

# Quest Mobile

## 公司&产品介绍

2017年10月



目录  
CONTENTS

1

公司简介

2

行业口碑

3

产品介绍

# Quest Mobile

## 提供移动互联网APP的全维度竞争分析 &市场份额测量的大数据服务

- 成立于2014年
- 总部北京，广州&上海设有本地团队



1

中国移动互联网**唯一**  
有能力同时提供 iOS &  
Android 数据洞察服务

10

拥有超过**10个亿**  
移动智能终端网民样本

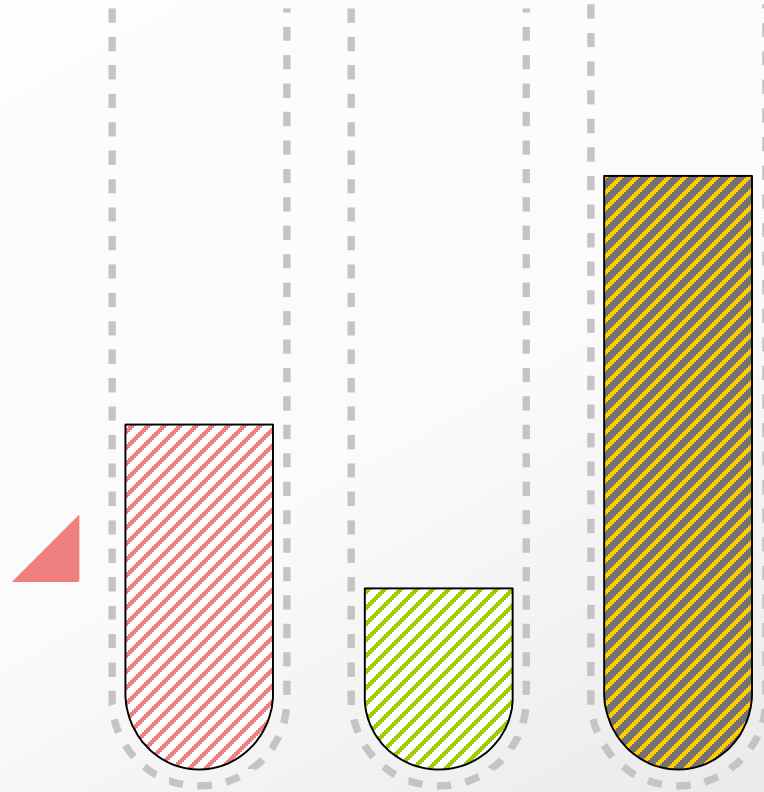
90%

**Top 100** 中国互联  
网企业中**超过90%**  
使用QM数据服务

# 混合数据源融合计算

40% 运营商数据对接

通过运营商非隐私数据进行  
混合数据源的组合



55% 矩阵SDK智能拾取对接

通过众多合作app多维度SDK组合  
矩阵进行数据对接非隐私数据

5% DataExchange

通过DataExchange将非隐私数据  
进行混合填补

覆盖超过100个终端品牌  
10万款不同型号设备终端

覆盖全部国内主流终端  
设备品牌，及全部主流  
终端型号

全终端品牌与型号

地域覆盖完整均衡

31个省/500余城市

覆盖主流1、2、3线城市  
的复合型移动网民，样本  
多样丰富

### 智能拾取样本池

通过超过10种Smartpicking  
矩阵进行获取



移动/联通/电信/WIFI

完整覆盖全部运营商/WIFI  
联网方式，真实还原用户全  
部行为与流量

全网运营联网模式

全操作系统覆盖

iOS : 6,000w

Android : 14,000w

独家iOS数千万样本数据  
支撑，国内最大全行业样  
本数据池



A

## 用户规模与质量



下载用户量  
新增用户量  
活跃用户量  
卸载用户量  
用户留存率  
用户活跃天数

C

## 渠道质量评估



渠道拉新比例  
渠道活跃转化率  
渠道留存质量  
行业竞品渠道对标

B

## 用户参与度



启动次数&趋势  
使用时长&趋势  
使用频率&趋势  
使用间隔&趋势

D

## 转化率漏斗效率



用户下载激活效率  
用户留存漏斗  
用户沉默流失漏斗

E

## 用户分布洞察



终端品牌性能价格  
运营商与网络环境  
地理位置移动轨迹  
用户画像精准描述



QM可以支持 “7” 大聚类超过 1300 组标签体系

自然属性

性别；年龄；地域；星座；病患情况/家庭（婴幼儿/老人）

社会属性

职业；学历；职务；消费能力；住房档次；车辆使用；

触达设备

音乐/游戏（类型）；饮食（口味/菜系）；旅行(方式/目的地)；生活服务（酒店/咖啡馆/餐厅...）；购物（方式/品类/品牌）

生活特点

常住地；工作地；交通方式；作息时间；常出差；作息规律；宅人；夜猫子；周末爱出行；生理期

兴趣偏好

运动（类型）；音乐/游戏（类型）；饮食（口味/菜系）；旅行(方式/目的地)；生活服务（酒店/咖啡馆/餐厅...）；购物（方式/品类/品牌）

关键行为

近期特殊关注产品/品类；关键词；浏览的商品SKU；广告

消费心理  
价值观

外部动机购买者；注重健康；极客；爱大牌；经济节俭；实用主义；喜奢华；小资；关注理财；冒险；时尚；国际化；追求个性；偏高端



目录  
CONTENTS

1

公司简介

2

行业口碑

3

产品介绍

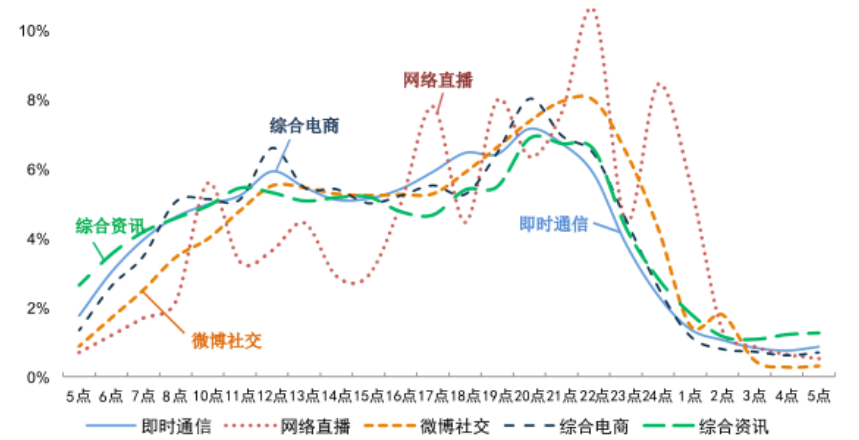
# 国家权威机构引用

QuestMobile作为唯一一家第三方数据公司，被国家权威互联网机构中央网络安全和信息化领导小组办公室、国家互联网信息办公室、中国互联网信息中心引用，发布在2017年1月《中国互联网络发展状况统计报告》中。



2016年，移动网民经常使用的五类APP中，即时通信类APP用户使用时间分布较为均衡，与网民作息时间关联度较高；网络直播类APP在17点、19点、22点和0点出现四次使用小高峰；微博社交类APP用户在10点之后使用时间分布较为均衡，在22点出现较小使用峰值；综合电商类APP用户偏好在中午12点及晚8点购物；综合资讯类APP用户阅读新闻资讯的时间分布较为规律，早6点至早10点使用时长呈上升趋势。

五类APP用户使用时段分布

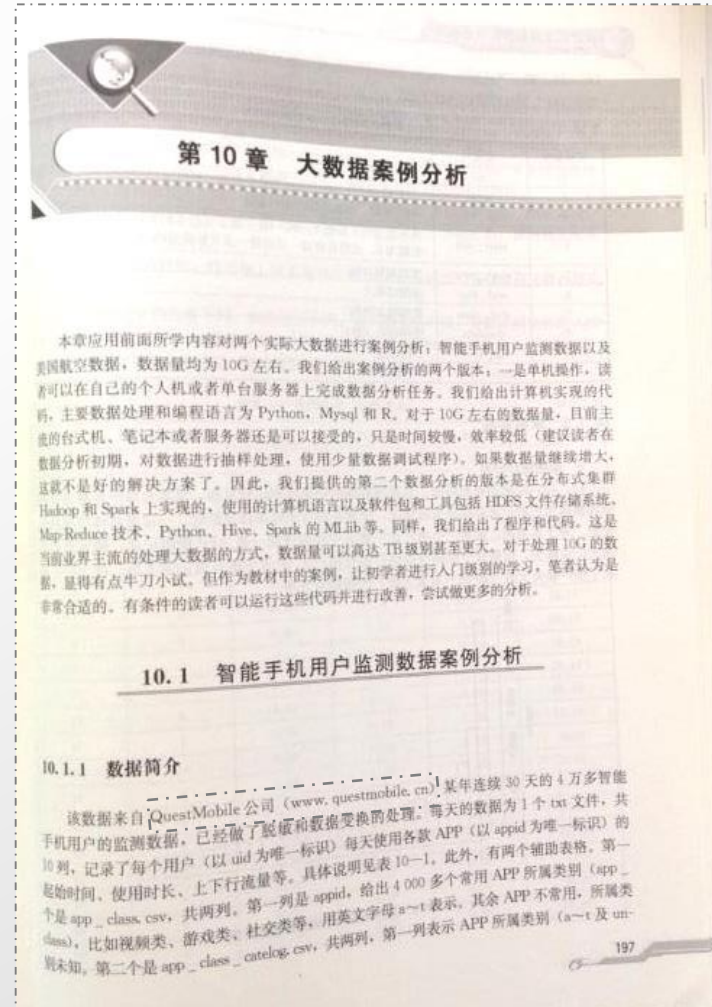


来源：Quest Mobile

2016.12

图 50 五类 APP 用户使用时段分布<sup>16</sup>

QuestMobile的大数据研究方法得到高校联盟实验室的高度认可，被引入全国应用统计专业学位研究生教育指导委员会推荐用书《大数据挖掘与统计机器学习》中。



从2015年7月起，QuestMobile数据多次被中国著名互联网上市公司引用；2017年3月，中国市值最高的互联网上市公司腾讯，在其2016年年度财报中全面引用QuestMobile数据。



#### 工具平台

**安全:**根据QuestMobile, 我们的移动安全应用进一步扩大其行业领先地位, 在中国排名第一(按月活跃账户计)。

**应用商店:**应用宝(我们的应用商店)取得了显著的市场份额, 并超越了先行者成为明确的市场领导者。根据QuestMobile, 应用宝在中国所有安卓应用商店中排名第一(按月活跃账户计)。

**浏览器:**根据QuestMobile, 我们的手机浏览器在中国排名第一(按月活跃账户计), 进一步巩固了其行业领先地位。QQ浏览器亦为我们网络文学用户的增长作出了重要贡献。

#### 2017年展望及策略

2017年, 我们计划围绕着核心社交和通讯平台拓展我们的生态系统以深化我们的“连接”策略, 具体措施包括:

- 在我们的**社交平台**中添加更多服务, 进一步为用户提供便利, 并为我们生态系统的合作伙伴**创造商机**;
- 扩大我们主要**智能手机游戏**的受欢迎程度, 同时增加以品类为导向的**PC 游戏**;
- 通过打通我们在**品牌和社交广告**中的能力, 扩大我们的广告市场份额; 及通过更深化的定向算法和更方便的广告自助服务工具来增加我们的小型 and 区域性广告主数量;

## Quest Mobile作为中国移动互联网行业权威数据，被多家著名金融机构在行业报告中引用

Asia Pacific Equity Research  
24 February 2016

J.P.Morgan

Table 17: MAUs of leading mobile apps on Android and iOS, Dec 2015

Rank	Android	MAU (m)	iOS	MAU (m)
1	WeChat	478	WeChat	214
2	Mobile QQ	356	Mobile QQ	151
3	Kugou Music	209	Taobao	141
4	Baidu Search	209	Alipay	96
5	Tencent Video	195	Tencent Video	82
6	QQ Browser	191	Baidu	72
7	iQiyi	171	Youku	65
8	Taobao	170	Baidu Maps	63
9	Ying Yong Bao	156	iQiyi	62
10	Sogou IME	151	QQ Mailbox	58

Source: Questmobile

Table 18: Monthly user time spent comparison of leading mobile apps, Android and iOS Dec 2015

Rank	Android	Monthly user time spent per user	iOS	Monthly user time spent per user
1	WeChat	100%	WeChat	100%
2	Mobile QQ	59%	Mobile QQ	62%
3	UC Browser	48%	UC Browser	50%
4	Today's headlines (Jin Ri Tou Tiao)	39%	Today's headlines (Jin Ri Tou Tiao)	42%
5	Hithink RoyalFlush	33%	Hithink RoyalFlush	32%
6	Anipop	29%	Anipop	30%
7	NetEase News	27%	NetEase News	28%
8	QQ Browser	25%	WeMatch	28%
9	iReader	21%	iQiyi PPS	27%
10	Momo	20%	QQ Browser	27%

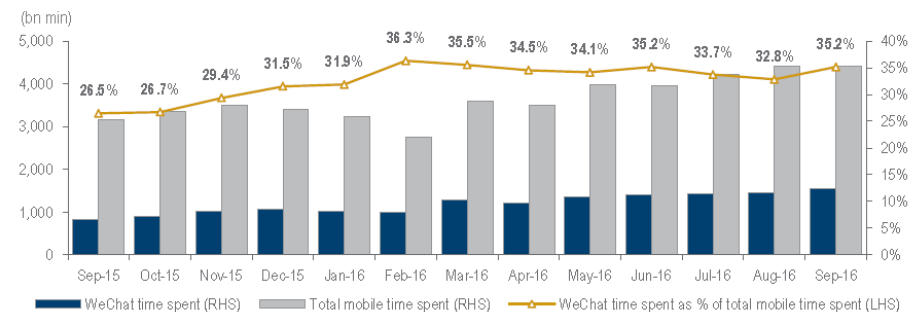
Source: Questmobile, J.P. Morgan Note: we normalize the time spent by setting Wechat as 100%

Tencent Holdings (700 HK): 23 November 2016

**Daiwa**  
Capital Markets

**WeChat alone now accounts for 35.2% of total mobile time spent in China**

Tencent: time spent on WeChat vs. total China time spent (September 2015 – September 2016)



Source: QuestMobile

### Mini Programs could alleviate the mobile discovery bottleneck, especially for long-tail applications

**For users, Mini Programs are easier to find and use than native apps without sacrificing much user experience**

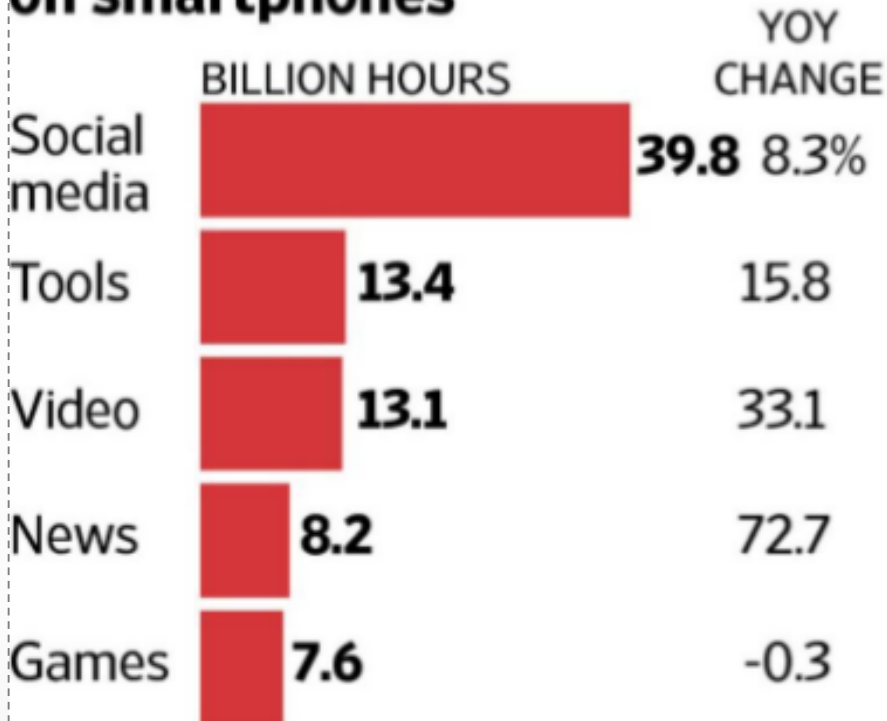
We believe that compared to downloading and installing an app through an app store, Mini Programs are easier to initiate, access and find. A simple analogy would be to consider installing a mobile app on a smartphone as installing a program on a PC, while considering accessing Mini Programs in WeChat as opening up a website on a PC web browser. The hurdle to access Mini Programs is lower from an average user standpoint compared to accessing a mobile app, in our view.

# 著名财经媒体引用

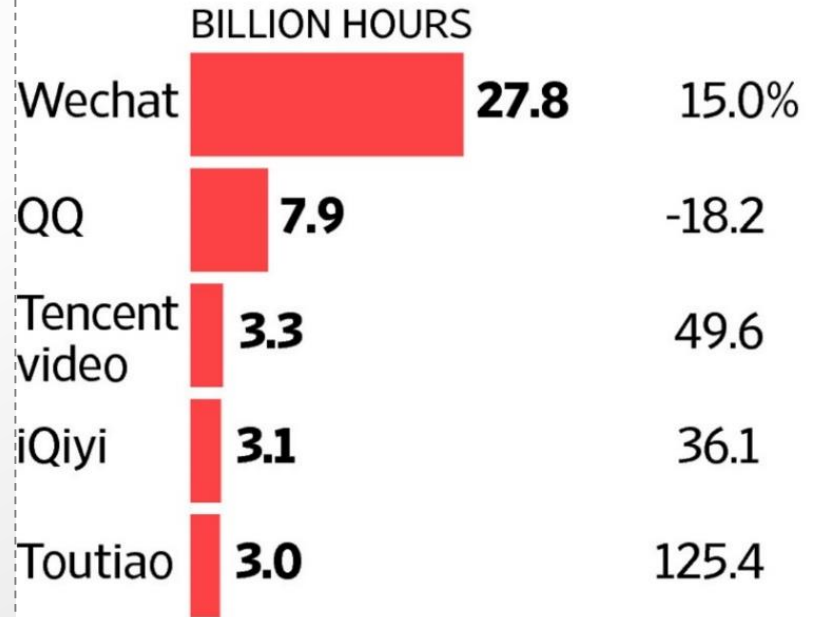
《华尔街日报》引用QuestMobile中国移动互联网行业数据

## Screen Time

### Top five things Chinese do on smartphones



## Top five mobile apps in China



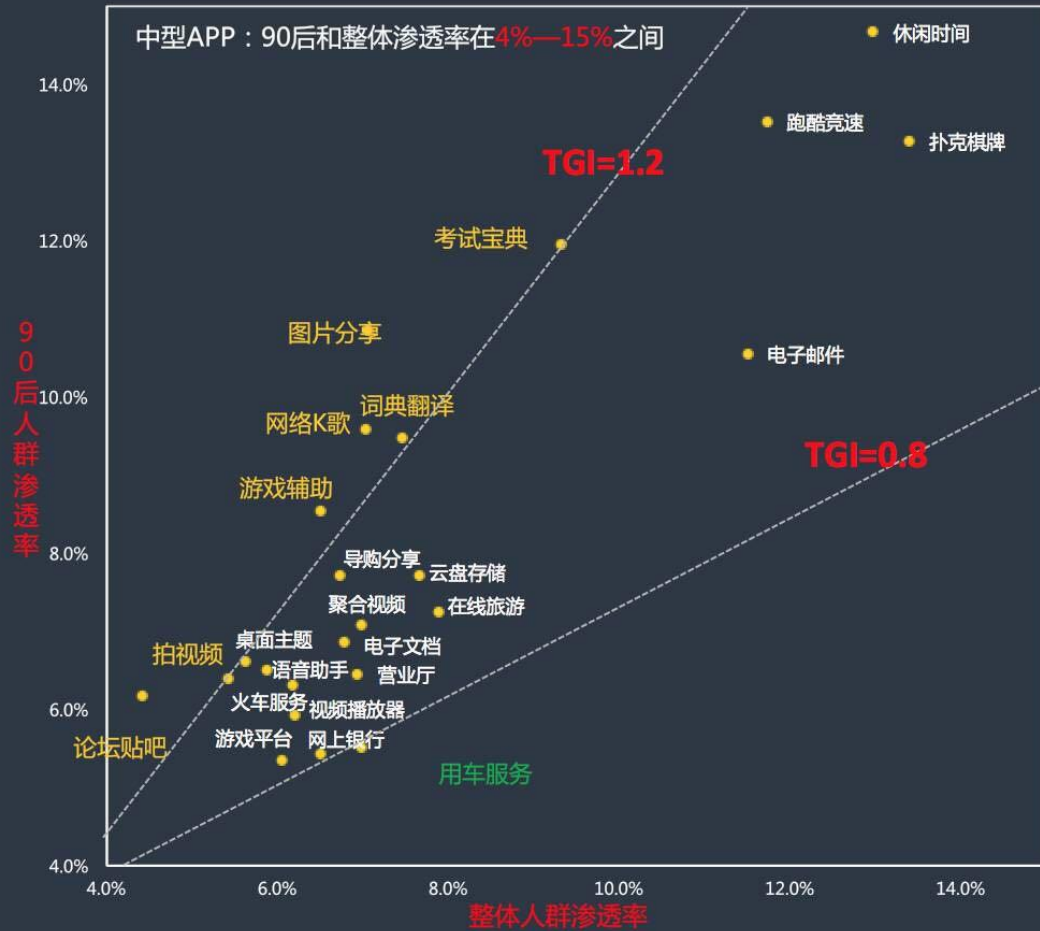
Note: Data for June 2017. Top mobile app categories in terms of screen time. Tools include browser, weather, photoshop, etc.

Source: QuestMobile

THE WALL STREET JOURNAL.

2016年3月，百度研究院发布《透视90后的移动互联网生活》报告独家引用Quest Mobile数据

## 中型APP：具备学习、图片、娱乐、贴吧属性的产品更受90后青睐



TGI > 1.2 90后关注程度明显高于整体	APP品类	整体	90后	TGI
	考试宝典	9.3%	12.0%	1.28
图片分享	7.1%	10.9%	1.54	
网络K歌	7.0%	9.6%	1.36	
词典翻译	7.4%	9.5%	1.27	
游戏辅助	6.5%	8.5%	1.32	
论坛贴吧	4.4%	6.2%	1.40	

TGI < 0.8 90后关注程度明显低于整体	APP品类	整体	90后	TGI
	用车服务	7.0%	5.5%	0.79

TGI指数 = [目标群体中具有某一特征的群体所占比例 / 总体中具有相同特征的群体所占比例] \* 标准数100  
 TGI指数表征不同特征用户关注问题的差异情况，其中TGI指数等于100表示平均水平，高于100，代表该类用户对某类问题的关注程度高于整体水平。

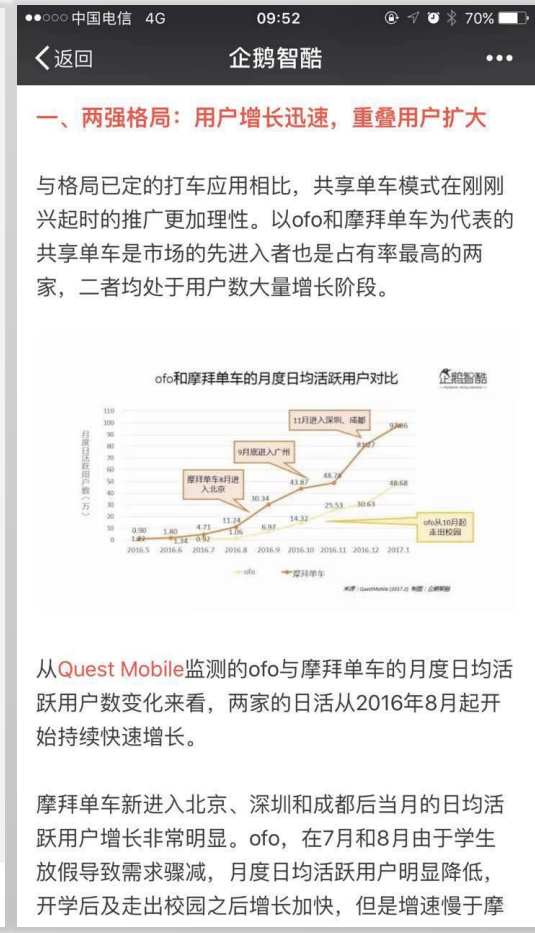
## 腾讯旗下企鹅智酷发布《“分水岭”大时代 – 中国互联网趋势预测白皮书》报告引用



2016年8月



2017年1月



# BAT在报告中引用(Ⅲ)

2017年3月，腾讯“云+视界”大会官方引用Quest Mobile数据



1

## 声明：数据及样本说明

### 样本采集说明

- ▶ 针对直播用户的调研分两轮，时间分别为2016年10月和2017年2月，有效样本总数为17133份。调研用户的特征及分布与我们所监控的直播平台用户特征基本一致。
- ▶ 研究中所引用大数据分别来自本次研究合作方腾讯云，腾讯浏览指数及企鹅智酷数据合作平台 **QuestMobile**。

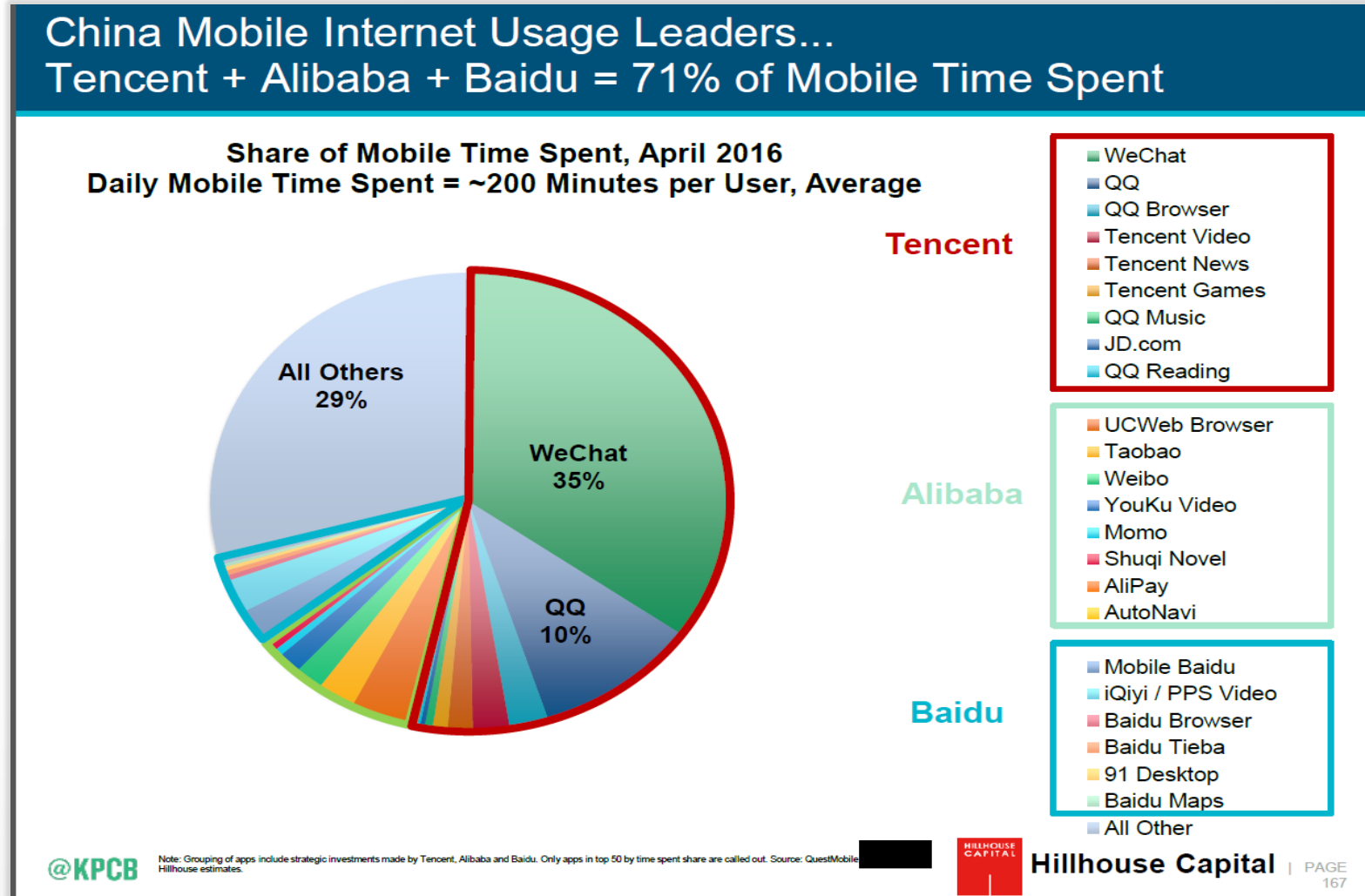
### 行业调研说明

- ▶ 针对行业玩家，分别通过书面、电话及面谈的形式于2016年10月及2017年2月进行了两轮访谈，了解业界观点，覆盖泛娱乐、社交、电商、财经、教育等各类型直播平台。



# 国内外研究机构在报告中引用

有着“互联网女皇”之称的KPCB公司的Mary Meeker联合Hillhouse Capital在《INTERNET TREND 2016REPORT》报告中引用QuestMobile数据。



# 中国顶级媒体在活动中引用

湖南卫视在第十一届中国金鹰电视艺术节互联盛典中引用QuestMobile数据



# 营销领域行业地位

## Quest Mobile荣获2017年金鼠标年度最佳数字营销工具奖

全球数字营销大赛

名称 \ Quest Mobile Truth Marketing  
获奖单位 \ Quest Mobile



Quest Mobile Truth Marketing 是一款基于近 10 亿移动终端设备，精准用户属性和海量用户行为数据的移动营销策略工具，是融合 Quest Mobile 8 大类超过 1300 组标签体系对移动端用户行为轨迹特征深度研究多维度交叉分析而来，为互联网媒体、广告公司和广告主了解目标受众和媒介，投前策略分析提供重要的数据参考。

系统主要技术特点：Quest Mobile 独有的混合数据源，以及分布式集群等大环境；所有同类维度关联的支持度与置信度作为基础超过 7 种混合算法进行构建混合关联算法。

**使用说明**

**受众触媒分析**

1、受众群体与媒介选择

移动媒体受众群体 8 大画像体系精分：自然属性、社会属性、受众终端、生活特点、兴趣爱好、关键行为、消费心理 / 价值观、极致便捷的操作方式组合筛选媒介受众群体。

选定受众的分析方法：基于以上维度的人群 TA；基于锁定人群使用 APP 类别渗透率的 TGI。

2、媒介投放策略分析

确定投放媒介：基于目标受众中锁定的单一媒介和组合媒介有效覆盖用户规模；基于目标受众中锁定的单一媒介的用户粘性。

受众群体超速组合计算覆盖度、TGI；组合媒介目标群体市场份额覆盖度一目了然；媒介组合属性 TGI 指标多维展示。

3、媒介投放周期分析

包含用户重复覆盖周期、用户周度分布周期、用户时段分布周期。快速锁定目标群体媒介使用频率，快速计算投放周期与重复曝光 ROI；精分单 / 多组合属性维度目标群体时段媒介覆盖计划。

4、目标媒介用户画像

目标媒介的基础属性分布（性别、年龄、婚姻状况、线上消费能力、线上消费意愿、城市等级、兴趣偏好分布等等）；目标媒介的基础属性分布与行业整体对比的 TGI，迅速发现核心用户特征。

**媒体价值分析**

媒介与行业搜索：快速检索并锁定目标媒介。

目标媒介用户画像：全方位了解目标媒介的用户画像，深度挖掘移动媒介价值。

**受众画像分析**

精分单属性与多维度交叉筛选；精准分析目标人群的网络行为特征。

**应用范围**

**三大应用场景**

受众触媒分析：快速锁定目标受众，高效制订媒介组合策略组合投放周期与重复曝光 ROI，组合媒介目标群体市场份额覆盖，组合媒介属性 TGI 指标等多维统计分析展示，为深入了解目标受众，以及选择最佳投放方案提供全方位数据支持。

484



Golden Mouse  
金鼠标

GOLDEN MOUSE  
- DIGITAL MARKETING AWARDS -  
第 8 届金鼠标数字营销大赛  
颁奖盛典  
CEREMONY

年度最佳数字营销工具



QUEST MOBILE

TRUTH  
营销版

Quest Mobile Truth Marketing

心中所想(MO)力透所传(Truth)营销版大赛  
网于天赢

 **目录**  
**CONTENTS**

1

公司简介

2

行业口碑

3

产品介绍

01

## Truth标准数据库 产品

专业版、极速版、渠道版、营销版  
跨屏版、黑马榜

02

## Truth Plus+ APP站外流量审计

APP内独立功能数据展示  
APP站外流量审计  
APP全流量校准

03

## Data Mining 定制服务

04

## Growth服务 标签冷启动

01

# Truth标准数据库 产品

专业版、极速版、渠道版、营销版  
跨屏版、黑马榜

## Truth 专业版

NEW

超过 140 个权威指标，  
全面理解市场趋势和竞争环境



## Truth 极速版

第一时间获取App核心指标  
精细到当天变化



## Truth 渠道版

覆盖全部主流下载渠道  
投入产出一目了然



## Truth 营销版

超过 1,000 个人群画像标签  
移动原生精准投放工具



## Truth 跨屏版

移动+PC多屏展现  
体现全网资产价值

套装赠送版



## Truth 黑马榜

把握爆发赛道机遇  
寻找潜力增长选手



即将上线，敬请期待



### App综合价值度及趋势评估

下载、安装、激活、活跃、留存、卸载

### App用户行为健康度及趋势评估

使用次数、时长、频率、间隔、时段

### App用户生命周期漏斗评估

用户下载后的激活、活跃、粘性与留存流失漏斗

### App受众画像变化趋势评估

用户地域、终端、价格、联网分布



QUEST MOBILE

## 产品二：Truth-极速版

超极速App核心价值评估 当日各项综合指标只需延迟**72**小时



### 极速探查天使轮、Per A轮App黑马

T+3探索最新潜力小App

自定义MAU/DAU区间筛选高增长率App

### App价值评级

App行业变化趋势、竞争态势、前景预判

### App深度运营指标与健康度评估

核心用户、细分用户质量与价值评估

用户忠诚度与App依赖度研究

### 潜在投资价值挖掘

大颗粒度行业增长潜力研究

潜力行业综合复合增长率App挖掘

### 价值度预测模型

深度指标预判选型App未来增长与行业增速研究

深度指标选型App未来流失可能性与行业衰减研究



- 受众群体精准覆盖营销平台筛选

移动媒体受众群体7大画像体系精分：

自然属性、社会属性、受众终端、生活特点、兴趣偏好、关键行为、消费心理/价值观

极致便捷的操作方式组合筛选媒介受众群体

- 受众群体超速组合计算覆盖度、TGI

组合媒介目标群体市场份额覆盖度一目了然

媒介组合属性TGI指标多维展示

- 组合策略覆盖目标用户群体周期评估&价值时段策略

快速锁定目标群体媒介使用频率，快速计算投放周期与重复曝光ROI

精分单/多组合属性维度目标群体时段媒介覆盖计划

- 市面最强“七”维物理标签与高置信度训练集模型支撑

通过物理训练集确定目标特征、构建关联算法、锁定目标用户

动态阈值验证模型相关性，AI算法实时评估支持度、置信度、提升度

- 1、2个功能入口：媒介价值分析、我的目标人群
- 2、人群筛选标签入口

- 3、设定预投媒介
- 4、查看具体行业

The screenshot shows the QUEST MOBILE interface with the following elements highlighted by red boxes and numbered callouts:

- 1:** A red box highlights the top navigation bar containing two buttons: "媒介价值分析" (Media Value Analysis) and "我的目标人群" (My Target Audience).
- 2:** A red box highlights the search bar area containing a date selector set to "2016-0" and a dropdown menu for "人群筛选-全部" (Audience Selection - All).
- 3:** A red box highlights the top right navigation area containing a cube icon, a home icon, a user profile icon, and a help icon.
- 4:** A red box highlights the table header, specifically the column "活跃用户数(万人)" (Active Users in 10,000s), which is currently sorted in descending order.

对比   组合	加入预投媒介	序号	媒介	活跃用户数(万人) ↓	目标群体占比(%) ↓	活跃渗透率TGI ↓	人均使用次数(次) ↓	人均使用次数TGI ↓	人均使用时长(分钟) ↓	人均使用时
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1	微信	74,922.64	100.00%	100.00	771.64	100.00	1,933.62	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2	QQ	65,552.04	100.00%	100.00	457.80	100.00	887.43	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	3	手机淘宝	40,638.74	100.00%	100.00	78.33	100.00	260.55	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	4	腾讯视频	34,604.11	100.00%	100.00	52.86	100.00	386.47	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	5	手机百度	34,357.25	100.00%	100.00	59.94	100.00	279.75	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	6	支付宝	31,398.53	100.00%	100.00	25.68	100.00	34.88	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	7	微博	31,217.48	100.00%	100.00	66.02	100.00	301.51	
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	8	爱奇艺	31,149.65	100.00%	100.00	61.73	100.00	433.53	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	9	搜狗输入法	28,255.09	100.00%	100.00	1,151.37	100.00	530.00	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	10	QQ浏览器	27,226.24	100.00%	100.00	77.55	100.00	509.99	



QUEST MOBILE

# 媒介价值分析-用户画像：

点击一级行业、二级行业或者APP自身皆可看到相应的用户画像，  
可根据需求进行选择

QUEST MOBILE TRUTH 营销版

媒介价值分析 我的目标人群

输入要搜索的媒介

产品切换

返回 移动社交

2016-06

用户画像 行为偏好

下载数据表

性别分布

年龄分布

婚姻分布

城市等级分布

移动社交 总体

活跃渗透率(%)

对比   组合	加入预投媒介	序号	媒介	一级行业	二级行业	公司
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1	微信	移动社交	即时通讯	腾讯
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2	QQ	移动社交	即时通讯	腾讯
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	3	手机淘宝	移动购物	综合电商	阿里巴巴
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	4	爱奇艺	移动视频	在线视频	爱奇艺
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	5	腾讯视频	移动视频	在线视频	腾讯
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	6	手机百度	系统工具	搜索下载	百度
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	7	支付宝	金融理财	支付结算	蚂蚁金服
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	8	微博	移动社交	微博社交	新浪

24岁以下

25-30岁

31-35岁

36-40岁

41岁以上

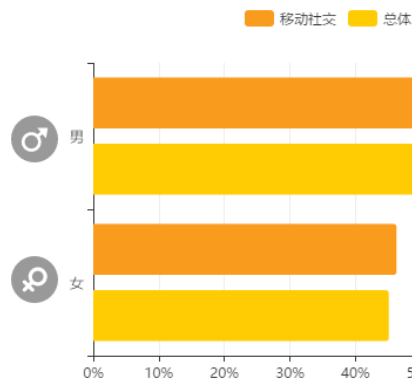


QUEST MOBILE

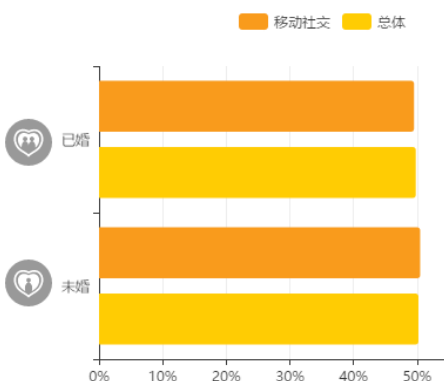
# 用户画像-包括内容：

性别、年龄、婚姻、城市等级、线上消费能力、线上消费意愿、终端价格分布、城市分布、兴趣爱好

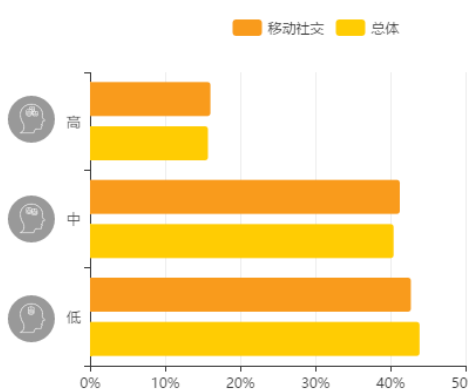
性别分布



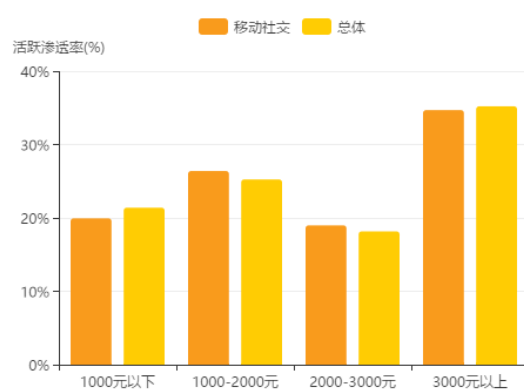
婚姻分布



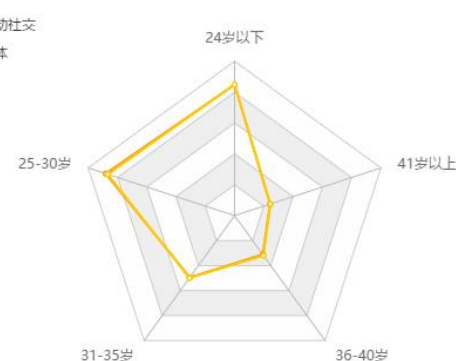
线上消费意愿分布



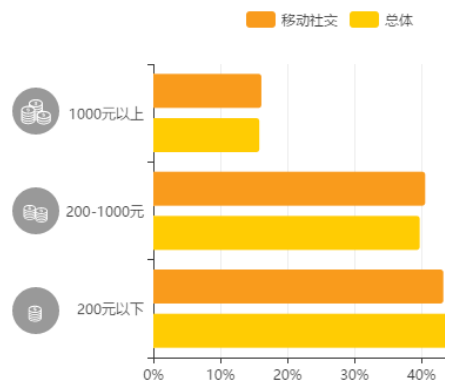
终端价格分布



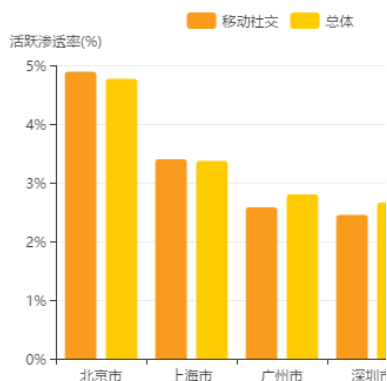
年龄分布



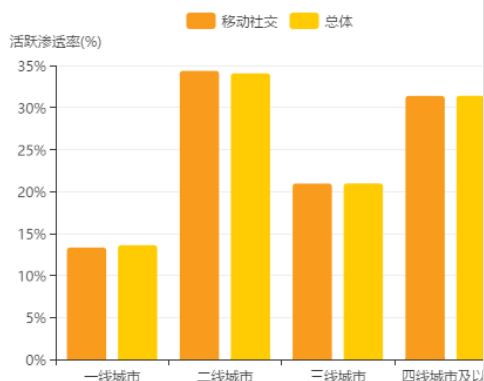
线上消费能力分布



城市分布



城市等级分布



兴趣偏好





# QUEST MOBILE 行为偏好-包括内容： 人群分类偏好、人群应用偏好

## 人群分类偏好



## 人群应用偏好

全部分类 ▾



序号	App	活跃用户数(万人) ↓	目标群体占比(%) ↓	活跃渗透率TGI ↓	人均使用次数(次) ↓	人均使用次数TGI ↓	人均使用时长(分钟) ↓	人均使用时长TGI ↓
1	微信	74,922.64	100.00%	102.09	771.64	100.00	1,933.62	100.00
2	QQ	65,552.04	100.00%	102.09	457.80	100.00	887.43	100.00
3	手机淘宝	40,540.88	99.76%	101.85	78.38	100.06	260.61	100.06
4	腾讯视频	34,402.33	99.42%	101.50	52.67	99.64	385.28	99.64
5	手机百度	34,059.51	99.13%	101.21	59.77	99.73	278.63	99.73
6	支付宝	31,370.95	99.91%	102.00	25.68	100.01	34.88	100.01



创建人群

序号	人群名称	创建时间	详情	操作
1	00后人群	2017-09-08 21:23	用户画像 行为偏好 <b>媒介投放策略</b>	编辑 删除
2	辣妈人群	2017-09-08 21:23	用户画像 行为偏好 <b>媒介投放策略</b>	编辑 删除
3	金融理财人群	2017-09-08 21:23	用户画像 行为偏好 <b>媒介投放策略</b>	编辑 删除



# QUEST MOBILE 营销版-标签体系：根据需求，可选择不同的目标人群

目标人群

目标分类

性别：

男  女

年龄：

常用： 00后  90后  80后  70后  
细分： 24岁以下  25-30岁  31-35岁  36-40岁  41岁以上

婚姻状况：

已婚  未婚

家庭状况：

有孩子  无孩子

线上消费能力：

1000元以上  200-1000元  200元以下

线上消费意愿：

高  中  低

省份：

省

城市：

北京市  上海市  广州市  深圳市  成都市  杭州市  郑州市  天津市  重庆市  南京市  西安市  武汉市  福州市  沈阳市  长沙市  
 昆明市  太原市  济南市  哈尔滨市  合肥市  石家庄市  长春市  南昌市  南宁市  贵阳市

城市等级：

一线城市  二线城市  三线城市  四线城市及以下

终端价格：

1000元以下  1000-2000元  2000-3000元  3000元以上

高级筛选条件

房产状况  车辆使用情况  理财方式  出行方式  关键动态  兴趣/偏好  购买动机  关注点  性格  价值观

社交  视频  网购  游戏  音乐  拍照  资讯  时尚  团购  办公  阅读  学习  环境  旅游  理财  美图  
 生活  动漫  运动  美食  汽车  科技  母婴  健康  搞笑  电影  彩票  记事  美妆  明星  星座



QUEST MOBILE

# 自定义目标人群-属性标签选择：

可从QM标签体系中选择想要的常规标签和高级标签，不需要选择的可以空缺。

返回 自定义目标人群 | 数据时间：2017年9月

## 属性标签选择

常规标签

高级标签

出行方式 飞机出行 公交/地铁出行 火车出行 打车出行

关键动态 烹饪学习 在线学习 计划差旅 买房/租房/装修 考驾照中 考试备考 找工作 计划买车 保健运动

兴趣/偏好 社交 视频 网购 游戏 音乐 拍照 资讯 时尚 团购 办公 阅读 学习 环境 旅游 理财 美图 生活 动漫 运动 美食 汽车 科技 母婴 健康 搞笑 电影 彩票 记事 美妆 明星 星座

购买动机 非外部动机消费 外部动机消费

## 已选属性标签

清空选择

性别 男

年龄 00后

线上消费能力 1000元以上

线上消费意愿 高

地域 一线城市

兴趣/偏好 视频

下一步



QUEST MOBILE

## 自定义目标人群-行为偏好选择：

在筛选属性标签之后可查看相应人群最活跃的行业排名，可选择想要的行业进行目标人群的投放媒介。



QUEST MOBILE

TRUTH  
营销版



媒介价值分析



我的目标人群

输入要搜索的媒介



产品切换

返回

自定义目标人群

数据时间：2017年9月

### 行为偏好选择

显示活跃渗透率TGI

健康美容 TGI: 305.77
教育培训 TGI: 265.02
数字阅读 TGI: 238.11
图像服务 TGI: 191.83
电话通讯 TGI: 190.82
办公商务 TGI: 186.33
金融理财 TGI: 168.78
智能设备 TGI: 160.57

全部

减肥瘦身 TGI: 374.02

运动健身 TGI: 310.56

美容美妆 TGI: 229.40

健康管理 TGI: 194.53

已选行为偏好

清空选择

若不选择行为偏好，则视为全部行为偏好。

上一步

保存

可根据投放预算和范围选择不同的或用户数量级，同时可与目标群体占比进行结合查看，在全网中选择最优媒介

筛选媒介 选择预投媒介

快速检索媒介

媒介分类

选择	序号	媒介	>> 活跃用户数(万人) ↓	目标群体占比(%) ↓	活跃渗透率TGI ↓	人均使用次数(次) ↓	人均使用次数TGI ↓	人均使用时长
<input type="checkbox"/>	1	QQ	活跃用户数量级	1.26%	132.68	852.73	186.27	1
<input type="checkbox"/>	2	微信	全部	0.88%	92.72	507.24	65.73	1
<input type="checkbox"/>	3	爱奇艺	5000万以上	1.56%	164.77	111.85	181.19	1
<input type="checkbox"/>	4	搜狗输入法	2000万~5000万	1.66%	174.63	1,376.51	119.55	1
<input type="checkbox"/>	5	腾讯视频	1000万~2000万	1.32%	139.38	95.79	181.22	1
<input type="checkbox"/>	6	王者荣耀	500万~1000万	6.11%	644.43	98.57	140.33	1
<input type="checkbox"/>	7	快手	100万~500万	4.63%	488.77	157.80	137.04	1
<input type="checkbox"/>	8	球球大作战		5.12%	540.60	45.00	123.62	1

已选投放媒介

请添加至少1个媒介

投放策略分析(0/10)

也可根据设定的投放媒介的行业进行进一步筛选，例如：在教育培  
训行业中选择符合需求量级和用户群体占比的APP，进行媒介排期

筛选媒介 选择预投媒介

快速检索媒介

媒介分类

显示活跃渗透率TGI

教育培训	TGI: 270.36
数字阅读	TGI: 188.32
主题美化	TGI: 164.29
健康美容	TGI: 162.55
手机游戏	TGI: 152.85
图像服务	TGI: 152.39
移动音乐	TGI: 128.05
办公商务	TGI: 119.96
生活服务	TGI: 118.39
电话通讯	TGI: 111.79

已选媒介分类

全部 K12 TGI: 486.72

词典翻译 TGI: 198.19 教育工具 TGI: 171.81

语言学习 TGI: 158.41 职业技能 TGI: 108.62

高等教育 TGI: 97.60 学前教育 TGI: 24.33

确定 重置

已选投放媒介

请添加至少1个媒介  
投放策略分析(0/10)





从示例中可看出有效覆盖数，目标群体覆盖率等情况。在目标群体覆盖率中  
可发现，有2个APP的用户有重复，可根据需求判断是否替换小量级APP，以  
避免重复人群的投放；或特意进行双重投放，强化宣传印象

返回 | "00后男生喜欢看视频" 人群媒介投放策略

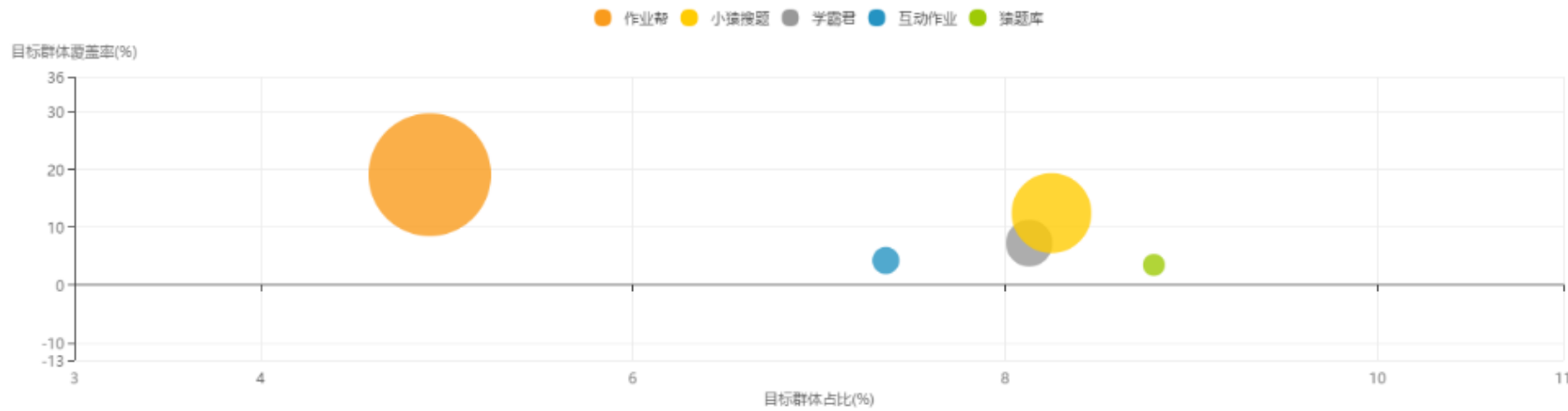
2016-06

- 目标媒介组合
- 投放周期分析

有效覆盖用户数  
336.63(万人)

目标群体覆盖率  
36.91(%)

- 目标群体覆盖率
- 目标群体使用次数贡献度
- 目标群体使用时长贡献度



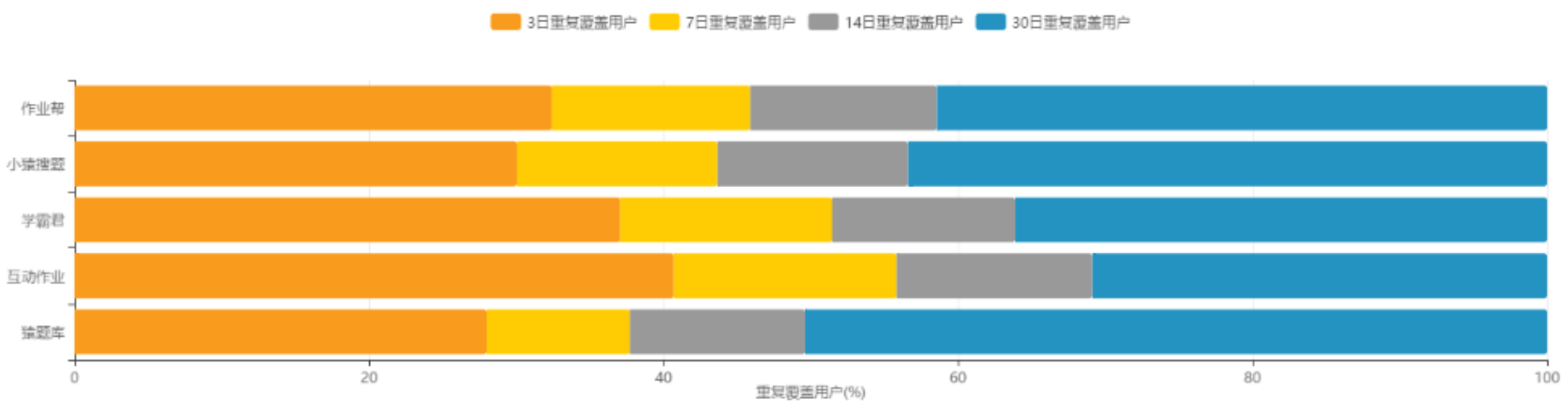
序号	媒介	活跃用户数(万人)	目标群体占比(%)	目标群体覆盖率(%)	目标群体总使用次数(万次)	目标群体使用次数渗透率(%)	目标群体总使用时长(万分钟)	目标群体
1	作业帮	173.86	4.91%	19.06%	4,600.94	0.17%	14,255.79	
2	小猿搜题	113.26	8.25%	12.42%	2,736.15	0.10%	8,073.17	



确定目标媒介组合后，则可开始投放周期分析。其中包括：用户重复覆盖周期、用户周度分布周期、用户时段分布周期。

- 目标媒介组合
- 投放周期分析

用户重复覆盖周期



序号	媒介	活跃用户数(万人)	3日重复覆盖用户(%)	7日重复覆盖用户(%)	14日重复覆盖用户(%)	30日重复覆盖用户(%)
1	作业帮	173.86	32.42%	45.89%	58.56%	100.00%
2	小猿搜题	113.26	30.05%	43.68%	56.60%	100.00%
3	学霸君	65.89	37.06%	51.44%	63.87%	100.00%
4	互动作业	38.69	40.71%	55.83%	69.11%	100.00%
5	猿题库	31.71	27.99%	37.72%	49.63%	100.00%

01

Truth标准数据库  
产品

标准版、极速版、渠道版、营销版

02

Truth Plus+  
APP站外流量审计

APP内独立功能数据展示  
APP站外流量审计  
APP全流量校准

03

Data Mining  
定制服务

04

Growth服务  
标签冷启动



QUEST MOBILE

了解Truth-Plus :

Truth - Plus 都 + 什么？



用户量



行业排位



用户价值



市场声量



## Truth Plus 对市场的价值

01 更全面的用户量评估

---

02 更复合的APP价值分析

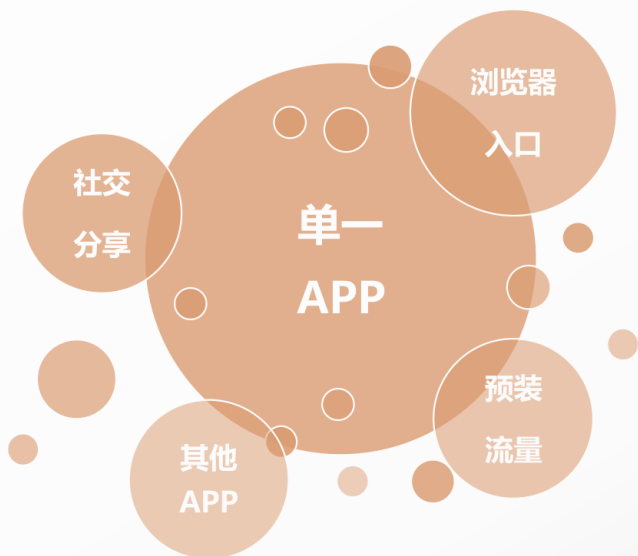
---

## 现状一：

人口红利时代结束，在10亿左右活跃设备中，如何有效的获取除独立APP之外的用户覆盖？



更多形式的流量入口



## 现状二：

随着用户对于新APP下载和安装个数逐渐减少，如何能够还能够持续的获得活跃用户？



通过分享等方式，带动下载和打开APP

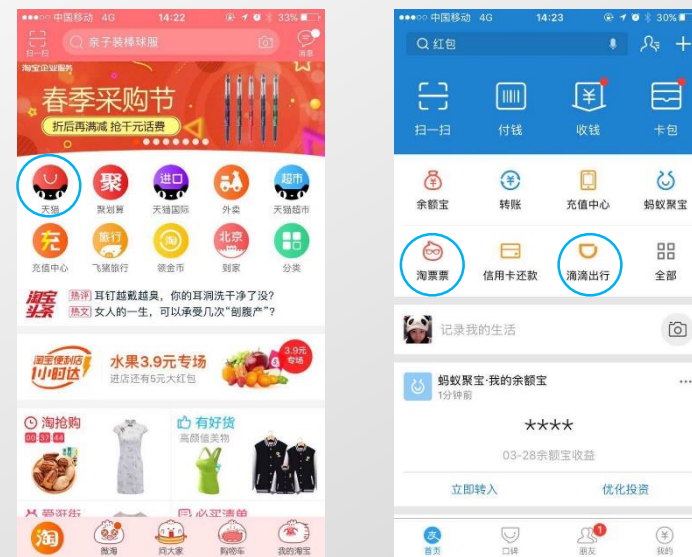


## 现状三：

BAT集团体系下的APP越来越多的联动，也是希望通过生态优势留住用户。



通过APP的相互导流，拉动不同业务用户活跃



### A

广告触达面积更广，  
有利于赢得更多的  
广告客户

### B

移动端各形式覆盖用  
户范围更广，有利于  
行业排名及背书

### C

对于中小APP有更  
多可提升的用户统  
计空间

### D

教育市场对于移动  
端生态流量有更全  
面的关注

## 趋势一：

超级APP的功能更加多样，并融入了时代最为潮流的功能来带动APP用户的增长



## 趋势：二

- 1、现有所属分类的情况下，希望将APP某一功能对于相关行业，成为行业领跑者
- 2、比如在资讯内容IP的分发成为目前APP新的发展方向，BAT2017年大举入局



# Truth Plus 产品展示 (原生App站外的量接入产品)

The dashboard displays the following data:

- 总用户量:** 27,644.54 (万人) [注: 包括APP及其站外部分]
- 日均用户量:** 5,877.14 (万人) [注: 包括APP及其站外部分]
- 播放次数:** 7,055,405.56 (万次) [注: 只包括APP站外部分]

**用户规模渠道分布 (注: 包括APP及其站外部分):**

- 微博站外
- 秒拍站外 [安卓]
- 秒拍APP
- 秒拍站外 [苹果]
- 小咖秀站外 [安卓]
- 小咖秀站外 [苹果]

**用户规模终端分布 (注: 包括APP及其站外部分):**

- Apple
- 三星
- VIVO
- 华为
- OPPO
- 小米
- 联想
- 酷派
- HTC
- 魅族
- 中兴
- 金立
- 其他

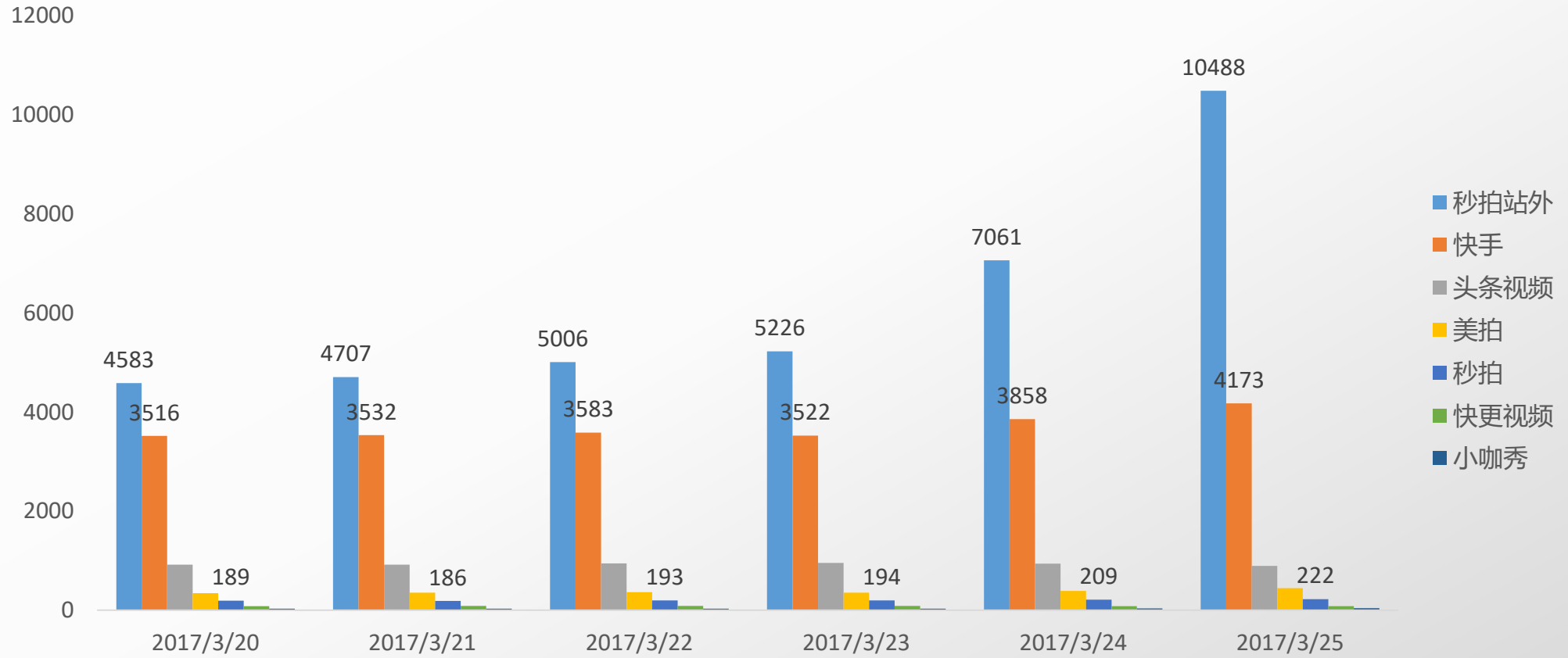
**生态流量价值评估 (视频类/直播类):**

- 秒拍:** 总用户量: 25,98; 播放次数: 7,055,405.50 (万次) [注: 该数据为秒拍App移动端站外量合计数据]
- 一点资讯:** 浏览次数: 525,556.20 (万次) [注: 该数据为一点资讯App移动端站外量合计数据]

Time period: 2017年03月

# Truth Plus 客户案例分析（一）秒拍

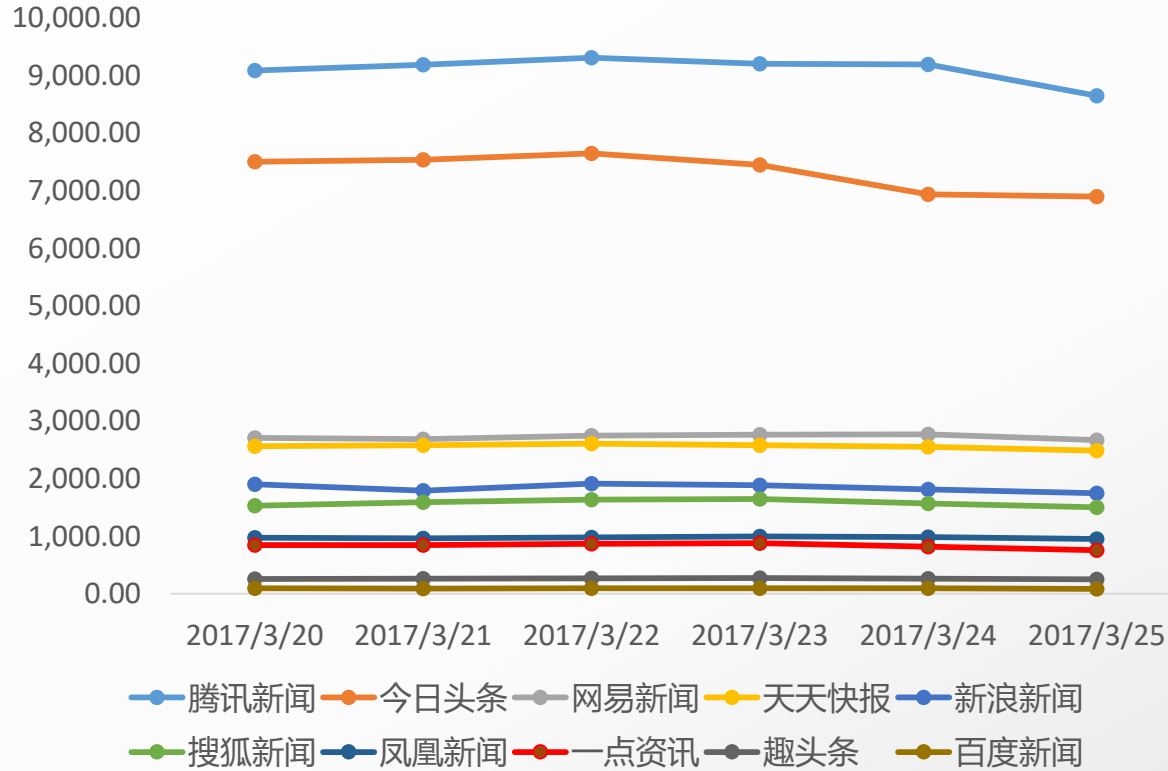
## 移动端短视频APP受众用户对比（万）



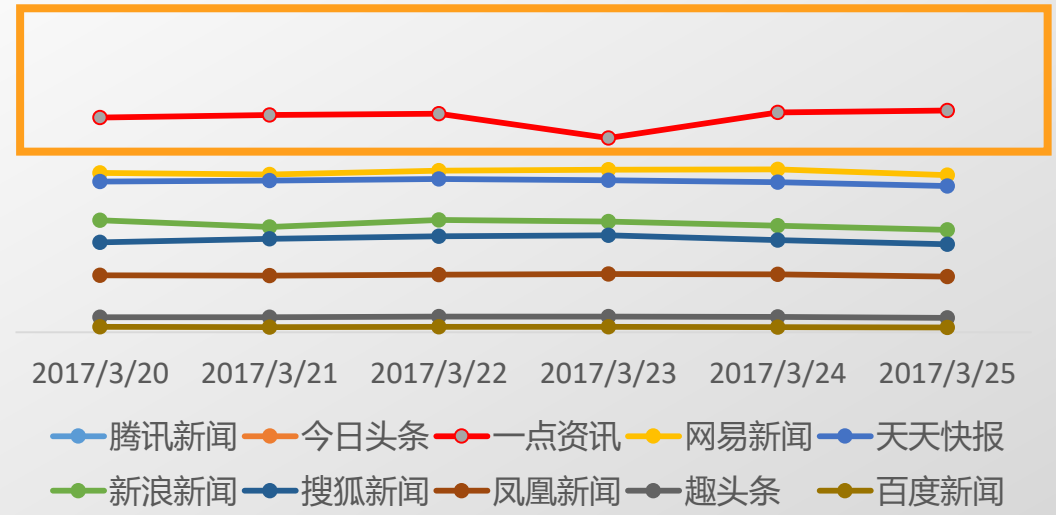
# Truth Plus 客户案例分析（二）一点资讯

如果按原生app-DAU处于top10末位，合计站外量后处于top3

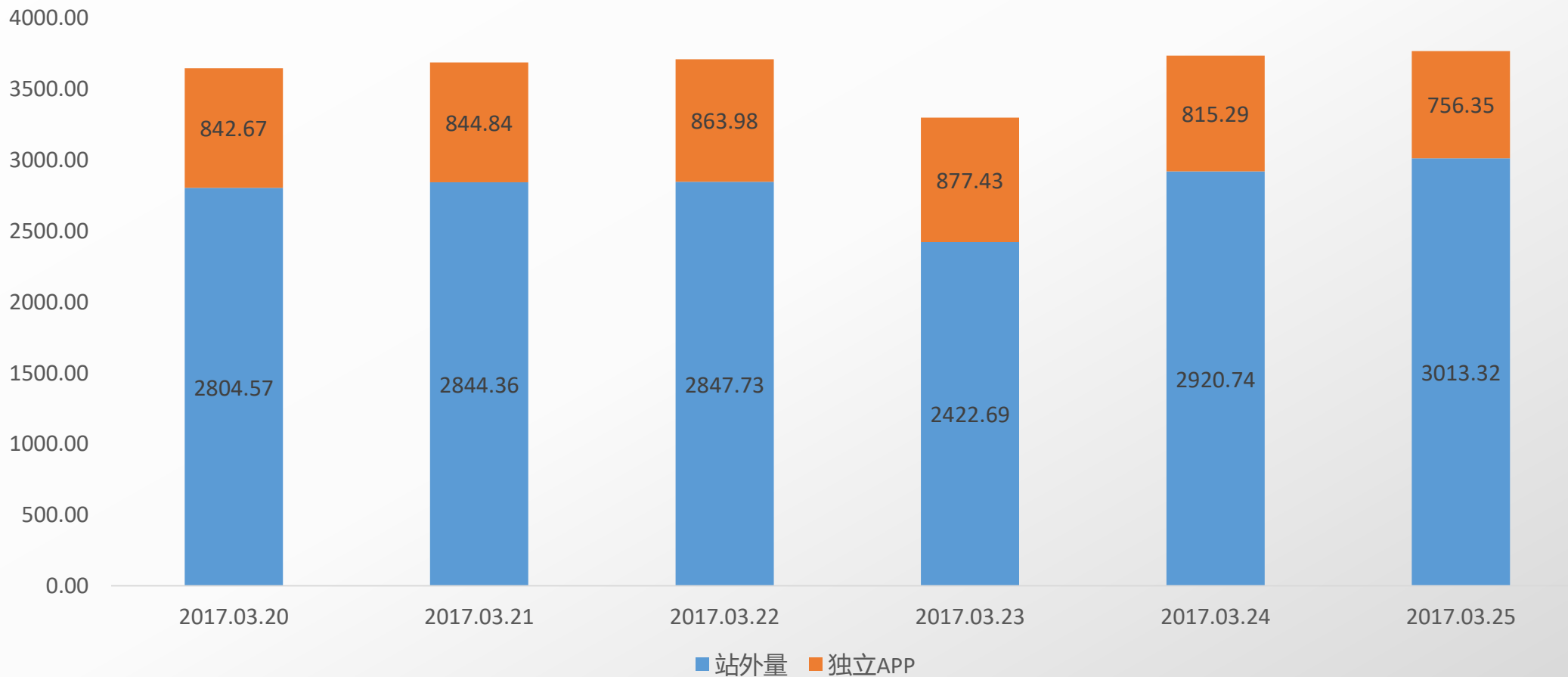
热门新闻资讯APP-DAU



热门新闻资讯APP-UV

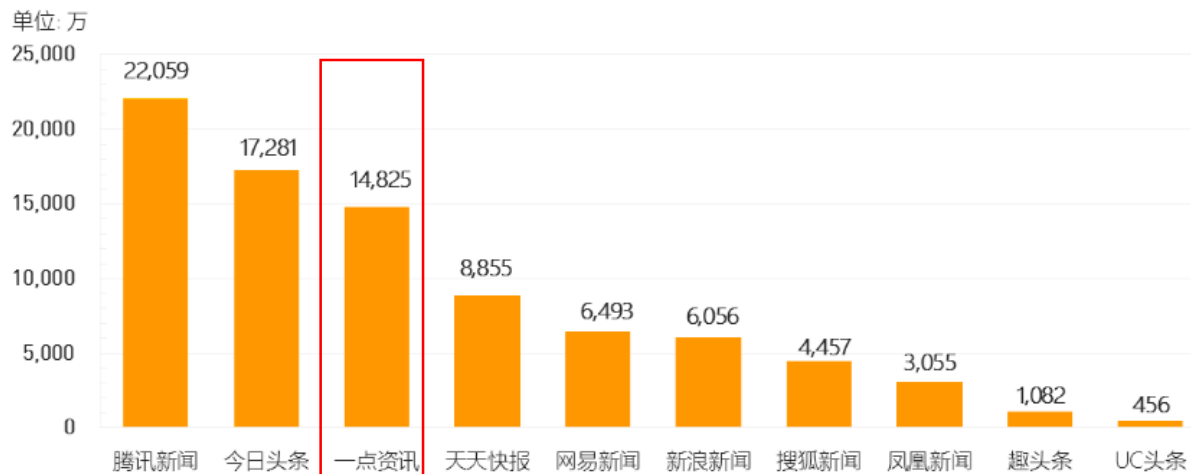


## 一点资讯受众用户每日受众



## 一点资讯：APP外流量巨大，全生态用户价值潜力巨大

在新闻资讯APP行业中，一点资讯与小米和OPPO达成战略合作，更大范围的拓展服务受众用户，从2017年3月移动端生态流量展示，其受众总量已经超过1.4亿，位列行业第三。



\*注：一点资讯月度用户总规模为APP月活跃用户数和站外月活跃用户数合计，其他APP为月活跃用户数

Source: QuestMobile TRUTH 数据库 2017年3月

## 需要特别指出的是秒拍：

虽然APP端格局稳定，但是随着移动端生态用户量的崛起，秒拍作为短视频内容和服务的提供者，APP+站外用户后可以排到行业第四，短视频的崛起，隐然显现出改变视频生态的格局。



\*注：秒拍移动端月度用户总规模为APP月活跃用户数和站外月活跃用户数合计，其他APP为月活跃用户。

Source: QuestMobile TRUTH 数据库 2017年3月

序号	APP名称	月用户规模(万)	同比增长率	月度人均时长(分钟)	中高消费水平用户占比	汽车用户TGI
1	微信	89,218	26.2%	1,965	54.7%	108
2	QQ	66,379	6.0%	768	61.1%	107
3	腾讯视频	43,502	48.0%	294	61.7%	100
4	爱奇艺视频	43,371	57.6%	265	62.9%	92
5	手机淘宝	40,639	17.5%	279	90.0%	120
6	手机百度	40,044	42.1%	289	57.9%	125
7	微博	35,697	31.6%	297	79.2%	100
8	支付宝	35,310	29.8%	42	90.4%	147
9	优酷	31,375	65.1%	222	66.3%	103
10	QQ浏览器	31,217	27.6%	329	59.8%	141
11	搜狗手机输入法	30,833	10.2%	326	54.5%	80
12	WiFi万能钥匙	29,279	66.9%	61	55.8%	98
13	百度地图	28,882	20.3%	52	71.0%	163
14	秒拍*	27,645	-	-	72.7%	88
15	UC	26,427	16.3%	605	60.5%	138
16	高德地图	24,533	34.6%	71	73.8%	332
17	酷狗音乐	22,895	0.4%	219	62.4%	144
18	腾讯新闻	22,059	29.8%	557	57.6%	139
19	QQ音乐	21,143	27.9%	130	63.3%	76
20	应用宝	19,235	12.0%	14	62.1%	143
21	腾讯手机管家	18,842	27.9%	28	53.8%	101
22	百度手机助手	17,433	41.4%	8	48.8%	124
23	今日头条	17,281	115.8%	1,021	50.1%	122
24	360手机卫士	17,117	35.2%	78	52.3%	120
25	王者荣耀	16,771	193.3%	362	63.3%	73
26	手机京东	16,736	44.9%	90	90.3%	221
27	美团	16,394	19.1%	48	90.6%	154
28	一点资讯*	14,825	-	-	43.1%	92
29	美图秀秀	14,820	42.4%	24	78.8%	82
30	墨迹天气	13,381	16.6%	77	60.8%	175
31	开心消消乐	12,984	15.6%	445	67.2%	97
32	美颜相机	12,275	41.8%	23	70.7%	68
33	360手机助手	12,188	19.1%	15	57.2%	160
34	快手	10,940	65.0%	311	61.8%	82
35	酷我音乐	10,772	23.1%	125	41.2%	67
36	小米应用商店	10,435	35.7%	9	47.1%	82
37	百度手机输入法	10,080	14.8%	276	60.2%	166

\*注：一点资讯及秒拍移动端月度用户总规模为APP月活跃用户数和站外月活跃用户数合计，其他APP为月活跃用户。

## 《Quest Mobile-移动互联网2017春季报告》中Top1000实力榜

10	QQ浏览器	31,217
11	搜狗手机输入法	30,833
12	WiFi万能钥匙	29,279
13	百度地图	28,882
14	秒拍*	27,645
15	UC	26,427

若无加入Plus流量，  
在春季报告中，  
秒拍将以MAU 1662.6万位于 151位

25	王者荣耀	16,771
26	手机京东	16,736
27	美团	16,394
28	1. 一点资讯*	14,825
29	美图秀秀	14,820
30	墨迹天气	13,381

若无加入Plus流量，  
在春季报告中，  
一点资讯将以MAU 2409.53万位于 110位

01

Truth标准数据库  
产品

标准版、极速版、渠道版、营销版

02

Truth Plus+  
APP站外流量审计

APP内独立功能数据展示  
APP站外流量审计  
APP全流量校准

03

Data Mining  
定制服务

04

Growth服务  
标签冷启动

# Data Mining 洞察动因，有效辅助运营及价值提升

**Fact (What)**

标准数据库 - Truth

Truth标准版

Truth极速版

Truth渠道版

Truth营销版

**Insights (Why)**

定制化研究

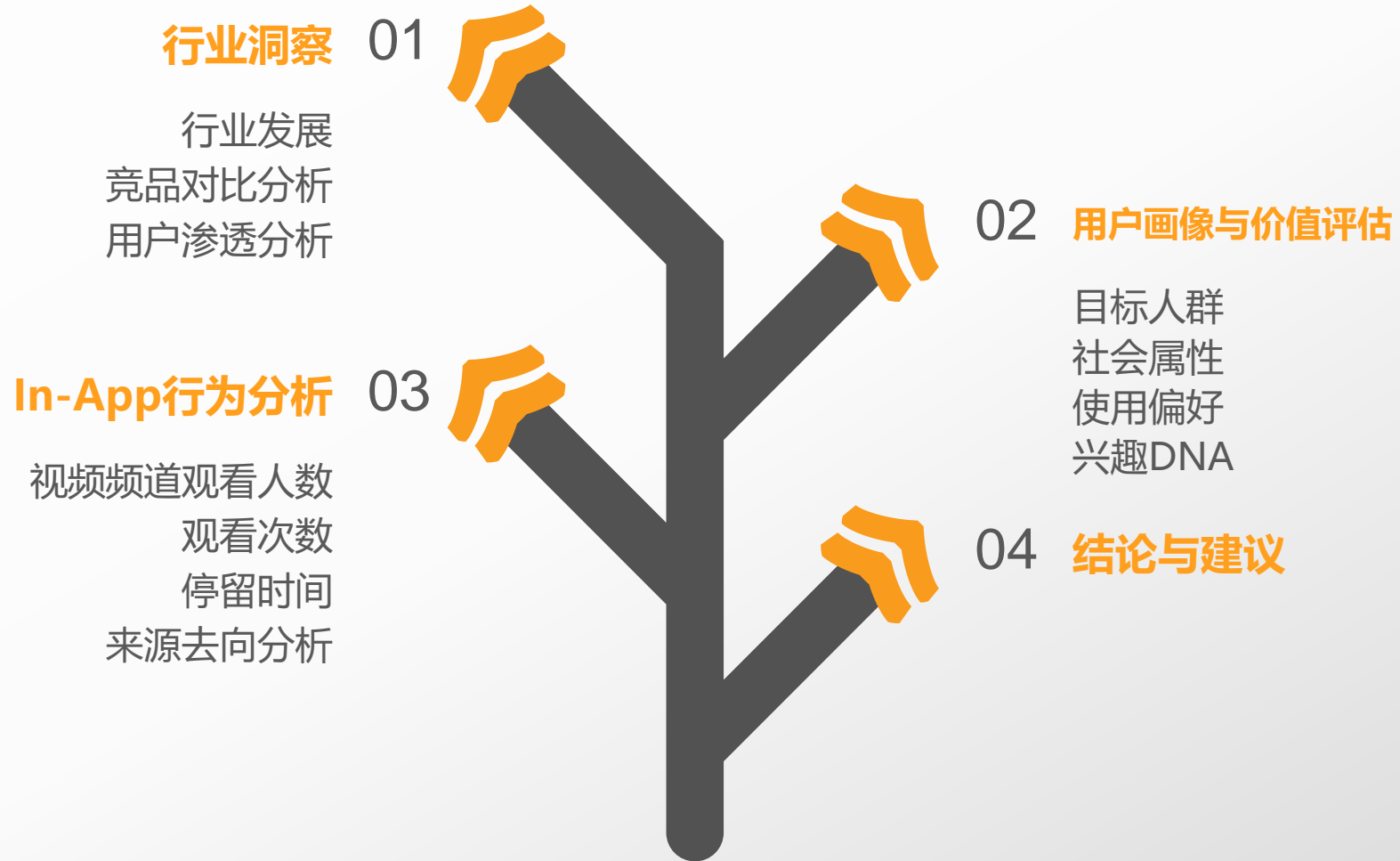
行业洞察

用户画像

归因深度研究

In-APP行为分析

## A-定制化研究分析框架--示例



# 分析内容1：行业洞察



## 行业洞察 01

行业发展  
竞品对比分析  
用户渗透分析

## In-App行为分析 03

In-App转化率  
订单量

## 02 用户画像与价值评估

目标人群  
社会属性  
使用偏好  
兴趣DNA

## 04 结论与建议

## 分析内容2：用户画像与价值评估

### 目标人群

- 目标App所在行业整体用户
- 目标App整体用户/独占用户/徘徊用户/流失用户
- 主要竞品Apps

### 社会属性

- 地域分布（省市维度、城市维度、区域维度、城市等级维度）
- 用户分布洞察（性别、年龄、身份等）
- 设备信息（运营商、价格区间、品牌、硬件指标（屏幕、分辨率、内存、CPU等））

### 使用偏好

- 目标人群安装及使用移动App的数量分布
- 最常使用App分布&不同人群偏好对比
- 使用移动互联网网络制式、流量及时长分布

### 兴趣DNA

- 社交偏好
- 汽车偏好
- 娱乐偏好
- 购物偏好
- 旅游偏好
- 设备偏好

#### 行业洞察 01

行业发展  
竞品对比分析  
用户渗透分析

#### In-App行为分析 03

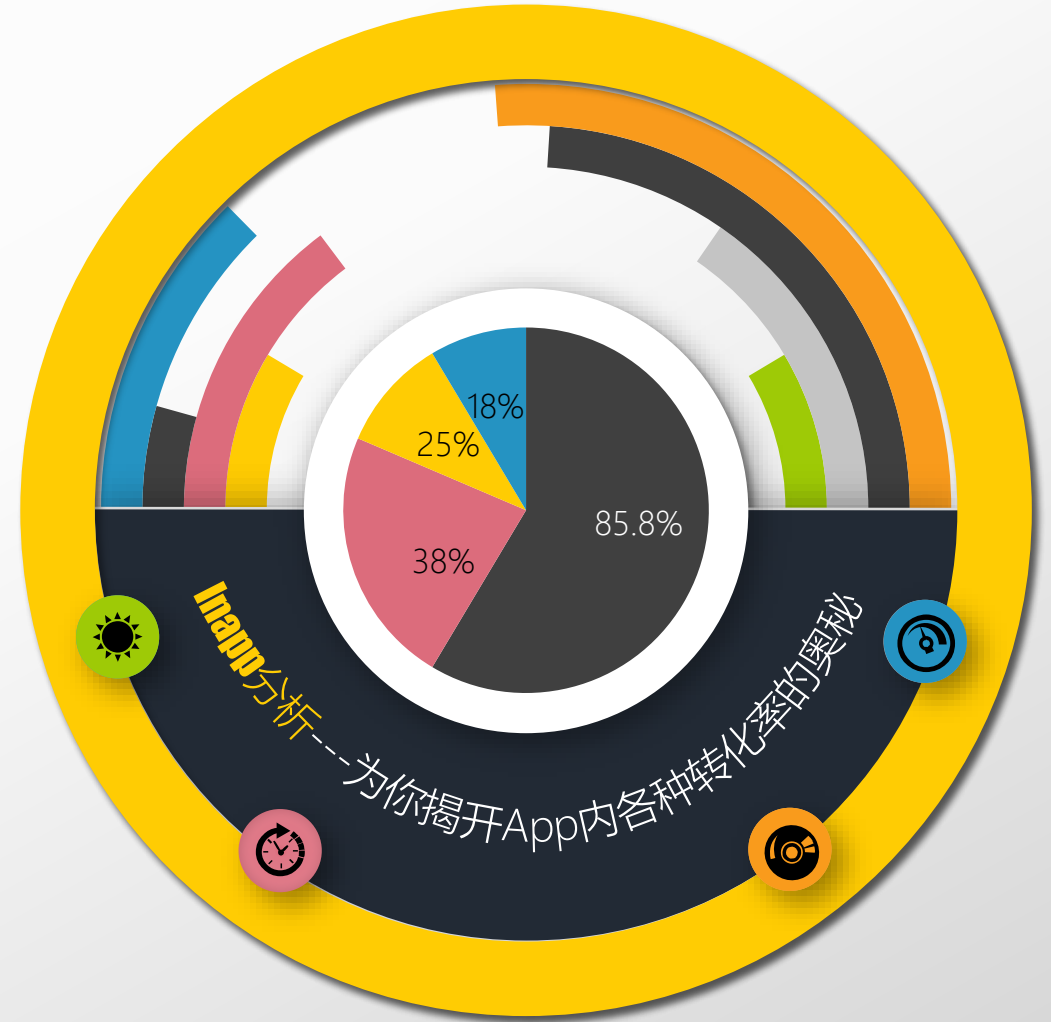
视频频道观看人数  
观看次数、停留时间  
来源去向分析

#### 用户画像与价值评估 02

目标人群  
社会属性  
使用偏好  
兴趣DNA

#### 结论与建议 04

# 分析内容3：In-App行为分析



## 01 行业洞察

- 行业发展
- 竞品对比分析
- 用户渗透分析

## 03 In-App行为分析

- 视频频道观看人数
- 观看次数、停留时间
- 来源去向分析

## 02 用户画像与价值评估

- 目标人群
- 社会属性
- 使用偏好
- 兴趣DNA

## 04 结论与建议



# B-细分行业分析报告（运营周报）：主要内容

## 行业排名变化

行业内主要竞品排名变化，及时了解所处行业位置，调整相关策略；

核心指标：  
DAU/WAU/时长/次数，对竞品核心运营情况一目了然；

## 核心指标变化

## 下载/安装/卸载趋势

对市场及渠道推广，竞品健康度等定期观测，调整产品运营策略；

汇总一周行业政策，竞品促销，竞品战略升级等，以调整产品战略以及竞品数据变化的原因；

## 行业一周大事记

01

Truth标准数据库  
产品

标准版、极速版、渠道版、营销版

02

Truth Plus+  
APP站外流量审计

APP内独立功能数据展示  
APP站外流量审计  
APP全流量校准

03

Data Mining  
定制服务

04

Growth服务  
标签冷启动



QUEST MOBILE

# Growth产品服务 - 冷启动标签服务

全网数据覆盖，深度标签解析，数据无缝衔接

## ➤ 静态画像数据：

什么人  
自然属性/社会属性/生活特点  
决定消费能力与层次

## ➤ 动态行为数据：

对什么感兴趣  
兴趣偏好/性格/价值观  
决定购买对象

## ➤ 动态场景数据：

正要去哪儿  
关键行为/生活特点  
刺激购买决策



### 我们的能力

一类标签

自然属性

性别/年龄/地域/星座/病患情况/家庭状况（婴幼儿/老人）

社会属性

职业/学历/职务/线上消费能力/消费意愿/住房情况/车辆使用  
——医疗从业者，本科；1000元以上；高；计划买房；有车

性格

表达型/精确型/耐心型/支配型/适应型  
——表达型（外向/有活力/感性/注重形象）

价值观

时尚先锋族/稳健生活族/娱乐社交族/积极打拼族/爱家务  
实族/求知进取族

二类标签

生活特点

常住地/工作地/出行方式/作息时间/理财方式  
——常住北京，作息规律；宅人；夜猫子；炒股；生理期

兴趣偏好

音乐/游戏//饮食（口味/菜系）/旅行(方式/目的地)/生活服务（酒店/咖啡馆/餐厅...）/购物（方式/品类/品牌）

消费心理

购买动机/关注点  
——外部动机购买者/关注健康/极客/爱大牌/时尚/追求个性/偏  
高端

三类标签

关键行为

近期关注产品/品类,关注的明星/关键词/浏览的商品SKU/运动健身/考驾照等

### 业务场景



冷启动



精准营销



征信与风控



数据资产剖析

【目标用户】是谁 - WHO

【目标用户】在哪 - WHERE

如何吸引【目标用户】 - HOW

业务问题

冷启动应用

商业策略

投资回报



- 冷启动目标用户筛选
- 目标渠道筛选

- 提升运营效率
- 有效提升营销ROI



- 完善平台内容的定制及分发
- 挖掘平台内容潜力
- 内容标签初始化

- 完善系统内容初始化
- 提升用户粘性留存



- 补全用户数据空白
- 避免数据孤岛
- 全网数据拓展数据链条

- 提高后续数据挖掘准确率



# 支持不同阶段的用户冷启动策略与应用



## 获客支撑

潜在目标用户及获客渠道解析

## 存量经营

存量用户画像、即时行为、兴趣偏好解读



### 用户确定

- 结合「产品形态」锁定「目标用户」
- 标的产品用户画像参考
- 竞品差异分析与策略指导

### 用户获取

- 渠道筛选与精准获客
- 换量合作与交叉推广



### 用户激活

- 新增用户的画像完善
- 精准内容推送与推荐
- 内容测试与营销策划

### 用户留存

- 内容控制
- 内容质量



# 标签案例：某TOP10游戏公司冷启动应用



## 第一方数据

## QM标签数据

## 同步应用与效果



某TOP3新闻资讯APP用户群

### 用户ID Match

- IMEI Match
- 86%覆盖率



QM 受众标签

2.5亿日活用户

### API实时同步

自然属性

社会属性

性格

价值观

生活特点

兴趣偏好

消费心理

关键行为



### 精准营销建议

提高定向营销准确度36%



### 精准推荐引擎

补充现有标签体系，内容推荐引擎效率提升56%

**了解更多...**

# QM 部分客户列表



- [《微信撕下“遮羞布” 网络广告业务增速最快，但在腾讯总营收中仅占12%》](#)
- [《2014视频App观察：三大阵营形成，还在谈模式你就败了！》](#)
- [《2014年度APP价值榜》](#)
- [《2014视频App观察：三大阵营形成，还在谈模式你就败了！》](#)
- [《2015扒一扒手机江湖的遮羞布——各机型市场占有率及用户行为分析》](#)
- [《2015 3月APP TOP 20榜出炉：留存？粘性？对照历史数据看看谁裤子掉了》](#)
- [《2015：移动电商洗牌元年》](#)
- [《2015年APP价值排行榜（8维+8月篇）》](#)
- [《2015大众点评抱美团背后的惨状：O2O近两个月数据持续下滑》](#)
- [《2015“双11”电商数据大揭秘：DAU与支付订单对比意味着什么？你懂的》](#)
- [《2015双十一移动电商战局与淘宝913亿背后大揭秘：DAU1.8亿、确认订单5793万，其余的自己看！》](#)
- [《QuestMobile移动互联网行业盘点·秋 —— 近400页高清无码大图，读懂中国移动互联网》](#)
- 部分文章阅读量超过60000，极具影响力。

## QuestMobile：流量匮乏，多重挤压，2017年图像服务应用行业洞察报告

2017-10-11 Mr.QM QuestMobile



回到今天要分享的主题，图像服务行业，也是这样一个行当：工具——社交——平台，从一个点到一个面到一个闭环，看似妥当的逻辑，然而，在视频的不断崛起、流量越来越集中、用户时长越来越有限的局面下，如何走得通？

[查看详情](#)

## QuestMobile：移动生态流量哪家强？2017年移动互联网内容平台带动生态流量崛起

2017-09-20 Mr.QM QuestMobile



QuestMobile：移动生态流量哪家强？2017年移动互联网内容平台带动生态流量崛起

[查看详情](#)

## QuestMobile：厉害了，游乐园用户画像分析，见过吗？2017年中国四大游乐园游客人群洞察报告

2017-09-12 Mr.QM QuestMobile



本次报告基于大数据服务商QuestMobile的GPS以及WIFI探针等LBS数据来源，选取了2017年7月去过北京欢乐谷、上海迪士尼、广州长隆欢乐世界、深圳世界之窗的游客人群，对人群画像、用户行为特

[查看详情](#)

## QuestMobile2017年在线音乐应用行业洞察报告：网易云音乐排第四，然后，前三都是腾讯的

2017-09-06 Mr.QM QuestMobile



这个领域与生鲜电商、视频一样历史悠久。现在，好消息是总体MAU大概稳定在5-6亿（基本到天花板了），坏消息是：top10榜单中，想要分拆上市的网易云音乐排第四（MAU为6900万），前三都是腾讯爸爸的

[查看详情](#)

**Thank You !**