

IRESEARCH CONSULTING GROUP



中国移动互联网月报简版

2013年3月

2013年，中国移动互联网将进一步加速发展。当前的移动互联网市场格局瞬息万变，不断有新生力量加入到竞争当中，市场的新老参与者竞争激烈。2013年将是移动互联网产生突破性进展的一年，在市场格局、盈利模式探索方面都会产生新的变化。

在此背景之下，艾瑞咨询推出了《**中国移动互联网月报**》系列报告。本报告以月报形式出现，基于艾瑞咨询移动智能终端用户行为研究系统mUserTracker的监测数据，结合艾瑞其他数据产品以及行业数据和行业信息的收集分析，对中国移动互联网的各个领域每个月的变化进行描述，并将根据基本监测数据进行进一步的数据挖掘，揭示移动互联网发展的规律。此外本报告还将对艾瑞咨询当月的研究成果进行选摘，为移动互联网行业的业内人士及关心移动互联网发展的相关人士提供参考。

- 2 前言
- 3 移动应用排名
- 10 移动应用深度透视
- 15 艾瑞报告节选
- 21 附录

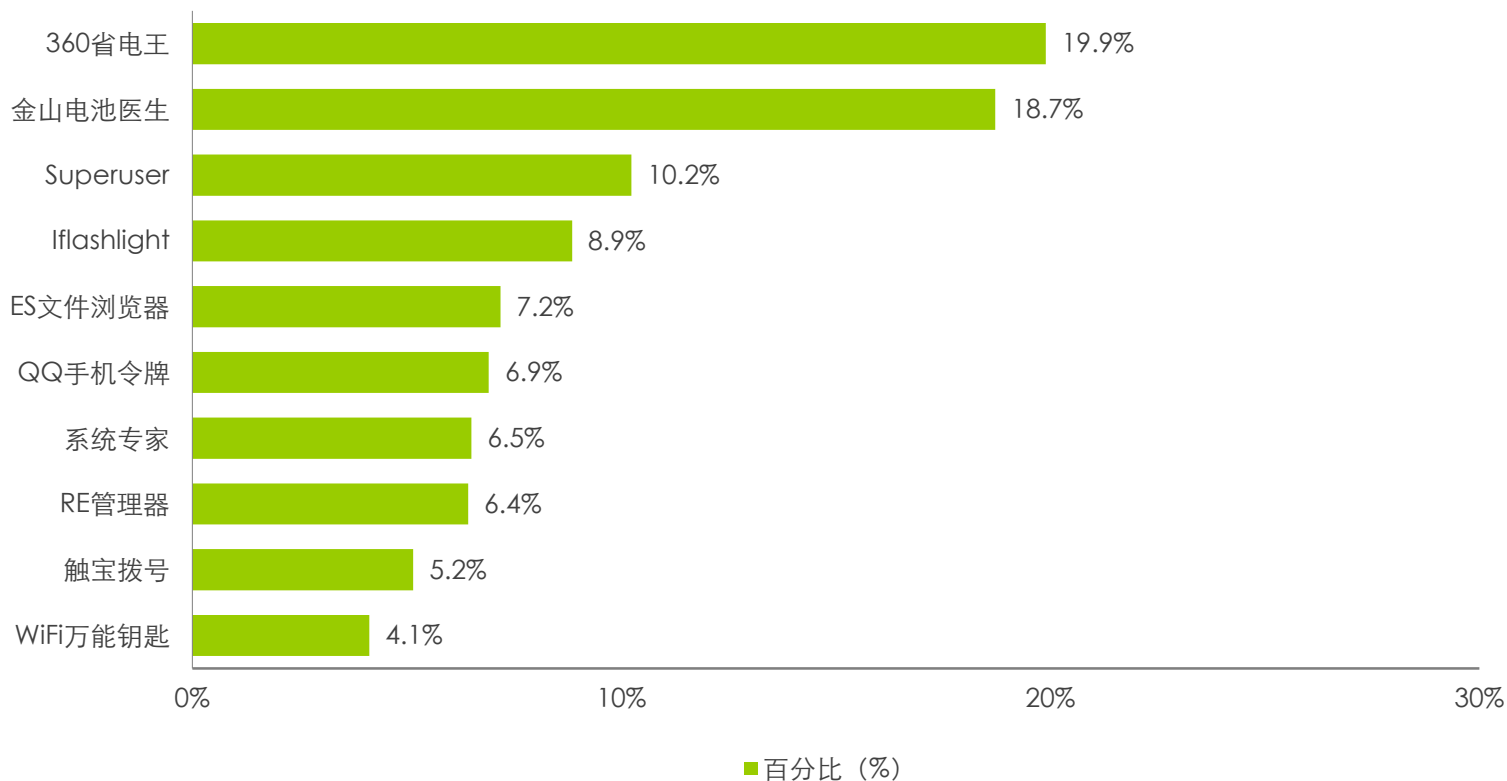
移动应用榜单排名摘要

- **系统工具**：系统工具中省电类应用最受用户欢迎，其中360省电王和金山电池医生在用户覆盖人数和月度使用时长等方面均大幅领先与其他应用，二者覆盖人数合计占比**38.6%**，具有明显优势；
- **手机安全**：360手机卫士月度覆盖人数占比为**71.0%**，占领绝大部分用户，处于手机安全市场第一阵营；
- **主题插件**：小米锁屏在主题插件类应用中用户覆盖率最高，覆盖了**26.1%**的用户，同时用户黏性更强，用户月度有效使用时长占比为**52.5%**；
- **拍摄美化**：美图秀秀用户覆盖率最高，占比为**40.2%**，成为移动用户首选照片美化利器；
- **手机输入法**：搜狗手机输入法继续延续PC输入法的品牌优势，吸引用户，用户月度覆盖率最高达到**65.0%**；
- **日历**：中华万年历成为日历应用中的一枝独秀，优势明显，用户覆盖占比为**46.0%**；
- **运营商即时通讯**：电信运营商即时通讯产品处于两极分化格局，飞信早期用户积累使得相对占据领先优势；翼聊用户月度有效使用时长处于波动上涨趋势，用户黏性较强。

系统工具：省电类应用最受用户欢迎

360省电王和金山电池医生两款省电应用以较大的优势位居第一和第二位，在系统工具中占据用户最多，主要在于智能手机的电池续航能力一直是其软肋，省电应用就成为最受欢迎的系统工具。另外，ES文件浏览器、RE管理器 etc 文件管理应用以及触宝拨号等通讯录管理应用都是用户使用较多的系统工具，均在月度覆盖人数Top10之列。

mUserTracker-2013年3月中国系统工具应用月度覆盖人数占比Top10

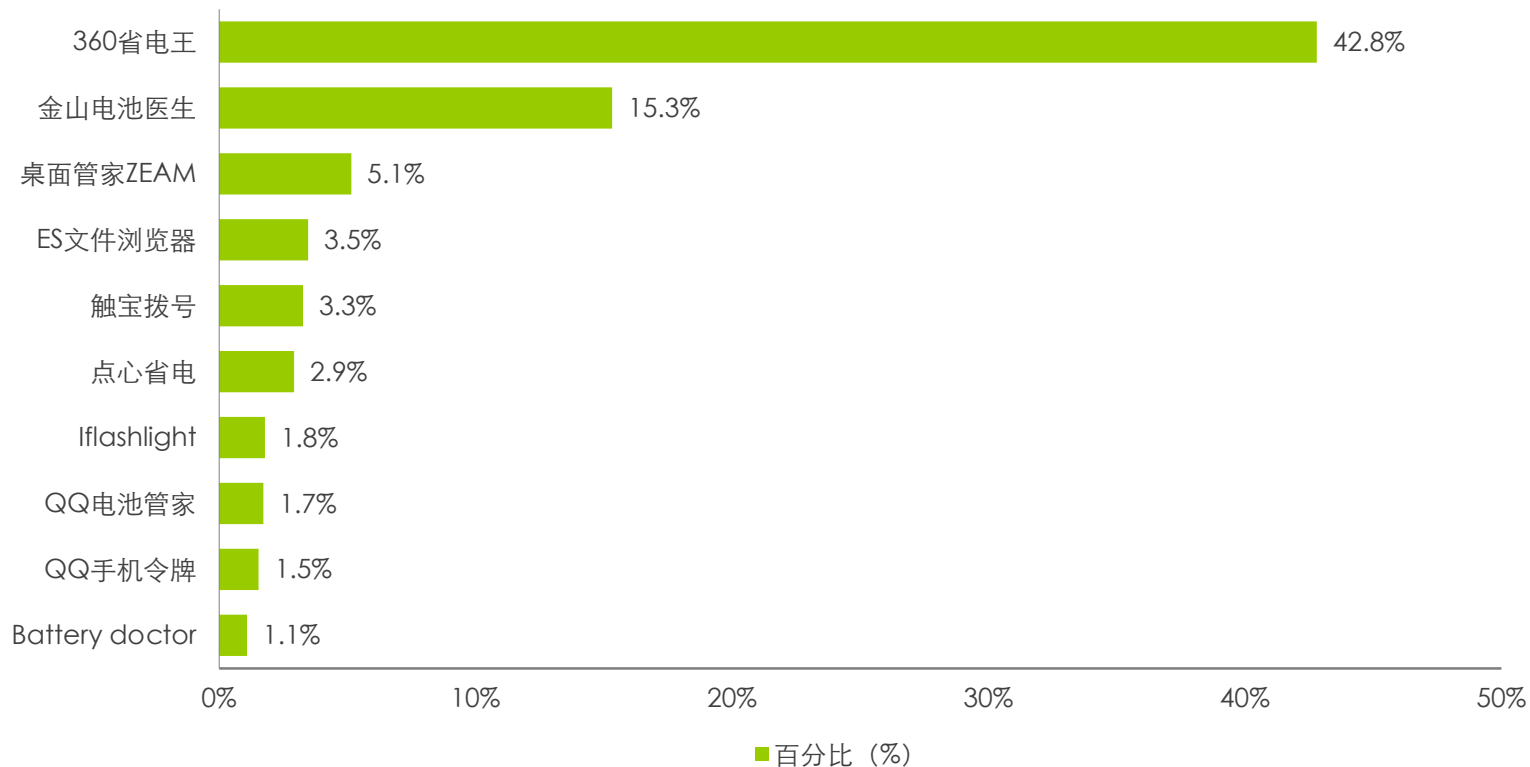


来源：艾瑞mUserTracker，基于对7万名iOS和Android系统的智能终端用户使用行为长期监测获得。

系统工具：360省电王用户使用时长遥遥领先

从月度总有效使用时间来看，360省电王在用户使用时长方面以42.8%的占比位居第一，保持遥遥领先的地位；金山电池医生位居第二，其他类型系统工具差距较小，占据用户的使用时间也较短。艾瑞认为，系统工具应用类型较多样，用户黏性不强。

mUserTracker-2013年3月中国系统工具应用月度总有效使用时间占比Top10



来源：艾瑞mUserTracker，基于对7万名iOS和Android系统的智能终端用户使用行为长期监测获得。

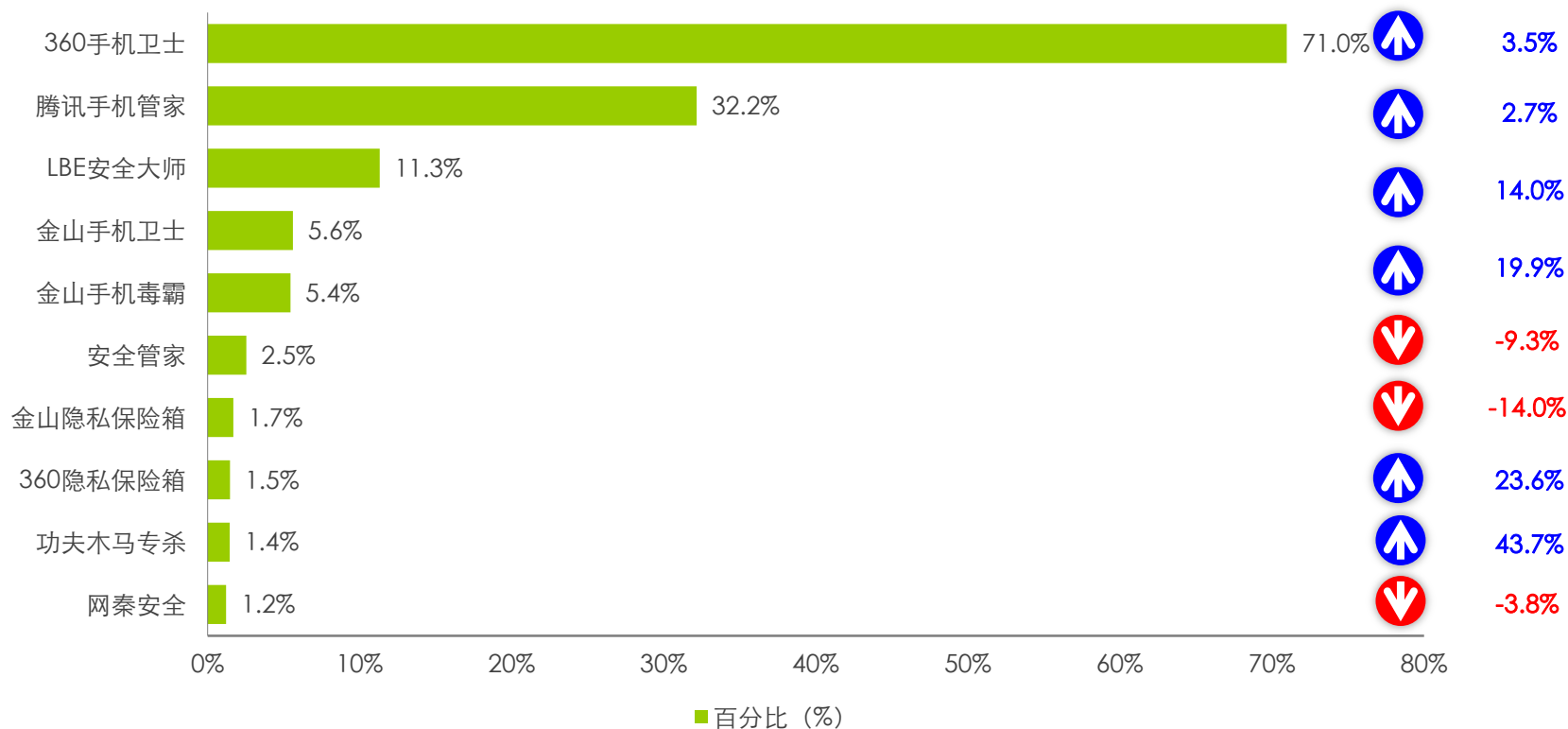
手机安全：360手机卫士占领绝大部分用户，处于第一阵营

2013年3月中国安全应用月度覆盖人数Top10，360手机卫士以71.0%的人数占比位居第一，遥遥领先其他安全应用，腾讯手机管家以32.2%的占比位居第二，其他手机安全应用占比相对较小。

艾瑞认为，360在PC互联网时期通过免费安全软件获得大量用户和口碑，为移动互联网手机安全产品迅速积累了大批忠诚用户，占据市场重要地位。

mUserTracker-2013年3月中国安全应用月度覆盖人数占比Top10

对比2013年2月环比增长率 (%)



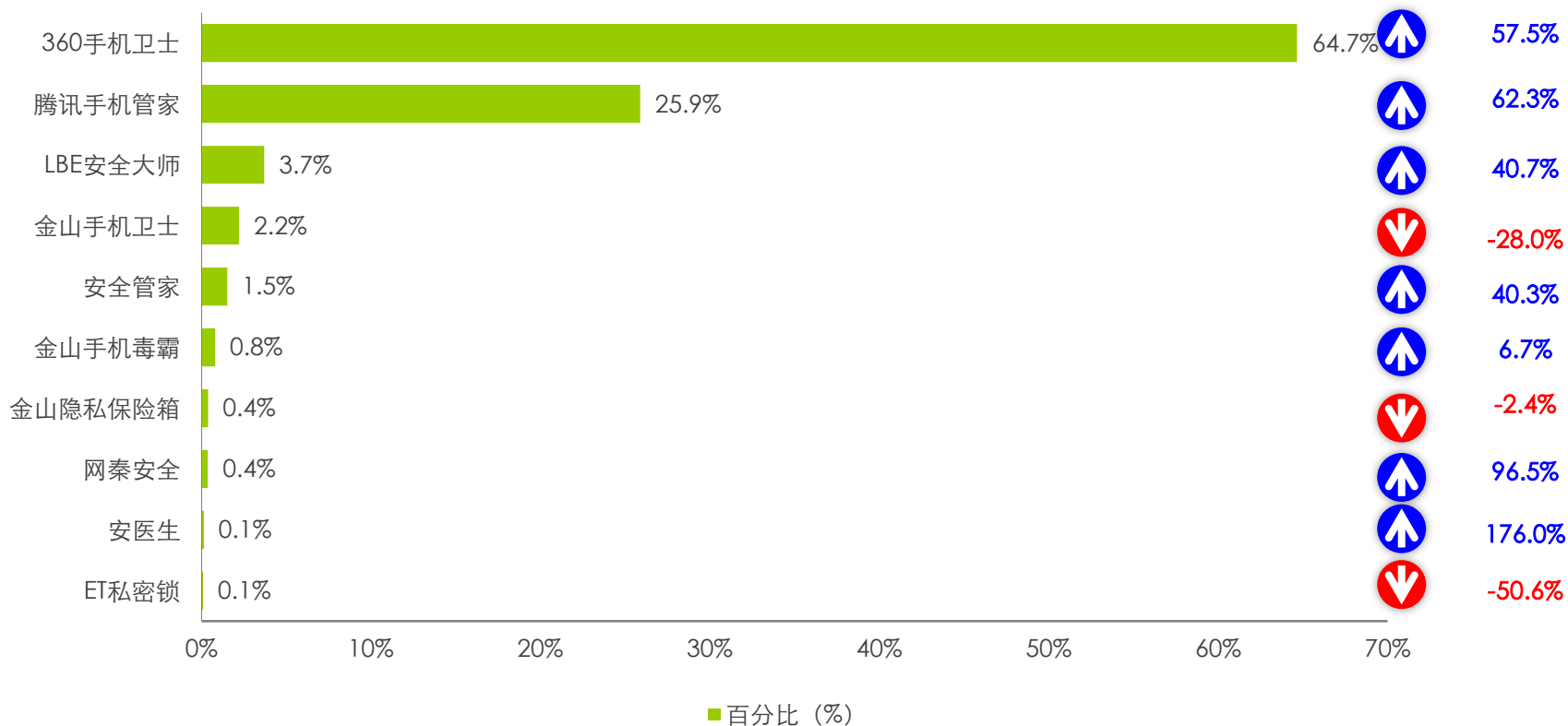
来源：艾瑞mUserTracker，基于对7万名iOS和Android系统的智能终端用户使用行为长期监测获得。

手机安全：市场集中度较高

从月度有效使用时间来看，各手机安全应用的排名变化较小，360手机卫士继续保持大幅领先，月度有效使用时间占比为64.7%，腾讯手机管家占比25.9%，位列第二，其他手机安全应用用户实际有效使用时间较少。手机安全应用用户集中度较高，市场集中在360手机卫士和腾讯手机管家两款产品，同时市场处于激烈的竞争格局，均试图抢占用户桌面重要位置。

mUserTracker-2013年3月中国安全应用月度总有效使用时间占比Top10

对比2013年2月环比增长率 (%)

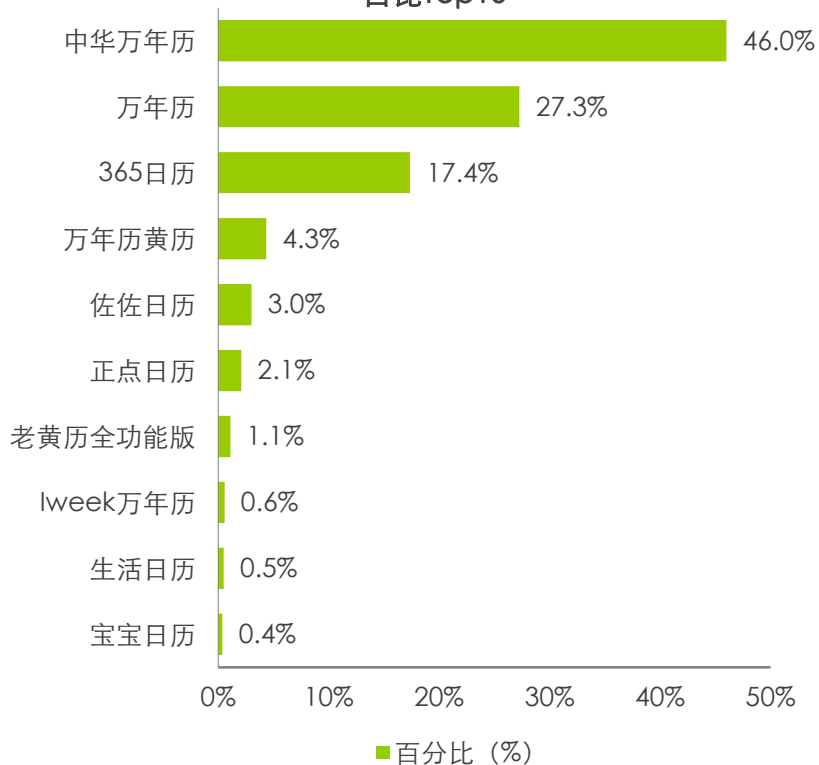


来源：艾瑞mUserTracker，基于对7万名iOS和Android系统的智能终端用户使用行为长期监测获得。

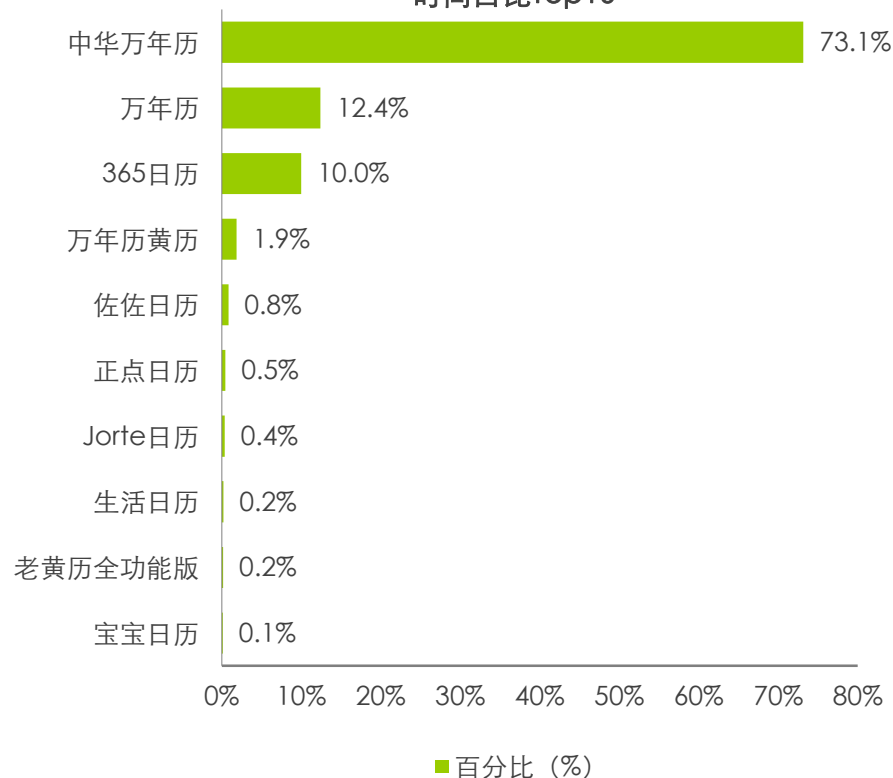
日历：中华万年历领先优势明显

中华万年历在日历应用中具有较为明显的领先优势，无论是在月度覆盖人数还是用户使用时长方面，与第二名都拉开了较大的差距。艾瑞认为，本身日历应用覆盖的用户群体较小，应用的特色功能、用户口碑成为重要的影响因素，因此日历应用市场集中度较高。

mUserTracker-2013年3月中国日历应用月度覆盖人数占比Top10



mUserTracker-2013年3月中国日历应用月度总有效使用时间占比Top10



- 2 前言
- 3 移动应用排名
- 10 移动应用深度透视
- 15 艾瑞报告节选
- 21 附录

2013年3月中国移动互联网市场热点分析

➤ 百度移动应用升级手机助手

3月7日，百度宣布其移动应用产品“百度移动应用”正式更名为“百度手机助手”，功能也从单纯的应用下载工具，扩大至手机优化等方面，成为手机软件管理工具，开始正面竞争“360手机助手”。

此前，360进军桌面搜索，展开了与百度之间的激烈竞争，此时，百度手机助手的发布更是加剧了与360在移动领域入口和分发渠道的争夺，二者之间的竞争将更为激烈。

艾瑞认为，百度手机助手将与百度移动搜索形成互补，是与百度地图、百度浏览器并列的移动互联网入口级产品，是百度在移动互联网领域的重要战略布局。

➤ 微信收费之争

3月12日，工信部召集三大运营商及相关OTT企业召开内部会议，主要讨论微信业务对运营商网络资源占用问题。工信部提议称将向微信这样的OTT业务收入费用，实行监管。至此，微信收费风波在行业内引起强烈反响，三大运营商也纷纷表示，微信给运营商业务带来了严峻挑战。

微信自2011年1月正式上线后，经过短短两年时间的发展，2013年1月用户已经突破3亿人，成为移动互联网市场的明星产品。与此同时，微信免费的语音通话业务给运营商的短信、语音业务带来了巨大的冲击，对其飞信等即时通讯产品更是带来了较大影响，在一定程度上侵害了运营商的利益。

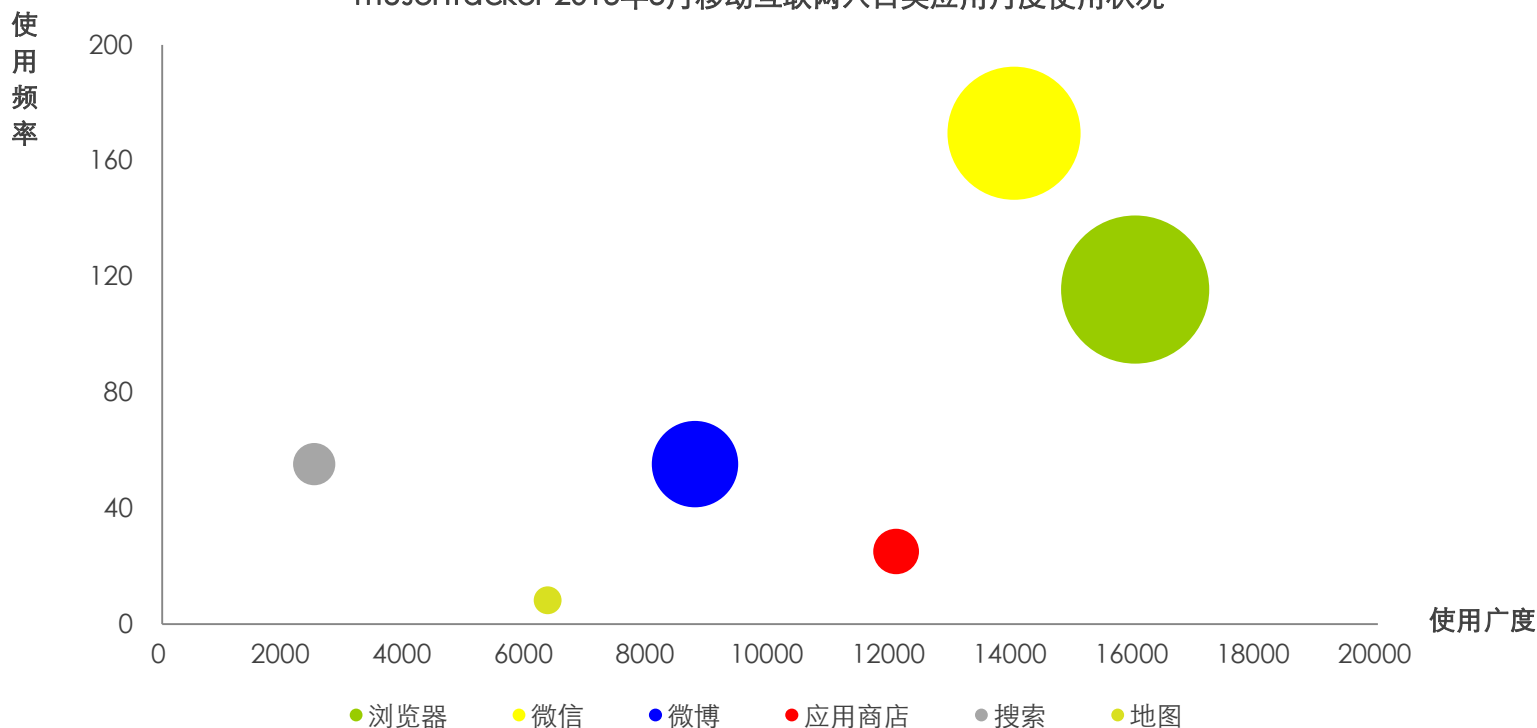
艾瑞认为，微信的崛起为运营商未来的发展敲响了警钟，三大运营商面对激烈的竞争格局需作出重大的变革，未来仍面临挑战。

微信、应用商店等均处于移动互联网重要入口地位，是互联网公司争相布局的重要产品，因此，本月艾瑞将依据mUserTracker监测产品深度挖掘几大移动互联网入口应用的用户使用情况。

浏览器和微信月度有效使用时长大幅领先

从移动互联网几类入口应用的月度发展状况来看，浏览器和微信的覆盖人数及使用时长都大幅领先于其他细分服务，具有更高的使用广度和深度，其中，微信发展迅猛，使用频率高，逐渐逼近浏览器的使用时长。微博对比应用商店虽用户覆盖广度较小，但是在使用频率和使用深度上均高于应用商店，主要在于用户在微博上停留时间较长，粘性强，同时，微信也已大幅领先微博；另外，搜索服务的使用频次相对较高。艾瑞认为，虽然目前浏览器依然是移动互联网的重要入口，但是微信的快速发展已经抢占了入口地位，逐渐削弱了浏览器和微博的入口作用。

mUserTracker-2013年3月移动互联网入口类应用月度使用状况



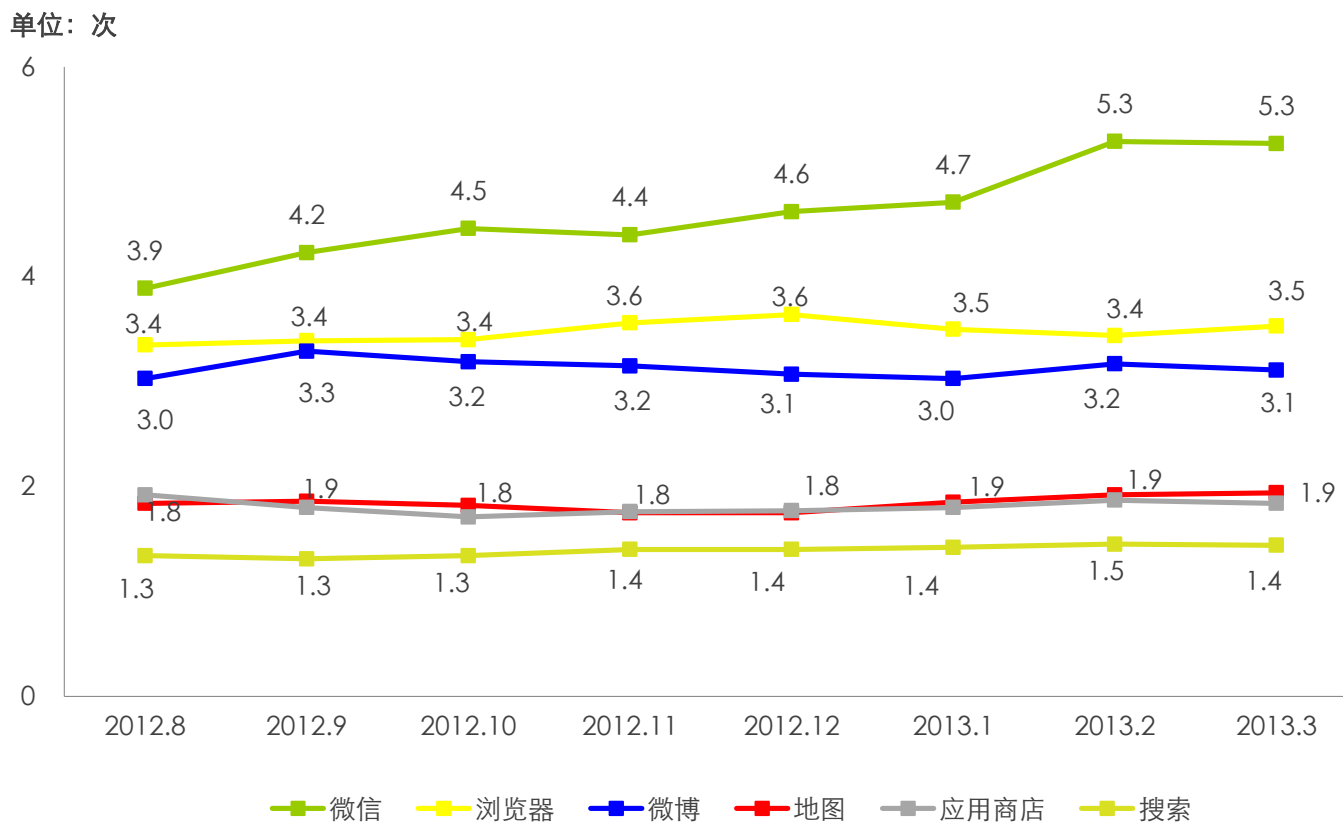
注释：横坐标轴指标为月度覆盖人数（万人），纵坐标轴指标为月度总使用次数（万次），气泡图面积大小代表月度总有效使用时长（万分钟）；

来源：艾瑞mUserTracker，基于对7万名iOS和Android系统的智能终端用户使用行为长期监测获得。

微信人均单日使用次数增长明显

从用户人均单日使用次数来看，微信在过去半年里人均单日使用次数的增长最为明显，主要原因在于用户对微信即时通讯类服务的刚性需求，用户黏性更强，另外，用户平均每天使用浏览器的次数开始逐渐减少，随着App的快速涌起，各类移动应用成为抢占用户移动终端桌面的重要力量，是用户获取信息和娱乐的主要方式，进一步挤压和削弱了浏览器的入口地位。

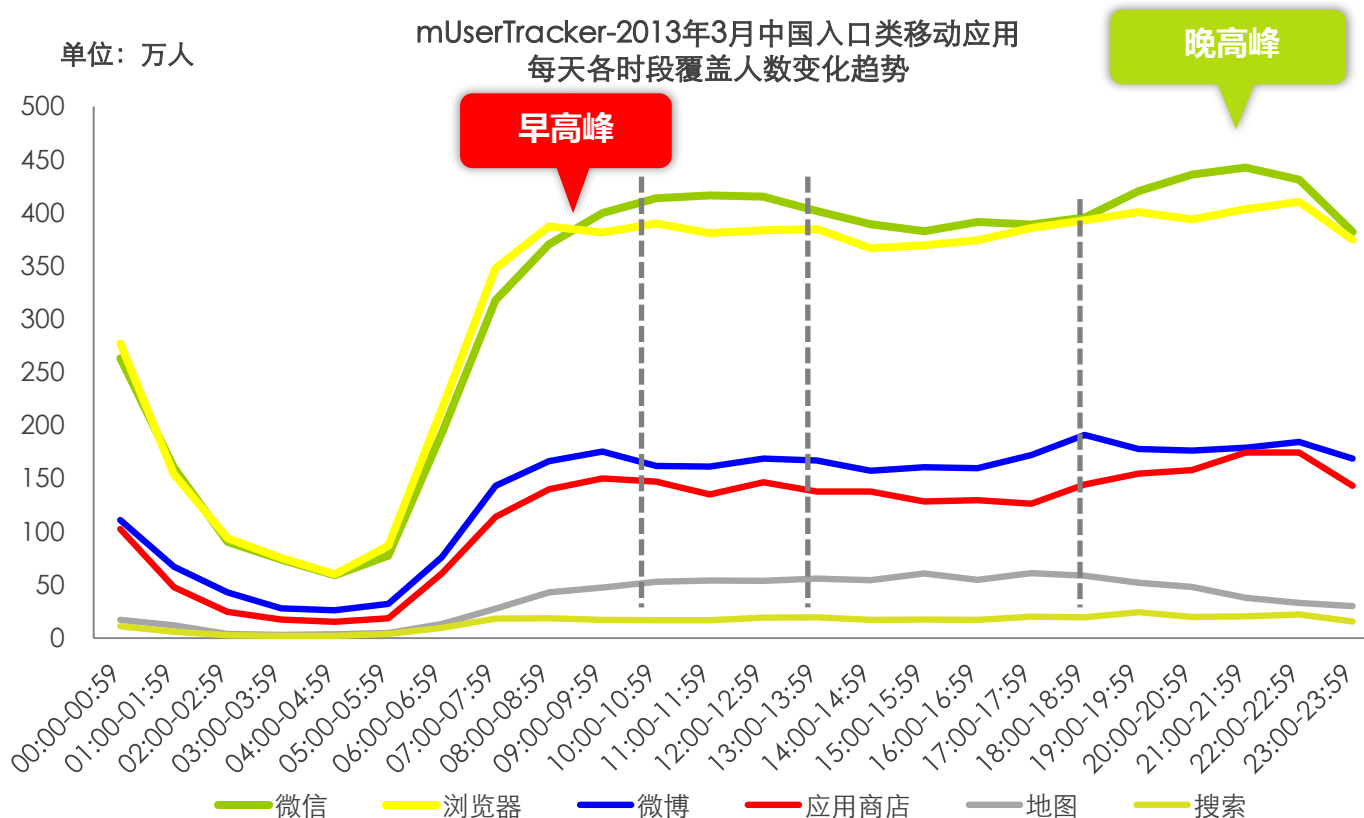
mUserTracker-2012.8-2013.3移动互联网入口类应用人均单日使用次数情况



来源：艾瑞mUserTracker，基于对7万名iOS和Android系统的智能终端用户使用行为长期监测获得。

微信和浏览器在全天各时段保持领先

移动用户全天的使用行为在早晚两个时段处于活跃高峰期，其中浏览器的高峰期早于微信，用户更多通过浏览器开始一天的信息资讯获取；浏览器和微信在早上10点钟交叉后，微信用户全天高于浏览器用户，主要在于微信的强社交关系；午休时段应用商店的覆盖用户达到一个小高峰；下班时间地图应用的用户覆盖出现小幅增长；晚十点之后各类应用再次迎来晚高峰，处于全天最高活跃阶段。



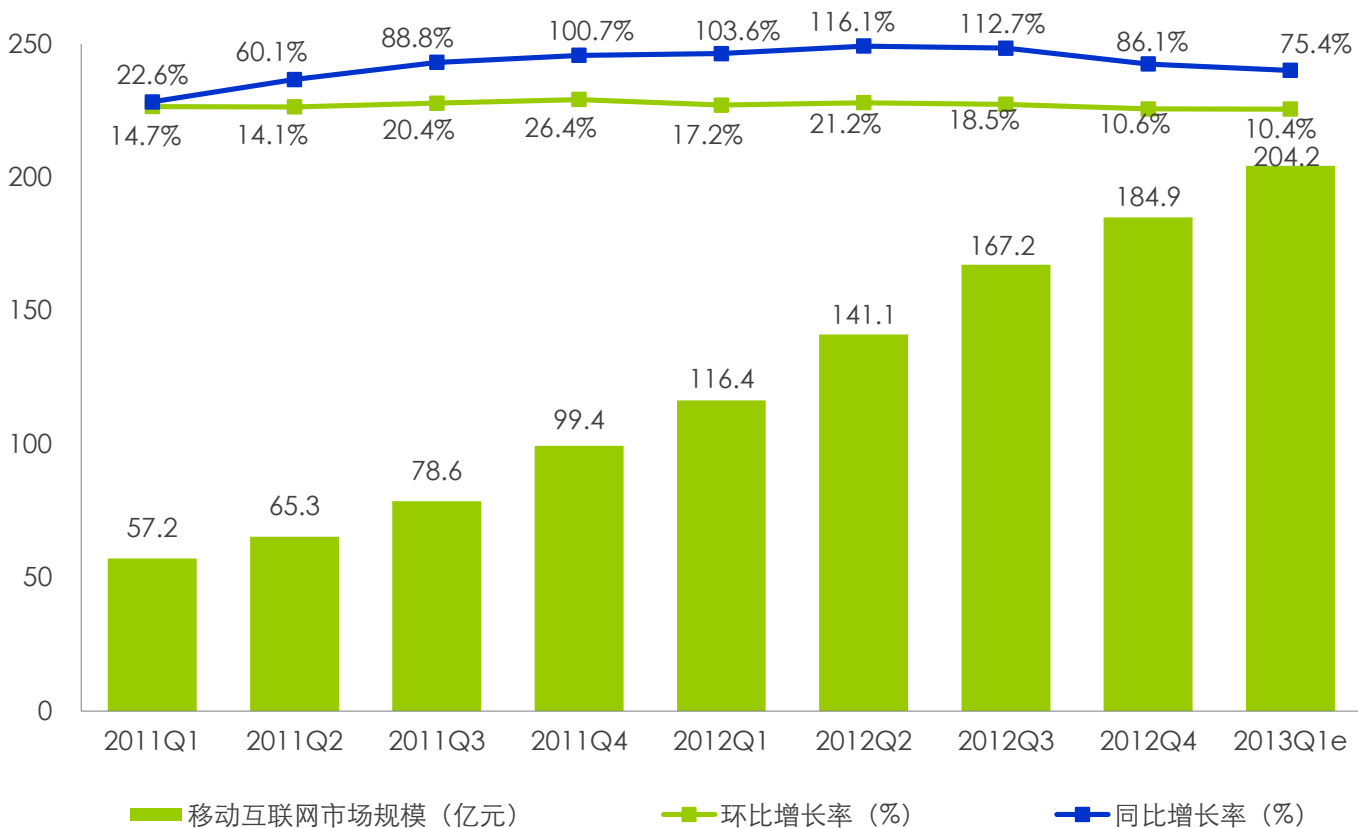
来源：mUserTracker，基于对7万名iOS和Android系统的智能终端用户使用行为长期监测获得。

- 2 前言
- 3 移动应用排名
- 10 移动应用深度透视
- 15 艾瑞报告节选
- 21 附录

2013Q1中国移动互联网市场规模为204.2亿元

2013年第一季度中国移动互联网市场规模为204.2亿元，同比增长75.4%，环比增长10.4%；
经过两年的高速发展，市场逐渐趋于理性，移动互联网市场规模逐渐进入稳步发展阶段。

2011Q1-2013Q1中国移动互联网市场规模



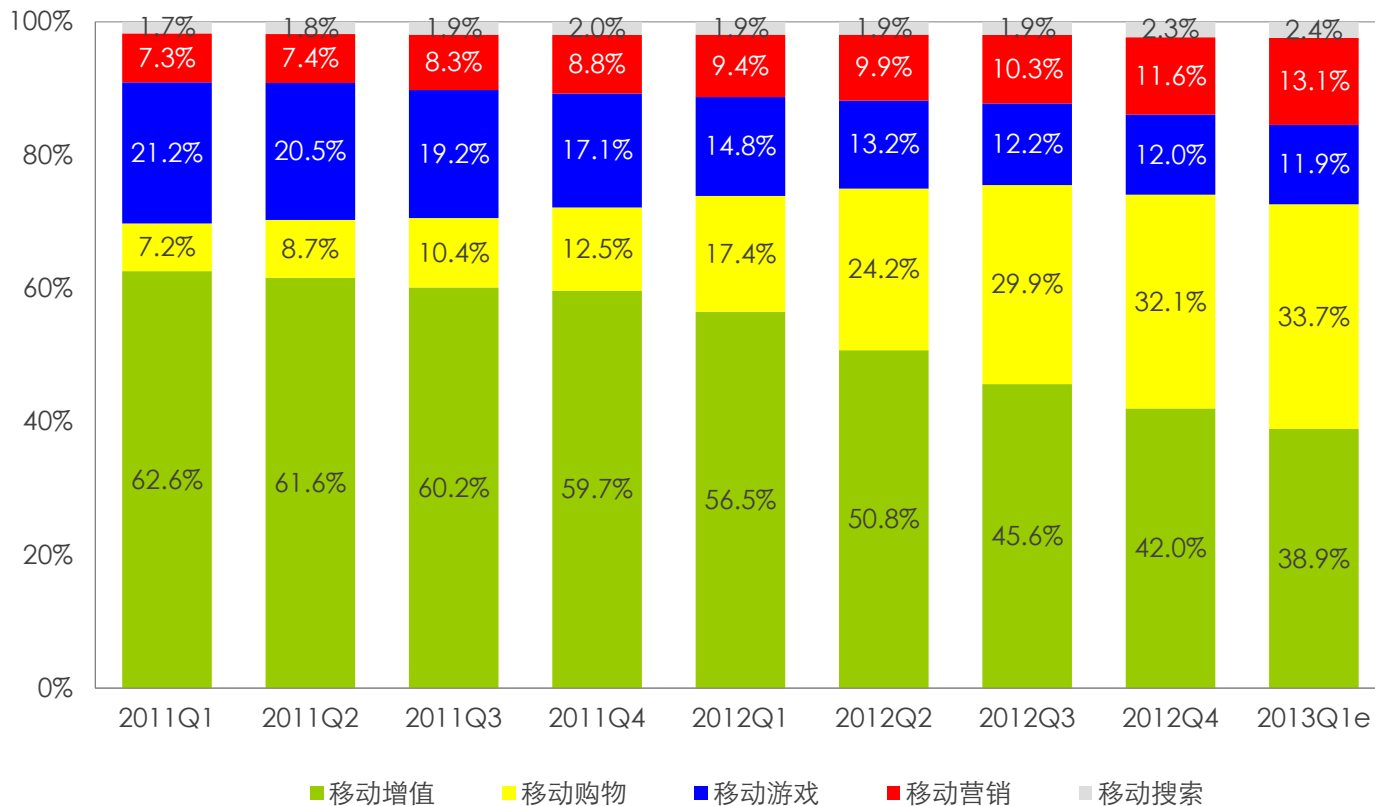
注释：中国移动互联网市场规模包括移动增值、移动购物、移动营销、移动搜索、移动游戏等细分领域市场规模总和；从2012Q2开始，移动购物统计的市场规模为营收规模；从2013Q1开始，移动游戏统计的市场规模为企业营收规模；从2011Q4开始，移动互联网市场规模包括手机和平板电脑两类移动设备上创造的市场规模总和。

来源：根据企业公开财报、行业访谈及艾瑞统计预测模型估算，仅供参考。

移动增值占比持续下降

移动增值仍是移动互联网第一大细分行业，但占比迅速下降，2013Q1移动增值占比下降至38.9%；
移动购物占比继续快速上升，移动营销及移动搜索占比逐渐扩张。

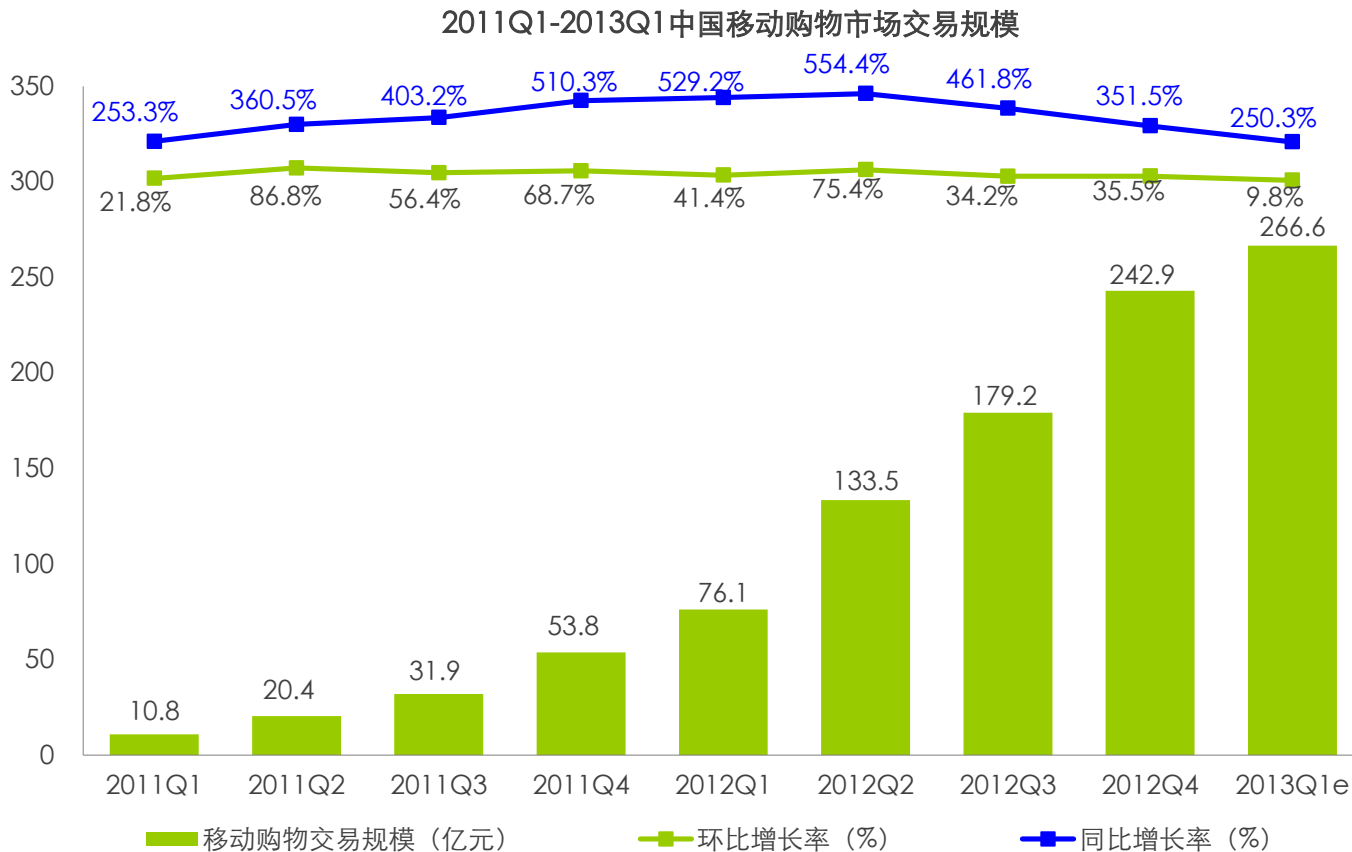
2011Q1-2013Q1中国移动互联网细分行业结构占比



注释：1.从2012Q2开始，移动购物统计的市场规模为营收规模；2013Q1开始，移动游戏统计的市场规模为移动游戏企业营收规模；2.2013Q1中国移动互联网市场规模为204.2亿元。
来源：综合企业公开财报、行业访谈及艾瑞统计预测模型估算，仅供参考。

移动购物出现季节性回落，交易规模增速降低

2013年第一季度中国移动购物市场规模为266.6亿元，同比增长250.3%，环比增长9.8%；
第一季度为网络购物淡季，移动购物同样出现季节性回落，增长率降低。

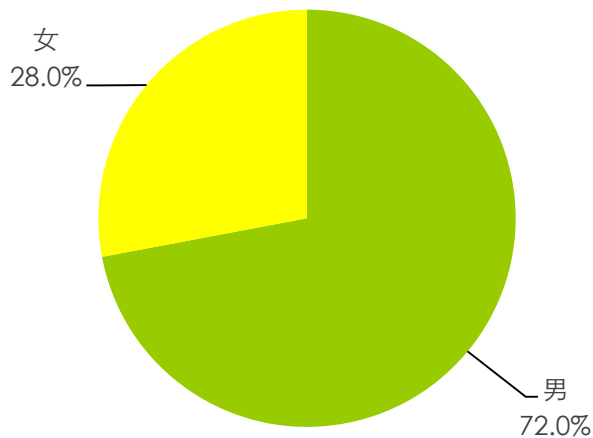


注释：中国移动购物交易规模仅统计了实物交易商品的价值总和，并不包含虚拟物品交易部分。
来源：根据企业公开财报、行业访谈及艾瑞统计预测模型估算，仅供参考。

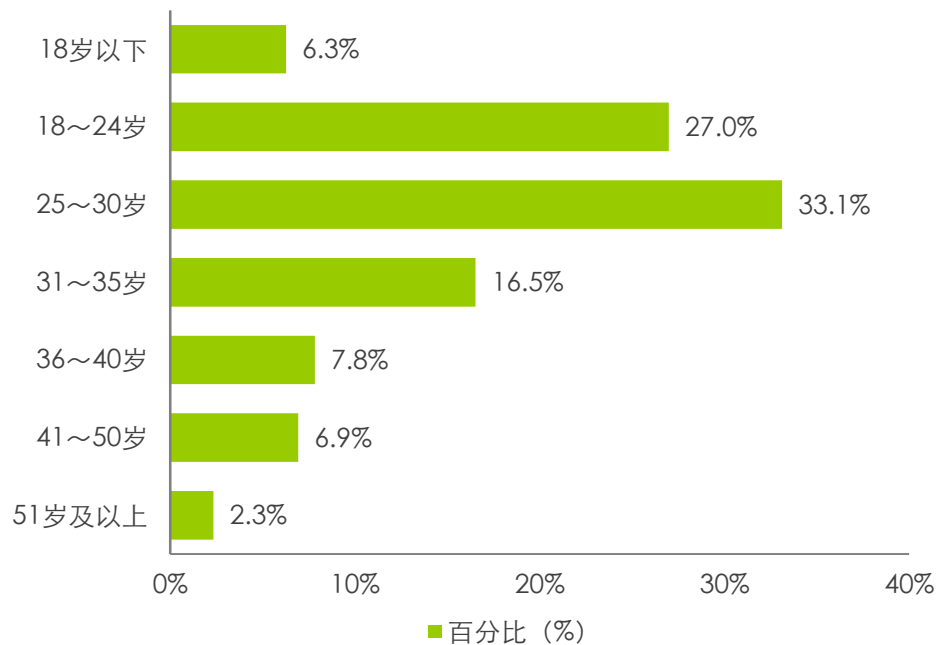
男性用户占主导地位，用户集中在青年群体

从性别比例构成看，智能移动端游戏用户以男性居多，占据72%，女性用户仅占28%。从年龄结构来看，用户多集中于18-30岁之间，用户群体年轻化，且具有一定的消费能力，对游戏娱乐服务需求较为强烈。

2012年中国智能移动端游戏用户性别比例情况



2012年中国智能移动端游戏用户年龄分布



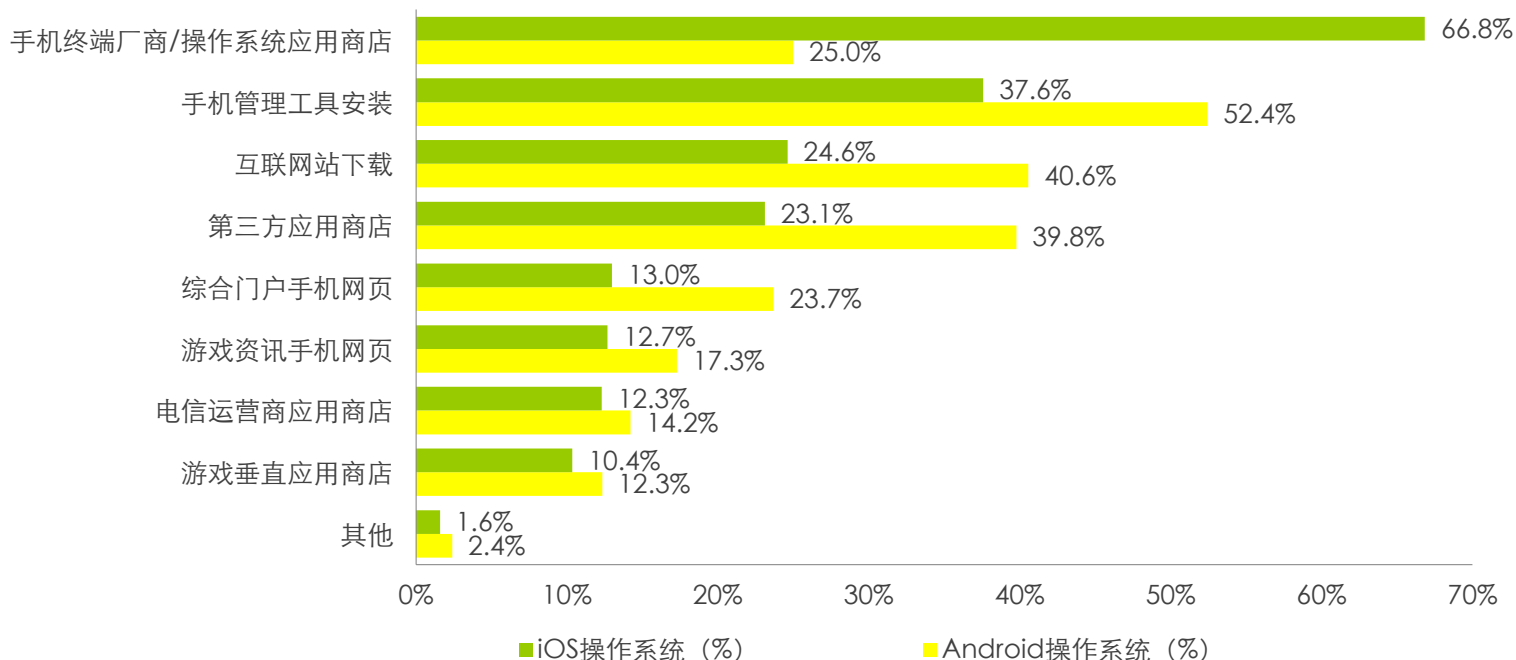
注释：智能移动端指智能操作系统的pad和手机。
样本描述：N=9770；于2012年12月-2013年1月通过iUserSurvey在43家网站及艾瑞iclick社区联机调研获得。

iOS用户下载选择App Store，Android用户使用手机管理工具安装游戏

用户下载移动游戏途径中，iOS和Android操作系统用户选择方式大相径庭。选择通过官方应用商店苹果App Store的iOS用户比例达到66.8%，iOS系统的封闭性造成App Store的强势地位，这也使游戏发行商为获得更多用户下载量而去App Store进行刷榜成为普遍现象。而Android用户仅有25%的比例选择通过Google Play官方商店下载移动游戏，而Android系统的开放性使得第三方应用渠道分散，更多的用户选择“手机管理工具安装”和“互联网站下载”等方式。

艾瑞分析认为，游戏企业针对iOS系统产品推广应提高App Store的排名，而对于Android系统产品，选择的不同的第三方应用渠道合作推广，如豌豆荚，安智市场等，是一个不错的选择。

2012年中国智能移动端游戏用户下载移动游戏渠道分布情况



注释：智能移动端指智能操作系统的Pad和手机。

样本描述：N Android系统用户=3851，NiOS系统用户=1333；于2012年12月-2013年1月通过iUserSurvey在43家网站及艾瑞iClick社区联机调研获得。

概念	定义描述
月度覆盖人数	该App在该月的独立使用用户总数，用户重复使用不重复统计
月度覆盖人数比例	该App的月度覆盖人数占整体App用户人数（或占该类所有App总月度覆盖人数）的比例
月度总有效使用时间	该月中，用户使用该App的有效使用时间总和
月度总有效使用时间比例	根该App的月度总有效使用时间占所有App月度总有效使用时间（或占该类所有App月度总有效使用时间）的比例

研究目的

本报告以月报形式出现，基于艾瑞咨询移动智能终端用户行为研究系统mUserTracker及其他数据产品的监测数据，对中国移动互联网的各个领域每个月的变化进行描述，并将根据基本监测数据进行进一步的数据挖掘，揭示移动互联网发展的规律。此外本报告还将对艾瑞咨询当月的研究成果进行选摘，为移动互联网行业的业内人士及关心移动互联网发展的相关人士提供参考。

数据来源

本报告所涉及的大部分数据来自于艾瑞的移动智能终端用户行为研究系统mUserTracker。

mUserTracker由艾瑞咨询集团研发，是目前最精准的中国移动智能终端用户行为研究产品。能够提供手机用户属性特征分析、行为差异分析、App和媒体网站的跟踪、趋势监测和不同维度排名以及媒介方案效果评估。

样本定义：18-60岁之间，使用智能手机的中国大陆地区用户。7天*24小时无间断了解用户的环境，行为和观点，360度洞察移动通讯用户的智能手机生活。

样本容量：目前MUT样本量为7万，样本将以一定配比，分布在iOS，Android两大主要智能手机终端系统平台。

抽样配比方式：参照CNNIC每半年发布的移动网民数量及性别、年龄、地区比例，进行分层抽样获取单样本，然后对样本行为数据进行分层加权，推算得到国内整体移动网民网络行为数据。

本报告为上海艾瑞市场咨询有限公司制作，报告中所有的文字、图片、表格均受到中国法律知识产权相关条例的版权保护。没有经过本公司书面许可，任何组织和个人，不得使用本报告中的信息用于其它商业目的。本报告中部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原著者所有。没有经过原著者和本公司许可，任何组织和个人不得使用本报告中的信息用于其他商业目的。

本报告中运营商收入及相关市场预测主要为公司研究员采用行业访谈、市场调查、二手数据及其他研究方法分析获得，部分数据未经运营商直接认可。本报告中发布的调研数据部分采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，部分数据不能够完全反映真实市场情况。本报告只提供给购买报告的客户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据准确性不承担法律责任。

公司介绍：

艾瑞咨询集团：<http://www.iresearch.com.cn>

公司产品介绍：

艾瑞客户解决方案：<http://www.iresearch.com.cn/solution>

艾瑞连续数据研究产品：<http://www.iresearch.com.cn/product>

艾瑞专项研究咨询服务：<http://www.iresearch.com.cn/consulting>

艾瑞研究观点报告：<http://www.iresearch.com.cn/report>

艾瑞学院培训业务：<http://www.iresearch.com.cn/institute>

艾瑞媒体会议服务：<http://www.iresearch.com.cn/meeting>

公司资讯网站：

艾瑞网：<http://www.iresearch.cn>

艾瑞广告先锋：<http://www.iresearchad.com>

艾瑞网络媒体精品推荐：<http://www.iwebchoice.com>

联系方式

北京：86-010-51283899

上海：86-021-51082699

广州：86-020-38010229

选择艾瑞，选择可以信任的合作伙伴。

iResearch

艾瑞咨询集团