

2016年第三季度 中国App & Game排行榜

 猎豹全球智库
数据引领认知

libra
全球安卓市场分析平台



前言

原以为 2016 年第三季度会是中国的移动市场混战最为激烈的时刻，然而直到 9 月结束，市场上都没有泛起几缕硝烟。

平淡，是 2016 年第三季度中国移动应用市场的基调，与上一季度相比，多数细分领域的排名没有过多的起伏更迭，老大还是那个老大，稳坐第一，无人可撼动。然而在新兴的领域，硝烟正在弥漫，新的战场正在形成，新搅局者频繁出现，现在的老大还能安坐多久？

第三季度，滴滴和 Uber 中国的合并似乎象征着中国网约车市场的大局已定，但最严专车令的出台又让未来多了几分变数；专车新政的出台，是泼在网约车市场的一盆冷水，却开启共享单车领域的一座灯塔，这个新兴的领域因此显得光明一片；音乐类 app 市场，大家为了版权争得头破血流，虽然现在各家排名没有多少变动，但各个平台之间核心人员的变动又让市场多了一些期待；外卖战场硝烟散尽，小平台尸骨遍地，留下三大平台统治着这个已经成型的市场；淘宝虽然稳坐电商王座，但垂直电商领域诸多公司乘上了直播的东风一跃而起，也让市场多了几分活力。

猎豹全球智库基于 libra 的数据，对 2016 年第三季度安卓端各类型 app 进行排名，为你揭开这平静的市场之下的不平静真相。

与本年第一季度和第二季度榜单相比，第三季度榜单分类更细更全，新增直播、旅游、二手车电商、电子书、共享单车等诸多细分市场榜单，同时将原来金融理财类、音乐类榜单，分别拆分为金融理财类、证券交易类、音乐类、电台 FM 类 4 个榜单，榜单分类更加完整全面，力求从更细致的角度反映市场情况。

在细分市场，猎豹全球智库不再只局限于 Top10，在激烈竞争的市场，我们将榜单扩充到 Top20，甚至 Top30；在总榜中，我们将大名单扩充到 Top200，上榜的 app 更多，榜单所反映的市场情况更加真实全面。

除了传统的排行榜，本次报告新加入飙升榜 Top30，掌握市场先机，将新兴崛起的 app 一览无余。

猎豹全球智库榜单所用数据来自猎豹移动 libra，数据量更大、样本分布得更广。

目 录

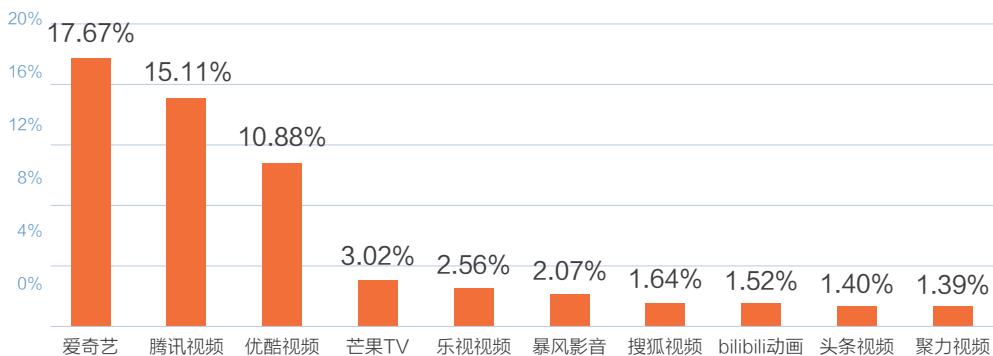
Part1 第三季度分类app排行榜	1
视频类app排行榜	1
直播类app排行榜	2
音乐类app排行榜	3
电台FM类app排行榜	4
社交类app排行榜	5
购物类app排行榜	7
新闻类app排行榜	8
图片相册类app排行榜	9
外卖类app排行榜	10
地图导航类app排行榜	10
移动出行类app排行榜	12
旅游类app排行榜	13
二手车类app排行榜	14
共享单车领域	15
金融理财类app排行榜	16
证券交易类app排行榜	16
电子书类app排行榜	17
输入法类app排行榜	17
Part 2 游戏排行榜	18
游戏排行榜Top10	18
Part 3 活跃飙升榜Top30	19
附录	21
app完整榜单Top200	21
游戏完整榜单Top50	24

Part1 第三季度分类app排行榜

视频类app排行榜

排名	应用名	活跃渗透率	周人均打开次数	排名	应用名	活跃渗透率	周人均打开次数
1	爱奇艺	17.67%	24.36	11	土豆视频	1.24%	17.03
2	腾讯视频	15.11%	22.41	12	影视大全	1.22%	24.32
3	优酷视频	10.88%	20.18	13	360影视大全	1.16%	30.09
4	芒果TV	3.02%	14.32	14	百度视频	0.71%	20.55
5	乐视视频	2.56%	16.59	15	咪咕视频	0.68%	6.95
6	暴风影音	2.07%	26.22	16	影音先锋	0.64%	27.90
7	搜狐视频	1.64%	16.67	17	风行视频	0.40%	19.33
8	哔哩哔哩动画	1.52%	32.10	18	韩剧TV	0.28%	22.28
9	头条视频	1.40%	14.95	19	凤凰视频	0.24%	14.77
10	聚力视频	1.39%	24.82	20	蛙趣视频	0.19%	17.21

视频类app活跃渗透率Top10



数据说明：排名依据app周活跃渗透率=app周活跃用户数/中国安卓市场周活跃用户数，数据采集周期2016.9.26-2016.10.02 数据来源：libra

头条视频强势发力 二次元初次入围

1. 土豆视频已经跌出前 10，本次未能进入 top10，而哔哩哔哩动画和头条视频为第一次进入 top10，分列第 8 和第 9。（虎牙直播记入直播类 App 排行榜，不再归类为视频类）
2. 头条视频是今日头条旗下视频产品，与今日头条的推送思路一样，头条视频依据算法和用户偏好等数据，为用户推送定制化的短视频内容，短视频内容往往在六分钟之内。借助今日头条强大的用户基础，头条视频在 7 月下旬上线后，用户量节节攀升。到了九月末，头条视频已经登上了视频榜的第 9 名，强势的增长力让传统的视频巨头也刮目相看。“定制推送 + 短视频” 或将成为各大视频网站新的角力点。
3. 今年哔哩哔哩动画也推出了“充电计划”，打通了用户和“Up 主（视频上传者）”的打赏通道，广受用户好评。最近，哔哩哔哩因为冠名上海篮球队而名声大造，网友戏称“这是二次元对三次元的冲击”，冠名事件也侧面反映出了 B 站最近大红大紫的状态。

直播类app排行榜

排名	应用名	活跃渗透率	周人均打开次数	排名	应用名	活跃渗透率	周人均打开次数
1	映客直播	0.66%	25.94	11	龙珠直播	0.16%	32.09
2	虎牙直播	0.61%	25.09	12	繁星直播	0.15%	16.88
3	YY直播	0.61%	33.98	13	全民直播	0.11%	21.94
4	斗鱼	0.54%	30.86	14	NOW直播	0.11%	15.78
5	小米直播	0.35%	9.23	15	一直播	0.10%	17.79
6	触手直播	0.29%	26.73	16	来疯视频直播秀	0.07%	13.11
7	熊猫直播	0.25%	27.89	17	战旗直播	0.06%	15.40
8	视吧	0.22%	52.79	18	秀色秀场	0.05%	11.36
9	花椒直播	0.21%	25.82	19	么么直播	0.05%	13.38
10	咪咕直播	0.16%	10.74	20	嗨秀秀场	0.04%	8.37

直播类app活跃渗透率Top10



数据说明：排名依据app周活跃渗透率=app周活跃用户数/中国安卓市场周活跃用户数，
数据采集周期2016.9.26-2016.10.02 数据来源：libra

市场竞争白热化 映客暂居首位

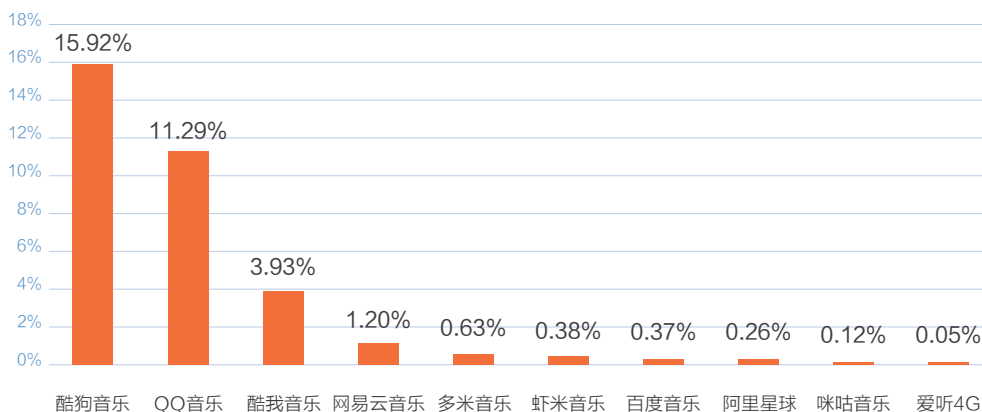
1. 猎豹全球智库曾在今年 9 月发布了《中国直播行业最全报告》，当时映客排在榜单的第二名。到了三季度末，映客成功上位，跃居成为榜单的第一名。而当时的第一名 YY 直播则下滑到第三的位置，这或许是因为 YY 依旧固守传统秀场模式，让用户产生了审美疲劳，YY 直播从年初到现在一直在走下坡路，如果再不求新求变，YY 直播的前路将继续坎坷。

2. 纵观市场前 4 名，实际它们上相互之间的活跃渗透率相差并不大，目前直播市场竞争进入白热化阶段，各家短兵相接、白刃肉搏，使出浑身解数。主打电竞的虎牙直播、斗鱼、熊猫 TV、龙珠直播，纷纷融入泛娱乐化内容，想要在电竞之外开拓新的战场；而映客、小米直播、花椒直播等社交直播平台，则拼命的拉拢优质主播，想要不断提升自身平台的内容质量，以此吸引用户；咪咕直播背靠中国移动，除了直播社交、游戏电竞直播等，还引入了独家版权的影视直播等。

音乐类app排行榜

排名	应用名	活跃渗透率	周人均打开次数	排名	应用名	活跃渗透率	周人均打开次数
1	酷狗音乐	15.92%	19.95	6	虾米音乐	0.38%	16.26
2	QQ音乐	11.29%	20.79	7	百度音乐	0.37%	10.56
3	酷我音乐	3.93%	16.47	8	阿里星球	0.26%	13.70
4	网易云音乐	1.20%	43.20	9	咪咕音乐	0.12%	8.72
5	多米音乐	0.63%	8.79	10	爱听4G	0.05%	11.78

音乐类app活跃渗透率Top10



数据说明：排名依据app周活跃渗透率=app周活跃用户数/中国安卓市场周活跃用户数，
数据采集周期2016.9.26-2016.10.02 数据来源：libra

音乐正版化竞争加剧 得版权者得天下

1. 在二季度榜单中，QQ音乐的活跃渗透率仅为酷狗音乐的一半左右。而第三季度中，QQ音乐有诸多动作，例如QQ音乐拿下了人气音乐节目《中国新歌声》（原中国好声音）的独家音频版权，以及天后王菲的新歌《你在终点等我》的独播权。在三季度的榜单中，QQ音乐与酷狗音乐的差距明显缩小，独家版权战略效果显著。

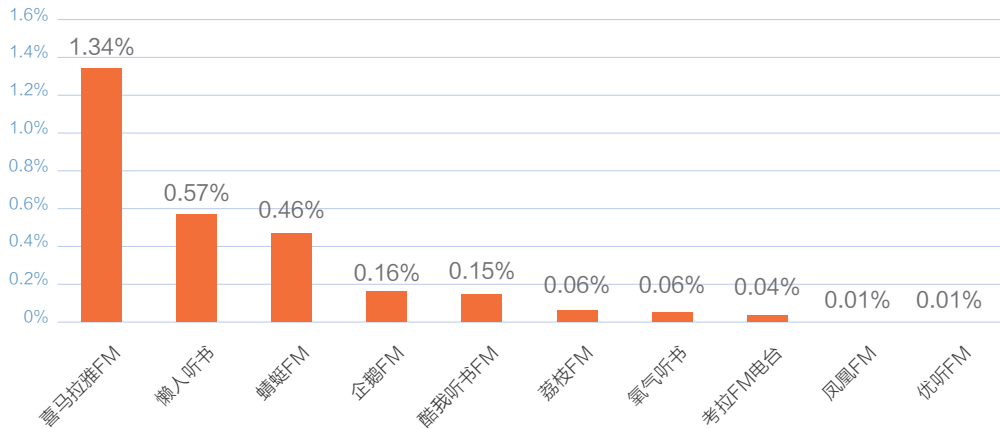
2. 自流媒体音乐行业史上最严版权令后，百度音乐一直没有很大起色，甚至排名出现了下滑。最近有媒体报道，网易云音乐的灵魂人物王磊的加盟百度音乐，王磊表示，百度音乐已与腾讯签订了版权协议，新的内容在10月就可以上架，王磊表示“现在预算是几亿，我们（百度音乐）的目标是在中国做到版权库第一。”在版权方面的大手笔投入，或许可以帮助百度音乐在四季度完成反击。

3. 阿里星球（天天动听）、虾米音乐双双下滑，这两款app的启动页面上出现了“10月1日起天天动听将停止服务，感恩一起走过的洪荒岁月”的字样。阿里星球今后仍然可以继续使用，但只能作为单机播放器了，无法获取联网服务。2014年，天天动听被阿里巴巴收购，2016年4月15日正式更名为阿里星球，功能越来越多，逐渐偏离了音乐这一核心服务，用户也逐渐流失。虾米音乐则是2013年归入阿里巴巴旗下的，今后和阿里星球如何重新定位、发展则暂不清楚。

电台FM类app排行榜

排名	应用名	活跃渗透率	周人均打开次数	排名	应用名	活跃渗透率	周人均打开次数
1	喜马拉雅FM	1.34%	13.08	6	荔枝FM	0.06%	20.68
2	懒人听书	0.57%	26.25	7	氧气听书	0.06%	36.58
3	蜻蜓FM	0.46%	14.24	8	考拉FM电台	0.04%	8.17
4	企鹅FM	0.16%	23.71	9	凤凰FM	0.01%	20.03
5	酷我听书FM	0.15%	20.54	10	优听FM	0.01%	21.43

电台FM类app活跃渗透率Top10



数据说明：排名依据app周活跃渗透率=app周活跃用户数/中国安卓市场周活跃用户数，
数据采集周期2016.9.26-2016.10.02 数据来源：libra

市场老大正在形成

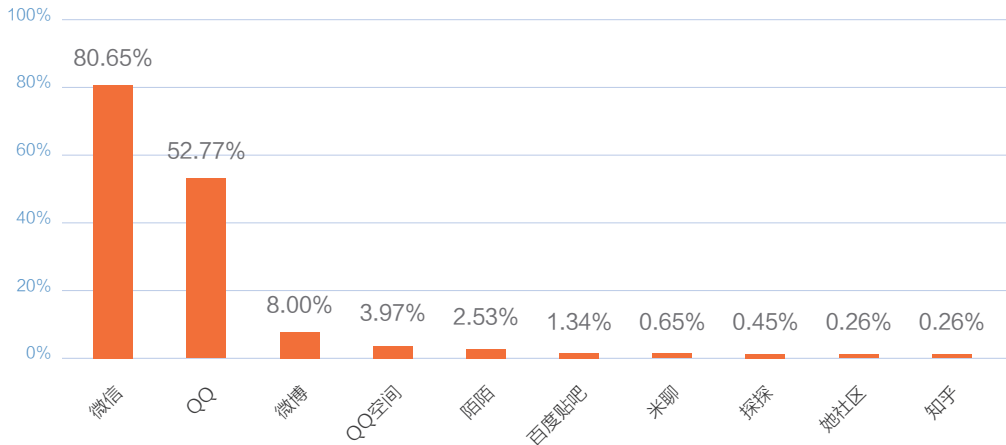
据报道，8月末喜马拉雅FM拿下了70%畅销书的有声版权，喜马拉雅FM不停的拓展有声读物的版权。正如我们在一季度排行榜中预测，这说明人们对于有声读物的需求开始被发现，用户正在养成新的习惯，喜马拉雅FM正开拓这个新的市场。

喜马拉雅FM已经与其竞争者拉开了差距，是第二名懒人听书的两倍多。作为音频细分市场的头牌，喜马拉雅FM正在汇聚着越来越多的资源，规模效应正在凸显，喜马拉雅正在头牌的位置会越坐越稳。

社交类app排行榜

排名	应用名	活跃渗透率	周人均打开次数	排名	应用名	活跃渗透率	周人均打开次数
1	微信	80.65%	167.05	9	她社区	0.26%	27.78
2	QQ	52.77%	122.31	10	知乎	0.26%	12.51
3	微博	8.00%	48.89	11	易信	0.19%	32.24
4	QQ空间	3.97%	22.92	12	小米视频电话	0.16%	4.38
5	陌陌	2.53%	89.11	13	小恩爱	0.14%	43.19
6	百度贴吧	1.34%	53.77	14	Blued	0.14%	143.25
7	米聊	0.65%	25.07	15	豆瓣	0.09%	30.21
8	探探	0.45%	52.11				

社交类app活跃渗透率Top10



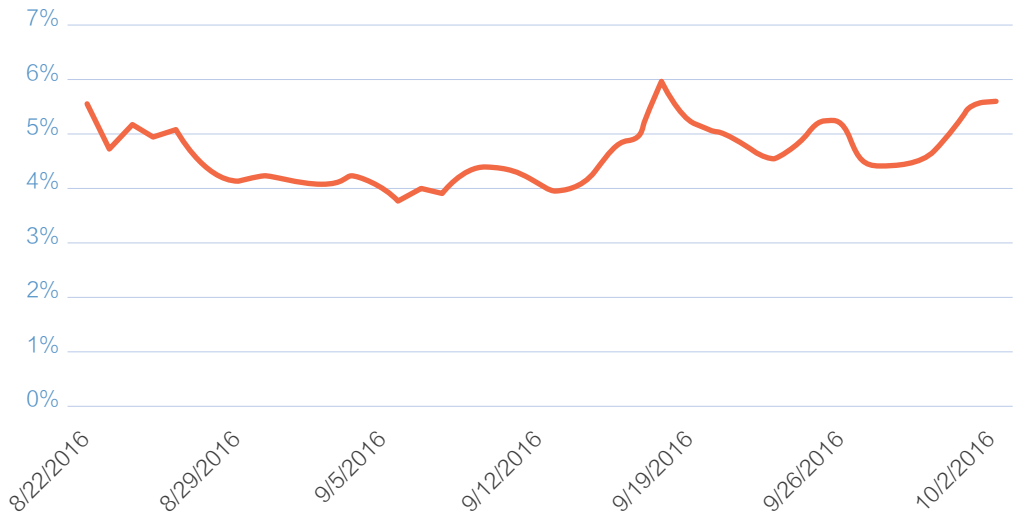
数据说明：排名依据app周活跃渗透率=app周活跃用户数/中国安卓市场周活跃用户数，
数据采集周期2016.9.26-2016.10.02 数据来源：libra

新战略转型成功 微博业绩高涨

(直播社交类 App 记入单独榜单)

曾经被唱衰的新浪微博在三季度打了一个翻身仗，最近新浪微博市值站上 113 亿美元，一度超越社交媒体始祖 Twitter。支持新浪微博股价高涨的，是其近来强劲的业绩。

微博活跃渗透率



数据说明：app日活跃渗透率=app日活跃用户数/中国安卓市场活跃用户数 数据来源：libra

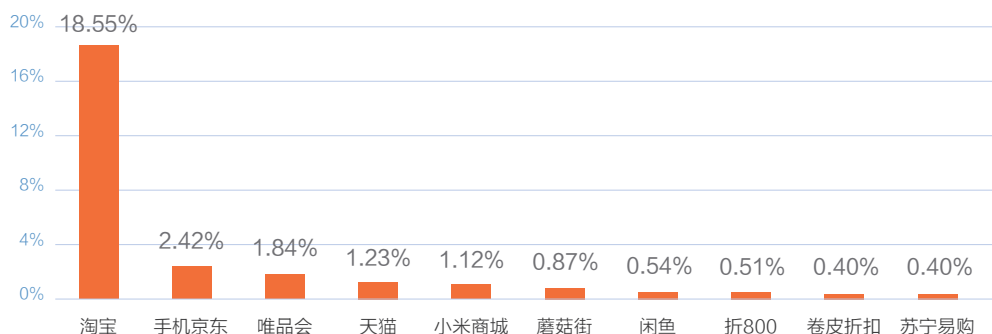
首先是投身直播，借助目前中国移动市场的强劲东风，成功的吸引了一批新用户；其次，新浪微博选择更具媒体属性的发展战略，在公共热点事件上，微博依然是最重要的互联网讨论平台和即时消息发布平台，比如里约奥运会期间，微博就很自然地聚集了傅园慧等奥运明星，而近来热点事件，诸如王宝强离婚案等，某明星过世等，微博也成为了消息传播和讨论的聚集地，用户活跃度大大提高，从活跃渗透率走势来看，在热点事件发生时，微博活跃度立马飙升至峰值。

据新浪微博二季度财报显示，微博月活跃用户达 2.82 亿，同比增长 33%，已连续九个季度保持 30% 以上的增长。这也说明微博转型战略取得了成功。

购物类app排行榜

排名	应用名	活跃渗透率	周人均打开次数	排名	应用名	活跃渗透率	周人均打开次数
1	淘宝	18.55%	56.04	11	楚楚街	0.33%	28.19
2	手机京东	2.42%	27.69	12	华为商城	0.28%	2.93
3	唯品会	1.84%	21.77	13	贝贝	0.28%	26.80
4	天猫	1.23%	26.17	14	聚美优品	0.22%	16.98
5	小米商城	1.12%	6.37	15	阿里巴巴	0.21%	41.65
6	蘑菇街	0.87%	36.50	16	农村淘宝	0.16%	31.40
7	闲鱼	0.54%	39.68	17	返利网	0.16%	15.99
8	折800	0.51%	19.27	18	卷皮-9.9包邮	0.14%	25.37
9	卷皮折扣	0.40%	29.76	19	微店	0.13%	20.10
10	苏宁易购	0.40%	14.16	20	美丽说	0.11%	18.87

购物类app活跃渗透率Top10



数据说明：排名依据app周活跃渗透率=app周活跃用户数/中国安卓市场周活跃用户数，
数据采集周期2016.9.26-2016.10.02 数据来源：libra

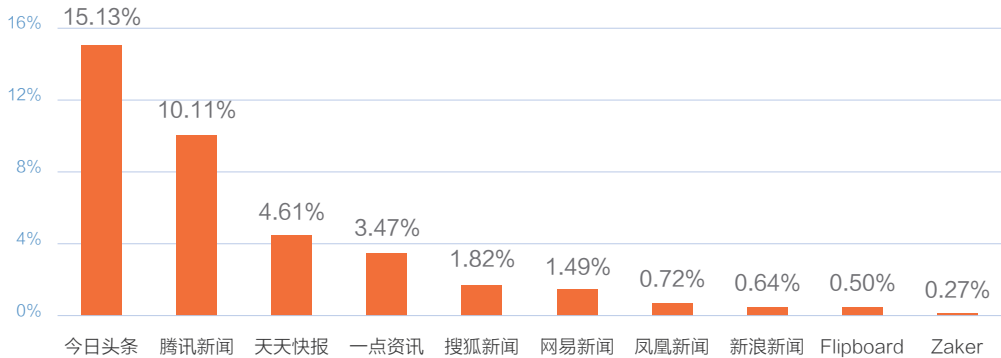
玩了直播的蘑菇街杀入 Top10

正如猎豹全球智库此前《中国直播产业分析报告》分析的那样，“直播 + 电商”产生了无穷的遐想空间，蘑菇街便是榜单上最好的例子。蘑菇街以一款专注于时尚女性消费者的 app，今年二季度末，蘑菇街开始布局发力直播战略，用网红直播推介的方式，促成商品的交易。“直播 + 电商”威力巨大，不仅创造了新的流量入口，也大大提高了商品的销量。以蘑菇街直播红人“刘小瑜咯”的一次直播为例，6月13日晚10点，其在蘑菇街的直播中向粉丝推荐了今年韩国新款流苏下摆前扣牛仔裙，同时分享自己独家的搭配技巧和时尚态度，峰值时段直播间里有超过2000名粉丝同时在线。在一小时直播中，不但累计收获了超过20万个赞，她推荐的牛仔裙迅速脱销，成为蘑菇街当日热门单品。

新闻类app排行榜

排名	应用名	活跃渗透率	周人均打开次数	排名	应用名	活跃渗透率	周人均打开次数
1	今日头条	15.126%	49.1	16	澎湃新闻	0.054%	6.0
2	腾讯新闻	10.107%	74.8	17	畅读	0.043%	6.7
3	天天快报	4.609%	23.1	18	橘子娱乐	0.040%	26.0
4	一点资讯	3.474%	28.7	19	参考消息	0.023%	11.4
5	搜狐新闻	1.820%	10.7	20	知乎日报	0.020%	17.0
6	网易新闻	1.487%	16.5	21	Nur	0.017%	31.6
7	凤凰新闻	0.717%	21.0	22	浙江新闻	0.011%	8.5
8	新浪新闻	0.643%	10.1	23	Google 新闻和天气	0.010%	2.7
9	Flipboard	0.534%	3.9	24	News Republic	0.010%	20.1
10	ZAKER	0.266%	63.6	25	华尔街见闻	0.009%	11.6
11	军事头条	0.149%	22.9	26	暴走日报	0.009%	18.6
12	微博头条	0.077%	10.2	27	头条快报	0.008%	12.0
13	UC头条	0.072%	7.1	28	即刻	0.007%	19.9
14	百度新闻	0.059%	26.1	29	铁血军事	0.007%	17.7
15	号外	0.057%	14.3	30	Google Play 报亭	0.007%	2.6

新闻类app活跃渗透率Top10



数据说明：排名依据app周活跃渗透率=app周活跃用户数/中国安卓市场周活跃用户数，数据采集周期2016.9.26-2016.10.02 数据来源：libra

腾讯和今日头条的一哥之争激战正酣

1. 今日头条与腾讯新闻以绝对优势组成第一集团领跑新闻 App 市场。腾讯新闻依靠 PC 时代积累的用户红利，在移动端市场依旧强势，而今日头条依靠其算法的精准推送能力以及时间上的先发优势，稳居首位中国市场新闻类 App 首位。值得一提的是，腾讯可谓未雨绸缪，其投资的天天快报与腾讯新闻形成了组合搭配，腾讯手上同时拥有传统新闻客户端和定制化推荐的两张底牌，无论未来行业如何发展，腾讯都将在新闻客户端市场占有举足轻重的位置。

2. 腾讯投资的天天快报与凤凰网投资的一点资讯组成了第二集团，天天快报的 WAU 占比与排名 5-10 位 App 的总和体量相当。

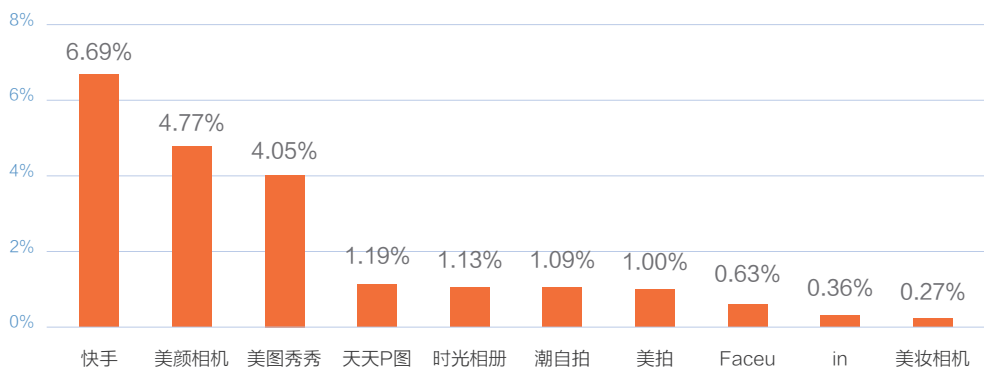
3. 搜狐、网易、凤凰、新浪这些曾经叱咤风云的门户网站，在向移动端转型的路上面临着种种挑战，但其独有的内容和原创能力是聚合类新闻 App 所欠缺的。凭借着独家的内容资源，依旧吸引着各自的拥趸，新闻实力依旧不可小觑。

4. 第三集团之后就是一片百花齐放的景象，各类满足细分人群或内容的 App 满足小众用户的需求，Flipboard，ZAKER 这样坚守在小众领域的精品 App。虽然市场份额不高但是用户群更加精准，具有独特的价值。

图片相册类app排行榜

排名	应用名	活跃渗透率	周人均打开次数	排名	应用名	活跃渗透率	周人均打开次数
1	快手	6.69%	127.76	6	潮自拍	1.09%	12.67
2	美颜相机	4.77%	14.21	7	美拍	1.00%	27.84
3	美图秀秀	4.05%	16.91	8	Faceu	0.63%	7.13
4	天天P图	1.19%	13.32	9	in	0.36%	17.28
5	时光相册	1.13%	9.31	10	美妆相机	0.27%	10.60

图片相册类app活跃渗透率



数据说明：排名依据app周活跃渗透率=app周活跃用户数/中国安卓市场周活跃用户数，
数据采集周期2016.9.26-2016.10.02 数据来源：libra

美图公司依旧市场主力 快手蓄势待发

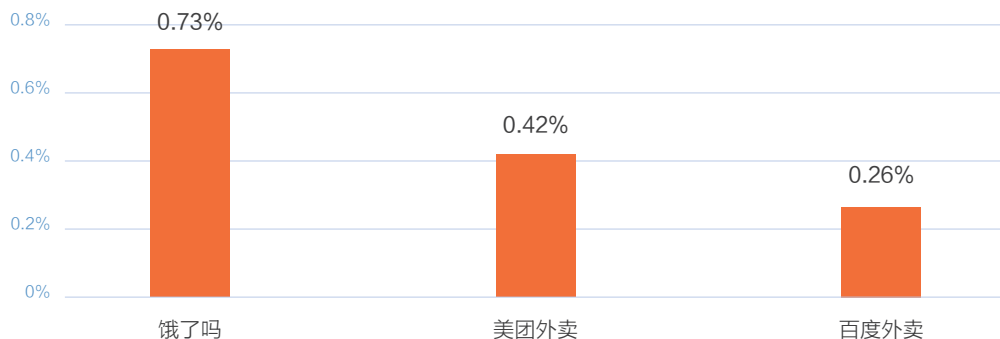
1. 与第二季度一样，美图公司的四款产品，美颜相机、美图秀秀、美妆相机、美拍四款产品进入前十，是目前图片拍照类 App 市场的绝对主力。

2. 第一名快手 gif 被业内称为“隐形独角兽”，低调上线 5 年，几乎没有媒体对其有过报道。但沉默并不代表着沉寂，据快手宣称，五年来快手累计用户量达到 3 亿，目前日活已经达到千万级别，用户量和活跃程度都不容小觑。而快手目前已有大量网红资源，在网红经济和粉丝经济的催化下，或许将来的某一天，长时间缄默不语的快手会制造出一个独特的模式，给业内一个平地惊雷。

外卖类app排行榜

排名	应用名	活跃渗透率	周人均打开次数
1	饿了么	0.73%	19.34
2	美团外卖	0.42%	17.85
3	百度外卖	0.26%	16.83

外卖类app活跃渗透率



数据说明：排名依据app周活跃渗透率=app周活跃用户数/中国安卓市场周活跃用户数，
数据采集周期2016.9.26-2016.10.02 数据来源：libra

外卖三强相对位置稳定 市场已经成型

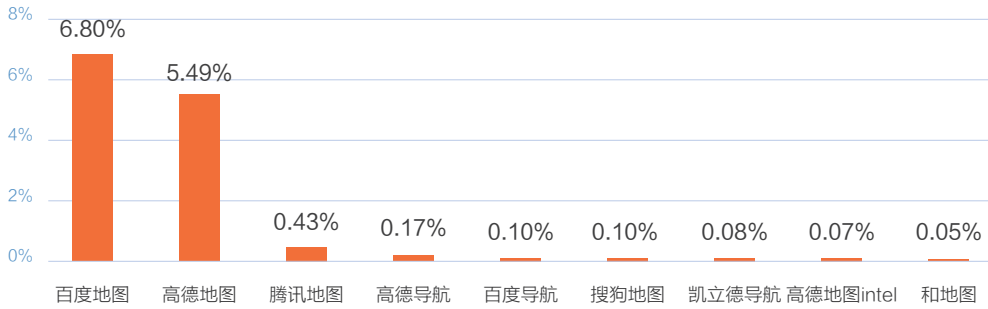
随着外卖市场风口的逐渐平息，小平台的陆续推出，整个市场逐渐被饿了么，美团外卖，百度外卖三强所统治。

而近来各个平台都减少了对商户、消费者的补贴，市场重归平静。消费者逐渐养成了固定在某个平台叫外卖的习惯，而失去了补贴，消费者也没有再各个平台之间流动的动力，目前外卖市场，三家平台相对位置比较稳定，整个外卖市场已经成型。

地图导航类app排行榜

排名	应用名	活跃渗透率	周人均打开次数	排名	应用名	活跃渗透率	周人均打开次数
1	百度地图	6.80%	5.80	6	搜狗地图	0.10%	5.71
2	高德地图	5.49%	7.60	7	凯立德导航	0.08%	6.68
3	腾讯地图	0.43%	6.80	8	高德地图intel	0.07%	5.21
4	高德导航	0.17%	7.70	9	和地图	0.05%	3.47
5	百度导航	0.10%	5.22				

地图导航类app活跃渗透率

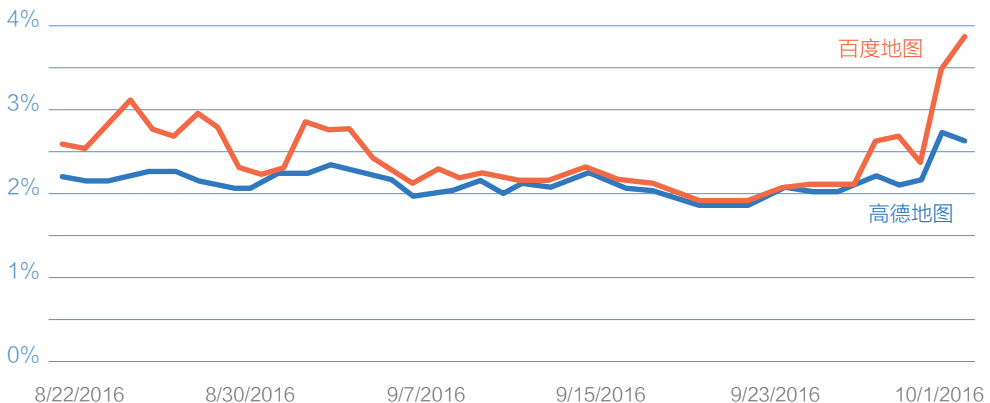


数据说明：排名依据app周活跃渗透率=app周活跃用户数/中国安卓市场周活跃用户数，
数据采集周期2016.9.26-2016.10.02 数据来源：libra

百度高德互怼“地图一哥”之争难分高下

日活数据能更清晰体现用户对一个 app 喜爱、依赖程度，和 app 本身的活跃程度。从猎豹全球智库的 9.2-10.1 的日活数据上来看，百度处于领先，但高德追得很紧，甚至在 9 月 27 日还一度反超。

百度地图vs高德地图活跃渗透率走势



数据说明：app日活跃渗透率=app日活跃用户数/中国安卓市场活跃用户数 数据来源：libra

从相对排名来看，高德地图与百度地图之间的差距也在逐步减小。在 2016 年第一季度的时候，从周活用户排名来看，百度地图位列 28，高德地图排 37。来到 2016 年第二季度，百度地图上到 23，高德地图上到 29，在共同进步的前提下，它们的距离缩小了。到了第三季度，百度地图上到第 21 位，高德地图上到第 26 名，相对差距再次缩小（详见文末 Top200 榜单）

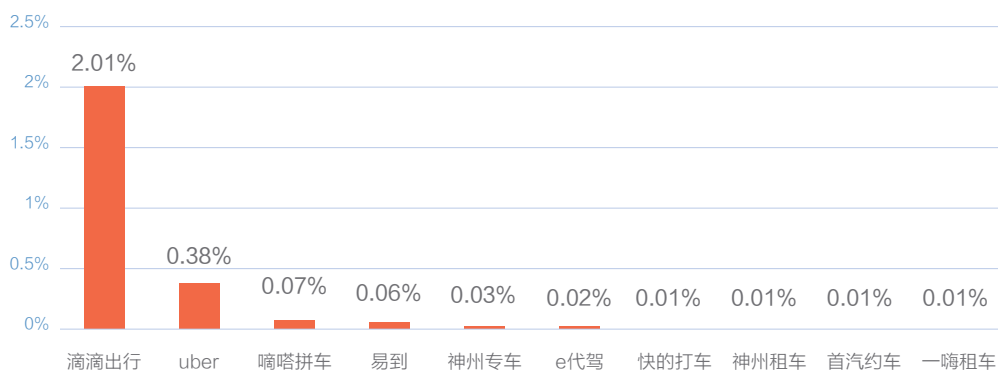
回顾两个地图的发展轨迹，百度地图早已是“全面开花”，全身心拥抱 O2O 业务，酒店、旅游、团购、支付……而高德也早已不像之前自我宣传的专注交通，在新版中也已接入美团的团购、大众点评的评价、阿里旅行和支付宝。

因此很明显，这次高德挑战百度，实际上是在大众端加强影响力；而谁是行业老大的争论，是为百度和阿里的 O2O 战争打个前锋，毕竟谁在地图端取得优势，在 O2O 的发展上将更游刃有余。

移动出行类app排行榜

排名	应用名	活跃渗透率	周人均打开次数	排名	应用名	活跃渗透率	周人均打开次数
1	滴滴出行	2.01%	20.832	6	e代驾	0.02%	10.206
2	uber	0.38%	11.210	7	快的打车	0.01%	4.582
3	嘀嗒拼车	0.07%	17.436	8	神州租车	0.01%	12.269
4	易到	0.06%	35.962	9	首汽约车	0.01%	16.070
5	神州专车	0.03%	11.015	10	一嗨租车	0.01%	12.205

移动出行类app活跃渗透率

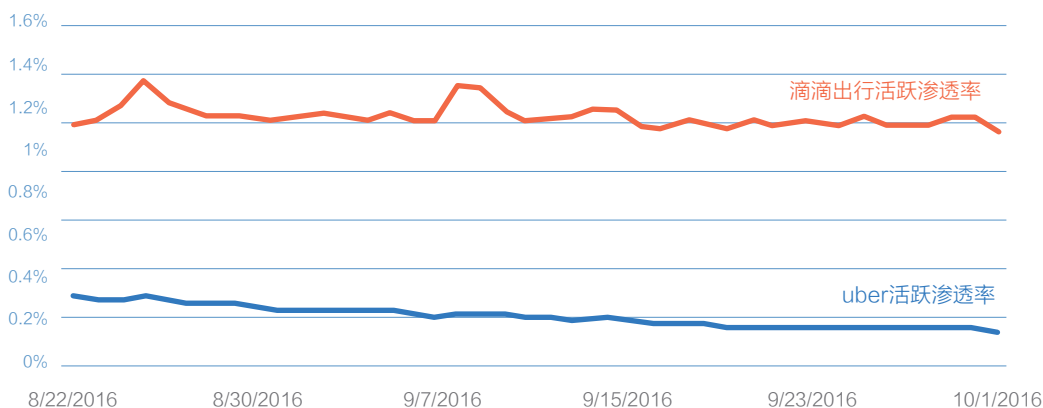


数据说明：排名依据app周活跃渗透率=app周活跃用户数/中国安卓市场周活跃用户数，
数据采集周期2016.9.26-2016.10.02 数据来源：libra

大局已定 新政策下市场一片阴影

1. 今年 8 月，滴滴宣布收购 Uber 中国，成为了中国移动出行领域大战的节点，旷日持久的补贴大战终于在此告于段落。这也不是第一次国际巨头在中国遭遇滑铁卢，谷歌、微软、Ebay、雅虎等国际巨头，在中国都打过败仗，在全球叱咤风云的 Uber 在中国与滴滴的较量中败下阵来也算是步了先烈们的后尘。

滴滴出行VS Uber活跃渗透率走势



数据说明：app日活跃渗透率=app日活跃用户数/中国安卓市场日活跃用户数，数据来源：libra

从两者活跃渗透率走势上我们可以看出，合并之后，滴滴出行的活跃渗透率很稳定，但 Uber 却出现了平稳的下滑，今后也再难有起色。与 Uber 合并后滴滴出行毫无悬念将稳居移动出行市场头把交椅很长时间，短时间内，市场上没有可以与之抗衡的对手。

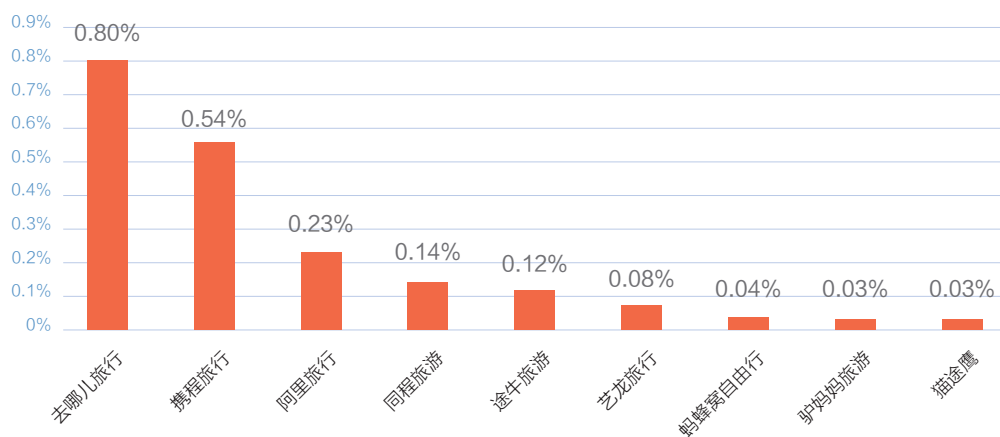
2. 新上榜的首汽约车是首汽集团推出的网约车平台，主打中高端商务用车与出行，价格高于出租车。截至今年 7 月，首汽约车在全国已接入了 8000 辆车，其中北京超过 5000 辆，全国日完成订单超 4 万单。新政出台前后，更是放出一大波优惠券和补贴争夺市场。首汽约车想做出行市场“头狼”的野心可见一斑。首汽约车背靠首汽集团强大资源，首汽约车上线以来获得了快速的增长，目前排名第 9。

3. 虽然滴滴可以稳居第一，但也不是高枕无忧。国庆期间，北上广深多地发布了最严网约车新规，如果按照此规定执行，主打廉价快车的滴滴必然将遭受沉重打击，主打商务用车的神州专车、首汽约车等或许可以从受益，但价格的提高必然会让各个平台失去一部分用户，网约车市场规模会比现在缩小。现在反对新规的声音不少，但最终执行时新规是否会被修改，现在还是未知数。

旅游类app排行榜

排名	应用名	活跃渗透率	周人均打开次数	排名	应用名	活跃渗透率	周人均打开次数
1	去哪儿旅行	0.80%	14.61	6	艺龙旅行	0.08%	10.50
2	携程旅行	0.54%	17.74	7	蚂蜂窝自由行	0.04%	17.54
3	阿里旅行	0.23%	13.12	8	驴妈妈旅游	0.03%	9.99
4	同程旅游	0.14%	13.78	9	TripAdvisor猫途鹰	0.03%	3.23
5	途牛旅游	0.12%	8.14				

旅游类app活跃渗透率



数据说明：排名依据app周活跃渗透率=app周活跃用户数/中国安卓市场周活跃用户数，数据采集周期2016.9.26-2016.10.02 数据来源：libra

去哪儿携程联手称霸市场 阿里旅行领军第二集团

去年 10 月，去哪儿与携程合并后，这两家原本是对手的冤家变成了一家人。在经历一系列人员变动和调整之后，去哪儿和携程明确了各自的发展主攻方向，开始携手称霸市场。2016 年第三季度末，去哪儿和携程分别位列旅游 app 的一、二名，从数据上看，已经遥遥其他竞争者，形成了旅游类 app 的第一集团。

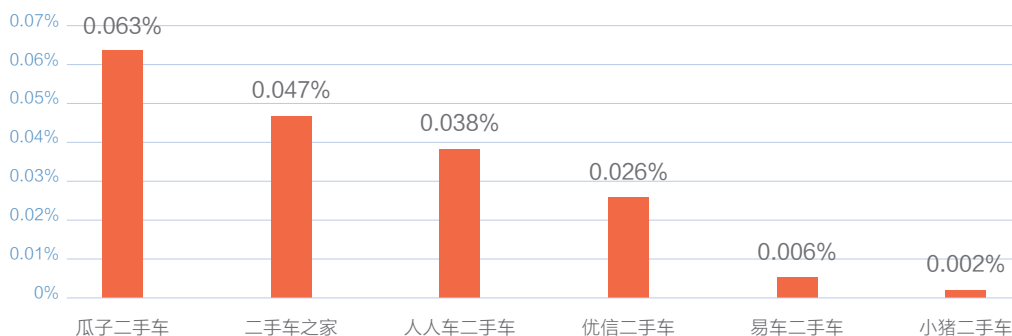
背靠拥有强大资源的阿里巴巴，阿里旅行成为了旅游类 app 第二集团的领军人物。阿里巴巴强大的渠道、运营资源，将为阿里旅行提供充分的弹药，但是想要对第一集团去哪儿、携程旅行造成威胁，阿里旅行似乎还欠一些火候，目前旅游类 app 市场可能会维持现在的排名很长一段时间。

随着中国消费产业的升级，人们或许会逐渐转变观念。旅游市场规模或许会得到极大的提高，各家平台，也将从中受益，得到充分的发展。

二手车类app排行榜

排名	应用名	活跃渗透率	周人均打开次数	排名	应用名	活跃渗透率	周人均打开次数
1	瓜子二手车	0.063%	17.812	4	优信二手车	0.026%	15.188
2	二手车之家	0.047%	10.762	5	易车二手车	0.006%	19.671
3	人人车二手车	0.038%	16.779	6	小猪二手车	0.002%	20.181

二手车电商类app活跃渗透率



数据说明：排名依据app周活跃渗透率=app周活跃用户数/中国安卓市场周活跃用户数，
数据采集周期2016.9.26-2016.10.02 数据来源：libra

小众市场的激烈搏杀 瓜子暂居首位

瓜子二手车是赶集网前 CEO 杨浩涌一年前开始的创业项目，前身是赶集好车。与第 3 名人人车二手车和第 4 名优信二手车一样，瓜子二手车主打的是个人二手车交易，打通了买卖双方的信息通道，错开中间商，直接让买家和卖家交易。经过一年厮杀，目前瓜子二手车暂居第一。

二手车之家和易车二手车是分别是汽车之家和易车网的二手车交易平台，模式类似汽车电商，服务内容涉及二手车交易、资讯、信息汇总等等。

虽然目前中国二手车市场规模还小，但是相信，随着中国汽车市场的发展和人们消费观念的转变，二手车电商在将来一定会获得起飞的动力。

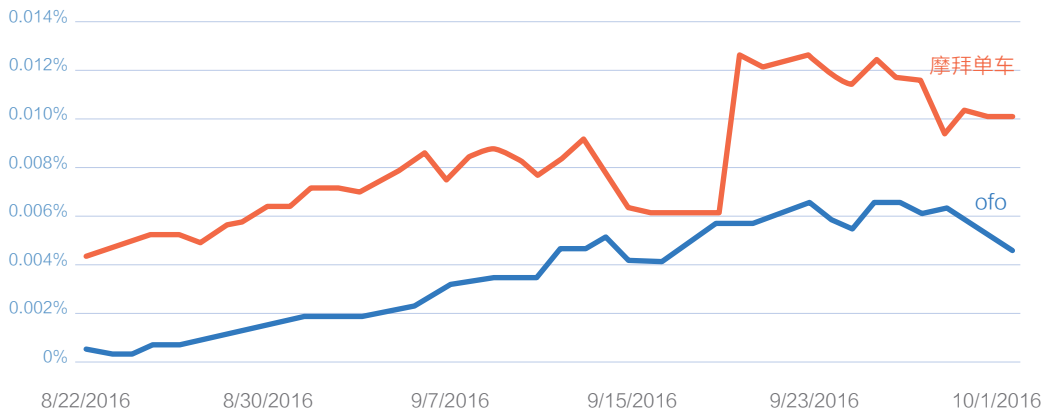
共享单车领域

排名	应用名
1	摩拜单车
2	ofo 共享单车

最后一公里之争：体量尚小 但潜力巨大

共享单车领域是目前市场出现的新风口，据机构估算，目前共享单车市场规模为 17.2 亿元，预计到 2018 年市场规模将达到 227 亿元。ofo 和摩拜两款产品上线以来，应新颖的玩法、真实的便利性，获得了快速的增长。虽然目前两款产品只在几个城市开放，还没有在全国普及，目前体量很小，但共享经济潜力巨大，或许两家公司会成为市场上新的独角兽。

ofo VS 摩拜单车 活跃度走势



数据说明：app日活跃渗透率=app日活跃用户数/中国安卓市场活跃用户数 数据来源：libra

ofo 走的是轻资产路线，“小黄车”造价低廉，单车造价在 270 元左右，但运营维护成本较高；摩拜走的是重资产路线，采用定制化的设计，车辆内置 GPS 和电机，用户使用起来很方便，但摩拜单车造价较高，在 3000 元左右。

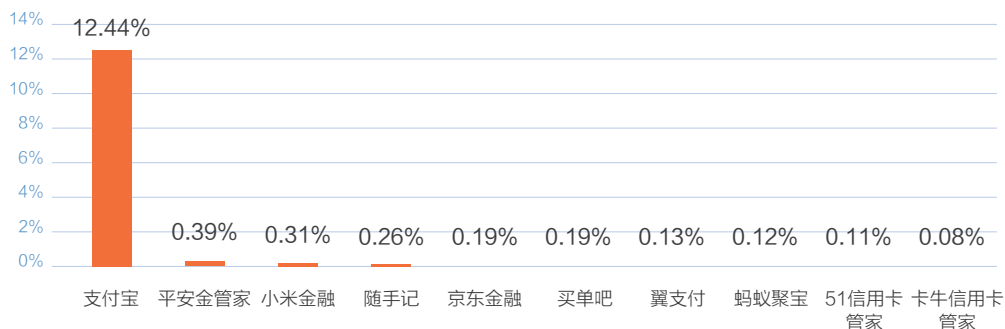
今年 9 月，ofo 宣布获经纬中国数千万美元 B 轮融资。同月，再次宣布获得滴滴的 C1 轮数千万美元的战略融资，10 月 10 日，ofo 继续宣布完成 1.3 亿美元 C2 轮融资，此外 ofo 还引入了小米的战略投资；摩拜单车方面，9 月 30 日，摩拜获得 C 轮融资，不到两周的时间后 10 月 13 日，摩拜单车再次确认完成新一轮 C+ 融资，本轮投资包括腾讯、红杉、贝塔斯曼等多家机构和个人，融资近亿美元。

两者背后的资金实力都非常雄厚，预计将会有一场硬仗出现。而且目前，整个共享单车市场刚刚起步，未来会有越来越多的平台或者创业公司加入战局。而 ofo 和摩拜的模式孰优孰劣还待考验，猎豹全球智库将对这个领域持续关注。

金融理财类app排行榜

排名	应用名	活跃渗透率	周人均打开次数	排名	应用名	活跃渗透率	周人均打开次数
1	支付宝	12.44%	15.43	6	买单吧	0.19%	11.71
2	平安金管家	0.39%	23.49	7	翼支付	0.13%	9.92
3	小米金融	0.31%	3.63	8	蚂蚁聚宝	0.12%	23.54
4	随手记	0.26%	9.35	9	51信用卡管家	0.11%	16.85
5	京东金融	0.19%	10.65	10	卡牛信用卡管家	0.08%	11.57

金融理财类app活跃渗透率Top10



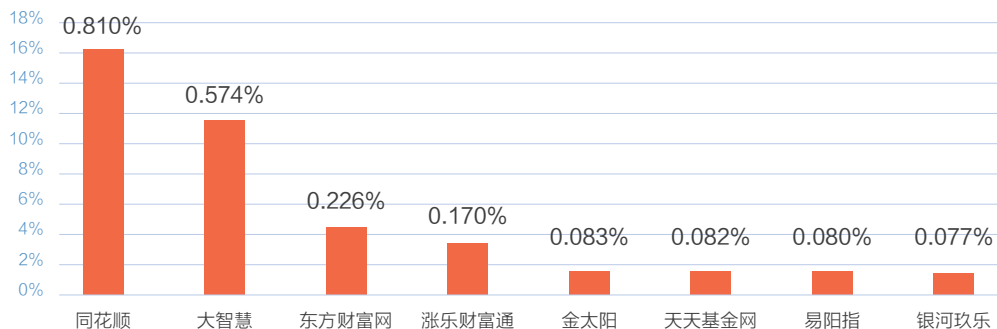
数据说明：排名依据app周活跃渗透率=app周活跃用户数/中国安卓市场周活跃用户数，

数据采集周期2016.9.26-2016.10.02 数据来源：libra

证券交易类app排行榜

排名	应用名	活跃渗透率	周人均打开次数	排名	应用名	活跃渗透率	周人均打开次数
1	同花顺	0.810%	27.900	5	金太阳	0.083%	48.852
2	大智慧	0.574%	33.904	6	天天基金网	0.082%	15.572
3	东方财富网	0.226%	50.033	7	易阳指	0.080%	43.389
4	涨乐财富通	0.170%	19.630	8	银河玖乐	0.077%	25.016

证券交易类app活跃渗透率



数据说明：排名依据app周活跃渗透率=app周活跃用户数/中国安卓市场周活跃用户数，

数据采集周期2016.9.26-2016.10.02 数据来源：libra

电子书类app排行榜

排名	应用名	活跃渗透率	周人均打开次数	排名	应用名	活跃渗透率	周人均打开次数
1	QQ阅读	1.62%	37.80	6	多看阅读	0.86%	15.41
2	掌阅iReader	1.57%	32.60	7	搜狗阅读	0.66%	39.18
3	宜搜小说	1.19%	51.06	8	咪咕阅读	0.35%	26.99
4	书旗小说	0.94%	27.66	9	百度阅读	0.27%	31.48
5	追书神器	0.88%	46.72	10	阅读王	0.23%	30.43

电子书类app活跃渗透率Top10



数据说明：排名依据app周活跃渗透率=app周活跃用户数/中国安卓市场周活跃用户数，
数据采集周期2016.9.26-2016.10.02 数据来源：libra

输入法类app排行榜

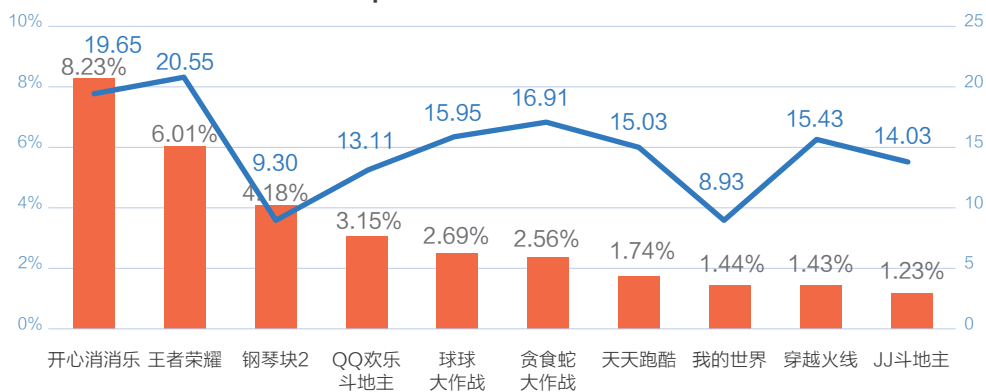
排名	应用名	排名	应用名
1	搜狗输入法（公开市场+小米版）	4	谷歌拼音输入法
2	百度手机输入法（公开市场+华为版+小米版+miv6）	5	章鱼输入法
3	讯飞输入法（公开市场+4G版）	6	qq输入法

Part 2 游戏排行榜

游戏排行榜Top10

排名	应用名	分类	发行商	国籍	排名	应用名	分类	发行商	国籍
1	开心消消乐	休闲游戏	HappyElement	中国	6	贪吃蛇大作战	休闲游戏	微派网络	中国
2	王者荣耀	动作游戏	腾讯	中国	7	天天酷跑	休闲游戏	腾讯	中国
3	钢琴块2	街机游戏	猎豹移动	中国	8	我的世界	街机游戏	Mojang	瑞典
4	QQ欢乐斗地主	卡牌游戏	腾讯	中国	9	穿越火线	动作游戏	腾讯	中国
5	球球大作战	动作游戏	巨人网络	中国	10	JJ斗地主	卡牌游戏	竞技世界	中国

游戏排行榜Top10 / 活跃渗透率&周人均打开次数



数据说明：排名依据app周活跃渗透率=app周活跃用户数/中国安卓市场周活跃用户数，数据采集周期2016.9.26-2016.10.02 数据来源：libra

开心消消乐依旧霸榜

2016年已经过去大半，和前文所说的大部分app榜一样，游戏榜的头把交椅位置没有改变，HappyElement开发的开心消消乐依旧排在榜单第一名，并且和第二名差距明显。从类型上看，开心消消乐是中国人最喜爱的休闲类游戏（详见猎豹全球智库《2016全球App发展报告》），而从内容看，开心消消乐玩法简单，适合所有年龄层的用户，或许开心消消乐的霸办之旅还会持续很长一段时间。

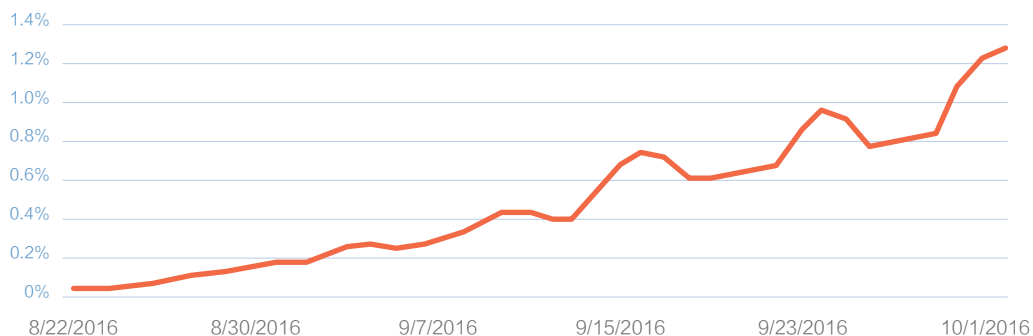
市场霸主还是腾讯

腾讯发行了Top10榜单中的王者荣耀、QQ欢乐斗地主、天天跑酷、穿越火线等4款游戏，类型涵盖休闲、动作、卡牌等。无论是作为发行商还是运营商，腾讯都有着丰富的经验，腾讯是目前中国手游市场当之无愧的第一。

贪吃蛇大作战：模仿者的后来居上

猎豹全球智库在《2016年4月全球App&Game涨幅榜》中，着重描述了美国市场的一款叫做“蛇蛇大作战”（slither.io）的游戏，这款游戏以多人多终端同时在线对战为卖点，上线并迅速取得了现象级的增长。当时中国也有玩家尝鲜试玩这款游戏，但是由于其服务器在美国，巨大的延时让多数玩家望而却步。

贪吃蛇大作战活跃渗透率走势



数据说明：app日活跃渗透率=app日活跃用户数/中国安卓市场活跃用户数 数据来源：libra

而榜单第 6 名的贪吃蛇大作战就是“蛇蛇大作战”（slither.io）的中国模仿者。贪吃蛇大作战继承了其前辈的一系列优秀特质，简单的玩法、多人对战的刺激、相互竞争的竞技排行等等元素，让这款游戏轻松成为爆款。贪吃蛇大作战上线之后，由于这些优秀的特质，加上毫无延时的畅快，很快得到中国玩家的追捧，一路高涨。

Part3 活跃飙升榜Top30

排名	应用名	分类	涨幅	排名	应用名	分类	涨幅
1	微锁屏	个性化	204.28%	16	来疯视频直播秀	媒体与视频	64.94%
2	魔秀桌面	个性化	194.36%	17	智慧树	教育	64.59%
3	家长通	教育	188.10%	18	百度输入法华为版	工具	64.12%
4	互动作业	教育	183.64%	19	掌通家园	社交	63.16%
5	一起作业学生端	教育	147.58%	20	可可英语	教育	58.91%
6	课后帮	社交	123.86%	21	海豹浏览器	工具	56.90%
7	作业帮	教育	109.51%	22	Wecut	摄影	53.85%
8	小猿搜题	教育	104.67%	23	章鱼输入法	工具	53.67%
9	阿凡题	教育	103.15%	24	SNOW	摄影	52.44%
10	超级课程表	教育	83.80%	25	QQ输入法	工具	52.37%
11	纳米盒	教育	81.70%	26	富聊	社交	48.99%
12	头条视频	媒体与视频	79.97%	27	AcFun	媒体与视频	48.21%
13	炫舞小灵通	工具	71.55%	28	趣头条	新闻杂志	44.61%
14	视吧	媒体与视频	70.68%	29	个性	社交	44.00%
15	韩剧TV	媒体与视频	65.48%	30	语文100分	教育	43.64%

注：1.榜单依据各app活跃渗透率分别在2016.8.22~2016.8.29的周活跃度和2016.9.26~2016.10.2两个数据区间内的活跃渗透率的涨幅计算的，且上涨前后均需进入中国app排行榜前2000，数据来源：libra
2.猎豹移动发行的工具类产品不计入榜单

开学啦！教育类app崛起的时刻

9月份,全国中小学迎来了2016~2017秋季学期的开学,因此教育类app的活跃度得到了很大程度的飙升。

涨幅榜的Top10中,有7款是教育类app。其中家长通是“一起作业”旗下的一款集教育资讯、家校沟通、学习辅导等功能于一体的家长,主要由学生家长使用。而互动作业,一起作业学生端,作业帮,小猿搜题、阿凡题等则主要由学生使用,这些app的主要功能在于解答学生课后的疑难问题,辅导学生作业,例如小猿搜题,就拥有拍照搜题的功能,所有题目拍照就能得到答案,这款app还曾被湖南卫视《天天向上》推荐使用,深受中小学生的喜欢。

课后帮,虽然被归类为社交app,但是这是一款专门针对中小學生设计的app,区别于其他教育类主题的应用课,课后帮主打的是通过一起交流,让青少年接触更大更广的生活空间。同时课后帮还有老师端和家長端,老师端可以通过app建立自己的班级,家長端可以通过,app来管理自己的孩子。随着9月份的开学,课后帮的活跃度也得到了极大的提升

细分市场依然存在发展空间

涨幅榜的第一,第二名或多或少也是受了开学,年轻用户活跃度上升的影响。

涨幅榜第一的微锁屏是一款第三方锁屏app,主打年轻用户,集合“简单实用”、“海量主题”、“内存占用低”等特点,尤其在手机美化方面,非常契合年轻用户核心需求。在第三季度,微锁屏涨幅超过200%。

而在媒体报道中,魔秀桌面更是被评为“00后最喜欢的桌面应用”,据相关资料显示,魔秀桌面是魔秀科技旗下的核心产品,为了更好解读年轻用户心理,魔秀科技相继推出了“麦哲伦”、“北斗”、“天眼”、等项目,通过大数据,将年轻用户喜欢个性主题产品被更多的发掘出来,契合消费心理,提升了用户粘性。

附录 1

app完整榜单Top200

(注: 1.榜单依据各app周活跃渗透率进行排名, 数据截止2016年10月2日, 数据来源: libra

2.应用市场类App不包含在本榜单中

3.由于数据是统计App前台的活跃度, 因此对输入法类大多在后台调用的App会存在一定程度的低估。输入法类App不计入总榜之中。

4.猎豹移动发行的工具类产品不记入榜单)

排名	应用名	活跃渗透率	周人均打开次数	排名	应用名	活跃渗透率	周人均打开次数
1	微信	80.65%	167.05	31	天天快报	4.61%	23.11
2	QQ	52.77%	122.31	32	美图秀秀	4.05%	16.91
3	Wifi万能钥匙	27.41%	13.65	33	QQ空间	3.97%	22.92
4	淘宝	18.55%	56.04	34	酷我音乐播放器	3.93%	16.47
5	QQ浏览器	17.84%	16.47	35	一点资讯	3.47%	28.01
6	爱奇艺	17.67%	24.36	36	美团	3.28%	16.68
7	腾讯手机管家	16.86%	12.28	37	芒果TV	3.02%	14.32
8	酷狗音乐	15.92%	19.95	38	小米智能家居	2.73%	3.69
9	今日头条	15.13%	49.12	39	作业帮	2.61%	20.27
10	腾讯视频	15.11%	22.41	40	乐视视频	2.56%	16.59
11	手机百度	13.50%	18.32	41	陌陌	2.53%	89.11
12	支付宝	12.44%	15.43	42	腾讯WiFi管家	2.53%	8.21
13	uc浏览器	11.83%	21.39	43	wps office + pdf	2.52%	9.99
14	qq音乐	11.29%	20.79	44	手机京东	2.42%	27.69
15	优酷视频	10.88%	20.18	45	百度云网盘	2.37%	21.97
16	腾讯新闻	10.11%	74.78	46	搜狗搜索	2.17%	26.79
17	微博	8.00%	48.89	47	PP助手	2.10%	9.79
18	全民K歌	7.08%	50.15	48	暴风影音	2.07%	26.22
19	百度手机助手	6.96%	9.43	49	滴滴出行	2.01%	20.83
20	百度地图	6.80%	5.80	50	触宝电话	1.96%	26.90
21	快手	6.69%	127.76	51	天气通	1.95%	7.28
22	360手机卫士	6.20%	27.37	52	青柠桌面	1.89%	241.22
23	KingRoot授权管理	5.67%	37.26	53	唯品会	1.84%	21.77
24	微锁屏	5.52%	146.42	54	搜狐新闻	1.82%	10.73
25	高德地图	5.49%	7.60	55	百度手机卫士	1.79%	12.71
26	360手机助手	5.28%	11.16	56	搜狗号码通	1.73%	19.77
27	墨迹天气	5.16%	8.71	57	360清理大师	1.72%	9.09
28	魔秀桌面	4.83%	268.42	58	百度浏览器	1.68%	12.61
29	美颜相机	4.77%	14.21	59	搜狐视频	1.64%	16.67
30	51万年历	4.74%	5.71	60	QQ阅读	1.62%	37.80

排名	应用名	活跃渗透率	周人均打开次数
61	360浏览器	1.61%	14.92
62	乐安全	1.56%	11.18
63	掌阅iReader	1.56%	32.60
64	快看漫画	1.54%	20.86
65	哔哩哔哩动画	1.52%	32.10
66	网易新闻	1.49%	16.53
67	最美天气	1.46%	7.56
68	掌上英雄联盟	1.40%	35.34
69	头条视频	1.40%	14.95
70	聚力视频	1.39%	24.82
71	百度贴吧	1.34%	53.77
72	喜马拉雅	1.34%	13.08
73	铃声多多	1.33%	5.50
74	内涵段子	1.31%	25.86
75	qq邮箱	1.30%	6.82
76	中华万年历	1.29%	68.79
77	搜狗手机助手	1.28%	7.26
78	迅雷	1.25%	28.39
79	百度卫士极客版	1.24%	11.27
80	土豆视频	1.24%	17.03
81	微桌面	1.23%	140.54
82	天猫	1.23%	26.17
83	影视大全	1.22%	24.32
84	网易云音乐	1.20%	43.20
85	小猿搜题	1.20%	15.95
86	天天P图	1.19%	13.32
87	宜搜小说	1.19%	51.06
88	小米生活	1.19%	3.60
89	爱奇艺pps	1.18%	25.29
90	三星音乐	1.18%	6.44
91	360影视大全	1.16%	30.09
92	净化大师KingMaster	1.15%	5.81
93	QQ同步助手	1.15%	17.69
94	时光相册	1.13%	9.31
95	小米商城	1.12%	6.37

排名	应用名	活跃渗透率	周人均打开次数
96	易行天下	1.10%	7.51
97	SelfieCity潮自拍	1.09%	12.66
98	中国建设银行	1.06%	6.70
99	QQ安全中心	1.02%	8.32
100	NearMe云笔记	1.02%	4.08
101	美拍	1.00%	27.84
102	农行掌上银行	0.99%	4.31
103	58同城	0.98%	21.64
104	书旗小说	0.94%	27.66
105	QQ轻聊版	0.93%	27.70
106	追书神器	0.88%	46.72
107	蘑菇街	0.87%	36.50
108	多看阅读	0.86%	15.41
109	葫芦侠	0.81%	21.85
110	同花顺	0.81%	27.90
111	去哪儿旅行	0.80%	14.61
112	中国移动手机营业厅	0.79%	9.63
113	江苏移动掌厅客户端	0.75%	7.59
114	大众点评	0.73%	12.97
115	饿了么	0.73%	19.34
116	凤凰新闻	0.72%	21.01
117	百度视频	0.71%	20.55
118	咪咕视频	0.68%	6.95
119	平安好医生	0.68%	29.98
120	搜狗阅读	0.66%	39.18
121	映客直播	0.66%	25.94
122	中国工商银行	0.65%	8.73
123	米聊	0.65%	25.07
124	绿茶浏览器	0.64%	9.43
125	新浪新闻	0.64%	10.07
126	影音先锋	0.64%	27.90
127	搜狗浏览器	0.64%	13.37
128	平安WiFi	0.63%	29.52
129	faceu	0.63%	7.13
130	多米音乐	0.63%	8.79

排名	应用名	活跃渗透率	周人均打开次数
131	工银融e联	0.62%	9.87
132	百度糯米	0.62%	10.09
133	虎牙直播	0.61%	25.09
134	有道词典	0.61%	11.12
135	YY直播	0.61%	33.98
136	九游游戏中心	0.60%	7.94
137	快牙Zapya	0.60%	9.41
138	驾考宝典	0.59%	16.57
139	2345天气王	0.59%	7.92
140	中国联通手机营业厅	0.58%	9.77
141	Autohome汽车之家	0.58%	29.95
142	大智慧	0.57%	33.90
143	懒人听书	0.57%	26.25
144	电信营业厅	0.57%	7.03
145	一起作业学生端	0.57%	15.34
146	闲鱼	0.54%	39.68
147	携程旅行	0.54%	17.74
148	斗鱼	0.54%	30.86
149	安徽移动手机营业厅	0.52%	16.85
150	唱吧	0.52%	47.51
151	灵犀语音助手	0.52%	6.25
152	折800	0.51%	19.27
153	学霸君	0.51%	9.90
154	和我信	0.50%	23.31
155	美柚大姨妈月经期助手	0.49%	18.38
156	中央天气预报	0.47%	7.01
157	酷划	0.47%	132.47
158	91桌面	0.47%	139.30
159	蜻蜓fm	0.46%	14.24
160	广东移动手机营业厅	0.46%	13.35
161	探探	0.45%	52.11
162	邮储银行	0.44%	6.09
163	驾校一点通	0.44%	16.83
164	腾讯地图	0.43%	6.80
165	美团外卖	0.42%	17.85

排名	应用名	活跃渗透率	周人均打开次数
166	360云盘	0.41%	17.76
167	浙江移动手机营业厅	0.41%	8.73
168	腾讯动漫	0.41%	25.17
169	广西移动	0.41%	10.25
170	招商银行	0.40%	8.79
171	风行视频	0.40%	19.33
172	卷皮折扣	0.40%	29.76
173	苏宁易购	0.40%	14.16
174	Sense Home 桌面	0.40%	248.83
175	宝宝树孕育	0.40%	17.24
176	影视大全	0.39%	16.75
177	滴滴司机	0.39%	99.26
178	平安金管家	0.39%	23.50
179	Uber	0.38%	11.21
180	虾米音乐	0.38%	16.26
181	百度音乐播放器	0.37%	10.56
182	河南移动手机营业厅	0.37%	16.77
183	金山词霸	0.37%	14.31
184	互动作业	0.36%	15.37
185	富聊	0.36%	31.33
186	in	0.36%	17.28
187	超级课程表	0.36%	17.19
188	鲁大师安卓版	0.36%	23.00
189	联想云服务	0.36%	2.04
190	授权管理	0.36%	11.44
191	有信电话	0.36%	20.04
192	拼多多	0.35%	16.62
193	WiFi万能密码	0.35%	8.71
194	四川移动掌上营业厅	0.35%	14.33
195	咪咕阅读	0.35%	26.99
196	小米直播	0.35%	9.23
197	山东移动掌上营业厅	0.34%	14.85
198	小伴龙	0.33%	11.69
199	楚楚街	0.33%	28.19
200	和通讯录	0.33%	20.09

附录 2

游戏完整榜单Top50

(注: 1.榜单依据各game周活跃渗透率进行排名, 数据截止2016年10月2日, 数据来源: libra。)

排名	应用名	分类	排名	应用名	分类
1	开心消消乐	休闲游戏	26	天天炫斗	角色扮演游戏
2	王者荣耀	动作游戏	27	火影忍者(腾讯)	动作游戏
3	钢琴块2	街机游戏	28	单机斗地主(边锋网络)	桌面和棋类游戏
4	QQ欢乐斗地主	桌面和棋类游戏	29	消灭糖果星星	休闲游戏
5	星球大作战	动作游戏	30	天天飞车	竞速游戏
6	贪吃蛇大作战	休闲游戏	31	水果忍者	街机游戏
7	天天酷跑	休闲游戏	32	JJ比赛	桌面和棋类游戏
8	我的世界	街机游戏	33	保卫萝卜2	策略游戏
9	穿越火线-枪战王者	动作游戏	34	单机斗地主(联众互动)	桌面和棋类游戏
10	JJ斗地主	桌面和棋类游戏	35	欢乐斗牛(腾讯)	卡牌游戏
11	天天爱消除	休闲游戏	36	全民突击	射击游戏
12	部落冲突	策略游戏	37	消灭星星3最新版	休闲游戏
13	宾果消消乐	休闲游戏	38	军棋	桌面和棋类游戏
14	mon talking tom	休闲游戏	39	波克棋牌游戏	桌面和棋类游戏
15	my talking angela	休闲游戏	40	小米斗地主	桌面和棋类游戏
16	subway surfers	街机游戏	41	虫虫大作战	休闲游戏
17	欢乐麻将全集	卡牌游戏	42	欢乐升级	桌面和棋类游戏
18	节奏大师	音乐游戏	43	途游斗地主	桌面和棋类游戏
19	神庙逃亡2	动作游戏	44	雷霆战机	模拟游戏
20	奇迹暖暖	休闲游戏	45	皇室战争	策略游戏
21	PopStar! 消灭星星	休闲游戏	46	皮皮四川麻将	桌面和棋类游戏
22	保卫萝卜3	休闲游戏	47	全民超神	动作游戏
23	中国象棋	桌面和棋类游戏	48	小黄人快跑	休闲游戏
24	全民飞机大战	动作游戏	49	slither.io	动作游戏
25	QQ中国象棋	桌面和棋类游戏	50	腾讯桌球	体育游戏

数据说明:

1、2016年8月22日猎豹移动大数据平台libra(原名appinsight)正式启用新数据源,数据来源更广,数据量级大幅提升。切换后的数据维度更多,涵盖日活、周活、月活、新增安装率、留存率等,将更加全面、准确地反映移动app市场的情况,猎豹全球智库将在此基础上为大家提供更权威、详实的移动互联网行业报告。

2、除特别标注以外,数据来源于猎豹移动全球34.64亿安装、6.12亿月度活跃用户;

3、数据为猎豹产品日常功能收集,符合相关法律法规;

4、libra数据受到猎豹产品的用户规模、分布影响,只适用于安卓平台。

libra(原名appinsight)是猎豹移动打造的全球领先的安卓大数据分析平台,以覆盖全球近50%的Android用户作为研究样本,以猎豹移动的大数据技术为依托,进行用户数据的深度挖掘和分析,通过分析报告、数据产品及个案研究等形式,向使用者揭示全球移动互联网市场的变化和趋势。

猎豹全球智库

猎豹全球智库是猎豹移动旗下的移动互联网研究机构，围绕大数据报告、内容传播、活动峰会三部分，展开移动互联网与大数据分析。

猎豹移动是全球第三大的移动应用开发商，致力于为全球的移动用户提供更快速，更易用，更安全的移动互联网体验。截至 2016 年 6 月，猎豹移动产品在全球范围内安装量达 34.64 亿，全球移动端月活跃用户高达 6.12 亿。公司核心产品包括猎豹清理大师（Clean Master），猎豹安全大师（CM Security），金山电池医生（Battery Doctor）、猎豹锁屏大师（CM Locker）、Photo Grid、金山毒霸（Duba Anti-virus）、钢琴块 2、Live.me、News Republic 等。2015 年 6 月，猎豹移动发布了中国首个面向全球的移动广告平台——猎豹广告平台，为实现全球领先的移动广告平台的战略目标迈出了重要一步。

在海量用户基础上，猎豹移动研发了一系列大数据产品，如 libra 等。以数据产品为依托，猎豹全球智库定期发布研究报告及分析文章，洞察全球移动互联网新趋势，为互联网从业者描绘大数据的商业版图；举办行业峰会与沙龙，网罗行业精英与资源，与众多互联网机构、企业、媒体建立长期伙伴关系。

libra

Libra 是猎豹移动打造的大数据分析平台，以覆盖全球近 50% 的 Android 用户作为研究样本，以猎豹移动的大数据技术为依托，进行用户数据的深度挖掘和分析，通过分析报告、数据产品及个案研究等形式，向使用者揭示全球移动互联网市场的变化和趋势。Libra 致力于帮助开发者，投资公司，营销人员及行业从业者，多维度、全方位的深入了解移动互联网市场历史及现状，洞察行业机会，伴随高速发展中的移动互联网市场快速成长。

欢迎访问 libra 官网：libra.cmcm.com

联系我们

邮箱: cgl@cmcm.com

网址: lab.cmcm.com

数据、内容、商务及媒体合作

请加微信: [rrrosa](https://www.wechat.com/p/rrrosa)

邮箱: rongrong@cmcm.com

联系人: 容荣

活动及会议合作

请加微信: [zhting84](https://www.wechat.com/p/zhting84)

邮箱: zhouting@cmcm.com

联系人: 周婷



微信公众账号



猎豹全球智库



