

掌握关键策略， 精准驱动市场扩张

相应产品体验类别的市场格局

增长 X 份额： 洞察市场挑战与机遇

相应产品体验类别的市场格局



如何解读这个框架？

该框架采用两个主要基准：

- 各产品体验的全球平均市场份额
- 全球平均应用消费者支出增长率

如果某个特定市场中的产品体验落入某一象限，这意味着

- **增长型**：较高的增长率和较高的市场份额
- **新兴型**：较高的增长率和较低的市场份额
- **成熟型**：较低的增长率和较高的市场份额
- **受限型**：较低的增长率和较低的市场份额

相应产品体验类别的市场格局



抢占增长型市场，你的应用准备好了吗？

相应产品体验类别的市场格局

关键问题：

- 高速增长还能持续多久？
- 是否已做好进入市场的准备？
还是需要进行本地化投入？
- 是否存在监管或法律门槛？

类别市场增长



类别市场份额

是什么驱动了新兴市场的增长？

关键问题：

- 高增长背后的驱动力是什么？是整体市场增长，还是用户对此类产品体验的兴趣增加？
- 线上和线下总体市场规模有多大？此类产品体验会继续是小众市场，还是会大幅扩张？
- 你的应用能否加速扩张此类产品体验的市场规模？

相应产品体验类别的市场格局



在成熟市场中，你的应用能否突出重围？

相应产品体验类别的市场格局

关键问题：

- 你的竞争对手是谁？他们采取了怎样的策略？
- 头部应用是否对新进入者构成了壁垒？
- 如何打造差异化产品，成就独特价值，在竞争中脱颖而出？

类别市场增长



类别市场份额

在受限市场中，是否隐藏着尚未被发掘的机遇？

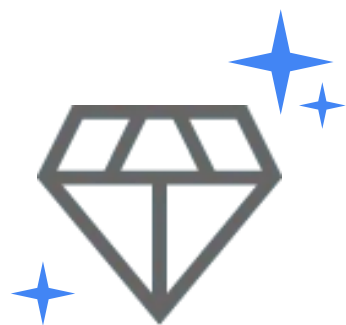
关键问题：

- 此类产品体验在市场中是小众需求，还是尚未数字化？
- 份额低、增长慢，症结何在？是市场本身局限、缺少需求，还是现有巨头的压制？
- 现有竞争对手都有谁？他们的市场地位如何？

相应产品体验类别的市场格局

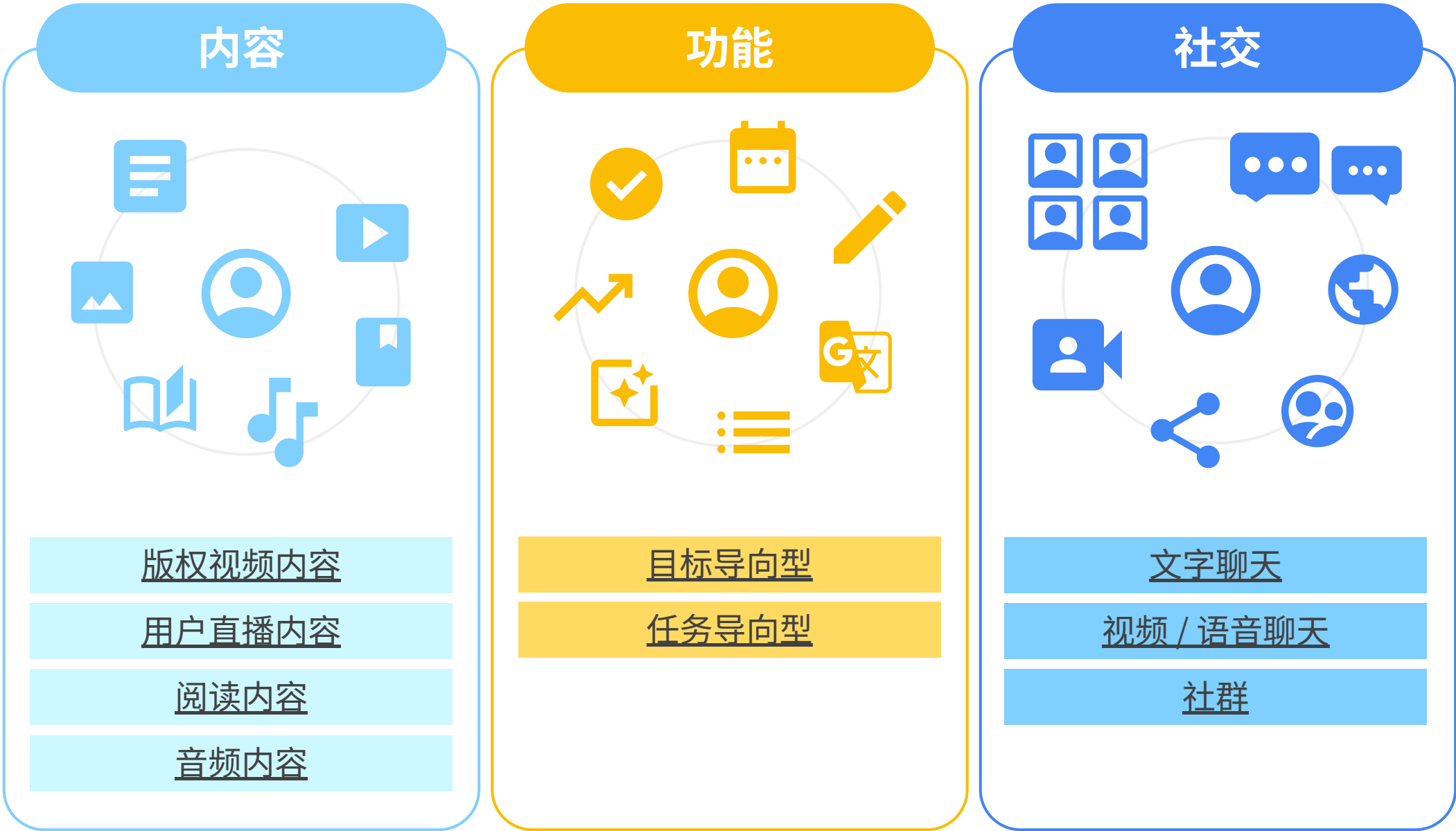


各产品体验类别的市场格局 (完整版本)

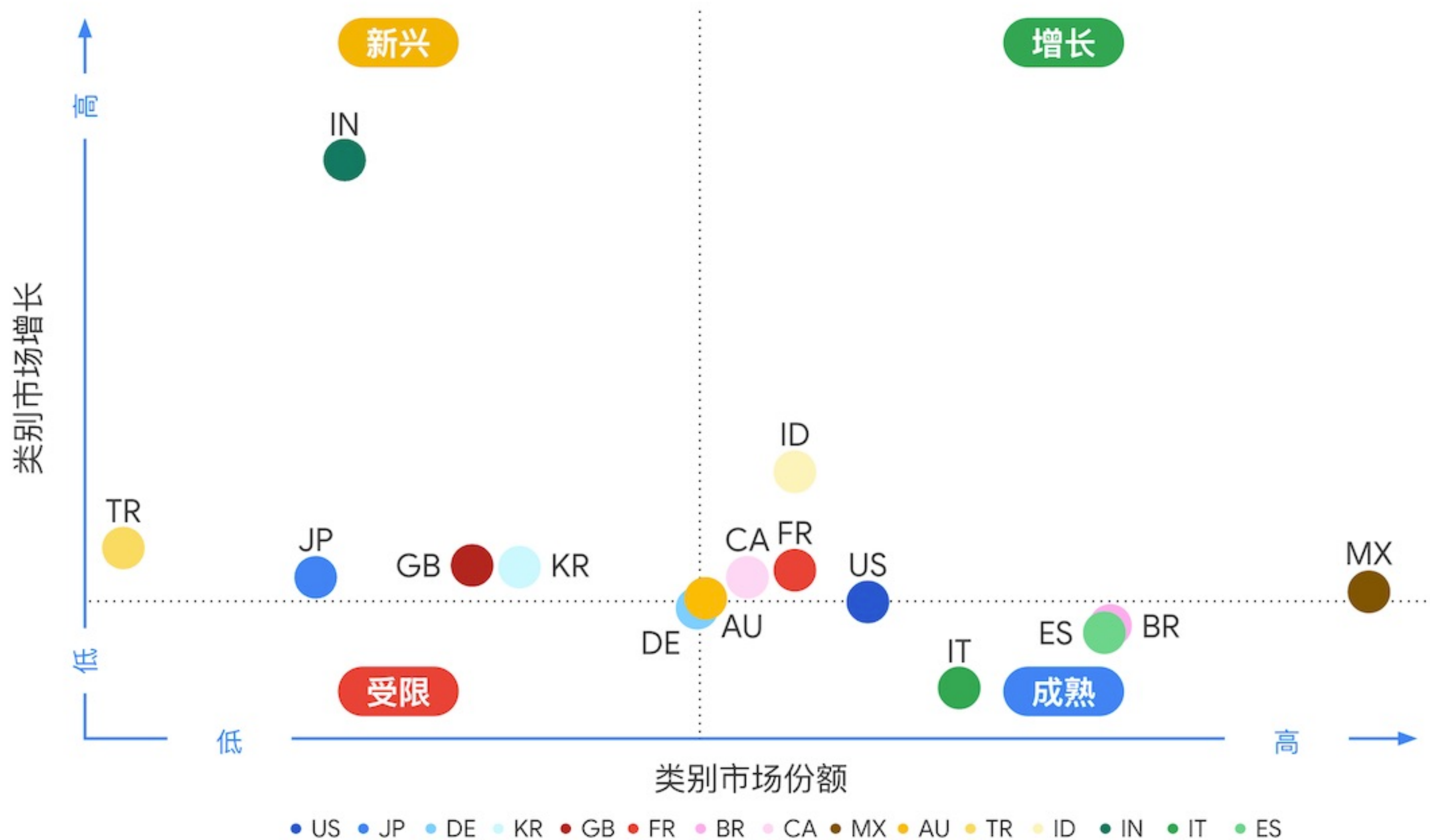


产品体验

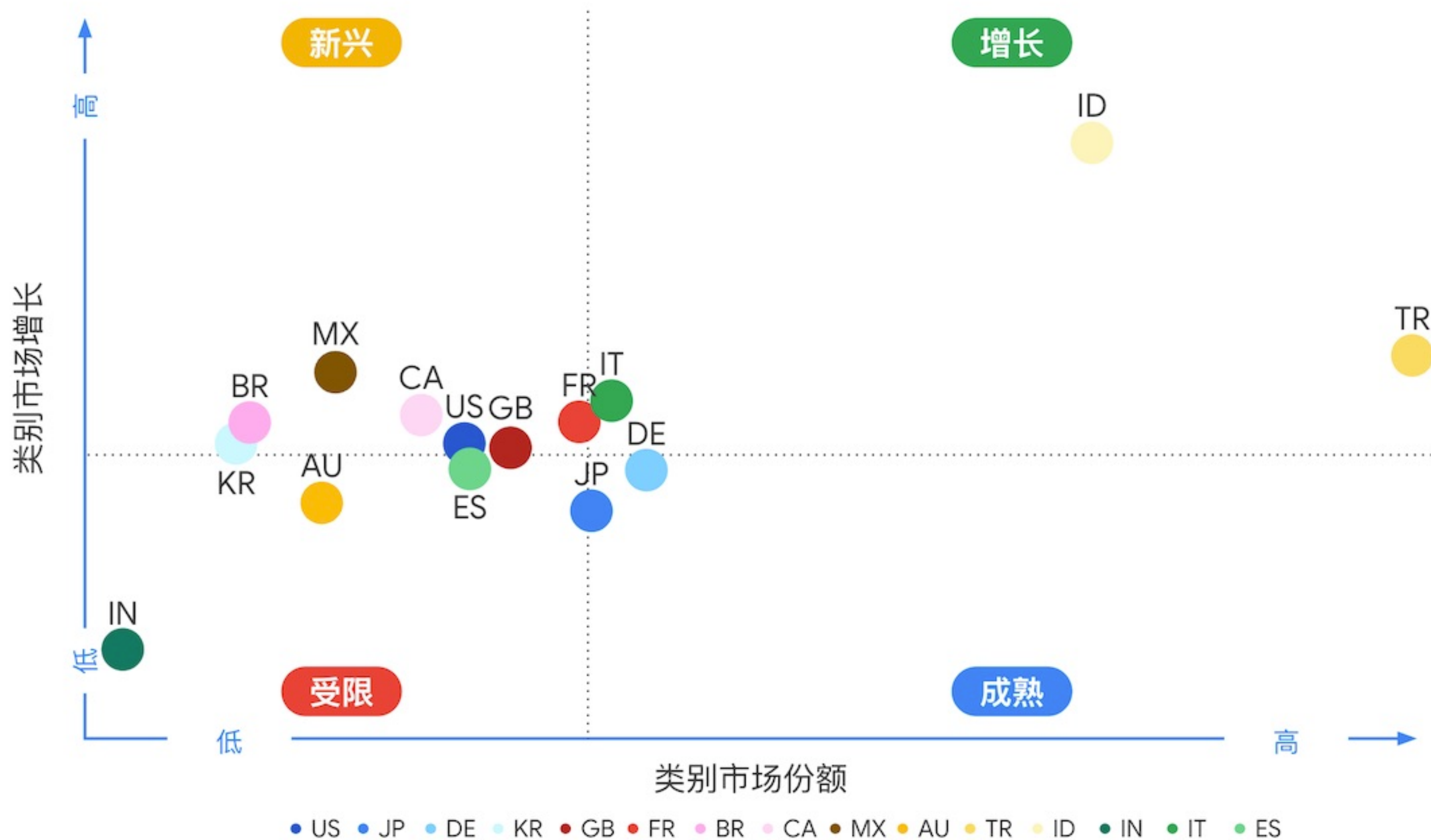
决定应用定位的
核心用户体验



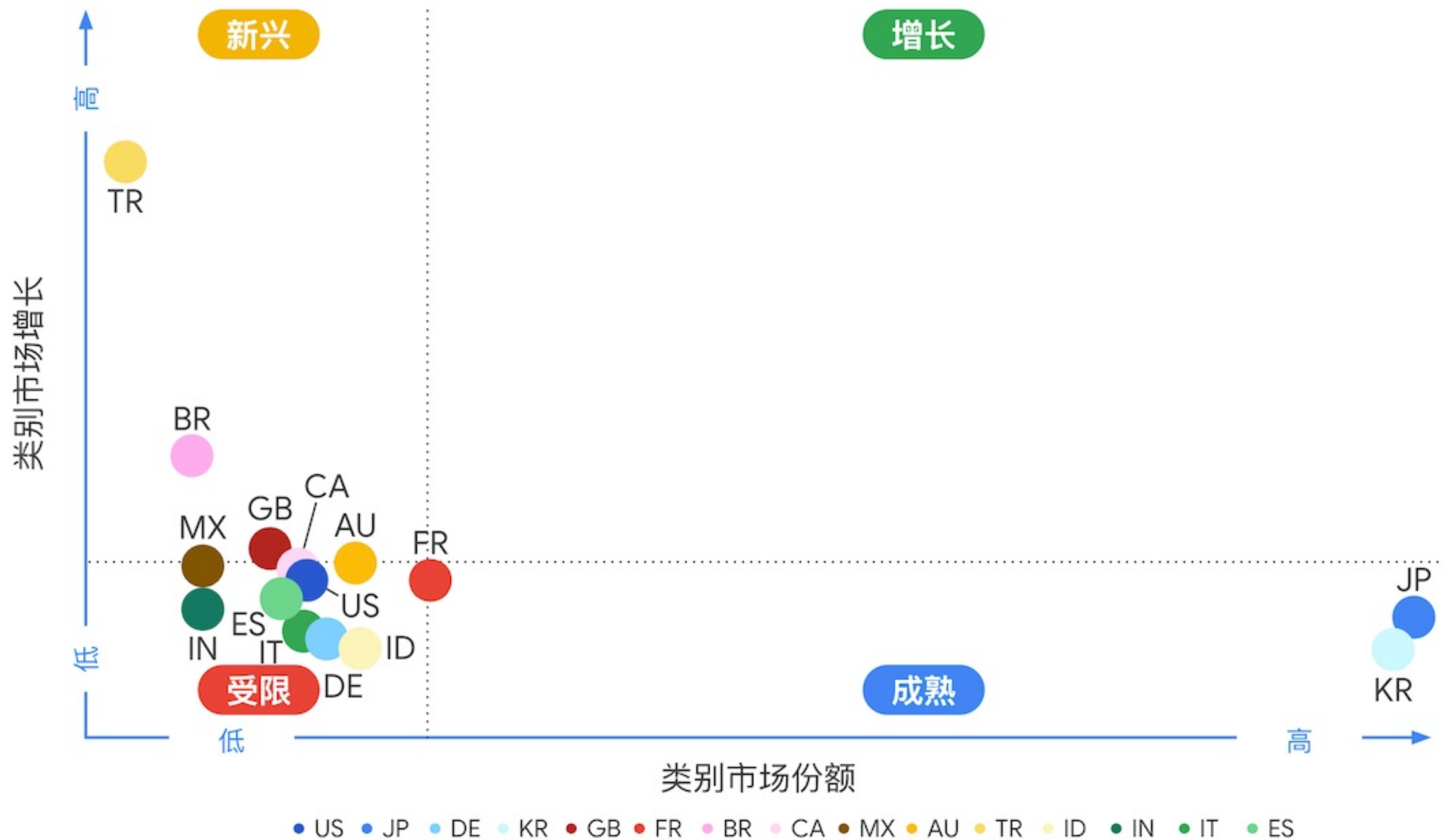
“版权视频”内容类应用的市场格局



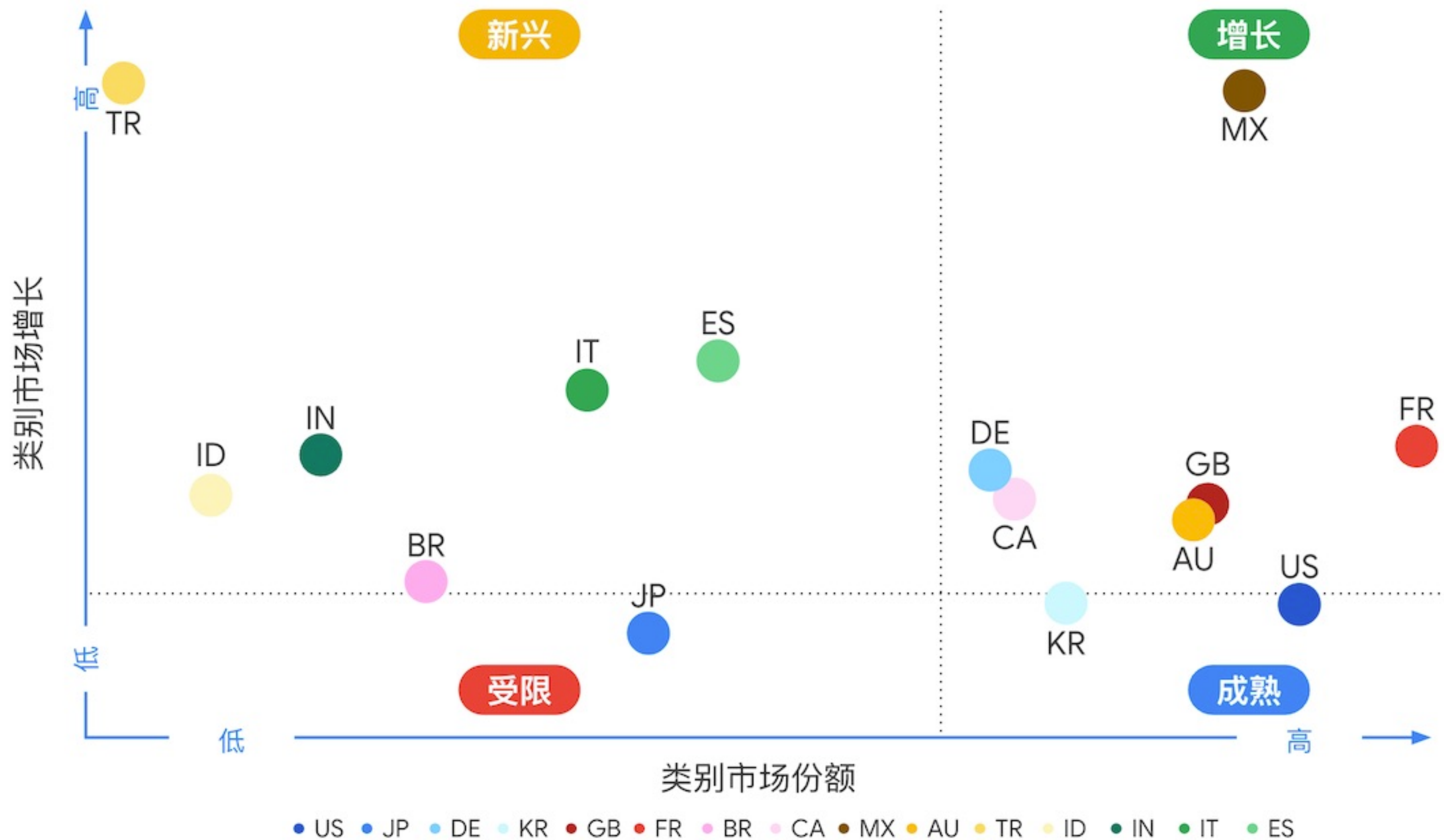
“用户直播”内容类应用的市场格局



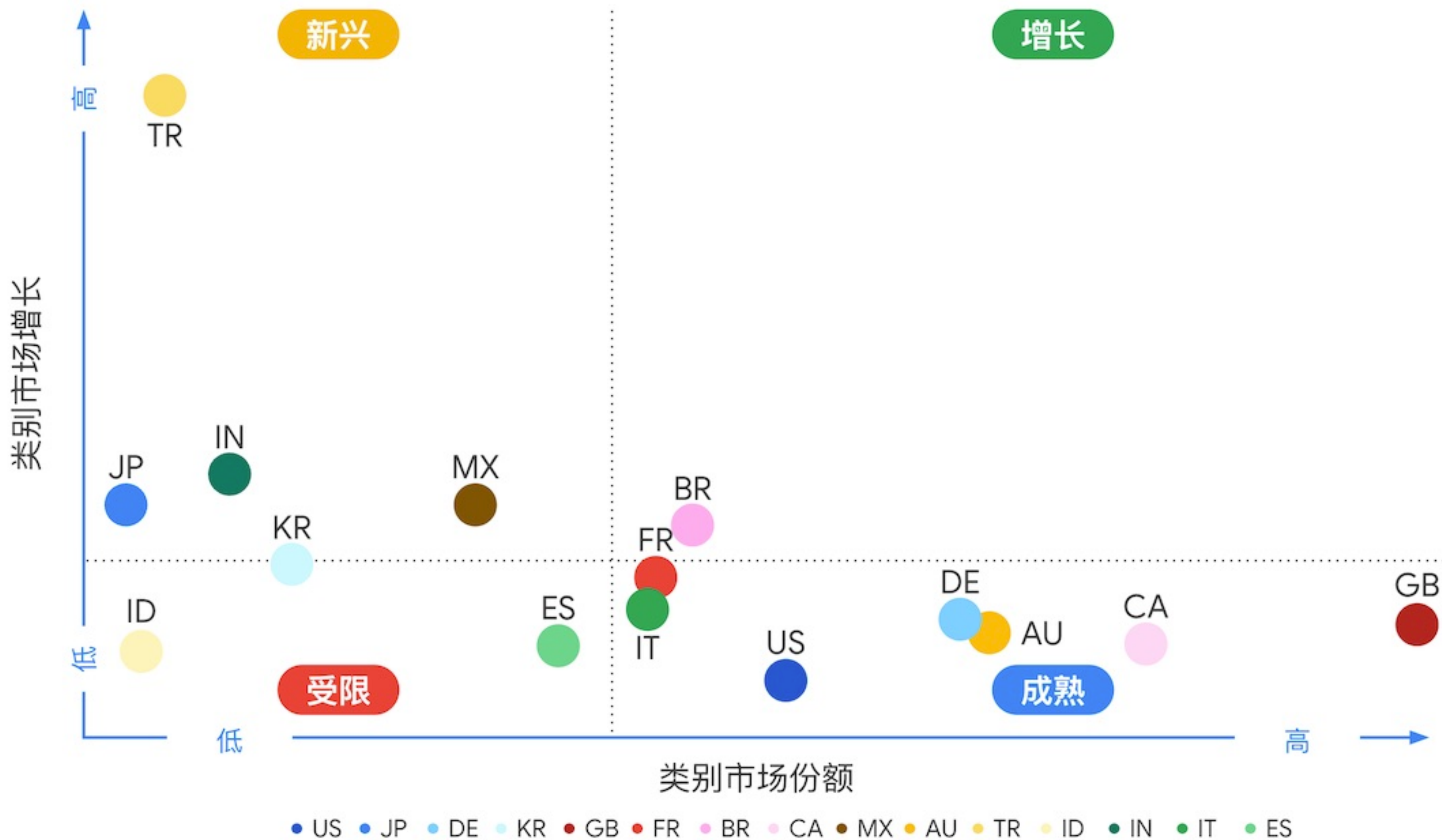
“阅读”内容类应用的市场格局



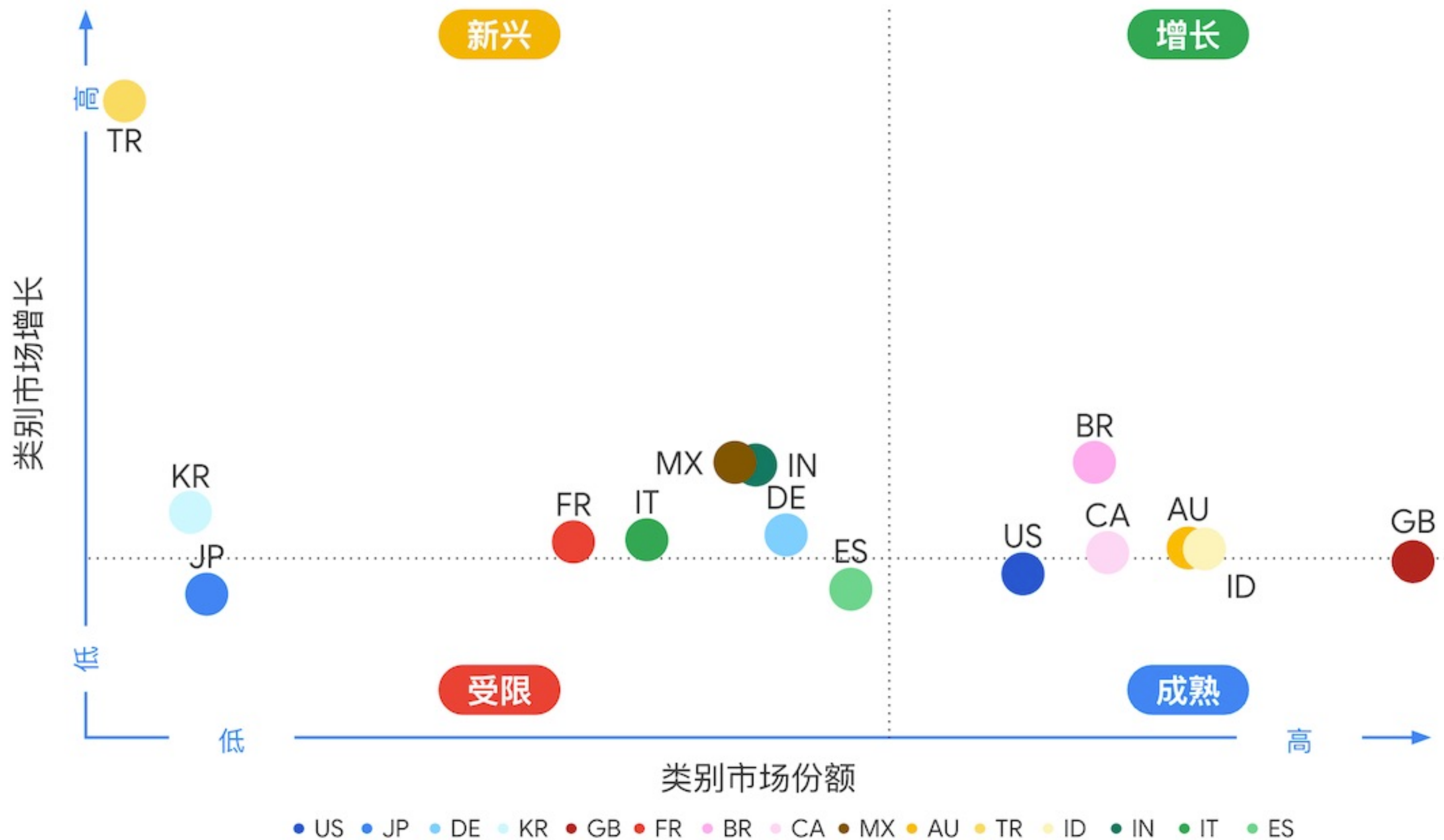
“音频”内容类应用的市场格局



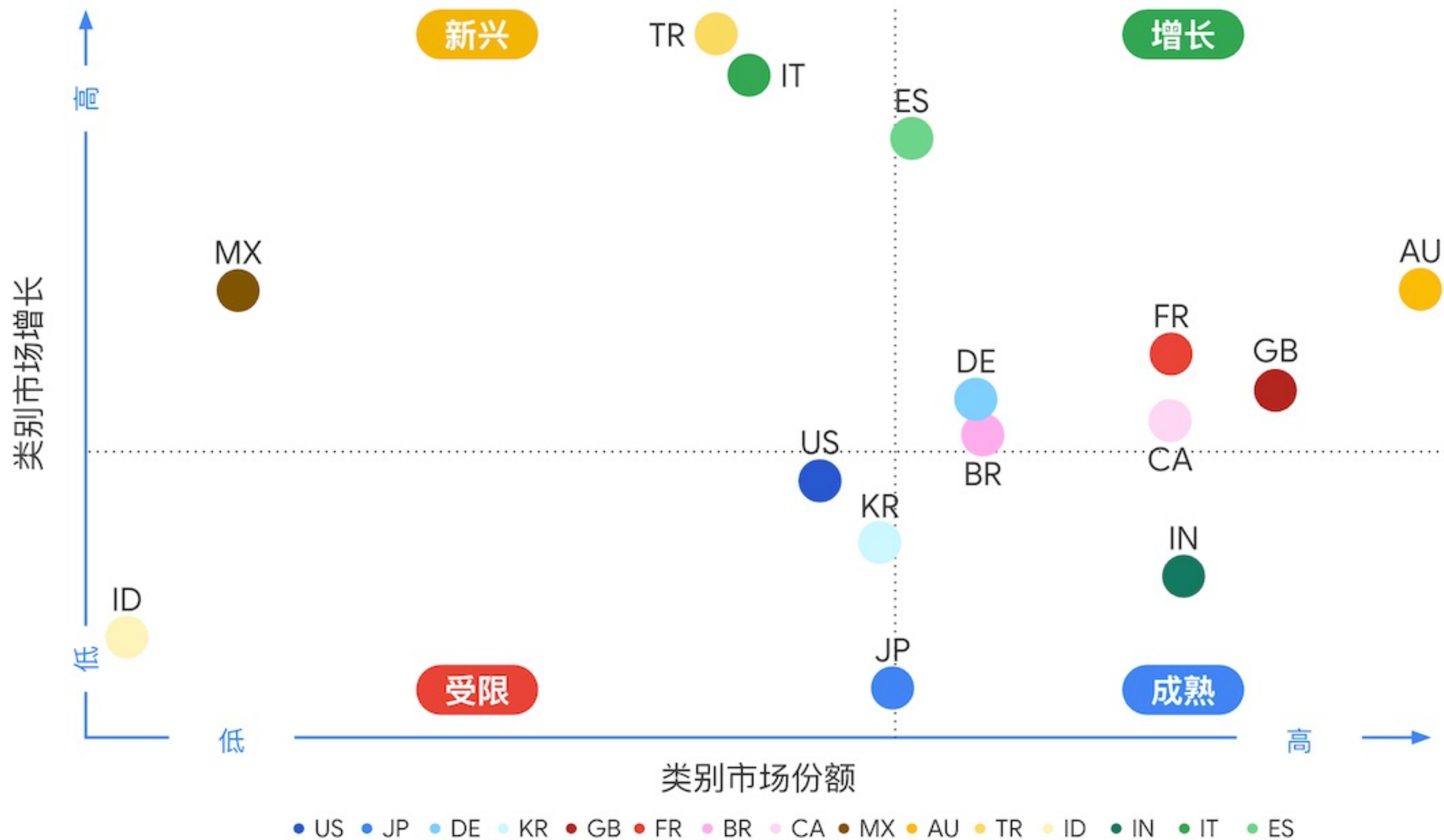
“目标导向型”功能类应用的市场格局



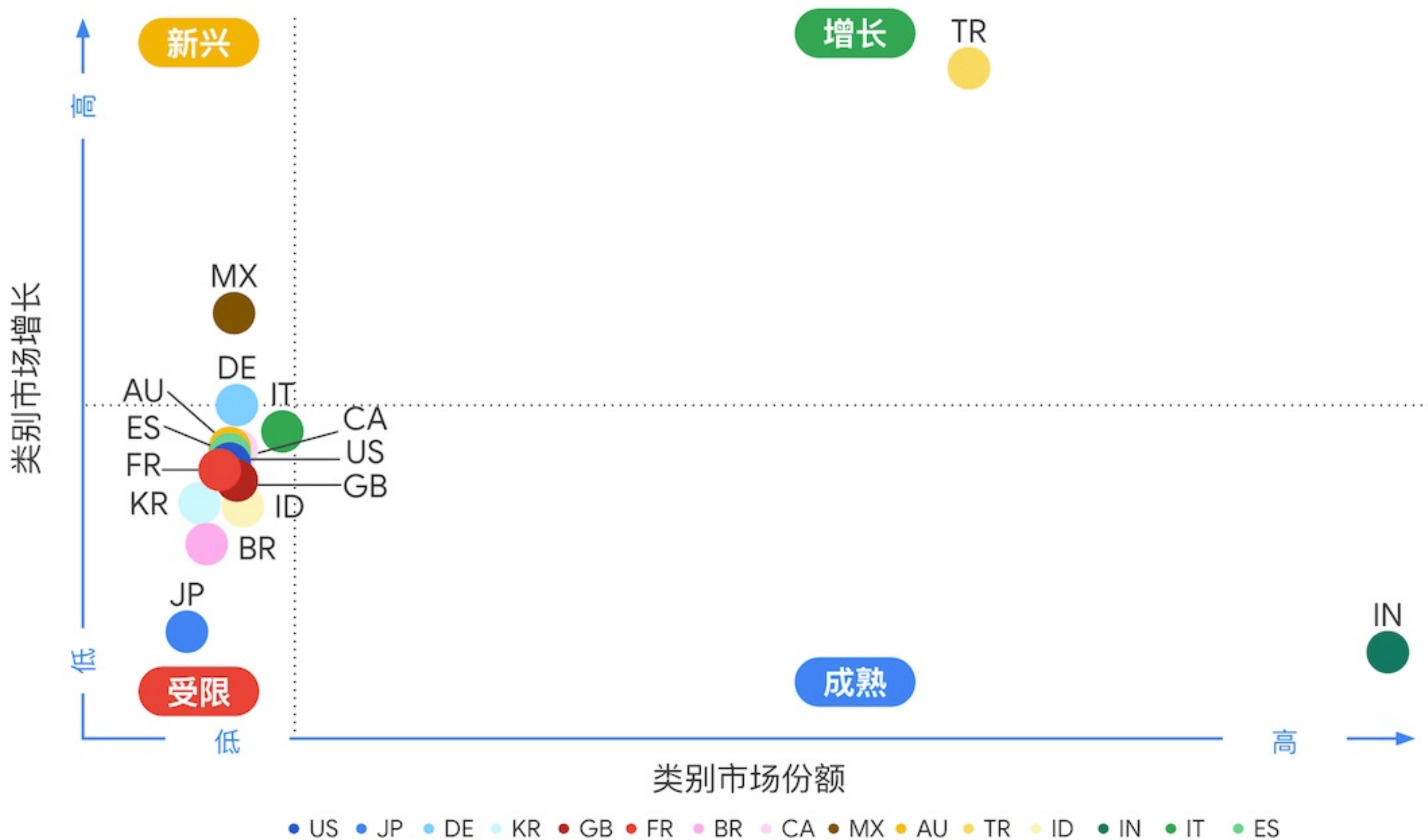
“任务导向型”功能类应用的市场格局



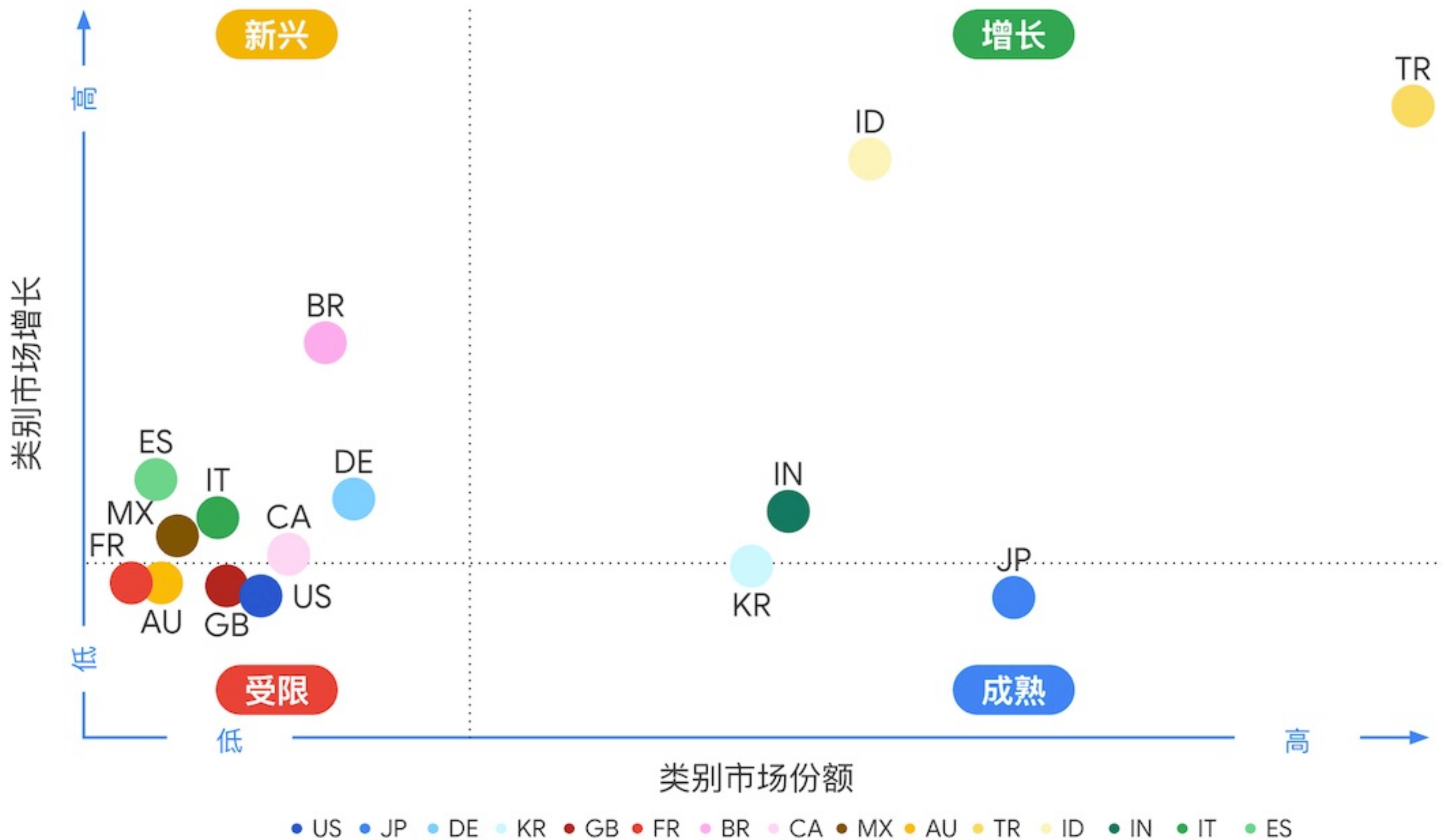
“文字聊天”类社交应用的市场格局



“视频 / 语音聊天”类社交应用的市场格局



“社群”类社交应用的市场格局



附录

要了解更多关于应用分类框架的信息，
请访问此[链接](#)。