

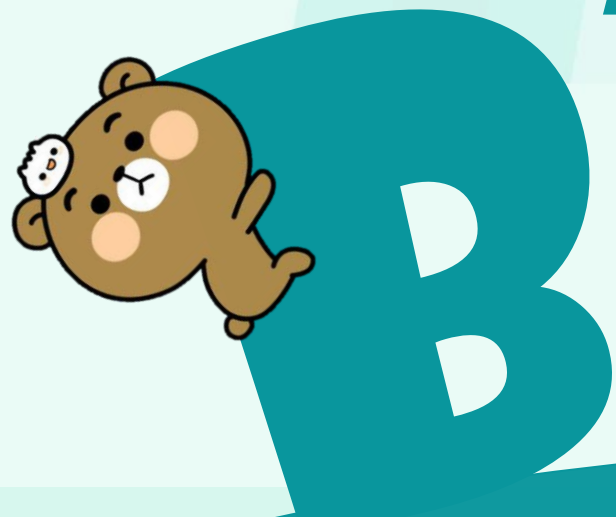
# BAT数据洞察报告



# 目录



A



01

BAT整体情况概览

02

BAT财务数据洞察

03

BAT移动应用洞察

04

BAT用户画像洞察

# 01

## 『BAT』 总体情况概览

The General Overview Of BAT

# 应用市场浩瀚，而我们终究在BAT中徘徊

MAU前十榜单中，百度阿里腾讯系共8个应用上榜，你我的手机中都有它们身影



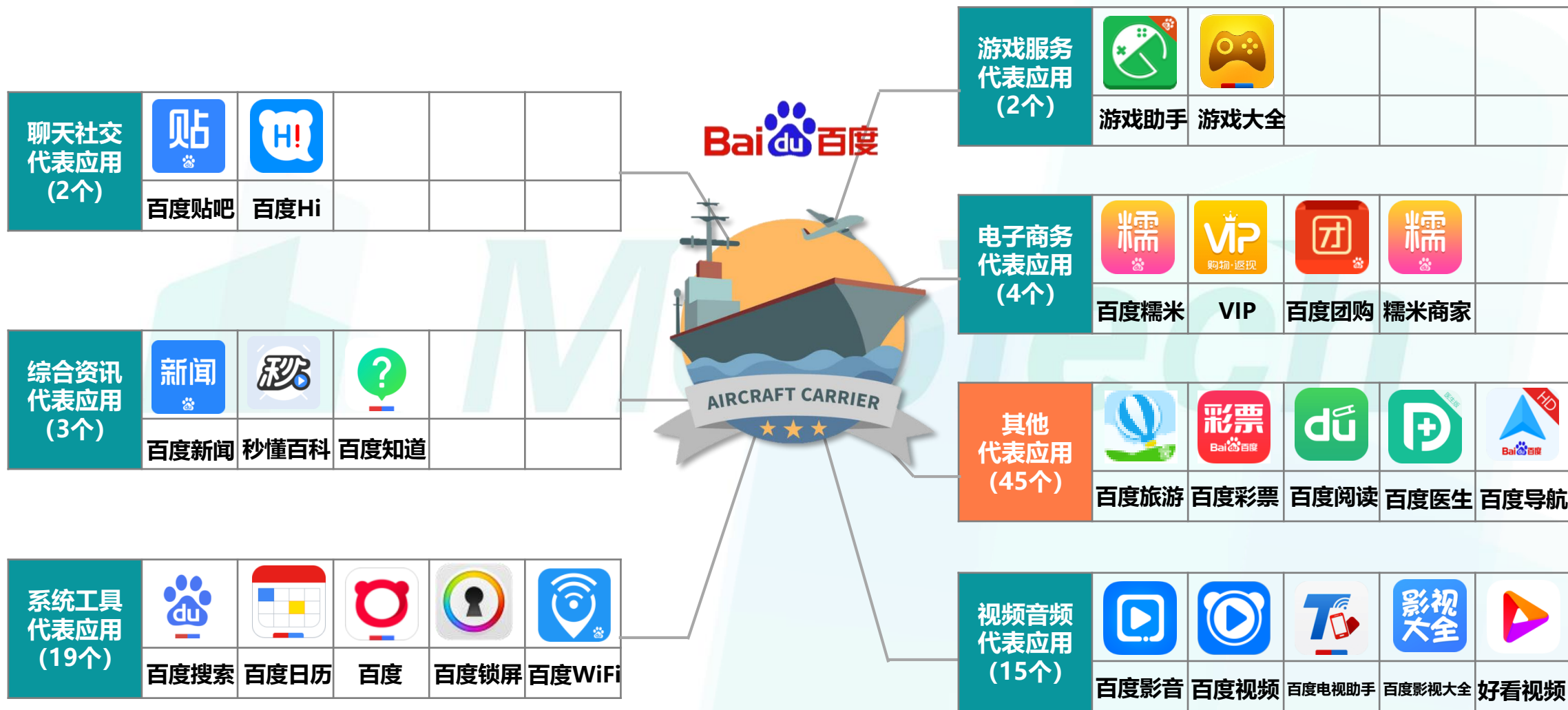
# 江湖发家史：惊人吻合！借鉴—>并购—>技术

## 百度以搜索和流量闻名江湖，阿里强势布局自有生态，腾讯合纵连横铸社交王国

Mob研究院 百度系—技术强，投资弱	Mob研究院 阿里系—布局大生态圈	Mob研究院 腾讯系—从大哥到兄弟
<p><b>异军突起 (2000-2005年)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>2000.01, 百度成立 (对标谷歌)</li> <li>2000.05, 定位为<b>网络技术服务商</b></li> <li>2001【商业帝国奠基石】：决定商业模式转型, 首创“竞价排名”模式, 由向服务收费转<b>广告主收费</b>; 同年推出独立搜索引擎, <b>业务重心从B端倾斜到C端</b></li> <li>2002年, 搜索之战成功<b>超越谷歌</b></li> <li>2005.08百度在纳斯达克上市</li> </ul>	<p><b>电商崛起 (99-07年)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1999年, 阿里巴巴成立 (对标美国的亚马逊)</li> <li>2000年, 开始<b>供应商业业务</b></li> <li>2003年, 淘宝和支付宝成立</li> <li>2007年, <b>港交所上市</b></li> </ul>	<p><b>横空出世 (98-2004年)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1998年, 成立腾讯计算机系统公司</li> <li>1999年, qq正式面世, 整个<b>基于qq的产业链</b>正式逐步形成</li> <li>2003年, qq游戏横空出世</li> <li>2004年, 腾讯在<b>港股上市</b></li> </ul>
<p><b>多元化 (05-09)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>02-09年, 百度先后出现了<b>21个</b>产品线, 利用两年半时间从单一搜索引擎公司变成了“巨无霸”公司</li> </ul>	<p><b>艰难前行 (2008-12)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>2008年, 上市一年后, 阿里股价<b>下跌到最高价的十分之一左右</b></li> <li>2011年, 淘宝打假事件, CEO<b>卫哲引咎辞职</b></li> <li>2012年, 完成对雅虎初步股份回购, 阿里股票私有化, <b>退市</b></li> </ul>	<p><b>社交娱乐帝国形成 (04-10年)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>04年, 推出qq.com的新闻平台, 开始<b>发力媒体&amp;广告业务</b></li> <li>05年, 布局WEB2.0,推出Qzone, 同年开始<b>布局搜索和电子商务</b></li> <li>05-09, 合纵连横, 基本上除了<b>电商和搜索</b>其他领域腾讯均有布局, 江湖笑称“<b>创业者拦路虎</b>”</li> <li>09年, 开启<b>PC产品无线化</b></li> <li>10年, 爆发沸沸扬扬的<b>3Q大战</b></li> </ul>
<p><b>动荡中前行 (10-16年)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>2011年, 从独立搜索框变成全应用模式, 同年<b>成市值最高互联网企业</b></li> <li>2012年, 百度开始通过收购布局一系列移动端口产品, 但<b>转型失败</b></li> <li>2015年, 开始<b>深陷舆论漩涡</b></li> </ul>	<p><b>围绕电商布局阿里生态圈 (2013-至今)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>13年, 创建菜鸟网络, 布局<b>物流</b></li> <li>14年, 蚂蚁金服成立, 布局<b>互联网金融</b>, 同年, 开始布局<b>海外、浏览器、虚拟网络运营商、文娱、本地生活和O2O业务</b>, 并在<b>纽交所上市</b></li> <li>15年, 布局<b>体育、办公</b>等领域</li> <li>16年, 开始布局<b>汽车和大数据领域</b></li> <li>17年, 对外宣布“<b>新零售</b>”业务 “盒马鲜生”面世, 同时开始注重<b>技术端口布局</b>, 成立阿里达摩院</li> <li>18年, 成立<b>AI实验室</b></li> </ul>	<p><b>开放+发力技术 (10-至今)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>11年推出了产品“<b>微信</b>”, 同年宣布腾讯成为一个<b>开放式平台</b></li> <li>12年, 全面无线化+<b>投资新兴领域</b></li> <li>14年, 战略转变“<b>专注于核心业务</b>”</li> <li>15年, 建立“<b>众创生态</b>”</li> <li>18年, 开始在<b>技术端口</b>发力, 成立CSIG (云与智慧产业事业群)</li> </ul>
<p><b>AI为核心 (16-至今)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>16年, 转变视角到起家“<b>技术</b>”上, 其次才是注重内容生态搭建</li> <li>AI领域成为当之无愧的王者, <b>AI专利数是腾讯的2倍数、阿里3倍</b></li> </ul>		

# 百度系应用图谱：百度系的“航母战斗群”

其他类应用数量最多，多元化和一站式强内容生态一直是百度系的王牌利器



数据来源：Mob研究院搜集整理，【备注】其中应用图谱不含有投资关联应用，仅含企业100%控股自有应用

# 阿里系应用图谱：阿里系的“电商新形态”

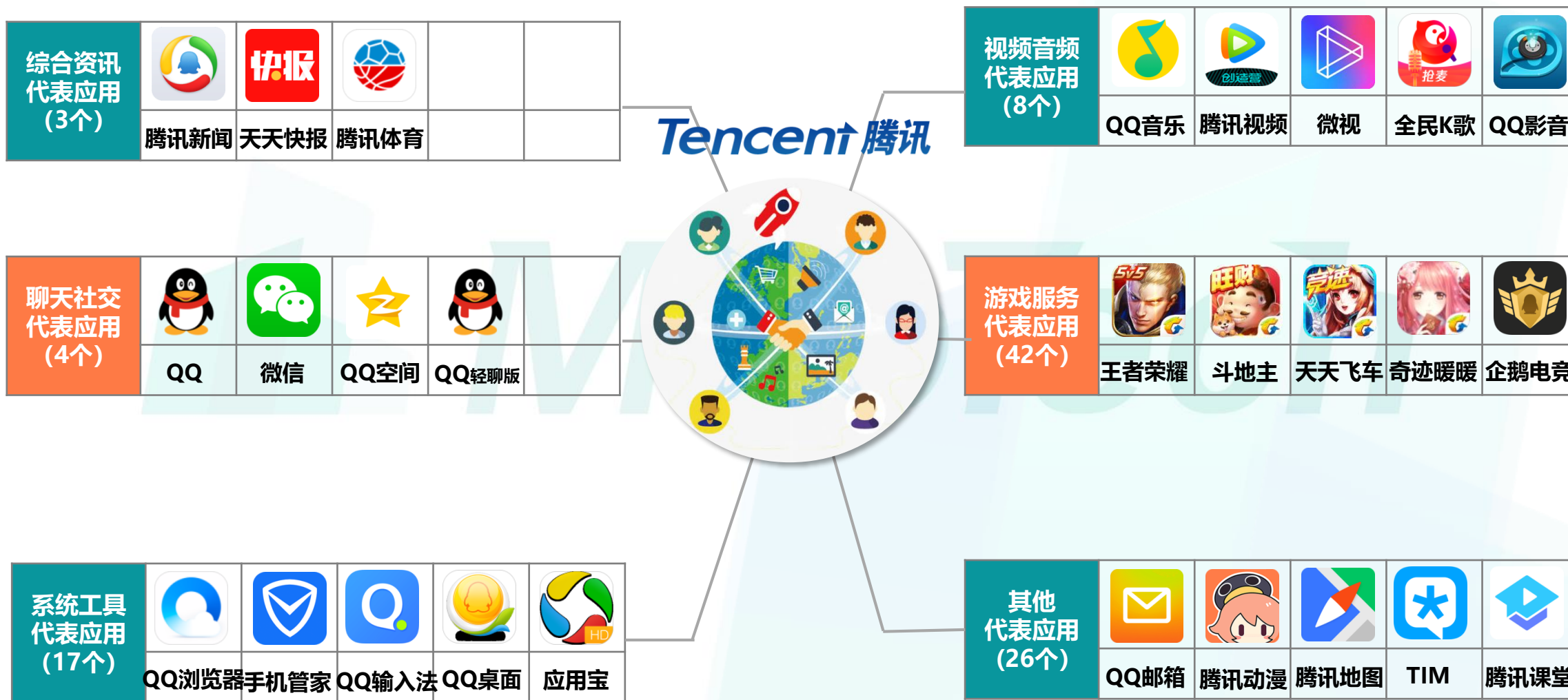
围绕阿里老本行“电子商务”进行多元化布局，打通各环节，擅长运营长链产品



数据来源：Mob研究院搜集整理，【备注】其中应用图谱不含有投资关联应用，仅含企业100%控股自有应用；长链产品是价值链很长，长尾市场是主要客群

# 腾讯系应用图谱：腾讯系“社交主航道”

强短价值链应用开发，其中游戏和社交应用流量最强，其他应用多是由此孵化



数据来源：Mob研究院搜集整理，【备注】其中应用图谱不含有投资关联应用，仅含企业100%控股自有应用；



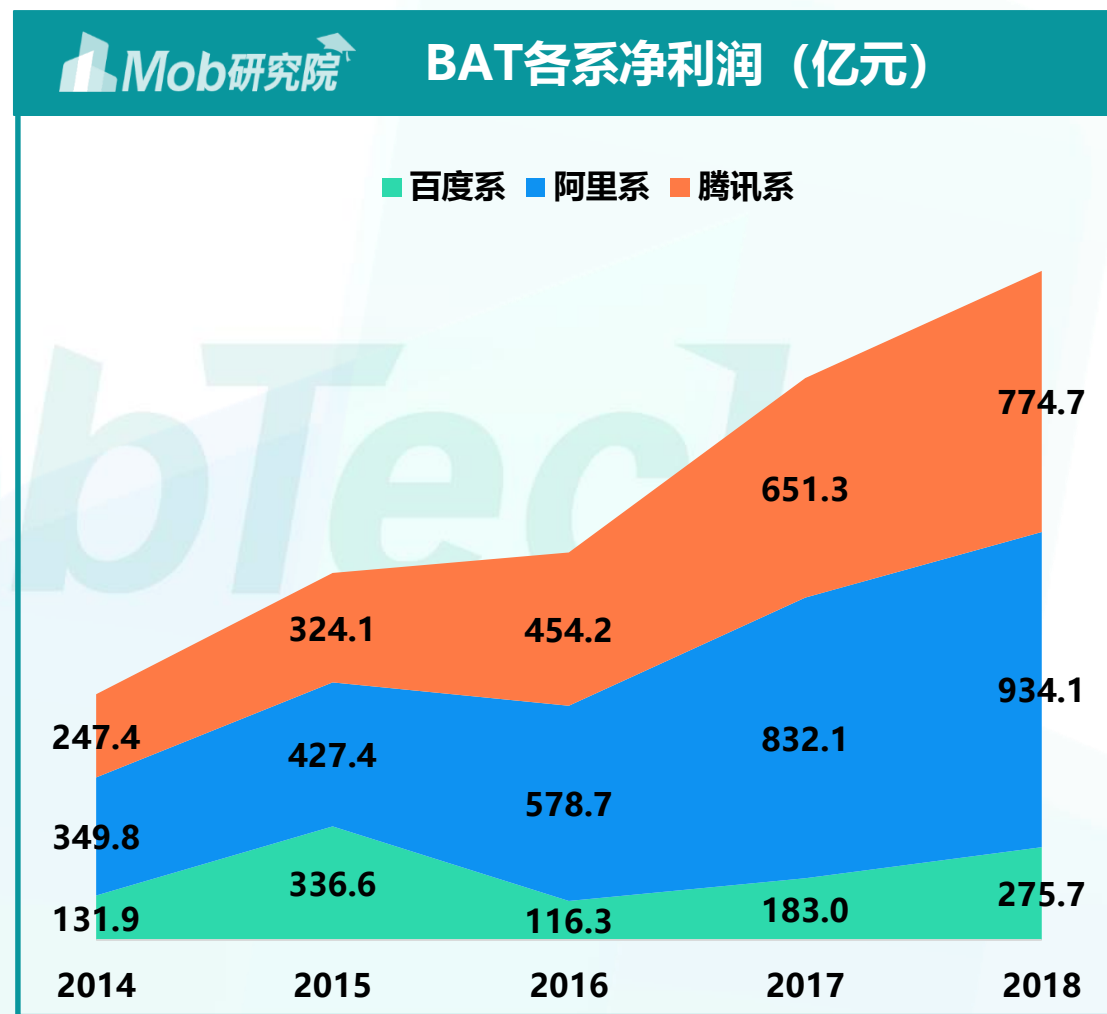
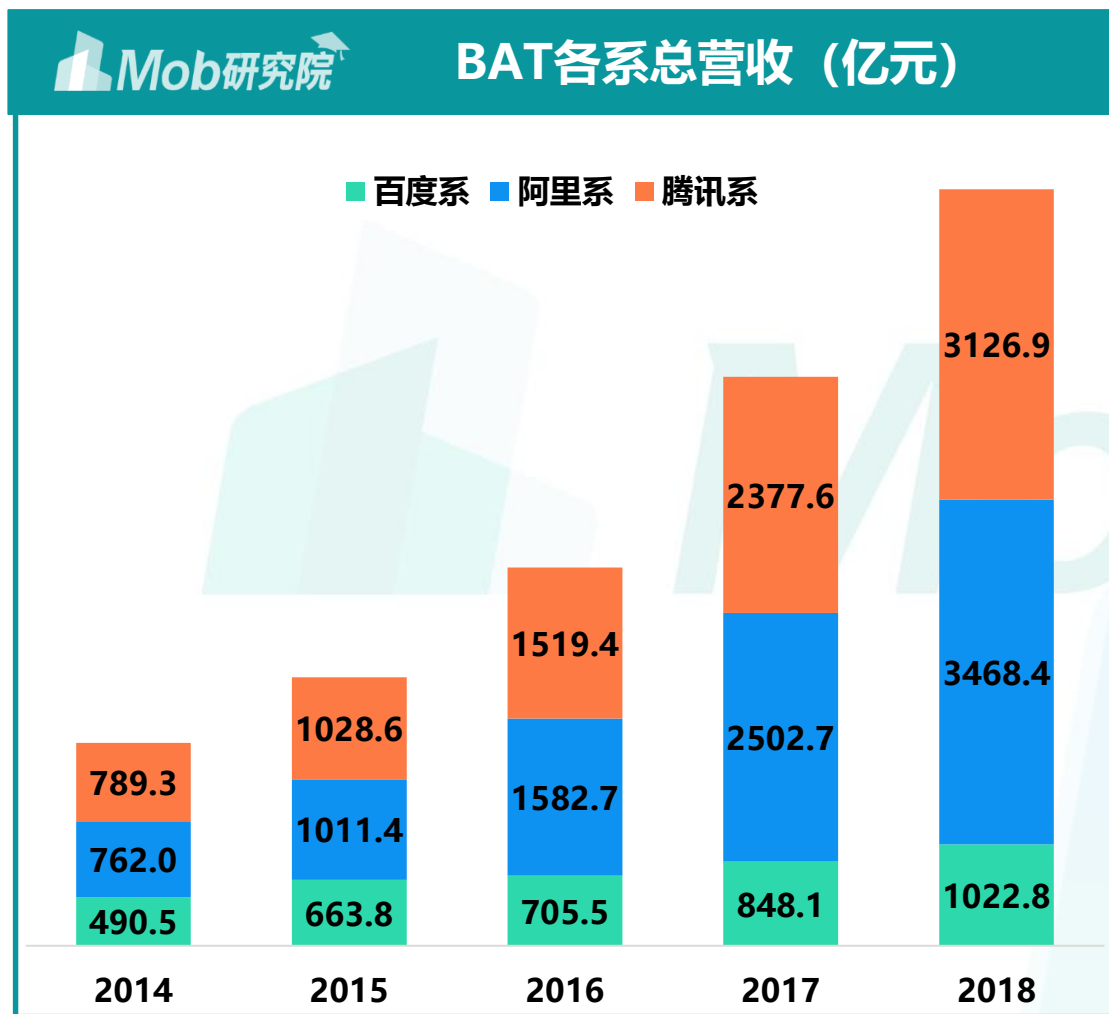
# 02

## 『BAT』 财务数据洞察

The Financial Data analysis Of BAT

# 百度系营收掉队，阿里系营收和利润领跑三家

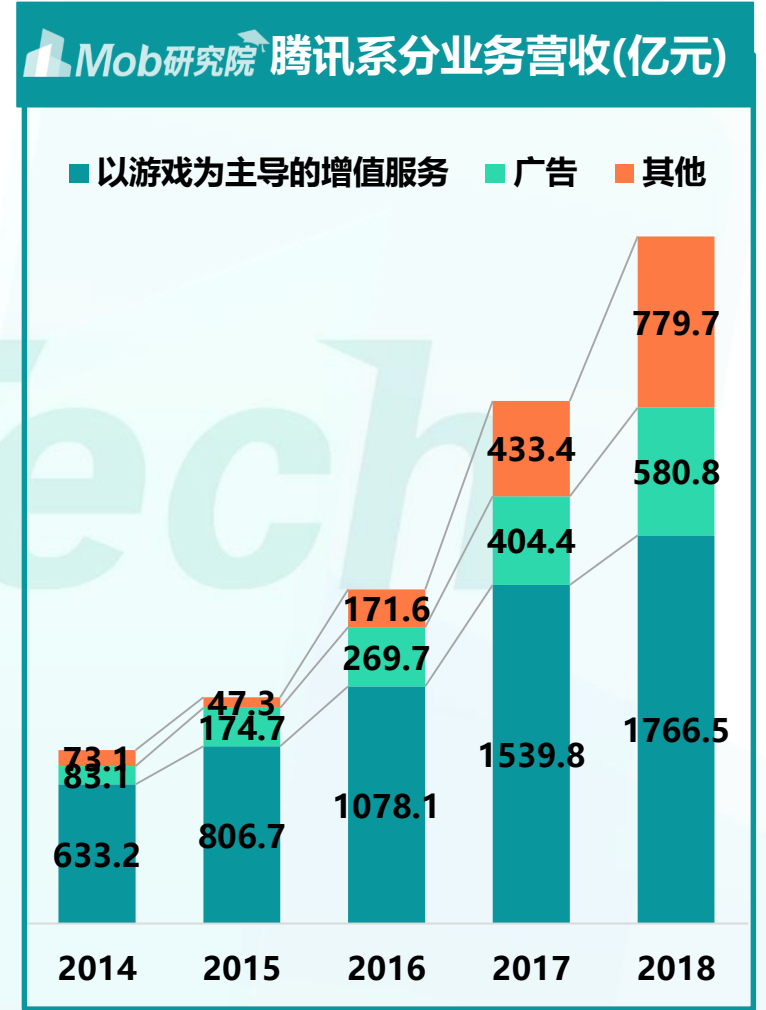
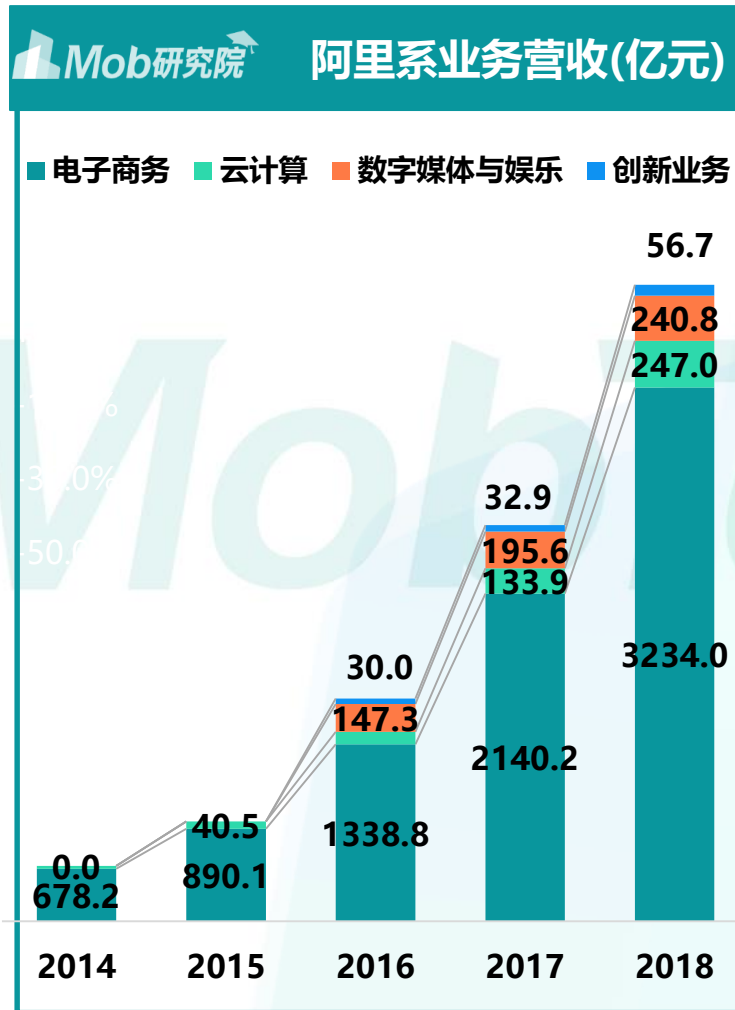
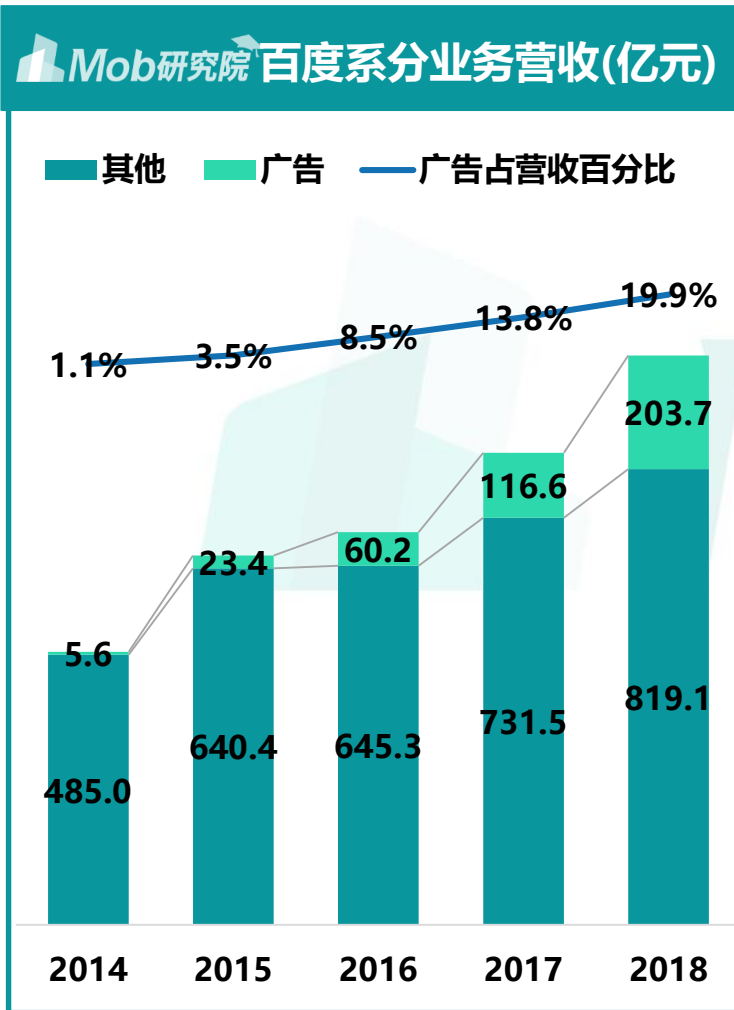
百度系成长性明显不足，腾讯系由于流量成本过高等原因，利润层面稍逊阿里系



数据来源：BAT财报，Mob研究院研究整理（备注：由于阿里统计口径原因，将原本的统计期间2018.03-2019.03的2019年财报数据调整成2018年财务数据），且净利润全部按照美股财报中的non-GAAP net income 进行统计）

# 分业务看，百度系依赖广告，阿里系聚焦toB，腾讯系看游戏收入

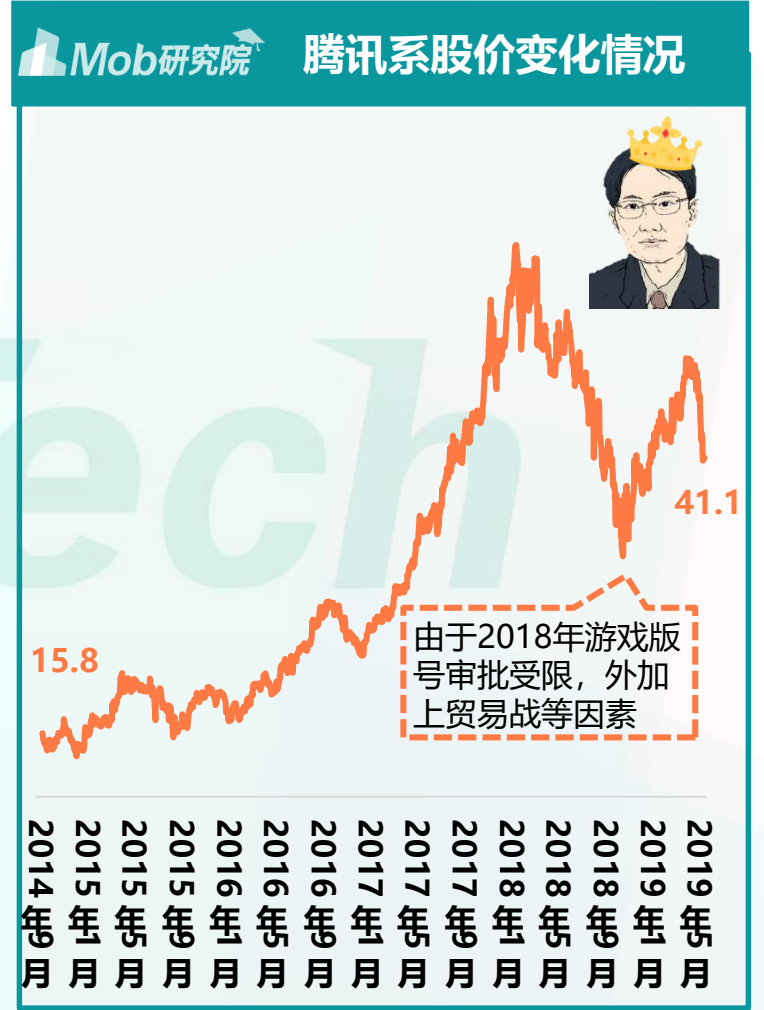
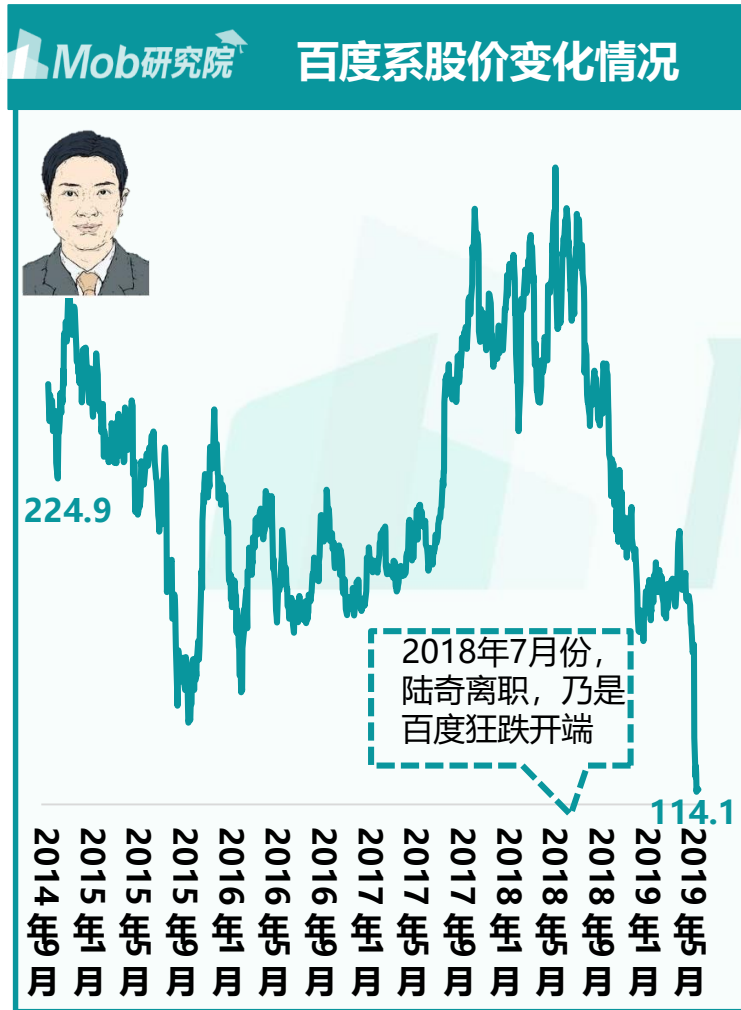
百度系广告占比逐年上升，阿里系电商和云计算服务贡献大，腾讯系受游戏主导



数据来源：BAT财报，Mob研究院研究整理（备注：由于阿里统计口径原因，将原本的统计期间2018.03-2019.03的2019年财报数据调整成2018年财务数据

# 百度系“跌跌不休”，阿里系股价上扬过半，腾讯系暴涨成股王

## 百度系股价相对于5年前已经下跌过半，阿里系腾讯系阶段性调整后呈上涨态势

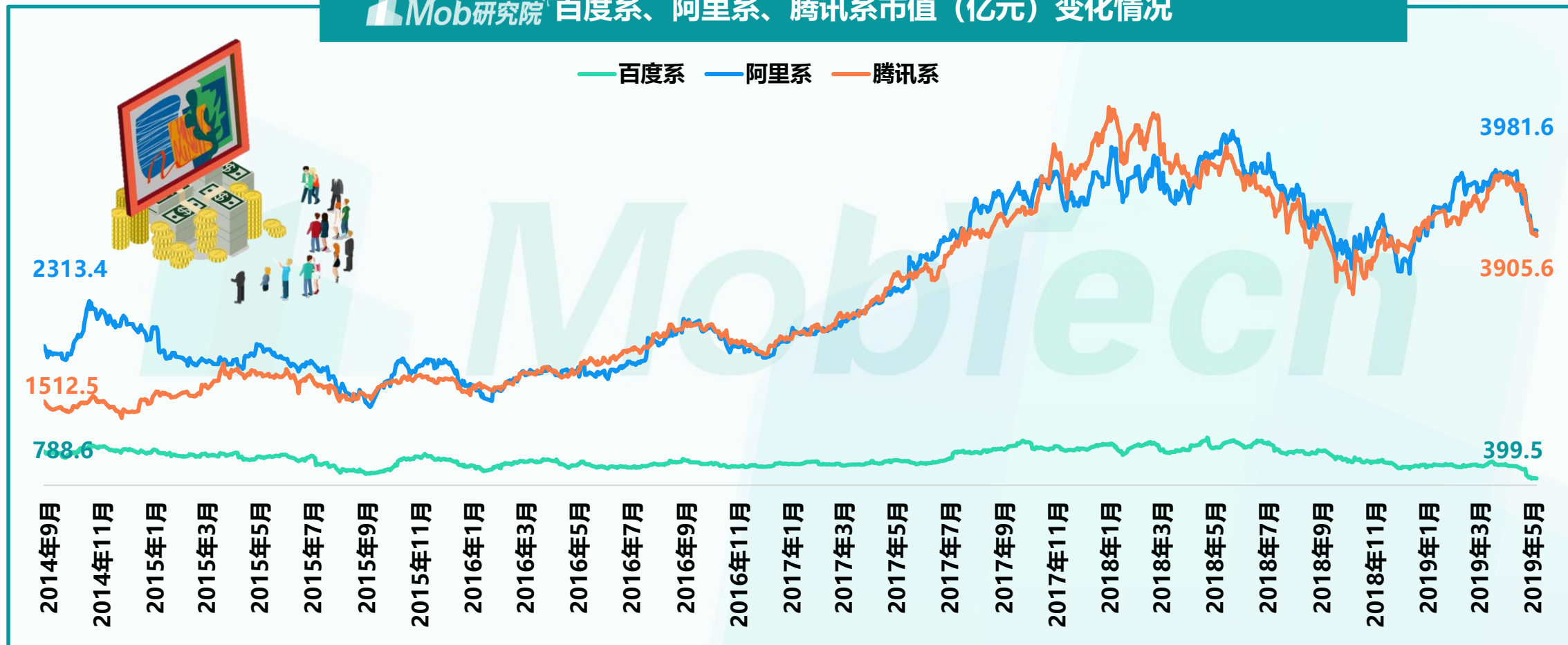


数据来源：雅虎财经数据库，数据周期：2014.09-2019.05

# 百度系市值蒸发过半，阿里系腾讯系携手一路高进，不相伯仲

百度系市值现在约为阿里系和腾讯系市值的1/10，阿里系腾讯系市值庄家轮流座

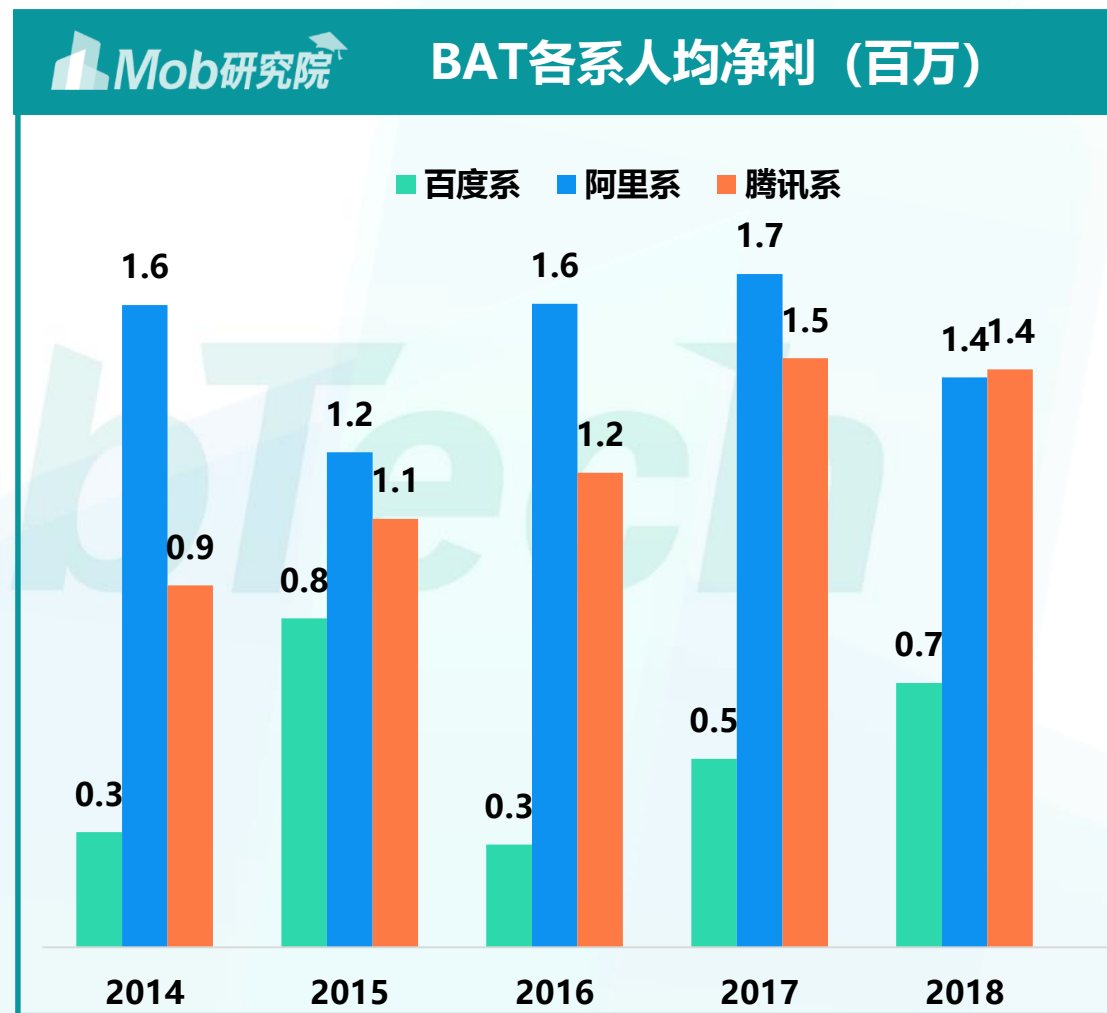
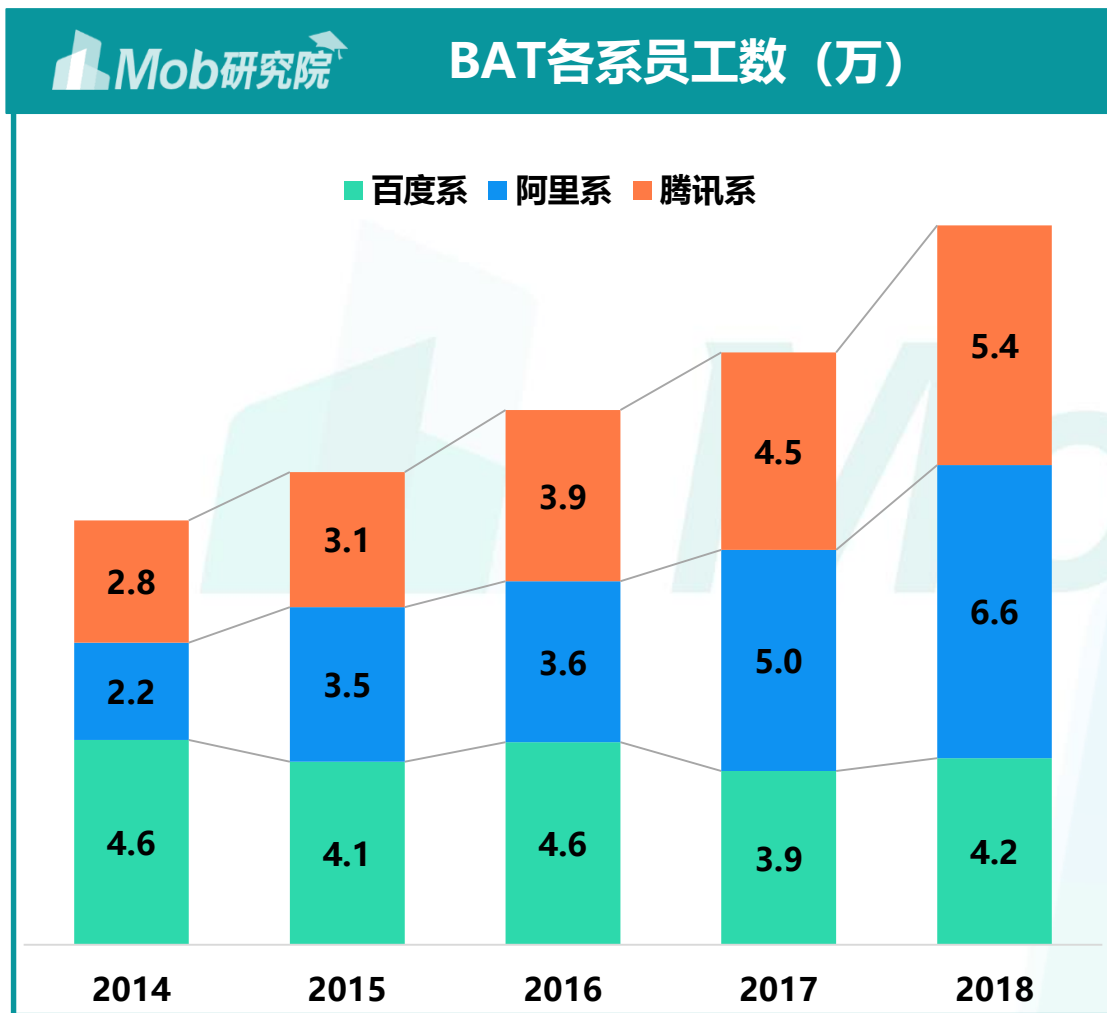
Mob研究院 百度系、阿里系、腾讯系市值（亿元）变化情况



数据来源：WIND，Mob研究院分析整理，市值单位为亿元，数据周期2014.09-2019.05

# 天下英才尽入吾彀，阿里腾讯系员工人均创利约140万

百度系员工数变化不大，人均创利约70万，阿里腾讯系员工扩张三倍，广纳贤才

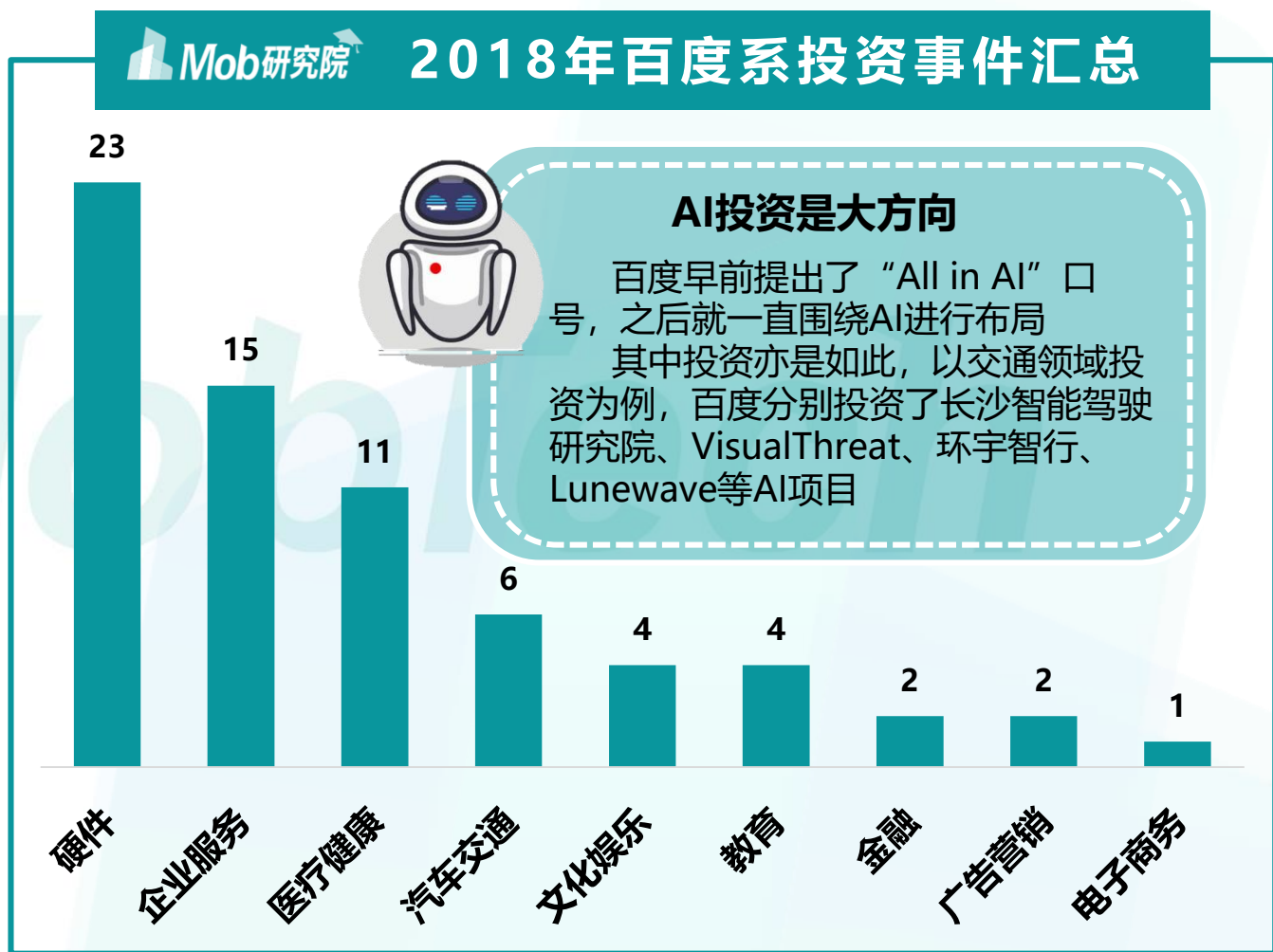
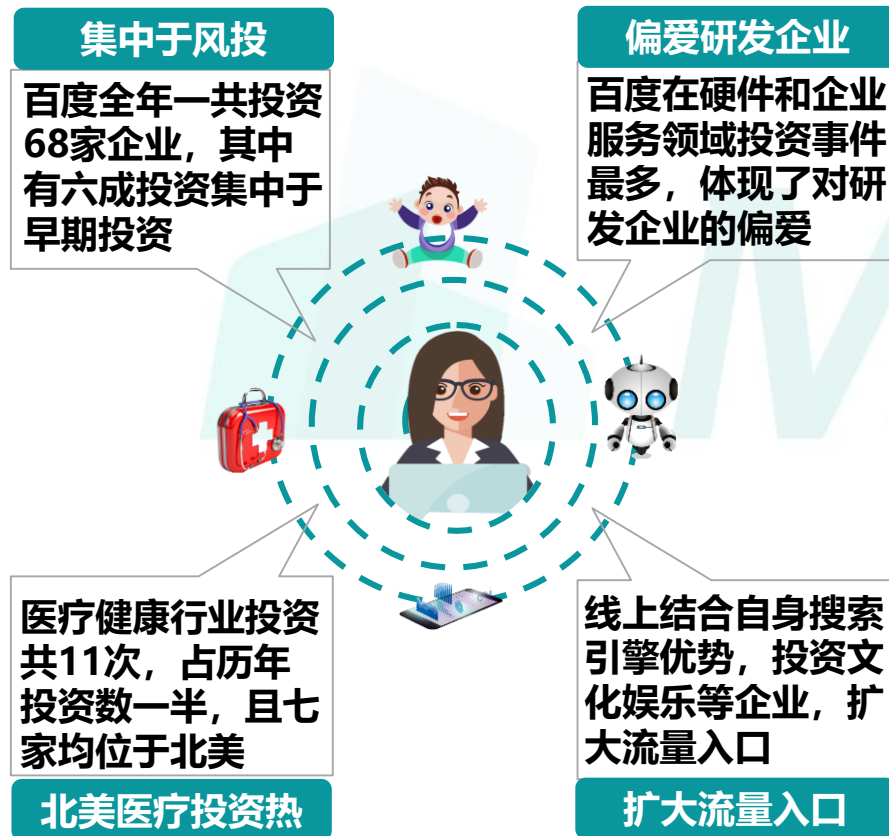


数据来源：BAT公司财报，Mob研究院搜集整理，数据周期2014-2018

# 投资版图之百度系：以 AI 为枪，狙中对手的心脏

以AI为大方向，偏爱技术研发、北美医疗和流量入口企业，多集中于早期轮次

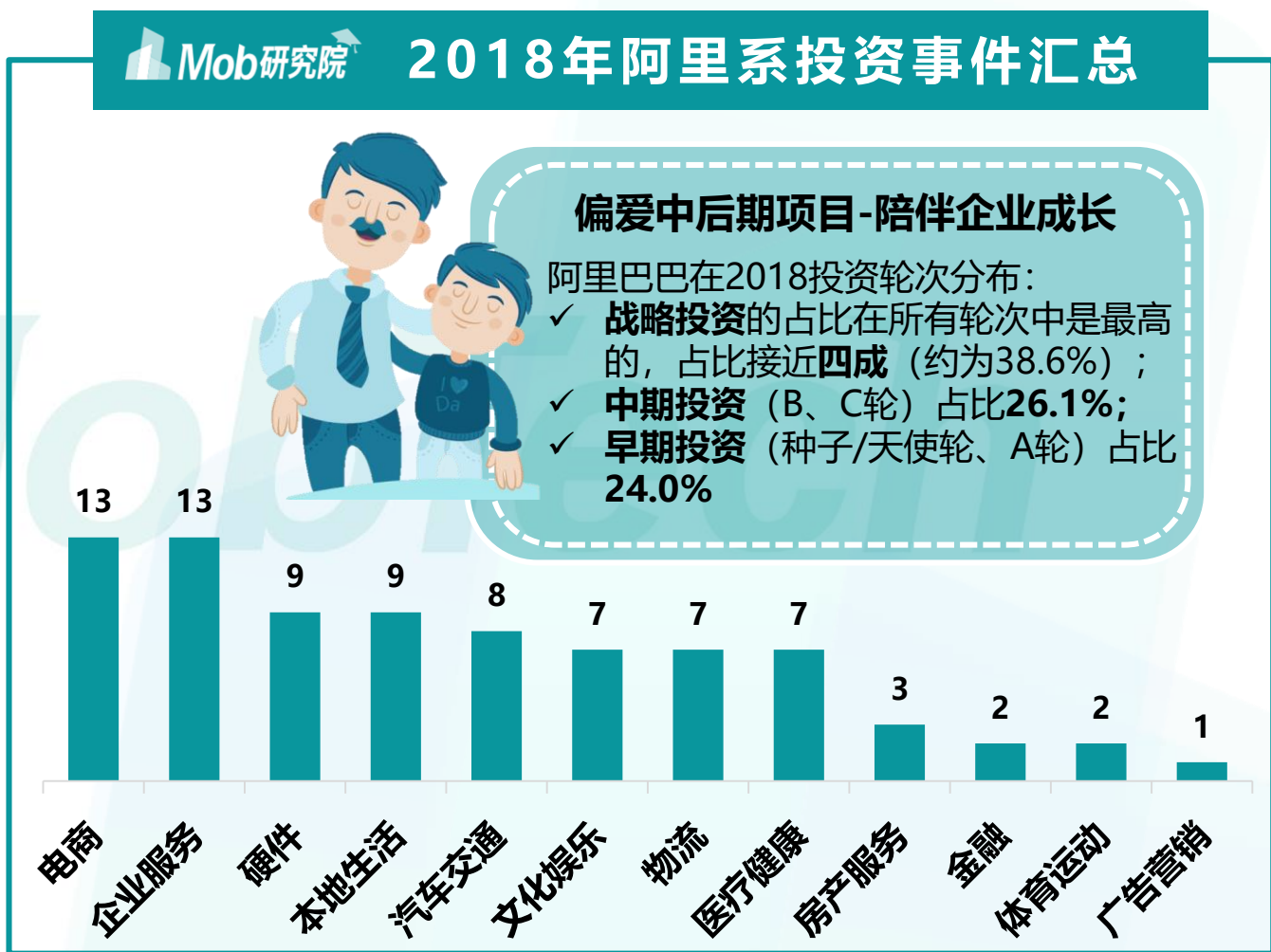
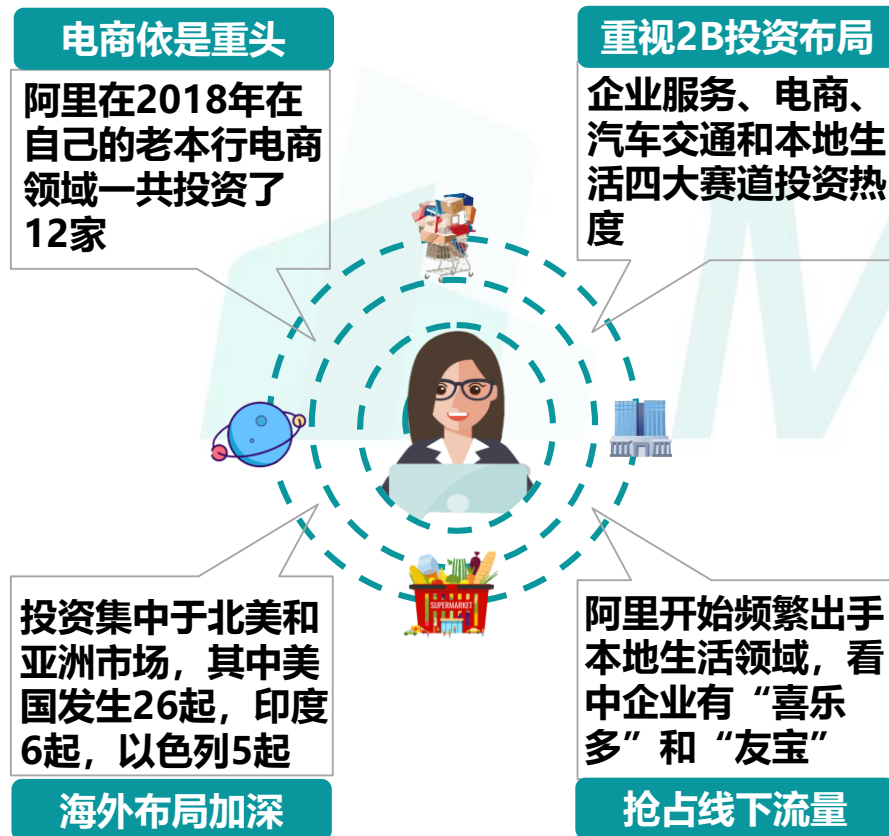
## Mob研究院分析



# 投资版图之阿里系：你“爸爸”还是你“爸爸”

聚焦老本行电商和toB领域，加速海外布局 and 抢占线下资源，以中后期项目为主

## Mob研究院分析



数据来源：Mob研究院据公开资料自行整理分析



# 投资版图之腾讯系：买买买，围绕“流量变现”建立企鹅帝国

腾讯系具有强大的社交基因，围绕巩固流量和高效变现建立企业“护城河”

## Mob研究院分析



## Mob研究院 2018年腾讯系投资事件汇总



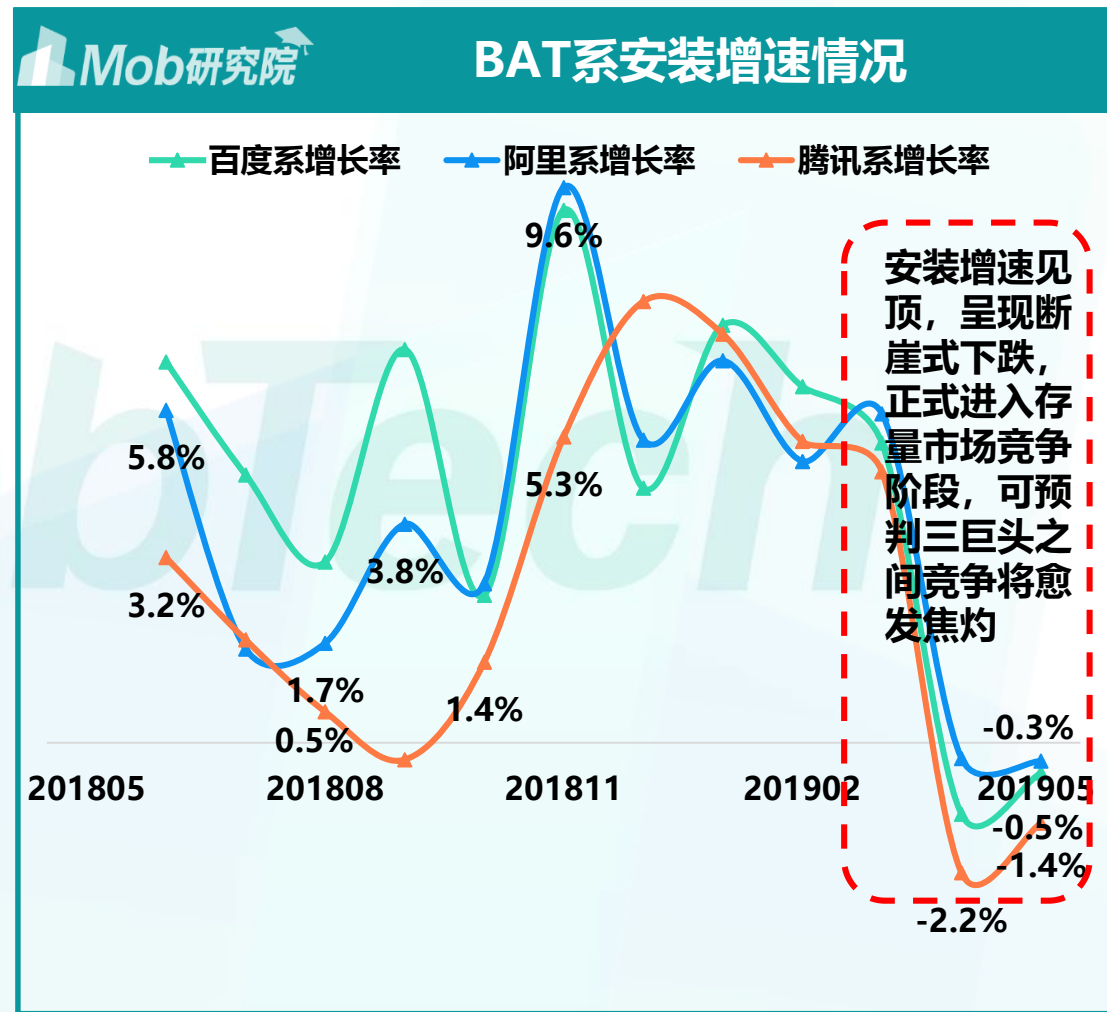
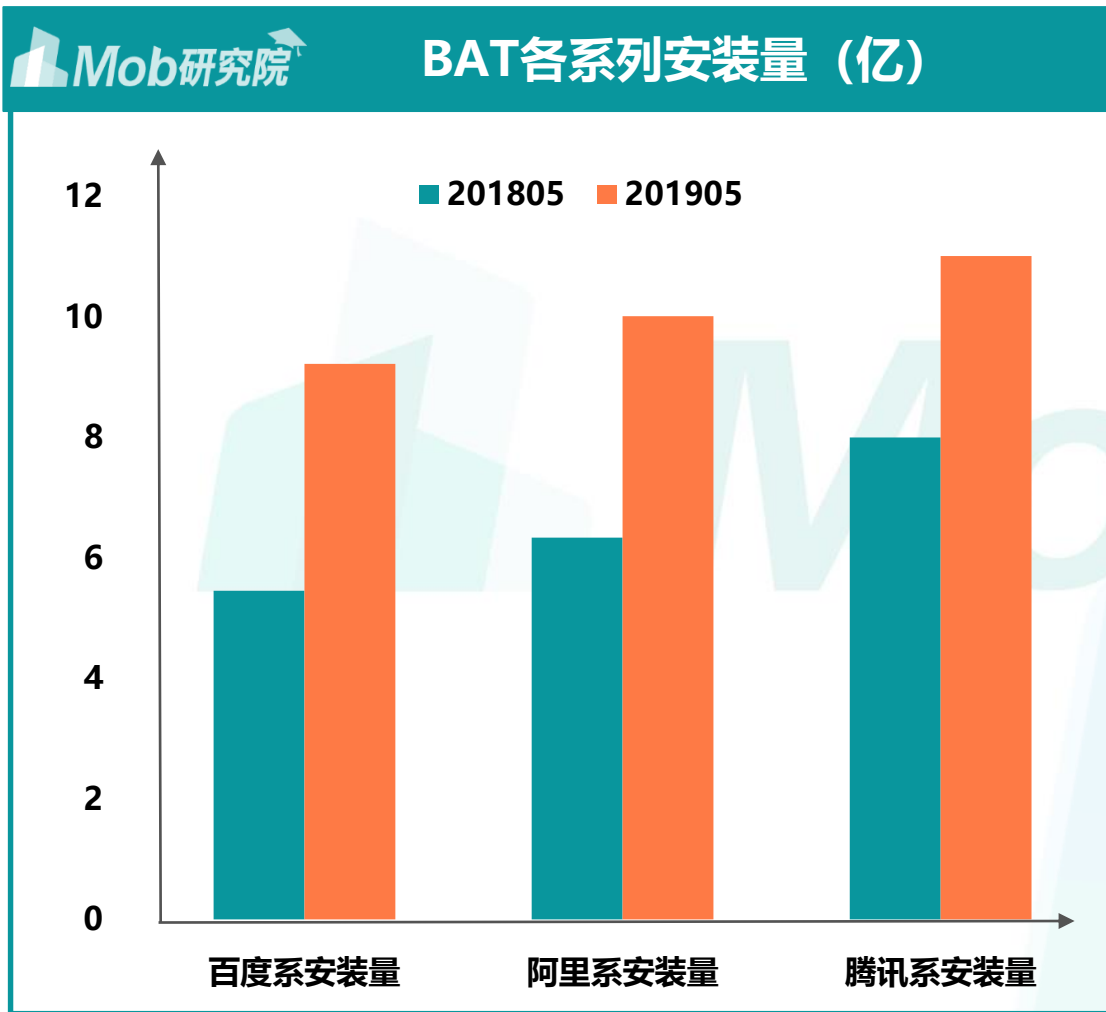
# 03

## 『BAT』移动应用端口洞察

The Mobile Application Port Insight Of BAT

# 互联网大战棋至中局，现总安装量：腾讯系 > 阿里系 > 百度系

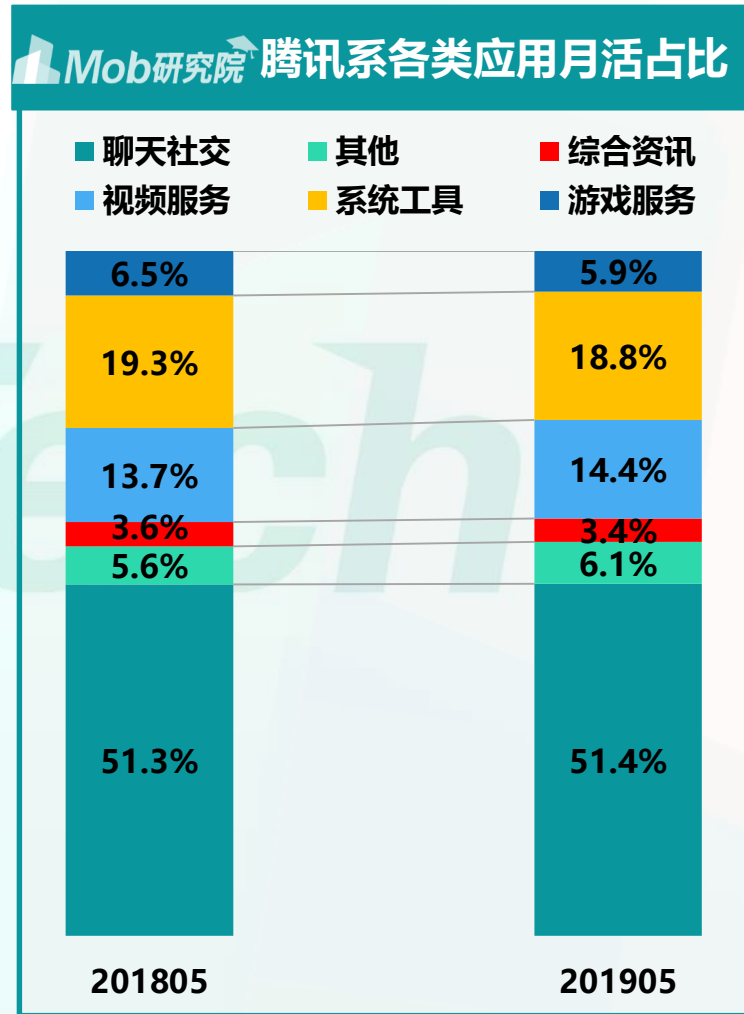
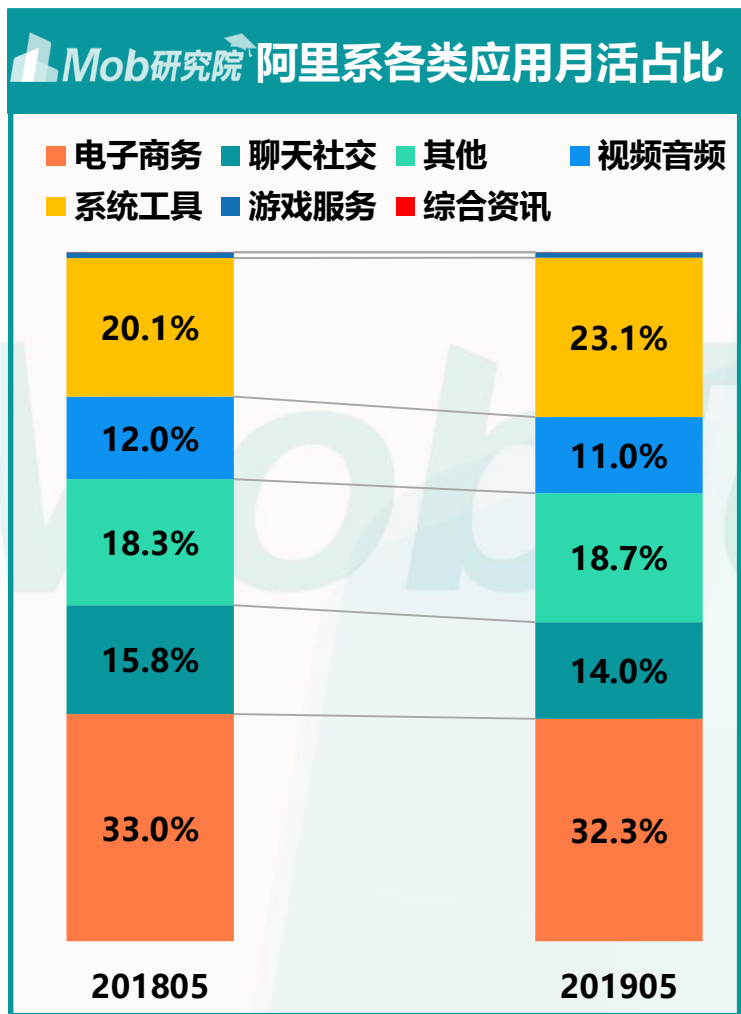
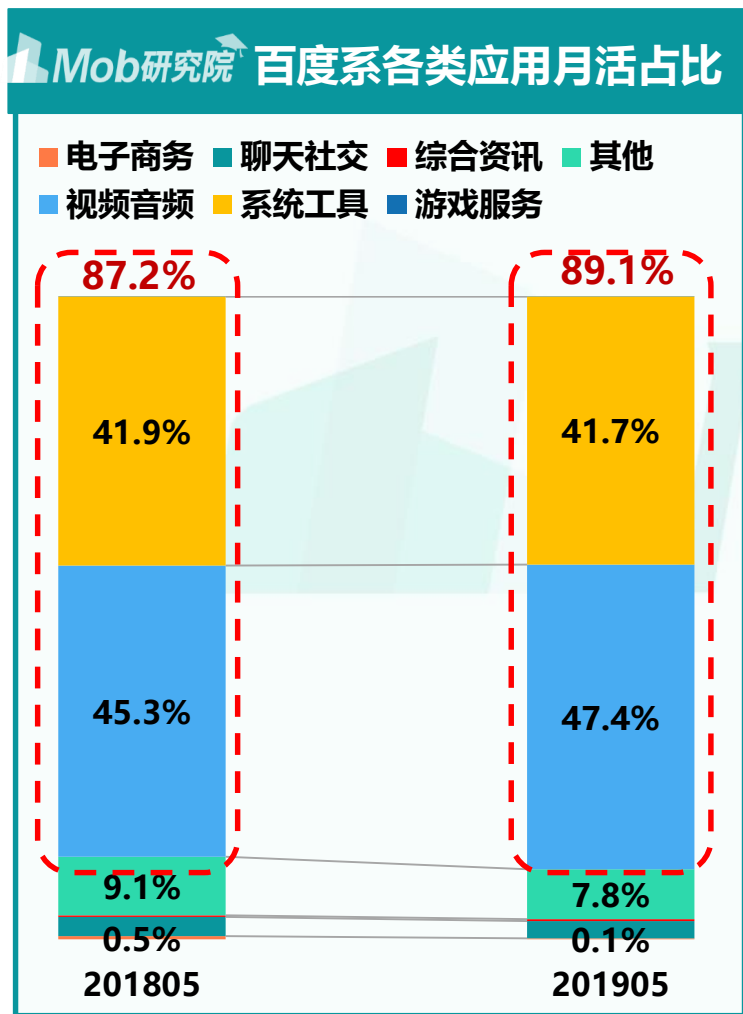
BAT总体安装量均在攀升，但增长率有回落趋势，预判三家未来竞争将愈发激烈



数据来源: MobTech, 数据周期: 2018.05-2019.05

# 用户多元化之路，阿里系“A”到爆，BT系仍聚焦核心应用类别

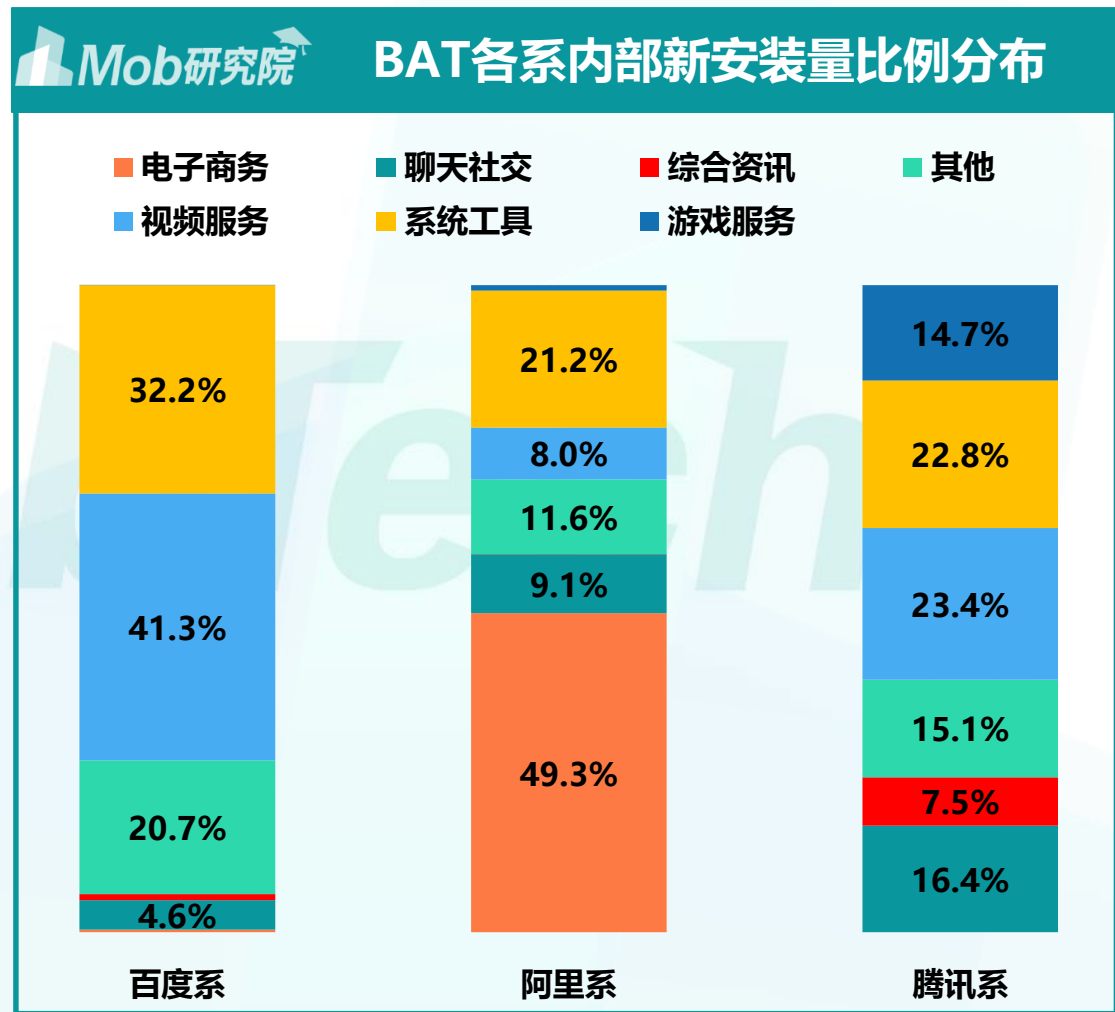
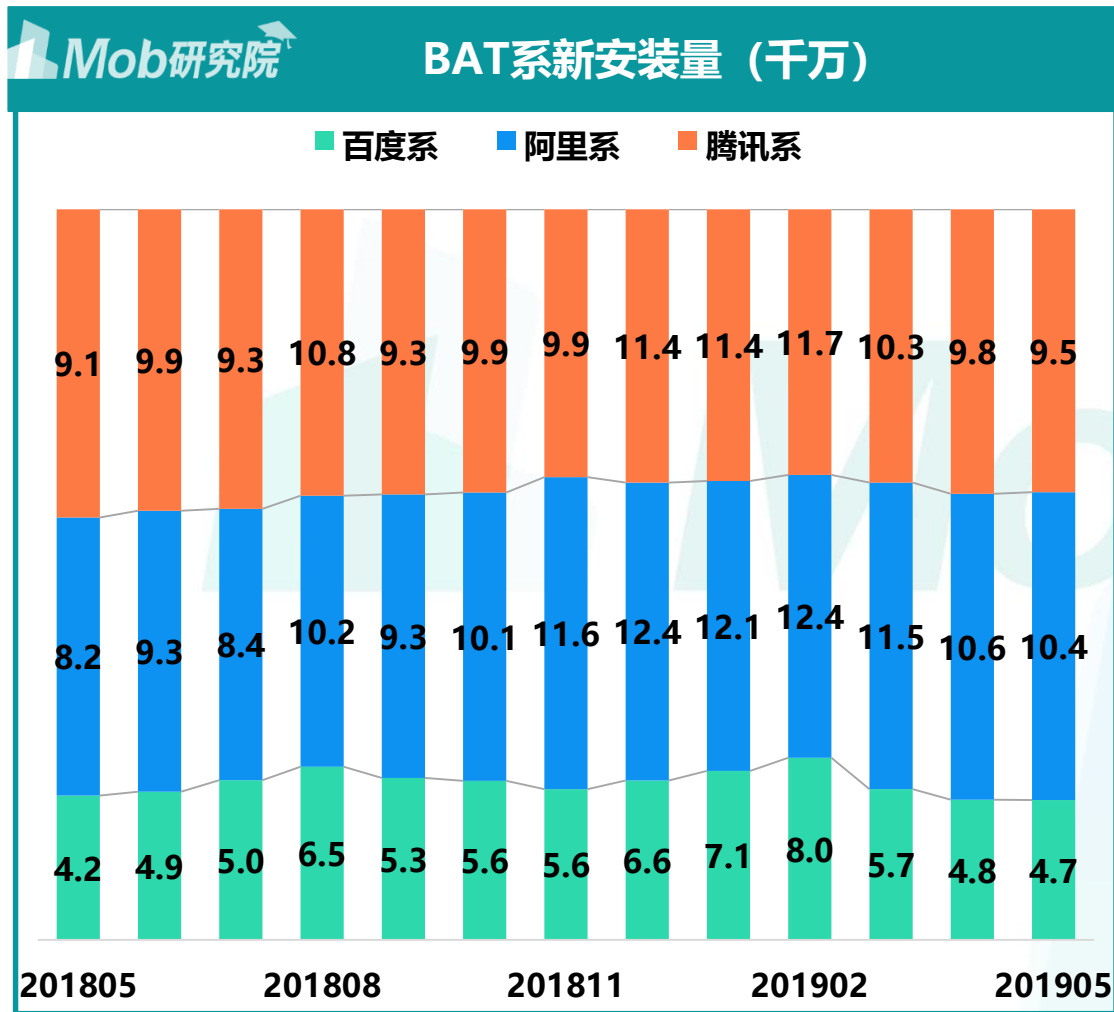
百度系活跃受众愈发集中，阿里系分布均匀，腾讯系半数活跃人群源于社交应用



数据来源: MobTech, 月活跃量占比=该类应用的月活量/该系列应用的总体月活

# 吸“新”大法，各显神通，阿里系挤下腾讯系坐上“首选”宝座

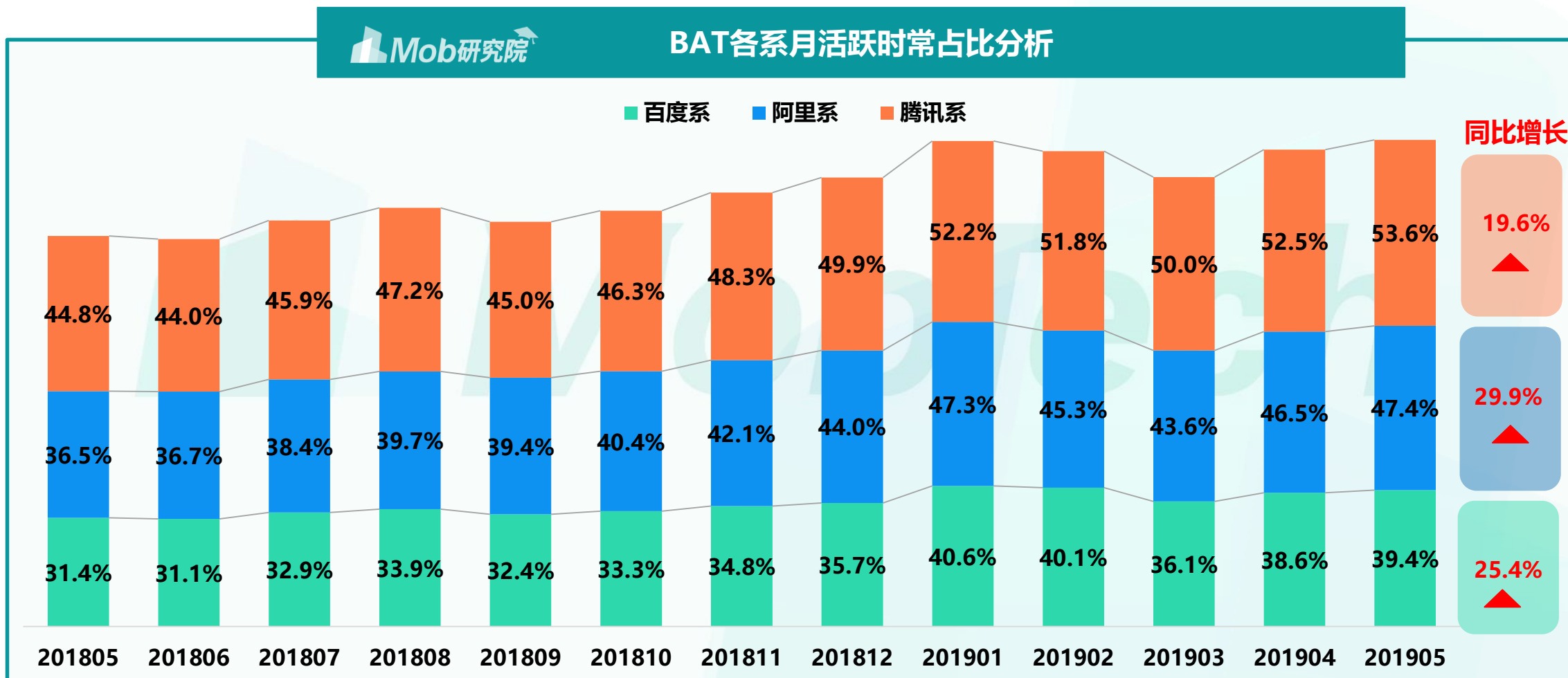
百度系新用户约5千万，阿里系自去年9月份追上腾讯系后一直保持领先地位



数据来源: MobTech, 内部新安装量占比=该类别安装量/该类别所在产品系列总的安装量

# 像极了爱情，移动互联网用户每月有半数时间和腾讯系难舍难分

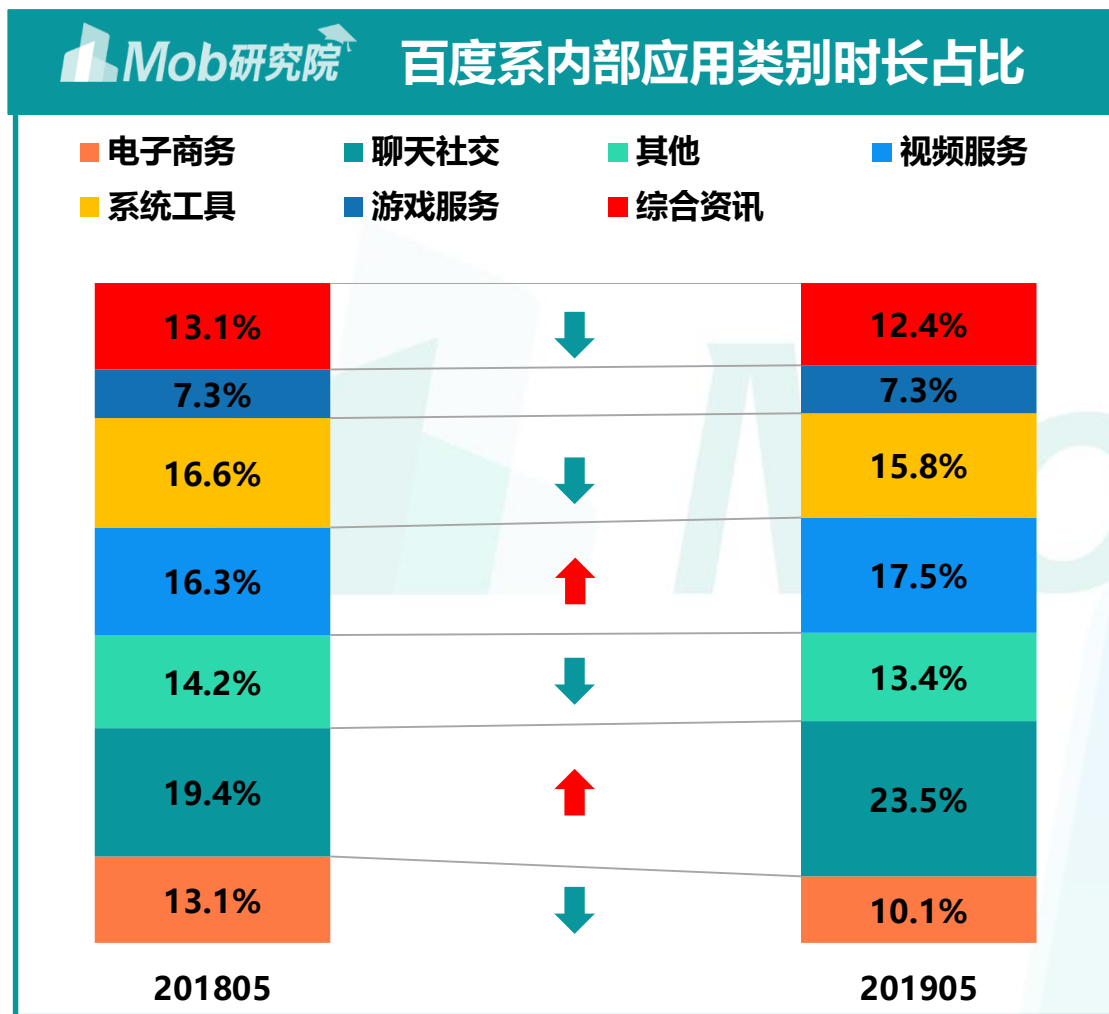
BAT系占据用户的时间均呈现攀升趋势，其中腾讯系占比最高，阿里系增速最快



数据来源: MobTech, 月活跃时常占比=月应用活跃时常/月总时常 (720小时)

# 百度系：越来越爱在贴吧灌水，听音乐，看视频

贴吧活跃度上升、好看视频和全民小视频受到用户喜爱这三点是主要的助推因素



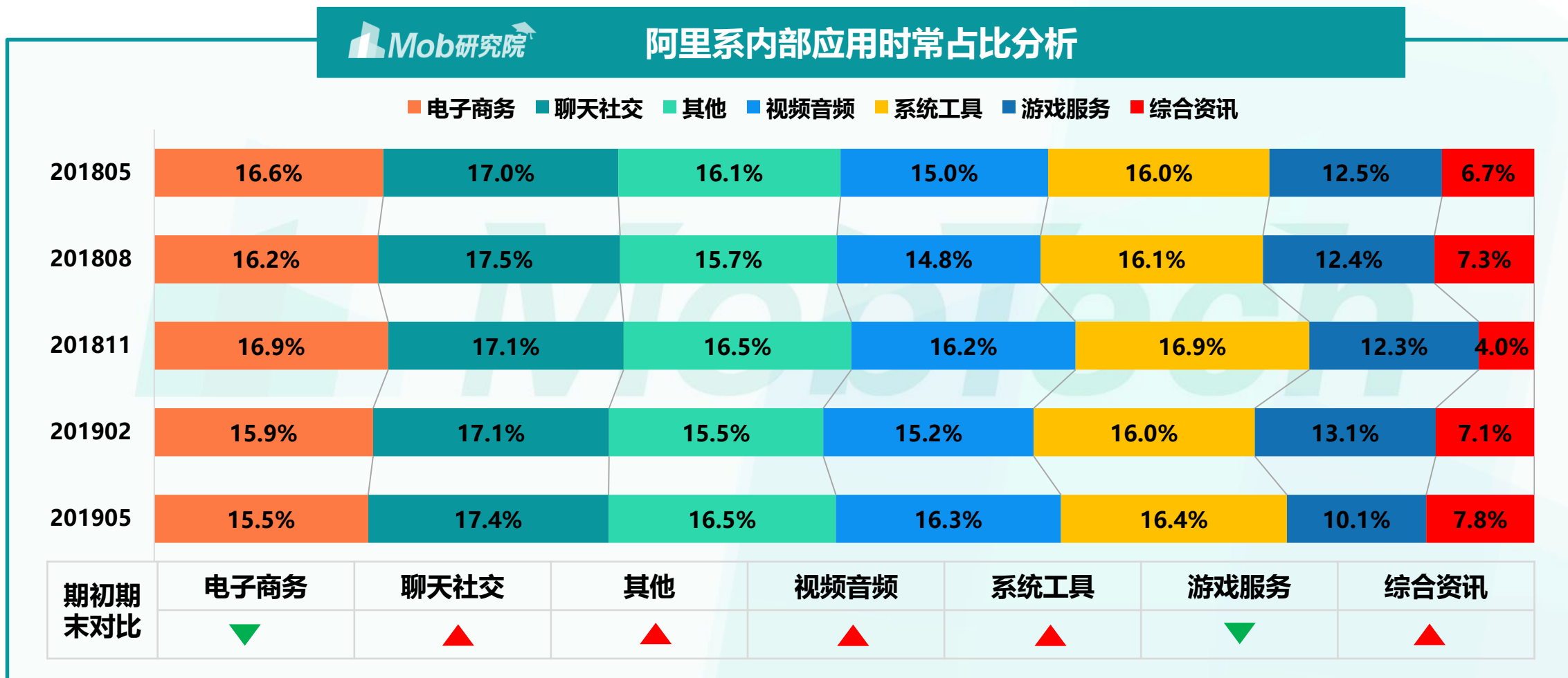
2019百度系内部时长 TOP10

排名	应用名称	应用图标	名次变化	排名	应用名称	应用图标	名次变化
1	百度输入法		—	6	百度阅读		—
2	百度搜索		—	7	全民小视频		8 ▲
3	百度贴吧		1 ▲	8	千千静听		3 ▼
4	百度地图		1 ▼	9	百度手机助手		2 ▼
5	好看视频		3 ▲	10	百度网盘		1 ▼

数据来源：MobTech，内部应用时常占比=该类别APP总时长/该系列APP总应用时常，名次变化是指相对于2018年榜单的名次变化

# 阿里系：嘘！除去购物，你的其他方面也成功的引起了我的注意

期初和期末对比来看，电子商务类应用和游戏服务类应用时常占比明显降低

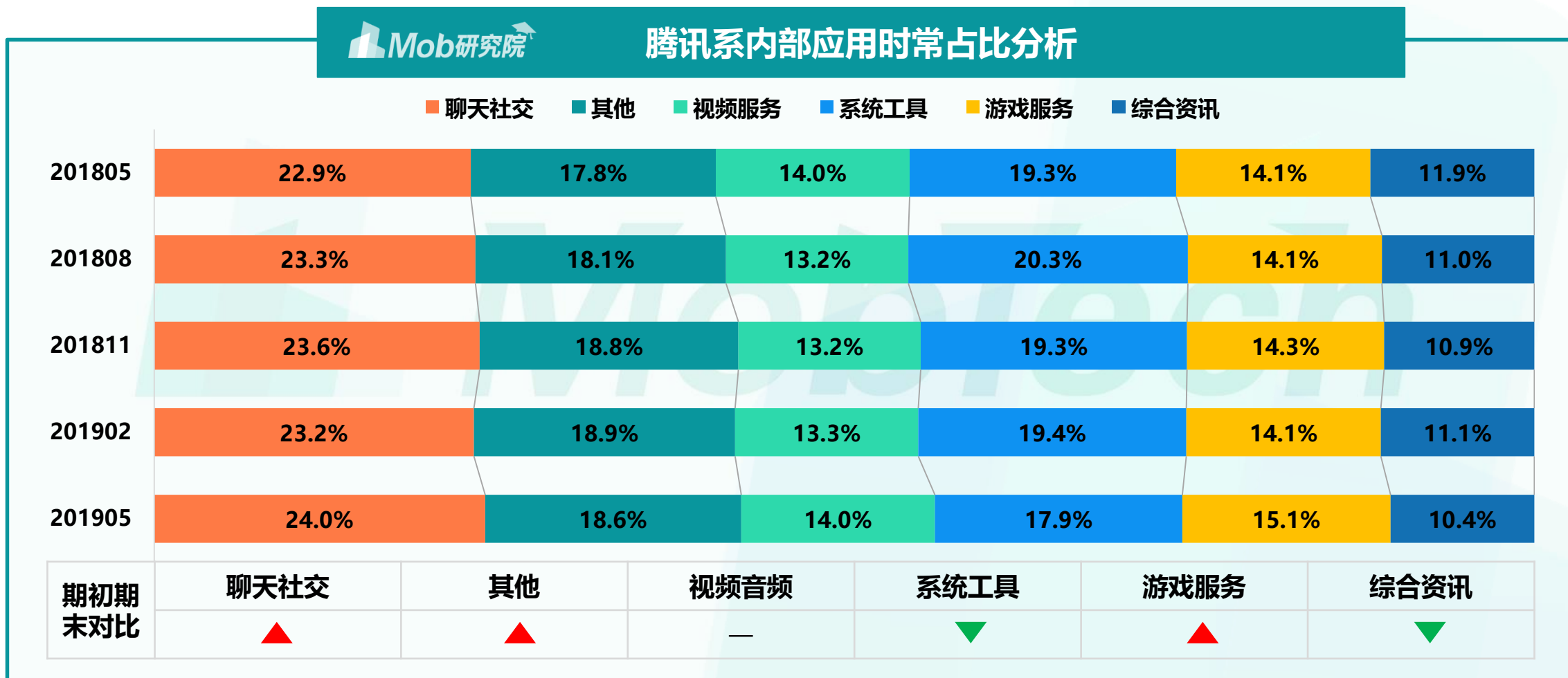


数据来源：MobTech，内部应用时常占比=该类别APP总时长/该系列APP总应用时常



# 腾讯系：爱爱爱不停，日常沉迷聊天社交和游戏不可自拔

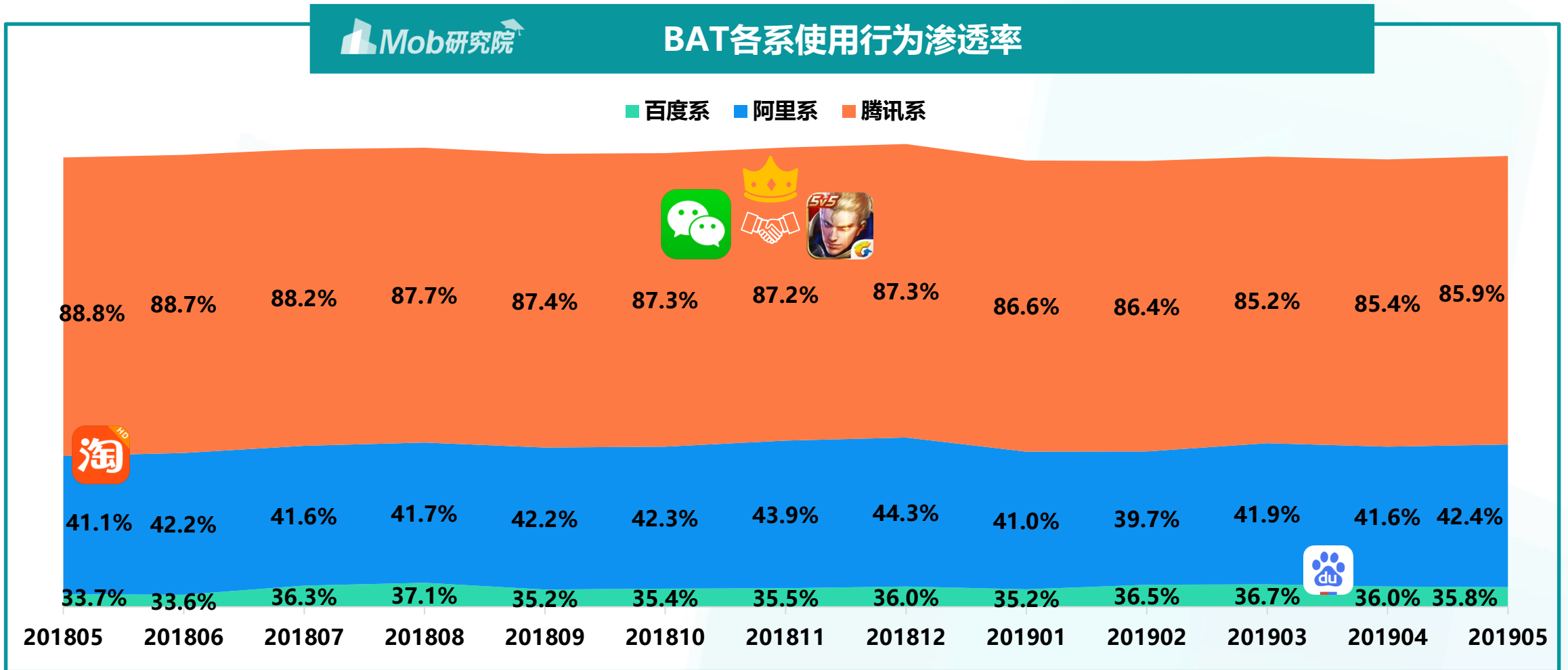
腾讯系聊天社交类应用稳居用户注意力TOP1，同时游戏应用热度上升



数据来源：MobTech，内部应用时常占比=该类别APP总时长/该系列APP总应用时常

世界很大，你我很近。每100手机用户中有85个正使用腾讯系应用

腾讯系应用使用行为渗透率惊人，维持在85%以上，超阿里系和百度系之和



数据来源: MobTech, 使用行为渗透率=在统计周期(日/周/月)内, 该App的活跃设备数占所有活跃设备数的比例

# 04

## 『BAT』 用户画像洞察

The User Portrait Insight of BAT

# 社交领域主要APP用户画像对比：贴吧 VS 点点虫 VS QQ

## 北上广大学生 VS 四五线白领男 VS 城镇在读高中生


Mob研究院 百度贴吧用户画像



**北上广大学生**

- 北上广
- 一二线城市
- 男性稍微偏高
- 年龄多集中在25-34岁
- 学生党、企业白领
- 华为手机
- 购物达人、对战游戏爱好者


Mob研究院 阿里点点虫用户画像



**四五线白领男**

- 多集中在连云港、北京、营口
- 四五线城市热度较高
- 无车有房已婚企业白领男
- 25-34岁，本科，收入3-5k
- 大多数已经有孩子
- 纸牌游戏爱好者、脱口秀爱好者，理财达人

Mob研究院 腾讯qq用户画像



**城镇在读高中生**

- 三四五线城市
- 男女比例较为均衡
- 学历多是高中及以下
- 未成年人热度偏高
- 对战游戏爱好者、煲剧一族、直播爱好者、空战游戏爱好者、语言学习者

# 视频领域主要APP用户画像： 百度视频 VS 优酷视频 VS 腾讯视频

## 江浙沪男白领 VS 都市职场精英 VS 城镇休闲女白领

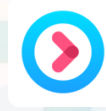
### Mob研究院 百度视频用户画像



#### 江浙沪男白领

- 江苏区域为主
- 三四线城市
- 本科学历为主
- 有车有房已婚
- 企业白领男性为主
- 买车一族、纸牌游戏爱好者、电子产品爱好者、休闲游戏爱好者

### Mob研究院 阿里优酷视频用户画像



#### 都市职场精英

- 一二线城市
- 男性用户居多
- 年龄集中在25-34岁，收入偏高，20k以上人群显著
- 家中有学龄前孩童
- 企业白领为主
- 购物达人、对战游戏爱好者

### Mob研究院 腾讯视频用户画像



#### 城镇休闲女白领

- 四五线城市
- 青年女性，中等收入
- 本科学历、企业白领
- 无车无房已婚
- 家中有小学生阶段子女
- 换装游戏爱好者、策略塔防游戏爱好者、买车一族、办公达人

# 音频领域主要APP用户画像：千千静听 VS 虾米音乐 VS QQ音乐

## 广州中低收入男 VS 北上广备孕白领 VS 爱游戏女中学生

Mob研究院 百度千千静听用户画像



### 广州中低收入男

- 广州城市热度最高
- 一二线城市
- 男性占比高达6成
- 35-44岁
- 本科学历为主，收入集中于3-5k
- 电子产品爱好者、纸牌爱好者、听新闻一族

Mob研究院 阿里虾米音乐用户画像



### 北上广备孕白领

- 北上广
- 女性用户热度偏高
- 无车无房本科已婚
- 小于3k的企业白领
- 无未成年子女人群占比高
- 电子产品爱好者、备孕一族、换装游戏爱好者、养颜达人

Mob研究院 腾讯QQ音乐用户画像



### 爱游戏女中学生

- 京渝沪蓉
- 三四线城市
- 高中及以下学历为主
- 在读学生为主
- 无车无房未婚女
- 策略塔防游戏爱好者、换装游戏爱好者、时尚达人

# 综合资讯主要APP用户画像： 百度新闻 VS 淘宝头条 VS 腾讯新闻

## 沿海城市养家男 VS 都市万元个体户 VS 三四线年轻工人

Mob研究院

百度新闻用户画像



新闻

### 沿海城市养家男

- ❑ 多集中在三四线城市
- ❑ 威海、宁波等沿海城市
- ❑ 男性为主，占比高达七五成
- ❑ 年龄多集中在35-44岁
- ❑ 收入多集中在3-5k
- ❑ 家中多有一小学生子女
- ❑ 有房无车已婚

Mob研究院

淘宝头条用户画像



### 都市万元个体户

- ❑ 成都、昆明、中山等休闲城市
- ❑ 多集中于二三线城市
- ❑ 男女比例1:1
- ❑ 收入在10-20k热度高
- ❑ 年龄多集中在25-34岁
- ❑ 其中多是个体户
- ❑ 有房有车已婚

Mob研究院

腾讯新闻用户画像



### 三四线年轻工人

- ❑ 多集中于三四线城市
- ❑ 男性比例略偏高
- ❑ 年龄多集中在25-34岁
- ❑ 多数有一个小学生子女
- ❑ 出行达人、煲剧达人、理财达人、时尚达人
- ❑ 工人热度较高

# 地图领域主要APP用户画像：百度地图 VS 高德地图 VS 腾讯地图

## 都市裸奔青年 VS 时尚已婚女性 VS 城镇亲子男

Mob研究院

百度地图用户画像

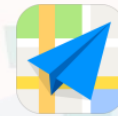


### 都市裸奔青年

- ❑ 二线城市用户为主
- ❑ 收入3-5k的男性
- ❑ 年龄多集中在25-34岁
- ❑ 无房无车
- ❑ 本科学历为主
- ❑ 多是工人
- ❑ 借贷一族

Mob研究院

高德地图用户画像



### 时尚已婚女性

- ❑ 三四线城市为主
- ❑ 女性用户热度偏高
- ❑ 收入多集中在3-5k
- ❑ 多是本科，爱用oppo手机
- ❑ 有房已婚族
- ❑ 自拍达人、养颜达人、直播达人、策略塔防游戏爱好者

Mob研究院

腾讯地图用户画像



### 城镇亲子男

- ❑ 男性为主
- ❑ 三四线城市
- ❑ 本科，企业白领
- ❑ 收入多集中在5-10k
- ❑ 家中有一子女
- ❑ 亲子一族、对战游戏爱好者、出行达人、理财达人



# 浏览器主要APP用户画像对比：百度浏览器 VS UC VS QQ浏览器

## 城镇无产青年 VS 一线精英男 VS 都市小资女

Mob研究院

百度浏览器画像



城镇无产青年

- ❑ 四线城市为主
- ❑ 男性占比高达六成
- ❑ 25-34岁，青年为主
- ❑ 收入集中于3-5k，稍微偏低
- ❑ 无车无房已婚
- ❑ 企业白领为主
- ❑ 惠州、湖州、襄阳

Mob研究院

阿里UC浏览器用户画像



一线精英男

- ❑ 一线城市热度更高
- ❑ 男性为主
- ❑ 年龄多集中在25-34岁
- ❑ 收入多集中在5-10k
- ❑ 无未成年子女
- ❑ 电子产品爱好者、直播爱好者、办公达人

Mob研究院

腾讯QQ浏览器用户画像



都市小资女

- ❑ 二三线城市为主
- ❑ 女性热度更高
- ❑ 25-34岁为主
- ❑ 收入偏高，集中于5-10k
- ❑ 有房已婚本科
- ❑ 办公达人、备孕一族、换装游戏爱好者

# 电商领域主要APP用户画像对比：百度糯米 VS 淘宝

## 沿海城市奶爸 VS 都市家庭主妇

Mob研究院

百度糯米用户画像



沿海城市奶爸

- ❑ 扬州、厦门等沿海地区
- ❑ 二线城市为主
- ❑ 25-44岁中青年
- ❑ 集中于5-10k
- ❑ 男性
- ❑ 家中有婴幼儿
- ❑ 有车有房，政府及事业单位为主

Mob研究院

阿里淘宝用户画像



都市家庭主妇

- ❑ 二三线城市
- ❑ 工人女性为主
- ❑ 35-44岁为主，收入多是3-5k
- ❑ 电子产品爱好者、直播爱好者、养颜达人
- ❑ 本科占比高达6成
- ❑ 已婚、无车无房
- ❑ 爱用小米手机

# 报告说明

## 1.数据来源

MobTech报告数据基于市场公开信息，MobTech自有监测数据，以及MobTech研究模型估算等来源。

## 2.数据周期及指标说明

报告整体时间段：2014.5-2019.05

具体数据指标请参考各页标注

## 3.版权声明

本报告为MobTech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，所有权为原作者所有。没有经过本公司新媒体许可，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。

## 4.免责条款

本报告中行业数据及市场预测主要为分析师采用桌面研究、行业访谈及其他研究方法，并且结合MobTech监测产品数据，通过统计预测模型估算获得，仅供参考。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。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MobTech无关，由此引发的相关争议或法律责任皆由行为人承担。



全球领先的第三方全景数据服务平台

研究报告合作

赵先生

zhaozhch@yoozoo.com

— 谢谢观看 —



关注我们