

中国移动互联网流量季度报告

2024Q3

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9月

CONTENTS

目 录

01 2024Q3中国移动互联网发展总览

Overview

02 2024Q3重点细分行业详情

Segmentation

03 2024Q3中国移动互联网价值榜

List

用户变化

01

- ✓ **移动互联网流量小幅增长，用户粘性整体趋于稳定：**2024Q3中国移动互联网月独立设备数增至14.3亿，环比Q2增长1.3%；用户单日使用次数为64.9次、时长为272.4分钟，与上一季度基本持平。
- ✓ **用户触媒偏好呈现年龄和城市级别差异：**不同年龄段和城市级别的用户在行业偏好上存在明显差异，00后群体倾向于关注游戏、动漫等娱乐内容；25-30岁的青年群体更偏好生活服务、工作招聘等实用性应用；一线城市、新一线城市用户注重生活便利性和个人发展，倾向于使用生鲜电商、职场社交等类型的应用。

行业变化

02

- ✓ **AIGC快速崛起：**作为移动互联网的新兴行业，AIGC市场接受度显著提升，行业9月流量达8281.1万，赛道热门应用如Kimi智能助手、豆包近3个月复合增长率均超过15%，正加速渗透市场。
- ✓ **生活服务行业用户基数大幅扩张：**生活服务行业月独立设备数突破11亿，用户活跃度持续提升，其中，大众点评凭借内容生态与品牌战略的协同发展，推动APP活跃用户规模扩大及品牌影响力的广泛辐射。
- ✓ **支付行业流量稳健上扬：**移动互联网支付行业流量同比增速稳定在较高水平，9月行业活跃用户规模达9.09亿。支付宝APP凭借“碰一下”支付新功能及其多元推广策略，进一步巩固了在移动支付行业的地位。
- ✓ **电子商务行业流量稳步提升：**行业流量整体呈同比上升趋势，市场需求攀升，行业展现出稳健的发展态势。京东APP用户规模显著扩大，9月月独立设备数同比增长20.4%。
- ✓ **美食外卖行业流量同比略有下滑：**7、8、9月，行业月独立设备数同比分别下降7.0%、5.3%和3.6%，行业活跃用户规模面临缩减压力，但瑞幸咖啡通过高频次联名和周周9.9元等策略，有效提升了用户参与度和市场竞争力，APP流量同比正增长。

APP变化

03

- ✓ 2024年9月MAU（月活跃设备数）亿级以上的APP复合增长前三名为：咪咕视频、小红书、番茄免费小说；MAU达5000万级以上的APP复合增长前三名是：新浪天气通、小米视频、大众点评。

01/ 2024Q3 中国移动互联网发展总览

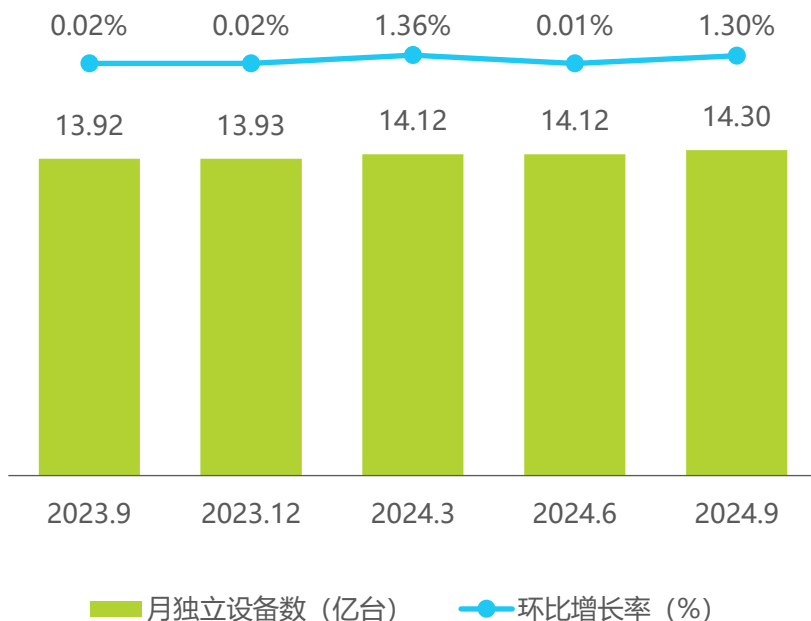
Overview

中国移动互联网整体流量及用户粘性趋势

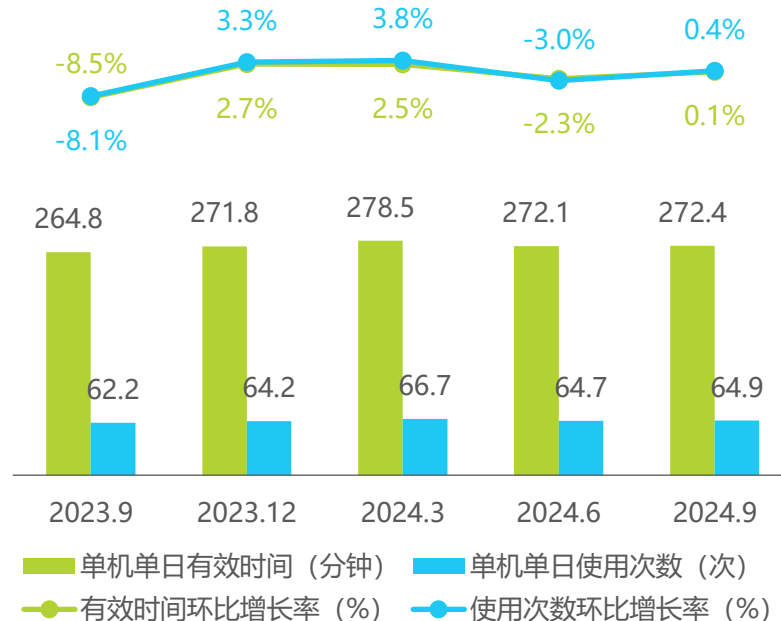
Q3移动互联网流量小幅增长，月独立设备数增至14.3亿

截至2024Q3末，中国移动互联网流量迎来本年度内第二次环比增速破1%，月独立设备数9月对比6月净增1832.1万台；用户粘性整体趋于稳定。在移动互联网存量竞争的大背景下，相关企业仍需明确用户需求，提供差异化服务，以增强用户粘性和提升竞争力。

mUserTracker-2023.9-2024.9
中国移动互联网月独立设备数



mUserTracker-2023.9-2024.9
中国移动互联网用户粘性

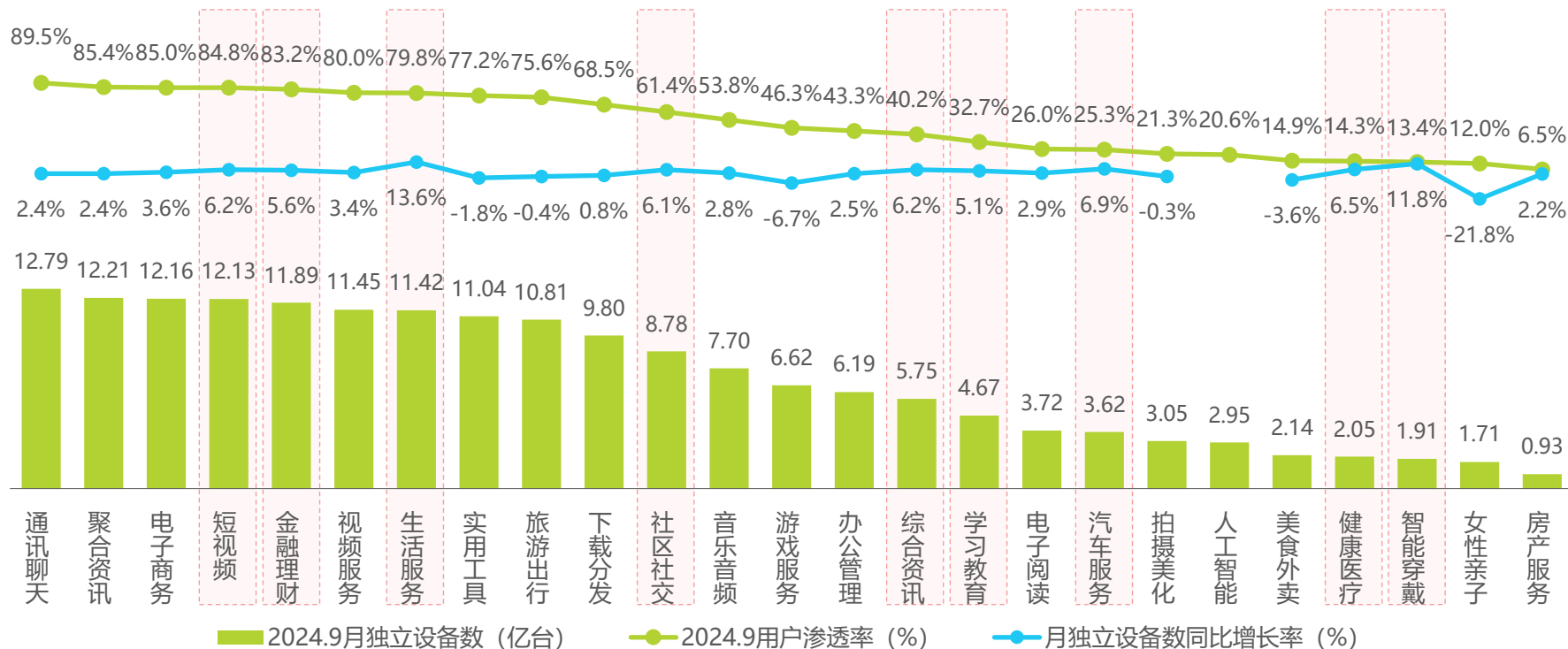


中国移动互联网一级行业

通讯聊天位居榜首，生活服务等行业持续渗透，人工智能成为新起之秀

在TOP25一级行业中，19个行业实现流量同比正增长。其中，通讯聊天以12.79亿的月独立设备数、89.5%的用户渗透率领跑市场；短视频、金融理财等行业同样展现出强大的用户吸引力，渗透率均超过80%；女性亲子、房产服务等行业的用户渗透率相对较低，且增速有限，甚至出现负增长；而人工智能作为新兴的一级行业正加速渗透，其影响力和市场潜力不容小觑。

mUserTracker-2024年9月中国移动互联网一级行业月独立设备数&渗透率



注释：“短视频”一级行业包含短视频类、短剧视频两个细分二级行业；“人工智能”一级行业为2024年新增，暂无同比数据。

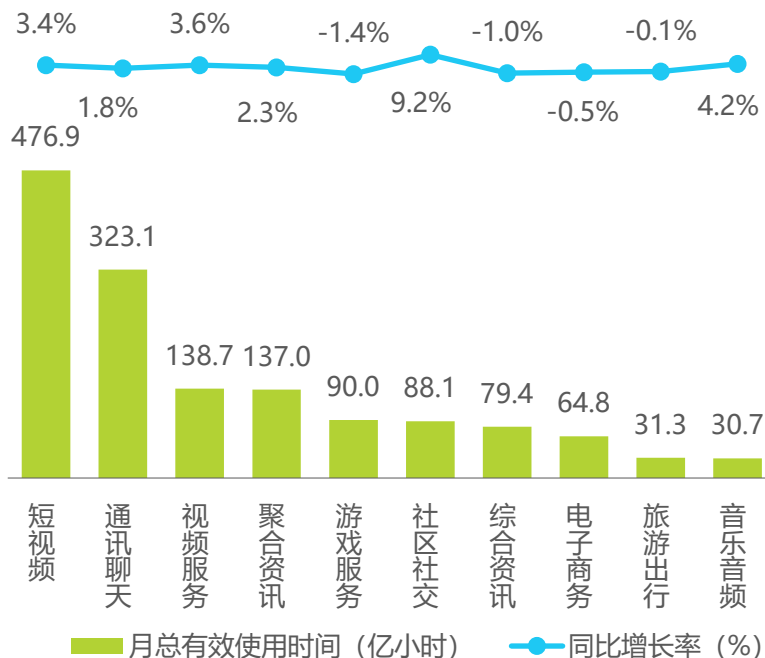
来源：艾瑞咨询 UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

中国移动互联网用户上网时间

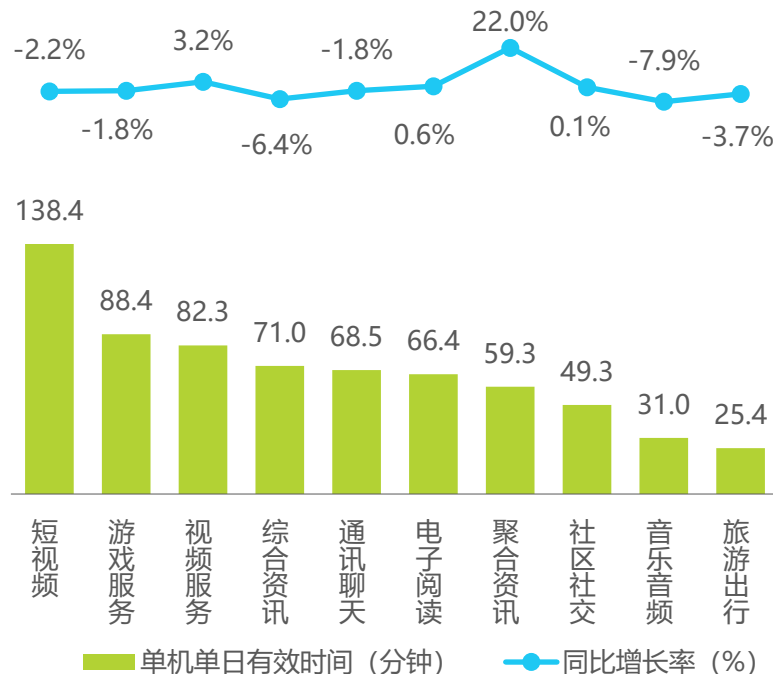
短视频持续抢占用户注意力，聚合资讯人均单日使用时间显著增长

从月总使用时间来看，短视频、通讯聊天是瓜分网民移动端使用时间的TOP2行业，且领先优势呈继续扩大态势；社区社交类应用的总使用时间较去年同期也有显著增长。在用户单日使用时间方面，TOP10行业中，聚合资讯、视频服务、电子阅读及社区社交行业的使用时间同比均呈正增长，而其他6个行业则有所下降。

mUserTracker-2024年9月中国移动互联网
月总使用时间TOP10一级行业



mUserTracker-2024年9月中国移动互联网
人均单日使用时间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）。

中国移动互联网用户触媒偏好

年龄差异影响网民行业偏好，不同年龄段各有关注重点

不同年龄段网民在行业偏好上呈现较大差异，00后群体倾向于关注游戏、动漫等娱乐内容；25-30岁的青年群体偏好生活服务、工作招聘等实用性应用；而36岁以上的成熟用户群体则更多关注短剧、汽车、保险等与生活品质相关的领域。这些偏好的差异反映出不同年龄段网民在生活阶段和兴趣点上的不同需求。

mUserTracker-2024年9月中国移动互联网不同年龄段网民二级行业偏好TOP10



注释：仅筛选展示目标用户群体月独立设备数 > 100万的二级行业。

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）。

中国移动互联网用户触媒偏好

高线城市用户偏好生活服务与个人发展，低线城市用户更爱游戏娱乐

用户触媒偏好同样随城市级别而异。一线城市、新一线城市用户更注重生活便捷和个人发展，倾向于使用生鲜电商、职场社交等应用，反映出他们对高效生活和职业发展的追求；而三线及以下城市用户则更热衷于使用游戏、视频和K歌相关类别的应用，反映出其对休闲娱乐的较高需求。

mUserTracker-2024年9月中国移动互联网不同城市级别网民二级行业偏好TOP10

一线城市		新一线城市		二线城市		三线城市		四线及以下城市	
生鲜电商	195.1	出行信息	130.2	快递物流	116.7	跑酷游戏	108.1	视频工具	118.3
职场社交	166.8	生鲜电商	124.6	电影票务	115.1	游戏商店	106.7	游戏平台	110.0
资讯视频	163.0	航空公司	123.1	论坛	113.3	流量管理	105.5	网络K歌	109.8
网上招聘	134.2	网上招聘	121.5	游戏服务其他	111.9	K12教育	105.4	WiFi	109.6
电子邮件	133.0	房产	120.8	信用卡服务	111.8	聚合资讯	104.7	K12教育	108.5
原创新闻	132.5	职场社交	120.7	社区社交其他	110.8	体育游戏	104.4	彩票	107.4
酒店服务	130.0	外卖	120.0	经期管理	110.3	智能家居	104.4	社交直播	107.1
证券服务	129.7	快递物流	116.5	酒店服务	109.6	音乐游戏	104.4	射击游戏	107.0
车票服务	129.3	美食	115.8	美食	109.3	棋牌游戏	104.3	短剧视频	106.6
美食	128.9	用车服务	115.1	用车服务	108.8	社区社交其他	103.8	休闲益智	106.0
■ TGI		■ TGI		■ TGI		■ TGI		■ TGI	

注释：仅筛选展示目标用户群体月独立设备数 > 100万的二级行业。
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）。

智能大屏流量趋势

2024Q3智能大屏终端活跃性稳步提升，日均开机时长同比正增长

2023.1-2024.9智能大屏终端规模及活跃趋势

2023Q3
338min

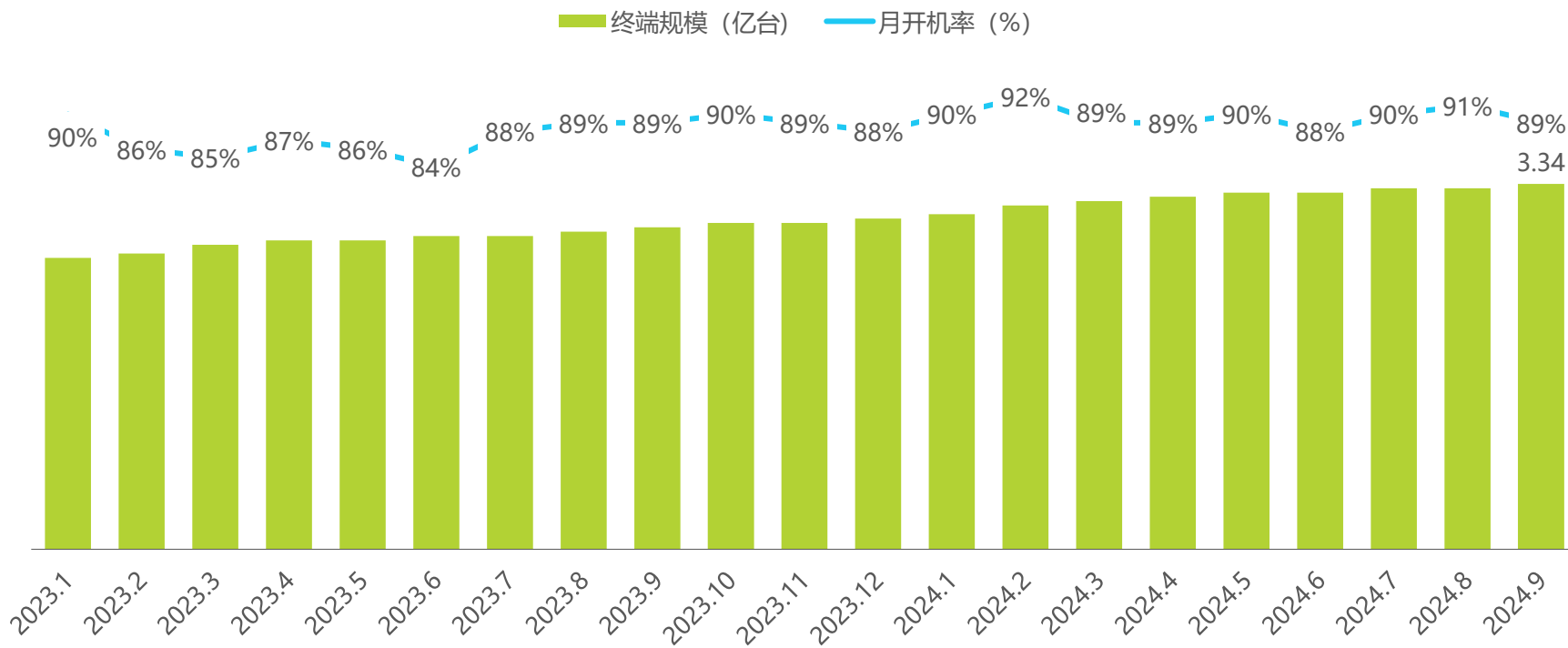
日均开机时长

2024Q3
357min ↑ 同比+5.69%

2023Q3
2.52次

日均开机频次

2024Q3
2.48次 ↓ 同比-1.59%



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。

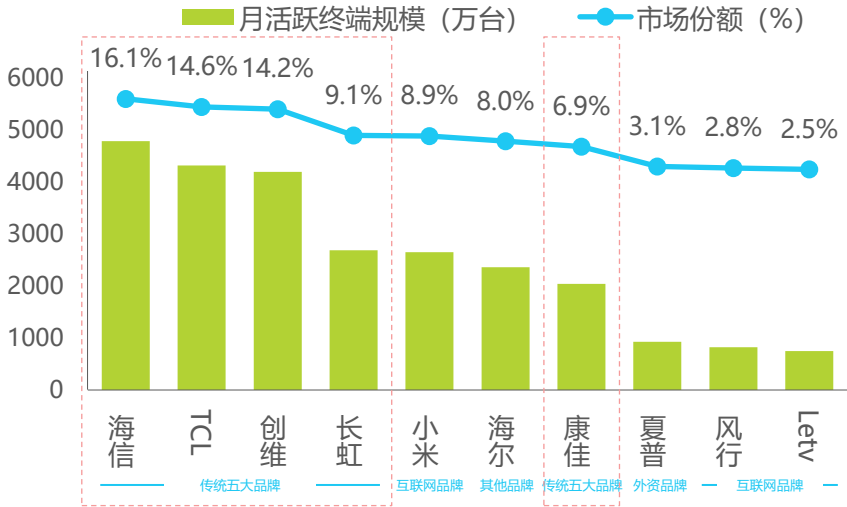
智能大屏流量分布：场景&品牌

点播、直播日均使用时间突出，投屏终端渗透率超50%；传统五大品牌终端活跃度领先，市场份额超60%

2024年9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	84%	289
投屏	53%	153
直播	41%	246
应用 (非视频类应用)	22%	79

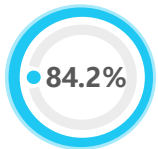
2024年9月智能大屏部分主要品牌
月活跃终端规模及市场份额



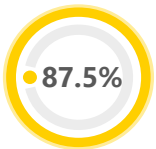
2024年9月智能大屏分品牌类型月开机率



传统五大品牌



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 / 2024Q3 重点细分行业详情

Segmentation

2.1 金融地产

证券服务
支付
房产服务

证券服务-行业Q3动态

系列政策齐发为市场注入强劲活力，证券服务行业迎来新契机

2024Q3部分金融政策概览

9月24日，中国人民银行、金融监管总局、中国证监会联合发布多项重磅金融政策，包括降低存款准备金率和政策利率、创设新的货币政策工具以支持股票市场稳定发展，以及推动构建“长钱长投”的政策体系等，旨在进一步支持经济稳增长，对股票证券市场构成实质性利好

中国人民银行

降低存款准备金率和政策利率

- **流动性释放：**下调存款准备金率0.5个百分点，释放1万亿元流动性
- **政策利率下调：**7天期逆回购利率下调0.2个百分点至1.5%

降低存量房贷利率，统一房贷最低首付比例

- **房贷利率降低：**预计存量房贷利率平均降幅约0.5个百分点
- **首付比例统一：**二套房最低首付比例由25%降至15%

创设新的货币政策工具，支持股票市场稳定发展

- **证券、基金、保险公司互换便利：**支持资产质押获取流动性
- **股票回购、增持专项再贷款：**引导银行支持股票回购和增持

中国证监会

推动构建“长钱长投”的政策体系、发布促进并购重组的措施

- **资本市场稳定性：**增强稳定性，提高上市公司质量和投资价值
- **服务实体经济：**聚焦新质生产力，活跃并购重组市场

推动中长期资金入市，重点提出三方面举措

- **权益类公募基金发展：**提升基金公司投研和服务能力
- **制度环境完善：**提高监管包容性，落实长周期考核
- **资本市场生态改善：**提高上市公司质量，打击违法违规行

促进并购重组六条举措

- **支持上市公司转型升级；鼓励产业整合等**

金融监管总局

优化“无还本续贷”政策阶段性扩大到中型企业

- **续贷政策优化：**扩展至所有小微企业及中型企业
- **风险分类标准调整：**对合规经营的企业续贷不单独下调风险分类，促进企业融资

对六家大型商业银行增加核心一级资本

- **资本增强：**计划增加六家大型商业银行的核心一级资本，持续督促提升精细化管理水平，提升其稳健经营和服务实体经济的能力

扩大试点城市范围至北京等18个城市

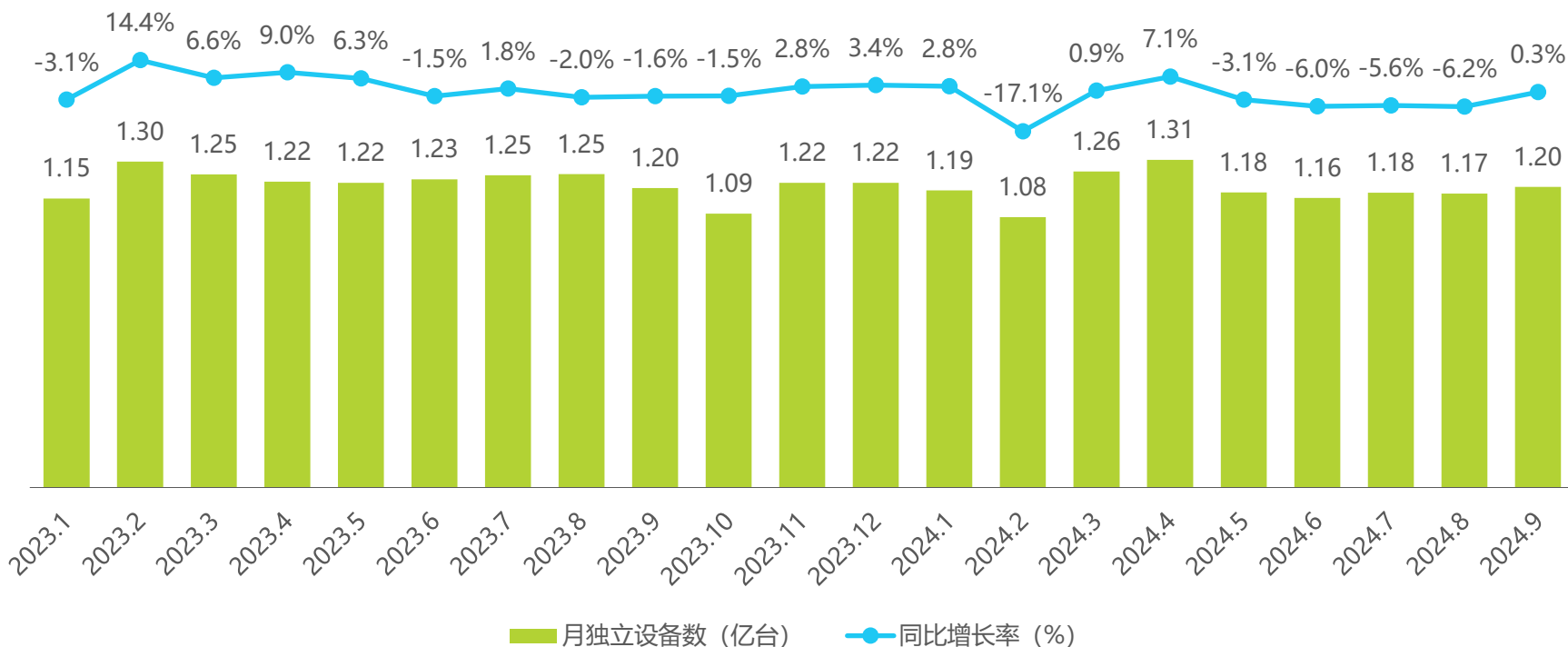
- **股权投资试点扩大：**将股权投资试点范围扩大至18个科技创新活跃城市，放宽股权投资金额和比例限制，优化考核机制

证券服务-行业概览

Q3证券服务行业活跃用户规模先抑后扬，展现发展韧性与潜力

2024Q3初期，受到市场环境等多重因素的影响，证券服务行业用户规模出现下滑，7月同比增长率为-5.6%，但随着市场的逐步稳定和积极因素的不断积累，到9月份，行业流量同比增长率回升至0.3%，实现了相比8月2.2%的环比正增长。这不仅体现了证券服务行业对市场变化的适应能力，也展现了其吸引新用户加入的发展韧性和潜力。

mUserTracker-2023.1-2024.9中国移动互联网证券服务行业用户规模



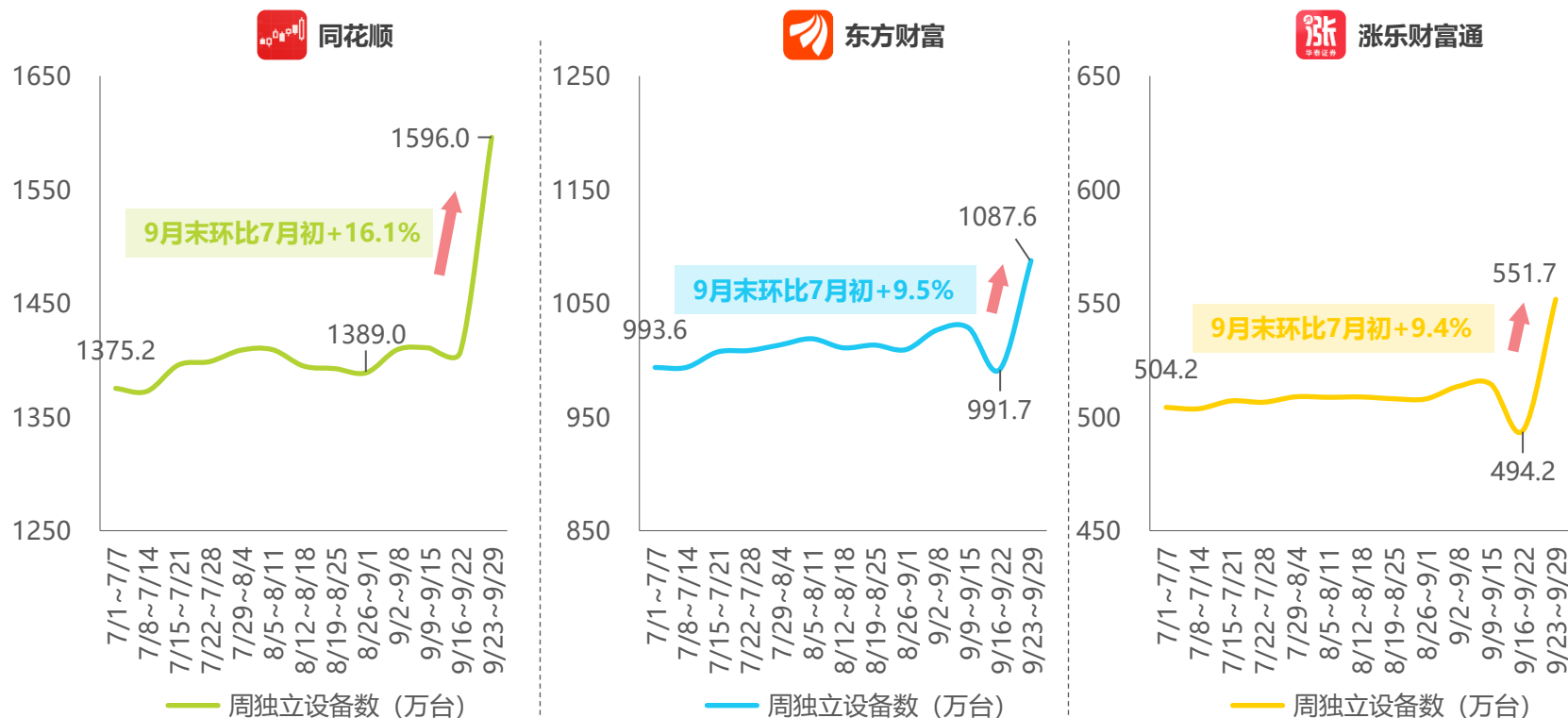
来源：艾瑞咨询 UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

证券服务-主流APP概况

政策利好推动主流证券服务应用流量飙升，头部APP优势凸显

Q3末期系列政策的出台，为证券市场营造了良好的投资氛围，极大激发了投资者热情，头部APP流量剧增，其中同花顺APP流量9月末环比7月初增长16.1%、东方财富增长9.5%、涨乐财富通增长9.4%。政策助力下，头部APP凭借服务、功能及品牌影响力优势吸引大量用户下载使用，巩固了其市场领先地位，引领行业流量增长，并推动行业竞争格局不断优化。

mUserTracker-2024年7-9月中国移动互联网证券服务行业主流APP周活跃用户设备数



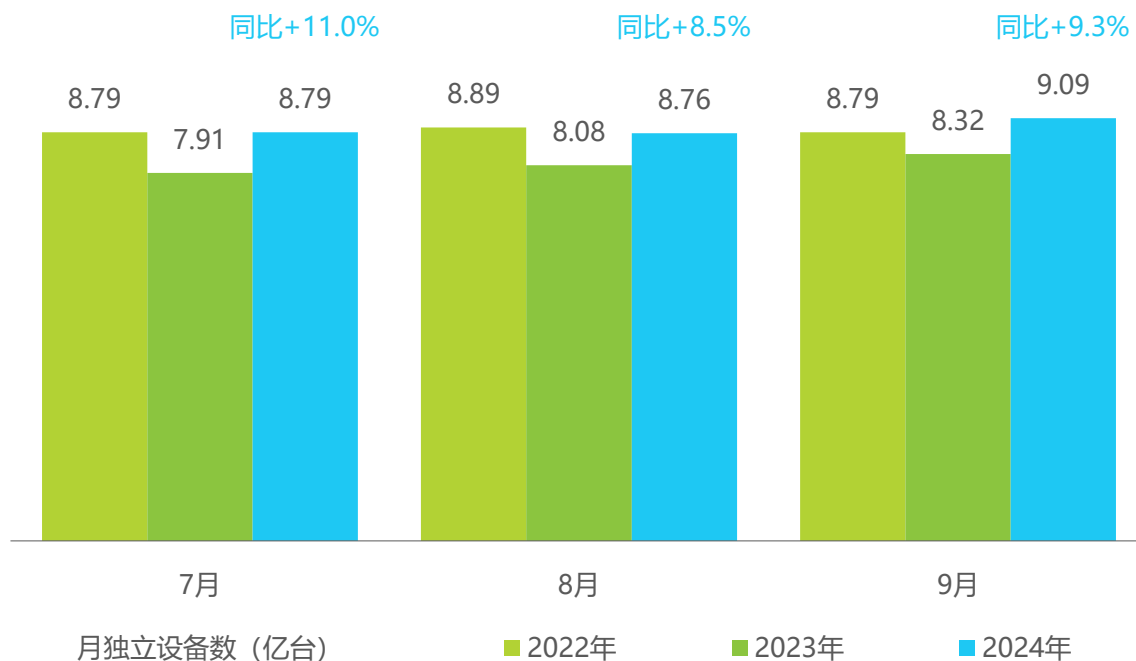
来源：艾瑞咨询 UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

支付-行业概览

Q3行业流量稳健上扬，9月活跃用户规模破9亿

移动互联网支付行业流量同比增速稳定在较高水平，7-9月增长率分别为11.0%、8.5%、9.3%，9月行业活跃用户规模达9.09亿，表明随着移动支付技术的不断成熟，其便利性促使越来越多的用户选择线上支付方式，且支付场景持续拓展，深入渗透至生活各领域，推动行业用户规模持续扩大，增长势能强劲。

mUserTracker-2024年7-9月中国移动互联网支付行业用户规模



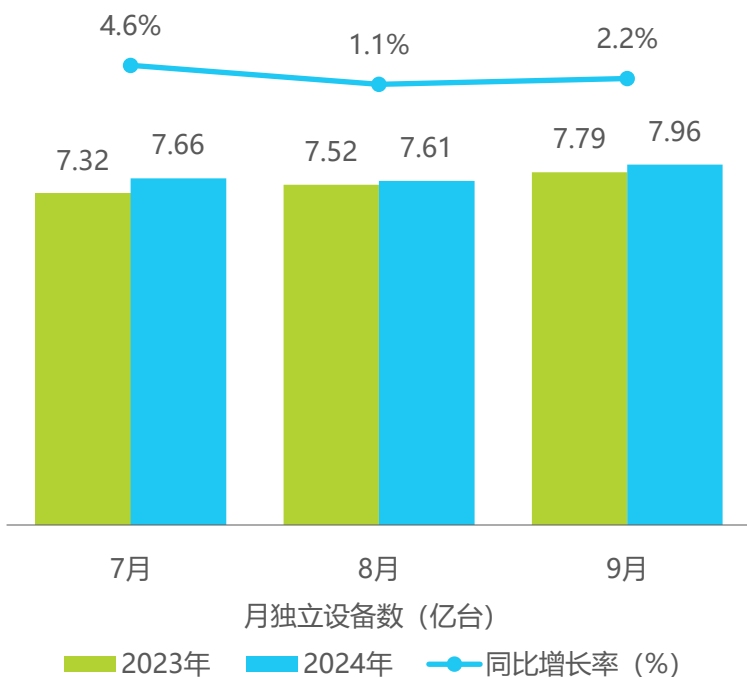
来源：艾瑞咨询 UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

支付-行业热门APP概况

支付宝凭借“碰一下”支付新功能及其多元推广策略，进一步巩固了在移动支付行业的地位

2024年9月中国移动互联网支付行业头部APP中，支付宝以近8亿台的月独立设备数占据显著优势，其Q3推出的“碰一下”支付功能为用户提供了更为便捷的支付方式，同时，支付宝通过一系列推广策略有效提升了用户活跃度和市场竞争力，强化了其在移动支付市场的优势。

mUserTracker-2024年9月中国移动互联网支付行业-支付宝APP用户规模



支付宝Q3新功能：“碰一下”支付推广策略



“碰一下”是支付宝于2024年7月8日推出的支付功能。用户无需展示付款码，在手机解锁和NFC开启状态下，碰一下支付宝支付设备跳转支付确认页即可完成支付。

“笔笔有优惠，天天抽免单”

用户通过使用“碰一下”支付后参与抽奖，奖品包括积分、减免优惠红包、免单等，吸引用户频繁使用

西游集卡兑好礼

用户使用“碰一下”支付收集西游记人物卡，兑换奖品或红包，鼓励用户多次体验

邀新用户体验得红包

利用社交裂变效应，邀请新用户体验“碰一下”支付，双方均可获得红包奖励，扩大用户基础

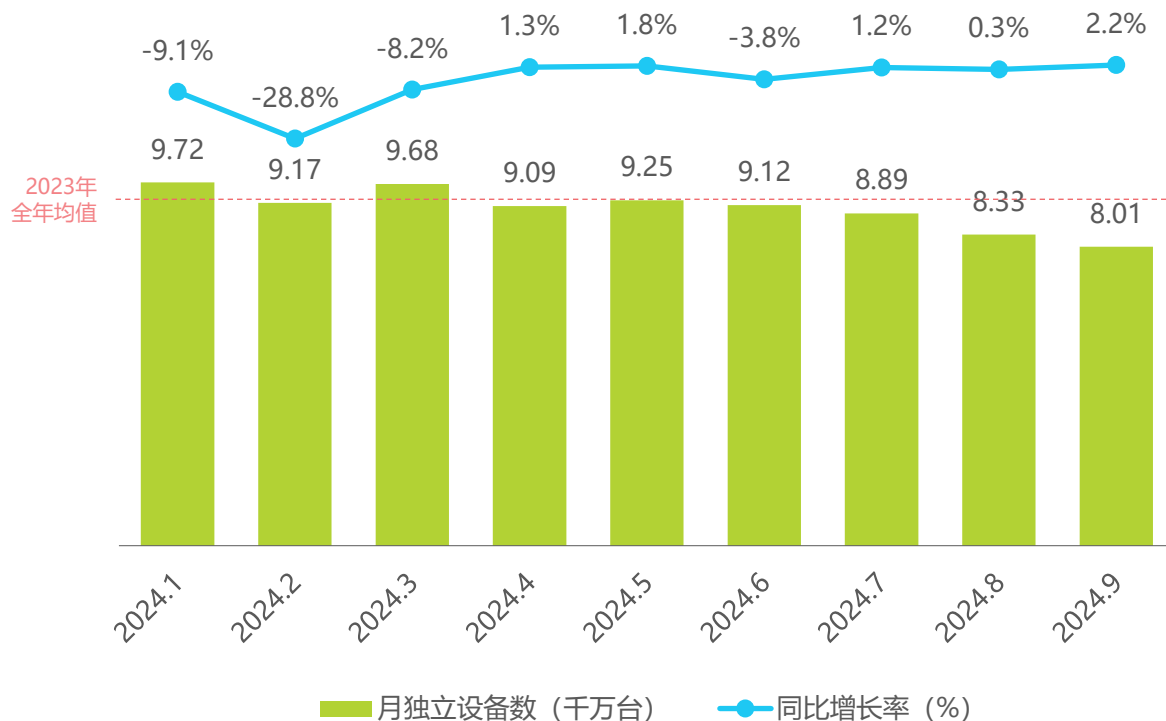


房产服务-行业概览

房产服务行业Q3流量同比实现正增长，市场信心部分恢复

2024年7-9月，中国移动互联网房产服务行业用户规模对比去年同期实现正增长，表明市场对政策调整的反应积极，行业信心逐步恢复。在国家和地方政策的共同作用下，尤其是房地产市场调控政策的优化，用户行动意愿有所提升，行业流量和用户活跃度得到一定程度上的改善。

mUserTracker-2024年中国移动互联网房产服务行业用户规模



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）。

房产服务-行业用户画像

男性、已婚群体继续占据主导地位，年轻、未婚、低线城市用户增长势头强劲

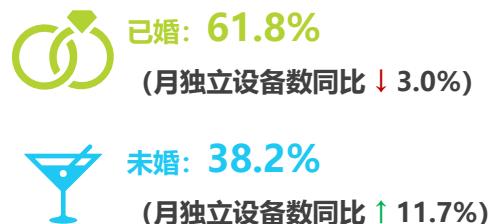
从用户属性来看，2024年9月房产服务行业男性用户占比54.3%、已婚用户占比61.8%，仍是行业流量的主要贡献者；同时，24岁以下年轻用户占比显著提升，四线及以下城市、未婚用户流量增势强劲，反映出相关群体对房产服务需求的增加。

mUserTracker-2024年9月中国移动互联网房产服务行业用户画像

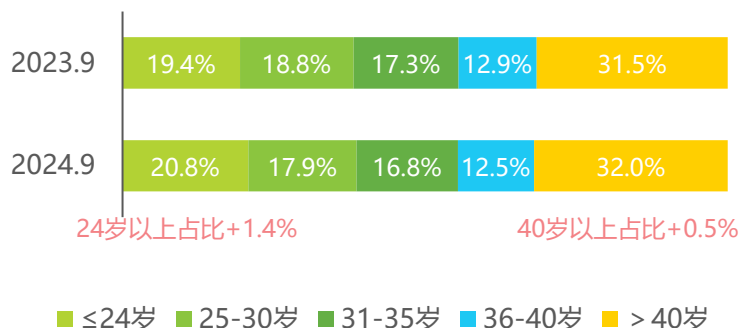
| 性别



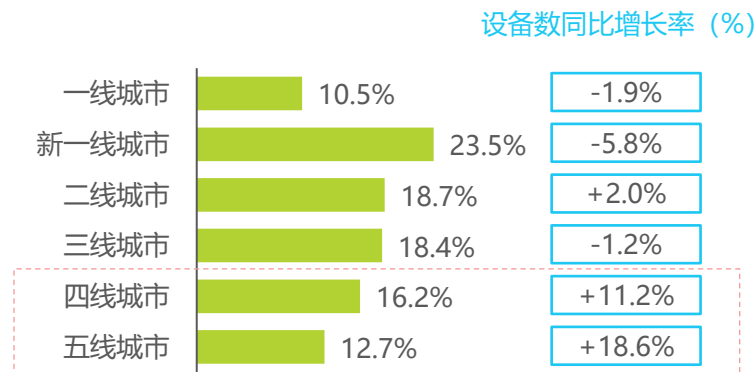
| 婚姻状况



| 年龄



| 城市等级

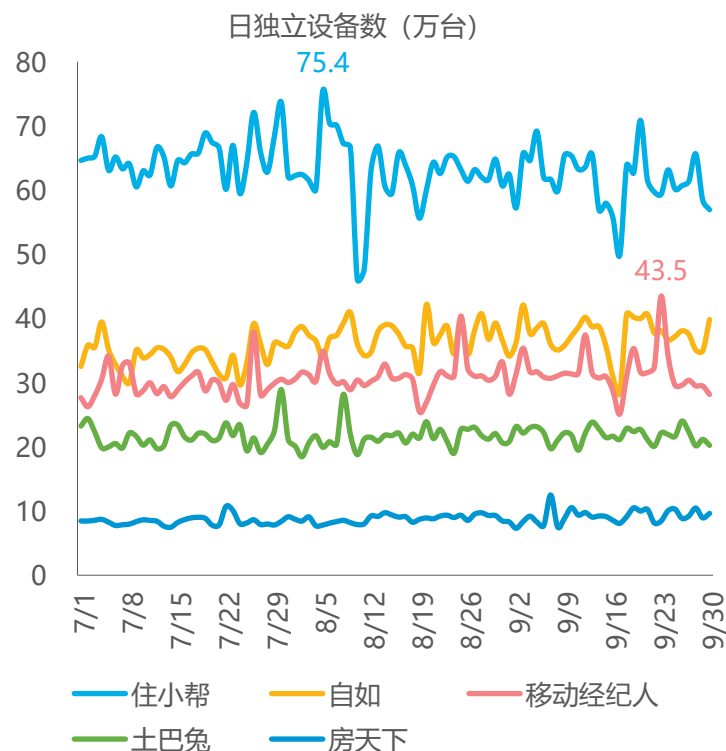
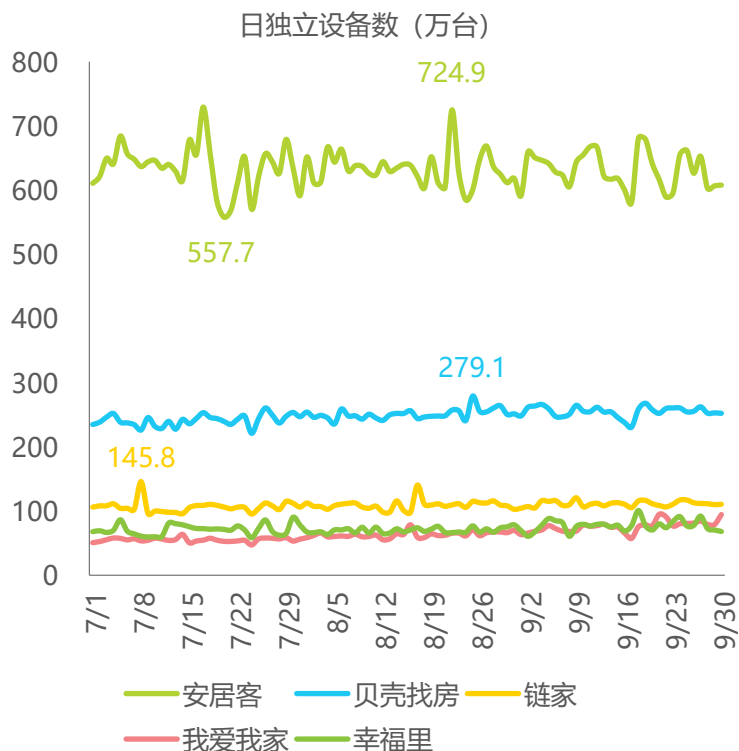


房产服务-主流APP概况

行业主流APP日活跃用户数量波动稳定，用户基础稳固

尽管面临市场和政策的变化，房产服务行业主流APP如安居客、贝壳找房等，日活跃用户数量在波动中呈现整体稳定的态势，表明核心用户群体对房产服务的需求具有连续性，反映出用户对平台的依赖性和忠诚度。

mUserTracker-2024年7-9月中国移动互联网房产服务行业主流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）。

2.2 生活娱乐

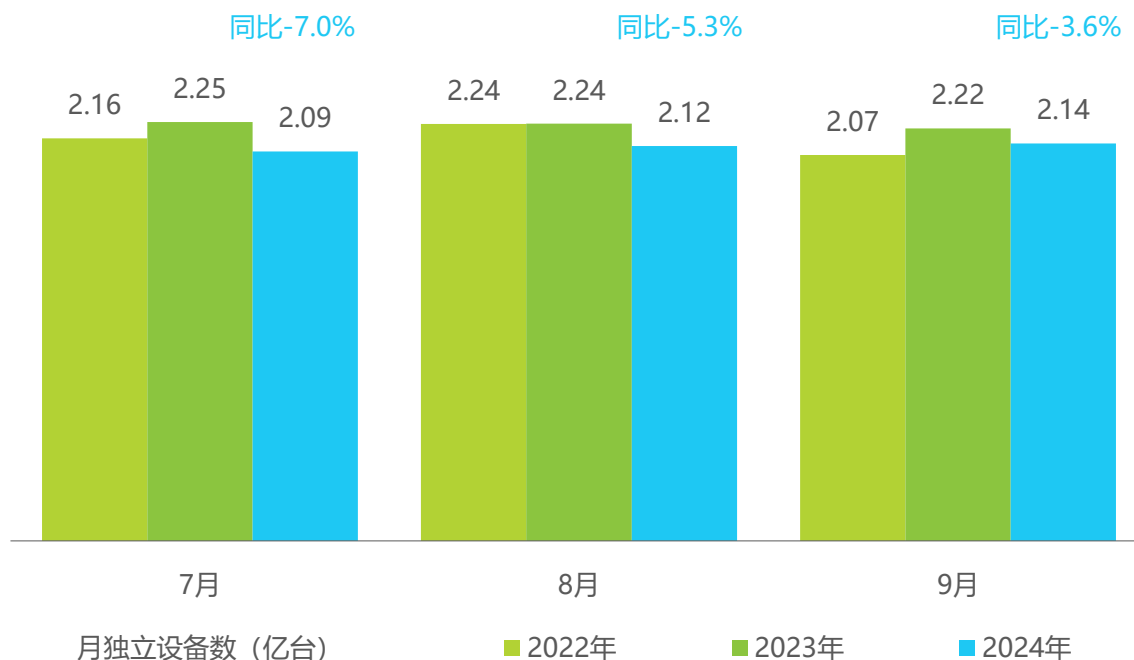
美食外卖
电子商务
生活服务
视频服务
社区社交

美食外卖-行业概览

美食外卖行业流量同比略有下滑，市场增长承压

7-9月，移动互联网美食外卖行业月独立设备数在2亿左右波动，对比去年同期分别下降7.0%、5.3%和3.6%，行业活跃用户规模面临缩减压力，这可能指向市场饱和、消费者行为转变或宏观经济因素对行业的影响，相关企业需要探索新的增长点以应对当前挑战。

mUserTracker-2024年7-9月中国移动互联网美食外卖行业用户规模



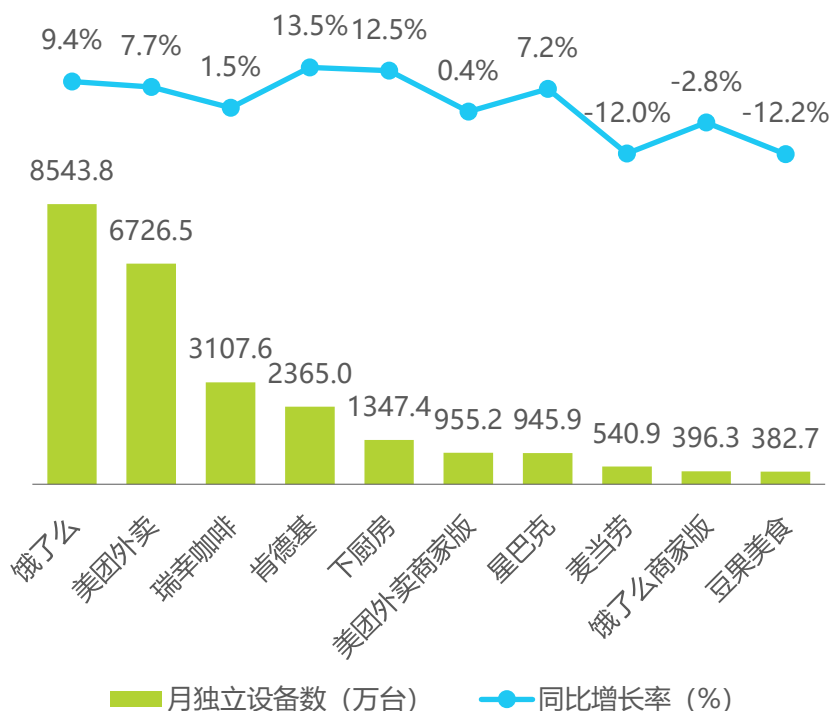
来源：艾瑞咨询 UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

美食外卖-主流APP概况

头部APP流量优势扩大，瑞幸咖啡凭借创新营销策略提升了用户活跃度

在行业Q3用户规模同比下降的背景下，头部APP通过差异化策略保持了流量正增长，其中，瑞幸咖啡通过高频次联名和周周9.9元等策略，有效提升了用户参与度和市场竞争力，成为行业亮点。

mUserTracker-2024年9月中国移动互联网
美食外卖行业热门APP用户规模



瑞幸咖啡2024Q3动态追踪

数字化运营打造爆款产品

- 通过精准的数字化追踪和产品研发，瑞幸咖啡成功推出多款爆款，增强了用户对APP的下单兴趣和使用活跃度



高频次联名激发用户兴趣

- 瑞幸咖啡通过与多个知名IP的联名活动，有效提升了品牌吸引力，助力增加APP的下载量和用户参与度



9.9元策略巩固价格优势

- 瑞幸咖啡的低价策略吸引了大量新用户，并提高了用户粘性，从而巩固了APP的用户基数和订单量

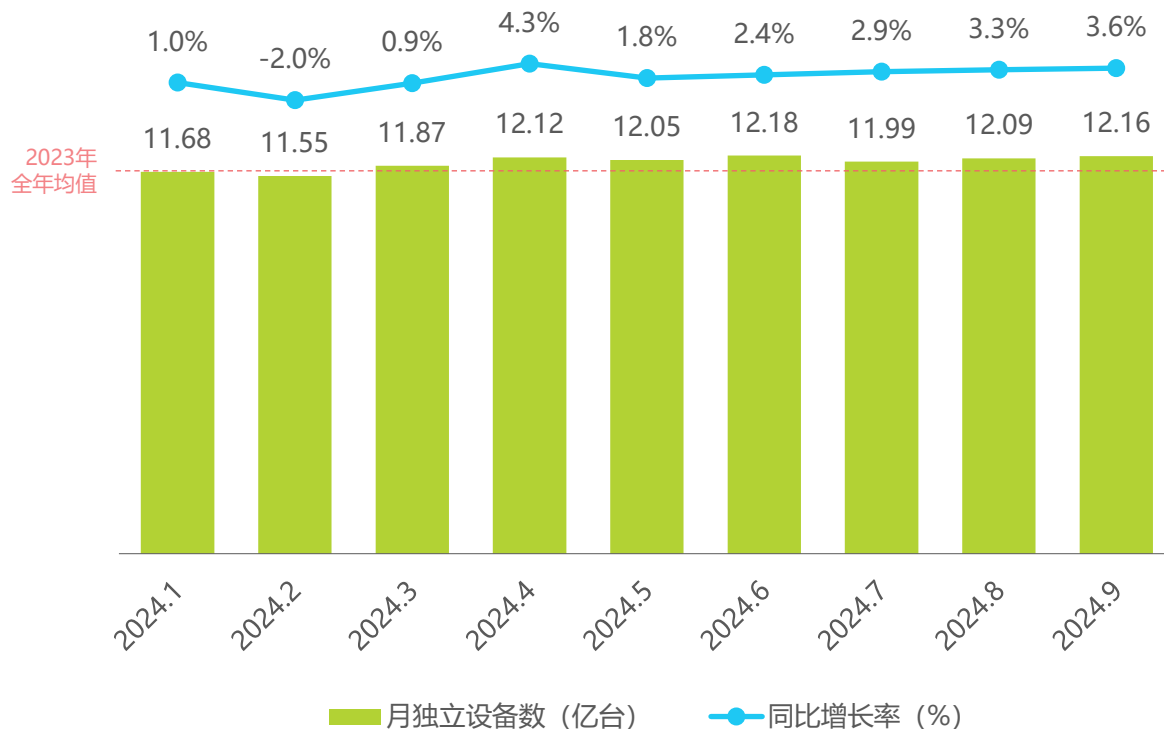


电子商务-行业概览

Q3行业流量增长稳健，发展态势良好

2024年，电子商务行业流量整体呈同比上升趋势，仅2月出现小幅下降，第三季度活跃用户规模稳步增长，市场需求持续攀升，行业展现出稳健的发展潜力。

mUserTracker-2024年中国移动互联网电子商务行业用户规模



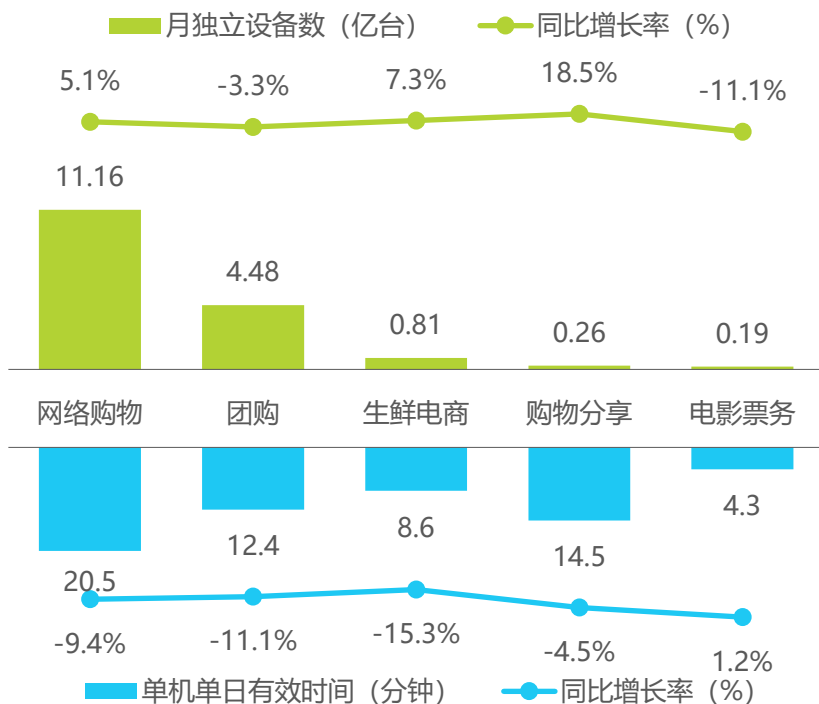
来源：艾瑞咨询 UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

电子商务-细分行业详情&主流APP概况

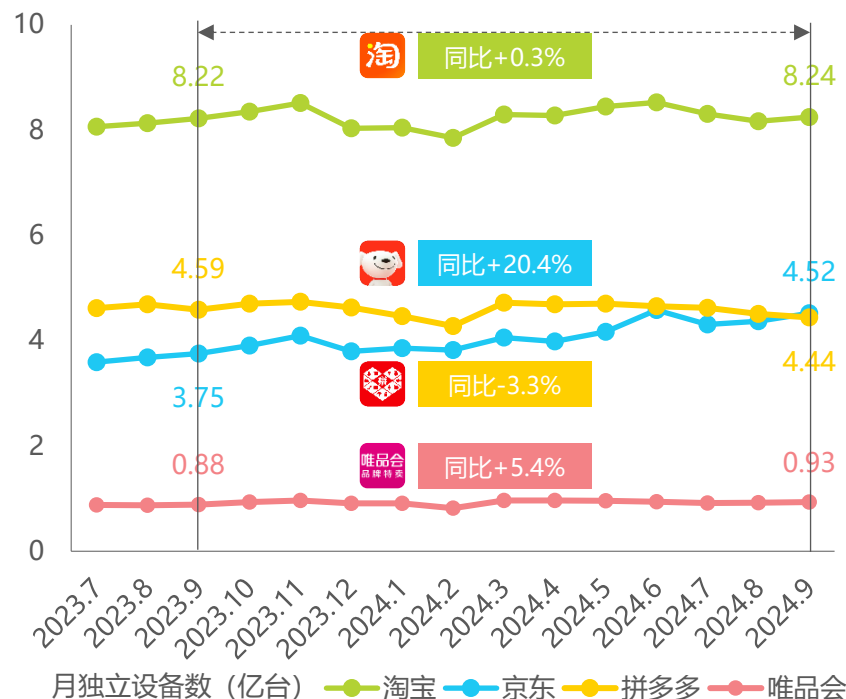
细分行业表现各异，京东APP流量同比增长显著

2024年9月，电子商务细分行业用户规模和使用时间分化，网络购物主导流量和用户注意力，而电影票务流量同比则下降超一成。综合电商中，京东第三季度流量稳步上升、淘宝波动、拼多多和唯品会相对稳定；各平台通过策略调整争夺市场，竞争加剧，行业格局动态调整。

mUserTracker-2024年9月中国移动互联网
电子商务细分行业用户规模及使用时间



mUserTracker-2023.7-2024.9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）。

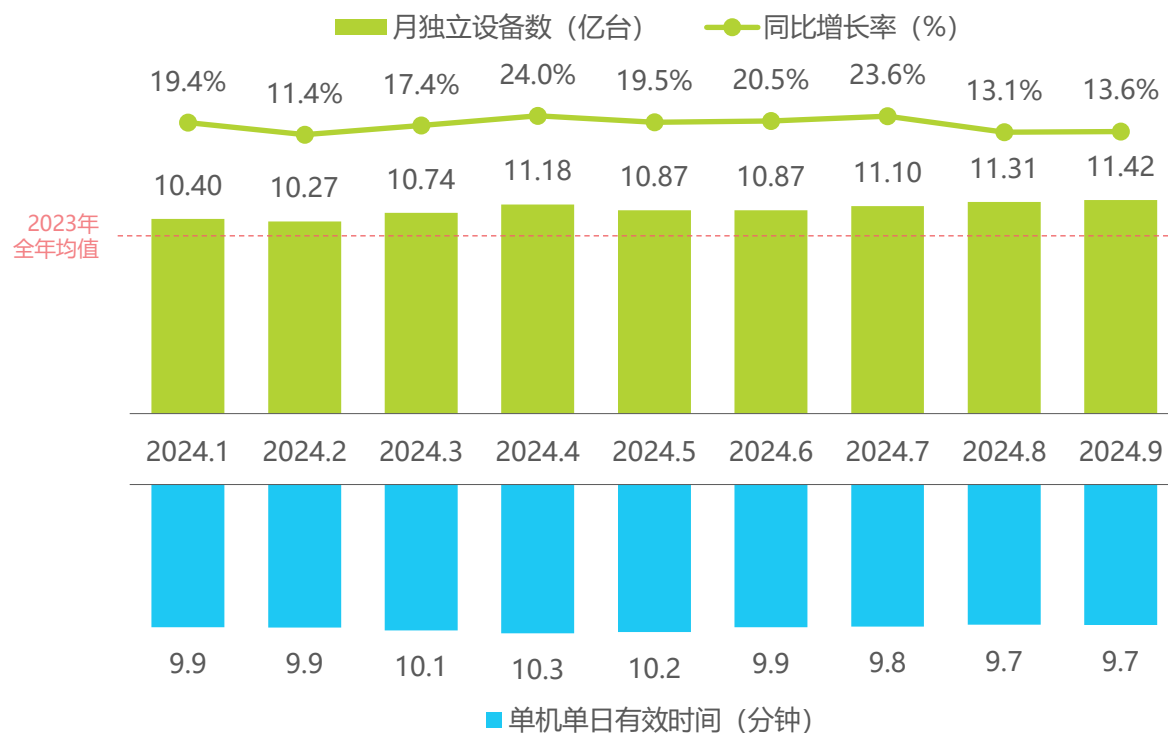
来源：艾瑞咨询 UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

生活服务-行业概览

行业活跃用户基数稳步扩张，单月流量突破11亿

2024年，生活服务行业流量同比增长率在各月均保持在10%以上的较高水平，Q3月独立设备数逐月攀升，9月活跃用户规模达11.42亿；同时，单机单日有效使用时间稳定在10分钟左右，用户活跃度较高。行业在移动互联网领域的用户基础稳固扩大，市场渗透率同步提升。

mUserTracker-2024年中国移动互联网生活服务行业用户规模

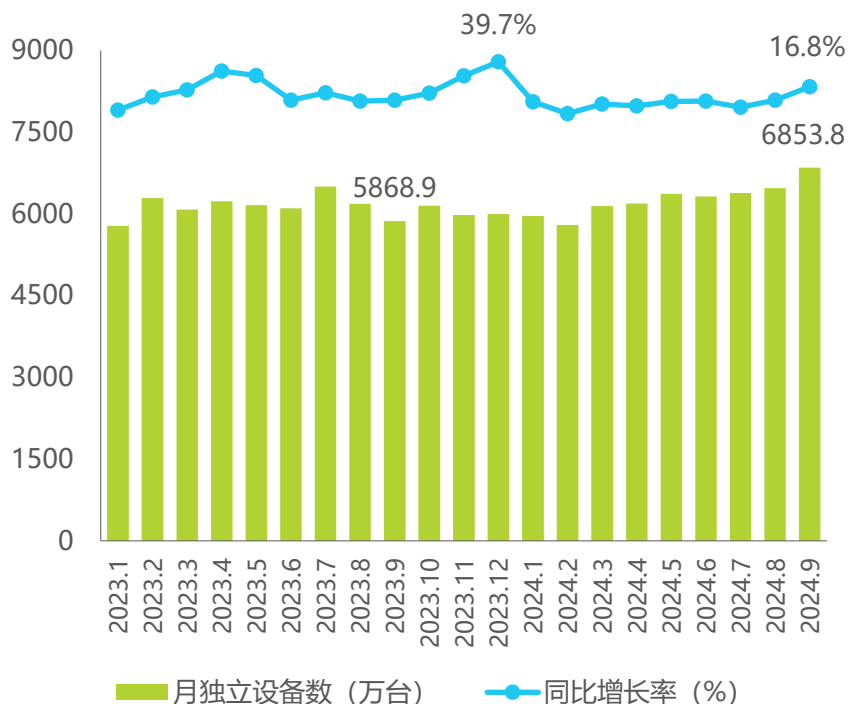


来源：艾瑞咨询 UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

生活服务-行业热门APP概况

大众点评：凭借内容生态与品牌战略的协同发展，推动活跃用户规模扩张及品牌影响力的广泛辐射

mUserTracker-2023.1-2024.9中国移动互联网
生活服务行业-大众点评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）。

大众点评2024Q3动态追踪

内容生态构建

- 通过等级、头衔等**激励体系**和PASS卡等**物质奖励**，鼓励用户生成高质量点评和笔记，并增强社区互动
- 利用**季节性、地域性活动**如点评正当食、城市生活指南，提升用户参与度，丰富内容生态



点评正当食 城市生活指南

平台差异性强化

- 大众点评通过发布2024年覆盖更多城市的**“必吃榜”**并扩展到境外，增强榜单的影响力，激发用户消费热情
- 举办线下**“必吃榜市集”**等活动，激活街区经济，促进本地消费，同时增强平台与用户、商家的互动和联系



大众点评
“必吃榜”
首场境外发布会
落地香港



大众点评
“必吃榜市集”
线下活动现场

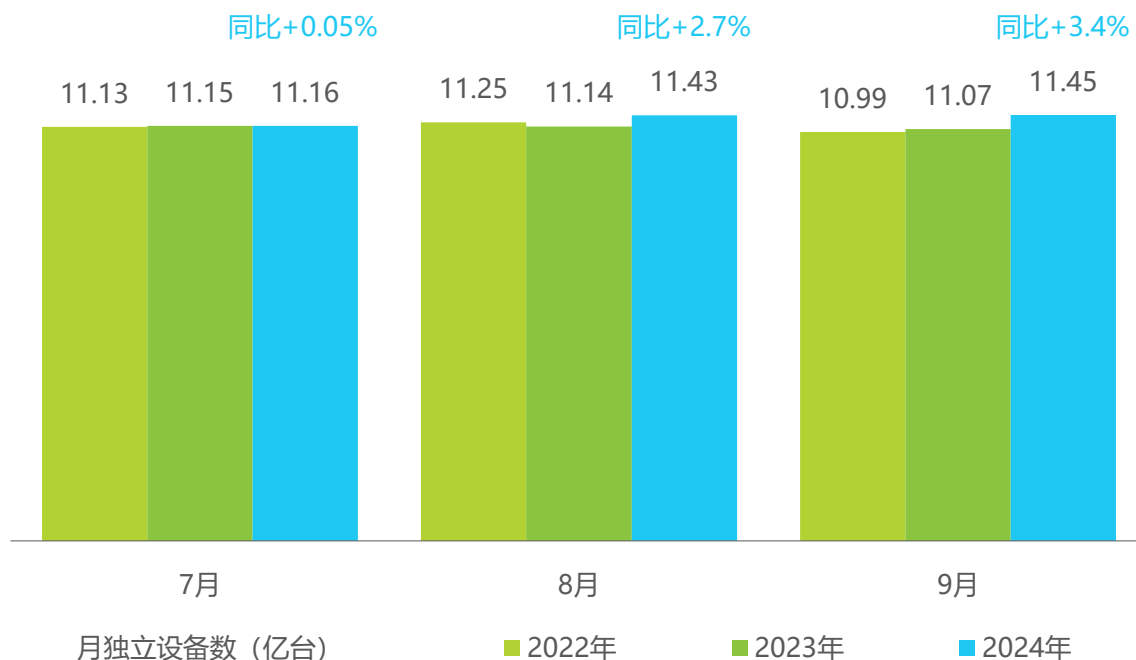
来源：公开资料，艾瑞咨询自主研究及绘制。

视频服务-行业概览

视频服务行业用户规模呈现持续扩张态势

2024年7-9月期间，中国移动互联网视频服务行业流量实现连续增长，9月活跃用户规模攀升至11.45亿，创下近三年Q3单月最高记录。行业用户基础不断扩大，用户活跃度逐步提升。

mUserTracker-2024年7-9月中国移动互联网视频服务行业用户规模



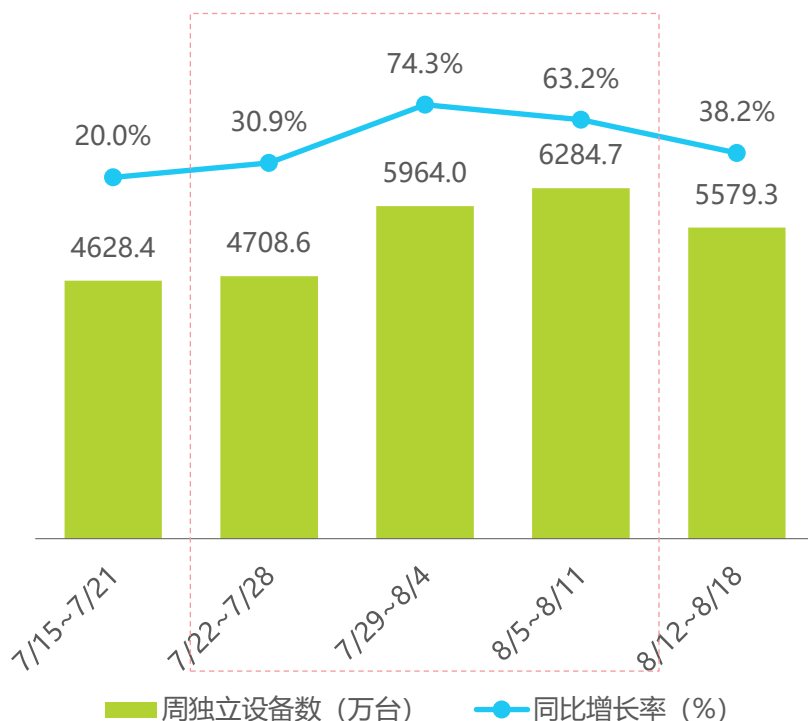
来源：艾瑞咨询 UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

视频服务-奥运期间视频平台流量趋势

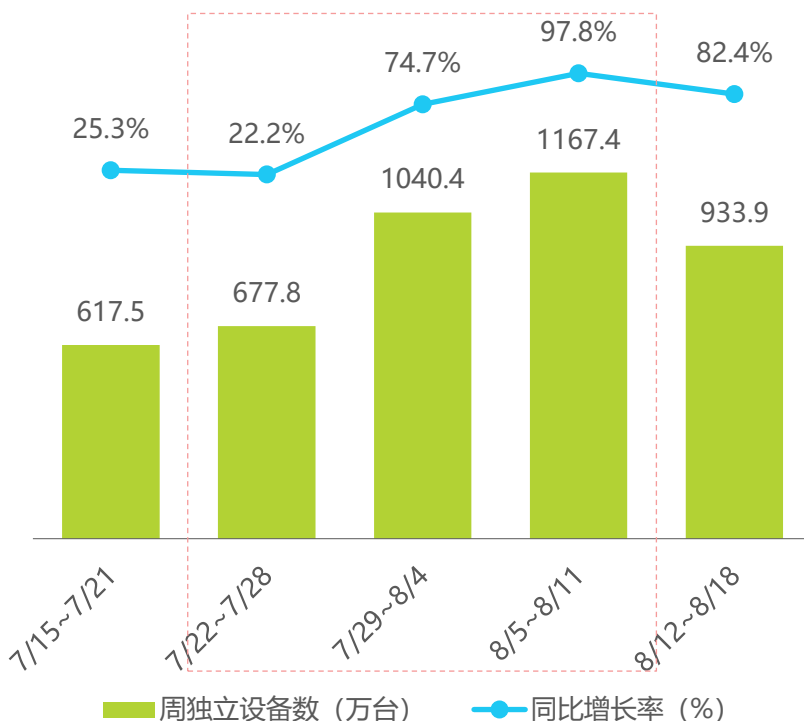
热门赛事显著拉升视频平台流量，巴黎奥运会期间咪咕视频、央视频APP用户激增

央视频、咪咕视频拥有2024年巴黎奥运会直播、转播、点播、回看权益。奥运会期间，两大平台活跃用户数量飙升，彰显了全球体育盛事对视频平台流量的显著催化效应。通过精准把握用户对即时、高质量赛事内容的需求，两大平台成功实现了用户基础的快速扩张，从而显著提升了其在视频服务行业的竞争力。

mUserTracker-2024年巴黎奥运会期间
视频服务行业-咪咕视频APP用户规模



mUserTracker-2024年巴黎奥运会期间
视频服务行业-央视频APP用户规模



注释：2024年巴黎奥运会于当地时间2024年7月26日开幕，8月11日闭幕。
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）。

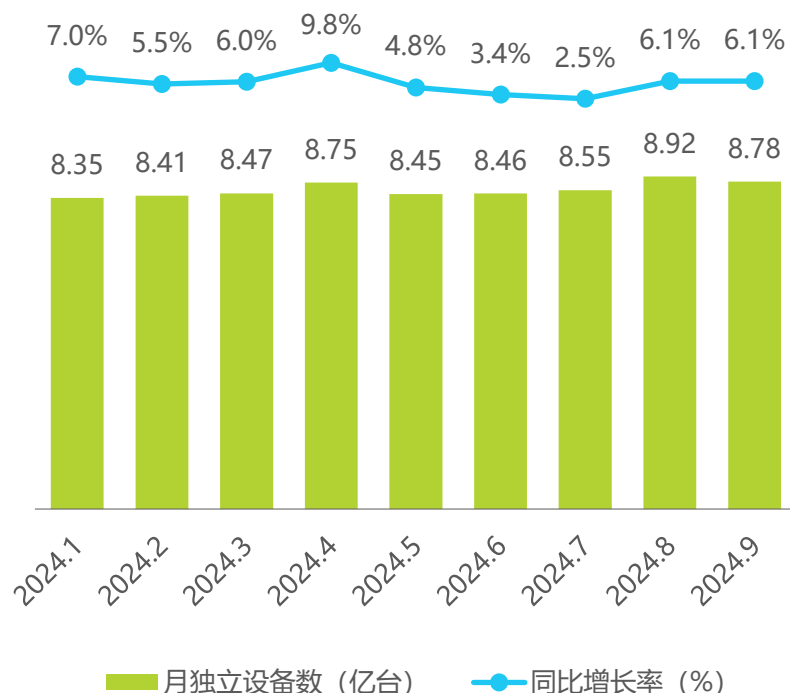
来源：艾瑞咨询 UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

社区社交-行业概览

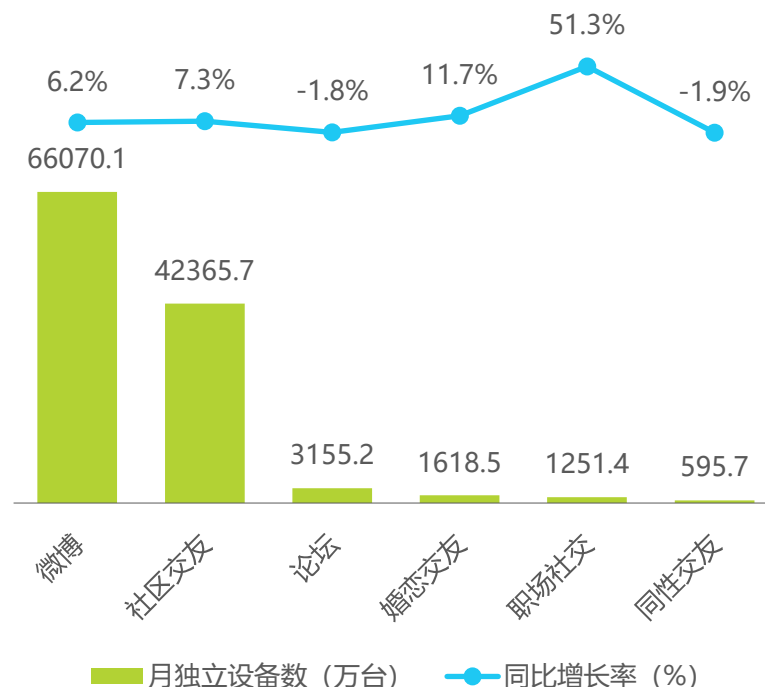
社区社交行业用户规模稳步上升，细分领域发展态势各异

2024年，中国移动互联网社区社交行业整体用户规模呈现稳健增长，月独立设备数Q3均值为8.75亿台、同比增速均值达4.9%，反映出行业平台在用户中的广泛吸引力。尽管整体趋势向好，各细分领域的发展速度和市场表现却呈现出差异性，这可能指向用户需求的多样化和平台服务的个性化趋势，要求各平台在内容创新和用户体验上进行更精准的市场定位和策略调整。

mUserTracker-2024年中国移动互联网
社区社交行业用户规模



mUserTracker-2024年9月中国移动互联网
社区社交细分行业用户规模



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）。

社区社交-行业热门APP动态

知乎：以优质内容生态为核心，不断拓展商业化边界

知乎作为典型的社区平台，通过提供高质量的内容和专业的社区氛围，成功建立了用户信任和活跃的互动环境。2024年，知乎的商业模式不断演进，从内容社区向“不止于社区”的多元生态拓展，通过推出盐言故事、知学堂等内容产品，以及引入AI功能，知乎不断拓宽其商业化渠道和市场影响力，体现了其在内容生态构建和商业模式创新方面的前瞻性和领导力。

2024年知乎动态追踪

2024年3月，知乎发现大会提出
“始于社区，不止于社区”



优质内容生态成为平台核心价值，
“可信赖”的平台形象帮助知乎
创造更多机会

以专业、深度内容筑社区之基

2024.6
累计创作者数量
7490万

同比+12.5%

2024.6
累计内容量
8.3亿条

同比+16.8%

以垂直、细分产品拓展社区边界

- 提供知乎盐言故事、知乎知学堂等新的内容阵地，组成多元化业务生态，拓展社区内容
- 2024年发布AI搜索产品“知乎直答”，并推出“专业搜索功能”，基于社区可信赖内容，为用户带来全新的社区体验，提升了社区的便捷性和有用性

以“可信赖”形象吸引用户

- 平台持续提供高质量优质内容，同时加强社区内容的专业性、真实性审核，以高效、透明机制维护社区的“可信赖”形象
- 于消费者而言，知乎成为消费环节的信任中枢

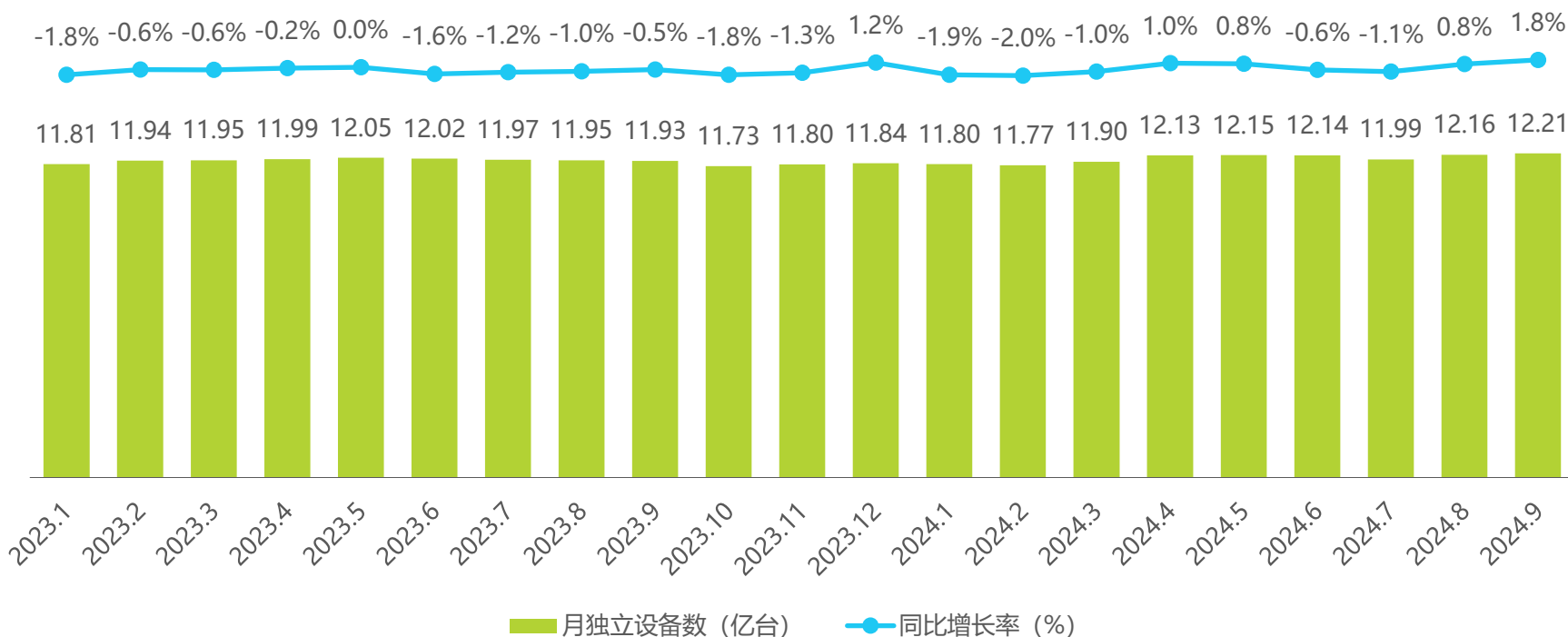
2.3 智慧科技

聚合资讯
汽车资讯
智能穿戴
人工智能

聚合资讯成为用户资讯获取的核心渠道，9月行业流量达近21个月峰值

2024年9月，聚合资讯行业月独立设备数攀至2023年至今的最高点，活跃用户规模突破12.2亿，同比增长1.8%。用户对即时、综合资讯的需求推动了平台流量的增长，聚合资讯成为用户获取新闻与信息的关键来源。

mUserTracker-2023.1-2024.9中国移动互联网聚合资讯行业用户规模



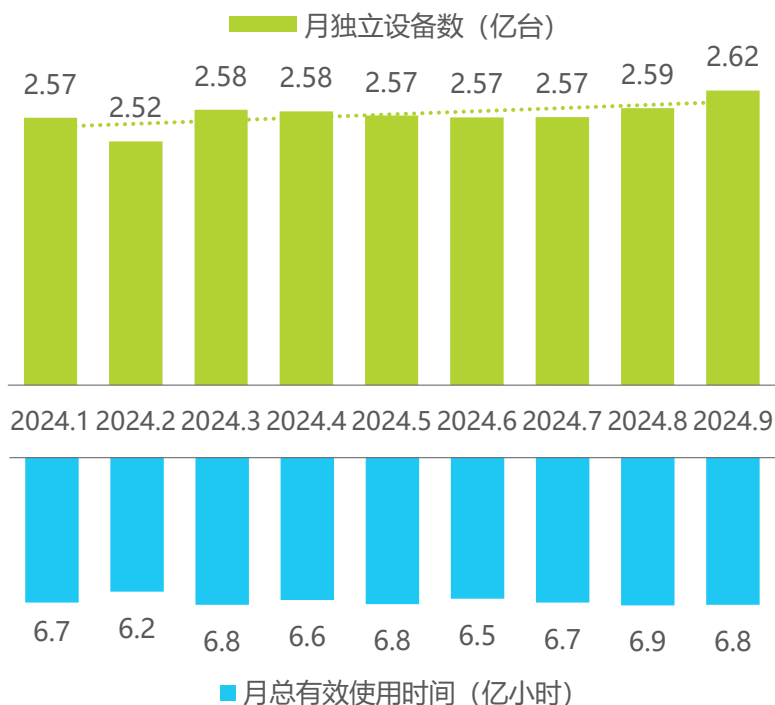
来源：艾瑞咨询 UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

聚合资讯-行业热门APP概况

华为浏览器在聚合资讯行业中展现出稳定的用户流量和高价值的用户基础

7-9月，华为浏览器APP在聚合资讯领域保持了流量和用户粘性的稳定表现，其用户在性别、年龄上分布相对均衡，中青年及中高线城市用户群体的TGI较高，反映出对APP的明显偏好和依赖，凸显了华为浏览器用户的市场价值和商业潜力，为平台上品牌营销和内容分发提供了优质的用户基础。

mUserTracker-2024年中国移动互联网
聚合资讯行业-华为浏览器APP用户规模



mUserTracker-2024年9月聚合资讯行业
华为浏览器APP用户画像

| 性别

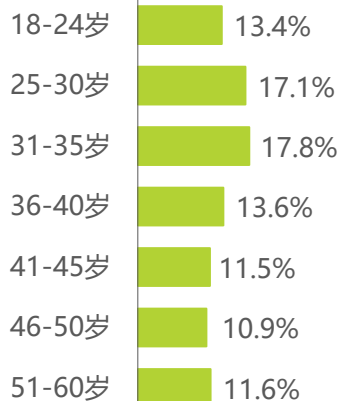


45.1%
TGI=101.5



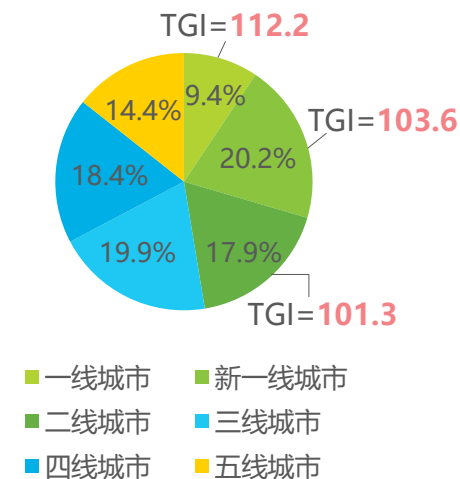
54.9%
TGI=98.8

| 年龄



人群占比 (%)

| 城市级别



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）。

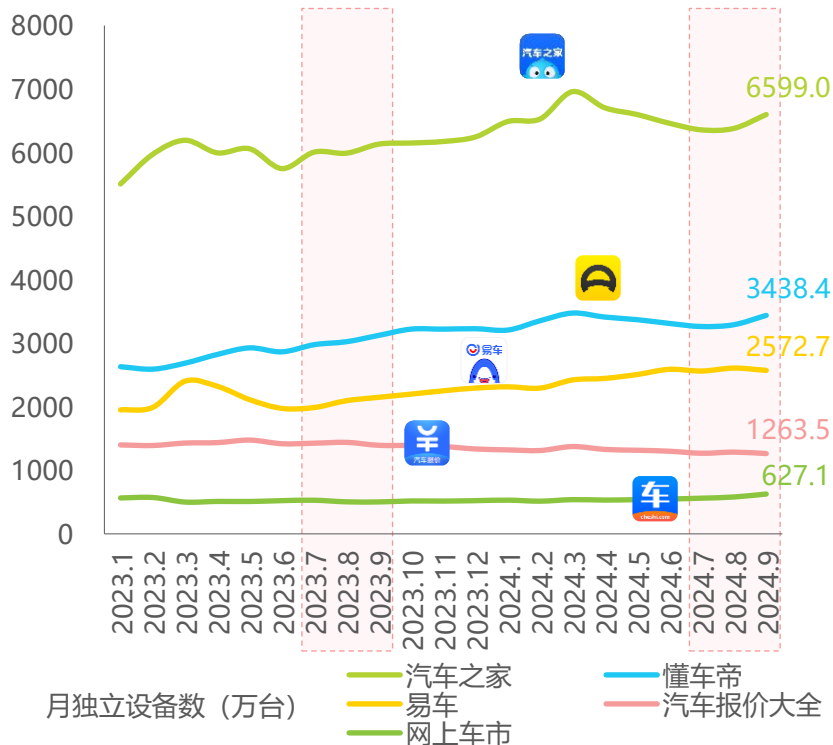
汽车资讯-行业热门APP概况

汽车之家：Q3流量稳健增长，内容生态战略成效显著，多领域协同发力构筑发展新优势

截至2024年9月，汽车之家APP活跃用户规模达6599.0万，同比+7.6%，行业影响力稳步提升。Q3汽车之家持续以用户为核心，打造内容生态，AH+品牌矩阵丰富多元，评测体系与图库优化体验，多平台联动共促流量增长；同时，汽车之家新零售借活动升级，“卫星计划”渗透下沉市场，数字化创新产品增效，二手车业务协同加强；此外，汽车之家积极践行ESG，展现出企业的社会担当。

mUserTracker-2023-2024年中国移动互联网 汽车资讯行业主流APP用户规模

汽车之家2024Q3动态追踪



以用户为中心，构建专业多元内容生态

汽车之家推出AH+内容品牌和原创矩阵，覆盖四大领域，并通过“AH-IT”智能评测体系提升智能车选购透明度，增强用户体验



持续响应“以旧换新”，新零售网络全面升级

汽车之家通过“818全球汽车节”和“百城焕新”等活动，并与平安产险合作，推动政策落地，提升销售效率和消费者体验



数据产品助力提质增效，加强二手车业务协同

联合平安产险推出“聚修汇”提升售后服务效率，创新“客来易”产品解决置换需求，增强二手车业务跨区域流通

积极践行ESG承诺，收获专业机构认可

汽车之家在履行社会责任和减碳行动中获得认可，荣获“亚洲企业社会责任奖”和“最佳节能减碳行动奖”，展现公司在ESG领域的成就



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）。

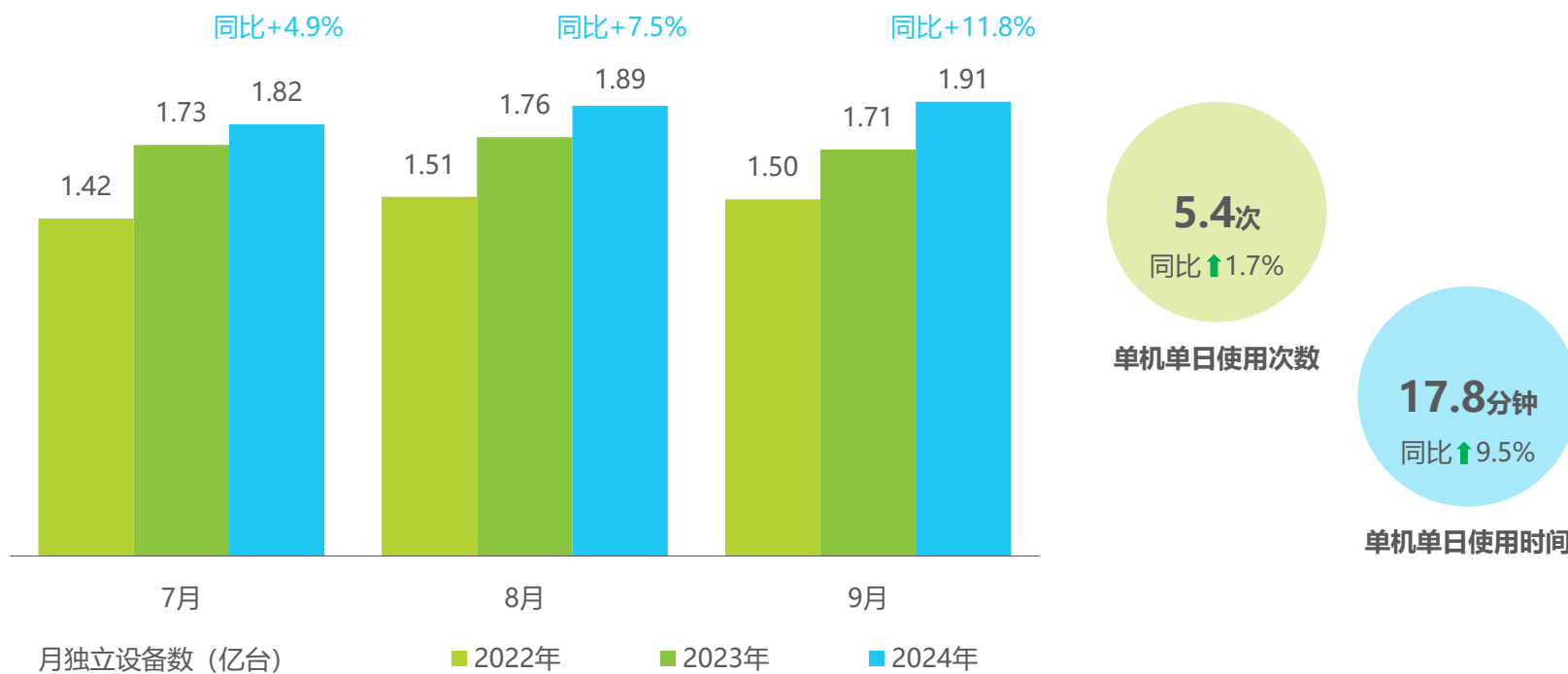
来源：公开资料，艾瑞咨询自主研究及绘制。

智能穿戴-行业概览

行业用户规模增长强劲，用户活跃度同步提升

2024年7-9月，智能穿戴行业月独立设备数同比增长率逐月递增，至9月达到11.8%，显示出强劲增长势头；同时，用户对智能穿戴应用的使用频率和时长继续增加，用户活跃度得到同步提升，反映出行业在用户日常生活中的重要性日益增强。

mUserTracker-2024年7-9月中国移动互联网智能穿戴行业用户规模&9月用户粘性



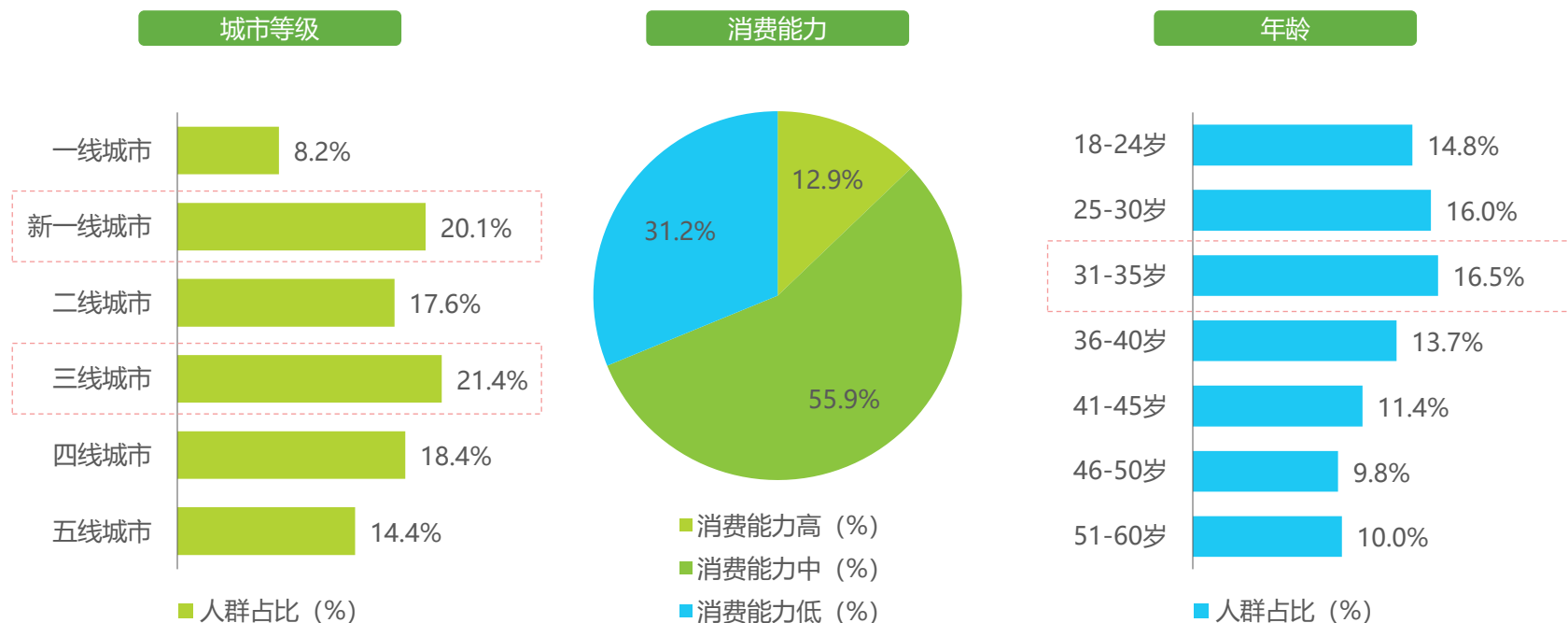
来源：艾瑞咨询 UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

智能穿戴-行业用户画像

智能穿戴用户以城市中青年为主，中高消费能力用户占比高

智能穿戴行业用户主要集中在新一线、三线城市，其中25-40岁年龄段用户占比近五成，而中高消费能力用户占比高达68.8%，凸显了用户群体的城市化特征和较强的经济实力，为行业提供了较为明确的高价值市场定位。

mUserTracker-2024年9月中国移动互联网智能穿戴行业用户画像

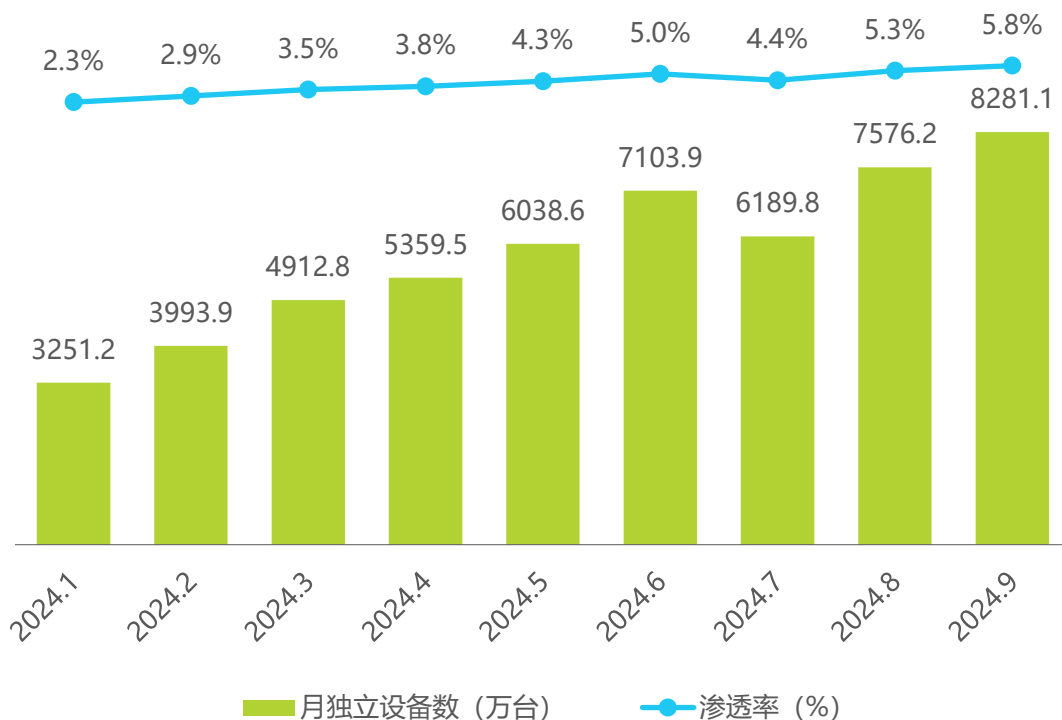


来源：艾瑞咨询 UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

AIGC赛道流量增长强劲，市场渗透率持续攀升

2024年，AIGC赛道月独立设备数实现翻番，从年初的3251.2万台增至9月的8281.1万台，渗透率从2.3%提升至5.8%。AIGC在移动互联网中正快速普及，市场接受度显著提升，市场影响力不断扩大。

mUserTracker-2024年中国移动互联网AIGC赛道用户规模



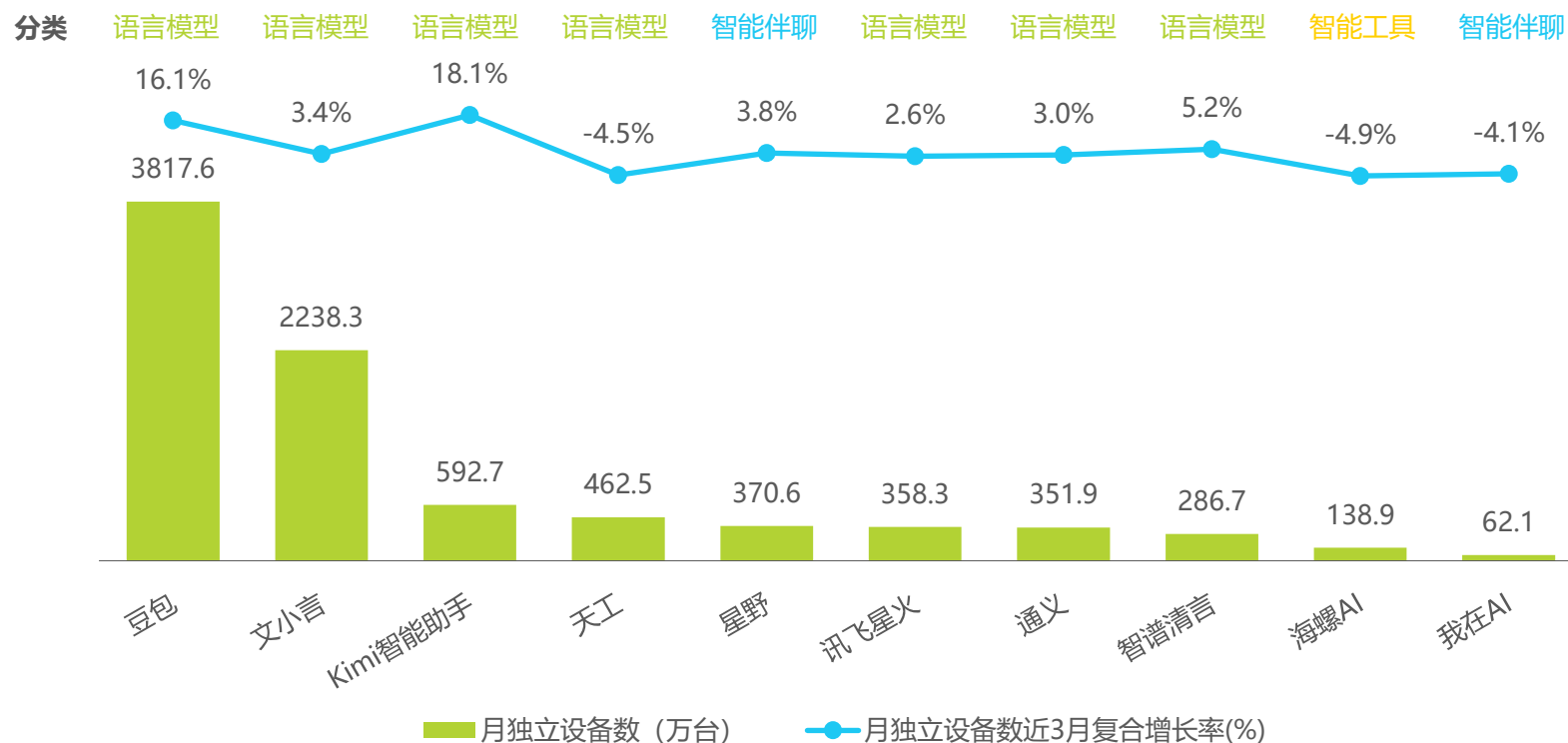
注释：AIGC赛道指一级行业“人工智能”去除智慧搜索、小艺建议、智慧语音三个APP的领域，涵盖智能工具、语言模型、智能伴聊、图像处理四个细分行业的应用。
来源：艾瑞咨询 UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

AIGC-行业主流APP概况

AIGC赛道热门APP用户规模分化，豆包、Kimi智能助手增长迅猛

在AIGC赛道中，热门APP的用户规模呈分化态势。其中，豆包、文小言（原文心一言）用户规模已达千万量级，Kimi智能助手等7个APP的活跃用户数量突破百万。从用户增速来看，Kimi智能助手、豆包近3个月的复合增长率均超过15%，在同类APP中的增速优势显著，彰显出强劲的市场竞争力。

mUserTracker-2024年9月中国移动互联网AIGC赛道热门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 / 2024Q3 中国移动互联网价值榜

List

2024Q3中国移动互联网用户增速榜

移动端用户规模过亿的TOP10增速榜

2024Q3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	2024年9月独立设备数	近3个月复合增长率
				(万台)	(%)
1	咪咕视频	视频服务	聚合视频	14184.2	8.9
2	小红书	社区社交	社区交友	25376.2	7.1
3	番茄免费小说	电子阅读	在线阅读	10794.5	5.0
4	中国工商银行	金融理财	银行	19256.6	2.7
5	滴滴出行	旅游出行	用车服务	12676.2	2.6
6	美团	生活服务	本地生活	49289.5	2.3
7	百度网盘	办公管理	云盘	10190.8	2.2
8	联通手机营业厅	生活服务	运营商服务	10067.2	2.2
9	交管12123	汽车服务	违章查询	13942.5	2.0
10	闲鱼	电子商务	网络购物	12148.7	1.9

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）。

2024Q3中国移动互联网用户增速榜

用户规模5000万级以上的TOP15增速榜

2024Q3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9月独立设备数	近3个月复合增长率
				(万台)	(%)
1	新浪天气通	生活服务	天气	6678.3	7.2
2	小米视频	视频服务	聚合视频	9955.7	4.4
3	大众点评	生活服务	本地生活	6853.8	2.7
4	搜狐新闻	综合资讯	新闻资讯	6388.3	2.7
5	百度好看视频	短视频	短视频类	9011.4	2.6
6	搜狐视频	视频服务	在线视频	5052.8	2.3
7	中国银行	金融理财	银行	8573.9	2.2
8	QQ邮箱	通讯聊天	电子邮件	9840.7	1.9
9	智慧语音	人工智能	智能工具	7681.5	1.9
10	携程旅行	旅游出行	在线旅游	9891.4	1.8
11	网上国网	生活服务	其他	5445.9	1.7
12	七猫免费小说	电子阅读	在线阅读	5696.4	1.7
13	菜鸟（原菜鸟裹裹）	生活服务	快递物流	7445.4	1.4
14	哈啰出行	旅游出行	用车服务	5479.3	1.4
15	腾讯地图	旅游出行	导航地图	5196.0	1.3

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）。

2024Q3中国移动互联网用户增速榜

用户规模千万级以上的TOP15增速榜

2024Q3中国移动互联网用户规模千万级以上的TOP15增速APP榜

序号	APP名称	一级行业	二级行业	2024年9月独立设备数	近3个月复合增长率
				(万台)	(%)
1	豆包	人工智能	语言模型	3817.6	16.1
2	央视频	视频服务	资讯视频	2619.8	14.7
3	完美校园	社区社交	社区交友	1200.9	7.4
4	斗鱼直播	视频服务	游戏直播	2443.9	6.7
5	同程旅行	旅游出行	在线旅游	1458.5	6.2
6	步道乐跑	健康医疗	健康减肥	1244.5	6.0
7	爱尚天气	生活服务	天气	1934.4	5.3
8	华为商城	电子商务	网络购物	4913.0	4.8
9	摩天轮票务	生活服务	其他	1221.4	4.8
10	VIVO游戏中心	下载分发	游戏商店	2561.4	4.4
11	盒马	电子商务	生鲜电商	1409.6	4.1
12	脉脉	社区社交	职场社交	1115.4	3.6
13	文小言（原文心一言）	人工智能	语言模型	2238.3	3.4
14	OPPO社区	社区社交	社区交友	1070.7	3.2
15	OPPO音乐（万声音悦）	音乐音频	音乐播放器	4448.5	2.8

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）。

2024Q3中国移动互联网用户增速榜

用户规模500万级以上的TOP15增速榜

2024Q3中国移动互联网用户规模500万级以上的TOP15增速APP榜

序号	APP名称	一级行业	二级行业	2024年9月独立设备数	近3个月复合增长率
				(万台)	(%)
1	Kimi智能助手	人工智能	语言模型	592.7	18.1
2	我爱我家	房产服务	房产	593.2	11.0
3	爱口袋	办公管理	其他	520.3	9.5
4	今日校园	社区社交	其他	703.7	7.0
5	天天基金网	金融理财	证券服务	565.1	5.8
6	小宇宙	音乐音频	播客音频	701.9	5.7
7	网易大神	游戏服务	游戏资讯	790.2	5.6
8	小黑盒	游戏服务	游戏资讯	812.0	5.4
9	福建农信	金融理财	银行	757.0	5.2
10	网上车市	汽车服务	汽车资讯	627.1	4.6
11	中国大学MOOC	学习教育	专业学习	612.6	4.2
12	百度有钱花	金融理财	消费信贷	798.2	4.2
13	山姆会员商店	电子商务	网络购物	709.3	4.1
14	U净	生活服务	其他	602.1	3.9
15	神州租车	旅游出行	用车服务	730.3	3.6

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）。

2024Q3中国移动互联网用户增速榜

用户规模100万级以上的TOP15增速榜

2024Q3中国移动互联网用户规模100万级以上的TOP15增速APP榜

序号	APP名称	一级行业	二级行业	2024年9月独立设备数	近3个月复合增长率
				(万台)	(%)
1	人教点读	学习教育	K12教育	229.8	14.2
2	有道精品课	学习教育	专业学习	204.0	11.4
3	央视体育	视频服务	电视直播	150.4	9.0
4	中国体育	综合资讯	体育资讯	104.2	8.7
5	腾讯文档	办公管理	电子文档	316.8	8.7
6	趣智校园	实用工具	其他	196.9	7.6
7	到梦空间	学习教育	其他	225.9	7.5
8	汇优	生活服务	其他	126.1	7.3
9	信用飞	金融理财	其他	136.4	7.0
10	希沃白板	学习教育	教育工具	455.6	6.3
11	人教口语	学习教育	语言教育	111.0	5.9
12	超级课程表	学习教育	教育工具	405.7	5.9
13	欢乐中国象棋	游戏服务	棋牌游戏	111.3	5.6
14	闽教英语	学习教育	语言教育	133.2	5.6
15	班级优化大师	学习教育	教育工具	495.9	5.5

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）。

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