

2014

10亿说：行业精益求精发展，O2O热度空前

TalkingData 2014移动互联网数据报告

TalkingData移动数据研究中心 2015年1月

目录

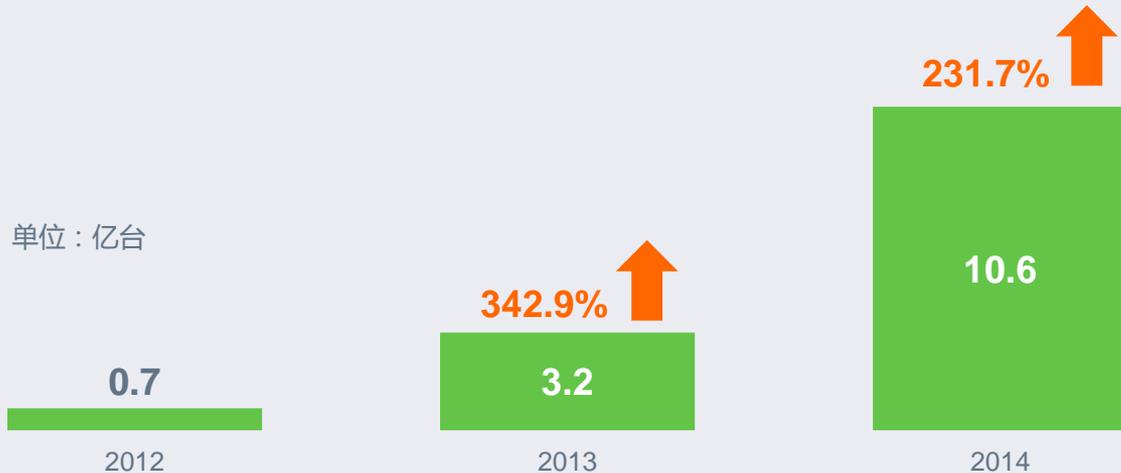
CONTENTS

- 移动互联网行业概况
- 移动互联网用户行为分析
- 移动互联网整体应用盘点
- 移动互联网细分行业应用盘点
- 移动互联网用户线下消费习惯
- 移动互联网发展趋势展望

- 移动互联网行业概况

- 2014年，我国移动智能终端用户规模达10.6亿，较2013年增长231.7%

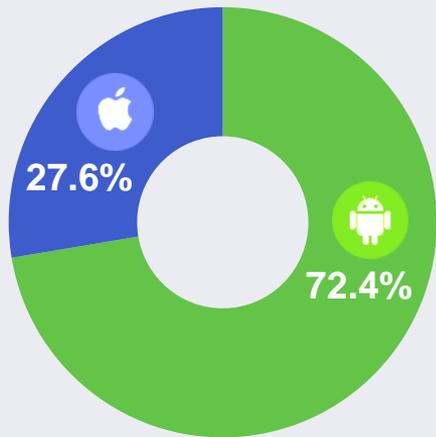
2012-2014年中国移动智能终端用户规模



数据来源：TalkingData 数据中心，移动智能终端用户为移动端累计活跃设备总数

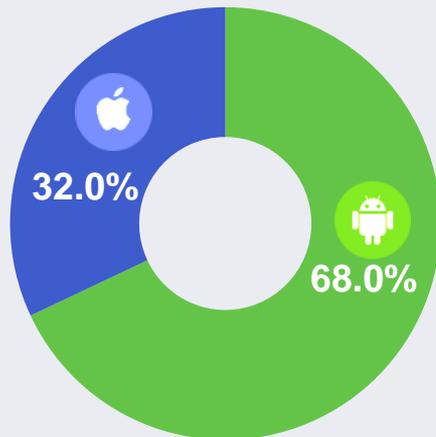
- 安卓与iOS平台用户比例约为7:3，iOS平台用户占比较年初有小幅增长

2014年1月移动智能终端用户平台分布



■ Android ■ iOS

2014年12月移动智能终端用户平台分布

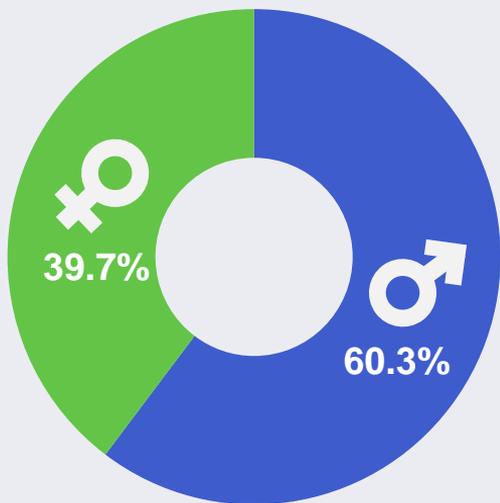


■ Android ■ iOS

数据来源：TalkingData 数据中心

- 移动网民中男性用户更多，占比为57.8%，女性用户比例较年初有小幅增长，达42.2%

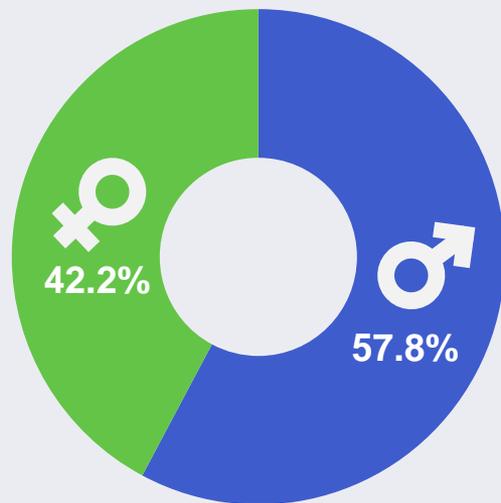
2014年1月 移动智能终端用户性别分布



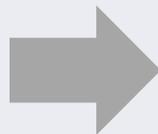
■ 男性 ■ 女性

数据来源：TalkingData 数据中心

2014年12月 移动智能终端用户性别分布

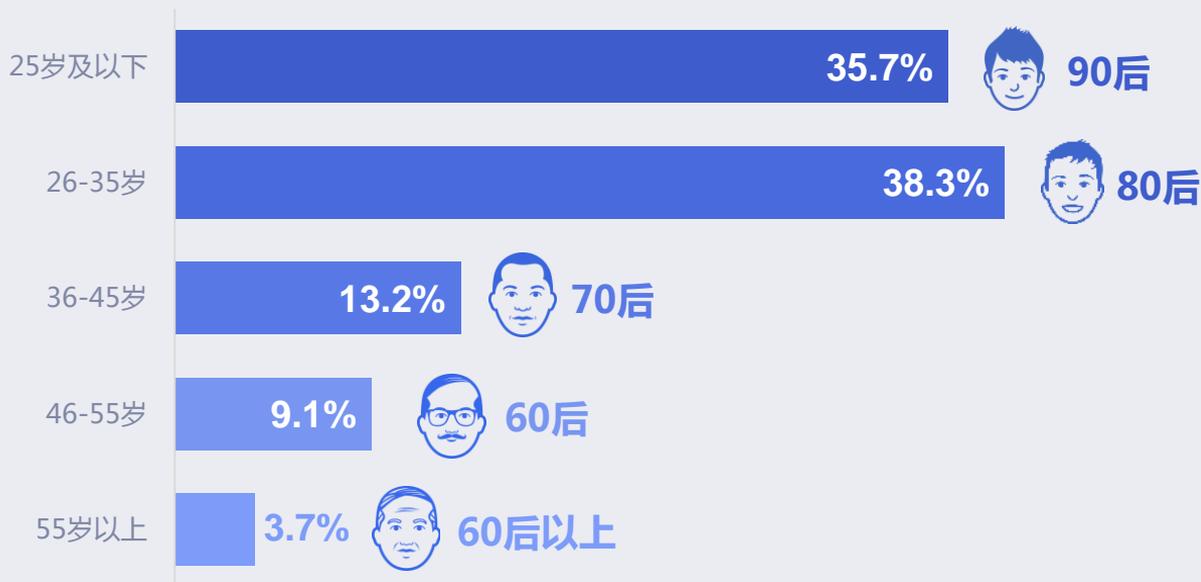


■ 男性 ■ 女性



- 80后中青年用户是移动网民的主力军，而90后青少年已逐渐成为移动互联网的新生力量

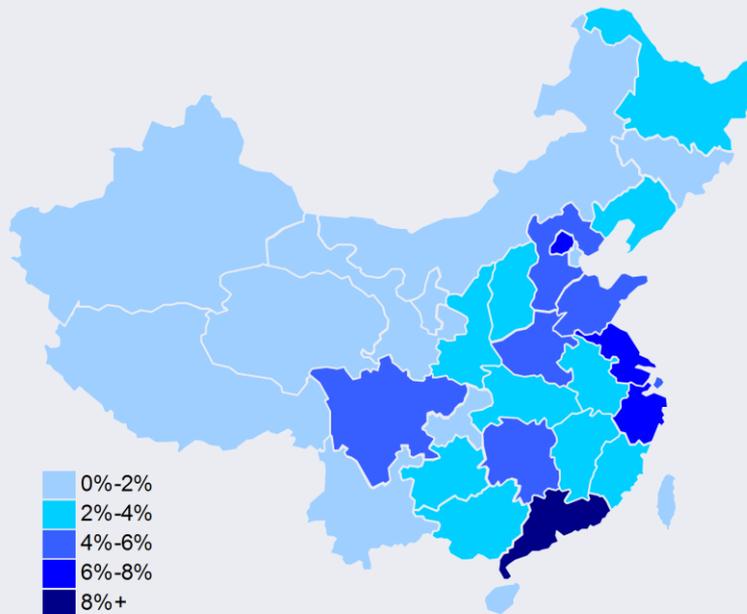
2014年12月 移动智能终端用户年龄分布



数据来源：TalkingData 数据中心

- 移动网民在沿海省份分布较集中，而湖南、河南、四川等中部地区用户占比也较高

2014年12月 移动智能终端用户区域分布



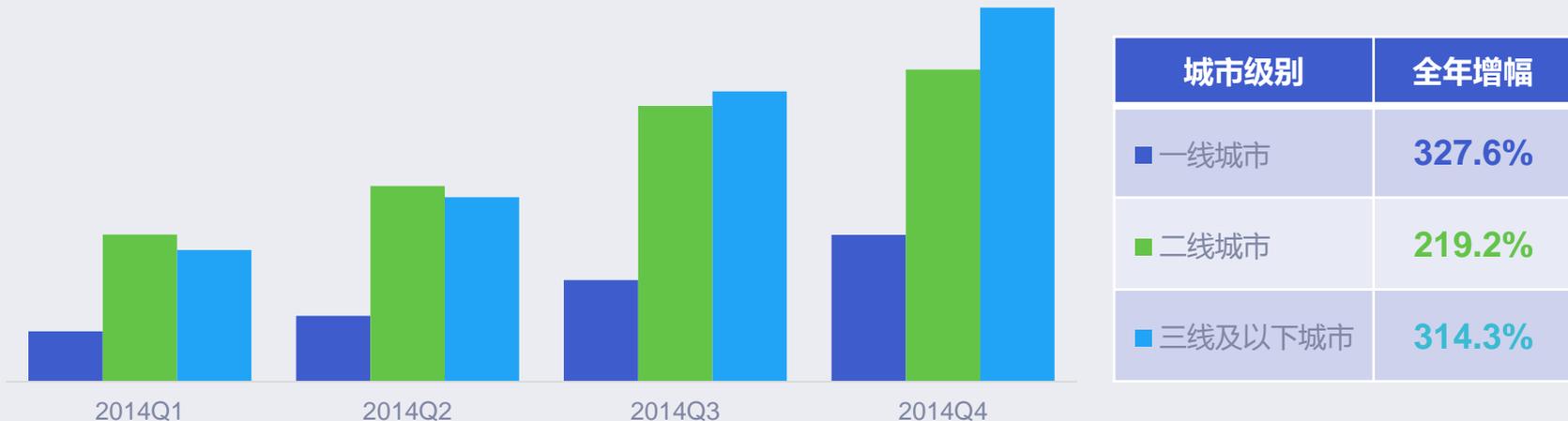
数据来源：TalkingData 数据中心

省份分布Top10

排名	省份	占比
1	广东	11.5%
2	北京	7.2%
3	江苏	6.6%
4	浙江	6.5%
5	山东	5.6%
6	湖南	4.9%
7	河南	4.7%
8	上海	4.4%
9	河北	4.2%
10	四川	4.2%

● 城市用户呈现下沉趋势，一线城市用户仍保持较快增长，三线及以下城市的用户规模赶超二线城市

2014年Q1-Q4 一二三线城市移动智能终端用户规模及增速



数据来源：TalkingData 数据中心

备注：一线城市为北上广深，二线城市为各省会、直辖市、以及厦门、珠海、汕头经济特区，三线及以下城市为除一二线城市之外其他城市。

- 用户使用的移动设备中，苹果占据32.1%的最大份额，其次，三星设备占15.5%，小米设备占11.8%

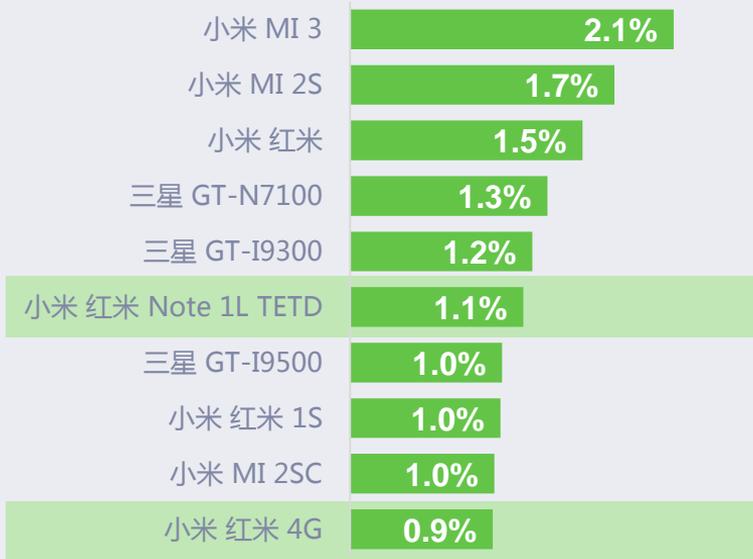
2014年12月 移动智能终端用户设备品牌分布



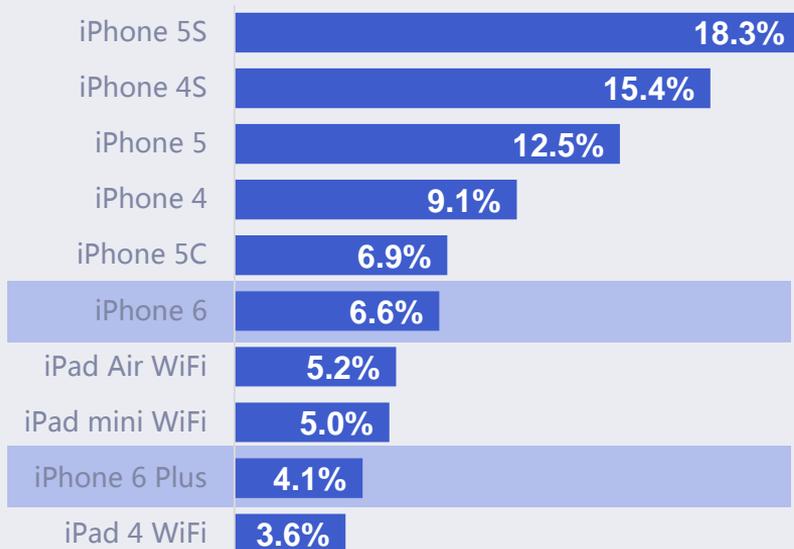
数据来源：TalkingData 数据中心

● 安卓平台主要机型以小米与三星占据主流，iOS平台iPhone6代新机型占比已超10%

2014年12月 Android平台 机型Top10



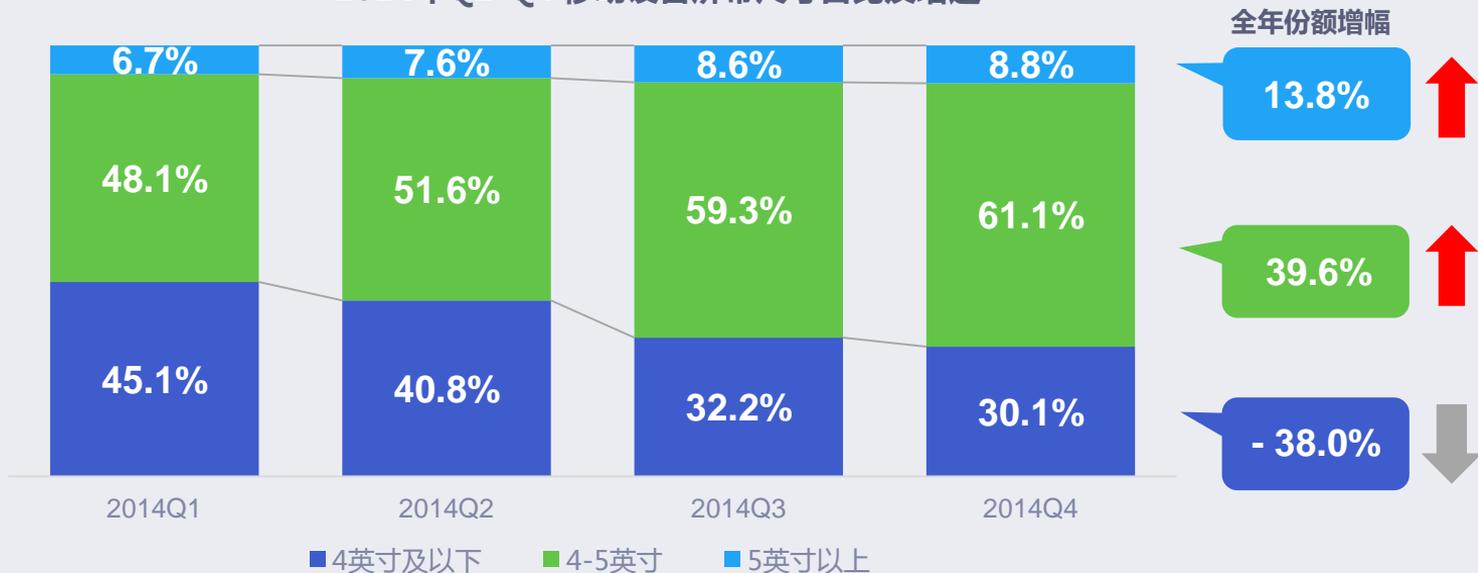
2014年12月 iOS平台 机型Top10



数据来源：TalkingData 数据中心

- 大屏幕移动设备越来越受移动网民青睐，使用4-5英寸屏幕设备的用户增长最快，而4英寸以下小屏设备使用占比明显缩小

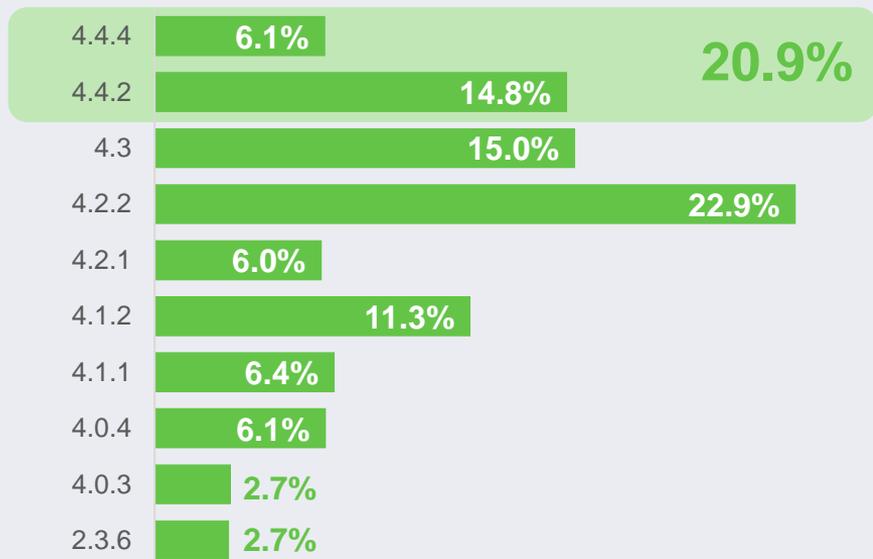
2014年Q1-Q4 移动设备屏幕尺寸占比及增速



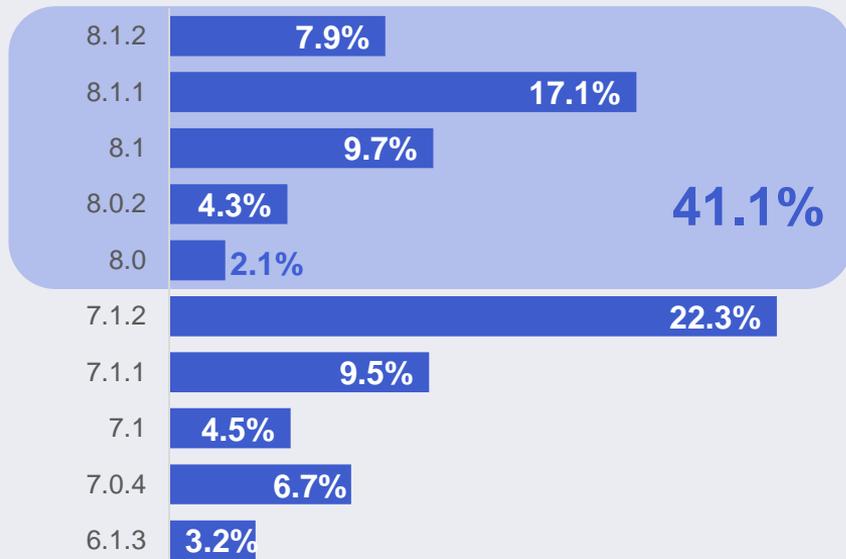
数据来源：TalkingData 数据中心

● iOS用户对操作系统的更新行为更加积极，使用iOS 8.0以上版本的用户达四成以上

2014年12月 Android平台 操作系统Top10



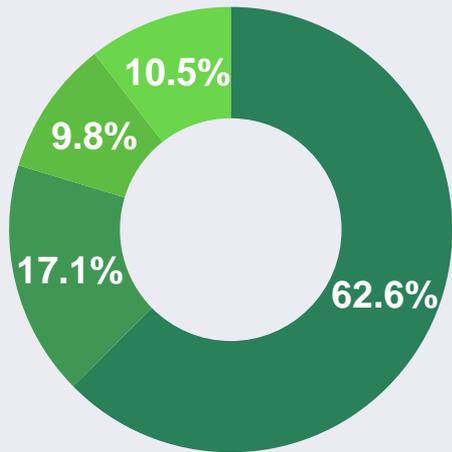
2014年12月 iOS平台 操作系统Top10



数据来源：TalkingData 数据中心

- **Android用户更倾向于选择中国移动，iOS用户选择中国联通的比例高于Android**

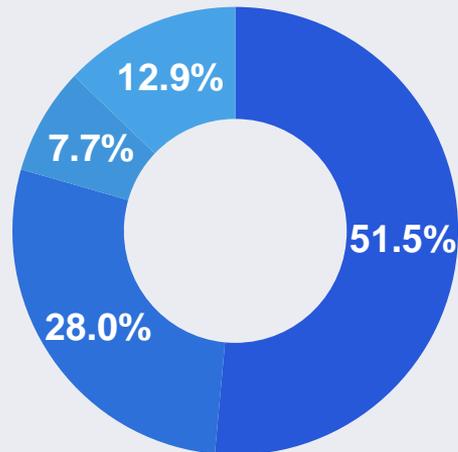
2014年12月 Android用户运营商分布



■ 中国移动 ■ 中国联通 ■ 中国电信 ■ 其他

数据来源：TalkingData 数据中心

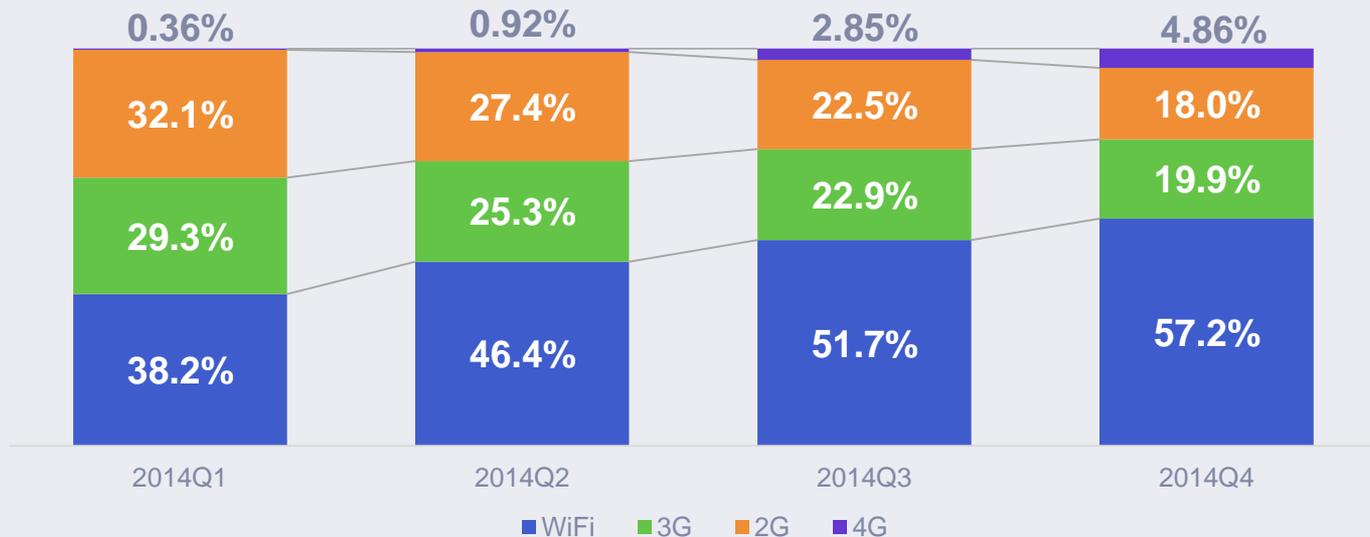
2014年12月 iOS用户运营商分布



■ 中国移动 ■ 中国联通 ■ 中国电信 ■ 其他

- 用户的上网环境明显改善，使用WiFi上网的用户比例较年初有显著增长，4G用户增长也较快

2014年Q1-Q4 移动智能终端用户上网环境分布



数据来源：TalkingData 数据中心

- 移动互联网用户行为分析

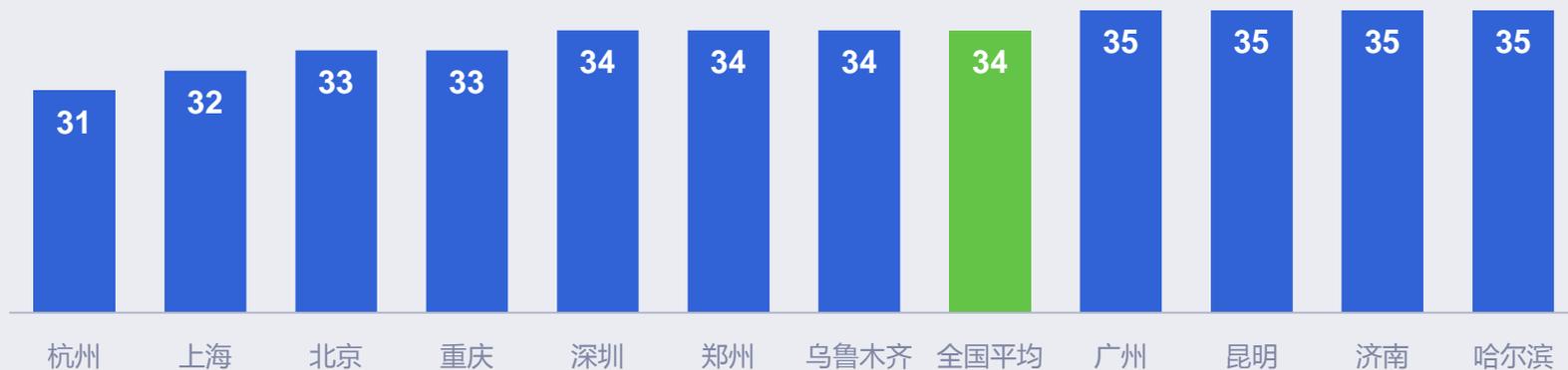
- 全国平均每部移动设备上安装34款应用，设备平均每天打开应用20款



数据来源：TalkingData 数据中心

● 越发达的地区用户安装应用款数越少

2014年12月 平均每部移动设备安装应用款数



单位：款

数据来源：TalkingData 数据中心

- 一线城市用户的应用喜好呈现不同特征，北京用户打车需求更高、上海用户热衷理财、深圳用户爱看视频、广州用户爱玩游戏



数据来源：TalkingData 数据中心

备注：各类应用偏好使用TGI指数表示，TGI即Target Group Index（目标群体指数），反映目标群体在特定研究范围内的强势或弱势，应用偏好TGI= [目标城市用户某类型应用安装比例/全部典型城市用户该类应用安装比例]*标准数100。

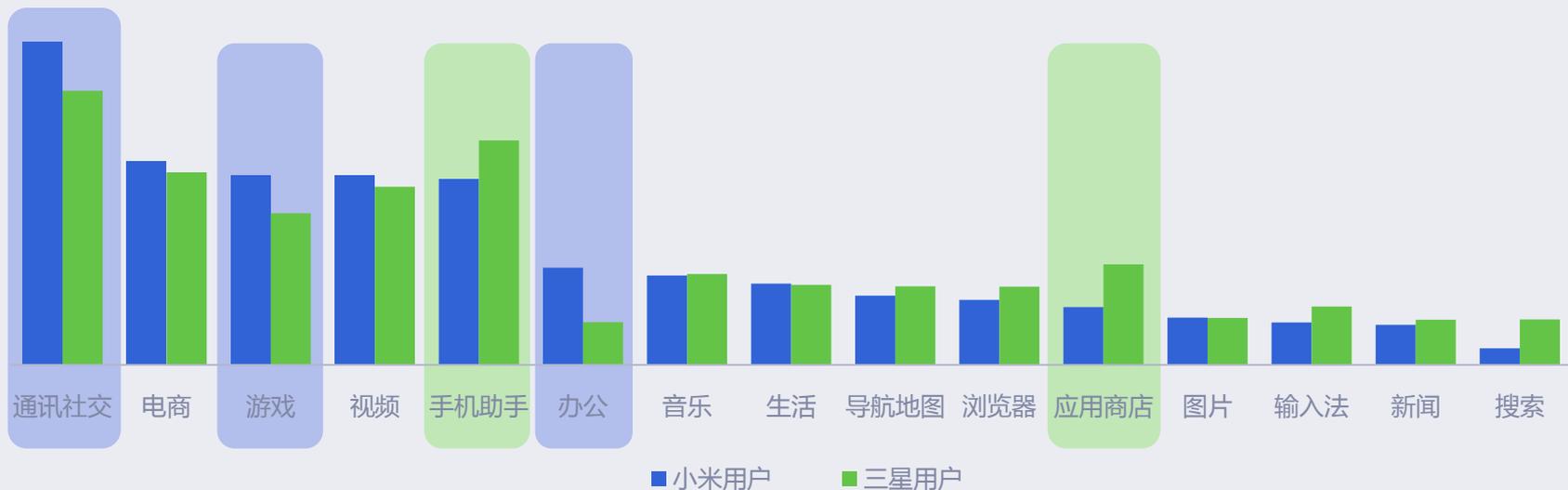
- 各典型城市用户的应用偏好差异化明显，乌鲁木齐用户更关注新闻、哈尔滨用户喜欢阅读、昆明用户爱玩游戏、杭州用户更爱旅行



数据来源：TalkingData 数据中心

- 使用三星和小米两个品牌设备的用户中，小米用户相对更爱玩游戏、聊天和办公；而三星用户更常使用手机助手和应用商店

2014年12月 不同移动设备品牌用户应用兴趣偏好对比



数据来源：TalkingData 数据中心

- 用户平均每天使用移动应用时长达1458秒，重点应用类型中，游戏的日均使用时长最高

2014年12月 移动智能终端用户日均使用时长对比



数据来源：TalkingData 数据中心

- 用户在全天各时段的活跃表现，在中午和晚上各出现一个峰值，且使用时间碎片化明显，除凌晨外，每个时段均有用户活跃

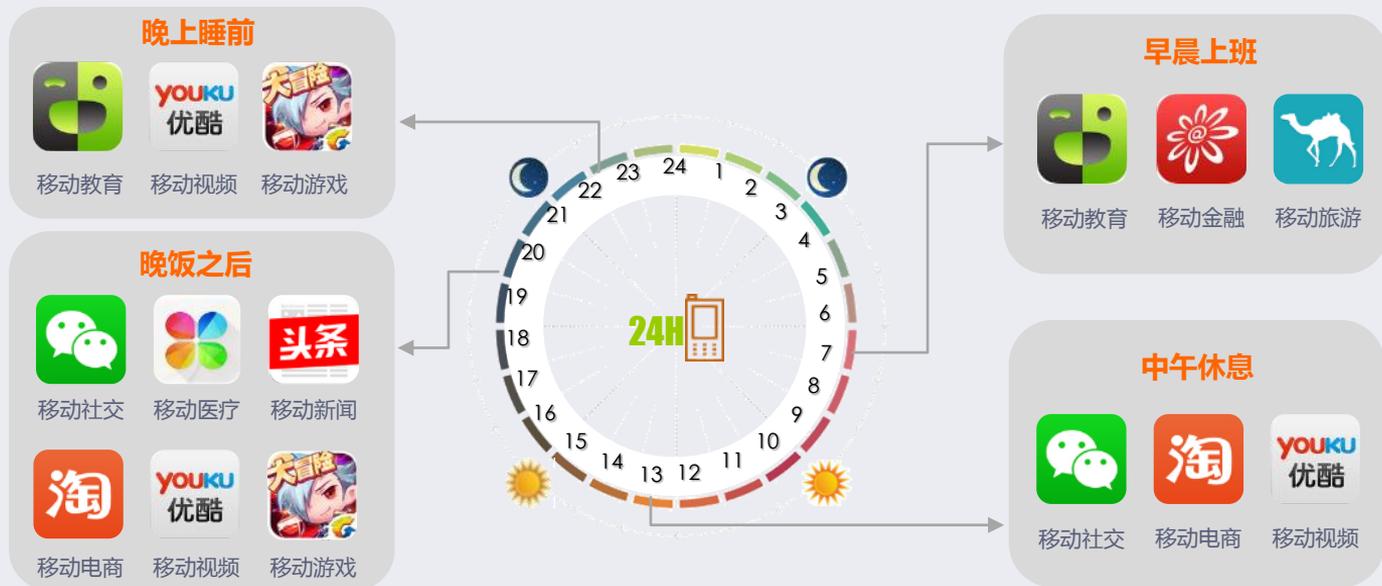
2014年12月 移动智能终端用户每日上网时段变化趋势



数据来源：TalkingData 数据中心

- 用户习惯在早晨学习、查阅资讯，在午休时聊天、购物，看视频，晚饭之后的黄金时间多会玩游戏、看新闻，睡前时间会选择学习，或看视频、游戏等娱乐放松方式

2014年12月 移动智能终端用户每日各时段使用应用分布

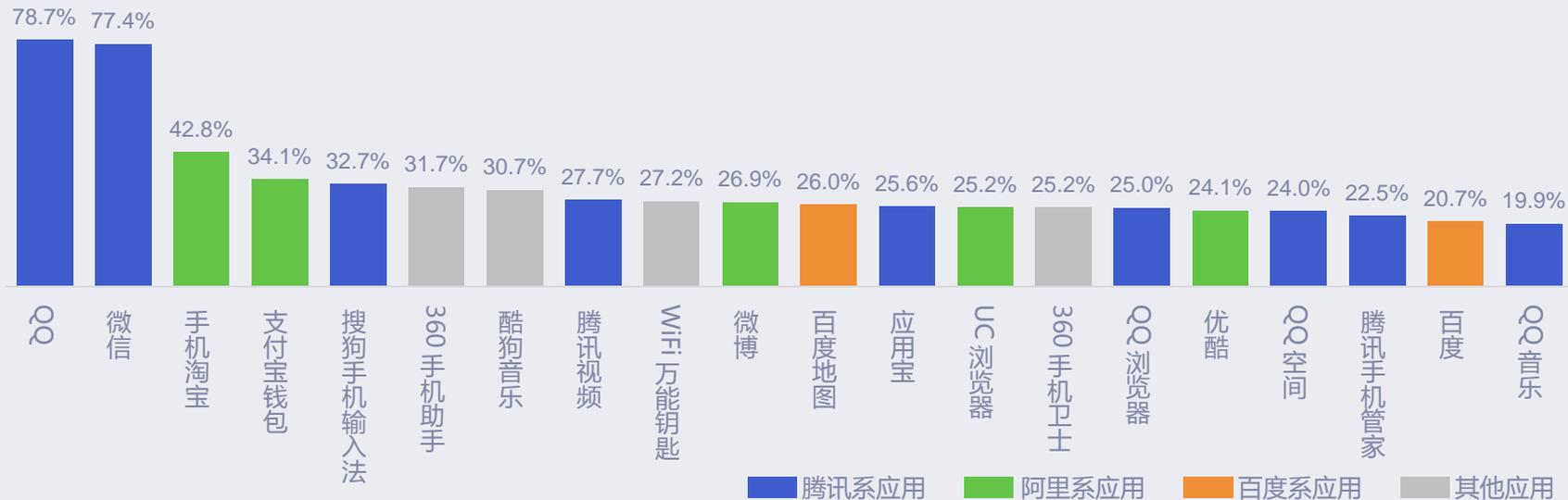


数据来源：TalkingData 数据中心，主要分析移动视频、社交、电商、游戏、新闻、旅游、教育、医疗八个主要移动端细分领域应用使用习惯。

- 移动互联网整体应用盘点

- 应用覆盖率Top20的移动应用中，BAT应用占主流，腾讯系应用的布局更广，横跨社交、视频、应用商店、浏览器、音乐等多个领域

2014年12月 移动应用用户覆盖比例Top20

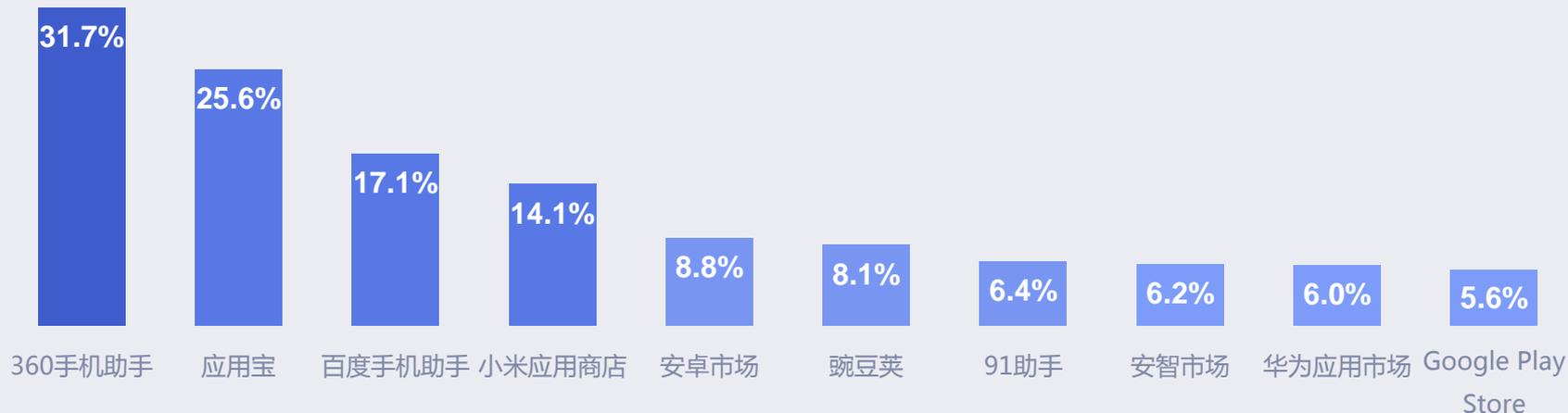


数据来源：TalkingData 数据中心

注：以上为2014年12月安卓平台应用排名。

- 用户覆盖率Top10应用渠道中，360手机助手的用户覆盖率达31.7%居各渠道之首，其次为应用宝与百度手机助手

2014年12月 手机应用商店用户覆盖Top10



数据来源：TalkingData 数据中心

注：以上为2014年12月安卓平台应用排名。

- 用户量上升最快的Top20应用中，PopStar！消灭星星与开心消消乐两款游戏应用用户量增幅最高，电商与视频类应用亦表现不俗

2014年1月和12月 应用覆盖量上升 TOP20

排名	应用名称	覆盖量	覆盖量增幅	排名	应用名称	覆盖量	覆盖量增幅
1	PopStar!消灭星星		5404.7%	11	360免费WiFi		387.9%
2	开心消消乐		3925.9%	12	美团团购		363.0%
3	360清理大师		1779.8%	13	WiFi万能钥匙		342.5%
4	唯品会		1462.7%	14	滴滴打车		325.5%
5	喜马拉雅听书		1240.1%	15	58同城		300.6%
6	快手		1219.6%	16	一键root授权管理...		289.0%
7	讯飞语音+		1190.2%	17	土豆视频		280.2%
8	蜻蜓FM		977.5%	18	应用宝		268.5%
9	聚美优品		802.8%	19	今日头条		253.2%
10	腾讯视频		516.8%	20	茄子快传		245.9%

■ 12月 ■ 1月

数据来源：TalkingData 数据中心

注：以上为2014年12月安卓平台应用排名。应用上线时间若晚于1月，则以上线第一个月数据为基准值。

- 移动互联网细分行业应用盘点

● 移动广告行业2014年上半年激活量增长较快，下半年7月与10月分别出现两次波动

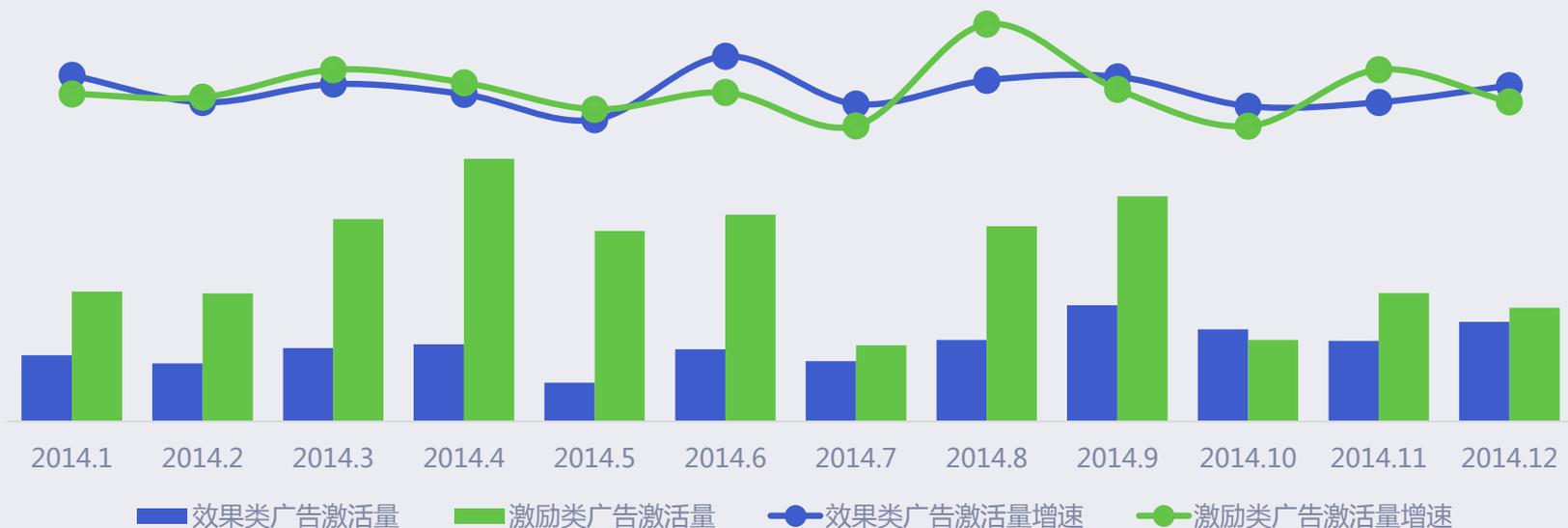
2014年1-12月 移动广告总激活量及增长趋势



数据来源：TalkingData 数据中心

- 激励类广告上半年激活量增长明显，下半年有明显下降，效果类广告激活量相对稳定，6月和9月出现增长高峰

2014年1-12月 激励类广告与效果类广告激活量及增速



数据来源：TalkingData 数据中心

- **移动广告行业热点：程序化购买发展进程加快，DMP环节重要性凸显，LBS以及新广告形式为行业带来新机遇**



程序化购买发展加快

移动端DSP、SSP平台不断涌现，移动Ad Exchange逐渐成熟，移动广告程序化购买各环节进一步完善，未来程序化购买发展进程将加快



基于DMP的精准营销

广告主、应用开发者及广告平台各环节参与者对广告效果的关注度日益增强，DMP在产业链中的参与度提升



基于位置信息的本地化营销

基于设备LBS的本地化营销模式受到关注，部分企业已开始探索，本地化营销将为传统品牌广告主带来更多参与机会



移动广告形式创新

视频、原生广告等新的移动端广告形式正在不断涌现，为改善用户广告观感，提高移动端用户的广告接受度起到积极作用。

数据来源：TalkingData 数据中心

- 2014年各大电商网站都开始发力移动端，借着双11促销的东风，移动电商发展迅速，用户数持续上涨，达9.6亿，较年初增长了137.8%

2014年1月-12月移动电商行业用户规模及增长率



数据来源：TalkingData 数据中心

● 移动电商用户覆盖比例Top10

- 移动电商行业覆盖率最高的是手机淘宝，用户覆盖率超4成，其次是美团团购。总体来看，移动电商应用的用户覆盖率整体较高。

2014年12月移动电商应用用户覆盖比例TOP10

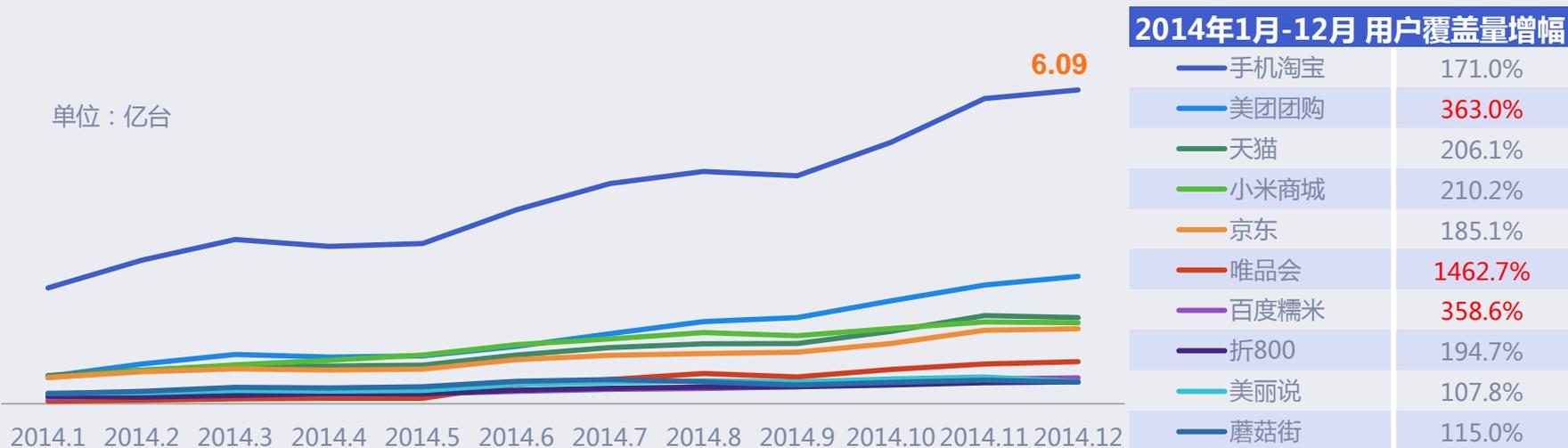


数据来源：TalkingData 数据中心

注：以上为2014年12月安卓平台应用排名。

- 移动电商类应用中，手机淘宝用户覆盖量居首，唯品会、美团团购、百度糯米三款应用的用户覆盖量增速较快

2014年1-12月 移动电商类应用用户覆盖量TOP10增长趋势



数据来源：TalkingData 数据中心

- **移动电商行业热点：2014年是移动电商爆发之年，各大电商纷纷加速移动端布局，明确移动化是电商的未来，双11期间，主流电商移动端交易额/订单量占比均达到了40%左右**

2014年双11期间主流电商移动端交易占比



天猫

移动端占比
42.6%



京东

移动端占比
40%



苏宁易购

移动端占比
38.9%



国美在线

移动端占比
43%

数据来源：TalkingData 数据中心

- 2014年移动金融整体用户规模达到8.7亿，较年初翻一番，越来越多用户选择使用移动端金融服务

2014年1-12月 移动金融行业用户规模及增长率



数据来源：TalkingData 数据中心，包含移动第三方支付

● 移动银行理财用户覆盖比例Top10

- 移动银行理财应用中，用户覆盖率最高为中国建设银行，达4.8%、工行手机银行以3.1%的覆盖率排名第二位。

2014年12月移动银行理财应用用户覆盖比例TOP10

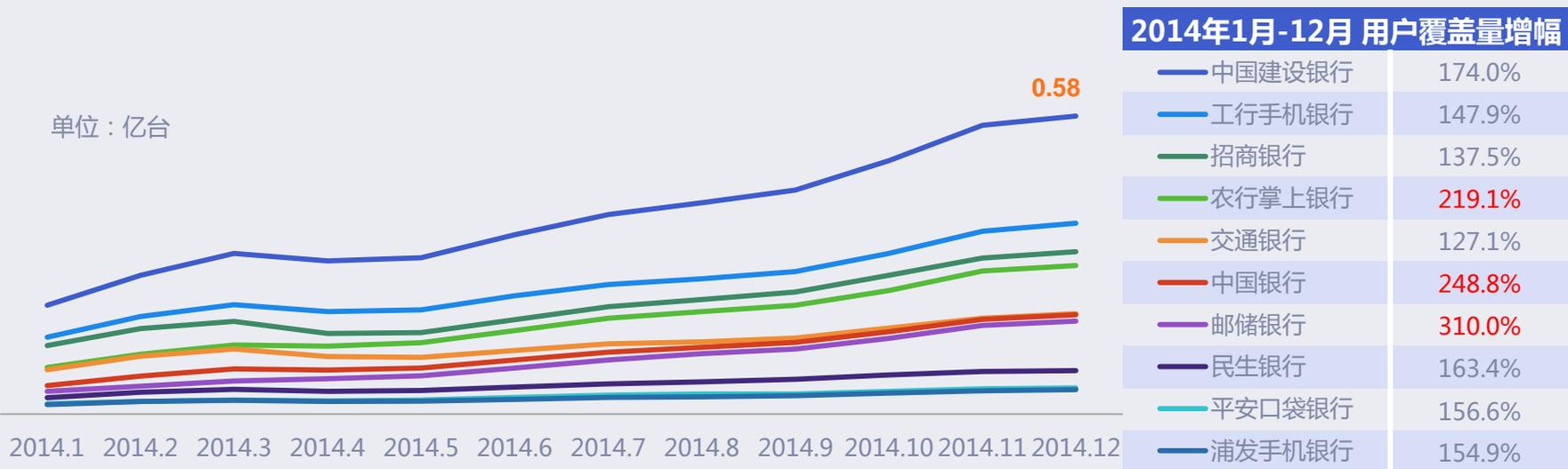


数据来源：TalkingData 数据中心

注：以上为2014年12月安卓平台应用排名。

● 移动银行类应用中，建设银行用户覆盖量居首，邮储银行、中国银行、农行用户覆盖量增速较快

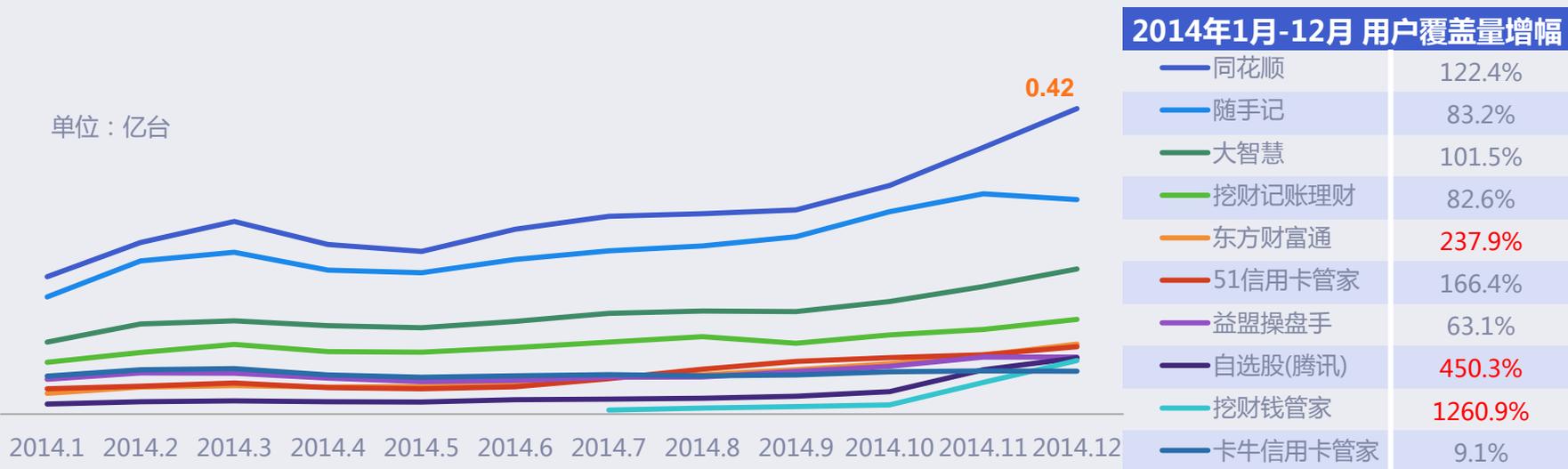
2014年1-12月 移动银行类应用用户覆盖量TOP10增长趋势



数据来源：TalkingData 数据中心

- 移动理财类应用中，同花顺用户覆盖量居首，挖财钱管家、腾讯自选股以及东方财富通用户覆盖量增速较快

2014年1-12月 移动理财类应用用户覆盖量TOP10增长趋势



数据来源：TalkingData 数据中心

- **移动金融行业热点：2014年理财类与网贷类应用表现较好，每月用户量环比涨幅最高的应用中，理财类和网贷类应用占多数**

2014年2-12月 移动金融类应用用户覆盖量环比增幅月度TOP1



数据来源：TalkingData 数据中心

- 2014年移动视频类应用用户规模持续增长，达到6.8亿，较年初增长119.4%

2014年1-12月 移动视频行业用户规模及增长率

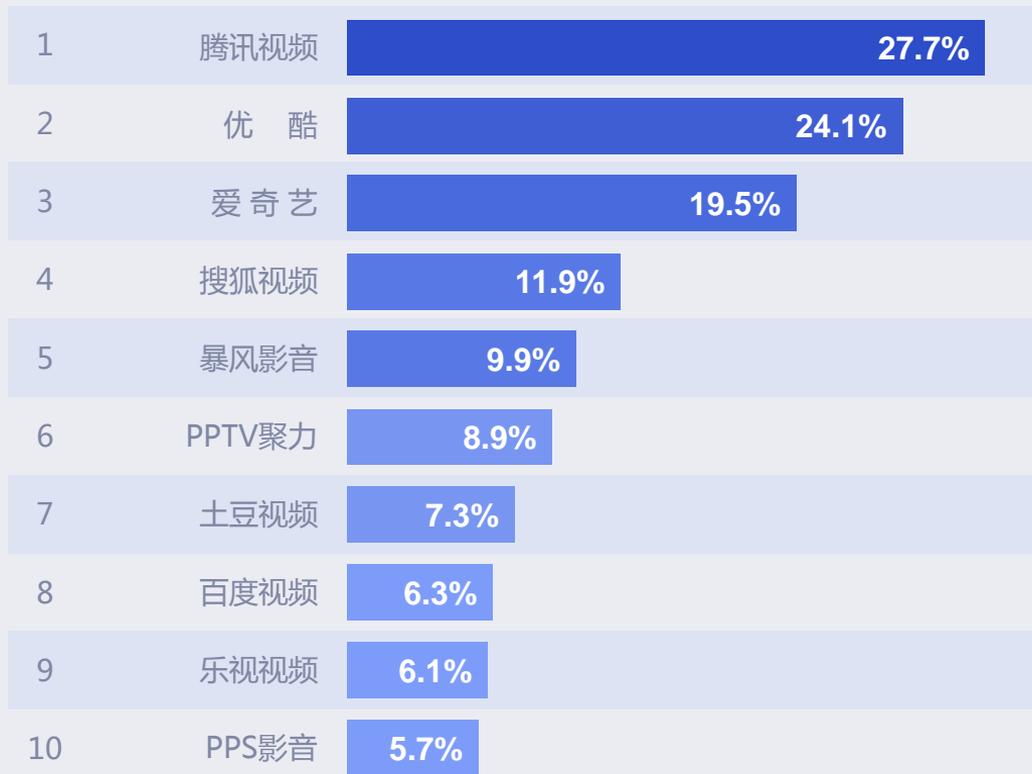


数据来源：TalkingData 数据中心

● 移动视频用户覆盖比例Top10

- 移动视频类应用中，腾讯视频以27.7%的用户覆盖比例居首，其次为优酷与爱奇艺，三者用户覆盖均接近或超过20%，属第一梯队。

2014年12月移动视频应用用户覆盖比例TOP10



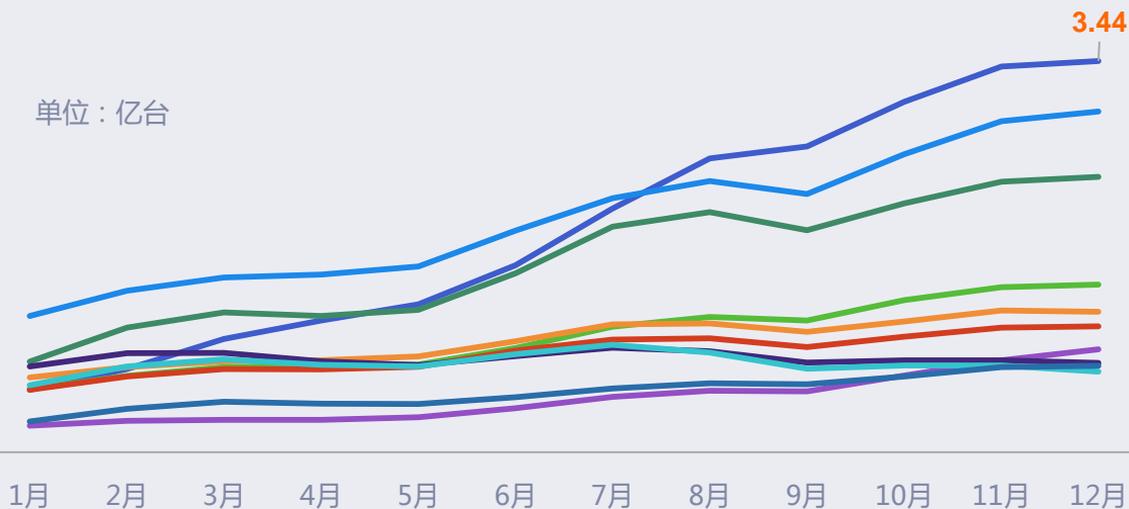
数据来源：TalkingData 数据中心

注：以上为2014年12月安卓平台应用排名。

● 腾讯视频用户覆盖量居首位，年底较年初增长529.1%，土豆、爱奇艺用户规模增幅也较高

2014年1-12月 移动视频类应用用户覆盖量TOP10增长趋势

单位：亿台



数据来源：TalkingData 数据中心

2014年1月-12月 用户覆盖量增幅

腾讯视频	529.1%
优酷	150.0%
爱奇艺	204.6%
搜狐视频	166.1%
暴风影音	87.9%
PPTV聚力	101.5%
土豆视频	287.8%
百度视频	4.2%
PPS影音	20.2%
乐视视频	182.7%

- **移动视频行业热点：在视频行业日益规范的发展环境下，“内容为王”已成共识，2014年各视频平台争相购买优质版权或推出自制视频，形成差异化竞争，热门综艺独播版权成快速吸引用户的制胜法宝**



数据来源：TalkingData 数据中心

● 2014年移动游戏用户增长迅速，年底用户量达10.4亿，全民游戏时代到来

2014年1-11月 移动游戏行业智能终端用户规模及增长率



数据来源：TalkingData 数据中心

● 移动游戏用户覆盖比例Top10

- 移动游戏覆盖比例Top10应用中，腾讯系游戏依然占据多数席位，PopStar！消灭星星以及天天酷跑分别以15.7%和15.4%的用户覆盖率领先。

2014年12月移动游戏用户覆盖率TOP10

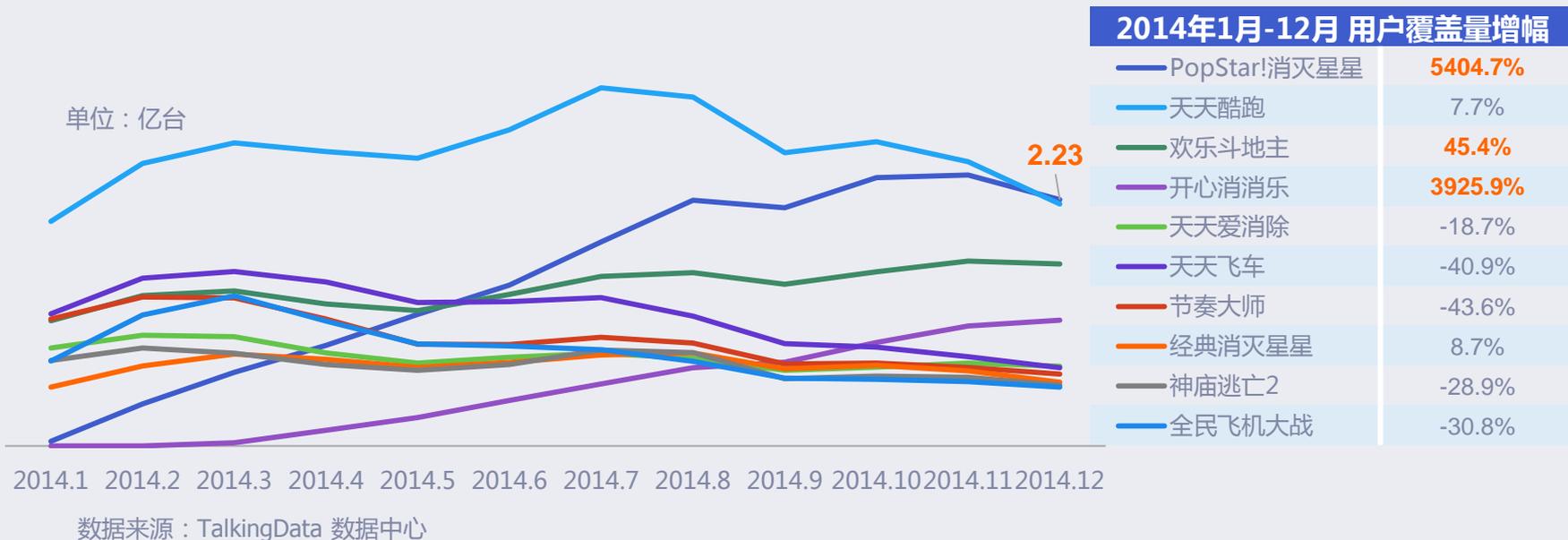
1	PopStar!消灭星星	15.7%
2	天天酷跑	15.4%
3	欢乐斗地主	11.6%
4	开心消消乐	8.0%
5	天天爱消除	5.1%
6	天天飞车	5.0%
7	节奏大师	4.6%
8	经典消灭星星	4.1%
9	神庙逃亡2	3.9%
10	全民飞机大战	3.7%

数据来源：TalkingData 数据中心

注：以上为2014年12月安卓平台应用排名。

- 天天酷跑用户覆盖量以明显优势领跑其他手游，Popstar！消灭星星后发势头强劲，12月用户覆盖量超越天天酷跑位居第一，天天爱消除用户量增长也较快

2014年1-12月 移动游戏用户覆盖量TOP10增长趋势



● 移动游戏行业热点：腾讯系游戏用户覆盖增长放缓，部分游戏出现用户负增长

Top20游戏-腾讯系游戏用户覆盖月均增速

	雷霆战机	47.3%
	欢乐麻将全集	6.2%
	欢乐斗地主	3.8%
	天天酷跑	1.3%
	全民飞机大战	-7.2%
	天天爱消除	-1.5%
	天天飞车	-3.9%
	节奏大师	-4.5%

Top20游戏-非腾讯系游戏用户覆盖月均增速

	开心消消乐	72.8%		保卫萝卜2	9.4%
	Popstar! 消灭星星	95.4%		中国象棋	3.4%
	熊出没之熊大快跑	54.7%		经典消灭星星	1.7%
	真人斗地主	56.1%		水果忍者	1.4%
	我的世界	19.6%		地铁跑酷	0.4%
	JJ斗地主	9.9%		神庙逃亡2	-2.2%

数据来源：TalkingData 数据中心

- 2014年移动新闻行业用户规模呈现快速上升趋势，年底用户规模达4.1亿，较年初增长141.2%

2014年1-12月 移动新闻行业用户规模及增长率



数据来源：TalkingData 数据中心

● 移动新闻用户覆盖比例Top10

- 腾讯新闻以16.8%的用户覆盖率位居移动新闻行业首位，今日头条、网易新闻和搜狐新闻处于移动新闻行业的第二梯队，用户覆盖率均超过5%。

2014年12月移动新闻客户端用户覆盖比例TOP10

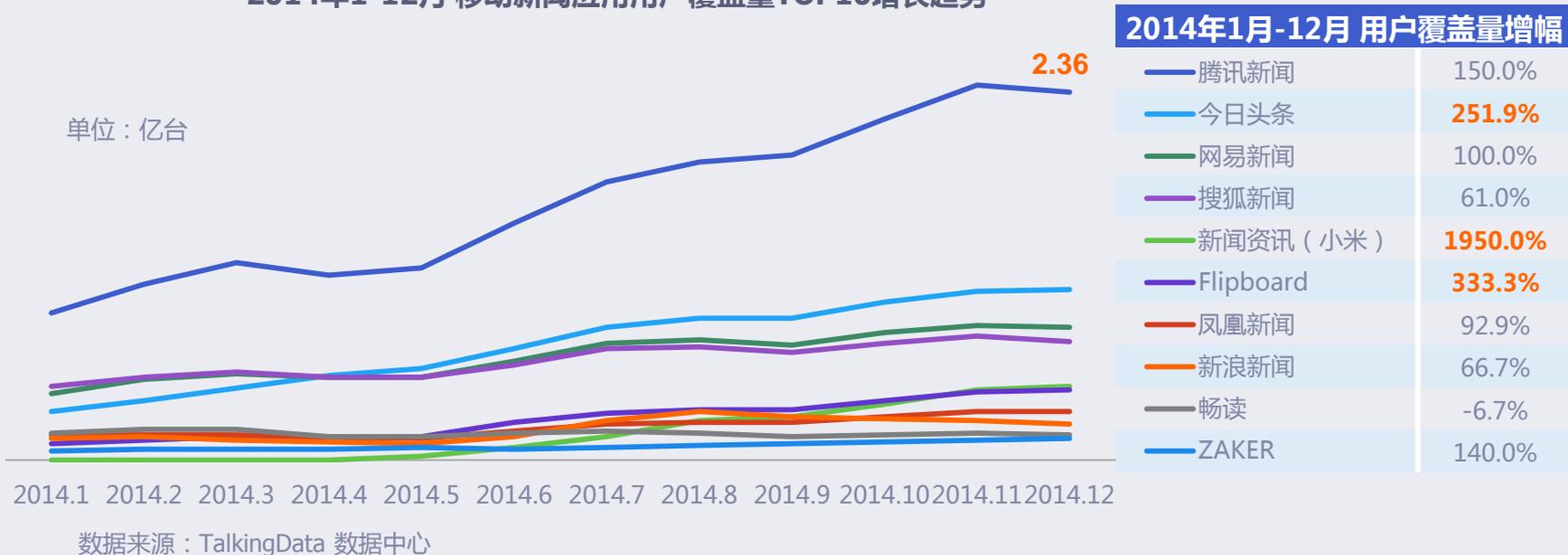


数据来源：TalkingData 数据中心

注：以上为2014年12月安卓平台应用排名。

- 移动新闻类应用中，腾讯新闻用户覆盖量最高，小米新闻资讯则依托于小米手机的市场渗透力，成为用户覆盖增长最快的移动新闻应用

2014年1-12月 移动新闻应用用户覆盖量TOP10增长趋势



- **移动新闻行业热点：移动新闻用户的个性化需求增强，行业社交化、垂直化趋势明显，社交等应用、智能终端作为软、硬件的入口，对移动新闻的导流作用明显**

1

个性化定制需求增强

ZAKER、鲜果等新闻应用主打个性化定制，腾讯新闻等综合新闻应用亦有订阅功能，移动时代的新闻不再是被动阅读，而是与兴趣匹配

2

社交化趋势明显

移动新闻应用基本上都具有社交分享的功能，移动时代更注重用户的互联，互动性和分享性在移动新闻应用的重要性增加

3

垂直领域蓬勃发展

时政类、财经类、科技类垂直新闻应用，因其特殊属性得到细分用户高度关注，用户量和活跃次数增长趋势良好，成为移动新闻领域的新机会

4

强入口导流明显

腾讯新闻、新闻资讯（小米）分别凭借强势应用和智能终端导流，增速良好，未来入口将成为影响移动新闻应用发展的关键因素之一

数据来源：TalkingData 数据中心

● 2014年移动旅游（综合预订）行业用户增长较快，用户规模达2.8亿，较年初增长211.1%

2014年1-12月 移动旅游行业（综合预定类）用户规模及增长率



数据来源：TalkingData 数据中心

● 移动旅游用户覆盖比例Top10

- 去哪儿移动端用户覆盖率先领先，携程居第二位。阿里旅行、周末去哪儿两款新应用用户也增长较快，成功跻身行业用户覆盖Top10行列。

2014年12月移动旅游（综合预定）应用用户覆盖比例TOP10



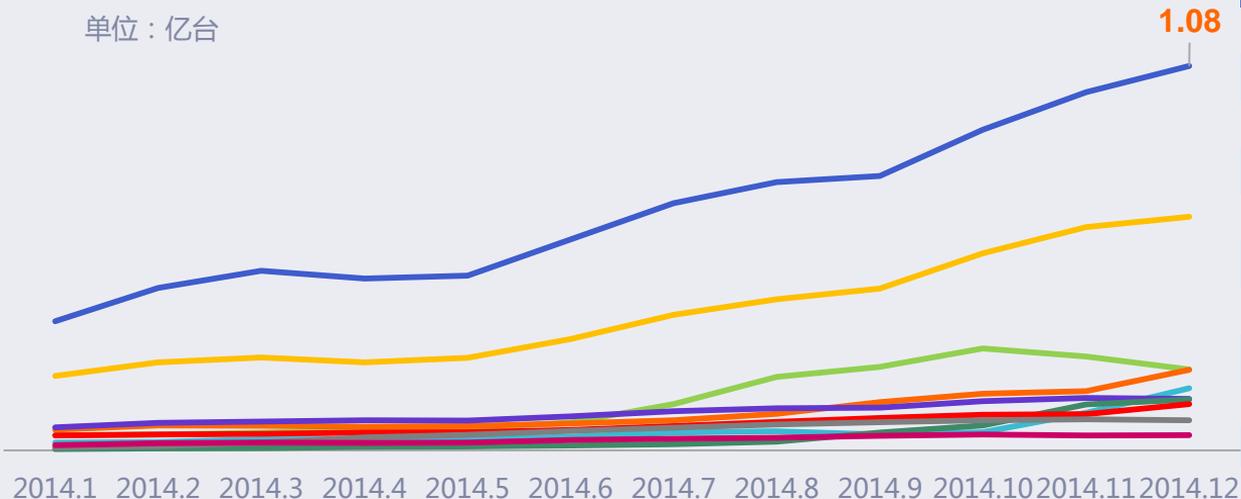
数据来源：TalkingData 数据中心

注：以上为2014年12月安卓平台应用排名。

- 移动预定类旅游应用中，去哪儿用户规模领先，携程居第二位，周末去哪儿用户增长最迅速，途牛与阿里旅行用户增速也较快

2014年1-12月 移动旅游预订类应用用户覆盖量TOP10增长趋势

单位：亿台



2014年1月-12月 用户覆盖量增幅

去哪儿旅行	197.6%
携程旅行	213.9%
同程旅游	425.2%
智行火车票	286.2%
阿里旅行	697.6%
艺龙旅行	123.3%
周末去哪儿	3172.8%
铁友火车票	211.8%
途牛旅游	861.6%
华住酒店	186.1%

数据来源：TalkingData 数据中心

● 移动旅游行业热点：资本市场对移动旅游行业的关注升温，行业竞争持续白热化，应用类型日益细分化

资本市场升温

随着移动端旅游服务的兴起，2014年行业投资事件频繁：



驴妈妈 D轮 3亿元



同程 2.2亿美元



面包旅行 C轮 5千万美元



周末去哪儿 A轮 千万级

.....

数据来源：行业公开信息

行业竞争加剧



携程入股同程、途牛，OTA巨头竞争白热化，在线旅游价格战继续升温；



阿里加紧在线旅游行业布局，推出“阿里旅行·去啊”服务平台及客户端，行业竞争格局更加多元化

应用细分化

周末去哪儿、要出发周边游、侠侣周边游、易周游等专门定位于周边短期旅游服务的细分应用陆续问世并快速获得用户；

周末去哪儿2014年用户月平均增速为40.3%，要出发周边游增速为26.2%。



● 2014年，移动健康管理行业用户规模达到1.2亿，较年初翻了一番

2014年1-12月 移动健康管理行业用户规模及增长率



数据来源：TalkingData 数据中心

● 移动健康管理用户覆盖比例Top10

- 移动健康管理应用中，美柚的覆盖率最高，其次是大姨妈，面向女性用户的应用优势明显，咕咚、薄荷等运动健身和减肥类应用的用户覆盖率相对较低。

2014年12月移动健康管理应用用户覆盖比例TOP10



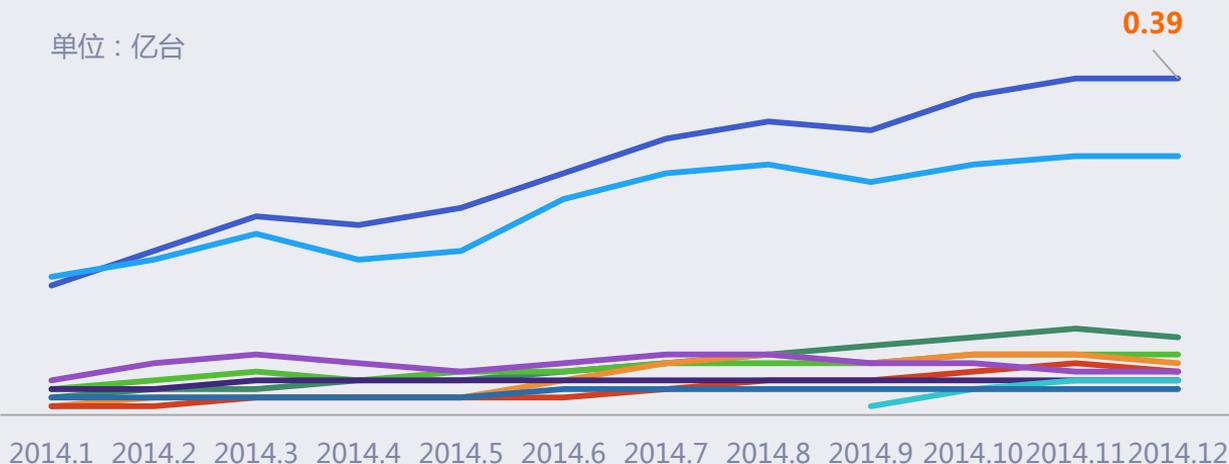
数据来源：TalkingData 数据中心

注：以上为2014年12月安卓平台应用排名。

- 移动健康管理类应用中，美柚和大姨妈的覆盖量优势较突出，达到千万级别，而从用户覆盖量增长情况来看，乐动力跑步、超级减肥王和咕咚的增速最快

2014年1-12月 移动健康管理类应用用户覆盖量TOP10增长趋势

单位：亿台



数据来源：TalkingData 数据中心

2014年1月-12月 用户覆盖量增幅

美柚	160.3%
大姨妈	89.3%
咕咚	315.0%
薄荷	118.9%
超级减肥王	484.6%
乐动力跑步	529.3%
瘦瘦	13.8%
健身宝典	50.2%
春雨计步器	247.0%
月来越好	80.2%

● 移动健康管理行业热点：移动健康管理应用受资本市场青睐，可穿戴设备发展迅速

1

移动健康管理获得资本青睐

2014年，移动健康管理领域发生投资**11**笔
其中，披露金额的**7**笔，共计**7.49**亿元



美柚
C轮
3500万美元



大姨妈
C轮
3500万美元



咕咚
B轮
3000万美元

数据来源：网络公开资料

注释：投资金额中，美元按照6.2的汇率换算成人民币

2

可穿戴设备助力移动健康发展

2014年是可穿戴设备爆发的一年，智能手环、手表、眼镜等相继火热，苹果、三星、微软、谷歌、摩托罗拉、小米、华为、Jawbone、耐克等各类厂商群雄逐鹿，推动可穿戴设备跨越式发展；可穿戴设备+手机的组合，可以帮助用户更好地进行健康监测、管理，助力移动健康快速发展



- 2014年是移动教育快速发展的一年，用户数持续上涨，达1.72亿，较年初增长了299%



数据来源：TalkingData 数据中心

● 移动教育用户覆盖比例Top10

- 移动教育行业用户覆盖比例最高为超级课程表，其次是英语流利说，总体来看，该行业用户覆盖率还普遍较低，仍有较大发展空间。

2014年12月移动教育应用用户覆盖比例TOP10

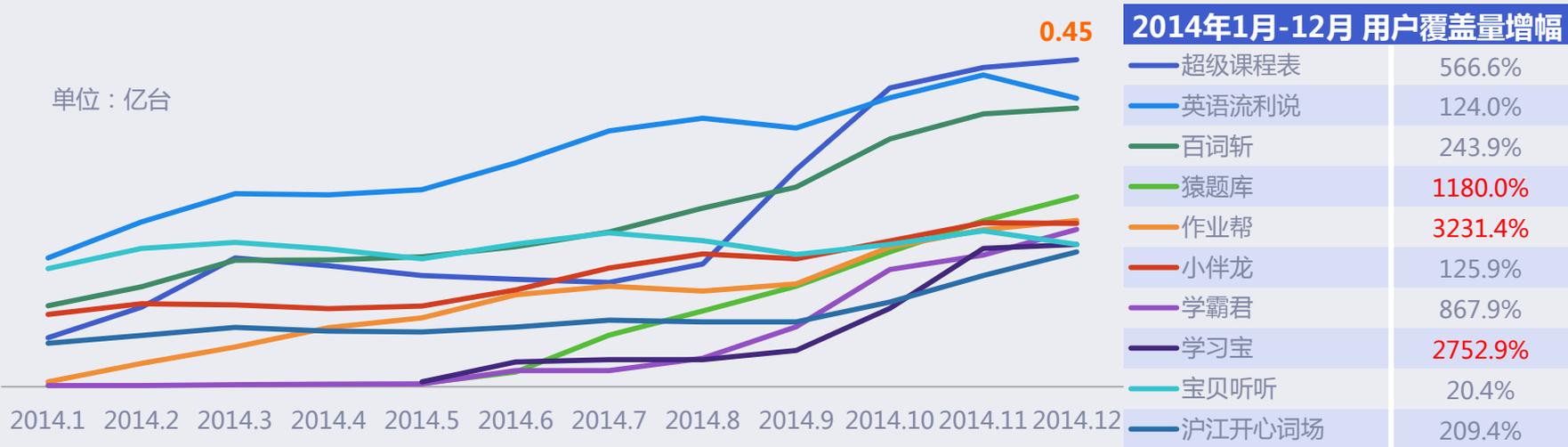


数据来源：TalkingData 数据中心

注：以上为2014年12月安卓平台应用排名。

● 移动教育类应用中，超级课程表用户覆盖量居首，作业帮、学习宝和猿题库用户覆盖量增速较快

2014年1-12月 移动教育类应用用户覆盖量TOP10增长趋势



数据来源：TalkingData 数据中心

- **移动教育行业热点：2014年，K12教育类创新型应用发展迅速，百度旗下作业帮，以及学霸君、猿题库、学习宝等应用在今年内都有亮眼表现，用户量成倍数增长**



作业帮
问作业、和老师同学交流、观看名校视频

用户量翻
33倍



学霸君
包含各类初高中题库，支持拍照上传

用户量翻
143倍



猿题库
包括初高中全部知识点，可在线做题评测

用户量翻
53倍



学习宝
针对初高中的基于图像搜索技术答题产品

用户量翻
29倍

数据来源：TalkingData 数据中心

- **2014年是移动医疗元年，年初以来，行业用户数量持续平稳上涨，年底达到7千万，用户增长潜力仍较大**

2014年1-12月 移动医疗行业用户规模及增长率

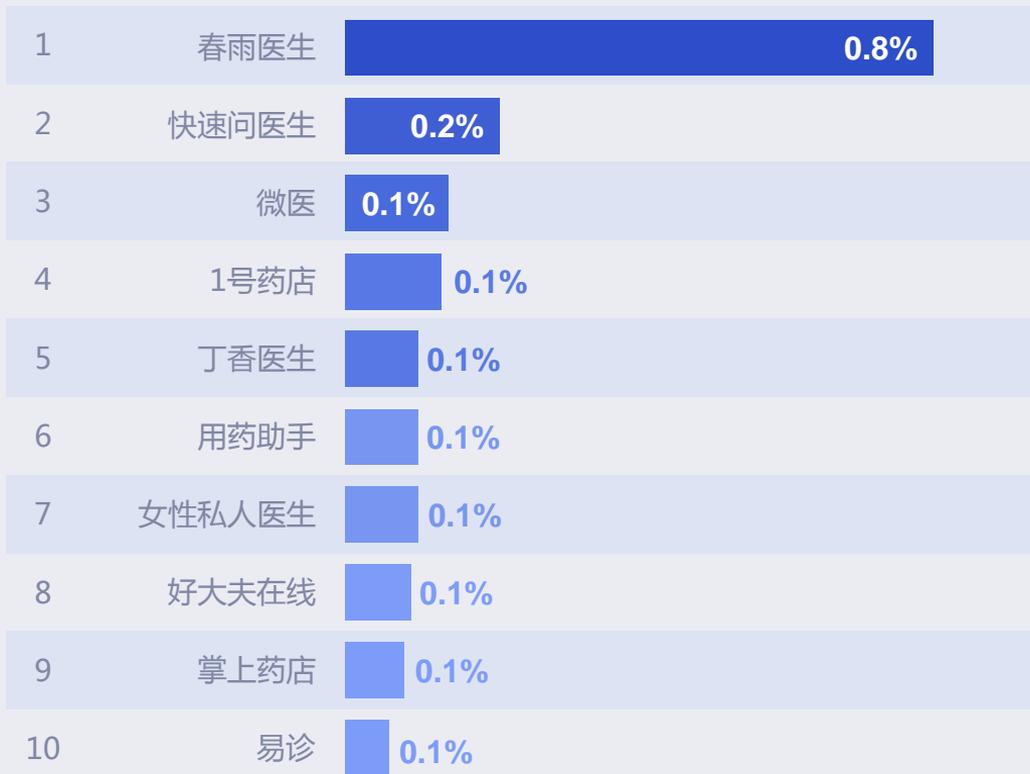


数据来源：TalkingData 数据中心

● 移动医疗用户覆盖比例Top10

- 春雨医生以0.8%的用户覆盖率先于移动医疗行业其他应用，整体而言，移动医疗行业还属于移动端的新兴领域，用户覆盖仍有较大增长空间。

2014年12月移动医疗应用用户覆盖比例TOP10



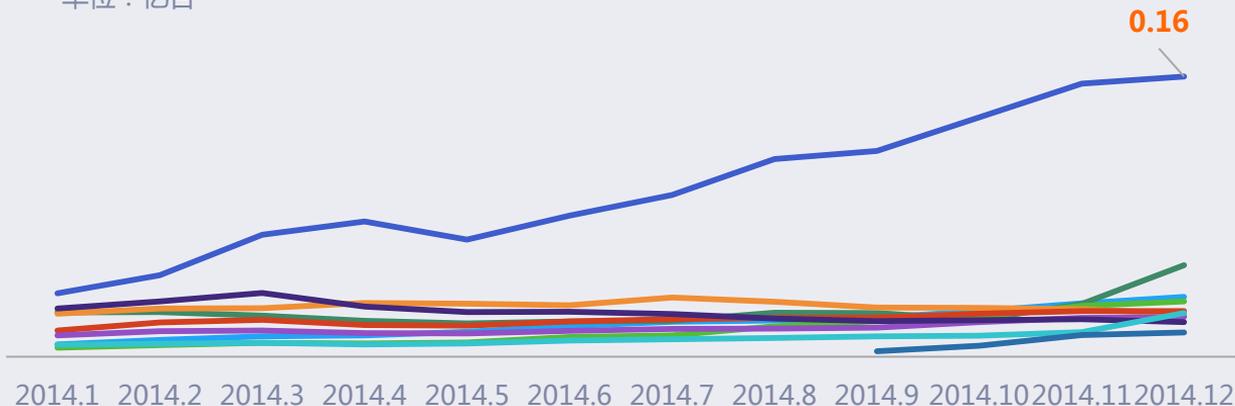
数据来源：TalkingData 数据中心

注：以上为2014年12月安卓平台应用排名。

● 移动医疗类应用中，春雨医生覆盖量最多，1号药店、微医和易诊三款应用的用户覆盖增长最快

2014年1-12月 移动医疗类应用用户覆盖量TOP10增长趋势

单位：亿台



数据来源：TalkingData 数据中心

2014年1月-12月 用户覆盖量增幅

春雨医生	341.5%
微医	387.3%
快速问医生	106.8%
1号药店	519.9%
丁香医生	-0.9%
用药助手	74.4%
好大夫在线	87.6%
掌上药店	-28.3%
女性私人医生	268.6%
易诊	349.8%

● 移动医疗行业热点：BAT加速移动医疗布局，行业投资热潮涌动

1

互联网巨头加速布局



“未来医院”计划基于支付宝平台，目前已接入全国数十万家药店，并在部分医院支持预约挂号和医保实时结算



推出“北京健康云”，通过硬件设备感知，监测用户健康数据；投资好大夫在线



借助微信平台推出“智慧医疗”计划，目前在全国范围内已经接入100多家医院；投资丁香园、挂号网

数据来源：网络公开资料

注释：投资金额中，美元按照6.2的汇率换算成人民币

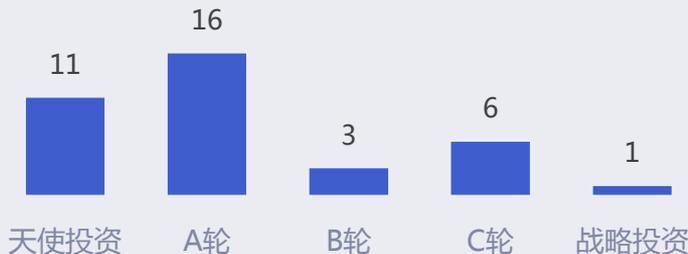
2

投资热潮涌动

2014年，移动医疗领域发生投资**37**笔

其中，披露金额的**22**笔，共计**63.41**亿元

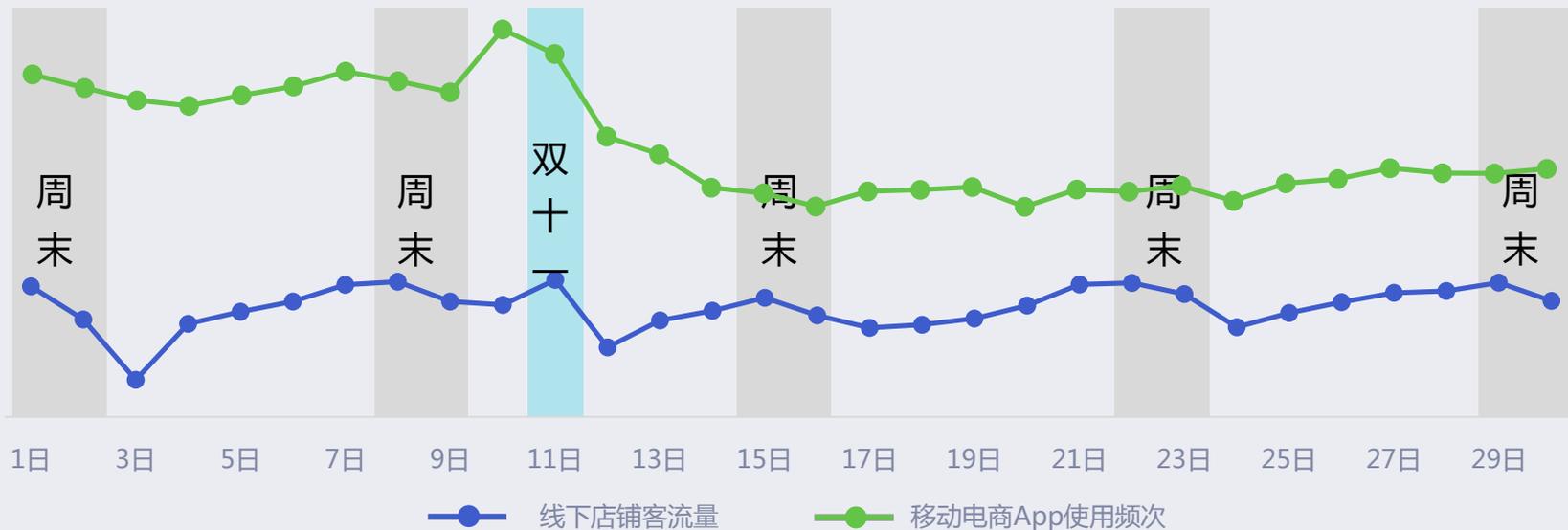
2014年移动医疗领域投资数量分布



- 移动互联网用户线下消费习惯

- 移动智能终端用户在线下店铺的客流量呈现周一最低，随后逐渐增长，周六达到峰值，周日回落的一周趋势；双十一期间，线上电商促销活动对线下店铺也产生一定积极影响，线下客流量相应出现明显波动

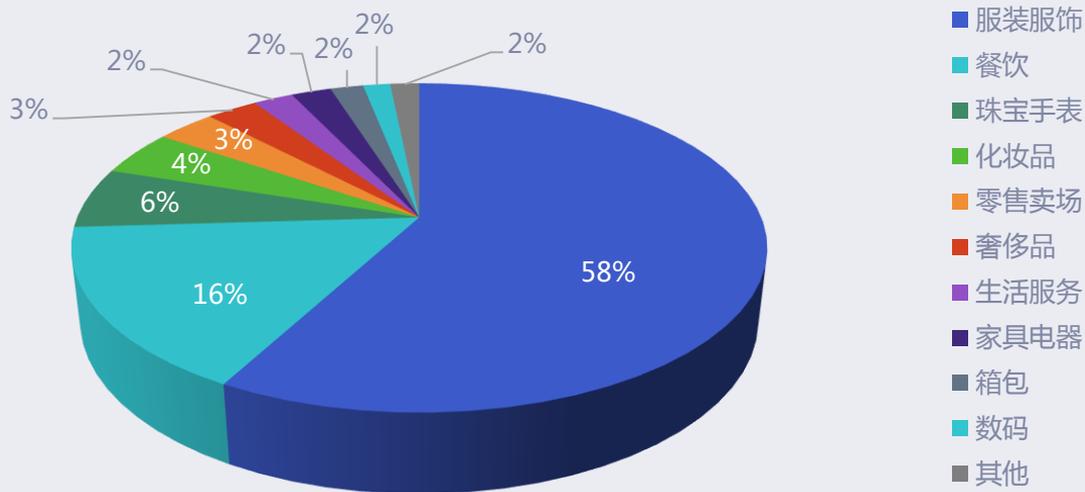
2014年11月移动智能终端用户线下店铺客流量&移动电商App使用频次变化趋势



数据来源：TalkingData 数据中心

- 服装服饰与餐饮是移动网民在线下消费最多的两大品类，两者客流量之和占线下店铺总体客流量的74%

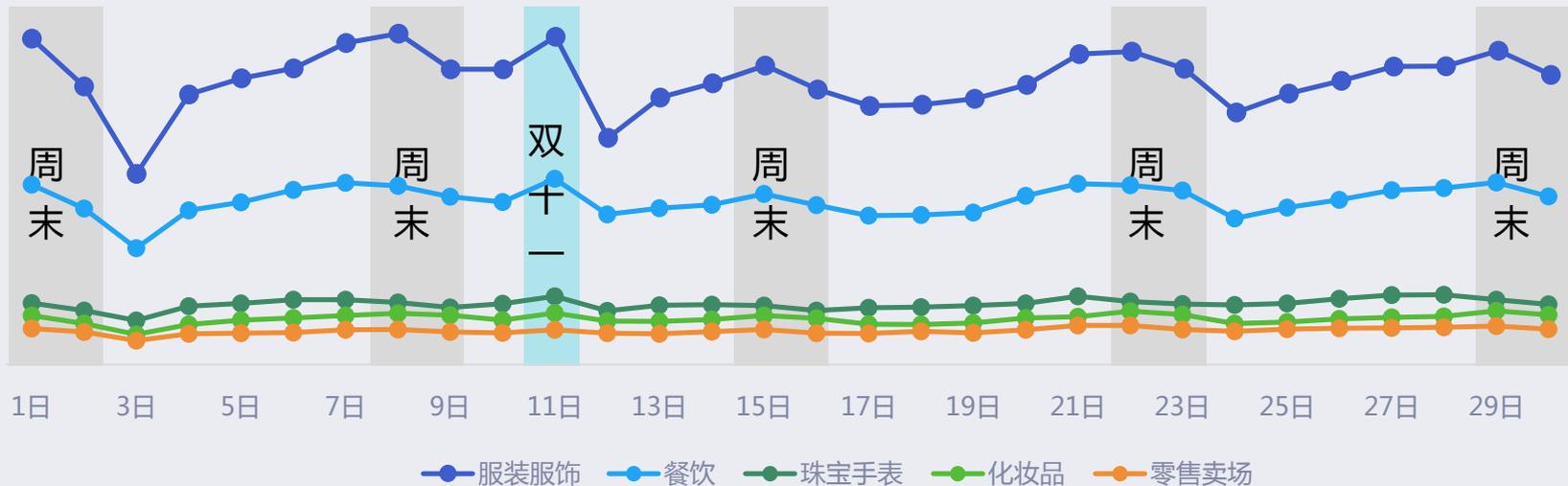
2014年11月移动智能终端用户线下店铺不同品类客流量分布



数据来源：TalkingData 数据中心

- 用户在各细分品类的线下店铺客流量与总体客流量变化趋势基本一致，除双十一等特殊节假日的影响外，周六达到峰值；珠宝手表类的客流量峰值通常出现在周五

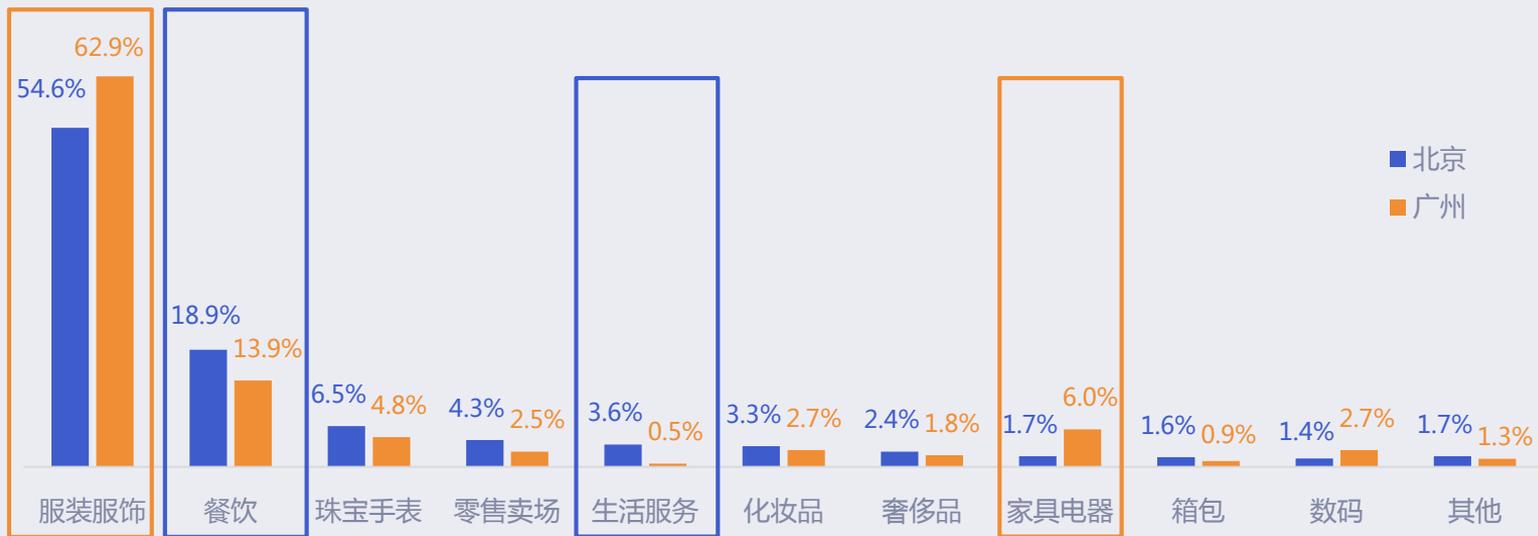
2014年11月移动智能终端用户线下店铺分品类客流量TOP5变化趋势



数据来源：TalkingData 数据中心

- 得益于发达的服装批发业，广州用户的服装服饰类消费力高于北京8.3个百分点，而北京作为各路美食聚集地，吸引了18.9%的客流；此外，北京人爱外出就餐、享受生活服务，广州人更注重服饰、也更居家

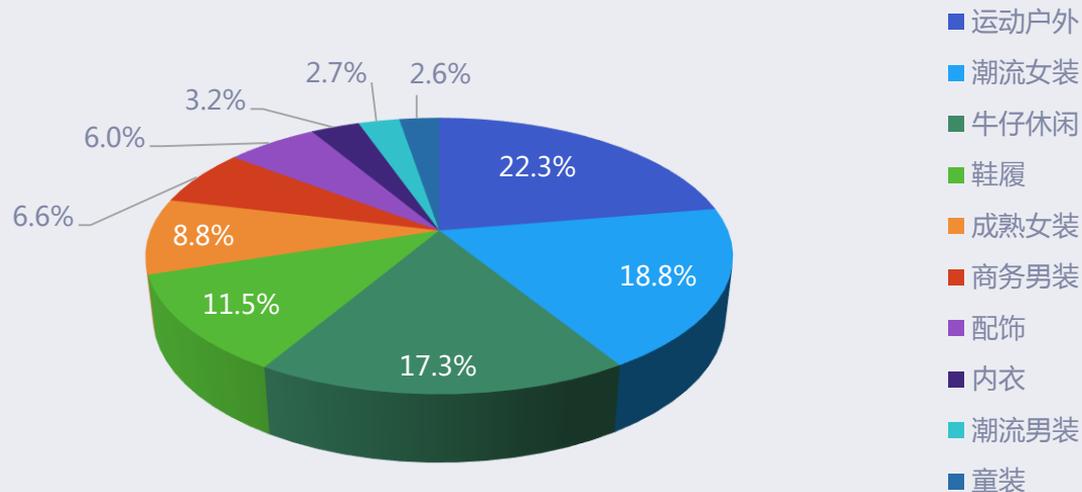
2014年11月北京&广州移动智能终端用户线下店铺客流量分布对比



数据来源：TalkingData 数据中心

- 运动户外、潮流女装、牛仔休闲和鞋履是用户关注最多的几类服装服饰品类，四类店铺客流量占服装服饰整体客流的70%

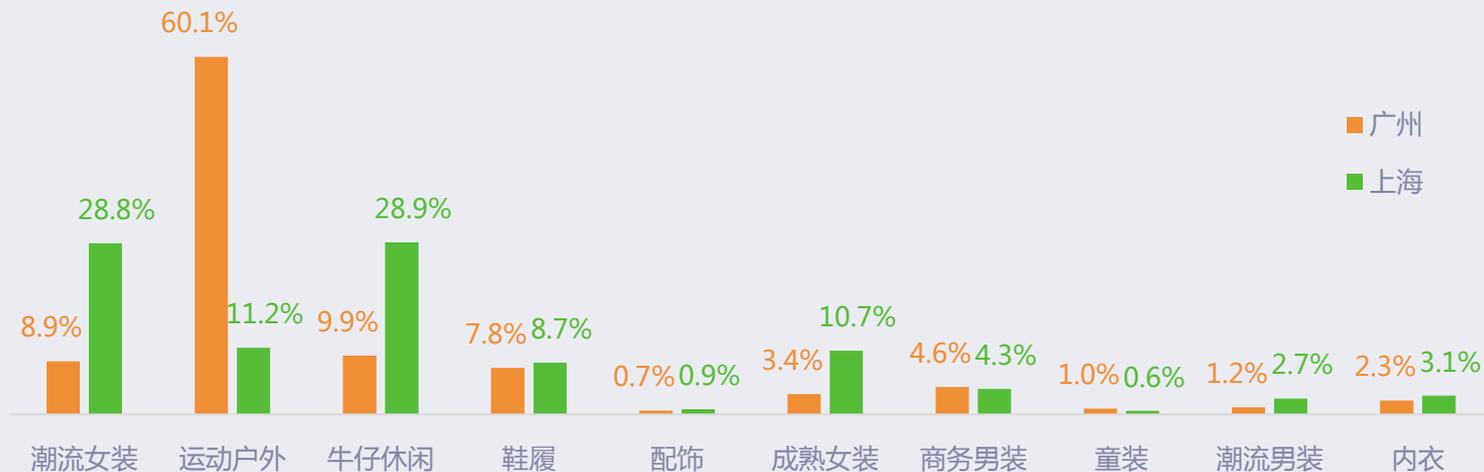
2014年11月移动智能终端用户线下店铺服装服饰类客流量分布



数据来源：TalkingData 数据中心

- 广州用户的运动户外类店铺客流量占服装服饰类整体客流的60%，而上海的潮流女装和牛仔休闲类客流量接近6成，可以看出，广州人爱运动，上海人爱时尚、更休闲

2014年11月广州&上海移动智能终端用户线下店铺服装服饰类客流量分布



数据来源：TalkingData 数据中心

移动互联网用户线下消费习惯

- 服装服饰类线下品牌中，北京人品牌偏好更平均，相对偏爱URBAN REVIVO、UNIQLO等快时尚品牌，广州人偏爱ANTA、NIKE等运动品牌，上海人则更喜欢GUESS、IT等时尚潮牌

2014年11月移动智能终端用户服装服饰类线下店铺按品牌客流量分布热度图

北京



广州



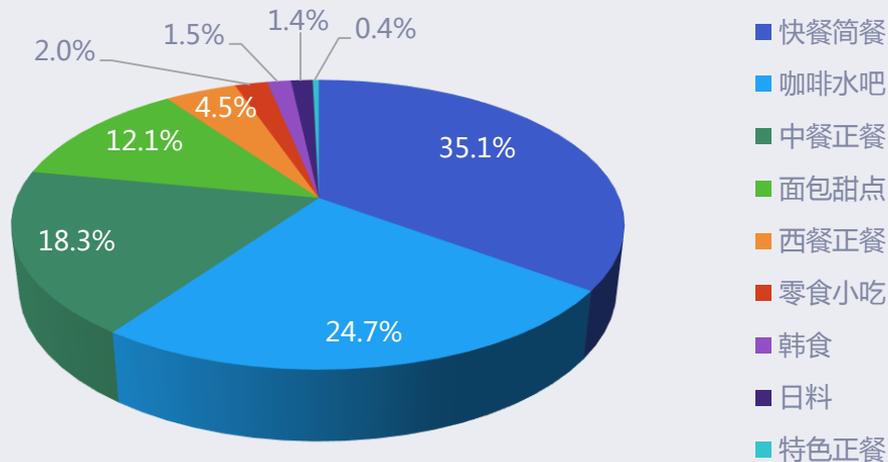
上海



数据来源：TalkingData 数据中心

- **快餐简餐、咖啡水吧和中餐正餐是餐饮类店铺客流量的前三名，其中，快餐简餐和咖啡水吧的客流量之和近6成，简单方便的快餐文化符合现代人的快节奏，也更受用户欢迎**

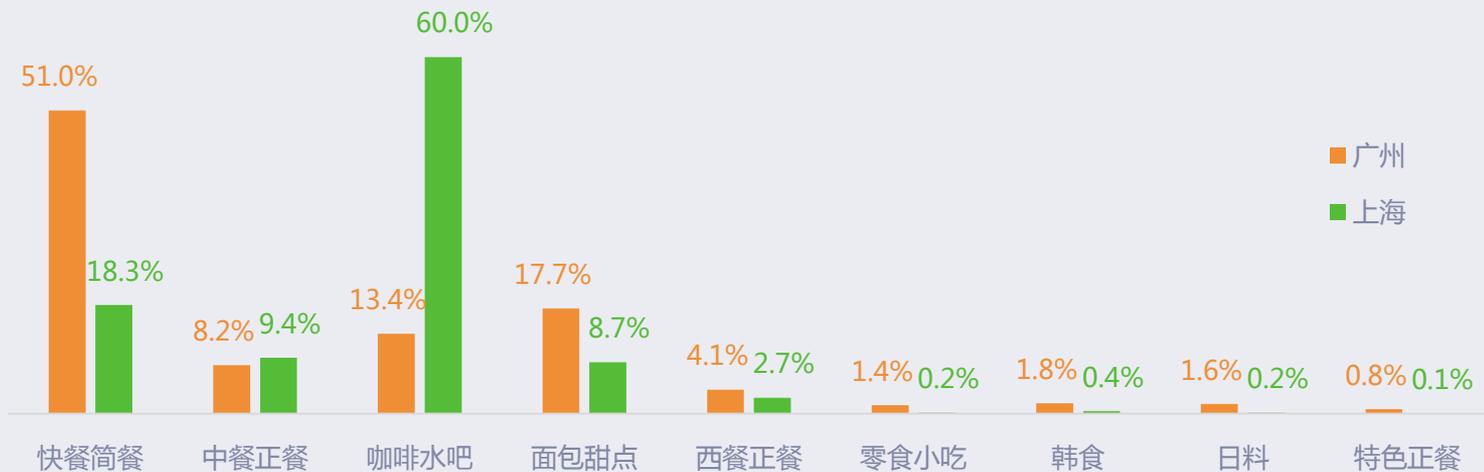
2014年11月移动智能终端用户线下店铺餐饮类客流量分布



数据来源：TalkingData 数据中心

● 广州用户一半以上偏爱快餐简餐，上海用户更愿意在咖啡水吧享受休闲时光

2014年11月广州&上海移动智能终端用户线下店铺餐饮类客流量分布



数据来源：TalkingData 数据中心

移动互联网用户线下消费习惯

- 餐饮品牌中，北京人偏爱绿茶餐厅的小清新，广州人偏爱麦当劳的方便快捷，上海人则更喜欢星巴克的小资情调

2014年11月移动智能终端用户服装服饰类线下店铺按品牌客流量分布热度图

北京



广州



上海



数据来源：TalkingData 数据中心

- 移动互联网行业趋势展望

● 移动互联网进入高速发展期，用户需求多元化释放，行业更加趋于细分化

移动互联网萌芽期：基础通讯与社交

- 用户移动端需求集中在通讯与社交等基础服务层面

移动互联网初步发展期：购物与娱乐

- 视频与游戏等娱乐服务丰富用户日常生活，移动电商兴起，开启移动便捷生活新篇章

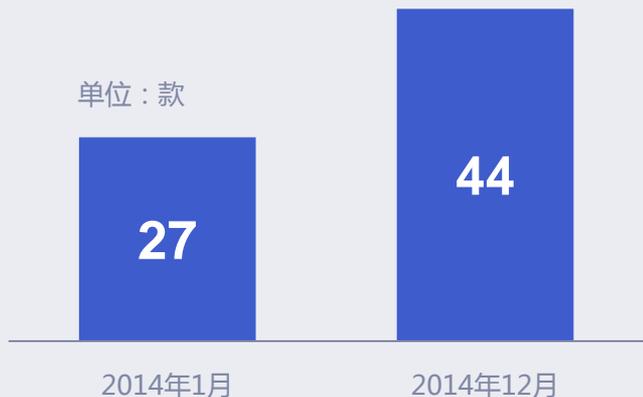
移动互联网高速发展期：多元化生活服务

- 出行、医疗、教育、餐饮等与生活密切相关的细分领域应用纷纷涌现，为用户生活带来极大便利，线上与线下联动成趋势



● O2O行业应用数量快速增加，覆盖更多生活相关领域

2014年1-12月 Top1000应用中O2O
应用款数



数据来源：TalkingData 数据中心



● 典型应用不断涌现，O2O行业迎来用户增长与资本市场融资的双重热潮

2014年O2O典型应用用户增长与融资情况

	 美团外卖	 周末去哪儿	 猿题库	 饿了么	 PP租车	 贝贝特卖	 滴滴打车	 春雨医生
2014年12月 应用覆盖排名	407 位	535 位	770 位	474 位	3196 位	667 位	64 位	585 位
2014年 用户规模增幅	105 倍	81 倍	53 倍	46 倍	15 倍	10 倍	4 倍	4 倍
2014年 融资总额	3 亿 美元	1000 万 美元	1500 万 美元	8000 万 美元	7000 万 美元	约2400万 美元	8 亿 美元	5000 万 美元

数据来源：TalkingData 数据中心，行业公开信息

● 电商移动端交易占比提升，社交电商逐渐兴起，O2O与移动电商协同构建移动消费闭环



购物习惯

流量入口

新兴业态

电商移动端交易量占据半壁江山

2014年各大主流电商移动端交易额均较去年有显著增加，其中，天猫双十一当天移动端交易额占比达42.8%，京东、国美等移动端交易占比也超过四成，用户的移动购物习惯已养成。

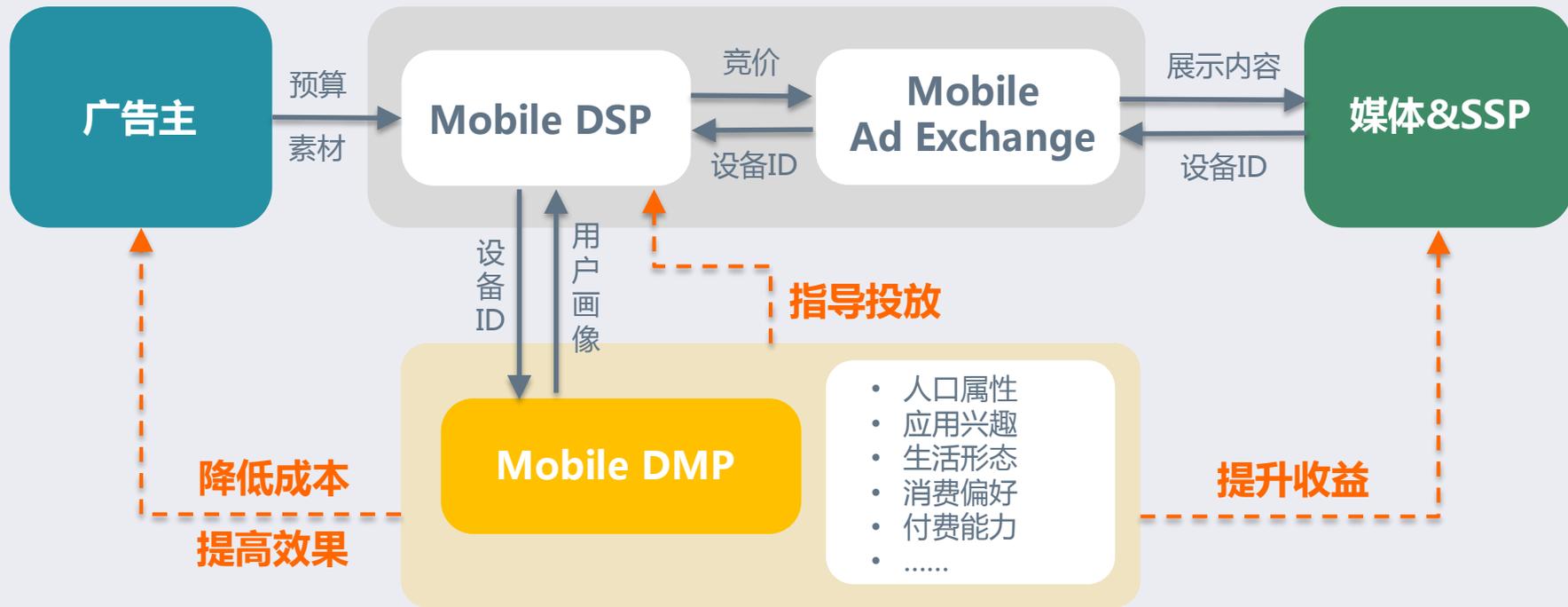
“社交化电商”开辟新的移动电商入口

2014年基于微信等社交应用的微店逐渐兴起，社交化电商模式正在被更多网购用户所接受，社交平台的流量优势有待继续挖掘。

O2O兴起构建移动消费闭环

团购、餐饮、生鲜电商、教育、家政等各类O2O细分行业纷纷兴起，满足用户多方面的生活消费需求，移动端的消费闭环正逐渐形成。

● 移动广告行业对广告效果和用户生命周期的关注度快速提升，广告投放由粗放式向精准营销迈进



● 游戏行业休闲手游用户份额下降，中重度手游迎来春天

2014年1-12月 不同移动游戏类型用户数占比

	 休闲游戏	 角色扮演	 卡牌战斗	 桌面游戏	 棋牌游戏	 策略游戏	 动作游戏
1月	58.8%	6.5%	5.9%	11.1%	4.1%	8.5%	1.4%
12月	41.2% ↓	24.1% ↑	15.2% ↑	5.4% ↓	4.7% ↑	3.3% ↓	2.5% ↑

数据来源：TalkingData 数据中心

● 互联网金融增势趋于理性，传统金融企业迎来移动端发展机遇

2014上半年

互联网金融增长迅猛，BAT纷纷布局



余额宝

- 2014年6月用户破亿，融资规模超5000亿元



理财通

- 2014年5月资金规模超800亿元，人均申购额高达4万元



百度理财

- 2013年上线以来陆续推出百度理财B、百赚、百赚利滚利等丰富理财产品

2014下半年

互联网金融增长趋于理性

- 随着互联网金融行业监管政策逐步完善，国有四大行对互联网理财产品购买额度的下调，加之货币市场增速放缓，互联网理财收益率回归平稳，移动理财热趋于理性回归。

2015年.....

传统金融企业迎来发展机遇

- 互联网金融趋于理性为传统金融企业移动端的发展开辟机遇，如何寻求移动端用户入口，快速获取用户成为传统金融企业抢占移动端的制胜关键。

数据来源：行业公开信息

● 数据来源

1. 移动用户使用行为数据来源于TalkingData数据中心

- TalkingData 数据中心数据来自 TalkingData AppAnalytics、TalkingData GameAnalytics、TalkingData Ad Tracking的行业数据采集，以及诸多合作伙伴的数据交换，如应用市场、渠道、运营商，等多种不同来源的数据复合而成。
- 目前TalkingData为超过50000款应用、游戏提供数据统计、分析服务，累计覆盖超过10亿独立移动设备。

2. 移动用户线下店铺客流量数据来源于TalkingData线下商场WiFi设备数据采集

- 截止2014年11月份线下商场数据采集已覆盖达到13个城市和371个商场。

数据来源：TalkingData 数据中心

● 研究方法

1. 数据分析

- 基于10亿覆盖中国智能终端设备的TalkingData第三方大数据的分析和挖掘。

2. 桌面研究

- 基于公开信息渠道的数据和信息收集整理，渠道包括：传统、互联网、社交等媒体、企业年报、国家统计局或工信部研究报告等。

3. 专家访谈

- 针对行业专家、渠道、企业进行深度访谈，获取行业发展动态、布局和未来趋势。

数据来源：TalkingData 数据中心



Thanks!



关注TalkingData官方微信获取最新移动数据资讯

www.talkingdata.com