

iResearch

艾 瑞 咨 询

2024年移动端AI应用场景研究报告

CONTENTS

目录

01 AI市场概览

02 移动端AI市场研究

03 移动端AI细分赛道研究

04 移动端AI应用场景研究

05 AI应用未来展望

ABSTRACT

摘要



市场概览

全球人工智能市场正快速发展，中美作为主要引领者，推动技术、产品和应用的多轮驱动。大语言模型（包括多模态大模型）的崛起提升了AI能力和使用时间，而中国在应用场景方面展现了显著优势。



整体市场

用户对移动端AI应用的接受度和使用意愿持续增强，市场潜力巨大。国内移动端AI应用用户主要为男性，学历以大学及以上为主，职业分布中企业普通职员占近四分之一，新一线城市用户使用率超前，整体认知水平高。用户对AI的认知度不断提升，社交媒体和工作学习是主要信息来源。超过60%的用户在生活、工作和学习场景中积极使用AI产品，倾向于探索多种不同类型的应用。豆包、文小言和ChatGPT在语言生成类应用中最受欢迎。用户普遍认为AI能提高工作效率，最常在工作场景中开始使用，知晓AI使用技巧以知乎式提问为主。用户满意度高，但希望改善回答准确性和办公软件集成。66.8%受访者有付费意愿，倾向于按月订阅，购买时重视使用便捷性和专业内容生成。



细分赛道

2024年移动端AI应用市场呈现明显的分化趋势。在用户规模和使用时长方面，语言模型类应用占据主导地位，其中豆包月活跃用户达4686.8万，与Kimi智能助手、文小言共同构成千万级应用阵营。值得注意的是，新兴AI应用Kimi智能助手凭借创新功能实现十个月45.0%的高速增长。在智能伴聊赛道，星野APP通过差异化社交体验成功突围，用户规模较年初翻倍，月均使用时长增至66.5分钟。图像处理和智能工具赛道虽用户基数较小，但随着移动设备算力提升和AI算法优化，用户需求正加速向移动端迁移。这表明移动端AI应用正从通用型工具向场景化、专业化方向演进，用户对细分功能的需求日益明确，未来市场将进一步向专业化、差异化方向发展。



应用场景

2024年移动端AI应用呈现全场景覆盖态势，主要渗透生活、工作学习、娱乐休闲和亲子教育四大领域。超60%用户在生活场景使用AI产品，56%应用于工作学习，用户普遍采用高频率（每天或每周1-3次）、中等时长（10-60分钟）的使用模式。在用户画像方面，亲子教育场景内高学历人群和高收入人群的占比格外显著。付费意愿集中在数据安全和专业内容生成功能，但普遍期待低价订阅模式（1-20元/月）。这表明移动端AI应用正从通用工具向场景化精细运营转型，未来发展重点在于场景深耕与差异化服务。



未来展望

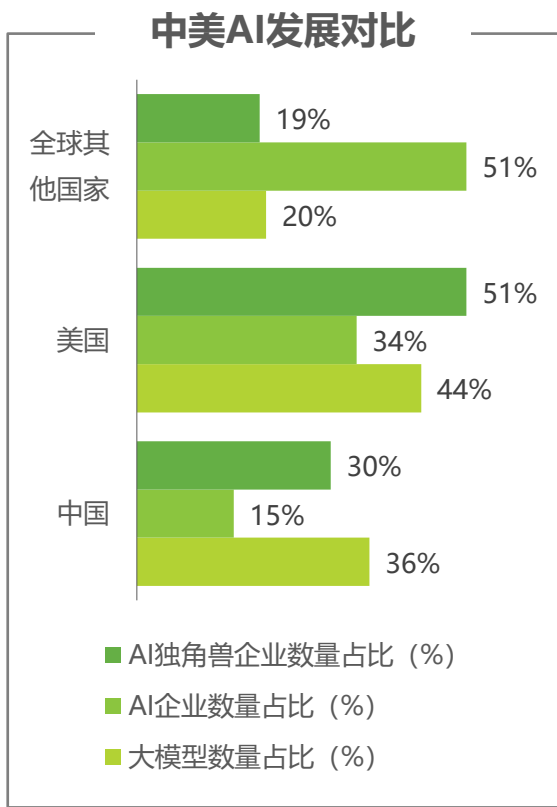
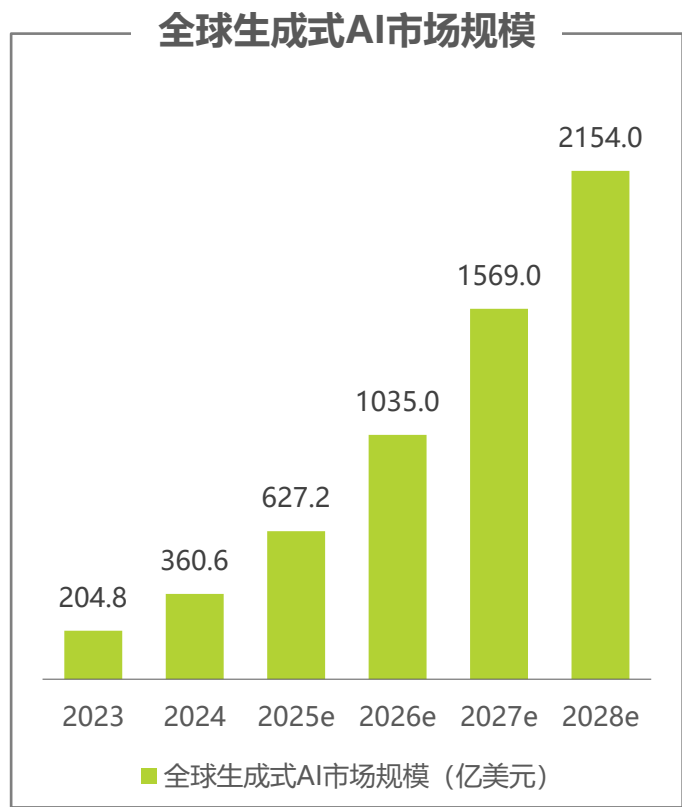
在未来的AI应用发展中，技术与用户体验的升级将成为关键。通过优化智能交互，提高回答准确性和对话自然度，AI将更好地满足用户需求。同时，强化本地化能力和隐私保护将提升用户的使用体验。场景化服务的深化将集中在生活与工作学习领域，增强办公软件的协同能力，并发展专家助手和云端协作功能。此外，针对高学历用户的专业化应用将不断扩展，提供一站式解决方案，以提升教育和办公场景的效率。这些举措将推动AI应用的全面升级，形成更为完善的用户体验和服务生态。

01 / AI市场概览

全球AI市场概览

全球AI产业在技术、产品与应用多轮驱动推动市场不断发展，其中，中美是产业引领者

- 全球人工智能市场规模正在持续扩大，预计到2027年将迎来普适AI的时代，届时AI软件市场规模将达到1569亿美元，2028年将超2154亿美元。
- 大型模型正在推动AI能力的提升与边界的扩展，能力水平不断提高，AI使用时间也不断增加。
- 美国和中国已成为主要竞争主体，而国内在应用场景方面具备显著优势。



数据来源：IDC，中国信通院，艾瑞研究院整理绘制。

中国AI产业概览

中国AI产业应用正在从百模大战向应用驱动转型，推动AI应用生态的发展

- 中国AI产业正处于快速发展的阶段，国内AI应用场景日益丰富，尤其是面向消费者（To C）的市场迅速崛起。目前国内形成了传统互联网企业、传统AI企业和初创企业为代表的三个不同背景企业组成的产业生态。
- 本土化大模型的加速落地，显著推动了AI应用的爆发和市场规模增长，预计2028年中国AI软件市场规模将达到35.4亿美元。

国内主要AI企业及软件产品

传统互联网企业

百度：文小言
阿里：通义千问
腾讯：腾讯元宝
抖音：豆包



传统AI企业

昆仑万维：天工AI
科大讯飞：讯飞星火

AI初创企业

月之暗面：Kimi智能助手
智谱华章：智谱AI
MINIMAX：海螺AI

AI应用场景产品

智能工具类

光速写作	Molica AI
海螺问问	AI万能写作
腾讯元宝	inChat
AI写作神器	小说生成器
秘塔AI搜索	小悟空
TalkAI练口语	AI写作猿
Hi Echo	AI外教
Chat人工智能助手	AI写作鹅
Poe	360智脑
AI写作鱼	AI智能秘书

智能伴聊类

星野	Wow
我在AI	X Eva
筑梦岛	X Her

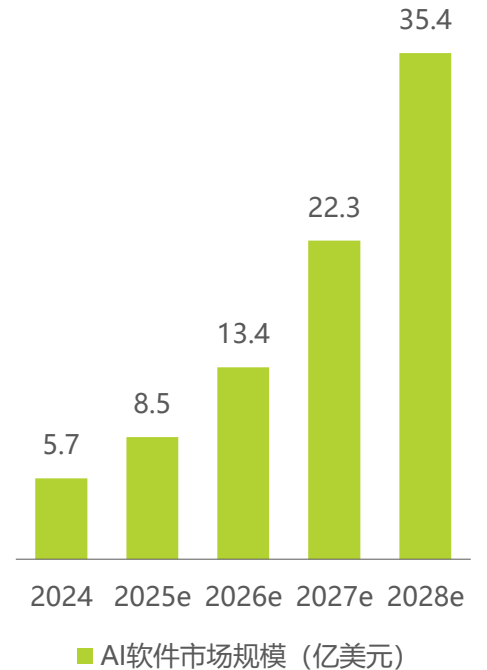
语言模型类

豆包
文心一言
Kimi智能助手
天工
讯飞星火
智谱清言
通义千问

智能伴聊类

即梦AI
脸猫
无界AI
图趣AI
佐糖
FacePlay
AI绘画宝

2024-2028年中国AI软件市场规模



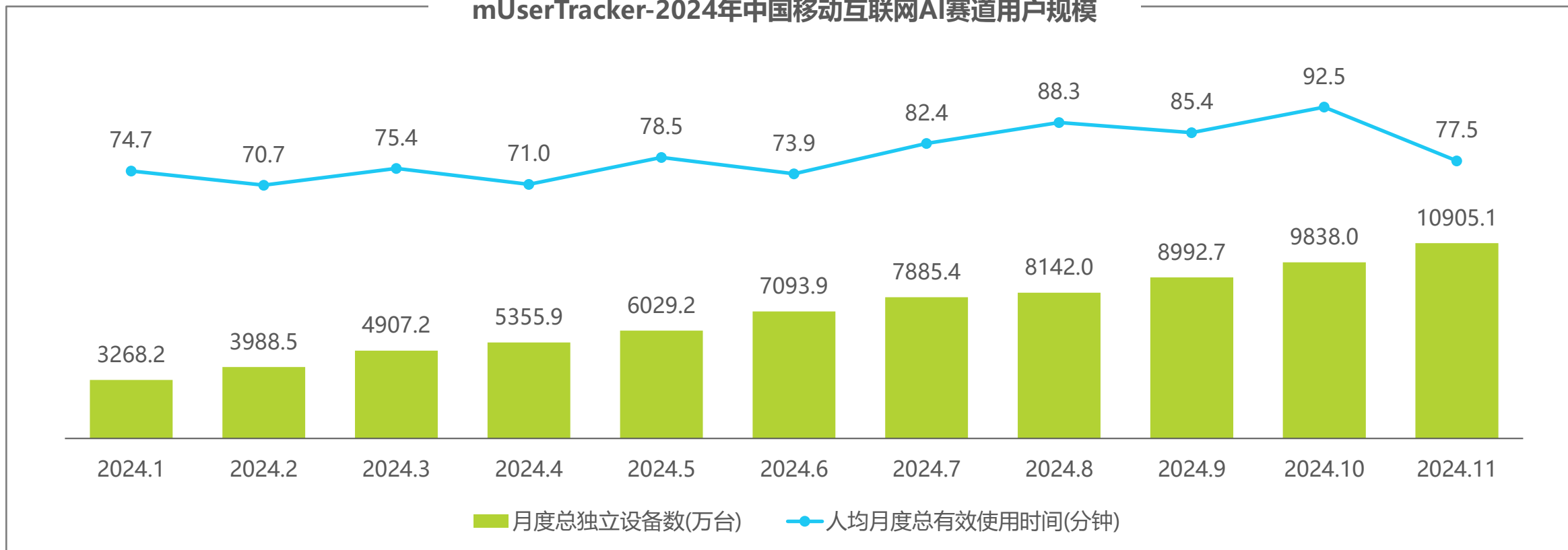
02 / 移动端AI市场研究

移动端AI赛道概览

移动端AI赛道流量增长强劲，用户数量和人均月度使用时长持续攀升

2024年，移动端AI月独立设备数实现翻番，从年初的3268万台增至11月的1.09亿台，月均增速达12.8%。AI在移动互联网中市场接受度显著提升，人均月度使用时长比较稳定，从年初的74.7分钟上升至10月的92.5分钟，11月份有所回落。

mUserTracker-2024年中国移动互联网AI赛道用户规模



注释：涵盖智能工具、语言模型、智能伴聊、图像处理四个细分行业的应用。
来源：艾瑞咨询 UserTracker 多平台网民行为监测数据库(桌面及智能终端)。

用户画像：移动端AI应用整体用户分析

高线城市中高消费水平的中青年白领/新蓝领是AI类应用的核心用户

➤ 移动端AI应用的核心用户展现出独特的特征。从性别分布来看，男性用户稍占优势。年龄层在25至40岁之间的用户更青睐AI应用。超半数用户消费能力中等，二线城市及以上城市用户更青睐AI应用。这些用户的标签多为白领和新蓝领，追求优质体验和时尚潮流，是AI应用的主要受众。

mUserTracker-2024年11月移动端AI应用赛道用户画像

性别

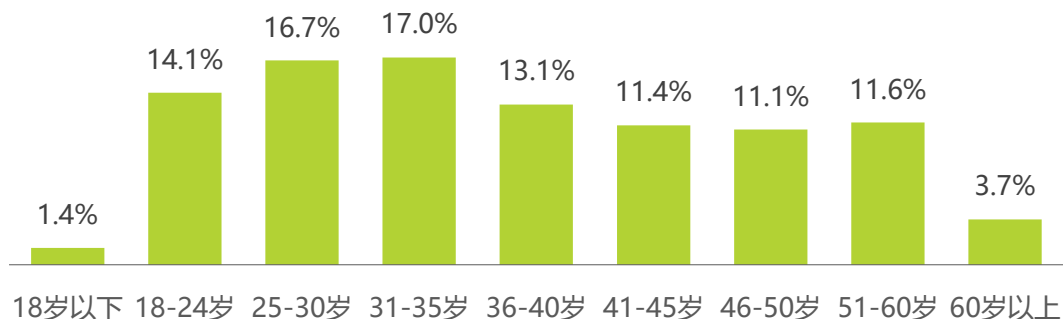


男性: 55.2%
TGI: 107.6



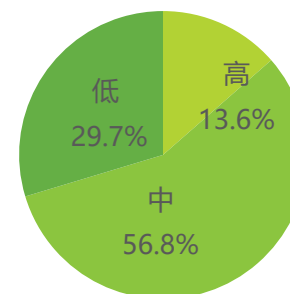
女性: 44.8%
TGI: 91.9

年龄



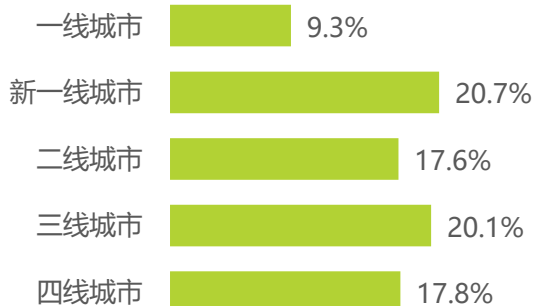
年龄	TGI
18岁以下	106.1
18-24岁	90.3
25-30岁	103.3
31-35岁	105.4
36-40岁	103.9
41-45岁	99.9
46-50岁	97.7
51-60岁	96.6
60岁以上	105.9

消费能力



TGI
高: 117.1
中: 100.5
低: 93.0

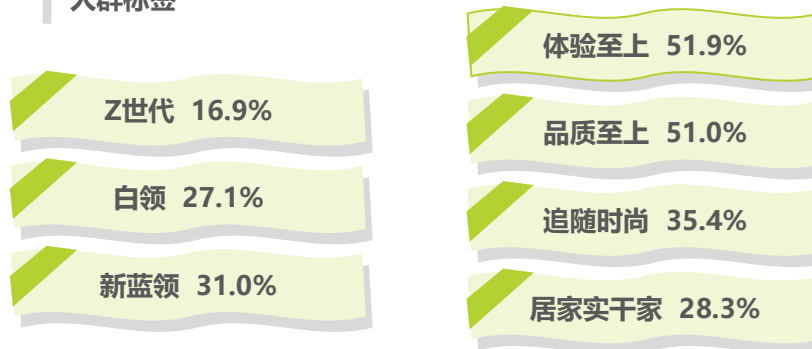
城市级别



TGI

一线城市	103.0
新一线城市	100.2
二线城市	97.7
三线城市	99.7
四线城市	99.7

人群标签



信息渠道：用户对AI的认知度及信息获取渠道

用户对AI的认知和使用在不断深入，社交媒体会让工作/学习中接触为主要信息获取渠道

- 在人工智能认知度方面，使用移动端AI应用的用户里，超三分之一对AI较了解，近四成了解部分内容，近三成完全不了解。对于AI相关概念理解，超三分之一用户比较了解，另有超三分之一了解一些，说明部分用户虽有一定认知，但不少用户仍需进一步接受教育、普及信息。
- 用户接触、了解人工智能的信息来源广泛多元，社交媒体和工作/学习接触是主渠道，占比近60%，新闻报道及好友/同事推荐也很重要，占比超40%，这些渠道对普及AI知识与推广应用起关键作用。
- 45%的用户接触AI超一年，四分之三的用户接触后超半年才开始使用AI，可见用户对AI的认知和使用在不断深入。

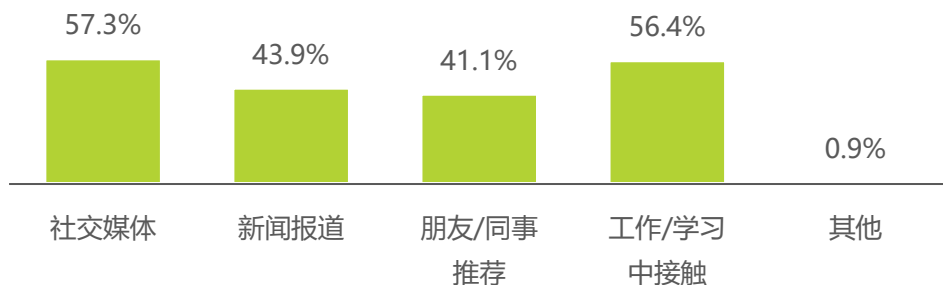
对AI的认知度

“大模型” “ChatGPT” “生成式AI” “AIGC”

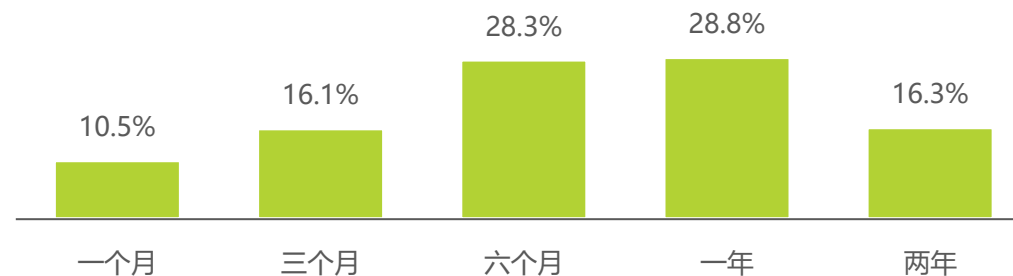
理解这些概念及这些概念之间的关系



最开始接触并使用AI产品的契机



接触AI并开始使用AI的时间



数据来源：N=800；于2024年11月通过艾客帮形式调研获得，艾瑞研究院整理绘制。

用户行为：移动端AI产品带来的反馈与使用契机

移动端AI应用主要帮助在于提升工作效率，最有用功能是文本生成与对话。最看重其提高工作效率的功能，最常因工作场景开始使用移动端AI类产品。

➢ 移动端AI应用主要帮助依次为提效、辅搜与准资、趣味性少；有用功能是文本生成与对话、图像生成、数据分析与预测，隐私保护等受关注少。吸引使用移动端应用的功能首位是提效，占59.21%，个性化内容生成占47.13%，其他吸引力低。使用契机主要是工作场景（58.2%）和学习场景（51.7%），其他场景占比低。

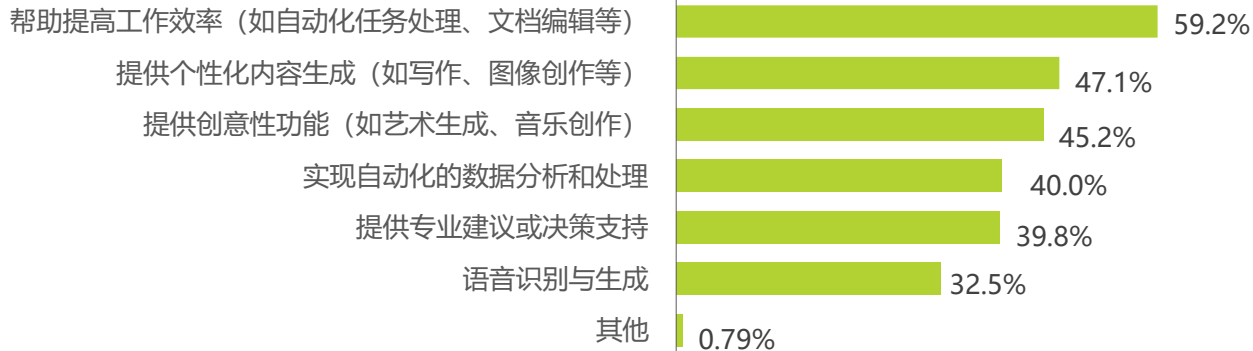
移动端AI应用带来的帮助



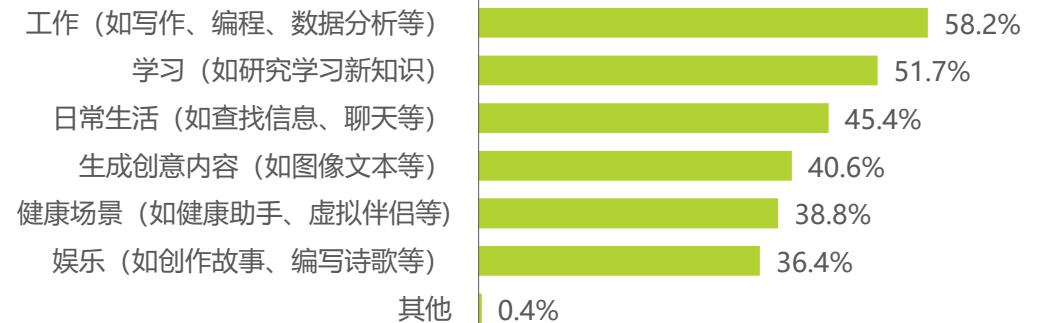
移动端AI应用最有用的功能



某项功能吸引用户开始使用移动端AI应用



某项场景成为开始使用移动端AI应用的契机



数据来源：N=800；于2024年11月通过艾客帮形式调研获得，艾瑞研究院整理绘制。

用户画像
概念认知
用户行为
付费意愿
使用反馈

用户行为：移动端AI应用使用技巧

使用移动端AI应用时，用户常用知乎式提问和迭代优化，对个性化使用移动端AI应用和其基本原理表现出较大兴趣

- 知乎式提问是最常用的移动端AI应用产品使用技巧，占比58.17%。其次是随意沟通迭代优化，占比53.16%，其他技巧的使用比例相对较低。
- 用户最想了解的是个性化使用移动端AI应用，占比63.4%，这表明用户对个性化功能有较高的兴趣。其次是移动端AI应用基本原理，占比53.5%。

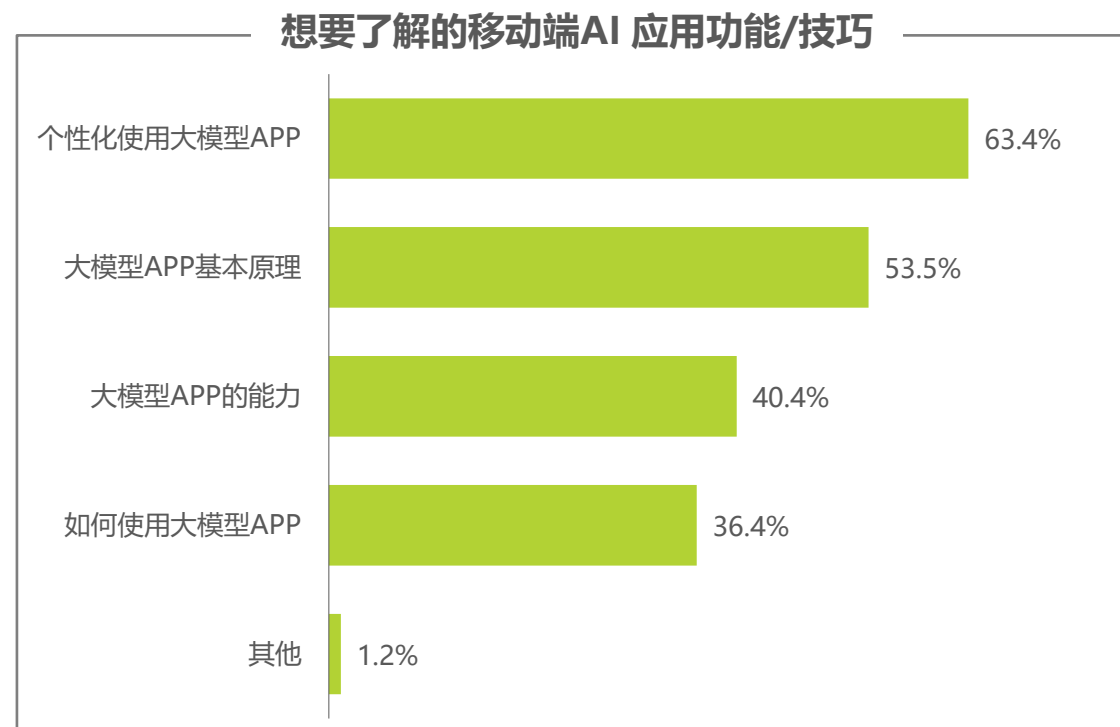
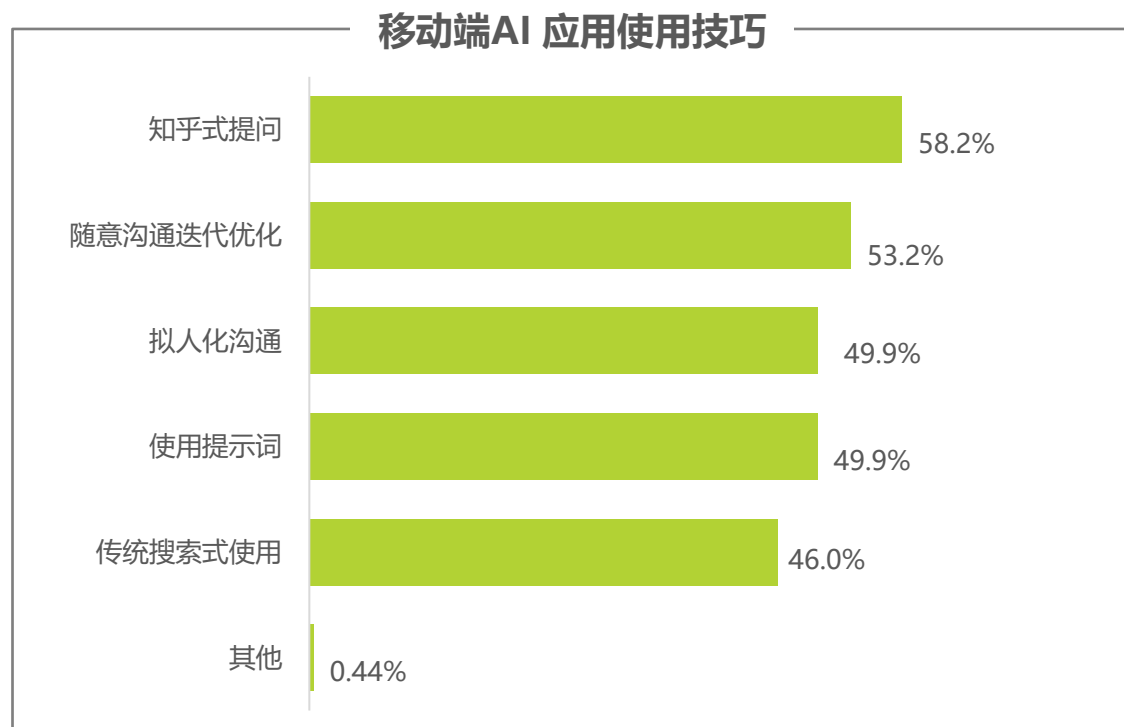
用户画像

概念认知

用户行为

付费意愿

使用反馈



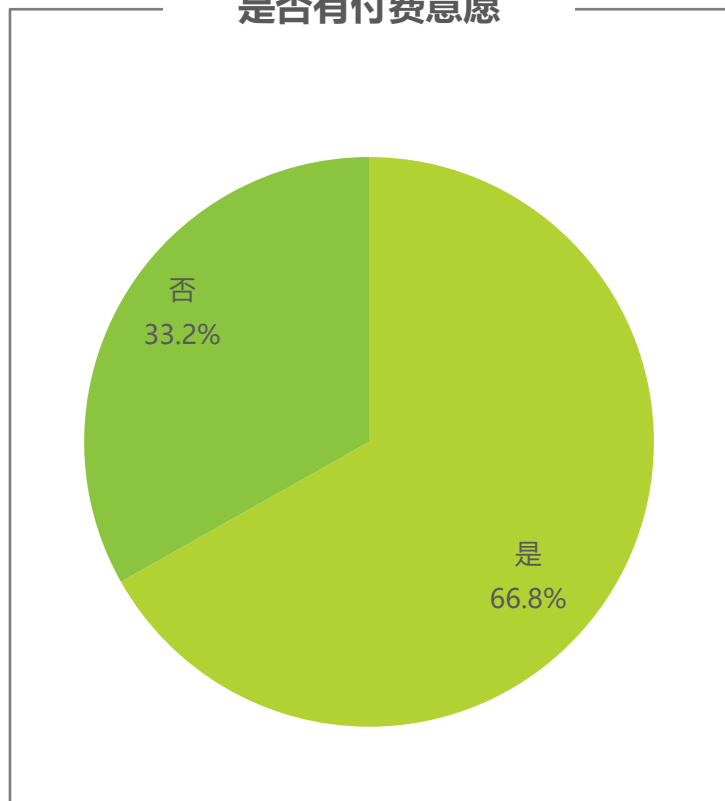
用户付费：移动端AI应用付费意愿、付费区间和方式

大部分受访者（66.8%）有付费意愿，最受欢迎的付费方式为免费基础版+增值服务

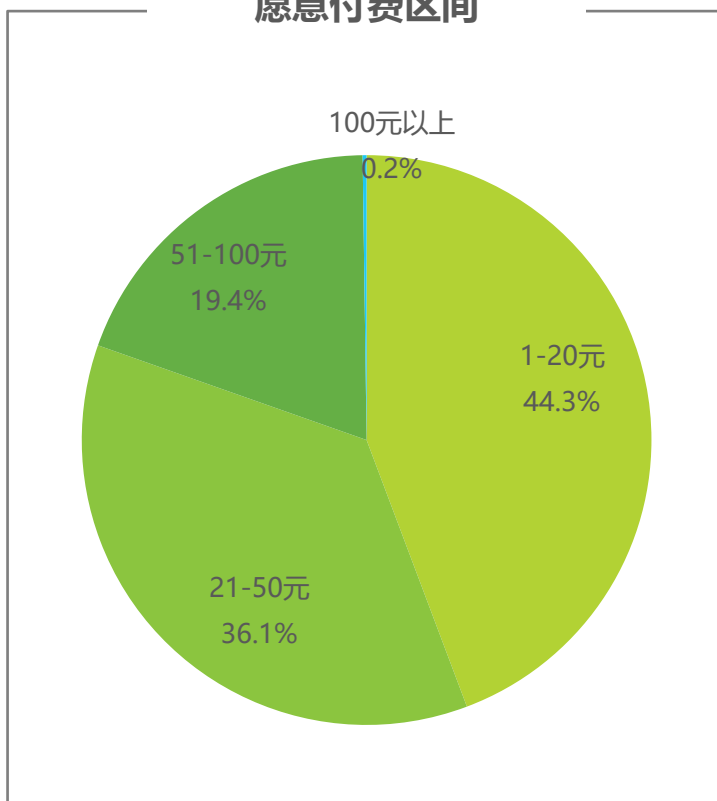
- 在有意愿的受访者中，近一半（44.3%）愿意支付1-20元，36.1%的受访者愿意支付21-50元，19.4%的受访者愿意支付51-100元。
- 最受欢迎的付费方式是免费基础版+增值服务，占比30.2%。四分之一（24.0%）的受访者倾向于免费试用 + 付费高级版。17.7%的受访者倾向于按月订阅模式；13.2%的受访者倾向于按次付费（按使用次数或功能收费），一次性购买全功能服务的受众用户为12.8%。

用户画像
概念认知
用户行为
付费意愿
使用反馈

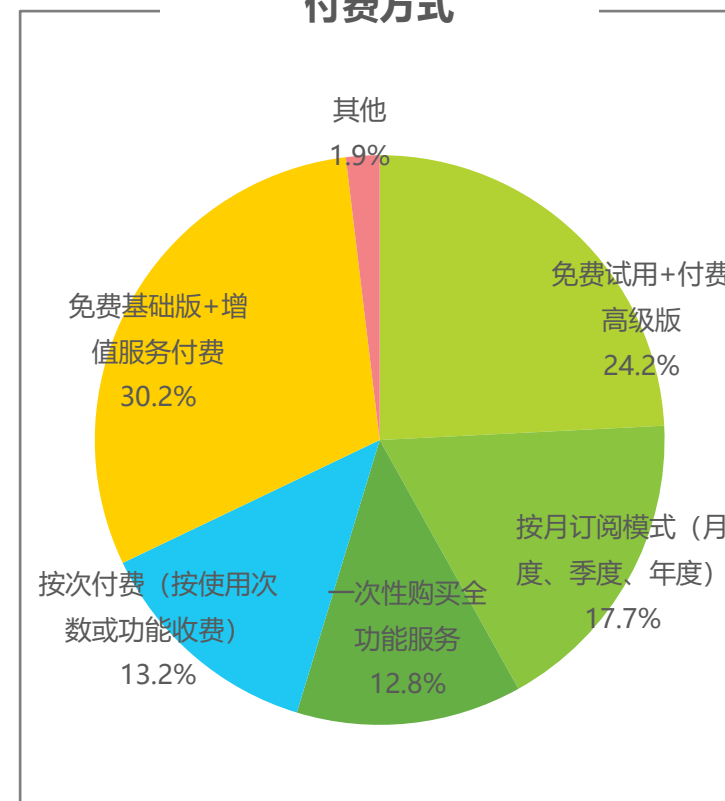
是否有付费意愿



愿意付费区间



付费方式



数据来源：N=800；于2024年11月通过艾客帮形式调研获得，艾瑞研究院整理绘制。

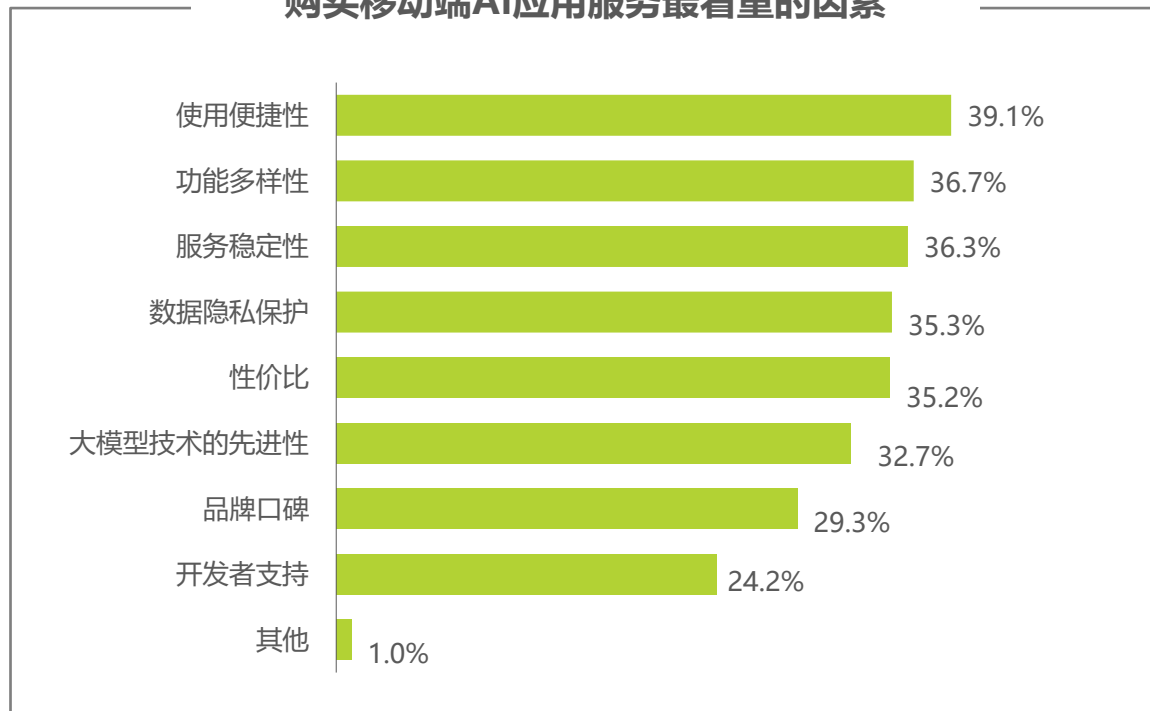
用户付费：用户看重的影响购买决策因素

用户在购买移动端AI应用服务时，最看重的是使用便捷性。为移动端AI应用付费时，专业领域内容生成是最受关注的功能。

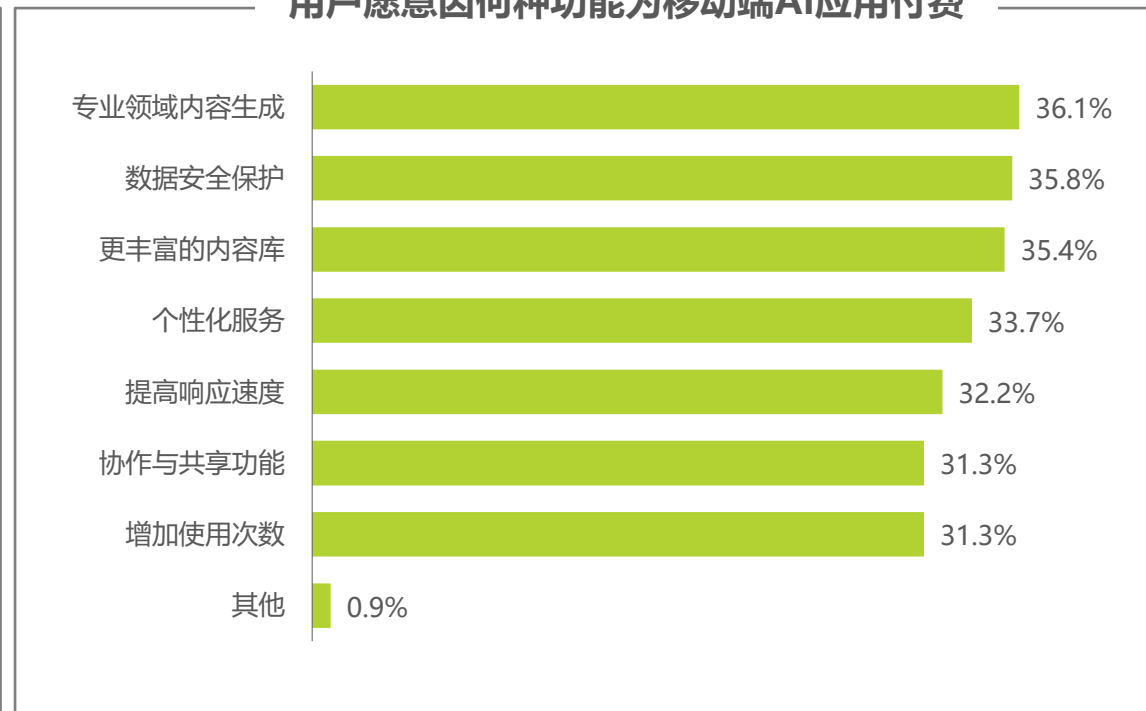
- 购买大模型技术服务时使用便捷性（39.1%）、功能多样性（36.7%）和服务稳定性（36.3%）是最重要的因素。其他重要因素包括数据隐私保护（35.3%）、性价比（35.2%）等。
- 专业领域内容生成（36.1%）、数据安全保护（35.8%）和更丰富的内容库（35.4%）是用户最愿意付费的功能。其他功能包括个性化服务（33.7%）、提高响应速度（32.2%）等。

用户画像
概念认知
用户行为
付费意愿
使用反馈

购买移动端AI应用服务最看重的因素



用户愿意因何种功能为移动端AI应用付费



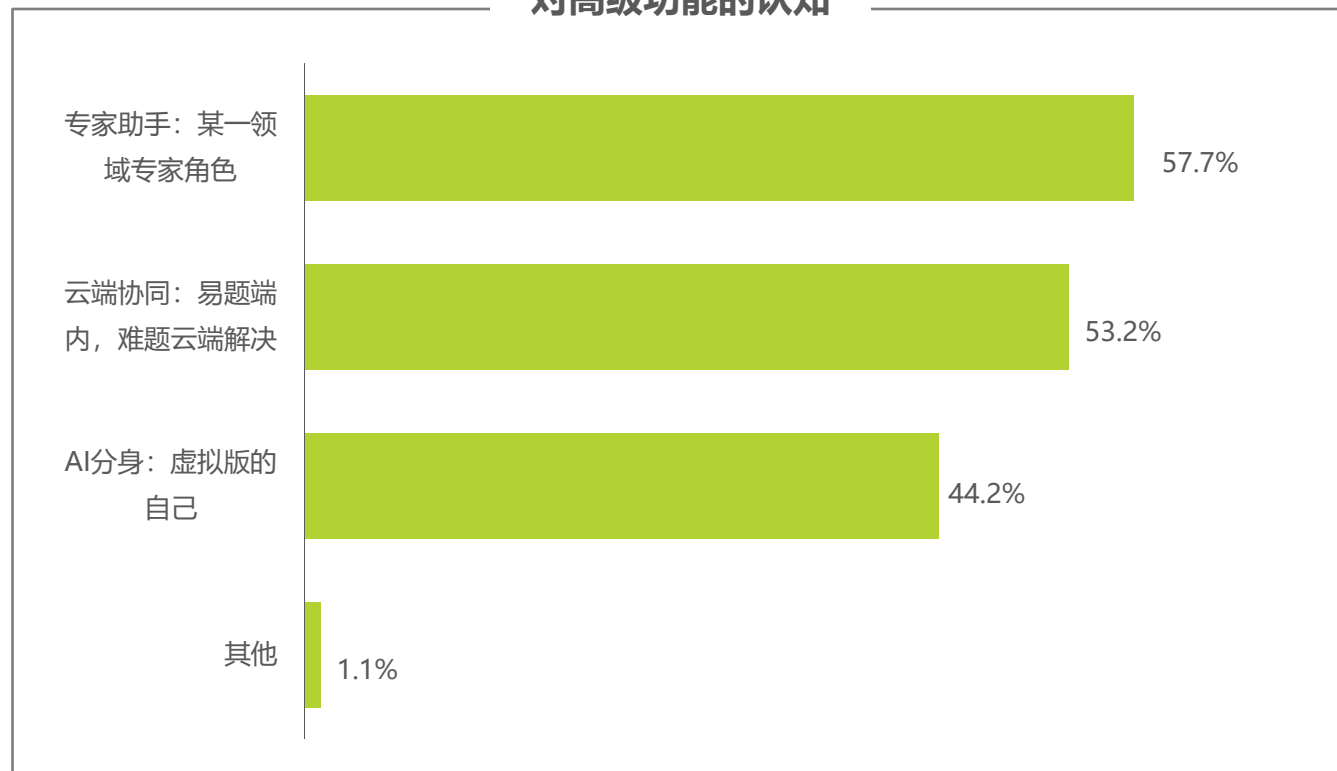
数据来源：N=800；于2024年11月通过艾客帮形式调研获得，艾瑞研究院整理绘制。

用户付费：对高级功能的认知及付费意愿

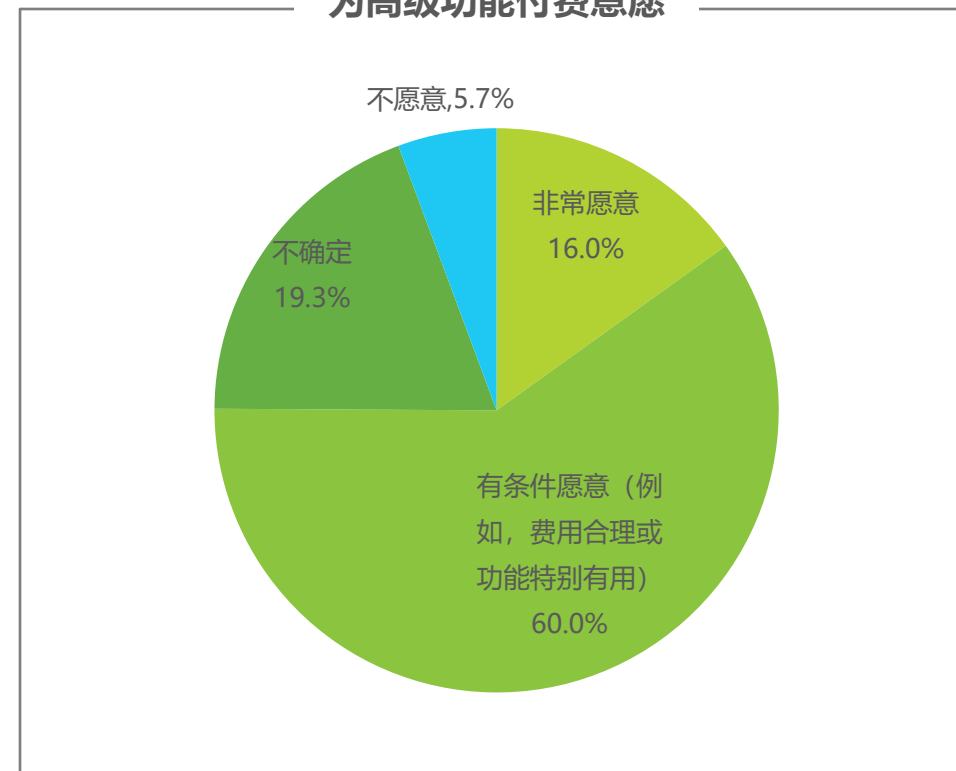
用户认知中的移动端AI高级功能主要是专家助手和云端协同辅助解决问题，60%的用户具备有条件付费意愿

- 大部分受访者（57.7% 和 53.2%）对高级功能的认知集中在专家助手和云端协同方面；有44.2%的受访者认为高级功能包括AI分身。
- 在付费意愿上，大部分受访者（60%）表示不愿意为高级功能付费，只有少数人（6%）非常愿意付费。有近三分之一（34%）的受访用户待定，其中有15%的受访者有条件愿意为高级功能付费，有19%的受访者不确定是否愿意为高级功能付费。

对高级功能的认知



为高级功能付费意愿



数据来源：N=800；于2024年11月通过艾客帮形式调研获得，艾瑞研究院整理绘制。

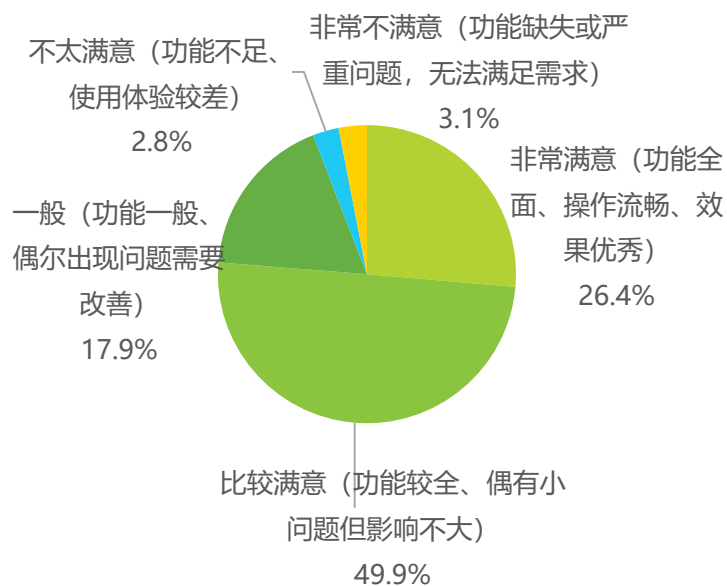
使用反馈：移动端AI应用使用中遇到的问题

移动端AI产品用户满意度较高，多数觉得产品功能及使用体验良好。使用时，常遇回答不准确、对话不自然问题，最希望改进办公软件集成与生成内容准确度。

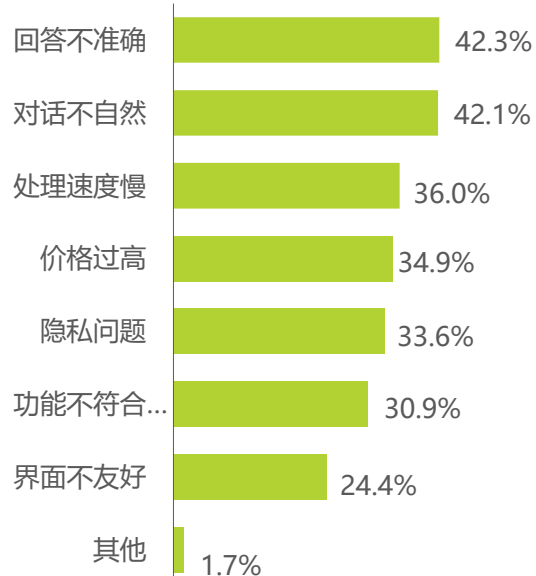
- 超四分之三用户对AI类产品评价正面，近半数非常满意，仅5.9%不满意，总体能满足多数用户需求。
- 用户使用时最关心回答准确性、对话自然度，其次为处理速度、价格和隐私问题。需改进之处，重点是与办公软件集成，其次为改进生成内容准确度与创意、提供更多学习和支持资源等。

用户画像
概念认知
用户行为
付费意愿
使用反馈

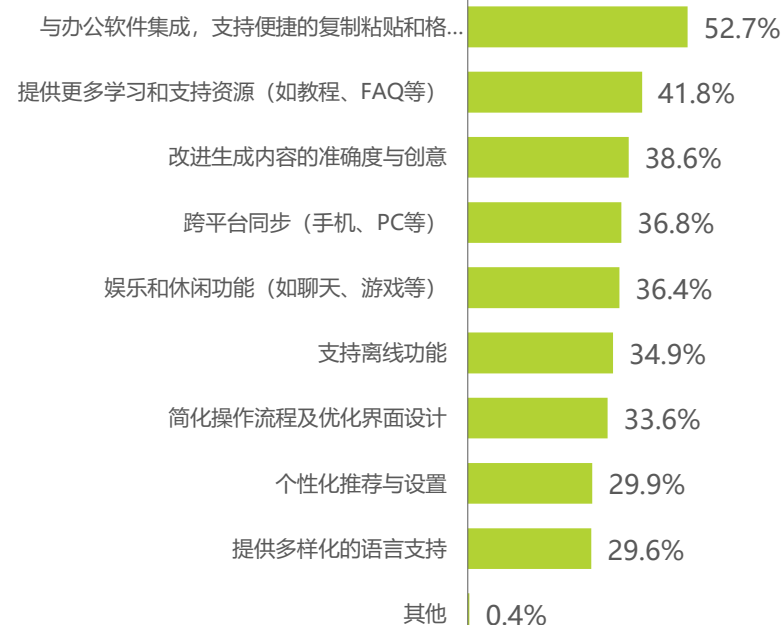
移动端AI类产品使用整体满意度



最常遇到的问题



需要改进的地方



数据来源：N=800；于2024年11月通过艾客帮形式调研获得，艾瑞研究院整理绘制。

03 / 移动端AI细分赛道研究

移动端AI应用领域：整体概况

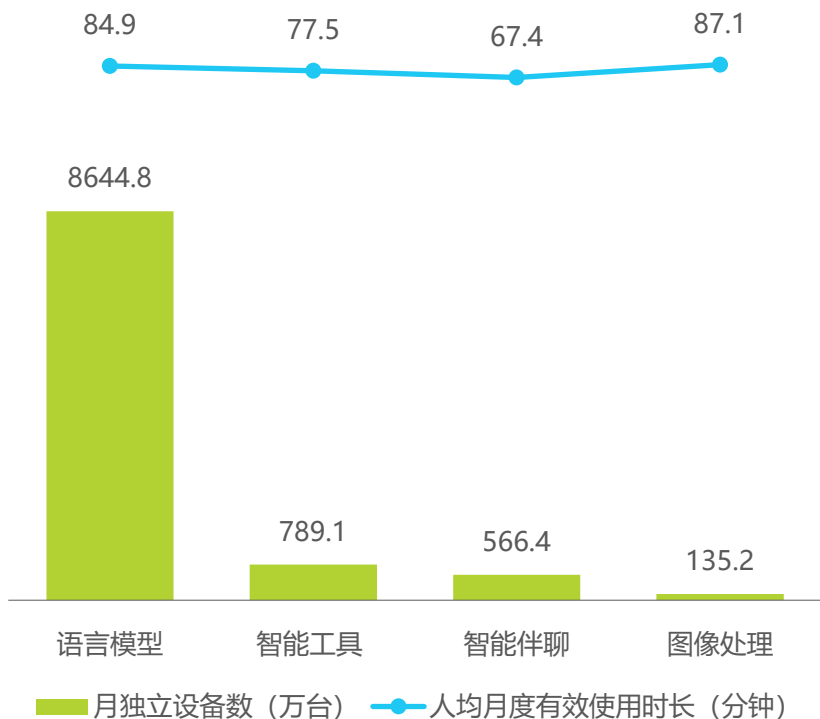
2024年11月移动端AI应用细分领域里语言模型应用最受用户青睐

2024年11月移动互联网AI细分赛道数据显示，语言模型领域的豆包以4686.8万台月独立设备数遥遥领先，且该领域人均月度有效使用时长最高。相比之下，其他细分领域虽各有优势应用，但在活跃用户和使用时长上稍逊一筹，表明语言模型应用更受用户喜爱。

mUserTracker-2024年11月移动端AI应用细分赛道月独立设备数

移动端AI细分领域11月份活跃用户和使用时长

移动端AI细分领域细分11月部分应用月独立设备数



语言模型

拥有通用型底层语言模型，用于理解和生成自然语言文本



基于对话式交互，提供娱乐、陪伴、心理健康支持等体验

智能伴聊

智能工具

应用于特定工作流程或日常任务，提高效率和生产力



应用AI技术进行图像识别、编辑、增强和作品生成等

图像处理

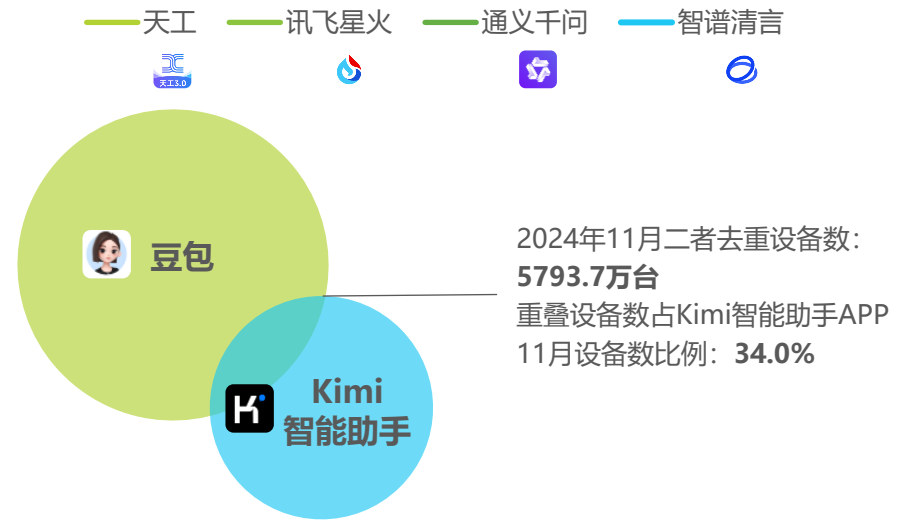
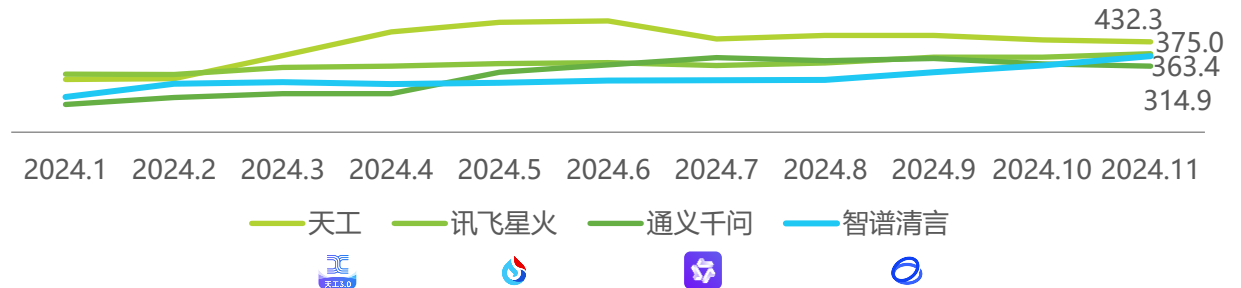
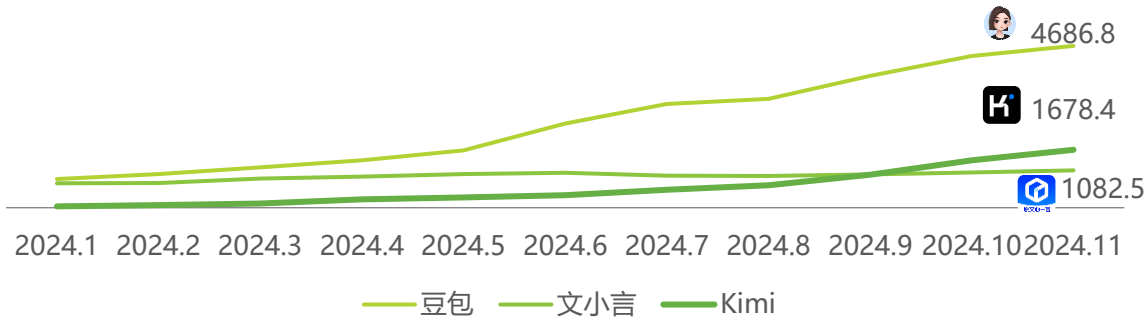
数据来源：艾瑞咨询 UserTracker 多平台网民行为监测数据库(桌面及智能终端)。

移动端AI应用：语言模型细分赛道用户行为情况

豆包与Kimi增速明显，文小言相对缓慢；天工AI先增后降，讯飞星火与通义千问增长陷入停滞

2024年1-11月，国内移动端AI语言模型类应用流量呈增长态势，其中，豆包、Kimi智能助手与文小言成为细分赛道仅有的千万级别APP，豆包自1月至11月活跃用户规模月均增速达18.9%；Kimi智能助手自今年1月正式上线后，截至11月的月复合增长率达45.0%，增速大幅领先于同类型APP；天工AI先增后降，讯飞星火与通义千问增长陷入停滞。

mUserTracker- 2024年1-11月移动端AI应用语言模型类主流App月独立设备数（单位：万）



豆包部分核心功能	功能描述
知识解答	精准回答问题，提供可靠数据
内容理解与分析	解读长文，多领域专业分析
创意激发与辅助	启发创意，辅助创作
编程支持	生成代码，解答编程问题
交流互动	日常聊天，提供情感支持

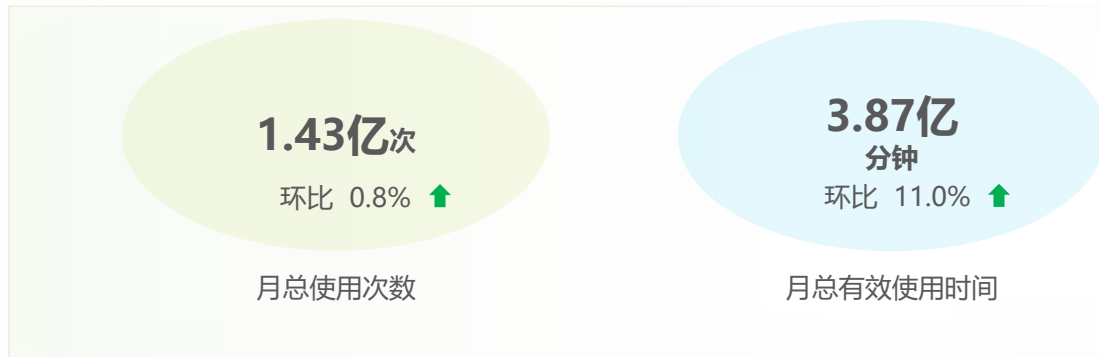
数据来源：艾瑞咨询 UserTracker 多平台网民行为监测数据库(桌面及智能终端)。

移动端AI应用：智能伴聊细分赛道用户行为情况

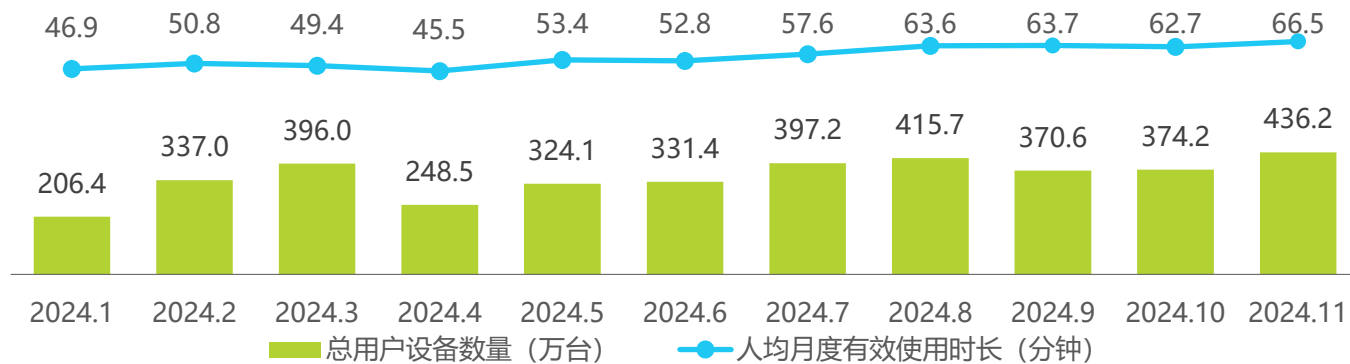
星野APP流量领跑，活跃用户对泛娱乐类应用关注度更高

2024年1-11月，国内移动端AI语言模型类应用流量呈增长态势，用户对智能伴聊类应用需求快速增长，粘性持续增强。星野APP凭借其创新的AI社交体验，是该赛道里仅有的百万级别APP。星野11月活跃用户规模是年初的2.1倍，使用时长从年初的46.9分钟上升至66.5分钟；移动端AI应用智能伴聊类APP活跃用户对“科技”、“资讯”、“分享”和“倾诉”等标签表现出较高关联度。

移动端AI应用智能伴聊类行业整体用户粘性

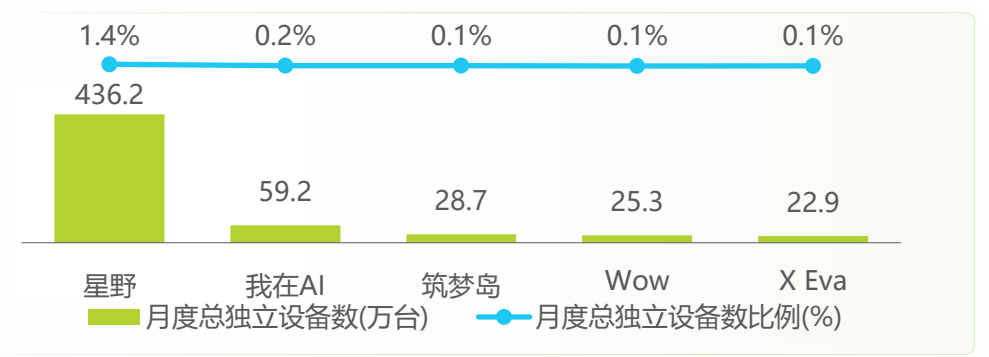


移动端AI应用智能伴聊类APP-星野用户粘性

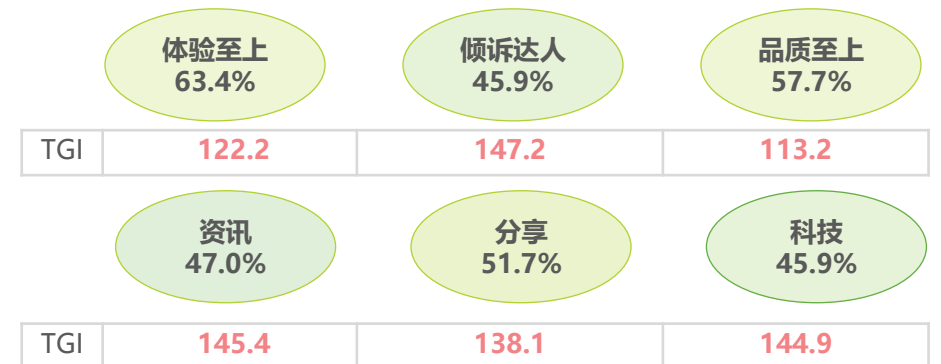


数据来源：艾瑞咨询 UserTracker 多平台网民行为监测数据库(桌面及智能终端)。

移动端AI应用智能伴聊类APP 11月用户数量前五



移动端AI应用智能伴聊类APP用户标签

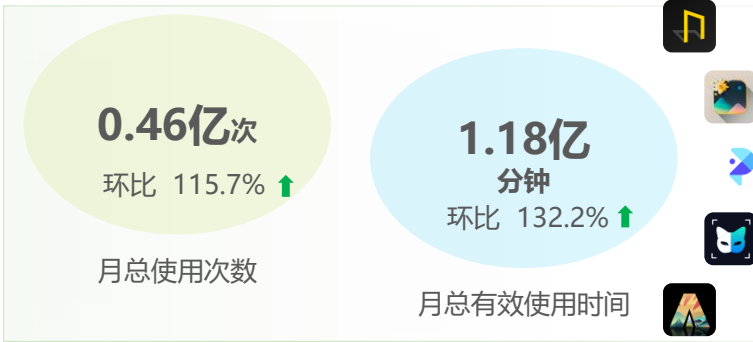


移动端AI应用：图像处理细分赛道用户行为情况

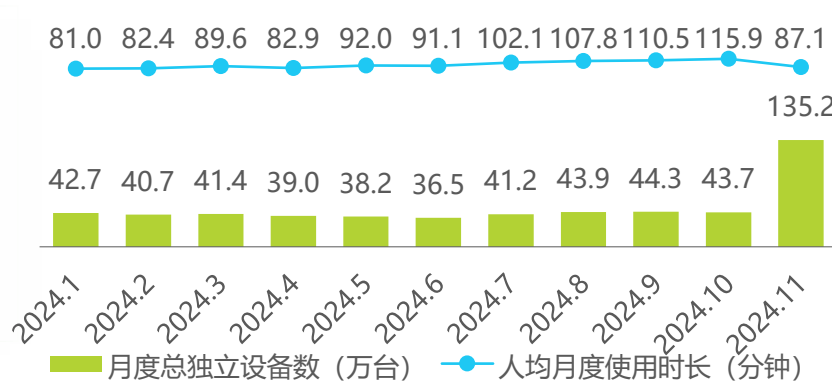
针对特定需求的专业化服务驱动用户粘性形成，细分赛道流量具备增长潜力

2024年11月，移动端AI图像处理领域用户黏性持续增强，前10月人均使用时长环比增长4.1%。一方面，得益于移动设备算力提升和AI算法优化，用户正加速向移动端迁移图像处理需求；另一方面，无界AI、图趣AI等头部应用通过AI图像增强、视频生成和智能识别等差异化功能，精准满足了用户在社交分享、内容创作等场景下的处理需求，验证了AI在图像处理垂直领域的商业潜力。

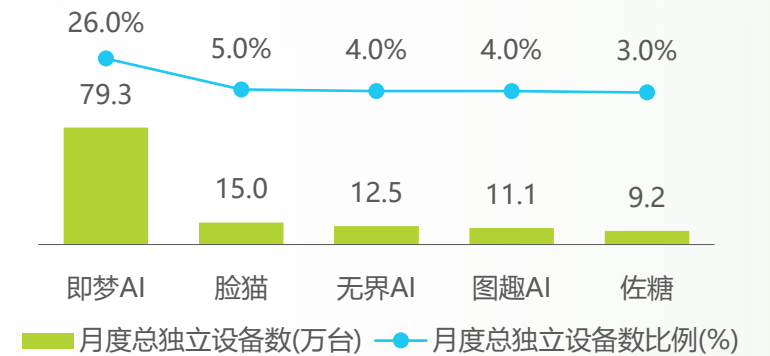
移动端AI应用图像处理类APP用户粘性



移动端AI应用图像处理类APP月活用户数量及人均月度使用时长



移动端AI应用图像处理类APP11月活排名前5应用



无界AI-APP主要功能

无界AI - 部分核心功能	功能描述
透明图生成	快速创建透明背景元素，融入不同场景
姿态与深度检测	能让虚拟角色动作自然，虚拟现实和增强现实应用的交互和场景构建
边缘检测	提取清晰线条生成新图片
涂鸦上色	提供配色方案和风格选择，激发创作灵感
模型与语义分割	根据模型法线生成图片，可提高图像理解和分析的准确性和效率
线段识别	辅助精确测量和布局规划，提高设计和分析的准确性

图趣AI-APP主要功能

图趣AI - 部分核心功能	功能描述
AI绘画	图生/文生视频：为视频创作提供新素材生成方式，可应用于多领域并降低制作成本。个性化特效：满足用户个性化图像处理需求，用于多场景增强体验。智能生成线稿图：帮助绘画者快速生成线稿，提升绘画效率与质量。专业应用：如AI艺术字等在专业和创意场景提供更多设计可能。
修复功能	高清修复老照片：恢复老照片的清晰与色彩，对历史研究和文化传承有意义。无损放大与智能上色：用于多个行业提升图片可用性。视频截屏修复：提高视频截屏质量，方便素材收集和分享。
特效功能	动态照片：为照片添加动态效果，用于社交媒体等增加吸引力。图像编辑特效：如素描、消除笔等满足用户图像处理需求，用于摄影后期和素材制作。多样化特效：人物性别转换等特效在多领域有实用价值。

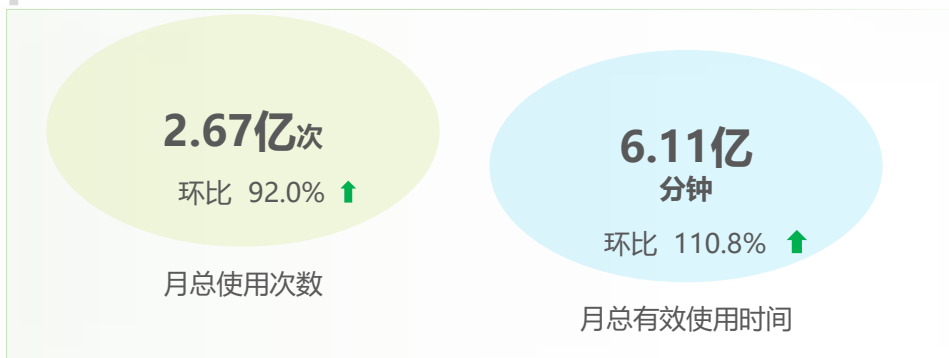
数据来源：艾瑞咨询 UserTracker 多平台网民行为监测数据库(桌面及智能终端)。

移动端AI应用：智能工具细分赛道用户行为情况

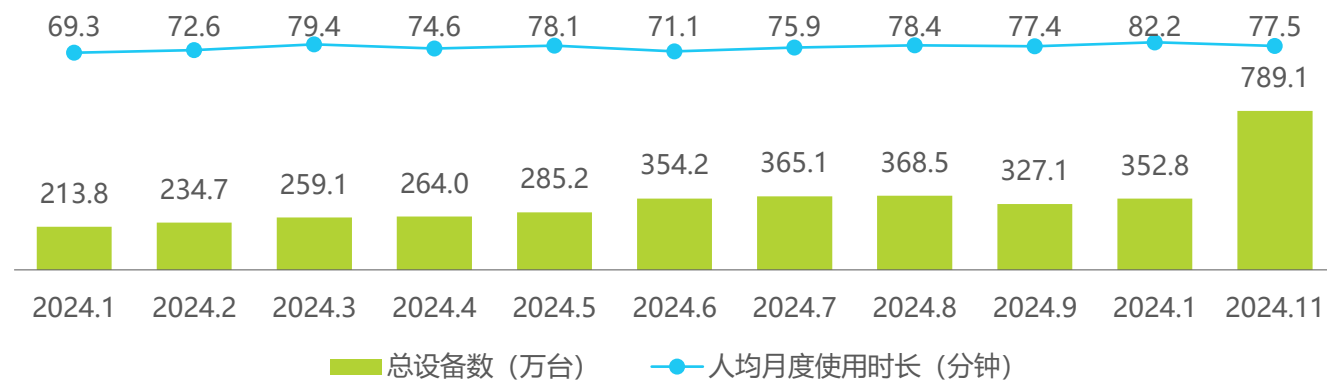
智能工具类赛道用户基数虽小，但增长迅速

2024年11月，移动端AI智能工具领域用户黏性持续增强。一方面，得益于移动设备算力提升和AI算法优化，用户正加速向移动端迁移图像处理需求；另一方面，腾讯元宝等头部互联网企业推出的产品满足了用户在社交分享、内容创作等场景下的处理需求。

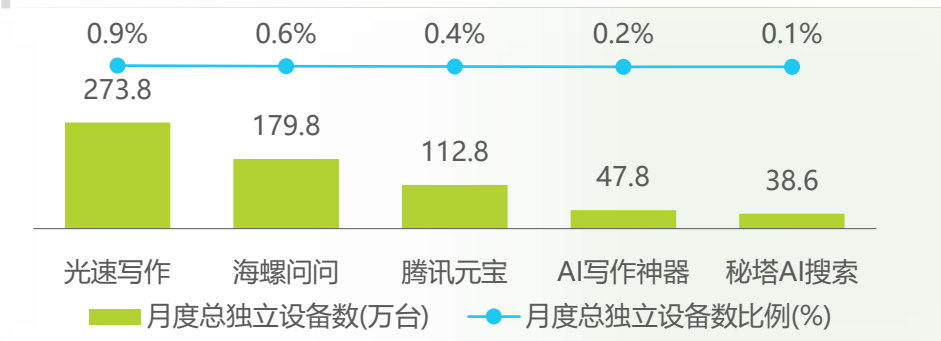
移动端AI应用智能工具类APP用户粘性



移动端AI应用智能工具类APP月活用户数量及人均月度使用时长



移动端AI应用智能工具类APP 11月活排名前5应用



移动端AI应用智能工具类APP用户标签



数据来源：艾瑞咨询 UserTracker 多平台网民行为监测数据库(桌面及智能终端)。

04 / 移动端AI应用场景研究

移动端AI应用主要使用场景

生活、工作学习、娱乐休闲和亲子教育场景并重

- 超过60%的移动端AI应用用户在个人生活中积极尝试使用移动端AI产品。同时，超过56%的用户在工作与学习场景中也频繁使用移动端AI软件。在娱乐场景中，超过43%的移动端AI应用用户积极利用移动端AI产品，而近三分之一的用户则将AI应用于儿童教育场景。
- AI应用使用场景时间占比最多为工作学习场景、其次是日常生活，占比均超过四分之一。

用户画像

概念认知

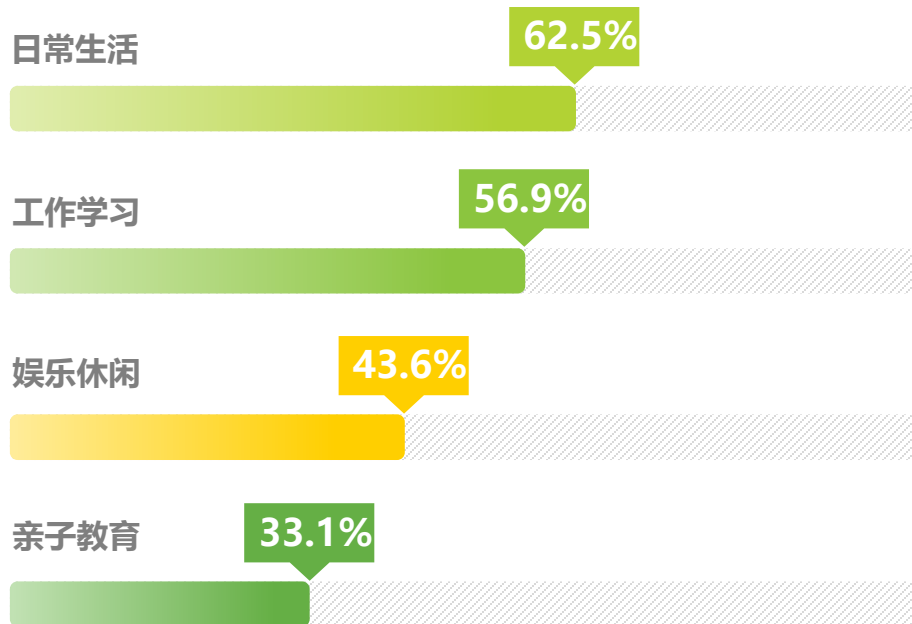
使用场景

用户行为

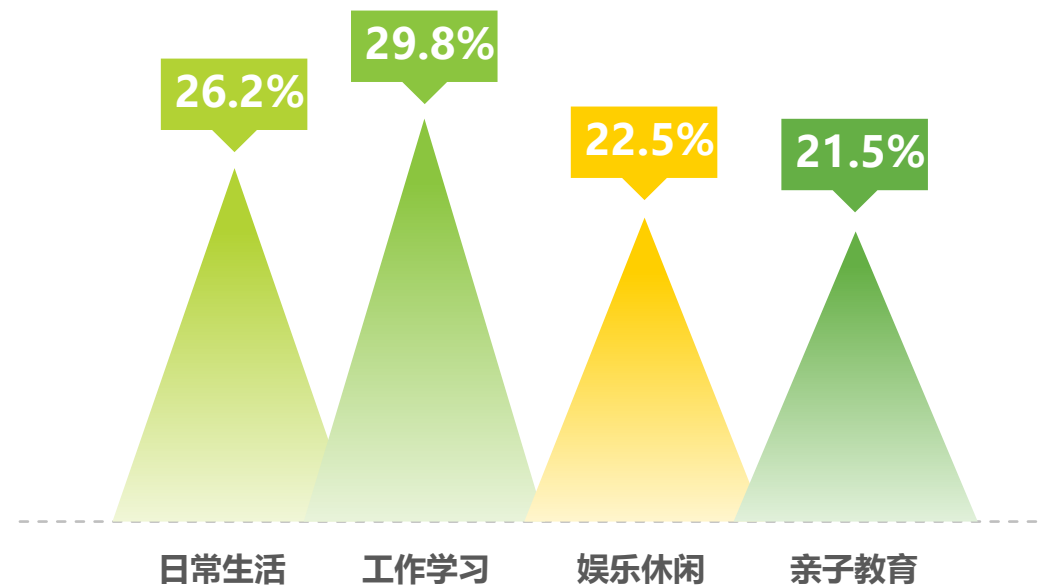
使用反馈

付费意愿

使用移动端AI软件产品的场景分布
(次数)



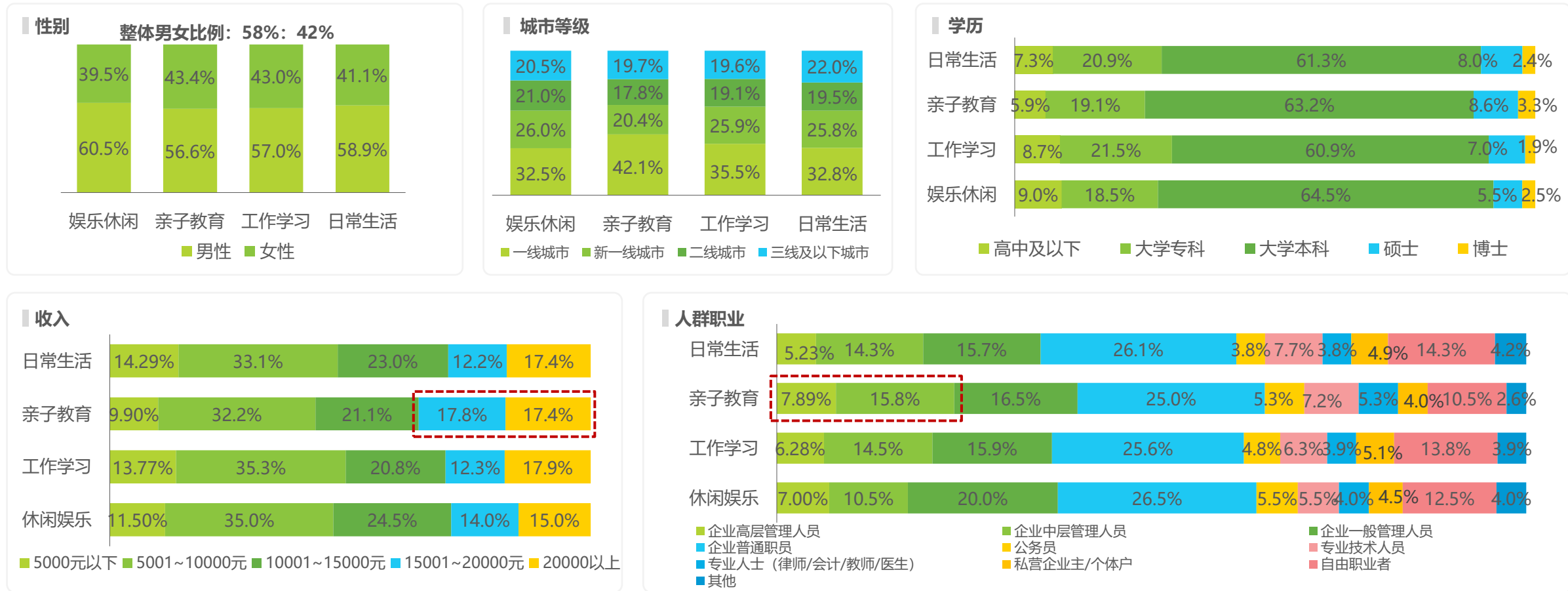
移动端AI软件产品的场景使用比重
(时长)



移动端AI应用主要场景用户画像

亲子教育场景的高学历人群、企业管理人员和高收入人群的占比显著

- 亲子教育场景的高学历人群、企业管理人员和高收入人群的占比显著，反映出这部分人群高度的教育意识。同时该人群女性用户和高线城市人群占比相对较高。
- 反观娱乐休闲场景，其中男性群体以及来自低线城市的人群占比，相较于其他场景呈现出更为突出的态势。



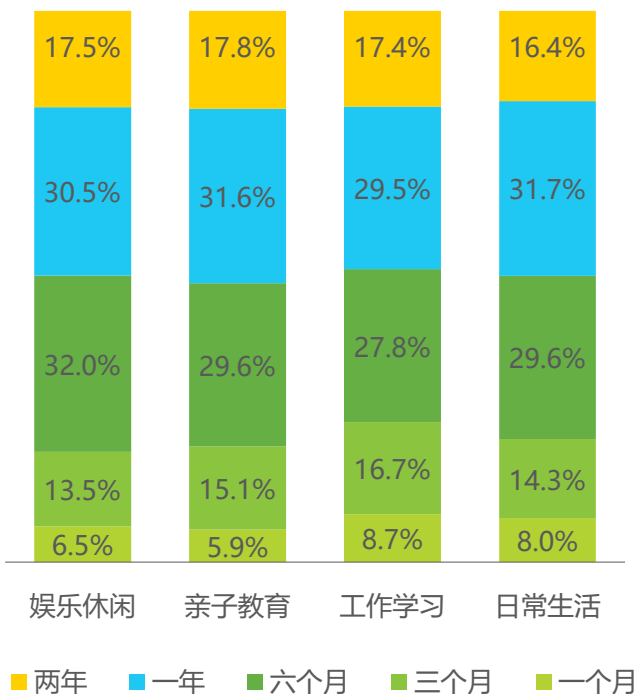
数据来源：N=800；于2024年11月通过艾客帮形式调研获得，艾瑞研究院整理绘制。

移动端AI应用主要场景使用情况

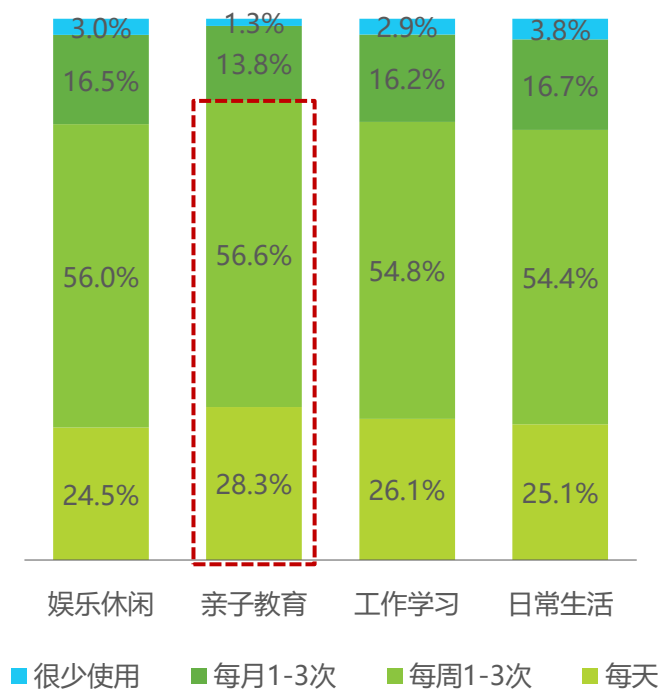
移动端AI应用在各场景使用都较普遍，用户已积累一定使用经验

- 使用周期上：在半年至两年这个时间段内使用的用户，在各场景中都占据了较大比例，这表明大多数用户在相关场景下已经积累了较为丰富的使用经验。
- 使用频率上：各个场景每天和每周1-3次使用的用户居多，同时相较其他场景，亲子场景的使用频率更高。
- 单次使用时长上：各个场景10-30分钟和30分钟-1小时使用的用户占比较大，娱乐休闲场景在30分钟-1小时的使用占比更突出，日常生活则在10分钟内的占比相对更多。

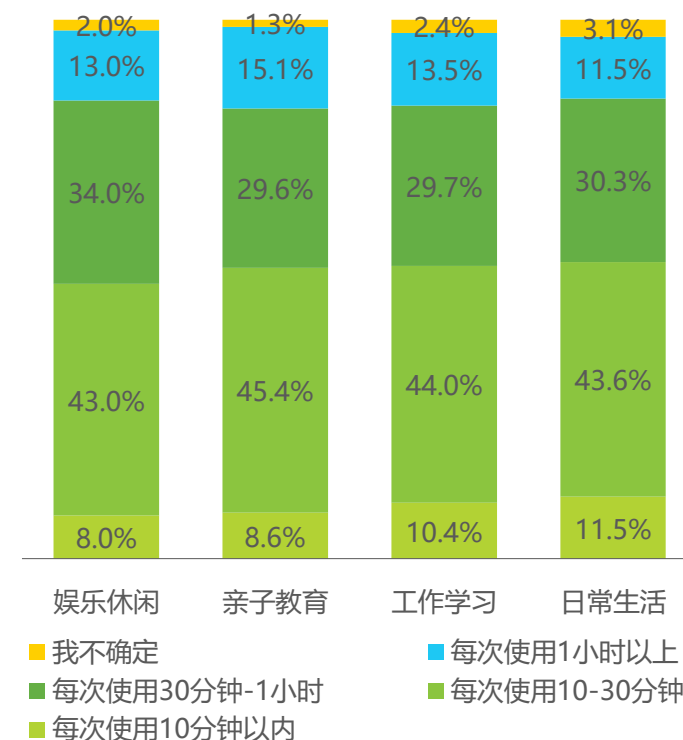
移动端AI应用使用周期



移动端AI应用使用频率



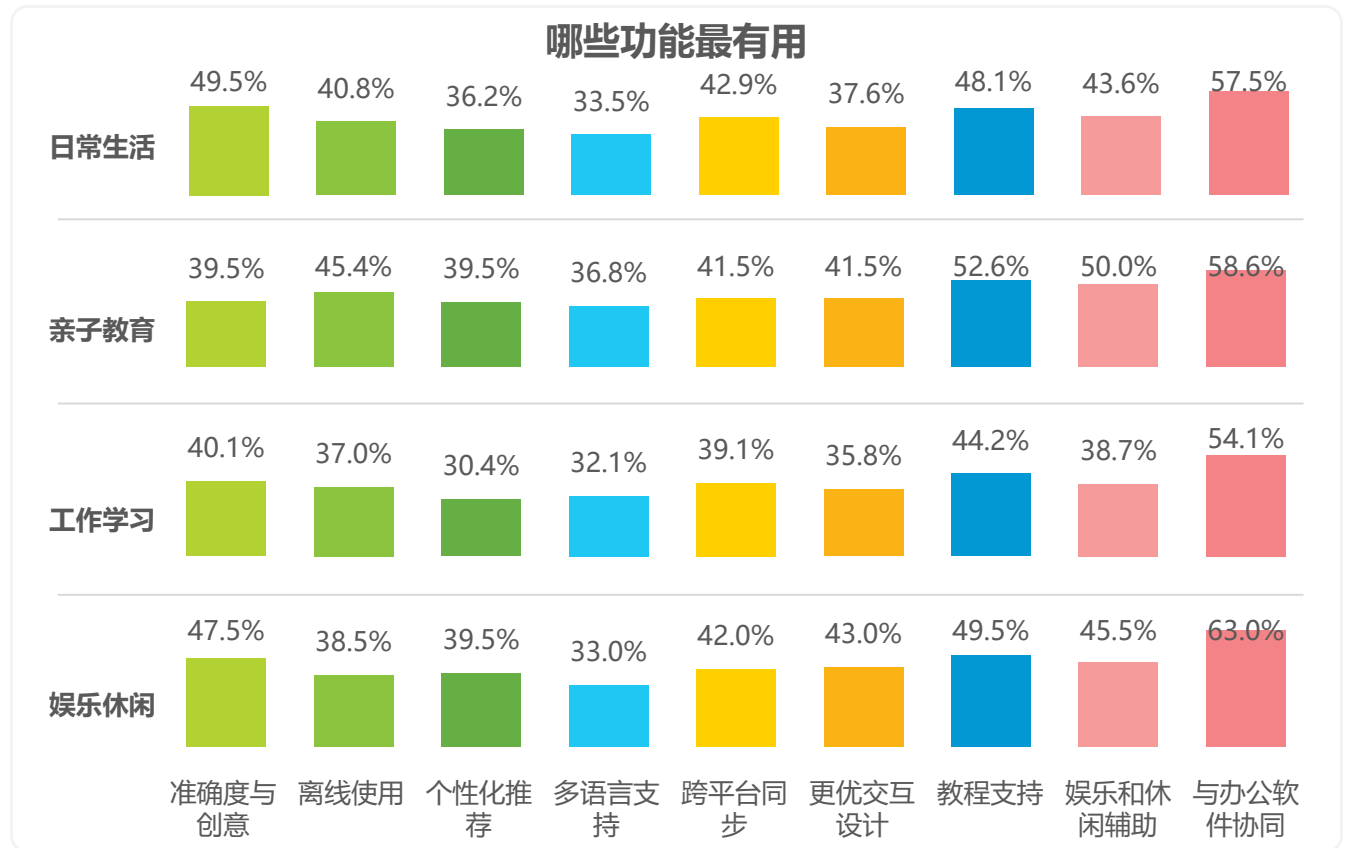
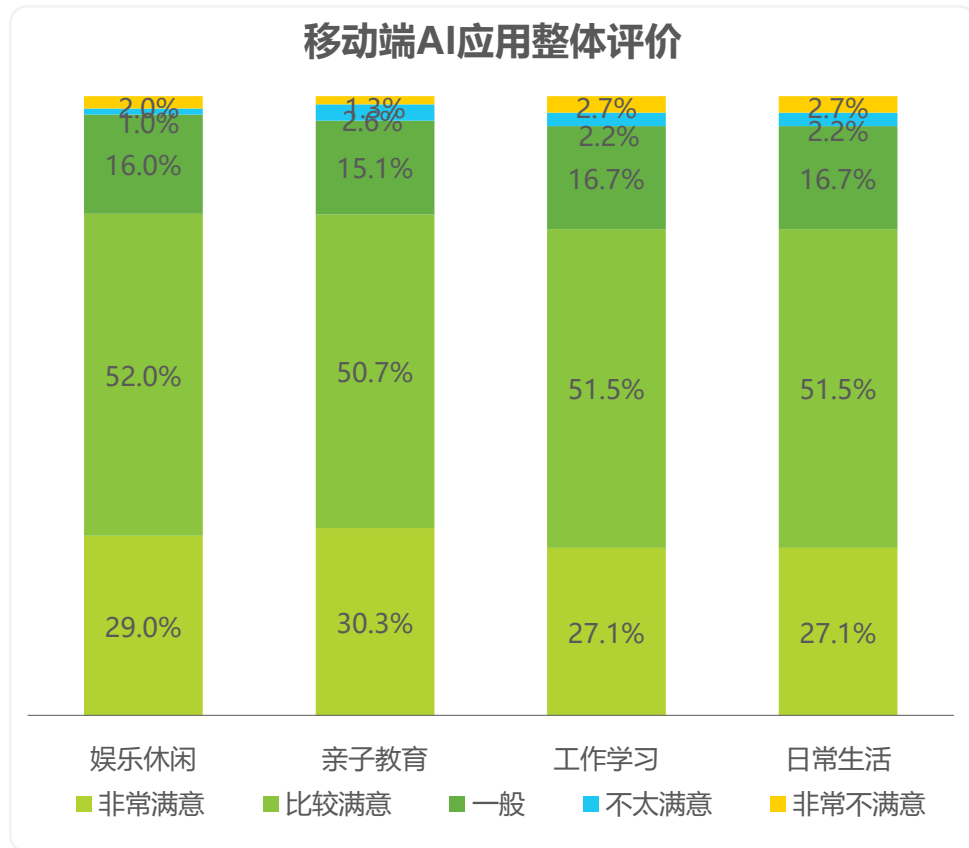
移动端AI应用单次使用时长



移动端AI应用主要场景使用体验

近八成用户对移动端AI应用满意，与办公软件协同是用户最认可、最有用的功能

从整体评价来看，用户对亲子教育和工作学习场景中的移动端AI应用较为满意。在功能实用性方面，与办公软件协同以及娱乐休闲功能被广泛认可。这表明移动端AI应用在助力工作学习和亲子教育场景对需求理解与满足具有优势，同时在娱乐休闲场景上也有不错的表现。

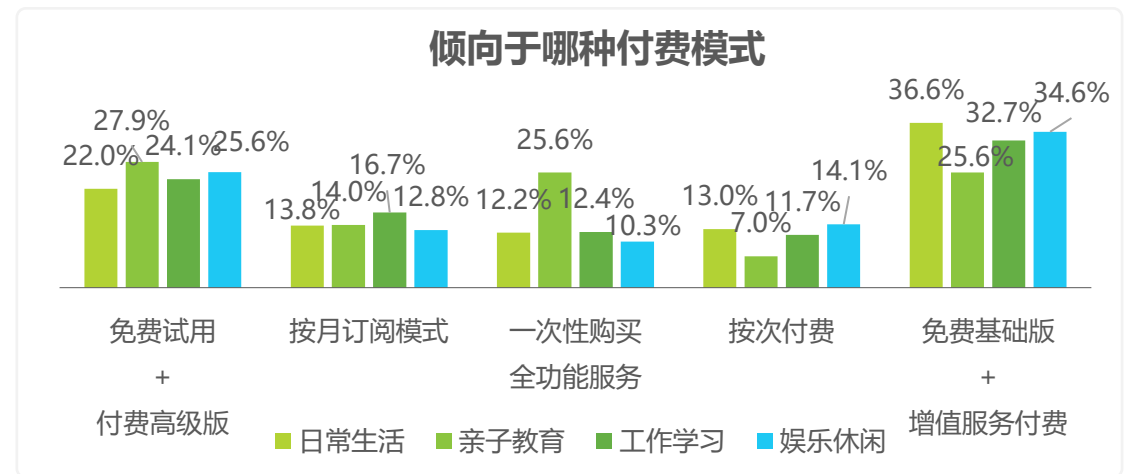
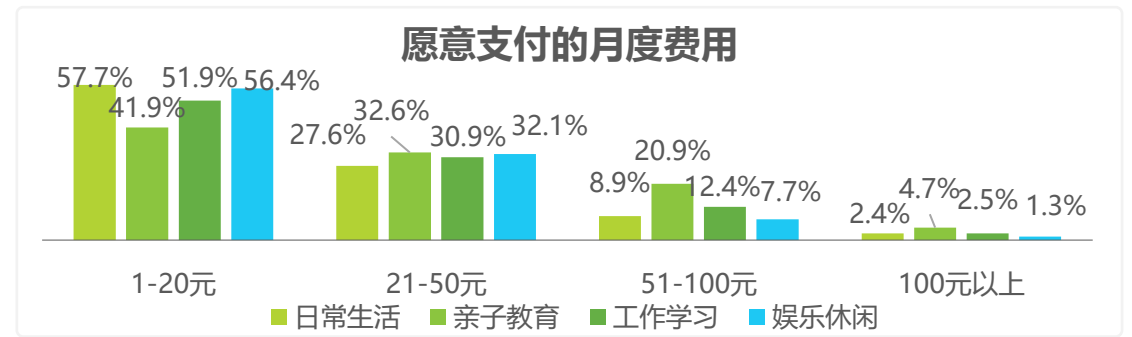
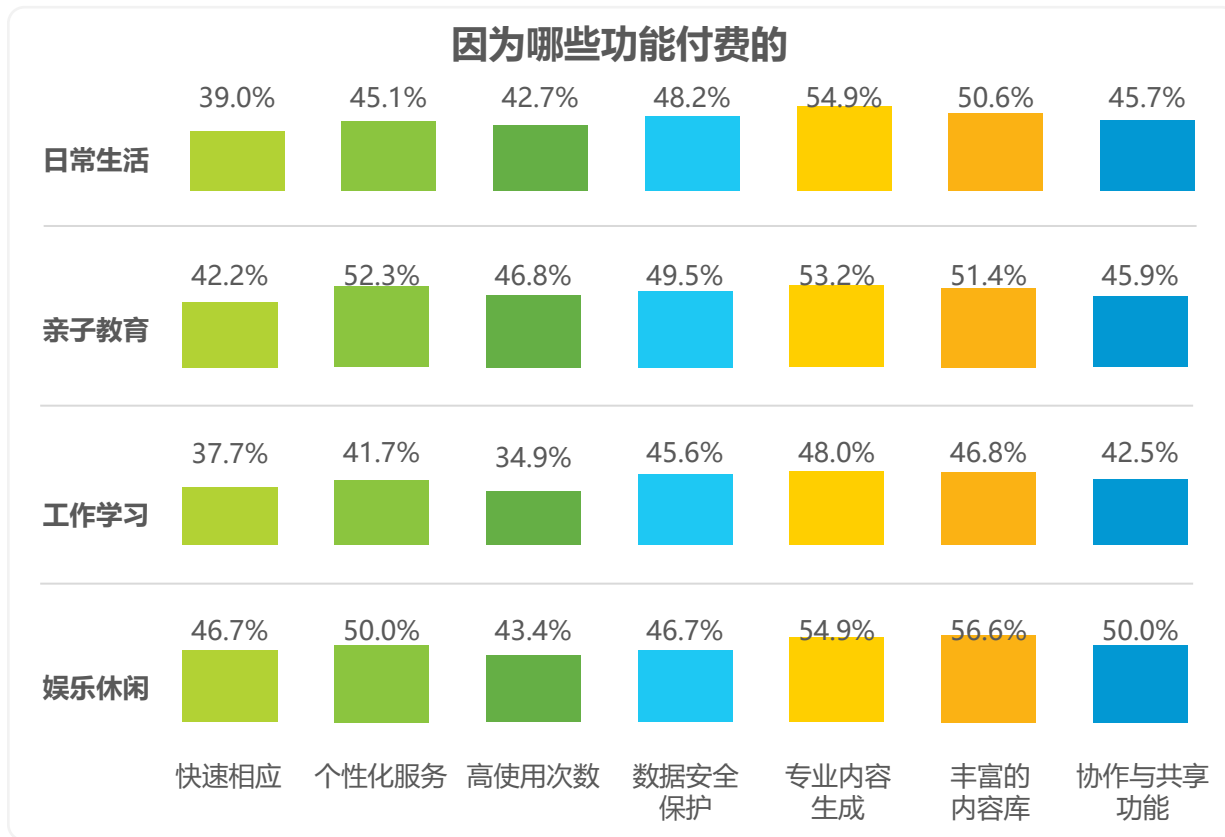


数据来源：N=800；于2024年11月通过艾客帮形式调研获得，艾瑞研究院整理绘制。

移动端AI应用付费意愿

移动端AI应用用户关注数据安全、专业内容生成等用户付费意愿高的功能，同时制定低价付费方案并提供免费试用机会，这样才能吸引更多用户付费。

➢ 移动端AI应用付费意愿：**在付费功能点方面**，用户对数据安全保护、专业内容生成等功能付费意愿高，对快速响应等基础功能付费意愿低。**在月度付费额度上**，多数用户倾向于每月支付1 - 20元，极少有人愿付100元以上。**在付费模式上**，免费试用和增值服务付费模式较受青睐。移动端AI应用服务企业可关注高意愿付费功能，推出低价方案和试用机会来吸引用户付费。



数据来源：N=800；于2024年11月通过艾客帮形式调研获得，艾瑞研究院整理绘制。

05 / AI应用未来展望

技术创新驱动用户体验升级与场景深度融合

升级用户体验，融合多元场景，以技术创新促服务升级：从交互优化到多场景覆盖与专业化升级



智能交互优化

- **回答准确性和对话自然度提升：**随着算法和模型改进，AI在对话中的回答更贴近用户需求，误解和错误信息答复减少。
- **移动端本地化AI能力提升：**实现云端协同处理，提升响应速度，用户在网络不稳定时也能获得流畅的体验。
- **隐私保护和响应速度大幅提升：**更严格的隐私保护措施和数据安全，同时系统性能得以优化，响应延迟大幅减少。



场景化服务升级

- **生活场景和工作学习场景逐渐深化：**针对具体生活和工作场景的功能模块不断优化，用户使用频率和满意度不断提升。
- **办公软件协同能力逐步完善：**实现AI应用与主流办公软件的无缝对接，提升工作效率，减少用户切换应用的时间。
- **个人专家助手和云端协同高级功能：**专业化的咨询服务和实时协作工具丰富化，满足用户在复杂任务中的需求。



专业化发展方向

- **针对高学历用户的垂直领域应用开始普及：**针对高学历用户需求的AI应用，如法律、医疗等领域，以提高专业服务质量。
- **优化教育和办公等专业场景服务：**开展教育和办公场景的深入研究，提供定制化的解决方案，提升用户学习和工作的效率。
- **提供一站式解决方案：**整合多种服务，提供一站式解决方案，满足用户在不同场景中的多样化需求。

商业模式创新与价值提升，细分赛道差异化发展

差异化商业模式引领，创新服务助力，细分赛道分化、差异化优势凸显



商业模式差异化发展

专业内容生成 高价值服务
终端数据安全 轻量级订阅服务 免费使用
更优用户转化路径 付费进阶

- **轻量级订阅服务**：为用户提供1-20元/月低门槛的订阅服务将不断出现，吸引更多用户尝试AI产品。
- **专业内容生成和终端数据安全等高价值服务不断优化**：高质量的专业内容生成服务不断，增强用户对数据安全的信心，提升付费意愿。
- **出现“免费试用+付费进阶”等更优用户转化路径**：设计合理的试用与付费路径，提高用户转化率，推动用户逐步升级为付费用户。



细分赛道持续分化发展



语言模型：豆包、Kimi智能助手、文小言等头部应用优势地位不断稳固

- 持续对核心产品的研发投入，市场领先地位将不断巩固，用户粘性不断提升。

智能伴聊：以星野为代表，社交属性和使用时长提升

- 增强社交功能，鼓励用户互动，提升活跃度和使用时长。

图像处理：把握终端算力提升机遇，扩大移动端市场

- 利用移动设备算力的提升，图像处理应用将更高效，以满足用户需求。



跨赛道、差异化创新



场景化定制服务

- 根据不同用户场景的定制化服务不断发展，用户特定需求不断得到满足。

跨赛道融合应用

- 结合不同领域的技术的创新型应用有助于提升市场竞争力。

差异化竞争优势

- 通过产品差异化和服务个性化，形成独特的市场定位，增强用户吸引力。

AI应用生态系统完善与普及，市场释放增长潜力

市场发展可预期，用户覆盖全方位提升，市场参与者合力构建AI应用生态

1



用户与市场持续增长



- **中国AI软件市场2028年35.4亿美元规模机会：**预计市场将持续扩大，企业需积极布局，以占领市场份额。
- **较高的用户规模增速：**在持续增长的市场中，优化产品和服务以保持竞争力。
- **To C市场布局策略：**针对消费者市场推出更多符合用户需求的产品，扩大市场影响力。

2



用户覆盖提升



- **新一线城市市场将进一步开发：**深入发掘新一线城市的市场潜力，开展针对性的市场营销活动。
- **区域服务差异缩小：**提高不同地区用户的服务体验，确保服务质量的一致性。
- **用户活跃度和时长持续提升：**通过用户激励机制和优质内容，提升用户的使用频率和时长。

3



AI应用生态完善



- **社交媒体等核心渠道不断建设优化：**通过社交媒体推广AI应用，增强用户之间的互动和分享。
- **用户教育体系不断完善：**提供丰富的教育资源，帮助用户更好地理解和使用AI应用。
- **AI应用生态链将逐步完善：**通过合作与整合，建立一个涵盖开发者、用户和服务提供商的健全生态系统，促进AI应用的普及与发展。

BUSINESS
COOPERATION
业务合作

官 网



微信公众号



新 浪 微 博



企 业 微 信



联系我们

-  400 - 026 - 2099
-  ask@iresearch.com.cn
-  www.idigital.com.cn
www.iresearch.com.cn

LEGAL STATEMENT

法律声明

版权声明

本报告为艾瑞数智旗下品牌艾瑞咨询制作，其版权归属艾瑞咨询，没有经过艾瑞咨询的书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制、传播或输出中华人民共和国境外。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，部分文字和数据采集于公开信息，并且结合艾瑞监测产品数据，通过艾瑞统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，艾瑞咨询对该等信息的准确性、完整性或可靠性作尽最大努力的追求，但不作任何保证。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的观点均不构成任何建议。

本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。

THANKS

艾 瑞 咨 询 为 商 业 决 策 赋 能