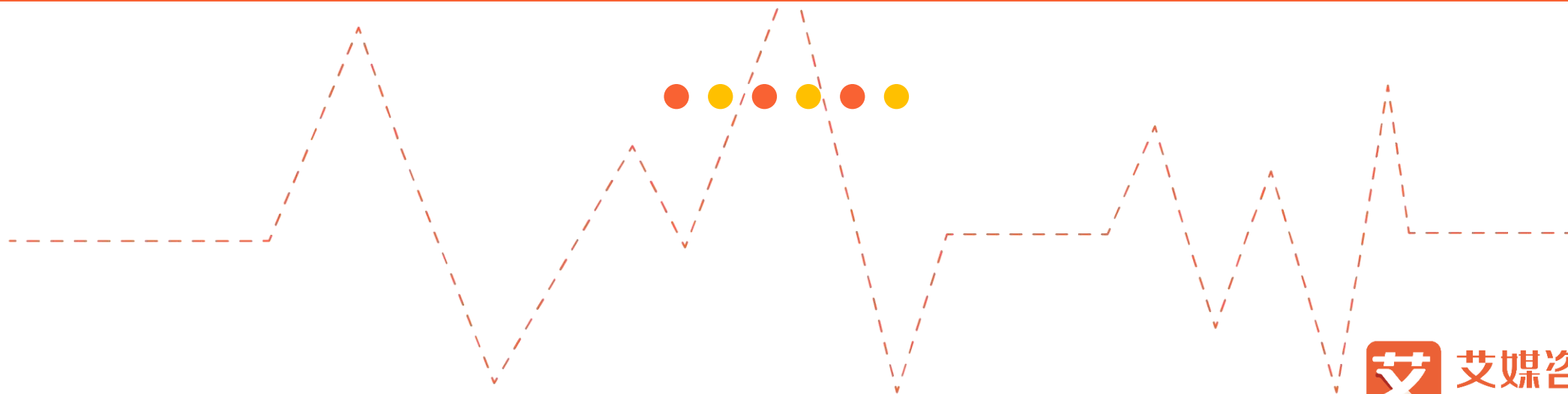


2018上半年 中国手机音乐客户端监测报告

2018H1 China Mobile Music APP Monitoring Report



本报告主要采用行业深度访谈、桌面研究等方法，并结合艾媒咨询自有的用户数据监测系统及北极星互联网产品分析系统等。

- 对部分相关的公开信息进行筛选，通过对行业专家、相关企业与网民进行深度访谈，了解相关行业主要情况，获得相应需要的数据。
- 对部分相关的公开信息进行筛选、对比，参照用户调研数据，最终通过桌面研究获得行业规模的数据。
 - 政府数据与信息
 - 行业公开信息
 - 企业年报、季报
 - 行业资深专家公开发表的观点
- 根据艾媒咨询自身数据库、北极星互联网产品分析系统、大数据舆情监控系统和草莓派数据调查与计算系统（Strawberry Pie）的相关数据分析。
- 艾媒大数据舆情监控系统，全球首个全网舆情监测与负面监控系统，包括负面预警、舆情监控和竞品情报，分钟级进行全网扫描与数据更新。
- 面向全国针对各领域征集优秀案例企业进行中，[详情可咨询research@iimedia.cn](mailto:research@iimedia.cn)。

目录

1

2018上半年中国手机音乐客户端发展概况

2

2018上半年中国手机音乐客户端用户研究

3

中国手机音乐客户端未来趋势预测

01

2018上半年中国手机音乐客户端发展概况

iiMedia Research

中国手机音乐客户端市场动态



在音乐平台内容版权正版化的大趋势下，腾讯音娱、网易云音乐、虾米音乐版权互授，2018年3月，多米音乐宣布暂停多米音乐APP客户端的内容运营。



2018年6月19日，太合音乐集团对外宣布百度音乐将更名为“千千音乐”，同时还会启用全新的LOGO和域名。升级为千千音乐后，原来百度音乐的APP端还有PC端等产品功能维持不变，千千音乐还会继续依托“太合+百度”的双生态体系。



2018年8月27日，腾讯音乐娱乐集团宣布将携手影视制作公司、音乐制作人等联合推出“影音+”，打破音乐创作、影视作品、专辑制作等环节之间的边界和壁垒，打造优质影视音乐作品，并联合影视音乐双方资源为合作伙伴提供出品、投资制作、宣发“三合一”的一站式解决方案，定制个性化影视音乐内容。

中国手机音乐客户端市场动态

平台互授版权 格局基本稳定但仍有纠纷

- 2018年2月，网易云音乐与腾讯音娱相互转授网络音乐作品版权；3月，网易云音乐与阿里音乐达成互授音乐作品版权协议。结合此前腾讯音娱与阿里音乐的版权互授，至此腾讯音娱、阿里音乐和网易云音乐已达成两两互授版权合作。
- 2018年4月网易云音乐在版权转授权到期之后的七小时，未暂停对杰威尔歌曲版权的使用，将周杰伦全部200首歌曲打包成“付费数字音乐合集”售卖并向全部用户推送付费购买通道。对此杰威尔和腾讯音乐娱乐集团发布联合声明，称网易云音乐在与腾讯音娱就杰威尔音乐版权转授权合作期间，屡次发生侵权及超出授权范围使用行为，因此版权转授权到期后，暂停与网易云音乐的转授权合作洽谈，待网易云整改后再恢复转授权洽谈。对于其他正规平台，腾讯音乐将继续开展广泛授权合作。杰威尔音乐表示，未来将会对选择转授权平台审慎作为，不会漠视、纵容转授权平台的违规与侵权行为，并呼吁各方必须尊重版权。
- 网易云音乐违规使用版权的行为还不止限于杰威尔音乐，此前未经授权侵权、超出授权范围使用等行为涉及李宇春工作室、TFBOYS、英皇、YG等多家唱片公司与吴亦凡、毛不易等多个音乐人。

打造情感交流载体 增强情感共鸣力度

- 2018年1月，QQ音乐抓住现代人的孤独心理推出零点行动，用户可从“零点音乐信件”中获得慰藉。
- 2018年2月，QQ音乐以“春节返程”离家的亲情洞察，用音乐表达亲朋好友之间的关爱，推出“音乐连接爱”情感营销活动，提升品牌温度。
- 继网易云音乐在杭州推出乐评列车后，2018年1月，网易云音乐在北京推出乐评列车第二季。
- 2018年3月，网易云音乐集合平台上的走心评论推出《听什么都像在唱自己》乐评笔记书。

中国手机音乐客户端行业热点——支持原创音乐



扶持原创人才 积累原创作品



网易云音乐推出了“石头计划”、“云梯计划”，在校园中开展了《百校原创音乐计划》。2018年3月，推出第二季“石头计划”，积极扶持独立音乐人。2018年7月，网易云音乐推出“新声音量计划”，为潜力歌手打造个人EP。



2017年12月，腾讯音乐娱乐集团宣布启动“音乐人计划”并在2018年4月推出“原力计划”，联合旗下QQ音乐、酷狗音乐、酷我音乐、全民K歌、酷狗直播、5Sing六大平台以及腾讯新闻、微视、腾讯视频等多维度培育原创音乐人。



2014年，虾米音乐启动了第一期“寻光计划”，旨在培养独立音乐人。2017年5月，第二期“寻光计划”开启，至2018年7月仍在进行中。

中国手机音乐客户端行业热点——平台跨界合作

网易云音乐

音乐+餐饮

网易云音乐与大众点评合作推出“听歌点亮免费菜”活动，在北上广深、南京、杭州等二十多个城市，通过大众点评APP进入活动页面，给四位好友分享歌单歌曲，即可获得一道来自头部餐饮品牌的免费菜，线下消费时兑换菜品。

音乐+电商

网易云音乐与YHOUSE达成合作，网易云音乐APP的黑胶VIP用户获取合作方YHOUSE的特权，提供的总计1000元美食+咖啡+鲜花+专车特权福利券。

音乐+文教

Joytop悦木联名网易云音乐，推出No Music No Life音乐笔记本。笔记本以黑胶音乐唱片为主要元素，一款主打音乐与面包，一款主打音乐与鲜花。

音乐+酒店

网易云音乐与亚朵合作推出的一家“睡音乐”主题酒店在成都开业。当中有四间音乐主题房，并以网易云音乐的风格进行公共区域布置。

中国手机音乐客户端行业热点——平台跨界合作

QQ音乐

音乐+教育

QQ音乐与新东方合作推出“百日音乐行动派”电台，定期推出以英文歌为主题的创意英语教学音频。

音乐+时尚

QQ音乐与老佛爷百货共同打造时尚音乐派对。QQ音乐邀请了QQ音乐大使DJ OSHI到现场打碟助阵，并在秀场旁边打造“Music Station沉浸式体验站”。

音乐+运动

QQ音乐与超级猩猩合作，除了线上的跑步电台和歌单标签，在深圳海岸城全能店里，QQ音乐与超级猩猩共同打造“城市运动橱窗”。

QQ音乐携手阿迪达斯篮球共同打造“鏖天下篮球嘉年华”活动。歌手萧敬腾在现场助阵并发布了全新单曲《鏖天下》。

音乐+艺术

QQ音乐联手北京杜莎夫人蜡像馆共同打造全新音乐区，黄家驹蜡像成首个入驻音乐区的蜡像。另外，用户可扫描蜡像旁的二维码在QQ音乐APP上收听歌曲。

QQ音乐携手故宫博物馆、腾讯Next Idea打造“古画会唱歌”音乐创新大赛，参赛者以故宫典藏的十幅古画为题材进行歌曲创作。

中国手机音乐客户端行业热点——发售数字专辑

随着中国音乐行业版权规范的确立，用户逐渐培养起听歌付费意识，充值成为会员、购买数字专辑的用户比例增加；而粉丝经济的崛起促成批量化购入数字专辑的行为。

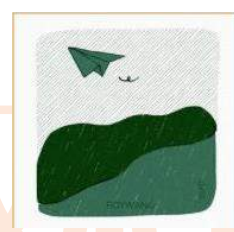
2018年上半年销量过百万的数字专辑



《流星花园音乐专辑》



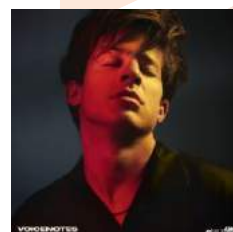
《撞》



《宝贝》



《Despacito缓缓》



《VoiceNotes》



《我们在中场相遇》



《平凡的一天》



《Kamikaze》



《画外音》



《THE GREAT SEUNGRI》



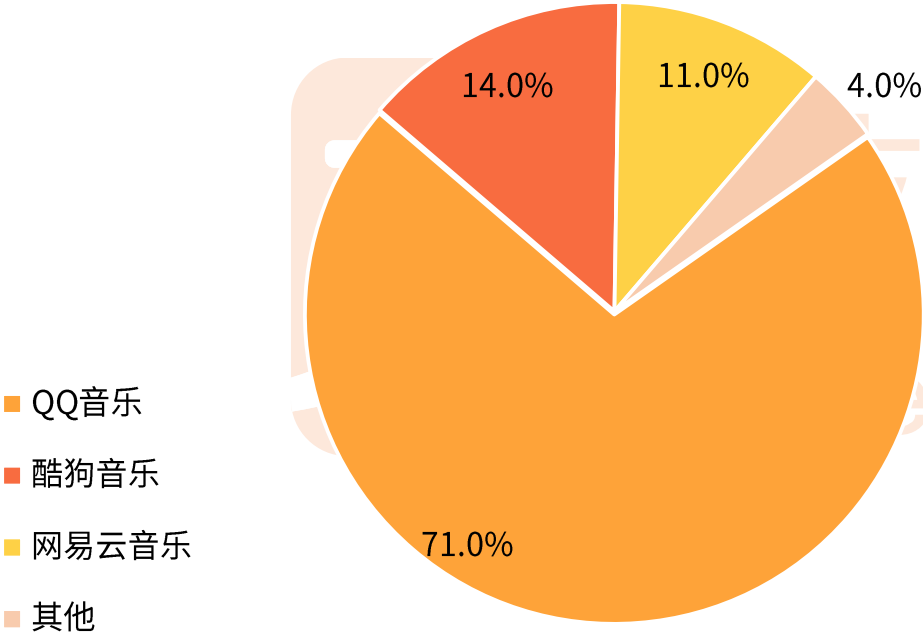
《FLOWER ROAD》

.....

注：以上列举为2018上半年发行的歌曲销售量过百万首的数字音乐专辑，未穷尽所有

QQ音乐数字专辑销售额占比领先行业

2018上半年中国音乐平台数字音乐专辑销售额占比



2014年，QQ音乐开始售卖中国第一张数字专辑，在让用户听到更优质的作品的同时，也回馈音乐人，长远促进音乐产业的良性发展。数字专辑市场从最初的千万级迅速增长至数亿量级。iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，QQ音乐数字音乐专辑销售额占比高达71.0%，在中国数字专辑市场上处于领先地位。

注：销售额占比根据在线音乐平台公开数据，结合艾媒统计模型计算，截止时间为2018年8月29日

中国手机音乐客户端行业热点——多业态发展



酷狗音乐通过线上直播平台挖掘了不少主播并为其提供课程以提高主播的专业素质，同时通过创新的节目形式增加音乐人、主播的曝光量。

与斗鱼合作



斗鱼直播与酷狗音乐合作，实施“互联网最强主播歌手”战略、打造“主播音乐梦工厂”，未来三年双方将共同打造10位主播歌手。

提供专业资源



酷狗音乐打造“酷狗直播学院”，提高酷狗直播内主播的演唱技巧。

直播+音乐网综



酷狗音乐与金羊网联合推出直播偶像真人秀《酷狗哆来咪》；
《酷狗首唱会》以邀请歌手直播的形式为粉丝演唱新歌、热歌；
《酷狗星乐坊》通过真人访谈与livehouse的方式直播。

中国手机音乐客户端行业热点——多业态发展

酷我音乐APP的主播电台栏目下有涵盖脱口秀、有声精品、音频直播等多个类别的内容，以满足不同特征用户学习、娱乐、放松等需求。

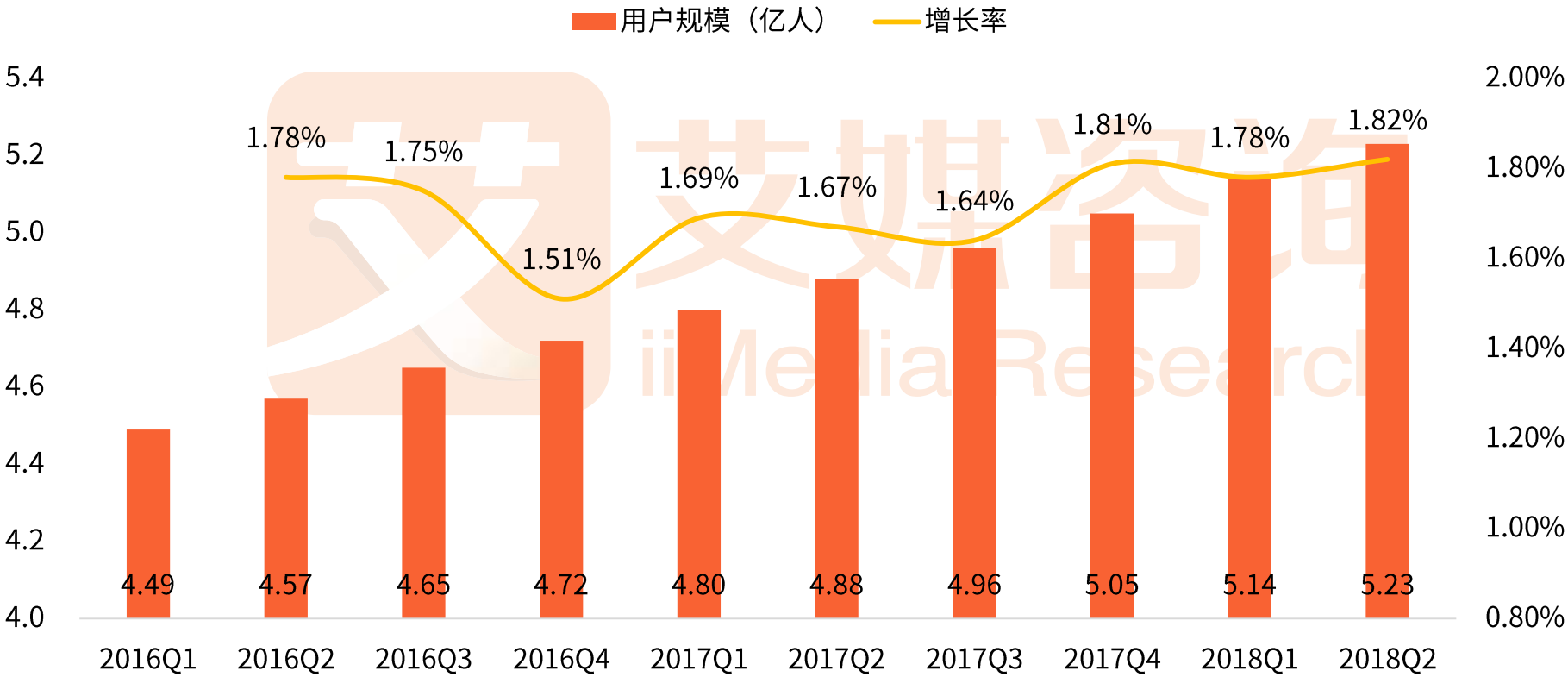


酷我音乐在软硬件的全线布局为用户提供软硬件一体化的高音质服务。

- 在软件上，植入Foobar的专业功能并将其转换为易用的按钮式设计；铺设HiFi专区，提供CD和母带资源给用户选择；推出耳机音效，并针对不同厂商，特别是酷我音乐硬件进行音质上的专业客制化设置；
- 在硬件上，酷我音乐覆盖了蓝牙运动耳机、蓝牙头戴耳机、防水蓝牙音箱和真无线蓝牙音箱全品类。

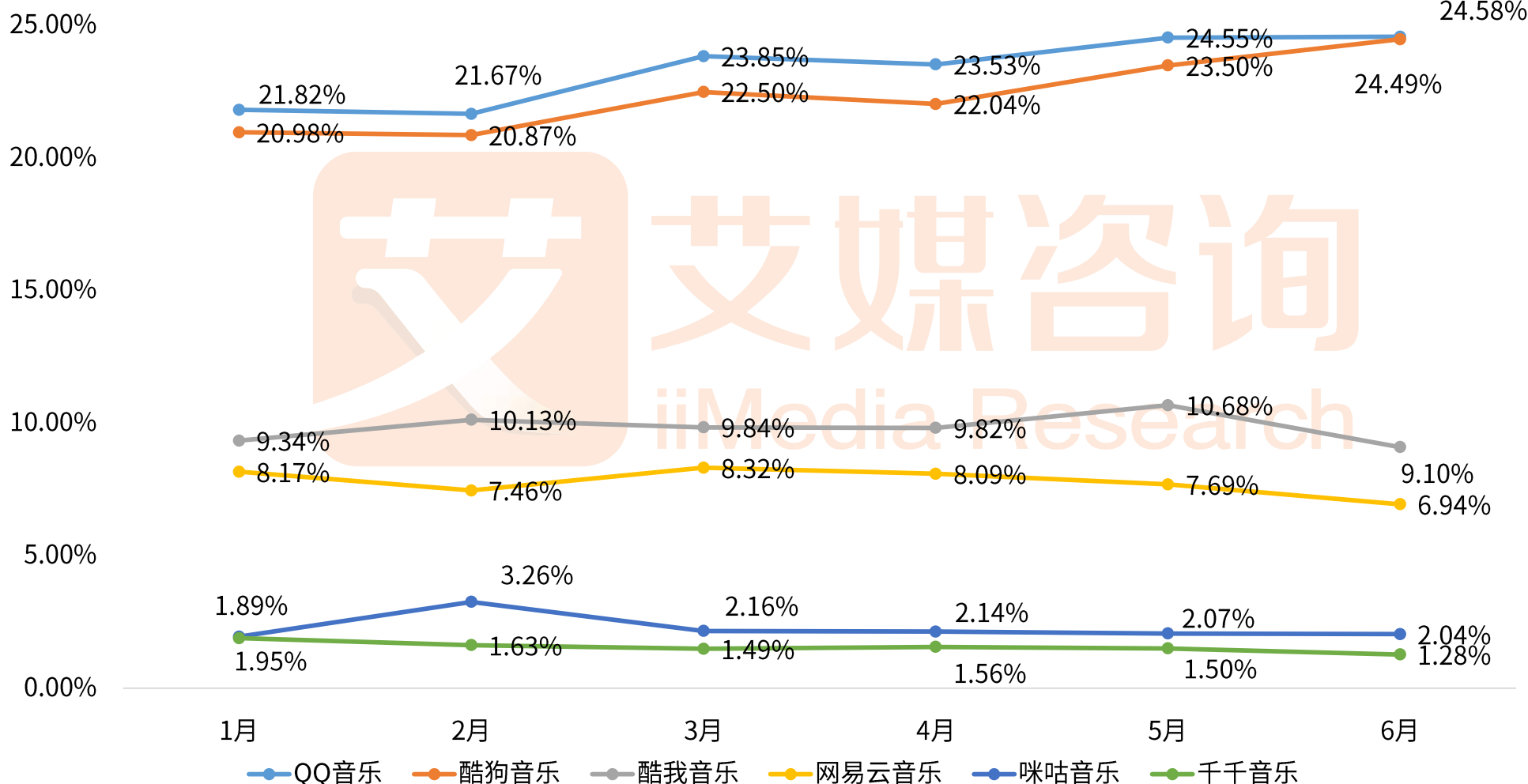
中国手机音乐客户端用户规模达5.23亿人

2016Q1-2018Q2中国手机音乐客户端用户规模及增长率



2018年上半年手机音乐客户端用户活跃渗透率

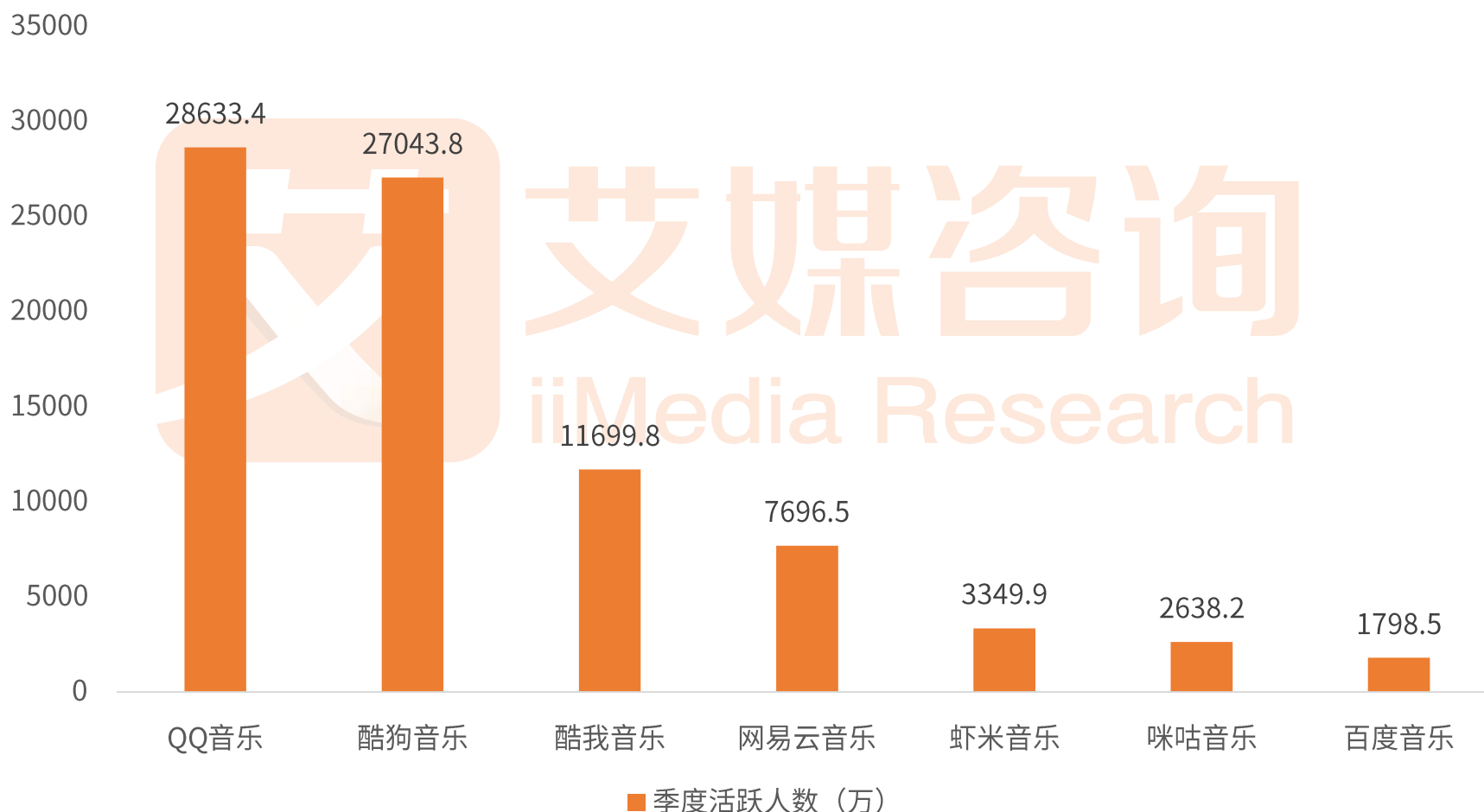
2018年上半年中国手机音乐客户端月活跃渗透率



数据来源：艾媒北极星互联网产品分析系统 (bjx.iimedia.cn)

2018年Q2手机音乐客户端活跃人数

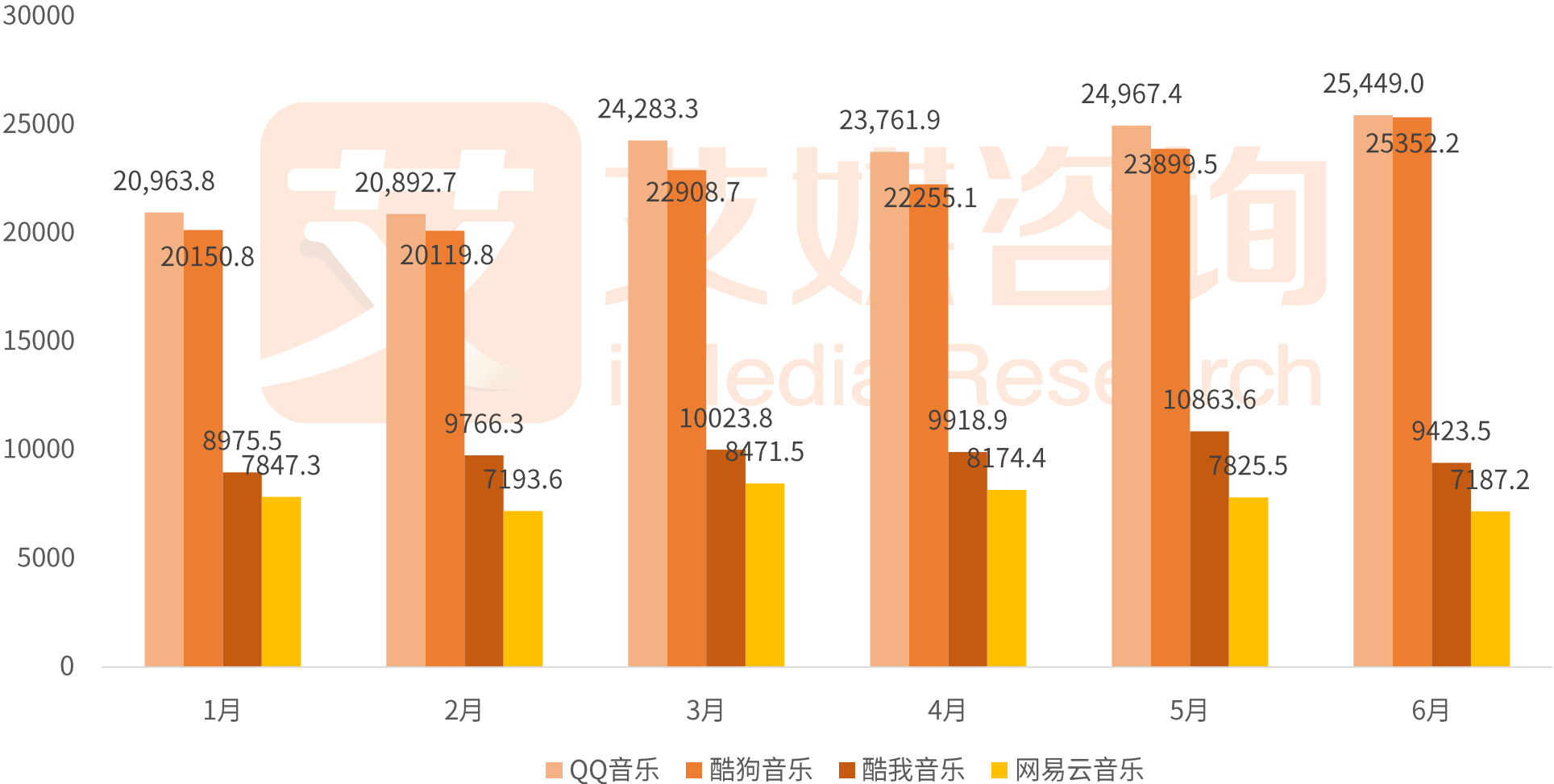
2018年Q2中国手机音乐客户端活跃人数（万人）



数据来源：艾媒北极星互联网产品分析系统 (bjx.iimedia.cn)

2018年上半年手机音乐客户端月活跃人数

2018上半年中国手机音乐客户端月活跃人数（万人）

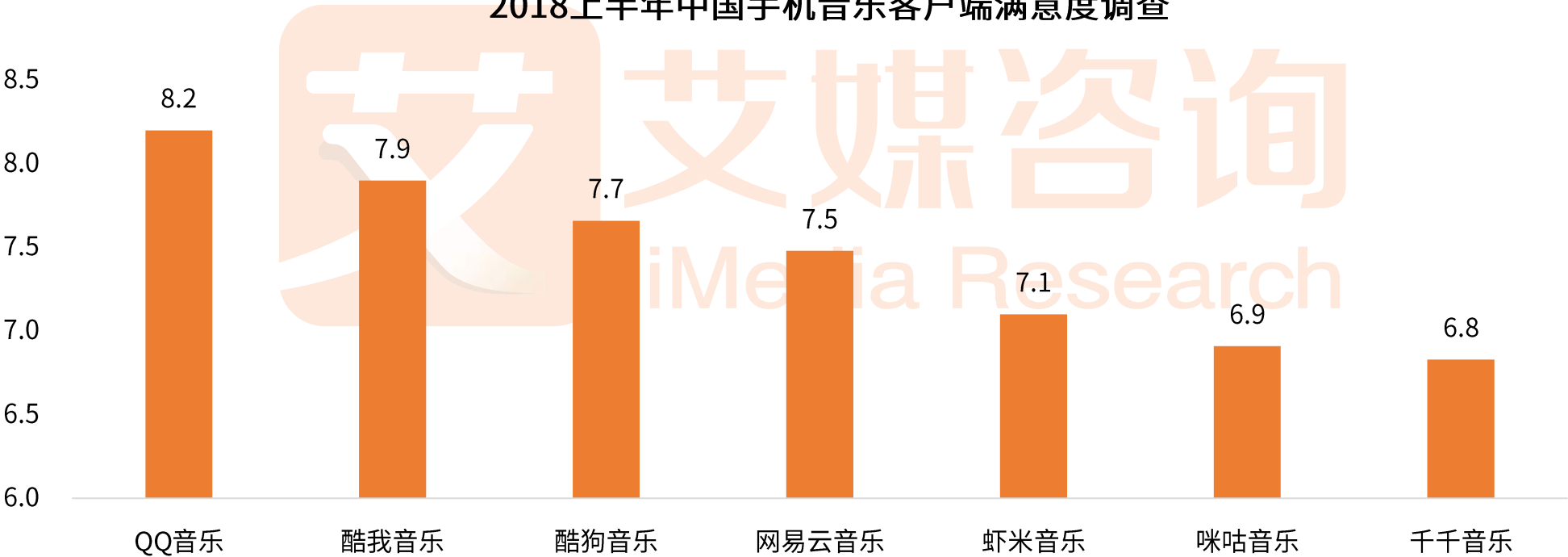


数据来源：艾媒北极星互联网产品分析系统 (bjx.iimedia.cn)

2018上半年手机音乐客户端用户满意度

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，2018年上半年用户满意度由QQ音乐、酷我音乐、酷狗音乐和网易云音乐领跑。由于听、看、玩立体娱乐生态的继续发力，QQ音乐持续获得用户青睐；酷我音乐重视高音质打造，用户满意度紧随QQ音乐排名第二；酷狗音乐历史悠久、界面友好，获得用户喜爱；网易云音乐内容评论营销吸睛，用户满意度也较高。

2018上半年中国手机音乐客户端满意度调查

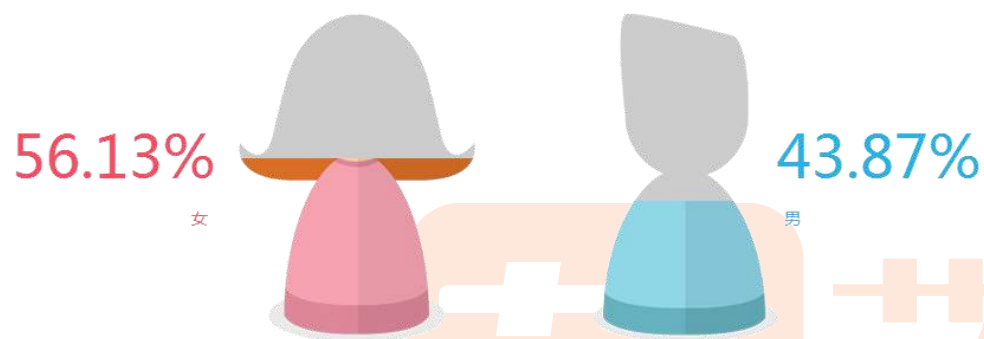


注：分数越高代表用户对数字专辑使用体验满意度越高，满分10分。
音乐客户端满意度综合用户对APP操作界面美观便捷、曲库丰富度、个性化推荐、音乐音质等维度体验情况，结合艾媒统计模型计算。

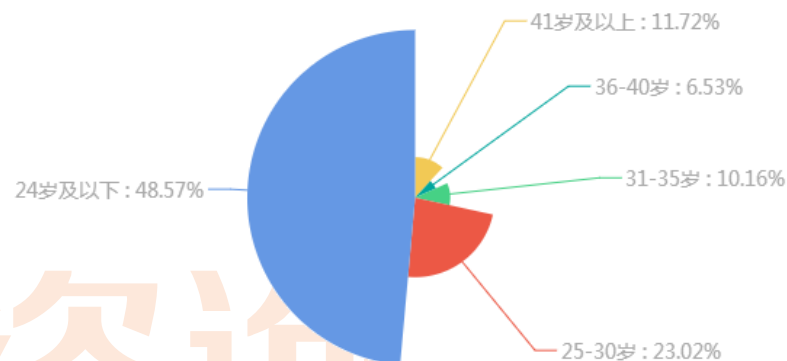
数据来源：iiMedia Research（艾媒咨询）

QQ音乐APP用户画像

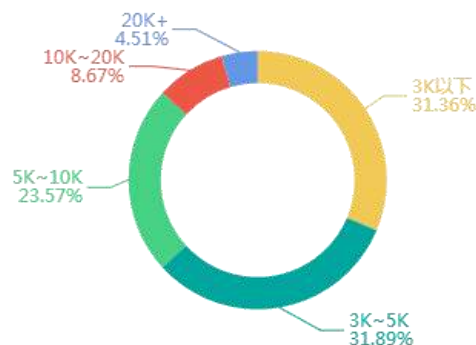
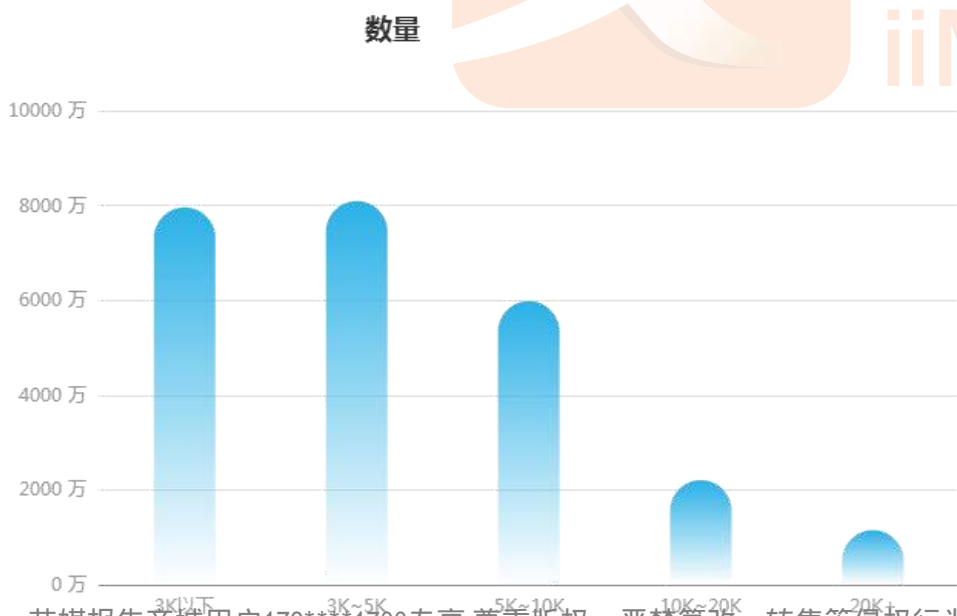
2018年6月QQ音乐APP使用人群性别占比



2018年6月QQ音乐APP使用人群年龄占比



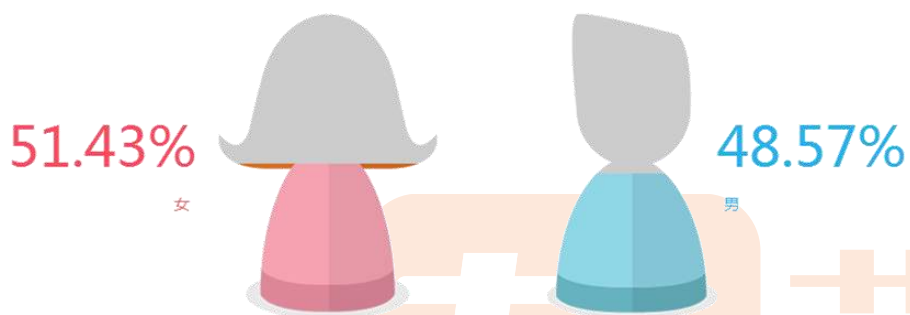
2018年6月QQ音乐APP使用人群收入分布



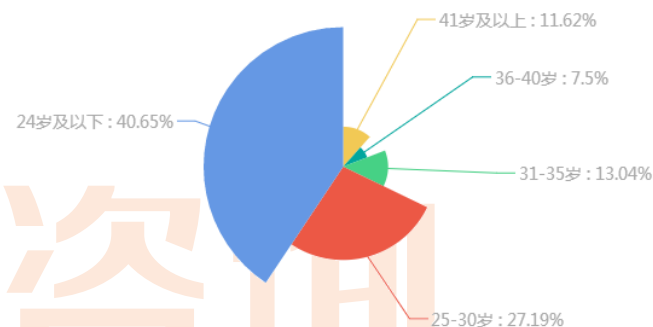
数据来源：艾媒北极星互联网产品分析系统 (bjx.iimedia.cn)

酷狗音乐APP用户画像

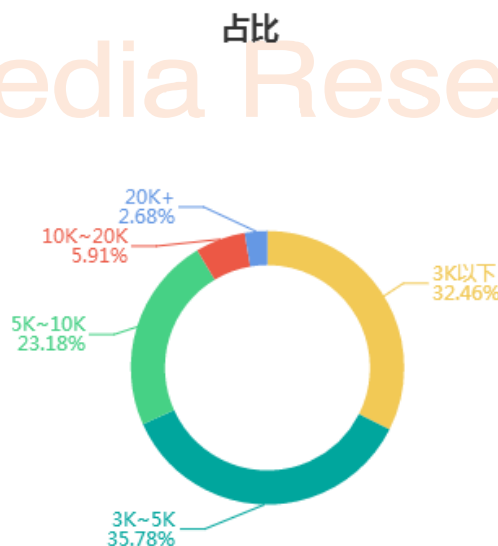
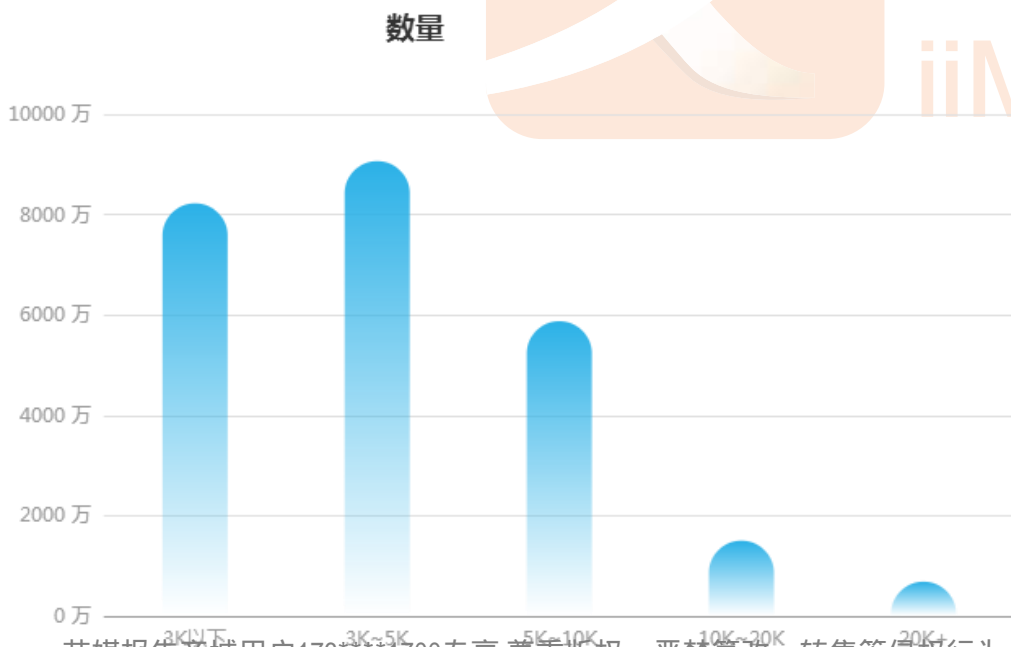
2018年6月酷狗音乐APP使用人群性别占比



2018年6月酷狗音乐APP使用人群年龄占比



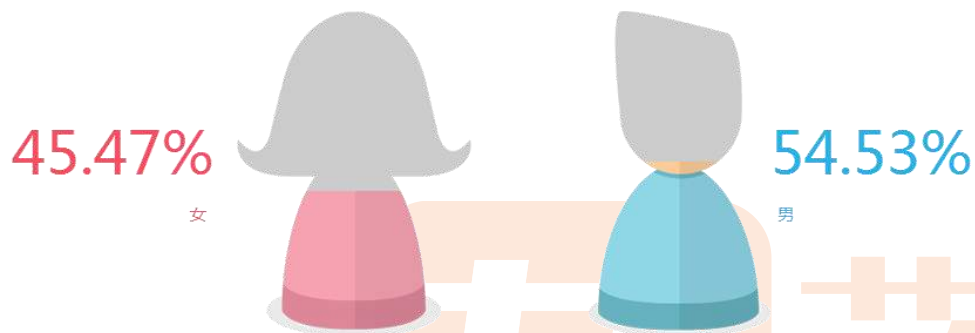
2018年6月酷狗音乐APP使用人群收入分布



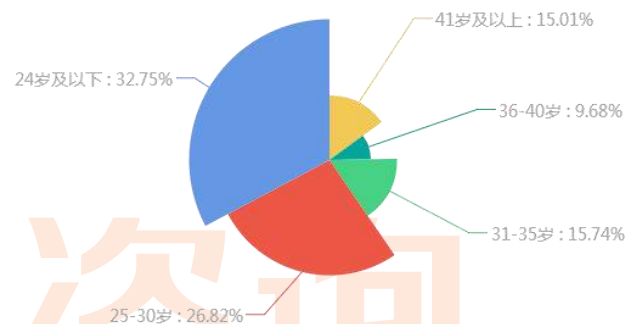
数据来源：艾媒北极星互联网产品分析系统 (bjx.iimedia.cn)

酷我音乐APP用户画像

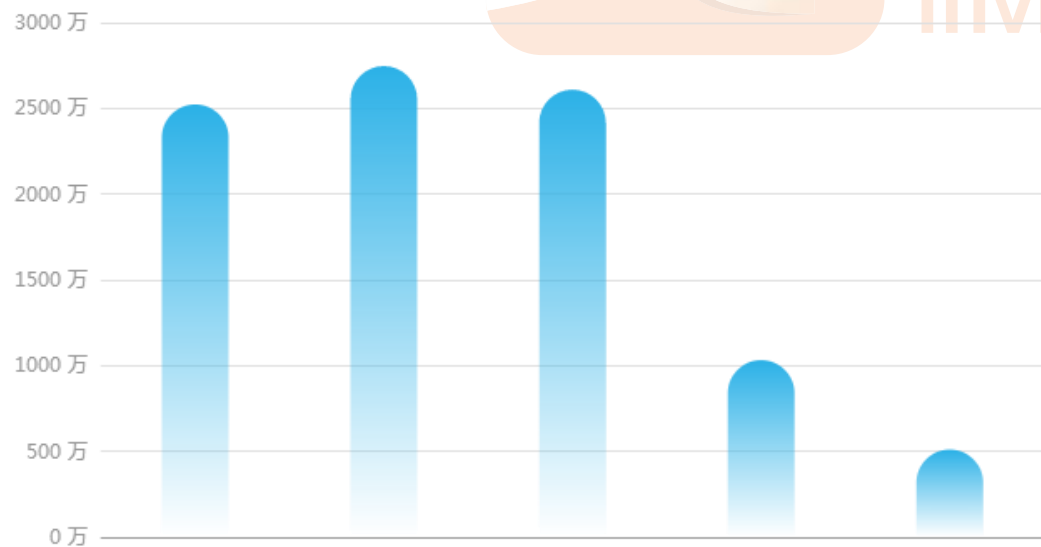
2018年6月酷我音乐APP使用人群性别占比



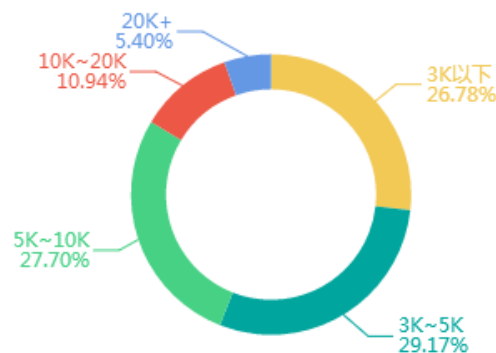
2018年6月酷我音乐APP使用人群年龄占比



2018年6月酷我音乐APP使用人群收入分布
数量



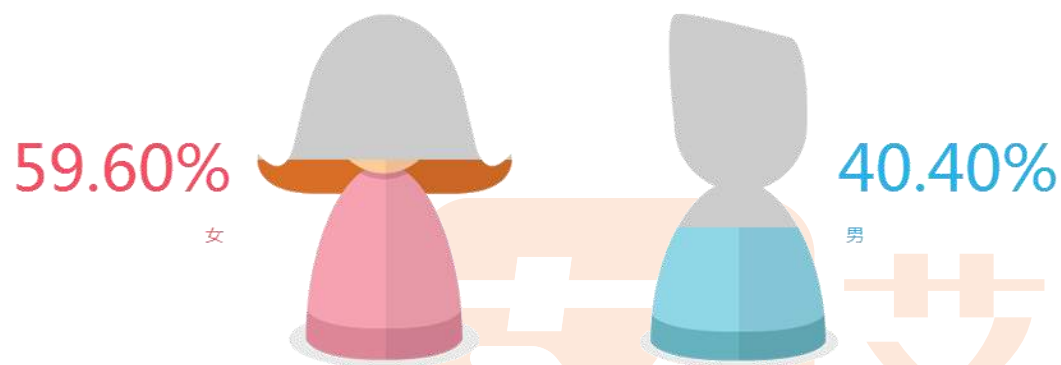
占比



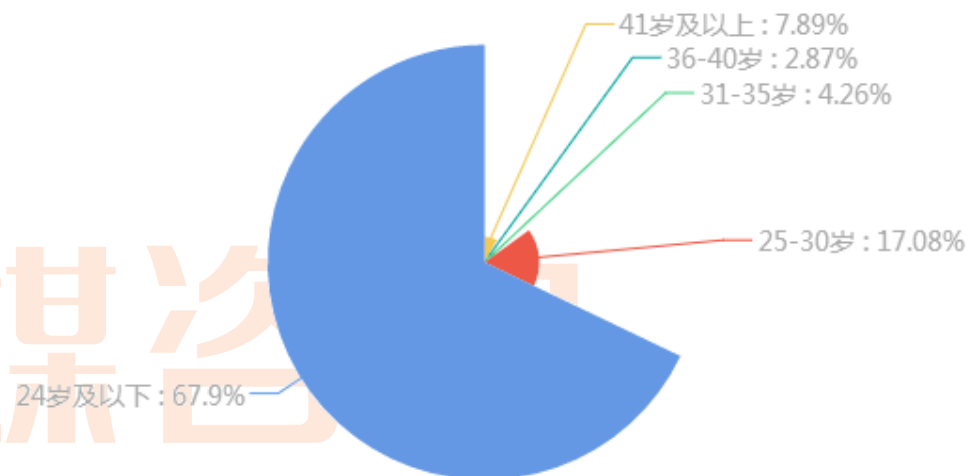
数据来源：艾媒北极星互联网产品分析系统 (bjx.iimedia.cn)

网易云音乐APP用户画像

2018年6月网易云音乐APP使用人群性别占比



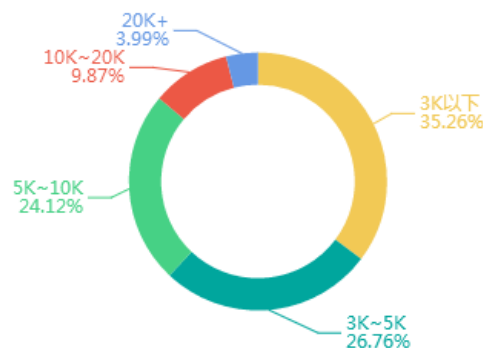
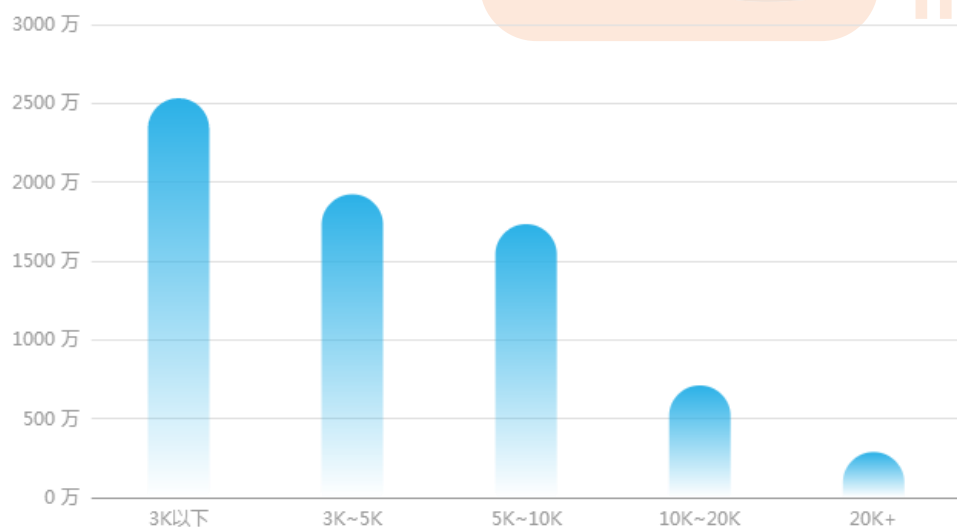
2018年6月网易云音乐APP使用人群年龄占比



2018年6月网易云音乐APP使用人群收入分布

数量

占比



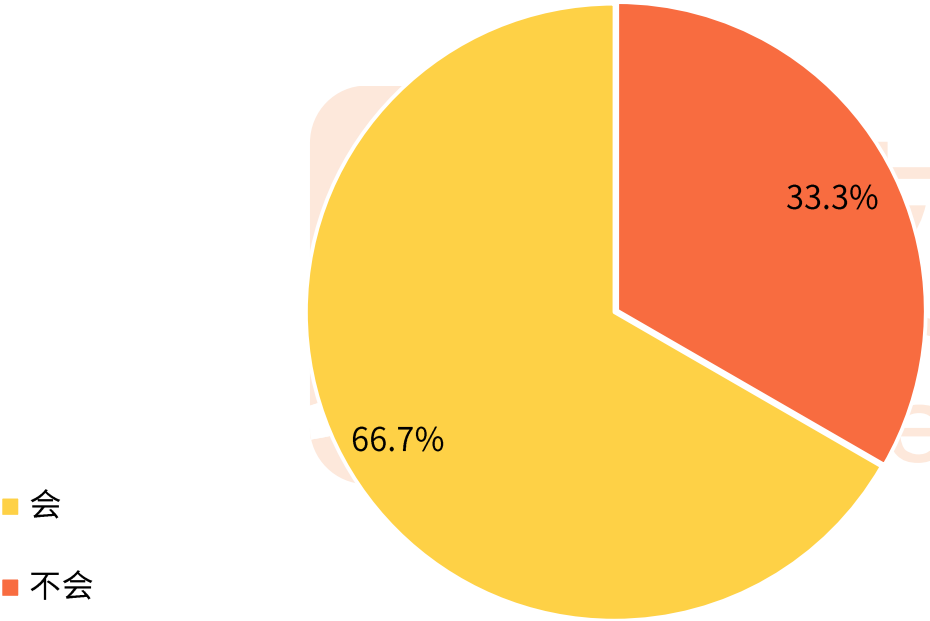
02

2018上半年中国手机音乐客户端用户研究

iiMedia Research

超六成用户愿意在手机音乐客户端上付费

2018上半年中国手机音乐客户端用户付费意愿调查

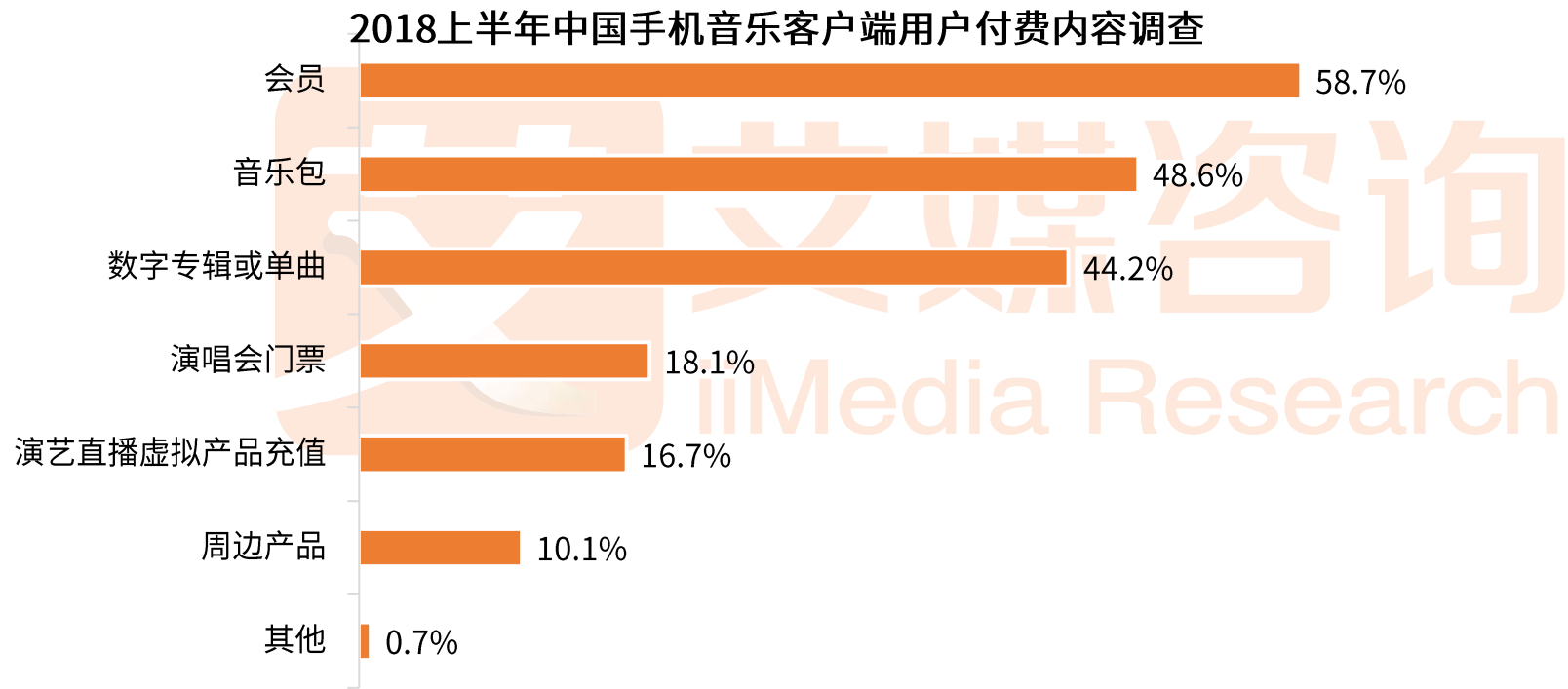


iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，2018年上半年受访手机音乐客户端用户中，66.7%的用户愿意在手机音乐客户端中为产品或服务付费。艾媒咨询分析师认为，音乐行业版权逐渐规范，用户版权付费意愿增强。



用户最主要的付费内容是购买会员

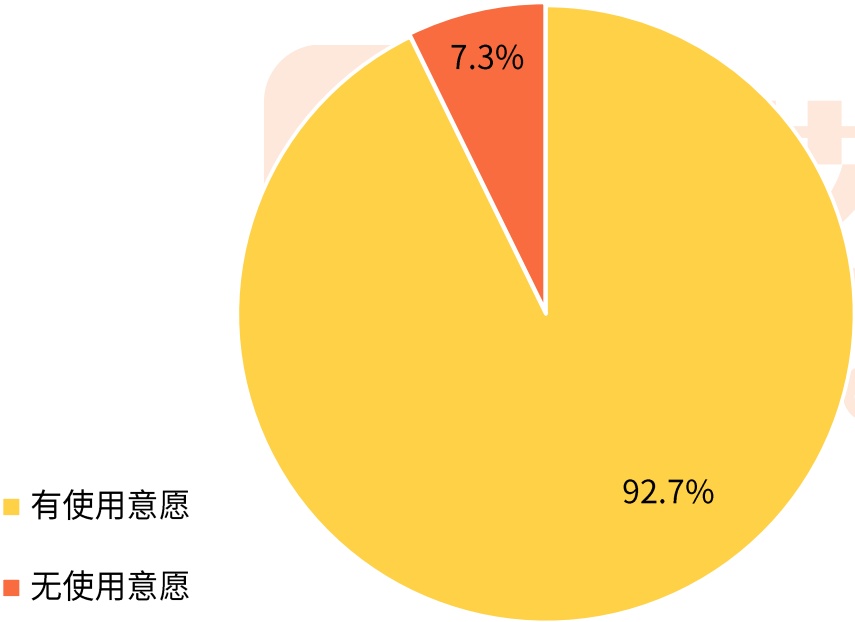
iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，2018年上半年受访手机音乐客户端愿意付费的用户中，为会员付费比例最高，占比58.7%；其次是音乐包、数字专辑或单曲，分别占比48.6%、44.2%。



注：数字专辑区别于实体CD、唱片，指通过授权网站付费下载正版音乐的虚拟专辑。

超九成用户有意愿对喜爱的歌曲使用听歌识曲功能

2018上半年中国手机音乐客户端用户听歌识曲使用意愿调查

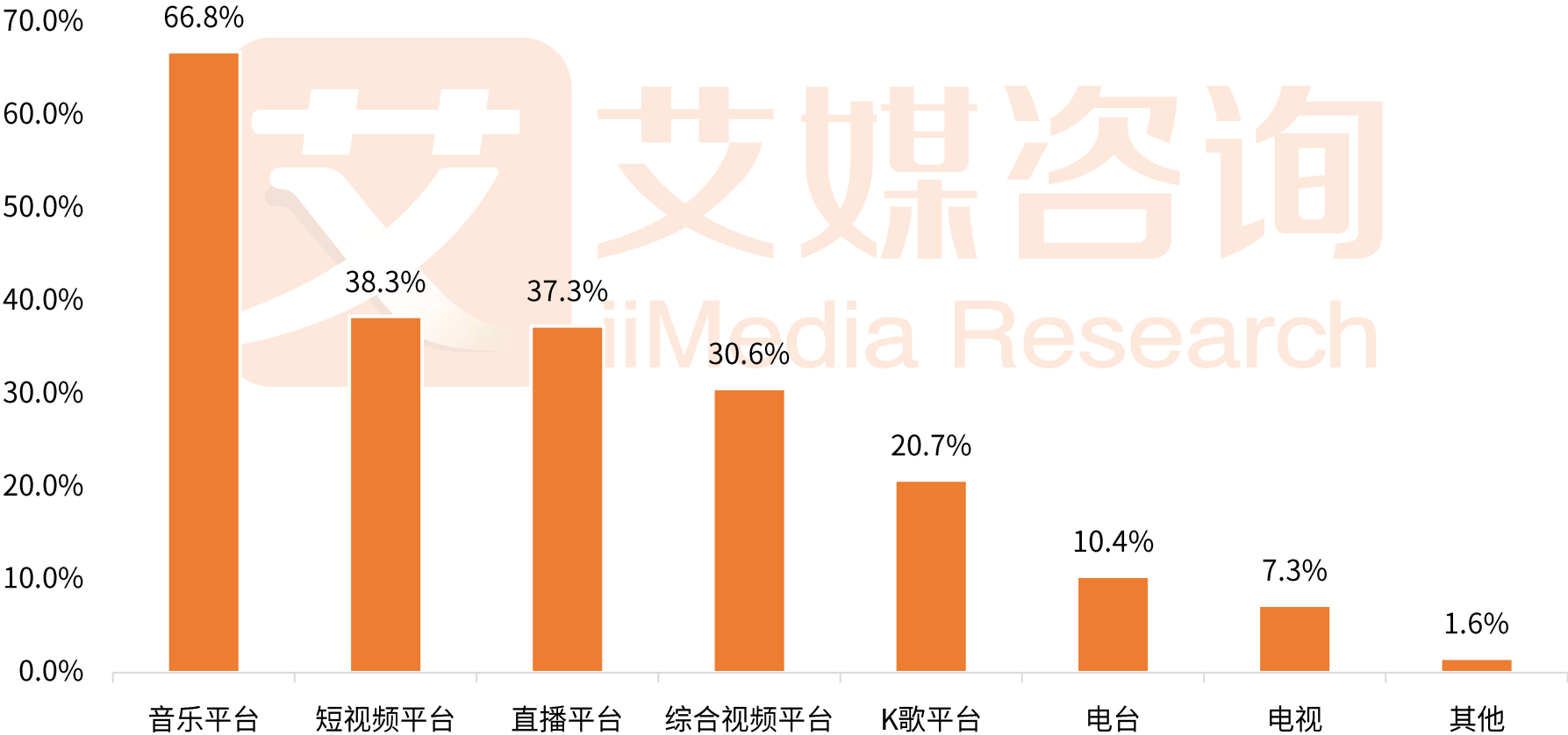


iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，2018年上半年受访手机音乐客户端用户中，超九成的用户在听到自己喜爱的歌曲时有意愿会使用听歌识曲功能。

超六成用户听歌识别的曲目来源于音乐平台

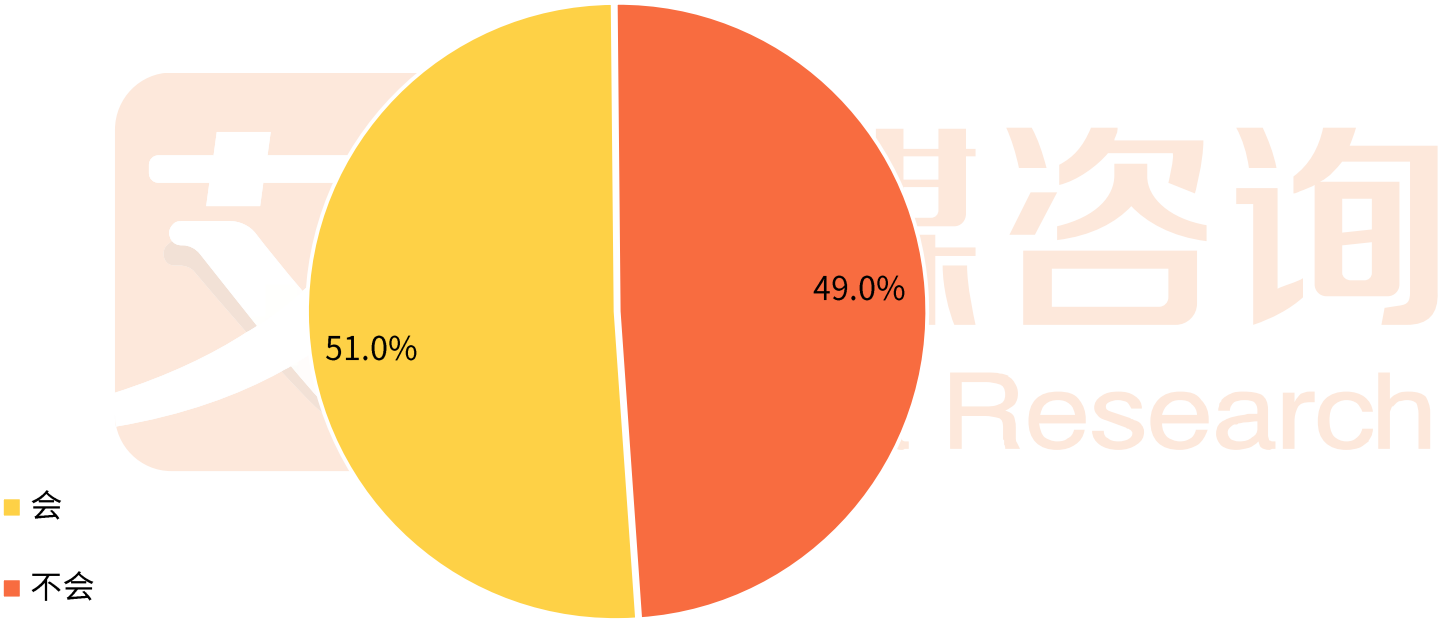
iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，2018年上半年受访手机音乐客户端用户中，用户搜索所听到的音乐曲目主要来源于音乐平台，占比达66.8%，而短视频平台、直播平台位列二三，分别占比38.3%、37.3%。

2018上半年中国手机音乐客户端用户听歌识别曲目来源调查



超半数用户在手机音乐客户端中进行创作活动

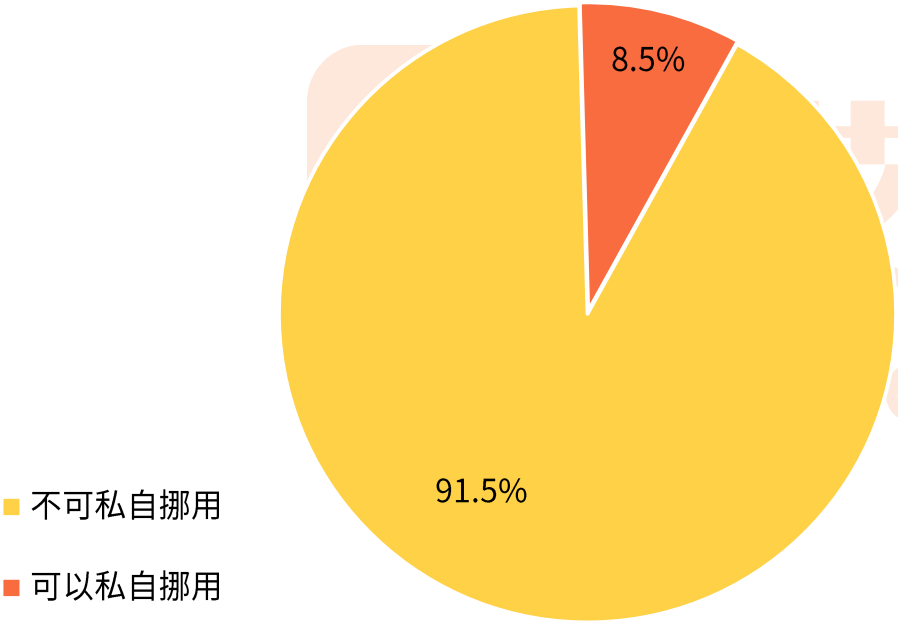
2018上半年中国手机音乐客户端用户的平台创作情况调查



注：在平台中创作指在音乐客户端中发布短视频、创作歌曲、歌单等行为。

超九成用户认为自生产内容未经允许不得私自挪用

2018上半年中国手机音乐客户端用户对自生产内容私自挪用态度调查

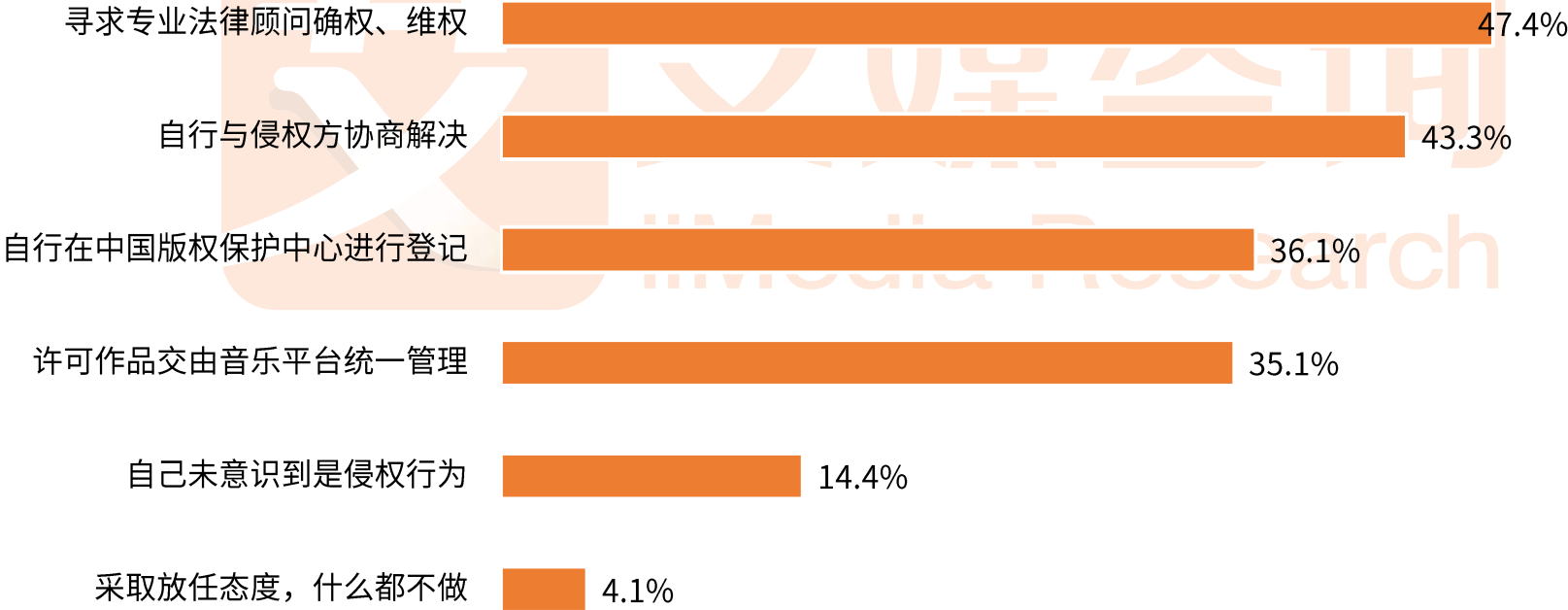


iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，2018年上半年受访手机音乐客户端用户中，超九成在平台上有进行创作活动的用户认为自己创作的内容未经允许不得私自挪用或商用。

用户倾向寻求法律顾问保护版权

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，2018年上半年受访手机音乐客户端用户中，当侵权现象发生在认可自生产内容不得随意私用的用户身上时，倾向于寻求专业法律顾问进行确权、维权的受访用户占比达47.4%。

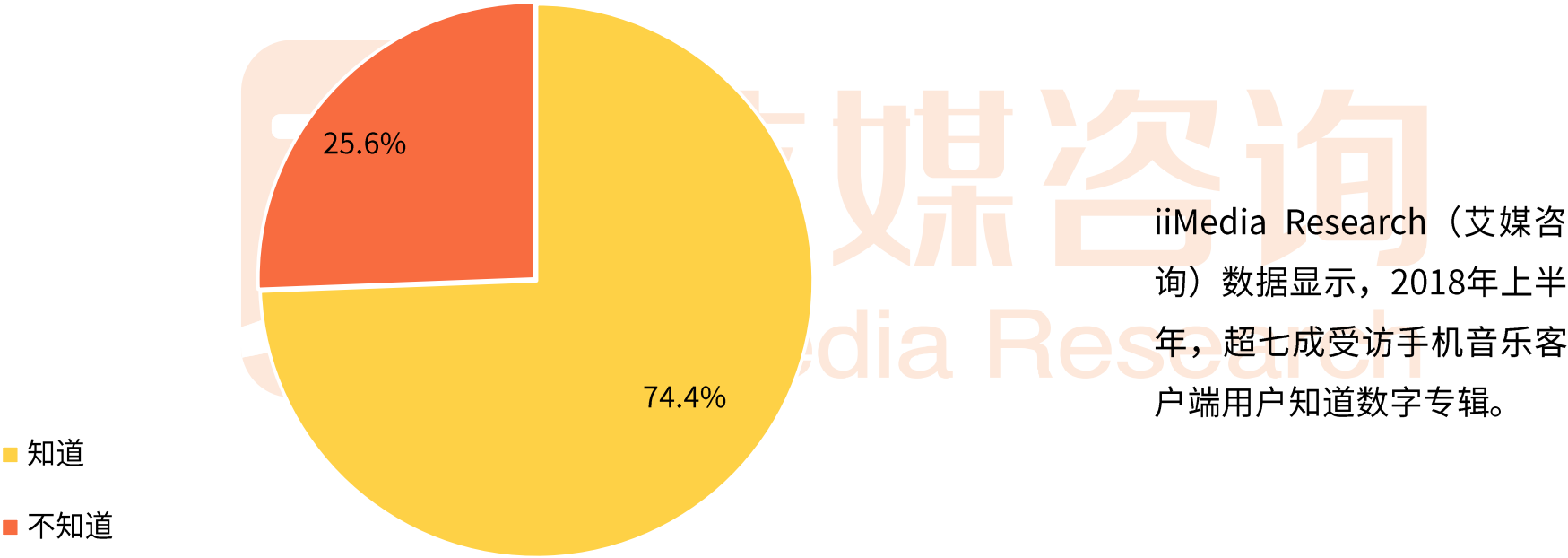
2018上半年中国手机音乐客户端用户保护版权方式倾向性调查



注：本题只调查了认为自生产内容不得随意私用的用户；侵权行为指自生产内容版权未经允许随意私用或商用。

超七成用户知道数字专辑

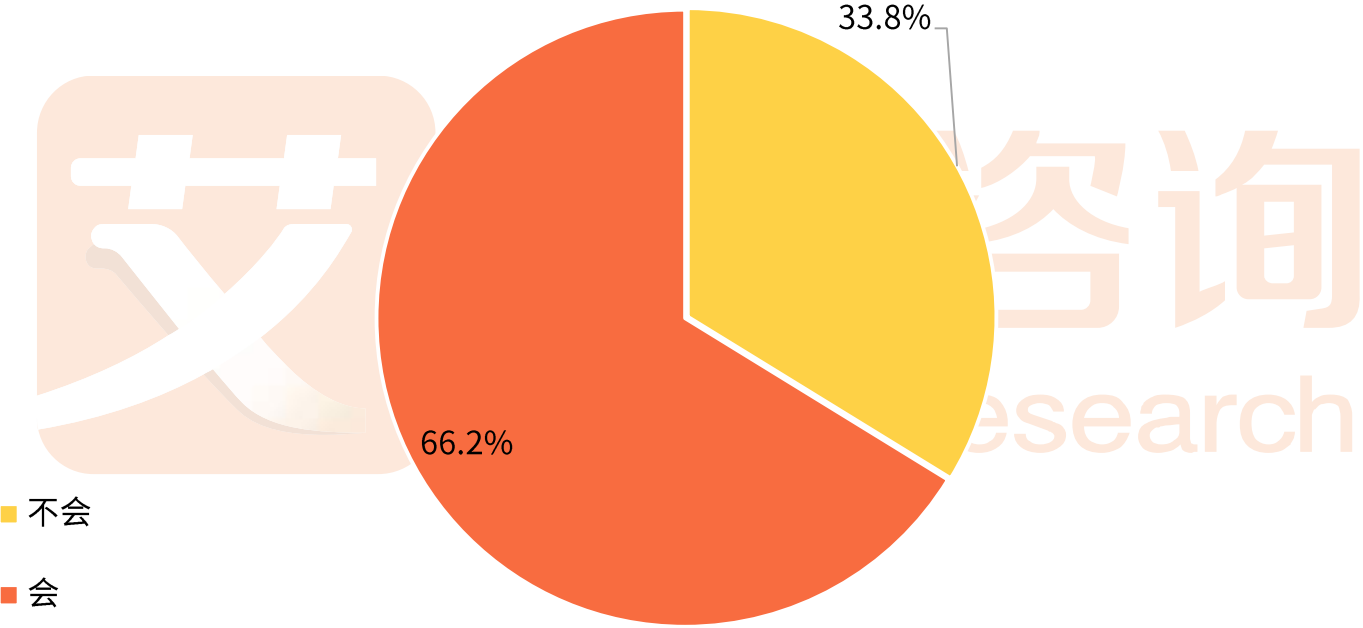
2018上半年中国手机音乐客户端用户数字专辑认知情况调查



iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，2018年上半年，超七成受访手机音乐客户端用户知道数字专辑。

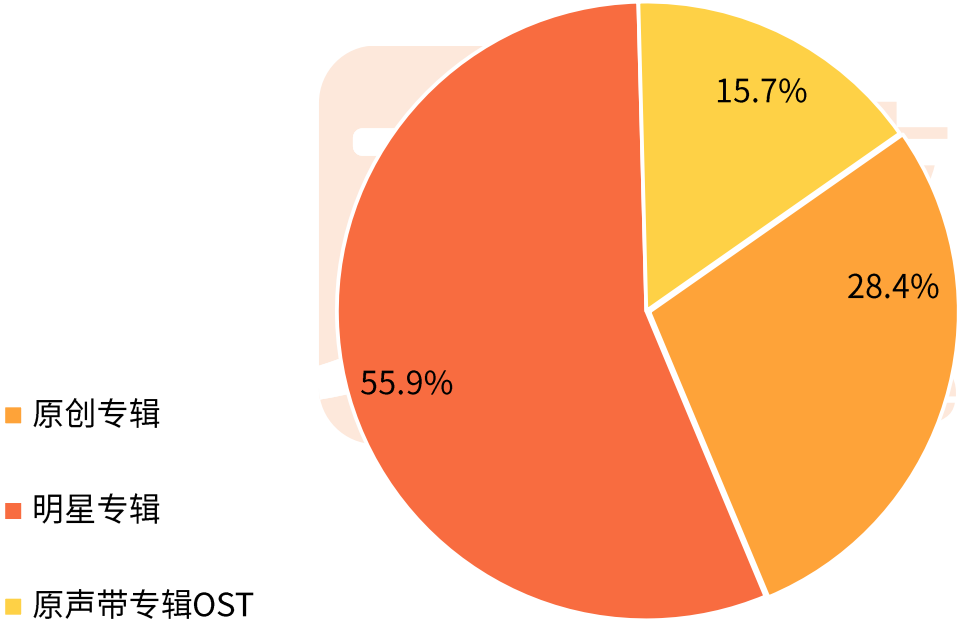
超六成用户会选择购买数字专辑

2018上半年中国手机音乐客户端用户数字专辑付费倾向性调查



用户偏好为明星专辑付费

2018上半年中国手机音乐客户端用户数字专辑付费类型偏好调查



iiMedia Research（艾媒咨询）
数据显示，2018年上半年，受访手机音乐客户端用户偏好购买的数字专辑是明星专辑，占比达55.9%。

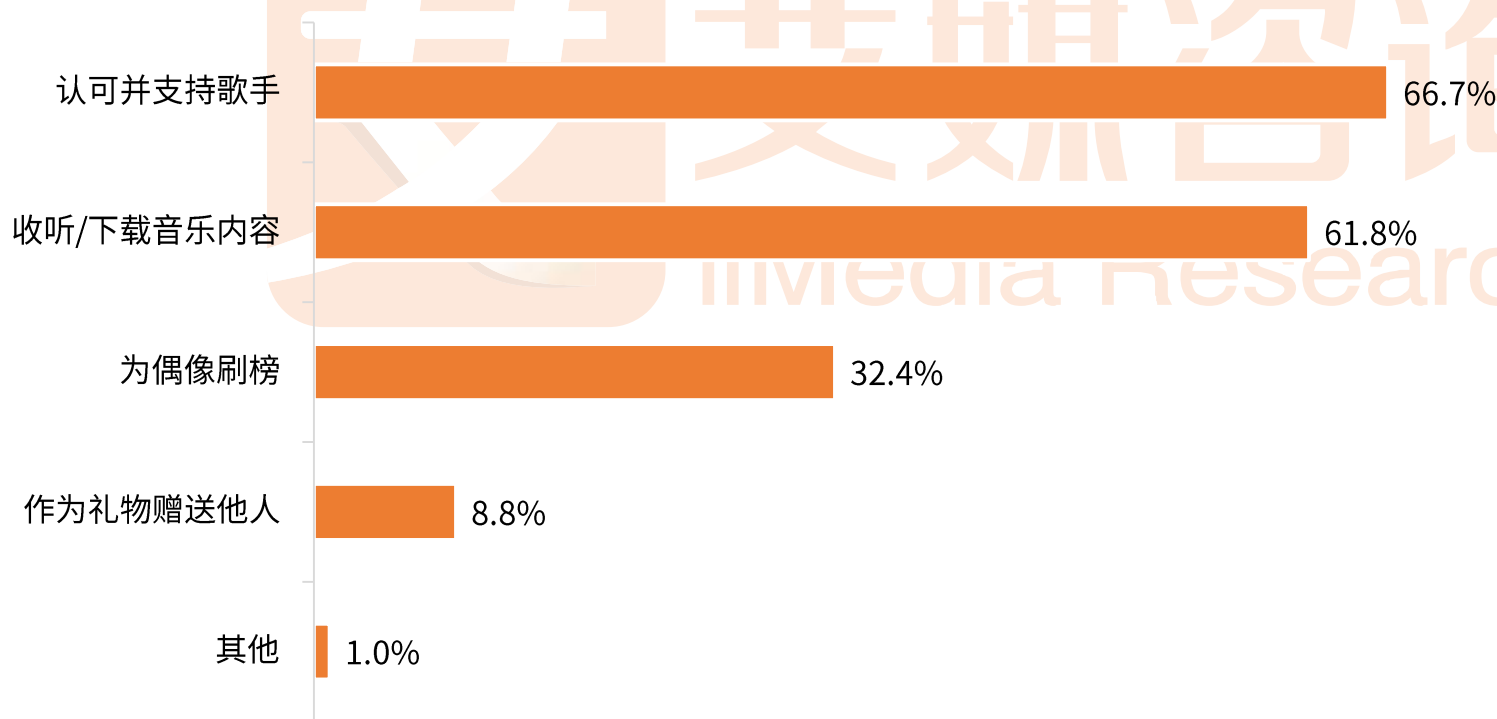
注：此处的原创专辑指草根歌手、民谣歌手等独立音乐人制作的专辑。

用户主要出于认可并支持歌手购买数字专辑



iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，2018年上半年，受访手机音乐客户端用户主要出于认可歌手能力并购买数字专辑以支持歌手，占比达66.7%。

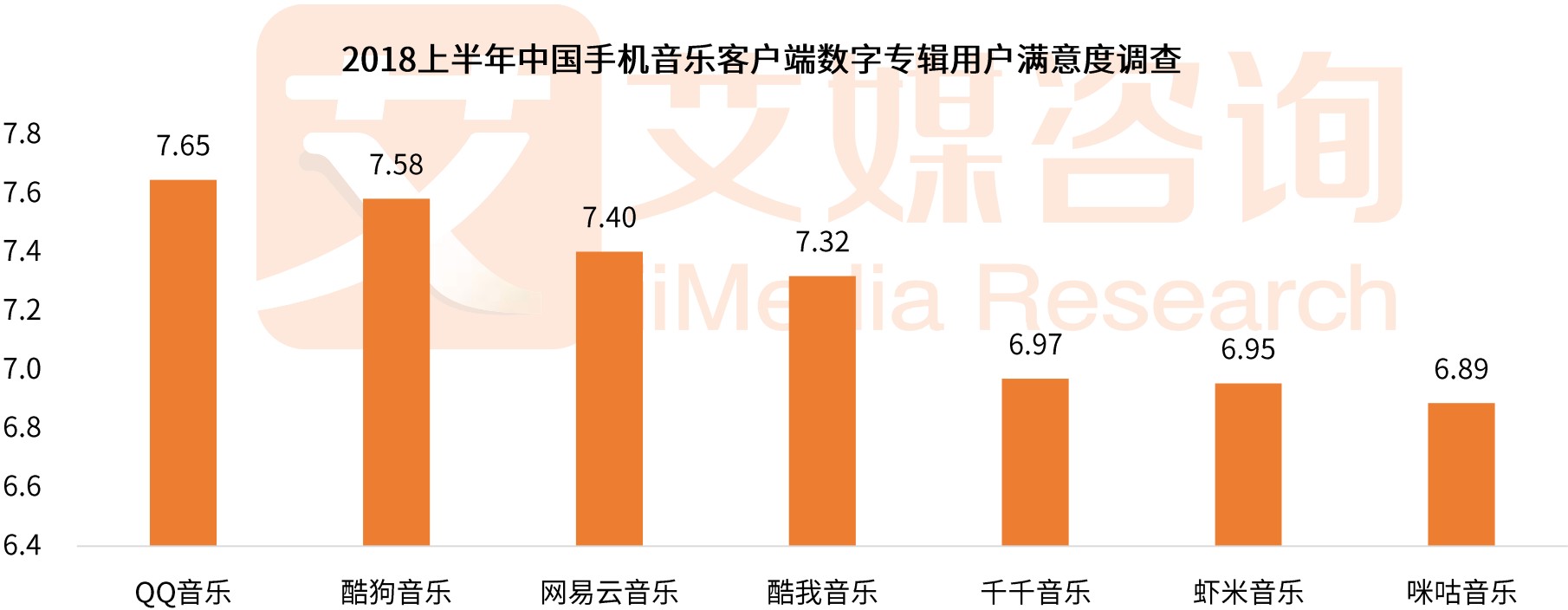
2018上半年中国手机音乐客户端用户购买数字专辑原因调查



2018上半年手机音乐客户端数字专辑用户满意度



iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，2018年上半年，QQ音乐手机音乐客户端数字专辑用户满意度最高，为7.65。酷狗音乐数字专辑用户的满意度紧随其后，为7.58。网易云音乐与酷我音乐数字专辑用户满意度分别位列第三、第四。



注：分数越高代表用户对数字专辑使用体验满意度越高，满分10分。
音乐客户端数字专辑用户满意度综合用户对数字专辑购买、收听、售后服务等维度体验情况，结合艾媒统计模型计算

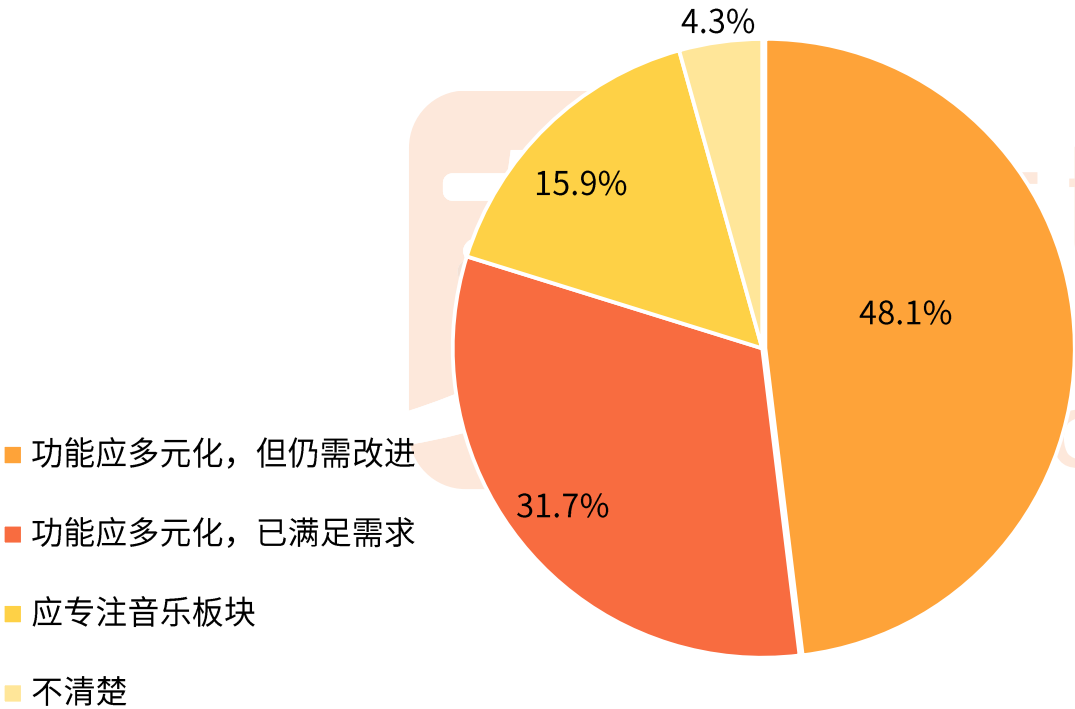
样本来源：草莓派数据调查与计算系统

样本量：N=2183，调研时间：2018年7月

数据来源：iiMedia Research（艾媒咨询）

近八成用户认同手机音乐客户端向多元化发展的趋势

2018上半年中国手机音乐客户端用户对平台综合发展的态度调查



iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，2018年上半年，79.8%的受访手机音乐客户端用户认同音乐客户端往综合平台发展的多元化发展方向，但48.1%的用户认为当前手机音乐客户端的多元化功能仍需改进。

注：平台的多元化发展是指音乐平台不仅提供听歌功能，而是向“听、看、玩”综合平台的方向发展。

03

中国手机音乐客户端未来趋势预测

iiMedia Research

中国手机音乐客户端行业发展趋势分析

以音乐为核心构造泛娱乐生态

音乐平台的竞争逐渐从版权、内容等单点竞争上升为全平台、全领域的生态型竞争。当前手机音乐客户端大多支持图文、音频、MV、短视频、直播等多样化的内容输出。艾媒咨询分析师认为，音乐是一种刚需产品或形式，可作为衍生出各种娱乐生态的基础。鉴于用户需求的多样性，在自身业务发展良好时，泛娱乐生态的构建反而可加固音乐端业务的稳定性。

品牌跨界合作 深化线下场景消费

音乐平台纷纷与各大品牌进行跨界营销，促成“音乐+运动”、“音乐+艺术”等多种合作形式。艾媒咨询分析师认为，音乐的跨界营销能使音乐融入到用户的日常生活中，深化用户线下场景的音乐消费，提高音乐客户端的曝光度；同时达到富含创意的推广效果。

中国手机音乐客户端行业发展趋势分析

扶持原创音乐 布局长尾音乐

在音乐版权基本稳定的局势下，各大音乐平台为寻求差异化经营优势，以比赛、培养计划等形式加大对原创音乐的扶持力度，并发力争夺电子音乐、民谣、儿歌等长尾音乐。艾媒咨询分析师认为，随着音乐版权互授比例高达99%，扶持原创音乐、布局长尾音乐是音乐平台自建生态，达到平台内容差异化的重点。

数字专辑发展空间巨大

随着版权格局基本稳定，用户版权付费意识增强，数字专辑逐步成为了唱片公司、歌手、独立音乐人等发专辑、推广的主要渠道。艾媒咨询分析师认为，相比起传统的实体专辑，数字专辑在销量、宣传、渠道上均有优势，对音乐平台、唱片公司、歌手或独立音乐人等多方利好，未来数字专辑将成为音乐平台内容的变现出口之一。

关于艾媒咨询



iiMedia Research（艾媒咨询）是全球知名的新经济产业第三方数据挖掘和分析机构。艾媒咨询致力于输出有观点、有态度、有结论的研究报告，以权威第三方实力，为企业产品推广、投资融资、IPO上市等提供行业数据监测、调查分析和报告咨询等服务。每年公开或定制发布新经济前沿报告超过500份，覆盖了人工智能、新零售、电商、教育、视频、生物、医疗、音乐、出行、营销、游戏、传媒、金融、环保与公共治理等领域，通过深入数据挖掘，通过数学建模，分析推理与科学算法结合，打造有数据、有理论支撑的大数据分析成果。

基于公司独立自主研发的“中国移动互联网大数据挖掘与分析系统(CMDAS)”，艾媒咨询建立了APP运营状况、企业舆情和商情、用户属性和行为偏好、零售数据挖掘、广告投放效果、政府治理等多维度的数据监测体系，帮助客户可视化还原“数据真相”，实现市场趋势的捕捉和用户信息的洞察，提升品牌的行业竞争和影响力。

POIIMedia(艾媒舆情)

大数据舆情监控系统

(yq.iimedia.cn)

通过先进的文本分析挖掘技术，全面满足客户各类需求，危机预警追踪。

DatallMedia(艾媒北极星)

移动应用运营监测

(bjx.iimedia.cn)

科学统计分析流量来源，透视用户活跃留存流失，提升推广效率降低成本。

SurveyiiMedia(草莓派)

用户感知与体验监测

(survey.iimedia.cn)

增加精准用户画像维度，了解用户主观消费意愿，获取用户客观服务评价。

SoicaliiMedia

微信微博媒体监测

(SocialiiMedia)

及时发现机器造假刷量，评估公众号的传播实力，识别受众兴趣与偏向。

RankingsiiMedia(艾媒金榜)

权威消费品牌评价监测

(ranking.iimedia.cn)

独有的iiMedia大数据评价模型，结合多个维度实现品牌价值评价与排名；提供中立、客观的品牌信息及购物消费指南。

ADiimedia

移动广告效果监测

(www.adiimedia.com)

ATC独家防作弊算法，全流程用户行为跟踪，投放策略建议与优化。

—— 艾媒咨询大数据监测体系 ——

法律声明

权利声明

本报告由iiMedia Research（艾媒咨询）制作，文件所涉的文字、图片、商标、表格、视频等均受中华人民共和国知识产权相关法律保护，经许可引用时请注明报告来源。

未经艾媒咨询许可，任何组织或个人均不得以任何形式擅自使用、复制、转载本报告或向第三方实施许可，否则，艾媒咨询将保留追究其一切法律责任之权利。艾媒咨询允许媒体和学术研究机构部分引用本报告数据和相关内容，但是必须标注出处。

免责声明

本报告所涉之统计数据，主要由艾媒大数据监测系统、行业访谈、用户调研、市场调查、桌面研究等样本数据，结合专业人员分析及艾媒咨询计算模型估算获得。由于调研样本及计算模型的影响与限制，统计数据仅反映调研样本及模型计算的基本情况，未必能够完全反映市场客观情况。鉴于上述情形，本报告仅作为市场参考资料，艾媒咨询不因本报告（包括但不限于统计数据、模型计算、观点等）承担法律责任。

阅读、使用本报告前，应先审慎阅读及充分理解上述法律声明之内容。阅读、使用本报告，即视为已同意上述法律声明；否则，请勿阅读或使用本报告。



只做优质报告!



扫描二维码查看更多报告

咨询

网址: <http://report.iimedia.cn>

邮箱: xxx@iimedia.cn

商城会员及平台充值享受更多优惠! 详情请联系客服 ↑



全球领先的移动互联网产品对标分析平台



扫描二维码查看更多数据

咨询

网址: <http://bjx.iimedia.cn>

邮箱: alex@iimedia.cn

涵盖数十个领域，三百个细分行业，监测超过3万款APP

全功能版：提供APP下载、活跃、留存、渠道分发及转化等全维度数据，可进行APP 用户分析、运营分析、质量分析、竞争分析等

艾媒报告商城用户176****1700专享 尊重版权，严禁篡改、转售等侵权行为

<http://report.iimedia.cn> 一键定制



因为专注，所以专业！

Since 2007, we focus on New Economy!



艾媒咨询

iimedia Research

艾媒报告商城用户176****1700专享 尊重版权，严禁篡改、转售等侵权行为

全球领先的新经济行业大数据挖掘与分析机构