



众志成城，移动互联网“战疫”

——2020年春节移动互联网行业热点观察

极光 (Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

2020.2

主要发现



由于春节期间新冠肺炎疫情的蔓延，全国大量用户减少户外活动，待在住所，导致其使用智能手机的时长显著增加。在家学习，工作，做饭，吃饭，娱乐，看新闻的需求显著增加了



即时通讯 - 钉钉作为工作平台，春节假期则处于低谷期。但随着节后在家办公的需求强烈，钉钉开始大幅反弹，并很有可能达到新高。大大方便了疫情期间人们远程办公



微博 - 由于疫情热点消息的传播影响，2020年春节**新浪微博**的DAU增长更加明显，使用时长也远超去年同期



新闻 - 随着人们对新闻媒体的渴求，获取疫情信息，手机百度DAU节后稳步增长。网民用**百度**搜疫情信息，看疫情新闻，时长大幅上升。**腾讯新闻**和**今日头条**的DAU在节前即开始上涨，人均使用时长也有显著增加。腾讯新闻发布每日疫情实时追踪，被广泛传播



短视频/游戏/长视频 - 娱乐型产品受益于春节假期和疫情，比往年同期有更大幅度增长。**抖音**、**快手**、**西瓜视频**，在除夕和春节的营销活动效果显著。以**爱奇艺**为代表的长视频流量增长显著。娱乐产品致力于帮助大家打发难熬的“坐月子”时光，减少大家出行欲望，减轻人群交叉感染机会



团购外卖/用车服务/城市出行 - 它们成为受到疫情冲击最明显的领域。政府要求疫情期间减少出行，加强自我隔离，导致出行减少。预计疫情结束后，行业需求会迅速恢复。这场战役中，行业玩家也在尽力帮助有需要的群体，如**美团**，**饿了么**给医生和有困难的市民送外卖、送菜，**滴滴**平台免费接送武汉医务工作者等



教育/生鲜电商 - 呈现U字型走势，随着春节的结束和疫情的持续，这些产品成为支持人们在家工作、学习、生活的重要帮手

各行各业都在“战疫”，共度难关

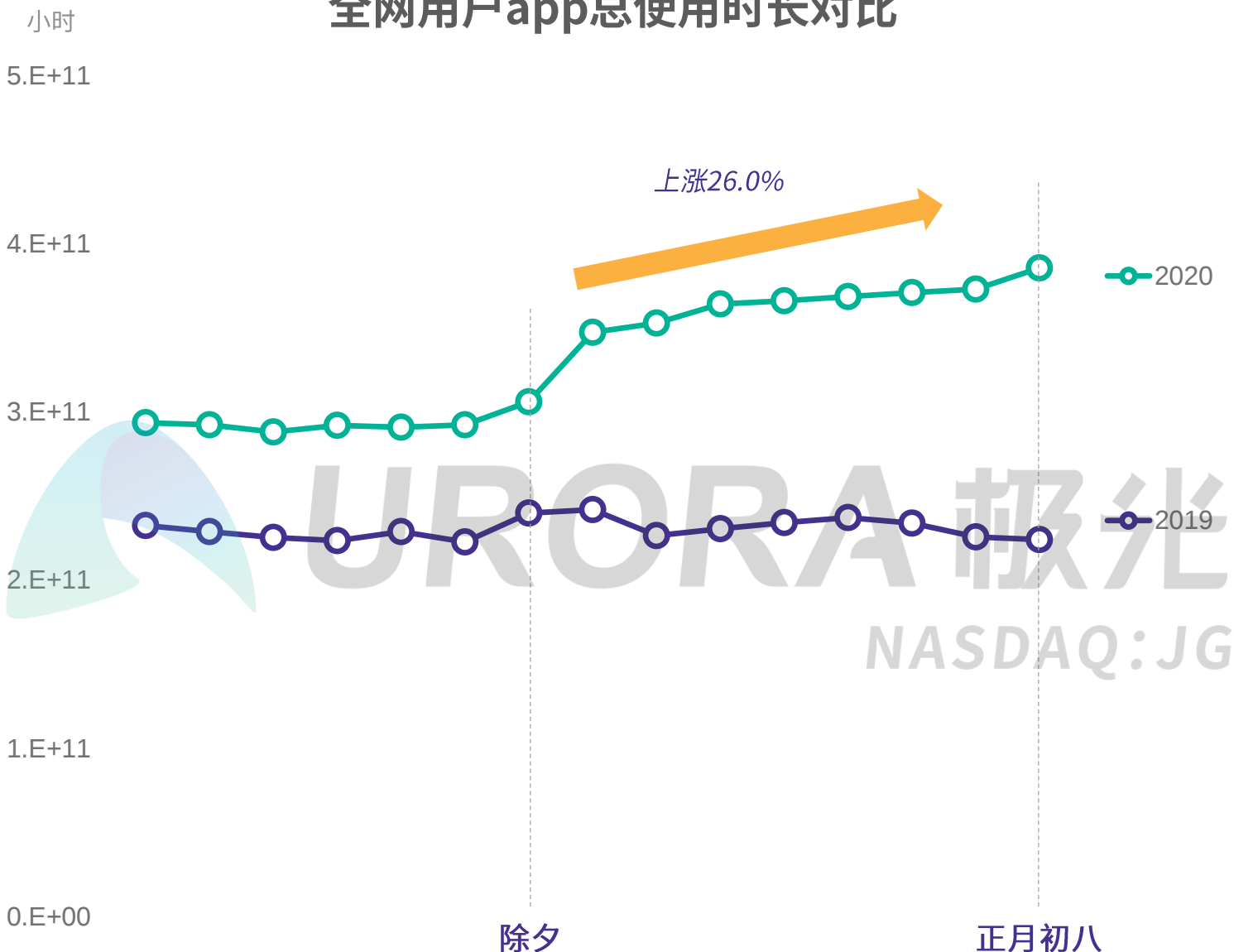
大背景

2020年1-2月，国内出现大规模新型冠状病毒肺炎传播疫情

自1月20日钟南山院士发声确认新冠肺炎存在人传人现象后，各地逐步采取防止疫情扩散措施，春节假期期间人们大多足不出户

全网用户在线总使用时长于1月24日正式进入假期后迅速增长

全网用户app总使用时长对比



数据来源：极光(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

数据周期：2019.1.29-2019.2.12；2020.1.18-2020.2.1

热点行业分析



即时通讯行业整体情况

2020年春节即时通讯行业使用时长增幅明显。由于疫情的影响，用户使用时长比往年有明显增加

从渗透率来看，由于即时通讯产品的渗透率已经达到相当高的水平，因此春节期间并没有产生明显的影响，行业渗透率保持平稳

从用户总使用时长来看，2020年春节期间即时通讯行业增幅明显高于2019年同期，显然是受到疫情影响，人们在线上的沟通时间明显增加

即时通讯行业渗透率&总使用时长对比

渗透率

2020年春节期间

90.3% 增幅 -0.008% 90.3%

2019年12月

2020年1月

2019年春节期间

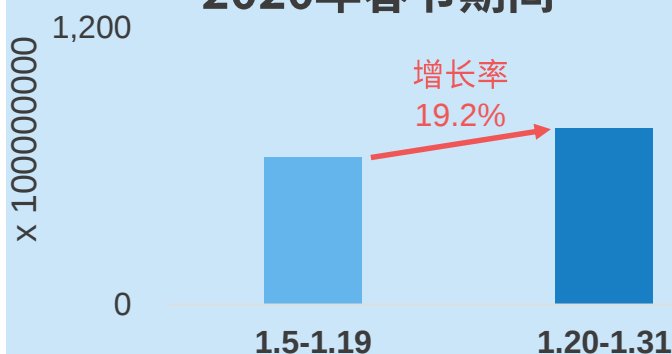
86.4% 增幅 1.5% 87.9%

2019年1月

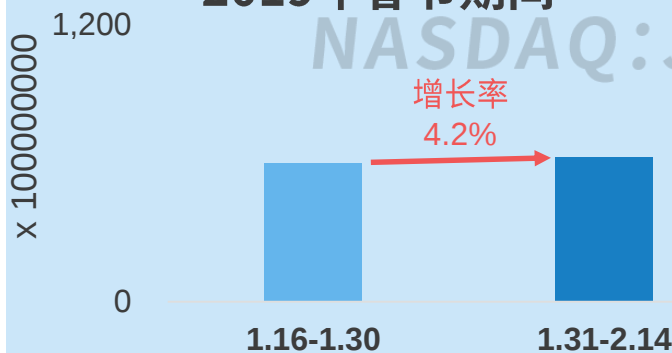
2019年2月

总使用时长均值

2020年春节期间



2019年春节期间



数据来源：极光(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

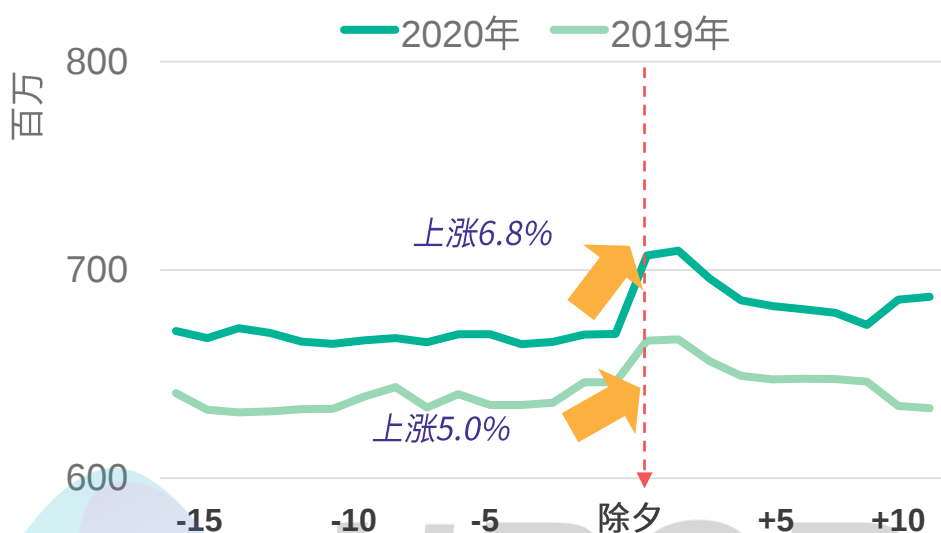
数据周期：2019.1-2020.2

即时通讯行业主要app表现

综合平台微信在春节期间DAU显著增加，而钉钉作为工作平台，春节假期则处于低谷期。但随着节后在家办公的需求强烈，钉钉开始大幅反弹，并很有可能达到新高。大大方便了疫情期间人们远程办公



微信DAU变化趋势



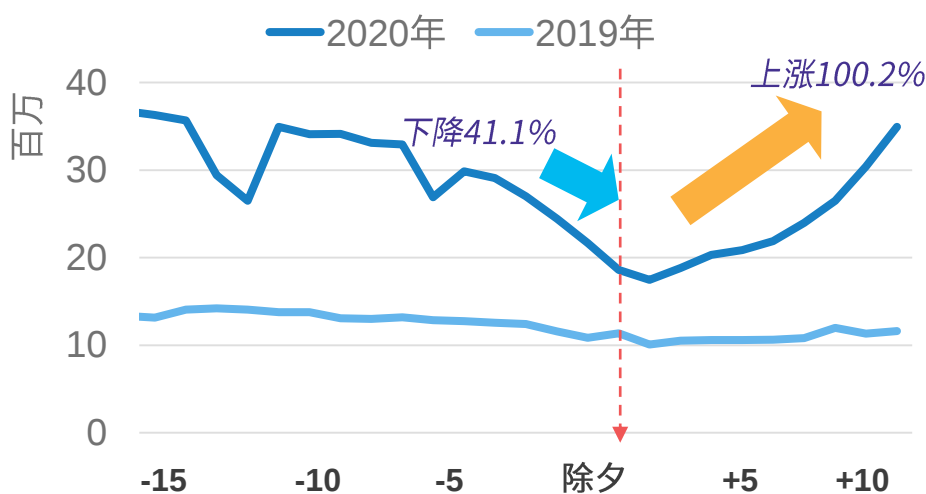
春节假期期间
微信
人均使用时长

2020 87.3分钟

2019 71.5分钟



钉钉DAU变化趋势



春节假期期间
钉钉
人均使用时长

2020 6.8分钟

2019 5.3分钟

数据来源：极光(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

*以除夕当天日期为基准对齐两年数据，DAU数据周期为2019.1.20-2019.2.13，2020.1.9-2020.2.2；涨跌幅代表波峰波谷的相对趋势，未按时间区间对应的增长率

微博博客行业整体情况

随着疫情的传播，微博博客行业的使用时长在1月份有了大幅增长

微博博客行业已经发展多年，处于成熟阶段，近几年的用户渗透率没有太大的变动

2020年春节期间，微博博客行业的总使用时长大幅增加，显示出用户频繁使用微博平台来传播疫情消息

微博博客行业渗透率&总使用时长对比

渗透率

2020年春节期间

36.6% 增幅 -0.2% 36.4%

2019年12月

2020年1月

2019年春节期间

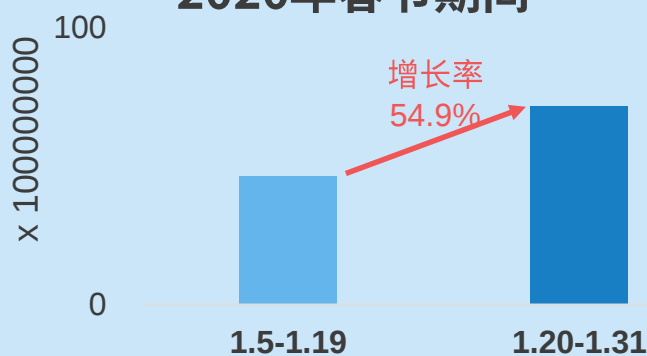
34.7% 增幅 -0.3% 34.4%

2019年1月

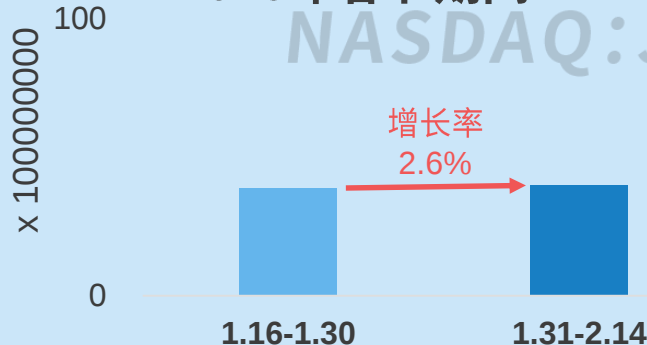
2019年2月

总使用时长均值

2020年春节期间



2019年春节期间



数据来源：极光(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

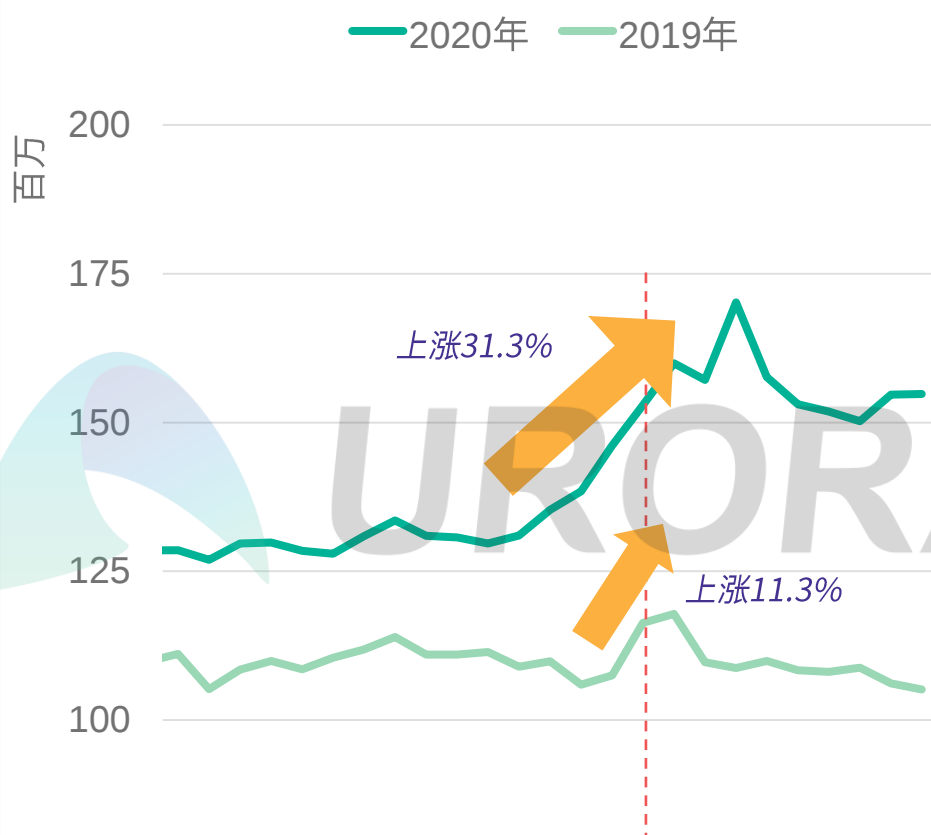
数据周期：2019.1-2020.2

微博博客行业主要app表现

相比去年，2020年春节新浪微博的DAU增长更加明显，使用时长也远超去年同期。特别是在除夕之后，随着疫情的持续发酵，新浪微博的DAU在初三达到顶峰



新浪微博DAU变化趋势



春节假期期间
新浪微博
人均使用时长

2020 53.7分钟

2019 35.2分钟

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_22057

