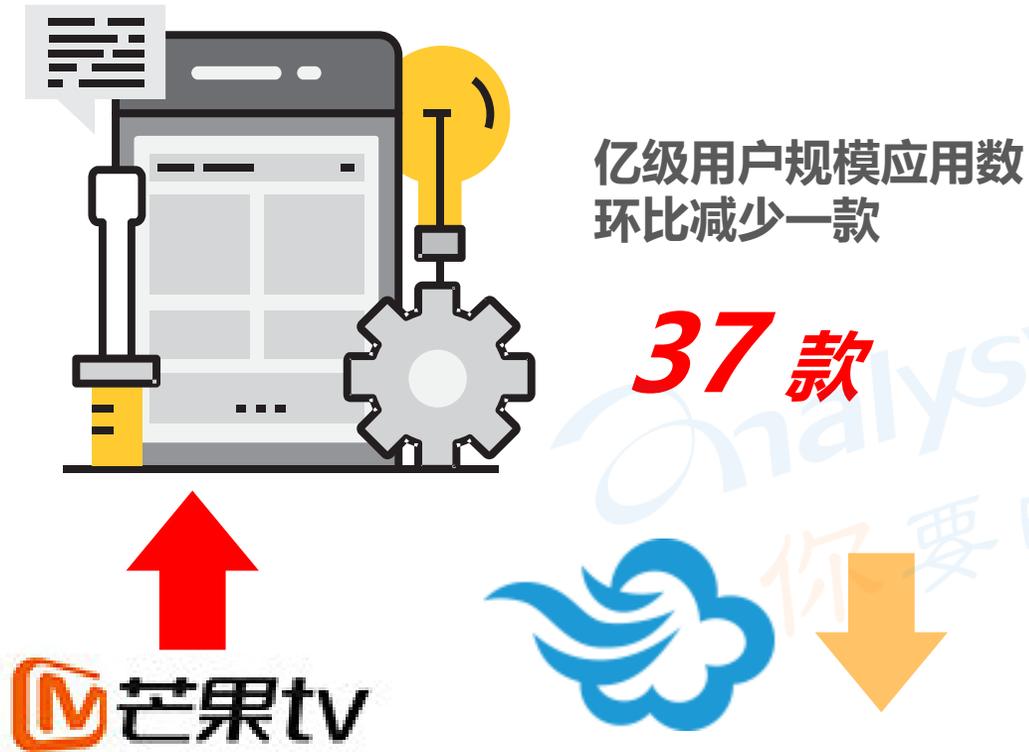
2019年上半年，从千万级应用涨幅来看，凭借腾讯生态体系（春节期间大量用户通过QQ“走运红包”涌入微视），上半年用户环比增长128%；虽然，旅游领域携程依旧优势明显，但主打旅游UGC内容平台得到用户追捧，其上半年用户增长达到100%；另外随着全面健身意识的觉醒，也使得Keep用户增长进入排名前三

### 2019年上半年移动互联网千万级应用增长TOP10

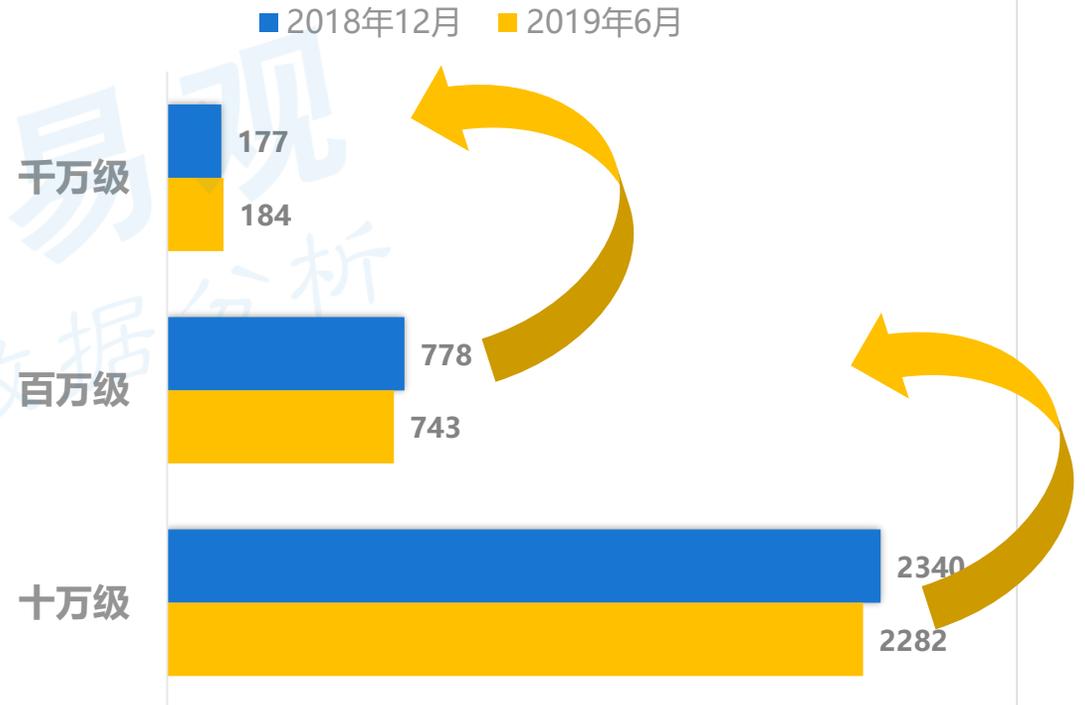


### 3.1 头部应用数量小幅增长，百万级应用和十万级应用数有所收缩

2019年上半年，头部亿级应用依旧保持37款，与2018年年底持平，具体来看芒果TV晋级，墨迹天气退出，这表明工具类应用正逐步被整合让位于优质的内容平台；从各级别应用来看，千万级应用小幅度增加，而百万级应用和十万级应用规模进一步收缩



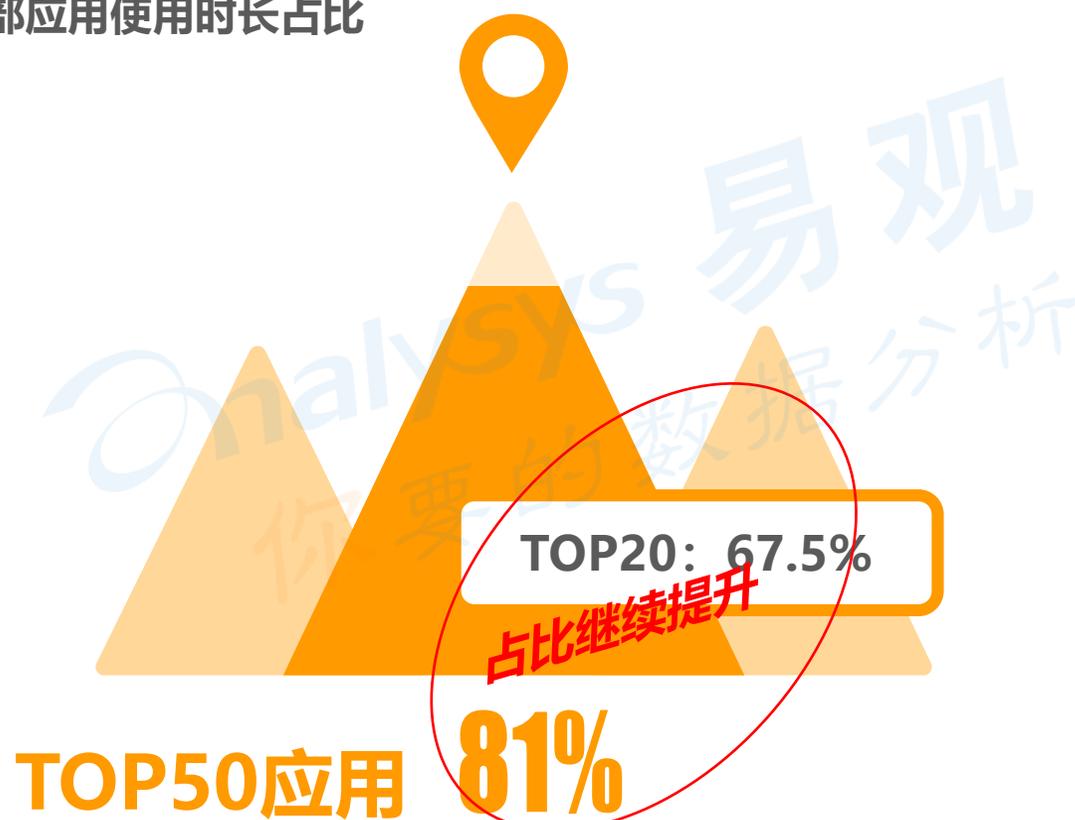
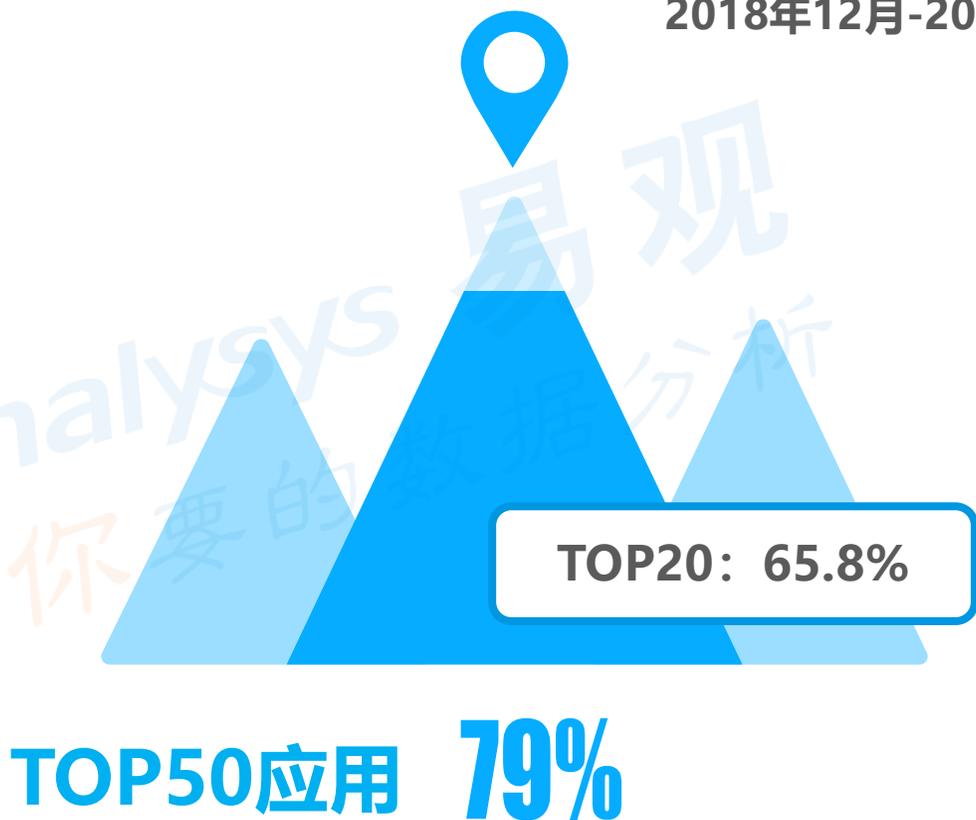
2018年12月-2019年6月各级规模应用个数



## 3.2 从时长指标看，头部应用占据用户使用时长比重持续增长

2019年上半年，头部应用市场占比继续验证之前猜想TOP20应用占据用户总时长达到67.5%，TOP50占据用总时长比重达到81%；这一比重比18年提升约两个百分点

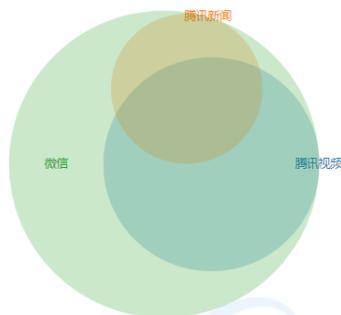
2018年12月-2019年6月头部应用使用时长占比



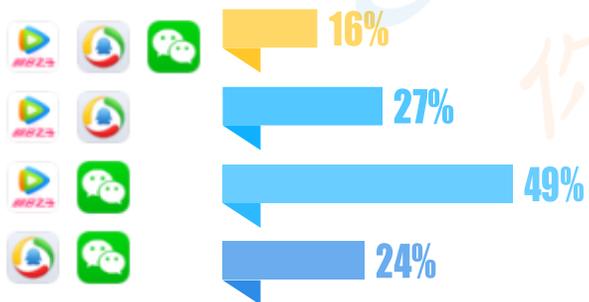
### 3.3 流量稀缺的当下，巨头生态所反打造流量闭环重要性日趋凸显

2019年，在流量稀缺的当下，巨头生态体系优势凸显，抖音凭借今日头条的导流（抖音头条用户重合度增长11%），促进抖音保持高速增长；同时巨头体系内容的生态闭环，有助于构建强大的竞争壁垒（如：淘宝88会员）

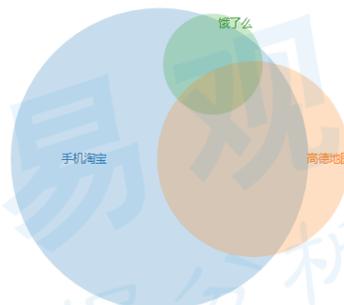
#### 腾讯系



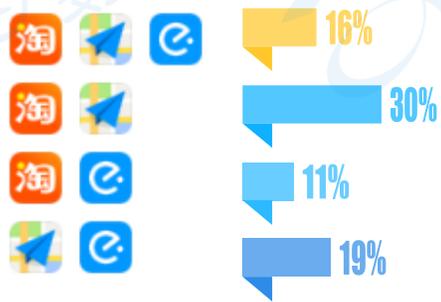
用户重合度



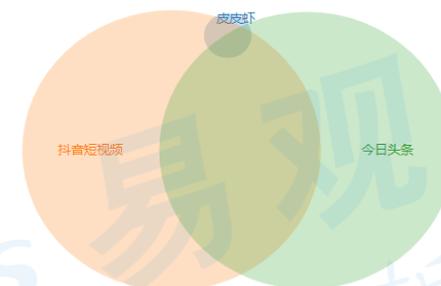
#### 阿里系



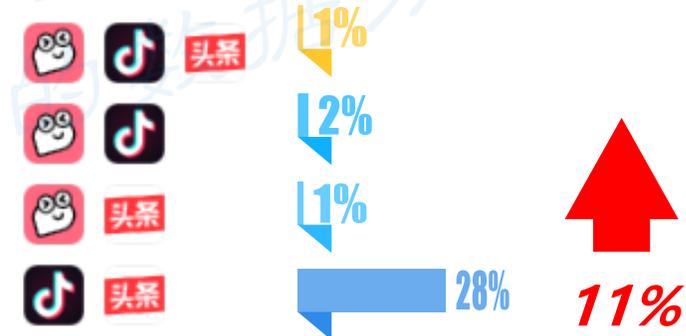
用户重合度



#### 头条系



用户重合度



# 4.1 95后：上半年，95后个性化、细分化的需求在移动互联网中得到满足

## 95后用户高TGI特征应用

95后用户：



### 游戏资讯：网易大神

网易大神为95后精英玩家提供了大量官方资讯和福利趣闻



### 摄影摄像：VSCO

VSCO所提供的滤镜，在95后非专业摄影爱好者中有较高的渗透率



### 电商：毒

毒app为全世界前沿球鞋玩家、潮流达人互动交流，提供了安全可靠的交易平台



### 信息检索：坏坏猫搜索



### 动漫：知音漫客



随着国漫逐步崛起，知音漫客通过凝聚大批漫画家和粉丝，在95后中的使用活跃度不断增高

### 教育工具：Google地球



Google地球中显示和用户自行标注带有注释，故事和视频的地理位置，成为95后认知这个世界地理和文化背景的工具



### 音频娱乐：51tings



原创音乐深受95后喜爱51tings支持，从不同维度建立歌单、榜单、音乐专栏让用户可以从高聚合的音乐内容上认识更多音乐人

随着95后触及的娱乐信息不断增多，免费小说/漫画检索工具成为他们的必备

# 4.2 银发：移动互联网在银发群体生活中的方方面面加速渗透



银发群体用户：

凭借终端设备的强势崛起，华为视频在中老年用户中的使用活跃度表现突出

依托简单易用的产品，支持长图内容创作，每篇快速渗透中老年社交市场

## 银发群体用户高TGI特征应用



# 5.1 下沉市场：三、四线城市用户需求继续围绕娱乐和资源获取两条主线展开

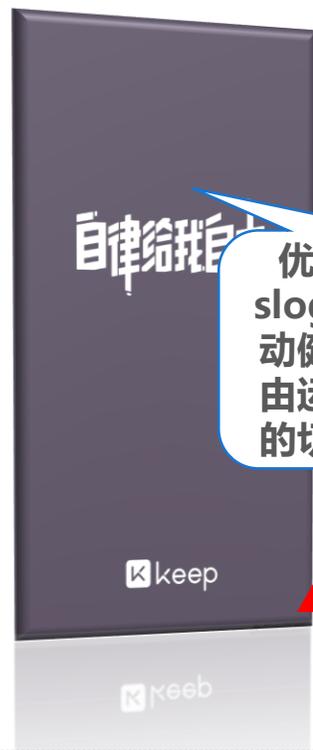


# 6.1 19年上半年女性用户的健身热情被点燃

随着网民健身意识的觉醒、以及健身场所的众多限制的现状，使得keep的出现就填补了时代的需求，迅速占领市场获得用户；2019年，Keep用户规模进入高速增长期，其准确的产品定位，精美的交互界面，优质的产品互动，快速捕获了大量一线城市的年轻健身群体



**女性用户占比  
70.1%**

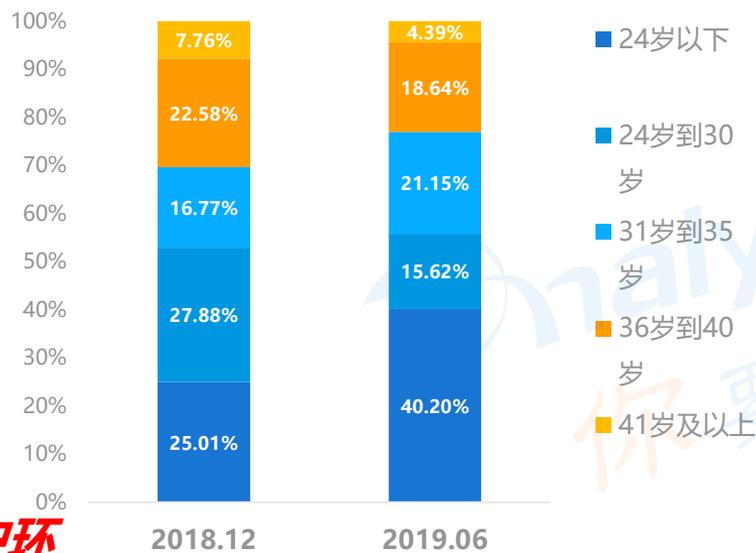


优秀的产品定位和slogan提炼，从“移动健身教练”到“自由运动场”有针对性的切入年轻用户市场

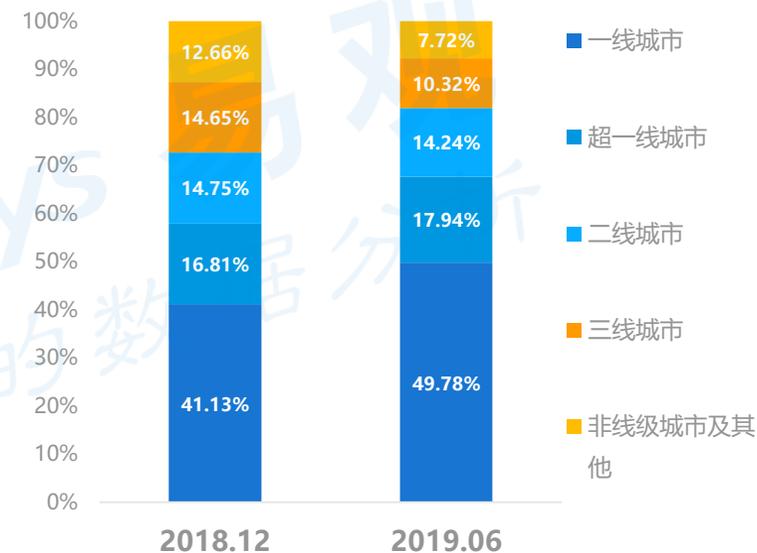


**上半年用户环比增长39.1%**

### 2018年12月-2019年6月Keep用户年龄分布



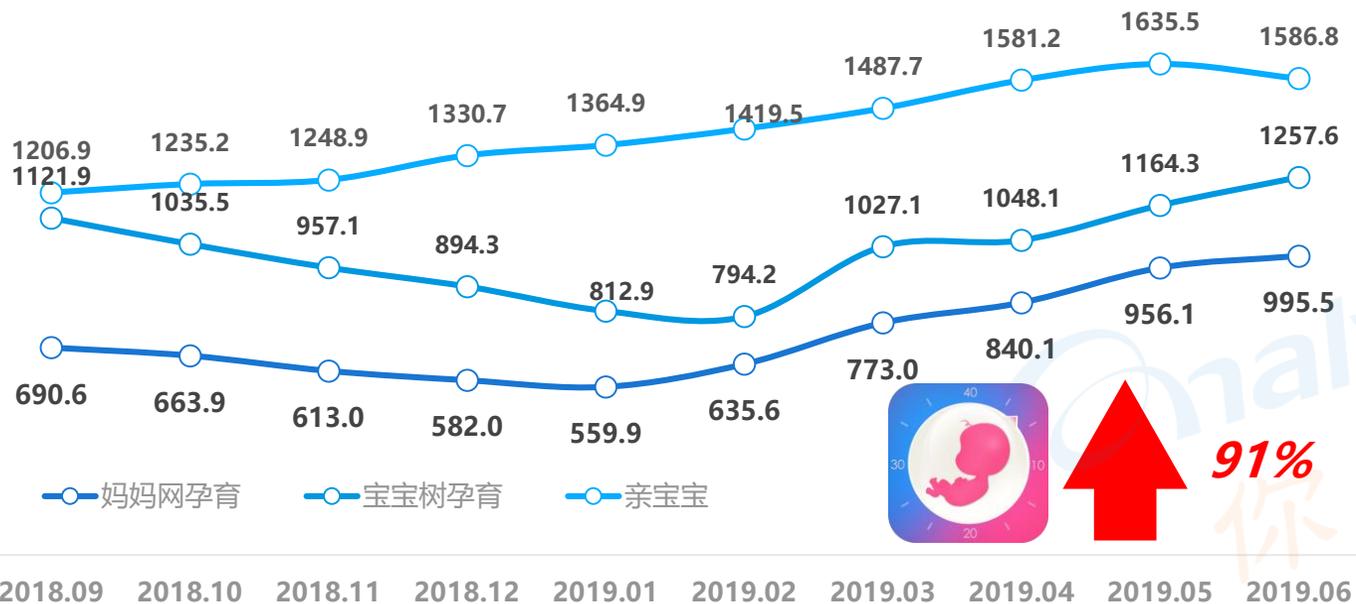
### 2018年12月-2019年6月Keep用户城市分布



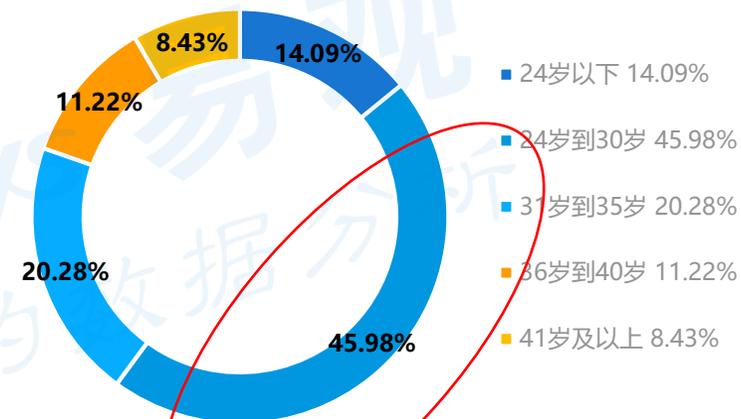
## 6.2 90后孕妈登上历史舞台，移动互联母婴应用呈现快速增长态势

虽然，整体出生率降至历史冰点，但随着90后孕妈成为备孕助理，移动互联母婴应用呈现快速增长态势，其中，上半年妈妈网孕育用户环比增长91%，已成为新孕妈第一入口；90后孕妈选择更随性，相对于品牌、产地、价格等，她们更加重视口碑，容易被“种草”而购买商品，线上平台对他们决策影响显著

### 2018年9月-2019年6月母婴亲子领域用户规模



### 2019年母婴数字用户年龄分布



# PART 2



➤ **细分领域：领域格局基本稳定，细分赛道不伐黑马**

© Analysys 易观

[www.analysys.cn](http://www.analysys.cn)

# 7.1.1 社交：微信用户规模及粘性保持增长

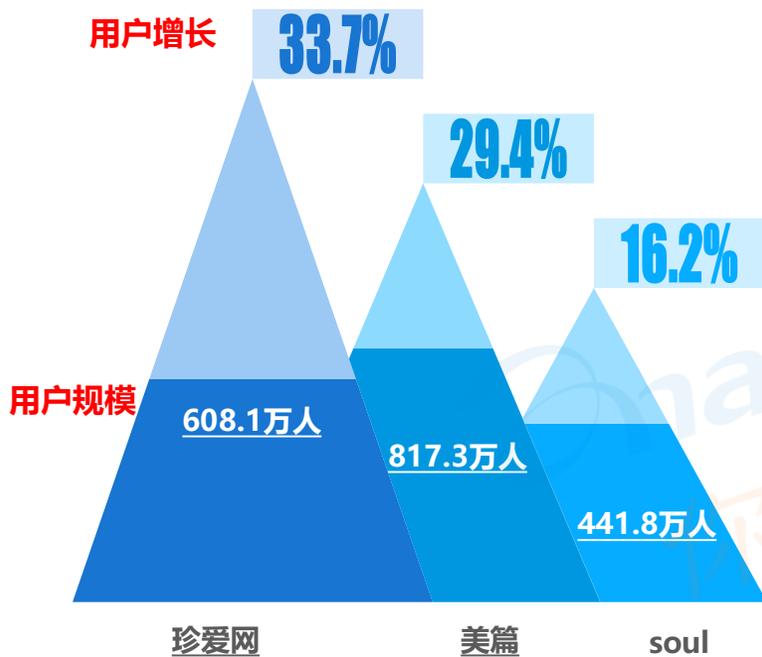
2018年9月-2019年6月社交领域用户规模



- 社交领域，头部应用增长趋缓，微信小幅增长2.6%，凭借小程序，其人均单日使用时长达到79分钟，同比增长3.9%；
- 而QQ凭借年轻化战略，继续抢占95后市场，上半年用户增长达到5.7%
- 陌生社交领域，陌陌和探探用户规模出现一定下滑，分别下降10.9%和11.1%，主要由于直播业务受短视频冲击，新用户留存率下滑较为显著
- 而微博成为95后追星的“天堂”，其24岁以下用户占比增加7.62%，24-30岁用户减少9.45%

## 7.1.2 社交：围绕95后、银发群体的个性需求，细分领域仍有亮点

### 2019年6月社交细分领域增长



### 珍爱网：跨界发展，拓宽渠道，用户快速攀升

珍爱网上线“珍爱名企交友”小程序拓宽业务渠道；并上线珍爱情感APP，涉足情感咨询；通过跨界发展，多维度拓宽用户触达渠道，2019年上半年用户规模提升明显

### 美篇：面向中老年人群的图文创作

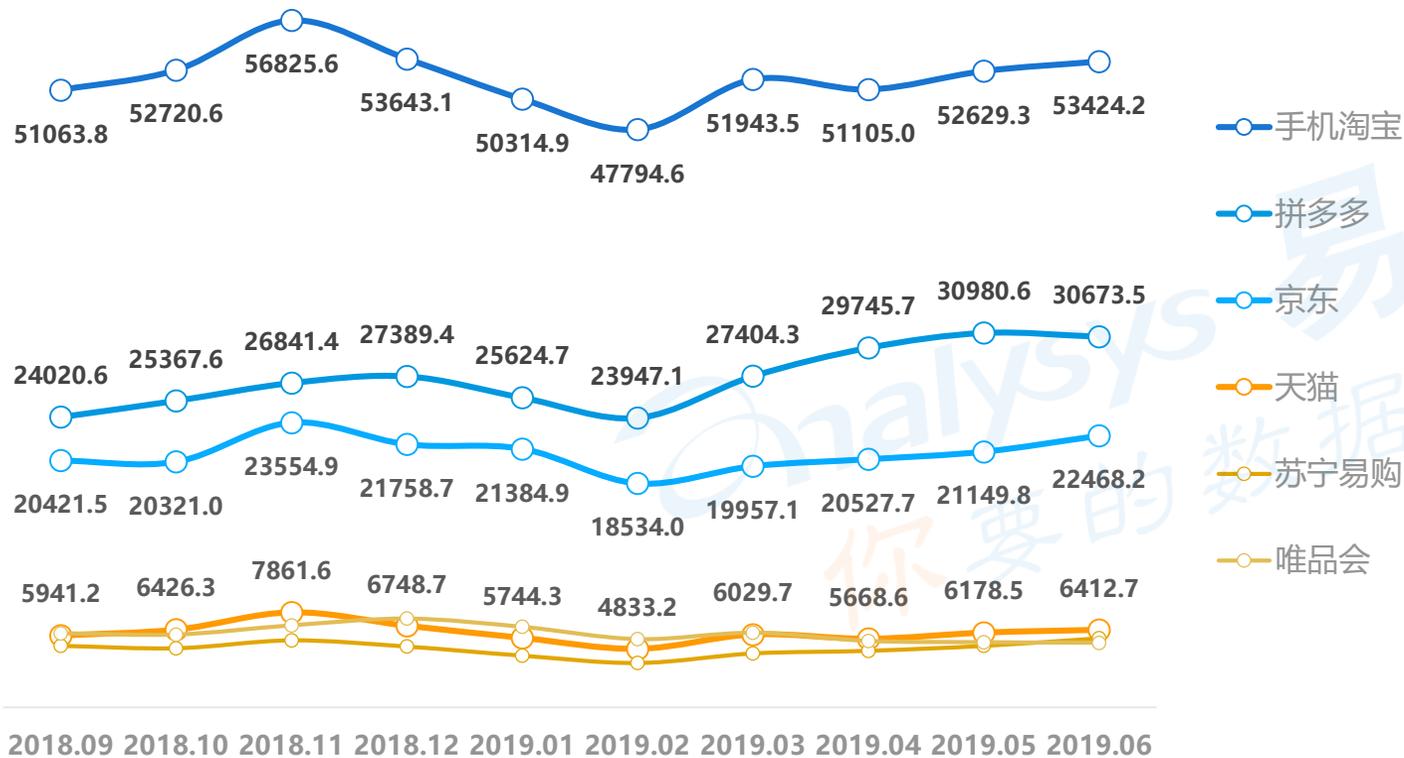
中老年群体偏好设计简单易用的产品，该群体粘性高且主动分享意识强，美篇抓住这一需求，逐渐将自身打造成长图文创作阅读社区

### Soul：好看的皮囊太多，有趣的灵魂太少

Soul的用户定位于Z世代，主打灵魂社交，其通过上线的语音匹配，直击用户内心真正的精神需求，排解用户的孤独感和倾诉欲，为其带来了第二次爆发

## 7.2.1 电商：流量从2月低点稳步回升，社交电商、内容电商保持快速增长

2018年9月-2019年6月电商领域用户规模



- 2019年上半年整体保持稳定，移动购物随季节波动，2月过年期间行业短暂探底后，随后便呈现回升态势
- 头部平台进入稳定期，以手机淘宝为例，用户规模与粘性去年同期相比基本持平
- 社交电商成为头部应用中的最大亮点，拼多多成功通过农村包围城市，超一线及一线城市用户比重环比大增12%
- 细分领域中，导购推荐类电商表现亮眼，小红书成功在年轻用户群体心中“种草”，网红、明星的加入也让消费者粘性有较大的成长



拼多多农村包围城市，用户环比增长**12%**

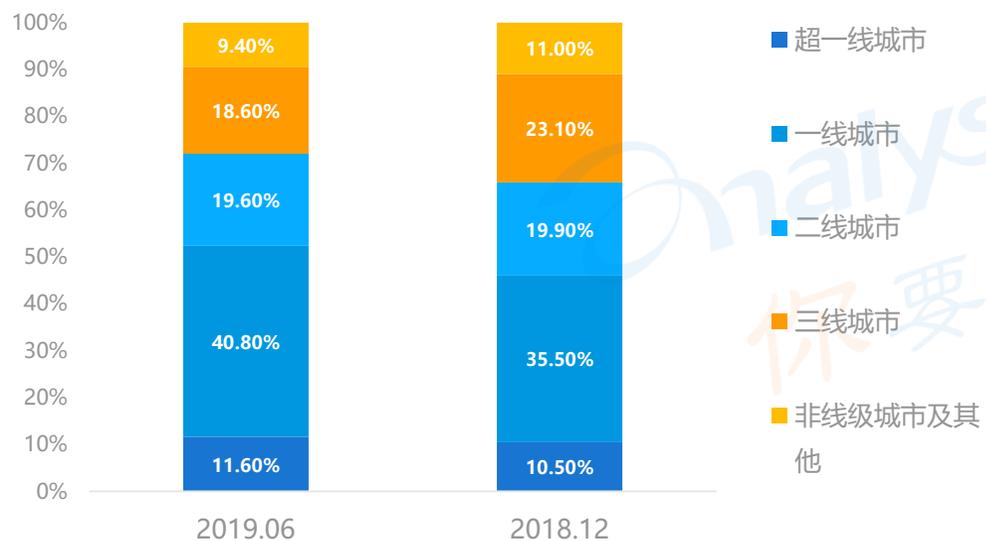
小红书在95后年轻女性心中种草，用户环比增长**37.2%**



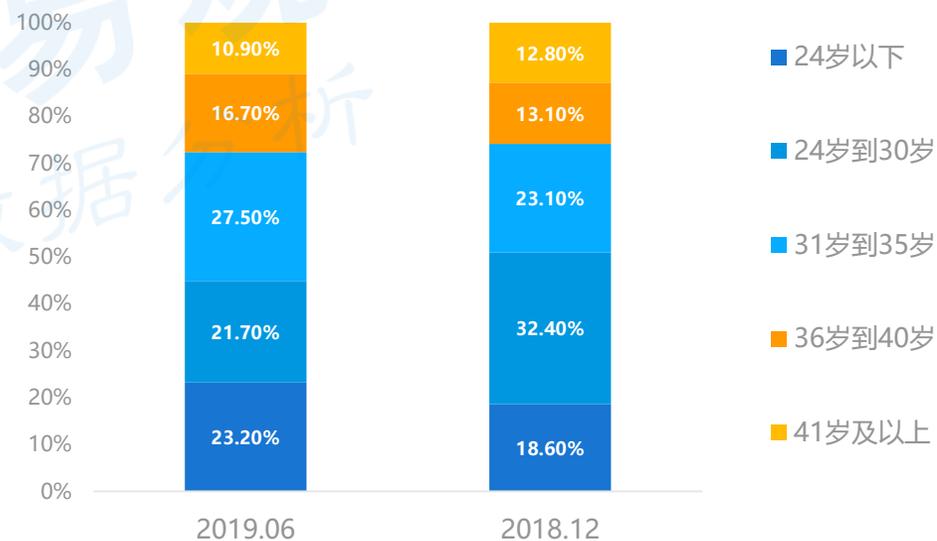
## 7.2.2 电商：拼多多成功实现“农村包围城市”

在占领了三四线城市的下沉市场后，拼多多继续发力渗透一二线市场。2019年上半年，超一线城市和一线城市用户规模占比环比增长11%和15%。超一线和一线城市用户已占到了拼多多用户的一半以上；从用户年龄来看，拼多多24岁以下的青年用户和31-40岁的中年用户群体比重有所上升

2018年12月-2019年6月拼多多用户城市分布

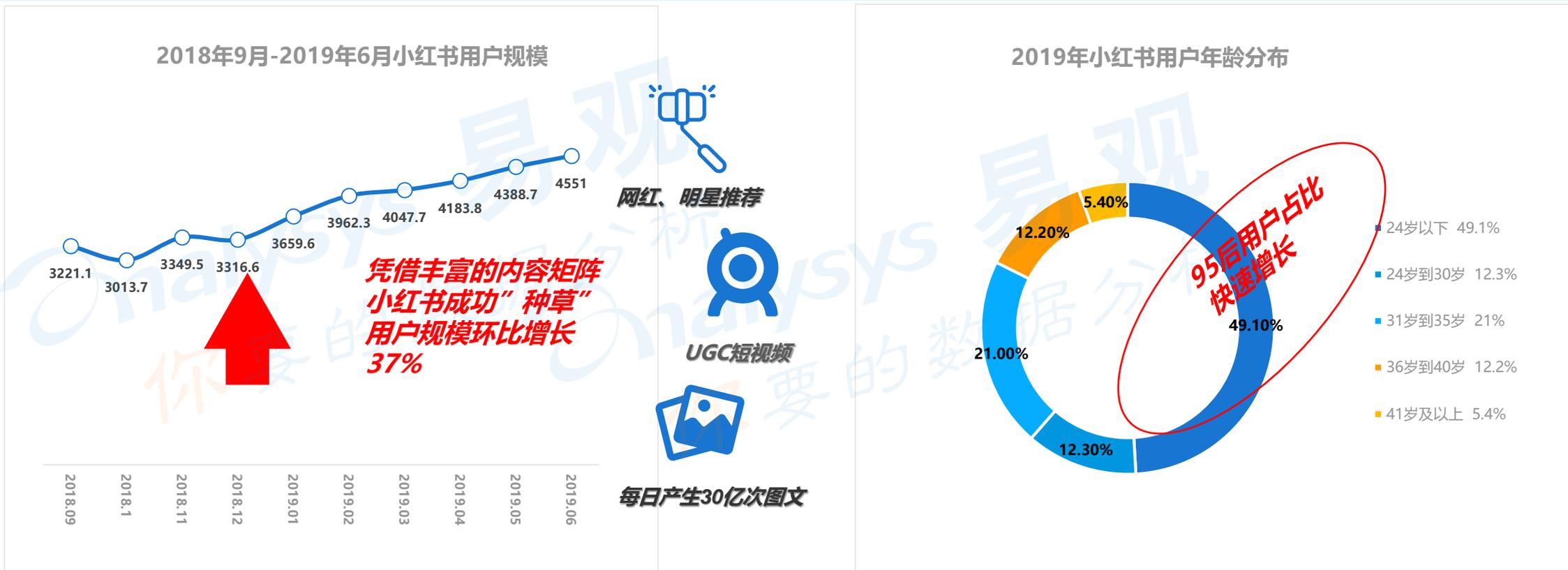


2018年12月-2019年6月拼多多用户年龄分布



## 7.2.3 电商：小红书在95后心中“种草”，用户进入快速增长期

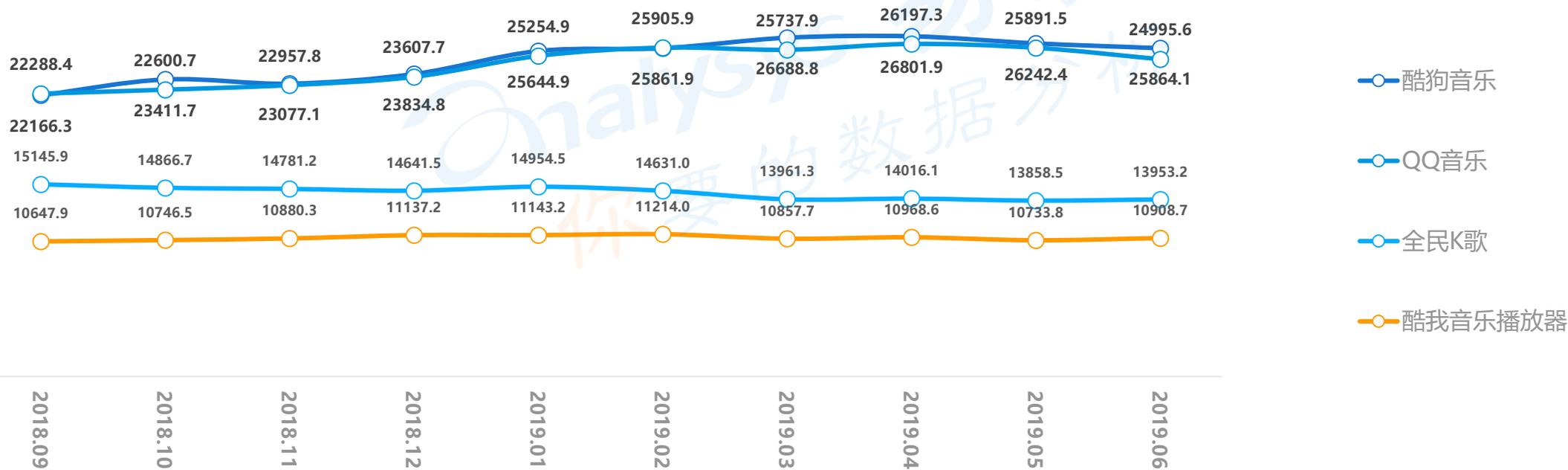
2019年上半年，小红书活跃用户环比增长37.2%，是千万级电商中活跃用户增速最快的应用。作为典型的内容电商平台，小红书通过社区内用户内容的分享、网红的推荐机制，为用户提供了购物参考；同时，今年3月，小红书还发力社交电商，推出了名为“小红店”的社交电商项目



## 7.3.1 音频娱乐：整体流量小幅波动，酷狗&QQ音乐轮番领跑

2019年，上半年音频娱乐领域继续保持小幅波动态势；头部应用中，腾讯音乐旗下四大产品，酷狗音乐、QQ音乐、酷我音乐播放器和全民K歌是音频娱乐领域唯四的亿级产品；四款应用中，酷狗音乐虽然较早打开手机市场，但QQ音乐立足于庞大的微信和QQ用户群，推出并优化和丰富数字专辑、从会员订阅、K歌、直播等多层次丰富用户的音乐消费体验，时隔两年，其活跃用户数终于在2018年7月再度赶超酷狗音乐，2019上半年用户规模实现了31%的同比增幅，目前用户数量已与酷狗音乐分庭抗礼

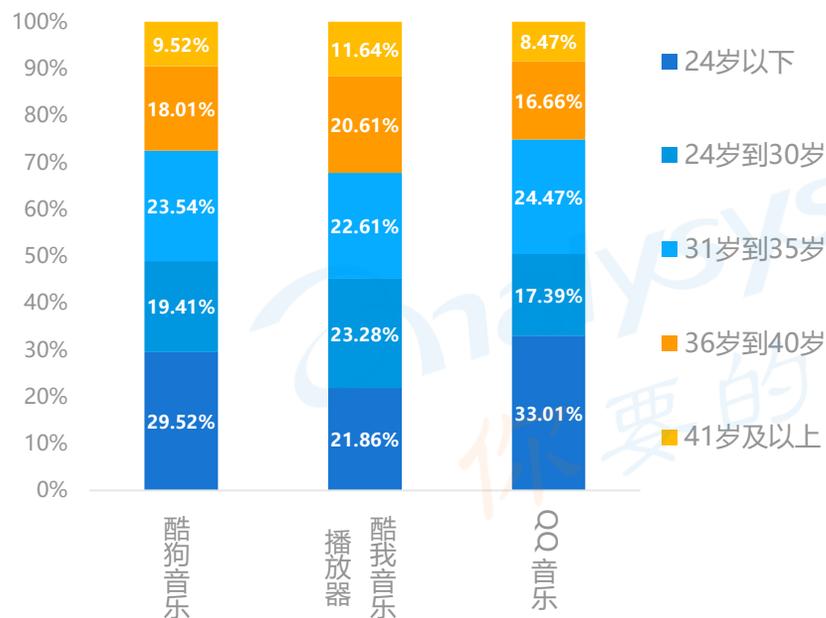
### 2018年9月-2019年6月音频娱乐领域用户规模



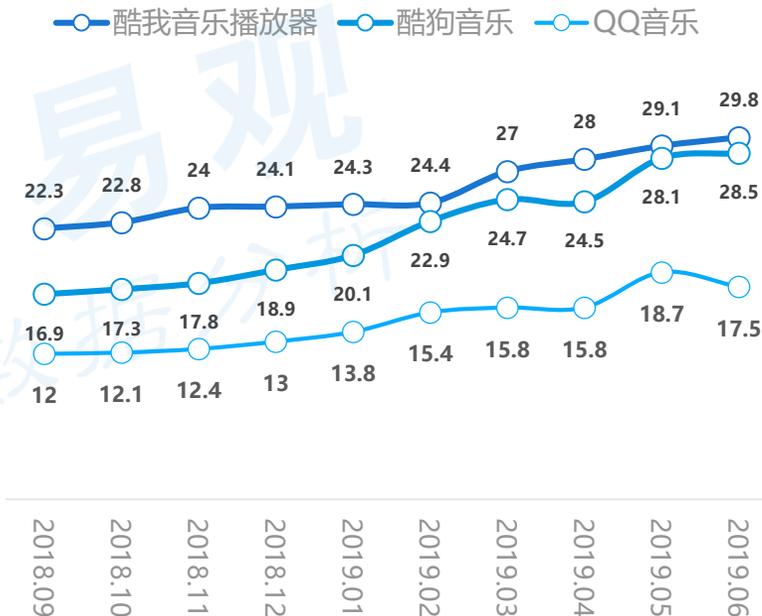
## 7.3.2 音频娱乐：QQ音乐95后群体比重高，酷狗音乐用户粘性更胜一筹

从用户行为上来看，几款音乐用户群体有一定差异，QQ音乐24岁以下年轻群体比重较大，而酷我音乐播放器用户在36岁以上的群体比重高于另两款应用；从用户粘性来看，酷狗音乐表现较为突出，上半年，酷狗音乐的人均单日启动次数和使用时长分别环比增长33%和51%，海量的正版曲库、不断进步的AI推送能力、丰富的核心的产品矩阵仍是酷狗的核心竞争力。

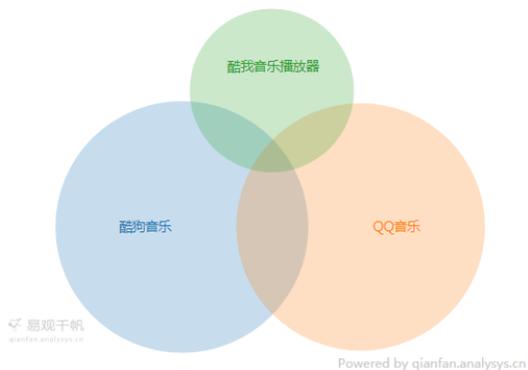
2019年6月音频娱乐用户年龄分布



2019年6月音频娱乐领域用户日均使用时长



音频娱乐应用用户重合



# 7.3.3 音频娱乐：技术加持，付费模式，精品化成为领域增长核心动力



酷狗铃声

瞄准刚需，技术加持

2019上半年酷狗铃声活跃用户突破500万，同比增长159%。酷狗瞄准手机铃声的刚性需求，在内容铺陈上，采用PGC+UGC的形式，既有海量曲库满足刚需用户多元化需求，也有原创内容满足用户个性化需求。酷狗铃声在技术上也不断推陈出新，在铃声拼接、铃声DIY等多个方面获得发明专利，推出的视频铃声更是深受用户喜爱



喜马拉雅

知识付费不断加强

喜马拉雅2019上半年活跃用户同比增长63%，在内容版权上的优势为其提供了丰富的内容资源；其构建的音频生态圈，对车联网与亲子市场的布局，拓展了自身在音频市场中的使用场景，也还能让平台自身拥有更多与竞争者的对战“武器”

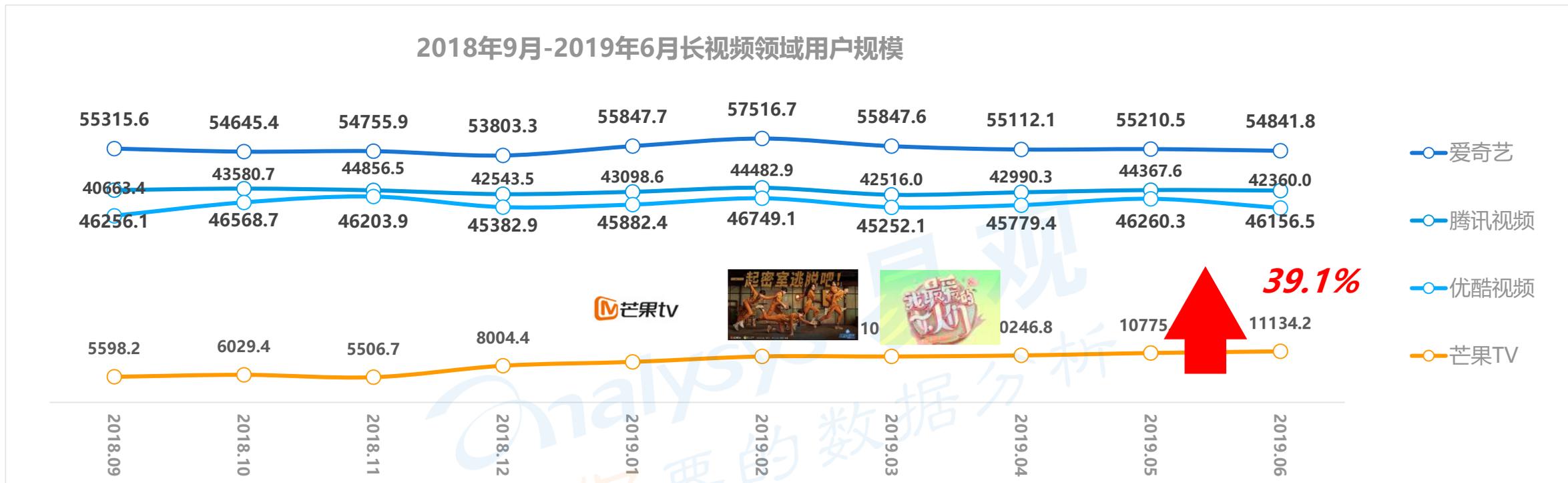


蜻蜓FM

PGC保证内容质量，用户粘性业内领先

蜻蜓FM以PGC为主产出高质量的内容，并且建设音频全场景分发渠道，推出全新的九大内容矩阵，使其用户能够收听高质量内容和能更加准确的搜索收听内容，所以才拥有极高的用户粘性

# 7.4.1 综合视频：“优爱腾”三强格局稳定，芒果TV逐步崛起

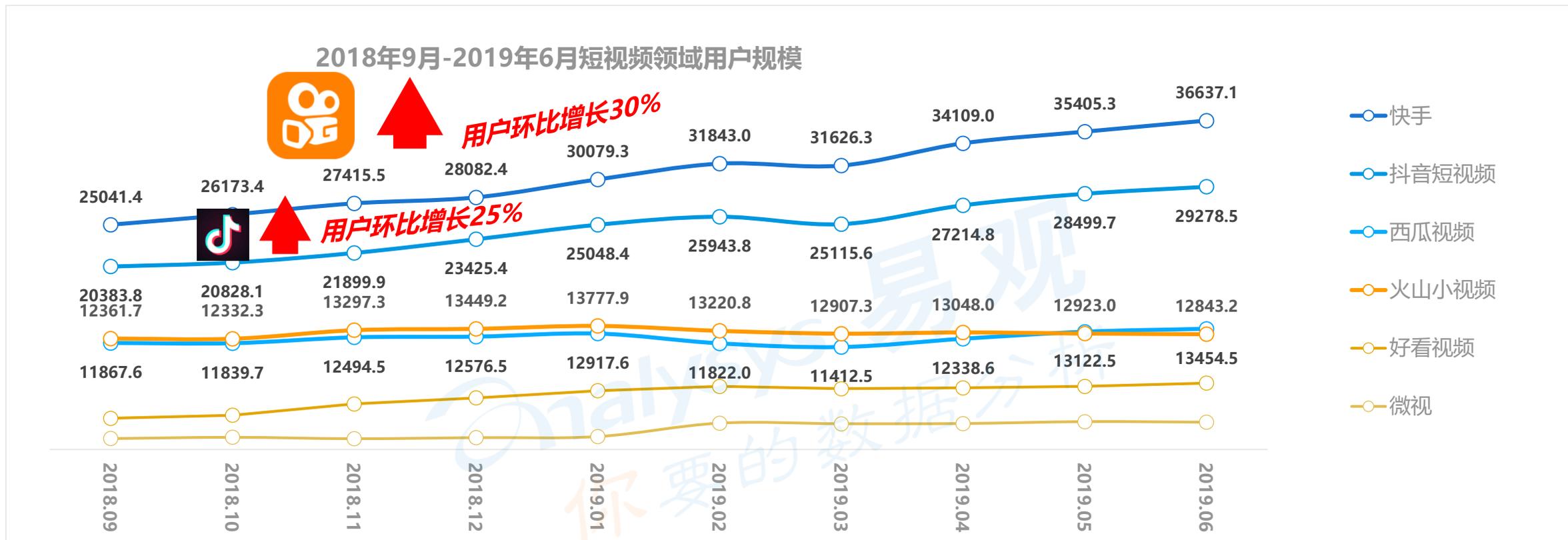


© Analysys 易观·易观干帆

www.analysys.cn

- 2019年，长视频用户规模已超9亿，整体市场进入存量博弈阶段；爱奇艺、腾讯视频和优酷视频呈现三强鼎立的局面，爱奇艺仍以55%的渗透率占据行业继续领跑。上半年用户付费意愿进一步增强，爱奇艺付费会员数量已突破1亿
- 芒果TV是上半年行业一大亮点，其凭借《密室大逃脱》、《我最爱的女人们》等网络综艺的拉动、用户规模快速增长，月活跃用户数环比增幅高达39.1%

# 7.5.1 短视频：整体保持快速增长，两超多强局面形成



© Analysys 易观·易观千帆

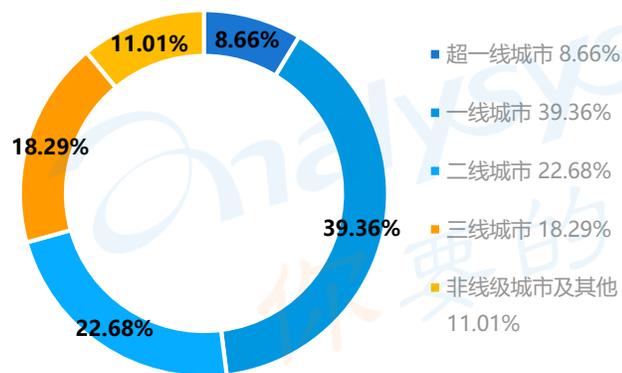
www.analysys.cn

- 2019年上半年，短视频领域继续保持快速增长态势，快手、抖音占据行业两极，并分别以45%和96%的用户规模同比增速与其他产品拉开差距，两超多强局面基本形成
- 百度旗下的好看视频活跃用户规模同比大涨320%，作为百度信息流内容的重要组成部分，好看视频以AI的精准匹配技术、优质的内容生态布局和对创作者大手笔的商业化赋能，成为竞争日趋激烈的短视频赛道中的一匹高速奔跑的黑马
- 2019年春节，微视凭借5亿现金红包分发，用户规模迎来大幅度增长

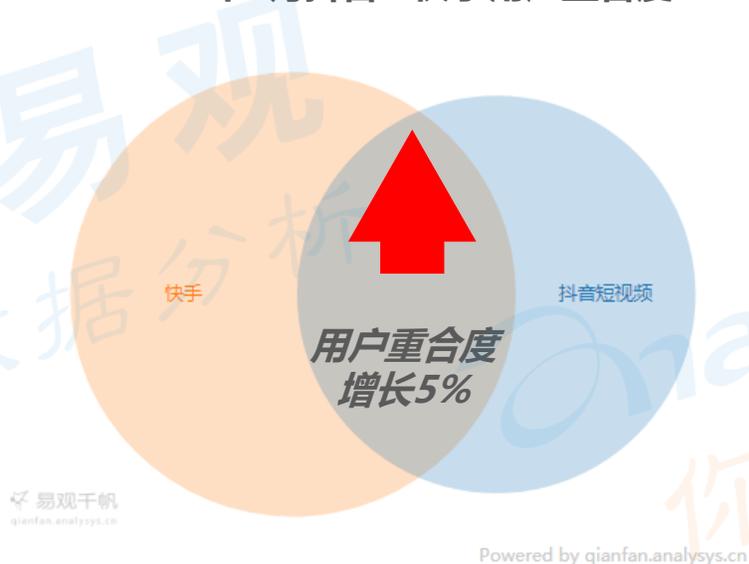
## 7.5.2 短视频：行业竞争加剧，快手、抖音互相杀入对方腹地

- 2019年，短视频行业整体保持高速增长态势的同时，头部应用重合度增加5%，表明行业竞争不断加剧
- 在过去一年快手内容升级明显，对短视频行业的认知也在发生变化。这直接推动了快手在高线城市的有效“进攻”。过去半年，高线城市大量的创作者，以及主要的MCN机构，开始涌入快手，实打实地带动了快手在高线城市用户的整体增长
- 截止2019年6月，快手超一线用户及用户比重已接近5成，预计下半年市场竞争将日趋激烈

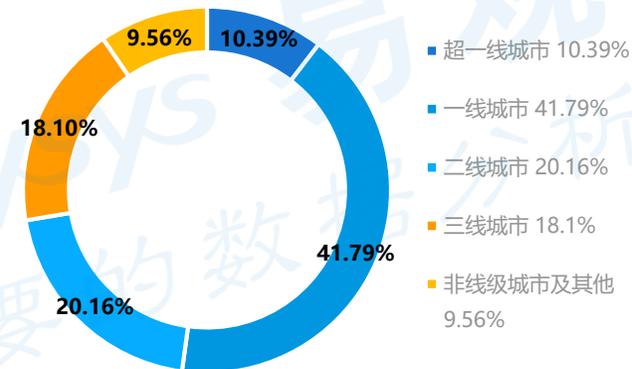
2019年6月快手用户年龄分布



2019年6月抖音&快手用户重合度



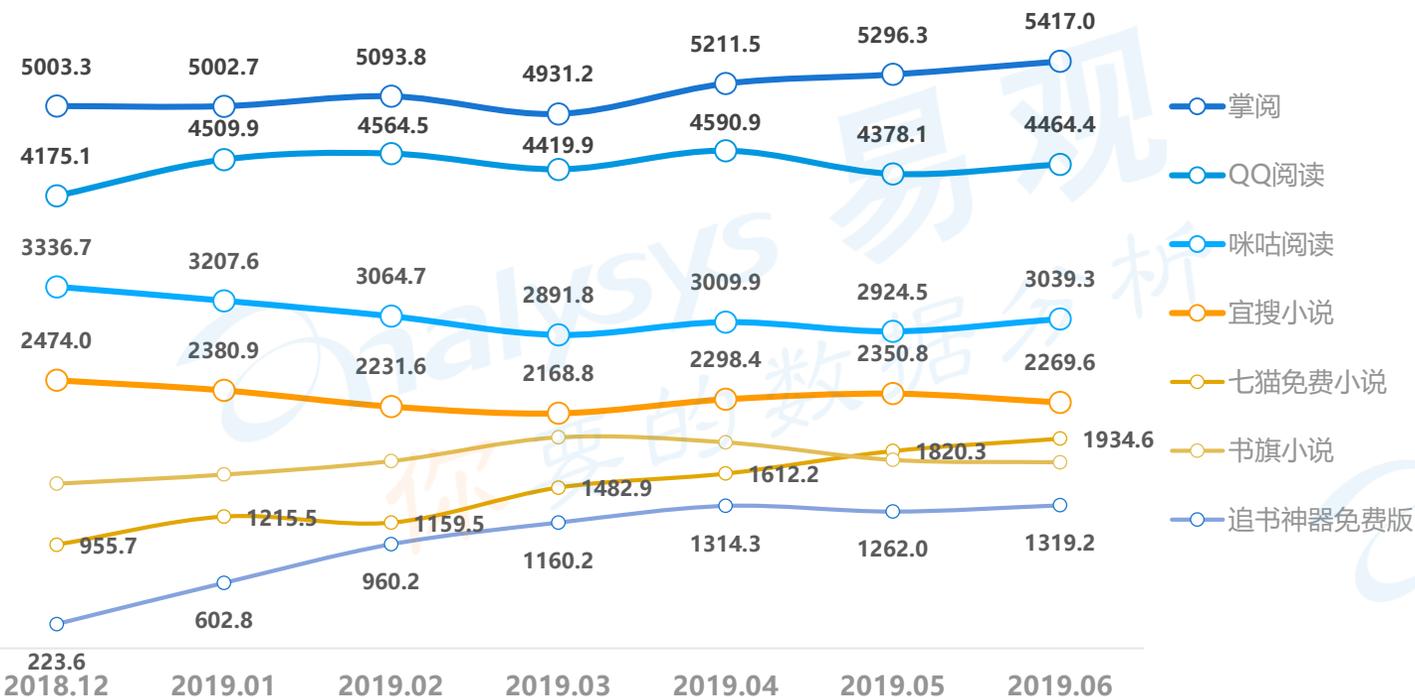
2019年6月抖音用户年龄分布



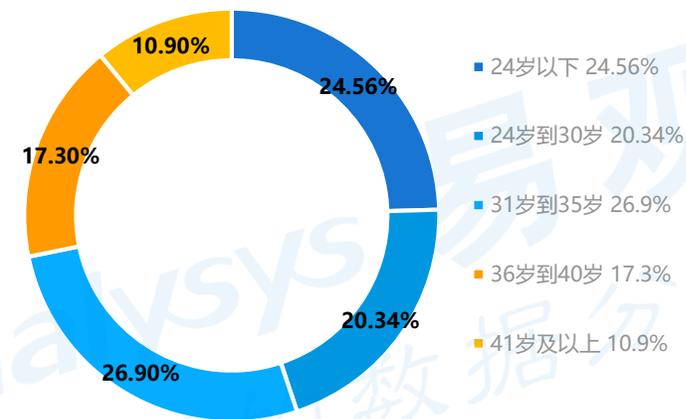
# 7.6.1 移动阅读：免费模式依旧是获客利器

2019年上半年，移动阅读领域小幅增长5.3%，掌阅凭借“网络原创文学+版权衍生”继续领跑行业；免费阅读依旧是阅读领域的“王道”，七猫4月频频登陆App Store免费图书榜首，并领先抖音、今日头条，居于总榜第一，19年上半年用户环比增长102%，从用户年龄结构来看，35岁以下的中青年群体为其核心用户群体

2018年12月-2019年6月阅读领域应用用户规模



2019年6月七猫免费小说用户年龄分布



# 7.7.1 教育：英语流利说瞄准一线城市大学生群体增长迅猛

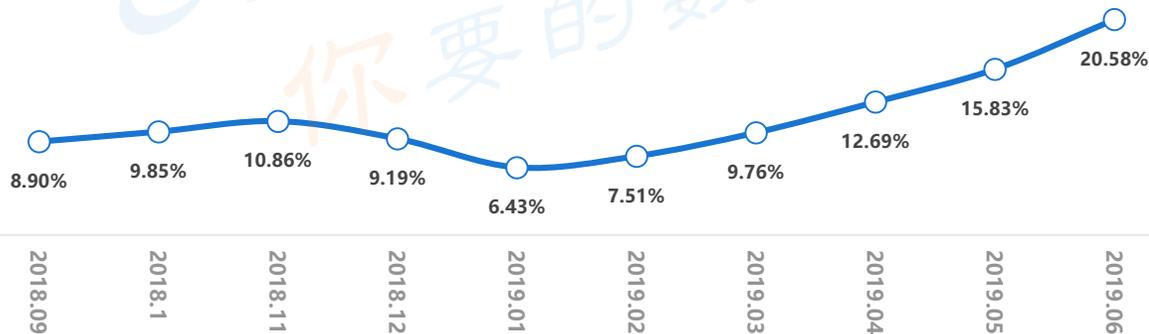
2018年9月-2019年6月英语流利说领域用户规模



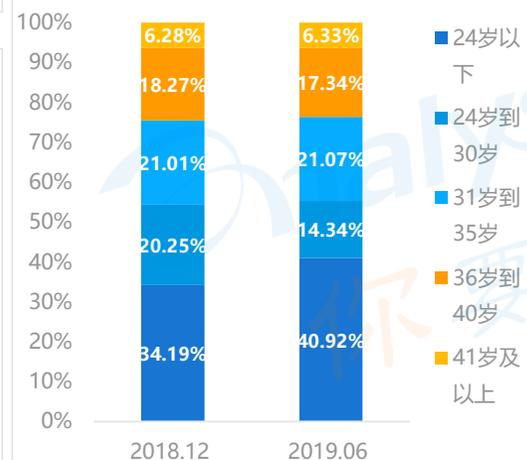
2018.09 2018.10 2018.11 2018.12 2019.01 2019.02 2019.03 2019.04 2019.05 2019.06

2019年上半年，教育领域整体保持稳定小幅增长，其中，外语学习类表现较为突出，以英语流利说为例，用户同比增长40.8%，其社群运营模式，促进用户留存度不断提高，并且19年上半年，其核心用户群在一线城市大学生群体的比重有一定幅度提升

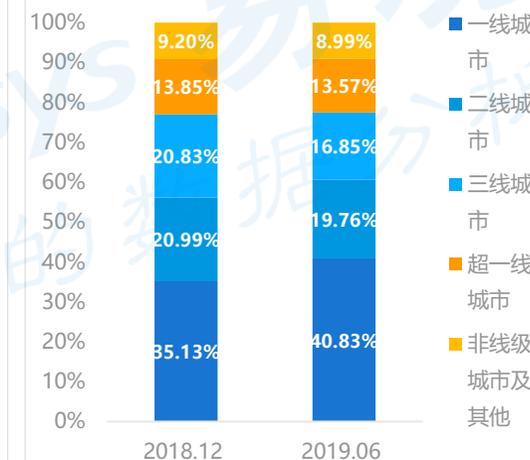
2018年9月-2019年6月英语流利说次月留存率



2018年9月-2019年6月英语流利说用户结构

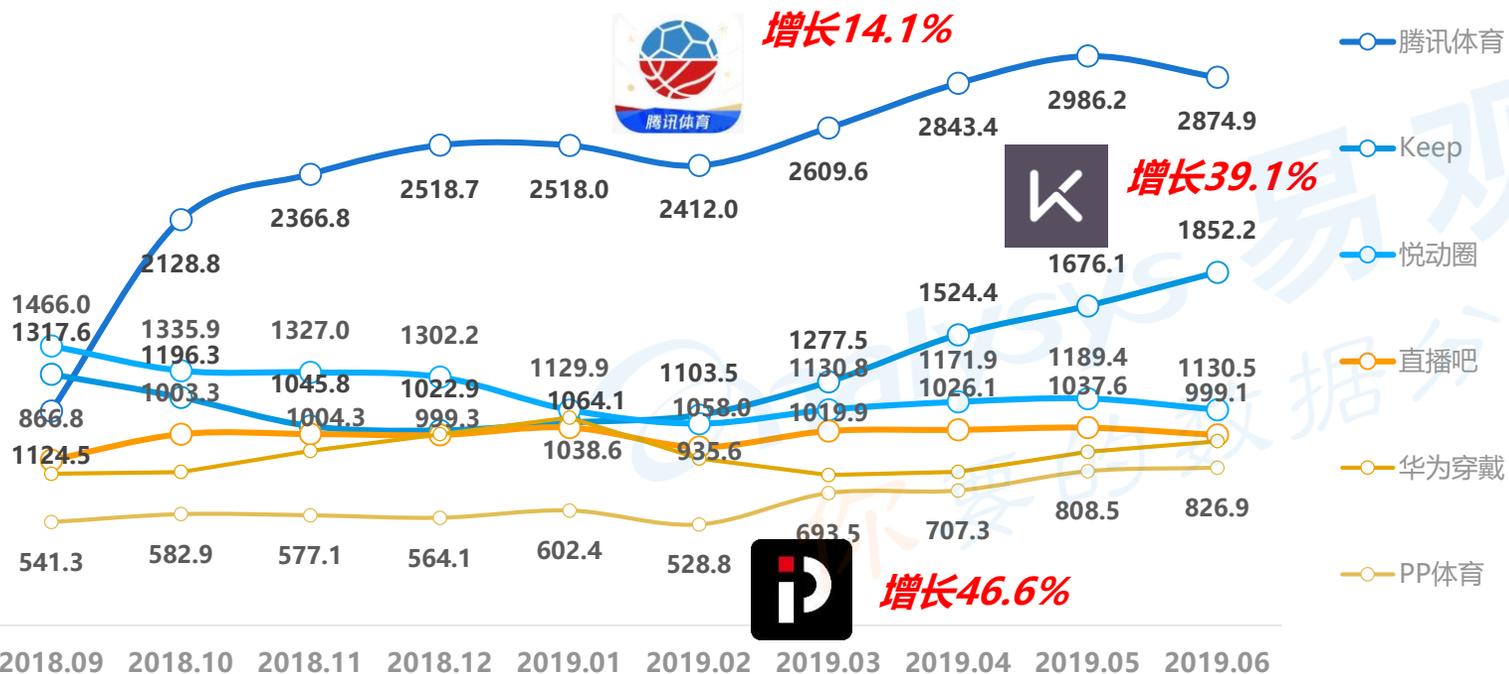


2018年9月-2019年6月英语流利说用户结构



# 7.8.1 体育：竞技体育与运动健身双双爆发

### 2018年9月-2019年6月体育领域用户规模

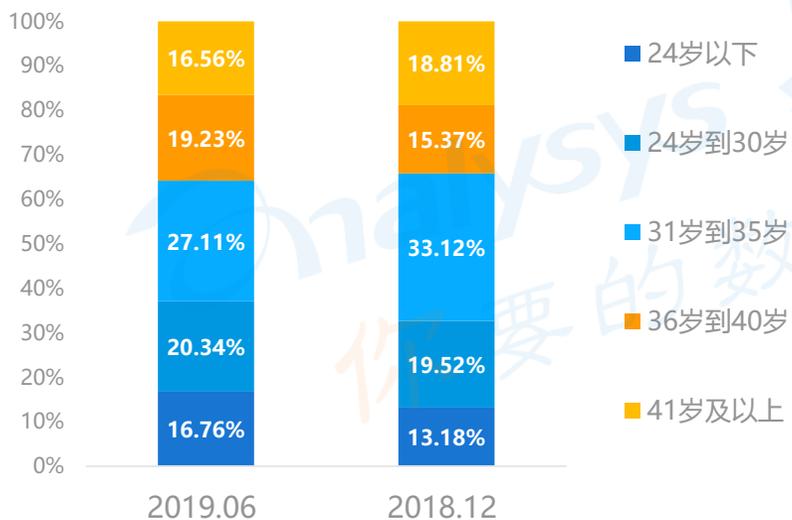


- 2019年上半年体育行业呈现爆发态势，领域用户环比增长68.1%，竞技观赛体育和群众健身双增长
- 竞技体育中，腾讯体育凭借核心版权NBA对年轻用户群体的影响力，继续保持行业领先地位，用户环比增长14.1%；而PP体育凭借5大联赛版权运营，用户增长迅猛，并且31-35岁高消费群体比重进一步增长
- 而运动健身领域中，随着网民健身意识的觉醒、以及健身场所的众多限制的现状，使得keep的出现就填补了时代的需求，19年上半年用户继续保持高速增长

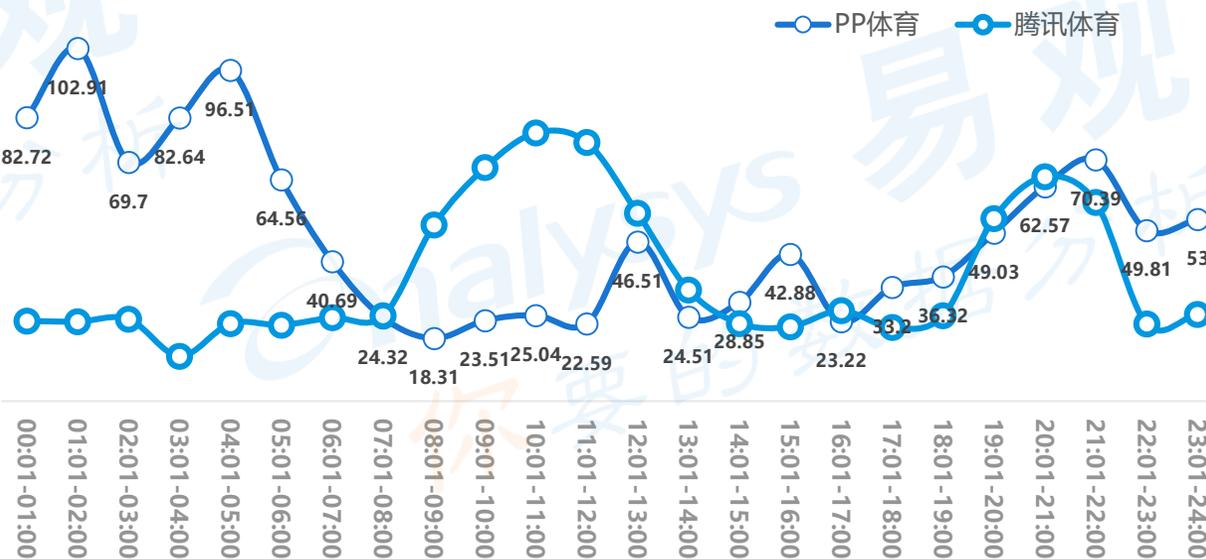
# 7.8.2 体育：PP体育手握五大联赛版权，高质量用户群体稳步增长 Analysys 易观 你要的数据分析

▶ 竞技体育中，上半年PP体育表演亮眼，用户同比增长46.6%，以足球为核心的运营理念逐步获得用户认可，并且从用户结构来看，31-35岁的高购买力用户比重不断增加，平台商业价值凸显；另外对比腾讯体育，两平台的用户分时数据有较大差异，由于五大联赛多集中于凌晨，PP体育在凌晨也有较强的用户活跃度

2018年9月-2019年6月PP体育用户结构



2019年6月PP体育&腾讯体育用户分时数据



# 7.9.1 健康：紧抓用户安全痛点，小豆苗用户规模稳步增长

2019年，移动互联网在医疗领域继续深化，小豆苗通过抓住用户对疫苗安全担忧的痛点，通过门诊医生背书，树立品牌形象；并通过儿科相关内容输出提升用户粘性，上半年用户环比增长17.9%

## 解决用户使用安全痛点



小豆苗应用是各地门诊医生推荐给家长使用的，品牌形象专业、可信

## 强内容属性

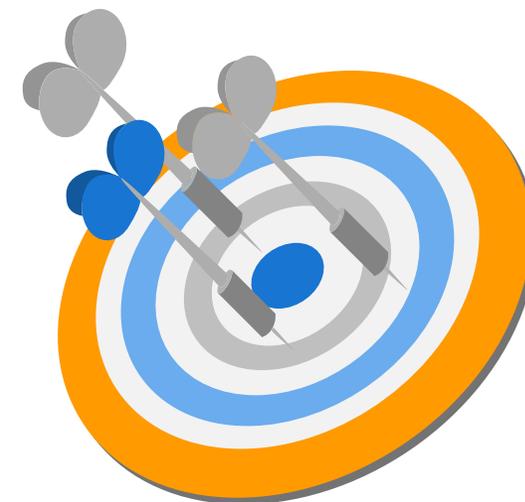


应用强调内容输出，从疫苗的科普内容开始，到儿科相关内容，不断占领用户的心智

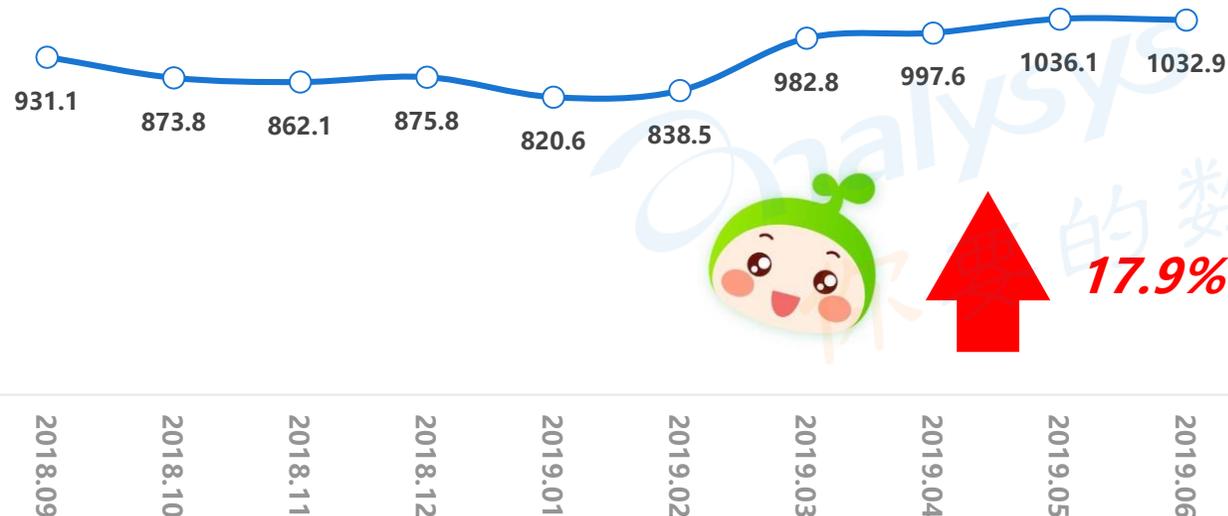


## 精准推送

大量用户来源于门诊下载



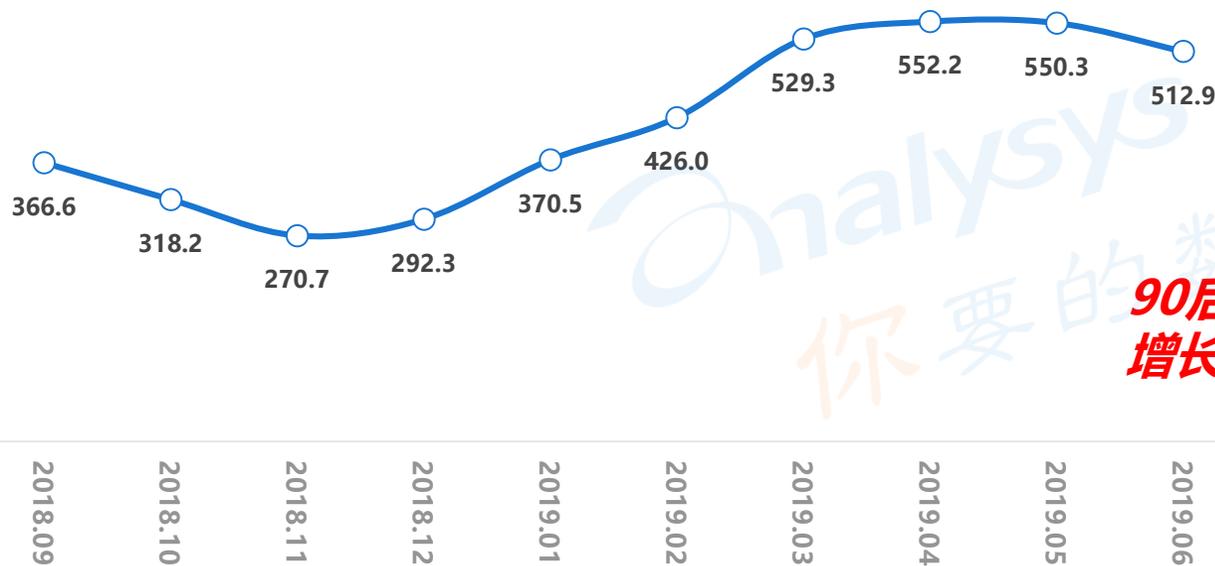
2018年9月-2019年6月小豆苗用户规模 (万人)



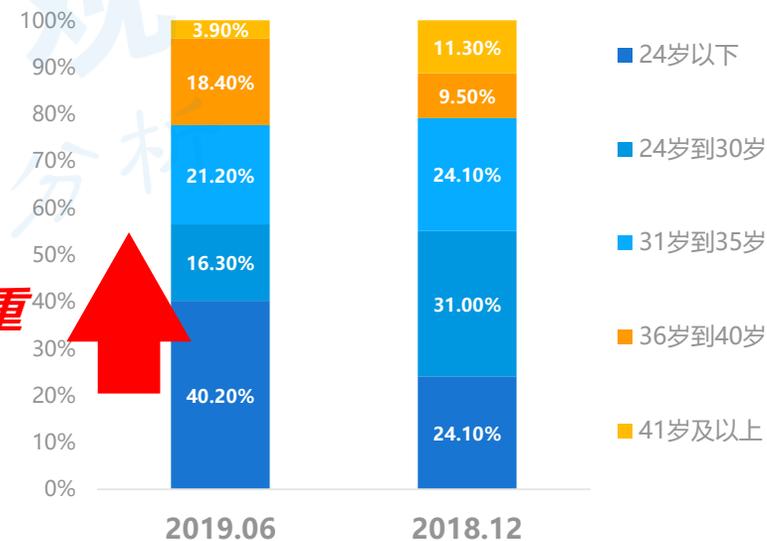
## 7.9.2 健康：蜗牛睡眠把握95后睡眠痛点，上半年用户规模大幅增长

上半年，蜗牛睡眠成为领域增长亮点，白噪音、助眠曲、睡前故事等助眠音频，为用户提供多样的助眠选择，帮助睡眠困难用户更快速入眠。更有有趣的梦话记录功能，增加了用户粘性，更吸引了不少90后使用蜗牛睡眠APP，睡眠经济正在不断兴起

### 2018年9月-2019年6月蜗牛睡眠用户规模 (万人)



### 2018年12月-2019年6月蜗牛睡眠用户年龄分布



# 7.10.1 上半年华为手机业务表现亮眼带动生态内应用全面爆发 Analysys 易观 你要的数据分析

受益于中美贸易摩擦中的强势表现，华为点燃国人爱国热情，促使其市场份额快速提升，用户使用率环比增长2.24%；其软件生态也受益于硬件的表现强势，华为应用市场用户规模环比增长14.6%，其已成企业推广中不可忽视的一个强大的用户渠道

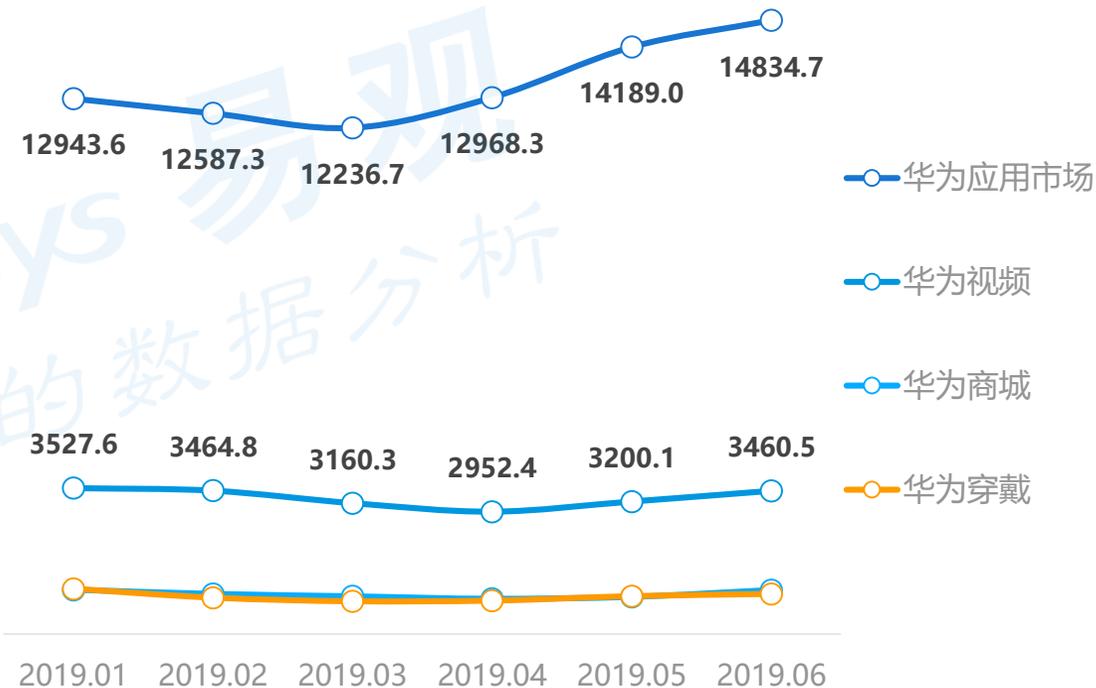
2018年12月-2019年6月各品牌手机用户使用同比增长



手机应用生态



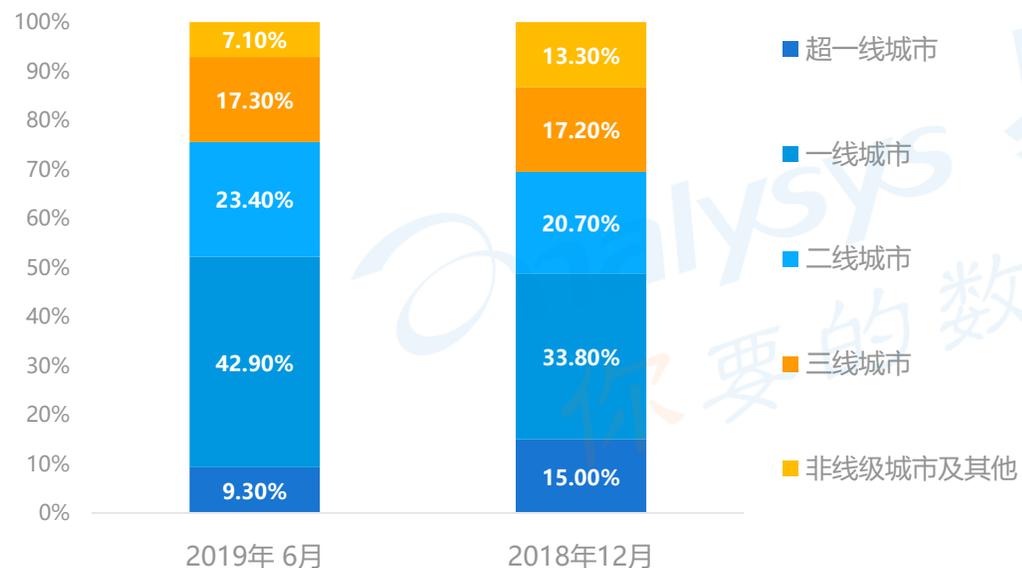
2019年上半年华为应用用户规模



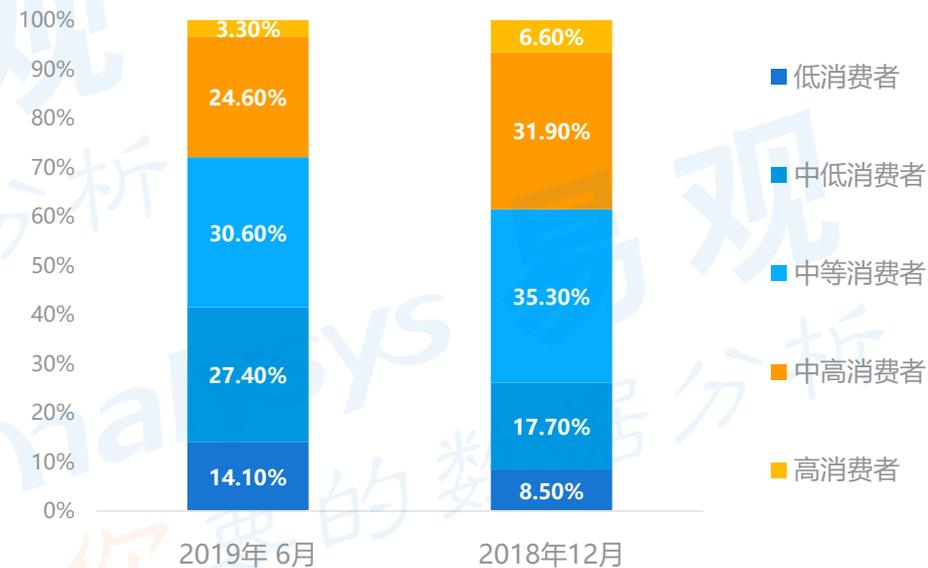
## 7.10.2 华为用户地域下沉明显，品牌地位与日俱增

从用户结构来看，华为用户市场下沉显著，上半年其产品在三、四城市中也取得了较好的用户渗透；并且其产品受众的用户消费水平，相对12月也有所下降；这表明华为在国人心目中的品牌地位与日俱增

2018年12月-2019年6月华为用户城市分布



2018年12月-2019年6月华为用户消费水平分布



# PART 3



## ➤ 半年度用户增速榜单

© Analysys 易观

[www.analysys.cn](http://www.analysys.cn)

# 半年度用户增速榜单（半年前10万以内应用）

序号	10万级应用	2019年6月MAU (万人)	同比增长
1	中考必备知识大全	8.7	4250.0%
2	虚拟乒乓球	16.6	4050.0%
3	鲸鱼文件管理器	6.6	3200.0%
4	有奖问答	39.3	2707.1%
5	果冻橡皮章	18.5	2542.9%
6	耽美小说	28.0	2445.5%
7	酷我K歌 TV版	5.9	1866.7%
8	小说阅读器	5.8	1833.3%
9	火柴人足球2016	21.0	1809.1%
10	乐学园地	16.8	1766.7%

数据来源：易观2019

# 半年度用户增速榜单（半年前10-100万以内应用）

序号	10-100万级应用	2019年6月MAU (万人)	同比增长
1	换机助手	305.7	761.1%
2	图片合成器	147.6	345.9%
3	哈哈文库	82.8	345.2%
4	极速清理大师	50.1	288.4%
5	艺术升	70.2	283.6%
6	透视手机	46.1	260.2%
7	高考直通车	38.9	238.3%
8	英语四级君	36.4	213.8%
9	妙健康	103.9	203.8%
10	桔子分期	57.5	188.9%

数据来源：易观2019

# 半年度用户增速榜单（半年前100-1000万以内应用）

序号	100-1000万级应用	2019年6月MAU (万人)	同比增长
1	追书神器免费版	1319.2	490.0%
2	快影	444.8	175.8%
3	DJ多多	235.9	122.5%
4	省钱快报	1050.8	114.4%
5	升学e网通	296.7	104.1%
6	七猫免费小说	1934.6	102.4%
7	球球视频	1446.1	93.4%
8	Owhat	210.7	91.9%
9	宝贝听听	200.5	89.5%
10	易车	1351.7	84.2%

数据来源：易观2019

# 半年度用户增速榜单（半年前1000-5000万以内应用）

序号	1000-5000万级应用	2019年6月MAU (万人)	同比增长
1	微视	3044.3	128.1%
2	马蜂窝旅游	2173.0	100.0%
3	Keep	1852.2	81.1%
4	Faceu激萌	4872.4	50.9%
5	快看漫画	3130.5	38.4%
6	小红书	4551.0	37.2%
7	B612咔叽	6131.8	27.5%
8	波波视频	2326.7	26.9%
9	安智市场	2258.7	26.6%
10	YY	2820.3	24.8%

数据来源：易观2019

# 半年度用户增速榜单（半年前5000-10000万以内应用）

序号	5000-10000万级应用	2019年6月MAU (万人)	同比增长
1	芒果TV	11134.2	39.1%
2	好看视频	7401.6	28.6%
3	凤凰新闻	6019.6	19.4%
4	网易云音乐	8879.8	17.7%
5	vivo应用商店	8364.9	17.4%
6	360手机助手	10972.6	14.0%
7	苏宁易购	5720.3	13.6%
8	哔哩哔哩	7268.5	11.9%
9	喜马拉雅	9038.3	11.5%
10	唱吧	5842.6	11.3%

数据来源：易观2019

# 半年度用户增速榜单（半年前5000-10000万以内应用）

序号	5000-10000万级应用	2019年6月MAU (万人)	同比增长
1	快手	36637.1	30.5%
2	抖音短视频	29278.5	25.0%
3	华为应用市场	14834.7	19.3%
4	360清理大师	12210.5	16.2%
5	拼多多	30673.5	12.0%
6	酷狗音乐	25864.1	8.5%
7	西瓜视频	13454.5	7.0%
8	百度地图	22303.5	6.8%
9	QQ音乐	24995.6	5.9%
10	QQ	58469.1	5.7%

数据来源：易观2019

# 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