

中国互联网流量季度监测报告

2018年Q3



存量时代来临，人口红利殆尽，但时长红利犹存

游戏服务、综合资讯和实用工具使用时长持续快速增长，而智能穿戴同比增长高达62.6%。如何促进活跃量，提高用户粘性成为新的机遇和挑战。



移动网民APP使用偏好和使用时长差异明显

不同性别、年龄、城市等级的网民在APP使用偏好上具有明显的特征和区分度，或存在巨大商业潜在价值。25-30岁青年上网时间最久，学生暑期上网时间明显增多。



深耕三四线城市已成未来趋势

学习教育行业低线级城市人群从PC端向移动端的迁移趋势明显。三四线小城青年为短视频和在线视频新装用户主力军，占比接近50%。



行业流量首夺冠，实用工具或成新风口

视频服务行业今年首次跌落流量冠军宝座，人均单日使用时长和使用次数均环比下降。9月独立设备数达12.31亿，实用工具首次位居全行业第一，或成新风口。

中国移动互联网市场发展概览	1
中国移动网民APP使用偏好和时间分配	2
中国移动渠道市场监测	3
中国互联网红利行业分析	4
2018年Q3中国移动互联网新势力	5

存量时代人口红利殆尽，时长红利犹存 iResearch 艾瑞咨询

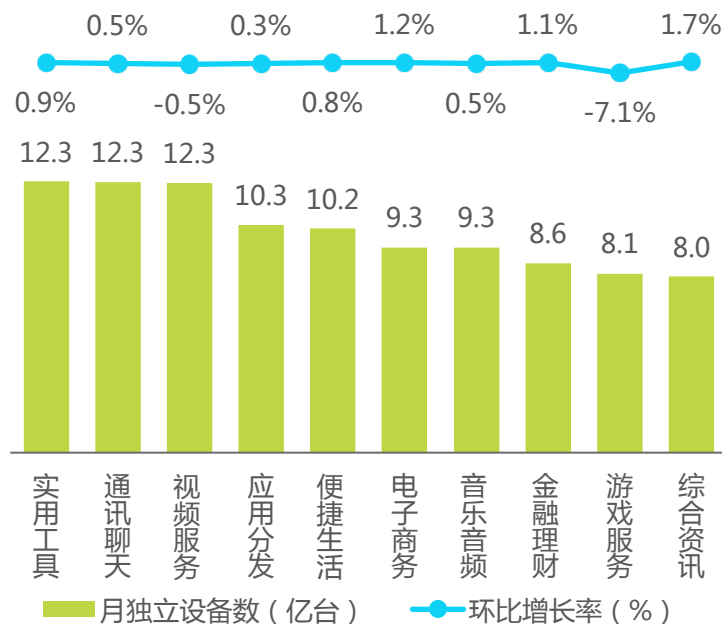
行业整体月环比增长不足1%，视频服务更是跌落冠军宝座

1. 2018年Q3移动互联网用户规模环比Q2末仅增长2700万台，月环比增速收窄至1%以内。至9月底，移动互联网月独立设备数达到13.3亿台，中国移动互联网用户总量趋于饱和。
2. 分行业来看，TOP10行业环比增幅甚微，视频服务今年首次跌落流量冠军宝座，这可能与假期结束，热播剧减少，学生回校有关，游戏服务行业环比下降最多，也可能与假期结束有关。

mUserTracker-2017年7月-2018年9月
中国移动互联网月独立设备数及环比增长率



mUserTracker-2018年9月中国移动互联网
TOP10行业月独立设备数及环比增长率



来源：mUserTracker.2018.9，基于日均400万手机、平板移动设备软件监测数据，与超过1亿移动设备的通讯监测数据，联合计算研究获得。

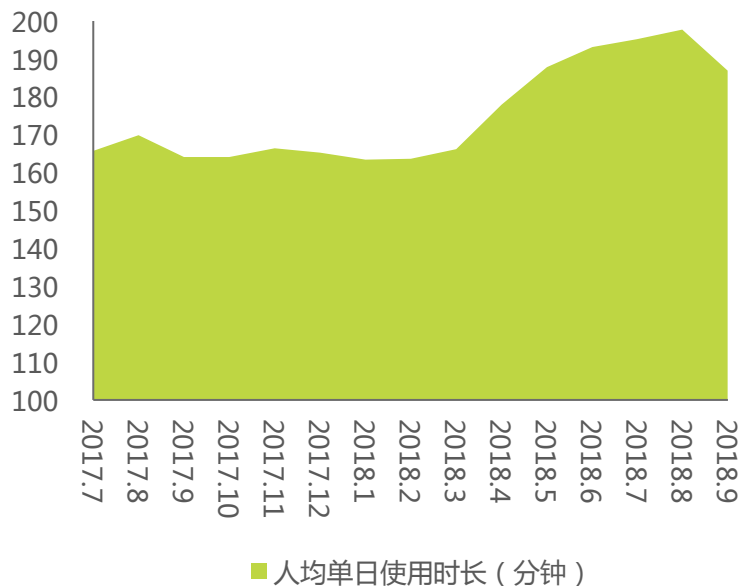
来源：mUserTracker.2018.9，基于日均400万手机、平板移动设备软件监测数据，与超过1亿移动设备的通讯监测数据，联合计算研究获得。

存量时代人口红利殆尽，时长红利犹存 iResearch 艾瑞咨询

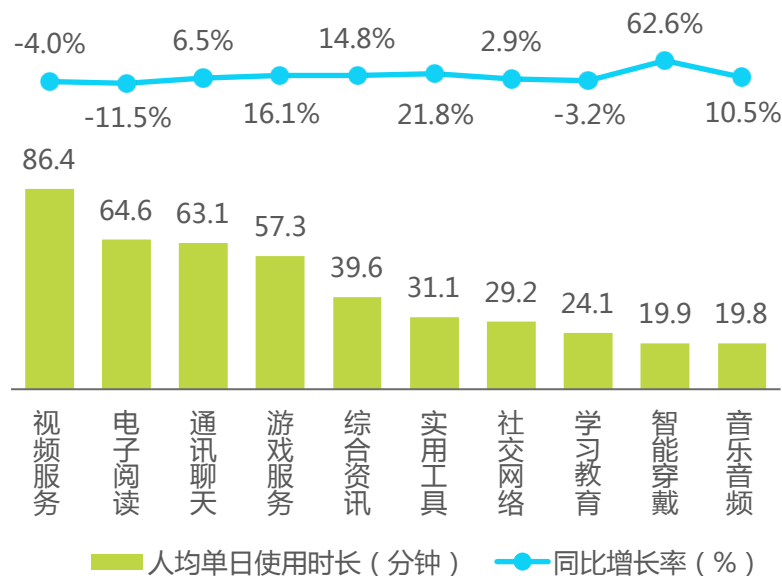
人均单日使用APP时长同比增长14%，互联网时长红利犹存

1. 至9月底，移动网民人均单日使用app时长达到186.98分钟，同比增长13.9%，移动互联网时长红利依然存在。
2. 从行业来看，虽然视频服务和电子阅读行业人均单日使用时长出现同比下降的情况，但仍占据移动网民最多时间；三梯队游戏服务、综合资讯和实用工具使用时长持续快速增长，而智能穿戴同比增长高达62.6%，这可能与智能监控APP的普及有关。

mUserTracker-2017年7月-2018年9月
中国移动网民人均单日使用APP时长



mUserTracker-2018年9月中国移动互联网
人均单日使用时长TOP10行业



来源：mUserTracker.2018.9，基于日均400万手机、平板移动设备软件监测数据，与超过1亿移动设备的通讯监测数据，联合计算研究获得。

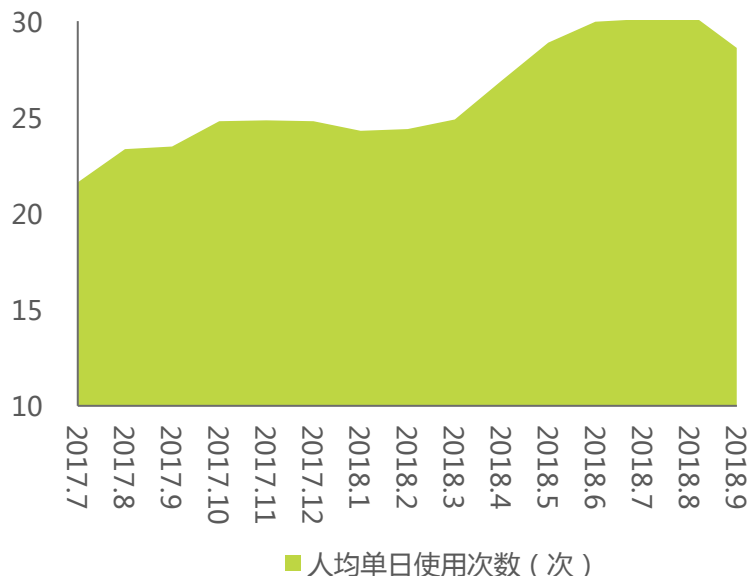
来源：mUserTracker.2018.9，基于日均400万手机、平板移动设备软件监测数据，与超过1亿移动设备的通讯监测数据，联合计算研究获得。

存量时代人口红利殆尽，时长红利犹存

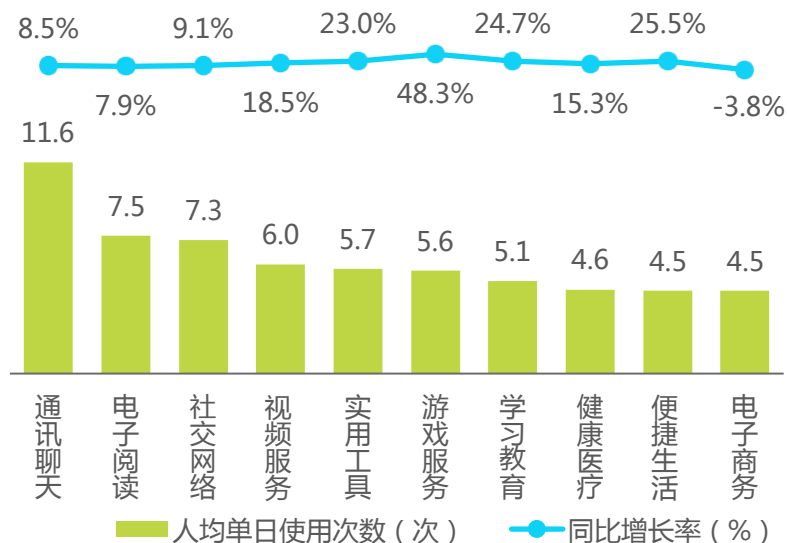
用户粘性持续增强，射击类游戏异军突起

1. 至9月底，移动网民人均单日使用次数达到28.6次，同比增长21.9%，人均单日使用次数同比增加约5次，用户对移动APP的使用越发高频。
2. 人均单日使用次数TOP10除电子商务行业均保持增长，用户粘性持续增强。游戏服务人均单日使用次数同比增加48.3%，射击类游戏兴起，在吸引大量用户同时让用户沉迷，人均单日使用次数达7次，为游戏服务行业之最。

mUserTracker-2017年7月-2018年9月 中国移动网民人均单日使用APP次数



mUserTracker-2018年9月中国移动互联网 人均单日使用次数TOP10行业



来源：mUserTracker.2018.9，基于日均400万手机、平板移动设备软件监测数据，与超过1亿移动设备的通讯监测数据，联合计算研究获得。

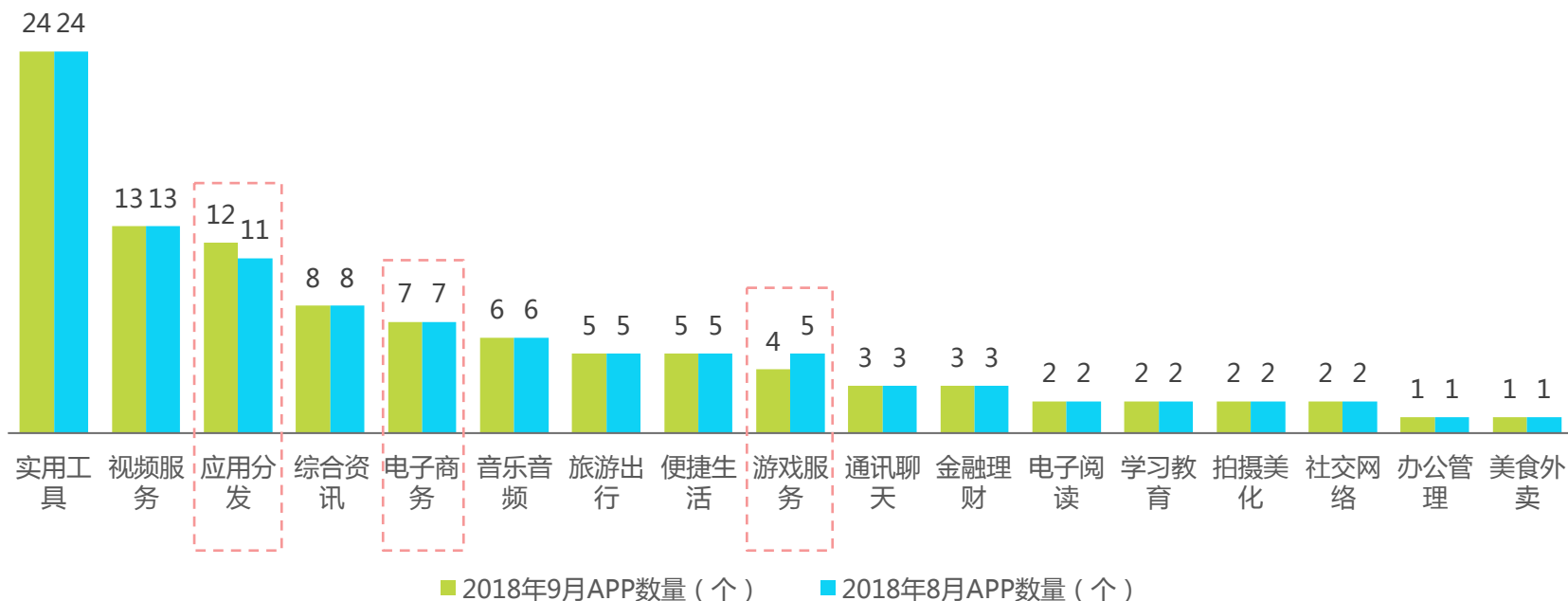
来源：mUserTracker.2018.9，基于日均400万手机、平板移动设备软件监测数据，与超过1亿移动设备的通讯监测数据，联合计算研究获得。

中国移动互联网TOP100APP行业分布

流量巨头仍集中于实用工具、视频服务和应用分发行业

1. 2018年8、9月TOP100APP近半数 of 实用工具、视频服务和应用分发类APP，流量巨头分布集中，同时TOP100APP行业分布无太大变化。
2. 在应用分发行业，PP助手挺进TOP100；在电子商务行业，天猫进入9月TOP100；在游戏服务行业，迷你世界在9月滑出TOP100。

mUserTracker-2018年8月和9月
TOP100APP所属行业及数量分布



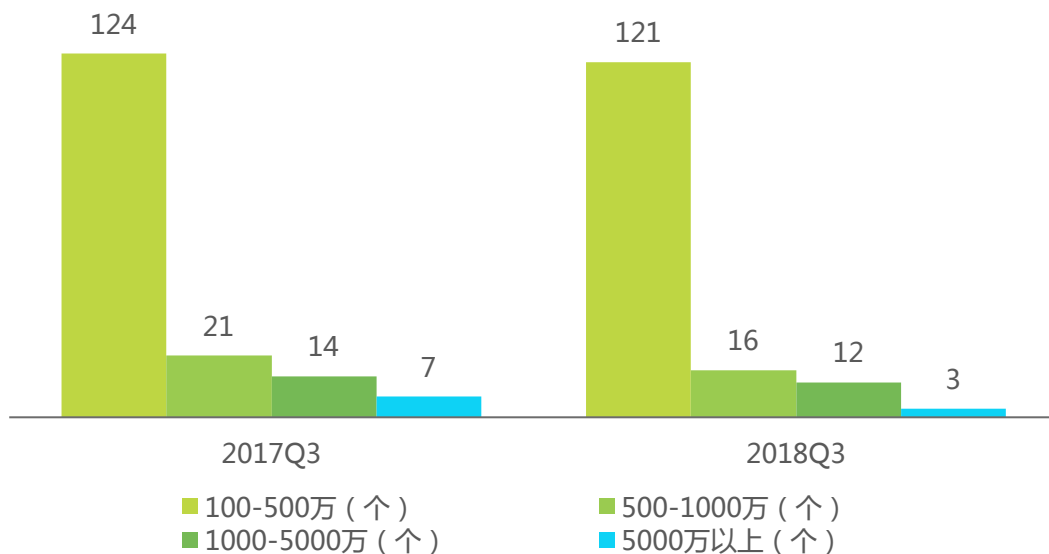
来源：mUserTracker.2018.9，基于日均400万手机、平板移动设备软件监测数据，与超过1亿移动设备的通讯监测数据，联合计算研究获得。

中国移动互联网不同量级APP数量分布

人口红利殆尽在不同量级APP个数的环比增量上也体现明显

1. 5000万以上量级：2018Q3仅环比增长3个，同比去年（7个）减少一半。
2. 5000万以下量级：APP迭代速度快，不断推陈出新，数量得以快速增加，但2018Q3环比增量仍不及2017Q3。

mUserTracker-2017和2018Q3中国移动互联网
不同量级APP个数的环比增量情况

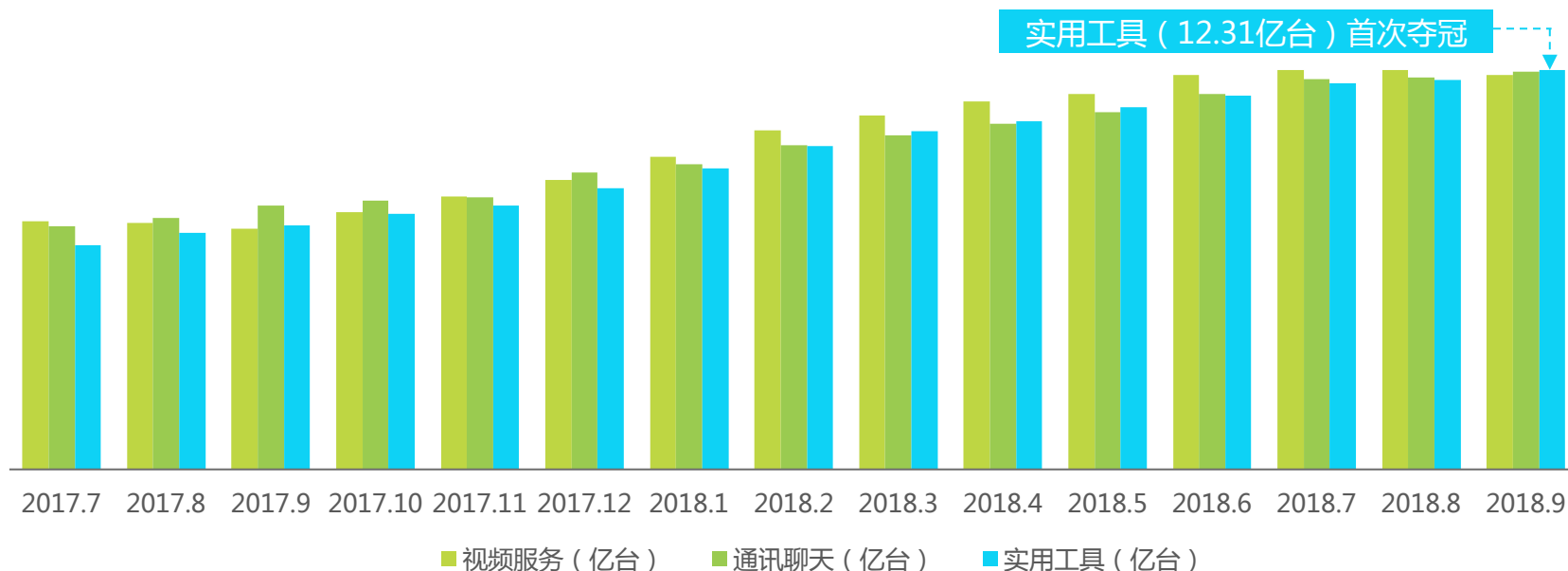


来源：mUserTracker.2018.9，基于日均400万手机、平板移动设备软件监测数据，与超过1亿移动设备的通讯监测数据，联合计算研究获得。

中国移动互联网TOP3行业流量

行业流量首夺冠，实用工具或成新风口

mUserTracker-2017年1月-2018年9月
中国移动互联网月独立设备数-TOP3行业



来源：mUserTracker.2018.6，基于日均400万手机、平板移动设备软件监测数据，与超过1亿移动设备的通讯监测数据，联合计算研究获得。

实用工具行业典型APP

实用工具行业典型APP列表

实用工具行业典型APP列表



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

中国移动互联网市场发展概览

1

中国移动网民APP使用偏好和时间分配

2

中国移动渠道市场监测

3

中国互联网红利行业分析

4

2018年Q3中国移动互联网新势力

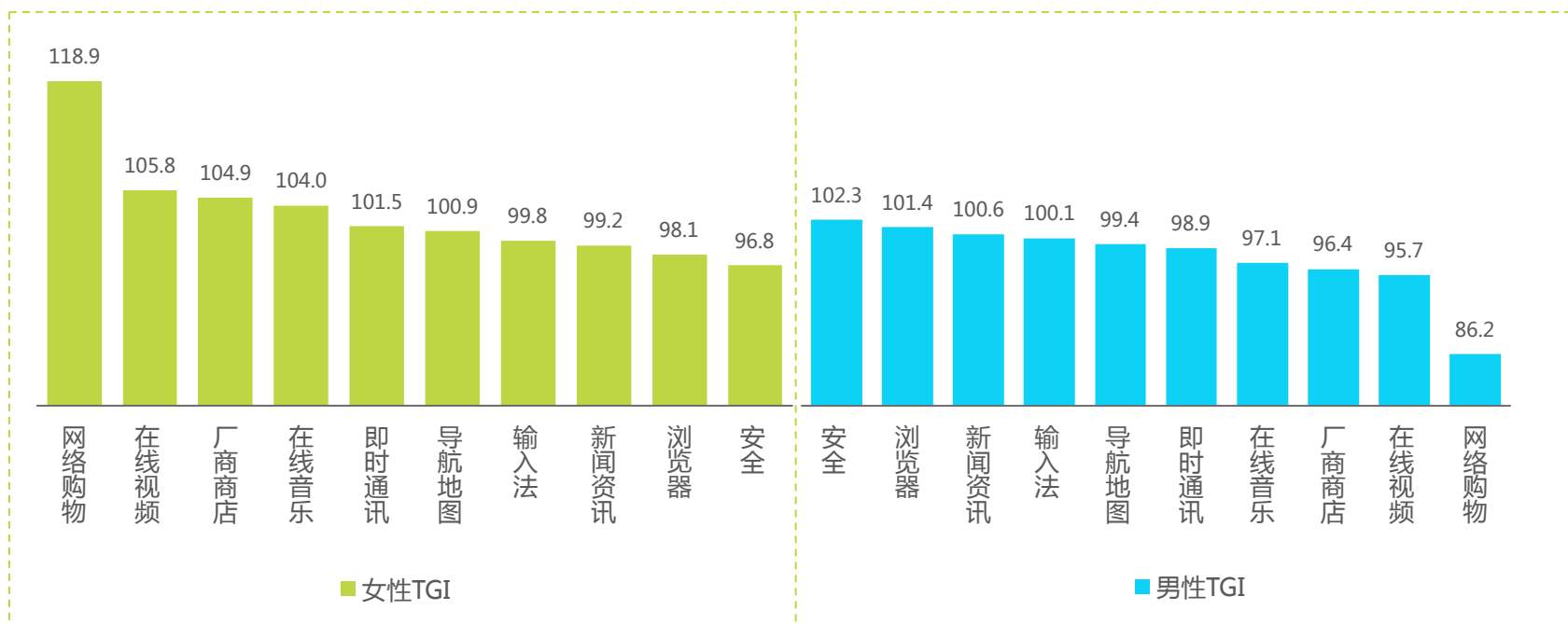
5

中国移动网民APP使用习惯

女性偏好网购及娱乐类，男性偏好实用工具及资讯类

1. 不同性别在使用的APP类型上有明显侧重。女性更偏好网络购物消费和在线文娱两类APP，男性则更注重实用性，对实用工具和新闻资讯两类APP有所偏好。
2. 根据不同性别的使用特征来挖掘商业价值潜力巨大。

mUserTracker-2018年9月不同性别
中国移动网民APP类型偏好TOP10



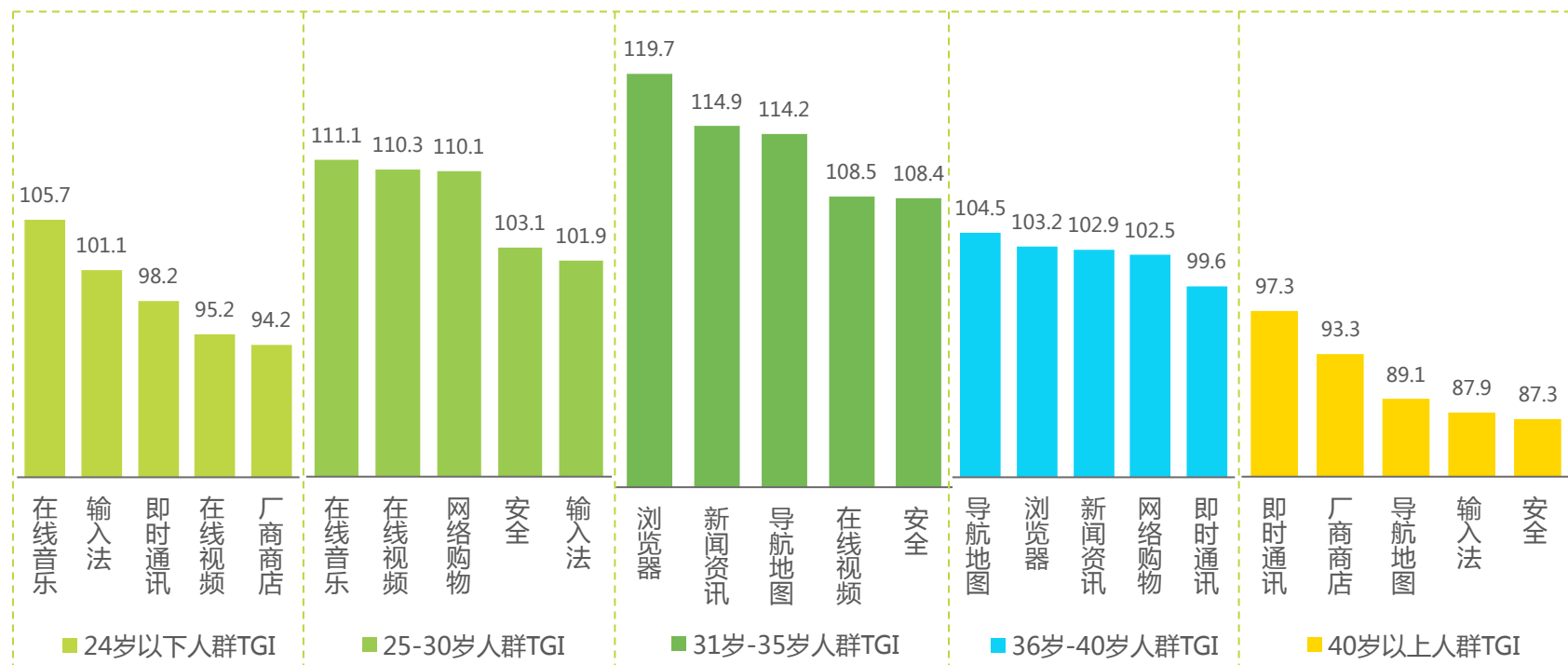
来源：mUserTracker.2018.9，基于日均400万手机、平板移动设备软件监测数据，与超过1亿移动设备的通讯监测数据，联合计算研究获得。

中国移动网民APP使用习惯

30岁前侧重“交流娱乐消费”，30岁后倾向“实用资讯沟通”

1. 24岁以下人群处于学生或初入职场的阶段，追求精神生活的充实，因此更偏好通讯和娱乐类APP。
2. 25-30岁人群生活工作压力较大的同时初具经济实力，喜欢用娱乐和消费类APP来放松解压，提高生活品质。
3. 31岁-40岁人群则更追求实用方便，使用实用工具和新闻资讯类APP的频率较高。
4. 40岁以上侧重通讯和实用工具类APP。

mUserTracker-2018年9月不同年龄
中国移动网民APP类型偏好TOP10



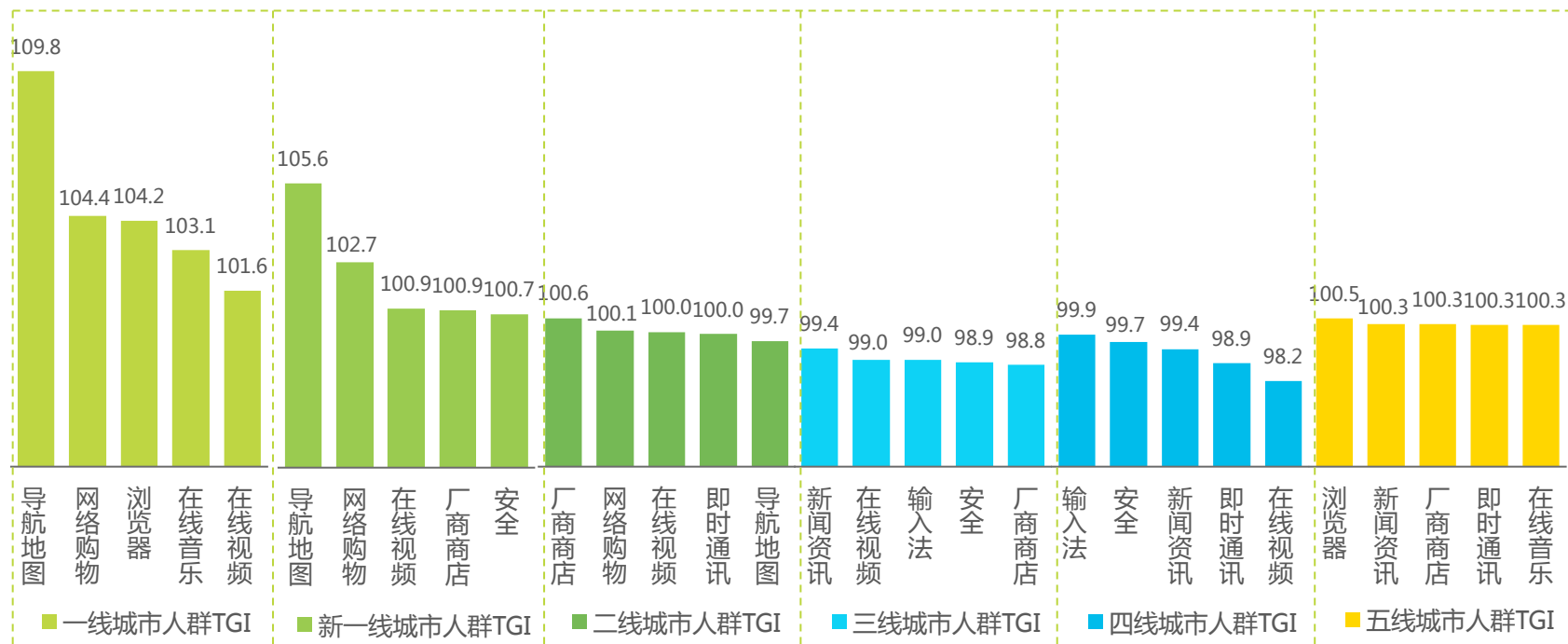
来源：mUserTracker.2018.9，基于日均400万手机、平板移动设备软件监测数据，与超过1亿移动设备的通讯监测数据，联合计算研究获得。

中国移动网民APP使用习惯

一二线导航、网购不可少，三四五线新闻、娱乐受追捧

1. 一二线城市规模较大，交通发达，人们在出行上更依赖导航。同时，一二线城市高昂的门店价格和便捷的物流，也带动了网络购物。
2. 三四五线城市相对而言获取各类信息的途径和娱乐设施较少，因此网民主要靠新闻、在线视频、音乐等APP丰富日常生活。

mUserTracker-2018年9月不同城市
中国移动网民APP类型偏好TOP10

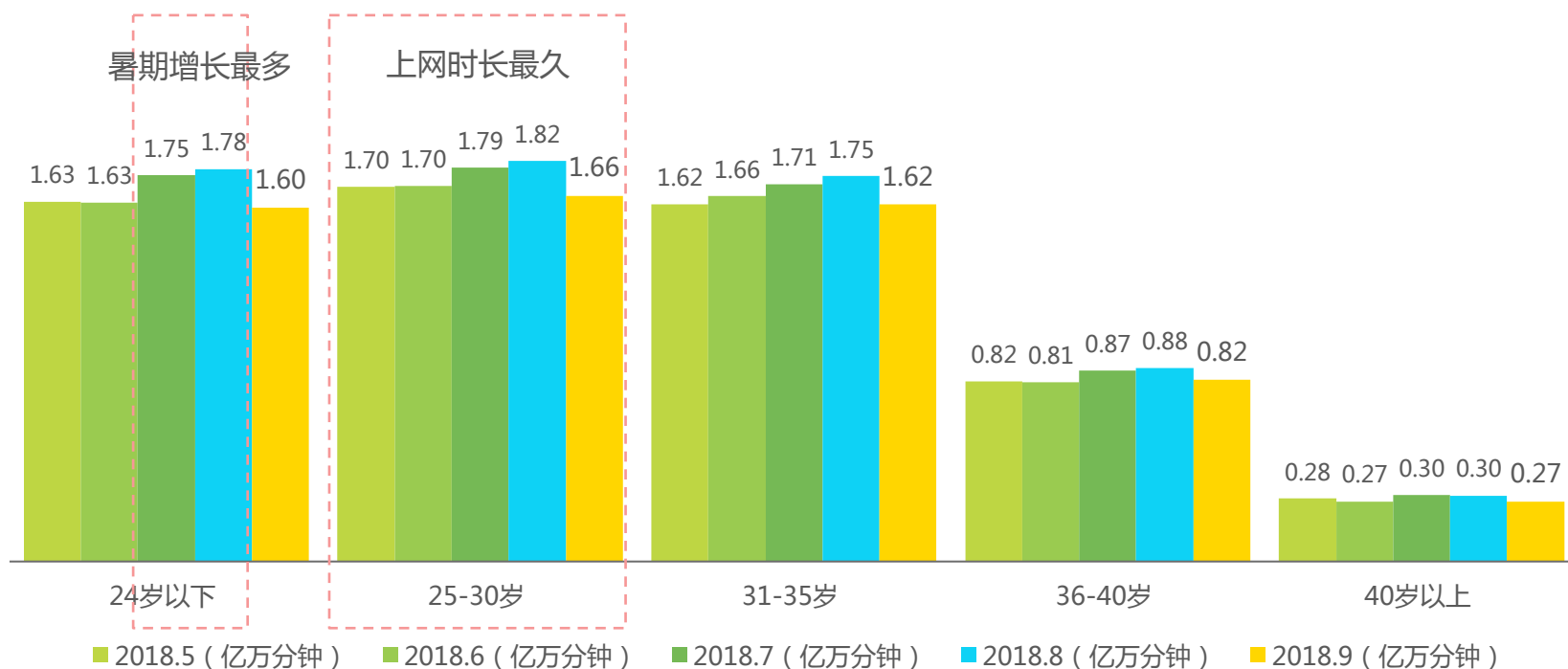


来源：mUserTracker.2018.9，基于日均400万手机、平板移动设备软件监测数据，与超过1亿移动设备的通讯监测数据，联合计算研究获得。

中国移动网民APP暑期时间变化情况

学生党暑期上网时间明显增多

mUserTracker-2018年5-9月不同年龄中国移动网民月度有效使用时间



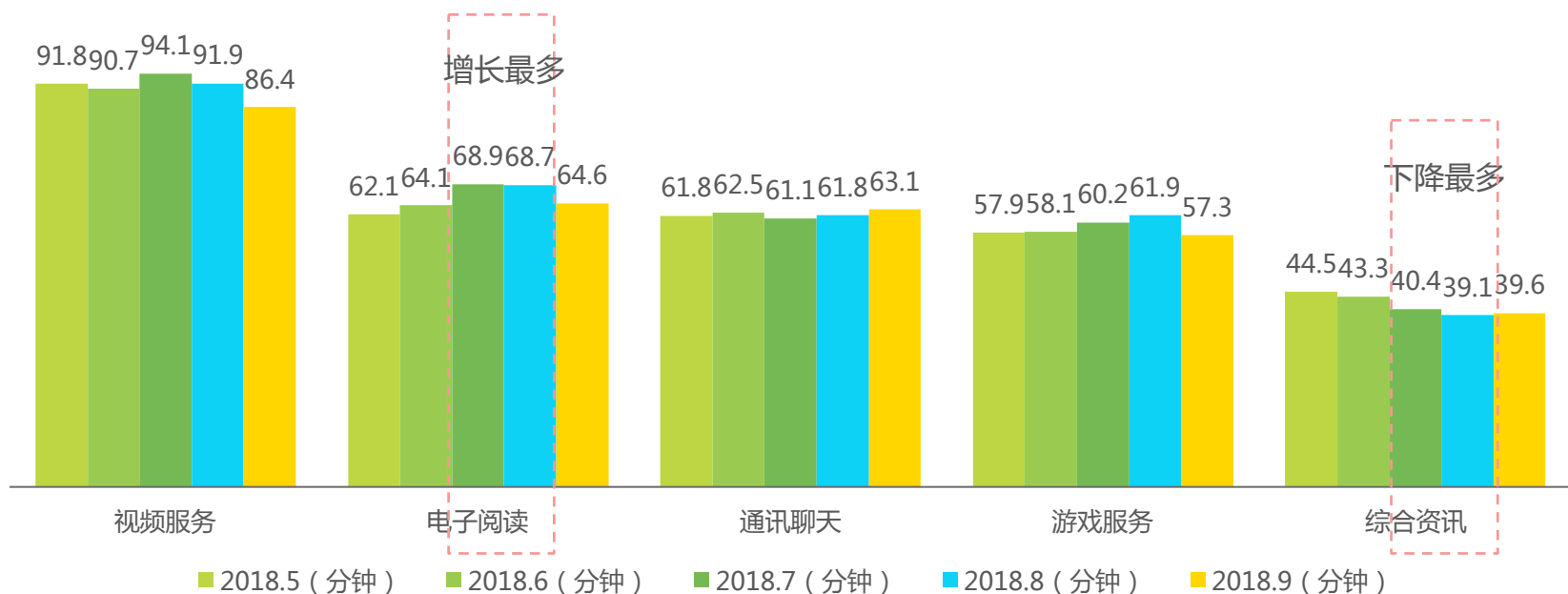
来源：mUserTracker.2018.9，基于日均400万手机、平板移动设备软件监测数据，与超过1亿移动设备的通讯监测数据，联合计算研究获得。

中国移动网民APP暑期时间变化情况

暑期拉动电子阅读行业使用时长快速增加

1. 在占用移动网民时间最多的TOP5行业中，电子阅读、视频服务和游戏服务三行业在暑假期间（7月和8月）人均单日使用时长环比5月呈明显增长态势，其中电子阅读增幅最大，而综合资讯则反之。
2. 学生党在暑假期间花更多的时间看小说以及减少新闻资讯的查阅，是电子阅读行业和综合资讯行业在暑期时长变化的主要原因

mUserTracker-2018年5-9月中国移动互联网APP人均单日使用时长TOP5行业变化情况



来源：mUserTracker.2018.9，基于日均400万手机、平板移动设备软件监测数据，与超过1亿移动设备的通讯监测数据，联合计算研究获得。

中国移动互联网市场发展概览

1

中国移动网民APP使用偏好和时间分配

2

中国移动渠道市场监测

3

中国互联网红利行业分析

4

2018年Q3中国移动互联网新势力

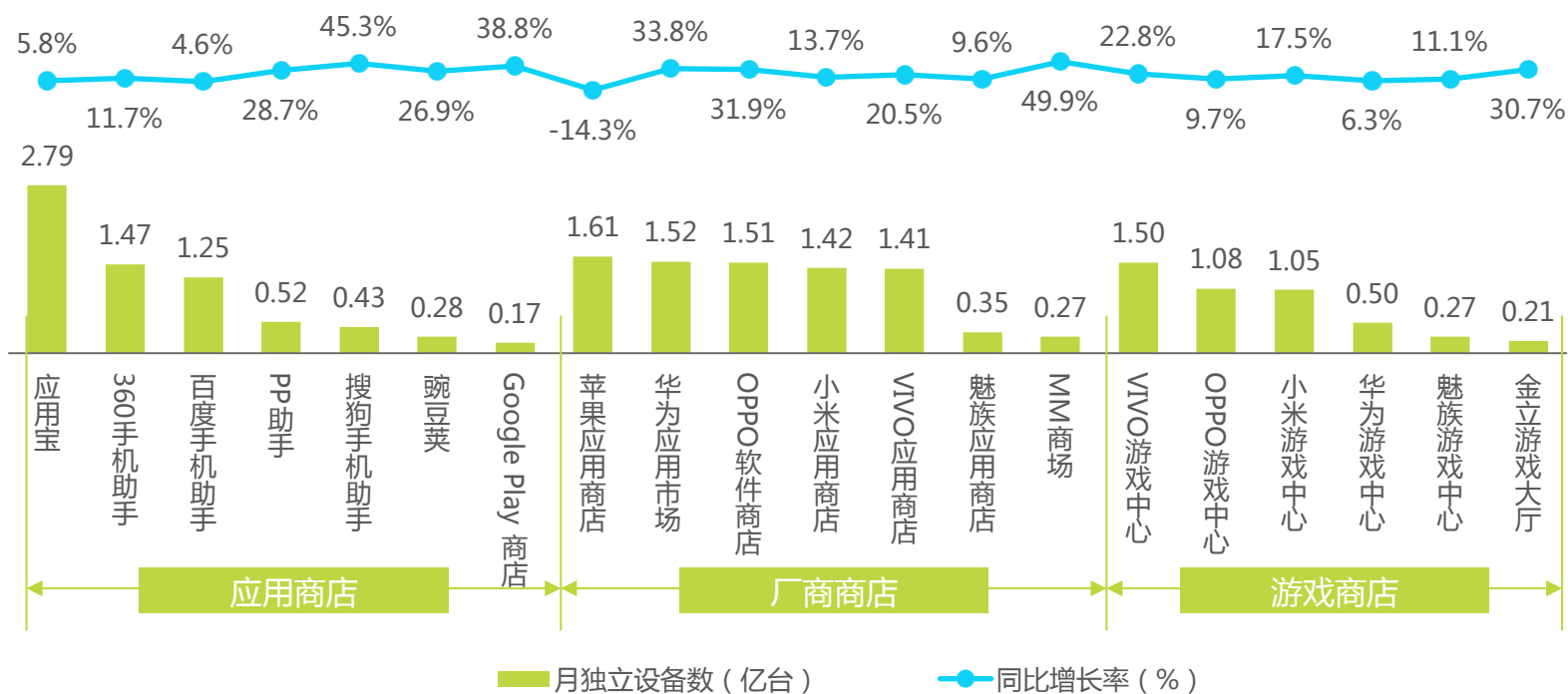
5

中国移动渠道市场概览

应用商店与游戏商店寡头化明显，厂商商店势均力敌

1. 应用宝领跑安卓应用市场，9月独立设备数达2.79亿，同比增长率较其他安卓类应用分发APP偏低，可考虑通过与运营商合作，在合约机中预装以和厂商商店类APP竞争，或者成为部分应用APP的独家下载渠道以吸引更多的用户。
2. 厂商商店APP流量普遍高于厂商游戏商店APP，VIVO例外，这可能与VIVO用户偏爱玩游戏有关。华为应用市场虽然位于安卓厂商商店之首，但其游戏中心流量偏低。

mUserTracker-2018年9月中国移动互联网应用分发类APP月独立设备数



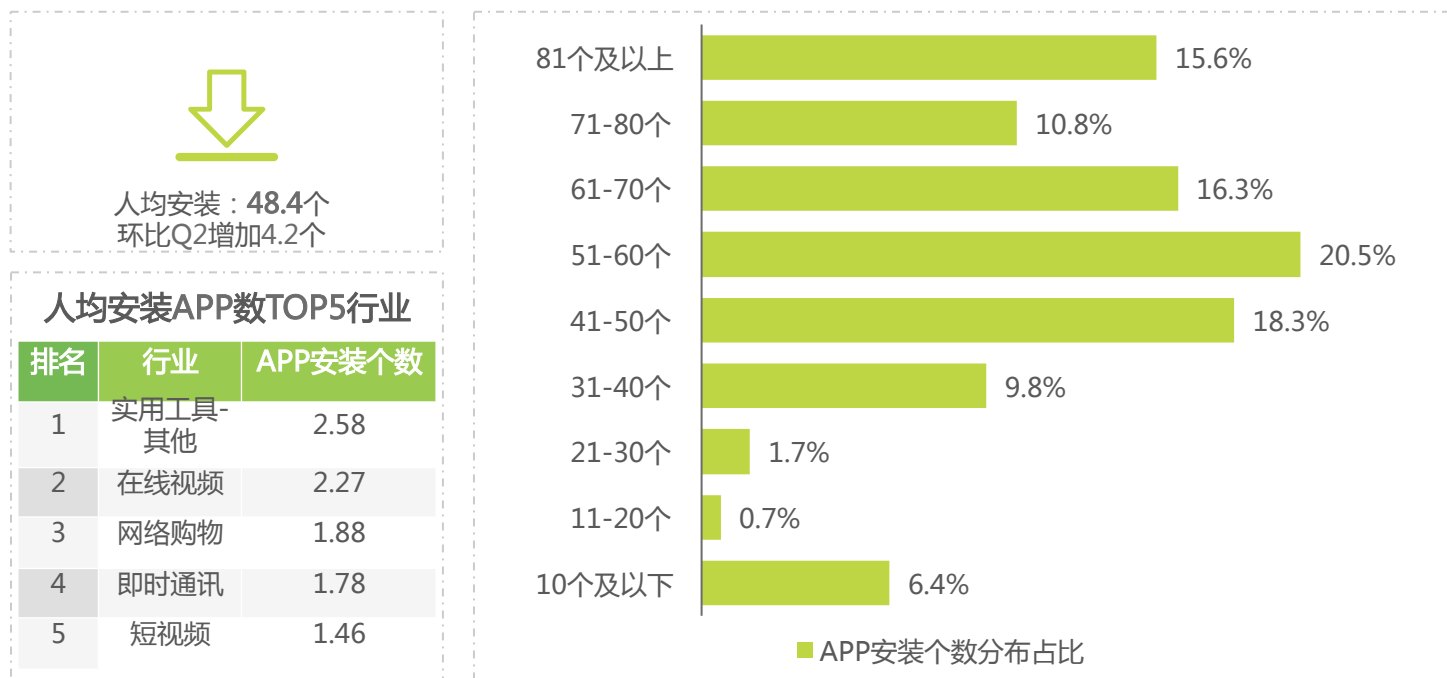
来源：mUserTracker.2018.9，基于日均400万手机、平板移动设备软件监测数据，与超过1亿移动设备的通讯监测数据，联合计算研究获得。

中国移动网民APP安装情况

2018年Q3移动网民人均安装48.4个APP，APP市场竞争激烈

1. 38.8%的移动网民人均安装41-60个APP，人均安装48.4个。
2. 诸如Google Play Services的实用工具其他类的APP人均安装量超过在线视频类，其余行业APP人均安装量不足2个。

StoreTracker-2018Q3中国移动互联网人均安装APP量分布



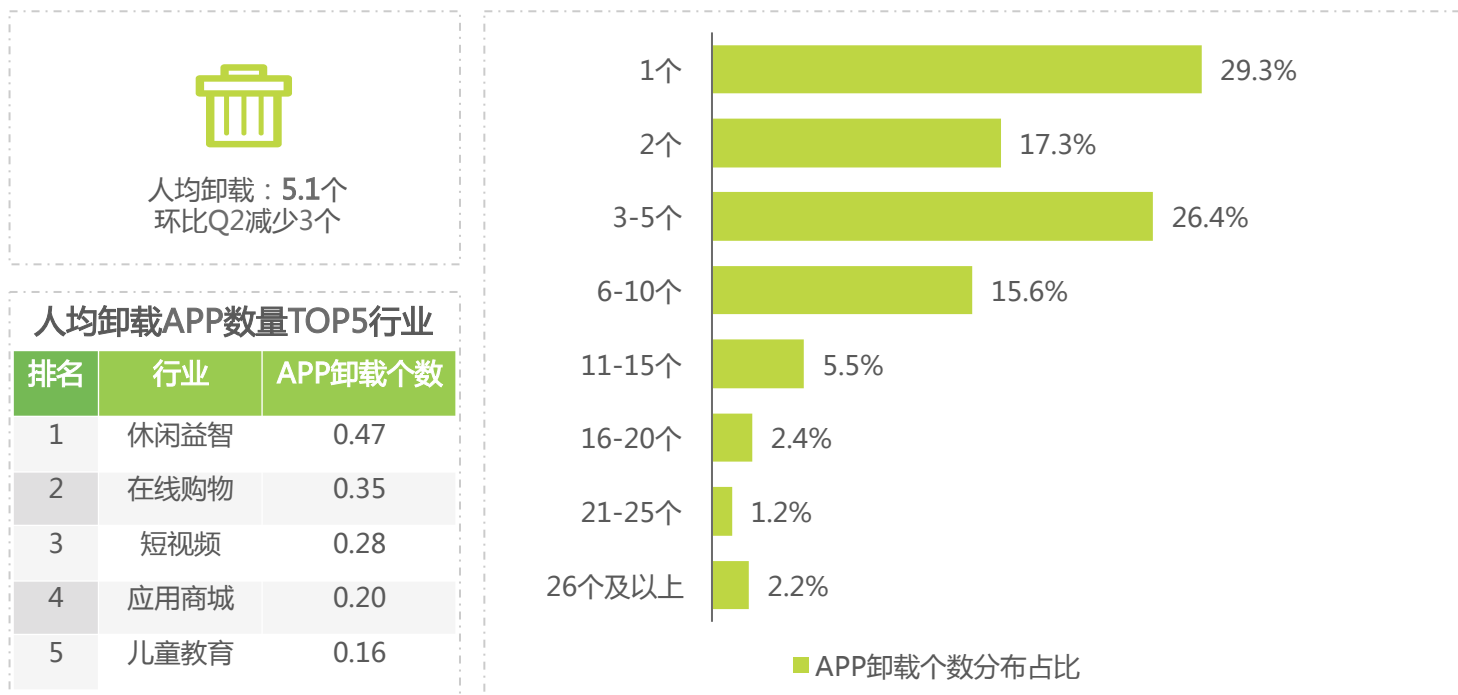
来源：StoreTracker.2018.9，基于日活千万级的多源有效样本数据，联合计算得出涵盖50+Android端应用商店市场的用户行为数据。

中国移动网民APP卸载情况

2018年Q3移动网民人均卸载5.1个APP

2018Q3，超9成用户会删除15个以内的APP，人均卸载APP数为5.1个。

StoreTracker-2018Q3中国移动互联网人均卸载APP量分布



来源：StoreTracker.2018.6，基于日活千万级的多源有效样本数据，联合计算得出涵盖50+Android端应用商店市场的用户行为数据。

中国移动互联网市场发展概览

1

中国移动网民APP使用偏好和时间分配

2

中国移动渠道市场监测

3

中国互联网红利行业分析

4

2018年Q3中国移动互联网新势力

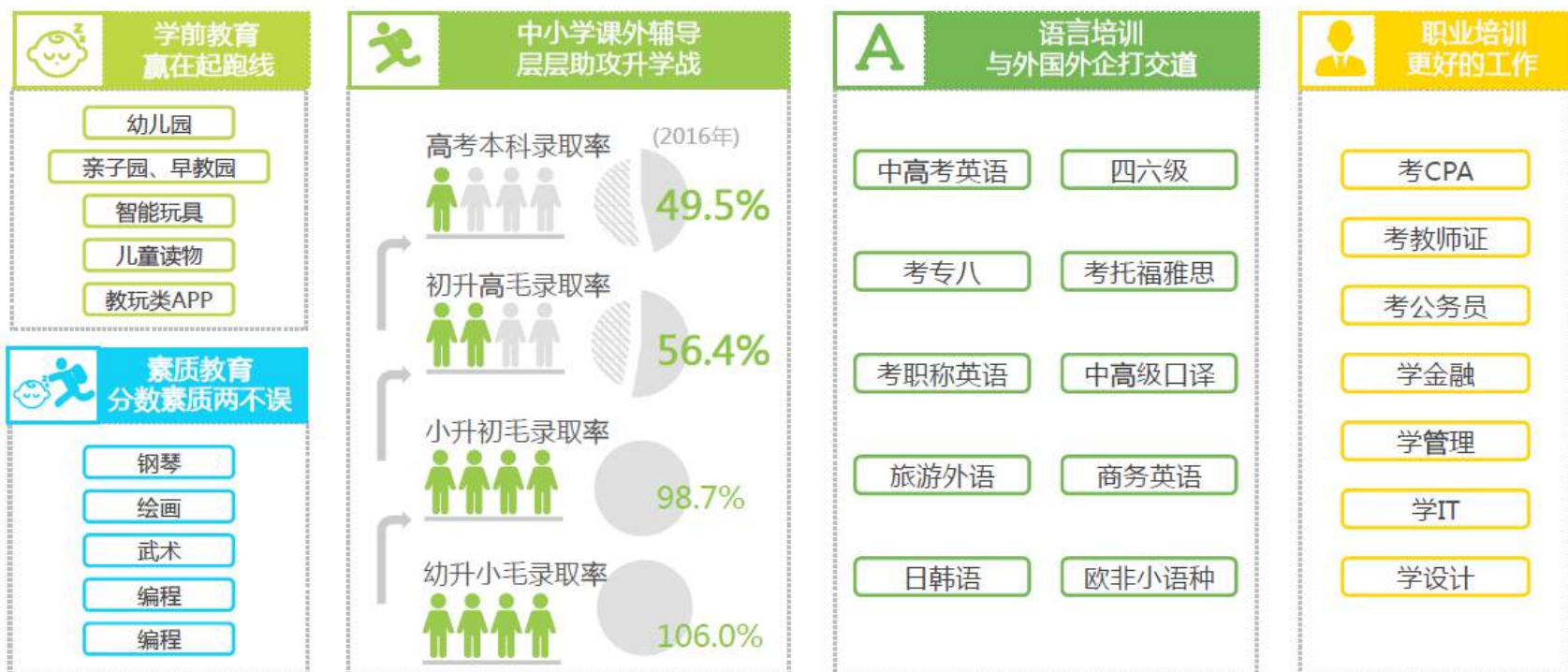
5

刚需下的红利—学习教育

全面的教育培训体系建立促进产业快速发展

在国家政策支持下，随着人均可支配收入提高，人们对高质量教育需求越来越旺盛，进一步推动学习教育行业蓬勃发展。从学前教育到职业培训，教育贯穿一生，在人生各个关键环节均是刚需。

中国学习教育行业应用场景图



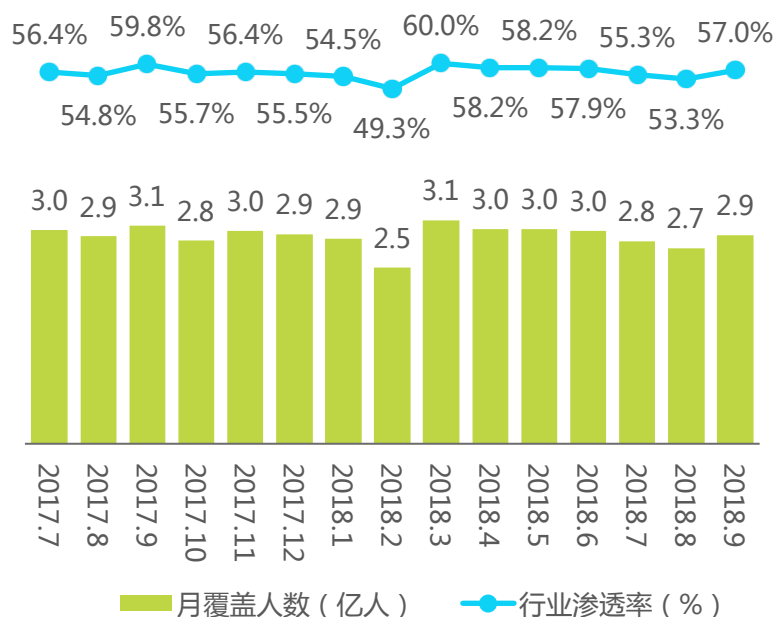
来源：摘自艾瑞咨询《慢行业的小步快跑》，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

学习教育行业流量分析

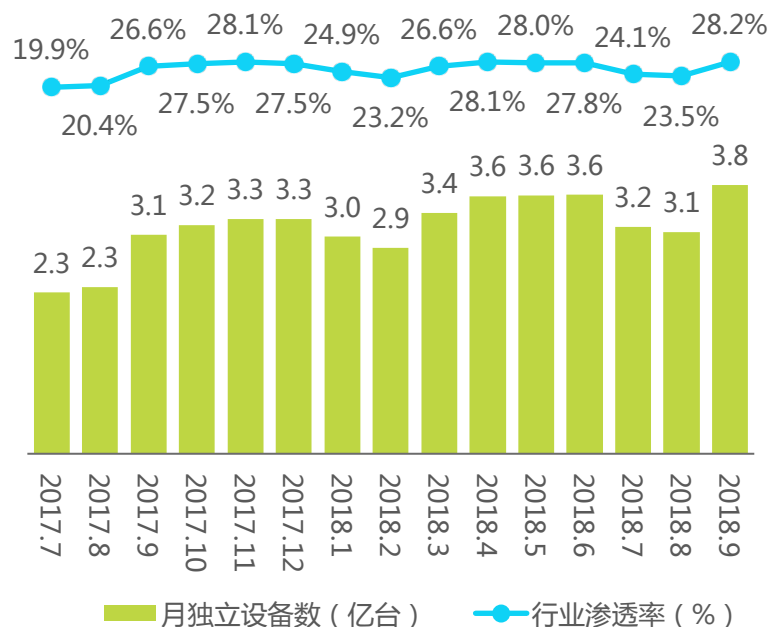
PC端行业渗透率高，但用户向移动端迁移明显

1. 学习教育行业淡旺季分明，寒暑假期间流量偏低，移动端表现更明显。
2. 至9月底，PC端用户规模达到2.93亿，行业渗透率接近60%，渗透率较高；移动端渗透率较低，不足30%，但移动端流量仍处在不断增长的趋势，月独立设备数同比增加约7千万台。

iUserTracker-2017年7月-2018年9月中国PC互联网学习教育行业用户规模



mUserTracker-2017年7月-2018年9月中国移动互联网学习教育行业月独立设备数



来源：iUserTracker. 家庭办公版 2018.9，基于对40万名家庭及办公（不含公共上网地点）样本网络行为的长期监测数据获得。

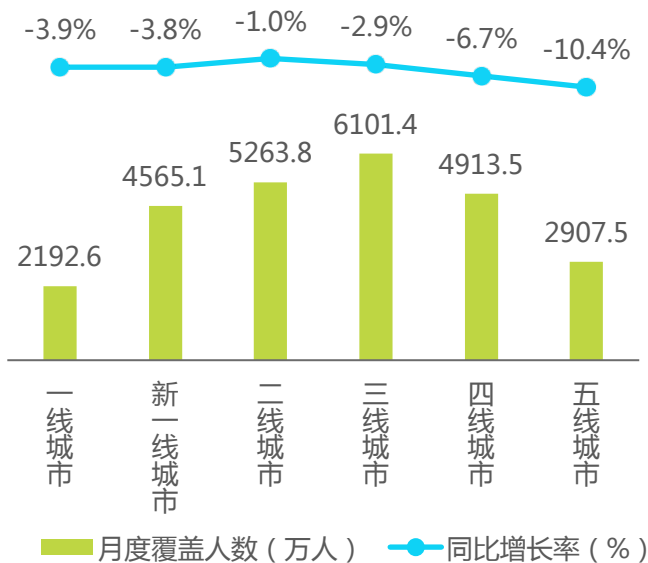
来源：mUserTracker.2018.9，基于日均400万手机、平板移动设备软件监测数据，与超过1亿移动设备的通讯监测数据，联合计算研究获得。

学习教育行业用户地域分布

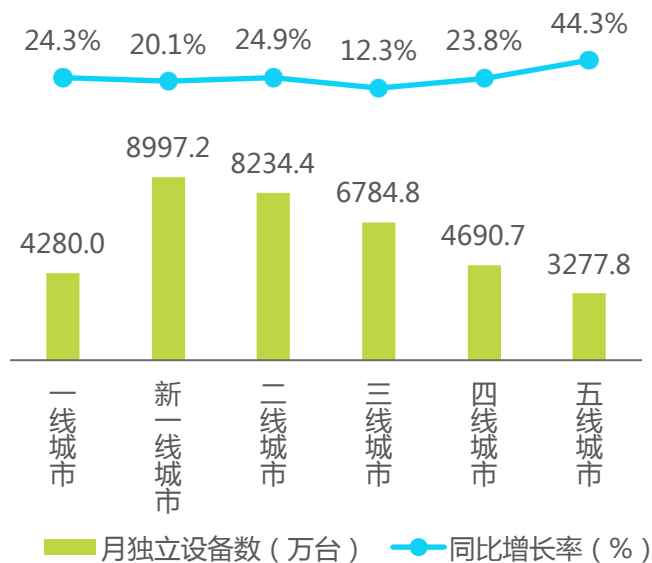
低线城市用户从PC端向移动端转移更明显

1. PC端各线城市月度覆盖人数均小幅下跌，移动端反之。
2. 低线城市变化幅度大于高线城市，五线城市最突出，低线城市用户从PC端向移动端转移更明显

iUserTracker-2018年9月中国PC互联网
学习教育行业用户地域分布



mUserTracker-2018年9月中国移动互联网
学习教育行业用户地域分布



来源：iUserTracker. 家庭办公版 2018.9，基于对40万名家庭及办公（不含公共上网地点）样本网络行为的长期监测数据获得。

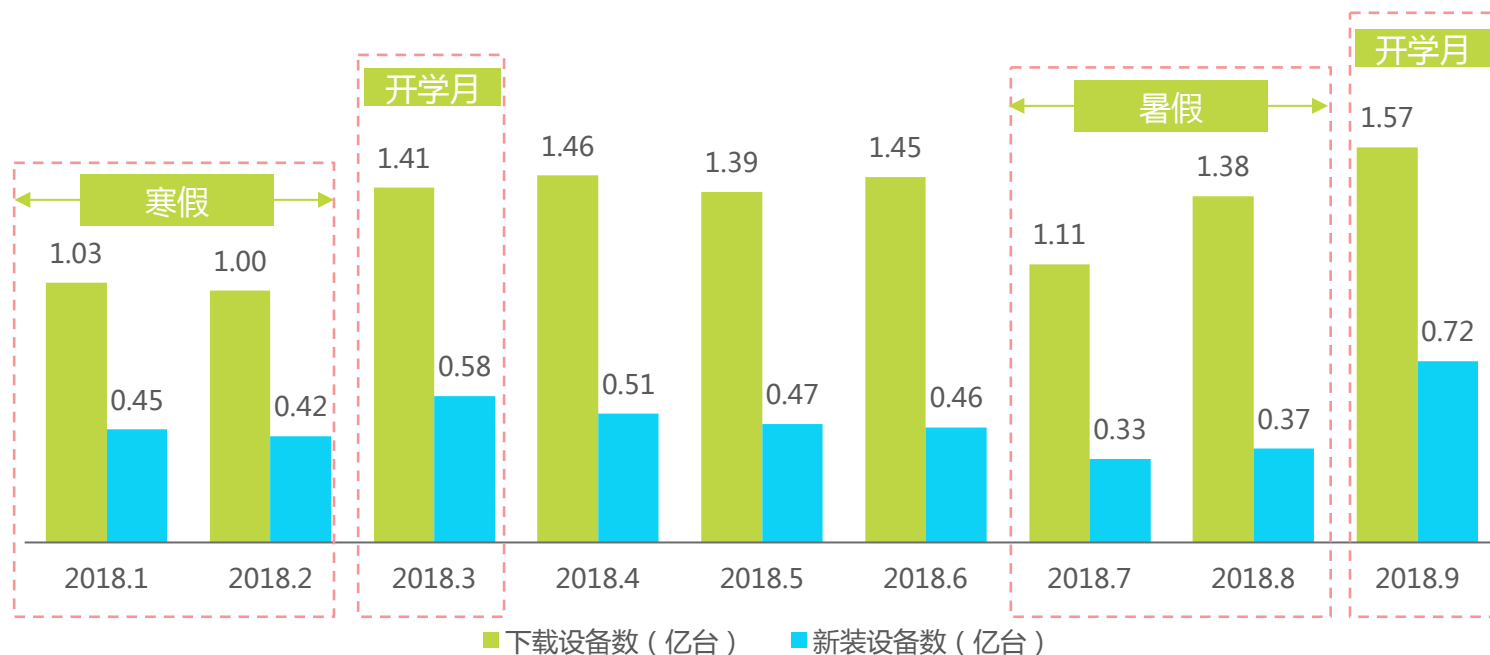
来源：mUserTracker.2018.9，基于日均400万手机、平板移动设备软件监测数据，与超过1亿移动设备的通讯监测数据，联合计算研究获得。

学习教育行业APP下载与新装情况

新装量受寒暑假影响程度相对较低，开学月拉新明显

1. 对比APP下载量，新装量受寒暑假影响程度相对较低，且寒假期间新装量高于暑假期间
2. 新装量在新学期开始的月份有突增的机会，9月环比增长95%；下载量创今年新高，达1.57亿台。

StoreTracker-2018年1-9月中国移动互联网学习教育行业APP下载量与新装量



来源：StoreTracker.2018.9，基于日活千万级的多源有效样本数据，联合计算得出涵盖50+Android端应用商店市场的用户行为数据。

学习教育行业重点关注市场—K12教育

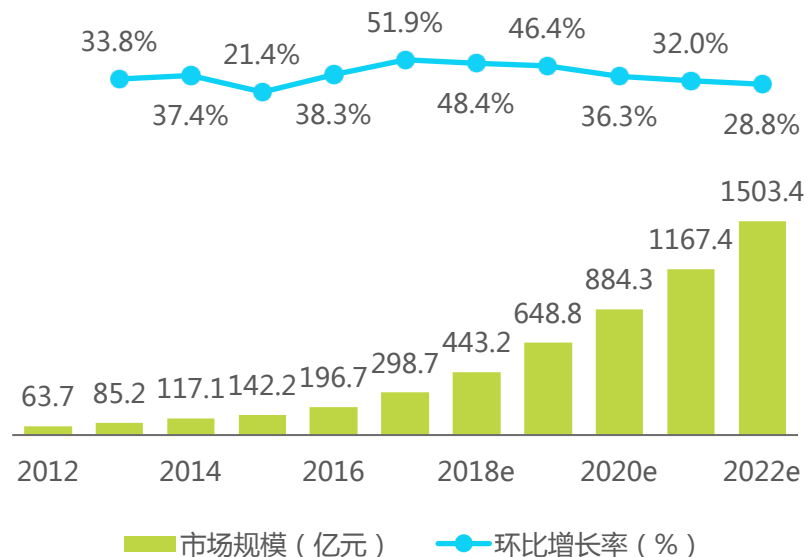
市场规模快速增长，重点关注三线及以下城市用户

1. 根据艾瑞咨询《慢行业的小步快跑》，K12在线教育市场规模逐年快速增长，但增速预计有所放缓，2017-2019将会是高速增长的三年。
2. 三线及以下城市K12阶段在校生人数最大，且因教育资源倾斜一、二线城市，对优质教育资源需求更为强烈，未来可作为重点关注对象。

2017年中国K12阶段在校生人数分布



2012-2022年中国K12在线教育市场规模及增长率



来源：摘自艾瑞咨询《慢行业的小步快跑》，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

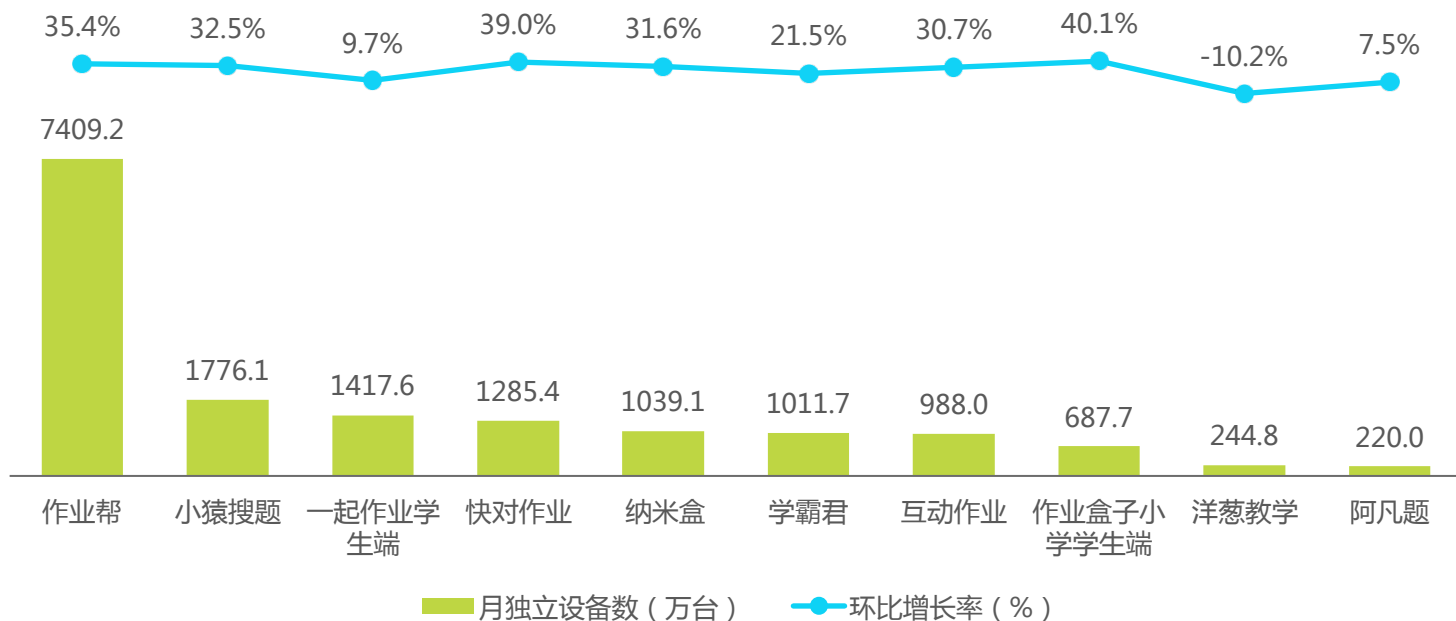
来源：摘自艾瑞咨询《慢行业的小步快跑》，依据艾瑞统计模型推算获得。

K12教育主流APP流量情况

作业帮遥遥领先，头部APP均与学生课后作业相关

1. 作业帮月独立设备数高达7千万台，是第二名小猿搜题4倍之多。
2. 开学季，除洋葱教学，其他App均有不同程度的环比高速增长。
3. 主流App一个共同的特性是围绕学生课后作业进行解答与互动。

mUserTracker-2018年9月中国移动互联网
K12教育主流APP月独立设备数及环比增长率



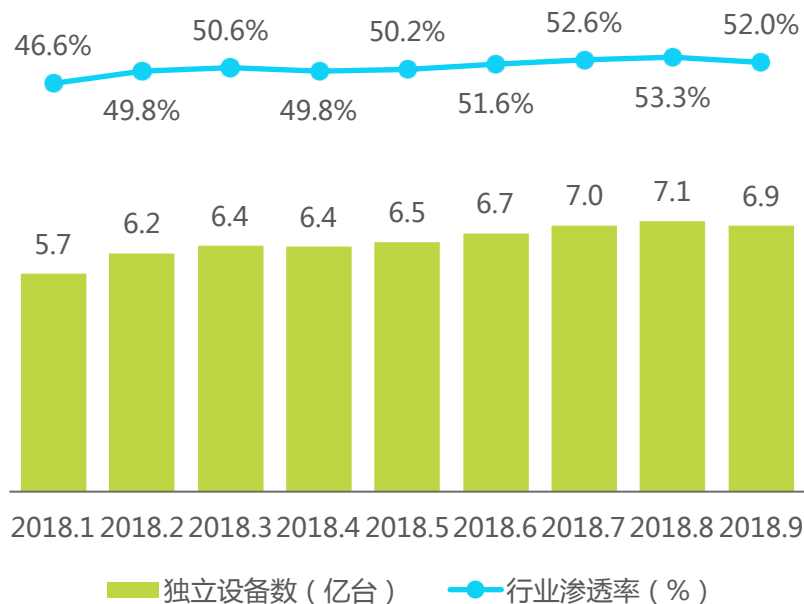
来源：mUserTracker.2018.9，基于日均400万手机、平板移动设备软件监测数据，与超过1亿移动设备的通讯监测数据，联合计算研究获得。

在线视频和短视频行业流量分析

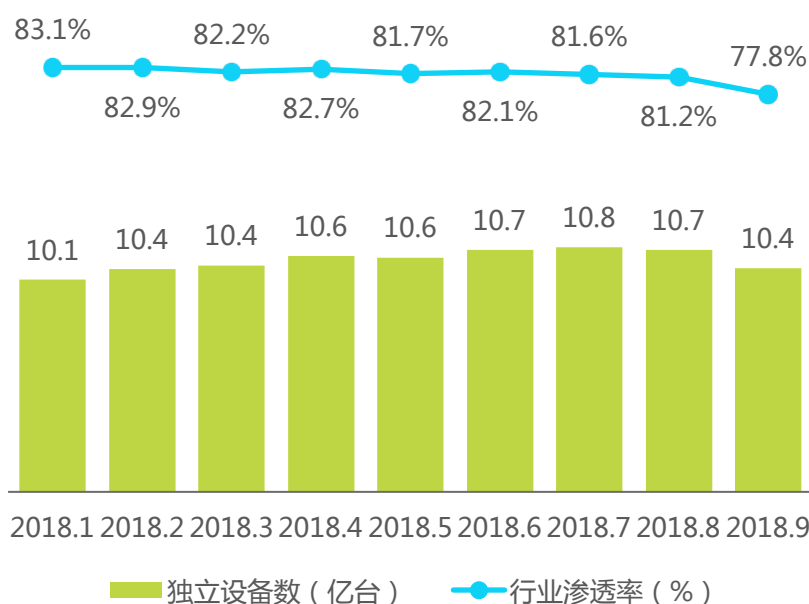
9月独立设备数均首次环比下降

1. 受监管加严以及人口红利殆尽双重影响，短视频行业流量增长逐渐缓慢，并且在9月首次环比下降。
2. 在线视频行业流量同样在今年首次环比下降，且行业渗透率逐渐减少至不足80%。

mUserTracker-2018年1-9月中国移动互联网短视频行业月独立设备数及行业渗透率



mUserTracker-2018年1-9月中国移动互联网在线视频行业月独立设备数及行业渗透率



来源：mUserTracker.2018.9，基于日均400万手机、平板移动设备软件监测数据，与超过1亿移动设备的通讯监测数据，联合计算研究获得。

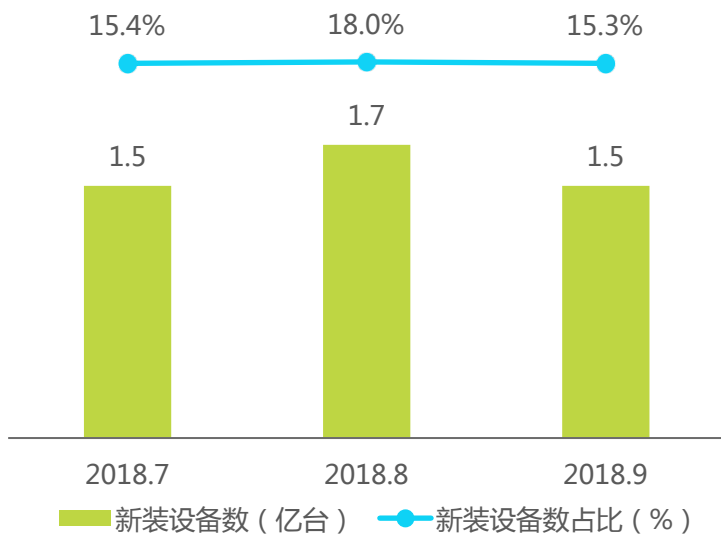
来源：mUserTracker.2018.9，基于日均400万手机、平板移动设备软件监测数据，与超过1亿移动设备的通讯监测数据，联合计算研究获得。

在线视频和短视频行业新装设备分析

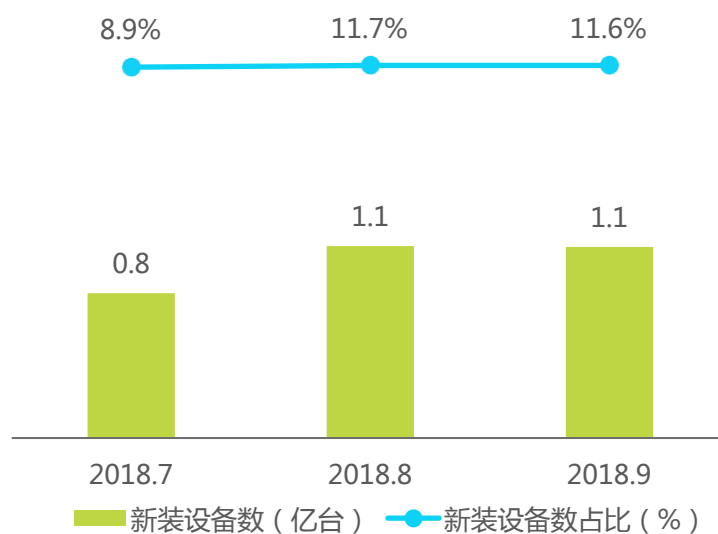
短视频新装设备高于在线视频，用户更替明显

短视频和在线视频行业新装设备数占比分别在15%和8%以上，在月独立设备数基本保持不变的情况下，大量老用户卸载、新用户更替的现象明显，产品粘性仍有提升空间。

StoreTracker-2018年7-9月中国移动互联网
短视频行业新装设备数与占比



StoreTracker-2018年7-9月中国移动互联网
在线视频行业新装设备数与占比

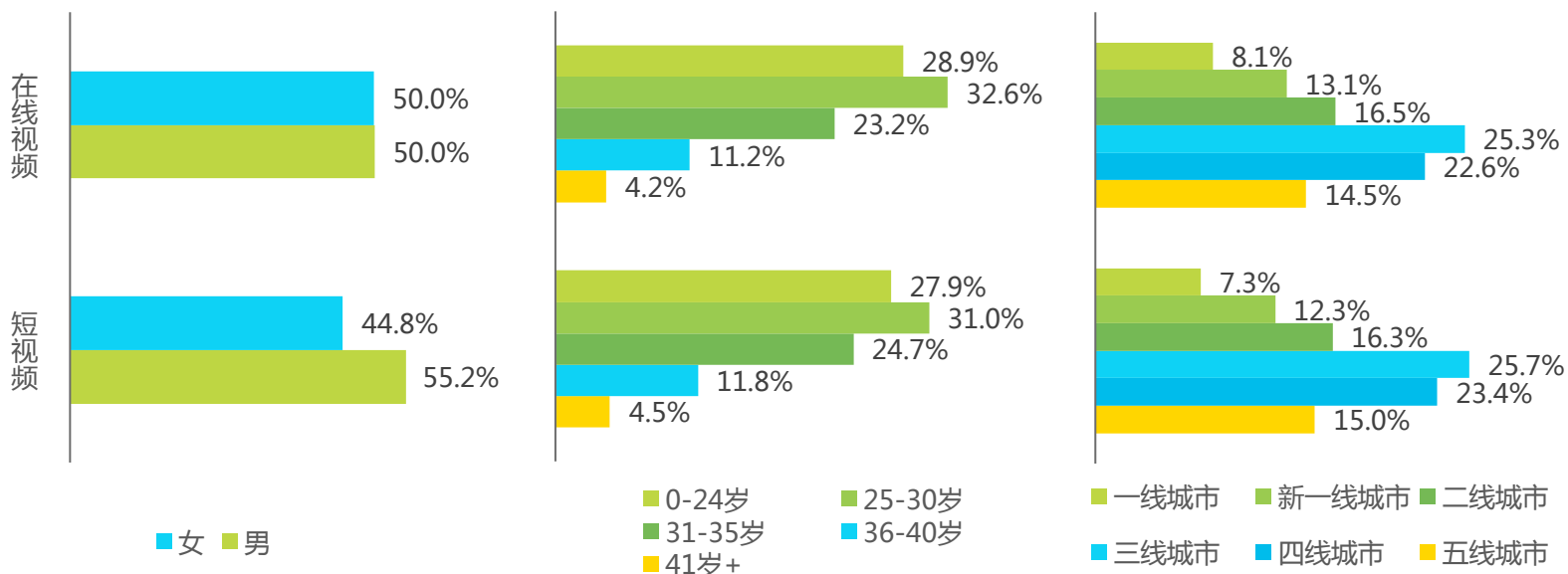


短视频行业新安装用户画像

深耕三四线城市已成未来趋势

1. 2018年9月，短视频新装用户男性居多，而在线视频则男女参半。
2. 短视频和在线视频行业新装用户以25-30岁年轻用户为主要目标群体。
3. 三四线城市的新装用户占到了总数的近半，下沉市场成为了短视频和在线视频行业的主要增长点，深耕三四线城市已成未来趋势。

StoreTracker-2018年9月中国移动互联网短视频和在线视频行业新装用户画像



来源：StoreTracker.2018.9，基于日活千万级的多源有效样本数据，联合计算得出涵盖50+Android端应用商店市场的用户行为数据。

中国移动互联网市场发展概览

1

中国移动网民APP使用偏好和时间分配

2

中国移动渠道市场监测

3

中国互联网红利行业分析

4

2018年Q3中国移动互联网新势力

5

2018Q3中国移动互联网新势力

2018Q3中国移动互联网新上线APP TOP100

2018Q2中国移动互联网新上线APP TOP1-20

排名	APP名称	一级行业	二级行业	上线月份	2018年9月独立设备数 (万台)
1-20					
1	子弹短信	通讯聊天	即时通讯	2018年8月	1300.91
2	皮皮虾	视频服务	短视频	2018年8月	952.69
3	逃跑吧！少年	游戏服务	休闲益智	2018年8月	597.54
4	疯狂的球球	游戏服务	休闲益智	2018年8月	512.41
5	皮皮搞笑	视频服务	短视频	2018年8月	435.14
6	淘集集	电子商务	团购	2018年9月	348.7
7	轻颜相机	拍摄美化	照相机	2018年7月	312.73
8	米读小说	电子阅读	在线阅读	2018年8月	289.02
9	汤姆猫的摩托艇	游戏服务	跑酷	2018年7月	265.67
10	天天趣闻	综合资讯	新闻资讯	2018年8月	257.12
11	google play 电影	视频服务	在线视频	2018年8月	224.96
12	变形机器人英雄	游戏服务	休闲益智	2018年8月	197.11
13	火牛视频	视频服务	短视频	2018年9月	194.33
14	黑洞来了	游戏服务	休闲益智	2018年9月	193.19
15	宝宝日常安全	女性亲子	亲子育儿	2018年9月	184.98
16	滚动的世界	游戏服务	休闲益智	2018年9月	178.01
17	奇妙英雄联盟	女性亲子	儿童教育	2018年9月	153.57
18	聚看影视	视频服务	聚合视频	2018年8月	150.96
19	跳动的球球	游戏服务	休闲益智	2018年9月	142.2
20	玩不停	游戏服务	游戏服务其他	2018年8月	134.58

来源：mUserTracker.2018.9，基于日均400万手机、平板移动设备软件监测数据，与超过1亿移动设备的通讯监测数据，联合计算研究获得。

2018Q3中国移动互联网新势力

2018Q3中国移动互联网新上线APP TOP100

2018Q2中国移动互联网新上线APP TOP21-40

排名	APP名称	一级行业	二级行业	上线月份	2018年9月独立设备数 (万台)
21-40					
21	口袋新世代	游戏服务	动作	2018年8月	127.96
22	机械迷宫	游戏服务	休闲益智	2018年8月	125.11
23	疯狂动物城:筑梦日记	游戏服务	休闲益智	2018年8月	120.6
24	球球跳一跳	游戏服务	休闲益智	2018年9月	110.01
25	圣斗士星矢(腾讯)	游戏服务	角色扮演	2018年8月	109.54
26	小花仙守护天使	游戏服务	养成	2018年8月	107.91
27	彩虹糖果公主	女性亲子	儿童教育	2018年9月	104.33
28	阿瑞斯病毒	游戏服务	角色扮演	2018年9月	101.32
29	无限漫画	电子阅读	动漫	2018年9月	99.8
30	流星蝴蝶剑	游戏服务	角色扮演	2018年9月	97.39
31	黑洞大作战	游戏服务	策略	2018年9月	96.98
32	granny	游戏服务	策略	2018年7月	96.62
33	kk影视极速版	视频服务	聚合视频	2018年8月	95.72
34	宝宝隐私安全	女性亲子	儿童教育	2018年8月	93.39
35	火柴蜘蛛侠英雄2	游戏服务	冒险闯关	2018年9月	90.71
36	宝宝冰淇淋工厂	女性亲子	儿童教育	2018年8月	87.77
37	熊出没森林勇士	游戏服务	冒险闯关	2018年8月	87.69
38	《堡垒之夜》安装程序	游戏服务	辅助工具	2018年9月	86.25
39	吉祥日历	便捷生活	便捷生活其他	2018年7月	80.68
40	忍者学园-僵尸飞刀	游戏服务	休闲益智	2018年8月	78.34

来源：mUserTracker.2018.9，基于日均400万手机、平板移动设备软件监测数据，与超过1亿移动设备的通讯监测数据，联合计算研究获得。

2018Q3中国移动互联网新势力

2018Q3中国移动互联网新上线APP TOP100

2018Q2中国移动互联网新上线APP TOP41-60

排名	APP名称	一级行业	二级行业	上线月份	2018年9月独立设备数 (万台)
41-60					
41	屠龙破晓	游戏服务	角色扮演	2018年8月	77.6
42	巴啦啦梦幻餐厅	游戏服务	模拟经营	2018年8月	77.44
43	小兵大冲锋	游戏服务	策略	2018年8月	75.86
44	奇妙恐龙世界	女性亲子	儿童教育	2018年9月	74.74
45	黑洞大作战-tek	游戏服务	休闲益智	2018年7月	72.74
46	一罐	社交网络	社区交友	2018年7月	72.48
47	消灭气球	游戏服务	休闲益智	2018年8月	72.27
48	宝宝梦想职业	女性亲子	儿童教育	2018年8月	70.89
49	梦幻模拟战	游戏服务	角色扮演	2018年9月	69.19
50	实况足球	游戏服务	体育	2018年7月	68.75
51	浮浮雷达	音乐音频	音乐识别	2018年8月	66.27
52	魔法公主礼仪学院2	女性亲子	儿童教育	2018年9月	65.86
53	羽毛球高高手-yunbu	游戏服务	体育	2018年7月	65.09
54	宝宝环保手工	女性亲子	儿童教育	2018年8月	64.36
55	熊大熊二向前冲	游戏服务	冒险闯关	2018年8月	62.79
56	电击文库：零境交错	游戏服务	角色扮演	2018年9月	62.26
57	云裳羽衣	游戏服务	养成	2018年8月	61.2
58	游戏机被老妈藏起来了3	游戏服务	休闲益智	2018年9月	60.63
59	乡村小说	电子阅读	在线阅读	2018年9月	60.13
60	TXT免费全本小说	电子阅读	在线阅读	2018年8月	58.8

来源：mUserTracker.2018.9，基于日均400万手机、平板移动设备软件监测数据，与超过1亿移动设备的通讯监测数据，联合计算研究获得。

2018Q3中国移动互联网新势力

2018Q3中国移动互联网新上线APP TOP100

2018Q2中国移动互联网新上线APP TOP61-80

排名	APP名称	一级行业	二级行业	上线月份	2018年9月独立设备数 (万台)
61-80					
61	黑暗料理王	游戏服务	角色扮演	2018年8月	58.07
62	赚生活	便捷生活	优惠比价	2018年8月	57.29
63	指尖飞车	游戏服务	竞速	2018年9月	57.02
64	酒链世界	电子商务	网络购物	2018年7月	54.57
65	瓜瓜龙动画屋	女性亲子	儿童教育	2018年8月	54.5
66	Neets	视频服务	在线视频	2018年9月	52.38
67	我的班	学习教育	教育工具	2018年8月	50.22
68	血月之息	游戏服务	角色扮演	2018年8月	50.15
69	快读小说-ebook	电子阅读	在线阅读	2018年7月	48.72
70	段友_ly	社交网络	社区交友	2018年8月	47.2
71	彩乐园	金融理财	彩票	2018年9月	46.46
72	像素碰碰车	游戏服务	休闲益智	2018年8月	46.41
73	腾讯极简清理	实用工具	优化	2018年9月	45.74
74	粉象生活	电子商务	电子商务其他	2018年8月	45.57
75	水果连连看-ly	游戏服务	休闲益智	2018年7月	44.66
76	方块别踩	游戏服务	休闲益智	2018年8月	43.93
77	时间链	实用工具	优化	2018年8月	43.3
78	武动乾坤	游戏服务	策略	2018年9月	42.86
79	去哪借	金融理财	P2P信贷	2018年8月	41.14
80	中国体育彩票	金融理财	彩票	2018年8月	40.62

来源：mUserTracker.2018.9，基于日均400万手机、平板移动设备软件监测数据，与超过1亿移动设备的通讯监测数据，联合计算研究获得。

2018Q3中国移动互联网新势力

2018Q3中国移动互联网新上线APP TOP100

2018Q2中国移动互联网新上线APP TOP81-100

排名	APP名称	一级行业	二级行业	上线月份	2018年9月独立设备数 (万台)
81-100					
81	神都夜行录	游戏服务	角色扮演	2018年9月	40.4
82	萌鼠大作战	游戏服务	休闲益智	2018年8月	39.53
83	爱上头条	综合资讯	新闻资讯	2018年8月	38.52
84	美食城大亨	游戏服务	模拟经营	2018年8月	37.88
85	真实摩托锦标赛	游戏服务	竞速	2018年8月	37.59
86	自由幻想	游戏服务	角色扮演	2018年8月	37.05
87	仓鼠阅读	电子阅读	在线阅读	2018年8月	36.88
88	Mini World	游戏服务	模拟经营	2018年9月	36.4
89	荒野财经	综合资讯	财经资讯	2018年8月	36.18
90	忍者必须死3	游戏服务	跑酷	2018年7月	36.06
91	刺猬猫阅读	电子阅读	在线阅读	2018年8月	35.1
92	惠视频	视频服务	短视频	2018年8月	34.78
93	大众看点	综合资讯	新闻资讯	2018年8月	34.75
94	莉比小公主梦幻独角兽	女性亲子	儿童教育	2018年7月	34.56
95	V8实拍	视频服务	短视频	2018年9月	34.31
96	球球跳塔	游戏服务	休闲益智	2018年9月	34.19
97	奇妙玩具修理店	女性亲子	儿童教育	2018年7月	33.83
98	吃鸡大英雄	游戏服务	射击	2018年9月	33.23
99	全民僵尸大战	游戏服务	射击	2018年8月	33.09
100	乐趣	音乐音频	有声音频	2018年7月	32.41

来源：mUserTracker.2018.9，基于日均400万手机、平板移动设备软件监测数据，与超过1亿移动设备的通讯监测数据，联合计算研究获得。

关于艾瑞

在艾瑞 我们相信数据的力量，专注驱动大数据洞察为企业赋能。

在艾瑞 我们提供专业的数据、信息和咨询服务，让您更容易、更快捷的洞察市场、预见未来。

在艾瑞 我们重视人才培养，Keep Learning，坚信只有专业的团队，才能更好的为您服务。

在艾瑞 我们专注创新和变革，打破行业边界，探索更多可能。

在艾瑞 我们秉承汇聚智慧、成就价值理念为您赋能。

● 我们是艾瑞，我们致敬匠心 始终坚信“工匠精神，持之以恒”，致力于成为您专属的商业决策智囊。



扫描二维码
读懂全行业

海量的数据 专业的报告



400-026-2099



ask@iresearch.com.cn

法律声明

版权声明

本报告为艾瑞咨询制作，报告中所有的文字、图片、表格均受有关商标和著作权的法律保护，部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原著者所有。没有经过本公司书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制或传递。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，并且结合艾瑞监测产品数据，通过艾瑞统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，仅供参考。本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，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，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。

为商业决策赋能

EMPOWER BUSINESS DECISIONS



艾 瑞 咨 询