iResearch
艾 瑞 咨 询

中国互联网流量月度分析报告
—后疫情时代的复工复产

2020年

摘要

01

2020年2月，伴随着整体的复工复产大潮，用户在远程办公、在线教育、资讯获取等需求继续猛增，带动移动端流量整体数据表现进一步攀升。2月月独立设备数为14.19亿台，同比增长4.9%，环比增长为0.1%。移动端有11个二级行业月独立设备数相比上月获得正增长，主要的服务范围是办公、理财、教育、游戏、资讯、美图、视频等需求。

02

2020年2月，效率办公行业月独立设备数强势破亿，单机日使用次数和使用时长也大幅增长，如钉钉、腾讯会议等APP成为企业特殊时期进行远程办公的刚需服务。效率办公APP集合了办公场景中即时通讯、多人会议、流程管理、知识管理等多种功能一站式满足远程办公需求。

03

停学不停课呼声下，大片互联网教育企业开启免费服务，既是在特殊社会危机下的公益之举，也将流量大战烧到前线。优质教育机构如老牌的学而思、年轻的猿辅导等都获得超过200%的月活环比增长率。在月独立设备增长TOP10的APP中，有4个APP单机日使用时长也获得TOP10的增长。

04

证券服务行业的用户数量与用户活跃度在2月迎来反弹，超过疫情发生前的水平。投资者对经济动向更加敏锐，增加对投资动向的关注，以及在行情低迷期更加频繁地进行交易操作。 2020年2月，同花顺和大智慧是证券服务二级行业月独立设备数TOP2APP，二者的用户年龄分布具有差异性，同花顺APP30岁以下的年轻用户比例达到56.3%，40岁以上人群占比为9.1%，整体用户年龄更加年轻化。

05

以豆果美食和下厨房为代表的菜谱教程类的美食APP月独立设备数涨幅均高于10%，30岁以下的新增月活数量最大，失去外卖的宅青年纷纷拿起锅铲与菜谱APP自力更生。从性别分布看，下厨房和豆果美食的女性用户都约为男性用户的2倍。从2月的第三周开始，疫情局面改善、商家恢复营业以及各地方政府的消费振兴措施推出，外卖业务的月独立设备数和单机月使用次数连续4周环比上涨，快速恢复至正常状态。

来源： UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

©2020.3 iResearch Inc.

暖春降临，复工复产提振流量表现 1

后疫情时代用户需求的热门行业 2

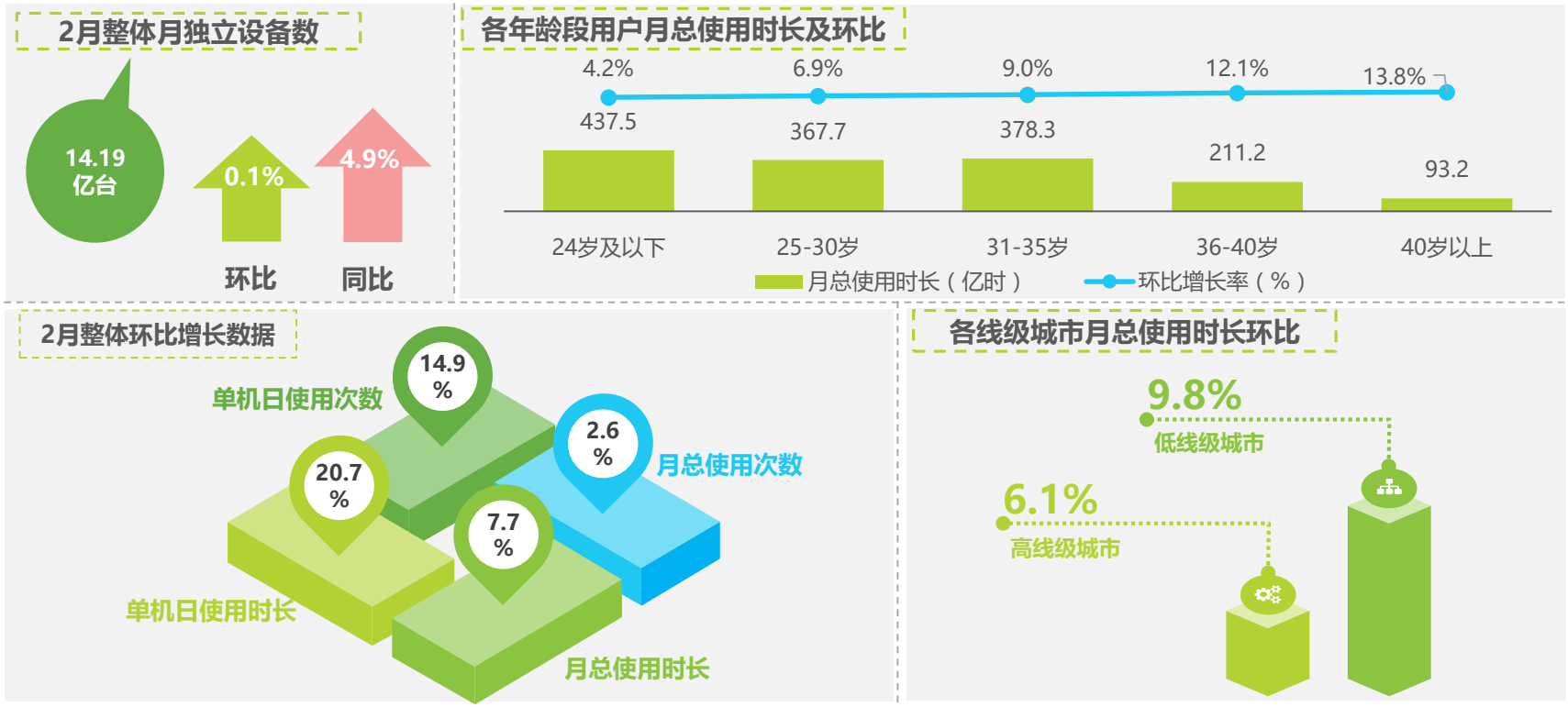
中国移动互联网2月热门行业用户触媒榜 3

暖春降临—复工复产提振整体数据表现

进一步渗透用户生活，用户粘性数据增长突出

2020年2月，伴随着整体的复工复产大潮，用户在远程办公、在线教育、资讯获取等需求继续猛增，带动移动端流量整体数据表现进一步攀升。2月月独立设备数为14.19亿台，同比增长4.9%，环比增长为0.1%。2月的粘性数据涨幅较大，单机日使用时长增长20.7%，单机日使用次数增长14.9%。从用户年龄段分布来看，36-40岁之间的用户月总是用时长增幅最大为12.1%；从城市级别分布看，下沉市场的月总使用时长增幅高于高线级市场为9.8%，更具有增长潜力。

mUserTracker-2020年2月移动互联网整体及分年龄段&城市线级数据环比



来源： UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

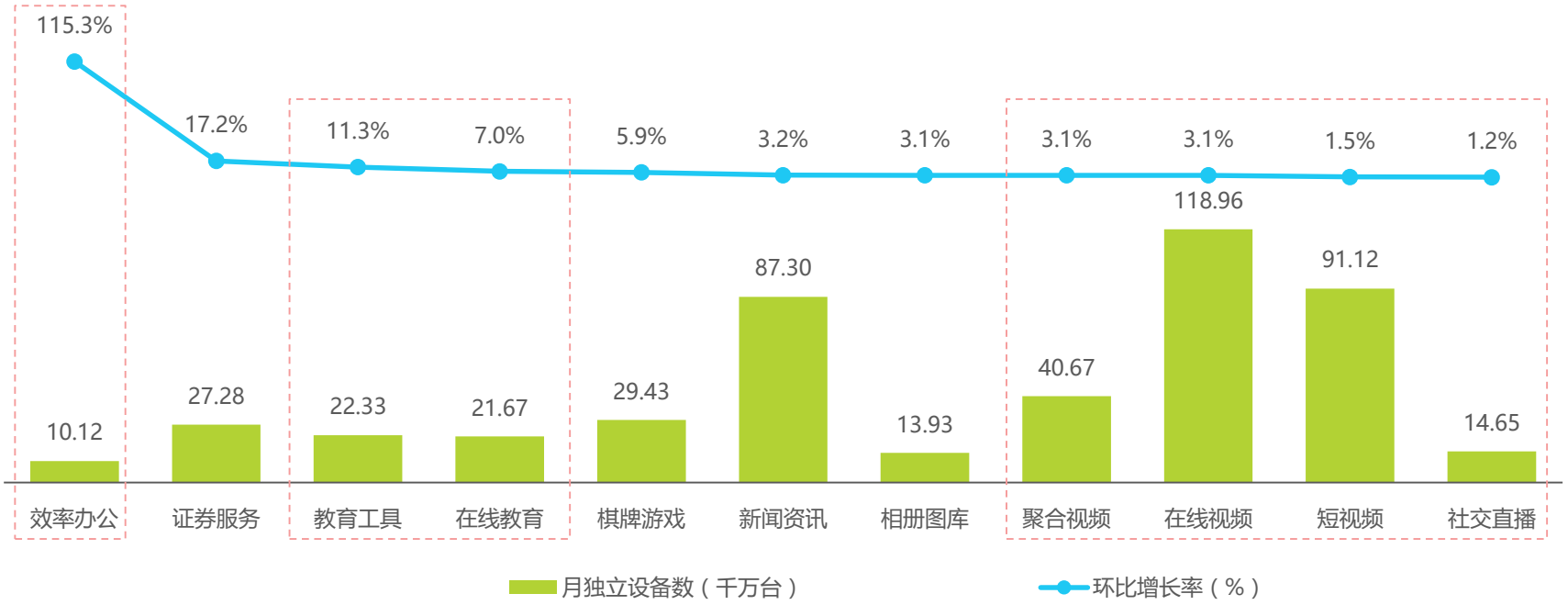
©2020.3 iResearch Inc.

暖春降临—细分行业月活环比增长

11个细分行业月活攀升，效率办公成为最大赢家

2020年2月，移动端有11个二级行业月独立设备数相比上月获得正增长，主要的服务范围是办公、理财、教育、游戏、资讯、美图、视频等需求。复工复产复学大潮推动效率办公成为最大赢家，月活环比增长115.3%。教育需求凸显，学习教育行业中有2个二级行业获得增长，视频服务行业中有4个二级行业均获得增长。

mUserTracker-2020年2月月独立设备数环比正向增长二级行业



来源： UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

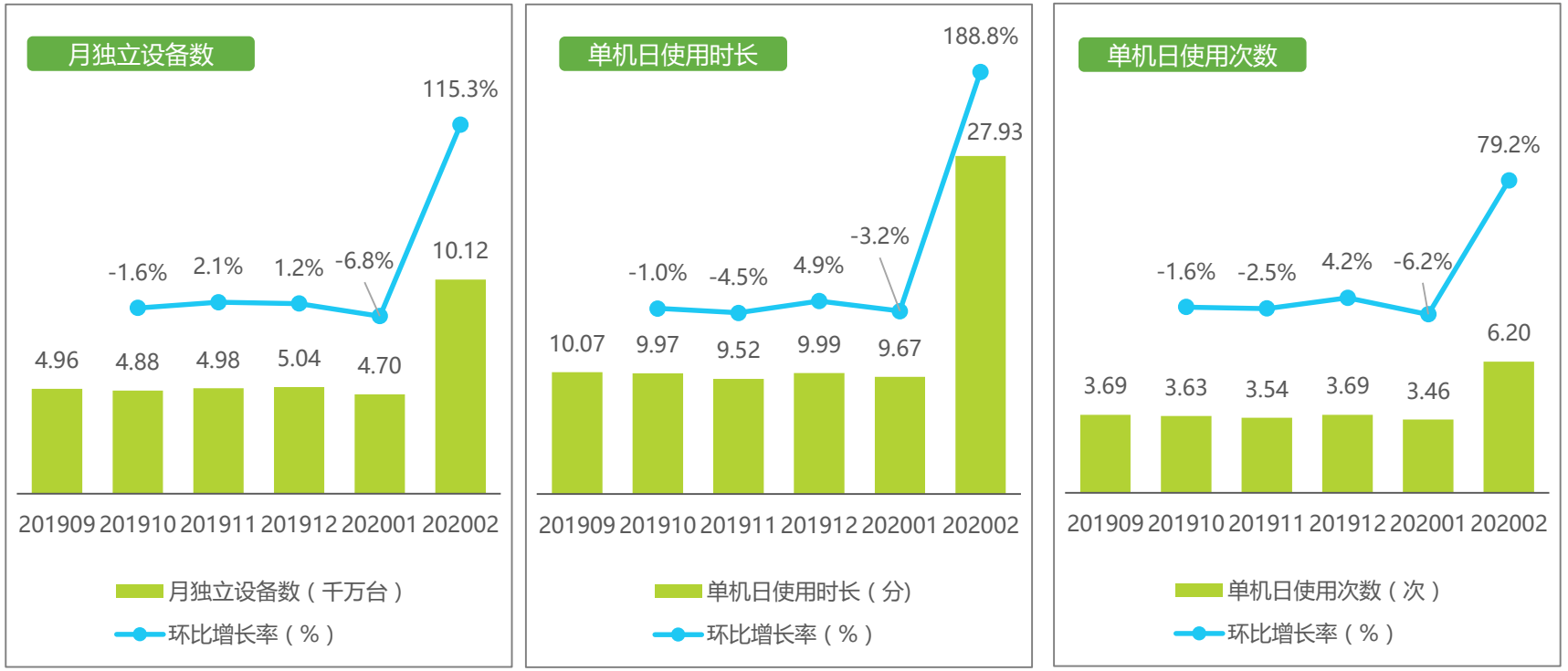
©2020.3 iResearch Inc.

效率办公—春回大地，步入刚需时代

复工大势助力流量和粘性增速一飞冲天

2020年2月，效率办公行业月独立设备数强势破亿，单机日使用次数和使用时长也大幅增长，如钉钉、腾讯会议等APP成为企业特殊时期进行远程办公的刚需服务。效率办公APP集合了办公场景中即时通讯、多人会议、流程管理、知识管理等多种功能一站式满足远程办公需求。

mUserTracker-2019年9月-2020年2月效率办公行业月独立设备数&单机日使用时长、次数及环比增长



来源： UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

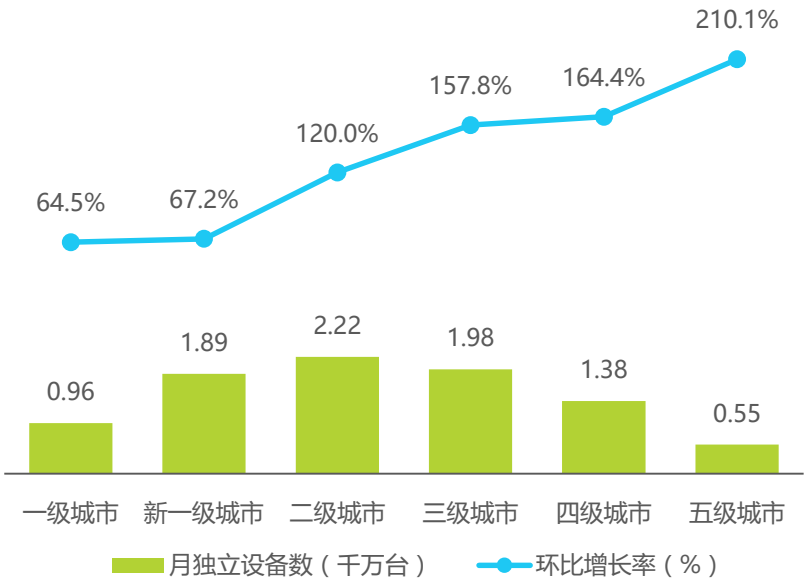
©2020.3 iResearch Inc.

效率办公—用户的城市年龄分布

二线及以下城市、40岁以下月活涨幅均超100%

效率办公APP的重要性在远程办公期间重要性凸显，尤其在下沉市场获得发展时机。2020年2月效率办公行业在二线及以下城市的月独立设备数环比增长率均超100%，并且城市线级越低则环比增长率越高。从年龄段分布看，40岁以下用户环比增长超100%，并且年龄段越低环比增长率越高，效率办公不仅服务于企业办公，其中还有钉钉在To G的道路上先行一步，成为全国首个通过教育部备案的平台型应用，因此获得大量24岁以下的年轻的、教育学习场景活跃用户。

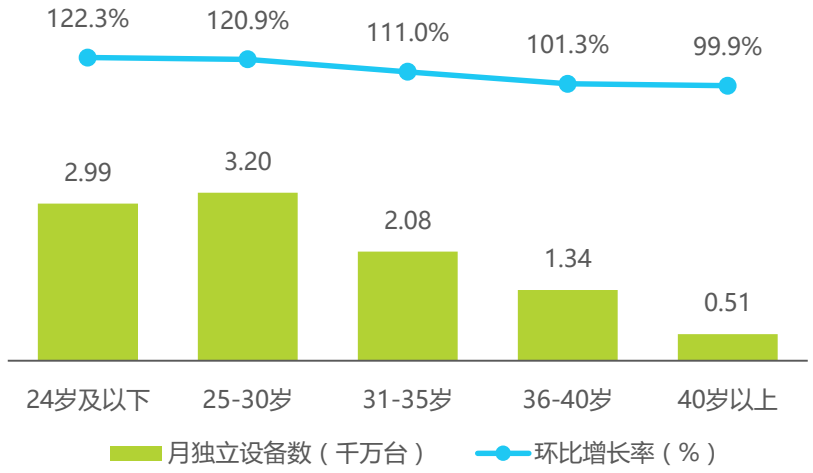
mUserTracker-2020年2月效率办公行业各城市线级月独立设备数及环比增长率



来源： UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

©2020.3 iResearch Inc.

mUserTracker-2020年2月效率办公行业各年龄段月独立设备数及环比增长率



来源： UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

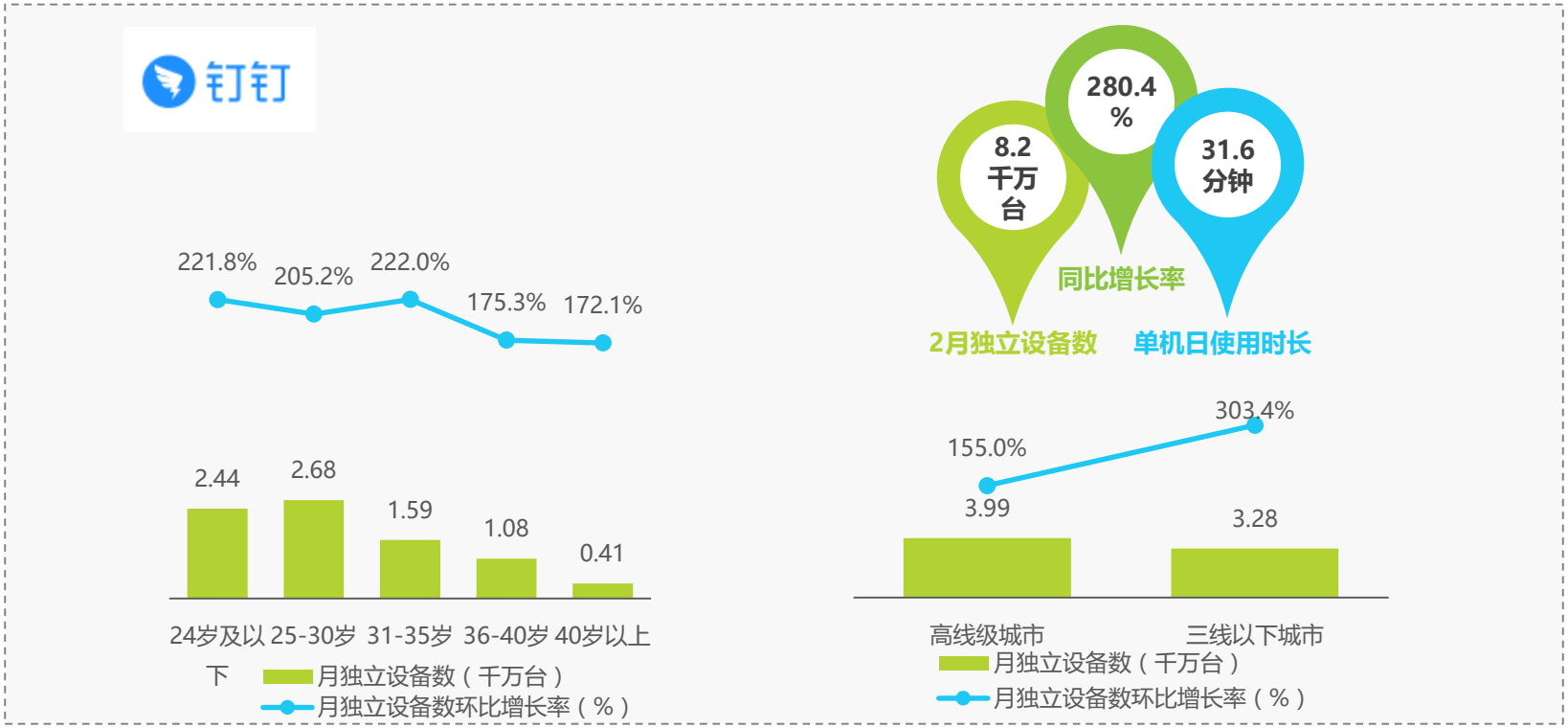
©2020.3 iResearch Inc.

钉钉—在35岁以下、下沉市场流量猛增

受益于直播课和下沉服务，钉钉月活同比增长280.4%

2020年2月，钉钉APP是效率办公行业月独立设备数最高的应用服务，目前钉钉主要服务于办公服务和学生直播课两种场景，在校学生及学生家长、远程复工人员成为主要活跃用户。2月钉钉APP月独立设备数达到8.2千万台，与去年同期相比增幅280.4%，单机日使用时长达到31.6分钟。从环比增长看，钉钉在35岁以下以及下沉市场月活增幅更大。

mUserTracker-2020年2月钉钉APP月活跃设备数及各线级&年龄段环比增长



来源： UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

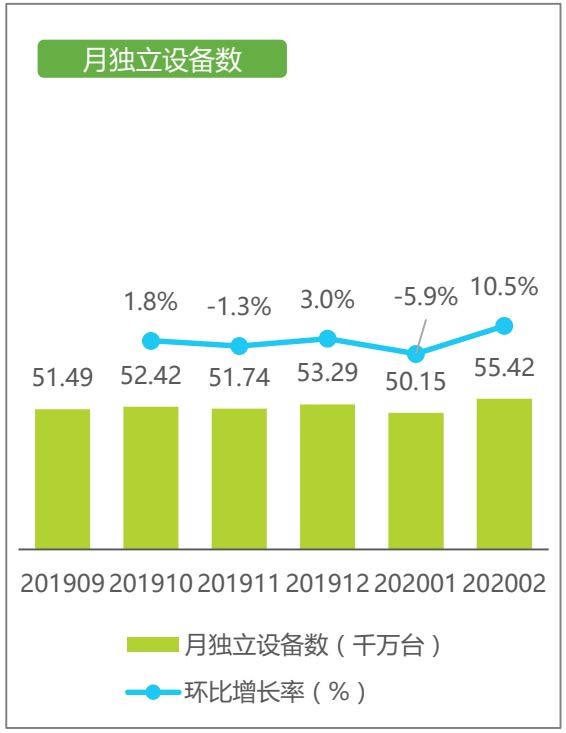
©2020.3 iResearch Inc.

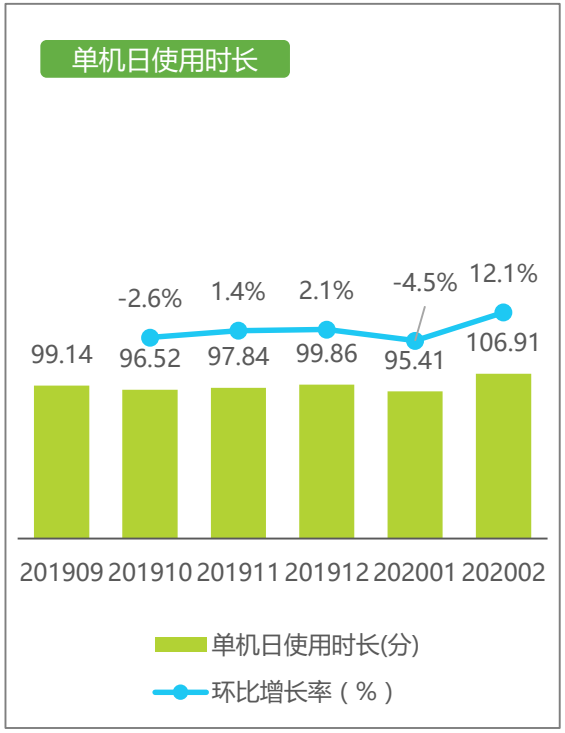
学习教育—新学期其实已经开始了

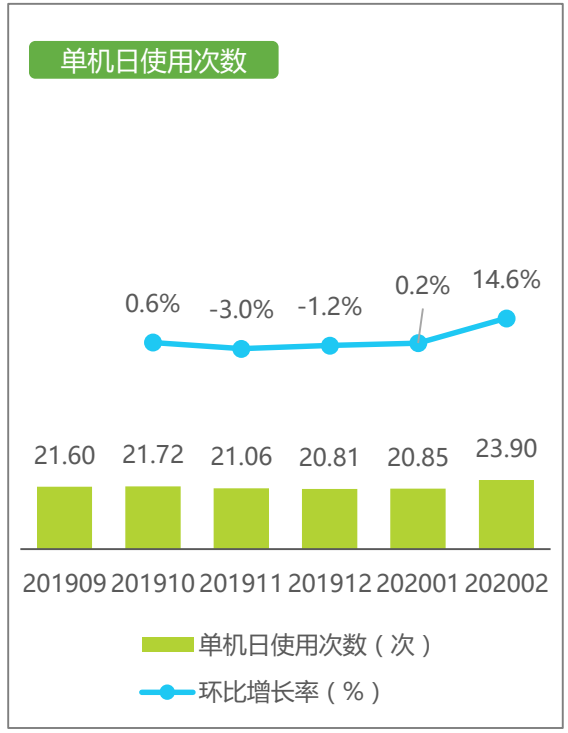
远程教学促使流量和用户活跃度上升

居家期间，国人的学习教育却并没有荒废，停课不停学、职场人假期、语言教育等方面的充电自学都促使学习教育行业的独立设施数和用户活跃度上升，单机日使用时长超过100分钟，环比增长12.1%。学习教育软件在人群中的渗透率进一步提升，在成为疫情期间不停学的重要工具，也推动学习教育行业进入高速发展期。

mUserTracker-2019年9月-2020年2月学习教育行业月独立设备数&单机日使用时长、次数及环比增长







来源： UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

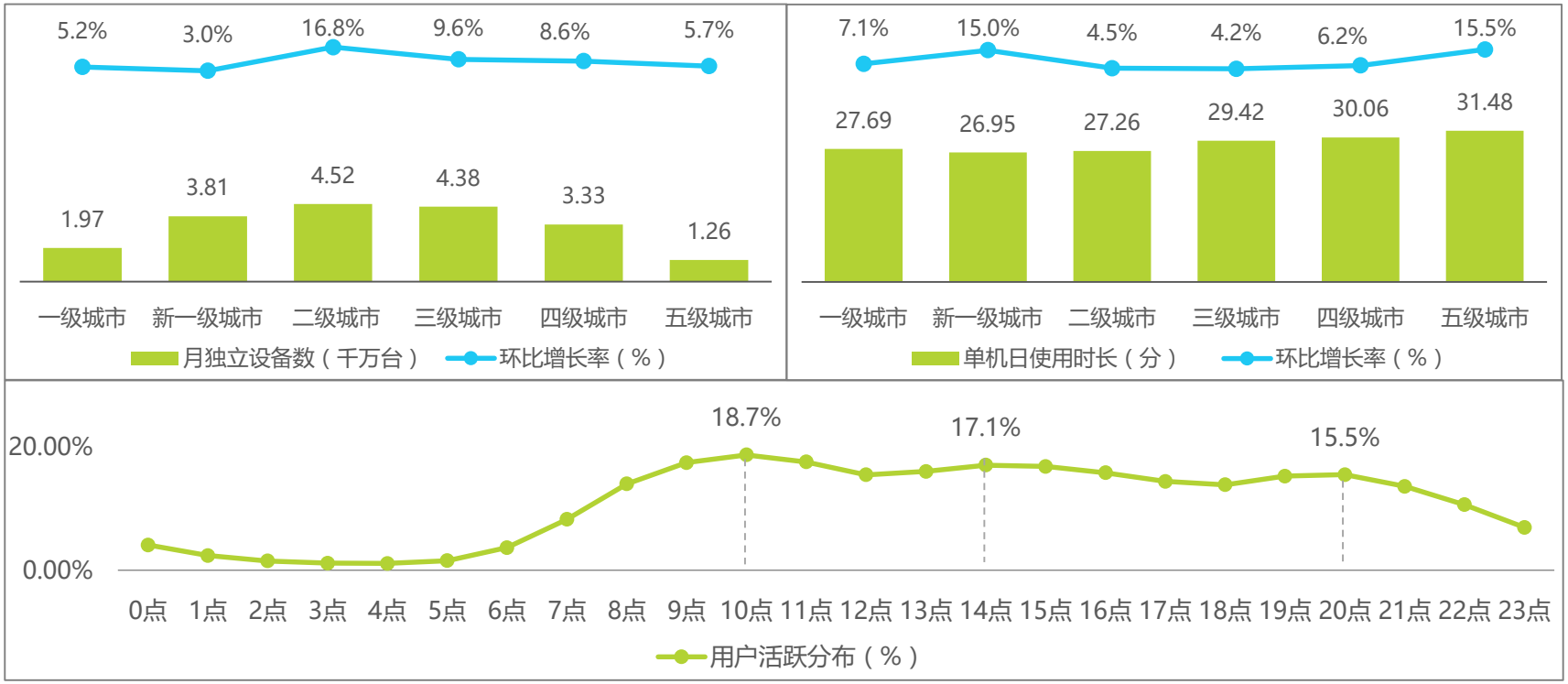
©2020.3 iResearch Inc.

学习教育—用时增长及24小时活跃表现

二线城市月活增长最高，新一线和五线用时猛增，10点、14点、20点是学习高峰点

学习教育行业在各线级城市的月独立设备数和单机日使用时长都环比上涨，学习教育使用高峰为10点、14点、20点。

mUserTracker-2020年2月学习教育行业各城市级别月活和单机日使用时长及24小时活跃分布



来源： UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

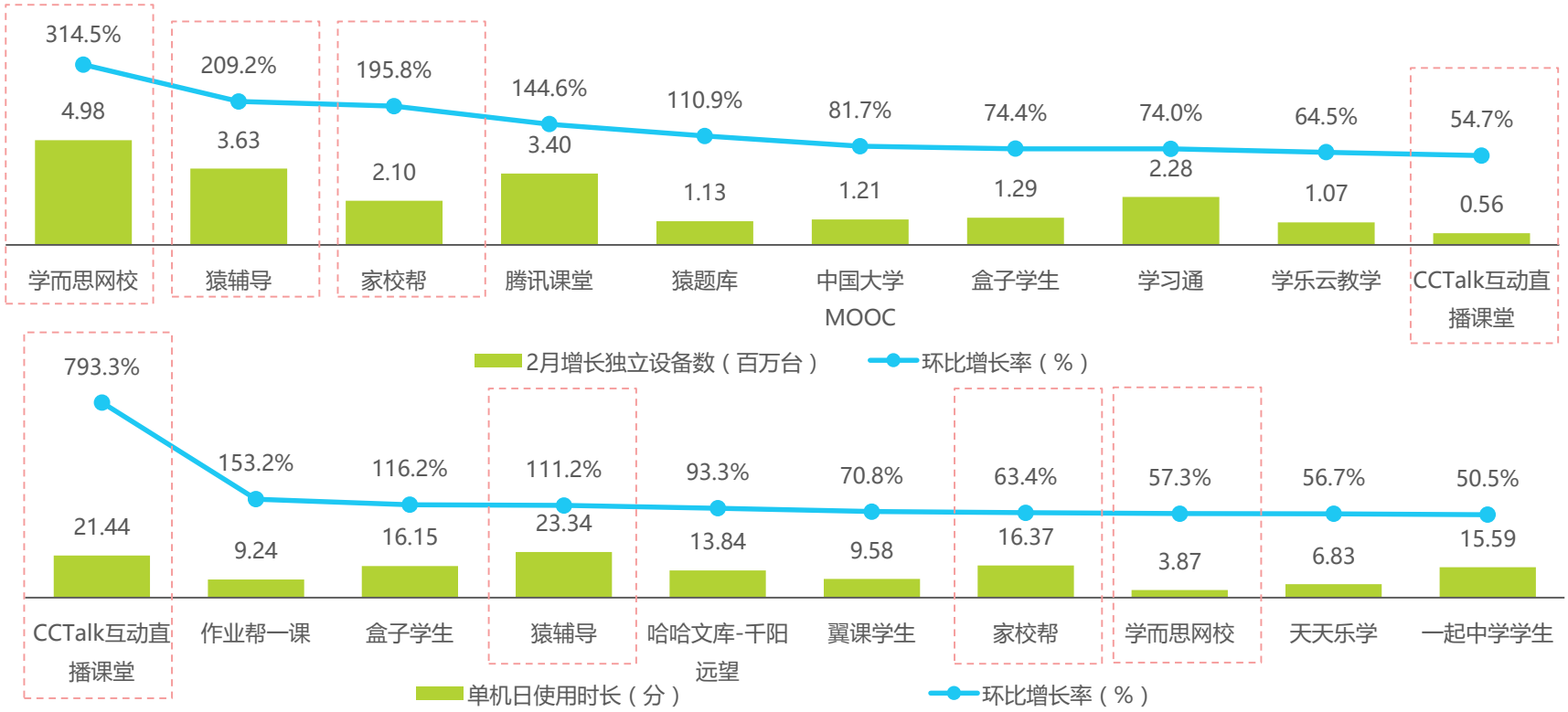
©2020.3 iResearch Inc.

增长—优质教育机构收割线上用户

免费是带来流量的方式，但关键在于内容和效果

停学不停课呼声下，大片互联网教育企业开启免费服务，既是在特殊社会危机下的公益之举，也将流量大战烧到前线。优质教育机构如老牌的学而思、年轻的猿辅导等等都获得超过200%的月活环比增长率。在月独立设备增长TOP10的APP中，有4个APP单机日使用时长也获得TOP10的增长。

mUserTracker-2020年2月学习教育行业月独立设备数和单机日使用时长环比增长TOP10APP



来源： UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

©2020.3 iResearch Inc.

暖春降临，复工复产提振流量表现 1

后疫情时代用户需求的热门行业 2

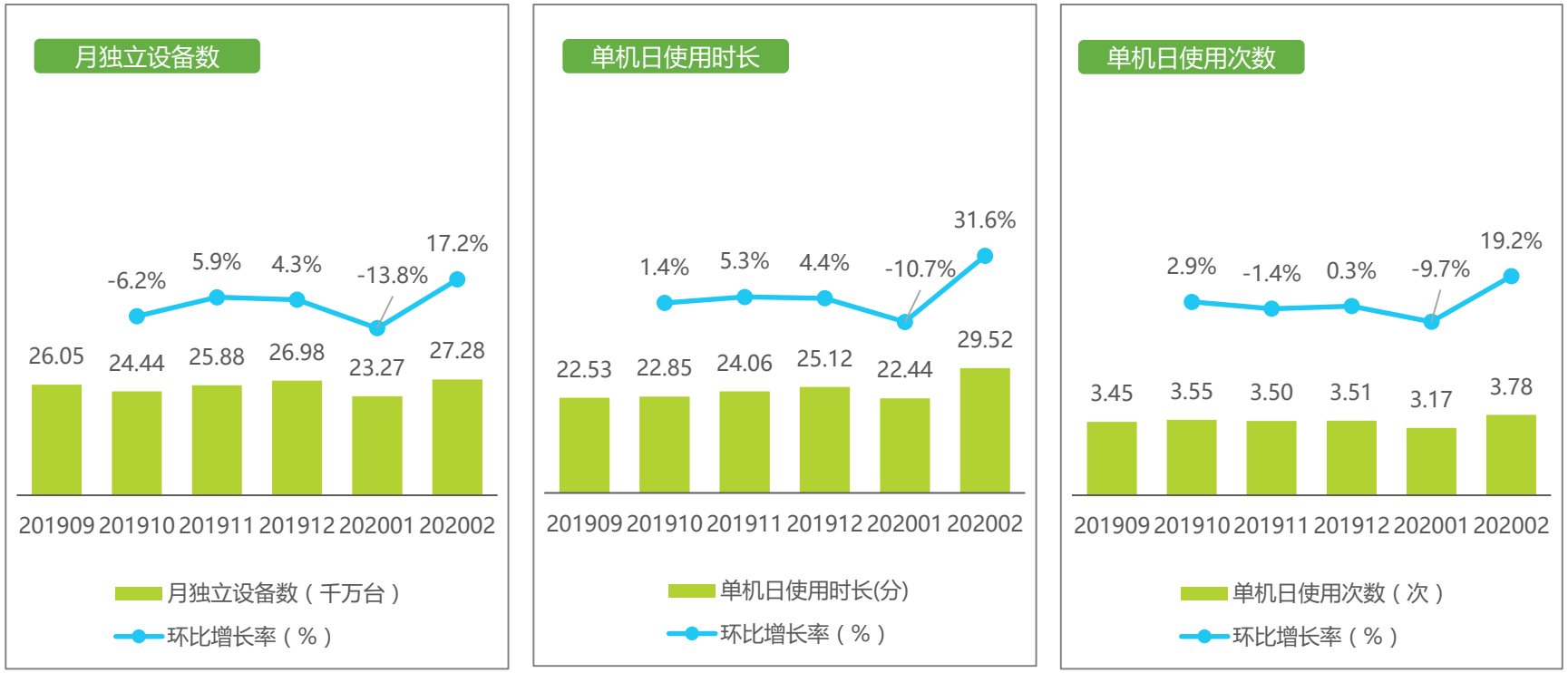
中国移动互联网2月热门行业用户触媒榜 3

证券服务—多项举措加速行业恢复正常

复工后流量与用户活跃度大幅增加

证券服务行业的用户数量与用户活跃度在2月迎来反弹，超过疫情发生前的水平。疫情期间，证券公司纷纷采取多种措施，保证到岗人员充足，确保疫情防控与证券服务两不误，为维护市场稳定做出贡献。另一方面，投资者对经济动向更加敏锐，增加对投资动向的关注，以及在行情低迷期更加频繁地进行交易操作。

mUserTracker-2019年9月-2020年2月证券服务行业月独立设备数&单机日使用时长、次数及环比增长



来源： UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

©2020.3 iResearch Inc.

头部APP—同花顺&大智慧用户分布

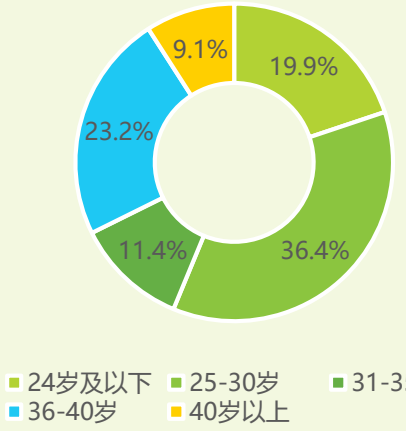
同花顺用户结构更年轻，高线城市活跃用户更多

2020年2月，同花顺和大智慧是证券服务二级行业月独立设备数TOP2APP，二者的用户年龄分布具有差异性，同花顺APP30岁以下的年轻用户比例达到56.3%，40岁以上人群占比为9.1%，整体用户年龄更加年轻化。大智慧的主力用户分布在25-35岁，占据了60.8%。从城市线级分布看，高线级城市用户用户比重更大。

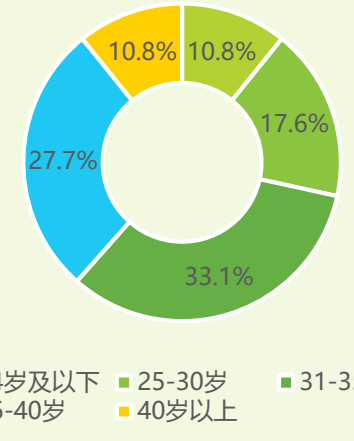
mUserTracker-2020年2月同花顺&大智慧APP用户年龄和城市分布

年龄分布

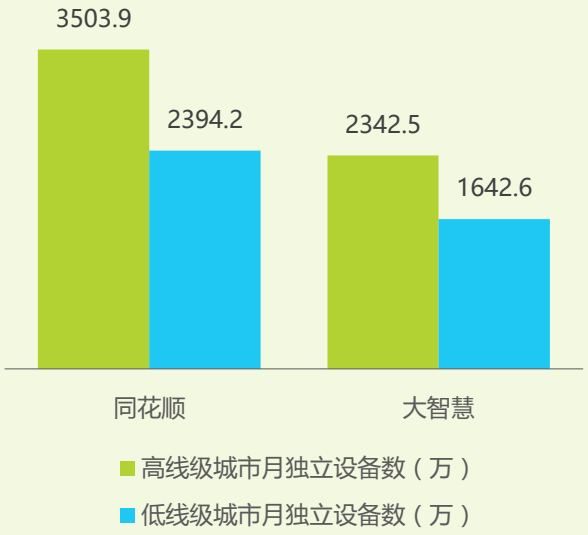
同花顺用户年龄分布



大智慧用户年龄分布



城市线级分布



来源： UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

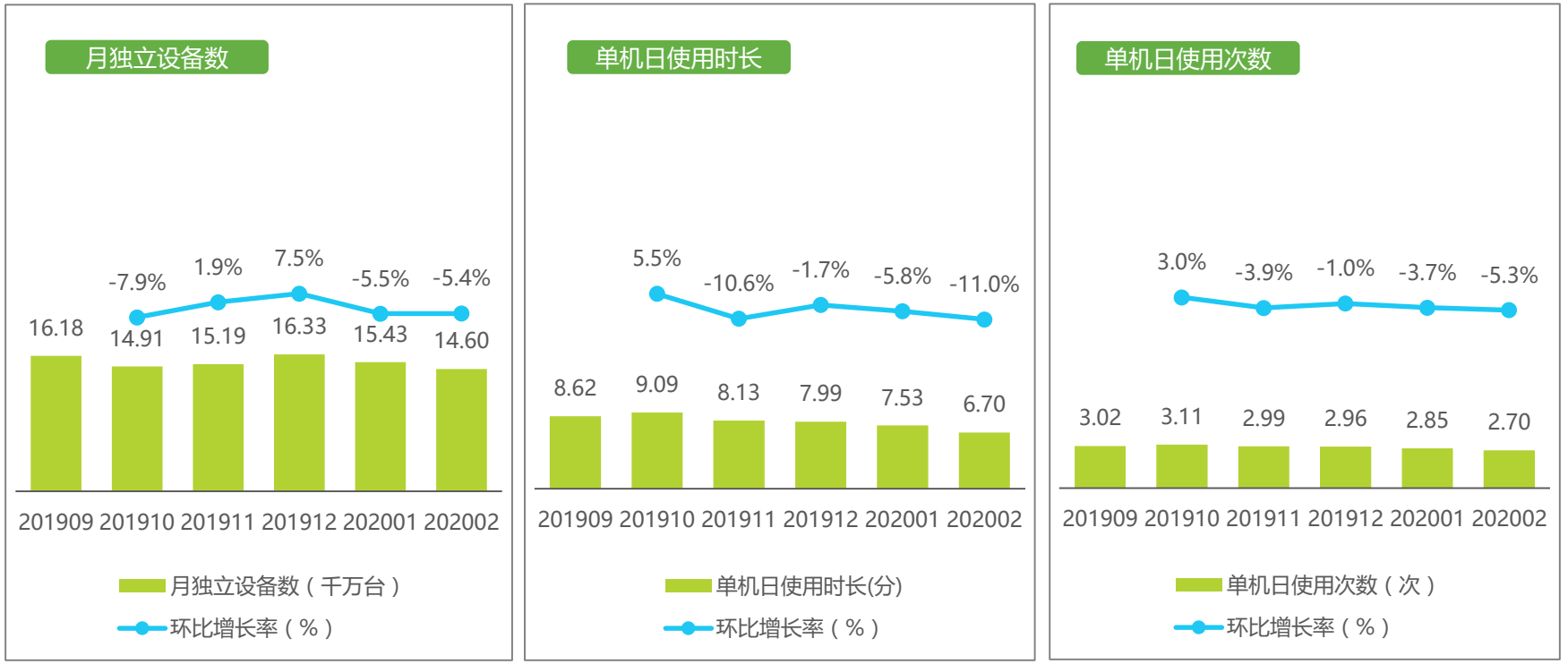
©2020.3 iResearch Inc.

美食—外出用餐抑制后，是厨房的天下

流量受疫情影响略有下滑，使用时长和频次减少

在疫情期间各大餐饮场所大部分关闭了堂食，外出用餐的需求大大被抑制。美食行业的月独立设备数下滑5.4%，单机日使用时长下滑11.0%，单机日使用次数下滑5.3%。

mUserTracker-2019年9月-2020年2月效率办公行业月独立设备数&单机日使用时长、次数及环比增长



来源： UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

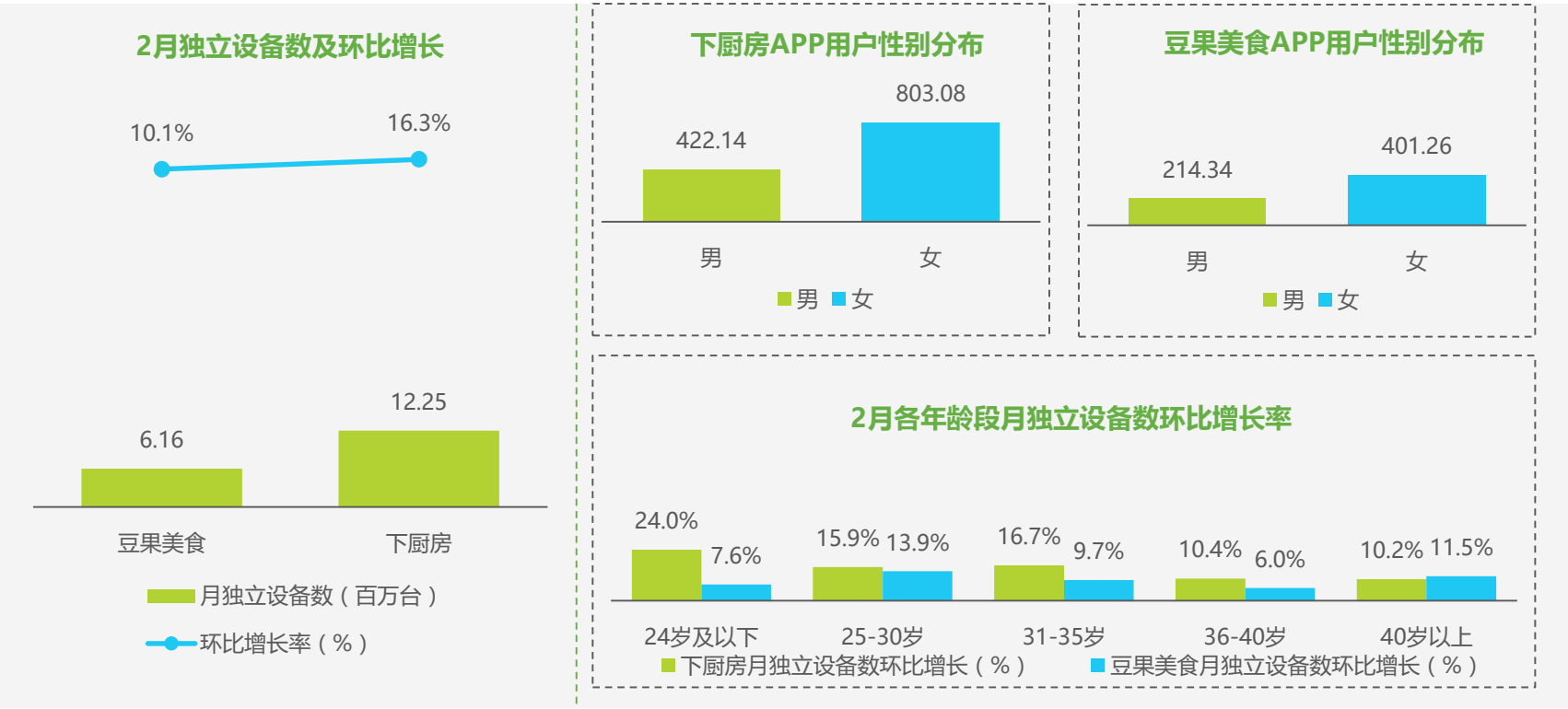
©2020.3 iResearch Inc.

一日三餐一民以食为天的青年宅家自救

菜谱教程类APP月活提升，30岁以下用户为主要新增

以豆果美食和下厨房为代表的菜谱教程类的美食APP月独立设备数涨幅均高于10%，30岁以下的新增月活数量最大，失去外卖的宅青年纷纷拿起锅铲与菜谱APP自力更生。从性别分布看，下厨房和豆果美食的女性用户都约为男性用户的2倍。

mUserTracker-2020年2月美食头部APP月独立设备数及环比增长率



来源： UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

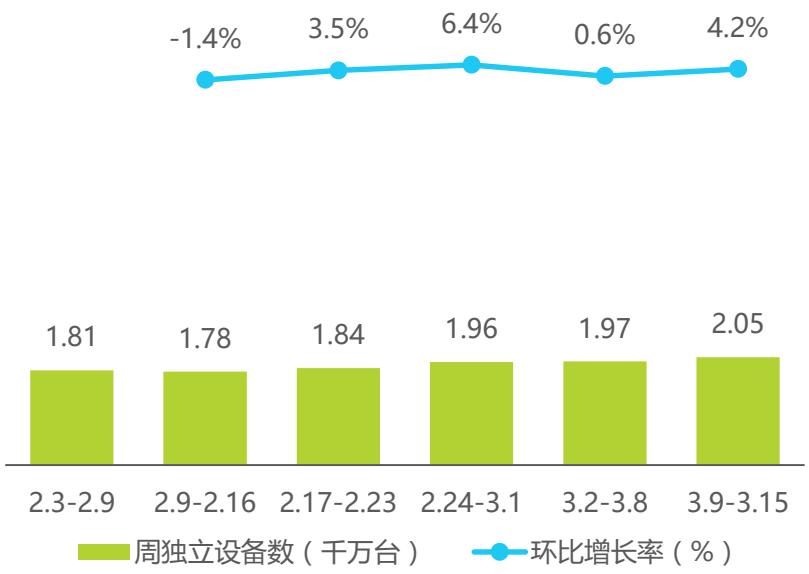
©2020.3 iResearch Inc.

外卖—积极克服疫情期困难，向阳发展

月活和使用频次连续4周环比上涨

受春节返乡和疫情闭店的双重影响，外卖业务在2月大受打击，虽然外卖平台联合品牌餐饮推出“无接触配送服务”，一定程度上缓解了餐饮寒冬的冰封态势。从2月的第三周开始，疫情局面改善、商家恢复营业以及各地方政府的消费振兴措施推出，外卖业务的月独立设备数和单机月使用次数连续4周环比上涨，快速恢复至正常状态。

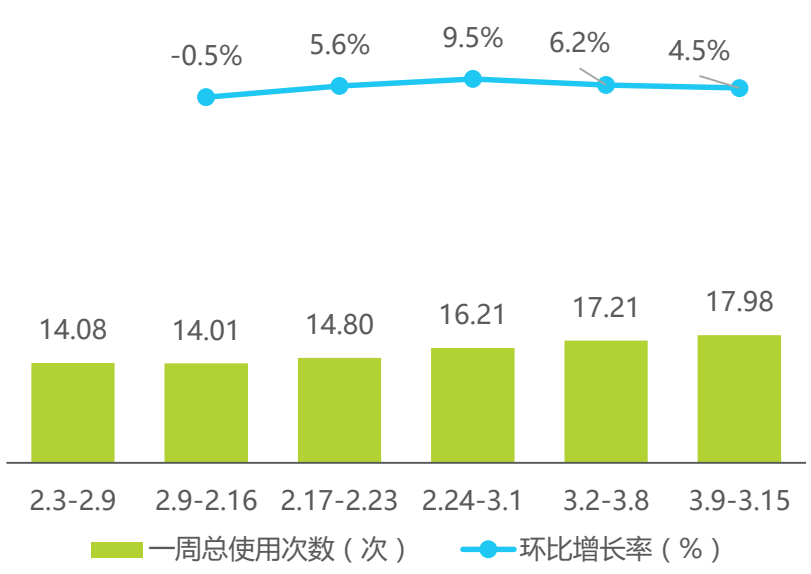
mUserTracker-2020年2月3日-3月15日
外卖行业周独立设备数及环比增长



来源： UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

©2020.3 iResearch Inc.

mUserTracker-2020年2月3日-3月15日
外卖行业单机周使用次数及环比增长



来源： UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

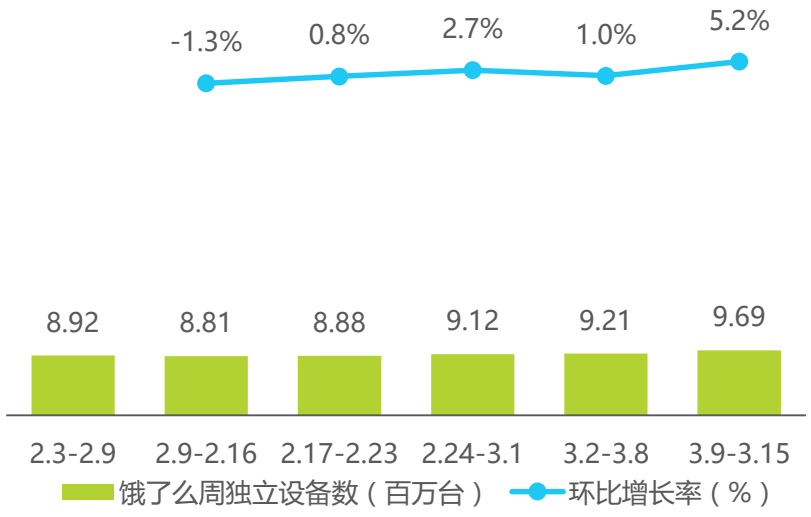
©2020.3 iResearch Inc.

开张大吉—外卖商家活跃度高速上升

用户端受疫情影响较小，商家端月活在快速恢复

以外卖行业具有代表性的APP饿了么为例分析疫情对用户和商家的影响。用户端近6周内的月活相对更稳定，受疫情发展的影响较小。而商家端在疫情高峰期受制于外地劳动力无法复工、外卖配送效率下降、原材料采购等因素，餐饮店营业未能恢复到正常状态。但随着复工复产逐渐走向正轨，餐饮店逐渐恢复正常营业，外卖商家的活跃度也在大幅提升。

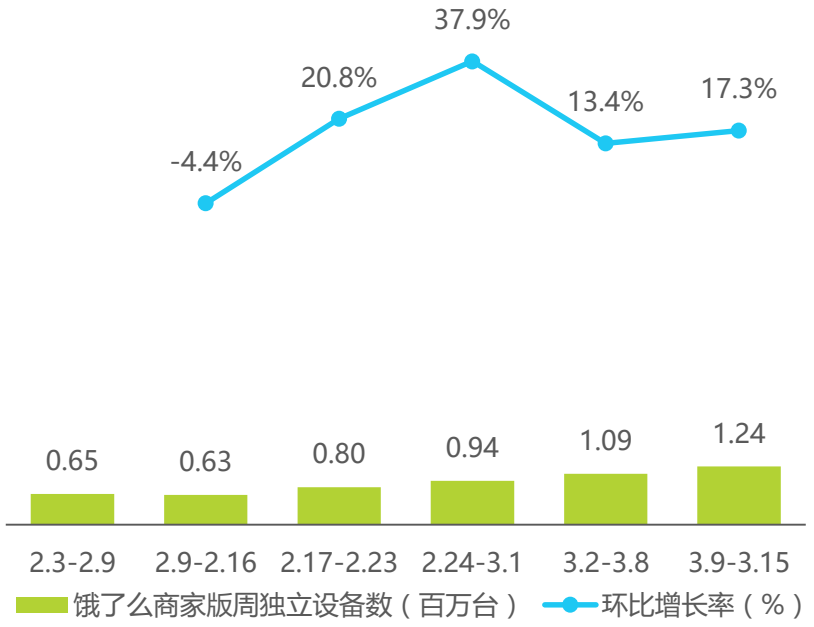
mUserTracker-2020年2月3日-3月15日
饿了么周独立设备数及环比增长率



来源： UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

©2020.3 iResearch Inc.

mUserTracker-2020年2月3日-3月15日
饿了么商家版周独立设备数及环比增长率



来源： UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

©2020.3 iResearch Inc.

暖春降临，复工复产提振流量表现 1

后疫情时代用户需求的热门行业 2

中国移动互联网2月热门行业用户触媒榜 3

用户触媒榜—效率办公行业

效率办公用户的移动APP触媒偏好TOP20

2020年2月中国移动互联网效率办公用户APP触媒偏好TOP1-20

排名	APP名称	一级行业	二级行业	触媒偏好	目标用户月独立设备数
1-20				TGI	（万台）
1	智学网	学习教育	职业教育	377.72	101.52
2	安全教育平台	学习教育	教育工具	373.26	439.59
3	洋葱学院	学习教育	职业教育	360.07	133.88
4	升学e网通	学习教育	职业教育	353.31	127.75
5	学而思网校	学习教育	教育工具	349.45	163.56
6	猿辅导	学习教育	职业教育	342.75	131.10
7	一起学（家长通）	通讯聊天	即时通讯	331.38	130.91
8	企业微信	通讯聊天	即时通讯	279.21	232.95
9	央视频	视频服务	聚合视频	275.50	130.51
10	学习强国	学习教育	教育工具	267.36	505.86
11	小猿搜题	学习教育	职业教育	266.53	407.49
12	晓黑板	学习教育	教育工具	259.50	120.46
13	腾讯课堂	学习教育	职业教育	254.66	104.45
14	一起小学学生	学习教育	职业教育	249.29	252.30
15	作业帮	学习教育	职业教育	243.81	1569.91
16	快点阅读	电子阅读	在线阅读	234.83	104.62
17	快对作业	学习教育	职业教育	231.35	350.59
18	元气骑士	游戏服务	冒险闯关	217.77	116.91
19	有道翻译官	学习教育	教育工具	202.99	100.58
20	影视大全-Le123	视频服务	聚合视频	198.67	324.70

来源： UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

注释：1、排除所在一级行业APP进行TGI排序；2、目标用户月独立设备为所选行业用户的在该APP月独立设备数，3、仅选择MAU＞100万APP进行排序。

©2020.3 iResearch Inc.

用户触媒榜—K12教育行业

K12教育用户的移动APP触媒偏好TOP20

2020年2月中国移动互联网K12教育用户APP触媒偏好TOP1-20

排名	APP名称	一级行业	二级行业	触媒偏好	目标用户月独立设备数
1-20				TGI	（万台）
1	4399游戏盒	游戏服务	游戏平台	265.44	874.61
2	影视大全-Le123	视频服务	聚合视频	232.42	813.56
3	钉钉	办公管理	效率办公	225.37	2821.93
4	网易我的世界	游戏服务	模拟养成	220.24	612.62
5	快看漫画	电子阅读	动漫	215.34	1117.41
6	百度网盘	办公管理	云盘	176.01	1076.24
7	刷宝-力奥	视频服务	其他	171.78	510.82
8	迷你世界	游戏服务	休闲益智	166.65	1805.28
9	哔哩哔哩	视频服务	聚合视频	163.65	2392.60
10	九游游戏	游戏服务	其他	163.42	506.38
11	OPPO软件商店	下载分发	厂商商店	155.90	3499.87
12	七猫免费小说	电子阅读	在线阅读	152.43	609.91
13	酷我音乐	音乐音频	在线音乐	151.35	4302.00
14	豌豆荚	下载分发	应用商店	146.59	853.53
15	OPPO游戏中心	下载分发	游戏商店	143.98	2347.54
16	360影视大全	视频服务	聚合视频	142.13	830.53
17	王者荣耀	游戏服务	MOBA	141.43	3063.98
18	韩剧TV-宝云	视频服务	聚合视频	141.17	587.32
19	WPS OFFICE	办公管理	电子文档	139.94	1760.08
20	知乎	社交网络	社区交友	138.52	1161.91

来源： UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

注释：1、排除所在一级行业APP进行TGI排序；2、目标用户月独立设备为所选行业用户的在该APP月独立设备数，3、仅选择MAU＞100万APP进行排序。

©2020.3 iResearch Inc.

用户触媒榜—证券服务行业

证券服务用户的移动APP触媒偏好TOP20

2020年2月中国移动互联网证券服务用户APP触媒偏好TOP1-20

排名	APP名称	一级行业	二级行业	触媒偏好	目标用户月独立设备数
1-20				TGI	（万台）
1	下厨房	美食外卖	美食	187.25	441.21
2	大姨妈	女性亲子	经期管理	155.56	241.55
3	企业微信	通讯聊天	即时通讯	137.77	309.97
4	亲宝宝	女性亲子	亲子育儿	132.29	526.35
5	学习强国	学习教育	教育工具	127.61	651.08
6	嘀嗒出行	旅游出行	用车服务	126.36	103.53
7	多点-dmall.com	电子商务	生鲜电商	122.37	177.64
8	ZAKER新闻	综合资讯	新闻资讯	121.83	170.58
9	江苏移动掌上营业厅	便捷生活	运营商服务	121.66	266.67
10	平安好车主	汽车服务	其他	121.51	311.74
11	闲鱼	电子商务	网络购物	120.53	321.04
12	车来了	旅游出行	出行信息	120.14	246.09
13	安居客	房产服务	房产	119.85	210.44
14	腾讯文件管理器	实用工具	文件管理	119.07	188.03
15	百度阅读	电子阅读	在线阅读	118.89	110.13
16	小米运动	健康医疗	健身运动	118.50	157.60
17	广东移动手机营业厅	便捷生活	运营商服务	117.88	235.97
18	阿里巴巴1688批发	电子商务	网络购物	117.05	228.04
19	咕咚	健康医疗	健身运动	116.97	126.47
20	摩拜单车	旅游出行	用车服务	115.78	290.40

来源： UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

注释：1、排除所在一级行业APP进行TGI排序；2、目标用户月独立设备为所选行业用户的在该APP月独立设备数，3、仅选择MAU＞100万APP进行排序。

©2020.3 iResearch Inc.

用户触媒榜—视频服务行业

视频服务用户的移动APP触媒偏好TOP20

2020年2月中国移动互联网视频服务用户APP触媒偏好TOP1-20

排名	APP名称	一级行业	二级行业	触媒偏好	目标用户月独立设备数
1-20				TGI	（万台）
1	我爱拼模型	游戏服务	冒险闯关	104.39	233.44
2	剪映	拍摄美化	其他	104.39	229.41
3	音跃球球	游戏服务	音乐游戏	104.39	172.15
4	小兵别嚣张	游戏服务	策略游戏	104.39	119.20
5	刀剑大乱斗	游戏服务	动作游戏	104.39	113.66
6	我的大刀四十米	游戏服务	休闲益智	104.39	105.93
7	小鸡漫画	电子阅读	动漫	104.39	100.84
8	浮浮雷达	音乐音频	其他	104.32	244.58
9	脑洞大师	游戏服务	休闲益智	104.32	244.33
10	光环助手	游戏服务	游戏资讯	104.30	207.07
11	极速安全管家	实用工具	安全防护	104.29	358.66
12	旋转大师-华夏乐游	游戏服务	角色扮演	104.29	138.19
13	金立搜索	搜索服务	搜索服务	104.26	108.06
14	嗨收租	游戏服务	模拟养成	104.22	260.94
15	像素游戏：警察对强盗	游戏服务	射击游戏	104.21	470.89
16	救救宝宝	游戏服务	休闲益智	104.20	285.09
17	锤子计算器	实用工具	计算器	104.17	132.10
18	Nubia牛盾	实用工具	安全防护	104.16	218.49
19	侠盗猎车手	游戏服务	角色扮演	104.16	102.94
20	OPPO指南针	旅游出行	导航地图	104.15	105.30

来源： UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

注释：1、排除所在一级行业APP进行TGI排序；2、目标用户月独立设备为所选行业用户的在该APP月独立设备数，3、仅选择MAU＞100万APP进行排序。

©2020.3 iResearch Inc.

用户触媒榜—美食外卖行业

美食外卖用户的移动APP触媒偏好TOP20

2020年2月中国移动互联网美食外卖用户APP触媒偏好TOP1-20

排名	APP名称	一级行业	二级行业	触媒偏好	目标用户月独立设备数
1-20				TGI	（万台）
1	益盟操盘手	金融理财	证券服务	225.62	350.14
2	考拉海购	电子商务	海淘	174.38	100.48
3	光大银行手机银行	金融理财	银行	162.98	102.94
4	闲鱼	电子商务	网络购物	154.14	285.60
5	苹果应用商店	下载分发	厂商商店	152.85	3730.71
6	招商银行掌上生活	金融理财	信用卡服务	141.46	514.58
7	浦发手机银行	金融理财	银行	140.54	103.84
8	宾果消消消	游戏服务	休闲益智	139.39	325.49
9	美柚	女性亲子	经期管理	139.09	632.83
10	有道翻译官	学习教育	教育工具	138.53	128.77
11	交通银行	金融理财	银行	138.38	287.19
12	知乎	社交网络	社区交友	136.62	1003.72
13	B612咔叽	拍摄美化	照相机	135.76	979.29
14	多点-dmall.com	电子商务	生鲜电商	135.43	136.76
15	摩拜单车	旅游出行	用车服务	135.05	235.62
16	大姨妈	女性亲子	经期管理	133.67	144.40
17	小红书	社交网络	社区交友	133.03	1049.56
18	ofo共享单车	旅游出行	用车服务	132.38	116.76
19	美团	电子商务	团购	131.71	1483.80
20	携程旅行	旅游出行	在线旅游	131.59	973.10

来源： UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

注释：1、排除所在一级行业APP进行TGI排序；2、目标用户月独立设备为所选行业用户的在该APP月独立设备数，3、仅选择MAU＞100万APP进行排序。

©2020.3 iResearch Inc.

关于艾瑞

在艾瑞　我们相信数据的力量，专注驱动大数据洞察为企业赋能。

在艾瑞　我们提供专业的数据、信息和咨询服务，让您更容易、更快捷的洞察市场、预见未来。

在艾瑞　我们重视人才培养，Keep Learning，坚信只有专业的团队，才能更好的为您服务。

在艾瑞　我们专注创新和变革，打破行业边界，探索更多可能。

在艾瑞　我们秉承汇聚智慧、成就价值理念为您赋能。

- 我们是艾瑞，我们致敬匠心　始终坚信“工匠精神，持之以恒”，致力于成为您专属的商业决策智囊。

扫描二维码
读懂全行业

海量的数据　专业的报告

400-026-2099　ask@iresearch.com.cn

法律声明

版权声明

本报告为艾瑞咨询制作，报告中所有的文字、图片、表格均受有关商标和著作权的法律保护，部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原著者所有。没有经过本公司书面许可，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》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，并且结合艾瑞监测产品数据，通过艾瑞统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，仅供参考。本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。

为商业决策赋能

EMPOWER BUSINESS DECISIONS

iResearch

艾 瑞 咨 询