

BAT数据洞察报告



目录



A



01

BAT整体情况概览

02

BAT财务数据洞察

03

BAT移动应用洞察

04

BAT用户画像洞察

01

『BAT』 总体情况概览

The General Overview Of BAT

应用市场浩瀚，而我们终究在BAT中徘徊

MAU前十榜单中，百度阿里腾讯系共8个应用上榜，你我的手机中都有它们身影

TOP1 微信



隶属于**腾讯系**
MAU: 10.6亿

TOP2 QQ



隶属于**腾讯系**
MAU: 8.3亿

TOP3 爱奇艺



隶属于**百度系**
MAU: 4.1亿

TOP4 淘宝



隶属于**阿里系**
MAU: 3.8亿

TOP5 腾讯视频



隶属于**腾讯系**
MAU: 3.7亿

TOP6 抖音



隶属于**头条系**
MAU: 3.3亿

TOP7 WIFI万能钥匙



-
MAU: 3.3亿

TOP8 微博



隶属于**阿里系**
MAU: 3.0亿

TOP9 应用宝



隶属于**腾讯系**
MAU: 2.9亿

TOP10 QQ浏览器



隶属于**腾讯系**
MAU: 2.8亿

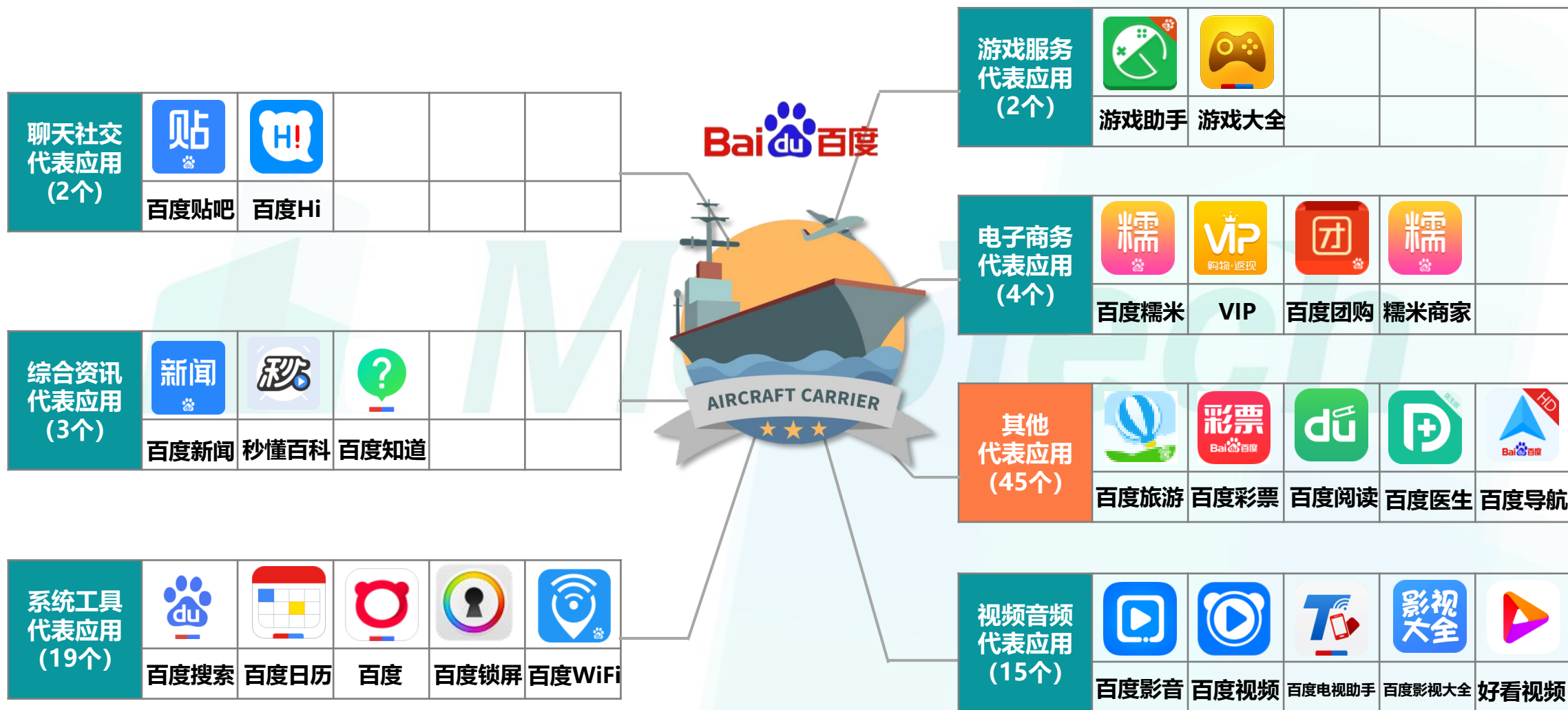
江湖发家史：惊人吻合！借鉴—>并购—>技术

百度以搜索和流量闻名江湖，阿里强势布局自有生态，腾讯合纵连横铸社交王国

Mob研究院 百度系—技术强，投资弱		Mob研究院 阿里系—布局大生态圈		Mob研究院 腾讯系—从大哥到兄弟	
异军突起 (2000-2005年) 多元化 (05-09) 动荡中前行 (10-16年) AI为核心 (16-至今)	2000.01, 百度成立 (对标谷歌) 2000.05, 定位为网络技术服务商 2001【商业帝国奠基石】：决定商业模式转型，首创“竞价排名”模式，由向服务收费转广告主收费；同年推出独立搜索引擎，业务重心从B端倾斜到C端 2002年，搜索之战成功超越谷歌 2005.08百度在纳斯达克上市	电商崛起 (99-07年) 艰难前行 (2008-12) 围绕电商布局阿里生态圈 (2013-至今)	1999年，阿里巴巴成立 (对标美国的亚马逊) 2000年，开始供应商业务 2003年，淘宝和支付宝成立 2007年，港交所上市 2008年，上市一年后，阿里股价下跌到最高价的十分之一左右 2011年，淘宝打假事件，CEO卫哲引咎辞职 2012年，完成对雅虎初步股份回购，阿里股票私有化，退市 13年，创建菜鸟网络，布局物流 14年，蚂蚁金服成立，布局互联网金融，同年，开始布局海外、浏览器、虚拟网络运营商、文娱、本地生活和O2O业务，并在纽交所上市 15年，布局体育、办公等领域 16年，开始布局汽车和大数据领域 17年，对外宣布“新零售”业务 “盒马鲜生”面世，同时开始注重技术端口布局，成立阿里达摩院 18年，成立AI实验室	横空出世 (98-2004年) 社交娱乐帝国形成 (04-10年) 开放+发力技术 (10-至今)	1998年，成立腾讯计算机系统公司 1999年，qq正式面世，整个基于qq的产业链正式逐步形成 2003年，qq游戏横空出世 2004年，腾讯在港股上市 04年，推出qq.com的新闻平台，开始发力媒体&广告业务 05年，布局WEB2.0，推出Qzone，同年开始布局搜索和电子商务 05-09，合纵连横，基本上除了电商和搜索其他领域腾讯均有布局，江湖笑称“创业者拦路虎” 09年，开启PC产品无线化 10年，爆发沸沸扬扬的3Q大战 11年推出了产品“微信”，同年宣布腾讯成为一个开放式平台 12年，全面无线化+投资新兴领域 14年，战略转变“专注于核心业务” 15年，建立“众创生态” 18年，开始在技术端口发力，成立CSIG (云与智慧产业事业群)
	02-09年，百度先后出现了21个产品线，利用两年半时间从单一搜索引擎公司变成了“巨无霸”公司 2011年，从独立搜索框变成全应用模式，同年成市值最高互联网企业 2012年，百度开始通过收购布局一系列移动端产品，但转型失败 2015年，开始深陷舆论漩涡 16年，转变视角到起家“技术”上，其次才是注重内容生态搭建 - AI领域成为当之无愧的王者，AI专利数是腾讯的2倍数、阿里3倍				

百度系应用图谱：百度系的“航母战斗群”

其他类应用数量最多，多元化和一站式强内容生态一直是百度系的王牌利器



数据来源：Mob研究院搜集整理，【备注】其中应用图谱不含有投资关联应用，仅含企业100%控股自有应用

阿里系应用图谱：阿里系的“电商新形态”

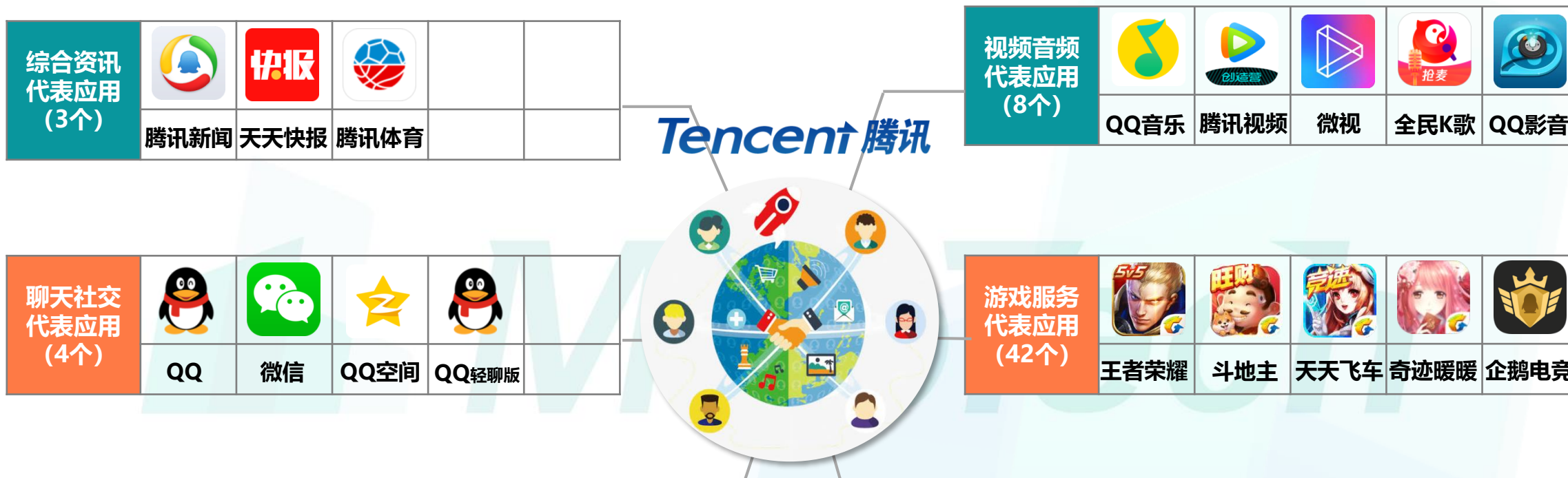
围绕阿里老本行“电子商务”进行多元化布局，打通各环节，擅长运营长链产品



数据来源：Mob研究院搜集整理，【备注】其中应用图谱不含有投资关联应用，仅含企业100%控股自有应用；长链产品是价值链很长，长尾市场是主要客群

腾讯系应用图谱：腾讯系“社交主航道”

强短价值链应用开发，其中游戏和社交应用流量最强，其他应用多是由此孵化



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_38112

