



QuestMobile2020 下沉市场营销洞察报告

2020-12-08

本报告研究说明



1) 数据选取时间：2020年10月

2) 数据来源：

QuestMobile TRUTH 中国移动互联网数据库

QuestMobile GROWTH 用户画像标签数据库

QuestMobile AD INSIGHT 广告洞察数据库

3) 名词释义：

下沉用户定义：三线及以下城市移动网民

非下沉用户定义：二线及以上城市移动网民

01

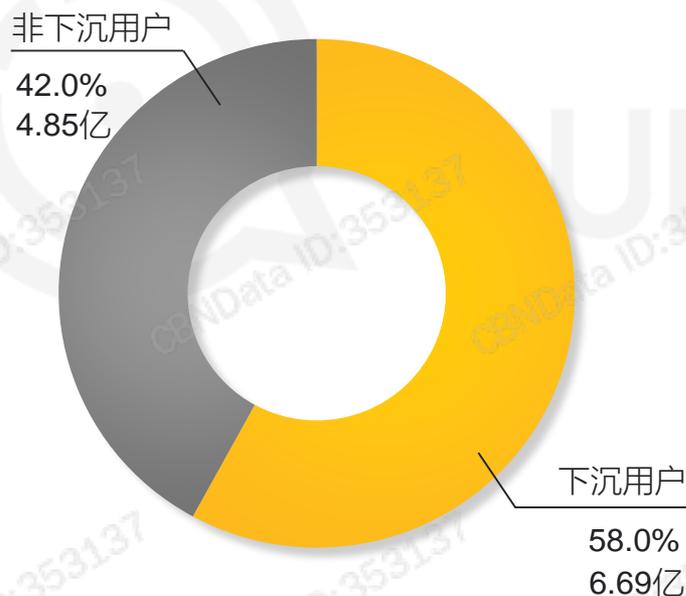
移动互联网下沉市场
用户整体增量洞察

下沉用户已占据中国移动互联网大盘的半壁江山，但其移动网络使用程度仍有进一步发展空间



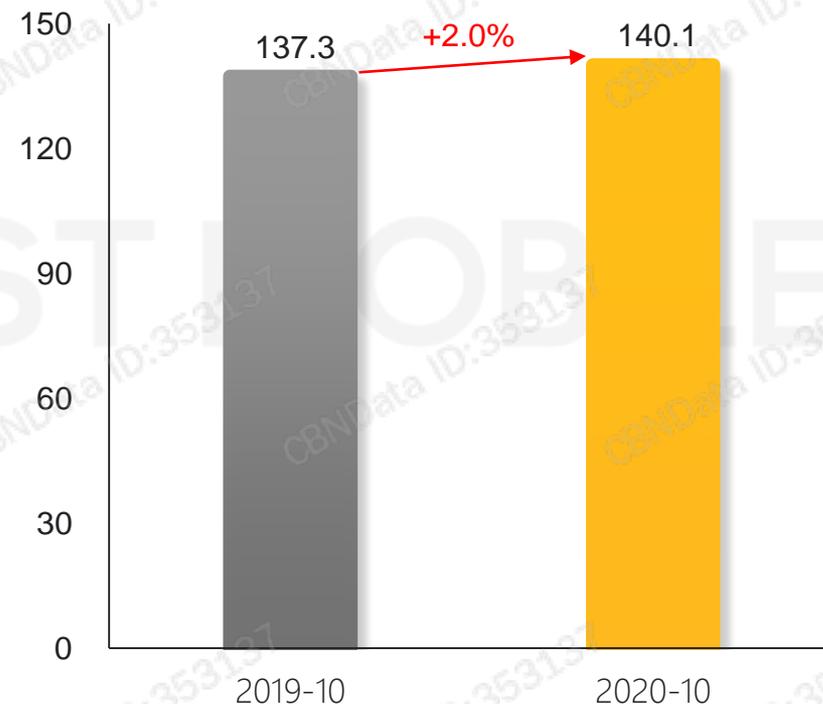
2020年10月 不同用户数量占比

■ 下沉用户 ■ 非下沉用户



下沉用户 月人均使用时长

单位：小时

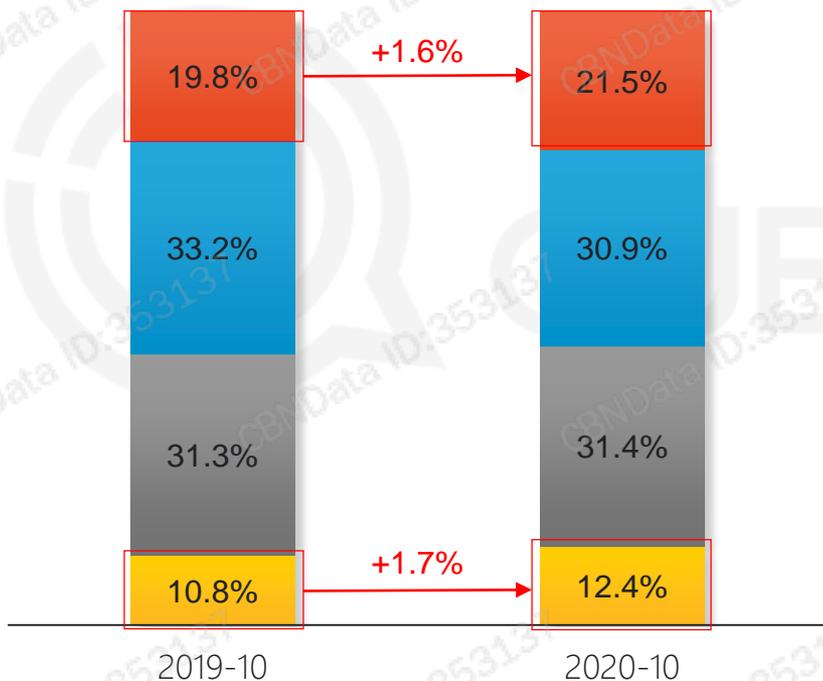


00后和70后是下沉市场进一步增长的潜力群体，下沉用户的线上消费意愿也在进一步增长



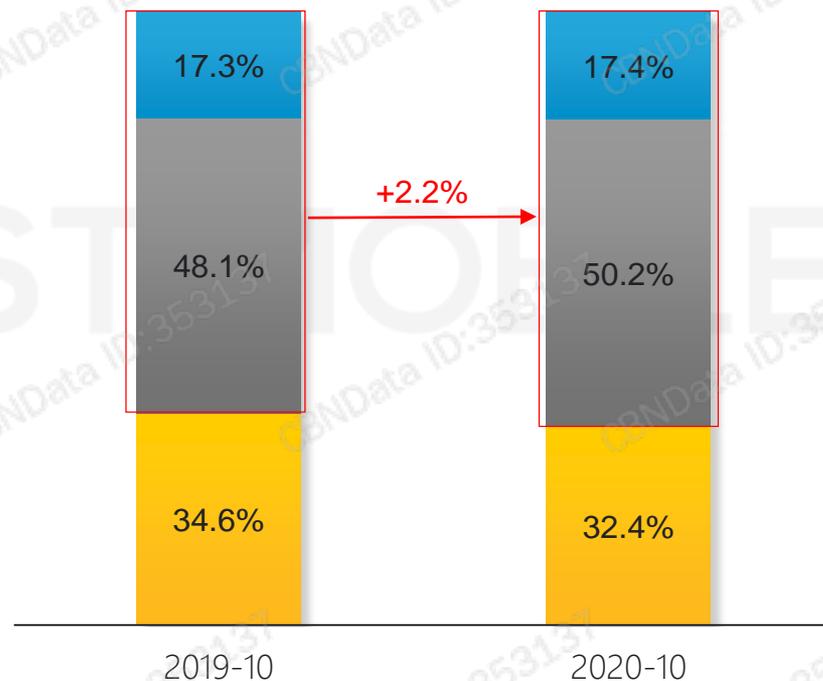
下沉用户 年代分布

00后 90后 80后 70后



下沉用户 线上消费意愿

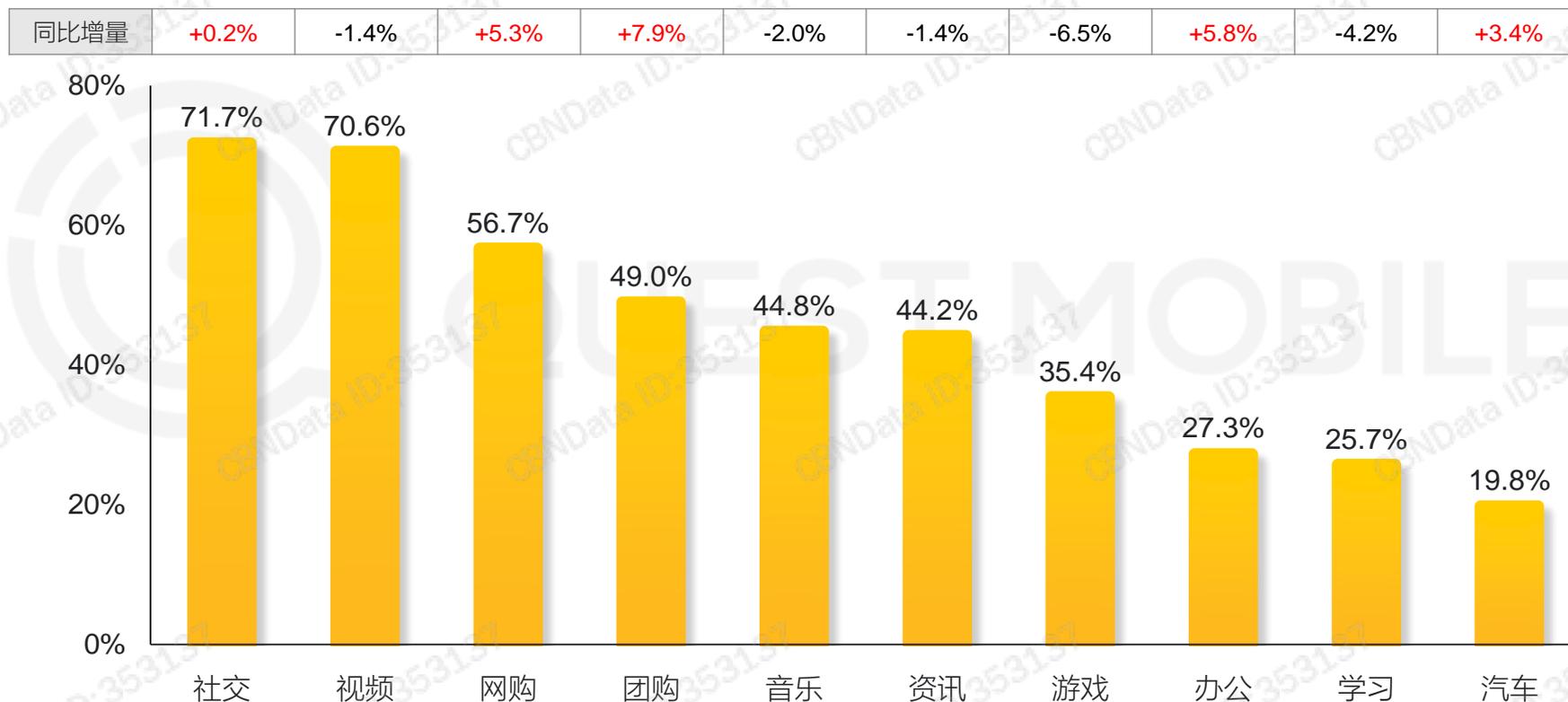
低 中 高



移动网络影响的不断深化带动下沉用户的兴趣偏好向网购、办公等实用性生活需求偏向，与线下生活结合更加紧密



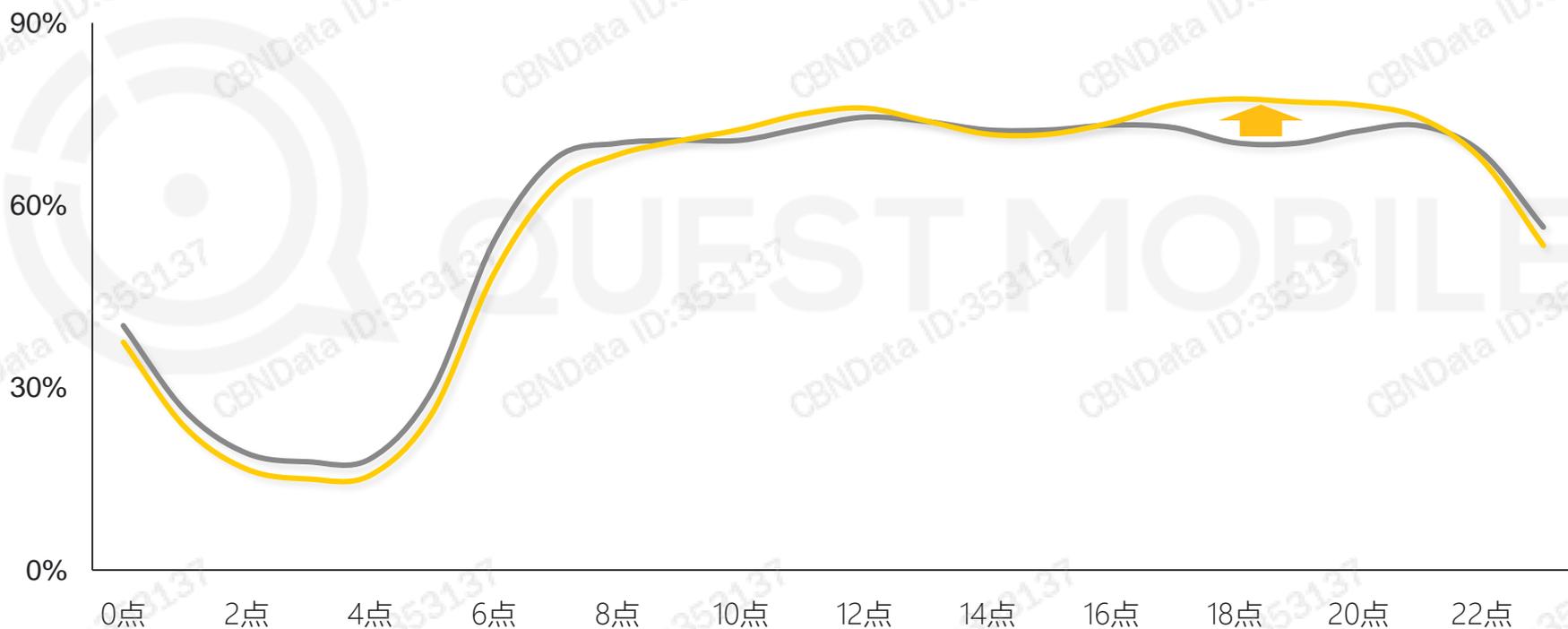
2020年10月 下沉用户兴趣偏好活跃占比



与线下生活的紧密结合也带来下沉用户活跃时段波动变化，网购、娱乐、社交需要促使晚间活跃度增长突出

2020年10月 下沉用户日活跃时段分布

— 2019-10 — 2020-10



日活跃时段分布：2020年10月，下沉用户每个时段内移动互联网活跃用户占比的平均值

02

主要行业在下沉市场
表现出明显的增长特征差异

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_18509

