

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3月

## CONTENTS

# 目录

---

**01** 2024年Q1中国移动互联网发展总览  
Overview

---

**02** 2024年Q1重点细分行业详情  
Segmentation

---

**03** 2024年Q1中国移动互联网价值榜  
List

# 核心发现

## 用户变化

01

- √ 移动互联网流量分化加剧，头部和长尾APP阵营扩张，中腰部APP面临竞争挑战：2024年第一季度，月独立设备数为500万至2亿量级的APP数量同比减少2.9%，而两端量级增长显著，凸显出移动端存量博弈背景下的格局重塑和流量分化趋势。
- ✓ **智能大屏终端Q1活跃度提升，传统五大品牌主导市场**：3月，国内智能大屏用户规模突破3.3亿，日均开机时长与频次同比增长率均达两位数；点播成为最热门使用场景，终端渗透率与时长居首；传统五大品牌如海信、TCL、创维等包揽六成市场份额及高月开机率。

## 行业变化

02

- √ 视频服务深度绑定用户日常，差异化内容生态助平台构筑竞争壁垒：2024年Q1，视频服务以94.9%的渗透率稳居流量榜首，深度融入大众日常生活。其中在线视频平台如腾讯视频，通过其X剧场推出的悬疑垂类的差异化内容生态策略，构建了用户体验和内容护城河，稳固了竞争优势。
- √ 版号放宽激发活力，游戏服务行业迎来创意与类型的双重爆发：随着游戏版号政策的放宽，多元类型游戏与创新玩法相继涌现，市场活跃度显著增强，用户粘性持续增长，1-3月总使用时长连续攀升，单月环比增幅均值达2.0%。
- √ 播客类成音乐音频行业新增长点：音乐音频领域中，播客音频类以其丰富的内容和个性化的表达，满足用户对于高质量音频内容的需求，3月流量同比增长24.4%，为行业注入发展新活力。
- ✓ **春节出游成为新风尚，假日经济助力在线旅游流量井喷，低线城市与未婚群体成增长新引擎**：2024年春节国内出游人次达4.74亿，同比增长34.3%；春节出游正重塑节日庆祝模式，激活假日经济，在线旅游行业在此推动下流量显著增长，达Q1峰值，其中，头部平台去哪儿旅行单周流量环比+11.7%、时长环比+20.0%，大幅领先于行业水平；低线城市与未婚群体成新引擎，引领假日消费变革。

# 核心发现

02

## 行业变化 (接上页)

- ✓ **汽车市场产销两旺，汽车服务行业乘电智转型双驱东风，流量高速增长：**一季度国内汽车产销量同比分别增长6.4%和10.6%，新能源汽车市占率达31.1%，在行业电动化、智能化转型的双重推动下，汽车服务领域需求激增，行业流量3月达3.5亿。其中，垂媒领航者汽车之家Q1流量同比上涨12.4%，新能源业务版图迅猛扩张、数字化能力显著增强,进一步扩大了行业影响力。
- ✓ **房产服务行业流量持续承压，3月反弹现复苏曙光：**当前房地产行业正经历深度调整期，投资放缓、销售疲软、库存积压和资金紧张等问题明显,房产服务行业整体流量受此影响，截至年初已连续五个月下跌，Q1流量同比-16.0%，但3月行业呈“小阳春”现象，主流APP安居客、贝壳找房等流量回升，预示着市场复苏的潜力。

03

## APP变化

- ✓ **从用户增速来看**，2024年3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、百度、WPS Office；MAU达5000万级以上的APP复合增长前三名是：58同城、剪映、腾讯微视。
- ✓ **从用户偏好来看**，2024年3月Z世代用户最喜欢的APP前三名为：王者荣耀、和平精英、网易云音乐；母婴群体最喜欢的APP前三名为：美图秀秀、闲鱼、小红书；白领用户最喜欢的APP前三名为：BOSS直聘、大众点评、饿了么；新蓝领用户最喜欢的APP前三名为：华为运动健康、哈啰出行、美团。

01 / 2024年Q1

# 中国移动互联网发展总览

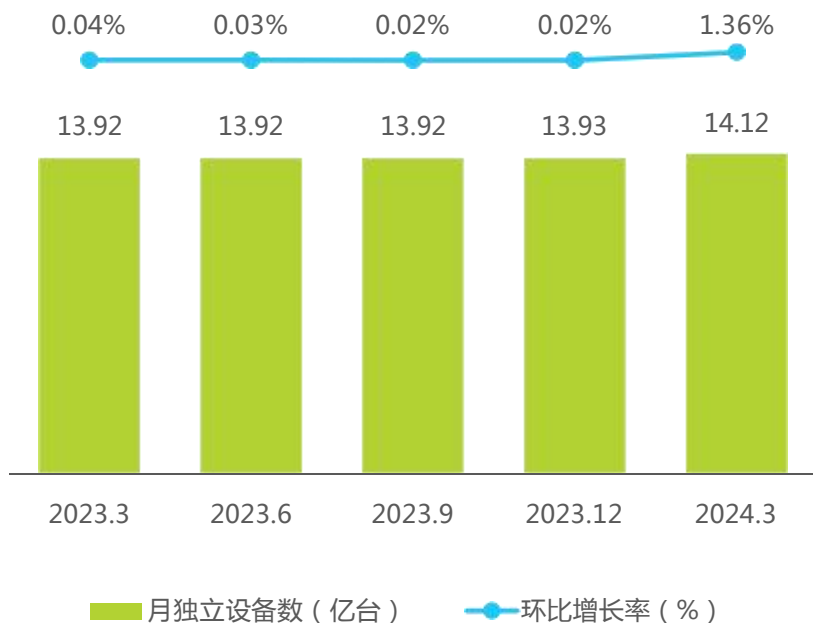
Overview

# 中国移动互联网整体流量及用户粘性趋势

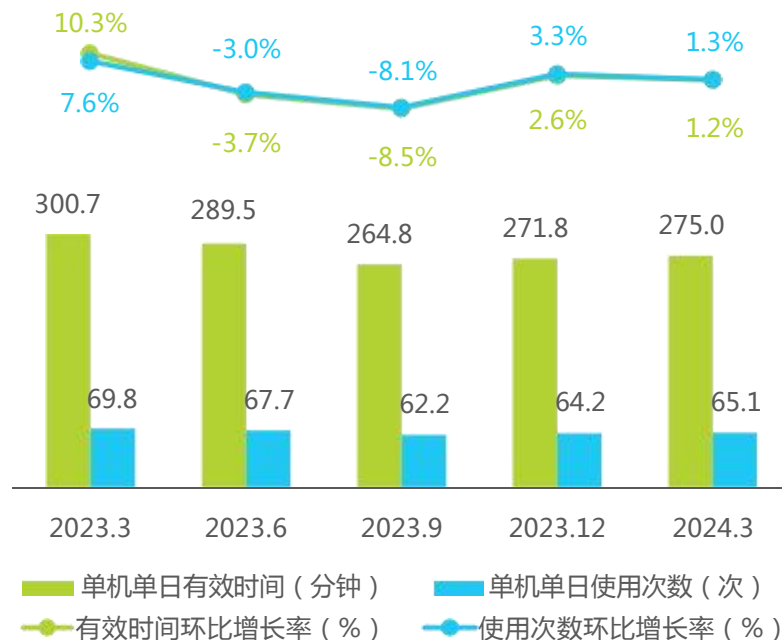
## 移动互联网流量趋于饱和，存量竞争加剧，用户粘性增长面临瓶颈

截至2024年一季度末，中国移动互联网月独立设备数突破14亿，但流量增长曲线却显著平缓，用户粘性趋于稳定，市场趋近饱和。移动互联网流量红利逐步消退，存量市场的竞争愈发激烈。在此背景下，聚焦精细化运营、挖掘用户深层需求、加大技术创新与服务差异化，是相关企业在有限的市场空间内保持竞争力和用户忠诚度的关键策略。

mUserTracker-2023.3-2024.3  
中国移动互联网月独立设备数



mUserTracker-2023.3-2024.3  
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）。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/745044122124011221>