

中国互联网流量季度分析报告

2019年Q1



海量行研报告免费读

目录 Contents



		报告摘要	03
		PC互联网篇	04
		移动互联网篇	25

01

PC互联网用户人口红利减少，2019年3月用户规模达5.1亿，降速加快。用户以男性用户为主（52.5%），低线城市用户占比上升，下沉效果明显。用户时长红利消失殆尽，2019年3月，人均单日上网时长同比减少4.2%，人均单日上网次数同比减少1.1%。

02

移动网民规模持续增长，增速放缓加剧，2019年3月，移动互联网月独立设备数已达13.8亿台。用户分布中，男性用户占比下降，年龄两极化发展趋势加重，区域下沉在移动端并未表现。上网次数增速放缓，时长红利犹在，2019年3月，人均单日上网时长为3.5小时，同比增长25.0%，提升了42分钟，相当于一集《都挺好》的时长。

03

网民PC端使用场景比较固定，访问网站更多的是为了获取外部资讯、其次是购物休闲，其中，以百度网站为首的PC搜索服务行业仍是重要的搜索入口，虽然用户规模逐渐不及移动端，但其行业渗透率依旧高达99%。娱乐类、安全类、资讯类网站马太效应增强，游戏服务、休闲娱乐成为重要增长极。

04

移动网民人均安装52.3个APP，市场机会增加，应用分发APP保持增长趋势。手机厂商通过自建厂商商店和游戏商店，达到互利共赢的效果。应用宝以2.8亿设备数领跑安卓应用市场，苹果应用商店领衔厂商商店市场，但增长率较低，VIVO游戏中心领跑游戏商店市场。

05

健康话题引起用户关注，大数据助力健康医疗生态，健康医疗行业成为2019年Q1热门行业。2019年3月，月独立设备数已达0.98亿台，行业增长主要来自健身运动，医疗行业粘性提升。同时小程序加持，社区团购成为热门流量风口，2019年3月，热门社区团购小程序“群接龙”月独立设备数已达到496.7万台，远远超过社区团购头部APP市场规模，小程序市场为社区团购行业热门发展渠道。

PC互联网篇

√ PC互联网市场发展概览

√ PC互联网行业发展情况

[→ PC互联网市场发展概览 >>>>>>>>>>>>>>>](#)







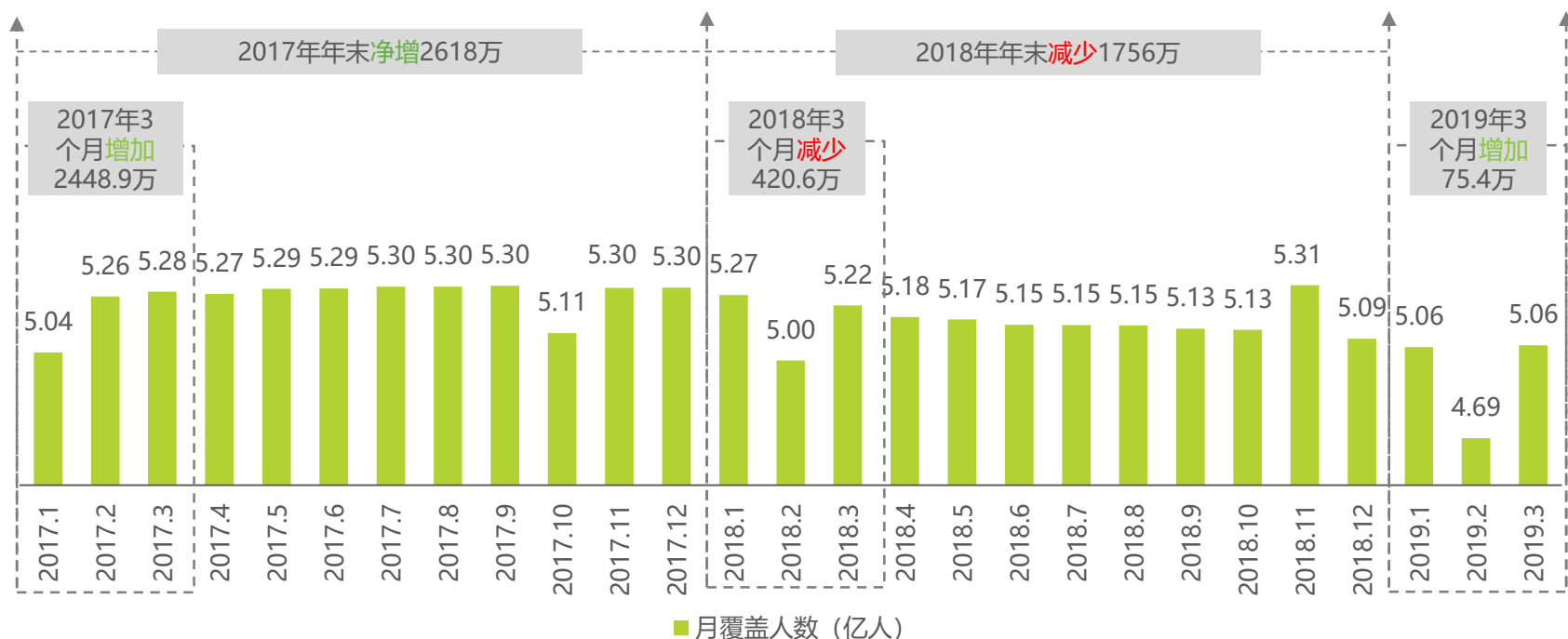
整体流量变化趋势

用户人口红利继续减少，春节期间降低明显

PC互联网月覆盖人数自2018年波动下降之后，2019年Q1继续下降至5.1亿。2019年3个月，月覆盖人数增加75.4万人，但各月均低于18年同期，预计未来将持续下降。

春节期间（2月份），PC互联网月覆盖人数为4.69亿人，在Q1中处于最低水平，这除了受春节淡季影响，也与用户娱乐放松转向移动互联网有关。

iUserTracker-2017年1月-2019年3月中国PC互联网用户规模



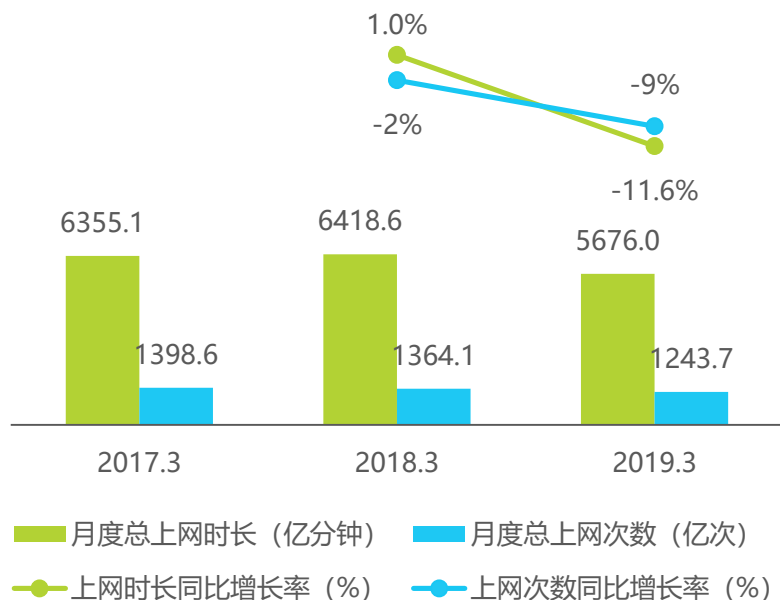
来源：Usertracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

网民注意力的变化

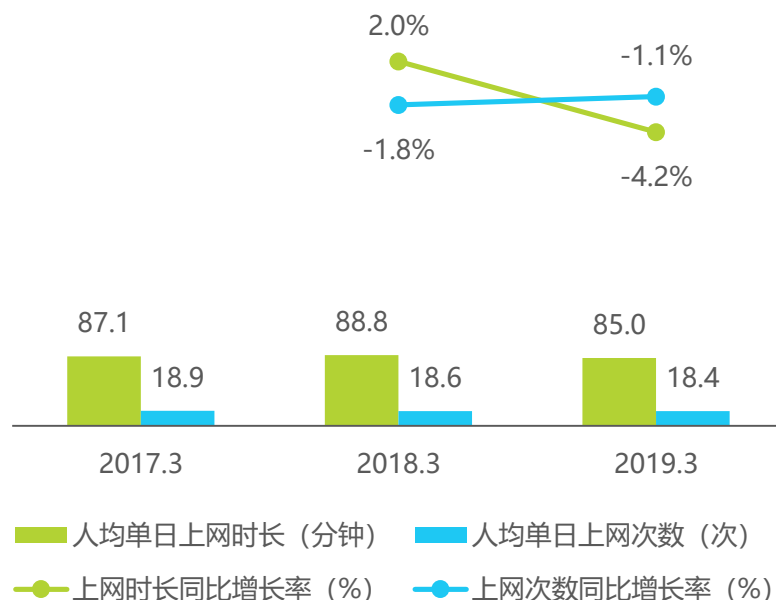
用户时长红利殆尽，月度总上网时长减少14.1万年

经过2018年Q1末的小幅上涨之后，月度总上网时长在2019年Q1末大幅下跌，减少742.5亿分钟。以年来计算的话，共计14.1万年。用户时长红利殆尽，使用黏性和用户忠诚度下降。

iUserTracker-2017年3月-2019年3月
中国PC网民月度总上网时长与次数



iUserTracker-2017年3月-2019年3月
中国PC网民人均单日上网时长与次数



来源：Usertracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

来源：Usertracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

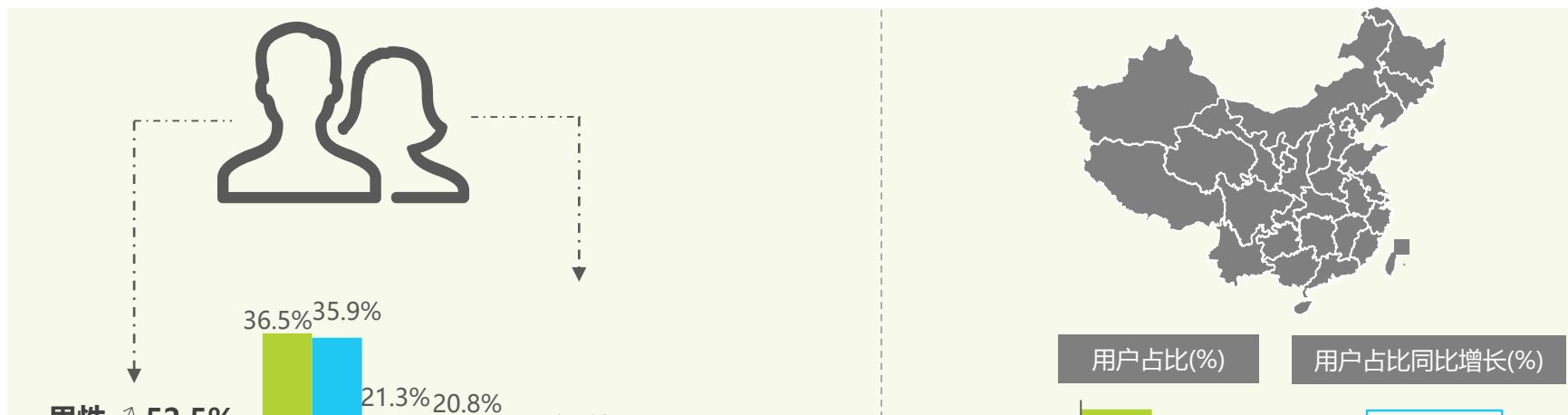
用户特征

老龄化趋势加剧，区域下沉更加明显

男女用户规模均呈下降趋势，但男性用户下降幅度超过女性。从年龄分布来看，30岁以下用户占比下降，30岁以上用户占比上升，PC互联网用户老龄化加剧。

从城市结构来看，低线城市用户占比上升，区域下沉更加明显。

iUserTracker-2018年和2019年3月中国PC网民基本画像



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_21125

