

中国移动互联网流量年度报告

2024年

部门：TMT北京专项组 署名：王博文

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、智能大屏用户

2. 研究范围：

- 中国移动互联网网民APP使用行为、智能大屏用户观看/使用情况

数据说明

1. 数据来源：

- 艾瑞咨询UserTracker多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）
- 行业调研

2. 数据统计时间：

- 2020年1月-2024年12月

CONTENTS

目 录

01 2024年中国移动互联网发展总览

Overview

02 2024年重点细分行业详情

Segmentation

03 2024年中国移动互联网价值榜

List

01

用户变化

- ✓ **移动互联网流量小幅增长，用户粘性趋稳，市场进入深度存量竞争阶段：**2024年移动互联网月独立设备数达14.34亿，增速平缓，用户单日使用时间及次数分别为264.3分钟、62.9次，环比略有下降，流量红利逐步消退。
- ✓ **用户结构均衡化，中高线青年群体成新增长点：**未婚用户占比提升至31.9%，35岁及以下用户占49.1%，二线及以上城市用户增长1.83%。“单身经济”下中高线青年群体释放流量潜力，推动市场拓展方向。
- ✓ **用户注意力高度集中，短视频与通讯聊天类占据主导地位：**人均单日短视频APP使用时间达139.7分钟、通讯聊天类APP使用35.9次，用户行为聚焦于头部应用，新入局者需通过需求深挖和精细化服务突围。
- ✓ **APP流量分化，肩尾部应用生态多元化：**500万至2亿量级APP数量同比增长22.7%，人工智能、视频服务等细分赛道分流流量，游戏、生活服务等行业竞争白热化。

02

行业变化

- ✓ **人工智能渗透率快速提升，新兴行业潜力凸显：**人工智能作为新增一级行业，用户规模迅猛增长至2.72亿，渗透率接近20%，成为移动互联网发展的重要新兴领域。
- ✓ **汽车服务数字化驱动增长，服务创新成竞争核心：**汽车服务行业用户规模达3.54亿，汽车资讯与汽车护理类流量增速破5%，汽车之家通过AIGC赋能、新能源IP布局等巩固行业领先地位。
- ✓ **电商行业流量稳中有升，综合平台强化竞争壁垒：**电商月独立设备数均值达12亿台，淘宝、拼多多、京东等平台通过补贴、内容电商等策略争夺用户，竞争聚焦体验优化与场景拓展。
- ✓ **旅游出行需求持续释放，年轻化与平价化成趋势：**行业MAU同比增0.3%，24岁及以下用户占比提升1.0%，驱动主流平台加速布局个性化、平价产品，满足体验经济需求。

02

行业变化 (接上页)

- ✓ **短剧成短视频行业新增长极，视频服务平台内容技术双驱动，商业化能力提升：**短剧用户突破1.3亿，中老年及低线城市用户占比高，碎片化强情节模式驱动细分市场扩张；主流视频平台深耕精品内容与技术创新，构建差异化竞争优势与护城河。
- ✓ **游戏服务流量承压，细分用户偏好代际分化明显：**行业月独立设备数均值对比2023年降4.4%，休闲益智类用户规模领先、MOBA类粘性最高；年轻男性偏好竞技，中老年倾向休闲。
- ✓ **智能设备多元化发展，健康与运动需求驱动增长：**智能穿戴细分领域用户规模快速扩张，同比+28.4%，健康监测、运动记录等需求推动行业向精细化、场景化升级。
- ✓ **网上招聘年轻高线化，女性用户占比提升：**行业2024年流量均值破10.4亿，24岁及以下用户占比增1.7%、女性用户占比达47.3%，平台服务向精准化求职场景延伸。

03

APP变化

- ✓ 2024年12月，MAU（月活跃设备数）亿级以上的APP复合增长前三名为：个人所得税、小米视频、小红书；MAU达5000万级以上的APP复合增长前三名是：58同城、新浪天气通、搜狐新闻。

01 / 2024年中国移动互联网 发展总览

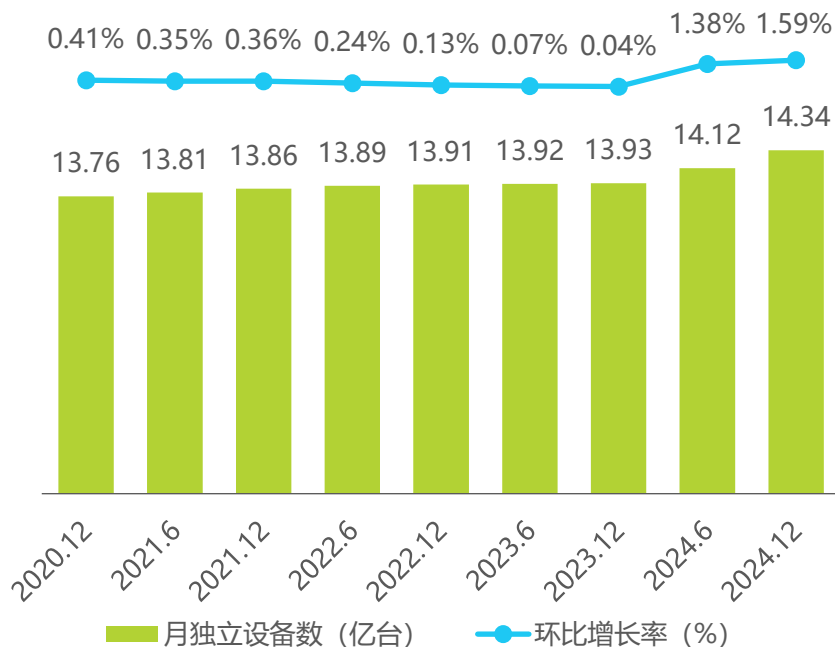
Overview

中国移动互联网流量及用户粘性趋势

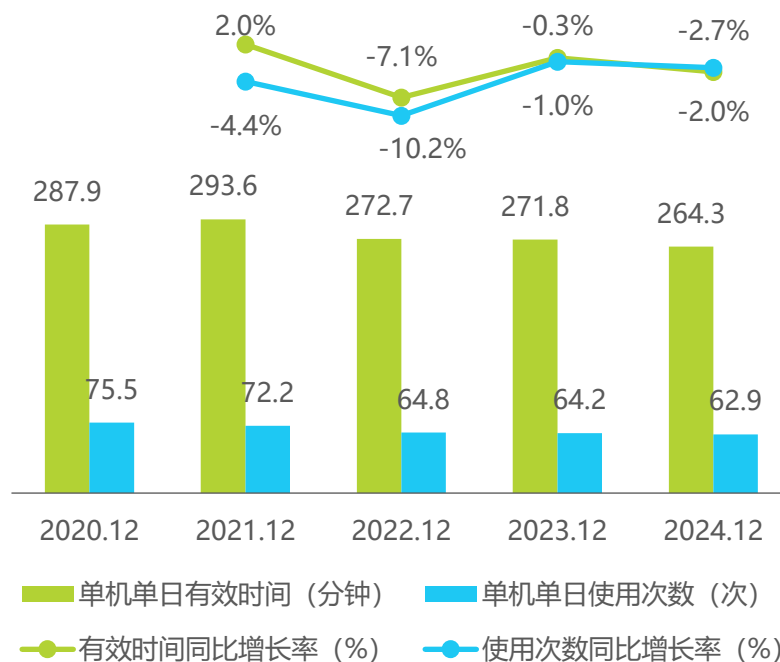
移动互联网流量小幅增长，整体接近天花板，用户粘性趋于稳定，市场进入深度存量竞争阶段

从2020至2024年数据来看，移动互联网月总独立设备数环比虽有增长，但整体增速缓慢；用户单日使用时间 & 次数同比增长率也呈现波动下降趋势，表明流量红利正逐步消退，市场已趋近饱和。在深度存量竞争阶段，企业需通过精细化运营和创新服务来提升用户粘性，巩固市场竞争力。

mUserTracker-2020.12-2024.12
中国移动互联网月总独立设备数



mUserTracker-2020.12-2024.12
中国移动互联网用户粘性



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

来源：艾瑞咨询 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结构

用户结构趋于均衡，中高线市场与年轻群体增长潜力释放，为市场拓展提供新方向

2024年12月数据显示，中国移动互联网用户中未婚用户占比31.9%，较2023年增长1.73个百分点，反映单身经济对流量增长的驱动作用；35岁及以下用户占比达49.1%、二线及以上城市用户占比提升1.83%，中高线青年群体流量红利持续释放，成为互联网企业的布局新重点。

mUserTracker-2024年12月中国移动互联网网民性别、年龄、城市级别分布

| 性别



男性: **55.5%**
用户占比 $\downarrow 0.36\%$



女性: **44.5%**
用户占比 $\uparrow 0.36\%$

| 婚姻状况

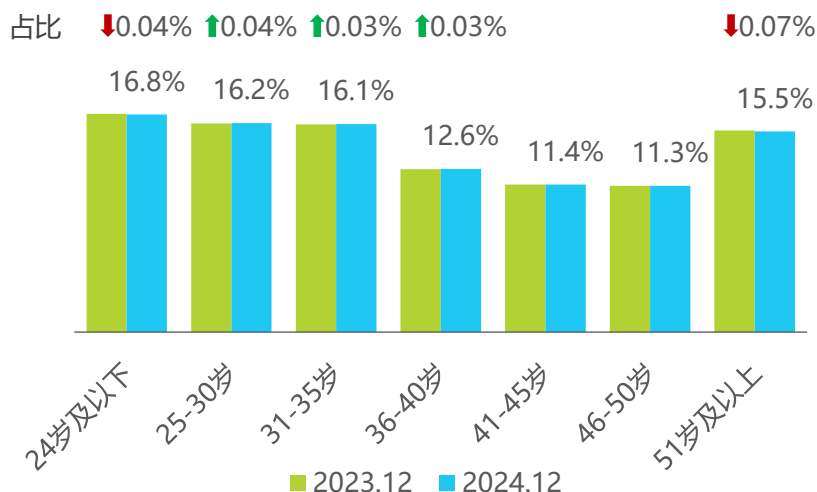


已婚: **68.1%**
用户占比 $\downarrow 1.73\%$



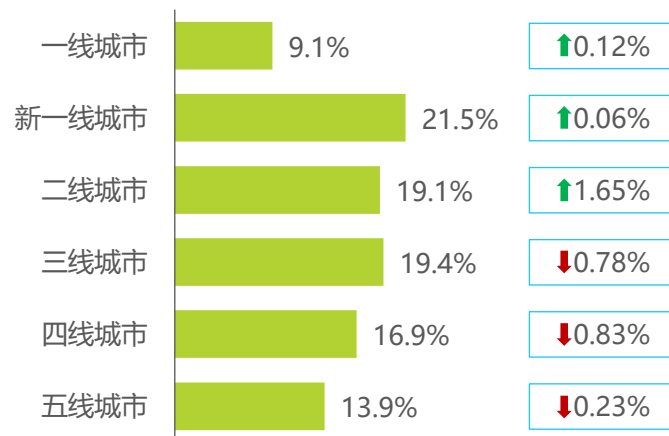
未婚: **31.9%**
用户占比 $\uparrow 1.73\%$

| 年龄



| 城市等级

用户占比 vs 2023.12



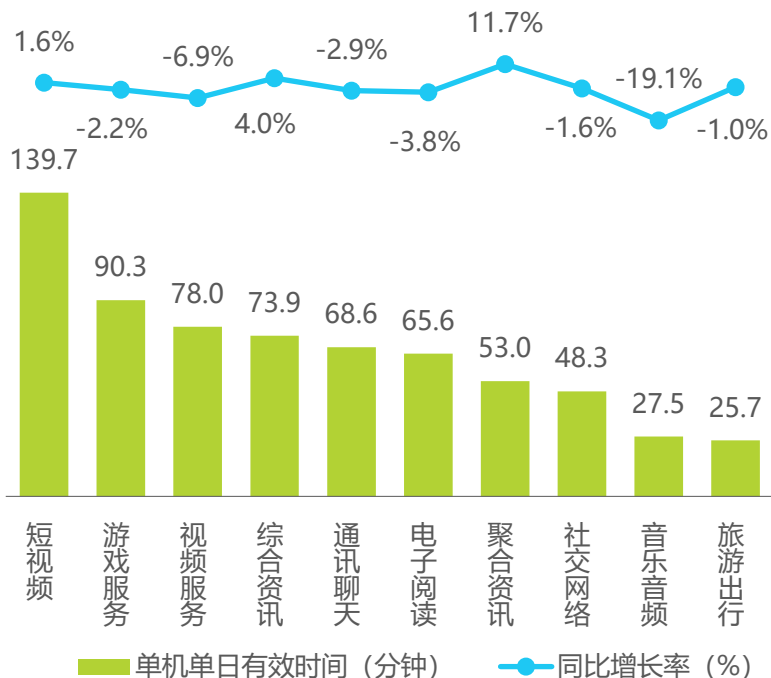
来源：艾瑞咨询 UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

中国移动互联网用户上网时间及次数

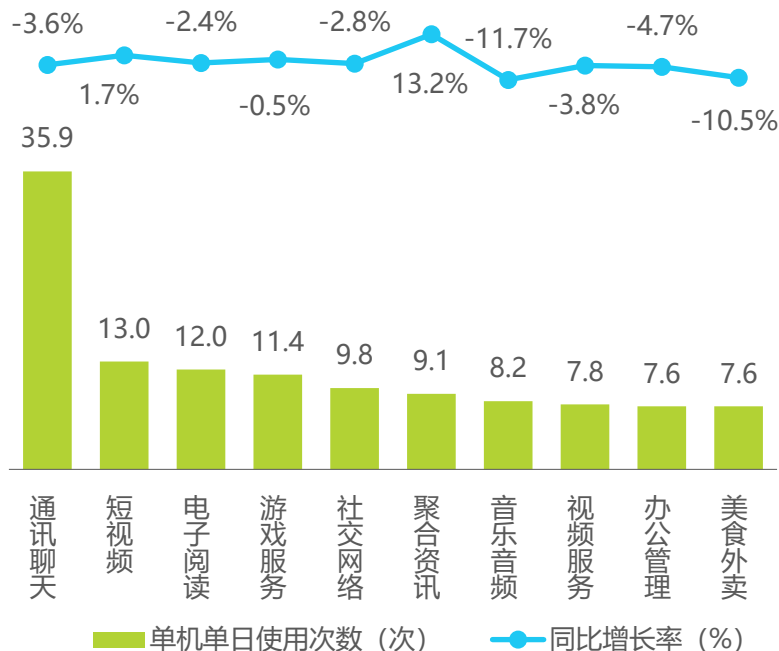
用户上网行为分化，短视频与通讯聊天类APP主导，市场格局趋于固化

人均单日使用时间TOP10一级行业中，短视频行业以139.7分钟位居榜首，通讯聊天类APP以35.9次的使用频率领先，二者分别凭借“碎片化+沉浸式”内容模式、与工作生活场景的高度融合，稳居刚需地位。用户上网注意力高度集中于少数头部应用，市场格局逐渐固化，新入局者需通过对用户需求的深入挖掘并提供对应的精细化服务，才能突破竞争壁垒。

mUserTracker-2024年12月中国移动互联网
人均单日使用时间TOP10一级行业



mUserTracker-2024年12月中国移动互联网
人均单日使用次数TOP10一级行业



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

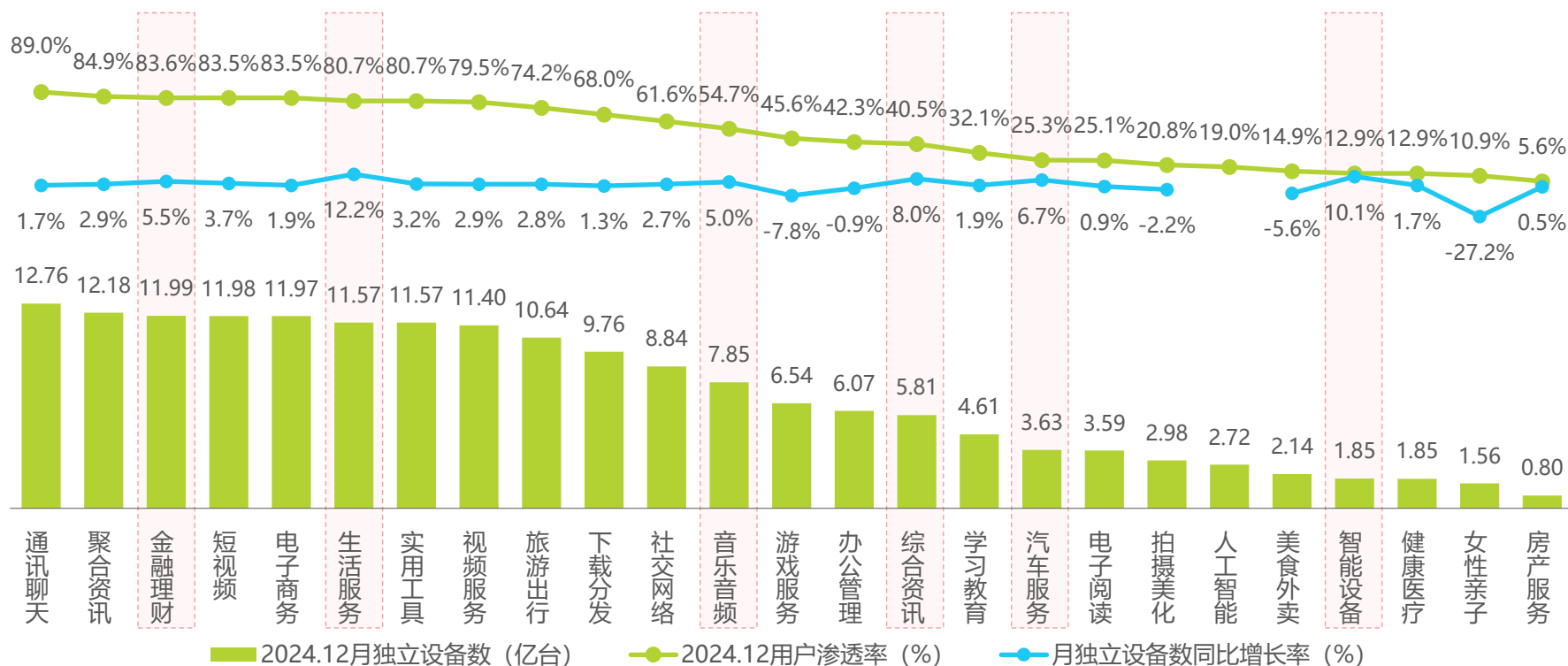
来源：艾瑞咨询 UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

中国移动互联网一级行业

通讯聊天持续领跑，生活服务等行业加速渗透，人工智能异军突起

2024年12月，通讯聊天行业以89.0%的渗透率稳居一级行业榜首，月独立设备数达12.76亿台；生活服务和金融理财行业渗透率分别达80.7%和83.6%，流量同比增长显著；人工智能作为新兴行业，用户规模增长迅猛，渗透率接近两成，显示出巨大的发展潜力。

mUserTracker-2024年12月中国移动互联网一级行业月独立设备数&渗透率



注释：“人工智能”一级行业为2024年新增，暂无同比数据。

来源：艾瑞咨询 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APP流量分布

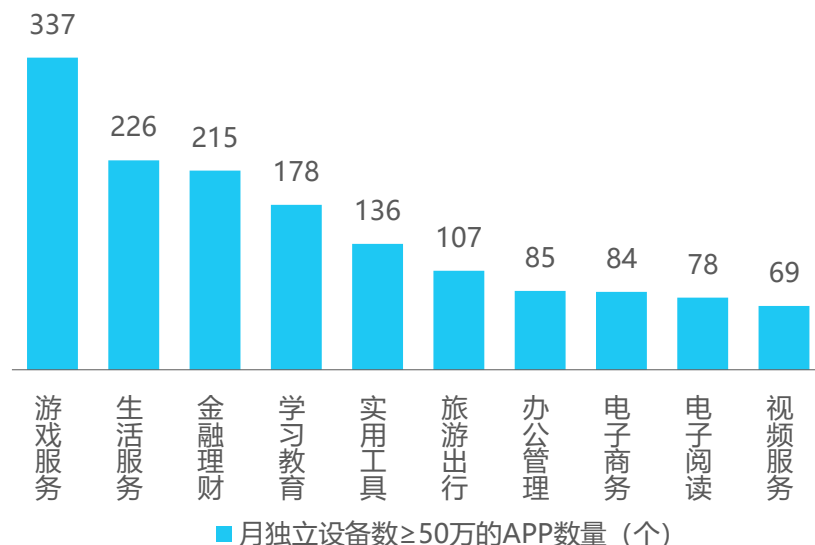
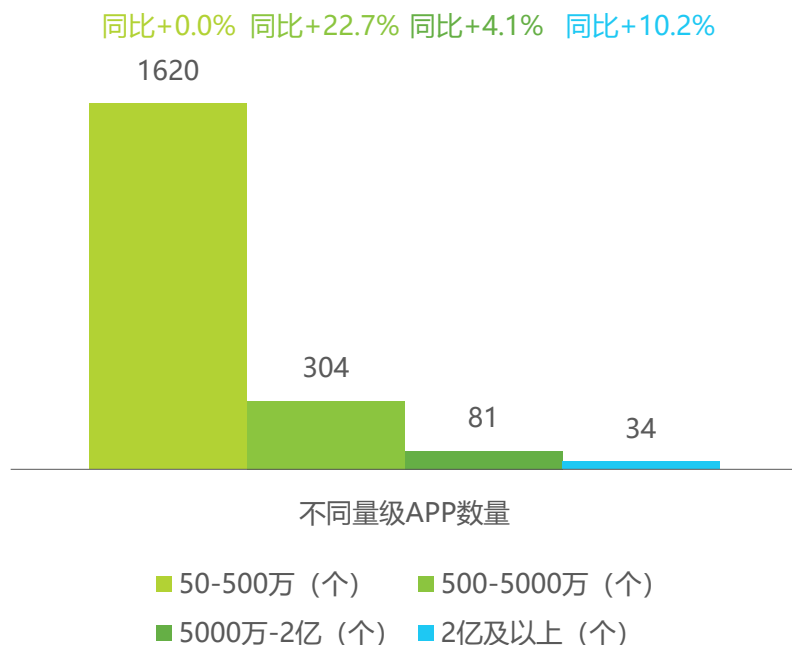
流量分化，肩尾部APP数量提升，游戏、生活服务等行业竞争激烈

12月，月独立设备数为2亿量级的APP数量不变，而500万至2亿量级、50-500万量级的APP数量同比增长显著，其中500万至2亿量级新增APP所属的TOP5行业分别为人工智能、视频服务、金融理财、生活服务和下载分发，细分赛道通过精准需求挖掘分流部分流量，生态多元化格局初现。月独立设备数大于等于50万量级的APP中，游戏服务、生活服务、金融理财包含APP的数量均在200个以上，反映出赛道内流量争夺的白热化趋势。

mUserTracker-2024年12月中国移动互联网月独立设备数不同量级的APP分布

数量分布

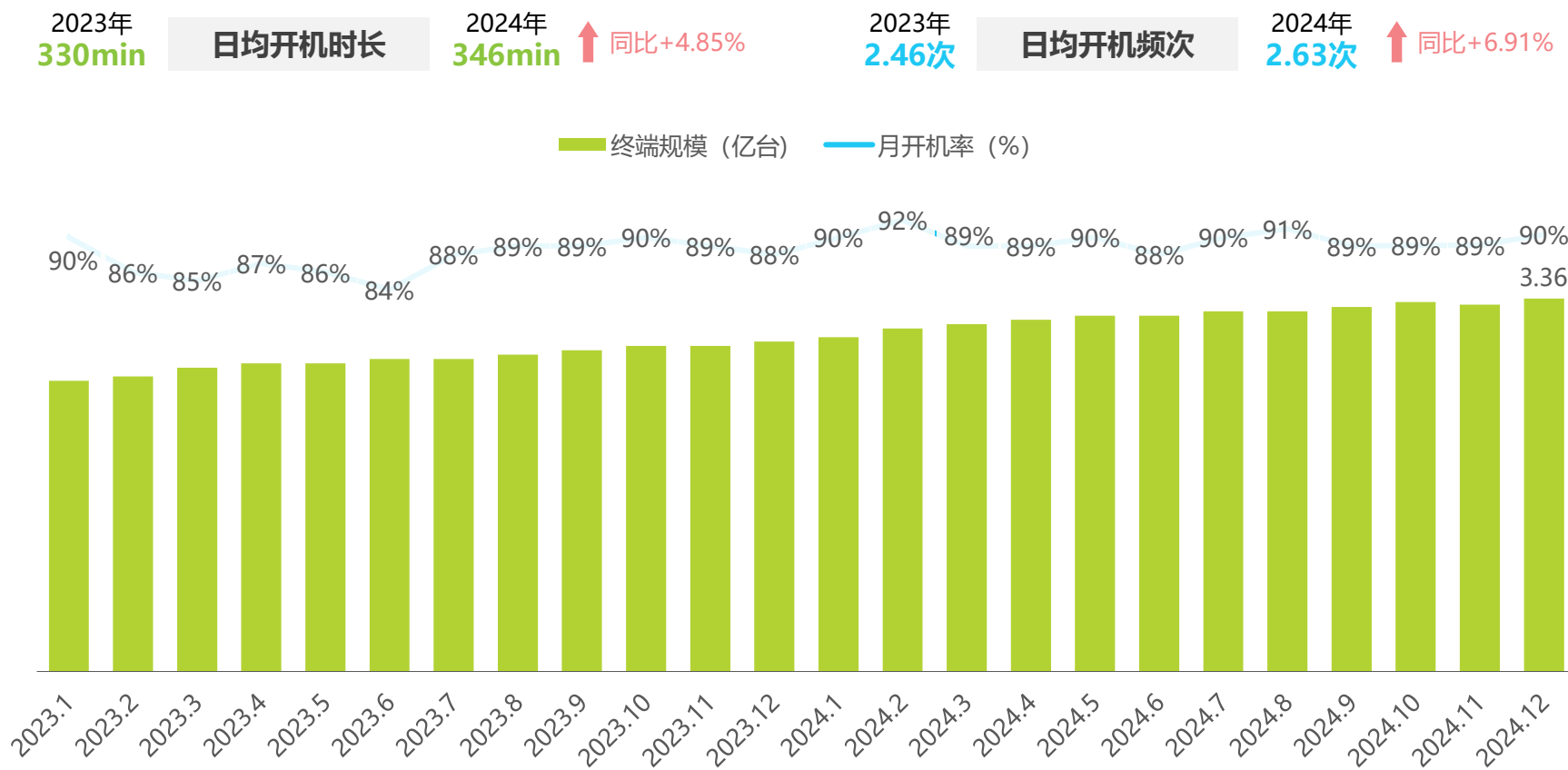
行业分布



智能大屏：整体流量趋势

2024年智能大屏终端规模达3.36亿台，开机时长、频次稳步提升

2023.1-2024.12智能大屏终端规模及活跃趋势



注释：日均开机时长 = 日开机总时长 / 日活跃终端规模；日均开机频次 = 日开机总频次 / 日活跃终端规模。
来源：行业调研。

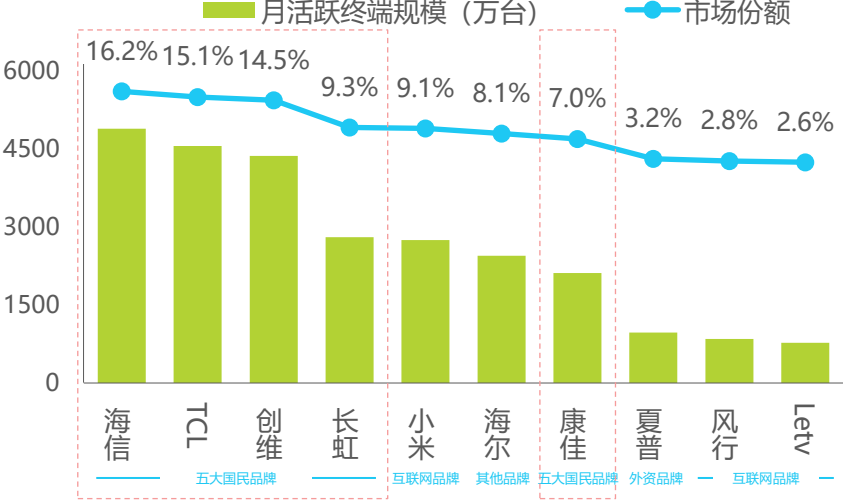
智能大屏流量分布：场景&品牌

点播、直播日均使用时长突出，投屏终端渗透率超50%；五大国民品牌终端活跃度领先，市场份额超60%

2024年12月智能大屏分场景
月活跃终端渗透率&日均使用时间

场景	月活跃终端渗透率	日均使用时间
	(%)	(分钟)
点播	85%	288
投屏	53%	153
直播	42%	249
应用 (非视频类应用)	21%	80

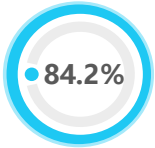
2024年12月智能大屏部分主要品牌
月活跃终端规模及市场份额



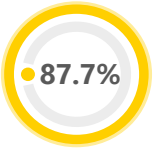
2024年12月智能大屏分品牌类型月开机率



五大国民品牌



互联网品牌



外资品牌

注释：月活跃终端渗透率 = 场景月活跃终端规模 / 智能大屏月活跃终端规模；
日均使用时间 = 场景日使用总时长 / 场景日活跃终端规模。
来源：行业调研。

来源：行业调研。

02 / 2024年 重点细分行业详情

Segmentation

2.1 消费理财

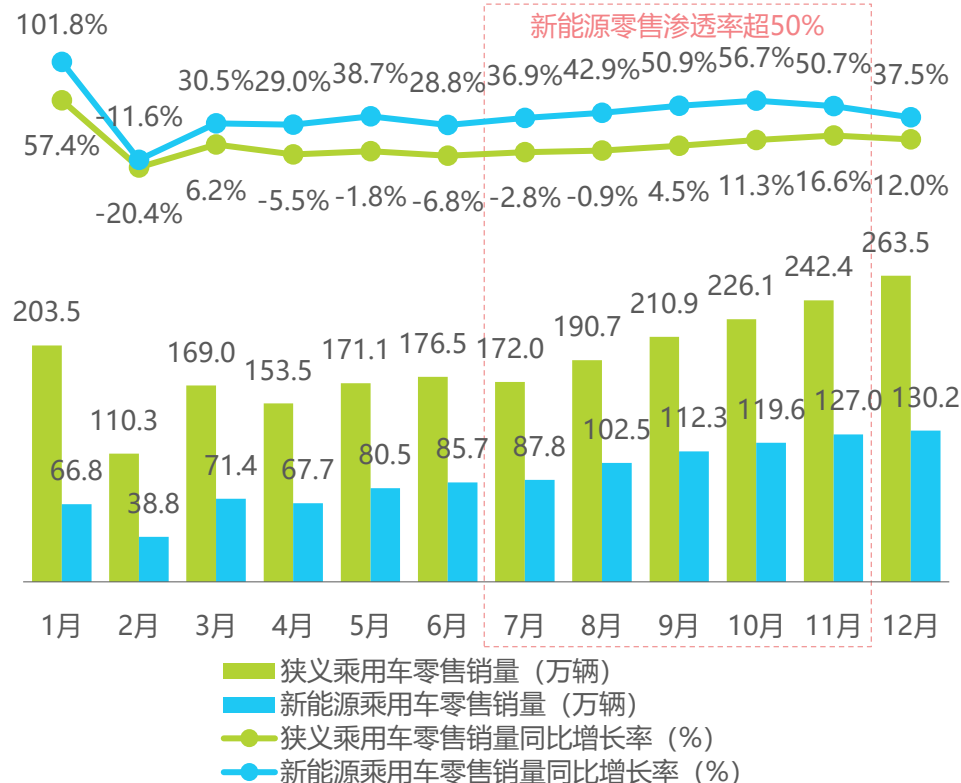
汽车服务
电子商务
旅游出行
金融理财

汽车-2024年行业动态概览

国内汽车行业电动化、智能化、网联化取得显著进展，乘用车市场呈现增长态势，产业革新步伐加快

2024年，国内乘用车市场稳健增长，新能源汽车产销跃升至千万级规模、零售渗透率持续多月突破50%，电动化转型成效显著。智能化方面，资本涌入高阶智驾，企业上市热潮与政策利好同频共振，驱动自动驾驶技术加速商用。网联化进程中，车路云一体化试点范围扩大，核心部件实现国产化突破。多领域协同发力，推动国内汽车行业健康发展，带动相关服务需求持续增长。

2024年1-12月国内乘用车销量分月数据及行业部分动态概览



电动化： 新能源汽车市场持续增长，车企加速电动化转型

- ▶ **产销突破千万级：**2024年中国新能源汽车产销量首破年度1200万辆；新能源车零售渗透率7-11月连续5个月超50%
- ▶ **产业转型加速：**吉利、奇瑞等车企加大电动化布局，华为、小米等科技企业强势崛起，重塑市场格局

智能化： 智驾企业扎堆IPO，车企与科技企业合作加速

- ▶ **资本涌入高阶智驾赛道：**文远知行、小马智行等多家智驾公司成功IPO；北京等地发布相关条例推动L3级自动驾驶商用化，部分车企获得L3道路测试牌照
- ▶ **软硬件生态深度融合：**华为与东风日产、广汽传祺等车企合作开发智能驾驶和智能座舱系统，推动智能化转型

网联化： 车路云一体化试点加速，智能网联零部件市场增长

- ▶ **车路云协同规模化试点：**工信部等五部委确定北京、上海、深圳、广州、武汉等20个“车路云一体化”应用试点城市，智能网联汽车从“小范围测试验证”加速迈入“规模化落地”
- ▶ **核心部件国产化突破：**智能网联汽车零部件市场快速发展，域控制器、线控底盘等核心技术成为行业焦点，国产替代趋势明显

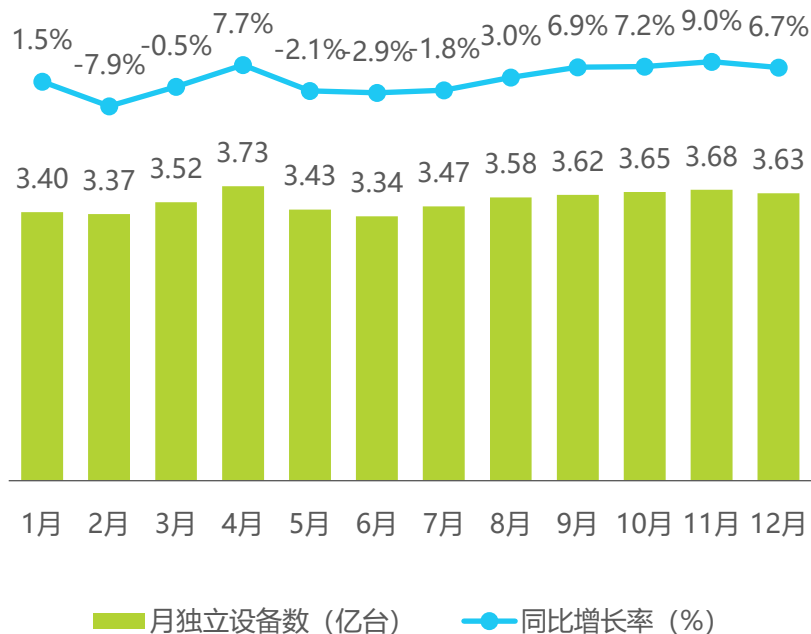
来源：中国汽车流通协会乘用车市场信息联席分会（乘联分会）、中国汽车工业协会、公开资料，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

汽车服务-行业概览

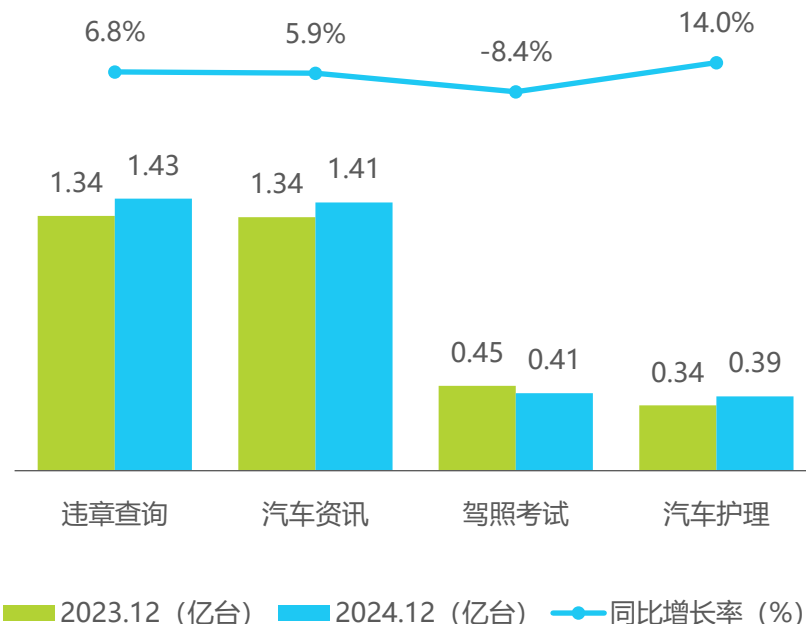
汽车服务行业用户规模稳步增长，汽车资讯与汽车护理等领域表现强劲

2024年1-12月，汽车服务行业整体月活跃用户均值达3.54亿，同比增长2.1%，数字化服务的持续推进有效带动了细分行业的流量增长，汽车护理、违章查询、汽车资讯类APP表现尤为突出，同比增速均破5%。

mUserTracker-2024.1-12中国移动互联网
汽车服务行业用户规模



mUserTracker-2024年12月中国移动互联网
汽车服务主要细分行业用户规模

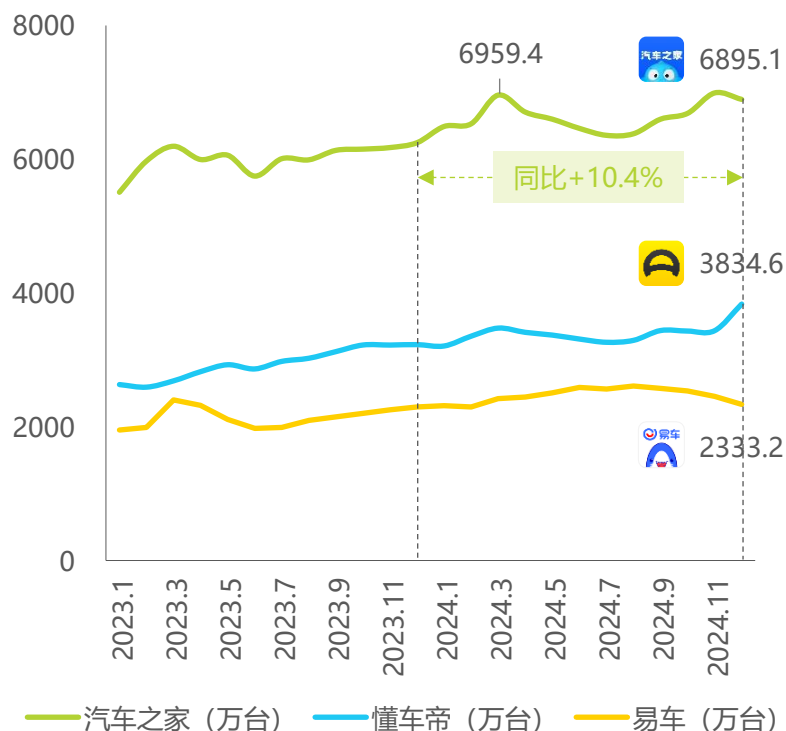


汽车服务-行业热门APP动态

汽车之家通过内容创新与服务升级，持续巩固行业领先地位

汽车之家2024年通过技术创新、内容建设和新零售布局等多方面举措，实现了用户规模的增长和行业影响力的提升。其推出的AIGC视频生成工具，提升经销商运营效率；打造的新能源专业IP，吸引大量用户关注；同时，汽车之家推动“以旧换新”政策落地，有效拓展了其市场份额。这些举措既满足了用户需求，增强了用户粘性，又成功巩固了其在汽车服务行业的领先地位。

mUserTracker-2023.1-2024.12中国移动互联网
汽车服务行业-汽车资讯热门APP用户规模



汽车之家2024年动态追踪

内容建设：打造新能源专业IP，驱动用户增长

汽车之家2024年聚焦新能源和智能汽车，推出《双温区冬季首测》等**专业IP内容**；同时，通过**本地化内容频道整合**“以旧换新”政策，激活下沉市场流量



新零售布局：推动“以旧换新”，深入下沉市场

汽车之家通过**线上线下融合模式**推动“以旧换新”政策落地：线上整合补贴信息，提供一站式查询服务；线下举办近千场车展，覆盖全国250个城市，低线城市占比超80%



技术创新：AI化升级，赋能经销商与二手车业务

汽车之家加速**数字化产品AI化升级**，推出**AIGC视频生成工具**，减少经销商线上运营管理工作；**AI智能体嵌入店端运营**，线索处理效率大幅提升；面向经销商集团推出“**GROUP ONE**”管理工具，提升运营效率，助力二手车业务健康发展

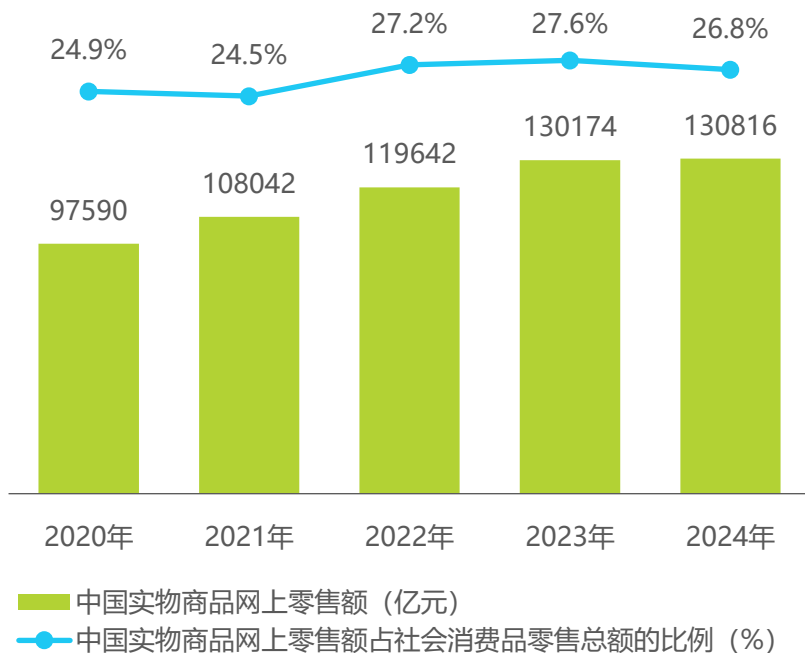
电子商务-2024年行业动态概览

电商竞争格局持续演变，平台战略与规则优化中稳健前行，行业多元发展态势蓬勃

近五年我国实物商品网上零售额持续增长，电商行业发展活力强劲。行业内竞争格局多元，传统电商巨头凭借深厚基础稳固市场地位，新兴电商平台借短视频、直播等创新模式异军突起，跨境电商蓬勃发展。平台转向差异化战略，持续优化规则以保障消费者权益、规范市场秩序，推动电商行业整体向更加成熟、有序的方向稳步迈进。

2024年国内电子商务行业部分动态概览

2020-2024年中国实物商品网上零售额



平台竞争格局：多元化竞争与差异化发展

- 传统电商巨头淘宝、京东、拼多多等持续引领市场，新兴电商平台抖音、快手等通过短视频、直播迅速崛起；跨境电商市场快速发展，推动地方特色产品进入国际市场

平台战略调整：从低价优先到“两手抓”，注重扬长补短

- 电商平台战略在强化低价竞争力的同时构建差异化竞争优势，淘宝追求商品类目全、正品高质量，京东注重性价比和正品高质量，拼多多以性价比为特色，抖音聚焦内容电商

平台规则优化：提高消费者满意度，增强平台竞争力

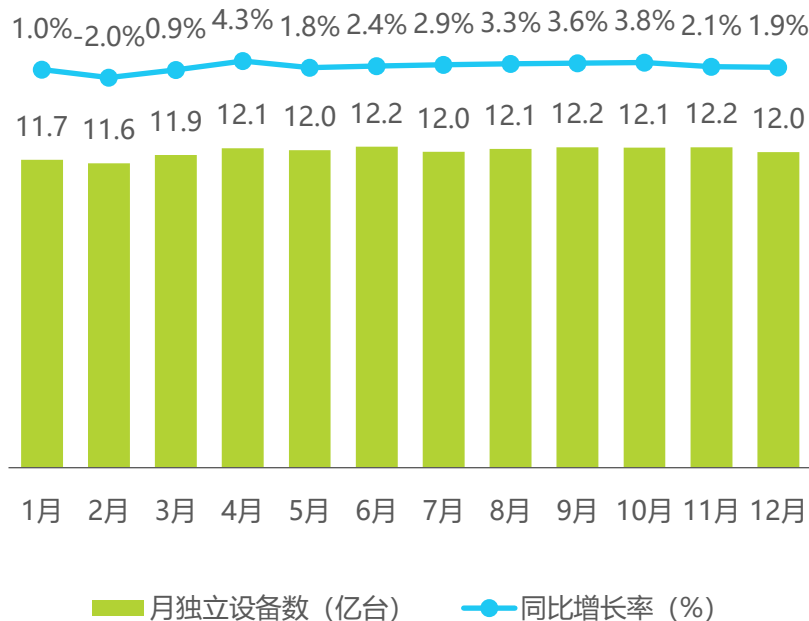
- “仅退款”规则成为行业标配；平台同时通过买贵必赔、自动跟价和价保服务等措施建立价格竞争力，加大低价导向力度，平衡低价导向与GMV导向关系

电子商务-行业概览&热门APP动态

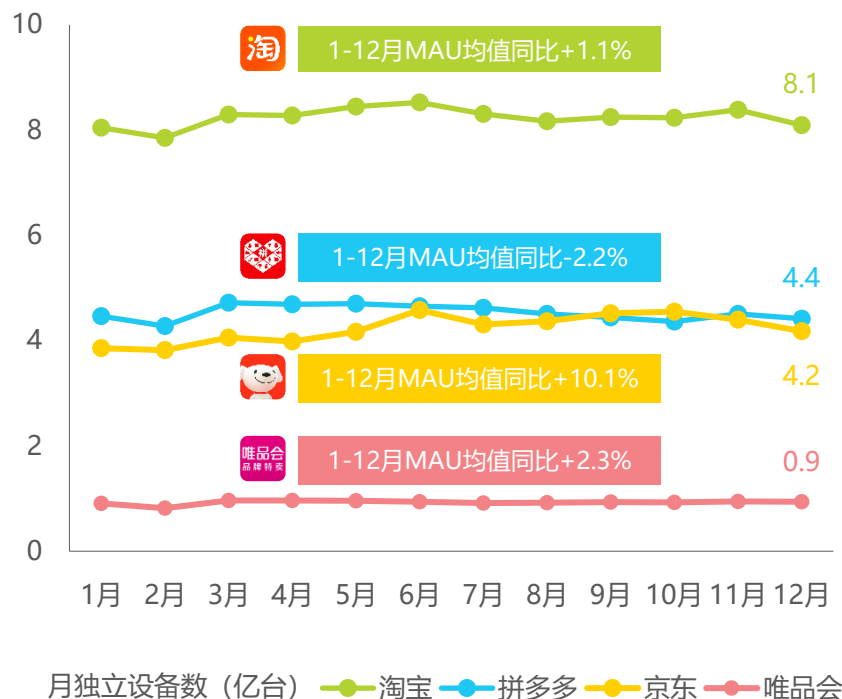
行业流量稳中有升，综合电商平台竞争激烈，差异化服务成关键

2024年，电子商务行业整体流量保持稳定增长，月独立设备数均值达12.0亿台。行业内竞争激烈，差异化服务成为平台脱颖而出的关键，淘宝、拼多多、京东等平台各自通过优化用户体验、推出补贴政策和拓展内容电商等策略，强化竞争壁垒，巩固市场份额。

mUserTracker-2024.1-12中国移动互联网
电子商务行业用户规模



mUserTracker-2024.1-12中国移动互联网
电子商务行业-综合电商主流APP用户规模



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

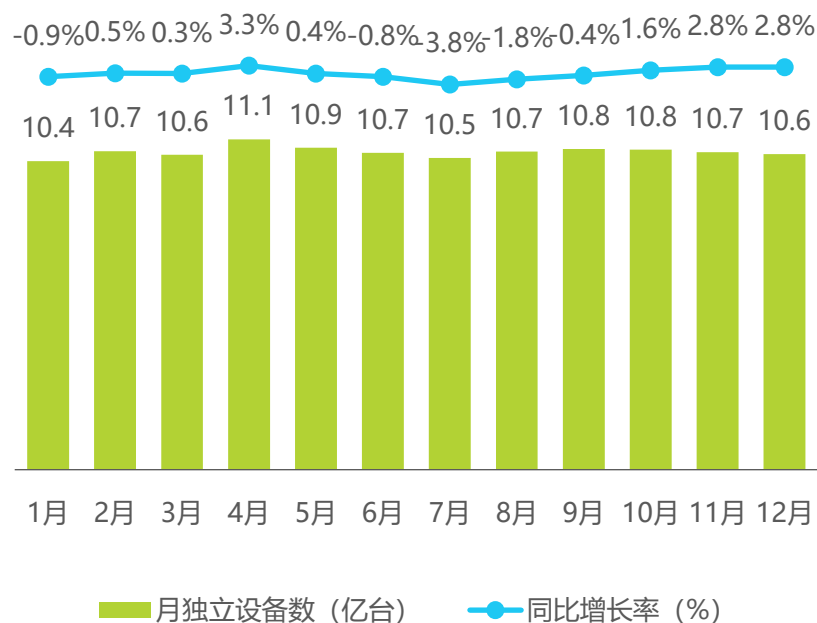
来源：艾瑞咨询 UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

旅游出行-行业概览

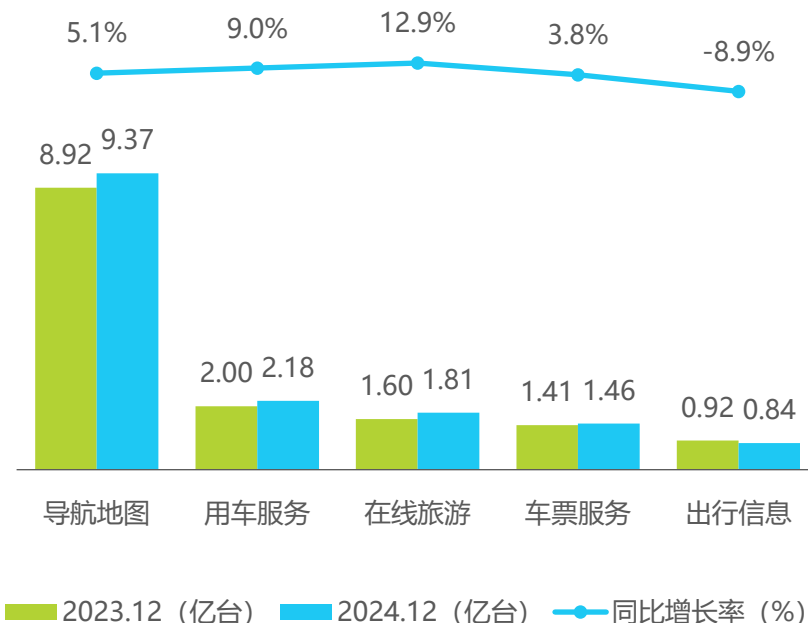
旅游出行行业流量小幅增长，在线旅游等细分领域活跃用户规模扩大

2024年全年，旅游出行行业流量均值同比延续正增长态势，MAU对比去年同期+0.3%，网民出游热度不减，五大细分领域除出行信息外，活跃用户规模均实现大幅攀升，国内用户相关需求持续释放，行业用户基础进一步巩固。

mUserTracker-2024.1-12中国移动互联网
旅游出行行业用户规模



mUserTracker-2024年12月中国移动互联网
旅游出行主要细分行业用户规模



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

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

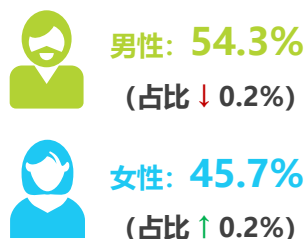
在线旅游-行业用户画像

用户年轻化趋势明显，中低消费能力群体是出游主力军

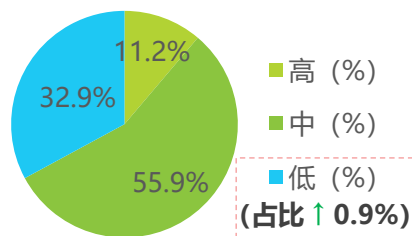
12月的行业用户画像显示，24岁及以下年轻用户占比同比增加1.0%，较低消费能力人群占比上升0.9%，这一结构性变化驱动在线旅游平台加速布局个性化、平价化产品，以迎合年轻客群对体验经济的需求。

mUserTracker-2024年12月中国移动互联网旅游出行-在线旅游行业用户画像

| 性别



| 消费能力



| TOP地区

No.1 广东省



12月独立设备数:
1402.9万台

No.2 湖南省



12月独立设备数:
1282.9万台

No.3 福建省



12月独立设备数:
1098.3万台

No.4 江苏省



12月独立设备数:
1093.5万台

No.5 山东省



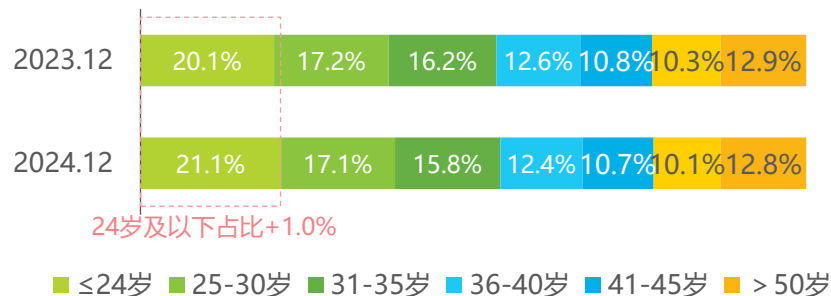
12月独立设备数:
983.7万台

No.6 四川省



12月独立设备数:
949.8万台

| 年龄

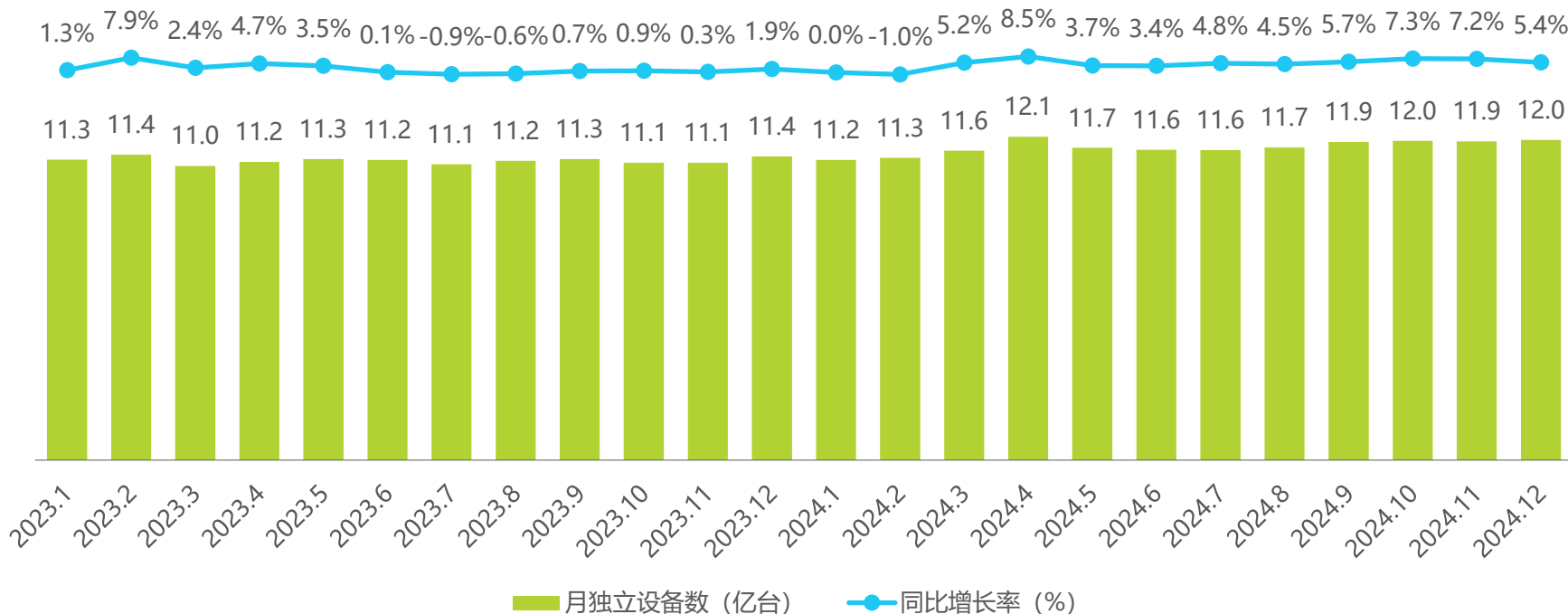


金融理财-行业概览

金融理财行业流量增长稳健，活跃用户峰值突破12.1亿

2024年，金融理财行业流量稳中有升，4月行业MAU、同比增速达年内峰值。随着移动支付的普及和金融数字化的推进，用户对线上金融服务的依赖度进一步提升，行业整体渗透率持续上升。

mUserTracker-2023.1-2024.12中国移动互联网金融理财行业用户规模



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

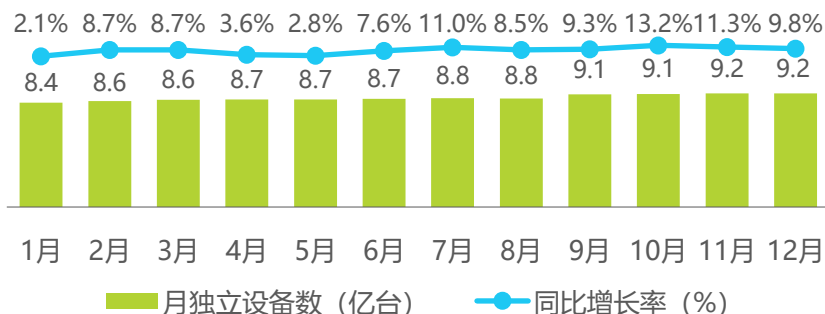
金融理财-细分行业详情

细分赛道分化显著，支付与银行服务占据主导地位

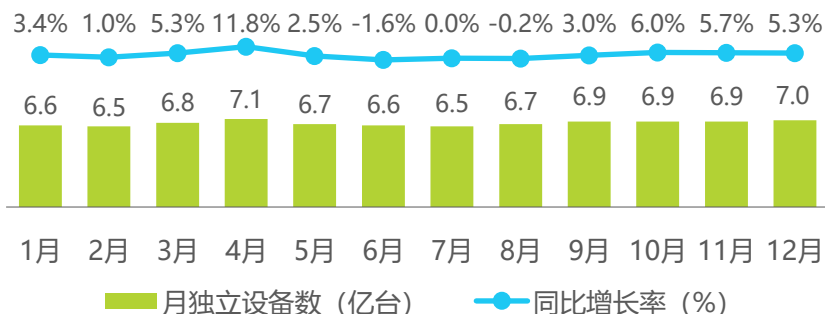
2024年金融理财行业细分领域中，支付与银行服务用户规模远超证券及信用卡服务，表明了移动支付习惯的普及以及传统金融机构数字化转型的成效，而证券服务受市场波动影响，增长相对滞后，行业资源分配呈现一定程度上的不均衡性。

mUserTracker-2024.1-12中国移动互联网金融理财主要细分行业用户规模

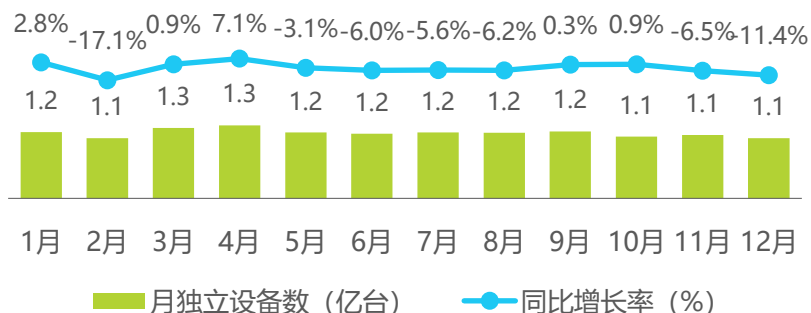
| 支付



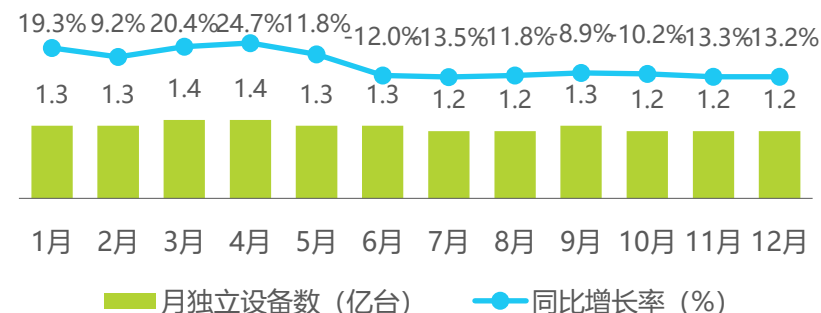
| 银行



| 证券服务



| 信用卡服务



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

2.2 泛娱乐

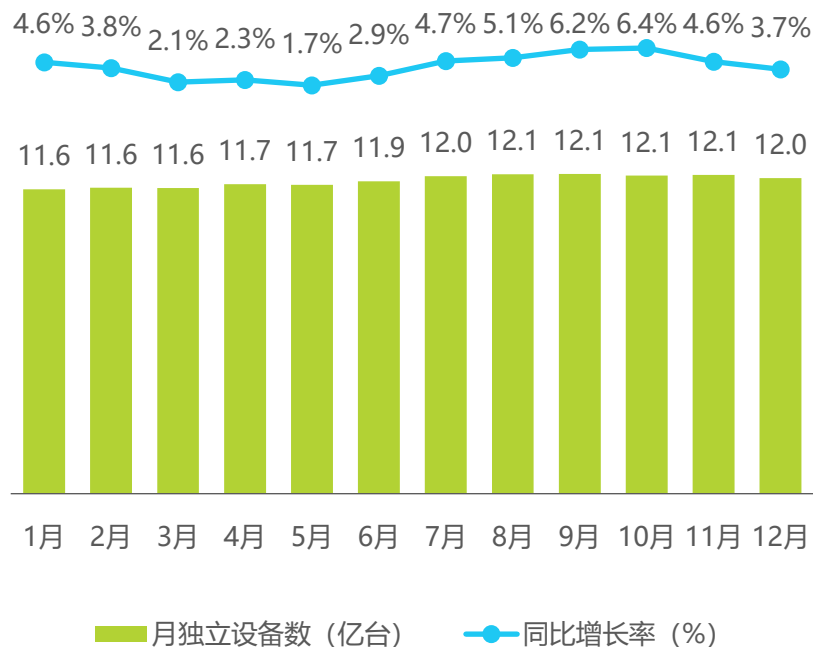
视频类
游戏服务
音乐音频
电子阅读

短视频-行业概览

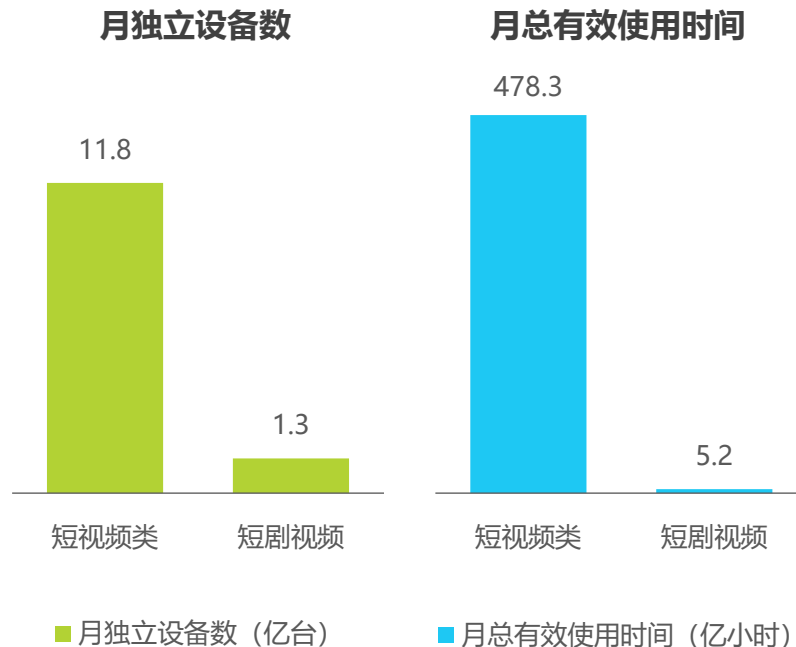
短视频行业用户规模持续扩张，短剧平台成为新增长点

2024年1-12月，短视频行业流量及用户使用时长高位运行，活跃用户同比增长率全年均为正值，其中短剧视频领域用户突破1.3亿，短剧因其内容紧凑、叙事性强等特点吸引用户持续关注，为行业的发展注入新活力。

mUserTracker-2024.1-12中国移动互联网
短视频行业用户规模



mUserTracker-2024年12月中国移动互联网
短视频细分行业用户规模&粘性

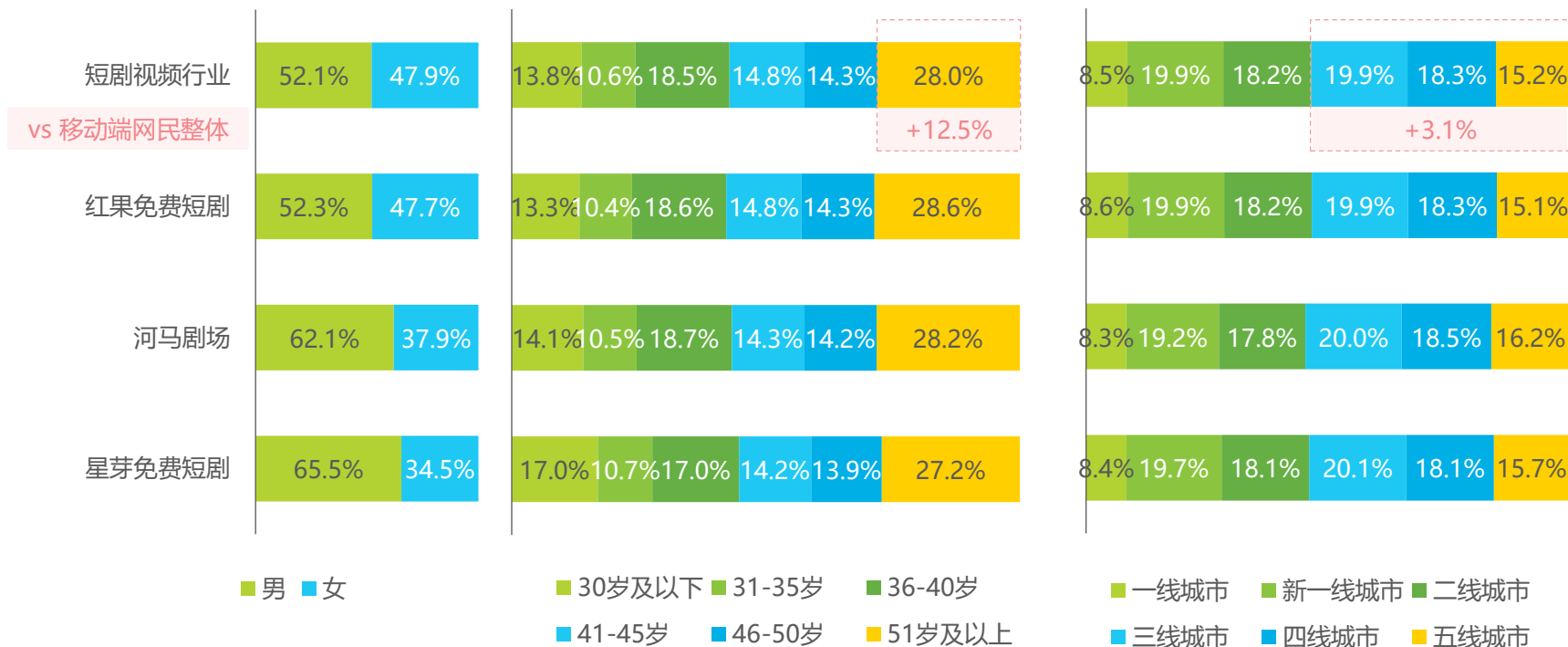


短剧视频-行业热门APP用户画像

短剧视频用户画像呈现成熟化、低线化特征，与整体网民结构形成差异

短剧热门APP用户中，51岁及以上的中老年用户占比显著高于整体网民，三线及以下城市用户占比超五成。短剧视频以“碎片化+强情节”模式精准满足用户高频娱乐需求，成为短视频领域的重要细分市场。

mUserTracker-2024年12月中国移动互联网短视频行业-短剧视频热门APP用户画像

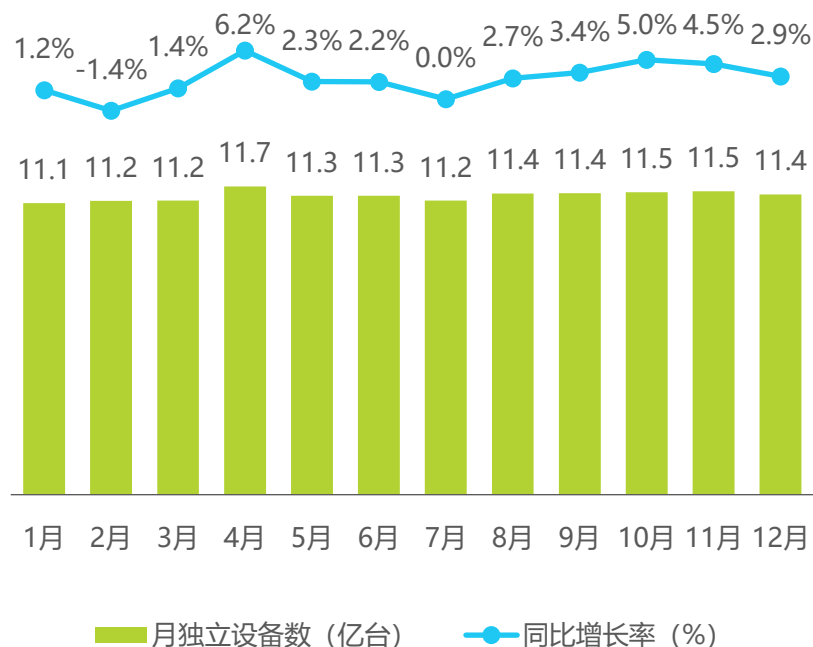


视频服务-行业概览

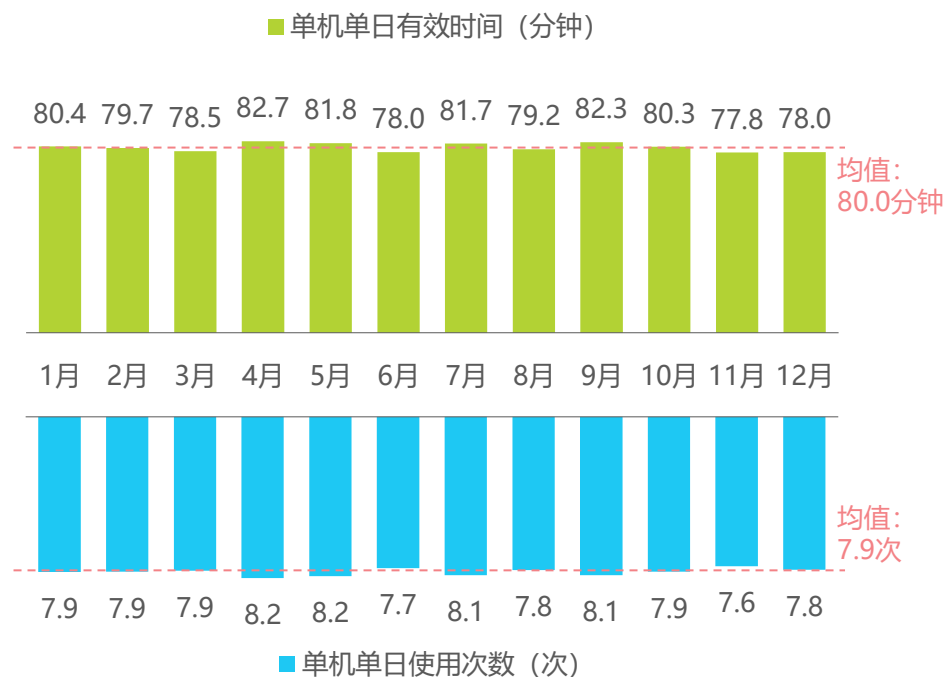
视频服务行业用户规模和粘性双增长，内容生态与技术创新推动行业发展

2024年，视频服务行业用户规模和用户粘性均呈现增长态势，月独立设备数和人均使用次数、时间稳步提升。主流平台通过内容生态拓展和技术革新，精准满足用户需求，推动用户规模和商业变现能力提升，行业整体进入高质量发展阶段。

mUserTracker-2024.1-12中国移动互联网
视频服务行业用户规模



mUserTracker-2024.1-12中国移动互联网
视频服务行业用户粘性



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

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

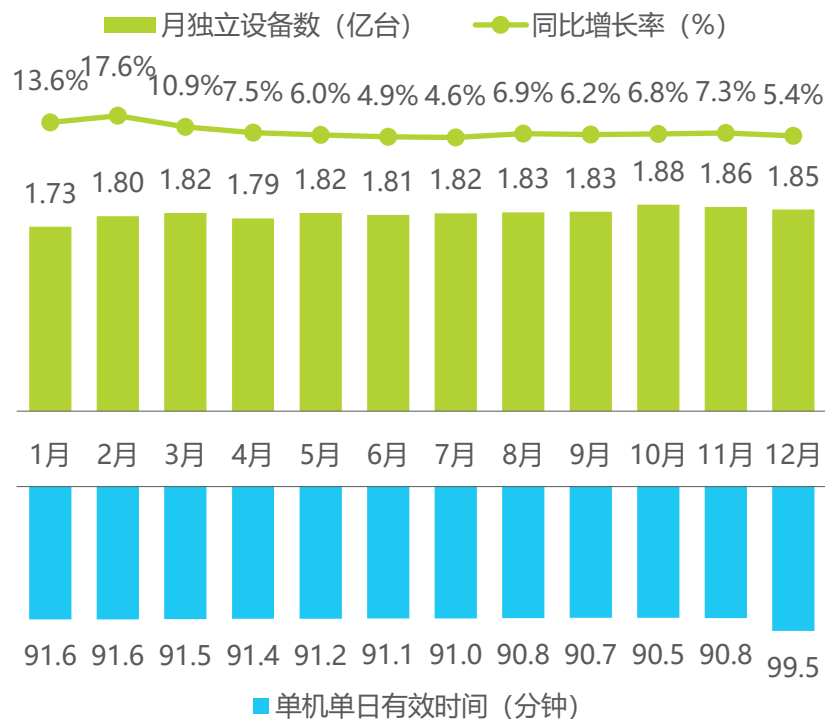
聚合视频-行业热门APP动态

哔哩哔哩：内容、技术双轮驱动，实现用户增长与商业化的协同突破

2024年，B站凭借内容生态拓展与技术革新，推动用户规模及商业效益的并行提升。平台借力AIGC内容拓展、推荐系统优化与垂类内容深耕，精准满足用户多元需求，APP月活跃设备数全年高速增长，用户日均使用时长12月攀升至99.5分钟。商业化层面，广告、电商、游戏业务的共同发展，大幅提升了平台商业变现能力。内容与技术的深度赋能，助力B站在用户增长和商业价值挖掘上实现飞跃，巩固了其在视频服务行业的重要地位。

mUserTracker-2024.1-12中国移动互联网
视频服务行业-聚合视频-哔哩哔哩APP用户规模

哔哩哔哩2024年动态追踪



内容生态与社区运营

- 多元化内容拓展：**在巩固游戏、知识、科技等传统优势领域的基础上，拓展汽车、母婴、健身等垂类，满足用户多元需求
- 创作者经济体系强化：**提供并完善广告分成、直播带货等变现渠道，助力UP主增收，激发其创作热情
- 社区互动与破圈活动：**完善社区互动功能、举办线上线下活动，内容破圈扩大用户群体



英雄联盟S14官方直播



“最美的夜”跨年晚会

商业化与技术创新

- 广告与电商创新：**推出AIGC广告、互动广告等，完善B站小店及带货链路，提升广告精准度与电商转化效率
- 游戏业务拓展：**深耕《FGO》等老IP，推出新游《三国：谋定天下》，拉动营收增长
- AI技术应用：**开发智能推荐系统与AI创作工具，优化内容分发效率，提升用户体验与平台运营效率，技术反哺生态繁荣



AIGC提升素材点击率



新游《三国：谋定天下》

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

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

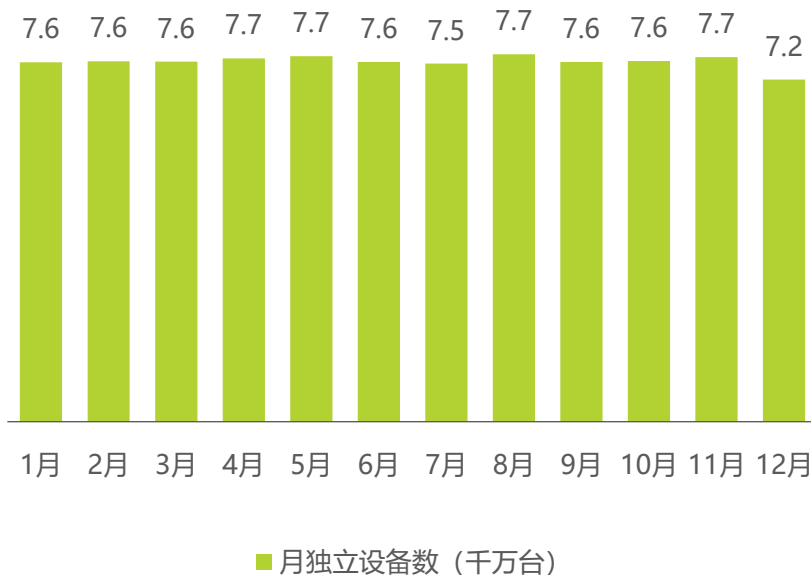
聚合视频-行业热门APP动态

华为视频凭借内容整合与全场景生态优势，引领聚合视频行业新趋势

2024年，华为视频APP在聚合视频行业中表现突出，其渗透率均值达16.5%，流量与用户粘性稳居细分行业前五名。其依托鸿蒙生态的全场景互联能力，实现手机、智慧屏、平板等多终端的无缝衔接，为用户打造沉浸式跨屏观看体验，同时，通过深度整合视频平台资源，为用户提供海量优质内容，精准触达用户需求，进一步巩固了其行业地位。

mUserTracker-2024.1-12中国移动互联网视频服务行业-聚合视频-华为视频APP用户规模&粘性

1-12月，华为视频APP在聚合视频行业的渗透率均值达16.5%



2024年12月，华为视频APP：

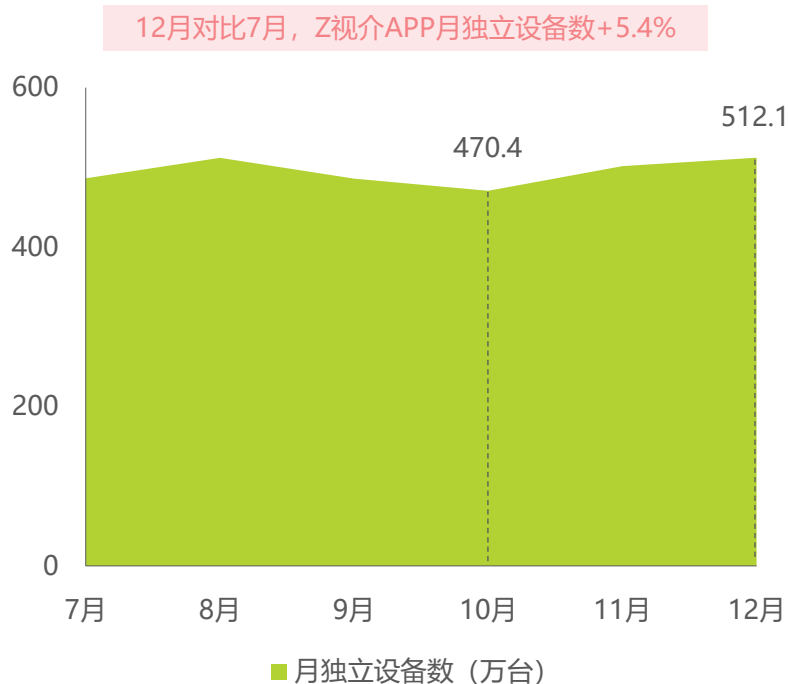


在线视频-行业热门APP动态

Z视介：文化垂类深耕与技术创新，推动平台流量快速增长

2024年，Z视介借力浙江广播电视集团“链主制”策略，汇聚各频道频率资源，深耕文化垂类频道，打造差异化内容生态，同时，依托“智媒果”AIGC平台，构建“文化+科技”融合创新生态，上线AI魔法相机、AI音乐制作人、AI海报等创造智能体，并打造AI宋韵社区、跑男第九人、越韵焕颜、德寿宫宋舞风华等互动智能体，实现内容生产与传播的智能化升级，显著提升创作效率与用户体验。通过内容与技术的有机结合，Z视介实现了流量的大幅增长，12月独立设备数突破512.1万台，对比7月增长5.4%。

mUserTracker-2024.7-12中国移动互联网 视频服务行业-在线视频-Z视介APP用户规模&粘性



Z视介2024年动态追踪

内容

- ✓ 垂类深耕越剧、国潮等频道，结合AI技术推出**创新内容**，丰富文化内容生态，提升文化传播力



新春越剧大拜年直播、
AI眼里的五千年良渚文明微纪录片

用户

- ✓ 打造特色“**部落**”社群与“**视介官**”平台，“独家内容+独有玩法+独享福利”，增强用户粘性



APP
部落
界面

技术

- ✓ 依托“**智媒果**”AIGC平台，实现内容生产智能化，提升内容生产传播效率与用户体验



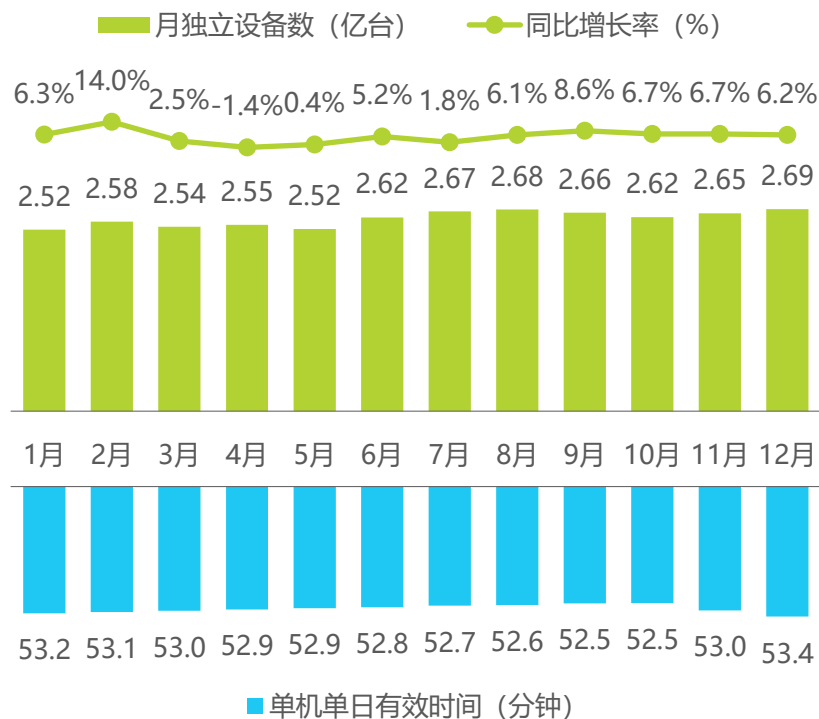
在线视频-行业热门APP动态

优酷凭借精准内容布局与深度IP运营等策略，实现用户规模与粘性双增长

2024年1-12月，优酷APP流量整体呈上扬趋势，全年流量均值同比+5.1%，高于视频服务行业整体增速2.6个百分点，其中11个月独立设备数同比正增长，活跃用户群体12月同比增长6.2%，高于视频服务行业整体增速3.3个百分点，用户使用时长稳中有升。平台聚焦古装巨制、悬疑罪案等五大类型片，推出多部精品大剧，吸引大量用户观看；此外，优酷在创新内容与IP深度开发方面亦成果斐然。以上策略有效巩固了平台核心用户群体，并带动了用户粘性提升，助力优酷实现流量与口碑双丰收。

mUserTracker-2024.1-12中国移动互联网 视频服务行业-在线视频-优酷APP用户规模

优酷2024年动态追踪



内容精品化与类型化布局

- 优酷通过聚焦古装巨制、悬疑罪案、都市精品、热血传奇、港剧焕新五大类型片，推出多部精品大剧，精准覆盖多元用户需求



古装剧方面，通过精湛制作与创新叙事，打造《墨雨云间》《珠帘玉幕》等热剧



悬疑赛道，创作《边水往事》《新生》等精品剧集，凭紧凑剧情和高品质制作吸引用户

创新内容与IP深度开发

- 优酷通过创新内容形式（如真人漫改剧等）和热门IP的深度开发，拓展内容边界，增强用户粘性与平台竞争力



真人漫改赛道，先后推出《少年歌行》《少年白马醉春风》等，形成两大系列



对经典IP持续开发，如《甄嬛传》-《甄嬛传》小主节晚会集结原班人马

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

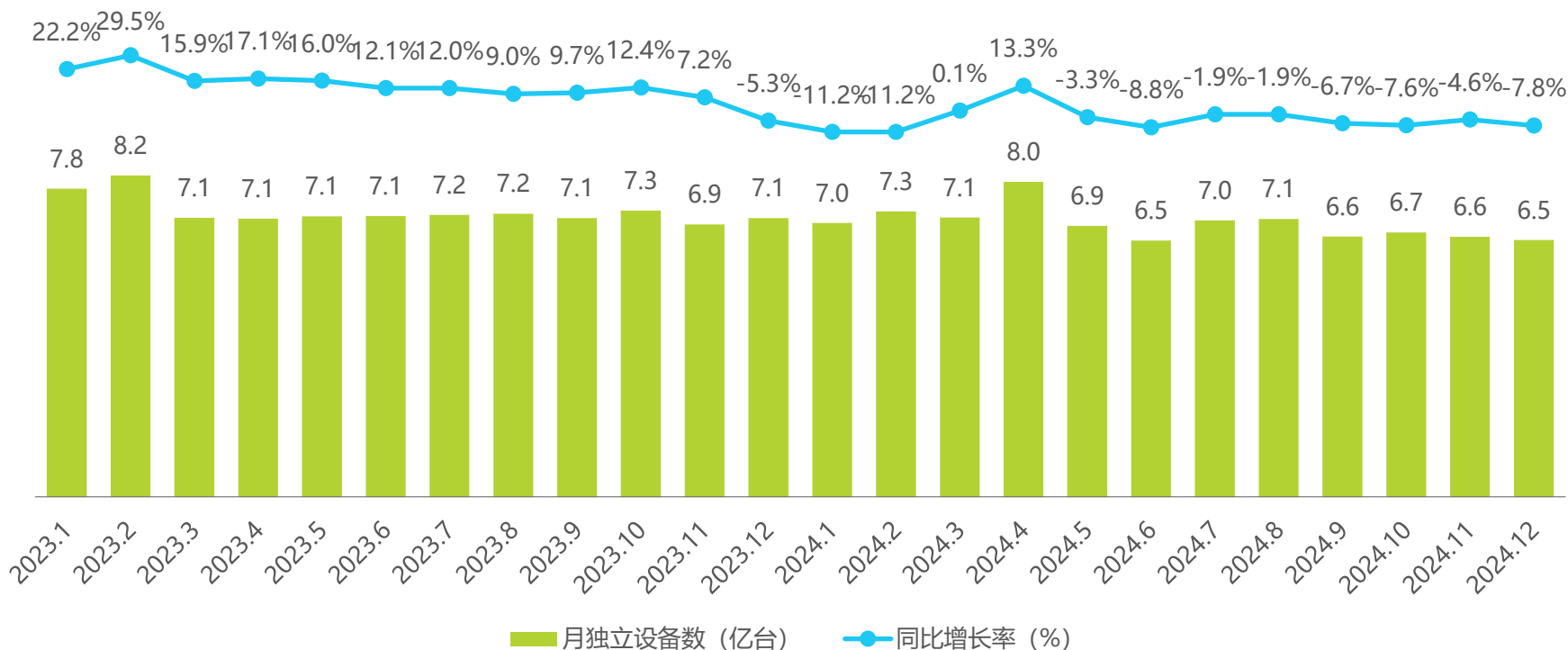
来源：公开资料，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

游戏服务-行业概览

游戏服务行业活跃设备数小幅下滑，流量增长承压

1-12月，移动互联网游戏服务行业月独立设备数均值为6.95亿台，同比-4.4%，行业流量呈现一定程度上的缓慢下滑态势，行业内流量竞争态势严峻。

mUserTracker-2023.1-2024.12中国移动互联网游戏服务行业用户规模



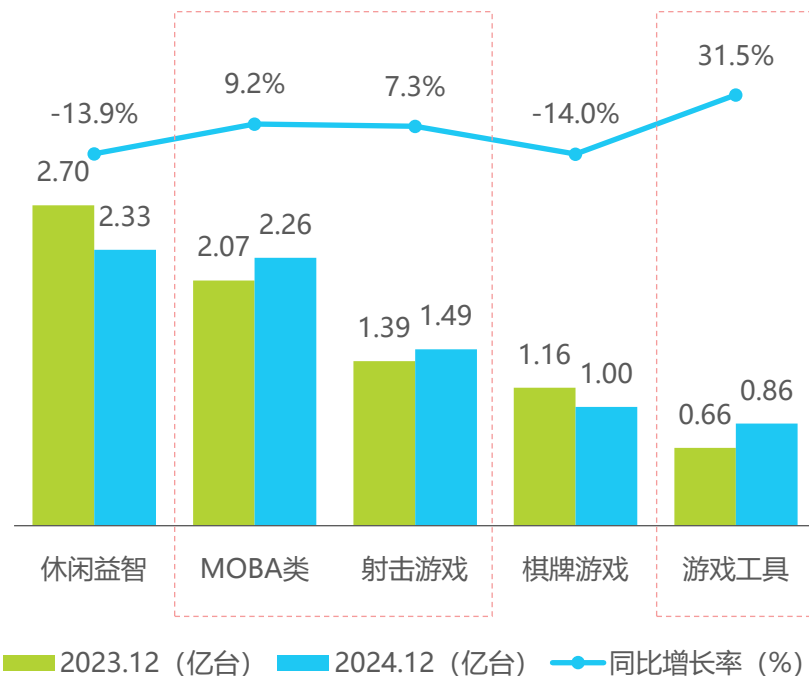
来源：艾瑞咨询 UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

游戏服务-细分行业详情

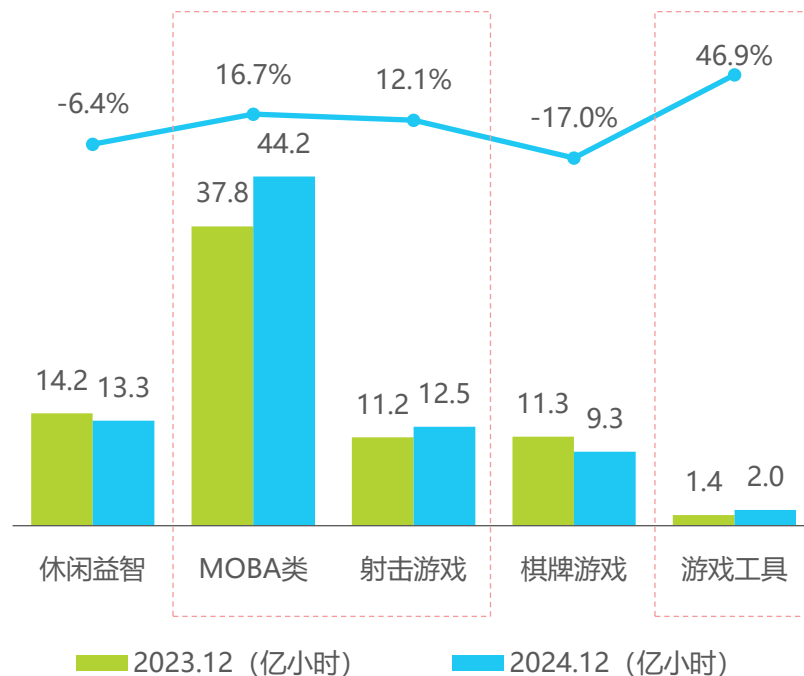
休闲益智类游戏最受欢迎，MOBA类游戏用户粘性最高

游戏服务行业细分领域中，休闲益智类游戏凭借简单易上手、碎片化娱乐的特点，吸引了大量用户，成为最受欢迎的细分领域；MOBA类游戏则凭借高互动性和竞技性，展现了强大的用户粘性。

mUserTracker-2024年12月中国移动互联网
游戏服务主要细分行业用户规模



mUserTracker-2024年12月中国移动互联网
游戏服务主要细分行业用户月总使用时间



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

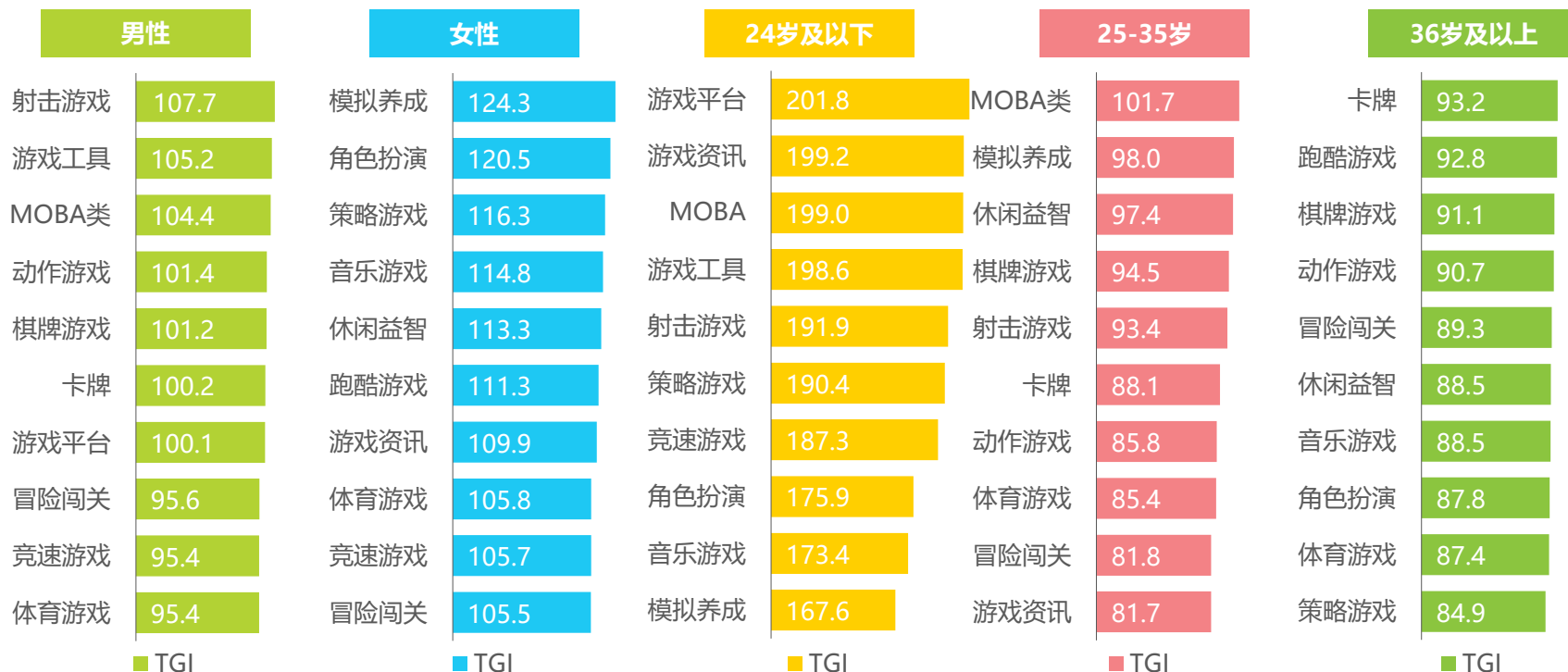
来源：艾瑞咨询 UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

游戏服务-行业用户喜好

用户偏好呈现显著性别与代际差异，24岁以下群体兴趣最高

行业用户中，男性偏好射击、MOBA、动作等类型的游戏，女性则倾向休闲、模拟经营、角色扮演类；24岁及以下用户各类TGI显著高于其他群体，36岁及以上用户显示出对卡牌、棋牌等类型游戏的明确偏好，反映出“年轻男性重竞技、中老年重休闲”的兴趣分层特征。

mUserTracker-2024年12月中国移动互联网不同性别、年龄段用户偏爱的游戏类型



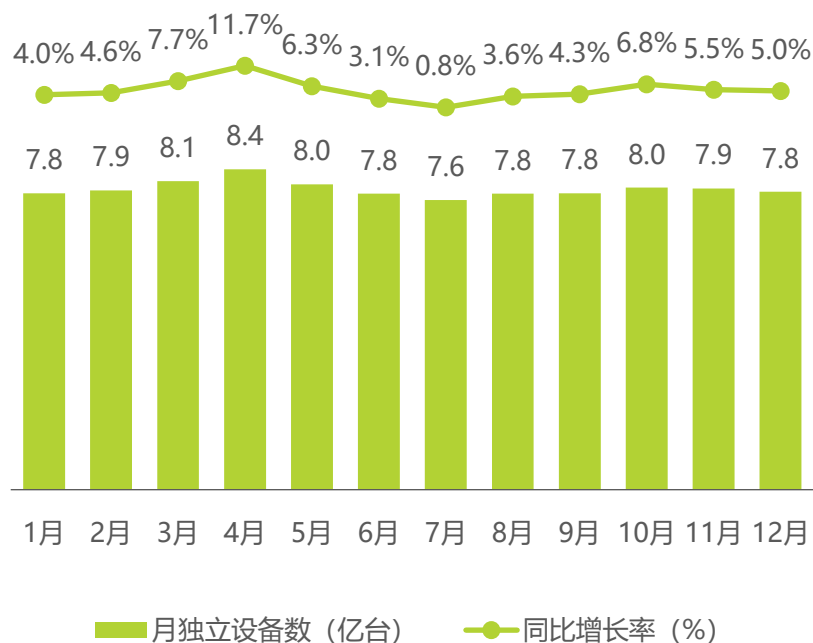
来源：艾瑞咨询 UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

音乐音频-行业概览

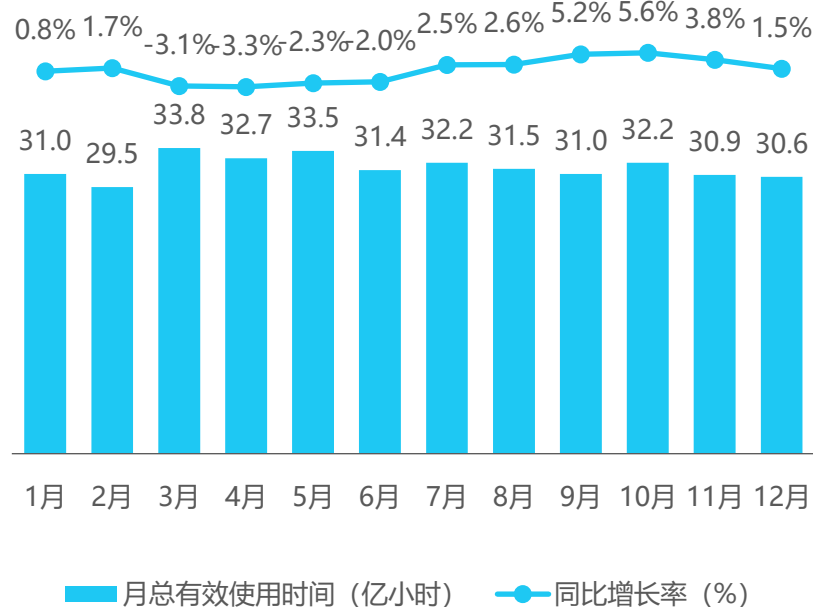
行业用户规模及粘性波动增长，市场趋于成熟

2024年1-12月，音乐音频行业流量保持波动稳定态势，月独立设备数均值达7.9亿台、月总有效使用时间均值为31.7亿小时，行业用户基础较为稳固。

mUserTracker-2024.1-12中国移动互联网
音乐音频行业用户规模



mUserTracker-2024.1-12中国移动互联网
音乐音频行业用户月总使用时间



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

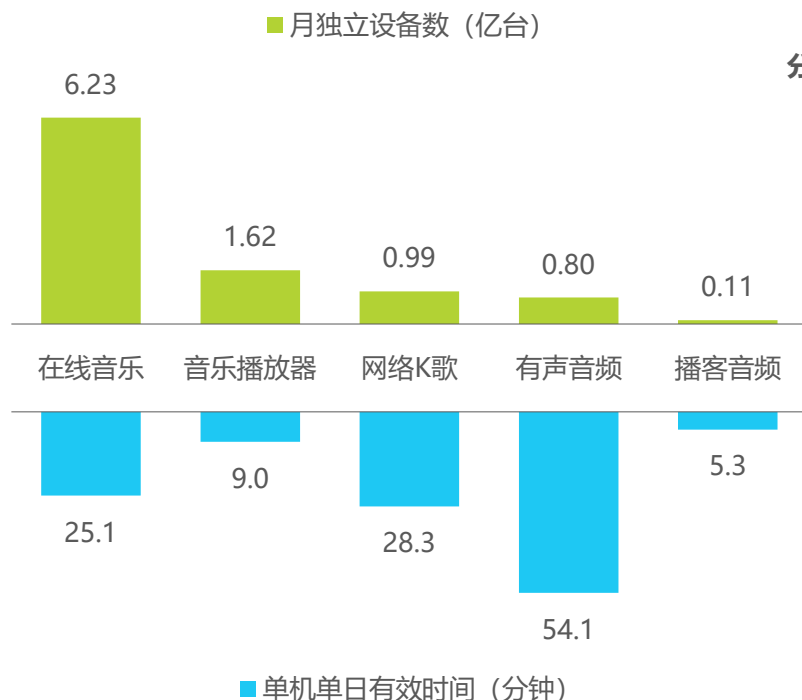
来源：艾瑞咨询 UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

音乐音频-细分行业详情&主流APP概况

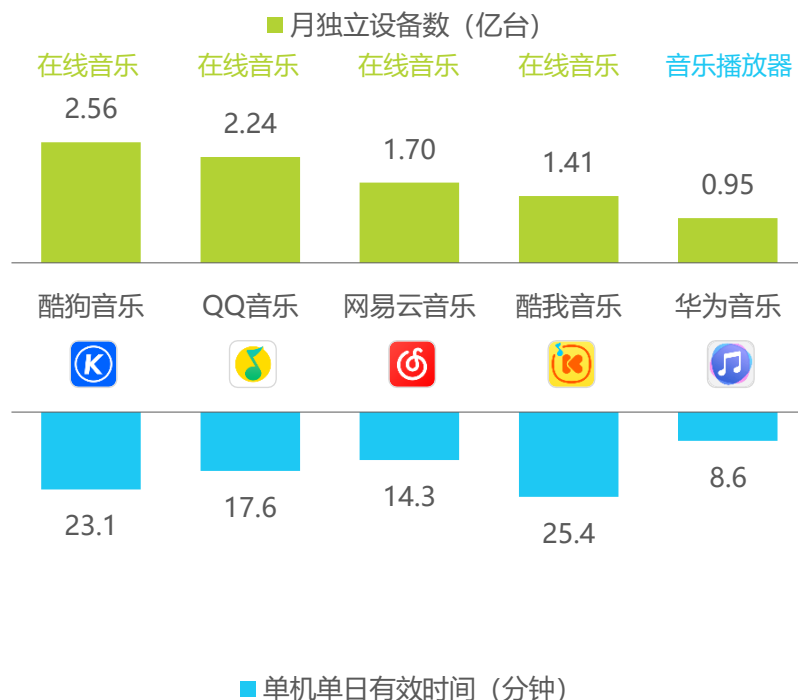
在线音乐与有声音频双轮驱动用户规模及粘性提升，头部平台依托版权优势与场景化运营巩固市场地位

2024年12月，音乐音频细分行业中，在线音乐用户规模表现突出、有声音频单机单日有效时间领跑；头部平台通过差异化策略强化竞争力，行业资源进一步向具备版权壁垒与场景创新能力的平台集中，市场马太效应或加剧。

mUserTracker-2024年12月中国移动互联网
音乐音频主要细分行业用户规模&粘性



mUserTracker-2024年12月中国移动互联网
音乐音频行业热门APP用户规模&粘性



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

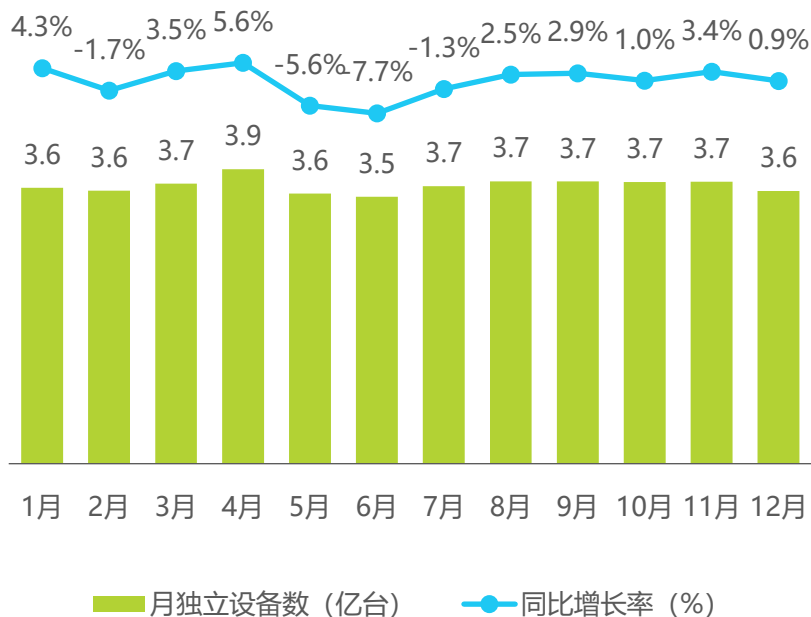
来源：艾瑞咨询 UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

电子阅读-行业概览&主流APP概况

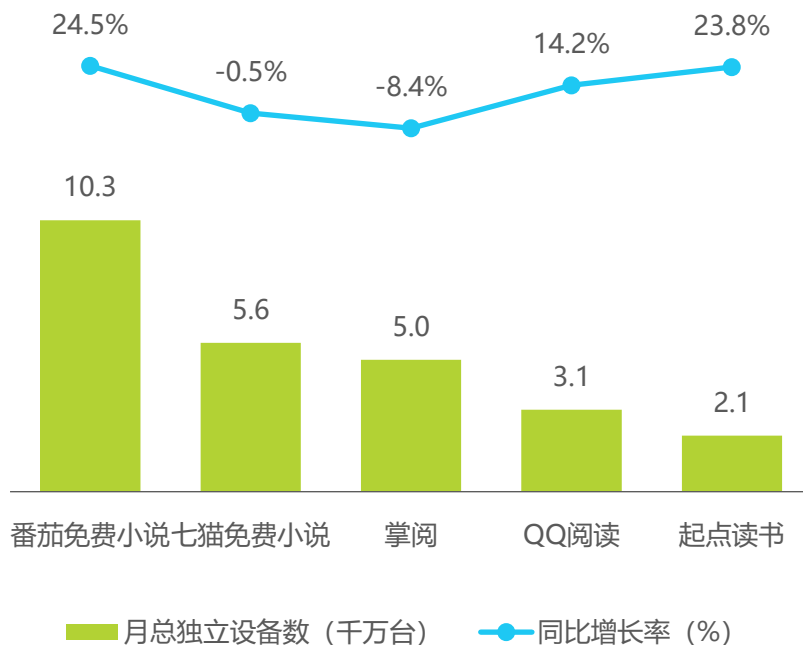
电子阅读用户渗透率趋稳，免费阅读模式加速市场覆盖

2024年电子阅读行业月活用户突破3.67亿，同比+0.6%，免费平台如番茄免费小说APP用户高速增长，反映“低门槛+高流量”模式有效激活市场潜力，推动行业流量持续增长。

mUserTracker-2024.1-12中国移动互联网
电子阅读行业用户规模



mUserTracker-2024年12月中国移动互联网
电子阅读行业热门APP用户规模



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

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

2.3 工作学习

人工智能
智能设备
聚合资讯
网上招聘
学习教育

人工智能-2024年行业动态概览

人工智能行业在政策、资本、技术、企业等多方推动下，跃升为驱动各行业数字化转型的核心动力

2024年国内人工智能行业部分动态概览

政策层面

顶层设计持续完善

我国提出“人工智能+”行动，推动AI与传统行业深度融合，加速产业升级

监管框架逐步建立

《网络安全标准实践指南——生成式人工智能服务安全应急响应指南（征求意见稿）》发布，保障生成式人工智能服务安全运行

地方政策积极响应

北京、上海、武汉等城市通过设立产业基金、建设产业园区等方式，吸引人工智能企业和人才集聚，推动地方人工智能产业发展

市场层面

投资热度高涨

2024年，中国AI领域融资事件达696起，589家公司获投。月之暗面、智谱AI等企业融资金额较大，推动大模型技术发展

应用场景拓展

AI在金融、医疗、教育、娱乐等领域应用广泛，如AI辅助诊断工具在医疗领域取得突破，助力阿尔茨海默病早期检测

AI驱动产业升级

AI加速各行业数字化转型，如在制造业中，AI应用如智能采购、商品标准化管理等显著提升企业运营效率

技术层面

大模型技术持续迭代

研究人员不断探索新算法架构，Transformer变体持续涌现，提升语言模型处理长序列能力

具身智能成为热点

2024年，具身智能从概念走向落地，部分企业推出首款人形机器人，关注灵巧手自由度、控制精度和感知技术等方面

DeepSeek技术突破

12月，DeepSeek-V3发布，凭借技术突破与商业模式创新，成为全球AI领域焦点，推动中美AI合作与竞争进入新阶段

企业层面

大厂布局持续深化

百度、阿里巴巴、腾讯等互联网巨头加大AI投入。百度“萝卜快跑”无人驾驶服务在武汉大规模运营

AI独角兽崛起

AI初创企业迅速成长，完成多轮融资，估值飙升：其中月之暗面在2024年先后完成10亿美元A轮融资、3亿美元B轮融资，估值飙升至33亿美元

企业合作与竞争加剧

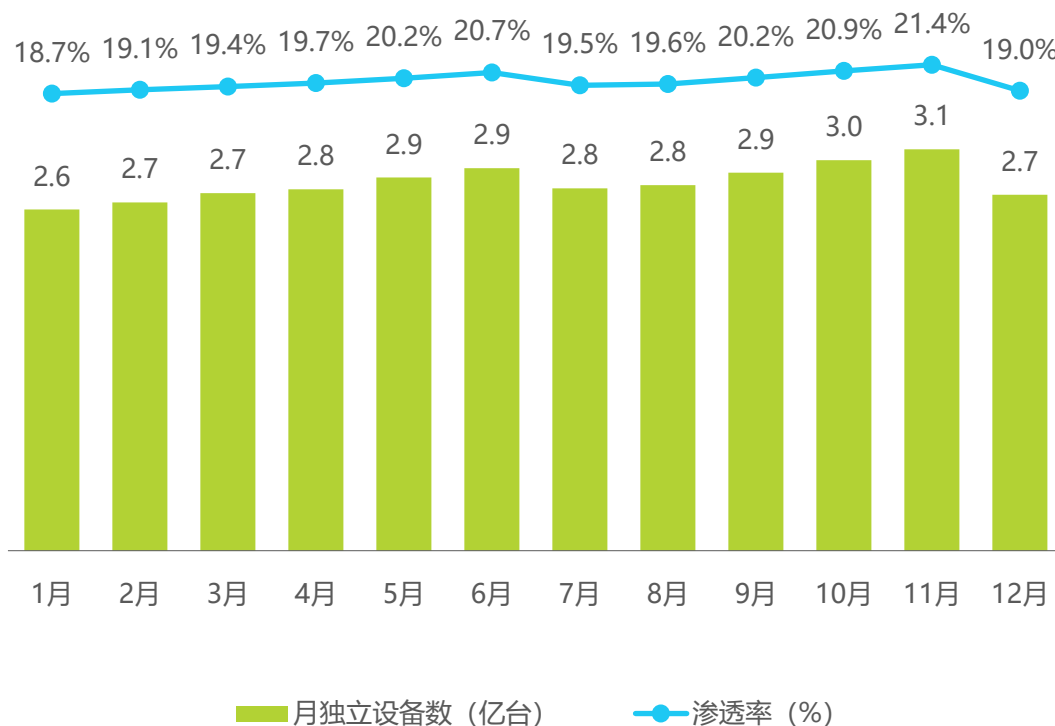
企业间合作加强，传统企业与AI企业合作推动数字化转型。同时，AI芯片、智能数据管理等领域竞争激烈

人工智能-行业概览

人工智能行业用户规模快速增长，行业进入应用爆发期

2024年，人工智能行业用户规模持续攀升，并加速向移动互联网用户渗透。受益于智能语音、图像识别等技术的日渐成熟及跨行业融合，用户需求从工具型应用向场景化服务升级，行业进入规模化应用阶段。

mUserTracker-2024.1-12中国移动互联网人工智能行业用户规模



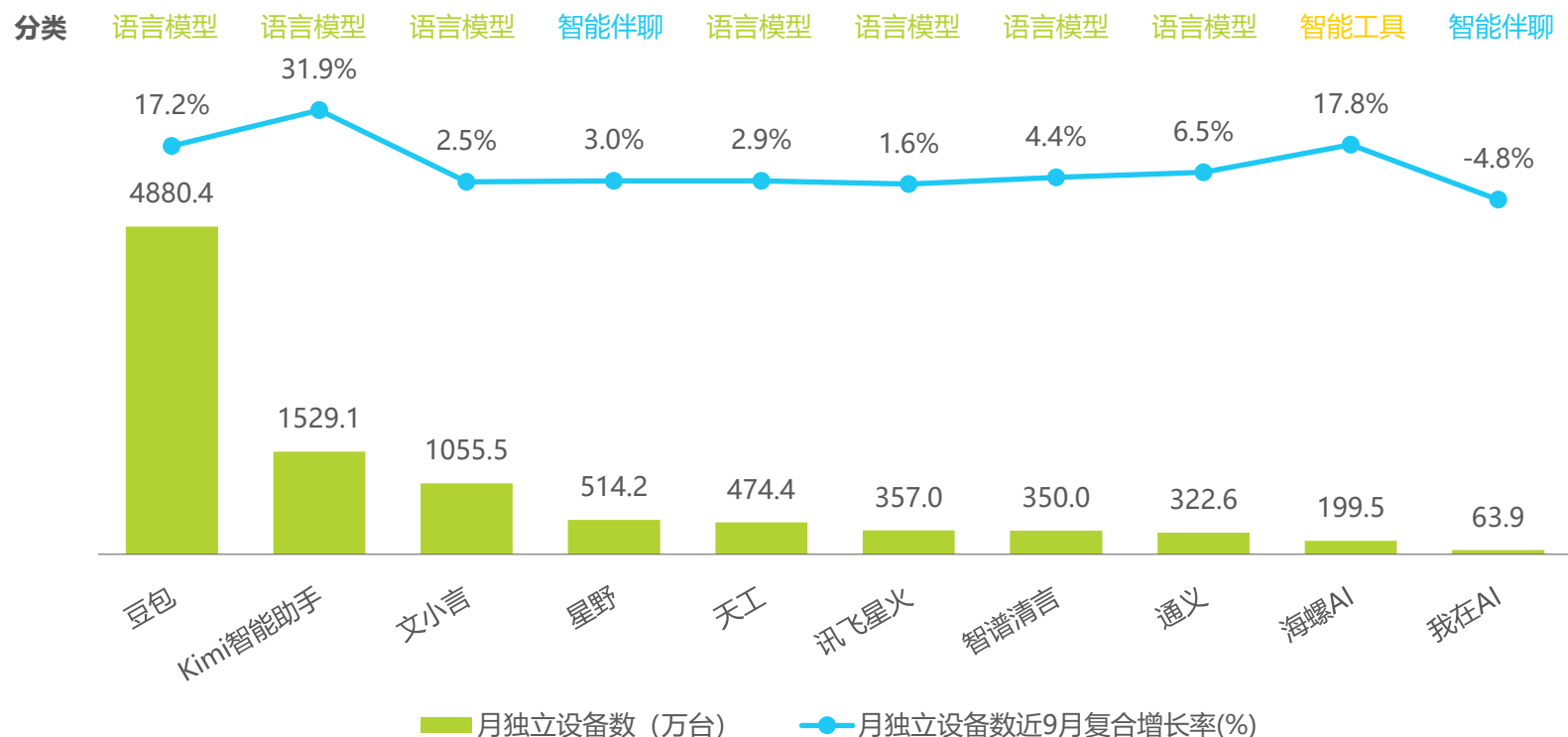
来源：艾瑞咨询 UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

人工智能-行业热门APP动态

垂直场景渗透与通用平台生态并行，头部应用实现用户规模爆发

截至2024年12月，语言模型类APP用户规模领先，头部APP豆包、Kimi流量近9个月复合增长率达两位数；智能伴聊类星野、我在AI上榜。行业头部应用深度适配职场办公、教育科研、情感陪伴等垂直场景，并接智能家居、车机等终端，呈现“垂直专业化+平台生态化”双轨竞争，行业进入规模化应用与生态整合新阶段。

mUserTracker-2024年12月中国移动互联网人工智能行业热门APP用户规模



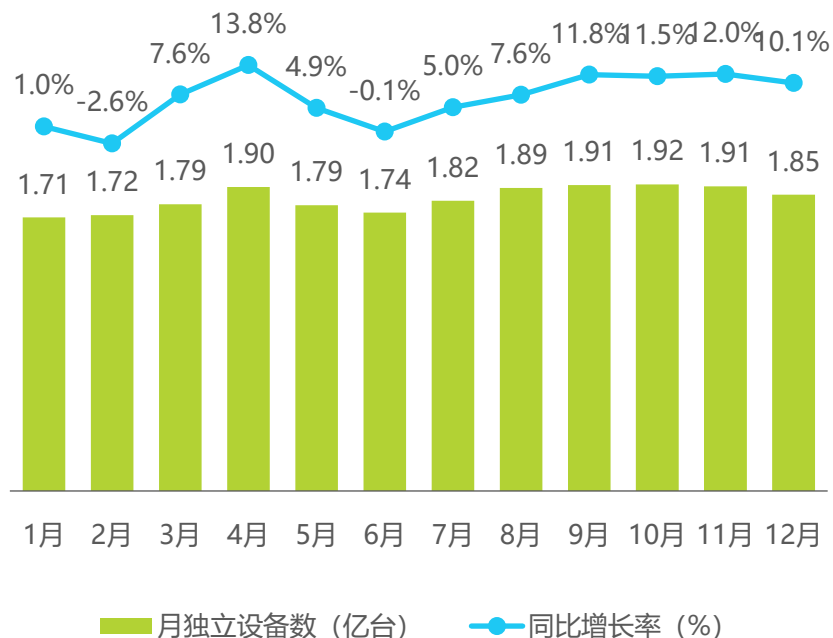
来源：艾瑞咨询 UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

智能设备-行业概览

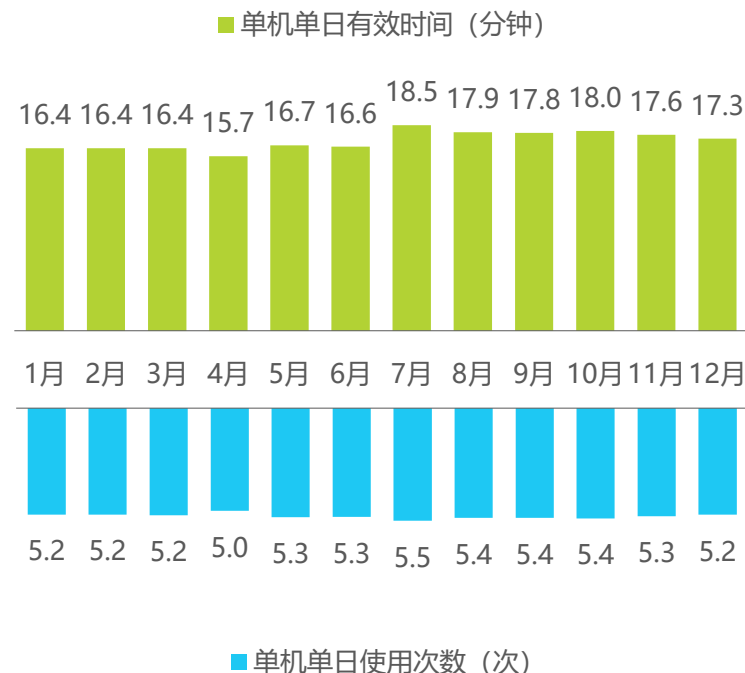
智能设备行业用户规模持续扩大，行业进入多元化发展阶段

2024年，智能设备行业用户规模持续增长，智能穿戴设备凭借功能多样性等优势，成为行业增长的重要驱动力。头部平台通过技术创新和产品优化，不断提升用户体验，推动智能设备APP在健康监测、运动记录、生活辅助等场景的广泛应用。随着技术的不断成熟和应用场景的拓展，行业进入多元化发展阶段，为用户提供了更加丰富的选择。

mUserTracker-2024.1-12中国移动互联网
智能设备行业用户规模



mUserTracker-2024.7-12中国移动互联网
智能设备行业用户粘性



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

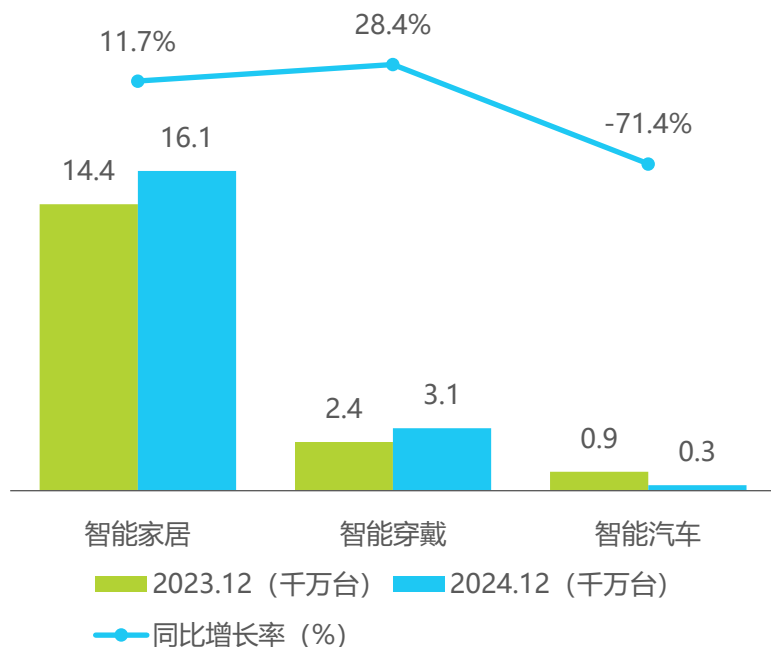
来源：艾瑞咨询 UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

智能设备-细分行业详情

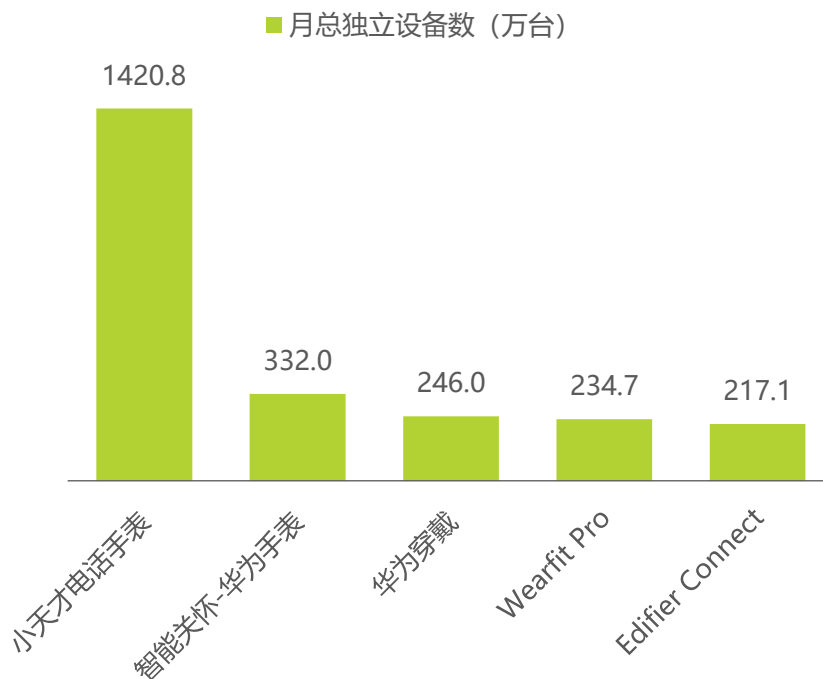
智能穿戴流量快速增长，对健康监测和运动记录功能的需求推动行业精细化发展

2024年，智能穿戴设备细分行业用户规模快速增长，头部APP通过技术创新与迭代优化，不断满足用户在健康管理、运动健身等方面升级的需求，拓展了其市场边界，推动行业向精细化、多元化方向发展。

mUserTracker-2024.1-12中国移动互联网
智能设备细分行业用户规模



mUserTracker-2024.7-12中国移动互联网
智能设备行业-智能穿戴热门APP用户规模



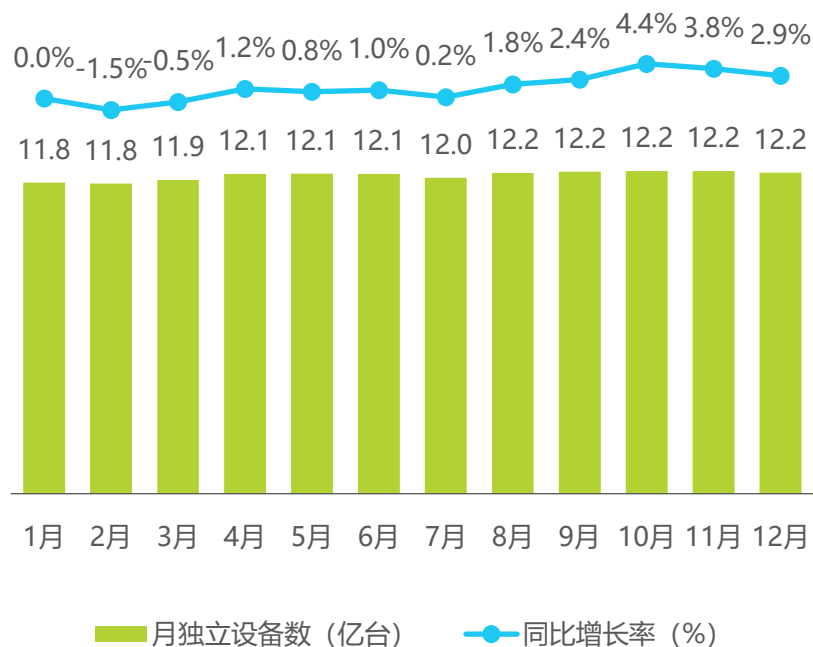
来源：艾瑞咨询 UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

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

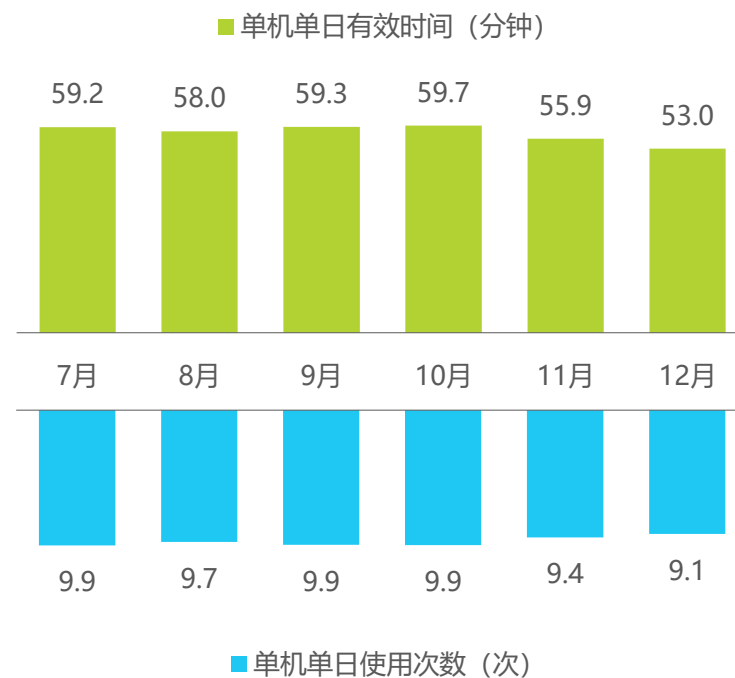
聚合资讯行业用户粘性与规模双增长，内容生态与分发模式成竞争核心

2024年聚合资讯行业用户规模同比增长1.4%，用户日均使用时长突破53分钟。其中，华为浏览器通过“内容+终端+场景”三维整合，推动行业从信息聚合向沉浸式体验升级。

mUserTracker-2024.1-12中国移动互联网
聚合资讯行业用户规模



mUserTracker-2024.7-12中国移动互联网
聚合资讯行业用户粘性



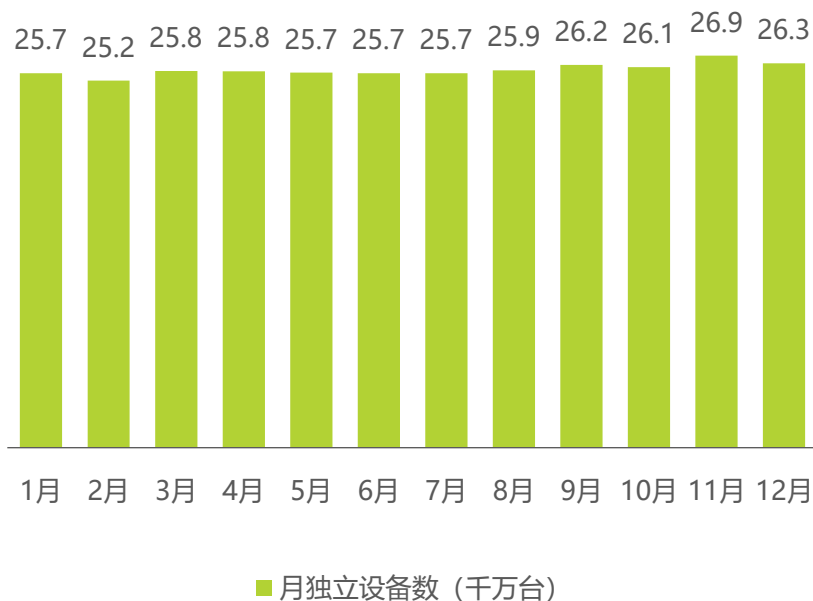
聚合资讯-行业热门APP动态

华为浏览器通过全场景分发与高品质内容生态，重塑聚合资讯平台心智，为用户打造沉浸式、跨终端的资讯体验

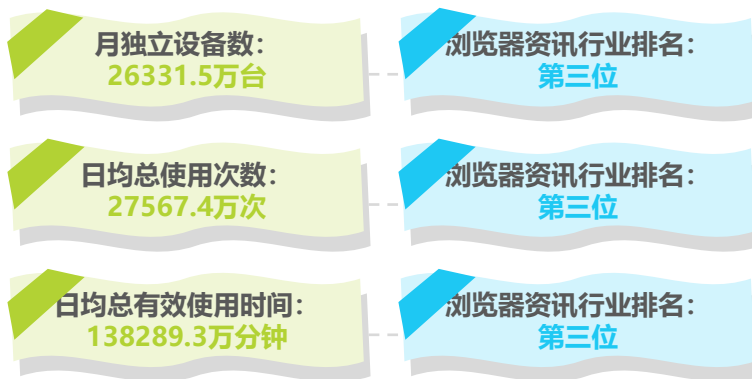
2024年1-12月，华为浏览器APP月独立设备数峰值达2.69亿台，流量及用户粘性在细分行业排名前三。华为浏览器通过“视界”频道、“每日早报”等功能，将资讯服务从传统工具属性升级为全场景内容分发平台，并借助鸿蒙生态的分布式架构，实现了全场景内容流转，资讯可在手机、车机、手表等多终端无缝切换。这种创新的内容分发模式，使其在聚合资讯领域形成了独特的竞争优势。

mUserTracker-2024.1-12中国移动互联网聚合资讯行业-浏览器资讯-华为浏览器APP用户规模&粘性

1-12月，华为浏览器APP在浏览器资讯行业的渗透率均值达27.1%



2024年12月，华为浏览器APP：

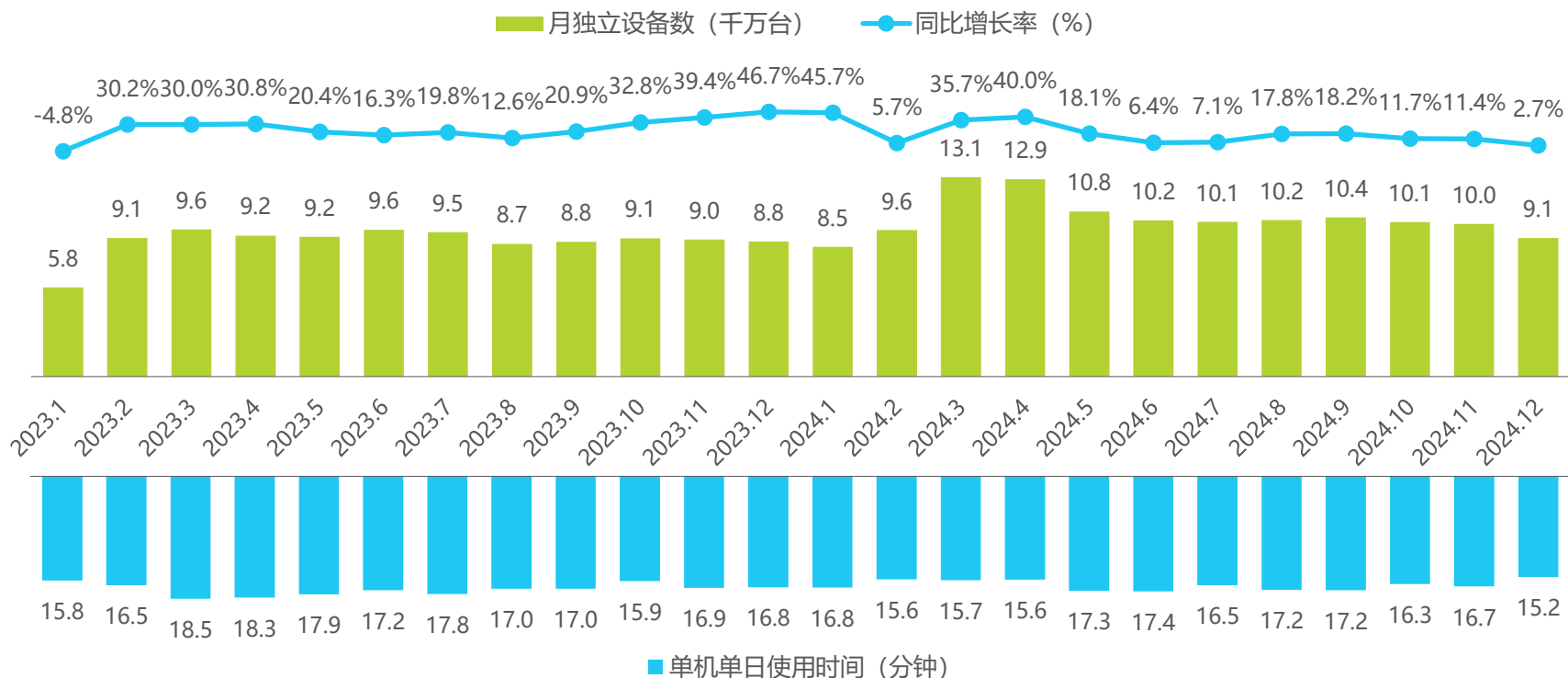


网上招聘-行业概览

网上招聘行业活跃用户规模持续扩张，“金三银四”旺季增长显著

2024年，网上招聘行业流量均值突破10.4亿，传统招聘旺季“金三银四”流量分别达13.1亿、12.9亿。

mUserTracker-2023.1-2024.12中国移动互联网网上招聘行业用户规模



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

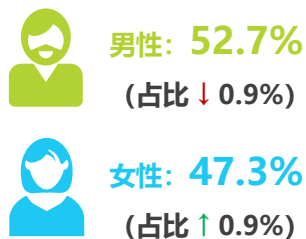
网上招聘-行业用户画像

行业用户画像呈现年轻化、高线化特征，女性用户占比提升

2024年12月，网上招聘行业24岁及以下年轻用户占比显著提升1.7个百分点，二线及以上城市用户增长2.4%。女性用户占比提升至47.3%，显示出行业在性别平衡方面的改善。随着就业市场的变化，网上招聘平台通过优化服务和拓展场景，为不同用户群体提供了更加精准的求职服务。

mUserTracker-2024年12月中国移动互联网网上招聘行业用户画像

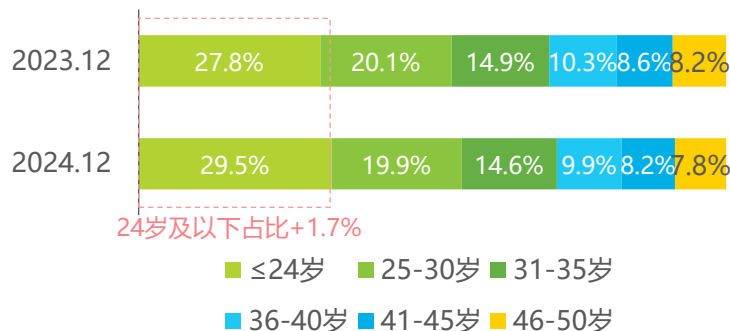
| 性别



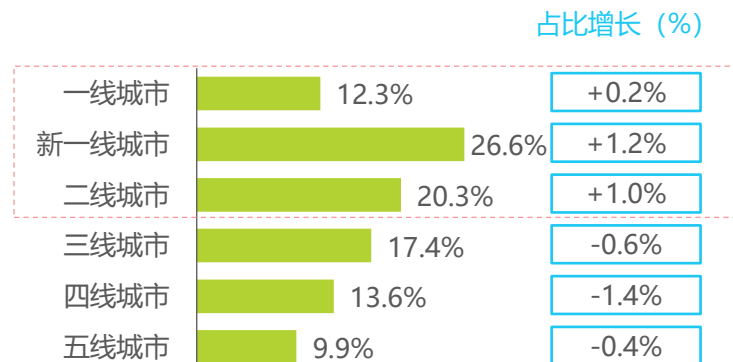
| 婚姻状况



| 年龄



| 城市等级

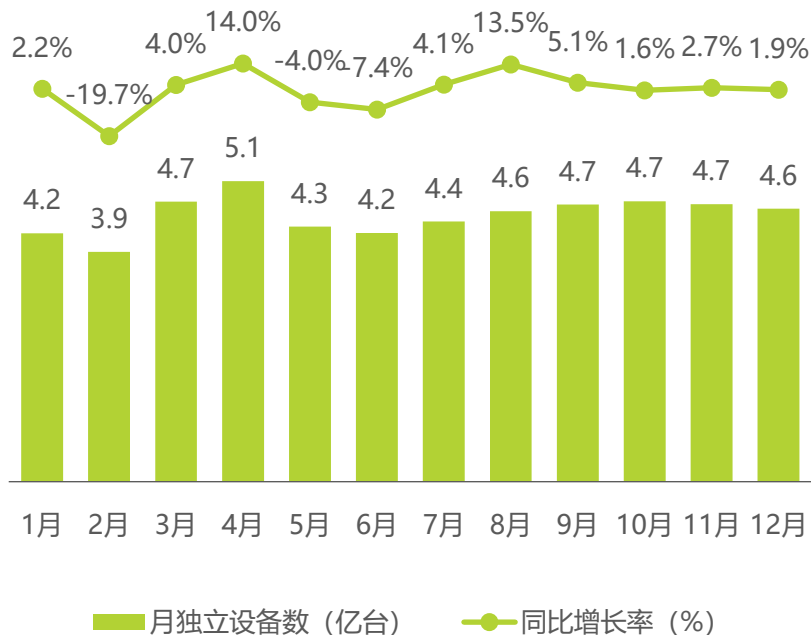


学习教育-行业概览

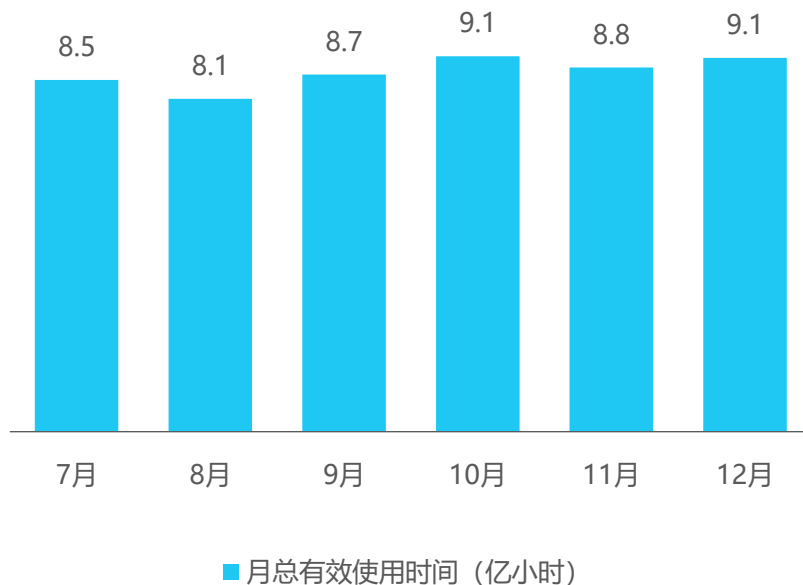
学习教育用户规模趋稳，使用时长增长凸显“深度化学习”需求

2024年学习教育行业用户规模达4.5亿，同比微增1.2%，但月总有效时间突破9.1亿小时，一定程度上反映出用户从“碎片化学习”转向系统化知识构建的需求转变。

mUserTracker-2024.1-12中国移动互联网
学习教育行业用户规模



mUserTracker-2024.7-12中国移动互联网
学习教育行业用户月总使用时间

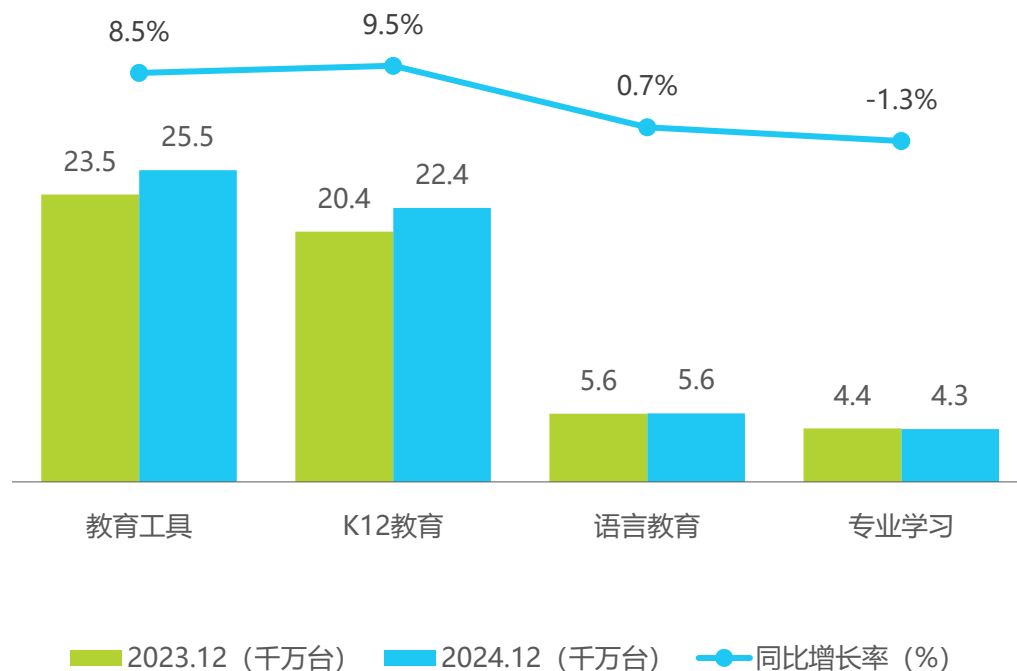


学习教育-细分行业详情

教育工具与K12教育引领行业流量增长

2024年12月，教育工具与K12教育两大细分领域用户分别达2.55亿与2.24亿，流量同比显著增长。“双减”政策落地三年后，K12教育领域相关平台或迎来发展新机遇。

mUserTracker-2024年12月中国移动互联网学习教育细分行业用户规模



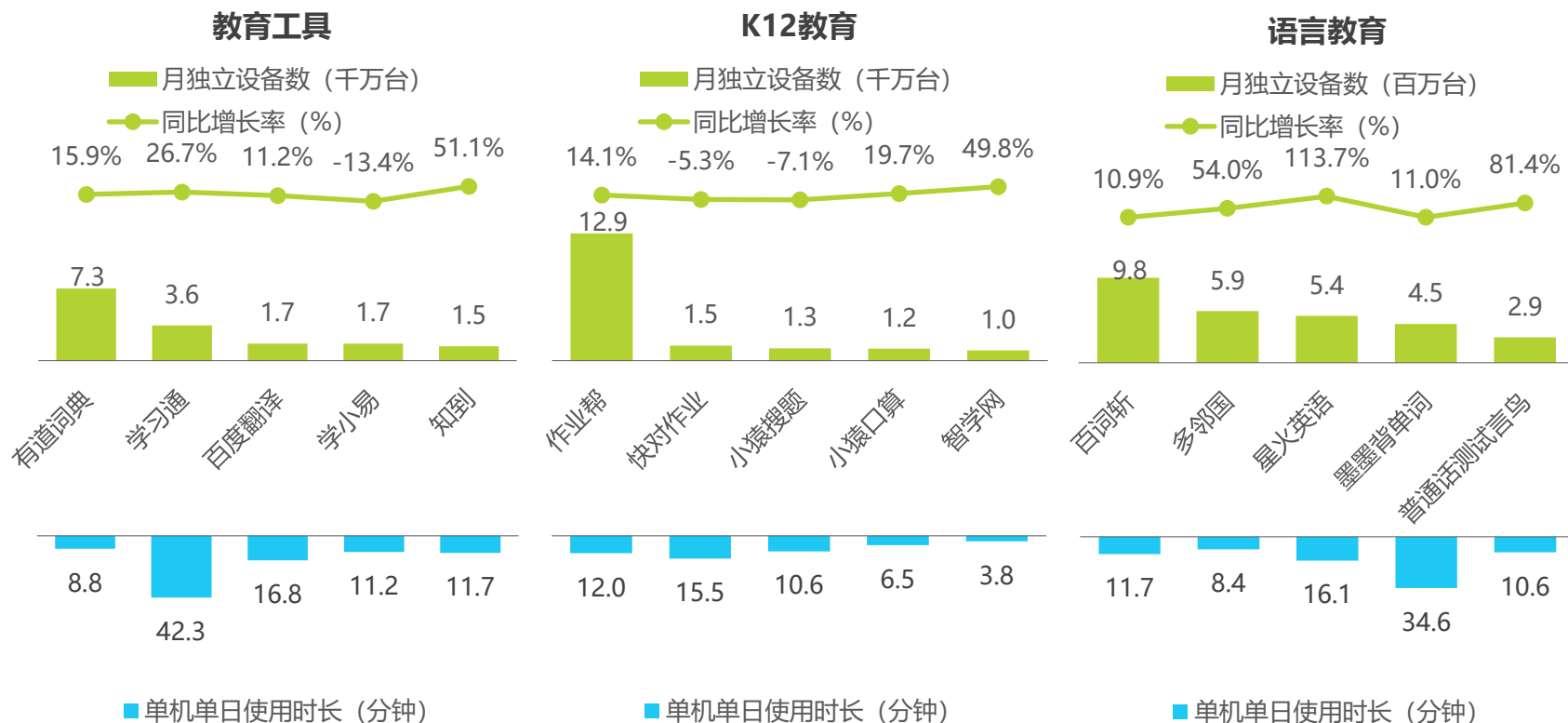
来源：艾瑞咨询 UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

学习教育-行业热门APP动态

有道词典、作业帮、百词斩分别位居三大细分领域流量榜首

12月，学习教育细分领域头部APP流量呈高速增长态势。平台技术赋能的教育资源公平化与个性化，正成为行业增长的核心引擎。

mUserTracker-2024年12月中国移动互联网学习教育细分行业热门APP用户规模



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

03 / 2024年 中国移动互联网价值榜

List

2024年中国移动互联网用户增速榜

移动端用户规模过亿的TOP15增速榜

2024年中国移动互联网用户规模过亿的TOP15增速APP榜

序号	APP名称	一级行业	二级行业	2024年12月独立设备数	近12个月复合增长率
				(万台)	(%)
1	个人所得税	生活服务	电子政务	30102.3	8.2%
2	小米视频	视频服务	聚合视频	10427.6	3.0%
3	小红书	社交网络	社区交友	26472.8	2.2%
4	番茄免费小说	电子阅读	在线阅读	10299.7	1.8%
5	滴滴出行	旅游出行	用车服务	12782.0	1.5%
6	联通手机营业厅	生活服务	运营商服务	10761.9	1.3%
7	美团	生活服务	本地生活	49467.5	1.3%
8	王者荣耀	游戏服务	MOBA	19172.1	1.3%
9	咪咕视频	视频服务	聚合视频	13960.0	1.2%
10	中国工商银行	金融理财	银行	19764.5	1.1%
11	中国农业银行	金融理财	银行	23337.5	1.1%
12	作业帮	学习教育	K12教育	12908.0	1.1%
13	VIVO应用商店	下载分发	厂商商店	12308.4	0.9%
14	和平精英	游戏服务	射击游戏	11288.3	0.9%
15	企业微信	通讯聊天	即时通讯	12391.2	0.9%

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

2024年中国移动互联网用户增速榜

移动端用户规模5000万级以上的TOP15增速榜

2024年中国移动互联网用户规模5000万级以上的TOP15增速APP榜

序号	APP名称	一级行业	二级行业	2024年12月独立设备数	近12个月复合增长率
				(万台)	(%)
1	58同城	生活服务	分类信息	5614.6	3.2%
2	新浪天气通	生活服务	天气	6167.0	2.2%
3	搜狐新闻	综合资讯	新闻资讯	7151.2	2.1%
4	剪映	视频服务	视频工具	5528.3	1.5%
5	邮储银行	金融理财	银行	5284.4	1.4%
6	搜狐视频	视频服务	在线视频	5008.0	1.4%
7	有道词典	学习教育	教育工具	7316.7	1.2%
8	腾讯微视	短视频	短视频	5741.0	1.0%
9	大众点评	生活服务	本地生活	6710.2	0.9%
10	百度好看视频	短视频	短视频	8180.6	0.9%
11	中国银行	金融理财	银行	8887.6	0.9%
12	饿了么	美食外卖	外卖	8865.3	0.8%
13	汽车之家	汽车服务	汽车资讯	6895.1	0.8%
14	夸克浏览器	实用工具	浏览器	6243.9	0.4%
15	唯品会	电子商务	网络购物	9394.8	0.2%

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

2024年智能大屏端热播综艺榜

智能大屏热播综艺TOP10

2024年**央视**综艺直播收视率TOP10

序号	节目名称	频道名称	直播收视率
			(%)
1	三餐四季第二季	CCTV-1综合	1.65%
2	2024中国诗词大会	CCTV-1综合	1.42%
3	中国中医药大会第二季	CCTV-1综合	1.37%
4	三餐四季	CCTV-1综合	1.36%
5	山水间的家第三季	CCTV-1综合	1.33%
6	非遗里的中国第三季	CCTV-1综合	1.32%
7	中国中医药大会	CCTV-1综合	1.27%
8	城市风华录	CCTV-1综合	1.21%
9	宗师列传·大唐诗人传	CCTV-1综合	1.20%
10	非遗里的中国第二季	CCTV-1综合	1.19%

2024年**卫视**综艺直播收视率TOP10

序号	节目名称	频道名称	直播收视率
			(%)
1	歌手2024	湖南卫视	0.89%
2	你好星期六	湖南卫视	0.67%
3	声生不息·大湾区季	湖南卫视	0.62%
4	奔跑吧第十二季	浙江卫视	0.56%
5	王牌对王牌第八季	浙江卫视	0.51%
6	奔跑吧茶马古道篇	浙江卫视	0.46%
7	非诚勿扰	江苏卫视	0.46%
8	下一战歌手	湖南卫视	0.40%
9	我们仨	湖南卫视	0.40%
10	全员加速中·对战季	湖南卫视	0.39%

来源：欢网大数据。
统计2024年1月1日-12月31日综艺首播数据，跨年季播综艺统计整体节目收视。

来源：欢网大数据。
统计2024年1月1日-12月31日综艺首播数据，跨年季播综艺统计整体节目收视。

2024年智能大屏端热播剧集榜

智能大屏热播剧集TOP10

2024年**央视**剧集直播收视率TOP10

2024年**卫视**剧集直播收视率TOP10

序号	节目名称	频道名称	直播收视率
			(%)
1	我是刑警	CCTV-8电视剧	3.04%
2	暗夜与黎明	CCTV-8电视剧	2.80%
3	故乡的泥土	CCTV-8电视剧	2.69%
4	上甘岭	CCTV-1综合	2.69%
5	好团圆	CCTV-8电视剧	2.69%
6	南来北往	CCTV-8电视剧	2.58%
7	人民警察	CCTV-8电视剧	2.51%
8	城中之城	CCTV-1综合	2.46%
9	承欢记	CCTV-8电视剧	2.24%
10	海天雄鹰	CCTV-1综合	2.20%

序号	节目名称	频道名称	直播收视率
			(%)
1	小巷人家	湖南卫视	0.81%
2	与凤行	湖南卫视	0.68%
3	好运家	湖南卫视	0.66%
4	你比星光美丽	湖南卫视	0.64%
5	小日子	东方卫视	0.60%
6	江河日上	湖南卫视	0.58%
7	孤舟	东方卫视	0.57%
8	侦察英雄	浙江卫视	0.56%
9	霸道村总爱上我	湖南卫视	0.56%
10	侦察英雄	北京卫视	0.54%

来源：欢网大数据。
统计2024年1月1日-12月31日剧集首播数据， 2023-2024跨年剧集统计全剧数据。

来源：欢网大数据。
统计2024年1月1日-12月31日剧集首播数据， 2023-2024跨年剧集统计全剧数据。

2024年智能大屏端点播榜

智能大屏点播综艺、剧集TOP10

2024年综艺大屏点播市占率TOP10

2024年剧集大屏点播市占率TOP10

序号	节目名称	播放平台	大屏点播市占率
			(%)
1	喜剧之王单口季	爱奇艺	7.56%
2	哈哈哈哈哈第四季	腾讯视频、爱奇艺	6.99%
3	奔跑吧第十二季	优酷、腾讯视频、爱奇艺	6.18%
4	王牌对王牌第八季	优酷、腾讯视频、爱奇艺	6.12%
5	种地吧第二季	爱奇艺	4.36%
6	奔跑吧生态篇	优酷、腾讯视频、爱奇艺	2.76%
7	十天之后回到现实	爱奇艺	2.14%
8	乘风2024	芒果TV	2.13%
9	盲盒旅行局	优酷	2.05%
10	说唱梦工厂	优酷	2.00%

序号	节目名称	播放平台	大屏点播市占率
			(%)
1	凡人歌	腾讯视频、爱奇艺	1.83%
2	南来北往	爱奇艺	1.74%
3	与凤行	腾讯视频、芒果TV	1.63%
4	唐朝诡事录之西行	爱奇艺	1.53%
5	三大队	爱奇艺	1.51%
6	承欢记	腾讯视频	1.44%
7	庆余年第二季	腾讯视频	1.40%
8	锦绣安宁	腾讯视频、芒果TV	1.39%
9	惜花芷	优酷	1.34%
10	度华年	优酷	1.34%

来源：欢网大数据。
数据周期：2024年1月1日-12月31日，统计综艺上线120天内数据。

来源：欢网大数据。
数据周期：2024年1月1日-12月31日，统计剧集上线60天内数据。

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



新 浪 微 博



企 业 微 信



LEGAL STATEMENT

法律声明

版权声明

本报告为艾瑞数智旗下品牌艾瑞咨询制作，其版权归属艾瑞咨询，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、传播或输出中华人民共和国境外。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

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