

Глобальные загрузки
приложений и
потребительские
расходы выходят на
рекордные уровни:
краткие итоги
3-го кв. 2017 г.

App Annie

Динамика показателей 3-го кв. 2017 года еще раз подтвердила, что индустрия приложений растет уверенными темпами без признаков замедления. Оба магазина — и iOS App Store, и Google Play — вышли на новые рекордные уровни и по общемировым загрузкам, и по потребительским расходам.

Совокупное загрузки на iOS и в Google Play по всему миру достигли почти 26 млрд, а рост в годовом исчислении превысил 8%. Эта цифра выглядит особенно внушительно, так как включает только новые загрузки, не учитывая переустановки и обновления.

И, что особенно впечатляет, совокупные расходы потребителей на iOS и в Google Play по всему миру росли более чем в 3 раза быстрее, чем загрузки. В 3-м кв. 2017 года они достигли почти \$17 млрд, а рост в годовом исчислении составил 28%. Кроме того, продолжает быстро расти использование приложений. Показатель затрат времени, проводимого по всему миру в приложениях на Android-смартфонах, в годовом исчислении вырос на 40%, приблизившись в 3-м кв. 2017 года к 325 млрд часов.



Рост загрузок и использования доказывает, что приложения занимают все более видное место в жизни людей, и это выливается в повышение доходов по отрасли.

Росту загрузок в Google Play в 3-м кв. 2017 года способствовали Индия и Юго-Восточная Азия.

Как и в предыдущих кварталах, в 3-м кв. 2017 года Google Play удерживал по общемировым загрузкам солидное преимущество над iOS. Фактически, разрыв даже увеличился — до 125% против 115% в 3-м кв. 2016 года. К такому результату привел почти 10%-ный рост загрузок в Google Play в годовом исчислении — больше, чем на iOS. И, следуя долгосрочной тенденции, рост загрузок в Google Play «подогревали» формирующиеся рынки. Одним из определяющих факторов этого роста стал продолжающийся прилив новых пользователей смартфонов в этих странах. Учитывая, что уровень проникновения смартфонов на этих рынках все еще относительно невысок, мы ожидаем, что в обозримом будущем указанные тенденции сохранятся.



Индия, крупнейший рынок по загрузкам в Google Play с 4-го кв. 2016 года, лидировала с внушительным отрывом и внесла в абсолютный рост загрузок наибольший вклад. Совпав по времени с прорывным запуском [сети Reliance Jio в сентябре 2016 года](#), в стране начался ошеломляющий рост загрузок в Google Play. В 3-м кв. 2017 года они были почти вдвое выше, чем в 3-м кв. 2016 года.

Еще одним ключевым источником роста загрузок в Google Play в годовом исчислении стала Юго-Восточная Азия, в частности Вьетнам и Индонезия. Обе

страны показали двузначные темпы роста. При этом в 3-м кв. 2017 года Индонезия удержалась на 4-й позиции рейтинга, а Вьетнам поднялся на одну ступеньку и занял 7-е место.

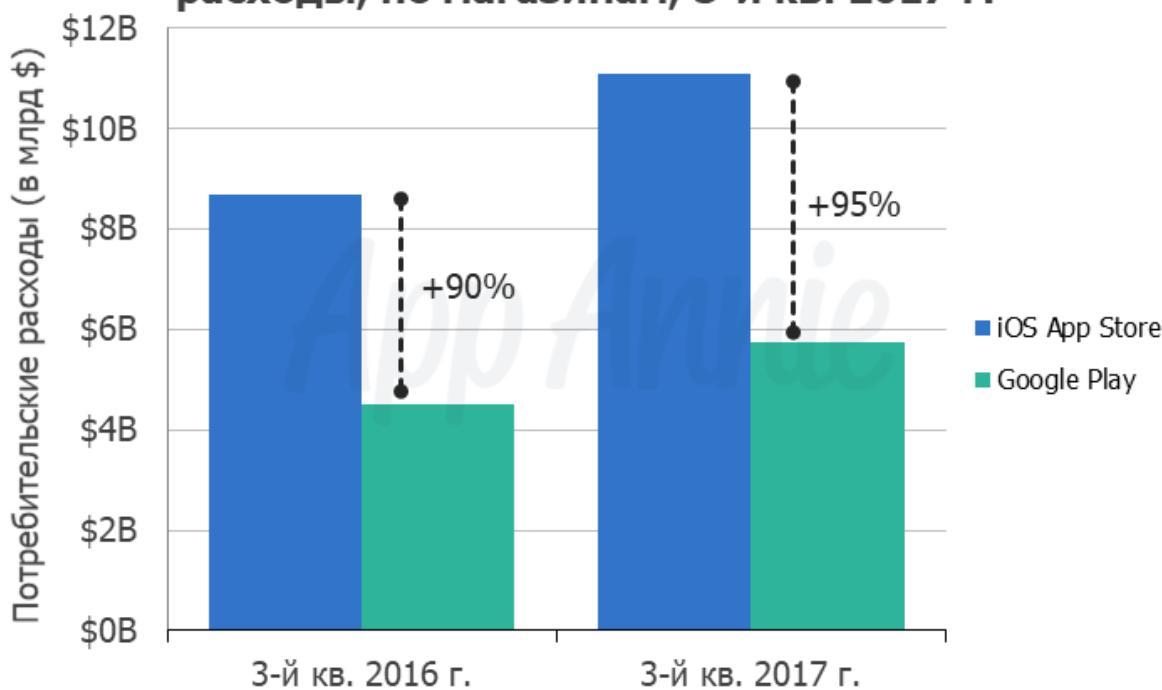
При этом общемировые загрузки на iOS в 3-м кв. 2017 года тоже взлетели, прибавив по сравнению со 2-м кв. 2017 года 8%. Это стало самым большим ростом в квартальном исчислении с 1-го кв. 2016 года.

Как и в предыдущих кварталах, лидерство удерживал Китай. Он показал наибольший рост доли рынка в квартальном исчислении среди всех рынков. Вторая и третья позиции достались США и Саудовской Аравии. Кроме того, [смягчение правительством Саудовской Аравии ограничений на мессенджеры](#) в сентябре 2017 года стало частью более широкого пакета реформ, которые, как ожидается, будут способствовать дальнейшему росту рынка приложений страны.

Росту потребительских расходов в 3-м кв. 2017 года способствовали потоковые видеосервисы

Тогда как рост загрузок, как и прежде, связан с повышением числа новых пользователей смартфонов, интенсивный рост потребительских расходов говорит о том, что приложения приносят все большую пользу и новым, и опытным пользователям. В 3-м кв. 2017 года расходы потребителей на iOS по всему миру были почти вдвое выше, чем в Google Play, и по сравнению с 3-м кв. 2016 года платформа iOS упрочила свое лидерство. При этом оба магазина достигли рекордных уровней, показав внушительные темпы роста — свыше 25% в годовом исчислении.

Весь мир, валовые потребительские расходы, по магазинам, 3-й кв. 2017 г.



На iOS доминирующей силой по потребительским расходам, как и раньше, оставался Китай. В 3-м кв. 2017 года он был не только крупнейшим рынком, но и демонстрировал самые высокие темпы роста в годовом исчислении — как по абсолютным расходам, так и по доле рынка. В 3-м кв. 2017 года обратила на себя внимание и Южная Корея. Страна стала второй по темпам роста доли рынка и, поднявшись в рейтинге на две позиции, заняла 4-е место. Это наилучший результат Южной Кореи за всю историю квартальных рейтингов стран.

В то время как формирующиеся рынки поддерживали в Google Play рост загрузок, росту потребительских расходов на платформе способствовали зрелые рынки. В 3-м кв. 2017 года особняком среди всех стран стояла Южная Корея, показавшая наибольший рост в квартальном исчислении как по абсолютным загрузкам, так и по доле рынка. Следом шли Канада и Германия, занявшие, соответственно, второе и третье место по росту доли рынка в квартальном исчислении.

Причиной высоких показателей Южной Кореи в 3-м кв. 2017 года и на iOS, и в Google Play во многом стала долгожданная мобильная игра [Lineage M](#) от [NCSOFT](#), созданная на основе франшизы — популярнейшей массовой многопользовательской ролевой онлайн-игры (MMORPG) *Lineage* для ПК. После выхода в конце 2-го кв. 2017 года игра добилась немедленного успеха, который сумела удержать, и в 3-м кв. 2017 года с большим отрывом от конкурентов стала самым кассовым приложением и на iOS, и в Google Play.

Если говорить о категориях, то в 3-м кв. 2017 года и на iOS, и в Google Play выдающихся успехов добилась категория «Развлечения». Общемировые потребительские расходы в этой категории в квартальном исчислении выросли на 30% на iOS и на 45% — в Google Play. Это позволило категории «Развлечения» подняться на одну позицию и выйти на 2-е место в общемировом рейтинге категорий на iOS, а также на две позиции — до 3-го места — в Google Play. Для категории «Развлечения» это лучший в истории показатель в обоих магазинах. Потоковые видеосервисы помогли категории подняться в обоих магазинах, поскольку потребители все более осознают ценность просмотра контента через мобильные приложения. На iOS в 3-м кв. 2017 года наибольшего изменения доли рынка в квартальном исчислении в категории «Развлечения» добился [Tencent Video](#). Следом расположились [Youku](#) и [STARZ](#). В Google Play наибольшее изменение доли рынка показал [HBO Now](#). Далее идут [Netflix](#) and [STARZ](#).

Рекордные показатели iOS и Google Play в 3-м кв. 2017 года и по загрузкам, и по потребительским расходам четко показывают, что и без того гигантская мировая экономика приложений не собирается сбавлять обороты. Мобильные приложения пока реализовали лишь малую долю своего потенциала. Это касается и продолжающегося притока новых владельцев смартфонов на формирующихся рынках, и повышения расходов среди более опытных пользователей. Мы прогнозируем, что в 2021 году в целом по миру совокупные загрузки на iOS и в Google Play достигнут почти 240 млрд, а совокупные расходы потребителей превысят \$100 млрд.

Чтобы подробнее узнать о ситуации на крупнейших мировых рынках приложений, ознакомьтесь с нашим отчетом о [ведущих китайских приложениях](#), в котором мы воспользовались возможностями недавно запущенных нами, лучших в своем классе метрик приложений на Android в Китае. А чтобы бесплатно отслеживать эффективность миллионов приложений по магазинам, устройствам и странам, [зарегистрируйтесь в App Annie Store Stats](#).

Методология отчета за 3-й кв. 2017 года

Методологию и обновления отчета см. [здесь](#). В отчете представлены текущие расчетные данные App Annie за все временные периоды на момент публикации. Чтобы повысить точность подсчетов, в отчет включены актуализированные данные, что является стандартным подходом по отрасли.