

使用量成为应用价值新标准

2016 年 4 月最常用的 iOS 应用

App Annie

目录

- 报告背后的技术
- 简介
- 2016 年 4 月最常用的应用
- 按使用行为渗透率年同比增长最快的应用
- 美国市场 2016 年 4 月热门应用榜（按使用时长排名）
- 要点

使用限制：除非另有说明，否则本报告（“报告”）中的信息、材料、数据、图片、图形及其他组成部分均归 App Annie 版权，由其拥有和控制。如未经授权而使用本报告，可能会触犯 App Annie 的版权、商标和/或其他知识产权，甚至面临损失赔偿和/或刑事指控。在未经 App Annie 事先书面许可的情况下，不得以任何方式修改、复制、分发、再版、上载、发布、反编译或传播本报告。

报告背后的技术

App Annie 致力于帮助发行商打造更出色的应用业务，全球百强发行商中，94 家是 App Annie 的用户。从竞争对比到国际扩张，App Annie 竭力为您提供在应用经济中取得成功所需的一切数据和洞察力。

本报告所含信息选编自 [App Annie Intelligence](#)，该平台针对应用经济领域提供领先的市场数据解决方案。如需了解我们业界领先的应用商店下载、收入、用户分布和使用估算数据如何指导您的关键商业决策，请[立即申请演示](#)。



This report is fueled by App Annie Intelligence.
Take your market analysis to the next level.

App Annie

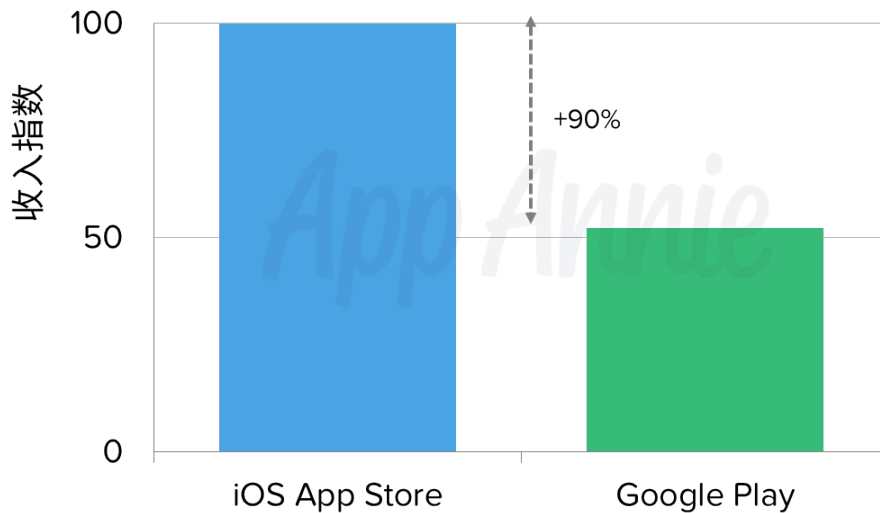
简介

随着 Apple 2016 全球开发者大会 (WWDC) 一天天临近，移动端跻身第一屏幕的趋势也越来越明显。自 2014 年第 1 季度以来，短短两年内，[全球应用使用时长已增长一倍多](#)。

应用经济最初是追求下载量，随后则着眼于[用户参与度和盈利能力](#)。收入一直都是很多开发商关注的重中之重。截至 2016 年第 1 季度，iOS 应用商店仍是全球收入的领头羊，[创收接近两倍于](#) Google Play

过去的一年中，[HBO NOW](#)、[Spotify](#) 以及 [Netflix](#) 等应用充分展现了应用内订阅盈利战略的巨大威力，应用内订阅也由此赚足了眼球。盈利之路漫漫，相比单纯的下载量，用户使用应用的方式对于长期的收入而言更加重要。时间就是金钱，于应用内营造用户黏性很可能就是获利的开始。

两大应用商店的全球应用收入
2016 年第 1 季度



2016 年 4 月最常用的应用

WWDC 之际，App Annie 对 iOS 下载量最高的 3 大市场 4 月的每月活跃用户数 (MAU) 10 强应用进行了调查。



按每月活跃用户数排名的热门应用榜 iPhone, 2016 年 4 月

排名	美国	日本	英国
1	Facebook	LINE	WhatsApp Messenger
2	Facebook Messenger	Google Maps	Facebook
3	YouTube	YouTube	Facebook Messenger
4	Google Maps	Facebook	YouTube
5	Instagram	Twitter	Google Maps
6	Snapchat	Facebook Messenger	Instagram
7	The Weather Channel	Yahoo!Japan Weather	Twitter
8	Pandora Radio	Instagram	Snapchat
9	Amazon	Amazon	eBay
10	Twitter	Yahoo!Japan Transit	BBC News

- 不包括预装的 iPhone 应用
- * 分析包括所有应用（游戏类应用和非游戏类应用）

尽管游戏类别在应用商店盈利方面表现抢眼，但上述 3 个国家/地区内，2016 年 4 月的每月活跃用户数 10 强应用中却无一款游戏。在[本土市场网络效应](#)的强力推动下，大多数应用为社交或通讯类应用。虽然 [Facebook](#)、[Instagram](#) 和 [Facebook Messenger](#) 在这 3 个国家/地区占据统治地位，但 [LINE](#) 也凭借地方性通讯偏好在日本赢得了很高的人气。而唯一一款入围的在线音乐应用 [Pandora](#)（美国）同样得益于区域用户的青睐。

[越来越多的人转向移动端](#)购买实体商品，多个零售平台一举成为了每个国家/地区使用量最高的应用。[Amazon](#) 在美国和日本两大市场位列第 9，[eBay](#) 也在英国打入前 9 名，零售和点对点商务应用证实了移动端跻身购物首选的巨大潜力。

按使用行为渗透率年同比增长最快的应用

去年一年，美国、日本和英国的应用使用行为渗透率大幅增长。



按使用行为渗透率增长排名的热门应用榜 iPhone，2015 年 4 月和 2016 年 4 月比较

排名	美国	日本	英国
1	Facebook Messenger	Yahoo!Japan Weather	TripAdvisor
2	Amazon	Instagram	WhatsApp Messenger
3	Snapchat	Google Maps	Amazon
4	Fitbit	Southbank Wi-Fi Spot	NatWest
5	The Weather Channel	Amazon	Uber
6	Uber	Yahoo!Disasters Warning and News	Microsoft Outlook
7	Groupon	Yahoo!News	Fitbit
8	Google Maps	MusicBox	Google Maps
9	Waze	Gusto	Layout from Instagram
10	TripAdvisor	Yureka Call	Facebook Messenger

• 不包括预装的 iPhone 应用
* 分析包括所有应用（游戏类应用和非游戏类应用）

年同比用户数量涨幅最高的应用中，有许多都是靠迎合本土偏好。日本市场使用行为渗透率最高的 10 款应用中，有 7 款来自本土发行商。与每月活跃用户数热门应用榜相比，除通讯类别外，年同比用户数量涨幅最高的应用所占的类别也更加多元化。值得注意的是，增长最快的应用中，有许多都能帮助用户完成过往通常在线下完成的任务。

[Fitbit](#) 的使用行为渗透率增幅在美英两大市场均名列前茅，可见可穿戴设备应用用户数量大幅增长。Amazon 在美、英、日大获成功，每个国家/地区零售应用的使用行为渗透率增长也都有抢眼表现。同时随着拼车应用使用行为渗透率大幅增长，移动应用在推动交通便利性方面的作用也有所增强。国际拼车服务巨头 [Uber](#) 在美英市场的用户使用量有明显增长。虽然 Uber 在近几年一直在积极加大国际扩张力度，但众多亚洲国家/地区的用户还是首选本土应用。Apple 最近向中国本土应用 [滴滴出行注资 10 亿美元](#)，展现了对中国拼车市场的浓厚兴趣。对于滴滴出行和 Uber 而言，中国市场用户（和司机）争夺战的序幕已经拉开。

美国市场 2016 年 4 月热门应用榜（按使用时长排名）

结合用户总使用时长和每月活跃用户数，App Annie 勾画出一个更完整的应用使用模式图景，尤其是针对那些传送流媒体内容的应用。App Annie 按总使用时长对 2016 年 4 月美国市场的应用进行了排名。



按使用时长排名的热门应用榜

iPhone, 美国, 2016 年 4 月



排名	应用	与 2015 年 4 月相比的排名变化	发布日期	公司
1	 Facebook	-	2008 年 7 月	Facebook
2	 Snapchat	▲ 1	2011 年 7 月	Snapchat
3	 Instagram	▼ 1	2010 年 10 月	Facebook
4	 Pandora	▲ 1	2008 年 7 月	Pandora
5	 Facebook Messenger	▲ 1	2011 年 8 月	Facebook
6	 YouTube	▼ 2	2012 年 9 月	Google
7	 Spotify	▲ 2	2011 年 7 月	Spotify
8	 WhatsApp Messenger	▼ 1	2009 年 5 月	Facebook
9	 Twitter	▼ 1	2009 年 10 月	Twitter
10	 Google App	▲ 4	2008 年 7 月	Google

• 不包括预装的 iPhone 应用
* 分析包括所有应用（游戏类应用和非游戏类应用）

不出所料，*Facebook* 高居榜单首位，但值得注意的是，*Facebook Messenger* 按每月活跃用户总数排名第 2，总使用时长排行榜的第 2 名却被 [Snapchat](#) 夺得。虽然 *Facebook Messenger* 拥有更多每月活跃用户，但 *Snapchat* 的用户使用应用的时间更长。*Snapchat* 能够排名第 2，离不开过去一年内每月活跃用户数及每位用户使用时长的增长。*Snapchat Stories* 是专为争取更多用户使用时长的特殊功能，用户可以查看由个人用户及公司发布的视频与照片精选集。*Snapchat* 拥有大量的年轻用户群，而且 13–24 年龄段的用户使用的可能性要超过普通用户群体近 2.5 倍，这项功能可谓很好地满足了他们的需求。*Snapchat* 已得到青年用户的广泛青睐，如今它有机会在未来继续留住他们，扩大自己的用户群。

在线音乐应用也成功打入使用时长排名 10 强，其中 *Pandora* 排名力压 [Spotify](#)，这充分展示了 [Pandora 在美国市场持续的本土影响力](#)。不过，*Spotify* 凭借其在 13–24 年龄段年轻用户群体中的优势，在美国市场总使用时长方面收益颇丰。[Spotify 近期筹得 10 亿美元可转换债券](#) 融资，以助力推广 [原创视频内容](#)，从而进一步提高未来的应用参与度。随着时间的推移，在线音乐服务将如何脱颖而出，我们且拭目以待。

要点

随着各种服务不断向应用迁徙，越来越多的企业进一步将应用作为数字化与公司战略的核心，生活中应用触及不到的领域也变得越来越少。随着市场逐步成熟以及用户使用习惯渐渐形成，用户使用应用的方式将在盈利战略中扮演更重要的角色。越来越多的周期性用户加上他们在应用上花费时间的增多，为长期的收入开源和用户参与度的提升奠定了良好的基础。使用量成为应用价值的新标准，将在全球应用策略进化的过程中发挥越来越大的作用。

关于 App Annie

App Annie 为您的公司在全球应用经济中取得成功提供值得信赖的应用数据与分析。超过 50 万注册会员依赖 App Annie 更好地掌握应用市场、自身业务以及相关机遇。本公司总部位于美国旧金山，拥有 425 多名员工，全球设有 15 个办公室。App Annie 已从 e.Ventures、Greenspring Partners、Greycroft Partners、IDG Capital Partners、Institutional Venture Partners 和 Sequoia Capital 等投资者处筹集到了 1.57 亿美元的融资。

详情请访问 www.appannie.com.

了解报告方法和最新资讯，请点击[此处](#)。

了解更多有关 *App Annie Intelligence* 的信息。 [申请演示](#)。

