



2026 年 Q2 移动互联网 行业数据研究报告

极光月狐数据 (MoonFox Data)

2026 年 8 月



前言

2026 年第二季度，中国移动互联网行业在外部地缘扰动与内部动能转换的综合作用下，呈现出“总量承压、结构向新”的发展态势。

宏观经济方面，二季度 GDP 同比增长 4.3%，经济向新向优的基本面没有改变。消费市场总量放缓、结构分化，全国网上商品和服务零售额 10.07 万亿元、同比增长 5.2%，线上化仍是消费大盘中持续的确定性增量。投融资市场热度与集中度同步抬升，上半年披露融资总额达 5,619 亿元、同比增长 39.4%，人工智能以超 3,000 亿元的半年融资额成为核心主线。二级市场同步共振，港股上半年 87 只新股合计募资 2,102 亿港元、创五年同期新高。

关注细分赛道，规范与验真成为共同主题。AI 领域，国务院常务会议首次专题听取人工智能发展情况汇报，“发展”与“治理”并重框架就此确立；豆包开启 C 端付费，微信原生 AI 助手“小微”开启灰度测试，超级 App 成为 AI 触达用户的重要入口；消费市场，618 全网电商 GMV 达 9,340 亿元、增速回落至 4.0%，即时零售以 112.3% 的同比增速成为最大亮点；游戏市场，上半年实际销售收入 1,884.5 亿元、同比增长 12.17%，开放世界新品表现走出差异化，自研游戏出海收入 123.72 亿美元、同比增长 30.2%，增速创近五年新高；短剧行业，首部部门规章公开征求意见，监管立规与产能出清同步推进，抖音 AI 仿真人剧占新剧比重升至 70.6%，行业从“爆发量产”切换至“模式转化”；长视频平台，行业 MAU 企稳，《主角》台网双爆重塑爆款标准，供给收缩下口碑对播放长尾的决定作用进一步放大。

展望下半年，Agent 工程化交付、AI 商业化验真与具身智能落地将加速嵌入内容创作、电商零售、本地生活等核心场景，“分级分类”监管框架的完善将为行业划定更清晰的发展边界。看好各行业之间的产业融合与持续创新。

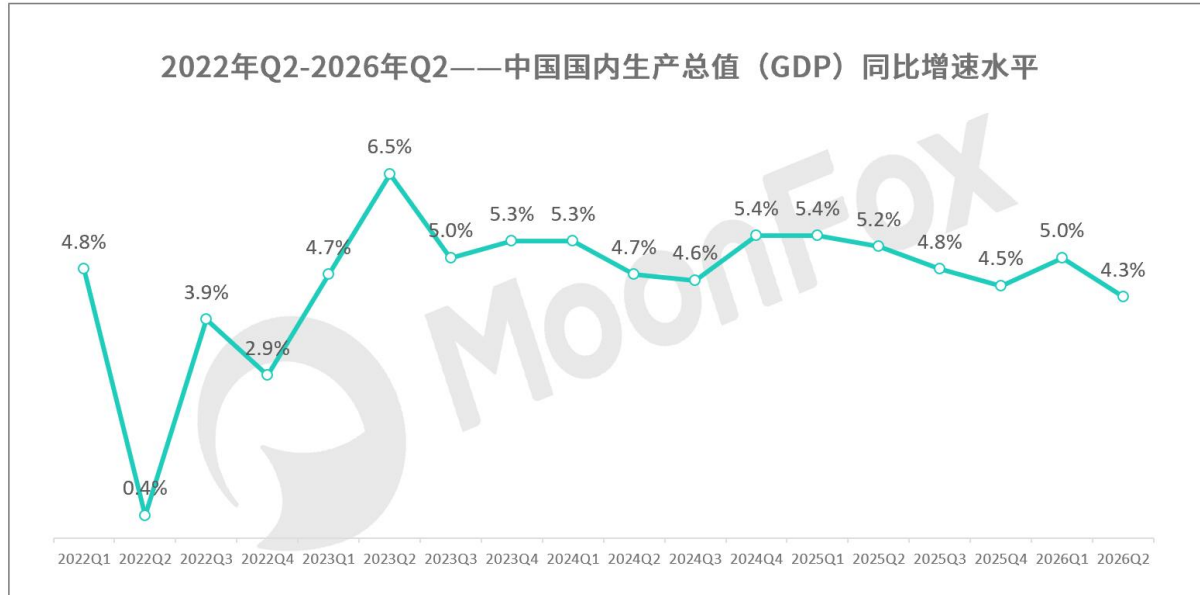
目录

1. 宏观洞察：	4
1.1. 经济指标：增速放缓、结构分化，新质生产力带动增长	4
1.2. 政策变化：AI “升格”，规范与促进并举	5
1.3. 投融资：总额创新高，AI 带动一/二级市场持续繁荣	7

2. 细分市场洞察:	9
2.1. AI: 模型持续迭代, 商业化进程加速	9
2.2. 消费: 整体承压, 消费习惯及偏好再分化	22
2.3. 游戏: 大盘上涨, 开放世界市场表现走出差异化	25
2.4. 短剧: 监管立规、产能出清, “真人+AI” 加速合流	29
2.5. 长视频: 暑期预热启动, 精品剧持续涌现	33
2.6. 就业: 总量回稳、结构重构, AI 为行业带来新增量	38
2.7. 旅游: 增长引擎重构, 入境游为核心增速引擎	41

1. 宏观洞察：

1.1. 经济指标：增速放缓、结构分化，新质生产力带动增长



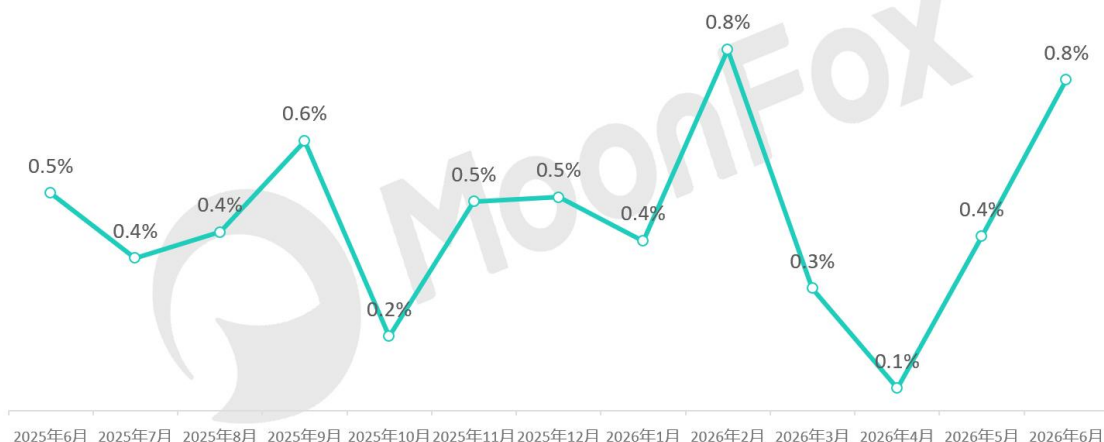
数据来源：国家统计局-数据网站
数据周期：2022.01~2026.06

2026 年第二季度，中国经济在外部地缘扰动与内部动能转换的双重作用下，呈现“名义增速回升、外需强内需待增长”的发展格局。国家统计局 7 月 15 日发布数据显示，二季度 GDP 同比增长 4.3%，较一季度的 5.0%回落 0.7 个百分点，上半年同比增长 4.7%，仍处于全年目标区间。

消费市场增速有所放缓，整体模式有所转变。2026 上半年社会消费品零售总额 24.87 万亿元，同比仅增长 1.3%；分月看，4 月增长 0.2%、5 月下降 0.6%，6 月回升至增长 1.0%、由降转增。国补节奏放缓，上年同期高基数与高油价约束出行共同拖累商品消费；与之相对的，服务零售额上半年增长 5.3%，快于商品零售 4.2 个百分点。同时，线上渠道仍是消费大盘中持续的确定性增量，上半年全国网上商品和服务零售额 10.07 万亿元，同比增长 5.2%，显著跑赢社零大盘，服务电商化趋势进一步强化。

固定资产相关投资下降，但知识产权产品投资增长显著。上半年，全国固定资产投资（不含农户）22.64 万亿元，同比下降 5.7%；其中，知识产权产品投资同比增长 9.4%，比一季度加快 1.5 个百分点。另外，房地产市场仍处在调整阶段，全国新建商品房销售面积 40140 万平方米，同比下降 11.6%；新建商品房销售额 3.79 万亿元，下降 13.6%。整体来看，我国固定资产结构正处于加速调整阶段。

2025年6月~2026年6月——我国规模以上工业增加值环比增速



数据来源：国家统计局-数据网站
数据周期：2025.06~2026.06

工业生产逐月向好，二季度规模以上工业增加值月度增速分别为 4.1%、4.5%、5.3%，上半年累计增长 5.4%；其中高技术制造业二季度增长 14%、装备制造业增长 9.7%，上半年集成电路产量增长 23.1%，“算力经济”成为工业增长的第一引擎。分产品看，3D 打印设备、锂离子电池、工业机器人产品产量同比分别增长 48.5%、39.3%、28.0%。

整体来看，2026 年二季度中国经济在结构变化中实现了增长，传统投资收缩但新质生产力投资快速增长。我们认为，AI 基础设施、服务消费线上化与出海，是下半年行业收入端值得市场关注的三条核心主线。

1.2. 政策变化：AI “升格”，规范与促进并举

2026年Q2 我国国务院重要政策一览

日期	核心政策内容	日期	核心政策内容
4月21日	国务院印发《关于推进服务业扩能提质的意见》	5月20日	国家发改委召开发布会，大部分稳就业稳经济政策措施将在6月底前落地
/	深化拓展“人工智能+”，包括商务部、教育部、药监局发布的行动计划及实施意见	5月29日	工业和信息化部、国家发展改革委、国家数据局联合印发《电子信息制造业数字化转型实施方案》
4月30日	清朗行动处置违规AI产品1.4万余款，违规智能体为本次检查的主要目标	6月18日	《关于加快“人工智能+消费”发展的实施意见》，提出扩大智能终端供给
5月15日	国务院召开做强国内大循环工作推进会，要求提升资源要素的高效配置	6月29日	国常会首次以AI为议题之首，多次讨论和关注人工智能相关内容

数据来源：公开信息统计

2026 年第二季度，我国政策主线从年初的“提振消费、扩大内需”，演进为“AI 顶层定调”与“平台监管定型”双线并进。国务院季度内召开多次常务会议，6 月 29 日首次专题听取人工智能发展情况汇报，成为本季度最重要的政策信号。

4 月，政策的制定在确立规范和促进发展中加速落地，AI 是该月的主要关注方向。一方面，各部门分别推出了针对 AI 行业的指导意见，如商务部意见提出引导电商企业加强人工智能大模型等技术研发应用。教育部提出构建人工智能全学段教育和全社会通识教育体系；另一方面，4 月 30 日，中央网信办启动为期四个月的“清朗·整治 AI 应用乱象”专项行动，AI 监管升级为覆盖备案、语料、标识、智能体的全链条治理。

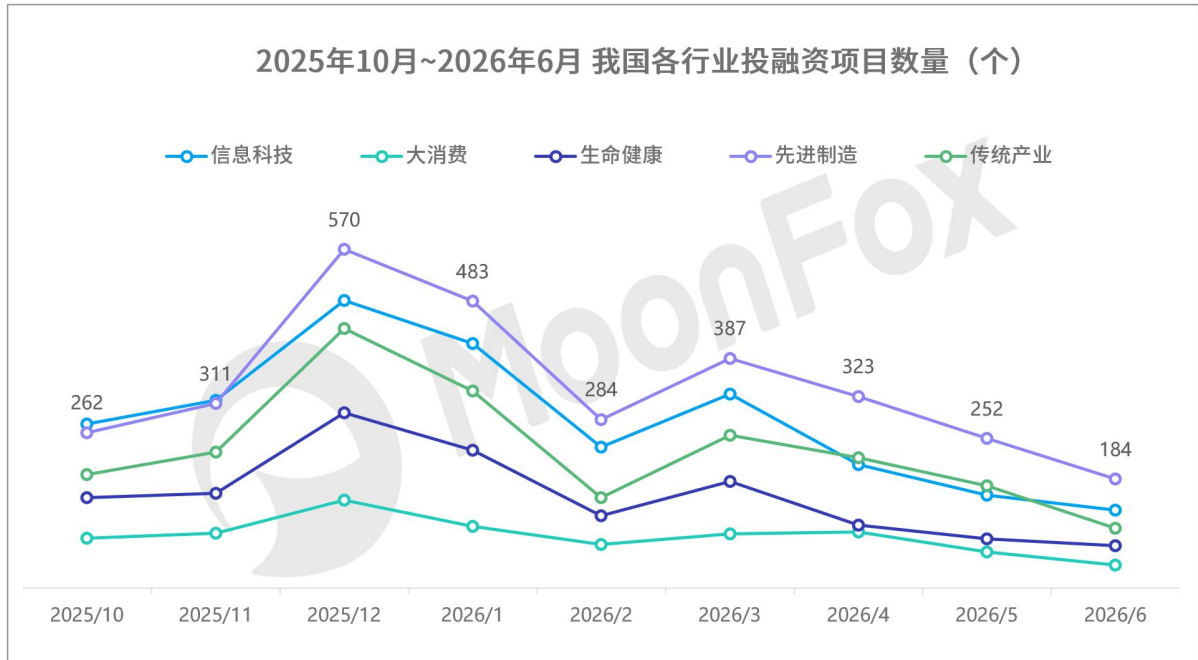
5 月，政策聚焦大市场、人口发展与新型基础设施。首先，就业政策加速落地，十五五期间将围绕就业的机会、环境、结构推出相关政策；其次，产业层面，工信部批复 6G 系统技术试验频率，我国成为全球首个批复 6G 试验频率的国家；工信部与国家数据局启动“模数共振”行动，面向 20 个重点行业打造“智能体工厂”。最后，关注地方，商务部 5 月 28 日宣布，2026 年“服务消费季”于 6 月 1 日在杭州启动，全年将举办覆盖 10 余个领域的 160 余场重点活动，促消费重心加速向服务消费倾斜。

6 月，AI 同样为该月的主基调。6 月 29 日，国务院常务会议专题听取人工智能发展情况汇报，这是国务院层面首次以常务会议规格为 AI 定调，明确“深入实施‘人工智能+’行动”与“构建动态适应、分级分类的安全监管体系”双主线，“发展”与“治理”并重的框架就此确立。配套政策密集落地：工信部印发《“人工智能+信息通信”创新发展实施意见（2026—2028 年）》，为算力网络与 AI 终端划定三年路线图；工信部、国资委联合启动具身智能实景实训专项行动，目标到年底形成万台级规模落地能力。

整体来看，2026 年一季度政策呈现从消费提振、到产业创新、并实现制度完善的递进逻辑。首先，通过 1.4 万款 AI 产品的封禁向市场传递监管信号；其次，对人工智能，以最高规格会议完成从“行业政策”向“国家战略”的升级；最后，持续推进以旧换新政策，通过内循环带动整体经济增长。我们预计，“分级分类”将成为下半年 AI 立规的核心方法论，而合规能力将成为平台企业新的核心竞争力。

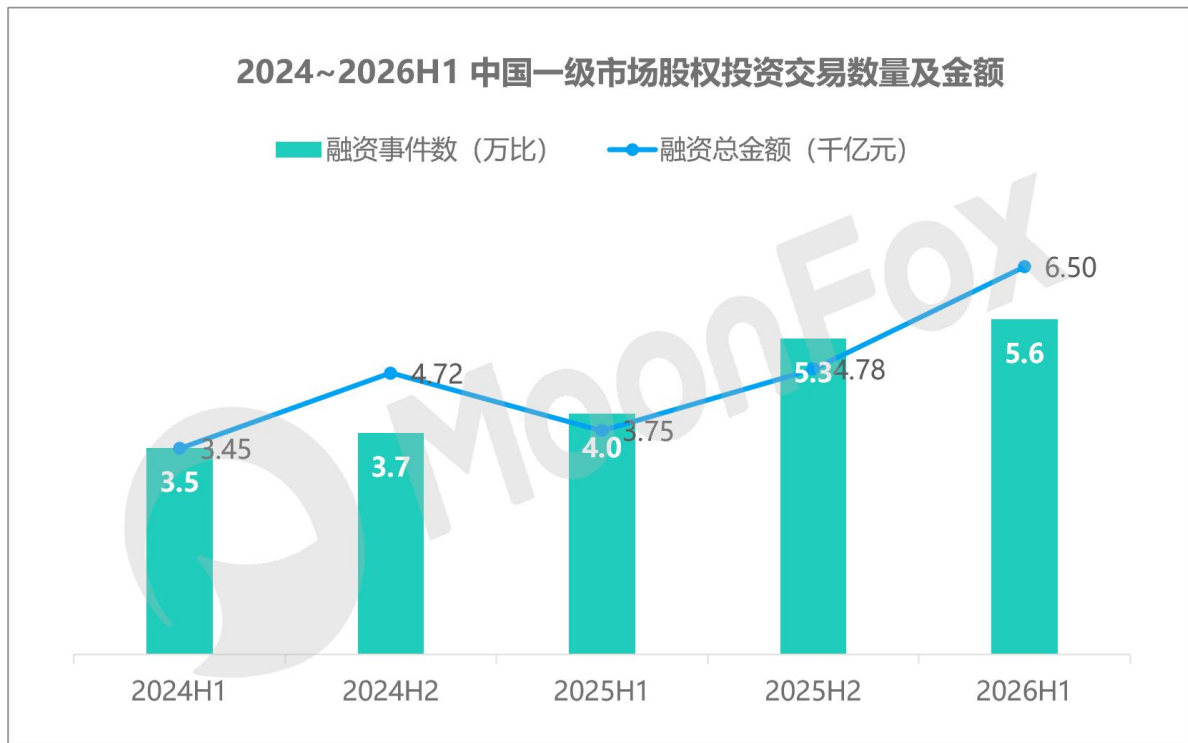
1.3. 投融资：总额创新高，AI 带动一/二级市场持续繁荣

据中国人民银行 7 月 15 日数据，2026 年 6 月末社会融资规模存量为 462.06 万亿元，同比增长 7.4%；其中对实体经济发放的人民币贷款余额 279.16 万亿元、增长 5.3%，企业债券余额增长 8.9%，上半年企业直接融资同比多增较多、占比明显上升。整体来看，我国宏观融资环境保持宽松，资金正加速从间接融资向直接融资、从传统领域向科技领域迁移。



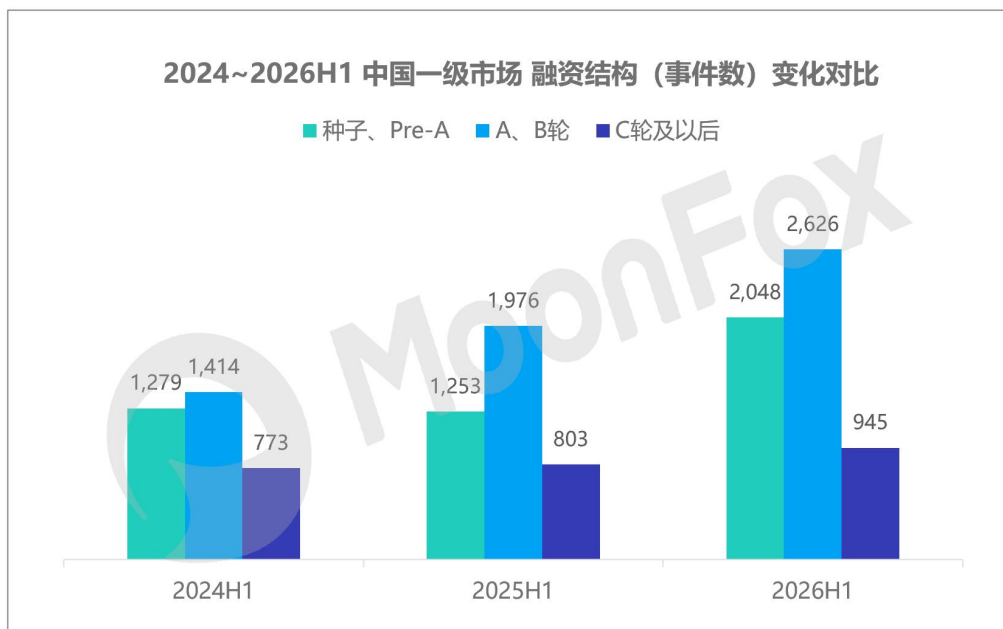
数据来源：行行查
数据周期：2025.10~2026.06

据行行查数据，2026 年 6 月，我国投融资项目数量超过 600 个，从趋势来看，整体数量从年初开始至今呈现较为明显的下滑趋势。从行业来看，先进制造项目数量占比仍然最高，但 Q2 投融资项目仅有 759 个，环比显著下降。整体来看，虽然融资市场整体仍存热度，但能够获得融资的企业数量正在大幅缩减。



数据来源: IT 桔子
数据周期: 2024~2026

从投融资金额方面来看, 据 IT 桔子数据, 2026 上半年我国投融资事件披露融资总额达 5,619 亿元, 环比增长 6%, 同比增长 39.4%。市场呈现“事件数高位持平、金额显著放量”的格局: 6 月单月融资总额达 1,621 亿元、创近两年单月新高。



数据来源: IT 桔子
数据周期: 2024~2026

从融资结构来看, 大额化与早期活跃并存。上半年单笔 10 亿元以上的大额融资共 123 笔、同比增长超 2 倍, 合计融资 3,072 亿元——仅 2.2% 的事件数贡献了约 50% 的融资总

额。与此同时，种子、天使轮事件占比回升至 36.4%，机构风险偏好持续修复，更多技术及业务模式处于早期的企业开始被资本广泛关注。

从热门赛道来看，AI 是无可争议的核心主线。据 IT 桔子数据，上半年人工智能领域融资事件 1,203 起、总金额突破 3,000 亿元，已超过 2025 年全年；具身智能融资总额超 900 亿元、约为去年同期的 5 倍。关注二季度，大额交易几乎全部来自 AI，DeepSeek 于 6 月 16 日完成约 510 亿元 A 轮融资，投后估值近 4,000 亿元，创下中国一级市场单笔融资纪录；阶跃星辰完成近 25 亿美元 Pre-IPO 轮融资，月之暗面完成约 20 亿美元 D 轮、估值超 200 亿美元；千寻智能、自变量机器人等具身智能企业单轮融资均在 10 亿元级别。资本对 AI 的定价，已从“投概念”彻底转向“投表现”，我们预计 AI 行业上、下游相关产业的投融资热度也将有所攀升。

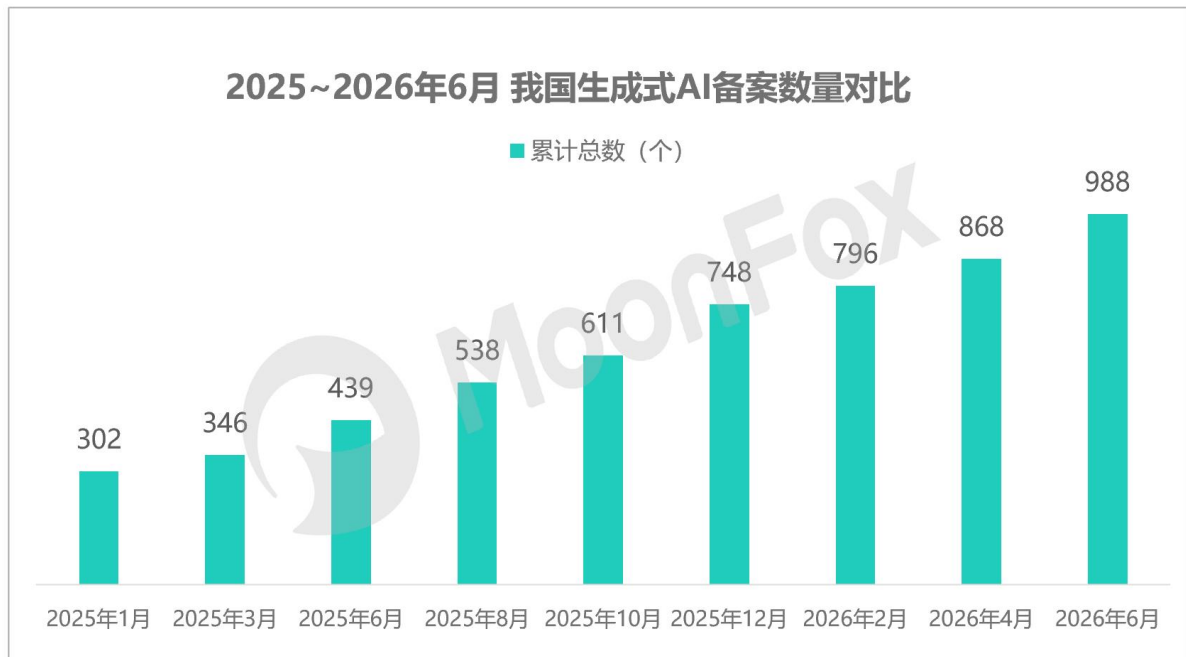
最后，二级市场表现同样引人关注。2026 年上半年，港股 87 只新股合计募资 2,102 亿港元，同比增长 92.1%、创五年同期新高，信息技术板块贡献逾六成募资，曦智科技上市首日大涨 383.62%创 2018 年以来港股纪录。A 股市场上半年 71 家公司上市、募资 705.74 亿元，同比增长 88.9%，华润新能源 245 亿元 IPO 刷新深交所历史纪录；证监会将科创板第五套上市标准扩大适用范围至人工智能，宇树科技已获注册批文，A 股“具身智能第一股”即将上市。

整体来看，AI 正重塑投融资市场，从一级到二级行业，AI 相关产业链将带动国内投融资热度进一步提升。

2. 细分市场洞察：

2.1. AI：模型持续迭代，商业化进程加速

2.1.1 行业蓬勃发展，监管与推动双规并行



数据来源: 网信办

2026 年第二季度，中国生成式 AI 行业逐步迈向价值验真的关键阶段。据国家网信办数据，截至 2026 年 6 月 30 日，全国累计有 988 款生成式人工智能服务完成备案、598 款应用或功能完成登记，对照 2 月底的 796 款，截至 6 月行业净增备案约 192 款，较 Q1 显著提升，供给端仍在快速扩容。地方层面，北京备案服务数量居首位，上海于 5 月完成全国首个具身智能交互大模型合规备案，备案品类自通用对话向垂直场景持续延伸。

政策方面，Q2 有大量 AI 相关的政策指引出台。如 4 月的《深化拓展“人工智能+”行动计划及实施意见》、5 月的《智能体规范应用与创新发展实施意见》、6 月的《关于加快“人工智能+消费”发展的实施意见》等，AI 正成为国家层面长线部署的重要抓手。同时，促进的同时监管也随之并行，4 月底的清朗行动查处违规 AI 产品 1.4 万余款，可控之下的长线发展为我国布局 AI 产业的主要方式。

2.1.2 “AI+”概念兴起，交通、金融场景加速渗透

(1)、大模型塑造产业底座，AIGC 热度不减

2026年Q2 AI大模型更新表（不完全统计）

日期	企业名称	模型名称	类型定位
4月2日	阿里	Qwen3.6-Plus	旗舰模型，重点强化编程与Agent能力
4月8日	智谱	GLM-5.1（开源）	744B开源旗舰，SWE-bench Pro全球第一
4月13日	月之暗面	Kimi K2.6 Code Preview	万亿参数，代码/Agent专项优化
4月23日	腾讯	混元Hy3 Preview（开源）	快慢思考融合MoE，已接入900个业务场景
4月24日	DeepSeek	DeepSeek-V4预览版（开源）	全系标配100万Token上下文，首次深度适配昇腾
4月下旬	百度	文心大模型5.0	文本/图像/音频/视频全模态理解生成
5月31日	MiniMax	MiniMax M3	首个齐备“前沿编程+1M上下文+原生多模态”的开源模型
6月12日	月之暗面	Kimi K2.7 Code（开源）	K2系列首款代码专项模型
6月13日	智谱	GLM-5.2（开源）	迄今最强开源模型，1M无损上下文、Code Arena开源第一
6月23日	字节跳动	豆包大模型2.1 Pro	Coding对标Claude Opus 4.7，成本较海外标杆低近80%
6月23日	字节跳动	Seedance 2.5	视频生成，30秒单段直出、支持50个全模态素材输入

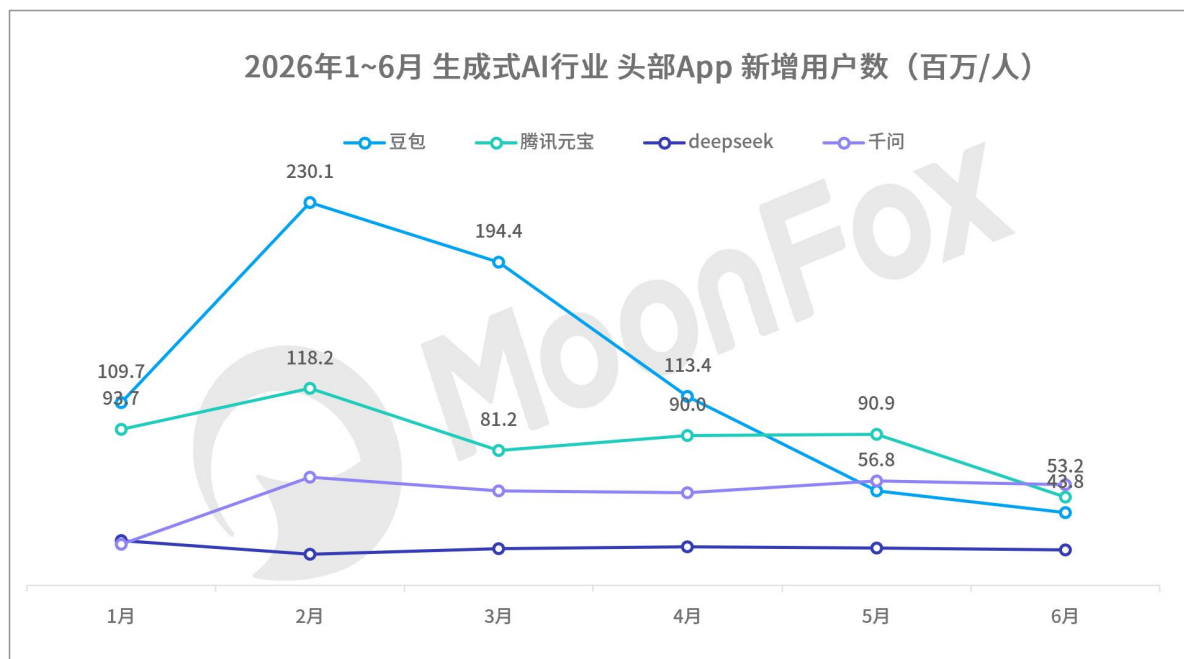
数据来源：公开信息统计

数据说明：该处的类型定位为基于该模型上线时特征总结

关注大模型迭代情况，Q2 为行业加速发展、模型迅速变化的重要时间点。首先，4 月为大模型密集发布月，4 月 24 日 DeepSeek 发布 V4 预览版，全系标配 100 万 Token 上下文、首次深度适配华为昇腾并以 MIT 协议开源，与 OpenAI 的 GPT-5.5 几乎同日发布；同月，智谱 GLM-5.1、腾讯混元 Hy3 Preview、阿里 Qwen3.6 系列、月之暗面 Kimi K2.6 等十余款旗舰密集落地。

5 月，大模型新版本迭代速度短暂放缓，行业转向定价策略分化。一方面，DeepSeek V4-Pro 宣布永久 2.5 折、小米 MiMo-V2.5 系列最高降 99%与 Deepseek 在定价上的战略对齐。同时，另一方面，值得关注的是提价同样为部分头部大模型的选择，智谱 GLM-5.1 于 4 月初发布后即提价 10%，大模型产品的打法和策略正加速发生转变。

6 月，国产旗舰集体实现“编程+Agent+工程交付”的部分转向，GLM-5.2、Kimi K2.7 Code、MiniMax M3、豆包大模型 2.1 Pro 均把 Coding 与 Agent 交付作为第一卖点，模型竞争核心点从“跑分”切换为“任务执行”。我们认为，对标 Claude Code 以及 Codex，本地客户端类 AI Agent 产品将为行业于 2026 下半年的竞争要点，通过 SOTA 模型或者低价模型抢夺市场将为下半年的行业主旋律。



数据来源：极光月狐iApp (MoonFox iApp)
数据周期：2026.01~06

关注移动端，据极光月狐数据，2026 年 6 月，生成式 AI App MAU 再创新高，以豆包为首的大模型产品已深度进入用户生产生活，其正从“附属功能”转为“独立刚需”。从格局来看，春节期间进入春晚+抢红包的打法使其 MAU 迅速攀升，后期有所降温，截止 6 月豆包月度新增用户超过 4,300 万，被千问反超。

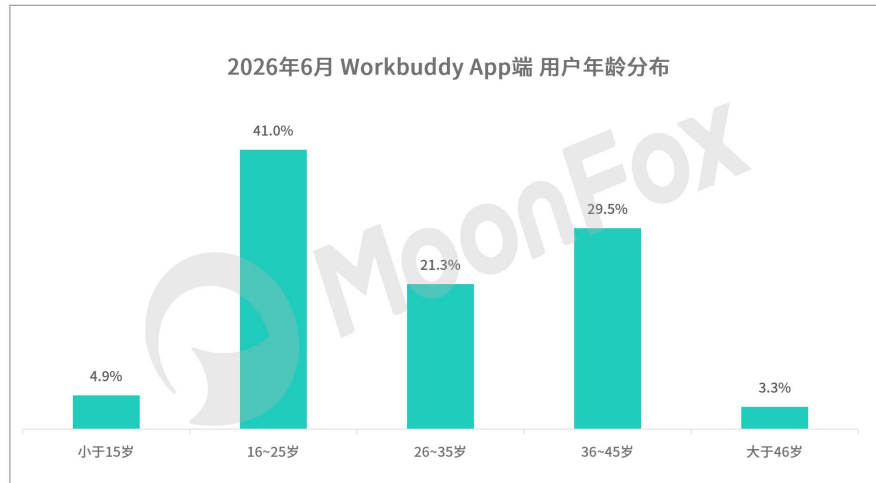
同时，值得注意的是，从单日人均使用时长来看，6 月 Deepseek 录得 14.58 分钟，相较年初增长约 4 分钟，Deepseek 虽然整体活跃用户数有所下滑，留存用户普遍使用频率有所提升，V4-flash 等低价、快速模型吸引用户长期使用，通过低价留存、培养深度使用用户已成为诸如 Deepseek、Minimax 等企业的主要策略。

关注行业热点。其一，腾讯于 Q1 放出的“微信接入 AI”在 Q2 开始陆续兑现。6 月 20 日，微信原生 AI 助手“小微”开启小范围灰度测试，支持文字/语音操控微信原生功能、一句话生成小程序、点外卖、总结公众号文章，底层结合自研 WeLM 与 DeepSeek 模型，内部优先级较高；另一方面，配合 6 月 8 日微信开放平台向开发者开放 AI 调用小程序能力、6 月 18 日微信支付推出智能体“AI 专属卡”，我们认为，此战略布局是腾讯与字节“豆包独立 App+抖音导流”以及阿里“千问 App+淘宝打通”的直接对标，AI 如何通过微信、淘宝这些“超级 App”进入用户生活是大厂当下所关注的重点。

其二，豆包 6 月 24 日开 C 端付费，AI 大模型迎来商业化兑现潮。豆包于 2026 年 6 月 24 日正式开启 C 端付费，推出“标准版（68 元/月）”、“加强版（200 元/月）”和“专业版（500 元/月）”三档阶梯定价。在日均 180 万亿 Token 对应单日最高 7.2 亿元免费服务成本、日收入不足百万元的账本下，豆包从“免费获客”转向“商业验真”，以 PPT 生成等场景切入付费心智，并同时保留能够提供基础问答和日常功能的免费版。我们认为，订阅制的商业化推进需要一个相对漫长的过程，通过更高水平模型的服务来持续获取用户，

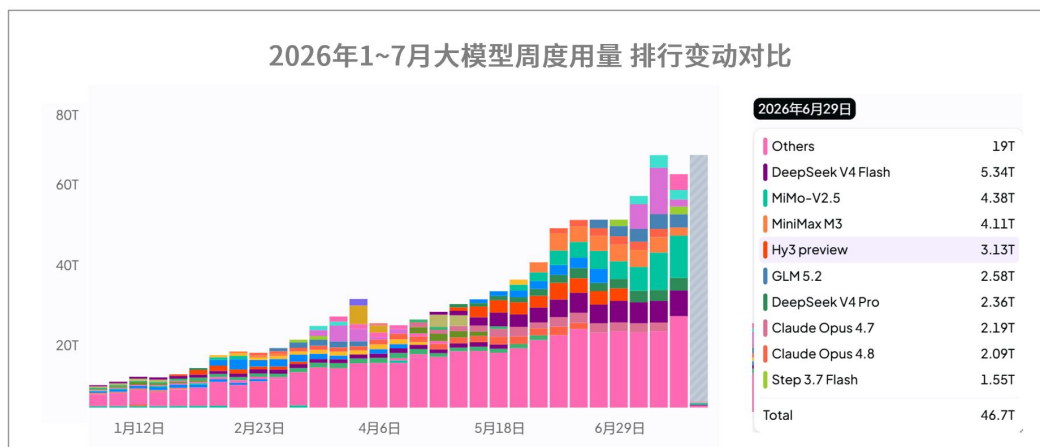
对于字节，Q3 其计划接入电商的策略更值得关注，如上提及，AI 正在成为更多消费场景的新入口，交易方式、信息传递均会受到 AI 产品的影响，关注该部分对字节整体业务的赋能。

同时，PC 端 AI Agent 同样为 Q2 的重点发展方向，从智谱的 Zcode、Kimi 的 Kimi Work、再到腾讯的 Workbuddy，海外 Codex 的产品融合和 PC 端的用户量增长之下，国内大厂也纷纷开始布局该方向。其中，Workbuddy 在 6 月网站月访问量突破 2,000 万，稳居 PC 桌面 AI 智能体市场第一。



数据来源：极光月狐iApp (MoonFox iApp)
数据周期：2026.06

进入 7 月初，Workbuddy App 端上线，用户可直接在 App 选择云端工作或连接电脑，通过“助理”功能直接连接远程的 PC 设备，实现不间断任务执行。据极光月狐数据，Workbuddy 于 7 月初 App 端日新增用户数已达 5~6 万。从用户属性来看，Workbuddy 于年轻用户群体中渗透率较高，超 45% 用户为 25 岁以下群体，从本地办公到 Vibecoding，Workbuddy 正逐步成为国内年轻用户提效的主要选择。



数据来源：OpenRouter
数据周期：2026.01~06

调用量层面，据 OpenRouter 数据，6 月第一周中国 AI 大模型周调用量达 14.19 万亿 Token、环比增长 27.5%，连续六周超越美国，全球周调用量前五的模型中前四名均为国产。基于 6 月 29 日数据，Deepseek-V4-Flash 稳居榜单首位，快速的响应结合极具竞争力的价格使其被更多开发者团队选择；从 preview 版本到正式 Hy3，腾讯系模型也通过部

分免费结合高性能的头部模型快速抢占了市场份额。整体来看，国产大模型由于具备开源、响应速度快、频繁迭代等特征，已成为全球开发者的首要选择，Kimi K3 的登顶排行榜以及海外企业的支持 AI 大模型开源联名书也反映了这一特征，国产模型与全球影响力正在快速提升。

综上，我们认为，2026 年 Q2 是中国生成式 AI 行业迈向“价值验真”的重要阶段。首先，Agent 能力稳步提升，PC 客户端从市场需求摸索走向用户获取阶段，海外 Codex、国内 Workbuddy Token 消耗量均屡创新高；其次，大模型从持续烧钱开始走向部分商业化，SOTA 模型价格提升、豆包开始收费模式；最后，监管在行业的发展中同步进行，“清朗”行动规范智能体市场，未来 AI 产品的更多细节将被纳入监管范畴内，行业将迎来可持续的、规范化的长期增长。

(2)、AI 赋能智慧交通，自动驾驶将迎来加速发展

(2.1)、政策驱动：为 AI+交通未来发展提供详细落地指引

2026 年 6 月，交通运输部、国家铁路局、民航局、国家邮政局、国铁集团五部门联合印发《人工智能+交通运输典型应用场景创新行动方案》，是“人工智能+交通”领域的实操性指导文件。

人工智能+交通运输”典型应用场景创新行动方案核心内容

核心	详细内容
行动目标	到2030年，将开放一批高价值应用场景，形成一批高水平算法模型，涌现出一批“人工智能+交通运输”领域的新基础设施、新技术装备、新服务模式与新产业形态
重点任务	方案聚焦智能驾驶、智慧公路、智能铁路、智能航运、智慧民航、智慧邮政、智能建养、智慧出行服务、智慧货运、智能安全监管10个重点领域，覆盖交通运输全链条业务场景，针对性明确各领域的AI技术落地路径
试点实施安排	首批梳理出公路运行状态智能监测、列车智能控制系统、船舶编队智能航行等41个重点场景，2026年启动布局实施，“十五五”期间分批次动态推出场景建设指引 计划组织超百项试点项目，集聚超千家创新主体，形成一批场景级解决方案，加速推动智能终端、智能体在行业内普及应用
试点任务分类	应用推广类：面向技术成熟、需求明确的场景，加速成果转化扩面 创新示范类：聚焦成熟技术的系统集成与跨领域融合，开放高价值场景 攻关突破类：针对核心算法、智能终端等关键技术开展“从0到1”的研发验证

方案聚焦交通全产业链，划定十大细分赛道，具体包括智能驾驶、智慧公路、智能铁路、智能航运、智慧民航、智慧邮政、智能建养、智慧出行服务、智慧货运、智能安全监管等场景，布局超百项试点、集聚超千家创新主体，提出 2026 年率先落地首批 41 个重点场景。

政策不同以往，聚焦落地执行。从 2023 年至今，政府已在 AI+交通方面出台了多项扶持政策，主要聚焦于顶层战略、行业总纲、技术标准、安全规范等。

2023年至今AI+交通出行相关政策梳理

政策名称/发布时间	政策层级	核心定位	覆盖范围	核心导向	落地约束力
2023年7月《国家车联网产业标准体系建设指南（智能网联汽车）》	行业技术标准	底层技术合规奠基	仅限智能网联汽车、车路协同出行场景	统一行业技术标准，破除碎片化壁垒，夯实AI出行硬件、算法合规基础	行业合规约束，企业研发落地必须遵从
2024年3月《2024年国务院政府工作报告》	国家顶层宏观政策	全国AI+行动战略定调	全实体经济领域，交通仅为细分板块，表述宽泛	确立AI赋能实体经济方向，提出AI+交通提质增效，无具体落地任务	无强制约束力，仅宏观政策引导
2025年8月《关于深入实施“人工智能+”行动的意见》	国家最高纲领	确立AI+交通国家级战略地位	综合交通海陆空邮全业态	划定行业长期发展边界，明确智能化、数字化、安全化发展主线	无量化考核，为行业政策提供顶层依据
2025年9月《关于“人工智能+交通运输”的实施意见》	交通行业专属总纲	行业系统化发展总体规划	全交通场景、全产业链、全要素覆盖	搭建技术、场景、算力、产业完整体系，明确2027/2030双阶段发展目标	行业硬性规划约束，指导全行业系统性建设
2026年6月《“人工智能+交通运输”典型应用场景创新行动方案》	行业落地实操细则	可量化落地执行文件	41个精准民生出行、前沿智能交通场景	推动AI技术规模化商用，分类推进技术推广、示范、攻坚，落地试点项目	量化考核约束，可申报、可落地、可验收
2026年《“人工智能+交通运输”安全指引（征求意见稿）》	行业专项监管规范	行业安全合规风险兜底	全AI交通应用场景（仅聚焦安全维度）	规范算法、数据、隐私、风控、伦理，平衡创新与安全管理	强制性合规底线约束，全场景适用

《场景方案》的不同于以往政策主要体现在以下几个方面：

从“宏观规划”转向“场景量产”：《场景方案》是目前发布政策中的执行抓手，将“AI+交通融合”拆解为详细的标准化场景，标志着 AI+交通从“试点零散探索”正式进入规模化量产应用阶段。

独创“三级分类推进”机制，差异化适配产业成熟度：《场景方案》建立了梯度化落地体系，将所有落地场景精准划分为三类（应用推广类、创新示范类、攻关突破类），解决了以往政策缺乏实际落地的核心问题。

明确了量化考核、项目申报、验收闭环：《场景方案》明确“十五五”期间落地百项试点、集聚千家创新主体的量化目标，配套批次申报、项目遴选、落地督导、成果复盘、复制推广完整闭环机制。

（2.2）、物理 AI 快速发展，出行成为最典型应用场景

AI 技术快速进步，为智慧交通升级创新奠定基础。

首先是底层技术的突破，目前我国世界模型、VLA 视觉语言动作模型、仿真 Sim2Real 技术正在快速成熟，为后续的规模化、场景化提供更多支持。

典型物理AI底层技术发展案例

物理AI产品	技术能力
小鹏第二代 VLA 模型	国内首个量产级物理世界大模型，取消传统 VLA “语言中间转译环节”，实现视觉信号直接生成车辆 / 机器人动作指令；一套模型跨平台兼容智能汽车、Robotaxi、人形机器人、飞行汽车
千里智驾 ASD	装车量突破50 万台，覆盖极氪、领克等 19 款车型，辅助驾驶激活率 92%，验证物理 AI 方案大规模量产可行性
国产仿真平台-五一视界 51Sim 平台	原生支持世界模型训练，摄像头仿真置信度超 92%；推出内嵌物理约束的“物理直觉世界模型”
索辰科技自研物理 AI 引擎	支持低空三维物理地图秒级生成厘米级环境数据，服务低空飞行器物理 AI 训练

其次是机器人、智能企业、工业智能等细分市场正在加速物理 AI 能力落地，推动规模化商用。

具身机器人领域，极佳视界计划三年在无锡部署 1000 台搭载自研世界模型的通用具身机器人，落地一汽模具工厂；江行智能 JX-Phi Brain 物理 AI 大脑搭载机器狗，落地全国 1000+座水电站、电力场站，可实现设备巡检、障碍物识别、自主避障功能。

而在智能汽车领域，产业更是进入了高速创新阶段。

理想、蔚来、吉利等主机厂持续迭代车端 VLA 系统，车辆不再只是执行导航指令，而是持续感知道路参与者、预判物体运动、根据物理约束动态规划行车轨迹；曹操出行 RoboX 战略布局 Robotaxi、Robovan，依托城市真实路况持续迭代物理感知与决策模型，在多地开放规模化载人、载货试点，进一步拓展商用场景。

在移动出行领域，也涌现出了文远知行、小马智行、萝卜快跑、曹操出行等一批引领自动驾驶规模化商业化的创新企业。其中，曹操出行积极转型 AI 原生科技企业，率先以“物理 AI 移动科技平台”重新定义自身，是全球极少数具备自动驾驶全链条能力的平台，已有落地实例支撑，值得重点关注。

(2.3)、典型企业分析：曹操出行 RoboX 战略快速落地，转型物理 AI 移动科技平台 AI 技术快速进步，为智慧交通升级创新奠定基础。

● RoboX 战略发布，开启全面 AI 转型：

2026 年 6 月 18 日，曹操出行正式启动全面 AI 转型，发布 RoboX 战略，并明确全新发展目标——打造全球领先的物理 AI 移动科技平台。

战略核心内容：围绕“智能定制车、智能驾驶技术和智能运营”三位一体的发展模式，构建覆盖 Robotaxi、Robovan 等多元场景的智能运力体系。

战略目标：计划到 2030 年累计部署 10 万辆 Robotaxi 与 10 万辆 Robovan。



针对全球自动驾驶赛道普遍存在的制造、技术、流量、运营协同短板，曹操出行打造出行业首创智能定制车、智能驾驶技术和智能运营三位一体的全栈闭环生态：

智能定制车方面，曹操出行深度参与产品定义和研发的中国首款原生 Robotaxi，Eva Cab，将于 2027 年量产；通过与吉利远程的战略合作，正快速推进神童 T6 等 Robovan 车型的规模化应用。

智能驾驶技术方面，依托丰富出行场景和庞大数据，曹操出行快速推动智驾技术迭代，并以 L4 级自动驾驶为核心，持续提升载人、载货场景下的安全性、运营效率和成本竞争力。

智能运营方面，曹操出行已在运力调度、资产管理、用户服务及合规运营等方面形成规模化和体系化能力，构建智能化混合派单系统、超级运营 AI 大脑、绿色智能通行岛、RAS 远程安全服务平台等基础设施，以及面向智能运力时代构建的 CaoCao Robo OS，将支持 AI 智能体的接入与协同，形成覆盖车辆、技术与运营的完整能力体系。

- 拥抱 AI 机遇，重构组织阵型：

为加快全面 AI 转型，曹操出行 2026 年围绕 AI 重构内部组织阵型，已成立独立 AI 事业部、RoboX 事业部，推动 AI 能力深度融入产品研发、运营管理和业务体系，为行业提供了从传统运营向 AI 原生转型的参考框架。

外部，曹操出行牵头成立“曹操出行人工智能创新中心”，为转型提供核心学术支撑、国际化视野和战略路径规划。图灵奖得主 Joseph Sifakis（约瑟夫·希发基思）教授受邀出任创新中心首席科学顾问，并已将可信自主系统理论融入曹操出行搭建的行业首个可信 Robotaxi 能力体系，为 Robotaxi 行业安全验证、规模化推广提供了关键探索思路。

- 国内商业化试点、海外国际化加速落地：

截至 2026 年 8 月，曹操出行已在国内外多个城市试点自动驾驶业务，契合政策创新示范类试点要求。

Robotaxi 方面，曹操出行已在杭州常态化试点超一年，并在杭州滨江区正式开放主驾无安全员测试。2026 年内还将在国内多个城市和地区部署测试车队。在中国香港地区，曹操出行牵手八达通，将打造国际化示范线路。在中东、欧洲等重点海外市场，联合 K2 集团、May Mobility 等全球领先科技企业合力推进 Robotaxi 规模化落地。其先标杆城市验证、再区域复制的路径，在风险控制和模式可复制性上均具备较强参考价值。

Robovan 方面，曹操出行在 RoboX 战略发布仅一个月后即实现 Robovan 首城运营，2026 年 7 月已在长沙投入首批无人物流车，验证了“载人+载货”双线并进的可行性，也为后续全国多城规模化扩张探索成熟范本。

小结：从行业格局来看，曹操出行的 RoboX 战略使其在出行平台的 AI 转型竞赛中占据了先发身位。在自动驾驶行业从技术验证走向规模化商用的转折期，曹操出行率先完成了从战略定位、组织架构到商业化落地的系统性布局，打开了公司的长期成长空间，其转型路径和节奏对行业具有参照意义。

（2.4）、未来展望

- 运力全域智能化，从 Robotaxi 到 Robovan、Robobus 等，AI 时代多元运力体系正在建立：

作为高阶自动驾驶场景，Robotaxi 聚焦城市核心城区载人出行，是大众消费端最直观的智能运力形态，目前商业化进入规模化爬坡期。

而 Robobus 主打园区接驳、城市短途微循环、景区通勤、城郊固定线路客运，属于半封闭、低风险、高稳定场景。

Robovan 聚焦同城即时配送、园区货运、商超补给、城市环卫等场景，落地门槛低、场景碎片化、可 24 小时不间断作业，两者商业价值显著。

在全域智能的运力体系下，可实现资源高效整合和技术复用降本，同一套自研 L4 自动驾驶系统可跨车型、跨场景复用，大幅摊薄研发成本，边际成本随规模扩张持续下降；另外多场景覆盖下，形成“城市主干出行+短途微循环+末端物流”的完整运力网络，覆盖民生出行、商业物流、公共服务全场景，适配城市交通多元化需求。

目前以曹操出行为代表的科技企业已经开始积极探索多元交通场景下的商业化自动运营，为行业提供更多商业参考。

- 技术商业化闭环落地，“车辆+自动驾驶+运营平台”的系统能力打造越来越重要：

已摒弃“重技术、轻落地”的单一突破模式，不再是单纯追求自动驾驶算法、感知硬件的技术领先，而是实现可持续商业落地运营。

相较过去的单一技术迭代，类似曹操出行打造的“定制车辆+智驾技术+运营平台”一体化能力体系，构建了技术量产、场景落地、商业变现的完整产业闭环，避免了“技术强、落地弱”或“运营强、缺车缺技术”的结构性缺陷。

其中车辆是核心硬件载体。通过整车架构定制化开发、量产化适配设计，为自动驾驶提供落地基座；自动驾驶是核心技术内核。为多场景商业化运营提供支撑，保障出行、货运等应用场景的高效运行。而运营平台是实现商业价值的枢纽。三者有机结合形成的商业模式具备更强可实现的商业价值，是智慧交通产业从试验示范阶段迈向规模化商用阶段必经阶段。

- 安全监管体系智能化升级，AI 可信安全体系、智能监管体系逐步完善：

随着全域智能运力规模化落地，传统人工监管、静态规则监管模式已无法适配自动驾驶动态化、智能化、全域化的运营需求，行业进入技术安全可信+监管体系智能升级的双重迭代阶段。

随着自动驾驶硬件成本持续下探、AI 大模型算法不断迭代优化，叠加全国统一监管规则、安全标准与责任界定体系逐步落地，可信安全能力将成为未来 Robotaxi 合规落地、规模化普及的核心准入门槛与核心竞争力，成为行业高质量发展的底层核心支撑。

- AI+交通多业态融合创新，产业化加速落地：

人工智能技术与交通运输产业的融合已从单点功能赋能、单一场景试点，迈入多业态协同、全链条渗透、产业化落地的全新阶段。

依托交通大模型、车路云协同、数字孪生、边缘计算等核心技术迭代，叠加国家数字交通、交通强国战略政策加持，AI 正全面重构传统交通的出行服务、物流运输、基础设施运维、交通治理、低空交通等多元业态体系，Robotaxi 将深度融入城市数字交通体系，与智慧路网、数字孪生、城市公共交通互联互通，形成智能化、一体化的城市出行生态。

极光预计 2026-2027 年将成为 AI+交通多业态融合的规模化爆发期，交通 AI 产业集群将突破万亿规模，实现核心场景全覆盖、核心技术国产化、服务体系标准化。

未来五年，AI 将全面重构综合交通运输体系，彻底打破传统交通业态的边界限制，构建“全域协同、智能高效、绿色低碳、安全普惠、生态共生”的智慧交通新生态。

(3)、AI 金融进入合规化、规模化落地新阶段

2026 年，金融行业 AI 应用已从"试点探索"迈入"规模化合规落地"的新周期。国家金融监督管理总局持续推动金融机构数字化转型，AI Agent 作为核心技术抓手正在重塑银行、保险、证券的核心业务流程。与此前侧重于顶层设计的政策不同，2026 年监管层面呈现出三个显著特征：

其一，从"鼓励创新"转向"合规框架下的加速落地"：2026 年 4 月，《金融产品网络营销管理办法》正式发布，对金融机构内容审核、留痕存储、适当性管理等提出系统性要求，倒逼金融机构加速部署智能合规系统。这标志着 AI 金融应用必须在合规框架内实现规模化，"合规即服务"（RegTech）成为新的增长极。

其二，金融信创“全面落地年”，走向规模化交付：当下，监管要求核心金融机构系统国产化。从核心交易系统到风控引擎，国产 AI 基础设施正加速替代传统海外方案，为本土金融 AI 企业创造了巨大的增量市场空间。

其三，AI 应用风险分类监管体系初步建立：针对智能投顾、智能核保理赔、信贷审批等高风险 AI 应用场景，监管部门明确要求建立"人工复核+可追溯记录"的双重保障机制，推动 AI 金融从"技术驱动"向"可信安全驱动"转型。

底层技术突破为金融智能化奠定坚实基础。国产大模型能力跃升，DeepSeek V4、Qwen3.8 等国产模型在金融场景的语义理解、合规判断能力已接近国际领先水平。金融机构本地化部署大模型的门槛大幅降低，从国有大行到城商行、券商、保险公司，纷纷完成大模型的私有化或混合云部署。

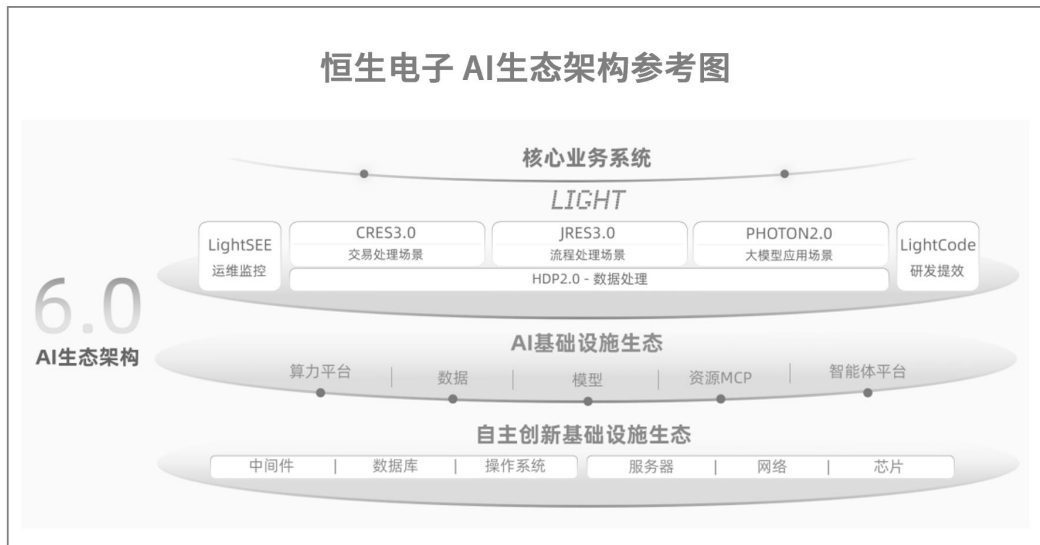
2026年Q2 我国部分银行 AI智能体数量情况

银行	智能体/应用数量	银行	智能体/应用数量
工商银行	500+AI应用	中信银行	660+智能数据模型
农业银行	200+智能体	兴业银行	200+智能体
建设银行	近400智能助手	浦发银行	2,500+金融智能体
交通银行	2,500+智能助手	招商银行	800+AI业务场景
中国银行	400+智能助手	邮储银行	370+大模型应用

数据来源：金融数据观察；
数据说明：因企业公开程度、时间不同，数据仅供参考

其次，各金融机构纷纷开始布局 AI 智能体，银行为其中的主要主体。据不完全统计，当下头部银行均已上线数百个 AI 智能体/智能助手，其中浦发、交通银行已有数千个 AI 相关的智能助手为用户提供服务。2026 年，金融行业的 AI Agent 渗透率预计接近 70%，较 2025 年同比显著提升。当下，智能体已能够自主完成信贷审批、理赔审核、研报报告生成、合规质检等复杂任务，形成"前端营销—中台运营—后端风控"的全链路智能协同网络。

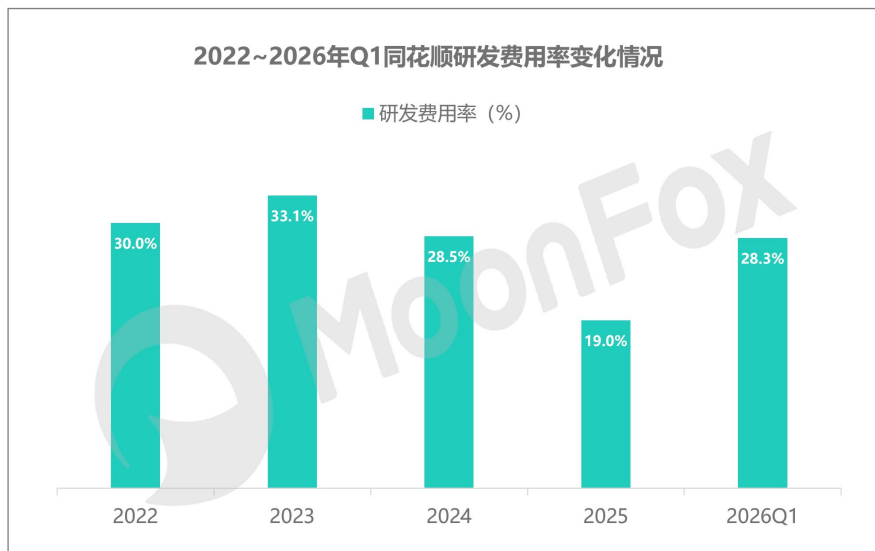
同时，关注更多上市企业，“AI+金融”已逐步迈入实质化布局阶段，大量企业加速引领自身业务实现智能化转型。



数据来源：恒生电子官方公告

以恒生电子为例，其自研的 LightGPT 金融垂类大模型已完成三次迭代，训练数据量达 4000 亿条，通过国家网信办备案，成为首批合规金融 AI 产品。该模型在投研、投顾、客服、合规等场景全面落地，在东方证券、招商证券等 20 余家头部机构部署应用，预计 2026 年恒生电子的 AI 相关业务增速将快速增长。

同时，关注第二季度，2026 年 4 月，恒生电子与阿里云共同启动“超级智能体计划”，旗下恒生聚源推出 AIDB 数据库，完成数据基础设施从“专业治理”向“AI 友好”的范式转型。



数据来源：企业财报
数据周期：2022~2026

如同花顺，作为金融信息服务领域的头部企业，以 29% 的研发费用率位居行业前列，重点投入问财大模型的优化与金融多模态训练。

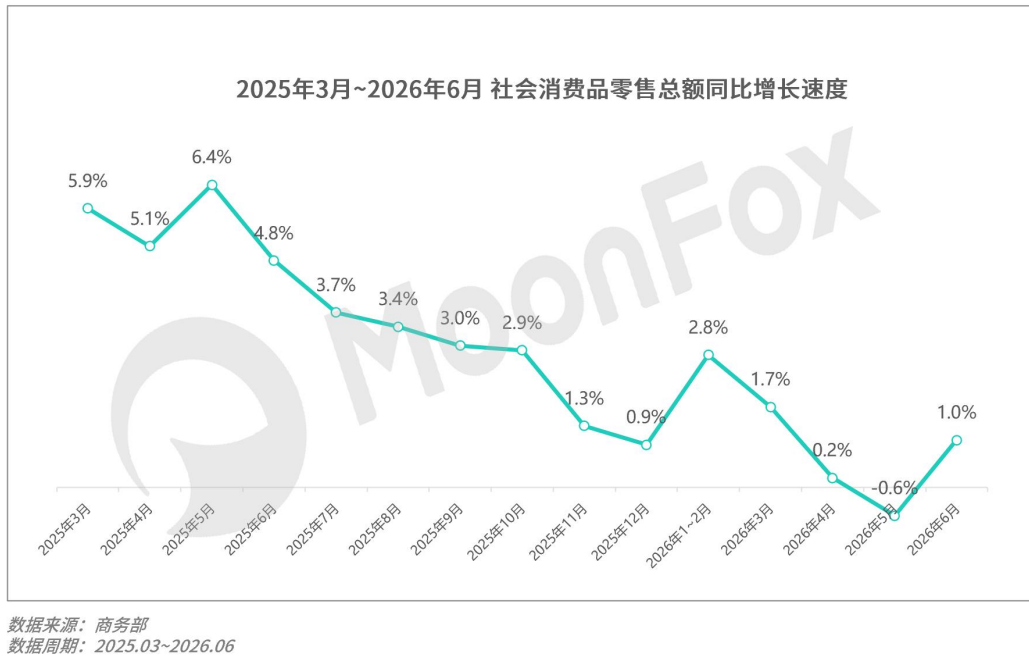
同花顺“问财”大模型在对话、诊选股、查资讯等领域全面升级，接入更多金融指标和量化因子。相比传统引擎，大模型引擎能够更精准地理解用户投资意图，提供从“诊选股”到“学投资

"的全链路智能服务。公司还组建了跨学科团队，推动大模型能力迭代，面向不同地区和行业客户提供多层次跨语种定制化大模型服务。

除此以外，还有大量将自身金融业务与 AI 深度融合的上市企业。如东方财富自主研发的"妙想"金融大模型，凭借数据特色和算法优势，聚焦于核心金融场景，全面融入公司各产品各业务条线；百融云创以自研 BR-LLM 行业大模型和 VoiceAgent 语音交互技术为基础，将 AI 能力封装为可上岗、可考核、可复制的"硅基员工"，直接为金融机构的营收、成本、合规等核心指标负责等等。

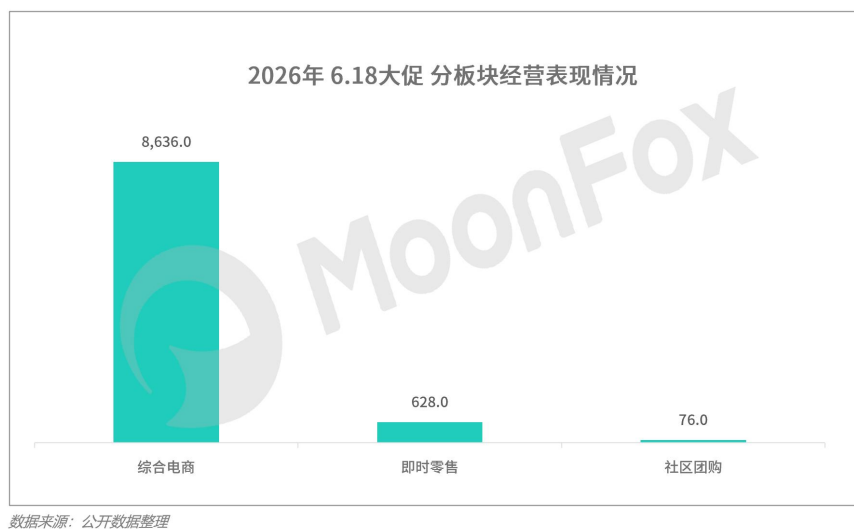
未来，我们认为金融大模型将陆续从"通用赋能"走向"垂直深耕"，AI 原生金融架构将加速形成。随着金融机构对 AI 应用的需求从"锦上添花"转向"核心生产力"，金融垂类大模型将在风控、投研、合规等核心场景实现更深度的专业化适配。

2.2. 消费：整体承压，消费习惯及偏好再分化

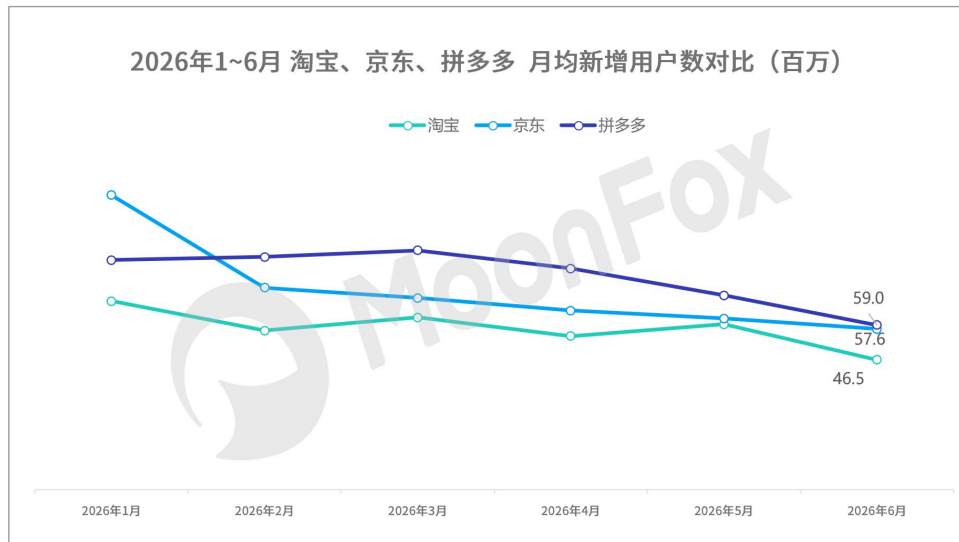


2026 年第二季度，中国移动互联网消费市场整体呈现“总量承压、结构平衡”的大基调。据国家统计局数据，二季度社会消费品零售总额约 12.1 万亿元，同比微增约 0.2%。分月来看，4 月社零 3.7 万亿元、同比增长 0.2%；5 月 4.1 万亿元、同比下降，主因去年以旧换新形成的高基数、补贴效应边际减弱及地产行业调整所拉低；6 月 4.3 万亿元、同比增长 1.0%，略超行业预期。

网上零售方面，自 2026 年起统计局将口径调整为“网上商品和服务零售额”，上半年全国网上商品和服务零售额 10.07 万亿元、同比增长 5.2%。其中网上商品零售额 6.43 万亿元，同比增长 4.8%；网上服务零售额 3.64 万亿元，同比增长 6.0%。整体来看，消费总量增长放缓已成事实，但线上消费与服务消费仍保持着结构性韧性。

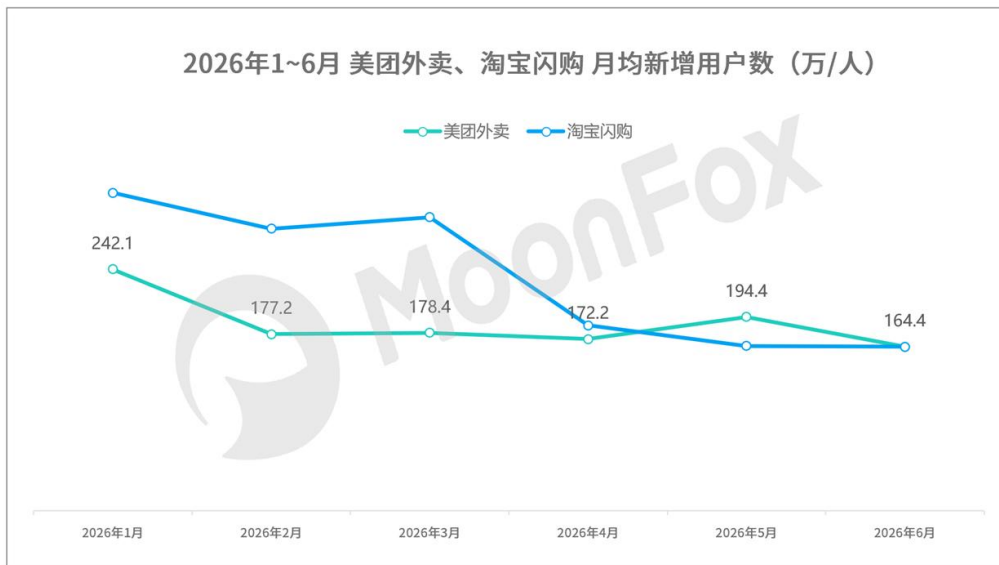


作为 Q2 的关键事件，6.18 的表现整体来看不及预期。“消费大促”的概念正在逐渐淡化。从数据表现来看，全网电商累计 GMV 为 9,340 亿元，同比增长 4.0%，增速大幅回落。分板块看，综合电商 8,636 亿元、同比微增 0.9%；即时零售 628 亿元、同比快速增长 112.3%；社区团购 76 亿元、同比下滑 39.6%，随美团优选全面关停，该赛道仅余多多买菜、兴盛优选等平台。



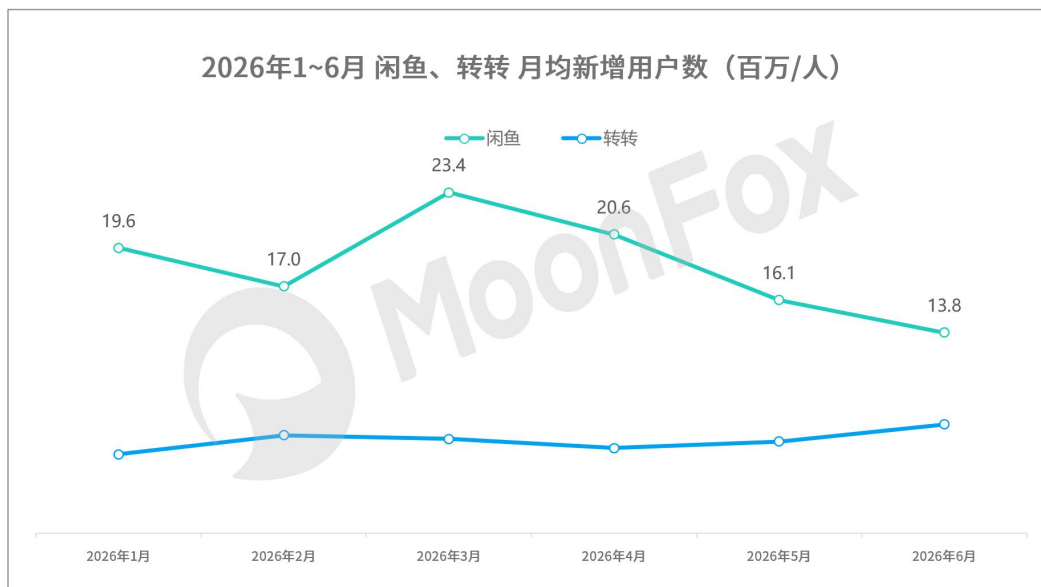
数据来源：极光月狐iApp (MoonFox iApp)
数据周期：2026.01~06

首先，综合电商赛道的策略重构是行业整体增速放缓的核心原因。一方面，各大平台再次开启“拉长战线”打法，淘宝、京东、抖音大促活动均于 5 月中旬陆续启动，全程超 39 天，多节点错峰分散了用户的消费需求；另一方面，玩法继续简化，全行业同步摒弃凑单、跨店满减等过往的复杂规则，统一转向“官方直降、单件立减”模式。在此行业大背景下，传统电商平台遭受来自抖音“中小达人”带货的打法冲击，整体新增用户数有所下降，据极光月狐数据，2026 年 6 月，淘宝、京东、拼多多新增用户约为 40~50 百万人，环比有所下滑。但值得注意的是，AI/大数据正在加速进入传统电商行业，从各方面赋能。如淘天推出“AI 万相”并打通千问大模型，京东依托“京小通”实现全域经营智能化，抖音上线“千川乘方”等等。AI 将加速重构买/卖双方的购物体验。



数据来源：极光月狐iApp (MoonFox iApp)
数据周期：2026.01~06

Q2 的外卖市场则是在监管和谈话之中逐渐降温。4 月 17 日，市监总局对美团、京东、淘宝闪购等 7 家平台“幽灵外卖”系列案合计罚没 35.97 亿元，为食安法实施以来最大罚单；6 月 1 日网络餐饮新规正式实施，平台完成首批“无堂食”外卖商户打标；6 月 17 日，市监总局发布《外卖平台补贴行为规范十条（征求意见稿）》，明确不得以长期大额补贴排除限制竞争、不得强制商家承担补贴成本、不得以低于成本价销售；6 月 29 日，北京首创平台经济“破卷向善”协商对话机制，三家平台承诺不搞“分钟级竞速”。在此背景下，淘宝闪购、美团外卖新增用户数有所减少，据极光月狐数据，二者 6 月新增用户数均为 164 万左右，自年初至今持续下降。监管将帮助外卖市场走向正常的竞争发展路径，行业短期内也将持续降温。



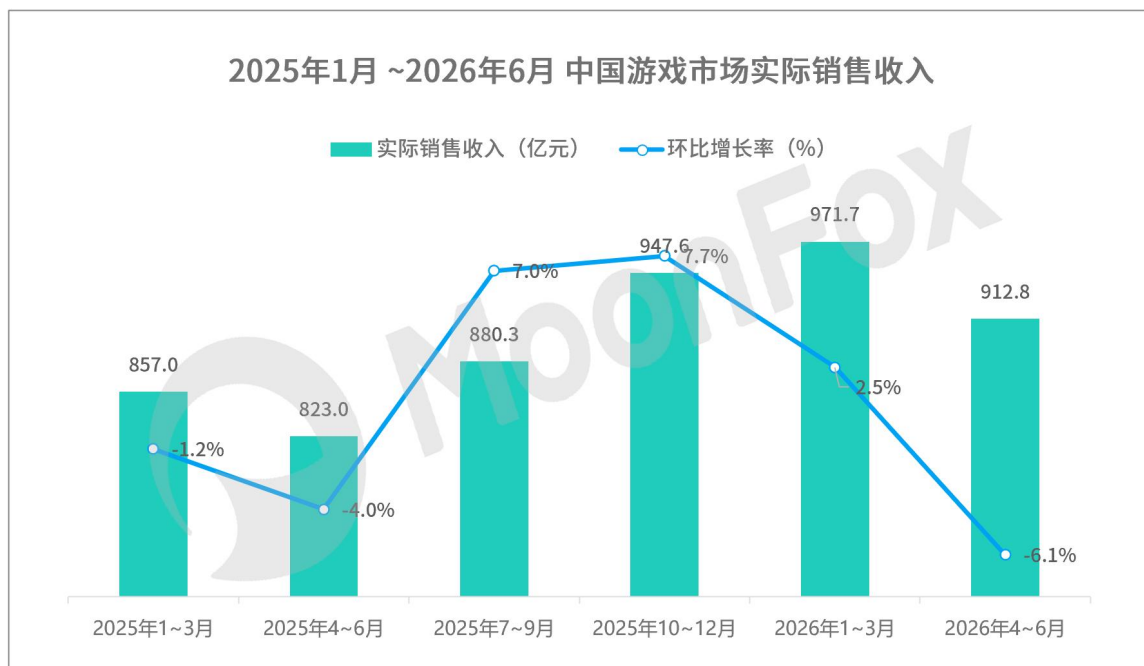
数据来源：极光月狐iApp (MoonFox iApp)
数据周期：2026.01~06

最后，二手经济与情绪消费在 Q2 呈现结构分化趋势。一方面，二手经济仍繁荣，预计 2026 年我国线上二手市场交易规模将突破 7,000 亿元。从平台来看，闲鱼仍为行业的绝对头部平台，其发布“AI 相机”功能后已有超 1,200 万用户通过 AI 发布超 5,000 万件商品，但 4 月 18 日“鱼小铺”职业卖家服务费由 0.6% 上调至 1.6% 引发卖家不满，综合策略的调整让闲鱼用户新增速率有所放缓，据极光月狐数据，2026 年 Q2 闲鱼每月新增用户数逐步减少，平台商业化与社区生态的平衡仍需磨合。

情绪消费方面，泡泡玛特将 2026 年定为“休整年”，管理层确认 LABUBU 销售贡献回落，营收增长目标下调至“不低于 20%”，4 月底其跨界的 LABUBU 联名小冰箱被黄牛炒至数万元，引发炒作风险讨论。

综上，我们认为，2026 年 Q2 中国消费市场的核心叙事是“总量承压下的结构再平衡”。虽然传统赛道增速放缓、GMV 增速下滑，但同样如智能眼镜、二手市场的销量和热度尚在。展望下半年，消费将不止依靠政策扶持和平台补贴，背靠 AI 衍生出的新消费和需求有望带动行业整体增长。

2.3. 游戏：大盘上涨，开放世界市场表现走出差异化



数据来源：游戏工委
数据周期：2025.1~2026.06

2026 上半年，国内游戏市场实际销售收入 1,884.5 亿元，同比增长 12.17%。其中，Q2 收入录得 912.8 亿元，虽受限于 Q1 的高增长环比有所下滑，但同比仍快速增长 10.9%。

从分项来看，2026 年 1-6 月，客户端游戏市场实际销售收入 452.88 亿元，同比增长 27.92%；网页游戏则仅为 20 亿元，下降仍在持续；相较之下，移动游戏仍是行业的重要基本盘，2026 年 1-6 月，移动游戏市场实际销售收入 1,352.1 亿元，同比增长 7.9%。从增

速来看，移动游戏同比增幅于 3 年来首次放缓，疫情后的高增长已被行业完全消化。从产品角度来看，部分长青的头部 IP，以及双端互通游戏仍是两端市场的共同增长引擎，《三角洲行动》《异环》等产品的多端通路覆盖，叠加成熟期产品周年庆运营与五一小长假时长红利，为 5~6 月的行业增长提供基础。

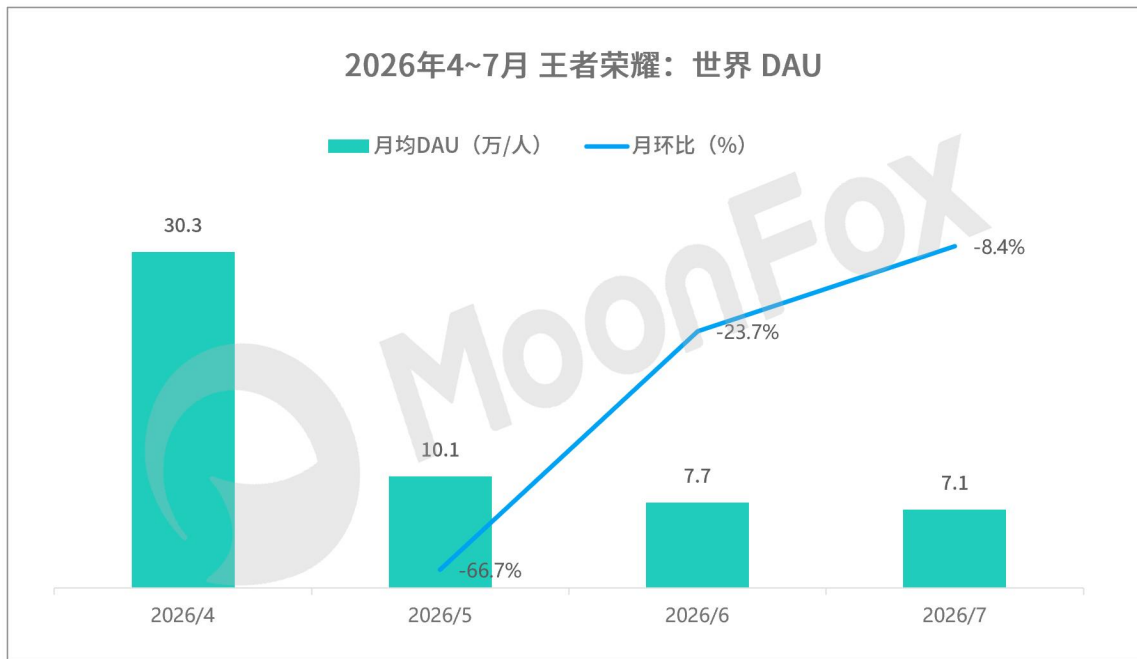
2026年5月 预估流水Top10移动游戏 MAU对比（百万人）

排名	游戏名称	2026-5月 MAU	2025-5月 MAU
1	王者荣耀	140.97	136.01
2	和平精英	54.41	67.11
3	三角洲行动	24.81	10.52
4	无畏契约：源能行动	6.91	0.02
5	无尽冬日	/	/
6	金铲铲之战	16.09	21.66
7	梦幻西游	2.22	3.71
8	地下城与勇士：起源	0.41	2.17
9	洛克王国：世界	19.15	0.32
10	开心消消乐	38.22	42.81

数据来源：极光月狐iApp (MoonFox iApp)
数据周期：2025~2026

老游排名仍然稳定，腾讯的行业影响力进一步强化。据公开数据，4 月、5 月中国 App Store 手游收入榜 TOP3 均稳定为《王者荣耀》《和平精英》《三角洲行动》。其中《王者荣耀》4 月借《哪吒之魔童闹海》联动与五五开黑节实现收入环比稳步增长，截至 6 月末全球累计内购收入突破 175 亿美元，稳居全球手游累计收入榜首；《三角洲行动》4 月新赛季创下单日流水历史新高、收入环比增长超 44%，6 月 S10 赛季后跃居全球射击手游收入冠军，全球累计收入突破 9 亿美元，已成为腾讯新进“长青 IP”。

网易系旗下 IP 同样有较为强大的生命力，“多端互通+长线运营”的打法使其有量级较为庞大的高粘性粉丝。如《梦幻西游》长期稳居收入排名 Top10，其双端同步更新，关注暑假等时间节点，通过新资料片吸引老粉回归；如《蛋仔派对》四周年带动 6 月收入同比增长；6 月开赛的美加墨世界杯则为体育品类带来脉冲红利，网易代理的《实况足球》活动当日流水环比暴涨 790%、创历史新高。



数据来源：极光月狐iApp (MoonFox iApp)
数据周期：2026.04~07

Q2 最大的行业变量来自新品，大厂均加速布局“开放世界”赛道，新品表现差异化显著。首先，作为顶流 IP，《王者荣耀：世界》上线初期手握 3,000 万预约与行业普遍“首月 20 亿左右流水”的预期于 4 月上线，首日登顶 iOS 免费榜，但畅销榜不及预期，4 月 iOS 端总流水约 5,023.8 万元，远低于市场预期。其“不卖数值卖外观”的商业化路径与开放世界 RPG 玩法错配，同时如游戏优化和剧情引玩家不满。当下，产品原制作人已离职，随着新制作人的加入和 S1 赛季的开启，产品长线表现仍待验证。

而与之相对，完美世界旗下《异环》低开高走，公测首日 iOS 畅销榜第 13，虽上线初期不被资本市场看好，但后期其凭借 1.1 版本与保时捷跨界联动等操作，《异环》5 月贡献完美世界全球总收入约 87%，推动发行商 5 月收入大幅增长 233%、重回 Sensor Tower 中国手游发行商全球收入榜第 12 位，创 2023 年以来新高。整体来看，我们认为开放世界赛道仍尚且存在较大的市场空间，但对开发团队于玩法的打磨以及商业化细节的设置有较高要求，看好下半年该赛道下头部 IP 产品的流水爆发。

供给端，版号发放延续高位常态化。上半年共下发 900 余款网络游戏版号，其中 6 月批次包含《仙剑奇侠传四：重制》、腾讯光子搜打撤新游《奥星热浪》等重点产品，为下半年新品供给提供充足储备。

最后，中国游戏企业出海势头依然强劲。据游戏工委数据，2026 年 1-6 月，我国自研游戏海外市场实际销售收入 123.72 亿美元，同比增长 30.22%，其中美、日、韩三国占比分别为 32.31%、14.05%和 7.48%，依然为主要市场。从收入份额角度来看，我国游戏产品占全球 TOP100 收入比重稳定在 40%左右，玩法上继续呈现“SLG+合成+二次元”三线并进，《Whiteout Survival》、《Gossip Harbor》等产品多次登上榜单排名靠前。

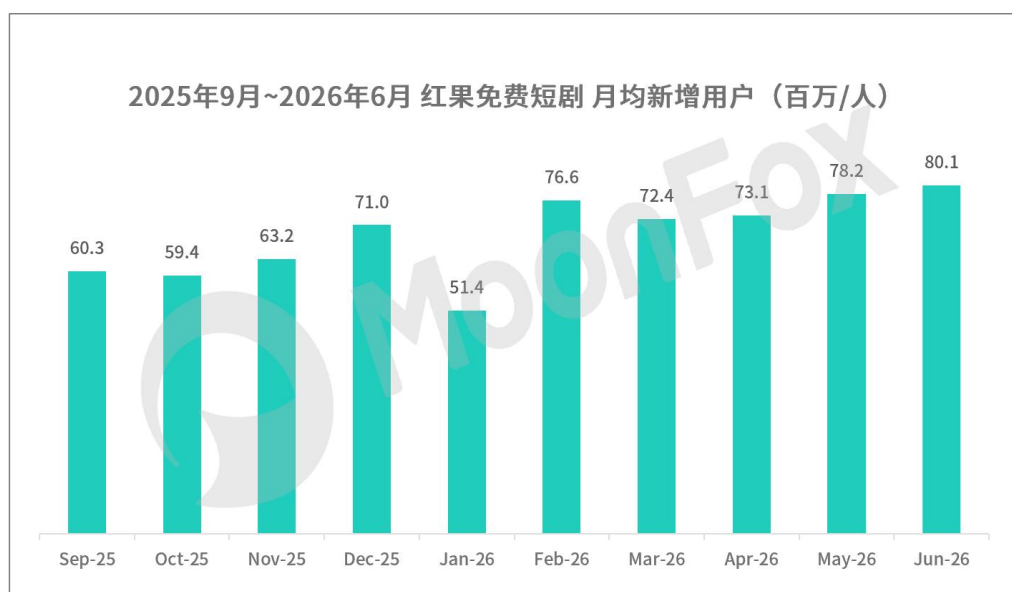
综上，2026 年 Q2 我国游戏市场呈现“大盘稳、结构变”的行业特征。我们预计，AI 在下半年将对游戏行业造成较为显著的影响，从“全民 vibe coding”到 Unity 等游戏引擎结合 AI 的加速迭代，更多新奇玩法和产品将陆续涌现，看好个人开发者为游戏行业的下一轮发展提供核心驱动力。

2.4. 短剧： 监管立规、产能出清，“真人+AI”加速合流

第二季度，监管是短剧行业最鲜明的特征，政策推出密度空前。4 月 1 日，AI 短剧“先备案后上线”制度正式落地，所有 AI 生成漫剧、仿真人短剧须持《广播电视节目制作经营许可证》单独备案，未备案内容全网强制下架；从平台层面来看，如红果在 Q1 即下架 1,718 部违规漫剧，率先对违规内容监管，行业逐步告别野蛮生长。

5 月，广电总局部署并印发《“微短剧精品创作传播计划”实施方案》，北京、上海、江苏等 11 个省级广电主管部门已安排专门扶持资金，抖音（红果）、腾讯视频、芒果 TV、咪咕、快手、点众 6 家重点平台将投入至少 60 亿元支持优秀真人微短剧创作传播，全年目标推出千部优秀微短剧。

6 月 24 日，国家广播电视总局就微短剧首部部门规章《微短剧发展管理办法（征求意见稿）》公开征求意见，其中明确提出使用 AI 技术生成、制作的微短剧须在每集明显位置添加提示标识，播出单位不得使用诱导用户沉迷、过度消费的算法模型，并鼓励“微短剧+”加速发展，支持外向型微短剧境内外同步播出。整体来看，“监管+扶持”是 Q2 的主基调，本轮监管主要围绕着 AI 生成展开，对违规内容进行规范。



数据来源：极光月狐iApp (MoonFox iApp)
数据周期：2025.09~2026.06

平台竞争层面，“一超”格局进一步固化，红果的领跑优势持续扩大。据极光月狐数据，2026 年 6 月红果免费短剧 App MAU 接近 1.18 亿，同/环比均稳步增长；Q2 月均新增用户 77.1 百万人；人均单日使用时长在 90 分钟以上，为短剧赛道的绝对头部。相较来说，河马剧场 Q2 MAU 则在 2,300 万左右，新增速度月度同比有所下滑。

内容策略上，红果于 5 月短剧产业大会上表示将持续关注真人短剧，推出 15 亿-年度保底计划，同时在真人剧全品类当中，抖音自然流量场景之下将全面调高内容分成比例，内容分账预估增加 15%；同时，红果在 6 月 23 日上海电视节目白玉兰微短剧论坛发布现实题材“千部计划”，全年扶持至少 1,000 部真人微短剧，单部提供 20 万元投资；抖音集团短剧版权中心同步升级激励政策，重点鼓励“真人+AI”制作，成片保底分四档、最高达 400 万

元。整体来看，抖音一方面推出 Seedance 系列赋能 AI 生成视频方向，另一方面在红果侧“踩下刹车”，关注真人短剧所带来的创造力和新颖内容，多线并重的打法也使其能持续获客、吸引创作者不断加入。

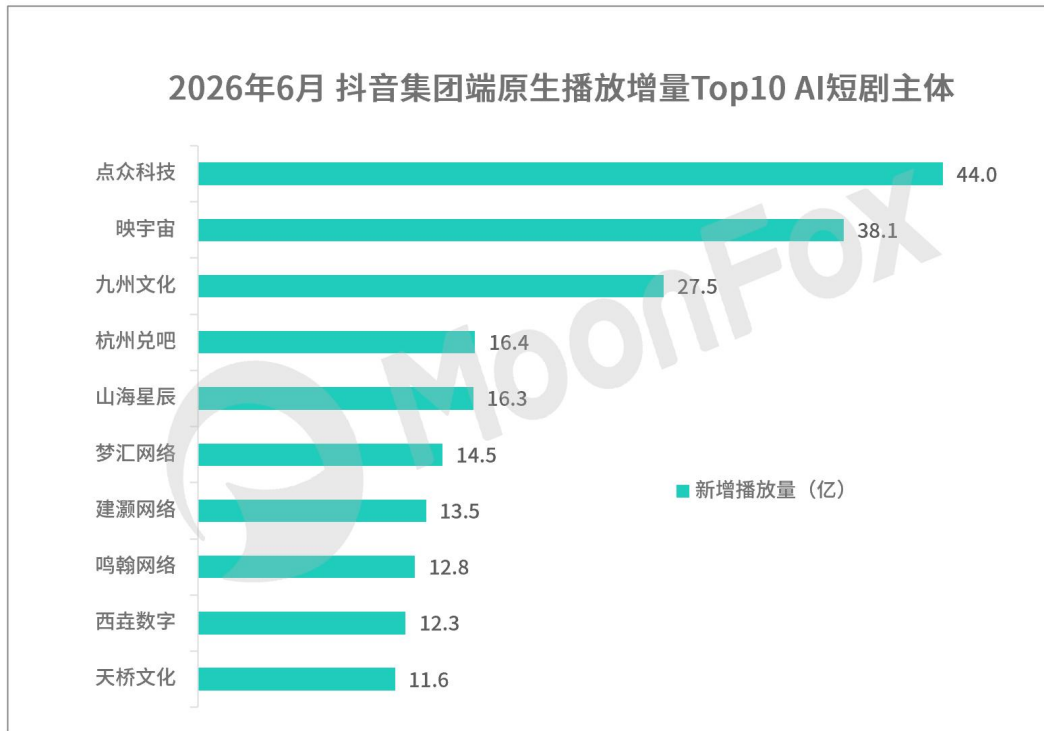
其他平台同样在上述大方向中制定策略，关注真人与 AI 的融合。腾讯合作火龙漫剧，Q2 升级扶持政策，AI 仿真人及 3D 精品漫剧独家保底达单分钟最高 1 万元，综合分成系数最高 2.88 倍，并大幅放宽个人创作者入驻；芒果 TV 发布“千部 IP 联合创制生态计划”与“保底+摸高”分账方式，深耕女频情感赛道，从审美享受和情感共鸣方向出发留存女性观众。

截止2026年6月 视频模型领域主要玩家及价格			
公司	旗舰模型	发布日期	API单价（720P为例）
Google DeepMind	Veo 3.1	2025年4月	约0.05~0.1美元/秒
Runway	Gen-4.5	2025年12月	约0.12美元/秒
生数科技	Vidu Q3	2026年1月	约0.07美元/秒
字节跳动	Seedance 2.0	2026年2月	约0.13美元/秒
快手	Kling 3.0	2026年2月	约0.1美元/秒
爱诗科技	PixVerse C1	2026年4月	约0.065美元/秒
阿里	HappyHorse 1.1	2026年6月	约0.07美元/秒

数据来源：36氪、智能涌现

技术端，视频生成模型的“军备竞赛”在 Q2 持续升温，短剧生产正逐步走向工业化。4 月 2 日，字节火山引擎正式开放 Seedance 2.0 API 申请，面向企业认证主体按 Token 计费，1080P 视频成本显著下降，中小团队得以程序化接入 SOTA 视频模型；6 月 24 日，Seedance 2.5 于火山引擎原动力大会发布并预计 7 月推出，原生支持单段 30 秒成片、参考素材上限由 12 份提升至 50 份、原生 4K 输出。

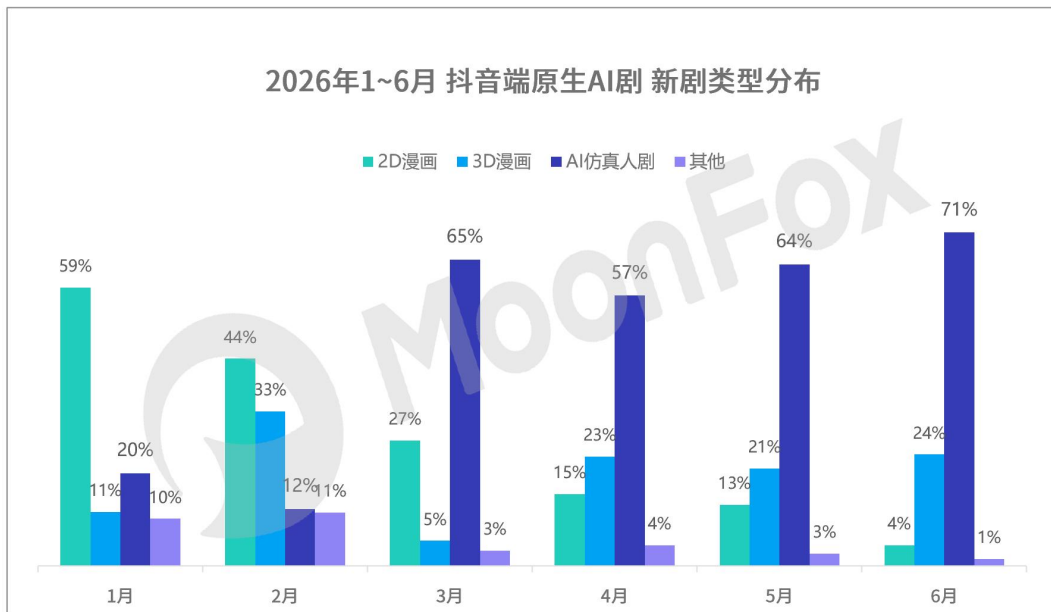
同时，阿里、快手同步跟进，HappyHorse 1.1 于 6 月 22 日发布并开放 API；可灵 3.0 全球首发视频端模型定制功能，解决了系列短剧角色形象前后不一致的行业痛点。成本端，据行业测算，AI 短剧单分钟制作成本已降至 400~1,000 元，较传统动画下降超 70%，一部 100 分钟全剧的制作周期能够压缩至两周以内。整体来看，随着大模型能力提升和成本下滑，行业上游竞争压力显著提升。



数据来源：短剧自习室
数据周期：2026.06

模型可用性的提升结合成本下降，进入 AI 短剧市场的团队正在增加，头部主题市场份额仍较为可观。从新增播放量来看，点众科技、映宇宙、九州文化的 6 月新增播放量占到行业 Top30 的超 30%，九州作为老牌头部发行方，旗下矩阵账号数量和发行剧目数量均位于行业头部。映宇宙背靠过往直播/社交的经验，在流量投放及题材打法上具备优势，行业头部主体仍然占据绝对的市场份额；另外，Top10 AI 短剧主题月均播放集中在 10 亿左右，AI 的强创造力为中腰部团体带来市场空间，过往制作成本高昂的赛道开始涌入更多主体。

然而与产能膨胀和多团队加入形成鲜明对照的，是行业在收益侧的萎缩，量产已难带来短期快速增长。据公开数据统计，当下 AI 短剧万播收益已由 2025 年的 30~100 元降至 20 元左右，流量采买成本反而同比上涨；同时，爆款率正持续下滑，AI 创作者的收益水平也有所下降。结合收益情况来看，AI 短剧市场正处在“去泡沫”的关键阶段，创造力开始大于 AI 性能，好内容才能够吸引更多用户，有效实现商业化，行业头部效应显著。



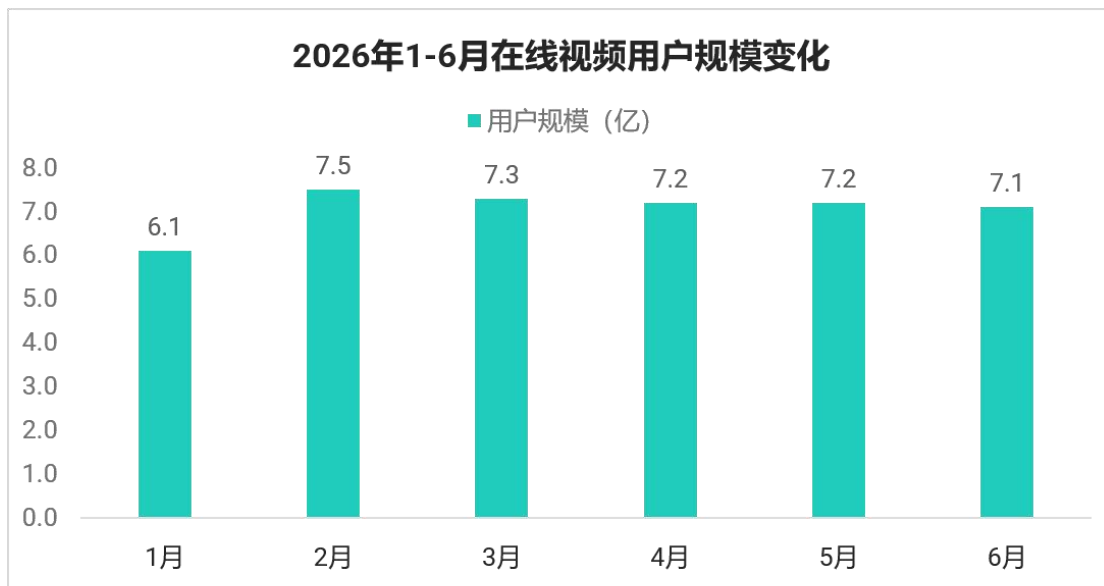
数据来源: DataEye
数据周期: 2026.01~06

行业破局点在 AI 仿真人剧。据 DataEye 数据，2026 年 6 月，AI 仿真人剧占比新剧比重达到 70.6%，相较年初增长了近 50 个百分点。关注代表性产品，如《斩仙台真人 AI 版》上线首周播放量破亿；《财神天降，送我上青云》4 月上线，以 12.74 亿播放增量位居上半年抖音端原生百强榜第二，累计播放量达 15.56 亿。当下 AI 产出短剧已逐步从漫剧走向真人，大模型当下强一致性的把控和更加丰富的角色特征为团队产出仿真人剧提供了基础，明星授权等合作方式也进一步打开了该类别短剧的市场空间。

整体来看，2026 年 Q2 是短剧行业从“爆发量产”切换至“模式转化”的转折季。随着 7 月 1 日 AI 微短剧分类分层标准正式施行、《微短剧发展管理办法》于意见反馈截止后有望在 Q3—Q4 正式落地，“持证上岗+每集 AI 标识”将全面强制化，流水线低质 AI 内容将加速出清。

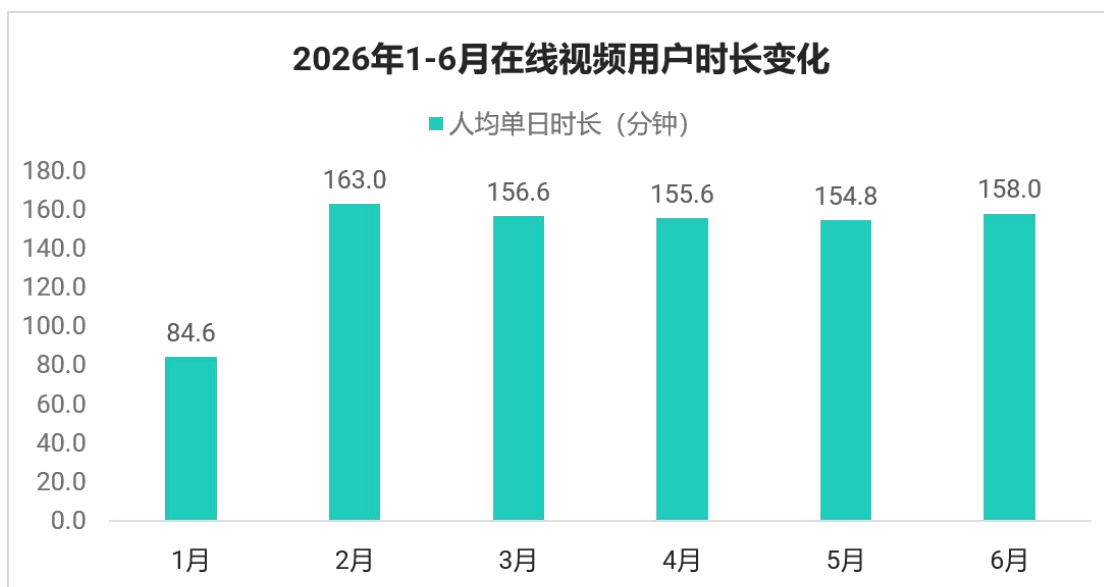
2.5. 长视频： 暑期预热启动，精品剧持续涌现

(1)、行业用户规模稳定，爆款拉动效应显著



数据来源：极光月狐iApp
数据周期：2026年1-6月

2026 年二季度，在线视频行业度过春节档期流量高峰，进入稳定发展阶段，整体用户规模保持平稳、大盘韧性充足。极光月狐数据，在线视频行业 MAU 于 Q2 维持在 7.2 亿人上下。



数据来源：极光月狐iApp
数据周期：2026年1-6月

用户使用时长方面，据极光月狐数据，Q2 在线视频行业单日常人均使用时长为 156.1 分钟。

值得关注的是，6月下旬暑期档预热开启，头部剧集集中定档，带动行业流量阶段性走高，用户使用时长呈现回升态势。

整体来看，二季度在线视频行业由“档期驱动”切换为“爆款驱动”，头部内容对用户规模与使用时长的拉动作用进一步凸显。

（2）、行业继续推进内容精品化战略：减量提质

2026 年第二季度，国内剧集行业延续减量提质、精品深耕的核心发展基调，供给端收缩态势进一步强化。

从官方发行数据来看，Q2 全国获准发行国产电视剧共 21 部、总计 595 集，较 Q1 的 28 部 814 集有所下滑。其中，现实题材剧目 16 部 428 集，占比高达 76.19%，现实主义创作主线地位持续巩固。

从网络播出格局来看，本季度四大视频平台共上线长剧 38 部，同比有所减少；其中平台独播剧 32 部，占比 84%，独播仍是头部内容布局的绝对主力；多平台联播剧 6 部，作为供给补充仍具市场竞争力。爱奇艺以 18 部的上新数量位居四大平台首位。

各大视频平台延续了 Q1 “赛道深耕、差异化内容”的打法，优质内容的打磨和 IP 的长线运营为各大平台的主要发力点。

从剧集来看，各平台在二季度均有精品上线。

其中爱奇艺的迷雾剧场独播的《低智商犯罪》获得市场好评，凭借荒诞黑色幽默+轻悬疑风格，获得豆瓣评分 8.2。

《低智商犯罪》也代表了爱奇艺在悬疑方面探索，主动布局悬疑喜剧新赛道，丰富迷雾剧场产品矩阵，降低单一类型的市场风险。其投入成本较低，约为 8000 万元，而商业价值显著，开播后品牌持续追投，全剧植入品牌十余家，同时二创活跃，抖音话题播放量超 34 亿，大量梗、名场面二次传播，带来免费流量；角色出圈，配角也获得商业红利，放大 IP 长尾价值。

《主角》作为腾讯视频 S+级现实主义年代大剧，获得豆瓣评分 8.1，是台网联动模式下严肃文学影视化的标杆样本，实现收视、平台热度、商业收益三重爆发。区别市场主流“逆袭爽感大女主”，《主角》核心主角忆秦娥不是开挂型人物，是被动、隐忍、在时代裹挟下反复受挫，依靠手艺与韧性完成自我确认的戏曲艺人。

《黑夜告白》是优酷白夜剧场 S 级原创社会派悬疑剧，采用三重时空交错叙事，潘粤明+王鹤棣组合，是优酷悬疑赛道继《白夜追凶》之后一次重要的原创大项目试验。

公开数据显示，《黑夜告白》实现预约量 380 万，刷新优酷悬疑剧预约纪录；开播首日热度破 7000，首日拉新表现突出，峰值站内热度突破 9000，同时全剧广告总时长破千秒，是优酷年度招商第二的剧集。打破悬疑剧广告难做的刻板印象，流量演员+强国民题材提升品牌接纳度。

优酷近年持续加码古装赛道，《雨霖铃》是平台古言 S+储备的代表作品，区别于平台过往的古偶、仙侠储备，《雨霖铃》补齐正统武侠赛道，强化平台在现实主义、传统古典题材上

的内容标签，降低对同质化古偶题材依赖。豆瓣评分 7.0，位列猫眼 5 月武侠热度榜冠军；全网热搜累计 1543 个，主话题阅读量超 72.6 亿。

二季度高分剧集仍然向悬疑类倾斜，但各家平台已经开始深化探索，爱奇艺尝试更大受众面和娱乐性的喜剧悬疑；而优酷视频则新悬疑 IP 的持续开发，不断丰富内容边界。

(3)、市场竞争加剧，差异化战略进一步落地

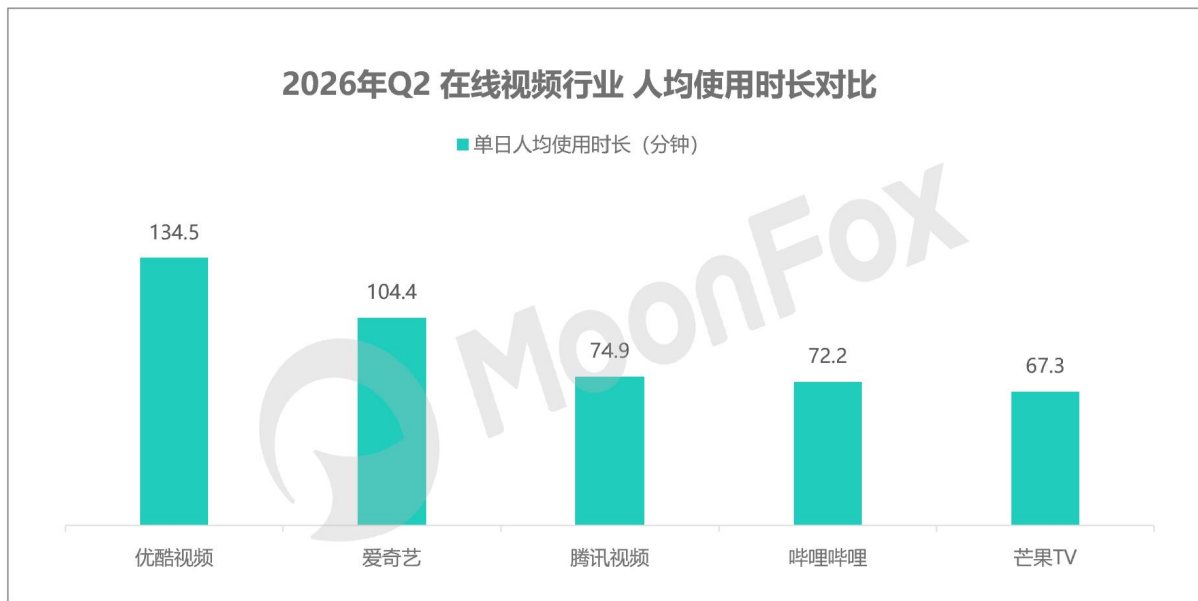
2026年Q2 在线视频用户规模Top5

排名	企业名称	季均MAU (万)	季均DAU (万)
1	腾讯视频	35,636.28	7,490.42
2	爱奇艺	27,922.78	4,908.26
3	哔哩哔哩	24,930.57	8,970.67
4	优酷视频	19,657.94	3,060.59
5	芒果TV	12,083.58	1,967.47

数据来源：极光月狐iApp (MoonFox iApp)

数据周期：2026.04~06

2026 年二季度，在线视频行业存量竞争格局保持稳定，腾讯视频、爱奇艺、优酷视频、芒果 TV 四大平台的差异化战略进一步落地。



数据来源: 极光月狐iApp (MoonFox iApp)
数据周期: 2026.04~06

从单日使用时长来看, 优酷视频的用户观看时长仍长期处于行业首位, 于 2026 年 Q2 以 134.5 分钟的时长稳居行业第一。爆款频现结合内容生态的持续投入, 为优酷提升用户粘性提供基础。

爱奇艺: 上新数量领跑, 迷雾剧场创新+非遗正剧实现题材突破

爱奇艺本季度以 13 部长剧上新量稳居行业头部, 中短剧 (不含竖屏) 同样约为 13 部, 延续了其“广撒网+强剧场”战略打法。其中, 迷雾剧场推出《低智商犯罪》, 以荒诞喜剧悬疑实现品类突破豆瓣评分 8 分以上, 稳居平台大屏点播季度榜首, 市场表现优异; 台网联播剧《家业》低开高走, 跳出以情感线为主的古装剧路径, 围绕家族兴衰打磨剧情, 同时优质剧情吸引了超过 170 个广告合作, 验证了非遗正剧的商业价值; 最后, 《冰湖重生》等联播项目补充了内容矩阵, 但其口碑及后续播放量不及预期, 也暴露出平台联播下部分大剧品控的隐忧。

整体来看, 爱奇艺本季度在新剧数量得以保证的基础之上, “剧场化创新+台网联动”双轮驱动, 爆款能力行业领先。

腾讯视频: 现象级大剧登顶, 平台口碑有所回升

腾讯视频本季度 S+项目梯队排布合理, 4-6 月每个月均有头部大剧接档, 避免空窗期, 保障用户留存。但两极分化局面显著, 腰部剧集承压明显, S+项目贡献平台超过 62%有效播放量, 大量中腰部剧集市占率不足 2%。声量、播放双低; 平台资源高度向头部倾斜, 中层作品缺少破圈机会, 内容梯队厚度不足。

综艺方面, 腾讯视频的推理真人秀 (开始推理吧系列)、轻熟龄恋综 (半熟恋人) 两大赛道形成稳定 IP, 用户画像清晰, 招商确定性高; 同时综 N 代商业化成熟, 头部 IP 招商客户充足, 广告变现确定性高; 二创短视频适配度高, 社媒传播链路完整。

优酷视频: 拉新效率领先, 多题材季度表现优秀

优酷继续深耕差异化路径，通过多题材爆款有效拉新，实现用户量级的持续增长和用户粘性的提升。爆款拉新层面，《月麟绮纪》开播前预约量即超 260 万，创优酷年度古装剧的预约记录；武侠题材的《雨霖铃》同样为优酷带来了可观增量，较高的豆瓣评分以及 5 亿+的播放量，通过 Disney+覆盖全球 50 余个国家和地区。

综艺方面，优酷视频积极创新。《食神·百厨大战》是其在厨综爆发周期推出的台网联动头部竞技综艺，以“星厨-素厨对抗、专业-大众双评审”为核心特色。

公开数据显示，《食神·百厨大战》主话题全网阅读量累计近 22 亿；卫视收视表现也较好，尤其是前两期位列本地同时段省级卫视收视率首位。

《食神·百厨大战》在商业创新方面值得关注，其突破传统综艺广告变现逻辑，打通“综艺内容-快消品牌-线下餐饮门店”的商业闭环，实现 C 端流量向 B 端产业价值的转化。

(4)、趋势展望：爆款逻辑重构，品质与口碑的权重持续上升

严肃文学、价值正剧热度加速回归

《主角》、《家业》等正剧的全网火爆证明了，在倍速观剧、切片消费盛行的环境下，严肃文学改编与慢叙事正剧依然具备最强的国民号召力。未来，茅奖、鲁奖等文学 IP 改编将成为头部平台争夺的战略高地，“慢内容”与“长周期制作”的商业价值将被重新定价。

热度不决定表现，质量仍为核心

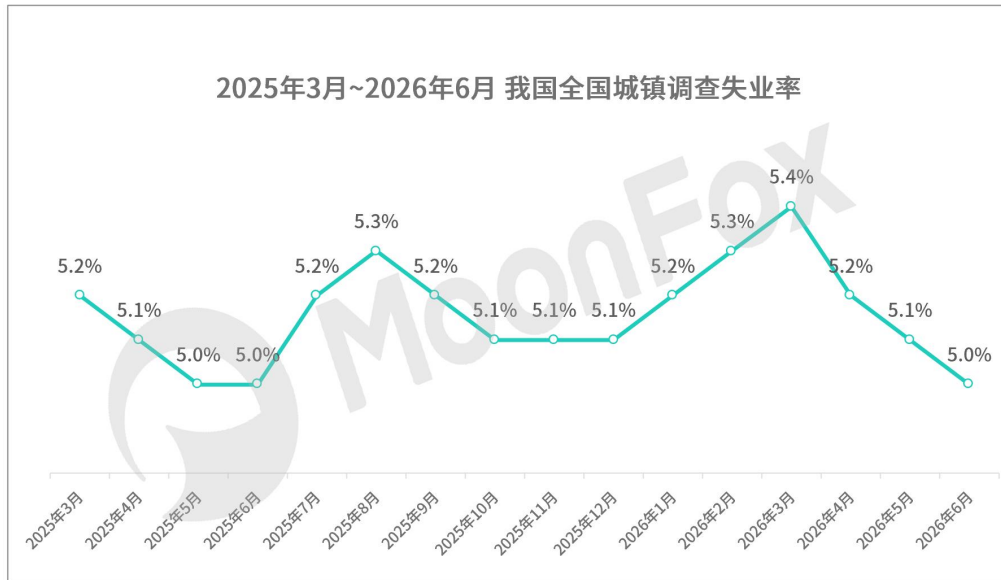
Q2 有大量“高热度、低口碑”剧集出现，同样也有上线前夕差评如潮，但随着后续剧集播出凭借综合质量“逆袭”的新剧。总体来看，流量与营销只能决定剧集的开播高度，随着观众“反向围观”“口碑考古”行为常态化，缺乏质量支撑的高热度剧集将更快遭遇热度衰减，口碑对播放长尾的决定性作用将进一步放大。

中剧崛起、长短共生，内容形态多元化加速

第二季度，中短剧在上星渠道的播出上新占比达 39%，中短剧正逐步从网络赛道走进主流大屏市场，短剧整体质量也将随着 AI 等技术的发展而进一步提升。未来，长剧、中剧、短剧集、季播剧多元并存的生态将进一步成熟，平台的排播策略与分账体系也将围绕“长短结合”持续重构。

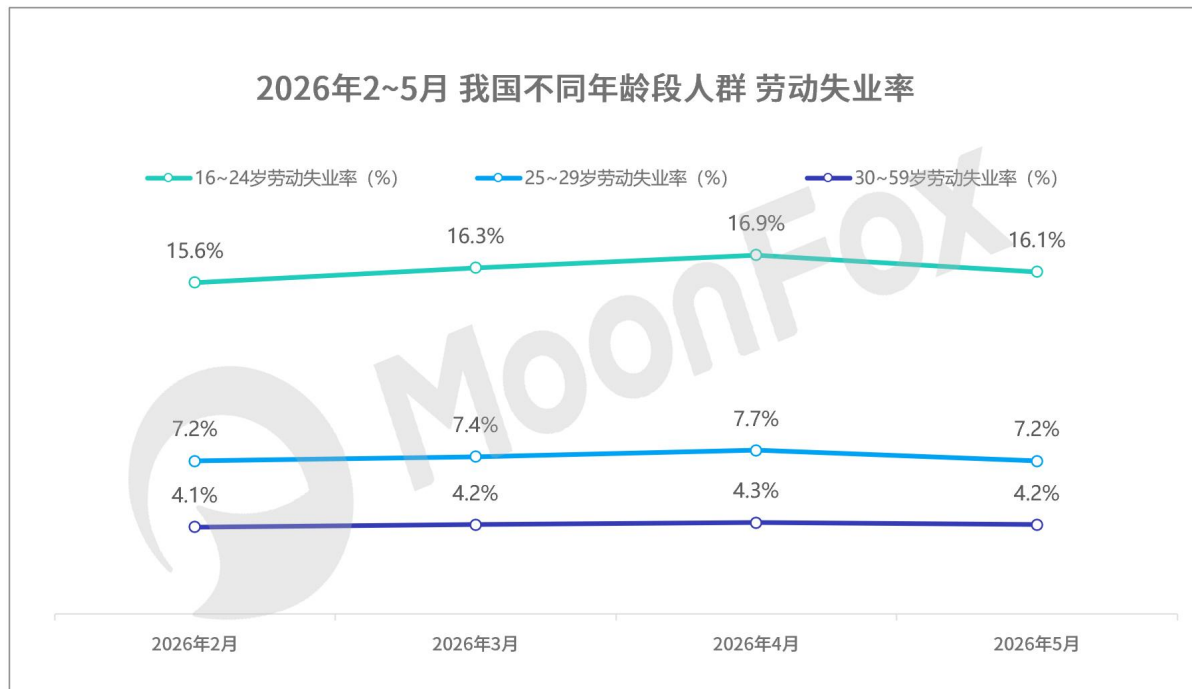
2.6. 就业：总量回稳、结构重构，AI 为行业带来新增量

2026 年第二季度，我国就业市场有所改善。据国家统计局数据，二季度全国城镇调查失业率逐月回落，4 月、5 月、6 月分别为 5.2%、5.1%和 5.0%，季度均值约 5.1%，较一季度的 5.3%明显改善，其中 6 月失业率已降至 2025 年 6 月以来的低点。



数据来源：国家统计局
数据周期：2025.03~2026.06

拉长周期来看，2026 上半年全国城镇调查失业率均值为 5.2%，同比持平，就业基本盘整体稳定。关注政策方向，2026 年政府工作报告确定的全年目标为“城镇新增就业 1,200 万人以上”，从当下失业率的整体回落趋势判断，就业总量压力较年初已明显缓解，全年目标达成概率较大。



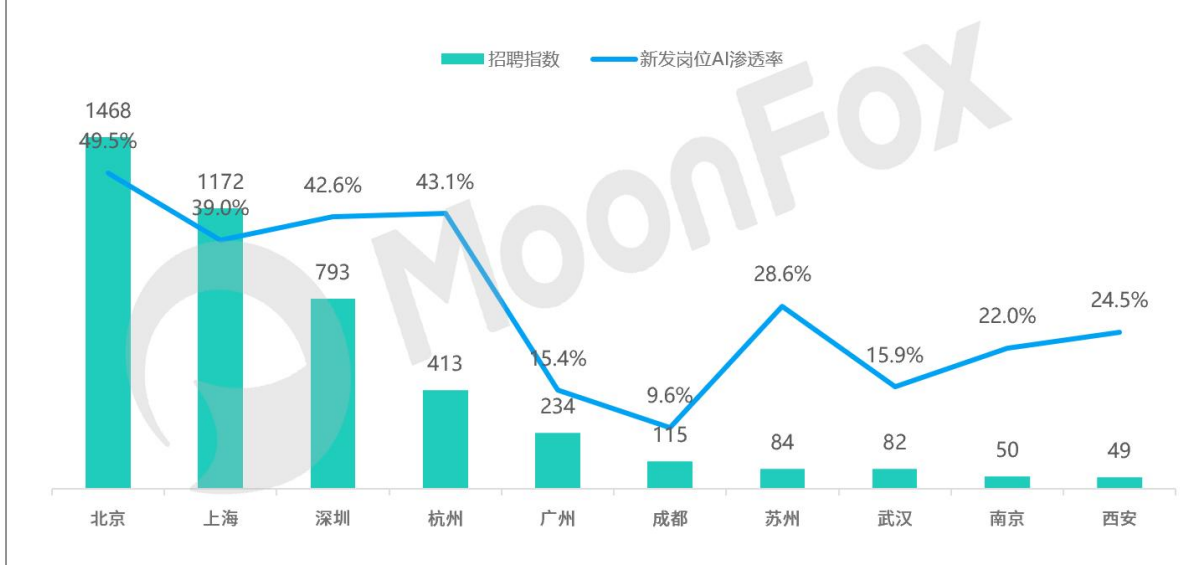
数据来源：国家统计局
数据周期：2026.02~05

关注细分人群，青年群体尚且面临着一定的失业压力。据国家统计局分年龄组数据，16—24 岁劳动力（不含在校生）失业率 4 月为 16.3%、5 月为 15.6%，环比分别回落，但同比分别高出 0.5 和 0.7 个百分点，高于整体水平。

青年群体就业压力的直接来源是毕业生数量的再创新高：据教育部数据，2026 届全国普通高校毕业生规模预计达 1,270 万人、同比增加 48 万人，随着 6~7 月毕业季结束，大量适龄就业人群将涌入招聘市场。基于此，政策持续加码，人社部、财政部于 3 月印发 16 条青年就业工作通知，部署百万就业见习岗位开发与 AI、新能源汽车、低空经济等领域培训项目；4 月下旬，教育部、人社部公布支持政策清单，将国企一次性增人增资政策延续至 2026 年底，并启动就业公共服务进校园百日行动；7 月 1 日，人社部启动“2026 年高校毕业生等青年就业服务攻坚行动”，面向离校未就业毕业生提供“1131”实名服务，即提供至少 1 次政策宣介、1 次职业指导、3 次岗位推介、1 次技能培训或就业见习机会。整体来看，国家持续关注青年人群的就业情况，“就业指导+招聘活动”的持续影响将在下半年持续显现。

同时，AI 为第二季度就业市场的关键词。据脉脉针对春招的情况统计，1~4 月，新经济行业新发岗位量同比增长 22.6%，人才供需比从 2.45 降至 2.09，新发岗位平均月薪近 5 万元；其中 AI 领域岗位量同比增长 8.7 倍，占新经济岗位比重从 2.78%跃升至 22.03%。

2026年1~5月 校招岗位量最高的城市Top10 及新发岗位AI渗透率



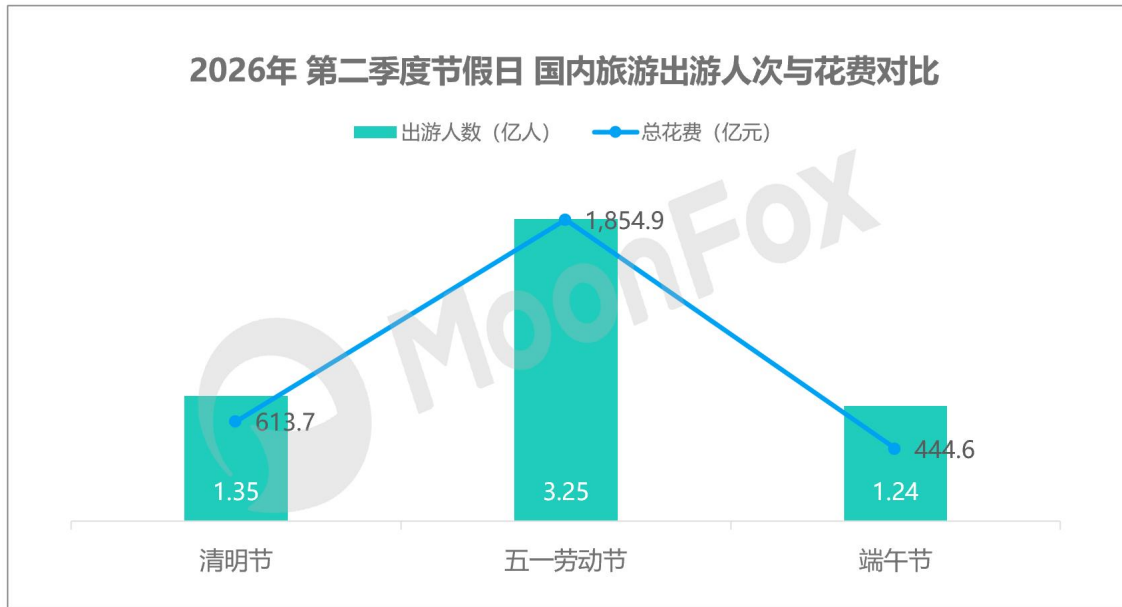
数据来源：脉脉
数据周期：2026.01~05

校招侧 AI 同样热度快速增长。据脉脉 7 月发布数据，1~5 月新发校招岗位量同比仅增 3.56%，但其中 AI 岗位量同比增长 47.3%，校招岗位 AI 渗透率从 26.41%升至 37.56%。同样，AI 相关的下游硬件相关产业也出现大量优质岗位。据猎聘数据，近一年机器人领域新发职位同比增长 75.26%、招聘平均年薪 32.8 万元，其中人形机器人新发职位同比激增 215.8%、平均年薪 40.61 万元。

整体来看，AI 于就业市场的影响是多方面的。一方面是中小企业和个人群体针对 AI 带来的“替代感”产生焦虑；另一方面是新岗位的涌现和平均月薪的走高。我们认为，短期来看，AI 带来的提振和促进作用将大于冲击，利好就业市场发展。

2.7. 旅游：增长引擎重构，入境游为核心增速引擎

作为节假日密集的第二季度，我国旅游市场整体发展稳健。清明、五一、端午三大假期国内出游人次与总花费实现显著正增长，五一更以 3.25 亿人次刷新历史同期纪录，假日经济的韧性依然牢固。

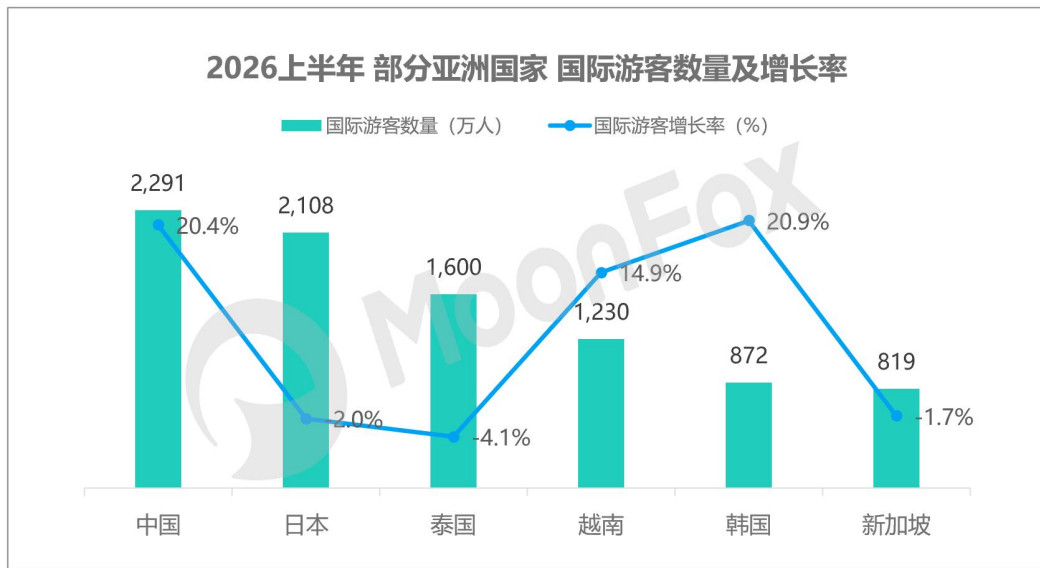


数据来源：文化和旅游部数据中心
数据周期：2026.03~06

具体着眼假期表现。经文化和旅游部数据中心测算，清明假期（4 月 4~6 日）全国国内出游 1.35 亿人次，同比增长 6.8%；国内出游总花费 613.67 亿元，同比增长 6.6%。多地中小学春假与清明拼出最长 6 天连休，多数家庭选择出游，据同程旅行数据，假期亲子游订单金额占全国旅游总订单金额的 37%，18 岁以下民航乘客同比增长 47%。

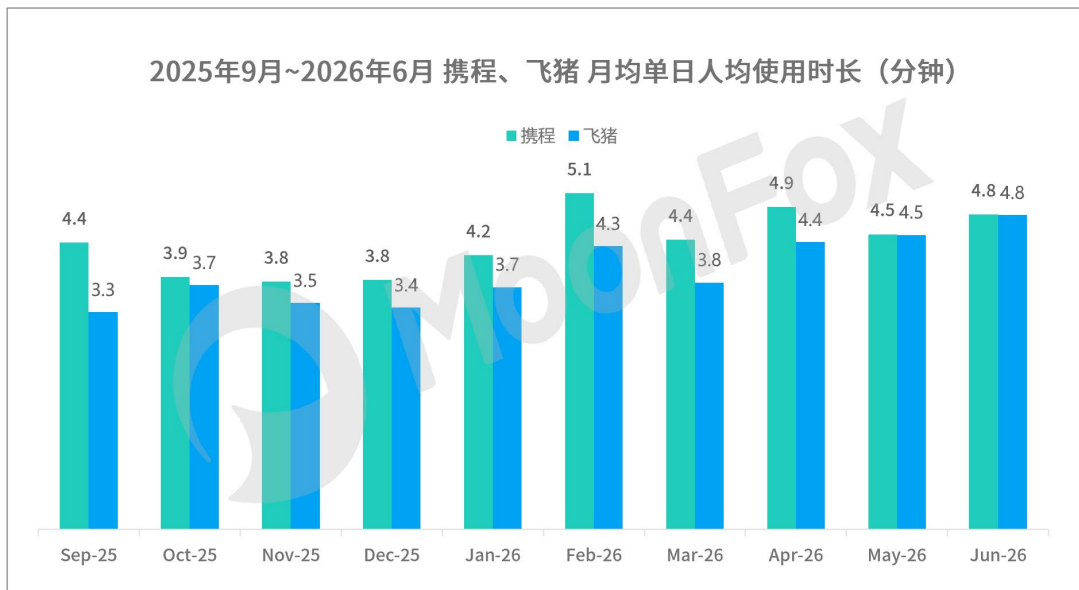
五一假期（5 月 1~5 日）国内出游 3.25 亿人次，同比增长 3.6%；总花费 1,854.92 亿元，同比增长 2.9%，总量创历史同期新高，但增速有所回落。据测算，五一日均出游人次已恢复至 2019 年同期的 133%，但人均日消费却同比有所下滑，消费意愿减弱是当下小长假所面临的问题之一。端午假期（6 月 19~21 日）国内出游 1.24 亿人次，同比增长 4.4%；总花费 444.56 亿元，同比增长 4.0%，人均花费约 358.5 元。高考结束叠加毕业季，学生出游群体规模有所增长，避暑出行与龙舟“赛旅融合”构成端午的差异化驱动。

另外，入境游是 Q2 旅游行业确定性较强的方向，政策红利在季度内密集释放。6 月 1 日起，我国对巴西、阿根廷、智利、秘鲁、乌拉圭 5 国持普通护照人员试行免签，系首次将免签范围扩至拉美及西半球；叠加 2 月新增的英国、加拿大，单方面免签国家已达 52 个，截至 5 月免签入境占比约 77.9%，成为入境游绝对主力通道。



数据来源：公开渠道整理
数据周期：2026.01~06

从 7 月初数据来看，同样可以论证入境游的高景气度。据公开数据，2026 上半年全国查验出入境人员 3.69 亿人次、同比增长 10.8%创历史新高，入境外国人 2,291.4 万人次、同比增长 20.4%，领先日本、泰国等热门旅游国。其中免签入境 1,781.5 万人次、同比大增 30.6%。整体来看，入境游带动我国旅游行业稳步发展，旅游市场正走向结构性转变的新阶段。



数据来源：极光月狐iApp (MoonFox iApp)
数据周期：2025.09~2026.06

关注平台侧，监管结合市场竞争为头部平台带来了一定的业务波动，但用户使用情况整体稳健。如携程，Q1 其归母净利润同比大幅下降，营业成本与销售费用增速双双超过营收，叠加研发投入加大，盈利端承压。从监管角度来看，5 月中央网信办算法负面清单实施并将携程列入重点抽查名单；6 月 11 日市场监管总局、网信办、国家铁路局三部门联合约谈携程等 7 家 OTA，监管于 Q2 逐步落地。但整体来看，携程在这样的大背景下运营仍然稳健，

据极光月狐数据，其 6 月用户月均单日使用时长有所回升，结合国际业务的逐步兴起，看好其下半年从营收到市场影响力的加速恢复。

其他 OTA 平台较为稳定，行业监管的大背景下陆续走出了各自路径。如同程旅行营收净利同比增长，手握万达酒管、大连圣亚流水稳健，超 87% 注册用户来自非一线城市的客群结构，使其更受益于县域与大众旅游红利；美团到店酒旅业务 GTV 增长，AI 助手“小团”五一假期服务过亿用户；飞猪则将 618 升级为“旅行品牌盛典”，报名商家数与商品数连续 4 年创新高，“囤旅游”模式下万豪、希尔顿等国际品牌权益加码。

整体来看，2026 年 Q2，国内旅游市场稳中向好，但部分维度正出现增长乏力的现象。人均消费意愿的下滑使得消费总额增长放缓，当下，单一的人次扩张较难为旅游市场带来稳步增量，行业增速正逐步背靠入境游、县域游、演出赛事游与银发游等结构性场景，以及 AI 对旅行决策与服务链路的重塑。我们认为，下半年暑期旺季叠加拉美免签等利好，入境游与长线出境游有望接力假日经济成为行业景气的主要支撑；而对 OTA 平台而言，反垄断调查的靴子尚未落地，合规成本上升与佣金模式重构将是未来几个季度必须面对的长期命题，平台竞争的胜负手将从流量与独家供给，转向服务质量、国际化能力与 AI 效率的综合比拼。

【报告说明】

1. 数据来源

1) 极光月狐 iAPP (MoonFox iApp)，基于极光云服务平台的行业数据及极光月狐 iAPP 平台针对各类移动应用大数据的挖掘，并结合大样本算法开展的数据统计与分析；2) 极光月狐 iBrand (MoonFox iBrand)，基于全面品牌洞察方案，对门店客流、店铺数、销量、用户画像等多维度数据进行统计与分析；3) 极光月狐 iMarketing (MoonFox iMarketing)，基于自有移动端大数据和用户画像标签，对人群社会属性、地理位置、轨迹特征、线上行为偏好等多维度数据进行统计与分析；4) 极光月狐调研数据，通过极光月狐调研平台进行网络调研；5) 其他合法收集的数据。以上均系依据相关法律法规，经用户合法授权采集数据，同时经过对数据脱敏后形成大数据分析报告。

2. 数据周期

报告整体时间段：2023 年 1 月-2026 年 6 月。

3. 数据指标说明

具体数据指标请参考各页标注。

4. 免责声明

极光月狐数据 MoonFox Data 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。由于统计分析领域中的任何数据来源和技术方法均存在局限性，极光月狐数据 MoonFox Data 也不例外。极光月狐数据 MoonFox Data 依据上述方法所估算、分析得出的数据信息仅供参考，极光月狐数据 MoonFox Data 不对上述数据信息的精确性、完整性、适用性和非侵权性做任何保证。任何机构或个人援引或基于上述数据信息所采取的任何行动所造成的法律后果均与极光月狐数据 MoonFox Data 无关，由此引发的相关争议或法律责任皆由行为人承担。

5. 报告其他说明

极光月狐数据研究院后续将利用自身的大数据能力，对各领域进行更详尽的分析解读和商业洞察，敬请期待。

6. 版权声明

本报告为极光月狐数据 MoonFox Data 所作，报告中所有的文字、图片、表格均受相关的商标和著作权的法律所保护，部分内容采集于公开信息，所有权为原著作者所有。未经本公司书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制或传递。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》和其他法律法规的规定。

【关于极光月狐】

极光月狐数据 (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，极光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，以及提供极光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。