

بررسی بازار اندرویدی برنامه های ایرانی در سال ۹۹

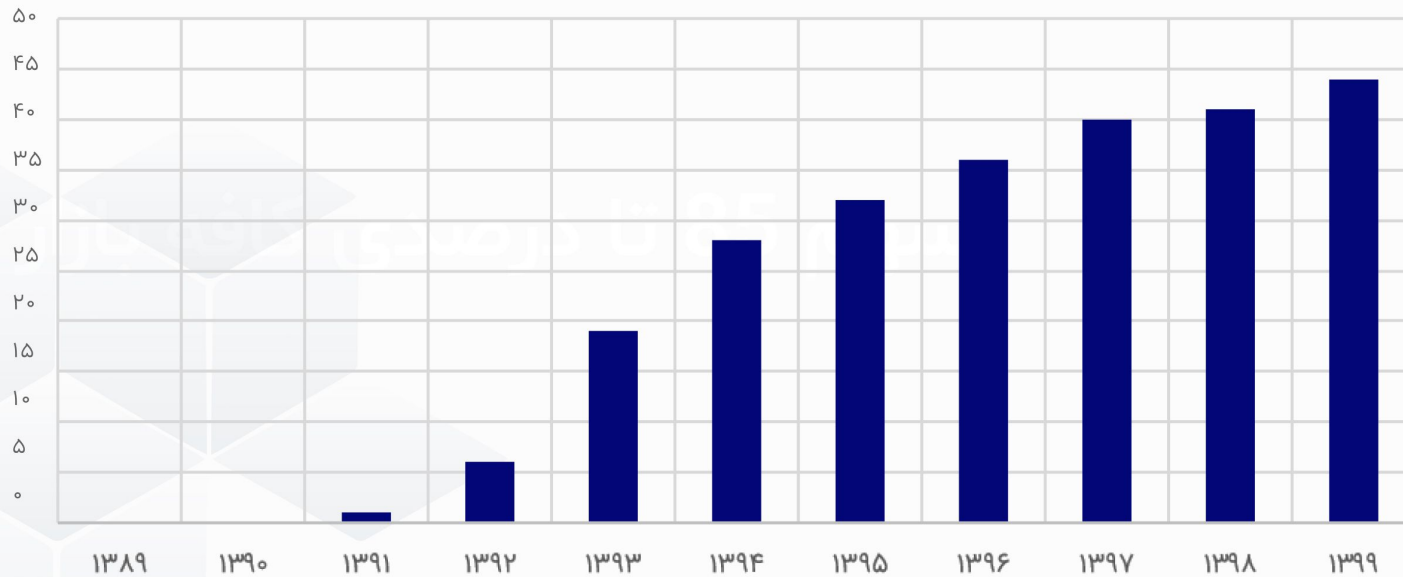
اردیبهشت ماه ۱۴۰۰ • کاری از گروه راستا



سهم ۸۵ تا ۹۰ درصدی کافه بازار

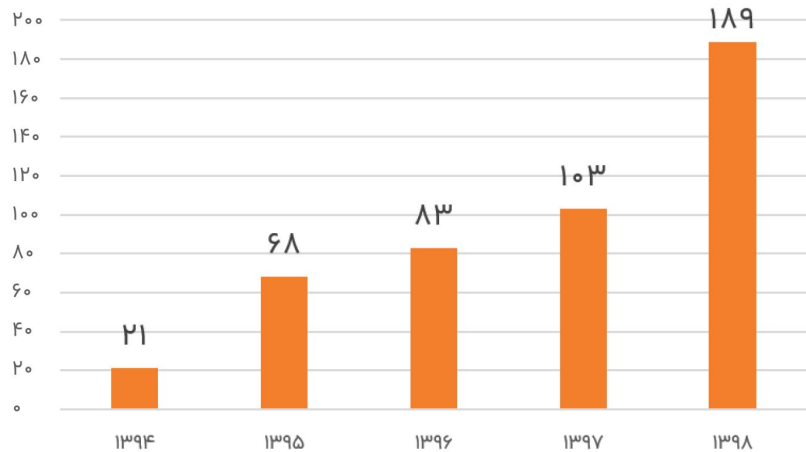
مایکت و کافه بازار دو بازیگر اصلی این حوزه هستند که در حال حاضر برآورد می شود کافه بازار سهم ۸۵ تا ۹۰ درصدی از این بازار را در اختیار دارد.

نصب فعال کافه بازار



اندازه بازار بیش از ۳۰۰ میلیاردی

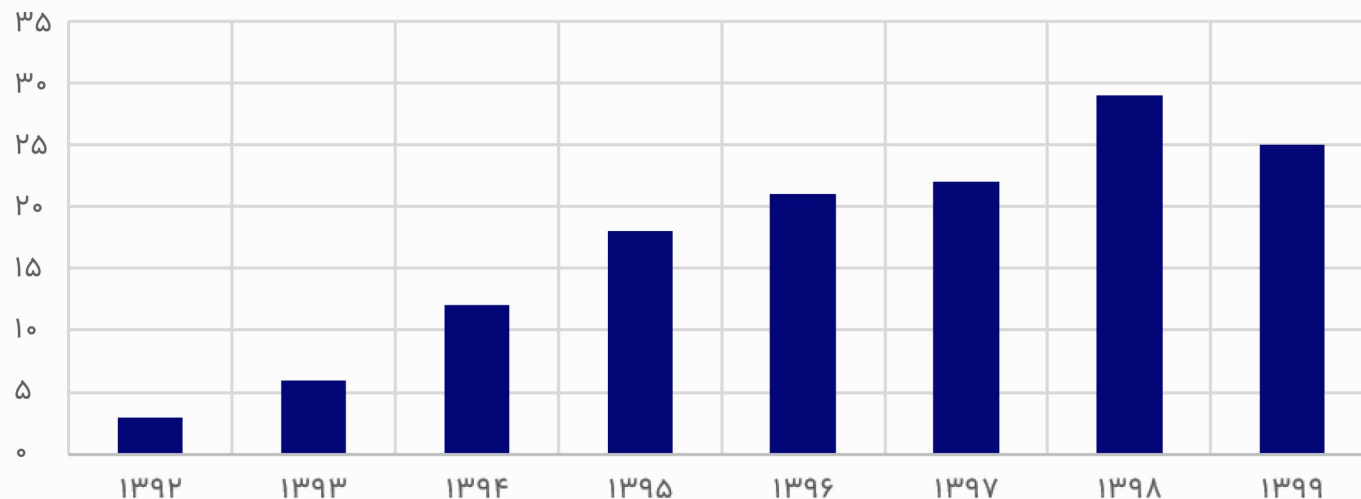
براساس آخرین گزارش منتشر شده توسط کافه بازار در سال ۹۸ درآمد توسعه دهندگان در این سال با رشد بیش از ۸۰ درصدی به ۱۸۹ میلیارد تومان رسیده است. با توجه به سهم بازار ۸۵ تا ۹۰ درصدی کافه بازار و تورم بالا در سال ۹۹، اندازه بازار این حوزه در سال ۹۹ بیش از ۳۰۰ میلیارد تومان تخمین زده می‌شود.



۲۵ هزار توسعه دهنده

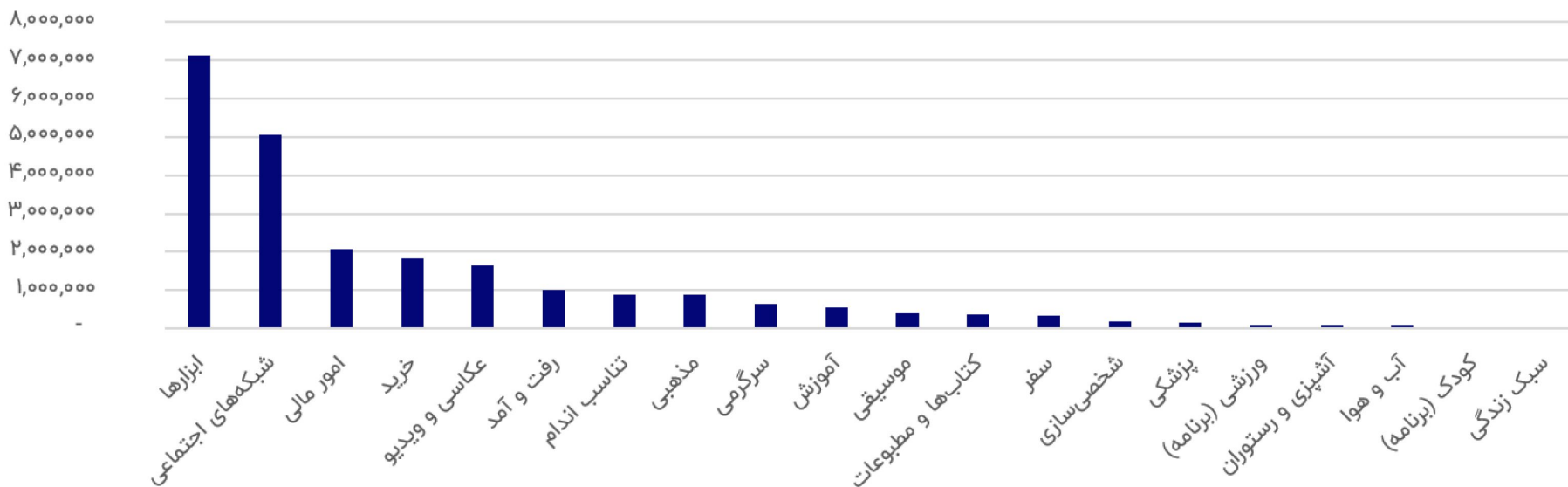
براساس گزارش سال ۹۸ بیش از ۲۹ هزار توسعه دهنده کافه بازار فعال بوده اند، که براساس آمار اینسایت کافه بازار، در حال حاضر ۲۵ هزار توسعه دهنده در این پلتفرم حضور دارند.

تعداد توسعه دهندگان

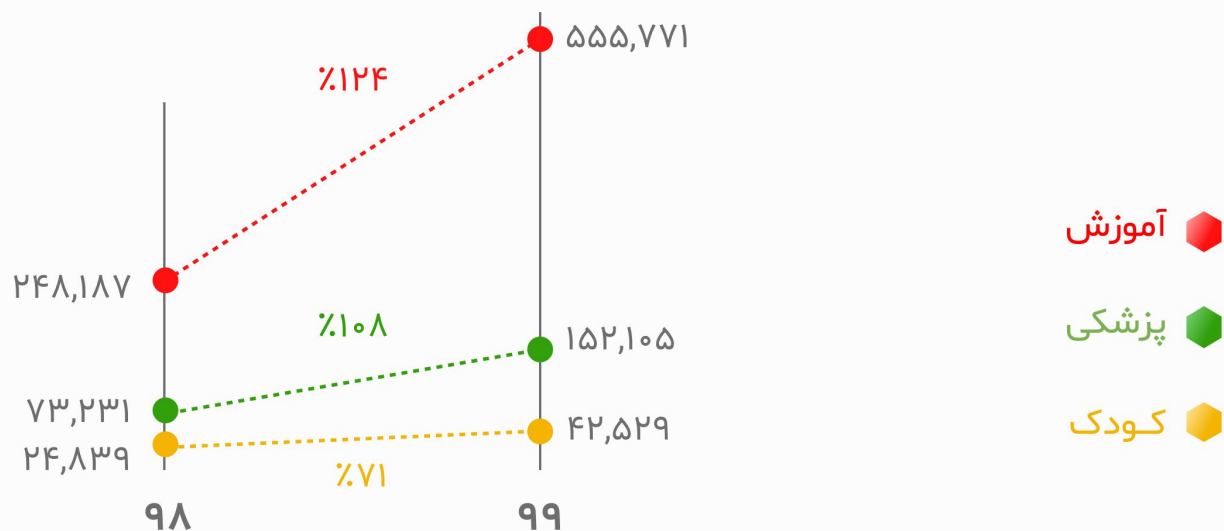


برنامه های آموزشی و پزشکی، پرتعدادترین برنامه های سال ۹۹

بررسی ۲۰ برنامه پرنصب هر دسته نشان می دهد که دسته ابزارها، شبکه های اجتماعی و امور مالی بیشترین میانگین نصب فعال را دارند.

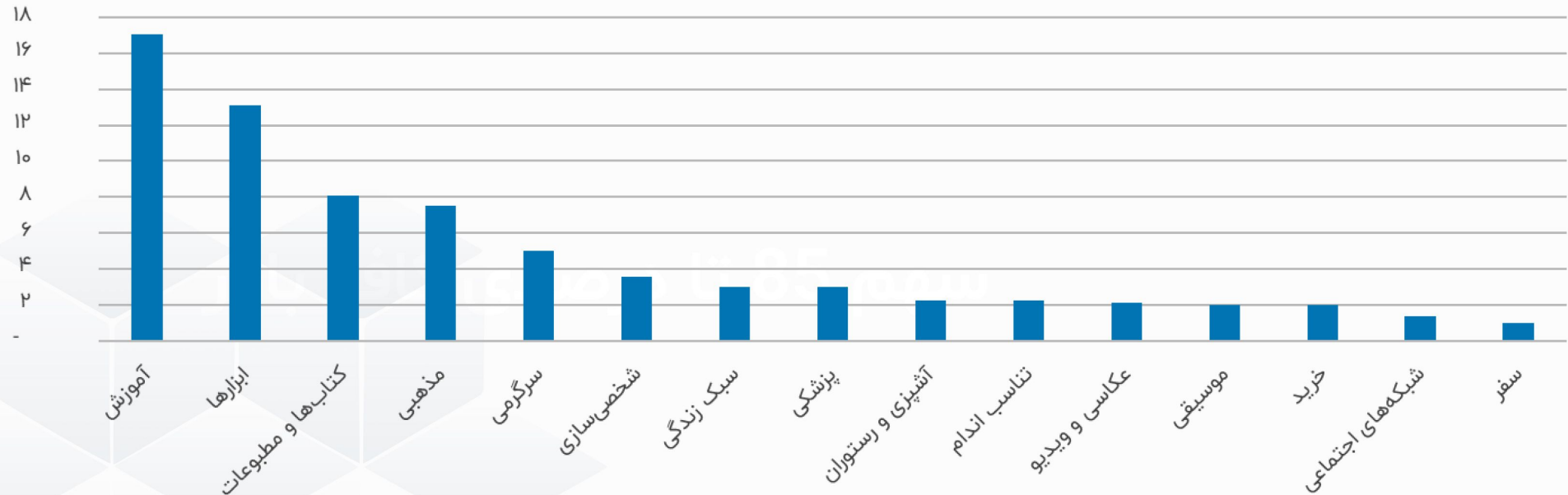


برنامه های آموزشی، پزشکی و کودک بیشترین رشد سالانه میانگین نصب فعال را از آن خود کردند.



۳۰ درصد برنامه های کافه بازار را برنامه های آموزشی و ابزارها تشکیل می دهند.

از هر ۱۰۰ برنامه منتشر شده در کافه بازار، ۱۷ برنامه در دسته آموزش و ۱۳ برنامه نیز در دسته ابزارها منتشر می شود.



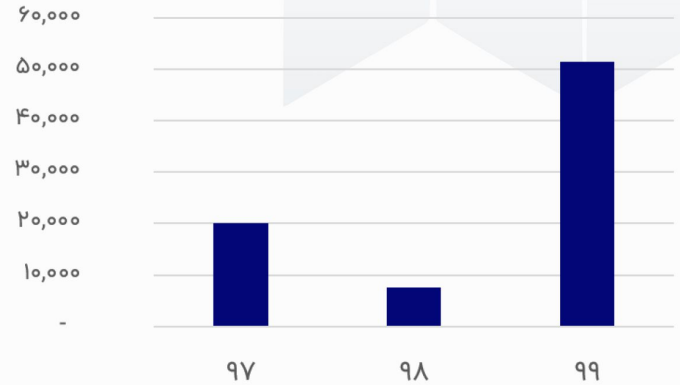
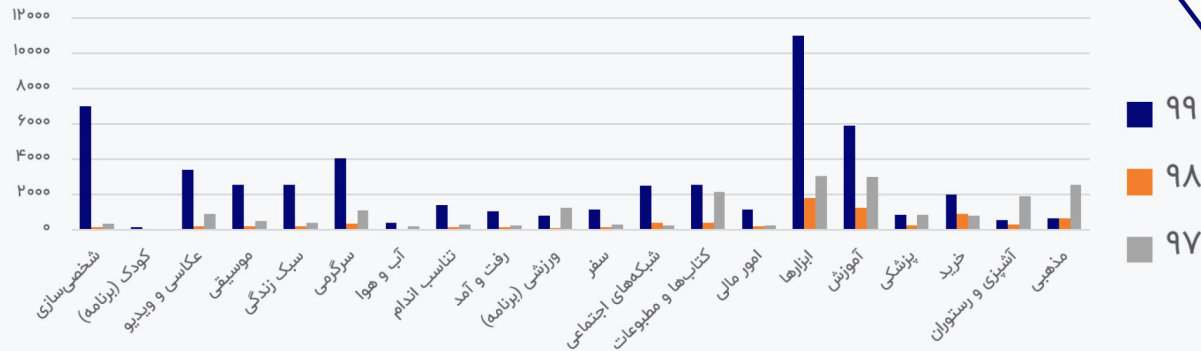
در نمودار بالا درصد فراوانی هر دسته از کل برنامه های کافه بازار را مشاهده می کنید.



انتشار بیش از ۵۰ هزار برنامه در سال ۹۹

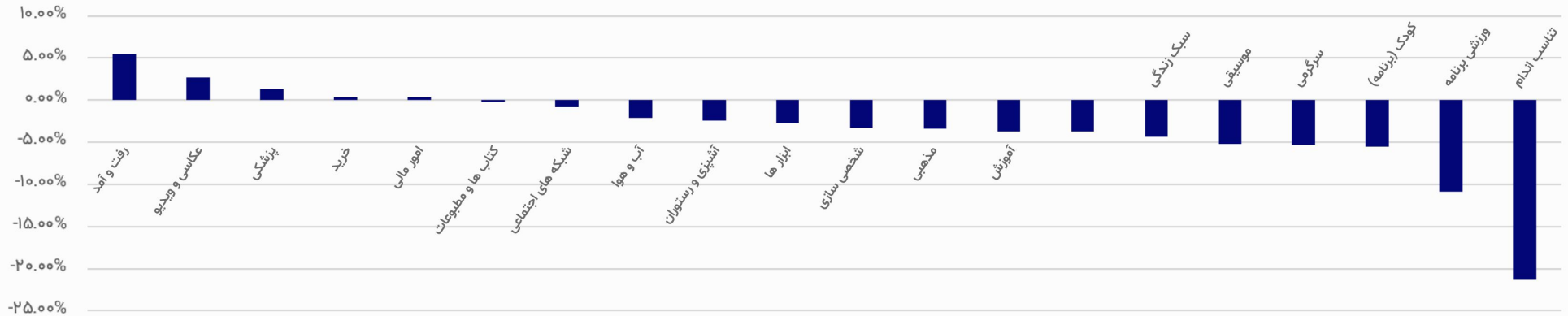
در سال ۹۹ برنامه های جدید انتشار یافته در کافه بازار نسبت به سال ۹۸، ۶۸۰ درصد و نسبت به سال ۹۷، ۲۵۵ درصد رشد داشته است.

دسته های شخصی سازی، کودک، عکاسی و ویدیو، موسیقی و سبک زندگی بیشترین رشد انتشار برنامه جدید نسبت به سال ۹۸ را داشته اند.



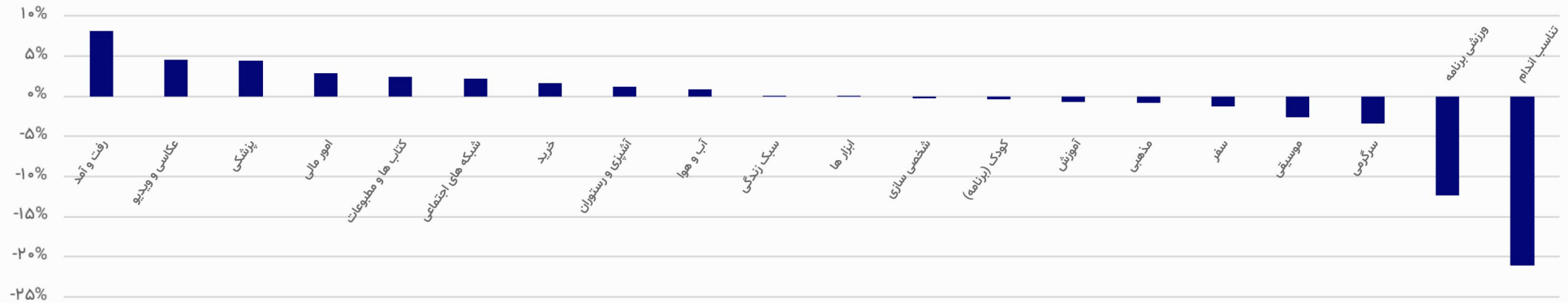
دسته رفت و آمد در صدر لیست تعداد خرید و خریداران در سال ۹۹

دسته های رفت و آمد، عکاسی و ویدیو، پزشکی، خرید و امور مالی تنها دسته هایی بودند که رشد ماهانه تعداد خریداران در آن ها مثبت بوده است.



دسته رفت و آمد در صدر لیست تعداد خرید و خریداران در سال ۹۹

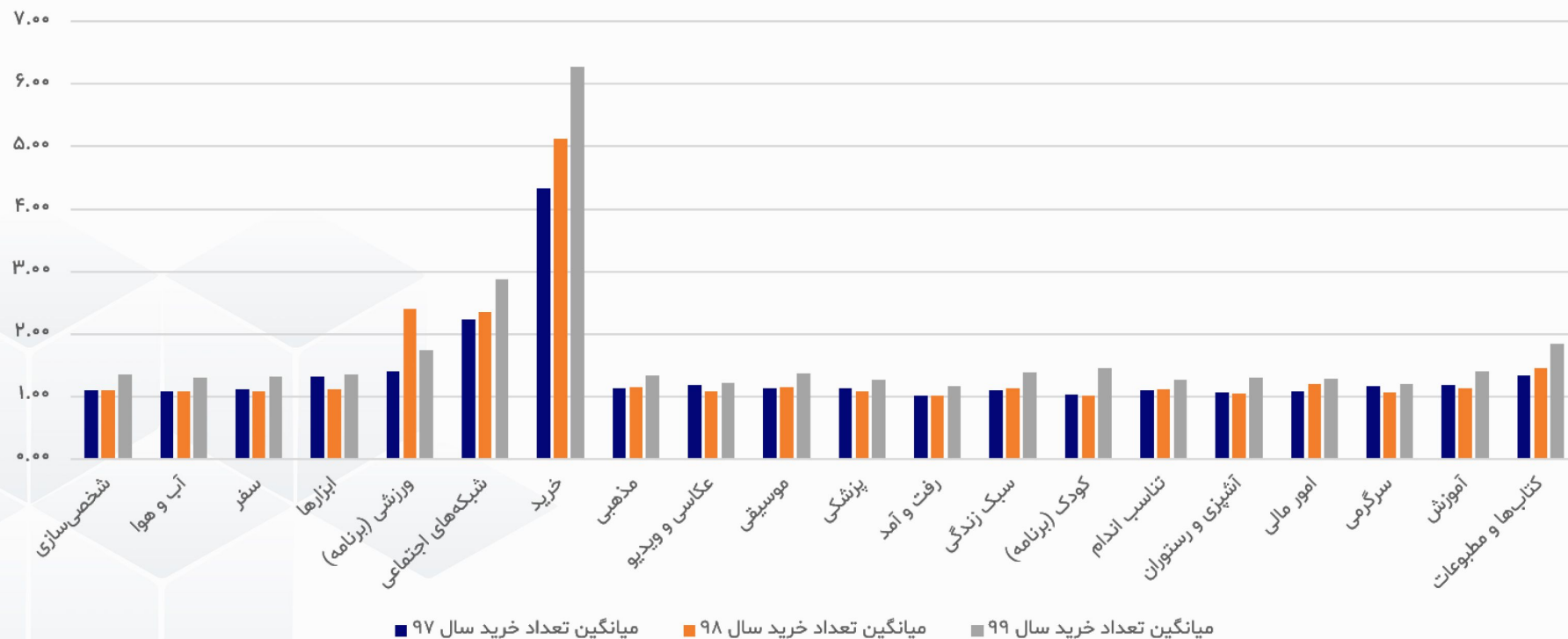
دسته های رفت و آمد، عکاسی و ویدیو، پزشکی بیشترین رشد ماهانه تعداد خرید را در سال ۹۹ به خود اختصاص داده اند.



دسته های تناسب اندام و ورزشی نیز بیشترین کاهش را در تعداد خرید و خریداران ثبت کردند.

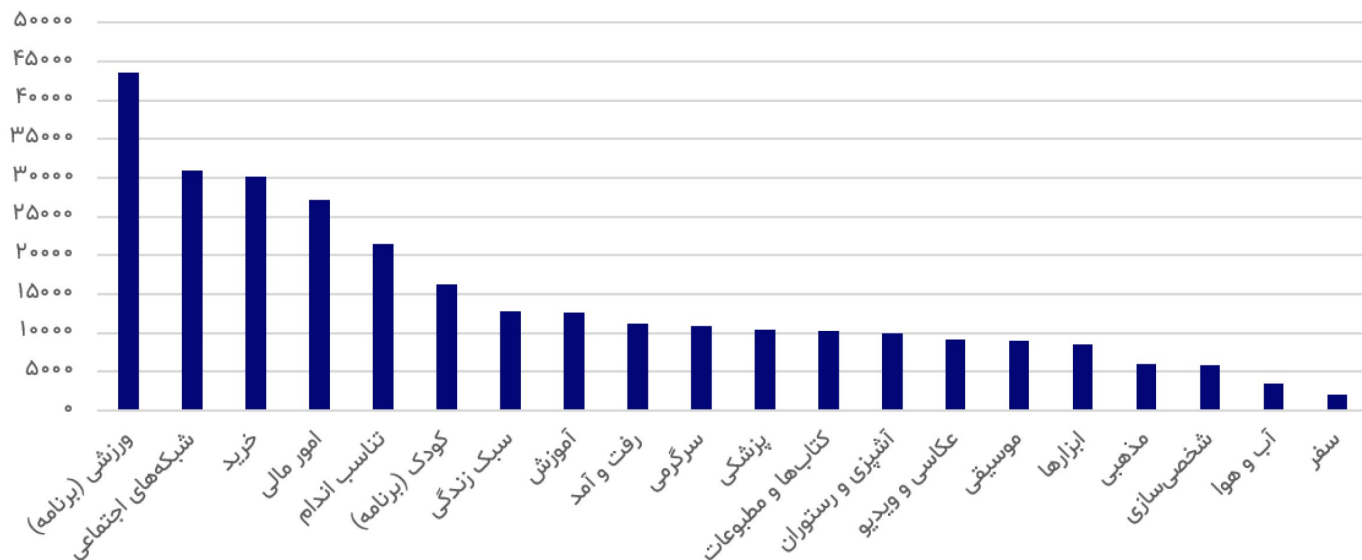
● خریدار: کاربرانی که حداقل یک بار از یکی از برنامه‌های آن دسته خرید کرده‌اند

با بررسی اطلاعات این بخش شاهد رشد سال به سال دسته خرید و شبکه های اجتماعی و ورزشی هستیم. بیشترین سهم بازار دسته خرید در اختیار ۲ اپلیکیشن دیوار و شیپور قرار دارد. در دسته شبکه های اجتماعی نیز عمده بازار مربوط به برنامه های لایک گیر و فالوئرگیر است.



درآمد ۴۳ هزار تومانی برنامه های ورزشی از هر مشتری

برنامه های ورزشی، شبکه های اجتماعی و خرید در سال ۹۹ بیشترین درآمد از هر مشتری را داشتند و برنامه های سفر و آب و هوا نیز در این سال کمترین درآمد از هر مشتری را داشتند.

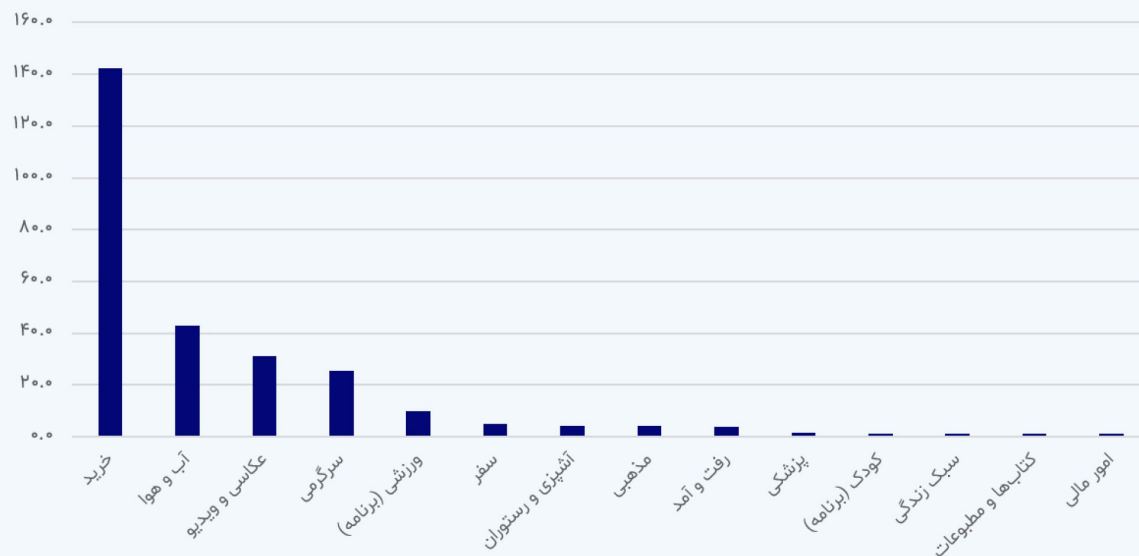


● درآمد (تومان) از هر مشتری (میانگین) نشان می دهد برنامه های فروشنده در هر دسته به طور میانگین (Median) چقدر از هر مشتری (کاربر خریدار) در طول یک ماه درآمد داشته اند.



۱۴۲ روز زمان تا اولین خرید در دسته خرید

کاربران در دسته پزشکی تنها ۱.۵ روز پس از نصب برنامه اقدام به خرید می کنند. کم ترین میزان مدت زمان تا اولین خرید مربوط به امور مالی است ولی نمی توان به این آمار اتکا کرد چرا که تنها ۴ رکورد از آن در سال ۹۹ در دسترس است ولی اگر بخواهیم به آمار بیشتری اتکا کنیم، دسته پزشکی تقریباً ۱.۵ روز بعد از نصب برنامه کاربر اقدام به خرید کرده است که این آمار قابل اتکا است چرا که تمامی رکورد های ۱۲ ماه ۹۹ در دسترس است.



● زمان تا اولین خرید (Time-to-purchase) نشان می دهد در هر دسته چند روز طول می کشید تا کاربران بعد از نصب برنامه اولین خرید خودشان را انجام دهند.



پر فروش های کافه بازار در سال ۹۹

۵ برنامه اول پر فروش کافه بازار

	فروردین	اردیبهشت	خرداد	تیر	مرداد	شهریور	مهر	آبان	آذر	دی	بهمن	اسفند
۱												
۲												
۳												
۴												
۵												



پرفروش‌های کافه بازار در سال ۹۹

۵ برنامه دوم پرفروش کافه بازار

	فروردین	اردیبهشت	خرداد	تیر	مرداد	شهریور	مهر	آبان	آذر	دی	بهمن	اسفند
۶												
۷												
۸												
۹												
۱۰												



تمرکز رقابت : نصب

تناسب اندام، خرید و کودک دسته‌هایی هستند که تمرکز رقابت در آن‌ها بالا بوده (تعداد کمی از برنامه‌های این دسته‌ها نصب بالایی را به خود اختصاص دادند).

سبک زندگی، عکاسی و ویدیو دسته‌هایی هستند که تمرکز رقابت در آن‌ها پایین است و برنامه‌های این دسته هرکدام سهم کمی از نصب را به خود اختصاص داده‌اند. افزایش نصب فعال برخی از برنامه‌های دسته آموزش، باعث شده است تا نرخ تمرکز در این دسته رشد بیش از ۱۶ برابری داشته باشد.

۲۰ برنامه پرطرفدار دسته

میانگین نصب فعال

۳ برنامه پرنصب دسته

تناسب اندام

۸۷۷,۸۷۷



خرید

۱,۸۳۹,۰۶۴



کودک

۴۳,۲۵۶



تمرکز رقابت: مجموع توان دوی سهم از نصب فعال همه برنامه‌ها در آن دسته

سهم هر برنامه از تقسیم تعداد نصب فعال آن برنامه به مجموع نصب فعال برنامه‌های آن دسته به دست (به صورت درصدی) می‌آید.

تمرکز رقابت : درآمد

خرید، کودک و سرگرمی دسته هایی هستند که تمرکز رقابت در آن ها بالا بوده (تعداد کمی از برنامه های این دسته ها درآمد بالایی را نسبت به کل درآمد آن دسته تشکیل داده اند).

برنامه های پرفروش در لیست ۲۵ برنامه پرفروش کافه بازار

خرید

دیوار



کودک



سرگرمی



ابزارها، آموزش و موسیقی نیز دسته هایی هستند که تمرکز رقابت در آن ها پایین است و برنامه های این دسته هرکدام سهم کمی از درآمد کل دسته را به خود اختصاص داده اند. افزایش فروش در برخی از برنامه های دسته پزشکی و کتاب و مطبوعات باعث شده است که نرخ تمرکز رقابت در این دسته ها در سال ۹۹ رشد قابل ملاحظه ای نسبت به سال قبل داشته باشد.

تمرکز رقابت: مجموع توان دوی سهم از درآمد تمامی برنامه ها در آن دسته سهم هر برنامه از تقسیم درآمد آن برنامه به مجموع درآمدهای برنامه های آن به دست (به صورت درصدی) می آید.

تهیه شده توسط گروه راستا

وحید وفایی / مدیر محصول راستا

فارغ التحصیل کارشناسی ارشد مهندسی مالی دانشگاه امیرکبیر

علی ساقی / تحلیلگر کسب و کار

فارغ التحصیل کارشناسی مهندسی صنایع دانشگاه فردوسی



منبع

بینس آزاد

با تشکر از

nX Studio

www.nxstudio.ir

آخرین نسخه ماهنامه سال ۹۹ را

رایگان دریافت کنید.

 www.Rasta360.ir

