

报告

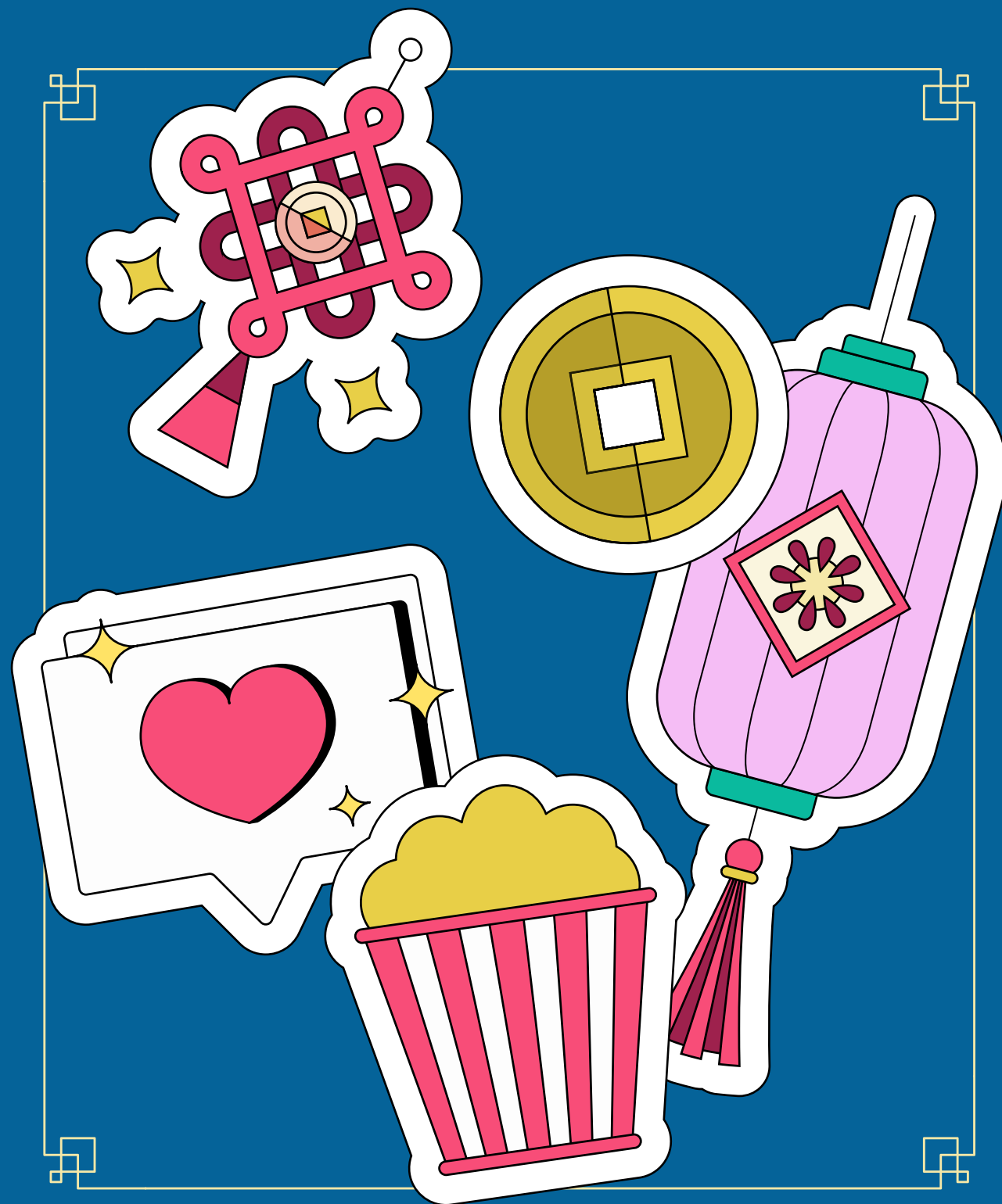
2025 年 中国应用 出海报告

探索全球增长、
影响力和市场机遇

ADJUST

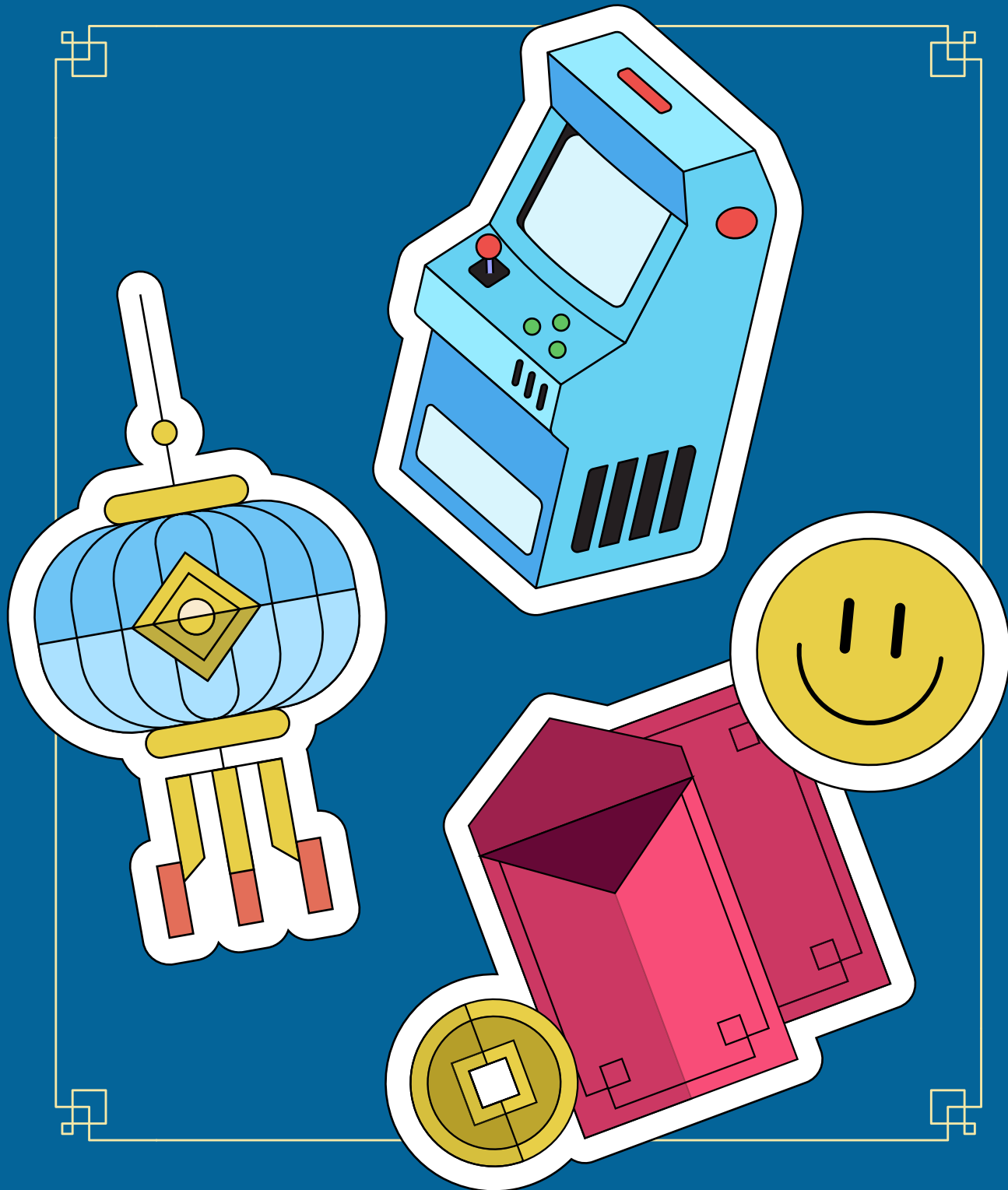
部分数据洞见来自：

SensorTower



目录

前言	3
研究方法	6
第 1 部分：绘制中国应用的全球影响力版图	8
第 2 部分：世界舞台上的中国短剧和 AI 应用	19
第 3 部分：中国应用的主要市场分析	24
欧非中东	25
北美	29
东南亚	32
结论	35

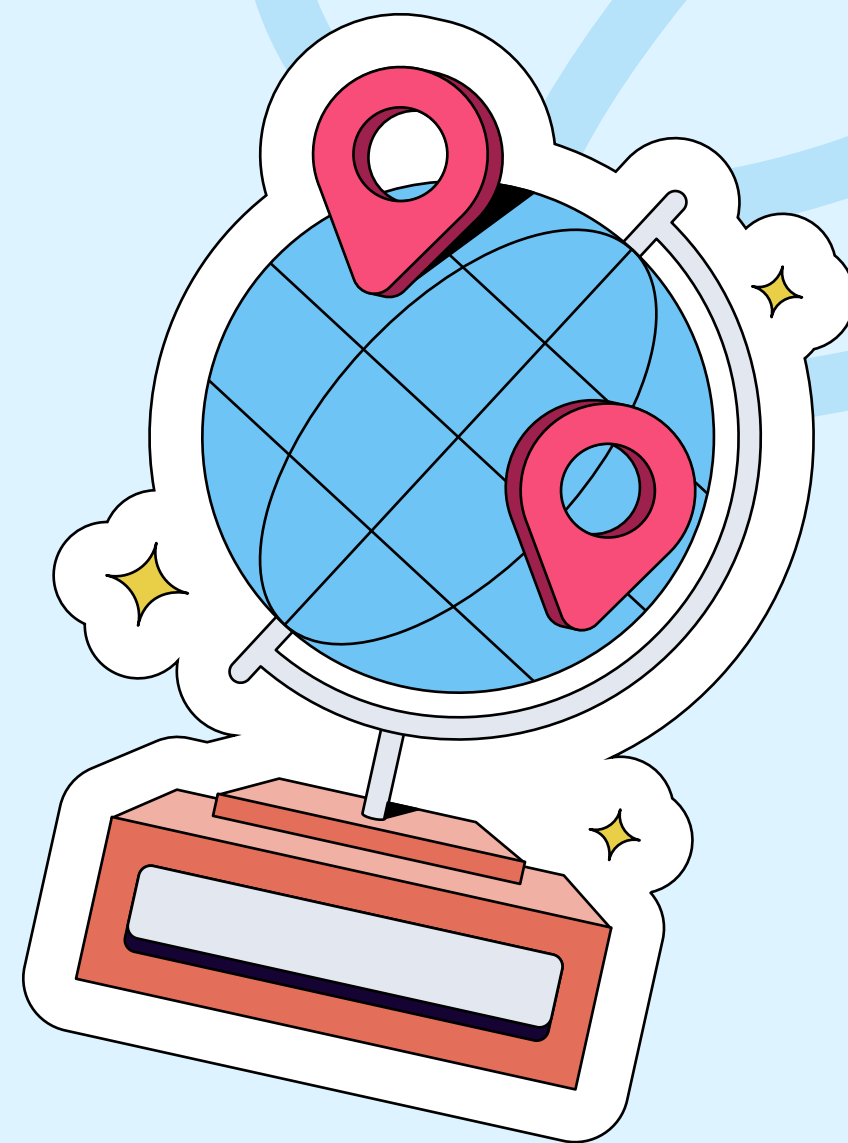


中国应用巩固全球影响力

在国际应用经济格局中，中国应用已成为一股决定性的力量。中国研发的游戏在全球大受欢迎，广泛普及，而以 Shein 和 Temu 为代表的跨境零售业也在全面国际化，以强大的规模效应重塑着全球电商版图。仅 Temu 的下载量就占全球应用下载量的 8% 以上。如果将 Temu 视为一个国家，其份额将与美国 (11.9%) 相当。中国的影响力并不局限于游戏和购物——在众多行业 and 市场中，金融科技、娱乐和 AI 驱动的内容发行商也在持续做大做强，巩固领先地位。

从北美和欧洲的成熟市场，到东南亚 (SEA) 与拉丁美洲 (LATAM) 等移动优先经济体，现在的中国开发者已触达全球所有地区的用户。在东南亚地区，印尼、菲律宾和越南依托本地化内容和日益普及的智能手机继续领跑移动应用拓展；拉丁美洲地区的发展动能更多地来自社交交互和网红营销。而在成本更高的市场中，发行商正加大合规、用户信任与用户留存方面的投资，以推动应用取得更优秀的长效表现。

随着竞争加剧、成本抬升，市场策略更加分散和多元化，数据成为了贯穿整个版图竞争策略的基石。本报告聚焦 2025 年中国出海应用在各地区、国家与行业的表现，并深挖这些市场的整体数据基准和洞见，分析安装量、交互等关键指标，为开发者指明拓展方向和机遇，帮助开发者取得成功。同时，我们还将解读全球应用营销人士关于 AI 和短剧应用的调研结果。





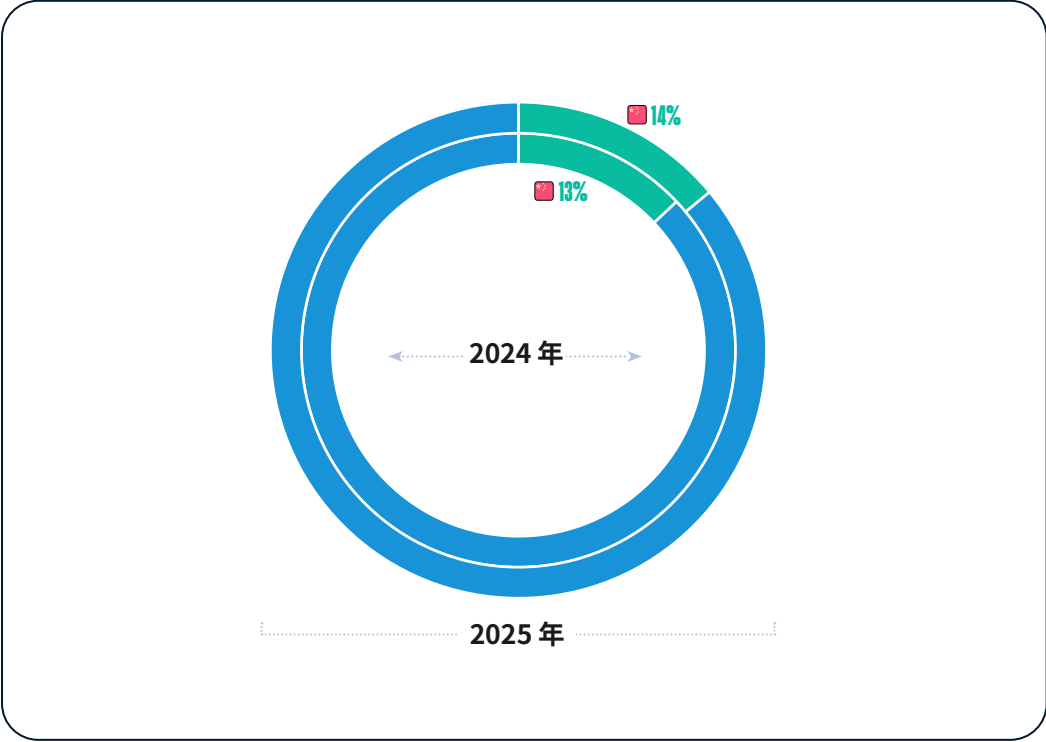
“中国应用的优势主要在于适应力。中国开发团队的关注重点正从覆盖范围转向对国际用户的深入理解，侧重于建立信任，优化表现。无论是游戏和购物，还是短剧与 AI 应用，中国团队都能实现精准创新，打造既能在本地产生共鸣、又有国际竞争力的体验。”

ADJUST



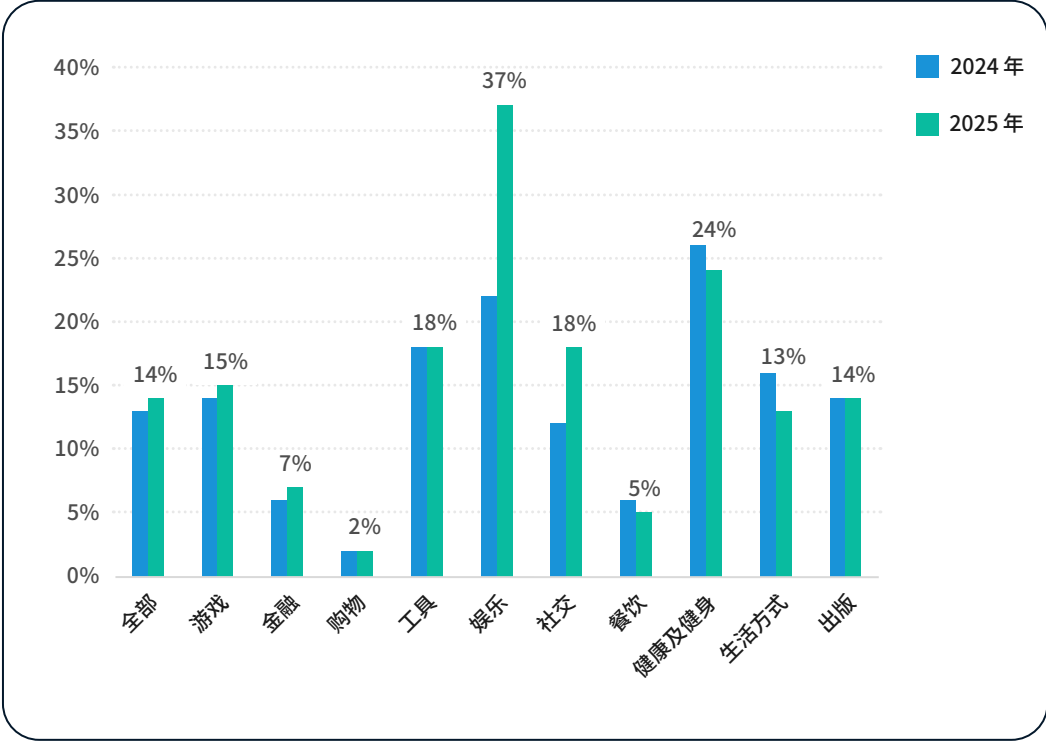
Chris Rupp
中国区业务负责人

2024 & 2025 年中国应用安装量占比 (全球)



根据 Adjust 的数据, 全球范围内由中国开发的应用所贡献的整体安装量占比从 13% 上升至 14%, 提高了 1 个百分点。

2024 & 2025 年不同类别中国应用安装量占比 (全球)



按应用的类别细分来看, 中国应用在娱乐应用中的全球安装占比增幅最大, 从 22% 上升至 37%, 主要得益于短剧类应用的显著热度提升。游戏类的占比也从 14% 上升至 15%, 社交类则从 12% 增长到 18%。

研究方法

ADJUST

应用类别:
游戏、金融、工具、娱乐、社交、购物

地区:
全球、欧非中东地区、北美、东南亚

国家:
阿根廷、澳大利亚、巴西、加拿大、哥伦比亚、法国、德国、印度、印度尼西亚、爱尔兰、日本、马来西亚、墨西哥、新西兰、尼日利亚、巴基斯坦、秘鲁、菲律宾、沙特阿拉伯、新加坡、韩国、泰国、土耳其、阿联酋 (阿拉伯联合酋长国)、大不列颠及北爱尔兰联合王国 (英国)、美利坚合众国 (美国) 和越南。

数据集:
涵盖 Adjust 平台中的 5,000 款热门应用以及 Adjust 跟踪应用的总数据集。数据来源有两个：一个包含 45 个国家/地区，另一个包含基于 ISO 3166-1 标准的约 250 个国家/地区。

问卷调查: 我们就 AI 应用和短剧应用对应用营销人员和开发者进行了问卷调查。

日期范围:
2025 年 1 月—2025 年 9 月

Sensor Tower

应用类别:
游戏、金融、工具、娱乐、社交、购物

地区:
全球、欧洲、北美、东南亚

数据集:
Sensor Tower 的数据涵盖金融科技、购物、娱乐和游戏类应用。“下载”指用户在移动设备上的应用下载。本报告中的下载指标指每个 iOS 或 Google Play 账户的唯一下载。预装、重新下载、应用更新以及用同一 iOS 或 Google Play 账户在新设备/额外设备上的下载不计入下载指标中。

日期范围:
2025 年 1 月 1 日 - 2025 年 10 月 31 日



“中国开发者依然是全球应用生态中的重要力量。Sensor Tower 的数据表明，在娱乐、购物、游戏和 AI 等领域，中国应用持续保持增长势头，这得益于快速的本地化适配以及对用户参与度的高度重视。它们能够在全球范围内扩张的同时满足各区域用户的期望，这种能力持续为整个行业设定增长节奏。”

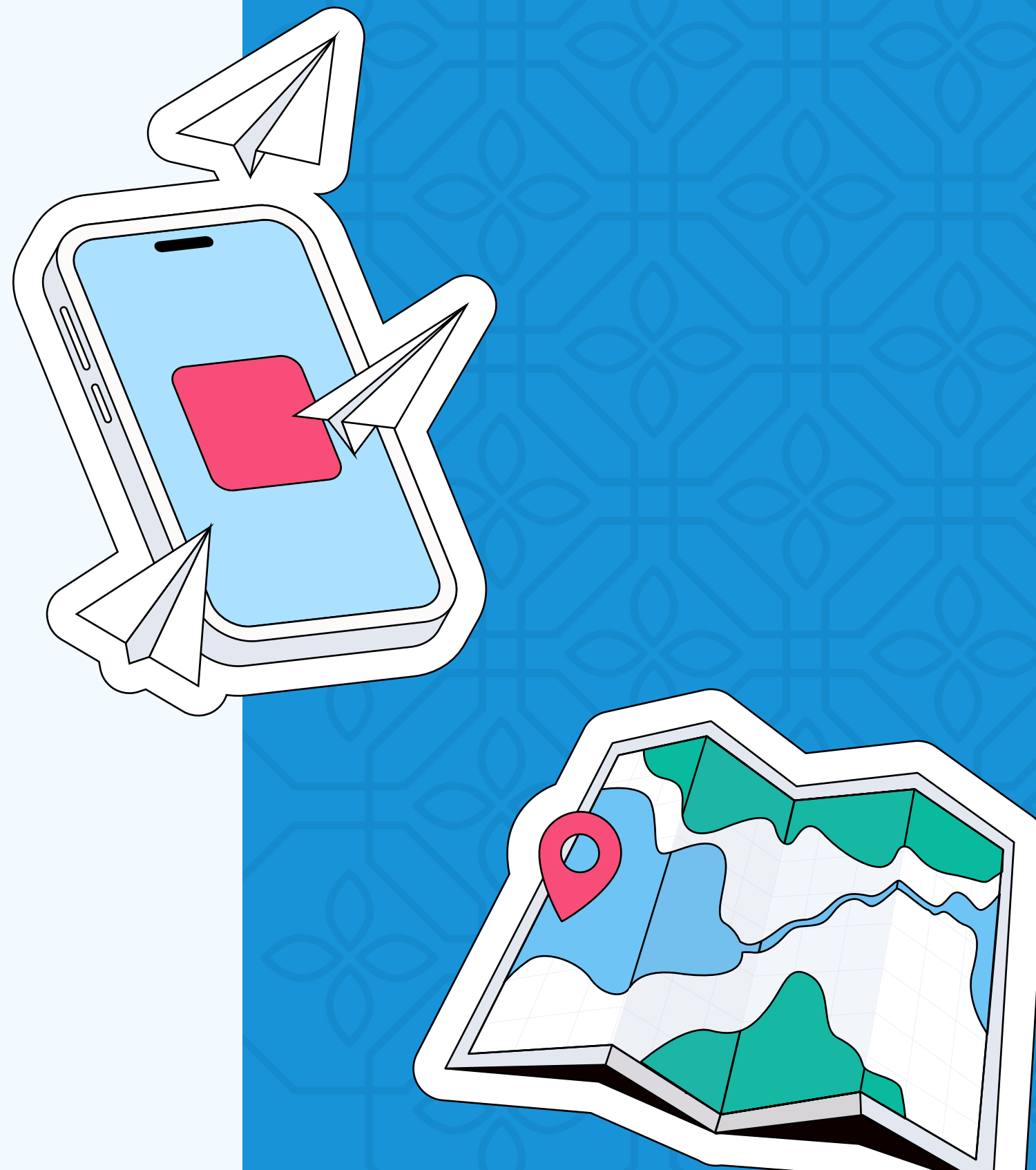


Nan Lu
亚太营销副总裁

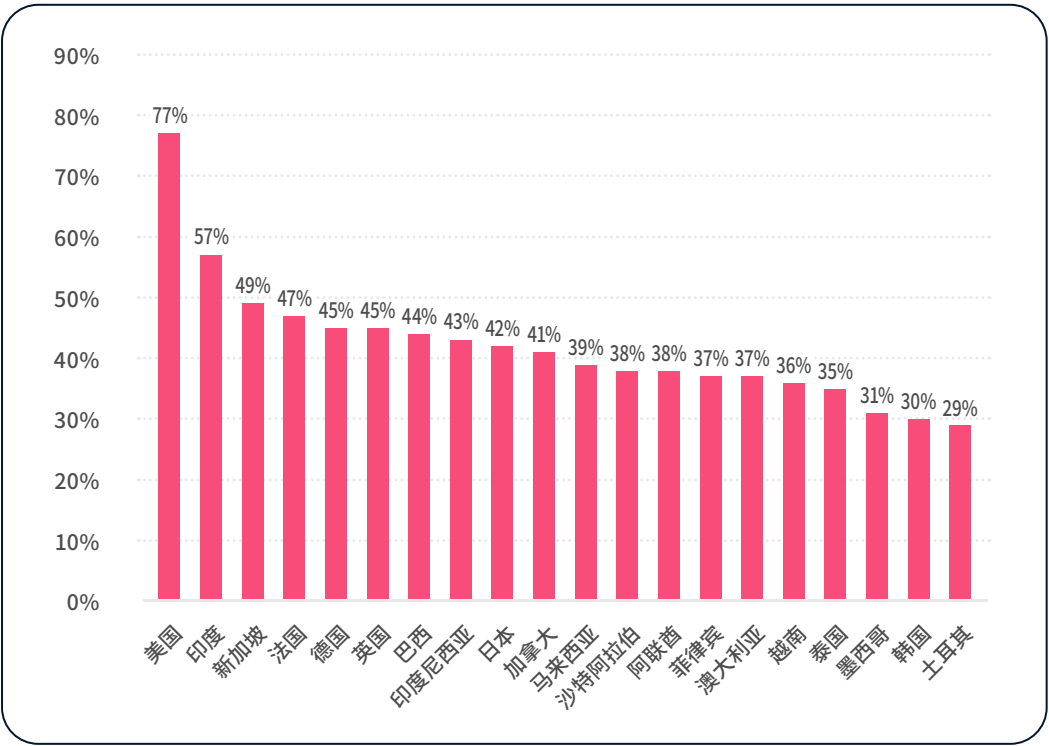
第 1 部分

绘制中国应用的全球影响力版图

中国应用持续在全球范围内扩张，覆盖几乎所有主要地区的用户。该部分将分析其地域分布与安装量占比，揭示中国开发者在哪些市场获得了最强劲的增长势头。

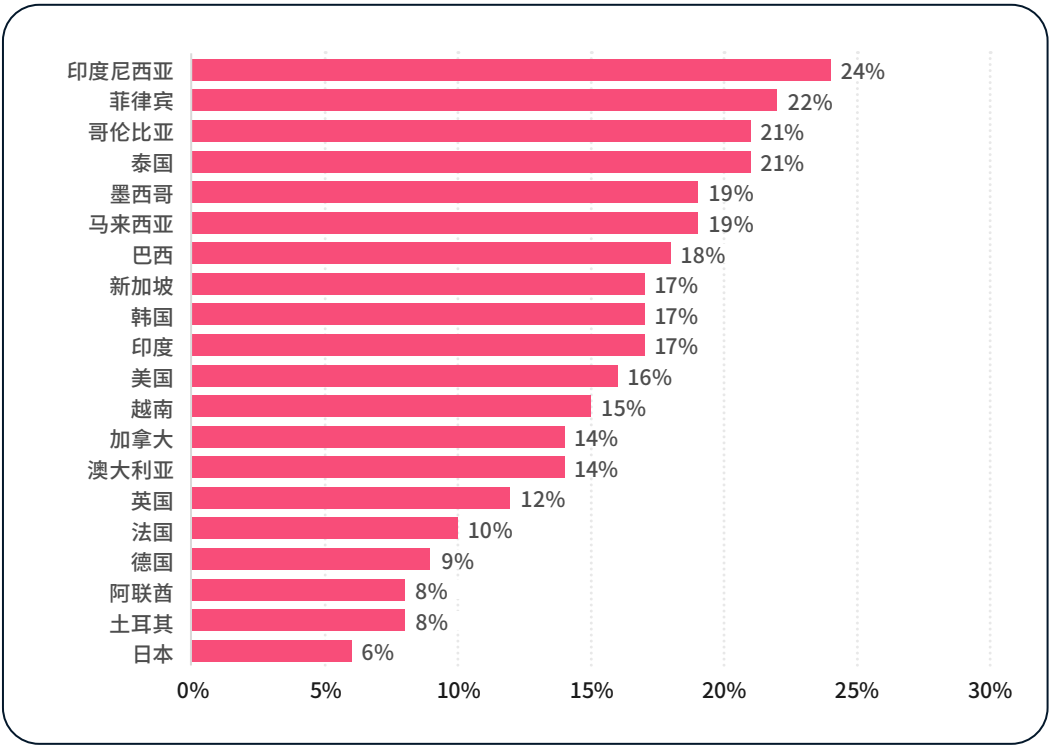


2025 年中国应用在各国的上架比例



2025 年，中国开发的应用将在全球范围内展现出广泛的影响力，其中美国是主要市场，77% 的中国应用都在美国上架。印度 (57%) 和新加坡 (49%) 紧随其后。在欧洲市场中，法国 (47%)、德国和英国 (45%) 的普及率位居前列。而在巴西 (44%)、印度尼西亚 (43%) 和菲律宾 (37%) 等移动优先地区，中国开发者明显保持稳定发展步伐，不断拓展。

2025 年中国应用在各国的安装量占比



中国应用在多个市场的总安装量中占比显著。其中印度尼西亚 (24%) 和菲律宾 (22%) 占比最高，泰国 (21%) 紧随其后。东南亚的智能手机普及率不断提高，拥有多元化的应用生态，仍然扮演着增长中枢的角色。相比之下，美国 (16%) 和德国 (9%) 等市场的占比较低。

重要提示

- **应用上架比率：**在所有全球出海的中国应用中，各国的上架百分比。
- **安装份额：**在各国安装总量中，中国应用安装量的占比。

2025 年 1 月 - 10 月娱乐应用下载量前 5 名

	欧洲	美国	东南亚
1	 TikTok	 TikTok	 TikTok
2	 Threads	 Threads	 Spotify
3	 Spotify	 ReelShort	 Drama Box
4	 VK Video	 Netflix	 Melolo
5	 Netflix	 Amazon Prime	 Threads

来源:  SensorTower

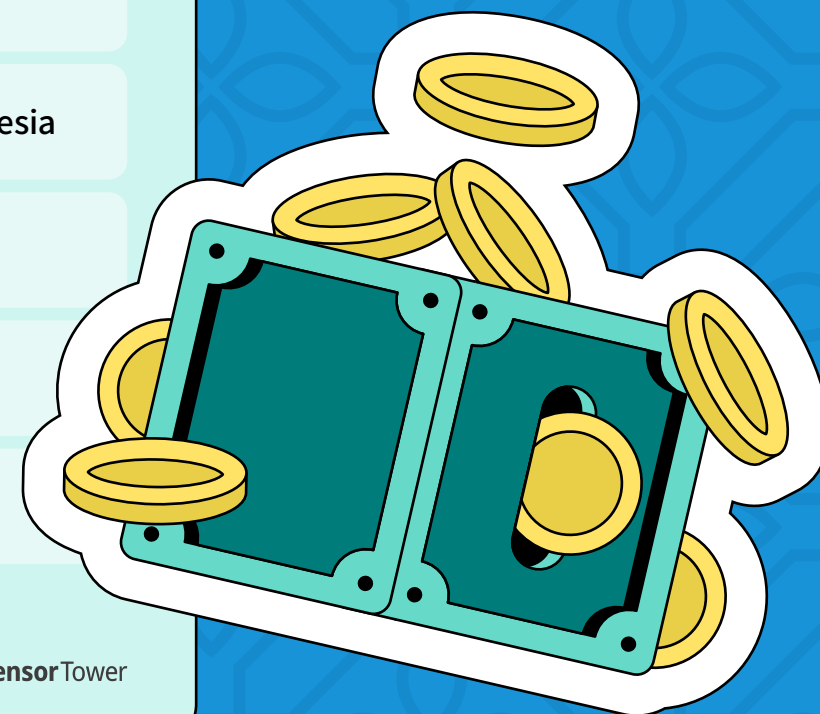
BONUS

在娱乐类别中, 全球收入排名第一的应用是 TikTok。Disney+、HBO Max、Paramount+、Audible、PeacockTV 和 YouTube 也位列收入榜前列。

2025 年 1 月 - 10 月金融应用下载量前 5 名

	欧洲	美国	东南亚
1	Revolut	Cash App	ShopeePay
2	Klarna	PayPal	DANA Dompert Digital Indonesia
3	Google Wallet	Venmo	GoPay
4	PayPal	Intuit Credit Karma	Mobile JKN
5	Binance	Capital One Mobile	BRImo

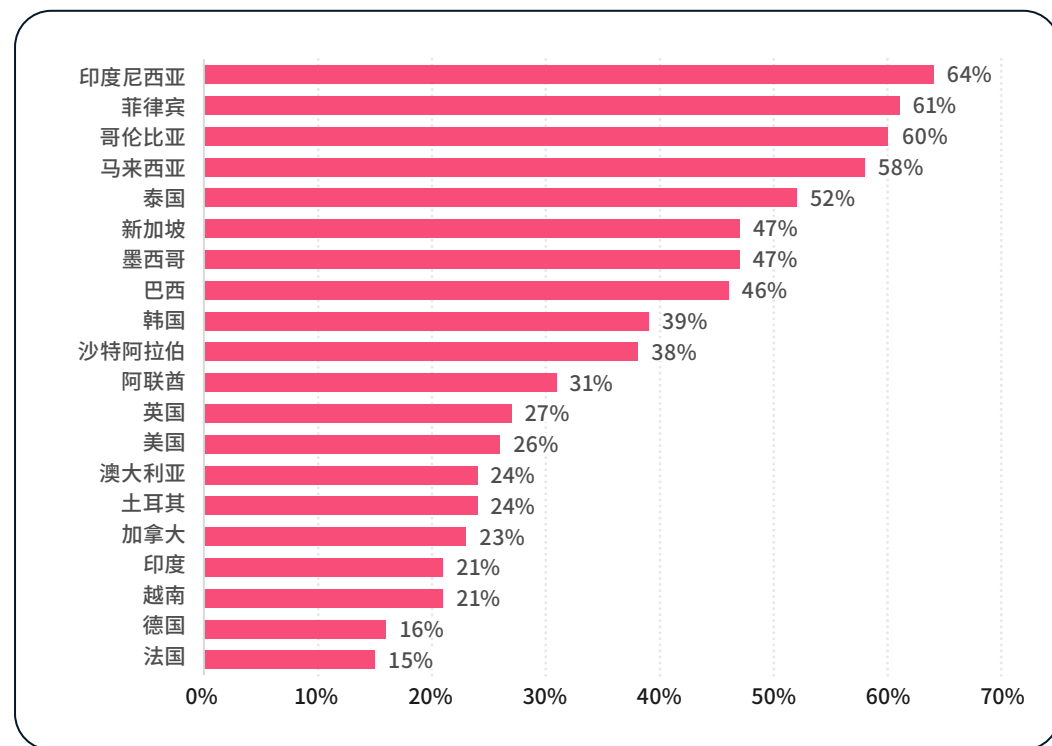
来源: SensorTower



BONUS

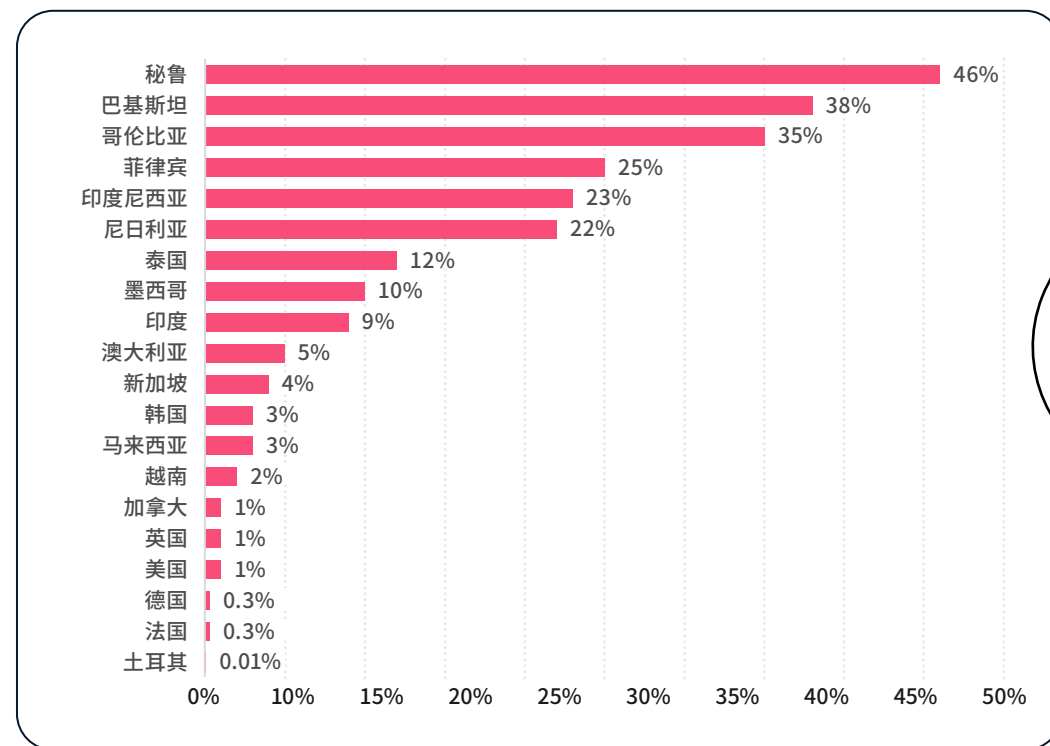
在金融类应用中, 北美收入最高的是 QuickBooks, 东南亚的第一名是 TradingView, 而欧洲的第一名是 Finanzguru。

2025 年中国娱乐应用在各国的安装量占比

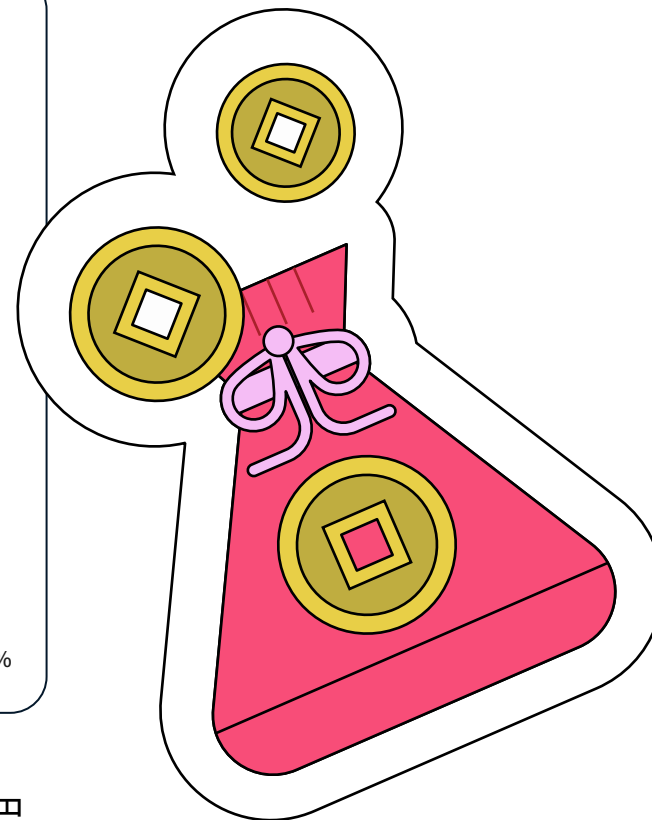


娱乐应用仍然是中国开发者开发的重要类别。印度尼西亚 (64%) 和菲律宾 (61%) 的安装份额最高，其次是哥伦比亚 (60%)、马来西亚 (58%) 和泰国 (52%)。短剧平台和视频分享应用 (如 TikTok) 全球爆火，[在东南亚和拉丁美洲地区持续吸引大量用户，而上述数据正与之相呼应](#)。但在本地流媒体平台仍占主导地位的西方市场，如美国 (26%) 和英国 (27%) 等，此类应用的份额则偏低。

2025 年中国金融应用在各国的安装量占比



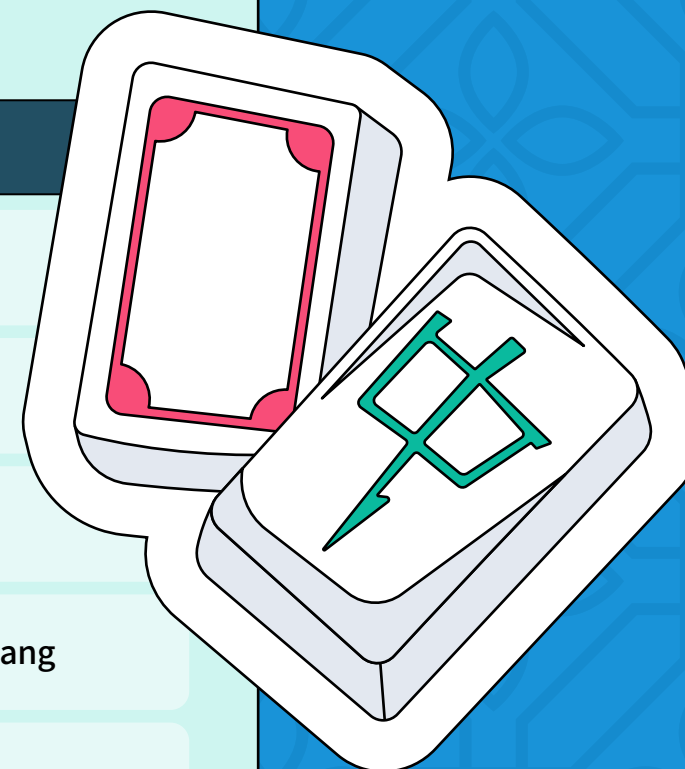
中国金融应用在多个地区的安装占比非常瞩目。秘鲁 (46%) 和巴基斯坦 (38%) 名列前茅，哥伦比亚 (35%)、菲律宾 (25%) 和印度尼西亚 (23%) 也成绩优异。不过，因受到成熟金融体系与本地监管限制，海外金融科技应用在印度、澳大利亚和新加坡市场中的占比较低。欧洲和北美的表现也不尽如人意。



2025 年 1 月 - 10 月游戏应用下载量前 5 名

	欧洲	美国	东南亚
1	 Block Blast!	 Block Blast!	 Block Blast!
2	 Roblox	 Roblox	 Roblox
3	 Vita Mahjong	 Discord	 Garena Free Fire
4	 Subway Surfers	 Royal Kingdom	 Mobile Legends: Bang Bang
5	 Hole.io	 Vita Mahjong	 Super Bear Adventure

来源:  Sensor Tower



BONUS

2025 年全球收入最高的游戏是《Last War: Survival》，其余位列前十的包括《Honor of Kings (王者荣耀)》、《Whiteout Survival (寒霜启示录)》、《Royal Match》、《MONOPOLY GO!》、《Candy Crush Saga》、《Coin Master》、《Roblox》、《Game for Peace (和平精英)》以及《Pokémon TCG Pocket》。

2025 年 1 月 - 10 月购物应用下载量前 5 名

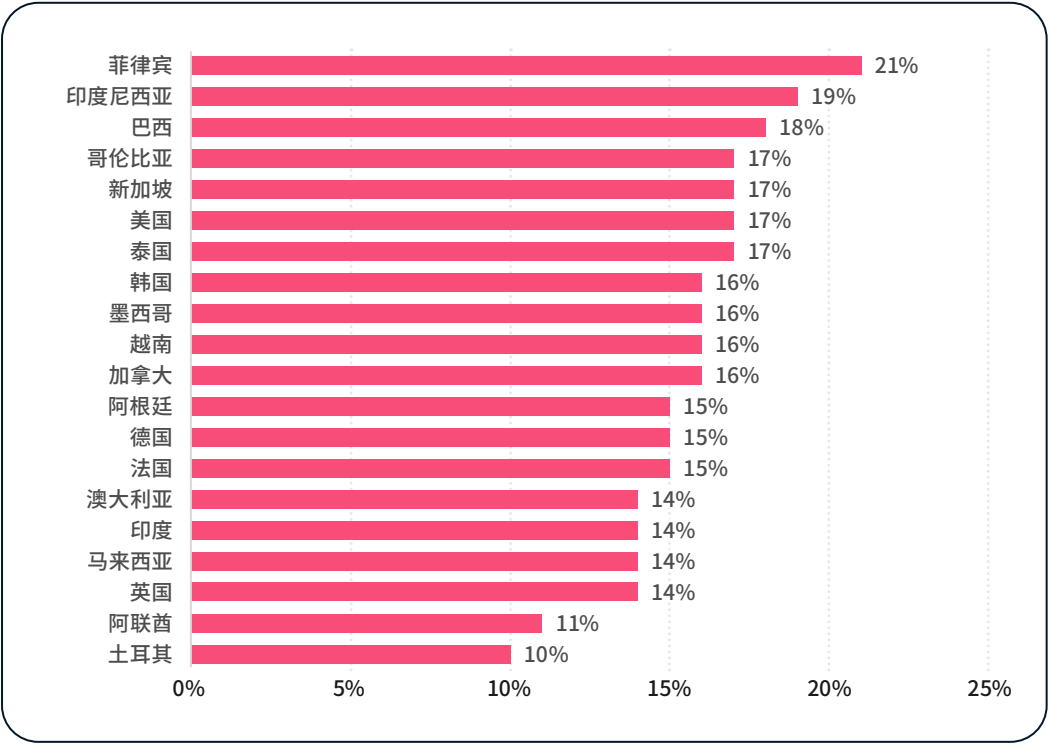
	欧洲	美国	东南亚
1	Temu	Temu	Shopee
2	SHEIN	SHEIN	Temu
3	Vinted	McDonald's (麦当劳)	Lazada
4	Lidl Plus	Whatnot: Shop, Sell, Connect	SHEIN
5	AliExpress	Amazon Shopping	Akulaku

来源: SensorTower

BONUS

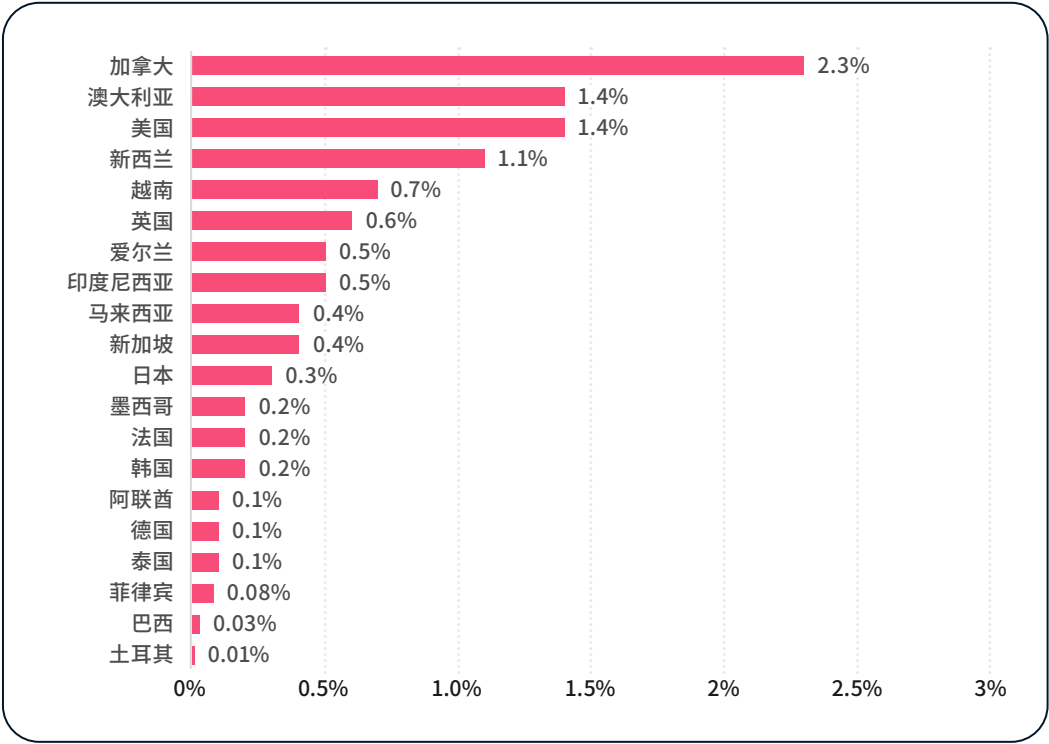
在购物类应用中, Amazon Shopping 是全球收入第一的应用。Carousell 在东南亚位居榜首, 德国的 Thalia 在欧洲地区收入排名第二 (仅次于 Amazon), 土耳其收入最高的购物应用是 Bidsee。

2025 年中国游戏应用在各国的安装量占比



中国游戏在全球市场上广泛发行。菲律宾 (21%) 和印度尼西亚 (19%) 的安装占比最高，其次是巴西 (18%)、哥伦比亚 (17%) 和新加坡 (17%)。美国的安装量为 17%，而在德国、法国和印度等市场中，中国游戏的存在感较低。

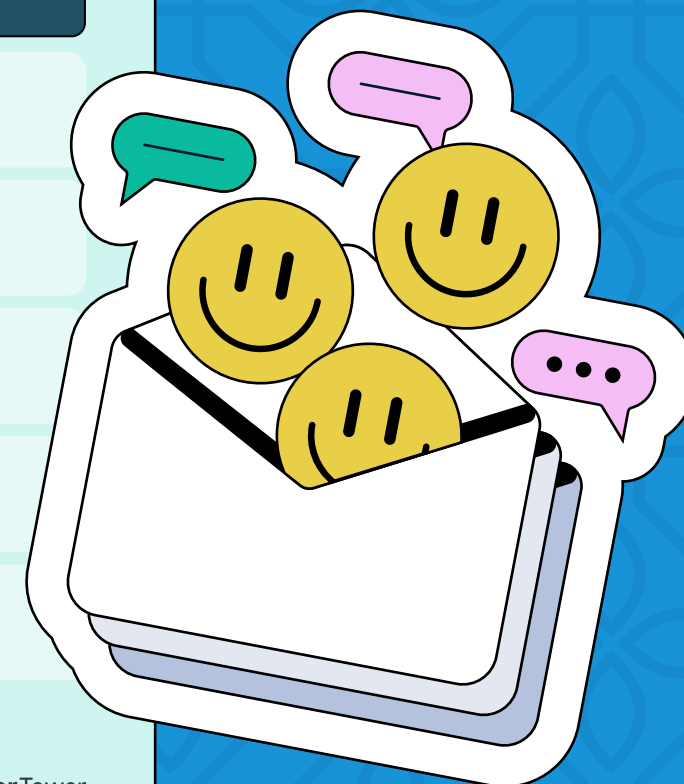
2025 年中国购物应用在各国的安装量占比



中国购物应用在加拿大 (2.3%)、澳大利亚 (1.4%) 和美国 (1.4%) 应用安装总量中的占比最高，SHEIN、Temu 等跨境电商平台的国际影响力可见一斑。在大多数其他国家，中国购物应用的安装份额仍然低于1%。在这些市场中，本地零售商更加便利实用，也更受用户的青睐。

2025 年 1 月 - 10 月社交应用下载量前 5 名

	欧洲	美国	东南亚
1	 TikTok	 TikTok	 TikTok
2	 Telegram	 Threads	 Facebook
3	 WhatsApp	 WhatsApp	 WhatsApp
4	 Instagram	 Instagram	 Instagram
5	 Threads	 Facebook	 Telegram

来源:  Sensor Tower

BONUS

除 TikTok 之外, 全球娱乐应用收入最高的是 Tinder。东南亚收入排名第二的是 Facebook (越南则是 Zalo), 欧洲排名第四是 Snapchat, 而土耳其的第二名是 Azar。

2025 年 1 月 - 10 月工具应用下载量前 5 名

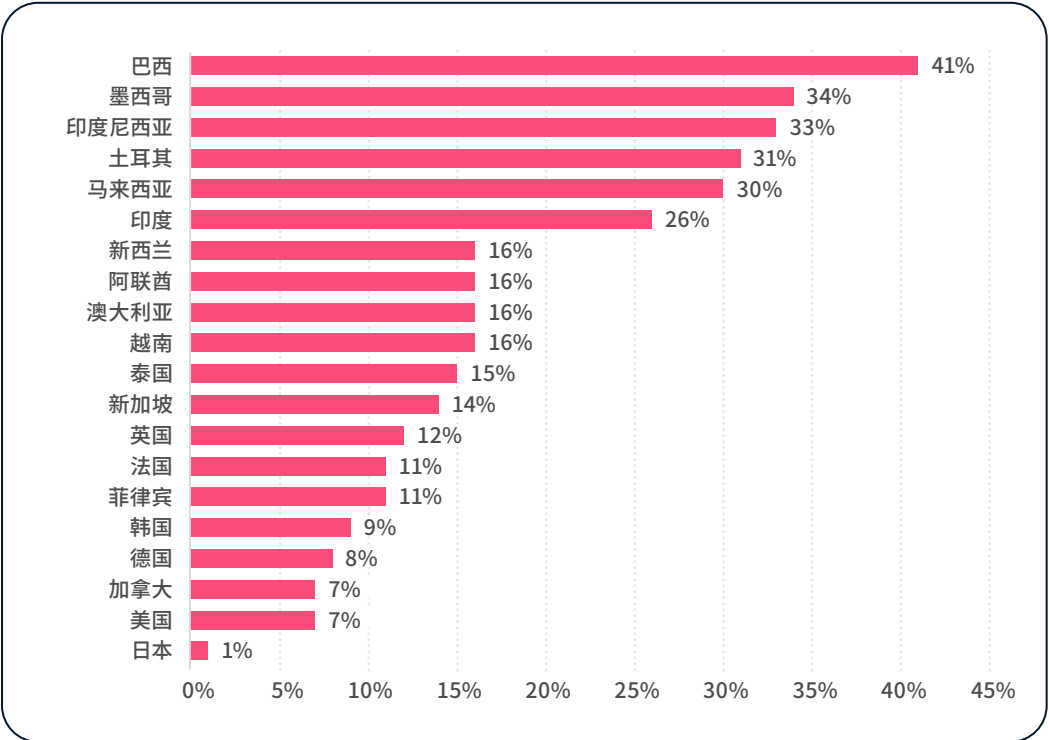
	欧洲	美国	东南亚
1	 ChatGPT	 ChatGPT	 ChatGPT
2	 Google Gemini	 Google Gemini	 Google Gemini
3	 Google	 Google	 Messenger
4	 Microsoft Authenticator	 Indeed	 SHAREit
5	 QR & Barcode Scanner	 Messenger	 UC Browser

来源:  SensorTower

BONUS

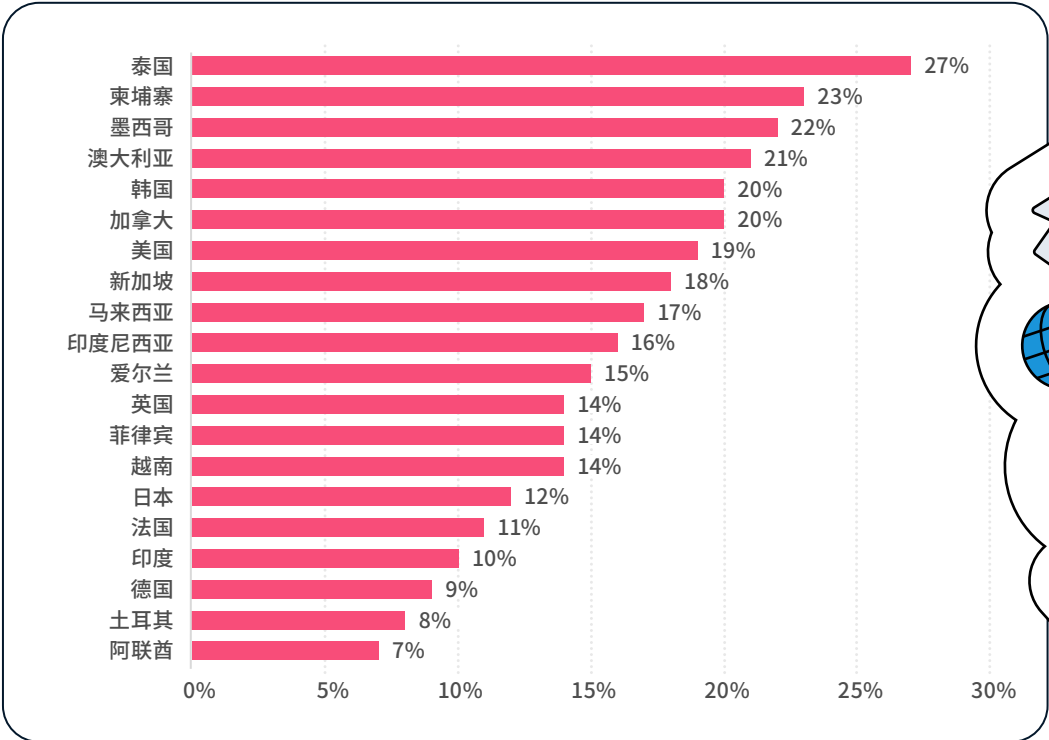
Google One 是全球收入最高的应用, ChatGPT 在多个市场中位居第二。

2025 年中国社交应用在各国的安装量占比

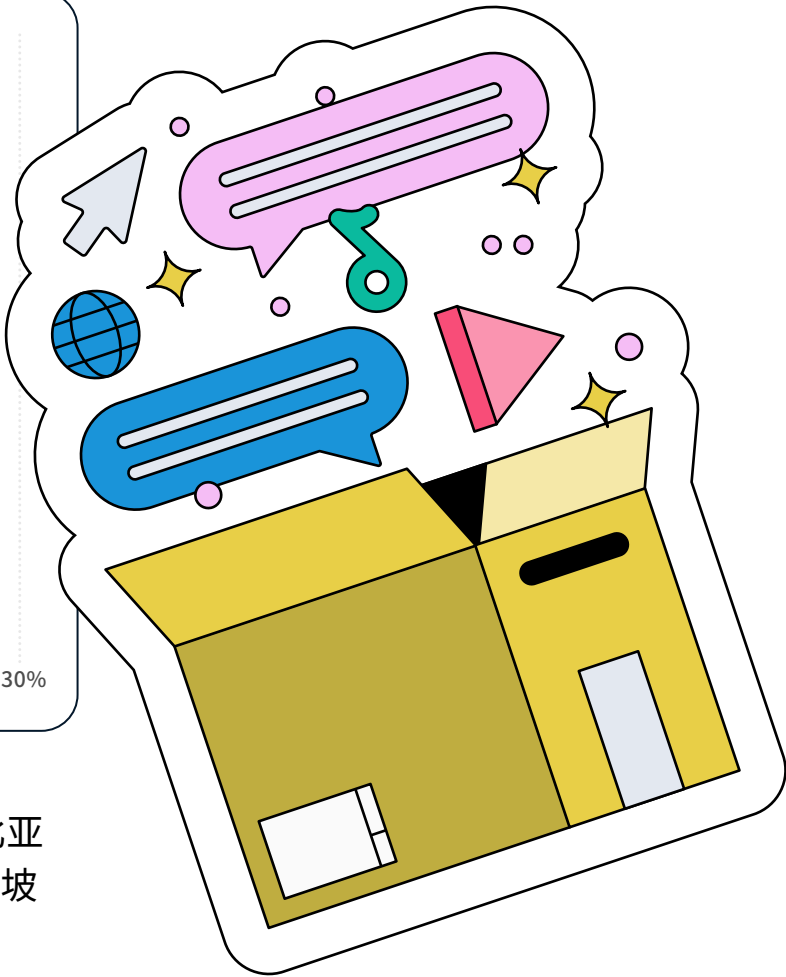


在拉丁美洲和亚洲，中国社交应用的影响力尤为显著。巴西 (41%)、墨西哥 (34%) 和印度尼西亚 (33%) 排名最高，其次是土耳其 (31%)、马来西亚 (30%) 和印度 (26%)。英国 (12%)、美国 (7%)、德国 (8%) 和日本 (1%) 的安装份额较低。

2025 年中国工具应用在各国的安装量占比



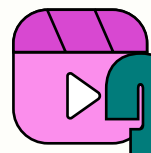
中国工具应用的全球安装份额依旧强劲。泰国 (27%)、哥伦比亚 (23%) 和墨西哥 (22%) 的水平最高，其次是美国 (19%)、新加坡 (18%) 和马来西亚 (17%)。欧洲的安装份额较低。



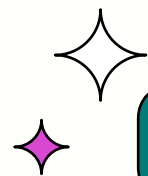
第 2 部分

世界舞台上的 中国短剧和 AI 应用

问卷调查亮点

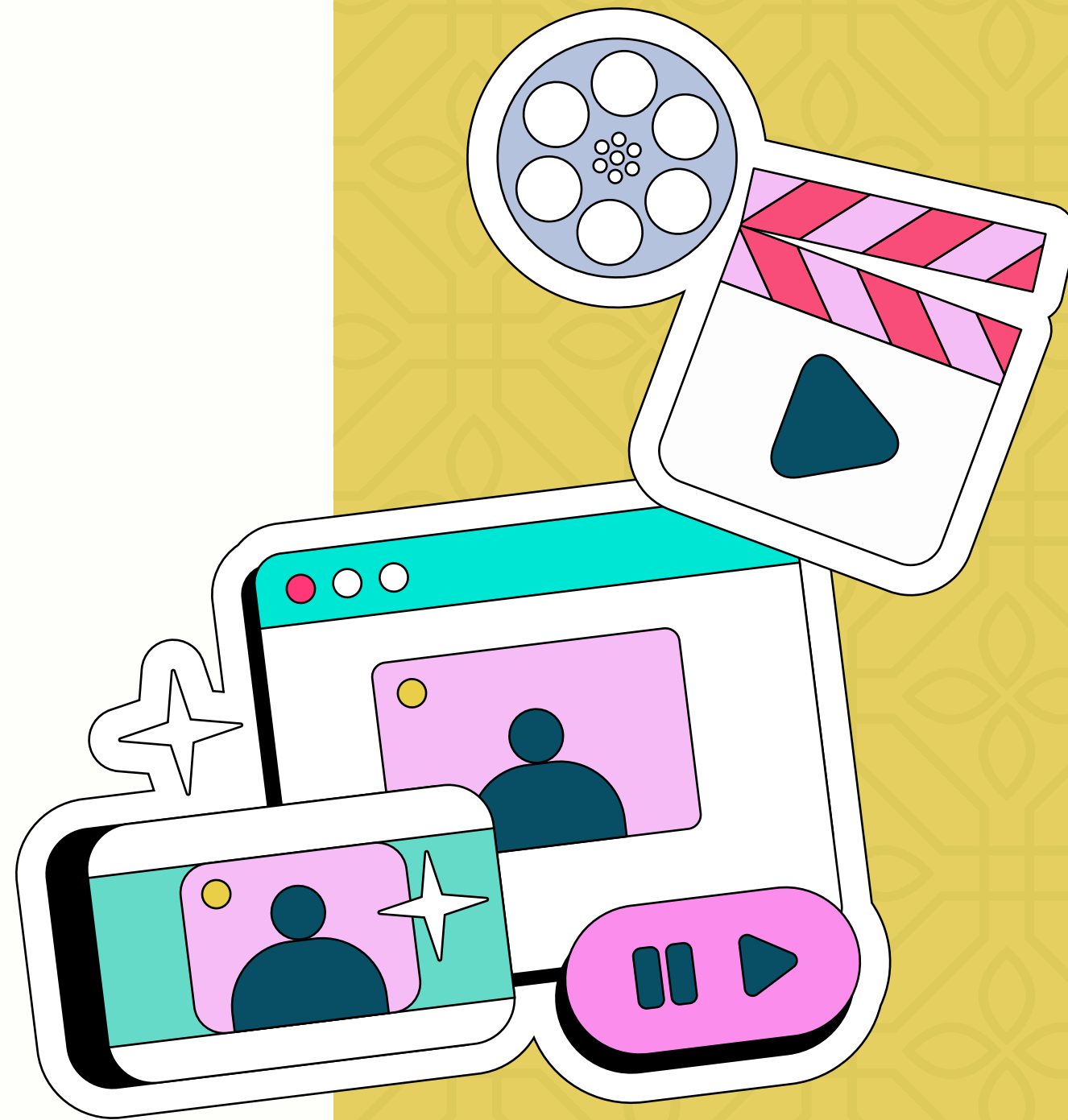
 **33%**

Adjust 2025 年问卷调查显示, 有 33% 的营销人员正在积极通过短剧应用投放广告。

 **90%** 

11% 的调查参与者正在开发或测试短剧应用, 22% 的调查参与者正在考虑这样做。

90% 的受访者表示, 他们在营销和增长策略中使用了某种形式的 AI 工具, 并将 AI 工具的重要性评为 82 分 (满分 100 分)。



来源: SensorTower

2025 年 1 月 - 10 月短剧应用前 10 名 (全球)

	下载量		收入
1	Drama Box	1	ReelShort
2	ReelShort	2	Drama Box
3	Kuku TV	3	GoodShort
4	红果短剧 (Hongguo)	4	NetShort
5	DramaWave	5	DramaWave
6	RapidTV	6	ShortMax
7	NetShort	7	FlickReels
8	GoodShort	8	MoboReels
9	ShortMax	9	StardustTV
10	Melolo	10	My Drama

欧洲和北美

ReelShort	下载量和收入第一
-----------	----------

东南亚

Drama Box	下载量和收入第一
-----------	----------

BONUS

	下载量		收入
--	-----	--	----

在东南亚市场, Micro Drama 进入收入前十; 在越南, YuzuDrama、FunReels、FunDrama 和 FreeReels 也榜上有名。在印尼, Soda Reels 进入前十, 而 Melolo 位列第一。在菲律宾, ShotShort 也成功进入榜单。

在北美地区, KalosTV 和 MiniShorts 均跻身收入榜前十; 在越南, HoneyReels 同样表现突出。DreameShort 在德国和英国占据领先地位, 而 FlexTV 和 My Drama 则在土耳其保持强势表现。

中国短剧应用：推动快消内容的全球拓展

2025 年，短剧成为了全球应用经济中增速最快的品类之一，其中有超过 [300 个短剧平台](#) 由中国开发。2025 年第 1 季度，全球短剧类应用下载量超 [3.7 亿次](#)，年同比激增 6.2 倍，截至 3 月的累计安装量接近 9.5 亿。业内预测，到 2030 年，短剧市场 (不包括中国本地市场) 规模可达 95 亿美元。

营销人员也在快速意识到短剧应用中广告的重要性。70% 的营销人员表示他们见过此类广告，与去年相比几乎翻倍 (36%)。而随着认知度的提高，33% 的营销人员目前正积极在短剧应用上投放广告，20% 的人计划在明年测试这种广告形式。

大多数应用采用混合变现模式，围绕“先享后付”的形式展开：早期剧集免费，后期剧集可通过微交易、套餐或订阅解锁。许多应用还提供广告支持选项，或收取少量费用以移除广告。这种混合变现模式为领先平台吸引了瞩目的收入。2024 年，[DramaBox 吸金 3.23 亿美元](#)，其中大部分收入来自美国；而 ReelShort 的收入则接近 4 亿美元。

在全球短剧市场中，[前 10 名应用贡献了 84% 的总收入，但仅占约 69% 的下载量](#)。不难看出，尽管变现仍然集中，但用户注意力正趋于多元、分散化。ReelShort 和 DramaBox 继续领跑全球收入榜单，但 DramaWave、NetShort 和 FlickReels 等挑战者正通过本地化叙事、AI 技术配音和区域化营销等方式加速崛起，吸引越来越多的关注。例如，DramaWave 通过 TikTok 上的推广活动和生成式字幕，季度环比增长 10 倍，截至 2025 年 4 月收入高达 4,700 万美元。

AI 技术支持已深入制作和分发的各个阶段。Yinghuo Engine 等平台已经在利用 AI 生成脚本、自动编辑，并将内容翻译或配音成多种语言，每月可高效产生数百个本地化版本内容。工作室也在利用基于机器学习的素材测试和自动化广告生成，打造个性化的内容，优化在 Meta、Google 和 TikTok 上的表现。

来源:  SensorTower

2025 年 1 月 - 10 月 AI 应用前 10 名 (全球)

	下载量		收入
1	 ChatGPT	1	 ChatGPT
2	 Google Gemini	2	 Canva
3	 Canva	3	 Facetune
4	 DeepSeek	4	 Meitu
5	 Remini	5	 Picsart
6	 Picsart	6	 Remini
7	 Perplexity	7	 Quark - 夸克-阿里AI旗舰应用
8	 Doubao - 豆包	8	 Hypic
9	 Grok	9	 ChatOn
10	 Hypic	10	 Photoroom AI Photo Editor

下载量和收入第一

 ChatGPT	欧洲、北美、东南亚
---	-----------

收入第二

 Canva	在除了越南 (Meitu) 和土耳其 (Remini) 以外的市场
---	-----------------------------------

BONUS

	下载量		收入
在北美市场, Microsoft Copilot、Edge、Gauth 和 Yuka 均进入前十。在东南亚, Dola、BeautyCam 和 Wink 上榜; 而在欧洲市场, PixVerse、Dola、Yuka 和 Knownunity 表现突出。		Speechify 与 Notability 挤进北美前十; 在东南亚榜单中则有 Beauty Plus、LoveyDovey、BeautyCam 等; 欧洲市场则由 Airbrush、Suno 和 Quizlet 补齐前十排名。	

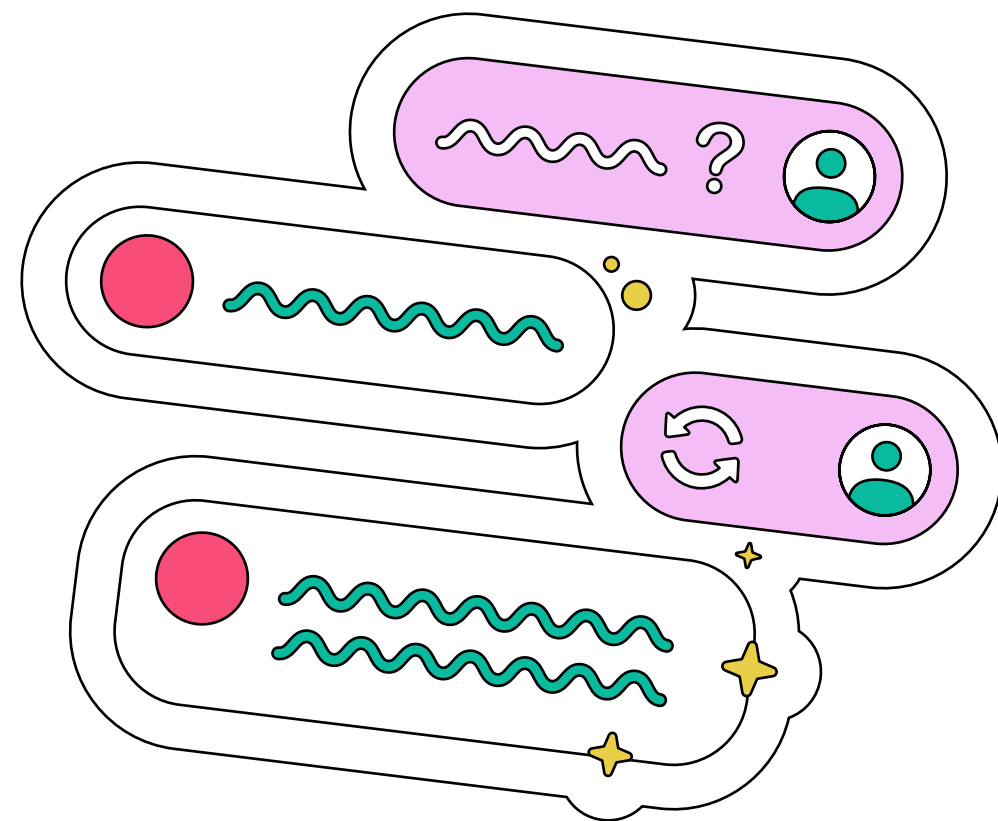
中国 AI 应用:引领全球智能移动体验变革

如今,人工智能 (AI) 已成为移动生态系统的“标配”。2025 年上半年,包含 AI 功能的应用下载量达到 [75 亿次](#), 约占全球安装量的 10%, 年同比增长 52%。在大型语言模型 (LLM)、多模态输入和端侧 (on-device) 处理技术的加持下, AI 现已成为通讯、编辑、学习和效率等领域移动功能的基础。

在这一领域,中国开发者是最具竞争力的玩家之一。在[全球 AI 产品 50 强排名中](#),中国开发的 AI 应用总体占比近三分之一。字节跳动以旗下 TikTok、CapCut 和 Gauth 应用领跑,而美图公司的图片工具 (BeautyPlus、AirBrush、Wink、BeautyCam) 以及扫描应用 CamScanner 在影像与效率 AI 方面优势显著。DeepSeek 和 Manus AI Agent 等平台代表了中国在开源模型和代理型系统领域日益增长的影响力。

中国的 AI 创新覆盖多个行业。Gauth 将 AI 应用于教育场景; 百度的文心一言 (ERNIE Bot)、阿里巴巴的 Quark 和腾讯的微信 AI 助手代表了对话和多模态应用的核心方向; 而 DeepSeek 的 R1 在推理类任务中表现卓越。中国 AI 应用之所以能取得如此长足的进展, 不仅源于国内海量数据集训练模型, 更得益于针对全球受众的用户界面和内容的本地化。

Adjust 在 2025 年开展的问卷调查显示, 营销人员对 AI 应用的质量和功能的评分从去年的 52 分上升到 57 分 (满分 100 分), 表明对 AI 应用的信心在不断增强。40% 的营销人员表示, 他们已经开始在 AI 应用中投放广告, 而 50% 的人表示有意愿这样做。此外, 25% 的营销人员计划将 AI 功能集成到自己的应用中, 而 20% 的人正在积极开发或计划开发 AI 应用。





在变现方面, 免费增值、订阅和广告支持模式占主导地位, 但高昂的计算成本也对利润率造成了压力。通过高效的基础设施, 如字节跳动的分布式计算架构和阿里巴巴的 Qwen3 (通义千问3) 轻量级模型, 中国企业得以保持成本优势, 从而以较低的运营费用撬动可扩展的表现。

AI 和数字娱乐的深度融合将是下一阶段发展的重点。中国开发者正将生成式 AI 嵌入应用中, 打造全新的创意体验, 例如 AI 策划短剧、个性化叙事、语音合成、智能配音工具等等, 不一而足。这些功能显著增强了用户的应用内直接创建、定制和消费内容的方式, 凸显了 AI 作为移动应用核心功能的地位。

第 3 部分

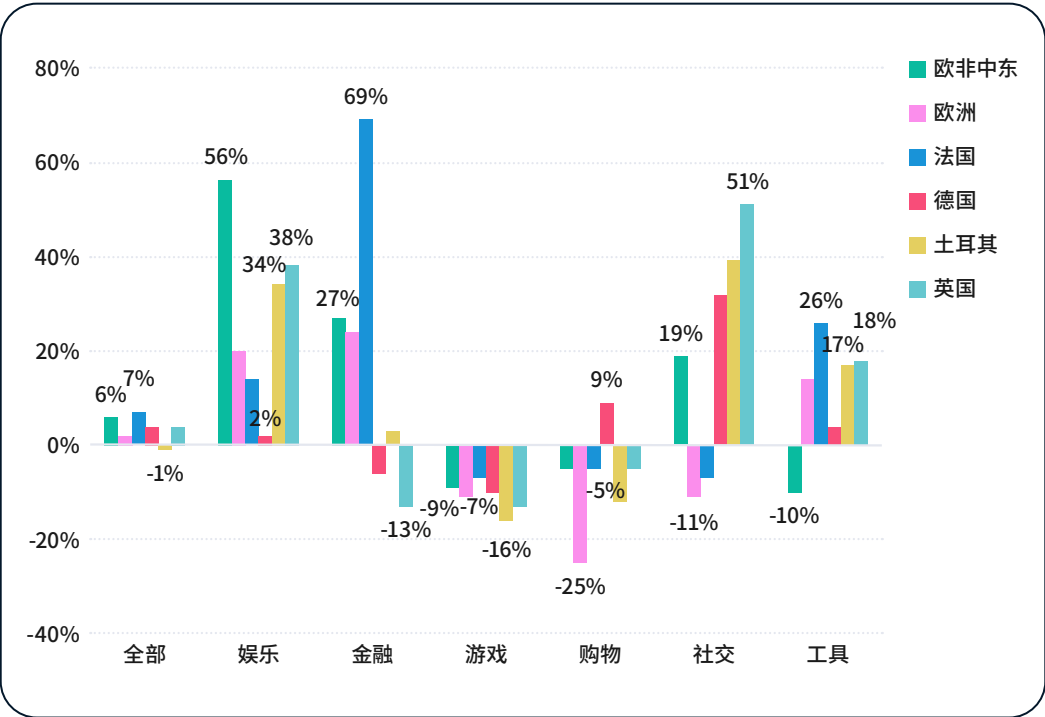
中国应用的主要市场分析

欧非中东、北美和东南亚是中国应用向海外拓展的重要地区。因此,本报告分析了这些地区的应用安装、会话和 App Tracking Transparency (ATT) 许可率等关键指标,为中国的营销人员提供实用洞见。



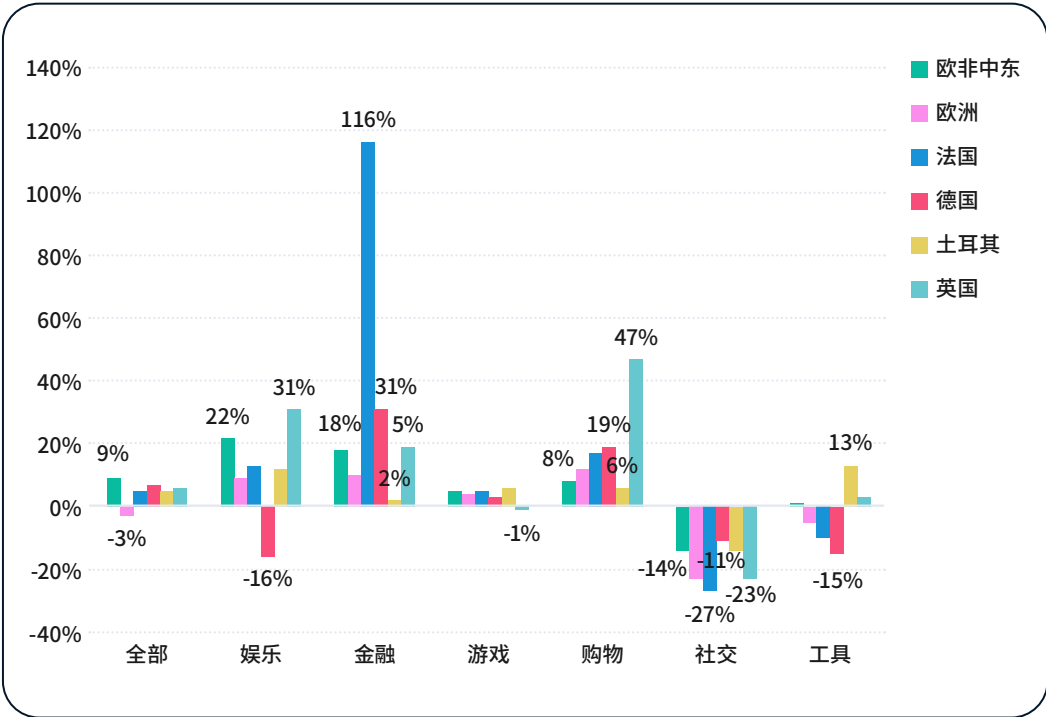
欧非中东

欧非中东各地区和类别应用安装量同比增长率
(2025 年第 3 季度 VS 2024 年第 3 季度)



在欧非中东地区，2025 年第 3 季度应用安装量同比增长 6%，主要由娱乐 (+56%) 和金融 (+27%) 推动。娱乐应用在英国 (+38%) 和土耳其 (+34%) 增速最快；金融类增长则集中在法国 (+69%)。欧洲的社交应用安装量也增长了 19%。工具应用整体下滑 10%，但在法国、英国和土耳其依然保持增长。游戏 (-9%) 和购物 (-5%) 在多数市场走弱，不过德国购物应用略有回升。

欧非中东各地区和类别应用会话量同比增长率
(2025 年第 3 季度 VS 2024 年第 3 季度)



欧非中东地区的应用会话量同比增长 9%，主要由金融 (+18%) 和娱乐 (+22%) 拉动。金融类会话量在法国飙升 (+116%)，在德国也有显著增长 (+31%)；娱乐类在英国表现突出 (+31%)。购物类会话量同比增长 8%，主要受英国 (+47%) 和德国 (+19%) 带动。游戏会话量在欧非中东地区整体增长 5%。社交应用在该地区会话下降 (-14%)，法国 (-27%) 和英国 (-23%) 的下滑更为显著。



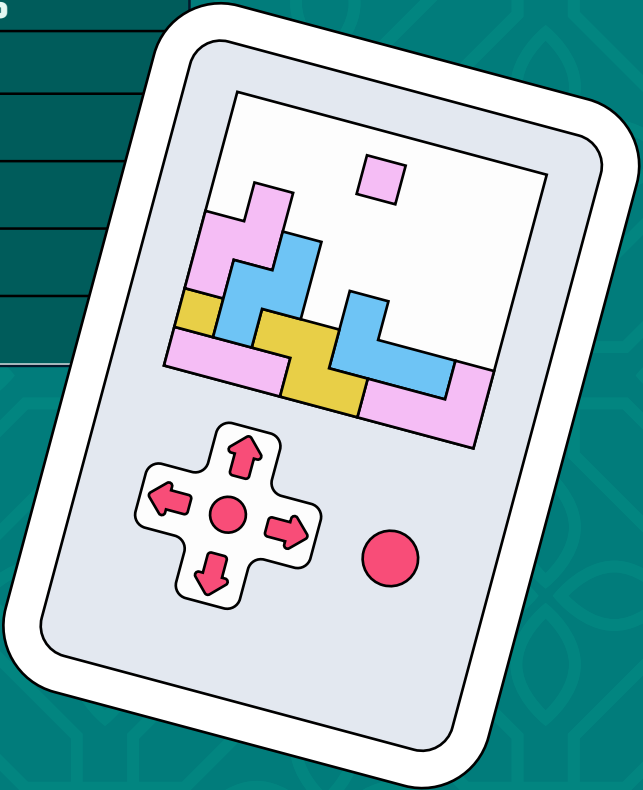
游戏应用子类别深度拆解

欧非中东游戏应用安装量同比增长率 (2025 年第 3 季度 VS 2024 年第 3 季度)		
子类别	安装	百分比
桌游	欧洲	+2%
	法国	+6%
	土耳其	+46%
博彩	欧非中东	+108%
	欧洲	+25%
	法国	+153%
	德国	+190%
	英国	+117%

游戏应用子类别深度拆解

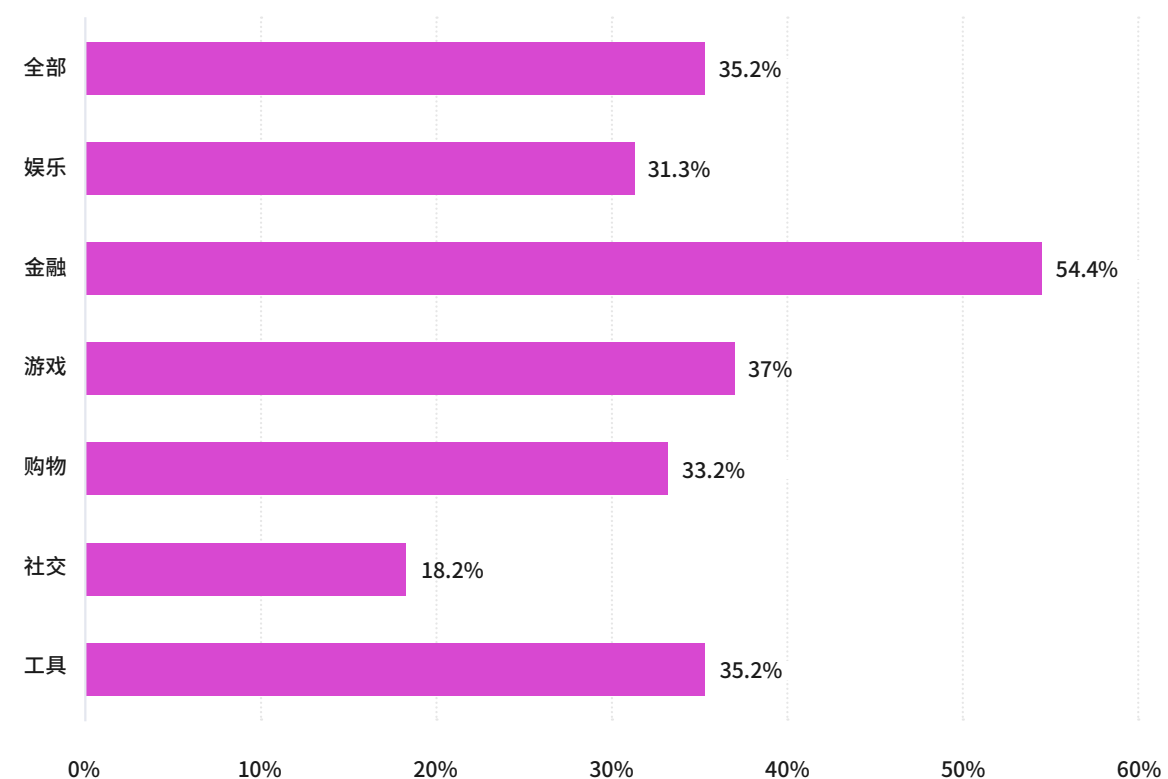
欧非中东游戏应用安装量同比增长率 (2025 年第 3 季度 VS 2024 年第 3 季度)		
子类别	安装	百分比
桌游	土耳其	+72%
博彩	欧非中东	+2%
	法国	+13%
	德国	+2%
混合休闲	欧非中东	+12%
	欧洲	+13%
	法国	+18%
	德国	+20%
	土耳其	+9%
	英国	+7%
超休闲	欧非中东	+25%
	法国	+37%
	德国	+42%
	英国	+25%

子类别	安装	百分比
解谜	欧非中东	+23%
	欧洲	+32%
	法国	+18%
	德国	+34%
	土耳其	11%
	英国	+33%
模拟	欧非中东	+9%
	欧洲	+6%
	法国	+5%
	德国	+9%
	英国	+6%



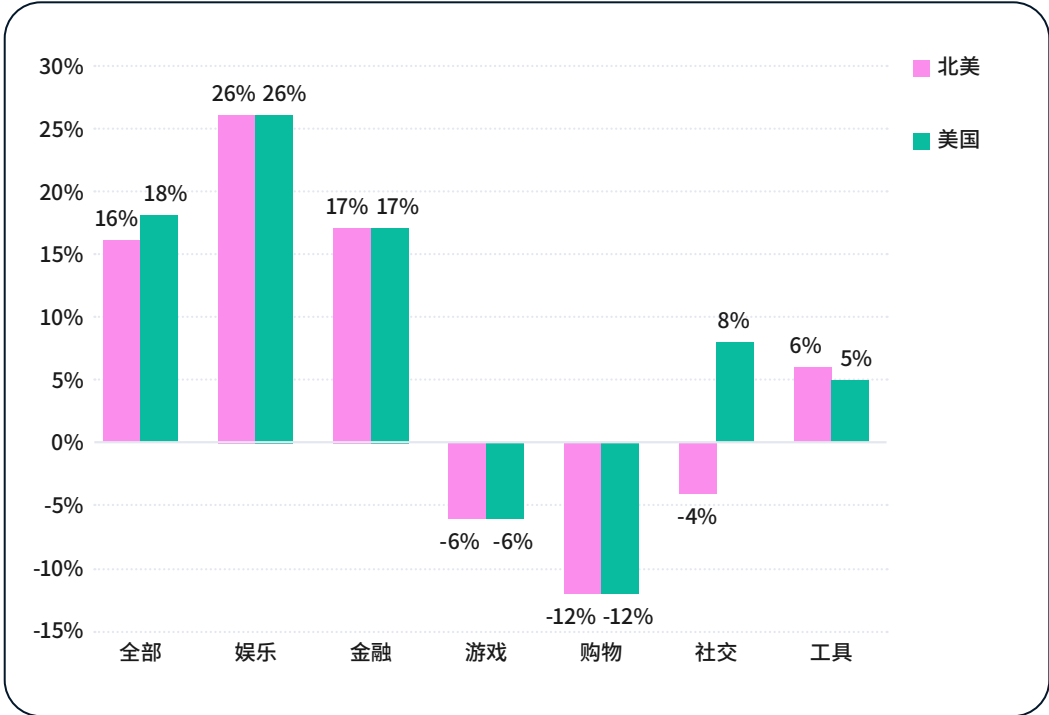
截至 2025 年第 3 季度，欧非中东地区全行业的平均 App Tracking Transparency (ATT) 许可率 (基于向用户显示弹窗) 为 35.2%。金融 (54.4%)、游戏 (37.0%) 和工具类 (35.2%) 高于地区平均水平，而购物 (33.2%) 和娱乐 (31.3%) 较低，但依旧接近平均值。社交应用在各类别中的许可率最低，只有 18.2%。

2025 年第 3 季度 ATT 许可率 (欧非中东)



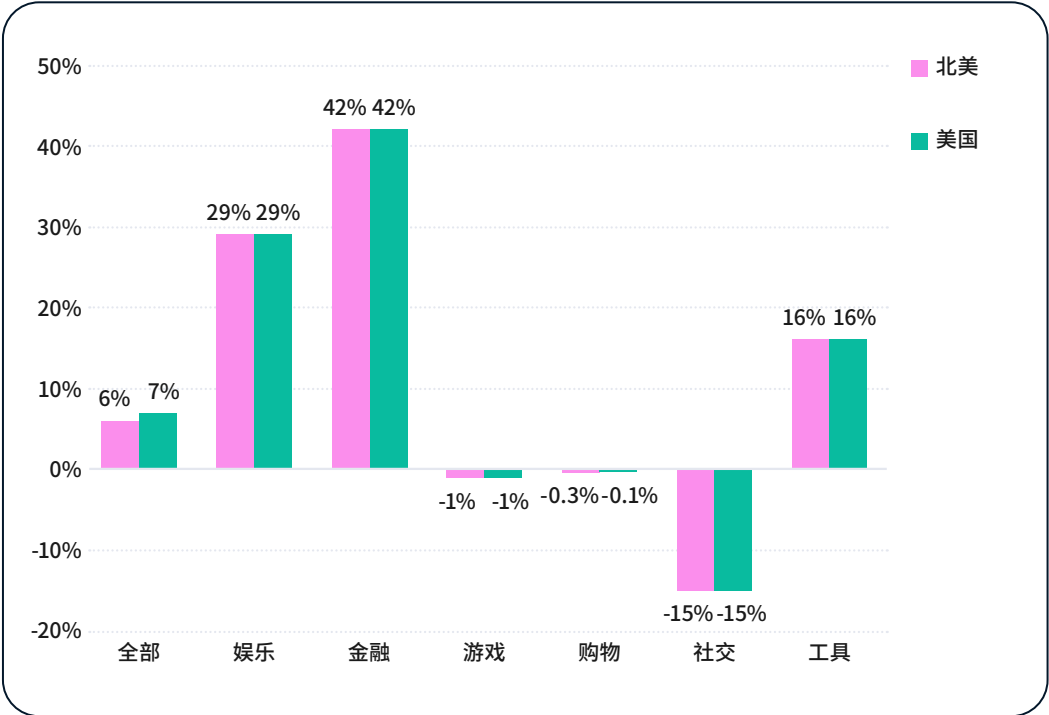
北美

北美各地区和类别应用安装量同比增长率
(2025 年第 3 季度 VS 2024 年第 3 季度)



2025 年第 3 季度的北美年同比安装量增长中, 娱乐应用 (+26%) 和金融应用 (+17%) 的占比最高。整个地区的总体安装量提升 16%, 安装量在美国则增长了 18%。工具应用增长 6%, 社交应用在美国增长了 8%, 但其地区表现有所下降 (-4%)。游戏 (-6%) 和购物 (-12%) 应用安装量均出现了下滑。

北美各地区和类别应用会话量同比增长率
(2025 年第 3 季度 VS 2024 年第 3 季度)



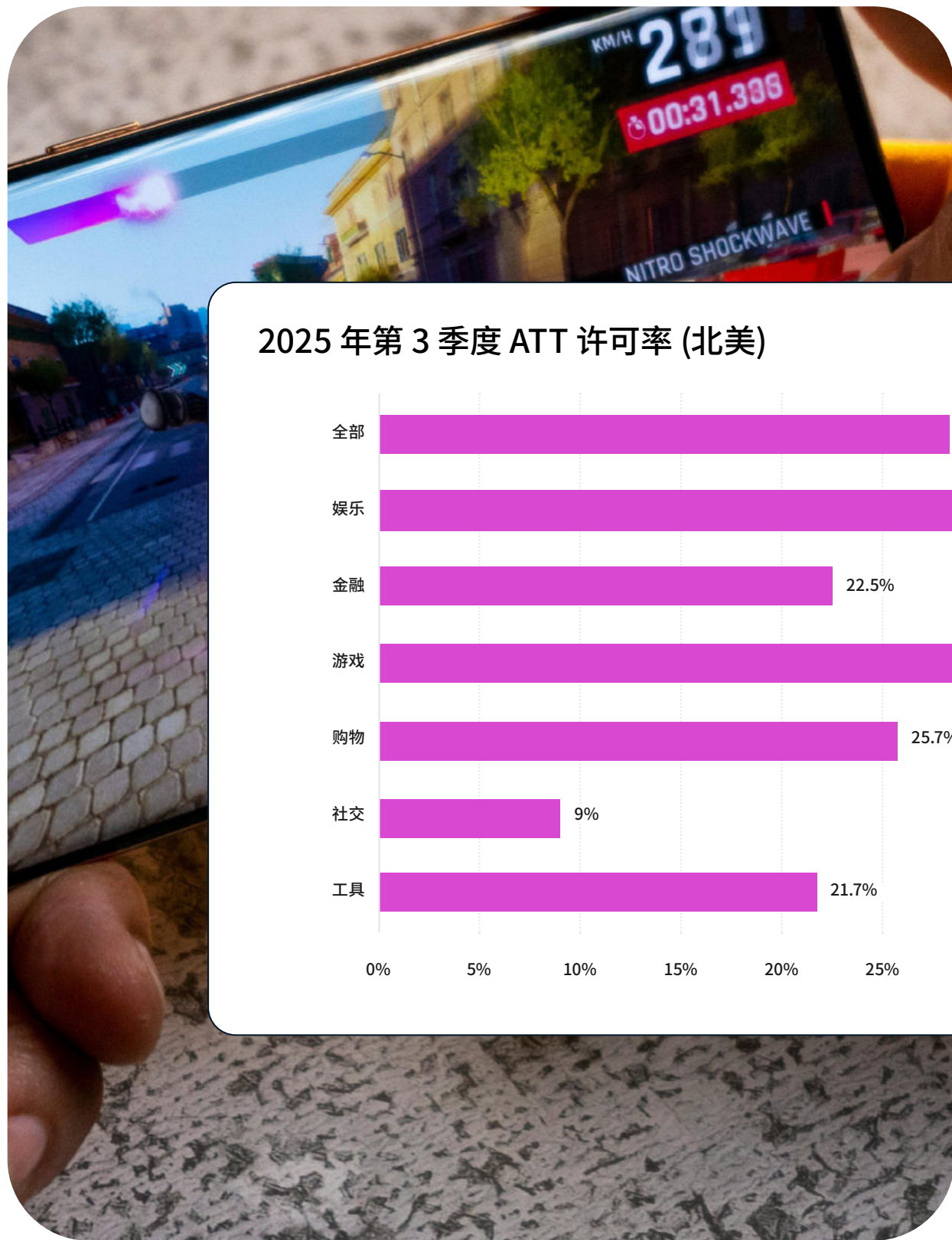
2025 年第 3 季度, 北美地区会话量年同比增长 6%, 其中金融 (+42%)、娱乐 (+29%) 和工具 (+16%) 类的交互活跃度更高。反观游戏 (-1%) 和社交 (-15%) 类的交互则有所下降。

游戏应用子类别深度拆解

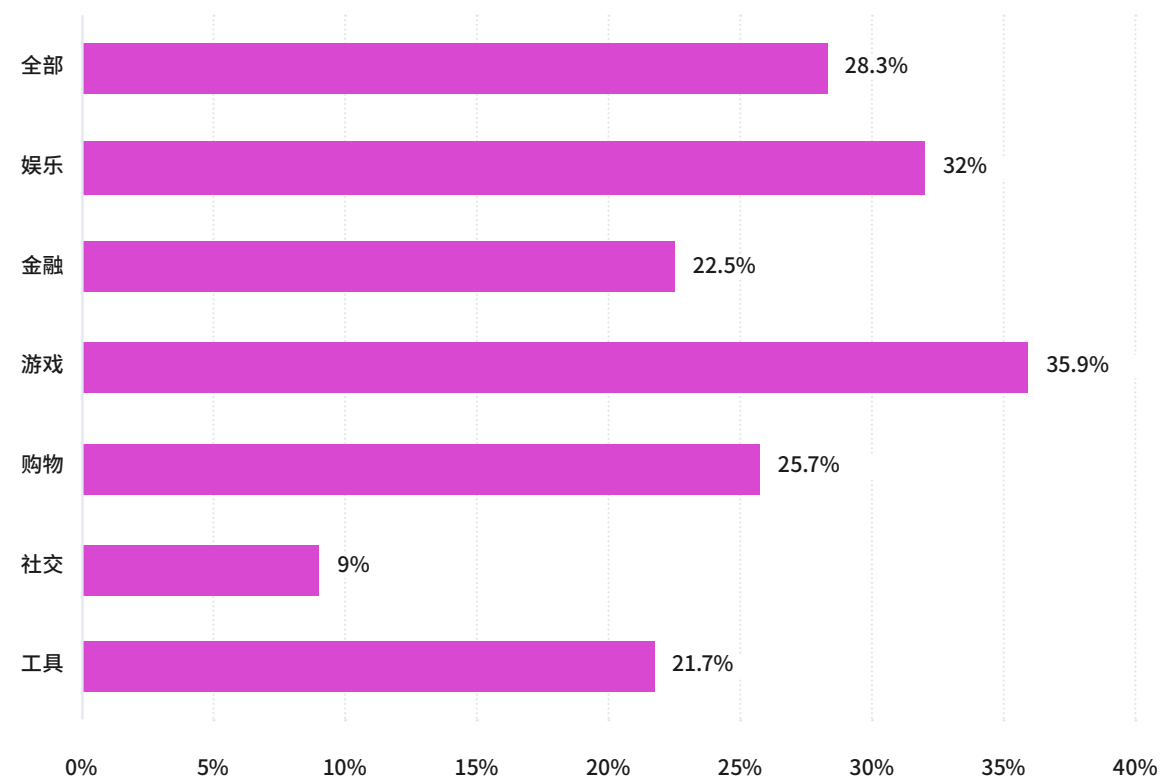
北美游戏应用安装量同比增长率 (2025 年第 3 季度 VS 2024 年第 3 季度)		
子类别	安装	百分比
 博彩	北美	+43%
	 美国	+43%

北美游戏应用会话量同比增长率 (2025 年第 3 季度 VS 2024 年第 3 季度)		
子类别	安装	百分比
 博彩	北美	+12%
	 美国	+14%
 超休闲	北美	+28%
	 美国	+28%
 解谜	北美	+28%
	 美国	+27%
 模拟	北美	+19%
	 美国	+19%





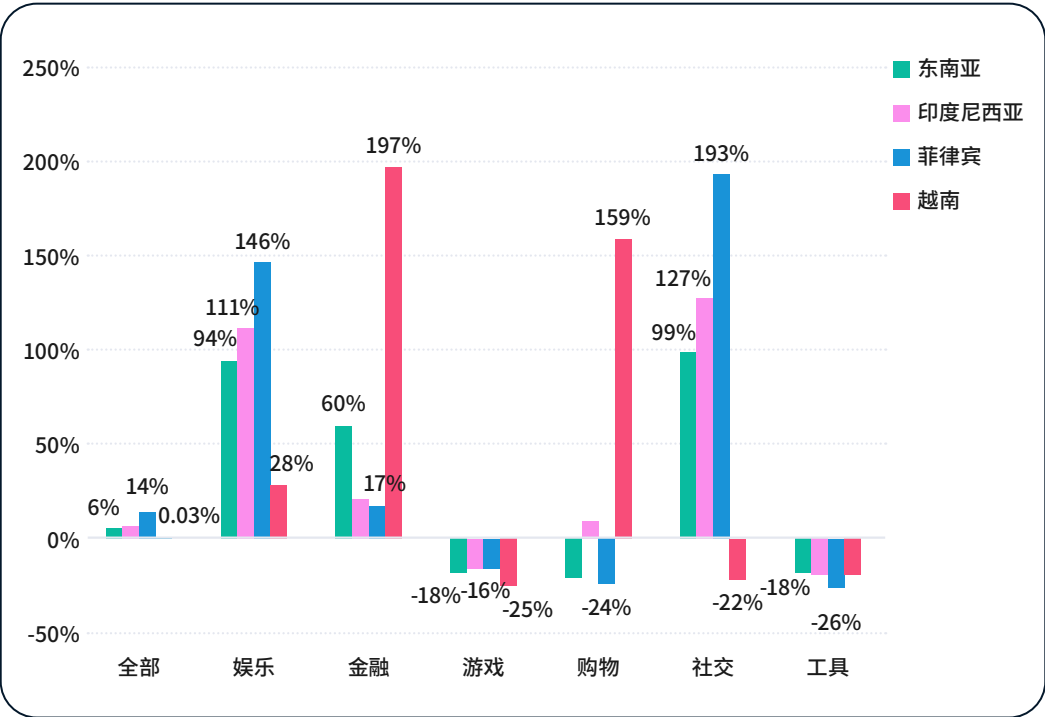
2025 年第 3 季度 ATT 许可率 (北美)



2025 年第 3 季度，北美地区的平均 ATT 许可率为 28.3%。金融 (22.5%)、购物 (25.7%) 和工具 (21.7%) 应用仍接近区域基准，而游戏 (35.9%) 和娱乐 (32%) 的表现更加亮眼。社交应用的许可率依旧垫底，只有 9%。

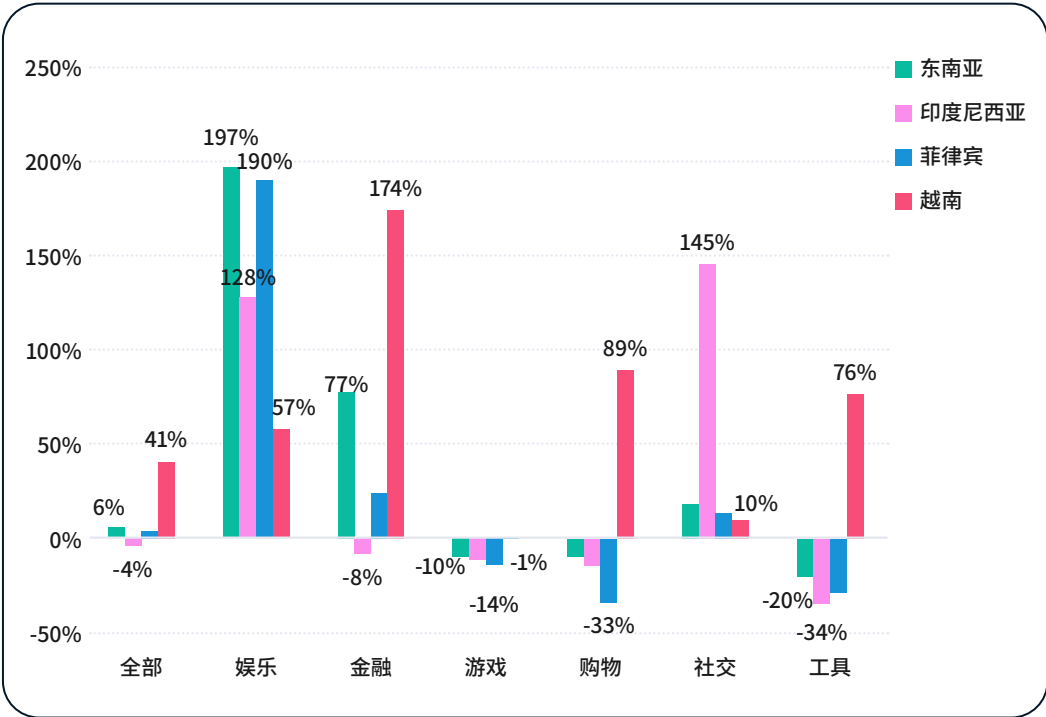
东南亚

东南亚各地区和类别应用安装量同比增长率
(2025 年第 3 季度 VS 2024 年第 3 季度)



2025 年第 3 季度，东南亚地区的安装量同比增长 6%，其中娱乐 (+94%)、金融 (+60%) 和社交 (+99%) 的增幅最高。细看东南亚各国表现，菲律宾娱乐 (+146%) 和社交 (+193%) 应用的安装量增长表现强劲，越南的金融 (+197%) 和购物 (+159%) 应用也交出了亮眼的成绩。印尼也展现出强劲增长，其中娱乐 (+111%) 和社交 (+127%) 应用提升最为显著。不过，游戏 (-18%) 和工具 (-18%) 应用在整个地区的安装量均有下降。

东南亚各地区和类别应用会话量同比增长率
(2025 年第 3 季度 VS 2024 年第 3 季度)



东南亚地区的整体应用会话同比增长 6%，其中娱乐应用增长最为显著，上涨 197%，金融应用也实现 +77% 的大幅提升。越南是增长最突出的市场，金融 (+174%)、购物 (+89%) 和工具 (+76%) 应用的会话量均表现强劲。印尼和菲律宾的娱乐应用互动显著提升，分别上升 128% 和 190%；与此同时，印尼在社交应用中也表现亮眼 (+145%)。游戏 (-10%) 和工具 (-20%) 应用的交互在整个地区都有所下降。



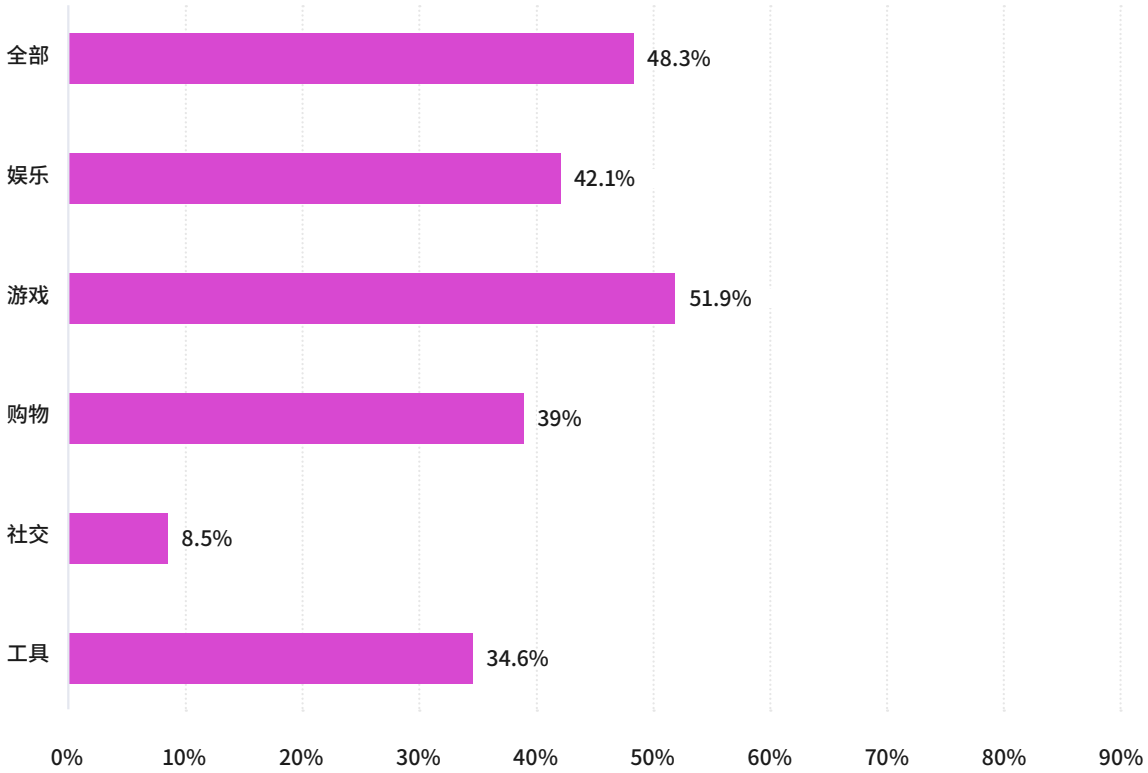
游戏应用子类别深度拆解

东南亚游戏应用安装量同比增长率 (2025 年第 3 季度 VS 2024 年第 3 季度)		
子类别	安装	百分比
桌游	菲律宾	+25%
博彩	菲律宾	+16%
	越南	+159%

东南亚游戏应用会话量同比增长率 (2025 年第 3 季度 VS 2024 年第 3 季度)		
子类别	安装	百分比
博彩	越南	+150%
混合休闲	印度尼西亚	+8%
超休闲	东南亚	+5%
	菲律宾	+12%
	越南	+12%
解谜	东南亚	+5%
	印度尼西亚	+6%
	越南	+16%
模拟	东南亚	+13%
	印度尼西亚	+9%
	菲律宾	+20%

2025 年第 3 季度，东南亚地区的 ATT 许可率达到 48.3%，领先全球所有地区。游戏 (51.9%) 应用的用户许可率最高，其次是娱乐 (42.1%)、购物 (39%) 和工具类 (34.6%)。社交应用 (8.5%) 继续呈现下降趋势。

2025 年第 3 季度 ATT 许可率 (东南亚)



开拓全球卓越之路

随着中国应用在全球舞台上持续扩大影响力, Adjust 的 2025 年数据揭示了增长最显著发生的领域与区域。总体而言, 开发者正专注于提升获客效率、塑造更强的品牌认知。尽管某些趋势在全球范围内一致, 不同地区的市场动态仍凸显出新的增长机遇, 其中东南亚和拉美地区依然是高互动度与长期增长的关键区域。

从各个行业来看, 娱乐和金融应用正引领全球扩张, 而欧非中东、北美和东南亚地区的安装量均大幅增长。社交应用在移动优先市场持续吸引用户; 与此同时, 游戏主导出海市场多年后增速略有放缓。工具类应用通过实用可靠的功能保持稳定的交互。而在竞争日益激烈的本土品牌挤压下, 购物类应用依旧保持极高的人气。

能否有效地在整个用户旅程中应用数据洞察, 将决定增长成效。在探索新细分市场并进入全球市场时, 以数据为核心的策略对于实现本地化产品与市场的精准契合至关重要。短剧应用在全球范围内的爆发式增长表明, 全球用户都对中国开发的应用和内容充满热情。但最初的热度终会褪去, 要想充分发掘增长潜力, 合适的本地化策略和措施将是关键。

Adjust 帮助开发者和营销人员将潜力转化为持续的营销表现。我们的归因和数据分析解决方案能够提供清晰的视角, 帮助您理解驱动增长的因素, 连接不同市场的用户旅程, 及时发现和把握机遇。Adjust Growth Copilot、TrueLink 深度链接和 Smart Banner 等解决方案能够精准地利用数据优化推广活动, 助您打造流畅用户体验。





关于 ADJUST

Adjust 提供实现这一切所需的精准度与可靠性。我们的高级归因与监测解决方案帮助营销人员与开发者全面了解推广表现、预防作弊并无缝追踪用户旅程。借助 TrueLink 深度链接、Smart Banners 等解决方案, 以及由 AI 驱动的 Adjust Growth Copilot 洞见, 您可以提供流畅的用户体验, 以前所未有的速度将数据转化为可执行策略。结果显而易见: 可视化的营销表现、更明智的决策, 让您能够实时优化推广活动, 始终走在增长前沿。

若要进一步了解 Adjust, 请访问
www.adjust.com/zh



Adjust出海营销监测
服务号



Adjust GmbH
订阅号



关于 SENSOR TOWER

Sensor Tower 能提供丰富的市场洞见, 深刻洞察塑造全球数字经济的最新趋势。我们的数据科学家和算法处理的数据点达万亿量级, 覆盖数百万台设备, 是独一无二的宝贵数据资产。

Sensor Tower 可从客户企业数据中准确锁定颠覆性的变化和趋势, 辅以行业基准和排行榜单, 强化和加深客户对市场的理解。按照客户需要, 我们的数据分析师会在 Sensor Tower 云平台或其自选数据科学工具中进行第一手研究, 发掘优化机遇。众多商业领袖都信任和依赖 Sensor Tower 独具特色的一流报告, 以此制定明智的增长策略。

sensortower.com

