

2018-2019 中国小游戏产业研究与 发展趋势分析报告

游戏

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

中国小游戏产业发展概况

2

2018-2019 中国小游戏产业发展动态

3

2018-2019 微信小程序游戏产业发展研究

4

2018-2019 中国小游戏产业发展趋势展望

01

中国小游戏产业发展概况

小游戏的定义和发展背景

定义

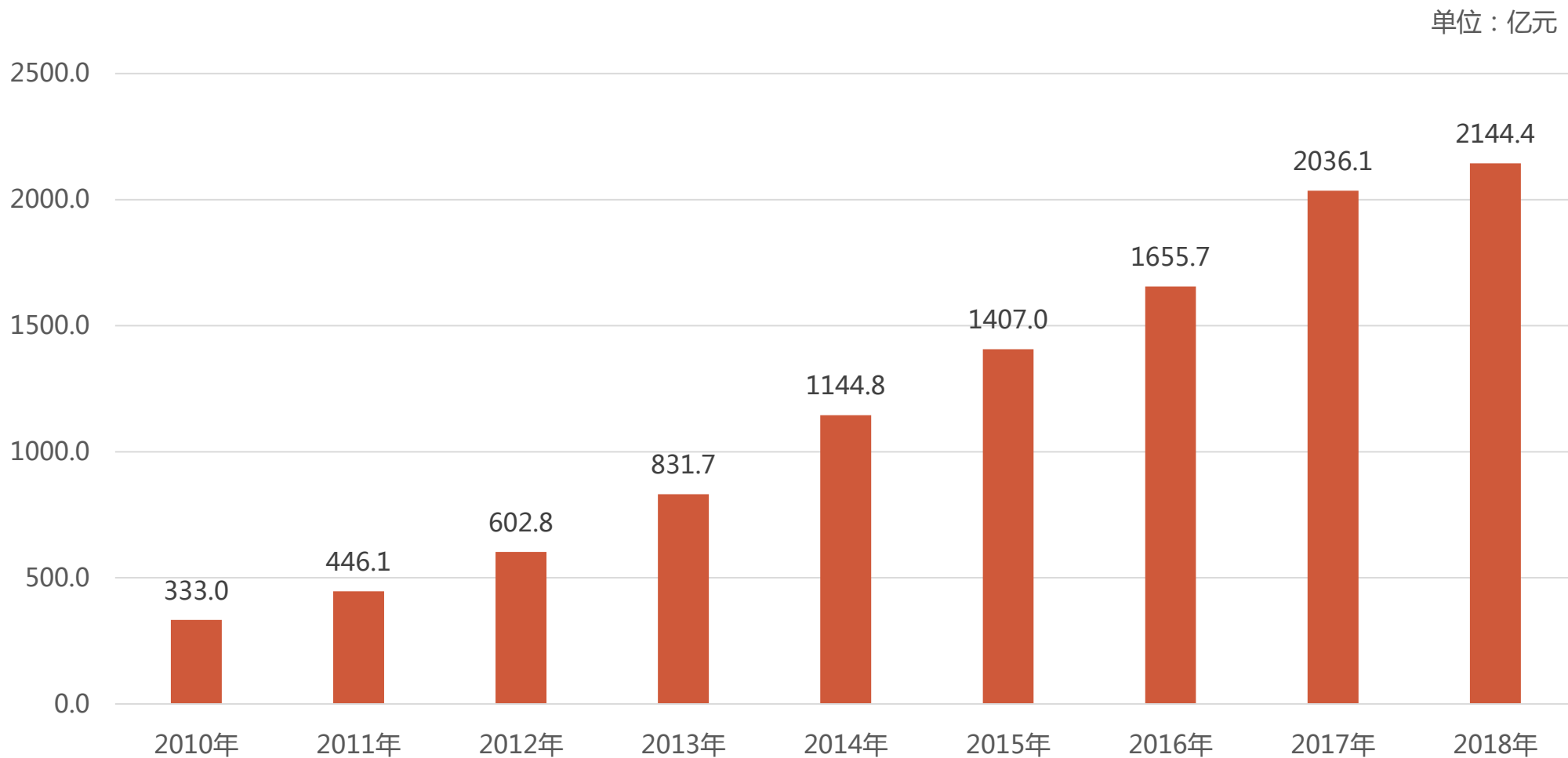
小游戏是指玩法比较轻便，即点即玩，主要渠道在类浏览器、超级App环境下运行的游戏。包括：HTML5游戏、微信小程序游戏、手机QQ小游戏，以及其它。

发展背景

在全球化趋势加快、移动互联网广泛普及的今天，网络游戏快速迭代、全民娱乐环境已迅速形成，VR、AI等新兴技术不断涌现发展，人类沟通超越虚拟和现实，不同产业之间跨界融合，而游戏也正在以一种新的形式，让传统游戏市场格局悄然破冰，它跨越了时空与地理、突破了次元与边界，2018年，小游戏的时代来了。

中国游戏市场实际销售收入不断增长

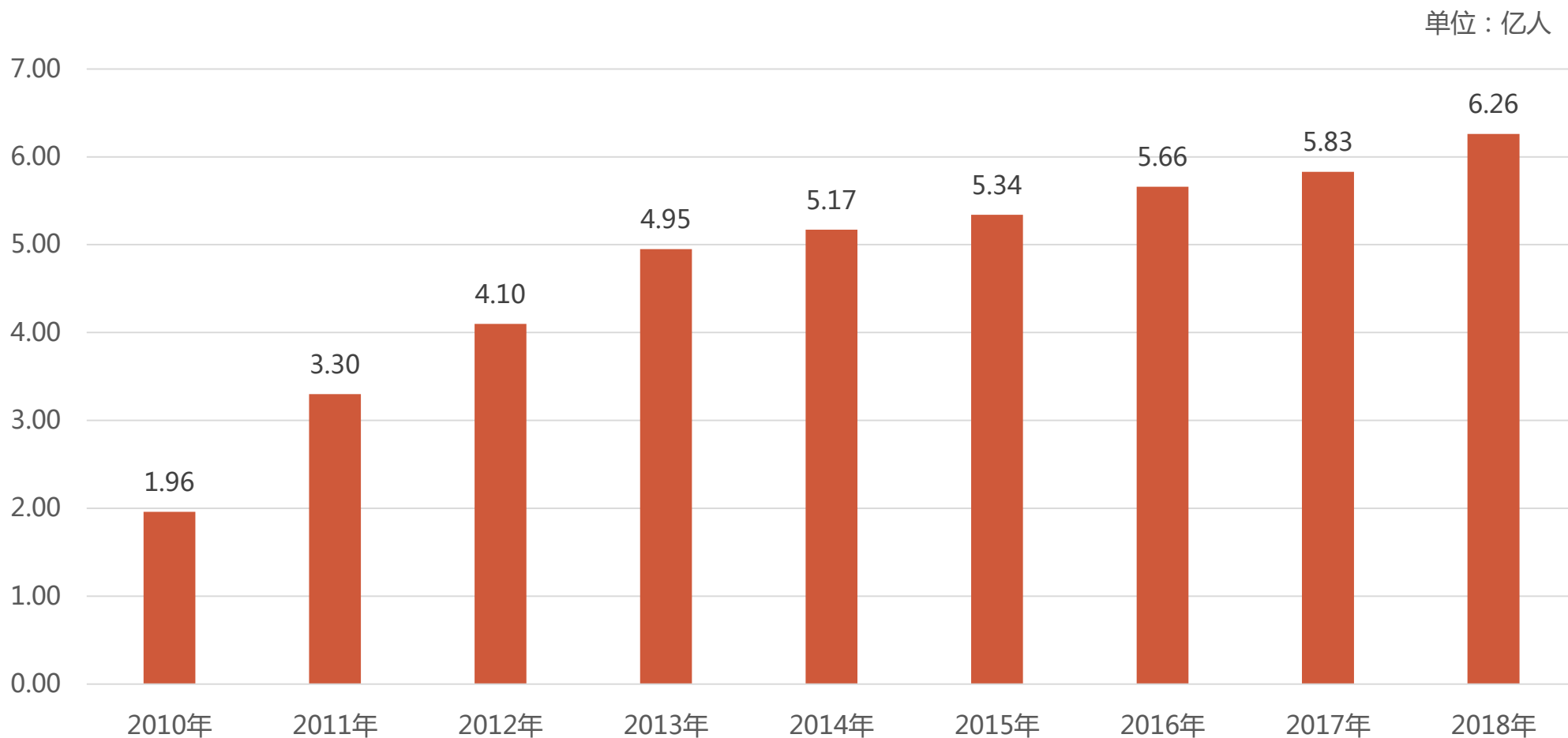
图1-1 2010-2018 中国游戏市场实际销售收入



数据来源：中国音数协游戏工委（GPC）& CNG 中新游戏研究（伽马数据），iiMedia Research（艾媒咨询）

中国游戏用户规模不断扩大

图1-2 2010-2018 中国游戏用户规模



数据来源：中国音数协游戏工委（GPC）& CNG 中新游戏研究（伽马数据），iiMedia Research（艾媒咨询）

表1-1 中国网络游戏发展历程

类型	PC端游时代	PC页游时代	手游时代	小游戏时代
开端事件	2001年，盛大网络引进韩国游戏《传奇》	2003年，PC页游萌芽，SLG类游戏初步发展	2003年，功能机手游出现	2014年，白鹭引擎推出H5游戏
承载平台	PC主机	PC主机	手机 平板电脑	手机 平板电脑
形式	客户端	各类浏览器	APP安装包	手机浏览器 手机超APP
代表类型	策略类 角色扮演	挂机类 策略类	休闲 策略类 角色扮演 即时对战	休闲 轻竞技 社交、营销

底层技术的成熟为小游戏发展助力

- ◆ 经过多年建设，小游戏底层技术已经成熟。商业开源引擎Egret、Cocos、Layabox技术提供方可为开发者提供稳定的小游戏开发支持。
- ◆ Egret、Cocos和Layabox引擎开发微信小游戏技术趋于成熟，开发者无需过多关注底层技术细节。开发者只需通过Egret引擎的完整 workflow，就可以快速创建、开发与发布微信小游戏。H5游戏开发者还可以通过Egret引擎将H5游戏迁移成微信小游戏，整体流程简化快捷。

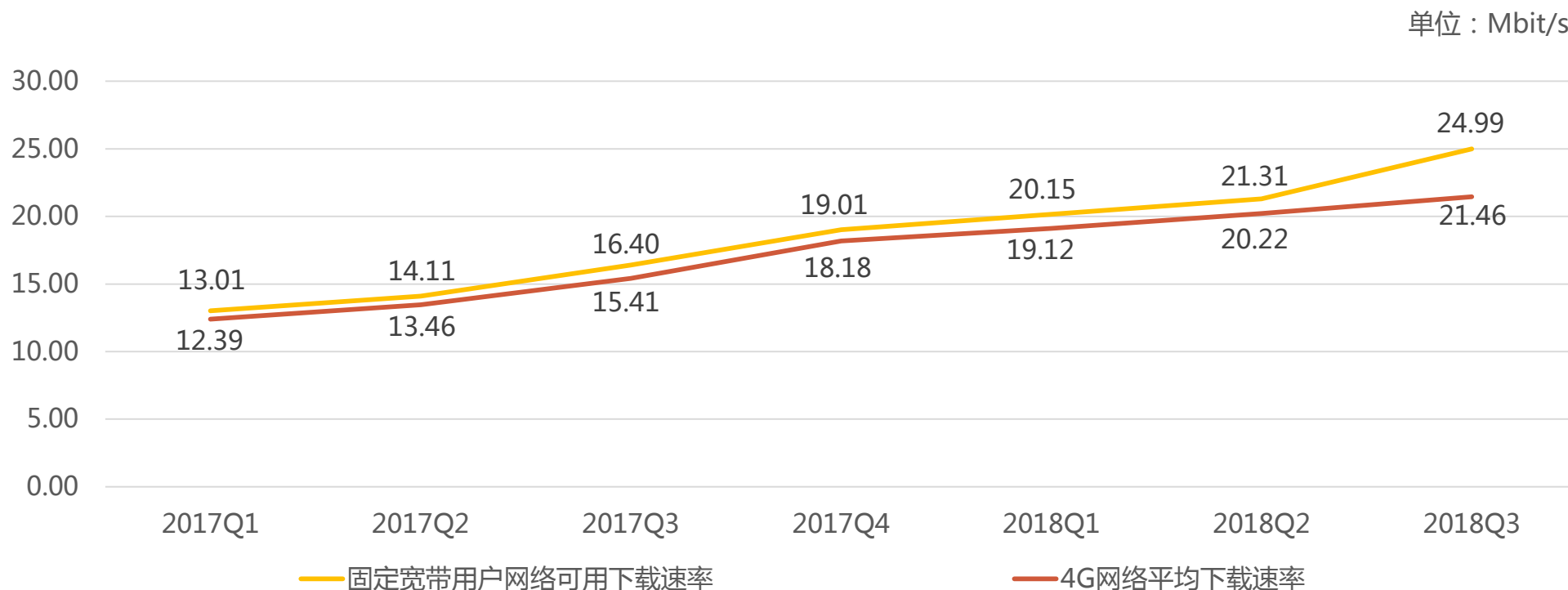
表1-2 部分提供小游戏相关技术的公司

公司	引擎	编程语言	场景编辑器
白鹭科技	Egret Engine	TypeScript/JavaScript	Egret Paper
雅基软件	Cocos-JS	JavaScript	Cocos Creator
搜游网络	LayaAir	TypeScript /JavaScript /ActionScript	无

逐年上升的网速为小游戏产业发展提供良好条件

2018年第三季度，中国固定宽带用户网络下载的忙闲时加权平均下载速率为24.99Mbit/s，同比提升52.4%；中国移动宽带用户通过4G网络访问互联网时的平均下载速率为21.46Mbit/s，同比提升39.3%，为小程序游戏发展提供了良好条件。

图1-3 中国固定宽带/4G平均下载速率



注：忙闲时加权平均值是以忙时和闲时分别检测到的样本数量除以忙闲时的样本总量为加权系数，然后分别乘以忙时平均值和闲时平均值并相加后得出。

数据来源：宽带发展联盟，iiMedia Research（艾媒咨询）

02

2018-2019 中国小游戏产业发展动态

2018年中国游戏市场占全球总收入28%

379亿美元

2018中国游戏产业总体收入



27.48%

2018中国在全球游戏产业总收入占比

199个

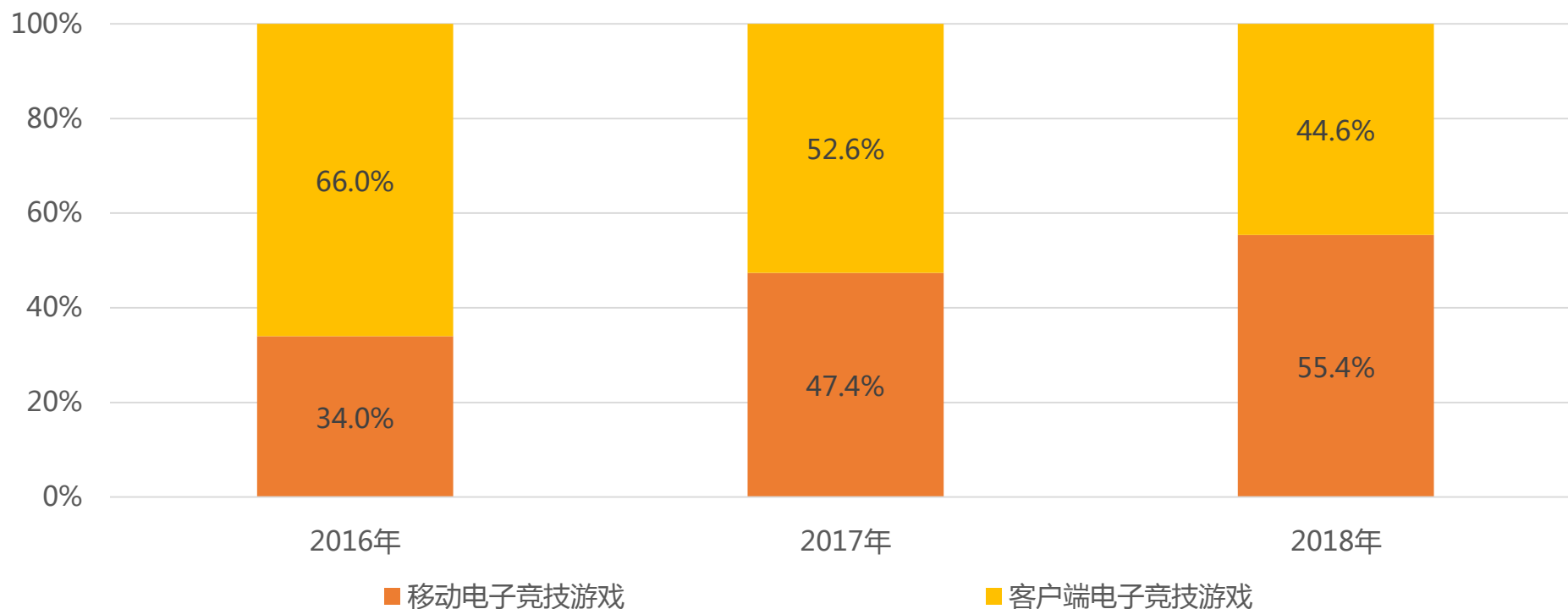
2018中国游戏公司上市数量

数据来源：国研智库书院《2018年中国游戏产业景气指数》，iiMedia Research（艾媒咨询）

移动化、轻度化成中国游戏产品的发展趋势

2018年中国电子竞技游戏市场实际销售收入达834.4亿元，同比增长14.2%。其中市场收入增长主要来源于移动电竞游戏收入的提升，移动电竞游戏的市场占比已经超过了端游，小程序游戏为代表的移动化、轻度化形式成为中国游戏产品的发展趋势。

图2-1 中国电子竞技游戏市场实际销售收入构成



数据来源：中国音数协游戏工委（GPC）& CNG 中新游戏研究（伽马数据），iiMedia Research（艾媒咨询）

相比APP，小程序即点即玩等特性更吸引用户

APP带来沉浸体验，可以获得完整的游戏版本。但是对于王者荣耀这类中重度游戏来说，聚集忠实用户、带来更多变现模式的同时也会占据用户更多的使用时间。相比APP，小程序游戏提供轻度试玩体验，利用微信平台 and 碎片化时间，呼唤忠实用户、扩张广泛的潜在用户数量，并实现玩家转化。

表2-1 小程序游戏与APP使用特点对比

类别	小程序游戏	APP
即点即玩	是	否
入口	微信	手机桌面
跨平台	是	否
原生接口调用	是	是
包体	小	大
流量成本	低	高
研发成本	低	高
留存	高	高
性能	中	高

小游戏产业发展历程

2014年

- HTML5游戏上线
- 《围住神经猫》上线走红社交圈，开启H5游戏元年

2015年

- HTML5游戏获得资本追逐
- 《愚公移山》实现商业化和自我盈利
- QQ空间玩吧上线，接入小游戏，同期成为全球最大的小游戏入口

2016年

- 《传奇世界H5》上线，成首款月流水破千万H5游戏
- HTML5游戏行业产业化发展，出现多款月流水超千万甚至过亿的游戏作品

2017年

- 6月，Facebook宣布上线H5游戏平台Instant Games
- 12月28日，微信正式发布小游戏，并开放小游戏开发者文档和开发者工具

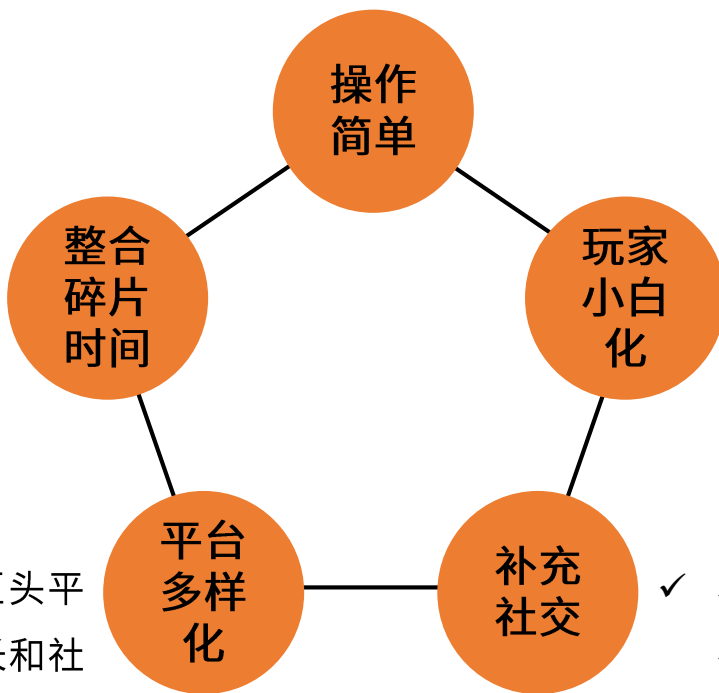
小游戏产业发展历程

2018年

- 1月15日，微信小游戏累计用户达到3.1亿，《跳一跳》DAU 超过1亿，微信小游戏预告将全面开放，未来面向企业和个人开发者开放
- 3月1日，微信跳一跳小游戏内上线了印有耐克Logo的基座，玩家跳到基座上就可以加20分，耐克为此花了2000万广告费用
- 3月14日，Facebook向全球开发者正式开放Instant Games开放平台
- 3月23日，小程序游戏类目开放测试，开发者可开发、调试小游戏，同时新增微信社交关系链、虚拟支付能力
- 3月28日，微信公布小游戏两大创收模式，即安卓道具内购、广告，同时开启小游戏广告组件内测
- 4月19日，微信宣布扶持政策：2018年内，每款小游戏每月安卓内购流水在50万元以下(包含50万元)部分，不收取此部分的渠道技术服务费

小游戏具有操作简单、平台多样等多重优势

- ✓ 小游戏规则简单、易上手，多数不具备复杂的属性、操作和世界观设定，能够在短时间内带给玩家娱乐体验，更多地满足用户了碎片化的需求和社交属性



- ✓ 信息负载越来越大的今天，人们越来越青睐轻量级、碎片化的游戏应用，小游戏出现正好满足了用户快节奏的娱乐需求

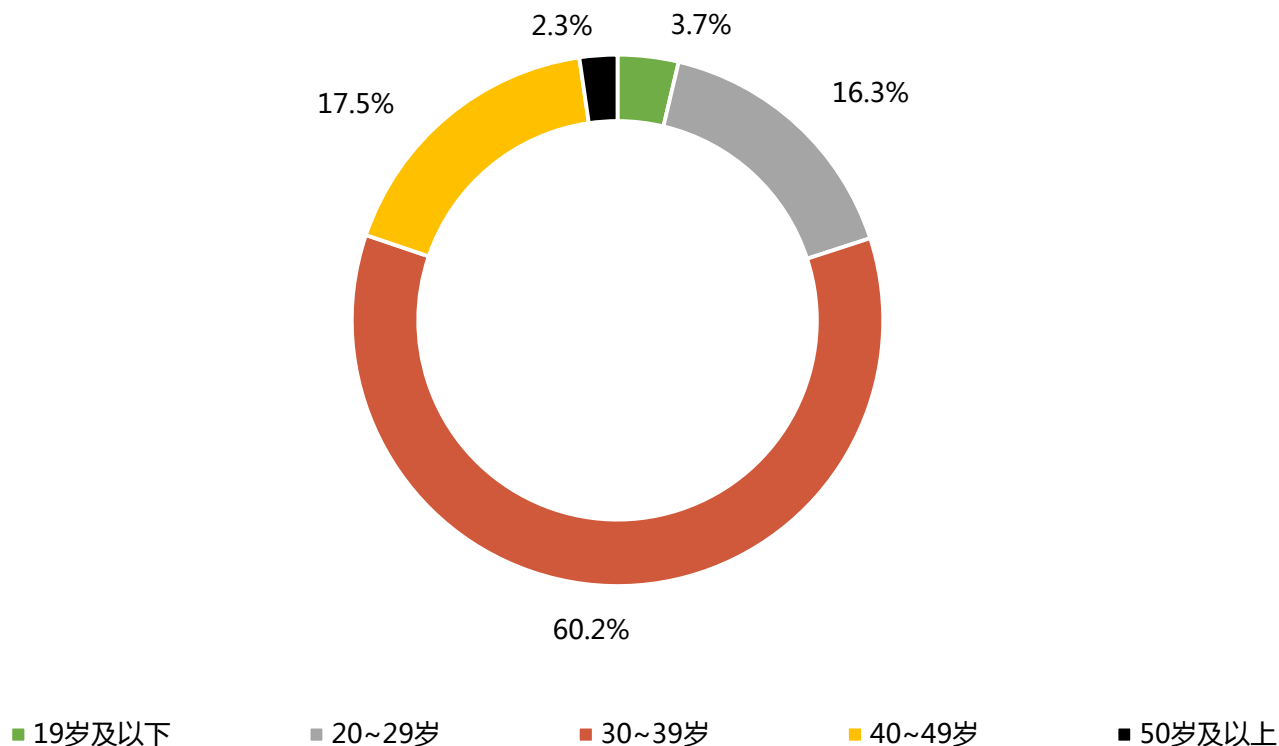
- ✓ 受益于相对较低的游戏门槛，小游戏的玩家群体覆盖较广，呈现年龄跨度大、男女比例均衡、地域分布广的特点

- ✓ 在微信点燃小游戏风潮之后，巨头平台都注意到用户碎片化时间增长和社交化游戏的需求增长，纷纷入场。相较于单独的游戏APP，小游戏的载体相对多样

- ✓ 小游戏一般有着强社交属性，且促进了移动社交与游戏的融合。对于熟人社交而言，小游戏进一步提高社交活跃度、提高社交黏性；而陌生人社交平台，小游戏则能帮助用户破冰交流，轻松达到社交与休闲竞技的目的

中国80后网民最关注小游戏相关的话题

图2-2 2018年关注小游戏的中国网民年龄分布情况



数据来源：艾媒大数据商情舆情监控系统 (yq.iimedia.cn)

监测时间截至2018年12月31日12:00

- ◆ 腾讯微信、手机QQ、玩吧小游戏、同桌游戏、快手小游戏、国外Facebook的入局，为小游戏提供了更多入口，为玩家提供了新的竞技消费场景。而引擎技术的发展，支撑小游戏呈现更加多样化的玩法。得益于高度集聚的产业效应，完善的生态链条，CP/开发者在经历了端游、页游、手游的多次转型之后，开始不断尝试H5游戏，小游戏尚在发展成长阶段，业已成为独立游戏开发者、小团队、大厂等各方眼中重要的战场。开发者/CP们追逐着小游戏的风口，思索着后续的推广、产品质量、发行与买量。
- ◆ 在所有小游戏公布的能力里，微信的社交关系链价值最能让开发者心动。小游戏支持微信社交关系链玩法，如微信好友或群内PK、排行榜竞技、围观等，这无疑能帮助小游戏利用好社交关系的自传播，实现迅速、低成本的推广和宣传，甚至是行之有效的商业转化。目前小游戏的具体变现模式主要是以道具内购和广告收入为主。

与小游戏相关的产业

- ◆ 跨越边界范围，小游戏产业已从游戏到广告、应用、系统.....释放出愈发多元魅力。无需下载安装，随时随地畅玩在线游戏，体验炫酷动画效果，观看高清视频，甚至体验VR/AR虚拟现实科技。
- ◆ 目前小游戏产业已完成基础设施建设，生态规模格局初现，以游戏、移动营销为代表的多个行业开始进入红利收割期，撬动巨大市场。
- ◆ 在未来，小游戏产业中第三方动漫、教育、音视频、智能穿戴设备软硬件多领域协同发展，小游戏产业商业化进程将迎来全新多元化增长点。

图2-3 与小游戏相关的部分产业



表2-2 小游戏产业的商业模式

道具内购	微信小游戏目前为开发者提供安卓版小游戏道具内购，这是最直接的创收模式。其中，腾讯渠道技术服务费为小游戏道具内购总流水收入的40%，包含腾讯渠道技术费以及第三方支付渠道的扣取费用。每款小游戏每月安卓内购流水在50万元以下(包含50万元)部分，不收取此部分的渠道技术服务费。海外Facebook正式开放Instant Games已解决了安卓平台小游戏内购
广告收入	微信小游戏广告组件已开启内测，小游戏将助力优质的开发者实现流量到实际收入的转化。Instant Games接入了Facebook Audience Network广告，并开启了Android平台的支付测试，在广告形式上提供了激励广告、插屏广告、原生广告投放。另外，交叉推广将成为广告又一推广方式，玩家点击广告会跳转到H5页面或小程序上，有利于游戏厂商买量推广
电商	小游戏在变现方式的探索上还与电商模式结合，利用积分兑换激励，其中如抓娃娃等特定游戏玩法深得女性玩家喜好
营销费用	H5广告在微信营销中崛起，成为微信体验较好的营销推广模式，未来会有更多企业通过定制开发小游戏进行品牌推广
服务费	在用户与游戏的交互之间，形成费用流动，游戏从中抽取一部分费用作为服务费

图2-4 部分国内小游戏产品一览



海盗来了

休闲益智游戏/角色扮演/海战题材



奇迹暖暖

养成类游戏/女性向/换装题材



欢乐球球

休闲益智游戏/街机挑战/跳跃题材



节奏大师

益智类游戏/音频互动/音乐题材



欢乐斗地主

棋牌类游戏/排位玩法/生活题材

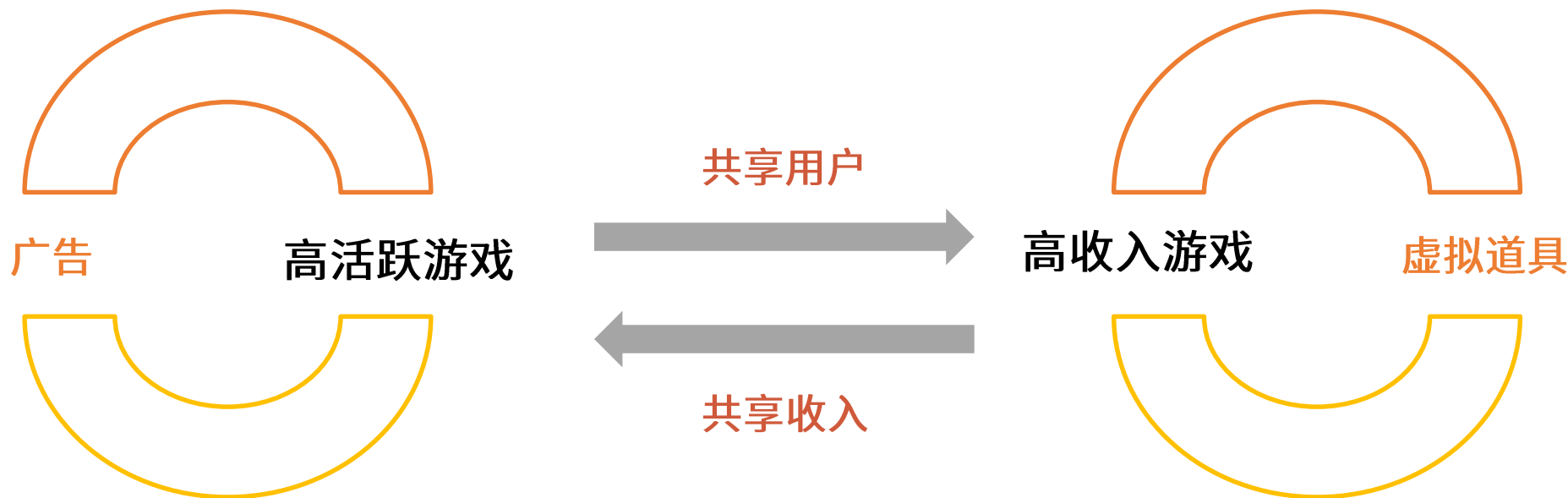


天天爱消除

益智类游戏/障碍消除/动物题材

道具内购和广告成为小游戏主要变现方式

小游戏利用多样化平台的社交关系链拓展用户，如微信好友或群内PK、排行榜竞技、围观等，实现迅速、低成本的宣传，是行之有效的商业转化。目前小游戏的具体变现模式主要表现为道具内购和广告收入。



小游戏呈现三大特点：休闲·社交·竞技

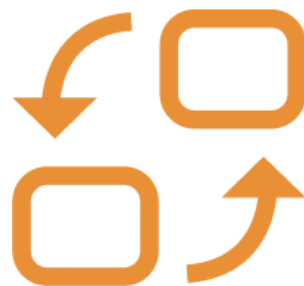
- ◆ 社交场景下的对战竞技游戏已成为拉动用户粘性的“新型流量收割机”。
- ◆ 依托社交平台而生的小游戏，为更好地匹配其社交平台用户属性、传播性和低门槛等因素，自然要求游戏本身增强“易上手”“可玩性”“互动性”“竞技性”等社交环节，不论是微信的跳一跳、还是手机QQ的双人PK，快手小游戏等都已然成为业内代表平台及作品。



易上手



可玩性



互动性



竞技性

03

2018-2019 微信小程序游戏产业发展研究

2018年小程序游戏日活用户数量超过1亿

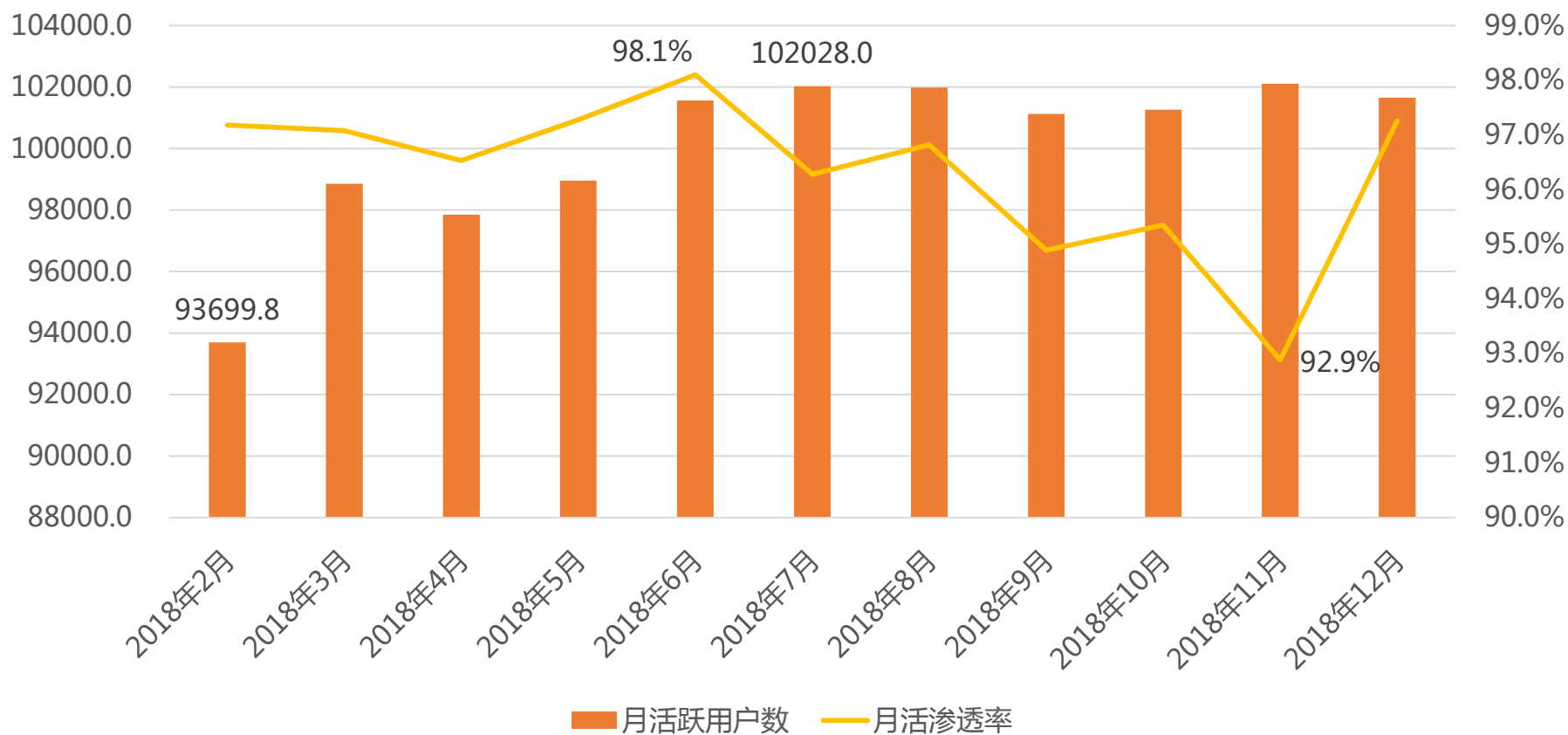


数据来源：iiMedia Research（艾媒咨询）

微信庞大流量基础助力小程序游戏发展

iiMedia Research（艾媒数据显示，2018年2-12月，微信的月活跃人数一直保持在9亿人以上，月活跃渗透率最高达到98.1%。中国网民普遍将微信作为常用的移动互联网社交工具，微信小程序游戏咨询）拥有庞大的流量基础。

图3-1 2018年2-12月微信月活跃人数及月活跃渗透率



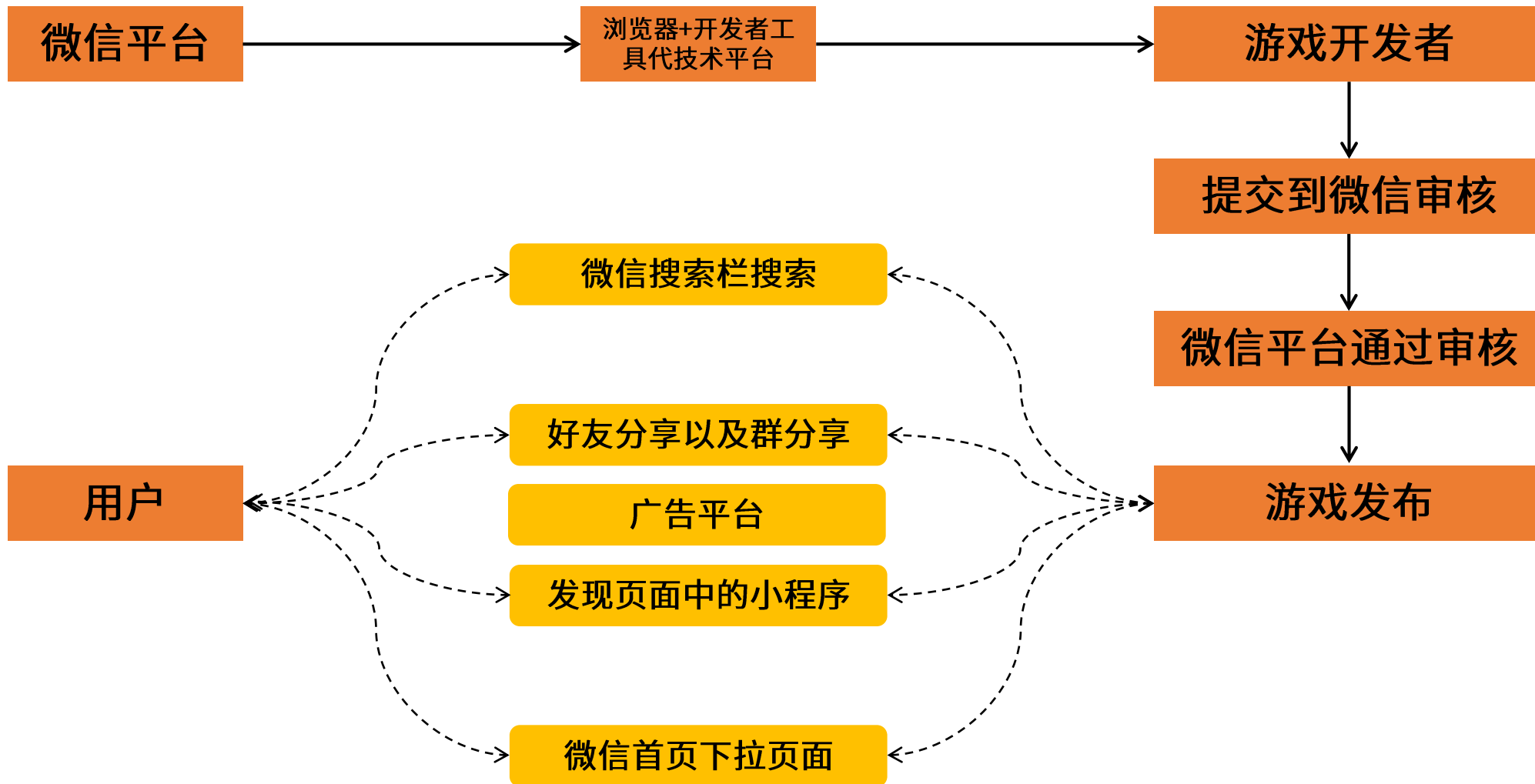
数据来源：艾媒北极星互联网产品分析系统 (bjx.iimedia.cn)

小程序游戏形成完整产业链



数据来源：公开数据整理，iiMedia Research（艾媒咨询）

小程序游戏生产流程化



腾讯推出“跳一跳”等爆款游戏占据小程序市场

腾讯凭借着平台和技术优势，推出了一系列小程序，其中游戏为主要产品。2018年第一个爆款小程序游戏“跳一跳”为腾讯旗下产品，官方数据称其到2018年3月累计用户数量已达到3.9亿。

Tencent 腾讯

竞技



棋牌



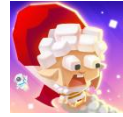
角色



游戏社区



休闲



2017年12月28日

在微信iOS版v6.6.1更新中首次上线

2018年1月

官方发布“跳一跳”留存率达65%

2018年3月

“跳一跳”用户达3.9亿

2018年4月

“跳一跳大师赛”在广州举行

2019年1月

阿拉丁发布最新排行榜单

“跳一跳”位居游戏类第2

数据来源：公开资料整理，iiMedia Research（艾媒咨询）

“跳一跳” 具有良好的品牌口碑

图3-2 “跳一跳” 艾媒言值

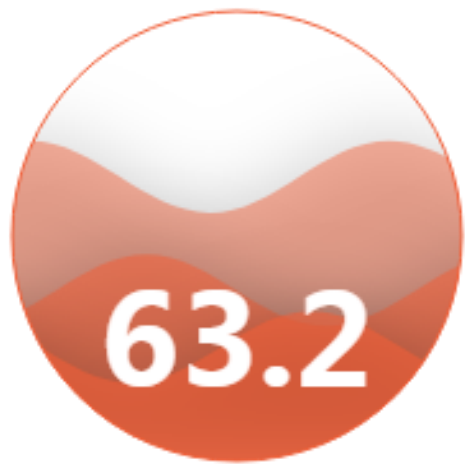


图3-3 “跳一跳” 主题词云



艾媒大数据舆情监控系统数据显示，系统监测期间“跳一跳”言值数据为63.2，整体舆论偏正面。艾媒咨询分析师认为，“跳一跳”作为2018年第一个爆款小程序游戏，打出了轻度化、休闲化游戏的品牌。词云显示，随着同质游戏分割市场，其用户同时为多个游戏的玩家。

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；50以上时正向言论越多数值越大，言论偏负面时数值常低于45

舆情监测时间区间：2019年1月14日—2月13日

数据来源：艾媒大数据舆情监控系统 (yq.iimedia.cn)

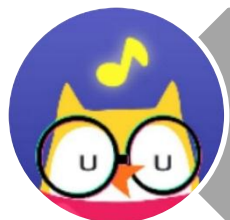
2018多个小程序游戏获资本青睐

小程序游戏数量相比其他品类较少，但流量大，因此吸引了投资市场。在2018年，有三家小程序游戏运营平台获得了资本的青睐。其中，打造了画画猜猜、猜歌达人、成语大师和猜图达人四款爆款游戏的勇往科技完成了A轮融资。



泡泡游戏

2018年6月 PreA轮融资



勇往科技

2018年6月 A轮融资



西米游戏

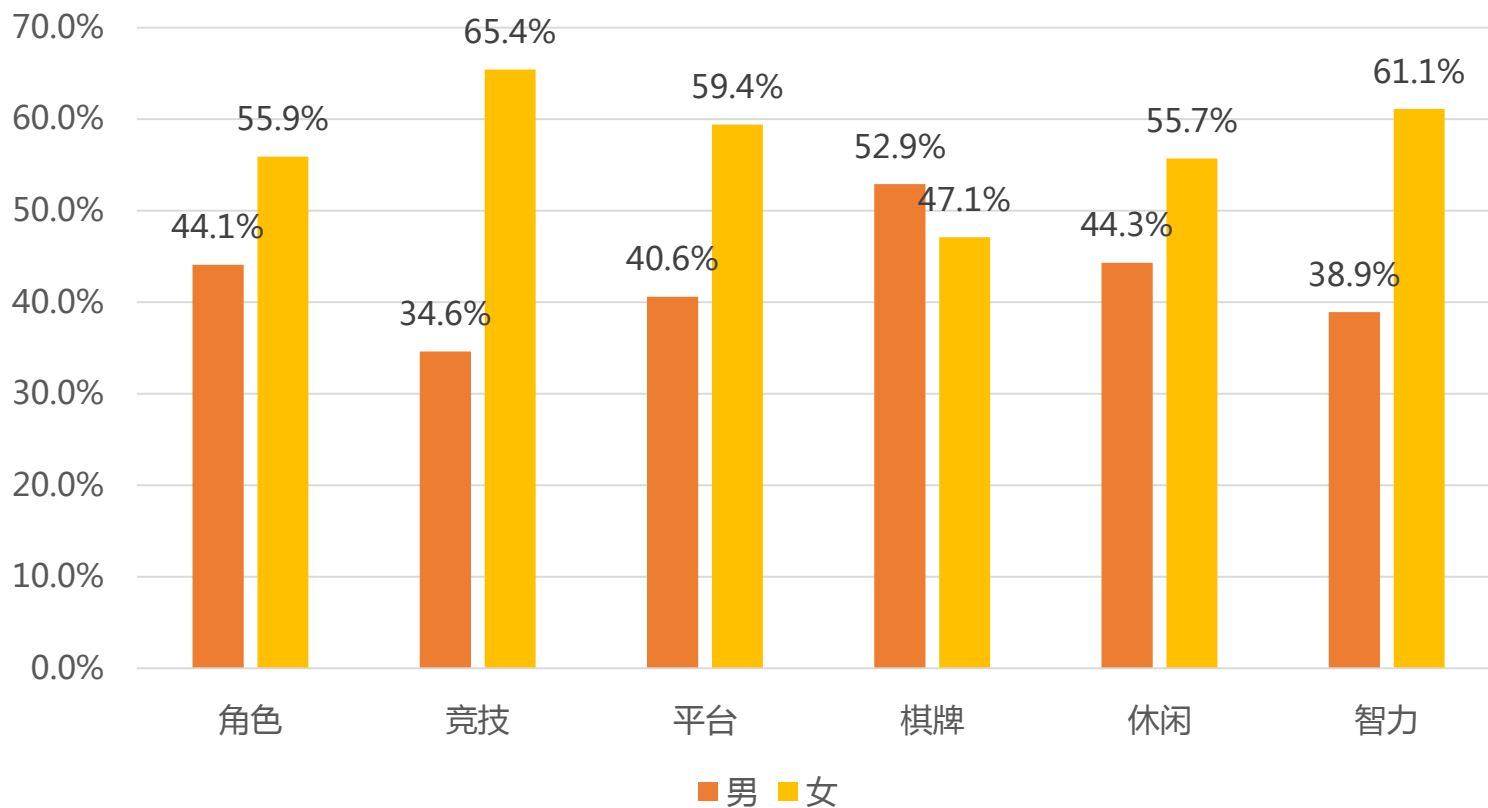
2018年12月 天使轮融资

数据来源：公开数据整理，iiMedia Research（艾媒咨询）

女性游戏热情高，竞技类游戏性别差异最大

小程序游戏细分为角色、竞技、平台等多个类别，其中，竞技类游戏性别差异最大。男性用户仅在棋牌类游戏占比超过女性。艾媒咨询分析师认为，小程序游戏设计偏中轻度、操作简单、忠诚度要求低，更符合女性玩家的诉求，因此出现了女性用户为主体的游戏格局。

图3-4 2018年小程序游戏细分类别用户性别分布

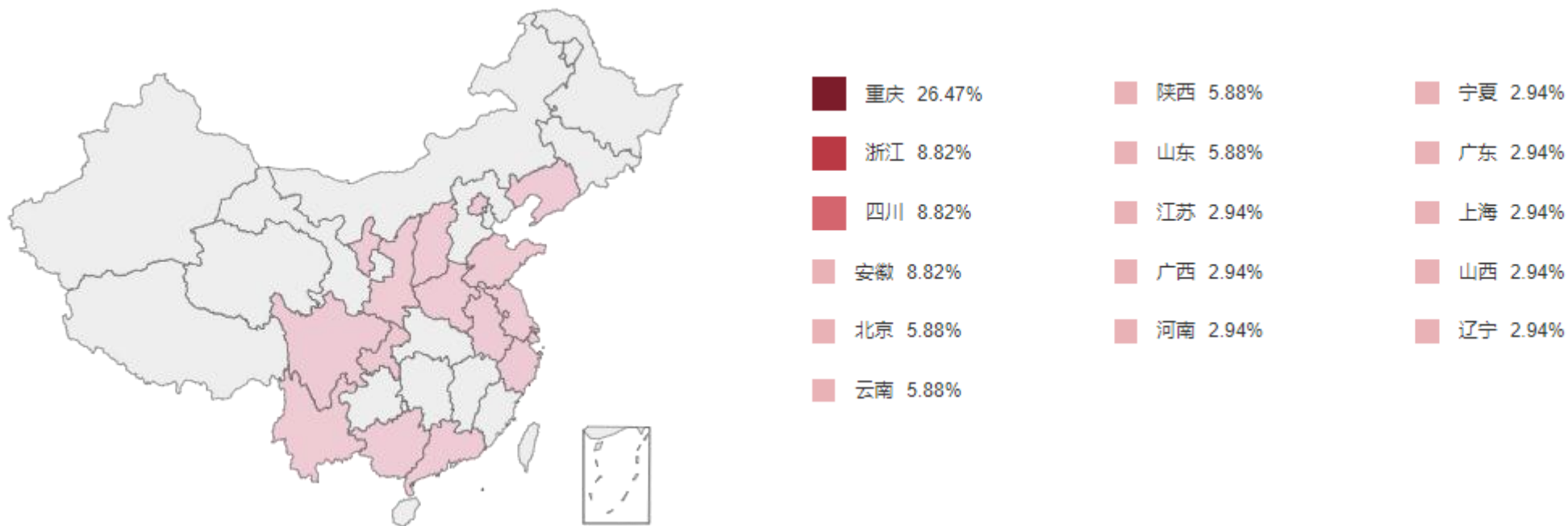


数据来源：阿拉丁小程序统计平台，iiMedia Research（艾媒咨询）

重庆地区对小程序游戏认知度高

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，重庆地区用户对小程序游戏认知度最高，达到26.47%。同时，浙江、四川、安徽等地的用户也热衷于讨论小程序游戏相关话题。

图3-5 小程序游戏认知地域分布



媒体资讯量地域分布：全网媒体资讯地理分布图谱

舆情监测时间区间：2019年1月16日—2月15日

数据来源：艾媒大数据舆情监控系统

04

2018-2019 中国小游戏产业发展趋势展望

小游戏产业存在的问题



● 粘性较弱

由于小游戏玩法过轻，用户所投入的时间相比其他中重度游戏较低，难以获得持续性热度留存。同时，游戏的社交性强，一旦同一圈层好友不再参与游戏，也会影响好友的游戏行为。



● 同质化严重

小程序以低进入门槛、流量耗费少为卖点，这就导致小游戏内容较为单调，同类型游戏同质化严重。一旦出现爆款便会引发跟风与复制，游戏整体创新力低下。



● 盈利模式不成熟

目前小游戏已包括道具、多种广告变现模式，但用户付费率低，盈利能力有待进一步提升。同时，小程序游戏发展程度不一，很多小游戏还处于吸纳用户阶段，尚未探索出适合的盈利模式。

小游戏产业未来发展趋势

中重度游戏将向小游戏市场转化

中重度游戏用户忠诚度高，转化快，微信小程序随时随地的特点有利于玩家利用更多的碎片化时间投入游戏。

同时，王者荣耀为代表的moba游戏小程序试水成功，将激励更多的中重度游戏从客户端转向小程序。

小游戏广告市场规模将继续扩大

小游戏发展日趋成熟，大多数游戏已经完成了吸引用户、增强流量的阶段，开始走向变现道路。轻度、休闲为主的游戏除却内购道具之外，更依赖于广告收入。目前，微信小程序配套的广告平台已经出现，在相关需求不断增长的情况下，广告市场规模还将继续扩大。

5G技术将推动VR小游戏等相关产业发展

小游戏要实现日活增长、增强用户粘性，就需要克服创新力低下、同质化问题。网络技术的发展将提高游戏的流畅度，助力形式的革新。5G时代的到来将提供20Gb的峰值数据速率，有利于推动VR等游戏形式的出现，并带动相关产业的发展。

小游戏将推动移动电竞产业发展

2018年7月，“跳一跳”在广州成功举办线下大师赛，是移动电竞产业一次重要实践。小程序庞大的用户群基础，为电竞赛事转化打下良好的基础。未来电竞产业还将继续发展，结合轻度化的小游戏偏好，将会催生新的移动电竞形式。

新文娱产业新视角的来源：艾媒新文娱产业研究中心是艾媒研究院（iiMedia Institute）的一部分，中心针对新文娱产业商业模式与投资决策两项最重要的问题进行深入研究，并围绕当前企业面对的复杂挑战提出了新思路。

先进的大数据监测手段，尖端的研究和深刻的洞察分析为我们的客户提供了他们所需的见解和决策资讯，令他们可以借助新经济时代的互联网思维重新审视当前的社会环境和产业结构，选择最有效的方式应对不断变化的环境。

需要了解有关iiMedia Research和更多研究，请访问<http://www.iimedia.com.cn/consult.jsp>

本报告是新文娱产业解决方案中心研究成果的一部分，后续本研究中心将继续在新经济领域开展相关研究，敬请关注。

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。艾媒咨询的数据报告、分析师观点平均每天被全球超过100家主流媒体，1500家(个)自媒体、行业KOL引用，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大数据系统监测、艾媒相关数据分析模型科学计算获得。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。

本报告中的所有资料及图表仅供参考使用是基于大数据监测系统，结合行业特定标准以及学者及业界专家意见综合进行的，仅供参考。投资者依据本报告提供的信息、资料及图表进行投资项目所造成的盈亏与本报告无关。

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。



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 ↑

2019和我们 一起用数据预见未来



用数据说话!

全球领先的新经济产业
第三方数据挖掘与分析机构