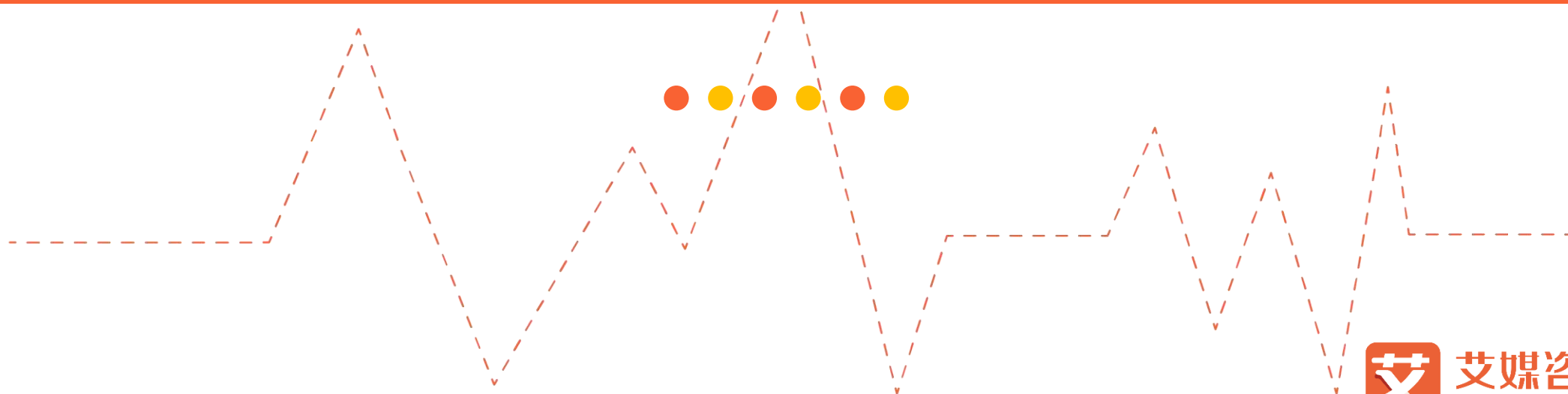


# 2018

## 中国PC端浏览器市场专题研究报告

2018 China Personal Computer Browser Market Research 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中国PC浏览器市场概况

2

2018中国PC搜索市场用户行为研究

3

2018中国PC浏览器案例分析

4

中国PC浏览器市场发展趋势及预测

01

## 2018中国PC浏览器市场概况

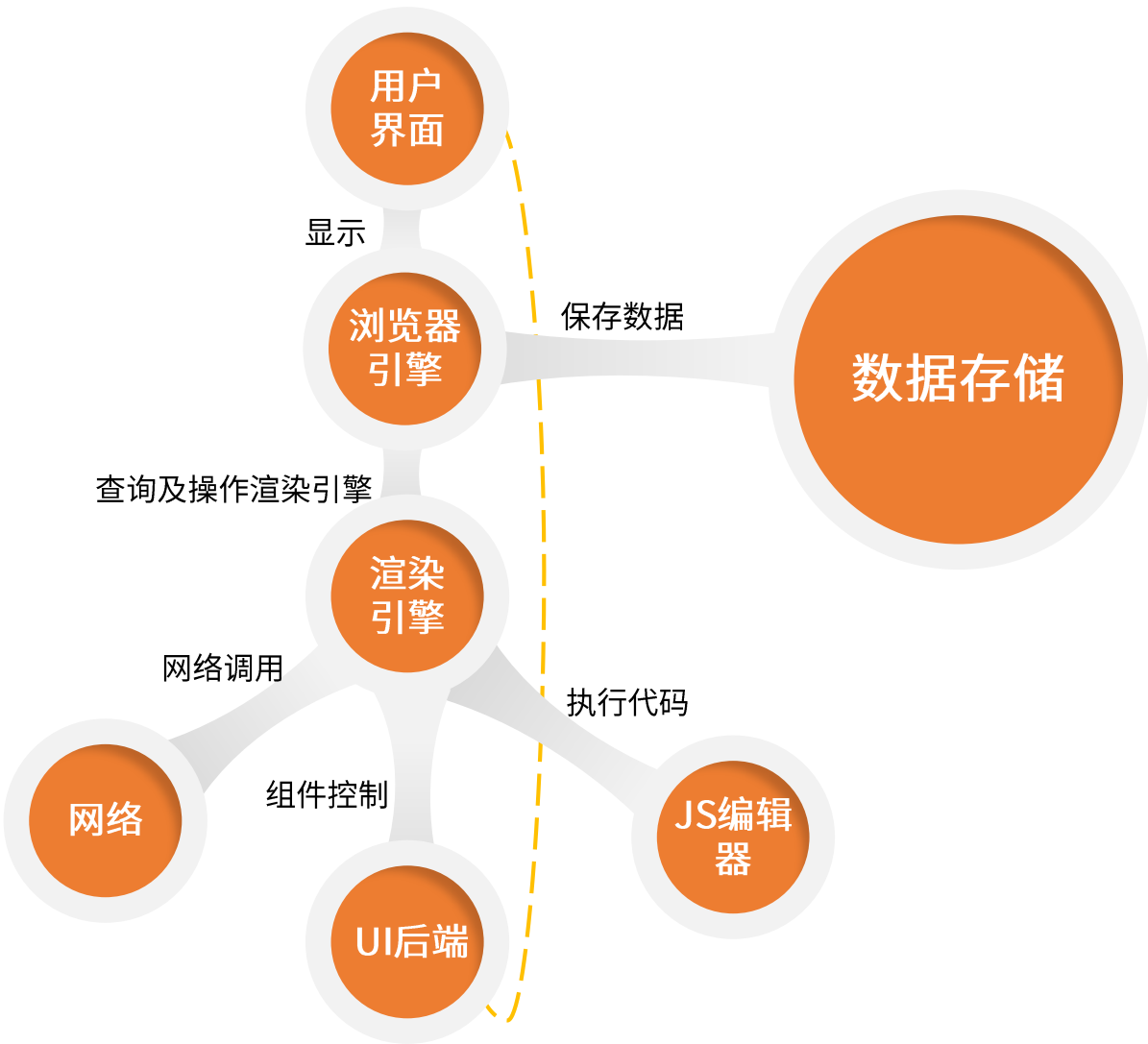
# PC浏览器主要构成和功能

**功能：**将用户选择的web资源呈现出来，它需要从服务器请求资源，并将其显示在浏览器窗口中，资源的格式通常是HTML，也包括PDF、image及其他格式。用户用URI（Uniform Resource Identifier统一资源标识符）来指定所请求资源的位置。

PC浏览器功能



PC浏览器主要构成



# PC浏览器内核分类——四种内核



## Trident

微软在Mosaic代码的基础之上修改而来的，并沿用到IE11，也被普遍称作“IE内核”。

## Presto

Opera7中首次被使用，特点：渲染速度的优化达到了极致，但网页的兼容性差，目前已被废弃。

## Gecko

代码完全公开，可开发程度高，全世界程序员都可以进行修改和功能增加，由火狐浏览器采用。

## Webkit

苹果公司研发，也是苹果的Safari浏览器使用的内核，包含WebCore排版引擎及JavaScriptCore解析引擎。

# PC浏览器发展历程——安全性能逐渐完善



10年代

- 2011年，百度上线集合多应用的百度浏览器
- 2012年，猎豹移动公司（原金山网络）推出猎豹安全浏览器，主打安全与极速特性

00年代

- 2000年，腾讯发布TT浏览器（QQ浏览器前身），为当时中国最早的多页面浏览器
- 2003年，Macworld大会首度发行Safari浏览器初代版本，之后成为Mac OS 的默认网络浏览器
- 2003年，傲游创始人开发以MyIE2的网页浏览器，之后更名为Maxthon，中文名“傲游”
- 2004年，Firefox浏览器发布
- 2008年，谷歌在上百个国家发布提供多种语言版本的Chrome浏览器
- 2008年，360浏览器发布，采用独特“沙箱”技术
- 2009年，搜狗经过测试版本和预览版本的改进后上线正式版

90年代

- 1990年，蒂姆·伯纳斯-李发明第一个网页浏览器WorldWideWeb，实现超文本分享资讯
- 1993年，NCAS组织发布第一款普遍使用的浏览器Mosaic
- 1994年，网景公司研发出Netscape9.0
- 1995年，IE浏览器发布，与Windows95一同捆绑亮相
- 1995年，Opera浏览器发布，支持单窗口多文档阅读

# 中国PC浏览器行业现状——发展遭遇瓶颈期

1

起步晚

中国的浏览器技术投入在2000年开始，相较于国外浏览器服务商于上世纪90年代就开始摸索和发展，并且已经制定了行业标准和规范，起步较为落后。

2

高成本

浏览器研究与开发需要大量的科研技术人才，雇佣高知识水平的员工需要企业支付大量的人工成本与研发费用，进行浏览器内核技术创新对企业自身实力有一定的门槛和要求。

3

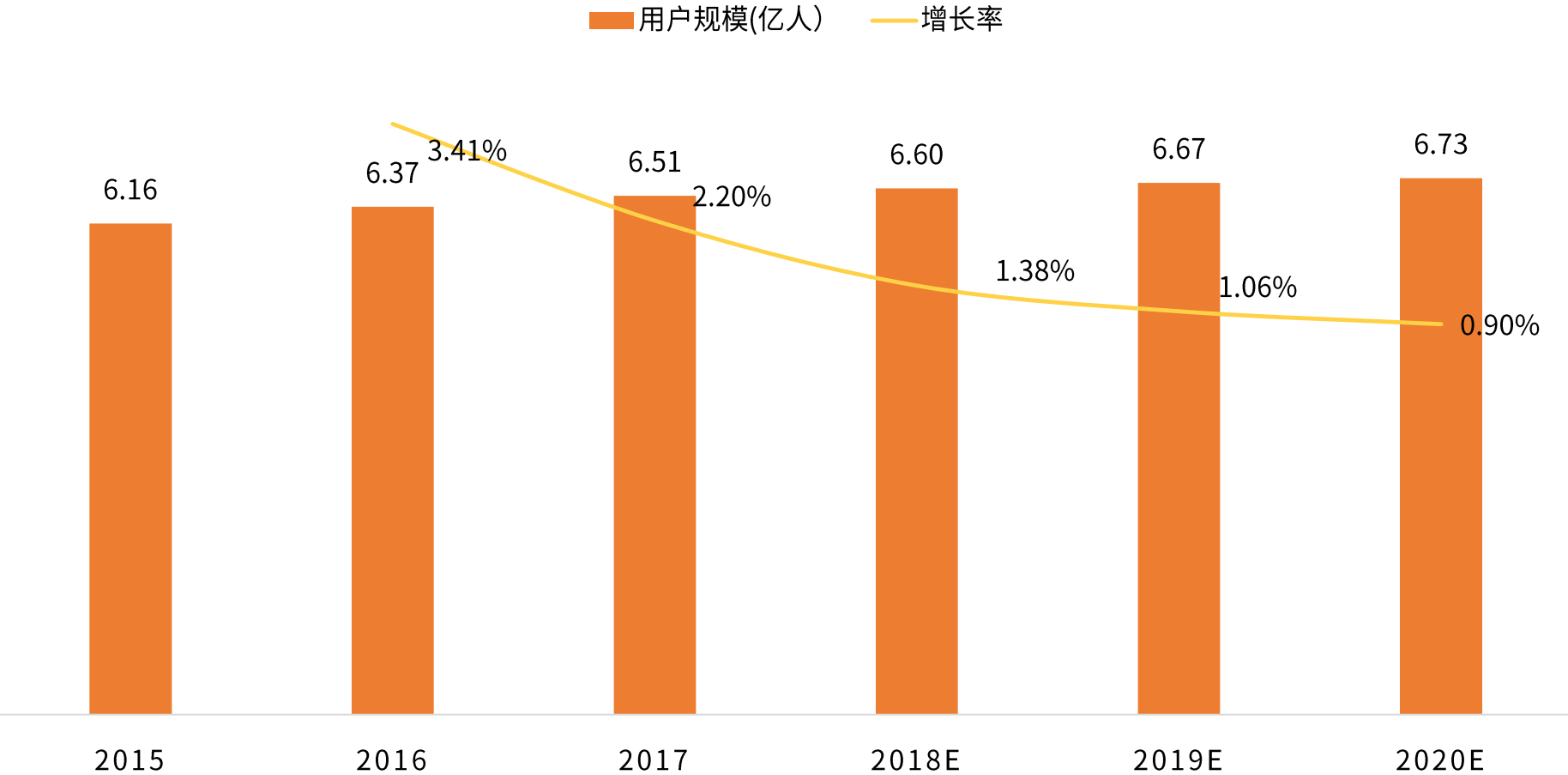
市场饱和

国外浏览器部分技术为开源项目，中国浏览器服务商基于此类技术进行了针对性的定制开发和创新改造，并且中国浏览器市场趋于饱和，竞争格局较为稳定，对服务商而言，技术研发的投入带来的价值回报并不高。



# PC浏览器市场发展瓶颈期——市场趋于饱和

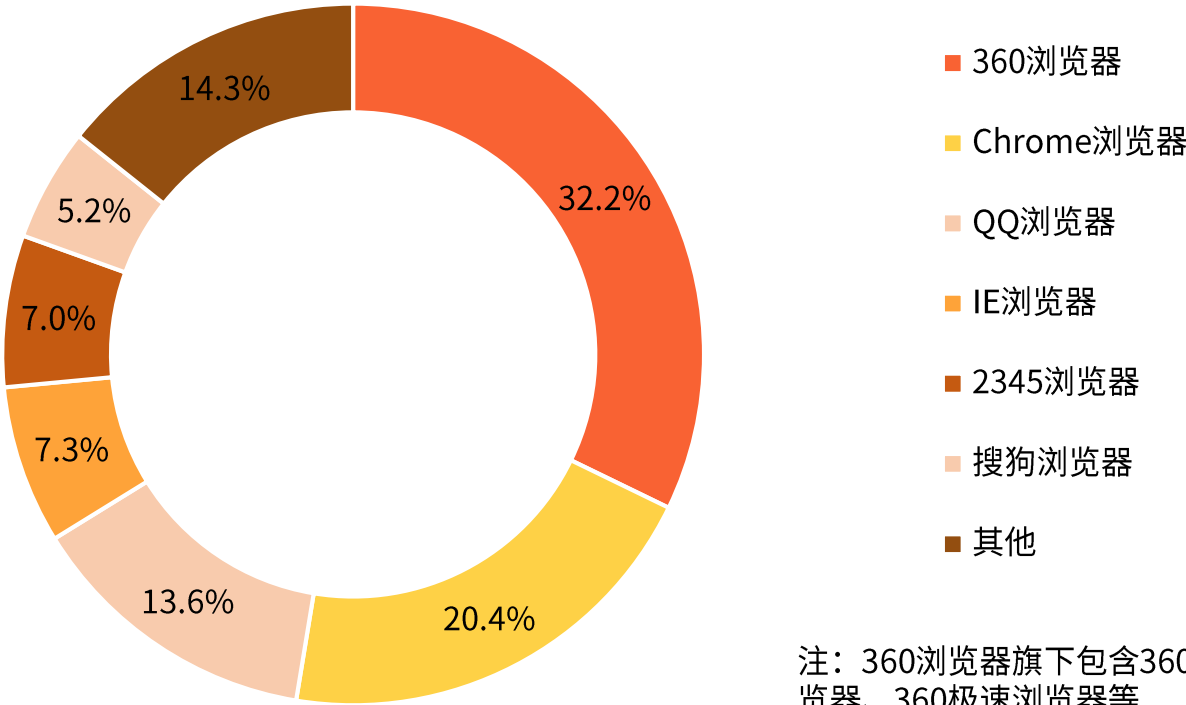
2015-2020年中国PC浏览器用户规模及预测



# 市场趋于饱和——头部企业竞争愈发激烈

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，在PC浏览器用户首选品牌使用占比中，360浏览器占比32.2%居首，Chrome浏览器、QQ浏览器以20.4%、13.6%的占比紧随其后。

2018中国PC浏览器用户首选品牌使用分布



注：360浏览器旗下包含360安全浏览器、360极速浏览器等

# 中国PC浏览器行业——机会与挑战

## 机会

中国网民规模大，国家互联网基础设施建设不断优化升级，数字化战略得到系统阐释，互联网服务持续升级，《推进互联网协议第六版（IPv6）规模部署行动》发布以来，三大运营商在网络层面支持IPv6的能力大幅提升，网络带宽增长速度惊人，网民上网速度更快，互联网普及率超50%。PC浏览器行业竞争态势激烈，服务商纷纷加大新科技、新技术的引进，在浏览器安全保护、极致体验、智能化服务等领域表现出强劲的实力和获得了大量用户的青睐与关注。

移动互联网迅速发展，电脑浏览器在便捷性与移动性方面和移动端上相比较为逊色，基于移动端的时效高与门槛低等优势，不少服务商在移动浏览器的研发与投入加码发力，在国家积极下调移动互联网资费的形势条件下，移动端的流量增长成为互联网服务的生命之源和竞争战场，智能手机迅速发展，APP、小程序等互联网服务更是五花八门，大放异彩，PC浏览器信息发布和推送中介的价值减少，搜索入口红利遭遇截断，流量入口地位下降，用户开始向移动端流失。

## 挑战

# 2018中国PC浏览器行业动态热点——聚焦技术实力

## 主流CPU芯片被曝漏洞，360首家支持抵御

2018年1月,主流CPU芯片被曝出两组存在导致数据可能被黑客非法访问的漏洞,攻击者可利用浏览器脚本语言特性实现远程攻击,窃取用户隐私数据。对此,360浏览器升级更新9.1.0.400版本,推出“CPU漏洞免疫工具”,从漏洞修复及安全防护两方面入手,阻断漏洞入侵通道,成为首款能够防御该系列CPU漏洞的国产浏览器。

## 红芯浏览器被曝套壳谷歌

2018年8月,“红芯”公司宣布完成2.5亿元C轮系列融资,“自主研发”、“国产浏览器内核”等溢美之词让红芯时代科技有限公司一时之间引发了国内浏览器市场的轰动和媒体关注,次日,这款自称基于自主可控浏览器核心技术的浏览器被曝是伪创新产品,浏览器文件被指解压缩后,出现大量与谷歌浏览器一致的同名文件,甚至出现不少Chrome的图标、文件和版本号。

## 技术与内容双引擎，QQ浏览器图像识别趋完善

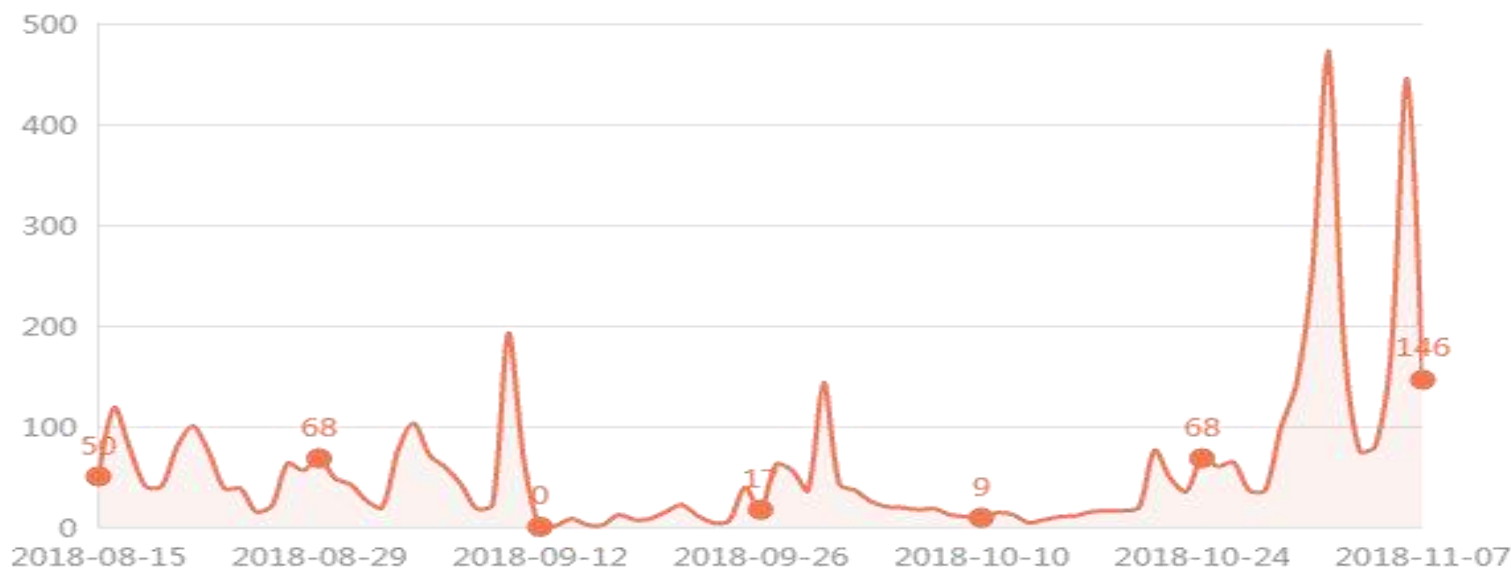
2018年11月,腾讯合作伙伴大会“共生·AI应用分论坛”在南京召开。腾讯在论坛发布“AI应用生态合作伙伴计划”并正式对外推出了提升行业智能化水平、探索行业价值的“腾讯AI应用工具箱”来作为腾讯AI应用唯一标准化接口,QQ浏览器识你所见功能作为腾讯AI工具箱的重要组成部分,能识别植物花草、汽车、红酒、题目、名人、名画、文物、食物卡路里等多类物体。

# 用户搜索关注——“红芯造假门”引发技术深思



iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，近一个月“PC浏览器”话题热度指数波动幅度较大，2018年11月1日左右出现了话题高峰，11月份仍旧保持话题热度升高的态势。艾媒咨询分析师认为，“红芯造假门”事件引发了国内舆论对浏览器的关注，加之10月份谷歌、火狐、微软等品牌服务商纷纷做出行动，优化浏览器产品，优化服务与体验，使得浏览器的热度一度飙升。

## “PC浏览器”网络热度指数



网络热度指数：指在从互联网平台采集海量信息的基础上，提取与指定事件、人物、品牌、地域等相关信息，并对所提取的阅读量、评论量、点赞转发量等进行标准化计算后得出的指数

数据来源：艾媒大数据舆情监控系统

舆情监测时间区间：2018年8月15日——11月7日

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

# 用户搜索关注——广东地区网络热度最高

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，广东省关于PC浏览器的讨论最为热烈，其次为吉林、江苏。

## “PC浏览器”网络热度地域分布



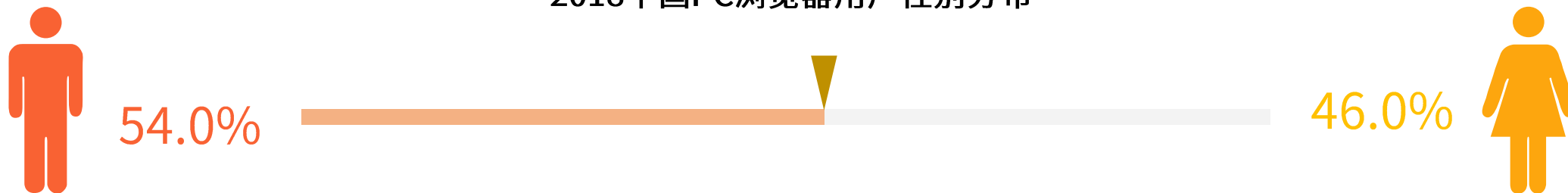


# 02

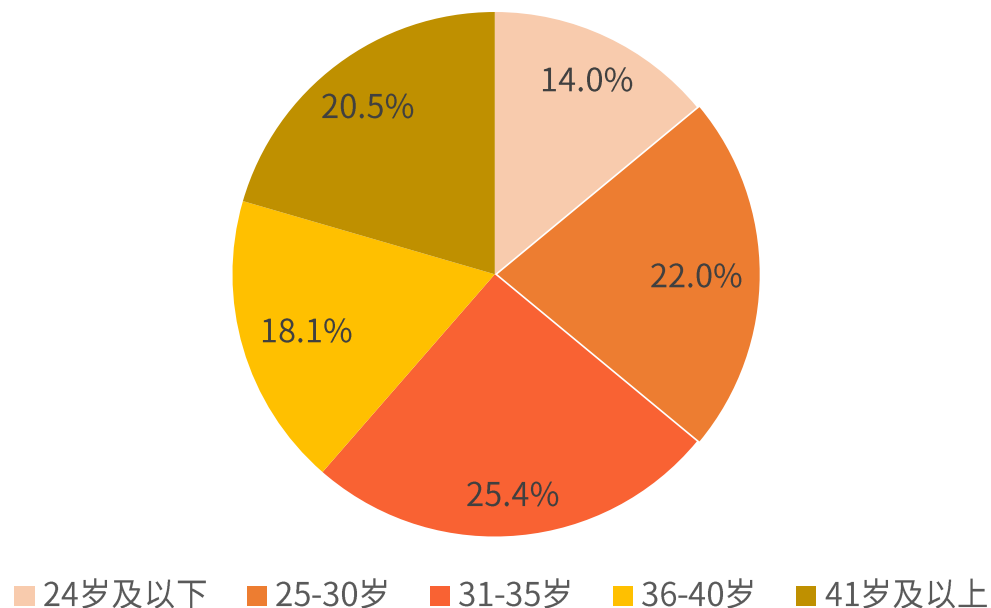
## 2018中国PC搜索市场用户行为研究

# PC浏览器用户属性——中青年男性用户较多

2018中国PC浏览器用户性别分布



2018中国PC浏览器用户年龄分布

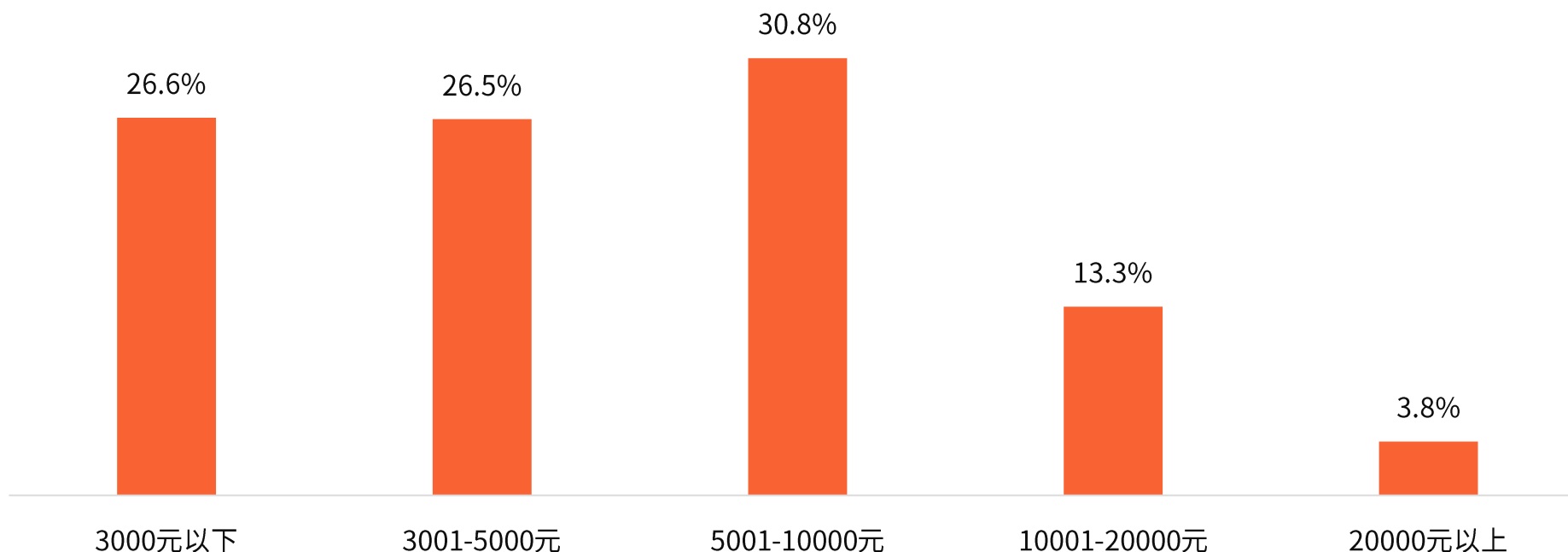




# PC浏览器用户属性——中等收入群体占比较大

iiMedia Research（艾媒咨询）调研数据显示，在PC浏览器用户收入分布中，收入为 5000-10000的PC浏览器用户比例最高，占总体用户30.8%，3000元以下的用户所占比例为26.6%。

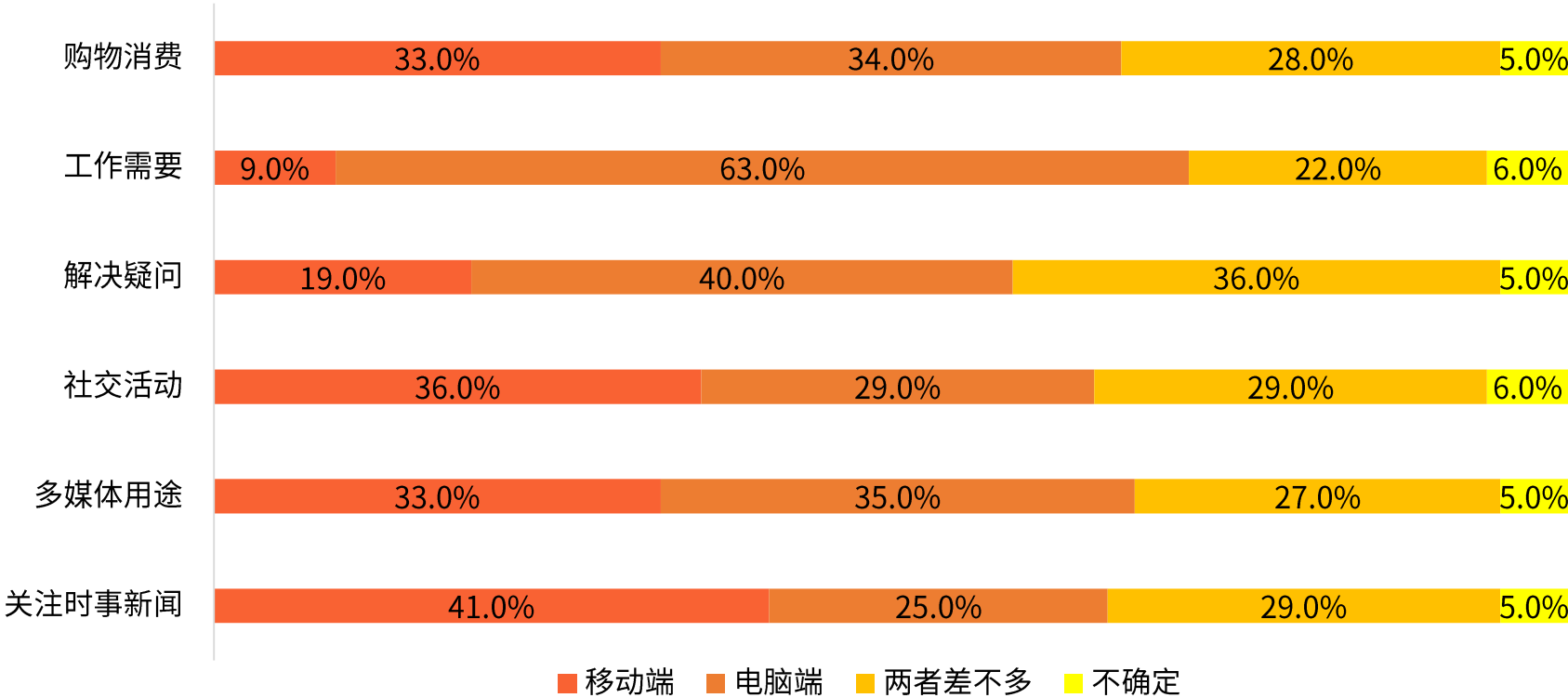
2018中国PC浏览器用户收入分布



# 浏览器用户行为——工作使用PC端，资讯获取使用移动端

iiMedia Research（艾媒咨询）调研数据显示，在针对浏览器用户不同浏览内容端口选择偏好调查中，在工作活动使用PC端浏览器用户比例达63.0%，远高于移动端比例，而在资讯获取和社交活动上，移动端分别以41.0%、36.0%的比例高于PC端。艾媒咨询分析师认为，电脑是现代信息化社会中工作必不可少的工具，因此给PC浏览器的使用带来了一定的优势，而移动智能设备作为用户随身出行必备的工具，方便了用户随时随地获取资讯和新闻。

2018年中国浏览器用户不同浏览内容端口选择偏好调查



样本来源：草莓派数据调查与计算系统

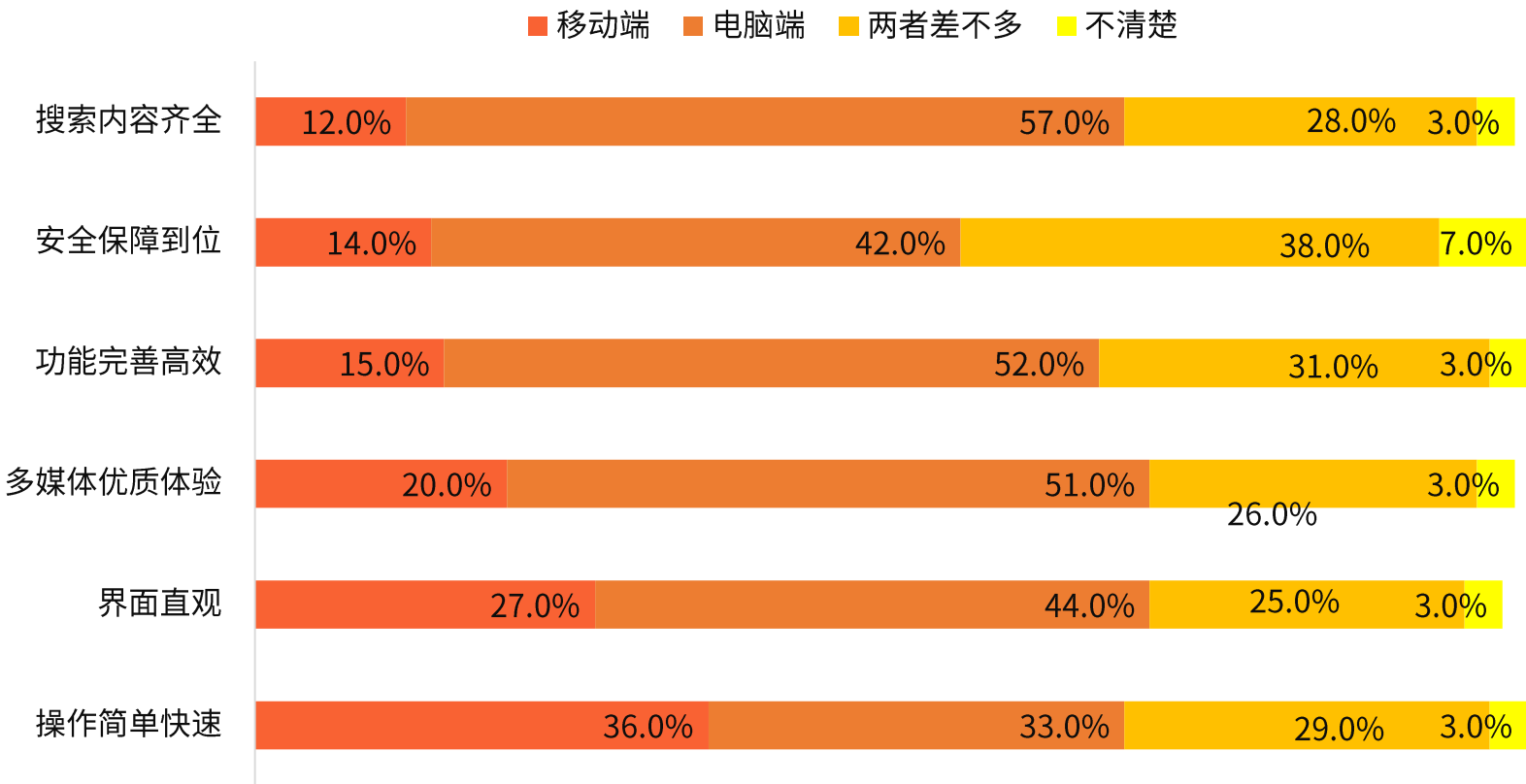
样本量：N=1957，调研时间：2018年11月  
艾媒报告商城用户176700专享，尊重版权，严禁篡改、转售等侵权行为

数据来源：iiMedia Research（艾媒咨询）

# 浏览器用户满意度——PC端口体验优势显著

iiMedia Research（艾媒咨询）调研数据显示，在针对浏览器用户不同端口的体验满意度调查中，在搜索内容齐全、功能完善高效、多媒体优质体验、界面直观、安全保障到位指标中选择PC端浏览器用户比例分别为57.0%、52.0%、51.0%、44.0%、42.0%，五项指标均以一定的差距高于移动端。

2018年中国浏览器用户不同端口体验的满意度调查



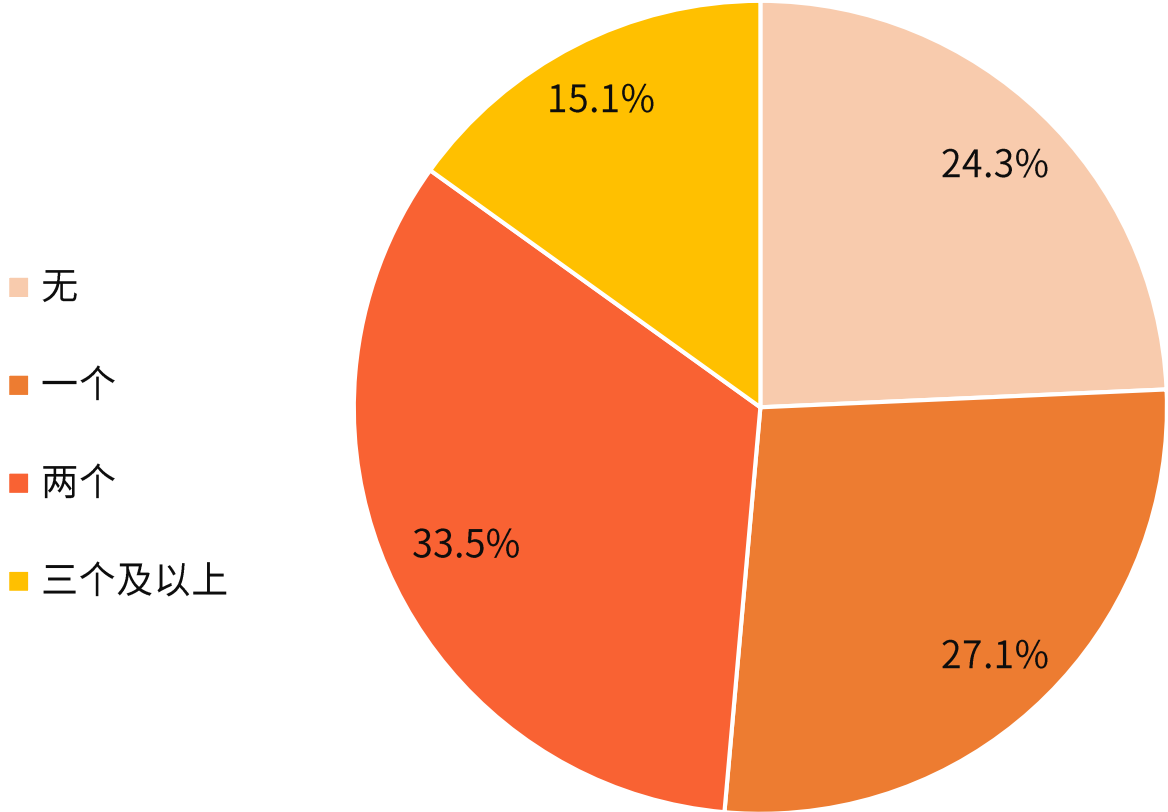
样本来源：草莓派数据调查与计算系统

样本量：N=1957；调研时间：2018年11月  
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

数据来源：iiMedia Research（艾媒咨询）

# PC浏览器用户行为——使用多种PC浏览器

2018年中国网民用户PC浏览器日常使用品牌数量调查

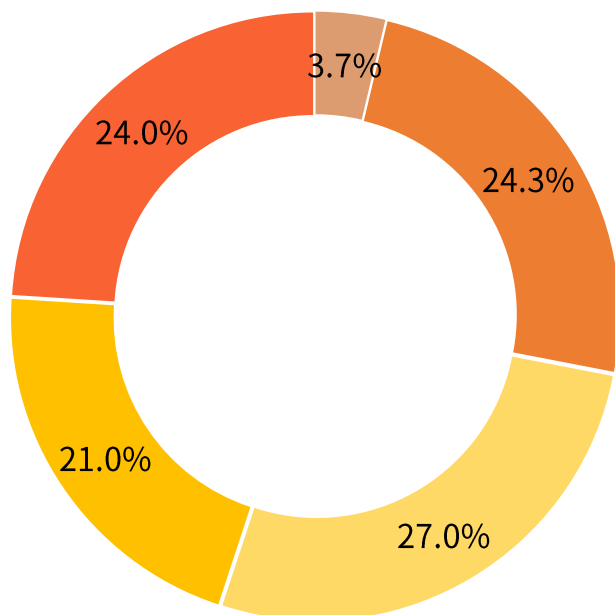


iiMedia Research（艾媒咨询）调研数据显示，在针对网民用户PC浏览器日常使用品牌数量调查中，33.5%的浏览器用户目前在电脑上使用两个浏览器，15.1%的用户使用了三个及以上。艾媒咨询分析师认为，用户对不同浏览器有不一样的体验，不同服务商浏览器产品也存在一定的差异，因此造成了用户会存在多个选择。

# PC浏览器用户行为——高频率使用

## 2018年中国PC浏览器用户使用频次情况调查

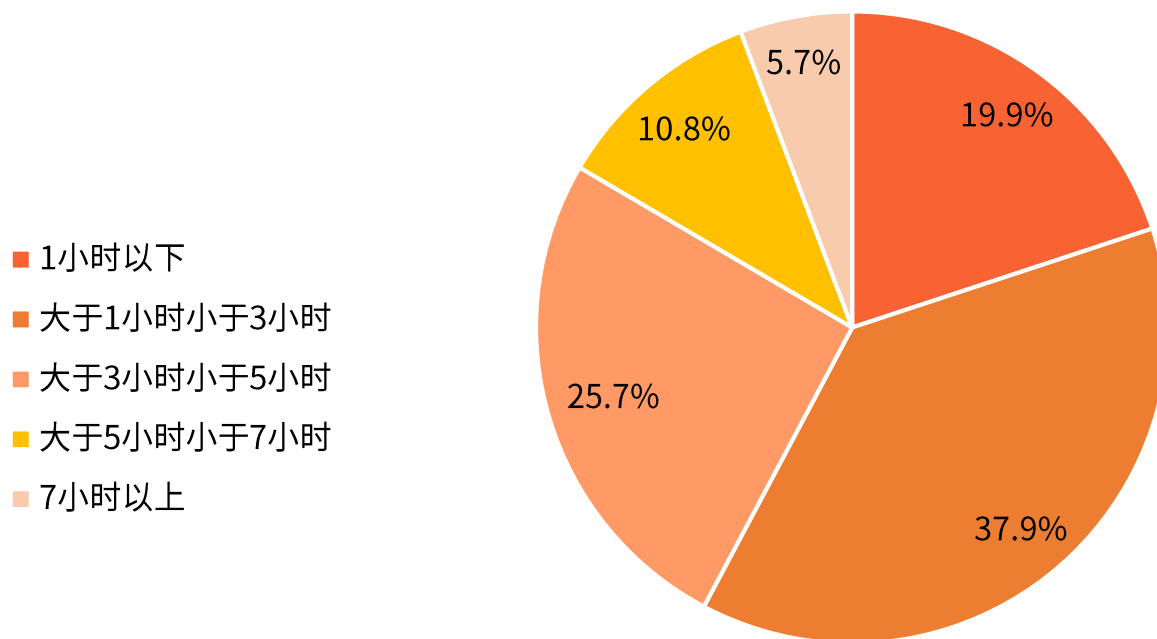
■ 极少使用，每周不到5次   ■ 每日1-3次   ■ 每日4-10次   ■ 每日10次以上   ■ 不定次数



iiMedia Research（艾媒咨询）调研数据显示，在针对PC浏览器用户使用频次情况调查中，每日使用次数在4-10次的PC浏览器用户占27.0%，10次以上的PC浏览器用户占21.0%。艾媒咨询分析师认为，用户无论是在学习或者工作当中，需要使用PC浏览器的可能性和机会比较大，因此使用频率较高。

# PC浏览器用户行为——使用时间普遍较长

## 2018中国PC浏览器用户日常使用时间情况调查

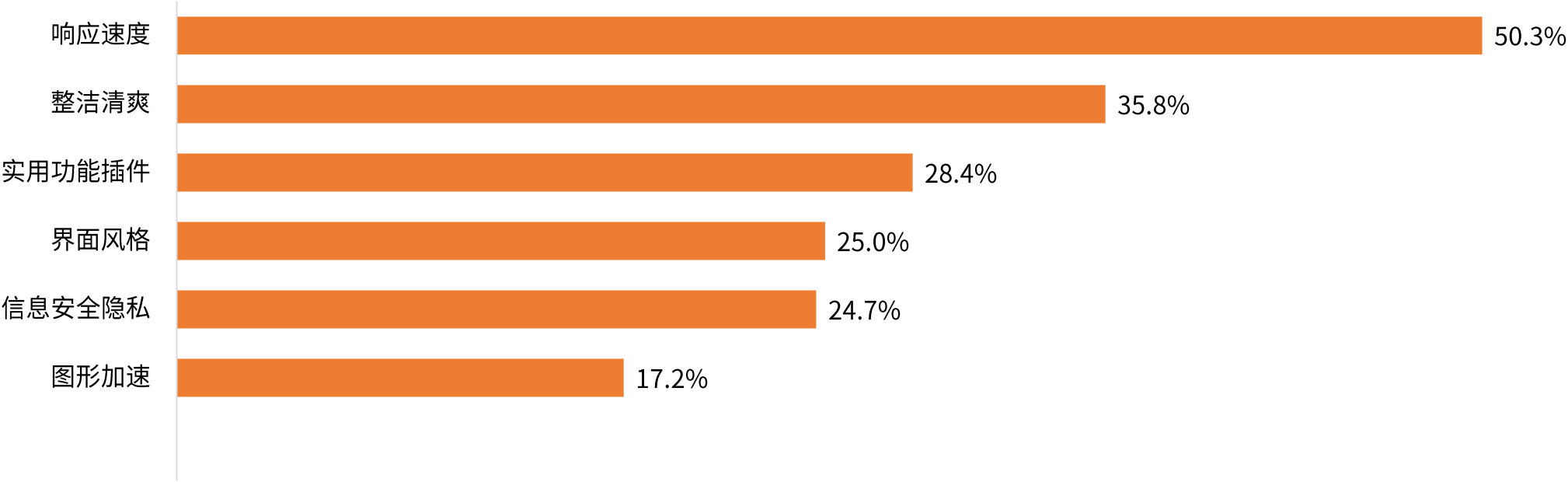


iiMedia Research（艾媒咨询）调研数据显示，在针对PC浏览器用户日常使用时间情况调查中，仅有19.9%的用户使用PC浏览器时间在1小时以下。艾媒咨询分析师认为，浏览器的功能仍是信息化社会中，解决用户疑难以及连接互联网服务的重要渠道和入口，用户对浏览器的依赖程度仍较大。

# PC浏览器用户行为——产品响应速度最受关注



2018年中国PC浏览器用户对PC浏览器产品属性关注调查



iiMedia Research（艾媒咨询）调研数据显示，在针对PC浏览器用户对PC浏览器产品属性关注调查中，响应速度是最多用户关注的一项属性，其次为页面整洁清爽、无广告等不良信息骚扰。艾媒咨询分析师认为，用户出于工作或者学习需要使用浏览器时，对浏览器响应时间较为关注与敏感，浏览器响应速度影响到用户去留，是浏览器产品所要提升和改进的一大卖点。

样本来源：草莓派数据调查与计算系统

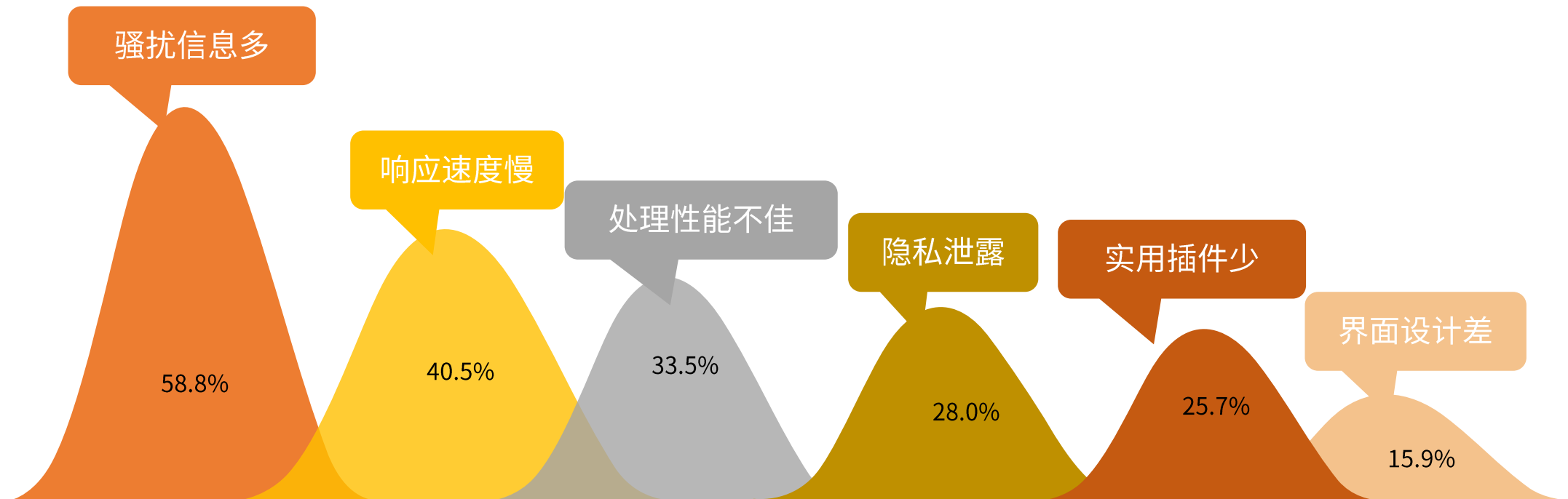
样本量：N=1957，调研时间：2018年1月  
艾媒报告商城用户协议\*\*2000号 尊重版权，严禁篡改、转售等侵权行为

数据来源：iiMedia Research（艾媒咨询）

# PC浏览器用户行为——骚扰信息最受困扰

iiMedia Research（艾媒咨询）调研数据显示，在针对PC浏览器存在问题调查中，接近六成的用户反映当下PC浏览器存在的最大问题是骚扰信息多，其次超过三成用户反映浏览器响应速度慢和处理性能不佳等问题。

## 2018中国PC浏览器用户认为PC浏览器存在的问题调查





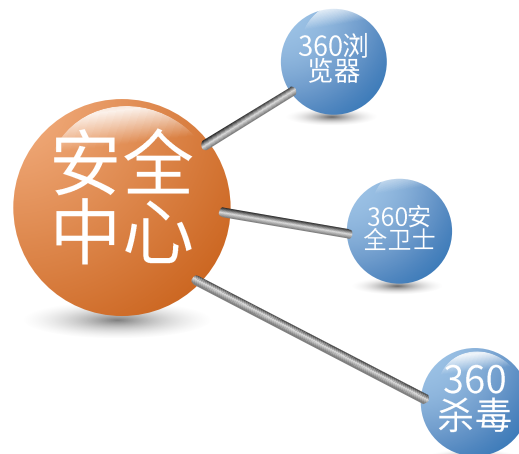
03

## 2018中国PC浏览器案例分析

# 360浏览器——安全创新齐发力



360安全浏览器和360安全卫士、360杀毒等软件产品一同构成360安全中心的系列产品。恶意网址库、网址拦截、云安全体系等安全保障手段，帮助用户解决网购、支付以及其他拓展场景中的安全问题，有效防止挂马、欺诈、网银仿冒等非法行为出现。同时，针对用户在不同系统平台文件资料不一致的情况，360安全浏览器于2018年推出跨平台战略，为用户解决三大原生操作系统寻求数据一致的刚需问题。



支持智能双内核引擎平衡性能和兼容性需求；强化在线协同能力64位内核，支持>4G内存



Chromium内核（64位）基于极速浏览器交互完整的360完全体系；支持密码、收藏夹同步完整移植360扩展商店



Chromium内核（64位）基于极速浏览器交互完整的360完全体系；支持密码、收藏夹同步；完整移植360扩展商店所有服务免费

跨平台追求一致体验

## 安全层面

注重漏洞修复、挖矿木马防护，支持站点隔离，实时监控不安全网站，加固安全防护层，同时严格网站证书鉴定标准，从根本上降低安全风险。

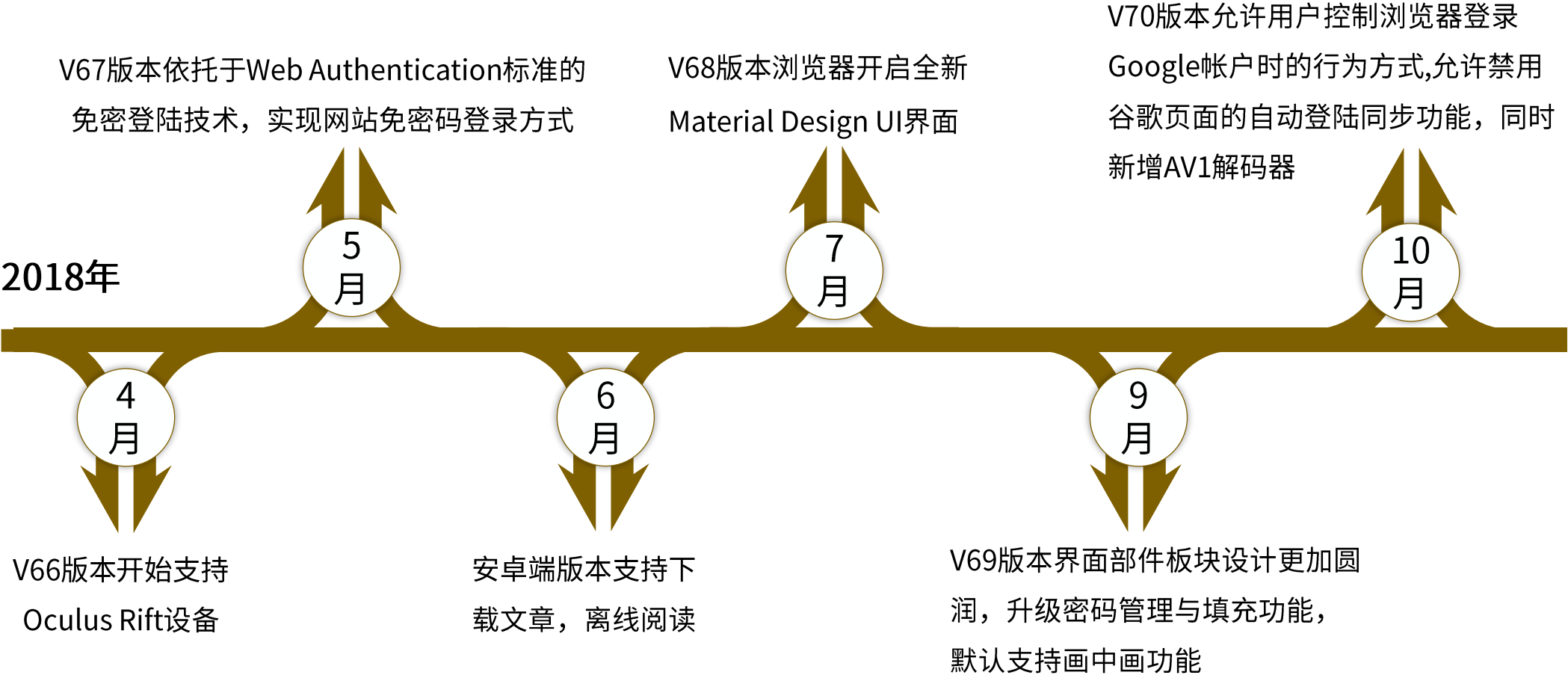
## 创新层面

升级chrome63内核，兼容编码开发；推出全景VR浏览器模式，优化浏览画面；支持全网视频一键录制，满足用户剪切视频需求。

# Chrome浏览器——版本迭代兼容强



Chrome浏览器在2018年进行了多次版本更新,从V66版本支持Oculus Rift设备, 协同享受WebVR服务, 到V67版本的免密登陆, V68版本的全新UI设计, 十周年系列V69的界面优化以及V70的同步控制与隐私保护功能, 作为谷歌公司开发的浏览器, Chrome浏览器一直以其稳定性、速度和安全为用户称赞, 产品简洁的界面与高效的服务让Chrome浏览器继IE之后在浏览器行业中占领一方市场。



# QQ浏览器——双内核极速浏览体验



QQ浏览器作为腾讯公司开发的浏览器，拥有腾讯背后专业技术部门的支撑与公司雄厚的资金投入。从交互设计出发，浏览器在侧边栏上融合了诸多直播资讯的应用来扩展浏览器自身的内容丰富度并且为用户提供了一定的便利。界面上QQ浏览器设计了较为精巧与简约的界面，全面屏皮肤也是其在设计的一大创新。性能上，采取Chromium+IE双内核的特色策略来提升浏览器的启动速度和网页浏览的顺畅程度从而提升用户浏览体验。针对用户反应较多的崩溃、假死、兼容性问题也是进行了大量的优化测试和改进。

扩展侧边栏

全面屏皮肤

Chromium+IE双内核

海量插件



## WEB页面转换

支持WAP和WWW网页  
适合手机阅读



## 极速冲浪

多进程多线程  
网络顺畅，无延迟操作



## 压缩技术

连同服务器进行网络数据  
压缩，节省流量



## 辅助功能

断点续传，网址导航  
流量统计，自定义快捷键

# PC浏览器综合实力对比——360浏览器位居榜首



2018中国PC浏览器用户品牌安全感知程度与综合实力评价调查  
(10分满分)

PC浏览器品牌	PC浏览器用户安全感知程度得分	PC浏览器综合实力评价得分
360浏览器	7.84	7.91
搜狗浏览器	7.60	7.75
QQ浏览器	7.69	7.73
火狐浏览器	7.75	7.70
Chrome浏览器	7.86	7.67
百度浏览器	7.75	7.55
IE浏览器	7.54	7.45
猎豹浏览器	7.44	7.43
傲游浏览器	7.56	7.25
Safari浏览器	7.51	7.25
Opera浏览器	7.60	7.19

样本来源：草莓派数据调查与计算系统

样本量：N=1957，调研时间：2018年1月  
艾媒报告网城用，176 2000等尊重版权，严禁篡改、转售等侵权行为

数据来源：iiMedia Research（艾媒咨询）

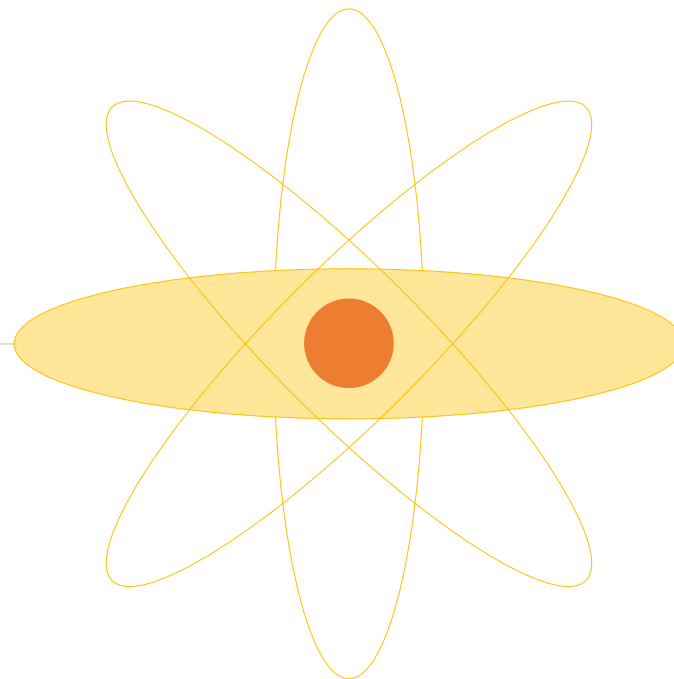


# 04

## 中国PC浏览器市场发展趋势及预测

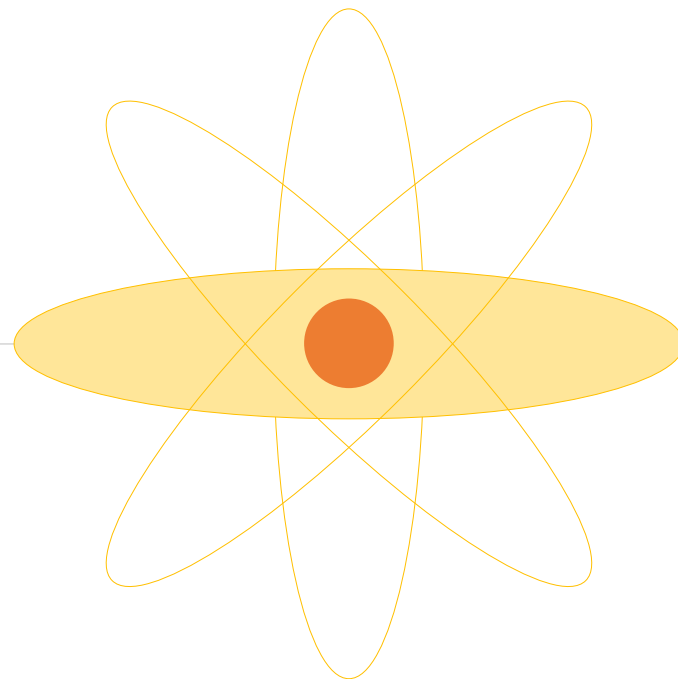
# 严格安全防范，注重隐私保护

PC浏览器作为用户进入互联网服务的渠道与入口，用户在网上过程中产生的信息、数据都是用户的个人隐私，因此，浏览器针对用户隐私采取的安全保障措施和防护功能为用户格外关注的要素。艾媒咨询分析师认为，在用户日益重视信息安全、隐私保护的条件下，浏览器需要**加强信息安全关卡把控**，升级安全防范与保护功能，为用户营造安全上网环境，防范恶意病毒攻击与用户隐私泄露。



# 发挥专业优势，优化用户体验

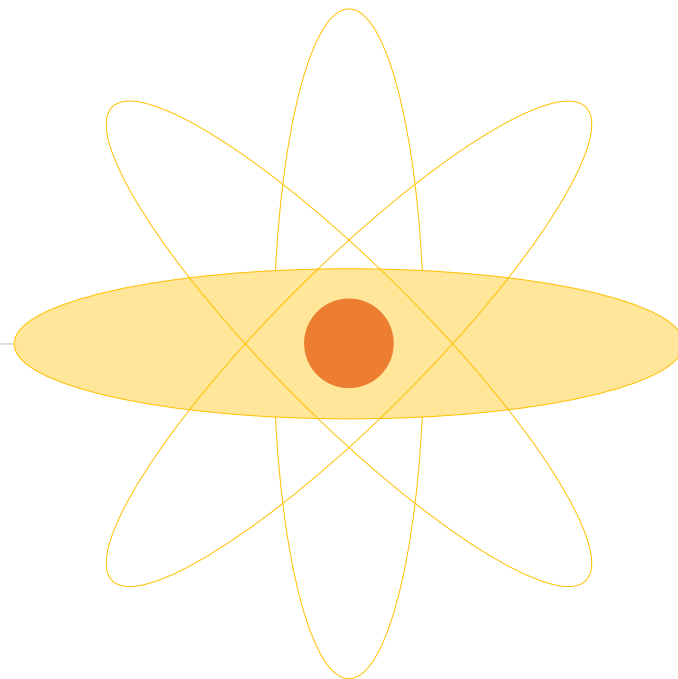
PC浏览器在移动互联网时代遭遇了来自移动社交平台、小程序、APP、手机浏览器的挑战和威胁，但是PC浏览器的地位仍旧举足轻重，特色突出，效益明显。艾媒咨询分析师认为，移动端的互联网服务有其特色，但是PC浏览器自身所存在的优势也同样满足了用户移动端服务中所不能享受的服务体验，包括用户因从事工作和学习产生需求时，PC浏览器所能提供的内容深度与广度，操作使用的功能丰富度与体贴度，界面直观度等。这些都是PC浏览器与移动端浏览器产品设计不同所带来的特色差异，因此，未来PC浏览器需要牢牢把握住其个性特点，在细分领域中切实保障用户需求。





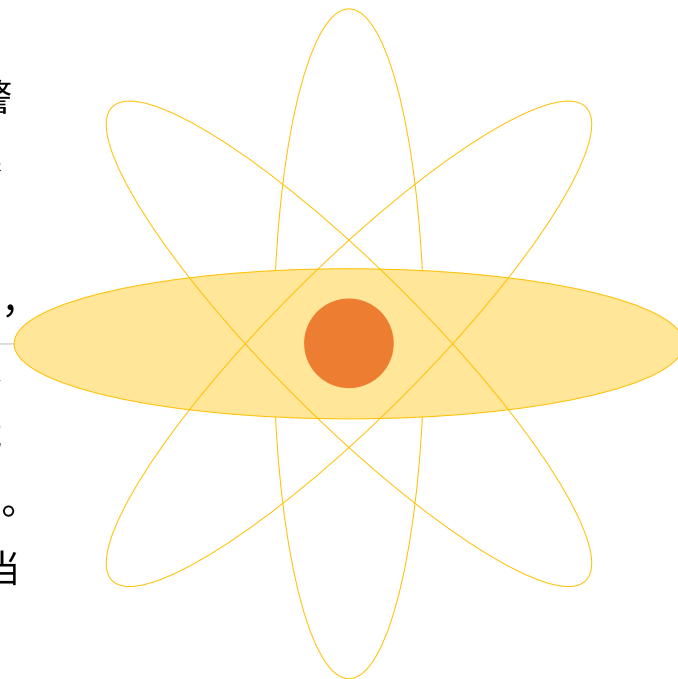
# 扩展平台多元化发展，保卫入口地位

PC浏览器作为用户与互联网服务商之间相联系的重要渠道，用户通过PC浏览器享受多种多样的网络服务，丰富的服务内容，强大的应用和资讯整合能力是浏览器的一大特性。**艾媒咨询分析师认为**，未来PC浏览器的发展重点不再是依靠单一的搜索或者分发服务来吸引与留住用户，扩展平台，连接更加**多元化**的应用服务，架构起完整的生态链服务，依靠入口优势与内容生态实现用户在浏览器平台上的导流，增强其变现能力是浏览器所要着重投入与发展的一大要点。



# 把握技术潮流，迎合时代趋势

“红芯浏览器”事件虽是个例，却给中国PC浏览器行业敲响了警钟。中国缺乏在国际上有较高话语权的专利技术和产品，浏览器行业发展与起步落后于外国。艾媒咨询分析师认为，中国PC浏览器产品各具特色，各有创新。但关键核心技术却依然受制于人，缺乏自主控制权，企业应注重创新的研发与投入。人工智能、大数据等技术，是当下互联网科技产品寻求突破的竞争点，产品能否更好的吸引用户，提升用户体验在于技术在产品的结合与发挥。中国PC浏览器需要积极容纳前沿技术并投入到自身的产品服务当中，满足用户需求，升级功能优化配置，实现服务方式的创新性改变和价值的突破性增长。



# 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，2007年诞生于广州，在广州、香港、北京、上海、硅谷设有运营和分析机构。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，通过艾媒大数据决策和智能分析系统，结合具有国际化视野的艾媒分析师观点，在产业数据监测、调查分析和趋势发展等方向的大数据咨询具有丰富经验。艾媒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、房产、营销、文娱、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。每天，全球超过100家主流媒体，1500家（个）自媒体、大V使用艾媒数据和分析师观点，覆盖语言类型包括中、英、日、法、意、德、俄、阿等约二十种主流官方版本。

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)”，艾媒咨询建立了互联网运营数据、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、商业模式等多维度的数据监测体系，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: [report@iimedia.cn](mailto:report@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](mailto: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