

2025年中国证券服务APP 监测报告

部门：金融/电商/咨询组

署名：张凯

第一章 中国证券服务APP 发展洞察

目录

第一章 中国证券服务APP发展洞察

- **用户规模**：2023-2025年，中国证券服务APP月度总独立设备数在0.97亿 - 1.26亿区间内波动。于2024年3月达到高点，之后回落并在2025年6月触底，随后稳步修复，2025年末以10908万收官。
- **用户粘性**：2023年3月至2025年12月我国证券服务APP单机单日使用表现呈现“先降后升、区间企稳”的特征。在用户规模基本筑底的背景下，证券服务APP的用户使用黏性持续修复，投资者对交易、理财等核心场景参与度提升，用户行为正由低频观望向高频深度的功能型使用转变。
- **AI赋能**：主流证券APP积极将人工智能技术融入风控、投研、交易、客户服务、投资者教育等全业务环节，以AI原生设计重构服务逻辑，持续提升客户体验与粘性。
- **产品服务拓展**：在传统证券交易服务的基础上，证券服务公司一方面尝试将服务版图延伸至基金、保险等金融产品代销领域，另一方面，部分公司也在积极尝试拓展智能投研、交易工具等增值服务。
- **用户精细化运营**：证券服务公司基于资产规模、风险偏好、非金融领域兴趣等信息构建多维用户画像，根据不同用户特征向其推送差异化服务与营销内容。

第二章 2025年中国证券服务APP月活榜单 TOP 25

- 从2025年TOP25证券服务APP榜单来看，同花顺以月均2107.9万MAU位居榜首；东方财富以1888.2万MAU位列第二，涨乐财富通以1071.5万MAU排名第三。广发易淘金、大智慧、天天基金排名第四至六位，月均MAU分别为598.4万、574.5万和569.9万。排名第七至第十位的国泰海通君弘、国信金太阳、平安证券、中国银河证券，月均MAU大体在350万~600万之间。

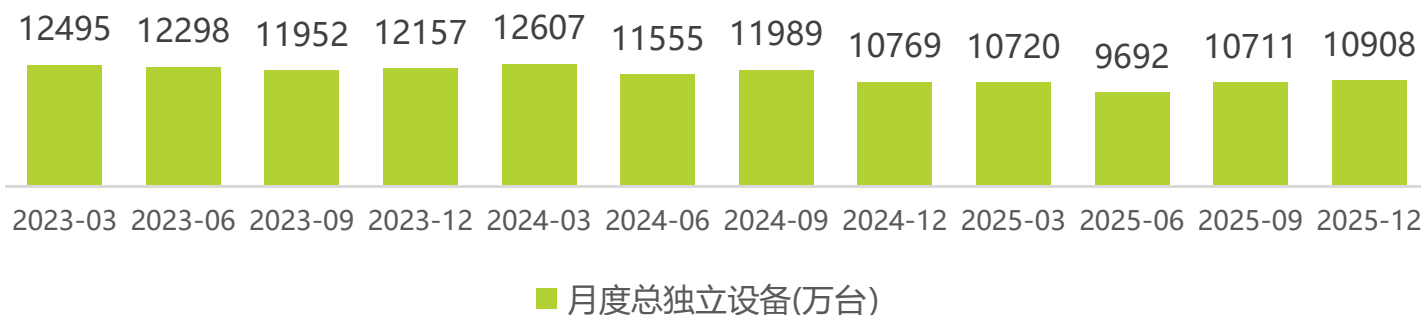
第三章 2025年证券服务APP用户画像洞察

- **性别与年龄**：男性用户为主（占比58.0%），18-60岁中青年用户构成最核心用户群体（占比88.3%）
- **婚育情况**：62.9%的活跃用户为已婚人士，50.5%已育有子女，两项指标均超过半数。已婚已育用户构成行业基本盘，围绕家庭生命周期提供场景化投顾组合成为证券APP差异化竞争的重要方向。
- **城市等级**：证券服务APP活跃用户在各线城市分布均衡，新一线及二三线城市构成行业整体基本盘。
- **消费能力**：呈现典型的“橄榄型”结构，中等消费水平用户占比近六成，该类客群对费率敏感、偏好智能化工具且需投教引导；高消费人群虽占比有限，但客均价值较高，适合以专属服务深度挖掘。

证券服务APP独立设备规模基本企稳 由增量扩张转向存量运营

2023-2025年，中国证券服务 APP 月度总独立设备数在0.97 - 1.26亿区间内波动。根据艾瑞监测数据，独立设备规模于2024年3月达到 12607 万高点，之后有所回落并在2025年6月触底（9692 万），随后稳步修复，年末以10908万收官。整体来看，行业用户红利逐步见顶，市场由增量扩张转向存量运营。在高基数背景下，独立设备规模展现出较强的韧性与修复能力，反映出证券服务 APP 在投资者服务体系中的基础入口地位持续巩固。

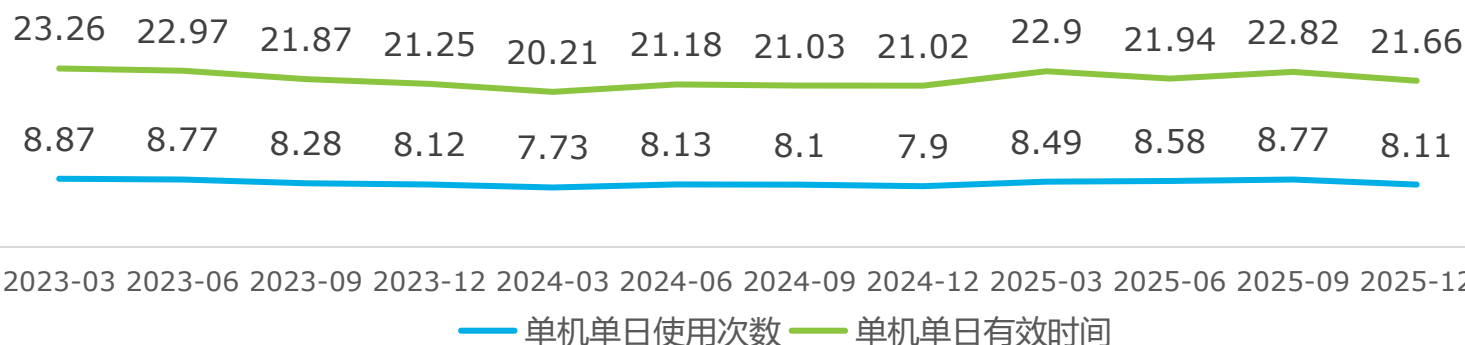
2023-2025中国证券服务APP月度总独立设备数



证券服务 APP 使用黏性先降后升，券商需深化精细化运营

从用户行为角度看，2023年3月至2025年12月我国证券服务 APP 单机单日使用表现呈现“先降后升、区间企稳”的特征。单机单日使用次数由2023年3月的8.87次逐步回落至2024年3月的7.73次阶段性低点，此后围绕7.9-8.8次区间波动并稳步回升；单机单日有效使用时长则由23.26分钟持续下探至2024年3月的20.21分钟，随后在20-23分钟区间修复，2025年维持在21分钟以上的高位水平。在用户规模基本筑底的背景下，证券服务 APP 的用户使用黏性持续修复，投资者对行情、交易、理财等核心场景参与度提升，用户行为正由低频观望向高频深度的功能型使用转变。面对存量竞争市场与日益专业的用户群体，券商更需深化精细化运营，围绕关键场景与核心功能提升服务价值与用户体验，巩固证券服务 APP 的核心入口地位。

2023-2025中国证券服务APP用户 单机每日使用次数&有效时间



来源：Usertracker多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端），艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

证券APP推进“AI赋能”，由“单一证券服务”向“综合财富管理”转型

2025年，各证券APP一方面持续推动AI技术与产品服务深度融合，另一方面，很多APP也通过丰富服务类型、推动客群分层精细化运营等形式来拓展自身服务边界，提升客户粘性与客单价，进而使自身逐步从功能单一的“证券服务平台”向“综合型财富管理平台”跃迁。

◆ AI技术与产品服务深度融合

点状赋能

- 兴业证券引入智能审核辅助人工进行客户开户资料的核查，大幅提升审核效率和质量，复核效率提升40%以上。
- 银河证券上线“财富星-AI投顾”，以数据驱动与机器学习重构投顾服务链路，逐步构建覆盖股票、ETF等品种的全品类服务矩阵。

交易全链路覆盖

- 广发证券对旗下“易淘金App”进行全面AI化升级。围绕投资全旅程打造十余项AI智能体模块，形成覆盖“感知—分析—决策—执行—复盘”的完整AI服务生态。
- 国金证券深耕AI“全流程决策辅助”，推动AI技术覆盖从投前诊断到投后陪伴的全交易链路。

构建AI原生APP

- 国泰海通发布证券行业首个新一代全AI智能APP——国泰海通灵犀，打造“对话、直播、盯盘”三大智能服务界面，实现服务自动分层匹配
- 华泰证券推出国内首款AI原生交易APP——“AI涨乐”，依托全AI驱动，通过重构服务逻辑，让AI深度融入选股、分析、交易等场景。

◆ 丰富服务类型，深耕精细化运营



丰富产品服务

- 中信、广发等券商在App内新开设保险专区，与“公募”、“理财”等专区并列，加速完善财富管理业务版图。
- 东方财富上线“妙想Skills”AI技能包，将投资高频场景提炼并封装为开箱即用的专业技能，深度赋能机构及普通投资者。



深耕精细运营

- 中信建投依托自研“灵犀洞察”AI智能服务平台，精准捕捉客户持仓偏好、交易行为等画像，结合风险特征针对性匹配服务。
- 同花顺基于资产规模、风险偏好、非金融领域兴趣等信息构建用户画像，根据不同特征向其推送差异化服务与营销内容。

来源：艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

第二章 2025年中国证券服务APP月活榜单TOP 25

——TOP25总榜单

从 TOP25 证券服务 APP 榜单来看，同花顺以月均 2107.9 万 MAU 位居榜首；东方财富以 1888.2 万 MAU 位列第二，涨乐财富通以 1071.5 万 MAU 排名第三。广发易淘金、大智慧、天天基金排名第四至六位，月均 MAU 分别为 598.4 万、574.5 万和 569.9 万。排名第七至第十位的国泰海通君弘、国信金太阳、平安证券、中国银河证券，月均 MAU 大体在 350 万~600 万之间。

2025年中国证券服务APP月度总独立设备数 (MAU) TOP25榜单

序号	名称	2025年平均 MAU (万)	2025年12月MAU (万)
1	同花顺	2107.9	2101.1
2	东方财富	1888.2	1689.6
3	涨乐财富通	1071.5	875.8
4	广发易淘金	598.4	522.6
5	大智慧	574.5	567.4
6	天天基金	569.9	610.2
7	国泰海通君弘	553.5	475.6
8	国信金太阳	510.5	462.9
9	平安证券	406.3	360.1
10	中国银河证券	354.3	341.4
11	国泰海通通财	334.9	307.2
12	中信证券	315.1	295.8
13	蜻蜓点金	291.2	287.5
14	国投证券	254.6	225.9
15	招商证券	247.4	225.3
16	长江e号	218.1	211.0
17	富途牛牛	157.0	158.2
18	小方	118.1	106.3
19	兴业证券优理宝	103.4	95.1
20	中金财富	97.6	90.5
21	国海金探号	94.0	89.4
22	华彩人生	76.2	72.0
23	通达信	70.8	67.5
24	中泰齐富通	68.5	65.8
25	指南针股票	56.5	47.2

注释：TOP25排名依据为2025年平均月度总独立设备数 (MAU)。

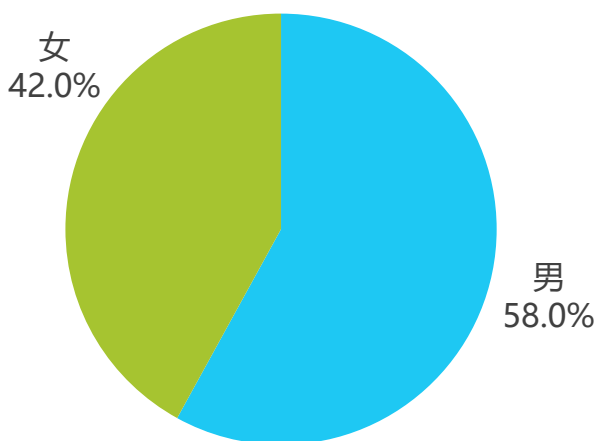
来源：Usertracker多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）、艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

第三章 2025年证券服务APP 用户画像洞察

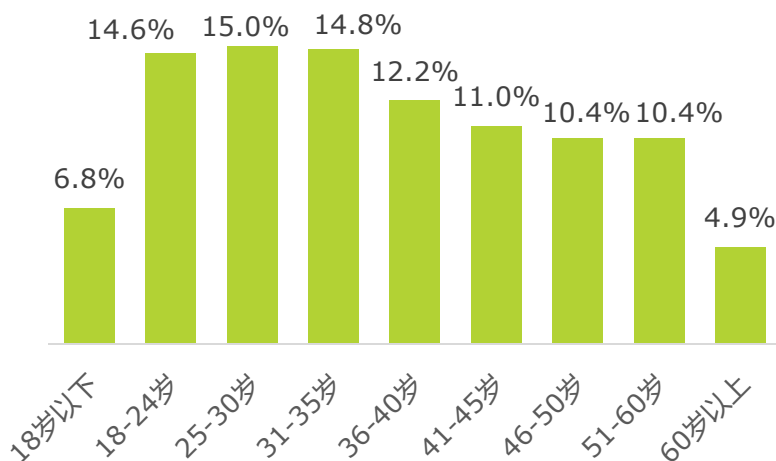
中青年用户仍是主力，已婚已育用户占比过半

用户性别方面，2025年12月，证券服务APP活跃用户中男性用户占比58.0%，领先女性用户16.0个百分点。年龄分布上，18-60岁的中青年用户构成证券服务APP最为核心的用户群体，该部分用户占比近九成（88.3%）。其中，相对年轻的18-35岁用户（占比44.3%）作为互联网原住民的代表，对AI工具、社区互动、简洁新潮的APP界面往往有着更强的偏好；而社会经验更加丰富的36-60岁用户（占比44%）则更重视APP的专业行情数据和深度研报分析，对过于复杂的产品功能和繁杂的信息推送则兴趣相对较低。

2025年12月证券服务APP整体活跃用户性别画像分布

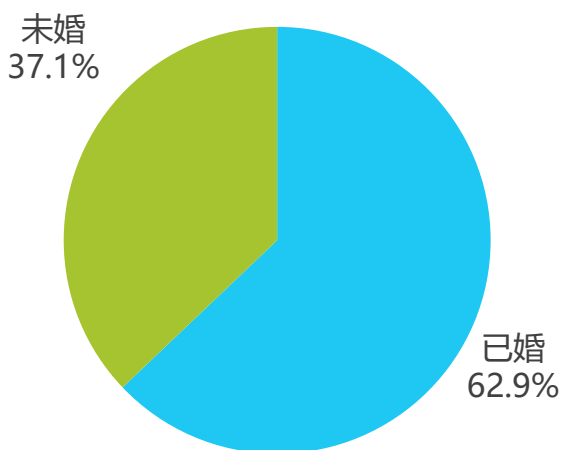


2025年12月证券服务APP整体用户年龄画像分布

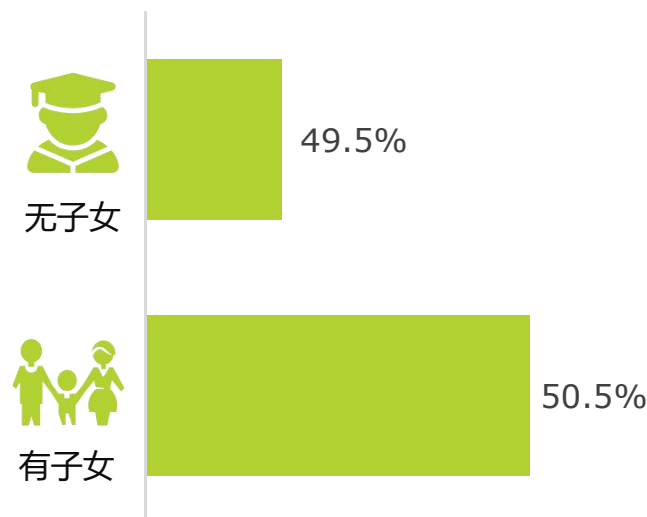


用户婚姻与子女情况方面，2025年12月，62.9%的证券服务APP活跃用户为已婚人士，50.5%已育有子女，两项指标均超过半数。已婚已育用户构成了证券APP的基本盘，此类用户对家庭资产配置、子女教育金等综合性理财需求迫切，且对基金定投、固收+等产品偏好较强。以上偏好使得围绕家庭生命周期提供场景化投顾组合成为证券APP差异化竞争的重要方向。

2025年12月证券服务APP整体活跃用户婚姻画像分布



2025年12月证券服务APP整体用户子女画像分布

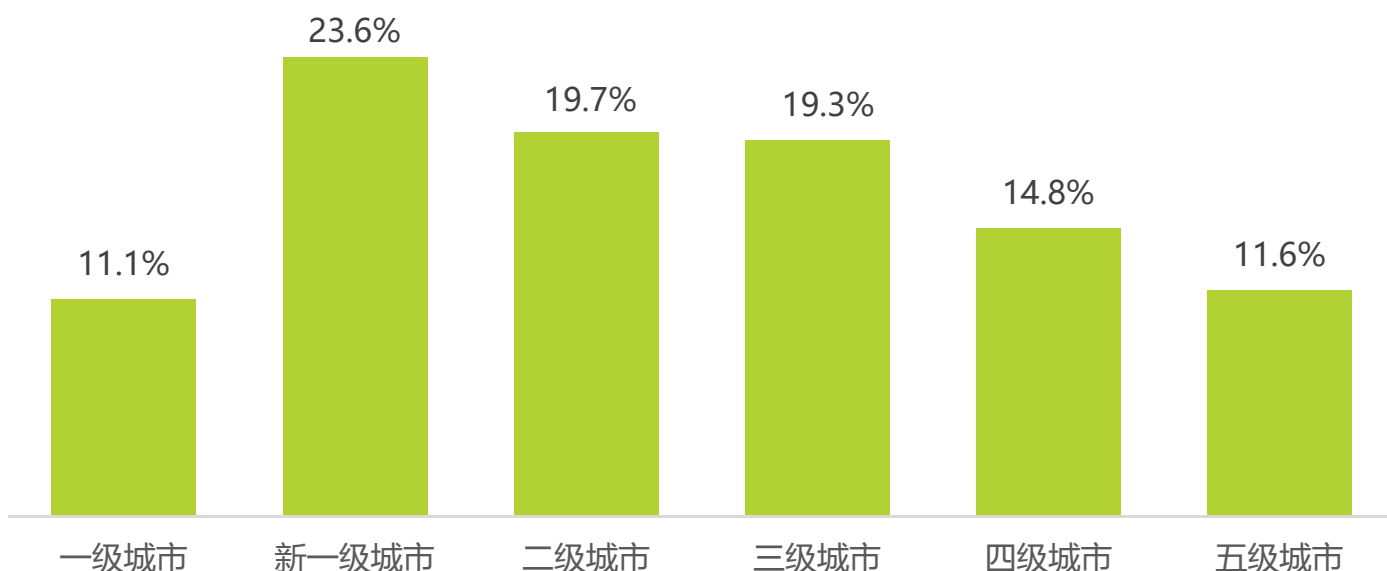


来源：Usertracker多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端），艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

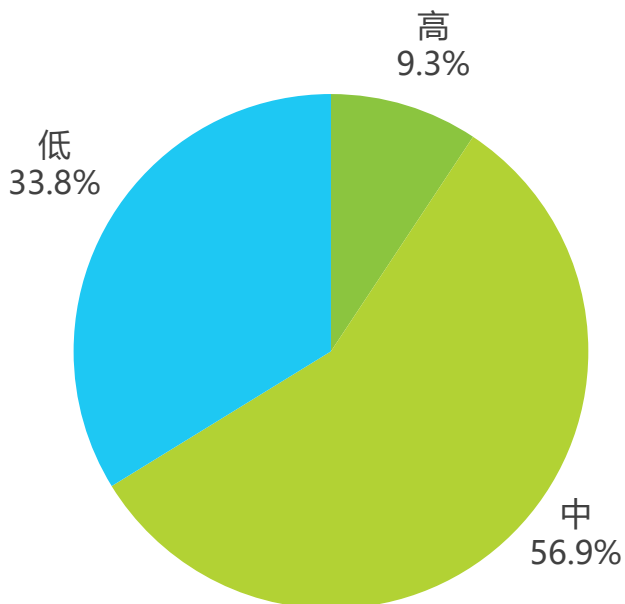
各线城市均有用户分布，中等消费群体占比近六成

从城市等级分布来看，2025年12月，证券服务APP活跃用户在各线城市均有可观占比，分布相对均衡，未过度集中于头部城市。具体来看，新一线城市占比最高（23.6%），二线（19.7%）、三线（19.3%）紧随其后，三者合计超六成；四线（14.8%）、五线（11.6%）合计贡献超四分之一，而一线城市占比最低（11.1%）。这意味着证券APP的用户触达已广泛渗透至各层级城市，尤其是新一线及二三线城市构成行业整体基本盘。

2025年12月证券服务APP整体用户城市等级画像分布



2025年12月证券服务APP整体用户消费能力画像分布



用户消费水平分布方面，2025年12月，证券服务APP活跃用户呈现典型的“橄榄型”结构，中等消费水平用户占比近六成，构成绝对主力；低消费水平用户约三成，高消费水平用户不足一成。中等消费群体对费率敏感、偏好智能化工具且需投教引导，是证券服务APP高频交易与投顾服务的核心参与者，其行为特征应成为产品迭代与运营策略的重点关注方向；高消费人群虽占比有限，但客均价值较高，适合以专属服务深度挖掘。三类消费层级差异明显，需分层制定运营策略。

BUSINESS
COOPERATION

业务合作

联系我们



400-026-2099



ask@iresearch.com.cn



www.idigital.com.cn

www.iresearch.com.cn

官网



微信公众号



新浪微博



企业微信



版权声明

本报告为艾瑞咨询制作，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