



# QuestMobile2022 全景生态流量半年洞察报告

---

2022-07-05

# 本报告研究说明

1) 数据选取时间：2022年5月

2) 数据来源：

QuestMobile TRUTH 中国移动互联网数据库

QuestMobile TRUTH 全景生态流量数据库

QuestMobile NEW MEDIA 新媒体数据库

QuestMobile TRUTH BRAND 品牌数据库

3) 名称及指标释义：

[1] 全景流量：移动互联网主流流量渠道，目前包括APP、微信小程序、支付宝小程序、百度智能小程序

[2] 生态流量：经过QuestMobile审计的独有生态流量渠道，目前包括OTT、移动网页、智能设备等多种流量渠道

[3] 全景生态用户量：在统计周期(周/月)内，该应用在全景生态各渠道用户量的去重总量(仅对全景流量去重)

[4] KOL：指关键意见领袖（Key Opinion Leader），本报告指在微信公众号、微博、小红书、抖音、快手、哔哩哔哩中持续发布内容、产生影响力的个人或者机构

[5] 官方号：指品牌在微信公众号、微博、小红书、抖音、快手、哔哩哔哩上开设的官方KOL账号

# 01

服务形式及载体的多样化，  
催生多个超级流量入口

流量获取渠道愈加多元化，开发者针对用户使用场景扩充服务接口，已形成多形式、多终端的全景生态

## 全景生态流量行业图谱

### 服务形式拓展

APP



小程序：微信小程序、支付宝小程序、百度智能小程序、今日头条小程序、抖音小程序、QQ小程序等

移动网页：移动网页资讯、H5形式电商平台等

新媒体：抖音、快手、微博、小红书、公众号、哔哩哔哩等KOL内容平台

内容合作：白牌APP、内容联盟等

### 硬件载体拓展

智能手机



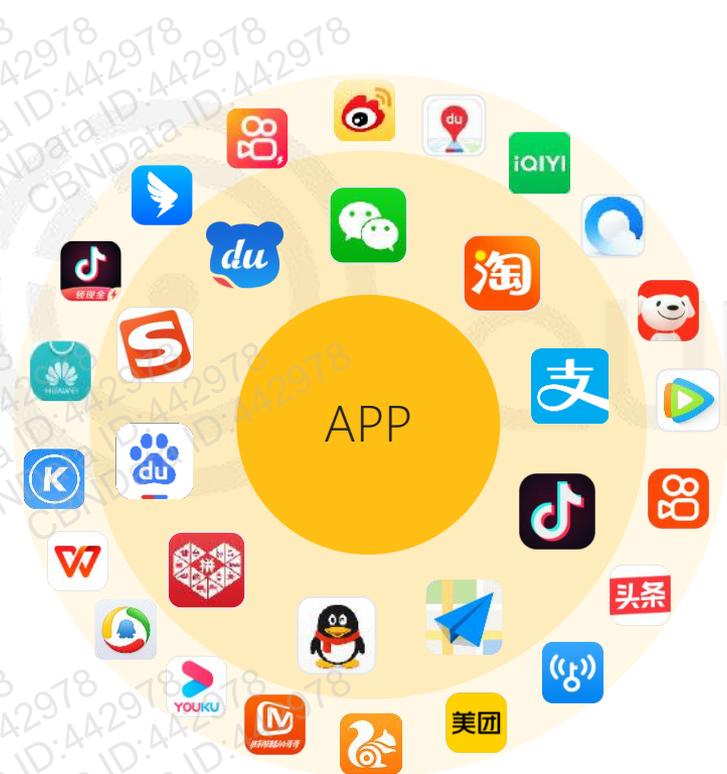
大屏：OTT、IPTV等

汽车：车载应用等

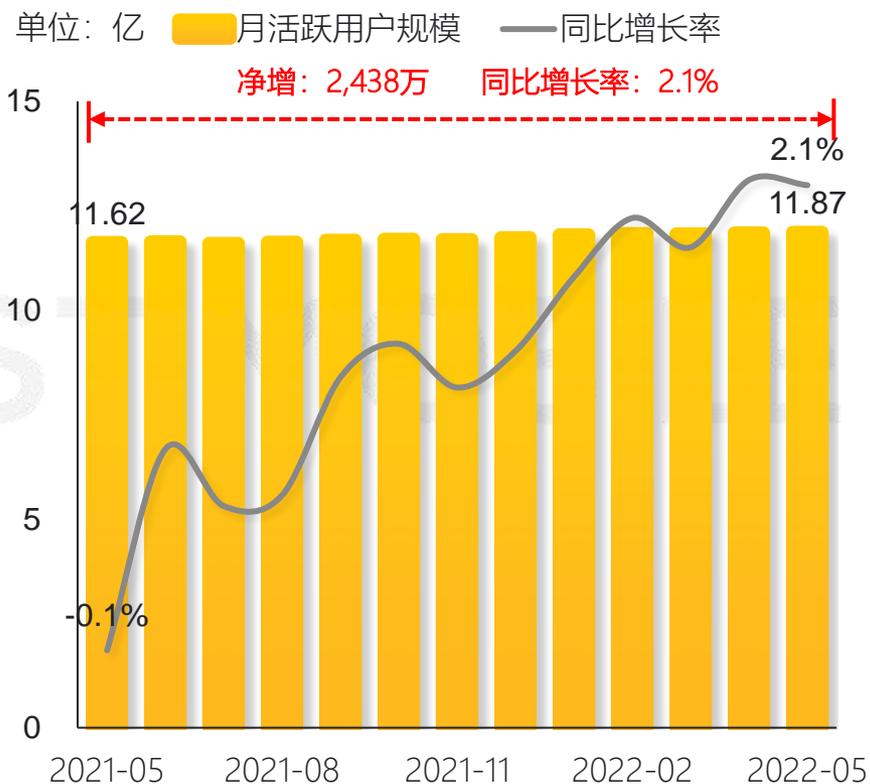
智能设备：智能音箱、智能手表、智能家居等

# APP流量趋势：移动互联网大盘稳步提升，同比增长率转负为正，带来近2,500万的增量用户

## 2022年5月 月活跃用户规模TOP30 APP



## 中国移动互联网 月活跃用户规模



注：选取月活跃用户规模TOP30APP，内圈为TOP10APP logo，外圈为TOP11-30 APP logo

# 小程序流量趋势：小程序发展愈加成熟，BAT三大小程序总体去重用户规模峰值已突破10亿大关，成为重要流量渠道

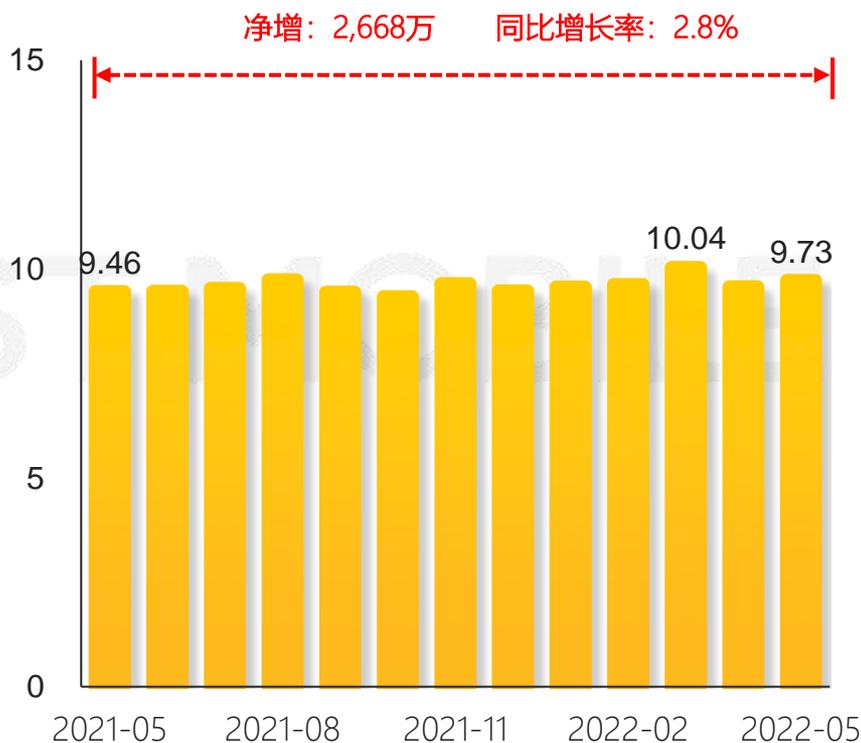
## 2022年5月 BAT TOP100 小程序行业分类占比

## 小程序 月活跃用户规模

微信小程序
 支付宝小程序
 百度智能小程序



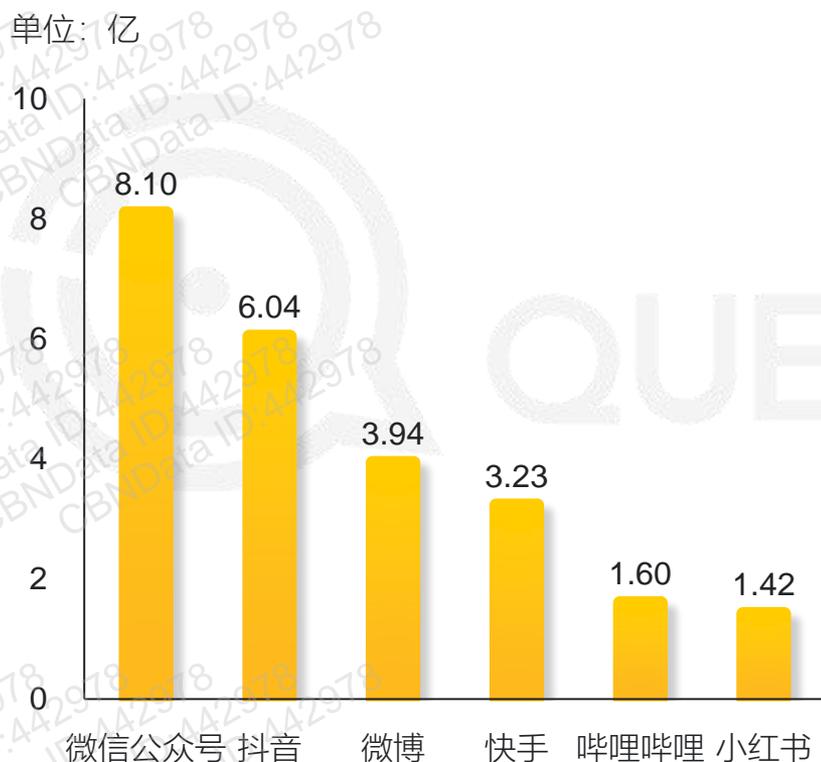
单位：亿



注：1、BAT小程序选取占比TOP10行业；2、小程序月活跃用户规模指微信小程序、支付宝小程序及百度智能小程序加总去重后的月活跃用户规模。

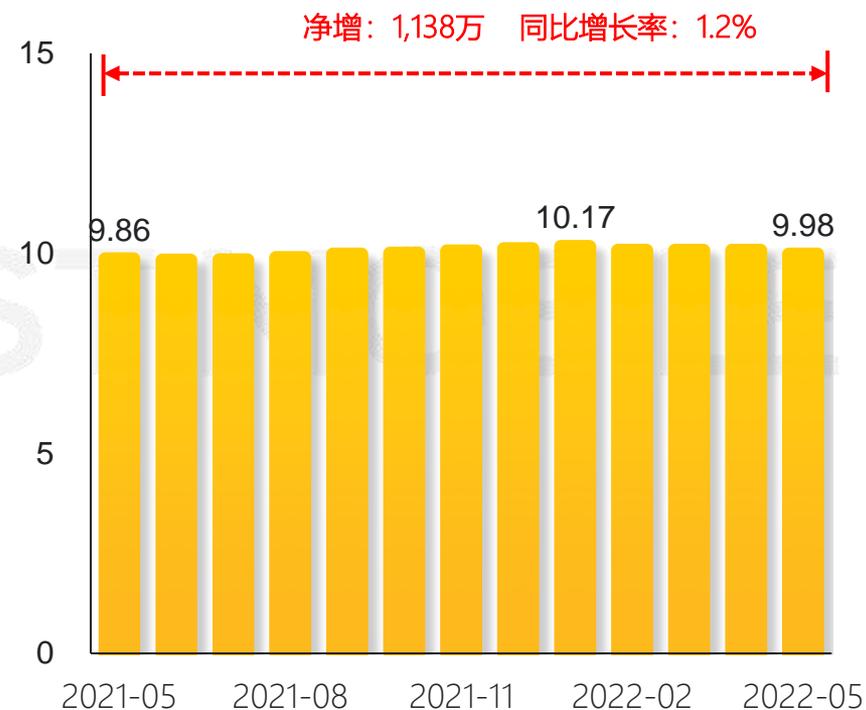
## 典型新媒体平台 KOL活跃受众规模

单位：亿



## 典型新媒体平台 总体KOL活跃受众规模

单位：亿



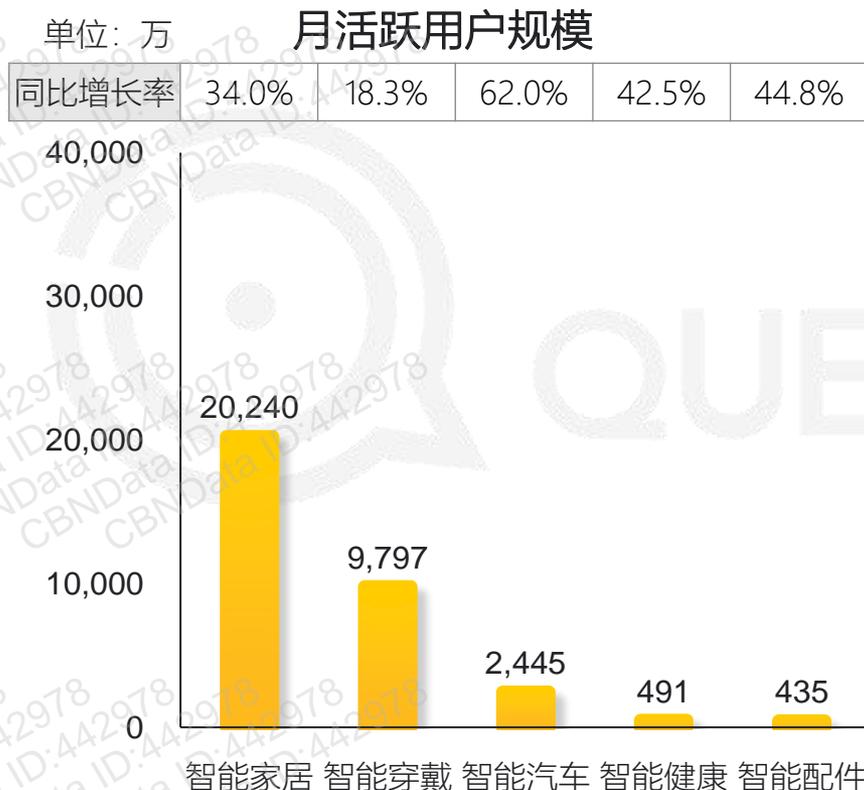
注：1、典型新媒体平台选取微信公众号、抖音、微博、快手、哔哩哔哩、小红书六大KOL平台；2、KOL活跃受众：统计周期内，在指定新媒体平台中，浏览过KOL发布内容的活跃用户；3、总体KOL活跃受众规模：指微信公众号、抖音、微博、快手、哔哩哔哩、小红书六大平台KOL活跃受众规模加总去重。

# 智能设备流量趋势：家居、出行等场景智能化发展趋势下，智能设备流量提升显著，为服务场景扩充提供新的流量入口

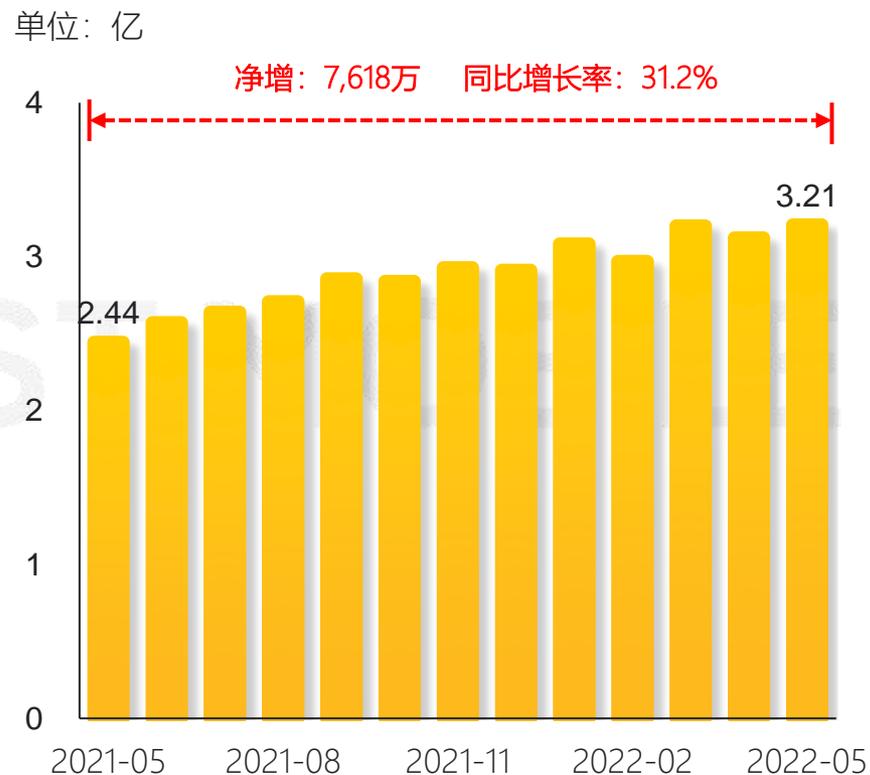


QuestMobile数据显示，智能设备行业月活跃用户规模达3.21亿，同比提升31.2%。

## 2022年5月 智能设备细分行业



## 智能设备行业 月活跃用户规模



# 02

## 多元场景下的典型流量渠道效果 分析

## 典型场景下的全景生态流量形式

全景流量场景

APP+小程序

服务形式延伸场景

新媒体+移动网页

内容合作场景

合作APP+内容联盟

终端载体扩展场景

大屏端+智能硬件

# “APP+小程序”的全景流量场景：小程序流量助力头部平台扩充覆盖面，提升整体用户规模



QuestMobile数据显示，在小程序流量加持下，移动购物、生活服务、办公商务等领域多款应用实现规模提升，TOP10应用去重用户规模均在亿级以上。

全景流量

服务形式延伸

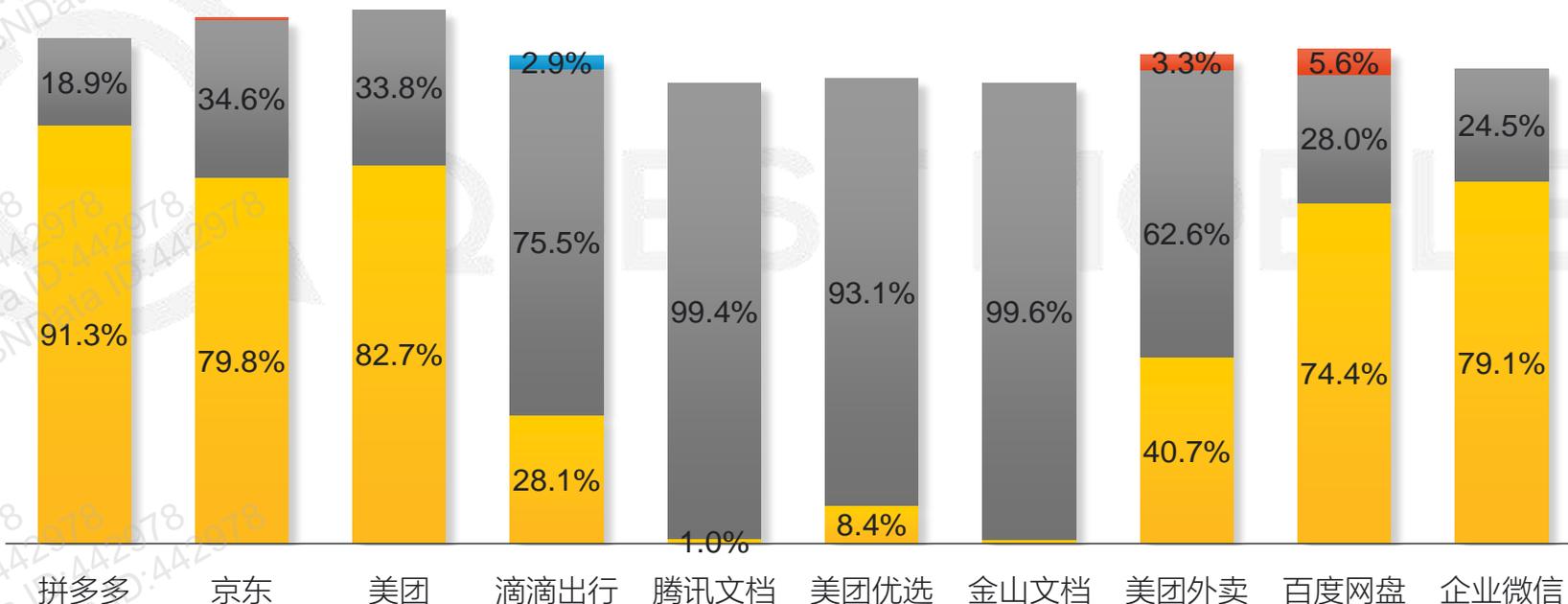
内容合作

终端载体扩展

## 2022年5月 中国移动互联网应用 去重用户规模TOP10 全景流量分布

■ APP ■ 微信小程序 ■ 支付宝小程序 ■ 百度智能小程序

所在行业	移动购物	移动购物	生活服务	出行服务	办公商务	移动购物	办公商务	生活服务	办公商务	办公商务
去重用户规模(亿)	6.71	5.04	4.07	2.45	1.76	1.60	1.59	1.52	1.31	1.22



注：1、应用统计规则：2022年5月应用全景流量分布中小程序流量占比≥10%；2、各渠道流量规模占比 = 该渠道用户量 / 去重总用户量；3、各渠道流量占比低于1%的渠道未做显示。

# 服务形式延伸场景：基于用户使用特点，将服务融入多种形式满足用户多元使用场景

全景流量

服务形式延伸

内容合作

终端载体扩展

## 2022年5月 服务形式延伸场景 典型应用全景生态流量规模占比分布



汽车服务：易车



生鲜电商服务：每日优鲜

去重总用户数：

3.44亿

去重总用户数：

1,381万

生态流量-移动网页

54.0%

App

62.7%

生态流量-视频号

34.6%

微信小程序-每日优鲜

17.2%

生态流量-移动网页

16.6%

支付宝小程序-每日优鲜

3.9%

App

11.1%

微信小程序-每日优鲜

2.2%

便利购

注：1、以上数据及占比已经过QuestMobile全景生态流量审计；2、用户量占比：在统计周期(月)内，该渠道用户量占总用户量的比例；3、去重总用户数：在统计周期(月)内，该应用在各渠道用户量的去重总量（仅对全景流量去重）；4、选取比例大于1%的生态流量渠道；5、每日优鲜微信小程序全称为每日优鲜 蔬菜水果鸡蛋海鲜外卖。

Source: QuestMobile TRUTH 全景生态流量数据库 2022年5月

易车打造视频号矩阵，以短视频内容引流，配套服务承接及社交功能，在微信视频号收获近2亿流量

全景流量

服务形式延伸

内容合作

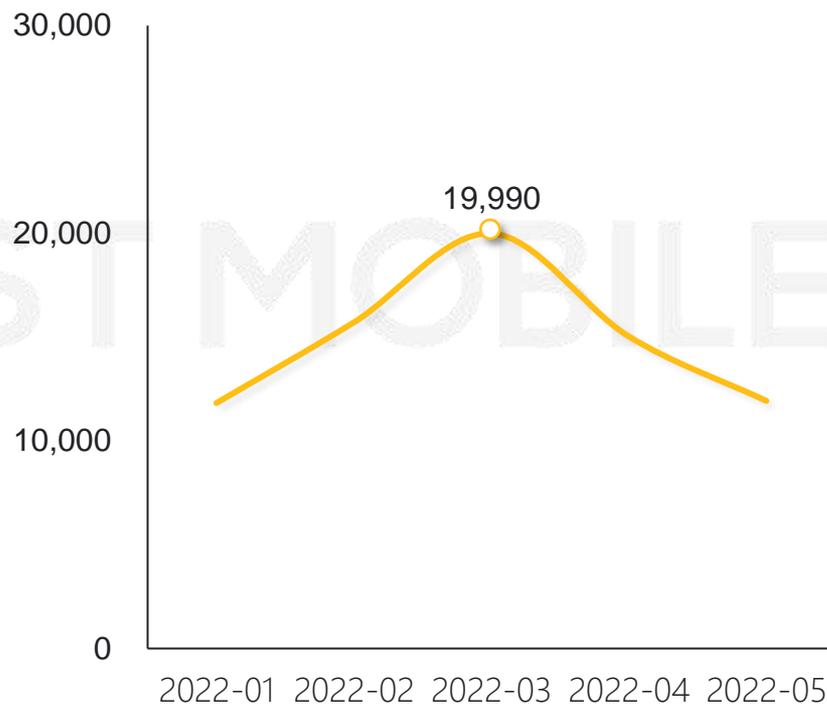
终端载体扩展

### 易车 视频号矩阵及功能解析



### 易车 视频号生态流量

单位：万



注：1、易车视频号矩阵为部分节选；2、以上生态数据已经过QuestMobile全景生态流量审计。

每日优鲜基于用户使用场景开拓多种服务交易窗口，APP端取得流量增长的同时，移动网页端生态流量规模超400万



全景流量

服务形式延伸

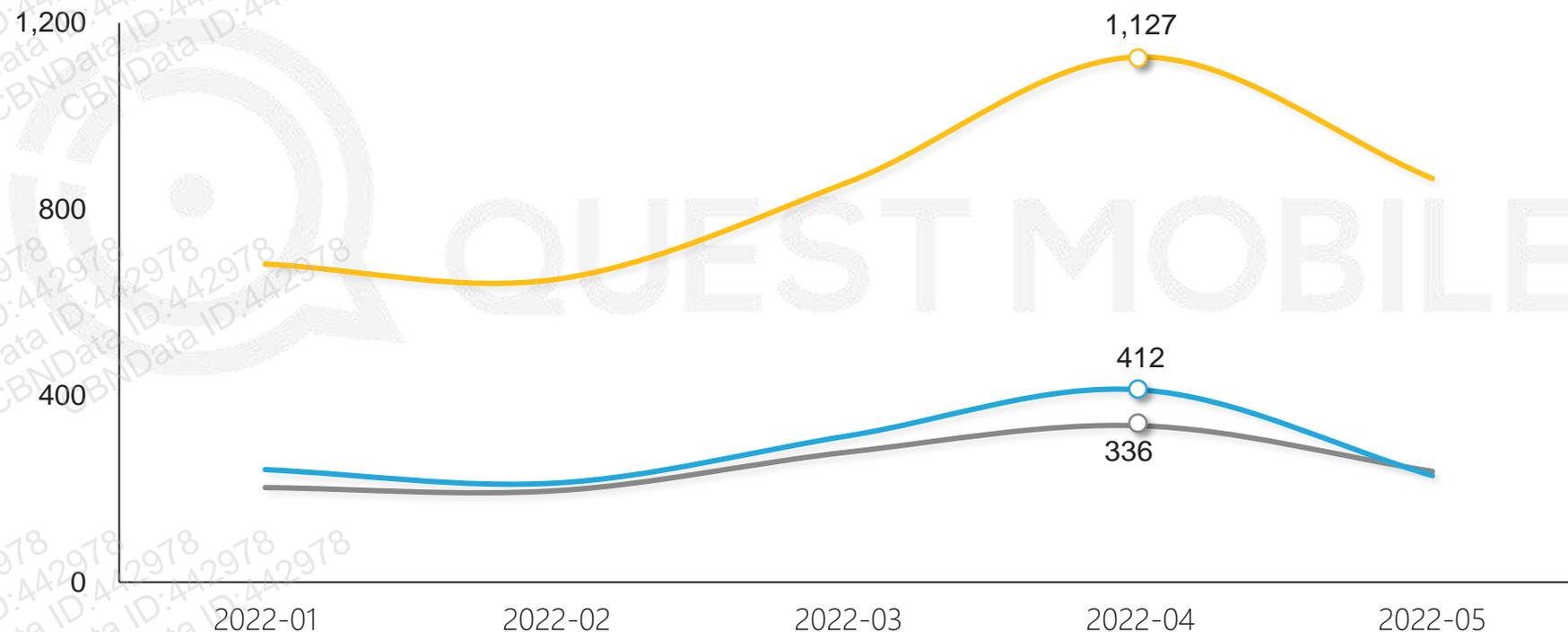
内容合作

终端载体扩展

## 每日优鲜 APP、微信小程序及移动网页生态流量变化趋势

单位：万

— APP — 微信小程序 — 生态流量-移动网页



注：1、以上生态数据已经过QuestMobile全景生态流量审计；2、每日优鲜微信小程序全称为每日优鲜 蔬菜水果鸡蛋海鲜 外卖。

内容合作场景：基于内容的合作，联合场景关联性较强的应用扩大内容触达范围，实现流量收益

全景流量

服务形式延伸

内容合作

终端载体扩展

### 2022年5月 内容合作场景 典型应用全景生态流量规模占比分布



新闻资讯：新浪新闻



汽车服务：汽车之家

去重总用户数：

5.07亿

生态流量-微博站外

42.3%

生态流量-移动网页

33.1%

App

24.6%

去重总用户数：

3.36亿

生态流量-移动网页

57.7%

App

19.2%

生态流量-高德地图

8.2%

生态流量-小米小爱

6.7%

生态流量-看点快报

3.5%

生态流量-UC浏览器

1.4%

注：1、以上数据及占比已经过QuestMobile全景生态流量审计；2、用户量占比：在统计周期(月)内，该渠道用户量占总用户量的比例；3、去重总用户数：在统计周期(月)内，该应用在各渠道用户量的去重总量(仅对全景流量去重)；4、选取比例大于1%的生态流量渠道。

Source: QuestMobile TRUTH 全景生态流量数据库 2022年5月

微博女性、年轻化的用户群体，与新浪新闻形成互补，集团内协作作为新浪新闻赋能超2亿生态流量

全景流量

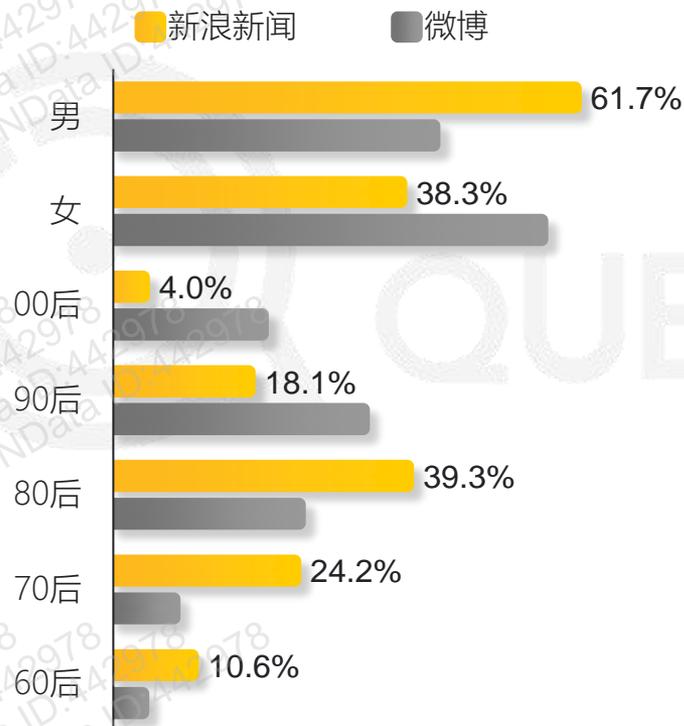
服务形式延伸

内容合作

终端载体扩展

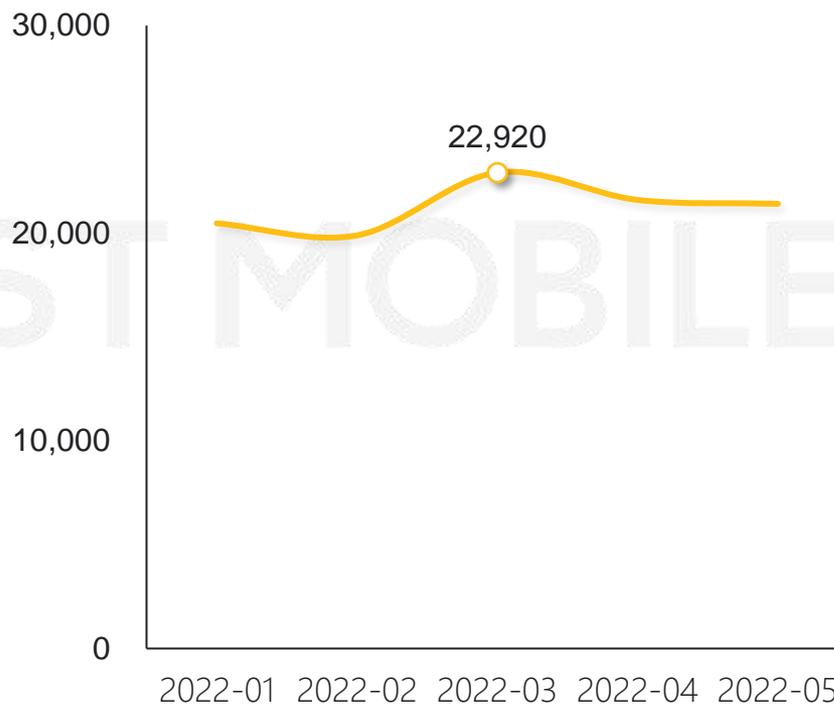
### 2022年5月 新浪新闻与微博APP

#### 用户画像对比



### 新浪新闻 微博站外生态流量

单位：万



注：以上生态数据已经过QuestMobile全景生态流量审计

# 汽车之家基于生态内容优势与高德地图达成合作，拓展用户使用场景的同时实现流量的获取

全景流量

服务形式延伸

内容合作

终端载体扩展

## 汽车之家&高德地图 合作能力解析



场景：围绕看车、买车、用车多场景服务

汽车服务生态内容

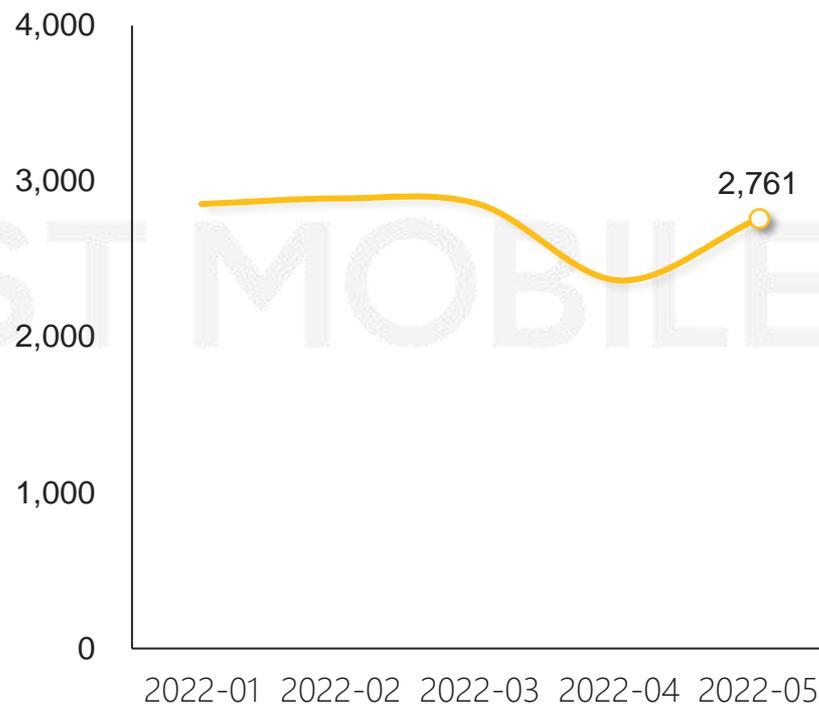
地图信息资源  
用户触达



场景：出行导航 流量优势：MAU 6.6亿

## 汽车之家 在高德地图的生态流量

单位：万



注：以上生态数据已经过QuestMobile全景生态流量审计

载体扩充场景：视频、音频内容与智能终端更好的融合，拓宽了内容的展现渠道，帮助平台收获渠道流量



全景流量

服务形式延伸

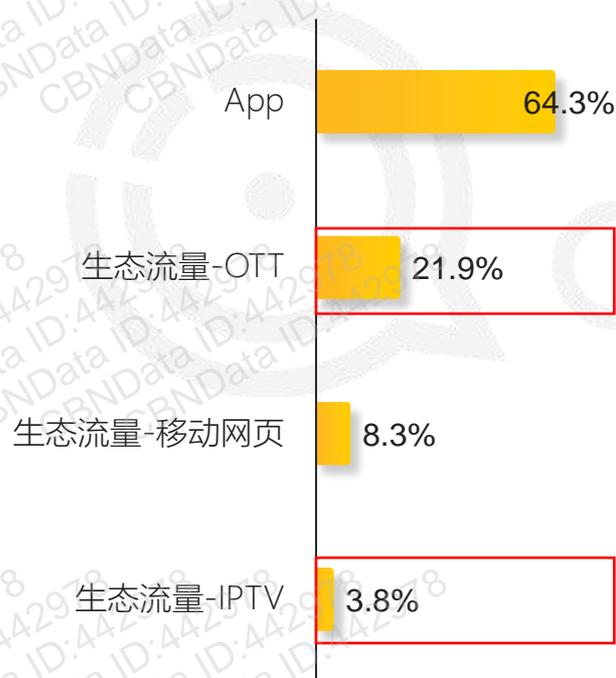
内容合作

终端载体扩展

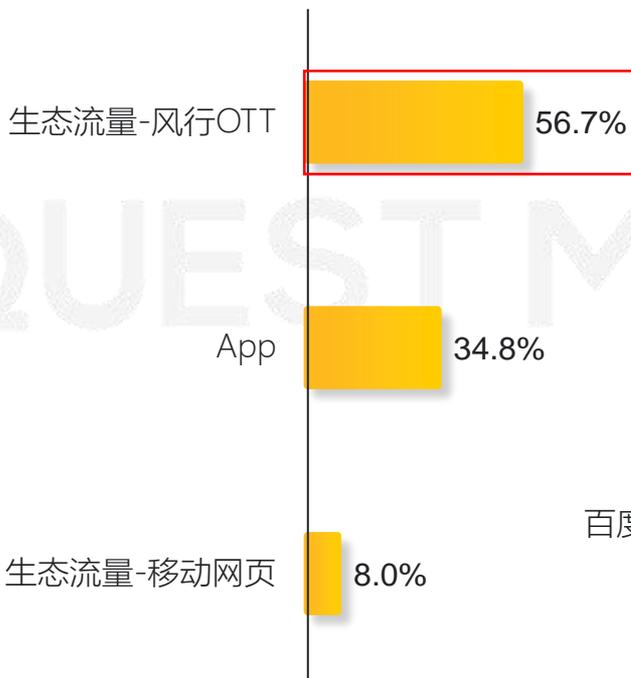
### 2022年5月 终端载体扩展场景 典型应用全景生态流量规模占比分布

 视频平台：芒果TV     
  视频平台：风行视频     
  音频平台：喜马拉雅

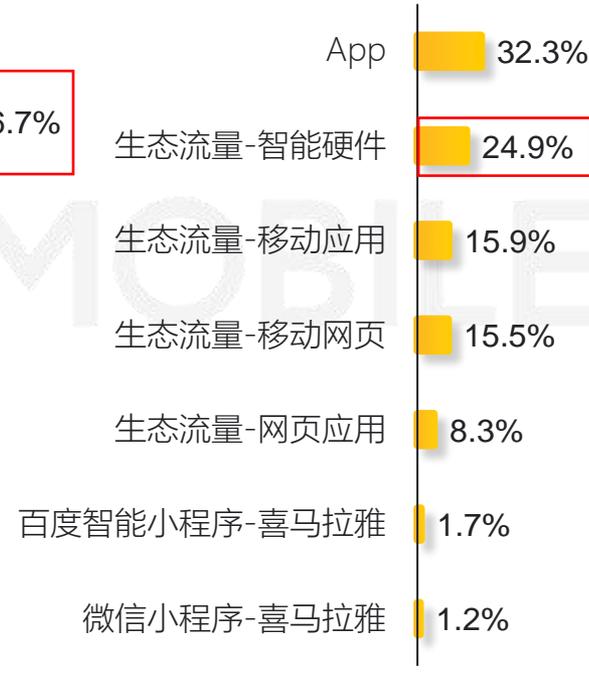
去重总用户数：4.07亿



去重总用户数：3,553万



去重总用户数：3.01亿



注：1、以上数据及占比已经过QuestMobile全景生态流量审计；2、用户量占比：在统计周期(月)内，该渠道用户量占总用户量的比例；3、去重总用户数：在统计周期(月)内，该应用在各渠道用户量的去重总量（仅对全景流量去重）；4、选取比例大于1%的生态流量渠道

Source: QuestMobile TRUTH 全景生态流量数据库 2022年5月

芒果TV优质内容加持下，OTT及IPTV大屏端流量加总突破亿级规模，与此同时，通过内容联盟合作形式触达用户规模也已初见成效

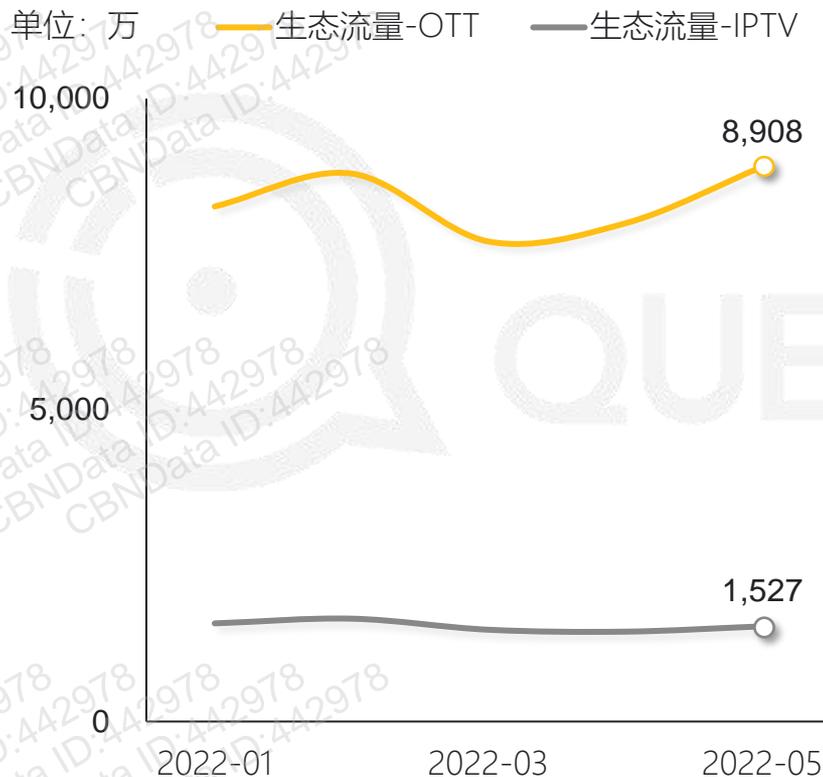
全景流量

服务形式延伸

内容合作

终端载体扩展

### 芒果TV 大屏端流量趋势



### 2022年5月 芒果TV 内容联盟生态流量



注：以上生态数据已经过QuestMobile全景生态流量审计

风行视频用户以70、80后家庭群体为主，居家场景下的电视大屏端需求旺盛，风行视频OTT流量突破2,000万



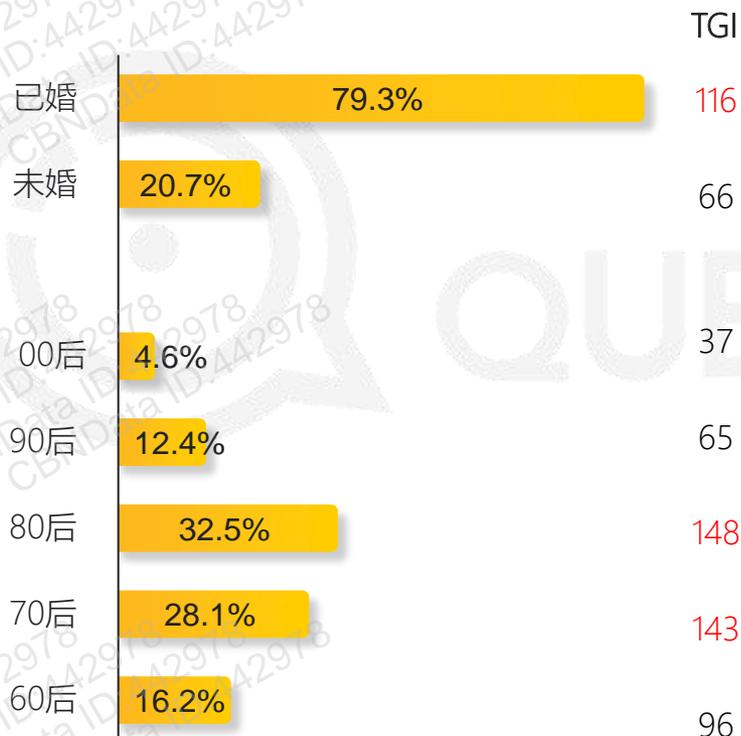
全景流量

服务形式延伸

内容合作

终端载体扩展

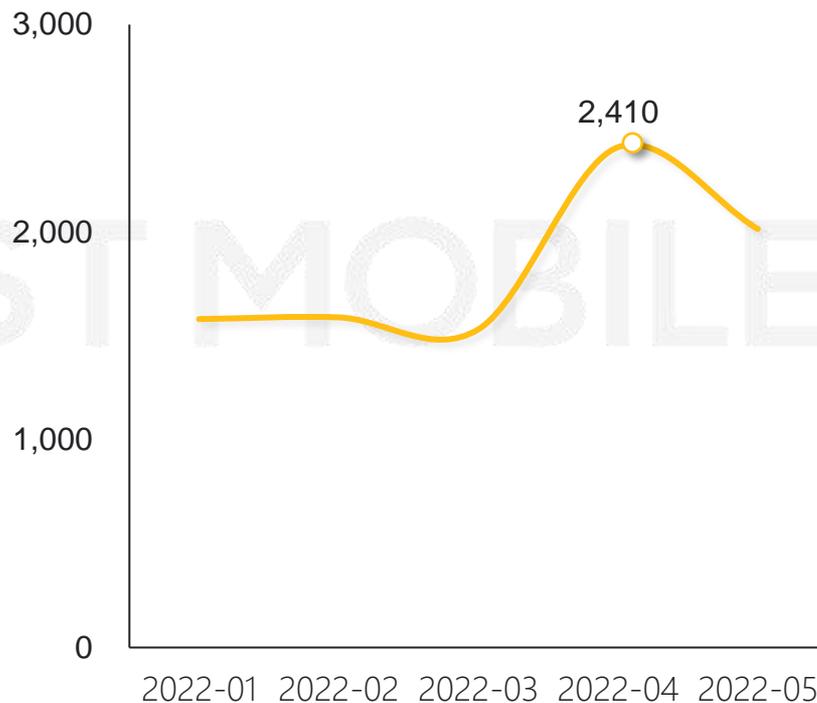
### 2022年5月 风行视频APP 用户画像



### 风行视频 大屏端流量趋势

单位：万

生态流量-OTT



注：1、TGI = 目标App某个标签属性的活跃占比除以全网具有该标签属性的活跃占比\*100；2、以上生态数据已经过QuestMobile全景生态流量审计

音频相较于视频形式搭载场景更加灵活、多元，与智能设备结合密切，喜马拉雅用户对智能设备偏好显著，喜马拉雅智能硬件生态流量已达7,500万

全景流量

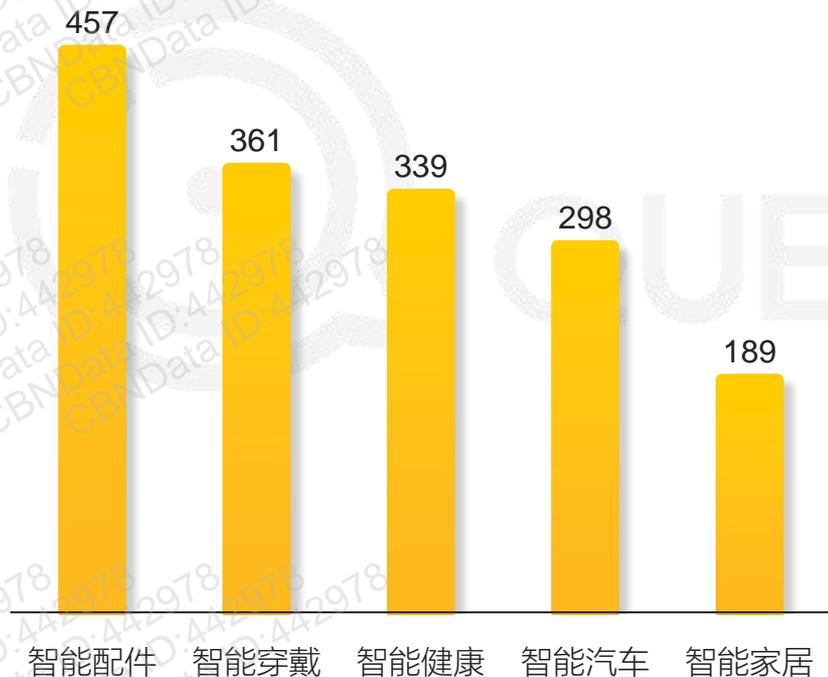
服务形式延伸

内容合作

终端载体扩展

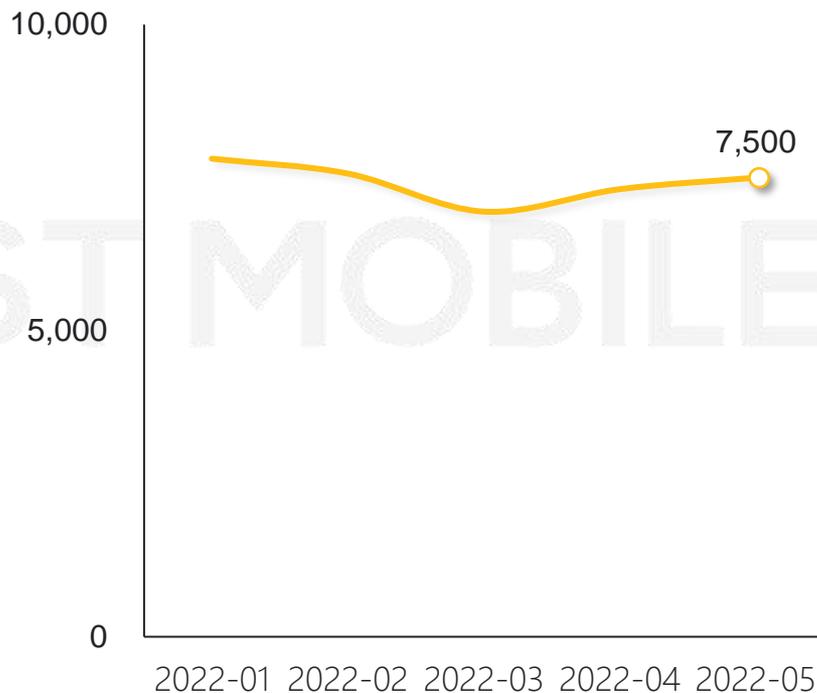
### 2022年5月 喜马拉雅APP用户

#### 在智能设备细分行业 活跃渗透率TGI



### 喜马拉雅 智能硬件生态流量

单位：万



注：1、以上生态数据已经过QuestMobile全景生态流量审计；2、活跃渗透率TGI：某目标人群启动某个应用分类的月活跃渗透率除以全网该应用分类的月活跃渗透率\*100。

# 03

---

APP、小程序及官方号的多变组合，  
助力品牌玩转私域运营

# 家居家电智能化发展趋势下，APP承载重要的智能化连接窗口，成为私域头部家电品牌主要布局渠道

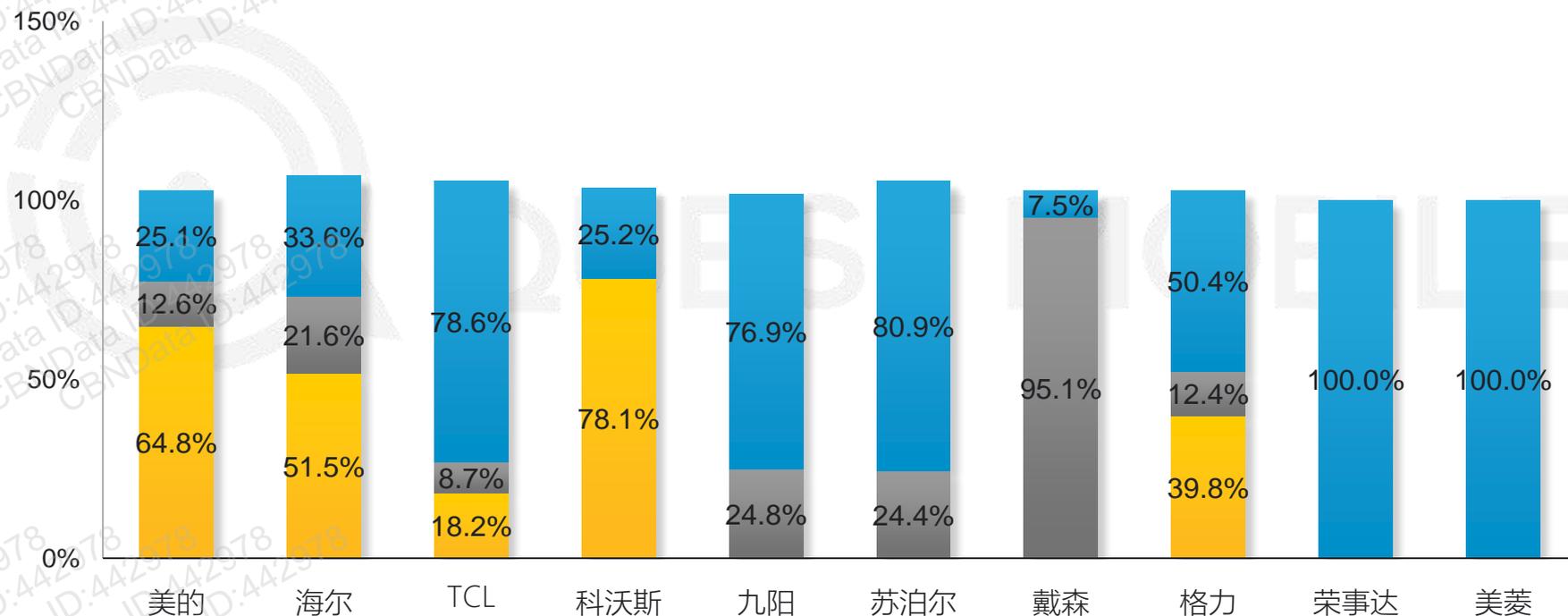


家电    食品饮料    美妆

## 2022年5月 家电品牌TOP10 私域渠道流量规模占比分布

■ App    ■ 微信小程序    ■ 官方号

去重总用户量 (万)	美的	海尔	TCL	科沃斯	九阳	苏泊尔	戴森	格力	荣事达	美菱
1,226	1,047	418	329	319	235	184	180	142	129	

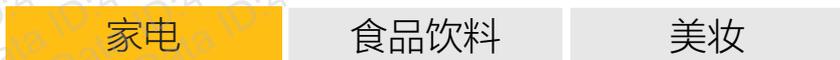


注：1、官方号：指品牌在微信公众号、微博、小红书、抖音、快手、哔哩哔哩上开设的官方KOL账号；2、去重总用户量：统计周期内，品牌各私域渠道(官方App，官方微信小程序和KOL官号)去重合计的活跃用户数；3、各渠道流量规模占比 = 该渠道用户量 / 去重总用户量；4、各渠道流量占比低于1%的渠道未做显示。

Source: QuestMobile TRUTH BRAND 品牌数据库 2022年5月

(接上页)

QuestMobile数据显示,美的、海尔、科沃斯、TCL家电品牌旗下智能家居类APP增长明显,同比增速分别达到57.5%、48.1%、52.0%及448.9%。

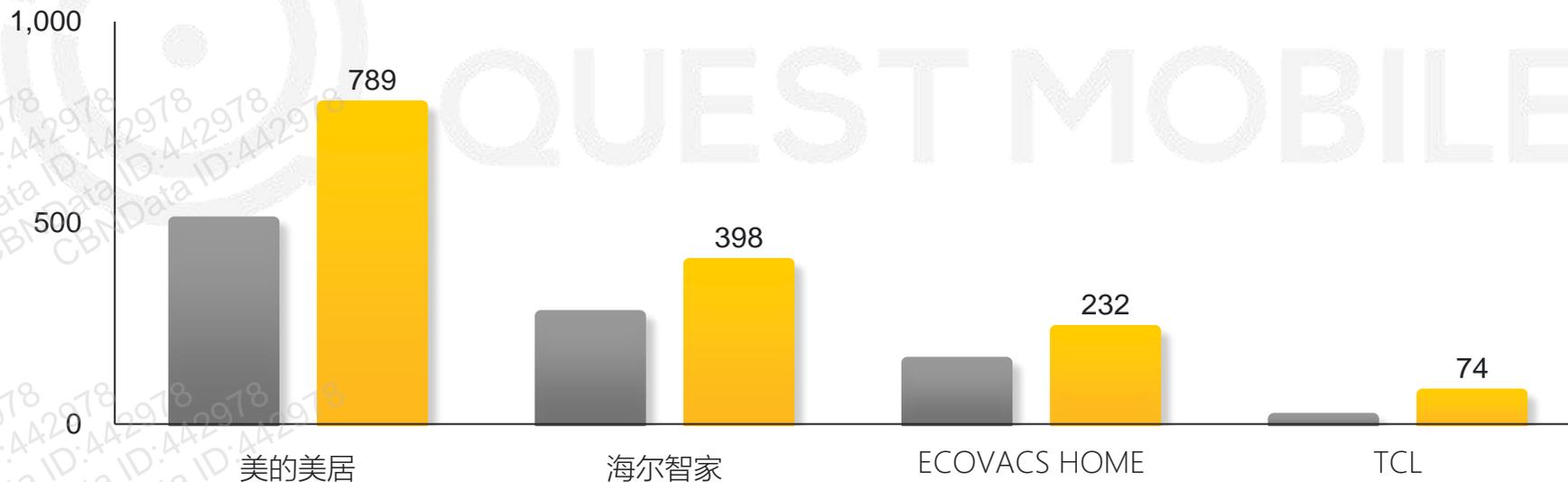


## 2022年5月 典型智能家居APP 月活跃用户规模

单位: 万

■ 2021-05 ■ 2022-05

所属品牌	美的	海尔	科沃斯	TCL
同比增长率	57.5%	48.1%	52.0%	448.9%



# 餐饮品牌私域发展愈加成熟，围绕服务场景打造“APP+小程序”的多元服务形式，实现品牌数字化能力的搭建



家电

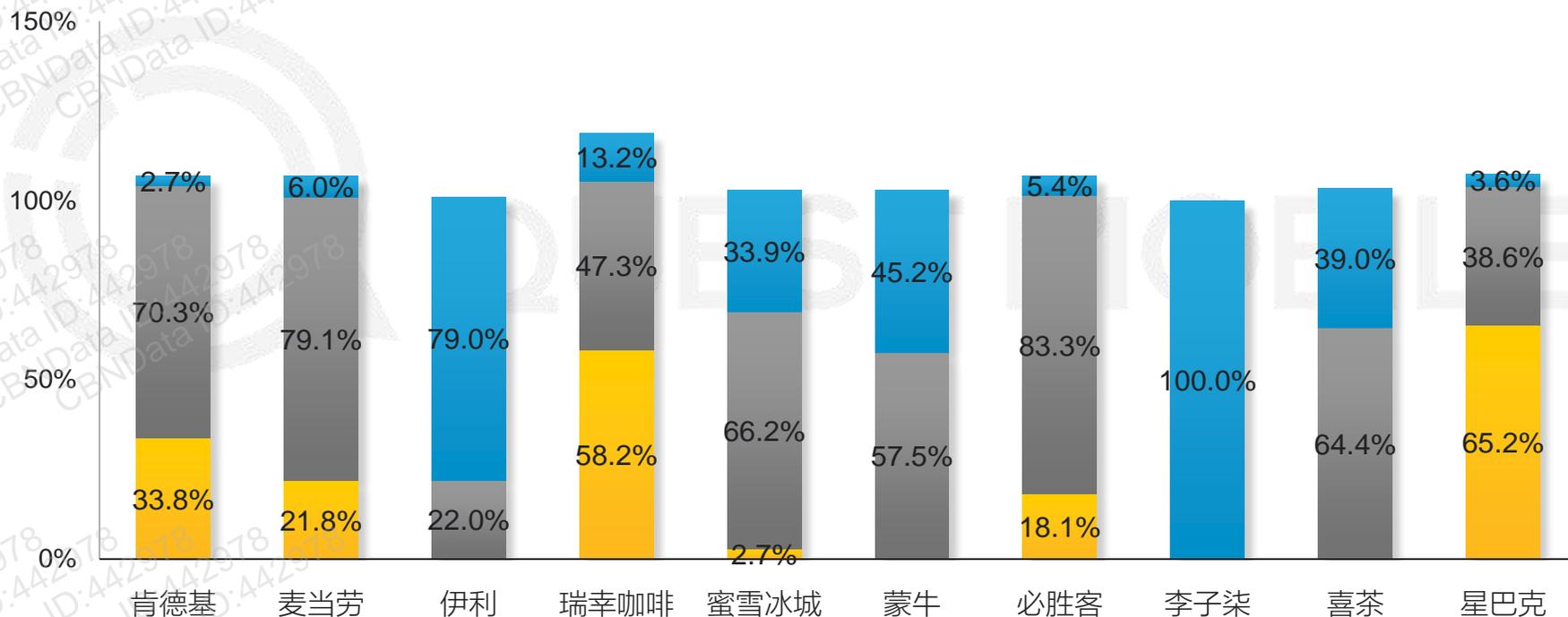
食品饮料

美妆

## 2022年5月 食品饮料品牌TOP10 私域渠道流量规模占比分布

■ App ■ 微信小程序 ■ 官方号

去重总用户量 (万)	5,189	3,377	2,298	2,221	2,071	1,238	1,002	951	908	892
------------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-----	-----	-----



注：1、官方号：指品牌在微信公众号、微博、小红书、抖音、快手、哔哩哔哩上开设的官方KOL账号；2、去重总用户量：统计周期内，品牌各私域渠道(官方App, 官方微信小程序和KOL官号)去重合计的活跃用户数；3、各渠道流量规模占比 = 该渠道用户量 / 去重总用户量；4、各渠道流量占比低于1%的渠道未做显示。

Source: QuestMobile TRUTH BRAND 品牌数据库 2022年5月

# 典型餐饮品牌以小程序矩阵模式全面覆盖用餐场景，实现便利交 易的同时与APP联动构建稳定用户池



家电

食品饮料

美妆

## 2022年5月 典型餐饮品牌 全景流量用户规模渠道分布

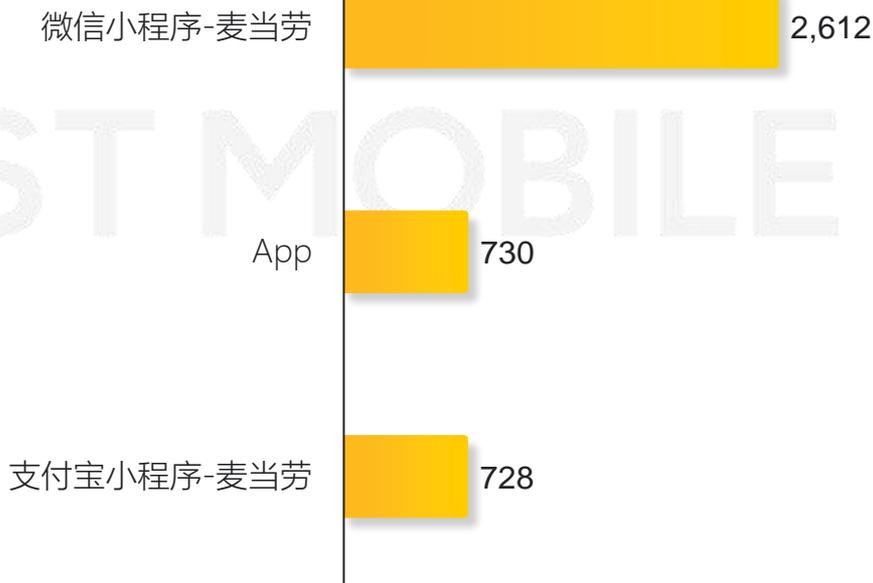
### 肯德基

单位：万



### 麦当劳

单位：万



注：1、用户量：在统计周期(月)内，该渠道用户量；2、选取渠道用户量100万以上展示

官方号为美妆品牌私域流量布局的主要渠道，随着服务连接的加深，微信小程序承接起美妆品牌更多服务功能



家电

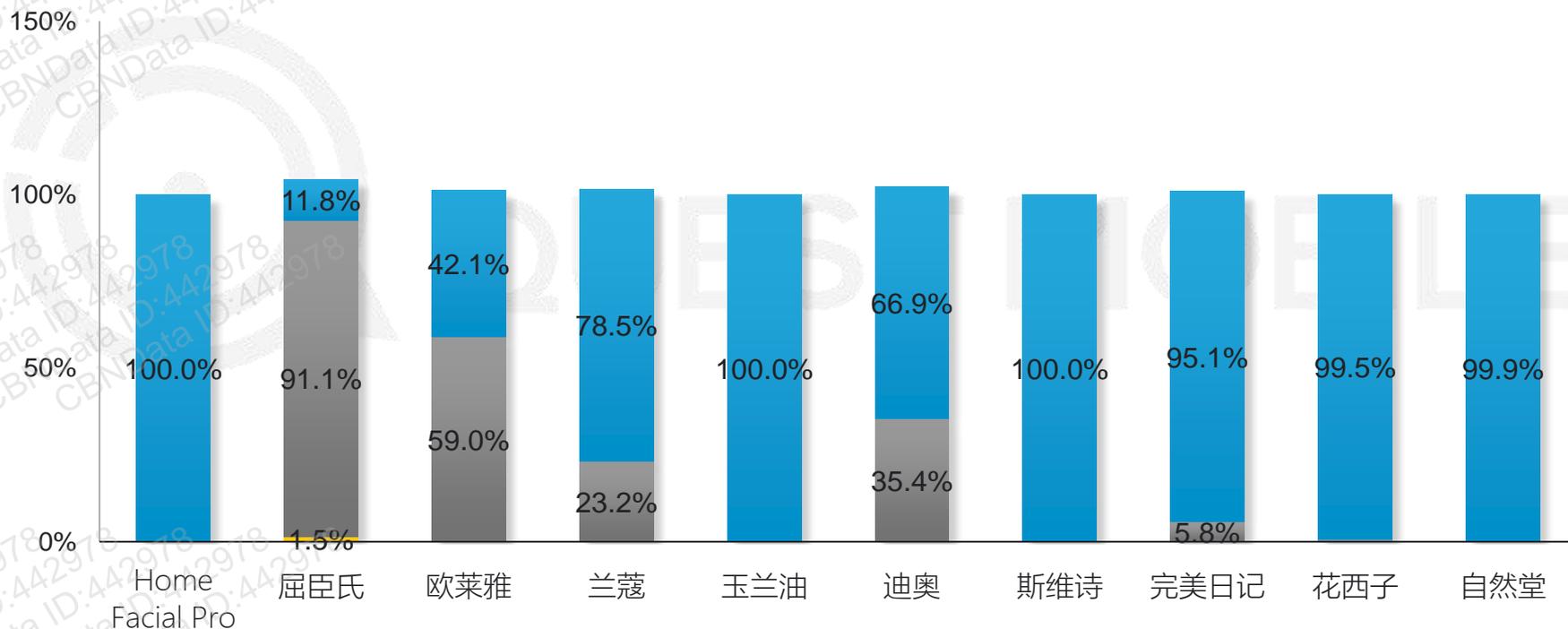
食品饮料

美妆

## 2022年5月 美妆品牌TOP10 私域渠道流量规模占比分布

■ App ■ 微信小程序 ■ 官方号

去重总用户量 (万)	1,109	1,056	966	945	830	766	688	636	602	573
------------	-------	-------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----



注：1、官方号：指品牌在微信公众号、微博、小红书、抖音、快手、哔哩哔哩上开设的官方KOL账号；2、去重总用户量：统计周期内，品牌各私域渠道(官方App, 官方微信小程序和KOL官号)去重合计的活跃用户数；3、各渠道流量规模占比 = 该渠道用户量 / 去重总用户量；4、各渠道流量占比低于1%的渠道未做显示。

Source: QuestMobile TRUTH BRAND 品牌数据库 2022年5月

QuestMobile数据显示，HomeFacialPro美妆品牌小红书官方号活跃用户提升显著，2022年5月突破1,000万，较年初提升近2.6倍。

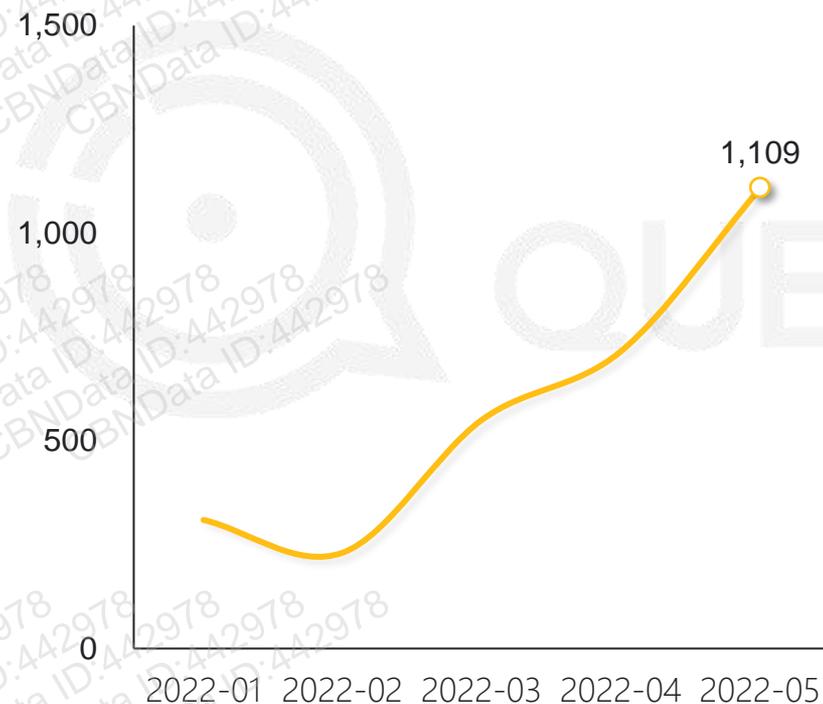
家电

食品饮料

美妆

## HomeFacialPro 小红书官方号

单位：万 活跃用户规模趋势



注：官方号：指品牌在微信公众号、微博、小红书、抖音、快手、哔哩哔哩上开设的官方KOL账号

## HomeFacialPro 小红书笔记内容解析



用户心智种草，品牌传播

明星推广

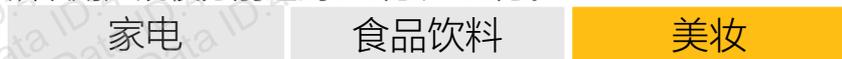
素人案例分享

官方产品盘点

# 小程序电商交易及管理服务功能愈加成熟，承载品牌私域精细化运营



QuestMobile数据显示，屈臣氏旗下微信小程序“屈臣氏”与“屈臣氏会员中心”承载起品牌平台购物交易及会员管理等功能，月活跃用户规模分别达到625万、198万。

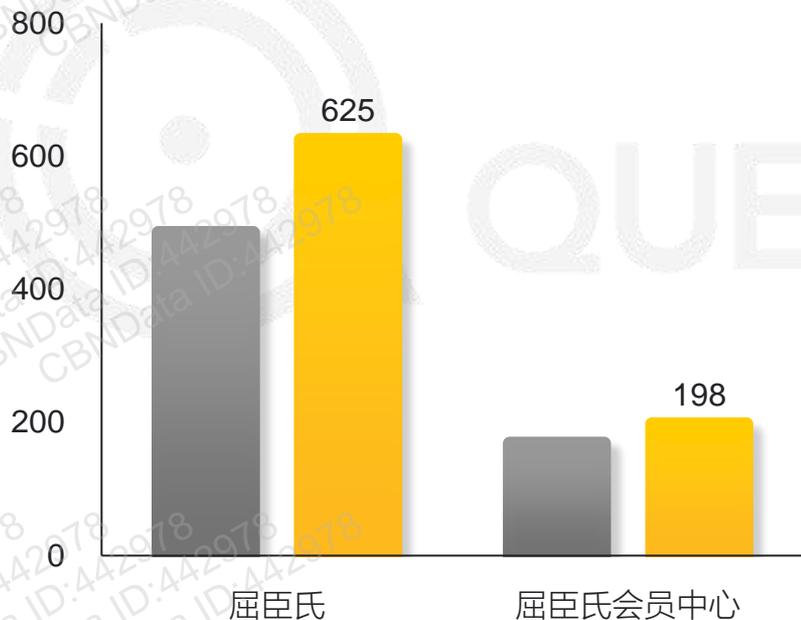


## 屈臣氏 典型微信小程序 月活跃用户规模

单位：万

2021-05 2022-05

同比增长率	28.8%	17.4%
-------	-------	-------



注：选取屈臣氏旗下2022年5月MAU TOP2微信小程序

## 屈臣氏 典型微信小程序功能分析



1. 本研究报告（以下简称“本报告”）由QuestMobile（以下简称“本公司”）制作及发布。
2. 本报告所涉及的数据来源于QuestMobile自有数据库、行业公开、市场公开、公司授权，以及QuestMobile Echo快调研平台等，均采用合法的技术手段、深度访问、抽样调查等方式获取；本公司力求但不保证该信息的完全准确性和完整性，客户也不应该认为该信息是完全准确和完整的。同时，本公司不保证文中观点或陈述不会发生任何变更，在不同时期，本公司可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的研究报告。本公司会适时更新我们的研究，但可能会因某些规定而无法做到。除了一些定期出版的研究报告之外，绝大多数研究报告是在本公司认为适当的时候不定期地发布。
3. 本报告所涉及的独立研究数据、研究方法、研究模型、研究结论及衍生服务产品拥有全部知识产权，任何人不得侵害和擅自使用，违者必究。
4. 本报告主要以微信公众号形式分发或电子版形式交付，间或也会辅以印刷品形式交付或分发，所有报告版权均归本公司所有。未经本公司事先书面协议授权，任何机构或个人不得以任何形式复制、转发或公开传播本报告的全部或部分内容。不得将报告内容作为诉讼、仲裁、传媒所引用之证明或依据，不得用于营利或用于未经允许的其它用途。
5. 经本公司事先书面协议授权刊载或转发的，被授权机构承担相关刊载或者转发责任。不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节和修改。
6. 本报告的分享或发布现场，未经本公司事先书面协议授权，参会人员不得以任何形式进行录音、录像或拍照，更不允许参会人员以任何形式在其他场合或社交媒体（包括客户内部以及外部）进行转发、交流或评论本次分享内容。
7. 如因以上行为（不限于3、4、5、6）产生的误解、责任或诉讼由传播人和所在企业自行承担，本公司不承担任何责任。
8. 本报告中部分图片、内容来源于网络和公开信息，如果您发现本报告及其内容包含错误或侵犯其著作权，请联系我们以便这些错误得到及时的更正：[mkt@questmobile.com.cn](mailto:mkt@questmobile.com.cn)。
9. 本次分享内容最终解释权归本公司所有。

# QUESTMOBILE

第一时间观察行业趋势报告

▶▶ 扫码关注 每周更新

