



如何制胜 拉美地区的 移动市场



拉丁美洲移动行业现状总览： 2020年7月至2021年6月

新应用下载量

209 亿

+18%

同比增长率

iOS, Google Play

应用商店支出

30 亿美元

+26%

同比增长率

iOS, Google Play

每用户每日使用时长

4.2 小时

+9%

同比增长率

Android 手机



内容概要

- 拉美市场：总览
- 评估移动市场规模
- 不断增加的数字访问量刺激移动参与度增长
- 移动优先的游戏市场
- 聚焦购物应用



移动市场风向标



Google

Tencent 腾讯



SAMSUNG

ebay



Walmart



SEGA

ACTIVISION

VISA



intuit

LIONSGATE

ROVIO

peak



kakao

CVS

PROGRESSIVE



SciPlay



OUTFIT7

JAM CITY

LINE





我们一直在努力让 Pinterest 成为一个积极的、富有启发性的地方。在 2021 年，我们专注于把我们最好的新创作者体验和解决方案带给拉丁美洲的品牌。随着我们的创造者社区不断发展，我们希望继续完成自己的使命，在一个包容和多样化的环境中鼓舞人们，并通过我们增强的购物界面使这种体验更加具体。

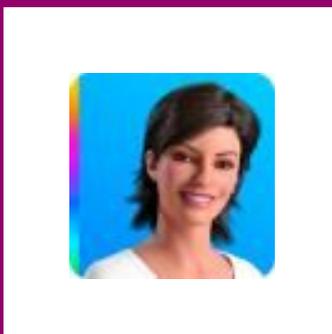
André Loureiro
拉丁美洲总经理
Pinterest





去年，凭借可靠的全渠道模式和成功的数字战略，Magalu 巩固了自己在巴西正式零售行业的领导者地位。Magalu 专注于推动巴西零售数字化转型，调整市场模式、进行新的收购，涵盖物流、金融服务、食品配送及内容，加强了自身的生态系统。所有这一切都汇聚在为单个应用创造价值的策略上，也就是在以用户为中心的平台提供多种服务，从而提高用户参与度和留存率。

Marina Galvão
绩效营销和应用增长经理
Magalu





拉美市场：总览

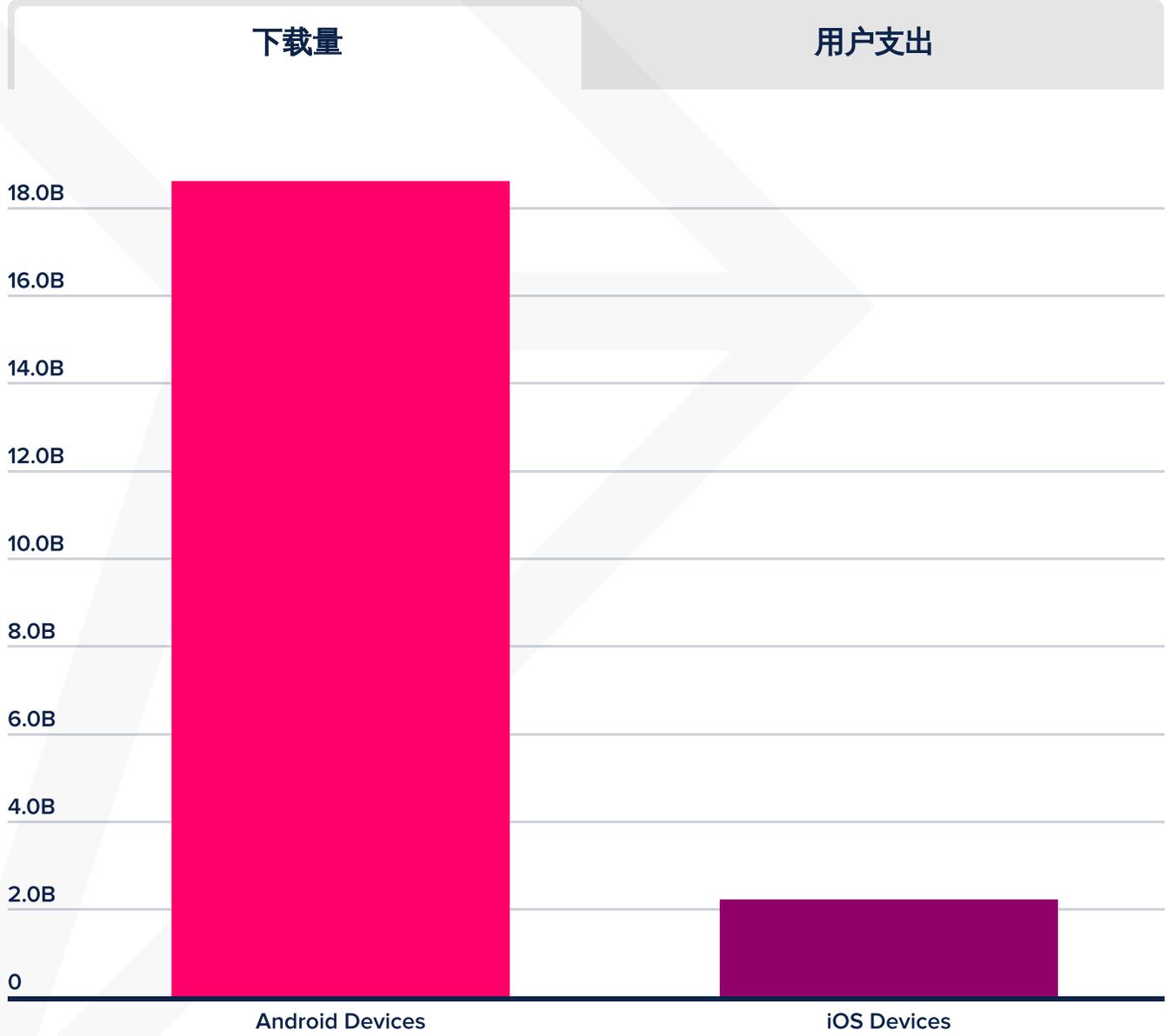


覆盖较大份额是成功的关键—— Android 设备推动了拉美地区 89% 的应用下载量

拉美地区 2020 年 7 月至 2021 年 6 月
下载量和用户支出细分数据

拉美地区似乎充满了移动机遇。当针对 Android 用户和 iOS 用户调整策略时，我们应该仔细考虑渗透率和变现潜力等因素，以及平台内的独特行为。利用 App Annie 的市场水平数据来评估机会，并利用来自区域参与者的洞察来帮助您制定 Android 和 iOS 的应用发行策略。

- 从各平台的下载量和用户支出分布来看，拉美地区较为独特，表明了在该地区不断增长的移动市场中 Android 设备的重要性。
- 该地区移动市场的下载量接近 210 亿次，且互联网渗透率持续增长。与用户支出相比，Android 设备所占的下载量份额更高，这可能与该地区的操作系统 (OS) 使用偏好相关。
- iOS 和 Google Play 上的用户支出比例表明这两个平台上的移动应用具有较高的变现潜力。在拉美地区，iOS 上的用户支出为 16.2 亿美元 (56%)，Android 上的用户支出为 12.7 亿美元 (44%)，而 iOS 在全球市场的份额为 65%。



资料来源：App Annie Intelligence
注：iOS 和 Google Play 中的下载量和用户支出综合数据。用户支出为总支出——未去除商店分成。

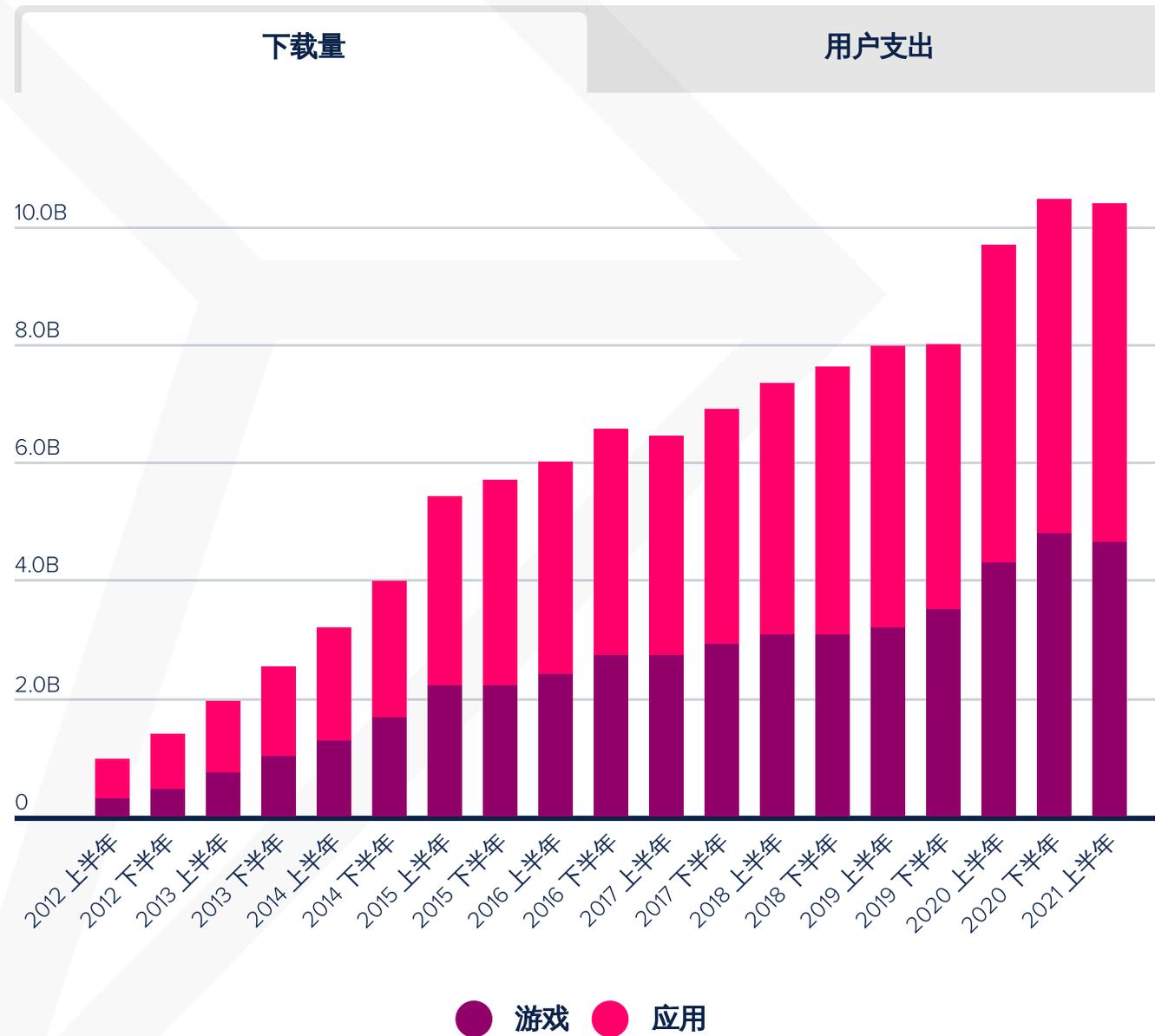


自 2019 年上半年以来，拉美地区的移动市场增长了 76%，2021 年上半年的移动市场规模接近 16 亿美元

疫情促使拉美等发展中地区加快了移动业务的增长。

- 拉美地区的移动设备使用率很高，因此在全球市场所占的份额也有所增加。2020 年 7 月至 2021 年 6 月，该地区在 iOS 和 Google Play 上的下载量占全球总下载量的 15%。
- 2020 年 6 月至 2021 年 7 月，用户支出达到 29 亿美元，同比增长 26%。
- 在 2021 年上半年的拉美地区用户支出中，游戏占 50%，而全球平均水平为 68%，但非游戏应用的份额增长势头更为强劲。

拉美地区的移动应用消费额在全球市场中的份额不断上升



资料来源：App Annie Intelligence

注：iOS 和 Google Play 中的下载量和用户支出综合数据。用户支出为总支出——未去除商店分成。



评估移动市场规模

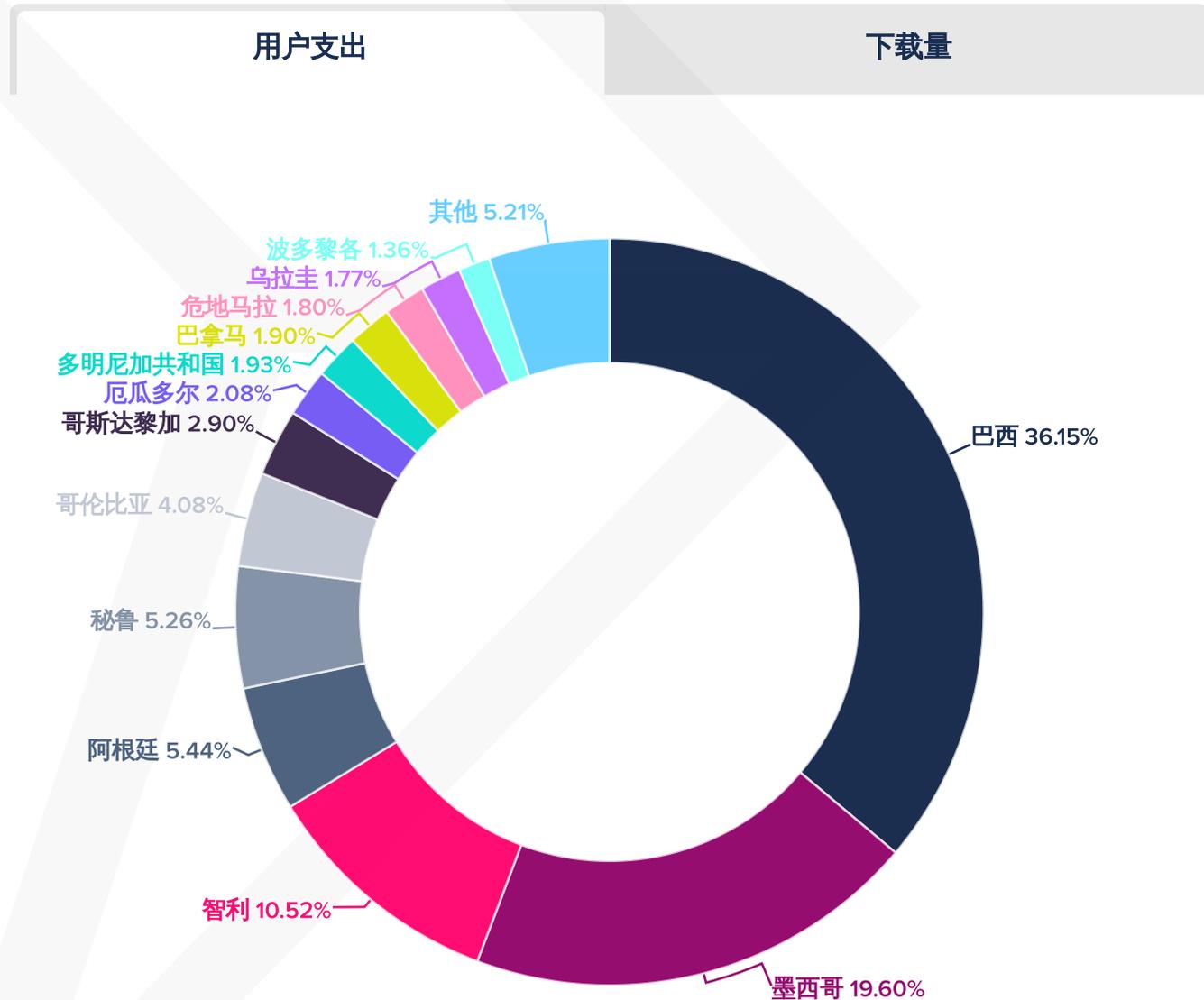


评估市场规模：巴西和墨西哥处于拉美不断增长的移动前沿市场

2020年7月至2021年6月
拉美移动市场国家/地区级别细分数据

拉美由多个地区组成，这些地区具有独特的政府和社会因素，影响着移动市场格局。市场成熟度水平的差异以及地区法规在一定程度上影响了各个国家/地区的移动格局。

- 2020年7月至2021年6月，用户支出排名前5位的国家/地区在拉美地区的全部用户支出中占据75%以上。在这段时间里，**仅巴西和墨西哥这两个国家就为拉美带来了73%的下载量。**
- 而下载量较少的国家/地区在用户支出方面所占的份额较大，因为这些国家/地区的人均收入较高。以乌拉圭为例，该国人口只有300万（下载量占比为0.14%），但人均收入却高达1.6万美元（用户支出占比为1.77%）。而巴西的人均收入还不到乌拉圭的一半。
- 由于每个国家的移动设备和互联网采用速度、人口规模和社会经济特征各不相同，该地区呈现出碎片化的趋势。



资料来源：App Annie Intelligence

注：iOS 和 Google Play 中的下载量和用户支出综合数据。包含游戏和应用综合数据。

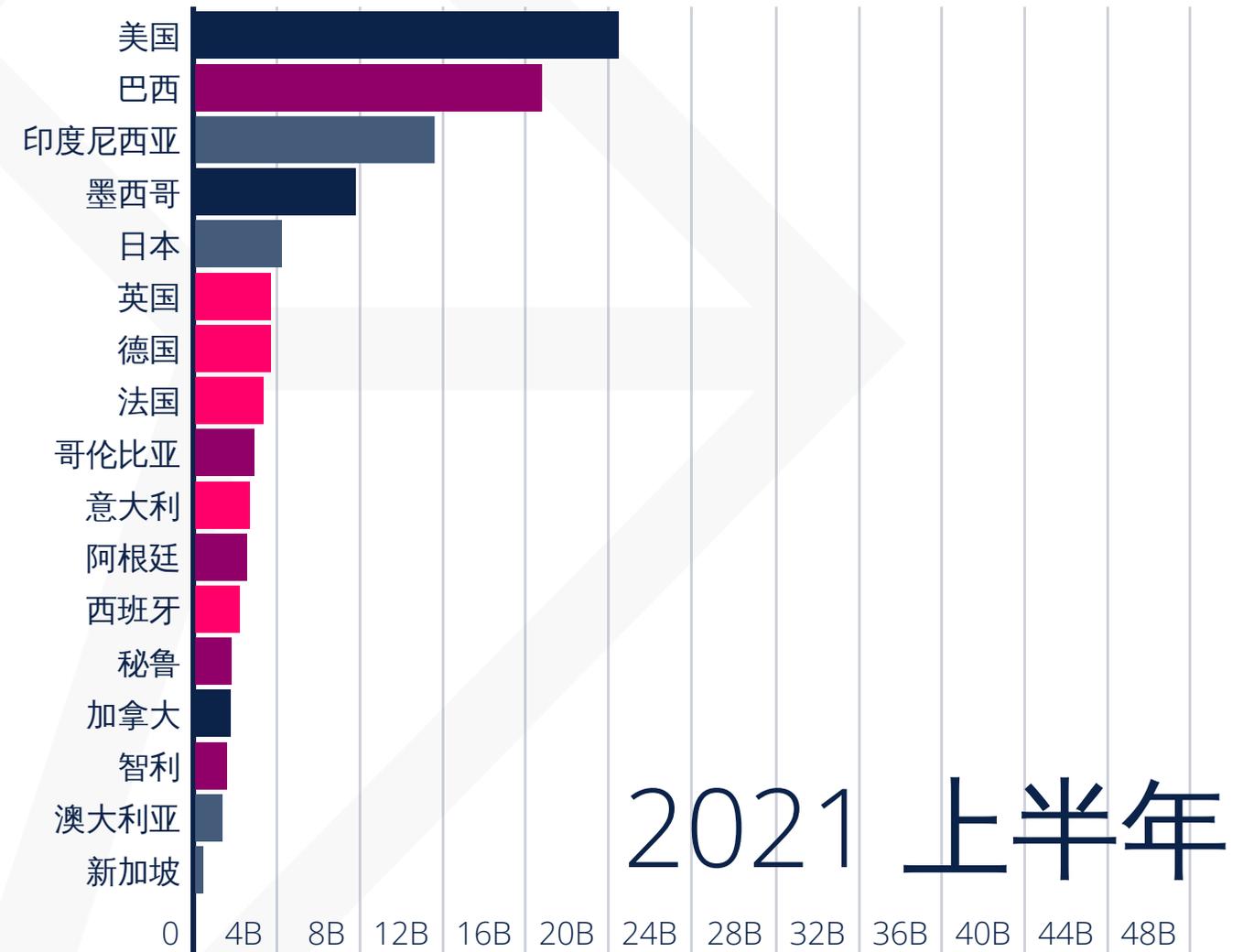


虽然在拉美地区巴西使用移动设备的时间较早，但该地区其他国家的下载量已开始超越热门市场

拉美地区的数字化格局正在迅速发展，预计到 2025 年，使用智能手机的人口比例将增加到约 75%。为了更好的发现成功机遇，您需要评估各个地区的市场渗透率和使用消费模式。

- 在 2021 年上半年，巴西的总下载量排名第三，仅次于印度和美国。
- 除了墨西哥和巴西，近年来其他拉美国家/地区的排名也出现上升，这是因为移动设备的采用和网络覆盖率迅速增长。
- 在 2021 年上半年，哥伦比亚的下载量超过了意大利、阿根廷和西班牙，而这些地区在 2019 年的下载量排名高于哥伦比亚。

智能手机应用下载量呈现的市场发展趋势



2021 上半年

北美地区 拉美地区 欧洲、中东、非洲和俄罗斯 亚太地区

资料来源：App Annie Intelligence
注：iOS 和 Google Play 中的下载量综合数据。

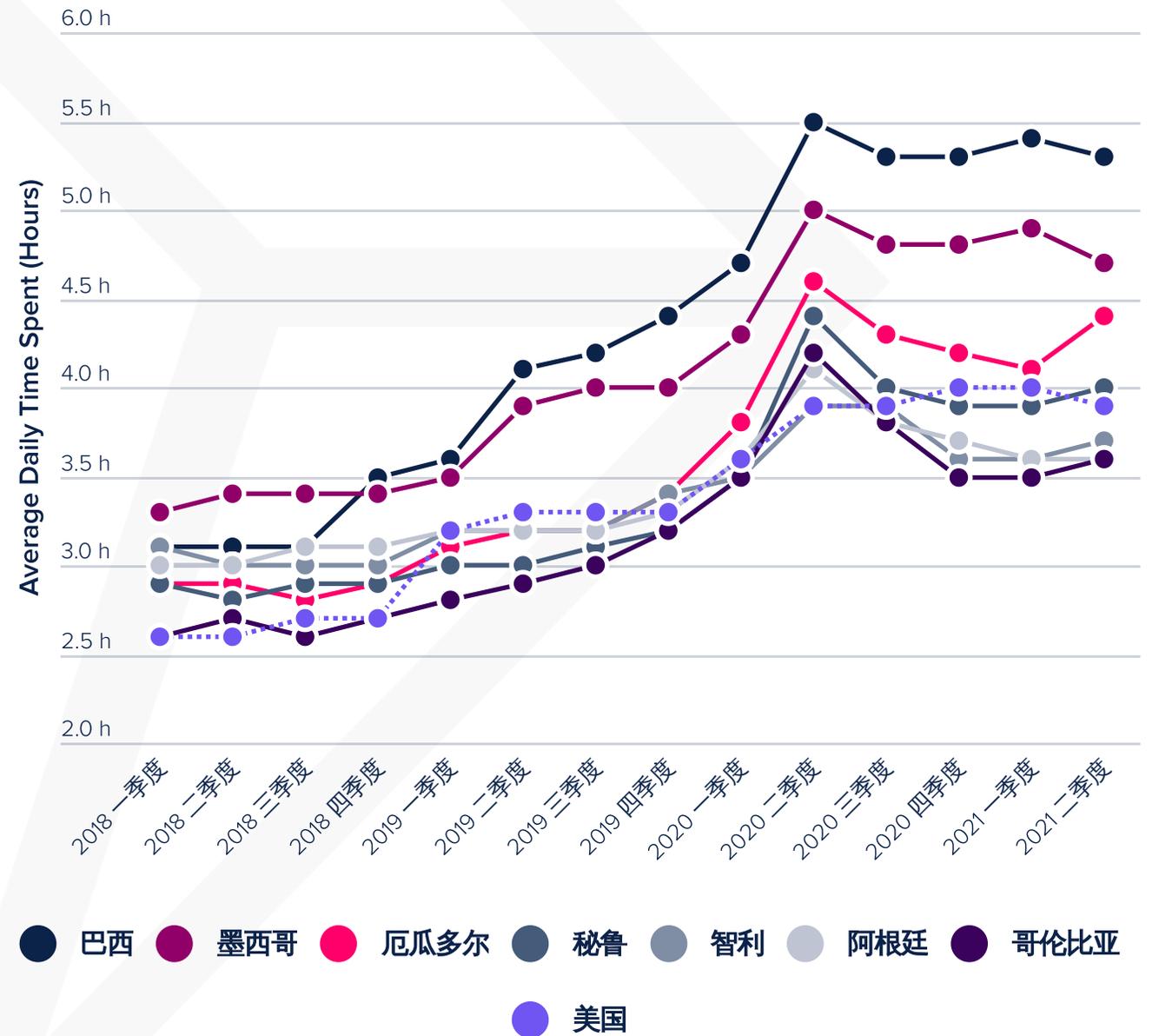


在 2021 年上半年，拉美国家/地区的 Android 手机每日使用时长超过美国，用户平均使用移动设备的时长为 4.2 小时

拉美地区的高增长率加上智能手机上的使用时长最高，意味着强大的市场潜力。使用 App Annie 的热门应用报告，查看哪些应用占据了更多的移动设备使用时长。

- 在 2021 年上半年，巴西和墨西哥的每日设备使用时长处于领先地位，与 2019 年上半年相比增长了 3 倍以上。
- 在巴西，每位用户每天使用移动设备的时长为 5.4 小时，与 2020 年上半年相比增长了 6%，与 2019 年上半年相比增长了 32%。2021 年上半年，墨西哥用户每天使用智能手机的时长为 4.8 小时，与一年前相比增长了 15%，与两年前相比增长了 36%。
- 受疫情影响，智利、阿根廷和哥伦比亚在 2020 年第二季度和第三季度的使用时长大幅增加，但此后设备使用时长略有下降——随着联网家庭的数量增加，以及技术和互联网访问的改善，屏幕使用总时长将会有所增加。

Android 手机用户的平均每日使用时长



资料来源：App Annie Intelligence
注：平均每日使用时长为 Android 手机中的使用时长。



不断增加的数字访问量刺激
移动参与度增长

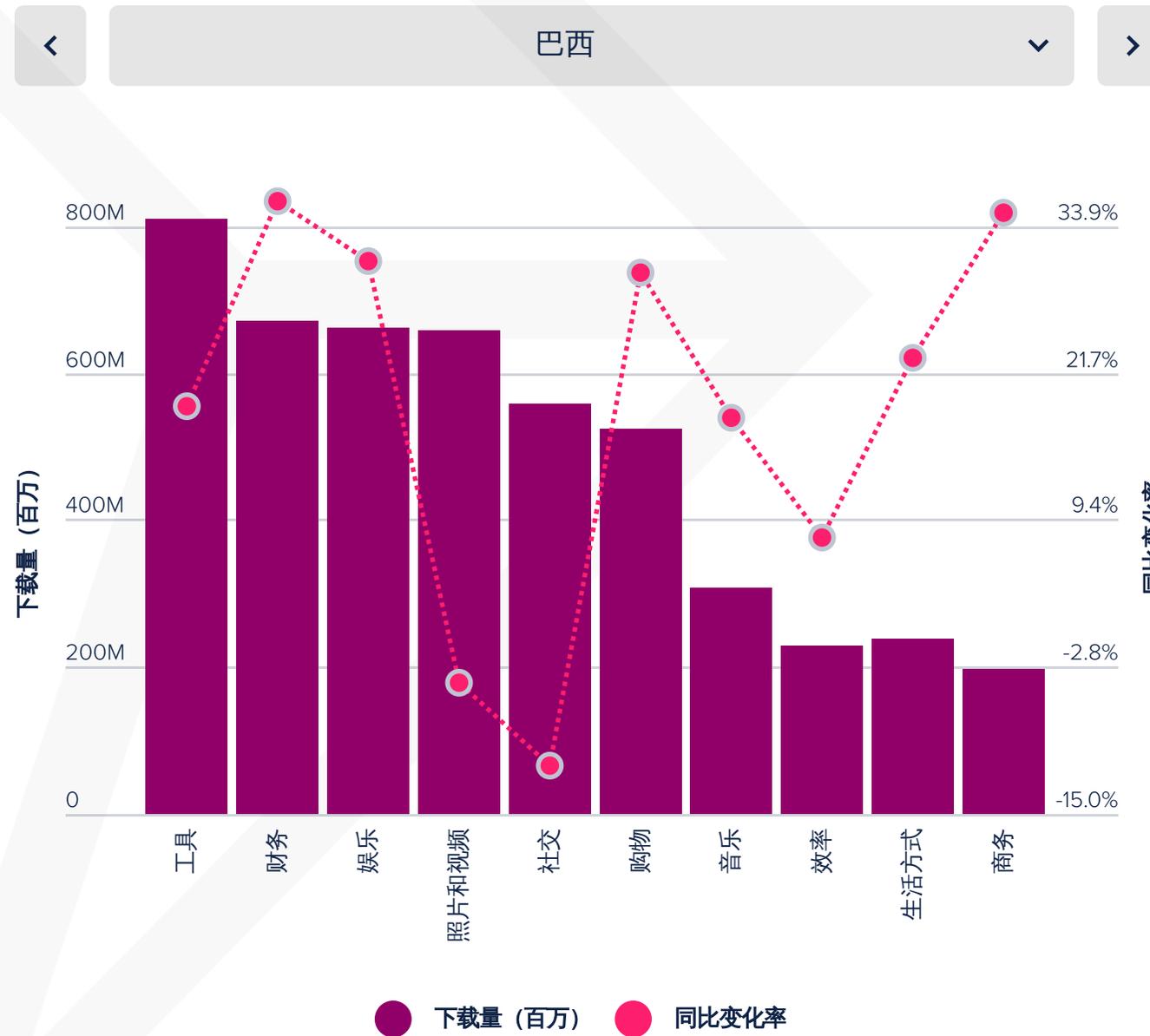


在拉美地区的热门国家/地区，财务和购物应用的下载量有所增长

拉美地区的各个国家/地区处于不同的发展阶段，因此监测跨区域的趋势十分重要。利用 App Annie 的数据可以更细致地了解关于垂直领域增长的洞察。

- 工具是拉美市场的热门类别，由杀毒、隐私和清洁应用等移动安全应用占据主导地位。在巴西，Carteira Digital de Trânsito 和 gov.br 等联邦政府应用都属于工具类别，这极大地推动了该类别的份额增长。
- 在新冠肺炎疫情的背景下，用户开始寻求新的支付和收入处理方式，因此加速了财务应用的增长。在巴西，从 2020 年 7 月到 2021 年 6 月，财务应用的下载量超过 6.7 亿次，同比增长 36%。
- 在疫情期间，购物应用人气提升，巴西的下载量同比增长 30%。在这段时间里，零售商希望通过移动设备来推动销售额以及建立用户忠诚度，一些热门零售商为首次购买的用户创造了一种特殊的客户服务方法。而 Magazine Luiza 等其他零售商也扩大了配送中心和实体店的规模，以便促进应用购买/数字购买并缩短配送时间。

拉美地区按下载量排名的热门类别 2020 年 7 月至 2021 年 6 月



资料来源：App Annie Intelligence
注：iOS 和 Google Play 中的下载量和用户支出综合数据。

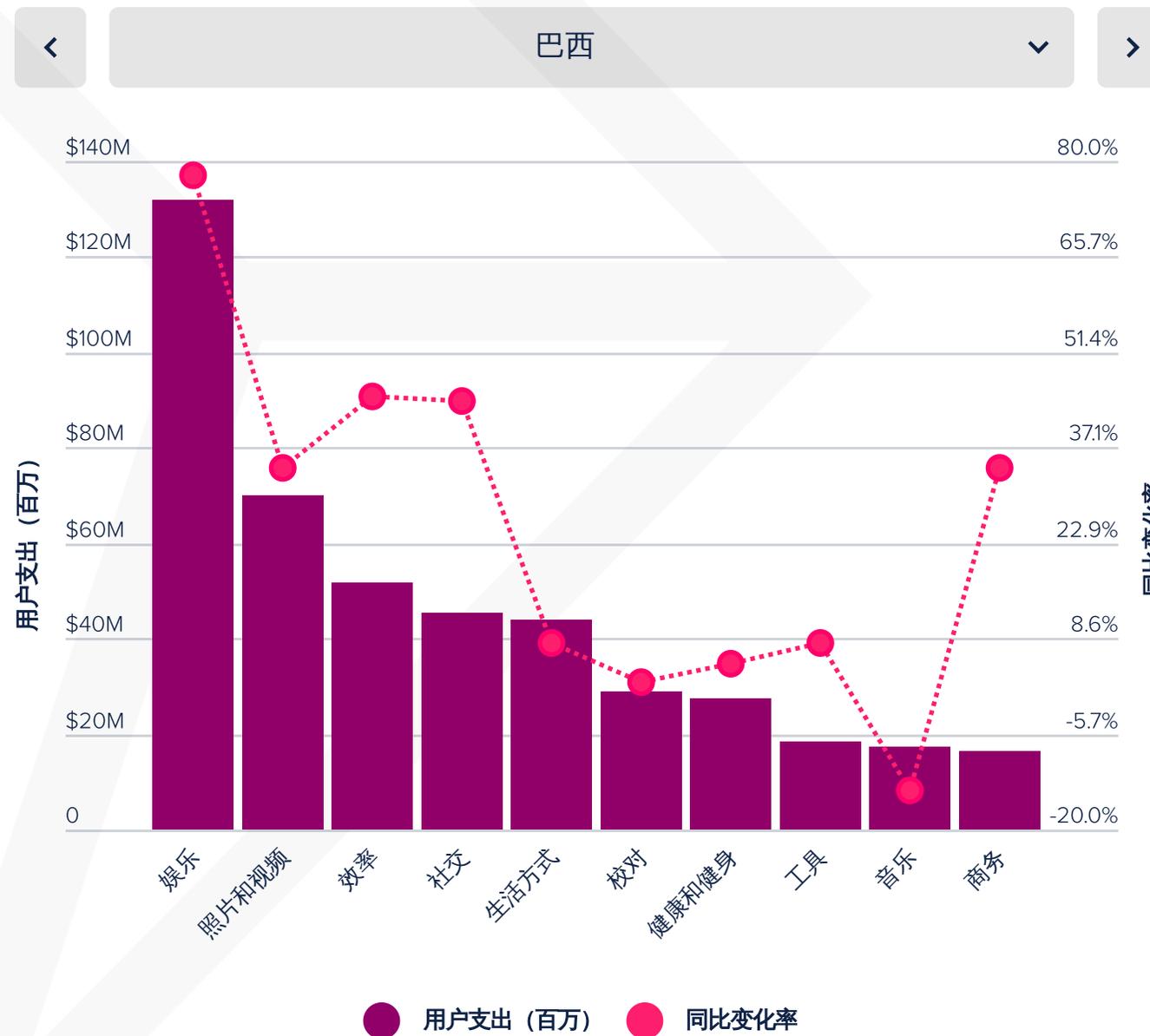


对智能电视的访问受限推动了移动在线视频应用的发展，使娱乐成为拉美地区用户支出最高的类别

当针对拉美地区制定策略时，对比考虑访问权限与价值是十分重要的。要在拉美地区成功实现突破，掌控订阅服务和产品价格点将发挥重要作用。在巴西市场，HBO Max 提供仅限移动设备的订阅服务，允许用户以较低的订阅价格访问仅限于应用内的内容。

- 除了游戏，对于拉美地区用户支出最多的 6 个国家，在 4 个国家中，娱乐是用户支出最多的类别。
- 在此期间，健康健美是哥伦比亚用户支出最多的类别。在阿根廷，照片和视频应用中的用户支出最多。
- 从用户支出来看，增长最快的照片和视频应用似乎与其他增长最快的应用类别（包括商务、社交和游戏）相辅相成。值得注意的应用包括图形设计平台 [Canva](#)，[Mojo - Story Editor](#)、[InShot](#) 和 [Adobe Lightroom](#) 等编辑应用，以及直播应用 [Twitch](#)。

拉美地区按用户支出排名的热门类别 2020 年 7 月至 2021 年 6 月



资料来源：App Annie Intelligence
注：iOS 和 Google Play 中的下载量和用户支出综合数据。

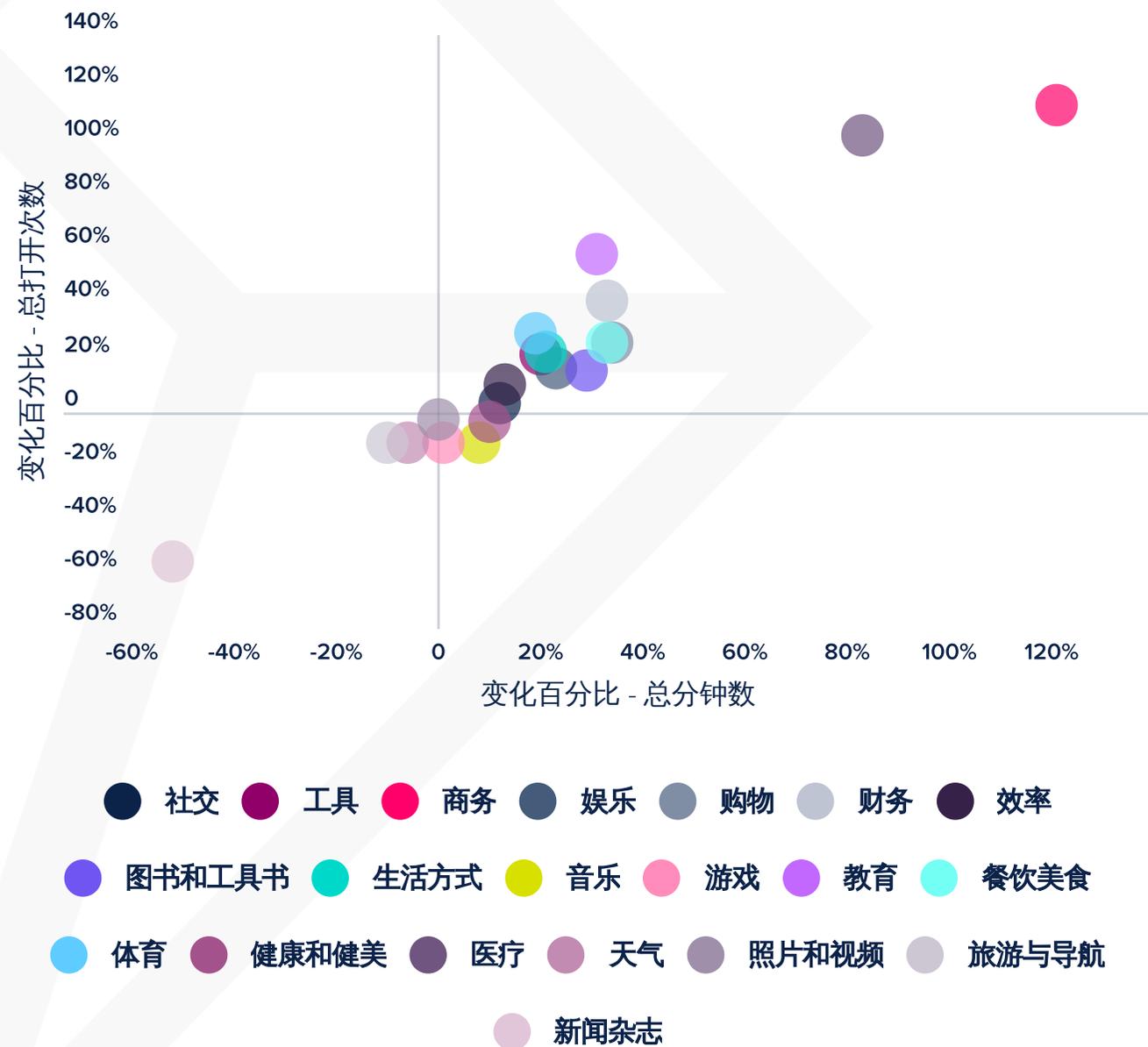


确定拉美市场表现最好的应用类别：在打开次数和使用时长方面，商务和医疗应用的增长一路领先

利用移动市场估算数据来监控新冠肺炎疫情后的市场，并确定新兴的、具有颠覆性的趋势。

- 疫情下的封锁措施推动了商务、医疗和教育等“日常”功能的需求增长。就工作时长而言，拉美地区是全球工作时间最长的地区之一。对于移动领域来说，这可能是一个机遇，可以在教育和商务类别中打造应用和功能，帮助用户提升技能和生产力。
- 在拉美地区，无接触支付技术继续得到越来越多的采用，新出现的银行、数字钱包、非接触式信用卡和其他金融科技应用也实现激增。在此期间，拉丁美洲金融科技市场实现了 41% 的增长，并有望在未来几年获得快速增长势头。

类别参与度增长 2020年7月至2021年6月与一年前对比



资料来源：App Annie Intelligence
注：使用时长和打开次数为 Android 手机数据。图例顺序反映了拉美地区各类别的份额排名。拉美地区不同时间七个热门国家的数据支持。

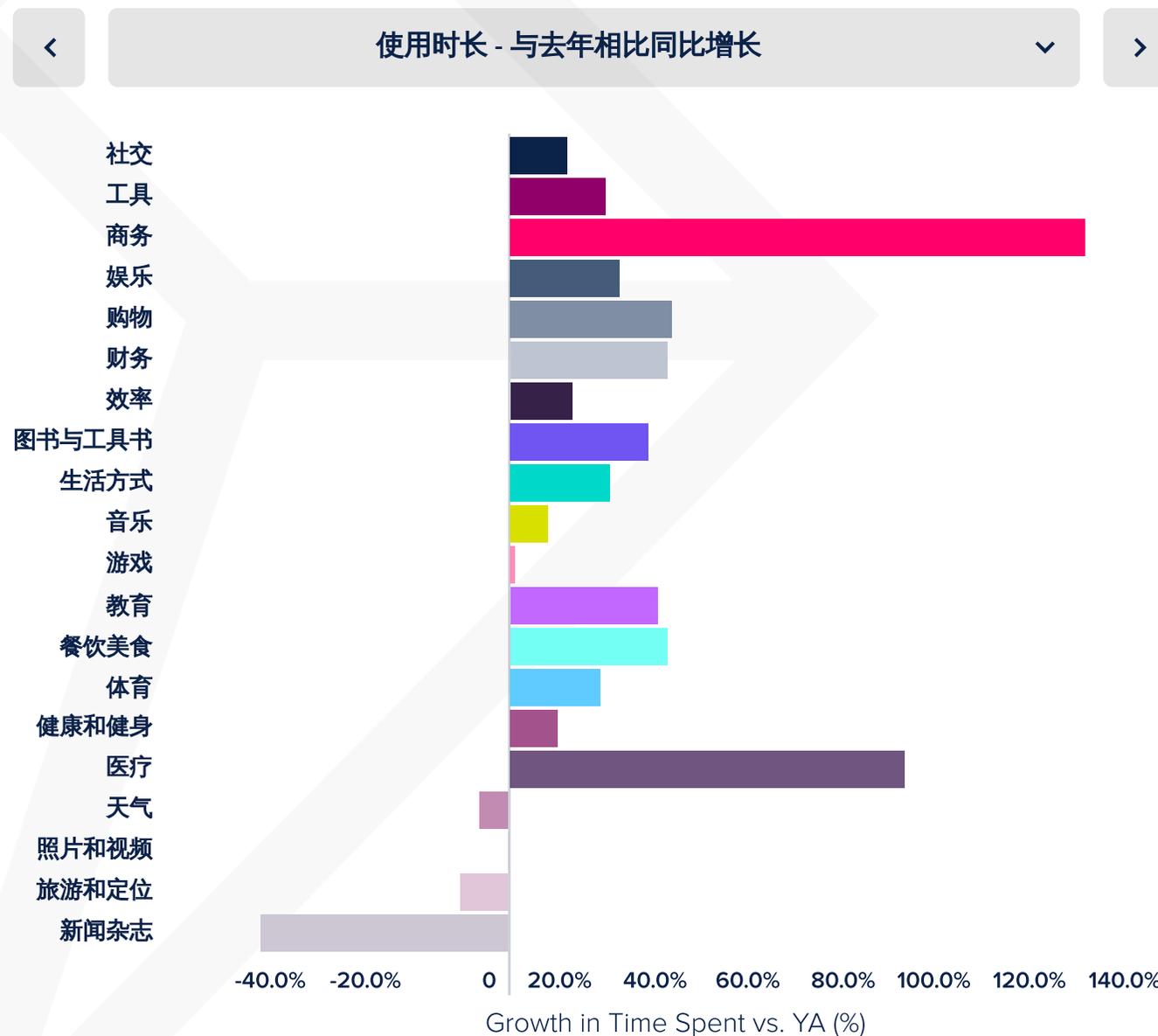


随着拉丁美洲用户继续寻求个人对个人的连接，社交类应用的使用时长达到 259 亿小时

打开次数和使用时长的高增长意味着更多用户支出将转向移动领域。利用移动市场估算数据，及早监测并提前计划，以应对新兴和颠覆性趋势。

- 拉丁美洲的移动用户在社交应用中的使用时长最多，在此期间，他们在最喜欢的社交应用中的使用时长超过 259 亿小时。
- WhatsApp 等社交通讯工具、*Facebook*、*Instagram* 和 *Twitter* 等社交媒体平台以及 *TikTok* 等社交娱乐应用在很大程度上推动了增长。
- 在拉丁美洲，财务应用的打开次数增长了 41%。移动钱包和非接触式信用卡越来越受欢迎，购物应用打开次数增加了 26%。

拉丁美洲增长迅速的类别 2020 年 7 月至 2021 年 6 月与一年前对比



资料来源：App Annie Intelligence

注：iOS 和 Google Play 中的下载量和用户支出综合数据。用户支出为总支出——未去除商店分成；使用时长为 Android 手机中的使用时长

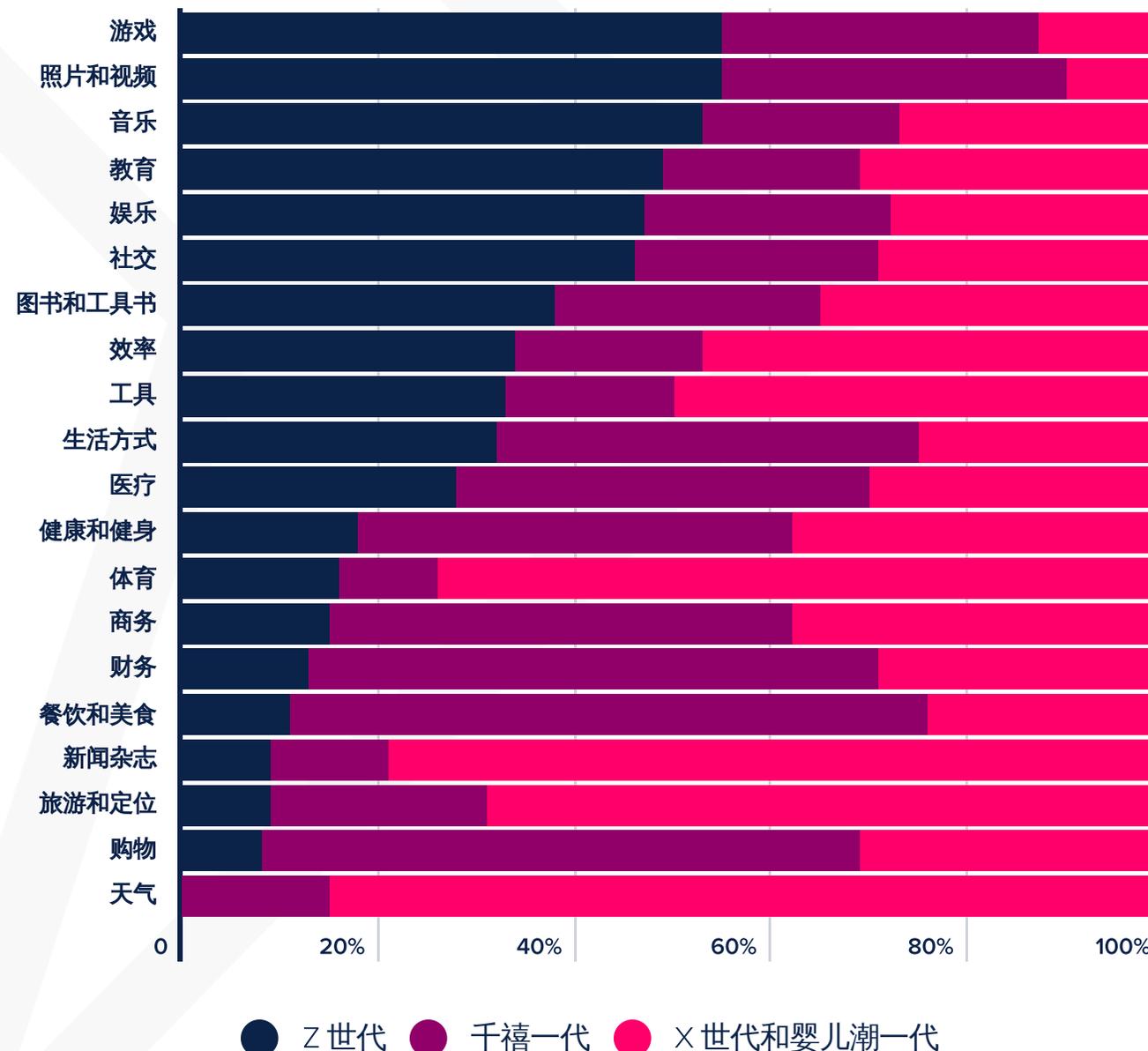


巴西庞大的年轻用户群体在移动市场中推动了一切“数字化娱乐”的增长

另外，在设定基准时，了解 Z 世代用户对您的应用类别的参与度也十分重要。这在巴西尤为重要，因为巴西的用户群体大都是年轻人。使用 App Annie 的用户群体数据来评估您的应用类别中独特的用户群体。

- 拉美地区的互联网受众非常年轻。2021年的人口数据显示，巴西的互联网受众平均年龄为 33 岁，比美国的平均年龄低 5 岁。
- 十分倾向于 Z 世代的类别在收入方面也处于领先地位。游戏、照片和视频以及娱乐类别在这些受众中很受欢迎。
- 在巴西，61% 的购物应用用户是千禧一代。他们在金融和食品饮料类应用的用户群中也占比最高，分别占用户总数的 58% 和 65%。

巴西不同群体对于不同类别的应用使用行为存在显著差异



资料来源：App Annie Intelligence
 注：2020 年 7 月至 2021 年 6 月；iPhone 和 Android 手机数据；按 MAU 排名的每个年龄段用户最可能使用的前 100 位应用的份额。
 Z 世代表示 16-24 岁的群体；千禧一代表示 25-44 岁的群体；X 世代和婴儿潮一代表示 45 岁以上的群体



在拉美地区的热门应用类别中发现领跑者

按下载量排名的热门突破应用，2021年上半年与2020年上半年对比

| | 娱乐 | 财务 | 购物 | 照片和视频 | 社交 | 教育 | 餐饮和美食 | 健康和健身 |
|---|--------------------------|----|--------------------------|----------|--------------------------|-------------|-------|--------------------------|
| | 巴西 | | 墨西哥 | 哥伦比亚 | 阿根廷 | 秘鲁 | | 智利 |
| 1 | Disney+ | | Disney+ | Disney+ | Disney+ | Disney+ | | Disney+ |
| 2 | Pluto.tv | | Tubi TV | TikTok | WOMBO | BOOYAH Live | | REFACE: face swap videos |
| 3 | VIX | | BOOYAH Live | Pluto.tv | REFACE: face swap videos | Pluto.tv | | WOMBO |
| 4 | WOMBO | | FunimationNow | VIX | VIX | TikTok | | STARZPLAY |
| 5 | REFACE: face swap videos | | Paramount+ International | WOMBO | STARZPLAY | VIX | | Crunchyroll |

资料来源：App Annie Intelligence

注：按 iOS 和 Google Play 中的下载量同比增长率排名的热门应用。2021年1月至2021年6月同比变化。在照片和视频、社交和娱乐类别中列出的应用只包含在一个排行榜中。在所有类别中，排行榜反映了商店类别中最突出的应用。删除与类别定义无关的应用。对于社交类别，不包含政府应用。



拉美地区移动优先 游戏市场的趋势

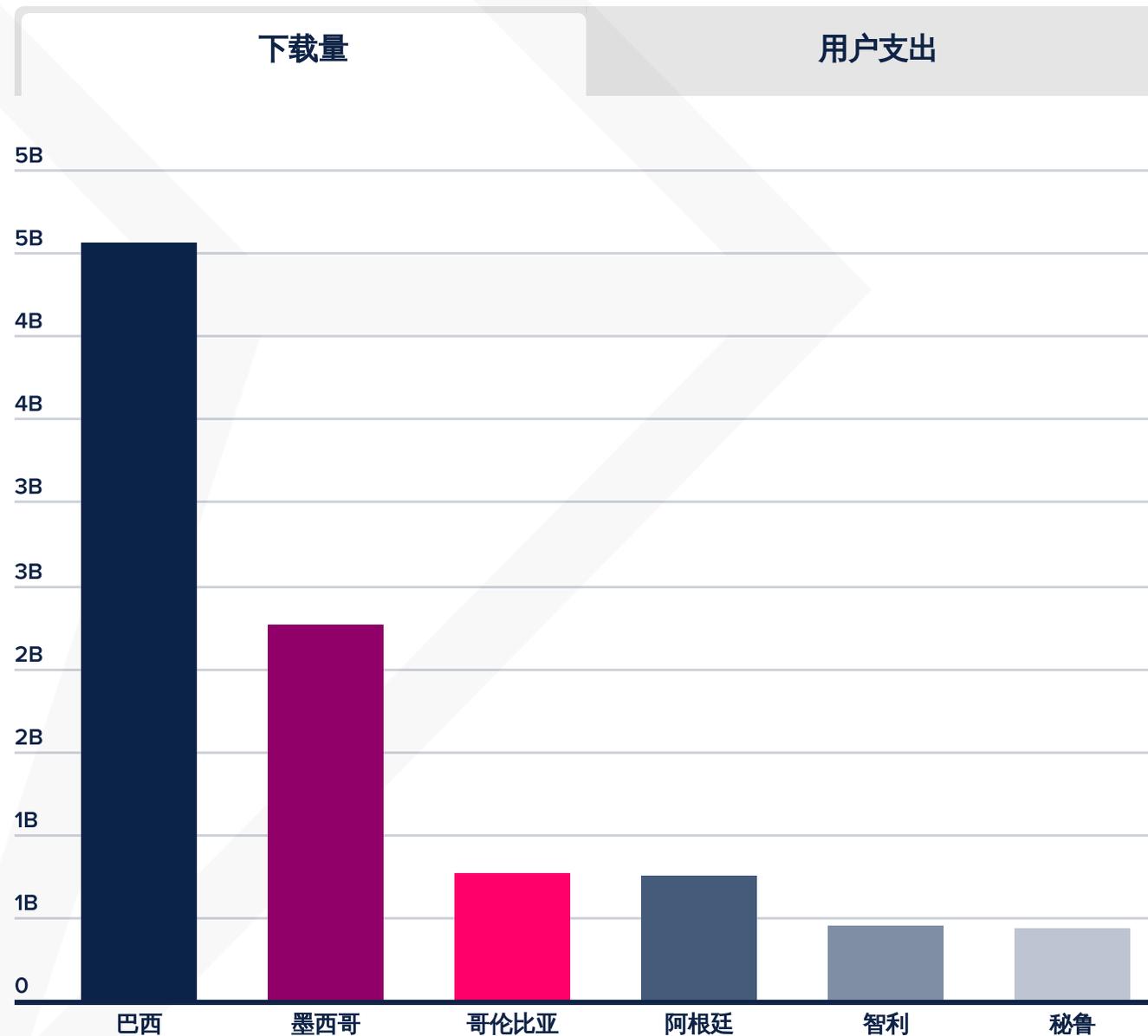


拉美地区蓬勃发展的移动游戏市场可为该地区的移动优先游戏市场的开发商提供积极的变现潜力

由于电视拥有率较低，拉美用户在游戏领域更青睐移动设备。几乎所有国家/地区的游戏下载量和用户支出都在蓬勃发展。利用 App Annie 的数据来了解竞争对手如何在每个市场中取得成功。

- 移动游戏市场潜力巨大，拉美地区的游戏应用用户支出增长 33%，下载量增长 21%。
- 2020 年 6 月至 2021 年 7 月，巴西的下载量和收入处于领先地位，下载量同比增长 22%，达到 46 亿次，用户支出同比增长 36%，达到 5.57 亿美元。
- 与下载量相比，智利的用户支出增长尤为强劲。移动游戏市场的用户支出大幅增长，同比增长 77%，达到 1.83 亿美元。

拉美地区移动游戏市场的国家细分
2020 年 7 月至 2021 年 6 月



资料来源：App Annie Intelligence

注：iOS 和 Google Play 中的下载量和用户支出综合数据；数据反映了 2020 年 7 月至 2021 年 6 月，拉美国家/地区下载量至少达到 1 亿次的应用类别



拉美地区移动游戏类别细分 2020年7月至2021年6月

利用 Game IQ 来分析在拉美 14.6 亿美元的移动游戏市场中，哪些游戏类别占据了最大的市场份额

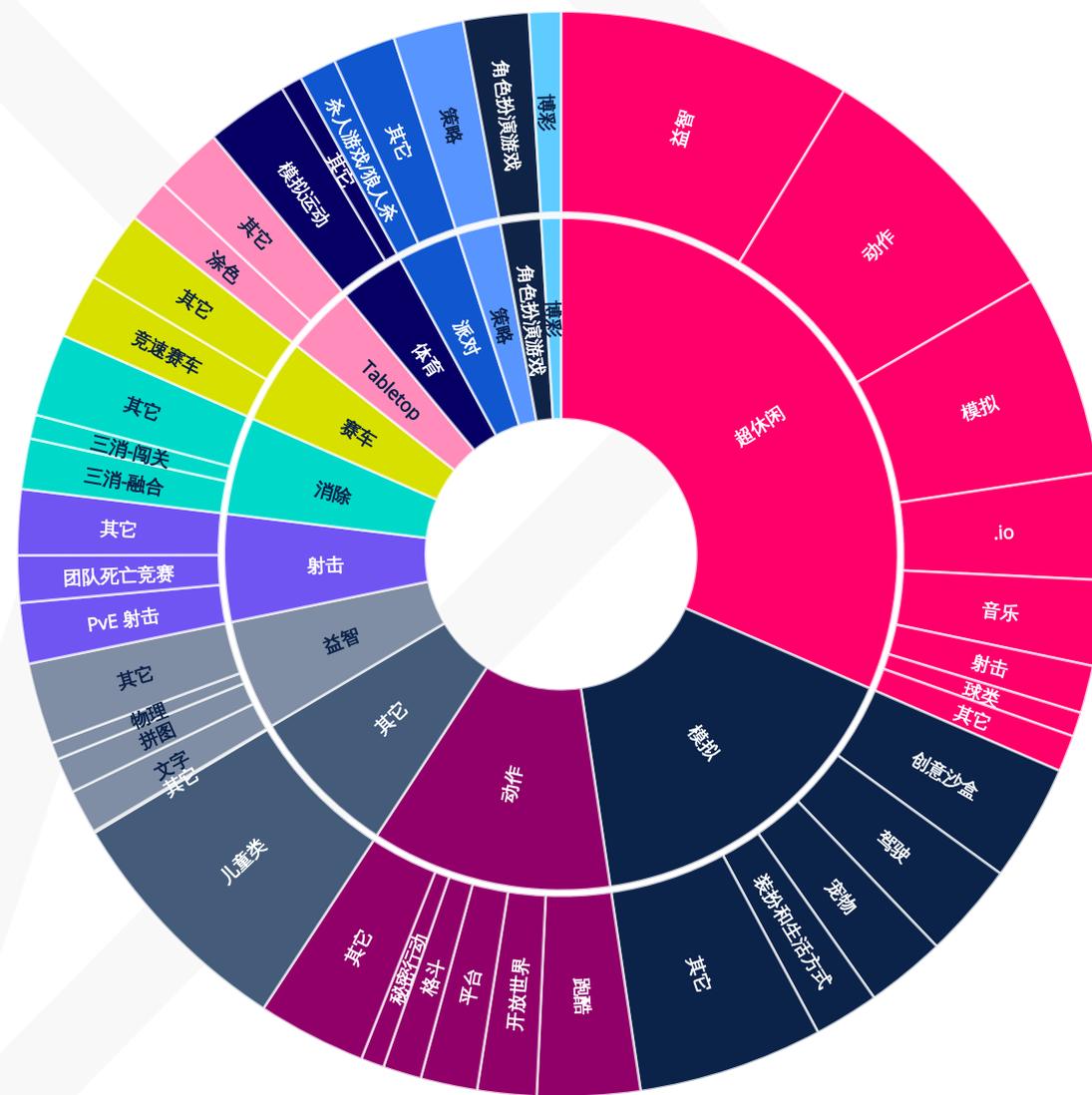
利用 App Annie 的 Game IQ 发现市场机遇，打造符合您子类别的产品，并细致分析游戏玩家的偏好。

- 在整个拉美地区，游戏应用的总下载量达到 94.2 亿次，用户支出总额达到 14.6 亿美元。
- 硬核游戏在总支出中占 58%，但下载量的比例却低得多，只有 19%。休闲游戏在应用下载量中占比最高，在总下载量中占 80%，在总用户支出中占 34%。
- 值得注意的游戏领域包括 4X March Battle - 策略游戏（用户支出 1.358 亿美元，同比增长 66%），创意沙盒 - 模拟游戏（用户支出 8,000 万美元，同比增长 101%），以及运气战斗 - 派对游戏（用户支出 5,280 万美元，同比增长 637%）。

下载量

总时长

用户支出



资料来源：App Annie Intelligence

注：iOS 和 Google Play 中的下载量和用户支出综合数据。



发现拉美市场的热门游戏

2021 年上半年

| 巴西 | | | 墨西哥 | | | 哥伦比亚 | | | 阿根廷 | | | 秘鲁 | | | 智利 | | |
|-----|---|------------------------------|------|---|------------------------------|--------|---|--------------------------|-----|--|--|----|--|--|----|--|--|
| 下载量 | | | 用户支出 | | | 月活跃用户数 | | | | | | | | | | | |
| 1 |  | Coin Master | 1 |  | Free Fire | 1 |  | ROBLOX | | | | | | | | | |
| 2 |  | Free Fire | 2 |  | Coin Master | 2 |  | Free Fire | | | | | | | | | |
| 3 |  | Crash Bandicoot: On the Run | 3 |  | ROBLOX | 3 |  | Among Us! | | | | | | | | | |
| 4 |  | League of Legends: Wild Rift | 4 |  | Lords Mobile | 4 |  | Minecraft Pocket Edition | | | | | | | | | |
| 5 |  | ROBLOX | 5 |  | PUBG MOBILE | 5 |  | Coin Master | | | | | | | | | |
| 6 |  | Craftsman: Building Craft | 6 |  | Call of Duty: Mobile | 6 |  | PK XD | | | | | | | | | |
| 7 |  | Among Us! | 7 |  | League of Legends: Wild Rift | 7 |  | Brawl Stars | | | | | | | | | |
| 8 |  | PK XD | 8 |  | Brawl Stars | 8 |  | Candy Crush Saga | | | | | | | | | |
| 9 |  | Phone Case DIY | 9 |  | Gardenscapes - New Acres | 9 |  | Pokémon GO | | | | | | | | | |

资料来源 : App Annie Intelligence

注 : 2021 年 1 月至 2021 年 6 月的热门应用 iOS 和 Google Play 中的下载量和用户支出综合数据。月活跃用户数据来自 iPhone 和 Android 手机。



聚焦购物应用

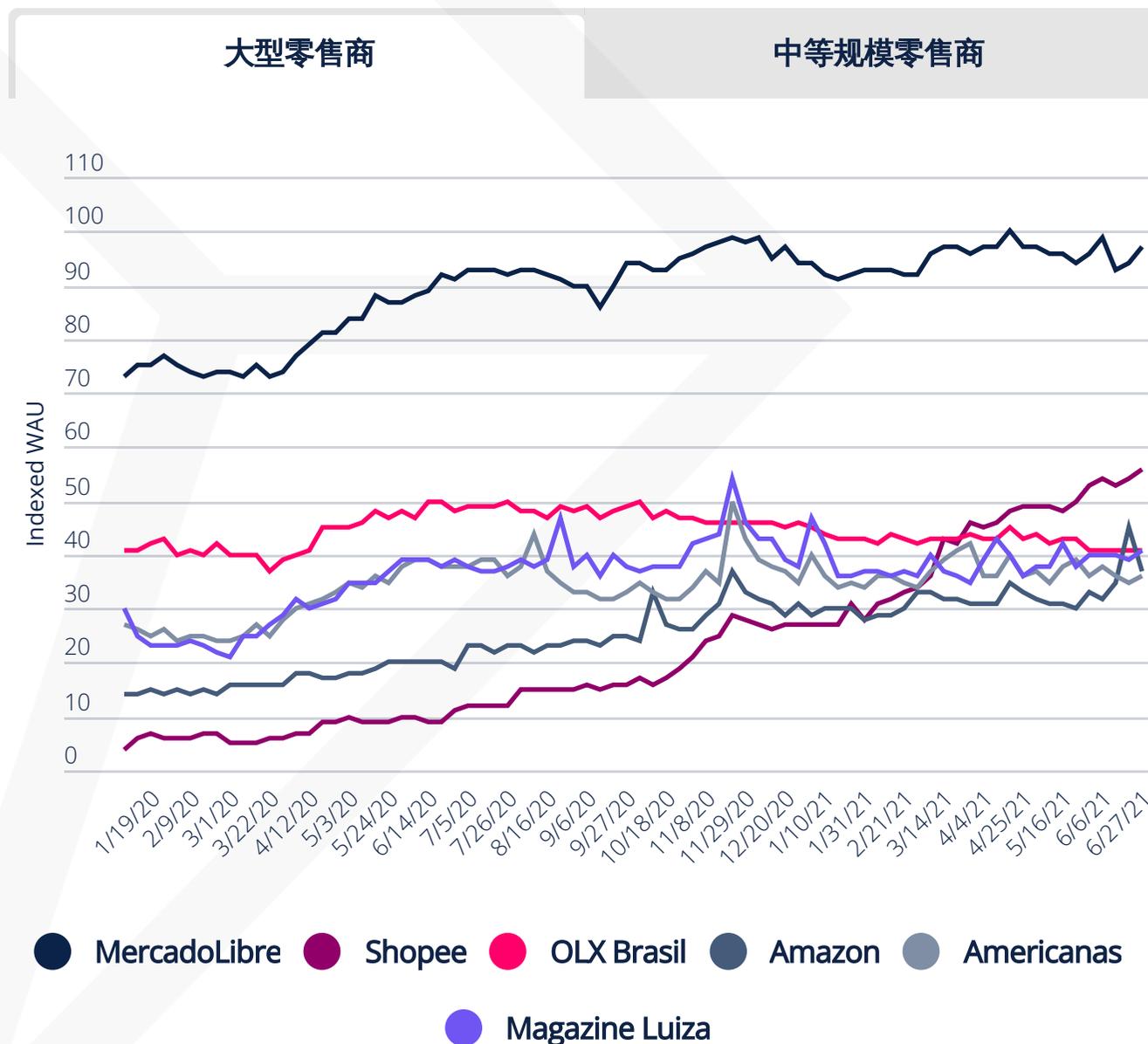


Shopee 的快速成功表明，非拉美发行商在零售市场仍有增长空间

利用 App Annie 的使用数据分析季节性趋势，并收集关于竞争表现的洞察。

- Shopee 在疫情爆发前于 2019 年 10 月在巴西推出，在不到两年的时间就登上了榜首。在 iOS 和 Google Play 中的下载量以及 Android 手机中的使用时长方面，Shopee 在 2021 年第二季度排名第一。
- Shopee 借助游戏化的功加速了在巴西市场的发展。在这款应用中，用户可以玩小游戏，如果获胜就可以获得优惠券。
- 尽管外国发行商在拉美市场的影响力越来越大，但在 2021 年第二季度平均月活跃用户数排名前五位的应用中，有四款应用来自总部位于拉美地区的公司。阿根廷的 MercadoLibre 排名第一，其次是巴西的 Americanas (第三)，Magazine Luiza (第四) 和 OLX Brasil (第五)。
- 在 2021 年第二季度，巴西月活跃用户数排名前 10 位中总部位于外国的应用是 Amazon (第七) 和 SHEIN (第十)。

巴西购物应用的每周活跃用户数 2020 年 1 月至 2021 年 6 月



资料来源：App Annie Intelligence
注：iPhone 和 Android 手机的每周活跃用户数



App Annie 助力企业创造完美的移动体验并加速变现

