点点数据

数据创造价值，驱动未来

2026

移动互联网场景变迁与金融增长机会

研究报告



目录

catalogue

01 用户与场景变化：移动互联网出现了哪些新信号

02 六大场景洞察：健康、出行、购物、生活、教育、AI

03 金融应用竞争：以保险为例，看活跃与新增

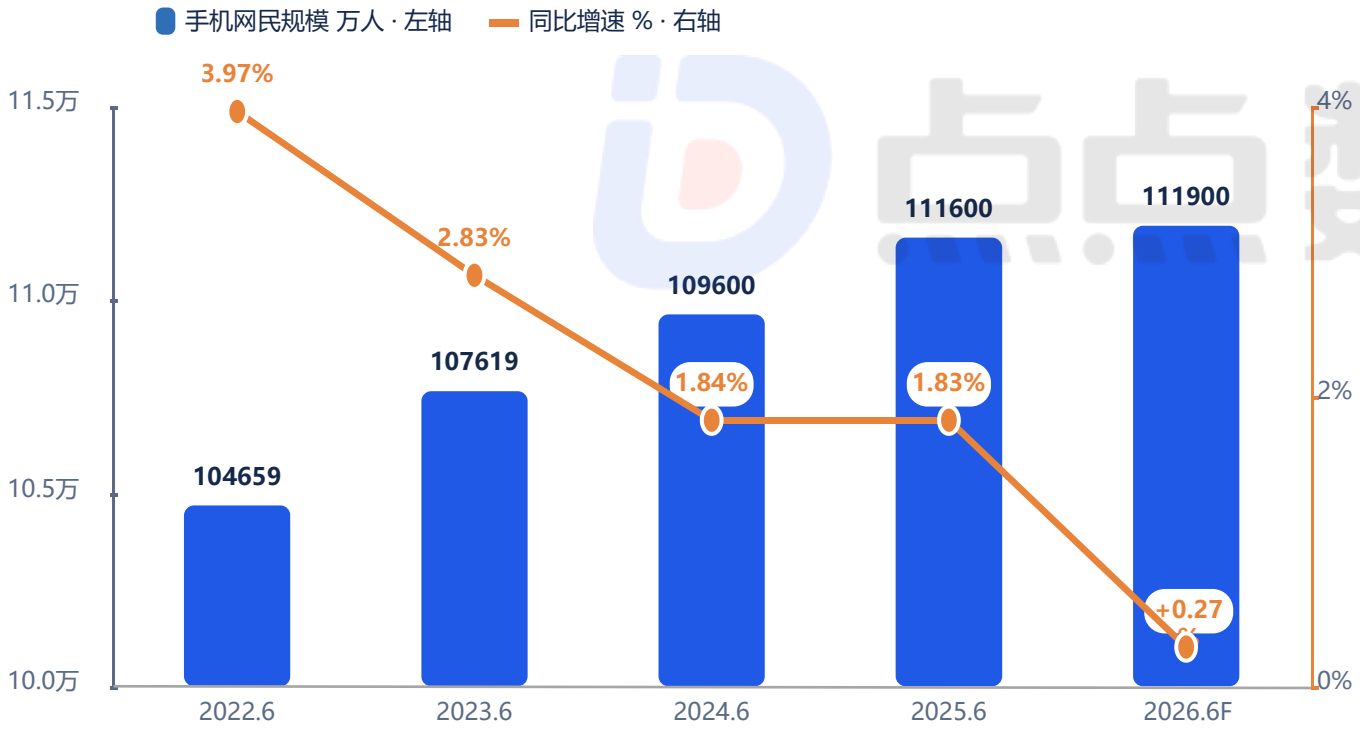
04 四维场景分析框架：从全国场景识别到本地客源

© 2026 DianDian.All Rights Reserved.

用户增长放缓，线上经营需要重新认识存量用户

- 根据CNNIC及点点数据测算显示，手机网民规模由10.47亿预计增至11.19亿，同比增速由3.97%降至0.27%，存量特征显著。
- 与此同时，TOP100头部应用MAU（非去重统计）保持同比增长，反映出用户在跨应用之间的使用与流转倾向持续增强。对手机银行、证券、保险等金融App线上经营而言，获取全新用户越来越难，更现实的问题是：已有用户在哪里、在用什么，服务和触达能不能跟上。

2022.6—2026.6F 中国手机网民规模及同比增速



数据来源 CNNIC 第50、52、54、56次报告 数据截至每年6月 2026年6月为推算值（F），行业TOP100-点点数据

2026年6月 头部应用变化

结构性机会涌现

头部应用

同比增速

10.8%至9.2%

2026年6月，TOP100应用用户MAU

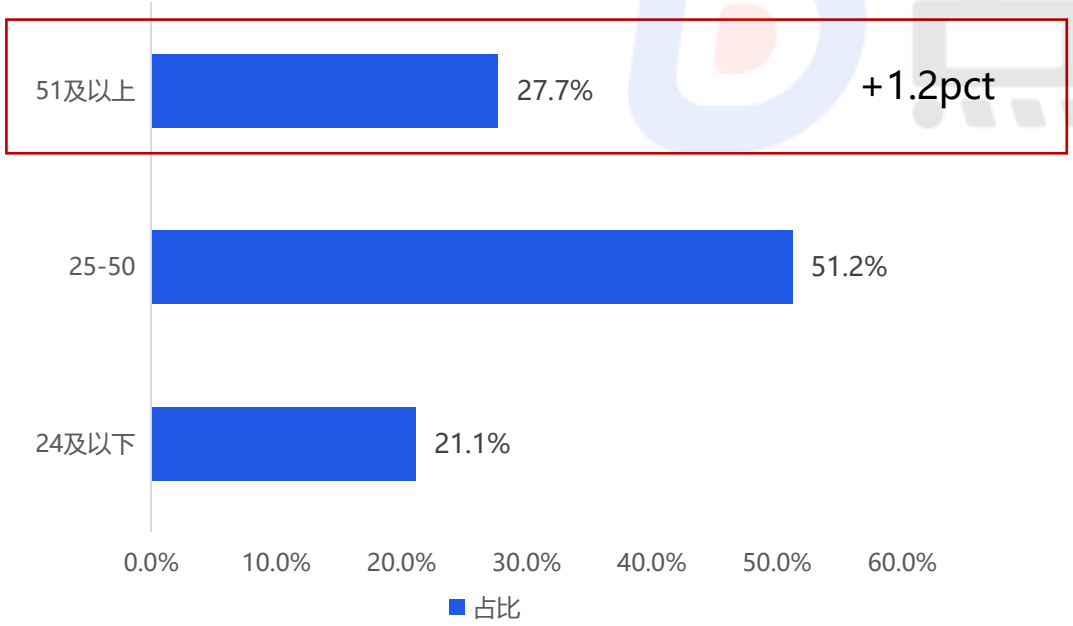
- 网民总量增长有限，头部应用活跃仍在增长。**存量用户跨应用使用与流转的空间仍在。**
- 年内仍有应用**首次**进入TOP100，新应用的崛起更多发生在既有网民之中。

© 2026 DianDian.All Rights Reserved.

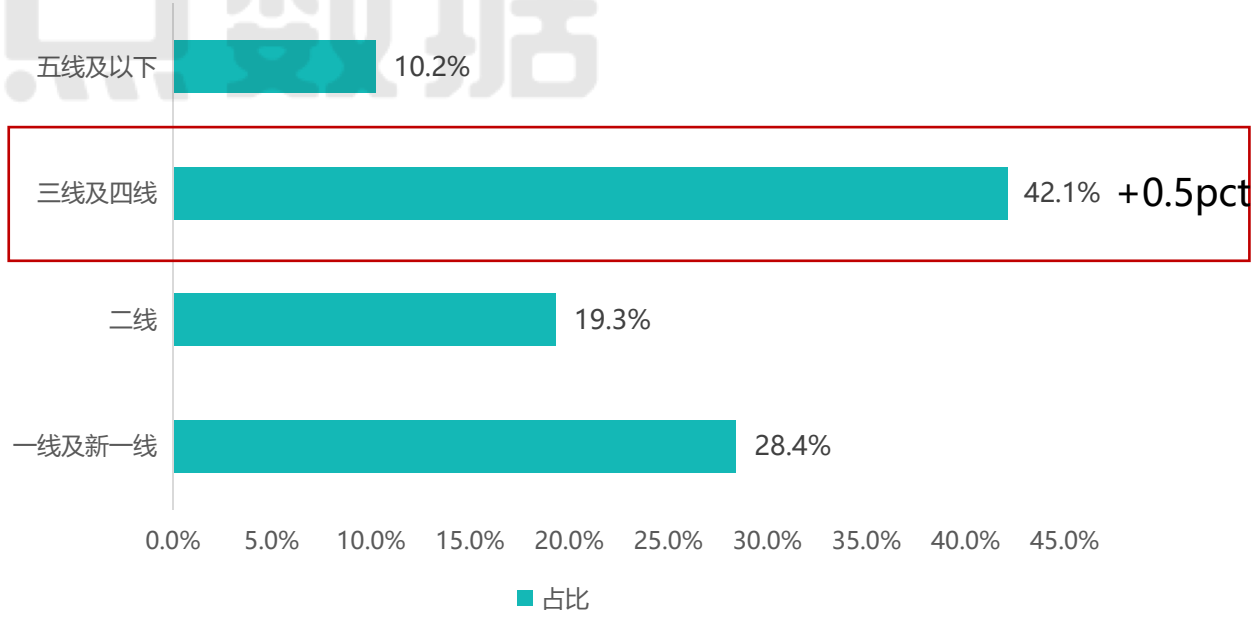
用户结构变化：中高龄与下沉市场值得关注

- 据点点数据监测，2026年6月，51岁及以上用户占27.7%，同比提升1.2个百分点；三线及以下城市用户合计占52.3%，其中三线及四线城市占42.1%，较前期提升0.5个百分点。
- 对金融线上经营的含义：保险、理财、信贷等复杂产品不宜只依赖长表单和完全自助式转化，需配套大字版、语音交互、人工咨询与办理辅助，并做好县域网点服务与线上线下协同。

2026年6月用户年龄分布



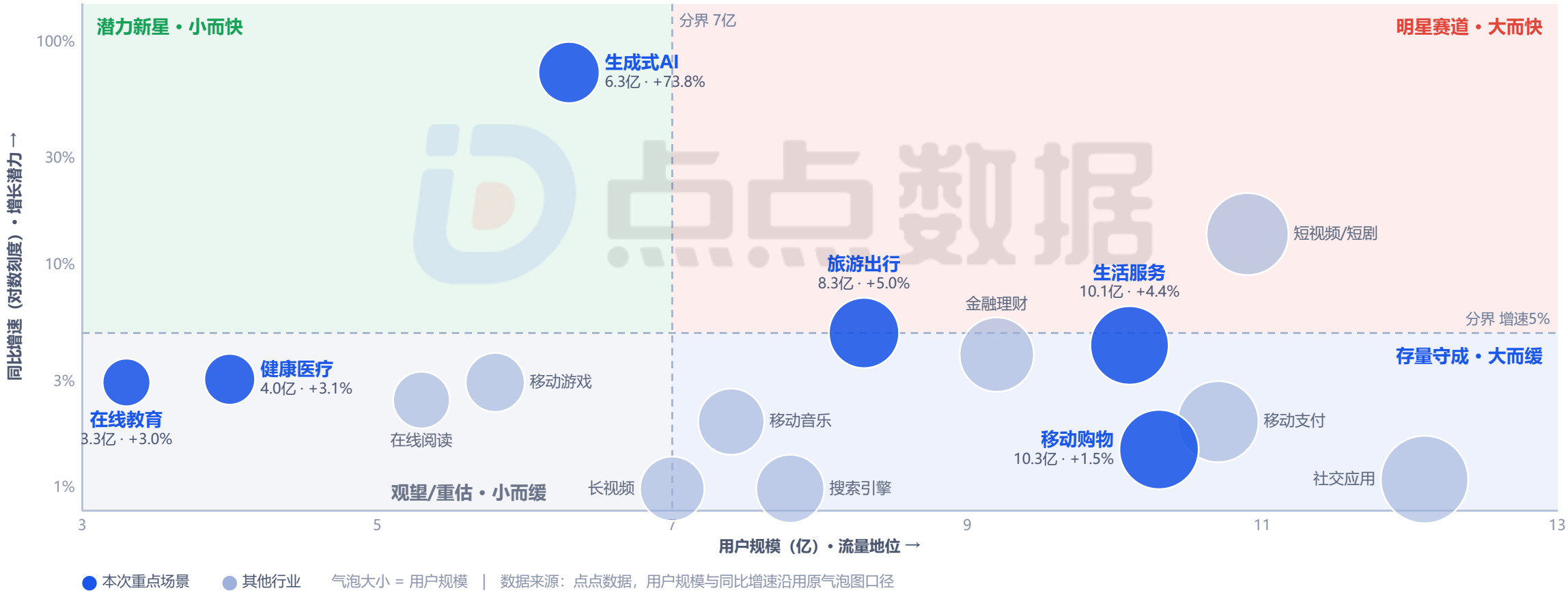
2026年6月用户地域分布



© 2026 DianDian.All Rights Reserved.

场景变化：哪些应用领域正在释放新的需求信号

- 按用户规模7亿、同比增速5%分四象限：短视频/短剧、旅游出行“大而快”；社交、支付、购物、生活服务“大而缓”；生成式AI是唯一“小而快”；健康医疗、在线教育规模小，但更贴近保险、支付等金融需求。



© 2026 DianDian.All Rights Reserved.

目录

catalogue

01 用户与场景变化：移动互联网出现了哪些新信号

02 六大场景洞察：健康、出行、购物、生活、教育、AI

03 金融应用竞争：以保险为例，看活跃与新增

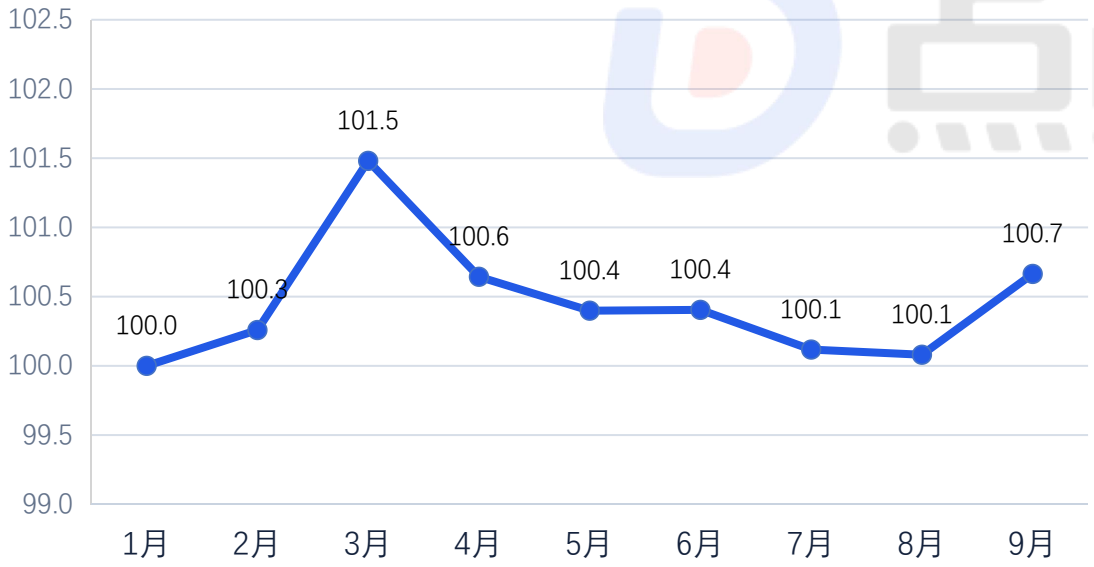
04 四维场景分析框架：从全国场景识别到本地客源

© 2026 DianDian.All Rights Reserved.

健康医疗：从健康管理到AI服务，金融需求触点正在拓展

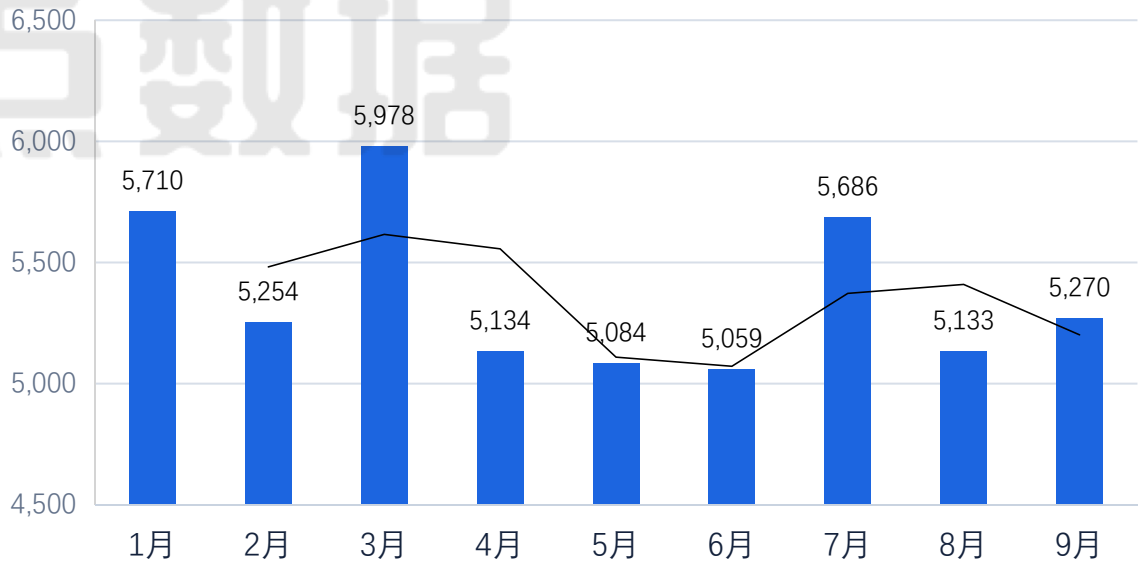
- 2026年1—9月，健康医疗应用可比样本的活跃指数维持在100—101.5之间，9月较1月增长0.7%，整体使用规模稳定。下载量波动更为明显，3月达到阶段高点，二季度回落，三季度月均较二季度回升5.3%。
- 值得注意的是，在结构上，7月的回升主要来自在线医疗和运动健身，9月新增的则是AI健康助手。用户的健康需求，正从传统问诊、运动管理，向AI健康服务延伸，保险、医疗支付等金融需求的触点也在跟着拓展。

整体活跃指数（1月 = 100）



9月指数100.7，较1月 +0.7%，较8月 +0.6%。

月度下载量（万次）



9月预估下载合计约 5269.8万次，较1月 −7.7%。

© 2026 DianDian.All Rights Reserved.

健康医疗：女性健康与穿戴设备领跑，用户更年轻、女性更多

- 美柚活跃5,602万居首，华为运动健康4,974万；健康类App女性用户占58.8%、24—30岁占32.8%，均高于全量（46.6%、25.6%）。Top10中4款为手机与穿戴设备厂商的健康应用。

活跃用户 Top10

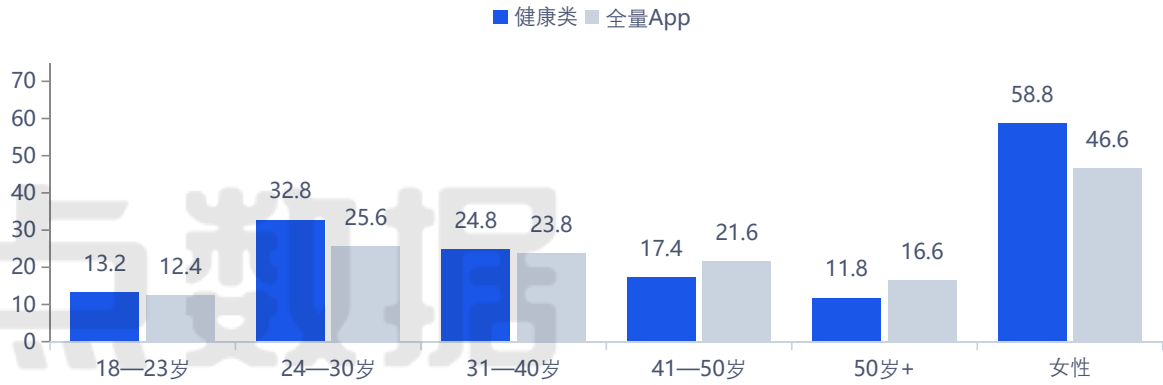
排名	应用	细分赛道	活跃用户	所属城市	内购
1	美柚	女性健康	5,602.5万	厦门市	是
2	华为运动健康	健身管理	4,974.1万	南京市	是
3	OPPO 健康	健身管理	3,060.4万	东莞市	否
4	Keep	健身管理	2,622.7万	北京市	是
5	蚂蚁阿福	在线医疗	2,427.0万	广州市	否
6	vivo健康	健身管理	1,931.3万	东莞市	否
7	宝宝树孕育	女性健康	1,325.6万	北京市	是
8	小米运动健康	健身管理	1,250.4万	北京市	是
9	大姨妈	女性健康	1,208.2万	成都市	是
10	天天跳绳	健身管理	1,076.2万	上海市	是

468款
收录健康类App

10款
活跃超1,000万

58.8%
女性用户占比

用户画像：本场景 vs 全量App（%）



金融结合点（预估）

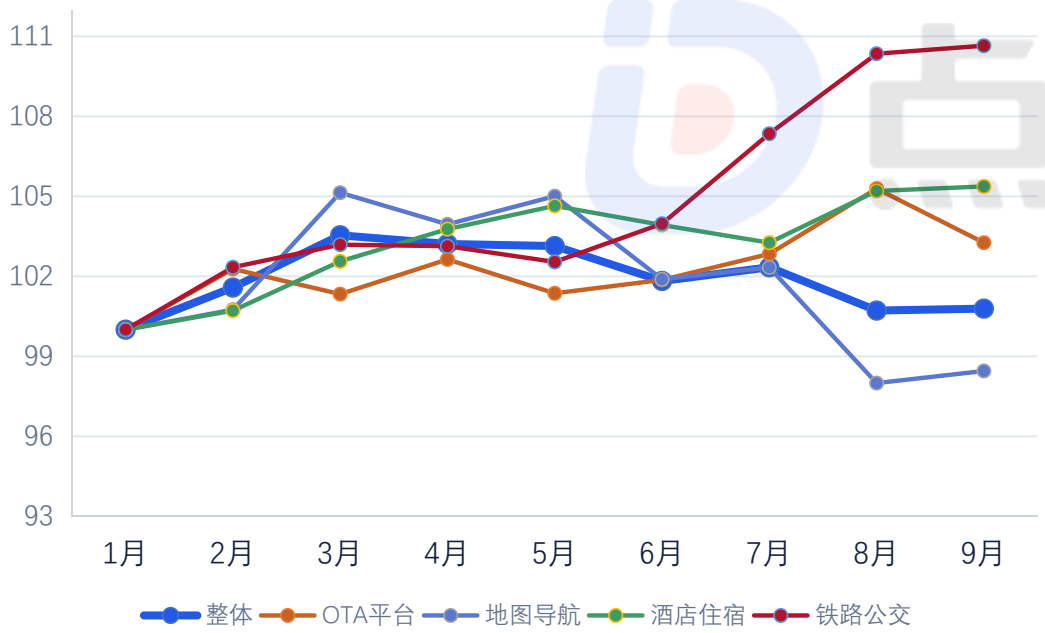
- **健康保障：百万医疗、门急诊、医疗分期**
  与在线医疗、AI健康入口（蚂蚁阿福）合作
- **女性与母婴：女性健康险、母婴储蓄与教育金**
  女性健康类App（美柚、宝宝树孕育、大姨妈）用户画像高度契合
- **App经营：运动权益带动银行App活客**
  与手机厂商健康应用、Keep合作，步数兑积分、联名权益促活

© 2026 DianDian.All Rights Reserved.

旅游出行：季节性需求变化，如何识别金融触达窗口

- 活跃方面，整体指数全年在100—104之间窄幅波动，赛道间分化：OTA 8月达年内高点105.3。在下载方面，7月整体环比增长22.2%，是全年最大增幅，9月回落14.9%；酒店住宿波动最大，4月环比增长60.2%、7月增长52.4%、9月下降48.4%。
- 这些变化说明，旅游出行的用户需求非均匀发生，而是与节假日、暑期、出行计划等因素密切相关。对金融展业而言，意味着动作前置。

整体及重点赛道活跃指数（1月 = 100）



整体活跃指数3月见顶103.5，6月回落至101.8，7月短暂修复、8月再回落，9月基本企稳于100附近。

各赛道月度下载量环比增长率热力图（%）

细分赛道	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月
整体	-14.3%	+1.7%	+7.0%	+3.4%	-2.8%	+22.2%	+2.9%	-14.9%
OTA平台	-22.4%	-12.3%	+18.9%	-11.4%	+6.8%	+26.9%	-1.8%	-15.1%
地图导航	+11.7%	-2.3%	+1.9%	+14.1%	-4.2%	+16.7%	+16.8%	-19.1%
酒店住宿	-10.2%	+20.5%	+60.2%	-19.1%	-3.0%	+52.4%	+1.1%	-48.4%
铁路公交	-20.7%	-12.2%	+20.5%	-4.1%	+0.1%	+27.1%	+8.7%	-3.7%
共享出行	-7.5%	+5.8%	+2.2%	+12.2%	-10.8%	+8.1%	-0.1%	+3.0%
车主服务等	-2.8%	+52.5%	+0.3%	-9.6%	-2.0%	+12.6%	-6.9%	-5.1%
机票航班	-10.1%	+12.9%	-3.0%	-12.4%	+1.0%	+14.7%	+4.9%	-19.9%
其他/未归类	-23.1%	+8.0%	+1.2%	+14.2%	-4.3%	+29.7%	-3.1%	-24.6%

颜色：≤−20%　−10%至−3%　−3%至+3%　+3%至+10%　≥+20%

数值为当月较上月环比；绿降红升，未列出的两档中间色为±10%至±20%。

© 2026 DianDian.All Rights Reserved.

旅游出行：12306与携程领跑，男性用户占六成以上

- 头部应用中，铁路12306活跃1.80亿、携程1.23亿、滴滴1.07亿，平台拥有极强的用户触达能力。用户结构方面，旅游出行类App男性用户占63.5%，31—40岁用户占27.4%，相比全量App更加偏向男性和中青年群体，其中家庭出行和自驾决策者的比例值得关注。

活跃用户 Top10

排名	应用	细分赛道	活跃用户	所属城市	内购
1	铁路12306	出行购票	1.80亿	北京市	否
2	携程旅行	综合旅游服务	1.23亿	上海市	是
3	滴滴	交通出行	1.07亿	北京市	否
4	去哪儿旅行	综合旅游服务	4,033.5万	北京市	否
5	哈啰	交通出行	3,157.0万	上海市	否
6	飞猪旅行	航班追踪	2,290.0万	杭州市	否
7	15日天气预报	综合旅游服务	2,090.5万	上海市	否
8	易捷加油	本地服务	2,073.0万	北京市	否
9	掌上公交	交通出行	1,964.7万	厦门市	是
10	同程旅行	综合旅游服务	1,912.4万	苏州市	否

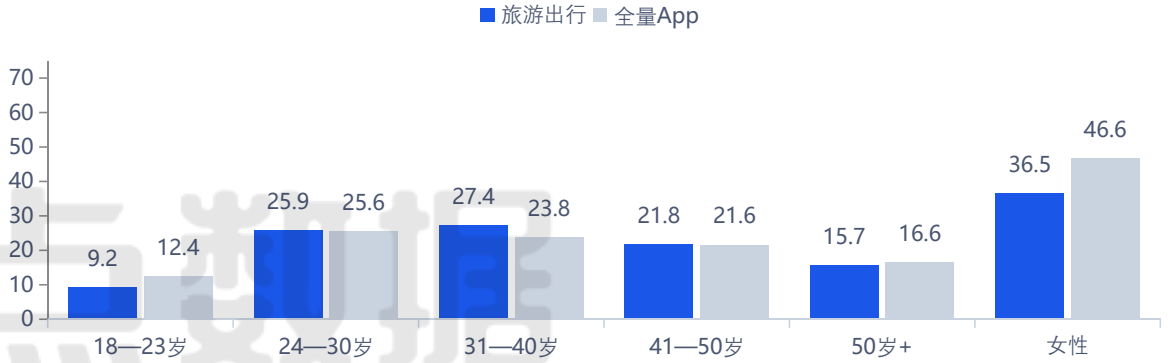
460款
收录旅游出行App

16款
活跃超1,000万

63.5%
男性用户占比

注：高德、百度地图等暂归为“实用工具”一类，未再本次统计中包含。

用户画像：本场景 vs 全量App（%）



金融结合点（预估）

- **出行金融：旅行意外险、境外支付、旅游分期**
  购票与OTA平台（12306、携程、去哪儿、同程）在下单环节嵌入
- **交通出行：驾乘意外险、免密支付、信用免押**
  打车与两轮出行（滴滴、哈啰）、公交出行（掌上公交）
- **App经营：加油立减拉新信用卡/银行App**
  易捷加油等车主场景联名立减，分行就近承接车险、ETC与车贷

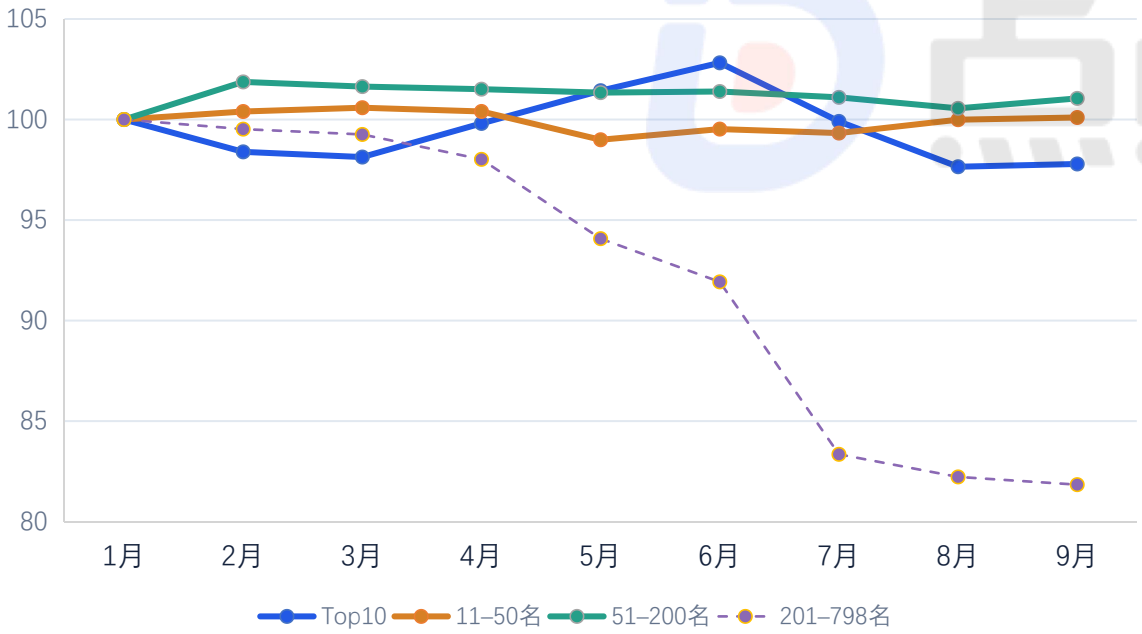
© 2026 DianDian.All Rights Reserved.

移动购物：下载5月见顶，活跃6月达峰，与行业大促关联紧密

- 移动购物作为成熟的线上场景代表，用户规模大，头部平台集中，而且应用使用节奏与促销活动有较强关联。
- 从趋势来看，5月下载升温，6月活跃达到阶段高点，与618预热和集中促销的节奏相吻合。整体活跃指数9月较1月下降1.9%，下载量下降6.3%，三季度月均活跃和下载也较二季度略有回落。

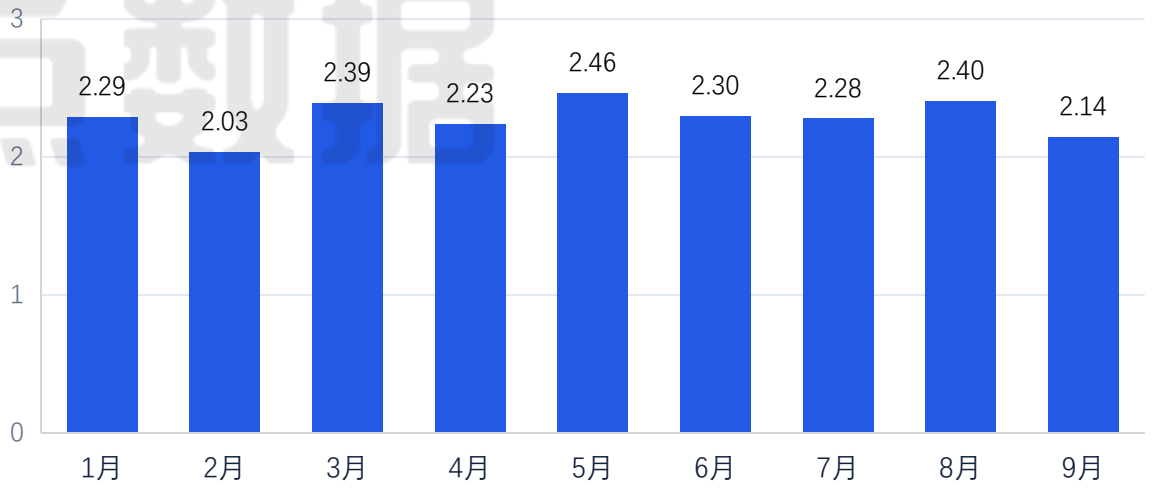
各梯队活跃指数（1月 = 100）

整体9月较1月 −1.9%　/　Q3月均较Q2 −2.5%



月度下载量（亿次）

9月较1月 −6.3%　/　Q3月均较Q2 −2.4%



月份	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月
环比	−11.1%	+17.5%	−6.5%	+10.1%	−6.6%	−0.8%	+5.5%	−10.8%

口径：2026年1—9月 / 中国地区 / 双平台 / 全球开发者，两表各1000款，按ID匹配后保留活跃、下载。

© 2026 DianDian.All Rights Reserved.

移动购物：三大平台各超5.9亿活跃，中老年用户占比高于全量

- 淘宝、拼多多、京东活跃分别为8.75亿、6.78亿、5.91亿；购物类App中，50岁以上用户占19.1%（高于全量的16.6%）。
- 对应金融线上经营而言，与该场景的关键不是简单地把金融产品放到电商平台，而是找到交易过程中用户已经产生的风险与资金需求，在售前、交易和售后环节提供相应保障与支付服务。

活跃用户 Top10

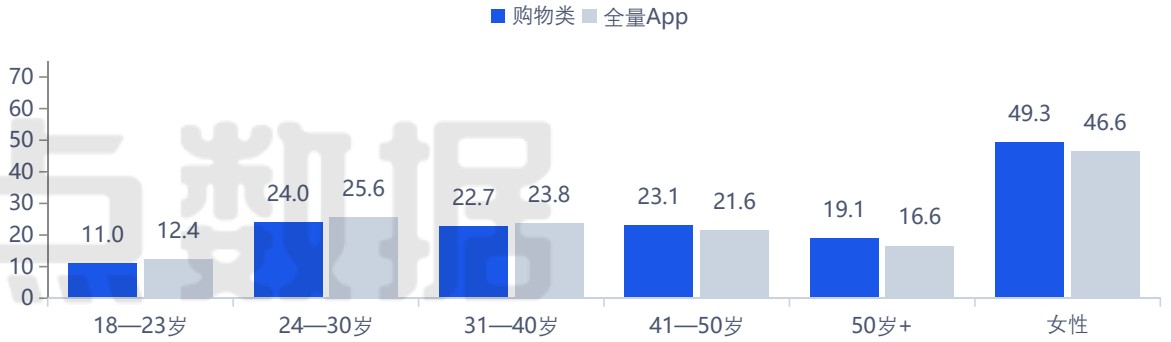
排名	应用	细分赛道	活跃用户	所属城市	内购
1	淘宝	电子商务	8.75亿	杭州市	是
2	拼多多	电子商务	6.78亿	上海市	是
3	京东	电子商务	5.91亿	北京市	是
4	闲鱼	本地服务	3.00亿	杭州市	否
5	抖音商城	电子商务	1.03亿	北京市	是
6	唯品会	电子商务	8,952.1万	广州市	否
7	盒马	超市便利	8,053.6万	上海市	否
8	得物	电子商务	7,964.3万	上海市	是
9	阿里巴巴	电子商务	7,747.2万	杭州市	否
10	OPPO 商城	电子商务	6,896.9万	东莞市	否

491款
收录购物类App

24款
活跃超1,000万

19.1%
50岁以上用户占比

用户画像：本场景 vs 全量App（%）



金融结合点（预估）

- **交易金融：退货运费险、消费分期、先用后付**
  嵌入下单与售后环节，客单低、频次高
- **App经营：大促支付立减拉新、绑卡促活**
  618、双11在电商平台投放银行App权益，带动绑卡与月活
- **商家与物流：财产与货运险、商户贷、收单**
  结合本地电商产业带、直播基地开展团体展业

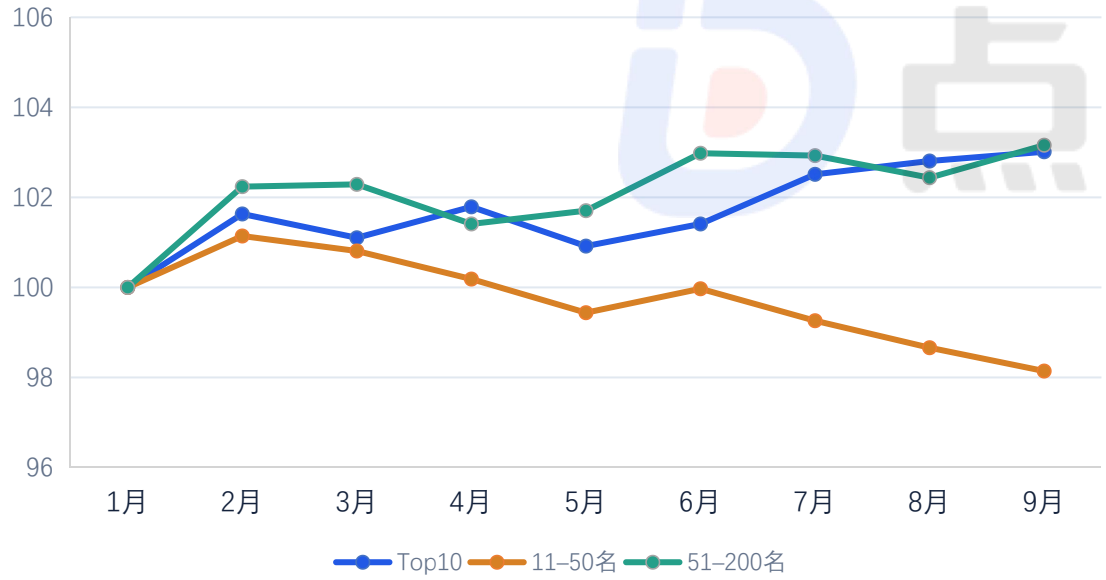
© 2026 DianDian.All Rights Reserved.

生活服务：活跃温和增长，特定场景驱动下载安装升温

- 生活服务的特点是覆盖面广，既包括本地生活、餐饮和外卖，也包括天气、智能家居、家庭安全等细分应用。从趋势看，9月活跃较1月增长2.1%，下载增长12.6%，三季度月均下载较二季度高11.8%。
- 5—7月下载连续增长，7月达到高点，暑期餐饮、休闲娱乐等消费场景可能是主要推动力；8—9月有所回落，洗护服务的增长形成部分对冲。

各梯队活跃指数（1月 = 100）

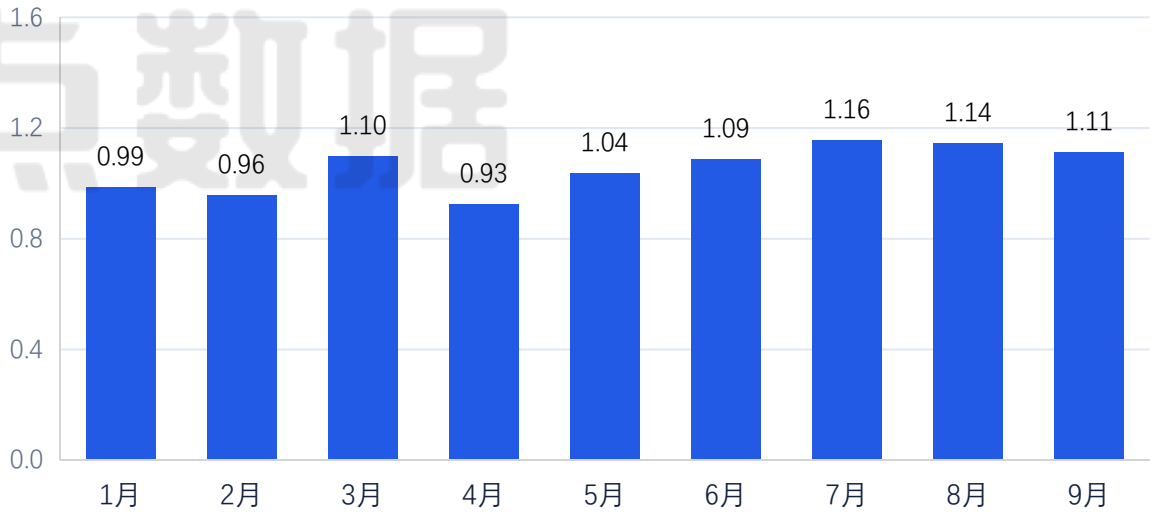
整体9月较1月 +2.1%　/　Q3月均较Q2 +0.8%



前200款占98.8%的样本活跃规模，长尾仅纳入整体计算。

月度下载量（亿次）

9月较1月 +12.6%　/　Q3月均较Q2 +11.8%



月份	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月
环比	-2.9%	+14.8%	-15.8%	+12.1%	+4.7%	+6.4%	-1.0%	-2.9%

梯队按期间平均活跃固定排序，活跃指数按1月规模加权，非去重人数；下载为次数。详细筛选清单见备注。来源：点点数据

© 2026 DianDian.All Rights Reserved.

生活服务：美团领跑本地生活，智能家居是家庭金融新入口

- 头部应用中，美团活跃5.81亿、大众点评1.98亿，除此之外，智能家居与家庭安全类，以及天气类App数量较多增长较快。
- 对于金融机构，生活服务场景的特点是离用户日常生活很近。它不一定对应单一的大型金融产品，但可考虑从家庭设备、到家服务和商户经营等环节切入。

活跃用户 Top10

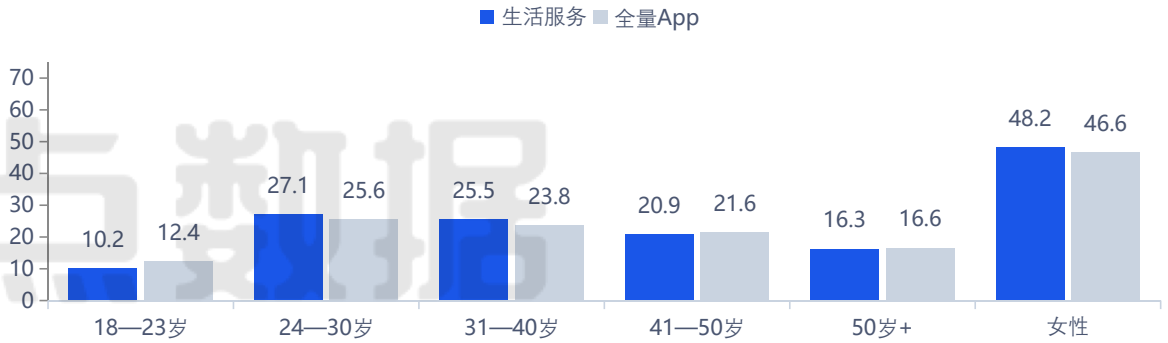
排名	应用	细分赛道	活跃用户	所属城市	内购
1	美团	本地服务	5.81亿	北京市	否
2	墨迹天气	天气	2.08亿	北京市	是
3	大众点评	本地服务	1.98亿	上海市	是
4	58同城	本地服务	1.09亿	北京市	是
5	淘宝闪购	外卖配送	8,797.9万	上海市	否
6	米家	智能家居	5,215.4万	北京市	是
7	美团外卖	外卖配送	4,702.5万	天津市	否
8	叮咚买菜	杂货配送	4,338.4万	上海市	否
9	天气通	天气	4,124.0万	北京市	是
10	萤石云视频	家庭安全	3,646.5万	杭州市	是

655款
生活+餐饮美食App

120款
智能家居与家庭安全

51款
天气类App

用户画像：本场景 vs 全量App（%）



金融结合点（预估）

- **家庭金融：家财险、设备险、生活缴费**
  与智能家居、家庭安全App合作，在设备绑定与报警环节触达
- **外卖与到家：骑手意外险、商户贷、聚合收单**
  面向外卖配送、杂货配送平台的骑手与入驻商户
- **App经营：到家立减带动手机银行活客**
  美团、叮咚等平台发放银行App专属立减，分行联动本地商户

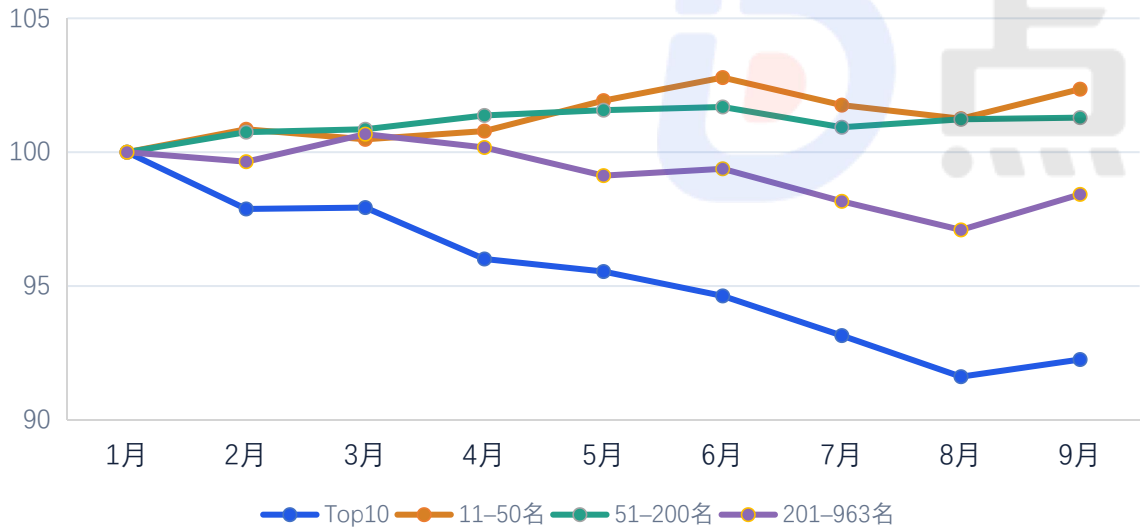
© 2026 DianDian.All Rights Reserved.

在线教育：开学季下载升温，活跃小幅回升

- 在线教育的季节性非常明显，尤其是开学季。整体看，9月教育类App下载环比增长43.8%，达到1—9月期间的高点；但活跃指数仅比8月回升0.8%。
- 可见开学季的拉动主要作用于新增下载与阶段性使用需求，根据点点数据监测，增长的具体来源集中于教学管理、课表及校园服务类应用。

各梯队活跃指数（1月 = 100）

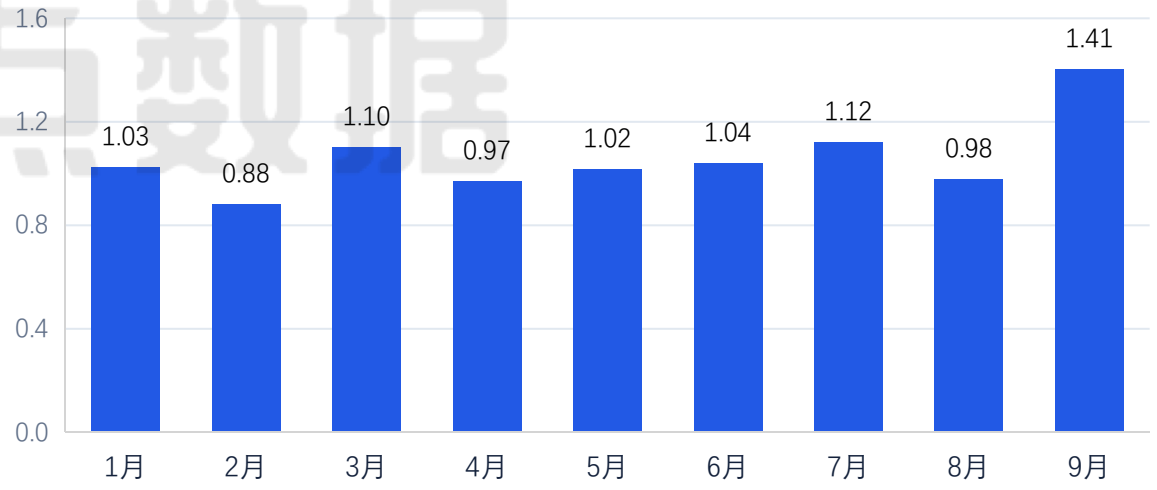
整体9月较1月 −1.4% / Q3月均较Q2 −1.2%



9月较1月：头部 −7.7%，中部 +1.3%～+2.4%，长尾 −1.6%。

月度下载量（亿次）

9月较1月 +37.0% / Q3月均较Q2 +15.7%



月份	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月
环比	−14.2%	+25.2%	−11.9%	+4.8%	+2.2%	+7.9%	−13.0%	+43.8%

口径：两表各1000款，按ID匹配后保留活跃、下载全期完整的963款共同样本，缺失不补零。梯队按1—9月平均活跃固定排序。

© 2026 DianDian.All Rights Reserved.

在线教育：真实用户是家长，31—40岁与女性占比远高于全量

- 市场格局上，作业帮以2.42亿活跃居首，其后为快对AI、学习通、知到。用户结构看，教育类App中31—40岁占31.2%、女性占63.7%，均显著高于全量App，家长为核心用户与决策者；18—23岁占22.1%，在学习通、知到等高校应用中大学生集中。
- 由此，教育场景对应两类金融需求：一是中小学及家庭需求，以学平险、少儿医疗险与教育储蓄为主，触达核心为家长；二是高校学生需求，以校园意外与实习责任保障为主。

活跃用户 Top10

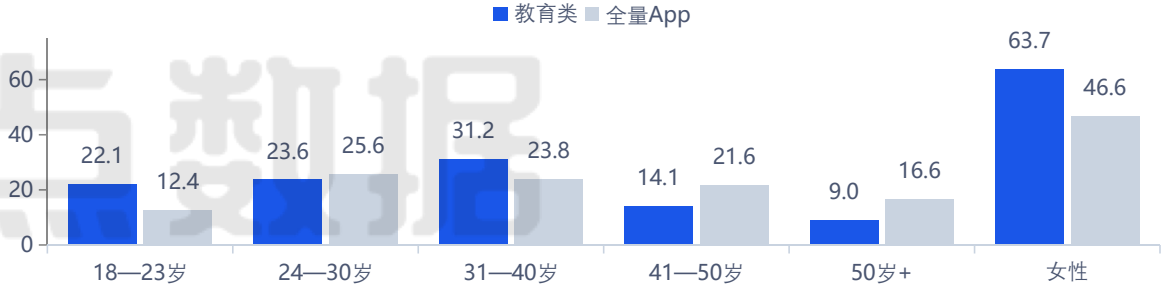
排名	应用	细分赛道	活跃用户	所属城市	内购
1	作业帮	中小学教育	2.42亿	广州市	是
2	快对AI	中小学教育	9,256.3万	广州市	是
3	学习通	高等教育	4,182.9万	北京市	否
4	知到	高等教育	2,668.0万	上海市	否
5	小天才	母婴育儿	2,593.9万	东莞市	否
6	小猿AI	中小学教育	2,534.7万	广州市	是
7	大学搜题酱	高等教育	2,328.2万	广州市	是
8	宝宝巴士	启蒙教育	2,169.3万	福州市	是
9	小猿搜题	学习管理	1,714.6万	广州市	是
10	洋葱学园	中小学教育	1,499.1万	北京市	是

593款
收录教育类App

31.2%
31—40岁用户占比

63.7%
女性用户占比

用户画像：本场景 vs 全量App（%）



金融结合点（预估）

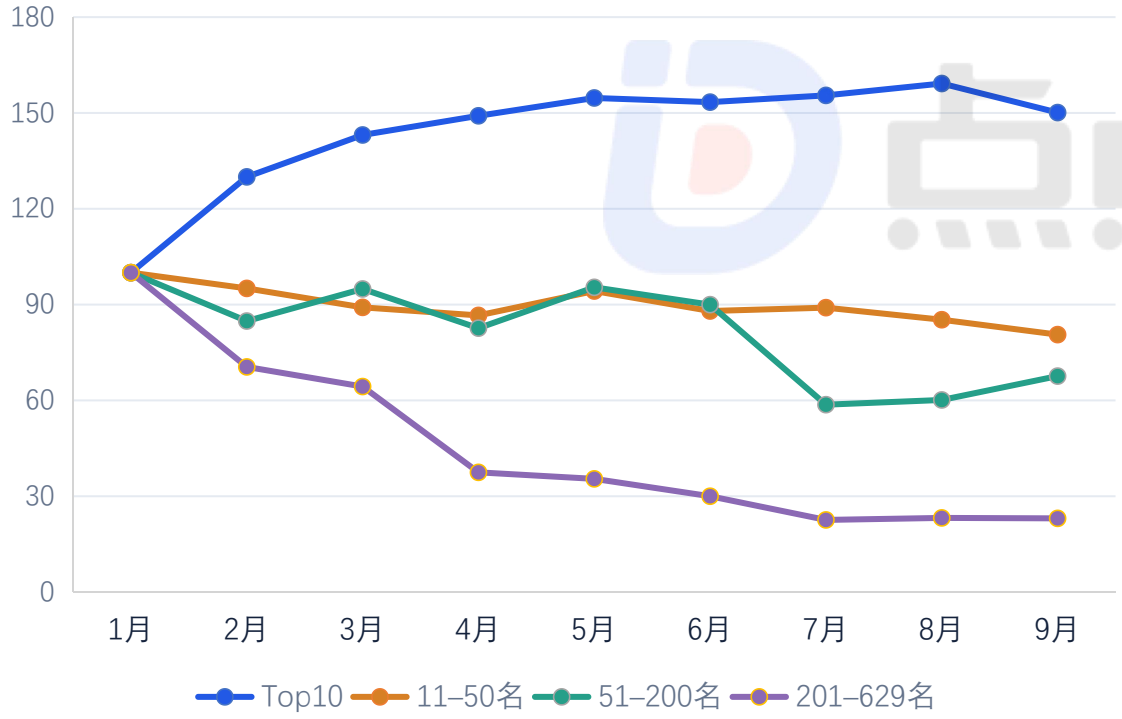
- **学生保障：学平险、校园意外、实习责任**
  中小学与高校学习App（作业帮、学习通、知到）
- **母婴与少儿：少儿医疗险、教育金储蓄**
  母婴育儿与启蒙教育（小天才、宝宝巴士）
- **App经营：开学季缴费带动家长端活客**
  8—9月学平险集中投保，教育App下载同步走高（见“找场景”）

© 2026 DianDian.All Rights Reserved.

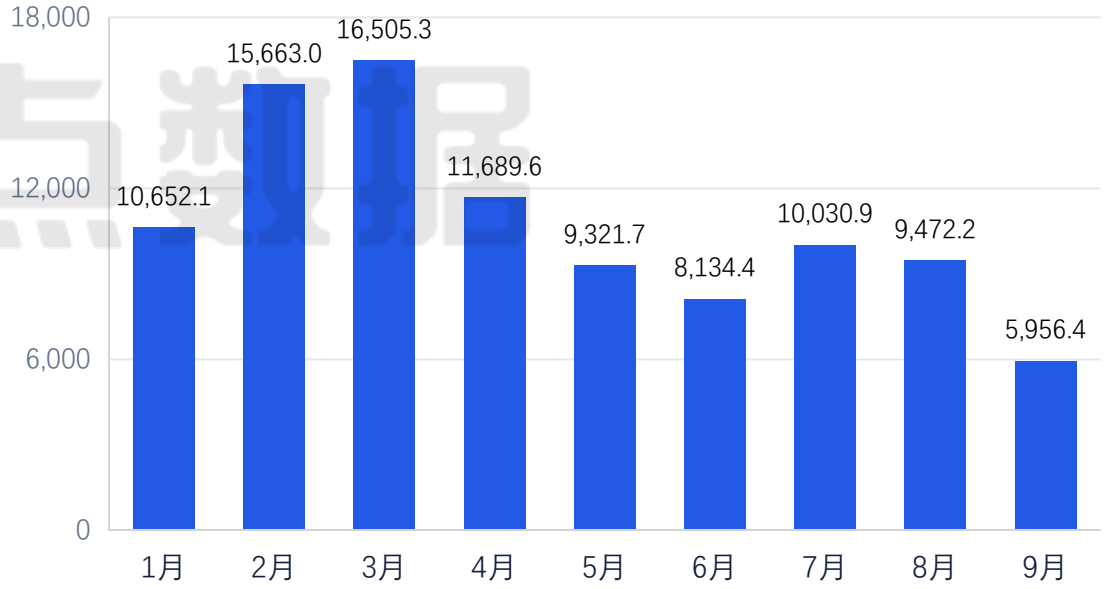
生成式AI：用户活跃向头部集中，新的服务入口值得关注

- 生成式AI呈现活跃用户快速增长、但向少数头部应用集中的分化格局。1—9月数据显示，TOP10应用活跃指数升至150.1，而11—50名、51—200名及200名以外应用分别降至80.6、67.6和23.1，长尾应用活跃持续走弱。
- 整体看，活跃指数9月较1月增长47.5%，但下载量在3月触顶后持续回落，9月较1月下降44.1%，增长动能由拉新转向留存。

各梯队活跃指数（1月 = 100）



月度下载量（万次）



月份	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月
环比	+47.0%	+5.4%	-29.2%	-20.3%	-12.7%	+23.3%	-5.6%	-37.1%

来源：点点数据。

© 2026 DianDian.All Rights Reserved.

生成式AI：豆包5.9亿居首，AI图像与内容工具同步走强

- 具体到应用，豆包活跃用户达到5.94亿，千问2.32亿，元宝1.29亿。对于金融业务而言，AI的价值不一定是直接卖出一份金融产品，而是让用户更容易理解产品、获得服务，并在需要时找到金融服务入口。

活跃用户 Top10

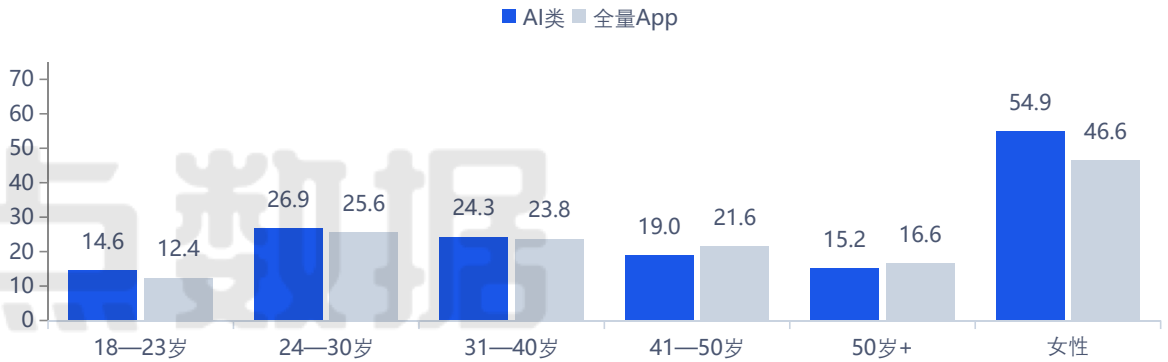
排名	应用	细分赛道	活跃用户	所属城市	内购
1	豆包	聊天机器人	5.94亿	北京市	是
2	小红书	内容社区	3.73亿	上海市	是
3	千问	聊天机器人	2.32亿	上海市	是
4	剪映	视频剪辑	1.49亿	深圳市	是
5	元宝	聊天机器人	1.29亿	深圳市	否
6	美图秀秀	图像	8,984.0万	厦门市	是
7	DeepSeek	聊天机器人	8,963.5万	杭州市	否
8	美颜相机	图像	3,811.6万	厦门市	是
9	文心	聊天机器人	1,862.5万	北京市	是
10	轻颜	图像	1,474.2万	深圳市	是

204款
收录AI类App

12款
活跃超1,000万

54.9%
女性用户占比

用户画像：本场景 vs 全量App（%）



金融结合点（预估）

- **咨询入口：AI助手内的金融问答**
  在豆包、千问、元宝等助手中提供条款解读、理财与理赔指引
- **服务承接：理赔预审、开户与贷前咨询**
  以AI助手做7×24首轮服务，复杂问题转人工
- **App经营：AI内容种草，引流证券/银行App**
  借AI内容工具与小红书类平台做理财、保险内容并跳转App

© 2026 DianDian.All Rights Reserved.

场景×金融对照：出行、健康、教育与金融契合度最高

点点数据

- 此处，将不同领域的用户规模、人群特征与金融产品、展业及App经营方向逐一对照，构建跨行业场景评估体系，可为金融机构识别重点场景、匹配目标人群、拓展合作渠道提供参考。（其中部分领域未纳入前述六大场景，亦一并列出供参照）

场景	大盘赛道	人群特征（全量对比见注）	契合金融产品	展业与App经营切入	契合度
健康医疗	健身健康 468款	24—30岁 32.8%，女性 58.8%	医疗险、健康管理权益、医疗分期	穿戴/AI健康入口；运动权益活客	★★★
旅游出行	旅游出行 460款	31—40岁 27.4%，男性 63.5%	旅行意外险、境外支付、旅游分期	节前2—4周触达；OTA联名拉新	★★★
车主服务（参照）	汽车 351款	男性 76.4%，31—40岁 30.5%	车险、ETC、车贷与联名信用卡	加油立减引流信用卡/银行App	★★★
在线教育	教育 593款	31—40岁 31.2%，女性 63.7%	学平险、少儿医疗险、教育储蓄	开学季缴费带动家长端活客	★★★
生活服务	生活+餐饮 655款	50岁+ 16.3%，接近全量	家财险、骑手意外险、生活缴费	外卖到家立减促银行App活跃	★★
移动购物	购物 491款	50岁+ 19.1%，高于全量	退运险、消费分期、商户贷	大促支付立减、绑卡促活	★★
生成式AI	AI 204款	女性 54.9%，24—30岁 26.9%	暂无直接产品，作为咨询入口	AI问答+内容引流证券/银行App	★

全量App对照：18—23岁 12.4%、24—30岁 25.6%、31—40岁 23.8%、41—50岁 21.6%、50岁+ 16.6%，女性 46.6%。
契合度为点点数据基于场景数据的预估：★★★ 产品直接嵌入场景；★★ 需结合合作方设计产品；★ 以服务入口试点为主。App经营由网金牵头、分支机构承接，具体按企业资源适配。

© 2026 DianDian.All Rights Reserved.

目录

catalogue

01 用户与场景变化：移动互联网出现了哪些新信号

02 六大场景洞察：健康、出行、购物、生活、教育、AI

03 金融应用竞争：以保险为例，看活跃与新增

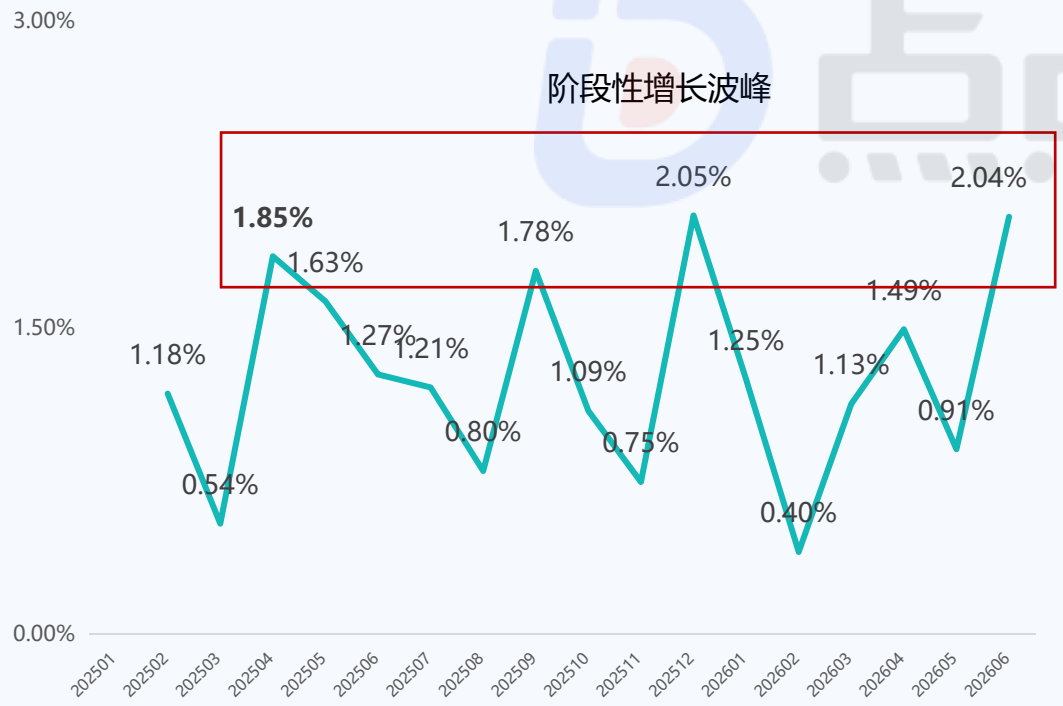
04 四维场景分析框架：从全国场景识别到本地客源

© 2026 DianDian.All Rights Reserved.

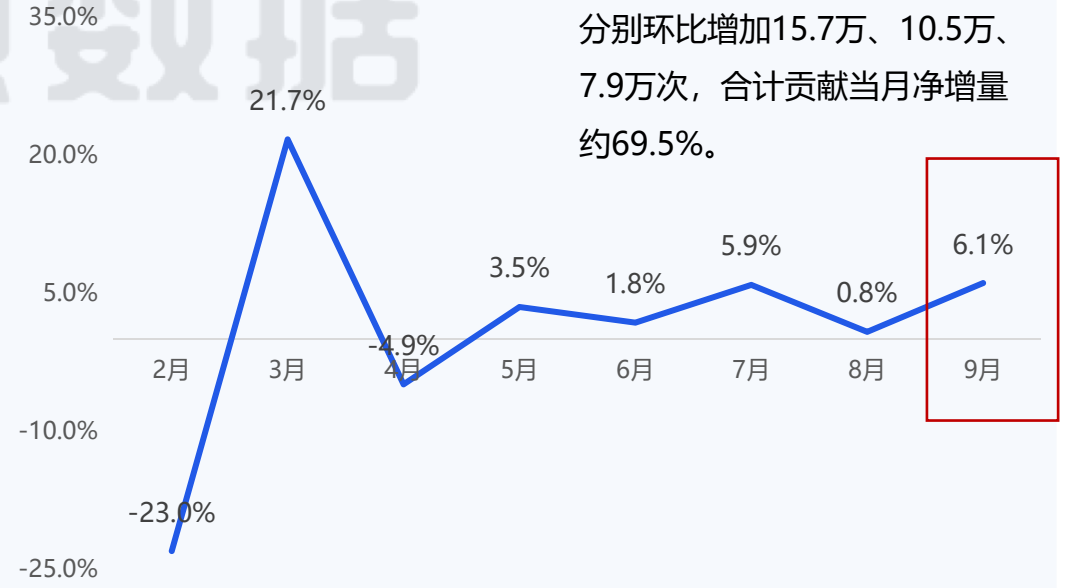
保险应用（金融细分）：活跃逐步修复，新增下载连续5个月正增长

- 保险应用整体呈震荡上行。活跃端于2026年2月触底后逐步回升，6月环比增长达2.04%，显现一定周期性；下载端在3月冲高后回落，但5—9月连续保持正增长，9月环比增长达6.1%。
- 9月新增贡献呈现财险应用与保单工具的接力增长。其中平安好生活、中国人保、金事通，三者合计贡献当月净增量约69.5%。

活跃环比增长率



月度下载量环比



9月，财险与保单工具接力，平安好生活、中国人保、金事通，分别环比增加15.7万、10.5万、7.9万次，合计贡献当月净增量约69.5%。

© 2026 DianDian.All Rights Reserved.

金融应用竞争•保险：谁在积累活跃用户，谁在获取新增流量

- 在应用端，保险应用的活跃用户和下载量表现并不完全同步。Top10中6款增长，平安金管家、中国人寿寿险同比增长24.8%、28.2%；有4款应用同比下降；在下载方面，中国人寿寿险下载量居首；众安保险、平安企业宝增速突出，分别同比增长363.5%、194.9%。

活跃用户 Top10

排名	应用	活跃用户	同比
1	平安金管家	3,382.7万	+24.8%
2	中国人寿寿险	2,926.1万	+28.2%
3	中国人保	508.3万	-2.6%
4	好福利	383.2万	+14.0%
5	泰康泰生活	332.6万	-6.0%
6	平安好生活	314.7万	-10.1%
7	太平洋保险	311.3万	+8.0%
8	中国大地保险	291.9万	-0.4%
9	太平通	276.7万	+9.9%
10	金事通	225.9万	+20.4%

下载量 Top10

排名	应用	下载量	同比
1	中国人寿寿险	120.4万	+27.1%
2	金事通	90.9万	+34.3%
3	中国人保	84.3万	-25.4%
4	平安金管家	81.0万	+28.6%
5	众安保险	77.6万	+363.5%
6	太平洋保险	54.7万	-12.8%
7	平安好生活	42.5万	-7.0%
8	中国人寿财险	33.7万	-6.5%
9	平安企业宝	32.7万	+194.9%
10	平安乐健康	28.9万	-11.2%

来源：点点数据，保险服务应用口径，不含京东金融、度小满等综合金融服务平台。

© 2026 DianDian.All Rights Reserved.

目录

catalogue

01 用户与场景变化：移动互联网出现了哪些新信号

02 六大场景洞察：健康、出行、购物、生活、教育、AI

03 金融应用竞争：以保险为例，看活跃与新增

04 四维场景分析框架：从全国场景识别到本地客源

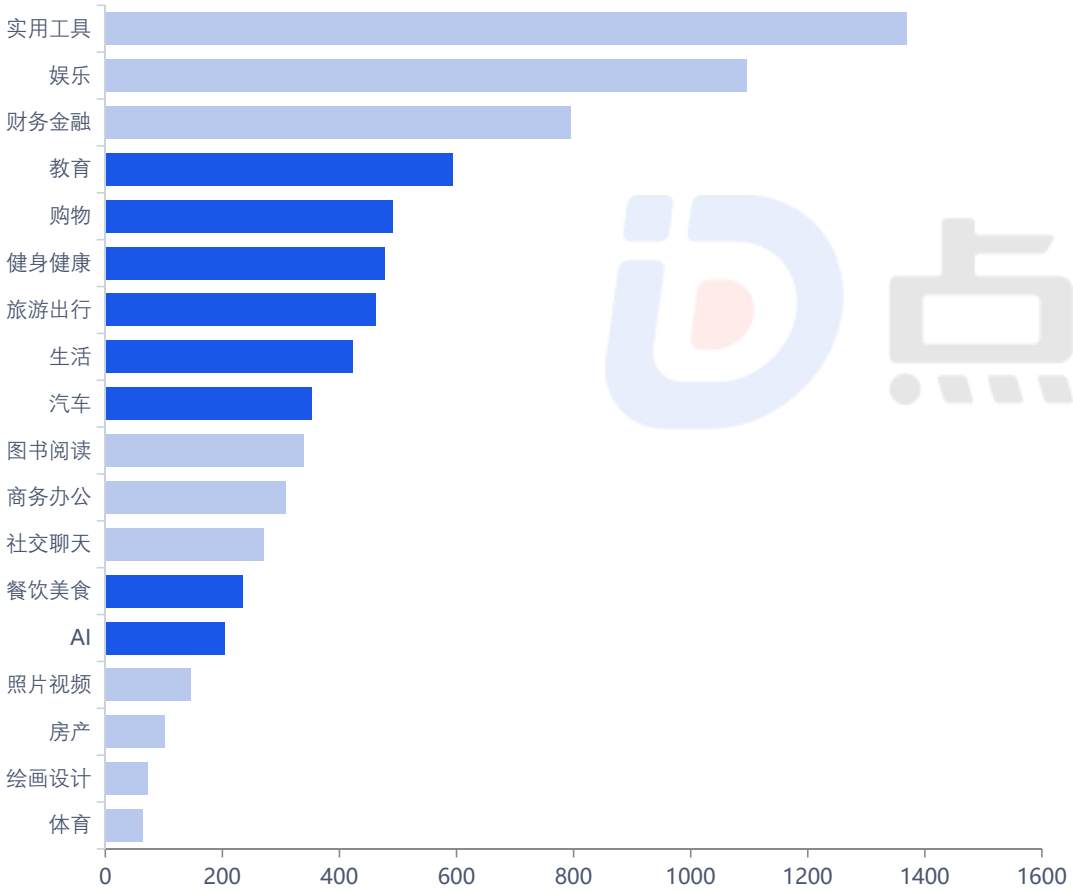
© 2026 DianDian.All Rights Reserved.

大盘数据：18个一级行业赛道下，活跃App的“场景×人群”底账

点点数据

- 点点数据行业大盘，覆盖18个一级赛道，每款App对应活跃规模、人群画像、用户区域分布等，可直接助力企业选场景、看人群、找伙伴。

18个一级赛道-典型应用分布



深色为本次分析涉及的场景赛道，部分行业应用数量有删减。
来源：点点数据。

场景

18个一级赛道 + 二级细分赛道

如：教育 → 中小学、高校、职业教育、母婴育儿

规模

每款App的活跃用户数与全国排名

判断场景大小、找头部平台

人群

年龄分布、性别分布、消费偏好、手机品牌占比分布

判断谁在用、谁做决策、消费力高低

区域

开发公司所在省份与城市（31省、165城）

支持本省本市的App筛选、本省市的用户群体拓展潜力评估

需要回答的三个问题（具体可结合下面的“四看”实现）

① 哪些场景用户多、头部是谁? → 选场景
② 场景里是谁在用、谁做决策? → 定产品与话术
③ 本省有哪些App可以合作? → 找伙伴与投流渠道

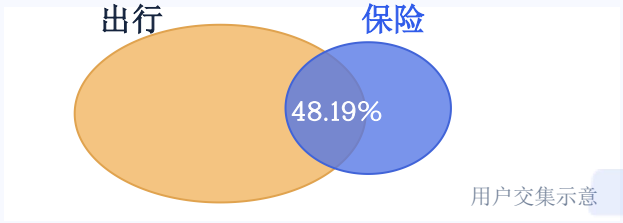
© 2026 DianDian.All Rights Reserved.

看行业潜力：从用户重合和独占角度判断合作与触达方向

- 以保险为例，以行业用户交集判断合作优先级：高重合场景关注服务承接，低重合场景关注增量触达。

出行行业 × 保险行业

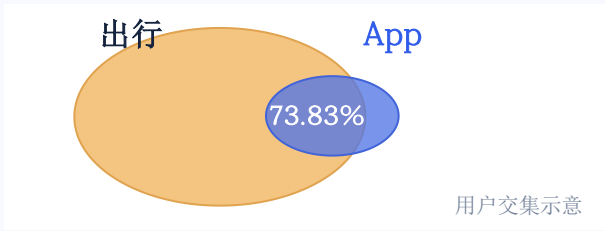
重合示例



重合用户占保险行业用户的48.18%。

出行行业 × 保险App

高度重合

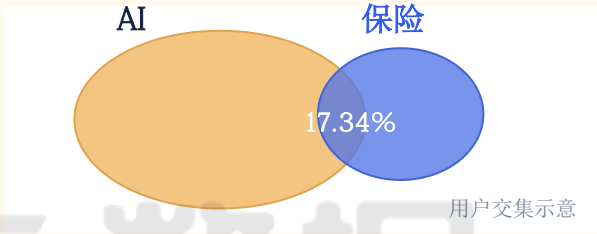


行业用户交集相对较大，明显高于行业均值。

适合方向：存量客户召回、服务承接与场景联动。

AI行业 × 保险行业

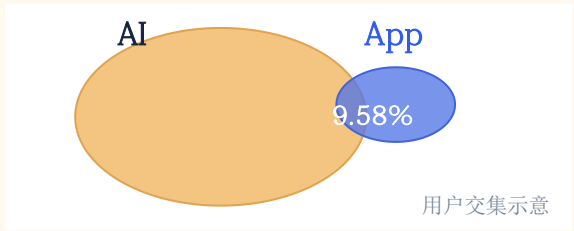
重合示例



重合用户占保险行业用户的17.34%。

AI行业 × 保险App

轻度重合



行业用户交集相对较小，明显低于行业均值。

适合方向：增量触达、AI场景内容与金融入口。

对运营的两层含义

1 出行：优先观察存量服务承接与场景合作

2 AI：优先测试增量触达与智能化金融入口

© 2026 DianDian.All Rights Reserved.

看指标增长：下载与活跃如何帮助判断触达时机

典型场景节奏各异：比如健康医疗稳、旅游出行季节性强、AI向头部集中；下载反映新增需求，活跃反映存量使用，两者组合可识别触达窗口。

以季节性最强的旅游出行为例：

•旺季前：围绕自驾出行、车险保障、ETC与出行分期等内容开展场景触达。

•旺季中：关注用户咨询、服务入口访问及实际办理需求，及时承接。

•旺季后：结合出行服务使用情况，开展服务回访、理赔支持及账单、续保提醒。

数据表现	可能反映的情况	金融运营启示
下载增长、活跃增长	获客与使用同步改善	关注新客转化及服务承接
下载增长、活跃平稳	新流量增加，但使用未明显提升	关注注册、首次使用和后续转化
下载回落、活跃稳定	新增流量减少，已有用户仍在使用	侧重存量客户服务、续保续费及活跃维护
下载与活跃同步回落	新增和使用均承压	排查渠道效率、服务体验及用户流失

注：应用场景数据用于识别触达时机，具体经营判断还需结合用户身份、服务需求和后续业务转化等综合判断。

© 2026 DianDian.All Rights Reserved.

看用户流转：从用户流向中寻找召回与获客线索

- 以9月保险应用用户流向为例，覆盖电商、交通出行、车主服务、AI、在线教育等行业应用。
- 流入侧用于观察新增用户来源，流出侧用于观察用户可能转向的场景，适合分别设计服务承接与触达测试。

活跃用户流转



来源：点点数据。

© 2026 DianDian.All Rights Reserved.

看场景对象：哪些应用值得关注，可能带来新的业务机会

点点数据

9月移动互联网全行业-下载增速 Top 50 排行榜，26款集中于教育，与市场开学季特征相一致。

排名	应用	主要行业	下载量	下载增速	内购
1	王者万象棋	策略	15.36M	+55850.9%	有
2	WELearn随行课堂	教育	949.2K	+2811.1%	无
3	飓风相机 - 实时电影感拍摄	照片视频	3.11M	+1750.1%	有
4	优学院	教育	225.5K	+1113.9%	无
5	批改网-开心学英文	教育	253.3K	+1111.3%	无
6	运动世界	健身健康	1.6M	+761.8%	无
7	到梦空间	教育	1.9M	+720.7%	无
8	一起中学学生	教育	108.9K	+711.8%	无
9	职校家园	实用工具	215.5K	+647.5%	无
10	学有优教	教育	31.3K	+634.7%	无
11	步道乐跑	体育	1.5M	+615.0%	无
12	网易有道词典-专业查词翻译…	图书阅读	4.11M	+598.6%	有
13	志愿汇	生活	1.93M	+562.4%	无
14	趣智校园	生活	2.66M	+542.1%	无
15	智学网—懂你的学习伙伴	教育	1.37M	+510.7%	无
16	知到.	教育	1.8M	+475.7%	无
17	胖乖生活	生活	2.79M	+470.0%	无
18	智慧笑联	商务办公	1.12M	+458.0%	无
19	E听说中学	教育	1.26M	+435.3%	无
20	U校园学生端（旧版）	教育	277.7K	+400.5%	无
21	喜鹊儿	教育	1.59M	+386.0%	无
22	豆包爱学-字节跳动旗下AI…	教育	2.1M	+372.7%	无
23	U净-创造便利 传递快乐	生活	2.15M	+361.8%	无
24	班级优化大师	教育	947.7K	+351.9%	无
25	学习通	教育	7.77M	+338.9%	无

排名	应用	主要行业	下载量	下载增速	内购
26	知了快看-刷视频攒零花	其他	4.46M	+333.3%	无
27	智慧树家长端	教育	335.8K	+327.2%	有
28	超级课程表-大学生早八上课…	教育	1.22M	+318.6%	无
29	班级小管家	教育	5.18M	+315.1%	无
30	手机知网	图书阅读	220.8K	+307.1%	有
31	像素蛋糕 - 无损精修工具	照片视频	2.37M	+247.2%	有
32	完美校园 - 科技让校园更…	教育	2.05M	+243.9%	无
33	安全教育平台	教育	251.6K	+228.2%	无
34	央视频	娱乐	2.86M	+220.4%	有
35	好分数家长版	教育	23.1K	+217.7%	无
36	金苗宝 - 宝宝打预防针的…	健身健康	717.8K	+211.7%	无
37	中国大学MOOC（慕课）	教育	606.9K	+199.9%	有
38	途牛旅游 - 机票0搭售	旅游出行	489.4K	+165.3%	无
39	云听-听经典知天下	娱乐	480.1K	+164.7%	无
40	希沃白板	教育	531.6K	+158.5%	无
41	好分数	教育	54.1K	+133.7%	无
42	网商银行-贷款理财银行存款…	财务金融	976.6K	+119.7%	无
43	能链团油-优惠加油，就用能…	生活	339K	+118.6%	无
44	不挂科—文库大学生版	教育	2.9K	+112.2%	有
45	九方智投-股票炒股线上教学	财务金融	427K	+110.4%	无
46	一点资讯HD-头条新闻视频…	图书阅读	1.24M	+106.7%	无
47	蚂蚁阿福-蚂蚁旗下AI健康…	健身健康	6.02M	+100.0%	无
48	逃跑吧！少年	动作	359.4K	+99.3%	有
49	法宣在线	教育	8K	+96.5%	无
50	星火英语-英语四级、英语六…	教育	155K	+96.3%	无

出行金融

典型APP：途牛旅游 | 能链团油

旅游意外、航班延误、行程取消
车险、ETC与加油卡、出行分期

出行链路完整，金融需求与购买节点较明确

运动与校园

典型APP：运动世界 | 步道乐跑 | 职校家园

运动意外、赛事保险
学生意外、校园支付

高频运动和校园活动带来短期意外保障与支付需求

健康与家庭

典型APP：金苗宝 | 蚂蚁阿福

少儿意外、医疗保障
健康管理、医疗支付

健康服务场景天然连接家庭保障、医疗支付与服务

© 2026 DianDian.All Rights Reserved.

从全国场景到本地客源：省/市级数据与本地展业地图的精准映射

点点数据

全国大盘数据是各场景大类数据，可用来定方向参考；点点数据可进一步按省、市维度做专项分析，支持落实到本地展业分析。

维度	大盘数据：全国场景大类	地区视角：省/市专项
用户口径	全国活跃用户	指定省份、地市的本地活跃用户
回答的问题	全国哪些场景用户多、人群是谁	本地哪些App用户多、哪些场景在增长
分析颗粒度	一级/二级赛道、全国头部App	本地App排行、场景渗透、人群画像
典型用途	总部/网金定方向：场景选择、渠道合作与投放策略	分行/分公司定动作：本地合作方、投放与活动承接

总分联动•地区公司落地路径

客源地图
本地客户在哪里

→

本地App数据
用户在用什么

→

选场景与合作方
产品 × 平台

→

投放与活动
线上触达 + 网点承接

→

复盘调整
按季度看效果

前两步合起来，就是“客源在哪 × 用户在哪”的交集：先用全国数据挑场景，再用本省/市数据确认本地哪些平台值得合作，最后由网点和线上团队共同承接。

注：省/市专项的指标口径与交付范围，以实际服务方案为准。

© 2026 DianDian.All Rights Reserved.

点点数据

数据创造价值，驱动未来

游戏数据/移动应用分析平台

点 点 数 据



产品相关咨询