

权威发布

2016 年4 月

国内移动互联网市场运行分析报告

中国信息通信研究院

国内移动互联网市场运行分析报告

(2016.4)

根据中国信息通信研究院移动互联网应用监测平台监测数据显示,2016年4月国内移动互联网市场运行呈以下态势:

一、 移动应用数量

(一) 我国本土第三方应用商店聚合的应用数量领军全球

2016年4月,我国市场^①中的移动应用^②累计数量达到671万款、我国本土第三方应用商店移动应用累计数量超过500万款,苹果商店移动应用累计数量超过163万款,而尚未官方进入我国市场的谷歌商店移动应用累计数量约260万款。我国本土的第三方应用商店累计聚合的应用数量,已超越苹果、谷歌两大全球领军商店。

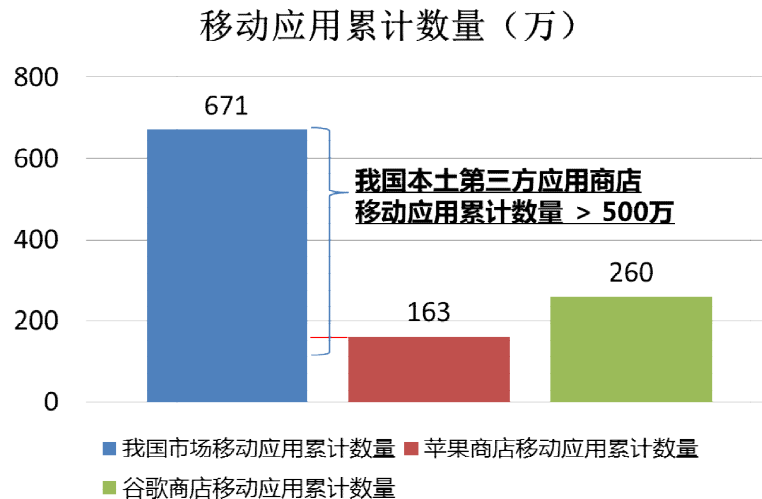


图-1 我国市场、苹果商店、谷歌商店移动应用累计数量分布

注 1：我国市场中的移动应用包括我国本土的第三方应用商店与苹果应用商店中的全部移动应用

注 2：同一移动应用即使位于不同商店，并同时存在多个应用版本，该应用在整体市场上仍仅被计算为一个应用，本文所指移动应用均按此口径

（二）移动应用超越网站数量成为中文互联网上的市场主角

2016 年4 月，中文移动应用累计数量超过710 万款，超越在中国大陆注册的约 400 万网站数量，从中文互联网上的服务提供主体看，移动互联网已全面取代固定互联网，成为互联网业务提供的主角。

二、移动应用业务领域与重点方向

（一）移动应用各业务领域发展

在移动应用整体市场（包括进入中国市场的所有应用商店，及谷

歌商店) 的各业务领域中, 无论是以应用数量还是分发规模计, 游戏均占据主导。

以移动应用开发数量计, 外文应用位居第二, 主题壁纸类应用数量位居第三, 资讯阅读、生活服务位列四、五。其中: 主题壁纸类、资讯阅读类进入门槛较低, 所属的移动应用数量巨大, 然而下载数量占比较低, 在移动应用整体市场中竞争最为激烈, 用户拓展难度较大; O2O 概念是近一段时期产业界探索的焦点, 以其为驱动, 生活服务类应用数量超过44 万个, 规模位列第四。

以移动应用分发规模计, 系统工具、社交通讯、影音播放则位居前列。社交通讯类应用分发规模位居第二, 其聚焦改善“沟通”, 替代传统通信业务效应显著; 系统工具类应用下载规模占比第二, 主流移动操作系统在功能、性能层面仍有巨大的升级完善空间, 可供国内众多第三方衍生系统进行布局, 也应是国内移动智能终端技术产业持续演进升级的重要着力点; 随着4G 网络在全国范围内的大规模快速部署, 影音播放类应用用户需求规模巨大, 而受版权等要素影响, 其应用数量相对较少, 竞争者相对聚焦,

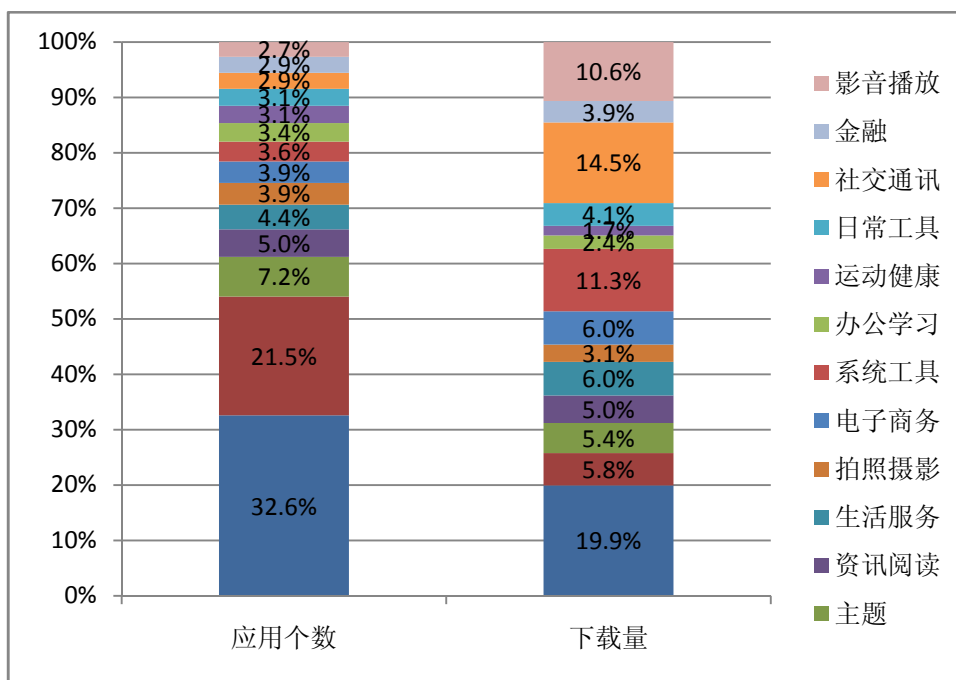


图-2 全体移动应用市场中的移动应用领域分布情况

(二) 移动应用重点探索方向

从移动应用的重点探索方向上看，当前互联网产业界正积极于“在线约车”与“虚拟现实”两大应用发向上布局探索。

在线约车类应用市场快速增长，截至2016年4月，该领域已成功吸引开发团队1500余个，发展应用数量接近4400个，分发规模达105亿次，约合每国内移动互联网用户下载更新近10次；

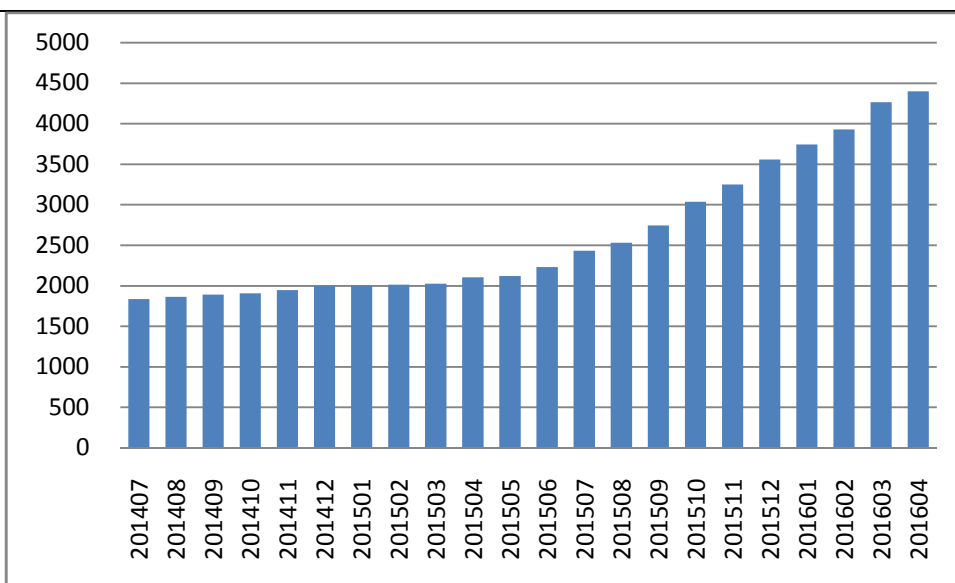


图-3 约车类应用数量

虚拟现实元年已经到来，产业界热情巨大，截止2016年4月产业界共开发出虚拟现实应用达到3000个，但分发规模仅1.7亿次，虚拟现实市场远未正式启动。

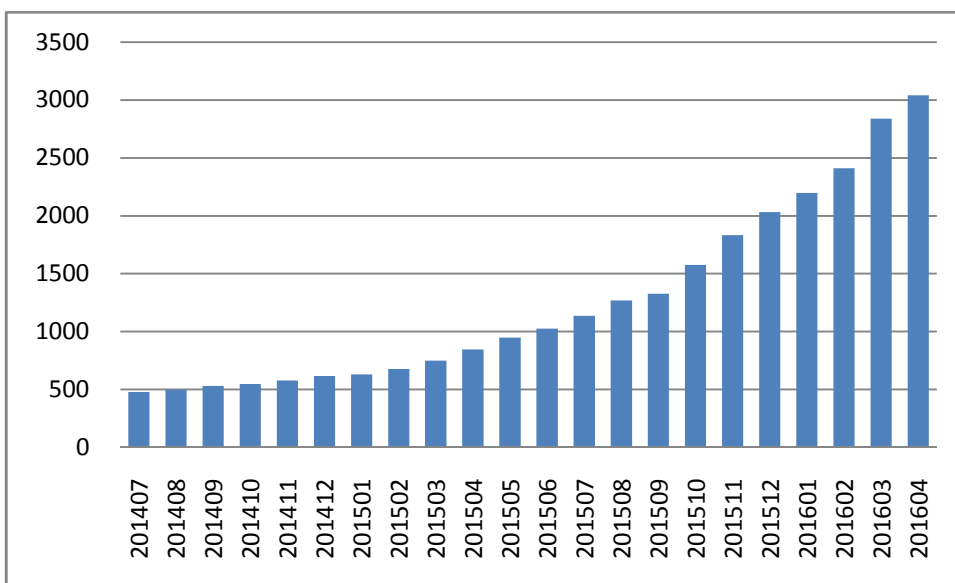


图-4 虚拟现实类应用数量

三、 热点移动应用与版本

(一) 热点移动应用聚焦分布于系统工具类、影音播放类、社交通讯类三大领域

表 1：面向 Android 热门应用排名 TOP10

	TOP 10
1	应用中心/乐商店
2	微信
3	QQ
4	WIFI 万能钥匙
5	酷狗音乐
6	淘宝
7	搜狗输入法
8	新浪微博
9	应用宝
10	QQ 空间

无论是从移动应用开发数量、还是从移动应用分发规模看，TOP50 热点移动应用聚焦分布于系统工具类、影音播放类、社交通讯类三大领域。迥异于移动应用整体市场中的业务领域发展态势，Android 热门应用TOP 50 中系统工具类、影音播放类、社交通讯类应用三足鼎立，占据58%的移动应用总体数量，与68%移动应用分发市场，而整体市场中原排名居首的游戏类仅占据TOP50 应用中总

体应用数量的 6%与分发规模的 4%，考虑到其在全体应用中排名居首的分发规模，游戏领域拥有最为突出的长尾化特征。

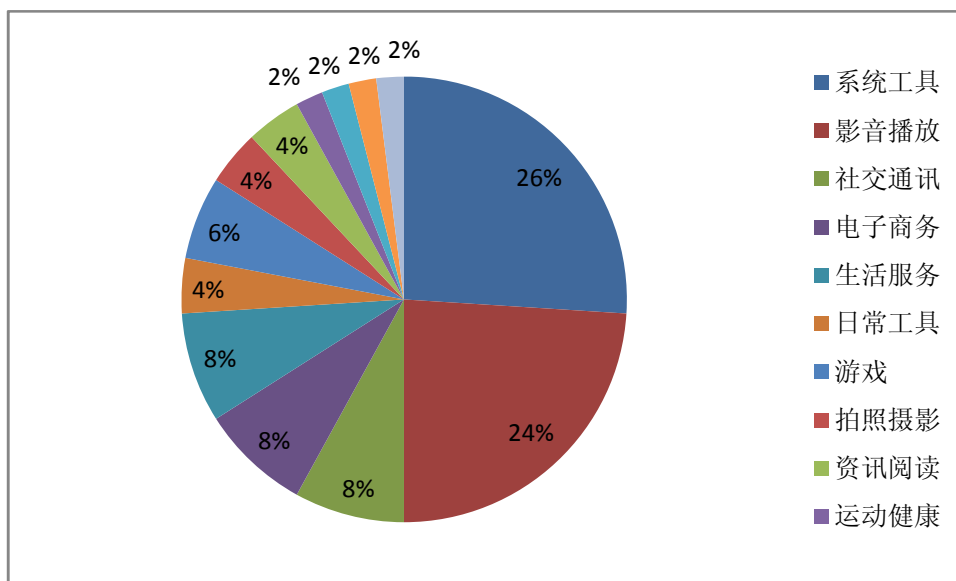


图-5 面向 Android 的 TOP 50 应用中，各业务领域应用数量分布

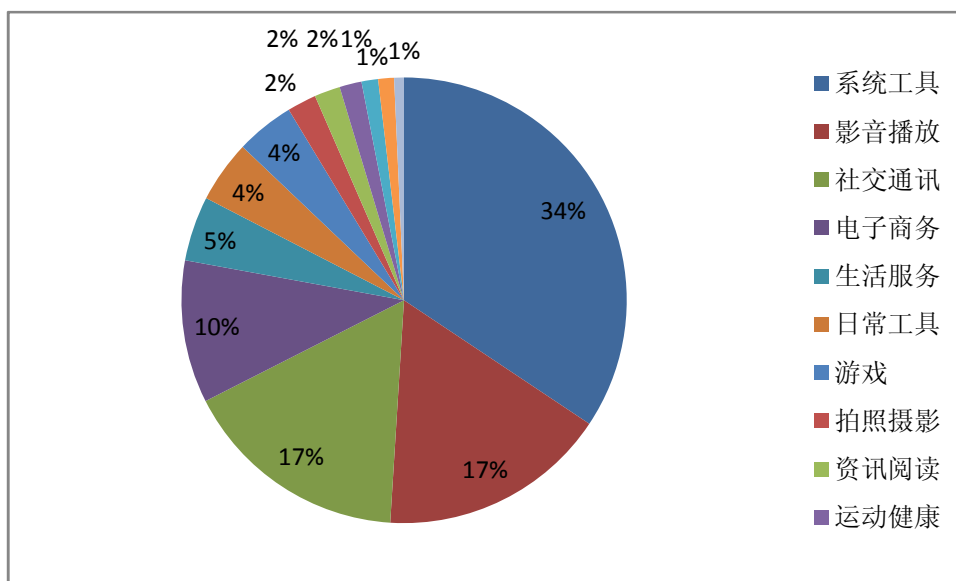


图-6 面向 Android 的 TOP 50 应用中，各业务领域分发规模分布

从移动应用分发规模看，在系统工具类应用中，第三方应用商店、第三方输入法、第三方浏览器以及 WIFI 分享成为当前市场焦点，其中：联想应用中心、联想乐商店、腾讯应用宝三款应用的市场分发

规模居均排名进入热点移动应用 TOP10，搜狗输入法、讯飞输入法等第三方输入软件下载总量超过 50 亿次，QQ 浏览器、UC 浏览器、百度浏览器等第三方浏览器下载总量超过 30 亿次，WIFI 万能钥匙的分发规模高居第五，在移动接入需求快速增长的大背景下，基于分享经济模式的接入带宽资源分享成为市场探索热点，也同时表明国内基础 WIFI 接入资源广域覆盖能力已取得长足进步，但同时，该新兴热点应用的合法合规性仍有进一步探讨的空间。

(二) 移动应用版本变种数量众多、相互关联图景复杂

表 2：面向 Android 热门应用排名 TOP10 的版本变种

排序	应用名称	不同名称	不同名称+版本号
1	应用中心/乐商店	9	46
2	微信	18	222
3	qq	47	216
4	Wifi 万能钥匙	18	263
5	酷狗音乐	19	127
6	淘宝	15	102
7	搜狗输入法	25	177
8	新浪微博	18	102
9	应用宝	7	34
10	QQ 空间	10	118

移动应用整体市场中的热点移动应用版本变种数量众多、相互关

联图景极为复杂，如在面向Android 热门应用排名TOP10 中，仅计算不同名称，十个热点移动应用就有186 款变种，其中QQ 就有近50 款变种；若进一步计算不同名称与版本号，十个热点移动应用变种数量更高达1407 款。即使把移动应用的选择范围进一步扩大，如在TOP100 中的某视频应用，在我国市场中真实同时存在268 款版本变种，涉及52 个别名、85 个版本号，并分布在21 个商店上，所属‘开发者’迥异，上下架时间不一，其版本变种数量规模甚至超越了TOP10 中的热点应用。每一个应用与其众多版本变种应用间、众多版本变种应用互相间的要素属性参差不一、特征关联差异巨大，**关联图景极为复杂**。

四、 国内各区域移动应用产业发展

(一) 区域移动应用产业发展总体格局

从移动应用开发数量看，**北上广构成国内移动互联网应用研发创新方面第一梯队**。我国企业开发团队发展出的移动应用中，北京、广东、上海、四川所属的移动应用数量占比均过整体的10%，合计占比高达70%，北京以27%的应用数量占比位居第一。

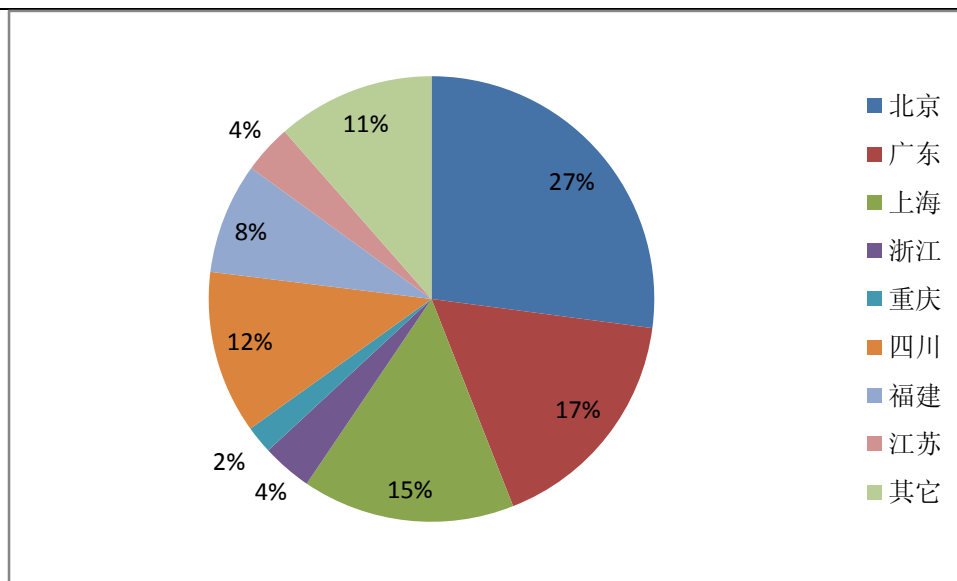


图-7 2016年4月企业开发团队发展出的移动应用中各区域应用数量分布

从移动应用分发规模看，北京、广东更是国内移动互联网应用产业两大领军龙头。我国企业开发团队发展出的移动应用中，分发规模在地域分布上更为聚焦，北京、广东两大城市占比均超过30%，合计更是达到了73%，排名第三的上海拥有10%的分发规模。在TOP50应用中，北京、广东入围企业分别高达20家与17家，市场规模更占据TOP50总体规模的79%。

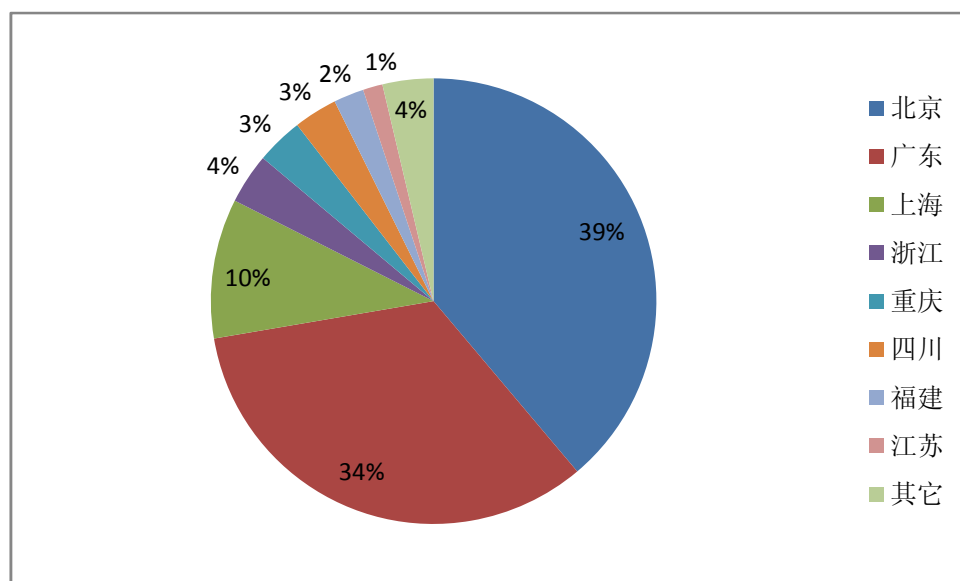


图-8 2016年4月企业开发团队发展出的移动应用中各区域分发规模分布

其中，排名居首的北京移动互联网应用产业领军企业众多，联想在其销量巨大的智能手机产品中，批量搭载发展自有应用中心与乐商店两款热点应用，其余 TOP10 应用均来自于传统互联网软件企业。

表 3：北京 TOP 10 应用排名

应用名称	开发者
应用中心	联想
乐商店	联想乐家族
搜狗输入法	搜狗科技
新浪微博	新浪微博
优酷	优酷网
360 卫士	奇虎科技
手机百度	百度
高德地图	高德
墨迹天气	墨迹天气
爱奇艺	爱奇艺
暴风影音	暴风影音

（二）各区域在业务领域中的发展布局

从国内不同区域在移动应用各业务领域中的发展比较布局上看，从应用开发数量角度，诸省份在各业务领域布局侧重各异，北京在阅读领域占比最高，福建则占据主题壁纸类应用开发的 40% 份额，其中开发者“魔秀主题”围绕主题壁纸共开发了超过 14000 款应用。

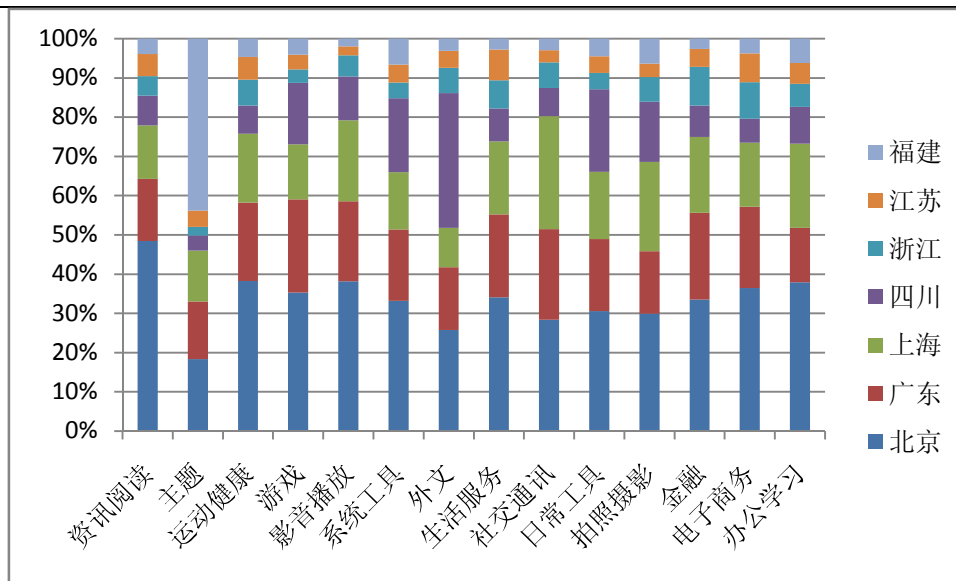


图-9 各业务领域中——各区域开发应用数量比较分布

从应用分发规模角度，北京、广东占据绝对优势，其中：腾讯微信、QQ 帮助广东在社交通讯领域形成显著优势，并占据了社交通信领域分发规模的 70%；北京则在日常工具、办公学习、运营健康等领域优势显著。

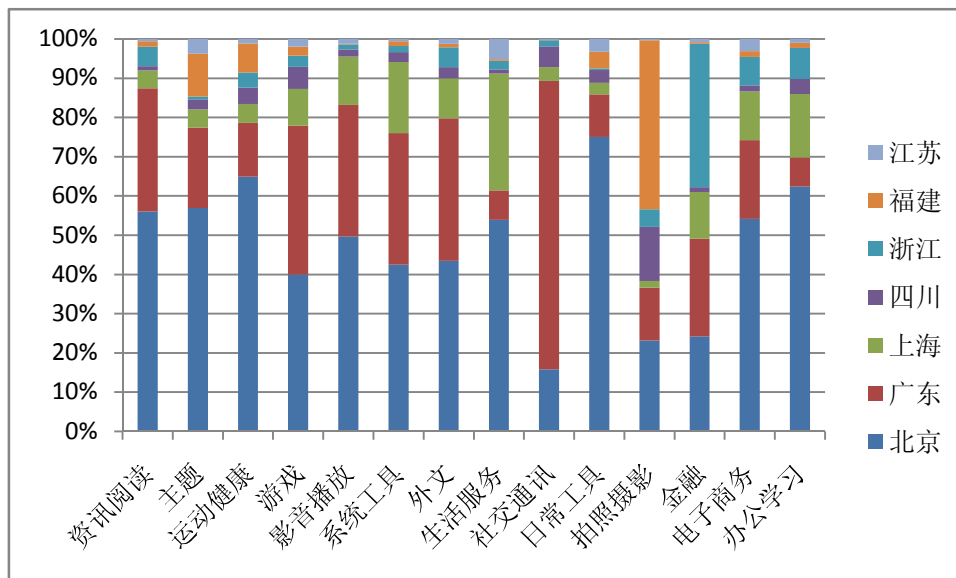


图-10 各业务领域中——各区域应用分发规模比较分布