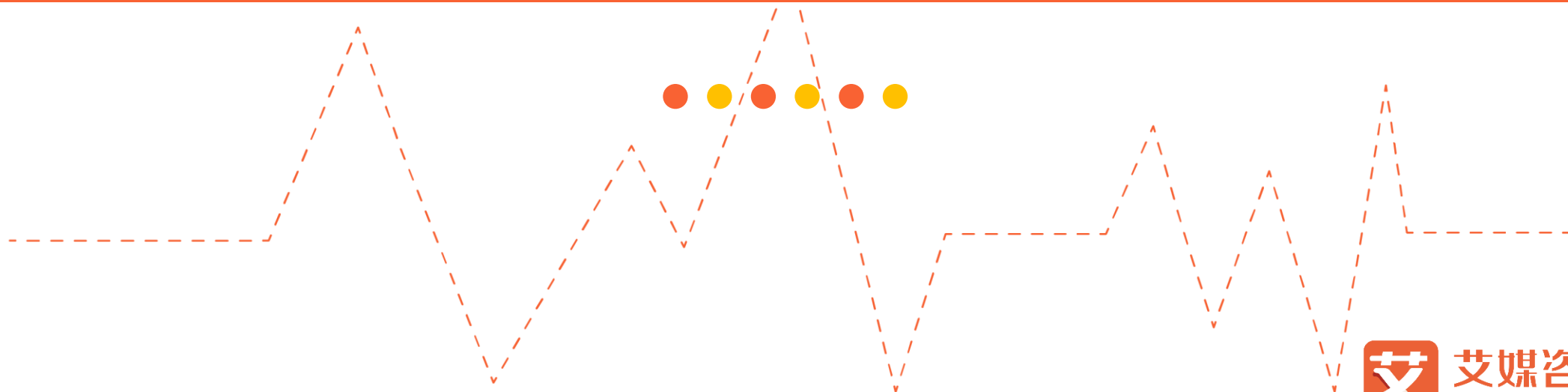


2018Q3

中国音乐客户端市场监测报告

2018Q3 China Music mobile APP Quarterly 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

2018Q3中国音乐客户端发展概况

2

2018Q3中国手机音乐客户端内容布局分析

3

中国手机音乐客户端未来趋势

艾媒咨询
iiMedia Research

01

2018Q3中国音乐客户端发展概况

报告相关概念定义

音乐综艺

以音乐为核心内容的娱乐性节目，最初由电视台负责制作以及播放，后逐渐衍生出由互联网平台制作、传播，以及互联网平台与电视台合作制作、传播的模式。此外，在线音乐平台通过合作或自制形式推出的综艺节目在本报告也属于音乐综艺讨论范畴。

内容功能

指在线音乐平台在其PC及移动端产品中推出的，除音乐歌曲播放核心功能外，输出内容的功能频道，如音乐客户端中直播功能、短视频频道、音乐专栏内容等。

小众音乐

指听众较少或不为大部分公众了解的音乐类型，相较主流流行音乐而言，小众音乐传播范围较小，专辑销量也较低。

中国音乐客户端行业热点——音乐综艺热潮



2018年7月，人气综艺《中国新歌声》开播，腾讯音娱旗下QQ音乐、酷狗音乐及酷我音乐为官方音乐合作平台，具有正版音源版权。



2018年7月，《中国新说唱》上线爱奇艺，腾讯音娱旗下QQ音乐、酷狗音乐、酷我音乐三大平台，以及网易云音乐为官方互动音乐平台。



2018年7月，由酷狗音乐特约播出的《金曲捞之挑战主打歌》在江苏卫视上线，相比第一季《金曲捞》，新一季节目在赛制和阵容上都迎来升级改变。



虾米音乐联动同为阿里系的优酷打造综艺节目《这！就是歌唱·对唱季》在2018年7月推出，节目内容在虾米音乐平台上呈现，同时虾米音乐为冠军CP打造专属IP。



QQ音乐自制综艺节目《见面吧！电台》及《见面吧！爱豆》分别定档2018年10月9日以及10月25日。迎合年轻用户群体需求，QQ音乐推出这两款综艺节目均强调粉丝与艺人明星间的即时互动和体验多元化。

艾媒咨询分析师认为，随着网络技术的发展和新一代年轻用户群体需求特点产生变化，在线音乐平台对综艺节目的合作以及生产愈趋频繁。音乐综艺热潮下，音乐客户端一方面能丰富内容的呈现形式，扩大平台对年轻用户群体的吸引力；另一方面，音乐综艺以选拔竞赛以及明星粉丝互动的形式居多，节目推出的同时能有效挖掘草根音乐人以及明星歌手的商业价值，丰富平

台音乐作品内容

中国音乐客户端行业热点——内容功能布局



菠萝

2018年8月，音乐APP**碎乐**更名**菠萝BOLO**。更名后的**菠萝BOLO**在其看音乐版块专注生产音乐相关内容的原创视频，另外还添加了付费直播课程。



2018年10月，YY直播宣布与**网易云音乐**达成合作，将做直播的音乐人输送至网易云音乐，推出“**鲸云音效&YY音乐热歌榜**”。



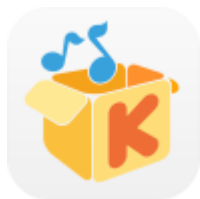
2018年10月，**QQ音乐**首档自制LIVE短视频节目《**大象房间**》上线，该节目由入围金马奖最佳原创电影音乐提名的独立乐队—花伦乐队策划发起，通过真实、直接、趣味的方式，向音乐发烧友推荐当下活跃着的不同风格的优质音乐人。

艾媒咨询分析师认为，音乐客户端平台在直播、短视频等内容功能方面的布局围绕对草根及原创音乐人的扶持，为他们提供推广渠道。单独的直播及短视频平台播主如果没有具有内涵的内容支撑，难以长久发展，而音乐内容的支撑使音乐直播和短视频中的原创作者更具发展持久力。优质的音乐直播和短视频内容能为平台用户提供更好的内容体验，而对于作品的原创作者，音乐平台本身的资源又能为其提供渠道，进一步挖掘商业价值。

中国音乐客户端行业热点——线下场景联动



2018年9月，**酷狗音乐**以“**不易青年**”为主题开展品牌营销活动。在线上，酷狗官方微博发布“致不易青年”超级话题，并附带五支系列短片和歌曲“违背的青春”，同时与蒙牛、美的等多个品牌展开联合营销。在线下，酷狗音乐联合肯德基打造“**不易青年能量站**”，在主题门店开展乐队快闪LIVE秀，并于中秋节开展线下LIVE演唱会。



2018年9月，**酷我音乐**在**济南大学校园食堂**内，用酷我音乐主播特色元素进行设计和包装，所有食堂座位被制作成酷我音乐主播电台频道专属区，并从视觉、听觉、味觉、心觉四个维度完成打造吸引大学生。



2018年10月，**虾米音乐**在北京水立方天猫双十一全球潮流盛典的展览现场建成首家**音乐治愈所**，通过AI扫脸诊断、输液歌单治疗、音乐药剂随机扭蛋、评论药瓶等互动功能玩法吸引观众。

艾媒咨询分析师认为，音乐客户端平台联动线下各类场景举行活动，有助于用户更好地沉浸于音乐氛围之中，并使平台能更好地塑造品牌形象并扩大对潜在用户群体的渗透影响。

中国音乐客户端行业热点——数字文保/资本



2018年7月，QQ音乐联手故宫博物院推出“古画会唱歌”音乐创新大赛，大赛中故宫博物院开放典藏名画，QQ音乐则结合AI人工智能、唱作歌手及原创音乐人，以这些古画为灵感实行歌曲创作。此外，QQ音乐携手敦煌研究院推出“古乐重声‘觉’计划”以及“古曲新创大赛”将流行音乐与敦煌元素相结合进行改编创作，把敦煌音乐文化融入创新的数字音乐作品，为敦煌创作的新歌作品在QQ音乐上线。QQ音乐这次合作作为敦煌音乐文化保护与传承项目的首批重要成果，在9月举办的敦煌“古乐重声”音乐会及2018年第三届丝绸之路(敦煌)国际文化博览会文博会上进行了展示。

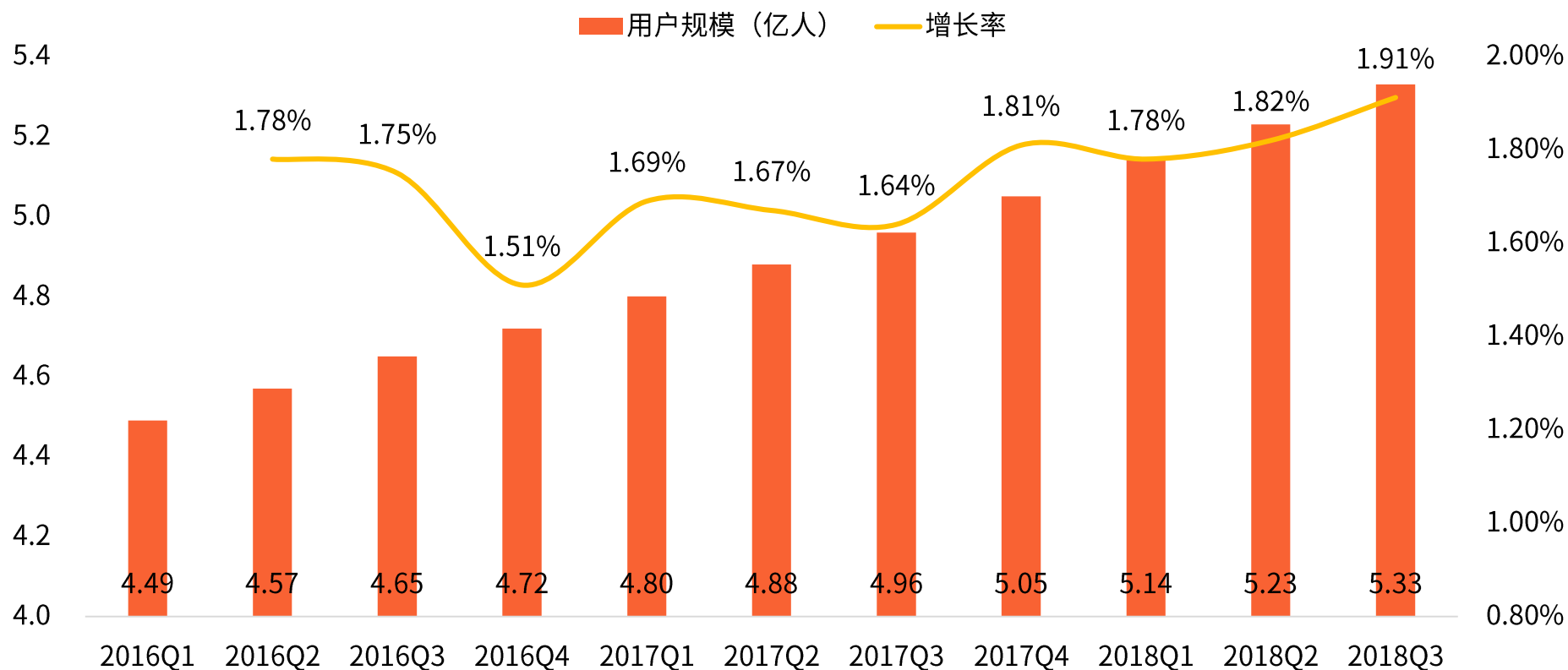


2018年10月，网易云音乐宣布获新一轮融资，此前已将旗下百度音乐更名千千音乐的百度为战略投资方，新一轮融资后，网易公司仍单独享有对网易云音乐的控制权。融资后网易云音乐将继续引入优质合作伙伴，同时将接入百度研发的AI操作系统DuerOS平台。

艾媒咨询分析师认为，与传统文化场景的结合，能进一步提高QQ音乐平台内涵，塑造优质平台形象，同时有助于推广宣扬传统文化，并丰富音乐作品风格，吸引更多偏好古风音乐的用户群体。而百度与网易云音乐的投资案，将为网易云音乐追赶第一梯队音乐客户端平台带来新的筹码，在版权资源与用户量等方面不占优势的情况下，通过资本注入以及与百度的合作，网易云音乐有望更好地建立差异化竞争优势。

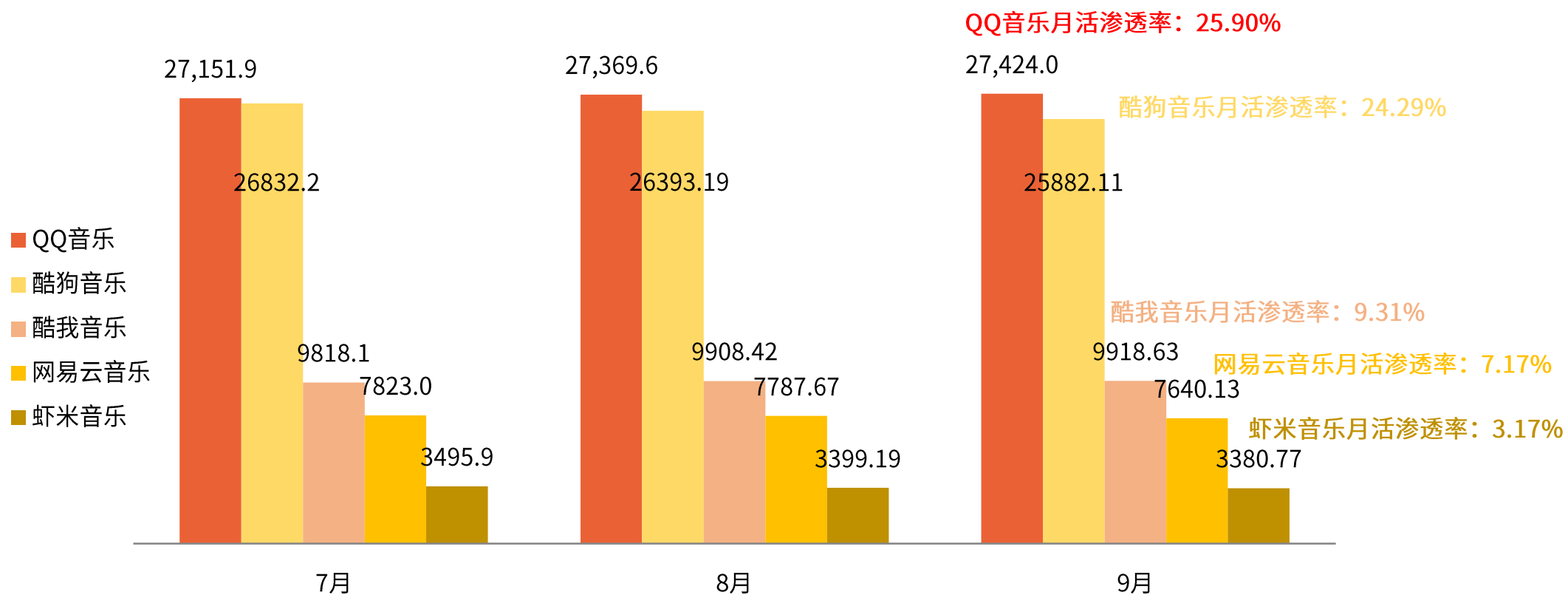
2018第三季度音乐客户端用户规模达5.33亿人

2016Q1-2018Q3中国手机音乐客户端用户规模及增长率



QQ音乐、酷狗音乐月活渗透率均超20%

2018 7-9 月中国手机音乐客户端月活跃用户人数

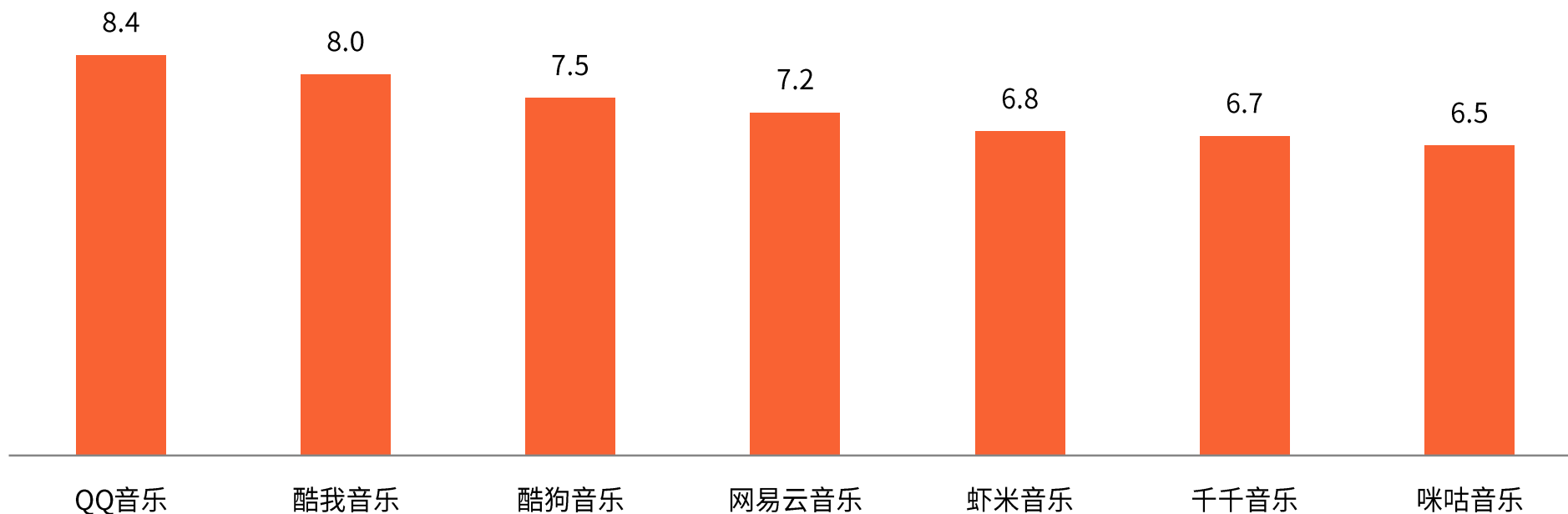


用户客户端满意度分析——QQ音乐最受好评



iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，QQ音乐以8.4的用户满意度继续领跑各在线音乐平台。艾媒咨询分析师认为，腾讯音娱旗下QQ音乐、酷我音乐、酷狗音乐在曲库资源上优势依然明显，特别在第三季度音乐综艺节目热度较高，三家平台在综艺节目音源版权上领先于其他平台。在三家平台的对比中，QQ音乐在各项维度维持较好表现，新上线的官方歌单订阅功能收获好评，满意度依然领先；酷我音乐继续主打高品质呈现，为用户提高良好收听体验，满意度亦居前列。

2018Q3中国手机音乐客户端满意度调查



注：分数越高代表用户对音乐客户端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。

02

2018Q3中国手机音乐客户端内容布局分析

中国音乐客户端平台内容布局——音乐综艺

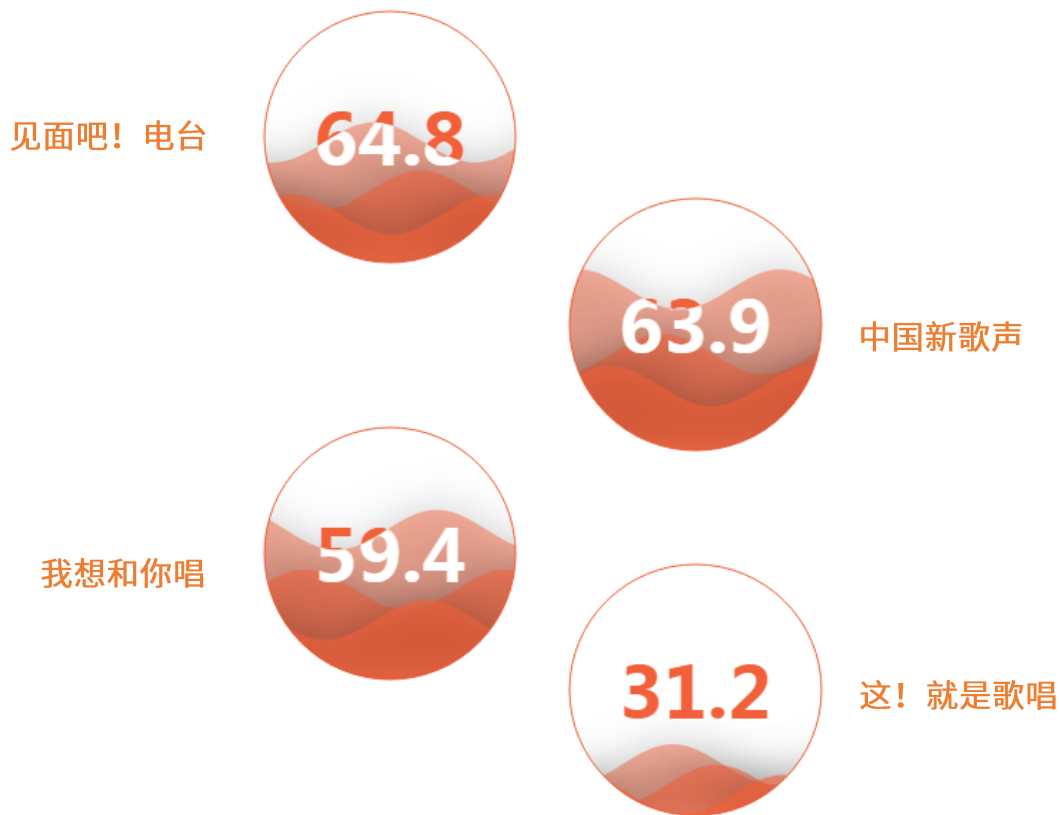
近年网络及电视综艺热度不断提升，音乐客户端平台也通过合作以及自制生产的形式推出各类音乐综艺节目。音乐客户端平台在综艺方面的布局主要以竞赛选拔类产品为主，该类形式的综艺能为观众提供更多元化的音乐作品，而平台通过节目也可以挖掘更多音乐人，扩大平台歌手以及歌曲资源。



音乐综艺节目《见面吧！电台》言值最高

艾媒大数据舆情监控系统数据显示，系统监测期间《见面吧！电台》言值达到64.8，舆情偏正面且领先于其他同类节目。艾媒咨询分析师认为，《见面吧！电台》主打每天都有一场明星和粉丝间的近距离互动，除了频次较高外，对于粉丝观众群体具有吸引力，同时也是明星艺人展示正向形象的有效渠道，相较其他竞赛选拔类综艺的接受程度更高，整体舆论更偏正面。

音乐综艺节目言值



音乐综艺节目主题词云



注：只列举部分音乐综艺节目在监测期间舆情数据，未穷尽全部

言值：客观实时反映网友对事件、人物、品牌的评论态度，数值范围0~100；

艾媒报告商城用户158****5024专享 尊重版权，严禁篡改、转售等侵权行为

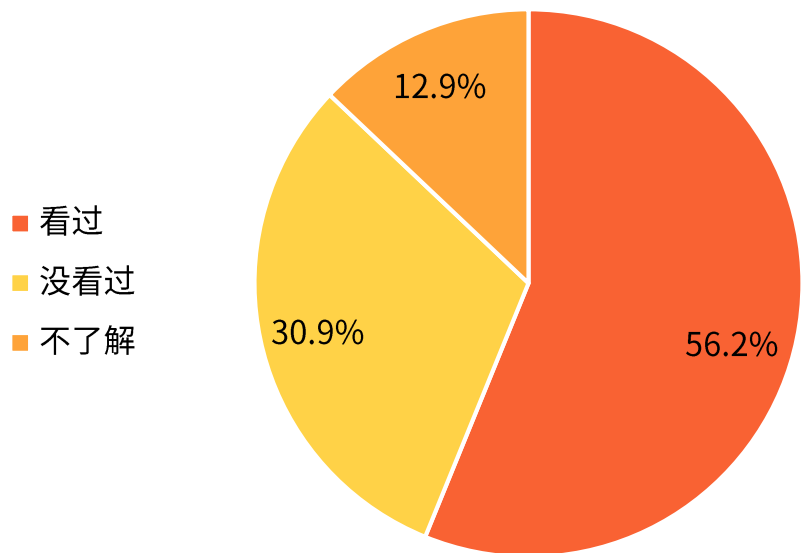
数据来源：艾媒大数据舆情监控系统

监测时间：2018年10月13日-11月12日

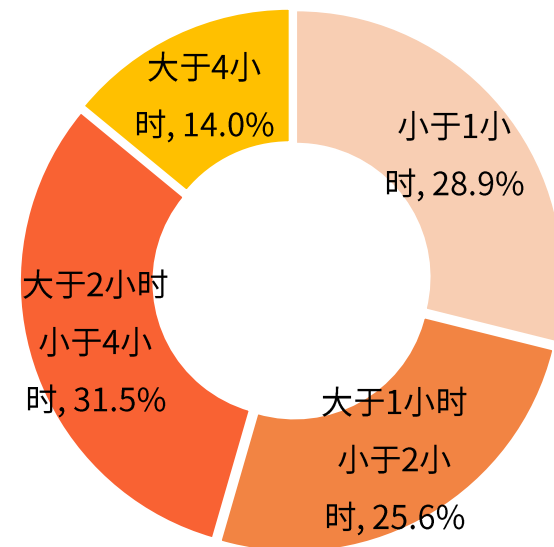
超半数用户曾观看过音乐综艺节目

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，56.2%的受访用户曾观看过音乐综艺节目，占比超过半数，其中每周观看音乐综艺超过1小时的用户占比超过七成。艾媒咨询分析师认为，在综艺节目热度不断提升的环境下，音乐结合综艺成为音乐作品输出和人才挖掘的重要形式，音乐客户端用户以及音乐综艺受众重合度较高，各平台对于音乐综艺中作品及音乐人资源的争夺重要性也越高。

2018Q3中国音乐客户端用户观看音乐综艺情况调查



2018Q3中国音乐客户端用户每周观看音乐综艺时间调查



注：包括从移动端、PC端及电视渠道观看音乐综艺节目

样本来源：草莓派数据调查与计算系统

艾媒报告商城用户158**5024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）

音乐客户端自制音乐综艺增多

在线音乐平台在继续延续和热门音乐综艺节目合作的情况下，开始**增强在自制音乐综艺方面的布局**，QQ音乐、酷狗音乐等平台都十分注重自制音乐综艺IP的打造。自制综艺的增多，**有利于各平台打造新的音乐IP以及培养自有平台上的音乐人**，**吸引更多粉丝用户并强化优质歌手资源的储备**。



自制综艺



见面吧！电台



见面吧！爱豆



QQ音乐自制综艺节目主打“网络直播+现场近距离”的“可视化”元素，强调明星偶像和粉丝之间的接触互动，有利于吸收粉丝用户群体并**塑造良好明星偶像的形象**，进一步**挖掘其商业价值**



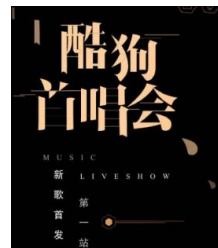
自制综艺



酷狗星乐坊



酷狗哆来咪



酷狗首唱会



酷狗音乐自制综艺节目**强调对音乐素人的挖掘**，为平台音乐人提供展示渠道，**有利于平台对音乐人的培养以及资源储备**

中国音乐客户端平台内容布局——内容功能

音乐客户端平台关于**内容功能的布局**主要**围绕直播以及短视频功能开展**。直播能有效打造音乐社区氛围，提高用户粘性之余挖掘优质音乐主播。短视频浓缩化的特点与音乐作品结合能更好契合用户碎片化浏览习惯，结合网络制式发展为视频类内容带来的红利，其在音乐客户端功能中的重要性也进一步提升。

音乐直播及短视频是音乐平台内容功能布局重点环节

音乐直播



主播互动：通过直播带动平台社交和互动氛围，使平台更具有社交娱乐化特点，提高用户粘性



主播PK：主播之间的唱功竞争，竞技对抗丰富音乐客户端的直播玩法，也通过粉丝带动平台流量增长



直播点歌：各大平台通过流量和版权优势使平台直播内容更有保障，同时提高用户点歌的意愿和频率



直播打赏：流量和版权优势支撑直播内容，增强用户打赏的意愿，丰富平台盈利方式以及为主播带来更多收益

音乐客户端内直播频道以音乐素人为主播，通过各类功能提高主播与观众间的互动，**增强用户粘性的同时也有利于主播的成长**

音乐短视频

播放时长较短



符合音乐作品播放长度

流量消耗较小



契合音乐客户端多场景碎片化使用特点

视频呈现形式

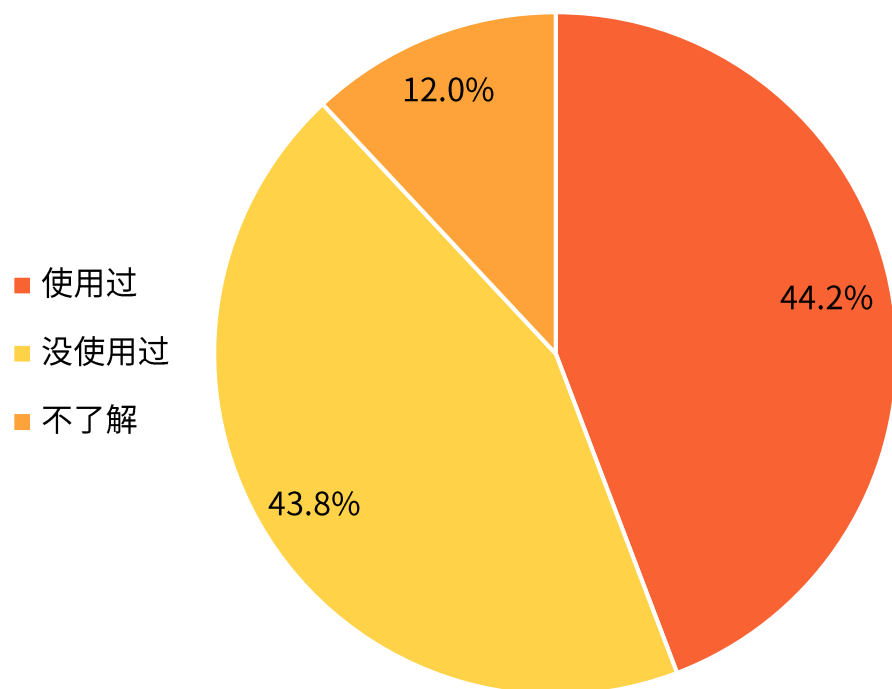


丰富音乐作品在客户端内的展现形式

音乐客户端内短视频内容的上线，迎合年轻用户群体使用偏好变化，且其形式特点符合音乐作品的呈现，**丰富原本客户端作品呈现形式**

音乐直播存在大量潜在用户

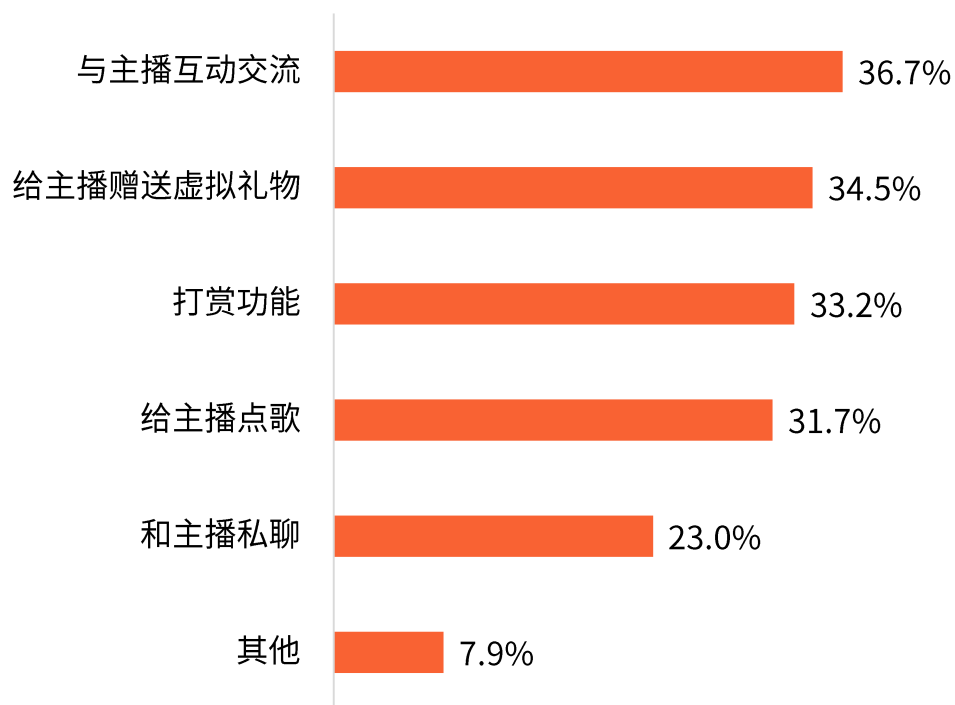
2018Q3中国音乐客户端用户音乐直播功能使用情况调查



iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，受访用户中，使用过音乐客户端内直播功能的用户占比为44.2%，仍有超五成受访用户未使用过客户端内直播功能或对此不了解。艾媒咨询分析师认为，音乐客户端内的直播功能有良好的直播内容作支撑，而原创音乐人作为主播也能为用户带来更多元的音乐体验，未来各在线音乐平台应该继续加强对音乐直播潜在用户的挖掘。

与主播互动交流功能最受欢迎

2018Q3中国音乐客户端用户偏好使用音乐直播功能调查



iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，使用过手机音乐客户端音乐直播功能的用户中，36.7%的受访者偏好使用其中的主播互动交流功能；偏好为主播赠送虚拟礼物的受访用户占比也达到34.5%。**艾媒咨询**分析师认为，相较于单纯的音乐作品，音乐客户端内直播功能**能为音乐主播和粉丝互动交流提供渠道**，有利于**主播商业价值挖掘**的同时，也能**增强粉丝用户的粘性**。

注：此处仅针对使用过音乐客户端内音乐直播功能的用户进行调研

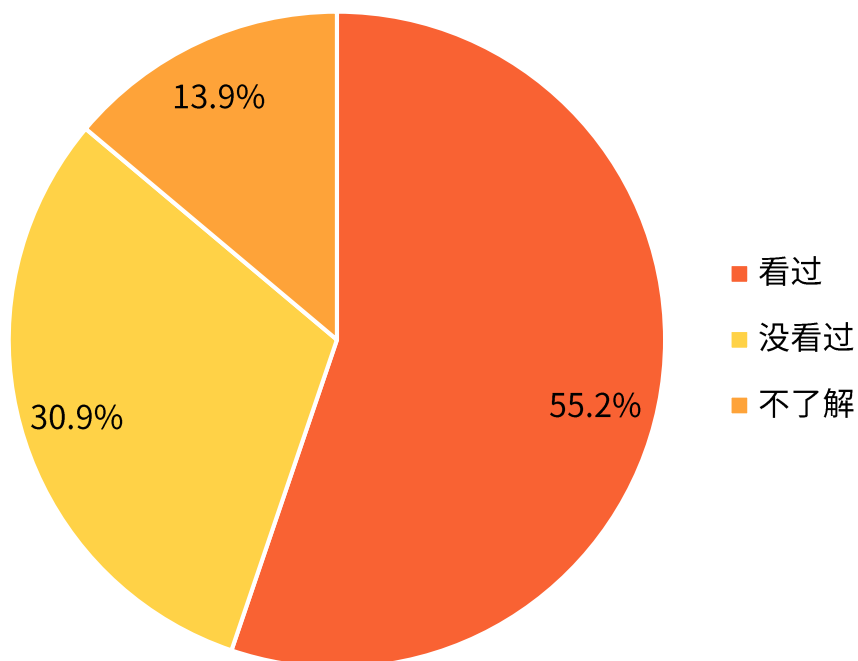
样本来源：草莓派数据调查与计算系统

艾媒报告商城用户专享，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）

超一半用户观看过音乐短视频

2018Q3中国音乐客户端用户客户端内音乐短视频观看情况调查

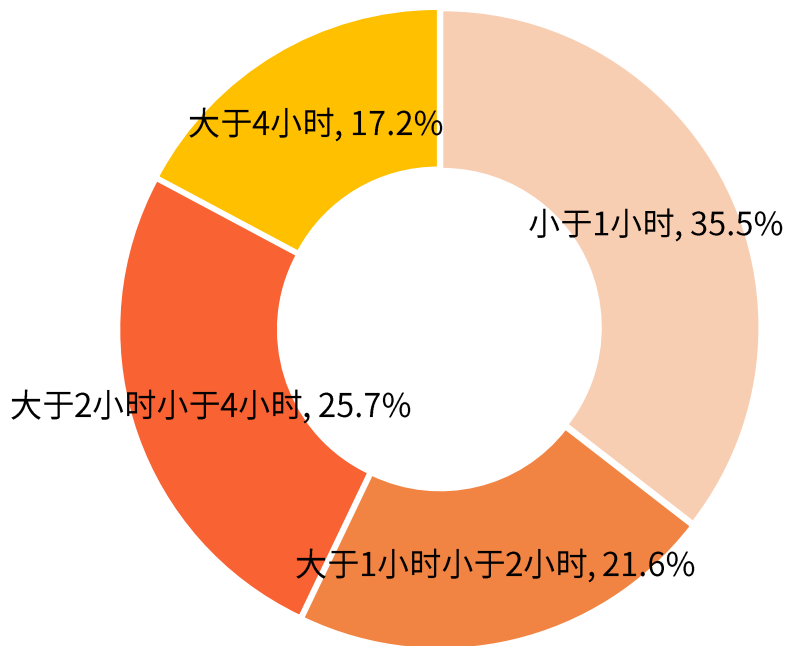


iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，超过一半的受访用户曾观看过音乐客户端内的短视频，占比55.2%。艾媒咨询分析师认为，音乐短视频切入垂直领域，差异化定位用户，与热门IP联动。短视频和音乐之间的流量互动已成雏形，未来将会打造音乐推广闭环生态布局。

过半用户每周观看音乐短视频时间小于2小时



2018Q3中国音乐客户端用户每周观看客户端内音乐短视频时间调查



iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，观看过音乐短视频的音乐客户端用户中，57.1%的受访用户每周观看短视频的时间在2小时以内。艾媒咨询分析师认为，内嵌于音乐客户端内的短视频丰富了音乐内容的呈现方式，其时长短、流量消耗小的特点也适合于用户碎片化浏览。

注：此处仅针对观看过音乐短视频的音乐客户端用户进行调研

样本来源：草莓派数据调查与计算系统

艾媒报告商城用户158****5024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）

音乐客户端内容功能生态构建



QQ音乐丰富资源支撑内容体系：QQ音乐客户端音乐馆和发现版块分别上线电台直播、短视频等功能，依托平台丰富的音乐人资源以及专业音乐机构、自媒体生产PGC短视频内容以及与用户产生直播互动，覆盖各类音乐类型及用户群体。

QQ音乐的产品体系具有丰富的内容渠道资源，专业音乐机构和音乐人的入驻，为平台内容生产提供保障，平台能通过专业内容的传播去吸引用户



酷狗音乐搭建音乐内容生态体系：5SING原创音乐基地培养原创音乐作品输出；酷狗直播平台提供歌手和主播的直播内容，以及部分演唱会直播，建立“直播+数字专辑销售”模式；酷狗上线的短视频功能，主要通过酷狗直播切入内容，以音乐人主播、歌手等作为内容生产者。内容平台间相互配合，使作品、流量、渠道形成高效的循环路径

酷狗音乐内容功能的建设结合酷狗其他产品形成完整的体系，从内容储备、生产到传播、引流，形成完整闭环。内容生态的构建更有利于酷狗体系产品之间的互相导流



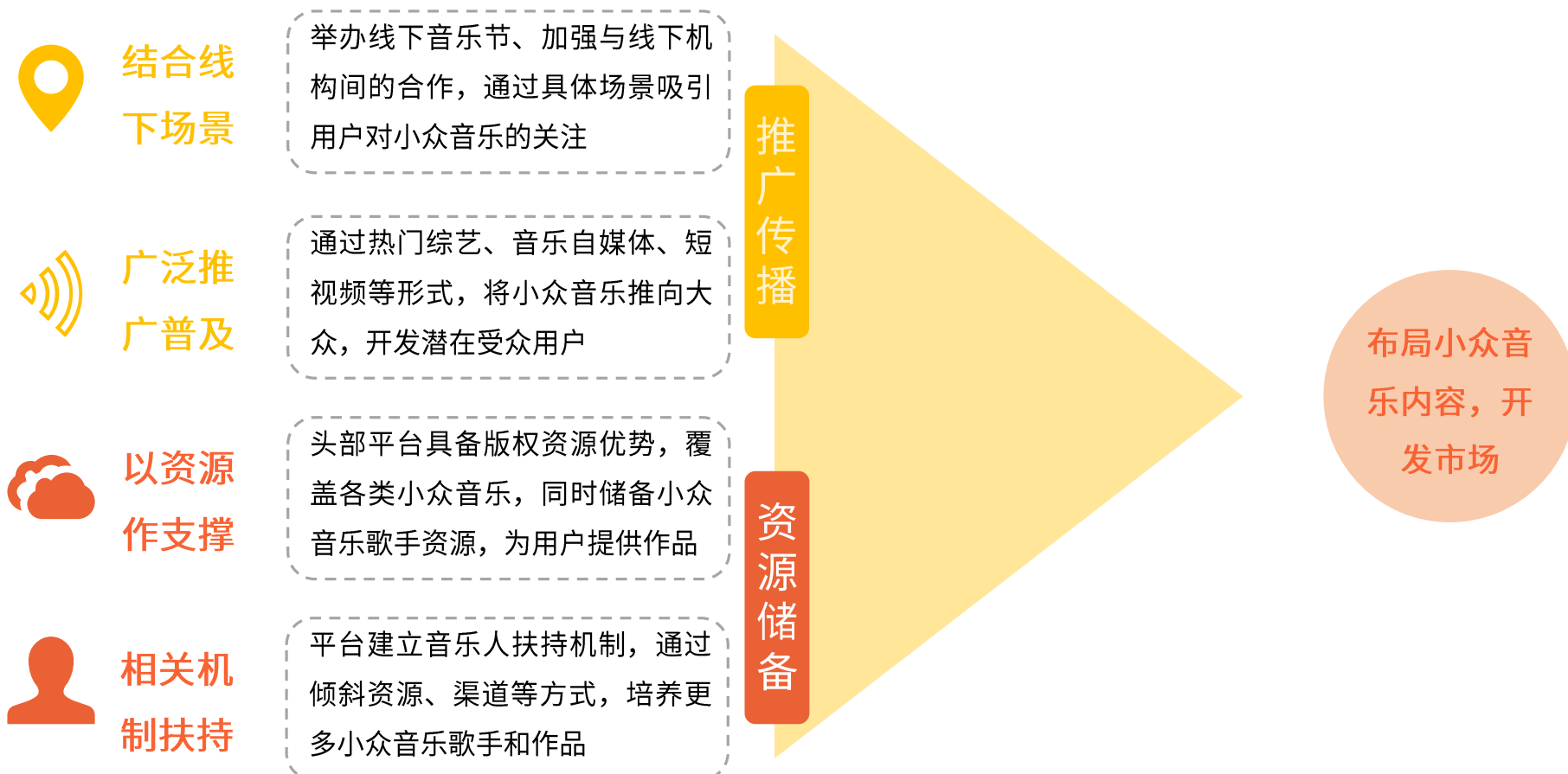
网易云音乐内容强化社交：网易云音乐2017年3月上线短视频功能，此外平台还推出自制精品付费电台、LOOK直播APP等。在版权资源不占优势的情况下，网易云音乐更强调音乐人资源和产品社交属性的结合。

网易云音乐内容功能的布局注重社交因素的挖掘，通过发挥产品社交属性有效增强用户粘性

艾媒咨询分析师认为，音乐客户端结合直播、短视频等功能，打破传统音乐行业感官和空间限制的固有模式进行内容生产，同时增强流量吸引及传播渠道建设，未来客户端内容功能生态的构建对于平台间竞争的重要性将愈加凸显。

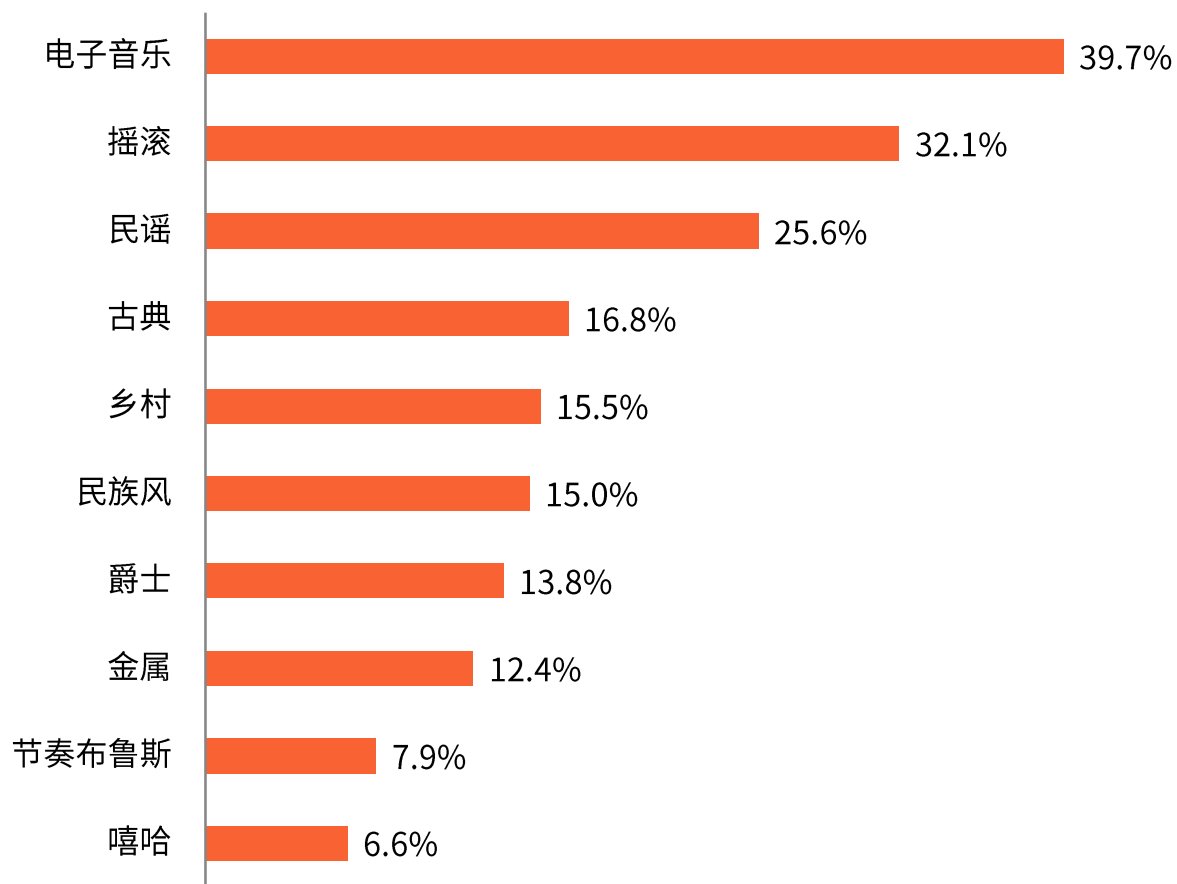
中国音乐客户端平台内容布局——小众音乐

随着人们精神内容追求的提升以及新一代年轻用户对个性化内容需求的提升，音乐客户端平台在小众音乐方面的布局重要性也在提高。平台关于小众音乐的布局主要通过**小众独立音乐歌手的培养和储备来实现**。此外，结合具体线下场景进行联动，**提高小众音乐的传播度以及培养小众音乐氛围**，也是各平台布局小众音乐的重要举措。



小众音乐中电子音乐最受欢迎

2018Q3中国手机音乐客户端用户偏好小众音乐类型调查



iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 小众音乐种类用户偏好分布比较分散, 电子音乐 (39.7%) 最受欢迎, 其次是摇滚 (32.1%) 和民谣 (25.6%)。艾媒咨询分析师认为, 小众音乐自带文化标签, 场景消费居多。近年用户精神文化追求提升以及各类综艺节目的兴起推动小众音乐受关注程度提升, 在线音乐平台针对小众音乐的布局也在不断加强。

音乐客户端平台积极布局小众音乐



电音厂牌：腾讯音娱牵手索尼音乐成立国际电音厂牌Liquid State，开发电音市场，更好挖掘电音人才。

综艺推广：腾讯推出的《即刻电音》通过腾讯音娱旗下平台进行线上海选，助力电音类型音乐推广。

版权资源：腾讯音娱与SACRA MUSIC、摩登天空等达成版权合作，囊括动漫、摇滚、民谣、说唱等小众音乐类型的热门歌曲和歌手资源，完善其在小众音乐方面的布局。

线下推广：酷狗音乐和萤火虫联合主办酷狗蘑菇x萤火虫动漫音乐嘉年华，通过音乐节的形式吸引二次元音乐的受众用户参与。



电音厂牌：上线电音品牌放刺FEVER，发布了厂牌与各合作方在未来一年首推的五项落地业务，包括创建电音学院、举办电音派对、打造电音体验剧场、设计VR DJ游戏，以及推出电音旅行业务；

版权资源：与米漫传媒、NBC环球达成版权合作，布局动漫音乐领域。



艾媒咨询分析师认为，在音乐版权格局基本确定的环境下，各主流音乐客户端平台开始重视在小众音乐领域的多元化布局，头部平台QQ音乐、酷狗音乐等继续通过版权合作和线下推广加速布局；网易云音乐则继续在其垂直领域打造差异化竞争优势。

03

中国音乐客户端市场未来趋势

中国手机音乐客户端未来趋势



音乐短视频和音乐综艺成为发展新动力

音乐综艺使音乐表现内容更丰富，挖掘音乐多元化的商业价值，而音乐短视频是音乐传播的一个重要渠道。这两大板块是整个音乐市场发展的强大动力。过去的音乐作品比较单调，商业模式也较为单一，而**音乐综艺对促进原创音乐的创新和原创音乐人的发掘**，**音乐短视频迎合当下潮流**，两者结合更有利于抓住整个年轻人市场，渗透多个领域。



直播功能成为音乐生态重要环节

音乐直播凭借流量和平台优势，成为行业的发动动力。其中直播互动模式通过与主播互动，刺激用户消费，实现营利，有效带动音乐直播产业的发展。同时，让很多无法被专业公司发现的草根歌手、独立音乐人有更低的门槛、更好的资源去实现自己的音乐梦想，音乐直播已经成为音乐生态的重要一环。

中国手机音乐客户端未来趋势



小众音乐商业价值凸显

随着音乐市场越来越大，年轻人需求更加多元，对小众音乐的追求的欲望逐渐增强，小众音乐拥有广泛的群众基础。实现小众音乐文化异军突起以及商业价值全面提升，需从三方面着手：**行业及团队专业化运营操盘、降低小众音乐参与门槛与文化普及、人才扶持与规范管理。**



线下联动有助音乐推广

音乐线下体验是音乐推广的重要环节，音乐客户端逐渐倾向以跨界合作来实现线下功能多样化，包括日常生活的酒店和文化遗产活动等，还有传统的音乐会推广，**音乐客户端需要丰富线下场景视线下音乐推广的作用，重点打造线上线下融合运营生态。**

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。



DataliMedia(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。

艾媒商城

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158****5024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!

