友盟 UMENG

2013-2014移动大势

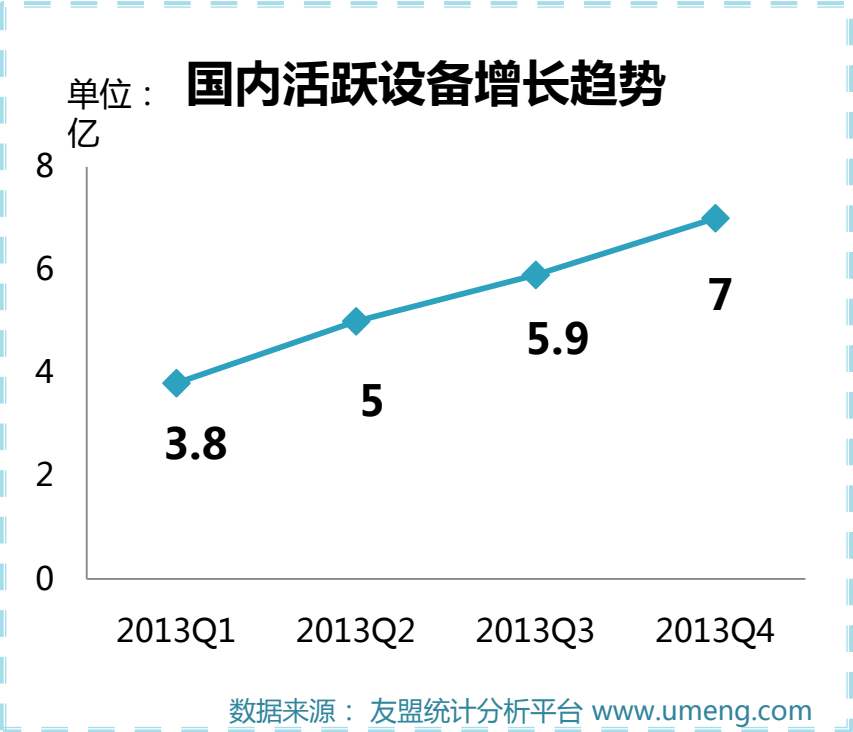
友盟2013移动互联网年度报告

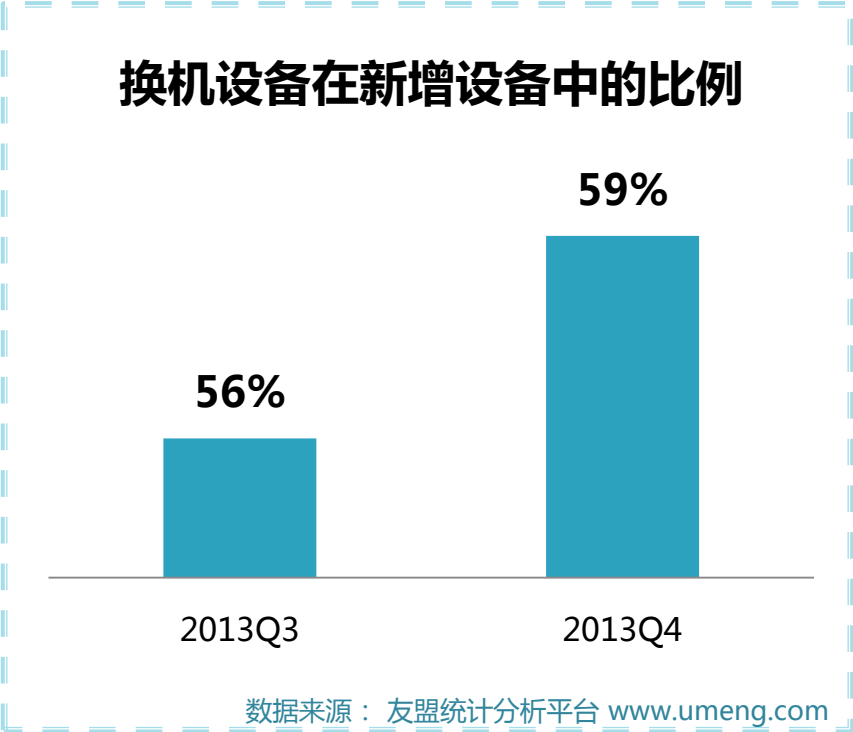
主要结论

- 中国活跃的智能设备数量超过7亿。2013年下半年，中国爆发智能设备换机潮。
- 2013年用户增长最快的五个应用的垂直领域为：新闻资讯、健康医疗、社交网络、商务办公、交通导航。这些领域是2014年开发者的新蓝海。
- 用户人均日分享次数，2013年12月是7月的3倍。社会化分享成为APP开发者的“武器”，中国市场上TOP 100的APP（应用及游戏），55%具备社交元素，包括社会化媒体账号登录和向社交平台分享。
- 3000元以上的高端设备并不小众，占比27%。高端设备用户需求多元化，更多的使用资讯、导航、理财及导购类APP；他们也更爱玩重度游戏，人均单日游戏时长是千元机的1.6倍。千元机用户则首选轻游戏入门，手机满足了他们最基本的娱乐需求。
- 2013年手机游戏人均日启动次数、人均日使用时长、单次使用时长都在增长，游戏所占用的时间从“碎片化的”到“完整的”。
- 游戏分享席卷社交平台，在主流SNS平台占比最高达到48%。
- 2013年是手游IP元年，至年底TOP 100的顶级游戏中已有20%拥有正版IP。
- 国内iOS设备越狱比例，2013年底较年初下降了17个百分点，降至13%。国内用户对最新的越狱版本持观望态度。

换机大潮：新增设备中六成是换机

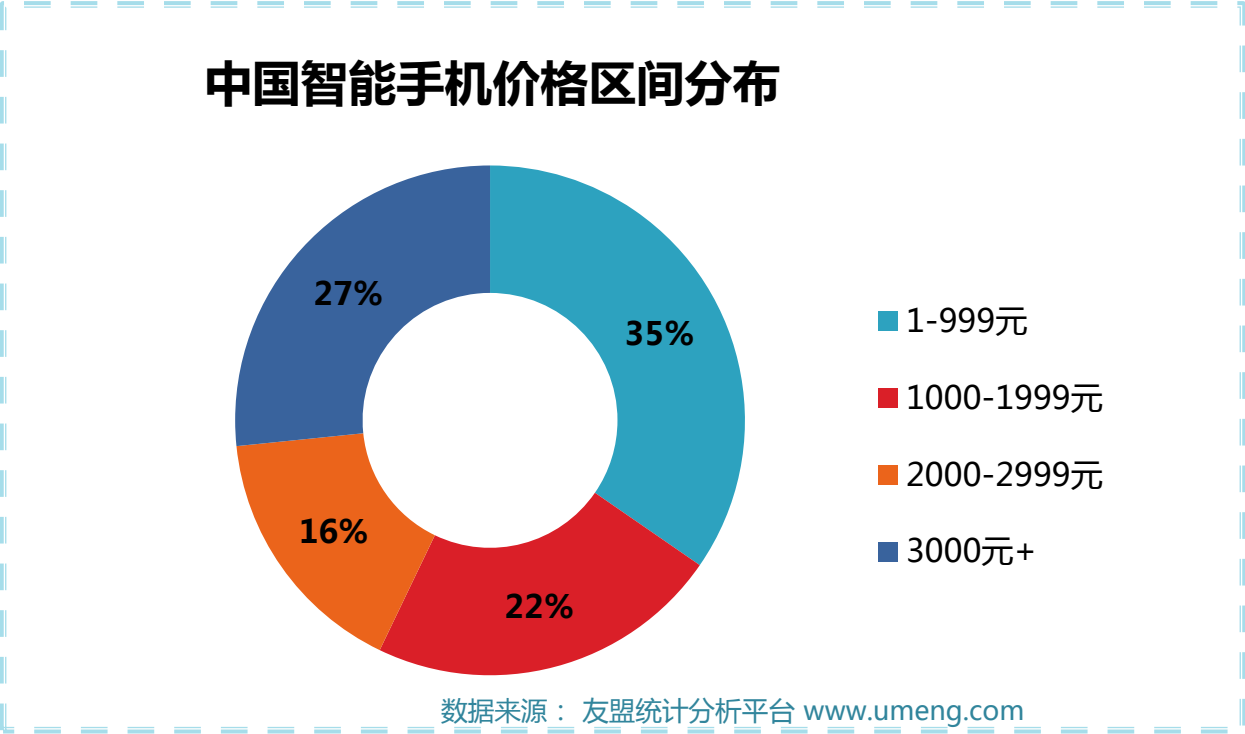
- 2013年第四季度中国活跃的智能设备数量超过7亿，包括智能手机和平板电脑。
- 换机潮爆发：在2013年第三季度和第四季度的新增设备中，更换的设备占比分别为56%和59%（其他是净增用户），换机在新增设备中的比例呈增长趋势。





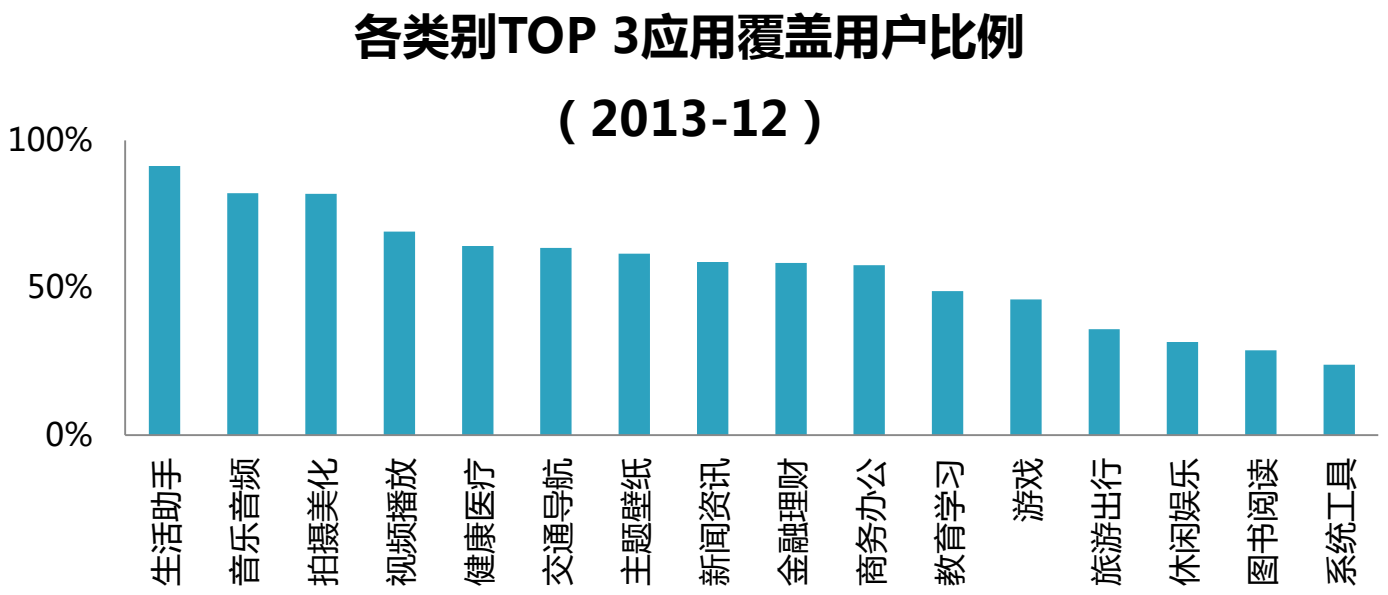
3000元以上的高端设备并不小众，占比27%

- 综合活跃的Android手机与iPhone数量看，目前中国最多的智能手机是Android千元机，占35%。
- 3000元以上的高端手机也不小众，占比27%，这其中八成是iPhone。



强者愈强，垂直领域马太效应加剧

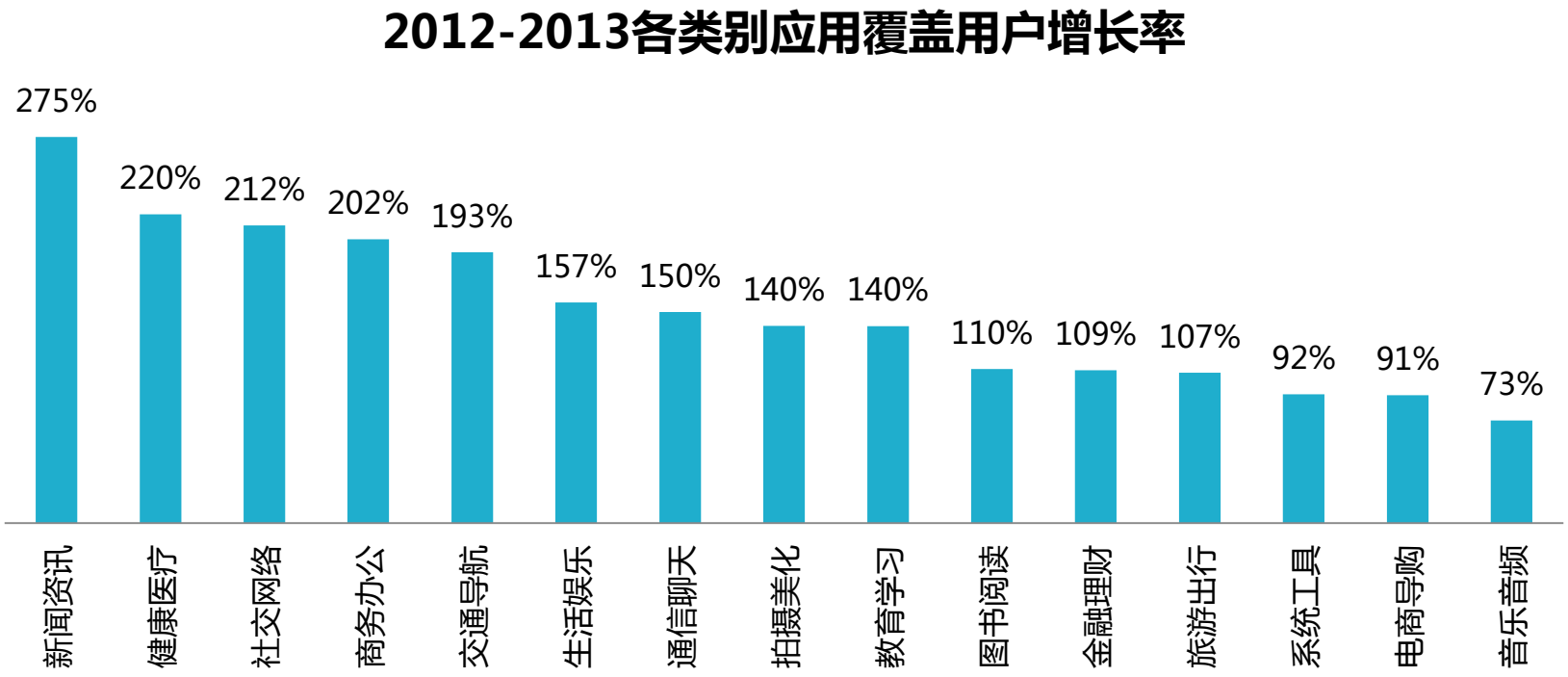
- 垂直领域“强者愈强”的马太效应加剧：2013年12月，生活助手、音乐音频、拍摄美化等类别的APP，TOP 3应用的用户覆盖率在80%以上，与2012年同期数据一致；并且TOP 3应用人均日启动次数同比都有增长，平均增长10%。
- 一方面，大型应用推广能力和渠道资源愈发强大，能够通过预装等渠道有力的拓展新用户；另一方面，音乐、拍摄、视频等领域APP的增速在2013年放缓，新的开发者往往寻找新的领域或更细分的领域进行APP开发和推广，不会直接抢夺大型应用已有的用户。



数据来源： 友盟统计分析平台 www.umeng.com

2013增长较快的领域：新闻资讯、健康医疗、社交

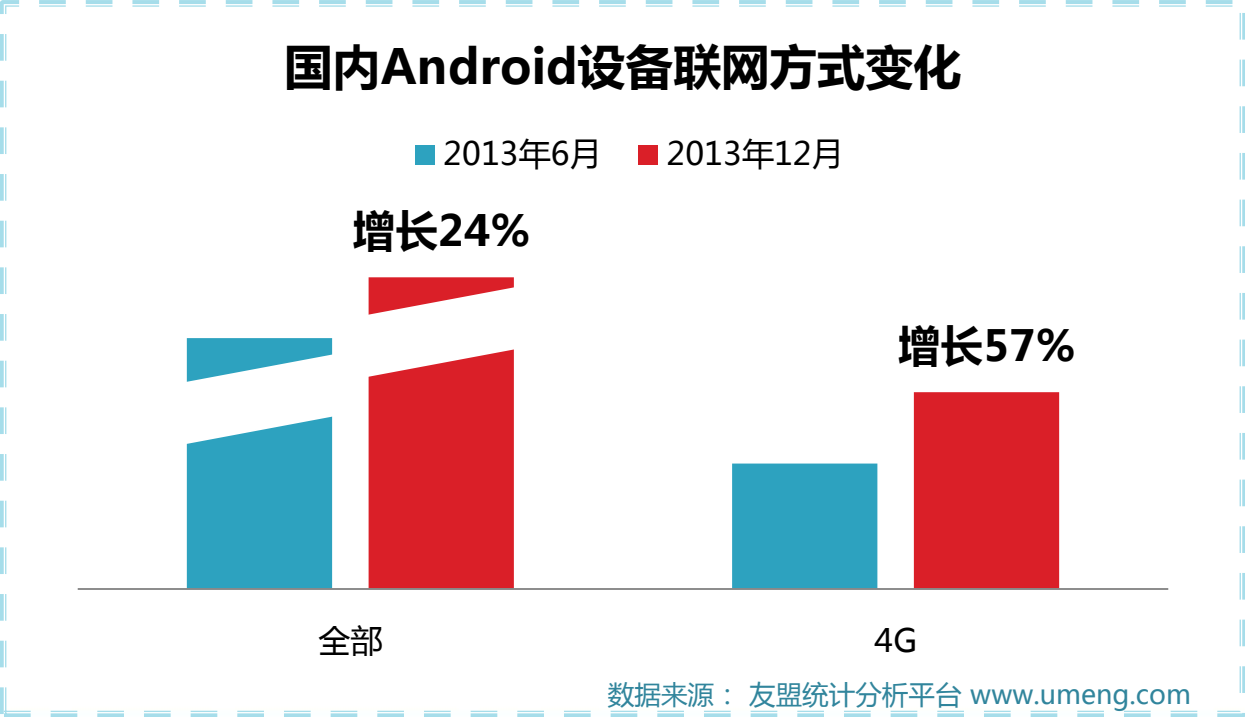
- 2013年应用用户数量增长最快的5个领域（除游戏外）：新闻资讯、健康医疗、社交网络、商务办公、交通导航。这些领域将为开发者在2014年带来新的机会。
- 有趣的是，社交网络类应用在2013年的用户增幅进入前三，新的方式（图片、Gif/短视频）和需求（交友、婚恋、育儿等）在移动层面重新激活了“社交”这个关键词。



数据来源： 友盟统计分析平台 www.umeng.com

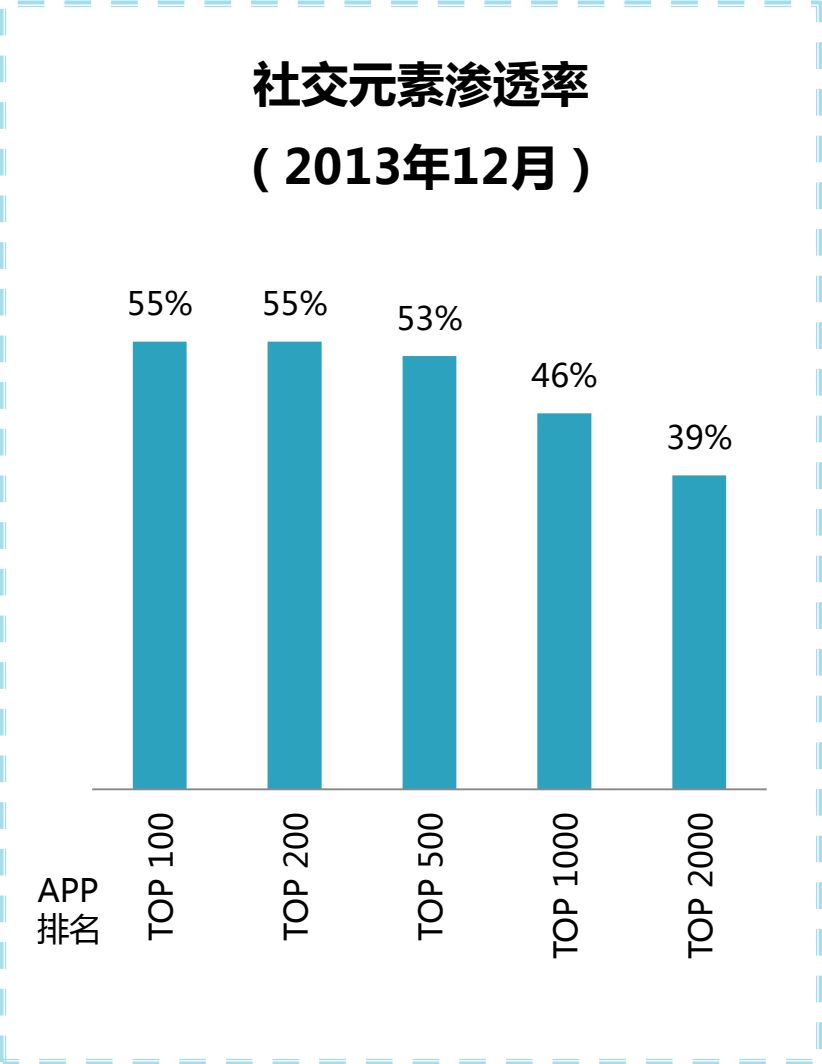
中国4G刚刚起步

- 2013年12月，APP启动中使用4G进行联网的次数占全部启动次数的千分之一，日启动超过200万次。2013年6-12月，通过4G联网的启动次数增涨57%，2014年中国4G还在起步初期。
- 据友盟观察，2009年5月启动的3G业务，到2011年第三季度占Android设备联网方式的18%（以启动次数计算）；据此推测，4G业务爆发期可能在2015年。
- 目前国内4G用户使用的设备以三星、HTC、索尼、酷派等品牌支持LTE的新手机为主，一段时间内，4G用户的增长依赖于运营商的推广力度以及厂商推出4G新手机的速度。



社会化分享成为APP开发者重要“武器”

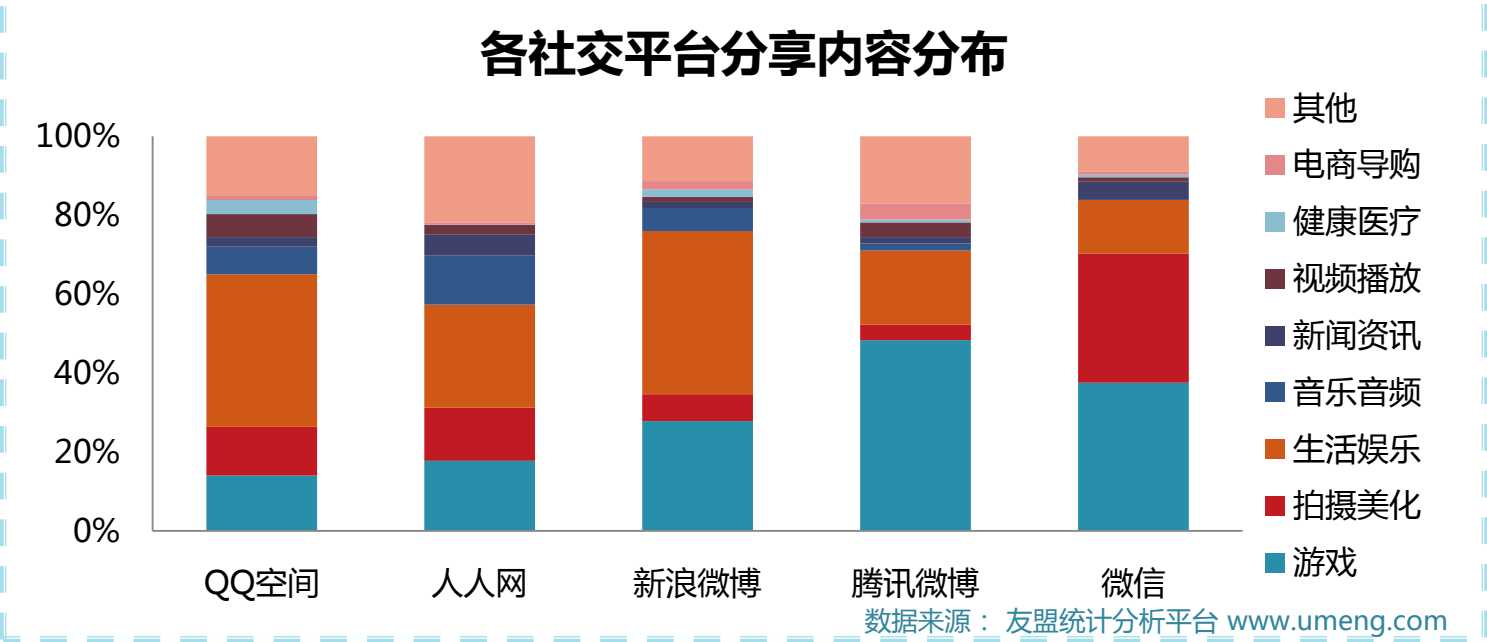
- 2013年，使用移动应用的人们更加热衷于“社交分享”。2013年12月，移动互联网用户平均每个用户每日通过社交平台进行分享的次数，是2013年7月的3倍。其背后的原因在于：社交分享的推广作用促使开发者将分享做得更加易用，并对进行分享的用户进行积分等形式的鼓励。
- 2013年，出现了依靠社会化分享快速蹿红的APP，如疯狂猜图、魔漫相机等。说明社会化分享已经能够涉及到相当多的用户，作为一种推广和运营手段已经进入成熟阶段。
- 目前，中国市场上TOP 1000的APP（应用及游戏）*，已有46%具备社交元素（包括社会化媒体账号登录和向社交平台分享），在TOP 100中，这个比例上升至55%。社会化分享逐渐成为APP开发的“标准配置”。
- 2013年12月，前1000位的APP（应用及游戏）中，使用第三方社会化组件的APP数量是半年前的3倍。第三方社会化组件省去开发者很多配置的工作，成为快速迭代的最佳策略。



*APP排名依据：国内30家主流安卓市场以及App Store商店的排名数据综合计算得出。

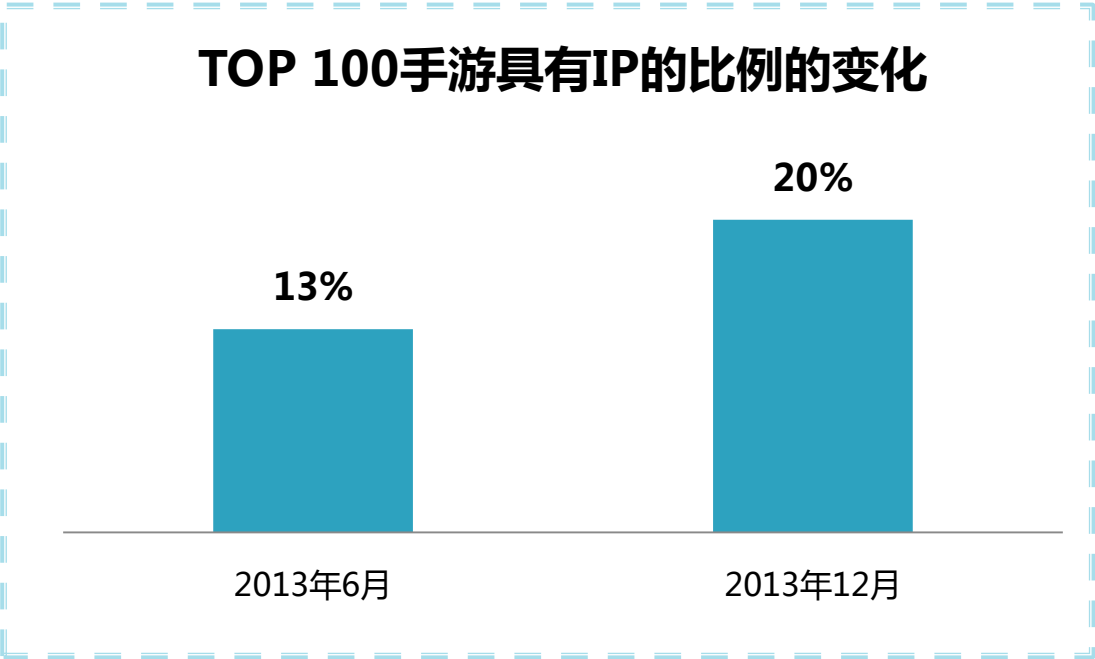
APP社会化分享去哪儿：平台内容偏好分布

- 从各平台分享总量上看，微信呈爆发增长，11月比3月增长86倍；QQ空间的表现也引人瞩目，11月比3月增长29倍。
- 游戏内容的社会化分享在各大主流社会化平台都占有比较重要的位置，占分享内容比例最高达48%。由于强社交关系间的口碑传播是游戏推广的一个重要途径，2013年手机游戏加强了对社交分享的接入。
- 除游戏外，拍摄美化APP的内容在微信分享较多。图像类的内容视觉效果突出，适合在手机屏幕上浏览，也适合强关系的好友间的传播；而在其他几个有PC网站呈现形式的社交平台上，内容有更多样化的呈现和交互形式，因此生活娱乐APP的内容分享的更多。



2013年底1/5顶级手游拥有正版IP，2014年将出现抢IP潮

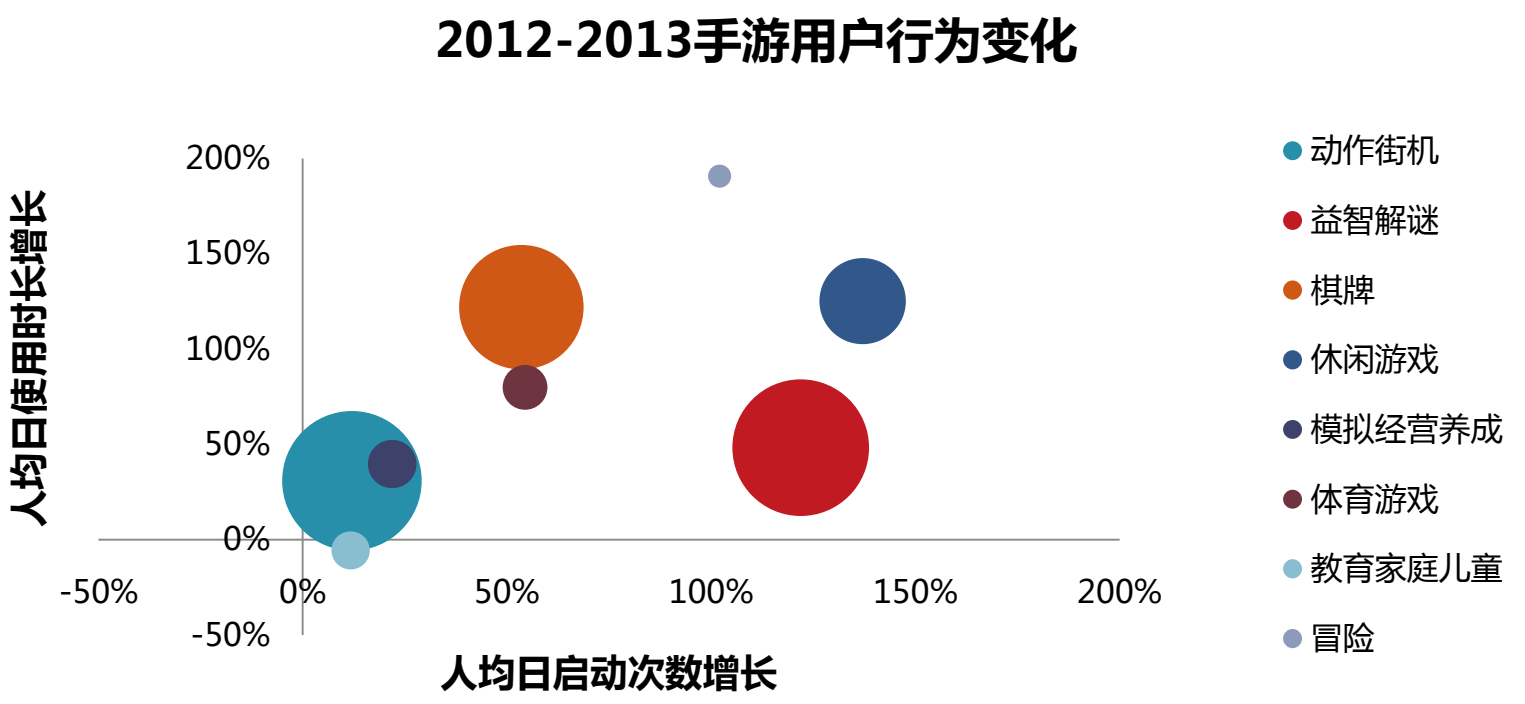
- 至2013年12月，游戏榜单上TOP 100的游戏中*，已有20%的游戏具有正版IP，如《我叫MT》、《爸爸去哪儿手机游戏》、《卑鄙的我：黄色小兵快跑》等。这个比例在2013年6月还仅为13%。IP在推广中有突出效果，以《爸爸去哪儿手机游戏》为例，在AppStore发布后1天即成为中国区游戏分类榜冠军。
- 2013年被称为手游IP元年，以品牌为核心的手游推广模式崛起。开发商在重视渠道推广效果的同时，注重IP的品牌带来的强大推广效果，顺应粉丝经济的潮流，以获得更多更忠诚的用户，提升游戏收入。



*APP排名依据：国内30家主流安卓市场以及App Store商店的排名数据综合计算得出。

游戏所占用的时间，从“碎片化的”到“完整的”

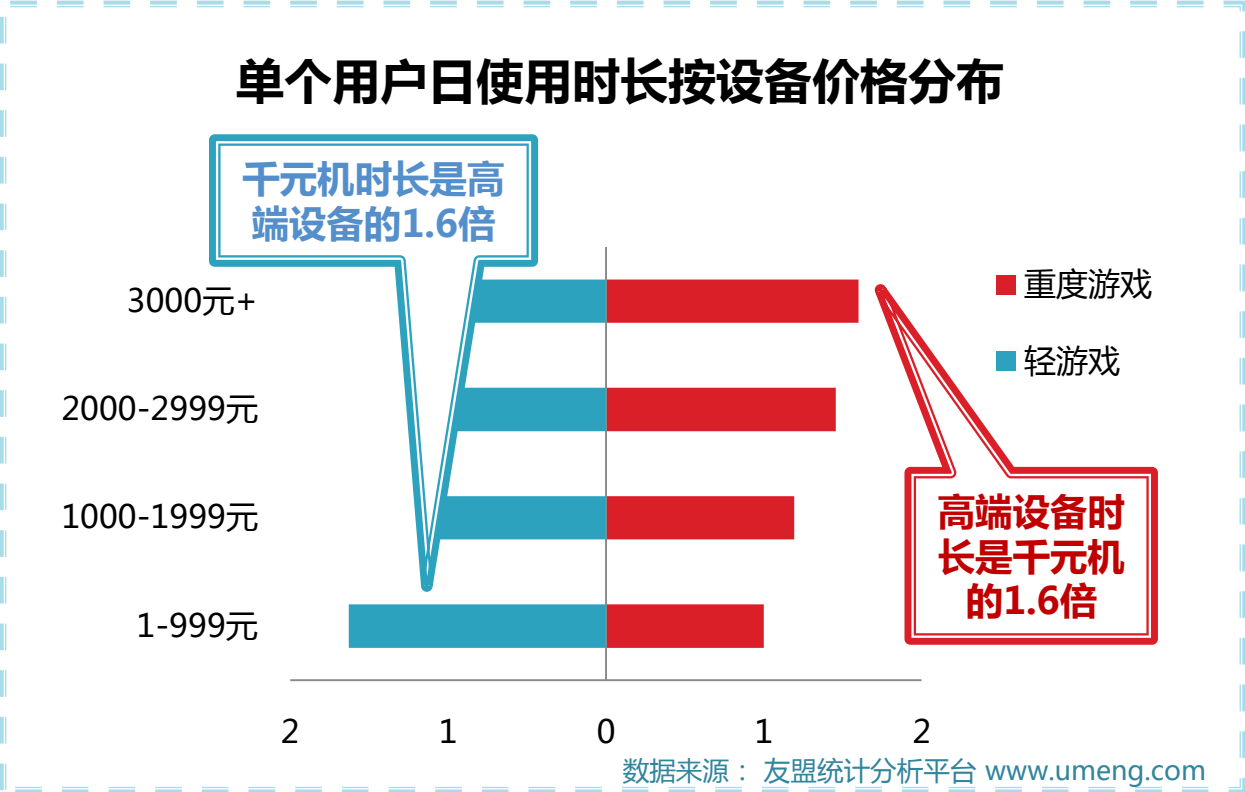
- 2013年，手机游戏人均日启动次数、日使用时长都在增长，其中尤以冒险、休闲、棋牌游戏人均日使用时长增长最快；手机游戏单次使用时长较2012年平均增长15%。
- 可见，手机游戏所占用的不再仅仅是用户的碎片化时间，而转向大块的、完整的时间。手机处理器、内存、显卡等硬件性能的提升，增强了视觉效果，也使游戏运行得更为流畅，复杂度提高，使人们愿意花更多的时间停留在手机上玩游戏。



数据来源： 友盟统计分析平台 www.umeng.com

高端设备用户爱重度游戏，千元机用户首选轻游戏入门

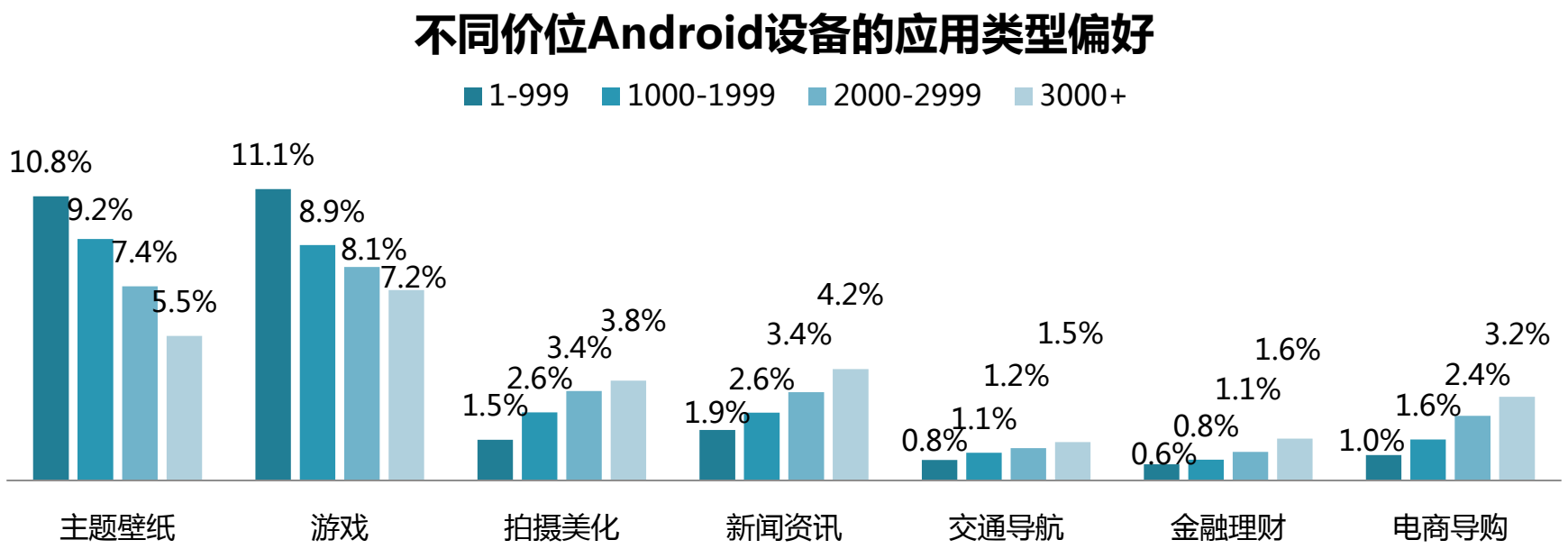
- 2013年，使用价格在3000元以上的手机的高端用户玩重度游戏时间更长，人均单日游戏时长是千元机的1.6倍。而轻游戏的状况则相反，千元机用户的人均单日使用时长最长，是高端机的1.6倍。高端机的硬件配置更适合重度游戏，使高端用户花掉更多时间，而千元机用户在手游方面“入门级”用户更多。



注：不同类别游戏（不同颜色线条）之间的比例不代表使用时长的关系。

千元机用户重视娱乐，高价设备用户需求多元化

- 千元机最爱玩游戏、最多的使用主题壁纸。手机满足了他们娱乐的需求。这一类人群通常价格敏感，对手机性能要求不高，会更多的受预装APP的影响，通过手机进行消费和理财、生活、商务事物管理的可能性比较低。
- 高价设备的用户更“高端”，需求多元化，他们更多的使用资讯、导航、理财及导购类APP。这部分用户或有一定经济实力，但更重要的是他们依赖移动互联网，其生活轨迹会更多的在移动设备上体现出来，如对资讯和学习的需求、对导航、理财及购物的需求。

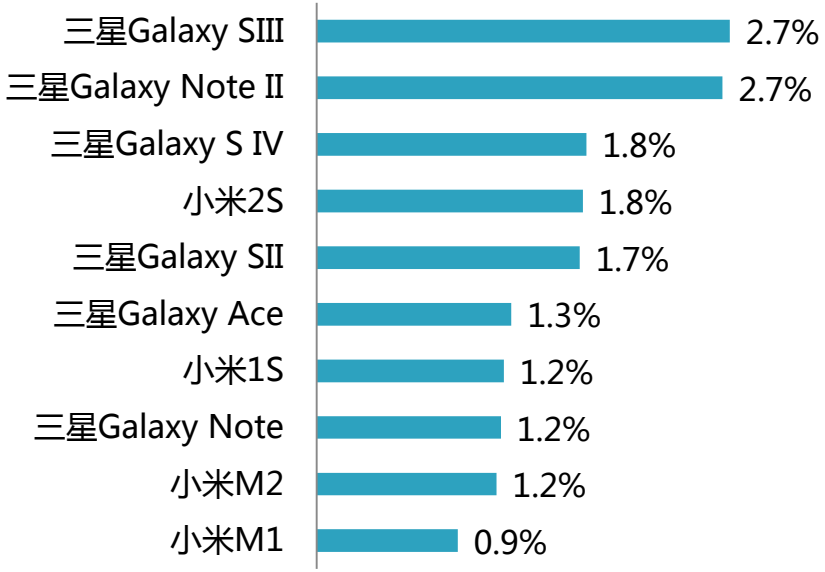


数据来源： 友盟统计分析平台 www.umeng.com

TOP 10 Android品牌中大陆产占七席

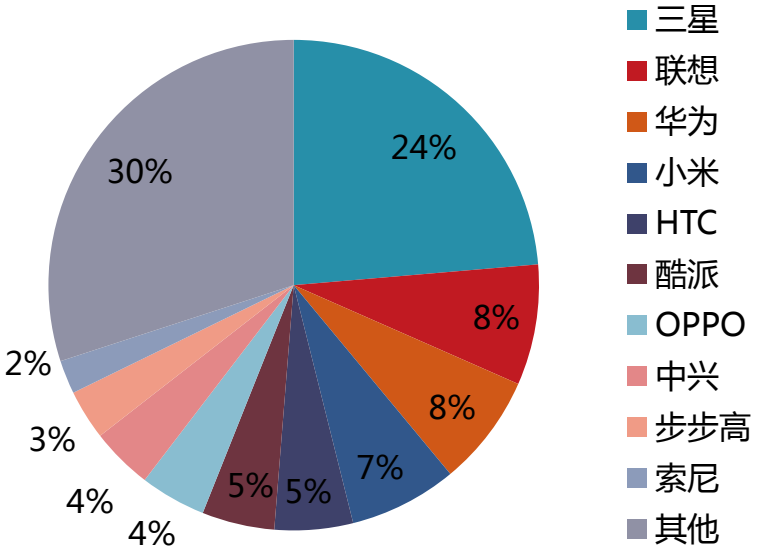
- 2013年Q4，国内活跃Android设备前十名被三星和小米瓜分。
- 虽然三星在中国活跃Android设备市场仍占有24%的份额，但Android品牌前十名中，来自中国大陆的品牌已占七席。较为低廉的价格及与运营商紧密合作是比较重要的原因。

活跃Android设备TOP 10
2013 Q4



数据来源： 友盟统计分析平台 www.umeng.com

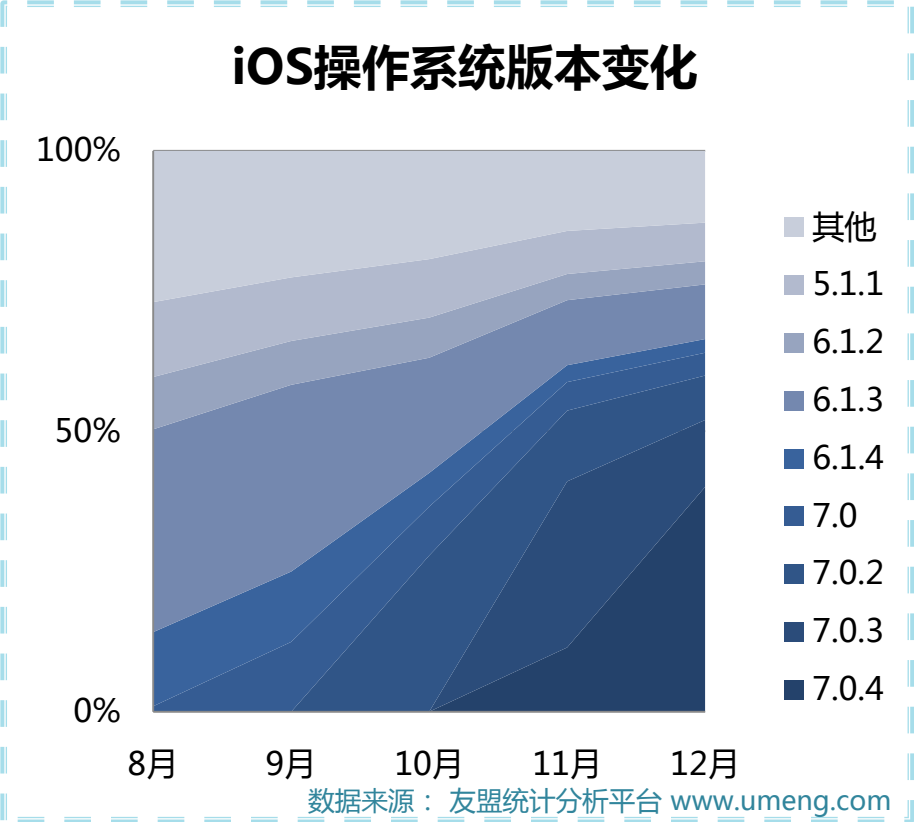
活跃Android设备品牌分布
2013 Q4

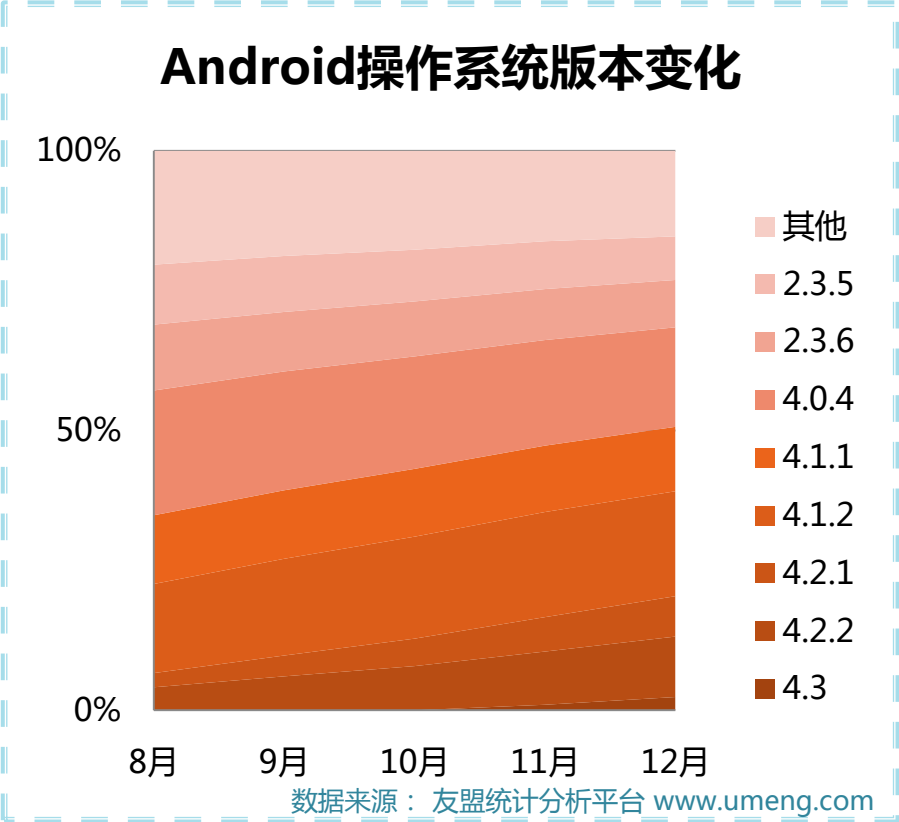


数据来源： 友盟统计分析平台 www.umeng.com

Android 4.1及以上版本份额达50%

- 2013年下半年，iOS 7.0及以上版本迅速占领市场，小版本延续发布2-3个月就占领50%以上市场的“作风”。Android 4.1及以上的版本也在年底占到了市场的50%。

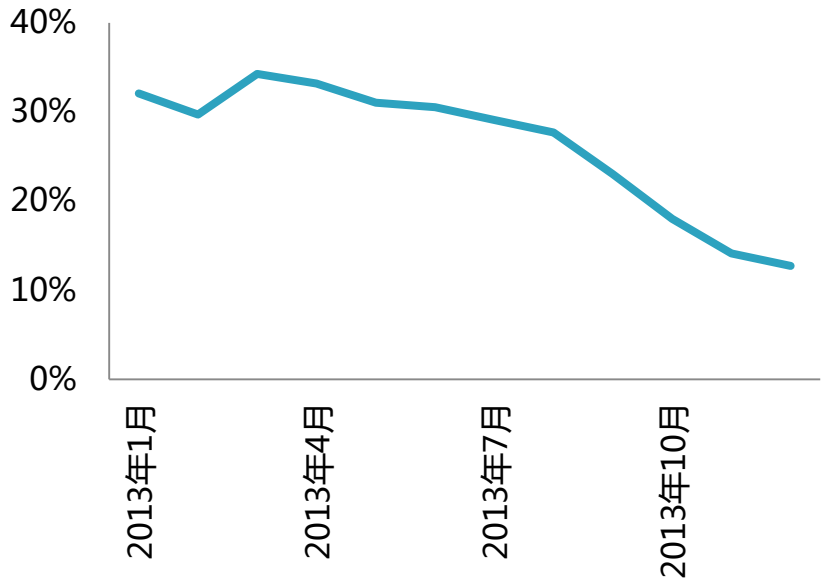




2013年国内iOS设备越狱比例持续下降17个百分点

- 尽管2013年12月一度出现“7.0越狱版”，但国内的iOS越狱比例较年初下降了17个百分点，降至13%，且越新的iOS设备越狱比例越低。目前中国大陆区已是iOS新设备第一批发布的地区，通过水货渠道“被越狱”的情况持续减少，同时大量新设备出现在市场上，稀释了越狱的比例；此外，出于安全和易用的角度考虑，国内主动越狱的用户也越来越少，如7.0越狱被指并不“完美”，会导致“白苹果”，使用户持观望态度，进而减少越狱行为。

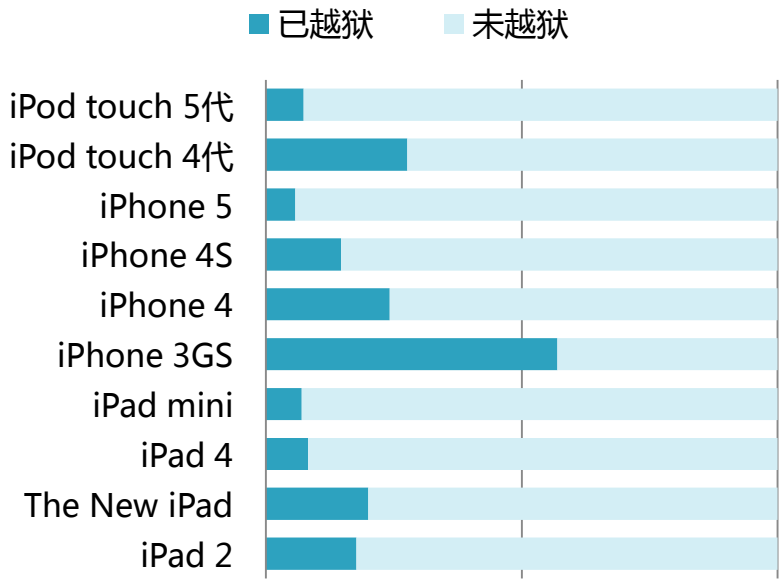
国内iOS越狱比例变化趋势



数据来源： 友盟统计分析平台 www.umeng.com

主流iOS设备越狱比例

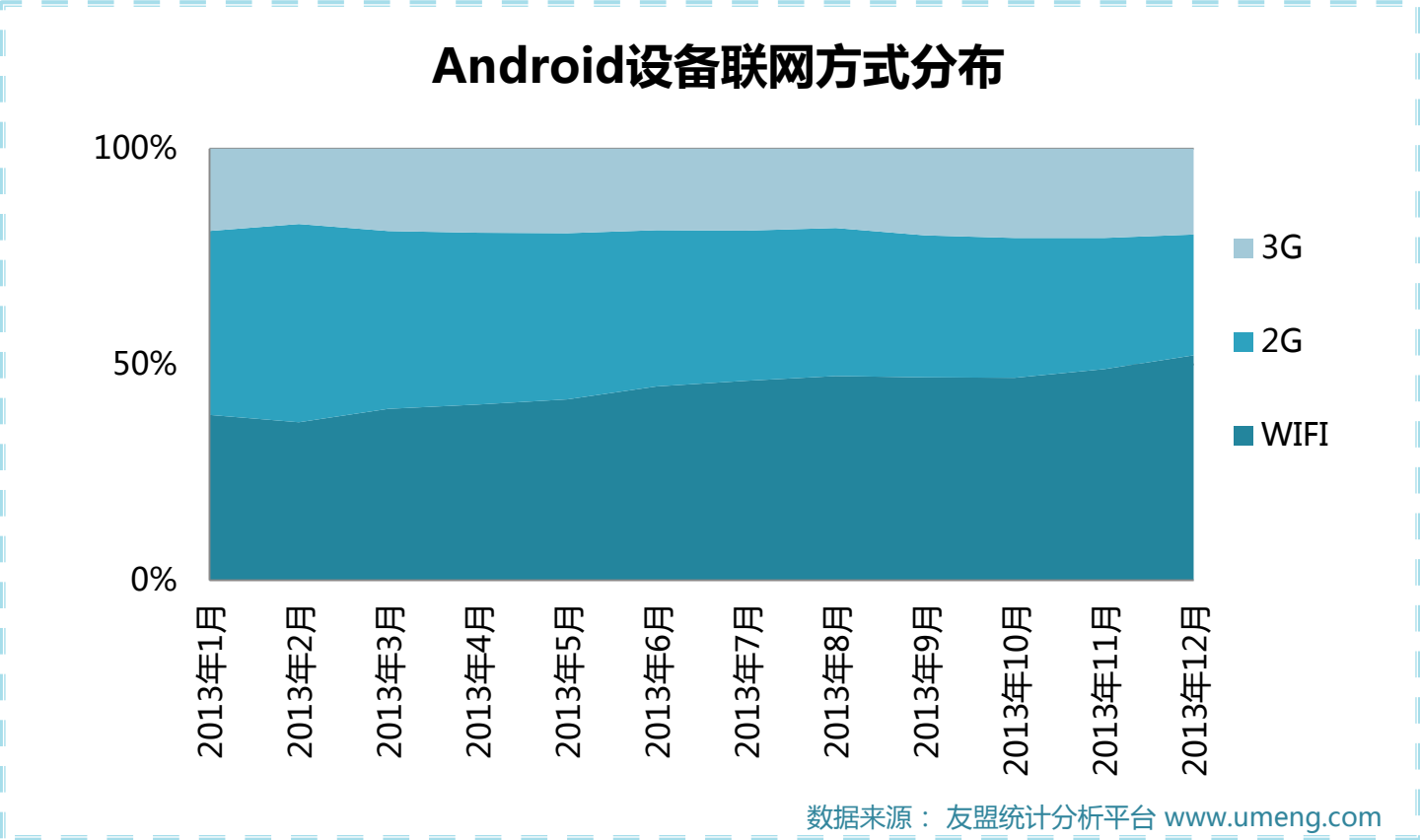
（2013.12）



数据来源： 友盟统计分析平台 www.umeng.com

WIFI联网超50%，用户同时需要快速、稳定和便宜

- 2013年设备启动联网方式的变化，以WiFi的大幅增长为主，从年初的38%增长到年底的52%。这一方面表明WiFi的普及程度有所提高，移动互联网网络环境变得更好；另一方面也暗示用户在流量资费上仍是价格敏感的。



关于报告

- **词汇说明：**

  活跃设备：指在给定的时间范围内启动过至少一款友盟移动应用统计分析平台所支持的移动应用的设备。本报告所涉及的设备均指“活跃设备”，而非设备出货量。

  启动次数：某一设备在给定时间范围内启动友盟移动应用统计分析平台所支持的移动应用的次数。

- **发布日期：**

  2014年3月

- **样本来源：**

  本报告数据样本来源于友盟移动应用统计分析平台的21万余款iOS应用及Android应用的匿名抽样数据，数据时间跨度为2013年1月至2013年12月。

- **声明：**

  以上数据来自友盟统计分析平台，任何人均可引用，引用时请注明来源。

友盟产品介绍

- **统计分析**

  友盟统计分析平台是国内最大的移动应用统计分析平台。我们帮助移动应用开发商统计和分析流量来源, 内容使用, 用户属性和行为数据，以便开发商利用数据进行产品、运营、推广策略的决策。

  http://www.umeng.com/analytics#

- **游戏统计**

  友盟游戏统计分析为移动游戏开发者提供了开箱即用的一站式解决方案，针对不同阶段的游戏运营需求，提供全方位的支持，无论是从用户获取、用户质量，还是到用户行为、用户付费，友盟提供了标准的运营指标和模型来展开深度的追踪分析。

  http://www.umeng.com/analytics_games

- **社会化分享组件**

  友盟社会化组件，通过覆盖国内外主流社交平台，以及主流移动操作系统，帮助开发者快速实现APP社交化，通过社交关系链进行口碑营销，获取新用户和加强老用户黏性。提供专业详实的社会化统计分析报表，实时了解平台，用户，回流等。同时，在千变万化的开放平台下，友盟社会化计算引擎定期给APP自动体检，分析出“社会化健康指数”，指导开发者定期按需升级分享功能。

  http://www.umeng.com/component_social

- **消息推送**

  建立与用户直接沟通的渠道，将APP的内容更新或者活动通知主动推送给终端用户，让用户第一时间获取到相关信息，有效提升用户活跃度和忠诚度。

  http://www.umeng.com/launch#push

友盟产品介绍

- **推广效果分析**

  友盟推广效果分析可以帮助开发者监测App Store的应用在不同渠道的推广效果，方便开发者制定最适合自己的渠道策略。

  http://www.umeng.com/umtrack

- **用户反馈**

  友盟提供的用户反馈组件，首创双向反馈机制，让开发者与用户间实现“微信式”自由互动，让用户的每个建议都能第一时间得到开发者的回复。

  http://www.umeng.com/component_feedback

- **自动更新**

  友盟自动更新服务，可以轻松实现多渠道的同步更新，让用户及时使用到最新的产品。

  http://www.umeng.com/component_update

- **错误分析**

  错误分析是友盟为移动开发者提供的APP运行错误收集和分析工具，帮助开发者监测和分析APP在移动设备上的运行稳定性。

  http://www.umeng.com/component_update

- **友盟指数**

  友盟对移动互联网关键数据（目前包括应用类别、应用的市场表现、移动设备类型、操作系统版本、分辨率、联网方式、用户地理分布）进行深入挖掘，形成一套友盟指数，帮助移动开发者及业界人士把握移动互联网发展趋势。

  http://www.umindex.com

2010年4月成立，是中国最专业的移动应用统计分析暨开发者服务平台。

友盟致力于为开发者提供更多价值。我们以统计分析为产品起点，发展到为移动应用提供从开发到盈利的全程解决方案，包括开发组件、统计分析、推广服务及盈利服务。目前，已经有数以万计的开发者已经从友盟服务中获益。

友盟目前拥有百余人的专业团队，均来自Google、微软、百度、搜狐、雅虎、Zynga等国际知名的IT公司。

www.umeng.com

weibo.com/umengcom

report@umeng.com