

2011年第一季度国内Android数据报告

2011.05.19

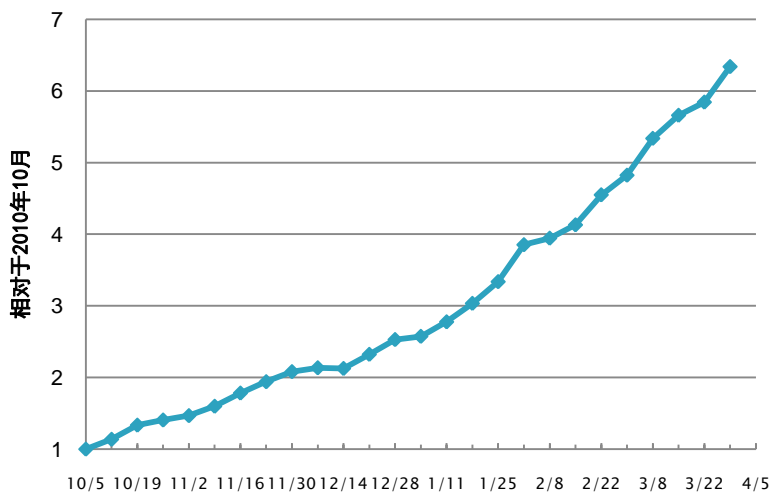


主要结论

- ▶ 过去半年里，国内Android应用的流量和用户迅速增长。
- ▶ Android的OS版本更新快，2.2系统的份额从半年前的20%上升至58%。
- ▶ Android终端呈两头增长趋势，高端机和低端机的份额都在逐渐升高。
- ▶ 从省市分布来看，二线城市的Android份额在增长。
- ▶ 二线城市国产品牌的份额相对更高。
- ▶ 本土应用商店是国内用户获取应用的最主要渠道。
- ▶ 用户下载安装应用的时间分布非常集中。
- ▶ 在25.2%的情况下，用户会使用一个应用10次以上。
- ▶ 阅读资讯、社交沟通、系统工具是回访率最高的三类应用。

趋势

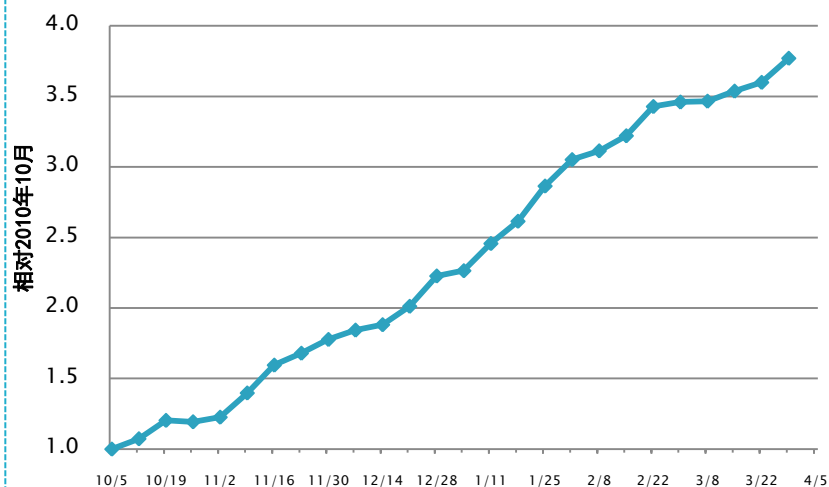
友盟TOP 100应用的流量



以友盟TOP 100应用在2010年10月的流量（session）为基准，考察半年来国内Android应用的流量增长；

2010.10~2011.04，友盟TOP 100应用的流量增长了约6倍。

友盟TOP 100应用的用户数

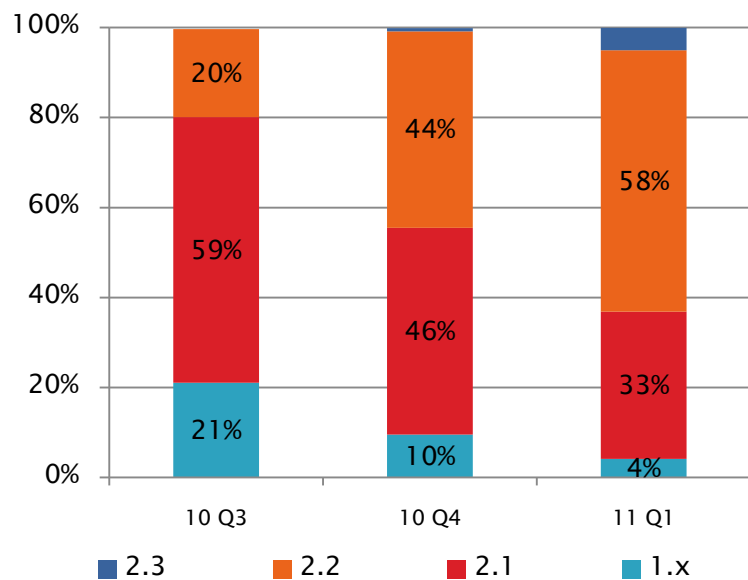


以友盟TOP 100应用在2010年10月的用户数为基准，考察半年来国内Android应用的用户数增长；

2010.10~2011.04，友盟TOP 100应用的用户数增长了近4倍。

终端

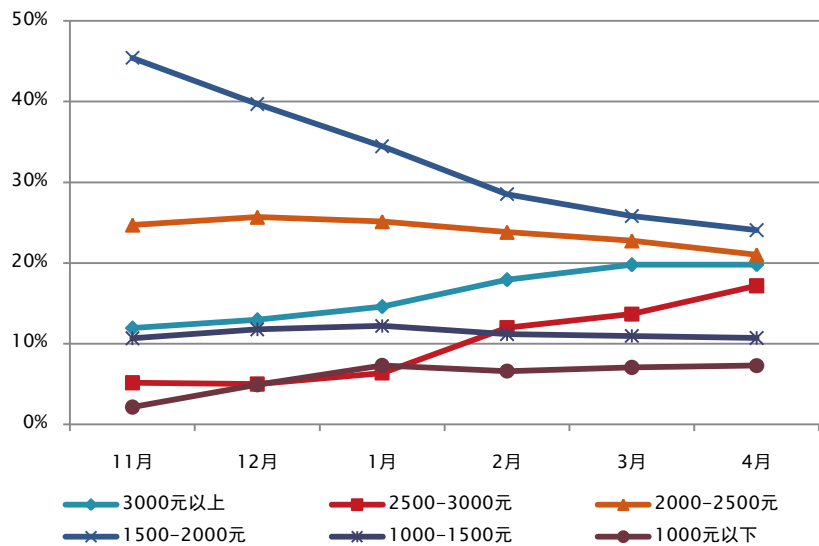
终端的OS版本分布



终端OS版本更新迅速；

Android 2.2的份额由20%增加到58%。

终端的价格分布

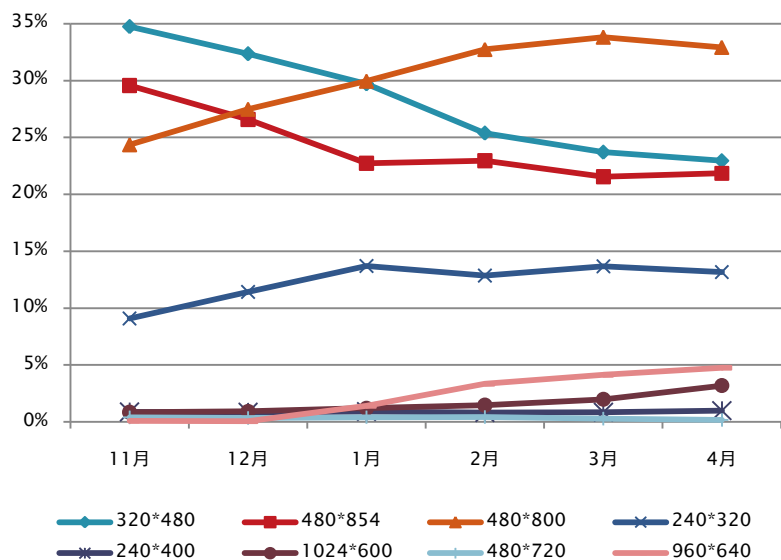


终端价格的变化趋势呈两极化：2500元以上和1000元以下的终端份额都在上升；

目前，价格在1500~2500元的手机占了45%，价格在1500元以下的手机占了18%。

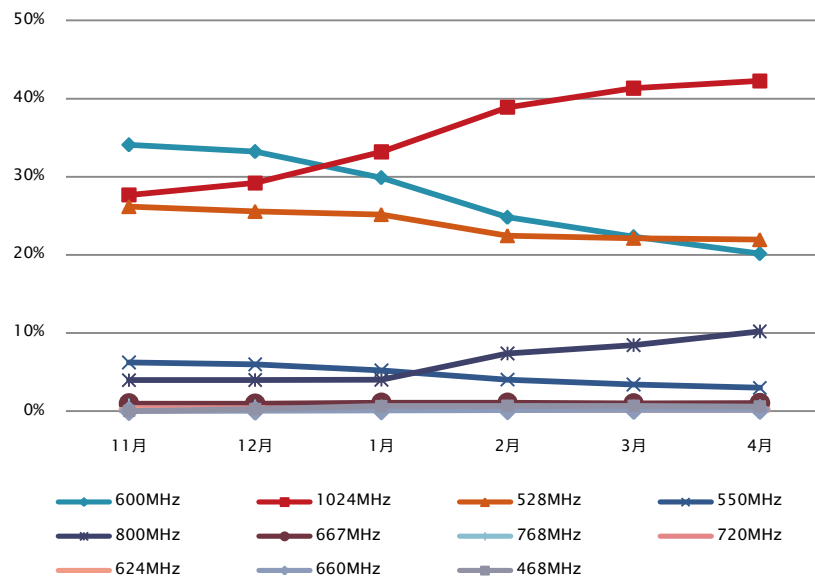
终端

终端的屏幕分辨率分布



480*800的份额逐渐超越了320*480和480*854，跻身首位；大分辨率（如：1024*600、960*640）和小分辨率（如：240*320）的份额也在上升中。

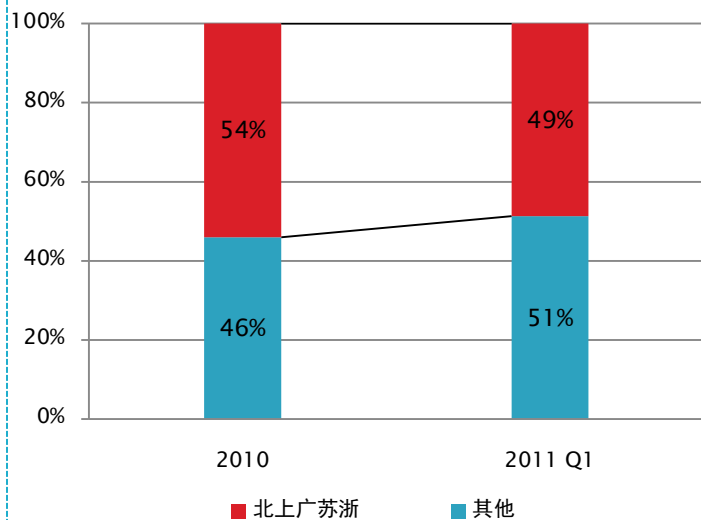
终端的CPU频率分布



高频CPU成为主流的趋势；1024MHz及800MHz的份额在上升；原来份额较大的600MHz和528MHz的份额在逐渐下降。

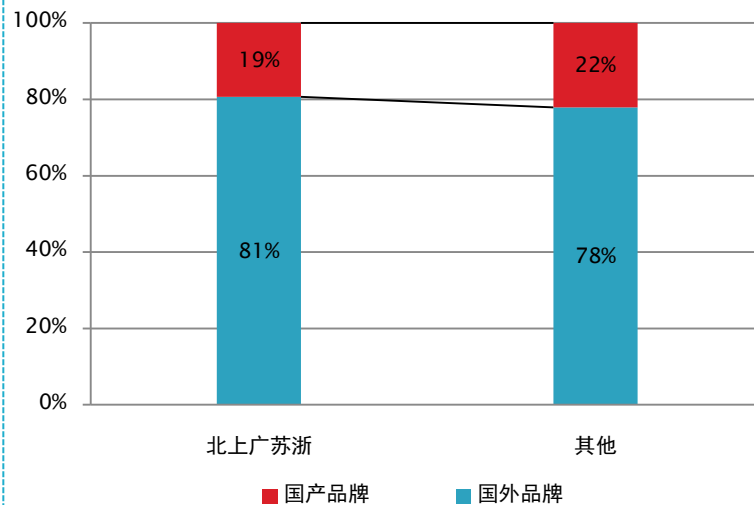
用户

用户的地理分布



北上广苏浙的Android 用户最多，占了约50%；
二线省市的用户比例在不断升高，潜力巨大；
截至2011年4月，Android用户居前十位的省市分别是：广东、江苏、上海、北京、浙江、湖北、福建、四川、河南、山东。

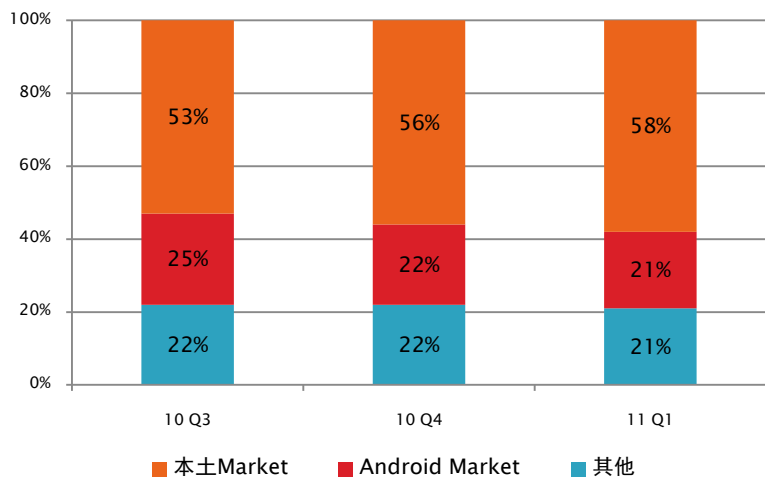
不同地域用户的品牌偏好



二线省市用户选择国产品牌Android 终端的比例更高。

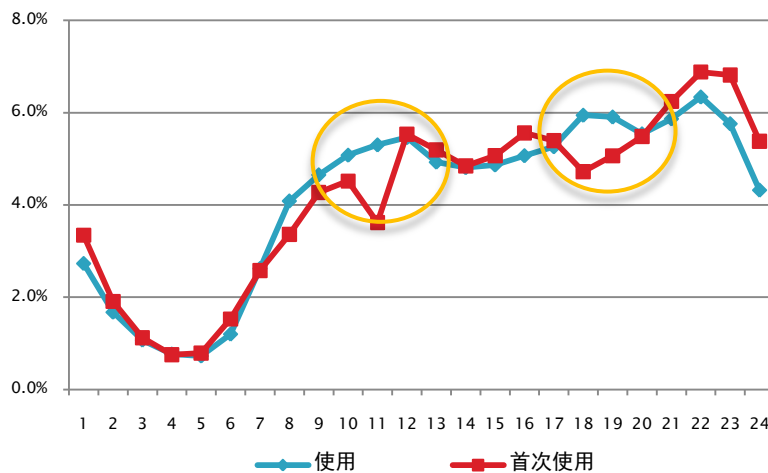
用户

应用的下载渠道



越来越多的用户选择通过本土Market来下载应用；
这里的本土Market包括：厂商Market、运营商Market、第三方Market。

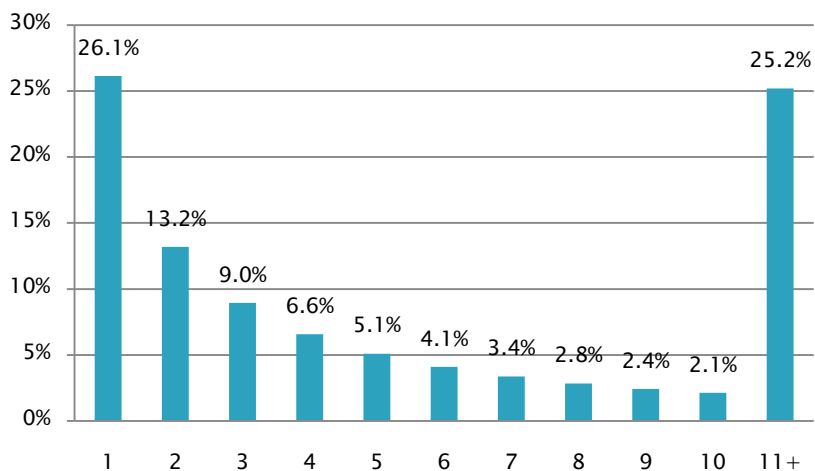
应用首次使用时间的分布



应用的首次使用时间可认为近似于应用的下载安装时间；
与使用时间相比，应用的下载安装时间分布更为集中（9-10点，12-13点，16-17点，21-23点）；10-11点，18-20点是应用使用的高峰，却是下载安装的低谷。

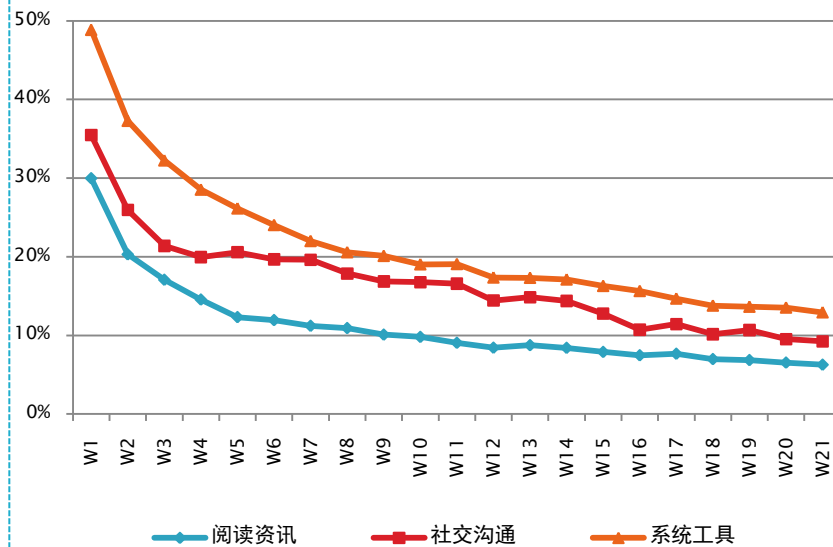
应用

应用的启动次数



在25.2%的情况下，用户会使用一个应用10次以上；
在26.1%的情况下，用户启动某个应用一次后，不会再次使用该应用。

应用的回访率



回访率随时间推移（每周）逐步下降，一般在3~5个月后稳定在某个水平；
阅读资讯、社交沟通、系统工具是回访率最高的三类应用。

附录

- ▶ 关于报告

数据来源于友盟移动数据统计分析平台的数千款面向国内市场开发的Android应用；覆盖了1000多万部国内Android设备；数据的时间跨度为2010.10~2011.04。

- ▶ 声明

以上数据来自友盟统计分析平台，任何人均可引用，但需注明来源。

- ▶ 友盟简介

友盟（www.umeng.com）致力于为中国的移动开发团队提供专业的移动应用统计分析工具、实用组件以及推广服务。为开发者创造价值，是我们最大的价值。

- ▶ 联系方式

地址：北京市海淀区苏州街长远天地B1座505

Email: report@umeng.com

新浪微博: <http://t.sina.com.cn/umengcom>