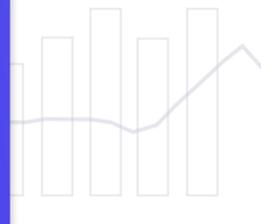




移动互联网 发展趋势报告 2013年 Q1

APP



百度移动·云事业部 & 百度商业分析部
百度在线网络技术（北京）有限公司

《移动互联网发展趋势报告》以百度移动搜索、百度手机助手、百度移动统计及其相关数据挖掘为基础，立足事实、观察趋势、发现趋势；

本季度报告分为“趋势观察”和“百度观点”两部分，主要内容如下：

趋势观察

1. PC互联网加速向移动端迁移
2. 浏览器的入口地位正被削弱
3. Native APP面临两大长尾困境

百度观点

4. 应用精准推荐改善长尾“分发困境”
5. Light APP Service解决长尾“使用困境”

1

趋势观察

要点概述 >

1. PC互联网加速向移动端迁移：

- ◆ 移动互联网的人均上网时长超过PC互联网后延续快速增长态势
- ◆ 截至2013年3月，两者的差距已经扩大到了29%

2. 浏览器的入口地位正被削弱：

- ◆ 过去半年浏览器的人均使用时长仅增长2%，低于人均总时长增幅
- ◆ 人均启动次数减少的同时，浏览器被其他APP调用的比例也越来越低

3. Native APP面临两大长尾困境：

- ◆ 用户使用时长不断向主流的高频Native APP集中，低频和不知名的Native APP往往陷入两大长尾困境
- ◆ “分发困境”：在应用商店少人问津，无法到达用户
- ◆ “使用困境”：用户下载之后极少使用，要用时却想不起或找不到它

1.1 移动互联网与PC互联网用户的人均上网时长差距不断扩大

2012年Q3首次超越PC互联网之后，移动互联网的人均上网时长延续了快速增长态势。

截至2013年3月，两者的差距已经扩大到了29%。

PC互联网向移动端迁移的趋势进一步凸显。

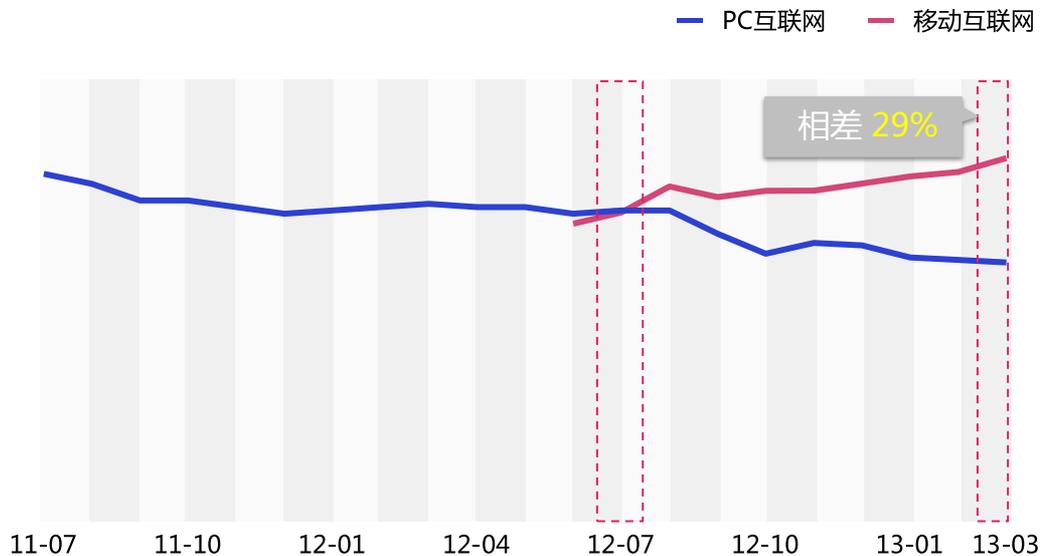


图1 移动互联网与PC互联网人均上网时长趋势对比
(11年Q3-13年Q1)

2.1 搜索、影音、地图等应用的人均时长大幅增长，浏览器增幅有限

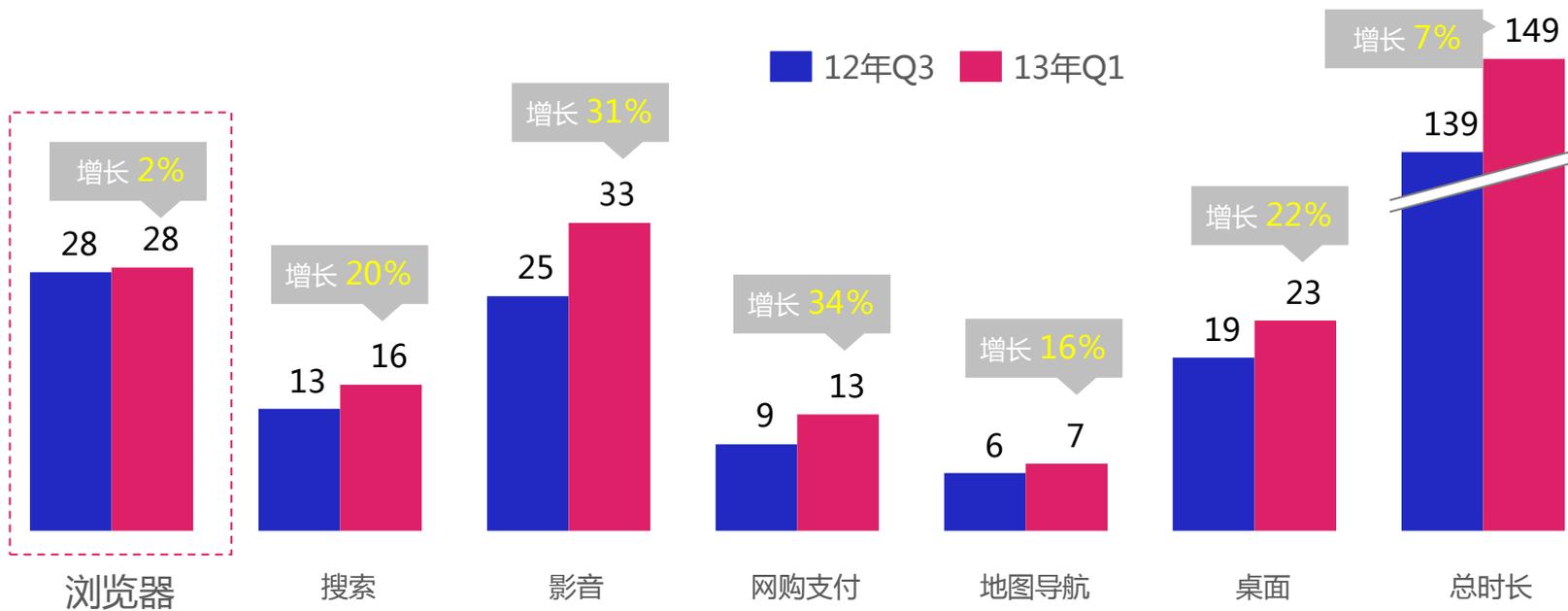


图2 浏览器与部分类型Native APP的人均使用时长及总时长变化趋势
(12年Q3 vs. 13年Q1、单位：分钟/天、Android平台)

2.2 浏览器的人均日启动次数¹和被调用比例²均呈下降趋势

在人均日启动总次数减少的同时，浏览器被其他APP调用的比例也越来越低，原因在于很多大型Native APP（如微博、微信、搜索等）已内置浏览器。

浏览器作为一类Native APP，其移动互联网入口地位正在被削弱。

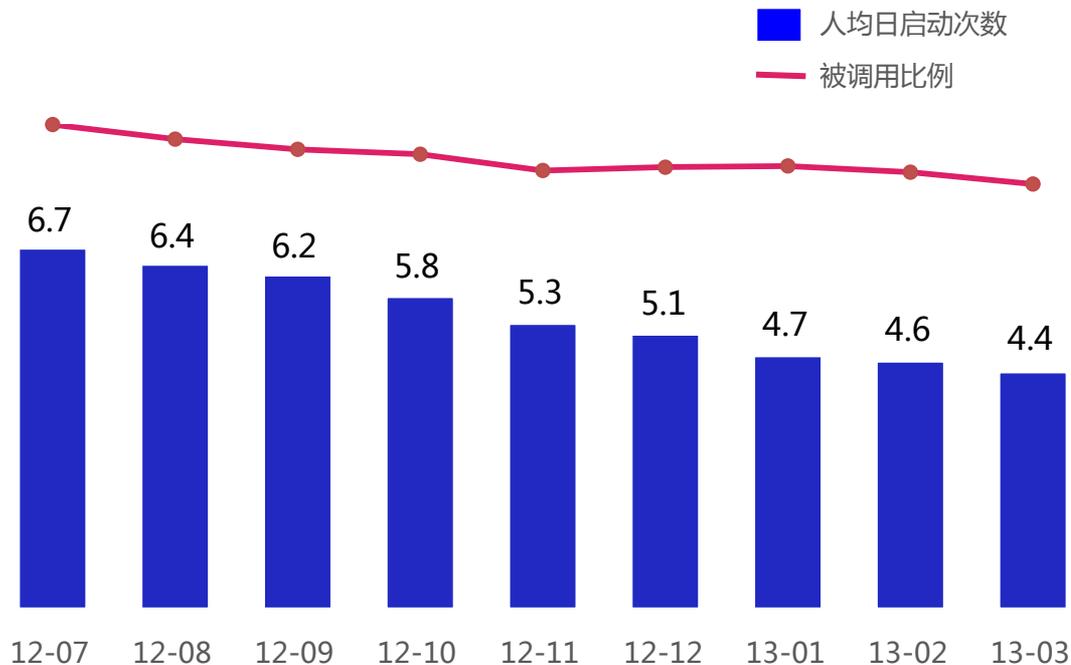


图3 浏览器的人均日启动次数与被调用比例变化趋势
(12年Q3 vs. 13年Q1、Android平台)

*1 人均日启动次数：浏览器被启动至桌面的次数，包括用户自主启动和其他APP调用浏览器的次数，不含后台运行次数

*2 被调用比例：浏览器的人均日启动次数中，被其他APP调用次数的占比

3.1 用户手机里的Native APP越来越多，但日均启动个数在减少

与半年前相比，平均每个用户手机里的Native APP数量增加了5.6个。

但是，每天人均使用的数量减少了0.9个。

这在一定程度上反映出Native APP生态的活跃度与健康度有所下降。

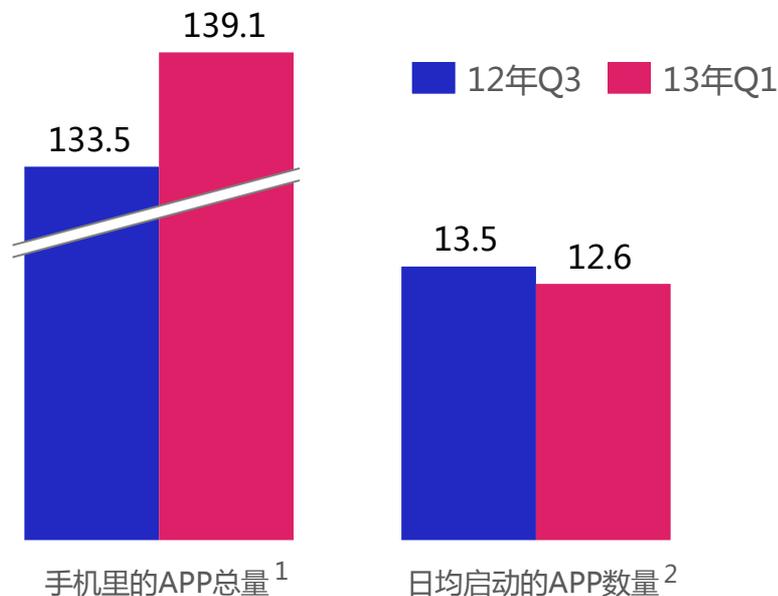


图4 Android用户人均Native APP保有、安装和使用情况
(12年Q3 vs. 13年Q1、单位：个)

*1 手机里的APP总量：包括系统自带APP、终端厂商/运营商/渠道预装APP和用户自行下载安装的APP

*2 日均启动的APP数量：指用户每天启动过至少一次的非系统APP个数

3.2 用户的使用时长不断向高频Native APP集中，头部效应加剧

高频APP占据了用户80%以上的使用时长，而且这种头部效应正在不断加剧

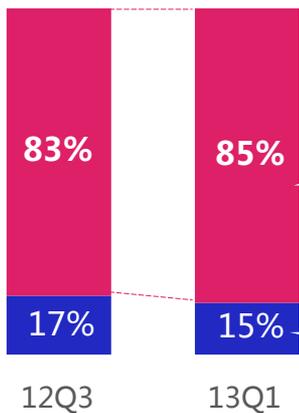


图5 高频与低频Native APP累计人均时长占比
(12年Q3 vs 13年Q1、Android平台)



图6 Native APP分类型的人均日启动次数排序
(13年Q1、Android平台)

3.3 低频和不知名的Native APP往往陷入两大长尾困境

分发困境：在应用商店少人问津，无法到达用户

应用商店中，下载量最大的前1000个APP（数量占比不足0.1%）占据了总下载次数的一半以上

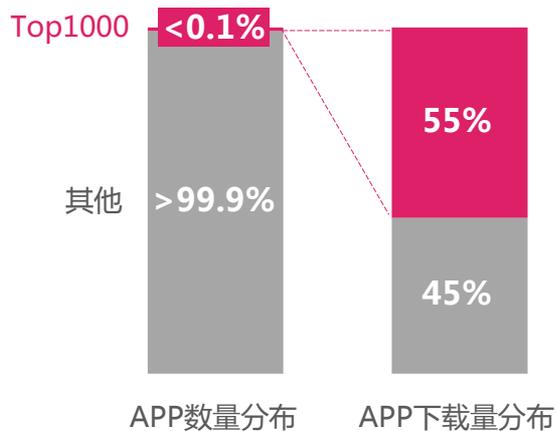


图7 应用商店中Top1000与其他APP数量与下载量对比
(13年Q1、Android平台)

使用困境：用户下载之后极少使用，要用时却想不起或找不到它

六成的Native APP被下载安装后的一周内并未被使用，其中又有约1/3在一个月内都未被使用，逐渐被用户遗忘

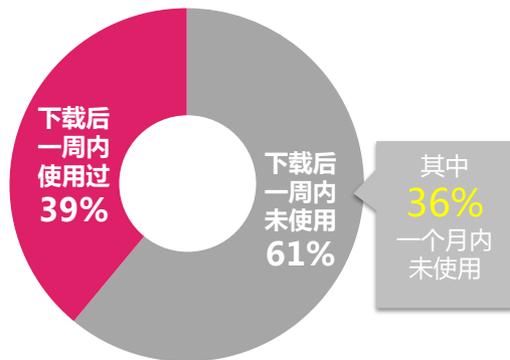


图8 Native APP被用户下载安装后的使用情况
(12年Q3 - 13年Q1、Android平台)

2

百度观点

要点概述 >

4. 精准推荐改善长尾“分发困境”

- ◆ 百度对Android Native APP的分发量连续三个季度涨幅超50%
- ◆ 除常规排行/推荐外，百度应用分发能实现匹配用户需求的精准推荐

5. Light APP Service解决长尾“使用困境”

- ◆ 用户的低频和长尾需求正不断从Native APP向移动搜索转移
- ◆ 这些需求更适合被基于移动搜索平台的、即搜即用的Light APP满足
- ◆ 通过Light APP Service能一站式满足的移动搜索请求占比，从2012年Q1的42%提升到2013年Q1的60%

4.1 百度对Android Native APP的分发量连续三个季度涨幅超50%

11

移动互联网发展趋势报告 2013Q1

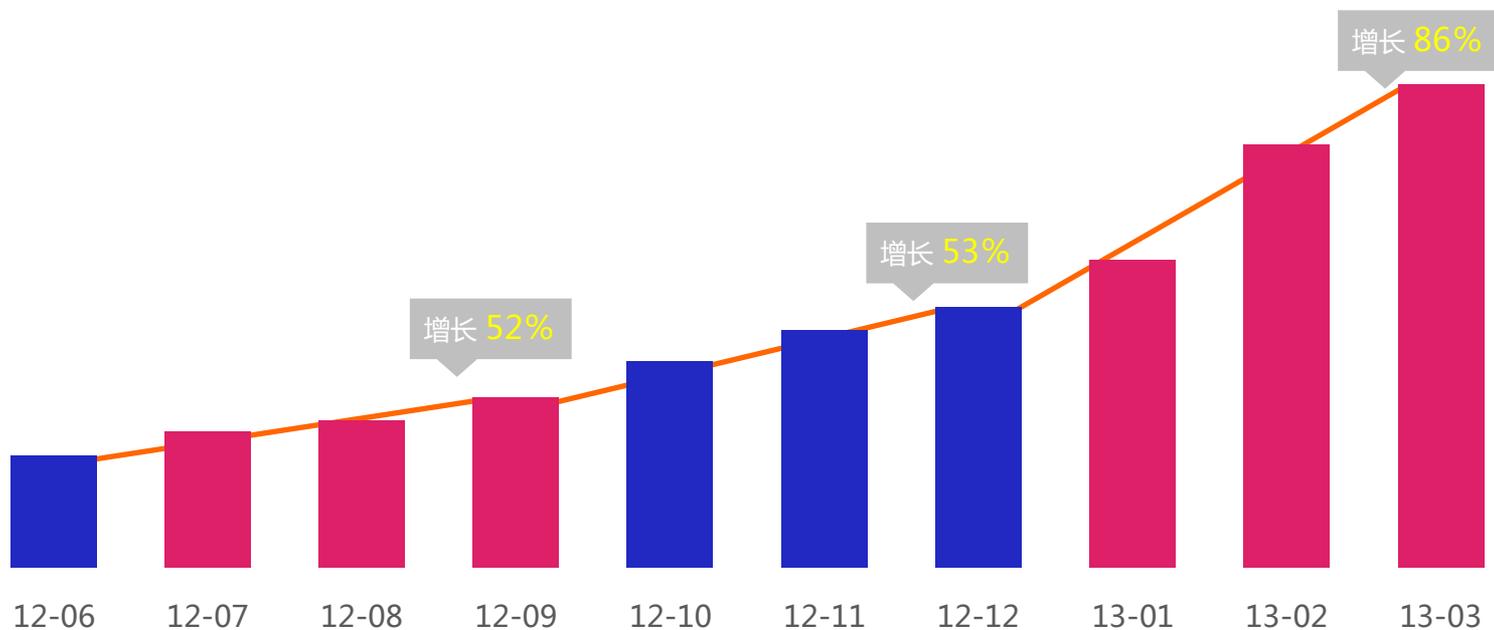
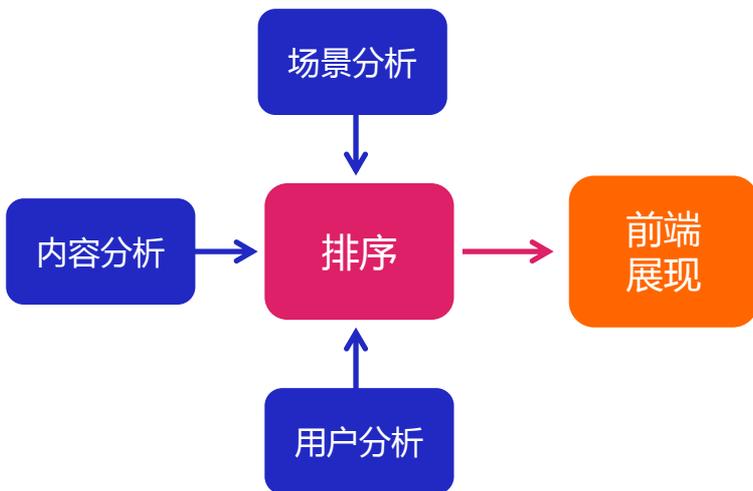


图9 百度手机助手的日分发量增长趋势
(12年6月-13年3月)

4.2 精准推荐能够有效改善Native APP的长尾“分发困境”

百度手机助手分发平台的精准推荐功能：

帮助用户在“此情此景”下发现感兴趣的应用；在不加长使用路径的前提下为用户带来更多的应用选择



精准推荐上线以来，推荐效果不断优化；

13年Q1用户下载转化率较上一季提升 28%

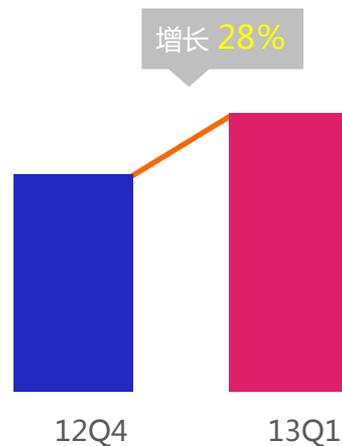


图10 百度手机助手精准推荐对下载转化率的提升效果
(12年Q4 vs. 13年Q1、Android平台)

5.1 百度移动搜索持续高速增长，日均请求数与用户数同比均接近翻番

13

移动互联网发展趋势报告 2013Q1

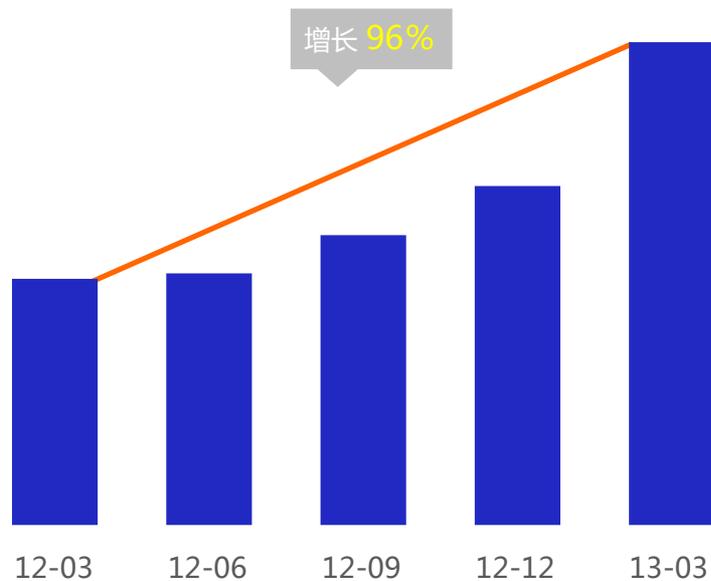


图11 百度移动搜索日均请求次数
(12年3月-13年3月)

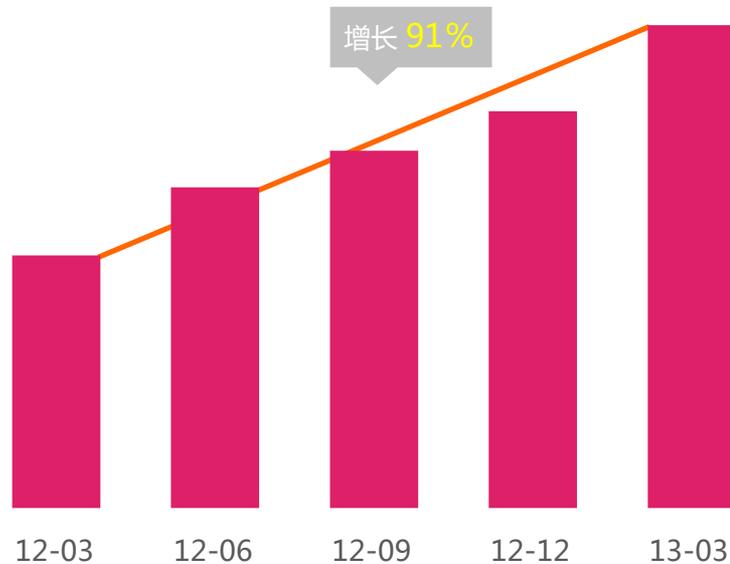


图12 百度移动搜索日均用户数
(12年3月-13年3月)

5.2 用户偏好通过搜索来满足低频和长尾需求，而非通过Native APP

14

移动互联网发展趋势报告 2013Q1

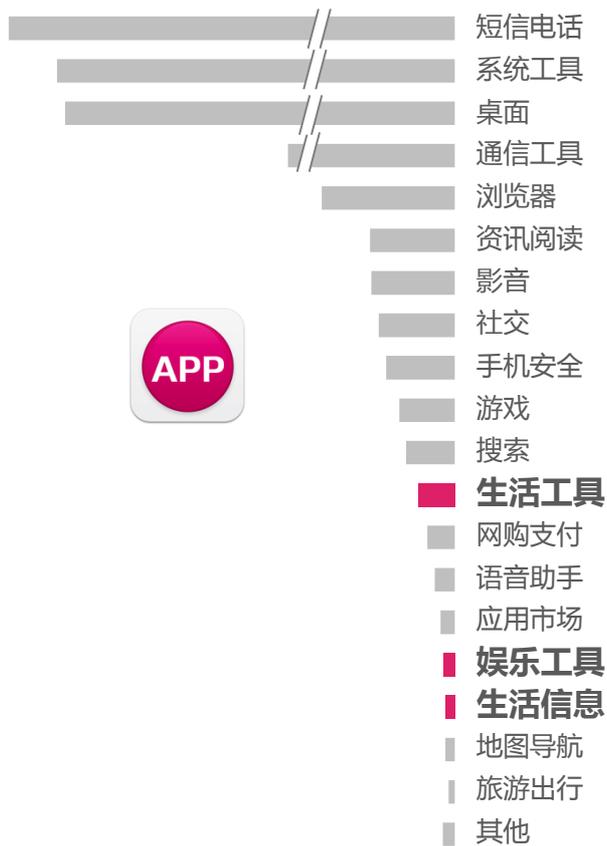


图13 Native APP的用户人均启动频次
(13年Q1、Android平台)



图14 百度搜索的用户需求频次
(13年Q1)

- ✓ 与部分典型的低频Native APP类型相对应的搜索需求频次却很高
- ✓ 表明用户更倾向于通过搜索的方式满足这些需求，而非Native APP

5.3 用户的低频和长尾需求正不断从Native APP向移动搜索转移

几类典型低频Native APP的安装覆盖率在下降，而相对应的这些需求类别在移动搜索中的频次占比却不断提升，表明用户的低频和长尾需求的不断从Native APP向移动搜索转移。

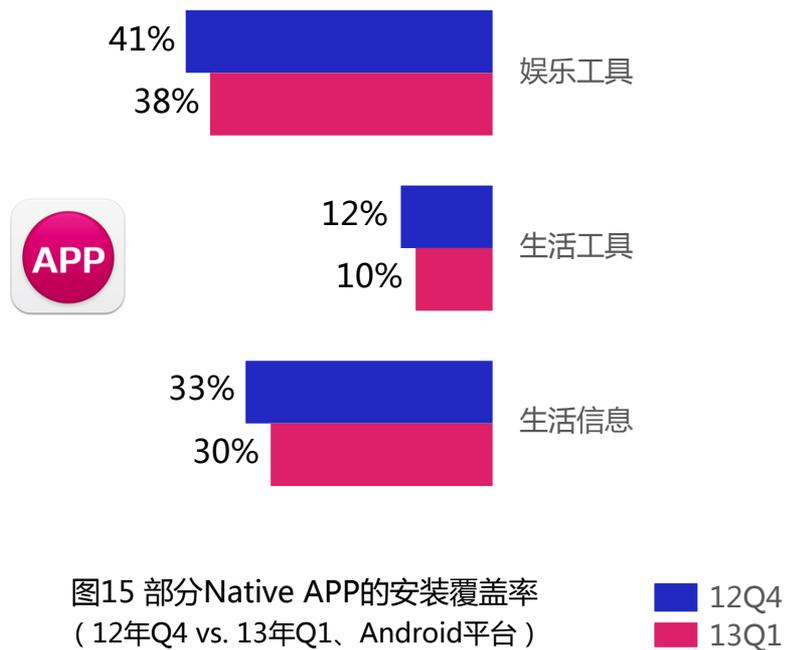


图15 部分Native APP的安装覆盖率
(12年Q4 vs. 13年Q1、Android平台)

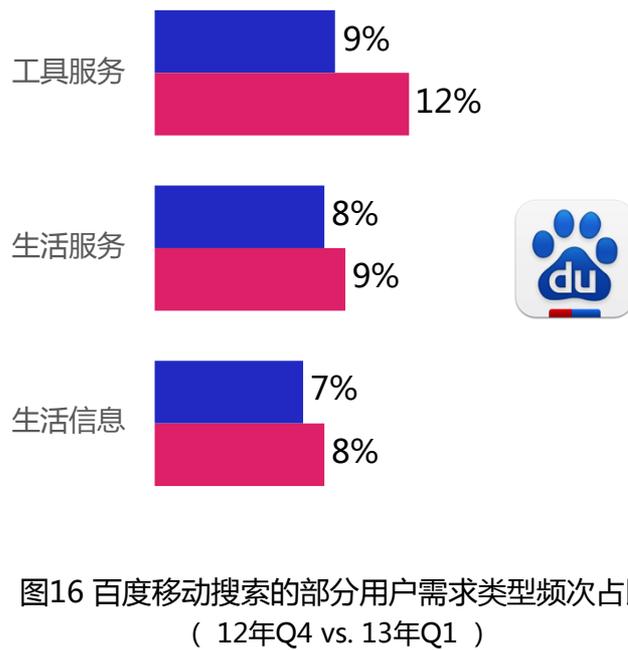


图16 百度移动搜索的部分用户需求类型频次占比
(12年Q4 vs. 13年Q1)

5.4 同时，越来越多的用户在移动搜索中找服务，而不仅仅是找信息

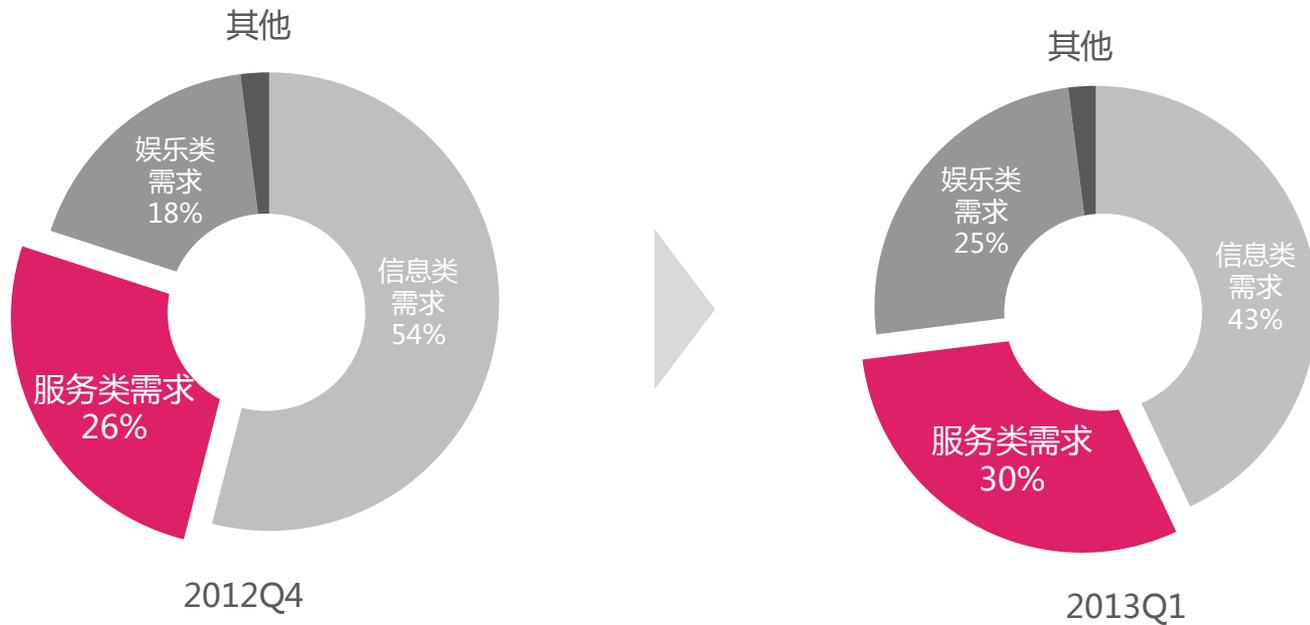
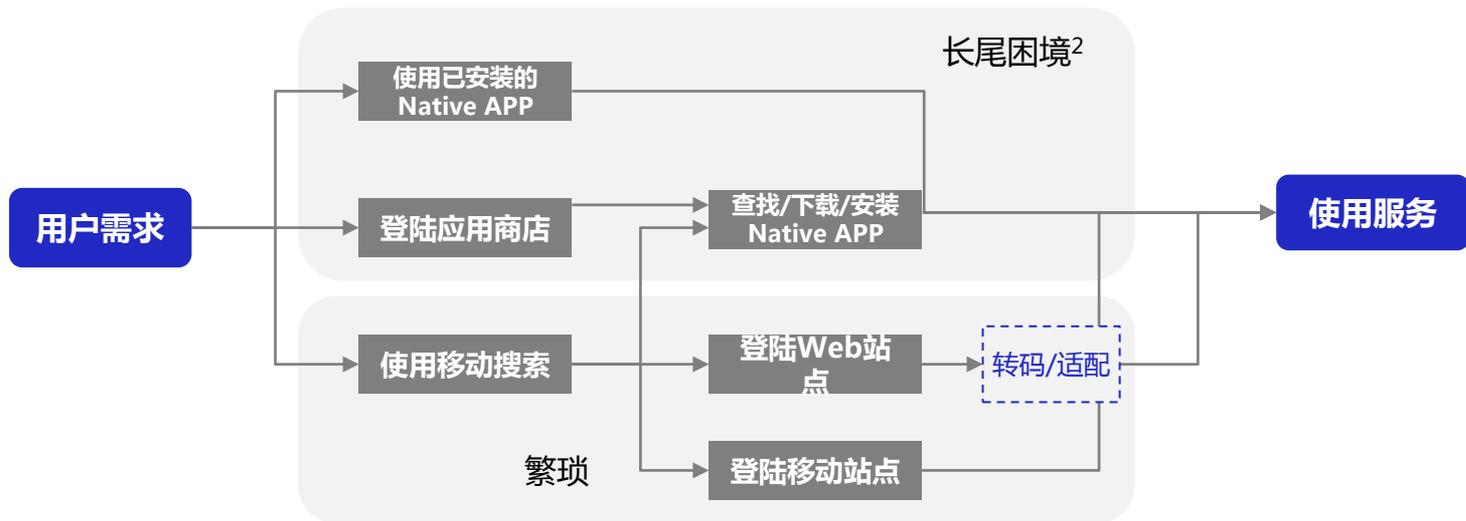


图17 百度移动搜索的用户需求分类
(12年Q4 vs. 13年Q1)

5.5 这些需求更适合被即搜即用的Light APP¹ Service满足

17

移动互联网发展趋势报告 2013Q1



*1 **Light APP**：即轻量级应用，是一种基于平台级手机客户端而产生的服务。开发门槛低、占用系统资源少；体验优于Web APP，比 Native APP轻但能实现等同 Native APP的丰富功能和精致交互体验。

*2 **长尾困境**：见上文3.3

5.6 移动互联网“搜索即服务”的Light APP模式前景广阔

移动搜索的市场规模快速增长，同时不适于Native APP承载的低频和长尾需求也不断向移动搜索迁移，这为“搜索即服务”的Light APP模式提供了广阔的发展空间。

用户需求主要集中在生活与娱乐工具服务、生活信息与结构化内容查询等方面，开发者可先从需求相对较强的若干垂直领域切入。

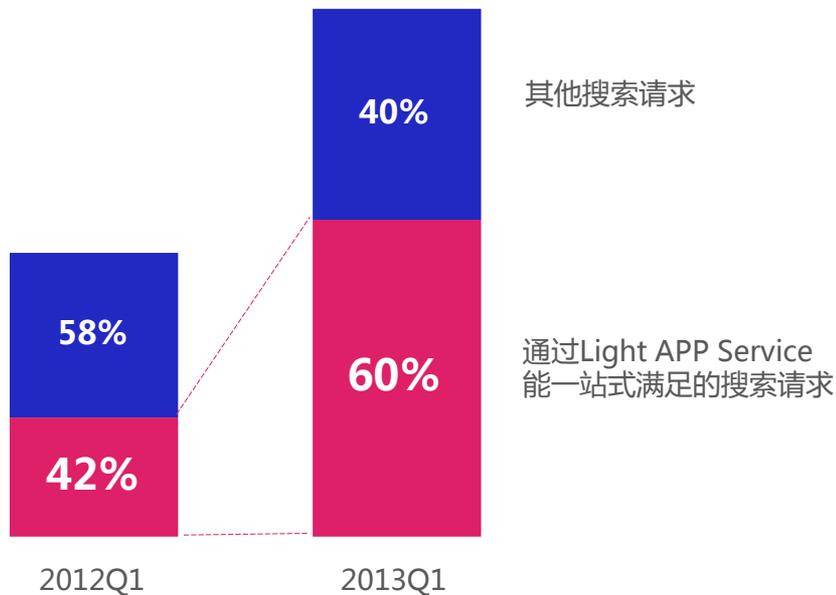
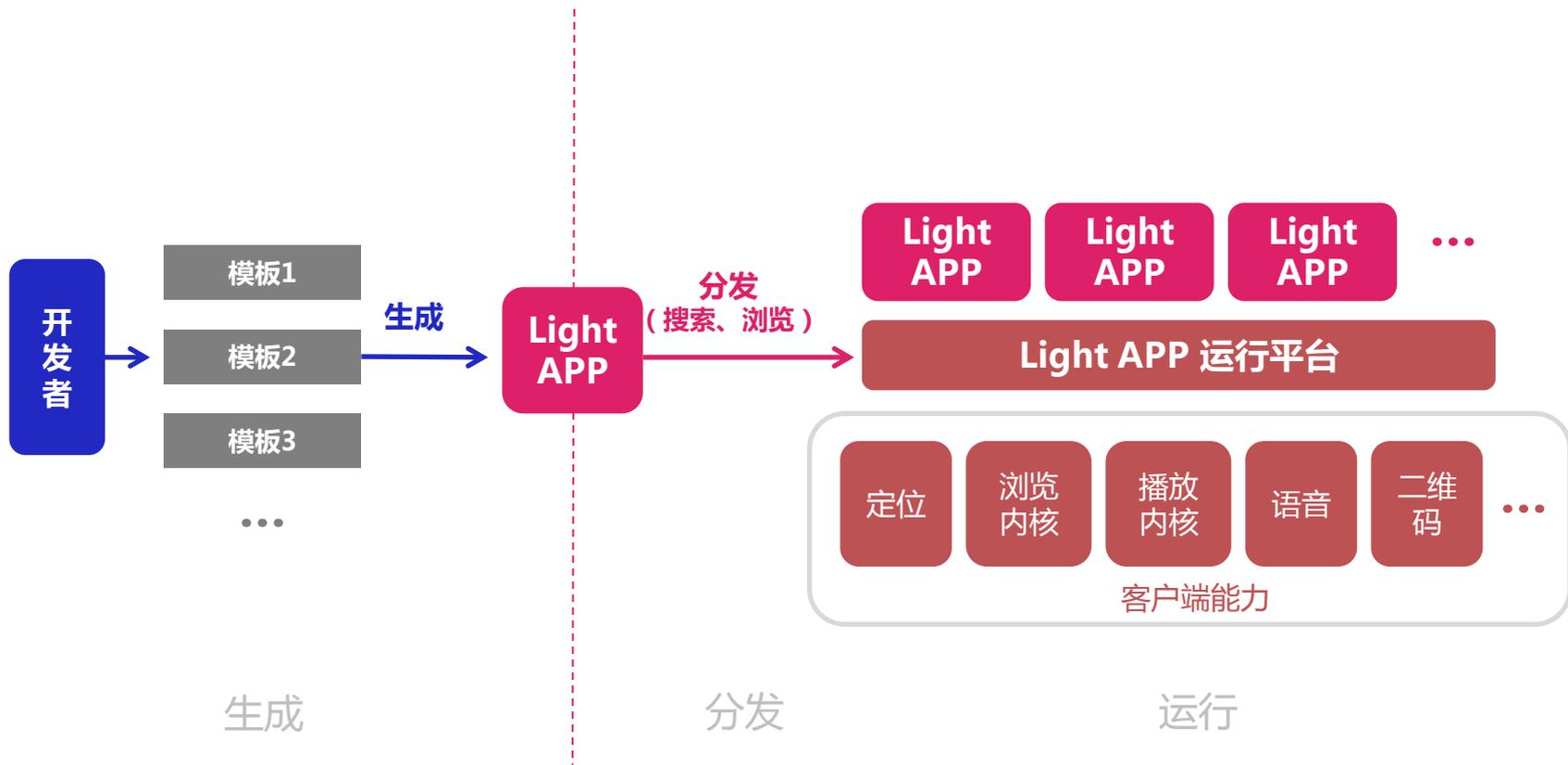


图18 百度移动搜索的请求分类与增长趋势
(12年Q1 vs. 13年Q1)

5.7 百度将提供Light APP快速生成工具、分发机制和运行平台



时间：2012.3.1-2013.3.31

数据：百度移动搜索（<http://m.baidu.com>）百度手机助手（<http://as.baidu.com>及客户端产品）、百度移动统计（<http://mtj.baidu.com>）及其相关数据挖掘；

统计方法说明：

本报告数据来自：

- 百度移动搜索结果页的分析，百度移动搜索是用户访问移动互联网资源的重要入口，每天有亿级的用户访问量。
- 百度手机助手合作及上线的APP分发量的分析。
- 百度移动统计覆盖的App及设备分析，目前其移动设备的覆盖量已超过1亿。

图表说明：

部分柱图中出现的双斜线为“断层符”，意在缩小高值柱的显示长度，以免其他低值柱被过度压缩而影响阅读效果。

免责声明

本研究报告由百度移动·云事业部与百度商业分析部联合撰写，报告中提供的信息仅供参考。报告根据百度移动搜索、百度移动应用、百度移动统计及其相关数据挖掘获得信息，尽可能公正、客观的反映国内移动互联网发展趋势，但并不保证报告所述信息的准确性和完整性。本报告不能作为投资研究决策的依据，不能作为道义的、责任的和法律的依据或者凭证，无论是否已经明示或者暗示。百度移动·云事业部将随时补充、更正和修订有关信息，但不保证及时发布。对于本报告所提供信息所导致的任何直接的或者间接的投资盈亏后果不承担任何责任。

本报告版权为百度移动·云事业部所有，未经书面许可，任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制和发布。如引用发布，需注明出处为百度移动·云事业部，且不得对本报告进行有悖原意的引用、删节和修改。

百度移动·云事业部对于本免责声明条款具有修改权和最终解释权。

如欲获取更多移动互联网相关信息，敬请访问<http://developer.baidu.com/>

百度移动·云事业部 & 百度商业分析部

地址：北京海淀区上地十街10号

邮编：100085