

2024年移动端AI应用场景研究报告

并购家 免费行业报告网

IPOIPO.CN 每日更新 不用注册会员 无广告 永久免费

CONTENTS

目录

01 AI市场概览

02 移动端AI市场研究

03 移动端AI细分赛道研究

04 移动端AI应用场景研究

05 AI应用未来展望

ABSTRACT

摘要



市场概览

全球人工智能市场正快速发展，中美作为主要引领者，推动技术、产品和应用的多轮驱动。大语言模型（包括多模态大模型）的崛起提升了AI能力和使用时间，而中国在应用场景方面展现了显著优势。



整体市场

用户对移动端AI应用的接受度和使用意愿持续增强，市场潜力巨大。国内移动端AI应用用户主要为男性，学历以大学及以上为主，职业分布中企业普通职员占近四分之一，新一线城市用户使用率超前，整体认知水平高。用户对AI的认知度不断提升，社交媒体和工作学习是主要信息来源。超过60%的用户在生活、工作和学习场景中积极使用AI产品，倾向于探索多种不同类型的应用。豆包、文小言和ChatGPT在语言生成类应用中最受欢迎。用户普遍认为AI能提高工作效率，最常在工作场景中开始使用，知晓AI使用技巧以知乎式提问为主。用户满意度高，但希望改善回答准确性和办公软件集成。66.8%受访者有付费意愿，倾向于按月订阅，购买时重视使用便捷性和专业内容生成。



细分赛道

2024年移动端AI应用市场呈现明显的分化趋势。在用户规模和使用时长方面，语言模型类应用占据主导地位，其中豆包月活跃用户达4686.8万，与Kimi智能助手、文小言共同构成千万级应用阵营。值得注意的是，新兴AI应用Kimi智能助手凭借创新功能实现十个月45.0%的高速增长。在智能伴聊赛道，星野APP通过差异化社交体验成功突围，用户规模较年初翻倍，月均使用时长增至66.5分钟。图像处理和智能工具赛道虽用户基数较小，但随着移动设备算力提升和AI算法优化，用户需求正加速向移动端迁移。这表明移动端AI应用正从通用型工具向场景化、专业化方向演进，用户对细分功能的需求日益明确，未来市场将进一步向专业化、差异化方向发展。



应用场景

2024年移动端AI应用呈现全场景覆盖态势，主要渗透生活、工作学习、娱乐休闲和亲子教育四大领域。超60%用户在生活场景使用AI产品，56%应用于工作学习，用户普遍采用高频率（每天或每周1-3次）、中等时长（10-60分钟）的使用模式。在用户画像方面，亲子教育场景内高学历人群和高收入人群的占比格外显著。付费意愿集中在数据安全和专业内容生成功能，但普遍期待低价订阅模式（1-20元/月）。这表明移动端AI应用正从通用工具向场景化精细运营转型，未来发展重点在于场景深耕与差异化服务。



未来展望

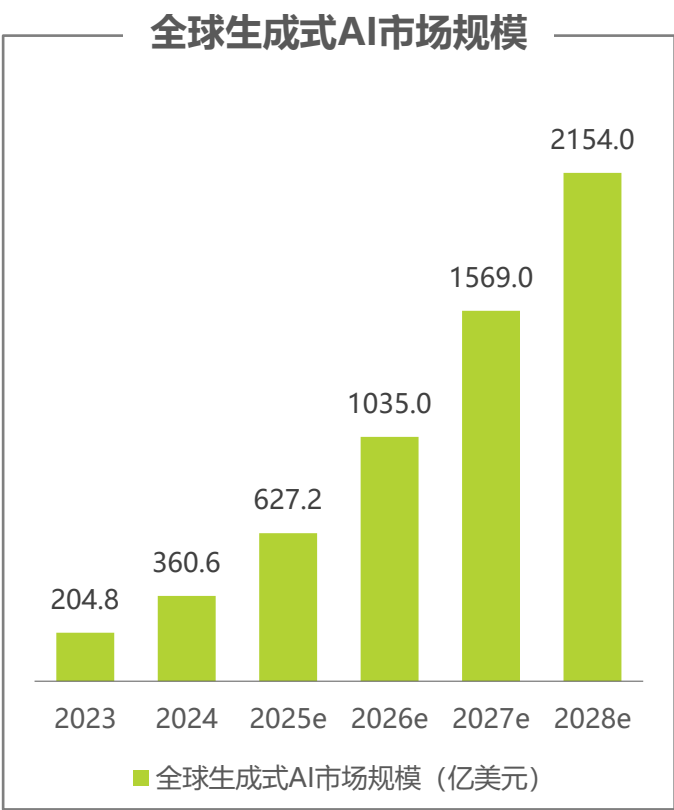
在未来的AI应用发展中，技术与用户体验的升级将成为关键。通过优化智能交互，提高回答准确性和对话自然度，AI将更好地满足用户需求。同时，强化本地化能力和隐私保护将提升用户的使用体验。场景化服务的深化将集中在生活与工作学习领域，增强办公软件的协同能力，并发展专家助手和云端协作功能。此外，针对高学历用户的专业化应用将不断扩展，提供一站式解决方案，以提升教育和办公场景的效率。这些举措将推动AI应用的全面升级，形成更为完善的用户体验和服务生态。

01 / AI市场概览

全球AI市场概览

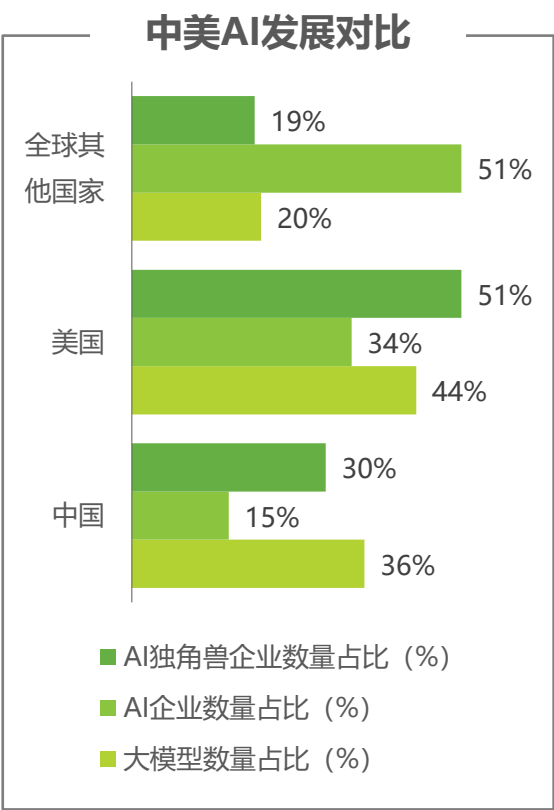
全球AI产业在技术、产品与应用多轮驱动推动市场不断发展，其中，中美是产业引领者

- 全球人工智能市场规模正在持续扩大，预计到2027年将迎来普适AI的时代，届时AI软件市场规模将达到1569亿美元，2028年将超2154亿美元。
- 大型模型正在推动AI能力的提升与边界的扩展，能力水平不断提高，AI使用时间也不断增加。
- 美国和中国已成为主要竞争主体，而国内在应用场景方面具备显著优势。



数据来源：IDC，中国信通院，艾瑞研究院整理绘制。

©2025.1 iResearchInc. www.iresearch.com.cn



中国AI产业应用正在从百模大战向应用驱动转型，推动AI应用生态的发展

- 中国AI产业正处于快速发展的阶段，国内AI应用场景日益丰富，尤其是面向消费者（To C）的市场迅速崛起。目前国内形成了传统互联网企业、传统AI企业和初创企业为代表的三个不同背景企业组成的产业生态。
- 本土化大模型的加速落地，显著推动了AI应用的爆发和市场规模增长，预计2028年中国AI软件市场规模将达到35.4亿美元。

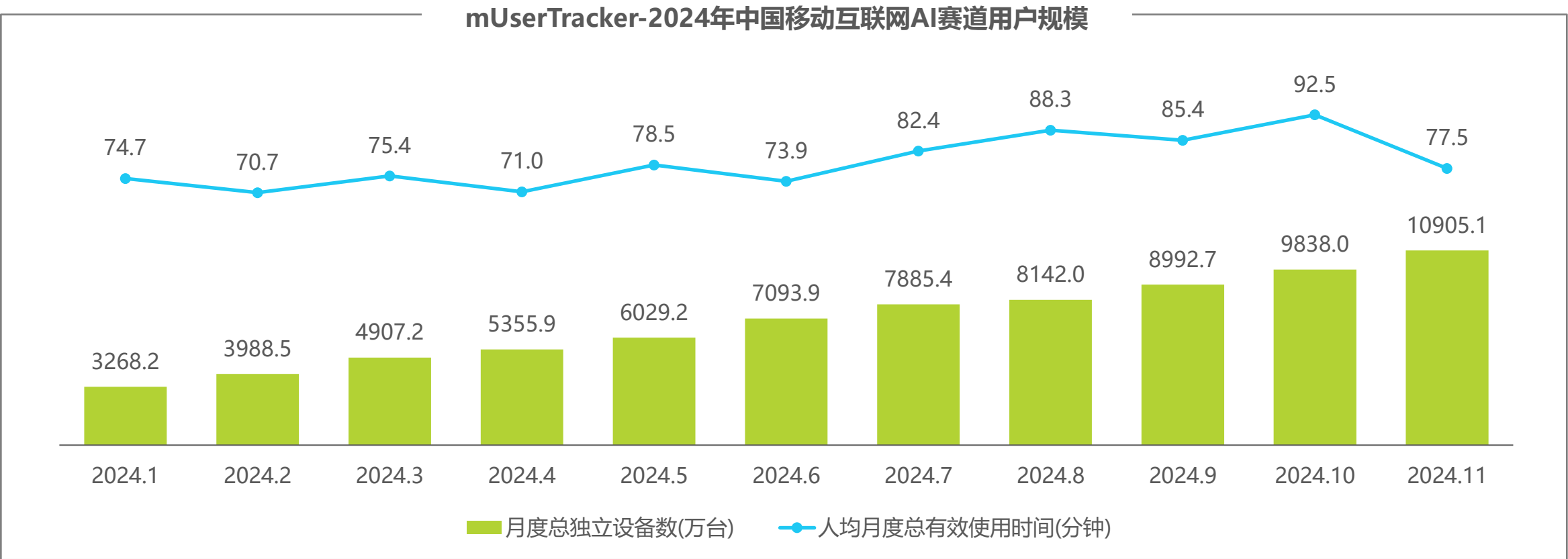


02 / 移动端AI市场研究

移动端AI赛道概览

移动端AI赛道流量增长强劲，用户数量和人均月度使用时长持续攀升

2024年，移动端AI月独立设备数实现翻番，从年初的3268万台增至11月的1.09亿台，月均增速达12.8%。AI在移动互联网中市场接受度显著提升，人均月度使用时长比较稳定，从年初的74.7分钟上升至10月的92.5分钟，11月份有所回落。



注释：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)
©2025.1 iResearchInc. www.iresearch.com.cn

用户画像：移动端AI应用整体用户分析

高线城市中高消费水平的中青年白领/新蓝领是AI类应用的核心用户

➤ 移动端AI应用的核心用户展现出独特的特征。从性别分布来看，男性用户稍占优势。年龄层在25至40岁之间的用户更青睐AI应用。超半数用户消费能力中等，二线城市及以上城市用户更青睐AI应用。这些用户的标签多为白领和新蓝领，追求优质体验和时尚潮流，是AI应用的主要受众。

mUserTracker-2024年11月移动端AI应用赛道用户画像

性别

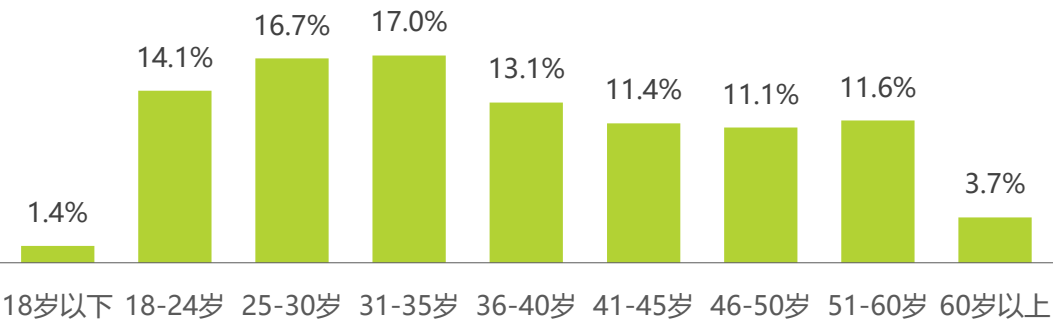


男性：55.2%
TGI: 107.6



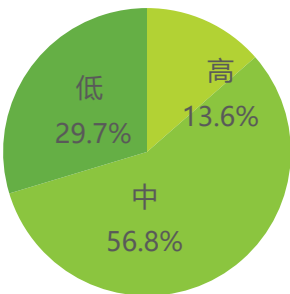
女性：44.8%
TGI: 91.9

年龄



TGI	106.1	90.3	103.3	105.4	103.9	99.9	97.7	96.6	105.9
-----	-------	------	-------	-------	-------	------	------	------	-------

消费能力



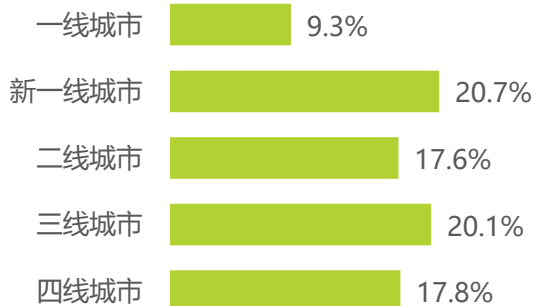
TGI

高: 117.1

中: 100.5

低: 93.0

城市级别



TGI

103.0

100.2

97.7

99.7

99.7

人群标签

Z世代 16.9%

白领 27.1%

新蓝领 31.0%

体验至上 51.9%

品质至上 51.0%

追随时尚 35.4%

居家实干家 28.3%



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)。

©2025.1 iResearchInc. www.iresearch.com.cn

更多免费行业报告

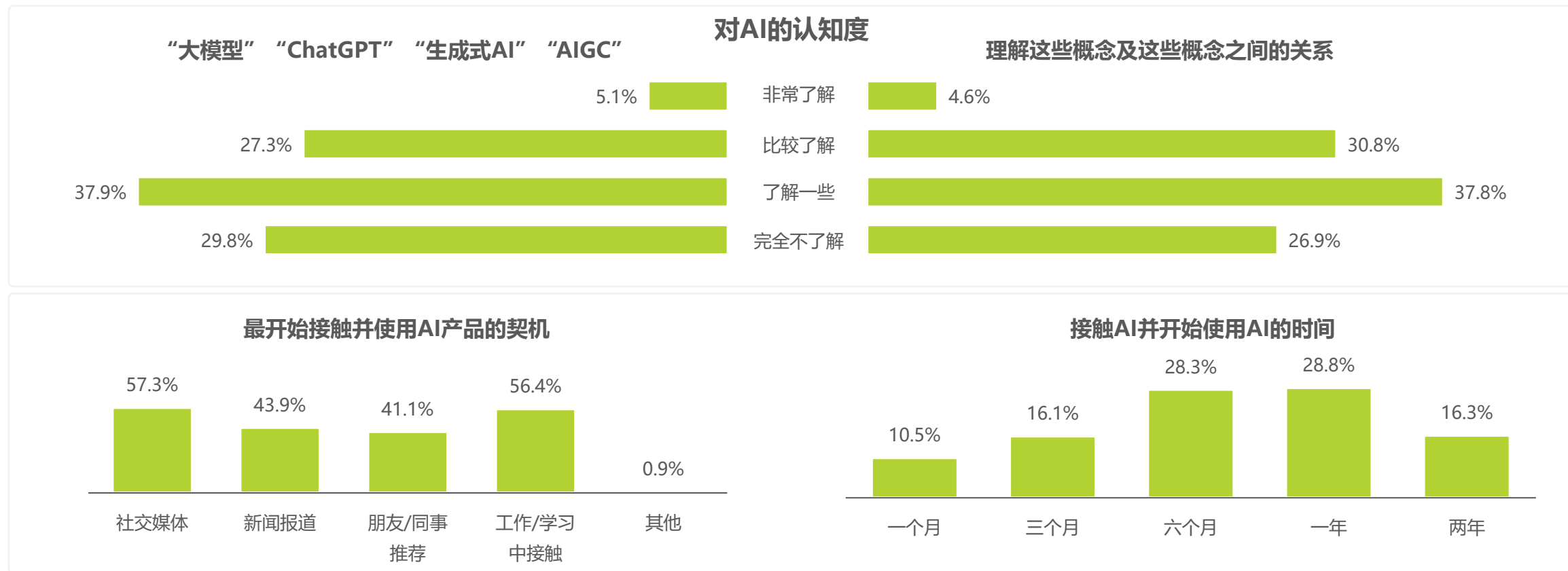
并购家

www.ipoiipo.cn

信息渠道：用户对AI的认知度及信息获取渠道

用户对AI的认知和使用在不断深入，社交媒体会让工作/学习中接触为主要信息获取渠道

- 在人工智能认知度方面，使用移动端AI应用的用户里，超三分之一对AI较了解，近四成了解部分内容，近三成完全不了解。对于AI相关概念理解，超三分之一用户比较了解，另有超三分之一了解一些，说明部分用户虽有一定认知，但不少用户仍需进一步接受教育、普及信息。
- 用户接触、了解人工智能的信息来源广泛多元，社交媒体和工作 / 学习接触是主渠道，占比近60%，新闻报道及好友 / 同事推荐也很重要，占比超40%，这些渠道对普及AI知识与推广应用起关键作用。
- 45%的用户接触AI超一年，四分之三的用户接触后超半年才开始使用AI，可见用户对AI的认知和使用在不断深入。



数据来源：N=800；于2024年11月通过艾客帮形式调研获得，艾瑞研究院整理绘制。

用户行为：移动端AI产品带来的反馈与使用契机

移动端AI应用主要帮助在于提升工作效率，最有用功能是文本生成与对话。最看重其提高工作效率的功能，最常因工作场景开始使用移动端AI类产品。

➢ 移动端AI应用主要帮助依次为提效、辅搜与准资、趣味性少；有用功能是文本生成与对话、图像生成、数据分析与预测，隐私保护等受关注少。吸引使用移动端应用的功能首位是提效，占59.21%，个性化内容生成占47.13%，其他吸引力低。使用契机主要是工作场景（58.2%）和学习场景（51.7%），其他场景占比低。

用户画像
概念认知
用户行为
付费意愿
使用反馈

移动端AI应用带来的帮助



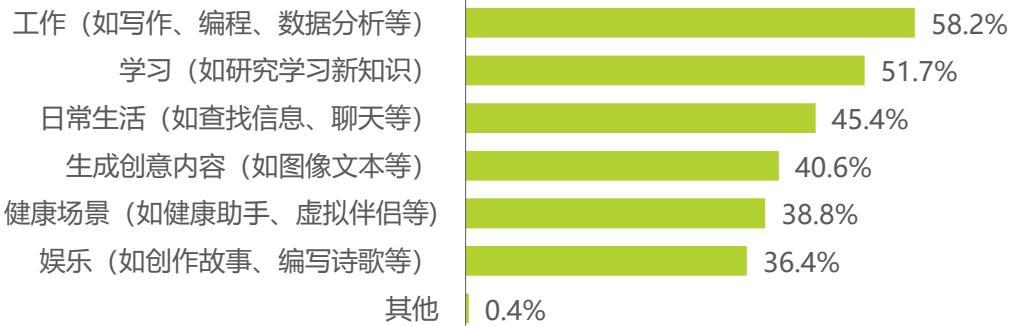
移动端AI应用最有用的功能



某项功能吸引用户开始使用移动端AI应用



某项场景成为开始使用移动端AI应用的契机

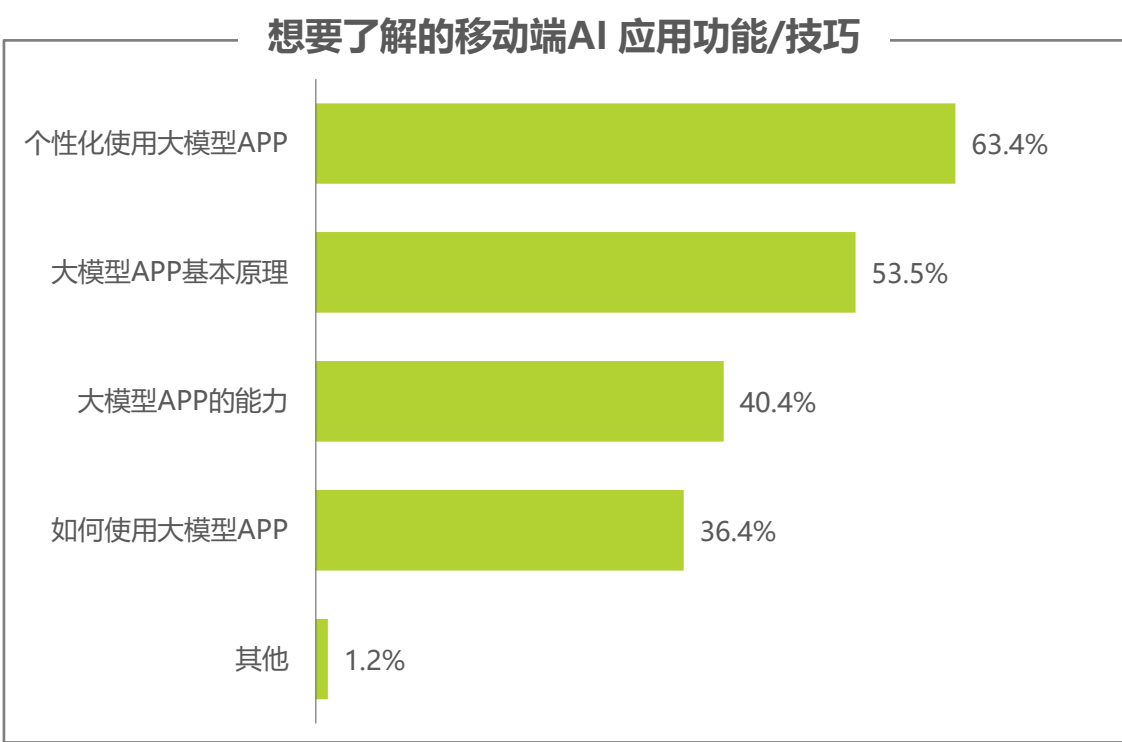
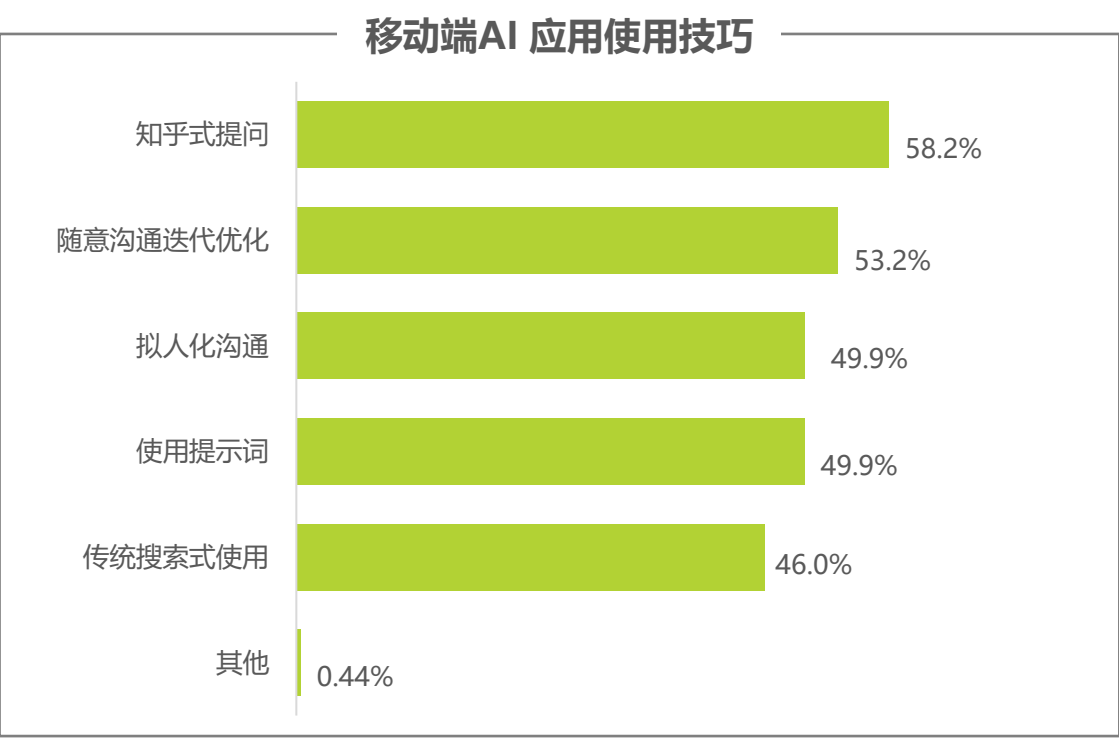


数据来源：N=800；于2024年11月通过艾客帮形式调研获得，艾瑞研究院整理绘制。

用户行为：移动端AI应用使用技巧

使用移动端AI应用时，用户常用知乎式提问和迭代优化，对个性化使用移动端AI应用和其基本原理表现出较大兴趣

- 知乎式提问是最常用的移动端AI应用产品使用技巧，占比58.17%。其次是随意沟通迭代优化，占比53.16%，其他技巧的使用比例相对较低。
- 用户最想了解的是个性化使用移动端AI应用，占比63.4%，这表明用户对个性化功能有较高的兴趣。其次是移动端AI应用基本原理，占比53.5%。



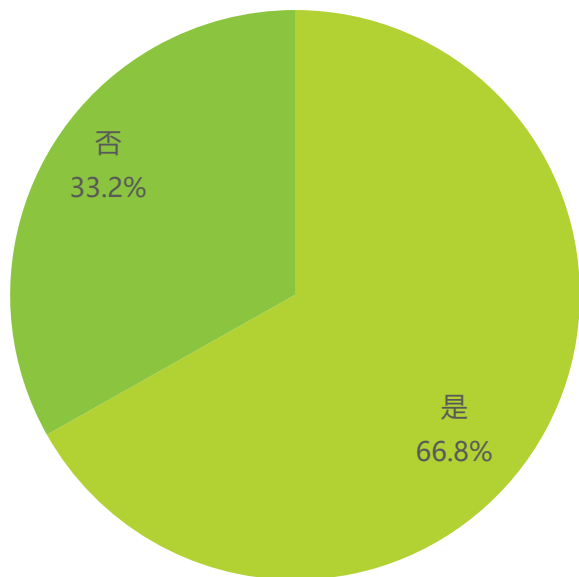
数据来源：N=800；于2024年11月通过艾客帮形式调研获得， 艾瑞研究院整理绘制。

用户付费：移动端AI应用付费意愿、付费区间和方式

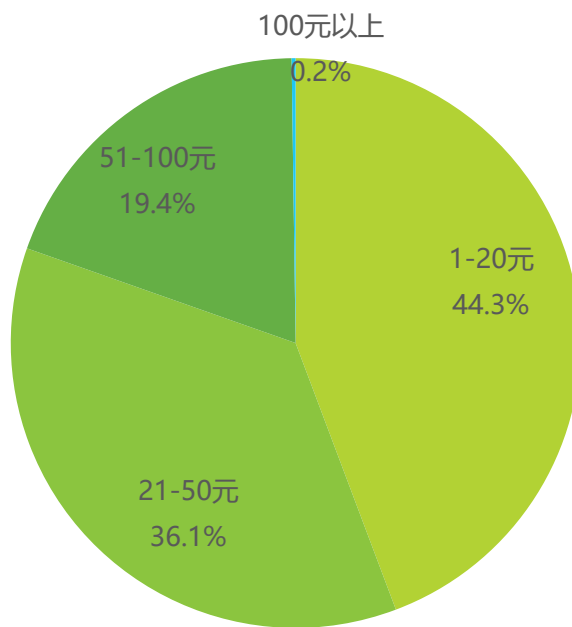
大部分受访者（66.8%）有付费意愿，最受欢迎的付费方式为免费基础版+增值服务

- 在付费意愿的受访者中，近一半（44.3%）愿意支付1-20元，36.1%的受访者愿意支付21-50元，19.4%的受访者愿意支付51-100元。
- 最受欢迎的付费方式是免费基础版+增值服务，占比30.2%。四分之一（24.0%）的受访者倾向于免费试用 + 付费高级版。17.7%的受访者倾向于按月订阅模式；13.2%的受访者倾向于按次付费（按使用次数或功能收费），一次性购买全功能服务的受众用户为12.8%。

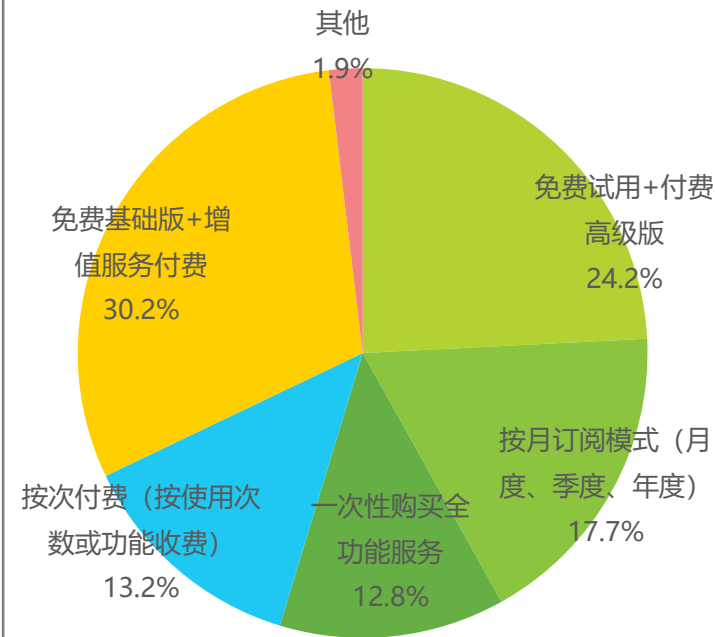
是否有付费意愿



愿意付费区间



付费方式



数据来源：N=800；于2024年11月通过艾客帮形式调研获得，艾瑞研究院整理绘制。

©2025.1 iResearchInc. www.iresearch.com.cn

更多免费行业报告

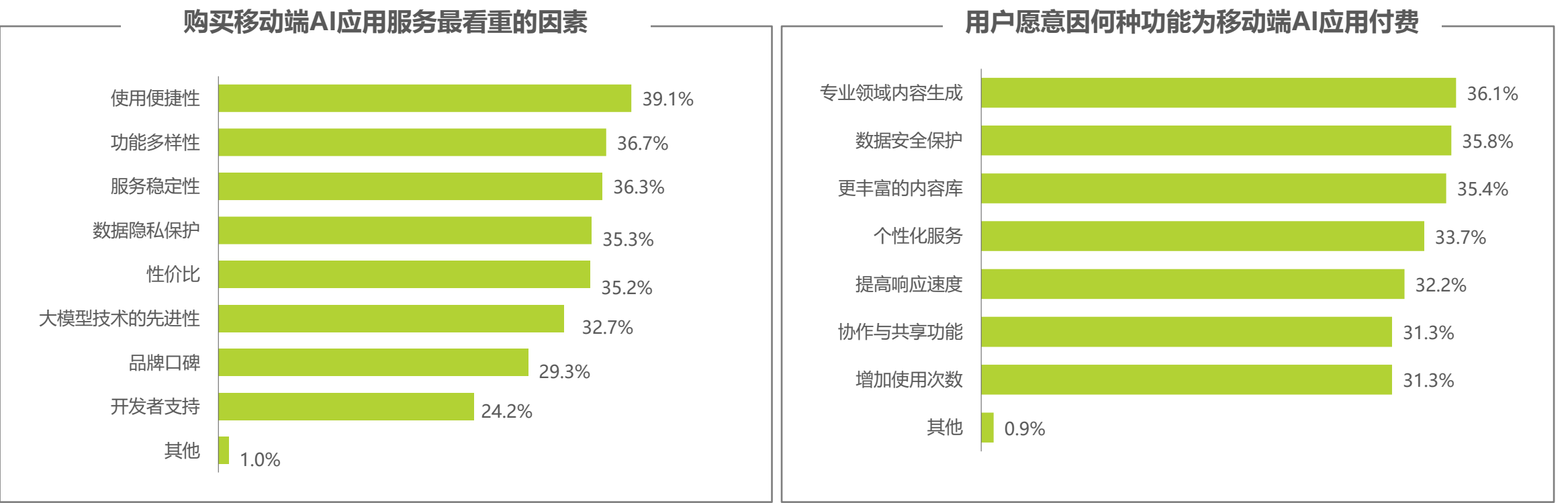
并购家

www.ipoiipo.cn

用户付费：用户看重的影响购买决策因素

用户在购买移动端AI应用服务时，最看重的是使用便捷性。为移动端AI应用付费时，专业领域内容生成是最受关注的功能。

- 购买大模型技术服务时使用便捷性（39.1%）、功能多样性（36.7%）和服务稳定性（36.3%）是最重要的因素。其他重要因素包括数据隐私保护（35.3%）、性价比（35.2%）等。
- 专业领域内容生成（36.1%）、数据安全保护（35.8%）和更丰富的内容库（35.4%）是用户最愿意付费的功能。其他功能包括个性化服务（33.7%）、提高响应速度（32.2%）等。



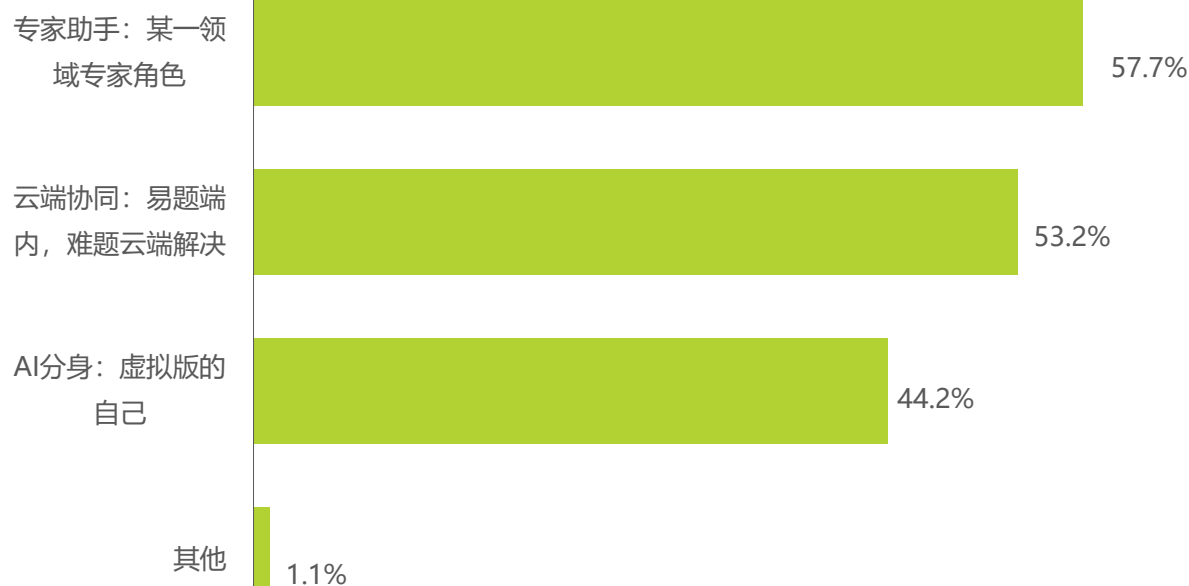
数据来源：N=800；于2024年11月通过艾客帮形式调研获得，艾瑞研究院整理绘制。

用户付费：对高级功能的认知及付费意愿

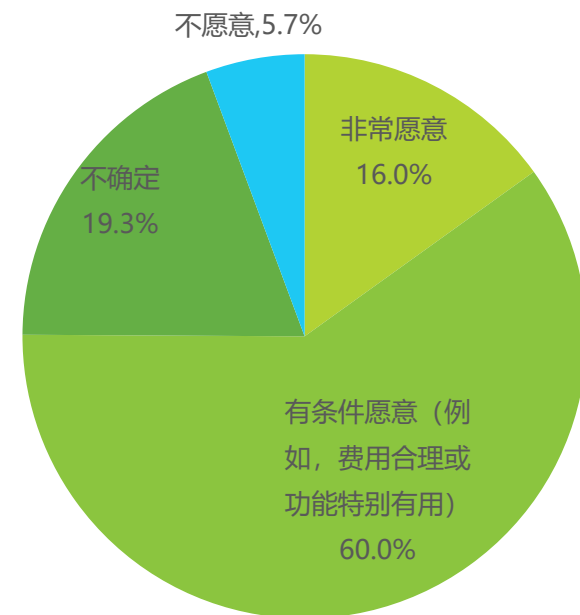
用户认知中的移动端AI高级功能主要是专家助手和云端协同辅助解决问题，60%的用户具备有条件付费意愿

- 大部分受访者（57.7% 和 53.2%）对高级功能的认知集中在专家助手和云端协同方面；有44.2%的受访者认为高级功能包括AI分身。
- 在付费意愿上，大部分受访者（60%）表示不愿意为高级功能付费，只有少数人（6%）非常愿意付费。有近三分之一（34%）的受访用户待定，其中有15%的受访者有条件愿意为高级功能付费，有19%的受访者不确定是否愿意为高级功能付费。

对高级功能的认知



为高级功能付费意愿



数据来源：N=800；于2024年11月通过艾客帮形式调研获得，艾瑞研究院整理绘制。

©2025.1 iResearchInc. www.iresearch.com.cn

更多免费行业报告

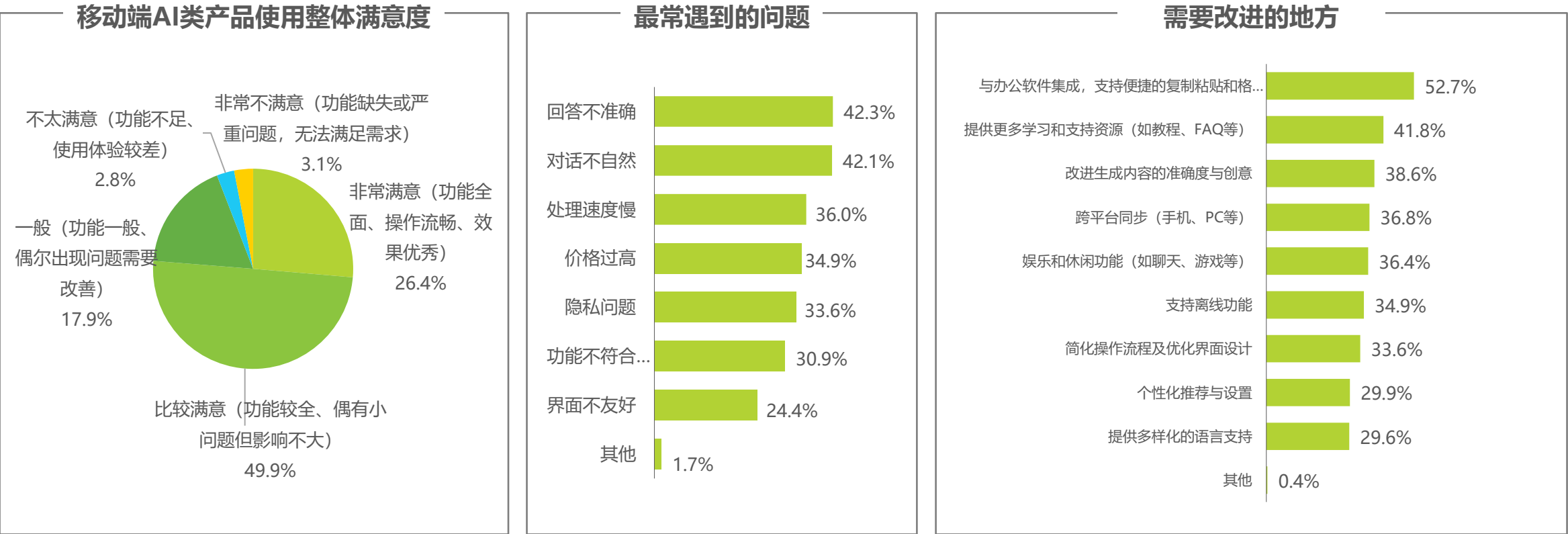
并购家

www.ipoipo.cn

使用反馈：移动端AI应用使用中遇到的问题

移动端AI产品用户满意度较高，多数觉得产品功能及使用体验良好。使用时，常遇回答不准确、对话不自然问题，最希望改进办公软件集成与生成内容准确度。

- 超四分之三用户对AI类产品评价正面，近半数非常满意，仅5.9%不满意，总体能满足多数用户需求。
- 用户使用时最关心回答准确性、对话自然度，其次为处理速度、价格和隐私问题。需改进之处，重点是与办公软件集成，其次为改进生成内容准确度与创意、提供更多学习和支持资源等。



数据来源：N=800；于2024年11月通过艾客帮形式调研获得，艾瑞研究院整理绘制。

03 / 移动端AI细分赛道研究

移动端AI应用领域：整体概况

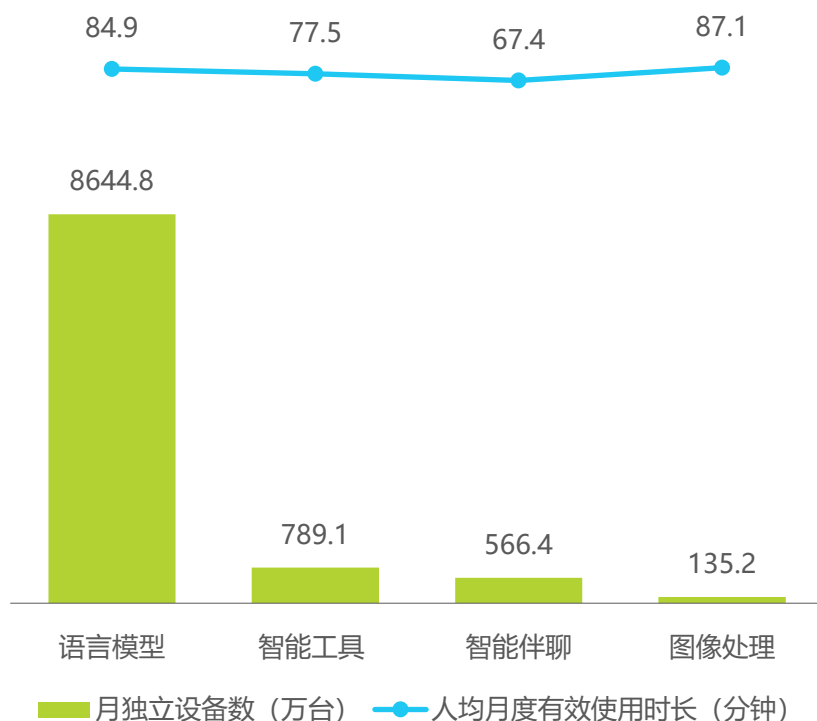
2024年11月移动端AI应用细分领域里语言模型应用最受用户青睐

2024年11月移动互联网AI细分赛道数据显示，语言模型领域的豆包以4686.8万台月独立设备数遥遥领先，且该领域人均月度有效使用时长最高。相比之下，其他细分领域虽各有优势应用，但在活跃用户和使用时长上稍逊一筹，表明语言模型应用更受用户喜爱。

mUserTracker-2024年11月移动端AI应用细分赛道月独立设备数

移动端AI细分领域11月份活跃用户和使用时长

移动端AI细分领域细分11月部分应用月独立设备数



语言模型

拥有通用型底层语言模型，用于理解和生成自然语言文本

豆包
4686.8万台

Kimi智能助手
1678.4万台

文小言
1082.5万台

星野
436.2万台

X Eva
22.9万台

我在AI
59.2万台

基于对话式交互，提供娱乐、陪伴、心理健康支持等体验

智能伴聊

智能工具

应用于特定工作流程或日常任务，提高效率和生产力

光速写作
273.8万台

腾讯元宝
112.8万台

秘塔AI搜索
38.6万台

即梦AI
79.3万台

猫脸
15.0万台

无界AI
12.5万台

应用AI技术进行图像识别、编辑、增强和作品生成等

图像处理

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)。

©2025.1 iResearchInc. www.iresearch.com.cn

更多免费行业报告

并购家

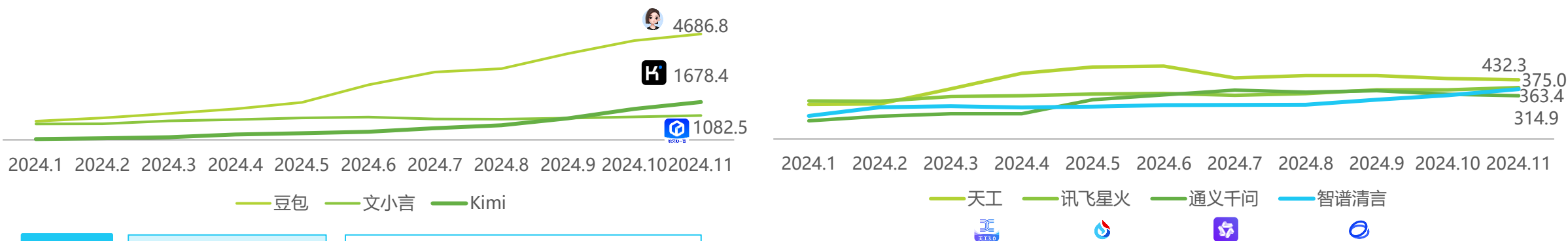
www.ipoipo.cn

移动端AI应用：语言模型细分赛道用户行为情况

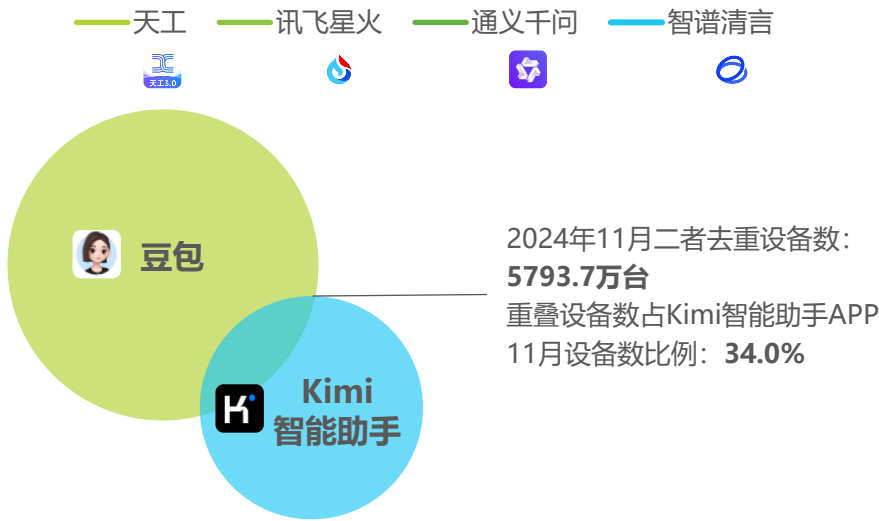
豆包与Kimi增速明显，文小言相对缓慢；天工AI先增后降，讯飞星火与通义千问增长陷入停滞

2024年1-11月，国内移动端AI语言模型类应用流量呈增长态势，其中，豆包、Kimi智能助手与文小言成为细分赛道仅有的千万级别APP，豆包自1月至11月活跃用户规模月均增速达18.9%；Kimi智能助手自今年1月正式上线后，截至11月的月复合增长率达45.0%，增速大幅领先于同类型APP；天工AI先增后降，讯飞星火与通义千问增长陷入停滞。

mUserTracker- 2024年1-11月移动端AI应用语言模型类主流App月独立设备数（单位：万）



豆包 部分 核心 功能	知识解答	精准回答问题，提供可靠数据
	内容理解与分析	解读长文，多领域专业分析
	创意激发与辅助	启发创意，辅助创作
	编程支持	生成代码，解答编程问题
	交流互动	日常聊天，提供情感支持



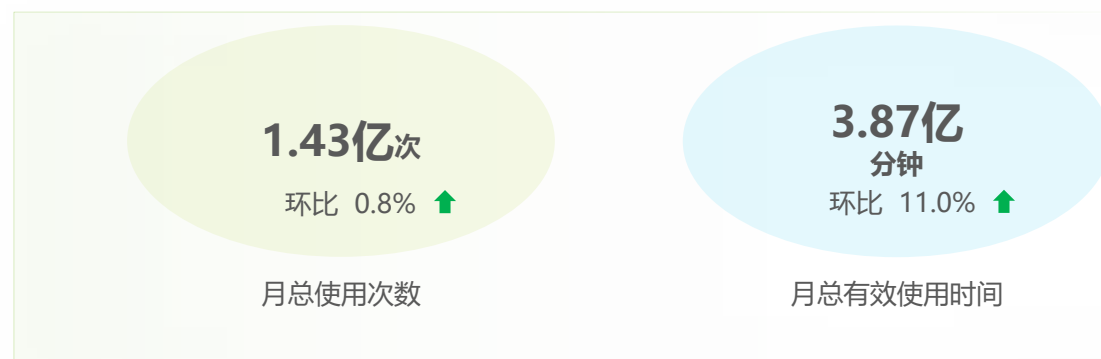
数据来源：艾瑞咨询 UserTracker 多平台网民行为监测数据库(桌面及智能终端)。

移动端AI应用：智能伴聊细分赛道用户行为情况

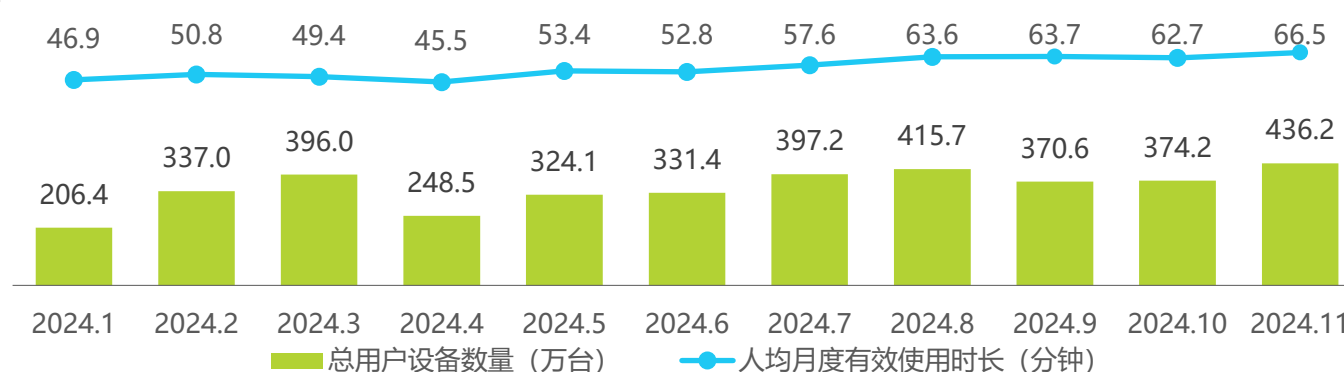
星野APP流量领跑，活跃用户对泛娱乐类应用关注度更高

2024年1-11月，国内移动端AI语言模型类应用流量呈增长态势，用户对智能伴聊类应用需求快速增长，粘性持续增强。星野APP凭借其创新的AI社交体验，是该赛道里仅有的百万级别APP。星野11月活跃用户规模是年初的2.1倍，使用时长从年初的46.9分钟上升至66.5分钟；移动端AI应用智能伴聊类APP活跃用户对“科技”、“资讯”、“分享”和“倾诉”等标签表现出较高关联度。

移动端AI应用智能伴聊类行业整体用户粘性

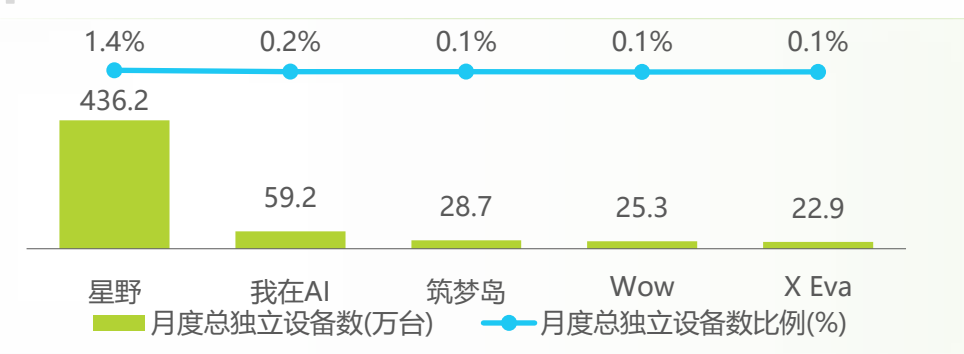


移动端AI应用智能伴聊类APP-星野用户粘性

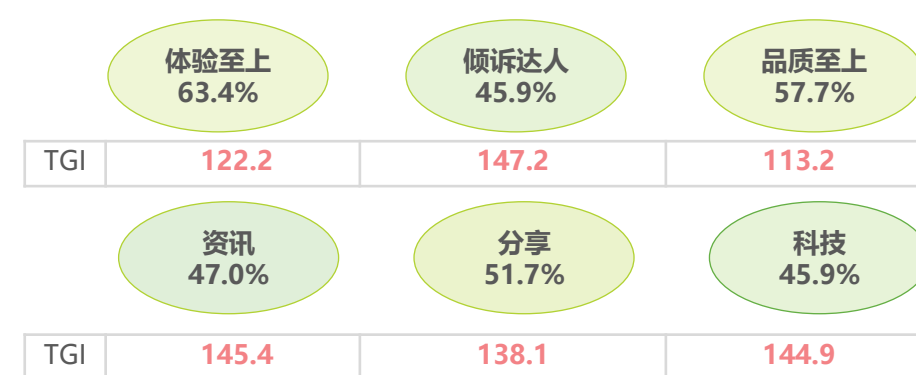


数据来源：艾瑞咨询 UserTracker 多平台网民行为监测数据库(桌面及智能终端)。

移动端AI应用智能伴聊类APP 11月用户数量前五



移动端AI应用智能伴聊类APP用户标签

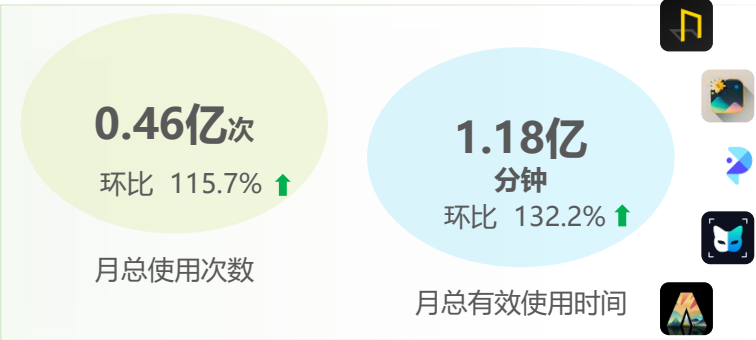


移动端AI应用：图像处理细分赛道用户行为情况

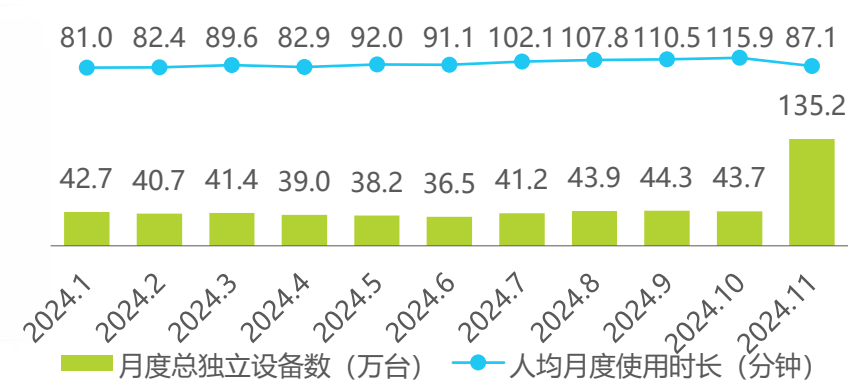
针对特定需求的专业化服务驱动用户粘性形成，细分赛道流量具备增长潜力

2024年11月，移动端AI图像处理领域用户黏性持续增强，前10月人均使用时长环比增长4.1%。一方面，得益于移动设备算力提升和AI算法优化，用户正加速向移动端迁移图像处理需求；另一方面，无界AI、图趣AI等头部应用通过AI图像增强、视频生成和智能识别等差异化功能，精准满足了用户在社交分享、内容创作等场景下的处理需求，验证了AI在图像处理垂直领域的商业潜力。

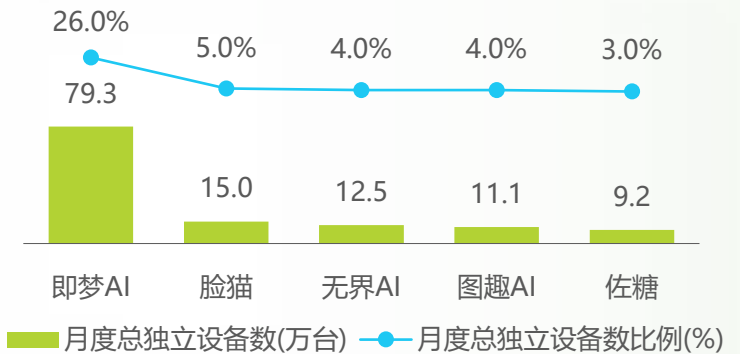
移动端AI应用图像处理类APP用户粘性



移动端AI应用图像处理类APP月活用户数量及人均月度使用时长



移动端AI应用图像处理类APP11月活排名前5应用



无界AI-APP主要功能

无界AI - 部分核心 功能	透明图生成	快速创建透明背景元素，融入不同场景
	姿态与深度检测	能让虚拟角色动作自然，虚拟现实和增强现实应用的交互和场景构建
	边缘检测	提取清晰线条生成新图片
	涂鸦上色	提供配色方案和风格选择，激发创作灵感
	模型与语义分割	根据模型法线生成图片，可提高图像理解和分析的准确性和效率
	线段识别	辅助精确测量和布局规划，提高设计和分析的准确性

图趣AI-APP主要功能

图趣AI - 部分核心 功能	AI绘画	图生/文生视频：为视频创作提供新素材生成方式，可应用于多领域并降低制作成本。个性化特效：满足用户个性化图像处理需求，用于多场景增强体验。智能生成线稿图：帮助绘画者快速生成线稿，提升绘画效率与质量。专业应用：如AI艺术字等在专业和创意场景提供更多设计可能。
	修复功能	高清修复老照片：恢复老照片的清晰与色彩，对历史研究和文化传承有意义。无损放大与智能上色：用于多个行业提升图片可用性。视频截屏修复：提高视频截屏质量，方便素材收集和分享。
	特效功能	动态照片：为照片添加动态效果，用于社交媒体等增加吸引力。图像编辑特效：如素描、消除笔等满足用户图像处理需求，用于摄影后期和素材制作。多样化特效：人物性别转换等特效在多领域有实用价值。

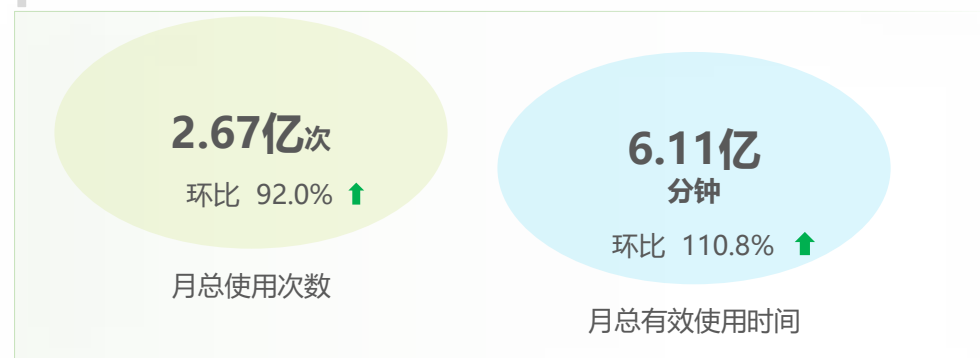
数据来源：艾瑞咨询 UserTracker 多平台网民行为监测数据库(桌面及智能终端)。

移动端AI应用：智能工具细分赛道用户行为情况

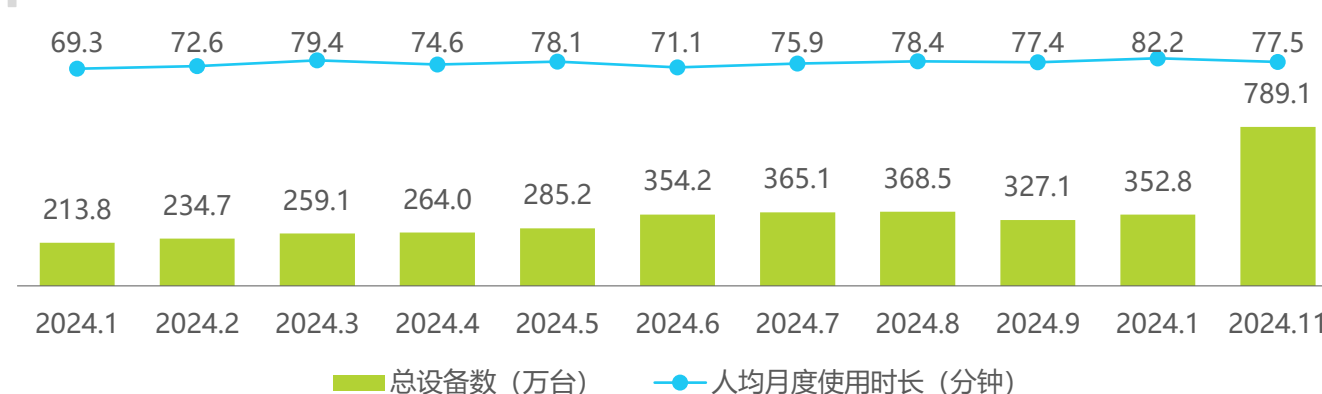
智能工具类赛道用户基数虽小，但增长迅速

2024年11月，移动端AI智能工具领域用户黏性持续增强。一方面，得益于移动设备算力提升和AI算法优化，用户正加速向移动端迁移图像处理需求；另一方面，腾讯元宝等头部互联网企业推出的产品满足了用户在社交分享、内容创作等场景下的处理需求。

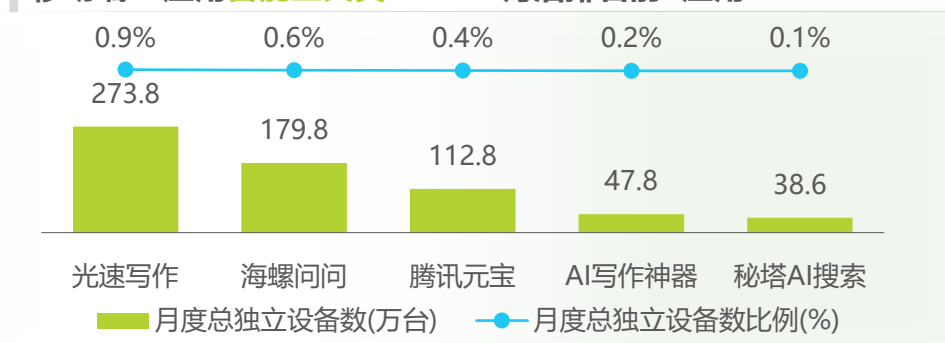
移动端AI应用智能工具类APP用户粘性



移动端AI应用智能工具类APP月活用户数量及人均月度使用时长



移动端AI应用智能工具类APP 11月活排名前5应用



移动端AI应用智能工具类APP用户标签



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)。

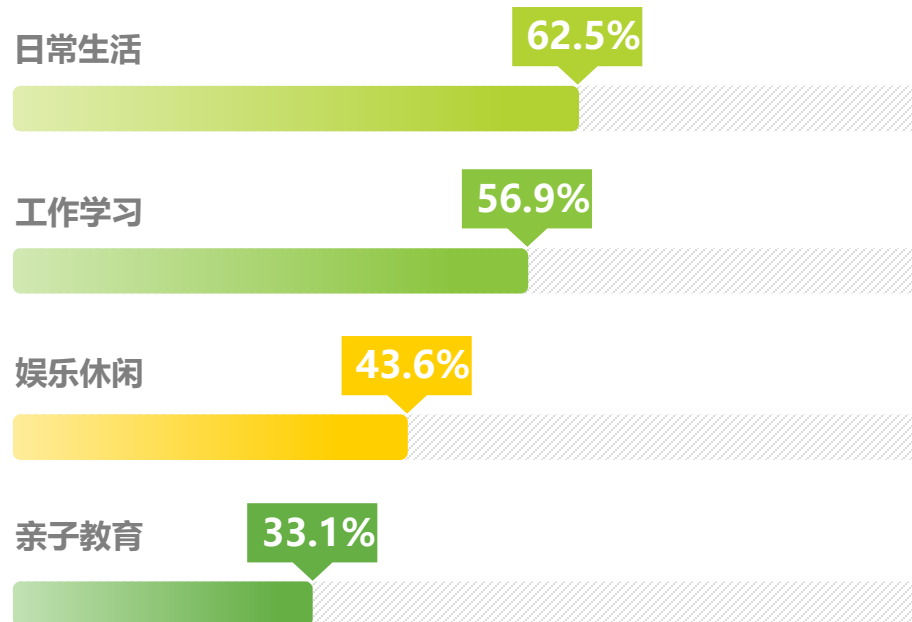
04 / 移动端AI应用场景研究

移动端AI应用主要使用场景

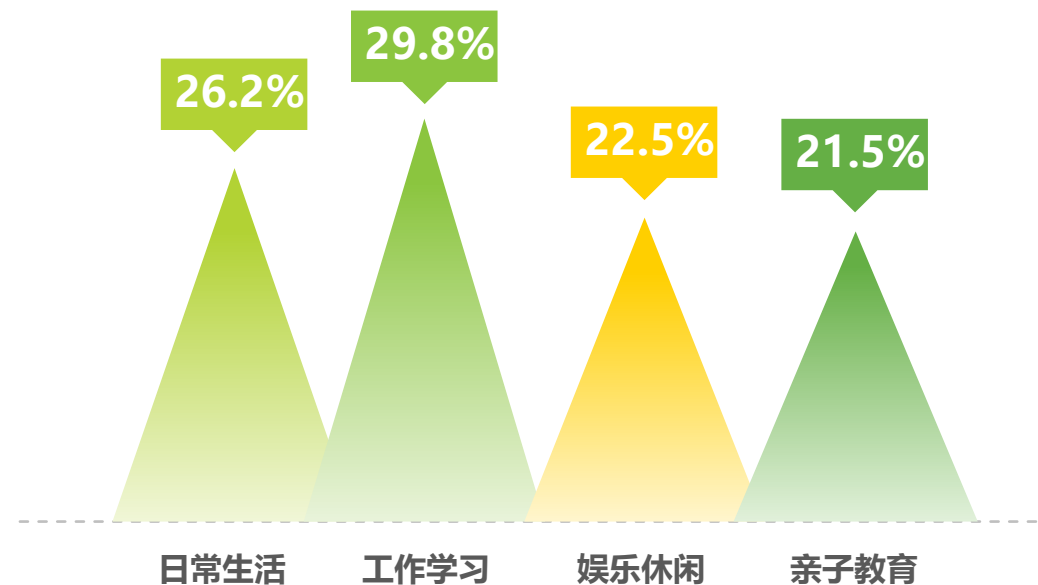
生活、工作学习、娱乐休闲和亲子教育场景并重

- 超过60%的移动端AI应用用户在个人生活中积极尝试使用移动端AI产品。同时，超过56%的用户在工作与学习场景中也频繁使用移动端AI软件。在娱乐场景中，超过43%的移动端AI应用用户积极利用移动端AI产品，而近三分之一的用户则将AI应用于儿童教育场景。
- AI应用使用场景时间占比最多为工作学习场景、其次是日常生活，占比均超过四分之一。

使用移动端AI软件产品的场景分布
(次数)



移动端AI软件产品的场景使用比重
(时长)



数据来源：N=800；于2024年11月通过艾客帮形式调研获得，艾瑞研究院整理绘制。

©2025.1 iResearchInc. www.iresearch.com.cn

更多免费行业报告

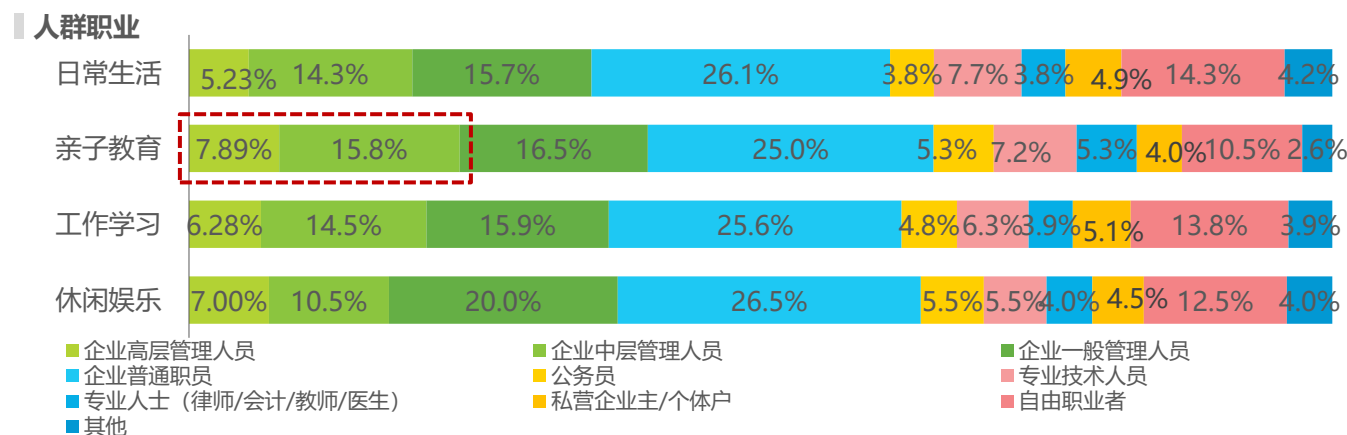
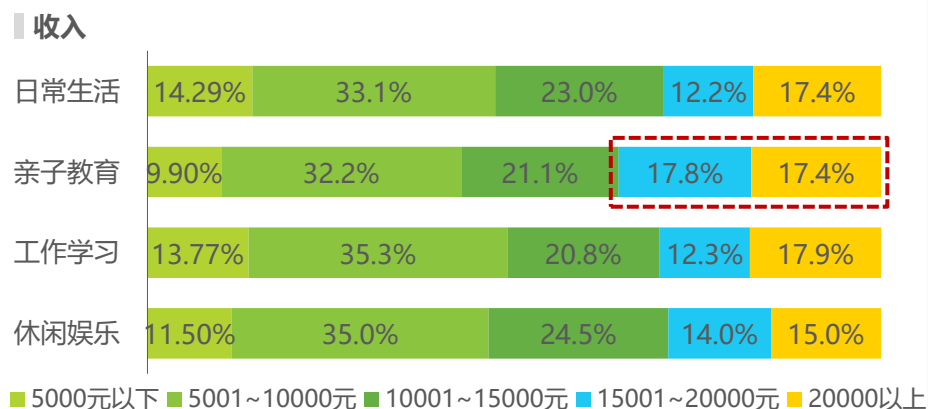
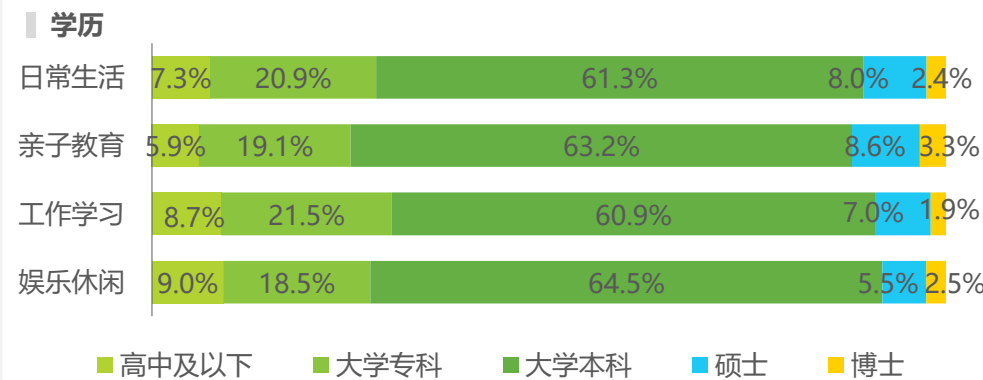
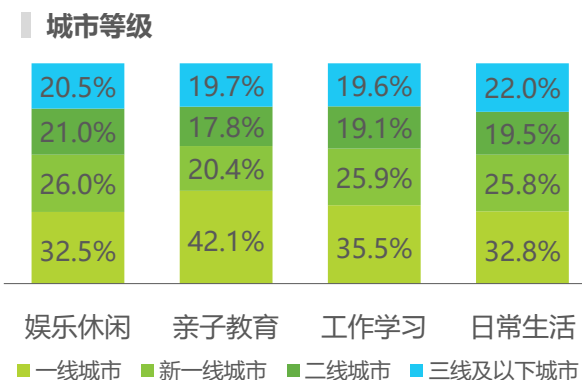
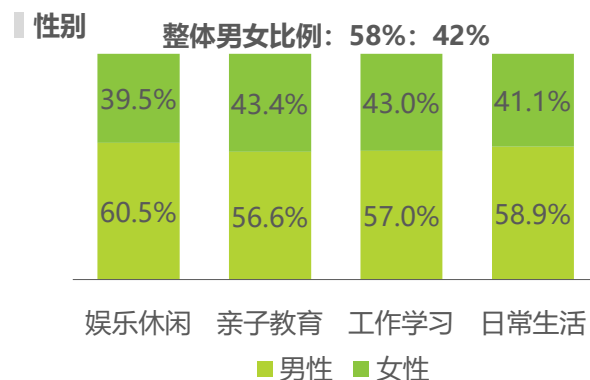
并购家

www.ipopo.cn

移动端AI应用主要场景用户画像

亲子教育场景的高学历人群、企业管理人员和高收入人群的占比显著

- 亲子教育场景的高学历人群、企业管理人员和高收入人群的占比显著，反映出这部分人群高度的教育意识。同时该人群女性用户和高线城市人群占比相对较高。
- 反观娱乐休闲场景，其中男性群体以及来自低线城市的人群占比，相较于其他场景呈现出更为突出的态势。



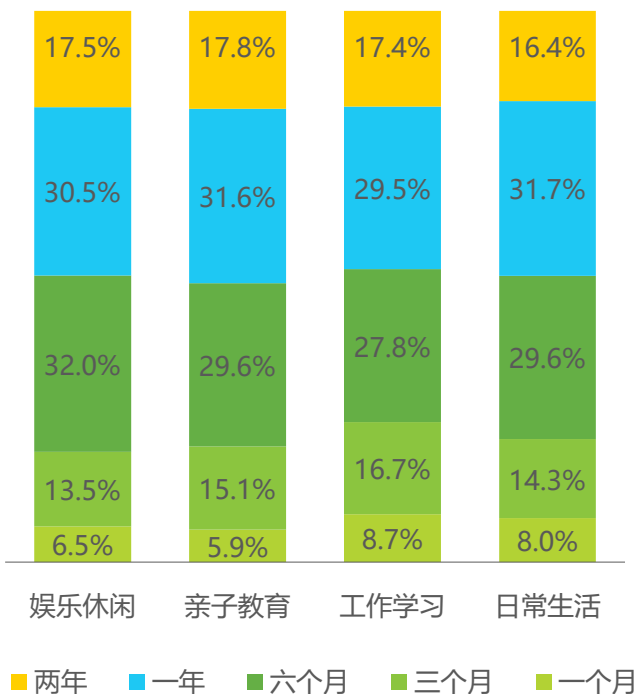
数据来源：N=800；于2024年11月通过艾客帮形式调研获得，艾瑞研究院整理绘制。

移动端AI应用主要场景使用情况

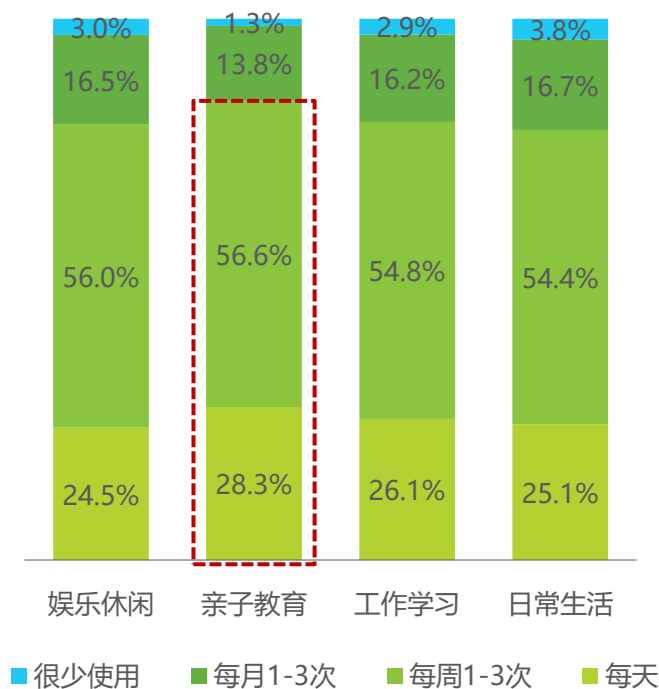
移动端AI应用在各场景使用都较普遍，用户已积累一定使用经验

- 使用周期上：在半年至两年这个时间段内使用的用户，在各场景中都占据了较大比例，这表明大多数用户在相关场景下已经积累了较为丰富的使用经验。
- 使用频率上：各个场景每天和每周1-3次使用的用户居多，同时相较其他场景，亲子场景的使用频率更高。
- 单次使用时长上：各个场景10-30分钟和30分钟-1小时使用的用户占比较大，娱乐休闲场景在30分钟-1小时的使用占比更突出，日常生活则在10分钟内的占比相对更多。

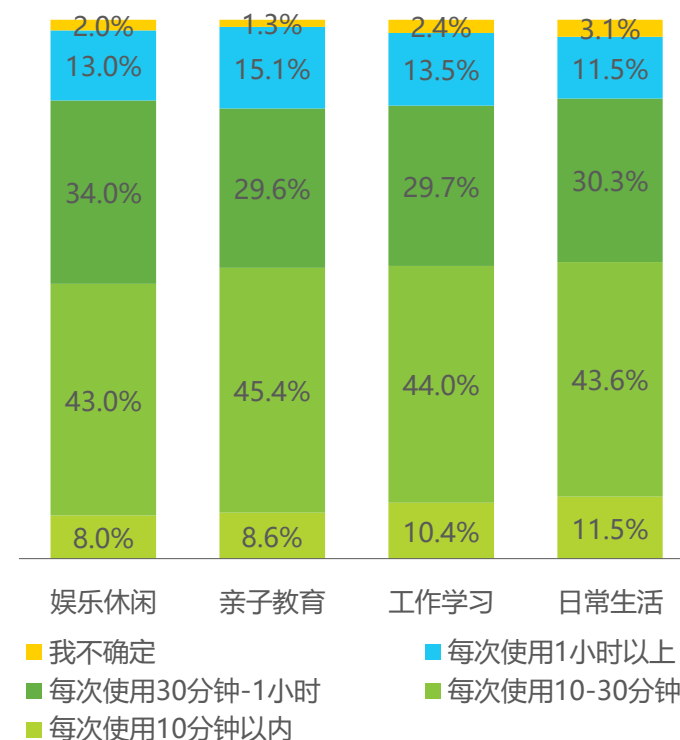
移动端AI应用使用周期



移动端AI应用使用频率



移动端AI应用单次使用时长



数据来源：N=800；于2024年11月通过艾客帮形式调研获得，艾瑞研究院整理绘制。

©2025.1 iResearchInc. www.iresearch.com.cn

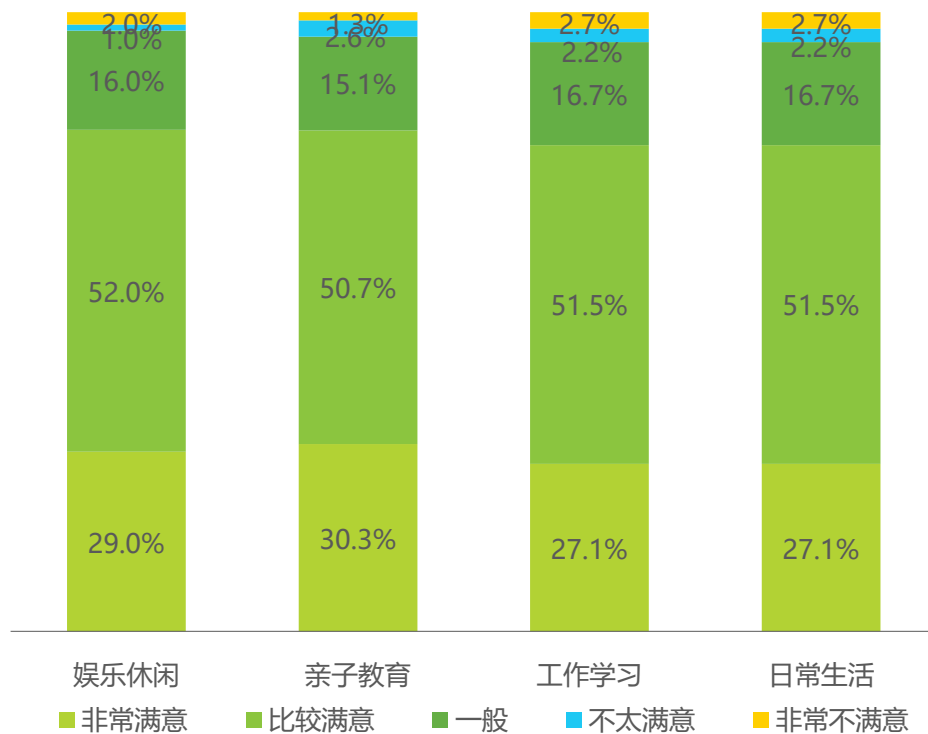
更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.cn

移动端AI应用主要场景使用体验

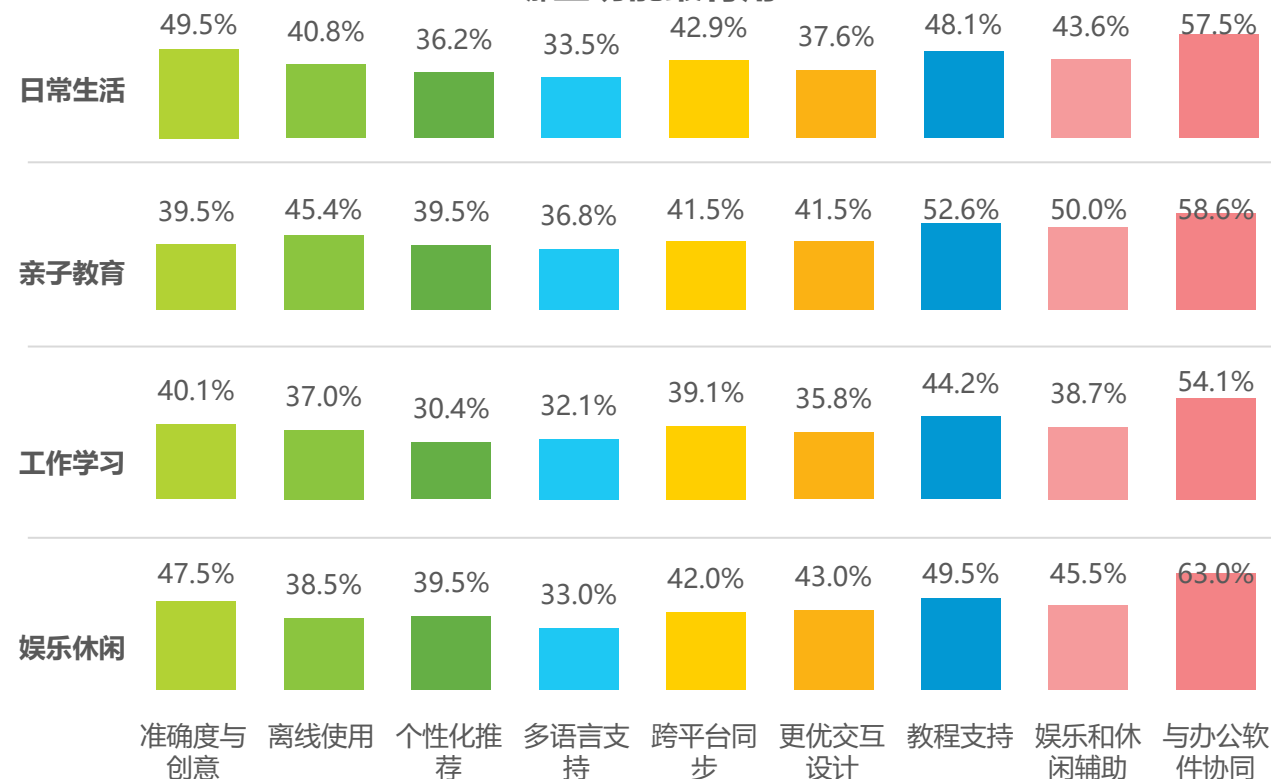
近八成用户对移动端AI应用满意，与办公软件协同是用户最认可、最有用的功能

- 从整体评价来看，用户对亲子教育和工作学习场景中的移动端AI应用较为满意。在功能实用性方面，与办公软件协同以及娱乐休闲功能被广泛认可。这表明移动端AI应用在助力工作学习和亲子教育场景对需求理解与满足具有优势，同时在娱乐休闲场景上也有不错的表现。

移动端AI应用整体评价



哪些功能最有用



数据来源：N=800；于2024年11月通过艾客帮形式调研获得，艾瑞研究院整理绘制。

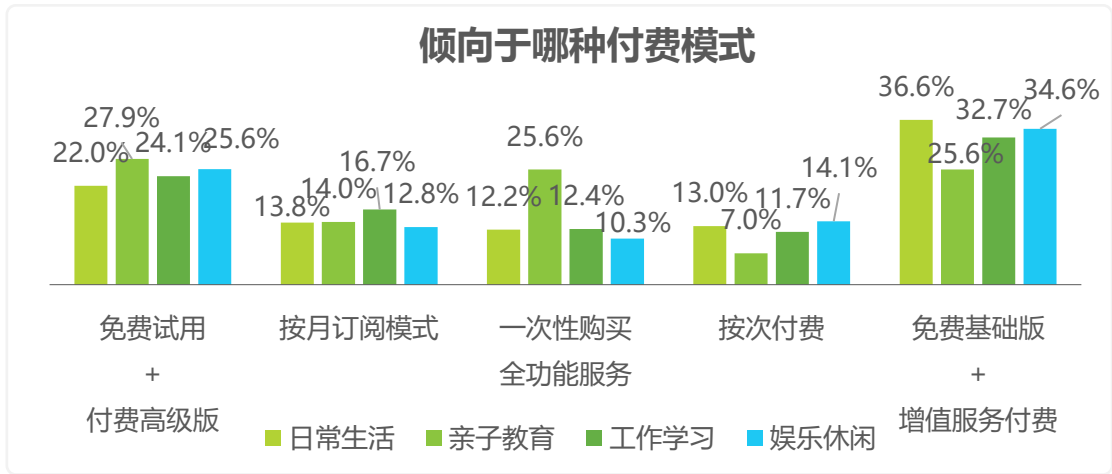
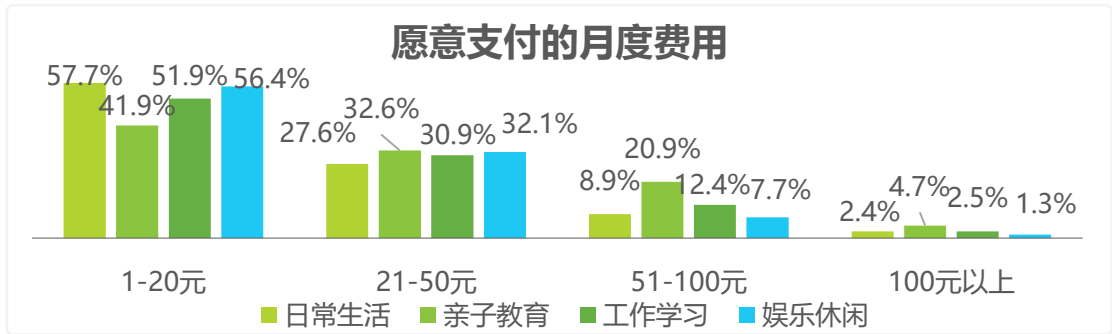
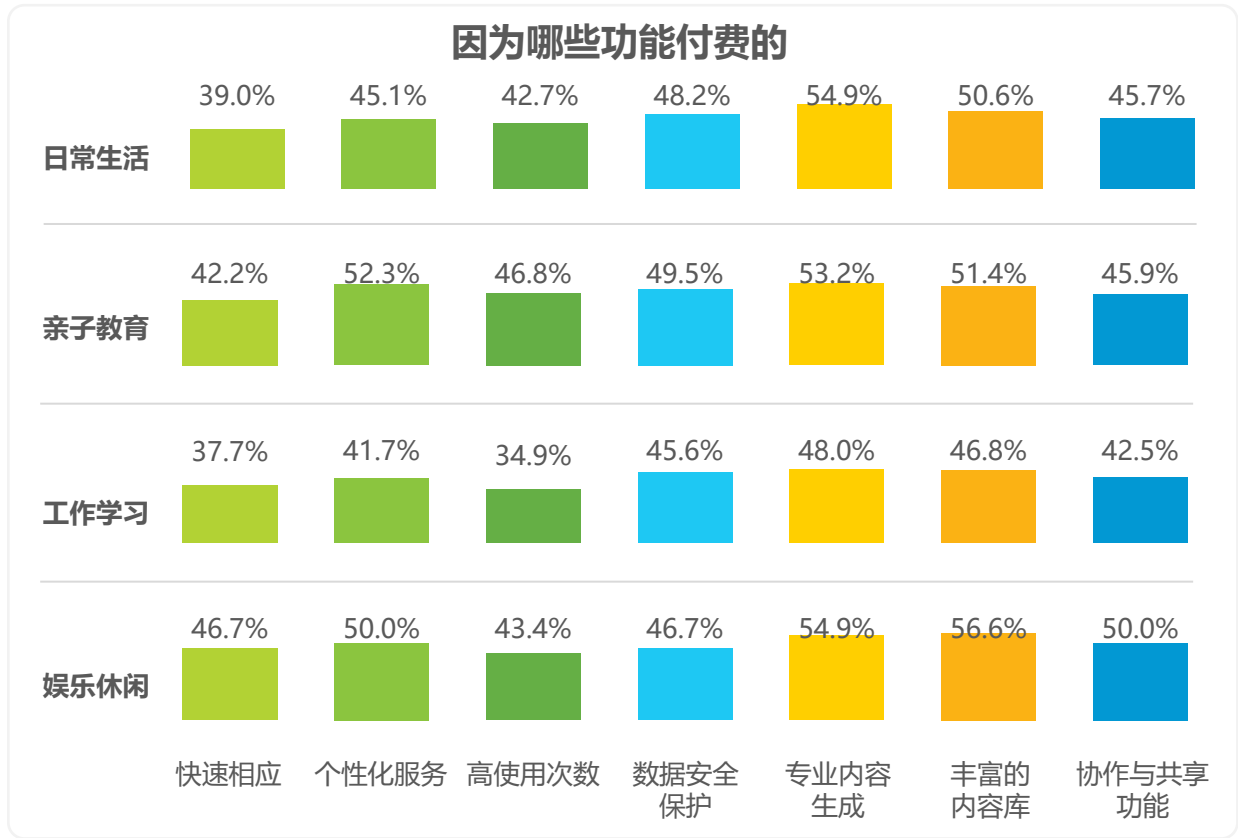
©2025.1 iResearchInc. www.iresearch.com.cn

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.cn

移动端AI应用付费意愿

移动端AI应用用户关注数据安全、专业内容生成等用户付费意愿高的功能，同时制定低价付费方案并提供免费试用机会，这样才能吸引更多用户付费。

➢ 移动端AI应用付费意愿：在付费功能点方面，用户对数据安全保护、专业内容生成等功能付费意愿高，对快速响应等基础功能付费意愿低。在月度付费额度上，多数用户倾向于每月支付1 - 20元，极少有人愿付100元以上。在付费模式上，免费试用和增值服务付费模式较受青睐。移动端AI应用服务企业可关注高意愿付费功能，推出低价方案和试用机会来吸引用户付费。

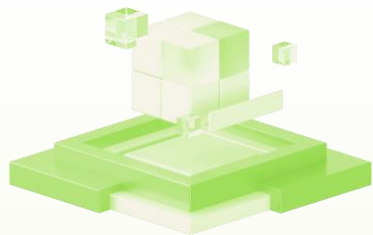


数据来源：N=800；于2024年11月通过艾客帮形式调研获得，艾瑞研究院整理绘制。

05 / AI应用未来展望

技术创新驱动用户体验升级与场景深度融合

升级用户体验，融合多元场景，以技术创新促服务升级：从交互优化到多场景覆盖与专业化升级



智能交互优化

- **回答准确性和对话自然度提升：**随着算法和模型改进，AI在对话中的回答更贴近用户需求，误解和错误信息答复减少。
- **移动端本地化AI能力提升：**实现云端协同处理，提升响应速度，用户在网络不稳定时也能获得流畅的体验。
- **隐私保护和响应速度大幅提升：**更严格的隐私保护措施和数据安全，同时系统性能得以优化，响应延迟大幅减少。



场景化服务升级

- **生活场景和工作学习场景逐渐深化：**针对具体生活和工作场景的功能模块不断优化，用户使用频率和满意度不断提升。
- **办公软件协同能力逐步完善：**实现AI应用与主流办公软件的无缝对接，提升工作效率，减少用户切换应用的时间。
- **个人专家助手和云端协同高级功能：**专业化的咨询服务和实时协作工具丰富化，满足用户在复杂任务中的需求。



专业化发展方向

- **针对高学历用户的垂直领域应用开始普及：**针对高学历用户需求的AI应用，如法律、医疗等领域，以提高专业服务质量。
- **优化教育和办公等专业场景服务：**开展教育和办公场景的深入研究，提供定制化的解决方案，提升用户学习和工作的效率。
- **提供一站式解决方案：**整合多种服务，提供一站式解决方案，满足用户在不同场景中的多样化需求。

商业模式创新与价值提升，细分赛道差异化发展

差异化商业模式引领，创新服务助力，细分赛道分化、差异化优势凸显



商业模式差异化发展

专业内容生成 高价值服务
终端数据安全 轻量级订阅服务 免费使用
更优用户转化路径 付费进阶

- **轻量级订阅服务**：为用户提供1-20元/月低门槛的订阅服务将不断出现，吸引更多用户尝试AI产品。
- **专业内容生成和终端数据安全等高价值服务不断优化**：高质量的专业内容生成服务不断，增强用户对数据安全的信心，提升付费意愿。
- **出现“免费试用+付费进阶”等更优用户转化路径**：设计合理的试用与付费路径，提高用户转化率，推动用户逐步升级为付费用户。



细分赛道持续分化发展



语言模型：豆包、Kimi智能助手、文小言等头部应用优势地位不断稳固

- 持续对核心产品的研发投入，市场领先地位将不断巩固，用户粘性不断提升。

智能伴聊：以星野为代表，社交属性和使用时长提升

- 增强社交功能，鼓励用户互动，提升活跃度和使用时长。

图像处理：把握终端算力提升机遇，扩大移动端市场

- 利用移动设备算力的提升，图像处理应用将更高效，以满足用户需求。



跨赛道、差异化创新

场景化定制服务

跨赛道融合应用

差异化竞争优势

场景化定制服务

- 根据不同用户场景的定制化服务不断发展，用户特定需求不断得到满足。

跨赛道融合应用

- 结合不同领域的技术的创新型应用有助于提升市场竞争力。

差异化竞争优势

- 通过产品差异化和服务个性化，形成独特的市场定位，增强用户吸引力。

AI应用生态系统完善与普及，市场释放增长潜力

市场发展可预期，用户覆盖全方位提升，市场参与者合力构建AI应用生态

1



用户与市场持续增长



- **中国AI软件市场2028年35.4亿美元规模机会：**预计市场将持续扩大，企业需积极布局，以占领市场份额。
- **较高的用户规模增速：**在持续增长的市场中，优化产品和服务以保持竞争力。
- **To C市场布局策略：**针对消费者市场推出更多符合用户需求的产品，扩大市场影响力。

2



用户覆盖提升



- **新一线城市市场将进一步开发：**深入发掘新一线城市的市场潜力，开展针对性的市场营销活动。
- **区域服务差异缩小：**提高不同地区用户的服务体验，确保服务质量的一致性。
- **用户活跃度和时长持续提升：**通过用户激励机制和优质内容，提升用户的使用频率和时长。

3



AI应用生态完善



- **社交媒体等核心渠道不断建设优化：**通过社交媒体推广AI应用，增强用户之间的互动和分享。
- **用户教育体系不断完善：**提供丰富的教育资源，帮助用户更好地理解和使用AI应用。
- **AI应用生态链将逐步完善：**通过合作与整合，建立一个涵盖开发者、用户和服务提供商的健全生态系统，促进AI应用的普及与发展。

BUSINESS
COOPERATION
业务合作

官 网



微信公众号



新 浪 微 博



企 业 微 信



联系我们

- ☎ 400 - 026 - 2099
- ✉ ask@iresearch.com.cn
- 💻 www.idigital.com.cn
www.iresearch.com.cn

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