

中国移动互联网流量半年报告

2023年H1

DESCRIPTION

研究范围 及数据说明

研究范围

- 1. 研究对象：**
 - 中国移动互联网网民
- 2. 研究范围：**
 - 中国移动互联网APP使用行为

数据说明

- 1. 数据来源：**
 - UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）
- 2. 数据统计时间：**
 - 2020年1月-2023年6月

CONTENTS

目 录

01 2023H1中国移动互联网发展总览

Overview

02 2023H1重点细分行业详情

Segmentation

03 2023H1中国移动互联网价值榜

List

01

网民变化

截至2023年6月，中国移动互联网月独立设备数达13.92亿台，虽保持小幅增长，但整体逼近天花板；同时，疫后网民注意力向线下回流，人均单日使用时长为4.82小时，同比-15.5分钟，人均单日使用次数67.6次，同比-6.2次。网民生活方式改变，线上注意力向更多行业分散，23个一级行业中，共14个行业实现流量同比正增长。

02

行业变化

2023年上半年，线下消费潜力持续释放，出行游玩、演出票务、美食等行业全面抬升。其中演出票务行业流量大幅跃升，5月用户规模超4700万；在线旅游行业流量自1月起保持高位运行，6月用户规模达1.54亿，同比+27.8%。

视频服务行业流量逼近天花板，短视频高效利用“碎片化时间”娱乐模式占领用户心智，用户规模持续增长，流量优势进一步扩大；游戏行业流量保持高速增长；社区网络流量增长强劲，用户规模突破历史峰值。

电商头部平台流量争夺不断加剧，传统综合电商京东、淘宝、拼多多价格竞争升级，抖音、快手、小红书入局抢夺用户，电子商务行业市场格局迎来新变化。

后疫情时代，用户生活智能化程度加深、对健康话题高度关注，智能设备、健康医疗行业流量同比大幅攀升，6月用户规模分别达1.74亿、1.93亿。

03

APP变化

2023年H1，MAU（月活跃设备数）亿级以上的APP复合增长前三名为：芒果TV、小红书、12306官方版；MAU达到5000万级以上的APP复合增长前三名是：滴滴出行、番茄免费小说、58同城；MAU为1000万以上APP中，复合增长前三名是：大麦、影视大全、飞猪旅行。

01/ 2023H1

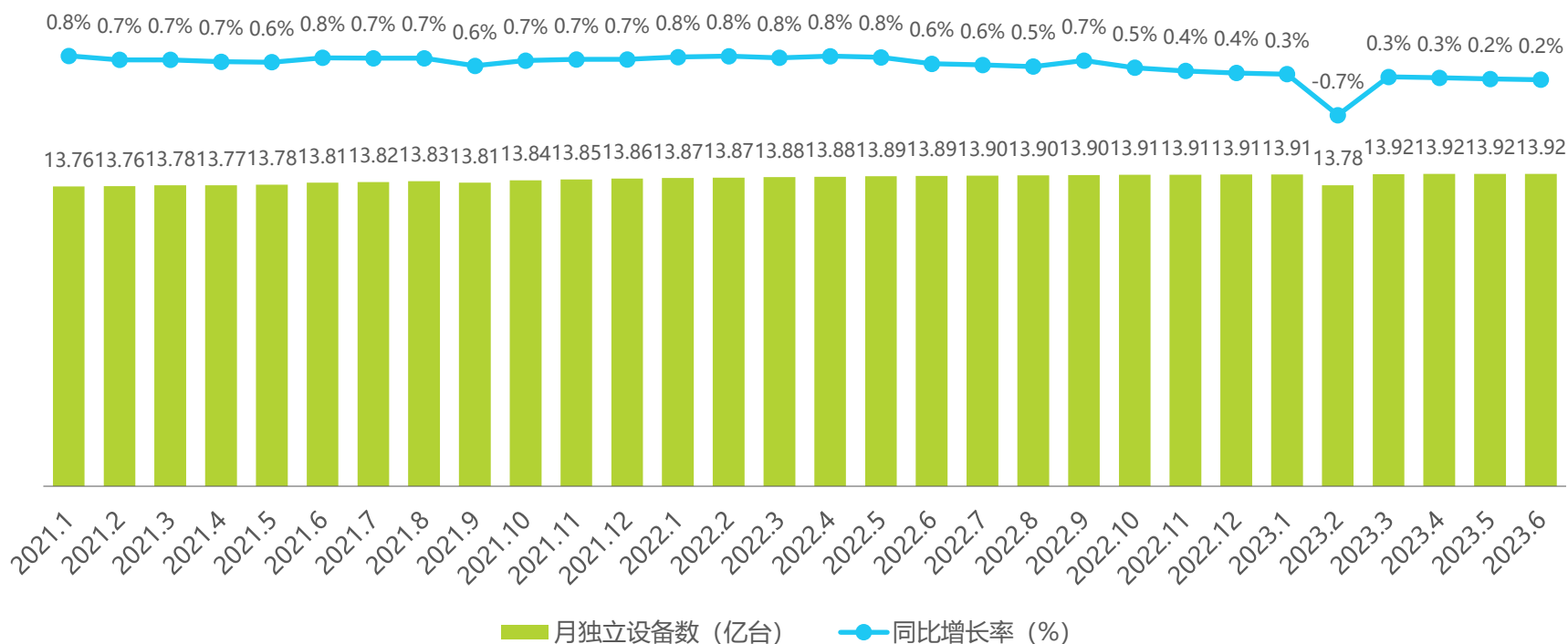
中国移动互联网发展总览

Overview

中国移动互联网流量趋势

中国移动互联网流量微增，但整体迫近天花板，H1同比增速持续放缓

mUserTracker-2021.1-2023.6中国移动互联网月独立设备数及同比

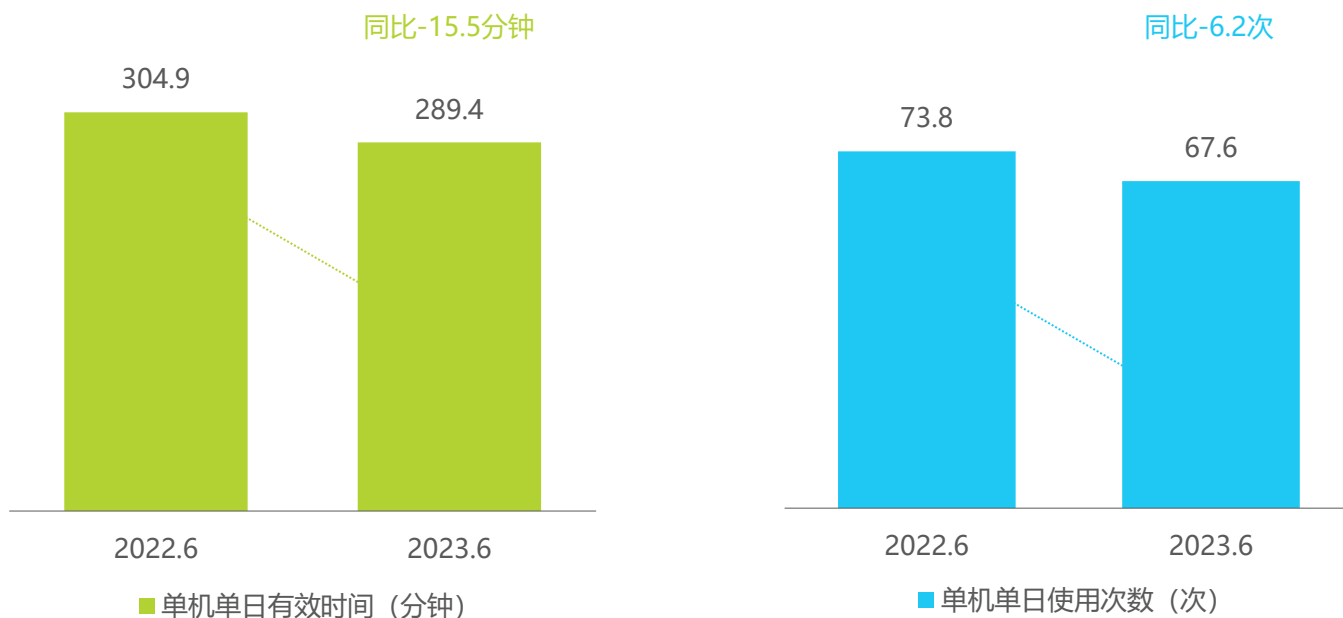


来源：UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

中国移动互联网用户粘性

疫后网民注意力向线下回流，用户线上活跃时长和使用次数均小幅下滑

mUserTracker-2023年6月中国移动互联网用户粘性对比

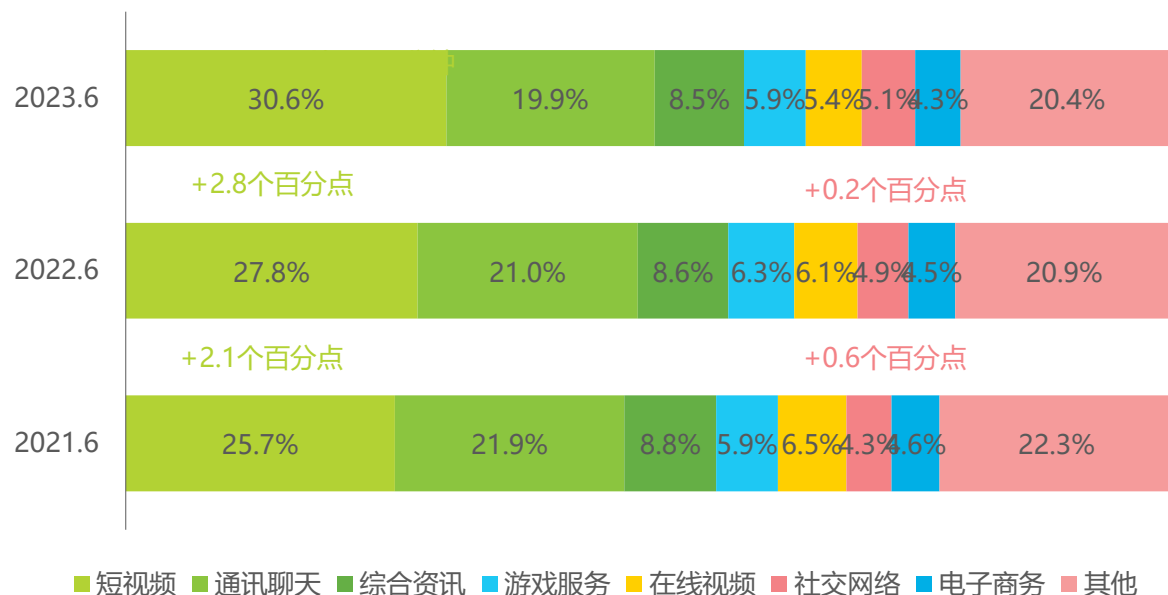


来源：UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

中国移动互联网用户使用时长

上半年，网民上网时间仍继续向短视频集中，挤压其他行业时长；社区网络受青睐，时长占比连续两年提升

mUserTracker-2023年6月中国移动互联网分行业用户时长占比及同比

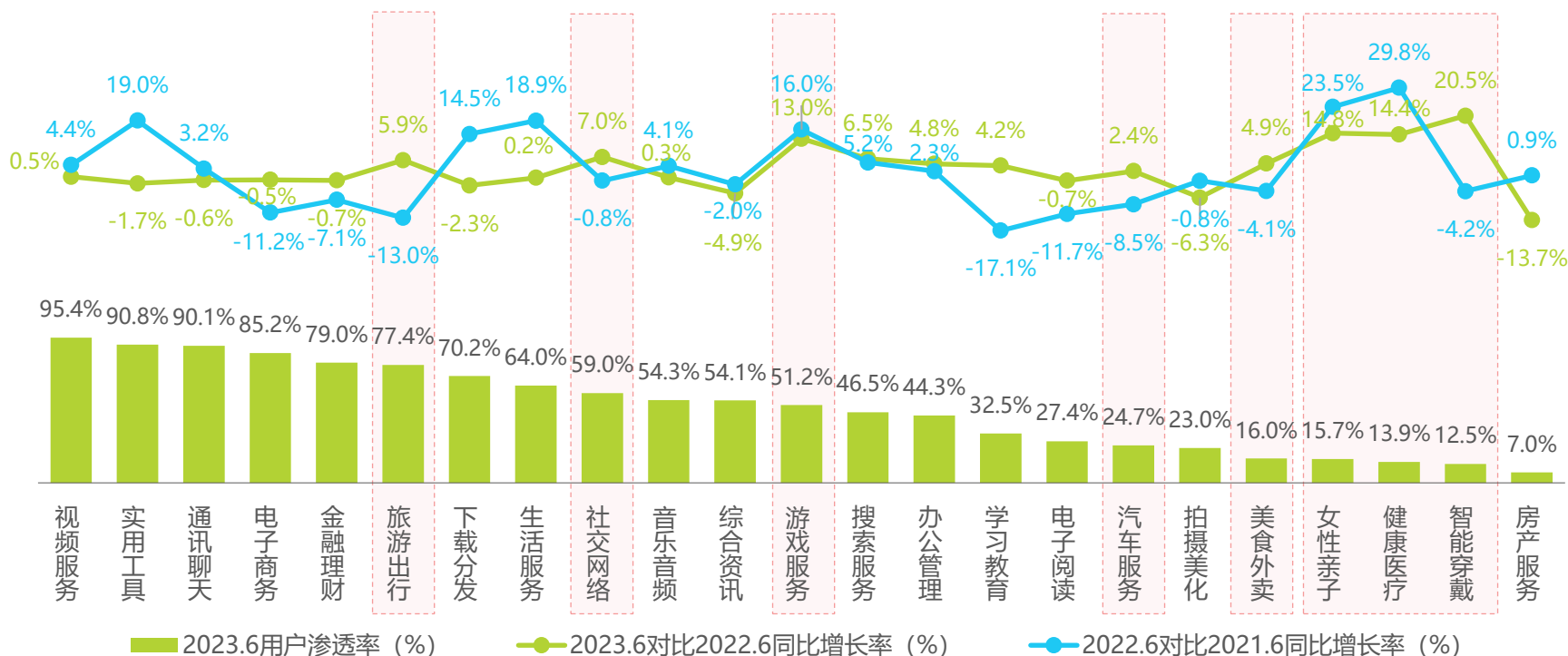


中国移动互联网一级行业

网民线上生活方式改变，健康、旅游相关行业渗透率或将持续增长

从行业层面来看，23个一级行业中共有14个行业渗透率实现同比正增长。其中旅游出行、社区网络、汽车服务、美食外卖等行业的渗透率因疫情消散实现逆跌转增；网民对健康关注度越来越高，健康医疗、智能穿戴等与健康话题相关的行业流量同比大幅增长；游戏服务持续两年渗透率同比增长达两位数。在渗透率同比下降的一级行业中，房产服务6月受经济周期影响降幅最大，达-13.7%。

mUserTracker-2023年6月中国移动互联网一级行业渗透率及同比



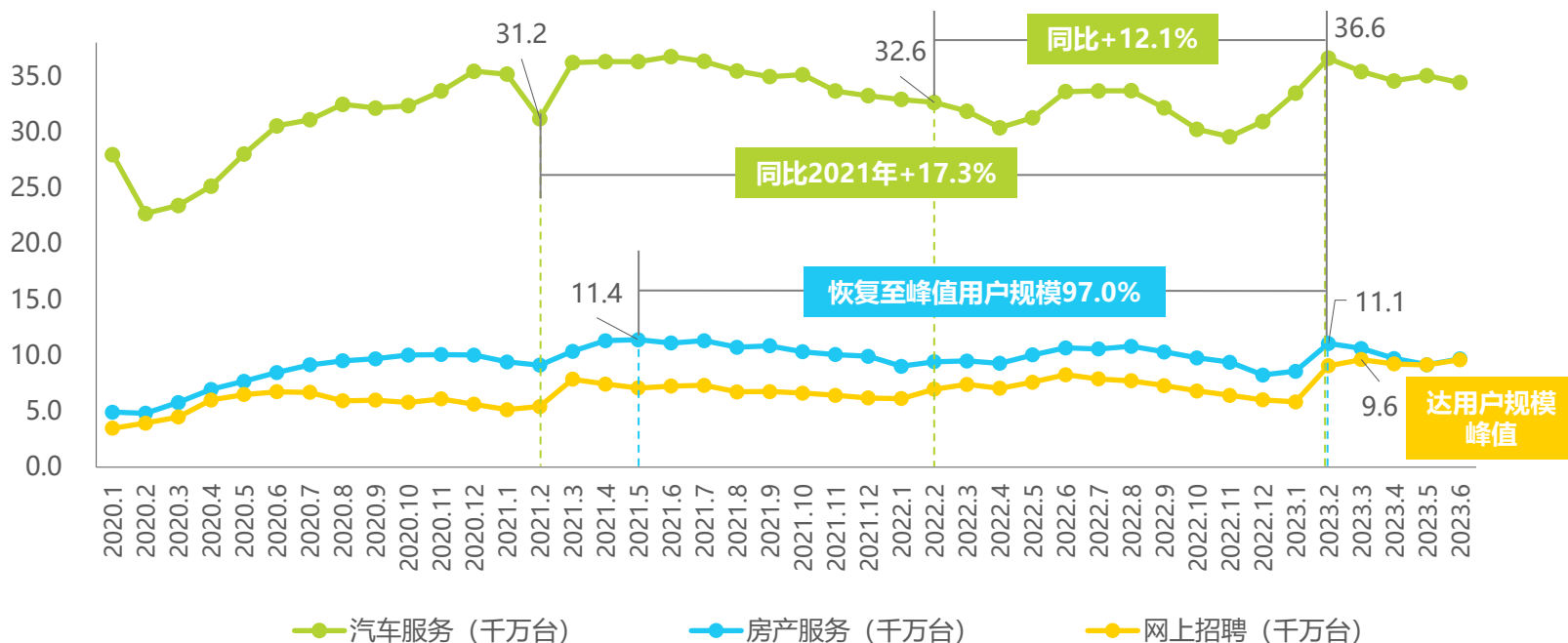
来源：UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

网民经济生活恢复发展

政策有力保住房、稳就业、促消费，人民生活有序运行

汽车服务、房产服务、网上招聘行业迅速回暖，2月汽车、房产服务两大行业用户规模达高值，3月网上招聘行业活跃用户达历史峰值。各级政府持续推出相关利好政策保障经济环境稳定，人民生活有序运行。

mUserTracker-2020.1-2023.6中国移动互联网汽车服务、房产服务、网上招聘行业流量



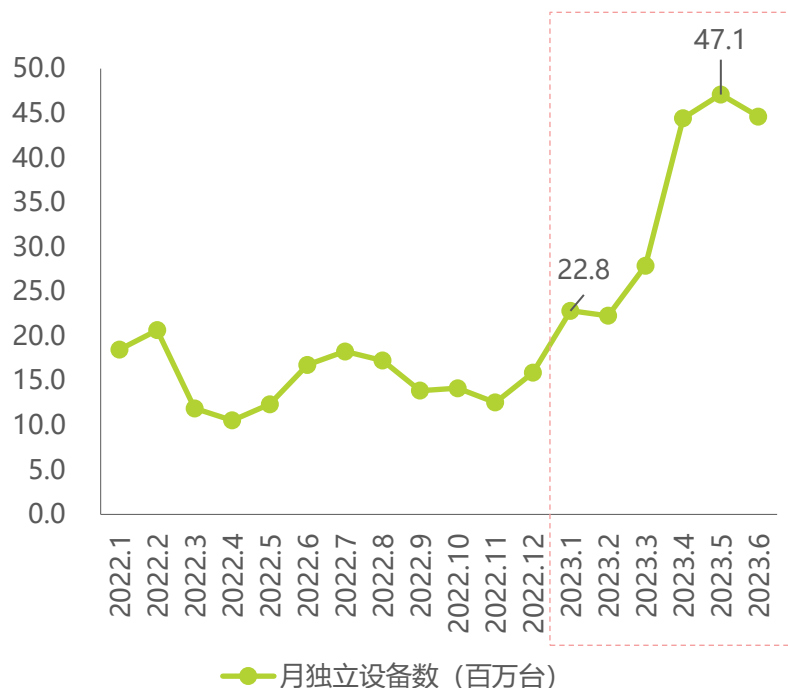
来源：UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

网民经济生活恢复发展

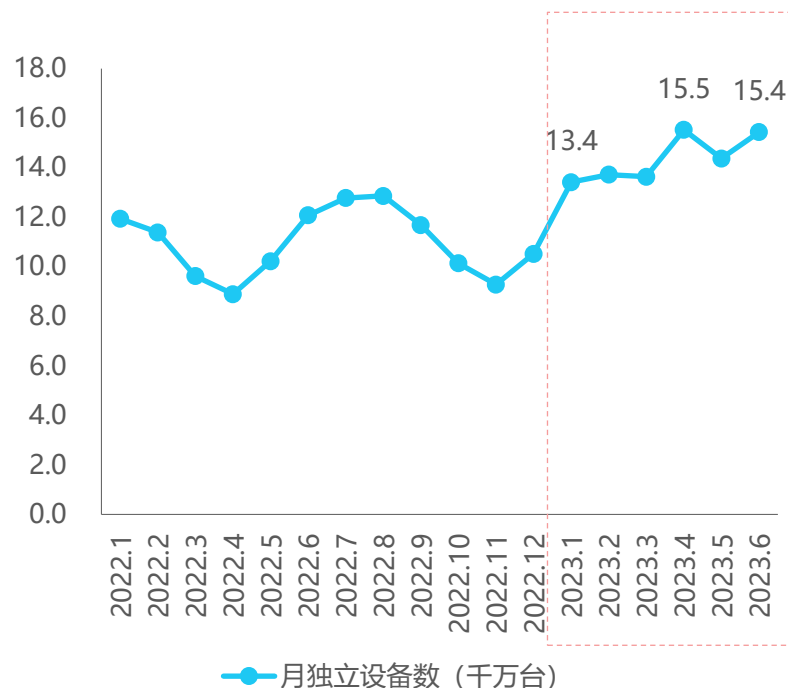
线下接触类服务消费潜力释放，尤其是文化娱乐、旅游类消费激涨

演出票务、在线旅游行业1月起迎来全面复苏，2023年上半年保持高位运行，消费需求充分释放。在线旅游4月迎来流量高峰，演出票务行业用户规模5月突破峰值4700万，消费潜力有望继续释放。

mUserTracker-2022.1-2023.6中国移动互联网
演出票务行业流量



mUserTracker-2022.1-2023.6中国移动互联网
在线旅游行业流量



来源：UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

来源：UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

AIGC开启互联网新时代

对标微软ChatGPT，国内互联网公司纷纷入局AI大模型，并探索产业落地应用场景

2023年国内部分互联网公司AI大模型进展

公司	AI大模型	2023年进展
百度	文心大模型	3月完成内测后开放，持续迭代； - 五大落地场景：文学创作、商业文案创作、数理逻辑推送、中文理解、多模态生成； - 三大产业落地机会（新型云计算、行业模型精调、应用开发），辐射ToB-如网盘企业版。
阿里巴巴	通义千问	- 千问大模型助攻文本生成，与钉钉生产力工具深度结合； - AI助手“通义听悟”助力工作学习场景。
腾讯	混元大模型	侧重聊天类机器人；和产业结合还在早期阶段，腾讯云行业大模型已在腾讯企点、腾讯会议、腾讯云AI代码助手等多款产品中落地使用。
字节跳动	大模型服务平台“火山方舟”	- 聚焦B端业务，一站式对接多家模型提供商，为不同场景选择最合适的模型； - C端自研大模型仍在保密中。
华为	盘古大模型	已发布3.0版本，面向政务、金融、制造、矿山、气象等行业客户提供大模型能力。
京东	言犀大模型	面向产业，应用场景包括零售、金融、城市、健康、物流等多个领域，解决行业问题。
知乎	知海图AI	问答类AI中文大模型，对知乎热榜上的问题回答进行抓取、整理和聚合，并把回答梗概展现给用户。
网易有道	子曰	教育场景下类ChatGPT模型，翻译、口语、作文、语法等六大场景应用。

来源：公开资料，艾瑞咨询自主研究绘制。

AIGC开启互联网新时代

教育、医疗、办公、音视频娱乐、金融理财五大场景AI大模型应用探索中

教育

- ✓ **学而思**研发面向全球数学爱好者的**MathGPT**；
- ✓ **作业帮**正在内测基于中国市场的教育大模型；
- ✓ **网易有道**发布国内首个教育大模型“**子曰**”；
- ✓ **科大讯飞**发布的**星火认知大模型**高考数学题正确率50%。

医疗

- ✓ **上海市算力网络数字医疗创新实验室**（由上海联通携手华山医院、上海超算中心和华为公司联合组建）发布医疗算网大模型“**Uni-talk**”；
- ✓ **爱尔眼科**与**中国科学院计算技术研究所**正在联合研发基于大语言模型ChatGPT的**爱尔数字人**。



办公

- ✓ **北大团队**推出AI办公辅助工具**ChatExcel**，表格用户不再需要记公式；
- ✓ **金山办公**旗下生成式人工智能应用**WPS AI**宣布接入文字、表格、PPT、PDF四大办公组件。

金融理财

- ✓ **老虎证券**推出AI投资助手**TigerGPT**，用户可登记轮候试用；
- ✓ **国泰君安**正积极探索AI大语言模型，将适时推出相关服务。

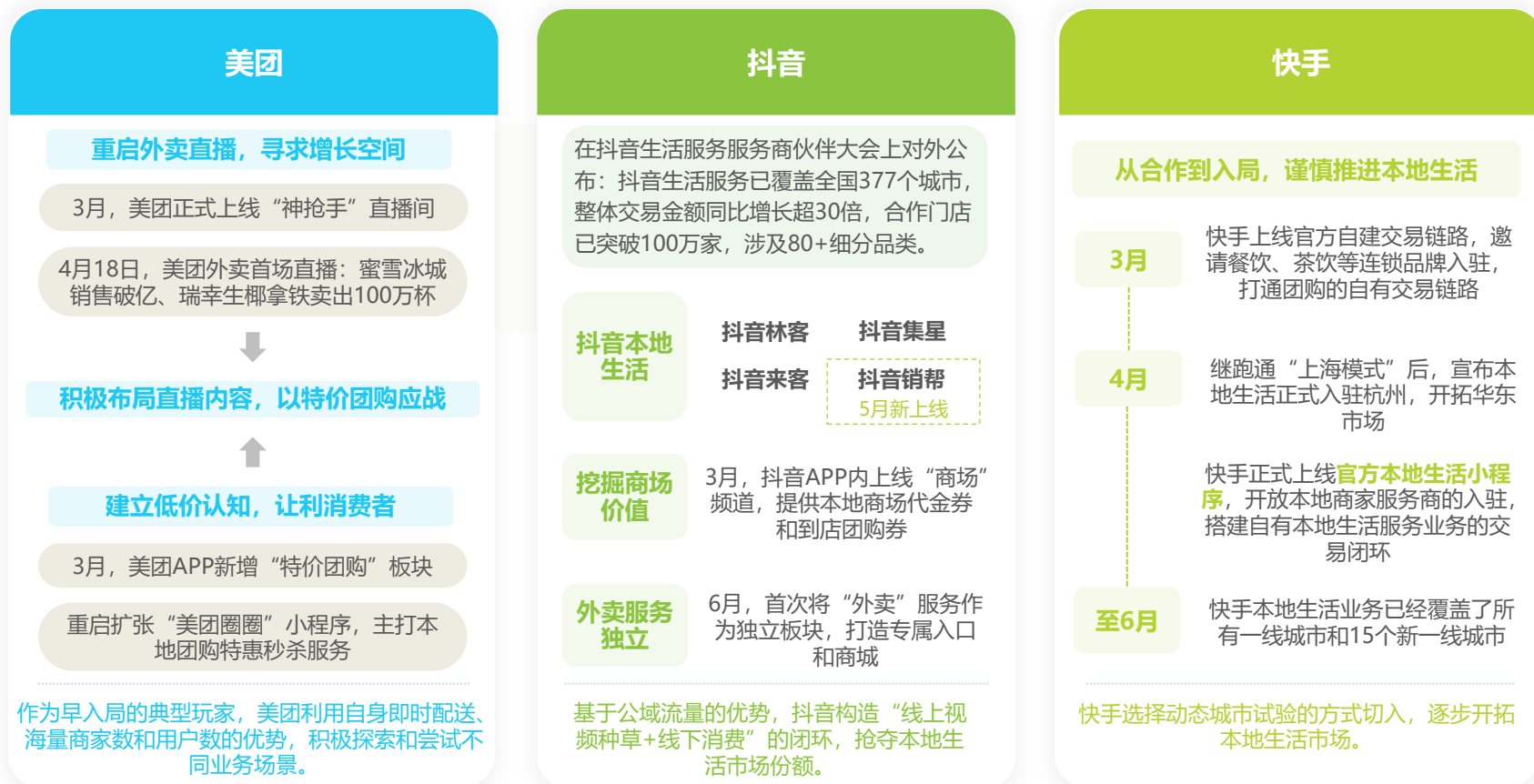
音视频娱乐

- ✓ **爱奇艺**将与**百度**探索AIGC在长视频行业的应用场景；
- ✓ **芒果超媒**：尝试将各类新型人工智能技术与芒果头部内容进行有机结合。长视频平台**芒果TV**自研的AIGC已可实现批量生产；
- ✓ **中文在线**：公司已在有声书生产中应用AI主播；
- ✓ **万达电影**：密切关注AI在影视制作、游戏开发等领域的应用。

本地生活市场争夺战开启

抖音、快手动作频频、攻势迅猛；美团积极调整应对策略，争夺市场份额

2023年H1互联网企业本地生活市场相关动作追踪



来源：公开资料，艾瑞咨询自主研究绘制。

02 / 2023H1重点细分行业详情

Segmentation

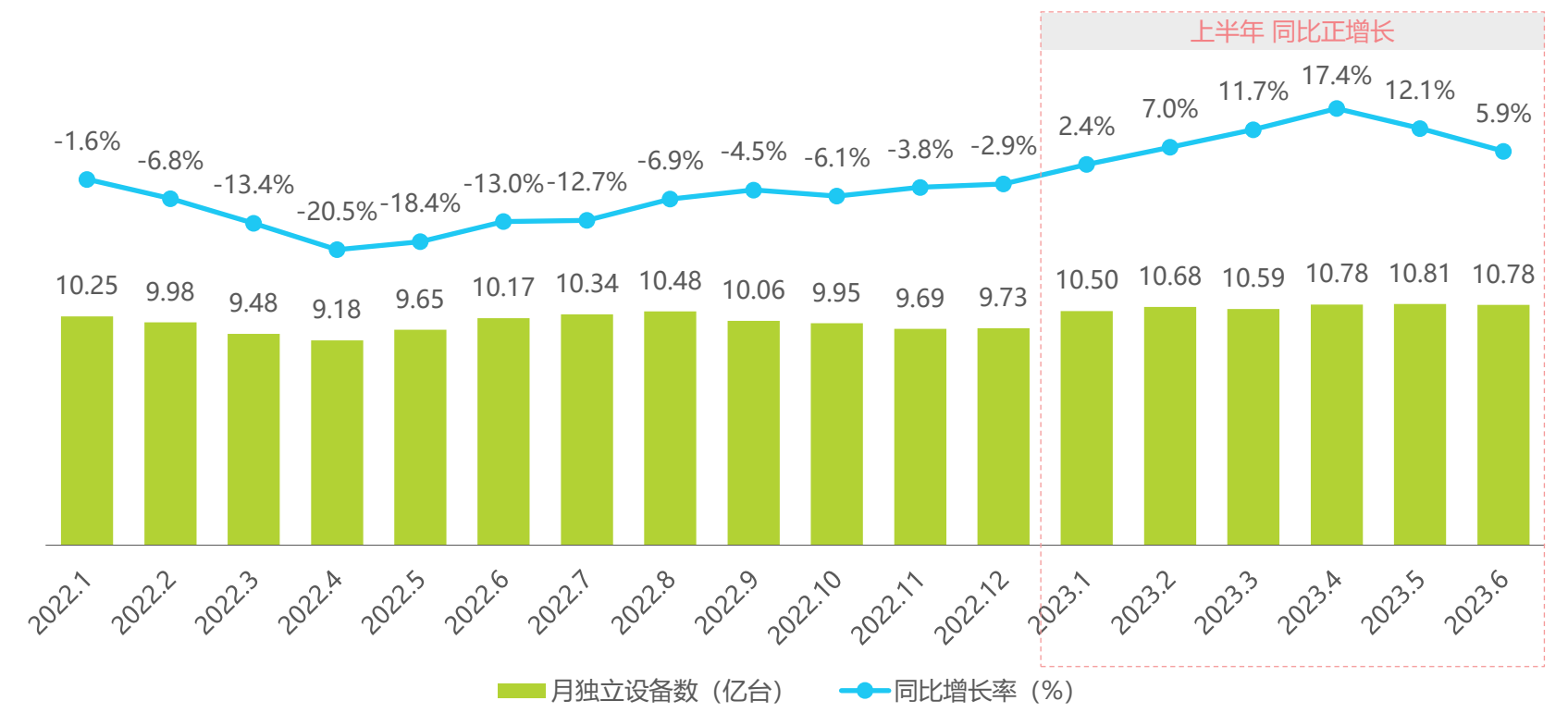
2.1 出行游玩

旅游出行
电影票务

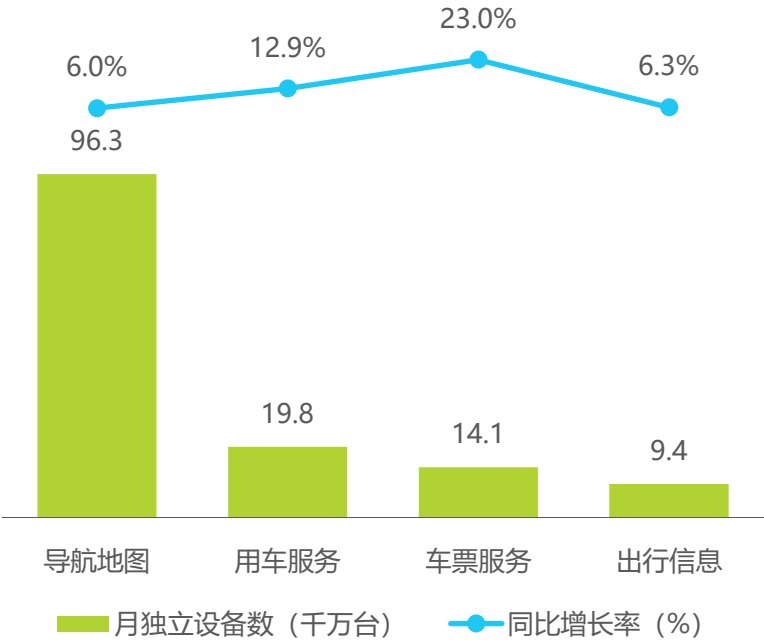
压抑的外出需求持续释放，行业总体流量连续六个月正增长

旅游出行行业APP流量2023H1同比增长率均为正值，1-4月持续走高，4月达峰值后在5、6月稍有回落；行业用户规模持续增长。

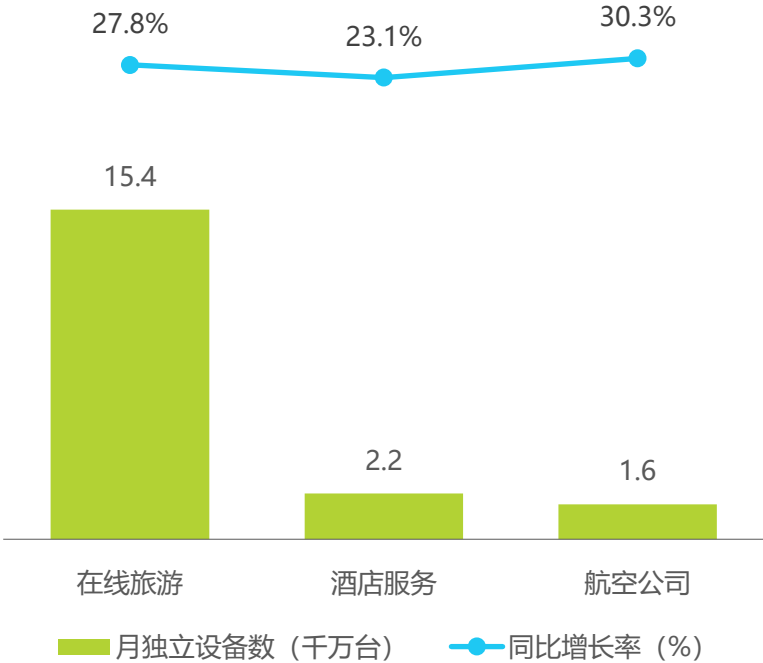
mUserTracker-2022.1-2023.6中国移动互联网旅游出行行业用户规模



mUserTracker-2023年6月中国移动互联网
出行类用户规模及同比



mUserTracker-2023年6月中国移动互联网
旅游类用户规模及同比



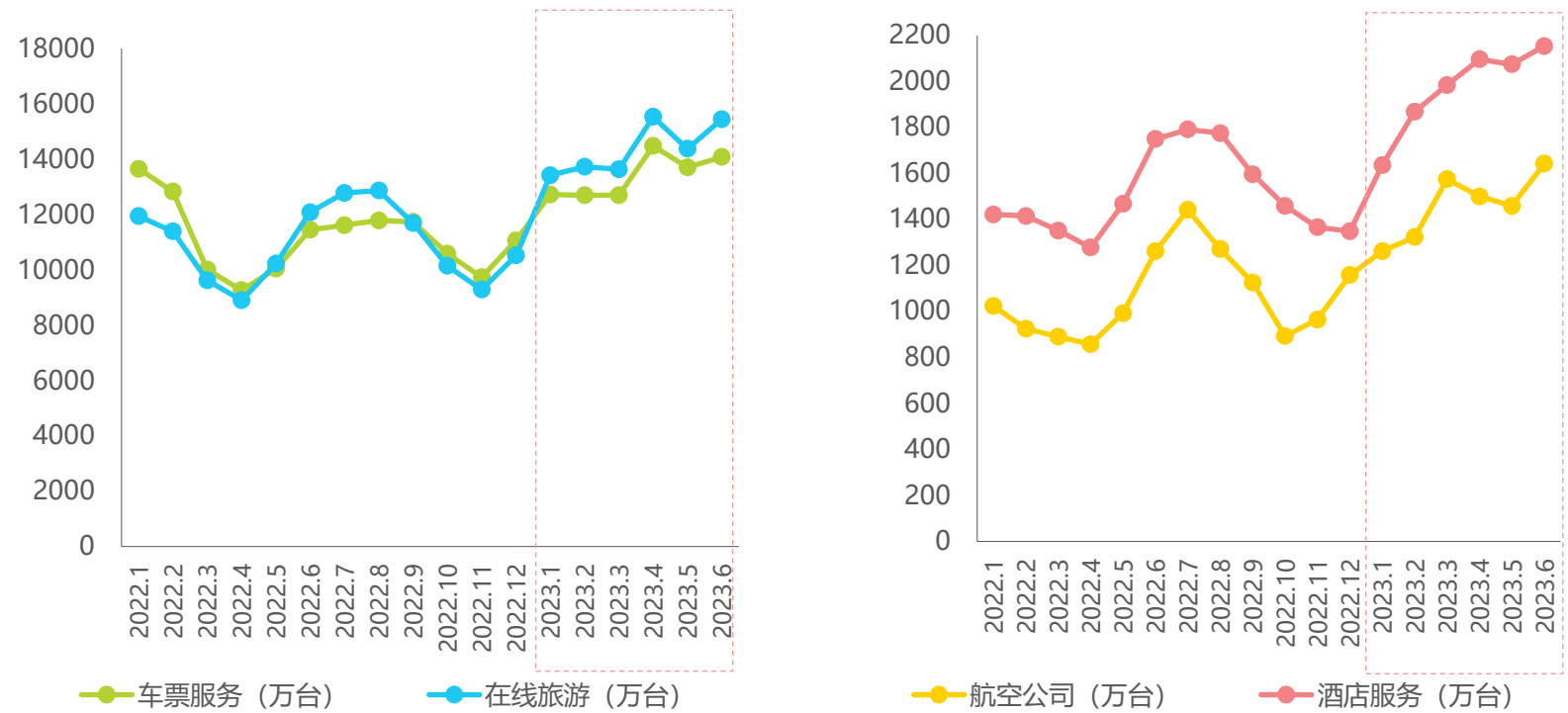
来源：UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

旅游出行-细分行业详情

Q2延续一季度反弹态势，购票、在线旅游、酒旅航空用户规模波动拉升

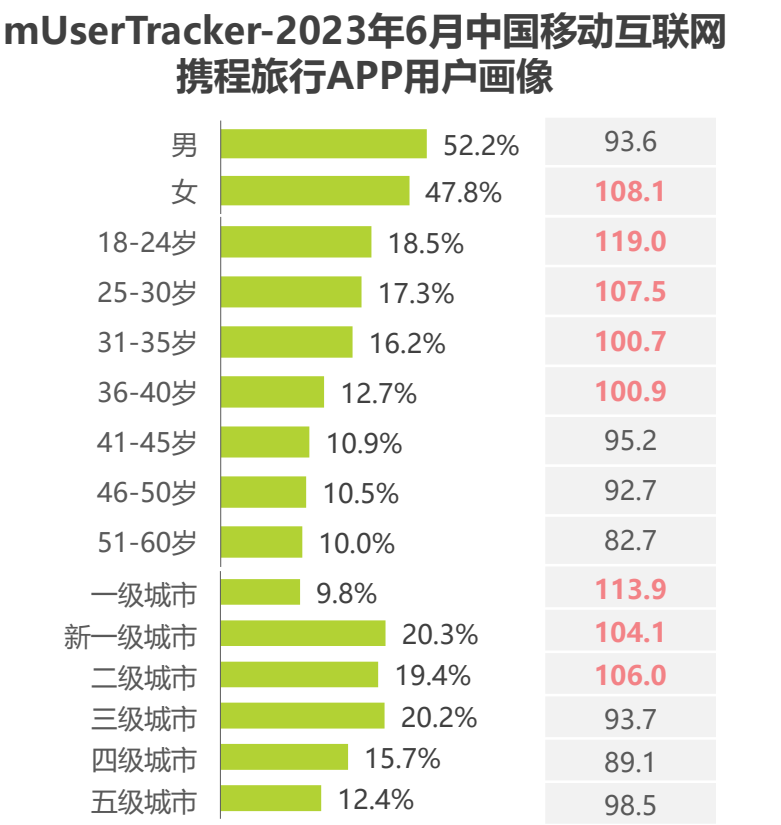
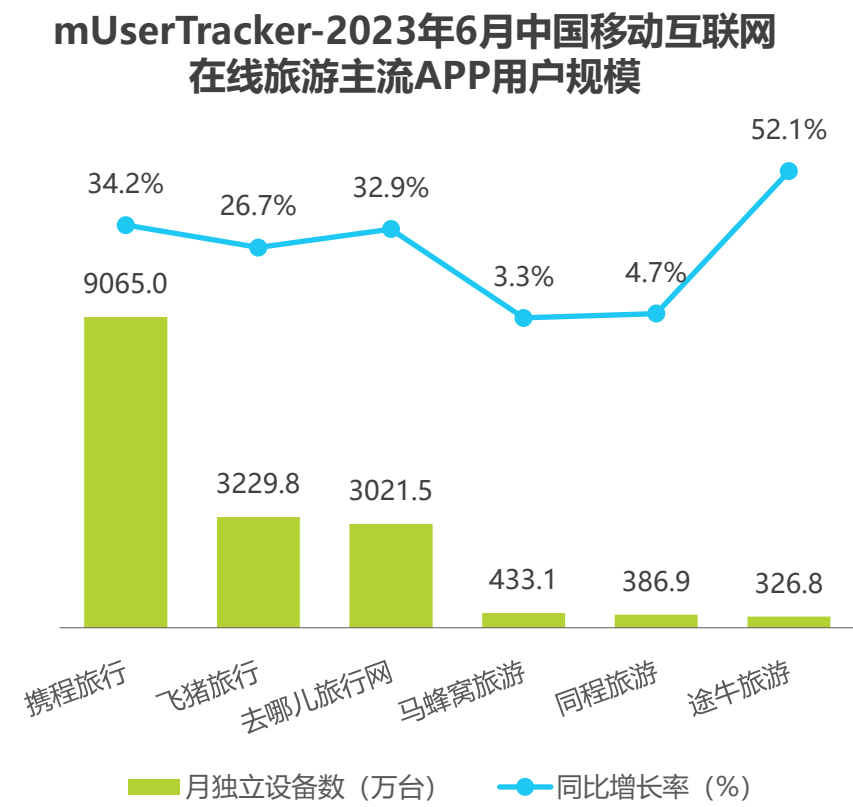
车票服务、在线旅游2023上半年用户规模变化趋势趋同，均在1月迅速复苏后保持高位运行，4月达峰值后稍有小幅回落，6月继续增长势头；酒店服务1月强势复苏后保持强劲增长态势，仅5月稍有回落；航空公司1、2月流量增长平稳，3月迎来快速增长后期后在4、5月有所回落，但整体上仍保持上行趋势。

mUserTracker-2023年6月中国移动互联网旅游出行典型细分行业用户规模



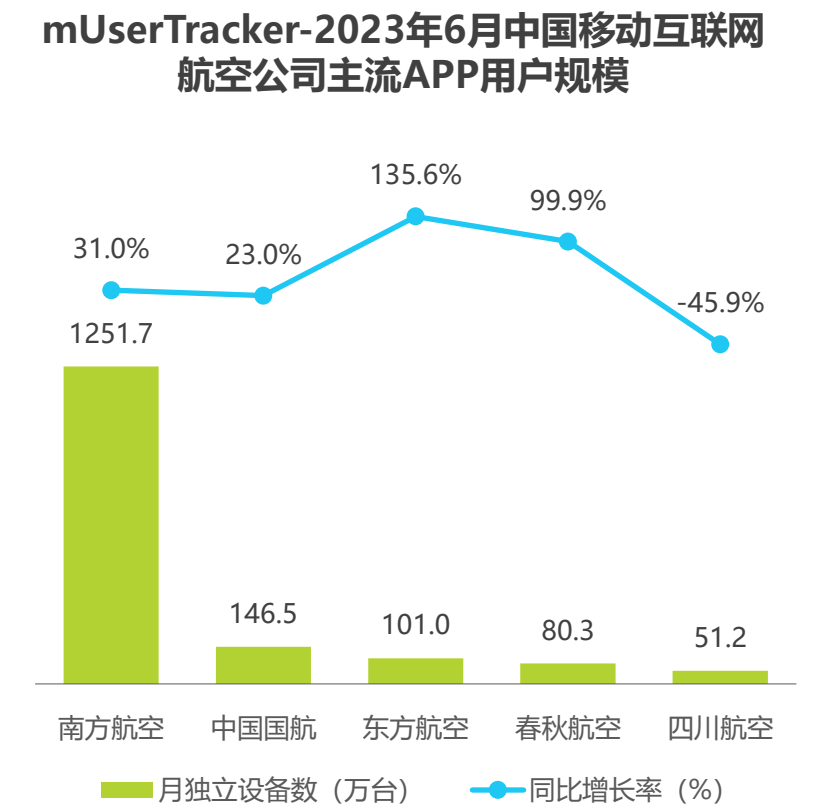
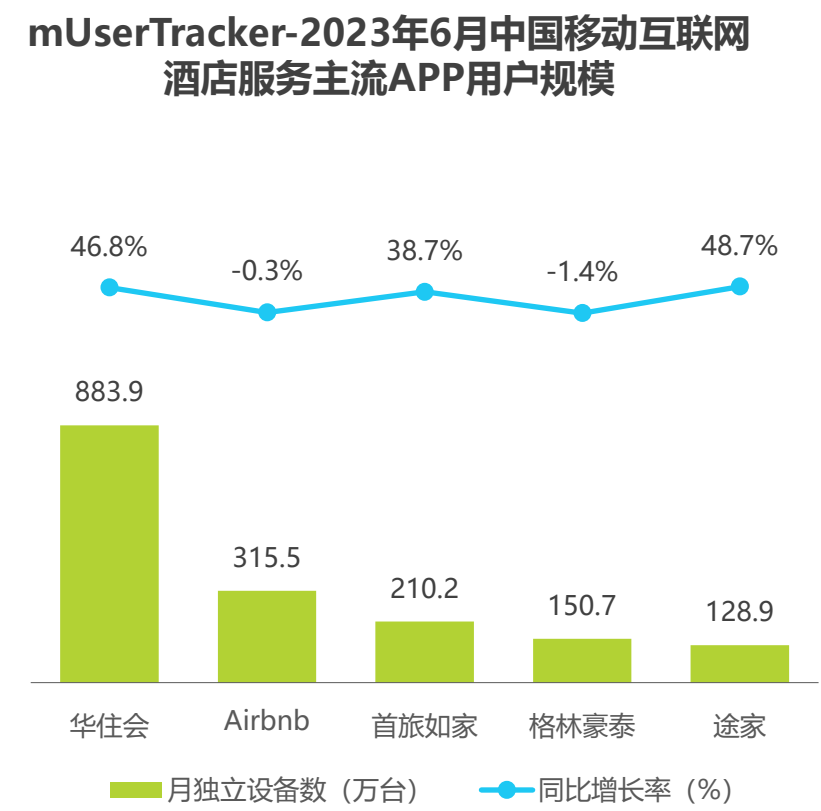
携程、飞猪、去哪儿主导行业流量，途牛APP流量同比增幅超五成

携程旅游以超9000万的用户规模位列在线旅游之首，TOP3APP流量行业内领先；途牛APP6月流量同比大幅增长52.1%，表现突出。以携程旅行为例，女性、18-30岁、高线城市用户是在线旅游类APP的偏好使用群体，是未来带动行业流量增长的重要力量。



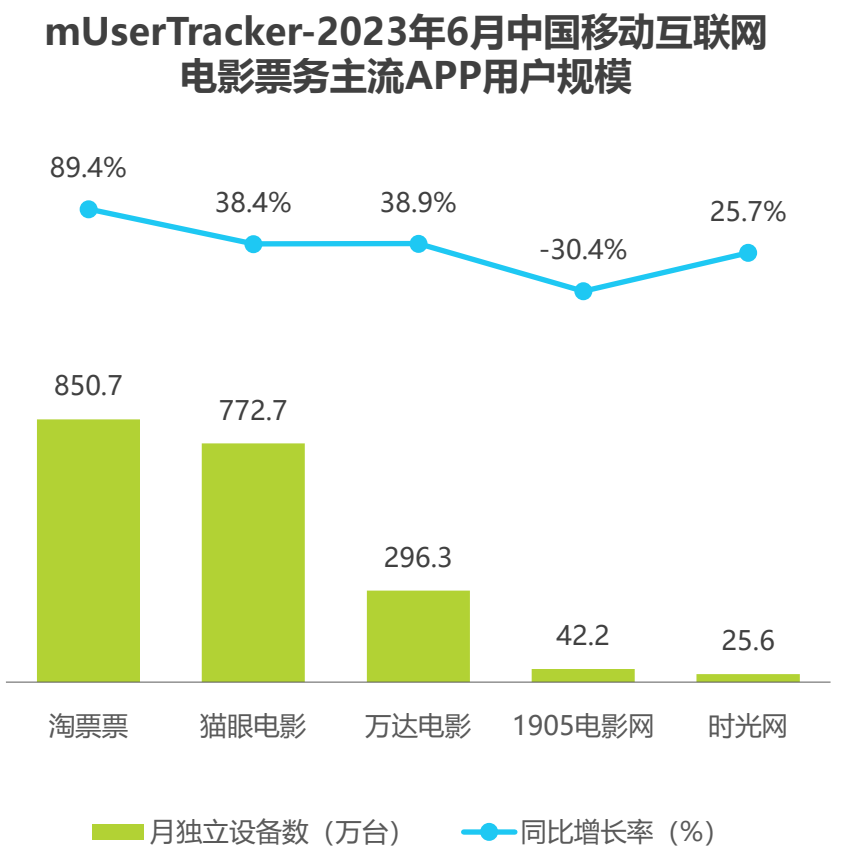
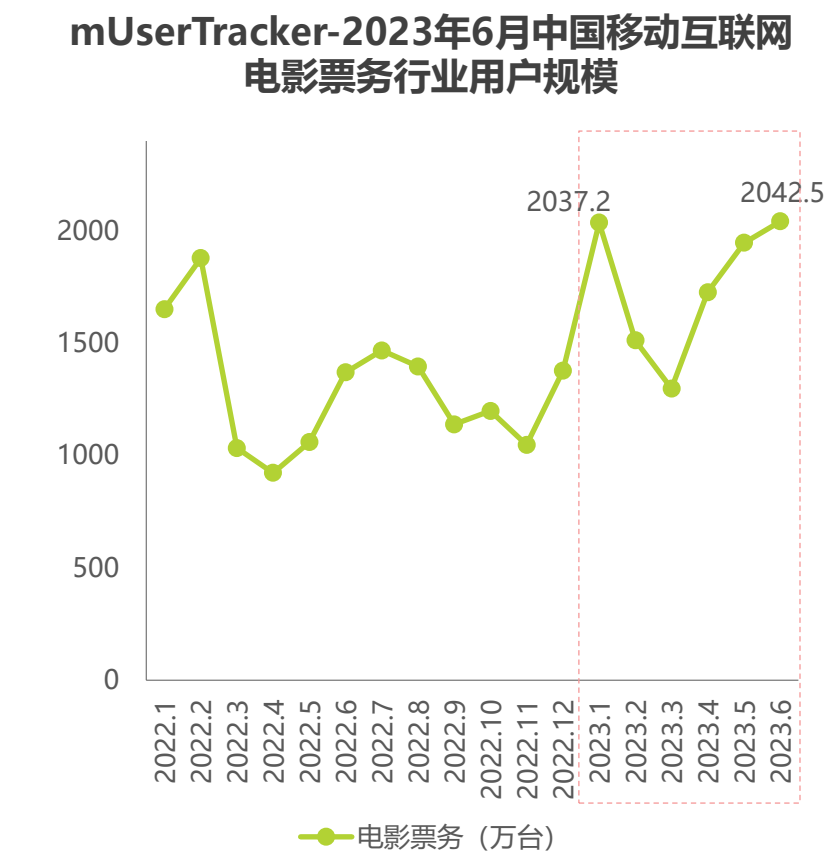
华住会头部优势显著；东方航空、春秋航空APP活跃用户翻倍

酒店服务细分行业中，华住会APP用户规模遥遥领先同行业其他APP，达883.9万；华住会、首旅如家、途家6月流量同比增长幅度较大，分别达46.8%、38.7%、48.7%。航空公司细分行业中东方航空、春秋航空APP流量较2022年同期增长分别达135.6%、99.9%。



行业流量受节假日影响波动大；淘票票APP领涨

1月受疫情管控放开及春节档影响，电影票务行业流量大幅跃升，2、3月节后淡季迅速回落，4-6月流量因清明、五一和端午等法定节假日因素再次获得快速增长，6月达峰值2042.5万。用户规模TOP5的APP中，活跃用户数第一梯队为淘票票、猫眼电影，其中淘票票APP流量同比增长率领先，增幅近九成。



2.2 泛娱乐

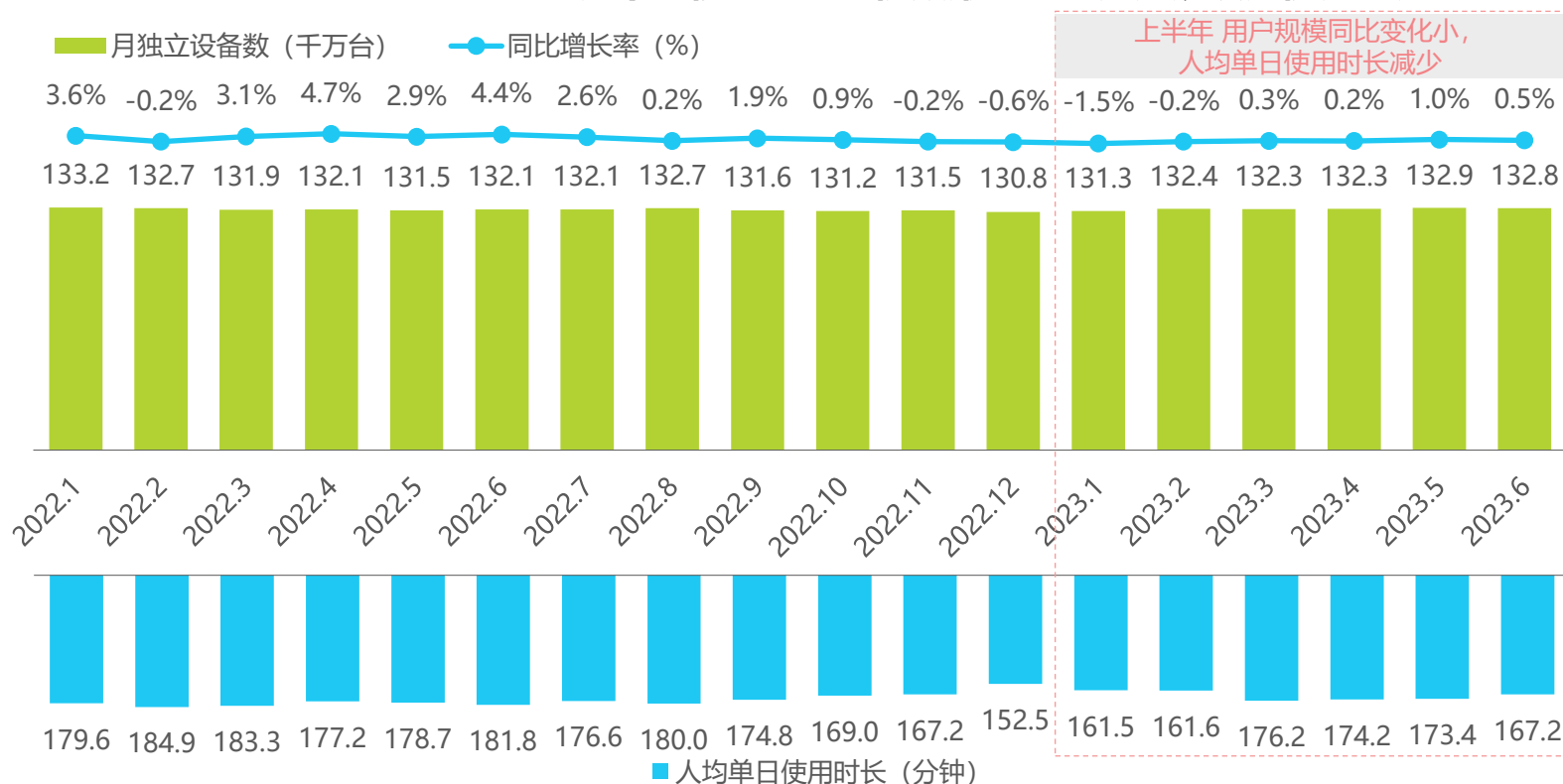
视频服务
社区网络
在线音乐
电子阅读

视频服务-行业概览

视频服务行业总体流量趋稳，使用时长有所减少，存量竞争持续

截至2023年6月，视频服务行业用户规模已达到13.28亿台，同比增长0.5%，人均单日使用时长为167.2分钟，同比减少14.6分钟。行业流量增长逼近天花板，市场已由增量竞争转为持续的存量竞争。

mUserTracker-2023年6月中国移动互联网视频服务行业用户规模及使用时长



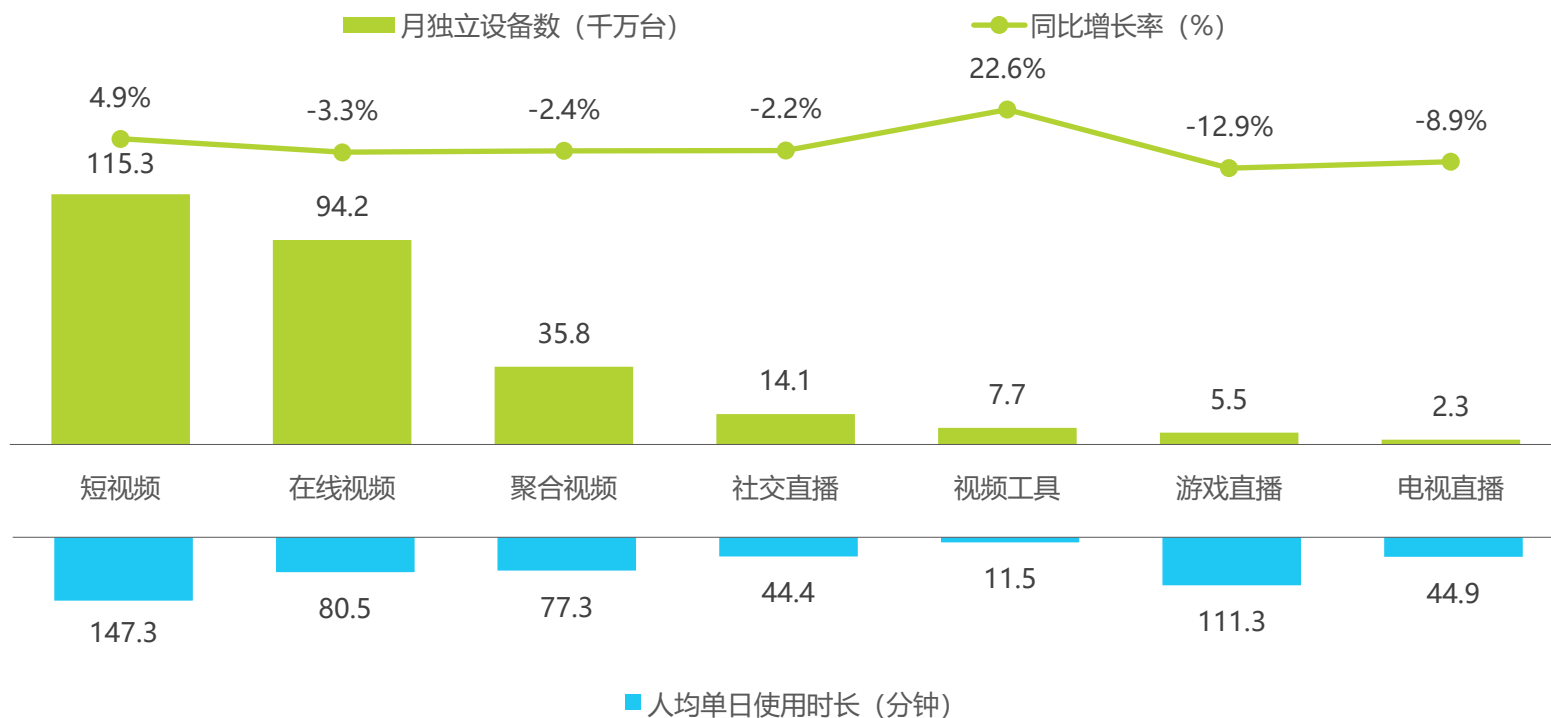
来源：UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

视频服务-细分行业详情

行业发展进入成熟期，短视频流量增长持续

视频服务行业近年来发展进入成熟期，随着在线时长的饱和，用户注意力的竞争日益激烈。作为主要细分行业，短视频对用户注意力的吸引效果持续增强，流量进一步增长，在助力行业活跃用户规模扩大中所起的引领作用愈发明显。

mUserTracker-2023年6月中国移动互联网视频服务细分行业用户规模及使用时长同比



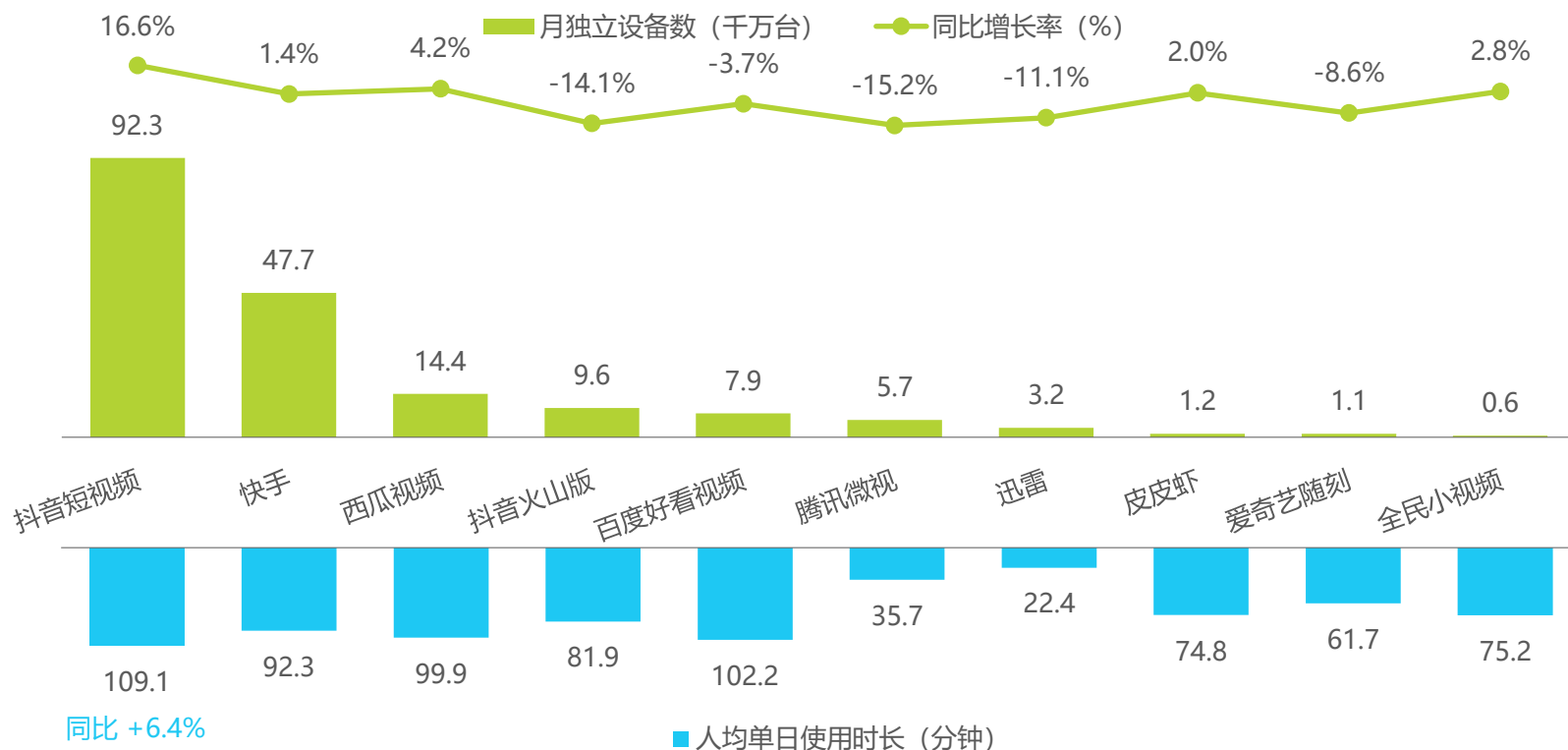
来源：UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

短视频-行业主流APP概况

抖音短视频头部优势巩固，流量、使用时长双第一

国内短视频APP梯队已形成，抖音短视频、快手稳居行业前二。其中抖音APP用户规模超9亿，平台流量及同比增长率均遥遥领先于其他竞品APP。从使用时长来看，抖音APP人均单日使用时长达109.1分钟，在短视频行业整体使用时长减少1.7%的同时，抖音短视频使用时长同比增长6.4%。

mUserTracker-2023年6月中国移动互联网短视频行业TOP APP用户规模及使用时长



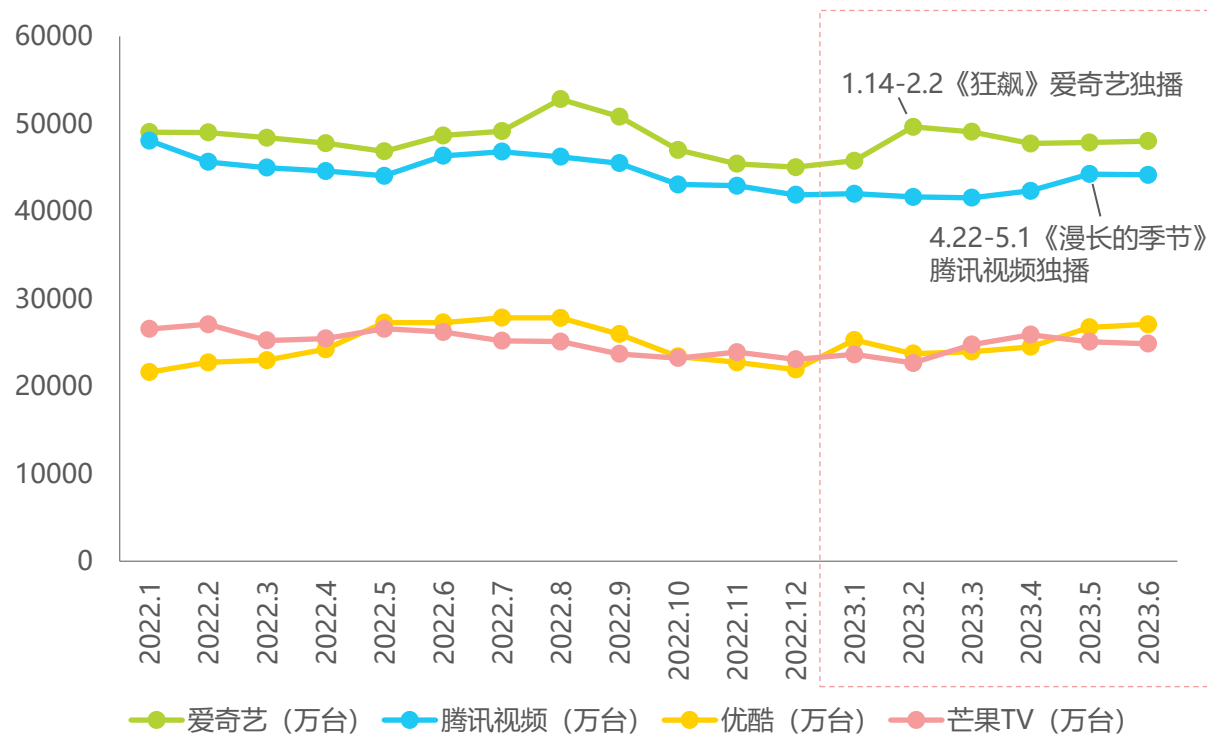
来源：UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

在线视频-行业主流APP概况

行业内格局稳定，优质自制剧推动流量增长

国内长视频APP竞争格局相对稳定，各平台用户量随重点内容上线、节假日等影响而小幅波动，自制剧成为APP获取新用户、提升活跃用户规模的重要途径。2023年1月，爱奇艺推出的《狂飙》掀起全民观剧热潮，平台流量大幅跃升；4月底至5月，腾讯视频联合导演辛爽制作的网剧《漫长的季节》在获得良好口碑反馈的同时带动了平台流量增长，5月腾讯视频用户规模环比增长4.5%。

mUserTracker-2023年6月中国移动互联网在线视频行业典型APP用户规模



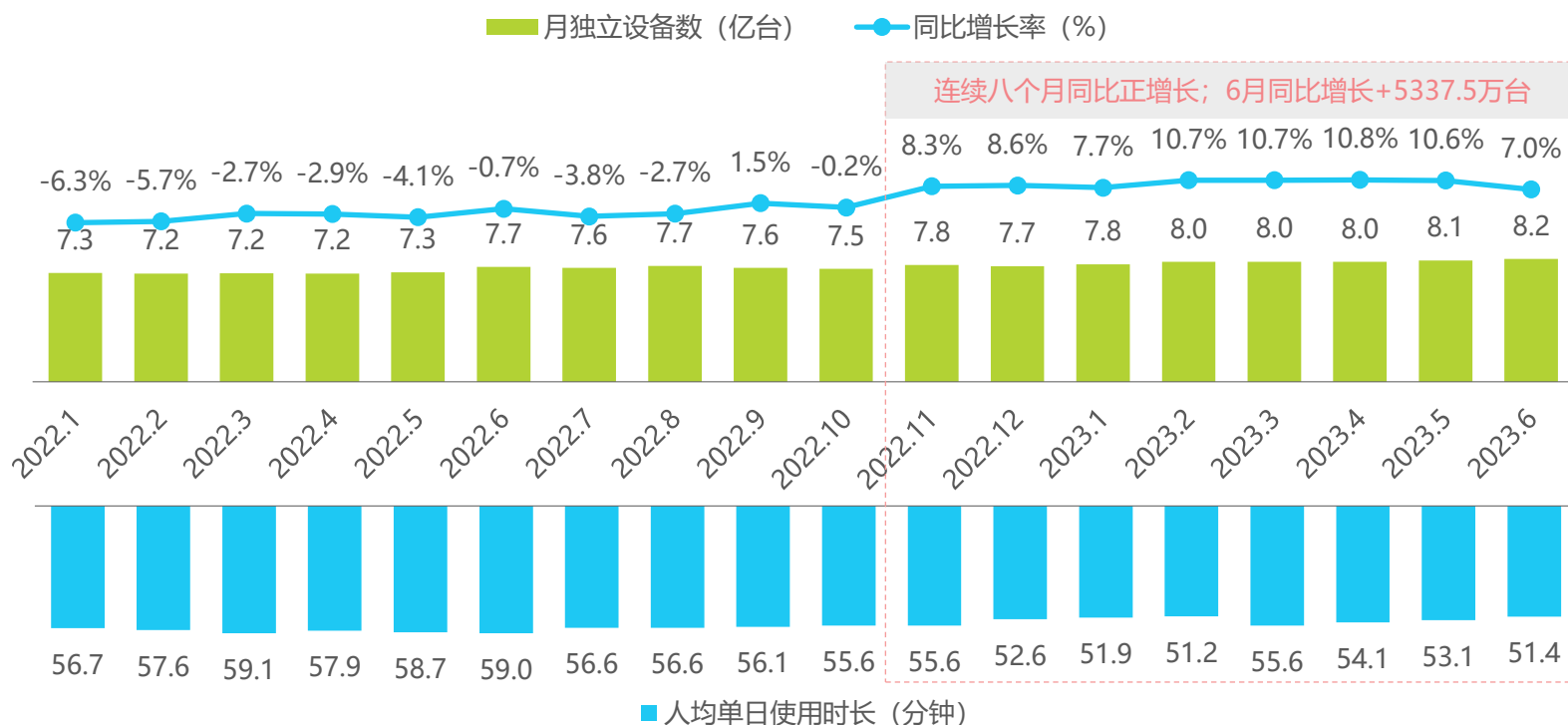
来源：UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

社区网络-行业概览

社区网络行业流量增长强劲，用户规模达历史峰值

自2022年11月起，社区网络行业流量已连续八个月保持同比正增长，2023年H1同比增长率均值达9.6%，增长势头强劲。2023年6月，行业渗透率达59.0%，用户规模超8.2亿，达历史峰值，但人均单日使用时长有所减少，同比减少7.7分钟。

mUserTracker-2023年6月中国移动互联网社区网络行业用户规模及使用时长



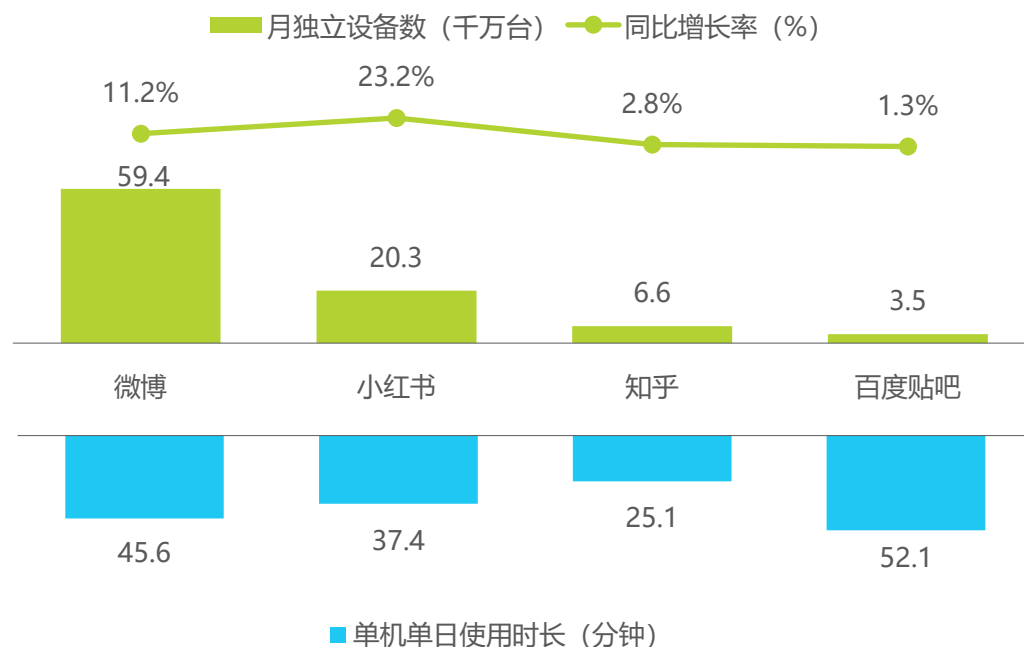
注释：社区网络行业根据艾瑞数据产品UserTracker行业类别进行统计/划分；
来源：UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

社区网络-行业主流APP概况

微博用户规模行业领跑；小红书流量同比增长超两成

微博以分享传播实时信息的优势，领跑社区网络行业，2023年6月用户规模达5.94亿，同比增长11.2%；小红书积极尝试直播带货、本地生活等领域，流量增长明显，6月流量同比增长率达23.2%。

mUserTracker-2023年6月中国移动互联网社区网络行业主流APP用户规模及使用时长同比



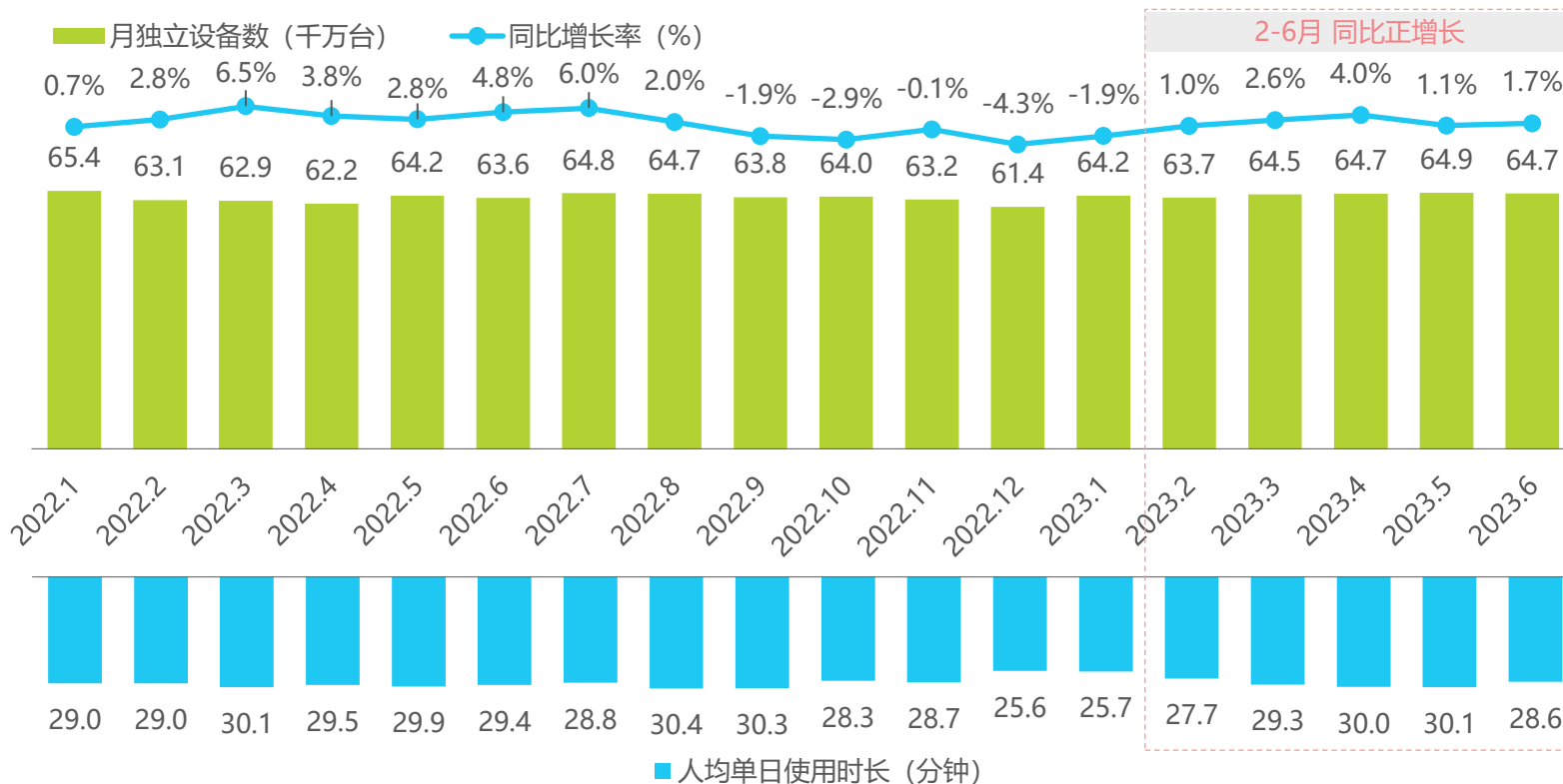
注释：社区网络行业根据艾瑞数据产品UserTracker行业类别进行统计/划分；
来源：UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

在线音乐-行业概览

在线娱乐需求上升，上半年行业流量同比小幅增长

在线音乐行业2023上半年活跃用户数同比增长率均值为1.4%，其中4月同比增长率达峰值4.0%。从人均单日使用时长看，2023年1-6月同比减少0.9分钟，变化轻微。

mUserTracker-2023年6月中国移动互联网在线音乐行业用户规模及使用时长



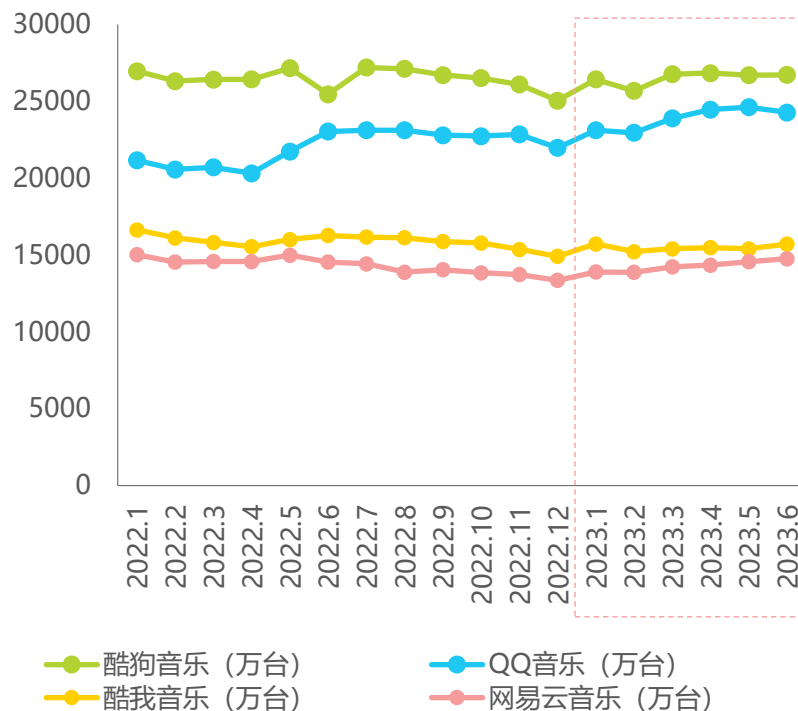
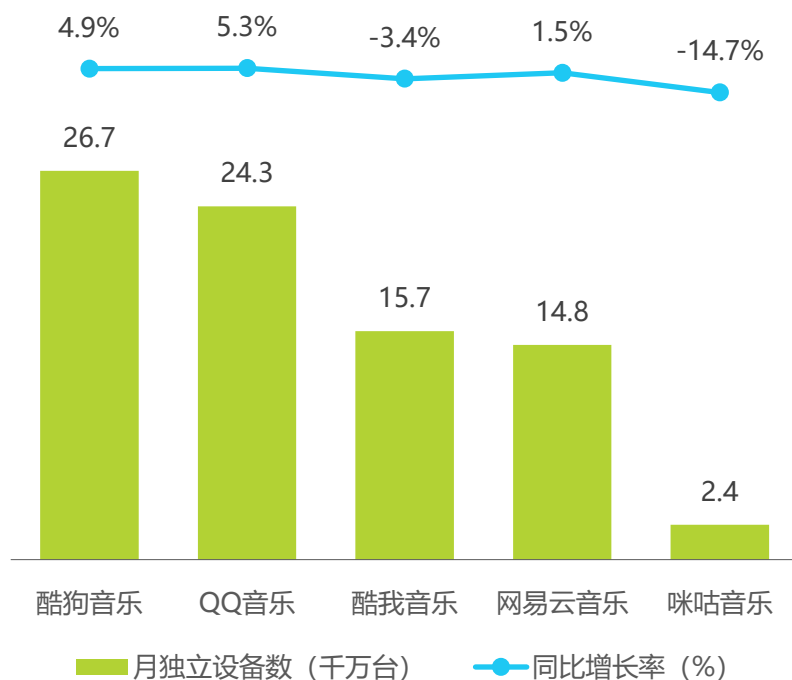
来源：UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

在线音乐-行业主流APP概况

TOP5APP中三家流量同比正增长

在线音乐行业中，6月TOP5APP中三家流量同比2022年正增长。其中，酷狗音乐、QQ音乐用户规模居前两位，均远超两亿，流量同比增幅分别达4.9%、5.3%，领涨行业；网易云音乐流量同比小幅增长1.5%；咪咕音乐流量大降14.7%。行业流量向头部集中趋势较为明显。

mUserTracker-2023年6月中国移动互联网在线音乐主流APP用户规模



来源：UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

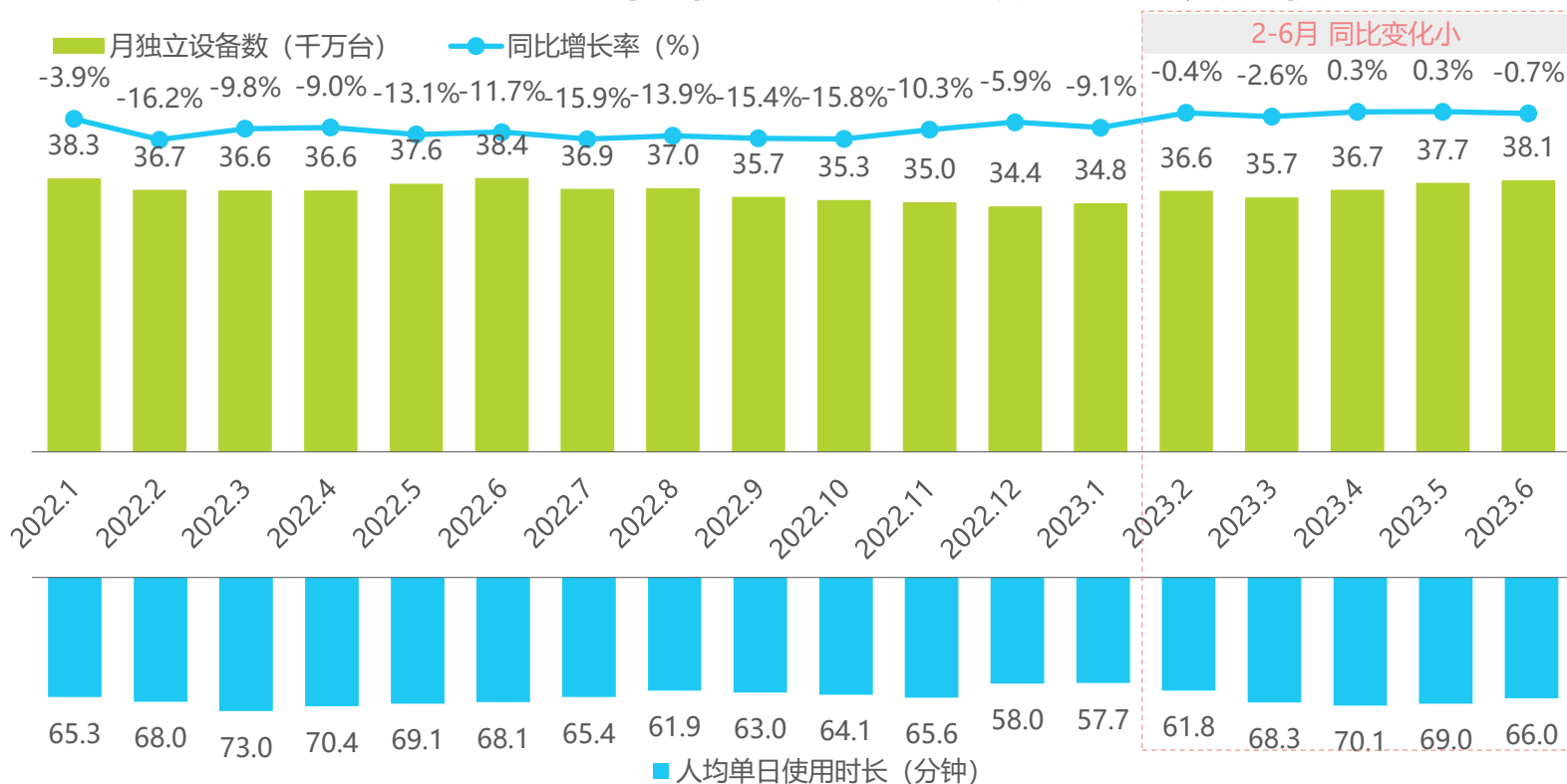
来源：UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

电子阅读-行业概览

目标用户群体较稳定，行业流量同比变化小

2023年上半年，电子阅读行业活跃用户和人均使用时间除1月因春节假期影响有所下滑外，2-6月与2022年同期相比均变化不大。

mUserTracker-2023年6月中国移动互联网电子阅读行业用户规模及使用时长



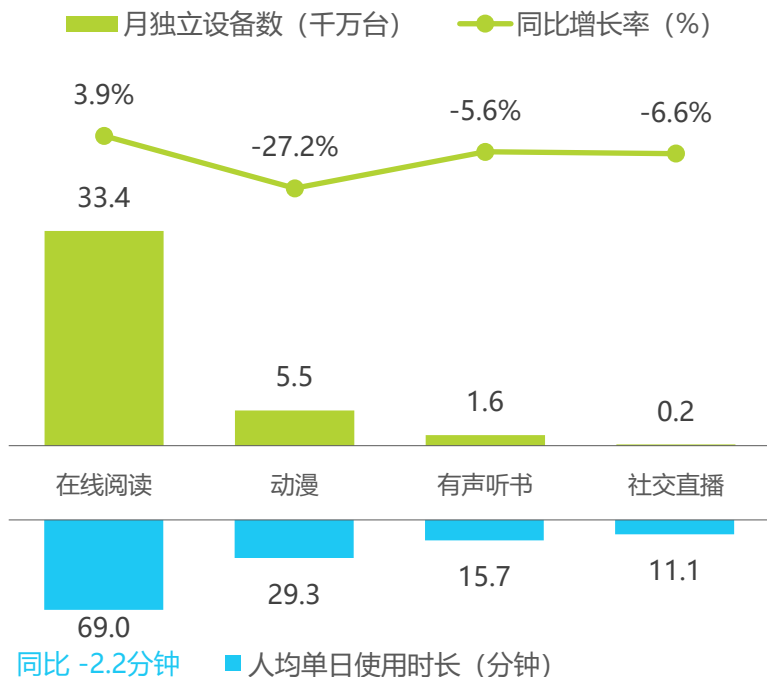
来源：UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

电子阅读-细分行业详情

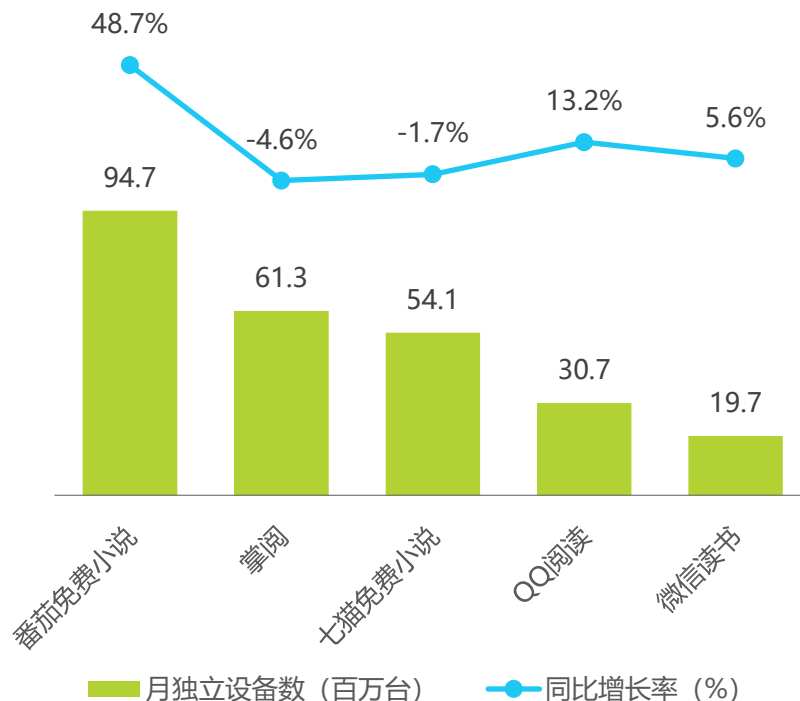
在线阅读主导行业流量，番茄免费小说用户规模、增长率双领先

电子阅读行业中，在线阅读细分行业用户规模占比超九成，贡献了绝大部分的行业流量。6月四个细分行业中，仅在线阅读流量同比增长，但人均单日使用时间减少2.2分钟。在线阅读行业TOP5 APP中，三家同比流量正增长；其中番茄免费小说增幅近五成，活跃用户数突破峰值，达9470万。

mUserTracker-2023年6月中国移动互联网
电子阅读细分行业用户规模及使用时长



mUserTracker-2023年6月中国移动互联网
在线阅读主流APP用户规模



来源：UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

来源：UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

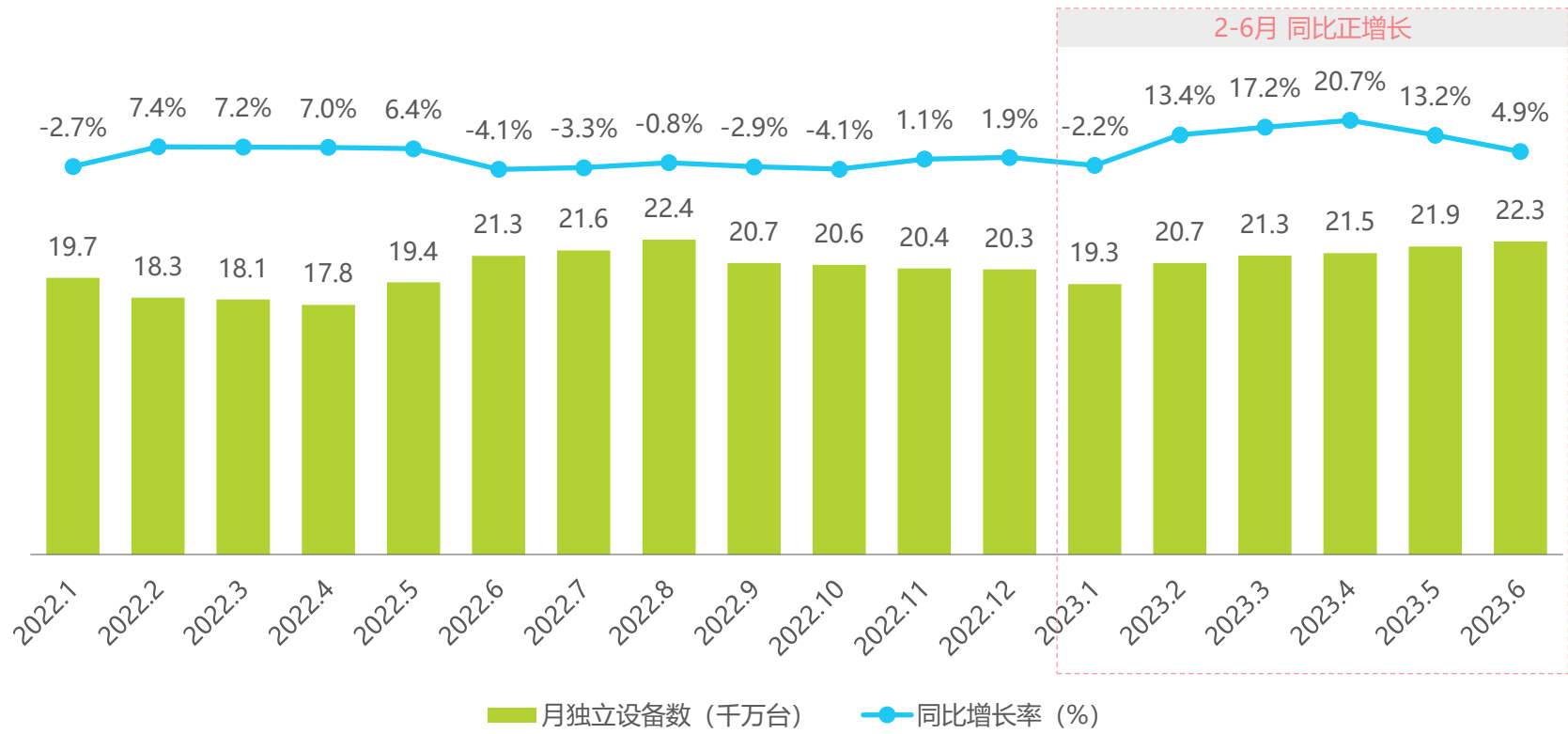
2.3 本地生活

美食外卖
房产服务
汽车服务
女性亲子

春节后复工复产刺激需求释放，美食外卖行业流量持续增长

美食外卖行业APP流量受1月春节假期影响有所回落，在2-6月保持增长势头，其中4月同比增长率达峰值20.7%。6月行业用户规模接近历史峰值。

mUserTracker-2022.1-2023.6中国移动互联网美食外卖行业用户规模

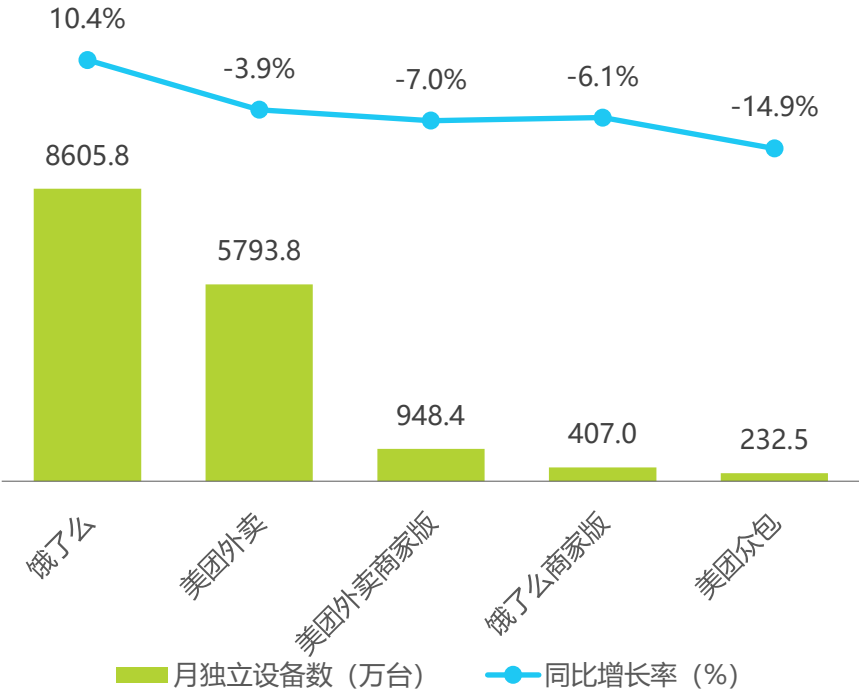


外卖-行业主流APP概况

免单活动6月回归，饿了么主导流量增长

6月，外卖细分行业TOP5APP中仅饿了么实现同比流量增长。值得注意的是，饿了么继2022年6月首次推出免单活动后，2023年6月再次官宣活动回归，免单营销活动继续带动APP用户规模扩大。

mUserTracker-2023年6月中国移动互联网
外卖主流APP用户规模



饿了么免单活动示意图

2022年APP活动界面

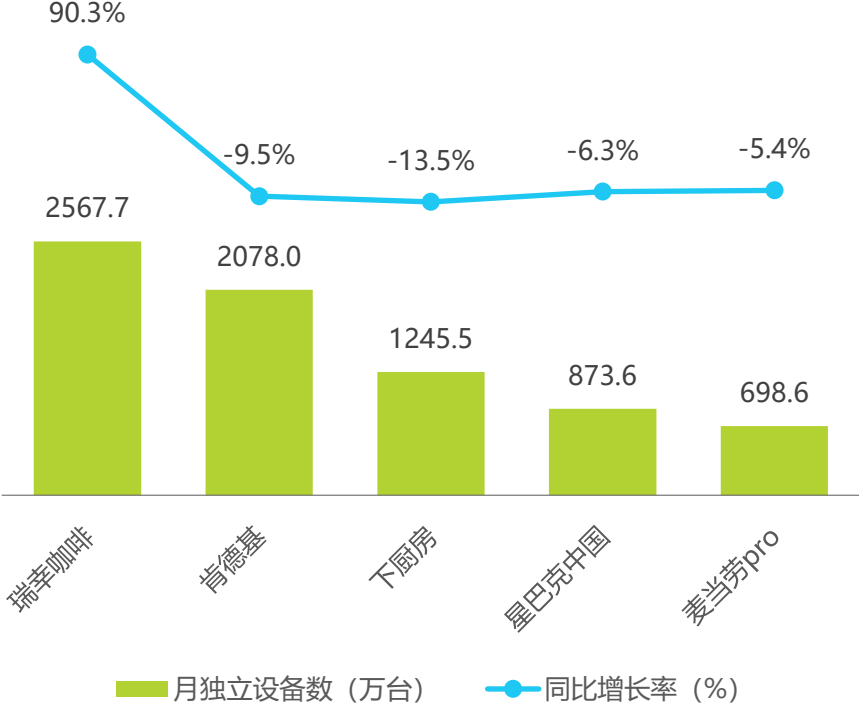
2023年APP首期活动规则及界面

饿了么2023年“猜答案赢免单”活动经预热后于6月21日正式上线。2023年饿了么免单营销活动已连续举办第二年，社交平台#饿了么免单#话题讨论火热，APP成功实现流量增长。

瑞幸咖啡开启“万店同庆，周周九块九”活动，流量同比增长超九成

美食细分行业中TOP5APP中仅瑞幸咖啡6月同比流量增长，增幅高达90.3%。6月，瑞幸咖啡发起“万店同庆，周周9块9”的促销活动，带动了APP流量大幅增长。

mUserTracker-2023年6月中国移动互联网
美食主流APP用户规模



瑞幸咖啡万店周周9块9活动示意图

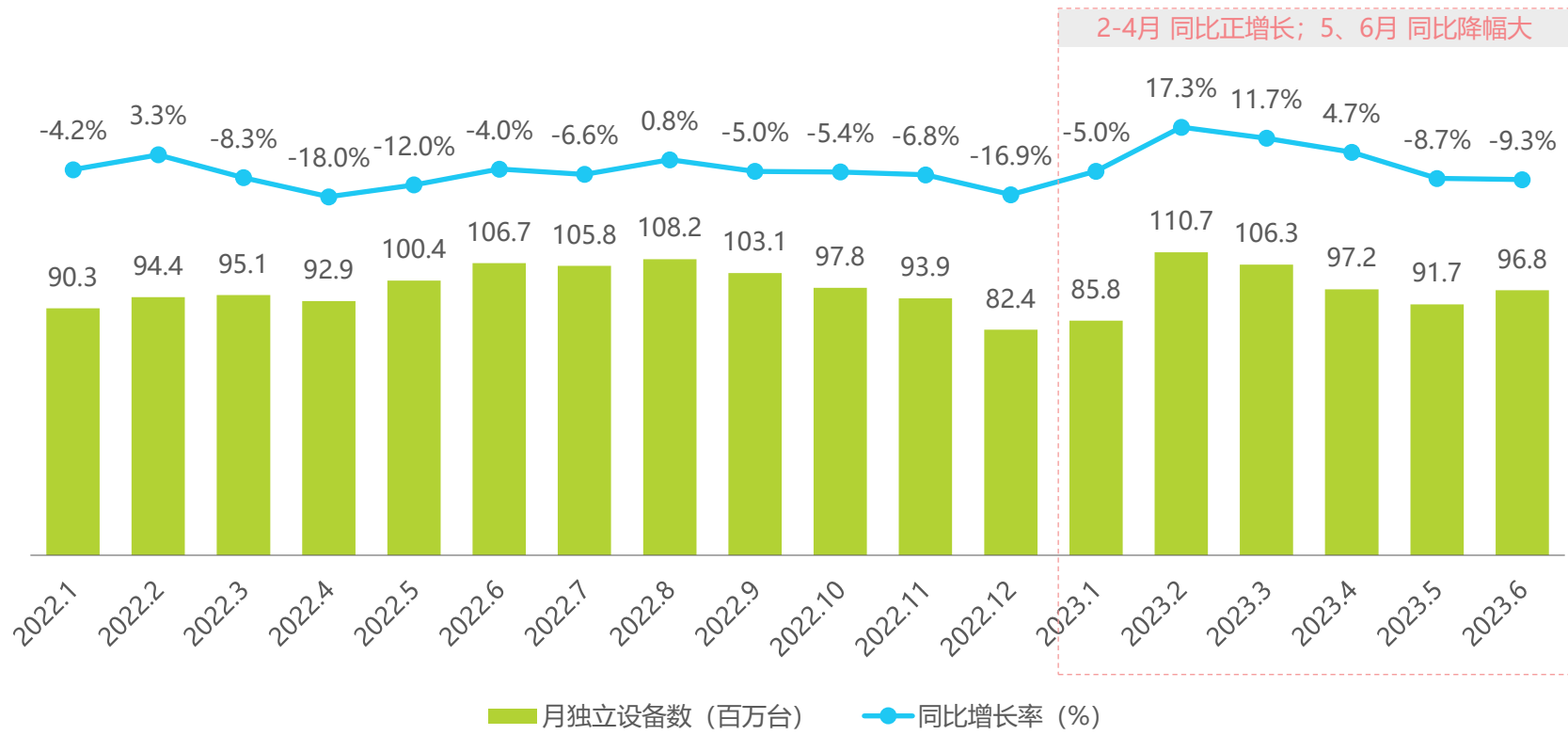
6月5日，瑞幸咖啡的第一万家门店开业，成为中国首个门店数量超过万家的连锁咖啡店。借助其门店的规模优势，瑞幸宣布发起“万店同庆，周周9块9”的促销活动，并在各大平台同步营销。优惠促销活动收获了消费者的重点关注，APP流量增长惊人。

房产服务-行业概览

压抑的需求释放后增长乏力，行业流量波动下降

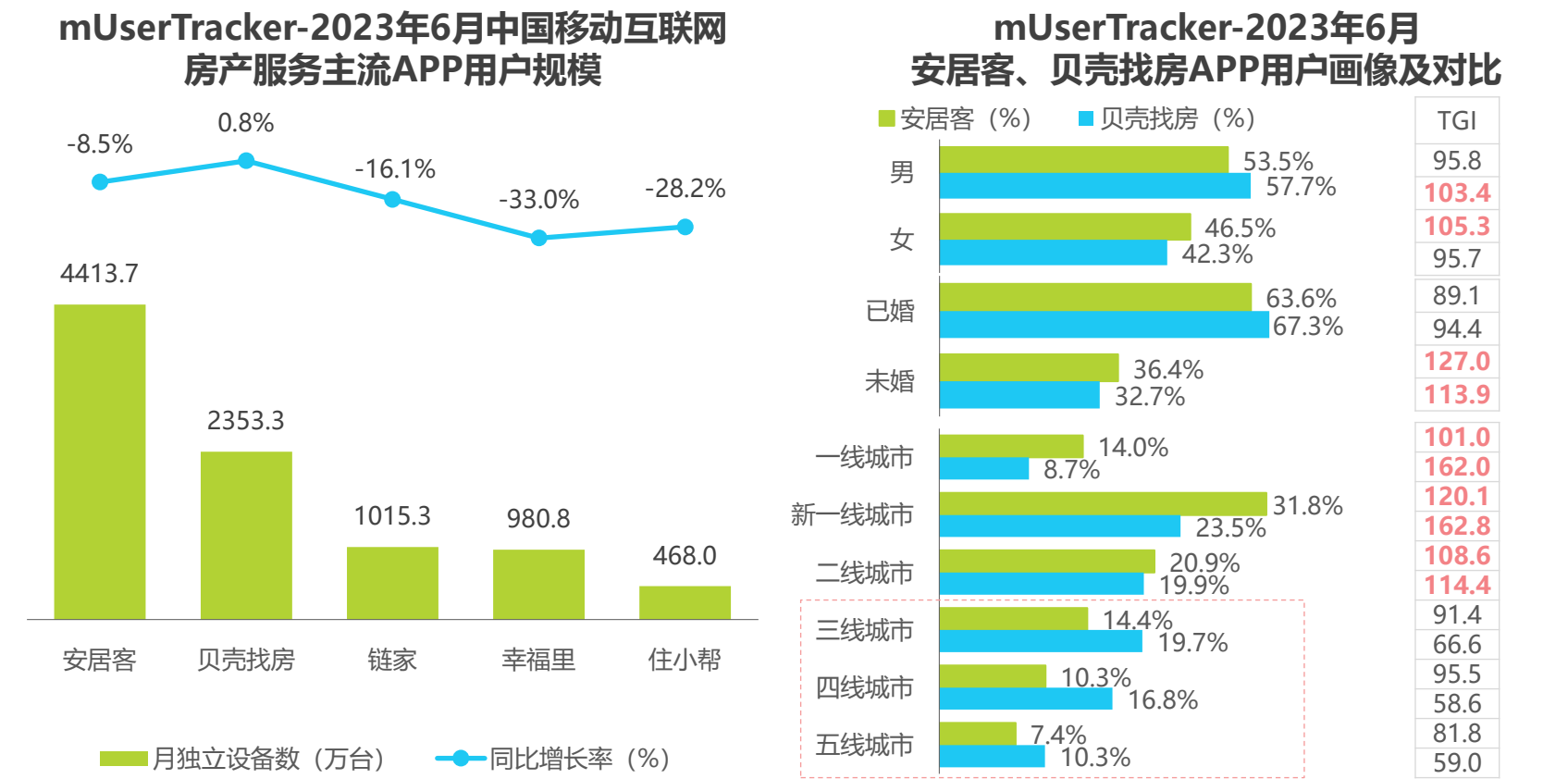
房产服务行业流量1月对比2022年12月小幅回暖，2月迎来爆发增长期，用户规模及同比增长率双创新高。3、4月作为传统旺季的开端，行业活跃用户数虽同比继续保持正增长，但环比持续减少。5、6月行业流量同比减少近一成，降幅分别达8.7%、9.3%。

mUserTracker-2022.1-2023.6中国移动互联网房产服务行业用户规模



除贝壳找房外流量均大幅下降；高线城市未婚男性更偏好使用贝壳找房

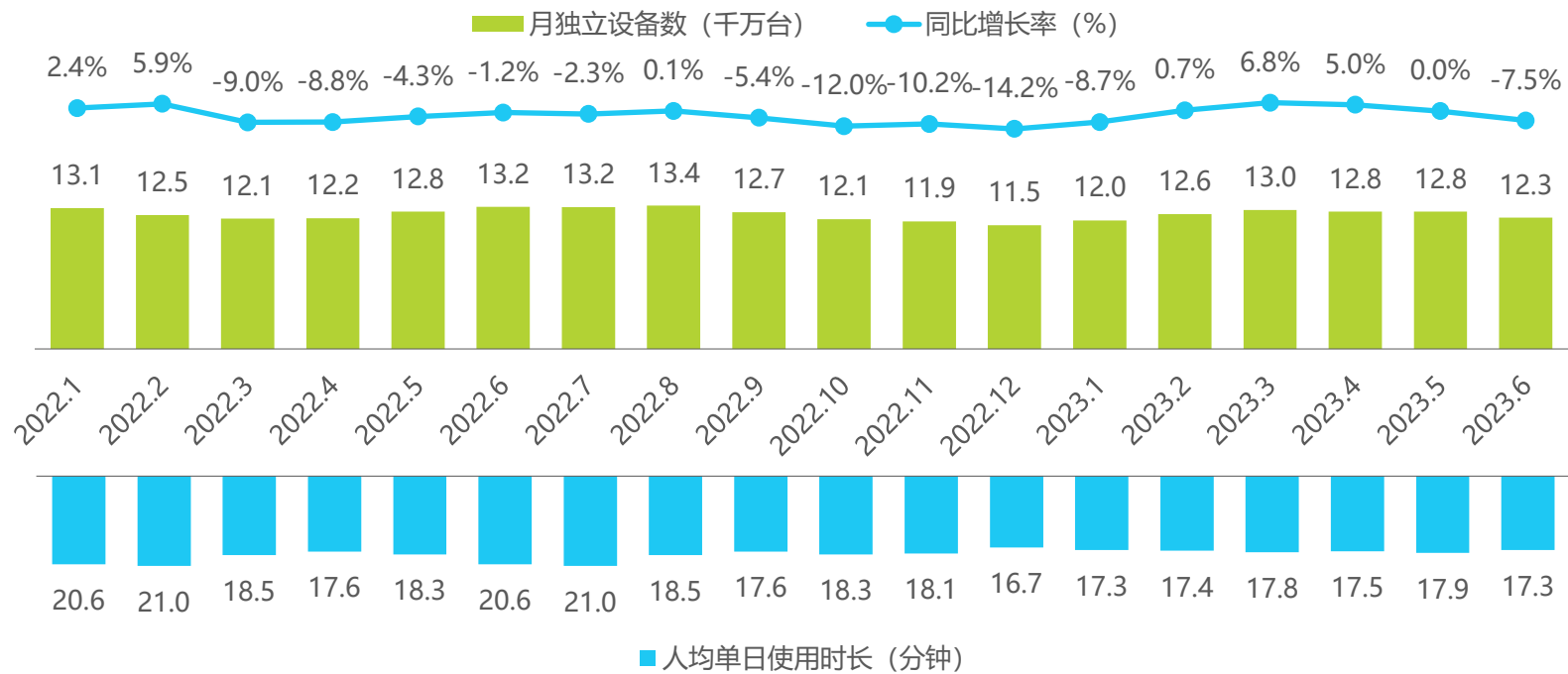
房产服务中安居客位于行业APP用户规模之首。但5、6月行业TOP5的APP中，仅贝壳找房实现了流量增长，其余同比均大幅下降，降幅均值分别达14.9%、17.0%。对比安居客、贝壳找房两APP的用户画像，贝壳找房在低线城市用户占比相对更高；与安居客相比，高线城市用户对贝壳找房的偏好性更显著；一至二线、未婚、男性群体为贝壳找房APP流量的小幅增长提供动力。



“小阳春” 后热度消退，行业流量波动回落

消费者通过汽车资讯平台洞察车市行情变化。2023年上半年，汽车资讯行业整体流量经3、4月高速增长后，在6月下滑明显，流量同比下降7.5%，用户规模减少至1.23亿。

mUserTracker-2023年6月中国移动互联网汽车资讯行业用户规模及使用时长

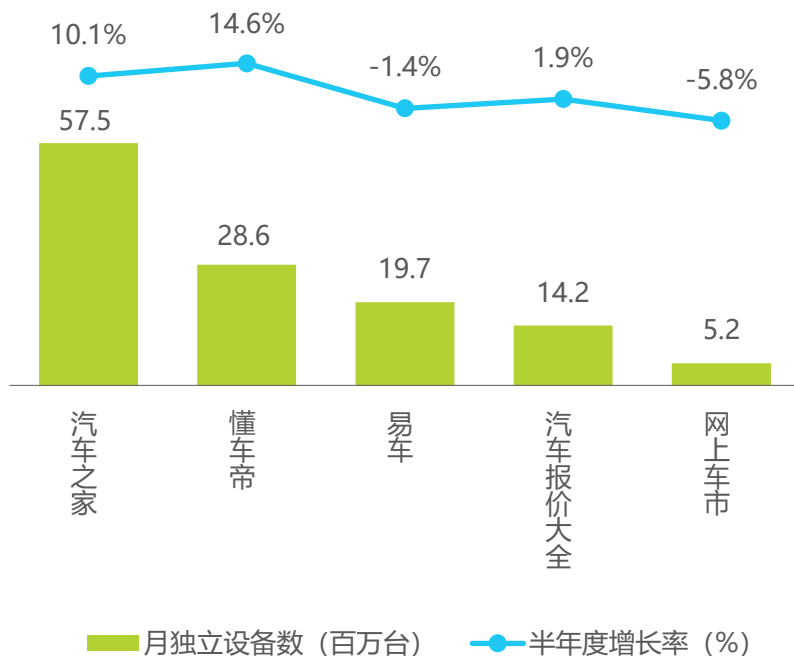


汽车资讯-行业主流APP概况

汽车之家用户规模占榜首，TOP2APP领涨行业流量

行业主流APP中，汽车之家以超5700万的用户规模占据行业首位，与2022年12月相比，其活跃用户数大幅增长10.1%；懂车帝APP流量增长14.6%，表现亮眼。

mUserTracker-2023年6月中国移动互联网
汽车资讯行业主流APP用户规模



注释：半年度增长率由2023年6月对比2022年12月数据计算得出；
来源：UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

汽车之家&懂车帝 2023年H1相关动作追踪

汽车之家

内容全面升级

- 上半年，汽车之家在内容精品化、生态多元化、流量全景化方面均有阶段性进展；
- 围绕当下Z世代新能源汽车消费趋势，推出“新能源创作者加速计划”。

新零售模式加速发展

- 5月，汽车之家“能源空间站”首个加盟店落地，新零售加盟模式正式跑通；
- 打造“未来之城新能源科技节”全新IP；响应“新能源下乡”号召，推出国内首个全息舱大篷车。

数字化及二手车业务进阶

- 不断提升现有产品渗透率，研发新产品“选车助手”和“经营管家”；
- 将二手车买卖、置换及检测业务搬进“能源空间站”线下门店，形成“线上+线下”的闭环。

懂车帝

内容多元化

- 4月，懂车帝上线全新原创体验和旅行节目《摩托日记》。



推动行业数字化转型

- 3月7日，举办“2023中国汽车流通协会区域巡回论坛暨懂车帝经销商伙伴大会”，公布推广CPS(按成交付费)计费模式后，经销商人均效率提升20%。

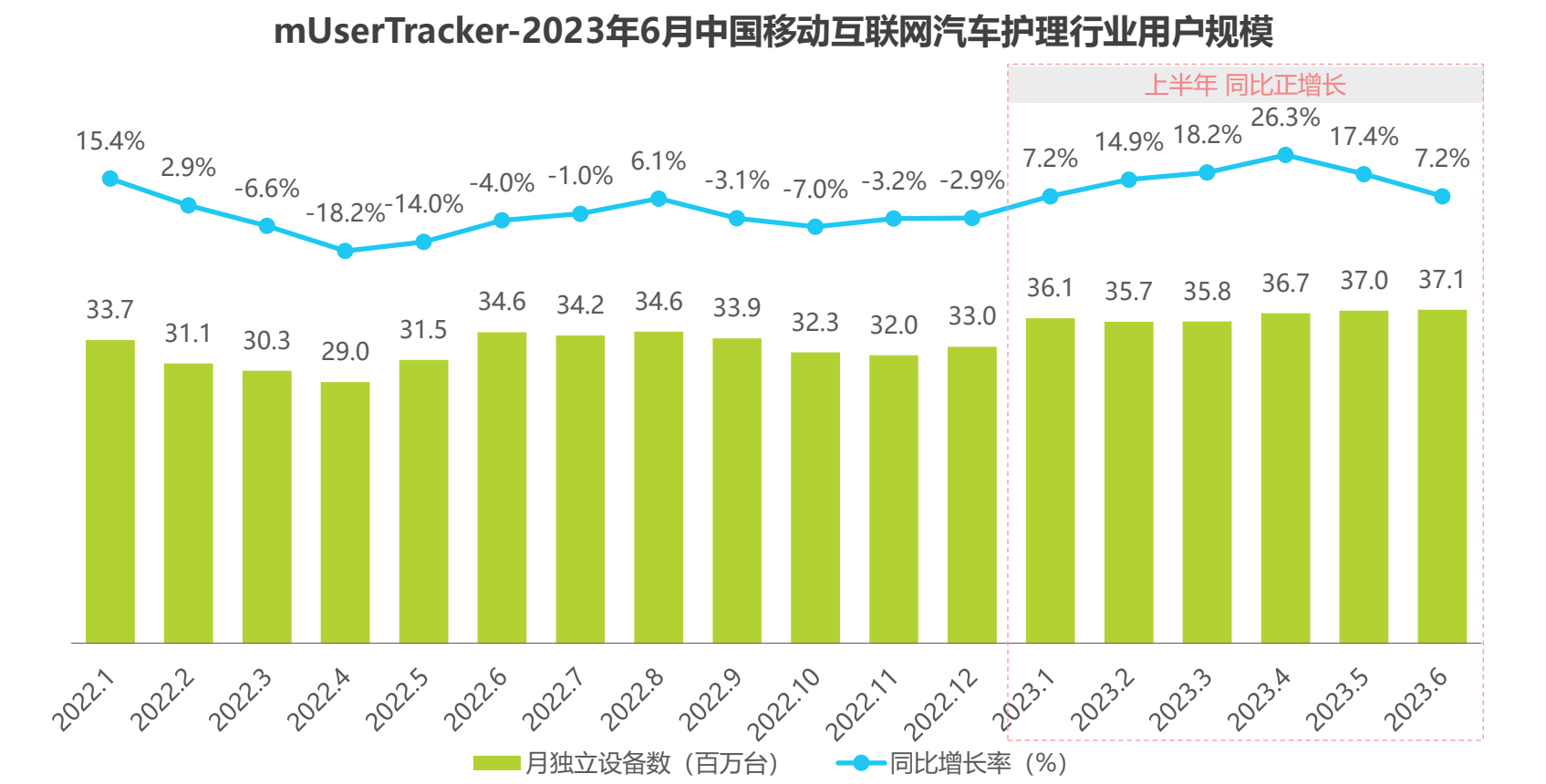
提振消费信心

- 2月，启动“2023春季购车节”，累计发放千万级购车补贴；
- 3月，在APP首页推出“降价直击”入口及专题页；
- 4月，开启“二手车春季嗨购节”。

来源：公开资料，艾瑞咨询自主研究绘制。

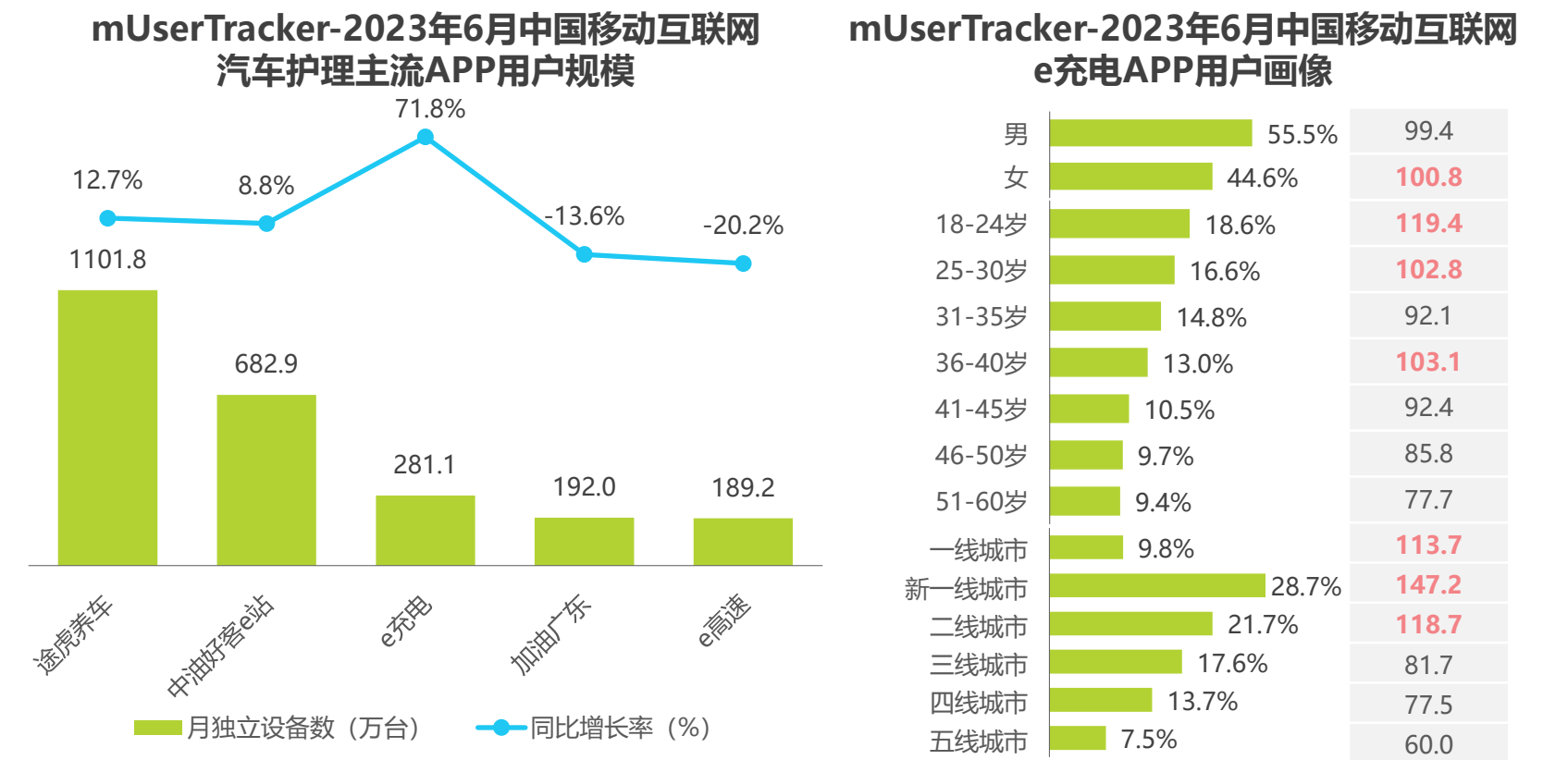
驾车出行带动衍生行业需求激增，2023H1汽车护理行业流量高速增长

2023年上半年，汽车护理行业APP流量同比增长率均为正值，其中1-4月持续走高，4月达到峰值26.3%后在5、6月稍有回落；行业用户规模持续增长。



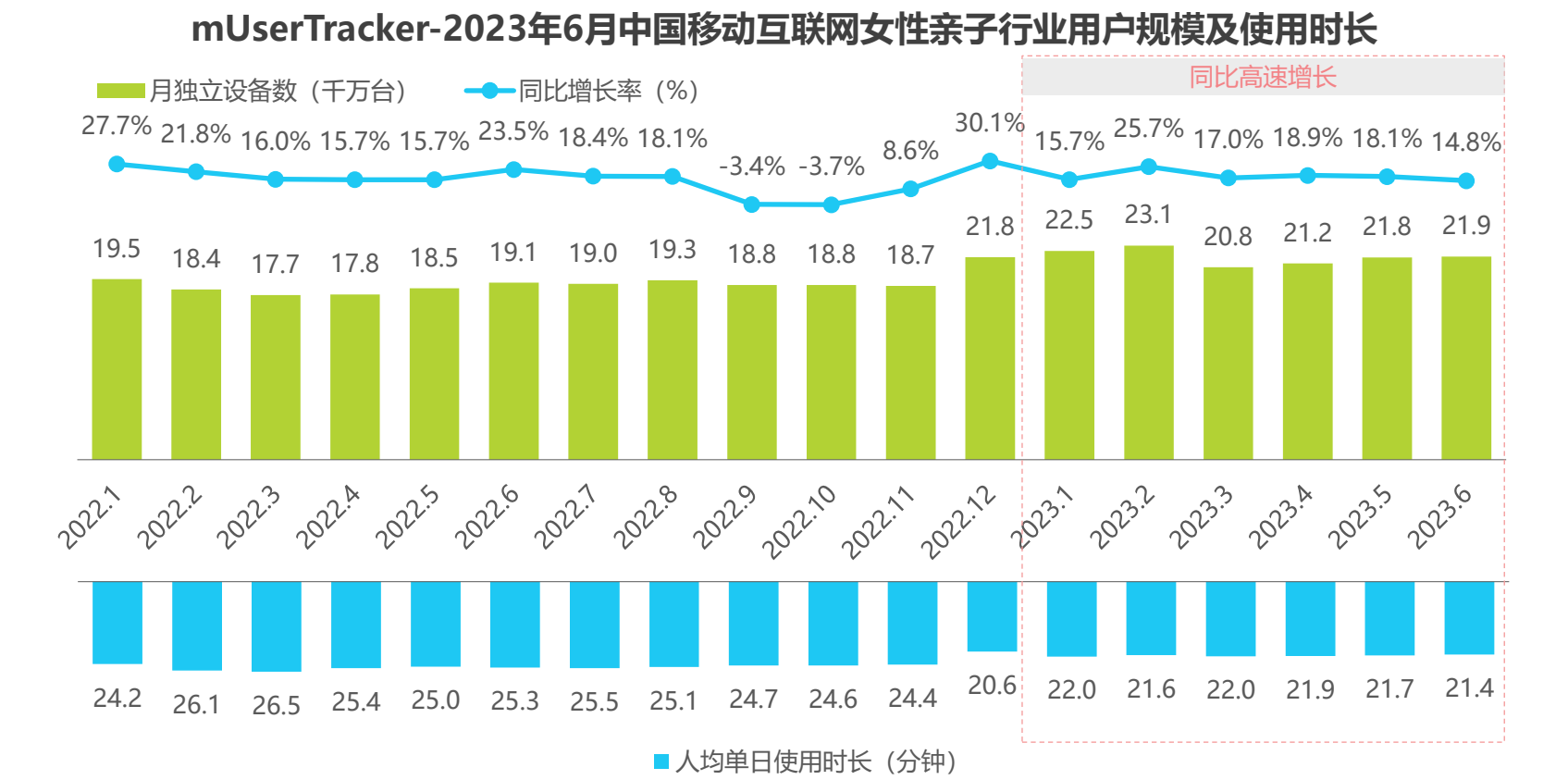
途虎养车用户规模居首，e充电流量同比大幅增长

6月汽车护理行业中TOP5APP除加油广东外均实现同比流量增长。其中途虎养车用户规模为行业内首位，活跃用户超1100万；作为为新能源汽车车主提供找桩充电、行程规划等服务的APP，e充电用户流量同比增长迅猛，达71.8%。以e充电为例，青、中年高线城市用户是APP的偏好使用群体，带动APP流量大幅增长。



用户行业认知持续加深，流量同比高速增长

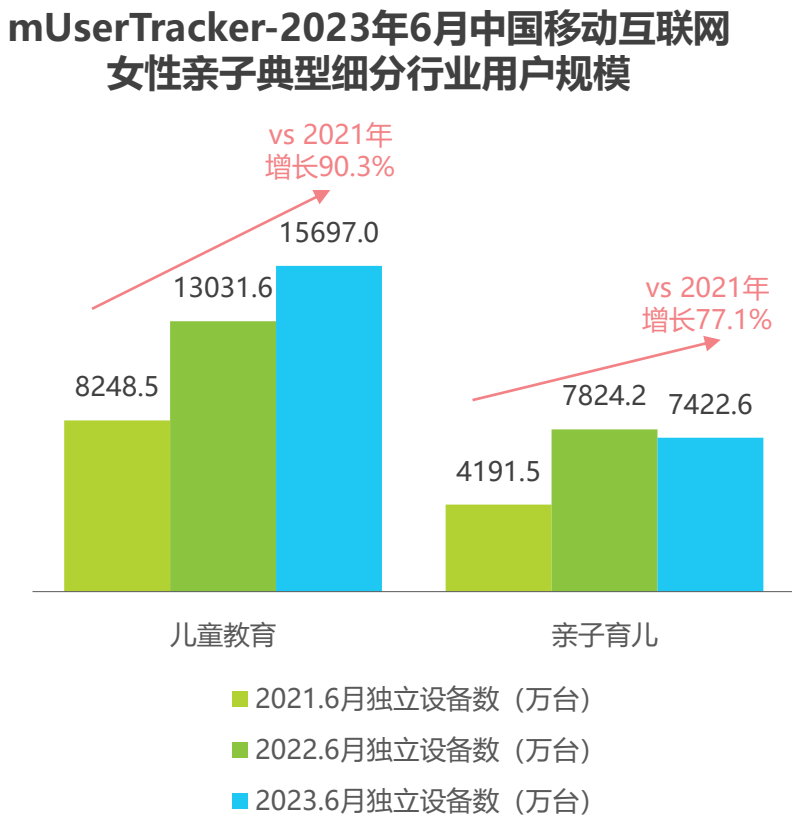
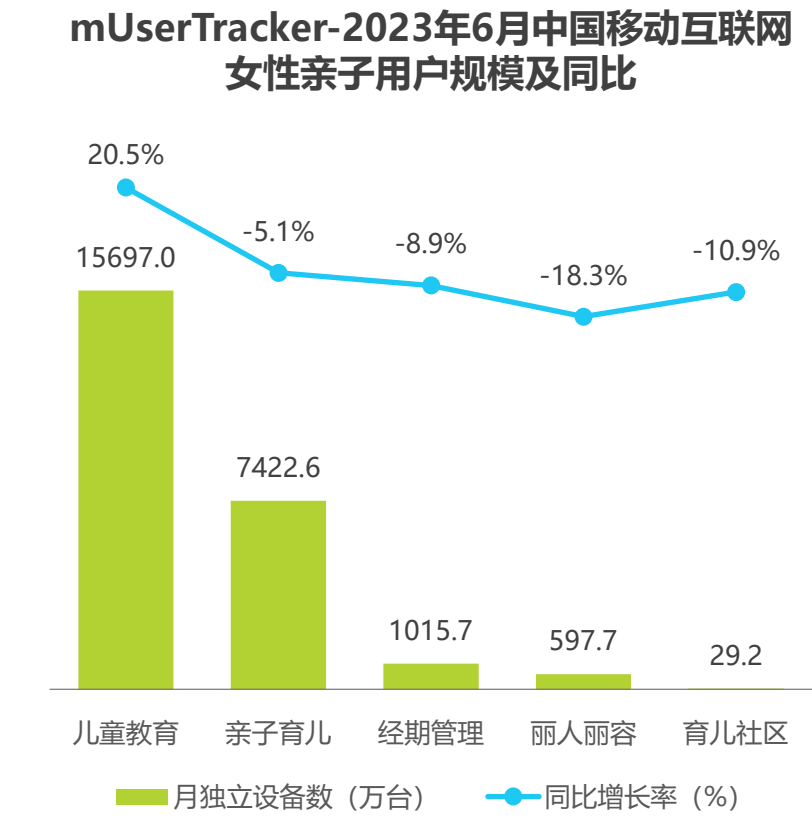
2023年女性亲子行业用户规模继续扩张势头，H1各月同比去年均保持两位数以上的增长，上半年同比增长率均值达18.4%。



女性亲子-细分行业详情

以儿歌、故事等内容为主的儿童教育APP流量同比增长逾两成

女性亲子行业中，儿童教育、亲子育儿两大细分行业APP用户规模占主导地位，其中儿童教育APP流量6月同比增长20.5%，其余四个细分行业流量均同比下降。从整体趋势来看，儿童教育、亲子育儿细分行业2023年较2021年均呈现大幅增长势头。

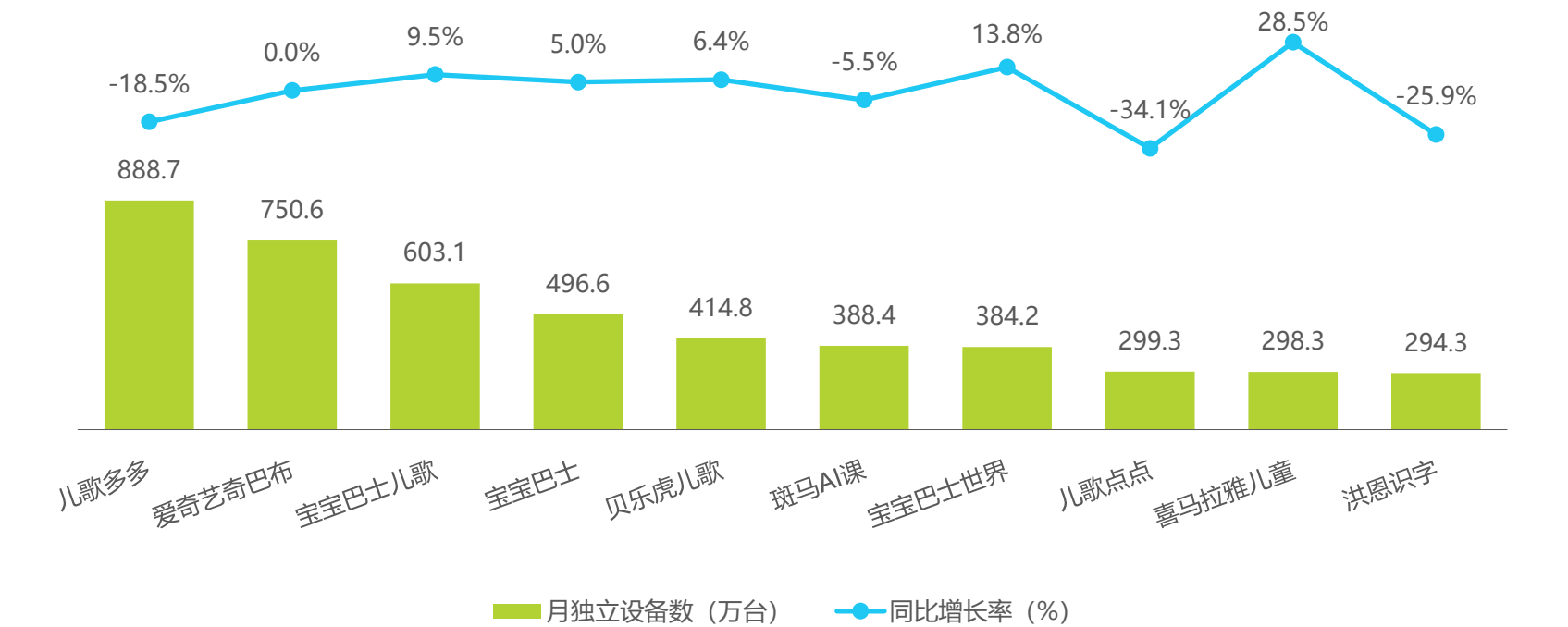


儿童教育-行业主流APP概况

儿歌多多优势减弱，喜马拉雅儿童、宝宝巴士相关APP流量增幅大

儿童教育细分行业中TOP10APP用户规模梯队分布不显著，儿歌多多6月流量同比下滑近两成，头部APP用户规模优势减弱；喜马拉雅儿童APP流量增幅最大，同比达28.5%；宝宝巴士儿歌、宝宝巴士、宝宝巴士世界三个APP流量均实现同比正增长，增幅分别为9.5%、5.0%、13.8%。

mUserTracker-2023年6月中国移动互联网儿童教育行业TOP APP用户规模及同比



2.4购物理财

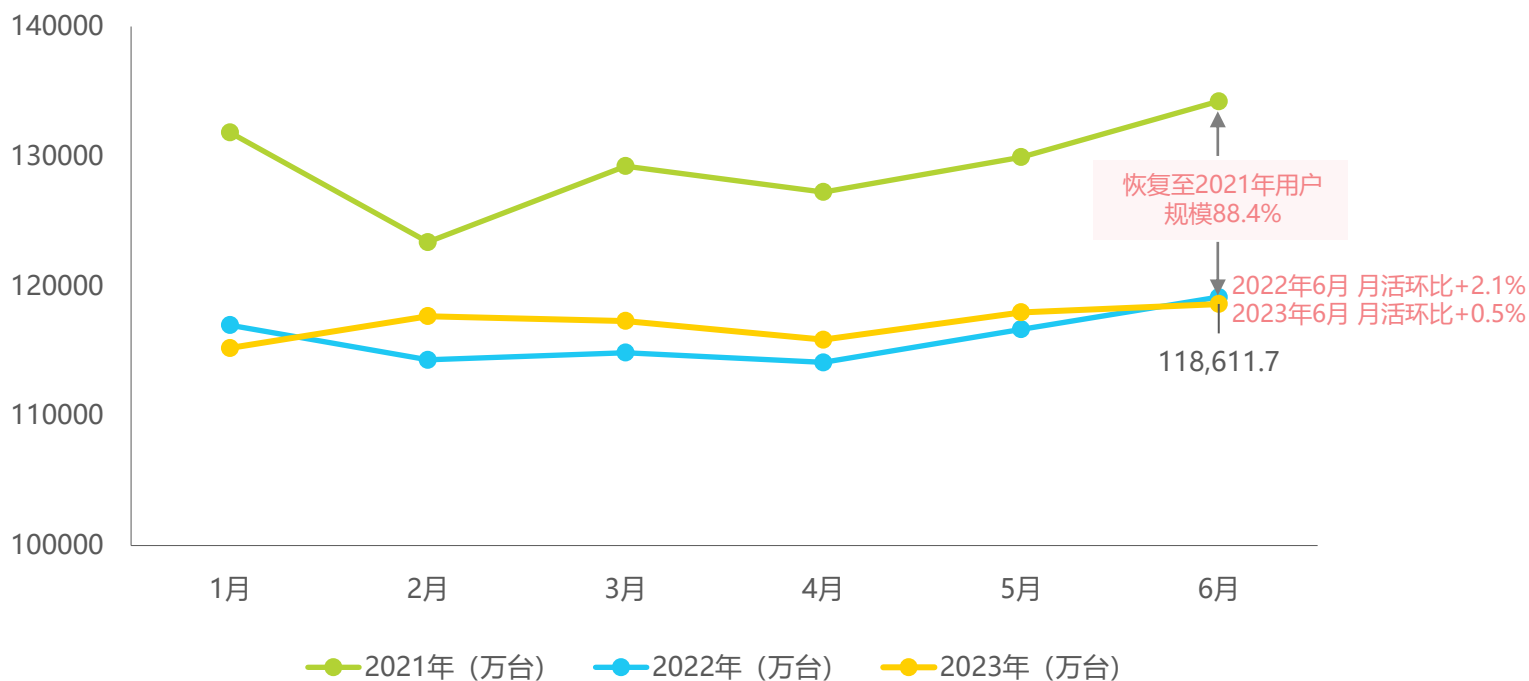
电子商务
金融理财

电子商务-行业概况

自2月以来，电子商务行业整体流量缓慢复苏

2023年，电子商务行业逐渐回暖，在618电商节促销的加持下，行业整体流量于6月达今年上半年峰值，为11.86亿，已恢复至2021年6月用户规模的88.4%；与2022年6月流量环比+2.1%相比，2023年6月流量环比仅增长0.5%，流量回升速度略显缓慢。

mUserTracker-2021、2022、2023年1-6月中国移动互联网电子商务行业用户规模对比



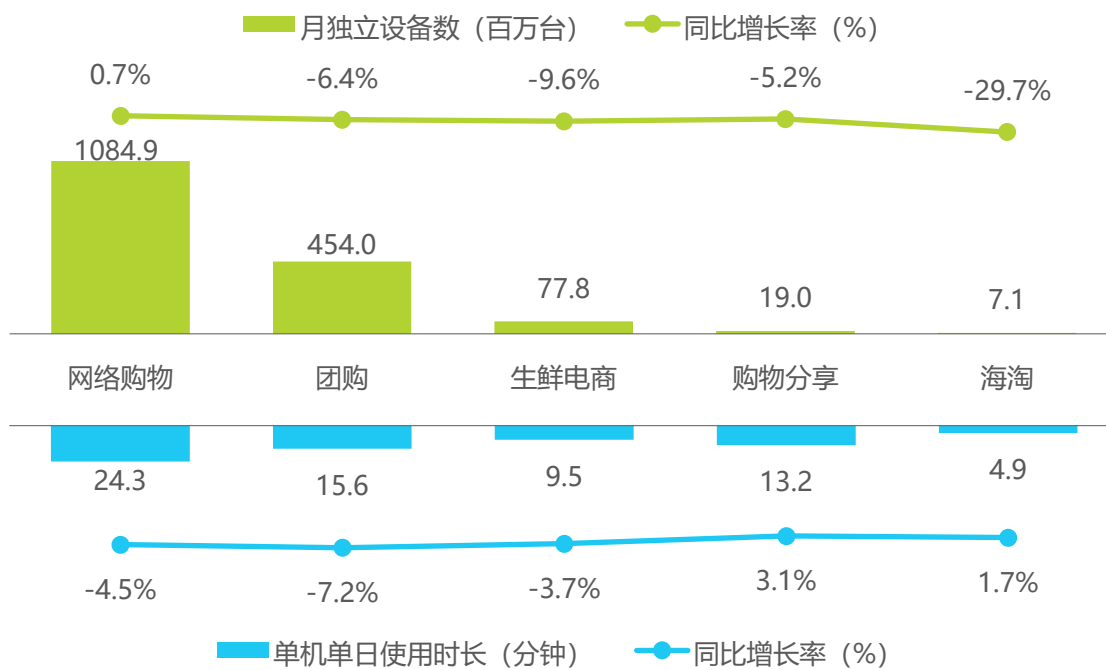
来源：UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

电子商务-细分行业详情

线下消费回暖，仅网络购物行业流量增长

随着疫情对生活的影响弱化，线下消费逐渐回暖，对线上购物APP流量增长产生一定压力。与2022年相比，以线上购物为主的团购、生鲜电商、海淘等用户规模均有所下降；仅网络购物行业流量轻微增长0.7%，用户规模达10.84亿。

mUserTracker-2023年6月中国移动互联网电子商务细分行业用户规模及使用时长同比



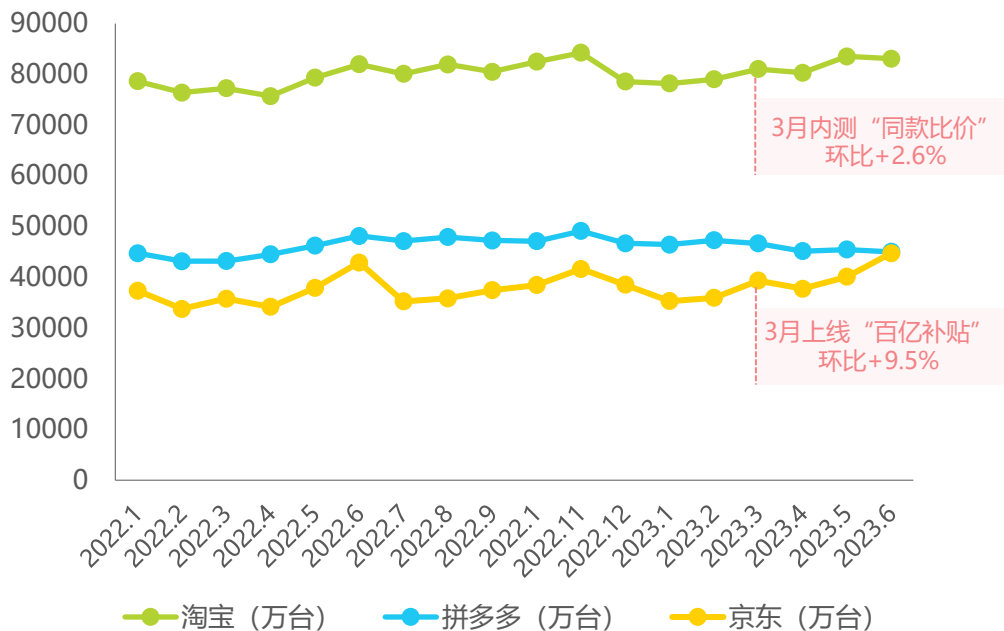
来源：UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

电子商务-头部APP详情

价格竞争升级，头部平台在流量争夺上不断加剧

3月，京东上线“百亿补贴”，淘宝针对3C数码等产品内测“同款比价”功能，头部APP借价格战争夺流量，竞争再度升级。拼多多用户规模持续小幅下降；京东3月用户规模环比增长9.5%，4月略有回落，随后借618大促实现流量暴涨；淘宝则以好价拼低价策略，3月获用户规模环比增长2.6%，第二季度流量整体呈上升趋势。

mUserTracker-2023年1-6月中国移动互联网电子商务行业综合电商头部APP用户规模对比



京东-百亿补贴



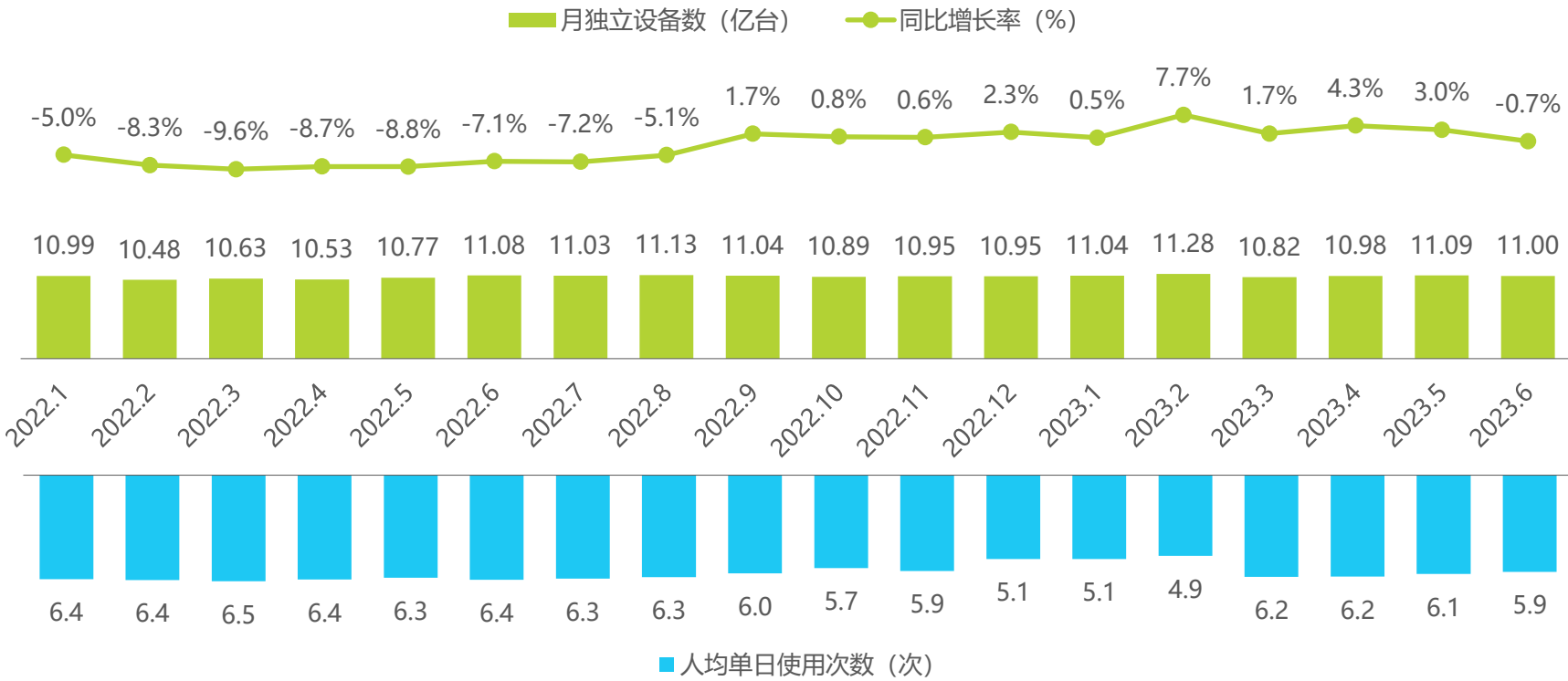
淘宝-同款比价

来源：UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

金融理财-行业概况

2023上半年，行业用户规模经历积极增长后，6月同比有所下滑；用户使用次数趋于稳定

mUserTracker-2023年6月中国移动互联网金融理财行业用户规模及使用次数

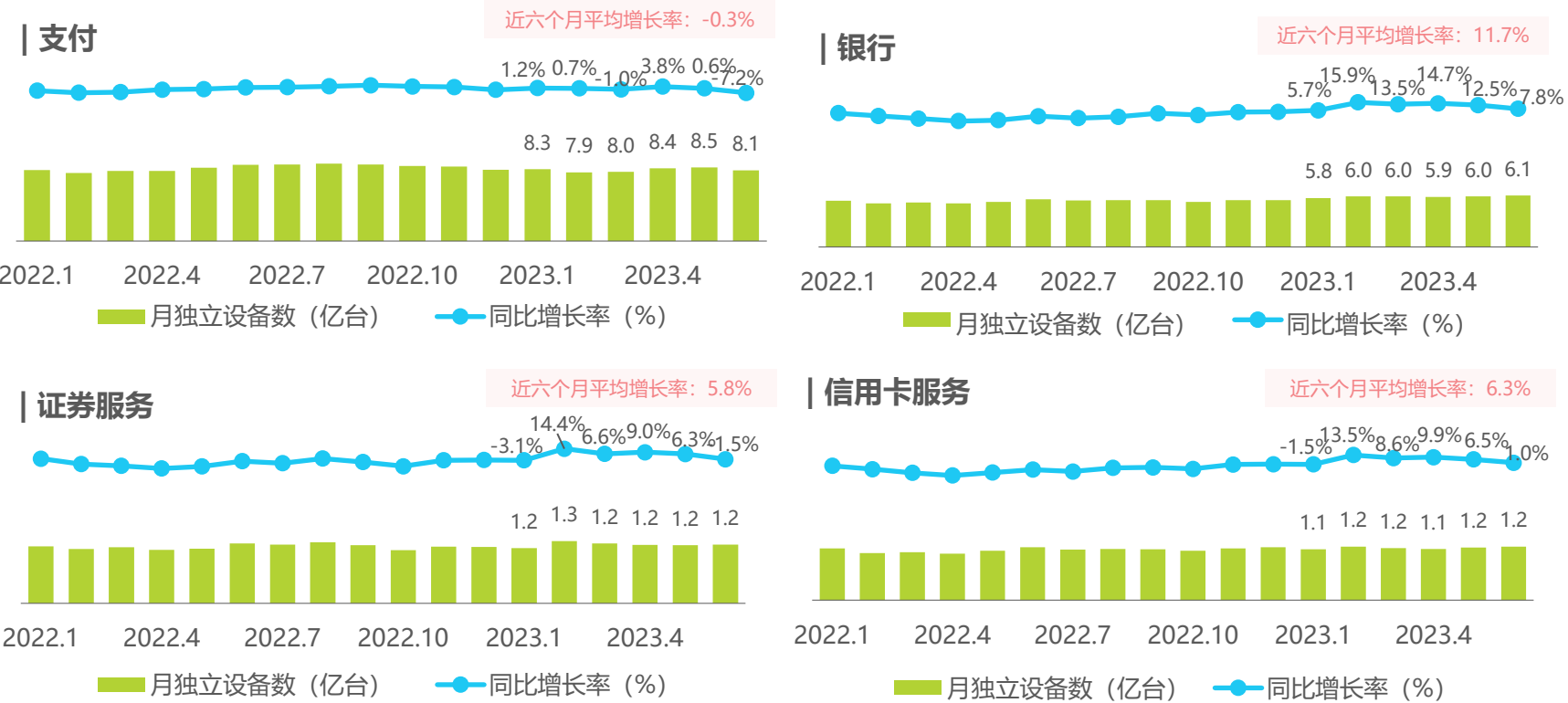


来源：UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

金融理财-行业概况

从细分领域看，金融数字化发展仍有较大空间；除支付外，银行、证券、信用卡等行业在上半年增长显著，其中，银行取得近6个月平均增长达11.7%的亮眼表现，用户规模超6.06亿，达历史峰值

mUserTracker-2023年6月中国移动互联网金融理财细分行业用户规模

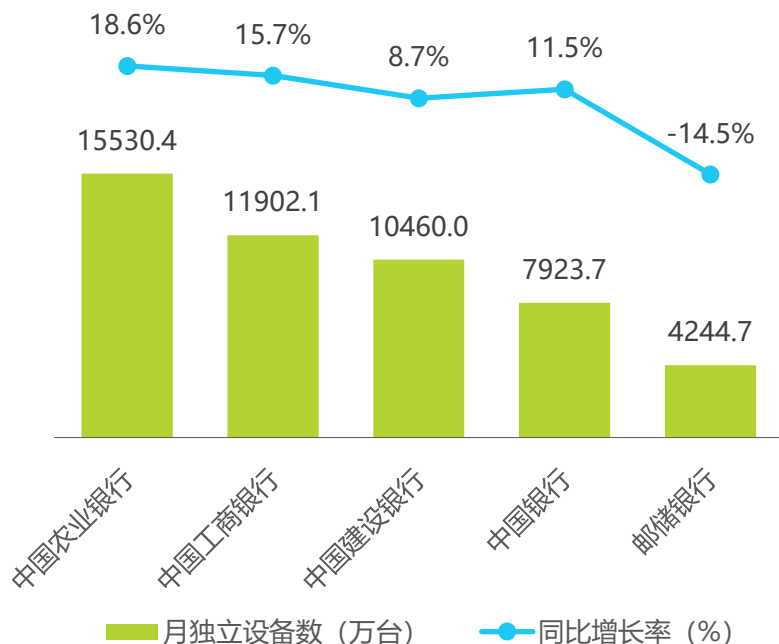


银行-行业主流APP概况

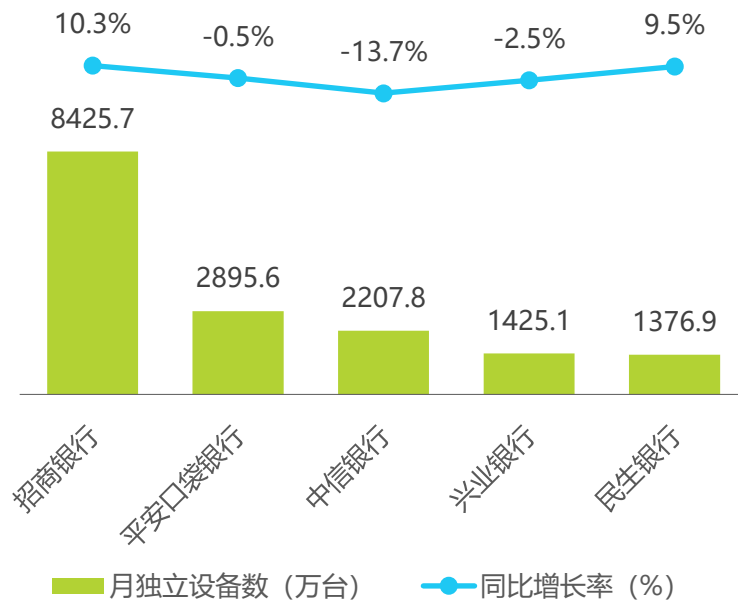
国有四大行拥有庞大的用户基数，流量仍高速增长；招商银行领涨股份商业银行

2023年6月，国有商业银行TOP4同比流量均获正增长，其中中国农业银行用户规模最大，为1.55亿，流量同比增长18.6%；股份制商业银行中，招商银行用户规模优势突出，6月活跃用户数超8400万，同比增长10.3%；民生银行流量实现9.5%的提升，用户数增至1376.9万。

mUserTracker-2023年6月中国移动互联网
银行业-国有商业银行用户规模TOP5



mUserTracker-2023年6月中国移动互联网
银行业-股份制商业银行用户规模TOP5



来源：UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

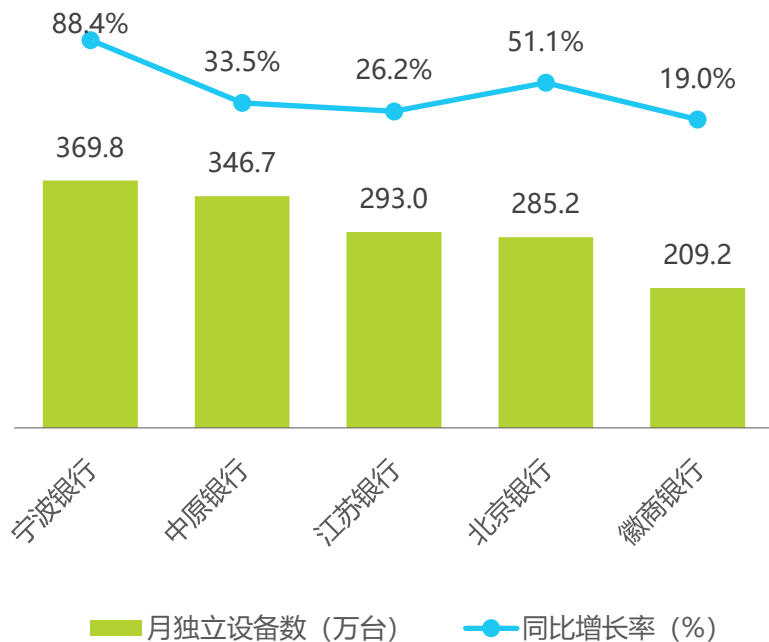
来源：UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

银行-行业主流APP概况

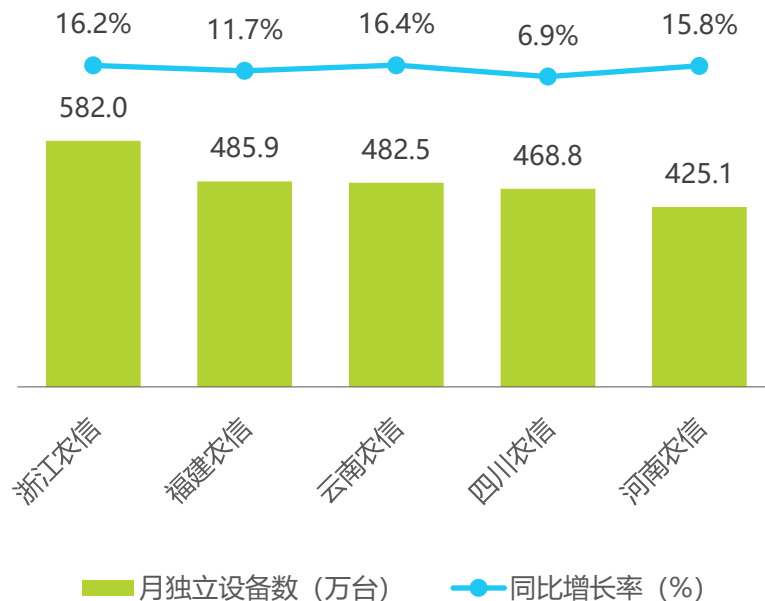
城、乡金融服务领域发展迅速，城市商业银行流量增速普遍高于农村信用社

经济回暖，城、乡居民金融相关业务需求明显提升。与2022年6月相比，城市商业银行与农村信用社TOP银行用户规模均有所扩大；其中，城市商业银行流量涨幅突出，宁波银行以369.8万的用户规模居榜首，同比增幅高达88.4%；农村信用社中，浙江农信丰收互联以582万的月活跃用户数位居第一，同比增长16.2%。

mUserTracker-2023年6月中国移动互联网
银行行业-城市商业银行用户规模TOP5



mUserTracker-2023年6月中国移动互联网
银行行业-农村信用社用户规模TOP5



来源：UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

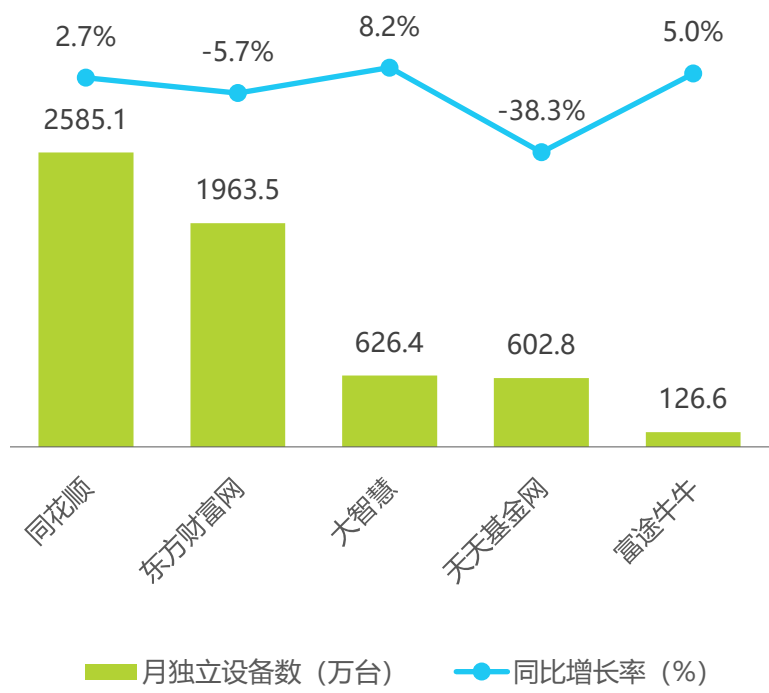
来源：UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

证券服务-行业主流APP概况

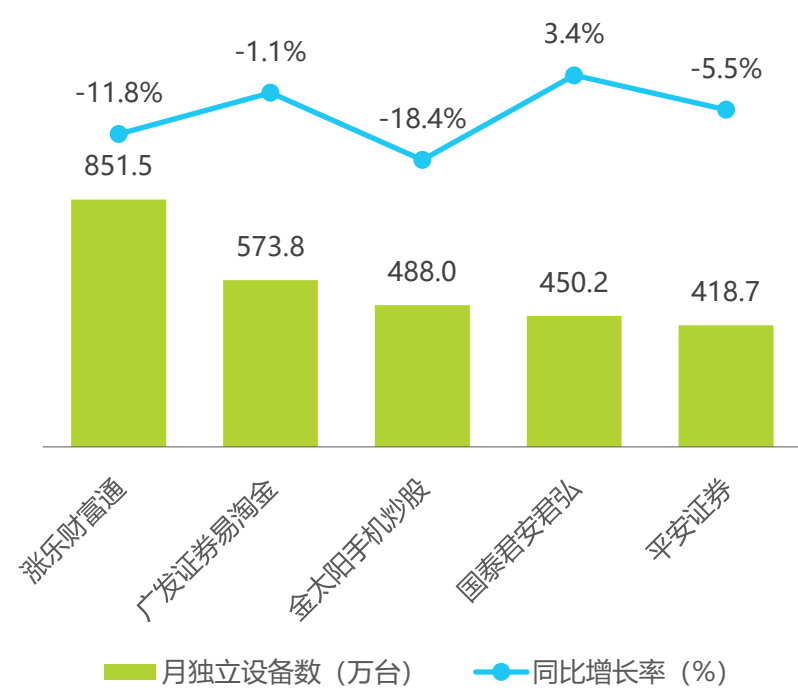
综合证券同花顺表现不俗；传统券商流量同比普遍下降

综合证券平台凭借多样化的证券服务功能，用户规模较大，其中，同花顺头部地位稳固，以2585.1万的用户规模居首位，6月流量同比增长2.7%。而传统券商中，仅国泰君安君弘流量实现同比正增长，用户规模6月达450.2万。

mUserTracker-2023年6月中国移动互联网
证券服务-综合证券APP用户规模TOP5



mUserTracker-2023年6月中国移动互联网
证券服务-传统券商自有APP用户规模TOP5



来源：UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

来源：UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

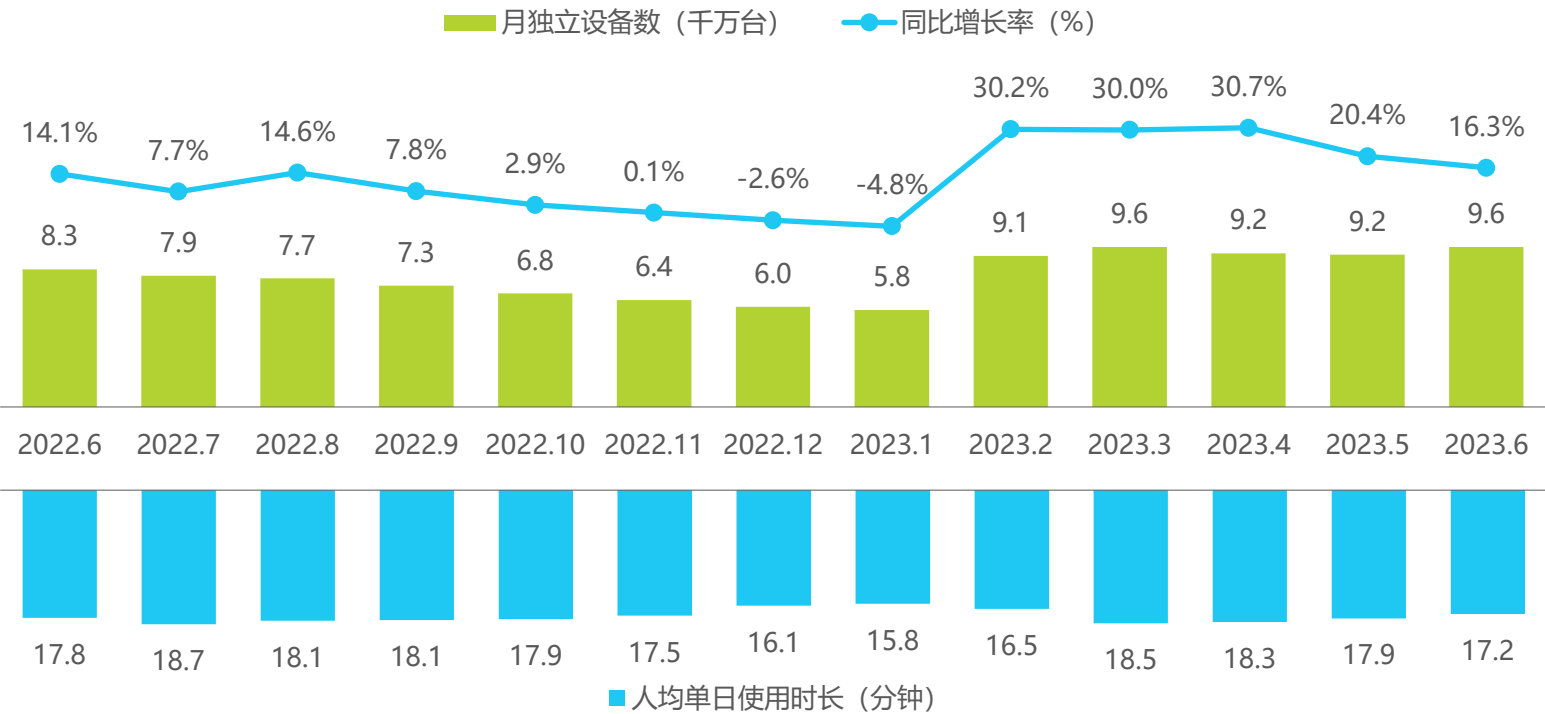
2.5工作学习

网上招聘
综合资讯
学习教育

上半年招聘市场回暖，“金三银四”旺季增幅明显

随着疫情影响的逐渐消退，网民求职需求逐步释放。网上招聘行业用户规模稳定增加，3月出现峰值，达9630万；自2月起，行业流量同比增长率明显抬升，传统招聘旺季“金三银四”增幅明显，4月达增长率峰值30.7%。

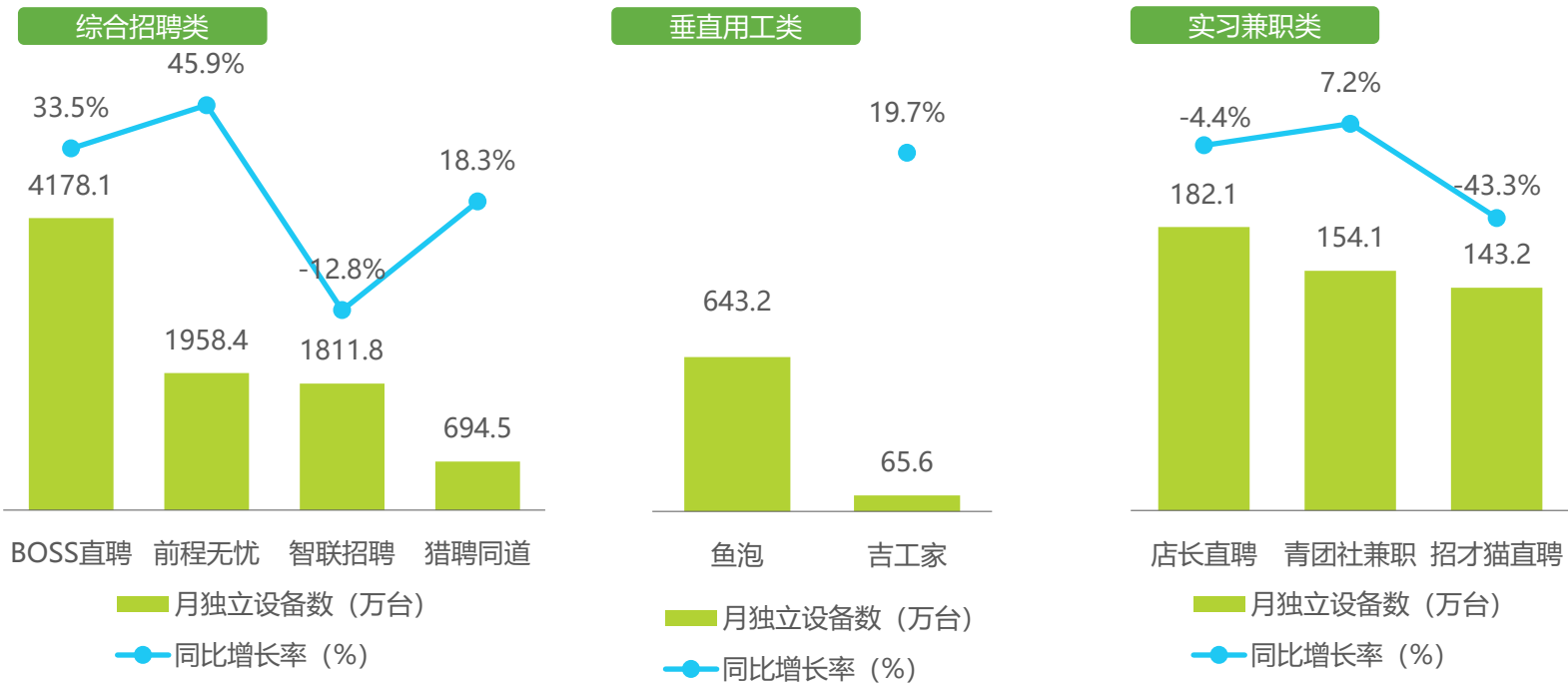
mUserTracker-2023年6月中国移动互联网网上招聘行业用户规模及使用时长



综合招聘类引领流量增长，垂直用工类具备发展潜力

招聘市场供需双侧回暖，综合招聘类网站Boss直聘、前程无忧用户规模分别达4178.1万、1958.4万，同比流量增长33.5%、45.9%，引领在线招聘大行业增长；同时，蓝领招聘市场具备未来发展潜力，专注于建筑工程行业蓝领工人招聘的求职APP鱼泡，6月用户规模达643.2万。

mUserTracker-2023年6月中国移动互联网网上招聘TOPAPP用户规模



BOSS直聘更受年轻一代青睐，猎聘APP成熟职场人占比较高

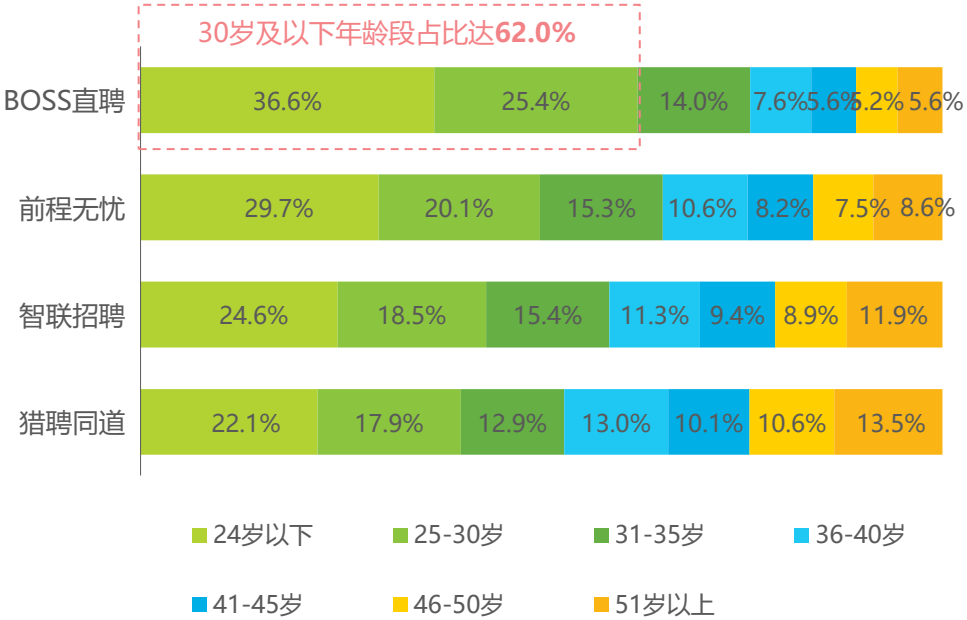
市场定位上，BOSS直聘用户主要以初级白领和蓝领为主，平台30岁及以下用户占比高达62.0%，青年群体占比远超其他平台；前程无忧的用户年龄构成相对均衡，用户以毕业生、职场白领及企业中高层管理者所在年龄层级为主；智联招聘用户年龄分布亦较平均；猎聘聚焦中高端人才市场，深耕中高端人才的精细化运营，中年用户占比较高。

mUserTracker-2023年6月 BOSS直聘&前程无忧&智联招聘APP用户画像对比

| TOP3 城市

BOSS直聘	北京	长沙	成都
前程无忧	上海	苏州	长沙
智联招聘	长沙	上海	西安
猎聘同道	上海	北京	长沙

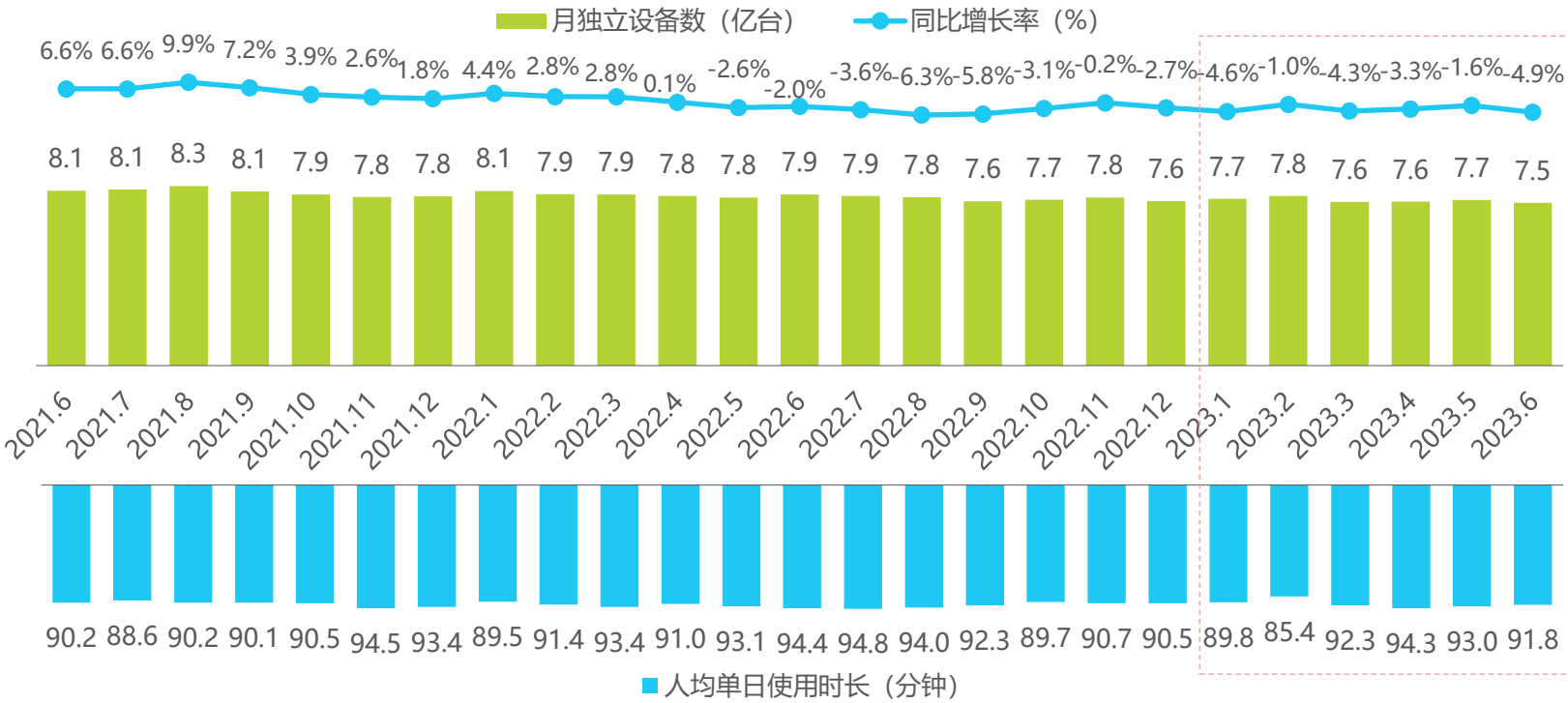
| 年龄



综合资讯-行业概况

疫后网民对于出行防护等信息的需求消退，行业流量整体呈现下行趋势，6月用户规模同比下降4.9%

mUserTracker-2023年6月中国移动互联网综合资讯行业用户规模及使用时长

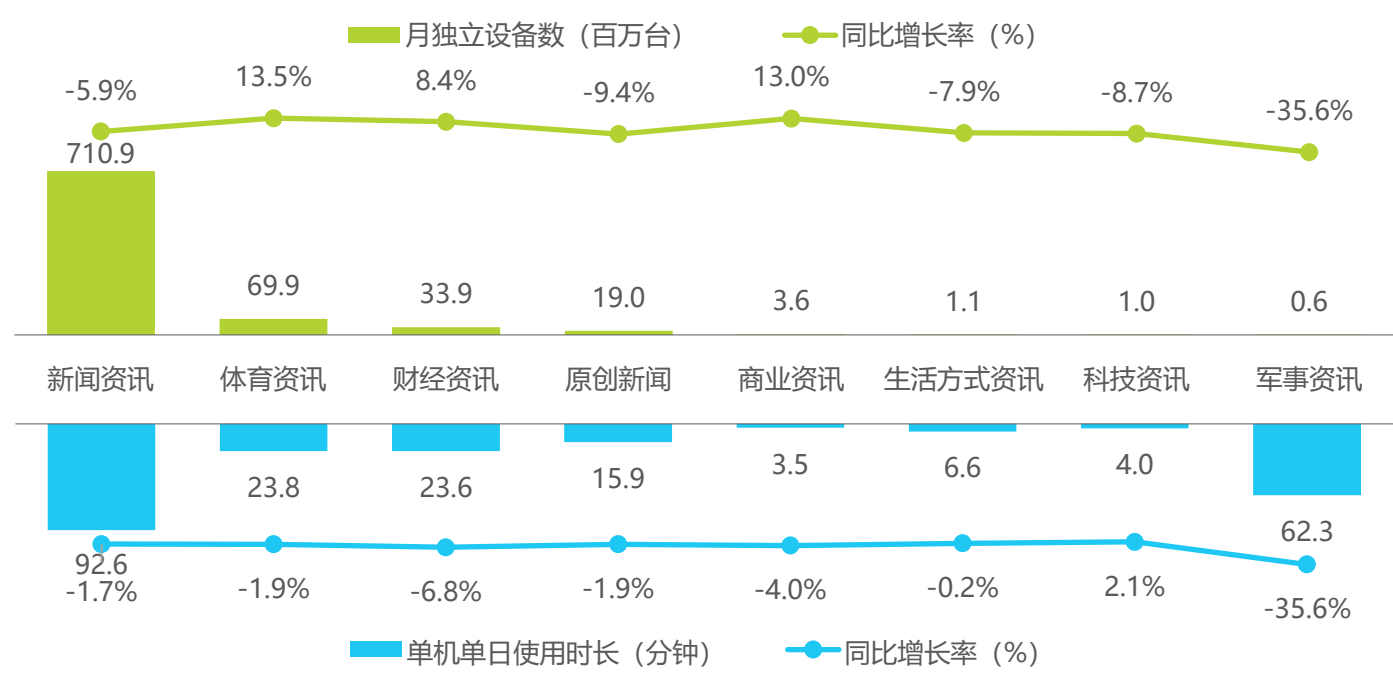


来源：UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

综合资讯-细分行业详情

新闻资讯以7.1亿的用户规模主导行业，体育、财经、商业三类垂直资讯细分行业流量同比提升显著

mUserTracker-2023年6月综合资讯细分行业用户规模及使用时长

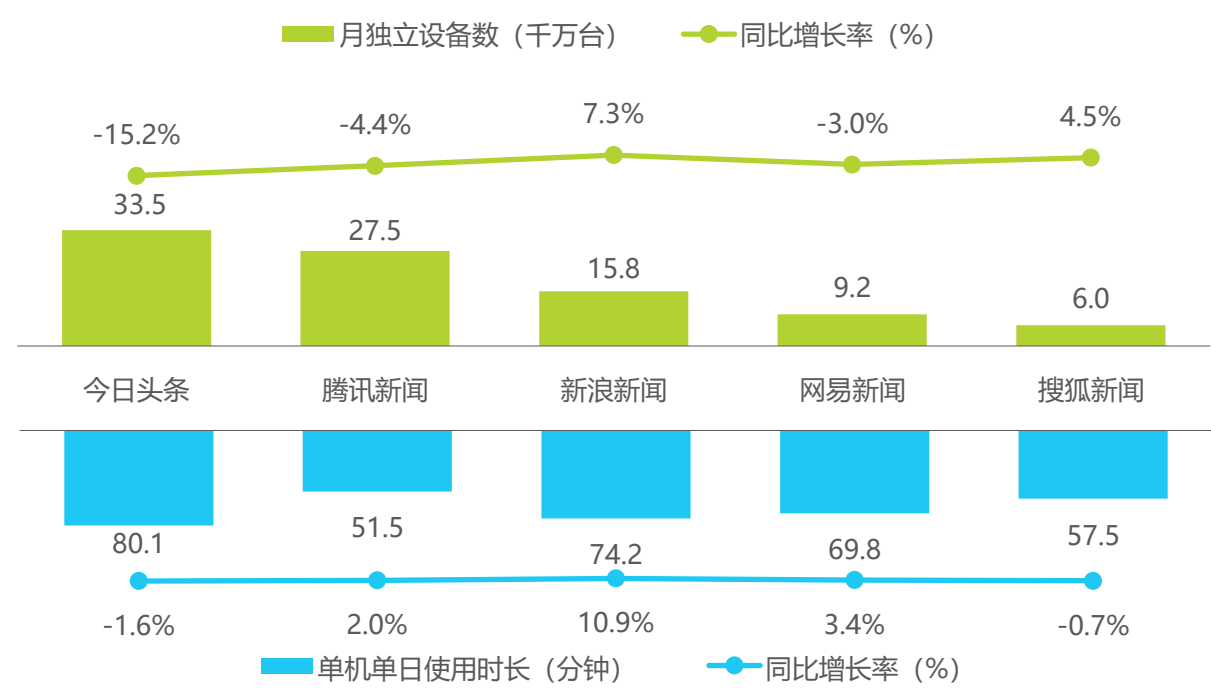


来源：UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

新闻资讯-行业主流APP概况

今日头条用户规模、使用时长均居榜首，新浪新闻实现流量时长双增长

mUserTracker-2023年6月中国移动互联网新闻资讯行业主流APP用户规模及使用时长同比

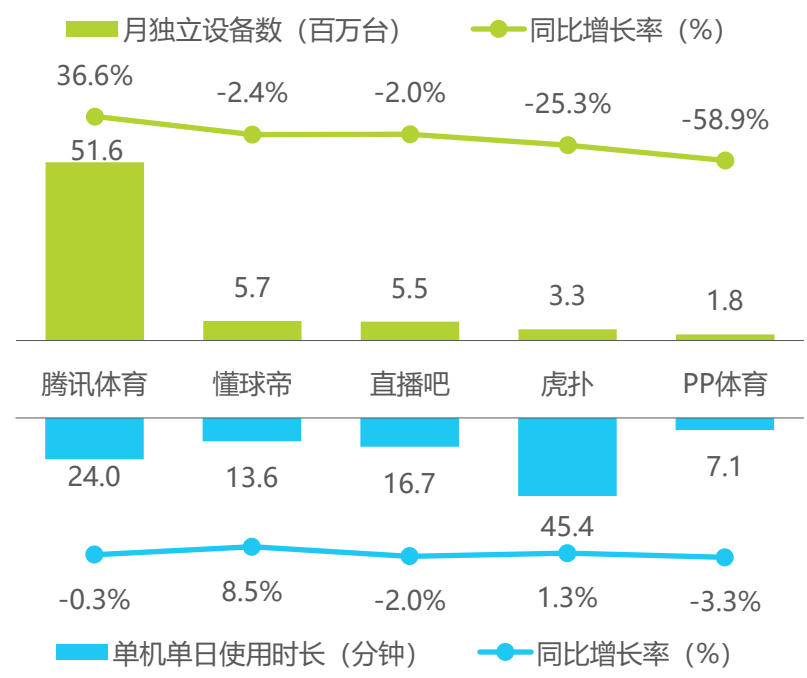


来源：UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

体育资讯-行业主流APP概况

6月，腾讯体育直播“阿根廷vs澳大利亚国际足球邀请赛”，吸引大量球迷用户观看，流量同比大涨36.6%

mUserTracker-2023年6月中国移动互联网体育资讯行业主流APP用户规模及使用时长



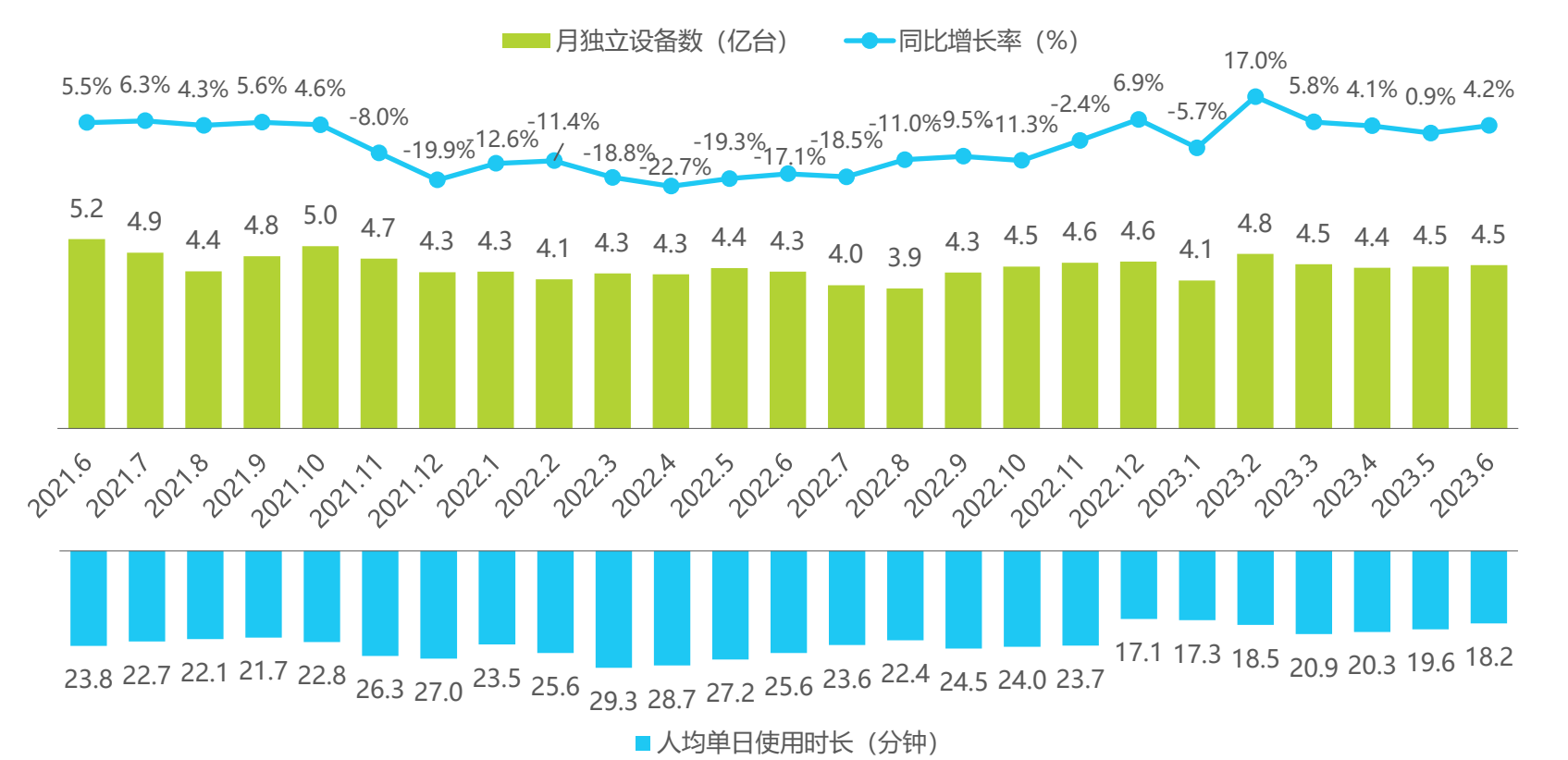
腾讯体育直播界面展示



来源：UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

“双减”政策开始实施后两年，学习教育行业整体用户规模明显缩减；
进入2023年，用户流量小幅回升

mUserTracker-2023年6月中国移动互联网学习教育行业用户规模及使用时长

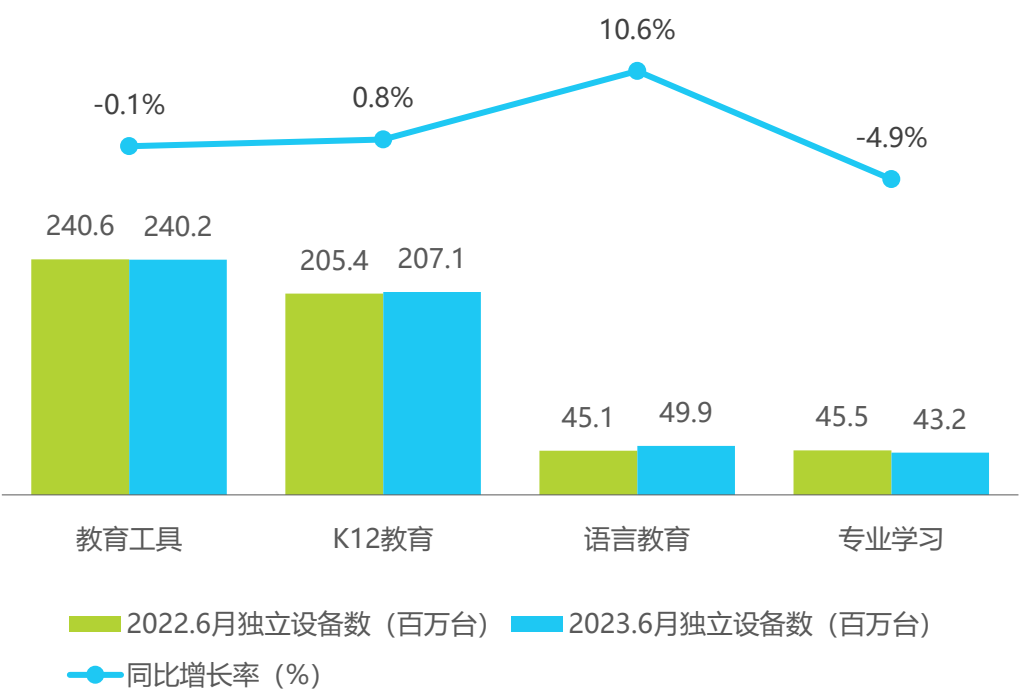


学习教育-细分行业详情

疫后放开，国人出境游学需求释放，语言教育行业流量逆势增长

与2022年6月相比，教育工具和专业学习行业的用户规模呈不同程度下降，K12教育流量小幅上涨；语言教育行业表现抢眼，行业用户流量同比大幅增长10.6%，领跑全行业。

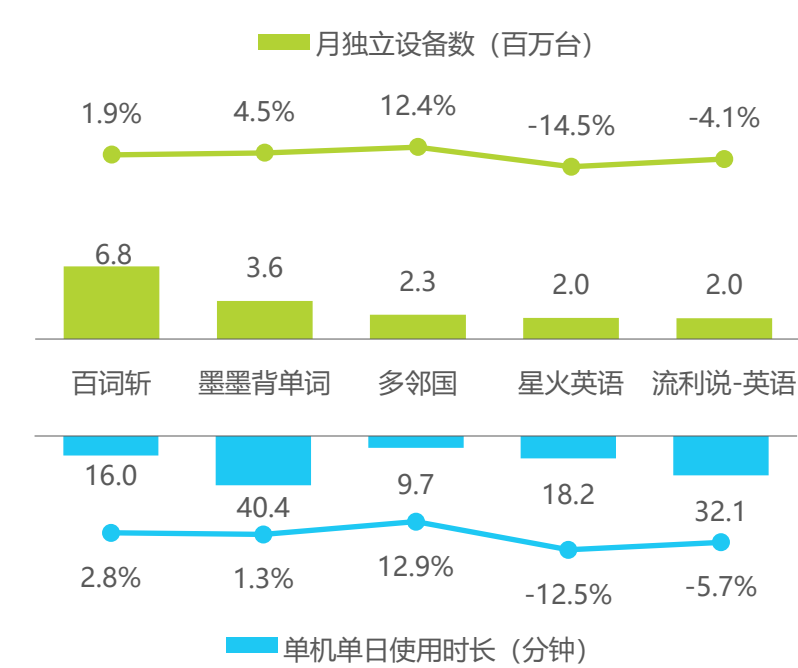
mUserTracker-2023.6中国移动互联网学习教育典型细分行业用户规模及同比



多邻国APP流量与使用时长均增长显著

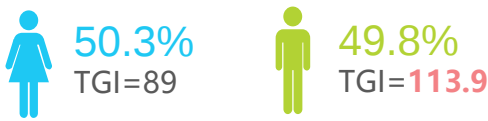
多邻国提供多种语言学习工具和英语测试业务，因足不出户、出分迅速、能免修英语等优点，充分满足了留学生等群体的需求，2023年6月，APP实现用户规模、使用时长双增长，同比增幅分别为12.4%、12.9%。

mUserTracker-2023年6月中国移动互联网语言教育行业主流APP用户规模及使用时长同比

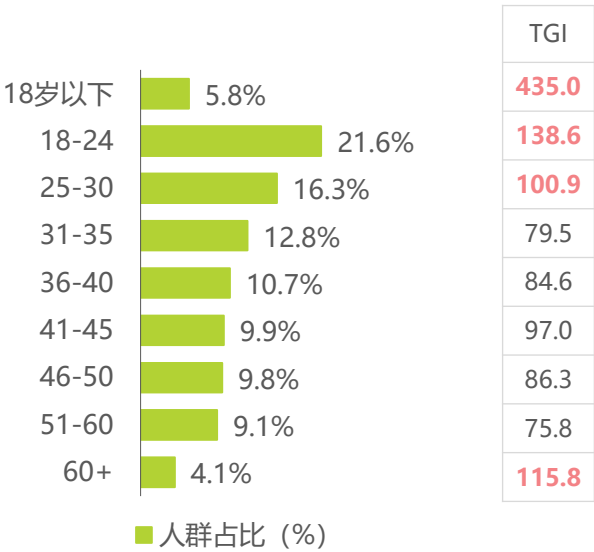


mUserTracker-2023年6月多邻国APP用户画像

| 性别



| 年龄

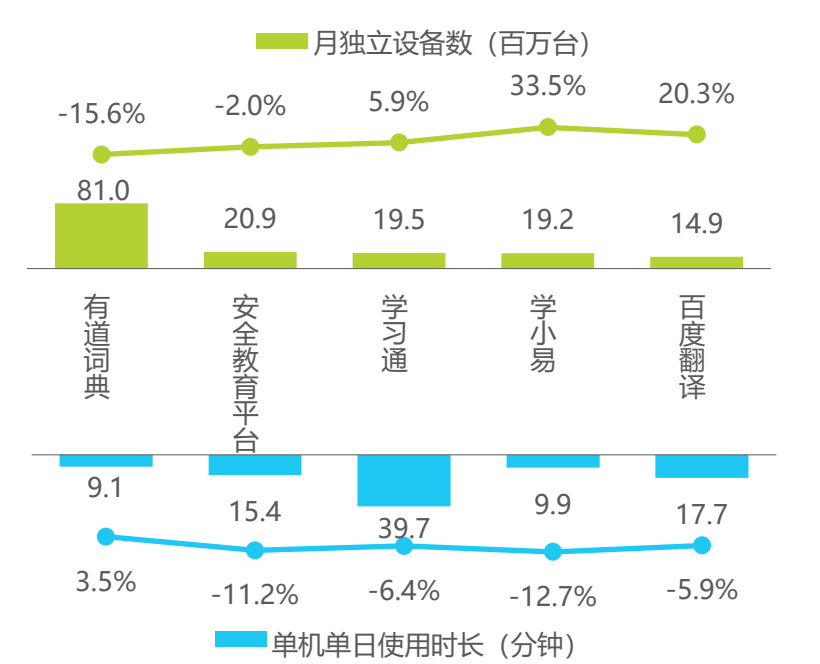


来源：UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

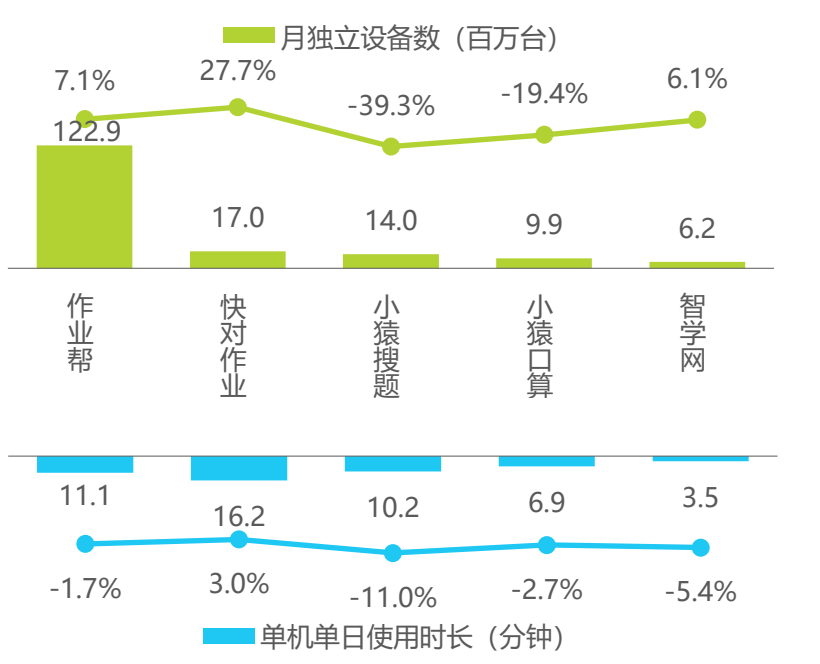
有道词典居教育工具流量TOP1；作业帮流量超一亿，远超K12行业竞品

教育工具行业中，有道词典以8100万的用户规模占据榜首，学小易流量增长显著，同比增幅达33.5%；K12教育行业中，作业帮以1.2亿的流量位于行业内TOP1，2023年6月APP流量同比增长7.1%。

mUserTracker-2023年6月中国移动互联网
教育工具行业主流APP用户规模及使用时长同比



mUserTracker-2023年6月中国移动互联网
K12教育行业主流APP用户规模及使用时长同比



2.6智慧生活

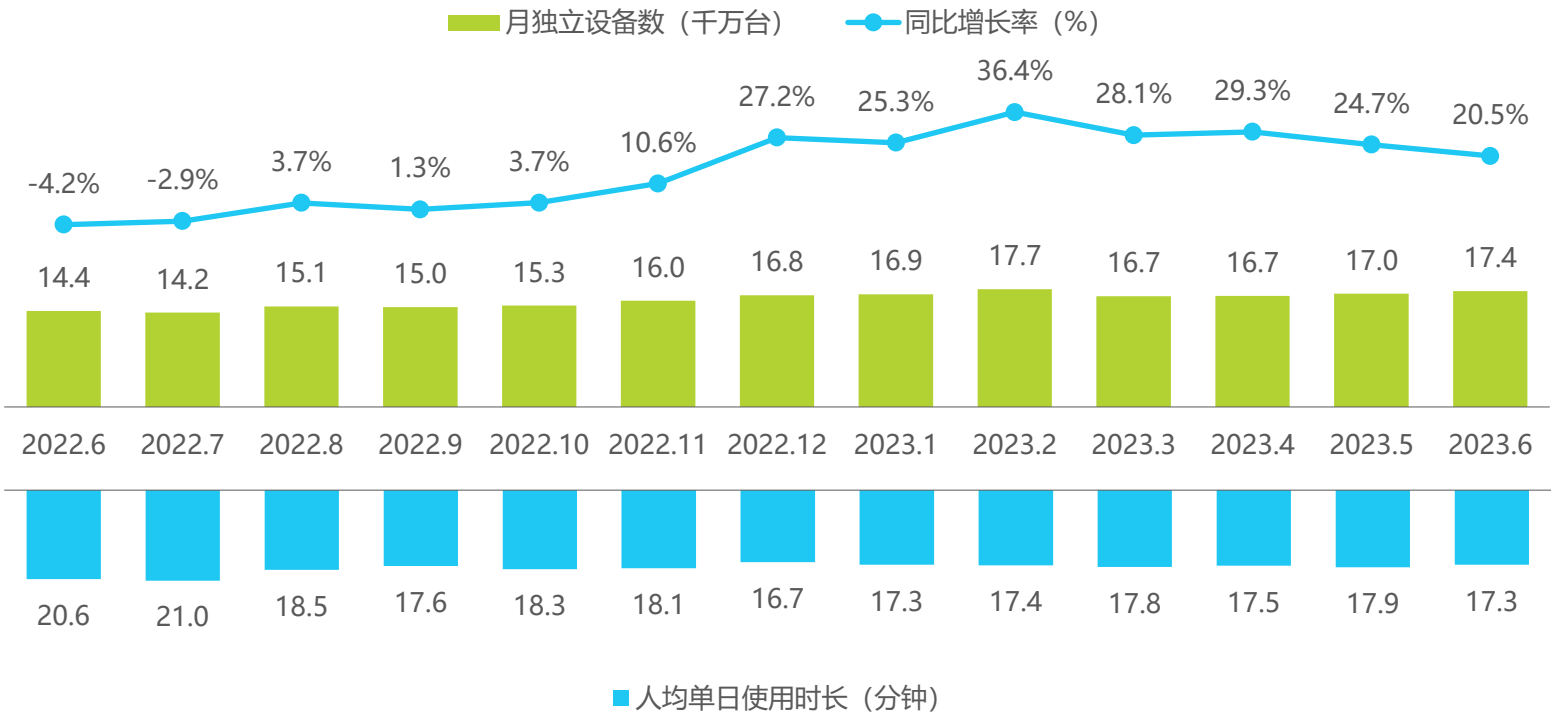
智能设备
健康医疗

智能设备-行业概况

网民生活智能化程度加深，智能设备行业流量攀升

国内物联网行业加速增长，智能家居、智能穿戴、智能汽车相关领域用户流量持续稳定上涨。2023年6月，智能设备行业用户规模达1.74亿，同比增幅达20.5%。

mUserTracker-2023年6月中国移动互联网智能设备行业用户规模及使用时长

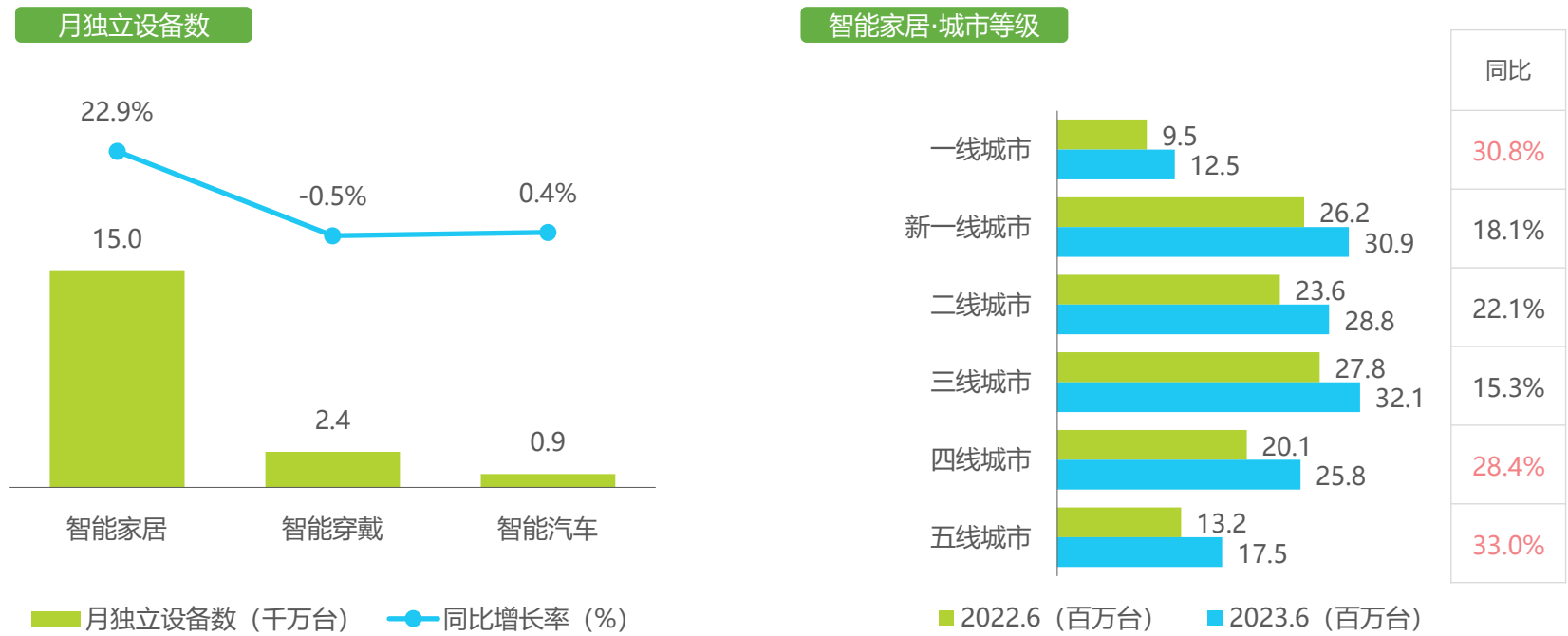


智能设备-细分行业详情

智能家居是行业流量关键增长点

细分行业中，智能家居领跑全行业，2023年6月用户规模达1.5亿，同比增长22.9%；全部级别城市用户流量均实现正增长，其中，一线、四线和五线城市涨幅高于均值，表现优异。

mUserTracker-2023年6月智能设备细分行业用户规模及用户画像

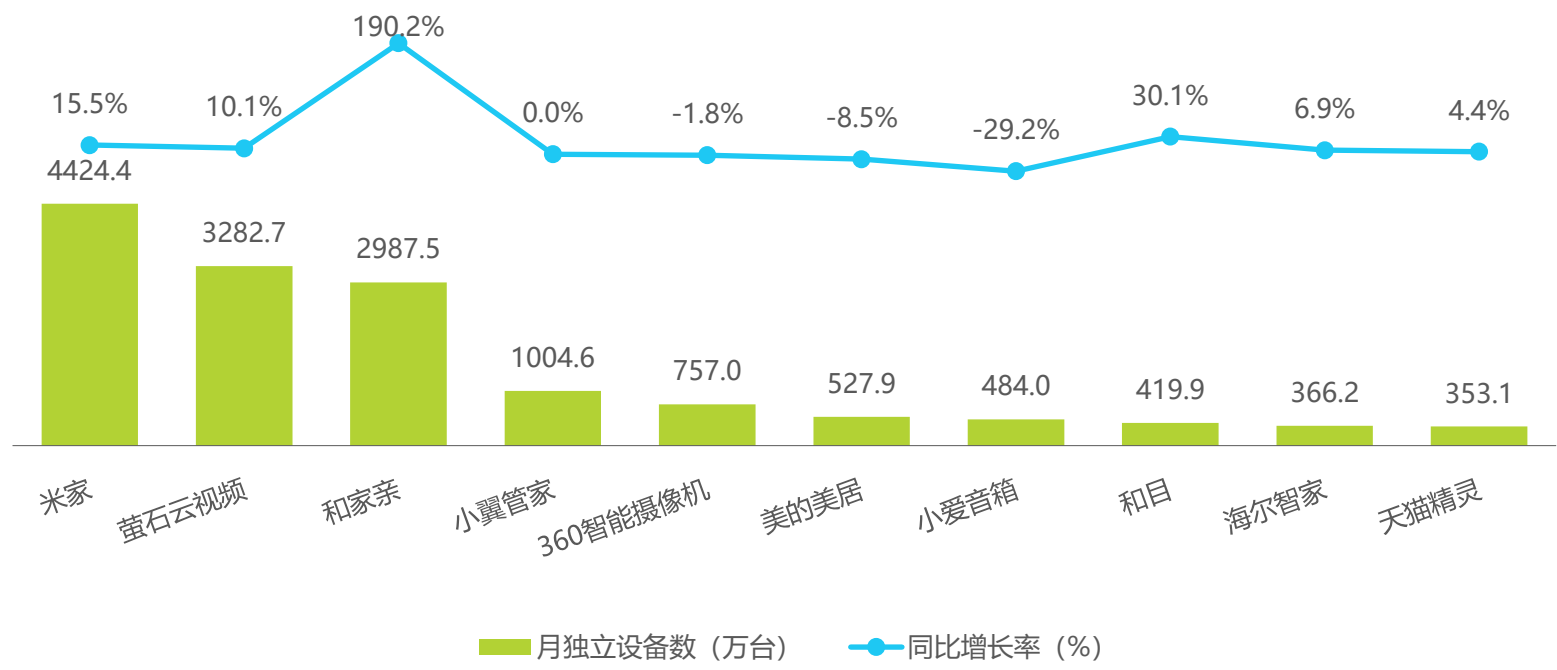


智能家居-行业主流APP概况

米家用户规模占榜首，和家亲流量迅速飙升

从TOP10APP中可以看出，智能设备管理APP和实时视频监控APP是智能家居最普遍的两种类型，其中，米家以4.4千万用户规模占据榜首，中国移动面向智慧家庭用户推出的聚合智能APP-和家亲用户规模飙升，同比实现190.2%增长。

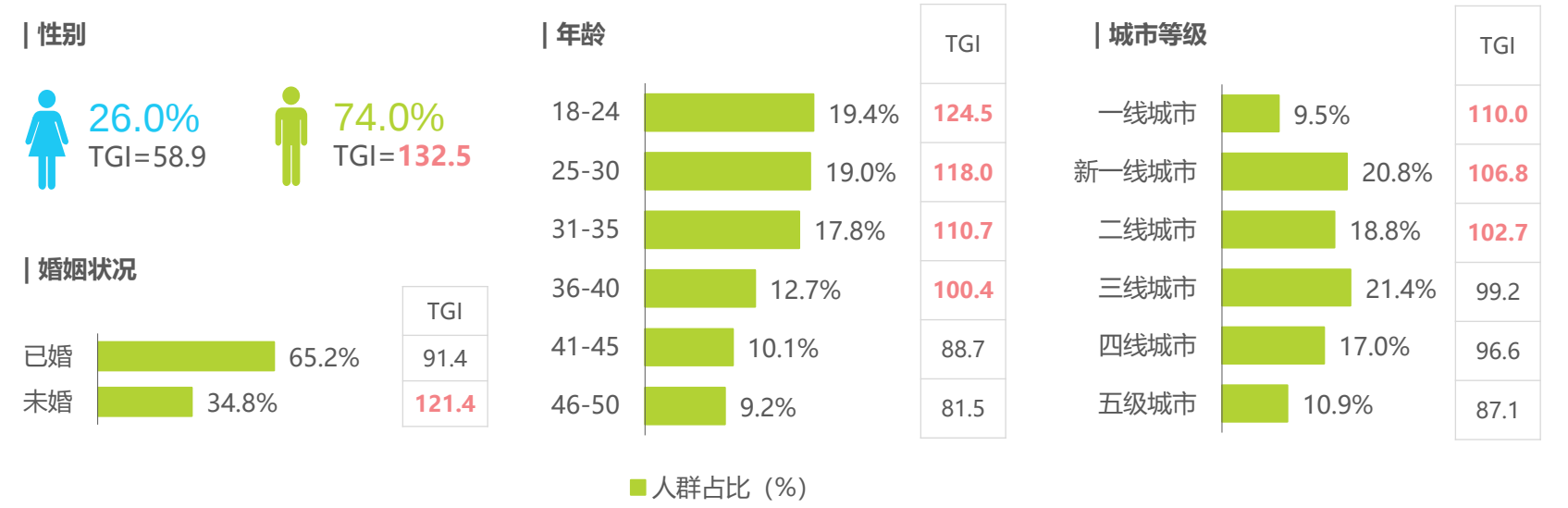
mUserTracker-2023年6月中国移动互联网智能家居行业TOP APP用户规模及同比



年轻男性是米家APP的忠实粉丝

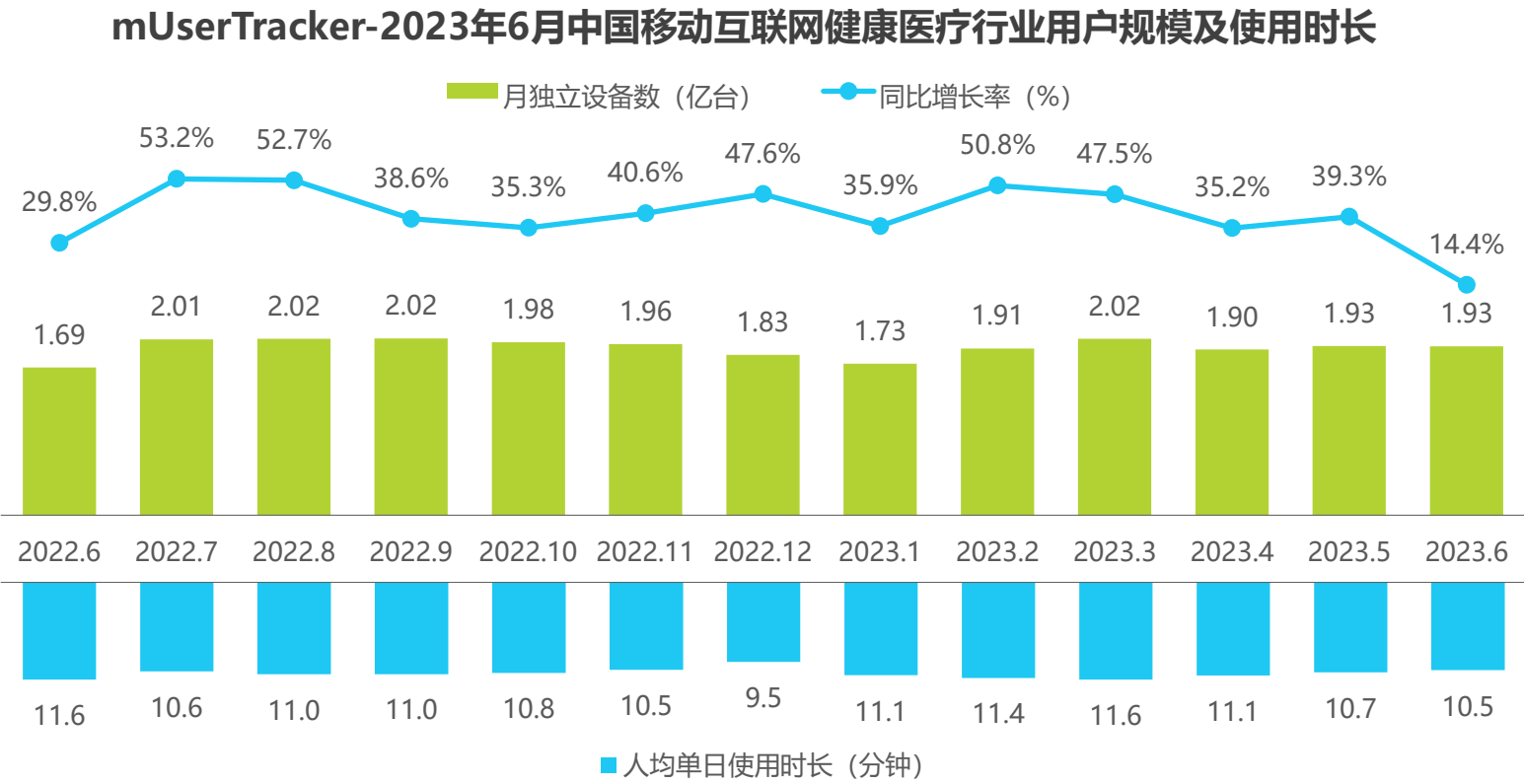
米家APP的用户中，男性用户占比超七成；中青年用户TGI均大于100，有明显偏好，而且年龄越低占比越高、偏好越高；从城市线级分布看，新一线、三线城市用户基数大；高线城市用户对APP偏好更显著。

mUserTracker-2023年6月 米家APP用户画像



行业流量经历长期高增长，6月同比增长放缓

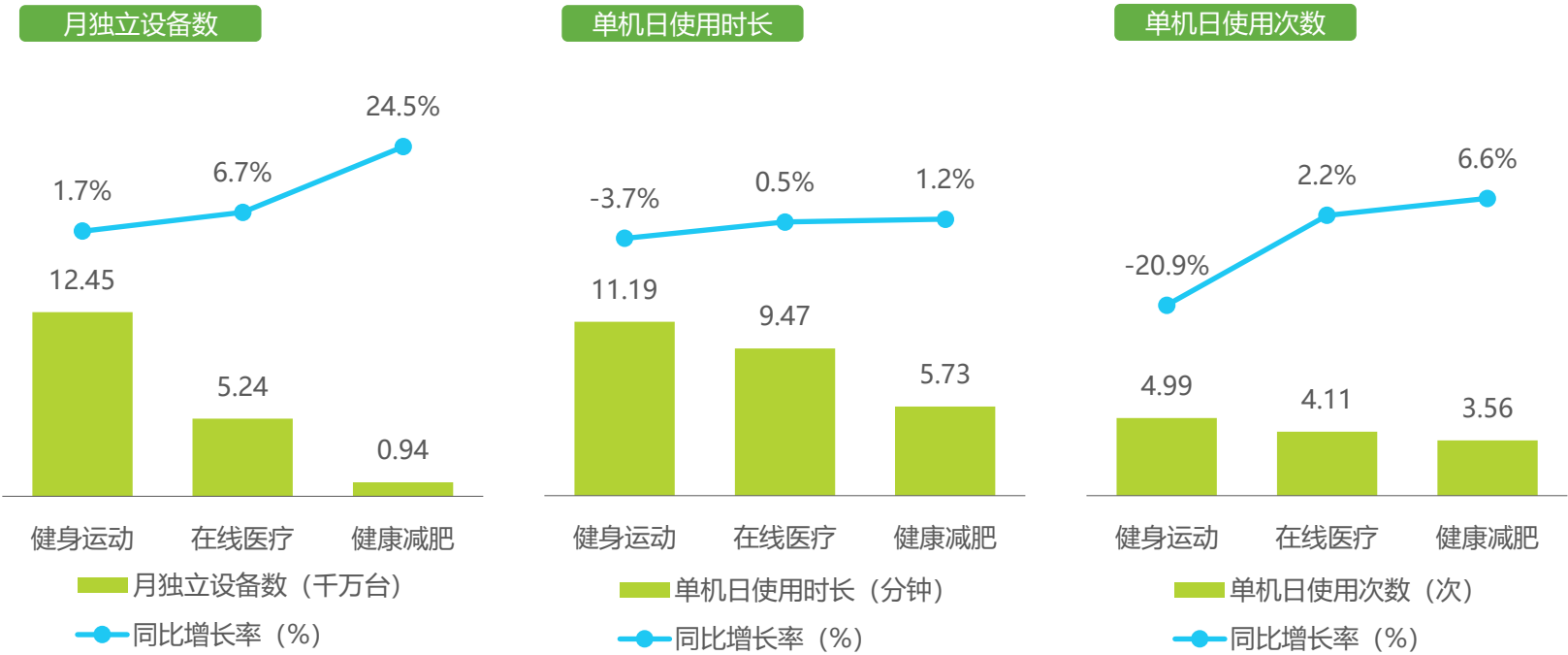
后疫情时代，网民高度关注健康相关信息，对于健康知识、健康管理的需求表现更为积极，健康医疗行业流量经历长期高增阶段，2023年6月，行业月独立设备数达1.93亿，流量同比增长放缓至14.4%。



在线医疗、健康减肥流量、用户粘性双增

各细分行业中，健身运动行业的用户规模超1.24亿，但用户的使用时长及使用次数均有所下降。作为线下医疗的补充，2023年在线医疗的用户规模及用户活跃度均有所增长。2023年6月，健康减肥行业用户规模达940万，同比增长24.5%，表现亮眼。

mUserTracker-2023年6月健身医疗细分行业用户规模及使用粘性

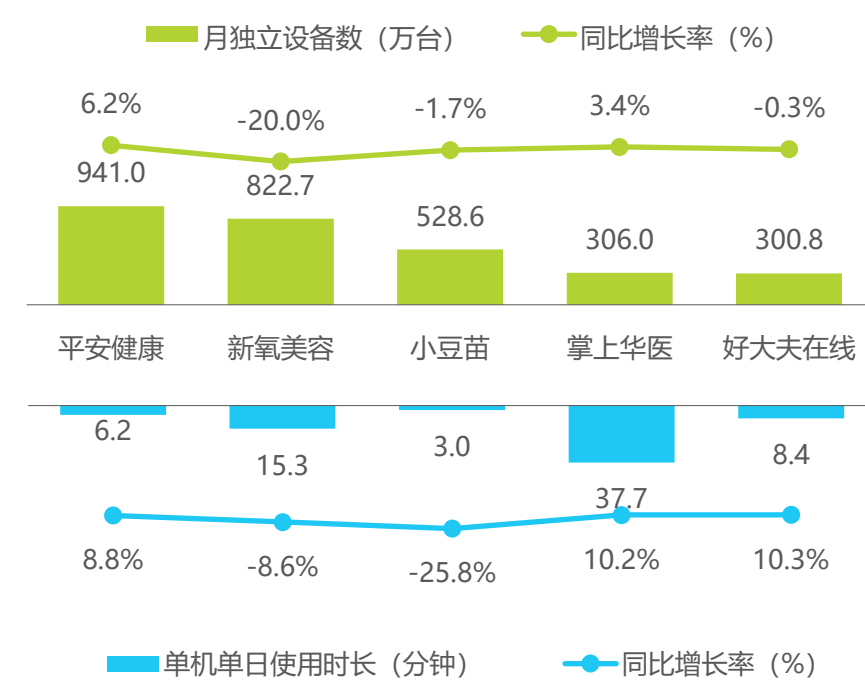


在线医疗-行业主流APP概况

平安健康流量时长均实现增长

以平安健康和好大夫在线为代表的在线问诊类APP使用时长同比均实现增长，其中平安健康以940万的流量居行业首位；定位于为卫生技术人群提供技能训练及医学资讯的掌上华医APP，6月单机单日使用时长超半小时。

mUserTracker-2023年6月中国移动互联网
在线医疗行业TOP APP用户规模及使用时长同比



平安健康APP用户界面展示



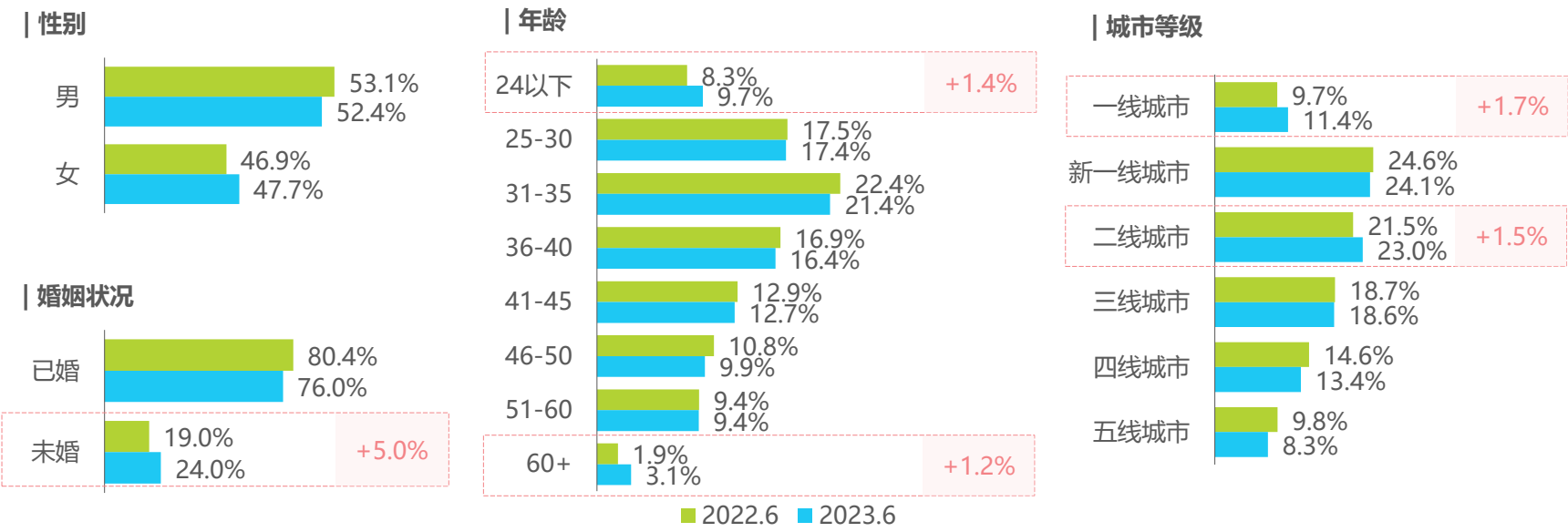
↑ 在线问诊，60s响应，快速链接优质医疗及健康资源。

来源：UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

中青年已婚男性为平安健康主要用户群体

与2022年相比，平安健康APP24岁以下、未婚、一线和二线城市用户群体占比有所提高，但结构仍未改变；男性用户超五成；年龄范围在31至35岁的用户群体占比最大，达21.4%；从城市线级分布看，活跃用户以新一线城市和二线城市为主，占比分别为24.1%、23.0%。

mUserTracker-2023年6月 平安健康APP用户画像



03 / 2023H1 中国移动互联网价值榜

List

2023H1中国移动互联网用户增速榜

用户规模过亿的TOP10增速榜

2023H1中国移动互联网用户规模过亿的TOP10增速APP榜

序号	APP名称	一级行业	二级行业	2023年6月独立设备数	近6个月复合增长率
				(万台)	(%)
1	芒果TV	视频服务	在线视频	27093.63	3.6%
2	小红书	社区网络	社区交友	20288.42	3.6%
3	12306官方版	旅游出行	车票服务	10565.19	3.6%
4	交管12123	汽车服务	违章查询	13889.29	3.6%
5	百度地图	旅游出行	导航地图	55673.19	3.4%
6	墨迹天气	生活服务	天气	15291.36	3.4%
7	中国农业银行	金融理财	银行	15530.36	3.3%
8	开心消消乐	游戏服务	休闲益智	10401.30	3.0%
9	中国工商银行	金融理财	银行	11902.07	2.8%
10	美图秀秀	拍摄美化	相册图库	12536.81	2.7%

来源：UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

2023H1中国移动互联网用户增速榜

用户规模5000万级以上的TOP20增速榜

2023H1中国移动互联网用户规模5000万级以上的TOP20增速APP榜

序号	APP名称	一级行业	二级行业	2023年6月独立设备数 (万台)	近6个月复合增长率 (%)
1	滴滴出行	旅游出行	用车服务	9331.43	7.4%
2	番茄免费小说	电子阅读	在线阅读	9466.68	7.2%
3	58同城	生活服务	分类信息	5665.66	6.8%
4	大众点评网	生活服务	本地生活	6102.7	6.0%
5	携程旅行	旅游出行	在线旅游	9065.00	5.6%
6	小米视频	视频服务	聚合视频	8001.89	3.7%
7	喜马拉雅	音乐音频	有声音频	6799.51	3.6%
8	夸克浏览器	实用工具	浏览器	6431.67	3.4%
9	中国银行	金融理财	银行	7923.69	2.9%
10	中国移动手机营业厅	生活服务	运营商服务	5226.42	2.3%
11	新浪天气通	生活服务	天气	5134.52	2.3%
12	七猫免费小说	电子阅读	在线阅读	5414.31	2.0%
13	有道词典	学习教育	教育工具	8097.74	1.9%
14	搜狐新闻	综合资讯	新闻资讯	5960.43	1.8%
15	腾讯地图	旅游出行	导航地图	5031.32	1.8%
16	陌陌	视频服务	社交直播	9857.44	1.7%
17	招商银行	金融理财	银行	8425.70	1.7%
18	QQ邮箱	通讯聊天	电子邮件	9330.01	1.7%
19	汽车之家	汽车服务	汽车资讯	5747.90	1.6%
20	唯品会	电子商务	网络购物	9492.77	1.6%

来源：UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

2023H1中国移动互联网用户增速榜

用户规模千万级以上的TOP20增速榜

2023H1中国移动互联网用户规模千万级以上的TOP20增速APP榜

序号	APP名称	一级行业	二级行业	2023年6月独立设备数 (万台)	近6个月复合增长率 (%)
1	大麦	生活服务	其他	2421.05	50.2%
2	影视大全-Le123	视频服务	聚合视频	2993.66	34.7%
3	飞猪旅行	旅游出行	在线旅游	3229.84	13.1%
4	驾校一点通	汽车服务	驾照考试	1537.79	11.8%
5	前程无忧	办公管理	网上招聘	1958.41	11.6%
6	阅友免费小说	电子阅读	在线阅读	1246.94	11.4%
7	瑞幸咖啡	美食外卖	美食	2567.72	11.1%
8	醒图	拍摄美化	拍摄美化	3113.56	10.4%
9	快影	视频服务	视频工具	2641.59	9.4%
10	QQ阅读	电子阅读	在线阅读	3073.40	9.3%
11	Boss直聘	办公管理	网上招聘	4178.12	9.2%
12	智联招聘	办公管理	网上招聘	1811.78	8.7%
13	倒数日	实用工具	时钟	1433.61	8.4%
14	扫描全能王	办公管理	效率办公	1303.34	7.2%
15	Keep	健康医疗	健身运动	3383.75	7.2%
16	学小易	学习教育	教育工具	1924.82	7.1%
17	去哪儿旅行网	旅游出行	在线旅游	3021.47	6.8%
18	哈啰出行	旅游出行	用车服务	4681.45	6.8%
19	智行火车票	旅游出行	车票服务	1895.71	6.7%
20	CAD看图王	实用工具	其他	1286.65	6.7%

来源：UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

2023H1中国移动互联网用户增速榜

用户规模500万级以上的TOP20增速

2023H1中国移动互联网用户规模500万级以上的TOP20增速APP榜

序号	APP名称	一级行业	二级行业	2023年6月独立设备数 (万台)	近6个月复合增长率 (%)
1	航旅纵横	旅游出行	出行信息	601.15	15.6%
2	亿通行	旅游出行	车票服务	565.09	12.8%
3	Metro大都会	旅游出行	出行信息	814.80	9.5%
4	猎聘同道	办公管理	网上招聘	694.50	9.5%
5	猫眼电影	电子商务	电影票务	772.67	9.3%
6	交易猫	电子商务	网络购物	551.30	9.0%
7	华住会	旅游出行	酒店服务	883.88	8.8%
8	鱼泡	办公管理	网上招聘	643.21	8.8%
9	神州租车	旅游出行	用车服务	559.84	7.6%
10	掌上公交	旅游出行	出行信息	872.50	7.5%
11	完美校园	社区网络	社区交友	804.84	7.4%
12	绿洲	社区网络	社区交友	551.50	6.9%
13	一嗨租车	旅游出行	用车服务	657.87	6.8%
14	宝宝巴士儿歌	女性亲子	儿童教育	603.11	6.7%
15	T3出行	旅游出行	出行信息	664.90	6.3%
16	麦当劳pro	美食外卖	美食	698.58	6.3%
17	安逸花	金融理财	消费信贷	896.95	6.1%
18	鲨鱼记账	金融理财	记账应用	786.12	6.0%
19	淘票票	电子商务	电影票务	850.71	6.0%
20	还呗	金融理财	消费信贷	865.92	5.8%

来源：UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

2023H1中国移动互联网用户增速榜

用户规模100万级以上的TOP20增速

2023H1中国移动互联网用户规模100万级以上的TOP20增速APP榜

序号	APP名称	一级行业	二级行业	2023年6月独立设备数 (万台)	近6个月复合增长率 (%)
1	酷我畅听	音乐音频	有声音频	296.36	16.5%
2	多闪	社区网络	社区交友	428.07	15.9%
3	巴士管家	旅游出行	车票服务	297.23	12.8%
4	首旅如家	旅游出行	酒店服务	210.16	12.3%
5	永安行	旅游出行	用车服务	241.36	11.5%
6	纳米盒	学习教育	K12教育	348.10	10.4%
7	土巴兔	房产服务	房产	209.73	10.4%
8	我的常州	生活服务	其他	286.48	10.3%
9	我爱我家	房产服务	房产	381.15	9.8%
10	微密圈	社区网络	社区交友	248.23	9.6%
11	自如	房产服务	房产	281.94	9.4%
12	途牛旅游	旅游出行	在线旅游	326.81	9.1%
13	U净	生活服务	其他	480.34	8.7%
14	测测星座	生活服务	星座运势	241.40	8.7%
15	奇元安全清理专家	实用工具	系统优化	167.97	8.6%
16	e充电	汽车服务	汽车护理	281.09	8.5%
17	作业精灵	学习教育	K12教育	353.16	8.4%
18	咕咚	健康医疗	健身运动	261.40	8.4%
19	会玩-微派	社区网络	社区交友	400.78	8.4%
20	ecovacshome	生活服务	其他	192.24	8.3%

来源：UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

2023H1中国移动互联网垂直行业榜

旅游出行行业-分城市等级榜

2023H1中国移动互联网旅游出行行业TOP10 APP分城市等级排名

序号	APP名称	二级行业	一线城市	新一线城市	二线城市	三线城市	四线城市	五线城市	合计
									(万台)
1	高德地图	导航地图	5516.9	13667.3	12734.3	14476.1	11613.5	8510.3	67888.5
2	百度地图	导航地图	4610.6	11823.0	11072.6	12040.2	9039.8	6103.7	55673.2
3	12306官方版	车票服务	1082.8	2076.7	2281.7	2171.5	1709.3	1094.6	10565.2
4	滴滴出行	用车服务	1112.1	2234.0	2050.9	1747.0	1342.3	729.5	9331.4
5	携程旅行	在线旅游	889.9	1842.1	1757.1	1833.3	1422.9	1119.9	9065.0
6	腾讯地图	导航地图	357.4	1014.0	1003.2	1080.6	873.4	617.9	5031.3
7	哈啰出行	用车服务	502.2	1070.6	946.9	939.5	699.1	471.8	4681.5
8	飞猪旅行	在线旅游	285.2	909.3	717.2	564.2	446.4	269.5	3229.8
9	去哪儿旅行网	在线旅游	315.0	682.4	595.8	556.7	466.7	346.5	3021.5
10	车来了	出行信息	159.4	704.2	412.6	374.8	307.5	195.8	2178.3

来源：UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

PRODUCT
INTRODUCTION

产品介绍



UserTracker

第三方网民网络行为监测

- PC服务软件和APP行业市场地位排行
- PC服务软件和APP及公司用户行为分析
- 目标受众属性和用户特征分析
- 目标受众行为偏好及粘性分析

扫码申请免费试用



VideoTracker

第三方视频内容监测

- 移动视频及互联网竞争媒体分析
- 单视频不同媒体收视对比
- 视频不同时段收视分析
- 内容人群属性特征总结

扫码申请免费试用



AdTracker

第三方竞品广告投放监测

- PC和移动端广告分析
- 广告行业分析
- 媒体分析
- 广告主对比

扫码申请免费试用



MiniTracker

第三方小程序行为监测

- 监测小程序市场生态
- 分析小程序行业趋势
- 洞察小程序用户属性
- 探查竞品小程序动向

扫码申请免费试用



BUSINESS
COOPERATION

业务合作

联系我们



400 - 026 - 2099



ask@iresearch.com.cn



www.idigital.com.cn

www.iresearch.com.cn

官 网



微 信 公 众 号



微 博



企 业 微 信



LEGAL STATEMENT

法律声明

版权声明

本报告为艾瑞咨询制作，其所有权和知识产权归属艾瑞咨询，没有经过艾瑞咨询的书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制、发布、传播、输出中华人民共和国境外等行为损害艾瑞咨询的权利。任何未经艾瑞咨询书面授权使用本报告的相关行为，都将违反《中华人民共和国著作权法》、《中华人民共和国数据安全法》以及有关的法律法规、国际公约的规定。

免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，部分文字和数据采集于公开信息，并且结合艾瑞监测产品数据，通过艾瑞统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，艾瑞咨询对该等信息的准确性、完整性或可靠性作尽最大努力的追求，但不作任何保证。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的观点均不构成任何建议。

本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。



THANKS

艾瑞咨询为商业决策赋能