

2025年 中国移动互联网流量报告

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等（桌面及智能终端）
- 行业调研

2. 数据统计时间:

- 2020年1月-2025年12月

CONTENTS

目 录

01 2025年中国移动互联网发展总览 Overview

02 2025年重点细分行业详情 Segmentation

03 2025年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，用户行为“低频高质”转型：**2025年中国移动互联网月独立设备数稳步增长至14.52亿，用户使用次数下降，单日使用时长小幅增长0.4%，通讯聊天、电子阅读、以优酷为代表长视频等拉动用户粘性增长，用户行为向“低频高质”转型。
- ✓ **用户规模上，人工智能行业强势爆发增长：**人工智能类应用用户规模实现88.5%同比增长，增长势头迅猛。用户渗透率超35%，AI应用进入全民普及期，用户全龄全域下沉，35岁及以下用户占比达49.5%，三线及以上城市用户占比超70.8%，均实现同比正增长。

行业变化

02

- ✓ **长视频行业流量触顶，优酷以精品化战略实现逆增长：**长视频行业存量竞争中，优酷以精品化战略实现内容生态全面升级，用户规模同比增长4.5%、日均使用时长同比增长11.1%，用户规模与使用时长年增速双第一。
- ✓ **人工智能技术深度发展，AI Agent元年，千问等原生应用成新流量入口：**Agent革命开启智能自主时代全新纪元，千问等原生AI应用从工具向智能伙伴进化，千问流量同比增长179.7%，跻身行业头部；豆包月活用户超1.5亿，语言模型类应用用户规模整体增长超300%，AI应用正在构建新一代互联网流量超级入口。
- ✓ **外卖行业巨头大战，本质为流量入口的激烈争夺，重塑电商行业格局：**行业巨头大战持续半年之久，激烈争夺用户心智、行业流量与市场份额，激起全民热潮，整体用户规模稳定2.5亿量级，淘宝闪购用户规模增长超60%，带动淘宝用户规模增长6.9%、月度总使用次数增长17.2%，行业本地生活服务即时配送体系加速进化。
- ✓ **旅游出行需求持续释放，旅行逻辑深刻变迁：**旅游类应用用户规模稳步增长，全行业月活设备数（MAU）达11.2亿。周总使用次数同比提升19.9%，以携程为例，其劳动节、国庆等假期使用次数同比增幅超20%，"说走就走"的情绪价值消费兴起，短平快式出行正成新主流。

02

行业变化（接上页）

- ✓ **电子阅读行业流量回升，用户粘性显著增强，AI技术全面应用：**AI技术重构电子阅读内容生产、分发与阅读体验，行业MAU回升至3.9亿，用户单日使用时间达69.7分钟，同比上升12.7%，单日使用次数达12.6次，同比上升9.3%，用户粘性显著增强，AI技术推动数字阅读向更智能、更沉浸方向演进。
- ✓ **传统搜索、浏览器流量萎缩，AI浏览器爆发：**AI重构搜索行业交互范式，传统浏览器流量萎缩，浏览器AI转型革新，AI浏览器爆发，夸克浏览器用户规模达8千万，年增长41.7%，以夸克为代表的AI浏览器正重新定义互联网入口形态与信息获取范式。

01 / 2025年 中国移动互联网发展总览

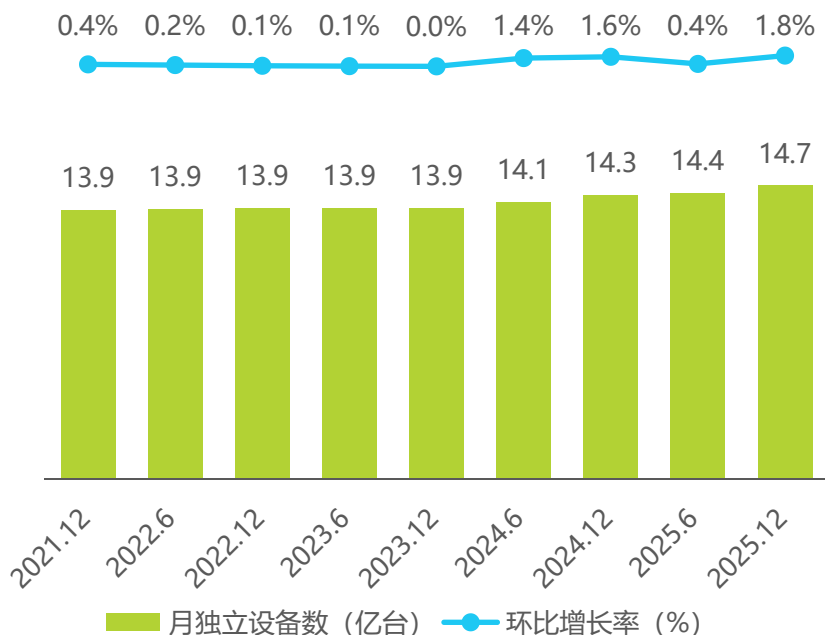
Overview

中国移动互联网整体流量及用户粘性趋势

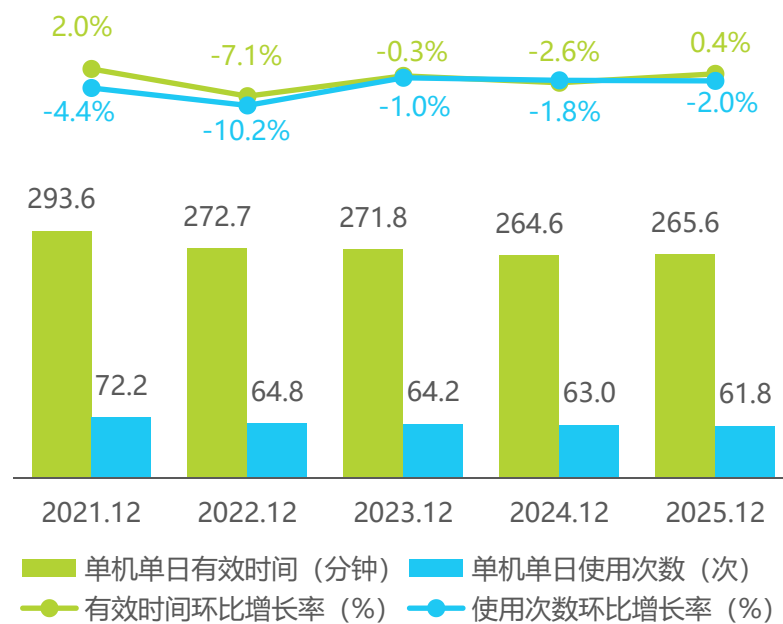
移动互联网流量小幅增长，接近饱和，长期粘性减弱趋势未改

截至2025年末，中国移动互联网流量稳步增长，月独立设备数增长至14.66亿台，用户多终端渗透成核心增量；用户粘性总体下降，用户单机单日有效时间从21年293.6分钟波动下降至265.6分钟，用户单机单日使用次数降至61.8次，2025年实现整体用户使用次数下降但单日使用时长增长0.4%，体现用户行为向“低频高质”转型。

mUserTracker-2021.12-2025.12
中国移动互联网月独立设备数



mUserTracker-2021.12-2025.12
中国移动互联网用户粘性



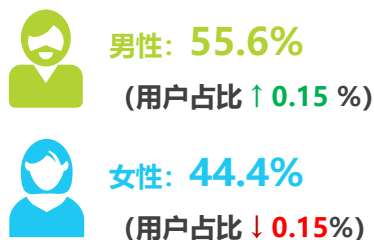
中国移动互联网用户结构

用户性别、年龄结构基本盘稳固，未婚用户、三线城市用户成为增长极

2025年12月中国移动互联网用户中性别与年龄结构保持整体稳定；未婚用户占比33.1%，较24年同期增长1.16个百分点，未婚用户占比持续提升，反映单身经济对流量的增长驱动；三线城市用户占比提升1.24%，三线城市用户成为新增长极。

mUserTracker-2025年12月中国移动互联网用户画像

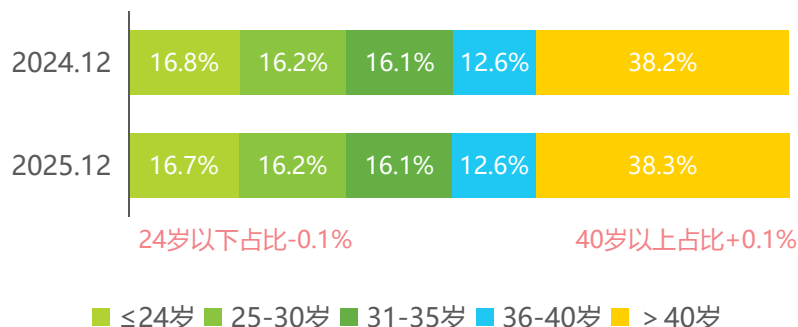
| 性别



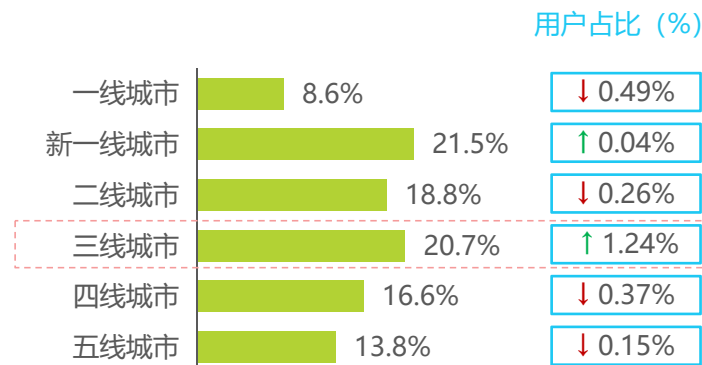
| 婚姻状况



| 年龄



| 城市等级

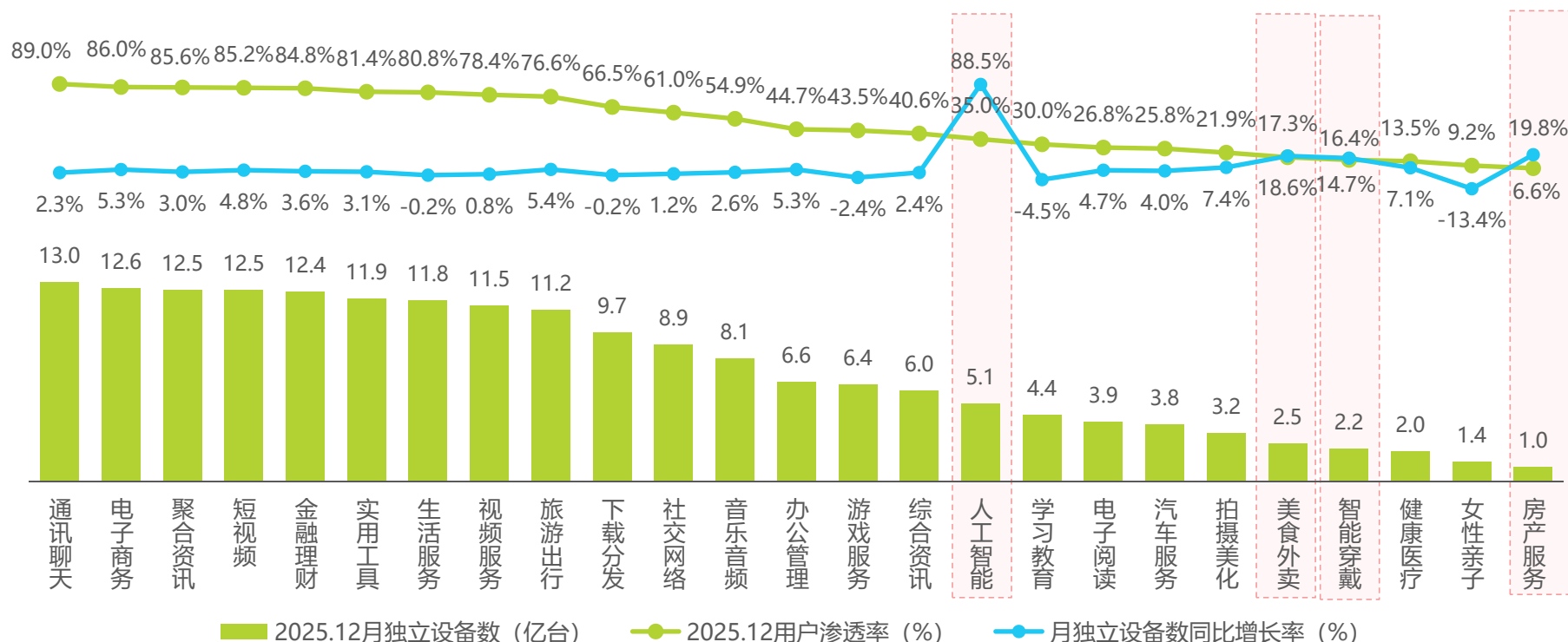


中国移动互联网一级行业

头部领域规模与渗透率优势稳固，人工智能增长强势爆发

2025年12月中国移动互联网TOP25一级行业中，通讯聊天、电子商务、聚合资讯等头部领域月独立设备数领先，用户渗透率稳居高位，其中通讯聊天领域渗透率达89.0%。部分领域同比增长势头迅猛，人工智能以88.5%的同比增速领跑，房产服务、美食外卖、智能家居也分别实现19.8%、18.6%、16.4%同比增长。行业整体呈头部领域规模与渗透率双高、热点领域增长提速格局。

mUserTracker-2025年12月中国移动互联网一级行业月独立设备数&渗透率



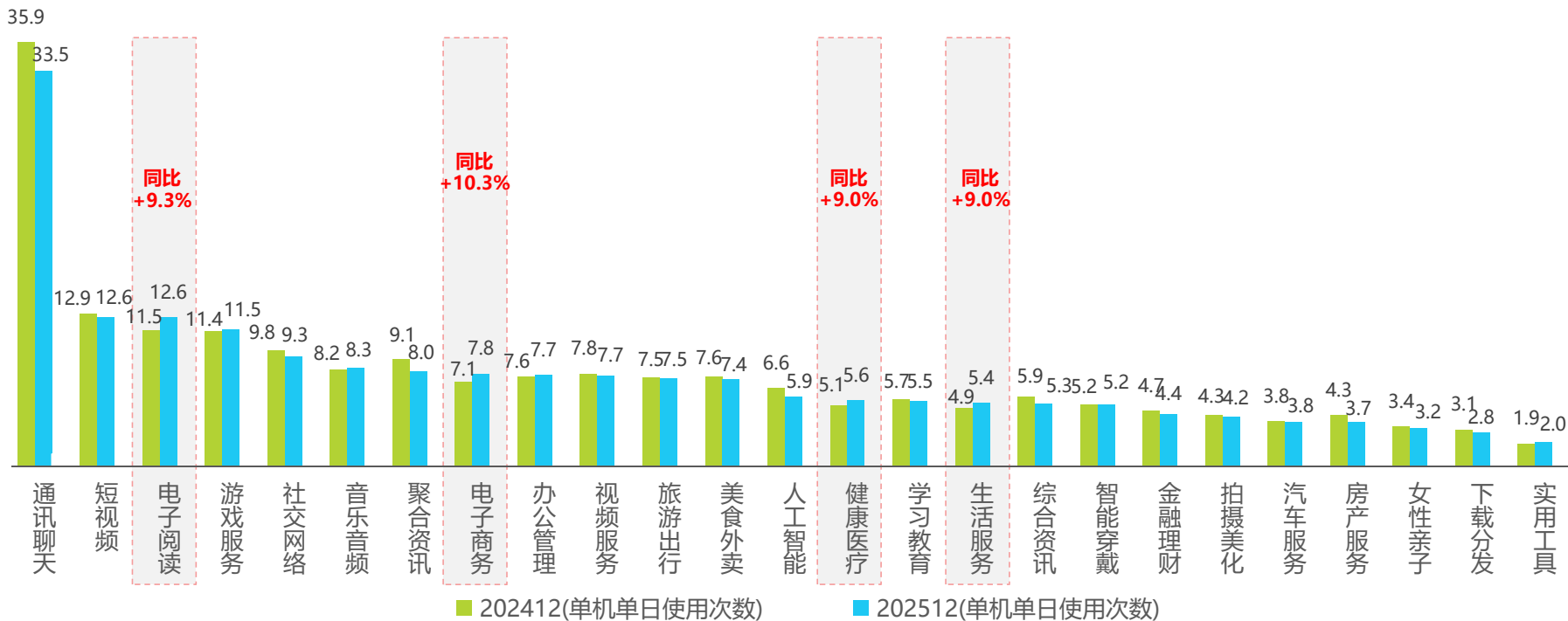
注释：“短视频”一级行业包含短视频类、短剧视频两个细分二级行业。
来源：艾瑞咨询 UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

中国移动互联网-分行业用户使用次数

本地化、个性化驱动电子商务、生活服务显著增长

艾瑞监测数据显示，2025年12月，用户日常高频应用集中于通讯聊天（日均33.5次），其次为短视频、电子阅读及游戏服务（均超10次），共同构成核心使用场景；同期高增长应用表现突出，电子阅读（+9.3%）、电子商务（+10.3%）以及健康医疗与生活服务（+9.0%）均实现稳定增长。艾瑞咨询认为随着用户对本地化、个性化服务需求的提升，生活服务类应用的刚性特征将持续推动其使用频次增长。

mUserTracker-2024年12月&2025年12月中国移动互联网用户单机单日使用次数-分行业



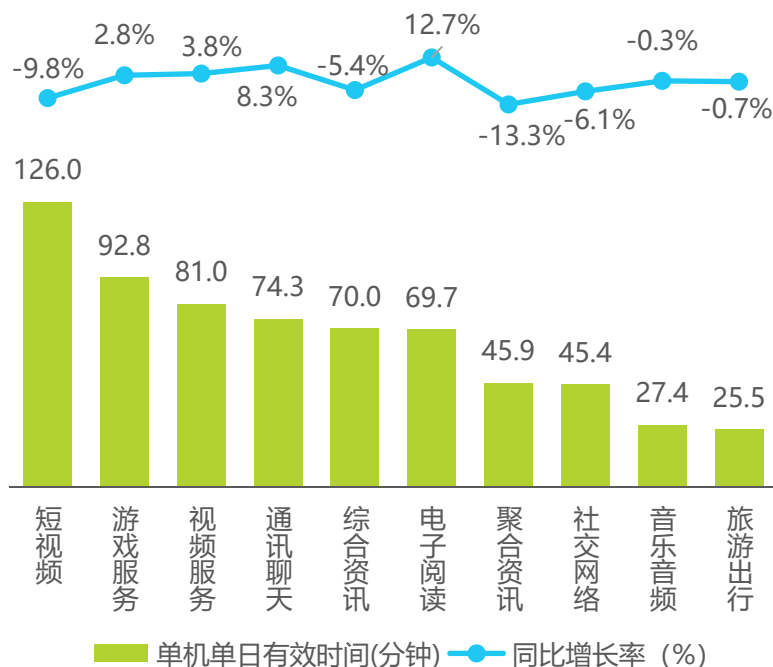
来源：艾瑞咨询UserTracker多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

中国移动互联网用户上网时间及次数

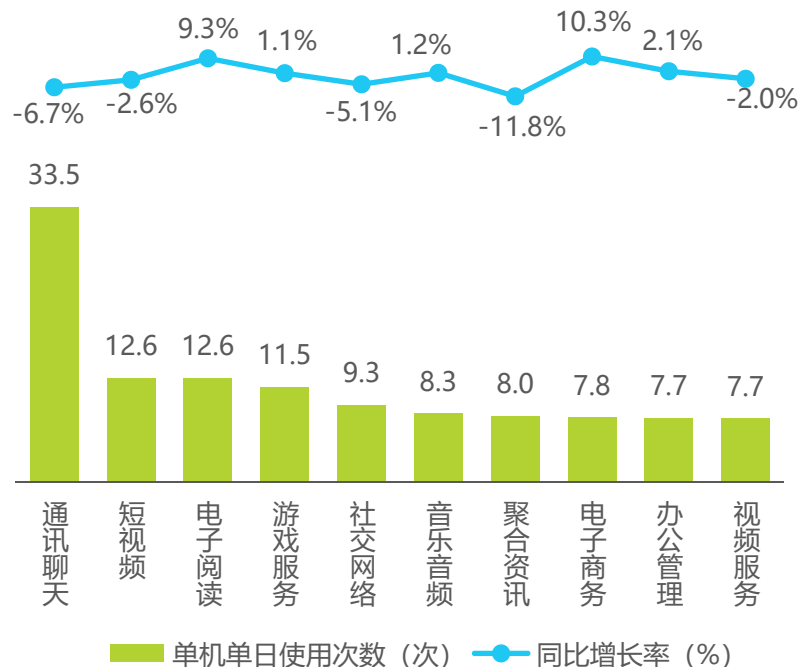
市场格局呈结构性分化，短视频黏性减弱，电子阅读强势增长

在人均单日使用时间TOP10一级行业中，短视频以126.0分钟位居榜首，使用时长仍遥遥领先，但同比下滑9.8%，用户黏性有所减弱；人均单日使用次数TOP10，通讯聊天以33.5次位居第一，出现6.7%的同比下降，显示出用户日常沟通频率略有回落；电子阅读行业表现亮眼，在人均单日使用时间与使用次数上均实现约10%同比增长，表明用户对高质量内容消费兴趣回升，反映用户休闲娱乐偏好结构性变化。

mUserTracker-2025年12月中国移动互联网
人均单日使用时间TOP10一级行业



mUserTracker-2025年12月中国移动互联网
人均单日使用次数TOP10一级行业



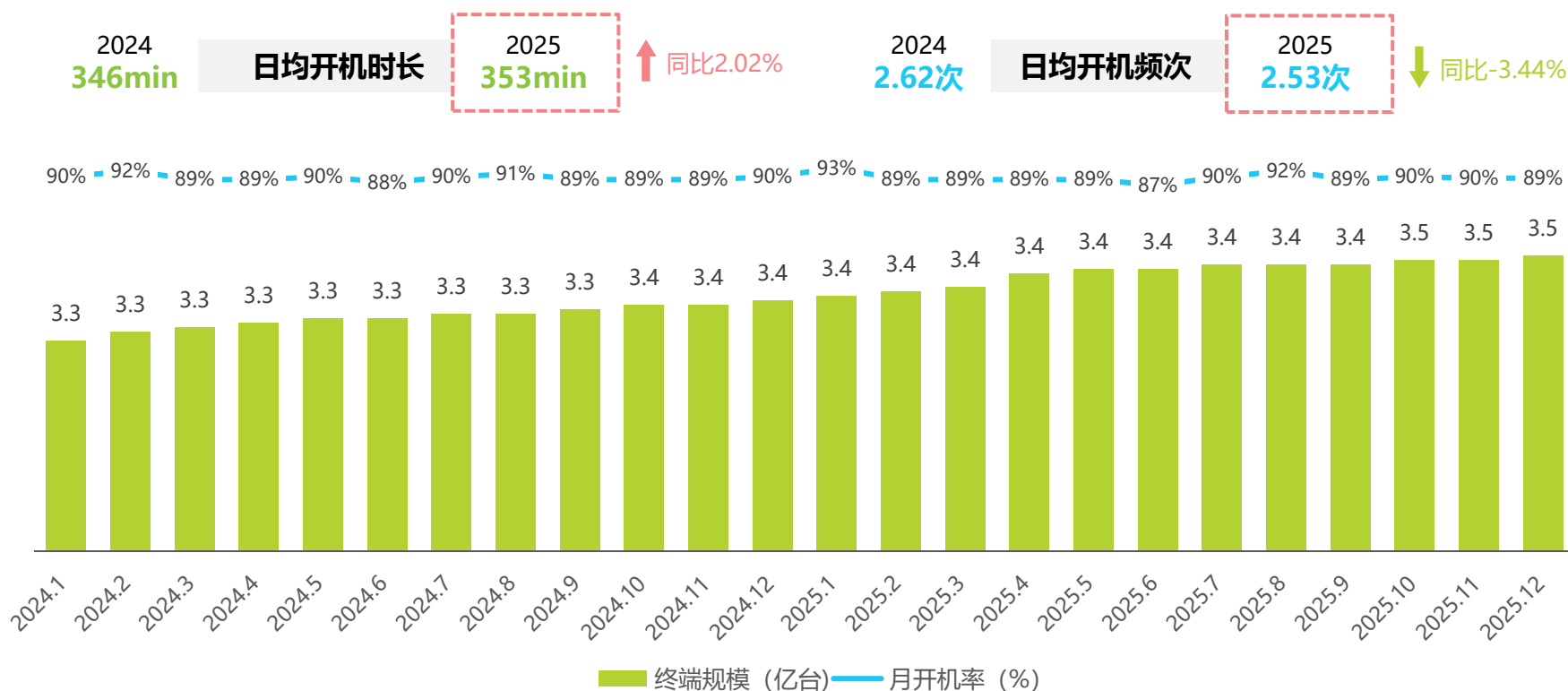
来源：艾瑞咨询 UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

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）。

智能大屏流量趋势

智能大屏终端规模稳步提升，2025日均开机时长同比上升

终端规模及活跃性趋势



注：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

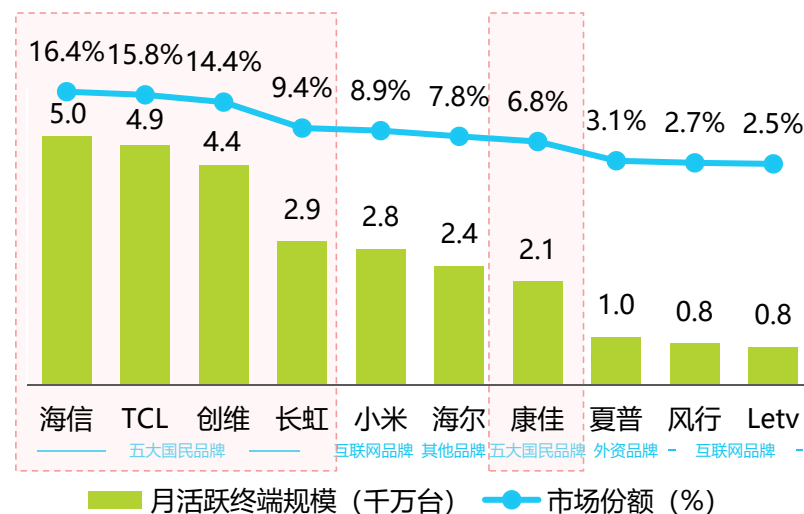
点播、直播日均使用时长突出，投屏终端渗透率超50%；五大国民品牌保持领先地位，市场份额超60%

2025年12月智能大屏分场景
月活终端渗透率&日均使用时长

场景	月活终端渗透率	日均使用时长
	(%)	(分钟)
点播	82%	291
投屏	52%	147
直播	43%	248
应用 (非视频类应用)	22%	79

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；
日均使用时长 = 场景日使用总时长 / 场景日活跃终端规模
来源：行业调研

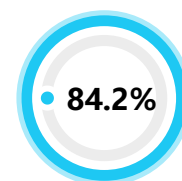
2025年12月智能大屏部分主要品牌
月活跃终端规模及市场份额



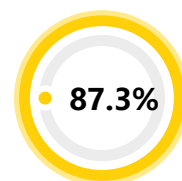
2025年12月智能大屏分品牌类型月开机率



五大国民品牌



互联网品牌



外资品牌

02 / 2025年 重点细分行业详情

Segmentation

2.1 内容消费

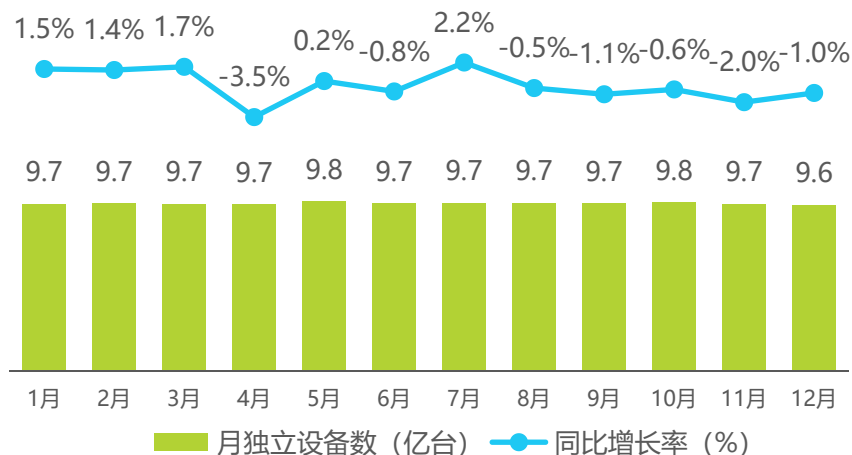
长视频
短视频
电子阅读

长视频-行业概览

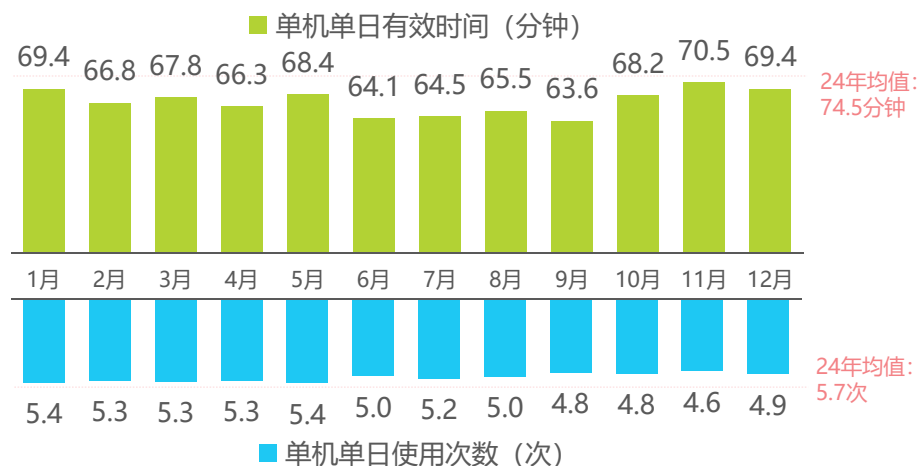
长视频行业流量增长见顶，深耕用户价值破局存量竞争

2025年长视频行业月独立设备数整体稳定，窄幅波动，行业流量天花板隐现，受短视频等业态分流冲击，用户粘性下滑显著。广电总局与各大平台积极应对，激发行业活力，从政策与市场双重驱动加速行业变革。艾瑞咨询认为，长视频行业存量竞争下，用户价值深耕为破局关键：当以政策合规为底线、内容创新为核心、以用户价值深耕为抓手，重塑长视频深度娱乐价值。

mUserTracker-2025年中国移动互联网长视频
月独立设备数变化趋势



mUserTracker-2025年中国移动互联网长视频
行业用户粘性



2025——行业政策松绑与质量提升年

- 广电21条——国家广播电视总局印发实施广电新规，取消40集上限等创作松绑，促进内容供给创新
- 超高清发展——广电总局推动内容制作、播出、传输全链条升级超高清化，提升内容质感
- 平台分账模式革新——优酷、爱奇艺、腾讯相继升级分账内容新政，挤压行业泡沫，推动内容价值主导

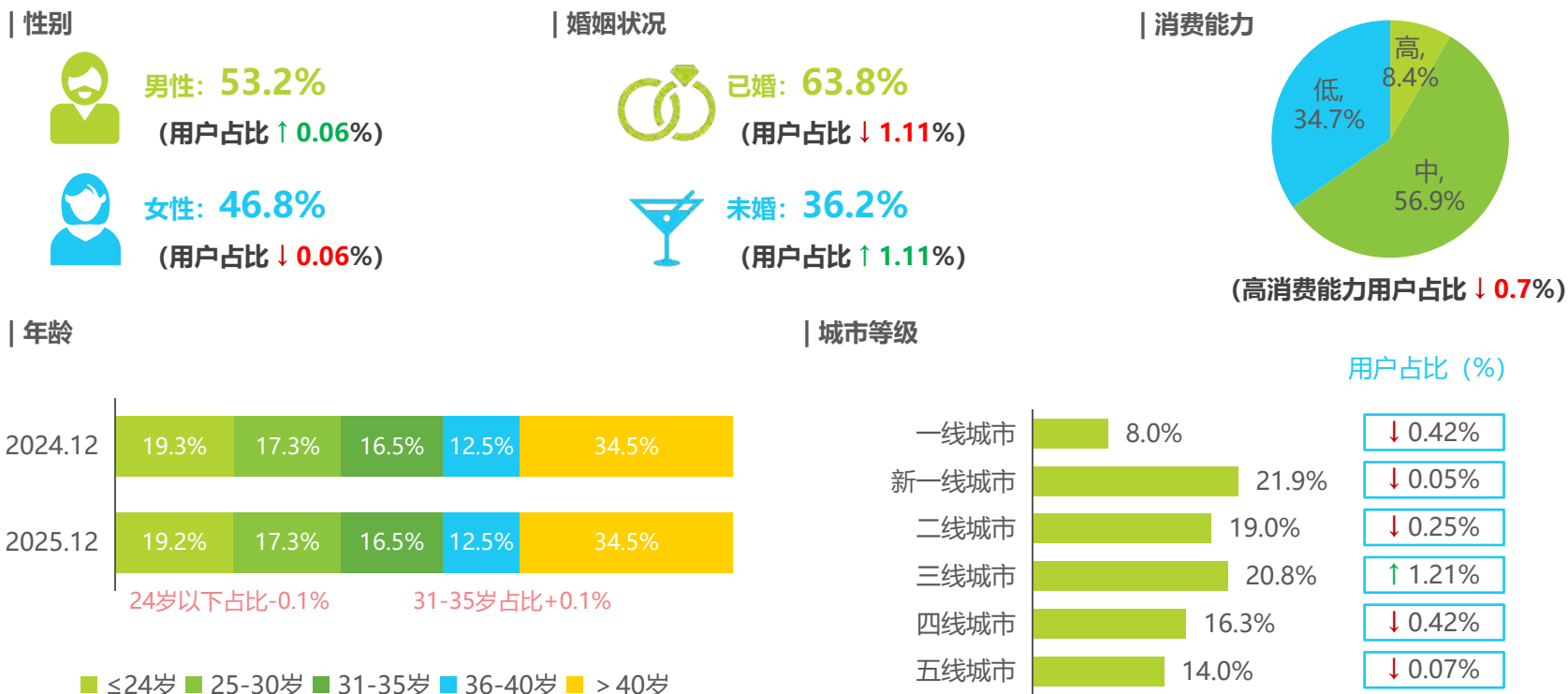
来源：艾瑞咨询 UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

长视频-用户画像

用户结构基本稳定，未婚用户、三线城市用户占比增加

2025年12月，长视频平台的用户基本盘保持稳固，其整体结构与2024年同期相比未出现显著变化。具体构成上，用户性别分布均衡，年龄层结构稳定，核心受众基础坚实。同时，核心数据呈现小幅结构性变化，消费能力用户占比微降0.7%，三线城市用户占比提升1.21%。整体来看，长视频用户基本盘持续站稳，同时行业用户群体向未婚人群、低线城市下沉的趋势愈发显著，这一趋势为平台在内容选题、会员策略、差异化运营上带来新机遇。

mUserTracker-2025年12月中国移动互联网长视频用户画像



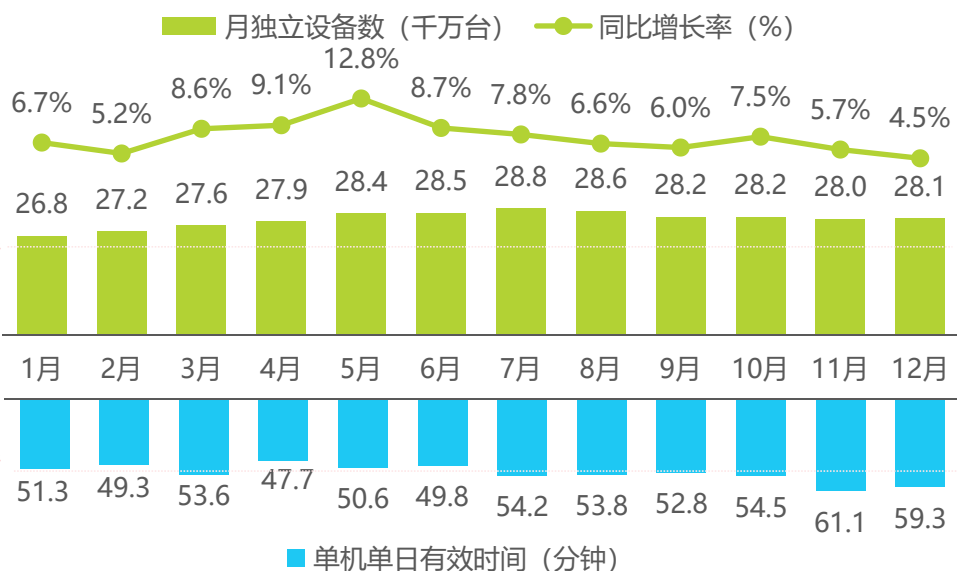
来源: 艾瑞咨询 UserTracker 多平台网民行为监测数据库 (桌面及智能终端)。

长视频-优酷平台质量双升

精品化战略驱动下，优酷APP用户规模、使用时长年度增速双第一

2025年长视频行业整体流量连续下滑，年同比下降1%，优酷实现逆势增长：用户规模同比增长4.5%（峰值12.8%，年均7.5%）、日均使用时长达60分钟，同比增长11.1%（行业-2%），两项核心指标增速均稳居行业第一。硬核数据印证平台战略显著成效，据不完全统计，优酷2025年精品内容累计收获国内外大奖80+，包括白玉兰奖、威尼斯电视奖等A类权威奖项荣誉，精品化战略驱动内容生态全面升级，爆款内容矩阵构筑起强劲行业竞争力，商业价值与文化影响力同步跃升，引领长视频行业高质量转型。

mUserTracker-2025年中国移动互联网—优酷APP 月独立设备数&用户单日使用时间



月用户规模

年增长4.5%，增速行业第一，12月用户规模占行业整体达29.2%，占比提升1.5%

单日使用时间

年增长11.1%，增速行业第一，用户使用时间激增至约60分钟/天，时长创新高

优酷2025年动态追踪—爆款频出，品质升级

内容战略成效显著

- ✓ 剧集、综艺、动漫、短剧等内容全面开花，多元化布局下，年度爆款作品频出，热度破记录，发布超200部作品内容片单，众多S+项目蓄势待发



技术全链路赋能

- ✓ AI助力内容创作，让创作者专注创意与表达，缩短生产周期，提升内容质量
- ✓ 虚拟拍摄技术助力大制作，120项专利登顶全球此技术专利榜首



《师兄太稳健》全剧
虚拍场景占比达40%

平台精细化运营

- ✓ 广告收入强劲，包揽招商金额、播前招商数量等四项行业TOP1，助力平台持续盈利
- ✓ 优酷SVIP“超酷会员日”以分层权益+沉浸线下活动，深化情感连接，引领视频平台高价值会员运营
- ✓ 推出EPI价值评估指标，重塑收益分配体系，激励优质内容产出，构建繁荣生态



超酷会员日线下活动
优酷SVIP“IP乐园”

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）。

长视频-优酷平台剧综并进、精品常新

优酷剧集与综艺板块爆款不断，展现强大内容生产力与平台引领力

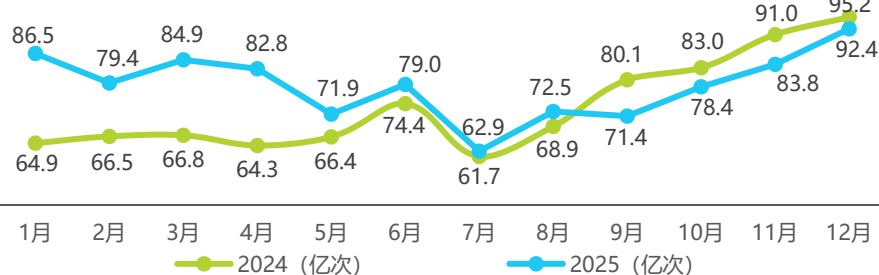
2025年优酷剧集与综艺表现亮眼：剧集精品化战略下实现全年热播不断档，形成“月月有大剧，剧剧是爆款”的精品矩阵，直接带动剧集板块播放量显著提升；综艺以“综N代焕新+新IP破圈”双轮驱动策略实现热度口碑与商业价值的双重突破。平台实现剧综并进、精品常新的品质标杆与创新引领定位，展现强大综合竞争力。

剧集 —— 精品化深耕，多元题材创爆款

精品剧集常态化输出，带动剧集板块整体播放量提高

优酷以“多类型、高品质、常态化”的剧集战略，实现全年热播不断档。年初《难哄》打响头炮，年中《藏海传》《以法之名》《凡人修仙传》引爆盛夏，年末《长安二十四计》再掀高潮，真正做到“月月有大剧，剧剧是爆款”。稳定排播体系下，多类型精品内容持续输出，直接带动优酷剧集月播放量整体大幅提高。

mVideoTracker—优酷APP剧集内容月总播放量



年度爆款《藏海传》获全平台认证25年剧王开播仅38小时，优酷站内热度破10000，成2024年以来最快破万剧集，连续22天霸榜平台年度畅销榜，成为CCTV-8近五年古装剧收视第一，吸引60+品牌合作；掀起海外追剧热潮，非遗美学成全球符号。



综艺 —— 情绪价值驱动综艺新范式

综N代迭代焕新，热度口碑双丰收

《无限超越班3》聚焦升华社会议题，从职业淬炼到人性共鸣；《这是我的西游》经典跨次元破壁，传统文化青春化表达。顶级IP系列化升级，经典魅力与蓬勃生命力不断释放，助力优酷成为更懂用户、更有温度的综艺平台。

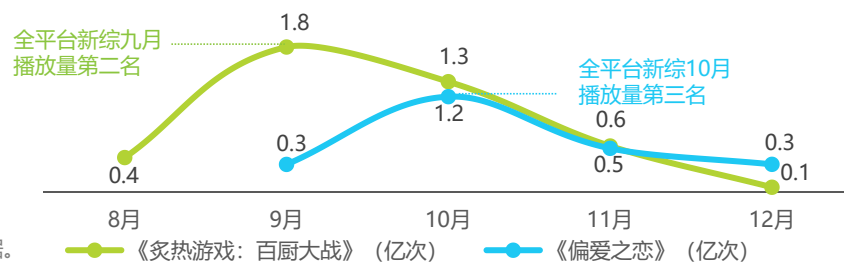


新IP破圈，创新赛道强势突围

专业厨艺竞技《炙热游戏：百厨大战》，成为美食综艺新标杆，中国味道破圈；恋爱生存真人秀《偏爱之恋》实现情感综艺沉浸式革命；纯听觉盲选音综《一起开麦吧》让声音回归本真。差异化定位与创新表达实现新综破圈。



mVideoTracker—2025年两大新综艺月总播放量



来源：艾瑞咨询 mVideoTracker 多平台视频内容监测数据库（桌面及智能终端）及互联网数据。

长视频-优酷平台垂域优势深化

优酷在人文、体育、动漫等垂类领域建立鲜明平台标识与独特竞争壁垒

优酷在人文、体育、动漫等垂类领域，通过差异化战略与深度内容布局，建立“心智清晰、壁垒坚实”的鲜明平台标识：以“人间聊愈，漫游山海”构筑全网第一人文纪实高地，锚定高知高收入人群；以“看小球上优酷”抢占体育内容差异化赛道，实现小球顶级赛事全覆盖；以“新原创+AI”驱动国漫精品化升级，推动原创破圈与头部IP焕新并进。多领域差异化布局，全面塑造“有深度、有态度、有温度”的长视频平台。

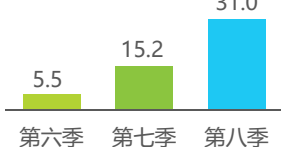
人文

全网第一人文纪实阵地，锚定高知、高收入人群，人文内容与商业价值深度融合

人间聊愈—万物系列

连接个体与社会，提供精神避难所，《圆桌派8》随性聊天中洞察人生百态，《第一人称复数3》以女性视角拓展议题边界。观众在真实对话中共鸣，实现精神聊愈。

圆桌派系列月播放量峰值
(百万次)



圆桌派系列豆瓣评分9+，口碑封神；第八季热度倍增，单月播放量突破三千万次，刷新系列纪录，持续主导人文类节目

漫游山海—城市文旅

《寻真之地》“以农筑基、以文点睛、以旅为桥”，通过纪录片打造甘孜文旅新名片，被新华社点赞战略农文旅融合标杆之作。《闪耀吧！大运河》以新格局连接世界叙事，打造文博新范式。以地理与文明为线索，拓展认知边界。

来源：艾瑞咨询 mVideoTracker 多平台视频内容监测数据库（桌面及智能终端）及互联网数据。

体育

看小球上优酷——深耕“小球”垂类

小球顶级赛事全覆盖

乒乓球

- 樊振东德甲&欧冠
- 国际乒联世界杯、乒超联赛一网打尽



羽毛球

- BWF国际羽联巡回赛：世锦赛、苏迪曼杯

网球

- WTA女子网球巡回赛 ATP男子网球巡回赛

高尔夫球

- PGA高尔夫美巡赛 LPGA女子高尔夫巡回赛

“苏超”热点捕捉

获得爆火民间足球赛事“苏超”直播版权，吸引大量泛体育受众关注，与阿里生态联动，探索体育+生活消费新模式。



动漫

新原创战略——精品化为核心，原创+AI 升级内容，2025年动漫整体用户规模增加超18%（行业第二），播放量增加5%（行业第二）。

新原创黑马破圈

原创作品占比超50%，摆脱对网文IP的依赖，原创大女主复仇爽番《云深不知梦》成暑期档动漫市场黑马。

国漫爆发，头部IP焕新

《沧元图》《师兄啊师兄》《光阴之外》等头部作品稳定输出，每月top5动漫年总播放量整体增加81.4%，以精品化与商业化，树立国漫行业标杆。

AI漫剧短精大热

AI技术融入动漫创作全流程的同时，AI漫剧数量翻倍、覆盖超90%市场，短精IP《开心锤锤》热度破4000，全年播放量稳居高位。

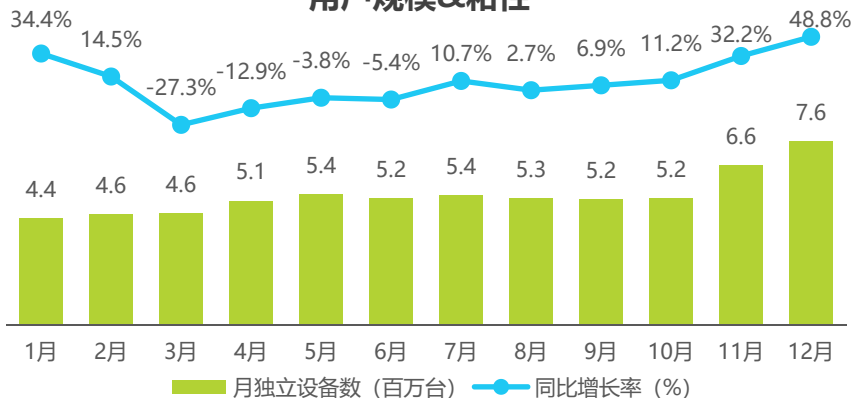


长视频-行业热门APP动态

Z视介流量大幅跃升，平台全面焕新，展现强劲创新活力

2025年，Z视介整体流量大幅跃升，11、12月迎来爆发式增长，月用户数创新高，平台深耕精品化、差异化内容布局，深受核心用户青睐，获高度文化认同；依托系列化举措，Z视介实现内容、技术等全面焕新，完成Z到Zⁿ生态价值跃迁，稳步推进“视听新物种”平台定位，加速建设新一代智能互动视听生态，彰显平台强劲的创新活力与行业引领力。

mUserTracker-2025年中国移动互联网-Z视介
用户规模&粘性



性别

年龄



男性: 64.3%

(用户占比较行业 ↑ 11.0%)



女性: 35.7%

(用户占比较行业 ↓ 11.0%)

Z视介

20.9% 37.4% 21.5% 20.0%

在线视频

19.2% 33.8% 23.4% 20.6%

■ ≤24岁 ■ 25-35岁 ■ 36-45岁 ■ 46-60岁 ■ 60岁以上

男性用户占比高于行业整体水平11%，平台内容布局精准契合群体偏好，获得男性群体高度认可与持续参与

35岁以下用户占比高于行业水平5.3%，平台深度锚定年轻群体兴趣，年轻化群体高占比直接转化为高粘性认同



Z视介 2025年动态追踪——Z到Zⁿ的N次方迭变

内容

内容迭代焕新

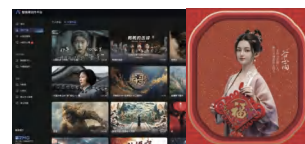
- ✓ 更新短剧、AI频道，重磅片单涵盖音乐、AI、越剧、体育等赛道，文化内容**强化东方审美与浙江标识**，构建东方美学风格视听新生态



技术

AI技术深度应用

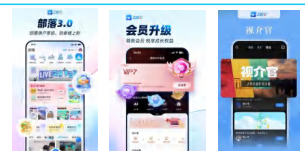
- ✓ 依托“智媒果”AIGC生态平台，推出综艺、文化等**智能体**，AI深度互动，首创智能陪看，开创“技术有温度、文化可触摸”新模式，标志性数字人“谷小雨”粉丝破百万，用户智能体验持续升级



用户

深化社区互动

- ✓ 特色“部落”社群互动深化，兴趣聚合深度运营增强用户归属感；**视介官**平台完善激励机制，扩大创作者矩阵，平台认同感与用户粘性不断增强



生态

构建超级联盟

- ✓ 强化“**链式生态**”，与抖音、微博等深度联动，构建全域传播矩阵，联动线上线下外部资源，构建**跨行业超级生态联盟**，促进从内容触达到价值转化的闭环升级



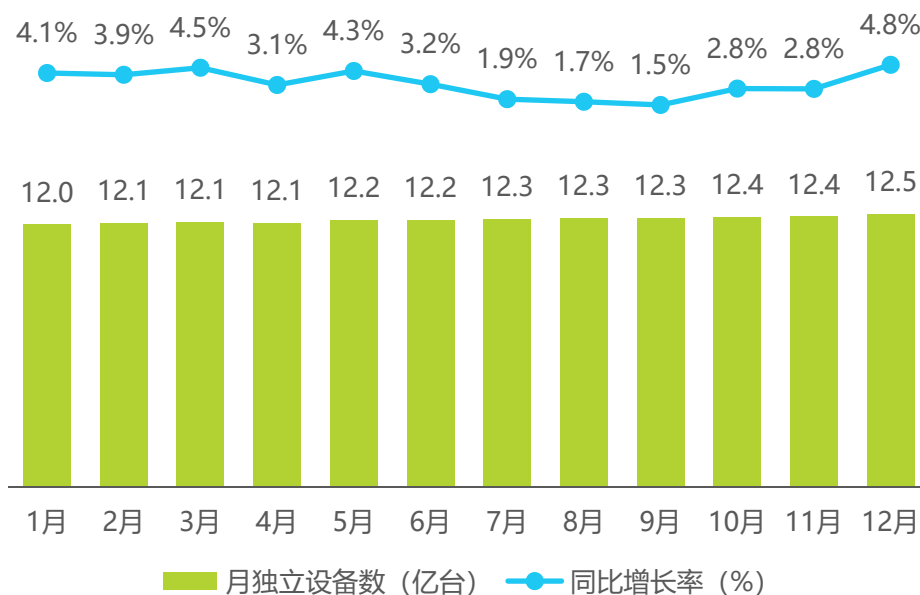
来源：艾瑞咨询 UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

短视频-行业概览

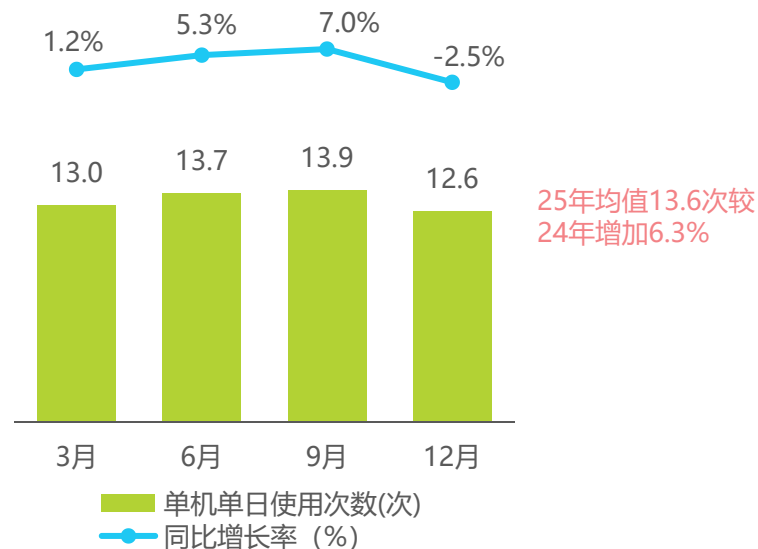
短视频行业流量突破12.5亿，规模与粘性齐升，用户偏好稳固

2025年，中国移动互联网短视频行业的月独立设备数攀升至 12.5 亿台，用户规模在高位基础上持续扩容，同比实现稳步增长。用户端的使用行为模式整体保持平稳、单日使用频次小幅波动，行业整体用户粘性增强。用户规模与使用行为的变化，反映出用户对短视频平台的内容供给形成深度认可，印证了短视频内容对用户的持续吸引力与核心偏好。

mUserTracker-2025.1-12中国移动互联网短视频
月独立设备数变化趋势



mUserTracker-中国移动互联网
短视频用户粘性



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。

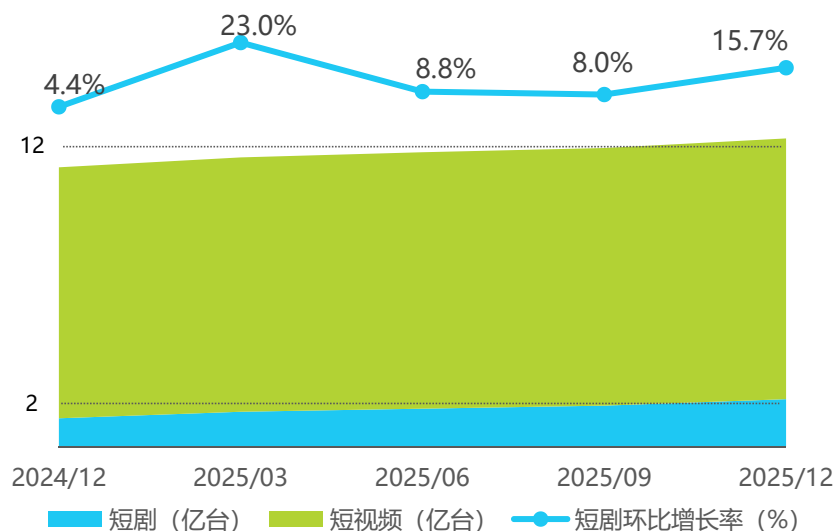
来源：艾瑞咨询 UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

短视频-细分行业

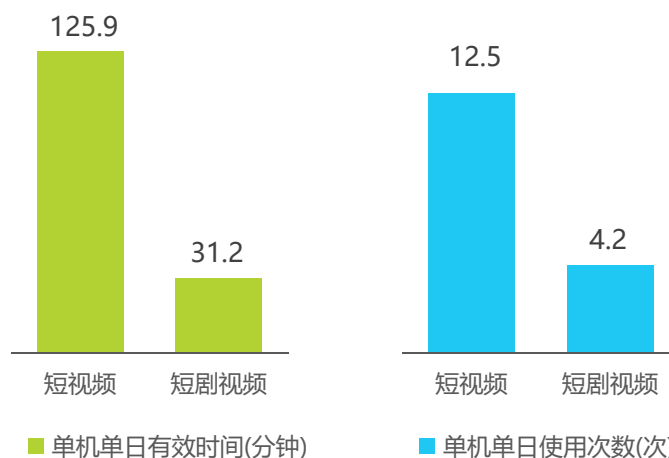
短视频、短剧流量均稳步增长，短剧成为关键增长动力

2025年，短视频月独立设备数突破12亿，在规模高位基础上实现平稳增长，短剧视频展现出强劲的增长爆发力，月独立设备数突破2亿台，全年增长约1亿台，成为驱动行业增长的关键增量；同时，短视频与短剧两大细分行业的用户粘性全年均稳居高位，行业持续契合用户核心使用偏好，行业发展势能强劲。

mUserTracker-2024年12月-2025年12月
短视频&短剧月独立设备数变化趋势



mUserTracker-2025年12月中国移动互联网
短视频细分行业用户粘性



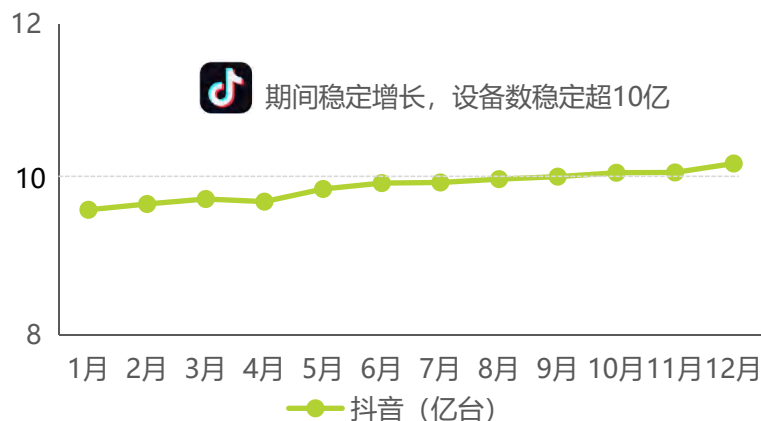
短视频-热门APP动态

短视频行业抖音主导地位稳固，红果规模及增速领跑短剧行业

2025年短视频行业，抖音APP月独立设备数实现稳定增长，稳定超10亿，市场份额和用户基础绝对领先，市场主导地位持续夯实；短剧领域爆发增长，红果免费短剧APP表现突出，月独立设备数同比大幅增长68.3%，在用户规模与增速上均领跑全行业，成为驱动短剧赛道增长的核心引擎之一。

短视频

mUserTracker-2025.1-2025.12短视频抖音APP月独立设备数变化趋势

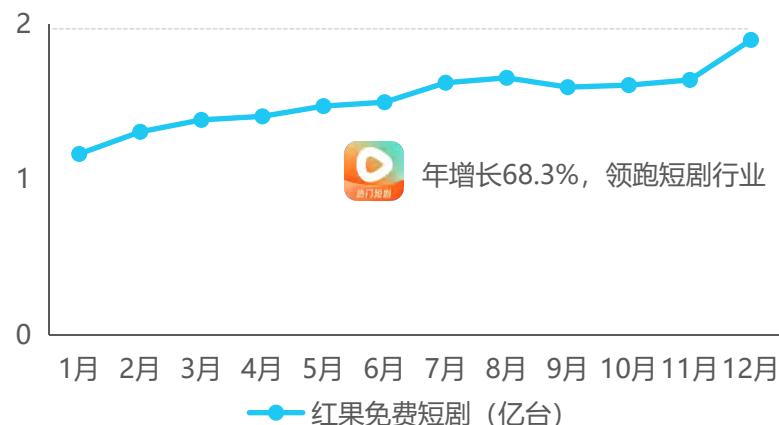


加码优质内容，助推创作常新

- 2025年9月，抖音创作者大会披露抖音内容升级，优质内容播放量同比提升160%，播放时长同比提升220%

短剧

mUserTracker-2025.1-2025.12短剧红果免费短剧APP月独立设备数变化趋势



持续深化“免费+精品化”战略

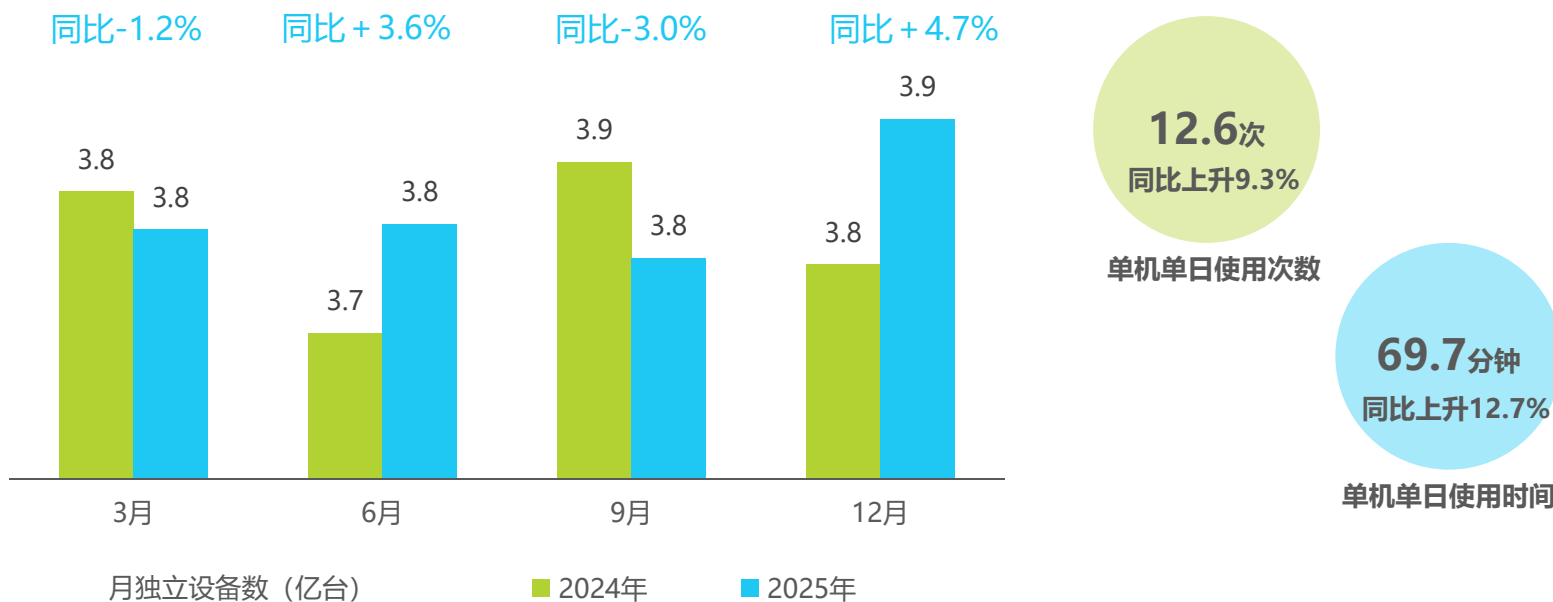
- 2025年红果启动百部精品剧集开发计划，平台爆款频出，播放量纪录不断刷新，免费模式流量优势和精品化内容升级，树立行业标杆

电子阅读-行业概览

电子阅读行业流量回升，AI技术全面应用，阅读深度与黏性提升

2025年，中国移动互联网电子阅读行业流量回暖，月独立设备数同比整体增长。12月，用户粘性显著增强：人均单日使用时长同比增长12.7%，达到69.7分钟；使用频次同比提升9.3%，增至12.6次。这一趋势反映出用户对高质量、沉浸式阅读体验的偏好日益增强，彰显电子阅读行业AI智能推荐、内容生成、多模态交互、个性化精读等能力普及下，电子阅读内容品质与服务体验的持续优化正有效激发用户深度参与热情。

mUserTracker-2025年中国移动互联网电子阅读行业用户规模&12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）。

电子阅读-用户画像&细分行业规模

男性、已婚用户为核心群体，在线阅读表现突出

2025年12月，中国移动互联网电子阅读行业用户设备规模同比显著增长，行业用户结构特征鲜明，男性、已婚群体及25-35岁中青年用户构成行业核心用户主体，显示稳定渗透力；细分行业中，在线阅读用户规模达约3.6亿台，占据绝对主导地位，同时实现4.3%同比增长，展现出持续向好的发展势头。

mUserTracker-2025年12月中国移动互联网电子阅读行业用户画像

| 性别



男性: **55.7%**
(月独立设备数同比 ↑ 5.1%)



女性: **44.3%**
(月独立设备数同比 ↑ 4.1%)

| 婚姻状况

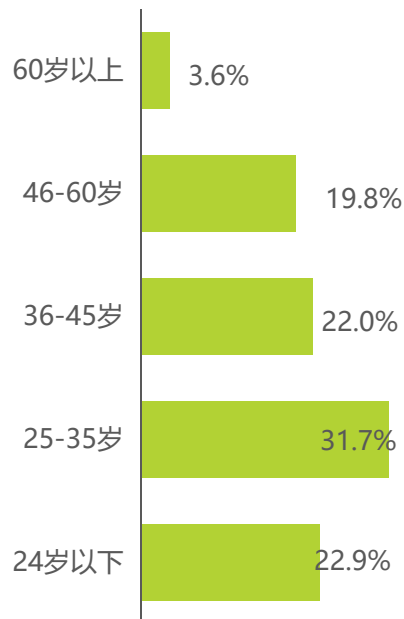


已婚: **61.2%**
(月独立设备数同比 ↑ 1.7%)

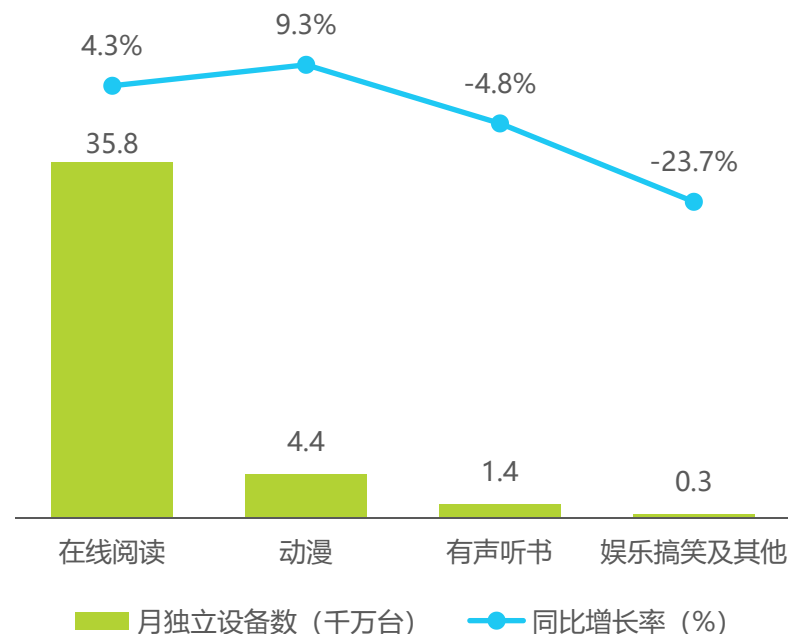


未婚: **38.8%**
(月独立设备数同比 ↑ 5.7%)

年龄分布



mUserTracker-2025年12月中国移动互联网电子阅读-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）。

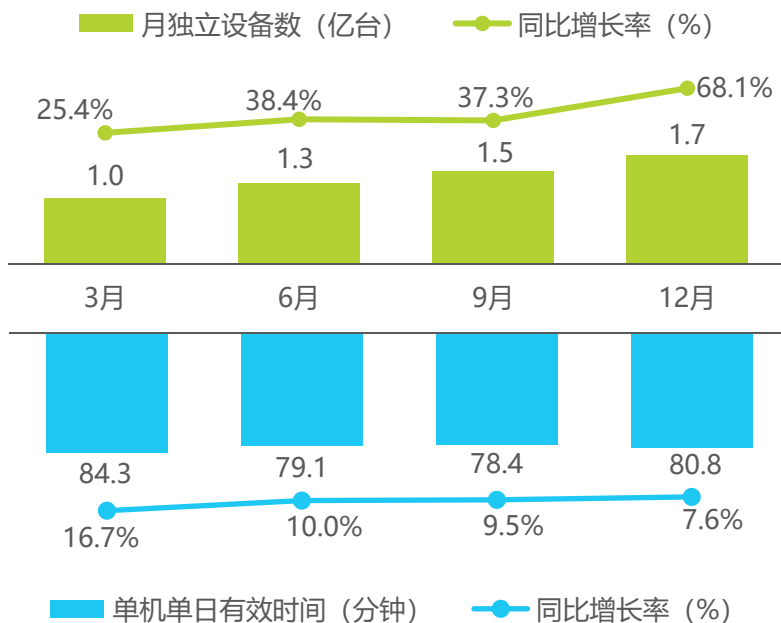
来源：艾瑞咨询 UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

电子阅读-番茄免费小说动态追踪

番茄免费小说流量与用户粘性双增，系列举措促进内容生态持续繁荣

2025年，番茄免费小说保持强劲增长态势，月独立设备数持续攀升，同比增速维持高位，截至12月，月活跃独立设备数达1.7亿台；用户黏性同步提升，单日均使用时长增至约80分钟，平台内容吸引力与用户沉浸度显著增强。业务层面，平台多部爆款作品及现象级IP改编短剧接连出圈，应对AI浪潮，推动AI辅助创作合规化，促进平台内容持续繁荣。

mUserTracker-2025年中国移动互联网-番茄免费小说
月独立设备数&使用时间



番茄免费小说2025年动态追踪

AI写作合规化管理

- AI创作浪潮下，平台25年新书发布量激增13倍，AI文大量涌入，番茄为应对大量AI低质内容，升级AI检测机制，发布系列管控措施，推动AI辅助创作进入合规化、透明化。

2亿现金扶持精品内容

- 25年执行2亿现金扶持，延续升级多个扶持计划对长篇优质、短篇、头部IP以资金与资源双重激励，激活创作生态，强化平台精品内容优势

爆款作品与短剧改编

- 《十日终焉》《斩神》等爆款作品占据各大榜单，引领网文创作新风潮
- 短剧改编迎来爆发式增长，依托番茄平台强大IP孵化能力，多部作品改编为现象级作品

2.2 智慧科技

人工智能
智能设备

人工智能-行业动态概览

AI Agent元年，人工智能实现从执行工具到智能伙伴的历史性跨越

2025年，AI技术深度演进，全球AI竞赛进入白热化阶段，在模型研发、算力基建、场景落地加速布局，技术突破与产业竞合交织成驱动行业变革的双引擎。AI Agent 实现革命性跨越，打破传统AI执行工具边界，进化为具备自主规划决策、跨工具协同能力主动型智能体，开启智能自主时代的全新纪元，重塑人机交互逻辑，拓宽AI应用场景，为通用人工智能落地迈出关键一步。

DeepSeek-R1开源引爆全球AI竞赛

1月，DeepSeek推出开源大模型R1，以低训练成本实现性能全球领先，重塑开源格局，引领全球开源潮，打破“算力至上”传统范式，证明高效架构+算法创新可替代“烧钱堆参”



昇腾920量产，国产算力突围

4月，美国商务部对NVIDIA H20等AI芯片实施新出口许可要求，对华出口受限
7月，华为昇腾920 NPU芯片量产，能效比极致优化，国产算力从可用迈向好用



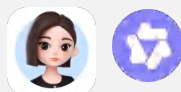
AI治理体系成型

5月，欧盟《人工智能法案》正式批准通过，全球首部针对人工智能专门性法律出台
9月，中国发布强制性国家标准《人工智能生成内容内容标识方法》，强制AI内容标识



国内C端大模型应用深化

豆包日均调用量突破50万亿Tokens较去年同期增长超10倍
阿里千问大模型下载量超越Meta，累计下载量突破7亿，千问APP上线首周下载量破千万



来源：公开资料，艾瑞咨询自主研究及绘制。

通用 AI 智能体 Manus 开启Agent革命

3月，中国初创公司发布全球首个完全自主思考执行任务的智能体，可自主完成跨软件任务，推动人机协作模式根本性质变
12月，Meta数十亿美元全资并购Manu



Qwen3 登顶开源王座

4月，阿里发布全开源Qwen3系列，旗舰模型登顶LiveBench「全球开源模型冠军」，能力超越部分闭源模型，中国开源模型在全球技术高地领跑，倒逼闭源巨头重审护城河



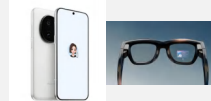
全球AI大模型迭代提速

模型能力大幅跃升，市场竞争激烈 GPT-5 Gemini 3 Qwen 3 GLM-4.7 Claude 4.5等模型迭代，持续向深度思考、高效架构演进



AI终端功能升级，体验重构

豆包联合中兴推出首款系统级AI手机，支持跨APP操作，荣耀、红米等品牌千元机标配AI功能
AI眼镜市场火热，RayBan、华为、小米、Rokid等产品相继上市，争夺下一代交互入口



人工智能—具身智能行业动态

AI技术深度赋能，开启具身智能规模化商用元年

2025年，AI技术与实体经济深度融合，具身智能体走出实验室，各大厂商新产品接连发布亮相，广泛落地于物流仓储、智能制造、医疗护理和智能家居等领域，开启智能体走进千行百业、融入日常生活的全新篇章。具身智能的规模化商用，标志智能体与人类共融物理世界、形成人机共融新生态。

具身智能规模化商用

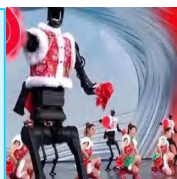
优必选Walker S2
批量交付工厂上岗



商汤科技发布“悟能”平台，具身智能现实世界交互

商汤「悟能」

宇树科技H1人形机器人春晚亮相



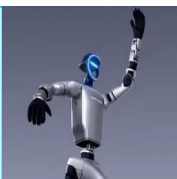
全球首款5G-A夸父机器人全运会火炬手



小鹏IRON机器人“猫步”破圈



宇树G1机器人演唱会高难度舞蹈



特斯拉 Optimus Gen2.5量产



乐享科技官宣斩获消费级具身智能首个亿元级订单



全球首场机器人马拉松开赛



25年世界人工智能大会，多款国产新品亮相



美国AI机器人成功完成胆囊切除手术

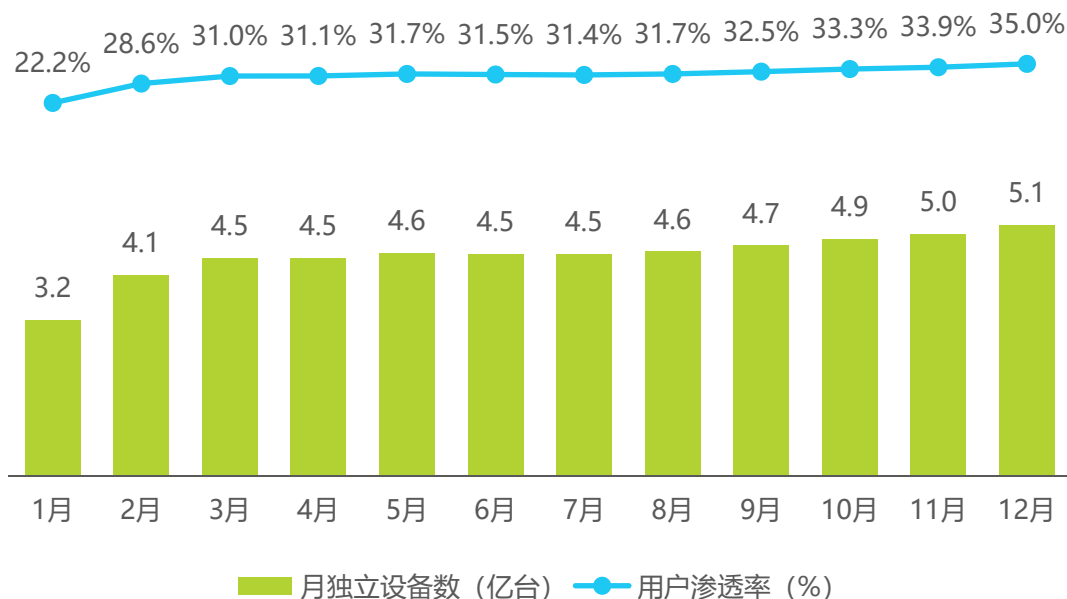


人工智能-行业概览

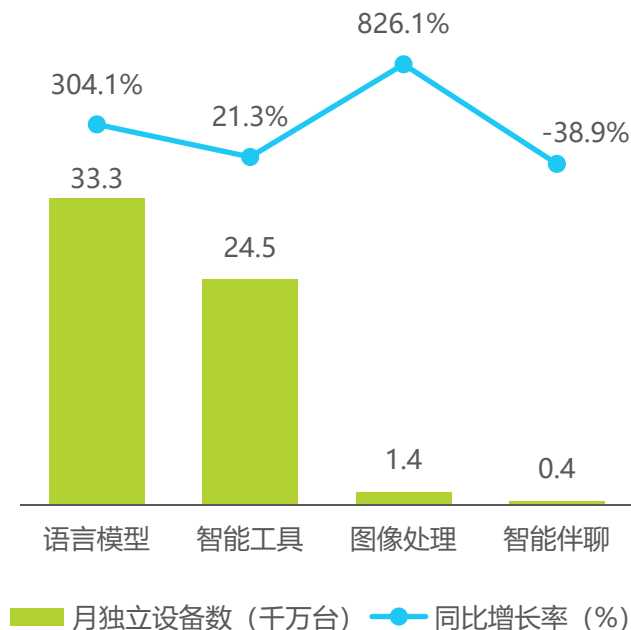
人工智能流量持续大幅提升，行业进入大众普及期

2025年，人工智能行业持续高热，行业流量同比增长超80%，展现出强劲的发展动能，用户渗透率稳步攀升达35%，AI技术从早期尝鲜阶段加速迈入大众普及期。语言模型与图像处理表现尤为亮眼，依托大模型技术的突破与多模态能力融合，用户规模同比激增超300%，成为推动AI落地的核心引擎。这一爆发式增长不仅印证生成式AI的成熟度提升，也标志着人工智能深度融入社会生产与日常生活方方面面。

mUserTracker-2025年中国移动互联网人工智能行业用户规模



mUserTracker-2025年12月人工智能细分行业用户规模



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）。

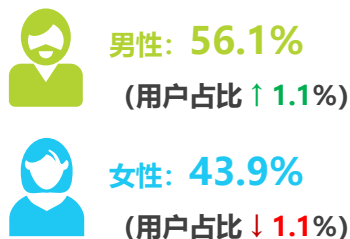
人工智能-用户画像

用户全龄全域下沉，人工智能进一步向全民共享发展

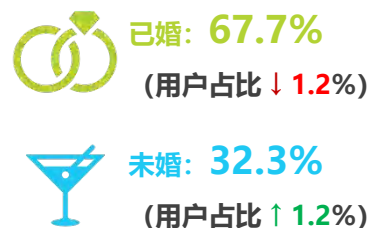
2025年，人工智能技术向各行各业加速渗透，应用场景不断拓宽，用户结构呈现多元化与下沉化趋势，随着轻量化模型普及、移动端体验优化，AI正稳步跨越地域与数字鸿沟，加速向下沉市场渗透，整体用户结构性变化标志着人工智能迈向全民共享新阶段，为构建更具包容性的全民化智能社会奠定坚实基础。

mUserTracker-2025年12月中国移动互联网人工智能用户画像

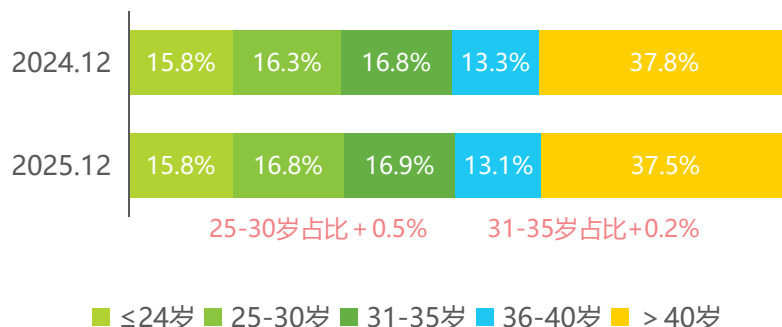
| 性别



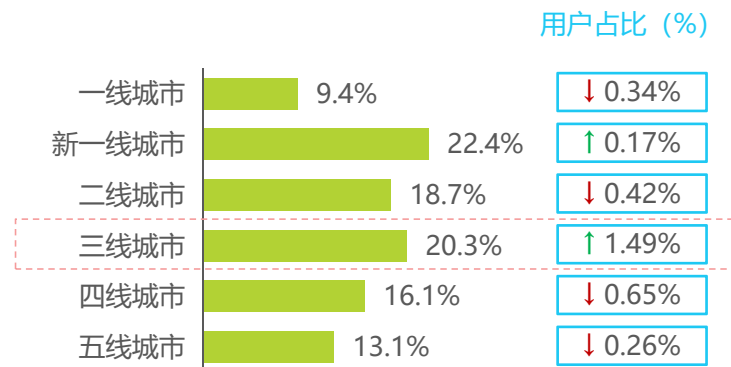
| 婚姻状况



| 年龄



| 城市等级

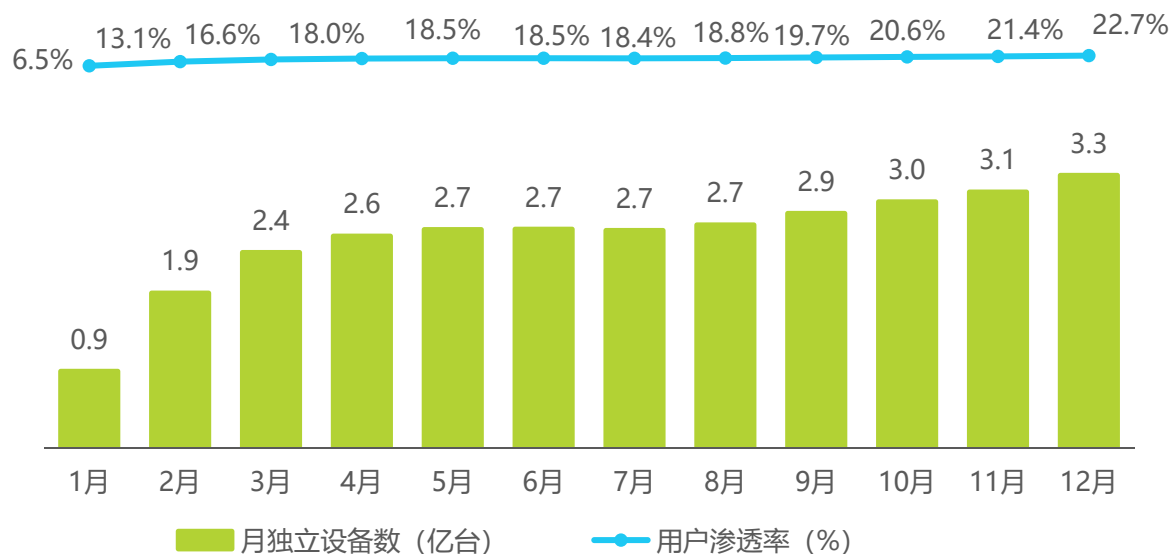


语言模型-用户规模与粘性

语言模型行业流量爆发，用户交互深度下降

2025年语言模型行业流量爆发，行业月活用户从年初不足1亿飙升至年底超3亿，实现22.7%用户覆盖，语言模型持续在人工智能细分行业中占据主导地位，作为人工智能的核心应用层，语言模型持续引领技术普及与商业化探索，逐步成为当前生产力标配。在用户使用行为上，用户单日使用次数及使用时间均出现同比下滑，反映用户交互深度不足，各产品同质化竞争，输出内容趋同，用户新鲜感消退，垂直场景差异化需求难以满足。

mUserTracker-2025年语言模型月独立设备数变化趋势&12月用户粘性



12.6次
同比下降0.7%
单机单日使用次数

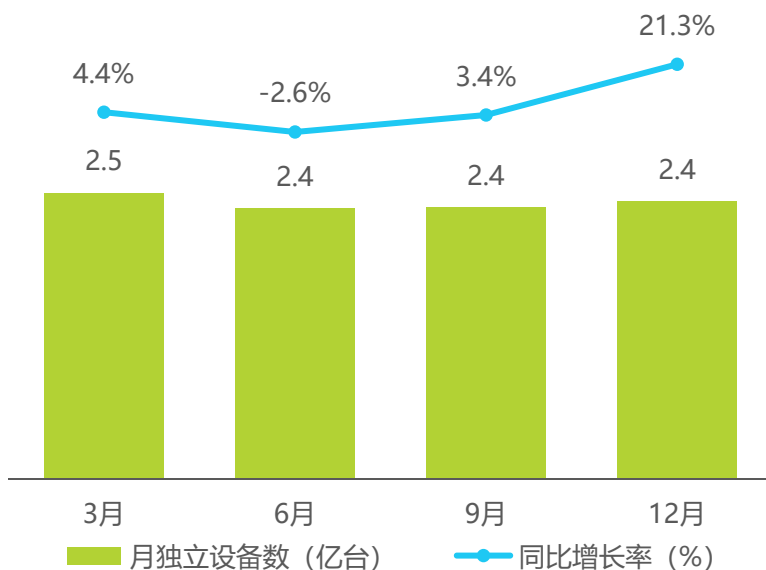
8.36分钟
同比下降21.9%
单机单日使用时间

智能工具-用户规模与粘性

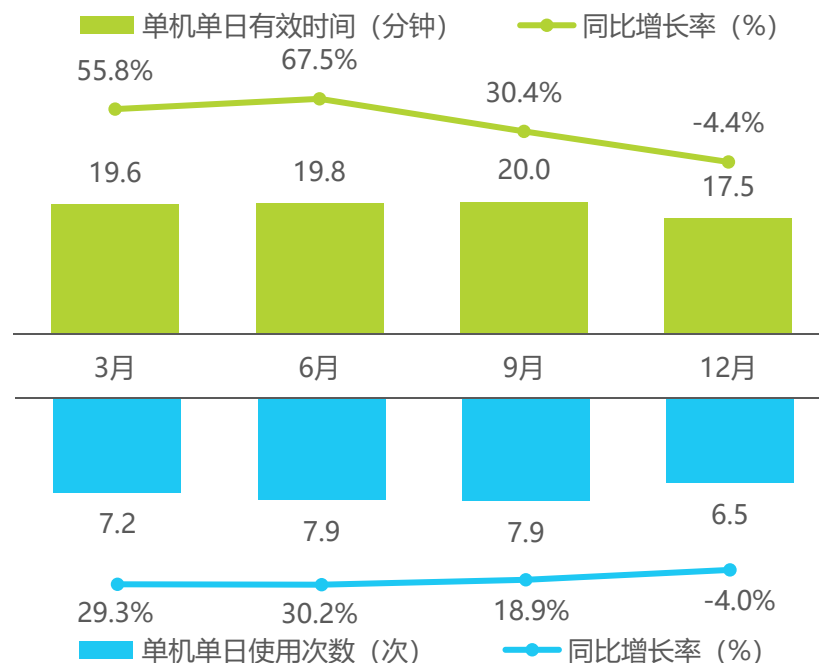
智能工具用户规模稳定，使用深度显著精进

2025年智能工具用户规模保持稳定，与24年相比整体无较大波动；用户使用行为上，单机单日使用次数整体超7次，单机单日有效时间接近20分钟，较24年均有较大提升，用户的使用习惯正不断强化，产品在提升使用深度和留存方面成效显著。

mUserTracker-2025年智能工具
月独立设备数变化趋势



mUserTracker-2025年智能工具
用户粘性变化



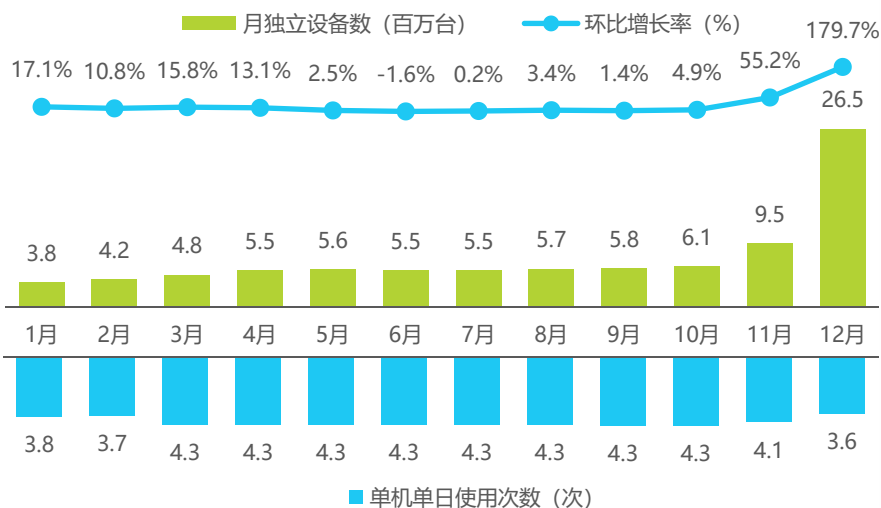
来源：艾瑞咨询UserTracker多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

人工智能-行业热门APP概况

千问强势发力C端，阿里生态支持下，实现一句话解决生活需求

2025年11月，[通义]升级更名[千问]，全面发力C端，公测首周下载量破千万，12月实现月设备数破两千六百万，增长势头迅猛，全力追赶行业头部AI应用，用户规模爆发式扩张的同时，用户使用行为出现下降，暴露用户交互深度仍有提升空间；千问深化实用战略，全面接入阿里生态，实现一句话解决生活需求智能闭环，覆盖电商、本地生活等领域，构建AI时代连接海量用户与丰富服务的超级入口。

mUserTracker-2025年中国移动互联网—千问APP
月独立设备数变化&使用次数



- 千问APP11月17日公测后，用户规模激增，12月千问月用户规模突破2600万
- 用户规模激增同时，千问APP用户使用行为下滑，较行业头部水平存在一定差距，将流量转化为持续用户价值，为千问快速起量向高质量留存的关键挑战



千问APP动态——全面发力C端

千问公测用户爆发

11月原[通义]App升级更名[千问]，以全新品牌定位和产品体验开启公测，公测首周下载量破千万，全面拓展用户，追赶头部势头迅猛
启动春节“30亿免单”活动，一句话点奶茶，活动火爆，用户订单暴增，持续培养用户使用习惯



生态整合超级入口

千问全面接入阿里生态，实现一句话解决生活需求闭环，增强自主调用工具原生Agent能力
覆盖电商、本地生活等全场景，迈向AI时代用户与服务的超级入口

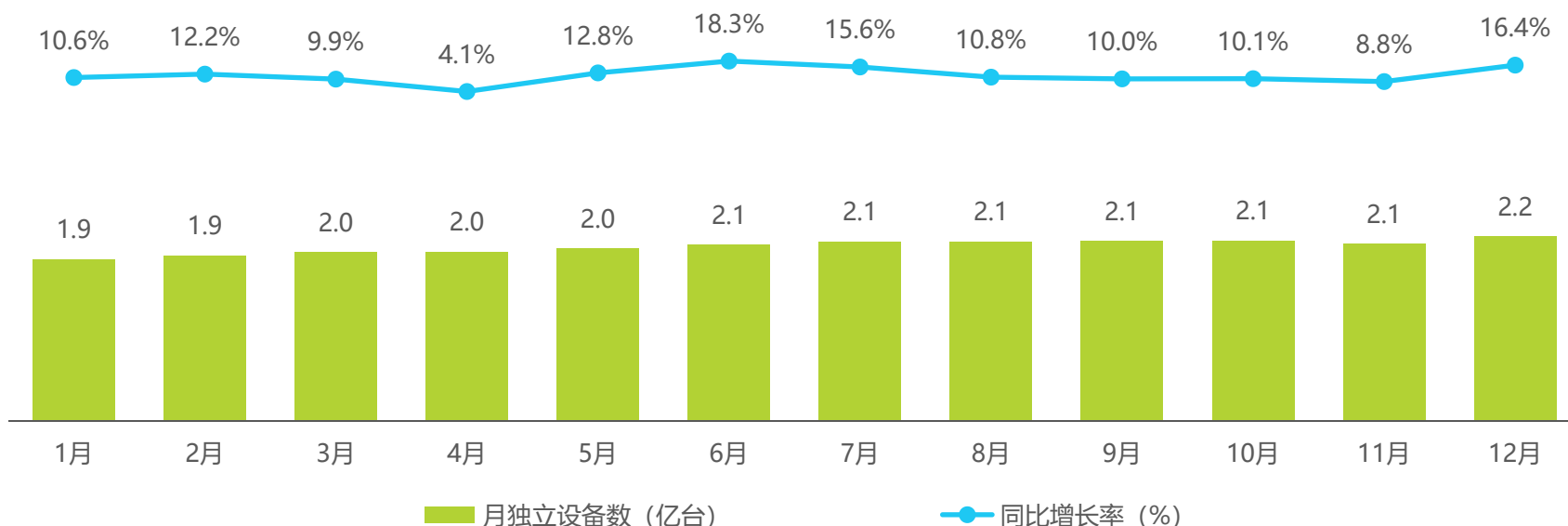


智能设备-行业概览

智能设备行业流量稳步攀升，用户规模持续扩容

2025年智能设备行业月独立设备数实现稳健增长，规模突破2亿，显示相关产品在消费市场的进一步渗透与普及。艾瑞咨询认为，增长主要由产品创新迭代、场景多元拓展与用户体验持续优化驱动，表明用户对智能化生活的需求正从尝鲜阶段迈向常态化与依赖阶段，行业整体进入规模化、生态化发展新阶段。

mUserTracker-2025年中国移动互联网智能设备行业月独立设备数变化趋势



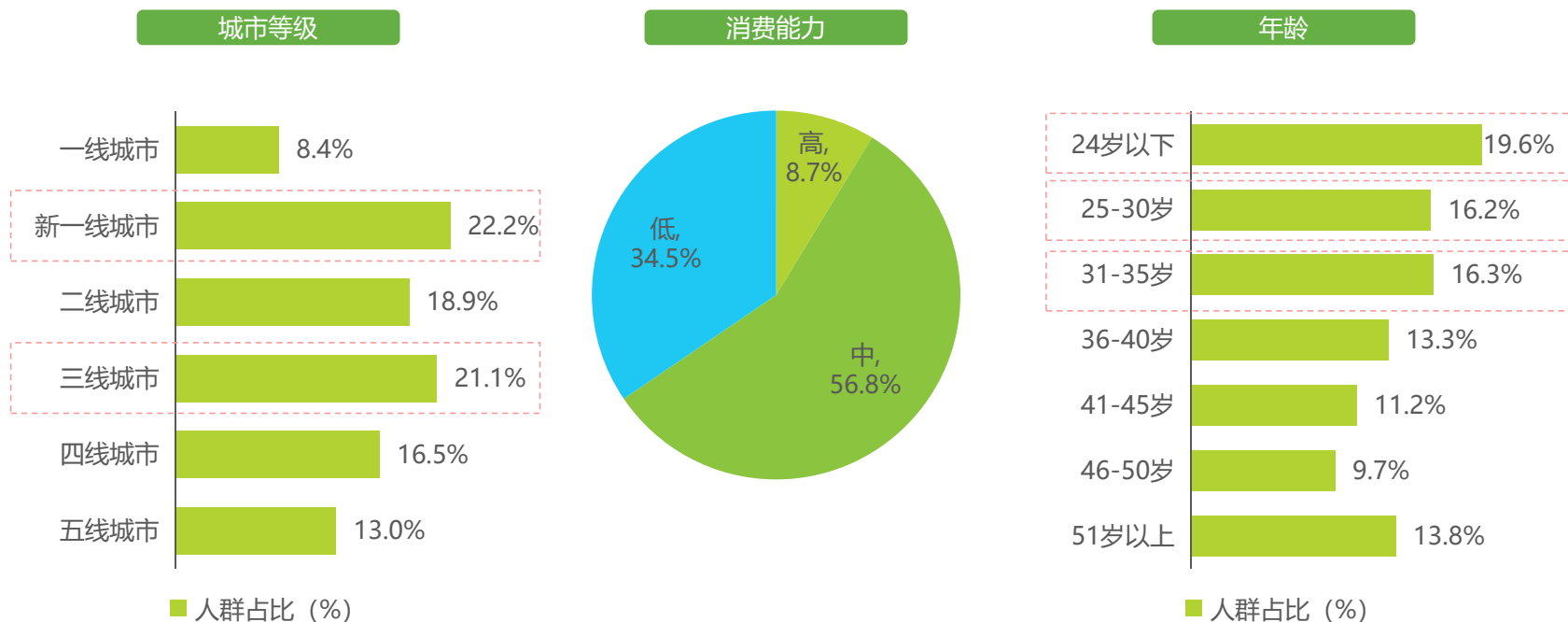
来源：艾瑞咨询 UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

智能设备-用户画像

新一线与三线城市年轻消费者群体崛起为核心驱动力

新一线与三线城市的年轻消费者已成为智能设备行业增长的核心引擎与最理想的目标客群。数据显示，智能设备用户中，35岁以下青年占比过半，中高消费人群比例达65.5%。此类人群浸润于都市化的生活方式与科技潮流，又具备强劲的消费能力与高度主动的购买意愿，完美契合智能设备行业高潜力、高价值用户需求定义，是推动市场渗透与升级的关键力量。

mUserTracker-2025年12月中国移动互联网智能设备行业用户画像

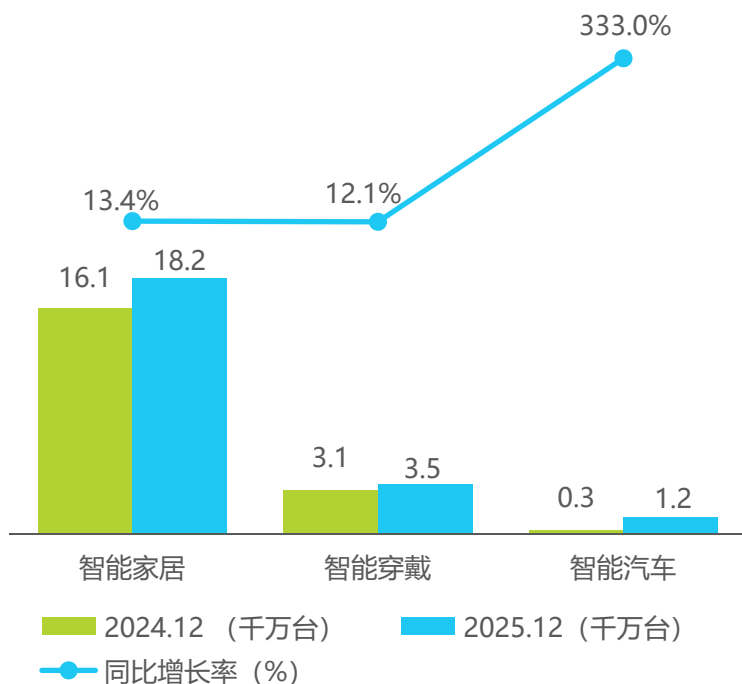


智能设备-细分行业详情

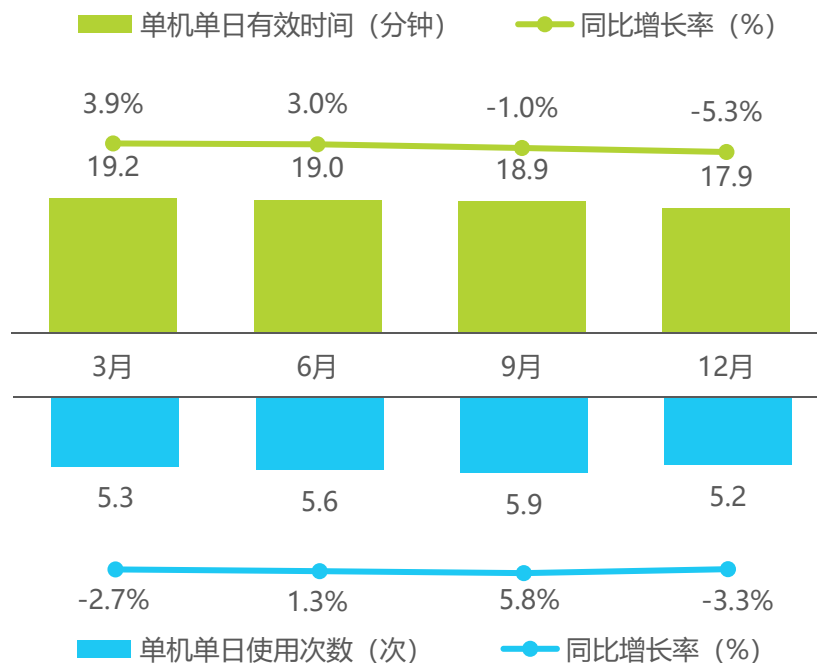
各细分行业均增长，智能家居稳居基本盘，智能汽车增长超300%

2025年12月，智能设备行业各细分赛道均实现同比正增长，整体发展态势向好。其中智能家居领域表现突出，用户规模达1.82亿台，稳居智能设备细分赛道用户量首位，同比增长13.4%，且用户使用行为保持整体稳定；智能穿戴领域稳步增长，用户规模达0.35亿台，同比增幅12.1%；智能汽车领域迎来爆发式增长，用户规模达300万台，同比增幅超300%。

mUserTracker-2025年12月中国移动互联网
智能设备细分行业用户规模



mUserTracker-2025年中国移动互联网
智能设备行业-智能家居用户粘性



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）。

2.3 购物出游

美食外卖
电子商务
旅游出行

美食外卖-25年行业动态

三大平台激烈补贴大战，点燃全民消费热情，行业流量激增，格局重塑

2025年，京东强势入局，三大平台开启长达半年的外卖大战，以“大额补贴+服务升维”为核心武器，迅速点燃全民消费热情：平台间“满30减20”“0元配送费”“百亿红包雨”等补贴轮番轰炸，叠加“30分钟必达”“超时必赔”等服务升级举措，彻底激活“全民外卖”的潜在需求，流量热度飙升至近三年峰值。伴随巨额烧钱、商户利润承压、骑手权益争议及市场秩序紊乱等问题凸显，市场监管总局强力介入下，行业从补贴狂飙回归理性发展轨道。

2025年美食外卖行业部分动态回顾



京东强势入局

- 2月11日：京东外卖正式上线，上线40天订单量突破100万单/日
- 2月19日：京东发布骑手社保政策，美团宣布正在搭建骑手社保信息系统，饿了么表示已启动骑手社保试点
- 3月：京东骑手社保正式实施，刘强东呼吁全行业为外卖员提供社保

全面开战，补贴升级

- 4月11日：京东启动百亿补贴
- 4月14日：美团宣布千亿补贴计划
- 4月15日：美团发布“美团闪购”，日均订单破1800万
- 4月21日，京东推出超时免单政策
- 4月25日，饿了么优化骑手权益
- 4月30日，饿了么“饿补超百亿”升级淘宝闪购，订单破千万
- 5月6日，京东上线京东饭卡
- 5月13日，市场监管总局等五部门约谈三大平台

白热化竞争，补贴失控

- 6月：美团极速达服务升级，饿了么自动驾驶配送，京东外卖订单量破2500万单
- 7月：饿了么、淘宝闪购启动500亿补贴，饿了么、美团0元购补贴大战，大额券发放，美团即时零售订单破1.2亿单，创行业记录
- 7月15日：行业协会发声，平台高额补贴引发价格战，外卖内卷影响市场秩序
- 7月18日：市场监管总局第二次约谈饿了么、美团、京东，要求外卖平台企业理性竞争

理性回归，生态竞争

- 7月31日：市场监管总局发布《网络交易平台收费行为合规指南》，规范平台行为
- 8月1日：美团、饿了么、京东，联合发声，抵制恶性竞争，承诺规范促销
- 8月：美团取消超时罚款，各平台补贴大幅退坡，平台战略分化，
- 12月5日：饿了么正式更名淘宝闪购
- 12月底：市场格局基本稳定，美团、淘宝闪购、京东三足鼎立

年度总结

半年合计烧钱超千亿元，掀起全民外卖狂潮，监管两度出手叫停内卷，行业激烈流量争夺后市场格局重塑

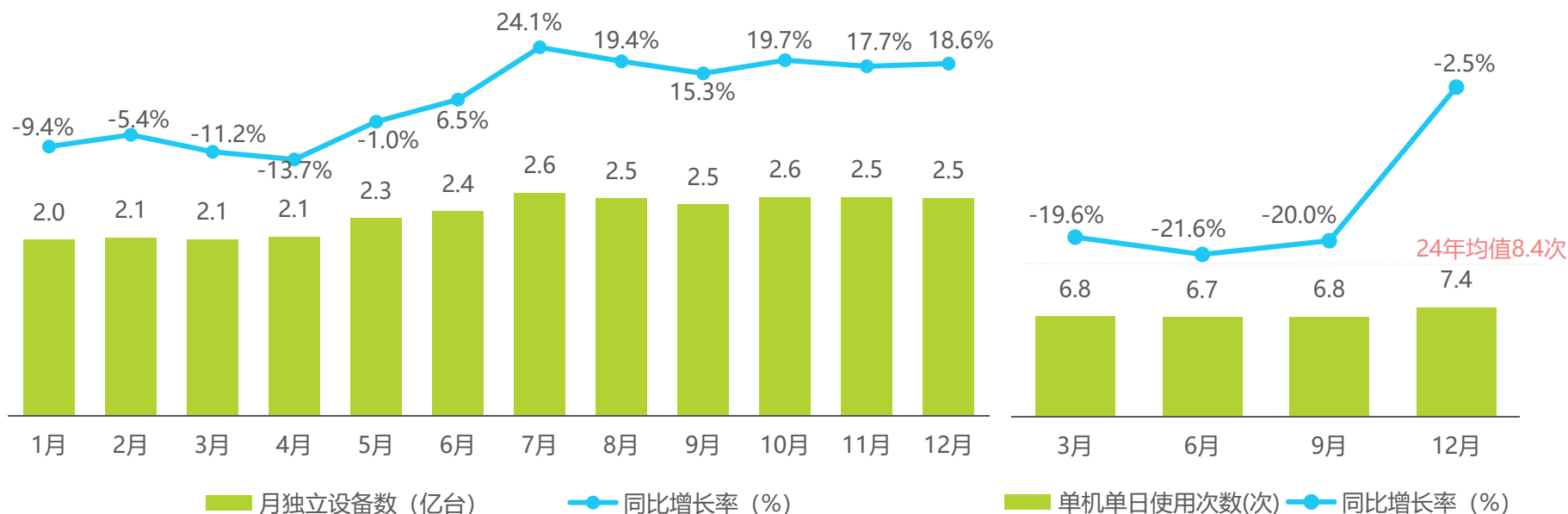
来源：公开资料、艾瑞咨询 UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

美食外卖-行业概览

平台大战刺激下，行业流量7月达峰值，有所回落后整体仍维持高位

受2025年三大外卖平台激烈竞争影响，美食外卖行业流量在7月达到全年峰值，随后有所回落，整体仍维持高位，月活跃用户规模稳定超2.5亿，显示出强劲的市场基本盘。然而，全年用户粘性出现明显下滑，单机单日使用次数不足7次，反映出用户使用频次趋于饱和；艾瑞咨询认为，用户粘性下滑或源于平台补贴退坡、多平台同质化竞争加剧、用户决策成本上升等多重因素，用户从高频刚需逐渐转向低频比价场景化使用，倒逼行业精细化运营与差异化服务。

mUserTracker-2025年中国移动互联网美食外卖行业用户规模&用户粘性



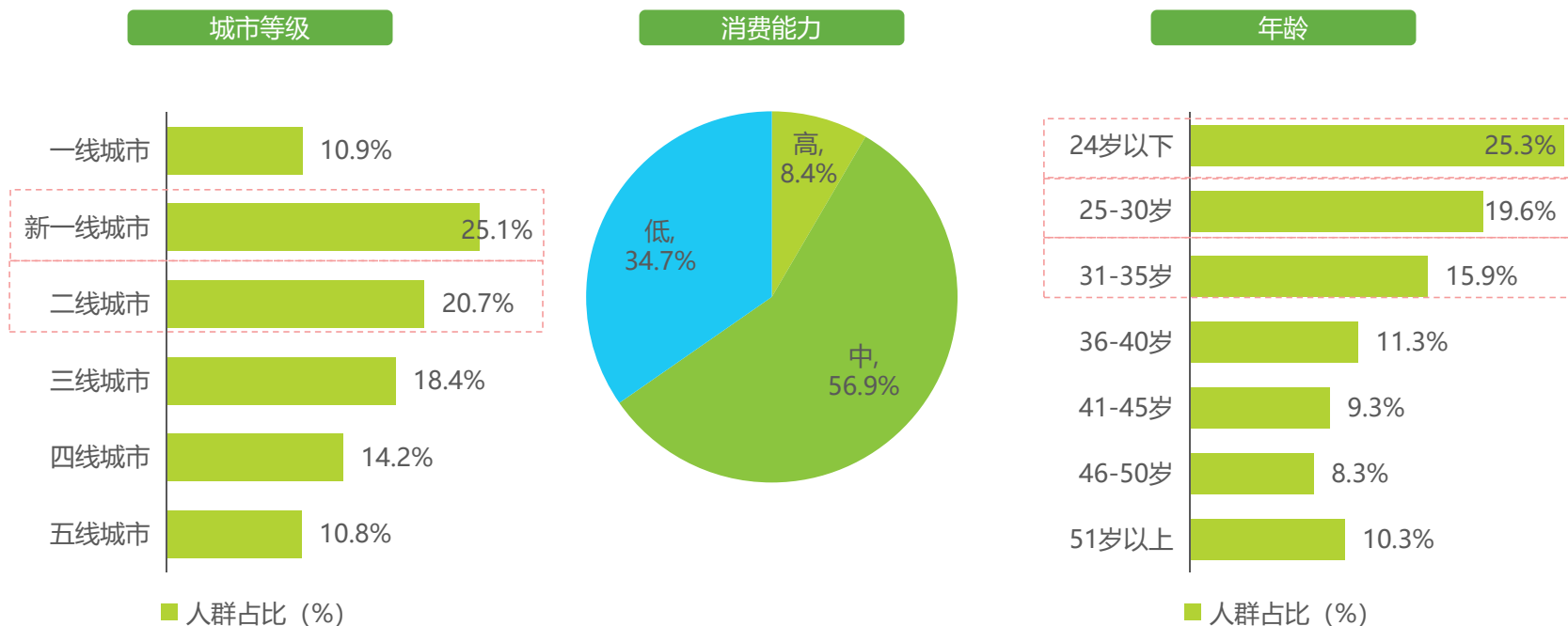
来源：艾瑞咨询 UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

美食外卖-行业用户画像

青年、高线城市群体主导用户结构，中低消费能力用户为基本盘

25年，美食外卖用户结构呈高线城市+年轻化双核心驱动特征，同时以中低消费能力群体为基底。二线及以上城市用户占比过半，35岁以下年轻用户占比超六成，高线城市快节奏都市生活叠加年轻群体对便捷即享饮食模式的天然接纳度，共同推高此群体外卖接受度，同时中低消费能力用户构成行业基本盘，表明行业增长主要依托于高频、刚需的性价比消费。

mUserTracker-2025年12月中国移动互联网美食外卖行业用户画像

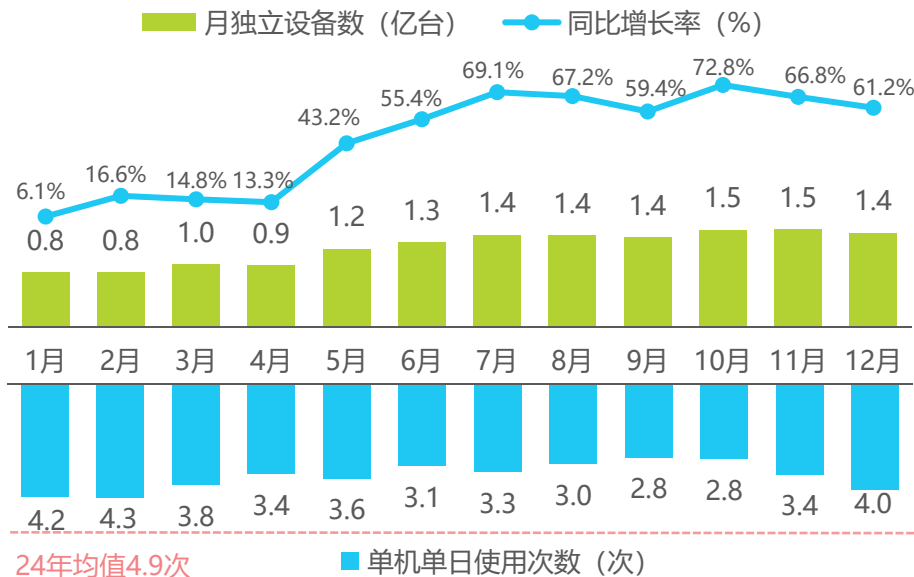


美食外卖-热门APP概况

淘宝闪购借外卖大战规模跃升，整合阿里即时零售资源并迅猛发展

2025年，淘宝闪购借外卖大战实现用户规模与市场份额的快速跃升；大战退潮后，平台不仅成功留存用户，用户使用行为亦得到有效修复。在用户结构上，淘宝闪购于青年群体及低线城市建立起显著优势。得益于阿里本地生活与电商业务的深度整合，淘宝闪购在即时零售领域竞争力持续增强，发展势头迅猛。

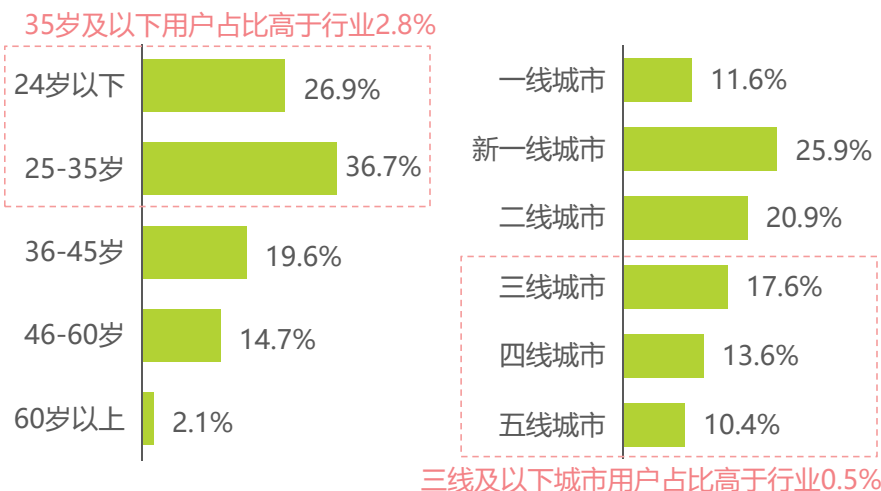
mUserTracker-2025年中国移动互联网
淘宝闪购APP用户规模&使用次数



淘宝 闪购 动态 追踪

全面加码即时零售并深度卷入外卖大战。平台用户规模迅速扩张，大战退潮后实现有效留存，12月月活跃用户数达1.4亿；受大战影响的用户日均使用次数亦大幅修复，12月回升至4次。

mUserTracker-2025年中国移动互联网
淘宝闪购APP用户画像



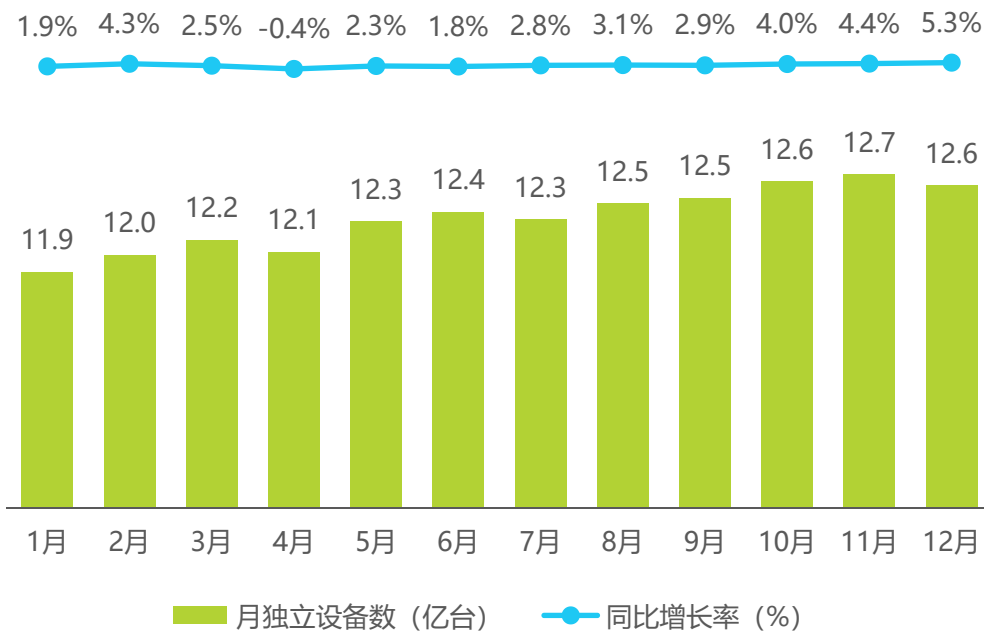
12月，原饿了么APP完成品牌焕新，正式更名为淘宝闪购，淘宝用户池、饿了么技术、运力、商家全面融入，阿里本地生活与电商板块完成深度整合，合力强化品牌认知，拓展业务边界

电子商务-行业概览

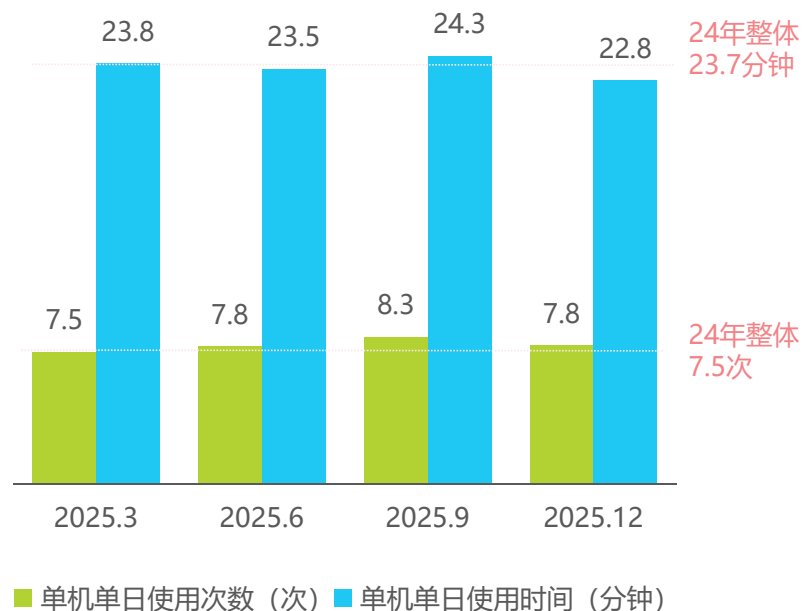
电子商务行业流量整体稳健增长，用户使用体验优化

2025年，电子商务行业在稳健扩张基础上持续发展，全年流量整体呈增长态势，各月基本实现同比正增长。用户规模在小幅波动中逐步扩容，基本盘得到进一步巩固；用户使用行为上，人均单日使用时间与24年水平基本持平，单日使用次数出现小幅增长，表明用户访问电商平台的频率更高，互动更为活跃，用户使用体验得到优化。

mUserTracker-2025年中国移动互联网
电子商务行业用户规模



mUserTracker-2025年中国移动互联网
电子商务行业用户粘性



电子商务-行业用户画像

未婚群体扩容，三线城市发力，年龄图谱向成熟端延伸

2025年，电子商务行业用户结构多元化演进，男性、未婚人群及三线城市用户增长突出。未婚用户设备数同比增长8.7%，占整体用户比重达33.8%，成为推动行业增长重要力量；40岁以上用户占比同比提升0.7%，电商用户年龄结构逐步向成熟群体延伸，成熟群体的线上消费意识与潜力加速释放；三线城市用户占比持续提升，设备数同比增速亦表现亮眼，凸显下沉市场在电商生态中的战略价值日益增强。整体来看，电商用户画像正从传统年轻主力群体向更广泛年龄层与更广阔地域纵深拓展，为行业注入新增长动能。

mUserTracker-2025年12月中国移动互联网电子商务行业用户画像

| 性别



男性：53.6%

(月独立设备数同比 ↑ 6.0%)



女性：46.4%

(月独立设备数同比 ↑ 4.4%)

| 婚姻状况



已婚：66.2%

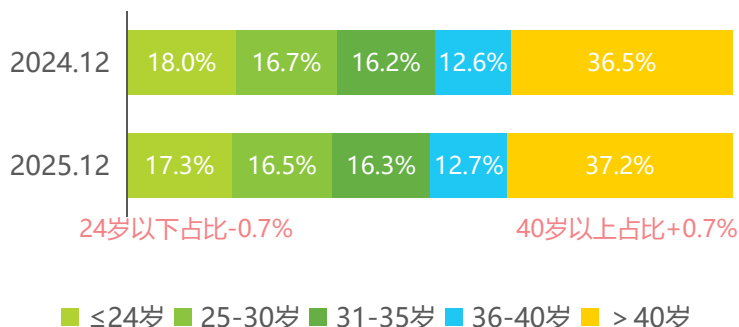
(月独立设备数同比 ↑ 3.7%)



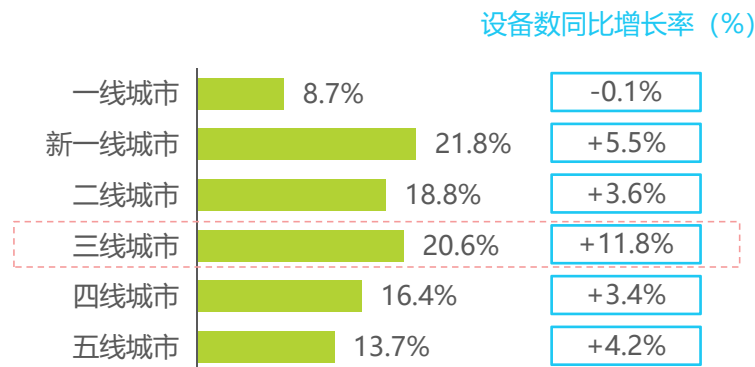
未婚：33.8%

(月独立设备数同比 ↑ 8.7%)

| 年龄



| 城市等级

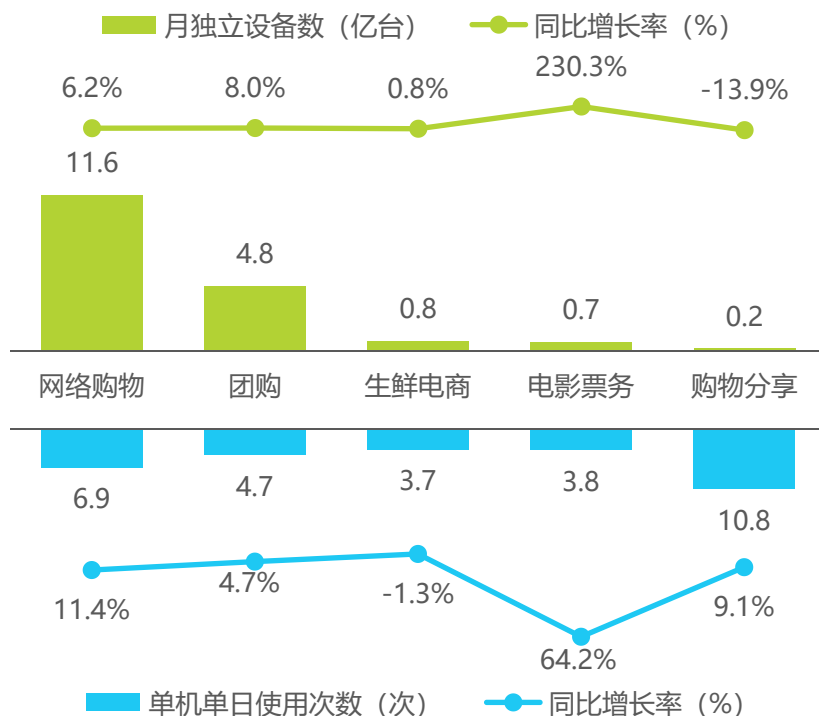


电子商务-细分行业详情&热门APP概况

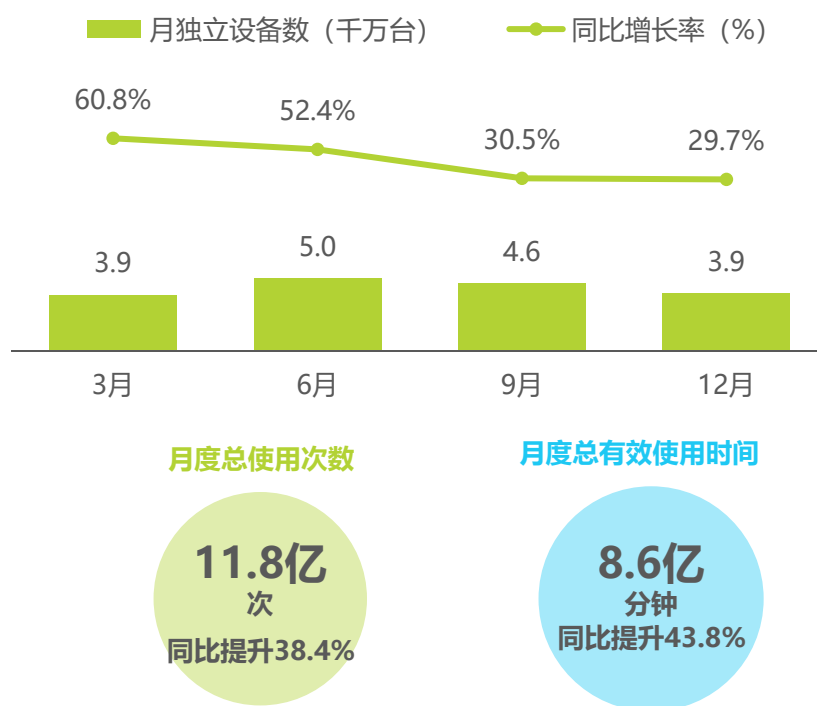
网购为核心支柱，大麦APP为代表的电影票务爆发式增长

2025年，网络购物以断层式领先月独立设备数稳居电子商务绝对主力地位，用户规模与使用粘性均实现同比提升，奠定电商生态基本盘；电影票务领域虽整体规模较小，但展现出极高增长活力，用户规模与使用频次均实现大幅跃升，其中大麦APP的增长尤为强劲，在用户规模与粘性上领跑行业，成为该垂直领域的主导平台之一。

mUserTracker-2025年12月中国移动互联网
电子商务细分行业用户规模&使用次数



mUserTracker-2025年中国移动互联网
电影票务行业-大麦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-25年行业动态

文旅融合带动旅游热潮，居民出游规模创新高，入境游爆发增长

2025年，在地方文旅深度融合战略推动下，中国旅游市场持续升温。以“苏超”为代表的现象级文旅IP不断破圈出彩，带动大众旅游热情，全面激发文旅消费活力。据文化和旅游部统计，全年国内居民出游人次达65.2亿，同比增长16.2%，出游花费同比增长9.5%；与此同时，得益于免签政策等系列利好措施，入境旅游实现爆发式增长，成为行业增长新引擎。

“超”字号“草根”联赛带火城市文旅新消费

“苏超”从草根赛事跃升为全国现象级IP，开创“赛事+旅游+消费”三位一体的“票根经济”新模式，“超”字号联赛以“破圈”之势，将赛场激战转化为文旅消费的强劲引擎。



窝囊游兴起，躺平式溜娃

最小体力消耗获得最大心理舒适，窝囊游兴起，电梯上山、滑梯下山、缓降式蹦极，情绪消费崛起，旅游转向治愈性；“躺平式溜娃”成主流，一站式度假酒店成为主场。



草根IP带火一座城

荣昌“卤鹅哥”、景德镇“鸡排哥”爆红，普通人的真实故事与地方政府快速响应，高效流量转化，带动地方游客增长，掀起一波波“为一个人赴一座城”文旅新浪潮。



甲亢哥中国行引爆入境游热潮

美国顶流网红IShowSpeed（甲亢哥）直播中国8城之旅，展现中国城市魅力，带动重庆、成都、西安等城市入境游客激增，推动“China Travel”成为全球社交平台热词。



免签朋友圈扩容，离境退税升级优化

中国对法国、德国、意大利等多国实施免签或144/240小时过境免签，免签入境游客爆发式增长，外国游客购物清单“新老三样”更迭，“一定要带空箱子来中国”成海外社交热点。



海南封关，打造世界级旅游目的地

12月18日，海南自由贸易港全岛封关运作正式启动，海南旅游业进入“一线放开、二线管住、岛内自由”新纪元，旅游+融合生态成型，建设世界一流旅游目的地。

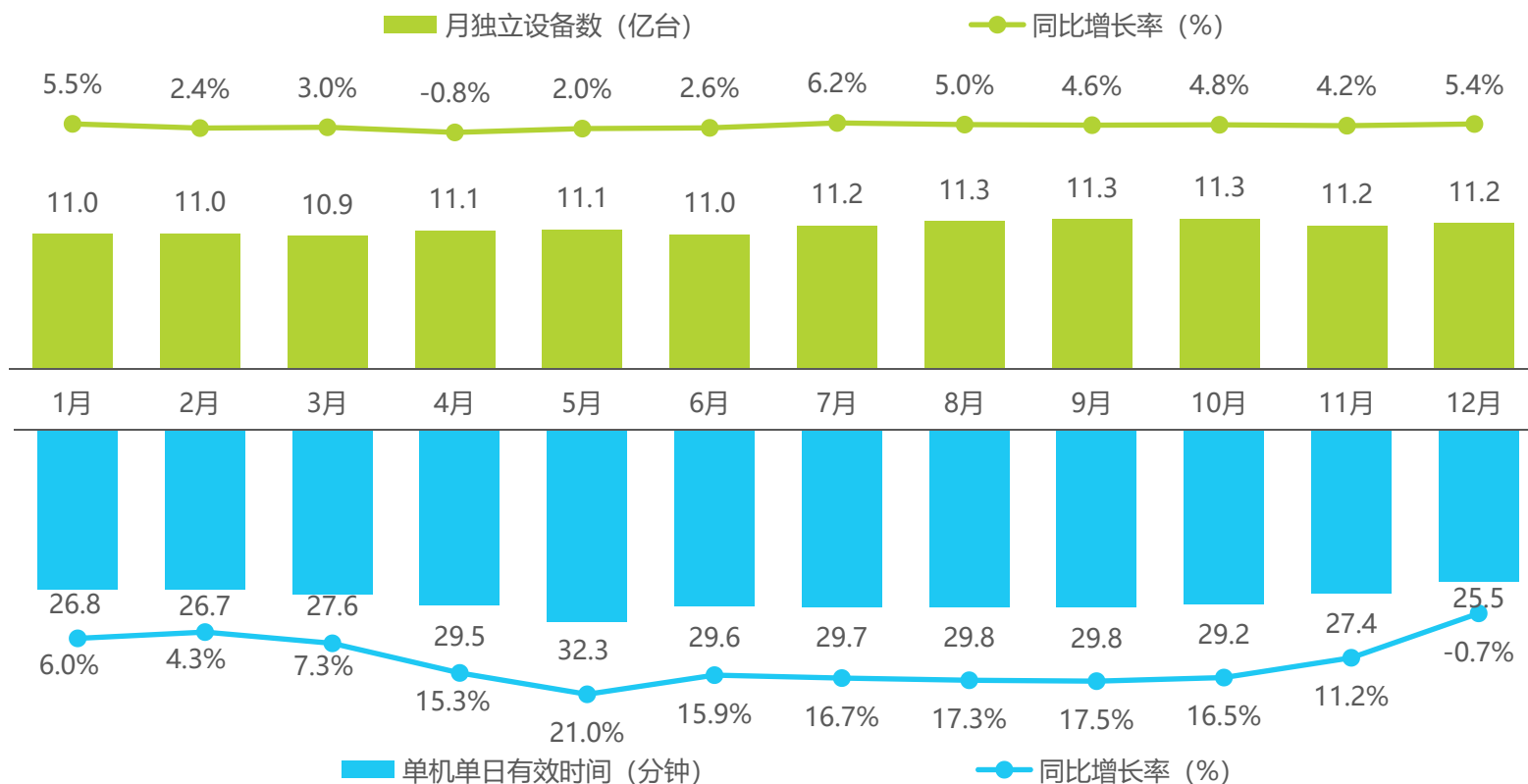


旅游出行-行业概览

旅游出行行业流量稳步增长，用户参与持续深化

2025年，中国移动互联网旅游出行行业整体呈稳步增长良好态势，旅游出行应用的用户覆盖范围持续拓宽，行业用户基础不断夯实，为行业发展筑牢坚实根基。在用户使用行为上，用户单日使用时长实现同比正增长，数据变化直观印证了旅游出行行业的内容与服务吸引力持续提升，不断凝聚并深化用户兴趣，带动用户参与度稳步走高。

mUserTracker-2025年中国移动互联网旅游出行行业用户规模&使用时间



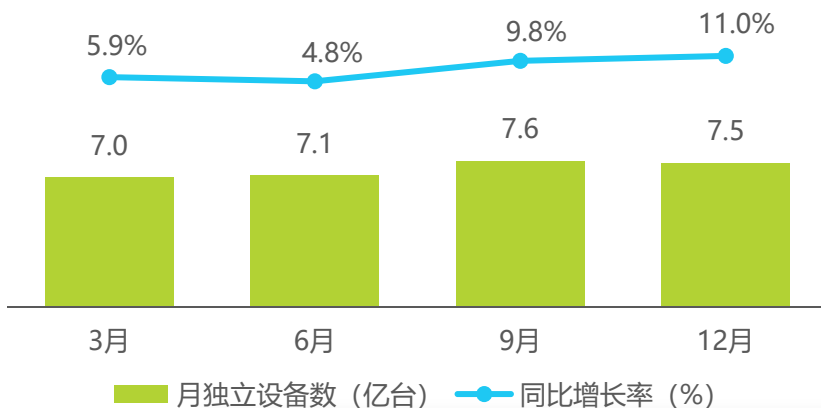
来源：艾瑞咨询 UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

旅游出行-行业热门APP概况

导航类APP高德地图稳居领先地位，用车服务类滴滴出行占据主导

旅游出行行业头部APP各凭优势站稳脚跟，展现出差异化的发展竞争力，高德地图依托领先的用户规模与强劲的增长势头，持续巩固在导航及综合服务领域的核心优势；滴滴出行深耕网约车细分赛道，凭借专业的赛道运营能力沉淀稳定且高粘性的用户群体，同时平台用户的使用行为活跃度实现大幅提升。

mUserTracker-2025年中国移动互联网
导航地图-高德地图APP用户规模



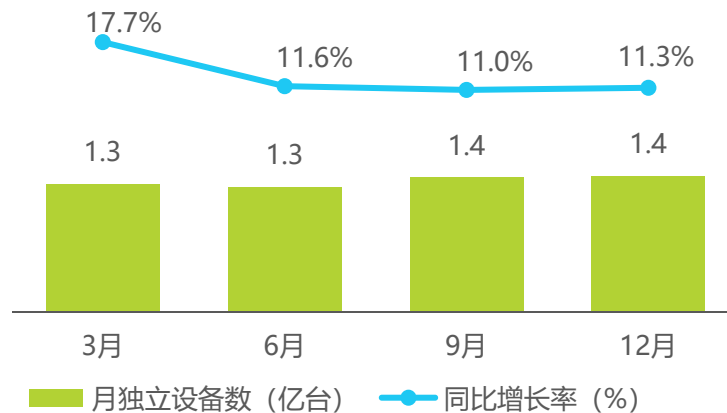
全面AI化，发布“小高老师”智能体

8月，高德地图发布全面AI化新版，基于地图AI原生应用，深度共建 AI 原生出行智能体

全域覆盖台湾省，千问APP接入

11月，高德低调“登陆”台湾，实现地图全覆盖
12月，阿里千问APP全面接入高德扫街榜

mUserTracker-2025年中国移动互联网
用车服务-滴滴出行APP用户规模



月度总使用次数

55.5亿次
同比提升19.9%

月度总有效使用时间

41.8亿分钟
同比提升24.4%

2.4 社交互动

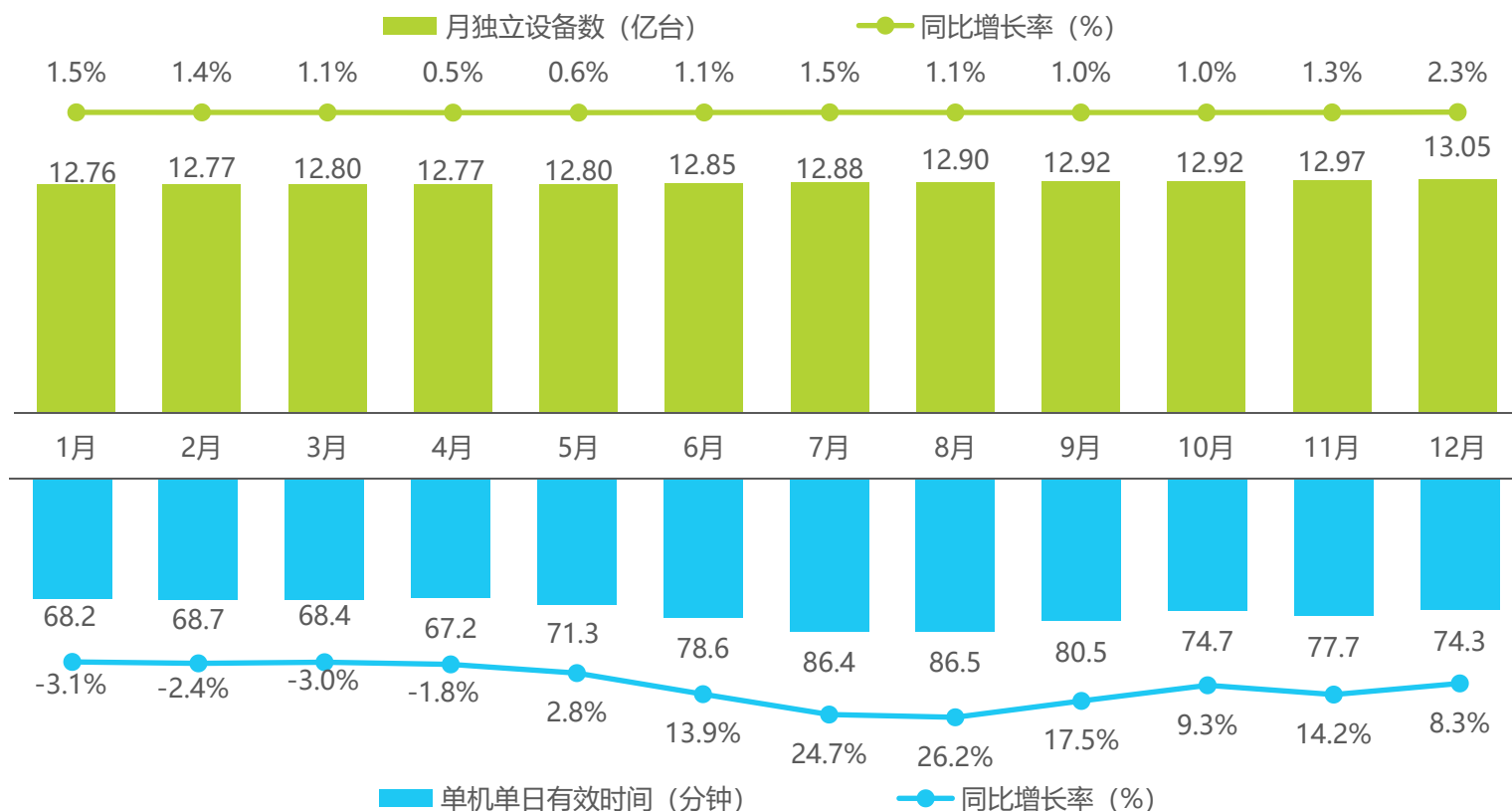
通讯聊天
社交网络

通讯聊天-行业概览

通讯聊天步入存量深耕期，行业流量温和扩容

2025年，中国移动互联网通讯聊天行业进入稳固与深化为核心的高质量发展阶段。行业月独立设备数整体缓慢增长，同比增长率始终保持小幅正增长，作为互联网基础应用，用户基本盘极为稳固且仍在持续渗透；用户使用行为上，单机单日有效时间存在阶段性波动，但全年整体实现增长，表明用户对通讯聊天类应用的使用深度持续加深。

mUserTracker-2025年中国移动互联网通讯聊天行业用户规模&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）。

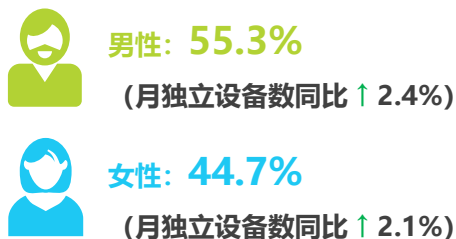
通讯聊天-行业用户画像

核心用户结构稳固，未婚、三线城市用户潜力加速释放

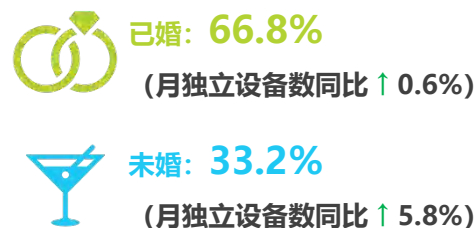
通讯聊天行业的用户性别、年龄结构整体保持稳定，核心用户群体特征鲜明。未婚用户占比持续提升，设备规模同比增长5.8%，未婚群体的使用潜力得到持续释放；三线城市用户表现亮眼，在行业整体用户中的占比超20%，设备数同比增长8.7%，下沉市场增长动能凸显。

mUserTracker-2025年12月中国移动互联网通讯聊天行业用户画像

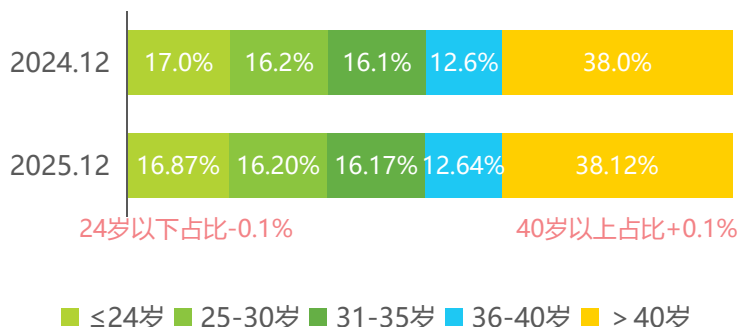
| 性别



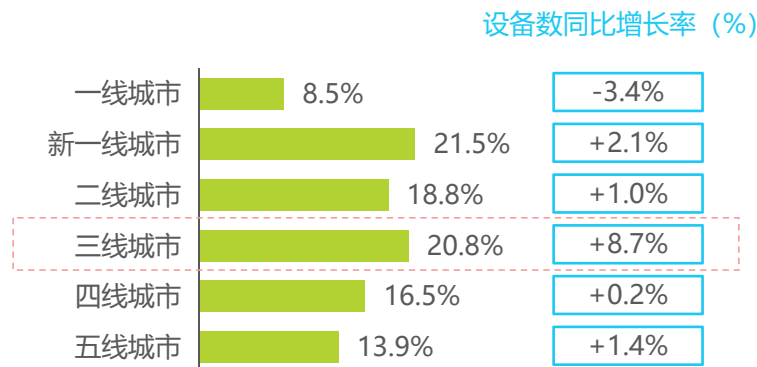
| 婚姻状况



| 年龄



| 城市等级

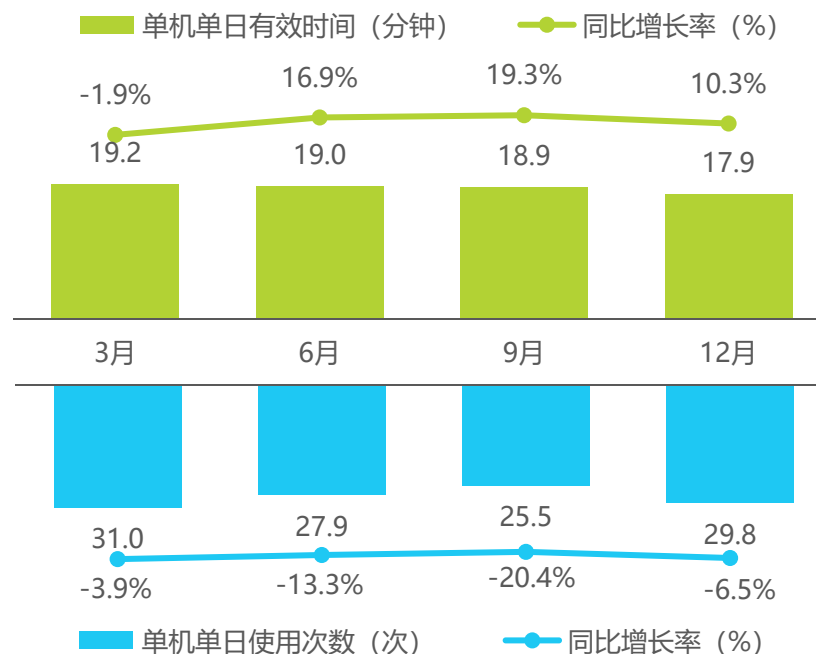
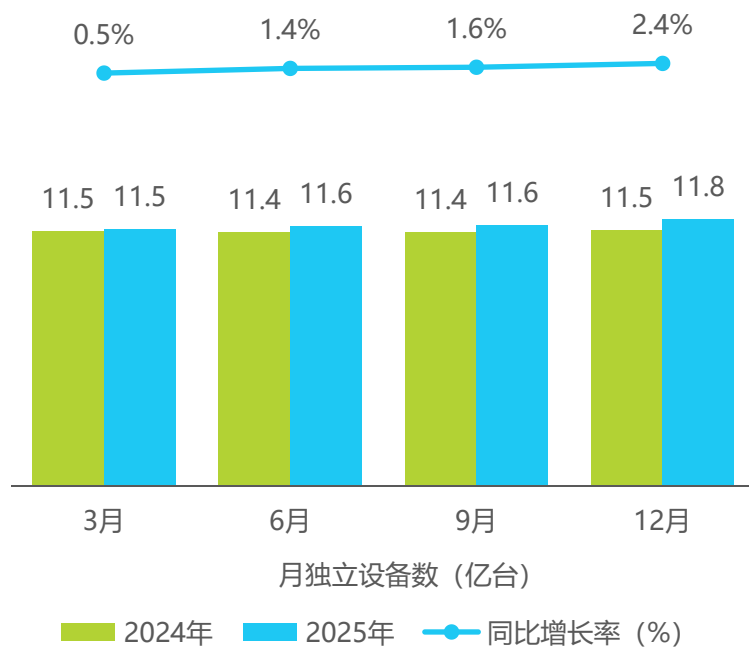


通讯聊天-行业热门APP概况

微信用户稳增，使用频次降时长升，生态向深度沉浸演进

2025年，微信用户规模延续稳健增长态势，月独立设备数达11.8亿台，夯实国民级通讯应用领先地位。用户使用行为上，呈现频次下降、时长提升变化：用户单日使用次数同比下降，单日有效使用时长却显著上升，用户微信使用行为转向更深度的场景参与，如视频号内容、小程序服务使用等。趋势凸显微信生态正从高频触达迈向高效沉浸，整体使用行为向更高质量、更高效的方向演进。

mUserTracker-2025年12月中国移动互联网通讯聊天行业微信用户规模&粘性



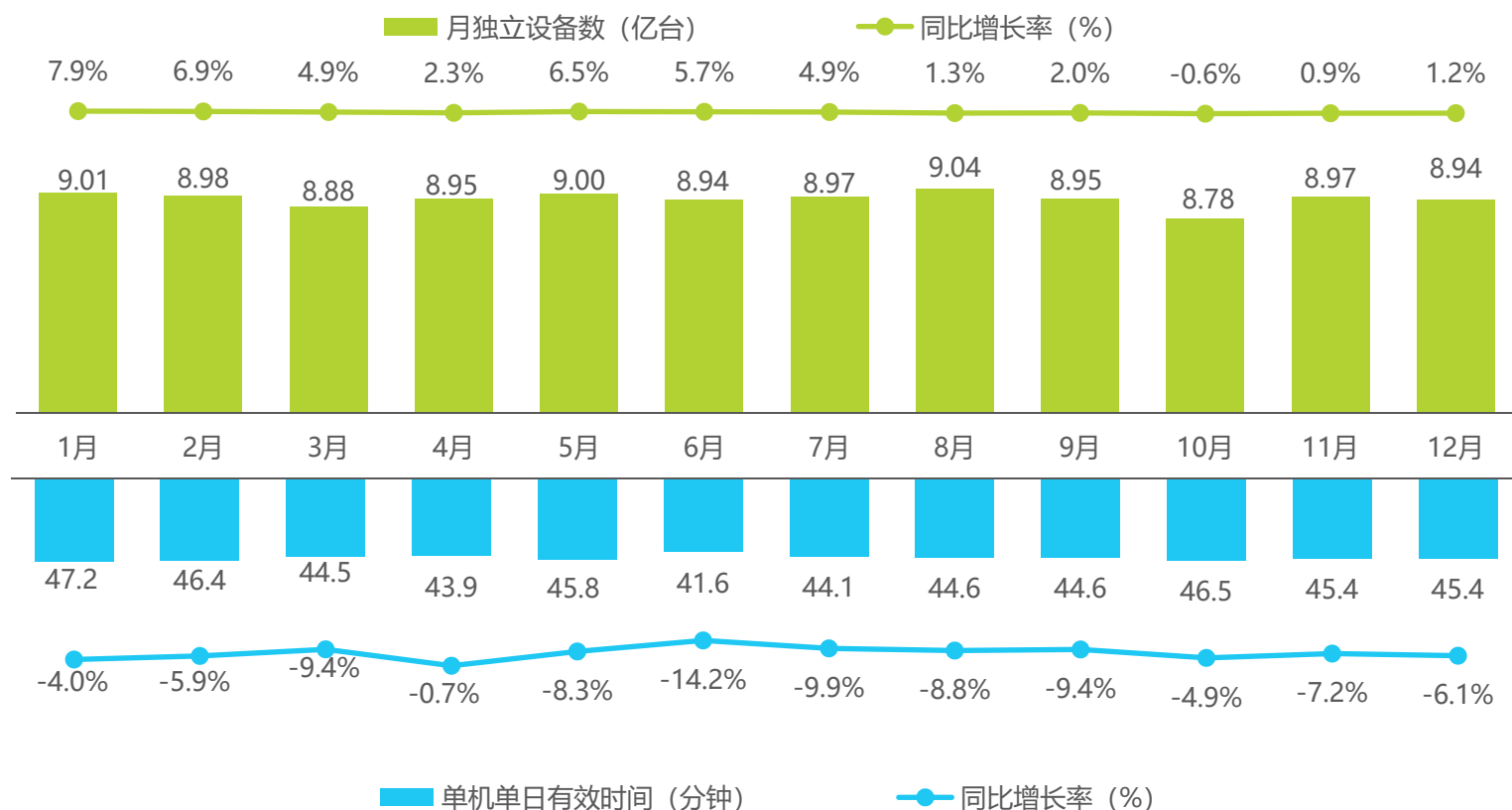
来源：公开资料、艾瑞咨询 UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

社交网络-行业概览

社交网络流量整体增长，用户使用市场受多场景分流

2025年，中国移动互联网社交网络领域整体流量呈区间内波动态势，用户规模较2024年同期稳步增长，彰显持续用户覆盖能力与市场渗透力。在用户使用行为层面，用户单日使用时长均低于去年同期，反映部分社交时长被短视频、生活服务、AI 等场景分流挤压，对社交平台的精细化内容推送、交互价值挖掘及效率提升提出更高要求。

mUserTracker-2025年中国移动互联网社交网络行业用户规模&使用时间



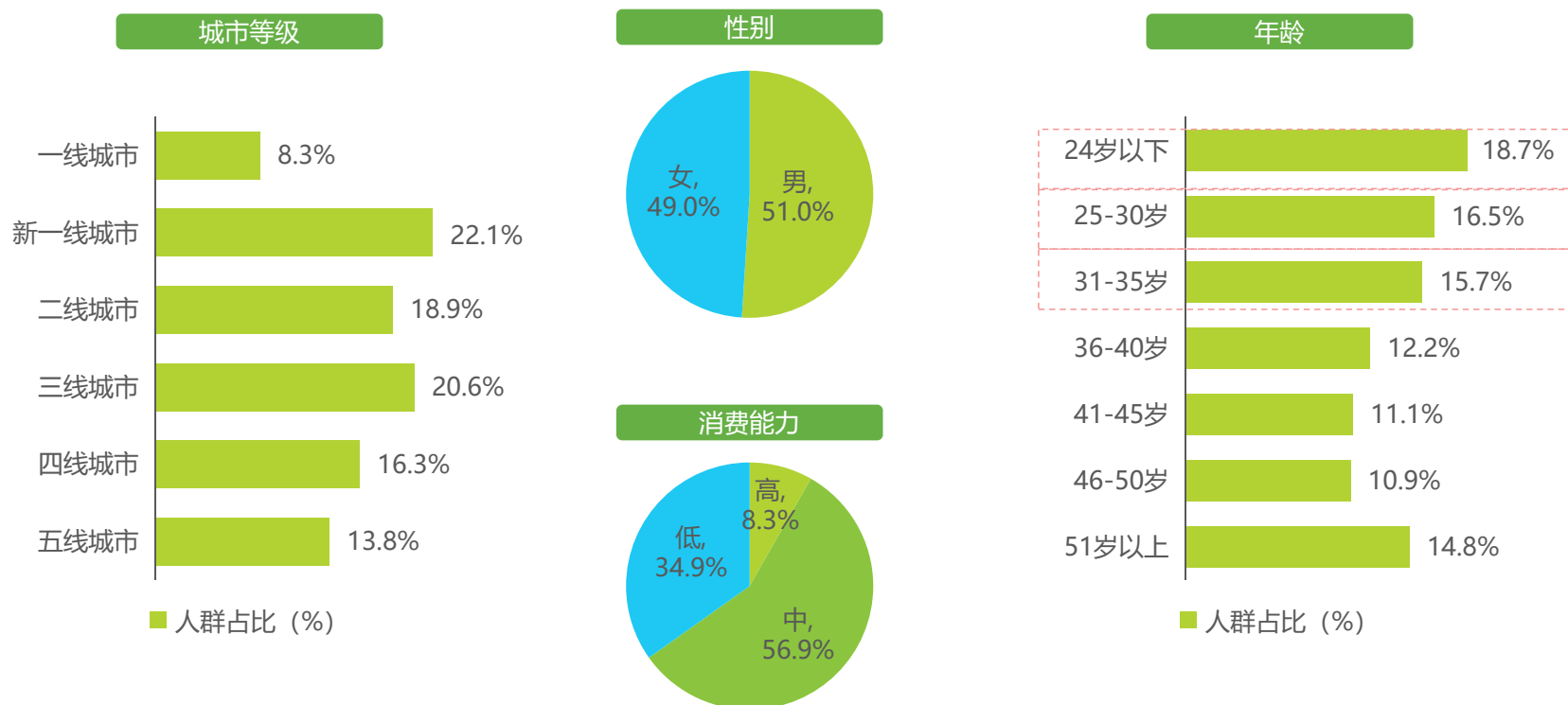
来源：艾瑞咨询 UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

社交网络-行业用户画像

青年、女性构成社交网络核心用户群体

2025年，中国移动互联网社交网络用户结构特征鲜明，女性用户占比已接近半数，显著高于其他行业，成为“她经济”在数字社交中核心驱动力；35岁以下用户群体为社交网络主力军，占比超过60%，展现出较高内容参与意愿与社交黏性，此类人群不仅对新兴社交形式接受度高，也更倾向于通过社交平台表达个性、建立圈层认同。

mUserTracker-2025年12月中国移动互联网社交网络行业用户画像



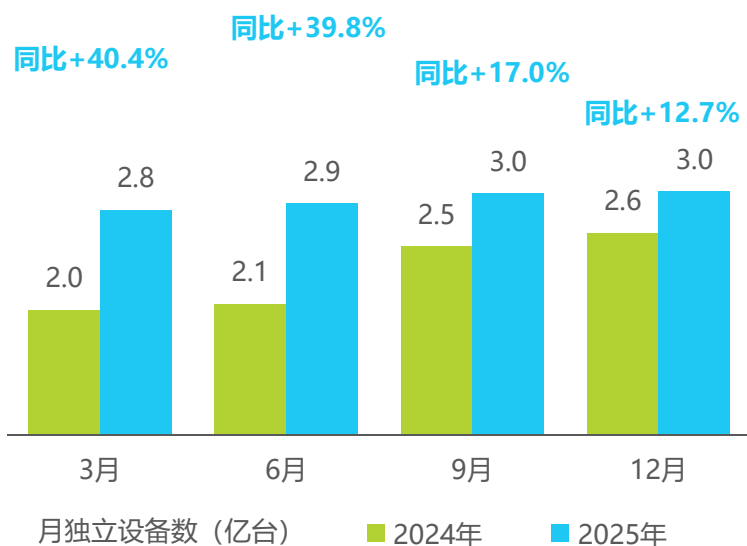
来源：艾瑞咨询 UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

社交网络-行业热门APP概况

小红书流量同比强劲增长，热点流量持续转化为平台用户增量

2025年，小红书APP用户规模实现显著跃升，月独立设备数突破3亿大关，同比增长表现突出。面对海外用户涌入、跨境内容生态爆发等多轮热点事件带来的流量高峰，平台不仅有效承接了短期冲击，更通过深化本地化运营、强化社区氛围与提升内容质量等举措，成功将部分新增用户转化为长期活跃用户。这一进程充分彰显了小红书在用户留存与社区凝聚力方面的系统能力，进一步巩固了其在社交内容平台领域的领先地位，持续引领以真实分享、兴趣链接与生活种草为核心的内容生态范式。

mUserTracker-2025年12月中国移动互联网社交网络行业小红书用户规模



小红书“破圈之年”

“TikTok难民”涌入小红书，中美网友大对账

1月，受美国对TikTok禁令影响，超70万海外用户涌入小红书，带动平台在美爆红，登顶美区苹果应用榜首。48小时内英文内容激增，外国用户分享生活，开启中美对账，平台推出海外专属推荐机制，国际影响力显著提升。

品牌Slogan改变——你的生活兴趣社区

小红书品牌Slogan悄悄从“你的生活指南”变成“你的生活兴趣社区”，加速向社交型兴趣社区转变；组建大商业板块，发布百万免佣计划，丰富平台商品生态。



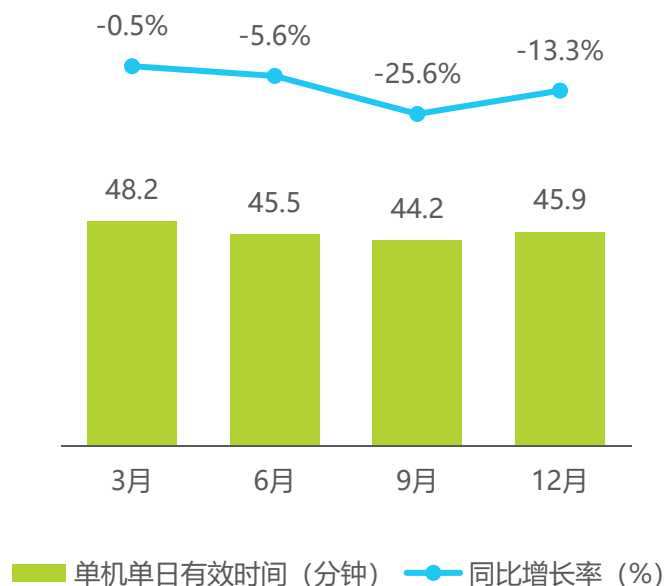
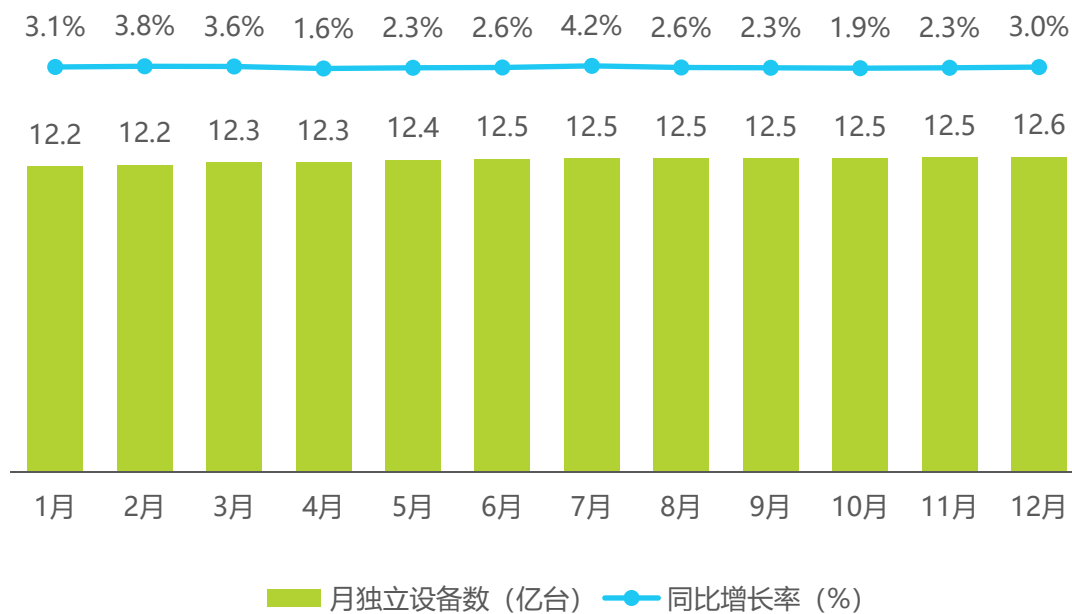
2.5 资讯服务

聚合资讯
金融证券

聚合资讯行业流量整体增长，用户规模扩张但使用时长收缩

2025年，聚合资讯行业用户规模持续稳步增长，月独立设备数至12.6亿台，同比保持正增长，用户基础不断扩大。在用户使用行为上，单日使用时长呈同比下滑趋势，显示用户注意力正被其他高粘性场景加速分流，这一矛盾现象说明行业竞争重点从单纯的用户覆盖转向更为激烈的存量注意力争夺。

mUserTracker-2025年中国移动互联网聚合资讯行业用户规模&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）。

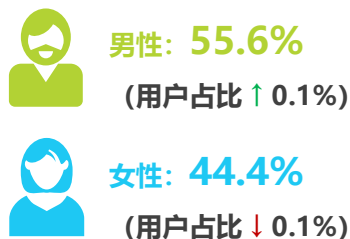
聚合资讯-行业用户画像

用户结构整体稳固，未婚、三线城市用户释放增长潜力

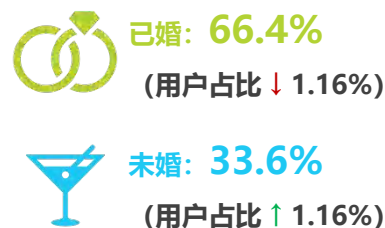
2025年，中国移动互联网聚合资讯行业的整体用户结构保持稳固，性别、年龄维度的结构分布与2024年同期基本一致。增长动力出现分化，未婚用户占比提升1.16%，增长潜力持续释放；城市层级上，三线城市用户占比同比提升1.1%，未婚群体与三线城市用户共同成为驱动用户规模增长的核心动力。

mUserTracker-2025年12月中国移动互联网通讯聊天行业用户画像

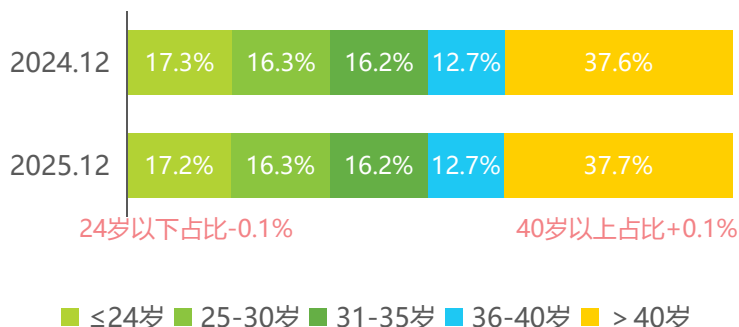
| 性别



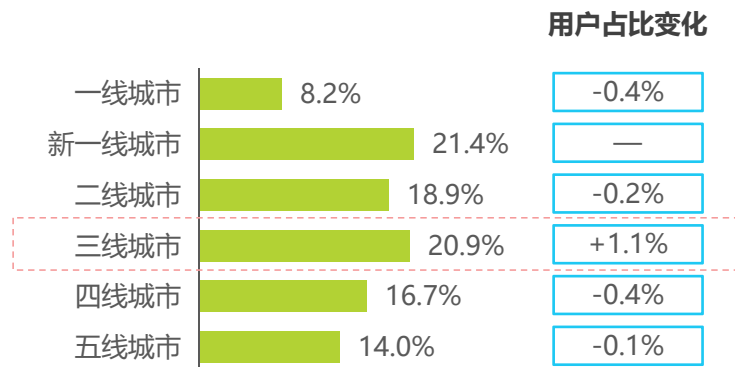
| 婚姻状况



| 年龄



| 城市等级



聚合资讯-搜索领域发展新趋势

传统浏览器、搜索端流量萎缩，AI搜索成行业必答题

2025 年，传统浏览器与搜索平台流量持续萎缩，AI 搜索从可选项升级为行业必答题。在大模型技术全面渗透下，传统工具属性被彻底重构，搜索与浏览器不再只是信息获取的通道，进化为能够理解意图、主动服务的智能伙伴。AI驱动功能边界消融、体验一体化，超级入口的争夺从存量竞争转向AI能力的全域决战，行业格局进入白热化重塑期。

搜索领域发展新趋势

AI重构交互范式，AI浏览器爆发

核心趋势：

“关键词搜索”到“意图对话”，自然语言问题理解

技术驱动：深度搜索与多模态融合，深度搜索功能实现多轮对话、上下文理解、长文本处理，支持AI写作、画图等一站式功能

结果呈现：文字链接到“富媒体答案”，搜索结果优化为图片、视频、直播、数字人交互等富媒体内容

行业变革：SEO向GEO转型，优化内容以提升被AI模型引用的优先级，深刻改变流量的分发逻辑。

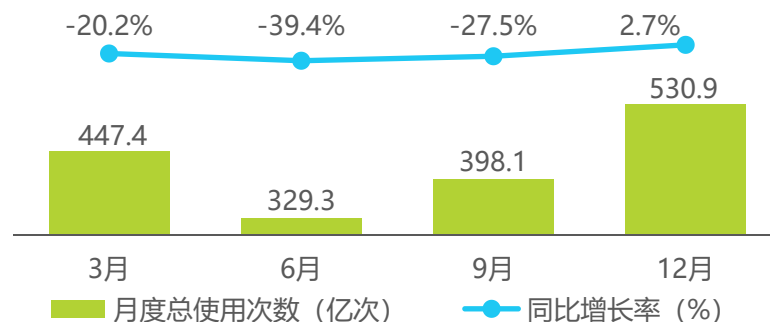
AI时代流量与服务聚合的核心入口争夺之战

2025年搜索战场的超级入口争夺战，多维度角逐：

豆包、千问、Deepseek等AI原生工具，重构人机交互范式
夸克等AI浏览器，打造新一代智能体入口

百度、QQ等传统浏览器巨头，借大模型焕新，AI能力融入生态
小红书、微博等内容平台，深耕站内AI搜索，构建闭环生态

mUserTracker-2025年中国移动互联网-百度搜索-用户月度总使用次数



百度搜索AI转型革新

AI浪潮下，百度搜索等传统搜索端受到巨大冲击，流量骤减，百度搜索积极进行产品形态革新，加速AI化转型：

超级智能双行框：搜索“关键词匹配”升级为“意图理解+任务解决”，实现认知智能

多模态搜索支持：支持图片、PDF等多模态输入

生成式AI全面应用：绝大多数结果由AI生成，AI工具集成，整合AI阅读、写作、PPT等工具

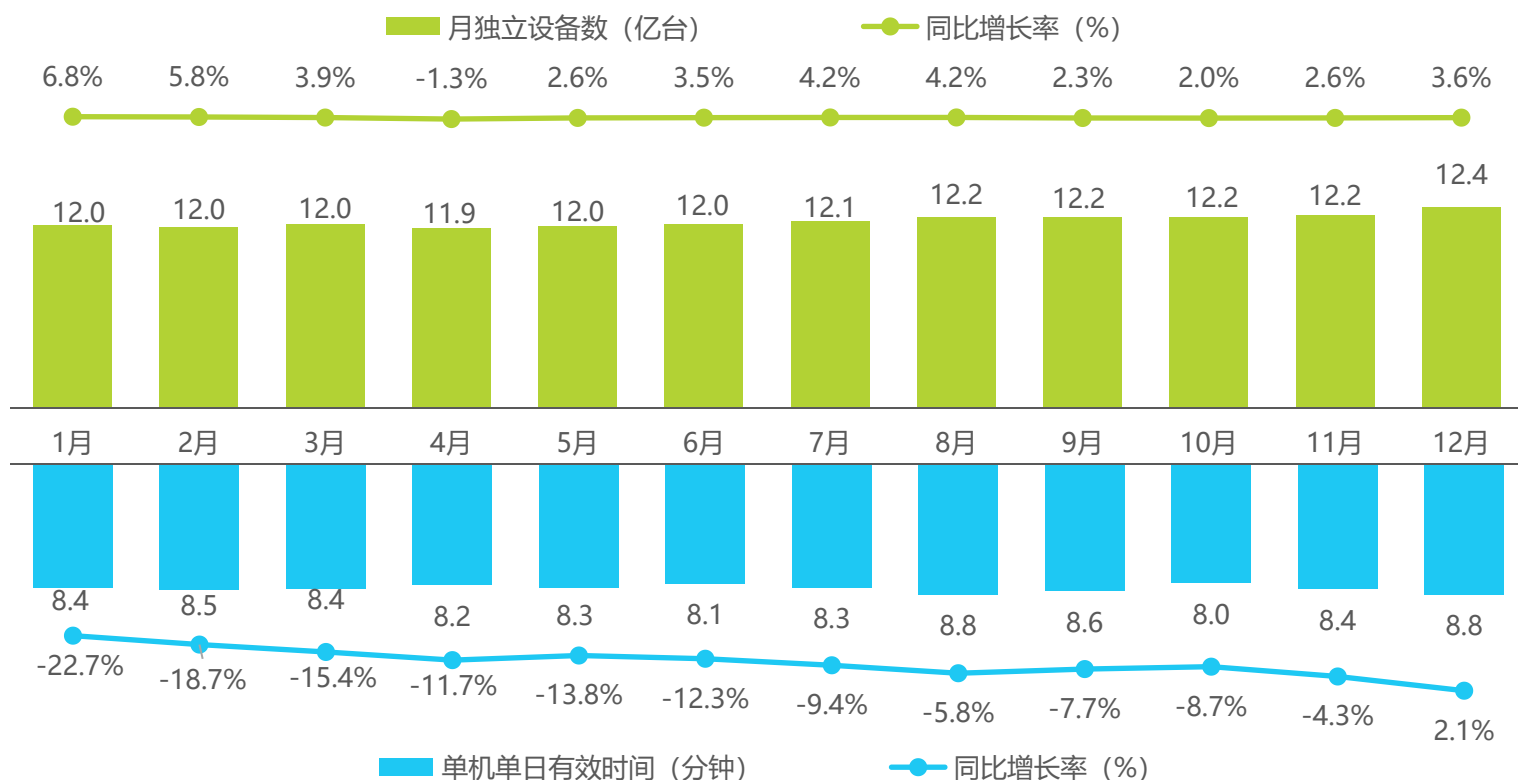
百度AI搜索API调用量环比增长超过110%，月度总使用次数实现大幅回升。

金融理财-行业概览

金融理财行业流量稳增，用户使用行为减少

2025年，金融理财行业流量稳增，月独立设备数整体保持小幅正增长，12月达12.4亿台，用户单日使用时间上，全年基本低于24年同期水平，用户使用行为显著减少，整体活跃度回落；变化既受宏观经济环境影响，也与转账支付等高频操作向轻量化迁移有关。

mUserTracker-2025年中国移动互联网金融理财行业用户规模

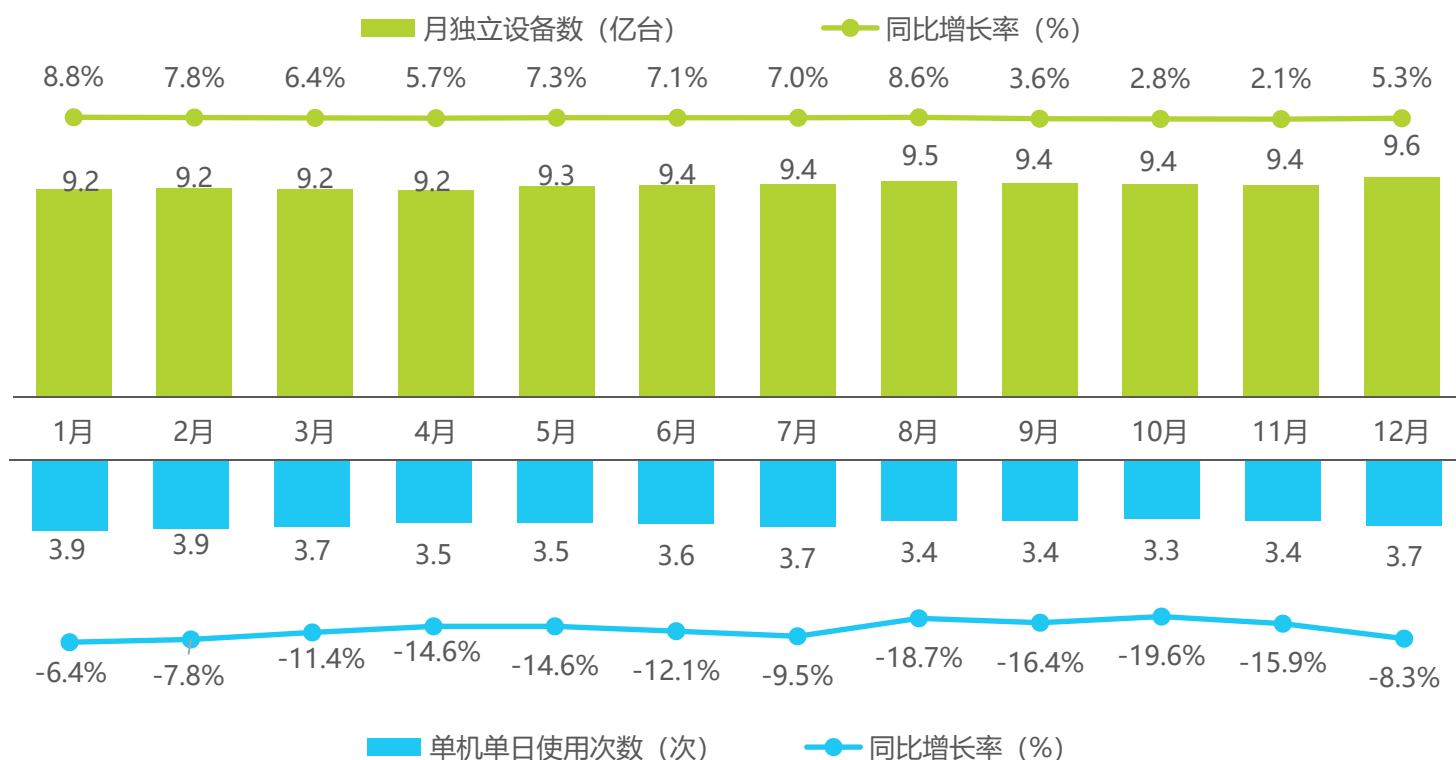


来源：艾瑞咨询 UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

支付行业用户规模稳定增长，使用次数全年同比下滑

2025年,支付行业流量稳增,月独立设备数实现全年同比正增长,展现出数字支付生态的持续渗透与用户基础的稳固扩张,8-11月份设备数环比下滑,12月回升至9.6亿台;使用行为上,用户单日使用次数约3.6次,同比降幅超10%,反映支付行为高效化、无感化演进趋势:小额交易逐渐被自动扣款、免密支付等技术替代,用户倾向于通过微信等聚合入口完成一站式操作。

mUserTracker-2025年中国移动互联网支付行业用户规模



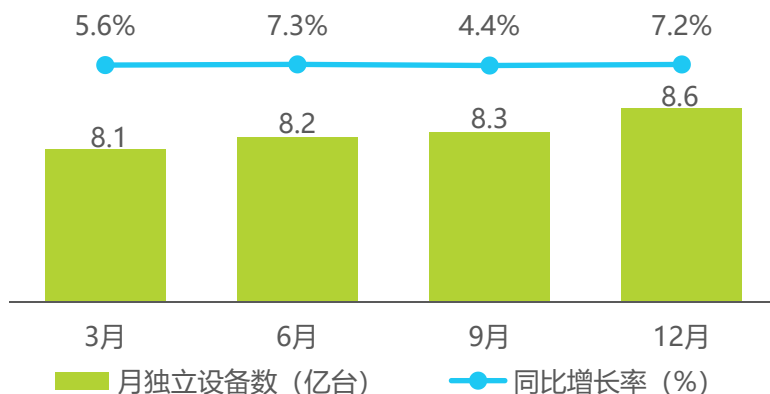
来源: 艾瑞咨询 UserTracker 多平台网民行为监测数据库 (桌面及智能终端)。

支付-行业热门APP概况

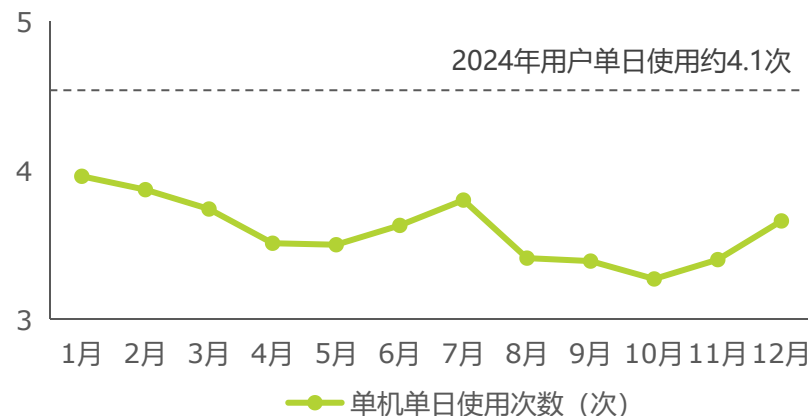
支付宝用户规模稳增，积极布局碰一下、AI付等前沿支付方式

2025年，支付宝用户规模实现稳步攀升，全年同比正增长发展，持续夯实其国民级支付应用地位。使用行为上，支付宝用户单日平均使用次数低于4次，使用频次较24年同期有所回落。作为支付赛道头部玩家，支付宝正持续推进支付功能创新迭代，积极探索落地碰一下支付、AI付等新型支付功能，进一步拓宽支付功能的场景应用边界，主动布局前沿支付技术，全力探索下一代支付方式的发展方向。

mUserTracker-2025年中国移动互联网
支付宝用户规模



mUserTracker-2025年中国移动互联网支付宝
单机单日使用次数变化趋势



支付宝2025年动态追踪

政府补贴bug

1月16日，用户使用支付宝转账缴费等操作，系统自动减免20%金额，支付宝称系后台配置错误，承诺不追回已发放优惠

“碰一下”用户数破2亿

9月，支付宝“碰一下”用户规模突破2亿，“碰一下”融入餐饮、商超等超千种生活场景，创新交互方式，提高支付便利性。

AI付，智能体下单支付

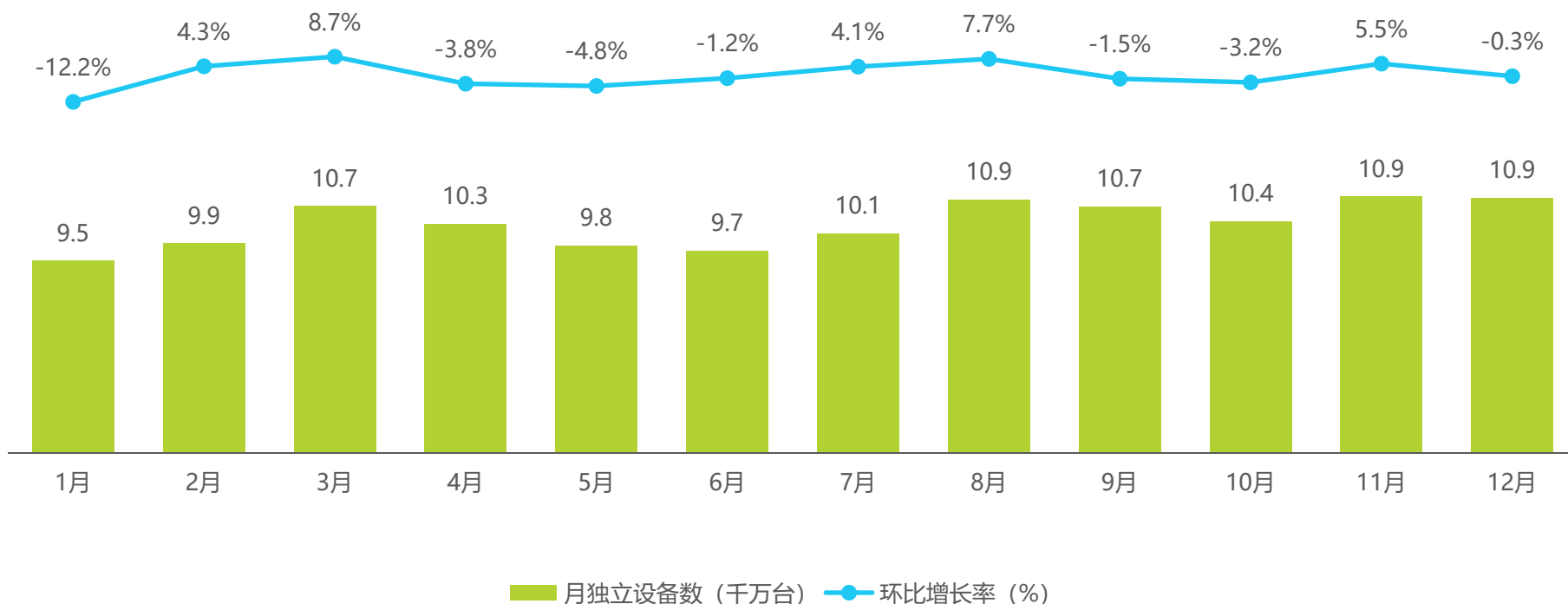
9月，推出AI付智能体支付方案，26年1月，千问APP接入支付宝AI付，实现一句话点外卖全链路支付闭环

金融理财-证券服务

证券服务流量波动回升，与市场周期联动紧密

2025年，中国移动互联网证券服务行业在波动中实现流量回升，月独立设备数稳定在1亿以上高位。态势折射出资本市场深化改革等一系列政策举措与市场红利期所带来的长期信心修复，进一步凸显证券服务行业活跃度与整体市场景气周期之间日益紧密的联动关系。

mUserTracker-2025年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）。

03 / 2025年 中国移动互联网价值榜

List

2025年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

2025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	2025年12月独立设备数	年增长率
				(万台)	(%)
1	豆包	人工智能	语言模型	15382.3	215.2%
2	红果免费短剧	短视频	短剧视频	18962.0	68.3%
3	番茄免费小说	电子阅读	在线阅读	17318.5	68.1%
4	淘宝闪购（原饿了么）	美食外卖	外卖	14295.3	61.2%
5	闲鱼	电子商务	网络购物	16917.5	44.4%
6	全民K歌	音乐音频	网络K歌	11635.6	36.0%
7	腾讯手机管家	实用工具	安全防护	15236.7	28.6%
8	QQ同步助手	实用工具	文件传输	11669.3	27.1%
9	小米安全中心	实用工具	安全防护	10345.3	22.0%
10	小米视频	视频服务	聚合视频	12711.3	21.9%
11	WiFi万能钥匙	实用工具	WiFi	16424.2	18.4%
12	企业微信	通讯聊天	即时通讯	14491.2	16.9%
13	百度网盘	办公管理	云盘	11405.8	16.9%
14	和平精英	游戏服务	射击游戏	13178.3	16.7%
15	京东	电子商务	网络购物	48694.5	16.6%

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）。

2025年中国移动互联网用户增速榜

用户规模五千万至1亿量级TOP15增速榜

2025年中国移动互联网用户规模五千万至1亿量级的TOP15增速APP榜

序号	APP名称	一级行业	二级行业	2025年12月独立设备数 (万台)	年增长率 (%)
1	汽水音乐	音乐音频	在线音乐	8466.4	140.2%
2	悟空浏览器	实用工具	浏览器	5071.1	56.9%
3	华为运动健康	健康医疗	健身运动	6154.8	49.3%
4	夸克浏览器	实用工具	浏览器	8844.6	41.7%
5	安居客	房产服务	房产	6119.1	38.8%
6	转转	电子商务	网络购物	5220.5	33.7%
7	360浏览器	实用工具	浏览器	5380.7	21.5%
8	小米浏览器	聚合资讯	浏览器资讯	9437.8	19.8%
9	腾讯地图	旅游出行	导航地图	5973.0	17.1%
10	美团外卖	美食外卖	外卖	7738.5	16.2%
11	大众点评网	生活服务	本地生活	7652.4	14.0%
12	搜狐新闻	综合资讯	新闻资讯	7986.8	11.7%
13	华为商城	电子商务	网络购物	5143.3	10.3%
14	邮储银行	金融理财	银行	5752.9	8.9%
15	云闪付	金融理财	支付	9918.3	6.0%

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年中国移动互联网用户增速榜

用户规模一千万至五千万量级TOP15增速榜

2025年中国移动互联网用户规模一千万至五千万量级的TOP15增速APP榜

序号	APP名称	一级行业	二级行业	2025年12月独立设备数	年增长率
				(万台)	(%)
1	多闪	社交网络	社区交友	4973.0	899.2%
2	抖音精选	短视频	短视频	3211.3	366.9%
3	河马剧场	短视频	短剧视频	4049.1	116.2%
4	轻颜相机	拍摄美化	照相机	2487.9	107.4%
5	和平营地	游戏服务	游戏工具	1097.8	102.4%
6	小宇宙	音乐音频	播客音频	1288.3	56.6%
7	一甜相机	拍摄美化	照相机	1268.3	56.6%
8	Faceu激萌	拍摄美化	照相机	2142.0	56.4%
9	快影	视频服务	视频工具	2810.5	53.2%
10	QQ安全中心	实用工具	安全防护	1578.2	53.0%
11	Wink	拍摄美化	拍摄美化	1025.4	51.5%
12	Steam	游戏服务	游戏平台	1202.9	47.5%
13	涨乐财富通	金融理财	证券服务	1071.5	46.4%
14	扫描全能王	办公管理	效率办公	2468.6	46.1%
15	快看漫画	电子阅读	动漫	2313.4	42.7%

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年央卫视剧集收视榜

年代、谍战大剧收视领先，古装剧上星播出增量

2025年央视首轮剧集
收视TOP10

排名	剧集	播出频道	主演	直播收视率
1	沉默的荣耀	CCTV 8 电视剧	于和伟 / 吴越	4.0%
2	六姊妹	CCTV 1 综合	梅婷 / 陆毅	4.0%
3	灼灼韶华	CCTV 8 电视剧	热依扎 / 杨祐宁	4.0%
4	生万物	CCTV 8 电视剧	杨幂 / 欧豪	3.9%
5	四喜	CCTV 8 电视剧	童瑶 / 蒋欣	3.7%
6	大生意人	CCTV 8 电视剧	陈晓 / 孙千	3.7%
7	绝密较量	CCTV 1 综合	张鲁一 / 高圆圆	3.6%
8	蛮好的人生	CCTV 8 电视剧	孙俪 / 董子健	3.6%
9	老舅	CCTV 8 电视剧	郭京飞 / 王佳佳	3.3%
10	我的后半生	CCTV 8 电视剧	张国立 / 佟大为	3.3%

2025年卫视首轮剧集
收视TOP10

排名	剧集	播出频道	主演	直播收视率
1	潜渊	东方卫视	黄晓明 / 张佳宁	0.8%
2	国色芳华	东方卫视	杨紫 / 李现	0.6%
3	余生有涯	湖南卫视	张彬彬 / 毛晓彤	0.6%
4	仁心俱乐部	东方卫视	辛芷蕾 / 白客	0.5%
5	锦月如歌	东方卫视	周也 / 丞磊	0.5%
6	韶华若锦	东方卫视	宋威龙 / 包上恩	0.5%
7	锦绣芳华	东方卫视	杨紫 / 李现	0.5%
8	深情眼	东方卫视	张予曦 / 毕雯珺	0.5%
9	有你的时光里	东方卫视	童瑶 / 周依然	0.5%
10	许我耀眼	湖南卫视	赵露思 / 陈伟霆	0.4%

2025年央卫视综艺收视榜

央视文化类新晋综艺IP收视领先，卫视经典综艺优势稳固

2025年央视综艺
收视TOP10

排名	剧集	播出频道	直播收视率
1	三餐四季第二季		1.9%
2	三餐四季第三季		1.8%
3	2025中国诗词大会		1.6%
4	寻味山海		1.6%
5	中国中医药大会第二季		1.6%
6	踏歌行		1.5%
7	山水间的家第四季		1.5%
8	城市风华录		1.4%
9	城市风华录第二季		1.4%
10	非遗里的中国第四季		1.4%

2025年卫视综艺
收视TOP10

排名	剧集	播出频道	直播收视率
1	歌手2025		0.8%
2	你好星期六		0.7%
3	奔跑吧第十三季		0.7%
4	奔跑吧·天路篇		0.6%
5	王牌对王牌第九季		0.6%
6	声生不息·大湾区季		0.5%
7	奔跑吧·茶马古道篇		0.5%
8	声鸣远扬2025		0.5%
9	非诚勿扰		0.4%
10	妻子的浪漫旅行2025		0.4%

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