

用户活跃度分析报告

报告生成于: 2025-05-30 18:47:05

分析目标

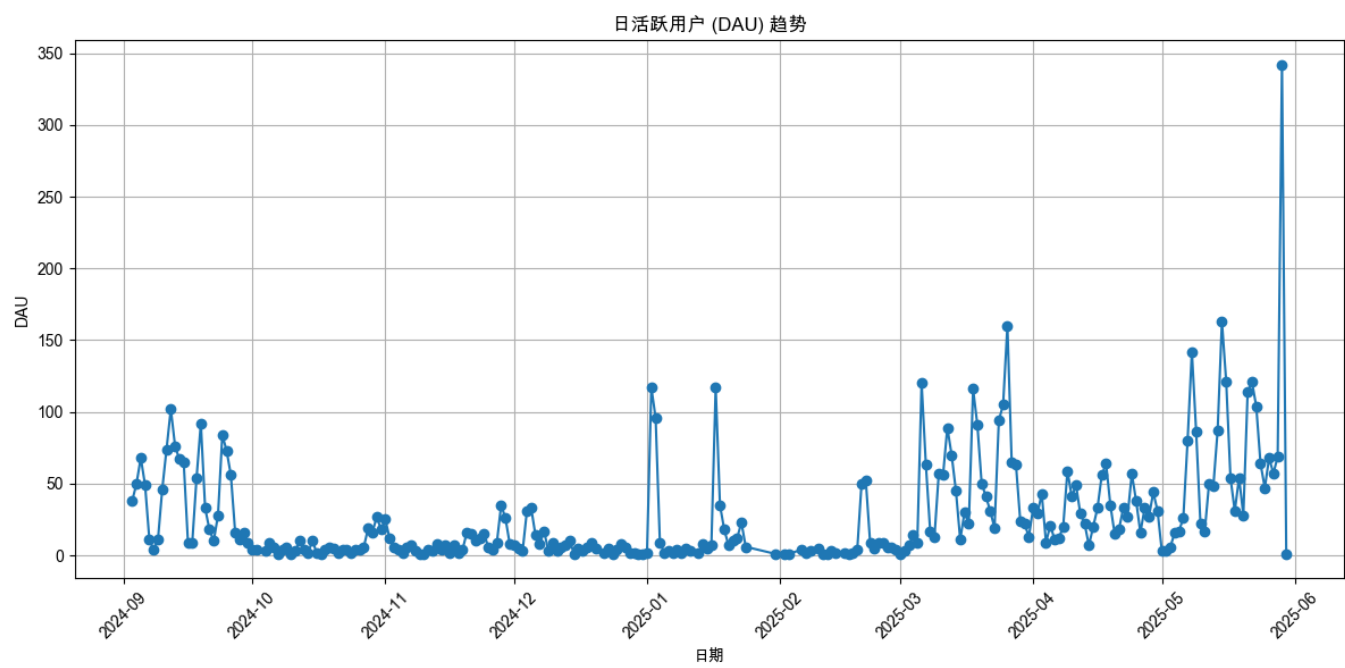
本报告提供用户活跃度的洞察，主要关注：

- 日活跃用户 (DAU)
- 周活跃用户 (WAU)
- 月活跃用户 (MAU)

数据来源

- 输入数据文件: `filtered_online_data.xlsx` (路径: `data_for_analysis/online_data_20250529/filtered_data/filtered_online_data.xlsx`)

日活跃用户 (DAU)



日期	DAU
2024-09-03	38
2024-09-04	50
2024-09-05	68
2024-09-06	49
2024-09-07	11

日期	DAU
2024-09-08	4
2024-09-09	11
2024-09-10	46
2024-09-11	74
2024-09-12	102
2024-09-13	76
2024-09-14	67
2024-09-15	65
2024-09-16	9
2024-09-17	9
2024-09-18	54
2024-09-19	92
2024-09-20	33
2024-09-21	18
2024-09-22	10
2024-09-23	28
2024-09-24	84
2024-09-25	73
2024-09-26	56
2024-09-27	16
2024-09-28	11
2024-09-29	16
2024-09-30	9
2024-10-01	4
2024-10-02	4
2024-10-04	3
2024-10-05	9
2024-10-06	6
2024-10-07	1
2024-10-08	4

日期	DAU
2024-10-09	6
2024-10-10	1
2024-10-11	3
2024-10-12	10
2024-10-13	4
2024-10-14	2
2024-10-15	10
2024-10-16	2
2024-10-17	1
2024-10-18	4
2024-10-19	6
2024-10-20	5
2024-10-21	2
2024-10-22	4
2024-10-23	4
2024-10-24	2
2024-10-25	4
2024-10-26	4
2024-10-27	6
2024-10-28	19
2024-10-29	16
2024-10-30	27
2024-10-31	18
2024-11-01	25
2024-11-02	12
2024-11-03	6
2024-11-04	4
2024-11-05	2
2024-11-06	6
2024-11-07	7

日期	DAU
2024-11-08	3
2024-11-09	1
2024-11-10	1
2024-11-11	4
2024-11-12	3
2024-11-13	8
2024-11-14	4
2024-11-15	7
2024-11-16	2
2024-11-17	7
2024-11-18	2
2024-11-19	4
2024-11-20	16
2024-11-21	15
2024-11-22	10
2024-11-23	12
2024-11-24	15
2024-11-25	6
2024-11-26	4
2024-11-27	9
2024-11-28	35
2024-11-29	26
2024-11-30	8
2024-12-01	7
2024-12-02	5
2024-12-03	3
2024-12-04	31
2024-12-05	33
2024-12-06	14
2024-12-07	8

日期	DAU
2024-12-08	17
2024-12-09	3
2024-12-10	9
2024-12-11	3
2024-12-12	6
2024-12-13	7
2024-12-14	10
2024-12-15	1
2024-12-16	5
2024-12-17	3
2024-12-18	6
2024-12-19	9
2024-12-20	5
2024-12-22	2
2024-12-23	5
2024-12-24	1
2024-12-25	4
2024-12-26	8
2024-12-27	6
2024-12-28	2
2024-12-29	2
2024-12-30	1
2024-12-31	1
2025-01-01	2
2025-01-02	117
2025-01-03	96
2025-01-04	9
2025-01-05	2
2025-01-06	3
2025-01-07	2

日期	DAU
2025-01-08	4
2025-01-09	2
2025-01-10	5
2025-01-11	3
2025-01-13	2
2025-01-14	8
2025-01-15	5
2025-01-16	7
2025-01-17	117
2025-01-18	35
2025-01-19	18
2025-01-20	7
2025-01-21	10
2025-01-22	12
2025-01-23	23
2025-01-24	6
2025-01-31	1
2025-02-02	1
2025-02-03	1
2025-02-06	4
2025-02-07	2
2025-02-08	3
2025-02-10	5
2025-02-11	1
2025-02-12	1
2025-02-13	3
2025-02-14	2
2025-02-16	2
2025-02-17	1
2025-02-18	2

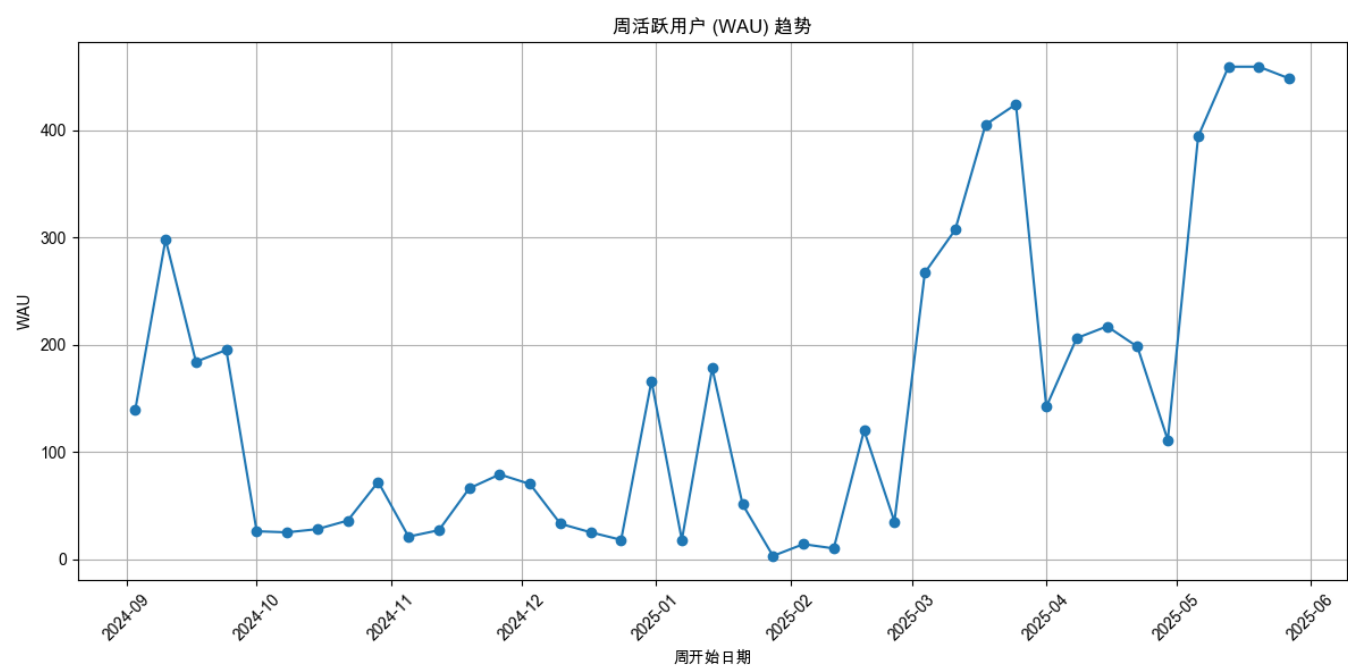
日期	DAU
2025-02-19	4
2025-02-20	50
2025-02-21	52
2025-02-22	9
2025-02-23	5
2025-02-24	9
2025-02-25	9
2025-02-26	6
2025-02-27	6
2025-02-28	4
2025-03-01	1
2025-03-02	3
2025-03-03	7
2025-03-04	14
2025-03-05	9
2025-03-06	120
2025-03-07	63
2025-03-08	17
2025-03-09	13
2025-03-10	57
2025-03-11	56
2025-03-12	89
2025-03-13	70
2025-03-14	45
2025-03-15	11
2025-03-16	30
2025-03-17	22
2025-03-18	116
2025-03-19	91
2025-03-20	50

日期	DAU
2025-03-21	41
2025-03-22	31
2025-03-23	19
2025-03-24	94
2025-03-25	105
2025-03-26	160
2025-03-27	65
2025-03-28	63
2025-03-29	24
2025-03-30	22
2025-03-31	13
2025-04-01	33
2025-04-02	29
2025-04-03	43
2025-04-04	9
2025-04-05	21
2025-04-06	11
2025-04-07	12
2025-04-08	20
2025-04-09	59
2025-04-10	41
2025-04-11	49
2025-04-12	29
2025-04-13	22
2025-04-14	7
2025-04-15	20
2025-04-16	33
2025-04-17	56
2025-04-18	64
2025-04-19	35

日期	DAU
2025-04-20	15
2025-04-21	18
2025-04-22	33
2025-04-23	27
2025-04-24	57
2025-04-25	38
2025-04-26	16
2025-04-27	33
2025-04-28	27
2025-04-29	44
2025-04-30	31
2025-05-01	3
2025-05-02	3
2025-05-03	6
2025-05-04	16
2025-05-05	17
2025-05-06	26
2025-05-07	80
2025-05-08	142
2025-05-09	86
2025-05-10	22
2025-05-11	17
2025-05-12	50
2025-05-13	48
2025-05-14	87
2025-05-15	163
2025-05-16	121
2025-05-17	54
2025-05-18	31
2025-05-19	54

日期	DAU
2025-05-20	28
2025-05-21	114
2025-05-22	121
2025-05-23	104
2025-05-24	64
2025-05-25	47
2025-05-26	68
2025-05-27	57
2025-05-28	69
2025-05-29	342
2025-05-30	1

周活跃用户 (WAU)

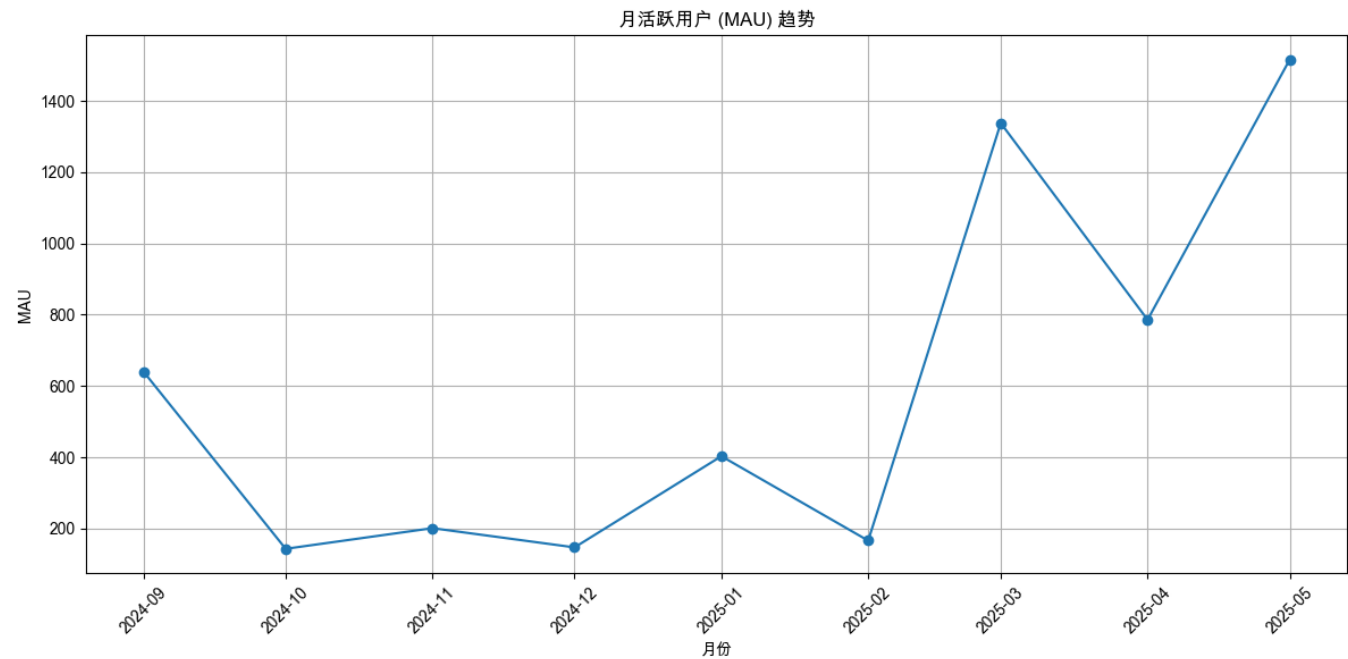


周开始日期	WAU
2024-09-03	139
2024-09-10	298
2024-09-17	184
2024-09-24	195
2024-10-01	26

周开始日期	WAU
2024-10-08	25
2024-10-15	28
2024-10-22	36
2024-10-29	72
2024-11-05	21
2024-11-12	27
2024-11-19	66
2024-11-26	79
2024-12-03	70
2024-12-10	33
2024-12-17	25
2024-12-24	18
2024-12-31	166
2025-01-07	18
2025-01-14	178
2025-01-21	51
2025-01-28	3
2025-02-04	14
2025-02-11	10
2025-02-18	120
2025-02-25	35
2025-03-04	267
2025-03-11	307
2025-03-18	405
2025-03-25	424
2025-04-01	142
2025-04-08	206
2025-04-15	217
2025-04-22	198
2025-04-29	111

周开始日期	WAU
2025-05-06	394
2025-05-13	459
2025-05-20	459
2025-05-27	448

月活跃用户 (MAU)



月份	MAU
2024-09-01	640
2024-10-01	143
2024-11-01	201
2024-12-01	147
2025-01-01	403
2025-02-01	166
2025-03-01	1338
2025-04-01	786
2025-05-01	1516

输出文件

- DAU 数据: [daily_active_users.xlsx](#) (路径: [data_for_analysis/online_data_20250529/basic_analysis_outputs/user_activity](#))

_analysis/daily_active_users.xlsx)

- WAU 数据: `weekly_active_users.xlsx` (路径: `data_for_analysis/online_data_20250529/basic_analysis_outputs/user_activity_analysis/weekly_active_users.xlsx`)
- MAU 数据: `monthly_active_users.xlsx` (路径: `data_for_analysis/online_data_20250529/basic_analysis_outputs/user_activity_analysis/monthly_active_users.xlsx`)
- 本报告: `user_activity_report.md` (路径: `data_for_analysis/online_data_20250529/basic_analysis_outputs/user_activity_analysis/user_activity_report.md`)

深度分析

1. 整体趋势分析

- **长期增长显著:** 从月活跃用户 (MAU) 数据看, 产品用户基础呈现强劲的增长态势, 尤其在2025年第一季度末至第二季度初 (3月至5月), MAU从1338人激增至1516人, 表明此期间产品推广或内容更新可能取得了显著成效。
- **用户活跃度波动性大:** 日活跃用户 (DAU) 数据表现出极高的波动性。工作日用户量远高于周末, 这符合企业级 (B2B) 或学习型产品的使用特征。这提示我们, 运营活动和内容推送应重点安排在工作日以获得最大曝光。
- **周期性低谷:** 在2024年10月、12月末至2025年2月初期间, 用户活跃度显著下降。这可能与国庆节、元旦及春节等长假有关, 符合用户在节假日期间活跃度降低的普遍规律。在制定未来运营计划时应将此因素纳入考量。

2. 关键波动归因分析 (需结合业务事件验证)

根据 `basic_analysis_objective.md` 的要求, 我们识别出几个关键的DAU峰值, 这些节点很可能与特定的运营活动、产品更新或新内容发布相关:

- **2025-03-26 (DAU: 160):** 这是3月份的最高点, 当月MAU也达到了1338的历史高位。
- **2025-05-15 (DAU: 163):** 5月份的一个显著高峰。
- **2025-05-29 (DAU: 342):** 数据期内的绝对峰值, 当日活跃用户数远超平均水平, 是正常工作日DAU (约50-100) 的3-6倍。

建议:

- **深入调查峰值事件:** 强烈建议与市场或产品团队核对在**2025-03-26**、**2025-05-15**及特别是**2025-05-29**前后是否有新版本发布、全员推广邮件、组织培训或引入了热门新剧本等事件。理解这些增长引擎是复制成功和制定未来策略的关键。
- **监控用户粘性:** 2025年5月的WAU/MAU比率约为 **29%** (平均WAU 440 / MAU 1516)。这意味着月活跃用户中, 平均每周有约29%的用户会回访。这是一个评估用户粘性的良好基线, 后续可通过提升内容质量、增加提醒推送等方式, 观察该比例的变化, 以衡量产品对用户的吸引力是否增强。

3. 总结与后续步骤

用户活跃度总体向好, 但日常活跃度不稳定。未来的分析应致力于将用户行为与具体的产品版本、运营活动和内容更新进行关联分析, 以更精确地评估各项举措的效果。同时, 建立一个事件日历 (记录版本发布、运营活动等), 用于与用户数据进行对照分析, 将是实现"波动归因自动化初步分析"目标的重要一步。

