

ОТЧЕТ

Использование мобильного интернета в мире в 2019г.

204
млрд

Загрузок приложений
в 2019 году

\$120
млрд

Потребительские расходы в магазинах приложений
в 2019 году

3,7
часа

В день
среднестатистический пользователь проводит в мобильном телефоне в 2019 году

825%

Рост оценки IPO
мобильных компаний в 2019 году

60%

Доля пользователей поколения Z
среди всех пользователей мобильных приложений в 2019 году

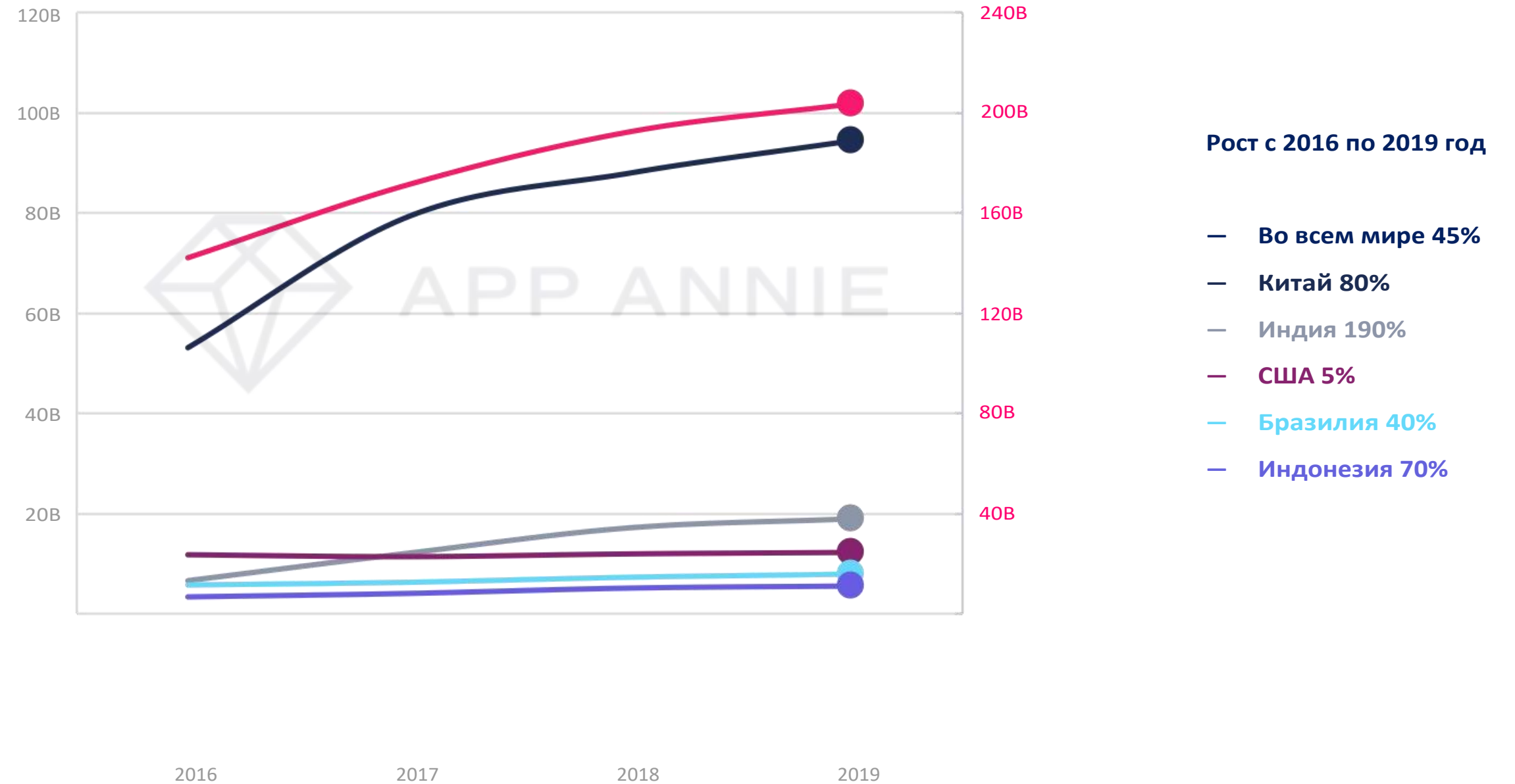
Часть 1

МАКРО ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ И ТЕНДЕНЦИИ

Потребители скачали рекордные 204 млрд приложений

- Ежегодные загрузки по всему миру выросли на 45% за 3 года с 2016 года и на 6% в среднем за год;
- Рост произошел, в основном, за счет развивающихся рынков, включая Индию, Бразилию и Индонезию;
- На зрелых рынках, таких как США, Япония и Корея уровень загрузки стабилизировался, но пользователи по-прежнему ищут новые приложения.

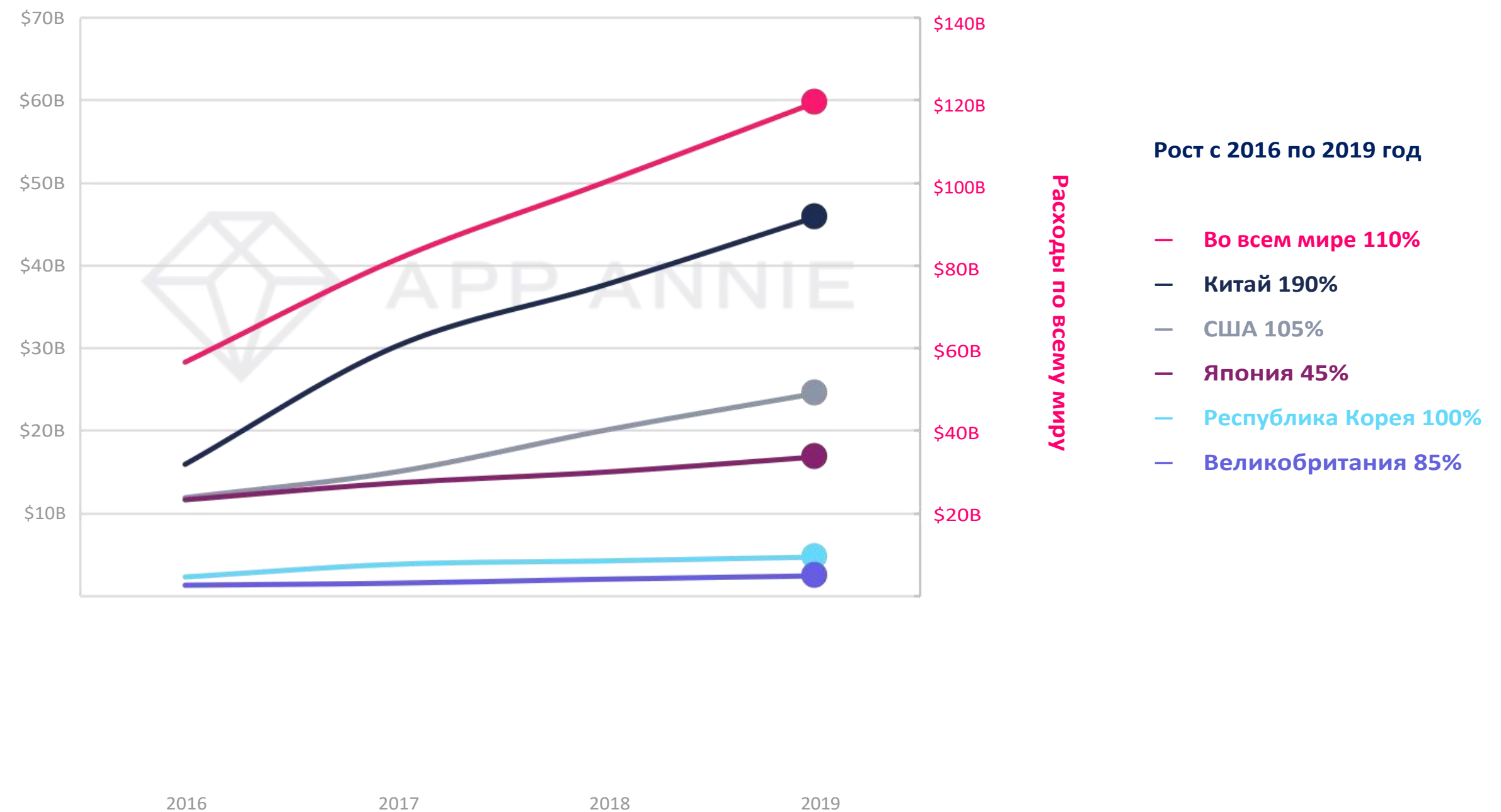
Топ стран по загрузкам App Store



Потребительские расходы в магазинах приложений в 2019г. выросли до \$120млрд по сравнению с \$2.1млрд в 2016г.

- 72% всех загрузок магазинов приложений составляют игры. Доля загрузок неигровых приложений выросла с 18% в 2016 году до 28% в 2019.
- Китай остается крупнейшим рынком, на который приходится 40% глобальных загрузок.
- К 2023 мобильная индустрия составит \$4.8 Trln.

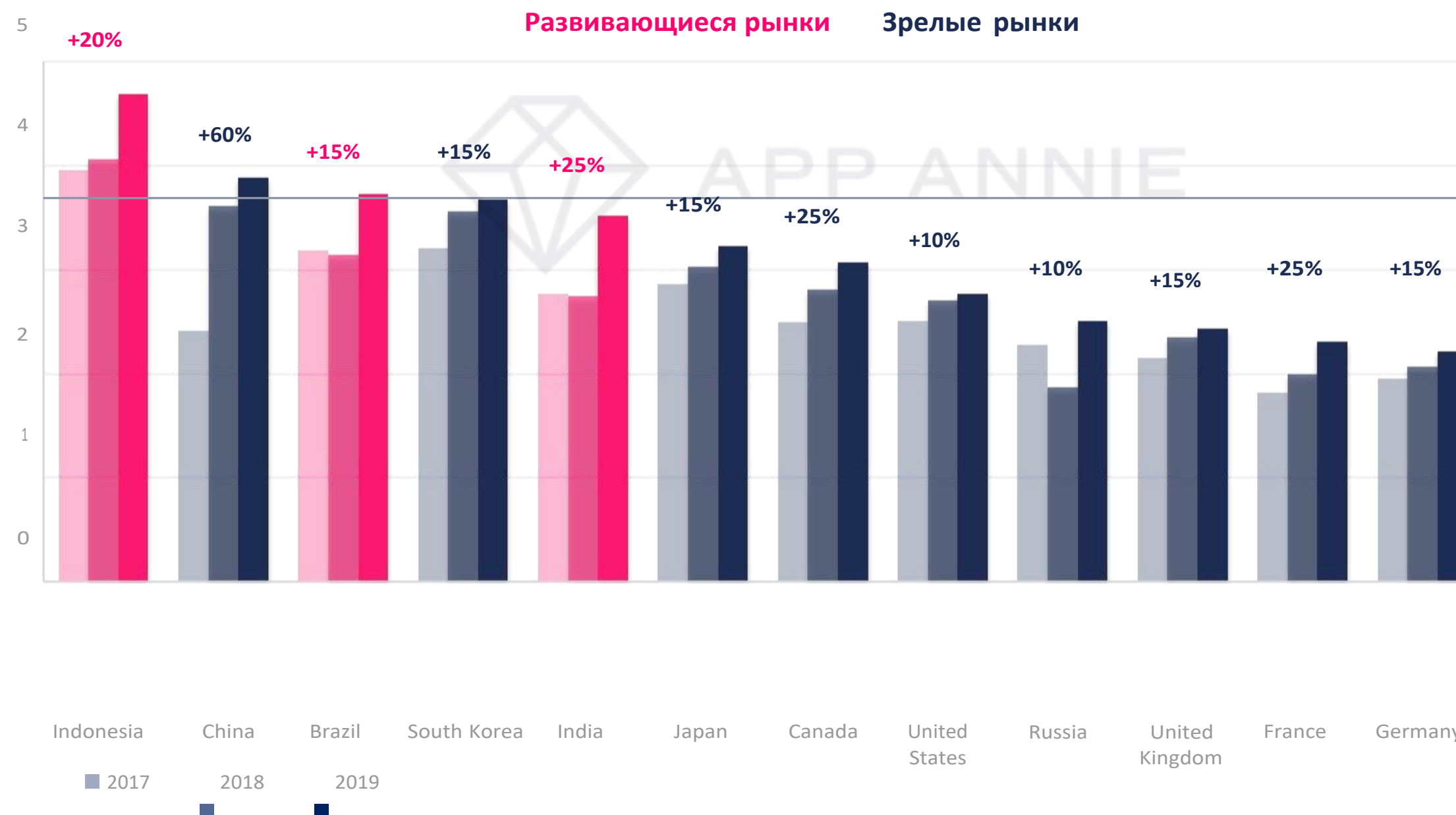
Топ стран по потребительским расходам в магазинах приложений



Средняя продолжительность использования мобильных устройств составила 3,7 часа в день

- В 2019г. потребители проводят на 35% больше времени в мобильном телефоне, чем 2 года назад.
- Наибольшее количество времени в мобильных устройствах проводят пользователи на развивающихся рынках, таких как Индонезия, Бразилия и Индия.

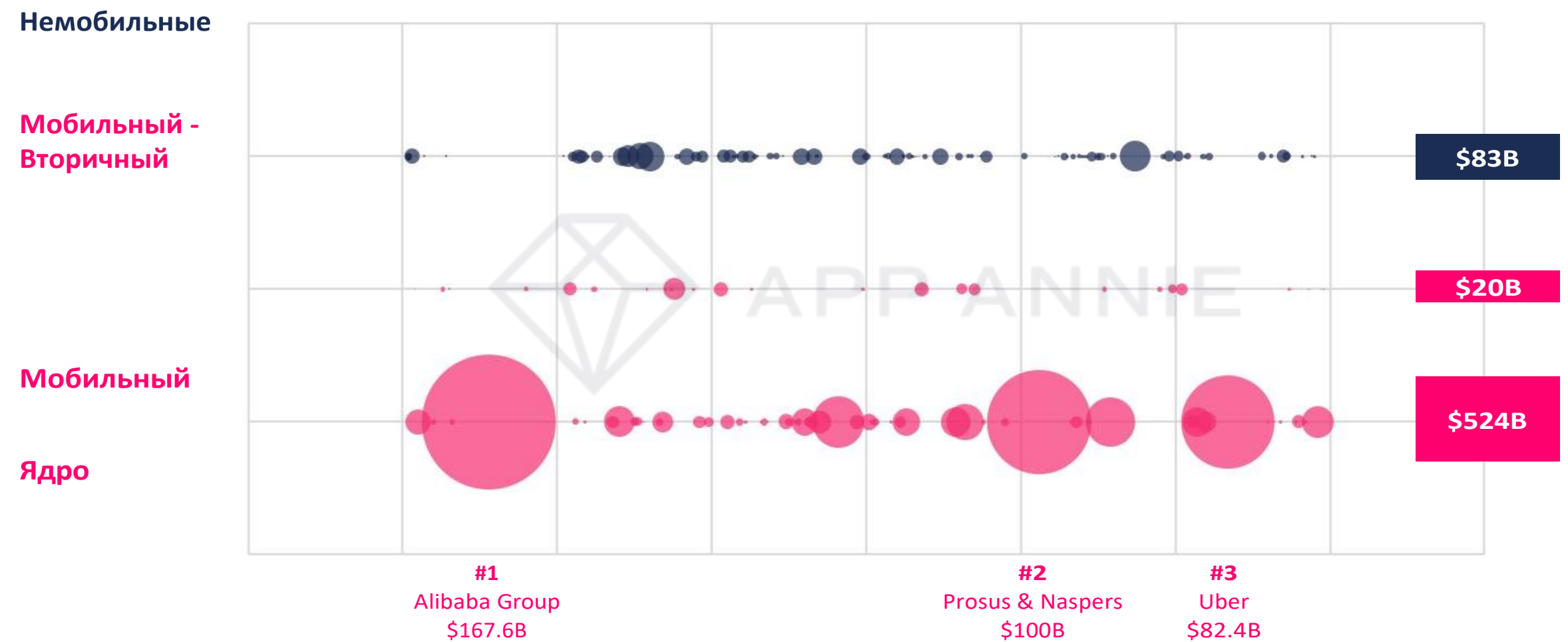
Количество часов в день, проведенные пользователями на мобильных устройствах



825% рост оценки IPO мобильных компаний

- 3 крупнейших первичных публичных размещений (IPO) в 2019 году были произведены компаниями, для которых мобильные приложения являются основой бизнеса: #1 Alibaba Group (\$167.6B), #2 Prosus & Naspers (\$100B), #3 Uber (\$82.4B).
- Мобильные компании имели общую оценку IPO \$544B, что в 6.5 раз выше по сравнению с компаниями, не имеющими мобильных приложений.

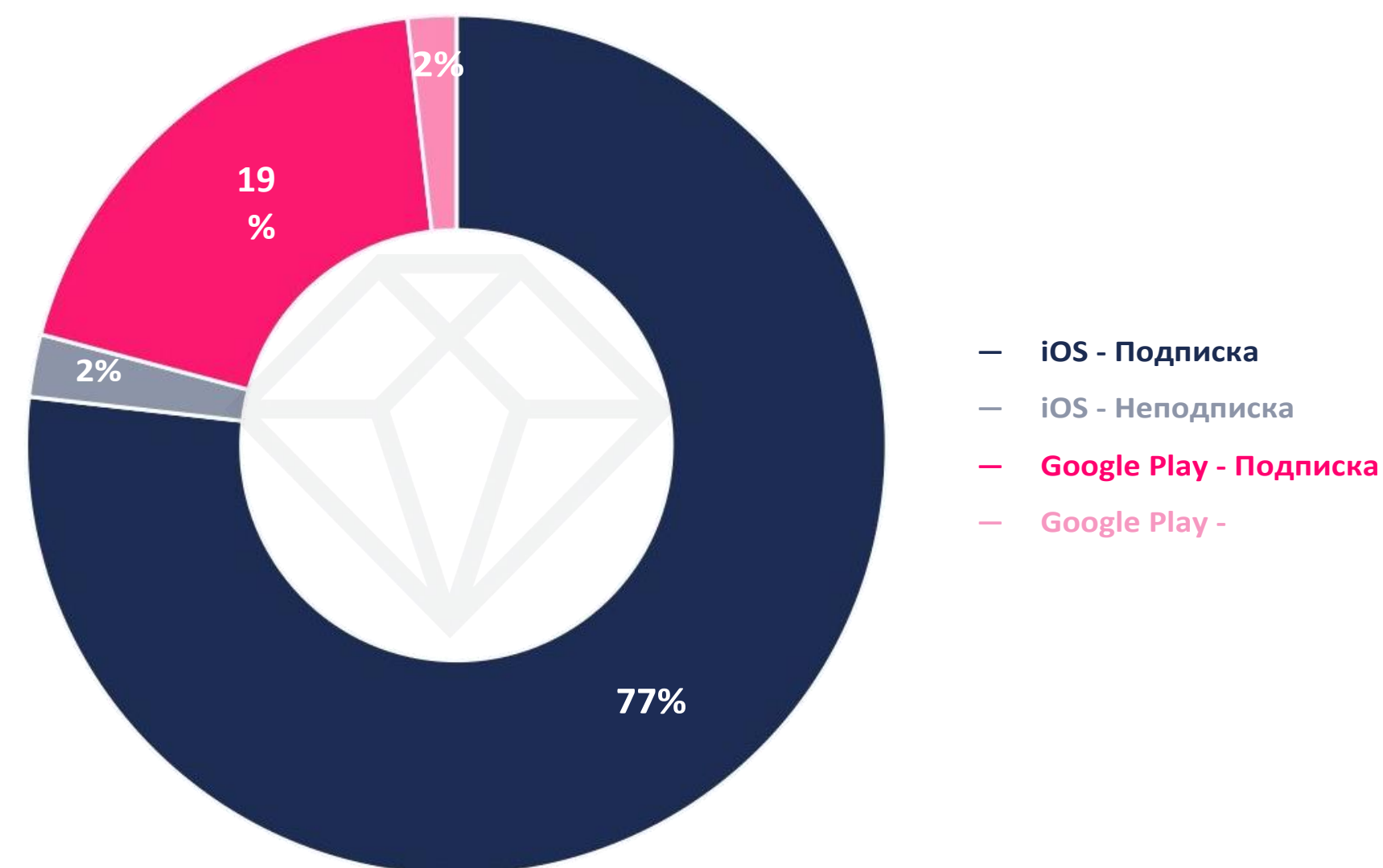
IPO мобильных компаний в 2019г.\$



На долю подписки приходится 96% платежей пользователей в топовых неигровых приложениях

- На iOS 97% расходов потребителей в неигровых в топ-250 приложениях было осуществлено в приложениях с подписками, в Google Play, этот показатель составил 91%.
- Наиболее успешными среди неигровых приложений с подписками стали приложения для знакомств и потокового видео показали: Tinder, Netflix и Tencent Video.

Распределение потребительских расходов в топ-250 неигровых приложений между приложениями с подписками и приложениями без подписки США, 2019



Мобильные приложения- основа современной коммуникации

Только в 2019 году в США было загружено более 106 миллионов лучших приложений IoT (Интернета вещей).

- Мобильный телефон является центром для всех устройств и экранов— будь то потоковая передача на Apple TV или Chromecast или управление функциями в вашем автомобиле.
- Новое десятилетие знаменует собой начало следующего этапа развития мобильных устройств, когда смартфоны служат основным интерфейсом, с помощью которого мы взаимодействуем с окружающим миром.

Лучшие приложения IoT в 2019 году по загрузкам, США

1		Amazon Alexa	Amazon
2		Roku	Roku
3		Google Home	Google
4		Xbox	Microsoft
5		Ring - Always Home	Ring.com
6		Fitbit	Fitbit
7		Android Auto	Google
8		HP All in One Printer Remote	Hewlett-Packard
9		Amazon Fire TV Remote	Amazon
10		DIRECTV	AT&T
11		PS4 Remote Play	Sony
12		Rokie - Roku Remote	Kraftwerk 9
13		Nest	Google
14		Samsung Gear	Samsung Group
15	+	Bose Connect	Bose

Пользователи поколения Z на 60% чаще пользуются мобильными приложениями, чем более взрослая аудитория

- **98%** людей поколения Z (рожд. 1997 - 2012) владеют смартфоном
- Для поколения Z владение смартфоном является жизненной необходимостью

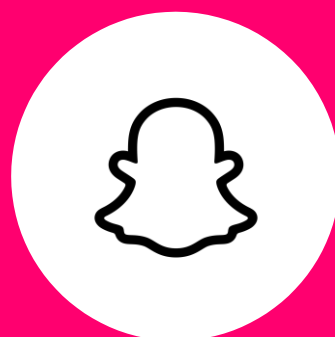
Использование мобильного интернета поколением Z в 2019

3.8
ЧАСОВ

Время использования на одно приложение в месяц на одного пользователя

150
СЕАНСОВ

На одно приложение в месяц на одного пользователя



Покупательная способность миллениалов составляет более \$ 1 трлн

2020 год станет самым крупным годом мобильной связи, а доходы от рекламы будут расти

- Расходы на мобильную рекламу в 2019г. достигли \$ 190 В.
- Apple Arcade и Google Play Pass приведут к появлению новых инновационных игр для потребителей и новых источников дохода для издателей
- 5G – следующий этап развития мобильного интернета, первыми пользователями станут геймеры
- Расходы на потребительскую и мобильную рекламу в 2020 году превысят \$240 В по всему миру

