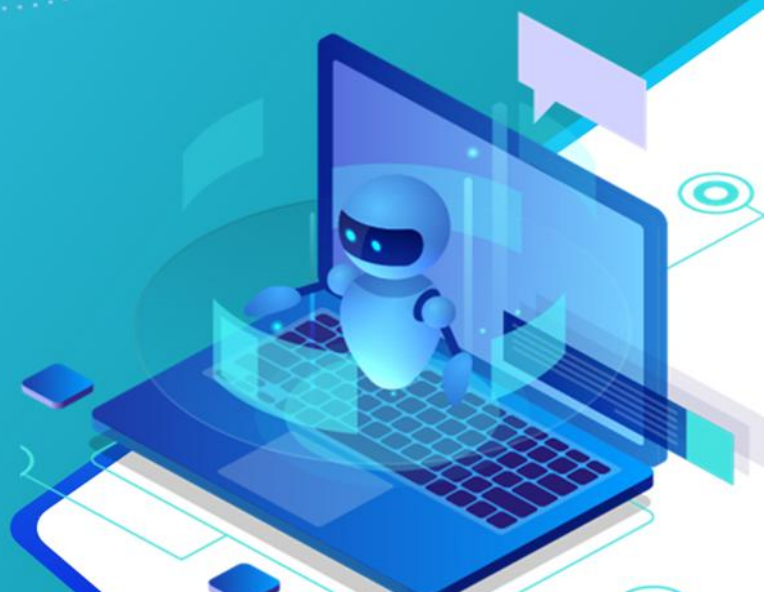




2025 年 Q1 移动互联网 行业数据研究报告

极光月狐数据 (MoonFox Data)

2025 年 05 月



前言

2025 年第一季度，中国移动互联网行业在复杂环境中展现强劲韧性，宏观经济、政策、技术进步共同推动行业迈向高质量发展的新阶段。基于此，我们围绕极光月狐数据以及行业公开信息，梳理 2025 年 Q1 市场发展动态，撰写季度研究报告。

宏观经济方面，一季度我国国民经济开局向好，GDP 同比增长 5.4%，消费、外贸表现亮眼。政策上，国务院围绕“稳外资、促消费”开展工作，提振市场信心。资本市场方面，投融资结构性回暖，先进制造、AI 等领域仍为绝对的吸金主力。

细分赛道中，各领域在存量竞争中寻求突破。电商行业，“以旧换新”拉动数码品类增长，二手经济与兴趣消费崛起；游戏领域，“老游长青”策略带动行业增长，春节假期游戏市场收入同比增长 27.7%，版号发放持续提速、助力行业发展；短剧市场，国内发力精品化、免费短剧热度攀升，海外市场扩张并行，“三强”市场份额仍可观；生成式 AI 技术突破，DeepSeek-R1 爆火，搅动行业发展、重塑市场格局。旅游需求升级，深度游、长途游更受游客追捧，入境游数据显著增长。

展望 2025 年，部分行业将加速迎来进化和变革。如从生成式 AI 发展至通用型智能体，Agent 框架与多模态应用将逐步打破行业壁垒，在制造、文旅、电商等领域掀起新一轮的创新/创业浪潮。同时，虽国际竞争加剧，但出海仍是我国绝大多数企业关注的主要课题，如何善用营销方法、融合 AI 功能，是其快速打开新兴市场获取用户的关键。

穿越周期迷雾，移动互联网的自省与变革未曾止步，2025 将成为行业变革与突破的关键一年。

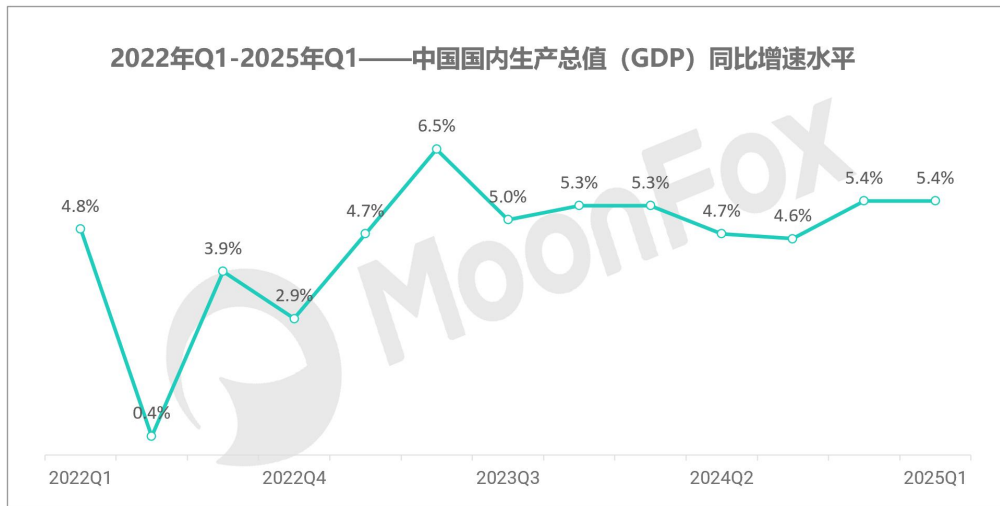
目录

1. 宏观洞察：	4
1.1. 经济指标： 优于预期，稳定发展	4
1.2. 政策变化：提振内/外资信心，稳中有进	5
1.3. 投融资： 更多企业迈进 A 轮，融资金额走高	7
1.4. 移动流量大盘：数据稳定，细分行业迎来发展变化	8
2. 细分市场洞察：	10
2.1. 电商：二手经济火热，闲鱼用户粘性增强	10
2.2. 长视频：加速内容精品化部署，实现多维同比增长	13
2.3. 游戏： 老游长青，长线运营带来流水增长	24
2.4. 短剧： 竞争白热化，爱优腾芒加速入局	28
2.5. 旅游： 春节数据优秀，入境游热度走高	31
2.6. 生成式 AI：DeepSeek 上线，行业格局迎来巨变	34

1. 宏观洞察：

1.1.经济指标： 优于预期，稳定发展

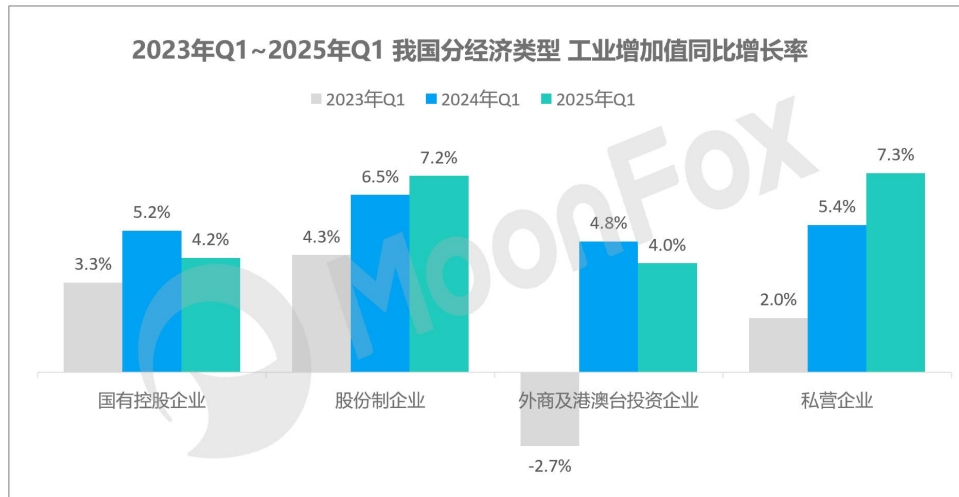
我国国民经济于 2025 年第一季度迎来良好开局，经济指标整体稳步上涨。



数据来源：国家统计局-数据网站
数据周期：2022.01~2025.03

其中，国内生产总值 31.88 万亿元，按不变价格计算，同比增长 5.4%，环比增长 1.2%。分产业看，第一产业增加值 1.17 万亿元，同比增长 3.5%；第二产业增加值 11.19 万亿元，增长 5.9%；第三产业增加值 19.51 万亿元，增长 5.3%。整体来看，我国国民经济呈现高质量、稳步发展的态势。

从各类指标来看。首先，市场销售增速回升，Q1 我国社零总额达 12.47 万亿元、同比增长 4.6%，其中，限额以上单位通讯器材类、文化办公用品类、家用电器和音像器材类、家具类商品零售额分别增长 26.9%、21.7%、19.3%、18.1%，“以旧换新”政策引导效果显著。



数据来源：国家统计局-数据网站
数据周期：2023.01~2025.03

其次，一季度，我国规模以上工业增加值同比增长 6.5%，比上年全年加快 0.7 个百分点。分经济类型看，国有控股企业增加值同比增长 4.2%；股份制企业增长 7.2%，外商及港澳台投资企业增长 4.0%；私营企业增长 7.3%。“稳定外资、帮扶企业”的发展策略正在加速落实。

最后，货物进出口保持稳定增长，贸易结构继续优化。一季度，货物进出口总额 10.30 万亿元，同比增长 1.3%。其中，出口 6.13 万亿元，增长 6.9%；进口 4.17 万亿元，下降 6.0%。我国出口和贸易顺差均表现强劲，随着“关税战”的打响，Q2 我国进出口将受到一定影响，预计我国贸易顺差额将继续创下新高。

整体上，2025 年是我国经济“固本培元”的关键一年，Q1 开局表现优秀为市场带来信心。国际形式突变之下，我国经济的韧性将逐步显现。

1.2.政策变化：提振内/外资信心，稳中有进

作为开年季度，2025 年 Q1 国务院陆续出台了一系列重要政策，涵盖了稳外资、消费提振、制造业升级、人工智能发展、新型城镇化等多个领域。增强消费信心、促进市场活力为第一季度政策的主基调。

2024年2、3月 我国国务院重要政策一览

	核心政策内容		核心政策内容
2月10日	把提振消费摆到更加突出位置，加大消费品以旧换新支持力度	3月12日	《政府工作报告》明确提振消费、全国统一市场建设、AI+、制造业转型等方向
2月19日	消费供给提质、消费秩序优化、消费维权提效、消费环境共治、消费环境引领等五大行动	3月21日	支持国际消费中心城市培育建设，打造一批“人工智能+消费”场景
2月20日	《2025年稳外资行动方案》取消准入限制要求，有序开放医疗、生物等多个领域	3月24日	《保障中小企业款项支付条例》明确机关、事业单位和大型企业支付中小企业款项的期限要求
2月23日	持续增强粮食等重要农产品供给保障能力，着力推进乡村建设	3月14日	《人工智能生成合成内容标识办法》发布，规范人工智能生成合成内容标识

数据来源：公开信息统计

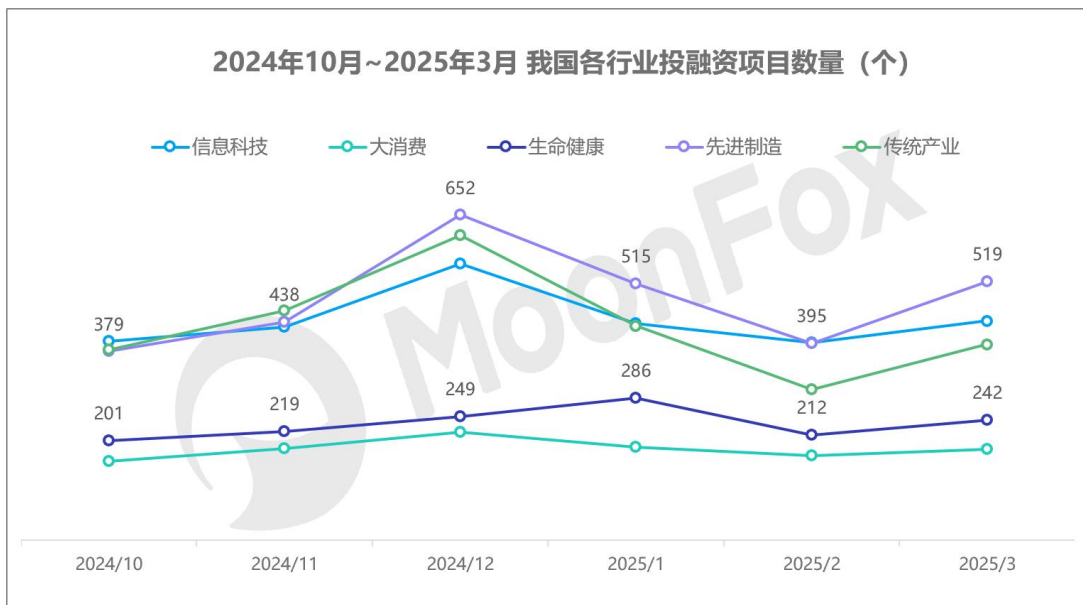
2、3月为政策集中推出的关键月份。2月10日，国务院常务会研究提振消费有关工作，其中提及了“国内大循环、大力支持居民增收”等关键方向。在措施上，除旧换新、大宗消费更新升级之外，常务会同样关注如“人工智能+消费”等新场景，希望持续打造新的消费热点。2月20日，《2025年稳外资行动方案》发布，方案从有序扩大自主开放、提高投资促进水平、增强开放平台效能、加大服务保障力度等4个方面，提出了20项政策举措，其中，扩大电信、医疗、教育等领域开放试点、引导更多优质外资长期投资我国企业为核心政策。整体来看，2月政策针对性较强，即通过对内加速消费循环、对外持续吸引外资进入的打法，提升市场活力。

3月，《2025年政府工作报告》受市场广泛关注。首先，从目标来看，2025年整体GDP预期增长5%左右、整体与2024年持平，在全球经济环境动荡、关税冲突之下，维稳成为主基调。其次，财政政策更加积极，赤字率拟按4%左右、比上年提高1个百分点，赤字规模5.66万亿元、比上年增加1.6万亿元。最后，工作方向上，科技创新与产业升级是工作重点，实现更为深刻的数字化转型和产业融合。

整体来看，“稳中有进”是2025年我国政府工作的主要基调，政策设计兼顾短期稳增长与长期结构优化，体现了对复杂内外环境的系统性应对能力。

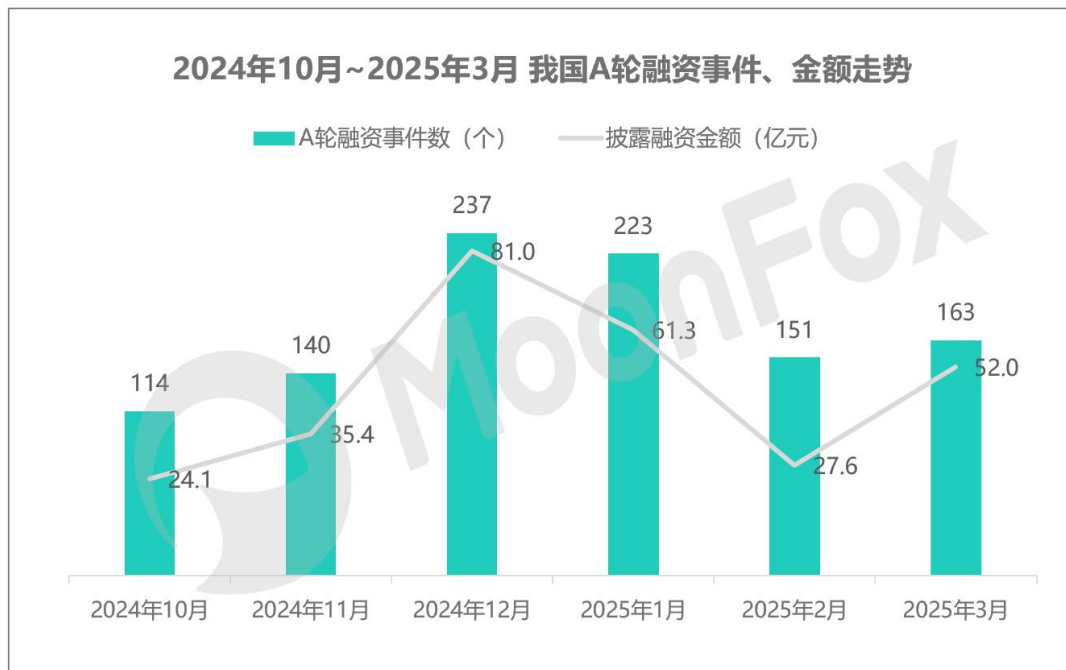
1.3.投融资： 更多企业迈进 A 轮，融资金额走高

2025 年一季度，我国社会融资规模增量累计为 15.18 万亿元，同比增长 2.37 万亿元，其中，对实体经济发放的人民币贷款增加 9.7 万亿元，同比增长 5,862 亿元。整体来看，我国社会融资需求迎来初步改善，工业企业生产经营景气度恢复向好，企业融资需求有所回升。



数据来源：行行查
数据周期：2024.10~2025.03

据行行查数据，2025 年 3 月，我国投融资项目数量超过 2,000 个，整体数量稳定。从行业来看，先进制造、信息科技、传统产业仍为增长最为稳定且贡献项目数量最多的细分赛道，大消费、生命健康排名其后。关注行业中细分赛道表现，半导体、机器人、装备机械仍为先进制造行业中的 Top3 赛道，其中半导体相关投融资事件环比 2024 年底有所增加。



数据来源: 天眼查
数据周期: 2024.10~2025.03

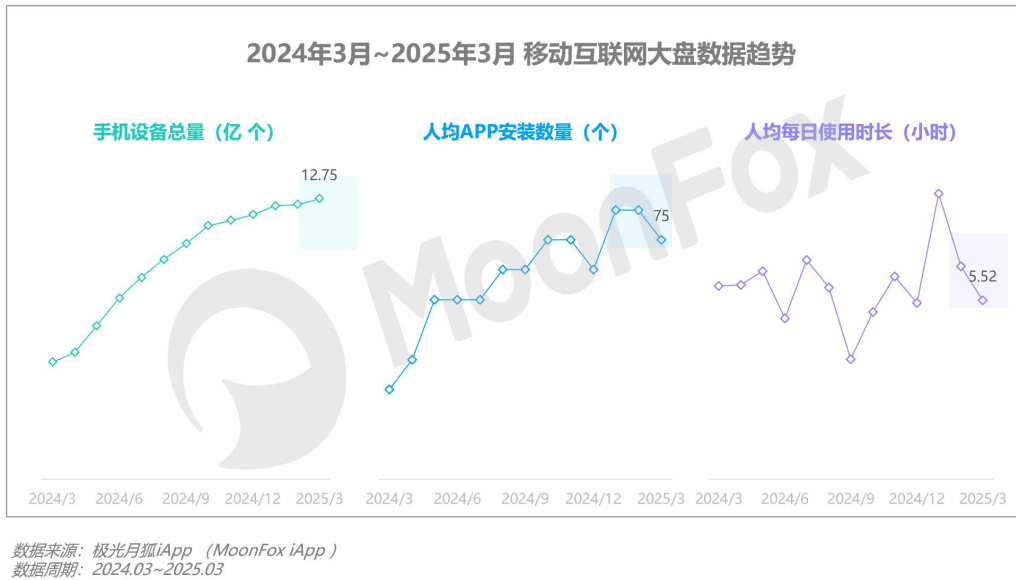
从融资轮次来看，随着政策落地、经济回暖，A轮融资事件频率更高、融资金额有所提升。2025年3月，A轮融资事件数量及金额同比分别增长了52.3%、19.9%。AI产业的迅猛发展，大量细分赛道孕育众多新兴企业，头部投融资机构已在抢先布局，纷纷寻求对优质企业的领投机会。但不可否认的是，当下能够进入到B、C以及未来轮次的企业数量越来越少，企业在当下行业竞争加剧的大环境下愈发难以完成融资时承诺的“KPI”。

总体来看，资本市场有所回暖，投融资机构开始活跃。类似“智谱AI”等大额融资事件开始增多，更多优质企业正在孵化当中。

1.4.移动流量大盘：数据稳定，细分行业迎来发展变化

2024年，我国已全功能接入国际互联网30周年，全国网民数量再创新高。据CNNIC数据，截至2024年12月，我国手机网民数量达11.05亿，同比增长1,403万人。

另外值得关注的是，移动互联网人均每日使用时长当下录得 5.57 小时，9 月时长有所下滑但于 Q4 有所回升。当下网民使用习惯已充分养成，线上使用时长触达增长瓶颈，同时随着直播于各行业的充分渗透，行业已迈入存量竞争周期。



从大盘数据来看，据极光月狐数据，2025 年 3 月我国手机设备总量超过 12.75 亿个，总体规模稳步走高。2025 年以旧换新补贴的政策加速落地之下，人均移动设备数量、换机率正在稳步提升。另外，移动互联网人均每日使用时长当下录得 5.52 小时，虽相较 1 月春节期间有所下滑，但整体水平仍较为稳定。人均 App 安装数量稳定在 75 款左右，移动互联网 App 已对居民日常生活实现了充分覆盖。

从细分行业来看，AI 赋能之下，部分赛道覆盖用户量级正加速走高。如我国搜索引擎用户规模于 2024 年末已达 8.78 亿人、同比增长 5,112 万人，AI 搜索正加速迭代，帮助更多用户获取信息资讯；另外，传统行业变化涌现，如外卖市场正迈入竞争新阶段，京东等平台加速入局，同期外卖用户规模已达 5.92 亿人、同比增长 4,777 万人，预计未来将进一步攀升。

整体来看，虽然移动互联网已发展数年、市场格局相对稳固，但用户不断涌现的新需求结合 AI 等技术的蓬勃发展，大量新产品、新赛道仍在持续涌现，市场活力尚存。

2. 细分市场洞察：

2025 年第一季度，变化是各细分赛道/市场的关键词。一方面，大量跨时代的产物问世，DeepSeek-R1 “弯道超车” 瞬间追平海外头部大模型，重塑市场格局，为我国大量生成式 AI 平台提供更高质量的对话模型；另一方面，伴随着政策的支持和市场需求的回升，部分行业开始有所回暖，企业纷纷对业务方向、策略重心进行调整，如游戏老游长线运营、短剧免费/精品化并行等，市场开始重新注入活力。

整体来看，作为开年的第一季度，移动互联网各行业的发展态势向好，全年表现有望超过往期迎来显著增长。

2.1. 电商：二手经济火热，闲鱼用户粘性增强

2025 年第一季度，我国全国网上零售额超 3.62 万亿元，同比增长 7.9%。其中，实物商品网上零售额 2.99 万亿元，增长 5.7%，占社会消费品零售总额的比重为 24.0%。

行业视角。1 月 8 日，发改委及财政部向下落实“手机等数码产品购新补贴”政策，显著拉动数字产品线上销量。据 IDC 数据，2025 年第一季度，我国智能手机市场出货量同比增长 3.3%，Top5 品牌出货总量超 7,160 万台。其中，小米以 1,330 万台的出货量登顶、同比增长 39.9%。

同时，美妆表现突出，2025 年 Q1，我国化妆品线上交易额超 1,528.85 亿元，同比增长达 14.7%；交易量达 20.46 亿件，同比增长 11.24%。3 月，3.8 妇女节对整体交易额的增长起到较为显著的促进作用。从品类来看，洗发护发、彩妆品类交易额同比增长最为显著，同比分别为 41%、25%。经济波动之下，“口红经济”效应有所显现，美妆行业竞争压力凸显，“低价策略”已蔓延至各大品类。

另一方面，春节仍然为各大电商平台集中发力布局的重要时间节点。行动上，各平台分分对外拿出“独家”头衔，意求与春晚深度绑定。如淘宝，时隔七年重回春晚，与总台签署“独家电商互动平台”协议；B站首次担任“春晚独家弹幕视频平台”，用户可实时进行互动；小红书成为春晚的“独家笔记分享平台”，关注春晚后台趣事等。背靠“独家电商平台”的头衔，淘宝独享流量并实现了有效转化，如淘宝端内累计许愿量达 7.53 亿次，淘宝端内“春晚同款”搜索量峰值达 58 万次/分钟。

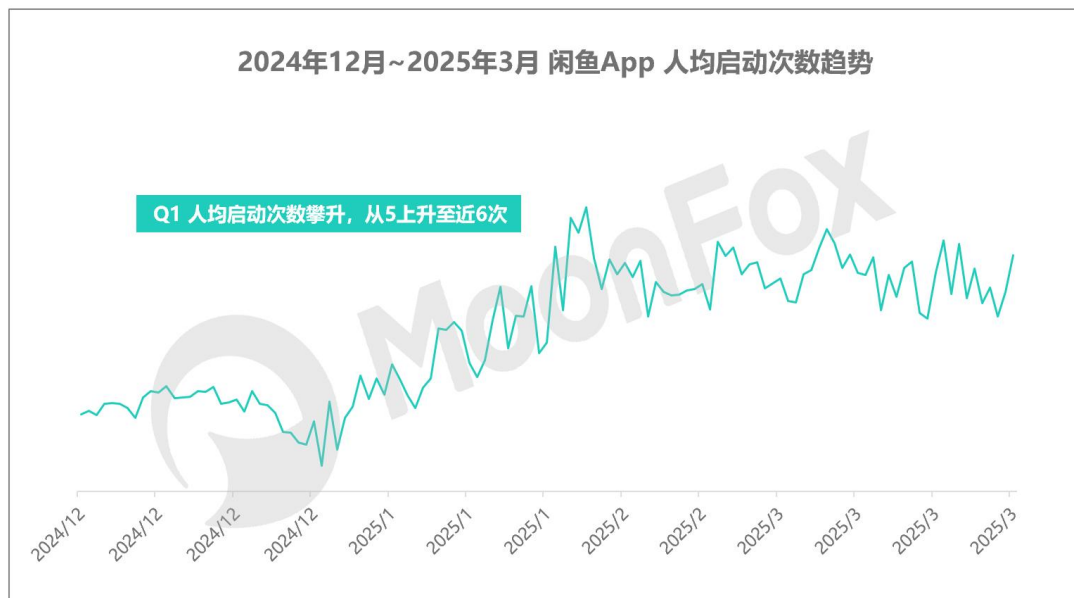
2025年春节 部分电商平台发货制度公告对比		
平台	活动时间	公告细则
拼多多	2025年1月17日~2月6日	区分是否参与“春节不打烊”活动的商家，处罚标准不同。但“纠纷退款率、消费者负向体验赔偿-商品问题及恶劣服务态度处罚”等，均做正常考核
天猫	2025年1月2日~2月4日	发货时效要求，商家需在48小时内发货并确保物流单号有揽收记录，揽收后24小时内须有物流更新记录
淘宝	2025年1月2日~2月4日	设立“跨店满减”、“官方立减”两类玩法，对物流发货揽收时效（揽收24小时内有揽收记录）送达时间（保障区域付款7日内完成送达）有要求
小红书	2025年1月2日生效	商家可主动选择普通发货模式、现货极速发货模式、预售发货模式、QIC仓发货模式，整体自由度更高

数据来源：极光月狐数据公开渠道整理

从发货政策来看，“保送达、不打烊”已成各家共识。其中，淘宝、天猫首当其冲对发货及送达时间给出了明确要求，违反后的处罚机制也较为明确；拼多多则围绕用户体验，围绕“纠纷退款率、负向体验赔偿”提出要求。2025 年 Q1，“仅退款”占到商家整体投诉问题比例的 56%以上，我们认为，平台不可一味转嫁矛盾至买卖双方，结合 4 月各平台的相关政策，未来“仅退款”政策或将陆续取消，平台生态的长线优化和健康发展是电商行业当下变革的重点。

头部电商加速对内变革、稳定市场地位，部分“中腰部”平台开拓赛道、持续闷声拓客。其中，“闲鱼经济”已成为 2025 年 Q1 电商行业的热门话题。截至 2024 年末，闲鱼 GMV 已突破 10 亿、单日有超过 400 万件闲置物品在闲鱼上被发布。

进入 Q1，《哪吒 2》带动衍生品热度持续走高，各类“吃谷”需求于闲鱼上爆发，官方渠道全线售罄且价格高昂的背景下，大量消费者涌向闲鱼，如“敖丙、哪吒”角色的手办平均溢价率达 50%以上。



高涨的消费者需求带动闲鱼等二手交易平台活跃用户数走高，用户粘性也水涨船高。据极光月狐数据，自 2025 年 1 月初至 2 月初，闲鱼 App 人均启动次数稳步走高，单日人均启动次数已接近 6 次。在消费者需求多样化、市场热点转瞬即逝的当下，二手交易已成为满足消费者收藏需求的重要方式。我们认为，年轻消费群体当下更愿意为兴趣支付超额溢价，“为情绪买单”将更加普遍。

另一方面，闲鱼的热度走高同样源于年轻消费者日益兴起的“出售需求”。据闲鱼官方数据，截止 2024 年底，共有约 945.4 万人在闲鱼“搞副业”，其中 00 后占比超 40%。当下，AI 工具的兴起、各赛道信息差的拉大均为年轻人提供了“当商家”的机会，“AI 账号、店铺代下单”等各类服务于闲鱼加速涌现。未来，“闲鱼副业”将于年轻人群中持续传播，二手交易将为电商行业注入活力。

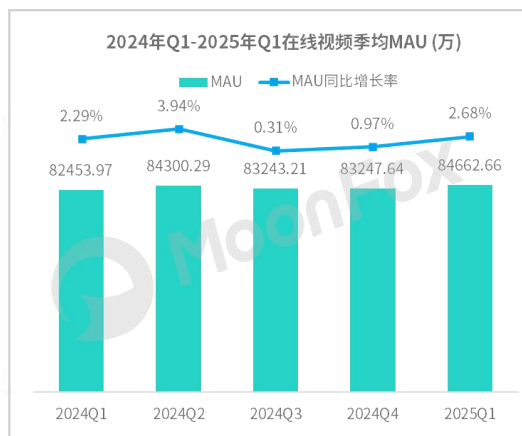
2.2.长视频：加速内容精品化部署，实现多维同比增长

长视频平台经历了大浪淘沙、IP 大战、短视频冲击后，如今已形成稳定发展趋势。内容为王的时代，“爱腾优芒 B”殊途同归，在各自的赛道上做差异化突破的同时，“精品化内容”、“长+短”战略成为各个平台共同的发展策略。

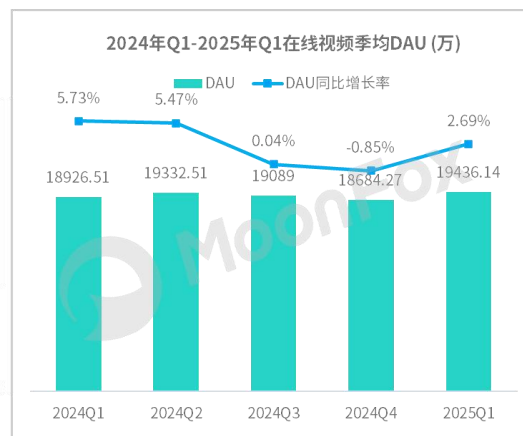
2025 年，通过“内容+”战略稳定推出高质量的内容，守住存量用户的同时，破局向上生长进入全新的阶段成为主要趋势。

从月狐 iApp 数据来看，2025 年第一季度，我国在线视频领域打破了过去两个季度的增速下滑态势，活跃用户规模整体呈上升趋势，季均 DAU 数据更是显眼，呈现出近两年来的巅峰状态。

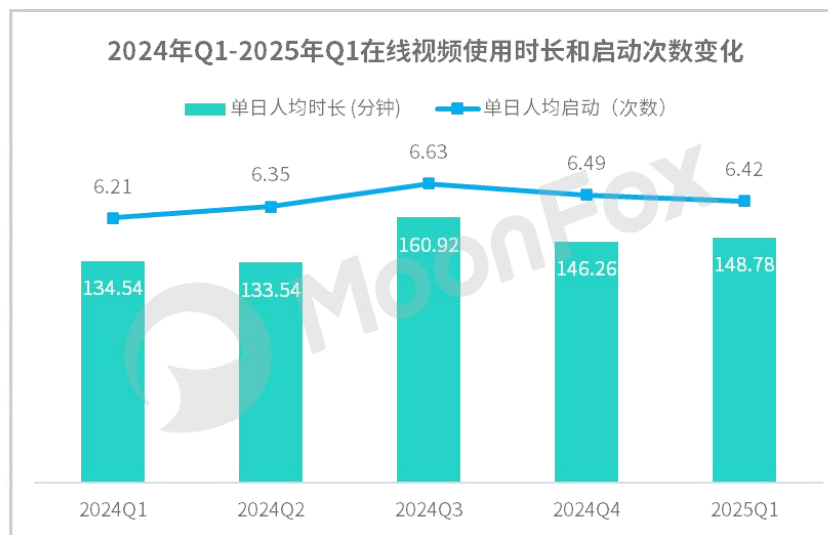
同时，单日人均启动次数相对稳定；单日人均使用时长均值相较于上个季度实现 1.7% 的小幅增长，比去年同期增长 10.6%，达 148.78 分钟。这些增长主要依赖于头部应用的开年内容攻势。



数据来源：月狐iApp (MoonFoxiApp)
数据周期：2024Q1-2025Q1



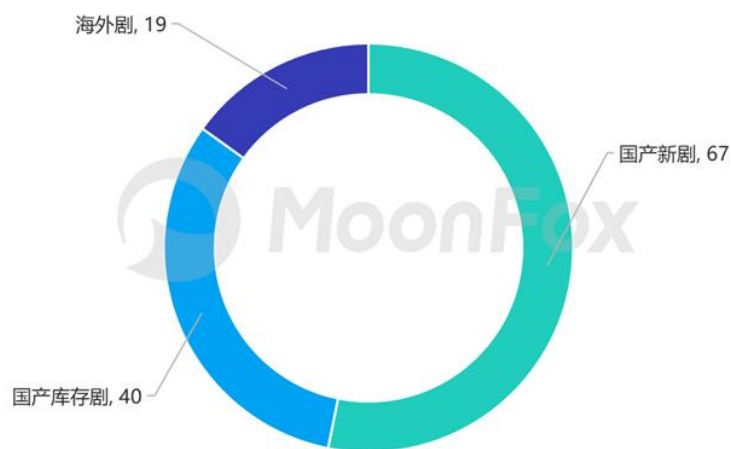
数据来源：月狐iApp (MoonFoxiApp)
数据周期：2024Q1-2025Q1



数据来源：月狐iApp (MoonFoxiApp)
数据周期：2024Q1-2025Q1

2025 年一季度长视频平台共上线国产新剧集共 67 部，同比增加 7 部；总集数 1867 集，同比增加 5%；总时长 1408 小时，同比增长 8%。

2025年一季度长视频平台上新剧情况 (单位：部)



数据来源：云合、公开数据，极光月狐研究院整理

数据周期：2025年1-3月

从题材分类上看，2025 年一季度的题材主要集中于都市、悬疑、剧情三大主流题材。在玄幻和农村题材上的发力超越去年各个季度，其中玄幻以优酷的《异人之下》、优酷与爱奇艺的联播剧《念无双》及爱奇艺的《白月梵星》三部 S+为首，农村为多平台联播剧。

一季度拥有 4 部播放量上十亿的剧集，同比增加 2 部。而爱奇艺、腾讯视频、优酷视频发挥稳定，各有头部热剧进入十亿榜。芒果 TV 本季度有所突破，凭借《国色芳华》也进入十亿播放量级队列。

剧名	云合评级	全平台有效播放（亿次）	题材
国色芳华	S+	14.38	剧情
白月梵星	S+	13.26	玄幻
六姊妹	S+	12.88	剧情
难哄	S+	10.93	都市
五福临门	S+	8.99	喜剧
漂白	S+	8.41	悬疑
北上	S+	7.20	剧情
似锦	S+	6.72	剧情
无所畏惧之永不放弃	S	6.65	都市
仙台有树	S	5.66	玄幻

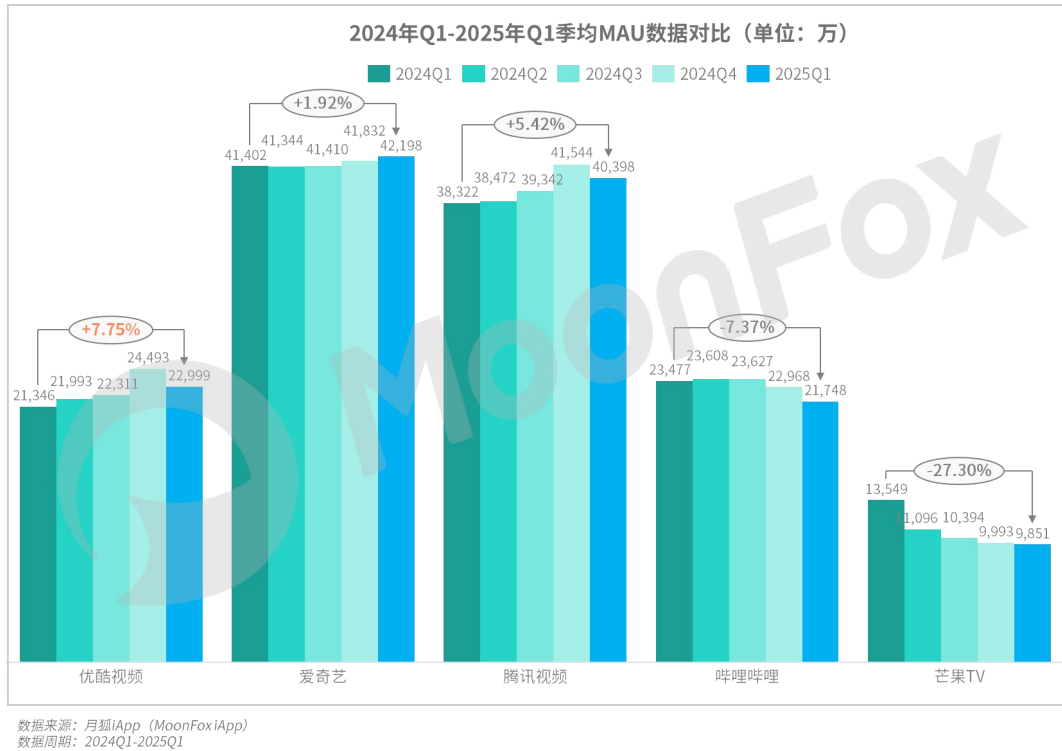
数据来源：云合、公开数据，极光月狐研究院整理 数据周期：2025年1-3月

根据云合数据，2025 年 Q1 上新综艺（不含衍生综艺、晚会）共 60 部，同比增加 9 部，增量源于优酷与爱奇艺。从头部综艺的数据上看，“综 N 代”占领头部，新综艺在舆论造势、明星班底上需有较大突破才能冲出重围。探案、旅行、喜剧类综艺播出效果表现较好。

1. 平稳的“湖面”下，各大视频平台竞争寻求业务增长，优酷增长数据亮眼

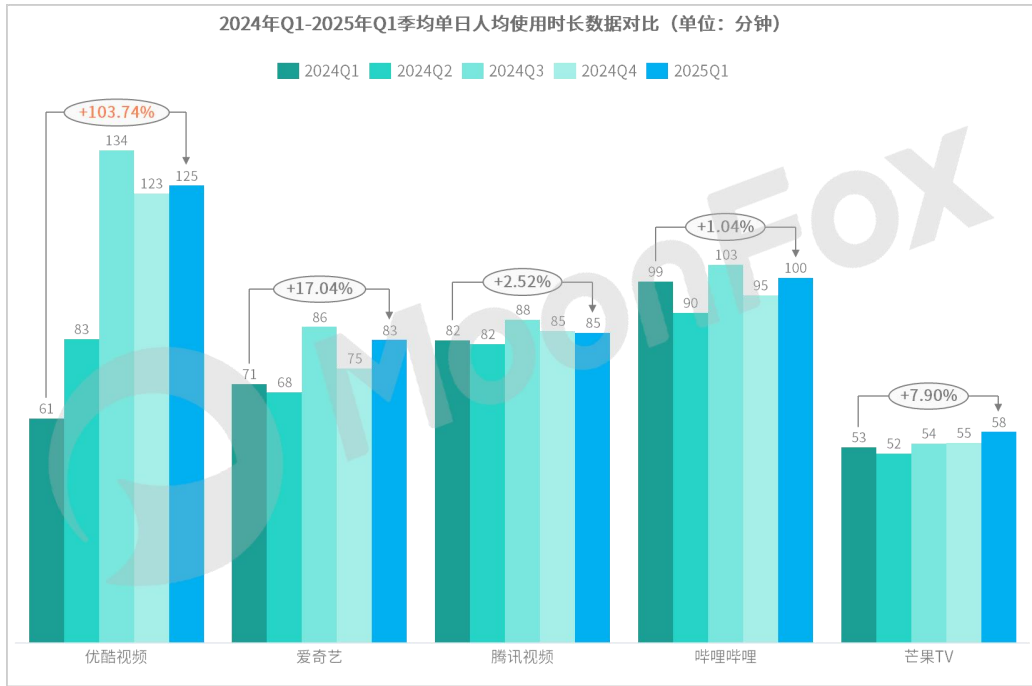
较为稳定的行业格局下，在存量竞争中实现增长成为各大平台的目标。基于极光月狐的 iApp 中的数据，可以发现：从在线用户规模数据上看，爱奇艺成为当之无愧的第一，但面临 MAU 增长乏力，DAU 大幅下降的问题。

而优酷增速较快，优酷在季均 MAU 的增长率位列第一，持续吸引新用户提高竞争力。

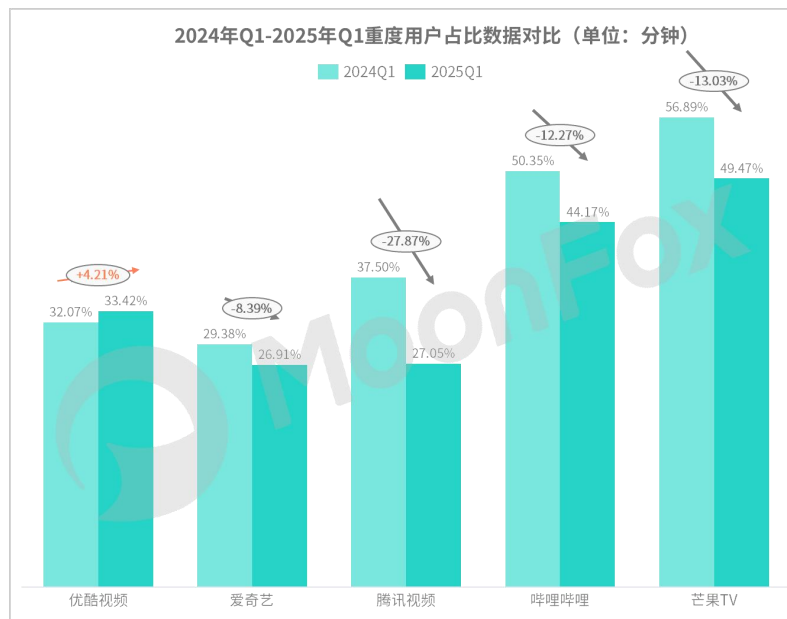


同时，从单日使用时长来看，在精品化内容战略下，各家均有所增长。其中，优酷的单日使用时长已连续三个季度保持行业第一优势，同比实现翻倍增长，稳坐时长榜第一位置。

从用户构成来看，腾讯重度用户占比大幅下降，其他三家也有不同程度的下降，仅优酷的占比不降反升。



数据来源：月狐iApp (MoonFoxiApp)
数据周期：2024Q1-2025Q1



数据来源：月狐iApp (MoonFoxiApp)
数据周期：2024Q1-2025Q1

综合来看，得益于各大平台回归优质内容本质，长视频行业用户粘性的整体表现稳中向好。

近一年来，优酷视频内容质量持续提升，其经典剧集如《甄嬛传》、《知否知否应是绿肥红瘦》等播放量仍居高不下，吸引各个年龄段忠实用户，整体用户粘性较好，基础流量得到保障；同时每月均有头部剧集推出，保持了排播稳定性，《新生》、

《边水往事》、《墨雨云间》等现象级爆款及口碑好剧，帮助其不断吸引新用户入局并留住老用户的注意力。

2024优酷视频内容表现亮眼，剧集/综艺/人文内容优势领先



优酷近年来打出“为好内容全力以赴”的口号，在 2025 年一季度上线了《难哄》、《沙尘暴》、《蛮好的人生》等多款优秀剧集，继续强化构建精品化剧集体系，抢占更多用户注意力和市场空间。

2. “精品化”与“多元化”战略下，头部平台悬疑、都市、玄幻等赛道全面开花，用户同质化下仍有突破；未来发展各有“大招爆款”

(1) 内容情况

2025 年，各大视频平台向精品化内容、多元化业务创新发展，持续提升内容质量。

2025年一季度上新国产新剧豆瓣评分 TOP 5

排名	剧名	豆瓣评分	播出平台
1	异人之下之决战！碧游村	8.3	优酷视频
2	鹊刀门传奇2	8.1	腾讯视频
3	影后	8.1	B站
4	180天重启计划	7.9	芒果TV
5	国色芳华	7.8	芒果TV

数据来源：豆瓣 极光月狐研究院整理

数据周期：2025年1-3月

而从题材选型上看，一季度视频平台整体在悬疑、剧情、玄幻、农村赛道剧集的比重大幅提高。

➤ 悬疑题材：

“悬疑易爆”成为众平台皆知的趋势，开年各平台在悬疑上的投入加大，一跃成为平台的心头好。爱奇艺的《漂白》为悬疑开年带来了最高的播放量，但一度面临“错误价值导向”、“负面传播”等风波。腾讯 X 剧场推出的《棋士》，融入围棋哲学，以生活化叙事的手法推动案件描写人性，但同时面临剧情逻辑、复刻经典剧集等问题，口碑两极分化严重。目前悬疑剧作“高开低走”的局面，展现出的是场景同质化、剧情套路化、快节奏下重冲突等问题。如何在保证剧情逻辑自治的情况下进行剧集重心的选择和内容场景的创新才能脱颖而出。

优酷白夜剧场的《沙尘暴》在悬疑扎堆的第一季度拿下豆瓣评分 8.1 的高分。逆势而行，成为了这部剧的特点：叙事背景选择了具备粗粝美学的西北地区，依靠自然环境形成压迫紧张的氛围，同时以较高完成度的人物命运刻画与人性剖析作为内容创新，进行悬疑题材的破局。《沙尘暴》也因此成为 2025 年豆瓣评分最高的悬疑剧集。

➤ 玄幻题材：

玄幻题材最能体现出长剧集行业的创新技术与大 IP 的融合，IP 是否“魔改”、虚拟场景是否“真实”是决定其口碑与播放量的关键因素。玄幻剧面临 IP 二创魔改、剧情拖沓、“仙侠虐恋”套路化等问题，为用户带来疲劳的观感。新一季度的玄幻剧在努力解决问题，尝试带来新体验。

爱奇艺平台的《白月梵星》以其快节奏剧情、高饱和精美特效场景获得较高播放量；优酷平台的《异人之下之决战！碧游村》因其未魔改动漫、快节奏叙事、选角贴合原著、高质感特效等在一众套路化玄幻剧中获得 8.3 的豆瓣高分。其中，XR 等最新技术不仅体现在对战特效中，还体现在角色中：阿里大文娱数字人厘里此次再度饰演东北大区特派队员二壮，在全景镜头里其身体光影和环境光的反射效果与真人无异。

➤ 都市题材：

都市题材是折射中国百姓生产生活状态的最佳载体，烛照现实表现大众的核心关注热点。目前关注的热点多为家庭与工作、情感与经济的平衡，以及女性成长等议题。同时，甜宠类大 IP 虽然涉及剧情悬浮等问题，口碑两极分化，但仍有大批受众，成为用户逃离现实的第一选择，播放量颇高。

新一季度，优酷的都市剧《以美之名》开拓整容医疗行业新赛道，同时兼容女性成长议题，掀起女性觉醒风暴。其达成抖音剧集榜登顶 top1 的成就。由著名 IP 改编的都市甜宠剧《难哄》达到了 10 亿以上的播放量，在微博、抖音等平台带来极高讨论度。《难哄》播出后起到了连锁效应，带动已经完结 614 天的《偷偷藏不住》超过众多新剧重回云合日榜 TOP10。新一季度，优酷将持续开拓都市剧赛道，上线首部保险行业剧《蛮好的人生》。



原著粉喜称漫改剧天花板
豆瓣高分8.3



2025现偶爆款
榜单爆裂登顶TOP1



2025国产悬疑剧开分最高
豆瓣评分8.1



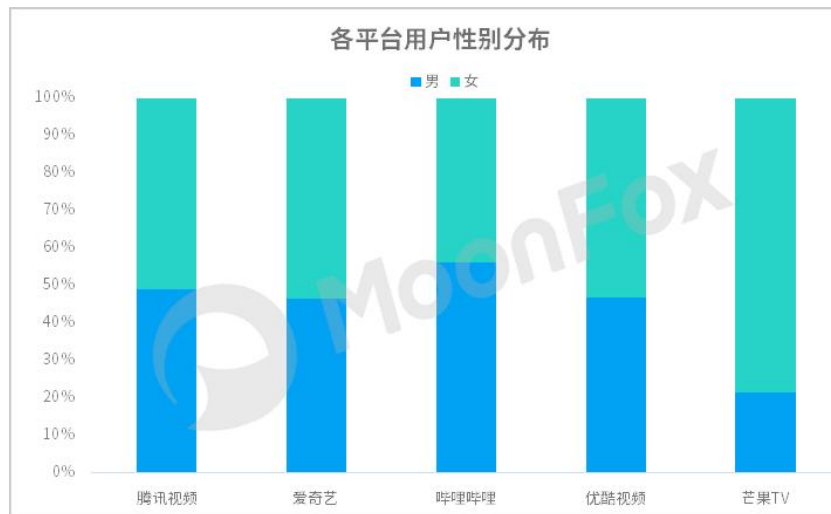
掀起女性觉醒风暴
抖音剧集榜登顶top1



首部保险行业民生活题剧
未播即火高期待

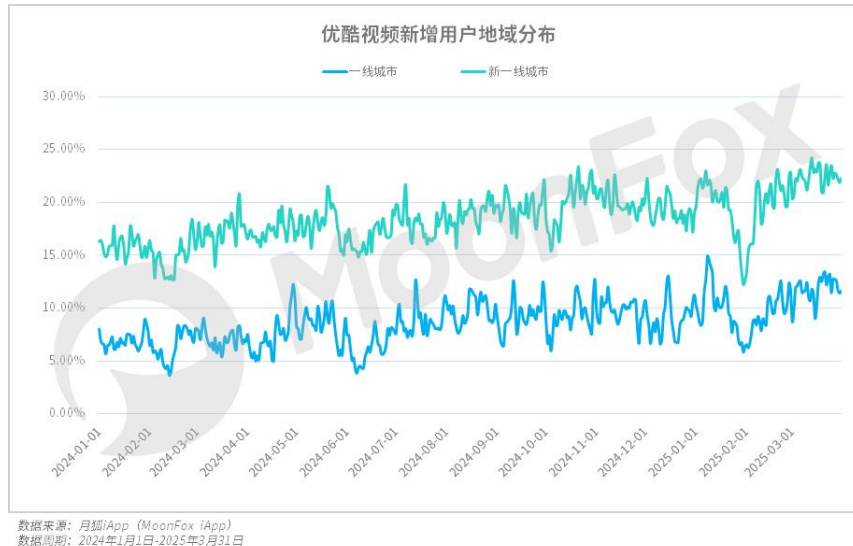
(2) 用户情况

五大平台针对赛道具有流动、差异化的定位，所吸引的用户分类也不同。首先从用户性别分布数据来看，爱优腾三家的战略及定位较为一致且全面，对不同性别的吸引能力较平均。芒果TV 以其自制综艺见长，其中多以情感、亲子、悬疑、音乐类综艺为主，对于女性吸引力较大。



数据来源：月狐iApp (MoonFox iApp)
数据周期：2025年3月

从地域分布数据来看，五个平台均较稳定，其中变动最为明显的是优酷，一线及新一线城市用户规模正在呈上涨趋势。



从用户年龄来看，五大平台不光将目光锁定于设备不离手的年轻人，更是将吸引力释放给 46 岁及以上的中老年用户，进一步拓展增量人群。

优酷在 2024 年打造并上线了专注于中老年的“银发剧场”，为老年用户带来更感兴趣的影视内容和更贴心的使用体验。

(3) 未来发展战略

2025 年初始，头部在线视频平台纷纷上线开年大剧，提交了不少色于去年同期的答卷。相较于各家“压箱底”的好剧，可以看出第一季度的规划相对保守。2025 年 4 月，优酷《蛮好的人生》台网联播，开播引爆收视；爱奇艺《无忧渡》、《淮水竹亭》带来不小的讨论度；腾讯《无尽的尽头》关注未成年犯罪的社会痛点，出圈引热议；芒果 TV《千秋令》、《成家》等多题材剧集上线，已超越去年同期实现一倍的增长。未来，头部在线视频平台将持续坚持其战略，用精品化内容、多元化商业模式、前言化技术功能推动平台创新发展。

- 优酷未上线剧集有 92 部，其中权谋剧《藏海传》、玄幻剧《千香》与《凡人修仙传》、悬疑剧《长安二十四计》、武侠剧《暗河传》成为未播先火的百万预约剧集；《新闻女王 2》、《大唐狄公案 2》再续辉煌。待上线综艺中，《麻花特开心第二季》、《跟我走吧第二季》、《王牌对王牌第九季》等“综 N 代”回归焕新生，《风驰赛车手》等新综艺从录制开始监测热度，稳扎稳打。在创作上，持

续引入年轻、新鲜创作血液，引入新人才成立新工作室进行高质量内容输出；在已成为剧集最短平台的基础上，持续缩短剧集，给予用户剧情紧凑、娱乐文化多样化的体验。

- 爱奇艺新片存货约 90 部，其中玄幻剧《狐妖小红娘王权篇》、《临江仙》、《佳偶天成》等大 IP 改编、大公司制作正期待市场检验结果；武侠剧《赴山海》与腾讯联播；《人生若如初见》、《一笑随歌》为剧情赛道增添新力量。对于综艺赛道，《新说唱 2025》已成为品牌综艺，已有近 60 万次预约。此外，爱奇艺基于平台推出电商，借助 AI 重构用户交互体验等举措为平台带来创新动力。
- 腾讯未上线剧集达 91 部，其中《折腰》、《慕胥辞》、《骄阳似我》在剧情、选角等内容上已有极高的讨论度，青春剧《焕羽》、都市剧《许我耀眼》、悬疑剧《利剑玫瑰》等充实各赛道，实现多元化铺设。

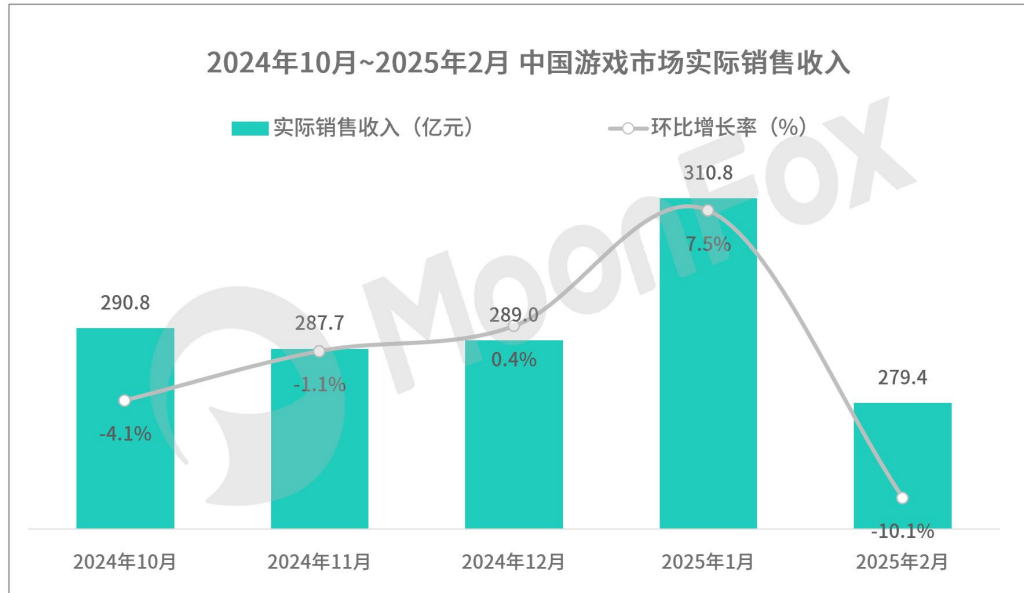
3. 营销与技术创新两手抓，2025 年长视频市场变局谋新

2025 年，剧集冠名营销热度减弱、广告收入下滑、微短剧分流等因素对长剧集营销造成冲击。2025 年长剧集的营销模式将面临以下趋势：对于不同合作程度的广告主将进行更详细的权益区分；以长剧集为基底，利用“长+短”战略，进行 IP 续作、营销短视频制作等，借助站外社交媒体生态和剧粉饭圈的力量，实现更广泛的传播；平台竞争加剧，独播内容成为核心竞争力，但同时联播成为降低成本平摊风险的重要举措，多平台联播仍将持续；借助剧集的 IP、粉圈的热度及平台母公司或自搭建的电商平台，剧集周边也将成为重要收入来源。

2025 年，新技术在长剧集领域的应用呈现出多维度的趋势。“AI 大模型+VR”全面赋能内容生产与分发流程，从创意发想、剧本创作到视觉制作和后期处理，实现 AI 生成脚本台词、数字背景拍摄、后期超高清处理、内容超高清转化修复等，完成优质内容创作、“超高清元年”的落地。另一方面，AI 互动成为剧集标配，如 AI 角色对话功能、AI 搜索剧集等，为观众提供了更深度的情感共鸣和社交互动体验。

2.3.游戏：老游长青，长线运营带来流水增长

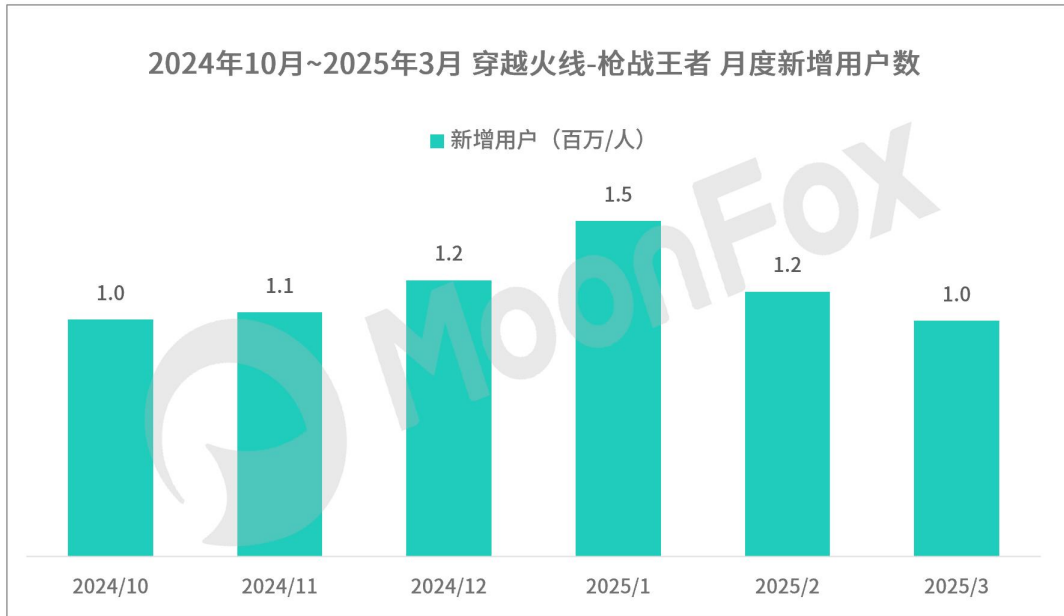
2025 年第一季度，我国游戏市场迎来显著增长。其中，受益于春节假期、新游戏表现优秀、老游积极联动运营等因素，1 月市场规模迎来同/环比的稳步上涨。



数据来源：游戏工委
数据周期：2024.10~2025.02

据游戏工委数据，2025 年 1 月，我国游戏市场实际销售收入达 310.8 亿元，同/环比分别增长 27.7%、7.5%。其中，移动游戏市场为增长提供了主要动力，1 月实际销售收入达 229.7 亿元，同比增长 29.9%。

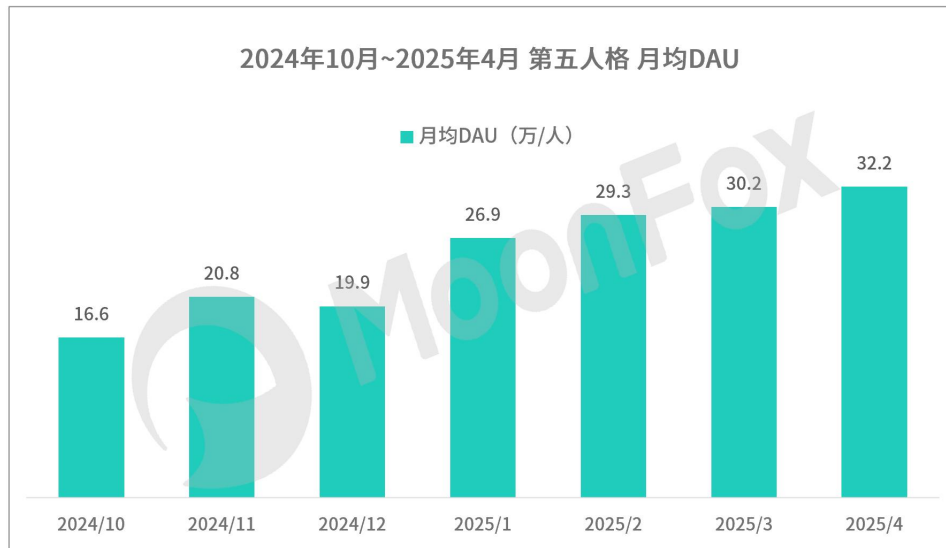
一方面，新游表现略超市场预期。《燕云十六声》移动端于 1 月 9 日上线，上线后首月流水破 2 亿元，据极光月狐数据，1 月其月均 DAU 达 113.8 万、单日人均使用时长稳定在 1 小时以上。另一方面，“老游长青”已成为当下游戏企业发展业务的主要侧重，大量上线超过 5 年的老游戏开始重新焕发活力。



数据来源: 极光月狐iApp (MoonFox iApp)
数据周期: 2024.10~2025.03

据极光月狐数据, 2025 年 1 月, 穿越火线手游版月度新增用户数突破 150 万人、环比增长 21.5%。由于 9 周年庆典, 官方推出大量线上福利, 并且于线下开设 9 周年活动, 重庆腾讯大厦亮起“返厂龙腾之力玩偶”官方玩梗, 吸引大量新玩家入场和老玩家回归。活动上线同样有效拉动了产品的流水上涨, 据伽马数据统计, 2025 年 1 月《穿越火线-枪战王者》全平台流水排名第四, 相较 12 月排名环比上涨了 11 位。运营+长线维护可有效提升老游的活力, 为企业带来流水增量。

进入 2 月, 虽环比有所下滑, 但移动游戏市场实际销售收入仍然迎来了 14.18% 的同比增长、达 208.42 亿元。其中, 新游方面, 有 5 款产品首月流水突破 1 亿, 其中《龙之谷: 世界》首月流水预估为 3 亿以上, 作为客户端转手游的 ARPG 游戏, 其实现了对端游玩法和元素的高度继承, 用户数稳步攀升, 据极光月狐数据, 其月均 DAU 于 3 月实现超 20% 的环比增长。整体来看, 虽然开放世界类新品表现多差强人意, 但基于 IP 改编的产品仍相对稳定, 符合市场预期。



数据来源: 极光月狐iApp (MoonFox iApp)
数据周期: 2024.10~2025.04

同样，“老游运营”同样为2月行业增长的重要因素。据极光月狐数据显示，2025年Q1，《第五人格》季均DAU达28.8万、环比增长超50%。1月，《第五人格》开启了与时光代理人的第二期联动，推出了新款奇珍时装以及新角色；1月中旬则推出了大量春节限定内容和物品。2月，情人节活动、与福尔摩斯联动活动内容陆续推出，再次带动活跃用户数走高。

综上，1~2月为我国游戏市场快速发展的关键月份，其中移动游戏仍稳定贡献份额，新/老游戏均有优秀产品上线。

行业加速发展，政策同步落实。一方面，从版号出发，2025年Q1我国游戏版号共发放383款，其中国产版号达362款、发放数量创单月新高。另一方面，政策来看，3月16日，中共中央办公厅、国务院办公厅印发《提振消费专项行动方案》，其中明确提及将中华优秀传统文化融入产品设计，支持开发原创知识产权（IP）品牌，促进动漫、游戏、电竞及其周边衍生品等消费，开拓国货“潮品”国内外增量市场。国家层面政策利好游戏行业发展。

2025年Q1 游戏行业各地方政策一览

日期	主体	核心政策内容
1月24日	北京市科学技术委员会	开展游戏渲染引擎、交互等核心技术攻关，推动AIGC、智能穿戴等新技术在游戏业应用。
2月13日	杭州市人民政府	支持西湖艺创小镇数字游戏基地发展；简化数字内容发行许可审批流程和专供出口的数字内容国内销售行政审批
2月14日	上海市网络游戏行业协会	在小程序游戏备案方面，对于符合备案主体注册在上海、玩法内容简单且不涉及特定内容、盈利模式为广告收入或无收入、游戏内无内购等要求的国产小程序游戏，可在上海市新闻出版局进行备案
2月26日	浙江省商务厅	对于游戏产品审批流程，优化“统一申报、线上审读、流程公开、便捷高效”的游戏申报网上办、掌上办服务体系；游戏出海知识产权保护、游戏出海资金扶持力度
2月28日	厦门集美人民政府	上线国内，对当年度每款获得版号并在境内上线的原创游戏给予10万元；出海，对当年度每款原创游戏在境外主要发行平台首次上线后充值消费10万美元后给予5万元奖励
3月10日	中关村科技园	在游戏研发领域，对于优秀原创作品，给予30万元一次性补贴；，获得国际大奖（如 The Game Awards、金摇杆奖、游戏开发者优选奖）的企业，可获200万元一次性奖励

数据来源：公开信息统计

结合地方情况来看，简化备案流程、支持小游戏及游戏出海，为政策主要扶持的方向。如厦门、石景山直接针对原创游戏进行现金补贴；上海、浙江则完善游戏申报流程，提升游戏上线速度等。整体来看，从国家到地方，政策正持续利好游戏产业，加速行业关键赛道发展。

海外市场方面，据 AppGrowing 数据，2025 年 Q1 已有近 5 万款手游投放广告，同比增长了 30.6%、环比增长了 7.9%。其中，有超过 1.8 万款手游首次投放广告，海外游戏市场需求仍在持续涌现。

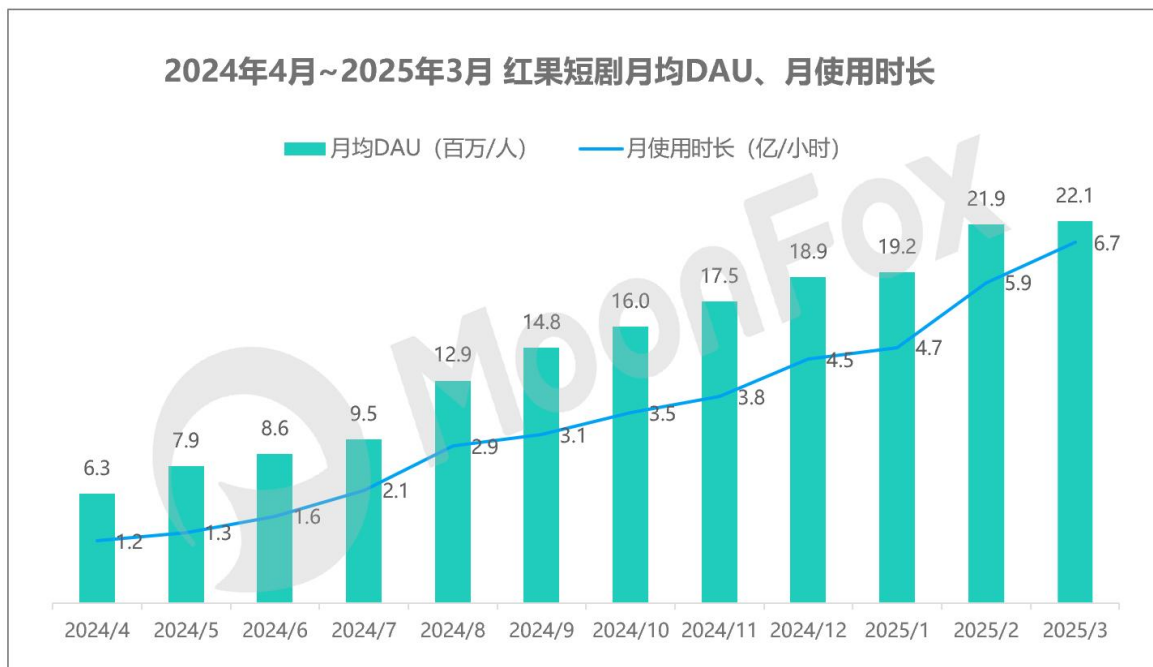
从品类角度来看，休闲、益智解谜类游戏仍为海外投放广告的主要主体，2025 年 Q1 其在投产品数量分别同比上涨了 18.2%、3.2%，两大品类在投产品数量超 18,000 个。但从投放量来看，二者在投广告数量同比分别下滑了 3.6%、10.2%，仅有少数头部产品仍能保证较为稳定的广告投放节奏。整体来看，海外市场，玩法融合的轻量策略类游戏投放广告数量有所上升，该赛道仍存布局空间。

综上，虽仍处于存量竞争之中，但我们仍能够从游戏市场中看到潜力。期待 2025 年游戏行业迎来优秀产品的爆发增长。

2.4.短剧： 竞争白热化，爱优腾芒加速入局

据中国网络视听协会数据，2024 年我国微短剧市场规模超 500 亿元、同比增长超 30%，且整体市场规模首次超过电影票房。短剧为当下移动互联网整体发展放缓背景下，少数仍在高歌猛进的细分产业。

从规划备案情况来看，大量微短剧正推向市场。2025 年 3 月，全国重点网络微短剧规划备案公示的网络微短剧共 236 部、5,954 集，同比分别增长 74 部、减少 356 部。国内短剧作品正呈现出“题材更广、剧集更短”的特征。



数据来源：极光月狐iApp (MoonFox iApp)
数据周期：2024.04~2025.03

平台侧，短剧市场竞争日趋激烈，头部平台凭借差异性打法脱颖而出。短剧 App 方面，红果短剧围绕“免费短剧”快速占领市场。据极光月狐数据显示，2025 年 3 月，红果短剧月均 DAU 达 2,212.8 万人、月用户使用总时长超 6.7 亿小时（人均使用时长接近 1 小时）。

储备丰富是红果短剧的主要特征，截止 2025 年初，其已与 400 多家版权方达成合作，上线短剧数超过 1.5 万部，单月上新剧集 1,000~1,500 部。庞大的剧集储备为红

果吸引了大量用户涌入，同时结合“免费+IAA”的打法，实现用户留存，2025 春节期间红果短剧上线 100 部精品剧集并免费开放观看，2 月初其 DAU 迎来显著提升。当下，国内短剧市场已迎来“IAA+IAP”混合变现的时代，我们认为，随着红果打法的广泛传播，IAA 将为市场贡献更为可观的收入增长。

2024年底 长视频平台短剧相关分成/激励政策一览	
爱奇艺	阶梯上浮式分成：将会员有效播放时长分成纳入总分成中，800~2000万小时基础单价增长10%，2000万小时以上增加20%
优酷	分账新规，引入拉新系数：指数大于150万系数为1.2（开放给总时长超过8小时的项目），S级别短剧单价达16元
芒果	星火计划、调整分账规则：聚焦吸引优质编剧团队，横屏且单集时长达8~15分钟的剧集可达S+级别，享2.5元单价
腾讯	调整激励计划：完善优秀作品奖励制度，如网络视听节目精品创作传播工程，单部奖励10万元。深度合作厂牌同样可享激励

数据来源：公开数据整理
数据周期：2024.12

相较之下，“精品化”始终是长视频平台布局短剧的核心方向。结合各平台短剧相关政策，其对单集时间更长、制作精良、谋求长线发展的短剧作品或团队更加青睐，分成比例更高。进入 2025 年第一季度，这一趋势更为显著。

以爱奇艺为例，其于 3 月召开了“荧光之夜-2025 微短剧盛典”，推出了“百部港片微剧计划”、“普法微剧万集计划”等。不同于当下节奏快、集数少的主流打法，爱奇艺更加倾向围绕优质 IP 或题材打造精品化短剧。

腾讯方面，基于“免费短剧”趋势，其开始着手调整针对竖屏短剧的激励政策。1 月 21 日，腾讯视频针对首/非首播、不同播放量的短剧进行了 CPM 激励，单部首/非首播的免费短剧 CPM 分别达 10、7 元。另一方面，阅文于 3 月底开放了旗下 2,000 部网

文 IP 打造优质短剧，并升级了激励政策，阅文庞大的 IP 储备也将为腾讯发展精品短剧内容提供支持。

整体来看，2025 是爱优腾芒加速入局短剧市场的重要一年，预计投入、新剧频率均将稳步提升，行业竞争日趋加剧。

关注海外短剧市场，增长是行业的关键词。据不完全统计，2025 年 Q1，海外短剧类应用总下载量接近 3 亿次、总收入超 2 亿美元，环比稳步上涨。其中，印尼、巴西贡献了主要的下载量，美国市场则贡献了接近 50%的收入。



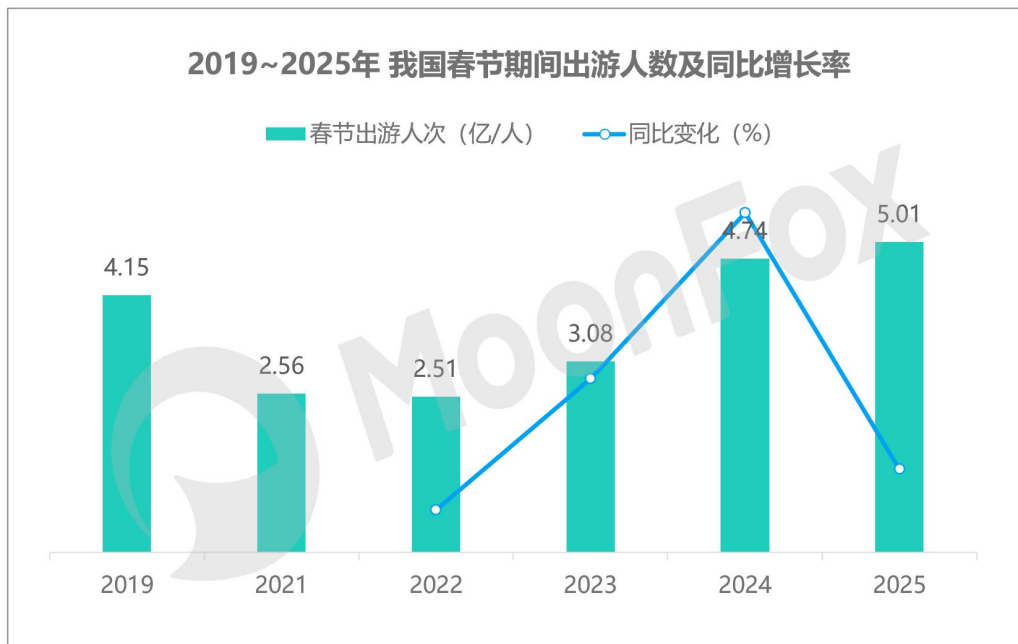
数据来源：极光月狐iApp (MoonFox iApp)
数据周期：2025.03

短剧出海 App 于海外市场表现仍持续亮眼，ReelShort、Dramabox 背靠“译制剧+本土精品剧”的打法持续获客，稳居美国免费榜 Top10。从发展方向来看，加速开拓新市场为头部出海短剧平台的核心策略，如 DramaBox 布局日本，高品质译制剧撬动日本市场、转化用户充值。

长线来看，我们认为海外短剧市场仍存庞大的待开发空间，诸如以泰国为主的东南亚市场用户付费意愿正在被逐步激发，海外 IAP 模式仍存增长潜力。

2.5.旅游： 春节数据优秀，入境游热度走高

2025 年 Q1，我国客运数据表现整体向好。铁路方面，全国铁路累计发送旅客 10.74 亿人次、同比增长 5.9%，客运能力显著提升，Q1 全国铁路日均开行旅客列车 11,266 列，同比增长 7.4%；航运方面，同期我国民航累计运输旅客约 1.9 亿人次，同比增长 7.5%，国内航线实际执行客运航班量超 119 万班次，同比稳步增长。



数据来源：文化和旅游部数据中心测算
数据周期：2019~2025

据文化和旅游部数据中心测算，2025 年春节共 8 天假期，我国国内出游人数达 5.01 亿人，同比增长 5.9%，整体来看已完全恢复并超越疫情前水平。国内出游总花费大 6,770.02 亿元、同比增长 7%，长假有效提振了居民的消费需求。

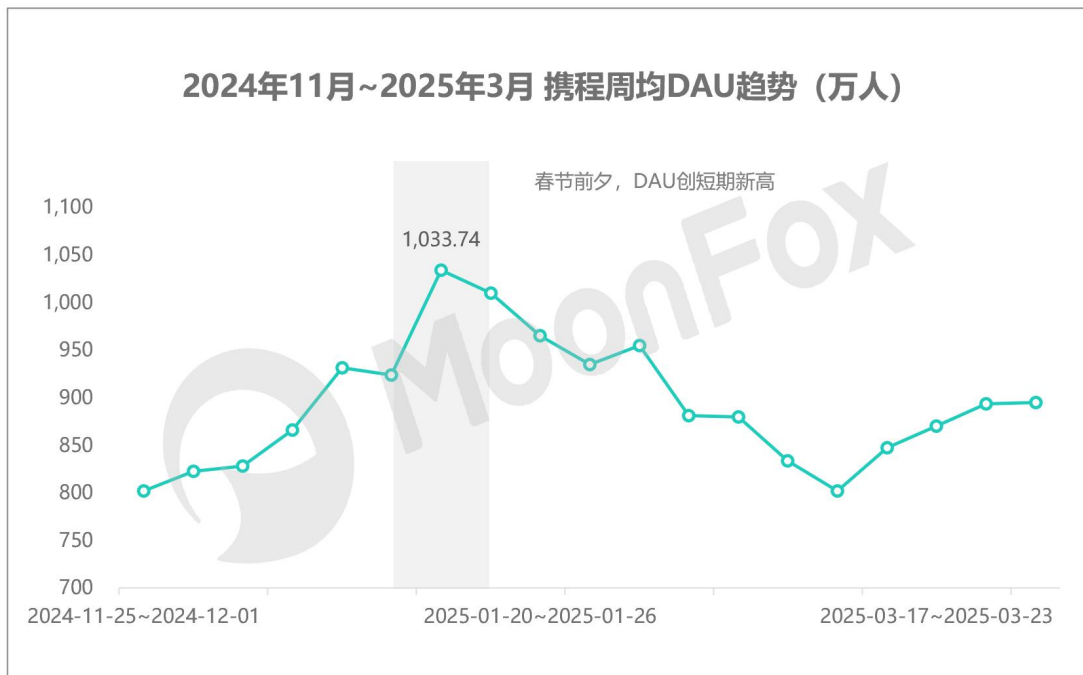
2025年春节期间 旅游人数、收入同比变化 Top10省份

省份	旅游人次 (万人)	同比变化	省份	旅游收入 (亿元)	同比变化
湖南省	5395.51	46.4%	吉林省	337.55	68.3%
吉林省	2770.68	35.0%	辽宁省	536.98	30.1%
辽宁省	5335.88	30.5%	山西省	317.44	30.0%
山西省	2837.97	22.2%	天津市	156	26.4%
黑龙江省	2626.3	18.3%	黑龙江省	336.5	23.8%
天津市	1615.55	16.7%	湖南省	759.22	16.5%
西藏	238.12	16.6%	广西	475.11	14.1%
广西	5947.85	13.3%	西藏	19.45	13.7%
重庆市	3316.16	10.5%	重庆市	261.62	11.5%
江苏省	6120.92	10.3%	江苏省	490.24	11.1%

数据来源: 各地文旅厅/局
数据周期: 2025.01~02

关注各地区春节期间的旅游数据表现。增幅维度下，冰雪旅游仍火热，带动了东北各省份旅游人次、收入的走高。以吉林为例，其在人次、收入维度同比增速分别排名第二、第一。一方面，春节期间吉林省各大滑雪场、冰雪旅游景区迎来客流高峰，长春冰雪新天地接待游客、营业收入分别同比增长 89.8%、170.8%，优秀的滑雪场资源为吉林冰雪旅游带来优势。另一方面，吉林省围绕长白山、延边自治州等地区打造国际度假区和旅游热门地，如“松花江上·雪谷市集”接待游客 29.4 万人次，带动消费 7,166 万元。

量级维度下，广东仍是最热门的旅游地，春节期间共吸引了超 8,000 万人次游客、实现旅游收入 745.3 亿元。广东丰富的非遗表演、文旅产品吸引了大量游客前往。同时，广东省文化和旅游厅面向来粤游客及本省居民发放总计 800 万元的文旅消费券，据官方统计，截至 2 月 4 日，“请到广东过大年”文旅消费补贴活动已带动订单金额超 6,155 万元。



数据来源: 极光月狐iApp (MoonFox iApp)
数据周期: 2024.11~2025.03

另一方面，春节延长假期至 8 天，同样有效提升了居民的出游热情，“请 2 休 11”等相关内容于网络快速传播，据携程统计，国内出行中长线异地游占比达 51.4%。高涨的出游需求带动携程等线上旅游平台的用户量走高，据极光月狐数据，2025 年 1 月 6 日~1 月 12 日，携程周均 DAU 超 1,033.74 万人。

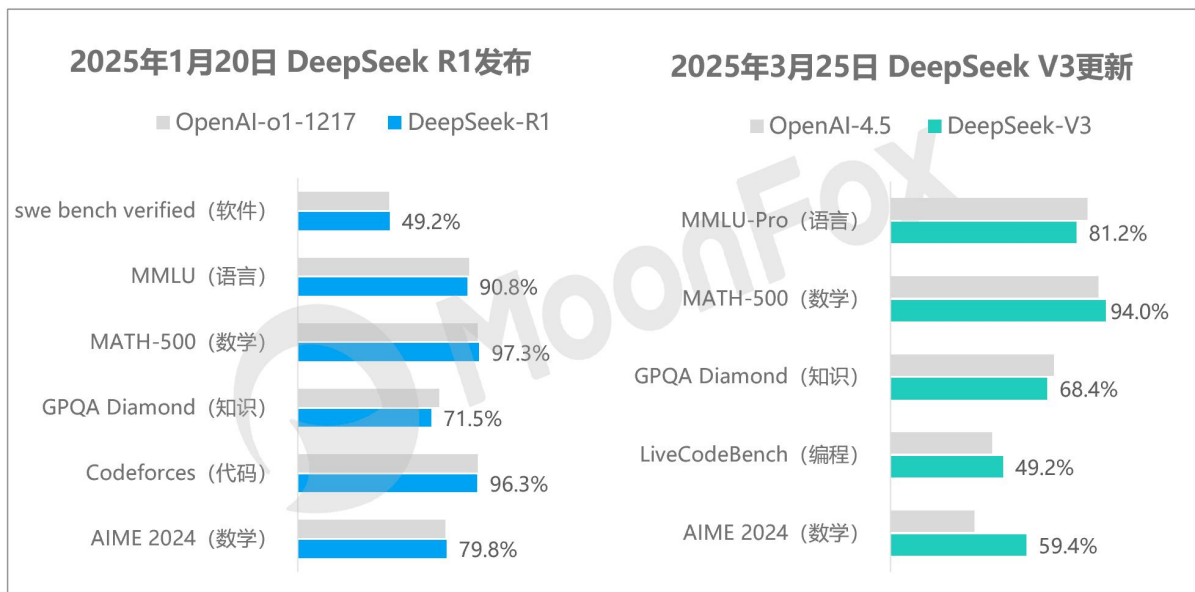
一方面，“北上冰雪、南下避寒”的潮流显著带动了购票、酒店预订需求，为线上旅游平台带来用户增量；另一方面，游客在玩法选择上逐步多样化，除打卡热门经典外，预定表演、体验游船/飞行、旅拍预约等玩乐活动开始被更多游客选择，深度游开始成为主流，平台下单量水涨船高。整体来看，2025 年 Q1，携程营收水平仍将保持稳定增长态势。

最后，入境游热度不减，持续为我国旅游行业带来增量。据国家移民管理局数据，截至 3 月 31 日，我国各口岸入境外国人 921.5 万人次，较去年同期增长 40.2%；其中免签入境 657 万人次，占比 71.3%。过境免签政策提供了更长停留时间、更大活动范围，同时结合如“Speed 中国行”等网红自发行为，让外国游客更深度且真实的了解中国，吸引更多游客入境旅行。

综上，虽经济放缓、消费下行等情况依然存在，但在 2025 年 Q1，我国旅游产业仍具备较强的增长动力，游客出行需求强劲。看好国内旅游市场的长线发展，以及对其他产业的积极带动。

2.6.生成式 AI：DeepSeek 上线，行业格局迎来巨变

截止 2025 年 3 月底，我国共有 346 家生成式人工智能服务完成备案工作，相较 2024 年底增加 30 余家。从地区来看，广东、上海仍为提报备案的主要城市，江浙地区同样有大量大模型涌现；行业层面，工业、智驾/乘、语言问答等占比较高，诸如蔚来、商汤等头部企业均报备上线了自家大模型。

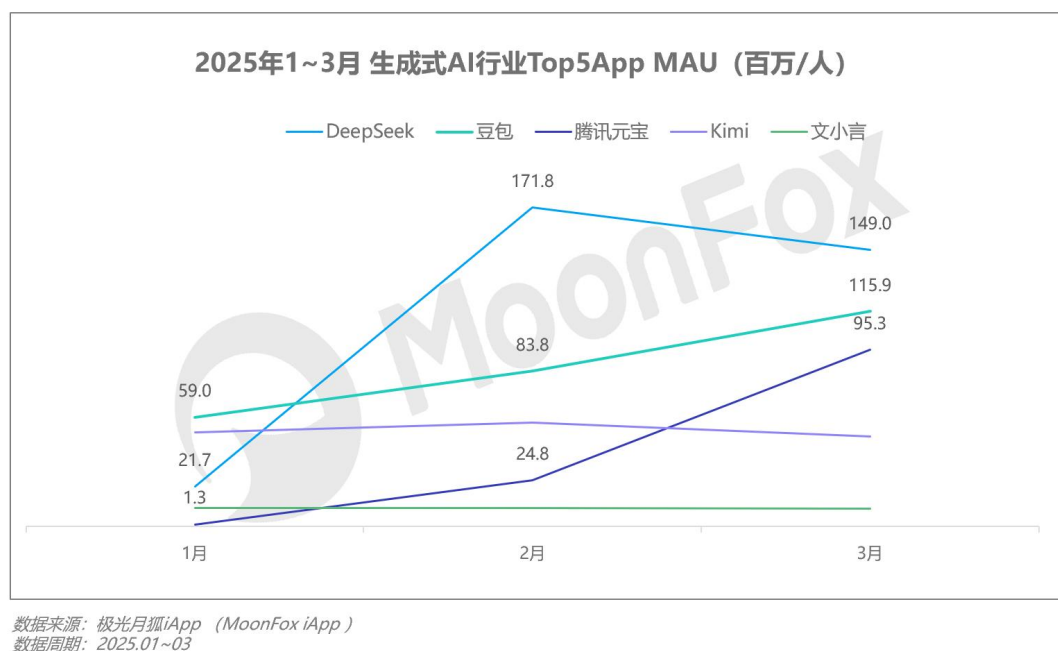


数据来源：DeepSeek官方发布

DeepSeek-R1 版的发布，为 2025 年 Q1 全球 AI 产业的爆炸性话题。从性能上，R1 正式追平 OpenAI，开源、部署灵活、高性价比的特征使得 R1 迅速走红，2025 年 2 月 DeepSeek 网站新增访问量超 5.25 亿次。3 月，V3 更新版发布，服务非复杂推理任务，

用户可在关闭“深度思考”后使用，其推理、中文写作能力相较 2024 年底有显著提升，且在能力上全面超过 OpenAI-4.5。

热度持续攀升，各家 AI 平台纷纷选择第一时间接入“满血 DeepSeek”，据不完全统计，截止 2 月底共计有接近 200 家企业接入了 DeepSeek，R1 为首选。同时，强需求下服务器经常无法响应，导致基于硅基流动等平台部署本地 DeepSeek 的教程快速走红。



随着 DeepSeek 移动端的上线，其迅速成为了生成式 AI 赛道的 Top1 产品。据极光月狐数据，2025 年 2 月，DeepSeek 移动端 MAU 达 1.71 亿人次，超过豆包、腾讯元宝等成功登顶，虽在 3 月有所滑落，但用户使用热情不减，单日使用时长稳定在 10 分钟上下。

DeepSeek 等大模型能力的提升赋能了各类产品，诸如搭建 workflows、知识库的需求开始涌现。如字节旗下 Agent 开发工具 Coze，于 2 月底官宣独家支持 DeepSeek 全家桶工具调用功能，开发者可在 DeepSeek 模型下直接调用工具插件。

着眼趋势，AI Agent 已成为大厂加速布局、行业广泛关注的主要领域。如 3 月 11 日，Manus 官宣与阿里通义千问合作，计划推出中文世界专属的 Agent 服务；3 月 21

日，字节上线开源多模态 Agent 框架 Tars，可阅读浏览器、提供多工具链；4 月初，阿里云百炼业内首发 MCP 服务，用户可快速创建连接 MCP 服务的 Agent，高效连接和使用外部的数据资源。整体来看，智能体已成为 AI 产业的重要发展方向。

2025年3月 AI工具广告投放Top10及排名环比变动

排名	App	排名环比变化	排名	App	排名环比变化
1	腾讯元宝	+1	6	AI Max	+4
2	豆包	+1	7	灵幻AI绘画	-
3	通义千问	-	8	狸谱	-3
4	星野	+2	9	Kimi	-8
5	话炉	+4	10	可灵AI	-2

数据来源: AppGrowing

从买量视角来看，虽然在投 AI 产品数量仍较少，但部分头部 AI 产品正在加大投放力度。据 AppGrowing 数据，2025 年 Q1，AI 工具广告投放数量占比整体比重为 2%，环比增长了 1.7 个百分点，虽相较游戏、短剧等行业仍有差距，但增幅显著。

产品层面，如腾讯元宝于 2 月下旬开始加大投放力度，围绕“满血 DeepSeek”等文案投放广告，腾讯广告媒体占比超过 70%。以微信为主阵地、搭配原生广告+信息流的方式，腾讯元宝有望迎来用户数量的新一轮增长。

整体来看，当下生成式 A 行业已迈入“功能对比、市场检验”的关键阶段，对头部平台的考验将日趋严格。

【报告说明】

1. 数据来源

1) 极光月狐 iAPP (MoonFox iApp)，基于极光云服务平台的行业数据及极光月狐 iAPP 平台针对各类移动应用大数据的挖掘，并结合大样本算法开展的数据统计与分析；2) 极光月狐 iBrand (MoonFox iBrand)，基于全面品牌洞察方案，对门店客流、店铺数、销量、用户画像等多维度数据进行统计与分析；3) 极光月狐 iMarketing (MoonFox iMarketing)，基于自有移动端大数据和用户画像标签，对人群社会属性、地理位置、轨迹特征、线上行为偏好等多维度数据进行统计与分析；4) 极光月狐调研数据，通过极光月狐调研平台进行网络调研；5) 其他合法收集的数据。以上均系依据相关法律法规，经用户合法授权采集数据，同时经过对数据脱敏后形成大数据分析报告。

2. 数据周期

报告整体时间段：2023 年 1 月-2025 年 3 月。

3. 数据指标说明

具体数据指标请参考各页标注。

4. 免责声明

极光月狐数据 MoonFox Data 所提供的数据信息系依据大样本数据抽样统计、小样本调研、数据模型预测及其他研究方法估算、分析得出。由于统计分析领域中的任何数据来源和技术方法均存在局限性，极光月狐数据 MoonFox Data 也不例外。极光月狐数据 MoonFox Data 依据上述方法所估算、分析得出的数据信息仅供参考，极光月狐数据 MoonFox Data 不对上述数据信息的精确性、完整性、适用性和非侵权性做任何保证。任何机构或个人援引或基于上述数据信息所采取的任何行动所造成的法律后果均与极光月狐数据 MoonFox Data 无关，由此引发的相关争议或法律责任皆由行为人承担。

5. 报告其他说明

极光月狐数据研究院后续将利用自身的大数据能力，对各领域进行更详尽的分析解读和商业洞察，敬请期待。

6. 版权声明

本报告为极光月狐数据 MoonFox Data 所作，报告中所有的文字、图片、表格均受相关的商标和著作权的法律所保护，部分内容采集于公开信息，所有权为原著作者所有。未经本公司书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制或传递。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》和其他法律法规的规定。

【关于极光月狐】

极光月狐数据（MoonFox Data）是中国领先的全场景数据洞察与分析服务专家。凭借全面稳定、安全合规的移动大数据根基以及专业精准的数据分析技术、人工智能算法，极光月狐数据先后推出移动应用数据（iApp）、品牌洞察数据（iBrand）、营销洞察数据（iMarketing）、金融另类数据等产品，以及提供极光月狐研究院的专业研究咨询服务，旨在用数据帮助企业洞察市场增量，赋能商业精准决策。



数据需求请联系
data@moonfox.cn



数据洞见未来
Think Big with Data