

2017

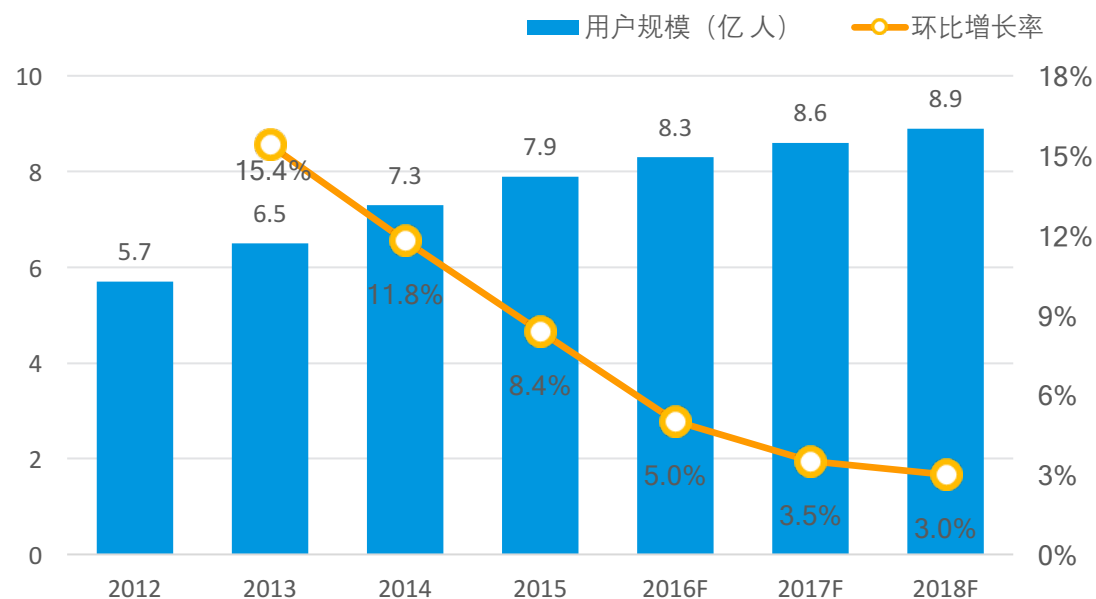
PMCon产品经理千人峰会

存量市场的对标分析指导产品运营策略

主讲人：朱江@易观



2016-2018年中国移动互联网用户规模预测



中国移动互联网市场经过几年的高速发展，增速已经明显放缓，人口红利逐渐消失，移动互联网进入了下半场，市场竞争已经从增量用户竞争阶段逐步转化成为存量用户竞争的阶段。

人口红利逐渐消失,竞争在存量市场展开



市场变化

细分型的创新，导致市场继续裂变
如何快速把握行业趋势？



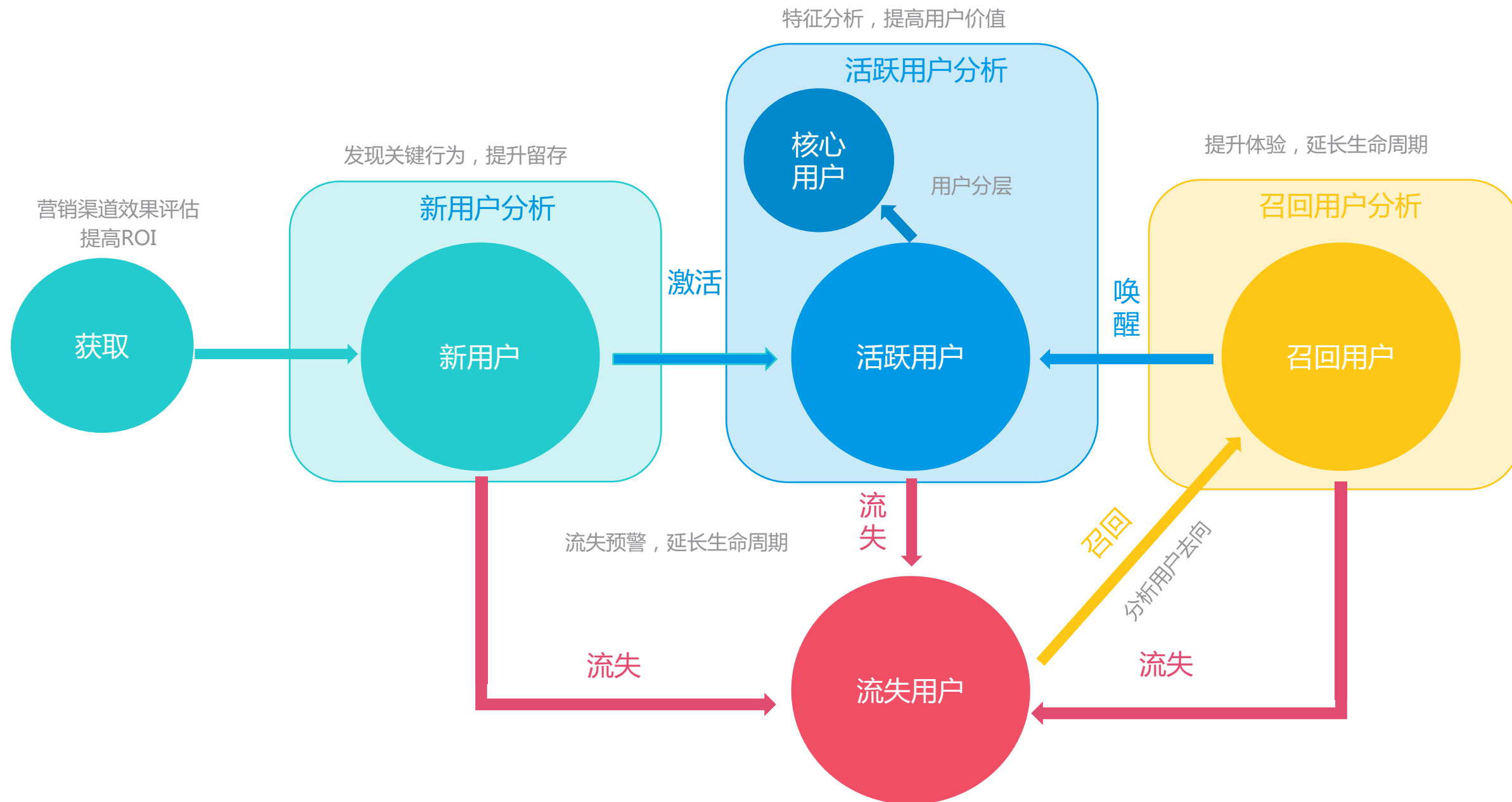
产品模式

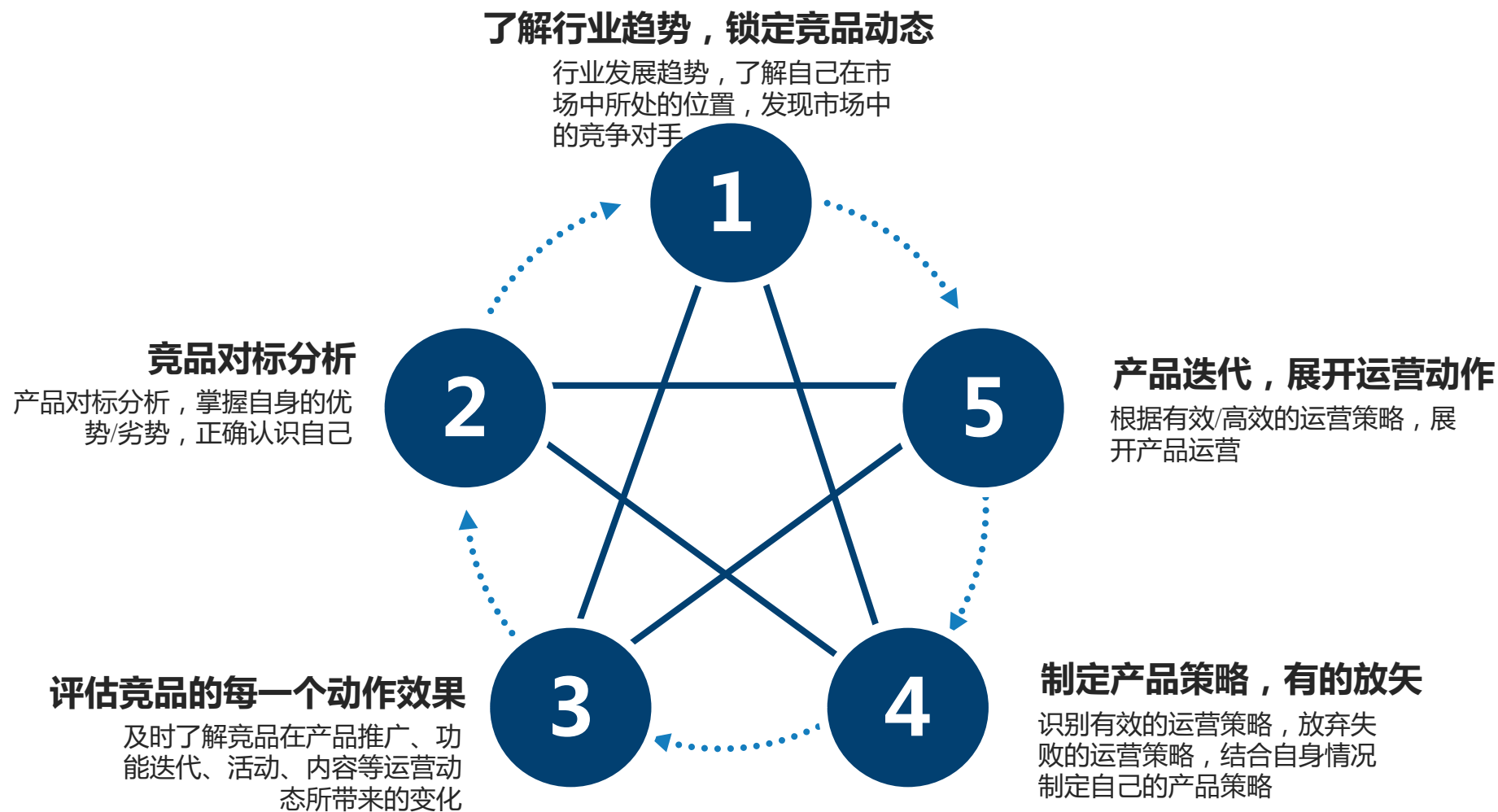
野蛮成长：烧钱模式
理性成长：盈利模式
如何在竞争中存活和发展？



用户增长越来越难

人口红利逐渐消失，用户增量竞争
模式转化为存量竞争模式。
APP如何获取用户增长？





认识市场

了解行业，把握大方向

行业发展趋势，了解自己在市场中所处的位置，发现市场中的竞争对手



占比	Dec-16	Apr-17	环比增幅
超一线城市	12.72%	11.80%	-7.23%
一线城市	38.86%	37.90%	-2.47%
二线城市	19.79%	20.39%	3.03%
三线城市	18.73%	19.43%	3.74%
非线级城市及其他	9.90%	10.47%	5.76%



占比	Dec-16	Apr-17	环比增幅
超一线城市	16.00%	15.19%	-5.06%
一线城市	45.61%	45.36%	-0.55%
二线城市	17.05%	17.41%	2.11%
三线城市	14.54%	14.66%	0.83%
非线级城市及其他	6.78%	7.37%	8.70%



占比	Dec-16	Apr-17	环比增幅
超一线城市	9.66%	8.49%	-12.11%
一线城市	37.69%	35.61%	-5.52%
三线城市	20.81%	22.12%	6.30%
二线城市	20.45%	21.24%	3.86%
非线级城市及其他	11.39%	12.54%	10.10%



线级城市	Dec-16	Apr-17	环比增幅
超一线城市	11.89%	10.87%	-8.58%
一线城市	40.18%	39.55%	-1.57%
二线城市	19.64%	19.97%	1.68%
三线城市	18.50%	19.05%	2.97%
非线级城市及其他	9.77%	10.56%	8.09%

- 超一线、一线城市人口红利逐渐消失；
- 二三线城市广阔空间，支撑用户规模增长

受基础条件限制的领域，仍以一线以上城市扩展为主

PMCamp

Analysys 易观
实时分析驱动用户资产成长

IT大咖说
知识分享平台

人群概况

行为偏好

人口分布

设备分布

场景画像

数据日期：

2017年04月

2017年04月

2017年04月

2017年04月

人群名称：



超一线

VS



一线

VS



二线

VS



三线以下



自定义人群

收起
返回

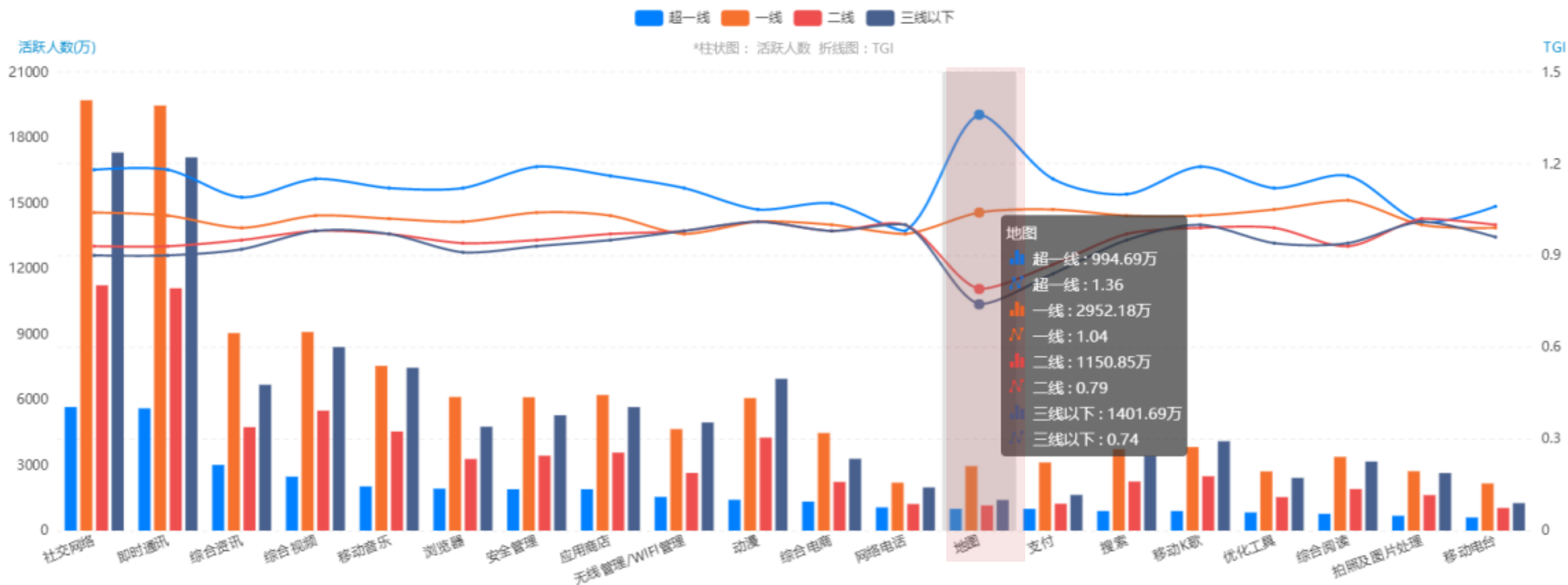
活跃人数

启动次数

使用时长

排序方式：☒ 活跃人数 ☐ 活跃差异 ☐ 活跃渗透率 ☐ TGI ☐ TGI差异

交通出行相关领域



广告万象
Analysys.cn

1-20

Powered by ta.analysys.cn

人群概况

行为偏好

人口分布

设备分布

场景画像

数据日期：

2017年04月

2017年04月

2017年04月

2017年04月

人群名称：



超一线

VS



一线

VS



二线

VS



三线以下



自定义人群

收起
返回

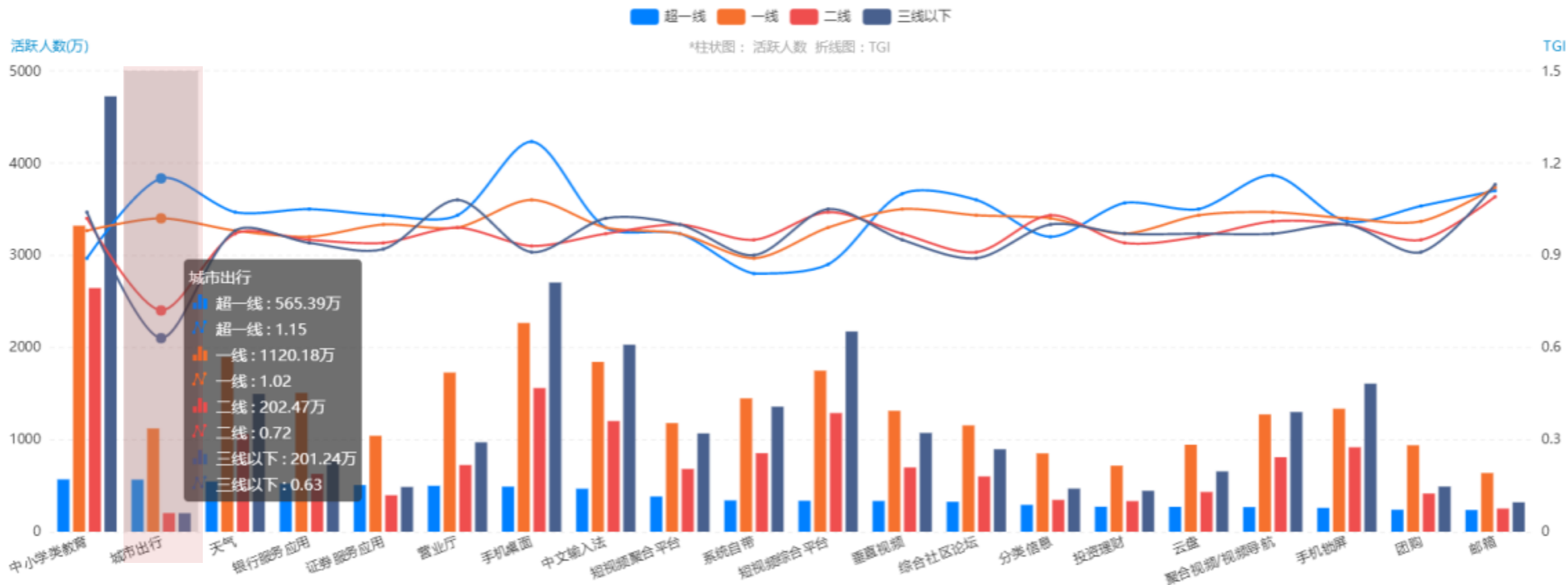
活跃人数

启动次数

使用时长



交通出行相关领域

排序方式：☒ 活跃人数 ☐ 活跃差异 ☐ 活跃渗透率 ☐ TGI ☐ TGI差异

人群概览

行为偏好

人口分布

设备分布

场景画像

数据日期： 2017年04月 2017年04月 2017年04月 2017年04月

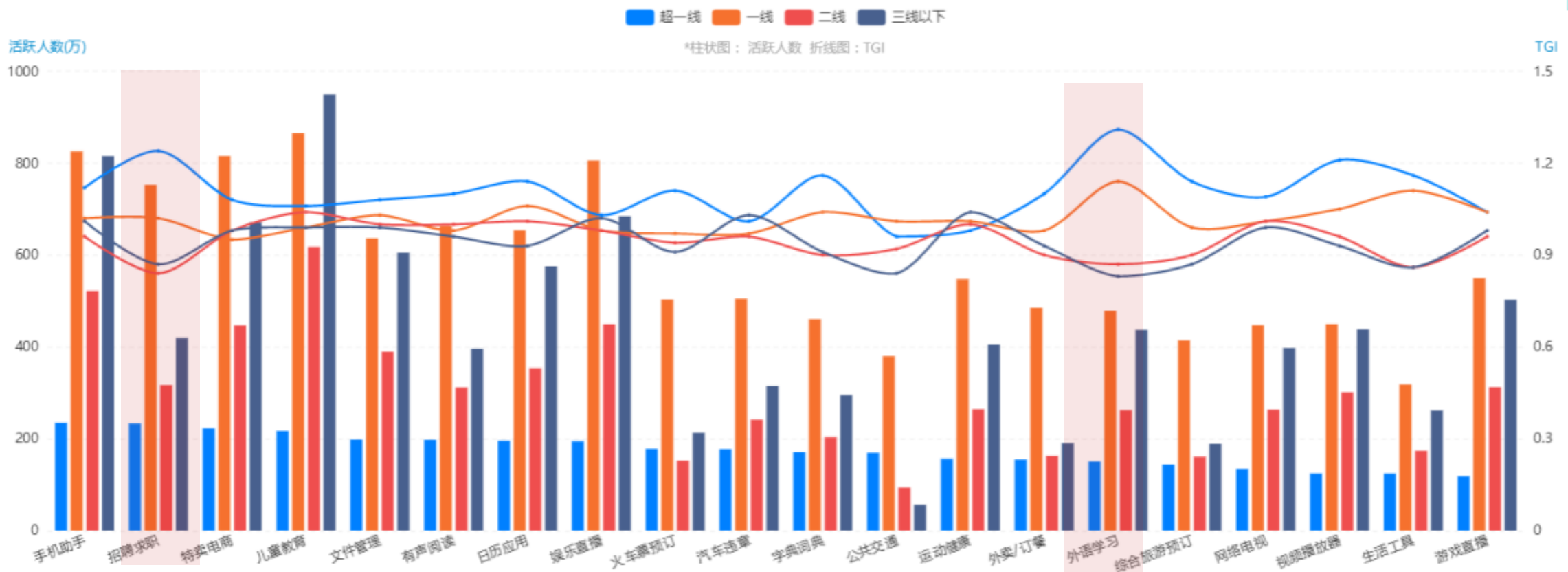
人群名称： 超一线 VS 一线 VS 二线 VS 三线以下 +

自定义人群 收起 返回

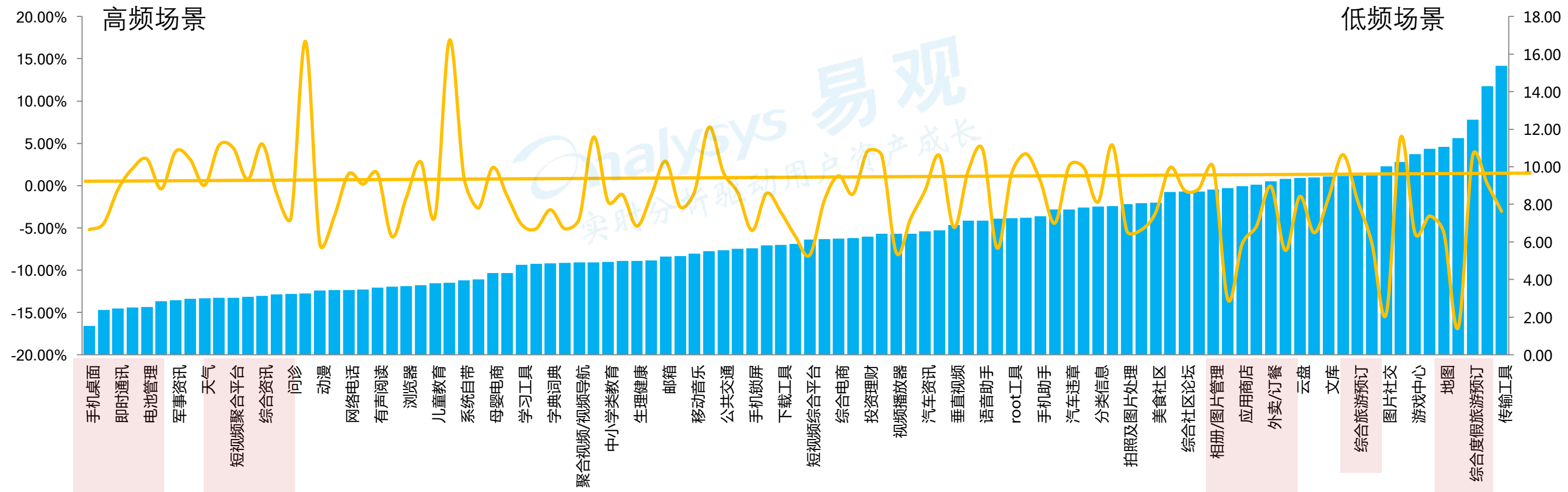
活跃人数 启动次数 使用时长

排序方式： ☒ 活跃人数 ☐ 活跃差异 ☐ 活跃渗透率 ☐ TGI ☐ TGI差异

求职招聘、高端教育、企业服务等



领域平均活跃度&领域规模环比



- 不同领域应用场景有差异，不同领域应用场景有较强周期性差异；
- 行业领先者们的平均水平是追随者的目标；

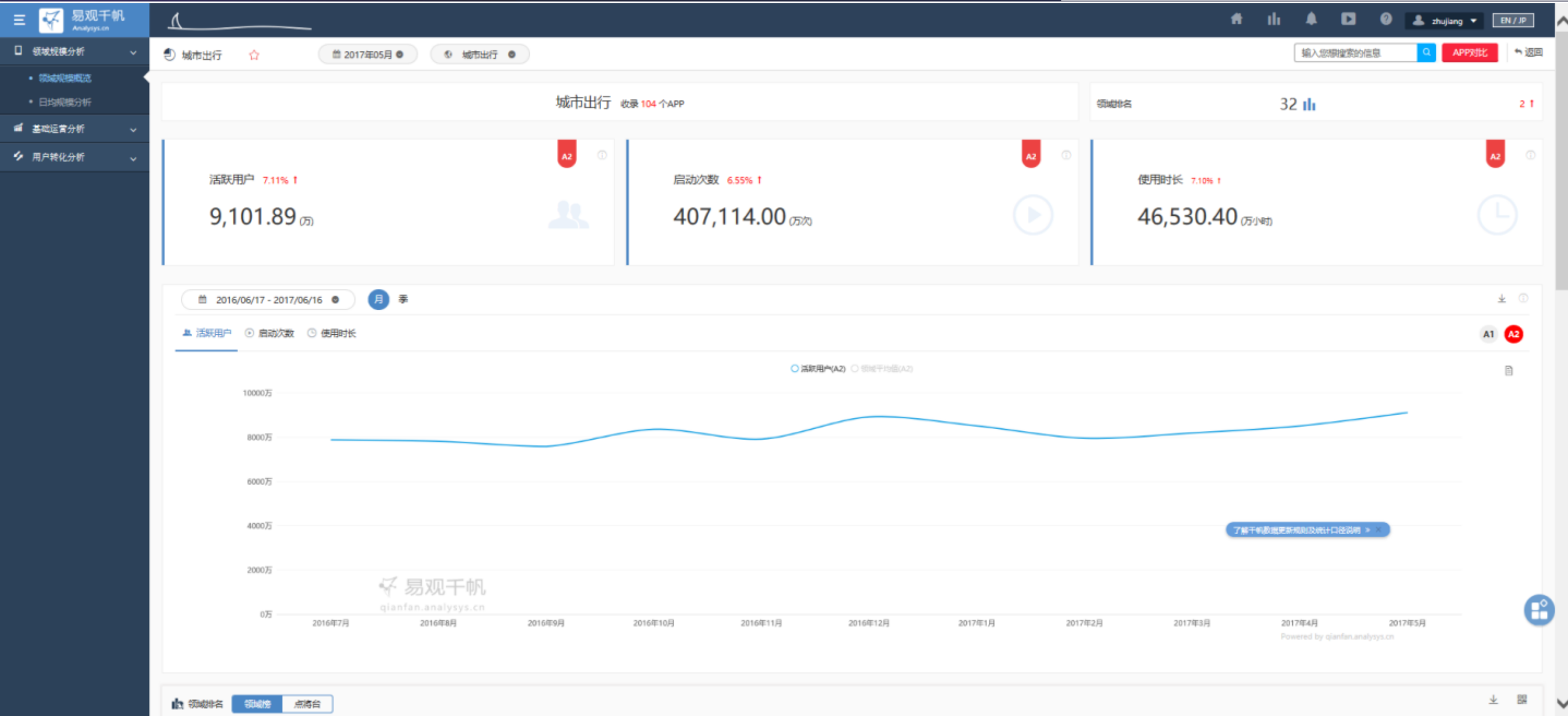
数据统计来源于易观千帆2017年5月发布数据
统计方法：以各领域MAU>500万的独立APP数据指标平均值

了解行业行业整体规模，发展趋势

PMCamp

Analysys 易观
实时分析驱动用户资产成长

IT大咖说
知识分享平台



了解同领域中的竞争格局和竞争对手

PMCamp

Analysys 易观
实时分析驱动用户资产成长

IT大咖说
知识分享平台

- 易观千帆
Analysys.cn
- 领域规模分析
 - 领域规模概览
 - 日均规模分析
- 基础运营分析
- 用户转化分析

算法2016年前期所有历史数据，通过下

Home Bar Bell Play Question User zhujiang English

城市出行



2017年05月

城市出行

输入您想搜索的信息



APP对比

返回

衣小市广里较小，暂时无法计算。

对比	排名	APP	开发商	活跃用户 (万)	启动次数 (万次)	使用时长 (万小时)
☆	1	滴滴出行	北京小桔科...	4,411.83	85,035.40	8,631.30
☆	2	ofo共享单车	北京拜克洛...	2,537.04	47,218.40	5,788.79
☆	3	摩拜单车	北京摩拜科...	2,244.37	60,912.10	7,664.12
☆	4	滴滴司机 (专快)	北京小桔科...	644.86	70,647.30	7,909.65
☆	5	优步 - Uber	上海露博信...	632.04	7,222.73	678.63
☆	6	易到	北京东方车...	325.01	2,125.99	251.85
☆	7	滴滴司机 (出租)	北京小桔科...	213.63	95,992.10	10,002.20
☆	8	神州专车	神州优车福...	194.32	1,593.55	230.32
☆	9	嘀嗒拼车	北京畅行信...	180.76	5,505.11	666.87
☆	10	永安行	常州永安公...	116.49	2,342.58	326.44
☆	11	曹操专车	吉利控股集团	86.40	904.90	158.14
☆	12	小蓝单车	天津鹿鼎科...	58.76	1,221.22	107.32
☆	13	首汽约车	首约科技天...	51.28	1,115.67	239.76
☆	14	哈罗单车	上海钧正网...	50.83	701.51	36.22

根据同领域中竞争对手的相对位置，确定竞争对手

PMCamp

Analysys 易观
实时分析驱动用户资产成长

IT大咖说
知识分享平台



- APP规模概览
- 规模排名分析
- 日均规模分析
- 渗透率分析

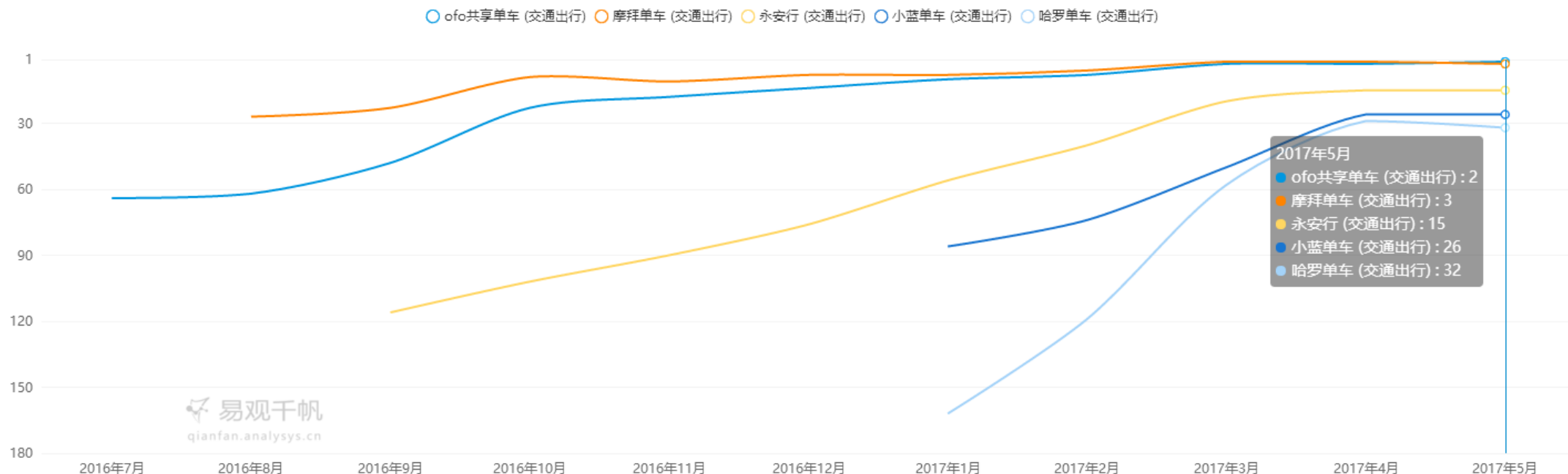
2016.6.14 - 2017.6.14

全网排名

一级领域排名

二级领域排名

选择APP所属领域



Powered by qianfan.analysys.cn

根据用户竞争情况，确定竞争对手

PMCamp

Analysys 易观
实时分析驱动用户资产成长

IT大咖说
知识分享平台

- 易观千帆
Analysys.cn
- APP规模分析
- 基础运营分析
- 用户转化分析
- 用户构成分析
- 用户竞争分析
 - 重合用户分析
 - 领域独占分析
- 应用分析模型

重合用户分析 ofo 摩拜单车 youon 2017年05月

! 小帆支持每月应用top1000和游戏top300中2~3个app之间的重合度分析哟~

活跃用户数 (万)

2,537.04

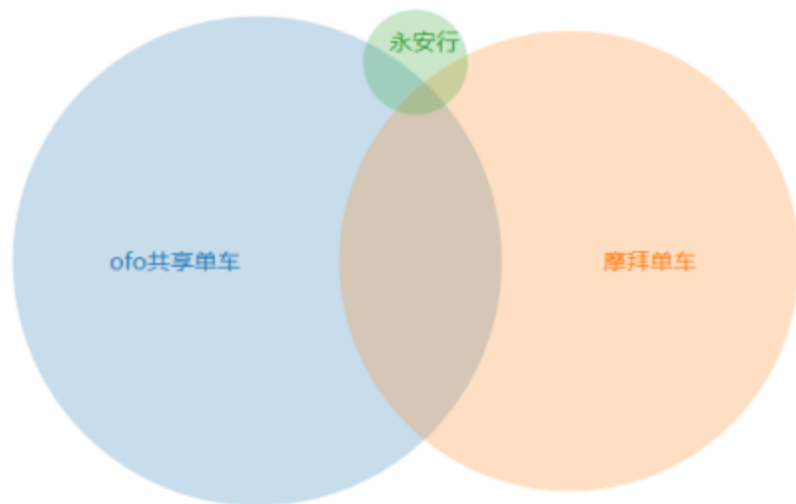
ofo ofo共享单车

2,244.37

摩拜单车

116.49

永安行



重合

对比APP	重合活跃用户数(万)	重合率(%)
ofo 摩拜单车	543.47	12.82%
ofo youon	41.77	1.6%
摩拜单车 youon	25.85	1.11%
ofo 摩拜单车 youon	14.17	0.33%

独占

APP	独占用户数(万)	独占用户率(%)
youon 永安行	63.03	1.47%
摩拜单车	1,689.21	39.28%
ofo ofo共享...	1,965.97	45.71%

2017年05月

竞品对标分析

通过竞品分析制定产品推广策略

降低拉新成本、低风险地进行有效拉新

共享单车迅速成为重要的城市出行方式

PMCamp

Analysys 易观
实时分析驱动用户资产成长

IT大咖说
知识分享平台

易观千帆
Analysys.cn

APP规模分析

- APP规模概览
- 规模排名分析
- 日均规模分析
- 渗透率分析

基础运营分析

用户转化分析

用户构成分析

用户竞争分析

应用分析模型

对比



2017年05月

输入您想搜索的信息

APP对比

返回

2016.6.16 - 2017.6.16

日 周 月 季

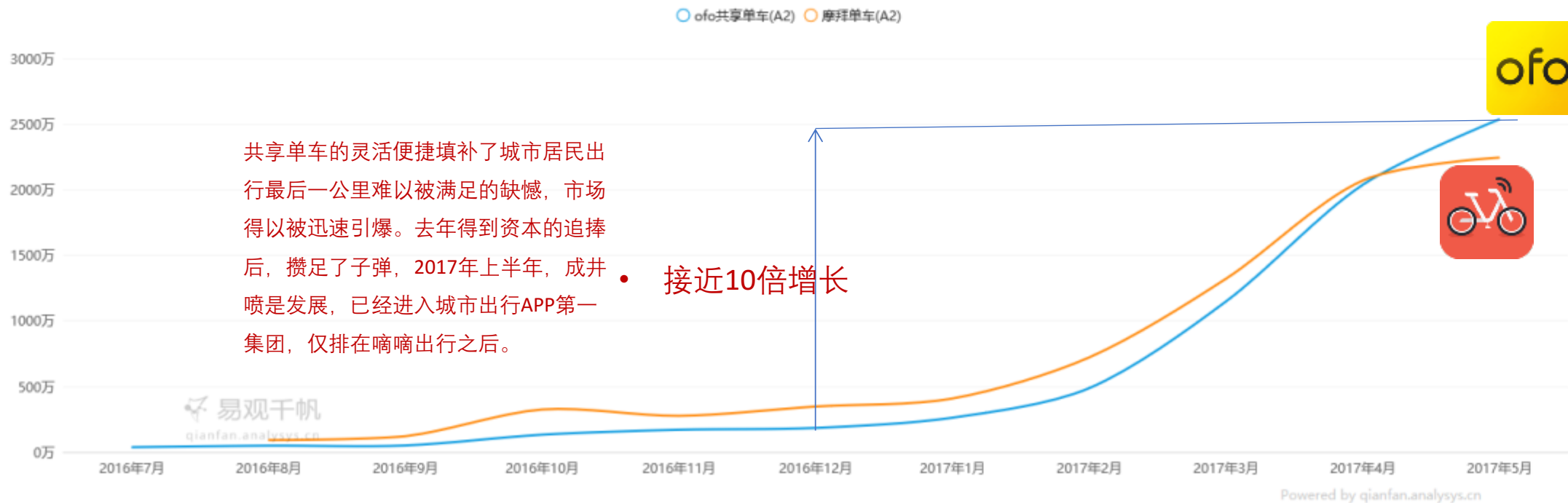
活跃用户

启动次数

使用时长

A1

A2



易观千帆中统计的MAU只包含独立APP的用户，不包含其他站外调用的流量

更多相关APP



城市	Jan-17		Apr-17		环比增长	
	占比	活跃用户	占比	活跃用户	占比	活跃用户
1 上海市	16.89%	68.7423	12.02%	248.694	-28.83%	179.952
2 北京市	9.65%	39.2755	9.98%	206.486	3.42%	167.211
3 成都市	10.06%	40.9442	9.67%	200.072	-3.88%	159.128
4 武汉市	2.59%	10.5413	7.13%	147.52	175.29%	136.978
5 广州市	25.02%	101.831	11.39%	235.659	-54.48%	133.828
6 天津市	0.28%	1.1396	6.24%	129.106	2128.57%	127.966
7 深圳市	19.90%	80.993	9.78%	202.348	-50.85%	121.355
8 济南市	1.02%	4.1514	4.53%	93.7257	344.12%	89.5743
9 南京市	0.59%	2.4013	2.95%	61.0355	400.00%	58.6342
10 福州市	1.00%	4.07	2.54%	52.5526	154.00%	48.4826

城市	Jan-17		Apr-17		环比增长	
	占比	活跃用户	占比	活跃用户	占比	活跃用户
1 天津市	3.4%	8.7957	11.8%	241.1808	251.3%	232.39
2 北京市	12.7%	33.1992	12.5%	254.4213	-1.8%	221.22
3 上海市	19.9%	52.0173	13.2%	267.8655	-34.0%	215.85
4 成都市	5.9%	15.4773	6.1%	124.0533	2.7%	108.58
5 武汉市	1.6%	4.0455	4.7%	95.5353	202.6%	91.49
6 深圳市	9.1%	23.8293	5.2%	105.924	-43.0%	82.09
7 广州市	15.8%	41.3163	5.2%	105.7203	-67.2%	64.40
8 西安市	1.2%	3.1059	3.2%	64.1655	164.7%	61.06
9 杭州市	0.8%	2.0619	2.5%	51.5361	220.3%	49.47
10 南京市	1.9%	4.8285	2.5%	50.5176	34.1%	45.69

- 摩拜推广策略以“广”为主，为抢占更多的城市；
- 在很多城市效果并不理想，分散了精力

- ofo推广策略以抢占人口密集城市为主，特别是3月份以后，天气转暖，主攻的华北地区，获得了实地

用户活跃度稳步提升，用户从浅尝体验到养成使用习惯

PMCamp

Analysys 易观
实时分析驱动用户资产成长

IT大咖说
知识分享平台

易观千帆
Analysys.cn

- APP规模分析
- 基础运营分析
- 用户转化分析
- 用户粘性分析
- 用户构成分析
- 用户竞争分析
- 应用分析模型

对比 ofo 2017年05月

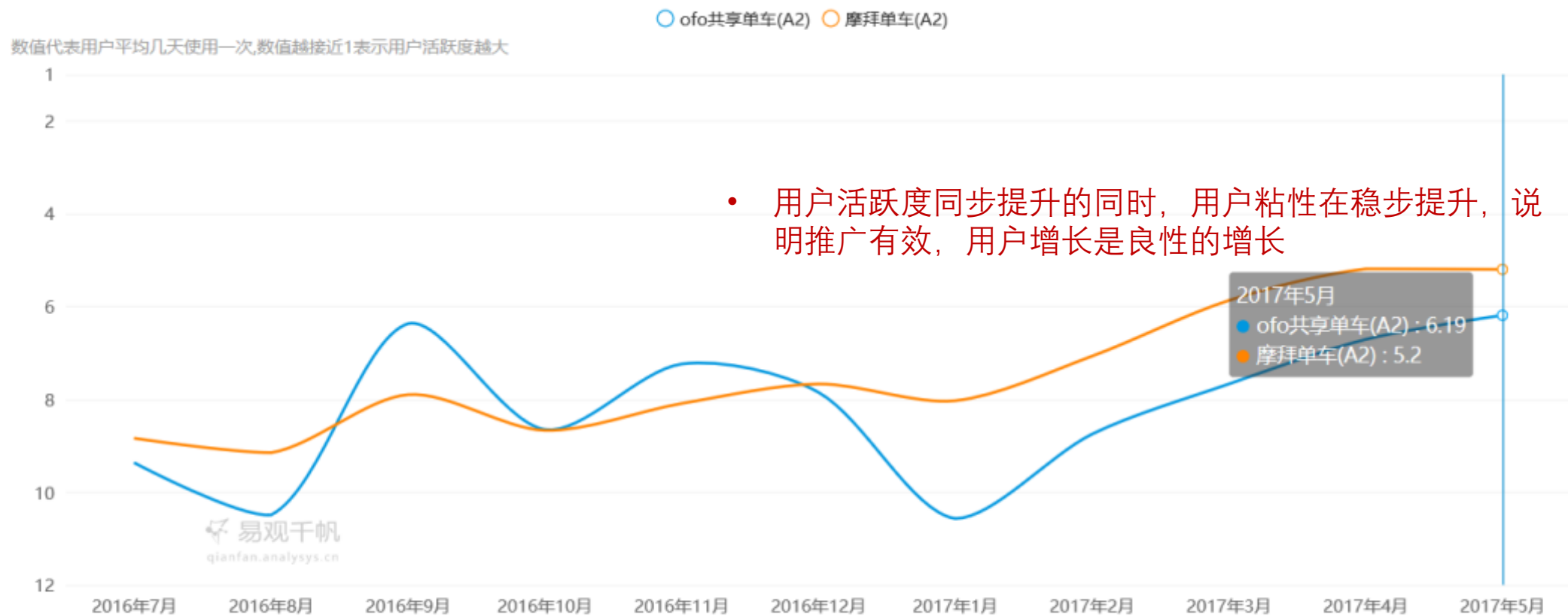
输入您想搜索的信息

APP对比

返回

人均单日启动次数 (月度) 人均单日使用时长 (月度) 用户活跃度 次月留存率

A1 A2

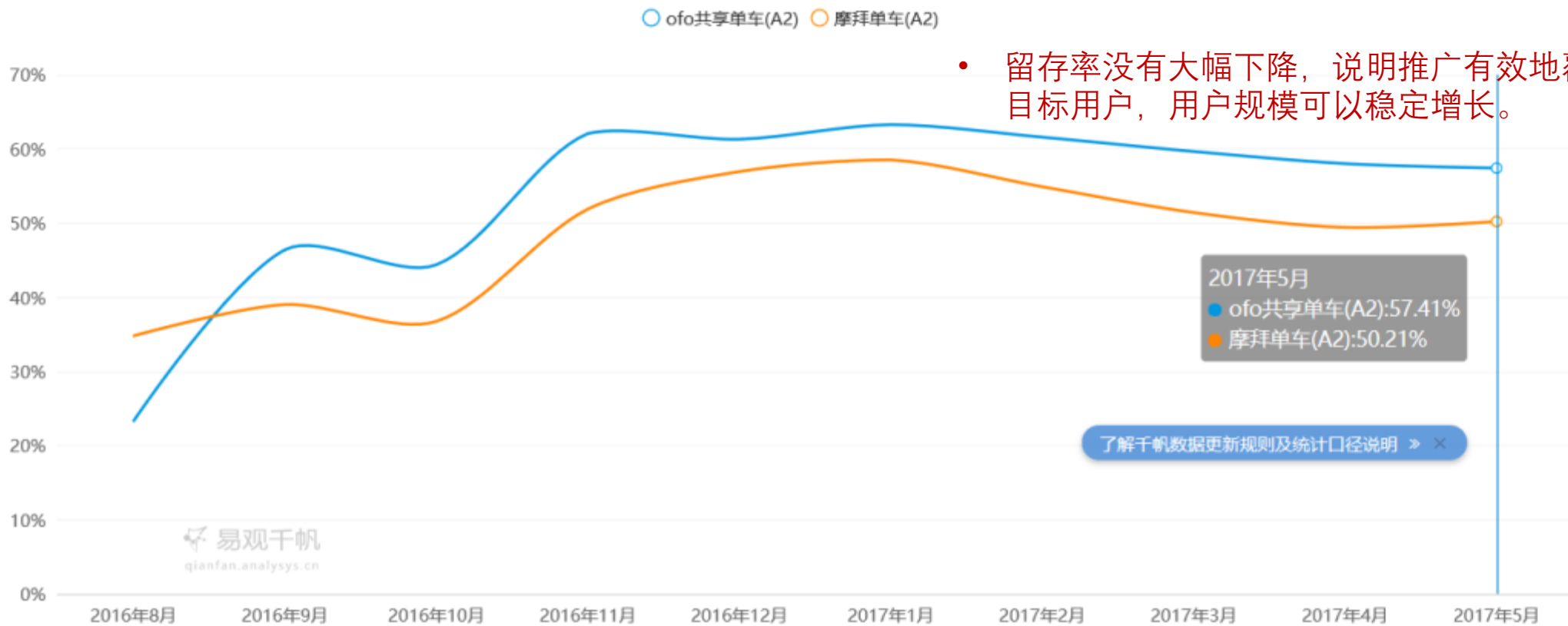


- 用户活跃度同步提升的同时，用户粘性在稳步提升，说明推广有效，用户增长是良性的增长

易观千帆
qianfan.analysys.cn

Powered by qianfan.analysys.cn

有效推广没有降低用户的留存率



- 留存率没有大幅下降，说明推广有效地覆盖了目标用户，用户规模可以稳定增长。

随着用户规模的增加，重合用户增加，竞争加剧

PMCamp

Analysys 易观
实时分析驱动用户资产成长

IT大咖说
知识分享平台

三



易观千帆
Analysys.cn



APP规模分析



基础运营分析



用户转化分析



用户构成分析



用户竞争分析



• 重合用户分析

• 领域独占分析



应用分析模型



重合用户分析



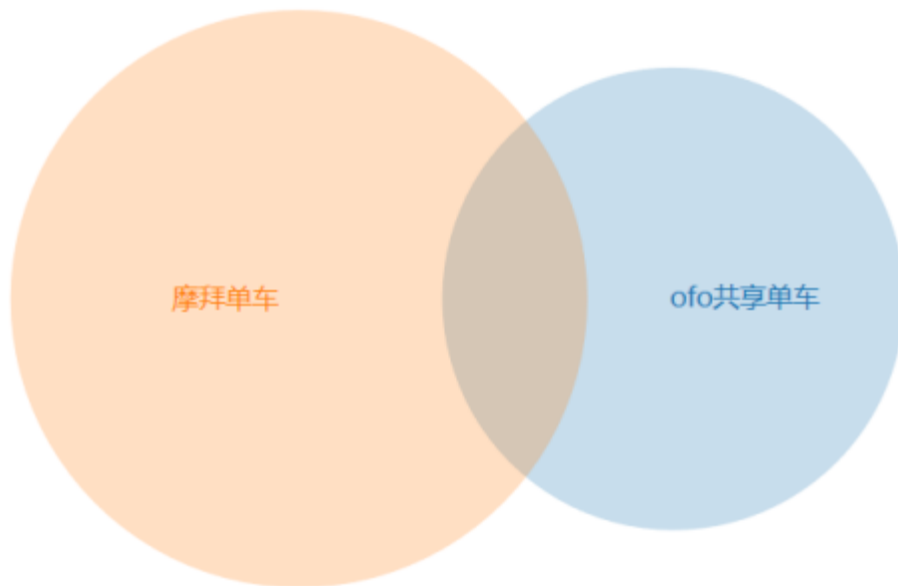
2017年01月

输入您想搜索的信息



APP对比

返回



易观千帆
qianfan.analysys.cn

Powered by qianfan.analysys.cn

2017年01月

重合 ⓘ

对比APP

重合活跃用户数(万)

重合率(%)



55.67

9.07%

独占 ⓘ

APP

独占用户数(万)

独占用户率(%)



摩拜单车

352.24

57.38%



ofo共享...

205.97

33.55%

忠诚用户（独占用户）都有较大增长，推广有效处理目标用户

PMCamp

Analysys 易观
实时分析驱动用户资产成长

IT大咖说
知识分享平台

重合用户分析 ofo 2017年05月

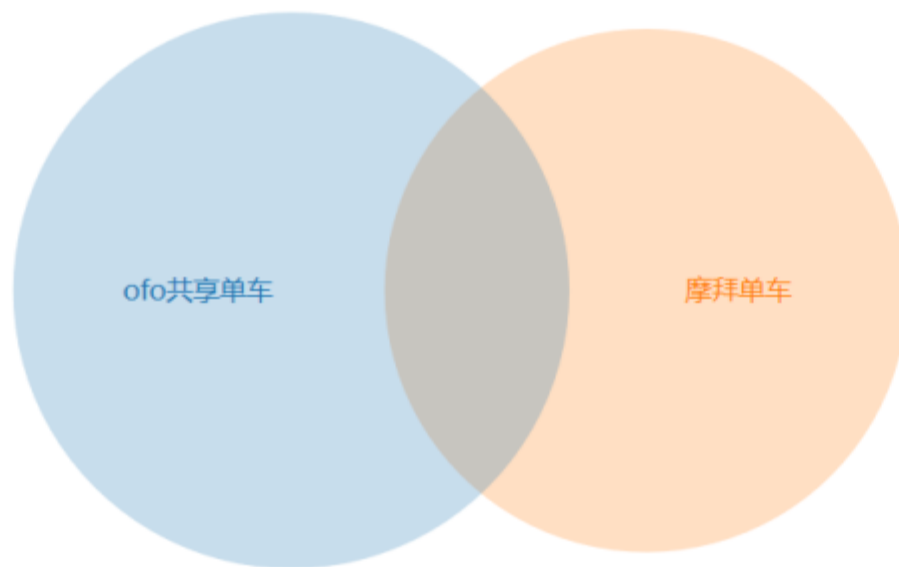
输入您想搜索的信息

APP对比

返回

ofo共享单车

摩拜单车



易观千帆
qianfan.analysys.cn

Powered by qianfan.analysys.cn

2017年05月

重合

对比APP

重合活跃用户数(万)

重合率(%)



543.47

12.32%

- 相对与2017-01月的重合用户,增加了接近10倍的重合用户，竞争加剧

独占

APP

独占用户数(万)

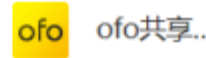
独占用户率(%)



摩拜单车

1,700.90

40.13%



ofo共享...

1,993.57

47.04%

- 同时也获得了大量的忠诚用户

竞品对标分析

通过竞品分析指导产品功能改进

他山之石可以攻玉，学习相关产品的经验

直播领域发展历程

PMCamp

Analysys 易观
实时分析驱动用户资产成长

IT大咖说
知识分享平台

- 易观千帆
Analysys.cn
- 领域规模分析
 - 领域规模概述
 - 日均规模分析
- 基础运营分析
- 用户转化分析

娱乐直播 ☆ 2017年05月 娱乐直播

输入您想搜索的信息 APP对比 返回



- 监管政策收紧，中小直播平台面临洗牌
- 内容高度同质化，内容开启平台精细化运营

- 娱乐直播平台利用明星效应打开市场，提升知名度
- 这种短时爆发带来的用户粘性较低
- 直播的形式，不利于在用户的碎片化时间使用

领域整体进入调整期，已有率先调整见效的产品

PMCamp

Analysys 易观
实时分析驱动用户资产成长

IT大咖说
知识分享平台

易观千帆
Analysys.cn

APP规模分析

APP规模概览

规模排名分析

日均规模分析

渗透率分析

基础运营分析

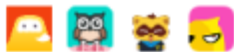
用户转化分析

用户构成分析

用户竞争分析

应用分析模型

对比



2017年05月

输入您想搜索的信息

APP对比

返回

2016.6.16 - 2017.6.16

日 周 月 季

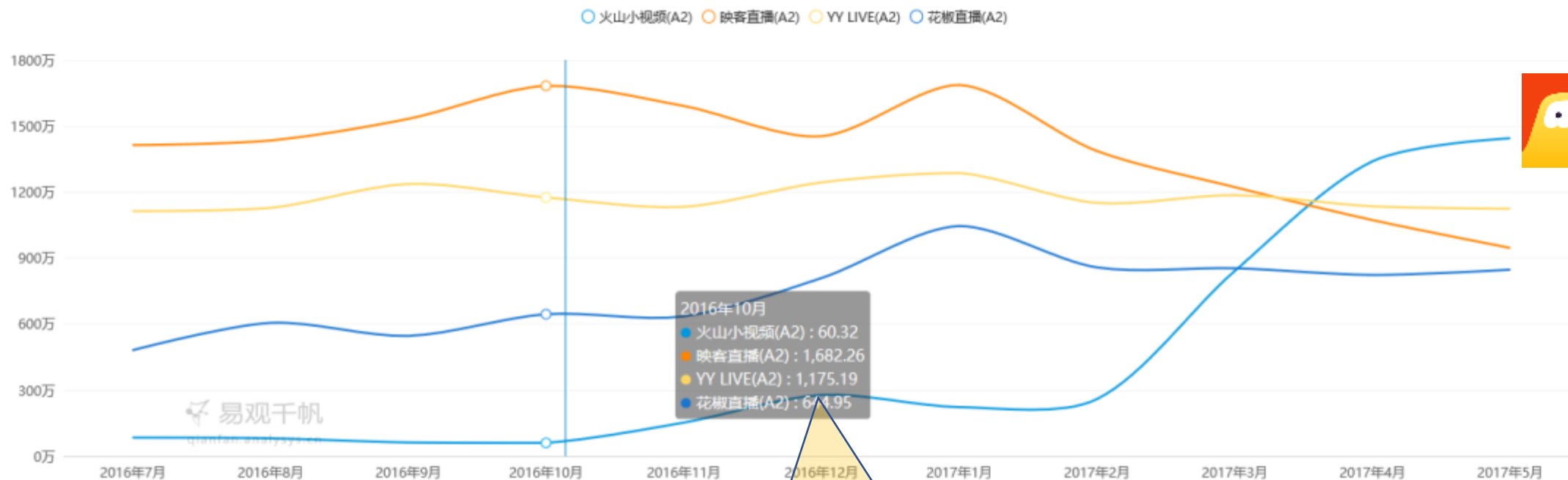
活跃用户

启动次数

使用时长

A1

A2

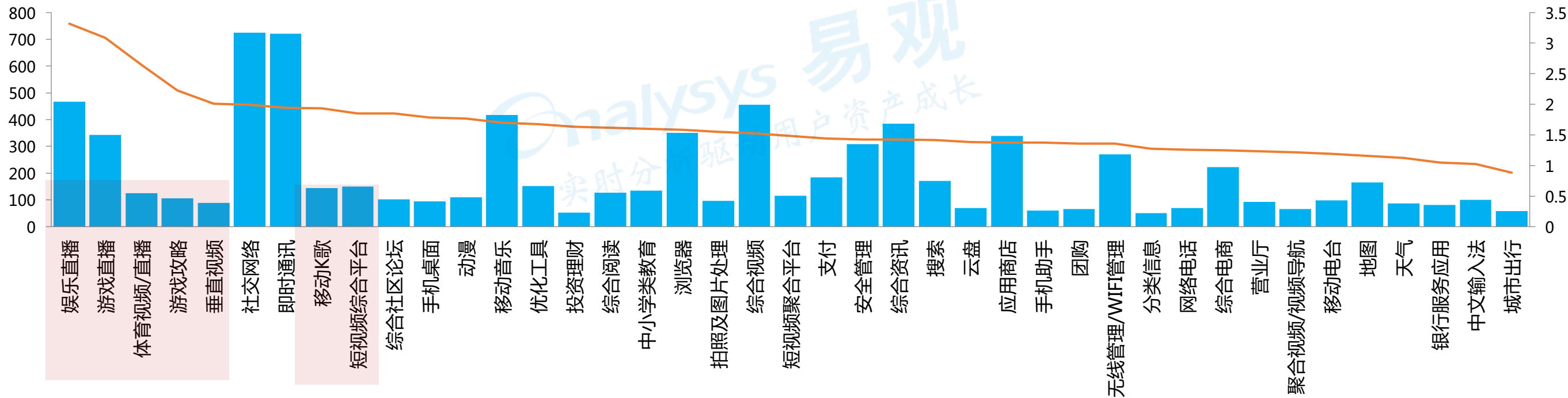


火山直播增加短视频功能后，
活跃用户规模“逆势而上”

更多相关APP

与娱乐直播相关性较强的领域为：游戏直播、匿名社交、社交网络、即时通讯、游戏攻略、短视频综合平台以及移动音乐、移动K歌等，相对集中在社交类应用及娱乐类应用，这与视频直播用户群体的分布有关，直播用户大都是在互联网中成长起来的85后、90后年轻用户，他们张扬个性喜欢新奇事物，喜欢新潮的网络社交及网络娱乐方式。

娱乐直播用户行为偏好 领域关联性较强的领域TGI



融合领域关联性较强的产品功能

PMCamp

Analysys 易观
实时分析驱动用户资产成长

IT大咖说
知识分享平台

人群概览

行为偏好

人口分布

设备分布

场景画像



视频直播

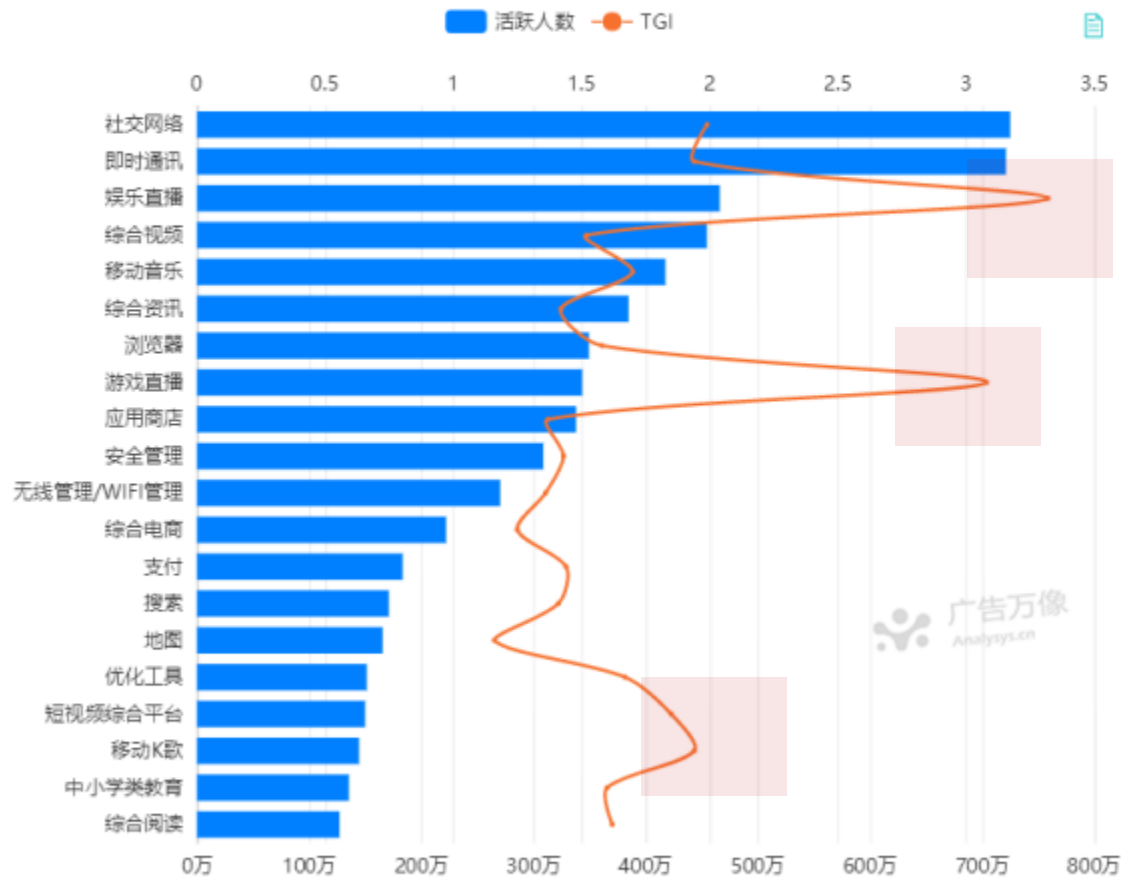


活跃人数

启动次数

使用时长

排序方式: ☒ 活跃人数 ☐ TGI



1-20

Powered by ta.analysys.cn

排名

领域

覆盖

全部应用

1	社交网络	90.76%	偏好应用
2	即时通讯	90.29%	偏好应用
3	娱乐直播	58.34%	偏好应用
4	综合视频	56.91%	偏好应用
5	移动音乐	52.28%	偏好应用
6	综合资讯	48.17%	偏好应用
7	浏览器	43.75%	偏好应用
8	游戏直播	43.00%	偏好应用
9	应用商店	42.31%	偏好应用
10	安全管理	38.66%	偏好应用
11	无线管理/WIFI管理	33.84%	偏好应用
12	综合电商	27.80%	偏好应用
13	支付	22.96%	偏好应用
14	搜索	21.41%	偏好应用
15	地图	20.72%	偏好应用

Powered by ta.analysys.cn

直播+短视频（UGC），提高了用户的活跃度和粘性

PMCamp

Analysys 易观
实时分析驱动用户资产成长

IT大咖说
知识分享平台

- 易观千帆
Analysys.cn
- APP规模分析
- 基础运营分析
- 用户转化分析
- 用户粘性分析
- 用户构成分析
- 用户竞争分析
- 应用分析模型



zhujiang EN / JP

对比 2017年05月

输入您想搜索的信息 APP对比 返回

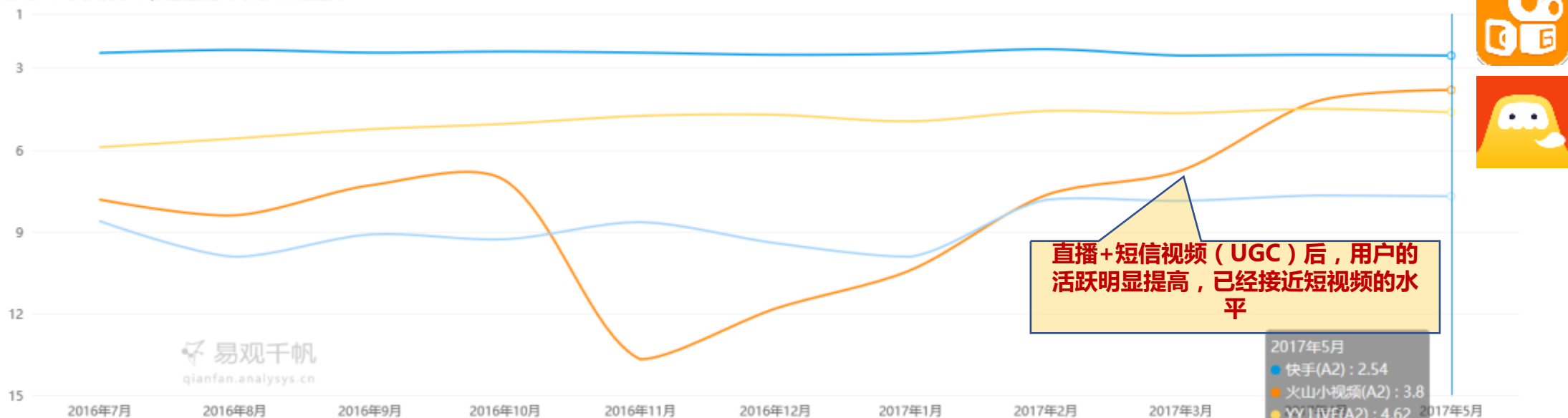
2016.6.16 - 2017.6.16 月

人均单日启动次数(月度) 人均单日使用时长(月度) 用户活跃度 次月留存率

A1 A2

快手(A2) 火山小视频(A2) YY LIVE(A2) 映客直播(A2) 花椒直播(A2)

数值代表用户平均几天使用一次,数值越接近1表示用户活跃度越大



直播+短视频（UGC）后，用户的活跃明显提高，已经接近短视频的水平

2017年5月
快手(A2) : 2.54
火山小视频(A2) : 3.8
YY LIVE(A2) : 4.62
映客直播(A2) : 7.7
花椒直播(A2) : 7.7

更多相关APP

直播用户高峰期主要集中在晚间

PMCamp

Analysys 易观
实时分析驱动用户资产成长

IT大咖说
知识分享平台

- 易观千帆
Analysys.cn
- APP规模分析
- 基础运营分析
 - 用户行为分析
 - 用户分时行为
 - 人均行为分析
- 用户转化分析
- 用户构成分析
- 用户竞争分析
- 应用分析模型

对比



2017年05月

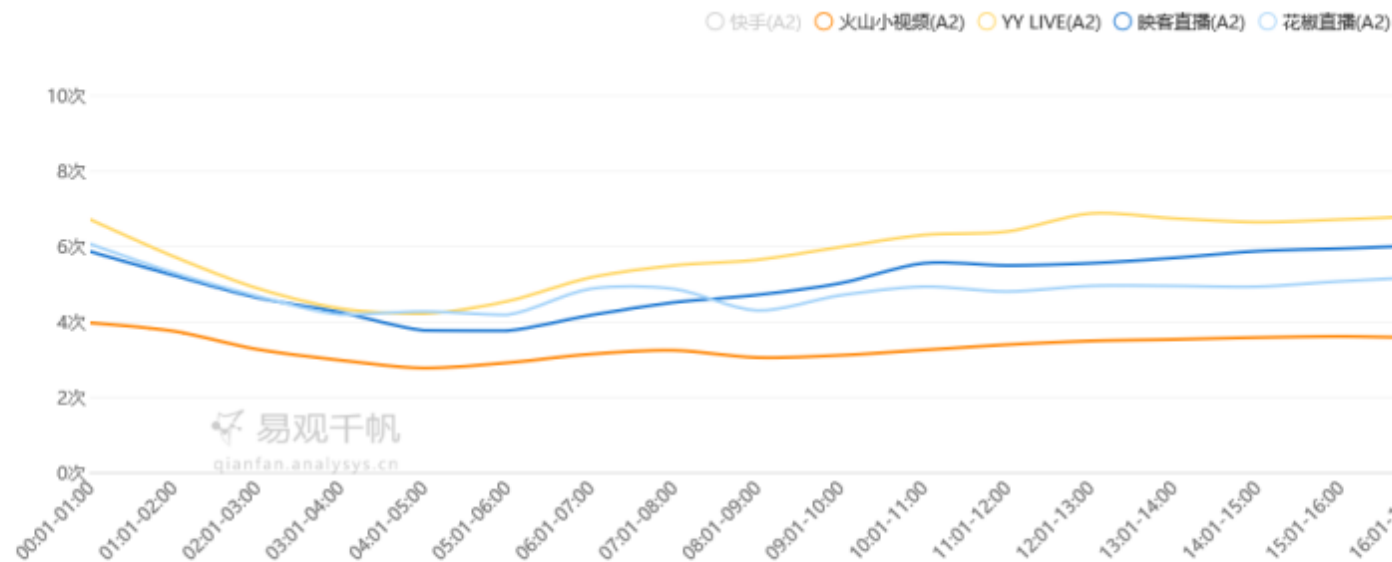
输入您想搜索的信息

APP对比

返回

2016.6.16 - 2017.6.16

分时活跃人数 分时启动次数 分时使用时长 分时人均启动次数 分时人均使用时长 分时相对渗透率



直播用户由于时间、流量等因素制约，活跃时间段集中在夜间，限制了用户的参与度



2016年7月

2016年9月

2016年11月

2017年1月

2017年3月

2017年5月

Powered by qianfan.analysys.cn

更多相关APP

改版后的火山小视频，用户使用时间已经分布在白天全天

PMCamp

Analysys 易观
实时分析驱动用户资产成长

IT大咖说
知识分享平台

- 易观千帆
Analysys.cn
- APP规模分析
- 基础运营分析
 - 用户行为分析
 - 用户分时行为
 - 人均行为分析
- 用户转化分析
- 用户构成分析
- 用户竞争分析
- 应用分析模型



对比



2017年05月

输入您想搜索的信息

APP对比

返回

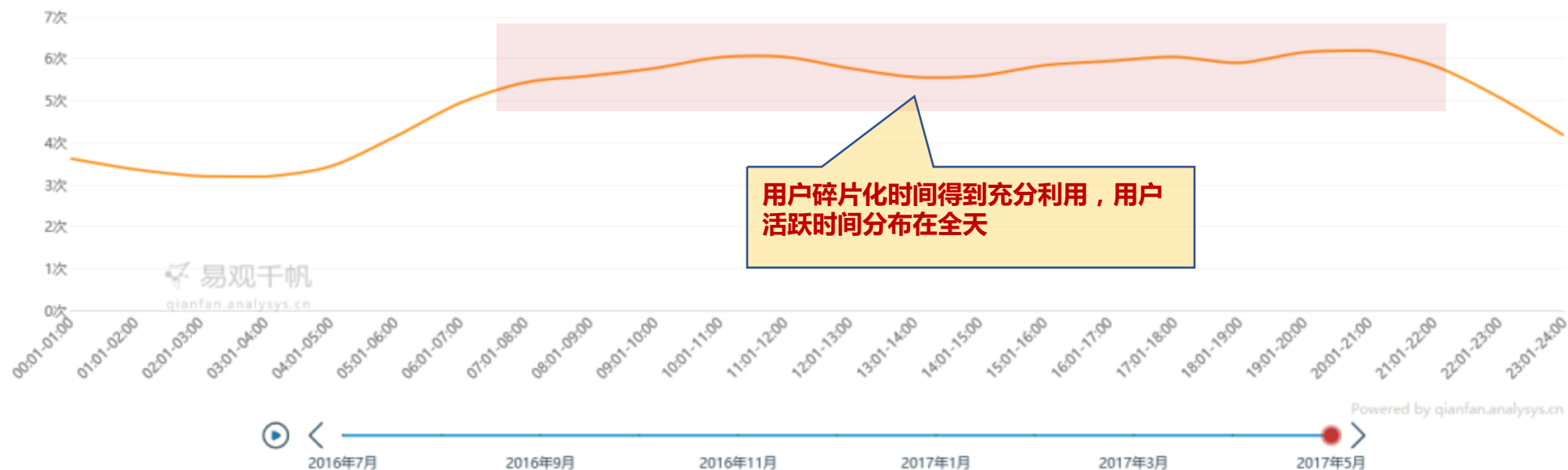
2016.6.16 - 2017.6.16

分时活跃人数 分时启动次数 分时使用时长 分时人均启动次数 分时人均使用时长 分时相对渗透率

A1

A2

快手(A2) 火山小视频(A2) YY LIVE(A2) 映客直播(A2) 花椒直播(A2)



用户碎片化时间得到充分利用，用户活跃时间分布在全天

更多相关APP

存量竞争市场，单纯关注自身产品的运营已经不够，需要密切关注市场关注竞品动态，制定有效的产品策略



易观大数据产品

第三方数据分析助力用户成长

第三方互联网产品评估和对标分析平台，帮助企业分析市场与产品竞争

终端覆盖

累计终端覆盖：18.2亿

- 设备类型
- 品牌
- 机型
- 价格区间
- 屏幕尺寸
- 网络制式
- 运营商
- 摄像头画质

产品覆盖

监测APP数量：178万
+

领域覆盖：279个

- 产品规模分析
- 基础运营数据
- 用户转化分析
- 用户构成分析
- 用户竞争分析
- 应用分析模型

6大类指标体系，20个
基础指标与数百个创新
指标

用户覆盖

MAU：4.42亿

DAU：5800万

标签类型：7600个

人群画像

- 年龄
- 性别
- 职业
- 婚育状况
- 资产状况
- 消费水平
- 常住地
- 人群特征

行为特征

- 领域偏好度TGI
 - 20多个一级领域
 - 279个二级领域
- 应用偏好度TGI
 - 3万+应用
 - 1万+游戏
- 兴趣偏好度TGI
 - 细分功能
 - 内容分类
 - 商品分类
 - 品牌分类

消费场景

- 家庭生活
- 娱乐社交
- 购物消费
- 运动健康
- 工作/商务
- 旅游出行
- 学习教育

地理位置

- 国家级别定位
- 省份级别定位
- 城市级别定位
- 商圈级别定位
- 地理围栏定位
- POI定位
- LBS轨迹

数据基础资源

数据存储容量
5.8PB

日处理数据总量
30T

数据合作伙伴
1000+个

每秒处理数据
50万条

实时数据处理
5秒内展示



谢谢观赏！

朱江@易观