URORA 极光

2021年Q3移动互联网行业数据研究报告

极光 (Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

2021年10月

深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2021 粤ICP备12056275号-13

极光观点

三季度短视频用户规模和用户时长保持双增长，MAU均值为8亿，同比增长2.6%，而人均单日使用时长达234.6分钟，同比增长高达20.5%，月活数量增速有所放缓，但用户粘性增长更加明显

健身运动行业用户规模增长第一，较去年同期增加8600万，赛道处于高速发展期仍在争夺流量；随着字节、抖音等巨头杀入搜索赛道，搜索行业用户规模有望迎来二次增长

移动互联网流量逼近天花板，字节、百度布局新业务寻找第二增长曲线。字节旗下番茄系网文及音频产品用户规模飙升，加码抢占市场；百度承接全场景生活服务转型“超级app”，服务化战略为提升活跃用户数量和用户质量带来成效，同时Apollo自动驾驶技术正式商业化落地，百度继续发挥人工智能领域优势

东京奥运会的举办推动内容行业用户增长和用户时长提升。7-8月新闻资讯行业人均单日使用时长较去年同期大幅增长27.9%和31.3%；视频领域咪咕视频成功破圈，用户增长超越快手；社媒平台微博和小红书用户活跃度提升，发酵竞技场外话题

三季度互联网医疗行业活跃用户规模达3500万，35岁以下中青年用户占比超过六成；**网约车赛道硝烟再起，**曹操出行凭借充裕运力收获高用户粘性，MAU跃升至腰部平台第一，达1101.5万，较去年同期大幅增长62.5%

深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2021 粤ICP备12056275号-13

目录 CONTENTS

01 整体app市场概览

02 行业及app特色榜单

03 热点分析

04 细分行业观察

05 App流量价值总榜

深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2021 粤ICP备12056275号-13

URORA 极光

01

整体app市场概览

- 移动网民人均app安装总量
- 移动网民人均app使用时长
- 行业用户时长占比top 8
- 行业用户粘性特征分析
- 互联网头部企业流量纷争
- 互联网头部企业动态

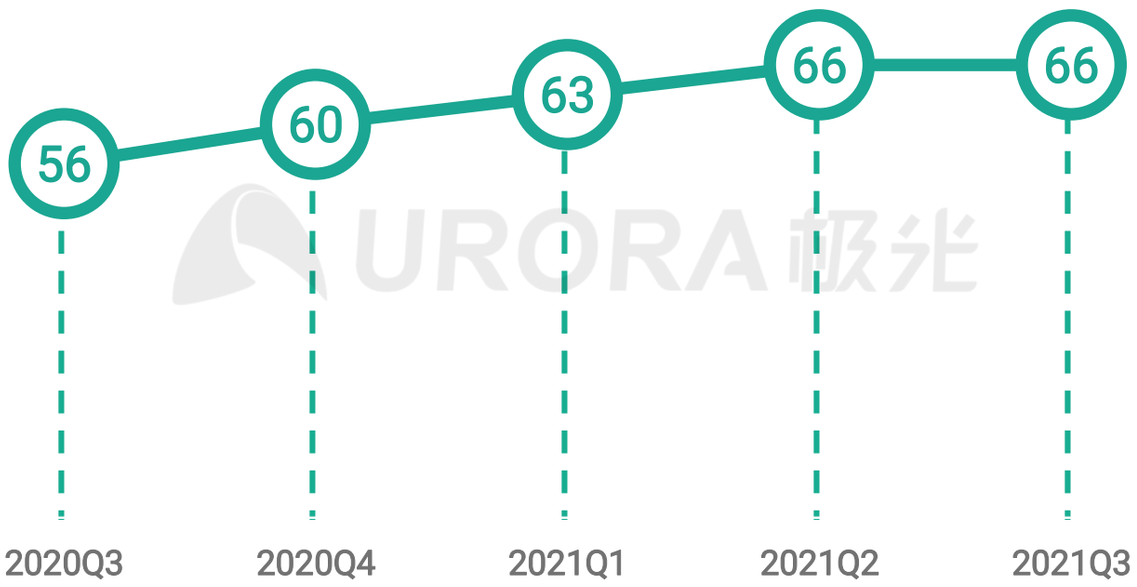
深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2021 粤ICP备12056275号-13

人均app安装量

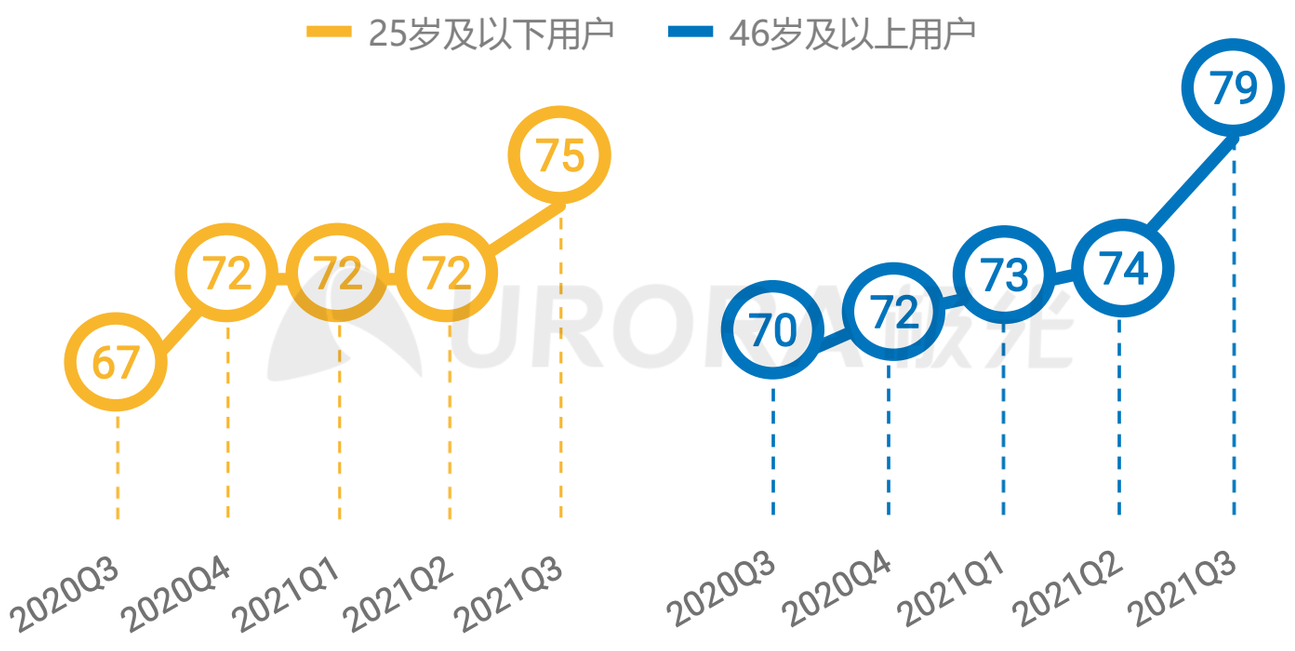
移动网民人均安装66个app，Z世代及中老年用户触网程度加深

- 2021年第三季度，移动网民人均app安装量稳定保持在66个，较去年同期增加10个
- 聚焦Z世代及中老年用户，25岁以下及46岁以上用户的人均app安装量均高于整体网民平均水平，一来是因为Z世代触网程度更高，二来中老年用户使用手机的程度加深，并容易受到广告和诱导影响安装大量app

移动网民手机人均安装app总量



Z世代及中老年用户人均安装app总量



数据来源：极光iAPP (Aurora Mobile, NASDAQ: JG)
数据周期：2020.07-2021.09

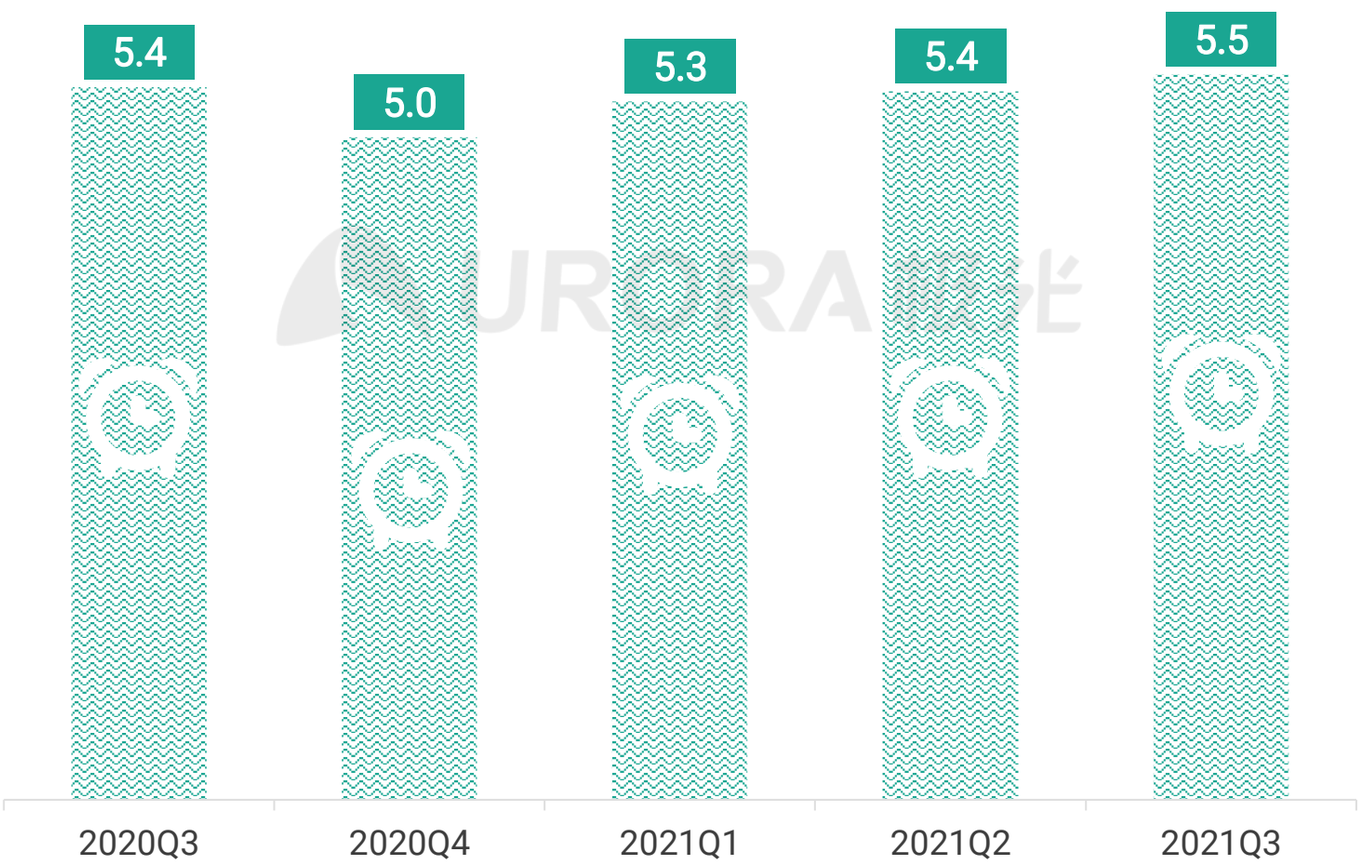
深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2021 粤ICP备12056275号-13

人均app使用时长

移动网民人均app单日使用时长为5.5小时，数字化生活习惯正深入养成

- 2021年第三季度，移动网民人均app单日使用时长达5.5小时，比上一季度略有提升，较去年同期增加6分钟，同比增长率为1.7%，后疫情时期移动网民的数字化生活习惯正在深入养成

移动网民人均app每日使用时长(小时)



数据来源：极光iAPP (Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

数据周期： 2020.07-2021.09

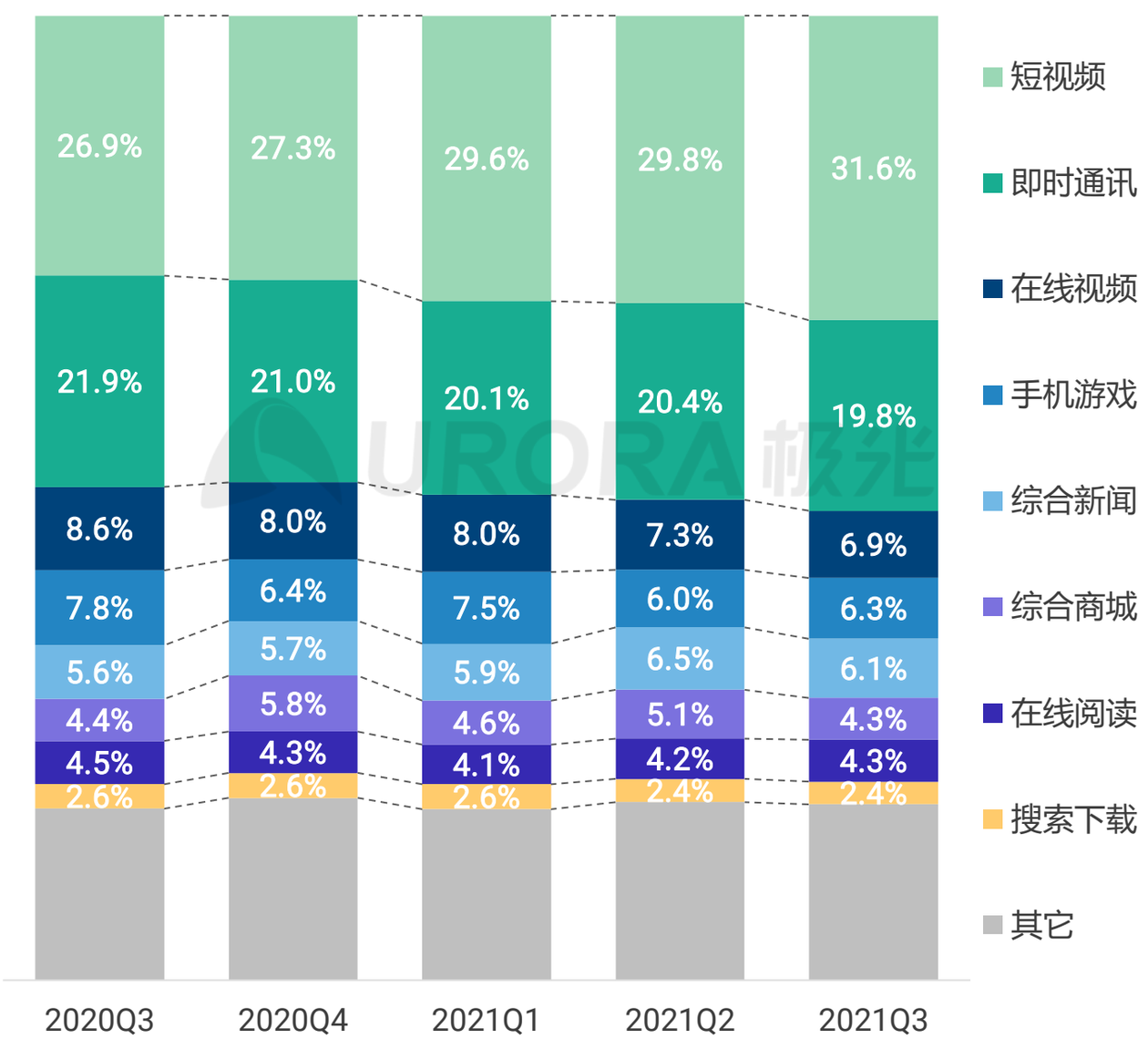
深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2021 粤ICP备12056275号-13

行业用户时长占比top 8

全国网民使用手机时近三分之一时间在看短视频

- 2021年第三季度，短视频行业用户时长占比继续提升至31.6%，较上一季度增加1.8个百分点，较去年同期增长4.7个百分点，成为网民手机中最“杀”时间的娱乐消遣产品
- 其他行业的用户时长受到短视频行业的蚕食，即时通讯、在线视频等使用时长占比持续下跌；由于暑假来临，手机游戏时长占比较上一季度略有回升，达6.3%；但受游戏“双减双打”政策影响，回升力度有限，较去年第三季度下跌1.5个百分点

移动网民app每日使用时长top 8类型



数据来源：极光iAPP (Aurora Mobile, NASDAQ: JG)
数据周期：2020.07-2021.09

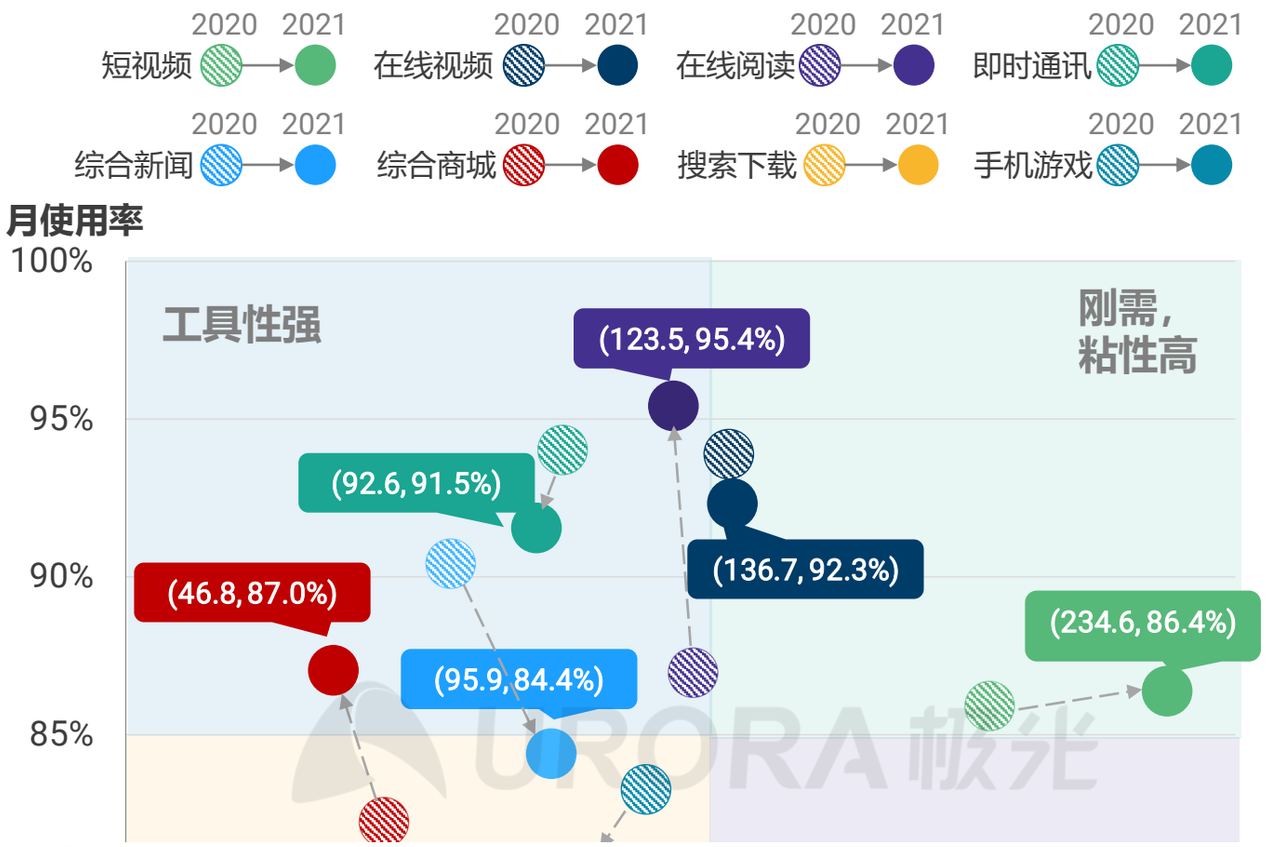
深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2021 粤ICP备12056275号-13

行业用户粘性特征

网购和看网文的需求持续提升，通过独立平台看新闻的频率下降

- 对比使用时长占比top8行业的用户粘性指标从2020年Q3到2021年Q3的变化，短视频继续保持使用率和人均单日时长双增长，时长增幅更大；在线阅读和综合商城的月使用率较去年同期大幅提升，用户对网文和网购的刚需凸显
- 综合新闻行业月使用率下降幅度较大，但每天使用时间更长，用户对新闻资讯的日常需求减少；手游用户粘性指标双减，受政策影响明显

2020年Q3与2021年Q3
行业用户时长占比top8用户粘性特征



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_27991