

友盟消息推送白皮书

(V1.0)

友盟消息推送团队

Push.umeng.com

2016年01月

前言

新年伊始，万象更新。

友盟最新报告显示，截止至 2015 年第三季度，国内活跃设备数量已经达到 10.8 亿，与 2014 年第三季度相比增长 20%，活跃设备增幅进一步放缓，移动用户群体趋于稳定，移动互联网人口红利逐渐消失。在行业增速变缓的同时，伴随着“大众创业、万众创新”的利好政策驱动，越来越多的创业者涌入移动互联网领域创业，行业的竞争变得更加激烈，利用大数据深入地进行精细化运营成为共识。

在过去的一年中，友盟消息推送伴随移动开发者一起成长，不断探索如何更好地帮助移动开发者提升用户活跃度和留存率，并推出了购买力、微群等独特的维度。在这本小册子中，我们对于产品使用、运营案例等进行了较为深入的分析与总结，用全面的数据给移动开发者提供有价值的参考，帮助移动应用开发者用好消息推送这把利剑，更加有效地进行运营与推广。

迭代不息，未来可期。这本小册子会伴随着友盟消息推送的产品发展而不断完善，以满足开发者不断深入的产品运营需求。如有任何建议或问题，请随时联系我们：msg-support@umeng.com

目录

产品篇.....	4
1 产品简介.....	5
2 功能解读.....	5
2.1 消息推送功能概览.....	5
2.2 重点功能解读.....	6
2.2.1 多维度推送.....	6
2.2.2 稳定推送功能.....	6
3 指标解读.....	7
运营篇.....	8
4 用户指南.....	9
4.1 Android 版.....	9
4.1.1 快速开始.....	9
4.1.2 用法指导.....	10
4.2 iOS 版.....	17
4.2.1 快速开始（创建、集成、测试）.....	17
4.2.2 用法指导（如何进行推送、如何查看数据）.....	18
数据篇.....	20
5 数据分析.....	21
5.1 夜晚应用使用分析.....	21
5.2 消费水平分析.....	22
5.3 各类型应用不同维度使用情况分析.....	22
5.4 各类型应用工作日推送频率分析.....	23
5.4.1 每日推送消息打开率 Top10.....	23
5.5 各类型应用周末推送频率分析.....	24
5.5.1 平日推送消息总量 Top10App 周末变化.....	24
5.5.2 平日消息推送发送次数 Top10App 周末变化.....	25
5.5.3 平日推送消息打开率 Top10App 周末变化.....	25
5.6 面对典型用户的全天推送策略.....	26
案例篇.....	27
6 参考案例.....	28
FAQ.....	31

产品篇

1 产品简介

帮助开发者建立与用户直接沟通的渠道,将 App 的内容更新或者活动通知主动推送给用户,让用户第一时间获取到感兴趣的信息,有效提升用户的活跃度和忠诚度。

依托于友盟历史数十亿设备、60 余万款 App 数据,从基础的用户标签到详尽的用户画像,为开发者提供多维度、细粒度的推送支持。

2 功能解读

2.1 消息推送功能概览

功能分类	功能名称	功能简介
稳定类	长连互保	只要手机里有一个友盟消息推送服务存在,集成了友盟消息推送的其他 App 就可以收到消息,提高到达率
	智能心跳	自适应不同网络环境,调整心跳频率,省电省流量
	进程保活	优化特定手机系统(小米、魅族等)推送进程,确保全平台推送效果的稳定
精准类	基础维度	提供性别、年龄、版本、机型、标签、活跃度、国家、地域、语言、渠道 10 个基础维度,可组合上百种细分群体完成定向推送
	用户群	开发者可以根据 App 的使用场景自由定制推送人群,比如:视频类 App 定义多次查看美剧人群、游戏类 App 定义多次购买高级装备人群、电商类 App 定义关注新款风衣人群
	微群	提供五十类消费人群推送,将消息准确推送给范围内的人群,例如:小城网购达人、平民大叔等
	购买力	五类购买能力推送,将人群购买力进行分级:简朴、轻俭、平衡、轻奢、奢侈
人性化	免打扰时段	通过设置免打扰时段,在用户休息期间推送不打扰用户
	限制发送速度	限制服务器发送速度,避免推送后大量的用户打开行为使应用服务器崩溃
	定时推送	提前设定好推送内容以及推送时间,避免人为原因造成无法按时推送
详细报表	推送效果报表	查看推送效果反馈情况,深入了解应用用户情况

2.2 重点功能解读

2.2.1 多维度推送



多维度的用户划分，可以使开发者在推送消息的时候仅将信息推送给相关用户，最大程度的减小用户收到的干扰性信息数量。

2.2.2 稳定推送功能



稳定推送功能可以帮助所有使用友盟消息推送 SDK 的应用构建了一个良好的生态圈，在这个生态圈内各应用可以公用一条消息长连接，不仅可以省电节流，还可以更好的保证推送服务能够正常使用。

3 指标解读

关键词	定义
新增用户	账号下开通推送服务应用中，第一次启动应用的用户汇总（去重）
活跃用户	帐号下开通推送服务应用中，当日启动过应用的用户汇总（去重）
启动次数	账号下开通推送服务应用中，被打开即算一次启动（去重）
有效用户	未卸载用户
留存率	一段时间内新增用户，经过一段时间后仍继续使用的被认作是留存用户；这部分用户占当时新增用户的比例即是留存率
累计设备	终端用户的总量
收到数	终端用户收到的消息数
打开数	终端用户点击打开的消息数
消息到达	历史消息到达设备总数
消息打开	历史消息打开总数
消息忽略	历史消息被忽略总数
宿主	由于 SDK 在设计上采取了多路复用的技术方案，即设备上多个集成了友盟消息推送 SDK 的 App 会公用一条长连通道，长连 service 所挂靠的 App 称为“宿主”

运营篇

4 用户指南

4.1 Android 版

4.1.1 快速开始

使用友盟消息推送产品非常简单，平均 1 天左右的简单集成工作，即可拥有友盟强大的整套推送系统，您需要：

- 在平台中创建您的应用产品
- 下载 SDK，使用获得的产品 ID 完成集成
- 进行必要的测试

创建应用产品

创建应用产品只需填入或选择您的应用名称、平台类型、应用类别、包名以及一些简单的描述即可完成创建，得到用于集成的产品信息。

The screenshot shows a web interface for creating a new application. At the top, there are two tabs: '从已有应用中添加' (Add from existing applications) and '创建新应用' (Create new application), with the latter being active. Below the tabs, there are several input fields: '应用名称' (Application name) with a text box; '平台类型' (Platform type) with radio buttons for Android and iOS; '应用类别' (Application category) with a dropdown menu showing '请选择' (Please select); '包名' (Package name) with a text box containing the example 'Android包名, 比如: com.umeng.message, 50字符内' (Android package name, e.g., com.umeng.message, within 50 characters) and a help icon; and '描述' (Description) with a larger text area. At the bottom, there is a blue button labeled '确认添加' (Confirm add).

进行集成

下载 SDK，参考集成文档，将 SDK 集成到你的应用中，在集成时需要填写本应用的 AppKey 和 Umeng Message Secret。

推送测试

为了确保集成正确，请务必在真机中进行数据测试：

将集成了消息推送 SDK 的应用安装到已联网的设备上

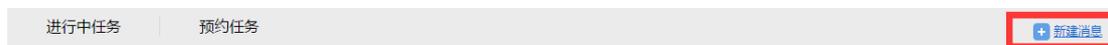
打开应用，等待一分钟左右，应用的注册信息将自动发送到友盟服务器

进入消息管理后台，新建一条消息并发送，设备收到消息后，表明 SDK 集成成功

4.1.2 用法指导

推送操作

1、点击“新建消息”进入推送消息编辑界面



2、在推送消息编辑界面中进行消息编写



3、选择消息推送的目标用户

部分用户：用户便可根据自己的需求来选择维度从而实现个性化的推送服务

独立用户：用户可将消息推送给指定用户

特定用户（Alias）：App 开发者使用自有账号或者第三方账号体系来做消息推送



在“部分用户”中可以限制消息发送范围



4、选择收到推送后的后续动作

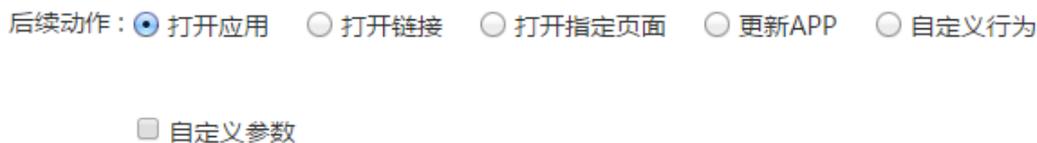
打开应用：打开 APP

打开链接：打开指定 URL 链接

打开指定页面：打开 APP 中的指定页面

更新 APP：推送消息并使用自动更新服务

自定义行为：消息到达后，将内容传递给应用自己解析和后续处理



5、选择推送时间

立即推送：点击提交后立即开始推送服务

定时推送：设定推送时间

重复推送：设定每周或每天重复推送该消息

推送时间： 立即推送 定时推送 重复推送

2015/11/12 14:22:03 / 72.0 小时内在线设备可以接受到消息

6、选择收到推送后设备的提醒方式

提醒方式： 声音 震动 呼吸灯

7、设置发送速度、是否使用自定义声音以及是否使用其余样式的通知栏

限制发送速度：设定每秒发送最大速度

自定义声音：设定设备收到推送后的提醒声音

高级设置：

限制发送速度

自定义声音

通知样式栏编号：

指定本条通知在通知栏中的展示样式,需要提前在APK中设置好对应的样式。只允许输入0-99间的整数

8、也可以在推送消息编辑界面选择“自定义消息”发送用户自定义的消息

推送消息 自定义消息

消息描述：

自定义消息：

还可以输入1500个字符

9、在确定所有设置都正确的情况下，点击提交即可开始进行消息推送

查看相关数据

在友盟消息推送后台中可以查看概况、消息列表、测试模式、统计数据、推送数据、应用信息以及工具等多种推送反馈的数据

按钮介绍

图标	按钮名称	具体功能
	复用按钮	将消息重新使用，方便想相同的内容发送给其他用户
	删除按钮	删除此任务
	撤销按钮	将此任务撤销
	报表按钮	显示该消息的收到数、打开数以及忽略数
	详情按钮	显示该消息的详细信息
	转换按钮	将测试消息直接转换成正式消息，并进入消息推送界面

概况

概况可以查看应用的整体情况，包含基础数据、进行中的任务以及历史消息。在历史消息中可以通过操作下的几个图标对该条历史消息进行复用、删除、撤回、查看报表、查看详情等操作。

The screenshot displays the '友盟消息推送' (Weibo Message Push) dashboard. At the top, there are navigation tabs: 概况 (Overview), 消息列表 (Message List), 测试模式 (Test Mode), 统计数据 (Statistics), 推送数据 (Push Data), 应用信息 (App Info), and 工具 (Tools). Below the navigation is a summary section with four cards: 新增用户 (New Users) at 0, 启动次数 (Start Count) at 0, 日在线用户 (Daily Active Users) at 0, and 有效用户 (Effective Users) at 3693. A '进行中任务' (In Progress Tasks) section shows a table with columns for task type, message description, audience, creation time, received count, open status, ignore, status, and actions. Below this is a '历史消息(最近5条)' (History Messages (Last 5)) section with a table of message records. A red arrow points to the '操作' (Actions) column of the history messages table, which contains icons for edit, delete, refresh, and other functions.

对消息进行操作

消息列表

消息列表中可以查看消息详情。

This screenshot shows the '消息列表' (Message List) tab selected in the dashboard. It features a '进行中任务' (In Progress Tasks) section with a table that currently shows '没有数据' (No data). Below this is a '页面推送' (Page Push) section with a table for message details, including columns for type, message description, audience, send time, received count, open status, ignore, status, and actions.

测试模式

测试模式中可以查看进行测试消息的详细信息。对于消息的操作，相比消息列表，测试模式对于消息的操作多了一个转换操作，方便用户直接将测试好的消息正式推送给用户而不用重新编辑。

概况	消息列表	测试模式	统计数据	推送数据	应用信息	工具		
测试消息列表 + 添加测试消息								
类型	消息描述	对象	创建时间	收到数	打开数	忽略数	状态	操作
消息	消息	消息	2018-08-28 10:00:00	1	0	0	消息推送	删除
消息	消息	消息	2018-08-28 10:00:00	1	0	0	消息推送	删除
消息	messageDescription...	消息	2018-08-28 10:00:00	1	0	0	消息推送	删除
消息	messageDescription...	消息	2018-08-28 10:00:00	1	0	0	消息推送	删除

统计数据

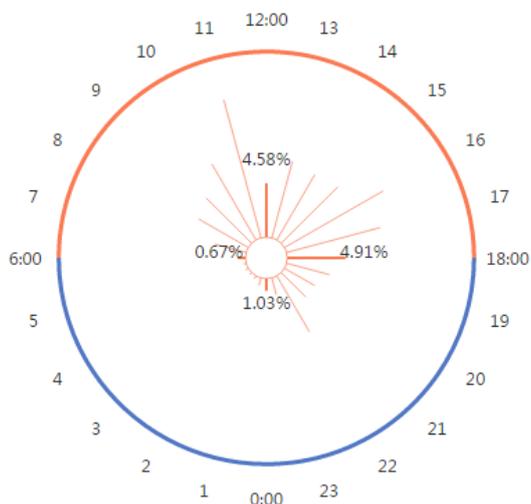
统计数据中可以查看详细的统计信息

概况	消息列表	测试模式	统计数据	推送数据	应用信息	工具
基本指标						
新增用户 [?]	启动次数 [?]	活跃用户 [?]	留存率 [?]			
-	-	-	-			



推送数据

推送数据中可以查看推送消息的详细信息



应用信息

应用信息中可以查看该应用的详细信息



工具

工具中有一些为方便开发与运营准备的工具

概况	消息列表	测试模式	统计数据	推送数据	应用信息	工具
						Device查询 用户ID(Alias) 生成JSON串
<input type="text" value="输入44位Device Token"/>						<input type="button" value="查询"/>
设备状态查询						
Device Token	是否宿主 ?	长连Service是否在线	最后更新时间			
设备消息查询						<input type="text" value="2015/11/07"/> 至 <input type="text" value="2015/11/09"/>
消息状态	摘要	创建时间	下发时间	过期时间	消息来源	在/离线
设备标签查询						

4.2 iOS 版

4.2.1 快速开始（创建、集成、测试）

iOS 版与 Android 版在使用消息推送服务时的步骤相同，唯一不同是在创建应用产品时需要上传“开发者证书”以及“生产者证书”，并需要提供对应密码。

从已有应用中添加创建新应用x

应用名称:

平台类型:  

应用类别:

说明: 请上传pem或p12类型证书文件, 系统会将pem类型自动转换为p12类型。

开发证书:

开发证书密码:

生产证书:

生产证书密码:

对APNs证书生成不太了解? 请参考[iOS证书设置指南](#)

描述:

4.2.2 用法指导（如何进行推送、如何查看数据）

推送操作

iOS 版推送操作与 Android 版推送操作大致相同，但是仅支持目标用户、推送时间以及提醒方式三个设置内容。

还可以输入1800个字符

目标用户: 全部用户 部分用户 独立用户 特定用户 (Alias)

自定义参数

推送时间: 立即推送 定时推送 重复推送

2015/11/12 15:05:59 / 72.0 小时内在线设备可以接受到消息

提醒方式: 默认 无 自定义

角标(Badge):

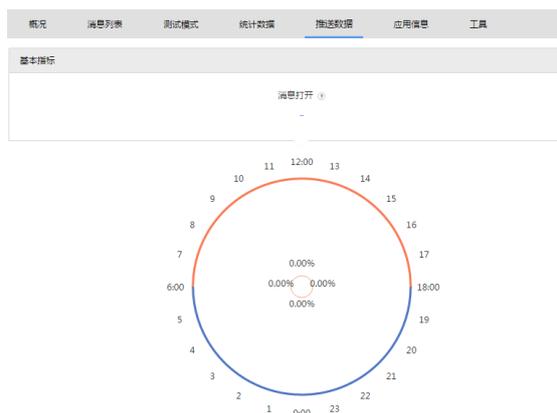
Category ID: ?

提交

查看相关数据

iOS 版消息推送与 Android 版消息推送提供的数据大致相同，也同样分为概况、消息列表、测试模式、统计数据、推送数据、应用信息以及工具等七种推送反馈的数据

数据分类	与 Android 版功能对比
概况	相同
消息列表	相同
测试模式	相同
统计数据	相同
推送数据	相比 Android 版少了消息到达与消息忽略，仅有消息打开
应用信息	相同
工具	相同



推送数据展示界面

数据篇

5 数据分析

*数据来源:

- 1、《友盟 2015 年 Q2~Q3 中国移动互联网报告：用数据构建用户使用场景》
- 2、友盟消息推送平台

基于大数据做推送运营，不仅可以构建出更适合自己 App 特点的推送策略，更可以有效提升用户活跃度，减少用户流失。通过 2015 友盟 Q2~Q3 季报数据以及 2015 友盟消息推送后台沉淀数据，能够为我们的运营带来哪些启示呢？

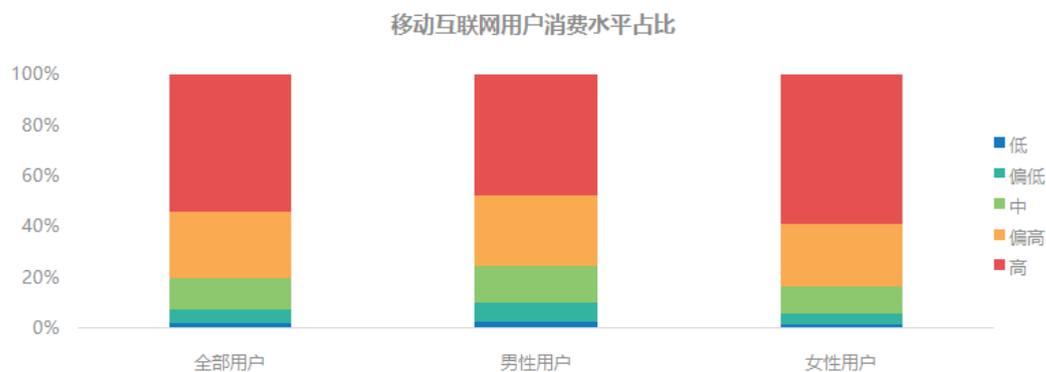
5.1 夜晚应用使用分析



数据来源：《友盟 2015 年 Q2~Q3 中国移动互联网报告：用数据构建用户使用场景》

通过数据可以看出，视频播放类以及拍摄美化类应用在夜晚使用比例较高。在睡前和深夜时段这两类 App 更受欢迎。因此在推送时机上运营人员更应该重视夜晚时段；在推送内容上可以增加一些夜晚的元素，针对用户的喜好或是特点进行精准推送，提升用户体验。例如：拍摄美化类 App 可以在晚间针对“摄影爱好者”用户举办“最美星空大赛”。

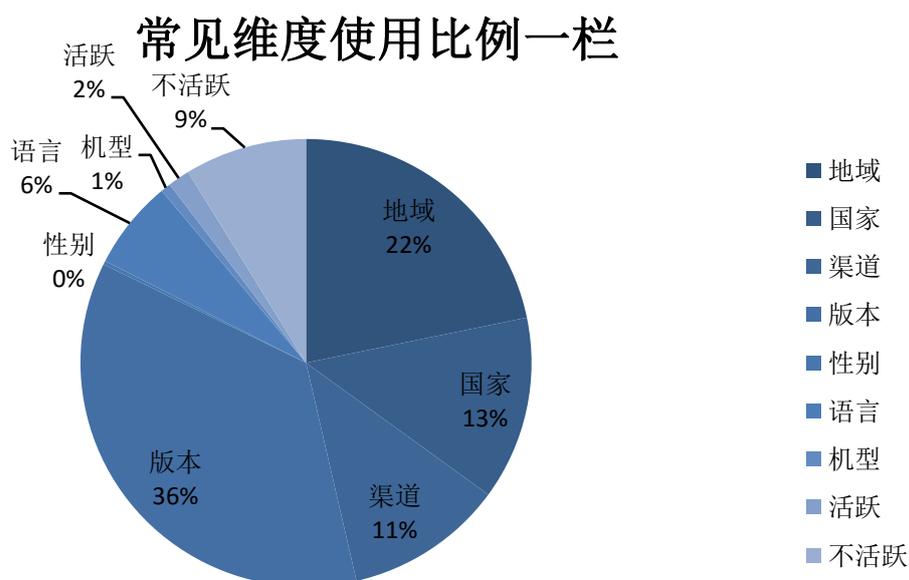
5.2 消费水平分析



数据来源：《友盟 2015 年 Q2~Q3 中国移动互联网报告：用数据构建用户使用场景》

数据显示，超过半数的互联网用户具有比较高的消费水平，其中女性用户更是在高消费的人群中占据了较大的比例。友盟消息推送平台同样拥有细分为五个层次的购买力维度，运营人员进行一些高额付费商品推送的时候可以选择将消息仅推送给购买力高的人群，这样不仅可以避免无效信息对购买力较低人群的干扰，同时也可以有效提升商品被购买的几率。

5.3 各类型应用不同维度使用情况分析

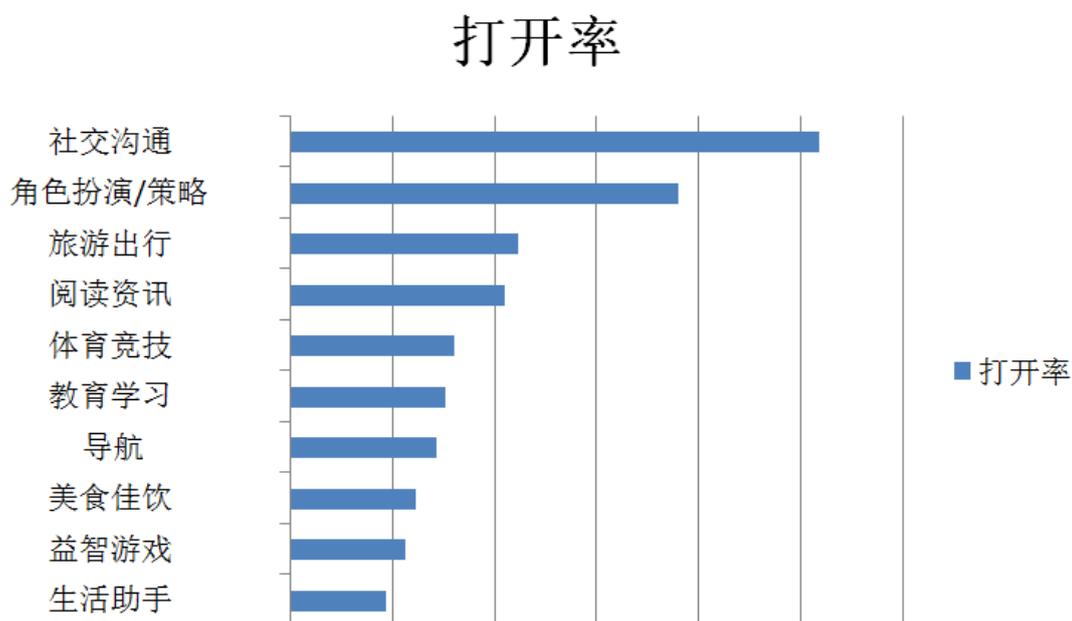


数据来源：友盟消息推送平台

通过饼状图可以看出：在所有维度中版本、地域、国家以及渠道这四个维度的使用比例比较高，这说明开发者或是运营人员更重视这四个分类用户的强相关性。通过这四个维度可聚焦用户，找准用户最关心的消息内容，再通过个性化推送最大化减少消息对用户的干扰。

5.4 各类型应用工作日推送频率分析

5.4.1 每日推送消息打开率 Top10



数据来源：友盟消息推送平台

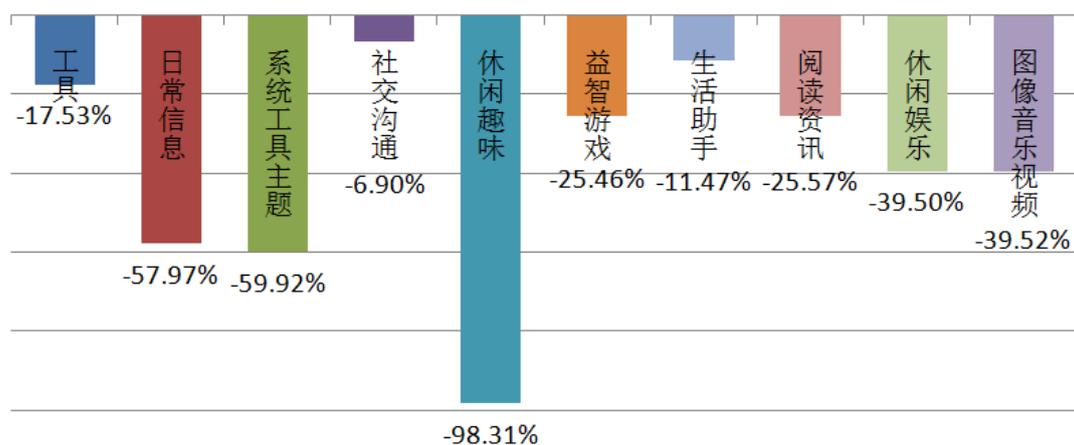
在所有推送的 App 中，社交沟通类 App 打开率最高，这说明该类 App 更容易指导运营人员做推送运营；图像音乐视频类虽然拥有庞大的发送数，但是其总打开率并没有排到第一位。

对于那些在 2015 年打开率并不高的 App 类型来说，在 2016 年，可以适当降低推送频率，提高推送质量：以提升单条消息的打开率为核心，聚焦推送“精准度”，找准用户关注痛点！

5.5 各类型应用周末推送频率分析

5.5.1 平日推送消息总量 Top10App 周末变化

周末相对平日消息总量变化情况

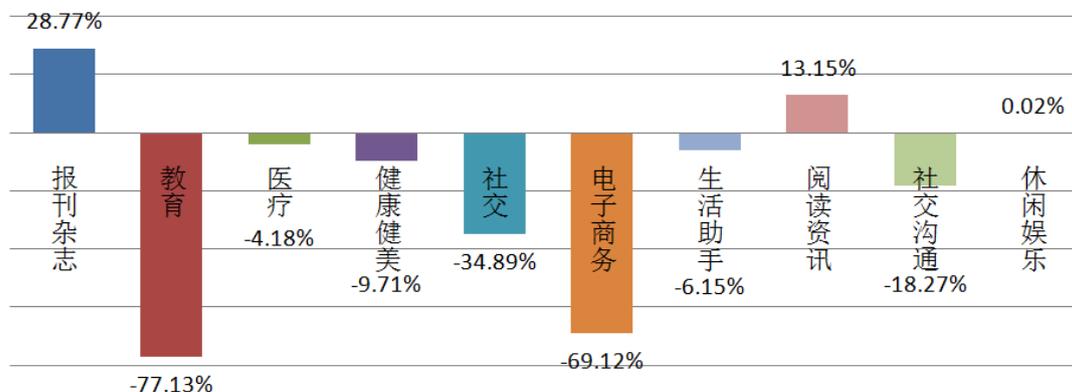


数据来源：友盟消息推送平台

上图是友盟消息推送平台发送消息总量较大的十类 App，通过对比它们平日与周末日均发送消息总量的变化，可以看出十类 App 的消息总量均有不同程度的减少，其中休闲趣味类 App 变化最大，减少了 98.31%。

5.5.2 平日消息推送发送次数 Top10App 周末变化

周末相对平日发送次数变化情况

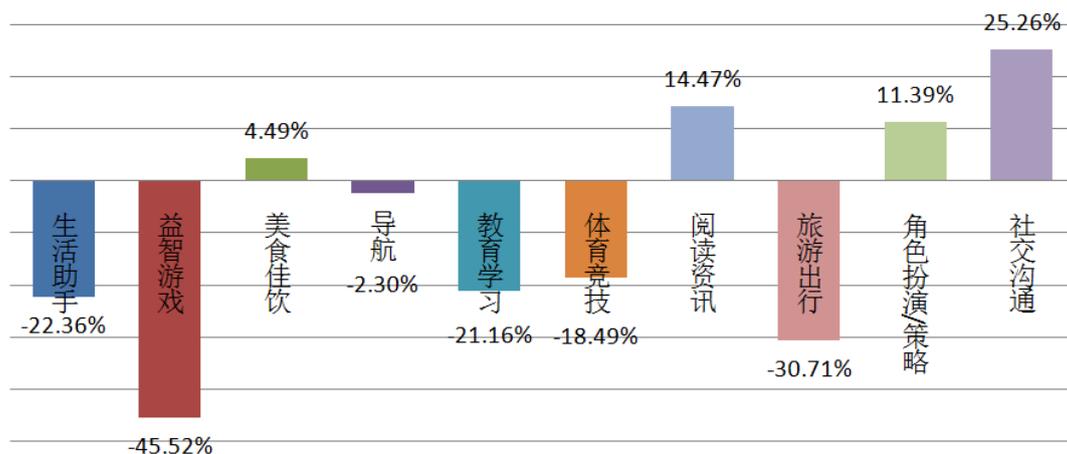


数据来源：友盟消息推送平台

我们对平日发送次数 Top10App 类型进行了周末变化统计，数据显示，除阅读资讯类、报刊杂志类 App 处于小幅增长外，其余八类 App 皆处于减少状态，以教育类、电子商务类 App 尤为明显。

5.5.3 平日推送消息打开率 Top10App 周末变化

周末相对平日打开率变化情况



数据来源：友盟消息推送平台

上图显示的是平日打开率 Top10App 类型，通过周末与平日打开率变化情况，我们可以看出，美食佳饮类、阅读资讯类、角色扮演/策略类以及社交沟通类在周末的打开率有不同幅度的提高，其中，以社交沟通类 App 最为明显。而生活助手类、益智游戏类、导航类、教育学

习类、体育竞技类以及旅游出行类 App 均有不同幅度的减少。

5.6 面对典型用户的全天推送策略

符合用户阅读习惯的消息才有价值!想要你的推送“物有所值”，首先要找准推送时机！友盟推送根据 2015 年用户的消息打开率数据，为开发者整合了一套“全天推送消息最高打开率”口诀：

时段	用户行为	推送口诀	推送策略参考
07:00 – 08:00	新的一天	早间时段推交通	交通类 App 针对不同地区的用户将各地区的交通状况推送给用户，指导用户出行
08:00 – 09:00	地铁时间	地铁时段推新闻	新闻类 App 针对用户喜好以及地区推送不同的新闻给用户
09:00 – 12:00	上班时间	工作时段不推送	尽量减少推送，不然很容易打扰用户工作，造成干扰
12:00 – 13:00	午饭时间	午饭时段推娱乐	可以尝试推送一些休闲娱乐的内容
13:00 – 14:00	午休时间	午休时段推游戏	推送一些轻度游戏或是活动，让用户可以在这段时间进行一个简单的放松
14:00 – 17:30	工作开会	开会时段谨慎推	开会时间应当尽量较少推送频率，谨慎推送
17:30 – 19:00	下班时段	下班时段“强力”推	交通类 App 继续为用户提供交通信息，同时可以尝试推送一些娱乐内容供用户在回家的路上进行阅读
19:00 – 23:00	回家休息		推送一些游戏活动或是视频节目等娱乐信息供用户使用，这段时间用户以休息为主，通过推送让用户针对感兴趣的内容或是活动进行参与

我们发现，在晚七点到十点半是消息打开率最高的时段，提醒运营人员利用好这个时间段，根据自己 App 类型在这个时间段多想一些推送“花样”！

下图为全天推送时钟图：



案例篇

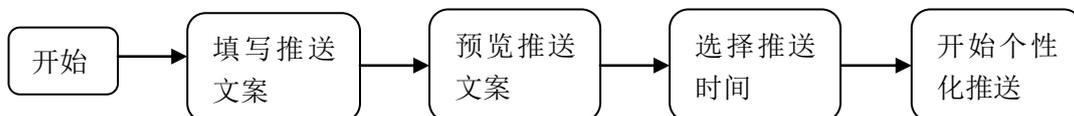
6 参考案例

场景一：“不要忽略推送打开率最高的时段”

客户 A 想要提醒自己的用户资源更新，但是不知道究竟在几点推送比较合适，如果推送的时候用户都没有看手机，那此条推送被忽略的可能性就很大，因此选择一个用户打开率较高的时段推送就显得尤为重要。

根据友盟后台数据显示，用户对于该类 App 的推送打开率较高的时段为晚上 8:30 分（查看方法请参考本文档《运营篇》）。因此该用户选择在该时段针对自己的 App 发送推送提醒用户资源更新。

操作步骤：

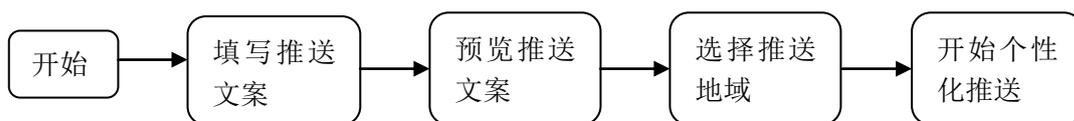


推送效果：所有装了该 APP 的用户均会在晚上 8 点 30 分开始收到提醒资源更新的推送消息，该时段的打开率达到了预期。

场景二：“每个地区的用户都有自己最关注的信息”

客户 B 想要推送一条 a 地区的新闻，如果将新闻推送给所有安装该 App 的用户那么一定会让不在 a 地区或是不关心 a 地区的用户产生了很多干扰性信息。因此最好的解决方法就是仅将 a 地区的新闻推送给那些生活在 a 地区的用户，这样就能最大的为用户减少干扰性信息，让需要的人得到了他们所需要的信息。

操作步骤：



推送效果：所有 a 地区装了该 APP 的用户均会收到推送新闻，而不在 a 地区的用户不会收到任何推送消息。

场景三：“及时唤醒你的流失用户”

客户 C 想要针对连续 7 天未登陆该 APP 的用户进行一次推送，试图通过赠送道具的方式挽回这批用户。但是由于预算有限，不能针对所有连续 7 天未登录的用户进行奖励，因而针对活跃度较高的地区进行该推送是最好的办法。通过友盟后台可以看到活跃度的省份排名，从中选择前几名的省份进行该活动推送，即可达到目标

操作步骤：

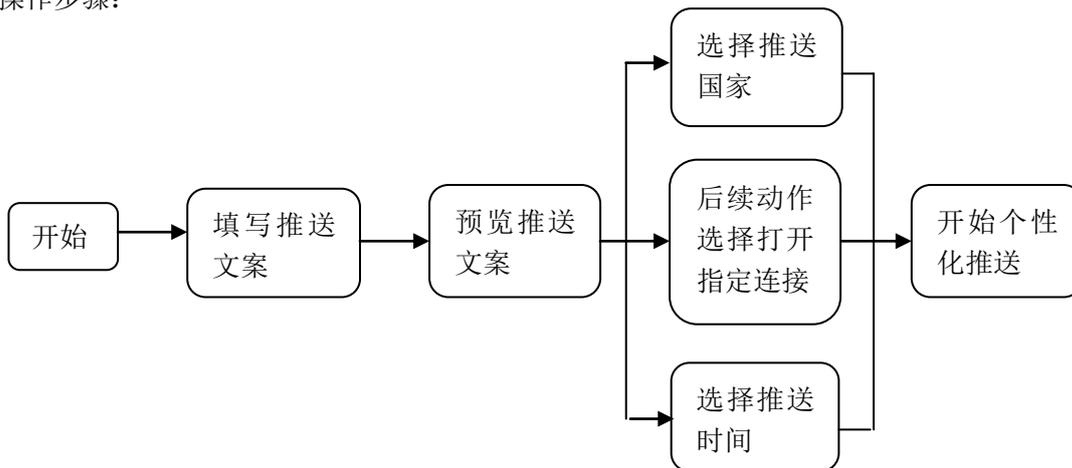


推送效果：所有装了该 APP 但是连续 7 天未登录且在指定地区的用户都会收到该推送，而其余用户不会收到。

场景四：“让用户准时参加地区性活动”

客户 D 想要针对中国用户在中午 12 点的时候推送一个活动消息，打开该推送的用户均会进入活动页面。

操作步骤：

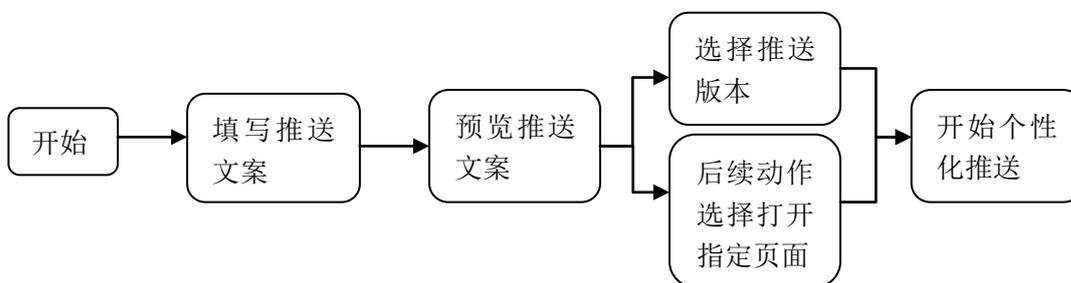


推送效果：所有装了该 APP 的中国用户会在中午 12 点的收到一个关于活动的推送消息，点击推送即可进入活动页面。

场景五：“记得提醒你的低版本用户”

客户 E 针对 1.0 版本的技术支持马上就要取消了，想要提醒所有当前还在使用 1.0 版本的用户进行版本升级，在用户点击推送信息后进入软件自动更新界面。

操作步骤：



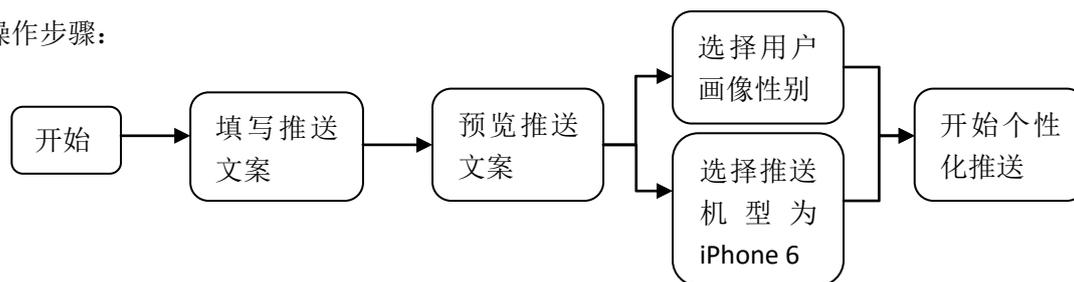
推送效果：所有 1.0 版本的用户均会收到一个推送提醒需要更新，当用户点击推送消息后进入软件自动更新界面。

场景六：“让你的‘爆款’更有价值”

电商客户 F 购进了一批 iPhone 6S 的女性手机壳，想要将这条消息通知使用 iPhone 6 的女性

用户，以提升购买。

操作步骤：



推送效果：所有使用该电商平台且手机机型为 iPhone 6S 的女性用户均收到了该推送通知。

FAQ

1、友盟在分组推送消息时，是怎样获取用户标签的？

答：基于设备和 APP 的标签可以通过移动端的 SDK 进行采集、基于设备层面的用户画像标签通过一定数量的可信数据源来做训练集，使用机器学习推算出整个设备集合的用户数据、基于 APP 的自定义标签通过在 SDK 端开放打标签接口，开发者通过接口自己打业务标签。

<http://www.zhihu.com/question/23194645/answer/51365652>

<http://www.zhihu.com/question/31646169/answer/53439463>

2、友盟消息推送里面的 Alias 怎么用？可以理解成帐号吗？

答：Alias 是设备别名，将别名与设备做绑定，便于部分 APP 开发者使用自有帐号或者第三方帐号体系来做消息推送。开发者在 SDK 端调用接口，将 alias 等信息与设备绑定，绑定关系传回服务器后就可以使用 Alias 来做个性化推送了。

<http://www.zhihu.com/question/31882775/answer/54254062>

3、为什么有的安卓 APP 在不用市场渠道发版的时候使用不同的包名呢？

答：可以区分不同的市场渠道，保证该渠道是唯一的，不会互相覆盖。

<http://www.zhihu.com/question/31964474/answer/54324183>

<http://www.zhihu.com/question/31962014/answer/54538818>

4、使用友盟消息推送，如何更换通知的图标？

答：

a、在 APP 层面，需要在资源文件夹里放置你要展示的大图标文件和小图标文件，在做消息推送的时候指定大图标和小图标 ID 即可。

b、在推送后台上传当次推送任务所要下发的图标即可，但仅支持大图标替换（特殊定制系统无效）

c、通过重写通知栏样式的方式更换相关信息

<http://www.zhihu.com/question/32193142/answer/55087754>

5、友盟消息推送的安卓和 iOS 两个平台为什么不使用同一个 Appkey？

答：友盟平台是区分 Android 和 iOS 的，从统计分析开始，就是两个 Appkey，因为产品线是打通的，所以 Push 的话，也是 Android，iOS 单独的 Appkey。对于使用过其它第三方服务的开发者来说，可能有的 PasS 服务就是一个 Appkey/Appid，同时供 Android 和 iOS 平台用的，使用友盟服务的时候要注意一下。

<http://www.zhihu.com/question/35791053/answer/64462693>

6、友盟消息推送为什么对“广播”的发送次数有 3 次限制？

答：过多的推送消息会使用户产生反感。

<http://www.zhihu.com/question/33028753/answer/55847837>

<http://www.zhihu.com/question/33270311/answer/56643004>

<http://www.zhihu.com/question/35309252/answer/63235734>

7、iOS 推送性能怎么样？

答：如果 APNs 判定不合法的 token 不多的话，应该还是发送的很快的。友盟消息推送发送的时候，是开了很多线程去发的，55W 的话，经验上不到 2min 就可以搞定

<http://www.zhihu.com/question/34200582/answer/59659781>

8、友盟消息推送是如何做到给几天不活跃用户做消息推送的？

答：APP 在每次启动的时候会调用友盟 SDK 提供的日活接口，通过对于调用接口距离当时的天数就可以筛选出 X 天活跃/X 天不活跃用户的集合。

<http://www.zhihu.com/question/33505130/answer/60933935>

9、使用友盟消息推送是否可以限制发送速度？

答：web 发送可以从“高级设置”中选择；API 发送可以通过对于相应参数赋值的方式控制发送速度。

<http://www.zhihu.com/question/33885300/answer/59779103>

10、友盟消息推送查询设备状态的时候，提示“设备状态不存在”是什么含义？

答：这个状态表示你设备上所有集成了友盟消息推送的 App(包括宿主 App 和非宿主 App)已经有超过 24H 没有和友盟后端的长连服务器进行过长连通信了

<http://www.zhihu.com/question/33542954/answer/56984578>

11、友盟统计的“自定义事件”和“用户群”有什么区别？

答：自定义事件记录的是用户的行为或是操作，比如下载、分享、付费等。而用户群是基于自定义事件圈定的一批用户集合。

<http://www.zhihu.com/question/35434851/answer/63235434>

12、友盟消息推送的 device_token 在什么情况下会发生改变？

答：

- a、APP 初次访问服务器的时候由于无 device_token 所以会得到一个 device_token
- b、APP 被卸载后，并且当服务器得知然后清除该设备信息后，设备重新安装会得到一个新的 device_token
- c、设备 id 发生改变，比如没有 SD 卡，会使 device_token 发生改变

<http://www.zhihu.com/question/35609913/answer/63743004>

13、友盟的卸载量统计是怎么实现的？

答：

- a、同一个设备中有多个 APP 集成了友盟的 SDK，它们公用一条长连通道，当发送推送消息经过长连通道到设备而无法找到对应包的时候判定 APP 被卸载
- b、通过多少天不活跃，粗糙判断

<http://www.zhihu.com/question/30493413/answer/62731578>

14、为什么苹果的推送，两次推送之间间隔比较久的话，第二次推送会很慢？

答：APNs 在遇到不合法的 device_token 时会断掉推送平台与它的长连接，推送平台需要跳过这个不合法的 device_token 再继续与 APNs 建立连接并发送消息。所以经过长时间不推送，就很有可能包含大量无效的 device_token，导致连接建立不顺，甚至可能被 APNs 认为成一种 DoS 攻击，因而推送速度会很慢。

<http://www.zhihu.com/question/33888020/answer/59658011>