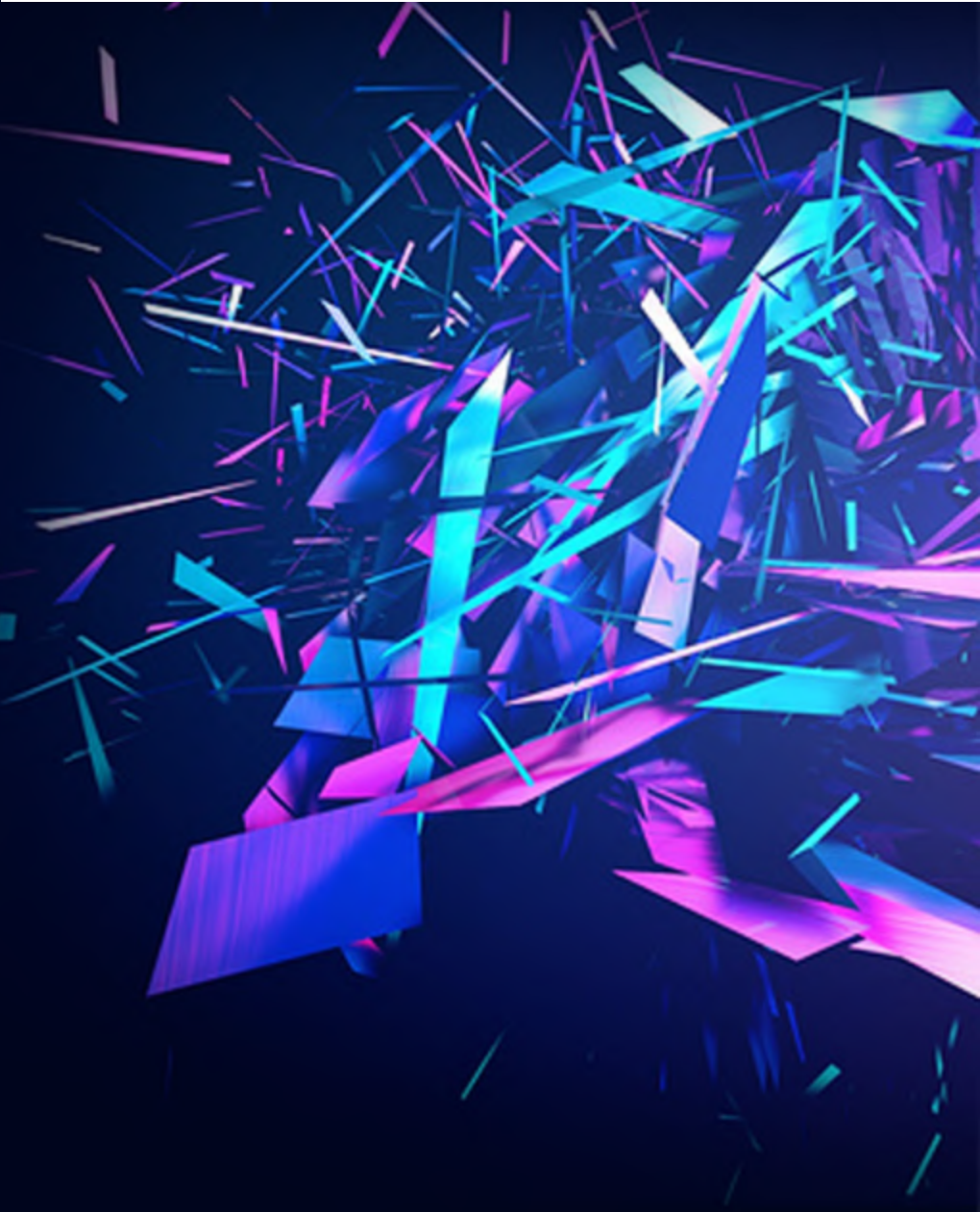


2017

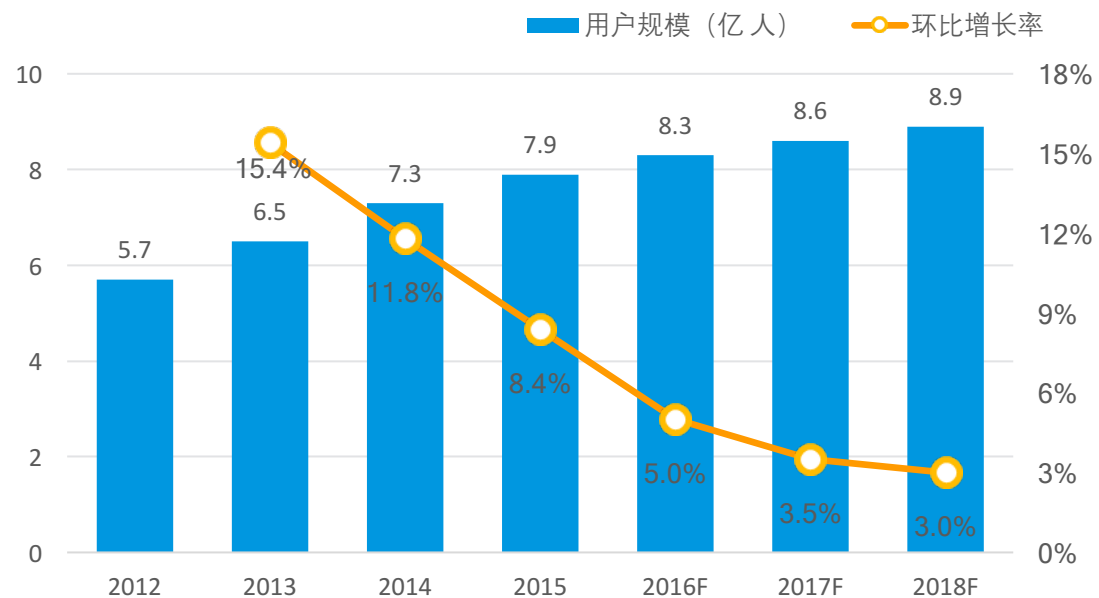
PMCon产品经理千人峰会

存量市场的对标分析指导产品运营策略

主讲人：朱江@易观



2016-2018年中国移动互联网用户规模预测



中国移动互联网市场经过几年的高速发展，增速已经明显放缓，人口红利逐渐消失，移动互联网进入了下半场，市场竞争已经从增量用户竞争阶段逐步转化成为存量用户竞争的阶段。

人口红利逐渐消失,竞争在存量市场展开



市场变化

细分型的创新，导致市场继续裂变
如何快速把握行业趋势？



产品模式

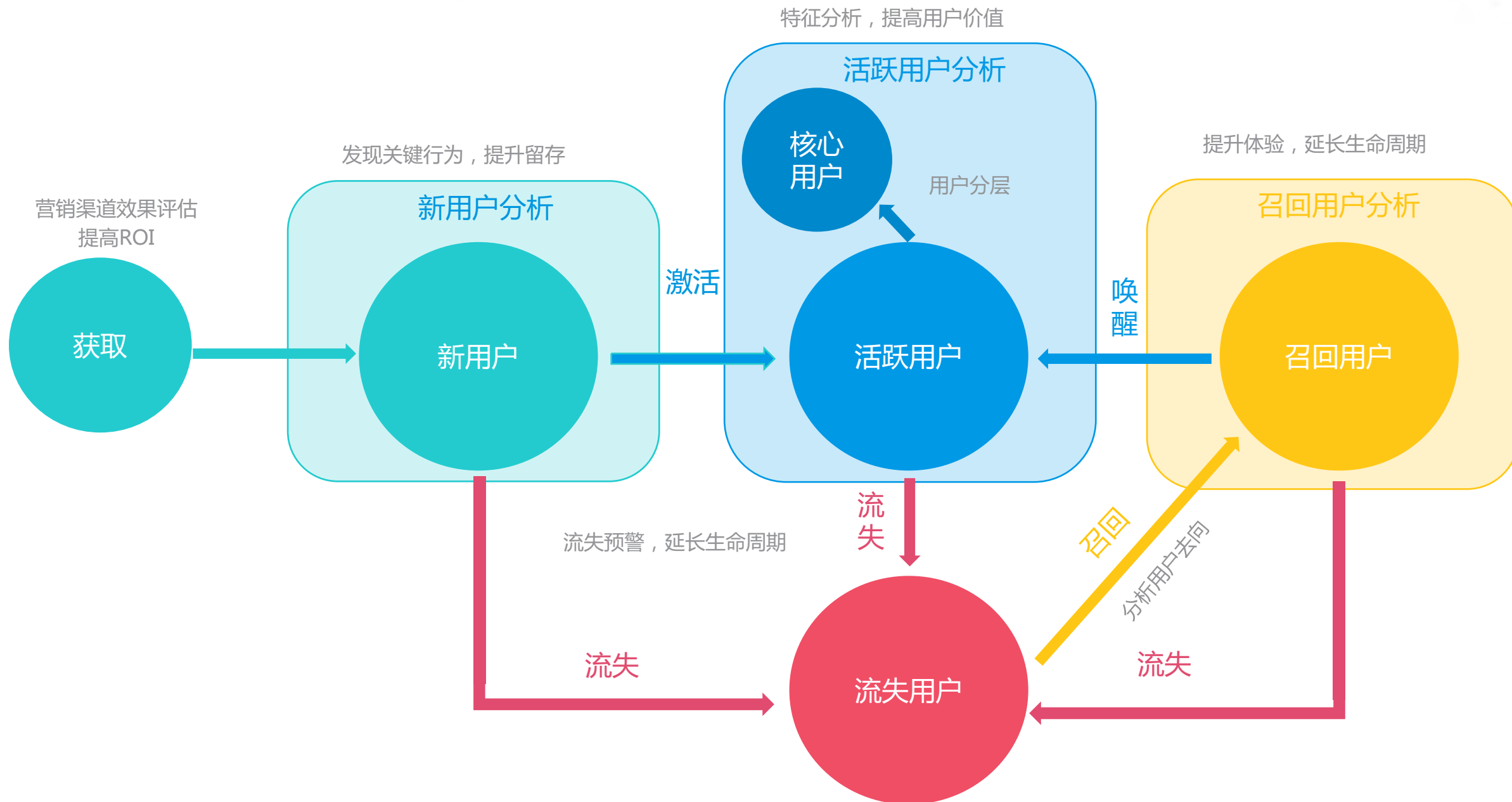
野蛮成长：烧钱模式
理性成长：盈利模式
如何在竞争中存活和发展？



用户增长越来越难

人口红利逐渐消失，用户增量竞争
模式转化为存量竞争模式。
APP如何获取用户增长？

产品精细化运营已经成为产品生存的必备技能



了解行业趋势，锁定竞品动态

行业发展趋势，了解自己在市场中所处的位置，发现市场中的竞争对手

竞品对标分析

产品对标分析，掌握自身的优势/劣势，正确认识自己

产品迭代，展开运营动作

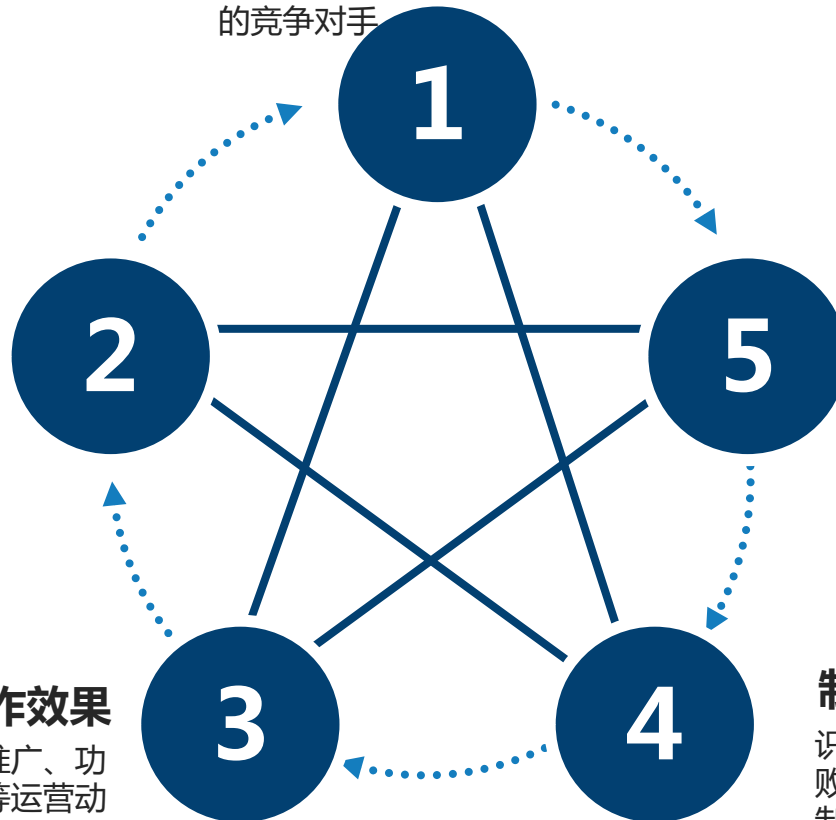
根据有效/高效的运营策略，展开产品运营

评估竞品的每一个动作效果

及时了解竞品在产品推广、功能迭代、活动、内容等运营动态所带来的变化

制定产品策略，有的放矢

识别有效的运营策略，放弃失败的运营策略，结合自身情况制定自己的产品策略



认识市场

了解行业，把握大方向

行业发展趋势，了解自己在市场中所处的位置，发现市场中的竞争对手



占比	Dec-16	Apr-17	环比增幅
超一线城市	12.72%	11.80%	-7.23%
一线城市	38.86%	37.90%	-2.47%
二线城市	19.79%	20.39%	3.03%
三线城市	18.73%	19.43%	3.74%
非线级城市及其他	9.90%	10.47%	5.76%



占比	Dec-16	Apr-17	环比增幅
超一线城市	16.00%	15.19%	-5.06%
一线城市	45.61%	45.36%	-0.55%
二线城市	17.05%	17.41%	2.11%
三线城市	14.54%	14.66%	0.83%
非线级城市及其他	6.78%	7.37%	8.70%



占比	Dec-16	Apr-17	环比增幅
超一线城市	9.66%	8.49%	-12.11%
一线城市	37.69%	35.61%	-5.52%
三线城市	20.81%	22.12%	6.30%
二线城市	20.45%	21.24%	3.86%
非线级城市及其他	11.39%	12.54%	10.10%



占比	Dec-16	Apr-17	环比增幅
超一线城市	11.89%	10.87%	-8.58%
一线城市	40.18%	39.55%	-1.57%
二线城市	19.64%	19.97%	1.68%
三线城市	18.50%	19.05%	2.97%
非线级城市及其他	9.77%	10.56%	8.09%

- 超一线、一线城市人口红利逐渐消失；
- 二三线城市广阔空间，支撑用户规模增长

受基础条件限制的领域，仍以一线以上城市扩展为主

- 人群概览
- 行为偏好
- 人口分布
- 设备分布
- 场景画像

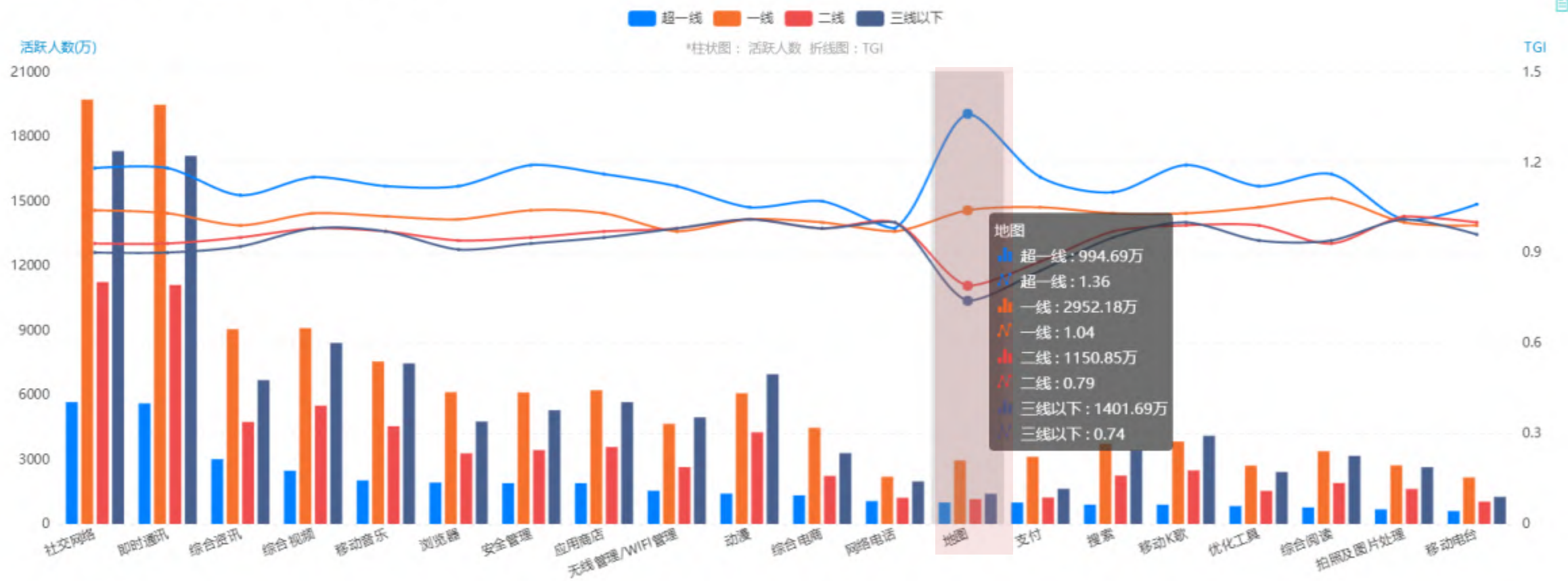
数据日期： 2017年04月 2017年04月 2017年04月 2017年04月
人群名称： 超一线 VS 一线 VS 二线 VS 三线以下

自定义人群 收起 返回

活跃人数 启动次数 使用时长

交通出行相关领域

排序方式： 活跃人数 活跃差异 活跃渗透率 TGI TGI差异



- 人群概览
- 行为偏好
- 人口分布
- 设备分布
- 场景画像

数据日期： 2017年04月 2017年04月 2017年04月 2017年04月
人群名称： 超一线 VS 一线 VS 二线 VS 三线以下

自定义人群 收起 返回

活跃人数 启动次数 使用时长

交通出行相关领域

排序方式： 活跃人数 活跃差异 活跃渗透率 TGI TGI差异

活跃人数(万)

5000

4000

3000

2000

1000

0

TGI

1.5

1.2

0.9

0.6

0.3

0

超一线 一线 二线 三线以下

*柱状图：活跃人数 折线图：TGI

城市出行

- 超一线：565.39万
- 超一线：1.15
- 一线：1120.18万
- 一线：1.02
- 二线：202.47万
- 二线：0.72
- 三线以下：201.24万
- 三线以下：0.63

中小学类教育

城市出行

天气

银行服务应用

证券服务应用

营业厅

手机桌面

中文输入法

短视频聚合平台

系统自带

短视频综合平台

垂直视频

综合社区论坛

分类信息

投资理财

云盘

聚合视频/视频导航

手机软件

团购

邮箱

- 人群概览
- 行为偏好
- 人口分布
- 设备分布
- 场景画像

数据日期： 2017年04月 2017年04月 2017年04月 2017年04月

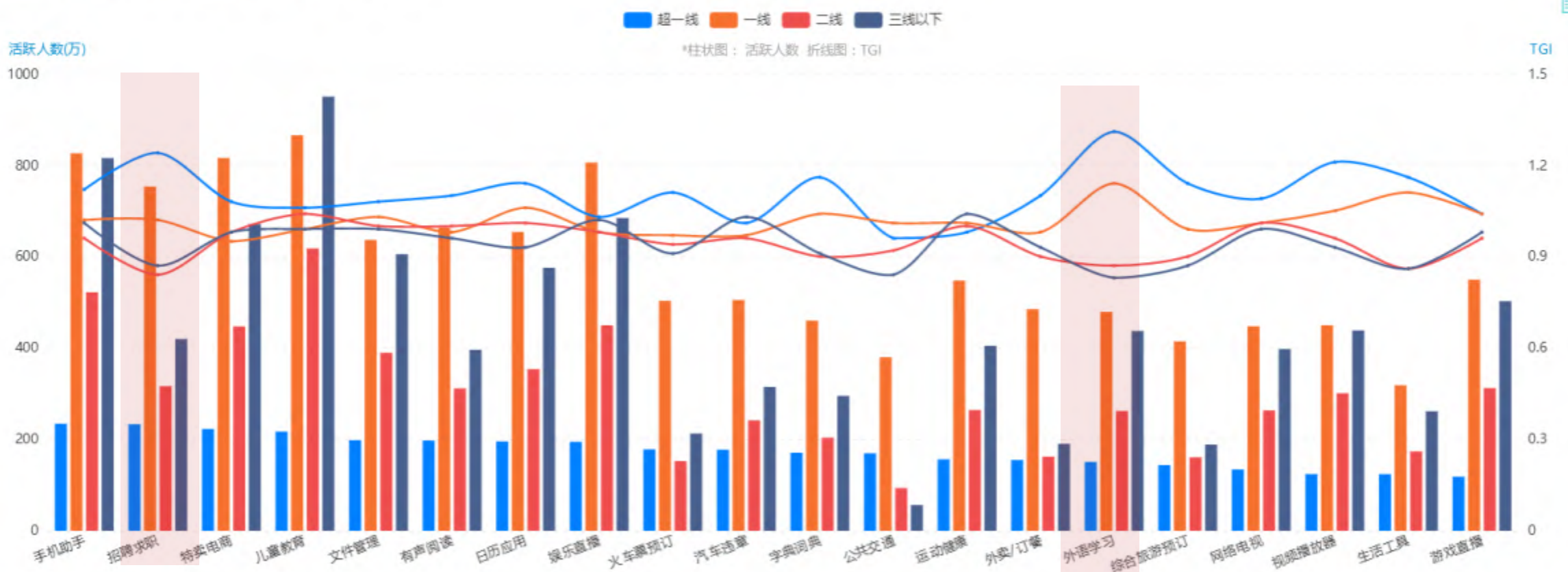
人群名称： 超一线 VS 一线 VS 二线 VS 三线以下 +

自定义人群 收起 返回

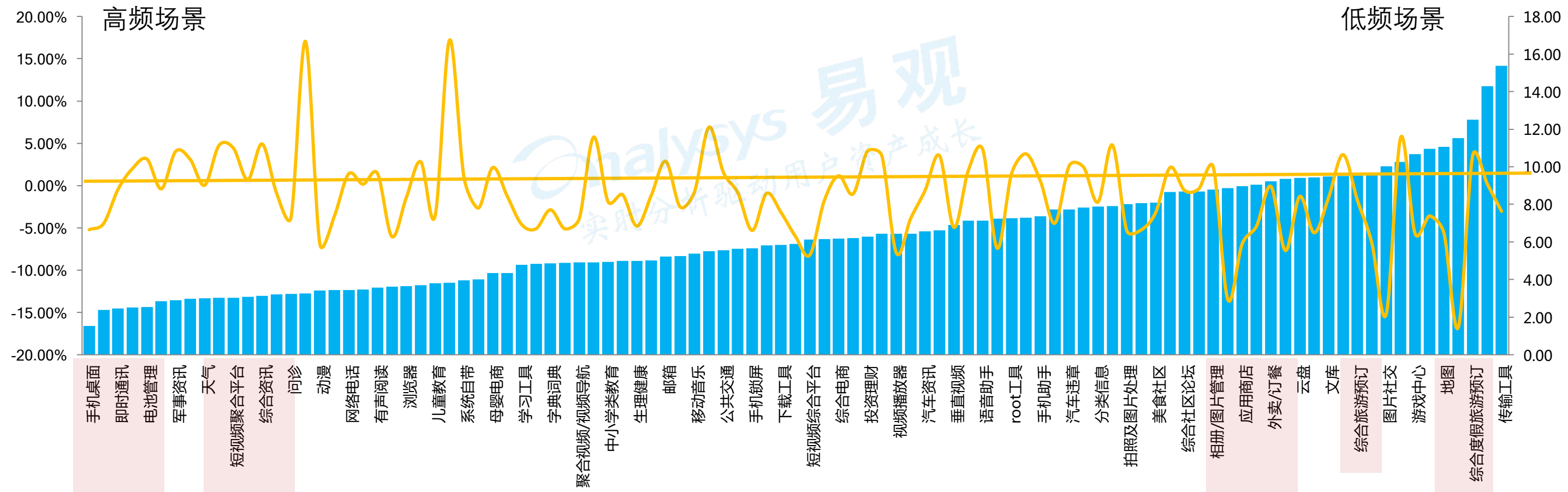
活跃人数 启动次数 使用时长

求职招聘、高端教育、企业服务等

排序方式： 活跃人数 活跃差异 活跃渗透率 TGI TGI差异



领域平均活跃度&领域规模环比



- 不同领域应用场景有差异，不同领域应用场景有较强周期性差异；
- 行业领先者们的平均水平是追随者的目标；

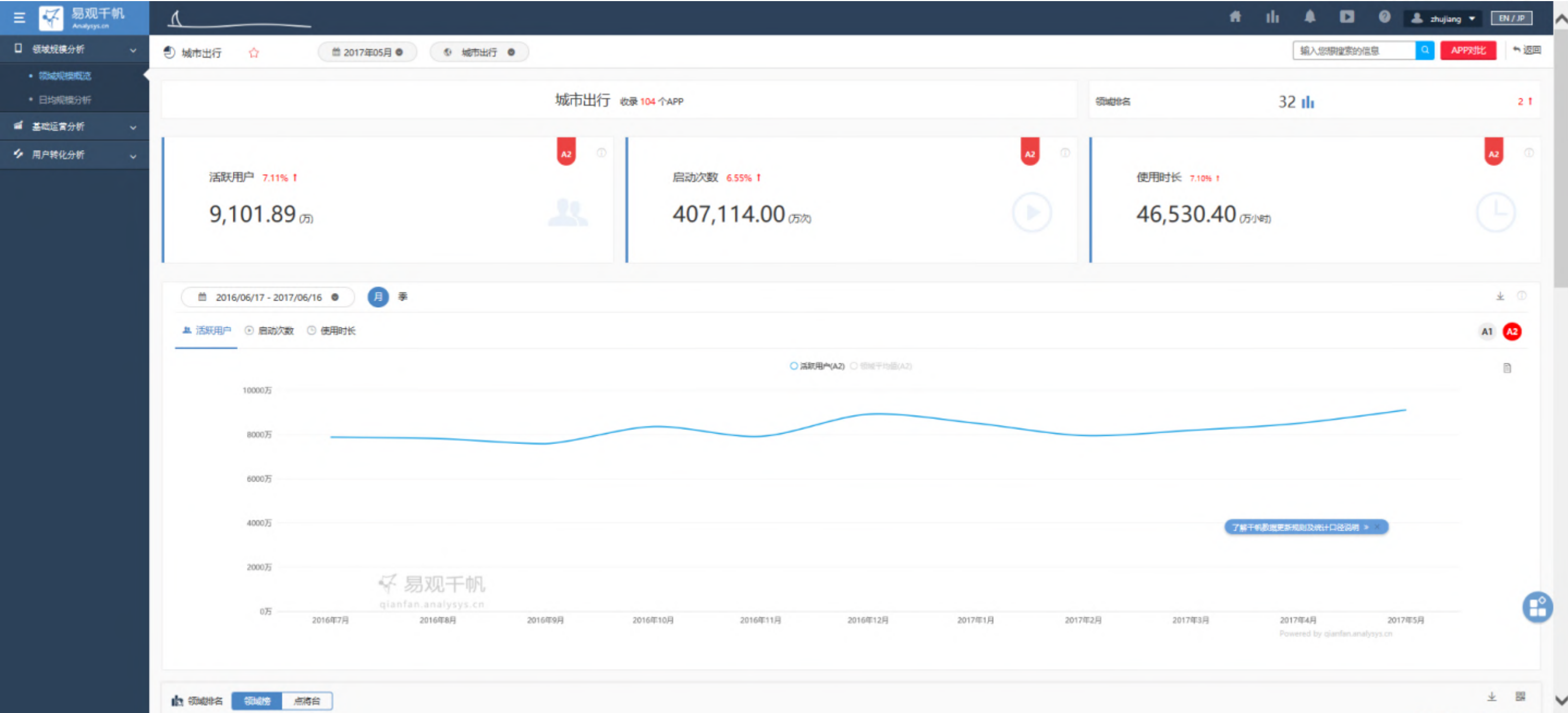
数据统计来源于易观千帆2017年5月发布数据
统计方法：以各领域MAU>500万的独立APP数据指标平均值

了解行业行业整体规模，发展趋势

PMCamp

Analysys 易观
实时分析驱动用户资产成长

IT大咖说
知识分享平台



了解同领域中的竞争格局和竞争对手

PMCamp

Analysys 易观
实时分析驱动用户资产成长

IT大咖说
知识分享平台

- 易观干帆
Analysys.cn
- 领域规模分析
 - 领域规模概览
 - 日均规模分析
- 基础运营分析
- 用户转化分析

算法2016年前期所有历史数据, 通过下

城市出行 ☆ 2017年05月 城市出行

输入您想搜索的信息 APP对比 返回

对比	排名	APP	开发商	活跃用户 (万)	启动次数 (万次)	使用时长 (万小时)
☆	1	滴滴出行	北京小桔科...	4,411.83	85,035.40	8,631.30
☆	2	ofo共享单车	北京拜克洛...	2,537.04	47,218.40	5,788.79
☆	3	摩拜单车	北京摩拜科...	2,244.37	60,912.10	7,664.12
☆	4	滴滴司机 (专快)	北京小桔科...	644.86	70,647.30	7,909.65
☆	5	优步 - Uber	上海壹博信...	632.04	7,222.73	678.63
☆	6	易到	北京东方车...	325.01	2,125.99	251.85
☆	7	滴滴司机 (出租)	北京小桔科...	213.63	95,992.10	10,002.20
☆	8	神州专车	神州优车福...	194.32	1,593.55	230.32
☆	9	嘀嗒拼车	北京畅行信...	180.76	5,505.11	666.87
☆	10	永安行	常州永安公...	116.49	2,342.58	326.44
☆	11	曹操专车	吉利控股集团	86.40	904.90	158.14
☆	12	小蓝单车	天津鹿鼎科...	58.76	1,221.22	107.32
☆	13	首汽约车	首约科技天...	51.28	1,115.67	239.76
☆	14	哈罗单车	上海钧正网...	50.83	701.51	36.22

根据同领域中竞争对手的相对位置，确定竞争对手

- 易观千帆
Analysys.cn
- APP规模分析
 - APP规模概览
 - 规模排名分析
 - 日均规模分析
 - 渗透率分析
- 基础运营分析
- 用户转化分析
- 用户构成分析
- 用户竞争分析
- 应用分析模型

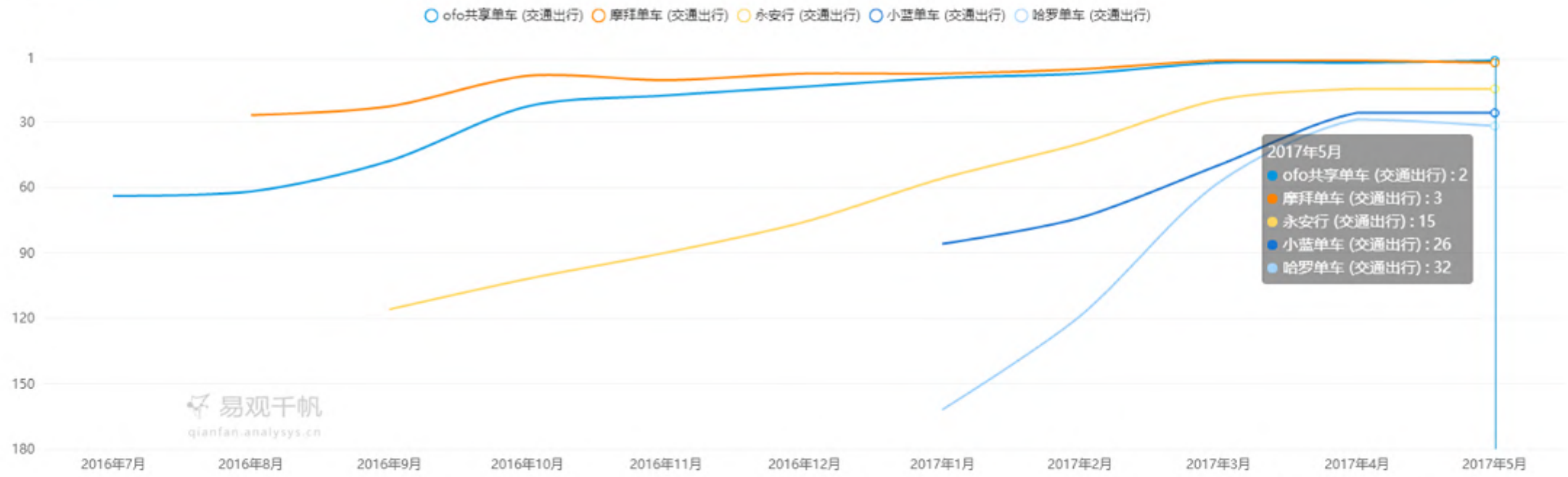
对比 ofo youbi

输入您想搜索的信息 APP对比 返回

2016.6.14 - 2017.6.14

全网排名 一级领域排名 二级领域排名

选择APP所属领域



更多相关APP

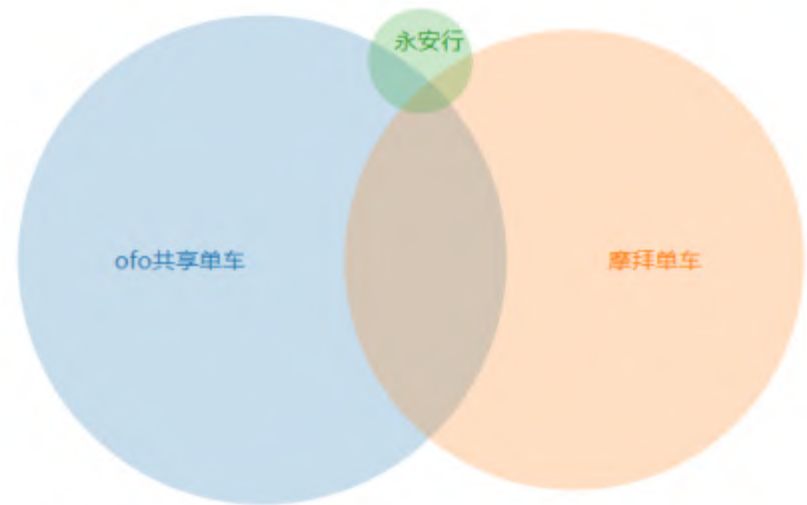
根据用户竞争情况，确定竞争对手

- 易观千帆
Analysys.cn
- APP规模分析
- 基础运营分析
- 用户转化分析
- 用户构成分析
- 用户竞争分析
 - 重合用户分析
 - 领域独占分析
- 应用分析模型

重合用户分析 ofo 摩拜单车 youon 2017年05月

输入您想搜索的信息 APP对比 返回

! 小帆支持每月应用top1000和游戏top300中2~3个app之间的重合度分析哟~



重合

对比APP	重合活跃用户数(万)	重合率(%)
ofo 摩拜单车	543.47	12.82%
ofo youon	41.77	1.6%
摩拜单车 youon	25.85	1.11%
ofo 摩拜单车 youon	14.17	0.33%

独占

APP	独占用户数(万)	独占用户率(%)
youon 永安行	63.03	1.47%
摩拜单车	1,689.21	39.28%
ofo ofo共享... 2017年05月	1,965.97	45.71%

竞品对标分析

通过竞品分析制定产品推广策略

降低拉新成本、低风险地进行有效拉新

共享单车迅速成为重要的城市出行方式

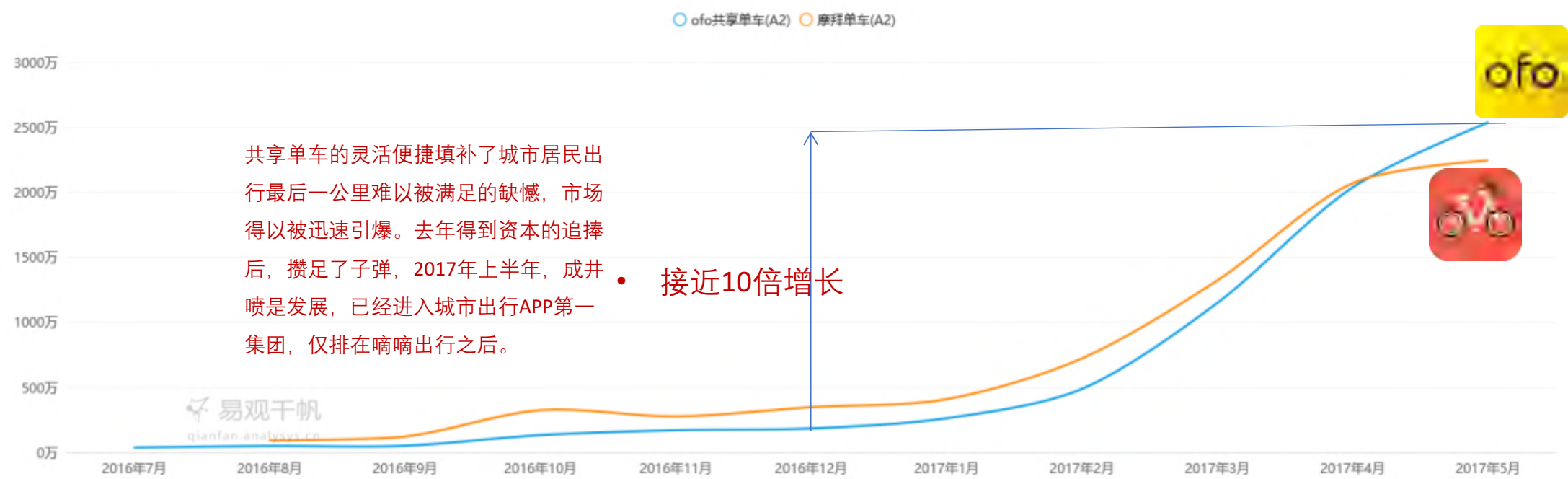
- 易观千帆
Analysys.cn
- APP规模分析
 - APP规模概览
 - 规模排名分析
 - 日均规模分析
 - 渗透率分析
- 基础运营分析
- 用户转化分析
- 用户构成分析
- 用户竞争分析
- 应用分析模型

对比 ofo 摩拜单车 2017年05月

输入您想搜索的信息 APP对比 返回

2016.6.16 - 2017.6.16 日 周 月 季

活跃用户 启动次数 使用时长

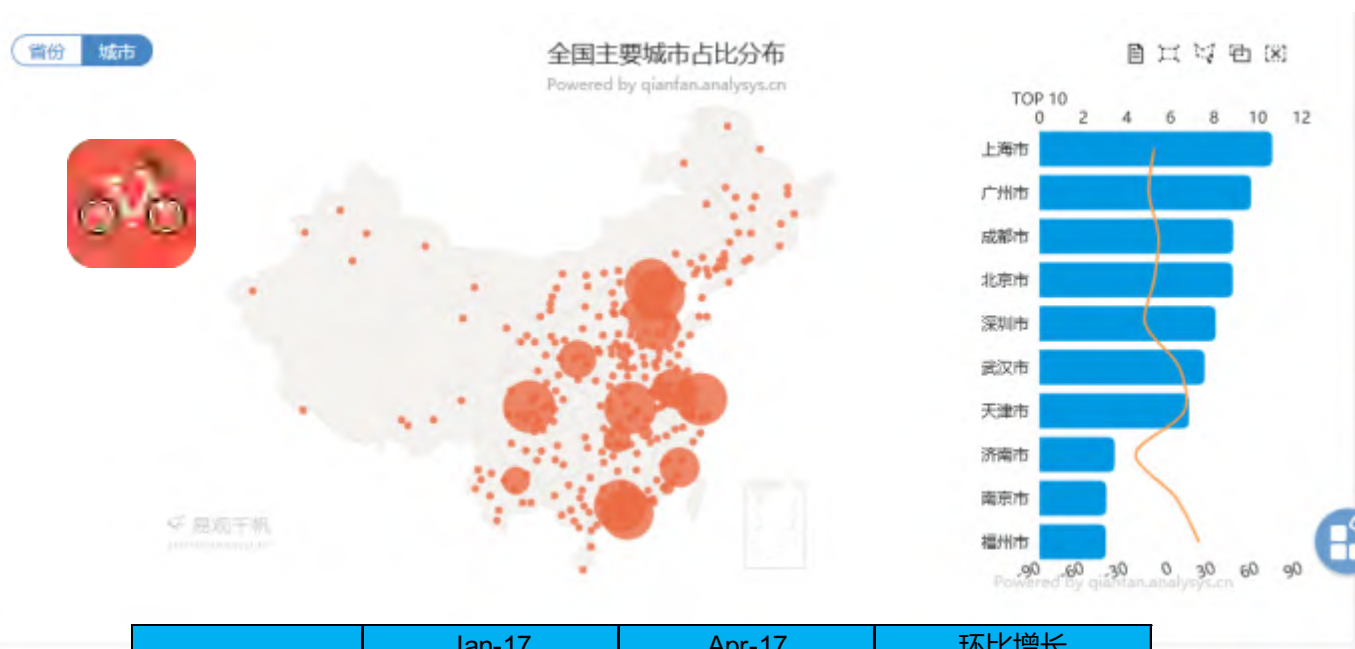


共享单车的灵活便捷填补了城市居民出行最后一公里难以被满足的缺憾，市场得以被迅速引爆。去年得到资本的追捧后，攒足了子弹，2017年上半年，成井喷是发展，已经进入城市出行APP第一集团，仅排在滴滴出行之后。

• 接近10倍增长

易观千帆中统计的MAU只包含独立APP的用户，不包含其他站外调用的流量

更多相关APP



城市	Jan-17		Apr-17		环比增长	
	占比	活跃用户	占比	活跃用户	占比	活跃用户
1 上海市	16.89%	68.7423	12.02%	248.694	-28.83%	179.952
2 北京市	9.65%	39.2755	9.98%	206.486	3.42%	167.211
3 成都市	10.06%	40.9442	9.67%	200.072	-3.88%	159.128
4 武汉市	2.59%	10.5413	7.13%	147.52	175.29%	136.978
5 广州市	25.02%	101.831	11.39%	235.659	-54.48%	133.828
6 天津市	0.28%	1.1396	6.24%	129.106	2128.57%	127.966
7 深圳市	19.90%	80.993	9.78%	202.348	-50.85%	121.355
8 济南市	1.02%	4.1514	4.53%	93.7257	344.12%	89.5743
9 南京市	0.59%	2.4013	2.95%	61.0355	400.00%	58.6342
10 福州市	1.00%	4.07	2.54%	52.5526	154.00%	48.4826

城市	Jan-17		Apr-17		环比增长	
	占比	活跃用户	占比	活跃用户	占比	活跃用户
1 天津市	3.4%	8.7957	11.8%	241.1808	251.3%	232.39
2 北京市	12.7%	33.1992	12.5%	254.4213	-1.8%	221.22
3 上海市	19.9%	52.0173	13.2%	267.8655	-34.0%	215.85
4 成都市	5.9%	15.4773	6.1%	124.0533	2.7%	108.58
5 武汉市	1.6%	4.0455	4.7%	95.5353	202.6%	91.49
6 深圳市	9.1%	23.8293	5.2%	105.924	-43.0%	82.09
7 广州市	15.8%	41.3163	5.2%	105.7203	-67.2%	64.40
8 西安市	1.2%	3.1059	3.2%	64.1655	164.7%	61.06
9 杭州市	0.8%	2.0619	2.5%	51.5361	220.3%	49.47
10 南京市	1.9%	4.8285	2.5%	50.5176	34.1%	45.69

- 摩拜推广策略以“广”为主，为抢占更多的城市；
- 在很多城市效果并不理想，分散了精力

- ofo推广策略以抢占人口密集城市为主，特别是3月份以后，天气转暖，主攻的华北地区，获得了实地

用户活跃度稳步提升，用户从浅尝体验到养成使用习惯

- APP规模分析
- 基础运营分析
- 用户转化分析
- 用户粘性分析
- 用户构成分析
- 用户竞争分析
- 应用分析模型

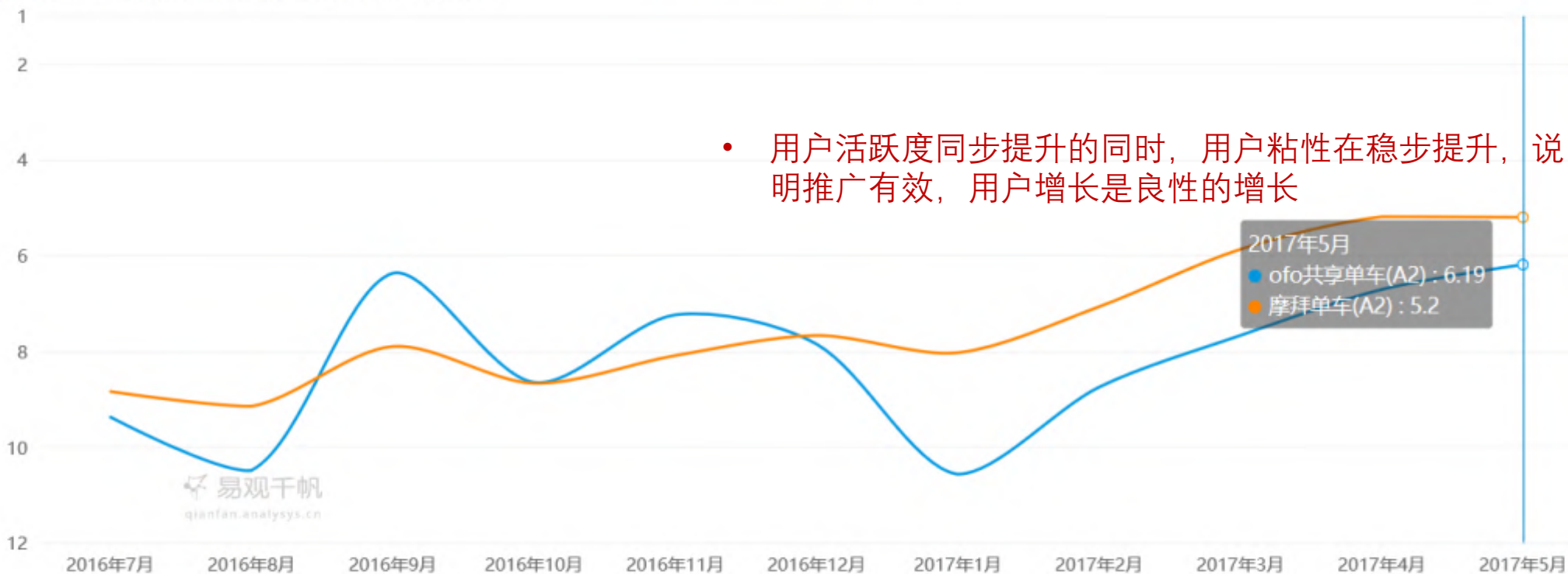
对比 ofo 摩拜 2017年05月

输入您想搜索的信息 APP对比 返回

人均单日启动次数(月度) 人均单日使用时长(月度) 用户活跃度 次月留存率

A1 A2

数值代表用户平均几天使用一次,数值越接近1表示用户活跃度越大



- 用户活跃度同步提升的同时，用户粘性在稳步提升，说明推广有效，用户增长是良性的增长

有效推广没有降低用户的留存率

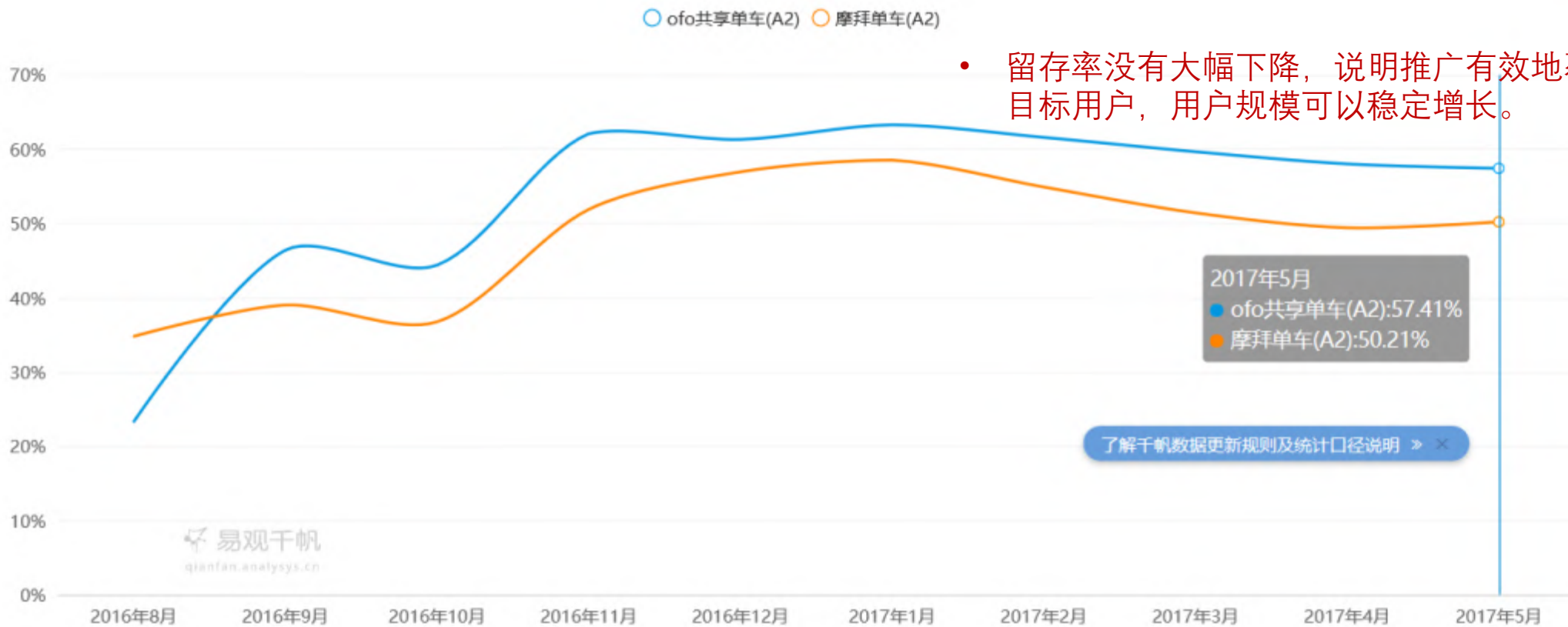
- APP规模分析
- 基础运营分析
- 用户转化分析
- 用户粘性分析
- 用户构成分析
- 用户竞争分析
- 应用分析模型

对比 ofo 2017年05月

输入您想搜索的信息 APP对比 返回

人均单日启动次数(月度) 人均单日使用时长(月度) 用户活跃度 次月留存率

A1 A2



留存率没有大幅下降，说明推广有效地覆盖了目标用户，用户规模可以稳定增长。

2017年5月
ofo共享单车(A2):57.41%
摩拜单车(A2):50.21%

了解千帆数据更新规则及统计口径说明 > X

随着用户规模的增加，重合用户增加，竞争加剧

重合用户分析 ofo 摩拜单车 2017年01月

输入您想搜索的信息

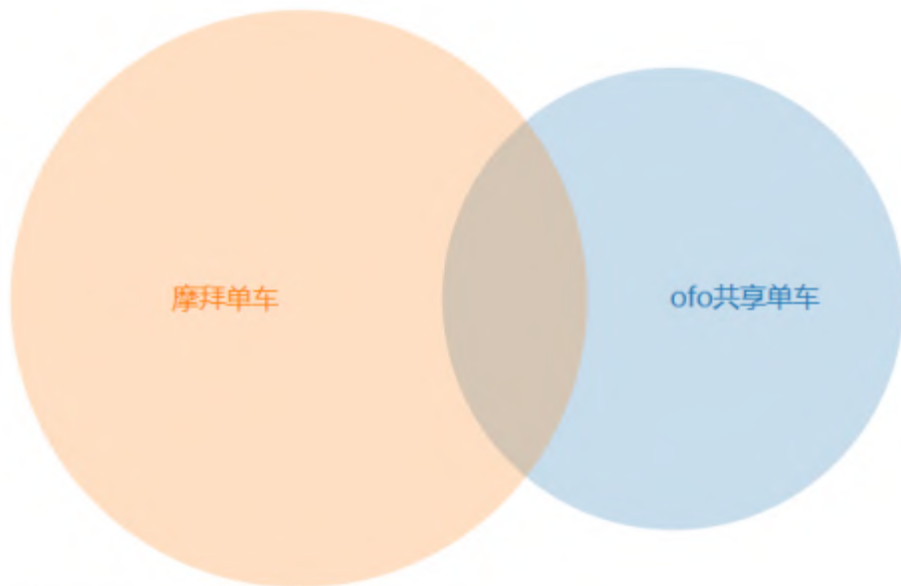


APP对比

返回

ofo ofo共享单车

摩拜单车



重合

对比APP	重合活跃用户数(万)	重合率(%)
ofo 摩拜单车	55.67	9.07%

独占

APP	独占用户数(万)	独占用户率(%)
摩拜单车	352.24	57.38%
ofo 共享...	205.97	33.55%

Powered by qianfan.analysis.cn

2017年01月



忠诚用户（独占用户）都有较大增长，推广有效处理目标用户

PMCamp

Analysys 易观
实时分析驱动用户资产成长

IT大咖说
知识分享平台

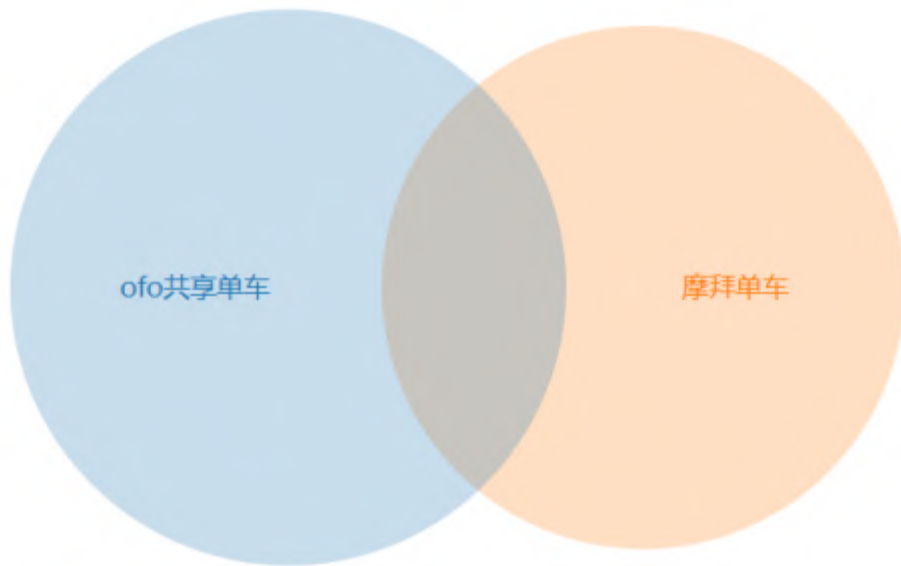
- APP规模分析
- 基础运营分析
- 用户转化分析
- 用户构成分析
- 用户竞争分析
 - 重合用户分析
 - 领域独占分析
- 应用分析模型

重合用户分析 ofo 2017年05月

输入您想搜索的信息

APP对比

返回



重合

对比APP	重合活跃用户数(万)	重合率(%)
ofo 摩拜单车	543.47	12.82%

- 相对与2017-01月的重合用户,增加了接近10倍的重合用户，竞争加剧

独占

APP	独占用户数(万)	独占用户率(%)
摩拜单车	1,700.90	40.13%
ofo共享单车	1,993.57	47.04%

- 同时也获得了大量的忠诚用户

易观千帆
qianfan.analysis.cn

Powered by qianfan.analysis.cn

2017年05月

竞品对标分析

通过竞品分析指导产品功能改进

他山之石可以攻玉，学习相关产品的经验

直播领域发展历程

- 易观千帆
Analysys.cn
- 领域规模分析
 - 领域规模概览
 - 日均规模分析
- 基础运营分析
- 用户转化分析

娱乐直播

2017年05月

娱乐直播

输入您想搜索的信息

APP对比

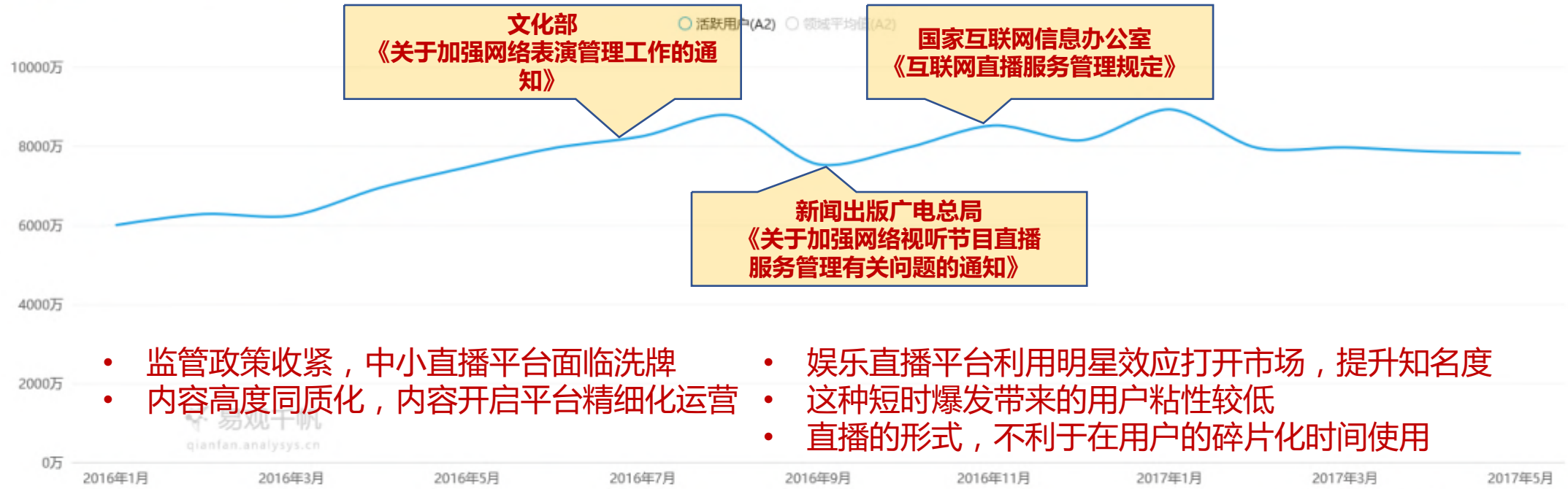
返回

2016/01/01 - 2017/06/16

月 季

活跃用户 启动次数 使用时长

A1 A2



- 监管政策收紧，中小直播平台面临洗牌
- 内容高度同质化，内容开启平台精细化运营

- 娱乐直播平台利用明星效应打开市场，提升知名度
- 这种短时爆发带来的用户粘性较低
- 直播的形式，不利于在用户的碎片化时间使用

领域排名 领域榜 点将台

- 表示用户量较小，暂时无法计算。

领域整体进入调整期，已有率先调整见效的产品

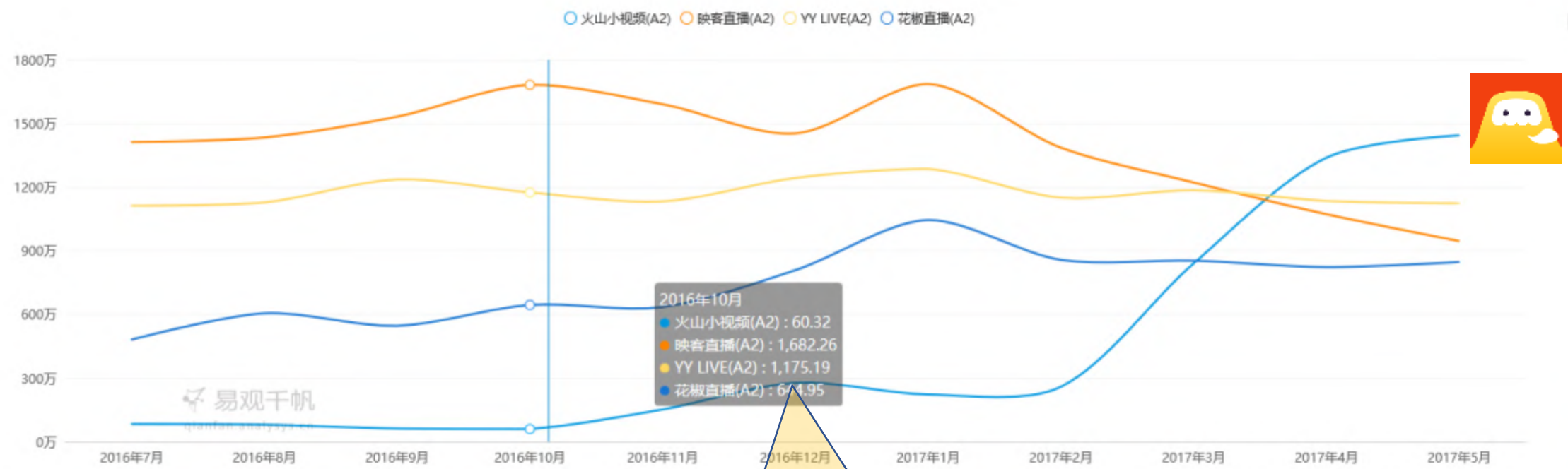
- APP规模分析
 - APP规模概览
 - 规模排名分析
 - 日均规模分析
 - 渗透率分析
- 基础运营分析
- 用户转化分析
- 用户构成分析
- 用户竞争分析
- 应用分析模型

对比 2017年05月

输入您想搜索的信息 APP对比 返回

2016.6.16 - 2017.6.16 日 周 月 季

活跃用户 启动次数 使用时长

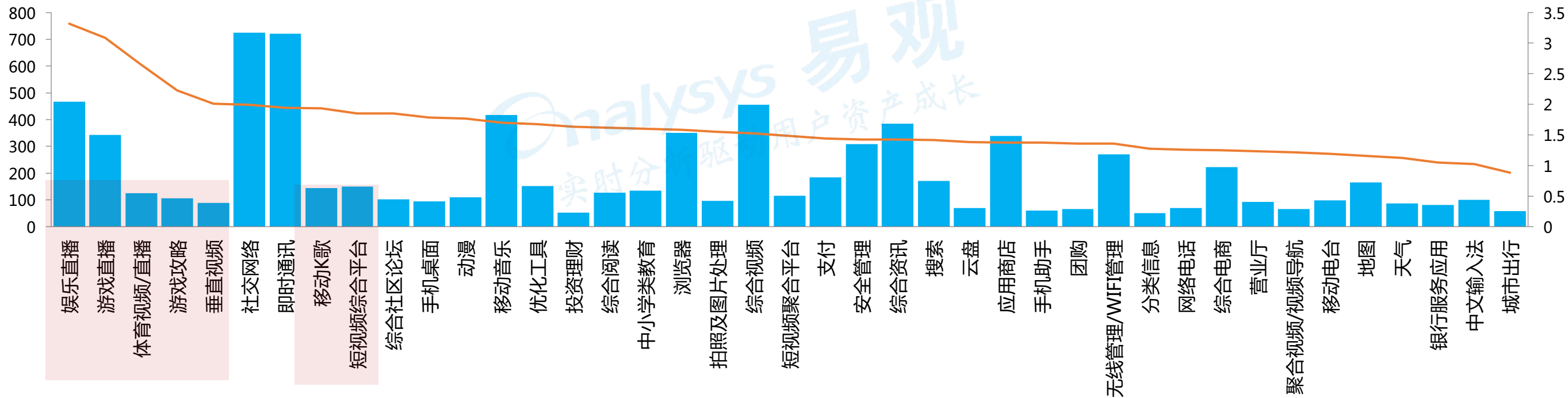


2016年10月
火山小视频(A2) : 60.32
映客直播(A2) : 1,682.26
YY LIVE(A2) : 1,175.19
花椒直播(A2) : 64.95

火山直播增加短视频功能后，活跃用户规模“逆势而上”

与娱乐直播相关性较强的领域为：游戏直播、匿名社交、社交网络、即时通讯、游戏攻略、短视频综合平台以及移动音乐、移动K歌等，相对集中在社交类应用及娱乐类应用，这与视频直播用户群体的分布有关，直播用户大都是在互联网中成长起来的85后、90后年轻用户，他们张扬个性喜欢新奇事物，喜欢新潮的网络社交及网络娱乐方式。

娱乐直播用户行为偏好 领域关联性较强的领域TGI



融合领域关联性较强的产品功能

- 人群概览
- 行为偏好
- 人口分布
- 设备分布
- 场景画像

视频直播 +

自定义人群 返回



排名	领域	覆盖	全部应用
1	社交网络	90.76%	偏好应用
2	即时通讯	90.29%	偏好应用
3	娱乐直播	58.34%	偏好应用
4	综合视频	56.91%	偏好应用
5	移动音乐	52.28%	偏好应用
6	综合资讯	48.17%	偏好应用
7	浏览器	43.75%	偏好应用
8	游戏直播	43.00%	偏好应用
9	应用商店	42.31%	偏好应用
10	安全管理	38.66%	偏好应用
11	无线管理/WiFi管理	33.84%	偏好应用
12	综合电商	27.80%	偏好应用
13	支付	22.96%	偏好应用
14	搜索	21.41%	偏好应用
15	地图	20.72%	偏好应用

Powered by ta.analysys.cn

直播+短视频 (UGC), 提高了用户的活跃度和粘性

- 易观千帆
Analysys.cn
- APP规模分析
- 基础运营分析
- 用户转化分析
- 用户粘性分析
- 用户构成分析
- 用户竞争分析
- 应用分析模型



对比 2017年05月

输入您想搜索的信息 APP对比 返回

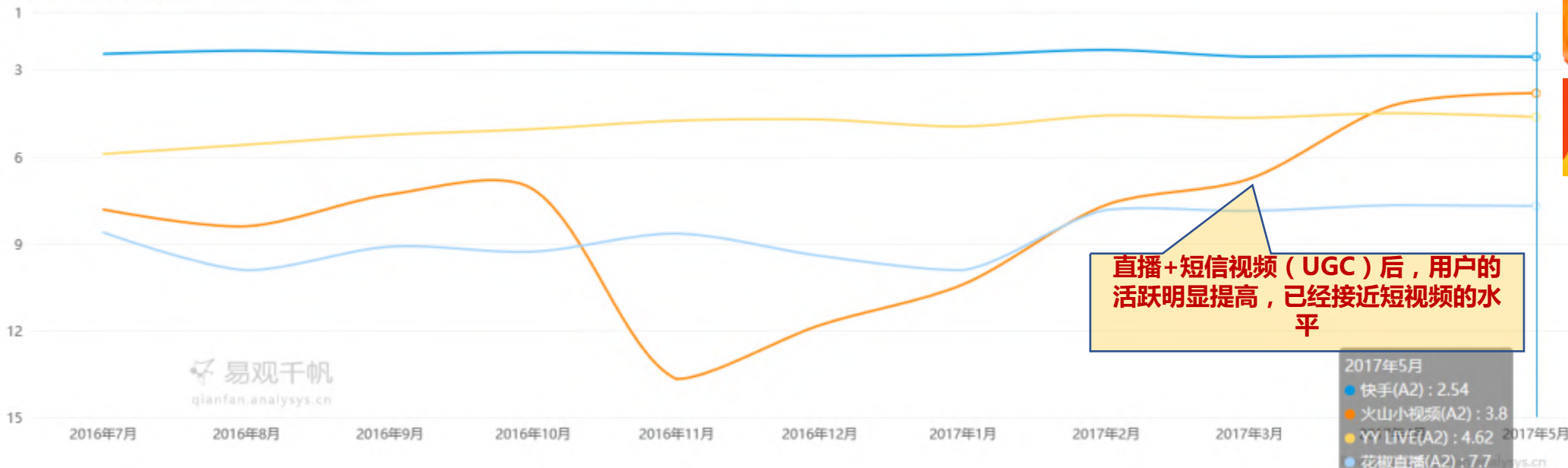
2016.6.16 - 2017.6.16 月

人均单日启动次数 (月度) 人均单日使用时长 (月度) 用户活跃度 次月留存率

A1 A2

快手(A2) 火山小视频(A2) YY LIVE(A2) 映客直播(A2) 花椒直播(A2)

数值代表用户平均几天使用一次,数值越接近1表示用户活跃度越大



直播+短视频 (UGC) 后, 用户的活跃明显提高, 已经接近短视频的水平

2017年5月
快手(A2) : 2.54
火山小视频(A2) : 3.8
YY LIVE(A2) : 4.62
映客直播(A2) : 7.7
花椒直播(A2) : 7.7

直播用户高峰期主要集中在晚间

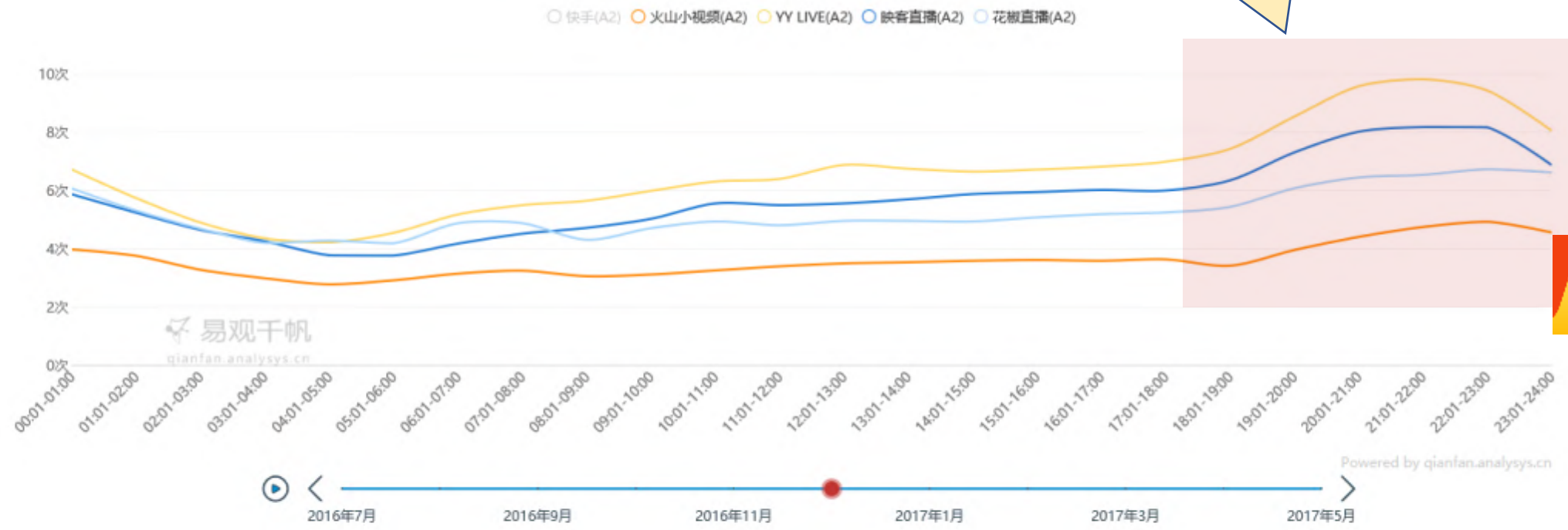
- 易观千帆
Analysys.cn
- APP规模分析
- 基础运营分析
 - 用户行为分析
 - 用户分时行为
 - 人均行为分析
- 用户转化分析
- 用户构成分析
- 用户竞争分析
- 应用分析模型

对比 2017年05月

输入您想搜索的信息 APP对比 返回

2016.6.16 - 2017.6.16

分时活跃人数 分时启动次数 分时使用时长 分时人均启动次数 分时人均使用时长 分时相对渗透率



直播用户由于时间、流量等因素制约，活跃时间段集中在夜间，限制了用户的参与度



改版后的火山小视频，用户使用时间已经分布在白天全天

- 易观千帆
Analysys.cn
- APP规模分析
- 基础运营分析
 - 用户行为分析
 - 用户分时行为
 - 人均行为分析
- 用户转化分析
- 用户构成分析
- 用户竞争分析
- 应用分析模型

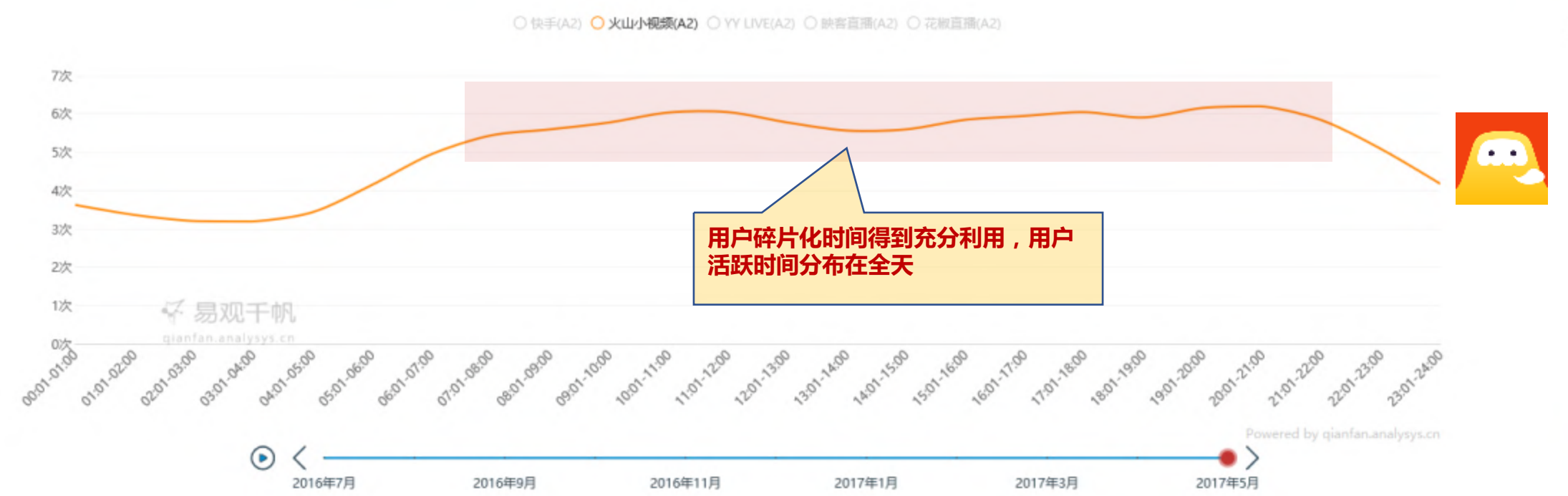
对比 2017年05月

输入您想搜索的信息 APP对比 返回

2016.6.16 - 2017.6.16

分时活跃人数 分时启动次数 分时使用时长 **分时人均启动次数** 分时人均使用时长 分时相对渗透率

A1 A2



用户碎片化时间得到充分利用，用户活跃时间分布在全天

存量竞争市场，单纯关注自身产品的运营已经不够，需要密切关注市场关注竞品动态，制定有效的产品策略



易观大数据产品

第三方数据分析助力用户成长

第三方互联网产品评估和对标分析平台，帮助企业分析市场与产品竞争





谢谢观赏！

朱江@易观