



2019年APP流量价值 评估报告

极光JIGAUNG

2019年8月

核心观点

流量规模大并不意味着流量价值高

流量质量和产品特性等方面对流量价值有着重要的影响，比如输入法、天气查询等工具属性较强的APP虽然流量规模大，但粘性指标和资源位数量存在天然的劣势，因此其流量价值相对较低

流量价值集中于头部APP，二八效应明显

Top 10 APP流量价值占比超5成，top 50流量价值占比达85.2%，流量价值集中于头部APP；根据目前排名，微信稳居首位，手机百度和QQ分列二、三位

不同行业APP的广告变现方式差异明显

微信和QQ主要依靠社交广告和关系网导流、淘宝和拼多多则是对商品进行展示和导流、百度依靠“搜+推”双引擎推广、爱奇艺主要依靠贴片广告、而腾讯新闻和快手等主要采用信息流广告和原生广告的形式

数据来源：极光(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

取数周期：2019.06

目录

1 极光流量价值模型

2 流量价值分布

3 主要行业流量价值分析

CHAPTER 01

极光流量价值模型

流量价值

APP流量价值是指APP的流量通过各种方式的变现能够带来的总收入，即流量变现的价值

- 传统流量价值评估方法存在一系列痛点，如维度过于单一、多维度分析难以整合、结论不能直接以金钱反映等，这意味着传统方法无法得出直观且综合的流量价值水平
- 极光流量价值模型克服传统评估方法的问题，综合多维数据形成以金钱衡量的流量价值指标

传统流量价值评估的痛点

维度单一

传统方法往往偏重于通过某一维度估算流量价值，比如用户数量、曝光量、点击量等，这种依赖于流量规模的计算忽略了流量质量和用户画像的差异

结论难以用金钱衡量

传统方法难以得出与金钱挂钩的综合流量价值指标，得到的结论不能直观反映流量变现能力

难以整合多维数据

多维的流量价值评估往往只是分别分析各个指标，或者通过交叉进行分类分析，不能得出综合的流量价值水平

数据类型：公开资料整理

极光流量价值模型

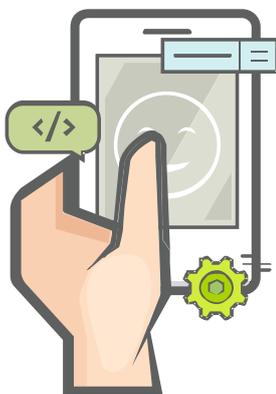
评估APP流量的潜在广告变现价值

- 极光流量价值模型是综合多维的模型，能够反映APP流量的广告变现价值和潜力，输出结果与金钱挂钩，因此，极光流量价值模型能帮助APP开发者及投资者直观洞察其流量变现的潜能以及在行业中所处的位置，助其提升流量管理水平

极光流量价值模型的优势

极光流量价值模型

APP流量价值代表APP流量通过广告方面变现的潜在能力，即通过广告方面用户变现所能得到的总体收益



流量的广告价值

反映APP在广告方面的流量变现能力



流量变现的潜力

不仅仅是现状，还反映变现潜力



综合多维

计算过程综合多维指标，全面反映APP综合价值



与金钱挂钩

模型最终得到与金钱挂钩的流量价值指标，更直观，更有意义

数据来源：极光(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

极光流量价值模型

综合四维度多指标评估流量价值

- 极光流量价值模型采用四个维度多个指标进行评估，充分考虑了APP在流量规模、流量质量、用户特征和产品特性上的差异，得到流量价值指标值。因此，极光流量价值指标能够通过直观且综合的方式反映APP流量的广告变现价值

极光流量价值模型评估维度

维度1：用户规模

- 活跃用户数量反映用户规模大小
- 采用MAU等规模指标

维度2：流量质量

- APP使用时长：反映流量粘性
- APP使用频次：打开频次越多，广告交互的机会越多，流量价值越高

极光流量价值模型

维度3：用户特征

- 用户构成：用户人口背景分布、用户消费能力高中低构成等
- 用户精准度：用户构成是否精准匹配APP产品特性和行业特性，匹配度越高，有效用户越多

维度4：产品特性

- 广告展示和曝光：APP广告资源多少、广告形式是否多样、用户交互是否频繁等
- 导流能力：APP引导用户到目标页面或外部平台的能力，如搜索推广、利用优惠券导流等

数据来源：极光(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

极光流量价值模型

极光流量价值指标表示APP通过深挖广告变现所能实现的年广告收入潜力

- 极光流量价值指标反映APP在广告方面的变现潜力，但不包括APP内消费方面的变现，比如，不包括会员收入、商品销售收入等

极光流量价值指标的含义



反映广告收入*

极光流量价值指标反映的是APP能够实现广告方面的变现能力，也即每年在广告方面的收入



反映变现潜力

极光流量价值指标反映的是APP深挖广告潜能所能获得的流量变现收入，反映的是潜力



不包括APP内消费

极光流量价值指标反映的是广告方面的流量变现，不包括APP内消费的流量变现，比如，不包括会员收入、商品销售收入等

注：虽然极光流量价值模型评估值反映APP在广告方面的年收入能力，但不建议与上市公司财务数据中的广告收入进行直接对比，原因如下：（1）上市公司公布的广告与营销方面的收入统计口径差异较大，涵盖的项目不一定完全是广告方面的收入；（2）极光流量价值反映广告变现潜力，而财报数据反映现状；（3）极光流量价值报告仅评估APP端的变现能力，不包括网页端、PC端等

数据来源：极光(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

CHAPTER 02

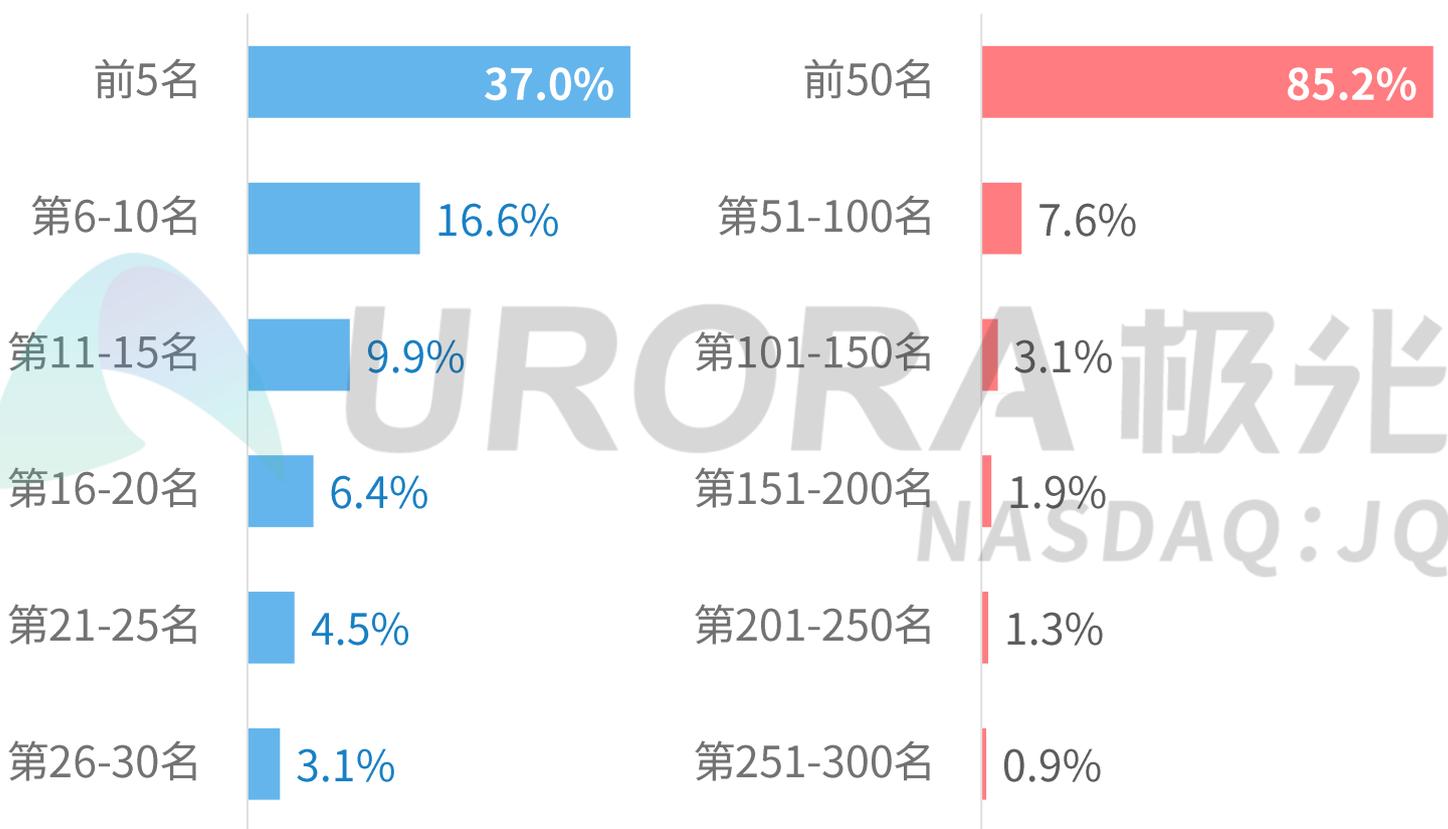
流量价值分布

流量价值集中度

头部APP流量价值集中，二八效应明显

- 在流量价值排名前300的APP中，前5名APP流量价值之和占比达37.0%，前50名APP流量价值之和占比达85.2%，头部APP集中度非常高，二八效应非常明显

流量价值占比分布



注：流量价值占比指在流量价值排名第X至X名APP的流量价值之和占流量价值前300APP的流量价值之和的占比

数据来源：极光(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

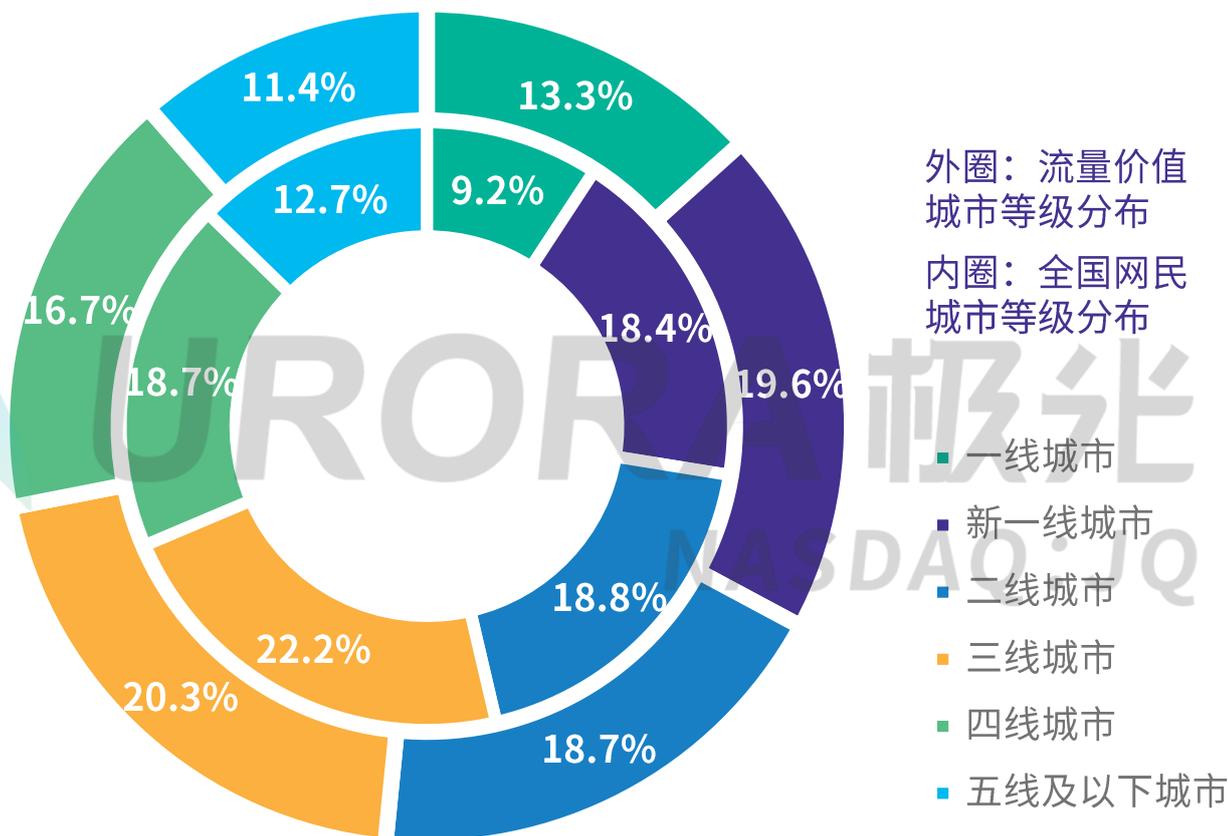
取数周期：2019.06

流量价值城市等级分布

一二线城市流量价值高

- 虽然三线及以下城市网民人数更多，但一二线城市的APP流量总价值更高，这可能由于更多的APP把重心放在一二线城市，特别是流量价值较高的头部APP

流量价值城市等级分布



注：流量价值城市等级分布以排名前300的APP流量价值计算

注：城市等级划分根据第一财经发布的《2019年中国城市商业魅力排行榜》，具体如下：一线城市包括北上广深；新一线城市包括成都等15个城市；二线城市包括厦门等30个城市；三线城市包括潍坊等70个城市

数据来源：极光(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

取数周期：2019.06

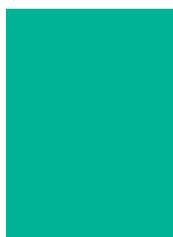
BAT流量价值

头部APP对各系的流量价值贡献明显

- 头部APP对各系的流量价值贡献明显，腾讯系的微信+QQ、百度系的手机百度、阿里系的手机淘宝，其流量价值在各系中的占比均超过一半

BAT APP流量价值

1,617亿元



腾讯系

699亿元

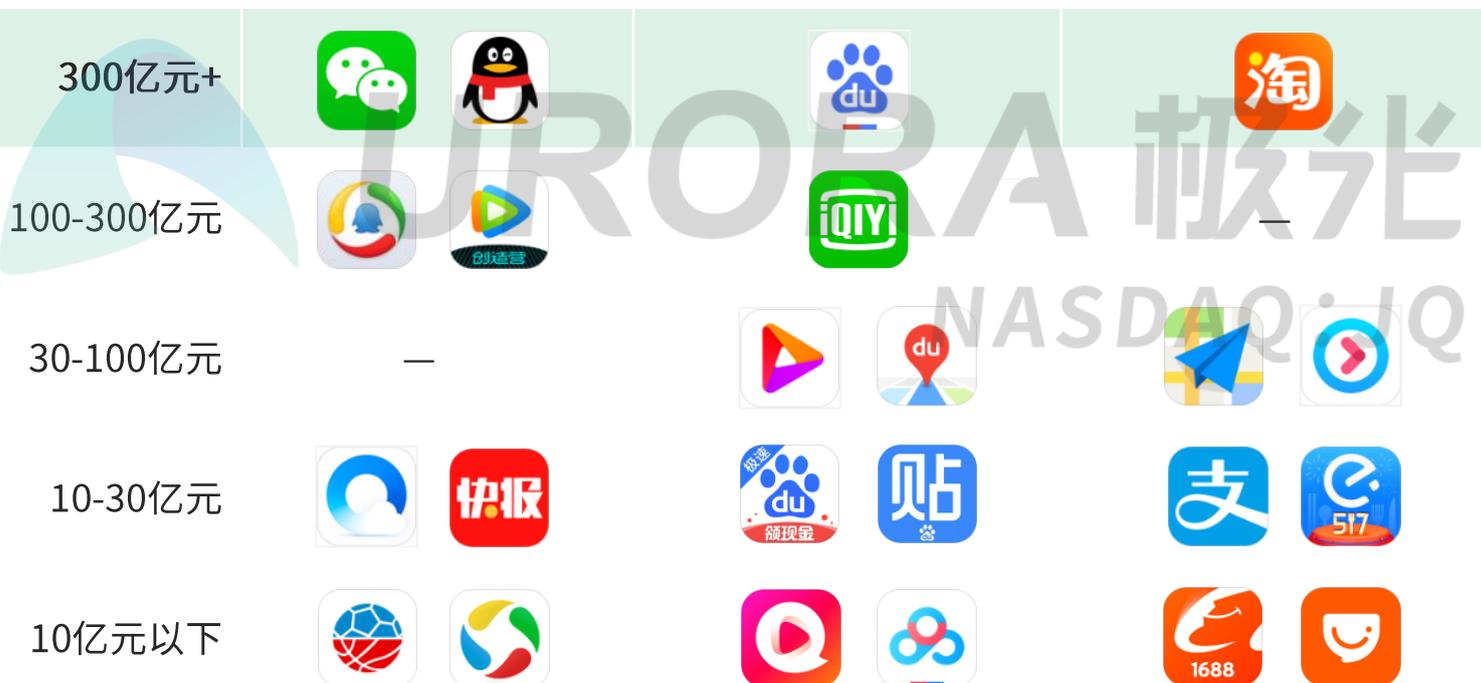


百度系

694亿元



阿里系



注：图表中仅展示部分APP

数据来源：极光(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

金额币种：人民币

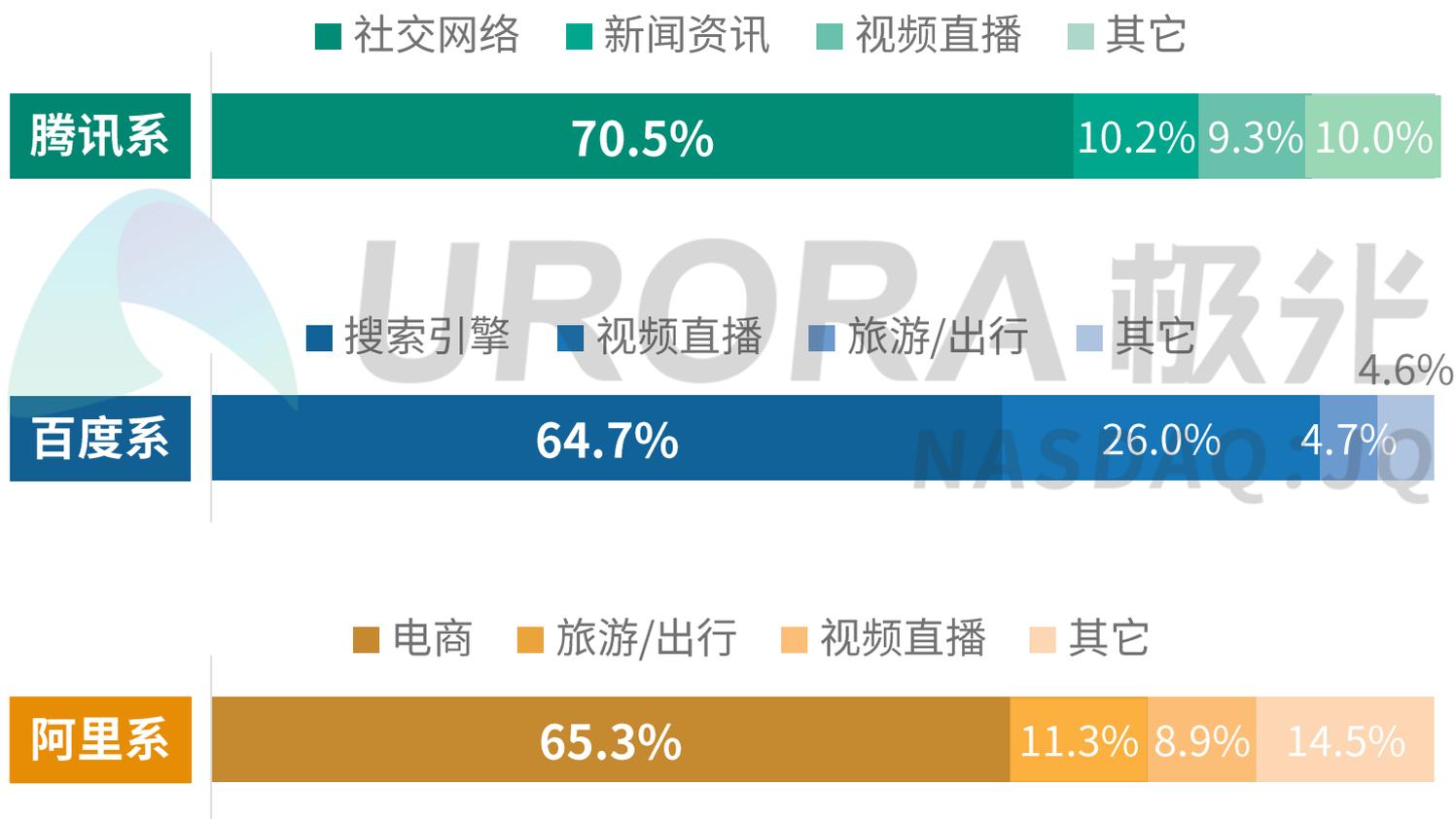
取数周期：2019.06

BAT流量价值

因流量价值集中在头部APP，各系流量价值均集中在其主打行业

- 腾讯系的流量价值集中在社交网络，百度则集中在搜索推广，阿里系集中在电商，其占比均超过六成
- 除搜索推广以外，百度在视频直播方面也开始发力，视频直播流量价值占比达26.0%

BAT APP流量价值行业分布



数据来源：极光(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

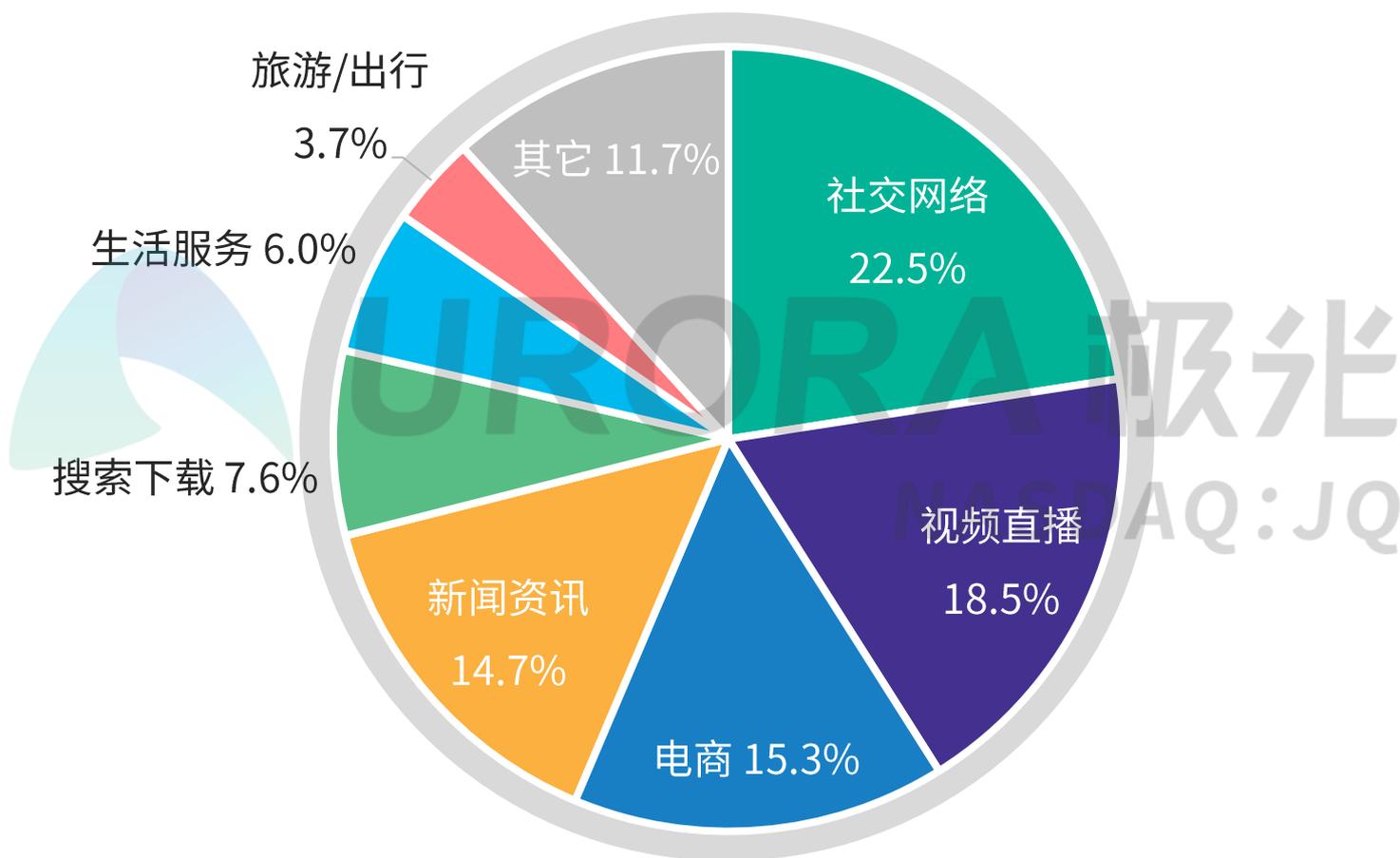
取数周期：2019.06

流量价值行业分布

社交网络流量价值占比最高，微信和QQ贡献明显

- 社交网络占比22.5%，是占比唯一超过两成的行业，其次是视频直播、电商和新闻资讯，占比在14%-20%之间
- 四大行业占比总和超过七成，一方面由于四大行业规模大、流量质量高、APP数量多，另一方面也表明了四大行业的行业特性相对更适合广告方面的流量变现

流量价值行业分布



注：流量价值行业分布以排名前300的APP流量价值计算

注：社交网络包括即时通讯、微博博客、社区贴吧等子行业，视频直播包括在线视频、短视频、直播等子行业，搜索下载包括搜索引擎和下载工具等子行业，生活服务包括团购外卖、分类信息、买房租房等子行业，旅游出行包括在线旅游、地图导航、酒店预订等子行业

数据来源：极光(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

取数周期：2019.06

CHAPTER 03

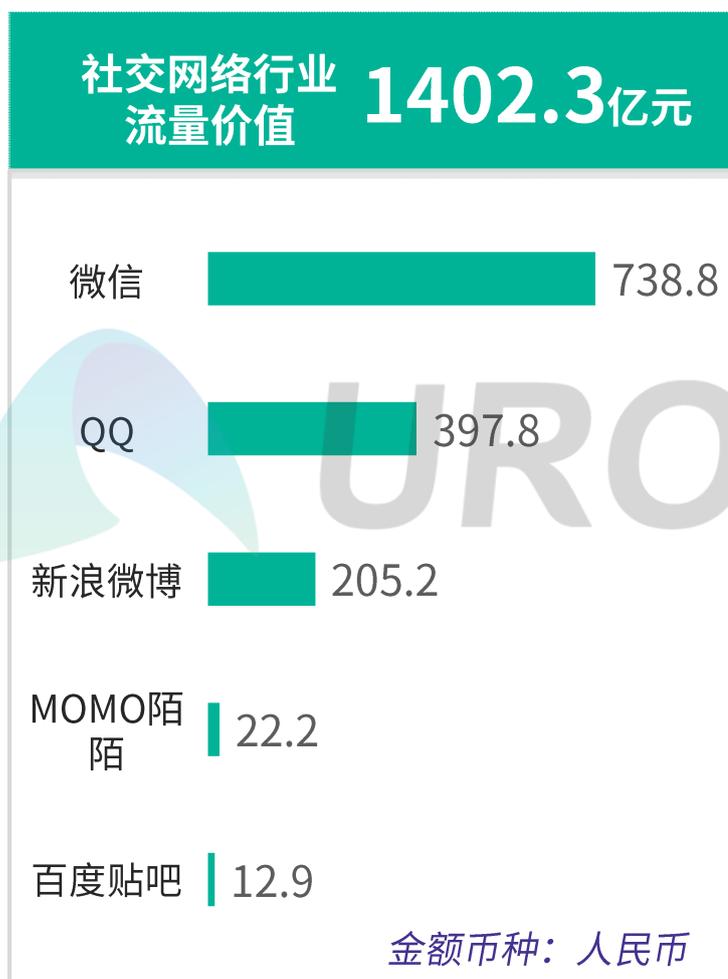
主要行业流量价值分析

社交网络流量价值

基于社交链的社交网络APP在广告流量变现方面潜力较大

- 社交网络具有高效的社交链传播、用户粘性高等优势，因此其在流量的广告变现方面潜力巨大
- 根据极光流量价值模型，微信的流量价值超过700亿元，QQ接近400亿元，新浪微博也有205.2亿元

社交网络行业流量价值



基于社交链的广告传播

- 社交网络APP的核心是社交链，社交链非常有利于广告传播和用户导流，网络效应强，传播效果好
- 社交网络用户之间存在社交关系，特别是微信和QQ的熟人关系，因此用户之间信任度高，对于社交裂变传播的广告接受度也相对较高

用户粘性高

- 由于行业特性，建立起来的社交网络对用户非常重要，用户粘性强，因此广告曝光机会较多

注：行业总体流量价值以排名前300的APP进行计算

数据来源：极光(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

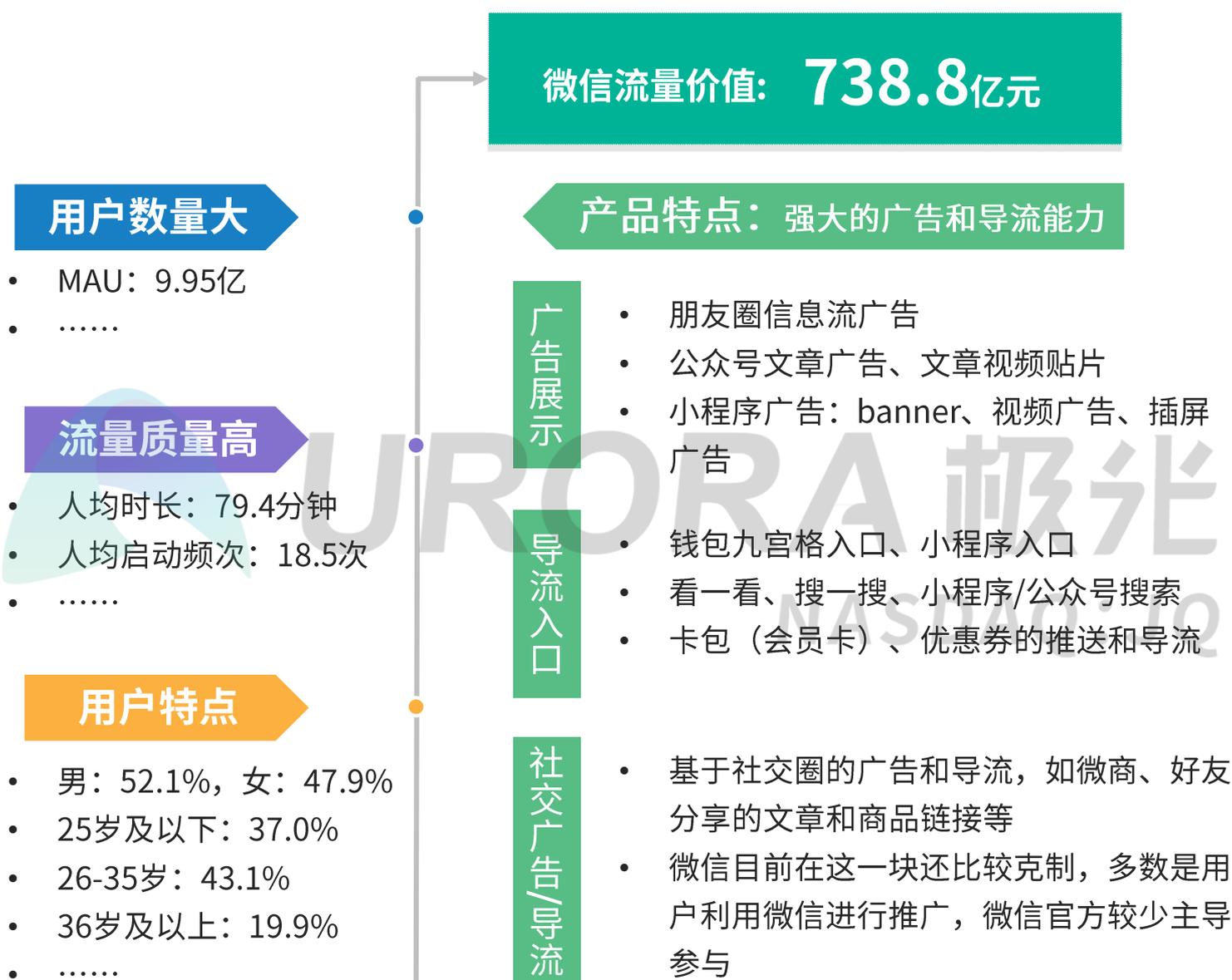
取数周期：2019.06

案例：微信流量价值评估

微信APP流量价值738.8亿元

- 微信流量非常庞大，且用户粘性强，流量质量高，此外，微信有众多广告曝光方式，因此微信可实现的流量广告价值很高。根据极光流量价值模型评估的结果，微信流量价值高达738.8亿元，在全体APP中位居第一
- 不过，目前微信在广告方面比较克制，并未在广告变现进行大规模推进，另外，微信小程序也在快速发展，用户人均日访问量同比增长54%，因此，微信依然有很大的空间去实现流量价值变现

微信APP流量价值评估



数据来源：流量价值数据来源于极光(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)，小程序数据来源于腾讯2018年财报

金额币种：人民币

取数周期：2019.06

案例：新浪微博流量价值

新浪微博APP流量价值为205.2亿元

- 广告收入是新浪收入的主要部分，其中微博贡献最大
- 新浪微博在广告流量变现上开发得比较深，广告呈现方式多样，主要有搜索类、曝光类和信息流三大类广告

新浪微博APP流量价值

<p>热门推荐</p> <p>推荐的热门内容，实现导流</p>	<p>热搜榜</p> <p>微博上最热门的话题，热搜榜本身就是一种广告</p>	 <p>APP流量价值</p> <p>205.2亿元</p> <p>大家正在搜：18件衣服被退店家被曝抄袭</p> <p>18件衣服被退店... 新 赌王原配 新</p> <p>王源开了家博物馆 荐 奚梦瑶伴舞 新</p> <p>萧亚轩辟谣感染... 热 美股暴跌 沸</p> <p>比特币上涨突破800... 更多热搜 ></p>
<p>搜索框和搜索结果</p> <p>搜索框默认的搜索内容、搜索结果排序及呈现的广告</p>	<p>搜索彩蛋</p> <p>搜索明星或品牌时会弹出该明星或品牌的广告</p>	
<p>开屏广告</p> <p>打开APP首先出现的广告，支持视频、图片、动图</p>	<p>条幅广告</p> <p>在APP页面条幅或栏目中呈现的广告</p>	<p>信息流广告</p> <p>在微博信息流呈现时，在其中插入的广告，其广告形式与普通微博无异，用户在刷信息流时会不自觉地观看了广告</p>
<p>评论广告</p> <p>在评论列表中插入的广告</p>		

数据来源：极光(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

取数周期：2019.06

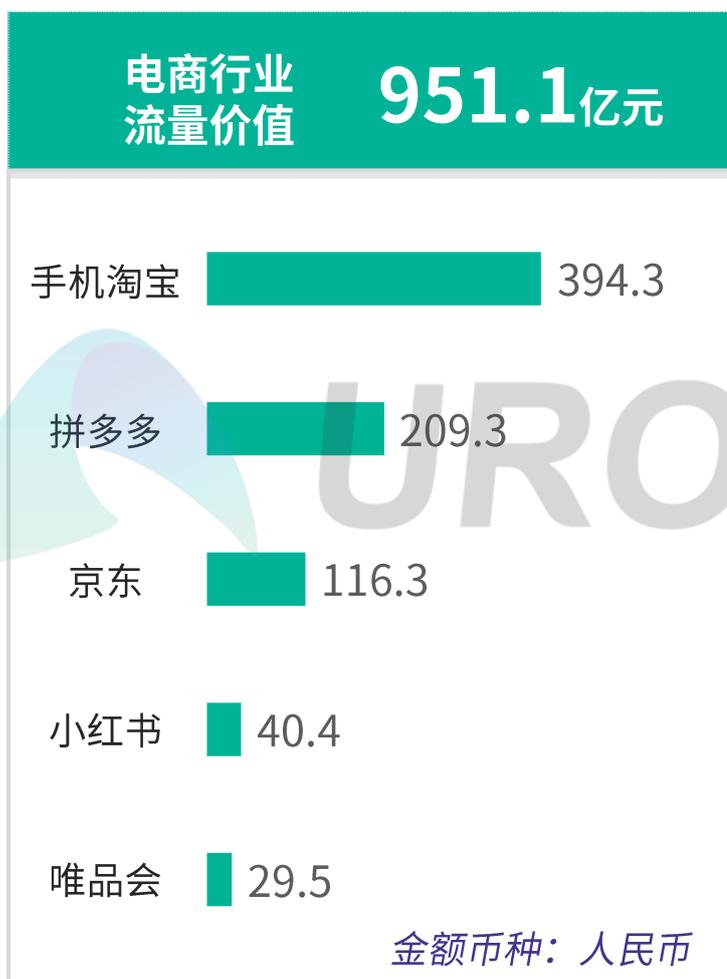
金额币种：人民币

电商行业流量价值

作为用户消费的终点，电商行业广告转换率高，变现能力较强

- 电商行业的广告流量价值主要集中在产品和品牌的广告展示和导流，因为通常用户打开电商APP是为了搜寻和购买产品的，因此电商APP的广告转化效果较好，广告流量变现潜力大
- 其中，手机淘宝的流量价值最高，达394.3亿元，其次是拼多多，超过200亿元

电商行业流量价值



围绕产品销售的广告转化率高

- 电商作为消费环节的终点，其广告都是围绕产品销售而设计的，因此广告转化率相对更高，品牌和店铺依靠APP内广告营销争夺用户，促进成交

带着目的的用户

- 电商APP用户往往带着目的来找商品，对商品信息更关注，因此对关于产品和品牌的广告接受度高

从站外导流

- 电商行业还从积极从站外进行导流，比如采用社交裂变、推广券导流等方式，将用户从站外带到站内

注：行业总体流量价值以排名前300的APP进行计算

数据来源：极光(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

取数周期：2019.06

案例：手机淘宝流量价值

手握巨量流量的手机淘宝APP的广告流量价值高达394.31亿元

- 手机淘宝APP在流量广告变现方面做得比较成熟，通过阿里妈妈整合营销资源，采用直通车、钻石展位、优惠券等多种方式，在帮助店铺和品牌做营销推广的同时，实现广告流量变现

手机淘宝APP流量价值



导流 直通车

- 通常用户只会查看搜索结果排名靠前的商品，淘宝通过竞价排名的方式让店铺获取获取搜索结果排名靠前的位置，从中赚取导流的收入

广告 钻石展位

- 通过横幅广告、弹出广告等APP内不同的展位让店铺、产品、促销信息得到曝光

导流 优惠券

- 通过品类优惠券/店铺优惠券的方式实现导流
- 通过阿里妈妈推广券+淘宝客的模式实现站外导流



金额币种：人民币

数据来源：极光(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

取数周期：2019.06

案例：拼多多流量价值

电商黑马拼多多APP流量价值209.3亿元

- 拼多多采用广告位和多种商品导流方式，结合低价定位，实现流量价值的广告变现，经评估，其流量价值超过200亿元

拼多多APP流量价值



广告位广告

APP内广告位展示的广告



搜索导流

搜索排名、搜索关键词推荐等



秒杀

秒杀活动中展示靠前的商品



APP流量价值

209.3亿元

极光

NASDAQ: JQ



优惠券/补贴

通过优惠券、补贴等方式实现商品导流



商品推荐

首页推荐、精选、商品呈现顺序等方式实现导流



特卖

特卖活动、品牌特卖等方式实现促销商品导流

金额币种：人民币

数据来源：极光(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

取数周期：2019.06

搜索引擎行业流量价值

搜索推广是搜索引擎主要的变现方式

- 搜索引擎是用户查找信息的主要入口，因此流量巨大，且用户搜索是主动行为，搜索结果根据用户需求匹配内容，用户在阅读和点击方面意愿更强，广告效果较好
- 百度流量价值在搜索行业中占比较高，手机百度和百度极速版占比超过95%
- 搜索引擎行业也在内容领域扩张，积极布局生态

搜索引擎行业流量价值



信息搜寻的入口

- 搜索引擎是用户查找信息的入口，流量巨大
- 用户使用搜索引擎是主动搜索的行为，搜索结果会根据用户需求匹配内容，用户对搜索结果的阅读和点击意愿强，主动性高，因此搜索引擎在广告变现方面优势明显

从工具向内容发展

- 搜索引擎以搜索为基础，在积极向内容领域发展，内容领域的拓展将使得流量留在站内，提高用户时长，增加流量变现机会

注：行业总体流量价值以排名前300的APP进行计算

数据来源：极光(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

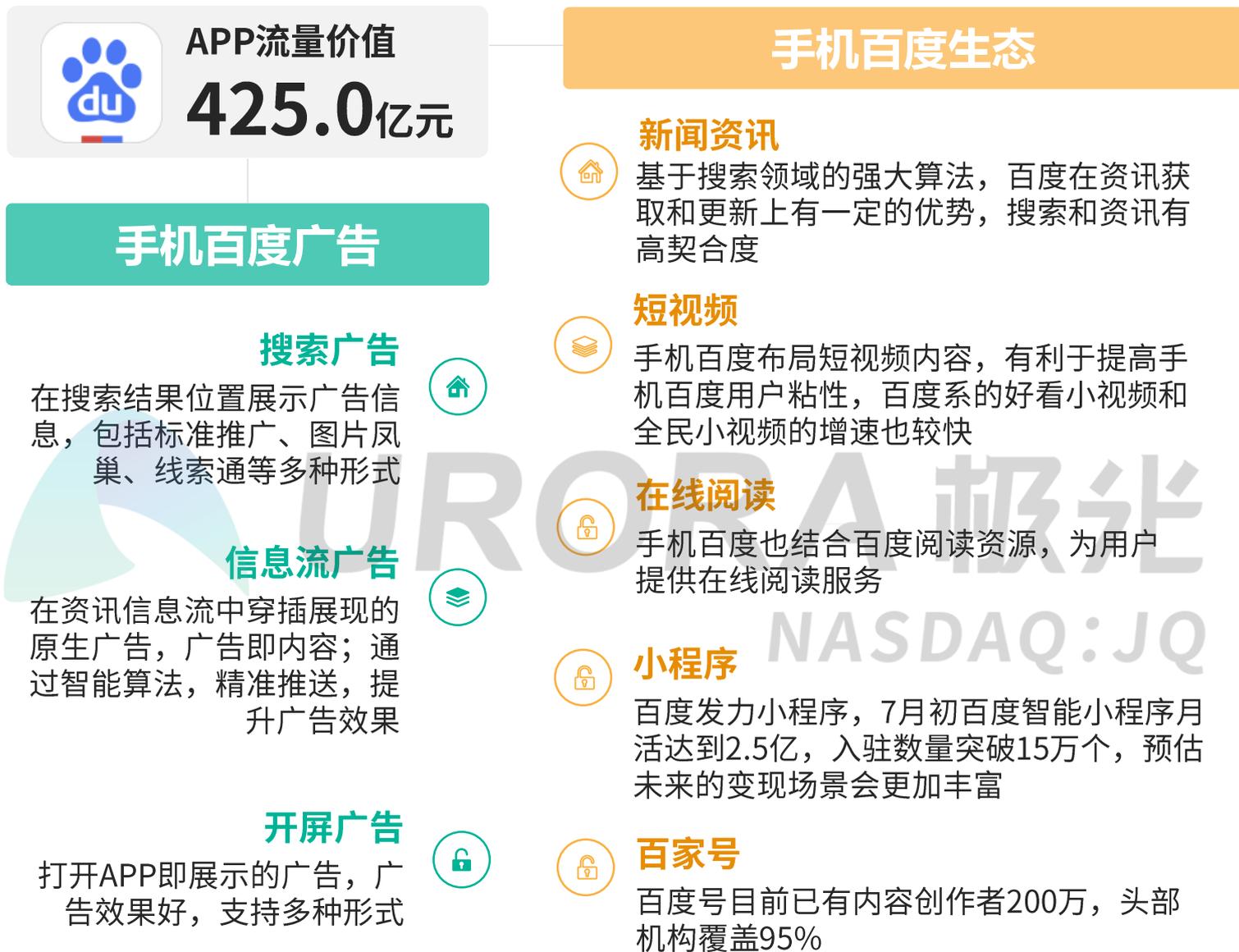
取数周期：2019.06

案例：手机百度流量价值

手机百度APP流量价值425.0亿元

- 以“搜+推”双引擎为核心，手机百度通过搜索广告、信息流广告、开屏广告等多种方式实现流量变现，同时，手机百度在搜索的基础上丰富内容生态，涵盖新闻资讯、短视频、在线阅读等内容领域，变现场景非常丰富，同时也在积极布局小程序生态，丰富用户场景。
- 手机百度APP流量价值425.0亿元，仅次于微信，在全体APP中位居第二

手机百度APP流量价值



数据来源：流量价值来源于极光(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)，百度小程序数据和百家号数据来源于公开资料

金额币种：人民币

取数周期：2019.06

新闻资讯行业流量价值

新闻资讯APP以信息流为核心，流量价值相对较高

- 新闻资讯APP除广告资源位充足外，一方面信息流广告随内容推送，用户在不经意间接受广告曝光，另一方面基于用户兴趣的智能推荐算法也能优化广告的触达人群，提升广告效果

新闻资讯行业流量价值



广告即内容

- 资讯信息流广告形式类似于内容，并随内容推送，用户在不经意间接受广告曝光

广告资源位充足

- 新闻资讯有多频道、资讯持续更新、热点关注度高等特点，因此，这类APP的广告资源位充足

算法助力广告触达

- 可以通过算法优化广告的触达人群，实现千人千面，提高广告效率

注：行业总体流量价值以排名前300的APP进行计算

数据来源：极光(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

金额币种：人民币

取数周期：2019.06

案例：腾讯新闻流量价值

腾讯新闻APP流量价值146.1亿元

- 腾讯新闻依托腾讯系大平台，有大规模的流量，并且有专业的采编团队，内容更加专业，用户粘性高，因此，腾讯新闻流量价值较高，达146.1亿元
- 开屏广告、信息流广告和内容页广告是腾讯新闻的主要广告形式

腾讯新闻APP流量价值



APP流量价值

146.1亿元

大流量资讯平台

依托腾讯的大流量，腾讯新闻成为主要的资讯平台之一，其巨大流量有助于平台实现高价值变现

专业采编

脱胎于传统门户网站腾讯网，腾讯新闻有专业的采编团队，能保证内容更加专业、准确和完善，资讯信息质量高，用户体验更好，粘性更高

内容推荐

运用算法技术，根据用户的兴趣和习惯给用户推荐感兴趣的内容，提高用户体验

开屏广告

用户打开APP看到的广告，通常全屏并曝光数秒，广告效果好

信息流广告

以类似于新闻资讯的形式穿插于信息流之间的广告，因形式类似于内容，效果较好

内容页广告

在内容页面以banner、推荐等形式出现的广告

金额币种：人民币

数据来源：极光(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

取数周期：2019.06

案例：趣头条流量价值

趣头条APP流量价值76.4亿元

- 趣头条作为行业黑马，近两年发展很快，除了通常的新闻资讯内容以外，趣头条的一个特点是设置各种类型的任务，用户完成任务后获得奖励，因此，趣头条用户活跃度较高，参与积极性强

趣头条APP流量价值



金额币种：人民币

数据来源：极光(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

取数周期：2019.06

案例：一点资讯流量价值

一点资讯APP流量价值达54.1亿元

- 以“兴趣”为核心的一点资讯，结合资讯信息流的优势以及算法优势，实现精准营销，广告效率高，一点资讯APP流量变现潜力较大，评估值为54.1亿元

一点资讯APP流量价值

1. APP流量价值
54.1亿元

“有趣更有用”

兴趣引擎

结合用户画像、用户兴趣和算法技术，智能分析用户爱好，精准推送内容

兴趣营销

根据用户兴趣差异化定制资源，通过千人千面的方式匹配用户兴趣和广告内容，实现精准营销

开屏广告



打开APP时展示的广告，支持图片、视频等格式

信息流广告



资讯流中穿插的广告，其形式非常类似内容

详情页广告



文章/视频详情页中嵌入的广告

金额币种：人民币

数据来源：极光(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

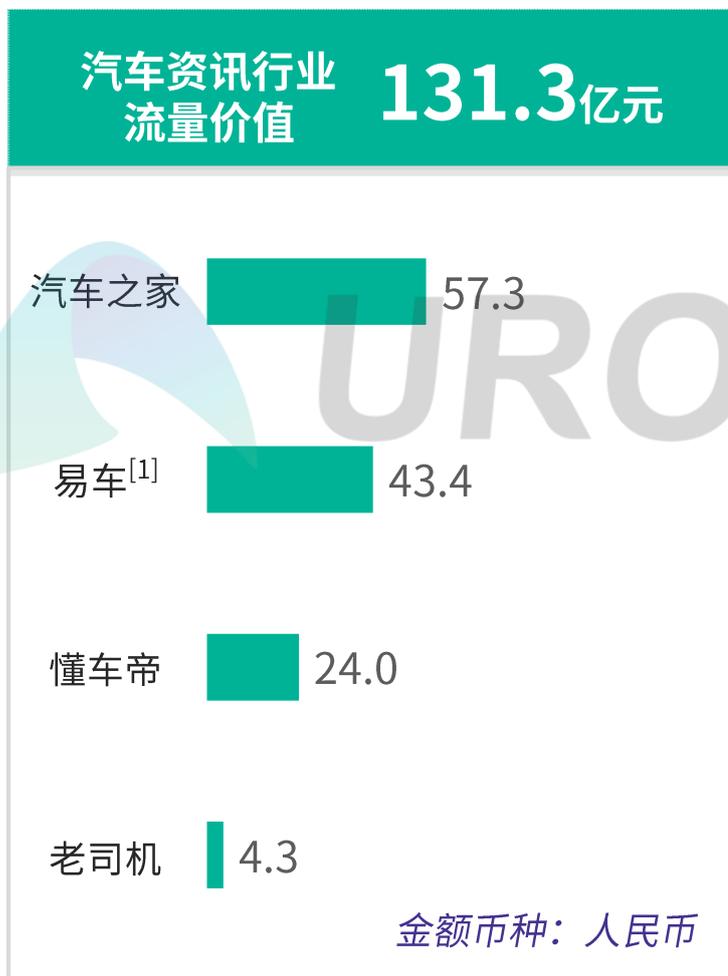
取数周期：2019.06

汽车资讯流量价值

汽车资讯APP的用户价值高

- 汽车资讯APP的单个用户价值更高，加之资讯媒体和交易平台兼具的属性，因此虽然流量规模可能小于非垂直类的行业（比如社交、新闻资讯），但其APP流量价值依然相当可观
- 汽车类APP用户人群集中，中年男性用户较多，广告主可以通过汽车类APP向这类群体投放广告

汽车资讯行业流量价值



资讯媒体+交易平台

- 汽车资讯APP往往是资讯媒体和交易平台的结合，前者适合于多种广告形式的展示，后者通过导流实现流量变现

用户价值高

- 汽车资讯APP用户往往是汽车爱好者或者有较强的购车意向，因此对资讯关注度高，且人群收入和消费能力较强，用户价值高

垂直类APP用户精度高

- 作为垂直类APP的一种，汽车资讯APP用户人群集中，中年男性用户较多，用户画像特点鲜明，广告主可以精准投放到这类用户群体，广告效率高

[1] 易车包括易车APP和汽车报价大全APP

注：行业总体流量价值以排名前300的APP进行计算

注：此处的流量价值仅为单个APP在广告方面的流量价值，不包括PC端、网页版、小程序等方面的流量价值

数据来源：极光(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

取数周期：2019.06

案例：易车流量价值

易车^[1]流量变现主要通过汽车资讯广告以及汽车查询交易导流实现的

- 汽车资讯方面：信息流广告、开屏广告、条幅广告等展示方式
- 汽车查询与交易方面：推荐车型、搜索排行、条幅广告等方式

易车流量价值

汽车资讯

汽车查询与交易

[1] 易车包括易车APP和汽车报价大全APP

数据来源：极光(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

金额币种：人民币

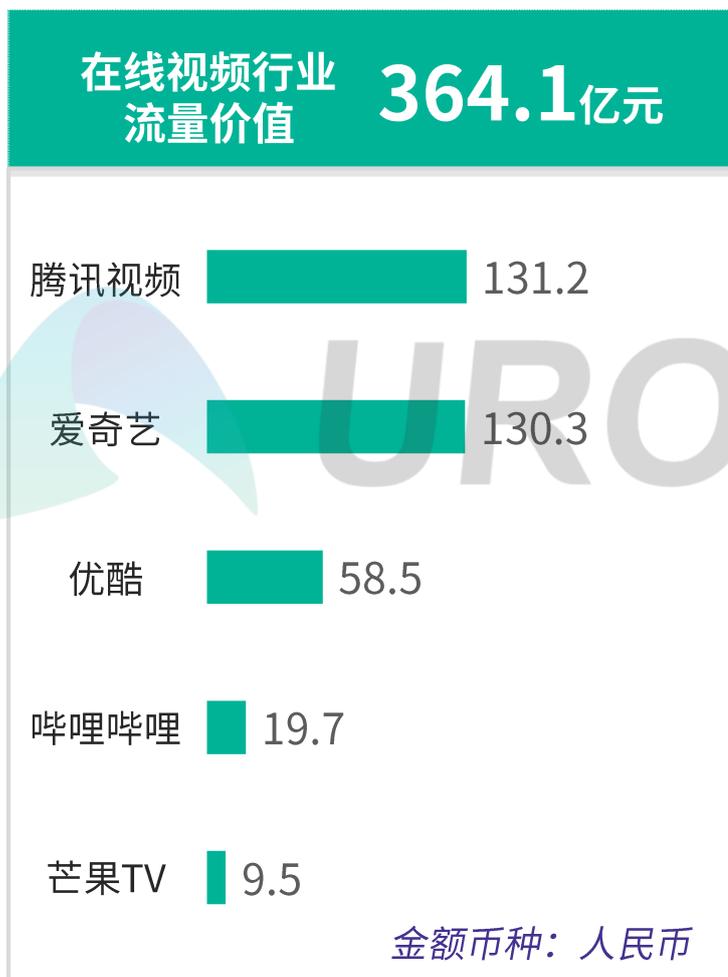
取数周期：2019.06

在线视频行业流量价值

贴片广告是重要形式

- 在线视频APP有视频贴片广告、APP广告、内容广告等多种广告形式，因为贴片广告（如插播广告、浮屏广告等）是在用户观看视频的时呈现，因此效果最好，贴片广告通常是硬广
- 近期流行将广告片打造成优质视频这种广告方式，用户对这类软广接受度高，传播效果好，而在线视频APP作为传播载体可从中受益

在线视频行业流量价值



贴片广告是主要形式

- 视频贴片广告通常以播放广告、浮屏广告等形式出现，用户观看视频的时候广告会呈现，通常是硬广
- 视频贴片广告是广告客户最看重的广告形式之一，其重要性类似于电视在传统媒体中的地位，这是在线视频APP的优势之处

从硬广到软广

- 除了硬广式的贴片广告，近年流行把广告拍成微视频、微电影这一新形式，用户接受度高、且易于通过用户传播，效果较好

注：行业总体流量价值以排名前300的APP进行计算

数据来源：极光(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

取数周期：2019.06

案例：腾讯视频流量价值

腾讯视频APP流量价值131.2亿元

- 腾讯视频依托腾讯系庞大的流量及自身丰富的剧目资源，加上在线视频有丰富的广告形式以及较好的广告效果，腾讯视频APP流量价值较高，达131.2亿元

腾讯视频APP流量价值



APP流量价值

131.2亿元

APP广告

- 开屏广告
- 栏目/信息流广告
- 搜索页、订阅空间广告



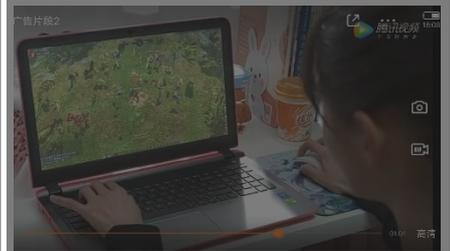
贴片广告

- 在视频播放前、中、后插播的广告
- 暂停时、播放时在视频上方呈现的浮屏广告



内容广告

- 节目中植入广告
- 把广告片打造成微视频、微电影等



数据来源：极光(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

取数周期：2019.06

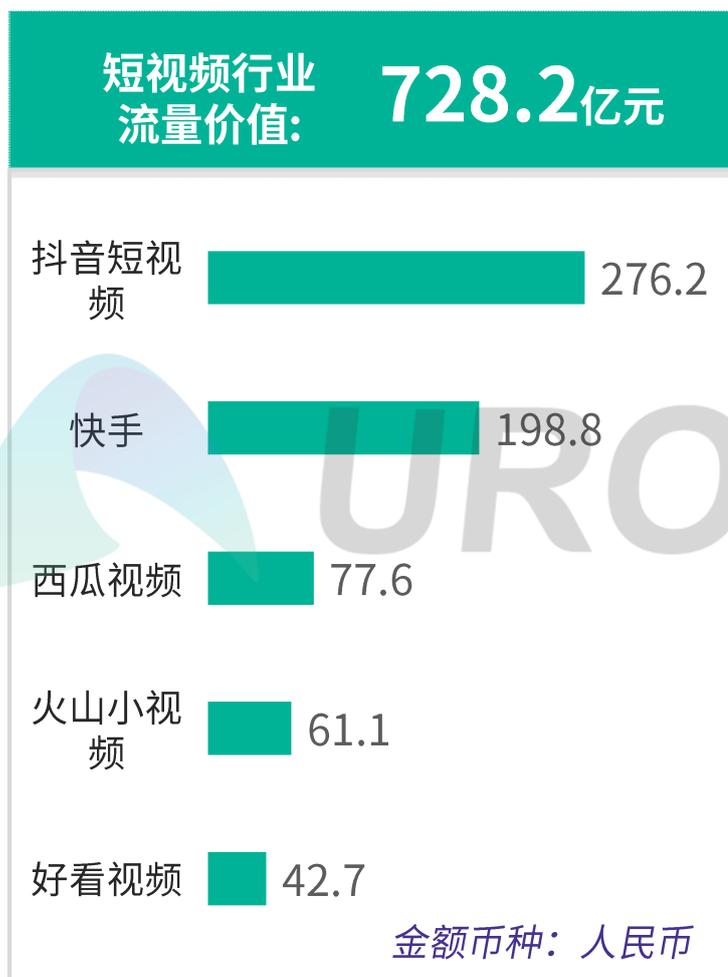
金额币种：人民币

短视频行业流量价值

广告与内容融合

- 短视频行业的广告类型有开屏广告、信息流广告和内容广告等，后两者能很好地将广告和短视频内容融合，随内容曝光，用户在不知不觉中接收到广告信息，效果较好

短视频行业流量价值



内容有广告，广告即内容

- 信息流广告将广告打造成短视频内容的形式，而内容广告则是把广告嵌入到短视频内容之中，两种方式均能把广告和短视频内容融合

推荐算法提高用户高粘性

- 基于用户偏好的算法，能为用户推荐喜欢的短视频，加上短视频娱乐性较强，用户粘性高

走向社交化

- 短视频APP在积极社交化，在短视频基础上把APP打造成社区和社交平台，这赋予APP更丰富的广告场景，以及更好的传播效果

注：行业总体流量价值以排名前300的APP进行计算

数据来源：极光(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

取数周期：2019.06

案例：快手流量价值

短视频信息流广告是核心

- 快手APP的广告类型不多，但能将广告和内容融合得比较好，再加上短视频用户粘性较高，使得快手APP的流量价值高，达198.8亿元
- 近年快手APP也在丰富自己的生态，往“短视频+社交”、“短视频+电商”等方向发展，以提高用户粘性、丰富流量变现场景

快手APP流量价值

社交



APP流量价值

198.8亿元



电商



开屏广告

打开APP时展示的广告，支持图片、视频等格式



信息流广告

以短视频形式存在的广告，用户刷短视频过程中会穿插在其中



内容广告

品牌以商家号的形式发布的短视频、快手创作者短视频中植入的广告

金额币种：人民币

数据来源：极光(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

取数周期：2019.06

报告说明

1. 数据来源

1) 极光 (Aurora Mobile, NASDAQ:JG), 源于极光云服务平台的行业数据采集及极光 iAPP 平台针对各类移动应用的长期监测, 并结合大样本算法开展的数据挖掘和统计分析; 2) 极光调研数据, 通过极光调研平台进行网络调研; 3) 其他合法收集的数据。以上均系依据相关法律法规, 经用户合法授权采集数据, 同时经过对数据脱敏后形成大数据分析报告。

2. 数据周期

报告整体时间段: 2019年6月。

3. 数据指标说明

具体数据指标请参考各页标注。

4. 免责声明

极光 JIGUANG 所提供的数据信息系依据大样本数据抽样采集、小样本调研、数据模型预测及其他研究方法估算、分析得出。由于统计分析领域中的任何数据来源和技术方法均存在局限性, 极光 JIGUANG 也不例外。极光 JIGUANG 依据上述方法所估算、分析得出的数据信息仅供参考, 极光 JIGUANG 不对上述数据信息的精确性、完整性、适用性和非侵权性做任何保证。任何机构或个人援引或基于上述数据信息所采取的任何行动所造成的法律后果均与极光 JIGUANG 无关, 由此引发的相关争议或法律责任皆由行为人承担。

5. 报告其他说明

极光数据研究院后续将利用自身的大数据能力, 对各领域进行更详尽的分析解读和商业洞察, 敬请期待。

6. 版权声明

本报告为极光 JIGUANG 所作, 报告中所有的文字、图片、表格均受相关的商标和著作权的法律所保护, 部分内容采集于公开信息, 所有权为原著作者所有。未经本公司书面许可, 任何组织和个人不得以任何形式复制或传递。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规的规定。

关于极光

极光（纳斯达克股票代码：JG）成立于2011年，是中国领先的开发者服务提供商。极光专注于为移动应用开发者提供稳定高效的消息推送、即时通讯、统计分析、社会化组件、短信、一键认证、深度链接等开发者服务。截止到2019年3月份，极光已经为超过40万移动开发者和116.5万款移动应用提供服务，其开发工具包（SDK）安装量累计227亿，月度独立活跃设备10.7亿部。同时，极光持续赋能开发者和传统行业客户，推出精准营销（极光效果通）、金融风控、市场洞察以及商业地理服务产品，致力于为社会和各行各业提高运营效率，优化决策制定。

极光产品线

极光开发者服务：高效稳定 SDK、节约开发资源、增强用户体验、提升业务效率

极光效果通：精准锁定目标用户，量身定制广告投放策略，提高运营效率

极光数据服务：解析目标客户，洞悉行业趋势，跟踪企业运营情况，帮助企业决策者提升决策效率

业务咨询请联系



数据改变世界



华北地区数据咨询

胡畅达: hucd@jiguang.cn

华东、华南地区数据咨询

Oliver: jianghh@jiguang.cn

全国商务咨询

sales@jiguang.cn

媒体数据引用:

marketing@jiguang.cn