

2026 移动广告 流量观察白皮书

Mobile Ad Traffic Insights

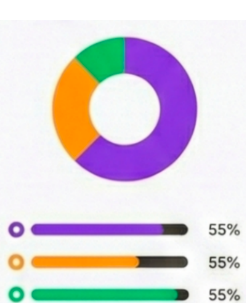
应用推广排行



大盘投放趋势



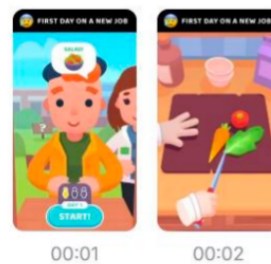
流量平台数据洞察



全网行业广告对比



年度游戏案例



出品方：AppGrowing 中国版

AppGrowing 中国版（appgrowing.cn）属于有米云旗下数据产品，是 AI 驱动的国内移动广告 AI 策略分析平台，提供大盘投放、应用买量、行业趋势等应用推广大数据。实时追踪 35 个主流平台和 53 个广告媒体营销数据，助力广告主洞察国内移动广告趋势，有效提升国内市场的营销决策效率。

数据来源

本报告为有米云旗下的 AppGrowing 中国版独立出品，报告中所有的文字、图片、表格均受有关商标和著作权的法律保护，转载需注明来源。如有部分文字和数据或图片素材采集于公开信息，仅为说明问题之引用，所有权为原作者所有。报告内容仅供一般性参考，不应视为针对特定事务的意见或依据。

本报告中以广告投放数作为广告投放力度的评估，广告投放数为 AppGrowing 中国版基于广告情报追踪的移动广告数的统计；广告基于 AppGrowing 中国版自研的行业算法模式及 AI 智能分类，与部分流量平台自有行业体系稍微不同。APP 月活/使用时长/媒体画像来源于月狐数据，所提供的数据信息系依据大样本数据抽样统计、小样本调研、数据模型预测及其他研究方法估算、分析得出。

创作团队

林乐韵、吴彦玮



联系作者

有米云：AI 驱动的创意策略平台

有米云是面向内容电商、互联网、游戏等领域的 AI 创意策略平台。公司成立于2010年4月，于2015年挂牌新三板上市（834156），曾两度入选工信部“中国互联网百强企业”。总部位于中国广州，并在北京、上海、深圳、杭州、越南等地设有分公司或办公室。

有米云致力于利用 AI+ 大数据技术引领企业的营销数智化。通过提供多维度的创意策略分析和营销大数据服务，帮助企业提升从市场洞察、新品决策、创意策略、创意内容到推广执行等营销全链路的数字化效率，建立可迭代的创意策略体系，助力企业打造可持续的爆款。

有米云旗下产品包括基于 AI 创意策略迭代的数字资产管理平台创意管家、AI驱动的内容电商营销大数据策略平台有米有数、国内移动广告AI创意策略分析平台 AppGrowing 中国版、全球移动广告AI创意策略分析平台 AppGrowing 国际版。

AppGrowing

国内移动广告 AI 策略分析平台

AI 策略分析

高频片段排行

大盘数据洞察

竞品投放分析

游戏推广排行

海量素材搜索

实时更新 **超3亿** 广告素材

扫码获取更多资讯

覆盖国内 **35个** 主流平台/ **53个** 广告媒体

43个 大行业营销数据



特别鸣谢

数据合作方



月狐数据（MoonFox Data）是中国领先的全场景数据洞察与分析服务专家。凭借全面稳定、安全合规的移动大数据根基以及专业精准的数据分析技术、人工智能算法，月狐数据先后推出移动应用数据（iApp）、品牌洞察数据（iBrand）、营销洞察数据（iMarketing）、金融另类数据等产品，以及提供月狐研究院的专业研究咨询服务，旨在用数据帮助企业洞察市场增量，赋能商业精准决策。

流量平台



合作媒体



柠檬游戏说



龙虾游戏推荐



罗斯基



contents

目录



01 移动市场趋势

1. 2025年移动广告趋势
2. 全网各行业广告对比
3. 手游行业投放分析
4. 广告素材分析
5. 流量平台数据洞察
6. AI类广告热投行业分析

03 APP风云榜

1. APP下载榜
2. 细分行业下载分榜
3. 游戏下载总榜
4. 热门风格手游下载分榜
5. 应用推广排行总榜
6. 细分行业推广分榜
7. 热门APP投放策略
8. 手游推广总榜
9. 热门手游风格推广榜
10. 热门手游投放策略

02 流量平台观察

1. 主流媒体用户规模
2. 主流媒体用户画像
3. 重点行业APP月活
4. 重点行业APP月活增速

04 行业真知灼见

1. 流量平台篇
2. 垂直媒体篇
3. 游戏媒体篇

01

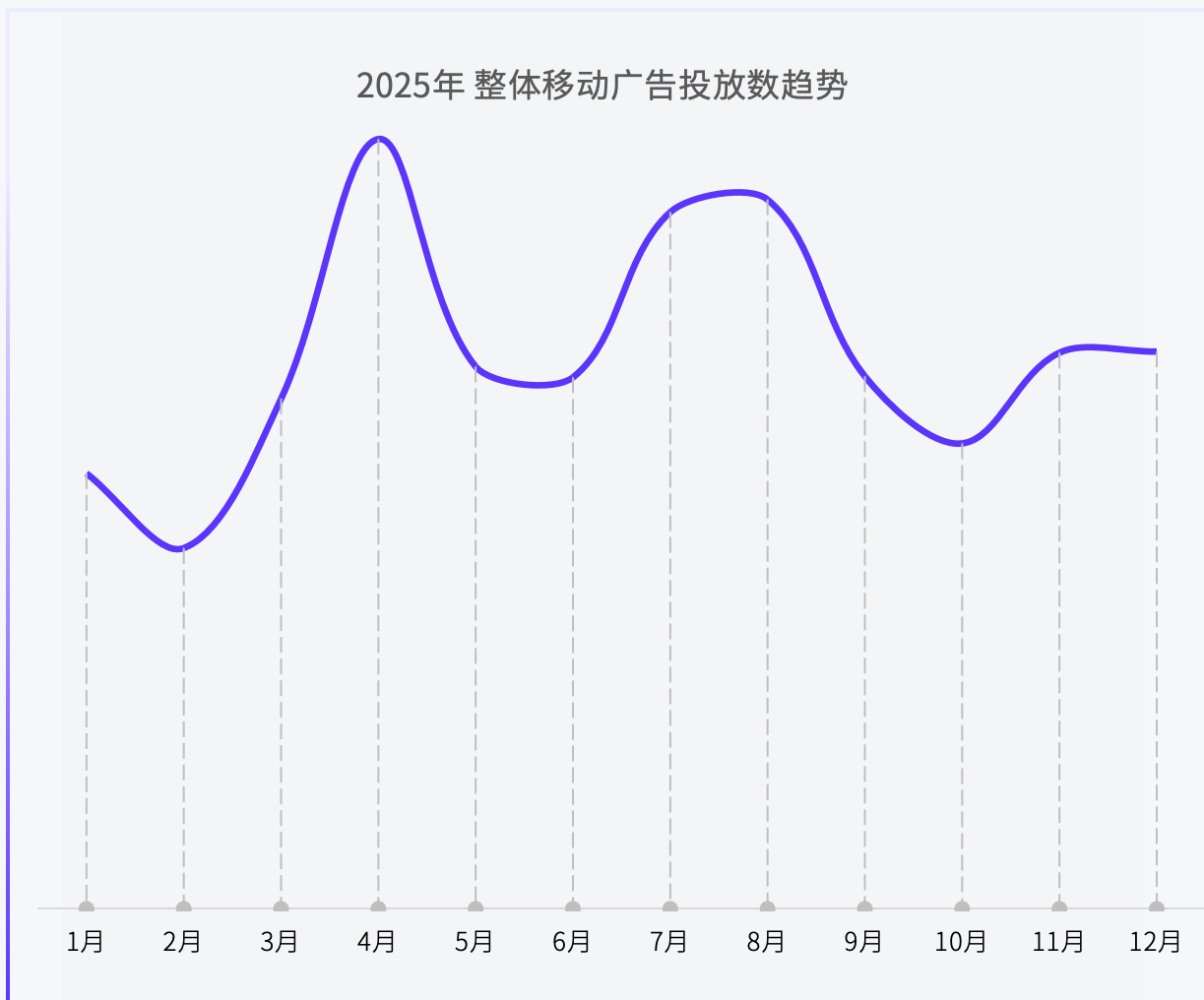
移动市场趋势



2025年略有波动，但整体上涨

2025年，AppGrowing 累计监测到全网在投广告近14亿，整体广告投放数为2024年（7亿+）的近2倍。整理回顾2025年全网投放数据，可以得出以下结论：

- 1、游戏行业投放重回年度投放榜前二，社交投放明显下滑；
- 2、AI 视频技术突飞猛进，Seedance2.0 重构素材成本；
- 3、年前已有不少游戏团队初尝 AI 素材投放，取得一定效果。

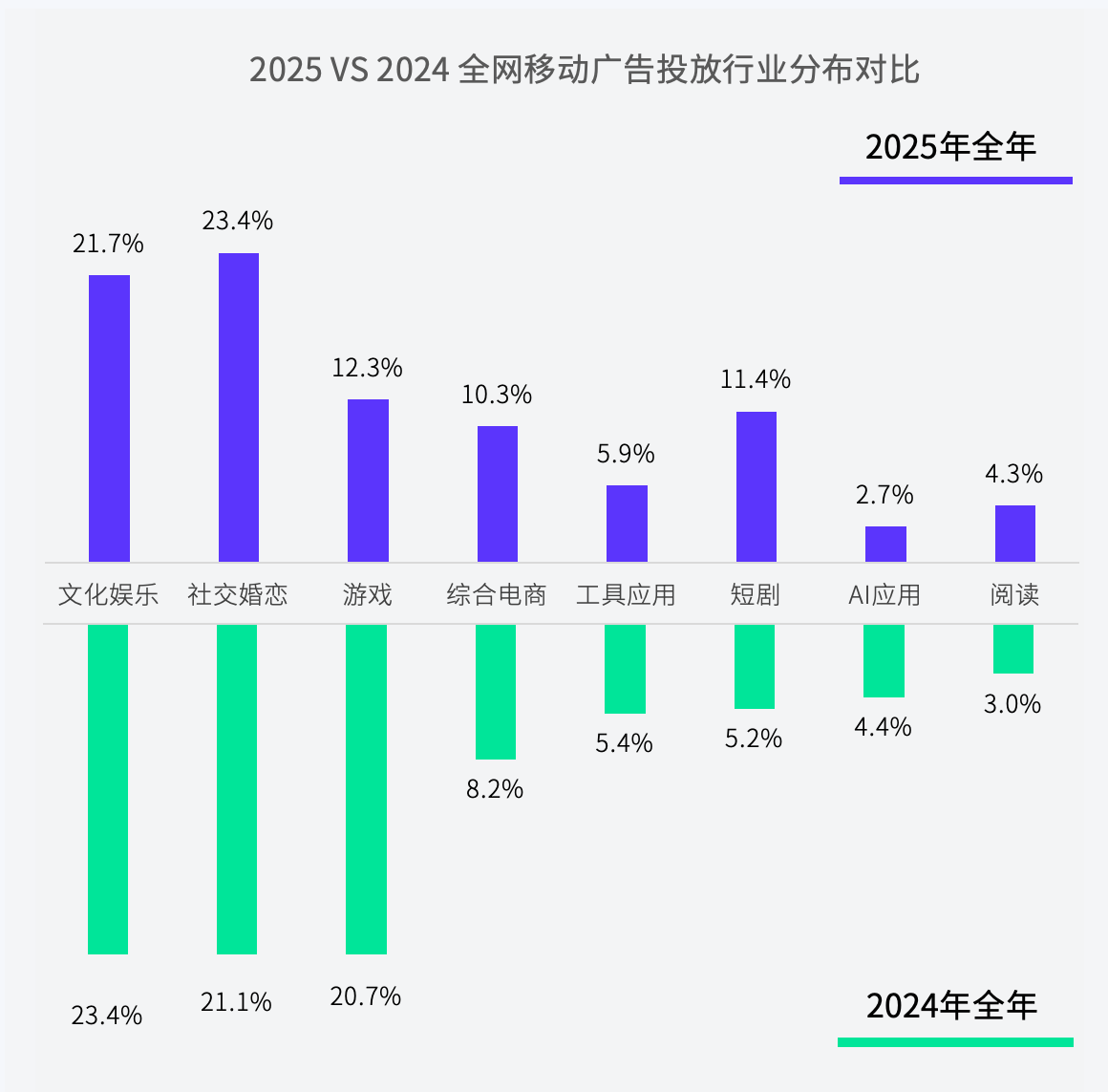


数据来源: [AppGrowing](#) 国内移动广告数据分析平台

*广告投放数仅统计移动广告投放数; 统计时间: 2025.01.01-2025.12.31

大盘：游戏投放趋于精细化

2025 年全网移动广告投放呈现显著结构性升级。社交婚恋、短剧投放占比持续提升，文娱、游戏、综合电商投放占比有所回落，折射在流量成本高企下，行业已从粗放式投放转向精准化、场景化布局，更注重投放 ROI 与赛道增量价值。

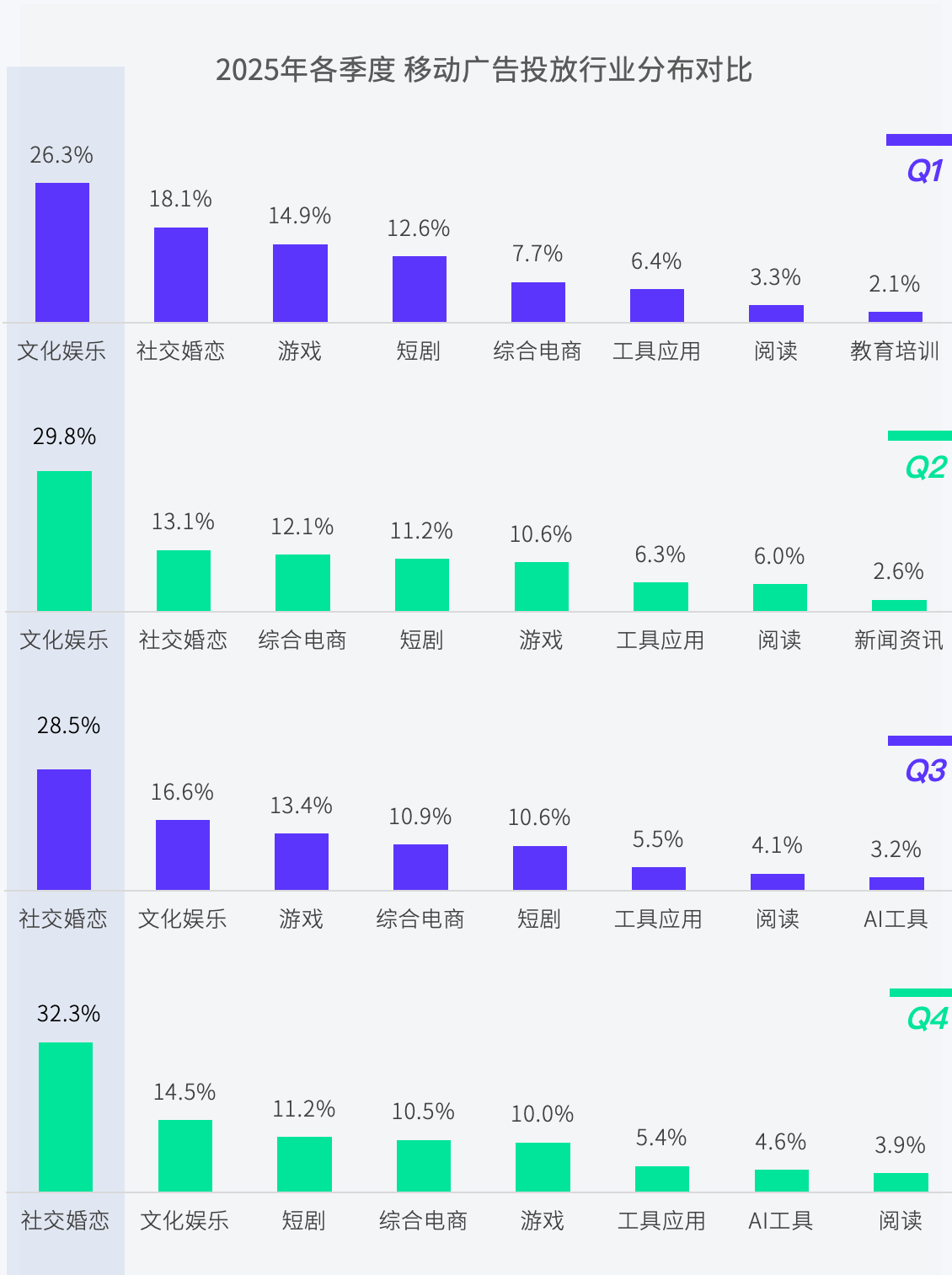


数据来源: [AppGrowing](#) 国内移动广告数据分析平台

*广告投放数仅统计移动广告投放数; 统计时间: 2025.01.01-2025.12.31

季度投放趋势对比

行业投放策略随消费节点、内容生态与技术落地动态调整。Q1 聚焦文娱内容营销，Q2 受电商大促驱动，综合电商投放占比提升；Q3 起社交婚恋成为核心赛道，短剧、AI 工具等新兴赛道占比持续攀升。



数据来源: AppGrowing 国内移动广告数据分析平台

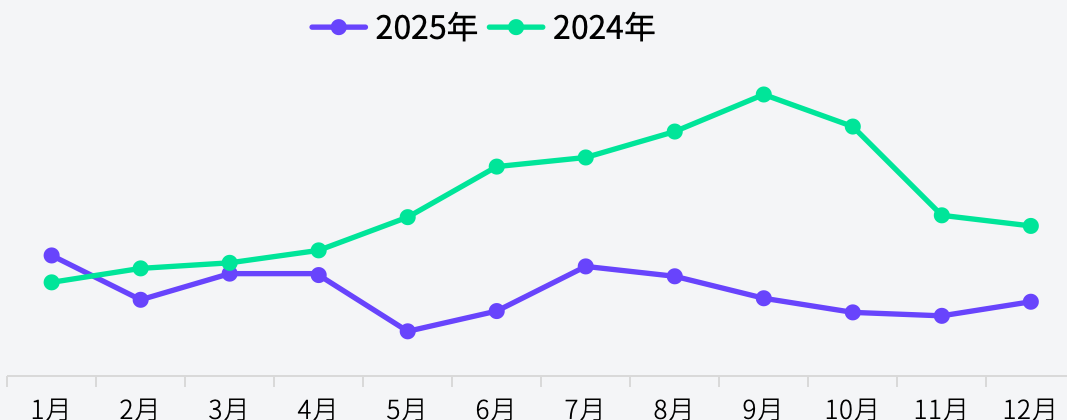
*广告投放数仅统计移动广告投放数; 统计时间: 2025.01.01-2025.12.31

游戏投放从“量”到“质”

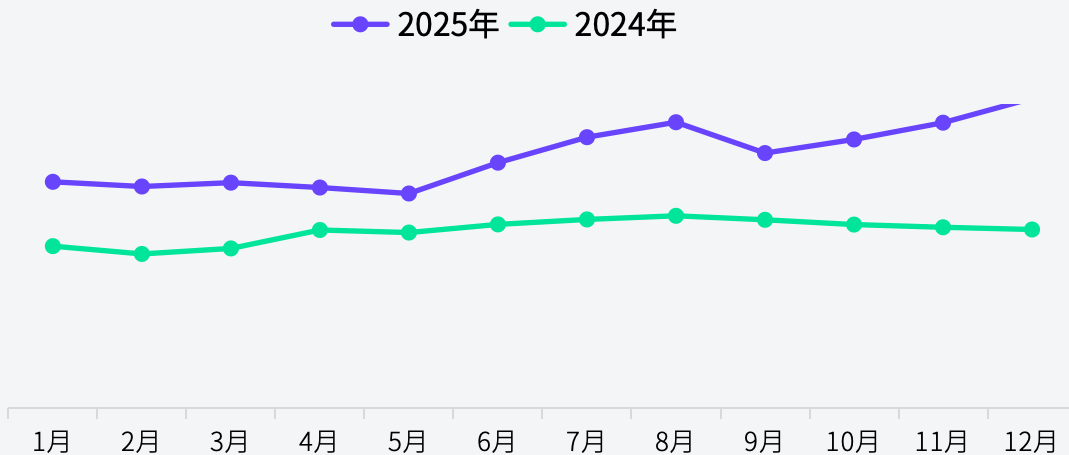
2025年游戏在投APP数量激增，主要源于版号常态化后，中小及细分品类新品大量入场，市场供给扩容。而广告投放数整体低于2024年，也正是行业投放精细化的直接体现：

厂商从广撒网转向精准触达，收缩低效投放，将预算集中于高转化渠道与关键节点；同时，短视频种草、KOL合作等多元营销方式分流了广告预算，使得广告投放数下降。

2025年 VS 2024年 游戏广告投放数趋势



2025年 VS 2024年 游戏全网在投APP数趋势



数据来源: [AppGrowing](#) 国内移动广告数据分析平台

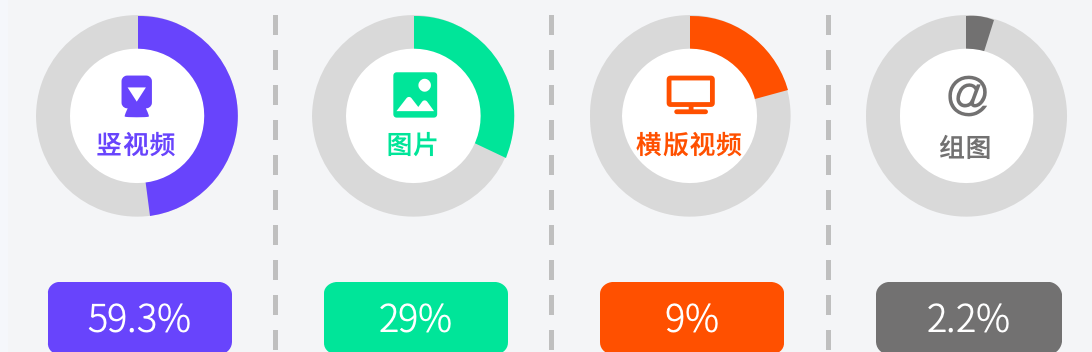
*广告投放数仅统计移动广告投放数; 统计时间2024年、2025年

竖视频广告占比逐月上涨

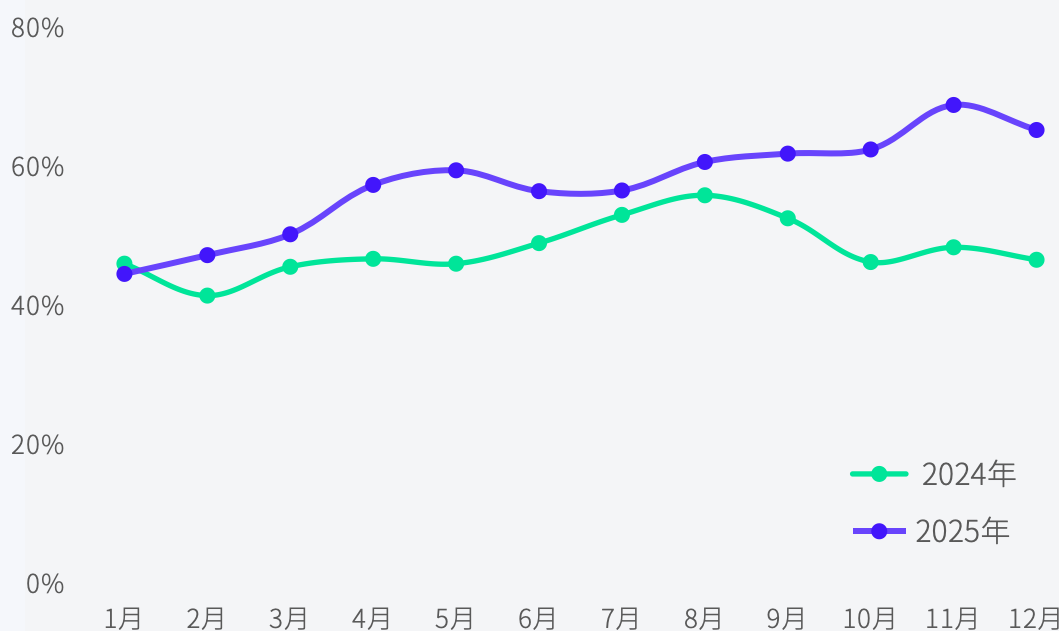
广告投放形式依旧以视频形式为主，但是环比2024年，竖视频广告素材数占比下降明显，图片素材占比则提升至35.8%。

推测今年开发者/小团队显著增加，前期因为成本及投放测试的因素更多尝试图片类素材。

2025年 全网在投移动广告素材投放形式分布



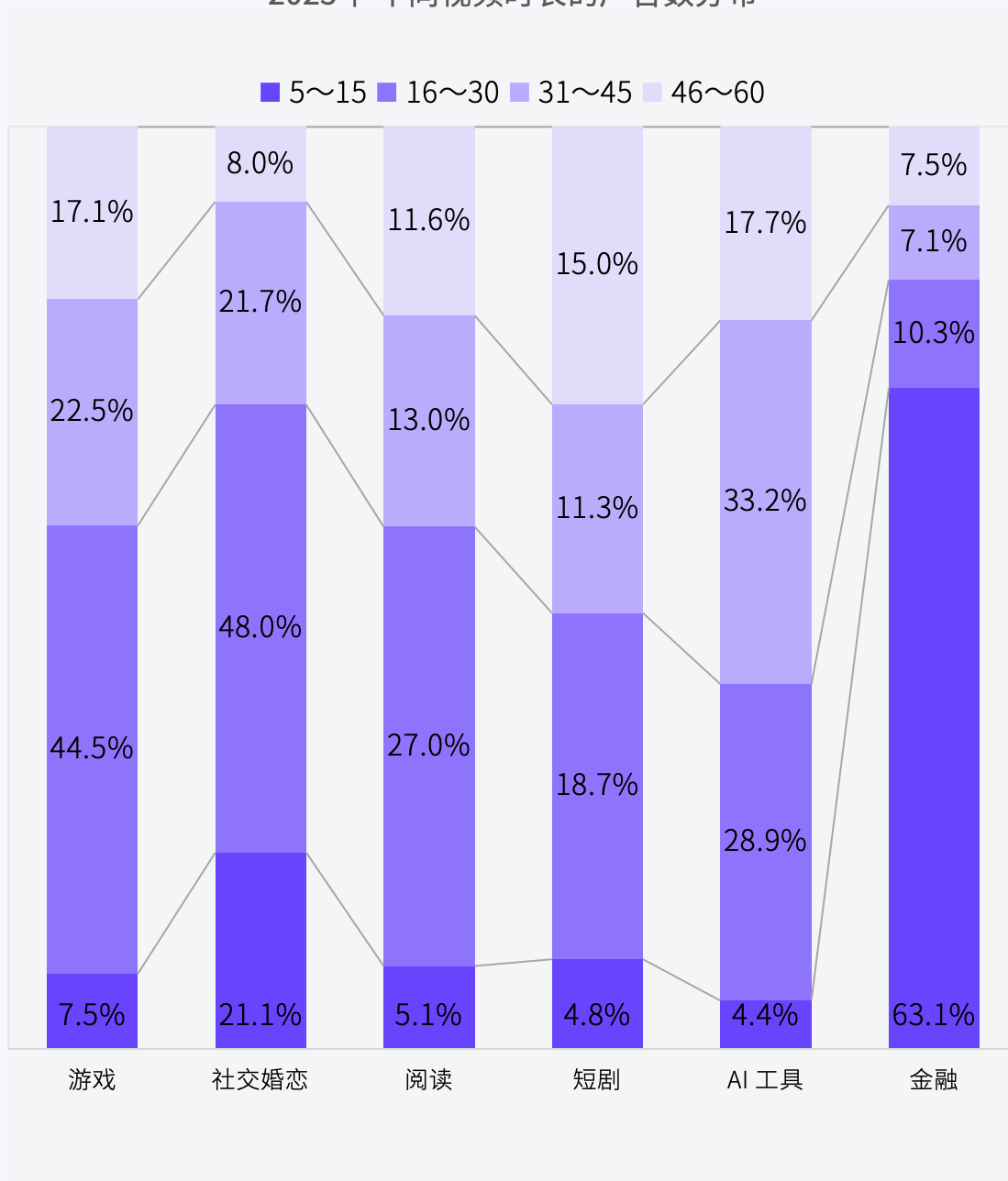
2025年 竖视频广告投放占比波动



行业差异化时长策略明显

2025年各行业视频素材时长呈现明显分化：金融主打短时效素材，金融 5-15 秒占比超 6 成，追求快速触达；游戏、社交婚恋则侧重 16-45 秒中长素材，侧重内容叙事；阅读、短剧依赖 46 秒以上长时素材，适配内容沉浸传播。

2025年 不同视频时长的广告数分布

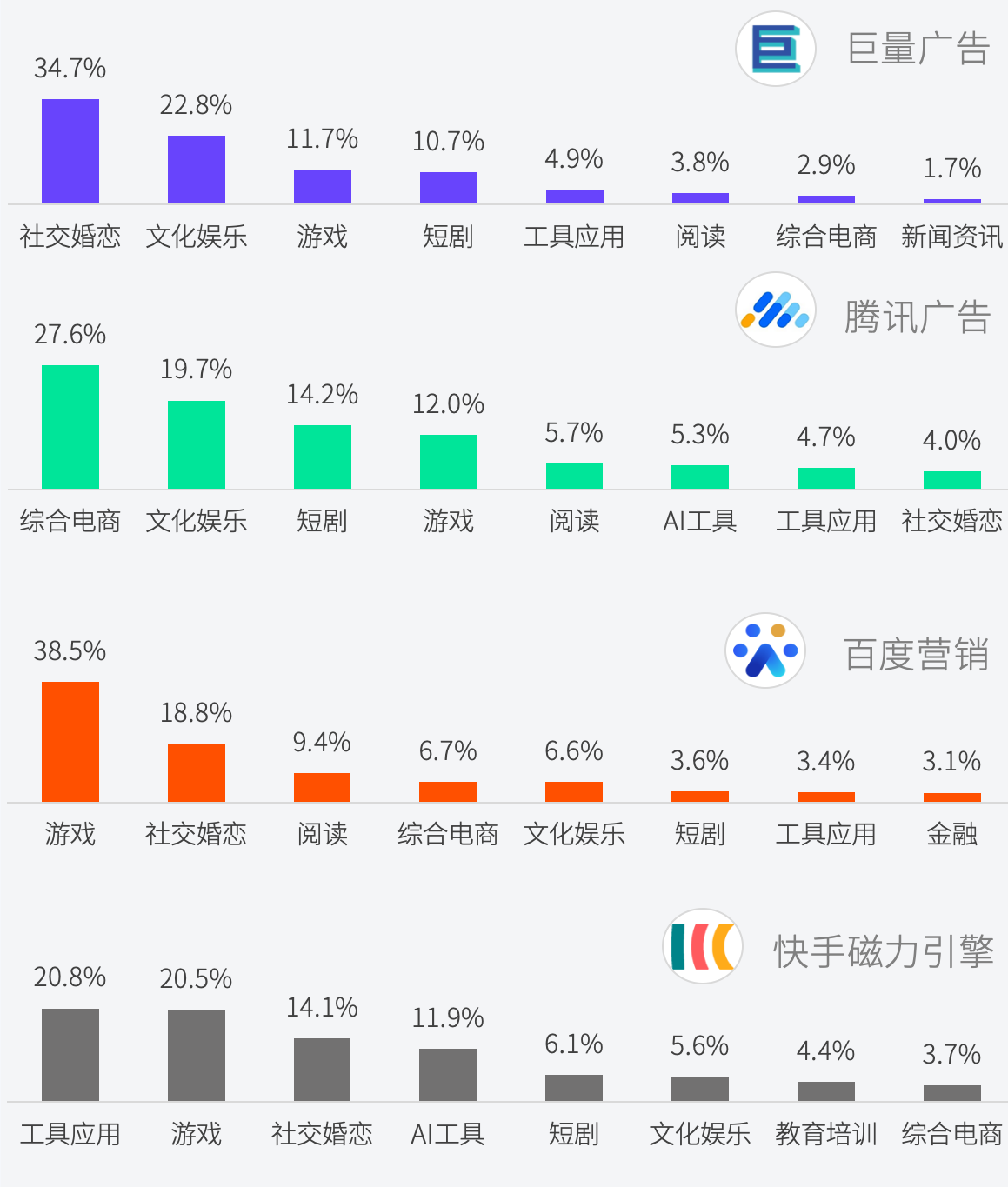


数据来源: [AppGrowing](#) 国内移动广告数据分析平台; 统计时间: 2025.01.01-2025.12.31
以不同行业风格时长为5-60s的视频广告为整体, 计算各细分项的占比

四大流量平台行业投放分布

2025年各平台投放格局凸显行业与流量场景的深度绑定，巨量、腾讯、百度、快手分别依托生态优势，成为社交婚恋、综合电商、游戏、工具应用等行业的核心投放阵地。

2025年 重点流量平台行业投放分布



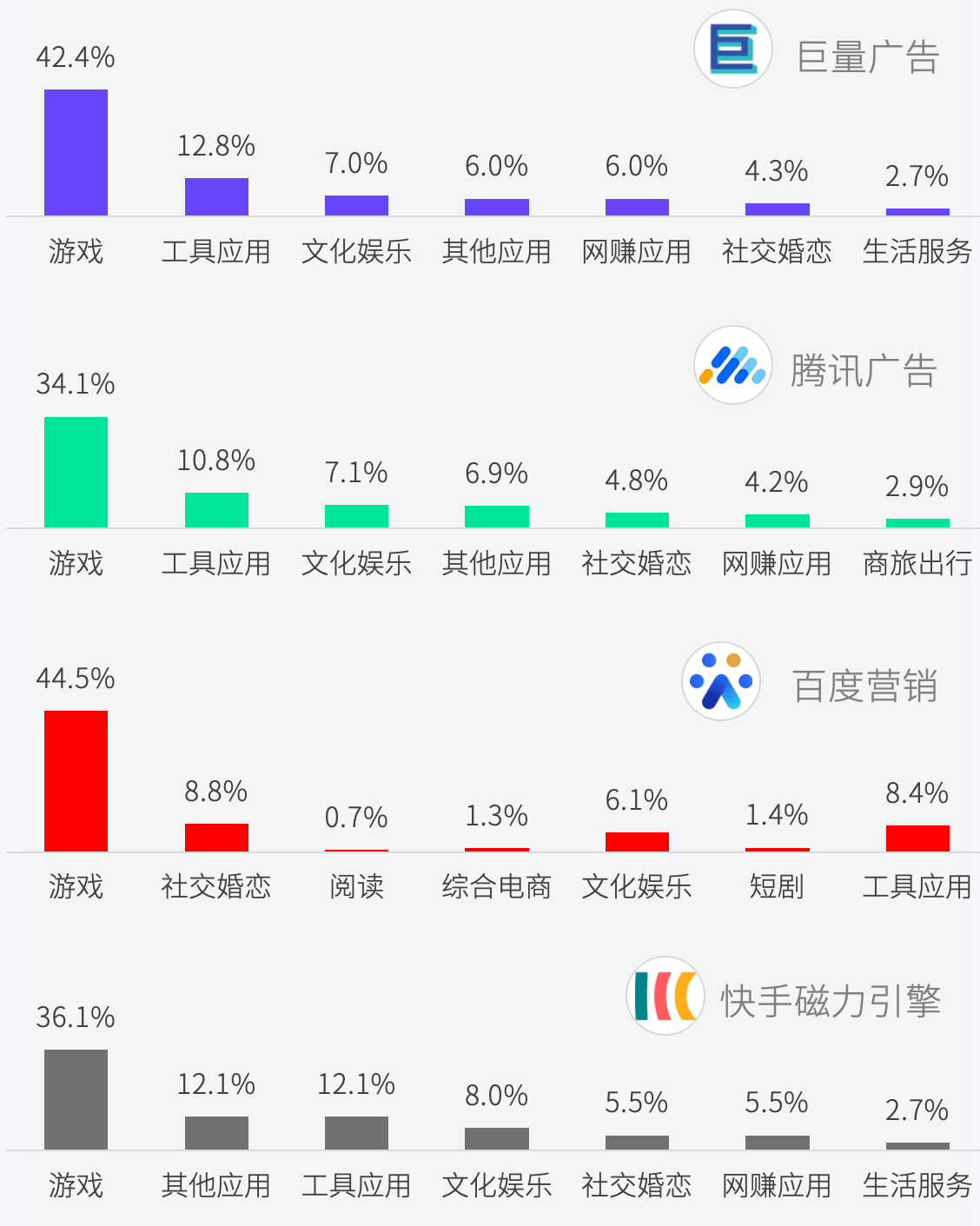
数据来源: AppGrowing国内移动广告数据分析平台; 时间: 2025.01.01-2025.12.31

*以上按广告投放数占比降序排列, 各平台仅展示占比前八的重点行业

四大流量平台在投APP类型分布

2025年手游行业在投APP优势明显，四大主流平台在投APP占比均在30%以上。

2025年 重点流量平台行业APP分布



数据来源: [AppGrowing](#)国内移动广告数据分析平台; 时间: 2025.01.01-2025.12.31

*以上按广告主数占比降序排列, 各平台仅展示占比前七的重点行业

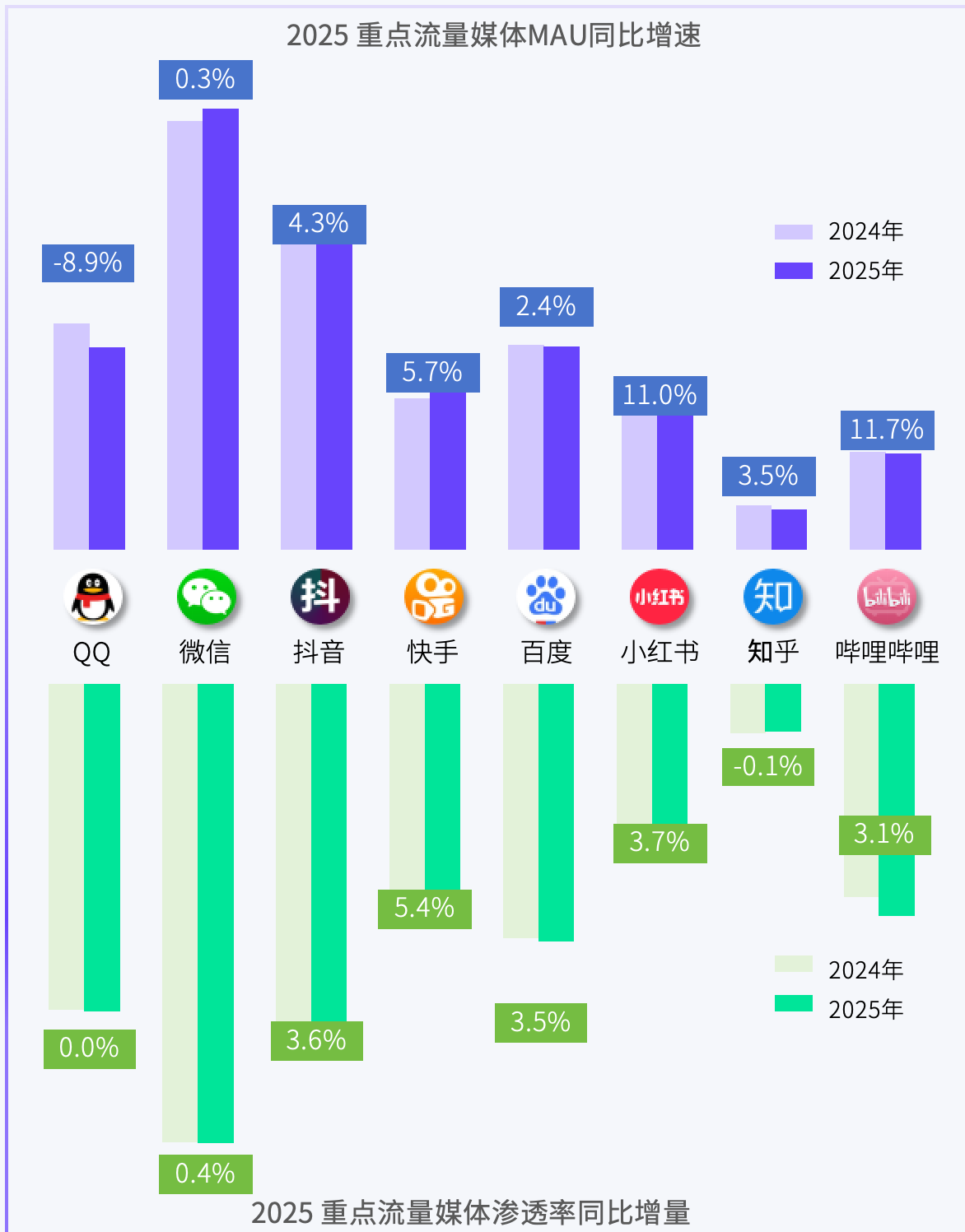
02

流量平台观察



流量媒体呈成熟稳盘、垂类突围格局

微信、抖音等超级 APP MAU 增速微增，但渗透率持续提升，反映存量市场下厂商深耕用户粘性的成效；小红书、B 站等垂类平台 MAU 与渗透率双增，反映出内容垂直化、圈层化的营销趋势。



数据来源：月狐数据；统计时间：2024年、2025年

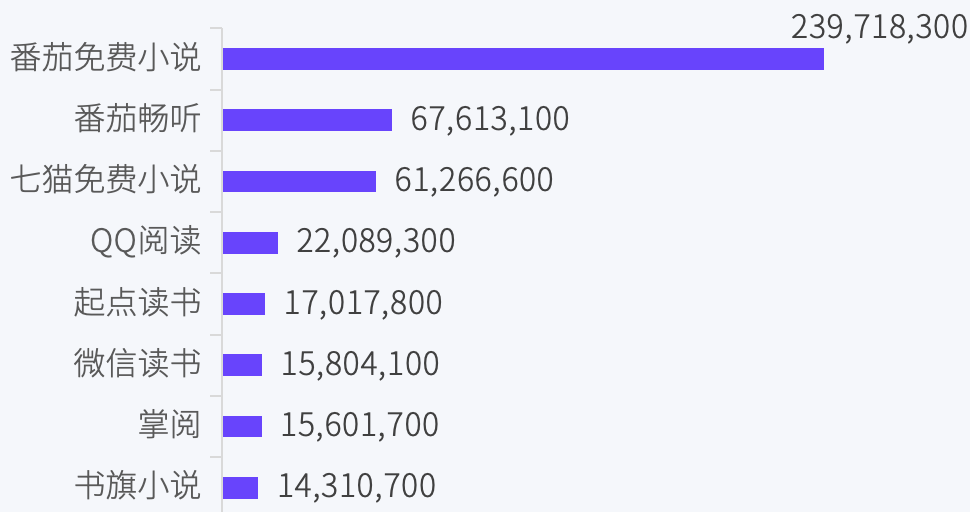
APP月活排行总榜：微信依然领先

移动互联网应用月活（MAU）排行榜TOP40

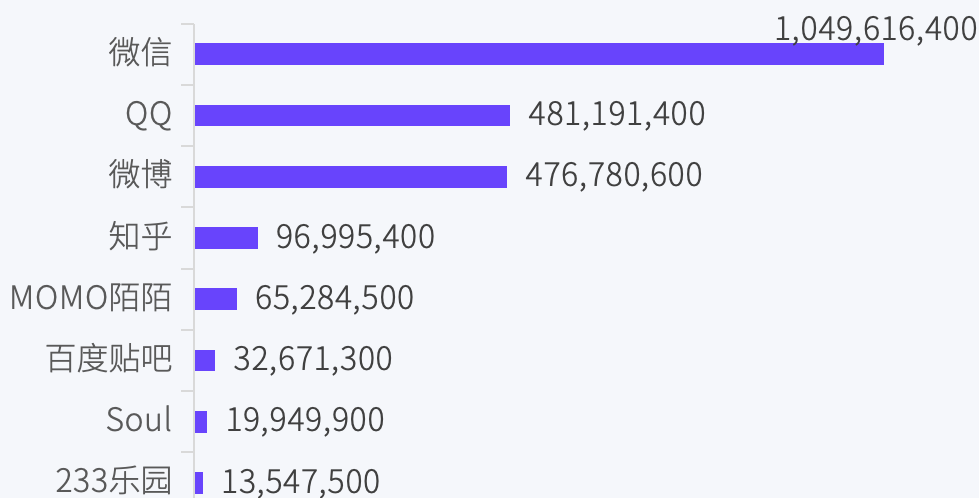
排名	APP	MAU (万)	排名	应用名称	MAU (万)
👑	微信	104961	21	农业银行	29360
👑	淘宝	95414	22	QQ浏览器	29867
👑	支付宝	95231	23	抖音极速版	27397
4	抖音	75772	24	华为应用市场	27392
5	拼多多	70319	25	今日头条	26514
6	京东	68535	26	中国移动	24100
7	高德地图	63535	27	番茄免费小说	23971
8	美团	58381	28	哔哩哔哩	23034
9	百度地图	52572	29	豆包	21890
10	百度	48384	30	中国工商银行	21192
11	QQ	48119	31	优酷视频	20544
12	微博	47678	32	铁路1206	19434
13	搜狗输入法	42271	33	酷狗音乐	17030
14	快手极速版	42243	34	中国建设银行	16667
15	快手	42104	35	夸克	15831
16	百度输入法	41715	36	vivo应用商店	14285
17	腾讯视频	34363	37	讯飞输入法	14200
18	小红书	33840	38	剪映	14186
19	QQ音乐	31303	39	大众点评	14074
20	爱奇艺	29651	40	今日头条极速版	14016

分行业月活榜： 阅读社交头部领跑，垂类平台成 广告投放核心增量

数字阅读领域应用榜单-月活 TOP 8



网络社交领域应用榜单-月活 TOP 8

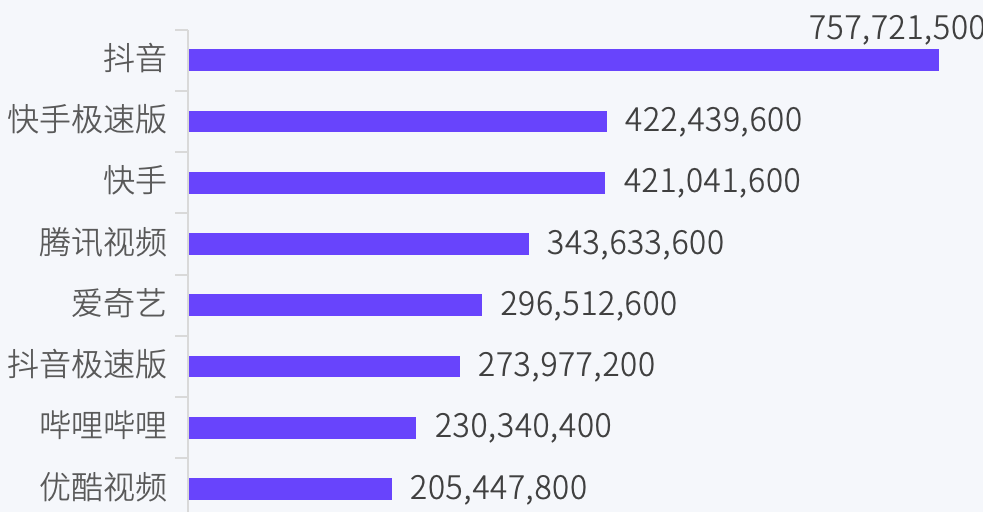


分行业月活榜： 购物头部格局稳固，教育 AI 赋能赛道 升级



分行业月活榜： 视频直播头部领跑，工具赛道智能升级

视频直播领域应用榜单-月活 TOP 8



实用工具领域应用榜单-月活 TOP 8



03

APP风云榜



APP 推广总榜

2025年全年
APP 下载榜 TOP 10

 1 爱聊	 2 红果 免费短剧
 3 抖音短视频	 4 快手
 5 京东	 6 番茄小说
 7 抖音极速版	 8 腾讯元宝
 9 夸克浏览器	 10 拼多多

2025年 APP 下载榜 TOP 50

TOP1-17	TOP18-34	TOP35-50
爱聊	今日头条	他趣
红果免费短剧	相依	支付宝
抖音短视频	闲鱼	甜友
快手	百度极速版	作业帮
京东	七猫免费小说	Soul
番茄小说	悟空浏览器	唯品会
抖音极速版	同城寂寞约会	得物 (毒)
快手极速版	伊对视频找对象	momo陌陌
腾讯元宝	番茄畅听音乐	千问
夸克浏览器	番茄畅听	英雄没有闪
拼多多	ABC英语角	Hi 蜜友
淘宝	百度	喜番短剧
抖音火山版	相悦	缘会
河马剧场	UC浏览器	尤爱
小红书	向僵尸开炮	心言
同城夜聊	快相亲	捕鱼大咖
阿里巴巴	美团	

数据来源: [AppGrowing](#)国内移动广告数据分析平台

以上排名按广告投放数综合排列, 统计时间: 2025.01.01-2025.12.31

金融 APP 热投榜

2025年全年 金融类推广榜 TOP 25

APP类推广榜TOP 25		留资类推广榜TOP 25	
排名	APP类	排名	留资类
1	支付宝	1	微粒贷
2	京东金融	2	秘 秘 险
3	同花顺手机炒股股票软件	3	星火保
4	拍拍贷借款	4	水滴保
5	社保电子管家	5	360借条
6	优速融	6	支付宝
7	国泰君安君弘	7	分期乐
8	中信期货	8	度小满
9	微众银行	9	中国平安
10	期货	10	招联金融
11	可乐记账	11	中信建投
12	点点福财	12	泰康
13	华银	13	银河证券
14	安逸花-现金借钱借款小额贷款平台	14	国泰君安
15	华欣金业	15	广发证券
16	国金佣金宝	16	平安证券
17	飞鸭AI记账	17	国信证券
18	淘宜融	18	宁波银行
19	招商银行掌上生活	19	金存金
20	九方智投	20	财付通
21	富得FD	21	指南针-智能炒股
22	中国白银	22	招商银行
23	多多保单	23	汇丰
24	盈盈订购	24	中国邮政银行
25	掌上白银	25	建设银行

数据来源: [AppGrowing](#)国内移动广告数据分析平台

以上排名按广告投放数综合排列, 统计时间: 2025.01.01-2025.12.31

社交 APP 热投榜

2025全年 社交类推广榜 TOP 50

排名	APP	排名	APP
1	爱聊-原陌声交友	26	慢遇
2	同城夜聊	27	一对
3	相依	28	牵语
4	同城寂寞约会	29	心恋
5	伊对视频找对象	30	爱暖聊天
6	相悦	31	爱他
7	快相亲	32	附近快聊
8	他趣	33	Ta爱
9	甜友	34	陌熟
10	Soul	35	甜梦
11	momo陌陌	36	邻缘
12	Hi蜜友	37	偶恋
13	缘会	38	她缘交友
14	尤爱	39	糖聊交友
15	相盼	40	轻恋
16	心言	41	尽欢
17	附近寻爱	42	橙见
18	缘盼	43	红娘牵线
19	心连	44	心遇
20	TT语音	45	乡颜
21	最爱	46	荷缘
22	瞬爱	47	觅悠
23	面面	48	伴颜
24	缘缘	49	惟一
25	念梦	50	话炉

数据来源: [AppGrowing](#)国内移动广告数据分析平台

以上排名按广告投放数综合排列, 统计时间: 2025.01.01-2025.12.31

工具 APP 热投榜

2025年全年 工具类推广榜 TOP 50

排名	APP	排名	APP
👑	夸克浏览器	26	vivo应用商店
👑	百度极速版	27	Lovekey键盘
👑	悟空浏览器	28	QQ浏览器
4	百度	29	美片
5	UC浏览器	30	优天气
6	小米应用商店	31	海报工厂
7	UC浏览器极速版	32	WPS Office
8	纳米搜索	33	手心输入法
9	UC浏览器福利版	34	安卓同步助手-安卓互传克隆
10	百度网盘	35	闪剪
11	搜狗输入法	36	薄荷壁纸
12	360清理大师极速版	37	享动
13	七彩天气	38	主题秀秀
14	360清理大师	39	智能扫描仪
15	手心清理管家	40	准雨天气
16	手心清理大师	41	WiFi万量钥匙
17	360手机卫士极速版	42	360AI办公
18	测测星座	43	安澜时长管家
19	专业指南针	44	百度输入法
20	Colorful Widget-彩虹小组件	45	免费流量宝
21	5G精准天气	46	豹趣魔屏
22	夸克扫描王	47	一键清理大师
23	应用宝	48	智净手机空间
24	扫描全能王	49	主题库Pro
25	全民免费清理	50	健行派

数据来源: [AppGrowing](#)国内移动广告数据分析平台

以上排名按广告投放数综合排列, 统计时间: 2025.01.01-2025.12.31

阅读 APP 热投榜

2025年全年 阅读类推广榜 TOP 50

排名	APP	排名	APP
1	番茄小说	26	点众阅读
2	七猫免费小说	27	阅友免费小说
3	常读免费小说	28	浩看免费小说
4	喜马拉雅FM	29	全免小说
5	蛋花免费小说	30	安心畅看
6	点点穿书	31	追读
7	百度文库	32	琅阅小说
8	得间免费小说	33	阅友小说
9	河马畅听	34	趣读免费小说
10	盛读小说	35	江湖免费小说
11	速读免费小说	36	QQ阅读
12	得间小说-小说电子阅读器大全	37	贤读
13	快看漫画	38	得间畅听
14	灵猫免费小说	39	飞卢小说
15	话本小说	40	格子小说
16	起点读书	41	小说阅读吧
17	米读(极速版)	42	LOFTER
18	书旗小说	43	盐言故事
19	阅瓣免费小说	44	免费阅读器
20	得间小说极速版	45	七读免费小说
21	袋鼠点点	46	淘小说HD
22	腾讯动漫	47	青橙小说
23	拾贝小说	48	淘小说
24	浩阅免费小说	49	兔U
25	追书神器	50	Ai小说创作精灵

数据来源: [AppGrowing](#)国内移动广告数据分析平台

以上排名按广告投放数综合排列, 统计时间: 2025.01.01-2025.12.31

电商 APP 热投榜

2025年全年 电商类推广榜 TOP 50

排名	APP	排名	APP
👑	京东	26	当当
👑	拼多多	27	小鹿由
👑	淘宝	28	盒马
4	阿里巴巴	29	苏宁易购
5	闲鱼	30	福宝来
6	唯品会	31	转转
7	得物(毒)	32	菜鸟
8	淘宝直播	33	街猫
9	天猫	34	购物省钱联盟
10	一淘	35	搜款网
11	东方甄选	36	UKAKA
12	识货	37	高铁特惠搜
13	慢慢买比价购物助手	38	淘点优惠省钱券
14	淘特	39	指尖订购
15	95分	40	伴友直播
16	IKEA宜家家居	41	美团买菜
17	千岛	42	拇指订购
18	抖音商城	43	多多买菜到家
19	手游折扣宝	44	小象生鲜买菜超市
20	羊小咩	45	医美优惠查
21	小转帮	46	特价点外卖订餐
22	饭饭星社	47	税免商城
23	红布林	48	商标转让交易宝
24	瓜子二手车直卖网	49	返利
25	众橙	50	筷子生活

数据来源: [AppGrowing](#)国内移动广告数据分析平台

以上排名按广告投放数综合排列, 统计时间: 2025.01.01-2025.12.31

手游推广总榜： 向僵尸开炮稳居榜首

2025年全年 手游推广榜TOP10		2025年全年游戏APP推广榜TOP50		
		TOP1-17	TOP18-34	TOP35-50
		向僵尸开炮	寻道大千	小小英雄
		英雄没有闪	捕鱼大奖赛	荣华富贵
		鱼乐达人	三国：谋定天下	果汁消不停
		捕鱼大咖	原始征途	时光杂货店
		时光大爆炸	无尽冬日	逆水寒
		超自然行动组	王者征途	佣兵小镇
		梦幻西游	奶奶的小农院	造梦次元
		仙遇	纸冤	我是歌王
		永远的蔚蓝星球	保卫向日葵	快来当领主
		率土之滨	3D乐乐捕鱼	西游仙魔传
		捕鱼大作战3D	三国志·战略版	热血江湖手游
		烈焰觉醒	问剑长生	燕云十六声
		我爱喝果汁	4399游戏盒	小7手游
		杖剑传说	我的休闲时光	斗罗大陆
		233乐园	一念逍遥	灵兽大冒险
		996传奇盒子	神火大陆	DNF手游
		武林外传：十年之约	途游休闲捕鱼	

数据来源: [AppGrowing](#)国内移动广告数据分析平台

以上排名按广告投放数综合排列, 统计时间: 2025.01.01-2025.12.31

重点游戏风格热推手游TOP10

2025年全年手游的五大重点风格分别是仙侠、传奇、模拟、棋牌和消除，手游投放经典赛道稳盘，细分品类突围。

2025年全年 重点风格热推手游TOP10					
	 仙侠	 传奇	 模拟	 棋牌	 消除
1	寻道大千	烈焰觉醒	时光大爆炸	鱼乐达人	打个毛线
2	纸冤	996传奇盒子	无尽冬日	捕鱼大咖	开心消消乐®
3	问剑长生	原始征途	时光杂货店	鱼乐达人	财运绵绵
4	一念逍遥	神火大陆	逆水寒	捕鱼大作战3D	天才连一连
5	小小英雄	热血屠龙	全民养猪场	捕鱼大奖赛	黄金万两
6	逆水寒	骷髅传奇	最强祖师	3D乐乐捕鱼	橙子优选
7	西游仙魔传	龙迹之城	好运菜市场	途游休闲捕鱼	魔法消消乐
8	热血江湖手游	原始传奇	我的花园世界	逆水寒	消个毛线
9	仙剑奇侠传：新的开始	九域诸天	长安幻想	捕鱼神手	多财多亿
10	阴阳双剑	冰雪福利版	大话西游	乐乐捕鱼	福运黄金

数据来源: [AppGrowing](#)国内移动广告数据分析平台

以上排名按广告投放数综合排列, 统计时间: 2025.01.01-2025.12.31

04

行业真知灼见





“长线深耕，社交驱动：
2026移动游戏流量新格局”

进入2026年，中国数字营销正加速迈入“长线深耕”阶段。网络游戏领域尤为明显，新品突围难度普遍提升，头部内容集中度持续走高。根据伽马数据统计，2025年TOP100收入结构中老产品收入占比已接近95%。以新品冲量为核心的增长模式正在退潮，围绕内容与用户资产的长期经营，正成为游戏营销的主流方向。

在这一结构性变化下，营销逻辑从“流量消耗”转向“内容沉淀”，产品生命周期被重新定义。围绕IP联动、代言合作等版本更新这类持续性营销运营策略，正逐步替代传统的“一波流投放”。数据显示，系统化推进长线经营的游戏，上线一年后用户留存率可达40%至70%，三年累计收入倍数较过往平均水平实现翻倍增长。流量不再只是获客工具，而是可沉淀、可持续经营的内容资产。

平台流量机制同步进化，从“大基建驱动”走向“好素材驱动”。早期投放竞争更多依赖预算铺量、规模化素材堆积与出价优先获取曝光。但随着内容生态成熟与用户审美升级，流量逻辑发生结构性转变——平台更加关注内容完播率、互动质量以及转化后的留存与LTV表现，**流量开始向真正受用户欢迎的内容倾斜**，而非单纯向出价高的一方倾斜。

内容生态的厚度，为长线经营提供了持续动力。抖音覆盖全国64.7%的游戏兴趣人群，构建起庞大的用户基础；同时聚集超过900万游戏内容创作者，持续生产测评、攻略、剧情演绎、直播互动等多元内容形态。内容已经成为驱动留存与转化的关键变量，“内容即分发、内容即经营”的生态能力，为游戏产品提供稳定而持续的流量支撑。

小游戏赛道则成为内容驱动增长的典型样本。过去一年，抖音小游戏流水规模实现100%增长，活跃规模同比提升120%，达人供给增长300%。小游戏对全端用户时长贡献提升至75%以上。2025年新游上线数量同比增长41%，新游贡献总流水同比增长56%，全年共有74款新游进入畅销榜TOP100，其中月流水破千万产品超过10款。规模扩张与效率提升同步发生，验证了内容路径的可持续性。

社交密度的提升，进一步成为拉长生命周期与提升LTV的重要杠杆。以“小火人”等机制为代表，社交关系被“玩法化”，日活突破1亿，显著增强关系链活跃度与年轻用户参与度。消费端强化内容转化能力，供给端扩大创作者规模，厂商侧强化内容运营与社交设计，“能力+内容+社交+广告”多维协同，构建起更完整的增长闭环。

展望2026年，**AI将持续重塑线上投放生态。素材生产走向精品化与规模化并行，流量更偏爱长期价值，以LTV为核心指标。**直播、短剧、小程序等多形态内容成为扩展流量池的重要入口，全域内容协同逐步替代单点投放。

整体来看，移动游戏流量格局正在形成清晰趋势：**从爆发式增长转向长线深耕，从规模竞争转向内容竞争，从“大基建驱动”转向“好素材驱动”。**在存量时代，真正具备持续增长能力的，是那些能够沉淀用户关系、强化社交连接、持续产出优质内容，并借助AI提升经营效率的品牌与产品。



“ AI驱动增长引擎，
共建智能营销新生态 ”

2025年，AI技术正以前所未有的深度重塑数字营销格局。腾讯广告以AI为核心驱动力，通过腾讯广告AIM+等产品推动广告流量生态与小游戏行业进入智能化、精细化、多元化的新阶段。

腾讯广告连续十二个季度保持两位数增速，其中约一半收入增长直接来源于AI技术驱动的ECPM提升。腾讯广告AIM+让投放操作项减少50%、测试周期缩短50%-70%，通过智能创意等产品使创意成本降低50%+。AI不再只是效率工具，而是直接创造商业价值的核心生产力。

小游戏行业迎来黄金时代。微信小游戏月活跃用户超5亿，2025年第二季度总流水同比增长20%。增长逻辑正发生根本转变：从“买量依赖”转向“内容+社交双驱动”，小游戏已从轻度休闲向中重度玩法延伸，混变模式（IAA+IAP）成为行业主流，试玩广告等创新形态显著提升了转化效率。

流量生态呈现新特征。视频号广告收入同比增长超过50%，广告加载率维持在较低水平，证明AI精准投放可实现“低加载率+高增长”的新范式。PC流量池库存同比增长2倍，短剧、漫剧成为新兴流量蓝海，为广告主提供更多增量空间。

在这场变革中，腾讯广告正以AI技术为支点，撬动流量效率、变现模式与用户体验的全面升级，与行业伙伴共同探索智能营销的无限可能，在存量时代开辟新的增长曲线。



“ 全局提质增效，
AI营销效果涌现 ”

决定AI营销价值上限的，从来不只是某一项能力是否足够先进，而在于能否稳定协同，覆盖从需求产生到转化成交的全过程。百度AI营销围绕营销核心流程，进行能力整合，系统性覆盖从场域拓展、创意生成到精准投放、转化提效全链路，让营销动作更精准、效果更可预期，实现从投放到转化的全局提质增效。

新场域的价值在于能够即时完整地满足用户更加个性化的需求，同时为企业拓展商业空间。百度AI营销『新搜索』，让搜索场景的营销形态，变成能够理解用户意图、并直接交付完整解决方案的模式，让搜索行为本身，成为AI营销效果涌现的新触点。

百度AI营销『擎舵』，让AI成为企业的专业创意团队，极大降低了从创意概念到视觉成片的门槛，使企业能够以工业化效率，规模化生产创意内容。百度AI营销『极简投放』，让AI成为企业的智能投放团队，将复杂的AI投放能力集合为“一站式、自动化”的智能投放，降低专业门槛，让企业以更可控的成本和更高的效率，实现用户触达。

百度AI营销『商家智能体』，让AI成为企业的专属销售团队，具备对用户需求和企业业务的深度理解能力，能根据语境进行深度对话，将营销从单向传播升级为双向关系建构，提升服务接待能力。

百度AI营销『数字人直播』，让AI成为企业“永不停歇”的主播团队，能保证输出质量的稳定，并能以趋近于零的边际成本快速复制，形成覆盖全平台、全时段的直播矩阵。

百度AI营销正在深度融入营销的各个关键环节，服务于一个务实的目标——在复杂、多变的商业环境中，为企业提供更加确定、可复制的增长路径。



“ 从APP到OS屏，
开启终端营销新范式 ”

2026年，终端营销已进入全新发展阶段。流量红利见顶的当下，广告主的增长逻辑已从“流量获取”转向“价值深耕”。OPPO广告基于对行业趋势的洞察，提出全新价值主张：从APP到OS屏，依托OS生态的新场景与产品能力，为广告主打造用户增长与经营的新阵地、新方法。

回顾终端营销的发展，从2015年起依托原生APP实现流量变现的1.0阶段，到2019年探索系统浅场景、缩短服务触达链路的2.0阶段，行业始终在围绕“更高效触达用户”迭代升级。而当下，终端营销已正式迈入3.0时代，**基于OS屏场景的营销**，成为行业破局增长的核心方向，这也是OPPO广告在2026年为行业找到的核心增长机会点。

OS屏场景营销的核心，是打破传统营销的边界与局限，从用户的即时需求出发，重构广告主与用户的链接逻辑，其核心体现在三个维度：一是从虚拟数据到物理的人，建立基于屏的用户意图识别能力，精准捕捉用户即时需求，可以将优惠券、比价等服务与用户需求直接链接；二是打破APP与系统场景的边界，比如通过OS独有的OPUSH、流体云、小布助手等能力，跨越屏的界限，实现服务的确定性触达；三是从单纯的应用推荐转向价值外显，以价值点直接激发用户需求，提升转化效率。这一模式，让营销从“找流量”变成“找需求”，从“广撒网”变成“精准触”，完美适配当下行业的生长需求。

从1.0的APP阵地，到2.0的系统浅场景，再到3.0的OS屏营销，OPPO广告始终与行业同频共振。未来，OPPO广告将以“从APP到OS屏”为核心，秉持**意图识别、场景破域、价值表达**的核心思路，与广告主共同经营OS用户，携手开启移动营销增长的下一个时代。

信息流 三里屯

“ 底层工具越强大，
人的洞察力与判断力就越值钱 ”

"站在2026年的起点看，AI已经基本解决了“降本增效”的问题，信息流广告的竞争正式进入“情境构建”的时代。"

回顾2025年，信息流广告行业经历了一次底层逻辑的重构。在这个高度智能化和自动化的时代，我们观察到了几个关键变局：

1、AI消灭了素材生成门槛，但竞争方向从"挖卖点"转向了"造情境"。

随着AIGC图片和视频真正进入可投放级别，技术彻底重构了素材成本。不过许多团队只会用AI无限翻拍和衍生，陷入到了一个极具迷惑性的“产能陷阱”。当制作门槛被彻底抹平，简单粗暴的“广撒网、堆素材”不再产生额外收益，行业真正的决胜点已经全面上浮到了策略端。真正的破局思维是“用户本位”：我们用AI做的事情，不该是用100种方式讲同一个卖点，而是高度还原出成千上万个不同的“用户原生生活情境”，让内容本身成为最精准的定向手段，刺穿算法的黑盒。

2、平台自动化投放成为主流，优化师的角色被迫进化。

巨量引擎、腾讯广告和磁力引擎等平台的自动化投放产品覆盖率大幅提升，手动调价、人群圈选的操作空间越来越小，投放逐渐变成"上计划+看数据"的工作。但这恰恰意味着，对广告的系统化管理能力——竞品监控、爆款拆解、创意迭代节奏的把控——成了投放效果拉开差距的关键。此外，在数据面前，优化师主观经验的价值越来越低，是否能够科学地分析和预判大盘趋势，逐渐成为高级与初级投手之间的核心分水岭。

3、小游戏进入"精品混变"时代，买量全面从“量”转向“质”。

正如本篇报告数据显示，虽然在投游戏APP数量激增，但行业的投放逻辑已发生质变：纯IAA休闲产品的利润空间收窄，IAA+IAP混合变现及中重度玩法密集涌入。对于买量团队而言，最核心的机会在于：小游戏素材迭代速度极快，谁能第一时间捕捉到大盘正在跑量的“副玩法”和“爆款素材片段”，谁就能在短暂的窗口期内抢占最大的流量红利。

总的来说，这场表面由AI引领的技术革命，本质是在倒逼每个从业者回归营销基本功——理解用户、理解产品、理解平台。底层工具越强大，人的洞察力与判断力就越值钱。

—— 三里屯信息流主编 秦湘



“ 行业正从流量运营迈向
用户价值深度运营 ”

作为深耕行业的垂直媒体，我们深切感受到2025年移动广告生态正经历一场由AI深度驱动的“效率革命”与“创意重构”，我们总结了几种变化与趋势如下：

一、流量格局：从“平台红利”到“AI原生红利”

抖音、腾讯、Meta等平台的算法已从“理解用户”进化到“预测并创造需求”。流量增长的核心逻辑，正从争夺公域曝光，转向利用AI工具（如抖音的“AI素材生成”、Meta的Advantage+）深耕流量”。对于广告主而言，单纯买量的时代已结束，与平台AI共建“精准消费场景”成为新课题。

二、小游戏行业：进入“混合变现与内容化”双轮驱动深水区

小游戏已告别“短平快”的纯IAP（内购）或纯广告模式。趋势表明，“混合变现”模型趋于精细化，激励视频与内购的平衡点成为增长关键。更重要的是，小游戏正加速“内容化”：具备连续剧情、IP化角色、社交裂变属性的产品，能极大提升用户留存与LTV（生命周期总价值）。这要求厂商兼具“游戏内容策划”与“广告增长运营”的双重能力。

三、新变局与新玩法：政策收紧与“私域资产”价值凸显

全球范围内，数据隐私政策持续收紧，IDFA等标识符效力减弱。这倒逼行业形成两大新动态：

1. 第一方数据中台建设成为头部厂商标配；
2. “内容即触点”的泛私域运营兴起。

例如，通过短剧、互动挑战、品牌小游戏等内容形态在平台内沉淀可反复触达的用户关系，将成为抵御流量波动、降低转化成本的核心资产。

四、关键机会点：拥抱“AI创意工业化”，构建敏捷测试体系

素材生命周期急剧缩短，“创意产能”与“数据反馈速度”成为胜负手。我们观察到，领先的广告主已建立“AI创意工具链+敏捷AB测试”的闭环体系，将素材生产从“艺术创作”部分转化为“数据驱动的工业化生产”。建议厂商优先投资于此，实现创意规模、质量与速度的同步提升。

行业正从“流量运营”迈向“用户价值深度运营”。未来的赢家，必是那些能借助AI与数据，将内容、产品与用户关系深度融合的实践者。



“ ‘提质’ 仍是行业发展的主基调 ”

2025年是游戏广告投放显著向质量靠拢的一年，凭借着广告向高质量产品倾斜、资源向高质量素材倾斜、营销目标向付费留存等深度指标倾斜等举措，中国游戏行业取得了较为明显的降本增量成果。

展望未来，我们认为“提质”仍将是行业发展主基调，且存在的部分机会如下：

1. 对小游戏而言，关注App版本效果较佳但小游戏应用不足的获客方式。例如试玩广告、真人素材。以试玩广告为例，据腾讯广告官方数据，2025年微信小游戏试玩广告日均消耗年同比增长844%，小游戏激励版位渗透率由20%大幅增至44%。关注这类获客方式的逻辑是，小游戏的历史更短，其获客方式的进程仍慢于App游戏，使得部分App游戏表现较佳的获客方式，在小游戏中仍属蓝海，进而形成机会。
2. 对游戏行业整体而言，关注AI对高质量素材的价值。不止于生成素材的数量与效率，AI正从“情感”层面打磨素材质量，例如更加适配的口播音色及风格、更易烘托游戏氛围的音乐选择与卡点设计、更能凸显游戏魅力的故事快剪，这些“吸睛”效果更佳但主要依赖人工的环节，正在AI算法的进步下逐步实现自动化。
3. 关注PC端流量机会。据伽马数据调研，2025年受访移动游戏用户中68.5%也在PC端玩游戏。这意味着曝光于PC端的移动游戏，有了更高的可能性触及其目标移动用户。而对PC、移动双端的游戏，或者可于PC平台游玩的小游戏而言，PC端流量的性价比或更高。



柠檬游戏说

“ 好玩法+好内容，
才是未来流量场的唯一硬通货 ”

广告竞价逻辑从【广告参竞】变为【产品*素材参竞】，这不仅仅是一次算法升级，而是对整个内容消费生态的“去泡沫化”改革。这一变化标志着流量分发的颗粒度从“粗放的广告壳”彻底下钻到了“原子化的内容核”。

第一，彻底终结“铺量时代”的红利。在过去几年，许多团队的核心打法是“基建狂魔”——通过批量创建成百上千个计划，利用系统的探索期红利来“撞”出低成本计划。这种逻辑下，素材的平庸往往被庞大的基建数量掩盖。新策略实施后，系统将透过“计划ID”的表象，直接审视底层的“产品x素材”组合。这意味着，重复的基建不再是获取流量的杠杆，甚至可能成为被系统降权的噪音。广告主必须接受一个现实：没有新素材和新产品的注入，单纯的新计划将毫无意义。

第二，素材将从“消耗品”转变为“资产”。在旧逻辑中，素材往往是一次性的，随着计划衰退而废弃。在新逻辑下，【产品x素材】成为一个独立的价值实体。系统会积累该组合的历史数据，优质的素材搭配适配的商品，将拥有更长生命周期和更稳定的跑量能力。这迫使广告主从“在此刻抢夺流量”转向“沉淀优质内容资产”。未来的核心竞争力，在于你能否生产出即便在不同账户、不同时间段，依然能被系统判定为“高价值”的素材。

第三，倒逼组织架构的“产投融合”。这一变革将对传统的“投手”岗位发起降维打击。如果投手的技能仅限于搭建账户和调整出价，在2026年将面临淘汰。新的逻辑要求投放与素材团队深度绑定：素材团队需要懂产品的卖点（商品属性），投放团队需要懂内容的标签（素材属性）。未来的投放方法论将不再是调整出价，而是调整“供需匹配”——即如何为对的产品，生产对的素材，去匹配对的人群。

总而言之，2026年的竞价逻辑变化，是平台在用算法强行纠正市场的“内卷方向”，而“产研+发行+创意”一体化的团队，将迎来真正的发展机会。它在告诉所有入局者：请停止在“账户操作”上通过由于信息差带来的无效内卷，回到商业的本质——打磨你的产品，优化你的内容。只有“好玩法+好内容”，才是未来流量场中唯一的硬通货。



龙虾游戏推荐

“ 流量变现进入深水区，
精细化运营成增长关键 ”

对过去的25年，我有一种“混沌”的感觉。一边，我们对当下市场以及竞争过于清晰。产品透明，信息透明，技术透明。另一边，我们对未来发展和新变化却有一种说不出的“乱”的感觉。在23、24年的时候，我们还能大胆预测可能的流行，可能的品类，可能的赛道。25年，这种“直觉”在“中年制作人”身上消失了。

新旧换代之年，两端化的感觉特别严重。被夹在中间，似乎并不好受。AI技术的发展带来的变化太大。无论是研发侧还是发行侧。当我们看向AI，我们看到了漫剧；看到Seedance2.0；看到了AI生成游戏；也看到了广告平台算法的顺AI和逆AI（直播、达人营销）。而与之相呼应的是社会发展下全球化竞争与格局带动的地域发展与经济增长。

当我们看下海外，我们看到了越南，看到了土耳其的休闲厂商；也看到了tiktok、kwai、lazada等海外渠道。

正低头，我们发现国内的玩家群体也发生了变化。

新生代带着他们的兴趣爱好和各种亚文化需求出现，而中老年用户又正被怀旧游戏吸引。

游戏场景出现了小游戏，手游，PC主机的三分天下。

以小游戏团队为例。

以前我们只要想着，一个IAA流量团队怎么升级成IAP游戏团队。

现在我们想着怎么更高效的生产，怎么更精准的卡点，怎么更快速的起量。

生产端，25年我们聊二合聊SLG聊搜打撤，26年还要聊IAA的动态难度，聊社交对战和大富翁。

在销售端与生产端发展的同时，支付宝淘宝等渠道起来了。

在渠道起来的同时，漫剧这个高速增长又契合游戏团队的赛道出现了。

而在漫剧出现的同时，tiktok又起来了。

tiktok起来的同时，AI技术又更新了。

你让一个中年人，怎么顾得过来？

而可笑的是，当我们追赶技术热点，赛道机会，平台红利，抓了这个，抓了那个的时候。结果发现国内正兴起的热点，是以另一种意想不到的需求方式呈现。

所以我会认为当下游戏行业的发展足够清晰。

但在25年给从业者带来的乱和烦的感觉，是客观存在的。

总之，就挺“混沌”的。



罗斯基

“精品化、社交化、AI化、全球化，
将是小游戏行业下一阶段的核心关键词”

作为长期深耕游戏行业的媒体，我们始终持续看好小游戏赛道的发展前景，也期待更多优质产品与创新玩法涌现。

根据我们的长期观察，国内小游戏市场规模已距离千亿关口非常接近，未来1-2年内有望突破千亿规模，并继续保持30%以上的稳健年增速。行业发展至今，不仅整体体量持续走高，品类也在不断多元化，行业重心正越来越向新品、精品倾斜，产品供给与用户需求都在同步升级。

与此同时，各大小程序平台均已形成各自的增长策略与打法，“社交+内容”成为接下来重点挖掘的方向，如何深度运用社交能力，也成为众多研发团队积极探索的核心课题。此外，AI能力与小游戏生态的融合正在加速落地，各大平台持续进行功能升级，为行业创新提供底层赋能，未来有望催生出更多创意打法与全新模式。

我们也注意到，小游戏付费用户与APP手游付费用户重合度仍有较大差距，意味着用户增量空间依然充足；随着更多厂商入局，生态不断完善成熟，行业在竞争加剧下，正逐步走向长线运营、品类多元、精品化的发展路径。未来，具备实力的团队将进一步从小程序生态走向APP化与出海，小游戏出海也将成为行业重要的新增量引擎。

整体来看，国内小游戏研发团队已成长为行业不可忽视的新锐力量，无论市场格局、技术应用还是商业模式都在持续进化，精品化、社交化、AI化、全球化，将是小游戏行业下一阶段的核心关键词。

contact

联系我们

业务合作

联系邮箱: mkt@youmi.net

联系电话: 400 822 8096 (选择“数据产品合作”)

公司地址

广州总部地址:

广州市番禺区大学城青蓝街26号有米科技大厦17层

