

2014年度无线行业数据报告

2015-01-15

献给2014年在移动互联网默默付出的亲们！

报告背景

2007年第一代iPhone发布以来，开启了智能手机的新时代，而正是智能手机在这七年多的逐步普及，才让移动互联网进入了突飞猛进的时期，越来越多的用户开始习惯于智能手机带给他们生活的便利，移动互联网生态环境逐渐成熟。

无线数读平台，三年多来致力于App的一站式数据服务解决方案，Enable移动开发者实现数据化运营。目前已经接入了600多个阿里巴巴集团内及外APP，为这些APP的开发者及运营方提供维度丰富的统计数据 and 人群精准化服务。

报告数据样本来源于数读平台接入的APP匿名抽样数据，不涉及具体用户的个人信息和交易数据。数据统计力求客观、公正地反映移动互联网行业的发展态势。

2014年度活跃移动设备增长显著

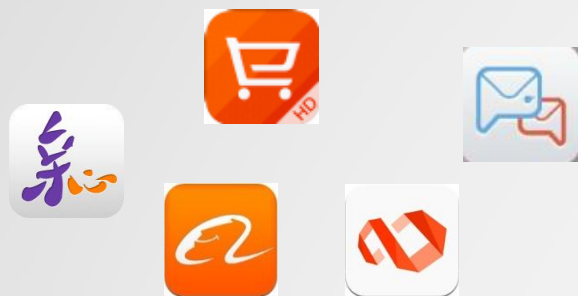
平台数据显示，2014年度累计活跃移动设备数增长显著，如果将这些智能移动设备绕地球赤道竖排，已经可绕赤道1.5圈了！



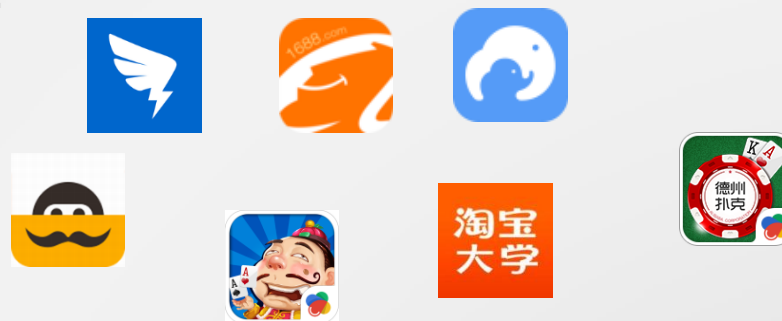
年度新接入APP有80+

2014年度，平台新接入APP有80个之多，不同行业类型，百花齐放。

Q1



Q2



Q3



Q4



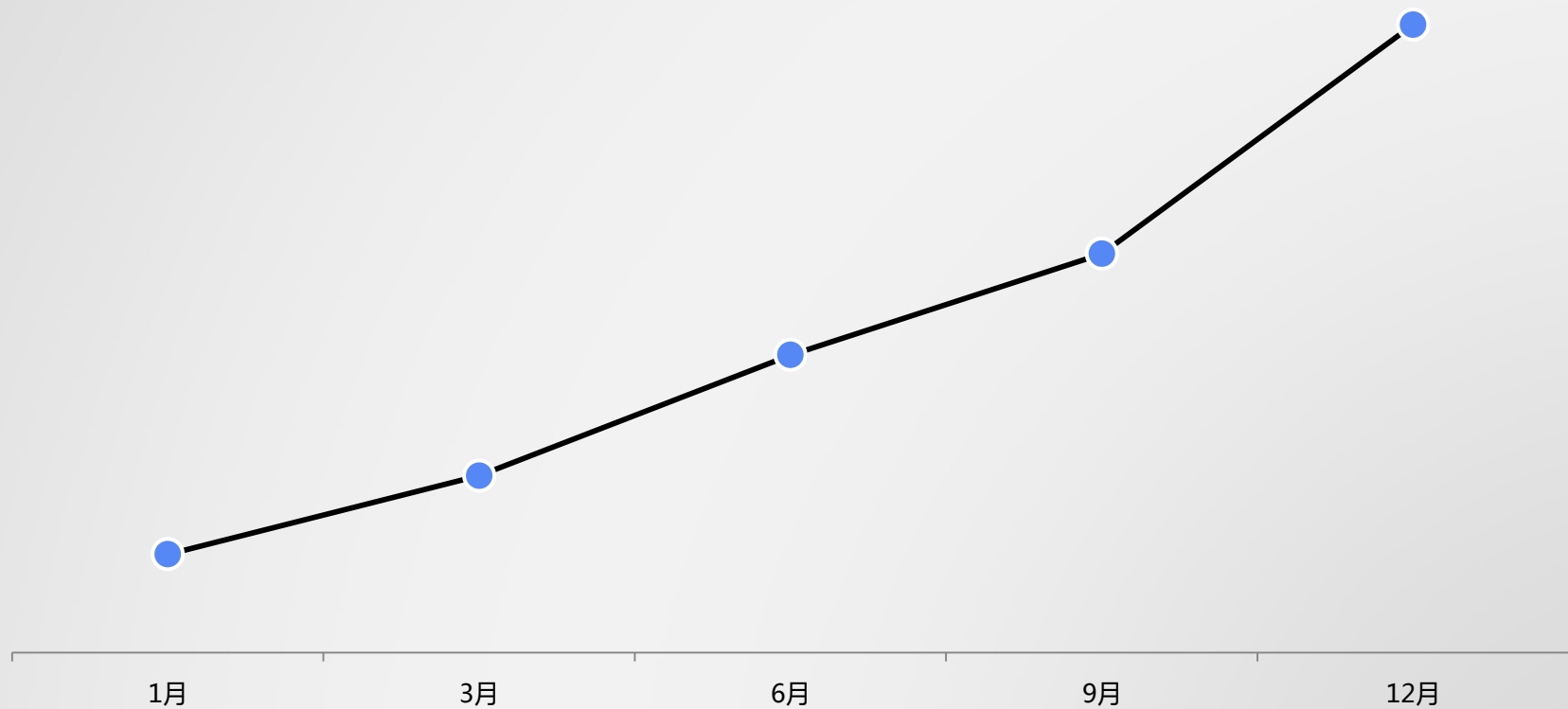
购物、音乐类用户体量大；旅行、电视类增速快

平台数据显示，从2014年底日活跃用户数来看，TOP 5 的App依次为手机淘宝、天天动听、天猫、旺信、快的；而从活跃用户增长率看，TOP 3依次为去啊、TV及云OS相关应用



新兴市场：电视盒子用户增长迅速

电视盒子的活跃用户，在2014年度增长十分强劲，这与大家对新兴市场的热衷不无相关。



哪些应用更能黏住用户？

从日启动次数来看，提供给商家使用的APP有较高启动次数，如快的司机版、点点掌柜、速卖通卖家；而从日使用时长来看，影音、游戏、读书则非常突出。

每天最爱启动



快的司机



点点掌柜



速卖通卖家

每天最长时间使用



聚好玩斗地主



TV相关



天天动听

周末及深夜最爱APP

哪些应用周末更受欢迎呢？作为家庭娱乐设备的iPad，很容易理解；除此，宅货们周末宅家要吃东西（淘点点）、看电视（TV相关）；休闲的夜晚，除了实用的打车应用外，用户也爱玩玩小游戏，逛逛二手来打发时间。你中招了么？

周末最受欢迎



Pad相关



淘点点



TV相关

深夜最受欢迎



快的司机



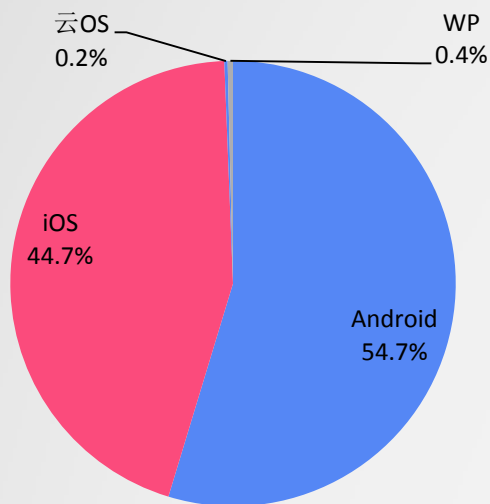
暖暖环游



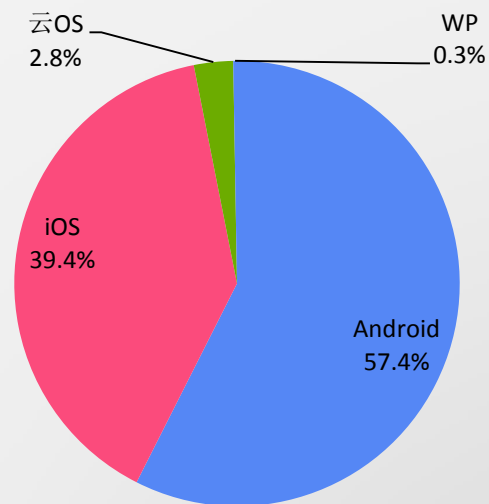
闲鱼

Android用户市场份额仍在增大

对比2013及2014年12月的数据看，Android用户市场份额增加了近3个百分点，说明Android用户的增速仍高于iOS；另外，云OS经过一年的沉淀，市场占比也提升了2.5pct。



2013年12月



2014年12月

Android用户月度留存率提升幅度更大

Android用户体量增长的同时，留存率也表现较好；对比2013及2014年的两大系统APP用户的月度留存率，发现Android用户的提升幅度是iOS的4倍之多。

2014年12月




+9.0% 

vs

2013年12月

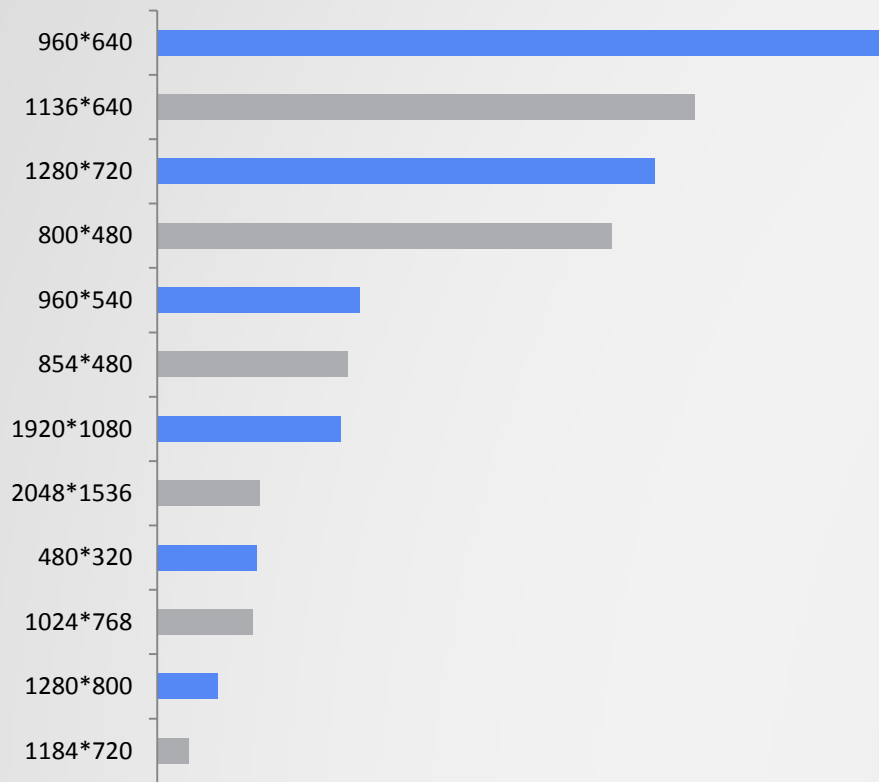


+2.1% 

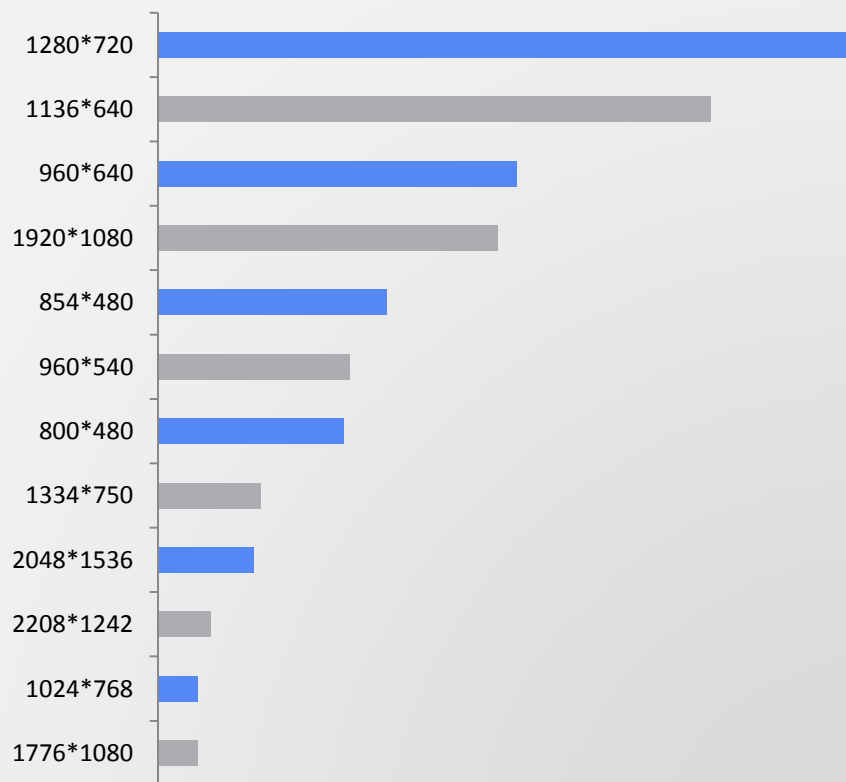
大屏设备趋势明显

对比2013及2014年12月的TOP设备分辨率来看，用户设备分辨率平均增加了198*103

2013年12月

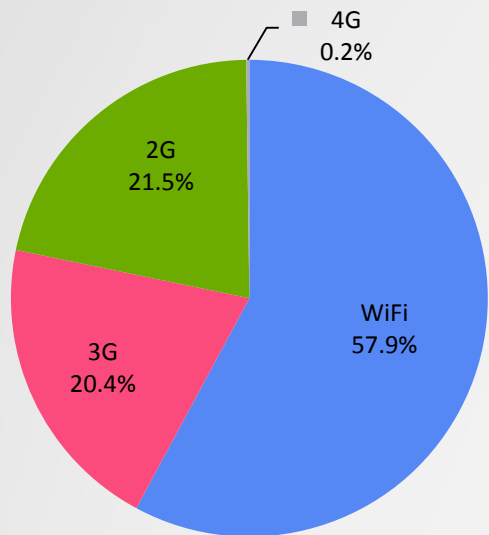


2014年12月

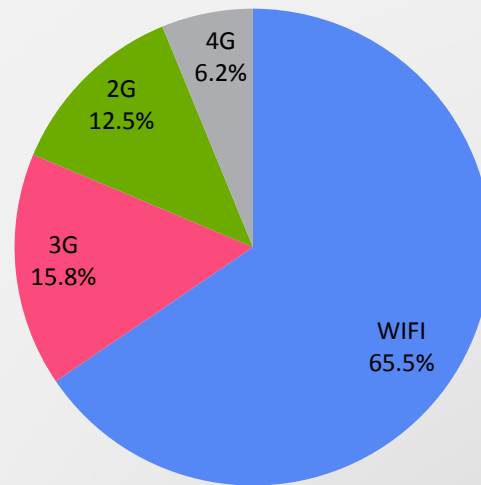


4G网络用户增长迅猛

对比2013及2014年12月的用户使用网络数据看，4G用户从几乎为0的份额经过一年后增加了6个百分点；同时，WIFI用户的比例也在一路增长。



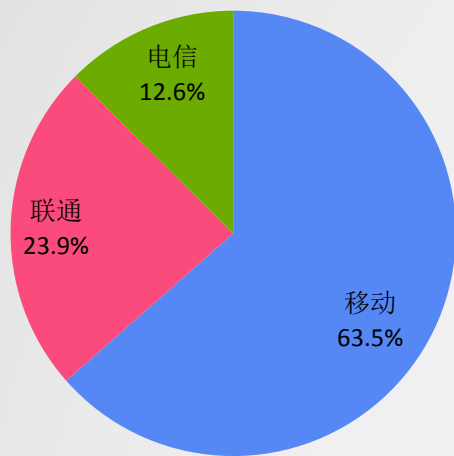
2013年12月



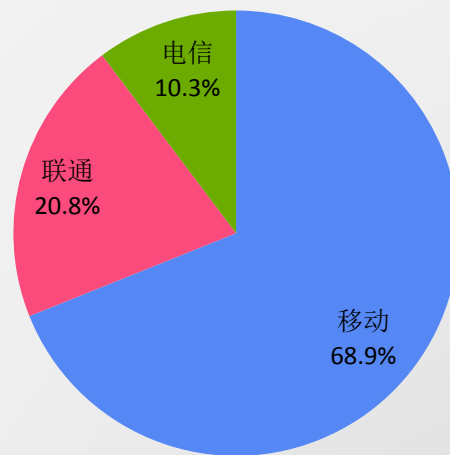
2014年12月

中国移动市场份额进一步扩大

对比2013及2014年12月的运营商占比数据，中移动市场占比从63.5%增长至68.9%，可谓一家独大；联通、电信的用户占比相应萎缩。



2013年12月



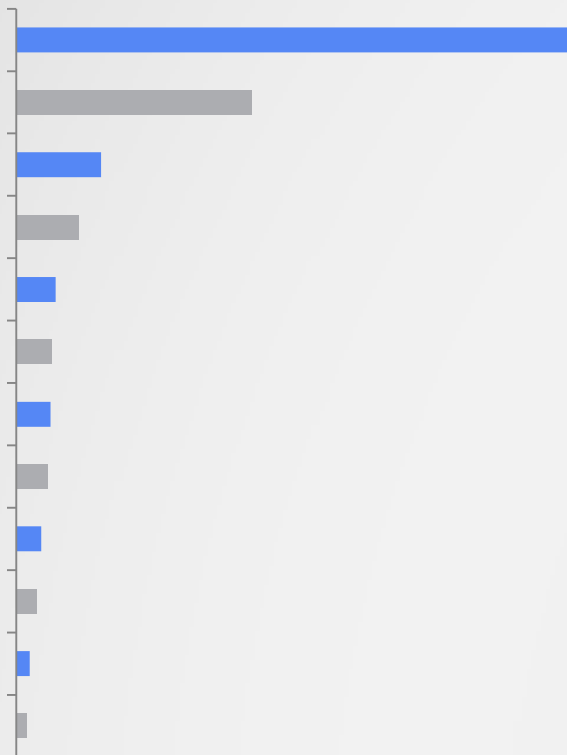
2014年12月

设备品牌：Gionee表现突出

对比2013及2014年12月的TOP设备品牌用户数据，联想、htc、索爱排名出现严重下滑，而Gionee设备首次进入TOP排行榜，表现不俗。

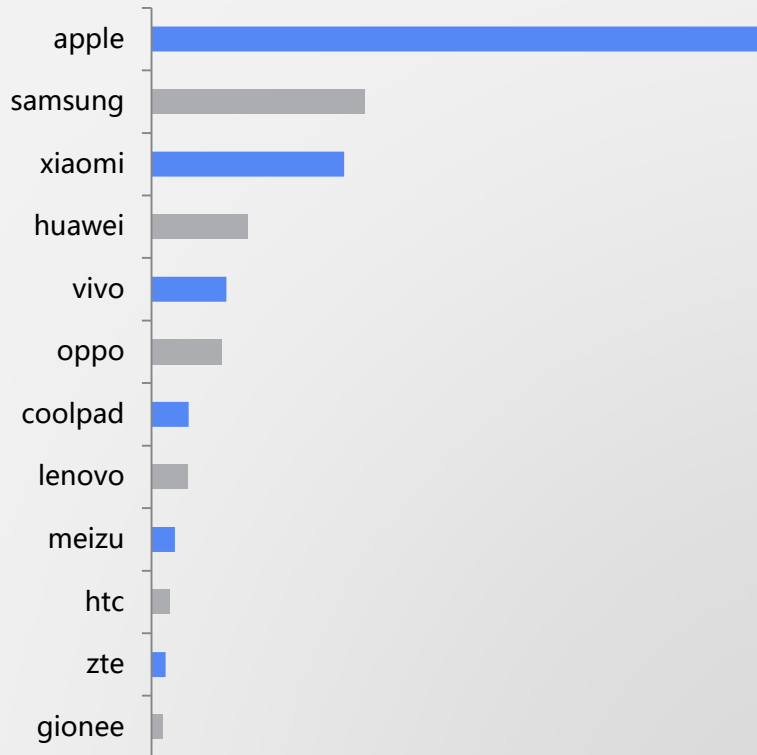
2013年12月

apple
samsung
xiaomi
huawei
lenovo
oppo
htc
vivo
coolpad
zte
meizu
sonyericsson



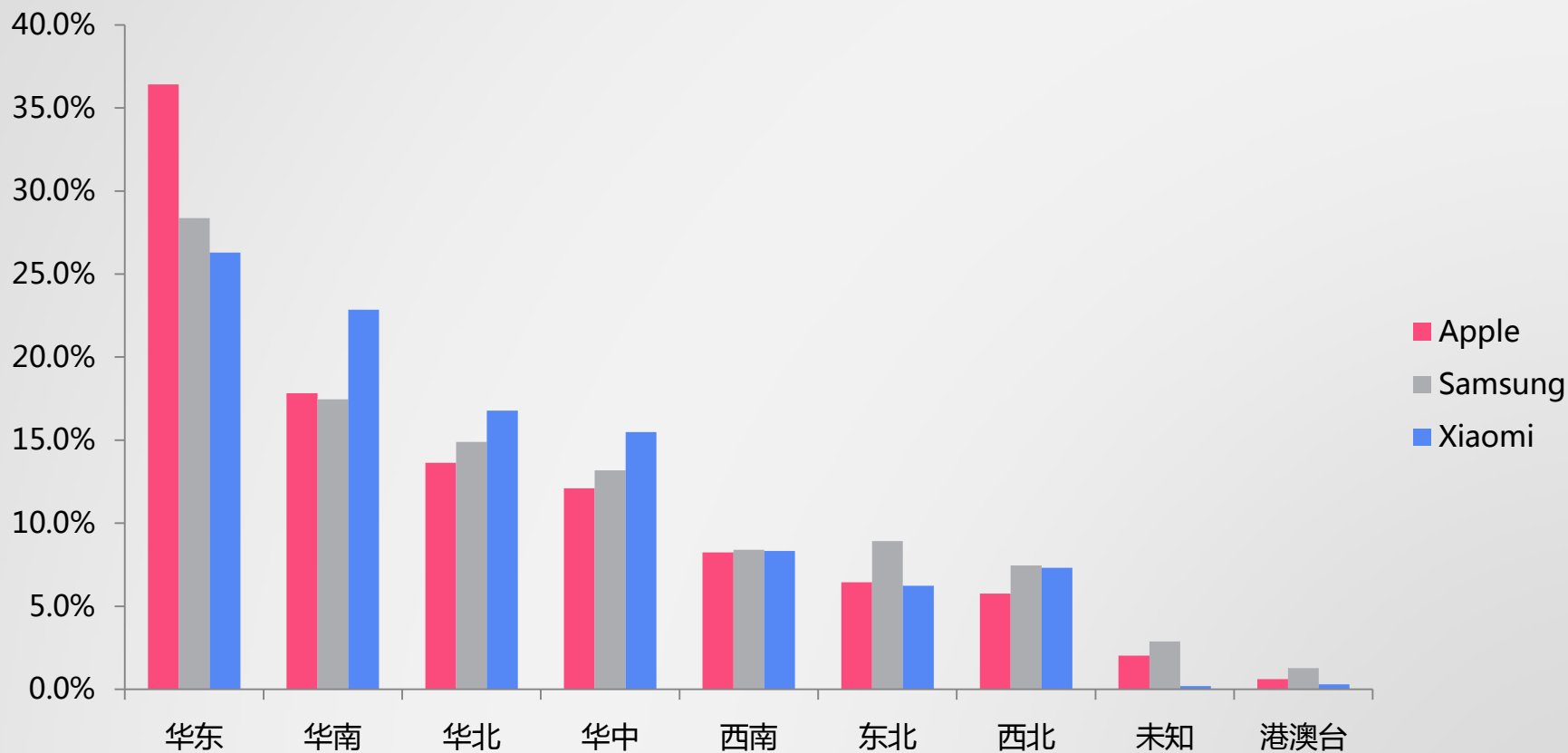
2014年12月

apple
samsung
xiaomi
huawei
vivo
oppo
coolpad
lenovo
meizu
htc
zte
gionee



设备品牌：小米在更多区域占据优势

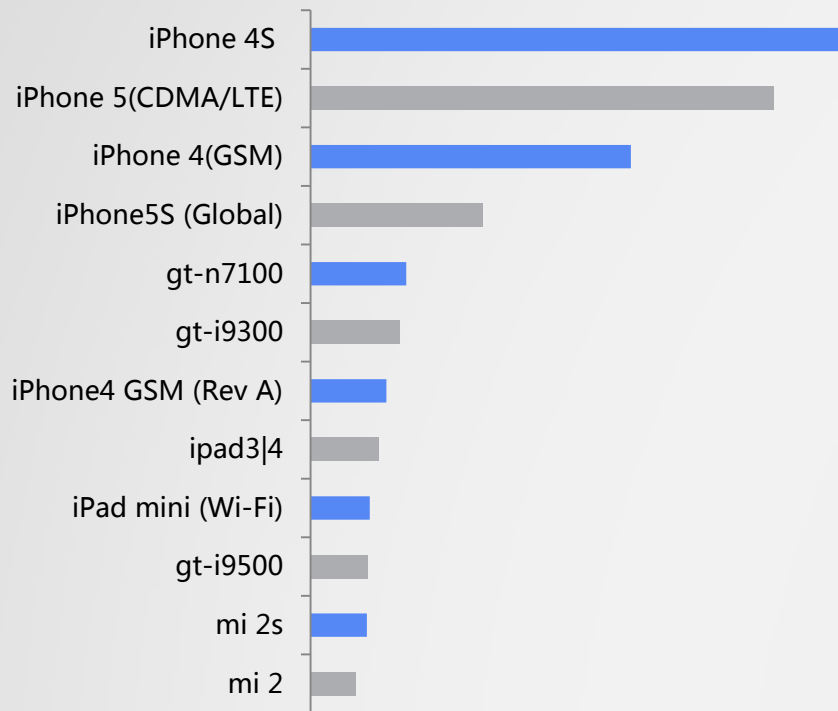
苹果、三星、小米三大品牌在区域用户占比上有明显差异：苹果在华东地带明显的优势，小米在华南、华北、华中有更高一些的用户份额，而三星则在东北、港澳台更受欢迎。



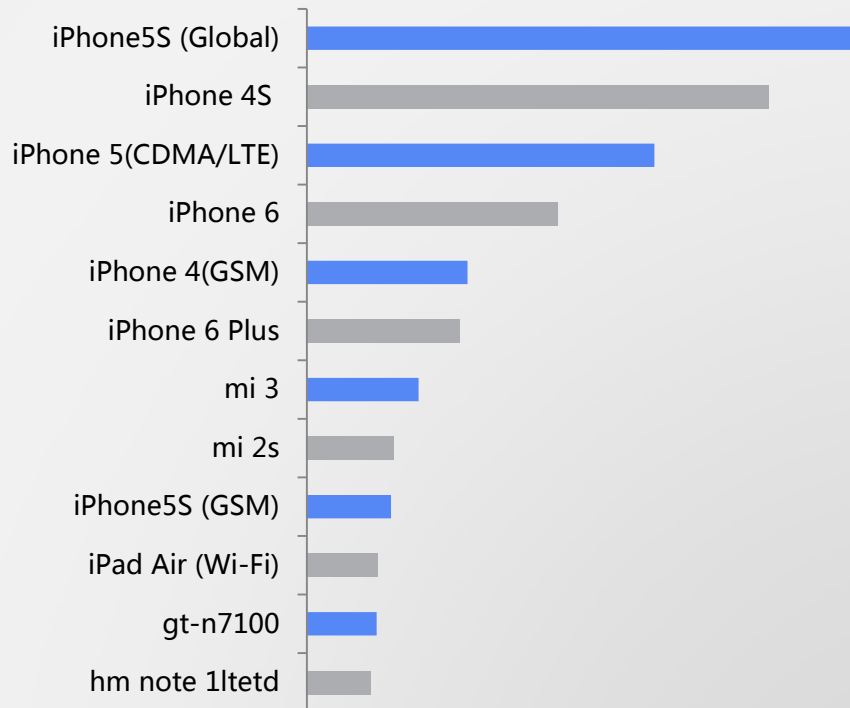
设备机型：小米有3款机型表现突出

对比2013及2014年12月的TOP设备机型数据：iPhone 5S占据第一位，同时乔帮主最后一款手机4S仍旧有很大的用户量；另外，小米的手机排名提升不少，除了米3，米2S，红米也挤入榜单

2013年12月



2014年12月



女人也爱Plus

2014年9月10号苹果正式发布了iPhone 6及6 Plus之后，这两个型号的设备活跃用户越来越多，在10月初时，6是6 Plus用户的4倍，但到12月底比例缩小为1.65倍，表现出6 Plus的用户在快速增长，同时6 Plus也深受女性用户喜爱

iPhone 6



4

iPhone 6 Plus



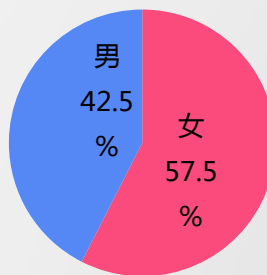
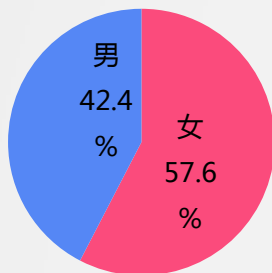
1

10月第一周用户比例

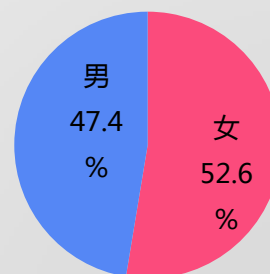
1.65

1

12月最后一周用户比例

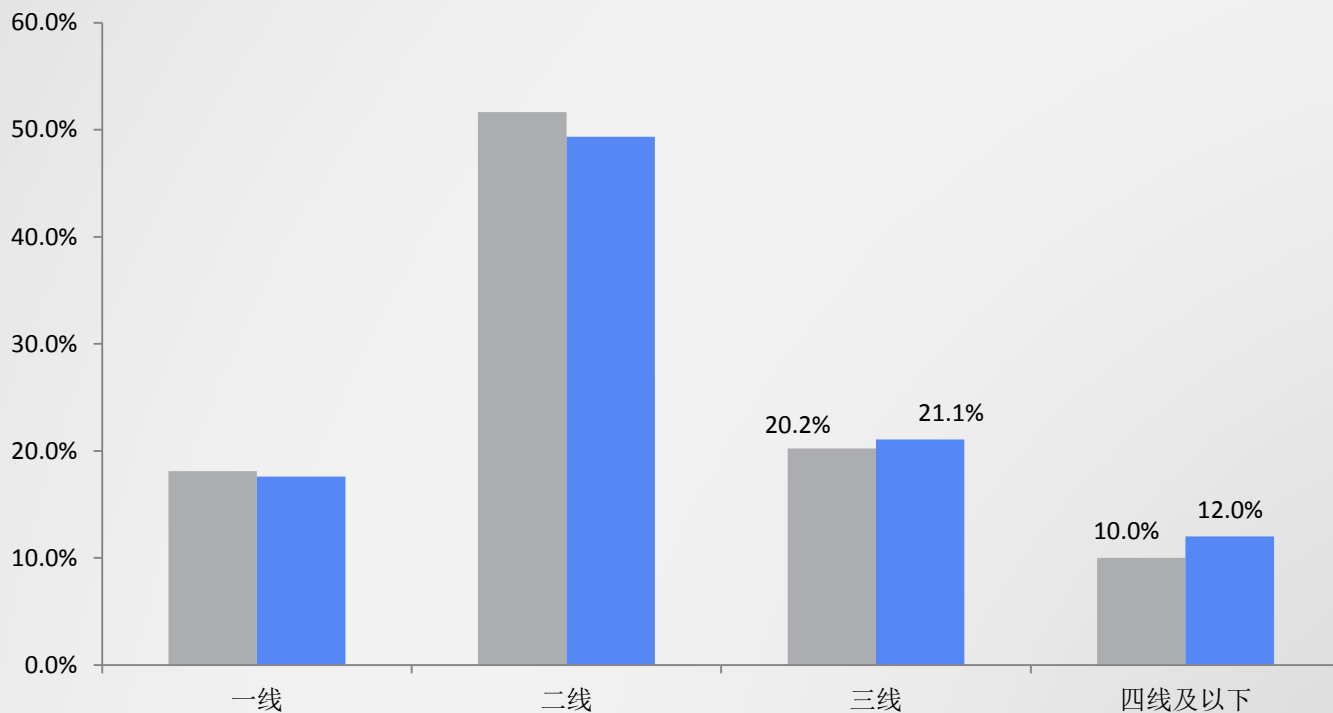


iPhone 4s



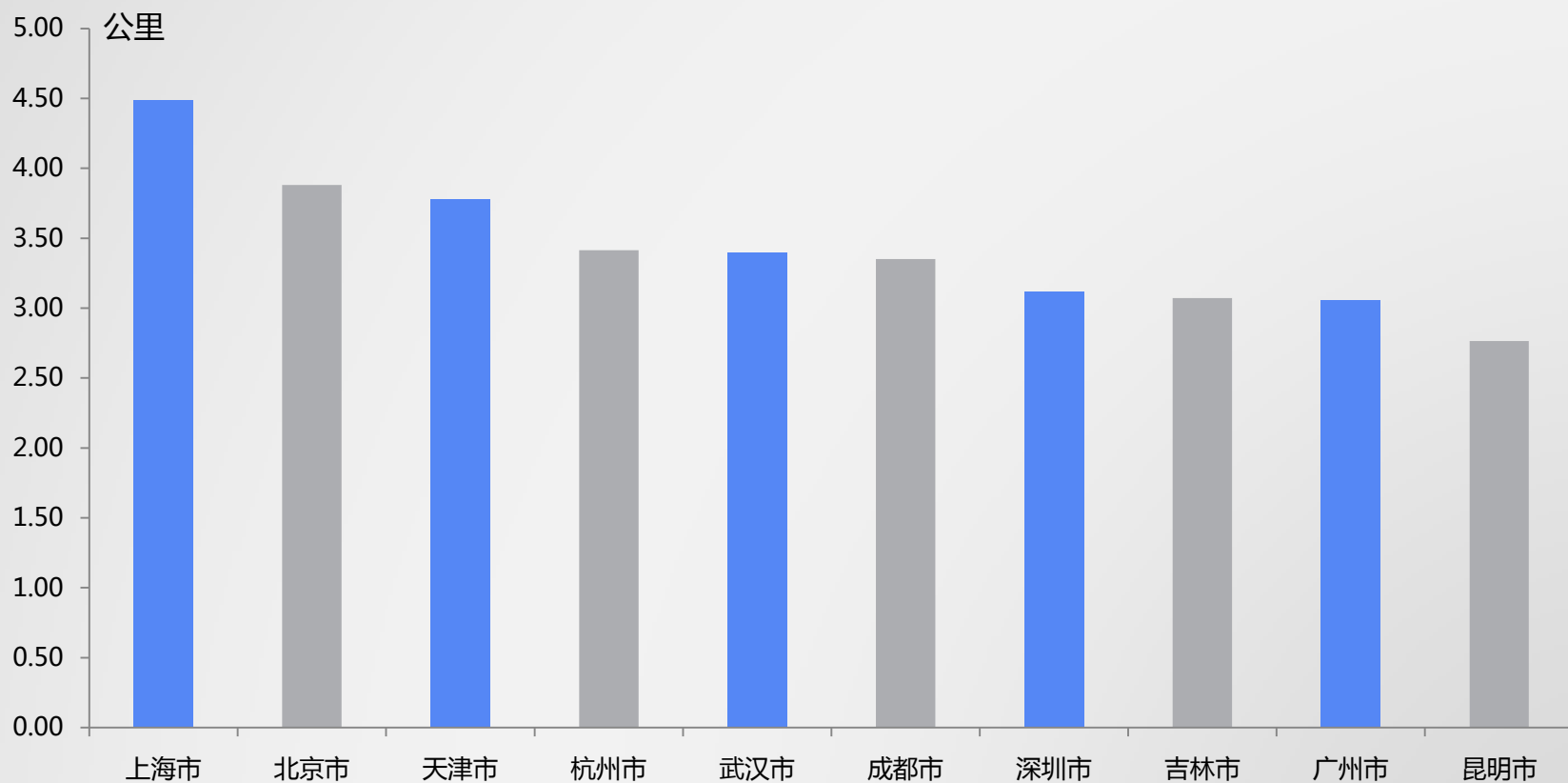
三四线及以下城市用户增速更快

对比2013及2014年12月的数据看，三四线及以下城市有更大的优势，其用户份额增长了3个百分点，说明移动互联网在增速普及。



上海用户活动范围最大

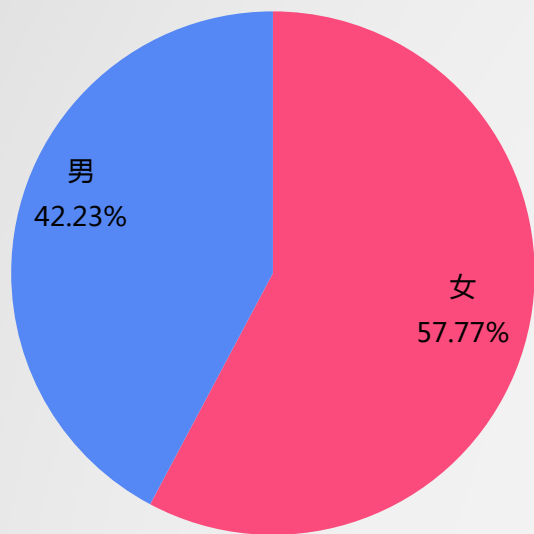
分城市来看用户移动的距离（球面距离），上海用户活动范围最大，人均达4.5公里



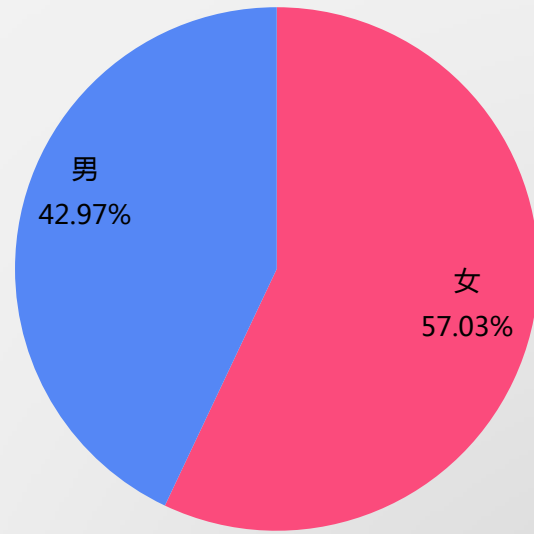
口径说明：用户移动距离是取了当日有两个以上位置，计算位置之间的球面距离

性别比例逐渐回归平衡

对比2013及2014年12月的数据看，男性用户增加了0.74%，虽然不算高，但足以表现出随着移动互联网普及了更多用户，性别比例逐渐回归到1:1



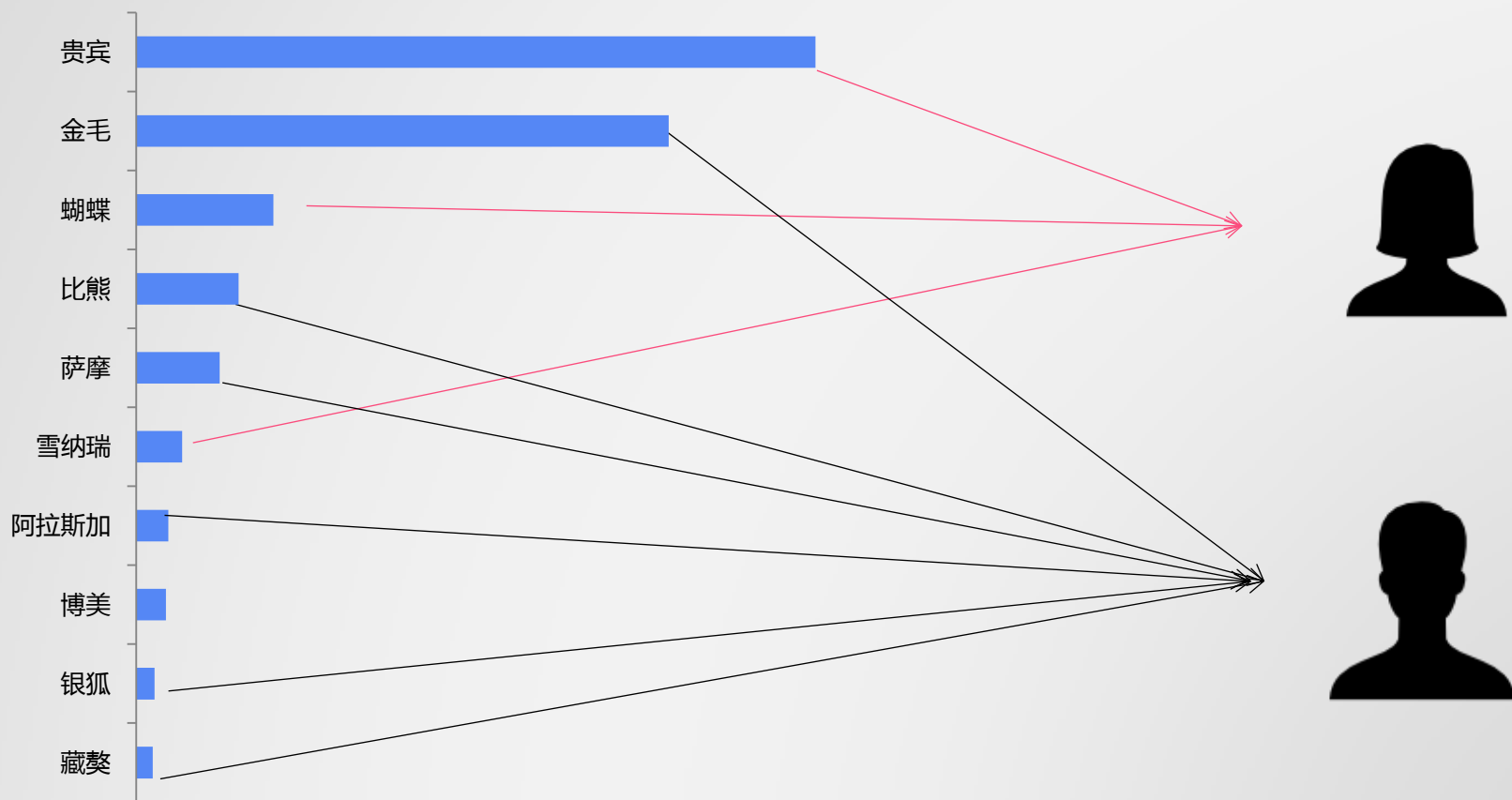
2013年12月



2014年12月

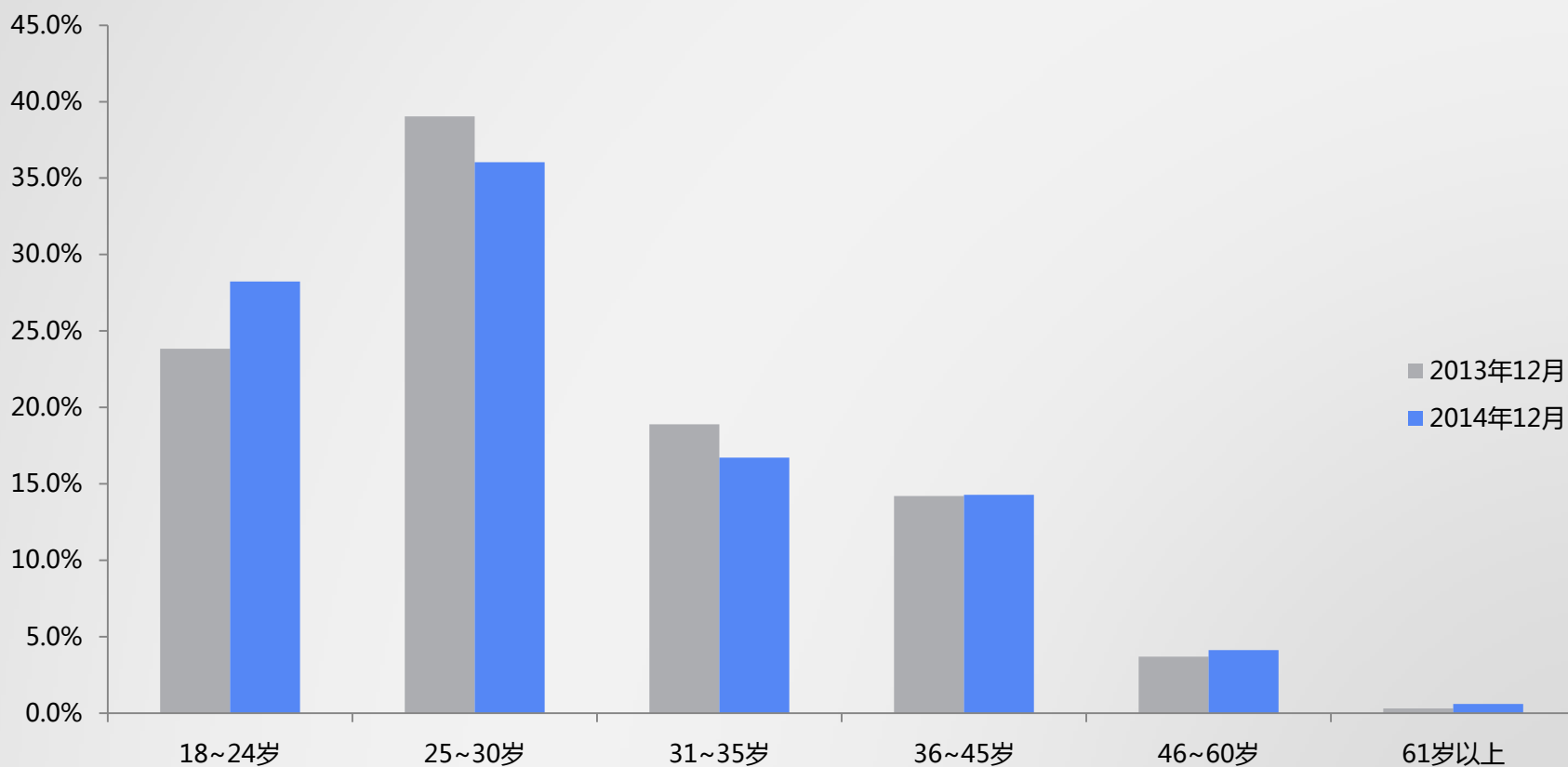
女性用户偏爱贵宾、蝴蝶及雪纳瑞

对比男性及女性用户喜欢的宠物类型，发现女性用户集中地偏爱贵宾、蝴蝶及雪纳瑞；而男性用户更多喜欢金毛、比熊、萨摩、阿拉斯加等



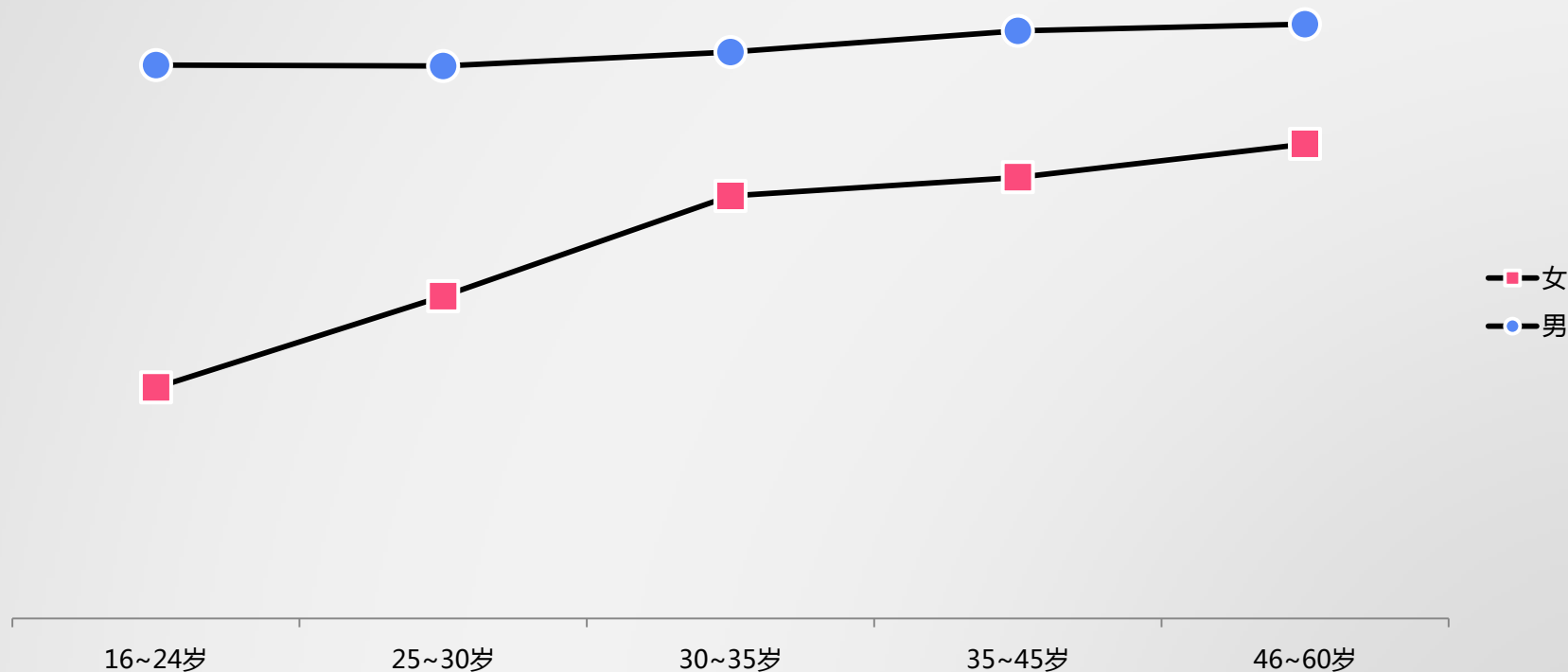
年轻用户有较快增速

对比2013及2014年12月的年龄数据看，年轻用户（18~24岁）份额提升了4个pct，环比增长最多。



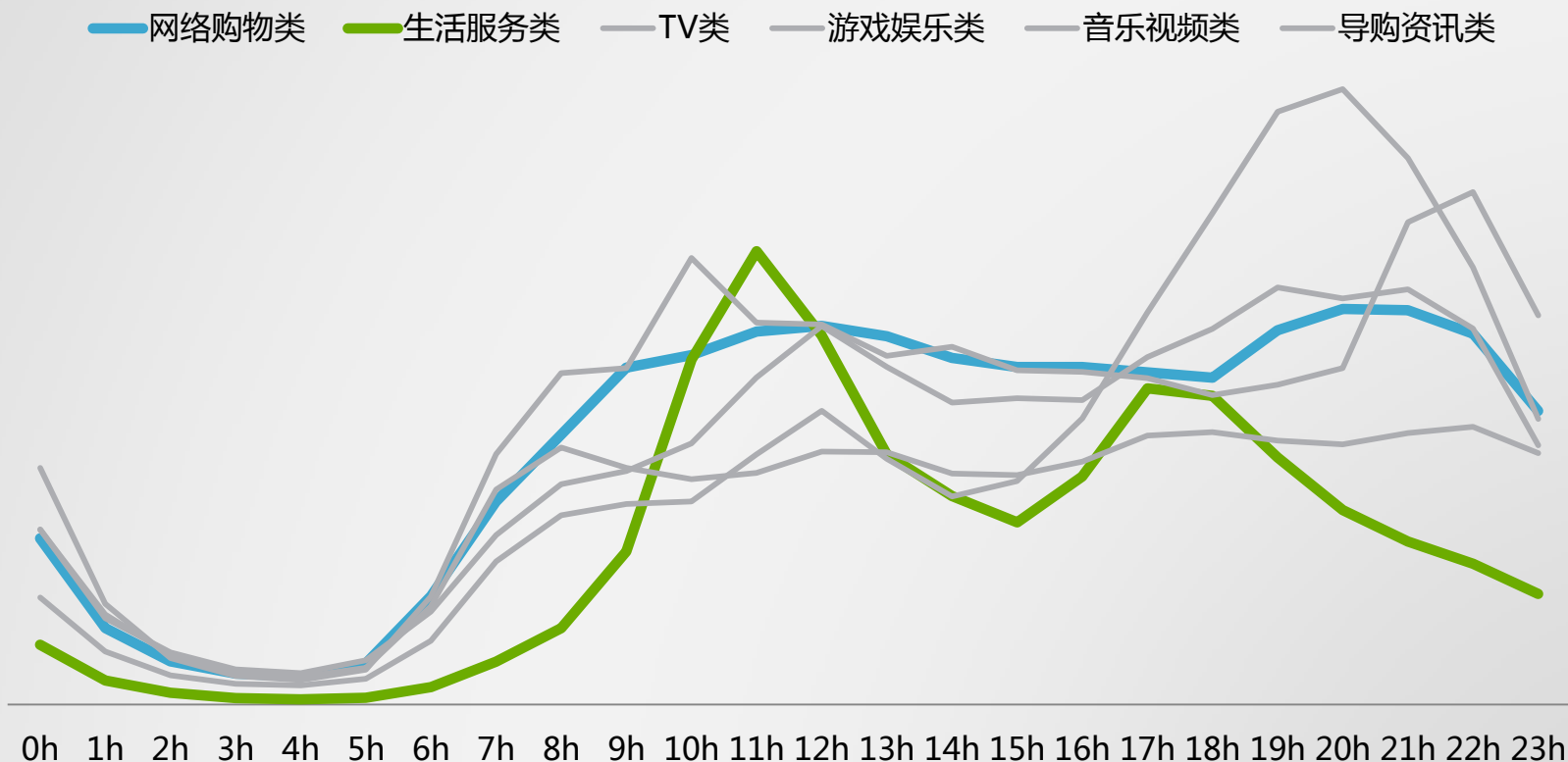
随年龄增长，女性用户需更多锻炼

对比男性及女性用户随着年龄增长的体重变化发现：女性用户体重随年龄增长的更快！所以，女士们加强锻炼，保持美美的身材非常重要哦！



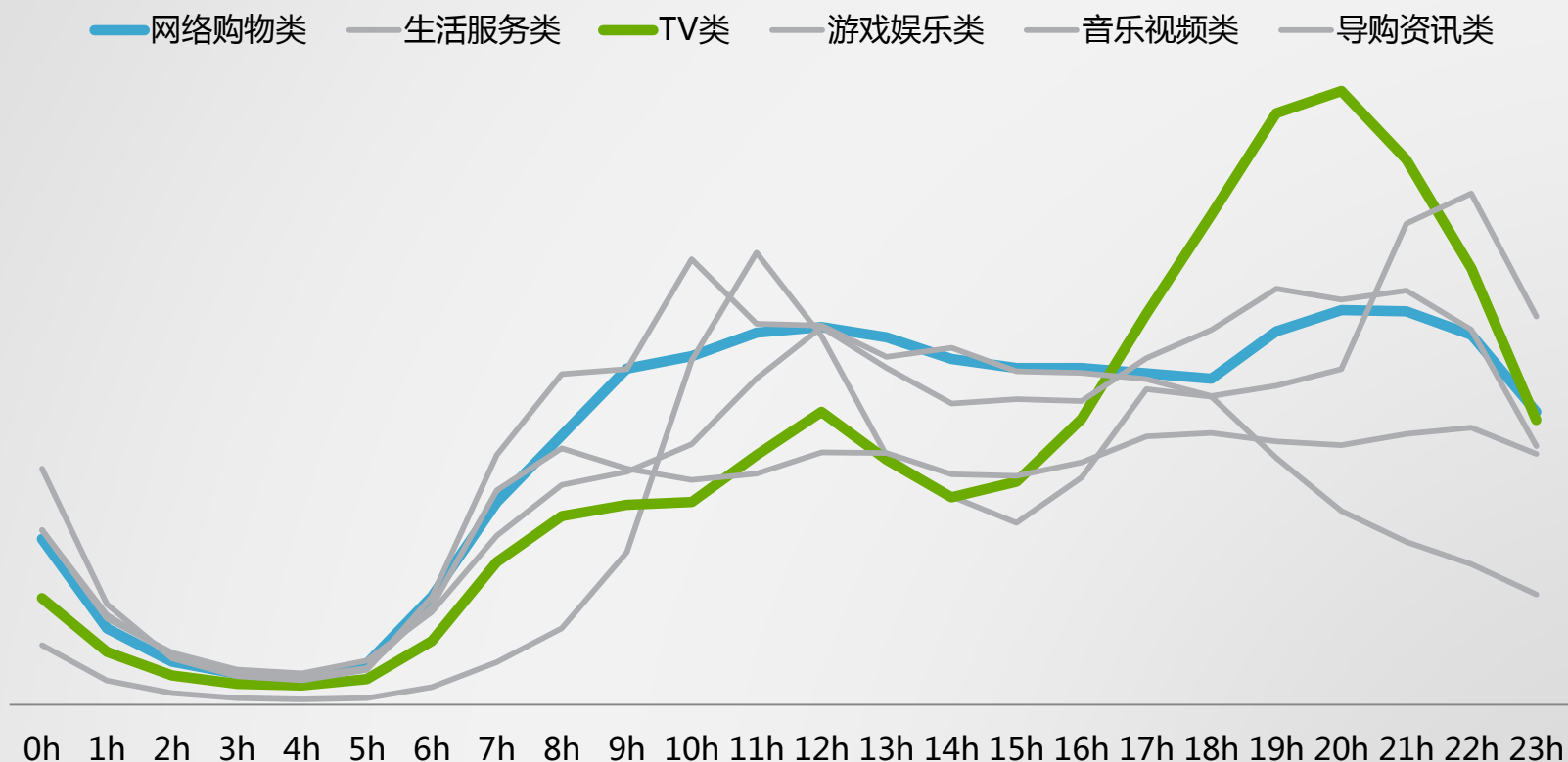
生活服务类APP用户在饭点更活跃

如果以网络购物类APP为一个标准，来看生活服务类应用，会发现中午11点的活跃用户比例达到最高，傍晚17,18点也有一个小高峰，与“饭点”密切相关。



家庭一大娱乐设备：TV

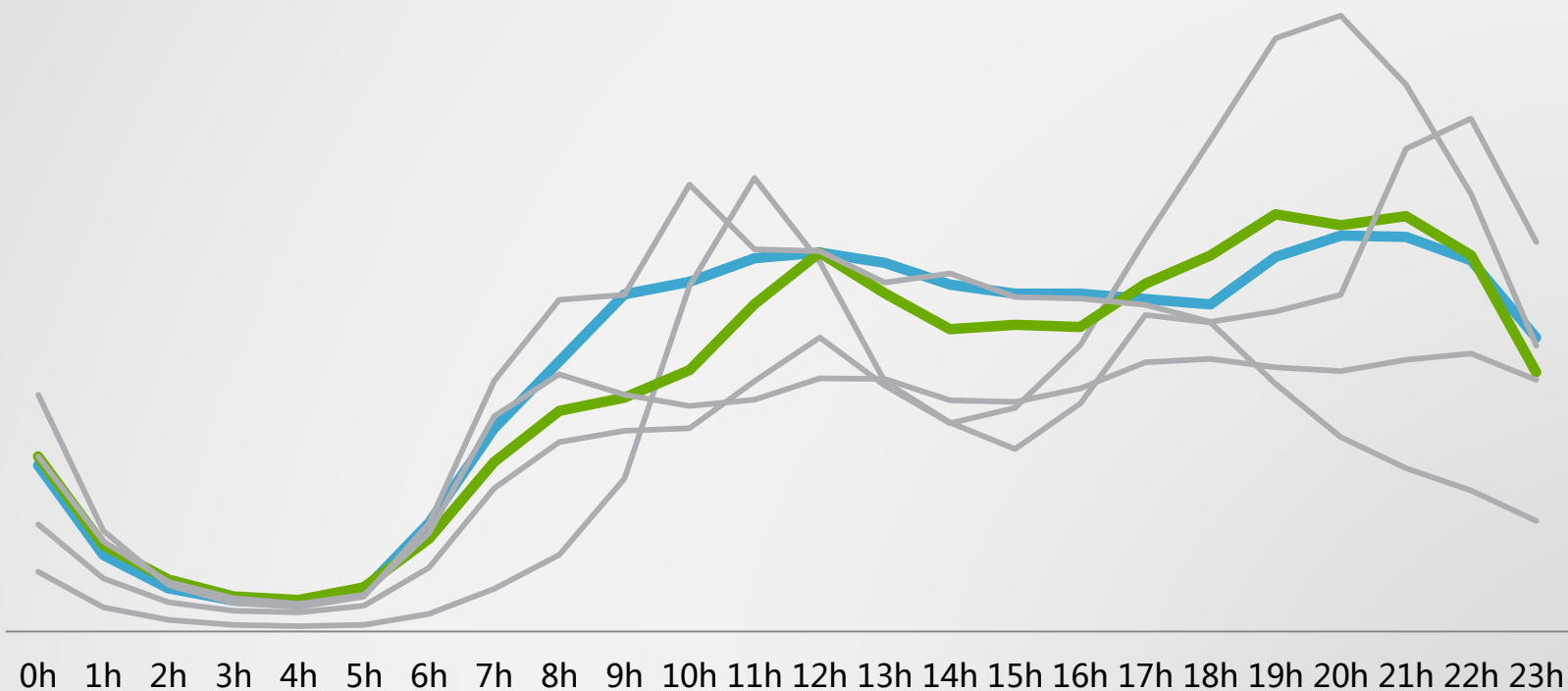
电视仍旧是晚上用户休闲娱乐的一大设备，晚上使用高峰非常明显，中午12点休息时间也有一个小高峰。



碎片化时间不能错过的游戏

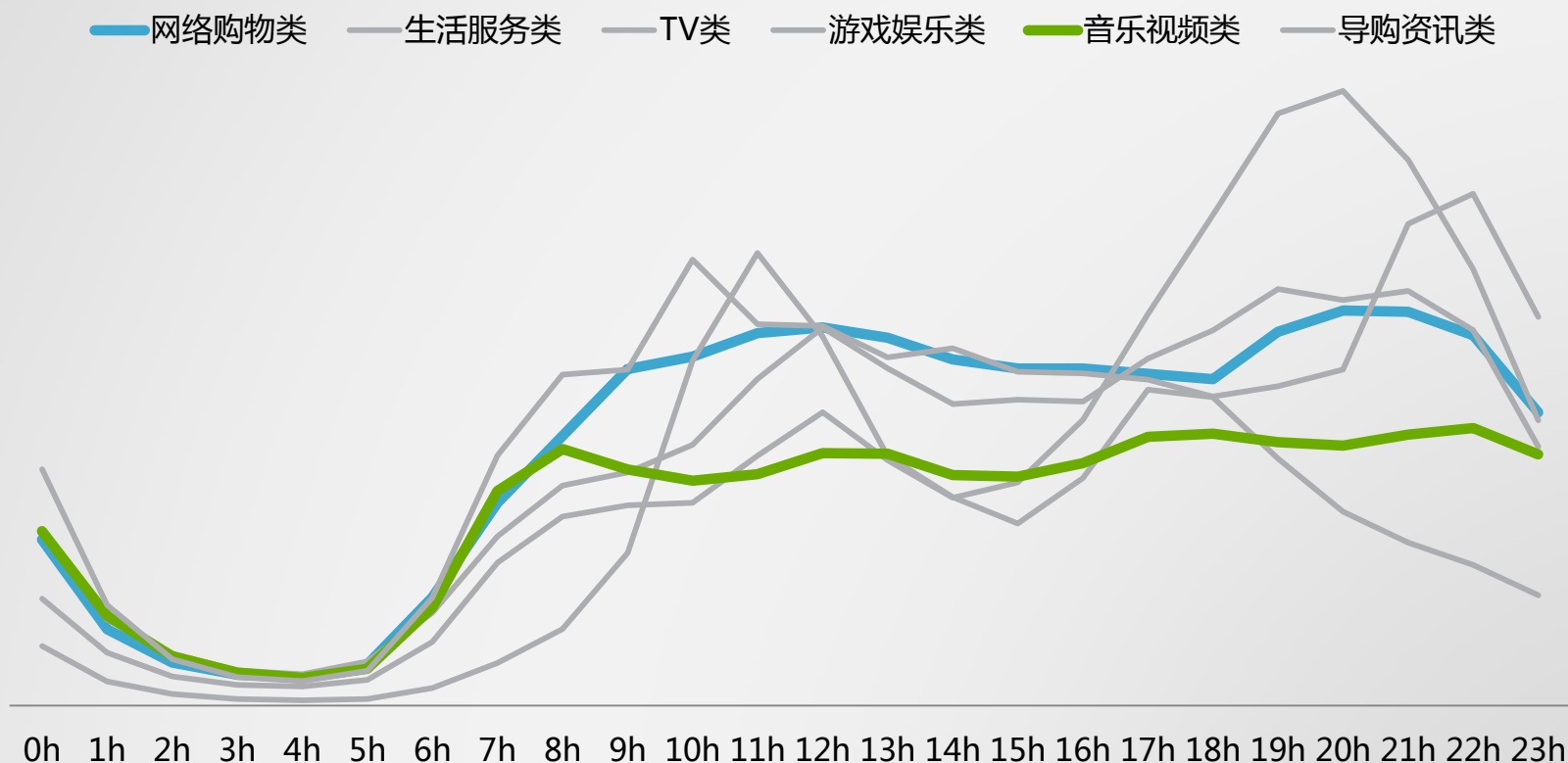
除了晚上休息时间玩玩游戏，中午12点也是用户利用碎片化时间玩游戏的高峰时间

— 网络购物类 — 生活服务类 — TV类 — 游戏娱乐类 — 音乐视频类 — 导购资讯类



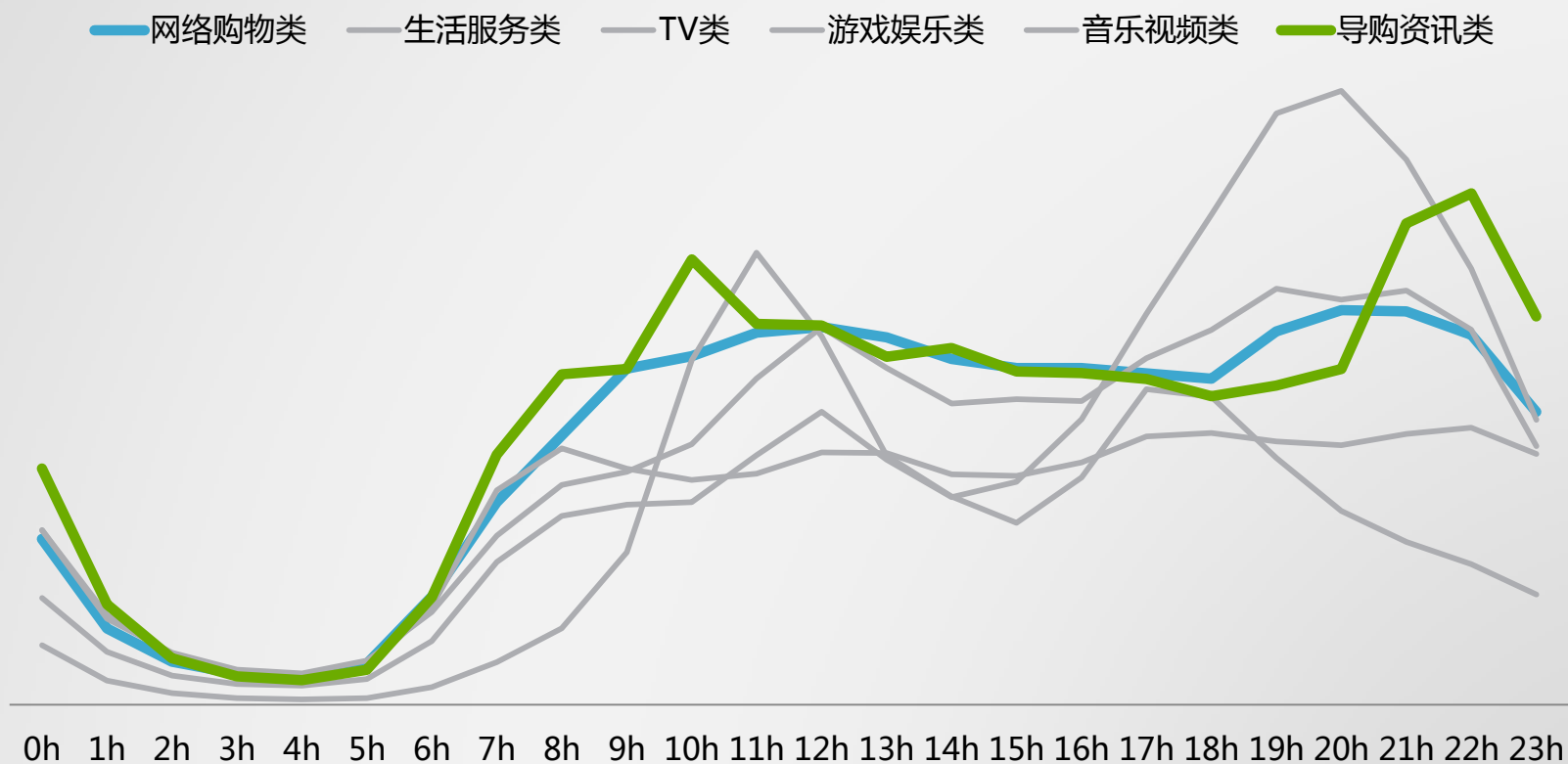
听着歌来上班

音乐视频类，非常明显地，有4个小尖峰，依次是早上7-8点上班途中，中午、傍晚吃饭休息时间，睡觉前也是用户最爱听歌的时间



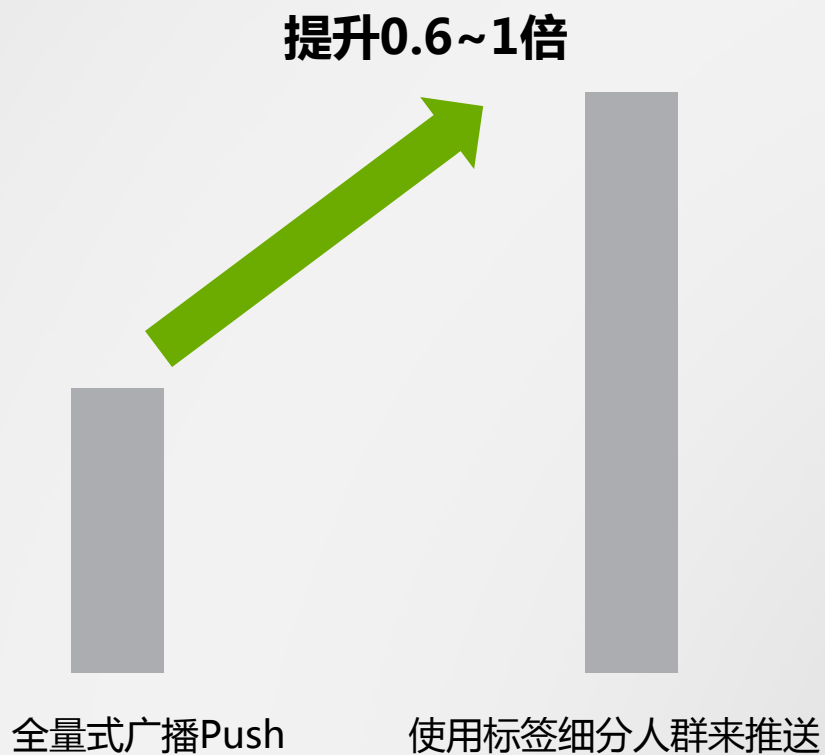
睡觉前闲逛导购资讯

导购资讯类主动推送也能逐渐培养用户在睡觉前闲逛下资讯的习惯。



用户细分是提升推送效果的法宝

前面提到Push推送，其实Push营销推广中，一直在摸索怎么在对的时间，向对的人，发送靠谱的内容。在很多APP的Push实践中，会发现使用过标签来细分人群后推送，可以让点击率提升0.6~1倍。



数读产品简介

统计分析

围绕客户端的用户为核心，提供用户行为各类指标，同时提供丰富多层次的维度，如渠道、版本、终端设备、地域等对各类指标进行细分分析，从而获取更深洞见。

用户分群

通过多种标签组合圈定与活动相关的精准人群，这些标签包含用户在APP的行为、会员的属性及自身业务系统沉淀的数据等等，同时也接入优秀的算法标签来进一步提升精准度。

智能推送

消息推送，帮助运营在最佳时间和地点与他的APP用户交互，有效提升用户活跃度和忠诚度。关于“智能”，一方面指通过丰富的标签数据来圈定精准化人群；另一方面，结合实时数据效果和A/B Test，帮助运营筛选出最佳的文案、内容及人群。

免责声明

移动互联网产业需要不同节点的共同参与分享，向用户提供完整的用户体验。此报告由阿里巴巴数据平台编辑，开放分享移动互联网APP现状、用户使用环境和用户特征及行为习惯相关数据，供移动互联网发展的关注者参考。**报告中涉及的数据和陈述仅供参考之用，将其做为任何形式的依据带来的后果和影响我方不承担任何责任，阿里巴巴数据平台保留版权及最终解释权，引用需注明来源。**