**Các ứng dụng nội dung số hiển thị những thành tựu về Doanh thu của Sharp**

***Các ứng dụng tạo ra doanh thu nhiều nhất có xu hướng là một số loại dịch vụ đăng ký nội dung, như Netflix***

Các nghiên cứu gần đây từ Tháp cảm biến (Sensor Tower) cho thấy rằng doanh thu do các ứng dụng không phải là nongaming đang nhìn thấy một bước nhảy vọt lớn trên toàn thế giới. Công ty đã báo cáo rằng doanh thu ứng dụng của nongame đạt được tổng cộng 2,8 tỷ đô la trong quý 3 năm 2017 - tăng 67% so với năm trước.

Mặc dù điện thoại thông minh chạy hệ điều hành Android của Google được sử dụng rộng rãi hơn so với iPhone trên phạm vi toàn cầu, phần lớn doanh thu ứng dụng chưa được phát hiện trên App Store của Apple, nhưng Sensor Tower đã phát hiện.

Thực tế, cửa hàng đã thu được 2,2 tỷ đô la doanh thu từ các ứng dụng đó trong quý thứ ba, so với 605 triệu đô la cho cửa hàng Google Play.

Mặc dù con số này tương đối thấp vào quý 3 năm 2017, nhưng con số này vẫn tăng 84% so với năm ngoái, cho thấy người dùng Android đang chi tiêu nhiều hơn hoặc trong ứng dụng của họ.



Tháp cảm biến cũng nhận thấy rằng các ứng dụng nằm hàng đầu trong bảng xếp hạng tạo doanh thu có xu hướng dựa vào các trang cung cấp một số loại nội dung kỹ thuật số. Netflix đứng ở vị trí số 1 trên toàn thế giới, nhưng dịch vụ truyền nhạc trực tuyến Pandora, HBO Now, Tencent Video và nền tảng video trực tuyến iQiyi của Trung Quốc đều nằm trong top 10 của danh sách.

Khi Tháp Sensor thu hẹp phạm vi của nó chỉ cho Hoa Kỳ, nó thấy rằng Pandora đã cưỡi Pandora Premium của mình chào hàng đến vị trí đầu tiên trong doanh thu ứng dụng; Theo Sensor Tower, Pandora đã thu được hơn 80 triệu USD trong quý này trên App Store và Google Play. Netflix, HBO Now và YouTube cũng nằm trong top 5 danh sách với Tinder giữ vị trí thứ 4. Kênh truyền hình Premium Starz và trang web âm nhạc Tidal cũng đã rớt xuống top 10 danh sách.

Có vẻ như các mô hình kinh doanh dựa trên thuê bao đang làm khá tốt cho các nhà xuất bản ứng dụng, có lẽ tốt hơn nhiều so với các ứng dụng đã chấp nhận phương pháp tiếp cận doanh thu quảng cáo.

Nhìn chung, doanh thu từ ứng dụng trên điện thoại di động tăng lên có ý nghĩa khi người tiêu dùng ngày càng chi tiêu nhiều với ứng dụng của họ. Các dự án eMarketer chỉ riêng ở Mỹ, người dùng điện thoại thông minh và máy tính bảng sẽ dành trung bình khoảng 3 giờ mỗi ngày với các ứng dụng di động, so với khoảng 30 phút trên web di động.

Nguyễn Thị Tuyên Ngôn – Khoa QTKD

Nguồn: Rahul Chadha

<https://www.emarketer.com/Article/Digital-Content-Apps-Show-Sharp-Revenue-Gains/1016745>