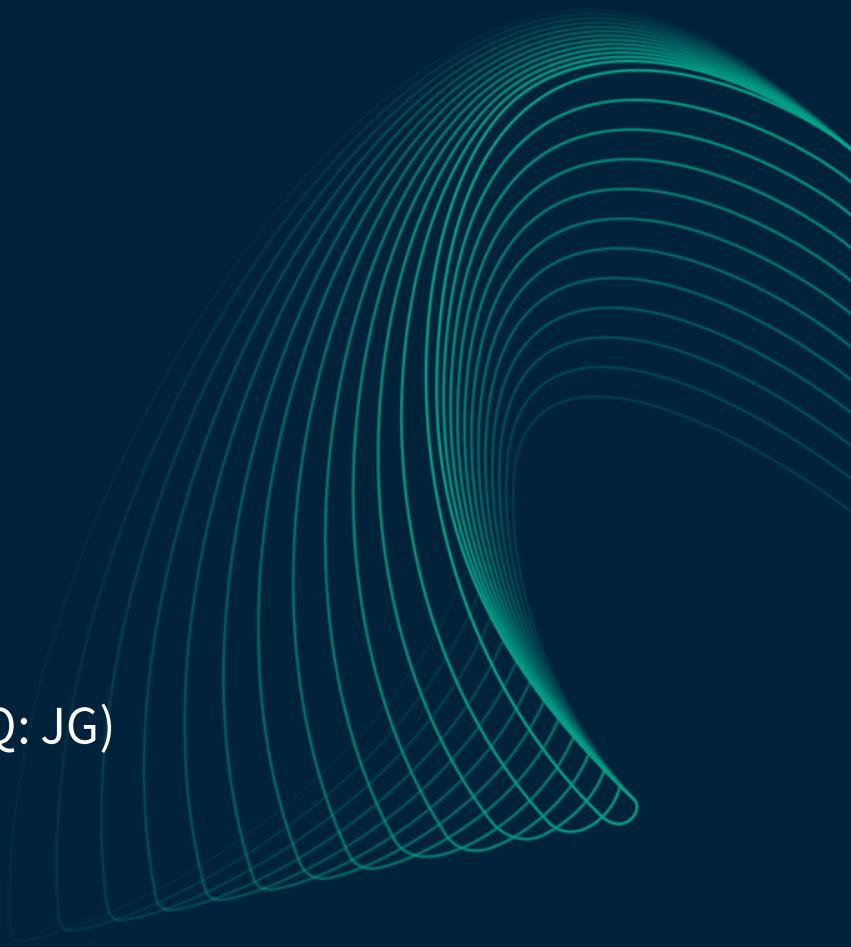
URORA 极光

电商新贵，裂变先锋

极光-拼多多监测数据全面解析



极光 (Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

2020.07

深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2020 粤ICP备12056275号-13

目录 CONTENTS

01 拼多多数据概览

02 拼多多关键趋势解读

03 拼多多用户质量透视

04 拼多多用户属性归纳

05 拼多多区位特征观察

06 拼多多流量扩展分析

深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2020 粤ICP备12056275号-13

01

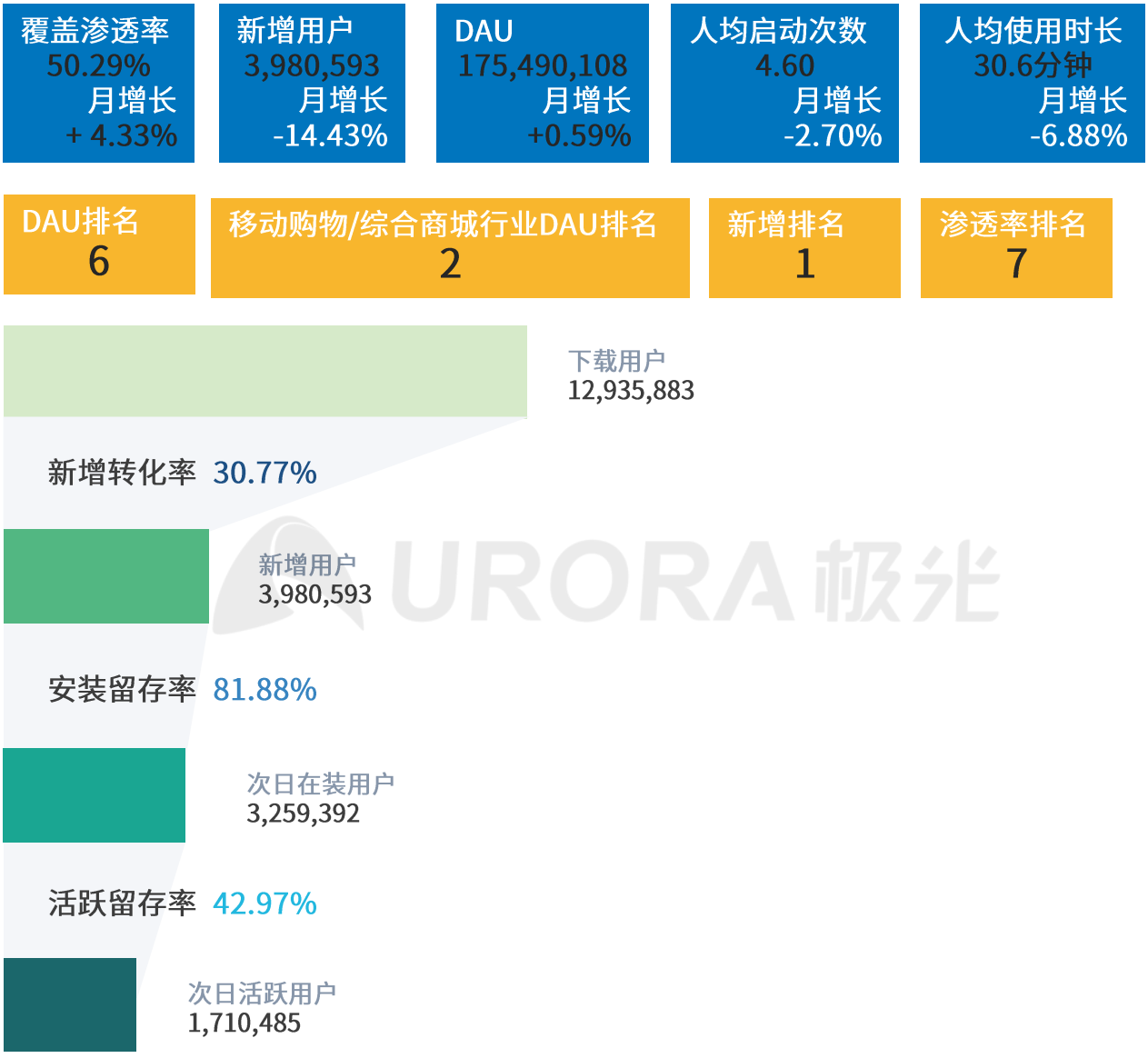
拼多多数据概览

深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2020 粤ICP备12056275号-13

拼多多数据全景图

- 截止2020年6月底，拼多多已上线超60个月，距离2018年7月上市也已经过去23个月，拼多多渗透率已达50.29%，位列全网第七，日活跃用户排名第六，在其一级行业（移动购物）和二级行业（综合商城）中都位列第二，仅次于淘宝；仅6月30日新增用户高达398万，位列全网新增第一
- 从用户转化漏斗图可以看到，拼多多新增转化率为30.77%，次日安装留存率和次日活跃留存率分别为81.88%和42.97%

数据时间 2020-06-30



数据来源：极光iAPP (Aurora Mobile, NASDAQ: JG) 2020.06

深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2020 粤ICP备12056275号-13

02

拼多多关键趋势解读

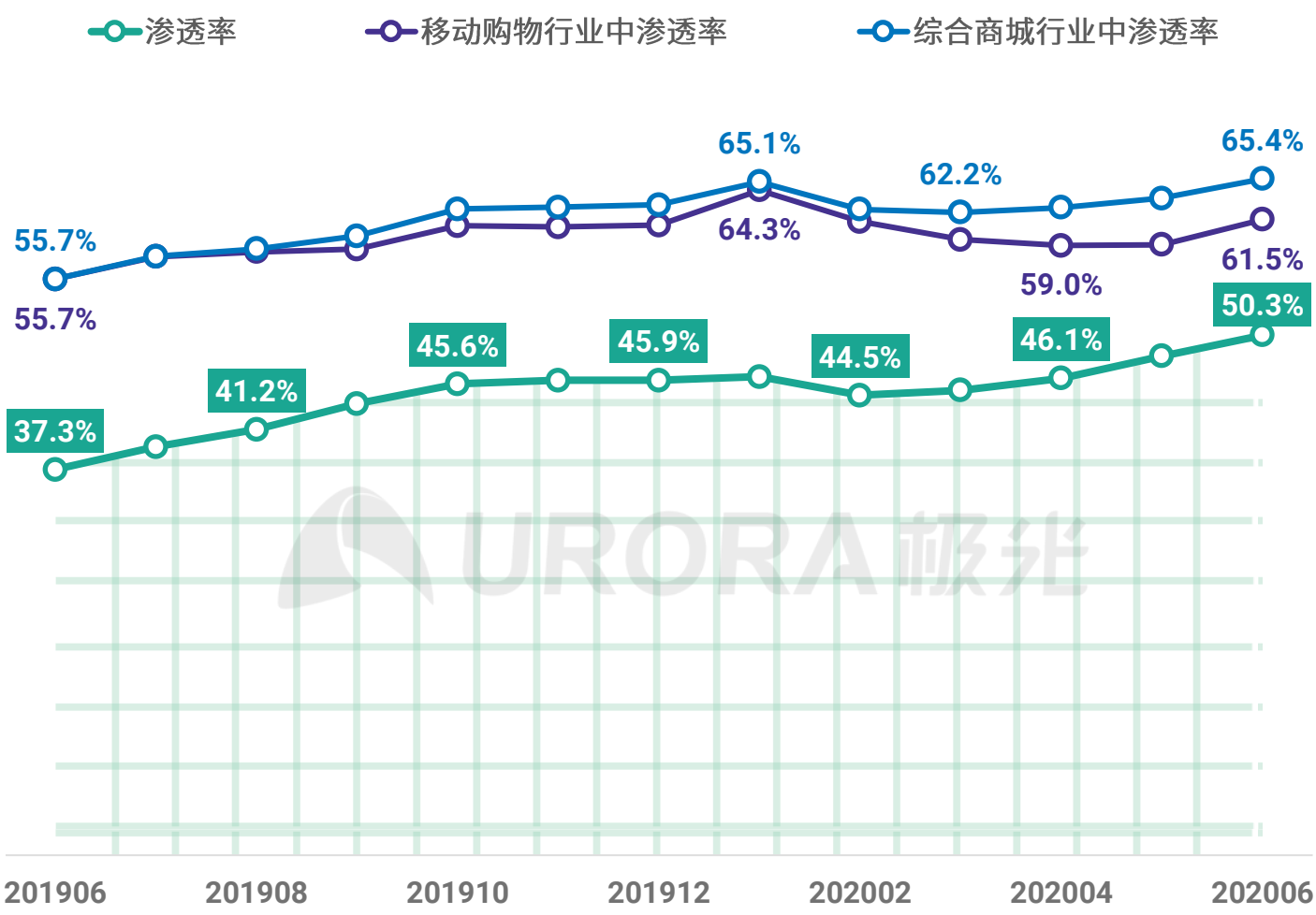
深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2020 粤ICP备12056275号-13

2020以来拼多多在综合商城行业中渗透率增速更快

- 2019年6月至今，拼多多渗透率持续上涨，2020年6月同比增长13%
- 自2020年2月以来，拼多多在二级行业（综合商城）中渗透率增幅大于在一级行业（移动购物）中的增幅



拼多多渗透率



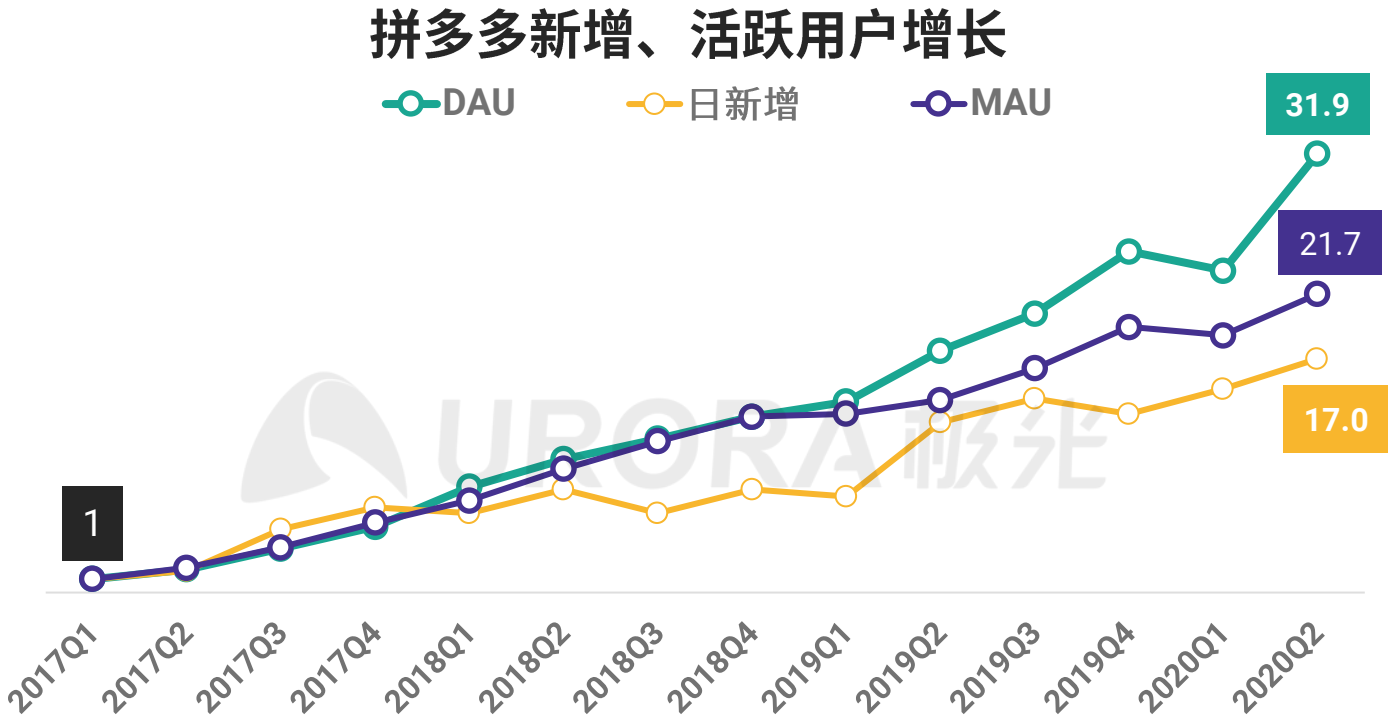
数据来源：极光iAPP (Aurora Mobile, NASDAQ: JG) 2019.06-2020.06

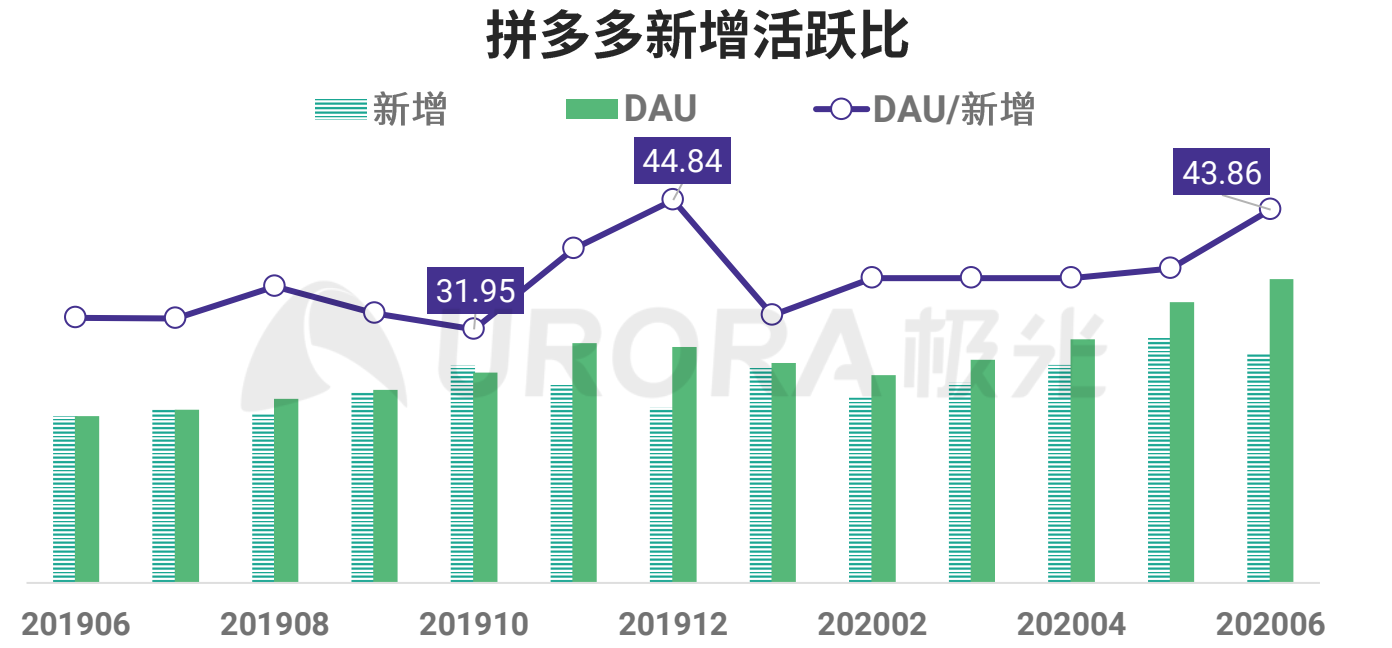
渗透率= 应用安装数/全网设备数

深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2020 粤ICP备12056275号-13

拼多多活跃、新增用户持续创新高

- 拼多多活跃新增用户增长迅速，日新增、日活、月活用户数2020年Q2较2017年Q1分别增长了17倍、31.9倍、21.7倍
- 在电商节时间周期附近（如2019年11-12月、2020年6月），会出现明显的DAU增长速率远高于新增用户增长的情况，最大差异出现在2019年12月





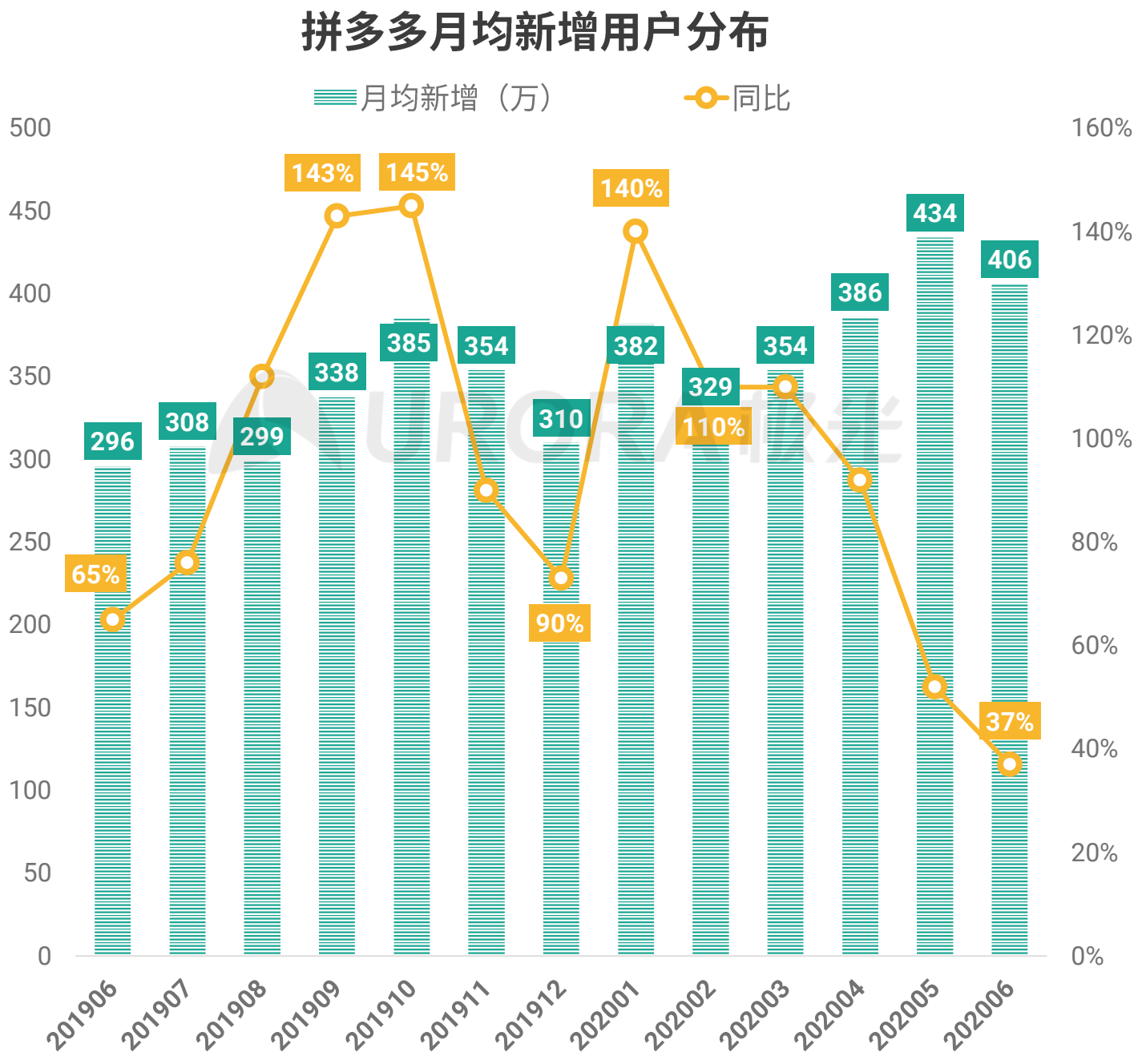
数据来源：极光iAPP (Aurora Mobile, NASDAQ: JG) 2017.01-2020.06

DAU、新增用户、MAU为增长倍数，以第一个数据为base

深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2020 粤ICP备12056275号-13

电商节前期月均新增达峰值

- 月均新增呈现周期性波动，在双十一、618等电商节的前期会出现上涨；2019年10月月均新增达385万，2020年5月月均新增434万
- 同比增幅也呈现周期性波动，最高增幅出现在2019年双十一前期的9月和10月，分别达到了143%和145%，而春节前也有140%的增幅，其后同比增幅开始下滑，到2020年6月月均新增同比增幅为37%

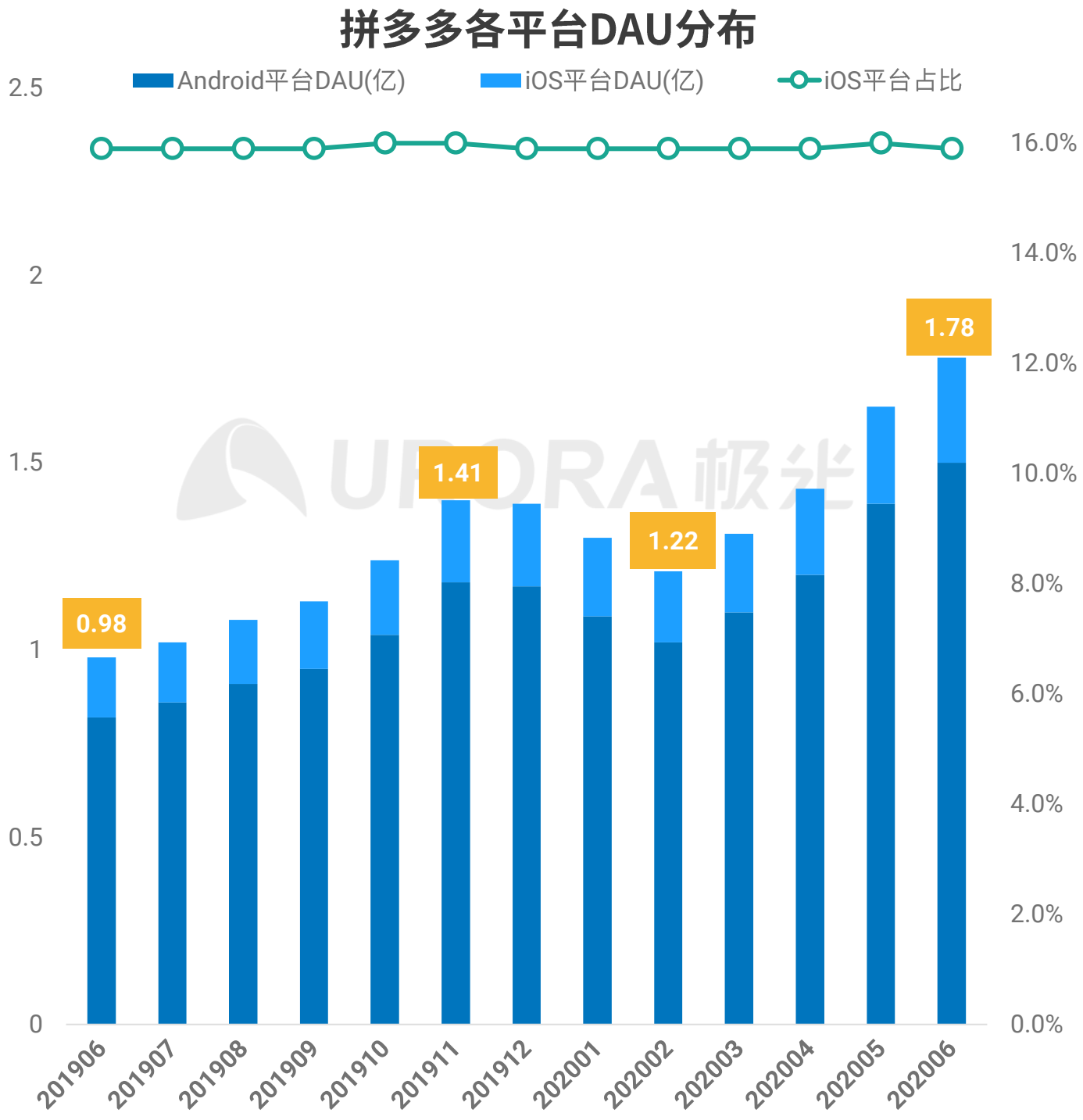


数据来源：极光iAPP (Aurora Mobile, NASDAQ: JG) 2019.06-2020.06

深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2020 粤ICP备12056275号-13

拼多多各平台月均DAU稳步上涨

- 拼多多iOS和Android的DAU分布稳定，iOS占比在16%左右浮动
- 截止2020年6月，拼多多月均DAU已达1.78亿，Android用户达1.5亿，iOS用户0.28亿
- 月均DAU同比2019年6月增长81.6%，较2019年11月增长26.2%，较2020年2月增长45.9%

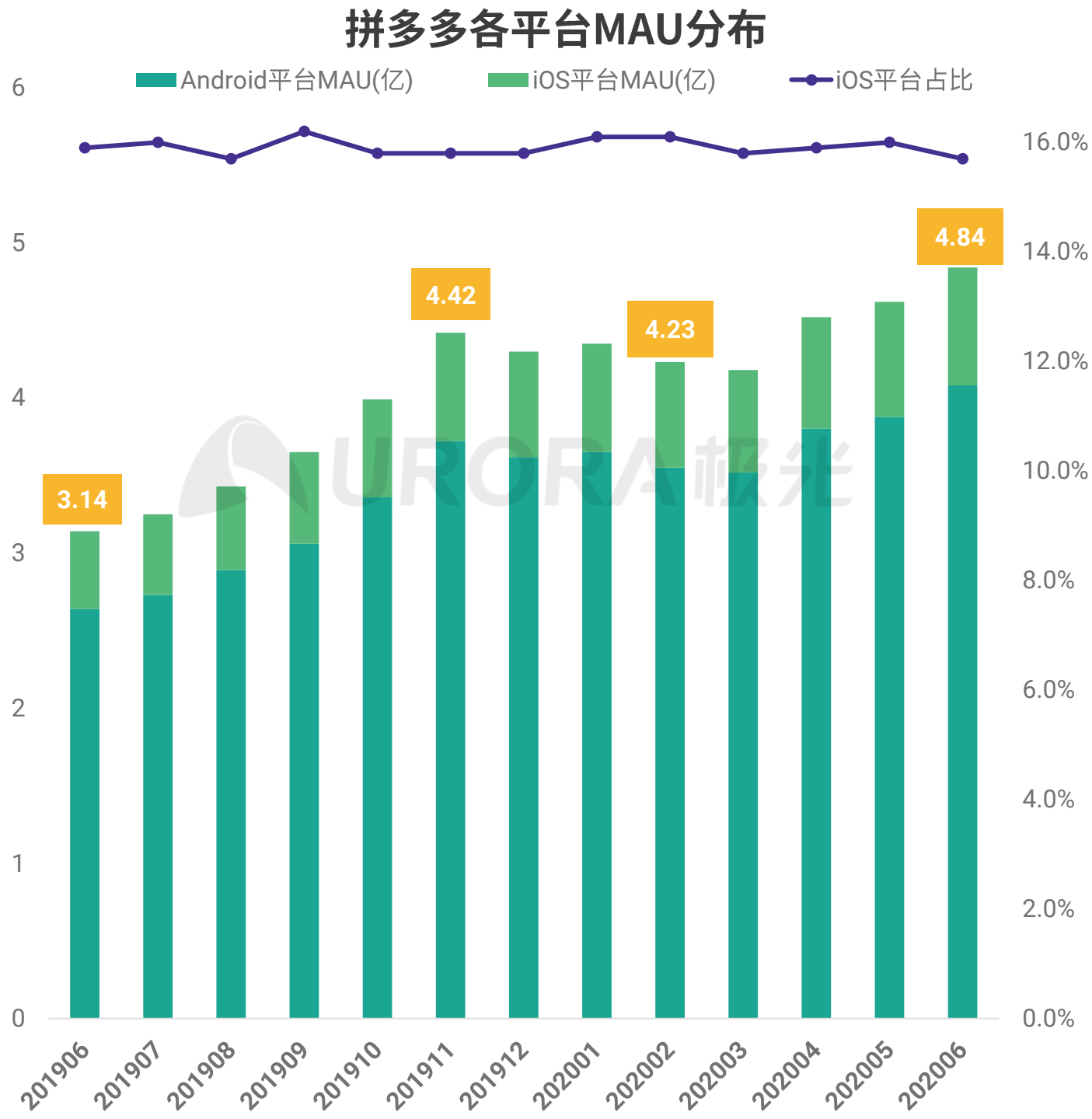


数据来源：极光iAPP (Aurora Mobile, NASDAQ: JG) 2019.06-2020.06

深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2020 粤ICP备12056275号-13

拼多多各平台月活跃稳步上涨

- 拼多多iOS和Android的MAU分布稳定，iOS占比在16%左右浮动
- 截止2020年6月，拼多多MAU已达4.84亿，Android用户达4.08亿，iOS用户0.76亿
- 总MAU同比2019年6月增长54.1%，较2019年11月增长9.5%，较2020年2月增长14.4%

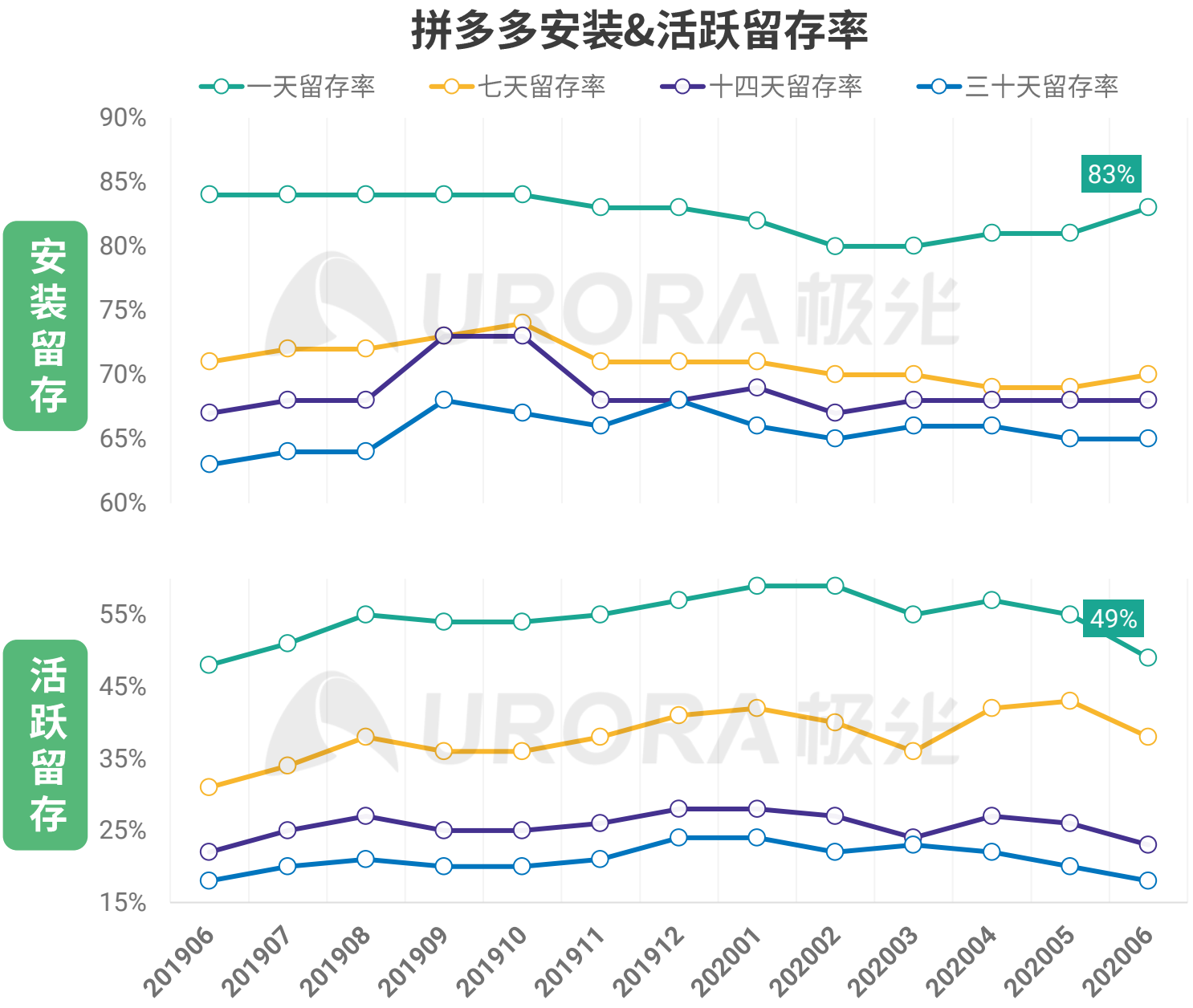


数据来源：极光iAPP (Aurora Mobile, NASDAQ: JG) 2019.06-2020.06

深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2020 粤ICP备12056275号-13

拼多多Q2活跃留存率下跌

- 拼多多安装次日留存率在2019年11月至2020年2月期间持续下跌，其后回暖上涨，安装十四天留存率在3月迎来上涨
- 拼多多次日活跃留存率最高出现在2020年1-2月，接近60%；活跃留存率整体在2020年Q2出现明显下跌，6月活跃次日留存率为49%，而安装次日留存率高达83%



数据来源：极光iAPP (Aurora Mobile, NASDAQ: JG) 2019.06-2020.06

留存率=在第N日仍未卸载（活跃）该APP的用户数)/统计日期新增用户数，以上留存率为月平均

深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2020 粤ICP备12056275号-13

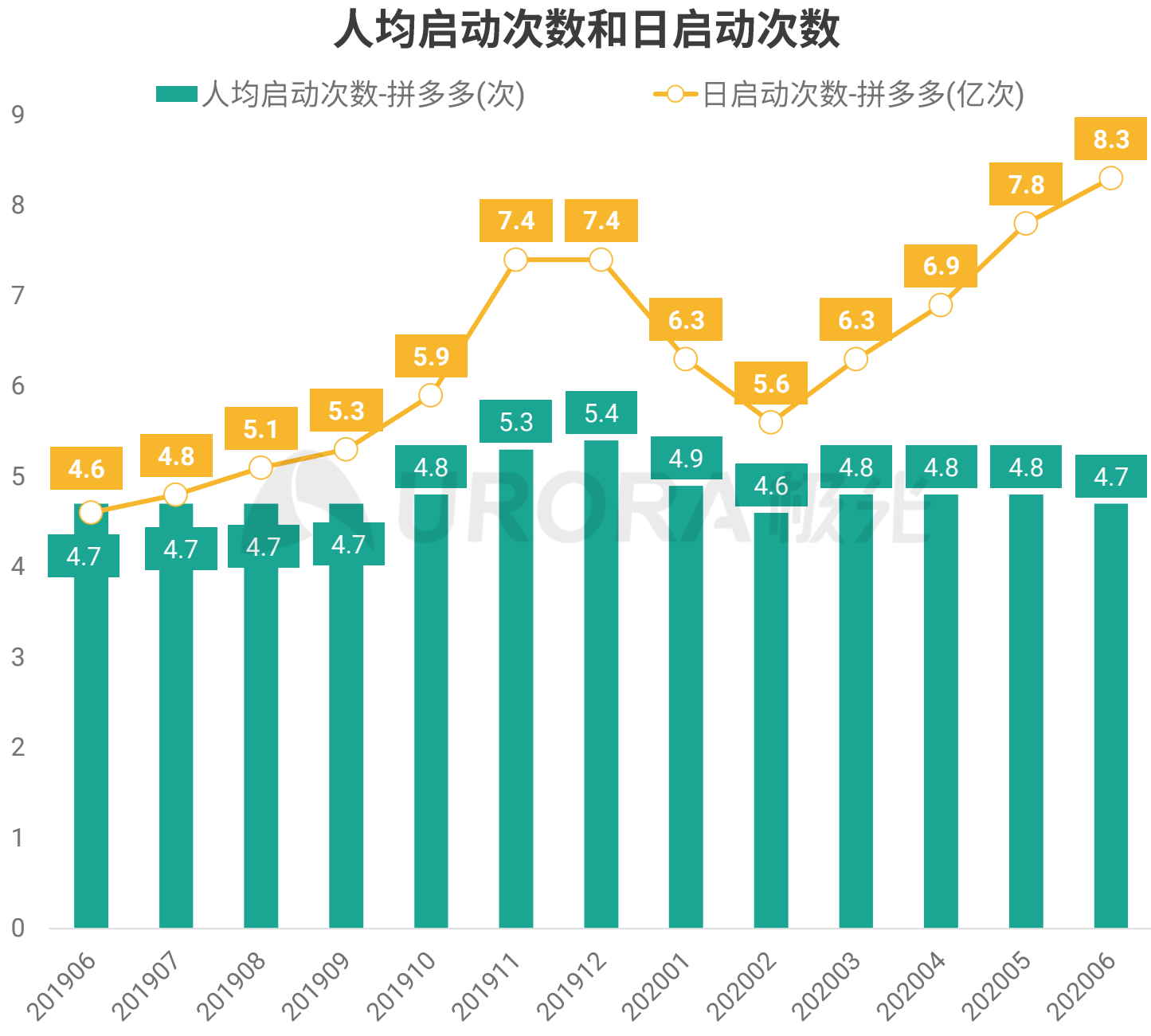
03

拼多多用户质量透视

深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2020 粤ICP备12056275号-13

拼多多启动次数稳步上涨

- 拼多多月均日启动次数实现稳步上涨，2020年6月同比上涨80%，达8.3亿次
- 人均使用次数高峰出现在2019年12月，为5.4次，较2019年6月增长14.9%



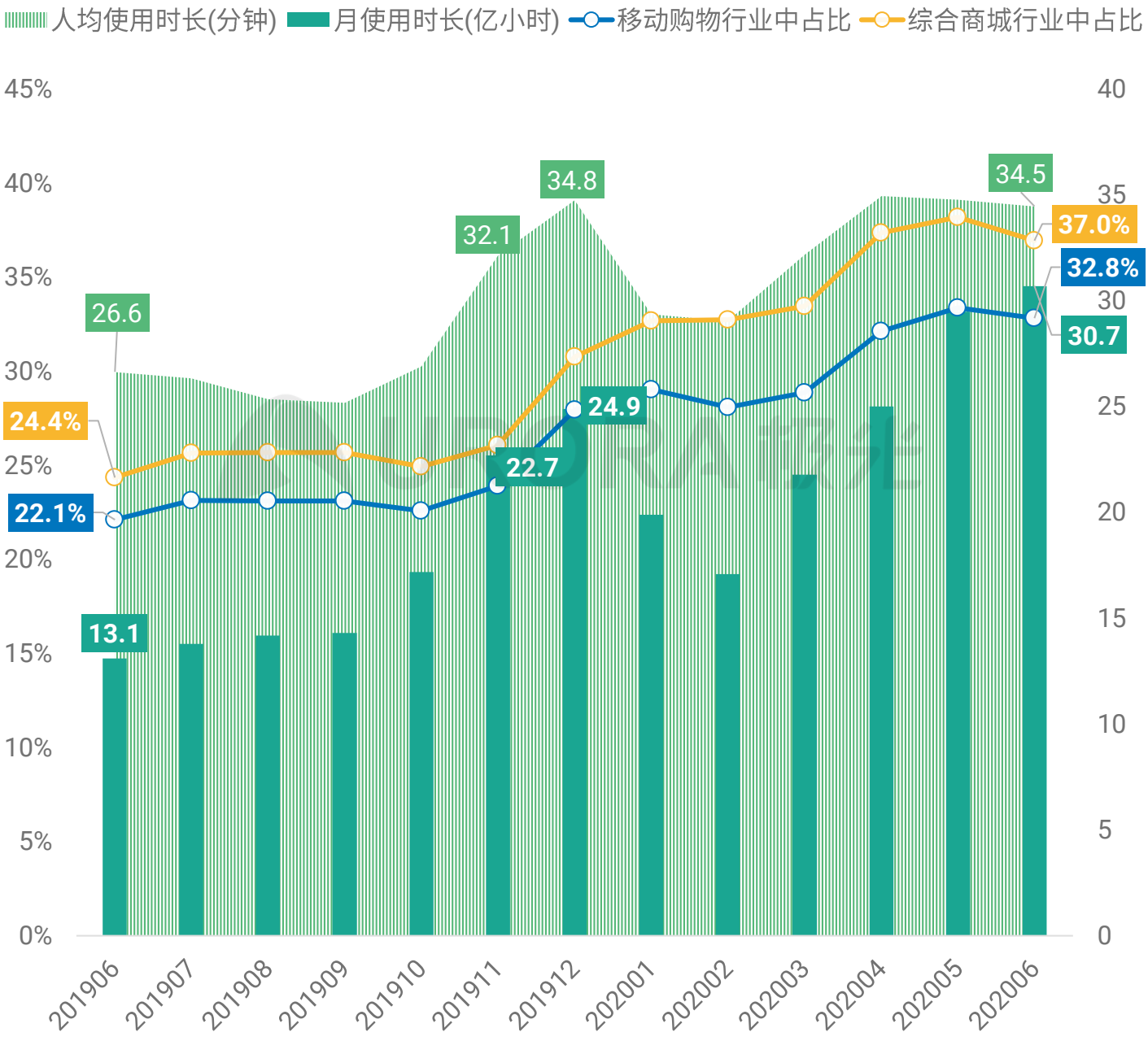
数据来源：极光iAPP (Aurora Mobile, NASDAQ: JG) 2019.06-2020.06

深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2020 粤ICP备12056275号-13

拼多多月使用时长大幅增长，在行业中占比不断提升

- 2020年6月，拼多多月使用时长超30亿小时，占一级行业（移动购物）的32.8%，占二级行业（综合商城）的37.0%
- 同比2019年6月，拼多多月使用时长增长135%，而在2020年2月后也实现高增长，达到6月份的峰值；人均使用时长走势与月使用时长相近，2020年6月达到人均34.5分钟
- 拼多多在其一二级行业的占比也不断增长，2020年6月同比分别增长10.7%和12.6%

拼多多用户使用时长分布



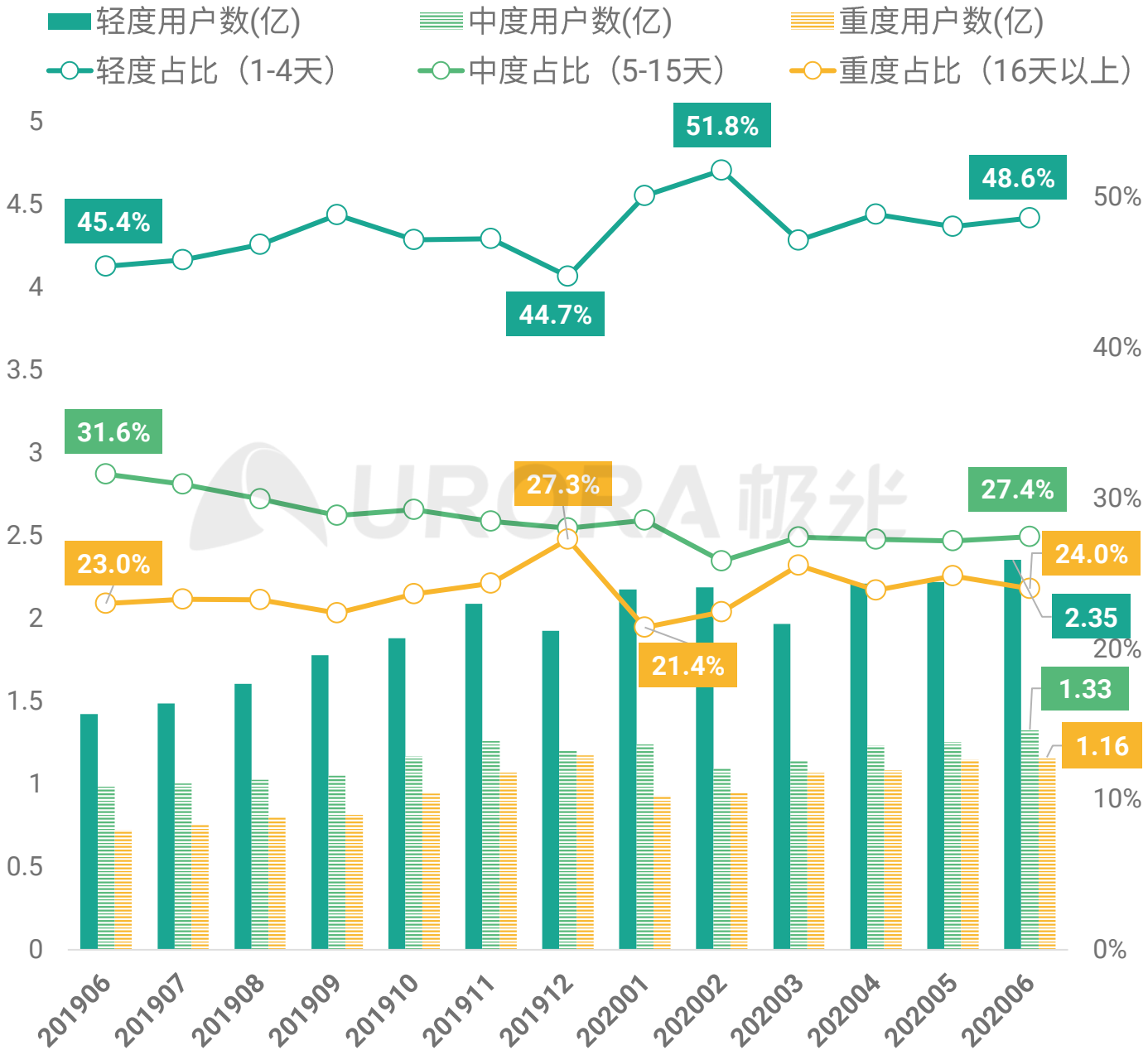
数据来源：极光iAPP (Aurora Mobile, NASDAQ: JG) 2019.06-2020.06

深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2020 粤ICP备12056275号-13

拼多多轻度用户占比上涨，重度用户规模超1亿

- 拼多多轻度用户占比在50%左右浮动，2020年2月轻度用户占比达51.8%，2020年1月期间重度用户从2019年12月的27.3%下跌到21.4%
- 截止2020年6月，拼多多轻中重度用户占比分别为48.6%、27.4%、24%，分别同比变动3.2%、-4.2%、1%
- 截止2020年6月，拼多多重度用户已达1.16亿，中度和轻度用户分别为1.33亿和2.35亿

拼多多活跃用户构成（按每月活跃天数划分）

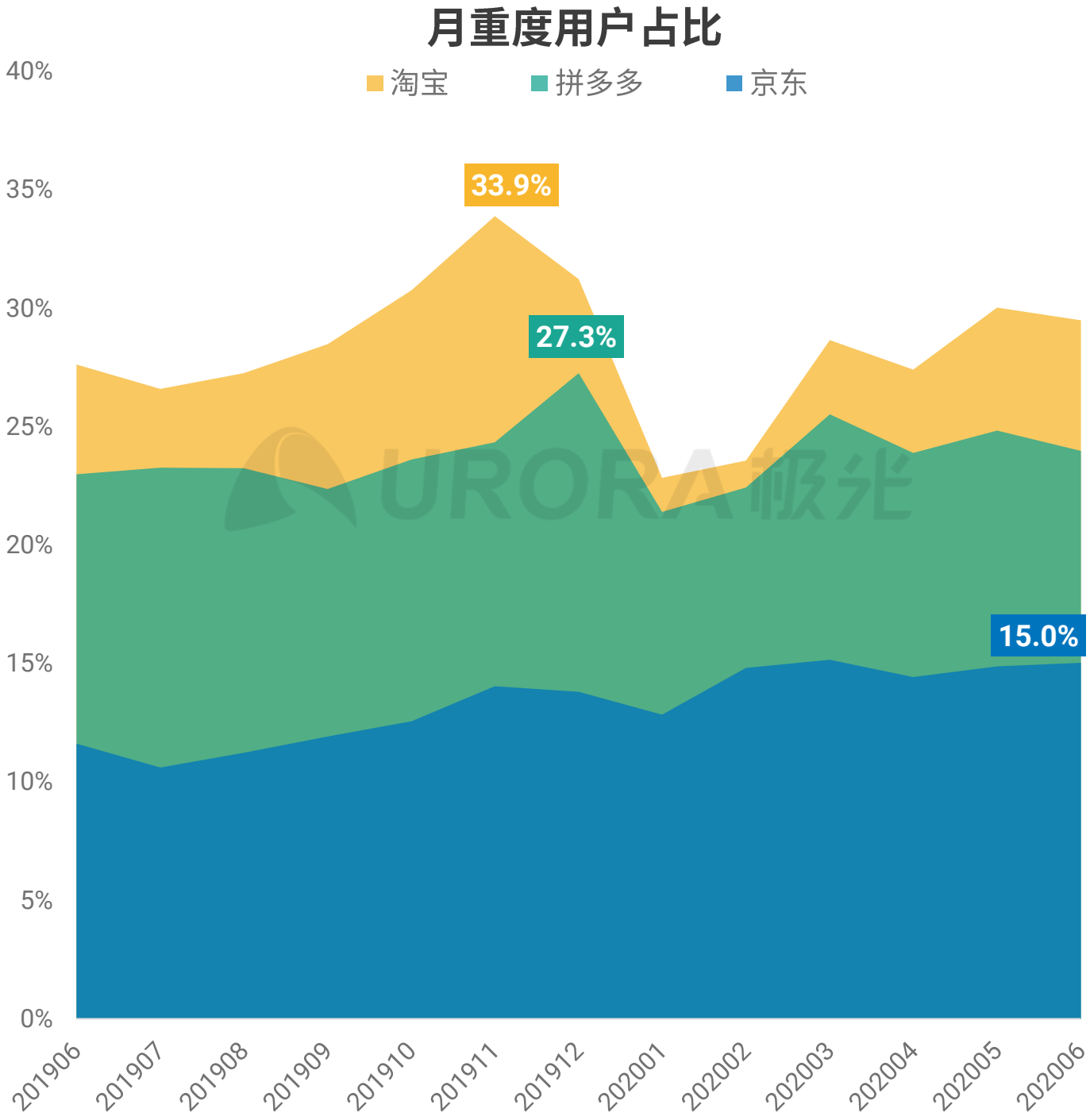


数据来源：极光iAPP (Aurora Mobile, NASDAQ: JG) 2019.06-2020.06

深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2020 粤ICP备12056275号-13

拼多多、淘宝、京东的重度用户占比峰值出现月份不同

- 淘宝、京东重度用户占比峰值的出现与主打电商节所在月份相关
- 淘宝月重度用户占比峰值出现在**2019年11月（双11电商节）**,达33.9%
- 拼多多月重度用户占比峰值出现在**2019年12月**，达27.3%
- 京东于**2020年6月（618电商节）**达到月重度用户占比峰值，为15.0%



数据来源：极光iAPP (Aurora Mobile, NASDAQ: JG) 2019.06-2020.06

深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2020 粤ICP备12056275号-13

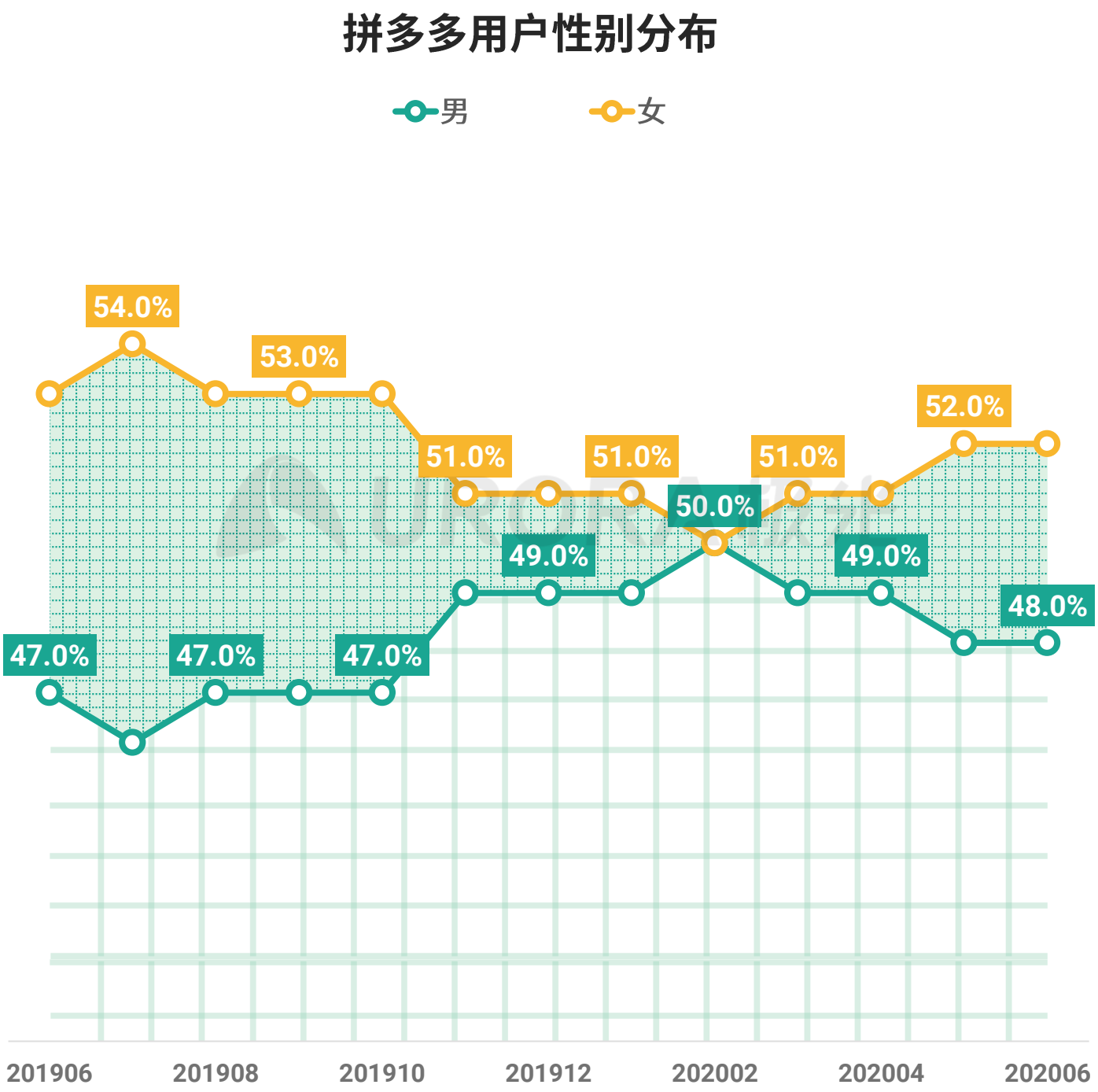
04

拼多多用户属性归纳

深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2020 粤ICP备12056275号-13

拼多多活跃用户男女比例均衡

- 自2019年6月至2020年2月期间，拼多多男女用户比例差异收窄，2020年2月份男女比例均衡
- 2020年2月后男女比例差异重现，2020年6月女性比例同比2019年6月下降1%



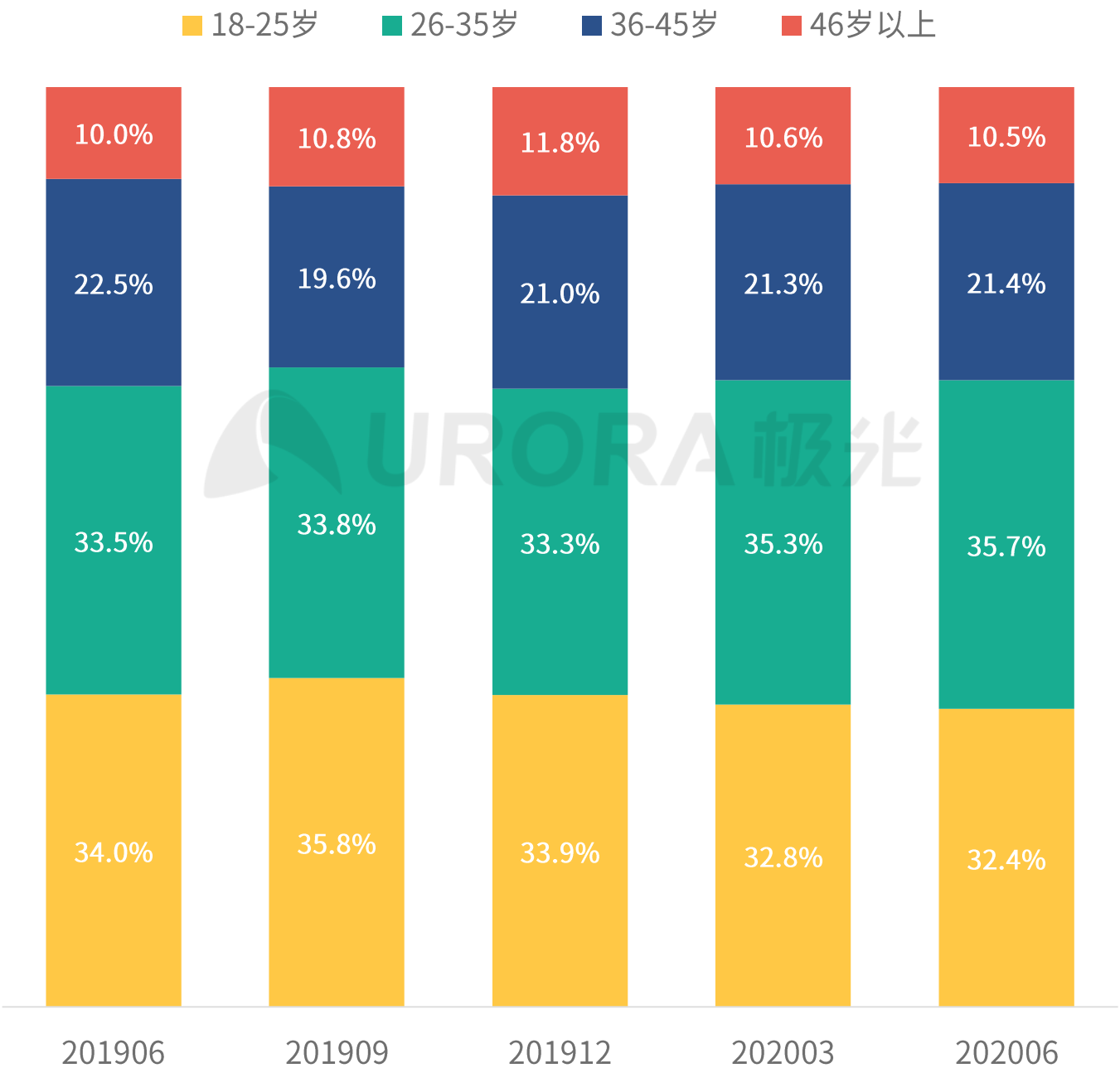
数据来源：极光iAPP (Aurora Mobile, NASDAQ: JG) 2019.06-2020.06

深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2020 粤ICP备12056275号-13

拼多多活跃用户中，中青年占比有增加趋势

- 拼多多活跃用户的结构仍较为年轻，18-35岁用户占比近7成；截止2020年6月，26-35岁用户占比环比增长2.2%，增幅最大；18-25岁用户占比自2019年9月后出现下滑，同比下降1.6%
- 拼多多46岁及以上用户占比峰值出现在重度活跃用户占比最高的2019年12月，其后出现回落，2020年6月同比增长0.5%

拼多多活跃用户年龄分布

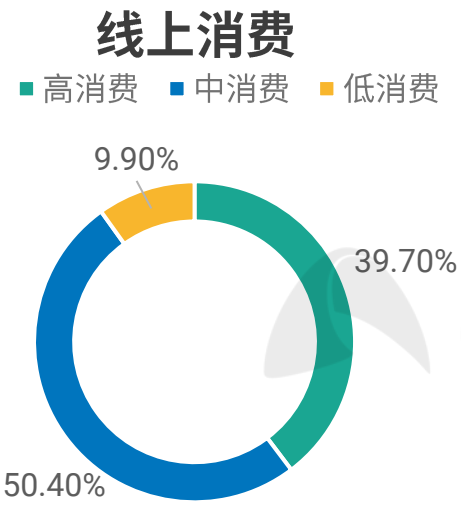


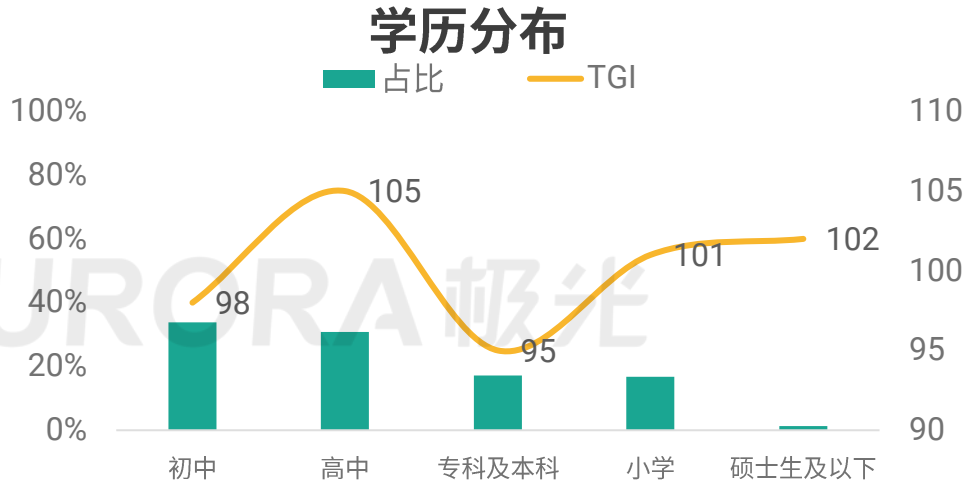
数据来源：极光iAPP (Aurora Mobile, NASDAQ: JG) 2019.06-2020.06

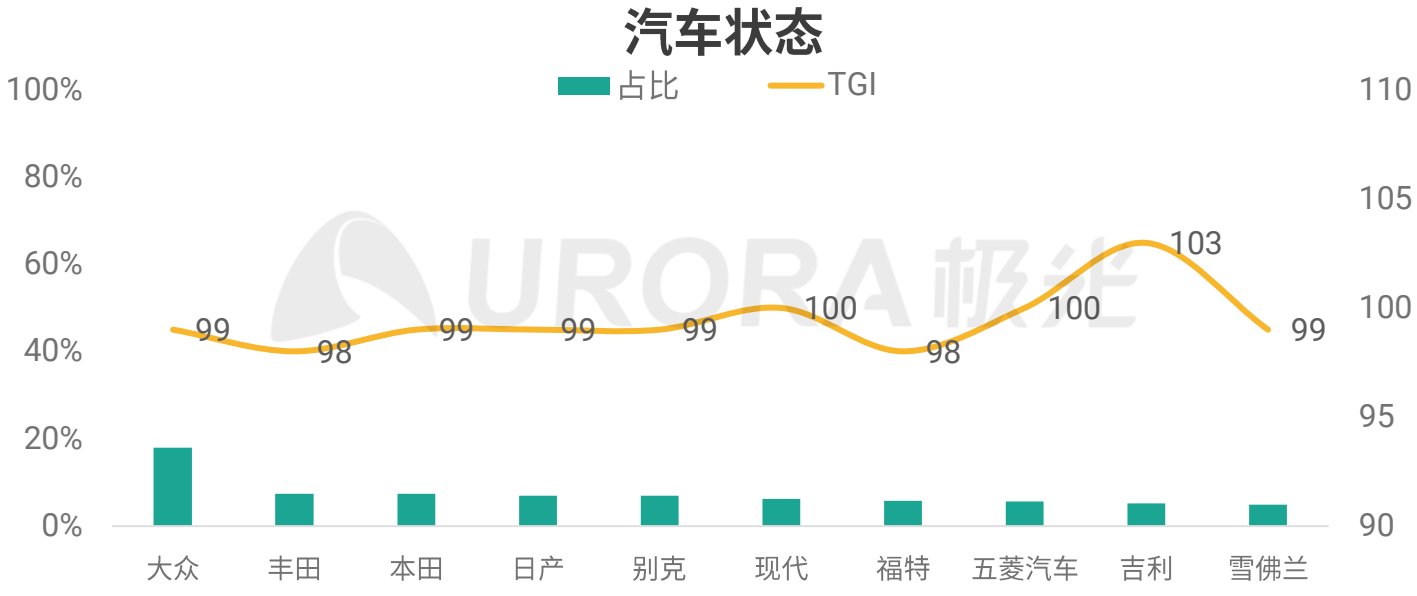
深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2020 粤ICP备12056275号-13

拼多多用户属性特征分散

- 和一般认知不同，拼多多的用户中有较多的中高消费群体。其中中等消费水平群体占比超过50%
- 拼多多用户学历分布较为分散，高中、小学、高学历用户TGI分别为105、101、102，高于全网平均占比
- 从已知的17.5%车型数据中，吉利品牌的TGI为103，高出全网平均水平







数据来源：极光iAPP (Aurora Mobile, NASDAQ: JG) 2020.06

深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2020 粤ICP备12056275号-13

58同城和优酷成为价值媒介推荐

- 通过价值媒介得分，58同城和优酷成为拼多多价值媒介推荐，是推荐的导流媒介；拼多多用户使用应用Top 10基本为国民级大应用，微信、支付宝和淘宝成为Top 3

价值媒介推荐



价值152　占比30.3%



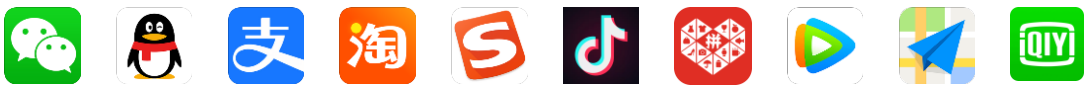
价值151　占比45.5%

应用分布Top 10

拼多多用户中应用渗透率排名

微信	99.1%	1	6	62.8%	搜狗输入法
支付宝	87.0%	2	7	62.0%	百度
手机淘宝	81.0%	3	8	59.8%	腾讯视频
QQ	76.8%	4	9	59.0%	QQ浏览器
抖音短视频	75.0%	5	10	57.5%	高德地图

行业大盘的Top 10排名：



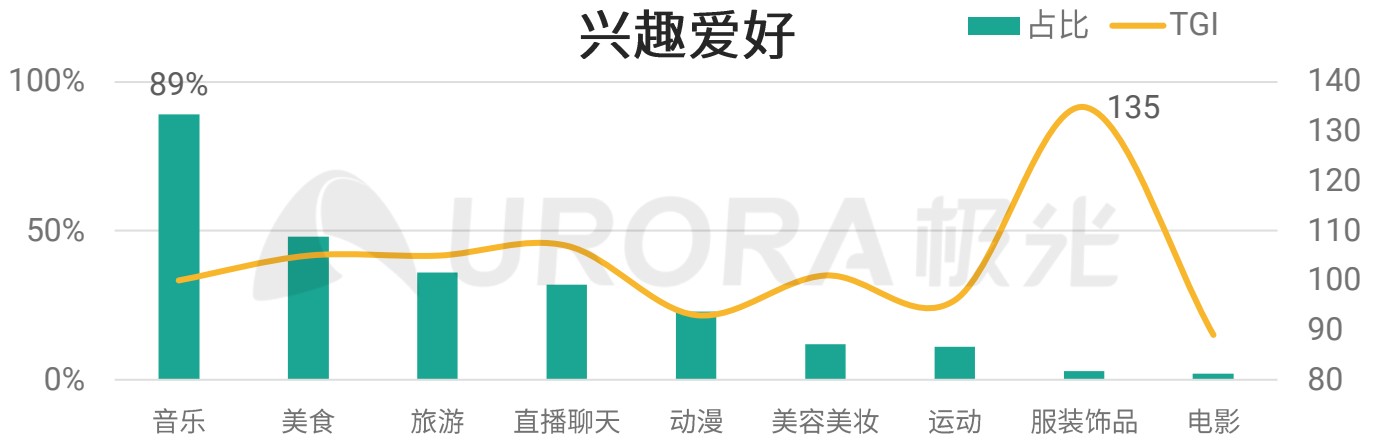
数据来源：极光iAPP (Aurora Mobile, NASDAQ: JG) 2020.06

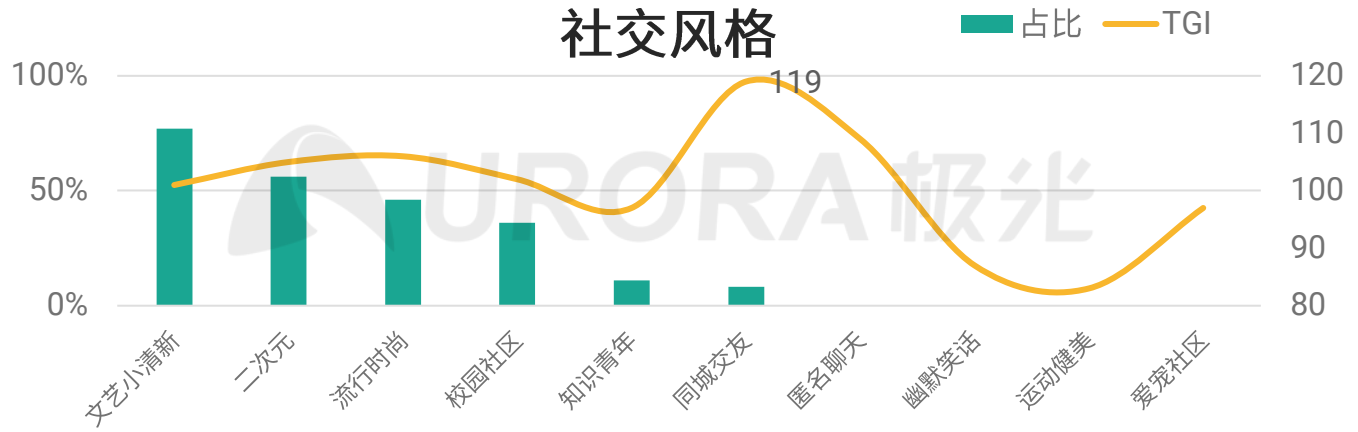
价值媒介推荐：根据用户各应用的占比、TGI及全网占比按系数计算的综合得分，推荐用户群最优媒介

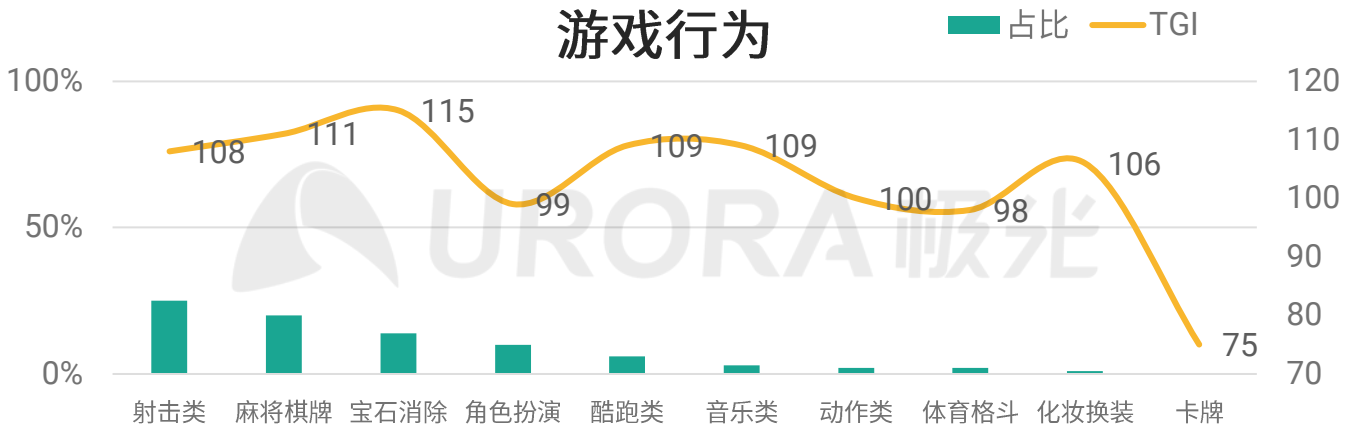
深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2020 粤ICP备12056275号-13

拼多多用户行为偏好标签

- 兴趣爱好方面拼多多用户中音乐偏好用户占比最高，为89%，服装饰品占比仅为3%，但TGI为135，明显高于全网平均水平
- 社交风格方面，同城交友偏好TGI为119，最为显著
- 拼多多用户最偏爱宝石消除类游戏，卡牌类游戏偏好远低于平均水平







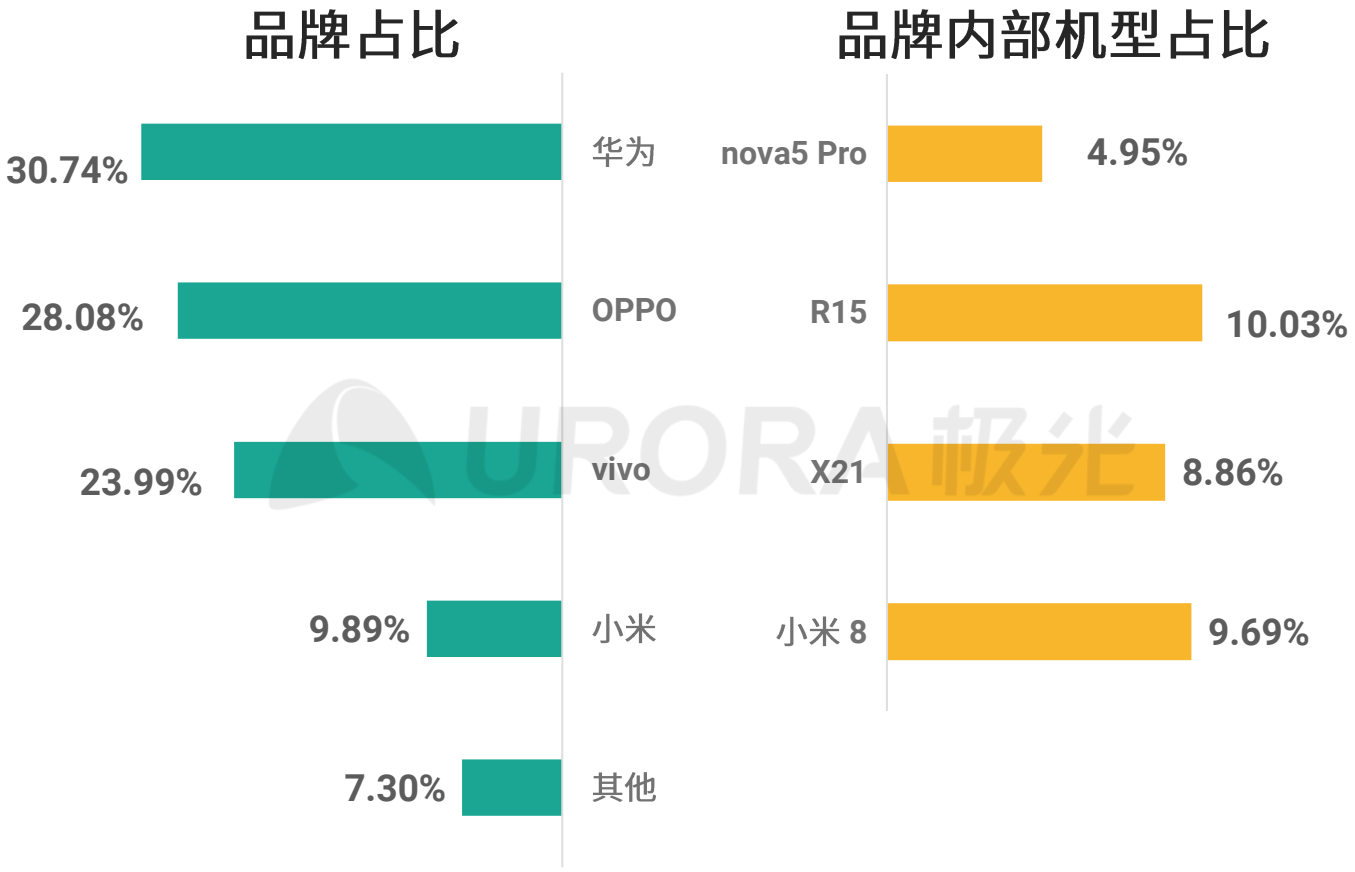
数据来源：极光iAPP (Aurora Mobile, NASDAQ: JG) 2020.06

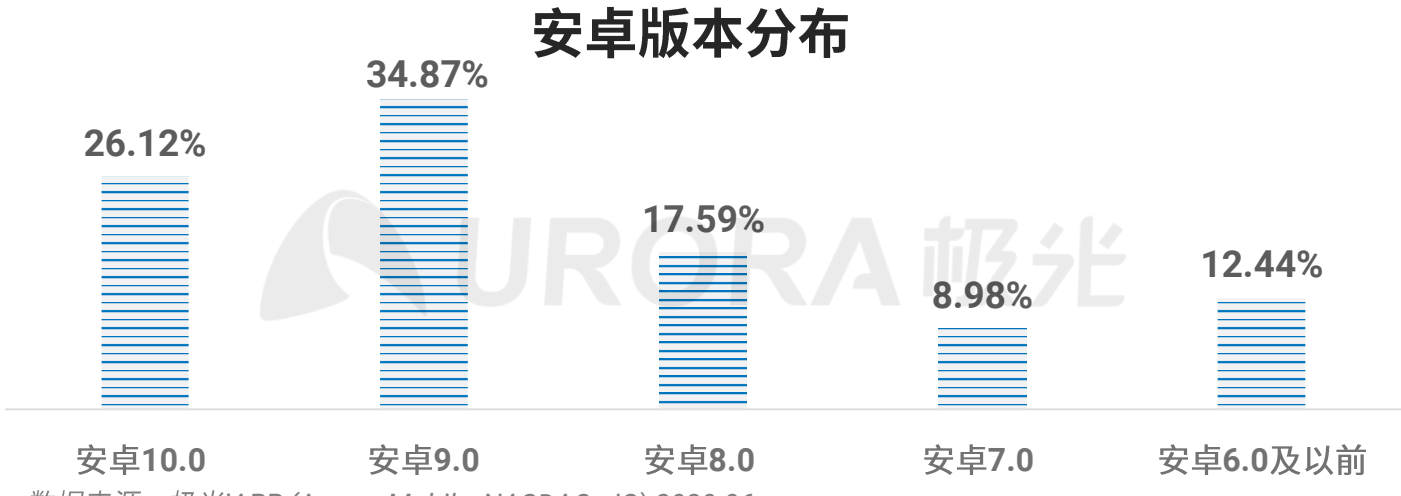
TGI = 应用用户标签占比/全网用户标签占比

深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2020 粤ICP备12056275号-13

拼多多华为用户占比达30%，安卓9.0以上设备超60%

- 拼多多用户中华为品牌占比高达30.74%，华为内占比最高为nova5 Pro的4.95%，品牌内机型分布较为均匀
- OPPO、vivo、小米内部占比最高的机型占比都超出8%，分别为R15的10.03%、X21的8.86%和小米8的9.69%，品牌内主力机型凸显
- 安卓9.0和安卓10.0用户占比近61%





数据来源：极光iAPP (Aurora Mobile, NASDAQ: JG) 2020.06

深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2020 粤ICP备12056275号-13

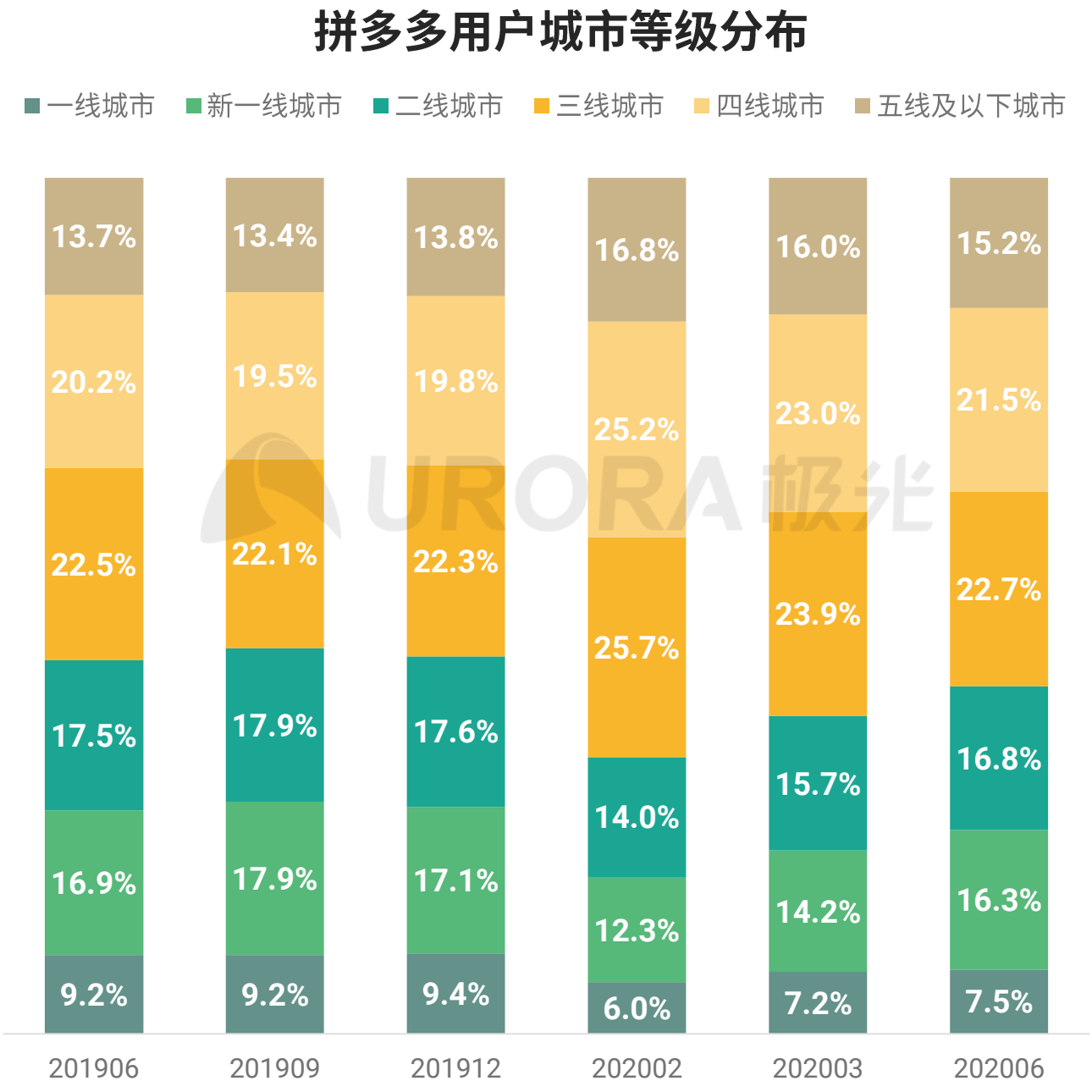
05

拼多多区位特征观察

深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2020 粤ICP备12056275号-13

除了过年返乡的影响之外，拼多多用户有向低线城市转移的趋势

- 随着春节假期返乡，2020年2月份三线及以下城市占比达67.7%，为过去一年中的最高值
- 2020年2月后二线及以上城市用户占比上涨，2020年6月同比下跌3%，较2020年2月上涨8.3%

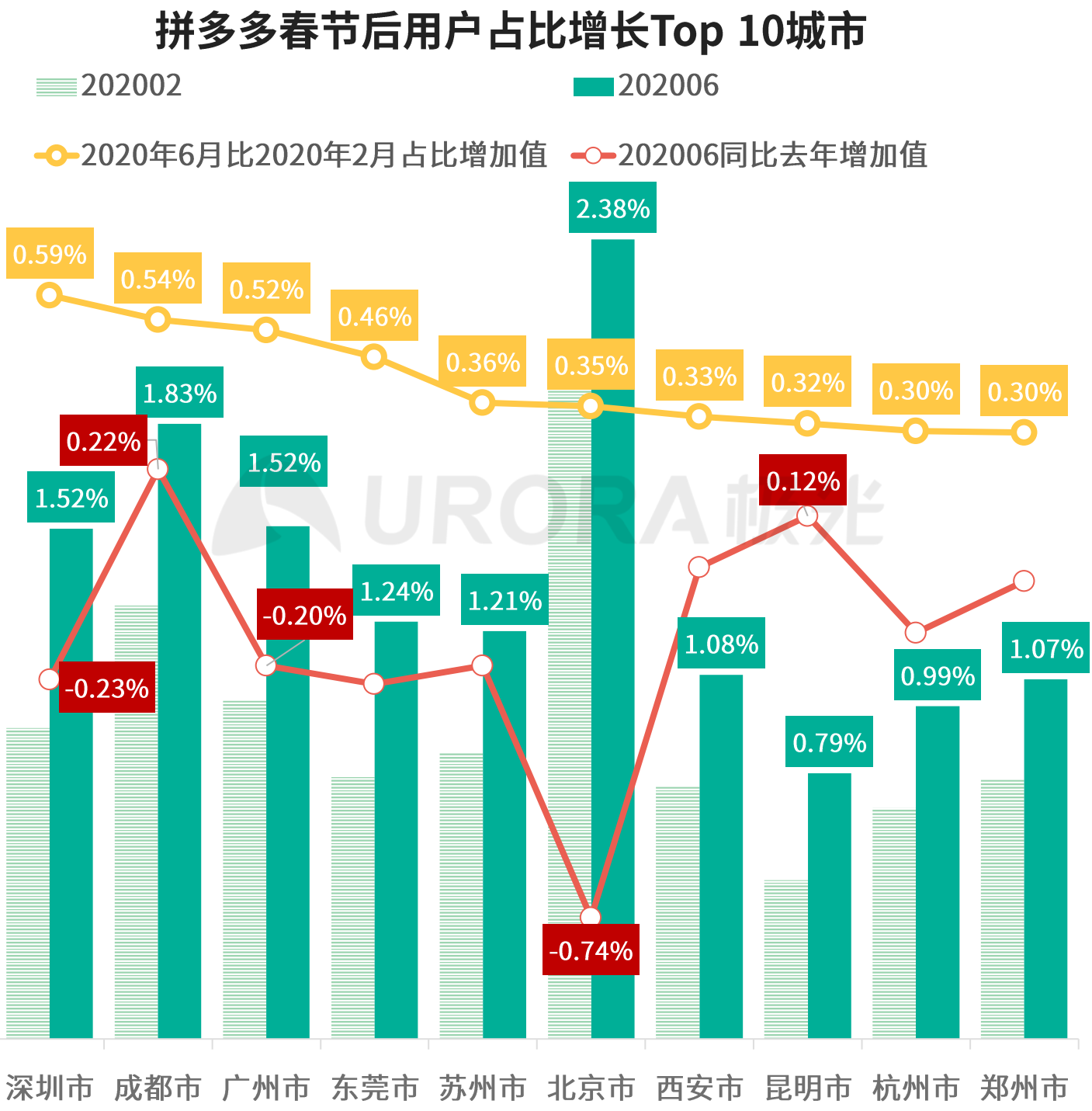


数据来源：极光iAPP (Aurora Mobile, NASDAQ: JG) 2019.06-2020.06

深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2020 粤ICP备12056275号-13

春节后城市占比回暖幅度Top 10城市

- 2020年2月份，高线城市用户占比下跌；节后用户陆续返回高线城市，除了深圳作为流动人口比例最高的城市排名领先之外，成都排名第二表现突出，其占比节后增长0.54%，同比去年6月增长0.22%；
- 深圳、广州、北京占比分别同比下跌0.23%、0.20%和0.74%



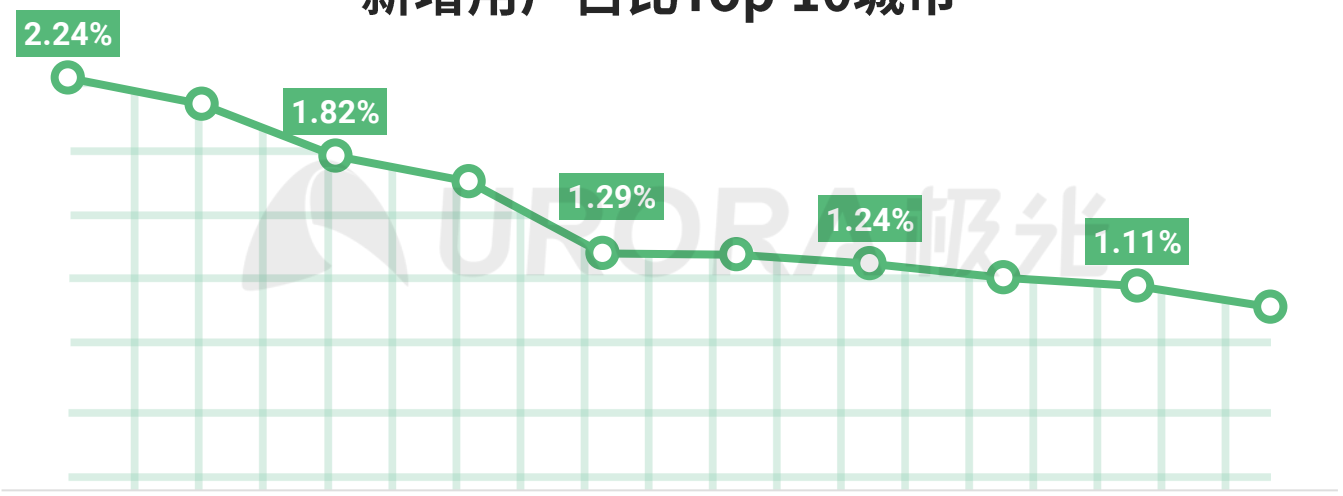
数据来源：极光iAPP (Aurora Mobile, NASDAQ: JG) 2019.06-2020.06

深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2020 粤ICP备12056275号-13

新增后浪重庆市，北上活跃占比最高

6月新增用户中占比最高的是重庆市，占比为2.24%，在日活跃及月活跃用户占比中都排名第三；北京上海活跃用户占比排名前二

新增用户占比Top 10城市



品牌	日活用户(百万)	月活用户（百万）
北京市	4.3	11.5
上海市	3.8	10.1
重庆市	3.8	10.3
成都市	3.0	8.9
广州市	2.5	7.4
深圳市	2.4	7.4
东莞市	2.2	6.0
天津市	2.1	5.4
苏州市	2.1	5.9
西安市	1.7	5.2

数据来源：极光iAPP (Aurora Mobile, NASDAQ: JG) 2020.06

新增为2020年6月全部日期新增加总，DAU为20200630分布

深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2020 粤ICP备12056275号-13

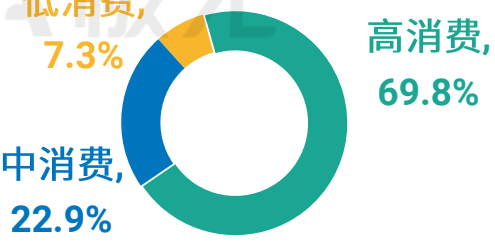
区域分析：北京拼多多用户线下购物TGI最高商圈为天宫院商圈

- 北京拼多多用户线下消费中，天宫院商圈消费用户占比为6.4%，排名北京第17；TGI为109，排名北京第一；高消费用户占比达69.8%
- 拼多多用户排名第1的是龙湖大兴天街，占比为4.4%，北京明发广场用户占比仅为0.4%，TGI为127，高于平均水平

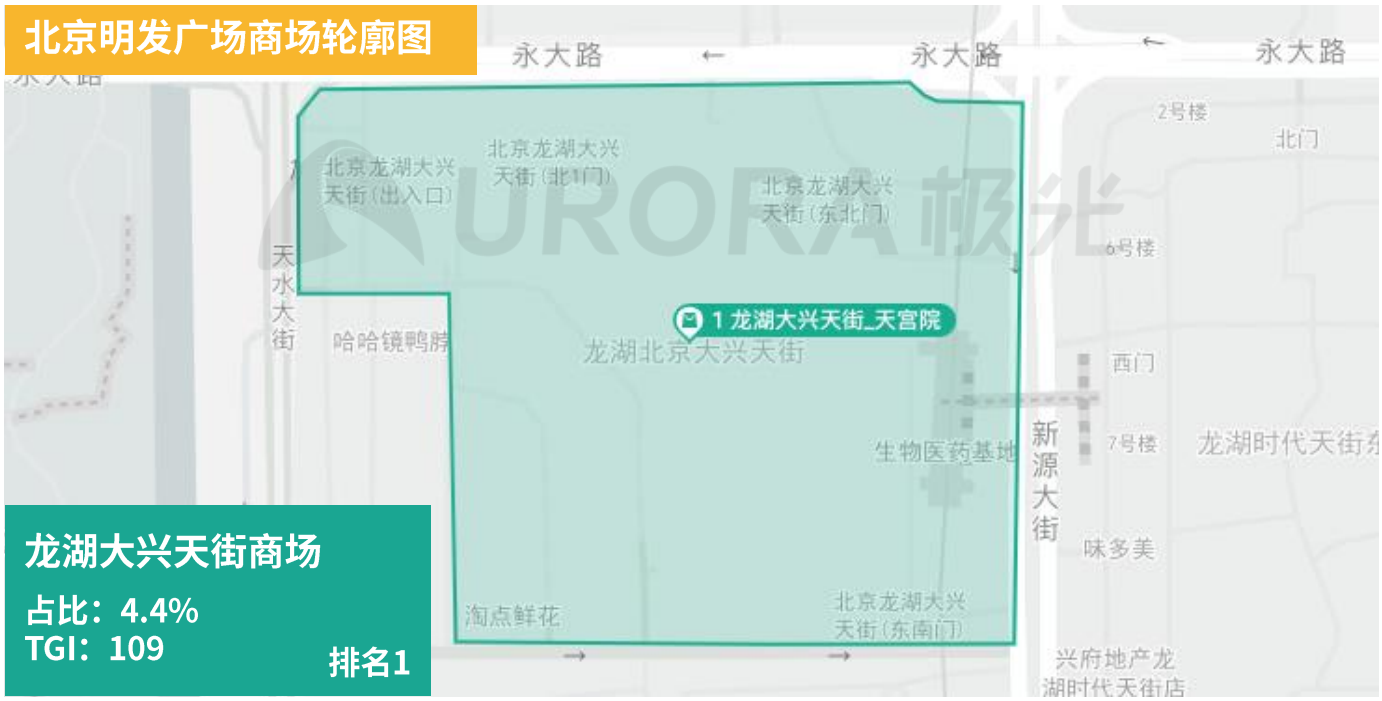


天宫院商圈 排名 17

占比：6.4% TGI：110



北京明发广场商场轮廓图



龙湖大兴天街商场
占比：4.4%
TGI：109
排名1

凯德MALL商场
占比：3.0%
TGI：109
排名2

北京明发广场商场
占比：0.4%
TGI：127
排名

数据来源：极光iAPP (Aurora Mobile, NASDAQ: JG) 2020.06

用户占比为商圈(商场)去重用户占全市线下购物消费去重用户的占比，用户存在多商圈(商场)购物的情况

深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2020 粤ICP备12056275号-13

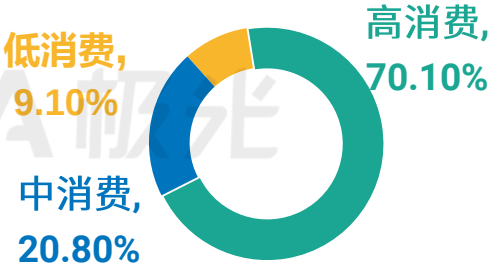
区域分析：淮海路商圈拼多多用户购物高消费用户超70%

- 从线下行为的购物消费来看，以上海为例，淮海路商圈，占比为27.6%；高消费用户占比达70.1%，拥有很高的消费力
- 淮海路商圈中，拼多多用户排名第1的商场是是环贸iapm商场，占比为18.7%，其次是上海K11购物艺术中心和巴黎春天商场



淮海路 排名 1

占比：27.6% TGI：109



环贸iapm商场轮廓图



环贸iapm商场
占比：18.7%
TGI：108 排名1

上海K11购物艺术中心
占比：8.9%
TGI：111 排名2

巴黎春天
占比：8.1%
TGI：109 排名3

数据来源：极光iAPP (Aurora Mobile, NASDAQ: JG) 2020.06

用户占比为商圈(商场)去重用户占全市线下购物消费去重用户的占比，用户存在多商圈(商场)购物的情况

深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2020 粤ICP备12056275号-13

区域分析：广州天河城商圈用户集中

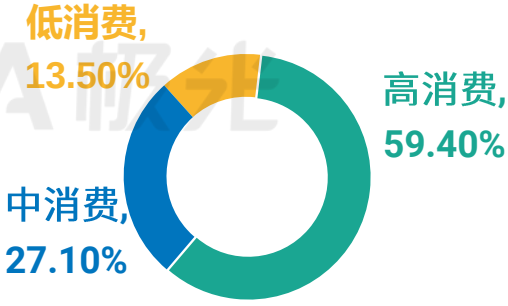
- 以广州为例，针对天河城/体育中心商圈来看，高消费用户占比达59.4%，拥有较高的消费力；用户占比达65.4%，TGI为121，用户较为集中
- 在天河城/体育中心商圈中，拼多多用户线下消费占比排名第1的商场是天河城，用户占比为43.1%，其次是中天购物城和太古汇

天河城/体育中心商圈轮廓图

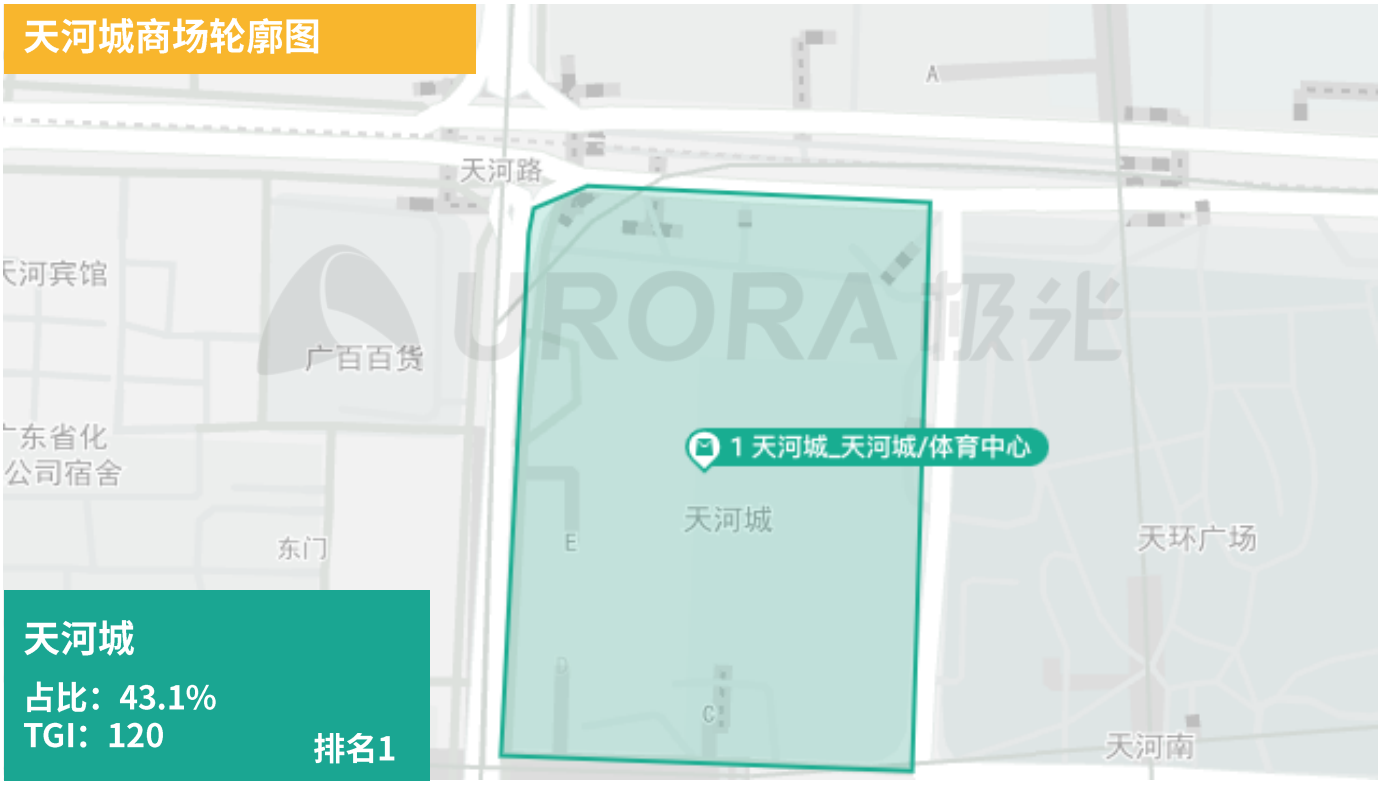


天河城/体育中心 排名 1

占比：65.4% TGI：121



天河城商场轮廓图



天河城
占比：43.1%
TGI：120
排名1

中天购物城
占比：39.1%
TGI：122
排名2

太古汇
占比：37.8%
TGI：120
排名3

数据来源：极光iAPP (Aurora Mobile, NASDAQ: JG) 2020.06

用户占比为商圈(商场)去重用户占全市线下购物消费去重用户的占比，用户存在多商圈(商场)购物的情况

深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2020 粤ICP备12056275号-13

部分地铁站点是拼多多用户更为偏好的交通出行之地

- 地铁出行方面，上海拼多多用户地铁出行中上海火车站偏好度最高，TGI为109，占比为5.2%，排名第四；TGI最高的地铁线路为浦江线
- 而广州的拼多多用户线下地铁出行TGI最高的为广州南站，占比为8.6%，排名第一；TGI最高的地铁线路为7号线
- 北京用户TGI稍高的站点和线路为用户占比较低的天通苑站点和燕房线

上海地铁-出行偏好



上海火车站
占比：5.2%　TGI：109

浦江线
占比：2.4%　TGI：113

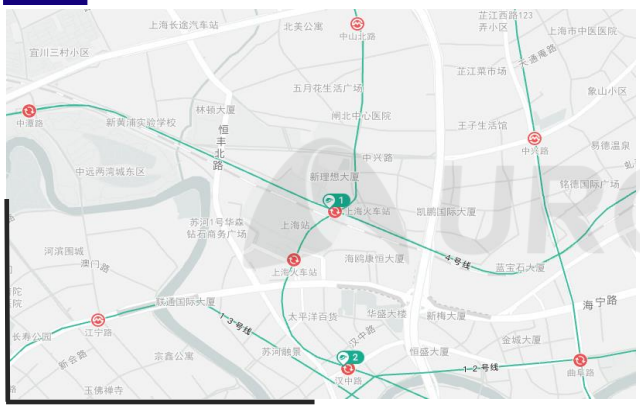
广州地铁-出行偏好

广州南站
占比：8.6%　TGI：109

7号线
占比：17.2%　TGI：103



北京地铁-出行偏好



天通苑
占比：2.8%　TGI：102

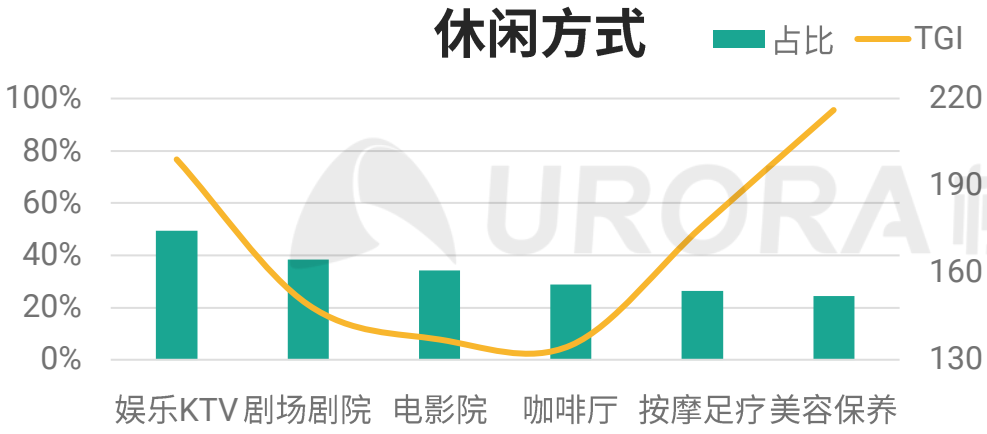
燕房线
占比：小于3.8%　TGI：112

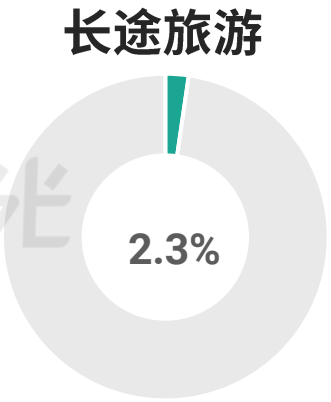
数据来源：极光iAPP (Aurora Mobile, NASDAQ: JG) 2020.06

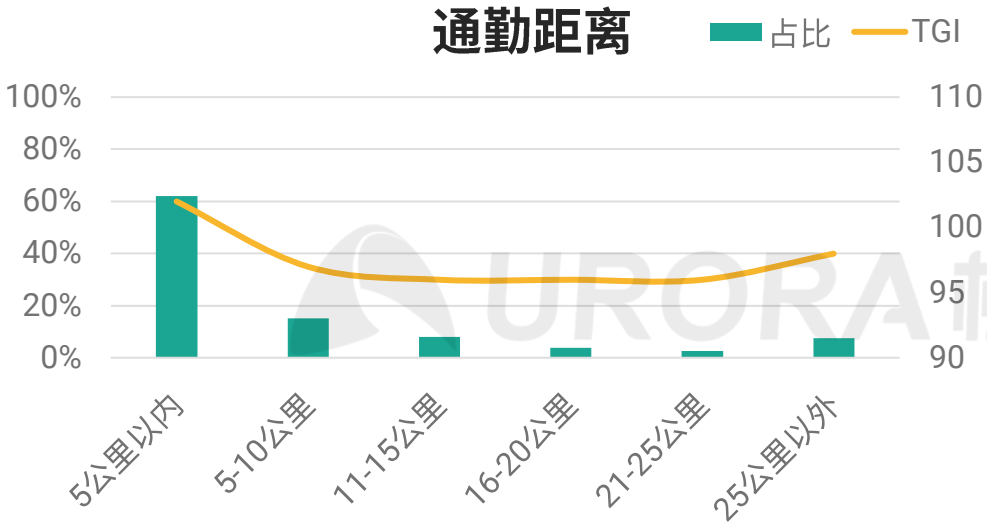
深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2020 粤ICP备12056275号-13

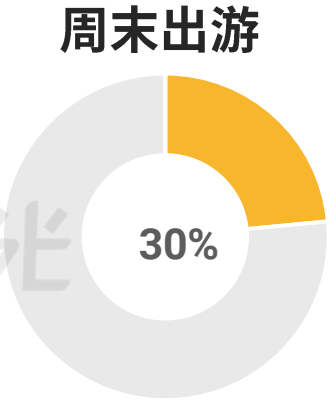
美容保养和短通勤距离在拼多多用户的生活特征中比较突出

- 在保证生活品质方面拼多多用户休闲方式中美容保养TGI近220，明显高于平均水平
- 通勤距离在5公里以内用户占比超六成
- 2.3%的用户会选择长途旅游，而30%的用户会选择周末出游









数据来源：极光iAPP (Aurora Mobile, NASDAQ: JG) 2020.06

深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2020 粤ICP备12056275号-13

06

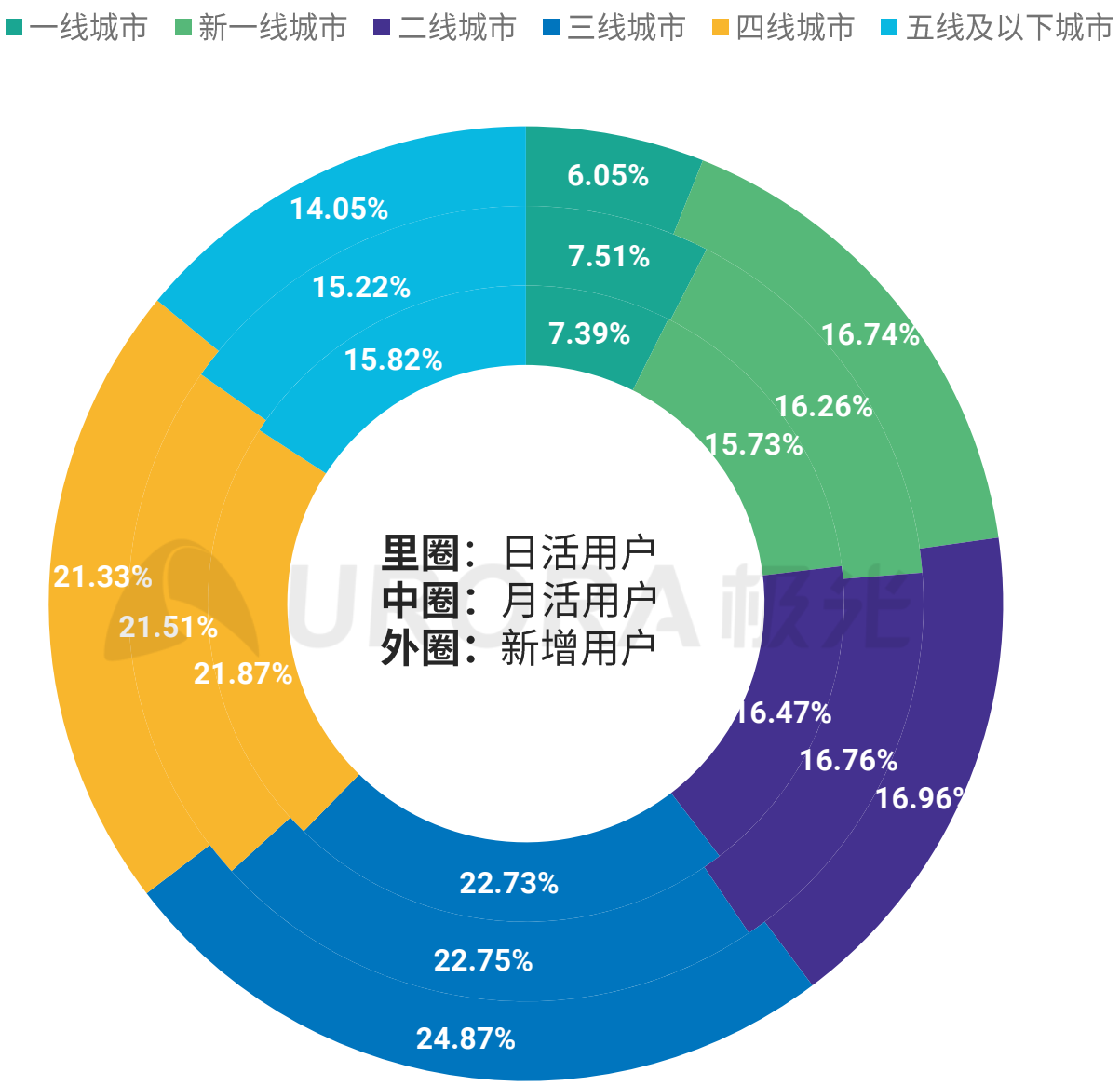
拼多多流量扩展分析

深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2020 粤ICP备12056275号-13

新增用户三线城市占比较活跃用户高

- 拼多多日活、月活、新增用户占比在高线（二线及以上）、低线城市（三线及以下城市）整体较为均衡，接近2：3
- 新增用户中一线城市、五线及以下城市占比较活跃用户低，三线城市用户占比较高

日活、月活、新增用户城市等级分布

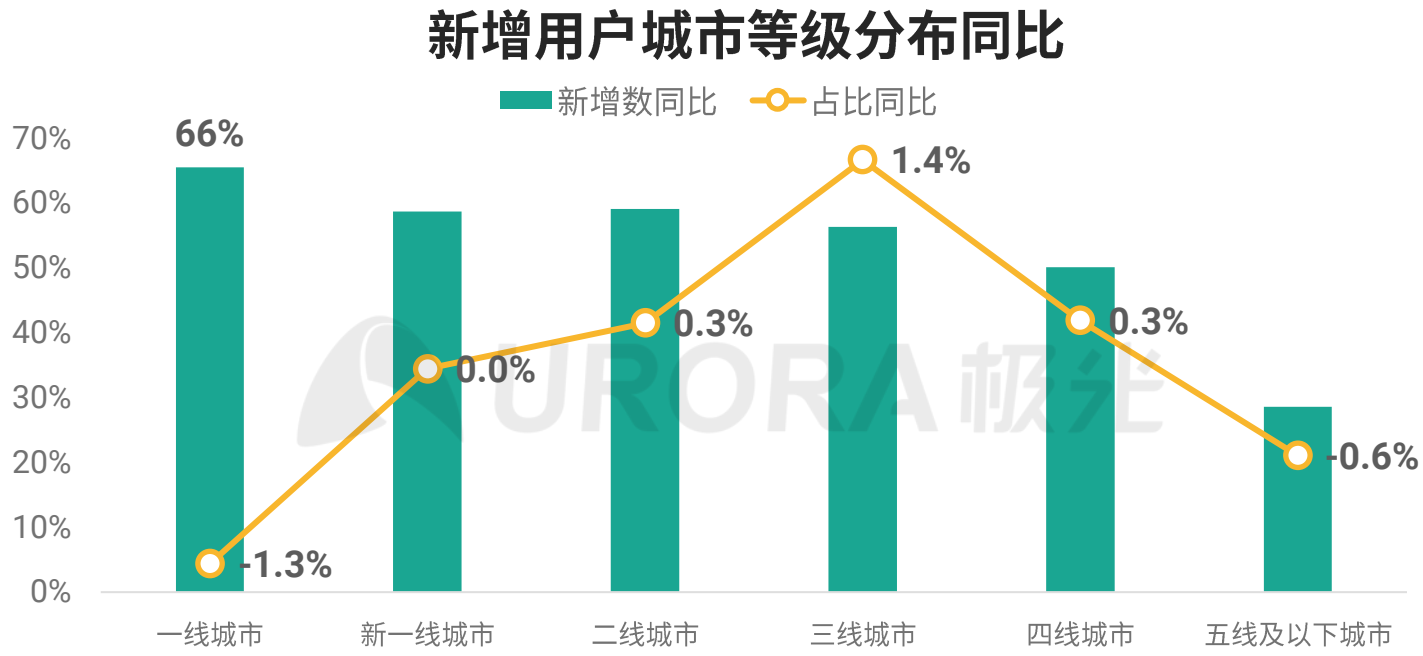


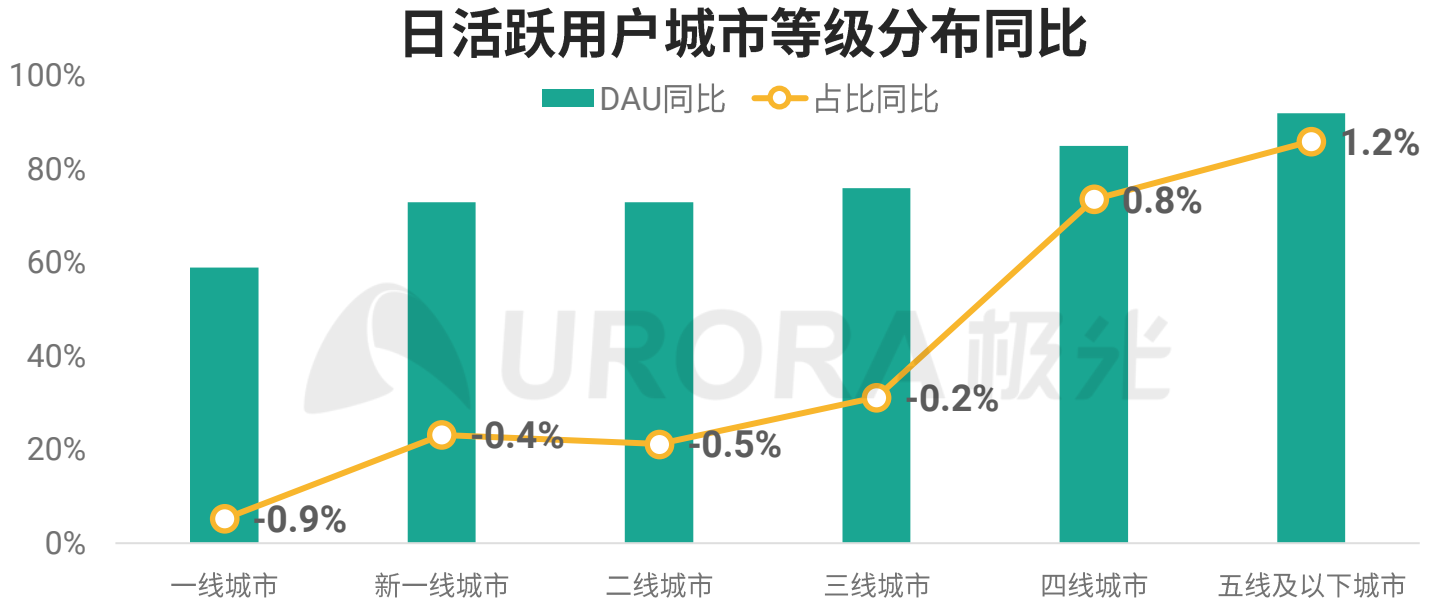
数据来源：极光iAPP (Aurora Mobile, NASDAQ: JG) 2020.06

深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2020 粤ICP备12056275号-13

新增日活用户下沉市场占比增大

- 新增用户三线城市占比同比增长1.4%，一线城市新增用户数同比增长66%
- 日活用户四线城市、五线及以下城市占比分别同比增长0.8%和1.2%



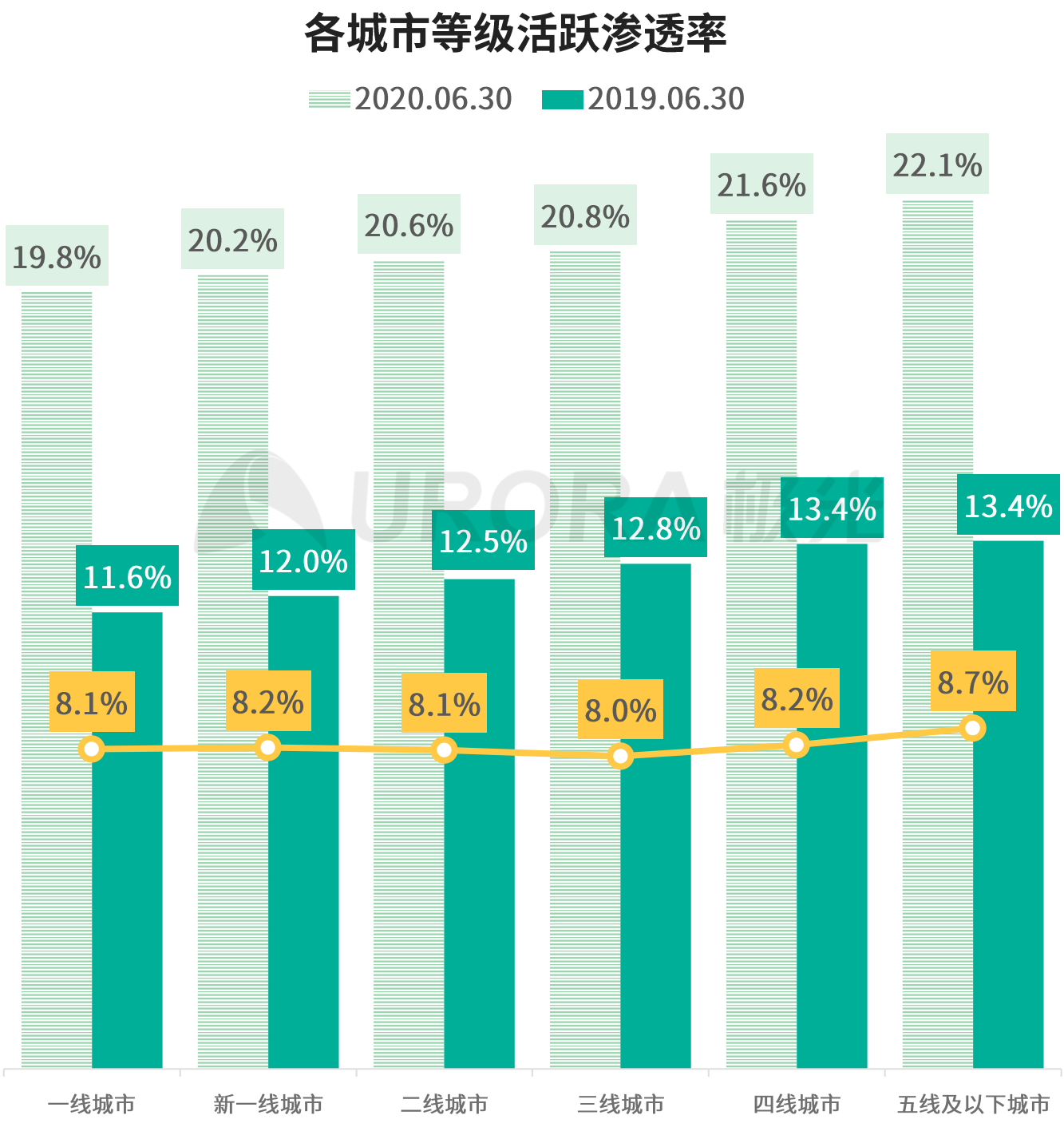


数据来源：极光iAPP (Aurora Mobile, NASDAQ: JG) 2019.06-2020.06

深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2020 粤ICP备12056275号-13

拼多多全线活跃渗透率同比增长显著

- 拼多多各城市等级活跃渗透率同比增长8%以上，而且活跃渗透率随着城市等级下沉而上涨，2020年6月底平均活跃渗透率为21%



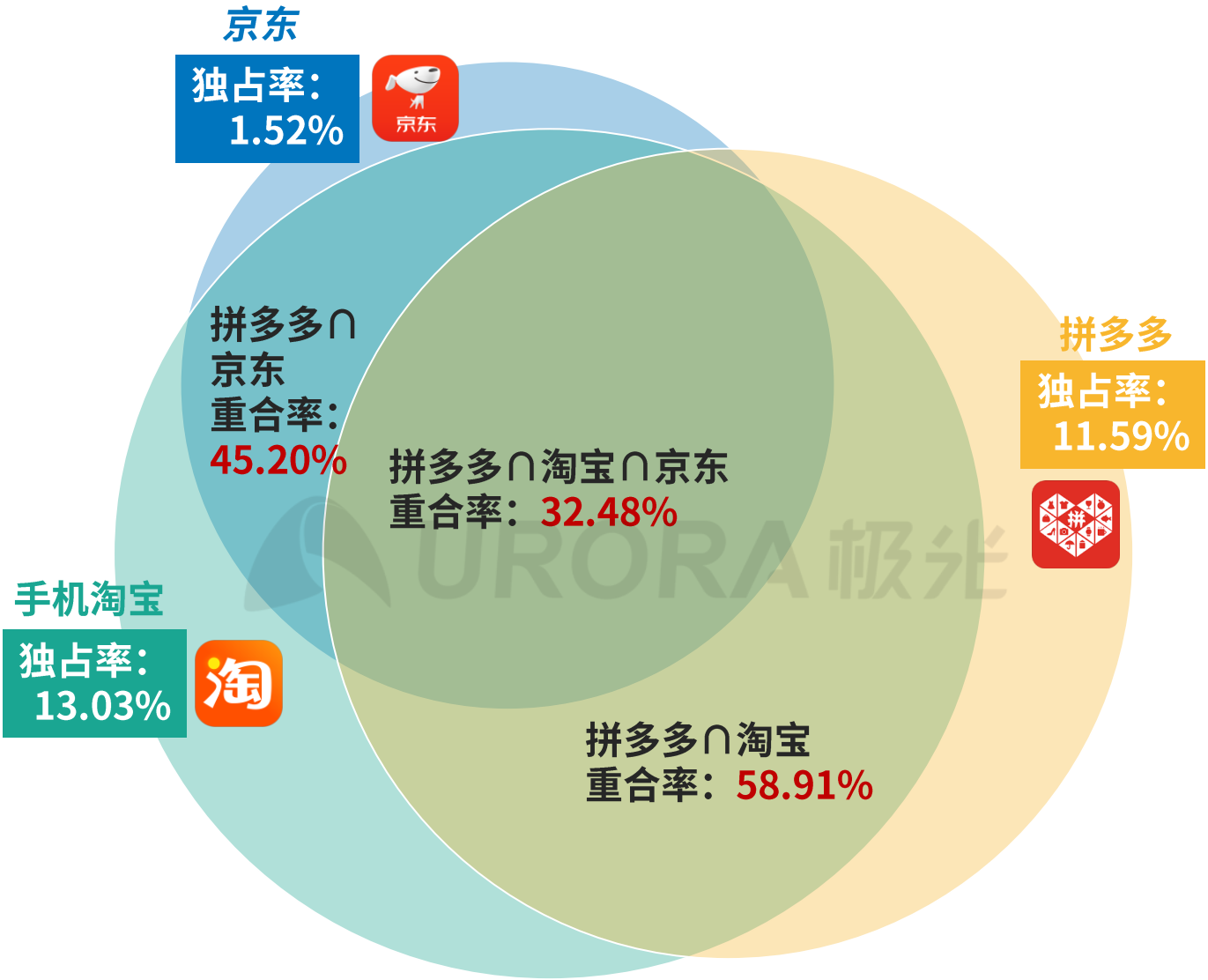
数据来源：极光iAPP (Aurora Mobile, NASDAQ: JG) 2019.06.30,2020.06.30

活跃渗透率 = 应用在该地域的DAU / 该地域 DAU总量

深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2020 粤ICP备12056275号-13

综合电商头部应用重合度高

- 在电商头部Top3应用中，淘宝独占率最高为13.03%，其次是拼多多的11.59%，京东为1.52%；
- 相比京东，拼多多的用户群与淘宝用户群重合度更高；拼多多和淘宝的重合率高达58.91%



数据来源：极光iAPP (Aurora Mobile, NASDAQ: JG) 2020.06

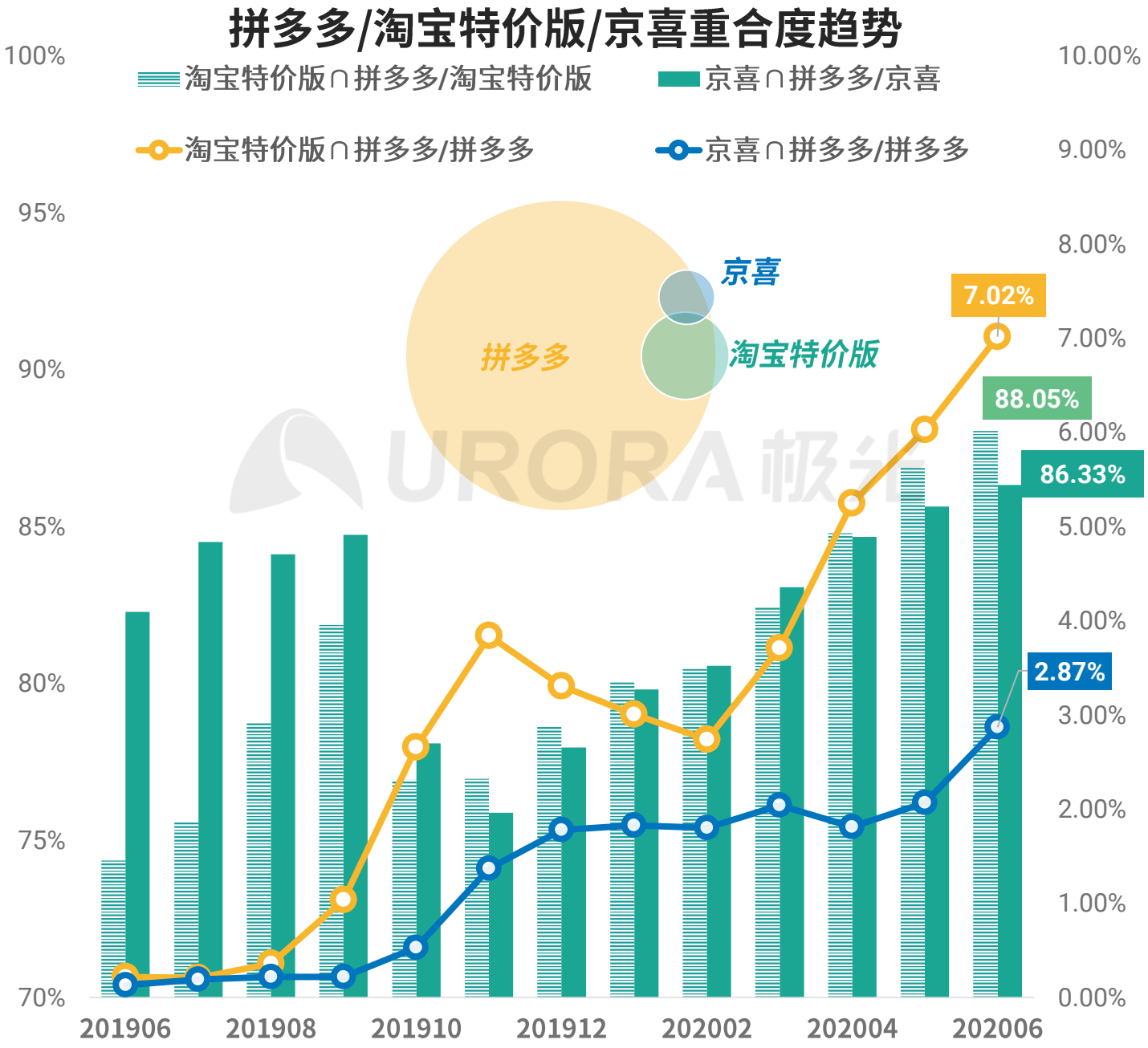
*重合率（重合用户/并集）若A为目标APP，B为对标APP，则重合率=(A∩B/AUB)*100%。*

*独占率（独占用户/并集）若A为目标APP，B为对标APP，则A的独占率=(A独占/AUB)*100%*

深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2020 粤ICP备12056275号-13

主打特价电商与拼多多重合度上涨

- 主推特价的淘宝特价版和京东旗下的京喜与拼多多用户重合度高；从京喜和淘宝特价版的用户构成来看，截止2020年6月，重合用户分别占其86.33%和88.05%
- 其中京喜与拼多多的重合用户占拼多多总用户的占比不断增长，从0.13%一路增长至2.87%；而同期淘宝特价版与拼多多的重合占比从0.22%增长至7.02%



数据来源：极光iAPP (Aurora Mobile, NASDAQ: JG) 2019.06-2020.06

柱状图为京喜(淘宝特价版）与拼多多的重合用户数/京喜（淘宝特价版）用户数

折线图为京喜(淘宝特价版）与拼多多的重合用户数/拼多多用户数

深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2020 粤ICP备12056275号-13

短视频用户流动性靠前

- 拼多多新增卸载用户中来自综合商城行业的用户排名与综合商城行业应用活跃排名相近，苏宁易购高于天猫
- 在全部行业中，新增和卸载用户Top 4同为抖音、快手、抖音极速版等短视频应用及QQ浏览器；新增来源排名上Top 5的是热门游戏和平精英，占比4.69%；而卸载去向榜排名第五为在线视频应用腾讯视频，占5.13%





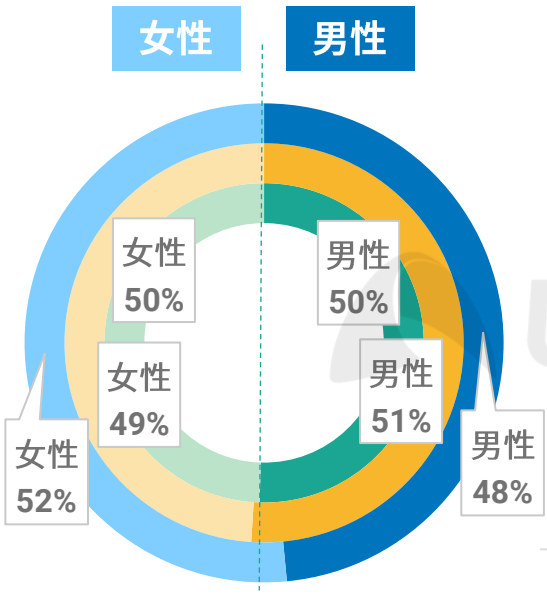
数据来源：极光iAPP (Aurora Mobile, NASDAQ: JG) 2020.06

深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2020 粤ICP备12056275号-13

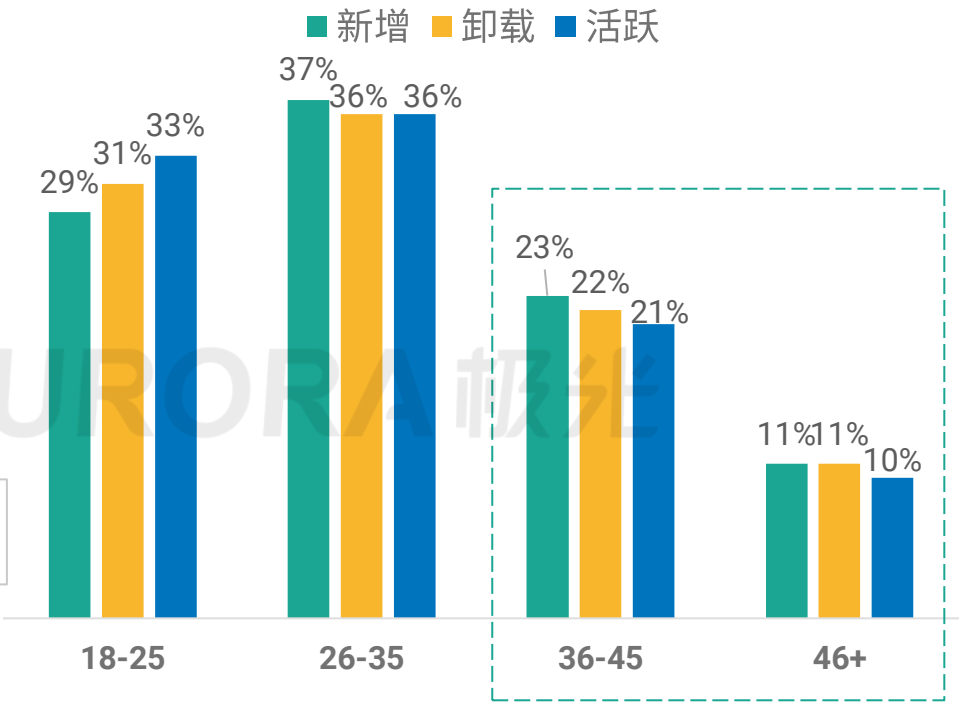
不同运营特征用户的组成分析

- 新增用户和卸载用户中男性占比更高，活跃用户女性占比更高
- 新增、卸载和活跃用户中，中青年都占比更高，中年群体是新增主力
- 新增卸载的流动用户中小米品牌占比明显高出活跃用户

性别分布



年龄分布



品牌	新增用户	卸载用户	活跃用户
华为	27.28%	24.36%	30.74%
OPPO	26.34%	26.58%	28.08%
VIVO	19.45%	20.61%	23.99%
小米	13.04%	13.93%	9.89%
魅族	2.48%	2.49%	1.27%

数据来源：极光iAPP (Aurora Mobile, NASDAQ: JG) 2020.06

性别分布从内到外圈分别为新增、卸载、活跃用户性别分布

深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2020 粤ICP备12056275号-13

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-2020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（Aurora Mobile，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、极光分享、短信、一键认证、深度链接等开发者服务。截止到2020年3月份，极光已经为约150万款移动应用提供服务，其开发工具包（SDK）安装量累计372亿，月度独立活跃设备13.6亿部。同时，极光持续赋能开发者和传统行业客户，推出精准营销、金融风控、市场洞察、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。

深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2020 粤ICP备12056275号-13

极光

全国数据咨询

胡畅达：hucd@jiguang.cn

投资机构数据咨询

Alan：alan.wong@jiguang.cn

全国商务咨询

sales@jiguang.cn

媒体数据引用

marketing@jiguang.cn

For developers , by developers

深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2020 粤ICP备12056275号-13

URORA 极光