

中国移动互联网流量年度报告

2023年

DESCRIPTION

研究范围 及数据说明

研究范围

- 1. 研究对象:**
 - 中国移动互联网网民
- 2. 研究范围:**
 - 中国移动互联网APP使用行为

数据说明

- 1. 数据来源:**
 - UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）
- 2. 数据统计时间:**
 - 2020年1月-2023年12月

CONTENTS

目录

01 2023年中国移动互联网发展总览

Overview

02 2023年重点细分行业详情

Segmentation

03 2023年中国移动互联网价值榜

List

核心发现

01

网民变化

- ✓ **用户规模趋于饱和，增速放缓：**截至2023年12月，中国移动互联网月独立设备数达13.93亿台，与年中相比仅增长了微小的万分之四；网民人均单日使用时长为271.7分钟、人均单日使用次数为64.2次，线上粘性同比负增长。这意味着市场已经进入了更为成熟和饱和的阶段，增量空间有限，竞争焦点已经转向深度挖掘存量用户的价值。尽管整体市场趋于饱和，但仍有部分细分领域展现出较大的增长空间。
- ✓ **用户行为日趋多元化，需求差异显著：**随着用户群体的扩张和需求的日益多样化，不同性别、年龄段和地域的用户在上网偏好上呈现出显著的差异。这一趋势对移动端应用的市场洞察力、用户需求理解以及服务设计提出了更高的要求，同时也带来了全新的挑战。

02

行业变化

- ✓ **本地生活市场竞争日益激烈，新生力量崛起，竞争格局持续演变：**
 - 抖音进一步提升本地生活服务的战略优先级，与美团持续展开激烈竞争，共同促进了市场的深度激活和繁荣。其中美团APP流量12月相较1月增长23.5%；
 - 生鲜服务领域中，盒马“移山价”策略引发市场热议，其与山姆会员商店APP的用户重合度较上年同比增8.2%，尽管存在一定的用户交叉，盒马与山姆均通过实施差异化战略，精准识别并成功维系了各自的核心消费者群体，实现了市场份额的稳固；
 - 在用车服务行业，网约车领域用户争夺战再度升温，滴滴运用降价补贴等多元手段，巩固了其在市场中的地位，与此同时，高德地图凭借其庞大的导航用户基础及与口碑整合后的资源共享优势，深入挖掘并满足更多应用场景和服务需求。

核心发现

02

行业变化 (接上页)

- ✓ **电商平台竞争加剧，价格成为新一轮角力焦点：**综合电商升级价格较量，内容电商加速入局；618、双十一两大购物节持续引领全年流量高峰，6月、11月行业流量分别达11.89亿、11.91亿；各平台纷纷简化促销规则，聚焦“低价”战略，以抢占用户心智高地，其中李佳琦与京东的“底价”之争突显了电商平台的直播竞争及主播与平台间的策略、垄断与品牌合作挑战。
- ✓ **出行常态化，文旅消费需求充分释放，在线旅游行业全年流量高位运行：**2023年1-12月，在线旅游行业月独立设备数同比均实现两位数增长，并与节假日形成紧密联动效应；三大主流APP流量同比增幅均超30%，年轻消费者群体成为流量贡献主力军。
- ✓ **汽车行业的繁荣态势有力带动了相关服务行业的流量攀升：**2023年国内汽车产销量创新高，新能源渗透率突破30%，旺盛的消费需求推动汽车服务行业移动端流量连续12个月呈同比正增长趋势，其中垂直媒体代表——汽车之家12月APP流量同比上涨19.7%。
- ✓ **用户短视频依赖度提高，热剧助推长视频平台流量增长：**视频服务行业渗透率高达95.5%，居所有一级行业首位，且保持增长态势，其中短视频持续抢占网民的使用时间份额，而《狂飙》、《漫长的季节》等爆剧的热播则有效推动了长视频平台流量的攀升。

03

APP变化

- ✓ **从用户增速来看，**2023年12月MAU（月活跃设备数）亿级以上的APP复合增长前三名为：滴滴出行、美团、芒果TV；MAU达5000万级以上的APP复合增长前三名是：携程旅行、大众点评、番茄免费小说。
- ✓ **从用户偏好来看，**2023年12月24岁及以下用户最喜欢的APP前三名为：学习通、得物、王者荣耀；25-35岁用户最喜欢的APP前三名为：个人所得税、滴滴出行、交管12123。

01 / 2023年中国移动互联网 发展总览

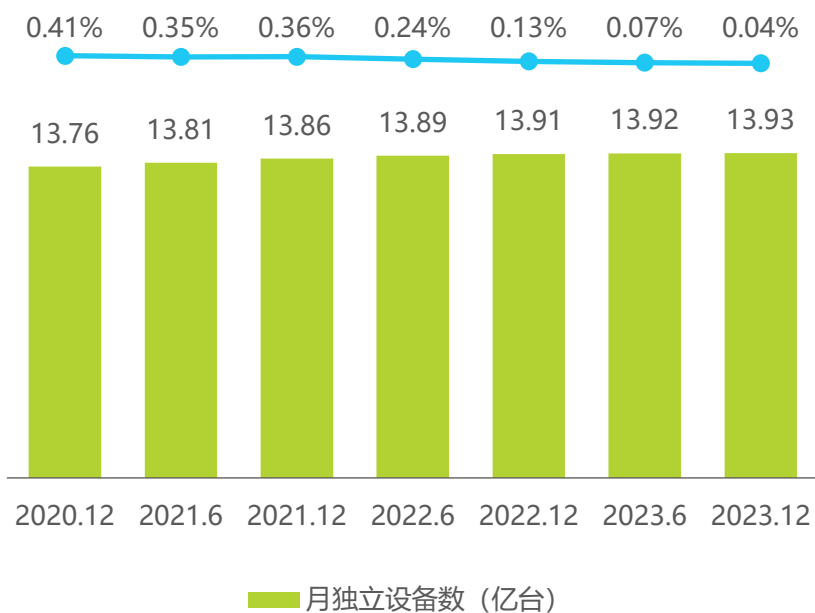
Overview

中国移动互联网流量及用户粘性趋势

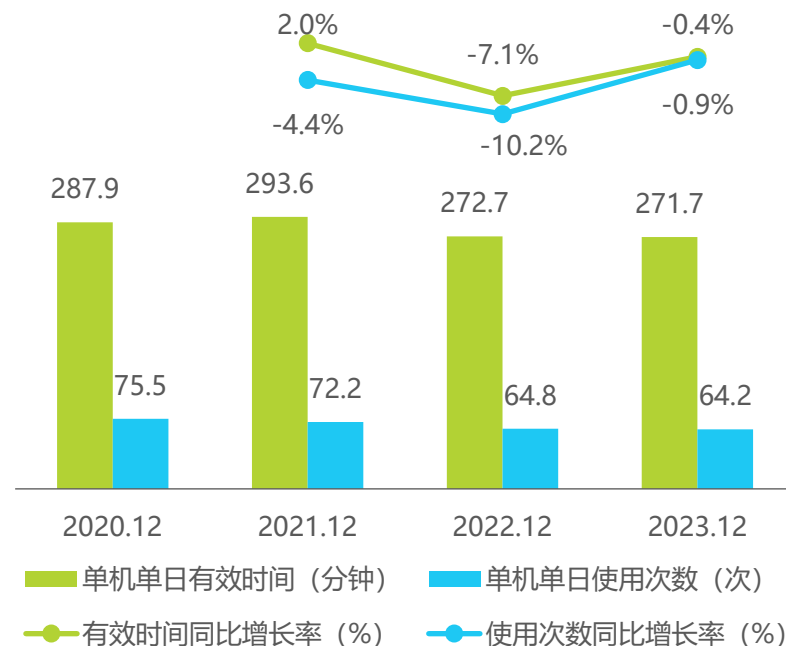
流量增速持续放缓，中国移动互联网已进入深度存量时代；用户粘性经历了一定幅度的下降，当前趋于平稳

从整体流量来看，截至2023年末，中国移动互联网月独立设备数环比增长率数值呈连续减少趋势，其中23年12月环比增速仅为万分之四，流量增长已接近天花板，增量空间有限，存量竞争加剧。从用户粘性来看，移动互联网用户单日使用时间及次数在2022年末经历了较大幅度的下降，当前趋于平稳

mUserTracker-2020.12-2023.12
中国移动互联网月独立设备数



mUserTracker-2020.12-2023.12
中国移动互联网用户粘性



来源：UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

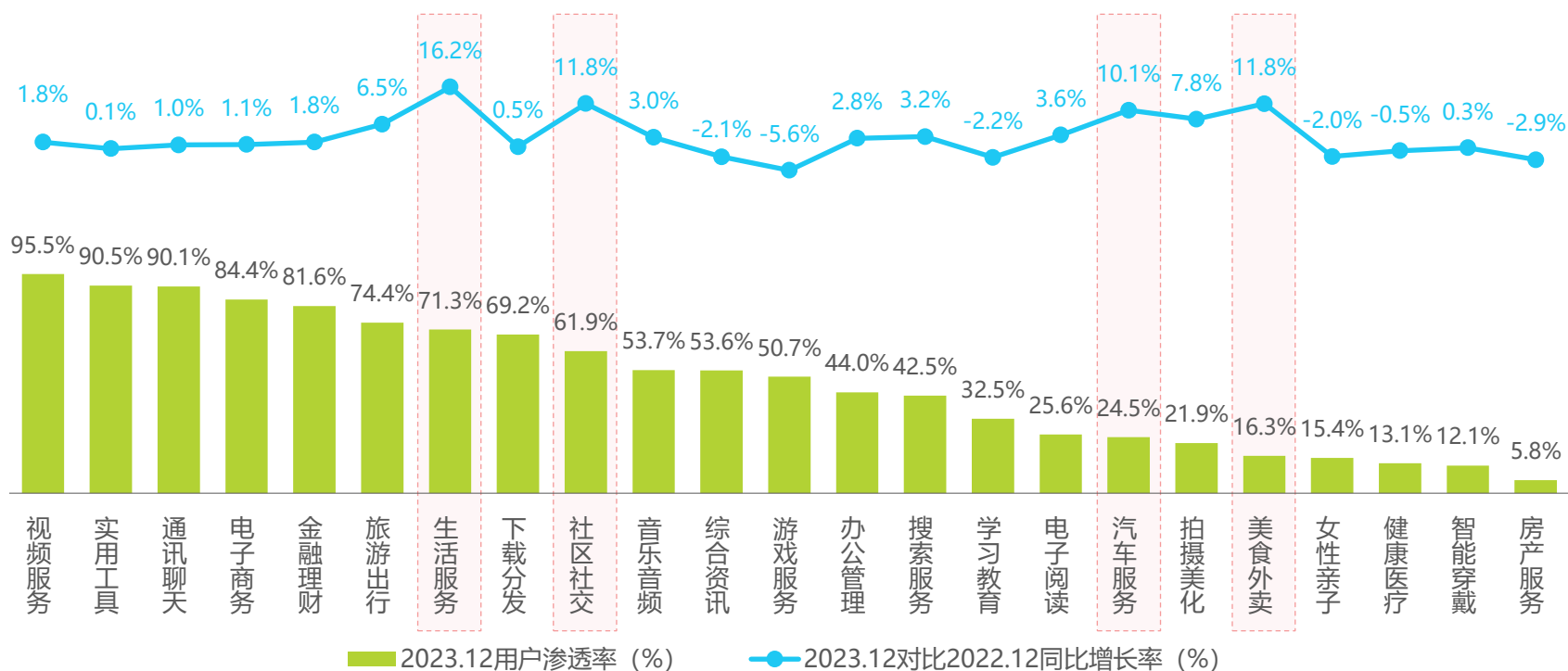
来源：UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

中国移动互联网一级行业

生活、社交、汽车、美食相关的四大行业2023年流量增长较为明显

2023年12月，23个一级行业中生活服务、社区社交、汽车服务、美食外卖四个一级行业流量同比增长率超过两位数；此外，旅游出行、拍摄美化行业流量增幅亦超5%。

mUserTracker-2023年12月中国移动互联网一级行业渗透率

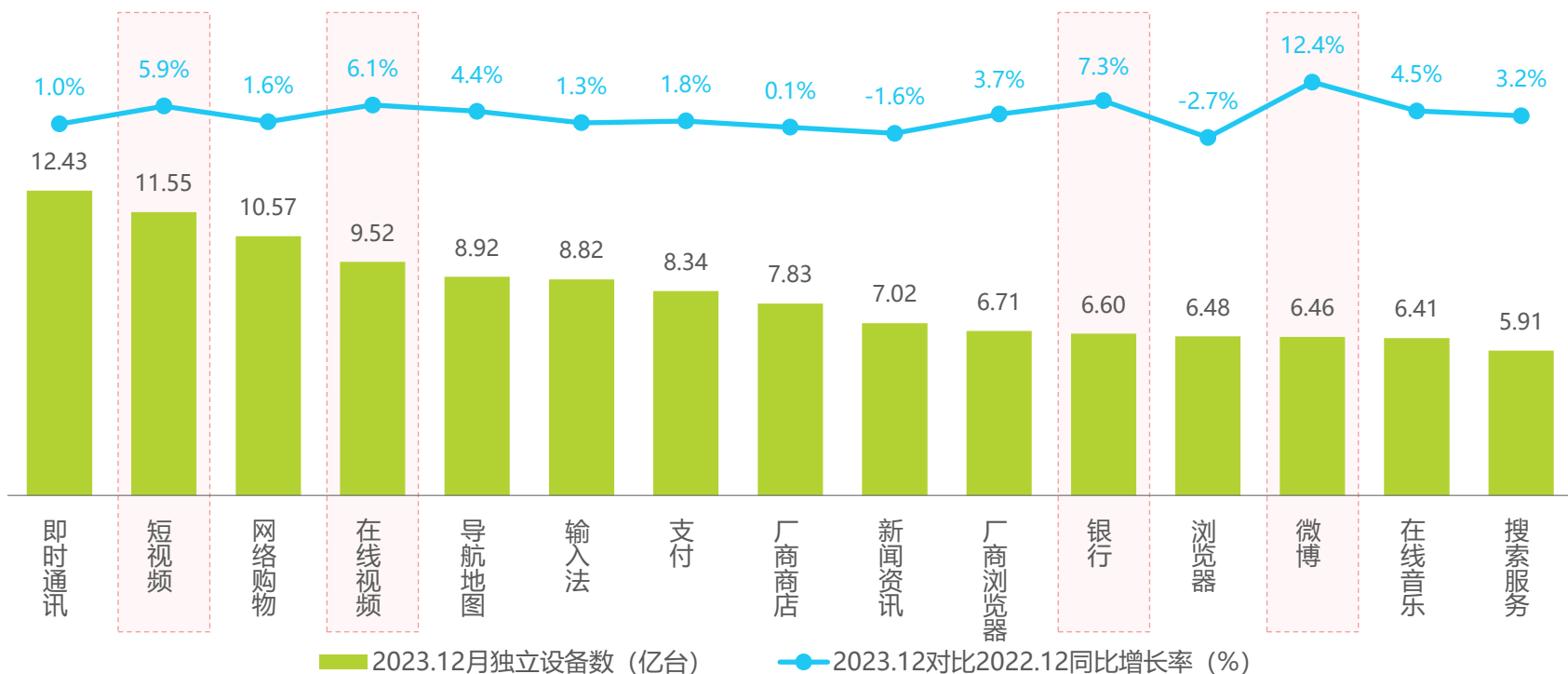


来源：UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

中国移动互联网二级行业

162个二级行业中，用户规模TOP15的二级行业2023年除新闻资讯、浏览器外流量均呈正增长，微博、银行、在线视频、短视频增幅领先

mUserTracker-2023年12月中国移动互联网TOP15二级行业月独立设备数

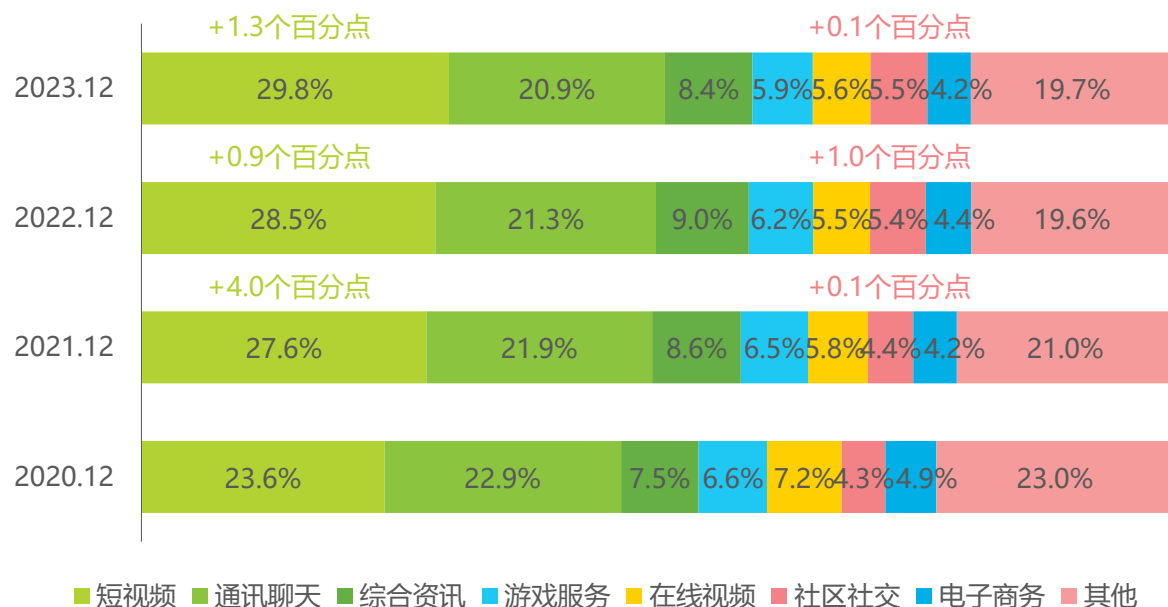


来源：UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

中国移动互联网用户使用时长

短视频行业持续挤占其他行业时长，对网民注意力的吸引效果进一步强化；社区社交行业时长占比小幅提升

mUserTracker-2023年12月中国移动互联网分行业用户使用时长

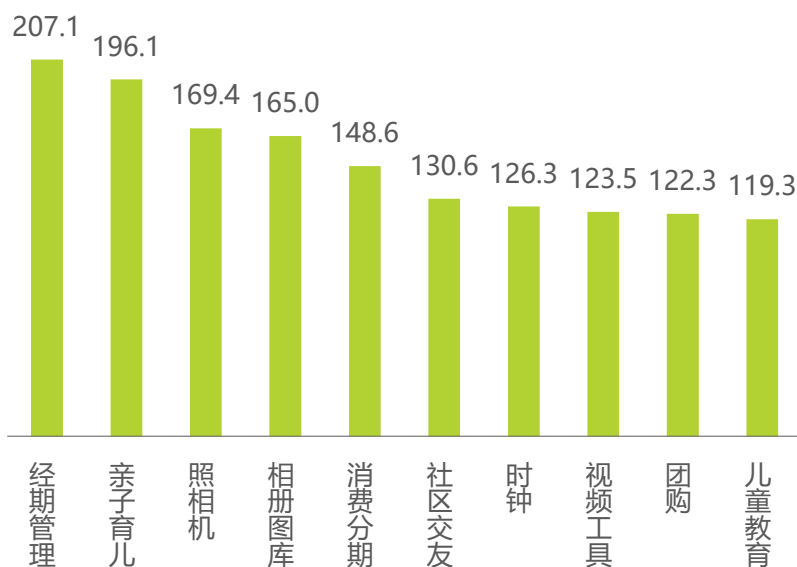


中国移动互联网用户触媒偏好

女性用户偏爱亲子类和拍摄美化类，男性用户对汽车服务类偏好更显著

不同性别的网民在使用APP的侧重上呈现明显的差异性，女性用户更偏爱女性亲子相关二级行业的经期管理、亲子育儿、儿童教育类APP，拍摄美化相关的照相机、相册图库类APP也更受女性用户喜爱；男性用户偏好TOP10类型APP中，汽车服务相关的二级行业占据四席。

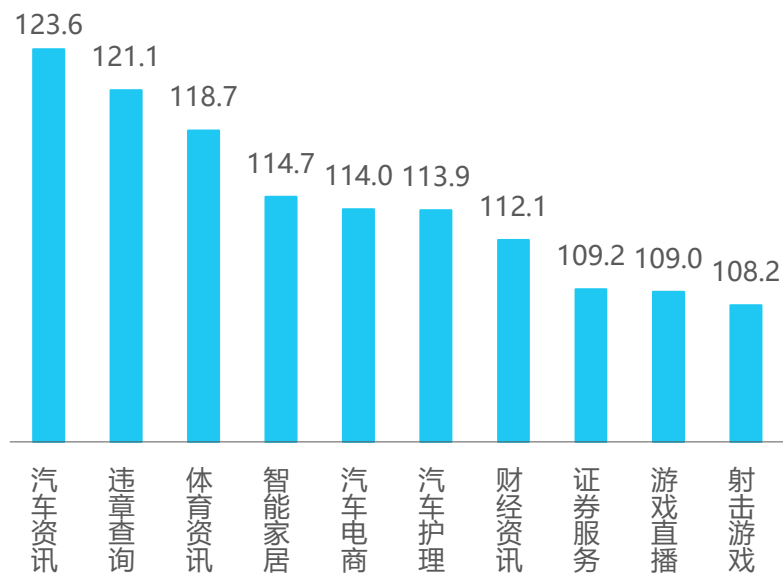
mUserTracker-2023年12月中国移动互联网 女性网民二级行业偏好TOP10



■ 女性用户 TGI

注释：仅筛选月独立设备数 > 500万的二级行业并按TGI降序排列，TGI=[目标群体中具有某一特征的群体所占比例/总体中具有相同特征的群体所占比例]*标准数100；
来源：UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

mUserTracker-2023年12月中国移动互联网 男性网民二级行业偏好TOP10



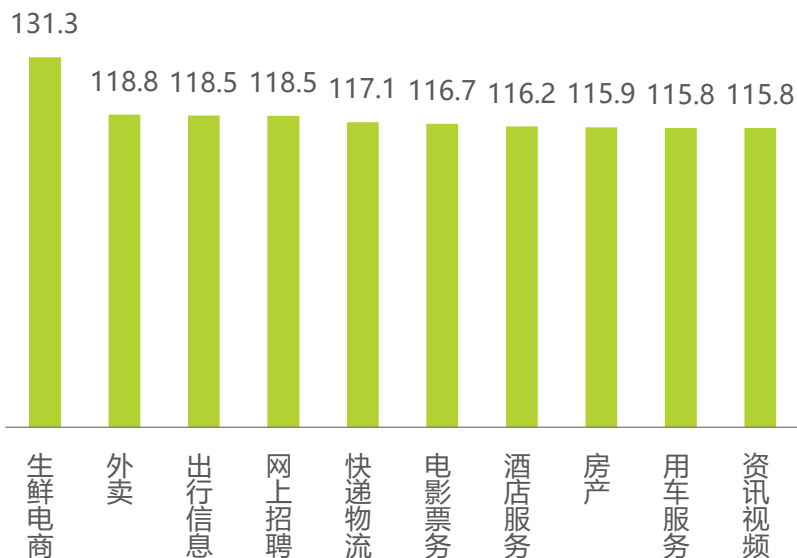
■ 男性用户 TGI

注释：仅筛选月独立设备数 > 500万的二级行业并按TGI降序排列，TGI=[目标群体中具有某一特征的群体所占比例/总体中具有相同特征的群体所占比例]*标准数100；
来源：UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

中国移动互联网用户触媒偏好

高线城市用户偏好APP类型涵盖日常生活多方面，低线城市用户则对泛娱乐相关、教育类及实用工具类APP偏好明显

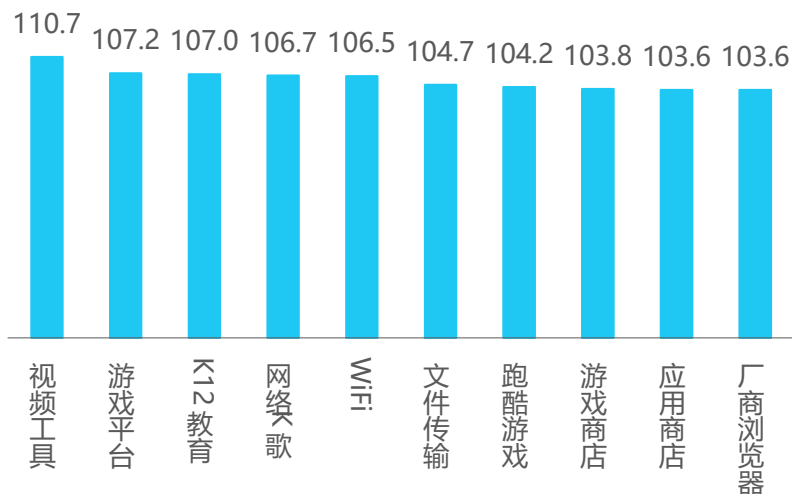
mUserTracker-2023年12月中国移动互联网 高线城市网民二级行业偏好TOP10



■ 高线城市用户 TGI

注释：仅筛选月独立设备数 > 500万的二级行业并按TGI降序排列，TGI计算方法同上；高线城市用户包含一线、新一线及二线城市全部监测范围内的移动端用户；来源：UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

mUserTracker-2023年12月中国移动互联网 低线城市网民二级行业偏好TOP10



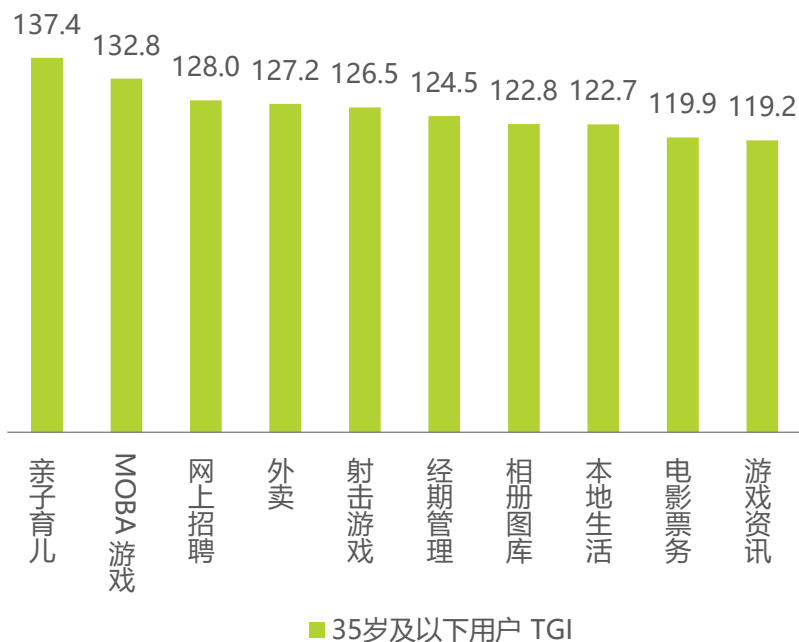
■ 低线城市用户 TGI

注释：仅筛选月独立设备数 > 500万的二级行业并按TGI降序排列，TGI计算方法同上；低线城市用户包含三线及以下城市全部监测范围内的移动端用户；来源：UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

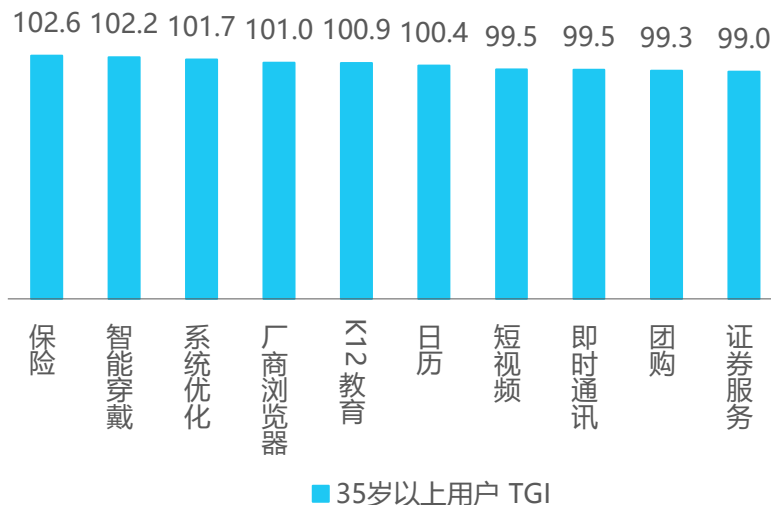
中国移动互联网用户触媒偏好

中青年用户对亲子类、游戏类及招聘相关APP偏好较为明显，成熟用户群体则更偏爱金融理财类、智能穿戴类及实用工具类APP

mUserTracker-2023年12月中国移动互联网 35岁及以下网民二级行业偏好TOP10



mUserTracker-2023年12月中国移动互联网 35岁以上网民二级行业偏好TOP10



注释：仅筛选月独立设备数 > 500万的二级行业并按TGI降序排列，TGI计算方法同上；
来源：UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

注释：仅筛选月独立设备数 > 500万的二级行业并按TGI降序排列，TGI计算方法同上；
来源：UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

02 / 2023年重点细分行业详情

Segmentation

2.1 本地生活

综合服务
生鲜电商
用车服务
电影演出

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/066013115003010055>