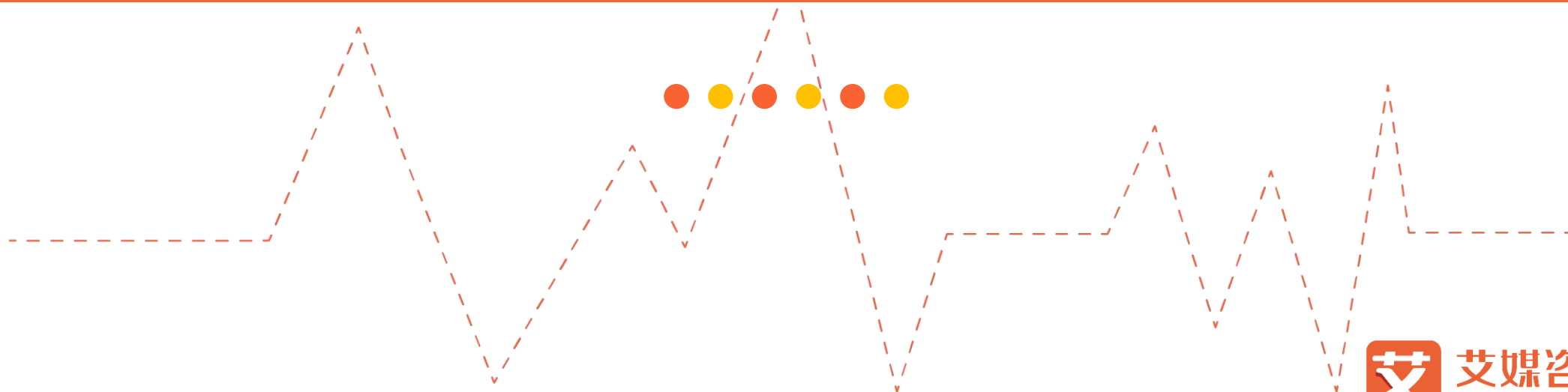


2018

中国PC搜索市场专题报告

2018 China PC Search Engine 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搜索市场概况

2

2018中国PC搜索市场用户行为研究

3

2018中国PC搜索市场案例分析

4

中国PC搜索市场发展趋势及预测

01

2018中国PC搜索市场概况

PC搜索概念



PC搜索是指在PC端进行对普遍互联网的搜索，实现高速、准确地获取信息资源，主要应用于浏览器内各类搜索引擎中。与移动端搜索相比，PC搜索内容广泛，便于综合搜索。因此用户使用时间更完整、频率更高、搜索内容覆盖更广泛。本报告主要针对PC搜索市场发展情况、用户行为、典型案例及未来趋势进行研究。

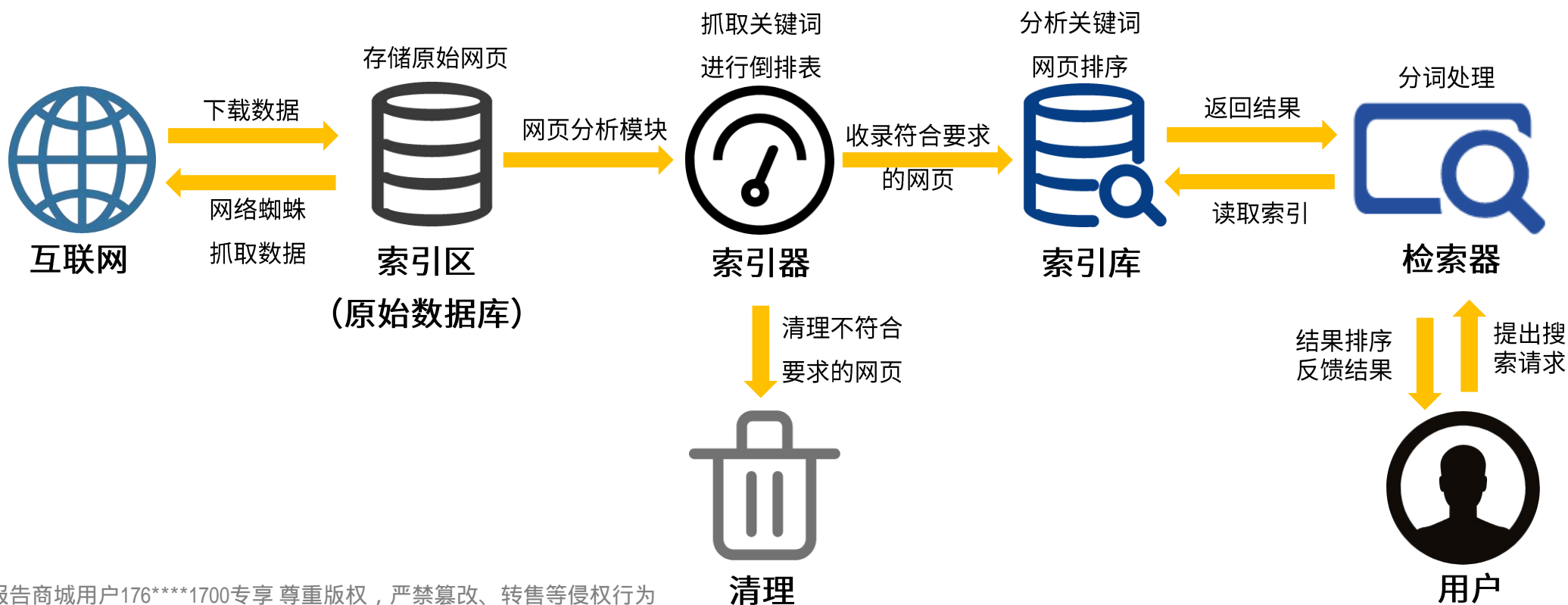
移动端搜索

移动搜索是PC搜索在移动端的延续
呈现出明显的碎片化特征

PC搜索引擎运行方式

搜索引擎是指在互联网环境中能够响应用户提交的搜索请求，通过已经制定好的策略和程序从互联网上搜集信息，对信息进行处理和归纳，并将检索相关的结果展示给用户的提供检索服务的系统。具体来说，搜索引擎利用网络蜘蛛在互联网上收集数据后储存在数据库中；索引器对信息进行提取和评估后组织建立索引库；检索器负责与用户的交互，它根据用户的检索需求，从索引数据库中读取对应的索引，并综合考虑查询相关性与页面质量评估结果之间的关系，排序后给出查询结果列表反馈到用户。

PC搜索引擎运行方式



PC搜索技术发展——逐步过渡到智能化时代



采用传统的图书馆信息检索技术，无论是网页排序的准确度和反应速度都已不能满足互联网用户的需求。最近几年，互联网在经过web2.0的市场培育阶段后，迎来了以互联网用户的个性化和社交化为中心的趋势。为了迎接和顺应这种趋势，PC搜索引擎要不断进行技术创新和升级。

第一阶段始于1994年，使用倒排索引解决匹配的效率问题，使用文档模型解决基本的相关性，使搜索引擎变得可用、可扩展。

第三阶段始于2004年，使用更复杂的规则和机器学习排序模型，比如搜狗综合考虑了用户的行为特征，如商品评论、点赞、收藏、购买等，这些在电商等垂直搜索上表现的会更加明显。

目前PC搜索技术发展处于第三到第四阶段的过渡时期

第二阶段始于1999年底，使用超链模型，比如谷歌的pagerank和百度的超链分析，从这一阶段搜索引擎开始快速普及与并进入商业化。

第四阶段，从有框搜索时代进入无框搜索时代。搜索引擎的发展方向需要利用巧妙的人机交互设计将会使搜索更加智能化，提供更加直接有效的知识答案。

PC搜索发展特点——市场饱和，竞争进入新阶段

1. 用户基本饱和，广告收入为主要营收来源：

目前PC搜索用户规模已趋向于饱和状态，增长速度放缓且较为稳定，搜索市场用户体量难有较大变化。PC端广告作为传统的展示平台，广告受众多，广告推广收入为PC搜索的主要营收来源。

3. 市场竞争激烈，搜索安全和垂直搜索成竞争重点：

中国PC搜索企业在产品和运营上不断革新，市场竞争愈加激烈。一方面PC搜索企业根据个人需求从垂直入口获得集中化信息，优化精准匹配，不断缩短用户搜索路径；另一方面搜索引擎作为PC时代最大流量产品，通过多项举措保障用户搜索安全。

2. 高技术门槛，品牌集中度较高：

由于PC搜索引擎具有高技术门槛的特征，尤其是大型综合搜索引擎品牌拥有众多技术专利，造成PC搜索引擎的市场格局相对稳定，用户的集中度较高。

4. 学术和商业领域是PC搜索的重要领域：

PC搜索具有广泛性和综合性，在各领域均有覆盖，其中在搜索商业和学术领域方面尤为突出。相较于移动端的常识性搜索，PC端在学术和商业领域的搜索更为专业和全面，且在一定时期内，学术和商业领域的搜索仍需要在PC端进行。

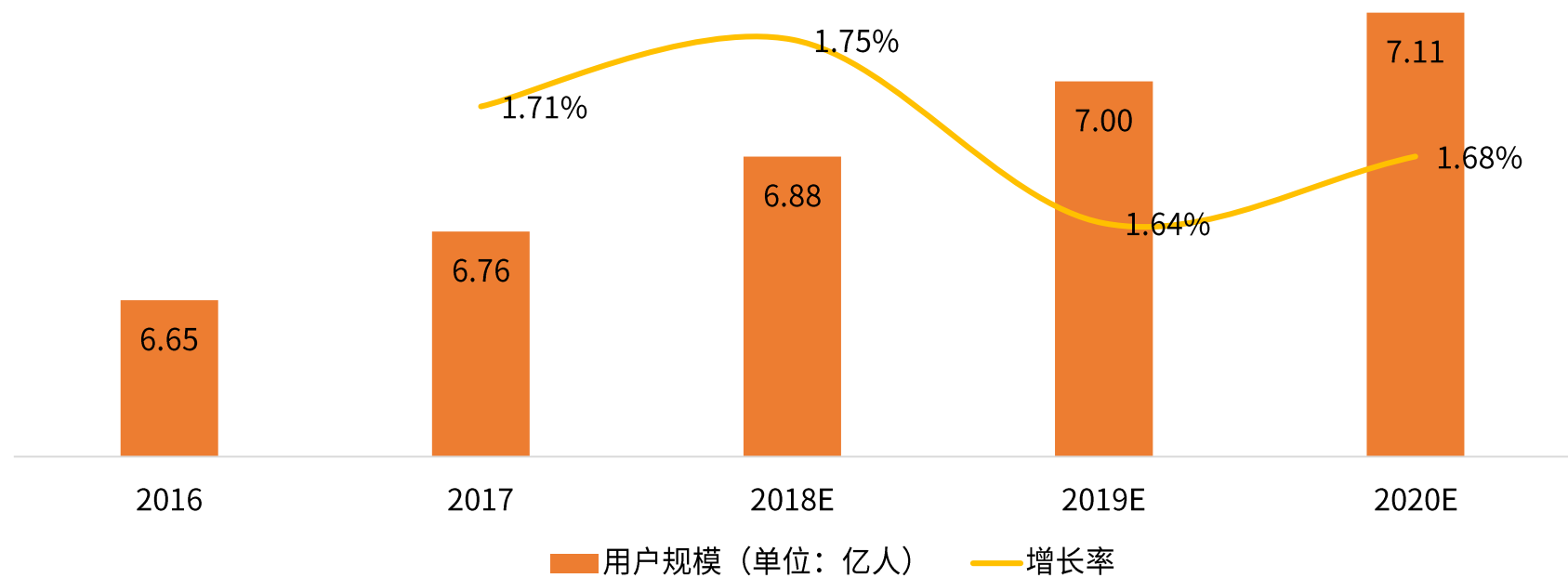
艾媒咨询分析师认为，PC搜索普及程度较高，用户市场已经呈现饱和状态，且以百度、360为代表的头部搜索引擎占领大部分市场份额，新入者门槛较高。目前PC搜索市场的竞争已进入比拼用户服务和垂直搜索领域布局的新阶段。

用户市场饱和——用户增速放缓，市场进入存量竞争



iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，中国PC搜索用户规模呈缓慢增长态势，2018年中国PC搜索用户将达到6.88亿人，同比增长率较低，中国PC用户规模趋于饱和状态。艾媒咨询分析师认为，中国PC搜索已经成为信息获取的主要渠道，PC搜索市场竞争将更注重用户搜索体验的改善。

2016-2020中国PC搜索用户规模及预测



市场竞争格局——三梯队分布格局明显

中国PC搜索市场目前分为两个梯队，第一梯队为百度搜索，百度搜索进入市场较早，拥有较多用户人群，以强大的优势占据PC搜索市场第一梯队；第二梯队包括拥有较大流量入口的360搜索。艾媒咨询分析师认为，随着PC搜索市场的饱和和百度口碑的下降，二三梯队产品背靠企业同样具有丰富的技术和流量资源，未来在垂直搜索、便捷学术搜索和商业搜索等方面表现突出的企业有望对百度形成更强的冲击。

中国PC搜索市场第一梯队



中国PC搜索市场第二梯队

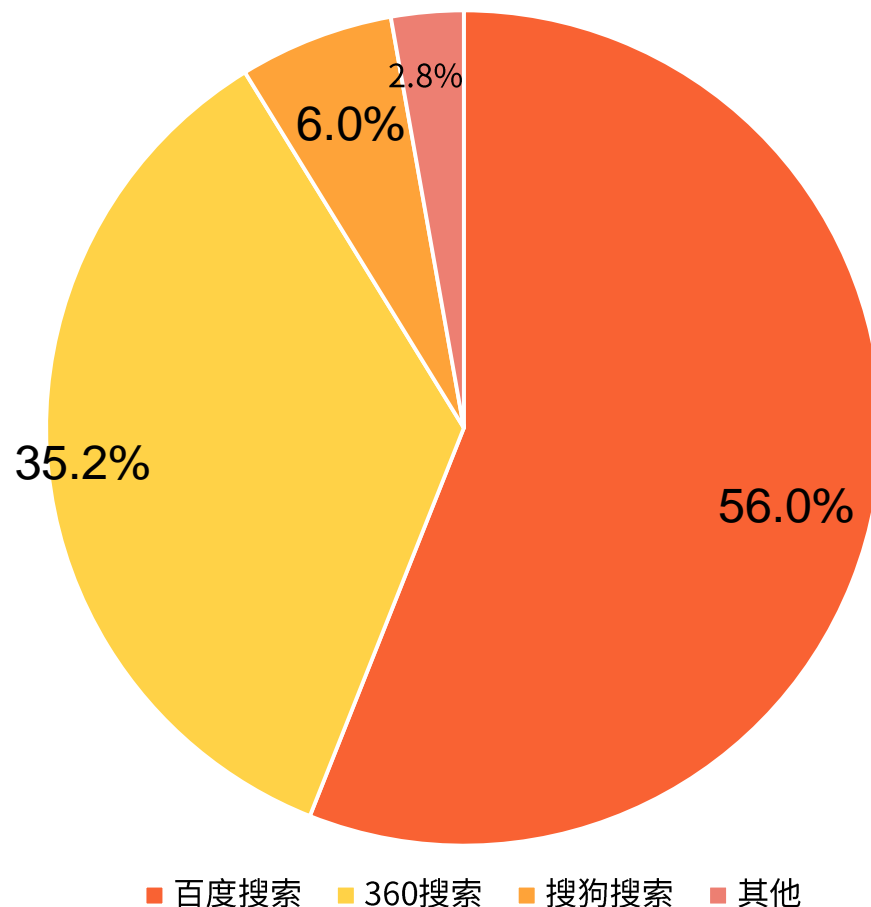


中国PC搜索市场第三梯队



市场竞争格局——流量高度集中在头部公司

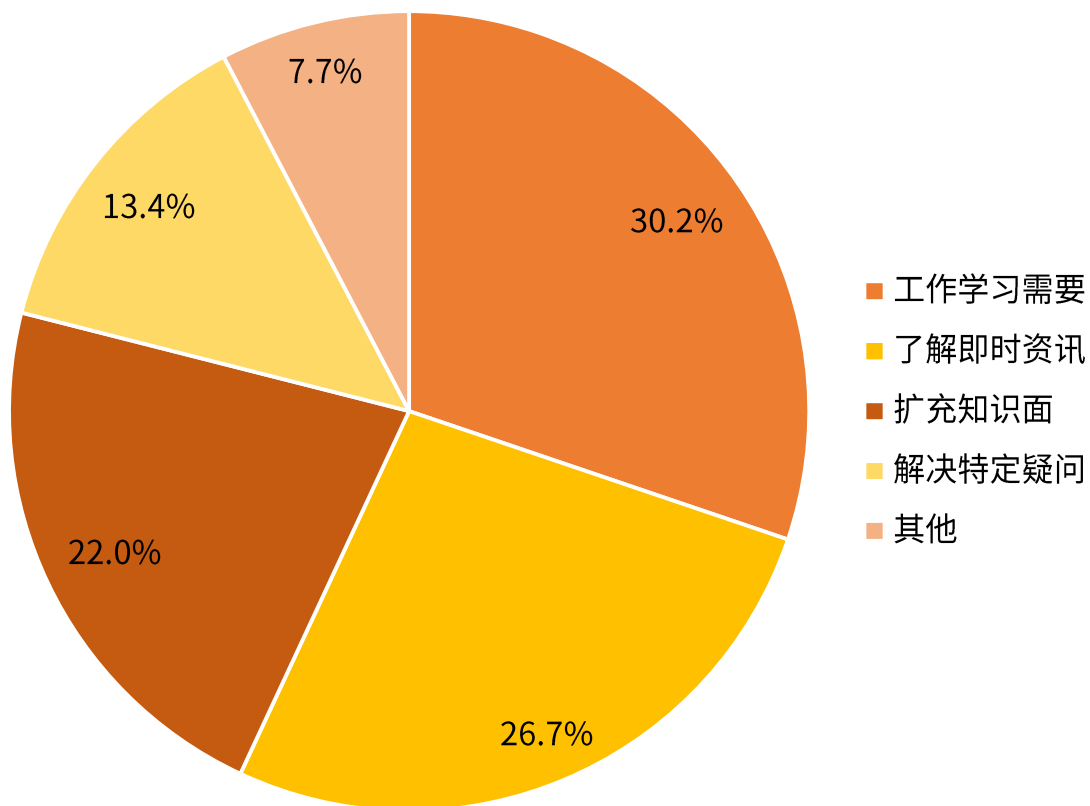
2018上半年中国PC搜索流量份额分布情况



iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，百度搜索在中国PC搜索各平台中流量份额最高，占比达到56.0%；其次是360搜索和搜狗搜索，分别占比为35.2%和6.0%。艾媒咨询分析师认为，百度作为全球仅有的4个拥有搜索引擎核心技术的企业，在未来的PC搜索领域内仍然占领主导地位。

用户搜索需求——PC端商业、学习搜索目的性强

2018中国PC搜索用户搜索的主要目的分布



iiMedia Research（艾媒咨询）显示，30.2%使用PC搜索的目的是满足工作学习需要，其次为了解即时资讯和扩充知识面，分别占比26.7%、22.0%。艾媒咨询分析师认为，不同于移动端在碎片化时间进行搜索，用户在PC端进行搜索时时间更为集中，且PC设备对结果显示的界面更优于移动端，用户更多处于工作和学习需求使用PC搜索。

市场竞争方向——未来将更关注用户特点

人们新需求的不断涌现以及PC搜索市场发展现状决定了各平台需要更关注用户行为，优化机器学习算法，加快人工智能发展，为用户提供更个性化、智能化的服务体验，从而争夺存量用户市场。关于用户搜索服务优化的竞争也是现阶段PC搜索市场的竞争特点。

PC搜索市场竞争特点



PC搜索引擎发展方向



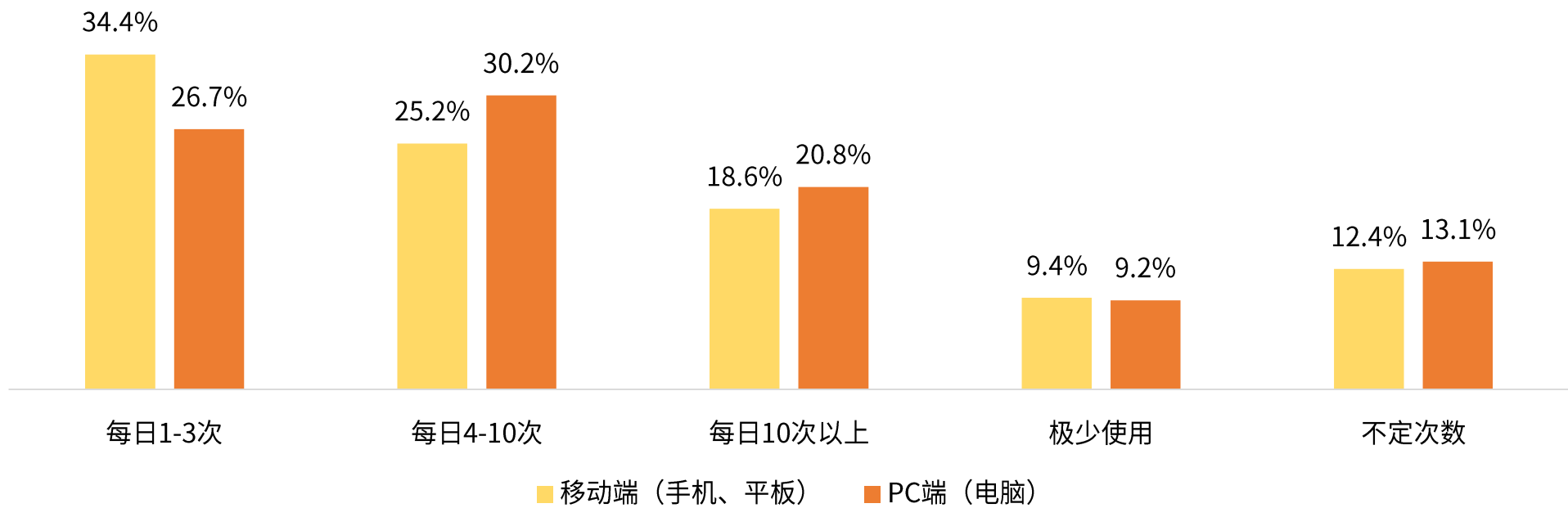
02

2018中国PC搜索市场用户行为研究

用户搜索端选择——用户更为频繁使用PC搜索

iiMedia Research（艾媒咨询）显示，在PC端搜索方面，30.2%的用户使用电脑搜索的频次在每日4-10次之间，搜索频次在每日4次以上的用户达到51.0%；在移动端搜索方面，34.4%的用户使用手机和平板搜索的频次在每日1-3次之间，搜索频次在每日4次以上的用户达到43.8%。艾媒咨询分析师认为，PC搜索时间主要集中在工作和学习时，因此用户使用搜索的次数会更多，而移动端搜索比较碎片化，且主要是进行常识性的搜索，其搜索使用更为碎片化。

2018中国网民使用移动搜索和PC搜索频率分布

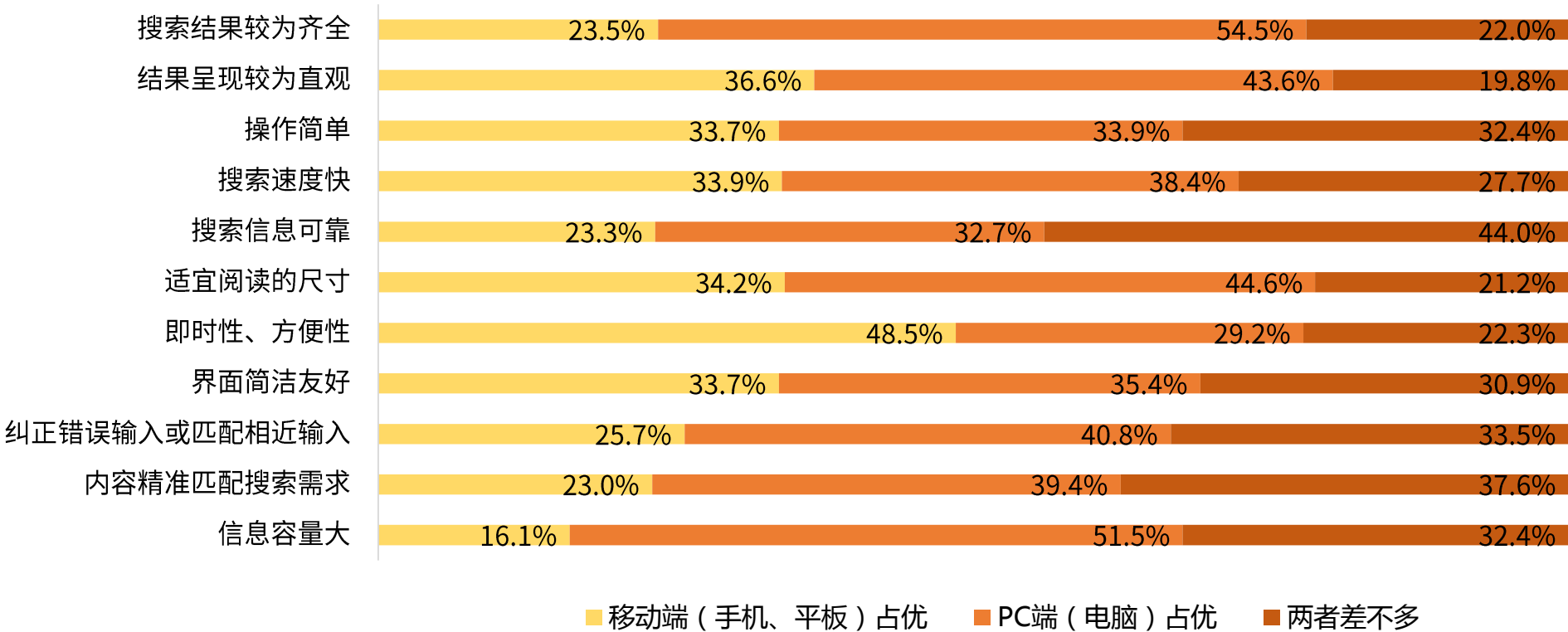


用户搜索端选择——PC搜索在结果呈现方面更占优



iiMedia Research（艾媒咨询）显示，PC端搜索的优势主要体现在结果呈现较为直观、搜索结果齐全、阅读尺寸适宜和信息容量大等方面；移动端的优势主要体现在即时性、方便性方面。相比而言，PC端搜索的优势较为明显且体现在多方面。艾媒咨询分析师认为，中国移动搜索大部分从PC端发展而来，迎合了手机用户便捷搜索的需求，但在信息容量、内容展示等方面的体验仍有较大提升空间，短期内移动用户对PC端搜索仍有较高需求。

2018中国网民对移动端、PC端搜索各方面优势对比

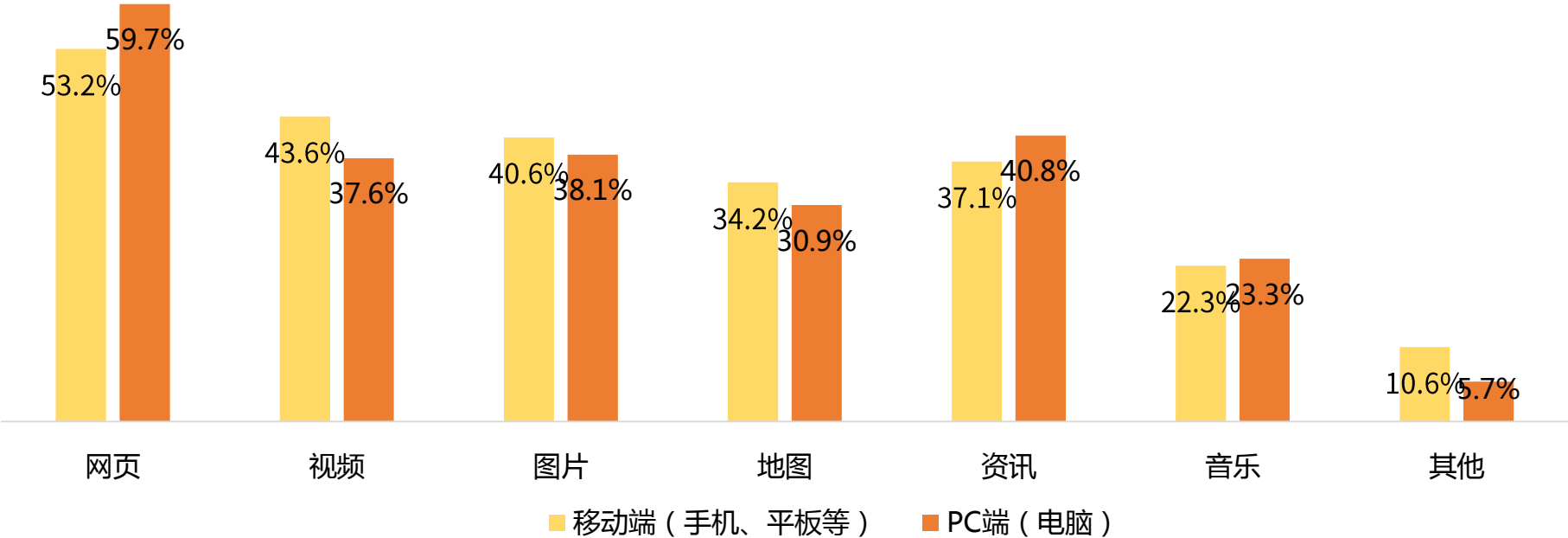


用户搜索端选择——PC用户更倾向搜索视频、图片等内容



iiMedia Research（艾媒咨询）显示，用户更倾向于使用PC搜索视频、图片和地图等内容。在移动端搜索方面，用户更倾向于搜索网页、资讯等内容。艾媒咨询分析师认为，PC搜索是流量的入口延伸到流量分发，便于整合分类搜索。如视频、图片和地图等多样化的搜索需求只需要在PC搜索即可完成，如在移动端则需要打开APP进行搜索，造成移动端的流量分流和搜索服务缩小。而网页、资讯等内容具有单一化、碎片化和即时性等特点，移动端能够更好地实现用户需求。

2018中国网民移动端、PC端搜索内容分布



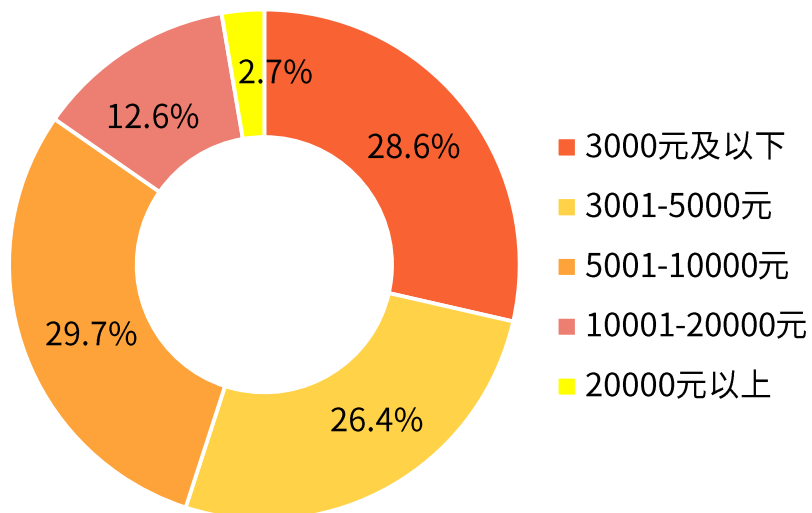
样本来源：艾媒草莓派数据调查与计算系统

艾媒报告63城用户调研时间：2018年10月，严禁篡改、转售等侵权行为

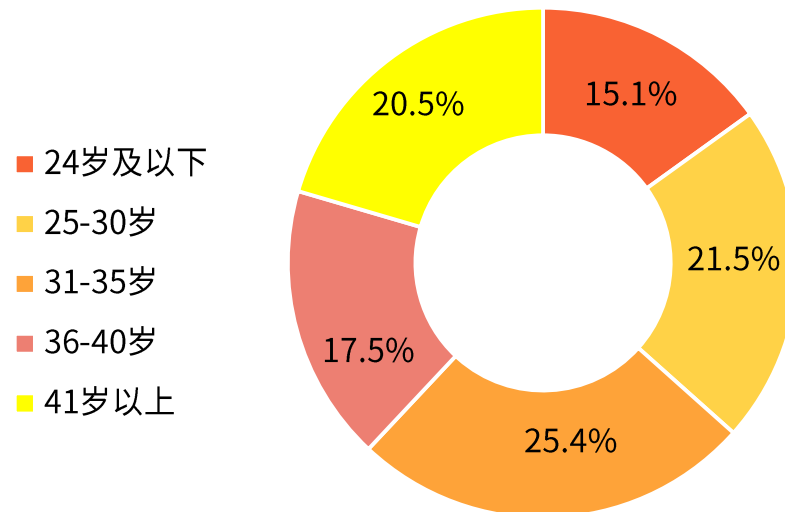
数据来源：iiMedia Research（艾媒咨询）

PC搜索用户属性——中青年男性用户较多

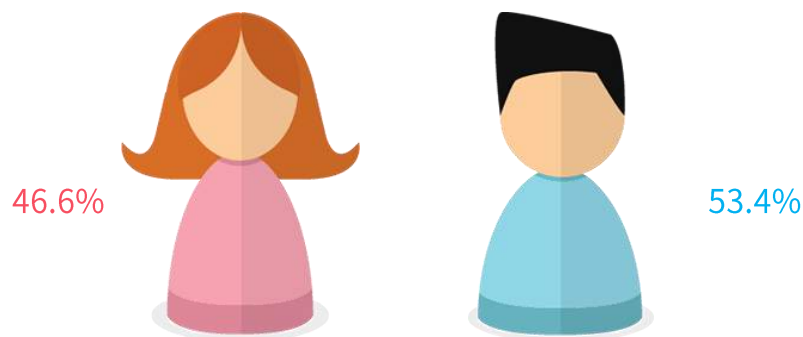
2018中国PC搜索用户月收入分布



2018中国PC搜索用户年龄分布

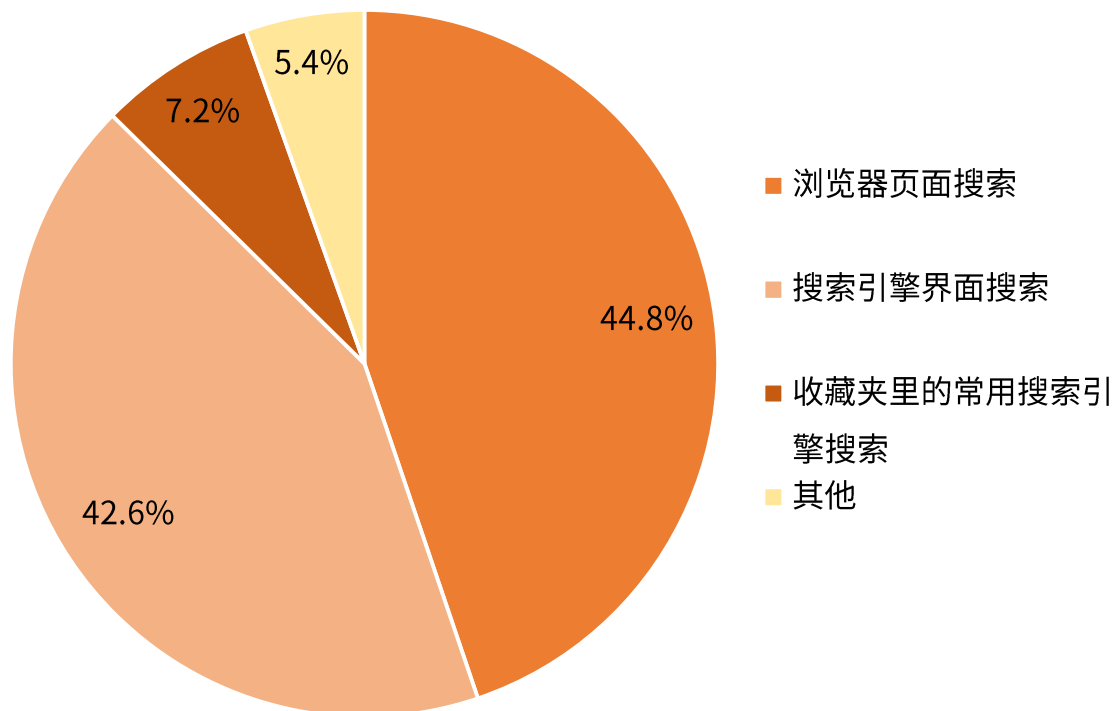


2018中国PC搜索用户性别分布



PC搜索用户行为——倾向使用浏览器搜索框直接搜索

2018中国PC搜索用户使用搜索引擎的路径分布

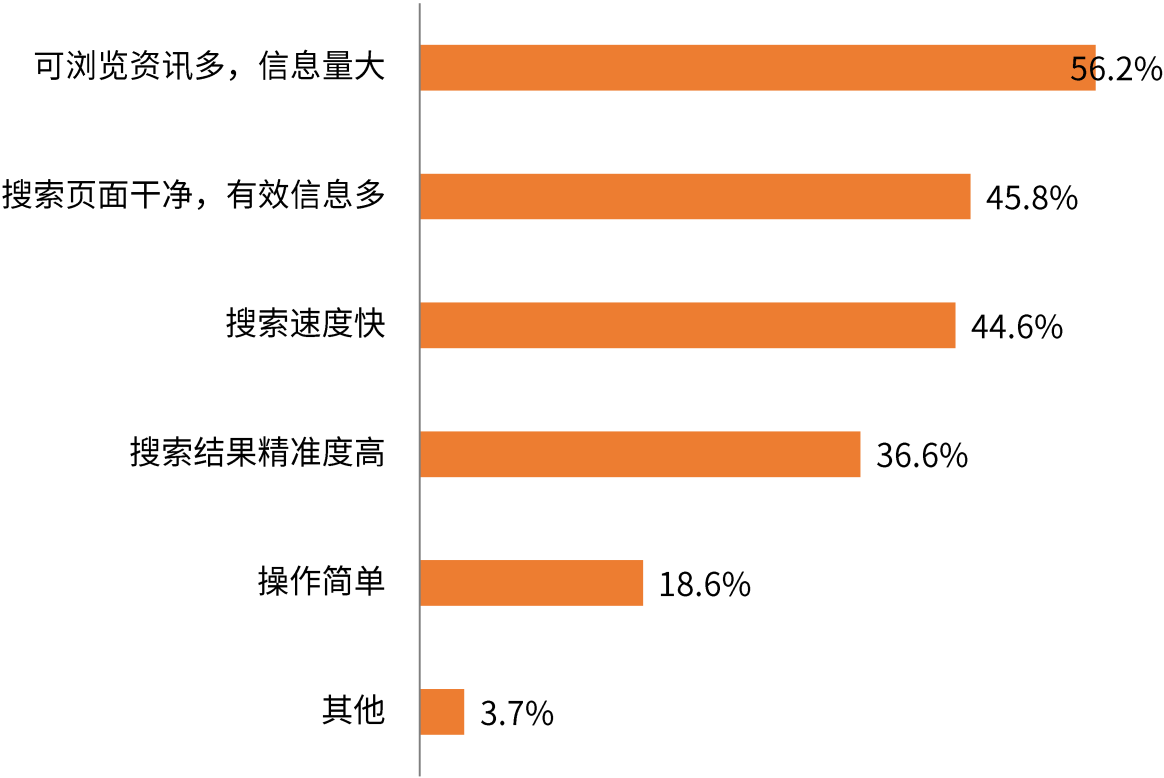


iiMedia Research（艾媒咨询）显示，直接在浏览器界面搜索是PC用户最主要的搜索方式，占比达到44.8%；42.6%的用户选择在搜索引擎界面进行搜索。艾媒咨询分析师认为，直接在浏览器搜索框输入关键词搜索的方式更加方便省时，也成为许多用户最常使用的PC搜索方式。

PC搜索用户行为——信息量大是其主要考虑因素



2018中国PC搜索用户进行搜索时主要考虑因素分布

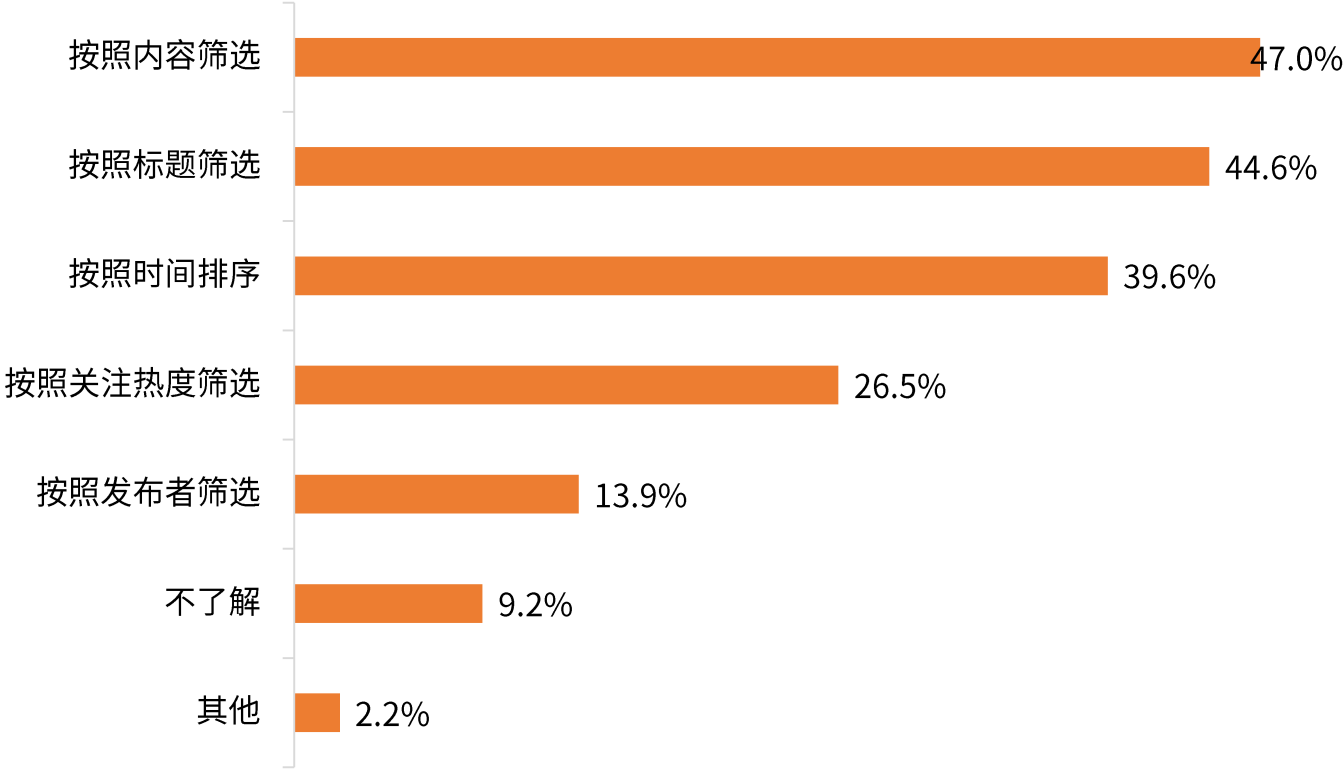


iiMedia Research（艾媒咨询）显示，56.2%的用户在使用PC搜索时主要考虑的因素是可浏览资讯多、信息量大，其次考虑的因素是搜索页面干净和搜索速度快，分别占比为45.8%和44.6%。艾媒咨询分析师认为，咨询和信息的数量大意味着用户对信息的选择性多。而搜索页面干净则能够有效的节约获取有效信息的时间，提高获取信息的效率和质量。

PC搜索用户行为——筛选功能倾向按内容筛选



2018中国PC搜索用户对PC搜索筛选功能使用情况



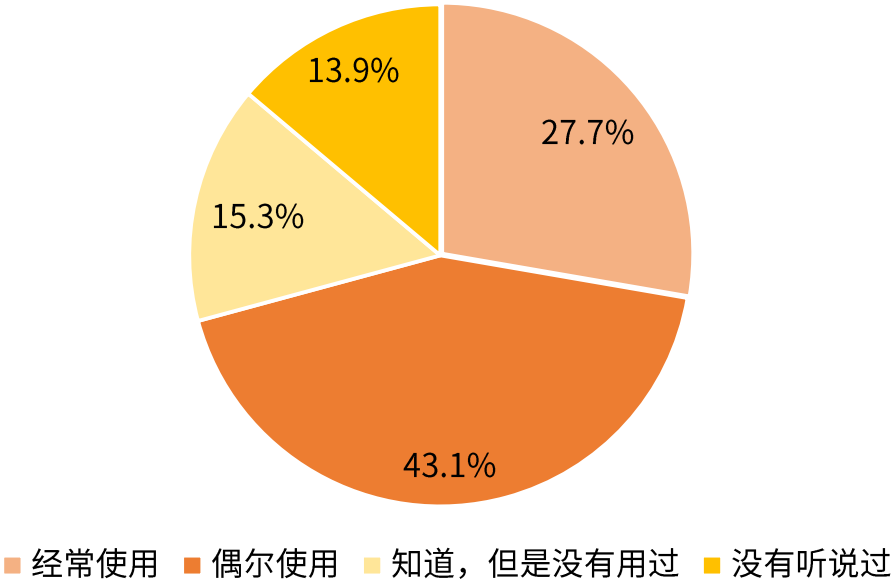
iiMedia Research（艾媒咨询）显示，使用过按内容筛选高级功能的用户占比最多，达到47.0%，其次为使用按标题筛选和按时间排序筛选功能，占比分别为44.6%和39.6%。艾媒咨询分析师认为，用户对于内容、标题等筛选功能的需求更考验搜索企业综合实力，需要企业建立优质的索引数据库，以及在机器学习技术方面有较强的积累。

PC搜索用户行为——垂直搜索期望资源共享

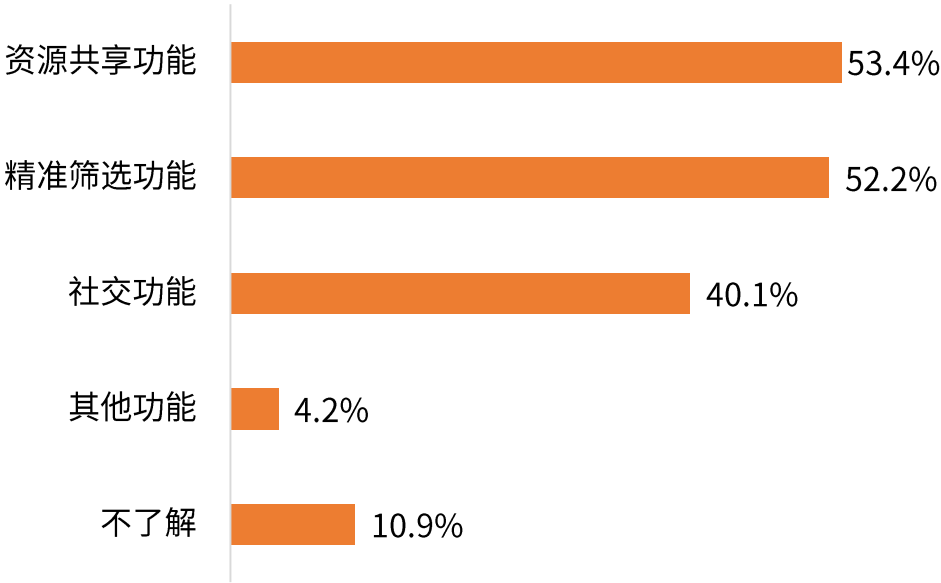


iiMedia Research（艾媒咨询）显示，27.7%的用户经常使用PC垂直搜索功能，13.9%的用户没有听说过PC垂直搜索功能；53.4%的用户希望在垂直搜索上添加资源共享功能，其次是精准筛选和社交功能，分别占比52.2%和40.1%。。艾媒咨询分析师认为，在即时通讯高度覆盖的情况下，信息的交换与资源的共享是未来的发展趋势。

2018中国PC搜索用户对部分垂直搜索功能使用情况

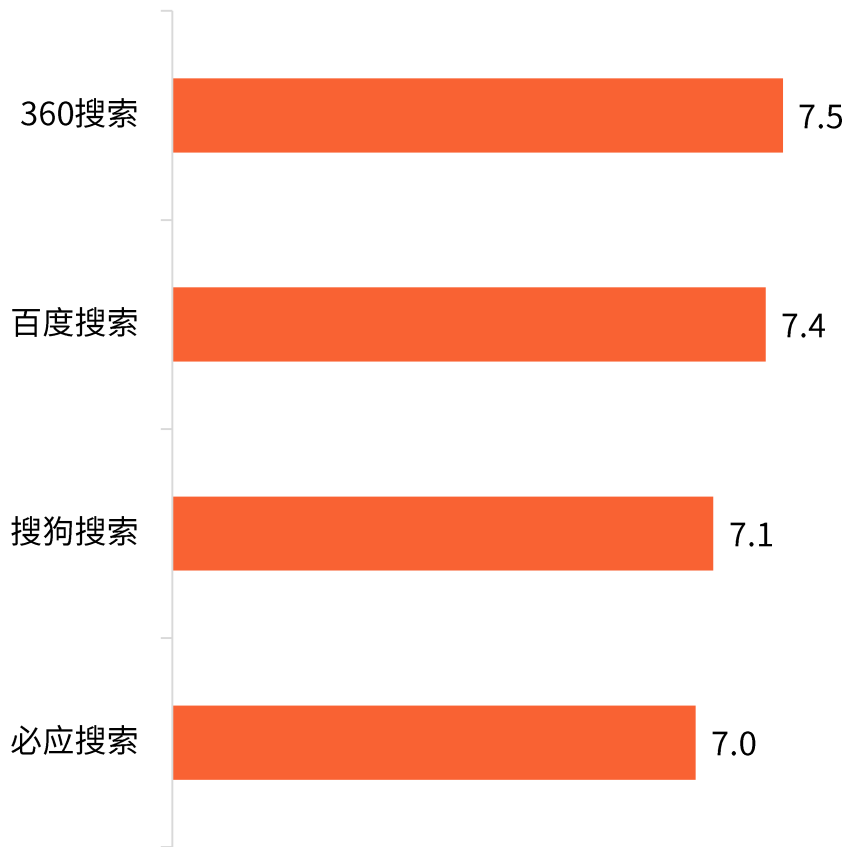


2018中国PC搜索用户期望垂直搜索添加的功能分布



PC搜索用户满意度——360搜索更受认可

2018中国主流PC搜索引擎用户满意度调查



iiMedia Research（艾媒咨询）显示，用户对于360搜索的满意度较高，达到7.5分。艾媒咨询分析师认为，现阶段用户在PC端使用搜索引擎更注重搜索整体体验，360搜索在广告去除、搜索安全性能方面具有优势，其整体用户满意度更高。

03

2018中国PC搜索市场案例分析

百度搜索——知名度和用户基础优势



百度作为中国最大的搜索引擎，依托百度网页、百度图片、百度新闻、百度百科、百度地图、百度音乐等垂直搜索频道，帮助用户找到所需信息，方便快捷。

特色功能：

智能搜索、图像搜索、个性化资讯、集合多元内容、视频关联等。

核心优势：

1、倒三角的竞争力架构。百度以前端的搜索技术为基础，围绕尖端搜索技术搭建搜索平台和用户搜索体验，凭借从技术到平台再到用户体验的全方位渗透，在PC搜索领域占据较高的市场份额；

2、强大的用户基础和平台影响力。百度成立较早，较早进入中国PC搜索市场，且作为中国第一大中文搜索引擎，积累了强大的用户基础和较高的平台影响力。

3、尖端的技术优势。研发了闪存技术以代替硬盘，提高检索能力和搜索速度；百度还研发了蜘蛛程序、超链分析技术和框计算技术等，为用户提供更完善的搜索服务。

产品服务：

1、免费搜索服务。作为全球最大的中文搜索引擎，百度提供网页搜索、图片搜索、新闻搜索、百度百科等多项满足用户细分要求的产品和服务；

2、搜索推广服务。百度为客户提供基于点击付费广告的搜索推广服务，客户覆盖面广、按效果付费、针对性强；

3、百度联盟服务。致力于帮伙伴挖掘流量的推广价值，同时为推广客户提供最佳回报，其余网站、软件、终端厂商合作，打造简单、可信赖的专业媒体平台。

分析师观点：

百度较早进入搜索市场，拥有明显的流量和用户优势，但近期各类信息安全问题的出现导致公信度和品牌形象下降。

360搜索——技术优势助力市场竞争



360搜索属于元搜索引擎，通过一个统一的用户界面帮助用户在多个搜索引擎中选择合适的搜索引擎来实现检索操作，是对分布于网络的多种检索工具的全局控制机制。

特色功能：

网页搜索、安全浏览器、互动式知识问答平台、以图搜图、互动百科等。

核心优势：

1、专业的搜索技术服务。360在创立之初不仅掌握了通用搜索技术，还独创了PeopleRank的搜索技术和算法。同时，还利用搜索技术研发出全球首款智能杀毒引擎—QVM，保障搜索环境的安全性。

2、庞大的用户积累。360安全卫士软件和360杀毒软件为360搜索积累了大量的用户，360搜索导入了大量的前期积累用户，用户渗透率高。同时，360利用庞大的用户基数，利用其平台、网址导航等方式进一步扩大推广，占领市场份额。

产品服务：

1、优化搜索结果。360搜索在搜索引擎返回结果的基础上，对搜索结果做了很多优化，包括判断用户最可能的需求，令用户最关心的内容得到最大呈现；搜索结果按照结果属性做了结构性展示，帮助用户减少决策成本。

2、基于搜索的互动式360问答平台。360问答与搜索引擎和各大企业客服相结合，利用用户贡献和专业客服回答积累的知识数据反映到搜索结果中，通过用户和搜索引擎的相互作用，实现搜索引擎的社区化，快速满足用户个性化的知识需求。

分析师观点：

360搜索快速积累大量用户群体的原因在于，其体现的安全保障和用户为主的主旨。通过打造安全健康有效的搜索环境和用户之上的产品服务，在PC搜索市场中迅速崛起。

搜狗搜索——垂直搜索服务资源加强



简介：

搜狗搜索是中国领先的中文搜索引擎，致力于中文互联网的深度挖掘，帮助中国上亿网民加快信息获取速度，为用户创造价值。

特色功能：

搜索功能、搜狗输入法、实用工具、右侧提示（地图、股票、邮编等）

竞争优势：

- 1、技术创新优势。**搜狗以人工智能的新算法，分析和理解用户可能的查询意图，在用户查询和搜索引擎反馈结果的人机交互过程中，引导用户快速找到所需信息；
- 2、产品服务多样化。**搜狗为用户提供了非常全面的产品和服务，包括：搜狗网页搜索、搜狗视频、搜狗图片、搜狗地图、搜狗高速浏览器、搜狗拼音输入法、搜狗网址导航等；
- 3、跨平台资源接入。**搜狗网页版与微信、知乎等平台相连接，可跨平台检索到微信公众号和知乎的内容，进一步扩大搜索结果的覆盖面。

产品服务：

- 1、多样化的垂直搜索服务。**搜狗音乐搜索的歌曲和歌词数据覆盖率位居第一；图片搜索拥有独特的组图浏览功能；新闻搜索及时反映互联网热点事件，极大的满足用户需求；
- 2、搜狗工具条。**其作为用户快速执行搜索的入口，同时集成了RSS订阅、文件下载加速、广告拦截、网页评级显示等丰富功能。

分析师观点：

搜狗通过搜狗输入法获取流行词汇信息，准确把握用户搜索需求，成功锁定年轻用户群体。同时，搜狗在垂直搜索领域的持续发力，形成覆盖面更广、专业度更高的通用搜索引擎。



04

中国PC搜索市场发展趋势及预测

中国PC搜索市场未来发展趋势预测

中国PC搜索要进一步把握用户需求 进行精准定位

艾媒咨询分析师认为，满足用户的信息需求是搜索引擎的逻辑起点和最终归宿，对于网络中各种类型和以各种存储方式存在的信息，用户其实并不了解，用户关注的重点是通过搜索工具查找到所需要的信息满足自身的信息需求。且随着社会环境的变化，用户的搜索需求也在随之变化，因此，PC搜索的发展要紧跟用户需求，精准定位用户搜索意图，扩充市场份额。

中国PC搜索需要拓展服务领域 深耕专业领域

艾媒咨询分析师认为，PC端的搜索方向主要集中于商业和学术领域的搜索，为满足用户日益增长的知识信息需求，PC搜索平台需要不断拓宽其服务领域，收录各学科、各行业的信息，致力创建一个覆盖各方面知识的信息搜索平台。同时，在其商业和学术等专业领域，要不断改进搜索技术，智能判断用户的搜索需求，能够快速为用户提供有效、专业的搜索结果。

中国PC搜索要保证信息及时性 提高信息精准性

艾媒咨询分析师认为，互联网上的用户众多，数据信息来源极广，互联网上的网页是呈实时动态变化的，网页的更新、删除等变动极为频繁，使得爬虫程序来不及抓取即时更新的网页，从而影响搜索结果的准确性。因此，未来PC搜索要不断提高实时搜索技术，提高信息搜索的实时性和准确性。

中国PC搜索市场未来发展趋势预测



中国PC搜索将着重在专业化垂直搜索领域发力

艾媒咨询分析师认为，未来PC搜索信息的种类更加丰富，应进一步在新闻、专业问答、英文和学术搜索等垂直领域强化优质内容的吸收力度，构建新型内容生态、形成差异化竞争力；另一方面，搜索引擎针对PC用户在新闻热点、公益查询等不同领域的搜索需求，推出更加智能、全面、专业的搜索产品。PC搜索引擎行业出现新的垂直、专业化发展趋势。

中国PC搜索将进一步与人工智能技术融合

人工智能与PC搜索技术深度融合，将会在在信息多样性、搜索便捷度、结果准确性等方面大幅提升用户搜索体验。目前，市场上主流搜索引擎的机器识别技术已经能够以较高的成功率探测或者识别语音、图像、视频等，进一步帮助用户实现所想即所搜、所搜即所得；人工智能机器人辅助搜索，已经成为各大搜索引擎的标准配置，并逐渐受到用户的认可和欢迎。

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。

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** ——



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

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