

2019年上半年用户行为分析

- 流量未见顶，用户时长仍有空间，细分领域蓬勃发展

分析定义与分析方法



分析定义及分析范畴

- 本分析内容主要分析对象是2019年上半年中国移动互联网网民。文章通过对2019年上半年网民行为方式、消费习惯、兴趣爱好等领域的剖析，了解用户的生活形态和价值观变化。



分析方法

- 分析内容中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及易观分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价



数据说明

- 千帆分析全国网民，分析超过99.9%的APP活跃行为。
- 千帆行业划分细致，APP收录量高，分析45领域、300+行业、全网TOP 4万多款APP。
- 千帆是数字化企业、投资公司、广告公司优选的大数据产品，2015年至今累计服务客户数量400+。

流量未见顶，用户时长红利仍有空间

流量增长未见顶

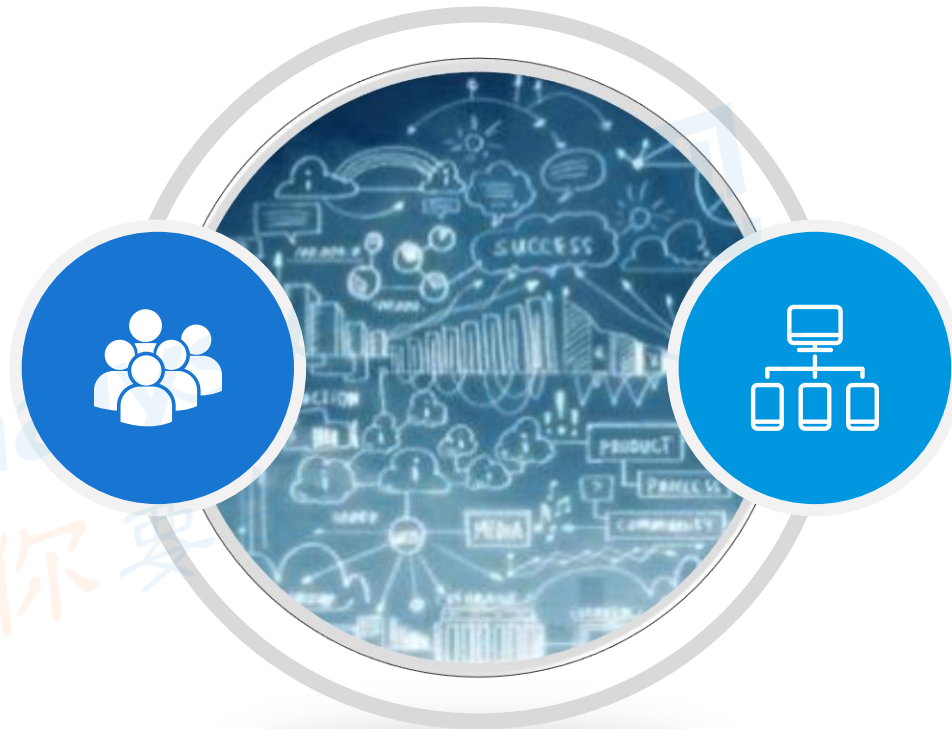
- 2019年上半年流量仍未见顶，环比增长1.6%，短视频、体育、健康等领域增速靠前

时长红利依旧增长

- 用户使用时长红利依旧，环比增长4.3%，内容类应用继续强势抢夺用户使用时长

巨头壁垒牢不可破

- 长尾应用数减少，头部应用用户时长占比增加
- 巨头生态内协同不断深化



代季更替机会已现

- 95后个性化、细分化的需求成为新兴机会
- 移动互联网在银发群体生活中的方方面面加速渗透

下沉市场争夺围绕双主线展开

- 三、四线城市用户需求继续围绕娱乐和资源获取两条主线展开

“她”经济呈现巨大商机

- 新时代，女性用户求美需求和差异化理念逐步凸显

PART 1



➤ **主要发现：流量未见顶，时长仍有空间，细分领域蓬勃发展**

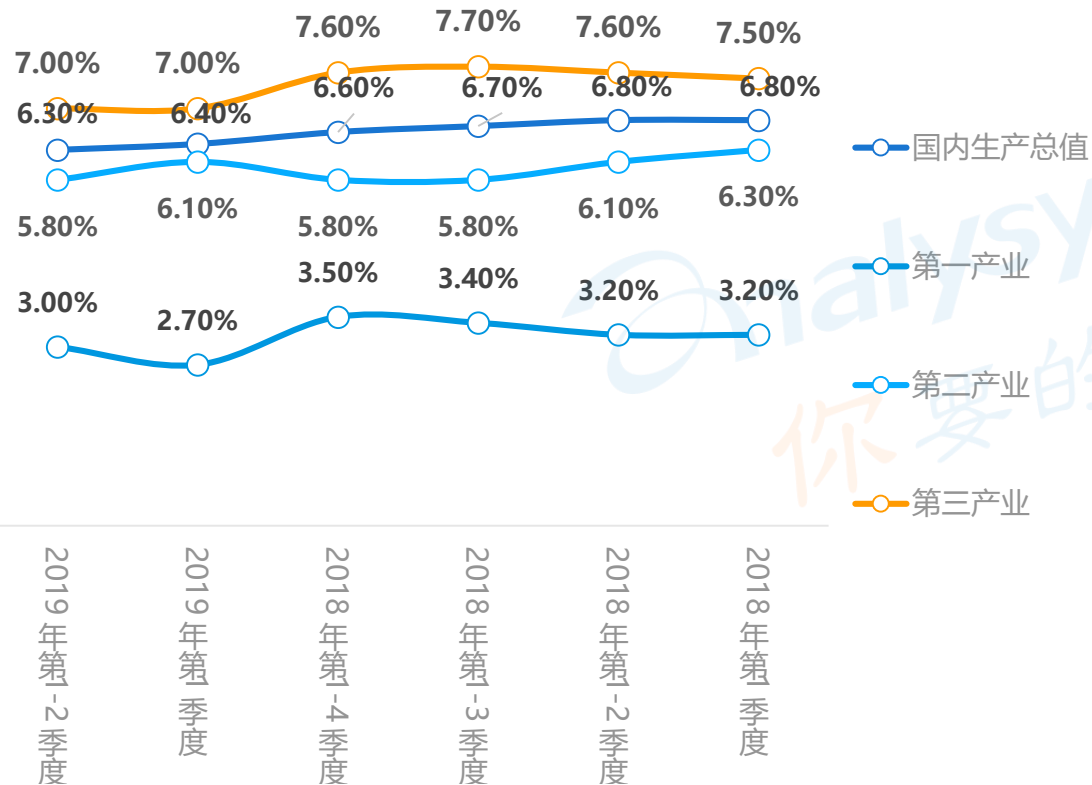
© Analysys 易观

www.analysys.cn

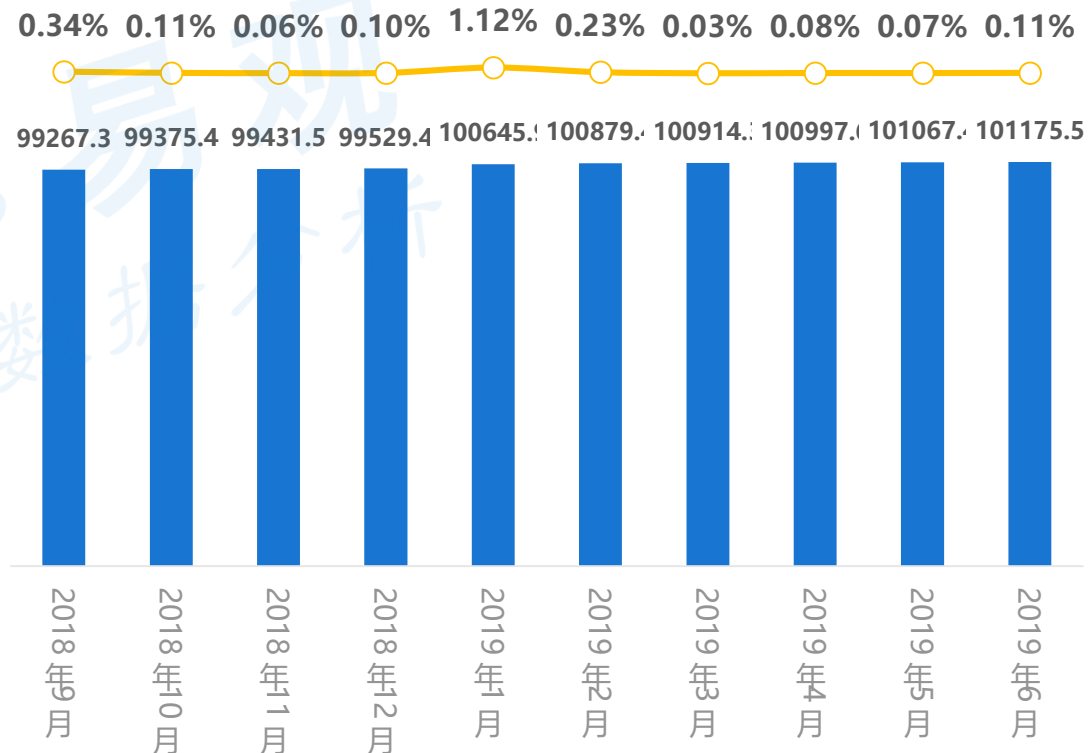
1.1 2019年上半年移动互联网用户规模增长1.6%，流量还未见顶

2019年上半年，上半年国民经济实现了6.3%的增长速度，在整体经济转型的大背景，并且未搞大水漫灌式的强刺激下实属不易，上半年物价还保持基本稳定，居民收入实现较快增长，预计下半年整体经济依旧可以保持高质量增长；上半年移动互联网用户规模突破十亿，但是整体增速继续放缓，二季度用户环比增长0.26%，存量用户竞争时代企业如何提升内力，成为思考重点

2018年-2019年中国GDP季度增长



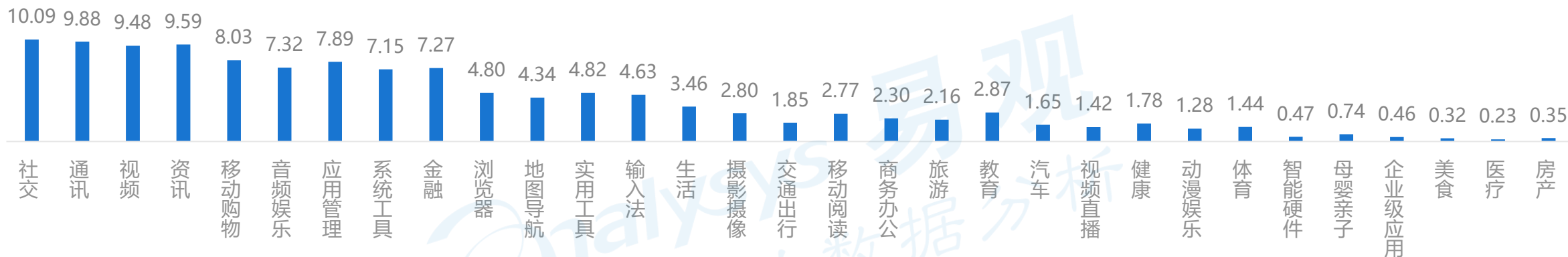
2018年9月-2019年6月中国移动互联网用户规模及增长



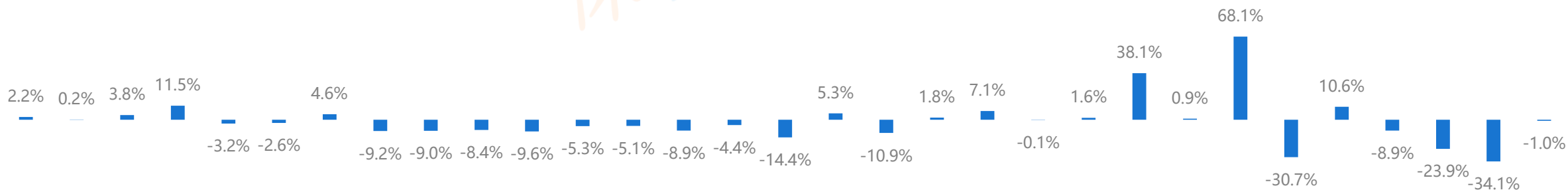
1.2 头部领域中短视频保持高速增长，其他领域中，体育、健康、母婴等表现较好

2019年上半年，头部领域继续保持小幅增长，视频领域受益于短视频持续快速增长，整体用户规模环比增长3.8%；其他领域中，竞技观赛体育（腾讯体育-NBA、PP体育-五大联赛）持续高速增长，叠加用户运动健身意识觉醒，体育领域增幅表现亮眼，另外，健康、母婴、教育等领域表现也较为突出

2019年6月中国数字用户规模(单位: 亿人)

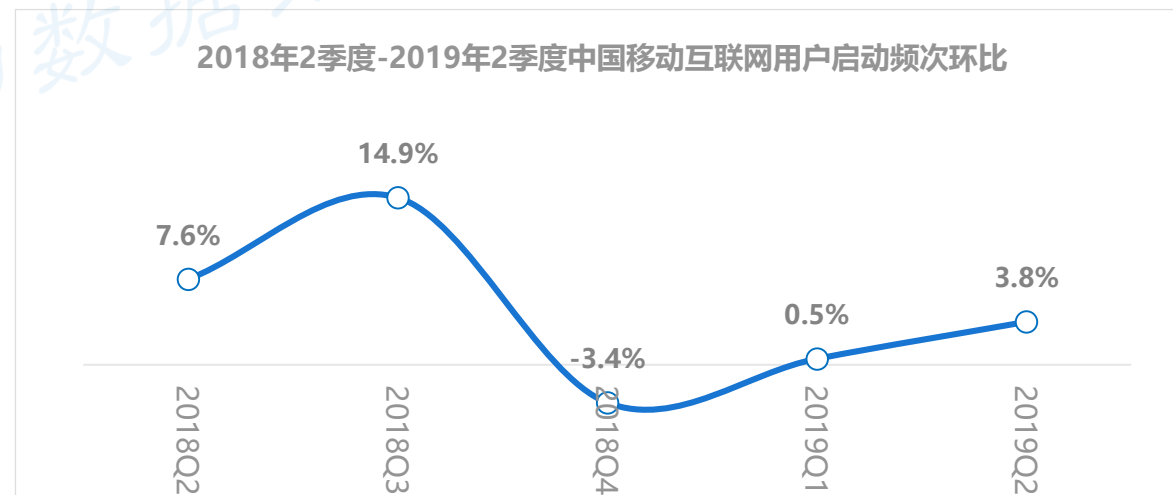
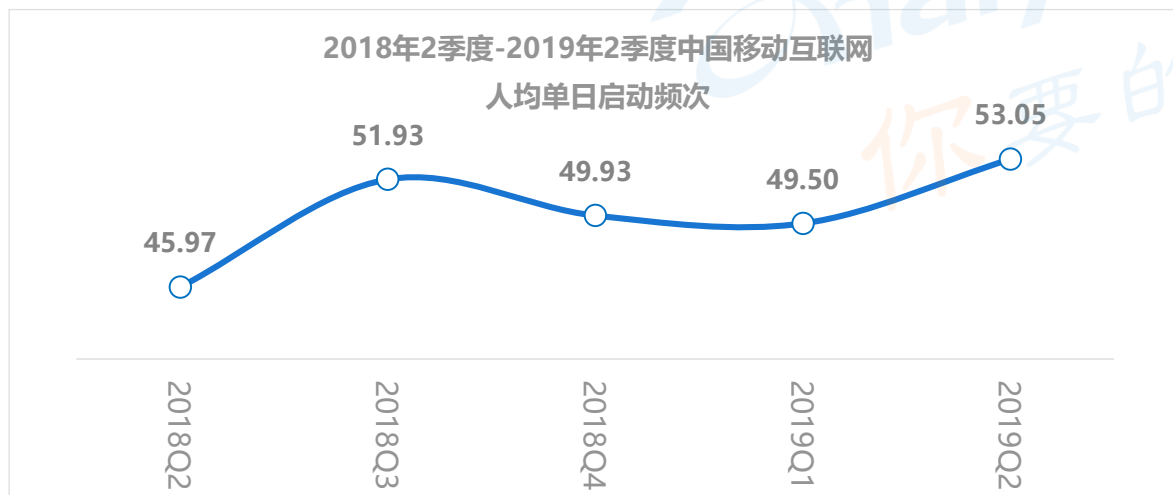
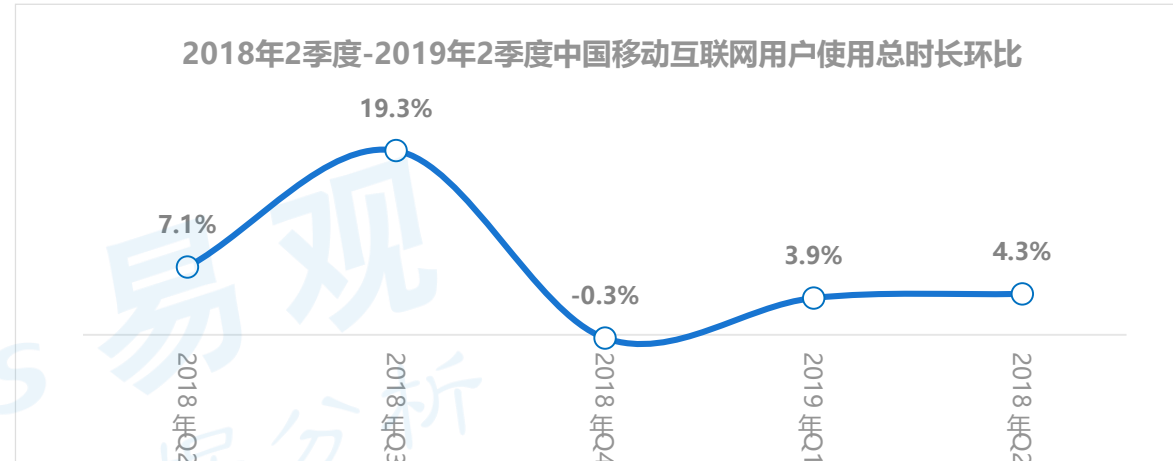
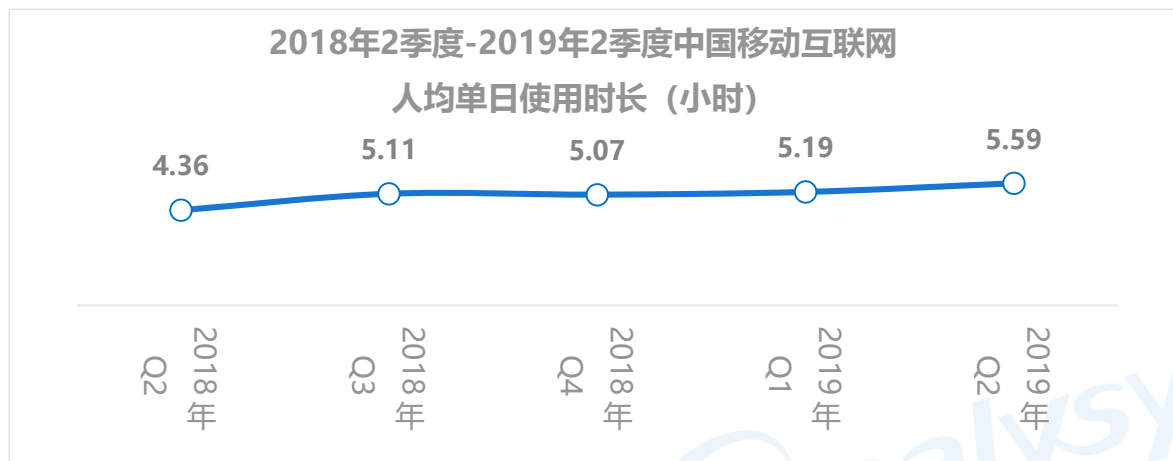


用户环比增速



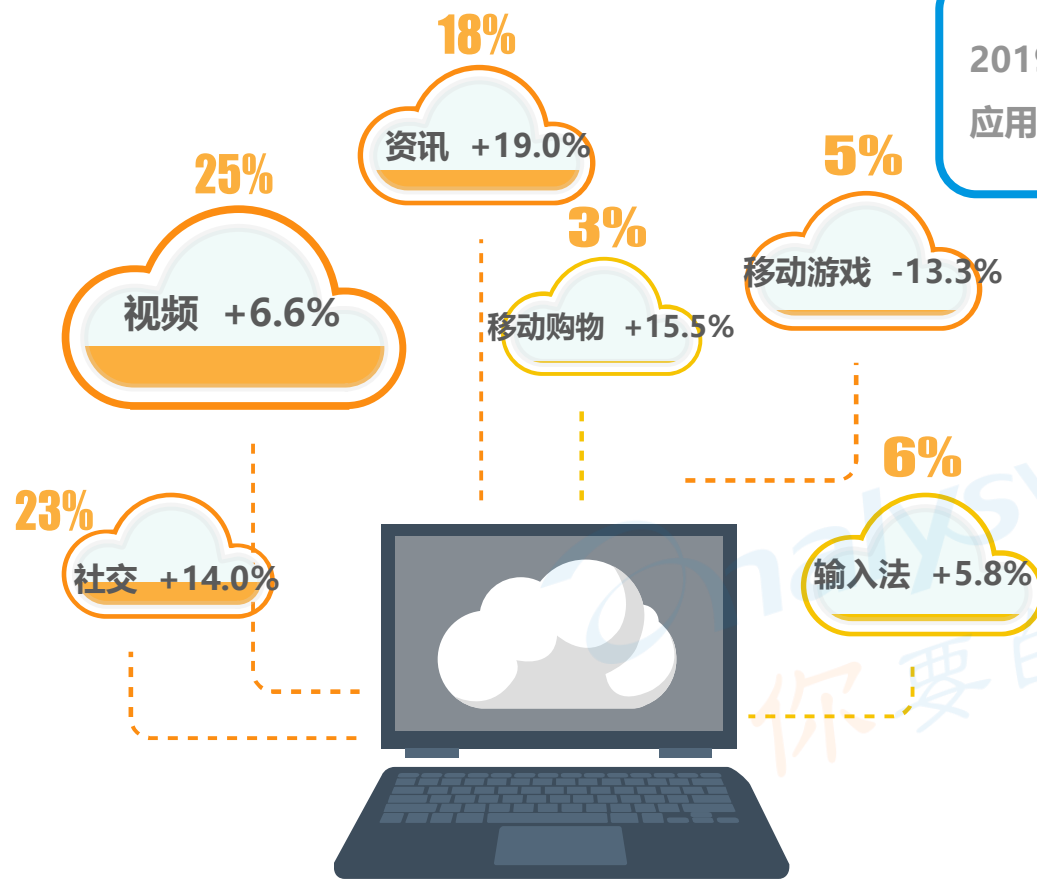
2.1 时长红利仍在增长，用户日均使用时长5.59小时，环比增长4.3%

2019年上半年，从用户粘性来看，虽无18年三季度时的强势增长，但是19年二季度用户对于移动互联网使用依旧稳步增长4.3%，日均使用时长达到5.59小时，而日均启动频次也达到53.05，同比增长3.8%，这两项数据表现均好于一季度



2.2 头部领域使用时长基本保持增长态势

2019年上半年，头部领域中，除移动游戏外，用户使用均继续保持增长；从具体应用来看，七猫免费阅读，球球视频，追书神器免费版等应用排名居前



中国移动网民头部领域使用时长占比及变化

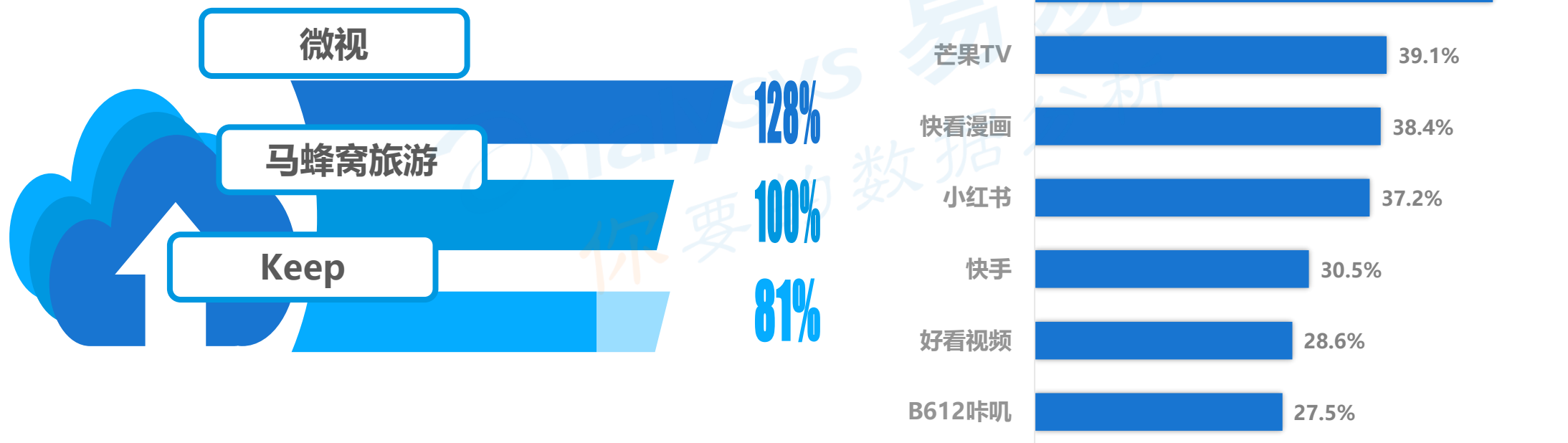
2019年6月千万级应用人均使用同比增长TOP10

应用名称	同比增长 (%)	人均单日使用时长 (分钟)	用户规模 (万人)
七猫免费小说	297.1%	13.5	1934.6
球球视频	250.0%	8.4	1446.1
追书神器免费版	196.9%	9.5	1319.2
小豆苗	150.0%	0.5	1032.9
浦发信用卡	150.0%	0.5	1002.4
去哪儿旅行	133.3%	1.4	3737.4
无他相机	116.7%	1.3	1684
QQ邮箱	114.3%	1.5	7423.8
易车	107.1%	2.9	1351.7
苏宁易购	100.0%	1.0	5720.3

2.3 千万级应用增长TOP10：注意力经济下，优质内容成为增长关键

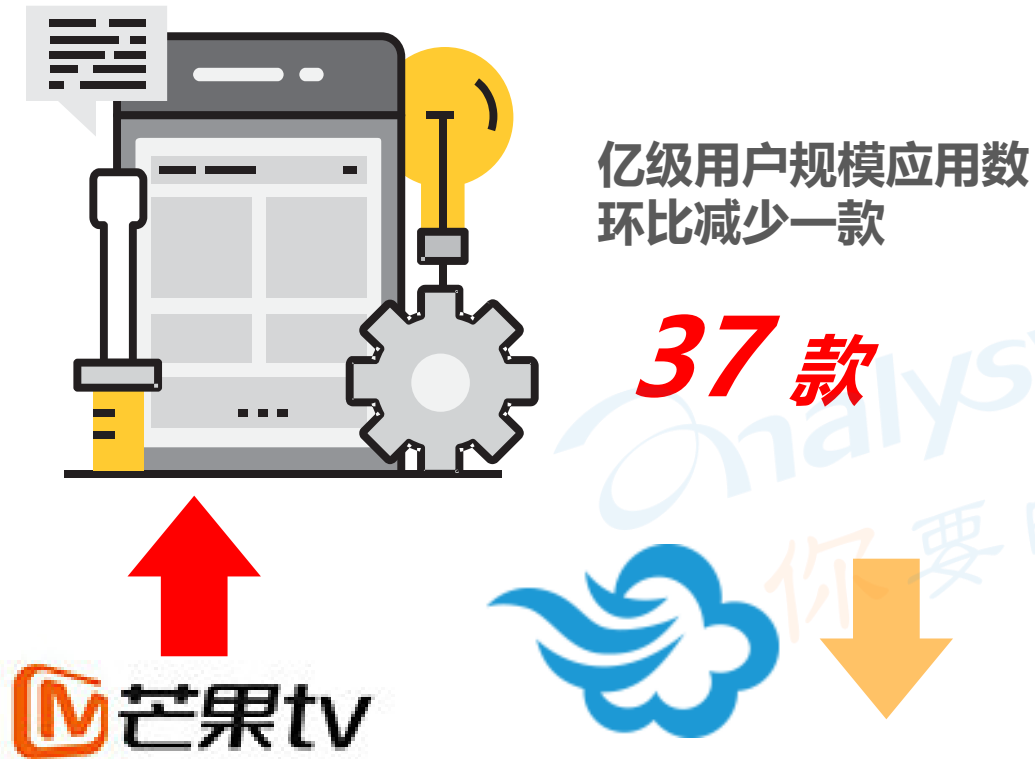
2019年上半年，从千万级应用涨幅来看，凭借腾讯生态体系（春节期间大量用户通过QQ“走运红包”涌入微视），上半年用户环比增长128%；虽然，旅游领域携程依旧优势明显，但主打旅游UGC内容平台得到用户追捧，其上半年用户增长达到100%；另外随着全面健身意识的觉醒，也使得Keep用户增长进入排名前三

2019年上半年移动互联网千万级应用增长TOP10

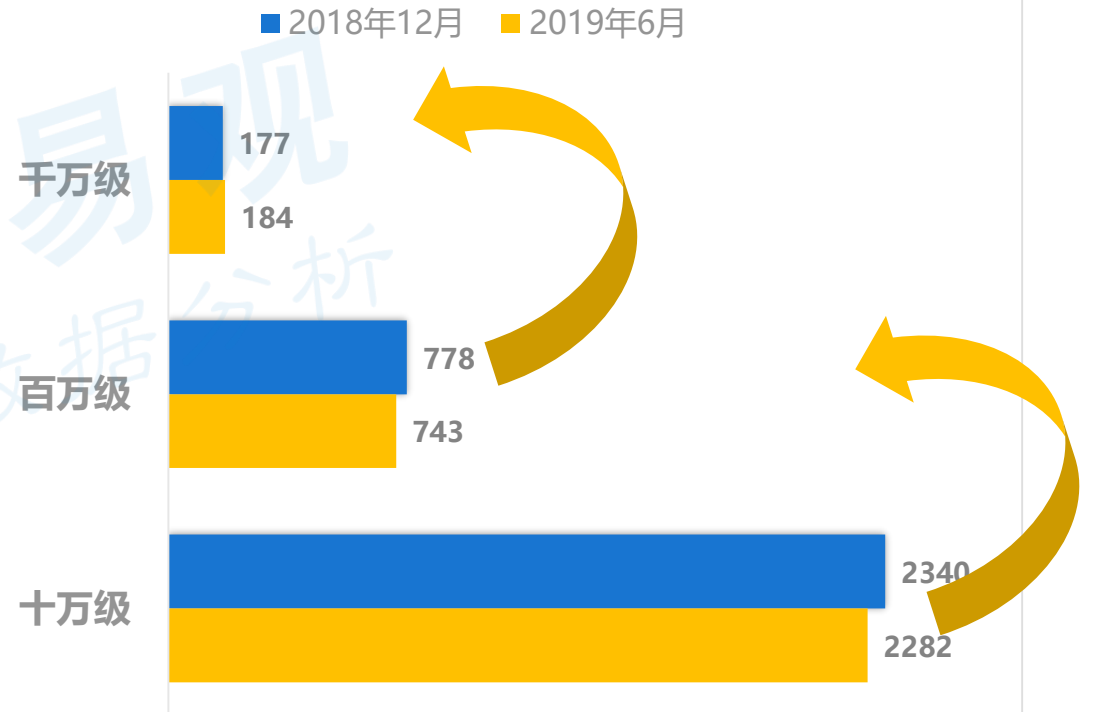


3.1 头部应用数量小幅增长，百万级应用和十万级应用数有所收缩

2019年上半年，头部亿级应用依旧保持37款，与2018年年底持平，具体来看芒果TV晋级，墨迹天气退出，这表明工具类应用正逐步被整合让位于优质的内容平台；从各级别应用来看，千万级应用小幅度增加，而百万级应用和十万级应用规模进一步收缩



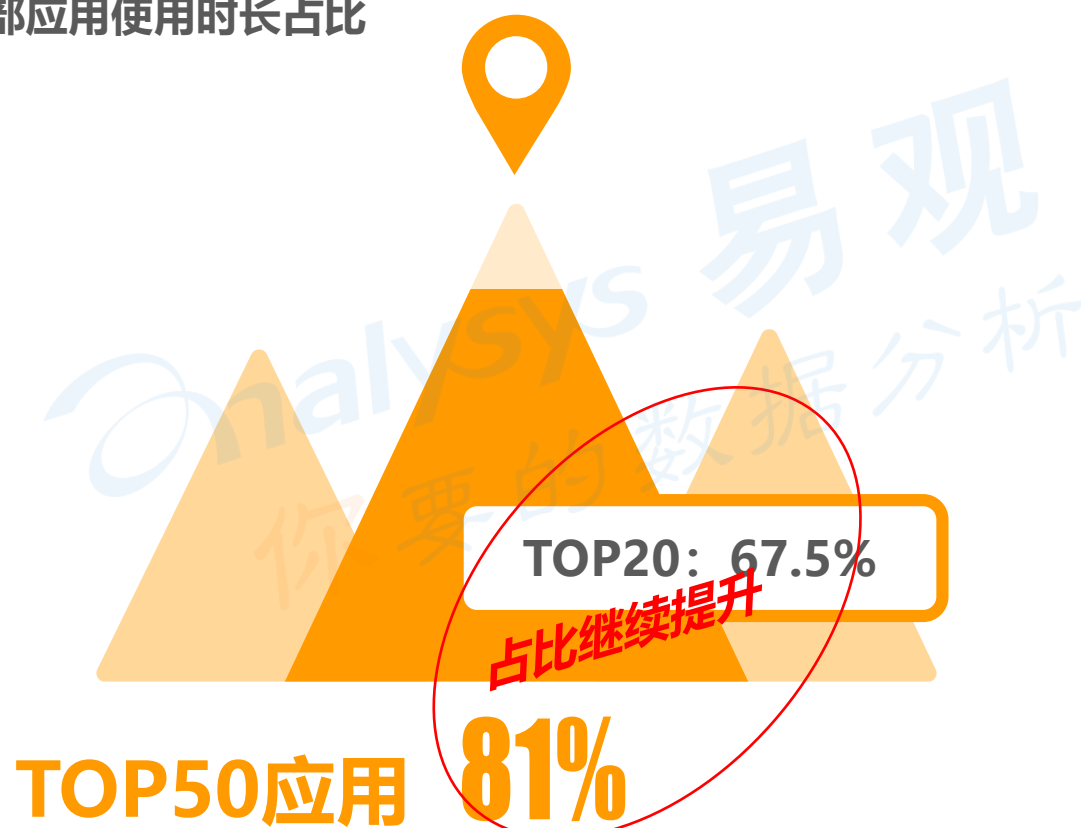
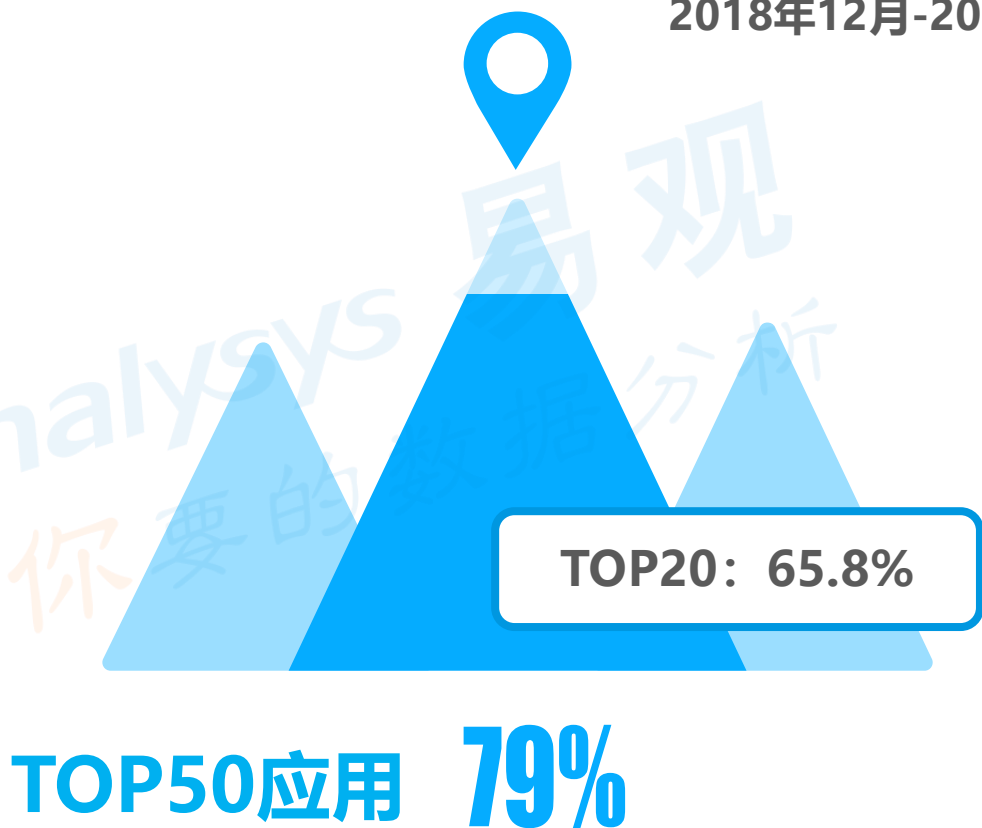
2018年12月-2019年6月各级规模应用个数



3.2 从时长指标看，头部应用占据用户使用时长比重持续增长

2019年上半年，头部应用市场占比继续验证之前猜想TOP20应用占据用户总时长达到67.5%，TOP50占据用总时长比重达到81%；这一比重比18年提升约两个百分点

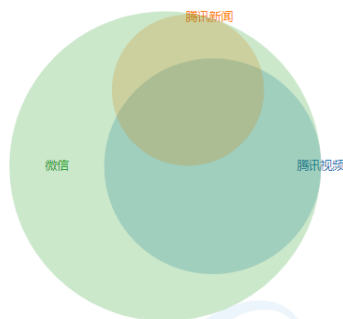
2018年12月-2019年6月头部应用使用时长占比



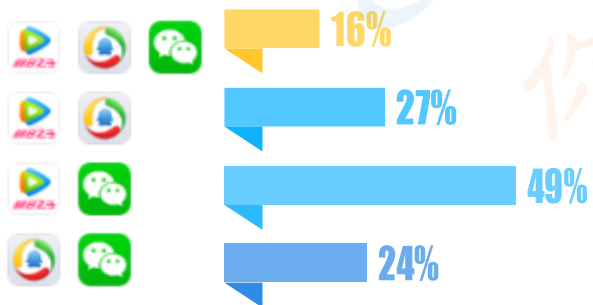
3.3 流量稀缺的当下，巨头生态所反打造流量闭环重要性日趋凸显

2019年，在流量稀缺的当下，巨头生态体系优势凸显，抖音凭借今日头条的导流（抖音头条用户重合度增长11%），促进抖音保持高速增长；同时巨头体系内容的生态闭环，有助于构建强大的竞争壁垒（如：淘宝88会员）

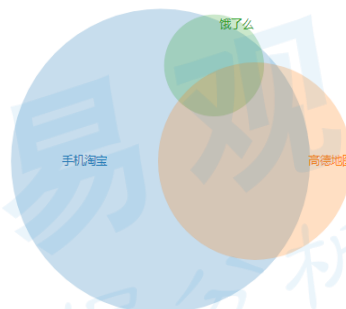
腾讯系



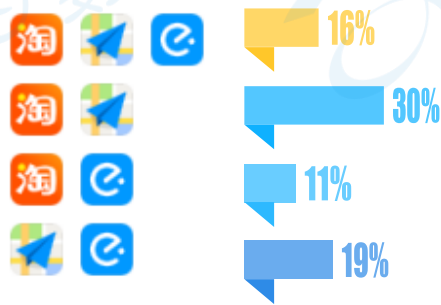
用户重合度



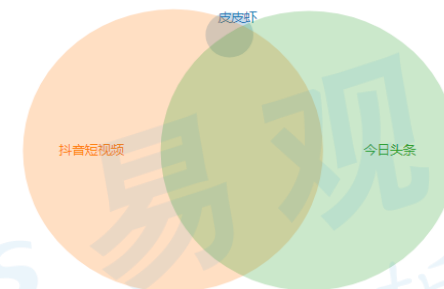
阿里系



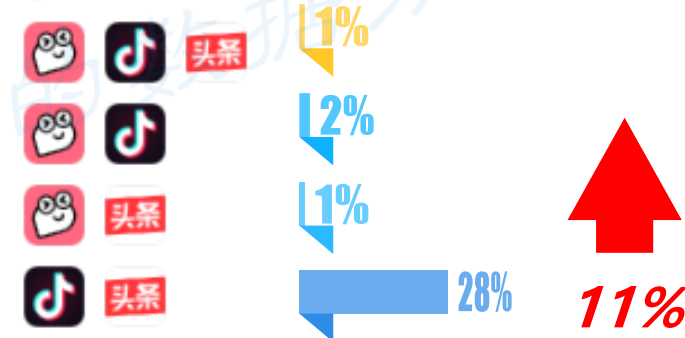
用户重合度



头条系



用户重合度



4.1 95后：上半年，95后个性化、细分化的需求在移动互联网中得到满足

95后用户高TGI特征应用

95后用户：



游戏资讯：网易大神

网易大神为95后精英玩家提供了大量官方资讯和福利趣闻



摄影摄像：VSCO

VSCO所提供的滤镜，在95后非专业摄影爱好者中有较高的渗透率



电商：毒

毒app为全世界前沿球鞋玩家、潮流达人互动交流，提供了安全可靠的交易平台



信息检索：坏坏猫搜索



动漫：知音漫客



随着国漫逐步崛起，知音漫客通过凝聚大批漫画家和粉丝，在95后中的使用活跃度不断增高

教育工具：Google地球



Google地球中显示和用户自行标注带有注释，故事和视频的地理位置，成为95后认知这个世界地理和文化背景的工具



音频娱乐：51tings



原创音乐深受95后喜爱51tings支持，从不同维度建立歌单、榜单、音乐专栏让用户可以从高聚合的音乐内容上认识更多音乐人



随着95后触及的娱乐信息不断增多，免费小说/漫画检索工具成为他们的必备

4.2 银发：移动互联网在银发群体生活中的方方面面加速渗透



银发群体用户：

凭借终端设备的强势崛起，华为视频在中老年用户中的使用活跃度表现突出

依托简单易用的产品，支持长图内容创作，每篇快速渗透中老年社交市场

银发群体用户高TGI特征应用



5.1 下沉市场：三、四线城市用户需求继续围绕娱乐和资源获取两条主线展开

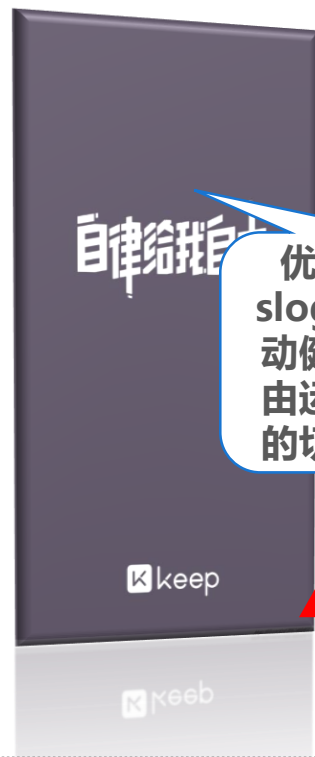


6.1 19年上半年女性用户的健身热情被点燃

随着网民健身意识的觉醒、以及健身场所的众多限制的现状，使得keep的出现就填补了时代的需求，迅速占领市场获得用户；2019年，Keep用户规模进入高速增长期，其准确的产品定位，精美的交互界面，优质的产品互动，快速捕获了大量一线城市的年轻健身群体



**女性用户占比
70.1%**

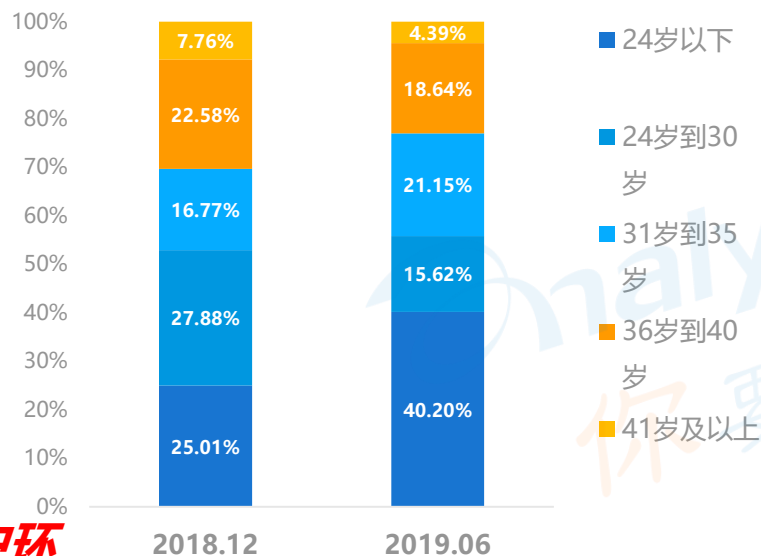


优秀的产品定位和slogan提炼，从“移动健身教练”到“自由运动场”有针对性的切入年轻用户市场

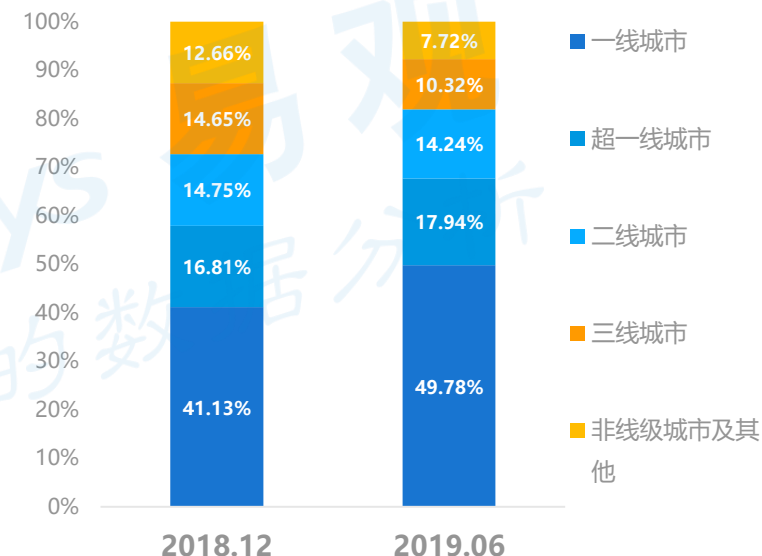


上半年用户环比增长39.1%

2018年12月-2019年6月Keep用户年龄分布



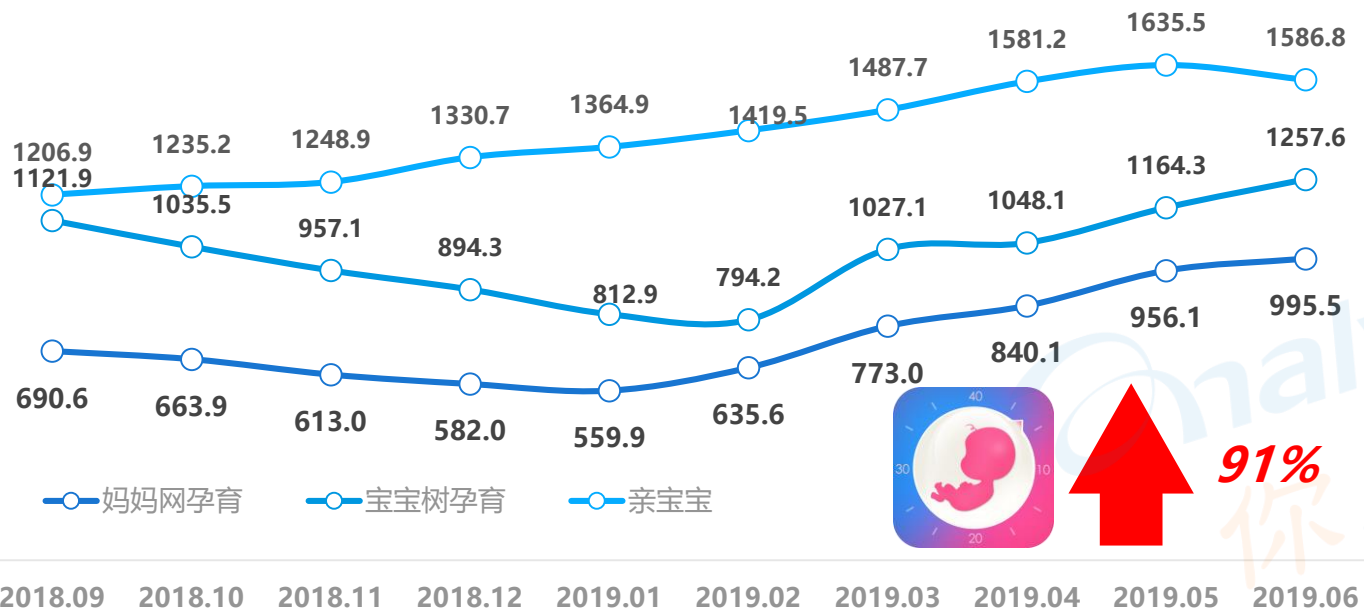
2018年12月-2019年6月Keep用户城市分布



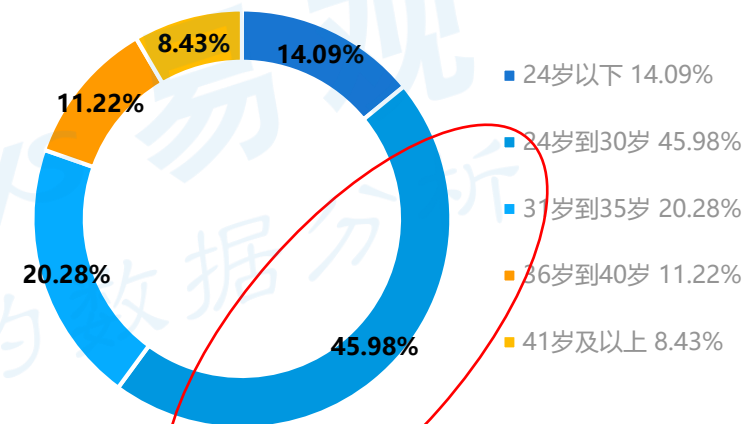
6.2 90后孕妈登上历史舞台，移动互联母婴应用呈现快速增长态势

虽然，整体出生率降至历史冰点，但随着90后孕妈成为备孕助理，移动互联母婴应用呈现快速增长态势，其中，上半年妈妈网孕育用户环比增长91%，已成为新孕妈第一入口；90后孕妈选择更随性，相对于品牌、产地、价格等，她们更加重视口碑，容易被“种草”而购买商品，线上平台对他们决策影响显著

2018年9月-2019年6月母婴亲子领域用户规模



2019年母婴数字用户年龄分布



PART 2



➤ **细分领域：领域格局基本稳定，细分赛道不伐黑马**

© Analysys 易观

www.analysys.cn

7.1.1 社交：微信用户规模及粘性保持增长

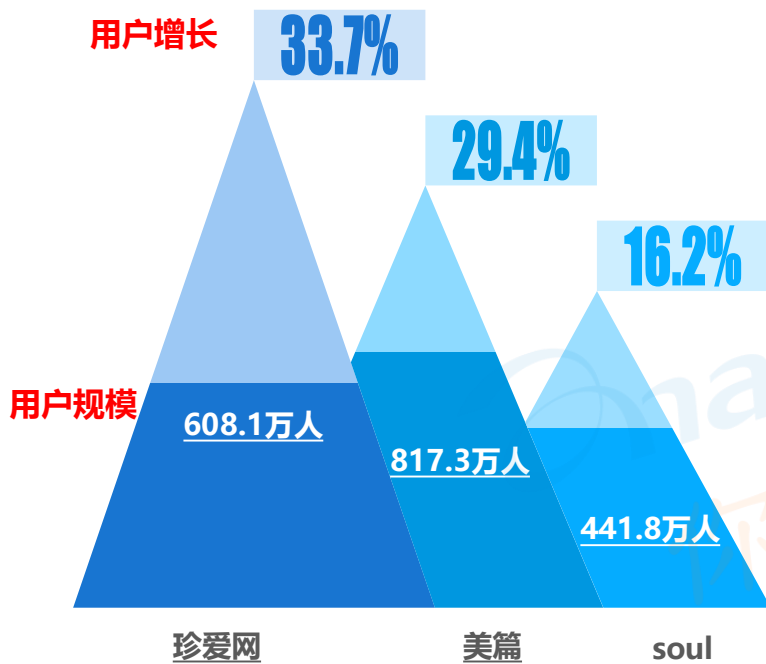
2018年9月-2019年6月社交领域用户规模



- 社交领域，头部应用增长趋缓，微信小幅增长2.6%，凭借小程序，其人均单日使用时长达到79分钟，同比增长3.9%；
- 而QQ凭借年轻化战略，继续抢占95后市场，上半年用户增长达到5.7%
- 陌生社交领域，陌陌和探探用户规模出现一定下滑，分别下降10.9%和11.1%，主要由于直播业务受短视频冲击，新用户留存率下滑较为显著
- 而微博成为95后追星的“天堂”，其24岁以下用户占比增加7.62%，24-30岁用户减少9.45%

7.1.2 社交：围绕95后、银发群体的个性需求，细分领域仍有亮点

2019年6月社交细分领域增长



珍爱网：跨界发展，拓宽渠道，用户快速攀升

珍爱网上线“珍爱名企交友”小程序拓宽业务渠道；并上线珍爱情感APP，涉足情感咨询；通过跨界发展，多维度拓宽用户触达渠道，2019年上半年用户规模提升明显

美篇：面向中老年人群的图文创作

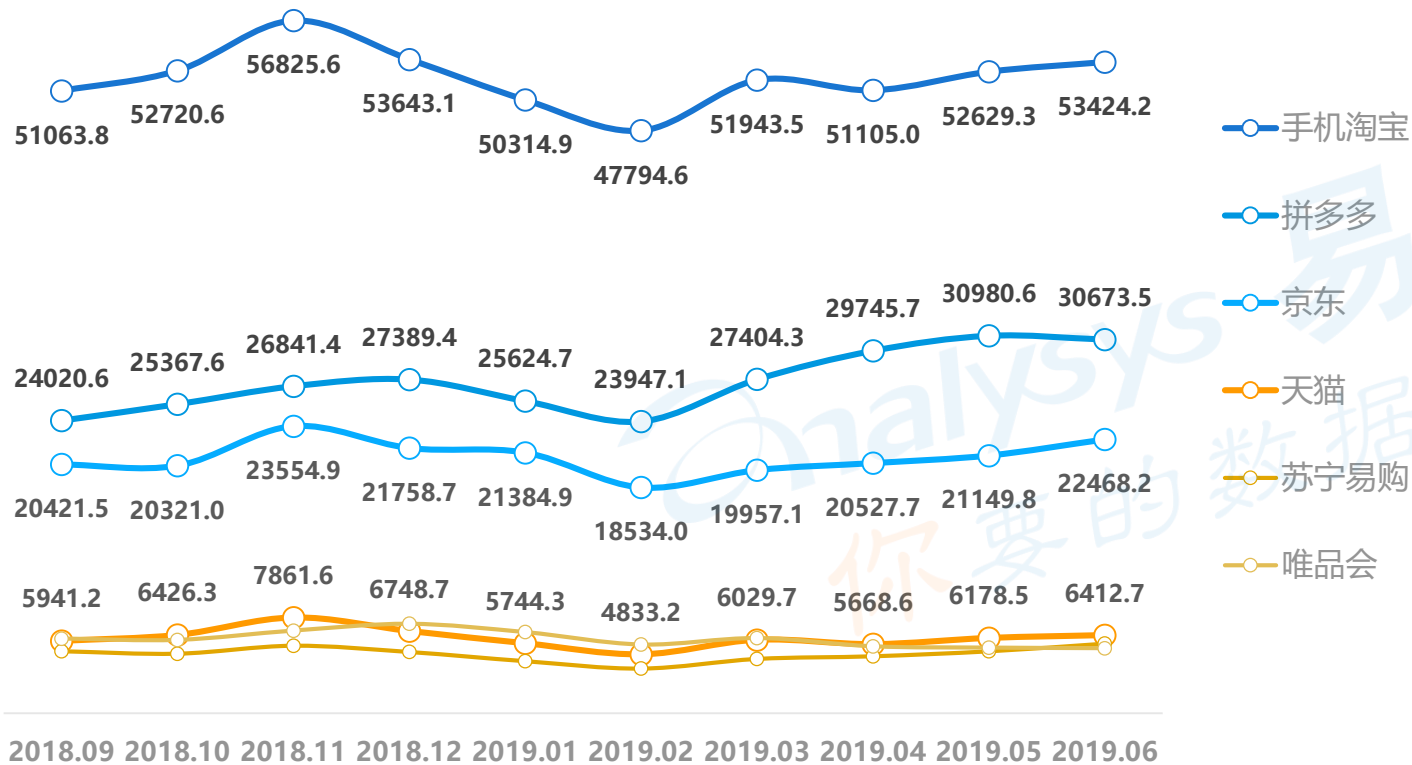
中老年群体偏好设计简单易用的产品，该群体粘性高且主动分享意识强，美篇抓住这一需求，逐渐将自身打造成长图文创作阅读社区

Soul：好看的皮囊太多，有趣的灵魂太少

Soul的用户定位于Z世代，主打灵魂社交，其通过上线的语音匹配，直击用户内心真正的精神需求，排解用户的孤独感和倾诉欲，为其带来了第二次爆发

7.2.1 电商：流量从2月低点稳步回升，社交电商、内容电商保持快速增长

2018年9月-2019年6月电商领域用户规模



- 2019年上半年整体保持稳定，移动购物随季节波动，2月过年期间行业短暂探底后，随后便呈现回升态势
- 头部平台进入稳定期，以手机淘宝为例，用户规模与粘性去年同期相比基本持平
- 社交电商成为头部应用中的最大亮点，拼多多成功通过农村包围城市，超一线及一线城市用户比重环比大增12%
- 细分领域中，导购推荐类电商表现亮眼，小红书成功在年轻用户群体心中“种草”，网红、明星的加入也让消费者粘性有较大的成长



拼多多农村包围城市，用户环比增长**12%**

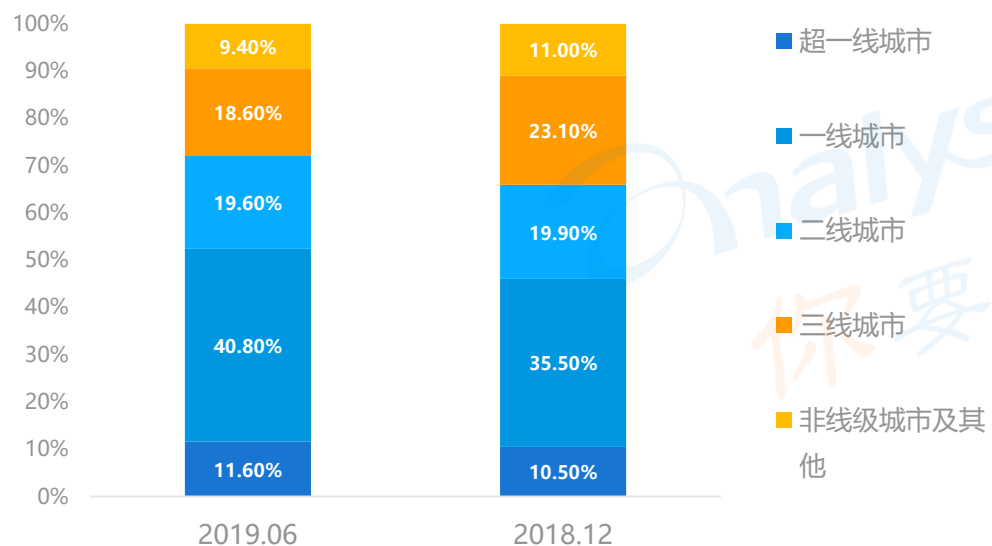
小红书在95后年轻女性心中种草，用户环比增长**37.2%**



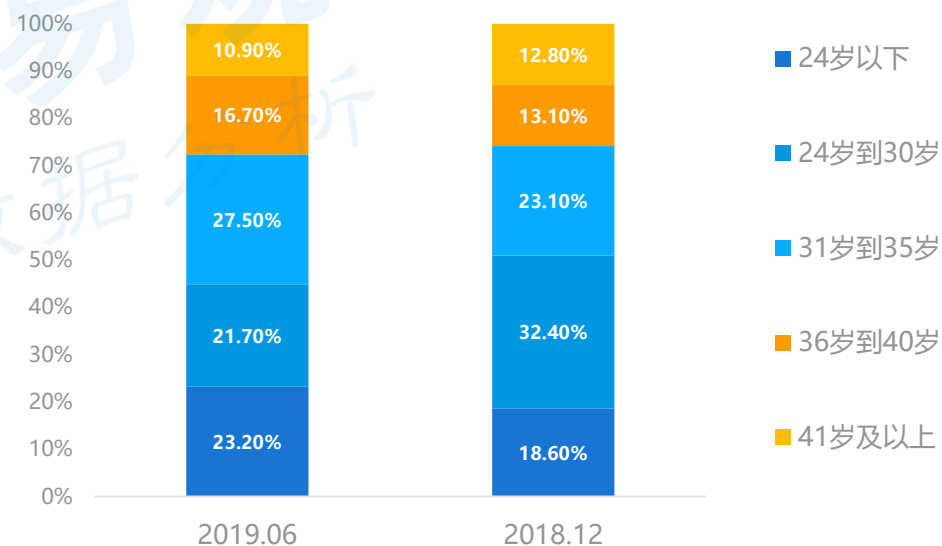
7.2.2 电商：拼多多成功实现“农村包围城市”

在占领了三四线城市的下沉市场后，拼多多继续发力渗透一二线市场。2019年上半年，超一线城市和一线城市用户规模占比环比增长11%和15%。超一线和一线城市用户已占到了拼多多用户的一半以上；从用户年龄来看，拼多多24岁以下的青年用户和31-40岁的中年用户群体比重有所上升

2018年12月-2019年6月拼多多用户城市分布

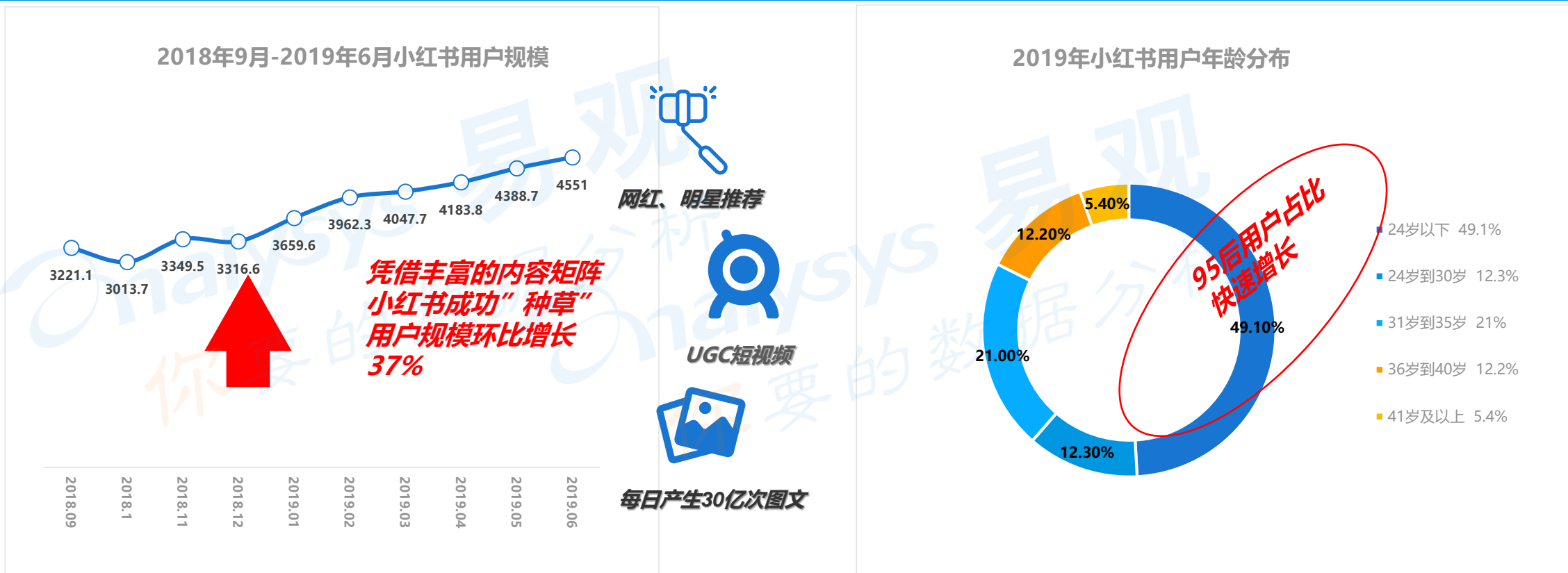


2018年12月-2019年6月拼多多用户年龄分布



7.2.3 电商：小红书在95后心中“种草”，用户进入快速增长期

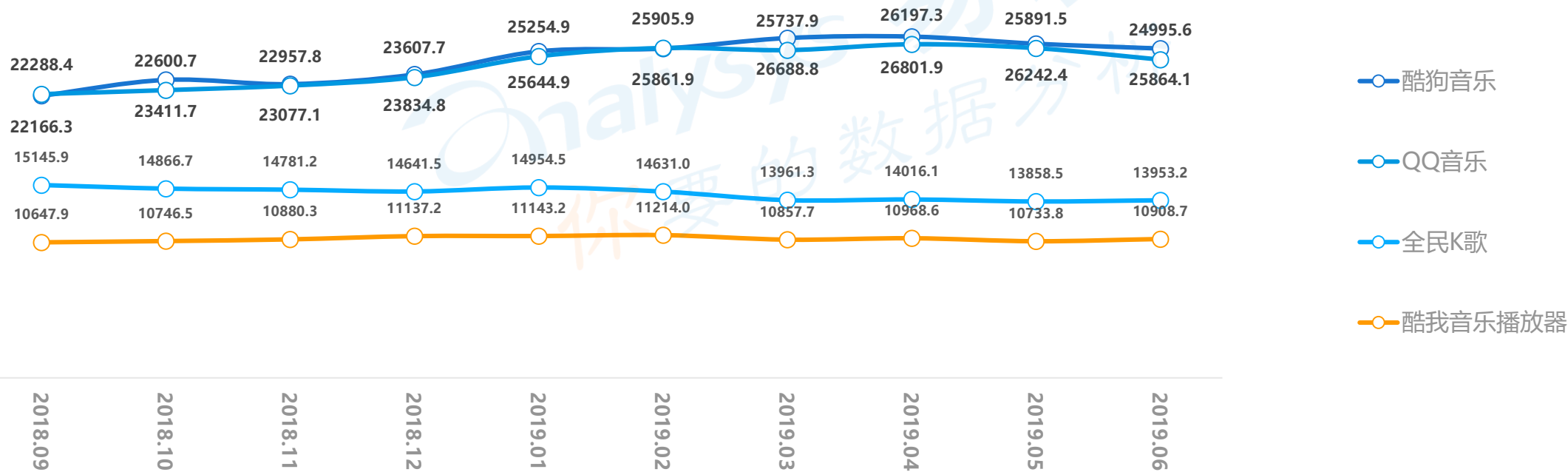
2019年上半年，小红书活跃用户环比增长37.2%，是千万级电商中活跃用户增速最快的应用。作为典型的内容电商平台，小红书通过社区内用户内容的分享、网红的推荐机制，为用户提供了购物参考；同时，今年3月，小红书还发力社交电商，推出了名为“小红店”的社交电商项目



7.3.1 音频娱乐：整体流量小幅波动，酷狗&QQ音乐轮番领跑

2019年，上半年音频娱乐领域继续保持小幅波动态势；头部应用中，腾讯音乐旗下四大产品，酷狗音乐、QQ音乐、酷我音乐播放器和全民K歌是音频娱乐领域唯四的亿级产品；四款应用中，酷狗音乐虽然较早打开手机市场，但QQ音乐立足于庞大的微信和QQ用户群，推出并优化和丰富数字专辑、从会员订阅、K歌、直播等多层次丰富用户的音乐消费体验，时隔两年，其活跃用户数终于在2018年7月再度赶超酷狗音乐，2019上半年用户规模实现了31%的同比增幅，目前用户数量已与酷狗音乐分庭抗礼

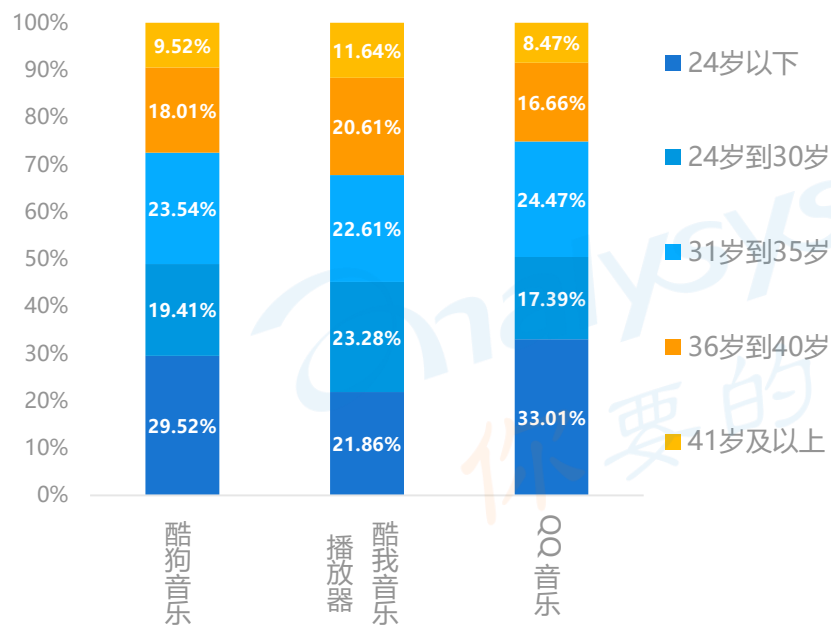
2018年9月-2019年6月音频娱乐领域用户规模



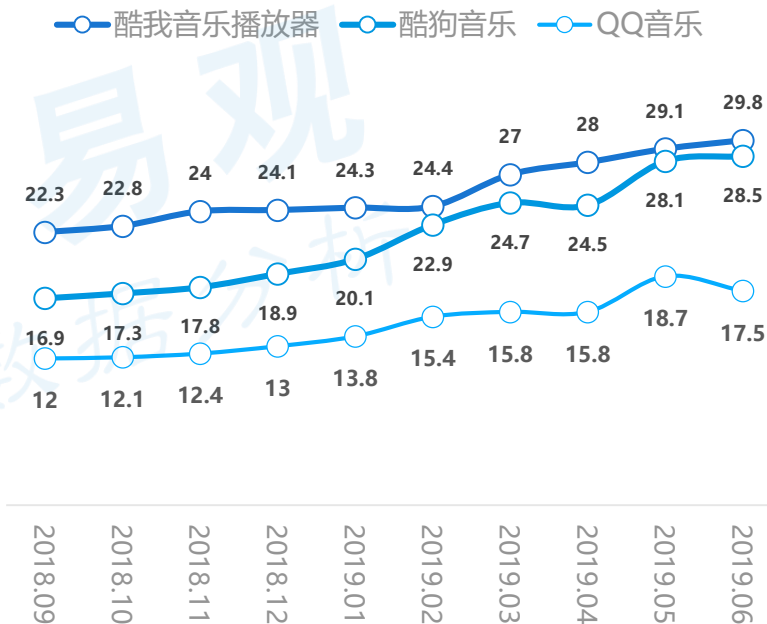
7.3.2 音频娱乐：QQ音乐95后群体比重高，酷狗音乐用户粘性更胜一筹

从用户行为上来看，几款音乐用户群体有一定差异，QQ音乐24岁以下年轻群体比重较大，而酷我音乐播放器用户在36岁以上的群体比重高于另两款应用；从用户粘性来看，酷狗音乐表现较为突出，上半年，酷狗音乐的人均单日启动次数和使用时长分别环比增长33%和51%，海量的正版曲库、不断进步的AI推送能力、丰富的核心的产品矩阵仍是酷狗的核心竞争力。

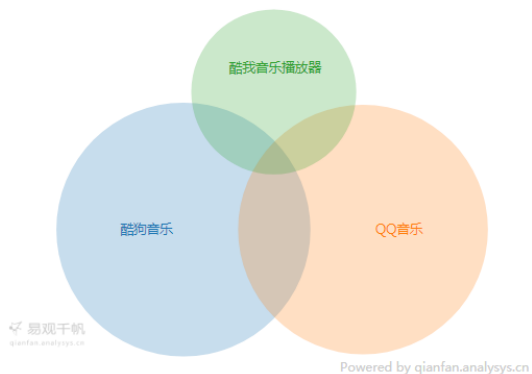
2019年6月音频娱乐用户年龄分布



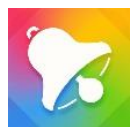
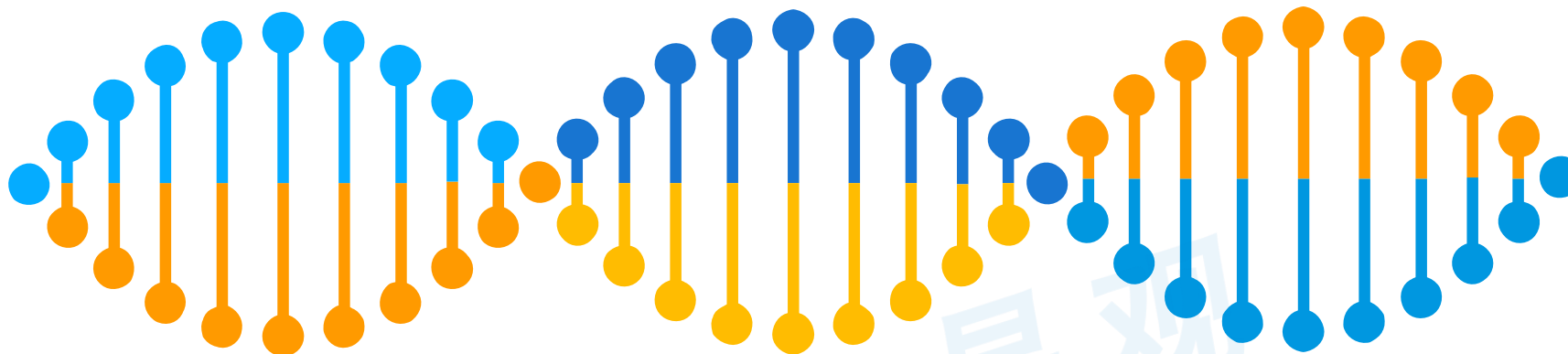
2019年6月音频娱乐领域用户日均使用时长



音频娱乐应用用户重合



7.3.3 音频娱乐：技术加持，付费模式，精品化成为领域增长核心动力



酷狗铃声

瞄准刚需，技术加持

2019上半年酷狗铃声活跃用户突破500万，同比增长159%。酷狗瞄准手机铃声的刚性需求，在内容铺陈上，采用PGC+UGC的形式，既有海量曲库满足刚需用户多元化需求，也有原创内容满足用户个性化需求。酷狗铃声在技术上也不断推陈出新，在铃声拼接、铃声DIY等多个方面获得发明专利，推出的视频铃声更是深受用户喜爱



喜马拉雅

知识付费不断加强

喜马拉雅2019上半年活跃用户同比增长63%，在内容版权上的优势为其提供了丰富的内容资源；其构建的音频生态圈，对车联网与亲子市场的布局，拓展了自身在音频市场中的使用场景，也还能让平台自身拥有更多与竞争者的对战“武器”

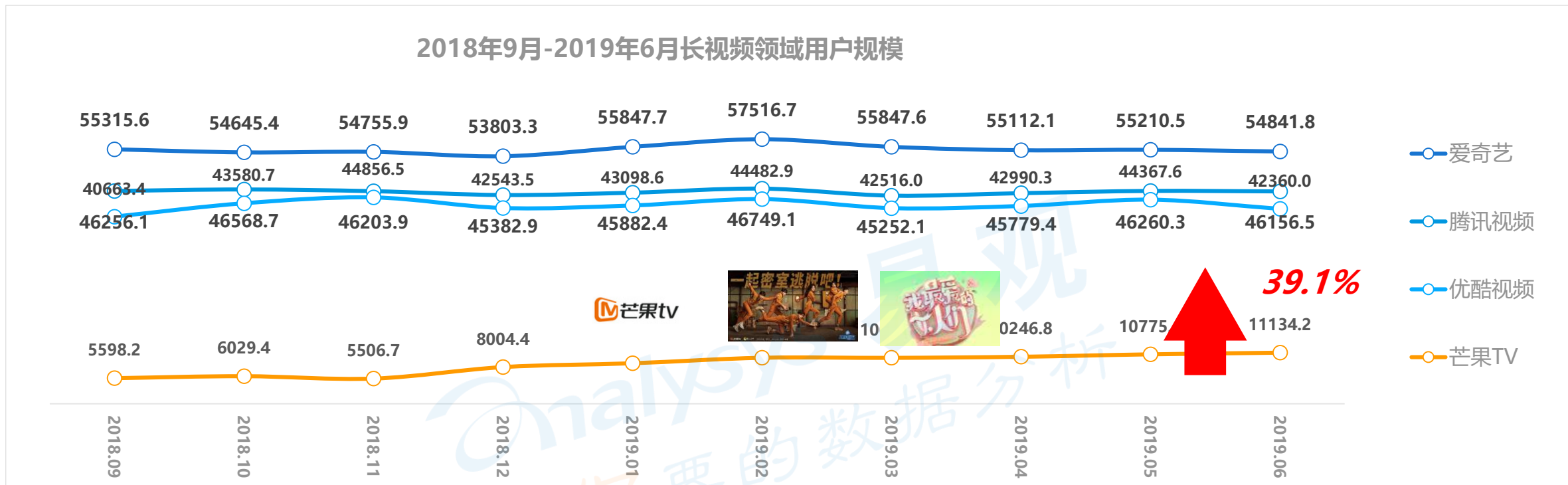


蜻蜓FM

PGC保证内容质量，用户粘性业内领先

蜻蜓FM以PGC为主产出高质量的内容，并且建设音频全场景分发渠道，推出全新的九大内容矩阵，使其用户能够收听高质量内容和能更加准确的搜索收听内容，所以才拥有极高的用户粘性

7.4.1 综合视频：“优爱腾”三强格局稳定，芒果TV逐步崛起

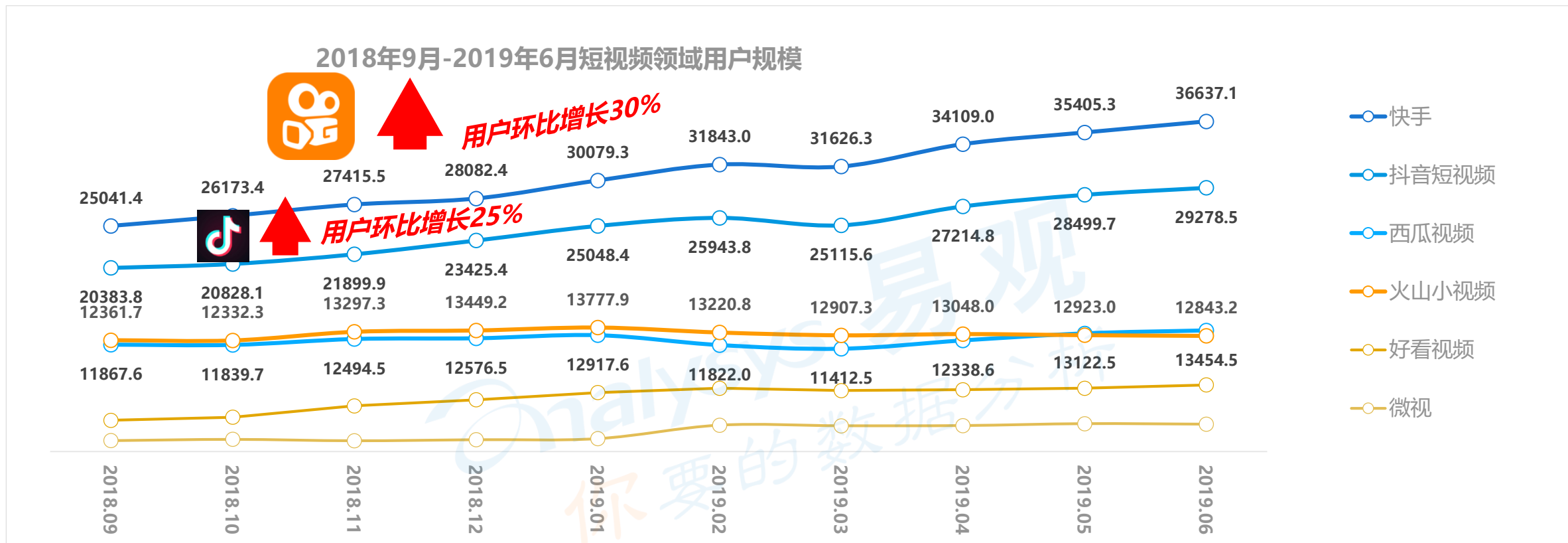


© Analysys 易观·易观干帆

www.analysys.cn

- 2019年，长视频用户规模已超9亿，整体市场进入存量博弈阶段；爱奇艺、腾讯视频和优酷视频呈现三强鼎立的局面，爱奇艺仍以55%的渗透率占据行业继续领跑。上半年用户付费意愿进一步增强，爱奇艺付费会员数量已突破1亿
- 芒果TV是上半年行业一大亮点，其凭借《密室大逃脱》、《我最爱的女人们》等网络综艺的拉动、用户规模快速增长，月活跃用户数环比增幅高达39.1%

7.5.1 短视频：整体保持快速增长，两超多强局面形成



© Analysys 易观·易观千帆

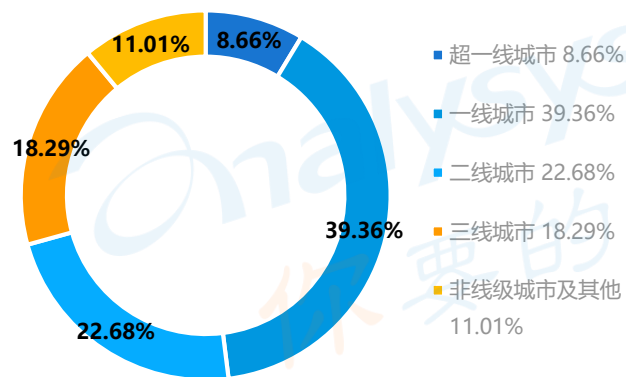
www.analysys.cn

- 2019年上半年，短视频领域继续保持快速增长态势，快手、抖音占据行业两极，并分别以45%和96%的用户规模同比增速与其他产品拉开差距，两超多强局面基本形成
- 百度旗下的好看视频活跃用户规模同比大涨320%，作为百度信息流内容的重要组成部分，好看视频以AI的精准匹配技术、优质的内容生态布局和对创作者大手笔的商业化赋能，成为竞争日趋激烈的短视频赛道中的一匹高速奔跑的黑马
- 2019年春节，微视凭借5亿现金红包分发，用户规模迎来大幅度增长

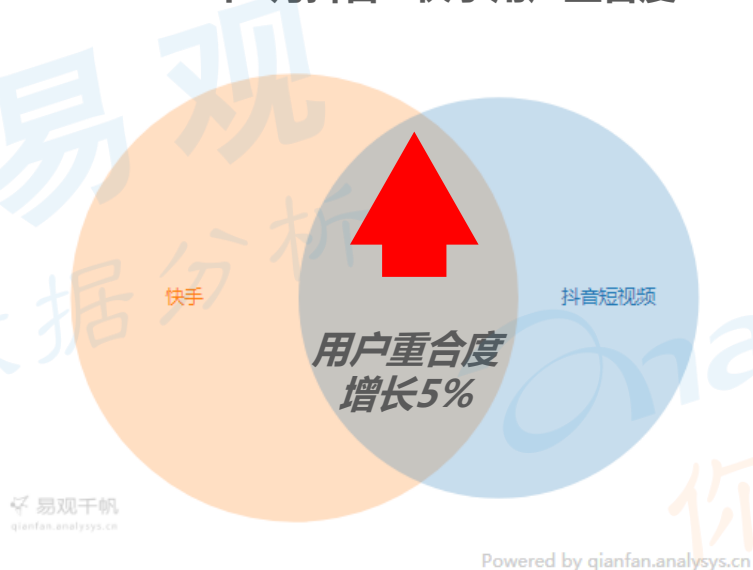
7.5.2 短视频：行业竞争加剧，快手、抖音互相杀入对方腹地

- 2019年，短视频行业整体保持高速增长态势的同时，头部应用重合度增加5%，表明行业竞争不断加剧
- 在过去一年快手内容升级明显，对短视频行业的认知也在发生变化。这直接推动了快手在高线城市的有效“进攻”。过去半年，高线城市大量的创作者，以及主要的MCN机构，开始涌入快手，实打实地带动了快手在高线城市用户的整体增长
- 截止2019年6月，快手超一线用户及用户比重已接近5成，预计下半年市场竞争将日趋激烈

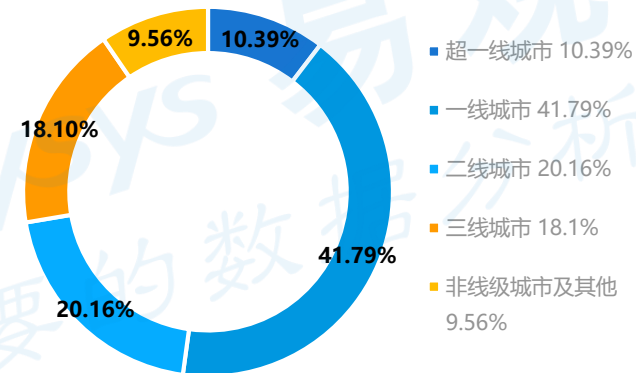
2019年6月快手用户年龄分布



2019年6月抖音&快手用户重合度



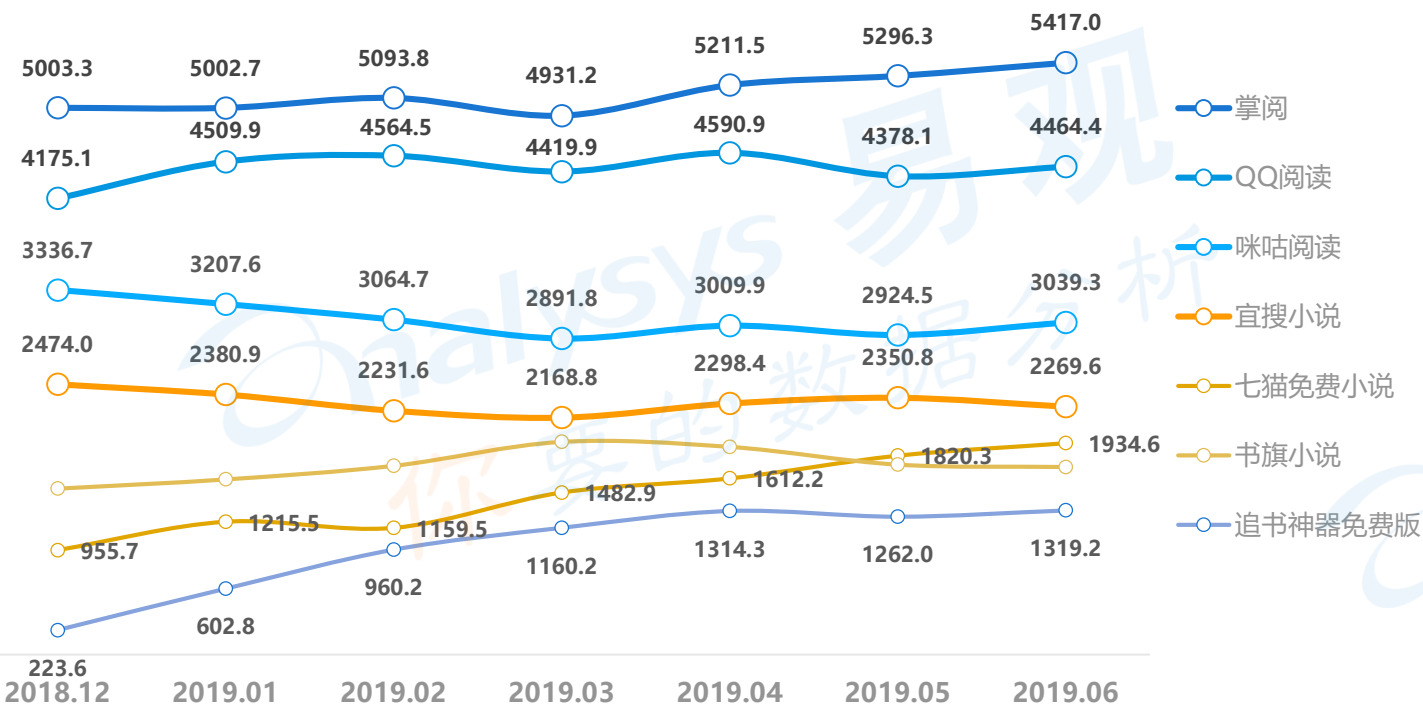
2019年6月抖音用户年龄分布



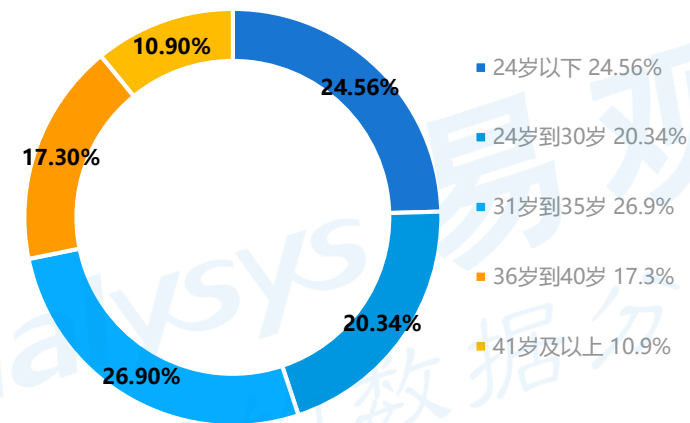
7.6.1 移动阅读：免费模式依旧是获客利器

2019年上半年，移动阅读领域小幅增长5.3%，掌阅凭借“网络原创文学+版权衍生”继续领跑行业；免费阅读依旧是阅读领域的“王道”，七猫4月频频登陆App Store免费图书榜首，并领先抖音、今日头条，居于总榜第一，19年上半年用户环比增长102%，从用户年龄结构来看，35岁以下的中青年群体为其核心用户群体

2018年12月-2019年6月阅读领域应用用户规模

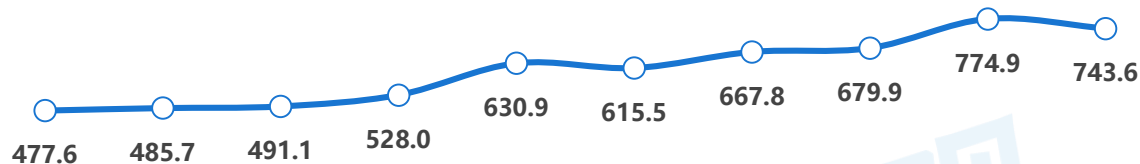


2019年6月七猫免费小说用户年龄分布



7.7.1 教育：英语流利说瞄准一线城市大学生群体增长迅猛

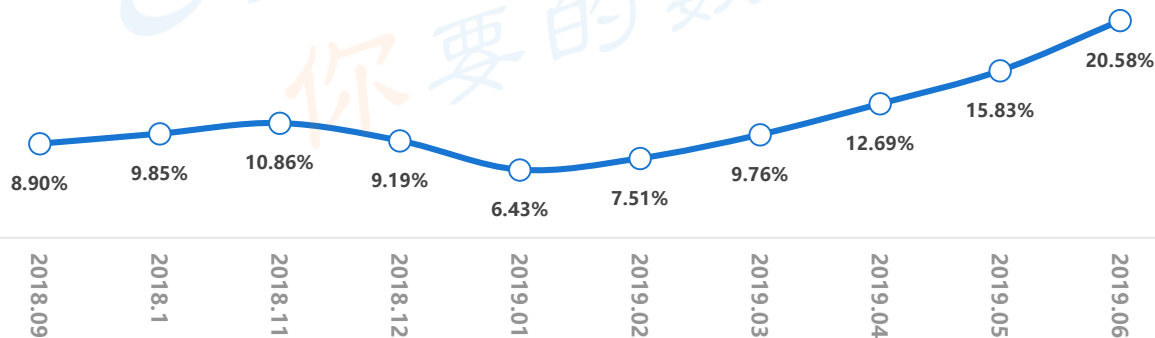
2018年9月-2019年6月英语流利说领域用户规模



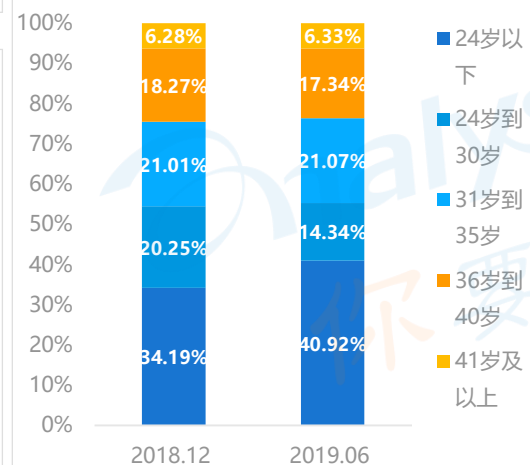
2018.09 2018.10 2018.11 2018.12 2019.01 2019.02 2019.03 2019.04 2019.05 2019.06

2019年上半年，教育领域整体保持稳定小幅增长，其中，外语学习类表现较为突出，以英语流利说为例，用户同比增长40.8%，其社群运营模式，促进用户留存度不断提高，并且19年上半年，其核心用户群在一线城市大学生群体的比重有一定幅度提升

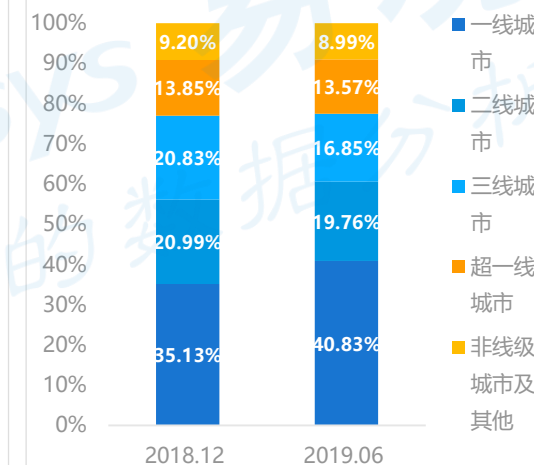
2018年9月-2019年6月英语流利说次月留存率



2018年9月-2019年6月英语流利说用户结构

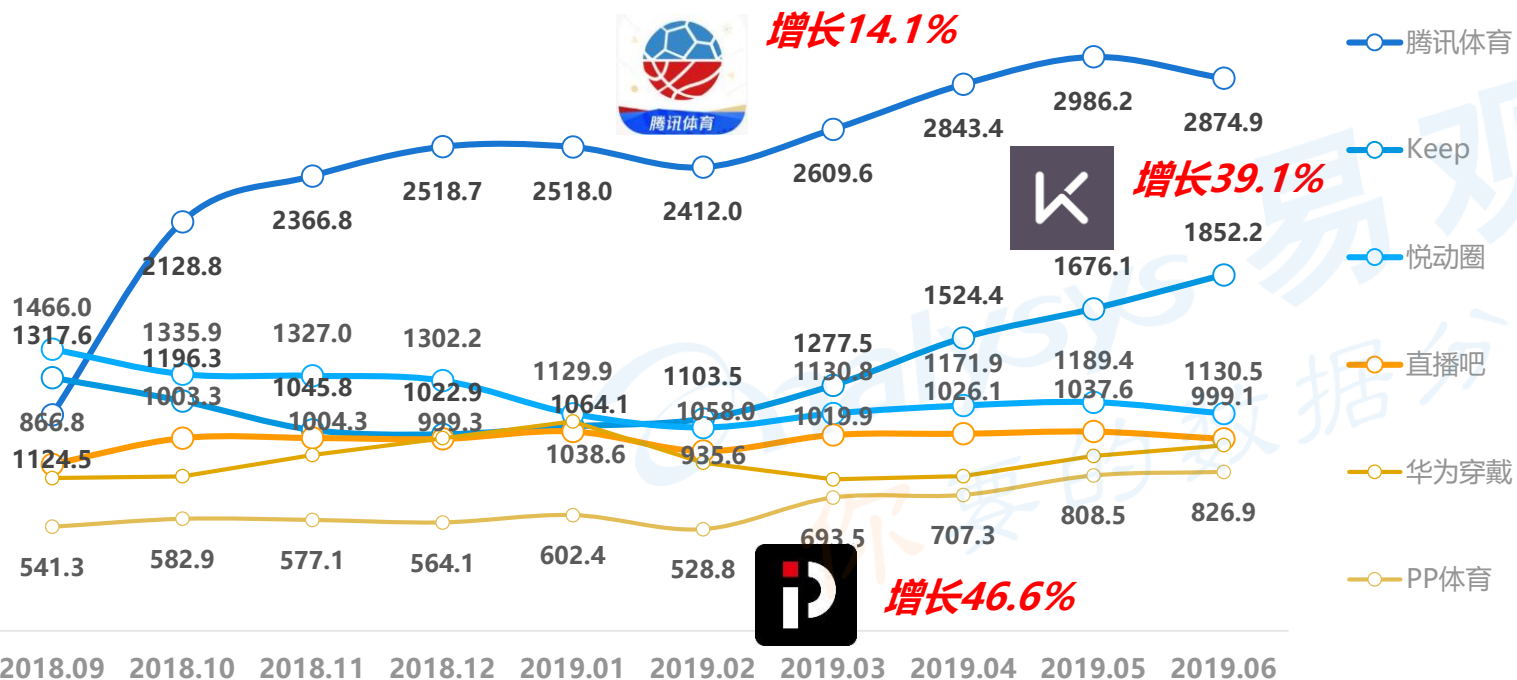


2018年9月-2019年6月英语流利说用户结构



7.8.1 体育：竞技体育与运动健身双双爆发

2018年9月-2019年6月体育领域用户规模

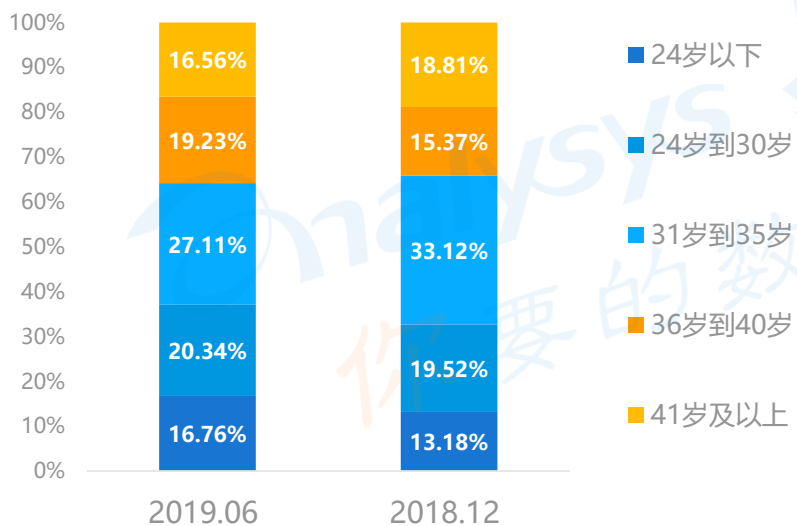


- 2019年上半年体育行业呈现爆发态势，领域用户环比增长68.1%，竞技观赛体育和群众健身双增长
- 竞技体育中，腾讯体育凭借核心版权NBA对年轻用户群体的影响力，继续保持行业领先地位，用户环比增长14.1%；而PP体育凭借5大联赛版权运营，用户增长迅猛，并且31-35岁高消费群体比重进一步增长
- 而运动健身领域中，随着网民健身意识的觉醒、以及健身场所的众多限制的现状，使得keep的出现就填补了时代的需求，19年上半年用户继续保持高速增长

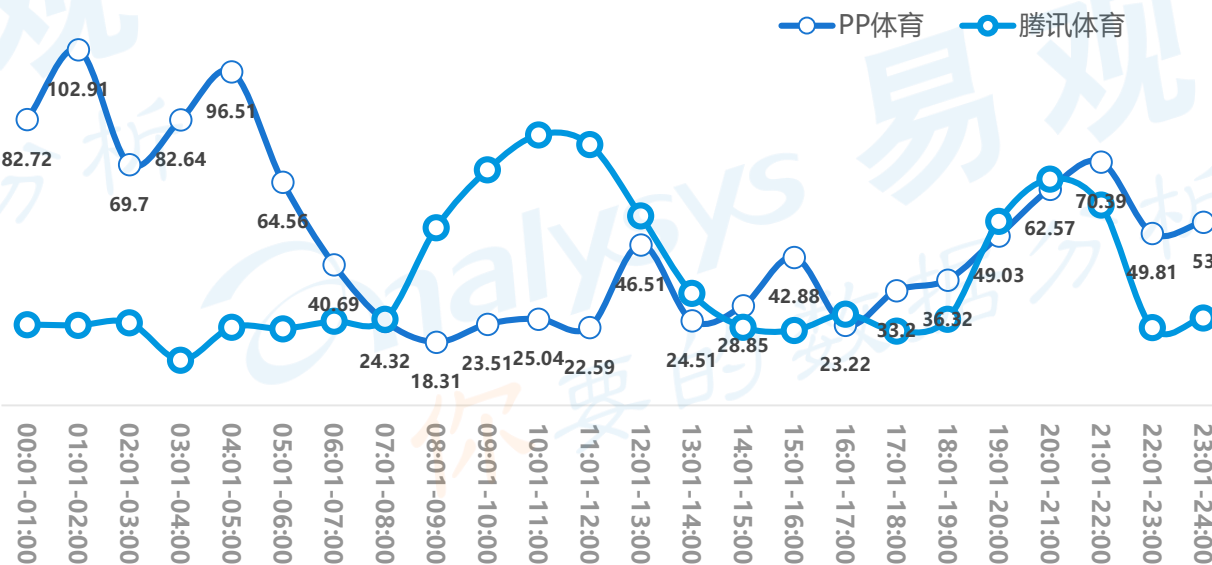
7.8.2 体育：PP体育手握五大联赛版权，高质量用户群体稳步增长 Analysys 易观 你要的数据分析

▶ 竞技体育中，上半年PP体育表演亮眼，用户同比增长46.6%，以足球为核心的运营理念逐步获得用户认可，并且从用户结构来看，31-35岁的高购买力用户比重不断增加，平台商业价值凸显；另外对比腾讯体育，两平台的用户分时数据有较大差异，由于五大联赛多集中于凌晨，PP体育在凌晨也有较强的用户活跃度

2018年9月-2019年6月PP体育用户结构



2019年6月PP体育&腾讯体育用户分时数据



7.9.1 健康：紧抓用户安全痛点，小豆苗用户规模稳步增长

2019年，移动互联网在医疗领域继续深化，小豆苗通过抓住用户对疫苗安全担忧的痛点，通过门诊医生背书，树立品牌形象；并通过儿科相关内容输出提升用户粘性，上半年用户环比增长17.9%

解决用户使用安全痛点



小豆苗应用是各地门诊医生推荐给家长使用的，品牌形象专业、可信

强内容属性



应用强调内容输出，从疫苗的科普内容开始，到儿科相关内容，不断占领用户的心智

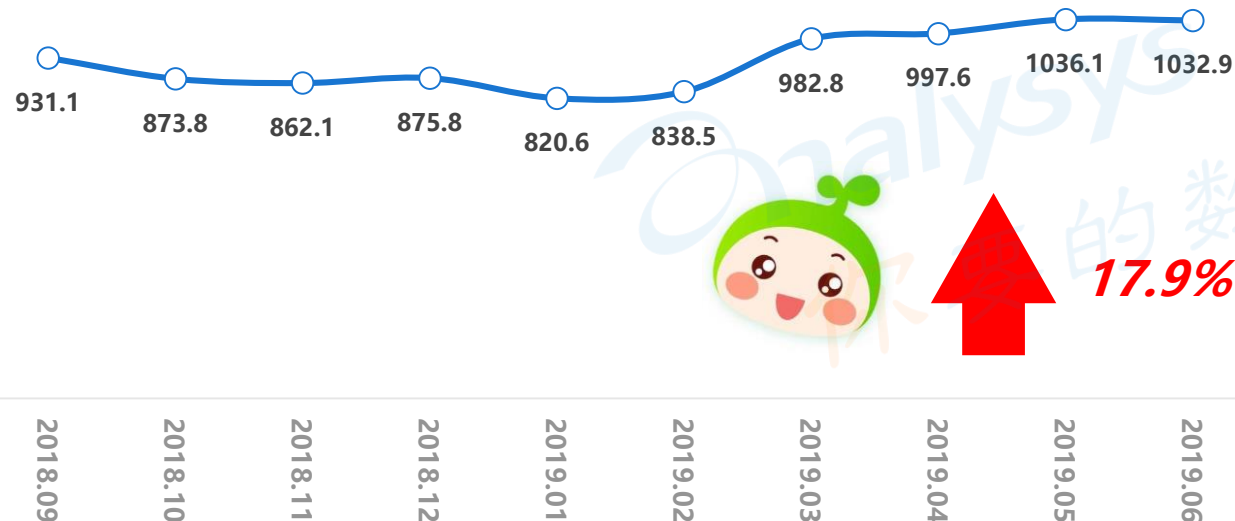


精准推送

大量用户来源于门诊下载



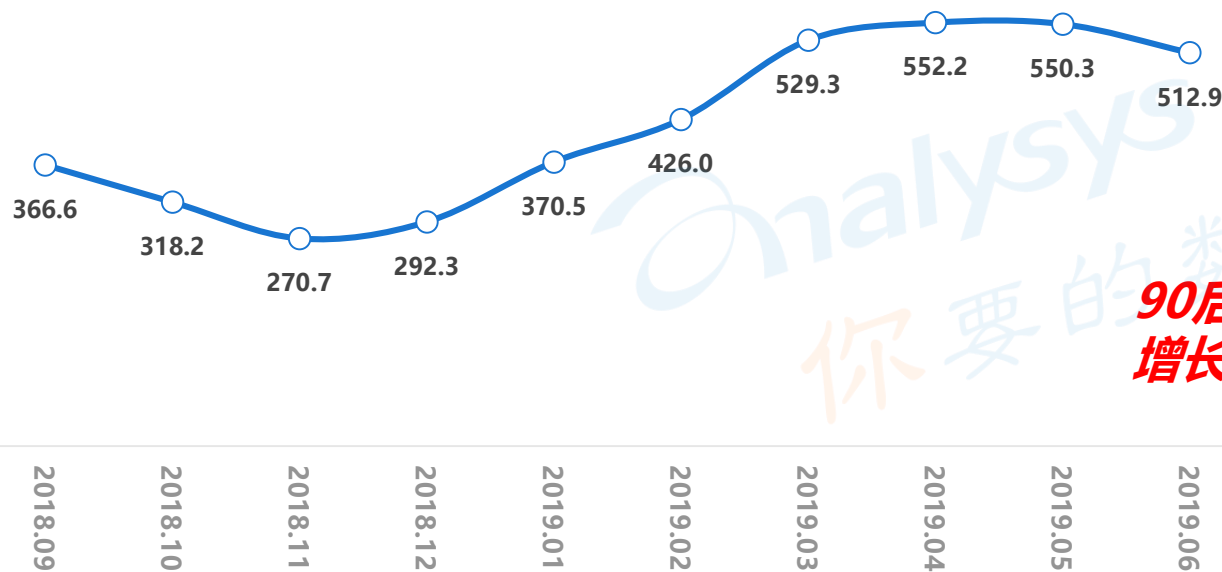
2018年9月-2019年6月小豆苗用户规模 (万人)



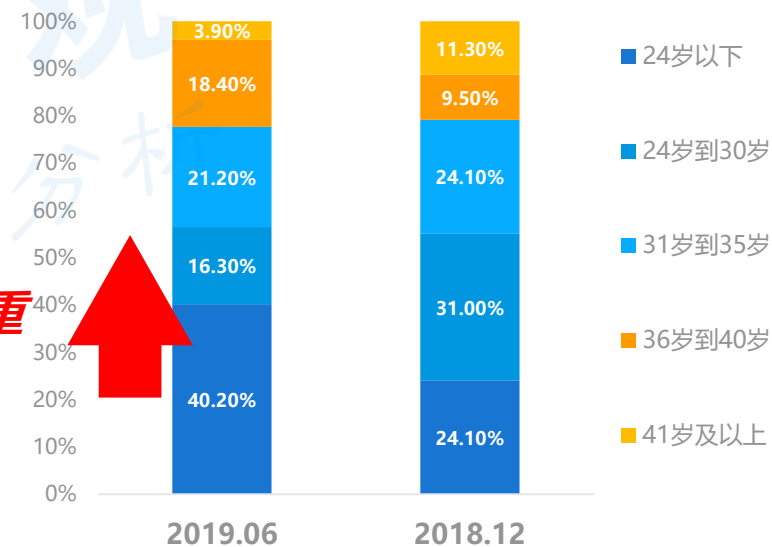
7.9.2 健康：蜗牛睡眠把握95后睡眠痛点，上半年用户规模大幅增长

上半年，蜗牛睡眠成为领域增长亮点，白噪音、助眠曲、睡前故事等助眠音频，为用户提供多样的助眠选择，帮助睡眠困难用户更快速入眠。更有有趣的梦话记录功能，增加了用户粘性，更吸引了不少90后使用蜗牛睡眠APP，睡眠经济正在不断兴起

2018年9月-2019年6月蜗牛睡眠用户规模 (万人)



2018年12月-2019年6月蜗牛睡眠用户年龄分布



7.10.1 上半年华为手机业务表现亮眼带动生态内应用全面爆发 Analysys 易观 你要的数据分析

受益于中美贸易摩擦中的强势表现，华为点燃国人爱国热情，促使其市场份额快速提升，用户使用率环比增长2.24%；其软件生态也受益于硬件的表现强势，华为应用市场用户规模环比增长14.6%，其已成企业推广中不可忽视的一个强大的用户渠道

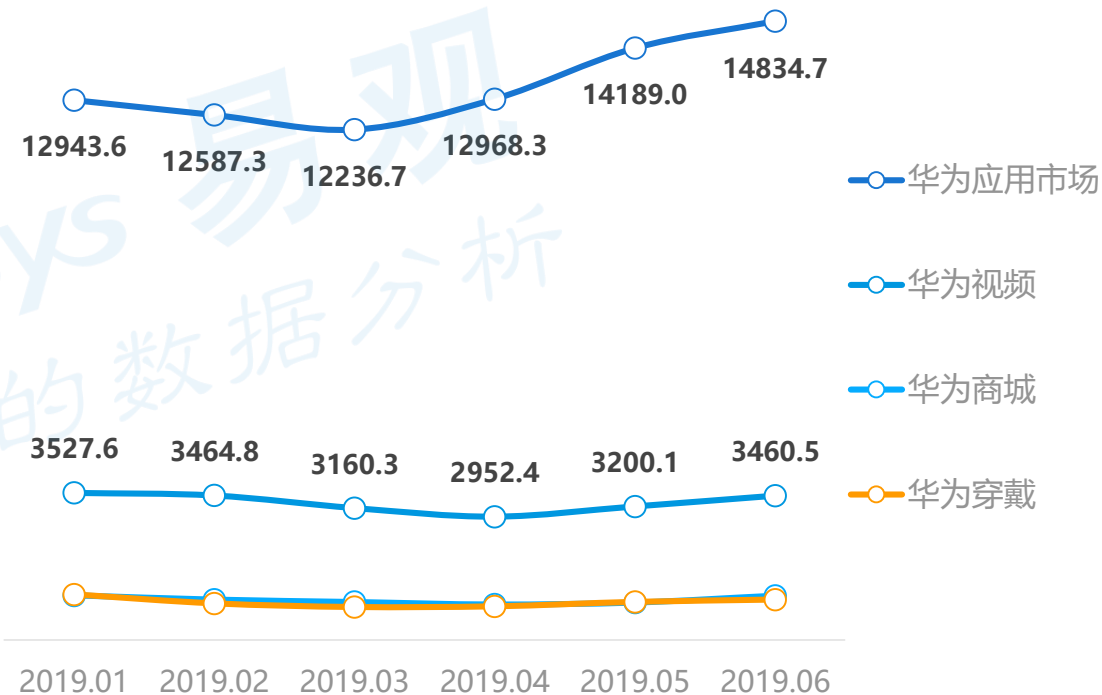
2018年12月-2019年6月各品牌手机用户使用同比增长



手机应用生态



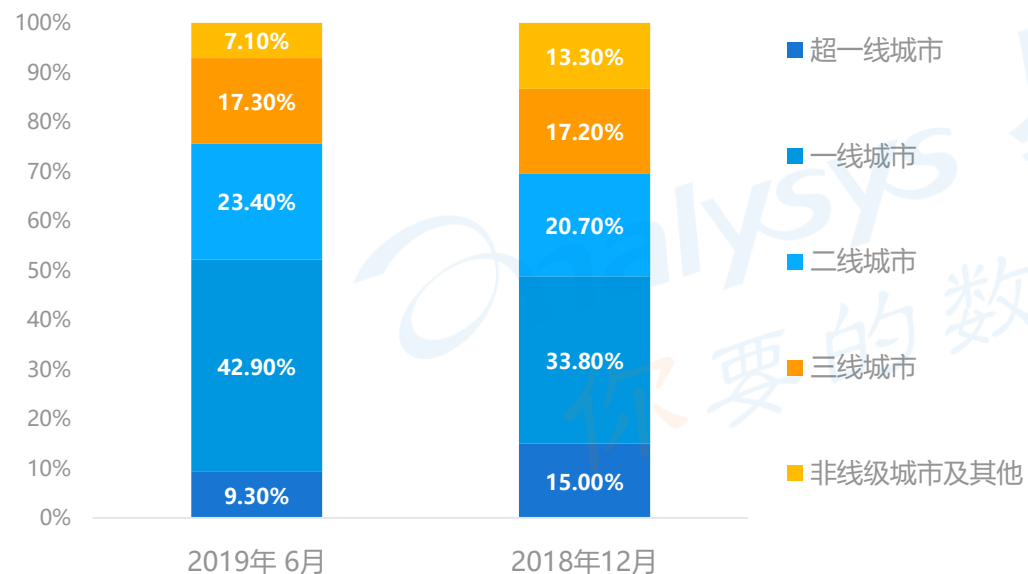
2019年上半年华为应用用户规模



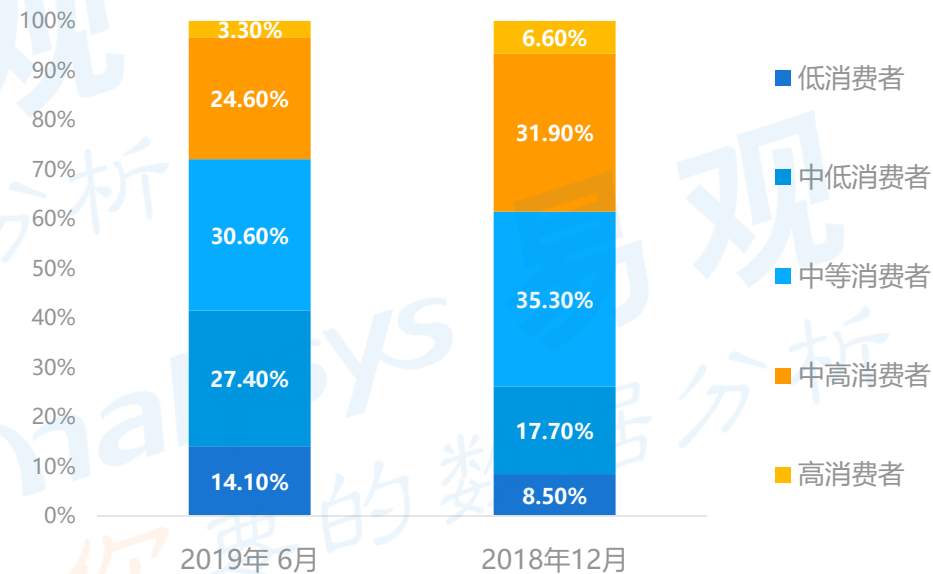
7.10.2 华为用户地域下沉明显，品牌地位与日俱增

从用户结构来看，华为用户市场下沉显著，上半年其产品在三、四城市中也取得了较好的用户渗透；并且其产品受众的用户消费水平，相对12月也有所下降；这表明华为在国人心目中的品牌地位与日俱增

2018年12月-2019年6月华为用户城市分布



2018年12月-2019年6月华为用户消费水平分布



PART 3



➤ 半年度用户增速榜单

© Analysys 易观

www.analysys.cn

半年度用户增速榜单（半年前10万以内应用）

序号	10万级应用	2019年6月MAU (万人)	同比增长
1	中考必备知识大全	8.7	4250.0%
2	虚拟乒乓球	16.6	4050.0%
3	鲸鱼文件管理器	6.6	3200.0%
4	有奖问答	39.3	2707.1%
5	果冻橡皮章	18.5	2542.9%
6	耽美小说	28.0	2445.5%
7	酷我K歌 TV版	5.9	1866.7%
8	小说阅读器	5.8	1833.3%
9	火柴人足球2016	21.0	1809.1%
10	乐学园地	16.8	1766.7%

数据来源：易观2019

半年度用户增速榜单（半年前10-100万以内应用）

序号	10-100万级应用	2019年6月MAU (万人)	同比增长
1	换机助手	305.7	761.1%
2	图片合成器	147.6	345.9%
3	哈哈文库	82.8	345.2%
4	极速清理大师	50.1	288.4%
5	艺术升	70.2	283.6%
6	透视手机	46.1	260.2%
7	高考直通车	38.9	238.3%
8	英语四级君	36.4	213.8%
9	妙健康	103.9	203.8%
10	桔子分期	57.5	188.9%

数据来源：易观2019

半年度用户增速榜单（半年前100-1000万以内应用）

序号	100-1000万级应用	2019年6月MAU (万人)	同比增长
1	追书神器免费版	1319.2	490.0%
2	快影	444.8	175.8%
3	DJ多多	235.9	122.5%
4	省钱快报	1050.8	114.4%
5	升学e网通	296.7	104.1%
6	七猫免费小说	1934.6	102.4%
7	球球视频	1446.1	93.4%
8	Owhat	210.7	91.9%
9	宝贝听听	200.5	89.5%
10	易车	1351.7	84.2%

数据来源：易观2019

半年度用户增速榜单（半年前1000-5000万以内应用）

序号	1000-5000万级应用	2019年6月MAU (万人)	同比增长
1	微视	3044.3	128.1%
2	马蜂窝旅游	2173.0	100.0%
3	Keep	1852.2	81.1%
4	Faceu激萌	4872.4	50.9%
5	快看漫画	3130.5	38.4%
6	小红书	4551.0	37.2%
7	B612咔叽	6131.8	27.5%
8	波波视频	2326.7	26.9%
9	安智市场	2258.7	26.6%
10	YY	2820.3	24.8%

数据来源：易观2019

半年度用户增速榜单（半年前5000-10000万以内应用）

序号	5000-10000万级应用	2019年6月MAU (万人)	同比增长
1	芒果TV	11134.2	39.1%
2	好看视频	7401.6	28.6%
3	凤凰新闻	6019.6	19.4%
4	网易云音乐	8879.8	17.7%
5	vivo应用商店	8364.9	17.4%
6	360手机助手	10972.6	14.0%
7	苏宁易购	5720.3	13.6%
8	哔哩哔哩	7268.5	11.9%
9	喜马拉雅	9038.3	11.5%
10	唱吧	5842.6	11.3%

数据来源：易观2019

半年度用户增速榜单（半年前5000-10000万以内应用）

序号	5000-10000万级应用	2019年6月MAU (万人)	同比增长
1	快手	36637.1	30.5%
2	抖音短视频	29278.5	25.0%
3	华为应用市场	14834.7	19.3%
4	360清理大师	12210.5	16.2%
5	拼多多	30673.5	12.0%
6	酷狗音乐	25864.1	8.5%
7	西瓜视频	13454.5	7.0%
8	百度地图	22303.5	6.8%
9	QQ音乐	24995.6	5.9%
10	QQ	58469.1	5.7%

数据来源：易观2019

数据驱动精益成长

- 易观方舟
- 易观千帆
- 易观万像



易观方舟试用



易观千帆试用



易观订阅号