

APP ANNIE

2021年 移动市场报告



概括总结

2020 市场趋势一览

应用下载量

2180
亿

+7%

同比增长

iOS, Google Play,
中国第三方 Android 数据

应用商店用户支出

1430
亿美元

+20%

同比增长

iOS, Google Play,
中国第三方 Android 数据

每用户日均使用时长

4.2
小时

+20%

同比增长

Android 手机

广告支出

2400
亿美元

+26%

同比增长

移动科技公司获风险投资额

730
亿美元

+27%

同比增长

Android 手机



内容概要

- 宏观移动趋势
- 游戏
- 财务
- 社交网络
- 在线视频
- 零售
- 餐饮美食
- 营销和广告
- 迎来移动创新的其他行业
- 2020 年的热门应用和游戏



移动市场风向标

Google Tencent 腾讯 King SAMSUNG ebay ACTIVISION

LIONSGATE VISA peak EA SOUNDCLLOUD intuit SEGA

CVS EPIC GAMES kakao LINE Snapchat SciPlay Walmart follic

hp GSN games LEGO PLAYSTUDIOS UBS ROVIO



宏观移动趋势

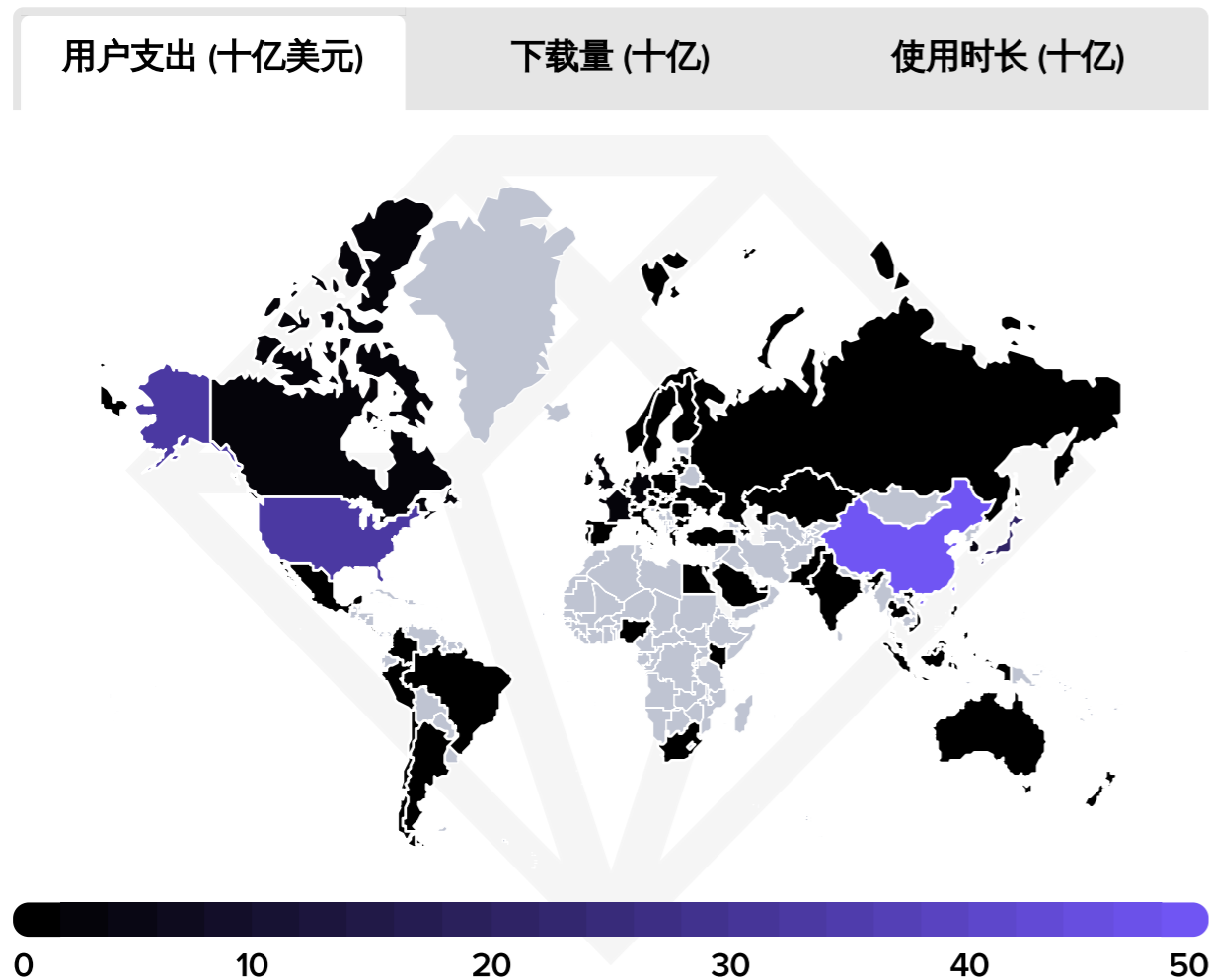
在过去的一年里，应用下载量增长达到前所未有的水平，各应用在未来应专注于让更多用户发现自己。在我们的调查中，37% 的应用用户表示自己通过朋友或家庭成员发现新应用。67% 的用户认为，在发现和购买新应用时，他们更愿意从在线研究中获得的信息，50% 的用户表示只会考虑知名应用。有凝聚力的品牌和良好的声誉，与用户体验的完美结合，帮助企业在愈发激烈的市场竞争中持续获取新用户。

Imma Calvo
应用部门总经理, Google





2020 年热门市场 (按下载量、用户支出和使用时长排名)



资料来源：App Annie Intelligence

注：下载量和用户支出数据指iOS，Google Play，中国第三方 Android 数据；用户支出为总支出——未去除商店分成；使用时长为 Android 手机中的使用时长

1430 亿美元用户支出， 3.5 万亿小时，2180 亿 下载量

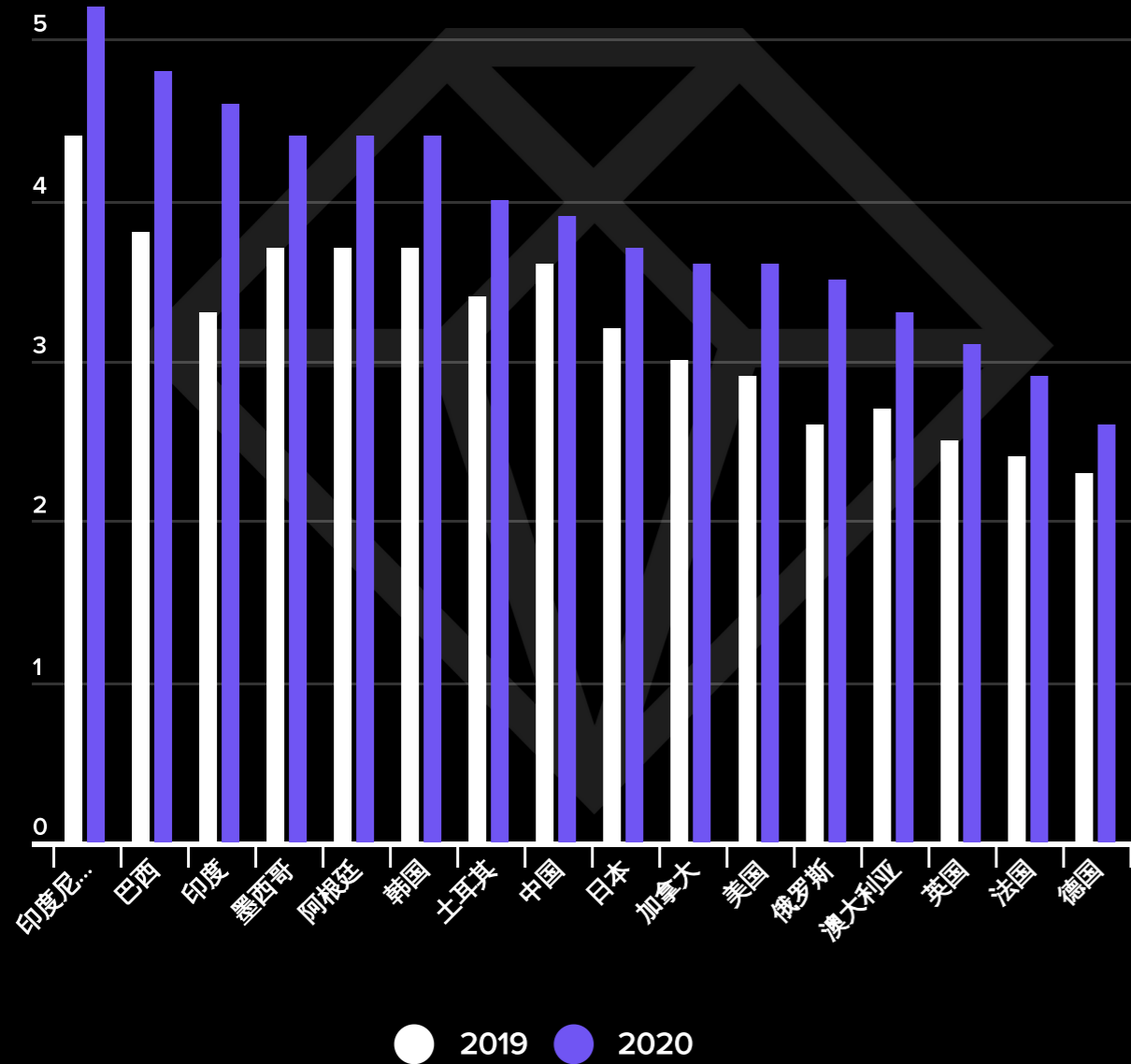
2020 年的移动设备使用量直线上升 ——在 12 个月内向前推动 2 至 3 年

- 应用习惯尚未完全形成——全球对于新应用的需求仍呈增长趋势，下载量同比增长 7%，达到 2180 亿。目前正是进行用户获取的好时机。
- 消费者将更多现实需求寄托于移动应用；用户支出再创新高，达到 1430 亿美元，同比增长 20%。
- 每年用户在 Android 手机上花费的时间达到 3.5 万亿小时。移动设备是唯一具有如此覆盖范围和参与深度的渠道。

**您是否已经准备好抓住下一个千载难逢的机会？
了解关键的市场驱动因素，消费者需求、支出和参与度方面的转变，准备好迎接增长的市场。**



每用户每天平均使用时长



资料来源：App Annie Intelligence
注：Android 手机

美国移动使用时长 超过电视直播观看时长

美国人每天使用移动设备的时间比观看电视直播的时间多出 8%

- 美国人平均每天观看电视直播的时间为 3.7 小时，而2020 年下半年使用移动设备的时间是 4 小时。
- 在疫情大流行期间，所分析的各个国家/地区的加权平均使用时长超过 4 小时 10 分——与 2019 年相比增长 20%。

由于用户集中在移动领域，企业应在广告支出、公司优先级和资源分配方面向移动领域倾斜。移动市场估算数据能够突出增长领域，为制定战略路线图和绘制投资优先级提供信息。



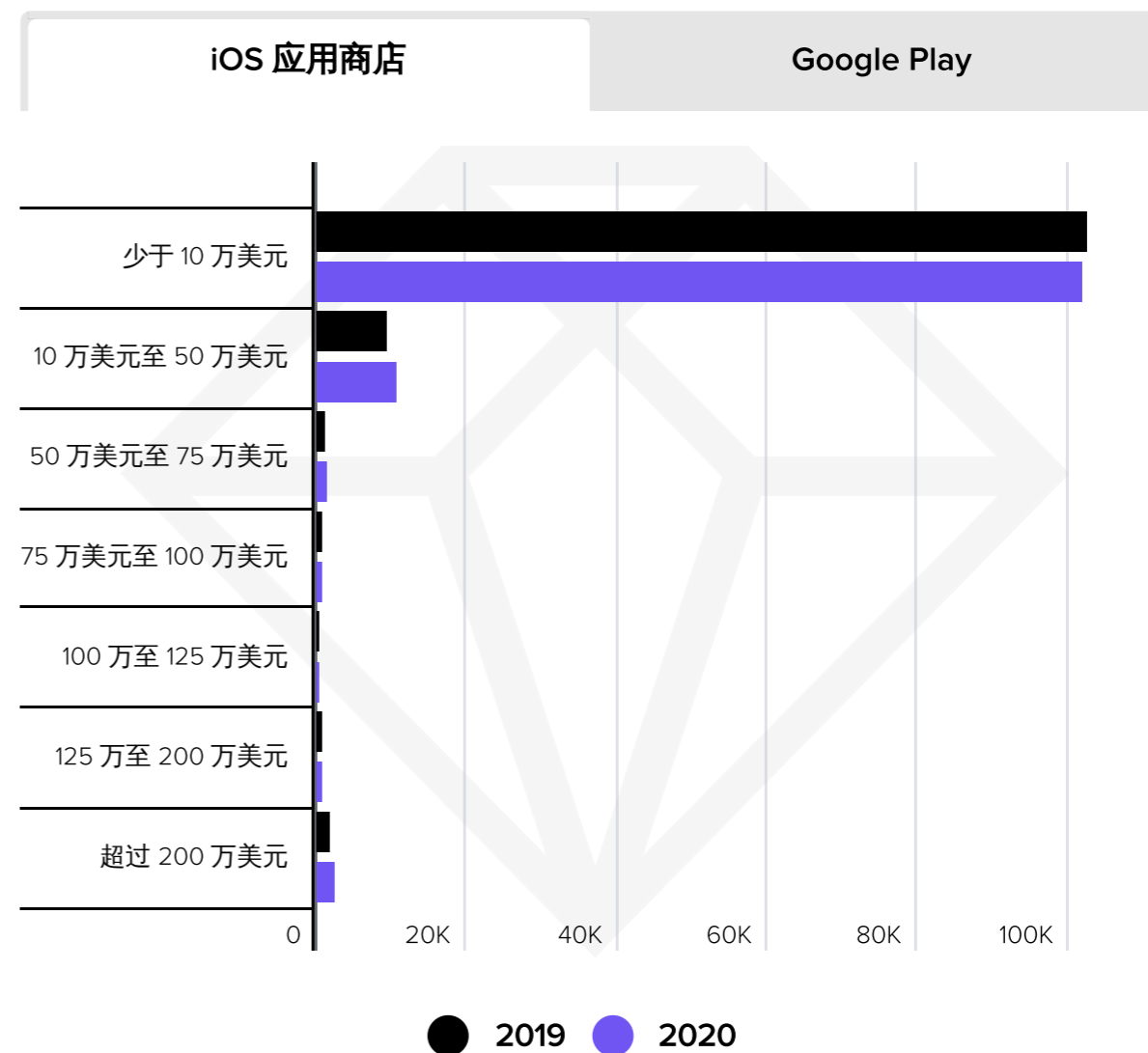
变现：两大应用商店中年收入分别超 200 万美元的发行商数量同比增长 25%

大部分应用在单个应用商店中的收入少于 100 万美元

- iOS 平台中 97% 发行商的年收入都在 100 万美元之下，他们可以从 Apple 的 App Store 小型企业计划 中获益——分成从 30% 降到 15%。
- 许多发行商（尤其是游戏发行商）实际归属于同一个较大的公司或母公司，他们在两个应用商店均能实现变现，从总公司的角度来看、年收入总和会更加可观。

分析不同商店、类别和国家/地区的收入趋势，实现 LTV 和收入潜力最大化。

移动应用发行商分布
(按年度全球应用商店用户支出划分)



资料来源：App Annie Intelligence

注：中国仅限 iOS 数据；本表是基于热门发行商数据进行的分析；发行商数据可以汇总到公司和母公司数据中；但针对在应用商店实现变现的应用，采用基于发行商级别的分析；并未列两个应用商店中的所有发行商；每个范围的起始值分别为 100,001 美元、500,001 美元、750,001 美元、1,000,001 美元、1,250,001 美元、2,000,001 美元。



730 亿投资资本涌入移动公司

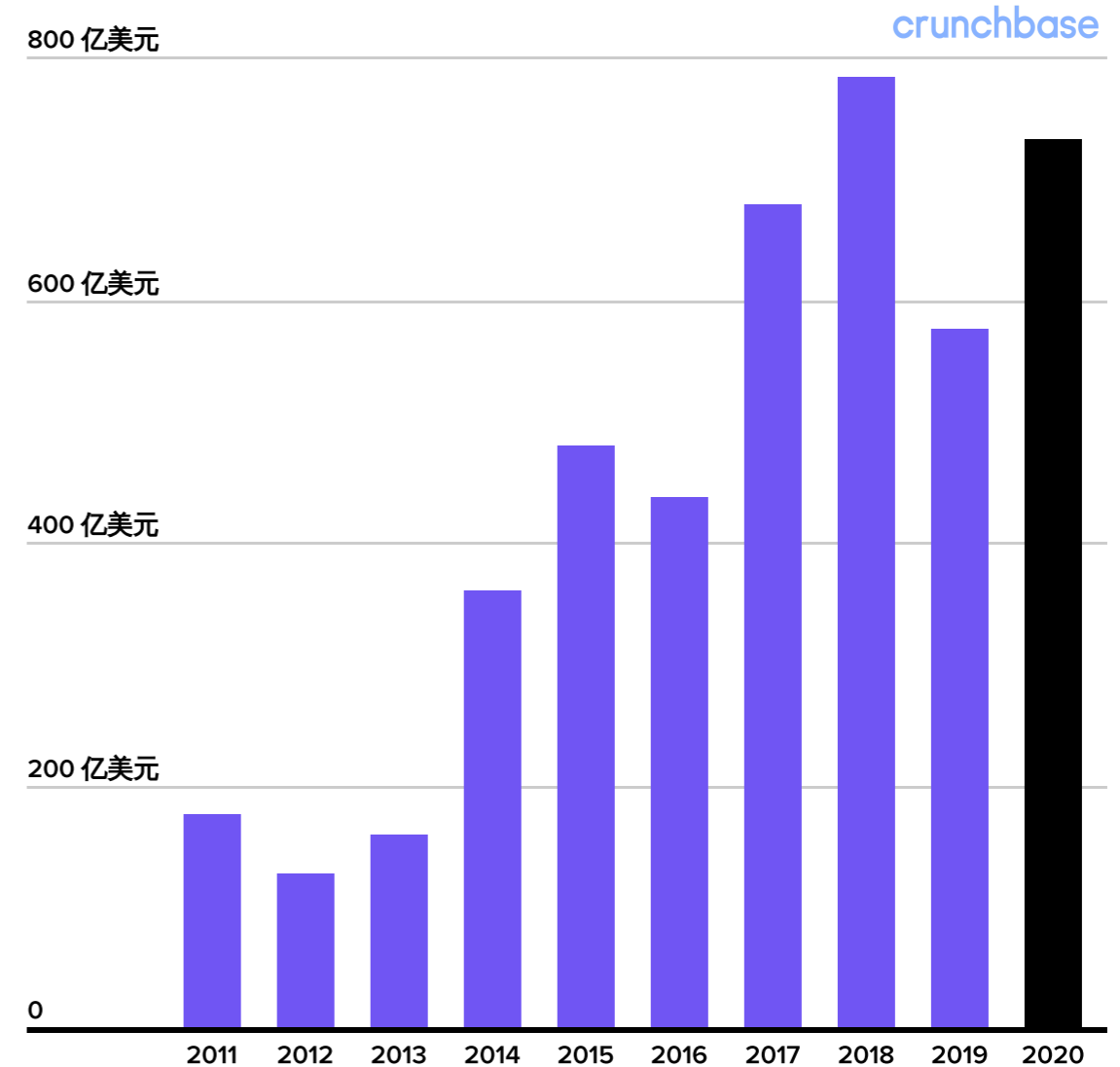
2020年同比增长 27%

- 2016 年到 2020 年对移动技术公司的全球融资，较前一个 5 年增长超过一倍。
- 获得融资较多的领域包括金融服务、交通、商务和购物。

Crunchbase 的数据显示，在 2020 年的全球融资总额中，对拥有移动解决方案的公司进行的投资占 26%。移动在地理位置、云服务和人工智能领域驱动了消费者和企业技术创新，打造了交通、金融服务、医疗健康和娱乐领域的领先企业。

— Gené Teare 数据研究员 Crunchbase

移动技术十年融资数据汇总
对于风投企业来说，融资包括种子期、风险投资期和私募股权



资料来源：Crunchbase
注：截至 2020 年 12 月 18 日

各年龄层的移动设备使用时长均有所增长

移动亲和度因市场和用户特征而异

- 在美国，Z世代和X世代/婴儿潮一代在最常用应用中的使用时长实现同比增长16%、18%、30%。在英国，三类人群使用时长同比增长为18%、17%、27%。
- 在美国和英国，Z世代更青睐于使用 Snapchat 和 Twitch 。

专注于您的主要用户群体：了解在移动类别、国家/地区和设计风格背后不同的用户群体机会，从而发现潜在需求和重要的合作机会。

在不同年龄群体中，
50个热门应用的每用户平均使用时长同比增长



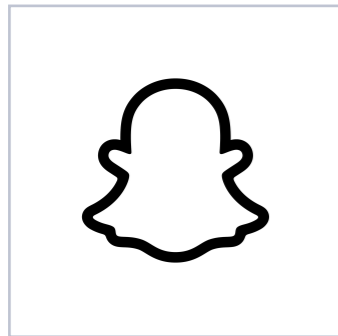
资料来源：App Annie Intelligence

注：Android手机数据；Z世代表示16-24岁的群体；千禧一代表示25-44岁的群体；X世代/婴儿潮一代表示45岁以上的群体；50个热门应用指平均MAU排名前50位的游戏和非游戏应用，不含预装的应用；最常用应用指平均MAU排名前25的应用，不含预装，不同群体与总人口的对比



随着消费者的移动设备使用时长达到前所未有的水平，我们会继续加强帮助现实中的朋友保持联系和娱乐的体验。从新的原创节目到社交游戏功能和增强现实技术的进步，Snapchat 的产品投资推动了社区不断发展，也吸引了我们的广告合作伙伴。

Skye Featherstone
产品营销经理
Snapchat



如今，有前所未有的庞大消费群体依据自己信赖的天气数据来做决策。通过专注于我们的客户、他们不断发展的需求以及市场趋势，The Weather Channel 在这个竞争激烈的类别中始终是热门应用，并且是全球领先的天气应用提供商。

Allison Guidetti
全球消费者营销主管
The Weather Company & IBM Business





iOS 14 的使用率高出 24%

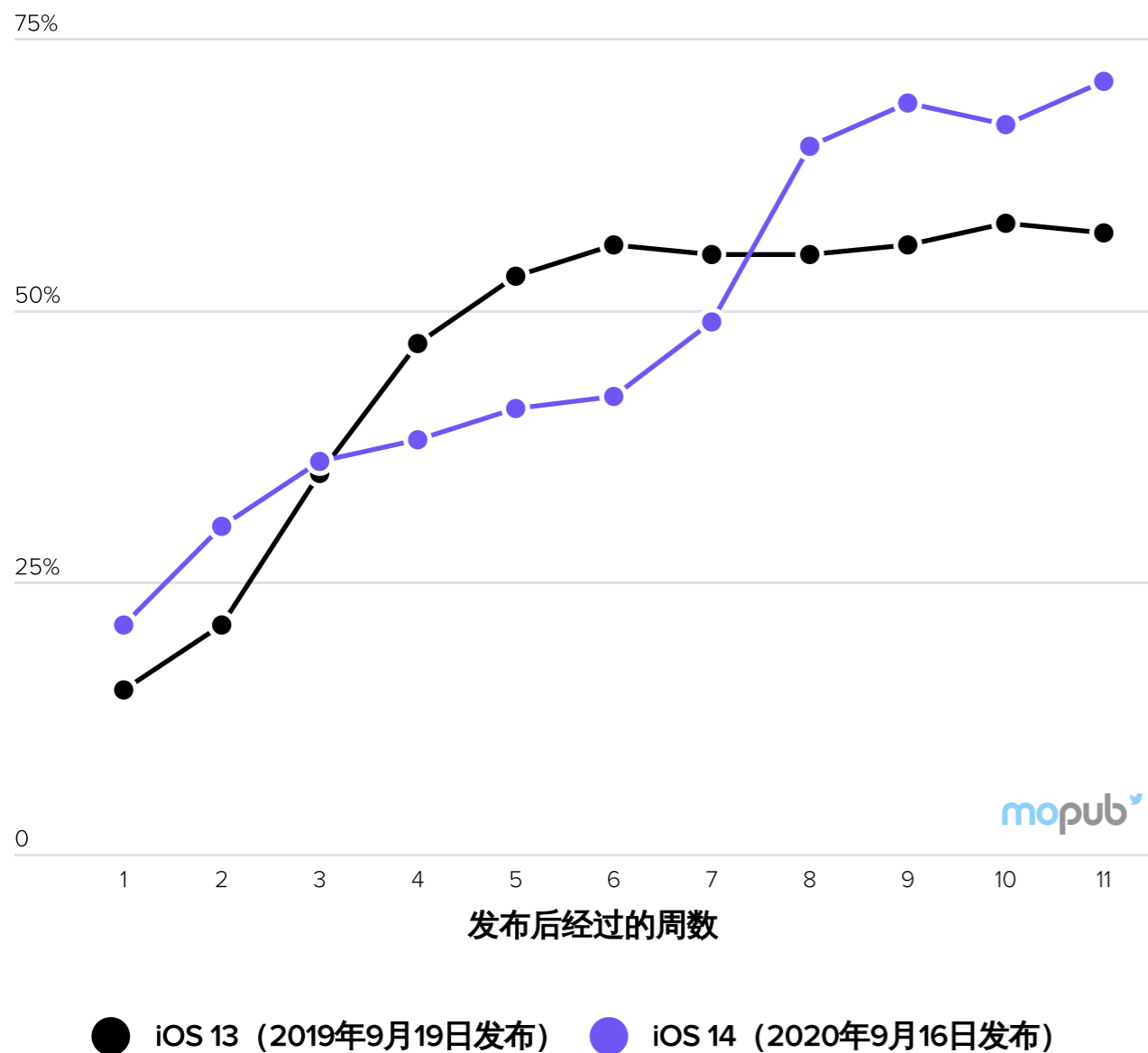
在发布后 10 周与 iOS 13 的对比

- 来自 MoPub 的数据显示，iOS 14 以更高的使用率迈入 2021 年。德国和法国在初始使用率方面处于领先地位。美国和英国使用率相似，而日本在最初处于落后位置。发布几周之后，使用率开始上升，并超过 50%。
- 广告主应准备好应对 IDFA 的影响，寻求聚合的广告数据来获得可行的洞察。

尽管最初发展较慢，但相对于上一个版本，iOS 14 在更短的时间内达到了更高的使用率。

— John Bonanno 收入经理 MoPub

全球 iOS 用户使用新 iOS 版本的百分比



资料来源：MoPub

游戏

Game IQ 是市场调研的宝贵资源，可让用户迅速了解热门游戏、类别趋势，及量化某个类别的规模。这对我们随时掌握竞争对手情况以及行业的变化来说，十分重要。

Joseph Byrne
策略与业务发展总监 SciPlay



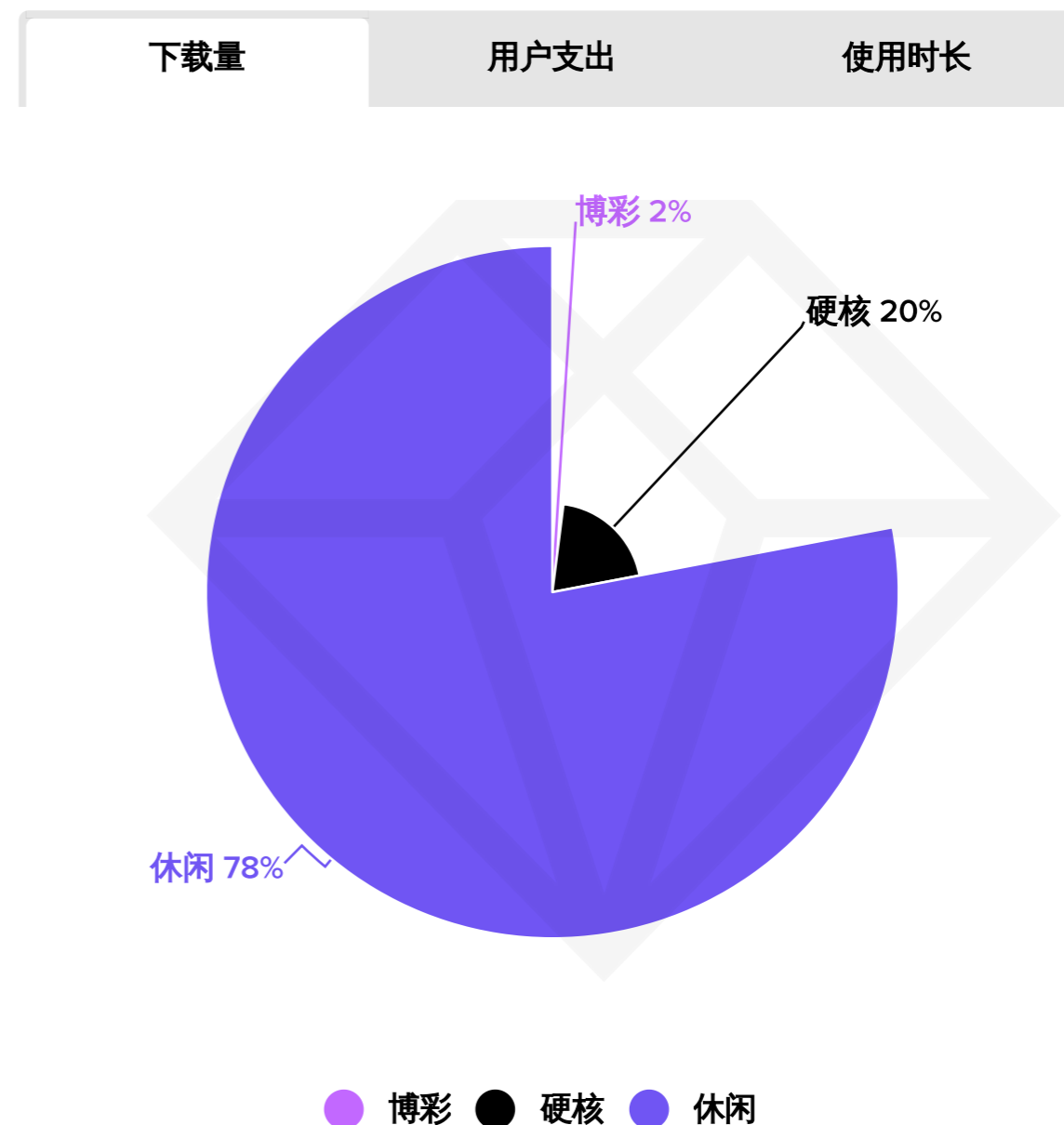
硬核游戏用户在家会选择移动设备

硬核游戏用户在移动游戏中贡献了 66% 的用户支出以及 55% 的使用时长

- 休闲游戏在下载量排行榜中独占鳌头，《Among Us》、《ROBLOX》和《会说话的汤姆猫》等简单好玩的游戏拥有极高的人气。
- 在硬核游戏的用户支出和使用时长方面，亚太地区占据了很大的份额，而从主机游戏或 PC 游戏转向移动游戏也推动西方国家的用户进入硬核移动游戏领域。
- 2021 年，移动游戏用户支出有望超过 1200 亿美元——这相当于市场上所有其他游戏平台总和的 1.5 倍。

利用 Game IQ——游戏分类的行业标准——发现更多的市场机会，打造适合子类别的产品，并细致分析游戏玩家偏好。

2020 年全球移动游戏细分



资料来源：App Annie Intelligence
 注：下载量和用户支出是 iOS 和 Google Play 的综合数据（中国仅限于 iOS 数据）；用户支出为总支出——未去除商店分成；使用时长为 Android 手机中的使用时长





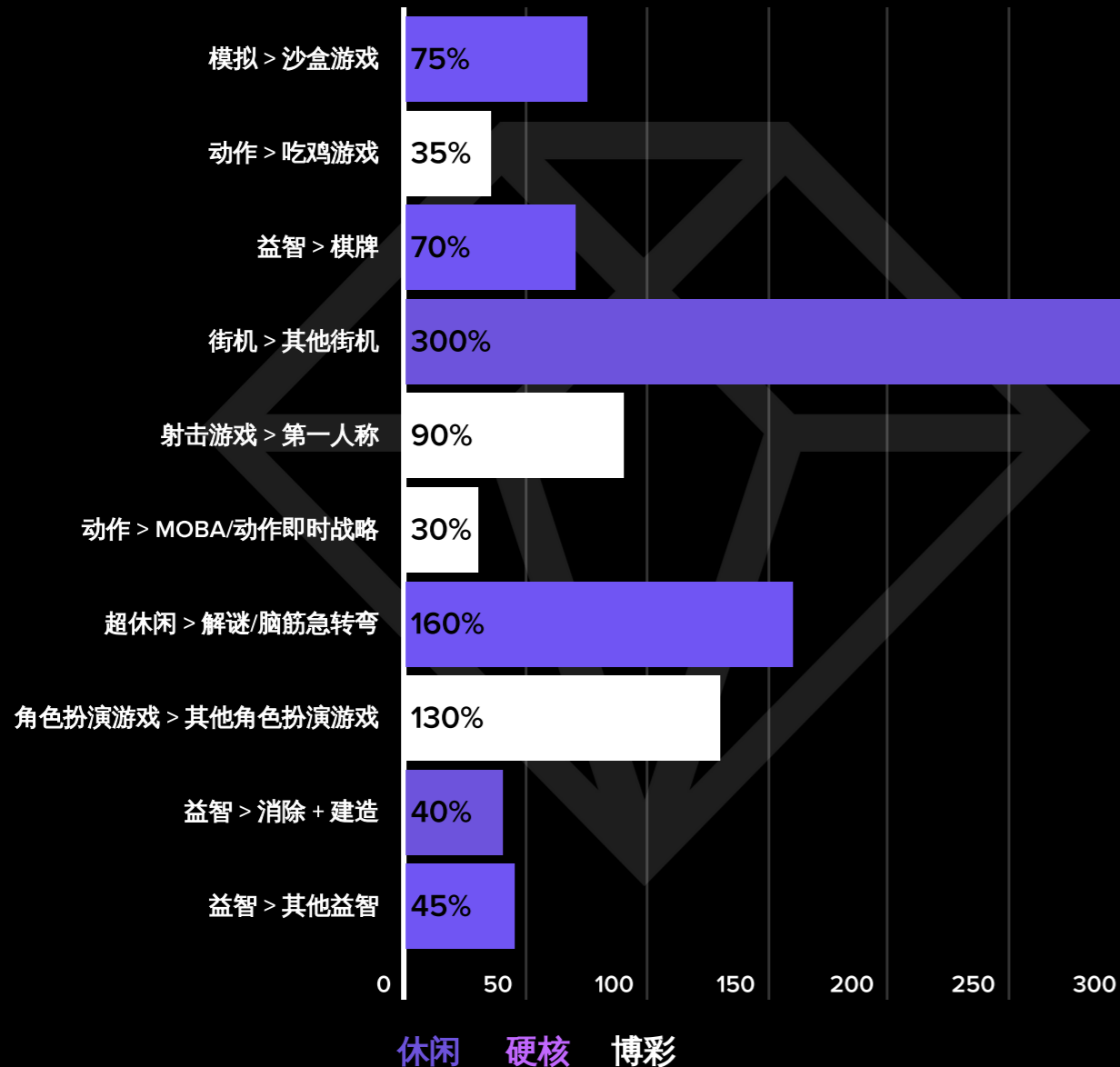
沙盒游戏、街机和棋牌 休闲游戏占据主要市场 份额

移动游戏逐渐成为主流

- 休闲 > 模拟 > 沙盒游戏在全球占据最多的市场份额，份额同比增长 1.9个百分点，在 112 个不同的子类别中，市场份额接近 7%。
- 休闲 > 街机 > 其他街机游戏的总使用时长实现最大幅度的同比增长，增长了 300%，在 2020 年达到 45 亿小时。

移动游戏市场发展迅速。要充分利用趋势，及时、深入的估算和分析必不可少。通过详细的游戏分类，[Game IQ](#) 使游戏分析更上一层楼。

全球使用时长同比增长
(按 2020 年市场份额同比增长排序)



资料来源：App Annie Intelligence

注：Android 手机数据，使用时长市场份额同比增长排名前 10 位的子类别

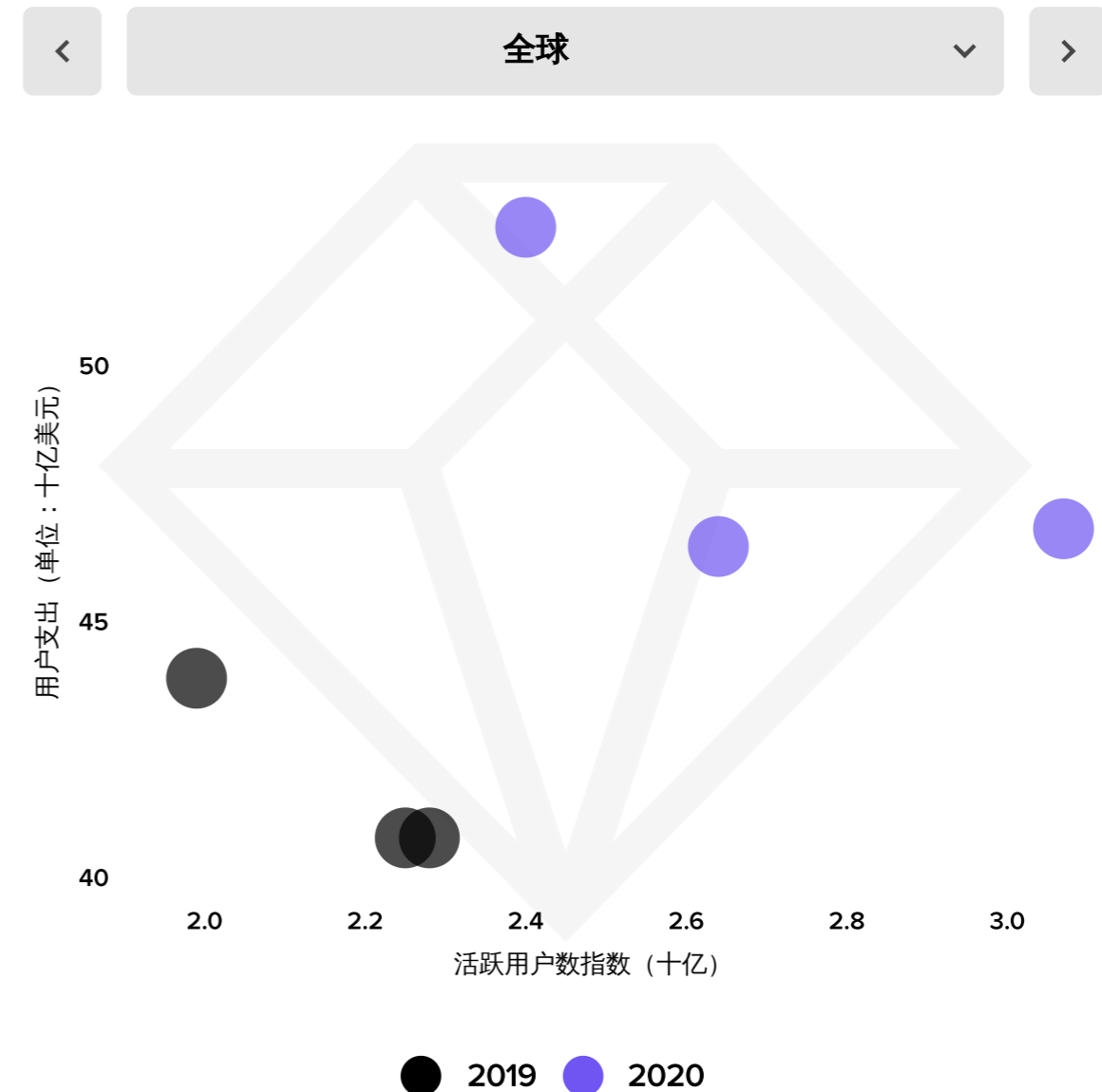
在 2020 年，活动推动游戏 ARPU 达到最高

总用户支出和用户数量实现 +20% 的同比增长

- 在 2020 年，活动、排行榜和自定义是帮助游戏在西方市场应用商店变现的热门功能。
- 然而在亚太地区，有多人竞赛、聊天（中国和韩国）、每日&登录奖励（日本）以及公会和氏族（中国）是在每用户平均收入 (ARPU) 方面表现最好的一些功能。

在 ARPU 分析中，通过丰富的 Game IQ 标签（例如游戏玩法功能）来突出关键的市场差异和高速增长的分细分市场——为您提供直接可行的洞察，进而影响您的收入。

按不同游戏功能分类的移动游戏用户变现细分




























资料来源：App Annie Intelligence

注：用户支出是 iOS 和 Google Play 综合数据；活跃用户包括 iPhones 和 Android 手机的活跃用户；以指数化形式显示具备游戏玩法功能的所有游戏的相对市场规模；在本例中，每用户平均收入表示为每用户平均用户支出。



“突破”游戏榜单

< 下载量 - 美洲 >

	阿根廷	巴西	加拿大	墨西哥	美国
1	Among Us! 	My Talking Tom Friends 	Among Us! 	Among Us! 	Among Us! 
2	Brain Test: Tricky Puzzles 	PK XD 	Brain Test: Tricky Puzzles 	Brain Test: Tricky Puzzles 	Brain Test: Tricky Puzzles 
3	My Talking Tom Friends 	Among Us! 	Woodturning 	My Talking Tom Friends 	Woodturning 
4	Craftsman: Building Craft 	Cube Surfer 	Tangle Master 3D 	Parcheesi STAR 	Tangle Master 3D 
5	Save The Girl 	Brain Test: Tricky Puzzles 	Cube Surfer 	Cube Surfer 	Join Clash 3D 

资料来源：App Annie Intelligence

iOS 和 Google Play 下载量综合数据的同比增长（中国仅限 iOS），iOS 和 Google Play 用户支出（中国仅限 iOS）和 Android 手机使用时长，排名基于iOS 和 Google Play游戏类别

财务

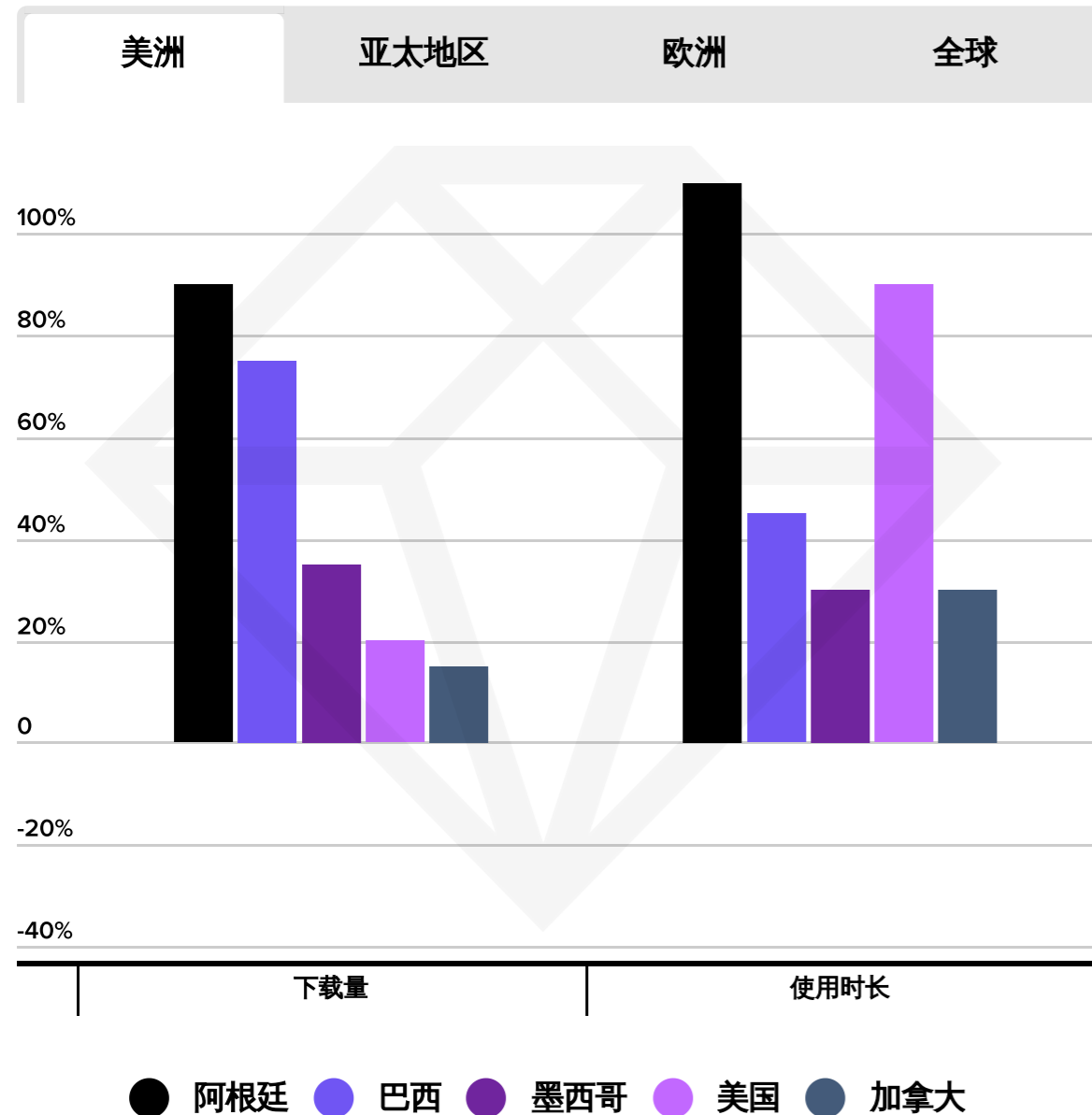
用户的反馈对于我们来说至关重要，可以帮助我们塑造和完善用户体验，App Annie 通过应用评级帮助我们监控整个市场中的用户反馈情况。

Khanh Hwang
日常银行业务数字产品主管 HSBC





2020 年财务应用下载量和使用时长同比增长



资料来源：App Annie Intelligence
 注：下载量和用户支出是 iOS 和 Google Play 综合数据，中国仅限于 iOS 数据；
 使用时长为 Android 手机中的使用时长

移动设备推动财务应用参与度提升 45% 以上

移动设备是影响财务决策的渠道

- 2020 年，全球财务应用的使用时长同比增长 45% 以上（中国除外）。
- 无论是利用钱包应用、还是贷款，购买汽车或房子等大宗商品，或投资市场等金融服务，财务应用都很受欢迎，而且是消费者决策过程中的关键部分。
- 继中国针对 P2P 借贷推出新的立法后，中国的财务应用下载量有所下降。

了解哪些功能可以培养用户的粘性，哪些功能比桌面或面对面服务更受欢迎。从研究到考虑、评估以及购买或投资，移动应用是制定财务决策过程中的共同主线。



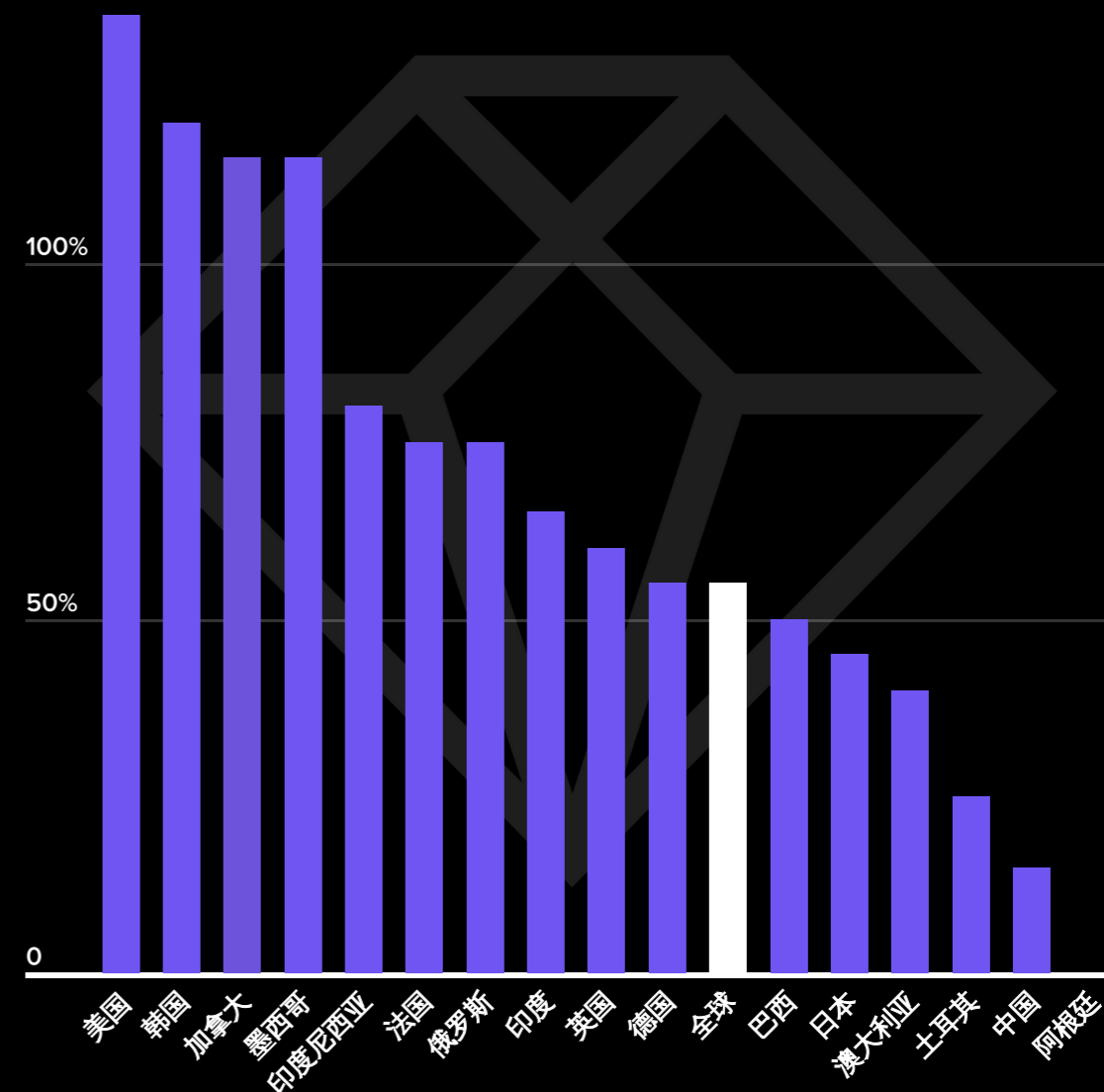
全球移动设备的股市参与时长激增 55%

投资监控和交易应用使交易变得大众化，为日常交易者提供支持

- 金融市场因新冠肺炎疫情而动荡之际，移动应用成为消费者参与的重要渠道，这表明人们的金融思维发生了巨大转变。
- 类似的转变也出现在信贷领域，P2P 贷款应用在印尼实现增长，另外“先用后付”或“反向信贷”正在吸引美国和澳大利亚的 Z 世代和千禧一代。

支付、转账、移动钱包和交易是金融科技中最受关注的功能——如果没有及时的监控，您可能会错过客户心态变化的关键指标。

热门投资和交易应用使用时长同比增长率

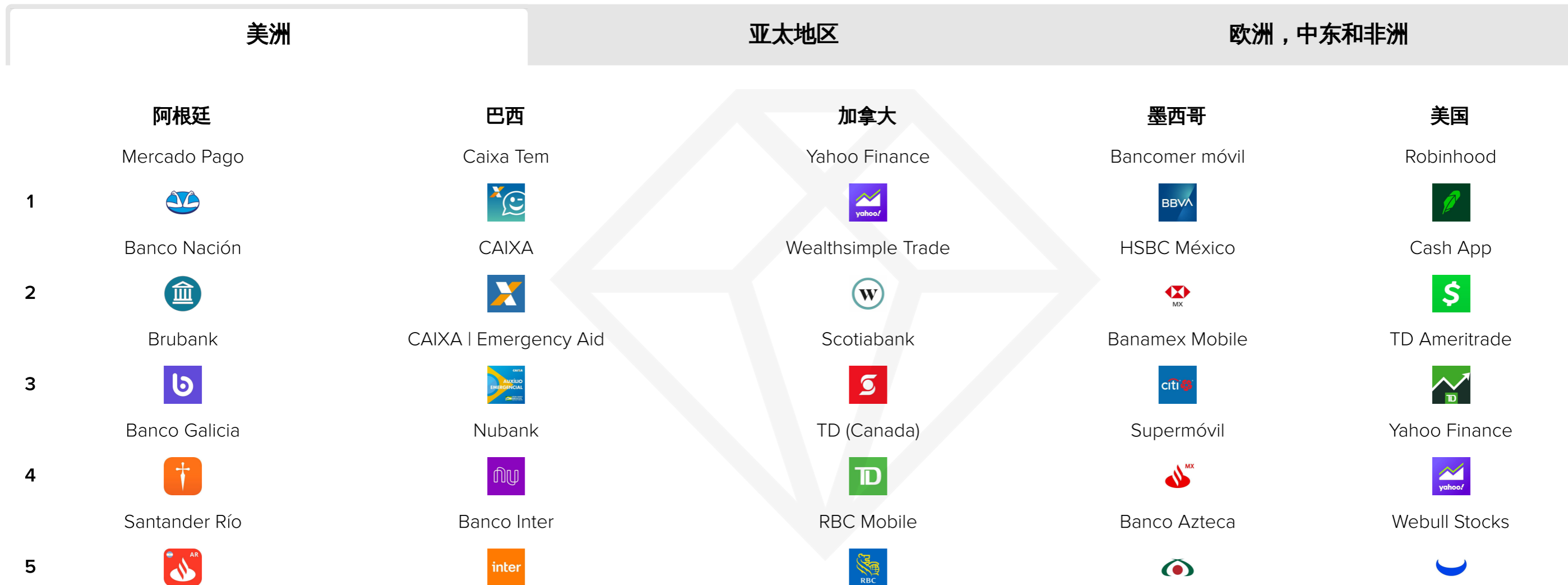


资料来源：App Annie Intelligence
注：Android 手机数据；排名前 5 位的应用



“突破”应用榜单

2020年财务应用：使用时长



资料来源：App Annie Intelligence
Android 手机使用时长同比增长数据，排名基于iOS 和 Google Play财务类别



新冠肺炎疫情进一步使客户加速转向移动银行，很高兴我们致力于提供的一流客户体验能够得到认可。这对我们是一种极大的肯定，我们将继续致力于为客户打造优质的银行业务体验，让他们在加拿大和美国都可以随时随地以喜欢的方式办理银行业务。

Imran Khan
全球数字体验副总裁
TD Bank



社交网络





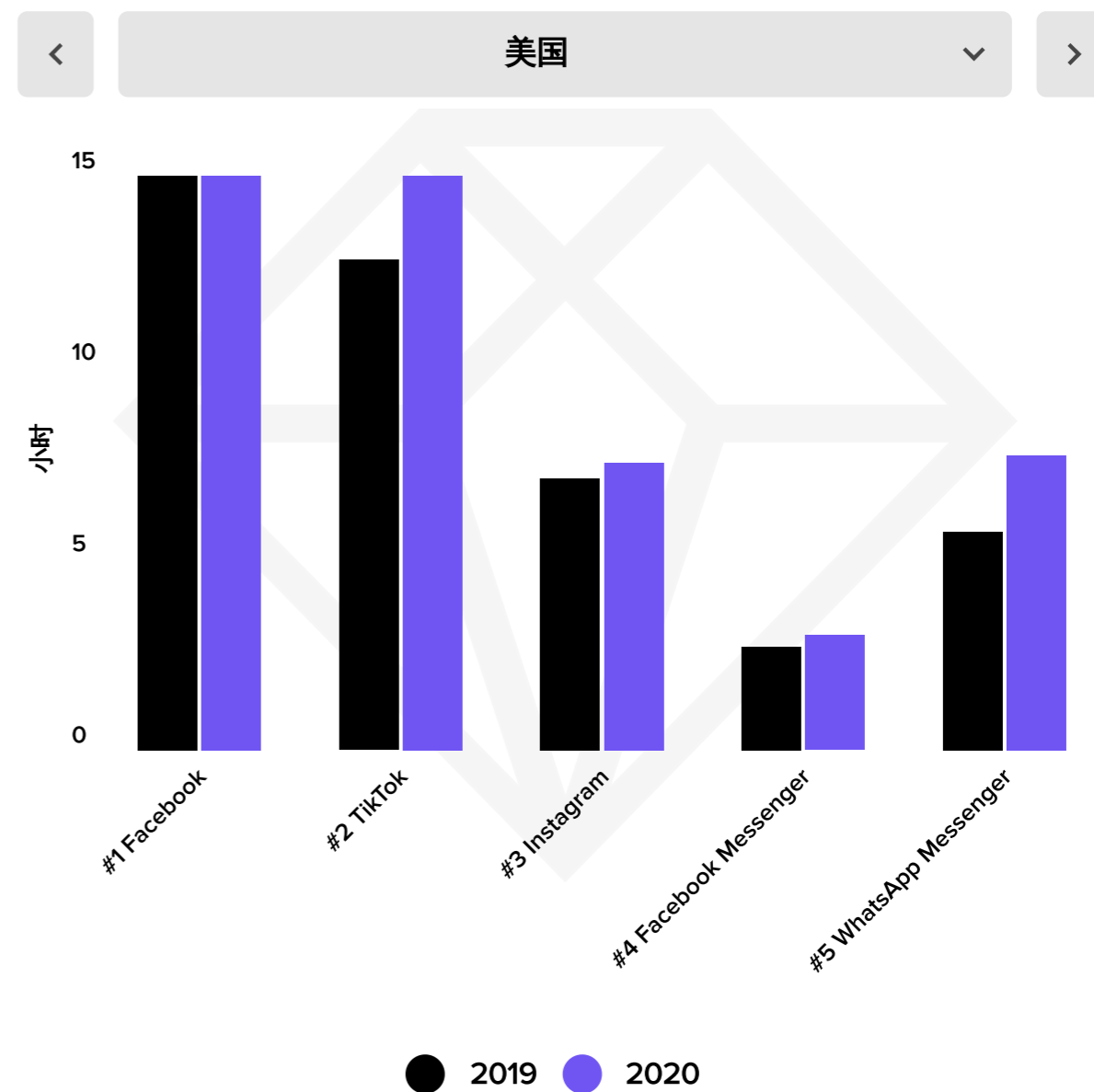
TikTok 的每用户使用时长在热门社交应用中遥遥领先

同比增长高达 325%

- 使用时长反映了用户参与的广度和深度——在按使用时长排序的热门社交应用中，几乎每个市场的每款应用，每用户平均使用时长均有所增长。
- TikTok 在使用时长排行榜中排名前 5 位，其每用户平均每月使用时长增长速度几乎比分析的所有其他应用都快，在美国达到 70%，在英国达到 80% ——超过 Facebook。2021 年，TikTok 的活跃用户数有望达到 12 亿。

监控消费者行为转变： TikTok 的用户参与度很高。移动市场估算能够告诉您这是否会影响您的市场份额，或者是否会影整体市场，这将决定您下一步应该采取的措施。

2020 年热门社交网络类应用的每用户平均每月使用时长 (按小时计)



资料来源：App Annie Intelligence
注：Android 手机数据；按总使用时长排名的热门应用



“突破”应用榜单

2020 年社交应用：月活跃用户数 (MAU)



资料来源：App Annie Intelligence

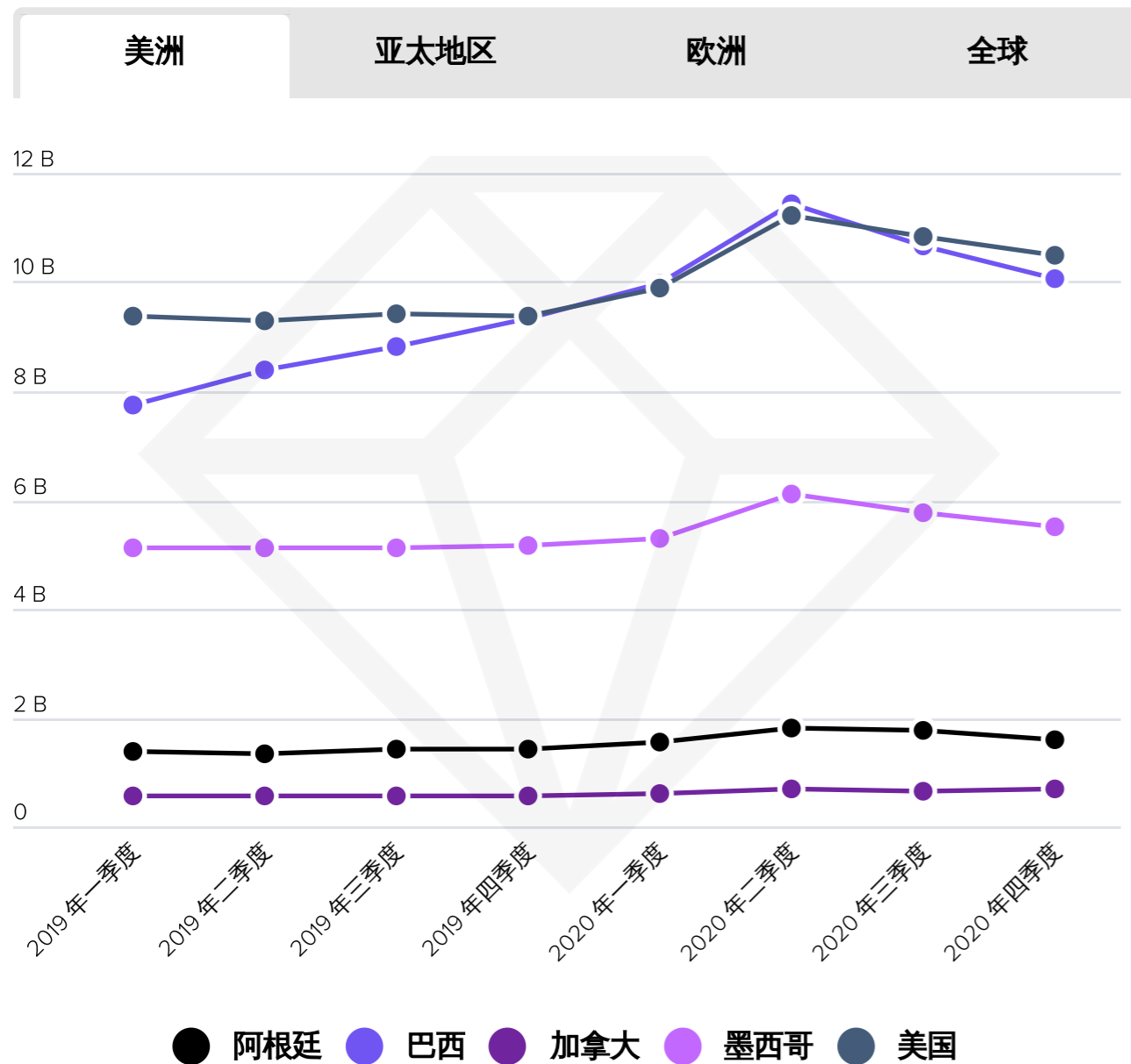
MAU 同比增长率排名，iPhone 和 Android 手机综合数据，排名基于iOS 和 Google Play社交类别，我们的分析仅限于以通信为主要目的的应用，无论是一对一还是一对多。不包括浏览器和实用程序

在线视频





在线视频应用每季度使用时长



资料来源：App Annie Intelligence
 注：Android 手机数据；在线视频应用包括娱乐应用以及视频播放和编辑应用

2020年，移动设备的在线视频播放时长增长40%

随时随地狂欢——消费者更多地选择移动设备而不是电视

- 在2020年第二季度，第一波疫情迫使人们待在家中，西方国家的在线视频应用使用时长达到顶峰。
- 即使待在家中，消费者也开始倾向小屏幕，观看视频或使用第二屏幕。
- 到2021年，在新常态下，与疫情前的水平相比，美国、韩国和英国的用户平均每人下载的移动在线视频应用数量预计分别增加85%、80%和60%。

使输出最大化：了解在哪里集中投放您的广告、打造您的SDK和广告合作，以及分析需求较高的功能，供您在制定策略时参考。



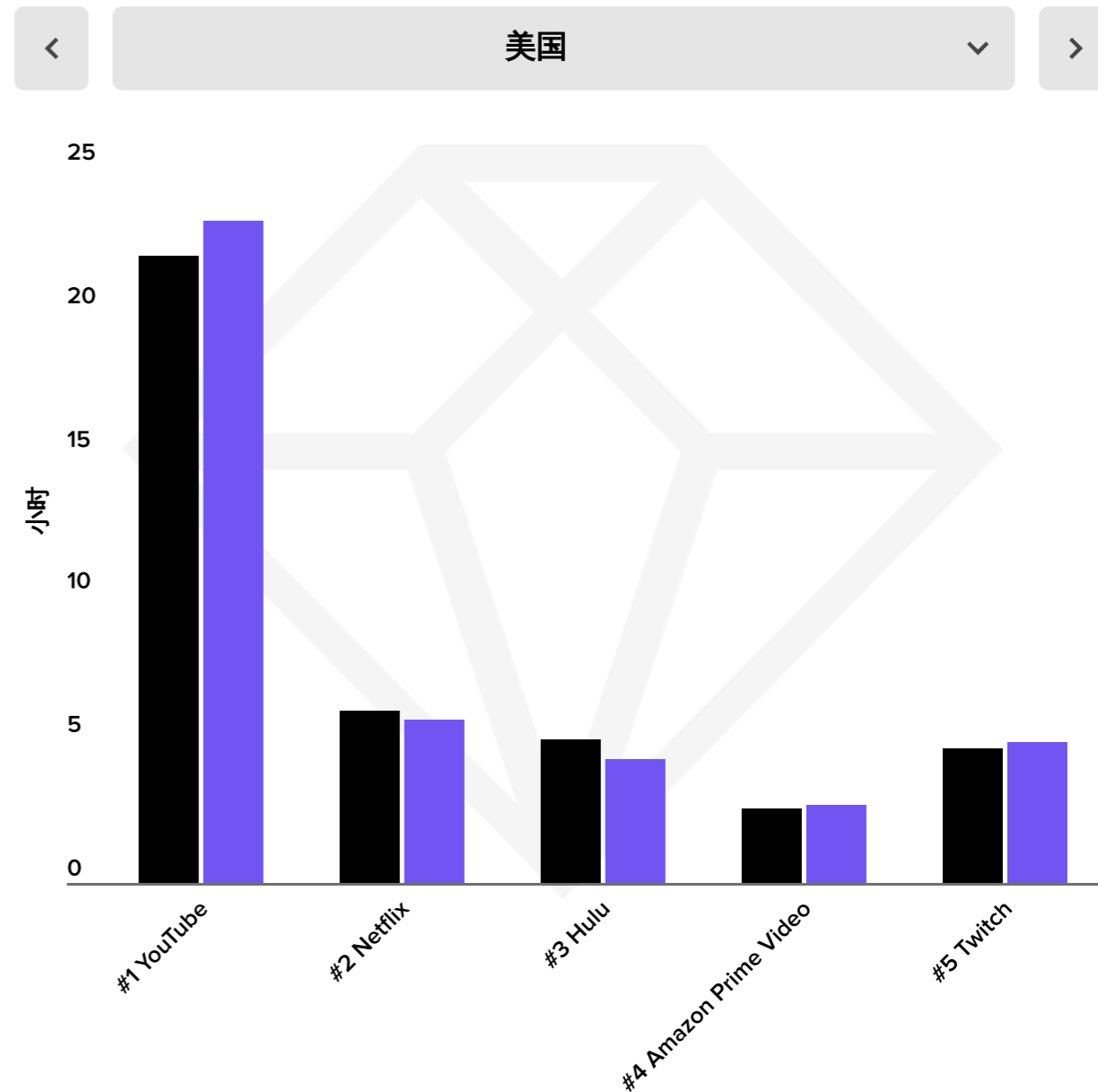
YouTube 的每用户使用时长是第二名应用的 6 倍，每月高达 38 小时

在线视频应用使用时长相当于一个星期的全职工作时长

- 在分析的所有市场中，YouTube 是使用时长排名第 1 的在线视频应用（中国除外）。在分析的市场中，在每用户每月平均使用时长方面，YouTube 也处于领先地位。
- Twitch 的排名超过许多在线视频平台，表明市场对于用户生成内容、直播和电子竞技的兴趣有所上升。

于在线视频这样竞争激烈的市场中，衡量您的成功和进步。如果低于每用户平均使用时长，应审视一下您的再参与机制、推荐引擎和联合观看等在线视频功能。利用移动市场估算作为校验基准。

热门在线视频类应用每用户平均每月使用时长
(按小时计)

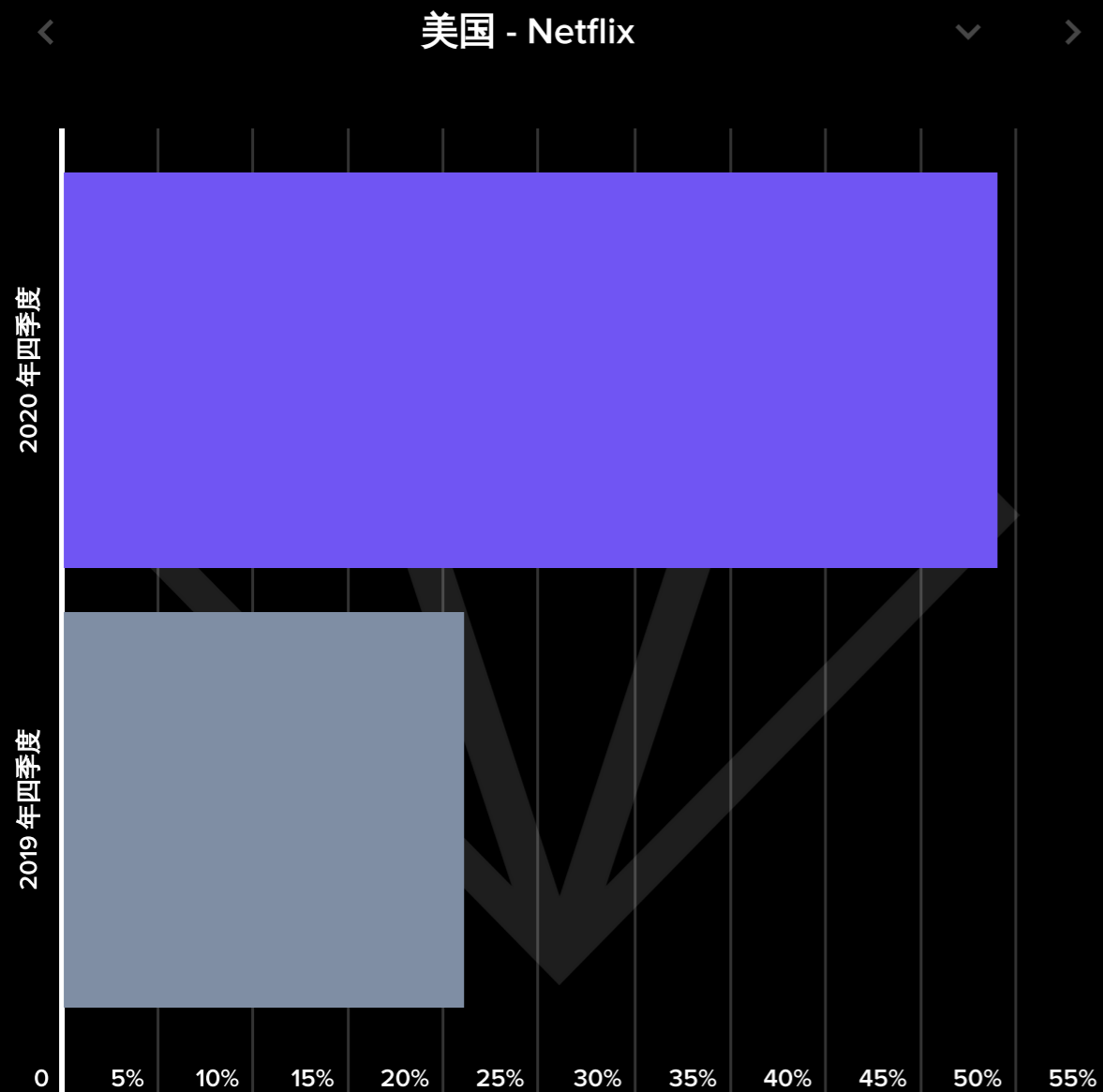


资料来源：App Annie Intelligence

注：Android 手机数据；按总使用时长排名的热门应用,去除新闻和体育直播应用



所选在线视频应用的用户同时使用 TikTok 的百分比



资料来源：App Annie Intelligence

注：澳大利亚、巴西、加拿大、法国、德国、日本、英国、美国的 iPhone 手机数据；阿根廷、中国、印度、印度尼西亚、墨西哥、俄罗斯、韩国、土耳其的 Android 手机数据

TikTok 与在线视频应用共同用户增多

TikTok 与热门在线视频应用的跨应用使用行为同比增长

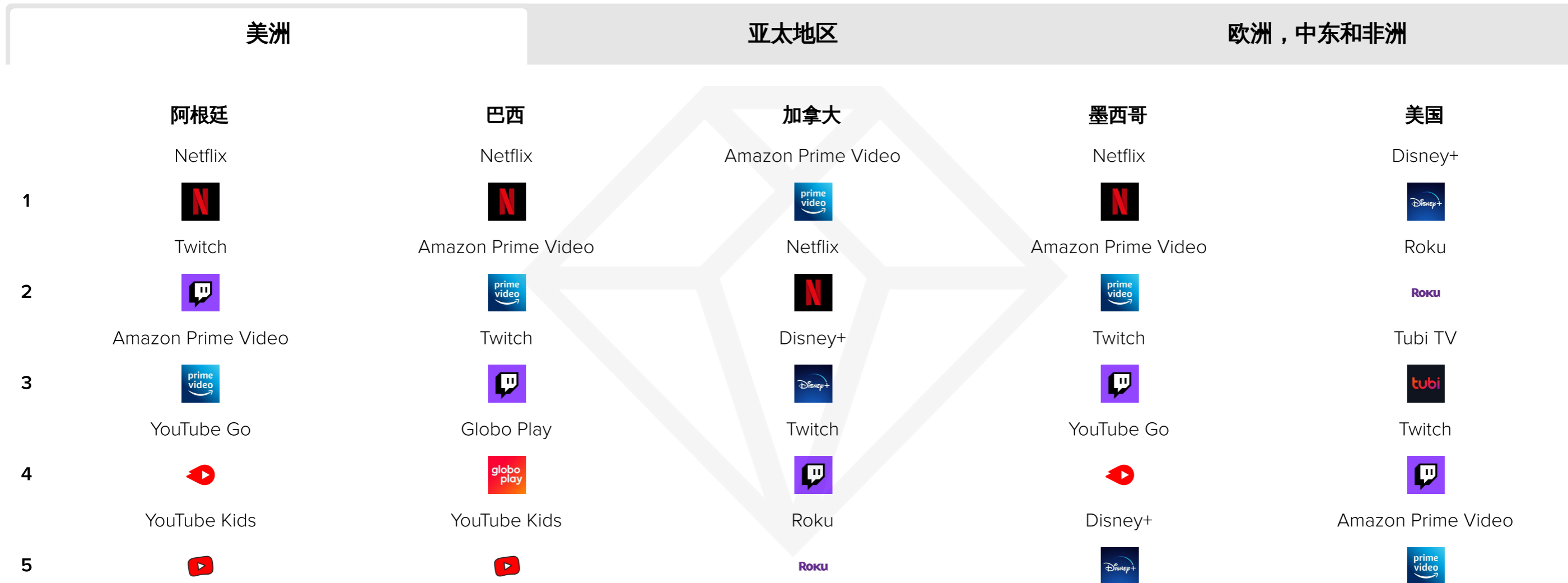
- 与去年同期相比，热门在线视频应用的用户群中有越来越多的用户使用 TikTok，这可能代表着一种竞争。
- 在美国，在 2020 年第四季度，Netflix 的 iPhone 用户群使用 TikTok 的渗透率是 2019 年第四季度的 2.3 倍。
- 在印度，TikTok 禁令的影响已经十分明显，跨应用使用行为同比大幅下降 23个百分点。

跨应用使用行为揭示了机遇、威胁和合作，可以帮助您判断应以怎样的心态进入市场：防御、进攻还是协作。



“突破”应用榜单

2020 年在线视频应用：使用时长



资料来源：App Annie Intelligence

Android 手机使用时长同比增长数据，排名基于iOS和Google Play娱乐应用以及视频播放和编辑应用、新闻、运动、新闻和报纸

零售

人们一直使用 Pinterest 购物，在 2020 年，我们使产生灵感到购买的过程变得更加容易，零售商可以上传他们的产品目录，并从产品发现功能中受益。随着分布式商业解锁无缝购物体验，我们将继续努力，让消费者可以在 Pinterest 上购买任何想要的产品。

Dan Lurie
购物产品主管 Pinterest



移动的蓬勃发展改变了购物行为

有史以来最大规模的移动购物年

1150 亿美元

2020 年 11 月 1 日到 11 月 11 日，在阿里巴巴以及其他购物平台推出的双十一购物节期间，移动渠道占全球支出总额最大份额。

同比增长 +30%

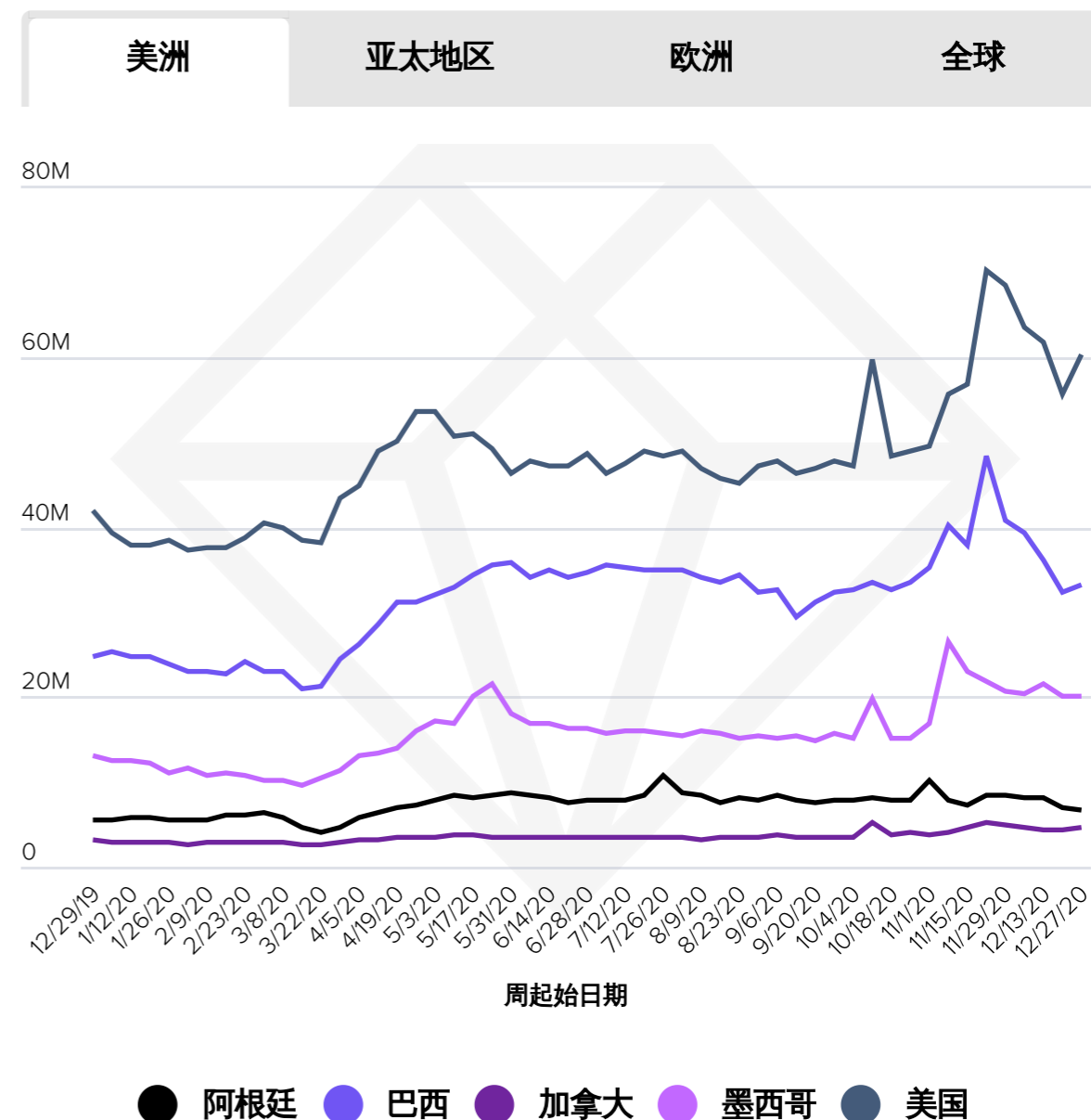
2020 年全球购物应用使用时长。如去除中国（在线购物的早起实践者）计算，则增长率为 45%。

532 亿美元

2020 年 11 月 1 日到 12 月 9 日，美国移动设备上的支出，同比增长 55% 以上

抓住快速增长的市场机遇——使用数据进行市场细分、制定策略和发现机遇，以推动零售收入增长。

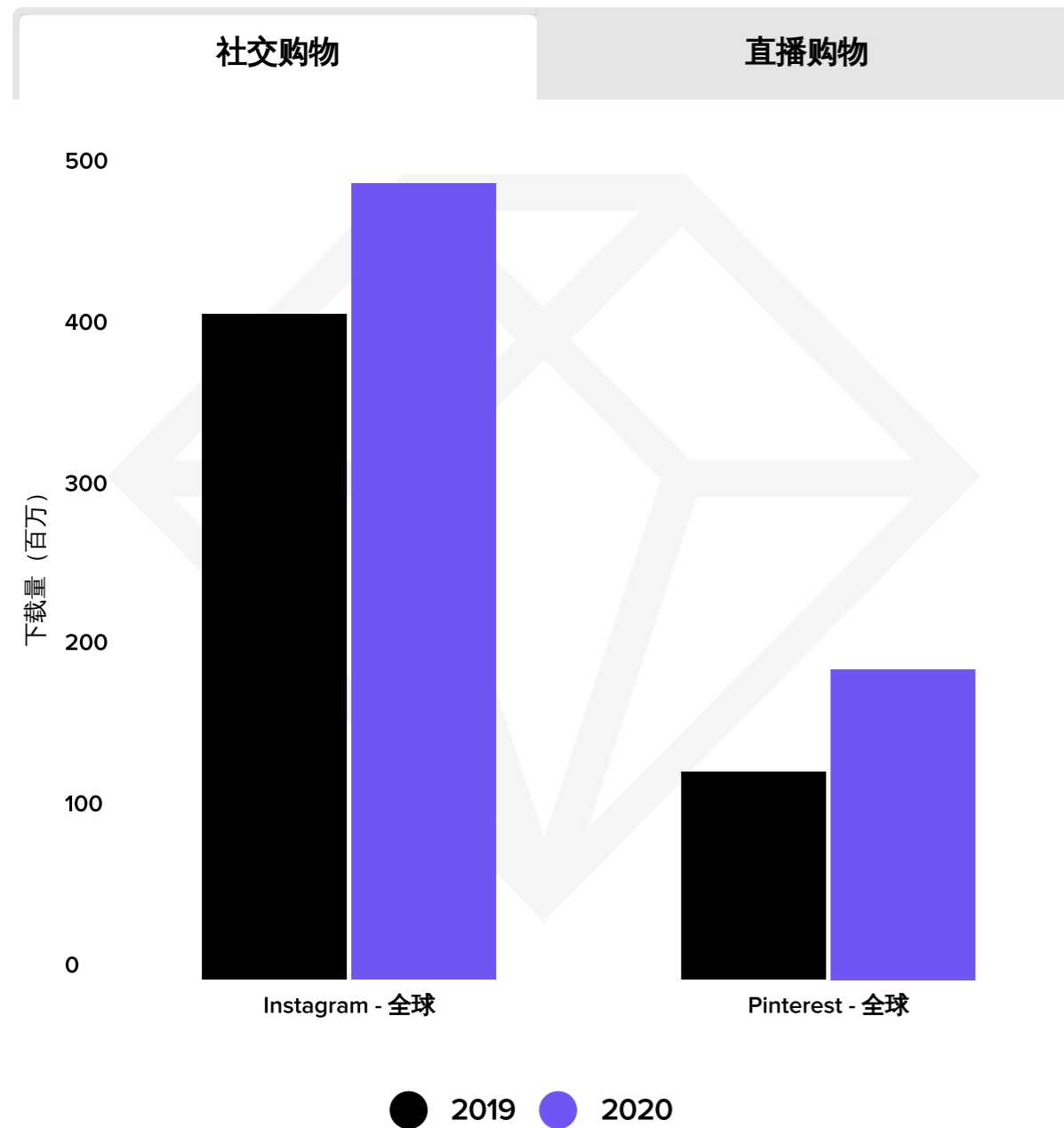
2020 年购物应用每周使用时长



资料来源：App Annie Intelligence
注：Android 手机



选定市场的社交购物和直播购物应用下载量



资料来源：App Annie Intelligence
注：iOS 和 Google Play 综合数据；中国仅限 iOS 数据

替代性购物应用：社交和直播购物应用，价值 2 万亿美元的机会

2021 年及未来，移动优先的购物趋势

- 2020 年，Pinterest 和 Instagram 的全球下载量分别实现同比增长 50% 和 20%。到 2024 年，社交购物和直播购物应用将在全球带来价值 2 万亿美元的市场。
- 中国的淘宝直播、韩国的 Grip 以及美国的 NTWRK 等直播购物应用下载量分别增长 100%、245% 和 85%。中国是直播购物市场最早的推动者。
- 该市场正在美国崭露头角，NTWRK 近期的用户规模几乎翻倍就是很好的证明。而在韩国，它仍处于萌芽状态。同比增长率是市场需求的早期指标。

分国家和地区，监控移动市场中高速增长的分门别类早期指标，做好提前规划，以应对新兴和颠覆性趋势。



“突破”应用榜单

2020 年购物应用：使用时长



资料来源：App Annie Intelligence

Android 手机使用时长同比增长数据，排名基于iOS 和 Google Play 购物类别

餐饮美食

通过将来自 App Annie 的消费者洞察与市场背景信息相结合，我们能够做出对我们的表现有很大影响的决策。

James Cordery
市场策略绩效主管 Deliveroo





2020 年餐饮美食应用每周打开次数



资料来源：App Annie Intelligence
注：Android 手机

快餐和食品配送领域的移动订单激增

国家/地区的打开次数同比增长高达 105%

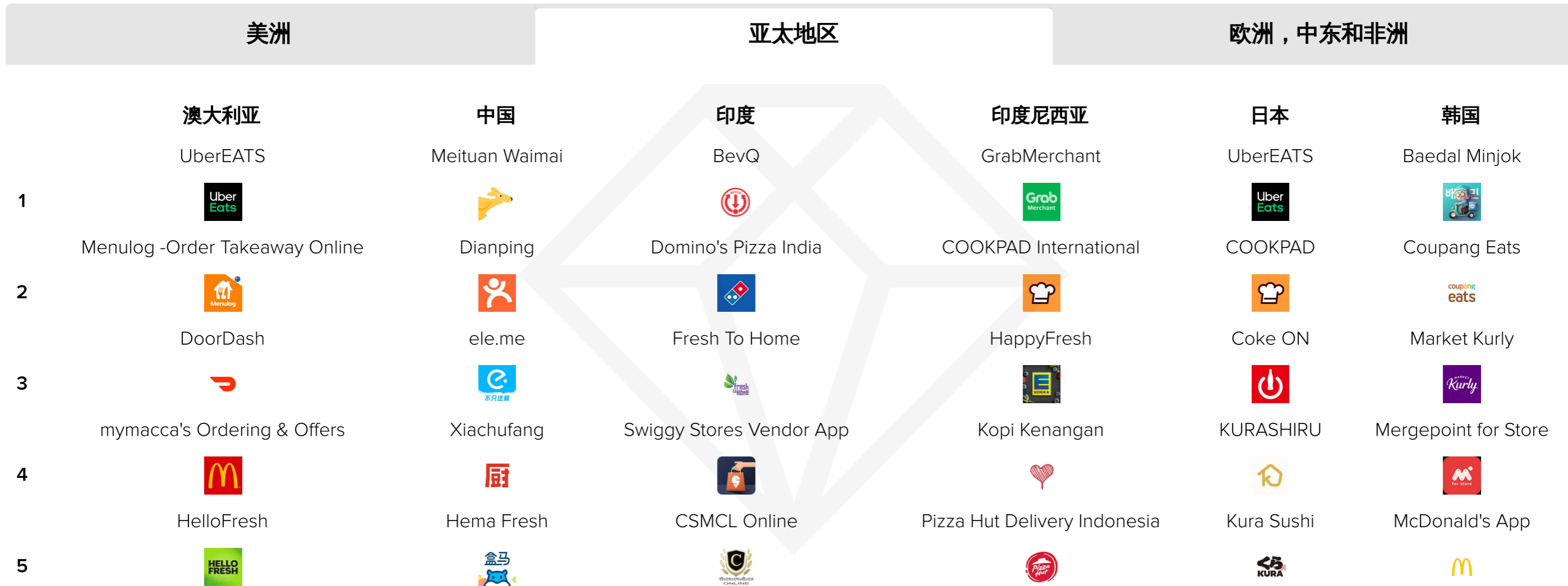
- 所分析的绝大多数数市场中，今年的打开次数在 2020 年第二季度和第三季度开始攀升，四季度达到顶峰。因为受新冠肺炎疫情影响，消费者在当地封锁和社交隔离政策下只能呆在家里。
- 在美国，阿根廷，英国，印度尼西亚，俄罗斯，打开次数同比增长率在 2020 年第四季度分别是 60%，65%，70%，80%，105%。
- 尽管在大多数市场中，食品配送应用往往是在大流行开始时达到峰值，但由于物流方面的影响，印度最初呈现下降趋势，在夏天再次上升。

分析应用功能及其表现指标。无接触送货、无接触支付、按需选择以及多样化的帮助功能推动了餐饮美食应用的需求增长。



“突破”应用榜单

2020 年餐饮美食应用：打开次数



资料来源：App Annie Intelligence

Android 手机总打开次数同比增长数据，排名基于iOS 和 Google Play 餐饮美食类别

营销和广告

对于 Vungle 来说，在移动应用领域寻找新开发商，并能够更深入地了解客户的表现非常重要。通过 App Annie 强大的数据和工具，我们能够挖掘这些增长机会，更好地为我们的创意素材、广告和变现策略提供信息，进而为我们的客户创造价值

Alex Magill
高级收入分析师 Vungle



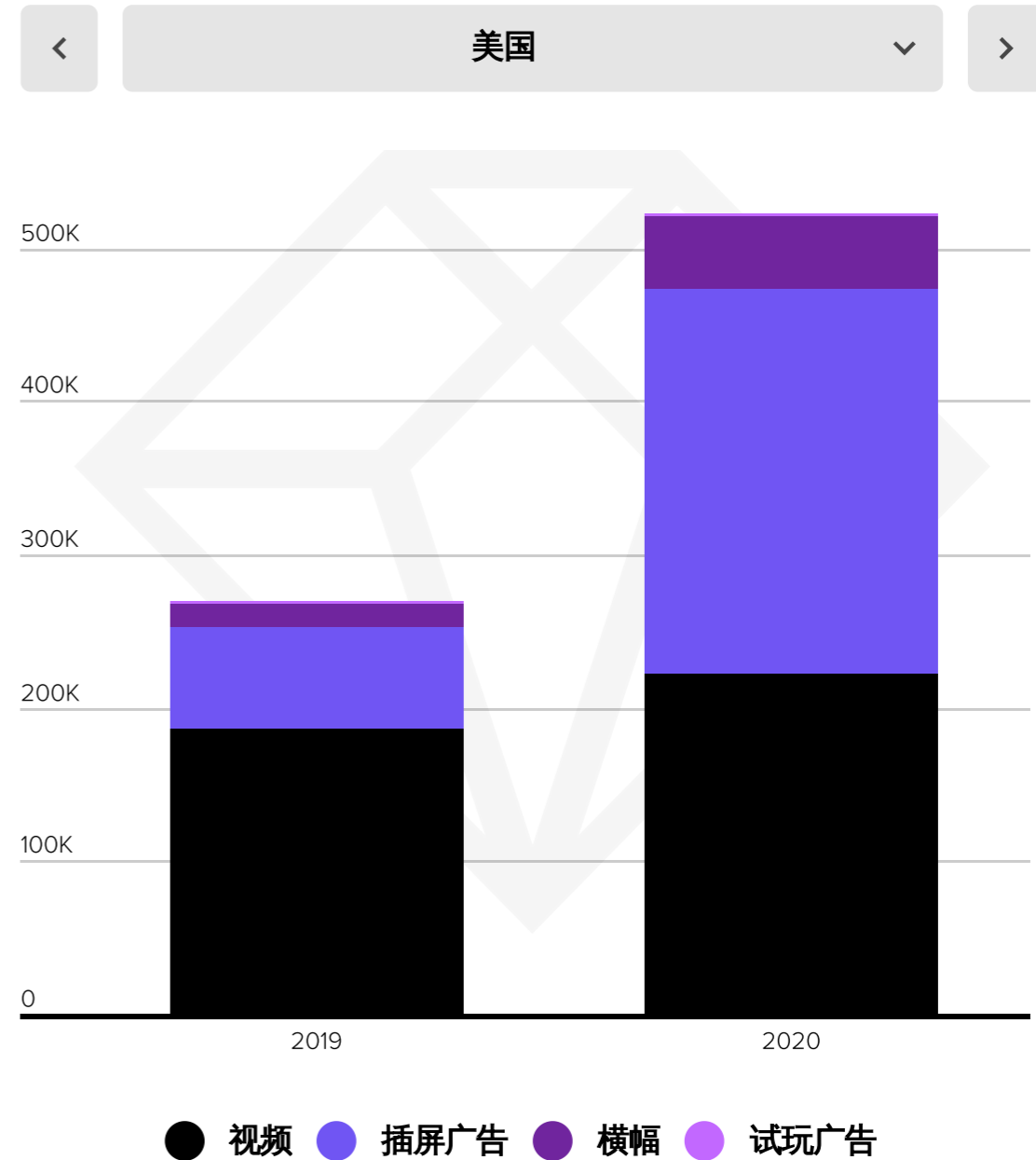
在美国，移动广告投放同比增长 95%

土耳其增长 335%，墨西哥增长 175%，
法国增长165%，巴西增长 170%

- 整体而言，插屏广告的同比增长率最为强劲，因为新冠肺炎疫情导致营销预算削减，这可能促使广告主寻求更廉价的广告位。
- 在分析的所有市场中，除了澳大利亚、加拿大（这些市场中的视频广告仍然占据主导地位），视频广告投放量的同比增长率均不及插屏广告。

在 2020 年，移动领域推动了广告行业的发展——移动广告支出已增长到 2400 亿美元，预计到 2021 年将增长到 2900 亿美元。使用 SDK 和广告平台渗透洞察以及创意素材情报来探索广告合作关系和最佳实践，以获得最高的投资回报率。

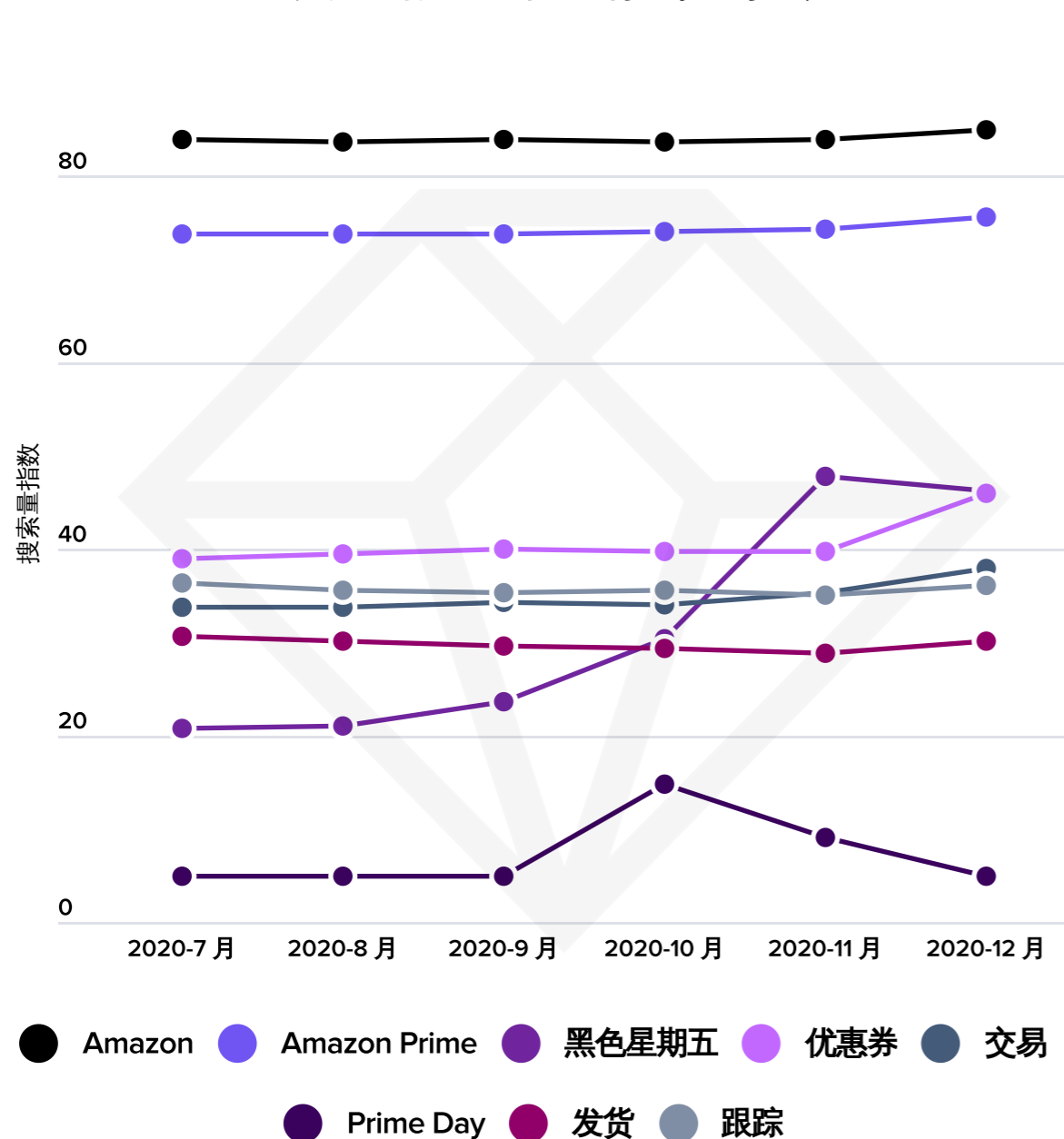
知名广告平台上不同形式的移动广告



资料来源：App Annie Intelligence
注：iPhone 和 Android 手机



美国的关键词平均搜索量指数



资料来源：App Annie Intelligence
注：iPhone 手机数据；平均每日搜索量

通过战略性的关键词优化从自然搜索流量获利

用户对于“黑色星期五”的兴趣在 9 月激增

- 用户对亚马逊订阅服务“Amazon Prime”的兴趣在 2020 年 11 月达到顶峰，其搜索量是“黑色星期五”巅峰时期的 1.6 倍。
- 关于“Prime Day”的搜索量在 10 月环比增长 3 倍，然而其搜索量约为“黑色星期五”的 1/3，这表明了一个新兴的机会，但零售商需要战略性地思考应如何在“Prime Day（亚马逊超级会员日）”捕获自然流量。

App Annie 支持我们在 ASO 方面获得成功，它帮助我们发现关键词，从而优化我们在应用商店的表现，并了解竞争对手的付费和自然关键字策略。

— Susan Azari 移动应用商务主管 The Very Group



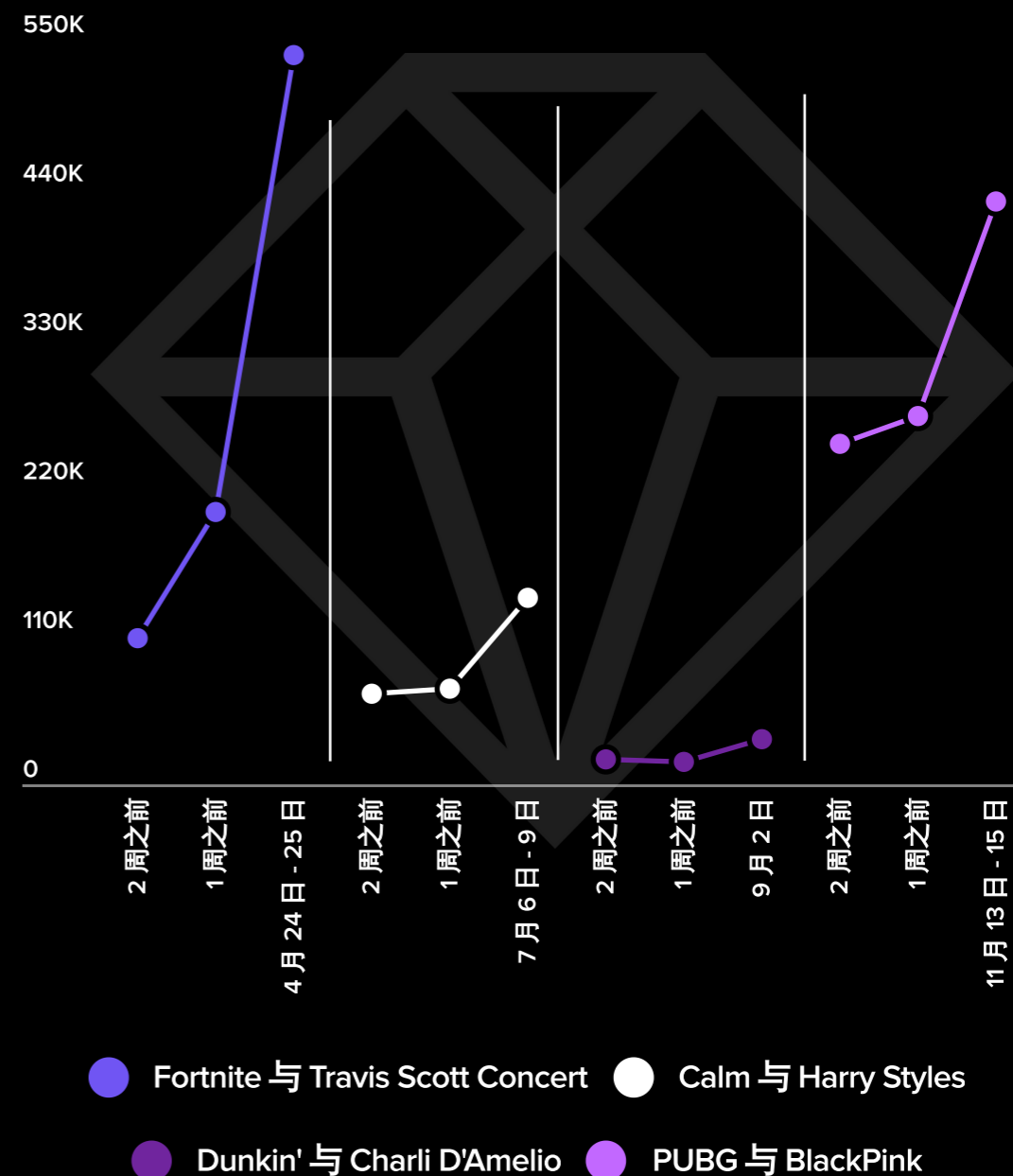
与明星的战略合作让移动应用的下载量激增 2.7 倍

善用移动技术的用户获取策略将脱颖而出

- 合作可以跨越不同类别，包括冥想应用、快餐、游戏、购物、音乐等等。
- 直播购物与明星合作的融合是另一种有望增长的营销策略。

如果计划得当，合作可以推动您的用户获取，在此过程中需要利用用户特征、跨应用使用行为和参与度数据，并结合营销资源，为移动营销活动提供全面的支持。

2020 年明星合作活动期间的全球平均每日下载量



资料来源：App Annie Intelligence

注：iOS 和 Google Play 综合数据；中国仅限 iOS 数据

迎来移动创新的 其他行业

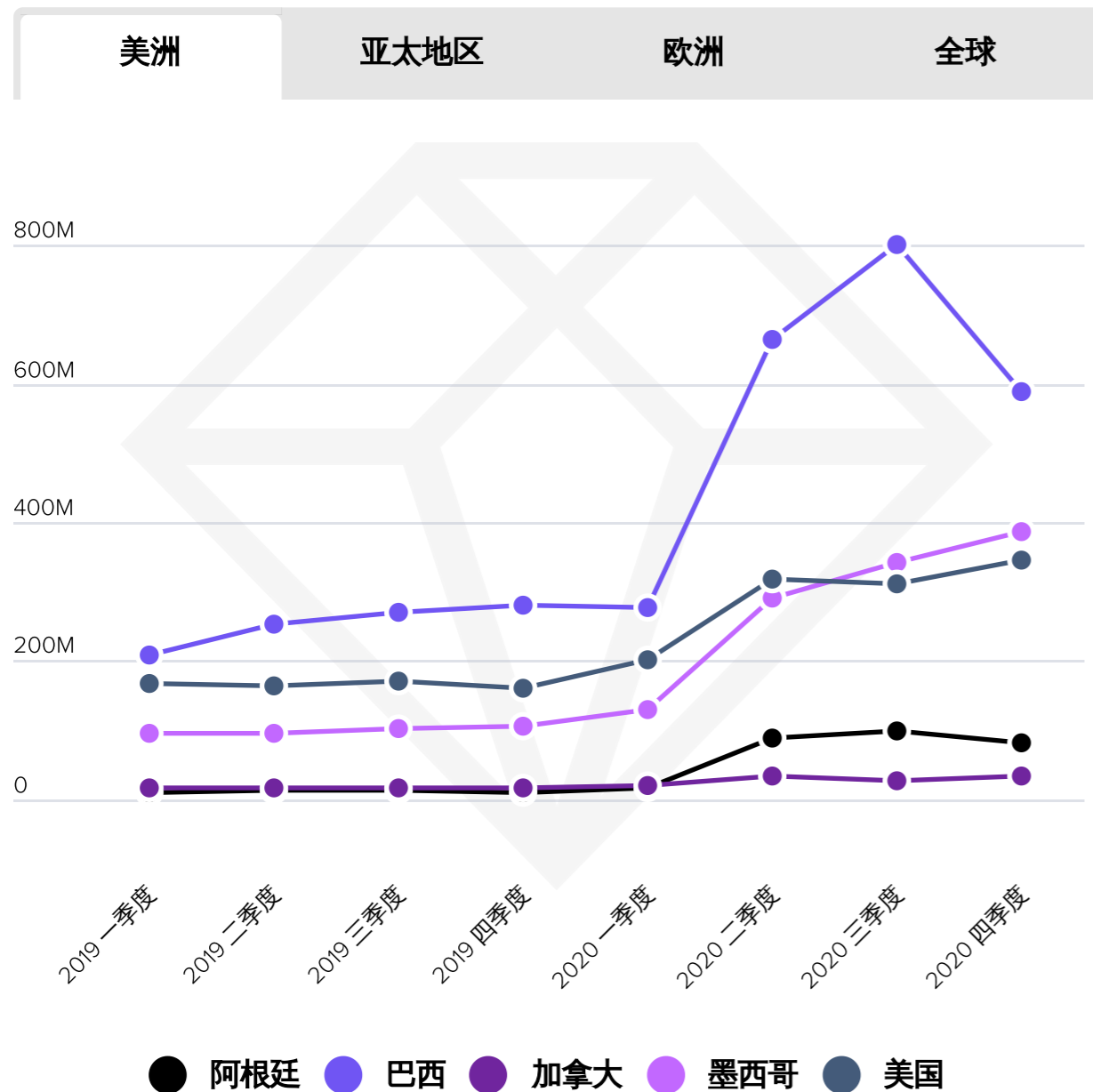
在 2020 年，Rosetta Stone 的安装量实现两位数的增长。即使在更加稳定的情况下，我们也看到移动平台日益成为许多学习者群体的首选平台。

James DiMento
移动营销经理 Rosetta Stone





商务应用每季度使用时长



资料来源：App Annie Intelligence
注：Android 手机，中国以外地区

在 2020 年第四季度， 商务应用的使用时长同比增长 275%

ZOOM、Google Meet 出现激增

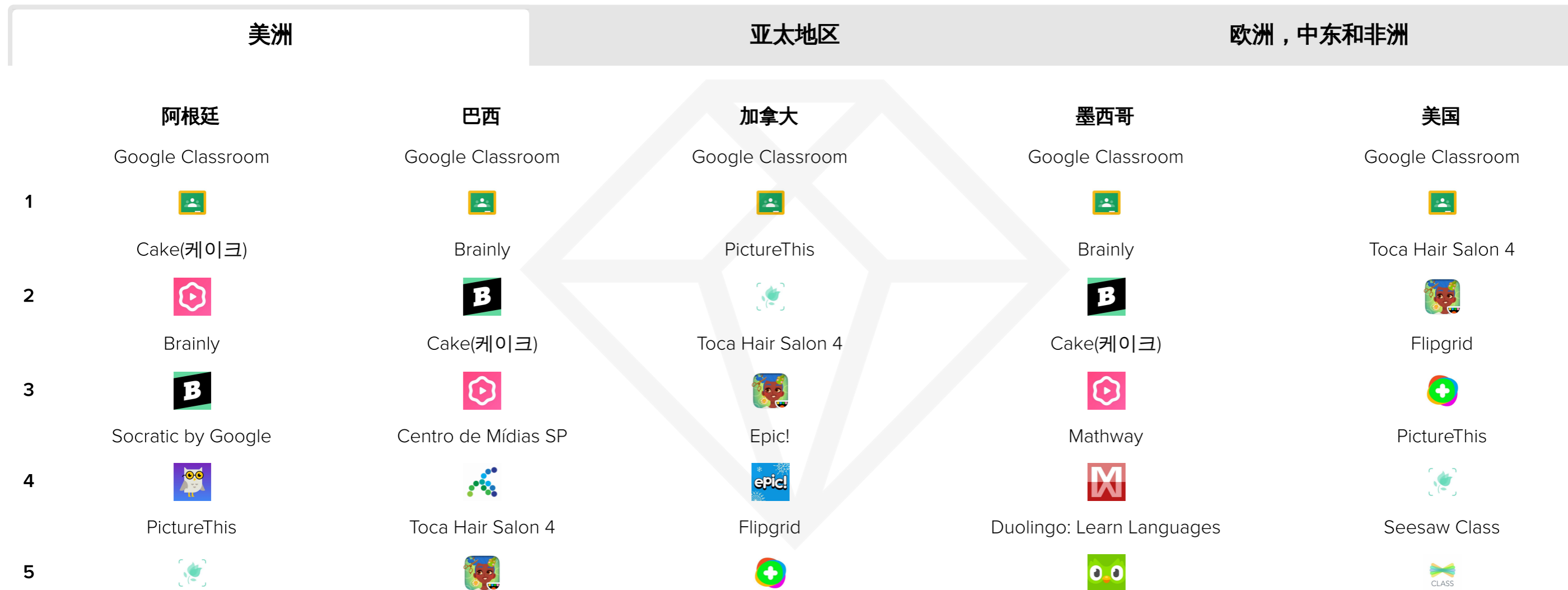
- 除中国以外，使用商务应用的人数在2020年第二季度大幅增加，并且到今年年底之前一直保持较高的使用率。
- 随着公司灵活复工以及允许远程办公，商务协作应用的使用量预计仍将保持较高水平——这对家庭数据使用量和速度提出了更高的要求，这是一个已经准备好受益于 5G 技术的领域。
- 在印度，2020 年第三季度 Android 手机中的商务应用使用时长近 30 亿小时。

在 40 小时的工作周中，越来越多的视频会议可能会影响其他用户习惯。了解不同应用和行业的亲和度可以尽量缩短采取行动所需的时间。



“突破”应用榜单

2020 年教育应用：下载量



资料来源：App Annie Intelligence
 下载量同比增长率排名，排名基于iOS 和 Google Play 教育类别

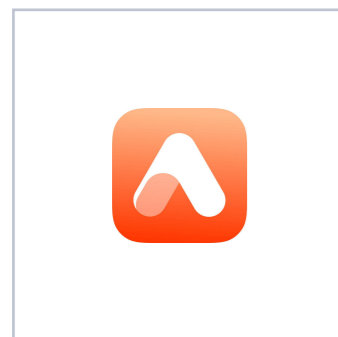


BeautyPlus 和 AirBrush 在 2020 年实现了爆发式增长，日均销售同比增长 200%。我们为高级会员确定了本地化内容、增值功能以及无缝的用户体验，这成为我们实现增长的主要推动力

Lumila Veloso

市场营销和增长主管

Pixocial 旗下的 Airbrush 应用



根据App Annie的数据，2020年全球电子图书分类整体收入同比增长接近30%。其中，来自中国的在线阅读平台在海外市场的增长表现非常突出。

Webnovel携手中国的头部内容，通过按章订阅的模式在2020年获得了爆发式增长，成为营收能力最强的网文出海平台之一

Sandra Chen

阅文集团

国际业务负责人





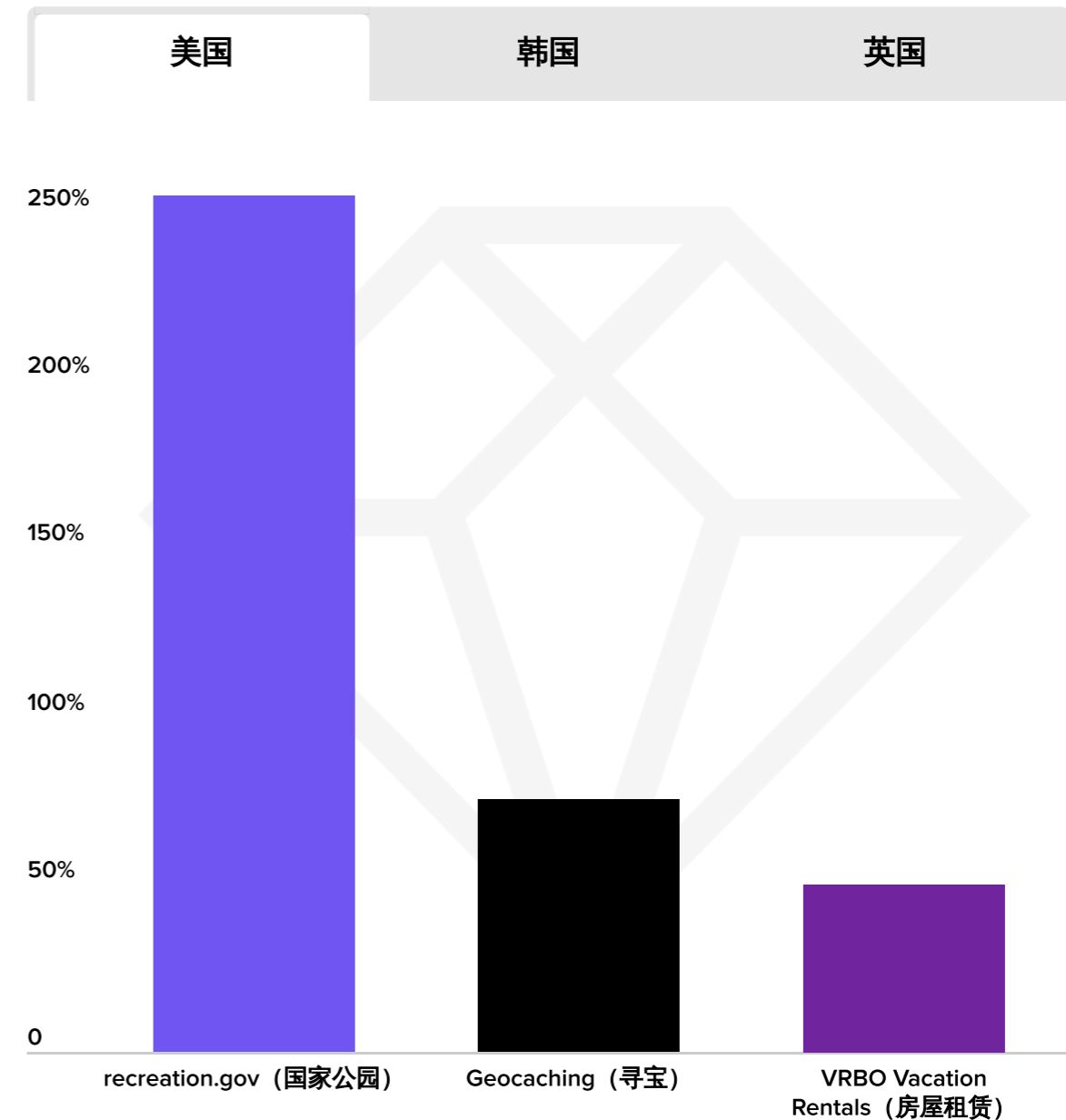
旅游应用有望增长： 当地住宿、驾驶和微 出行、户外活动

当地活动，保持社交隔离，户外活动

- 在美国，户外探险应用 [recreation.gov](#) 和 [Geocaching](#) 的下载量分别实现 255% 和 75% 的大幅度增长，下载量均达到 270 万次，这表明了用户对于户外活动的需求。
- 微出行应用在 2020 年经历了强劲增长，因为人们对拥挤的公共交通持谨慎态度。在英国，[Santander Cycles](#) 的同比增长率达到 65%。在韩国，3 款摩托车和自行车共享应用的下载量总计超过 260 万次。

监控新兴的增长趋势（如 DAU、MAU 以及移动设备中的使用时长）是在行业复苏过程中衡量和制定战略规划的最佳方法。

2020 年选定旅游应用下载量的同比增长率

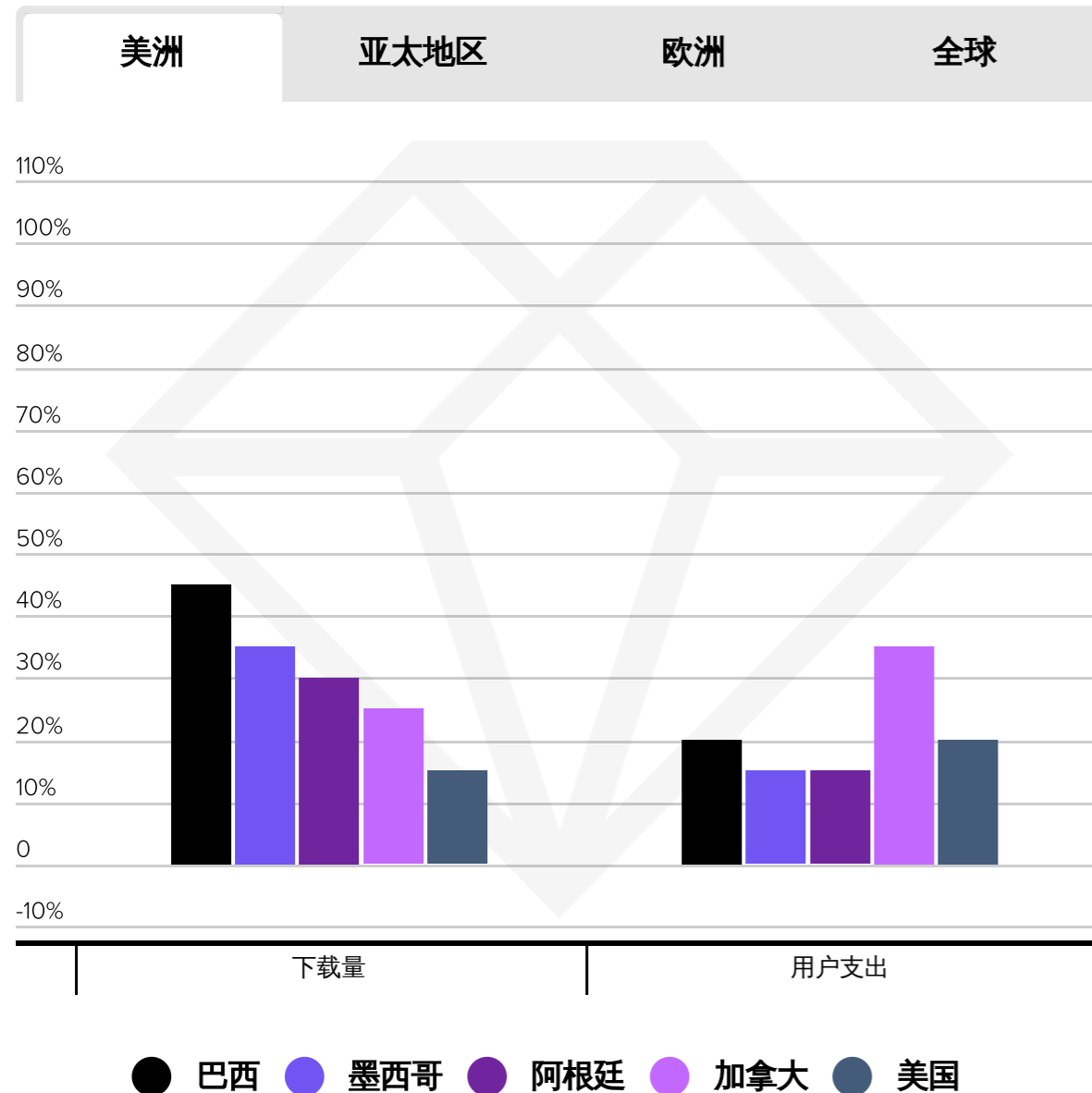


资料来源：App Annie Intelligence

注：iOS 和 Google Play 综合数据；中国仅限 iOS 数据



2020 年健康健美应用下载量和用户支出同比增长率



资料来源：App Annie Intelligence
 注：iOS 和 Google Play 中的下载量和用户支出综合数据。中国仅限 iOS 数据。
 用户支出为总支出——未去除商店分成

在移动领域的支出份额中，居家锻炼的需求激增

用户支出实现 30% 的同比增长，达到 20 亿美元

- 英国健康健美应用用户支出较高，在欧洲支出增幅最大，达到 70%。
- 新冠肺炎疫情追踪应用（[Corona-Warn-App](#)、[Aarogya Setu](#)和 [HES - Life at Home](#)）的下载量在德国、印度和土耳其出现激增，同时减肥和锻炼应用也实现增长。
- 医疗应用下载量同比增长 50%——主要由于市场对疫情追踪应用和远程医疗应用的需求出现增长。健康健美 & 医疗应用的下载量超过了 32 亿次。

比较不同国家/地区的家庭健身房和户外运动普及率的市场增长趋势，有助于您判断在线视频、零售和房地产领域的连锁效应。

2020 热门应用 和游戏

根据 App Annie 的数据，我们在全球游戏发行商收入排行榜中位列第二，在 2020 年，我们的应用下载量和 DAU 同比增长了 2 到 3 倍。App Annie 是我们在这方面的战略合作伙伴，他们可以提供有价值的数据，使我们的生活更加轻松。

Maxim Kirilenko
业务拓展总监 Playrix

The Playrix logo consists of the word "playrix" in a bold, lowercase, sans-serif font. The letters are white, and the dot on the "i" is a small red square. The logo is centered within a white square background.



2020 年排名

月活跃用户数

< 全球 >

热门应用

1		Facebook
2		WhatsApp Messenger
3		Facebook Messenger
4		Instagram
5		Amazon
6		Twitter
7		Netflix
8		TikTok
9		Spotify
10		Snapchat

热门游戏

1		PUBG MOBILE
2		Candy Crush Saga
3		Ludo King
4		Among Us!
5		Free Fire
6		ROBLOX
7		Call of Duty: Mobile
8		Subway Surfers
9		Minecraft Pocket Edition
10		Pokémon GO

资料来源：App Annie Intelligence

iPhone 和 Android 手机月活跃用户数综合数据；全球数据不包含中国；市场级排名



2020 年排名

下载量

< 全球 >

	热门应用	热门游戏	热门非游戏应用公司		热门游戏公司	
1	TikTok	Free Fire	Google	United States	Voodoo	France
2	Facebook	Among Us!	Facebook	United States	AppLovin	United States
3	WhatsApp Messenger	Subway Surfers	ByteDance	China	Crazy Labs	Israel
4	ZOOM Cloud Meetings	PUBG MOBILE	Microsoft	United States	Jinke Culture - Outfit7	China
5	Instagram	Gardenscapes - New Acres	InShot Inc	China	SayGames	Belarus
6	Facebook Messenger	Hunter Assassin	Alibaba Group	China	Playgendary	Germany
7	Google Meet	Brain Out	Amazon	United States	Azur Interactive Games	Russia
8	Snapchat	My Talking Tom Friends	Tencent	China	Miniclip	Switzerland
9	Telegram	Tiles Hop: EDM Rush	ABISHKKING	Hong Kong	BabyBus	China
10	Netflix	Ludo King	Zoom Video Communications	United States	Playrix	Ireland

资料来源: App Annie Intelligence

iOS 和 Google Play 综合数据; 中国仅限 iOS 数据; 市场级排名



2020 年排名

用户支出

< 全球 >

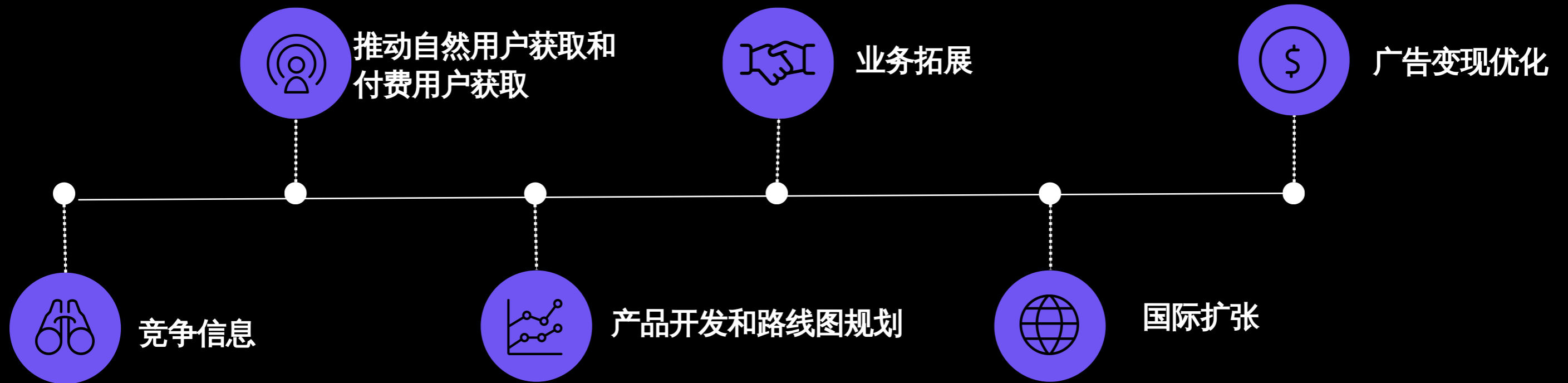
	热门应用	热门游戏	热门非游戏应用公司	热门游戏公司
1	Tinder	Honour of Kings	Google United States	Tencent China
2	TikTok	Pokémon GO	Tencent China	Playrix Ireland
3	YouTube	ROBLOX	Disney United States	NetEase China
4	Disney+	Monster Strike	ByteDance China	Activision Blizzard United States
5	Tencent Video	Coin Master	Match Group United States	Zynga United States
6	Netflix	Game For Peace	InterActiveCorp (IAC) United States	BANDAI NAMCO Japan
7	Google One	PUBG MOBILE	LINE Japan	Supercell Finland
8	iQIYI	Fate/Grand Order	Baidu China	Netmarble South Korea
9	BIGO LIVE	Candy Crush Saga	Amazon United States	Playtika Israel
10	Pandora Music	Gardenscapes - New Acres	JOYY Inc. China	Lilith China

资料来源: App Annie Intelligence
iOS 和 Google Play 综合数据; 中国仅限 iOS 数据; 市场级排名



APP ANNIE

助力企业创造完美的移动体验并加速变现

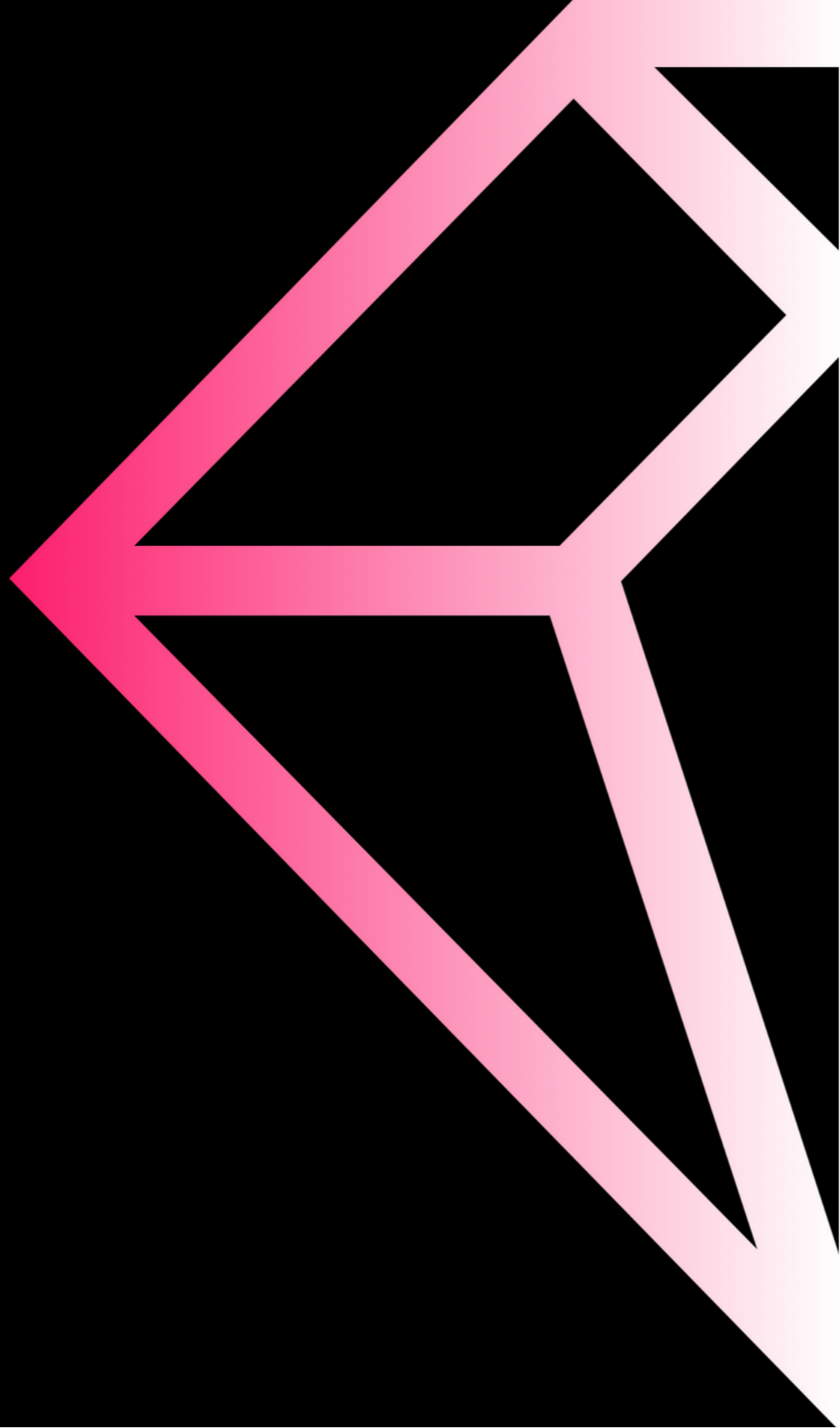




Disclaimer

App Annie is a mobile market estimate service provider. App Annie is not registered in any investment advisory capacity in any jurisdiction globally, and does not offer any legal, financial, investment or business advice. Nothing contained in this communication, or in any App Annie products, services, communications, or other offerings, should be construed as an offer, recommendation, or solicitation to buy or sell any security or investment, or to make any investment decisions. Any reference to past or potential performance is not, and should not, be construed as a recommendation or as a guarantee of any specific outcome. You should always consult your own professional legal, financial, investment and business advisors. Additionally, by providing the information herein, App Annie does not make any representations or warranties and does not undertake any legal or contractual obligations whatsoever. No liability may accrue to App Annie as a result of providing this information to you.

[在此处查看报告方法](#)



立即申请演示

appannie.com