



QuestMobile2024 中国移动互联网“黑马应用”盘点

2025-01-14

本报告主要研究中国移动互联网中“黑马”APP/小程序流量增长表现、品牌线上流量增长黑马表现。

1) 数据选取时间：2023年11月-2024年11月

2) 数据来源：

QuestMobile TRUTH 中国移动互联网数据库

QuestMobile GROWTH 用户画像标签数据库

QuestMobile TRUTH 全景生态流量数据库

QuestAuto 中国新能源汽车数据库

3) 数据选取规则：

黑马APP/小程序：在所选的时间范围内，月日均活跃用户规模，期末日均DAU大于1万，复合增长率TOP1000

4) 重要指标释义：

复合增长率（CAGR）计算和反映所选周期内指标的平均增长，计算方法为所选周期内指标总增长率百分比的 n 方根， n 为所选周期内的月数(用户所选起始天所在的月为第一月，用户所选最后一天所在的月为最后一月)

黑马赛道

AIGC增速超300%，领跑中国移动互联网增长赛道

冰火两重天：超半数行业负增长，约两成行业增速超10%，互联网细分赛道呈现“冰火两重天”格局

AIGC领跑：AIGC行业增速超300%；汽车、金融、文旅、游戏等相关赛道也展现出稳健的增长

头部效应加剧：月日均活跃100万量级以上黑马APP数量比例提升1.6%，1-10万量级比例下滑明显

黑马应用

女性向游戏表现亮眼，硬件智能化加速推进，AIGC强势增长

女性向游戏：《恋与深空》《心动小镇》等手机游戏一经上线便迅速受到了大量年轻女性玩家的喜爱

电动自行车智能化：爱玛、雅迪、台铃电动自行车官方应用表现出强劲的增长势头

AIGC赛道火热：既有企业与新晋玩家齐头并进，展现强劲增长势头，豆包APP月活超5,000万，Kimi智能助手突破2,000万

黑马品牌

中式餐饮、茶饮品牌数字化转型加速，多行业展现强劲增长

数字化升级：中式餐饮、茶饮品牌积极拥抱数字化变革，黑马品牌中，多款中式餐饮、茶饮品牌上榜

新能源汽车黑马：增长黑马TOP车系中，长城汽车多款车系上榜，问界M7、海鸥活跃量分别突破25万辆和60万辆

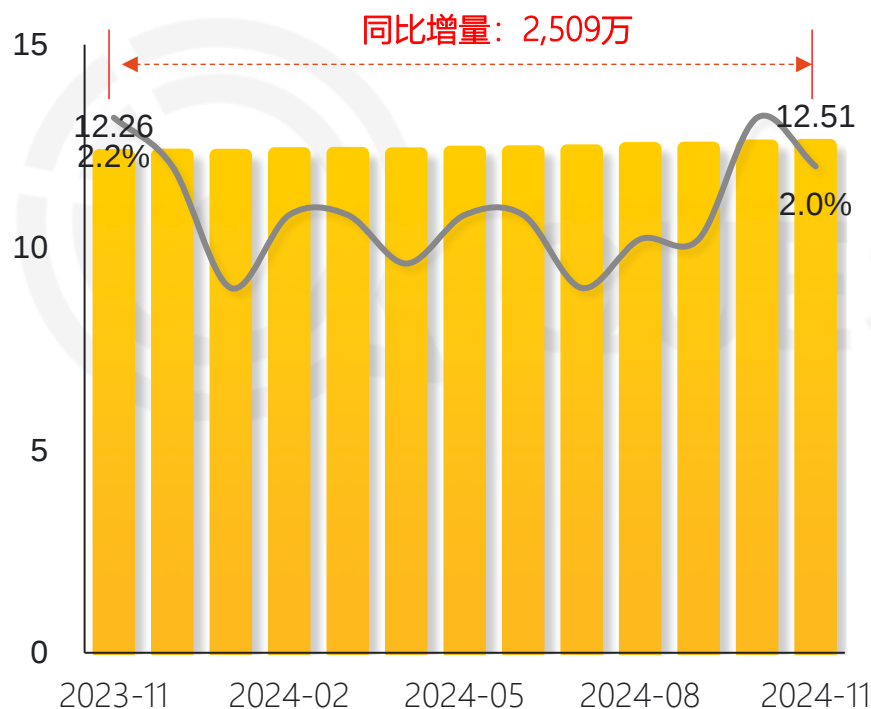
01

【黑马赛道】AIGC增速超300%，
领跑中国移动互联网增长赛道

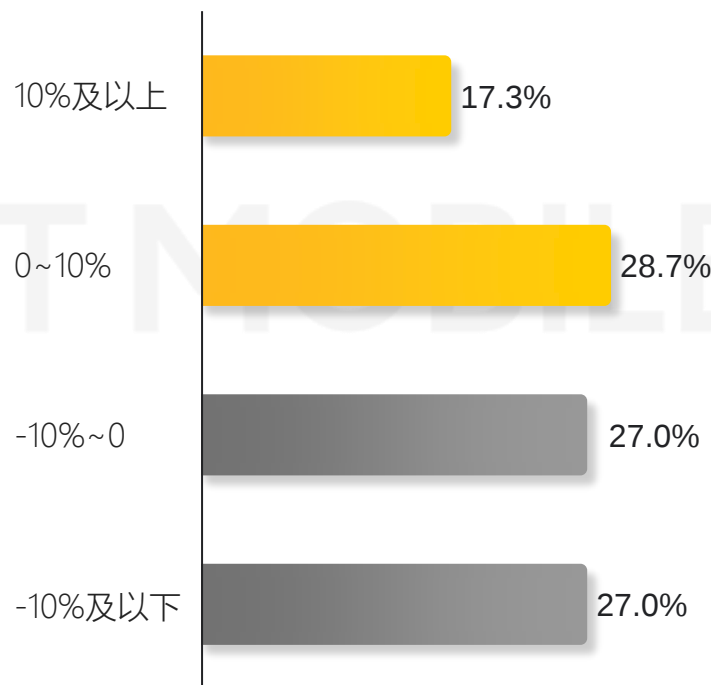
在移动互联网整体流量保持稳定的大背景下，各细分行业内部正经历着剧烈的变化与重组；超半数行业负增长，约两成行业增速超10%，呈现“冰火两重天”格局，凸显资源重新配置和差异化竞争的重要性

中国移动互联网月活跃用户规模

单位：亿 ■ 月活跃用户规模 — 同比增长率



2024年11月 中国移动互联网各细分行业月活跃用户规模同比增长率区间 数量分布



AIGC行业展现出强劲增长势头，以超过300%的增速领跑中国移动互联网增长赛道；汽车、金融、文旅、游戏等相关赛道也展现出稳健的增长



2024年11月 中国移动互联网细分行业 月活跃用户规模增长TOP10 (分量级)

月活跃用户规模5,000万以上量级

单位：万		同比增长率
AIGC	10,181	310.2%
智能汽车	9,919	35.3%
股票交易	12,756	32.3%
用车服务	17,459	19.6%
电影演出	5,012	19.2%
教育工具	15,019	18.4%
策略游戏	7,700	17.6%
有声听书	10,514	16.8%
现金借贷	5,349	16.6%
智能家居	33,766	15.8%

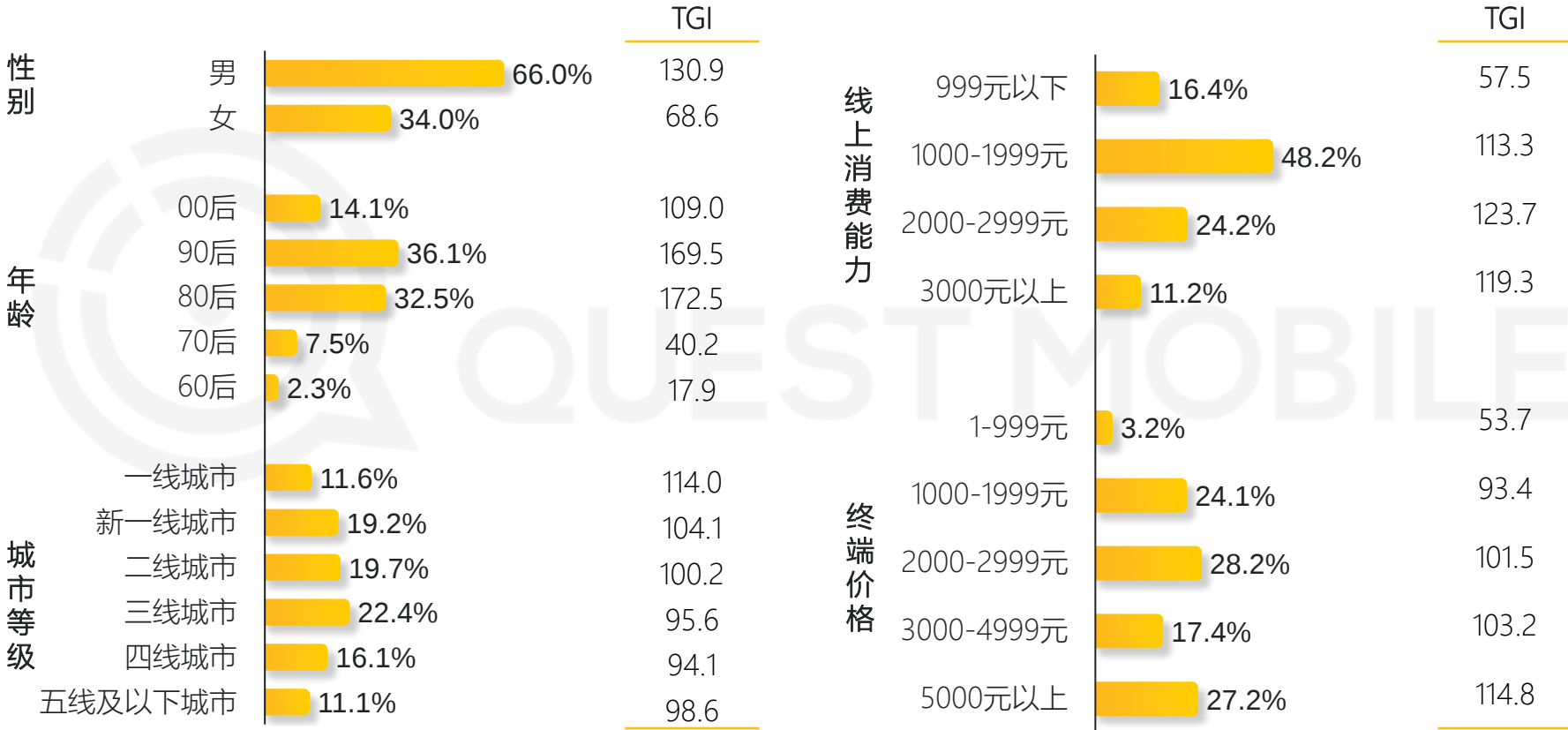
月活跃用户规模1,000-5,000万量级

单位：万		同比增长率
星座运势	1,401	44.9%
智能配件	3,591	43.0%
智能健康	1,052	34.2%
航班服务	3,774	31.5%
酒店服务	1,487	26.7%
旅行工具	1,406	24.1%
ARPG	3,753	16.0%
卡牌游戏	2,877	11.9%
医药服务	1,626	9.4%
育儿工具	1,798	5.7%

AIGC APP行业用户男性特征突出，80后、90后群体尤为活跃，具有较强的线上消费能力；相较于全网用户结构，AIGC APP用户更集中在二线及以上城市，并且终端价格2000元以上设备比例突出



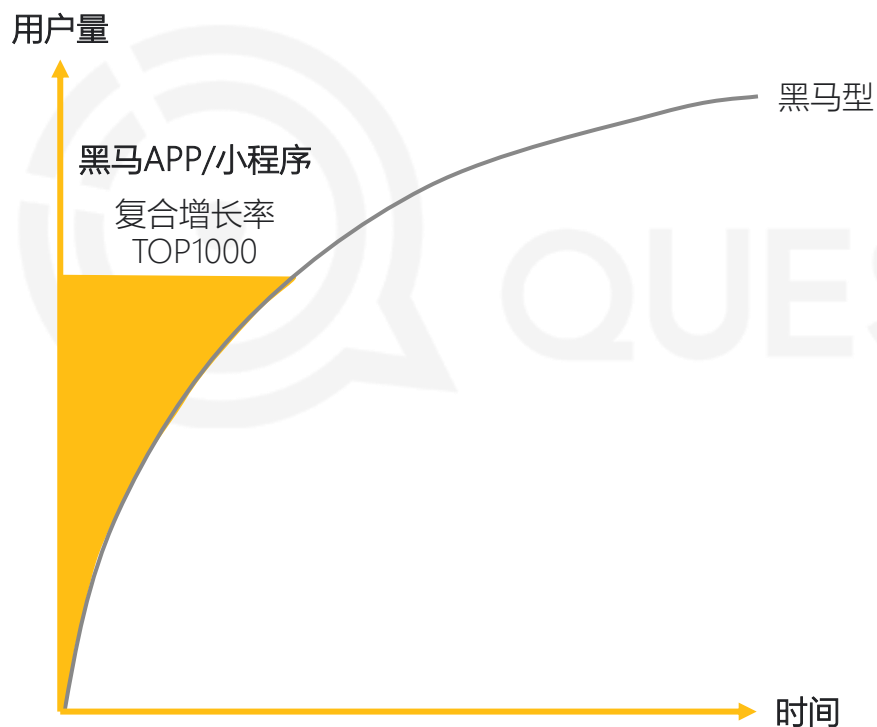
2024年11月 AIGC APP行业 用户画像



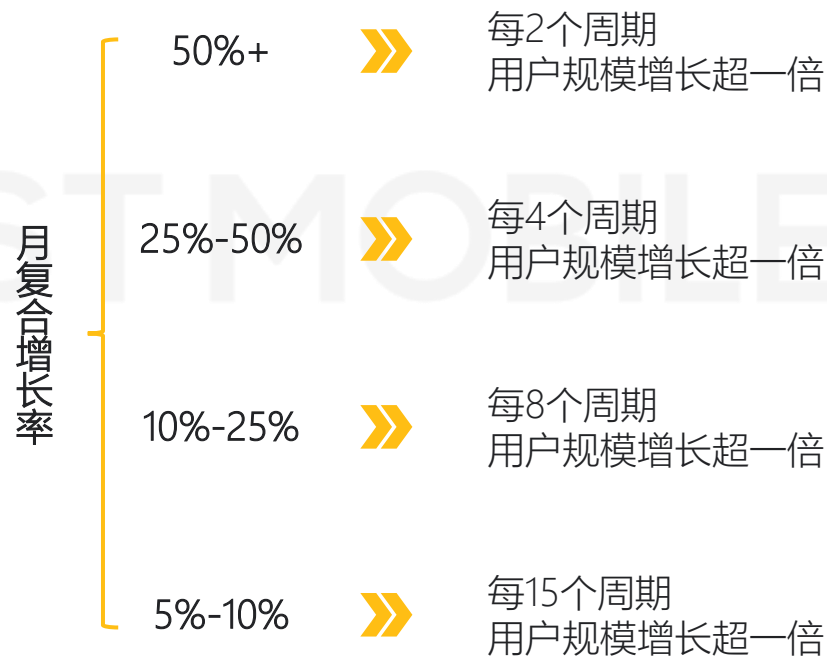
注：活跃占比TGI，目标App某个标签属性的活跃占比除以全网具有该标签属性的活跃占比*100。

“黑马型”应用是同时期内增长最突出的应用，整体用户规模偏小，但能够充分反映周期内移动互联网行业的市场动态

APP/小程序黑马增长模型

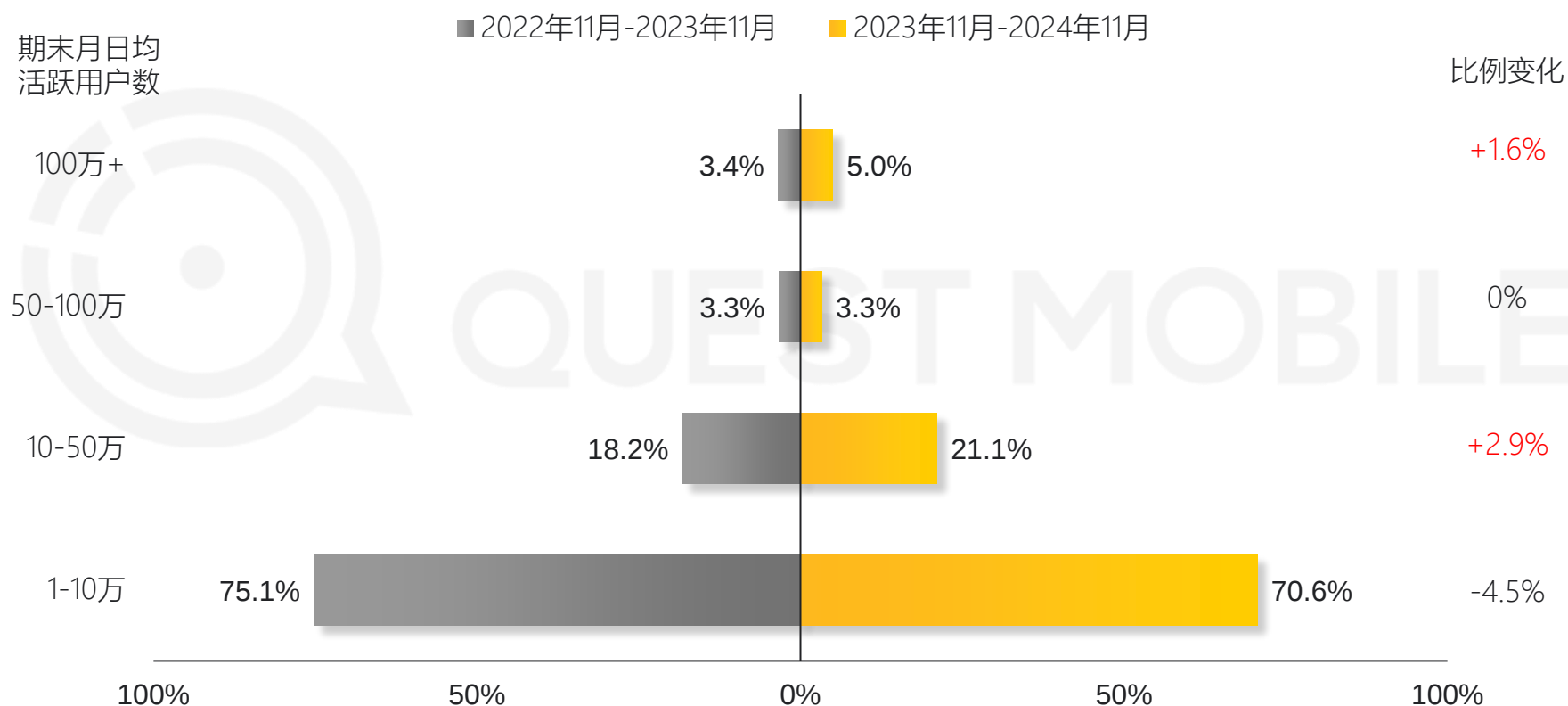


月复合增长率与用户规模增长关系



头部效应加剧，日活100万量级以上黑马APP数量比例提升1.6%，
1-10万量级比例下滑明显

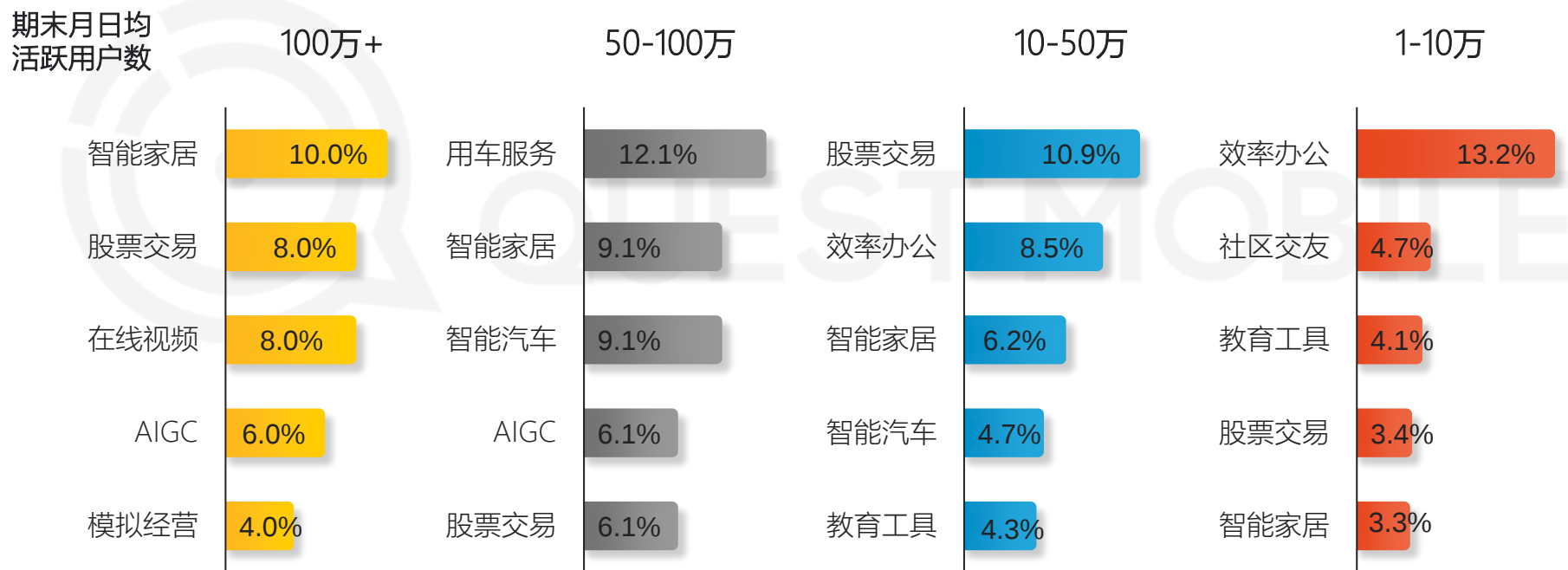
各量级黑马APP 数量分布比例变化情况



注：黑马APP指在所选的时间范围内，月日均复合增长率TOP1000的APP。

智能家居、股票交易赛道展现出“全量级黑马”实力，在不同量级均占据了显著位置；办公、教育类黑马APP则更多地在中少量级崭露头角

各量级黑马APP所属行业占比TOP5



注：黑马APP指在所选的时间范围内（2023年11月至2024年11月），月日均复合增长率TOP1000的APP；期末指2024年11月。

02

【黑马APP盘点】女性向游戏表现亮眼，
硬件智能化加速推进，AIGC强势增长

【日均活跃用户数100万以上黑马APP】多款手机游戏爆火，其中《宝可梦大集结》《心动小镇》月复合增长率均超70%；抖音系在电商、AIGC、视频多领域开花



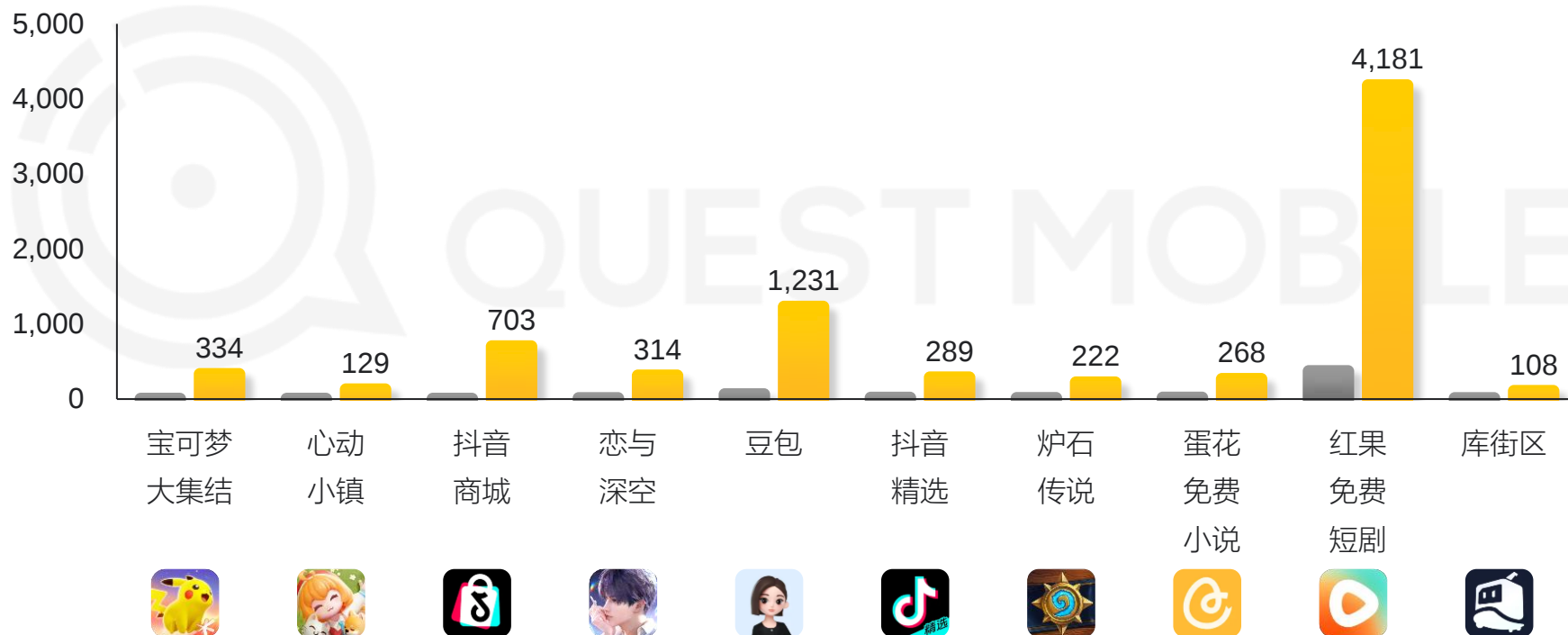
2023年11月-2024年11月 月复合增长率TOP10 APP 月日均活跃用户规模
(期末月日均活跃用户规模 ≥ 100万)

单位：万

■ 2023-11

■ 2024-11

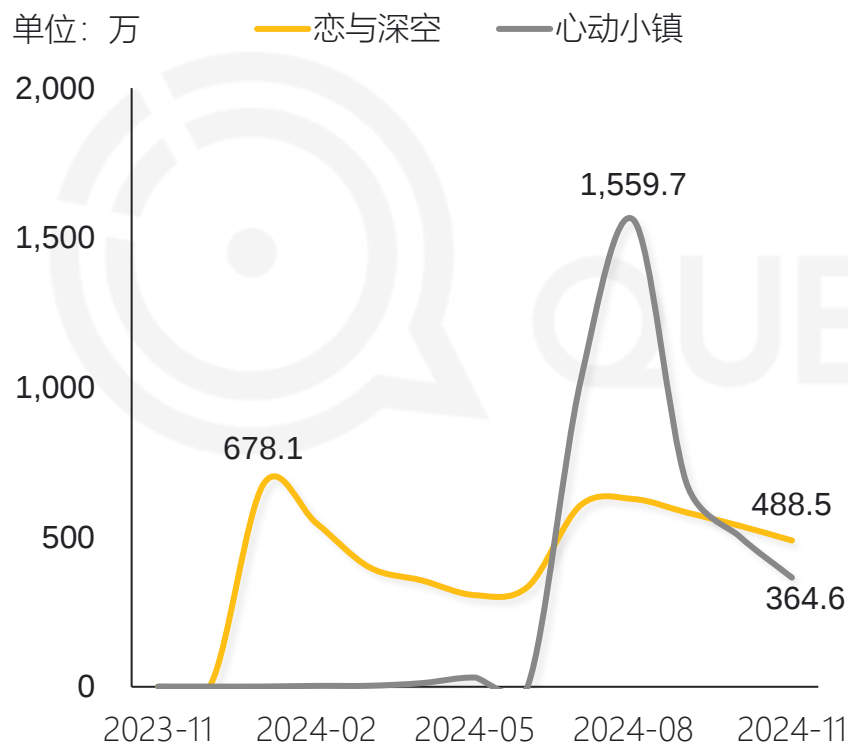
月复合增长率	80.0%	70.2%	53.2%	30.6%	27.9%	25.9%	25.7%	24.6%	22.3%	19.4%
所属行业	策略游戏	模拟经营	综合电商	模拟经营	AIGC	在线视频	卡牌游戏	在线阅读	在线视频	游戏助手



注：复合增长率（CAGR）计算和反映所选周期内指标的平均增长，计算方法为所选周期内指标总增长率百分比的n方根，n为所选周期内的月数。

《恋与深空》凭借恋爱互动的特点，《心动小镇》则依靠生活模拟的元素，两款游戏一经上线便迅速受到了大量年轻女性玩家的喜爱

恋与深空&心动小镇APP
月活跃用户规模趋势



恋与深空

- 实时互动
- 3D写实
- 恋爱故事

游戏

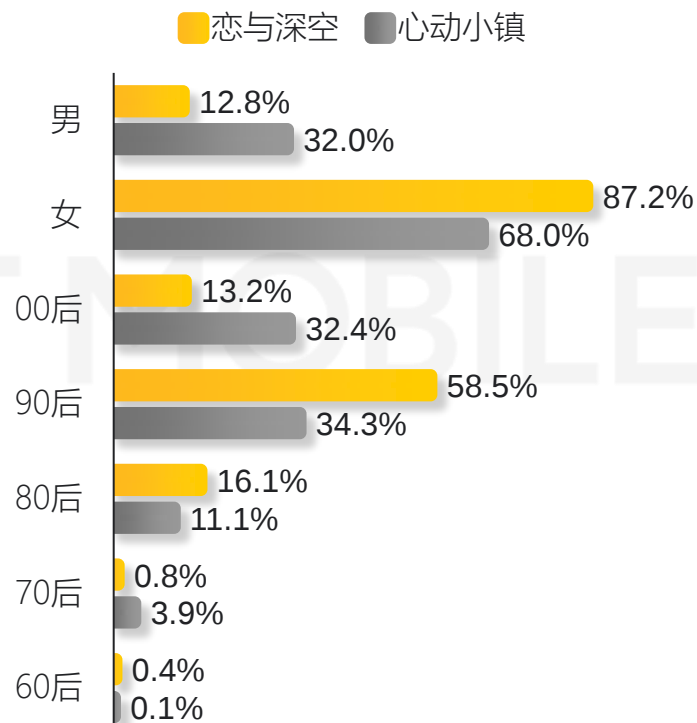
特征

- 生活模拟
- 社交模拟
- 装扮系统



心动小镇

恋与深空&心动小镇APP
用户画像

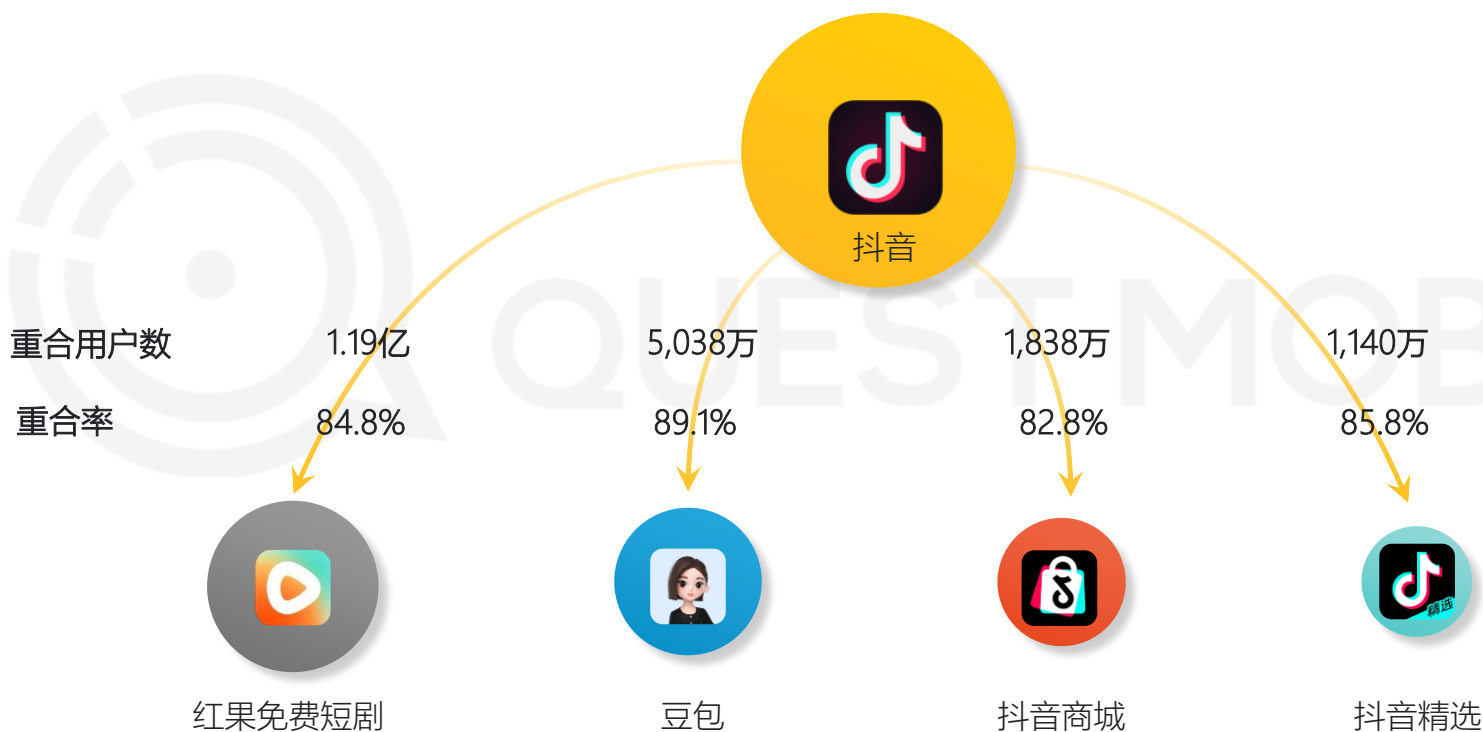


在抖音APP流量分发加持下，抖音系短剧、AIGC及电商类等应用迅速抓住流量增长机遇，成为行业增长黑马



QuestMobile数据显示，2024年11月，红果免费短剧、豆包、抖音商城及抖音精选APP与抖音APP重合用户数分别达到1.19亿、5038万、1838万和1140万。

2024年11月 抖音与旗下典型APP的重合用户数



注：1、重合用户数：在统计周期(月)内，同时使用过两个App的用户数；2、重合率：在统计周期(月)内，该App的重合用户数与其活跃用户数的比值，以豆包与抖音的重合为例，豆包的重合率=豆包与抖音的重合用户数/豆包的用户数。

【日均活跃用户数50万至100万黑马APP】出行设备智能化快速发展，多款电动自行车、新能源汽车APP成为增长黑马



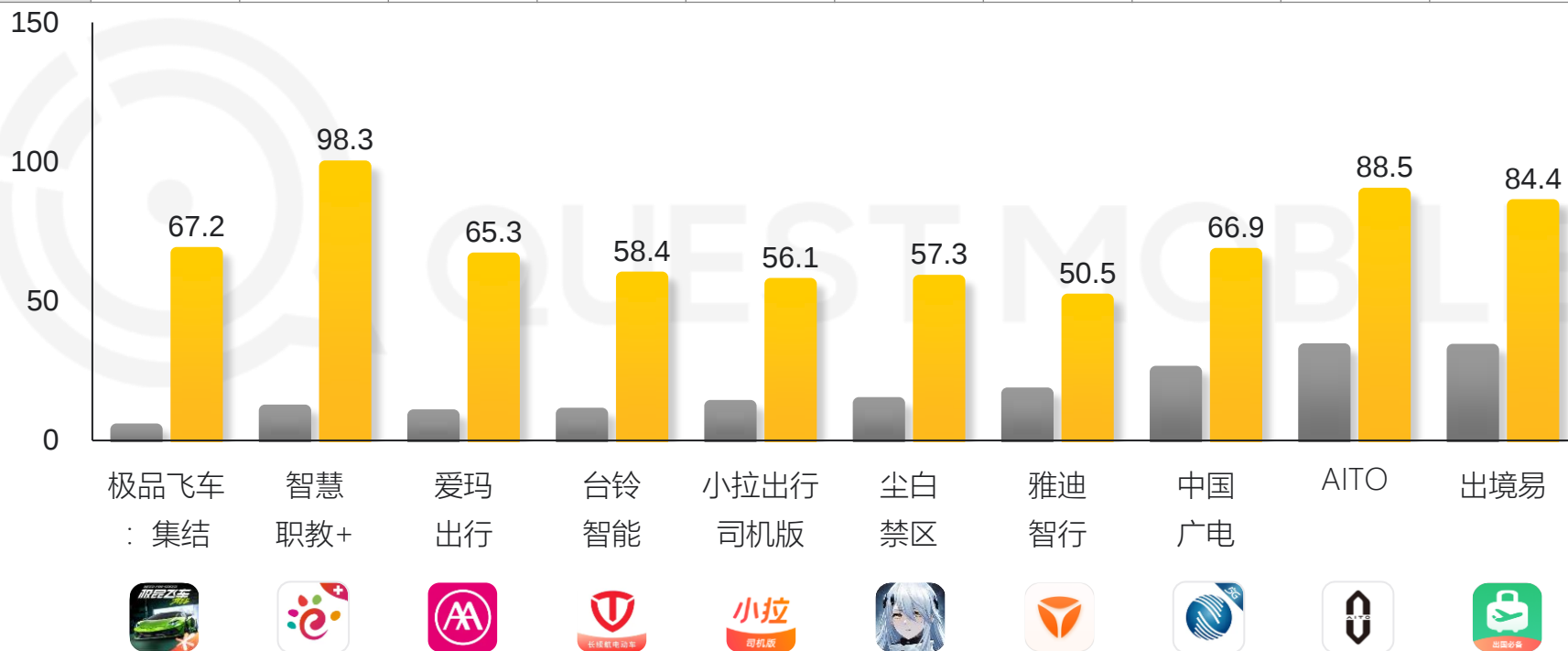
2023年11月-2024年11月 月复合增长率TOP10 APP 月日均活跃用户规模 (50万 ≤ 期末月日均活跃用户规模 < 100万)

单位：万

■ 2023-11

■ 2024-11

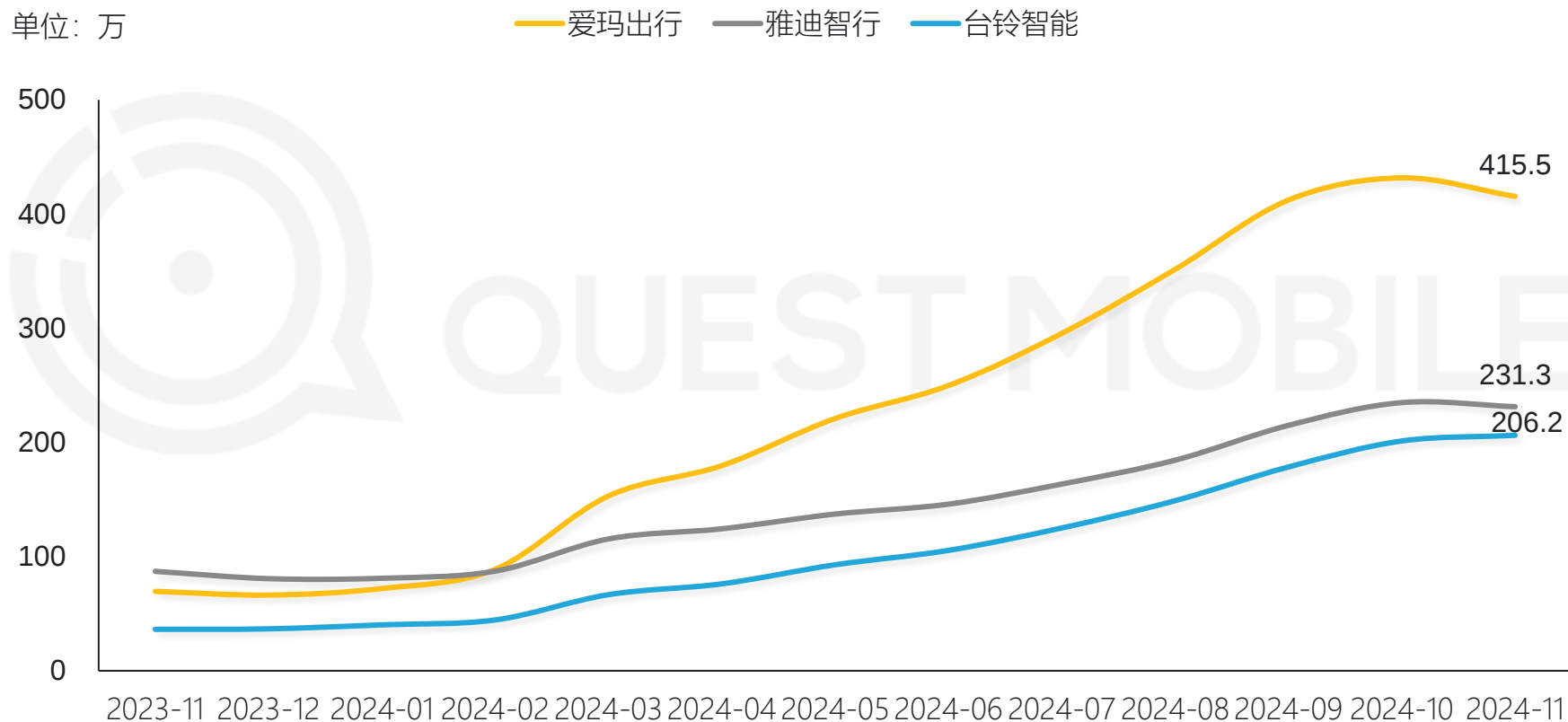
月复合增长率	26.8%	20.3%	18.0%	16.3%	13.5%	12.9%	9.6%	8.7%	8.7%	8.3%
所属行业	赛车跑酷	高等教育	用车服务	智能配件	用车服务	飞行射击	用车服务	运营商服务	智能汽车	旅行工具



注：复合增长率（CAGR）计算和反映所选周期内指标的平均增长，计算方法为所选周期内指标总增长率百分比的n方根，n为所选周期内的月数。

电动自行车的智能化升级在悄然加速，爱玛、雅迪、台铃电动自行车官方应用表现出强劲的增长势头

典型电动自行车品牌APP 月活跃用户规模趋势



【日均活跃用户数1万至50万黑马APP】1万至50万日活用户的TOP黑马APP多集中于手机游戏、数字阅读、智能设备等行业

2023年11月-2024年11月 月复合增长率TOP10 APP 月日均活跃用户规模 (10万 ≤ 期末月日均活跃用户规模 < 50万)

单位：万

2023-11

2024-11

月复合增长率	53.6%	52.1%	51.8%	50.6%	46.6%	44.5%	44.3%	41.8%	39.6%	38.2%
所属行业	百科问答	MMORPG	智能汽车	卡牌游戏	飞行射击	智能配件	在线阅读	智能配件	社群电商	策略游戏



注：复合增长率（CAGR）计算和反映所选周期内指标的平均增长，计算方法为所选周期内指标总增长率百分比的n方根，n为所选周期内的月数。

2023年11月-2024年11月 月复合增长率TOP10 APP 月日均活跃用户规模 (1万 ≤ 期末月日均活跃用户规模 < 10万)

单位：万

■ 2023-11

■ 2024-11

月复合增长率	48.6%	42.6%	41.7%	41.7%	41.4%	38.4%	36.0%	36.0%	34.6%	34.0%
所属行业	聚合视频	策略游戏	卡牌游戏	AIGC	飞行射击	短视频	股票交易	教育工具	益智休闲	游戏助手



注：复合增长率（CAGR）计算和反映所选周期内指标的平均增长，计算方法为所选周期内指标总增长率百分比的n方根，n为所选周期内的月数。

【新上线APP】荣耀应用市场APP上线近一年时间，日活近1600万；腾讯、网易多款新游上榜；Kimi智能助手、猫箱AIGC类应用日活分别达到305.6万、90.9万



新上线APP 2024年11月 月日均活跃用户规模TOP15

单位：万

细分行业	终端商店	游戏助手	飞行射击	ARPG	AIGC	MMORPG	情侣互动	卡牌游戏	ARPG	飞行射击	ARPG	在线视频	ARPG	AIGC	塔防守卫
所属公司	荣耀	腾讯	腾讯	腾讯	月之暗面	网易	代码循环	灵犀互娱	库洛游戏	网易	米哈游	快手	网易	抖音	君创网络



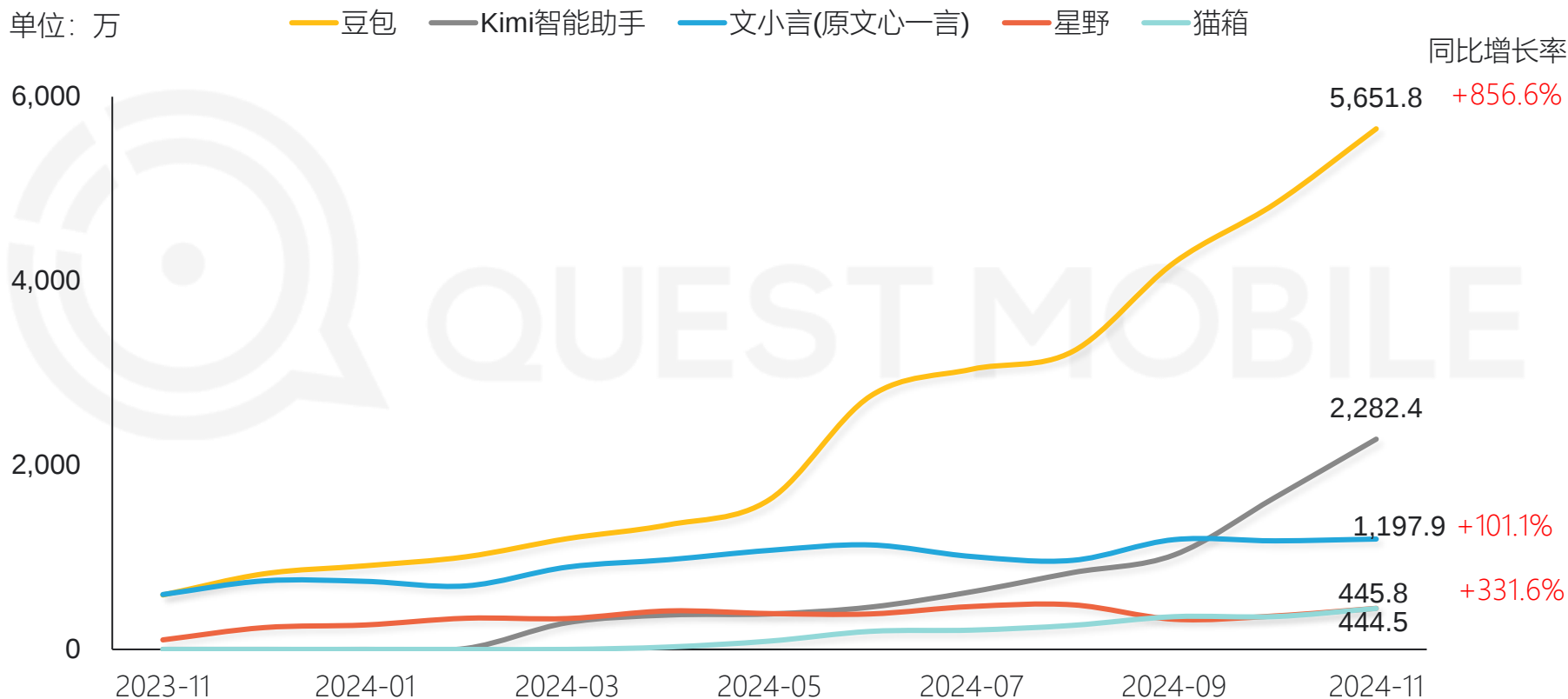
注：新上线APP指2023年12月-2024年11月间上线的APP。

【AIGC赛道】AIGC赛道火热，既有企业与新晋玩家齐头并进，展现强劲增长势头



QuestMobile数据显示，截止2024年11月，豆包APP以超5000万月活跃用户规模、800%以上的增速领跑AIGC行业，Kimi智能助手APP上线不足一年时间，月活跃用户规模突破2000万，文小言凭借1198万的月活跃用户数位居第三位，星野、猫箱规模较为接近，分别以446万和445万位于第四和第五名。

AIGC APP月活跃用户规模TOP1-5



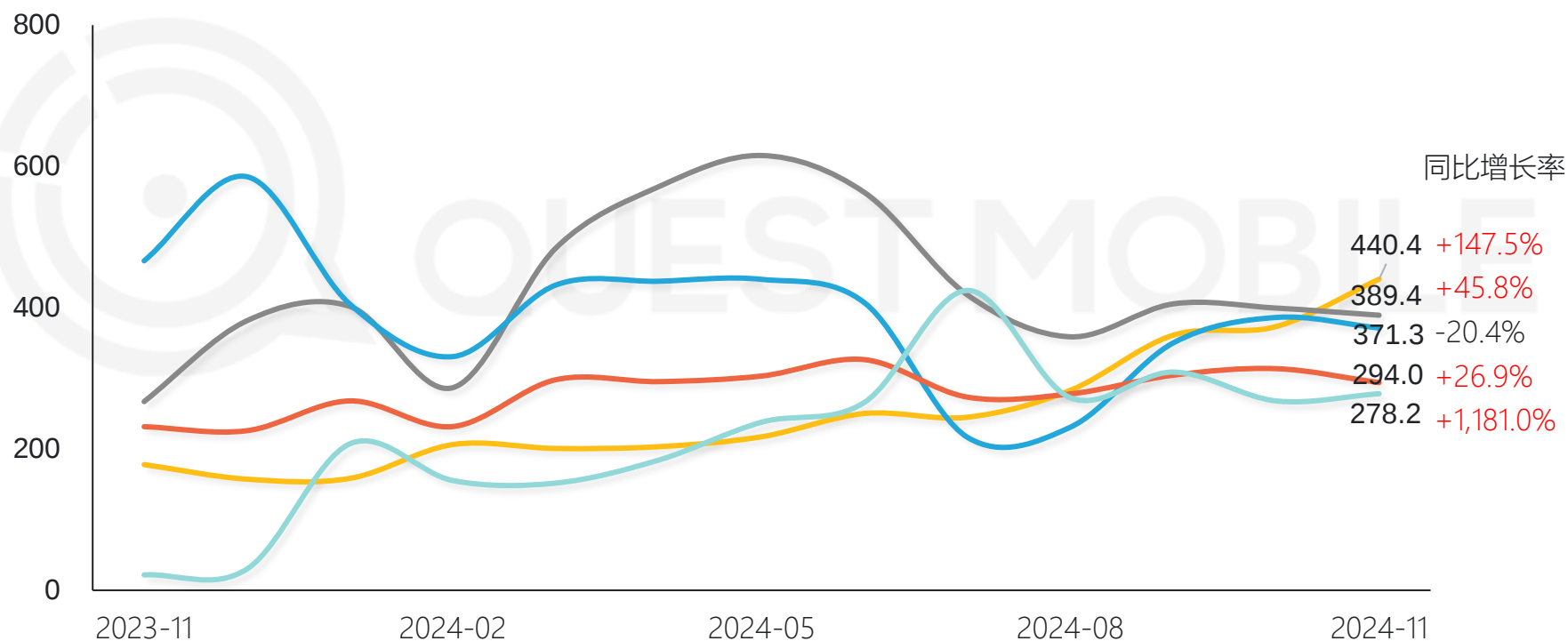
(接上页)

AIGC APP月活跃用户规模6-10名竞争较为激烈，智谱清言、天工、光速写作、讯飞星火月活跃用户规模分别达到440.4万、389.4万、371.3和294.0万，通义APP上线一年时间月活跃用户规模达到278.2万，同比增长率高达1181%，跻身TOP10行列。

AIGC APP月活跃用户规模TOP6-10

单位：万

— 智谱清言 — 天工 — 光速写作 — 讯飞星火 — 通义



03

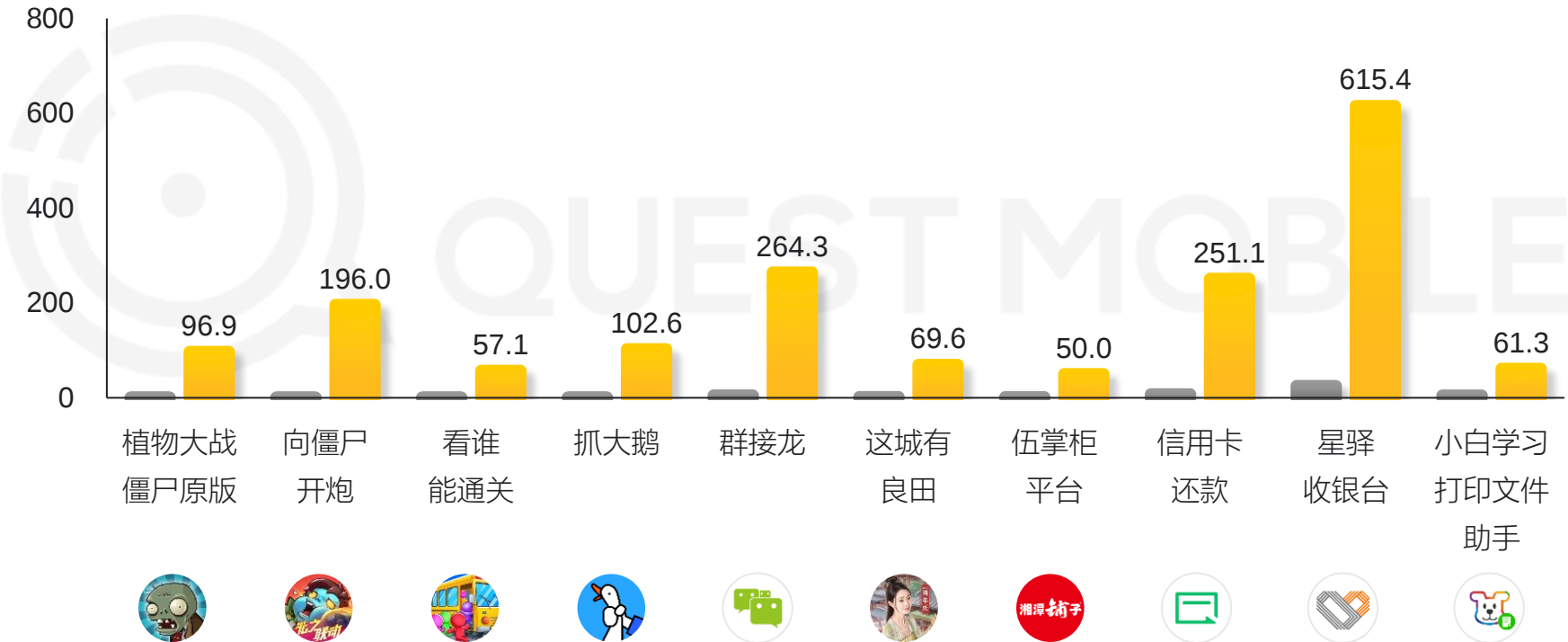
【黑马小程序盘点】短剧类小程序在
微信和抖音中蓬勃发展，支付宝、百
度小程序融入日常生活

2023年11月-2024年11月 月复合增长率TOP10 微信小程序 月日均活跃用户规模
(期末月日均活跃用户规模 ≥ 50万)

单位：万

2023-11 2024-11

月复合增长率	80.7%	77.5%	66.0%	51.9%	39.0%	36.9%	35.5%	34.1%	30.6%	23.4%
所属行业	手机游戏	手机游戏	手机游戏	手机游戏	实用工具	手机游戏	实用工具	金融理财	生活服务	实用工具



注：复合增长率（CAGR）计算和反映所选周期内指标的平均增长，计算方法为所选周期内指标总增长率百分比的n方根，n为所选周期内的月数。

2024年新上线微信小程序中，短剧类应用蓬勃发展，多款小程序日均活跃用户规模超百万

 QUEST MOBILE

新上线微信小程序 2024年11月 月日均活跃用户规模TOP10

单位：万



注：统计2023年12月-2024年11月间上线的微信小程序，按照2024年11月日均活跃用户规模选取TOP10微信小程序。

支付宝增长黑马小程序多集中在生活服务、移动购物领域，品牌会员积分管理、租赁服务、话费充值等小程序流量增速显著

 QUEST MOBILE

2023年11月-2024年11月 月复合增长率TOP10 支付宝小程序 月日均活跃用户规模
(期末月日均活跃用户规模 ≥ 10万)

单位：万

2023-11 2024-11



注：复合增长率（CAGR）计算和反映所选周期内指标的平均增长，计算方法为所选周期内指标总增长率百分比的n方根，n为所选周期内的月数。

2023年11月-2024年11月 月复合增长率TOP10 百度&抖音小程序 月日均活跃用户规模
(期末月日均活跃用户规模 ≥ 10万)

百度智能小程序			抖音小程序		
单位：万		复合增长率	单位：万		复合增长率
花筑旅行蔚徕柏纳酒店*	11.2	62.0%	阳光故事会	16.2	75.9%
漫漫漫画	29.9	61.4%	玄霄乐播	17.1	64.2%
美图秀秀	45.9	50.6%	超好看剧场	14.2	56.6%
车来了精准实时公交	14.6	30.2%	比翼短剧	124.2	52.4%
小探索智商测试	11.2	24.4%	星泽剧场	50.3	47.2%
有赞精选	15.3	9.2%	洋葱剧院	16.6	45.7%
大众点评	18.1	5.7%	金牌剧场	14.3	41.6%
喵特COS	11.7	1.9%	古籍寻宝记	13.6	24.9%
汽车之家极速版	21.4	1.2%	酷匠剧场	29.0	24.3%
简书	14.7	1.2%	东风日产	32.2	22.7%

注：1、复合增长率（CAGR）计算和反映所选周期内指标的平均增长，计算方法为所选周期内指标总增长率百分比的n方根，n为所选周期内的月数；2、*小程序全称为：花筑旅行蔚徕柏纳酒店民宿预订。

04

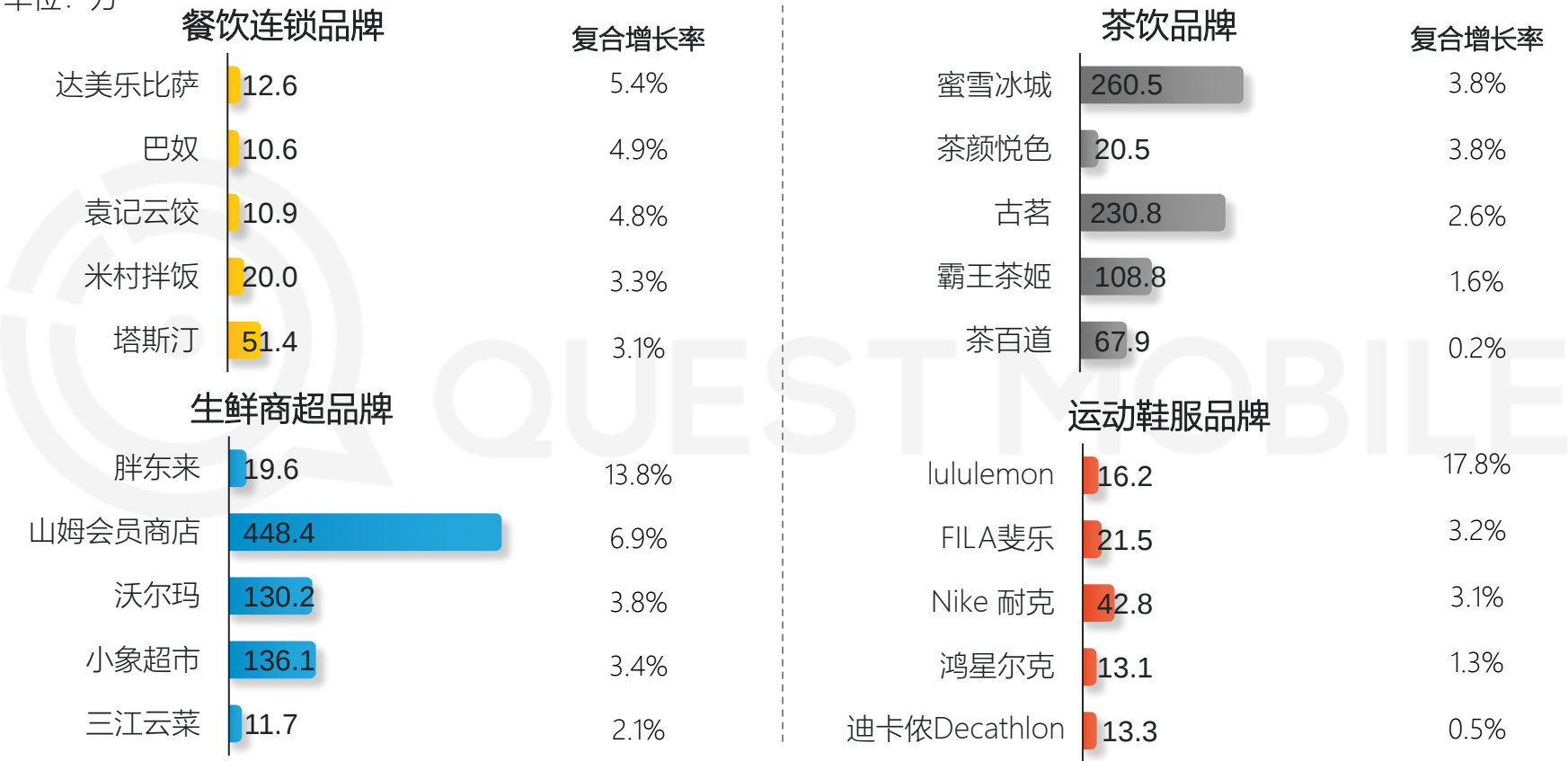
【品牌线上流量黑马】中式餐饮、茶饮品牌数字化转型加速，多行业展现强劲增长

中式餐饮、茶饮品牌积极拥抱数字化变革，黑马品牌中，多款中式餐饮、茶饮品牌上榜；生鲜商超、运动鞋服品牌亦展现出强劲增势



2023年11月-2024年11月 月复合增长率TOP5 品牌全景 月日均活跃用户规模
(期末月日均活跃用户规模 ≥ 10万)

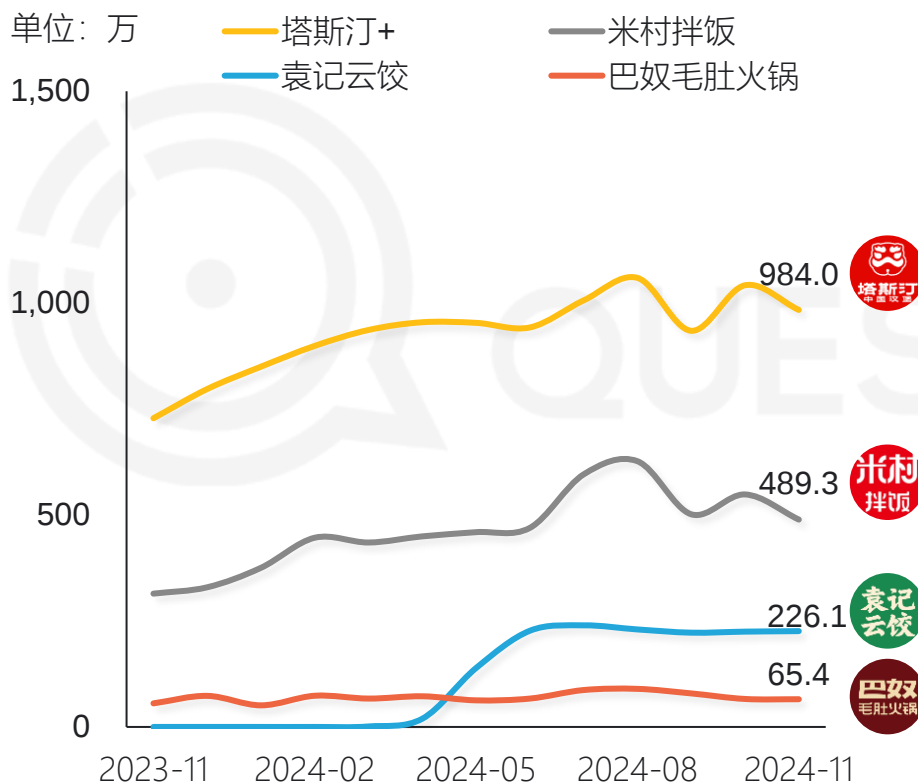
单位：万



注：1、复合增长率（CAGR）计算和反映所选周期内指标的平均增长，计算方法为所选周期内指标总增长率百分比的n方根，n为所选周期内的月数；2、品牌全景，指品牌在统计周期(月)内，APP、小程序（包含微信小程序、支付宝小程序和百度智能小程序）渠道用户量的去重总量，选取期末（2024年11月）月日均活跃用户规模≥10万品牌。

中式餐饮品牌依托微信小程序生态，设置贴近服务场景的功能及运营玩法，流量提升显著

典型中式餐饮品牌微信小程序月活跃用户规模趋势



典型中式餐饮品牌小程序功能及运营特征

门店预定+菜品预定

餐饮具有时间及空间敏感性，高峰期难免面临等位情况，餐饮品牌将服务通过小程序前置，方便用户线上提前预定

点餐+新品宣传

点餐作为基础功能及主要流量场景，品牌积极进行新品、折扣商品的内容宣传，触发用户兴趣

社交分享活动

通过邀请好友砍价，领取折扣食品，在提高用户对品牌活动的参与度的同时，实现品牌线上流量的拓展

新能源汽车活跃量增长黑马TOP15车系中，长城汽车多款车系上榜，问界M7、海鸥活跃量分别突破25万辆和60万辆

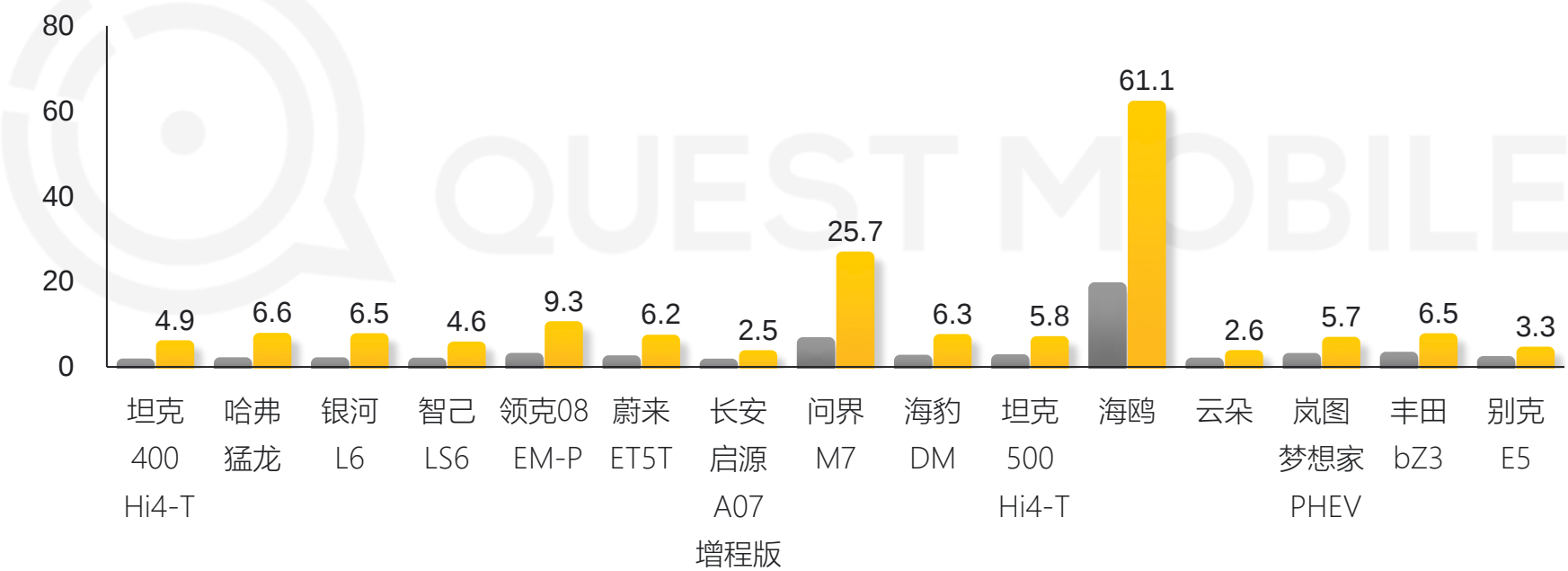
 QUEST MOBILE

2023年11月-2024年11月 月复合增长率TOP15 新能源车系活跃量

单位：万辆

2023-112024-11

月复合增长率	19.5%	18.5%	18.5%	15.9%	14.2%	13.7%	13.6%	13.6%	13.0%	11.5%	10.5%	10.3%	9.7%	9.7%	9.4%
厂商	长城汽车	长城汽车	吉利银河	智己汽车	领克	蔚来	长安启源	赛力斯汽车	比亚迪	长城汽车	比亚迪	上汽通用五菱	岚图汽车	一汽丰田	上汽通用别克



注：1、复合增长率（CAGR）计算和反映所选周期内指标的平均增长，计算方法为所选周期内指标总增长率百分比的n方根，n为所选周期内的月数；2、车系活跃量指在统计周期(月)内，该车系车辆有行驶行为的车辆数，选取期初（2023年11月）活跃量 > 5,000辆车系。

1. 本研究报告（以下简称“本报告”）由QuestMobile（以下简称“本公司”）制作及发布。
2. 本报告所涉及的数据来源于QuestMobile自有数据库、行业公开、市场公开、公司授权，以及QuestMobile Echo快调研平台等，均采用合法的技术手段、深度访问、抽样调查等方式获取；本公司力求但不保证该信息的完全准确性和完整性，客户也不应该认为该信息是完全准确和完整的。同时，本公司不保证文中观点或陈述不会发生任何变更，在不同时期，本公司可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的研究报告。本公司会适时更新我们的研究，但可能会因某些规定而无法做到。除了一些定期出版的研究报告之外，绝大多数研究报告是在本公司认为适当的时候不定期地发布。
3. 本报告所涉及的独立研究数据、研究方法、研究模型、研究结论及衍生服务产品拥有全部知识产权，任何人不得侵害和擅自使用，违者必究。
4. 本报告主要以微信公众号形式分发或电子版形式交付，间或也会辅以印刷品形式交付或分发，所有报告版权均归本公司所有。未经本公司事先书面协议授权，任何机构或个人不得以任何形式复制、转发或公开传播本报告的全部或部分内容。不得将报告内容作为诉讼、仲裁、传媒所引用之证明或依据，不得用于营利或用于未经允许的其它用途。
5. 经本公司事先书面协议授权刊载或转发的，被授权机构承担相关刊载或者转发责任。不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节和修改。
6. 本报告的分享或发布现场，未经本公司事先书面协议授权，参会人员不得以任何形式进行录音、录像或拍照，更不允许参会人员以任何形式在其他场合或社交媒体（包括客户内部以及外部）进行转发、交流或评论本次分享内容。
7. 如因以上行为（不限于3、4、5、6）产生的误解、责任或诉讼由传播人和所在企业自行承担，本公司不承担任何责任。
8. 本报告中部分图片、内容来源于网络和公开信息，如果您发现本报告及其内容包含错误或侵犯其著作权，请联系我们以便这些错误得到及时的更正：mkt@questmobile.com.cn。
9. 本次分享内容最终解释权归本公司所有。

QUESTMOBILE

第一时间观察行业趋势报告



扫码关注 每周更新

