互联网 APP 运营数据跟踪季报(2021Q2)：全行业流量增长趋于饱和 Z 世代垂类 APP 表现突出

互联网大盘数据：2021Q2整体用户规模趋于稳定，根据Questmobile数据，6 月 MAU 达到 11.64 亿，用户城市等级结构基本保持稳定。根据极光数据，同期短视频使用时长占比提升至 29.8%，同比提升 6.2pcts，环比提升 0.2pct，持续切分渗透用户流量但边际弱化。2021 年 6 月腾讯系和头条系使用时长占比分别达 28.3%/26.6%，环比略有提升。

超级 App——微信、支付宝：2021Q2 腾讯系、阿里系超级 App 已经实现高度覆盖，流量规模基本稳定。用户使用时长和启动次数明显提升，但 DAU 和 MAU 规模环比相对稳定并略有提升。超级 App 渗透率已达较高水平，根据极光数据，腾讯系/阿里系 App 的用户渗透率已经达到 99.8%/96.1%，积累了庞大的用户流量。此外，小程序进一步拓展了超级 App 的流量入口，有望进一步带动超级 App 的使用时长和启动次数提升。

电商 App——手机淘宝、京东、拼多多、美团：2021Q2 电商 App 渗透率和月活保持在稳定高位，2021 年 6 月月活同比上升约 6.6%。根据极光数据，2021Q2 行业 MAU 均值达 8.1 亿，渗透率达 75.7%左右。随着今年春节期间“就地过年”和商务部“网上年货节”等政策带动，2 月份电商行业活跃用户数明显提升，并持续维持较高水平。4-6 月各电商平台 MAU 维持稳定水平，其中 6 月中受促销活动推动，DAU 较大幅度增长。

短视频 App——抖音、抖音极速版、快手、快手极速版：2021Q2 短视频 App 用户规模增速放缓，同时重合度提升。二季度各平台 MAU 增长缓慢，抖音极速版为抖音 MAU 增长贡献主要增量。短视频 App 用户规模

略有下滑，根据极光数据，2021Q2 行业 MAU 均值为 7.7 亿，月活表现依然不及均值超 8 亿的一季度，但较去年同期上升了 2%。

长视频 App——腾讯视频、爱奇艺、优酷、B 站、芒果 TV：2021Q2 长视频用户规模和时长整体保持稳定，暑期档驱动爱奇艺、腾讯视频与哔哩哔哩日活回升：根据极光数据，受短视频等新兴泛娱乐形式冲击，2020 年长视频 App 的用户规模和使用时长持续下降。2021Q1 热门剧集驱动时长与用户增长，Q2 爆款剧集热度下降，长视频平台用户规模回落，暑期档驱动头部平台腾讯视频、爱奇艺和哔哩哔哩用户增长。

直播 App——斗鱼、虎牙：根据极光数据，2021Q2 游戏直播行业用户规模持续上升但月使用时长下滑明显，日均启动次数保持稳定。

音乐 App——QQ 音乐、酷狗、酷我、网易云音乐：2021Q2 音乐 App 用户规模和活跃度基本稳定同时略有回升，我们认为随着短视频平台用户增速放缓，短视频对在线音乐、在线 K 歌、音乐直播等业务的冲击有望降低。根据极光数据，2021 年 6 月有声内容行业渗透率达 18.5%，MAU 同比+3.85pcts，渗透率和月活均稳步提升；同时 2021Q2 有声内容行业用户月度平均时长达 152.3 分钟，同比增长 19.7%。我们认为，长音频赛道未来有望持续发展，释放更多的商业化价值。

垂直类 App——TapTap、携程旅行、新氧、小红书：2021Q2 小红书用户规模持续提升，根据极光数据，2021 年 6 月小红书月均 DAU 达 6367 万，同比增加 127%，6 月 MAU 达 2.39 亿，同比增加 103%。得益于 TapTap

https://www.yunbaogao.cn

平台内容社区建设推进，TapTap 日均使用时长持续提升。根据极光数据，2021 年 4-6 月日均使用时长分别为 8.57/9.97/10.47 分钟。

风险提示：反垄断政策监管趋紧导致经营调整风险；市场竞争加剧风险；宏观经济增速下行导致电商、广告市场萎缩风险；内容版权监管风险；新兴互联网产品分流用户风险。

关键词：直播

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_34092