

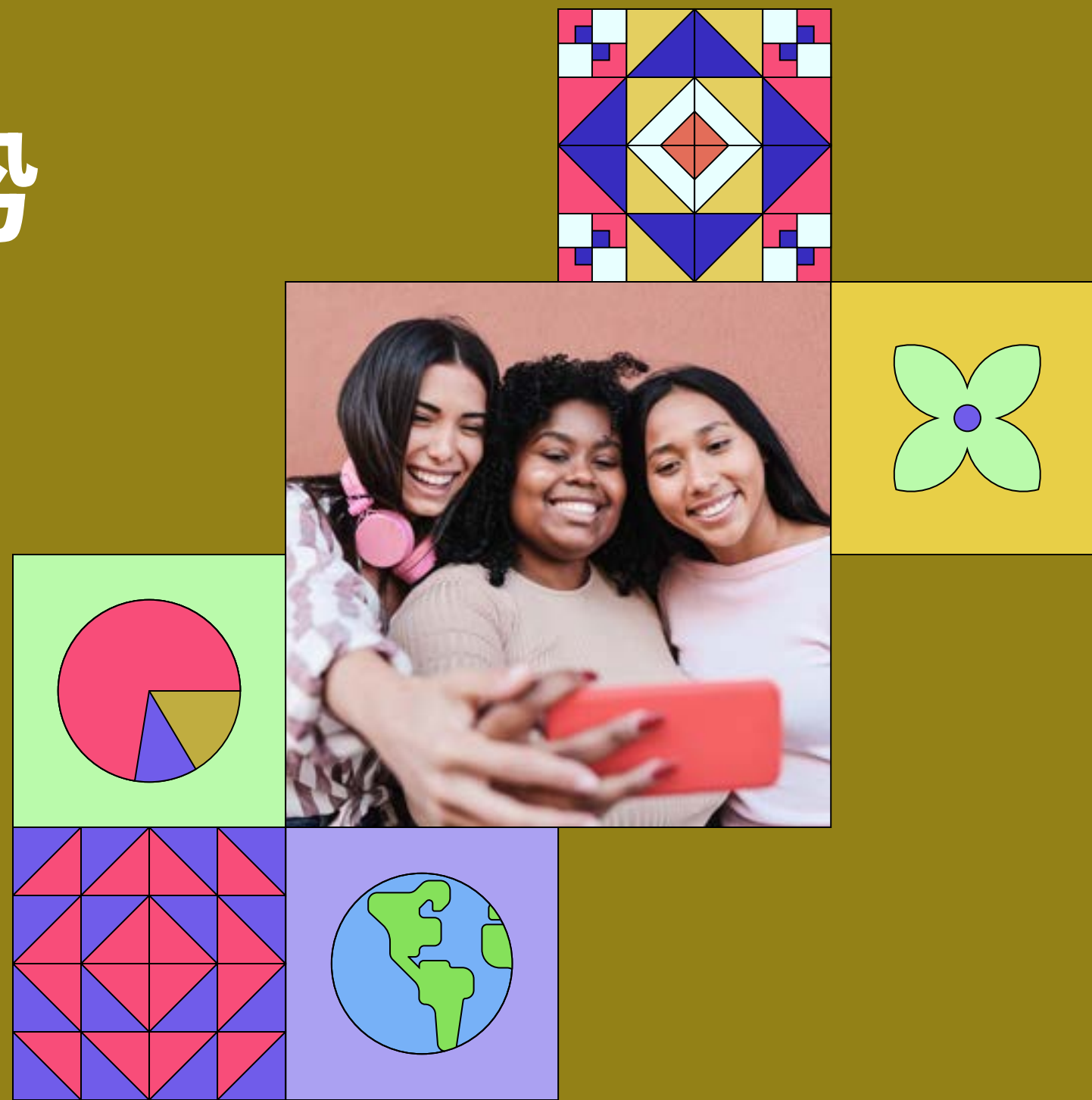
报告

2026 年移动应用趋势

区域聚焦： 拉丁美洲

应用表现基准及洞见

ADJUST



目录

引言.....

3

ATT 许可率

4

第 1 部分: 拉美地区应用市场概览

6

安装和会话.....

7

会话时长和留存率

10

第 2 部分: 购物和电商类应用

12

安装和会话.....

13

会话时长和留存率

16

第 3 部分: 金融类应用

19

安装和会话.....

20

会话时长和留存率

23

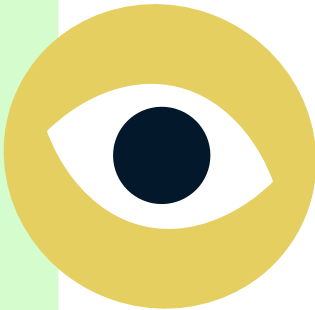
研究方法

应用类别:
金融/金融科技, 购物/电商, 游戏, 工具, 社交

地区:
全球, 拉丁美洲

数据集:
涵盖 Adjust 平台中的 5,000 款热门应用以及 Adjust 跟踪的所有应用总数据集。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。本数据基于 Adjust 所跟踪应用的聚合及匿名化数据, 可能无法反映整个国际应用市场的表现。除非另有说明, 否则本报告中所有数字均来自 Adjust 数据。

数据范围:
2024 年 1 月 - 2026 年 3 月



前言

拉美地区应用增长前景展望

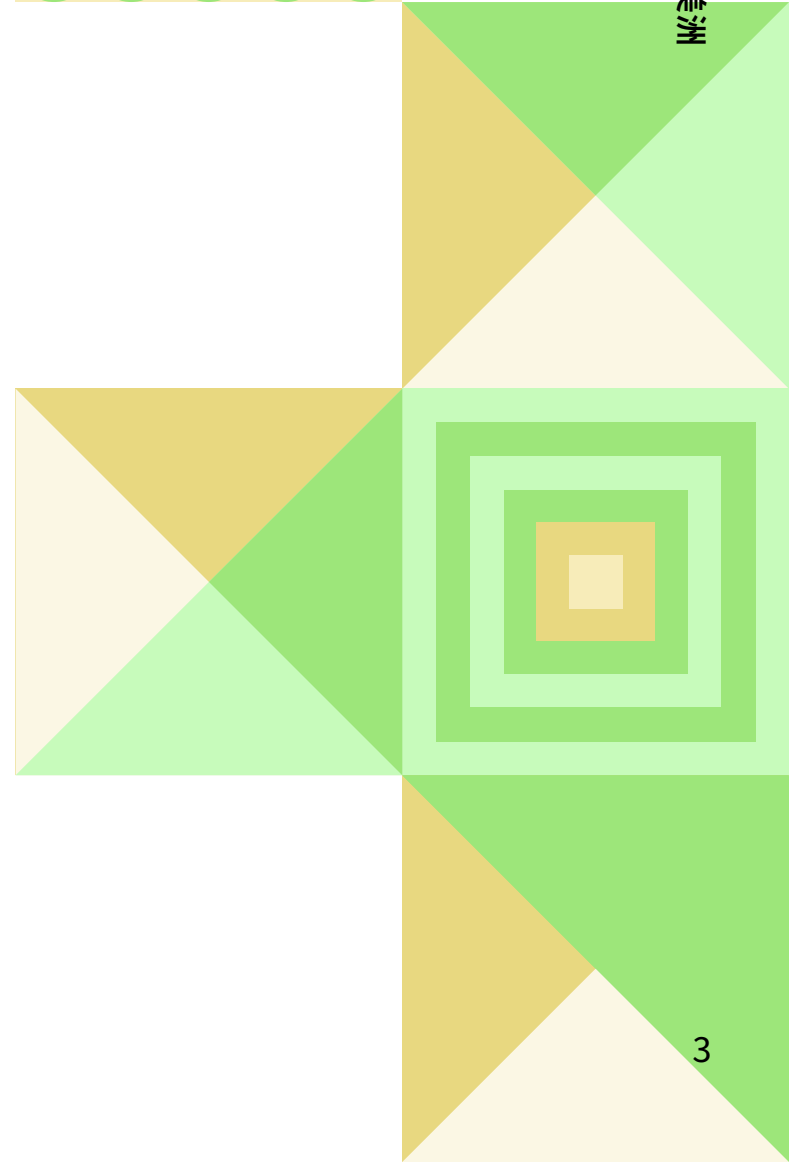
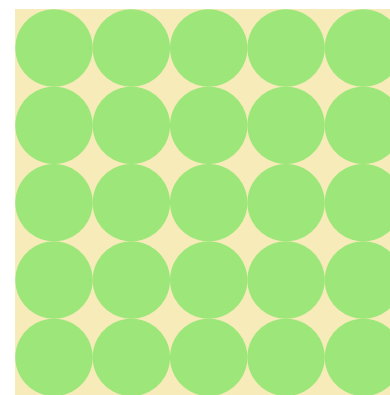
拉丁美洲 (LATAM) 拥有全球领先的移动优先型生态, 领跑经济数字化, 孕育了蓬勃发展的应用产业。预计到 2030 年, 拉美智能手机普及率将达到 [93%](#), 近 5 亿人通过移动设备接入互联网。而该地区的应用开发市场也在蓬勃发展, 预计将在 2034 年达到 [561 亿美元](#) 的规模。

拉美应用增长与全球趋势基本保持一致, 用户获取和安装量均呈现出强劲的增长势头。2025 年, 巴西和墨西哥在[全球下载量排名中位列第 3 名和第 6 名](#), 应用内购买 (IAP) 收入也持续攀升, 分别达到 25 亿美元和 19 亿美元。

电商和金融领域是拉动拉美地区应用拓展的主要动力。在市场类应用的推动下, 仅电商市场规模就达到 [2,000 亿美元](#)。MercadoLibre 就是其中最强推手之一。该应用作为拉美地区的头部商业与金融科技生态, 涵盖物流、支付、信贷和营销等众多领域。巴西的 Pix 以及近期来自哥伦比亚的 Bre-B 等实时支付系统, 让即时交易成为了新常态。而超级应用、先买后付 (BNPL) 以及按需服务的兴起, 更进一步加速了拉美市场的发展。

然而, 拉美地区的增长并非全都齐头并进。不同国家的用户旅程差异显著, 多设备使用、多元获客渠道等因素, 也让旅程更加复杂。能否高效利用数据, 已经成为成败的关键。要想实现增长目标, 就必须精准监测营销表现, 识别高价值用户, 并开展跨渠道推广活动优化。营销人员亟需跨平台、跨设备的统一监测服务, 以便快速决策, 提高转化率、留存率和投资回报率 (ROI)。

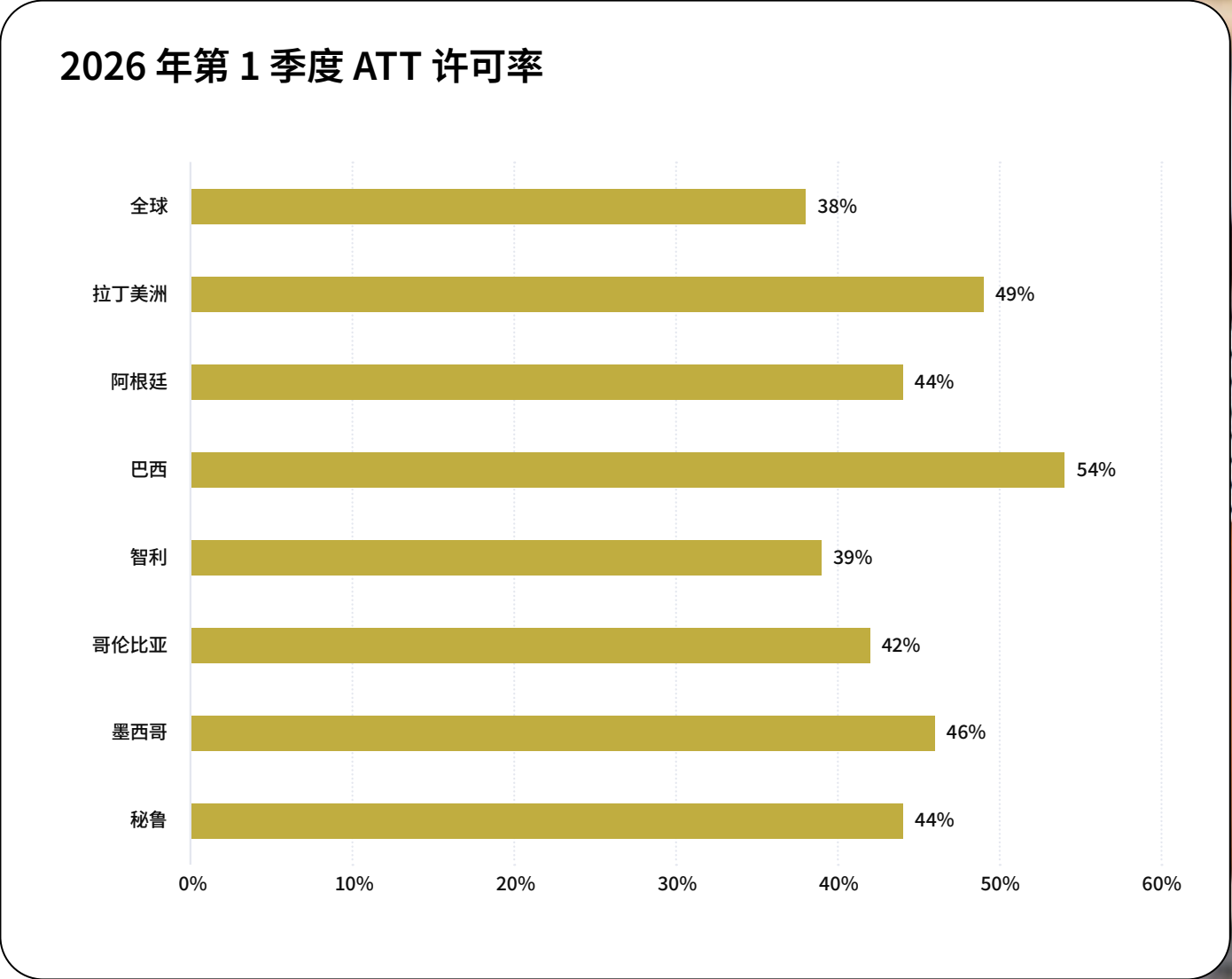
在《2026 年移动应用趋势区域聚焦报告》中, 我们就将镜头对准拉丁美洲, 分析了主要应用领域和各个具体市场的安装、交互和留存数据。并且结合地区背景基准, 为您提供大量宝贵信息, 确保您在拉美活力四射的移动市场中高效拓展, 实现稳步增长。

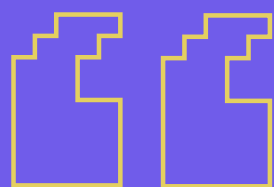


拉丁美洲地区许可率继续保持高位

2026 年第一季度，在 iOS 设备上收到数据追踪请求的用户中，拉美的 App Tracking Transparency (ATT) 许可率达到 49%，远高于全球 38% 的平均水平。从国家层面来看，巴西的许可率最高，达 54%；墨西哥以 46% 紧随其后。阿根廷和秘鲁均获得了 44% 的成绩，哥伦比亚达到 42%。智利最接近全球基准水平，为 39%。

之所以能取得更高的许可率，是因为有越来越多的移动营销人员将许可请求弹窗融入用户旅程，测试预授权消息传达方式和时机，引导用户做出决定。要帮助团队最大程度地发掘许可数据的价值，隐私优先型监测和预测模型不可或缺。





“在数字化方面，拉美市场的金融科技和电商行业已取得长足的进步，蕴含着巨大的应用增长机遇。然而，该地区用户的期望值也更高。要想取得成功，开发者和营销人员必须巧用深度链接等工具，打造无缝流畅的用户体验，并开展精准的数据归因，监测各渠道的实际效果。能否打造应用获客旅程并统一营销表现，决定了能否实现增长。”

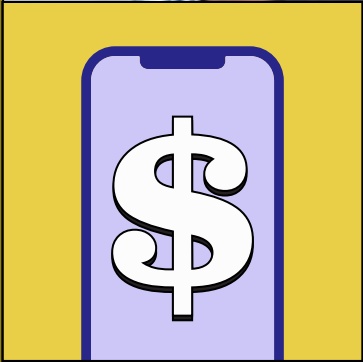
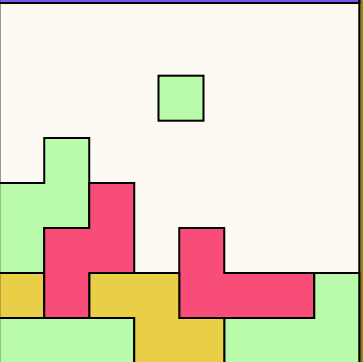
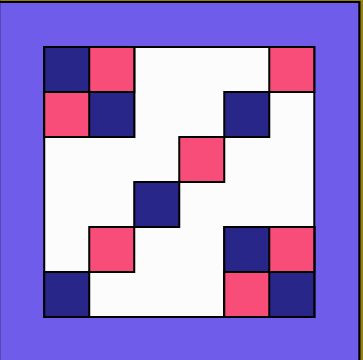
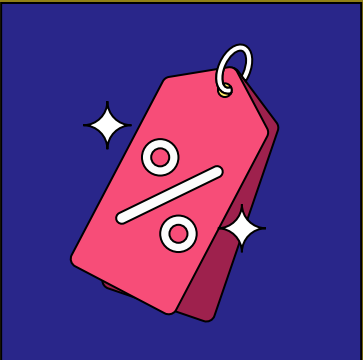
ADJUST



Fernando Cabral
拉丁美洲增长总监

第 1 部分

拉美地区应用市场概览

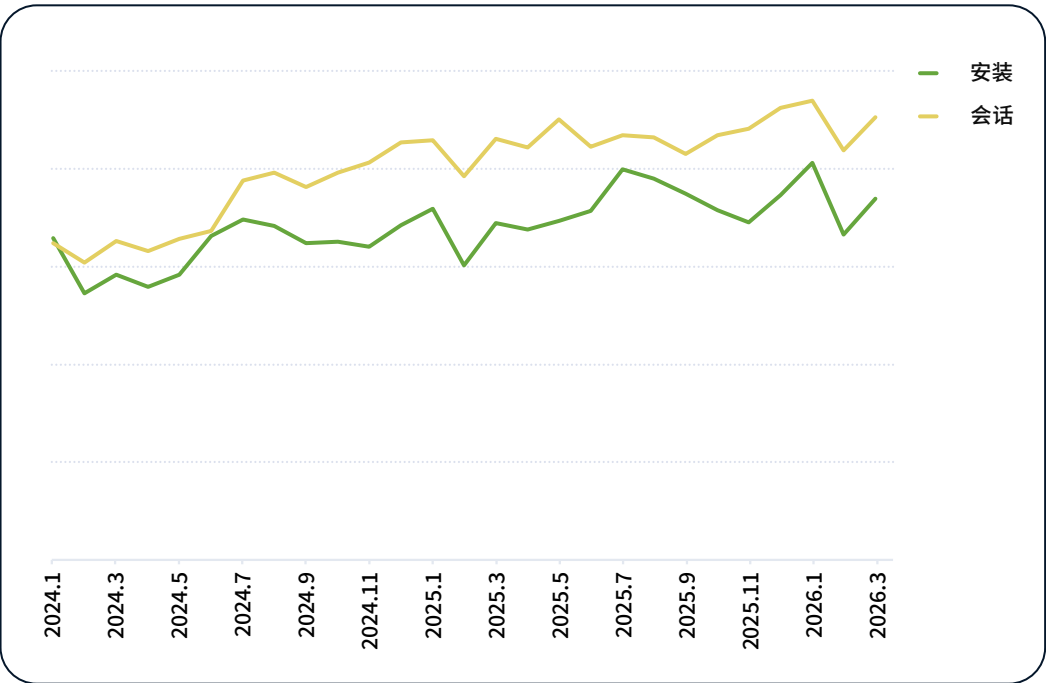


安装和会话

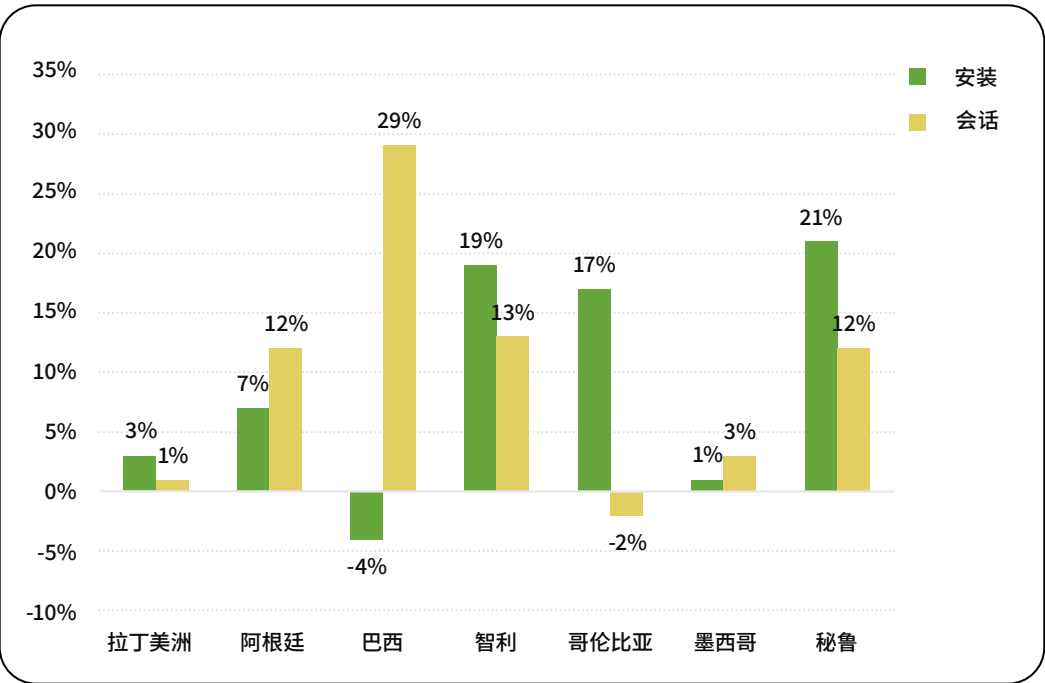
从整体来看，2024 至 2025 年拉美地区的移动应用安装和会话量经历了强劲增长，年同比增幅分别为 13% 和 20%。2025 年中期，安装量增长开始加速，7 月表现比当年平均水平高出 12%。会话量也在年底有所回升，12 月实现了 8% 的提升。该趋势也延续到新的一年。2026 年 1 月，安装和会话量分别实现了 13% 和 10% 的年同比增长，表现相当亮眼。

2026 年第 1 季度，拉美应用安装和会话量年同比分别提升 3% 和 1%。巴西用户交互显著增加，会话量年同比激增 29%。阿根廷和秘鲁的会话量均增长 12%，智利则上升 13%。秘鲁和智利的安装量增幅最高，分别为 21% 和 19%，其次是哥伦比亚 (17%) 和阿根廷 (7%)。

2024 年 1 月 - 2026 年 3 月应用安装量和会话量增长 (拉丁美洲)

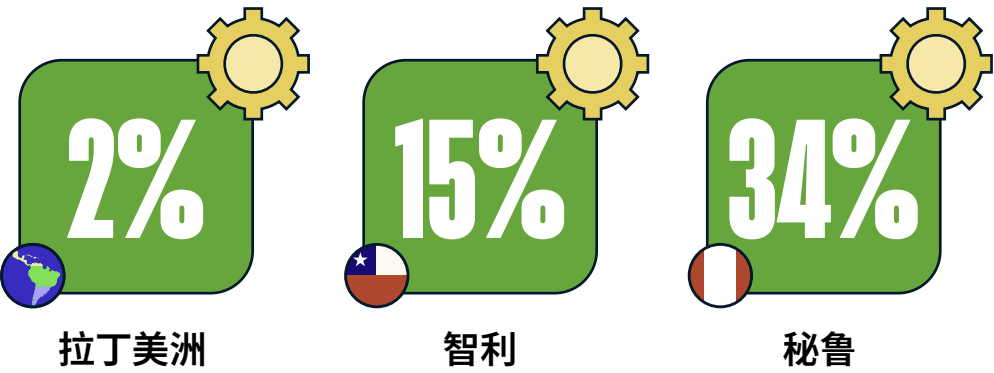


应用安装量和会话量年同比增长率 (2026 年 Q1 VS 2025 年 Q1)

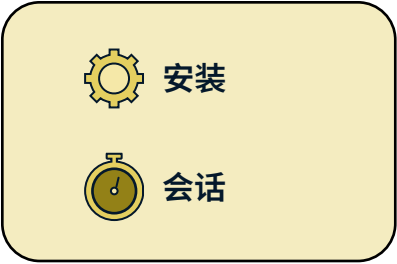
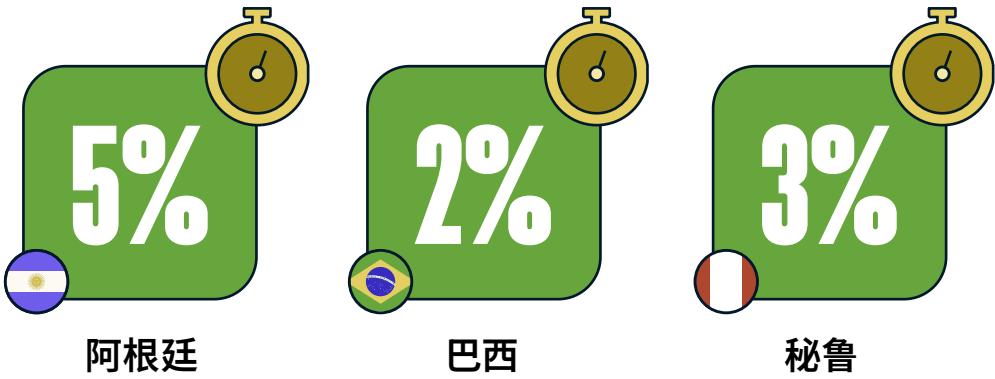


重点类别洞察

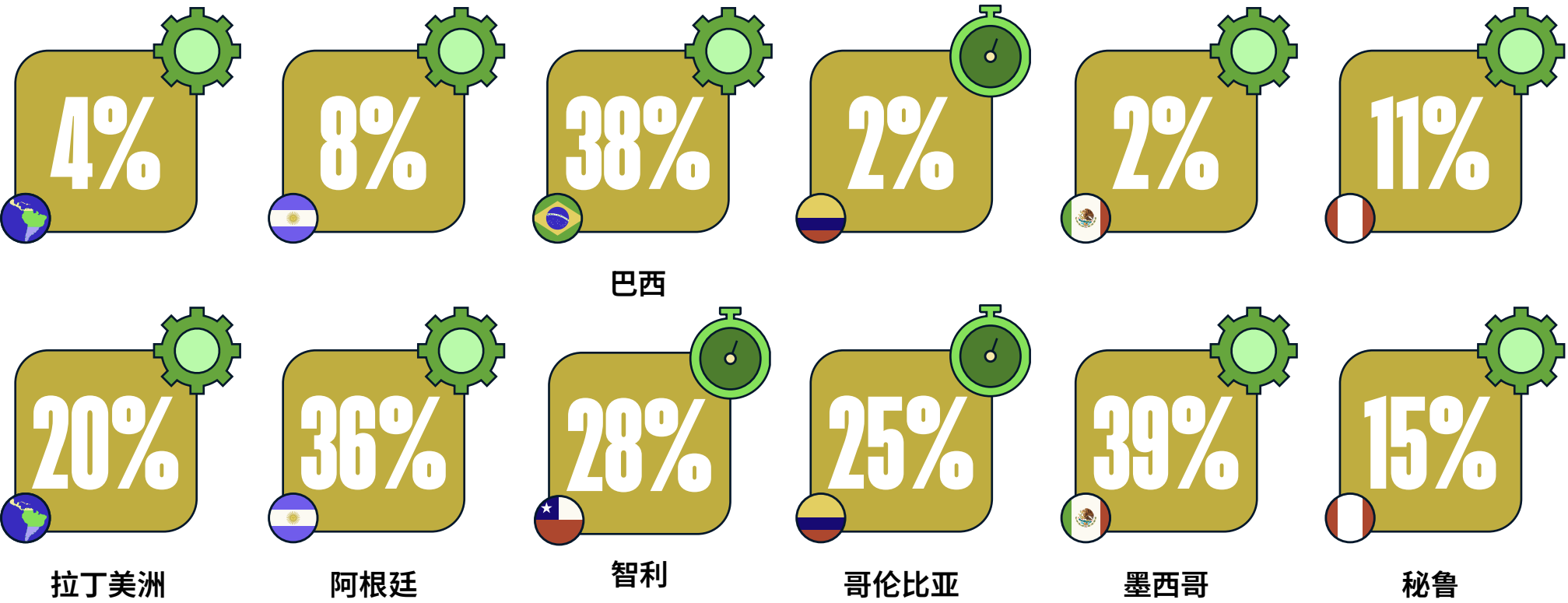
通讯类应用年同比增长 (2026 年 Q1 VS 2025 年 Q1)

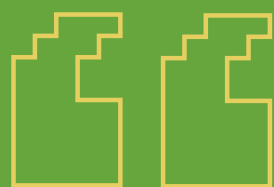


游戏类应用年同比增长 (2025 年 VS 2024 年)

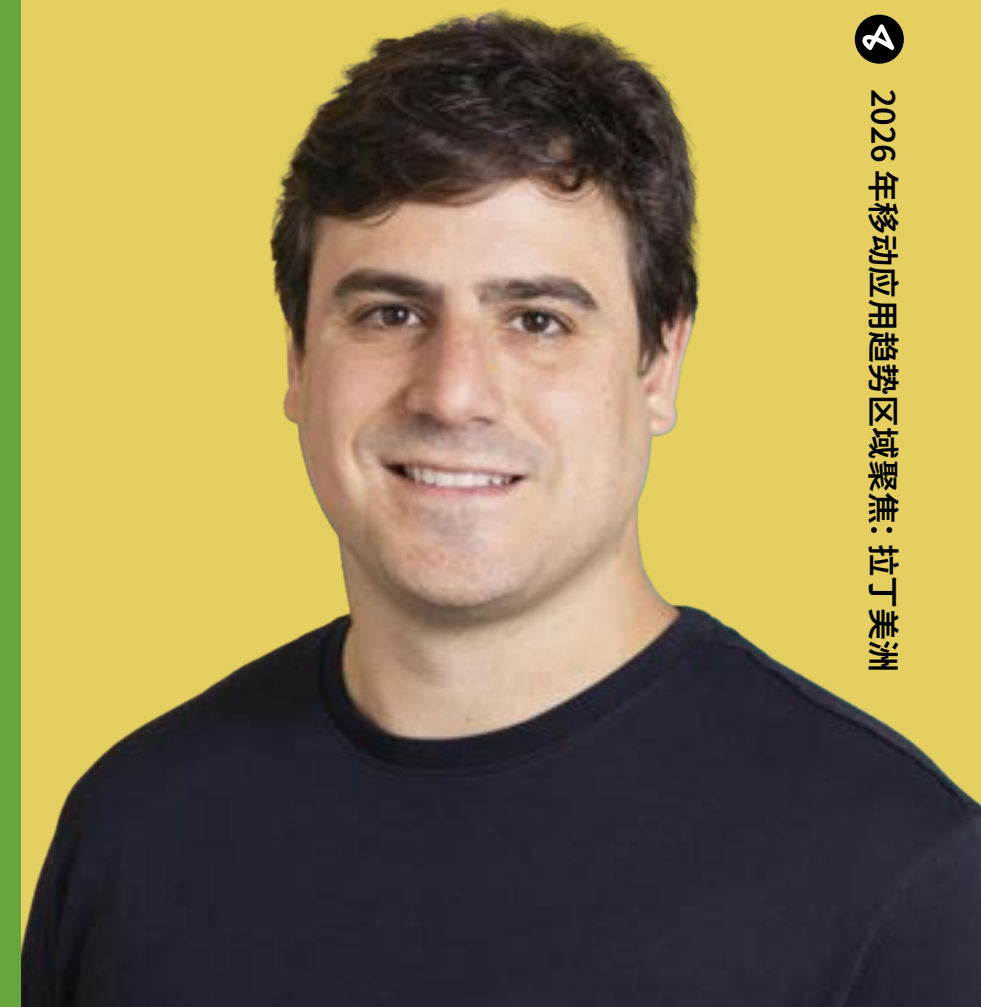


工具类应用年同比增长 (2026 年 Q1 VS 2025 年 Q1)





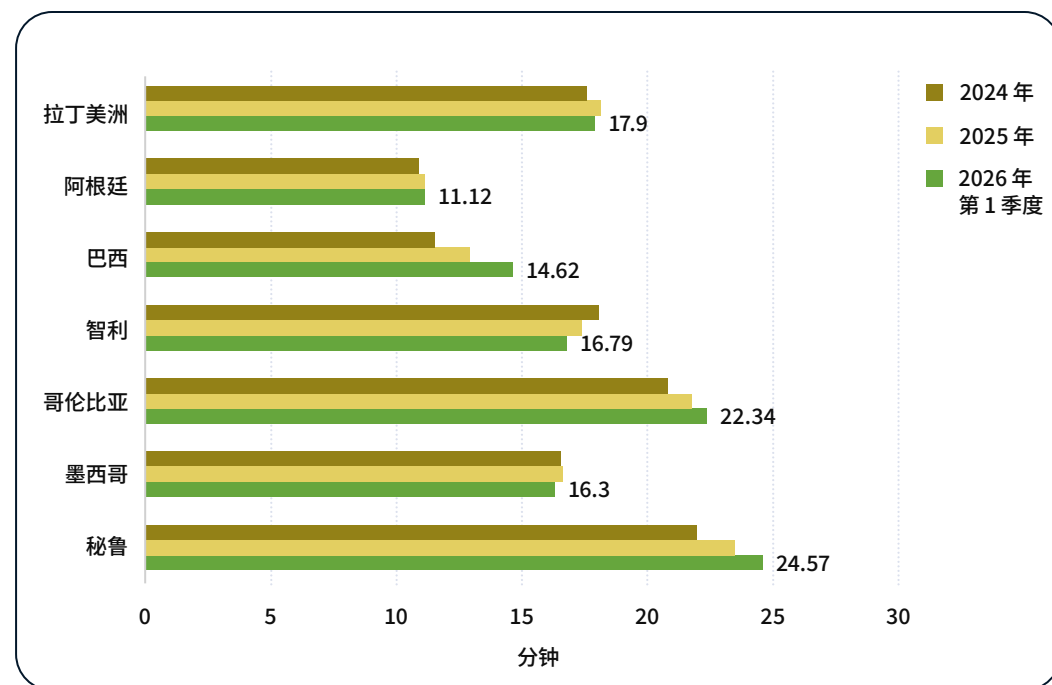
“拉美市场中蕴含着巨大的移动增长机遇，要想在这个市场中脱颖而出，我们就必须深入了解受众，并能基于数据实时采取行动。拉美用户交互非常积极，转化路径非线性。广告主不必囿于最终点击模型，而是可以拥抱全漏斗策略，真实绘制消费者的行为。归根结底，唯有这种水平的数据可视度和精准度，才能将移动端投资转化为持续、可监测、可拓展的业务成果。”



Bruno Lopes
销售总监

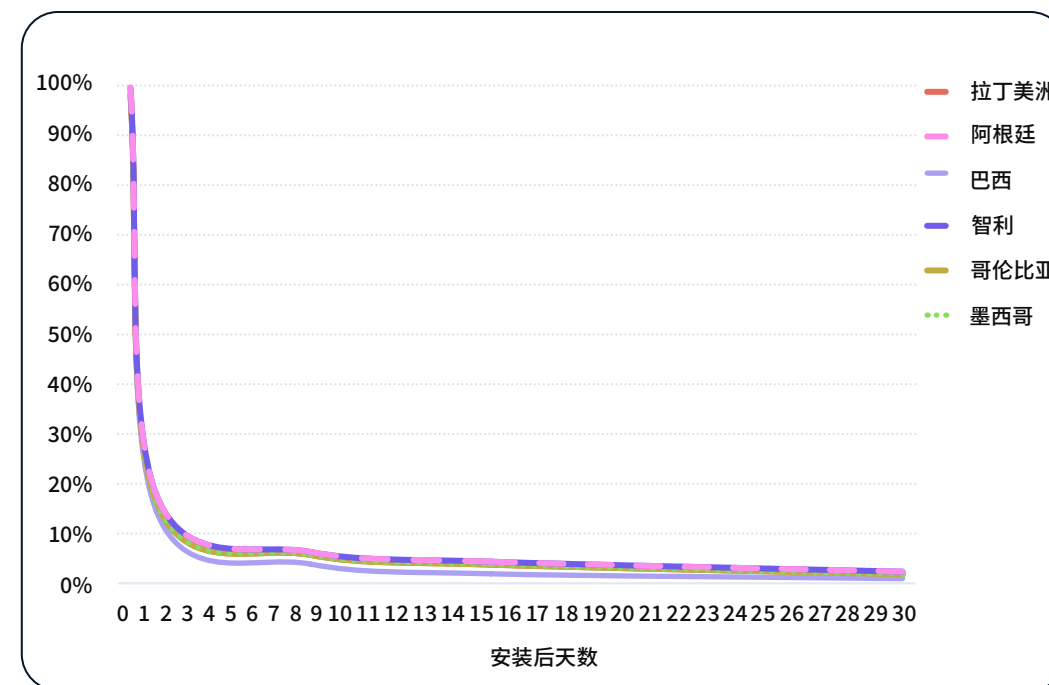
会话时长和留存率

应用会话时长 (2024 年 - 2026 年 Q1)



2026 年第 1 季度，拉美平均应用会话时长为 17.9 分钟，而 2025 年和 2024 年分别为 18.13 分钟和 17.6 分钟。在该地区，巴西会话时长增长显著，从 2025 年的 12.93 分钟攀升至 2026 年第 1 季度的 14.62 分钟 (+13%)。此外，秘鲁和哥伦比亚的会话时长较 2025 年分别增长了 5% 和 3%。在 2024 年至 2026 年第 1 季度期间，墨西哥的会话时长始终徘徊在 16 分钟左右，而阿根廷则在 11 分钟浮动。

2025 年应用留存率



2025 年，拉美总体 D1 留存率为 16%。其中阿根廷和智利均高出平均值 1 个百分点，为 17%。安装后第 7 天，多数市场的留存率均降到了 5% 左右。巴西的 D7 表现处于较低水平 (4%)。多数国家的 D14 的留存率平稳在 3% 左右，但巴西表现再次低于平均，降到了 2%。安装后第 30 天，整个拉美地区的留存率基本稳定在 1%。

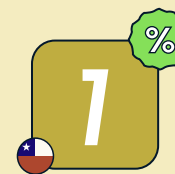
重点品类洞察

应用会话时长增长 (2026 年 Q1 VS 2025 年)

即时通讯



阿根廷



智利

工具



拉丁美洲



阿根廷



智利

游戏



拉丁美洲



阿根廷



巴西



哥伦比亚



墨西哥



秘鲁

2025 年 D1 留存率

即时通讯	
 拉丁美洲	11%
 阿根廷	8%
 巴西	11%
 智利	11%
 哥伦比亚	9%
 墨西哥	11%

游戏	
 拉丁美洲	20%
 阿根廷	21%
 巴西	18%
 智利	20%
 哥伦比亚	20%
 墨西哥	20%

工具	
 拉丁美洲	6%
 阿根廷	7%
 巴西	6%
 智利	7%
 哥伦比亚	7%
 墨西哥	6%



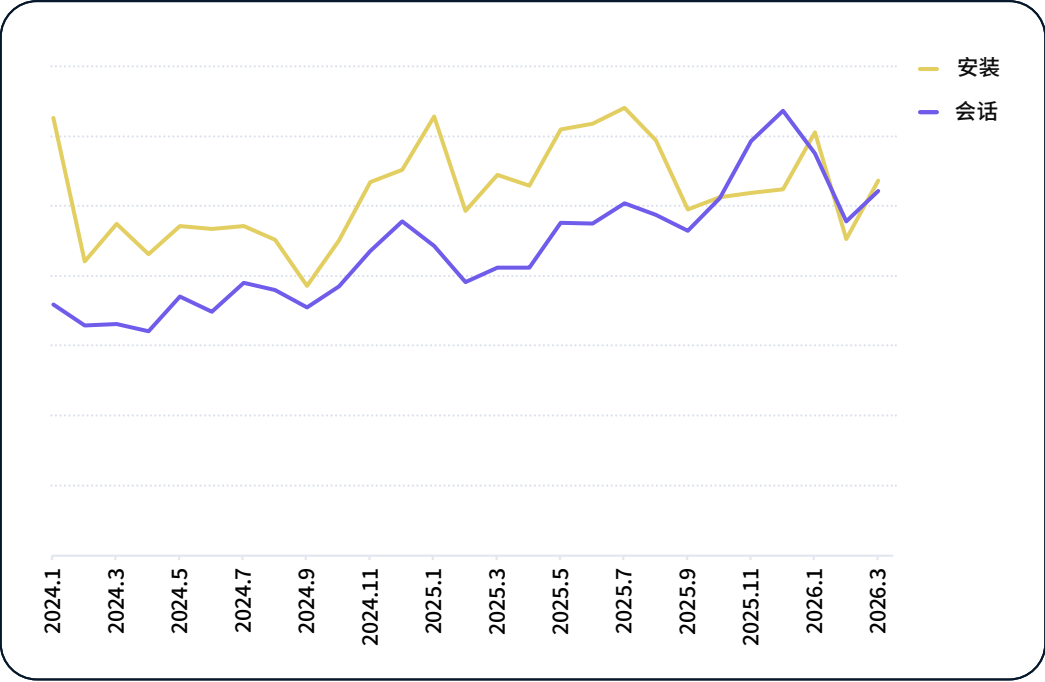
第 2 部分

购物和电商类应用



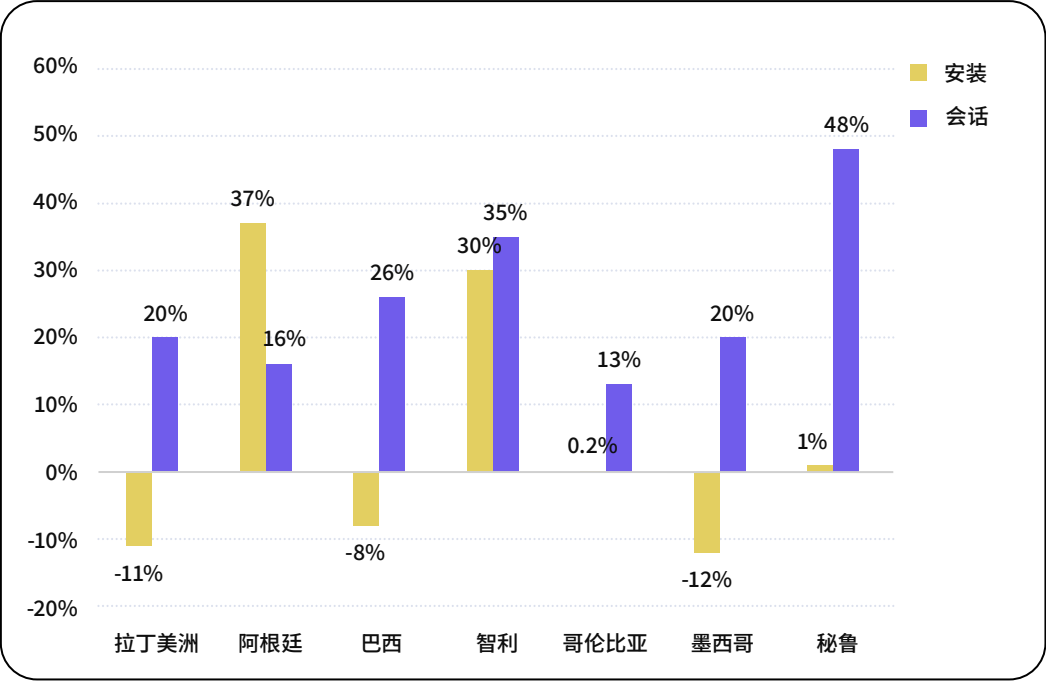
安装和会话

2024 年 1 月 - 2026 年 3 月电商类应用安装量和会话量增长 (拉丁美洲)



2025 年，拉美移动购物热度持续提升，电商应用的安装和会话量年同比分别增长了 17% 和 30%。2025 年中期，增长势头进一步走强，7 月安装量提高 15%。用户交互在第 4 季度达到巅峰。其中 Buen Fin (墨西哥购物节)、黑色星期五及年末节假日等重要购物节点提供强劲动力，11 月和 12 月的会话量分别激增 23% 和 32%。2026 年 1 月，市场再次迎来瞩目表现，与第 1 季度的平均水平相比，安装和会话量分别提升 23% 和 16%。会话量年同比增长达 30%。

电商类应用安装量和会话量年同比增长率 (2026 年 Q1 VS 2025 年 Q1)



2026 年第 1 季度，拉美电商应用整体会话量年同比激增 20%。其中秘鲁增幅最为显著 (+48%)，其次是智利 (+35%) 和巴西 (+26%)。在安装量方面，阿根廷和智利表现不凡，分别取得了 37% 和 30% 的增长。

重点品类洞察

市场和分类广告类应用年同比增长
(2026 年 Q1 VS 2025 年 Q1)

	会话
 拉丁美洲	20%
 阿根廷	16%
 巴西	27%
 智利	32%
 哥伦比亚	14%
 墨西哥	20%
 秘鲁	24%

购物类应用年同比增长
(2026 年 Q1 VS 2025 年 Q1)

	会话
 巴西	2%
 哥伦比亚	8%
 秘鲁	141%

	安装	会话
 智利	47%	103%



拉丁美洲电商应用的安装和会话关键节点

2025 年各大购物节安装和会话量增长 VS 对应月份平均表现



安装

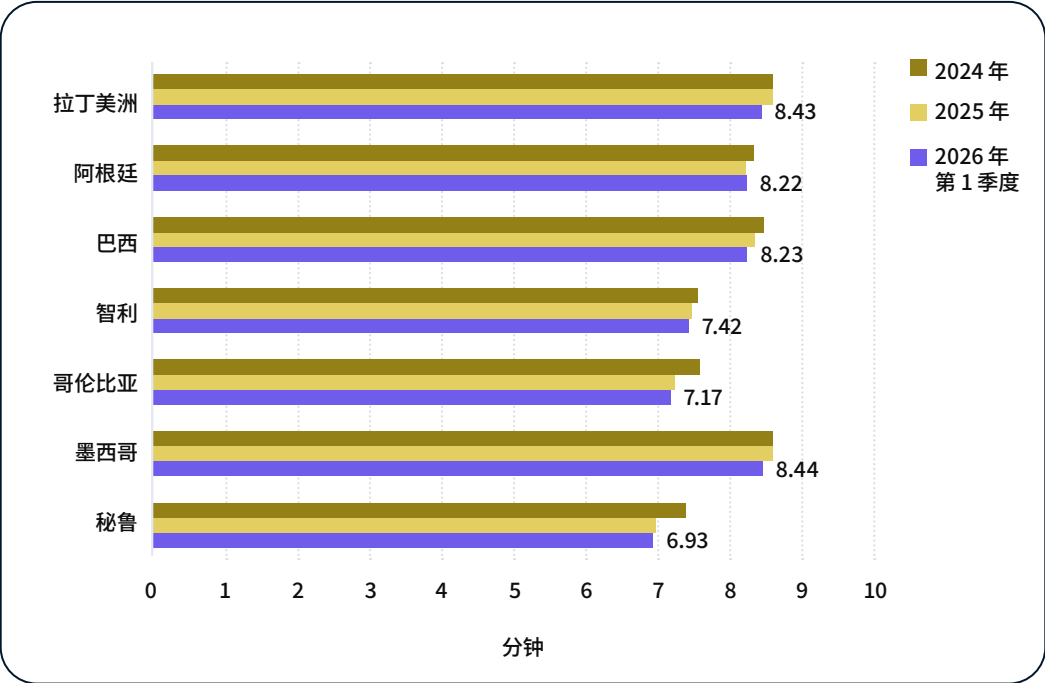


会话

	AMAZON PRIME DAY (7 月 8 - 11 日)	CYBER WOW (11 月 3 - 6 日)	双十一 (11 月 11 日)	EL BUEN FIN (11 月 13 - 17 日)	黑色星期五 (11 月 28 日)	网络星期一 (12 月 1 日)
拉丁美洲			8%	16% 26%	21%	13%
阿根廷	21%	13% 31%	9% 15%	6%	19%	16% 18%
巴西	4% 6%		14% 21%		26% 37%	17%
智利		5%	10%		19% 52%	6% 30%
哥伦比亚	2% 5%	6%	2% 3%		23% 54%	6% 17%
墨西哥			9%	20% 26%	21%	13%
秘鲁		8% 26%	8%		6% 51%	4% 25%

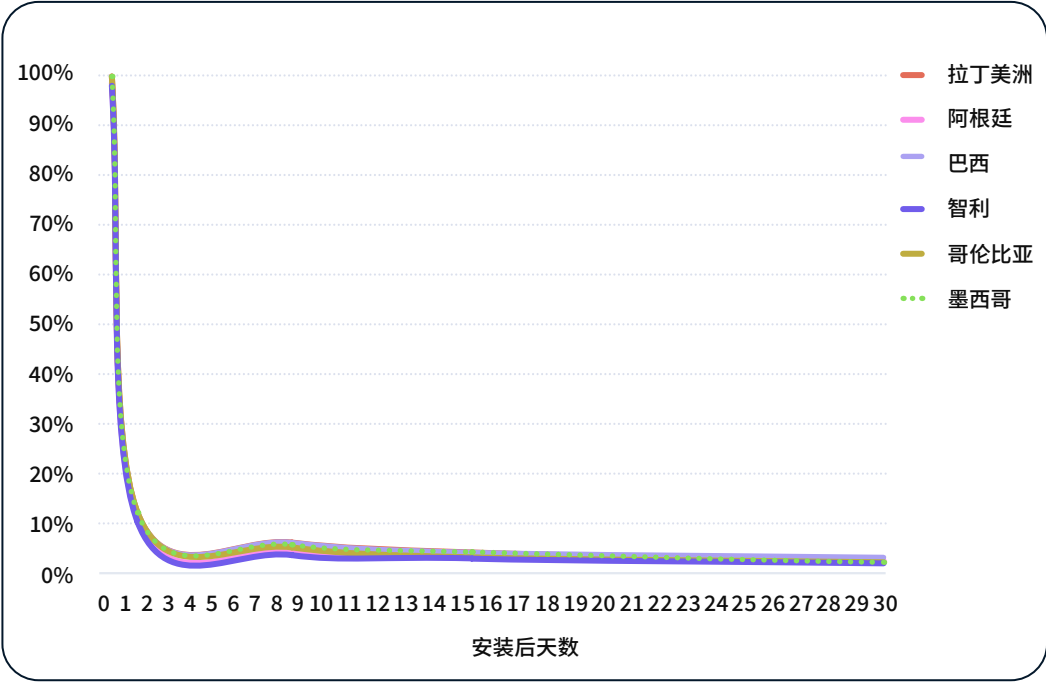
会话时长和留存率

电商应用会话时长
(2024 年 - 2026 年第 1 季度)



2026 年第 1 季度，拉美地区电商应用的平均会话时长仅有 8.43 分钟，低于 2024 年和 2025 年均 8.58 分钟的成绩。墨西哥、阿根廷和巴西的会话时长均保持在 8 分钟以上。与 2025 年相比，阿根廷略有增长，墨西哥和巴西则有所下降。智利和哥伦比亚的会话时长均超过 7 分钟，但两国在 2025 年到 2026 年第 1 季度期间的表现均有下滑。

2025 年电商应用留存率



拉美各个市场的电商应用留存率也呈现出类似的规律。2025 年，地区整体 D1 留存率为 12%。其中阿根廷和智利略低于该水平，分别为 11% 和 10%。多数市场的 D7 留存率趋同，维持在 5-6% 左右，D14 则降至约 3-4%。到安装后的第 30 天，整个拉美地区的留存率约为 2%。但巴西表现略优于地区水平，为 3%。

重要提示

会话量增加以及会话时长的缩短有可能是一个积极的信号，说明用户体验有所改善，交易速度加快。

重点类别洞察

优惠信息类应用会话时长增长
(2026 年 Q1 VS 2025 年)

	会话
 阿根廷	10%
 智利	12%
 哥伦比亚	10%
 秘鲁	12%

2025 年 D1 留存率

	购物
 拉丁美洲	11%
 阿根廷	10%
 巴西	12%
 智利	10%
 哥伦比亚	12%
 墨西哥	11%

	市场和分类广告
 拉丁美洲	20%
 巴西	20%



缩短从点击到付款的距离

拉美地区电商市场正在迅速增长，而这与社交电商的崛起是分不开的。Instagram、TikTok 等平台已成为购物旅程的主要切入点。在这种环境中，要确保从广告到应用的流畅过渡，关键在于做好深度链接工作。深度链接能将用户直接引导至相关产品或优惠界面，既能减少跳转，又能缩短购买路径。在冲动消费和大型促销活动期间，该功能发挥出的效用尤为明显。移动营销人员需要依托深度链接解决方案，打造稳定、承压力强的流畅购买旅程，以免用户流失。

欢迎进一步了解 [TrueLink](#) 以及其他[用户交互](#)解决方案。



第 3 部分

金融类应用

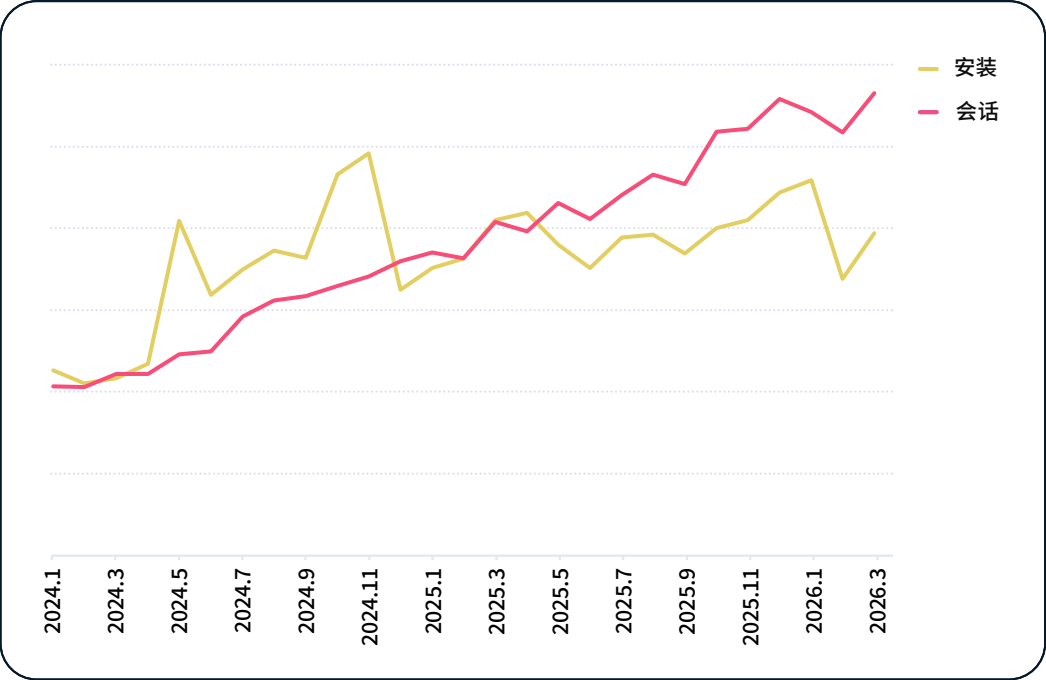


安装和会话

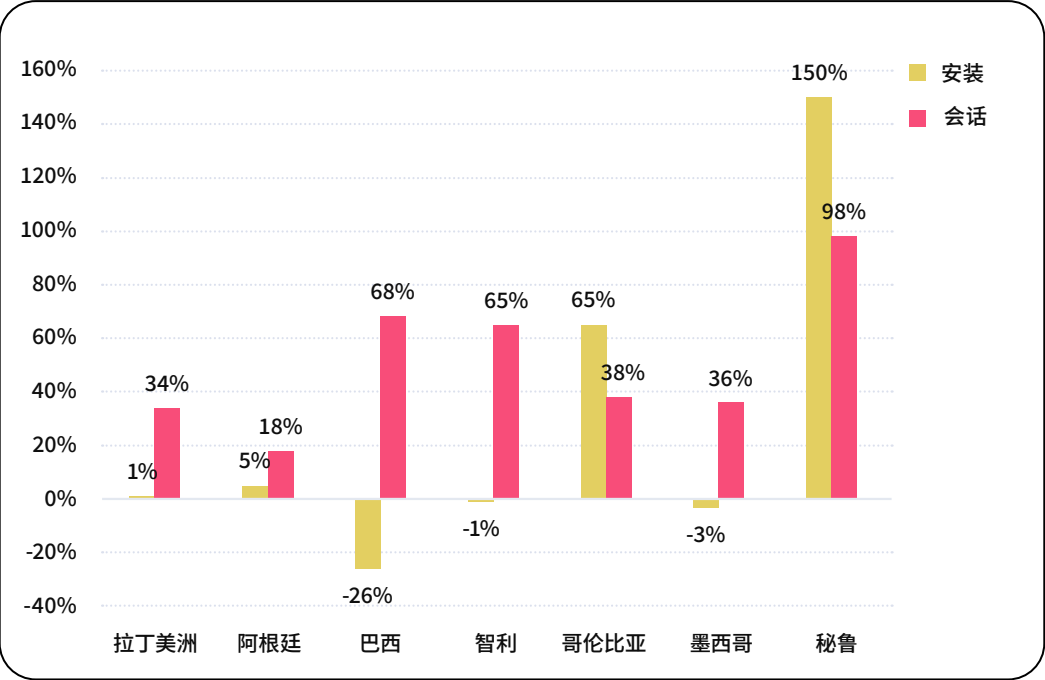
2025 年，拉美金融应用的安装量和会话量年同比分别增长 18% 和 62%。全年会话量稳步提升，并在第 4 季度达到巅峰水平。与全年平均水平相比，10 月和 11 月的会话量上升了 17%，随后在 12 月激增 26%。安装量增长表现不太稳定，但在年底有所改善，12 月提升 14%。而这一势头也延续至 2026 年初，推动 1 月实现 31% 的年同比飞跃。

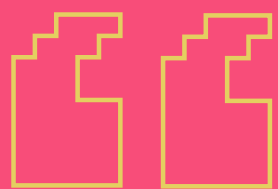
2026 年第 1 季度，拉美整体金融应用活动加速增长。其中秘鲁的年同比增幅最高，安装和会话量分别飙升 150% 和 98%。巴西 (+68%)、智利 (+65%)、墨西哥 (+36%) 和阿根廷 (+18%) 也交出了相当亮眼的成绩单。从地区层面来看，会话量年同比提升了 34%。

2024 年 1 月至 2026 年 3 月金融类应用安装量和会话量增长 (拉丁美洲)



金融类应用安装量和会话量年同比增长率 (2026 年 Q1 VS 2025 年 Q1)





“在金融领域，移动端已成为客户的主要互动触点，用户旅程也不再是线性的，而是覆盖越来越多的渠道。要在这样的环境下实现可持续增长，您不仅要重视用户获取，更要用心打造个性化体验，进行符合情景的沟通，并巧妙发挥数据潜能，吸引和留住用户。要实现这一目标，覆盖整个用户旅程的精准监测能力变得尤为关键——从而打通各个触点，更深入洞察用户真实意图，最大化转化率和生命周期价值 (LTV)。”



Eduardo Martinelli
营销总监

重点类别洞察

金融类应用年同比增长
(2026 年 Q1 VS 2025 年 Q1)

支付类应用	安装	会话
 拉丁美洲	9%	44%
 阿根廷	-	19%
 巴西	-	18%
 智利	-	75%
 墨西哥	11%	45%
 秘鲁	22%	19%

股票交易应用	安装	会话
 巴西	-	18%
 哥伦比亚	10%	-
 墨西哥	33%	

加密货币应用	会话
 阿根廷	26%
 巴西	9%
 哥伦比亚	43%
 秘鲁	96%

银行类应用	会话
 拉丁美洲	15%
 墨西哥	15%

银行类应用	安装
 秘鲁	7%



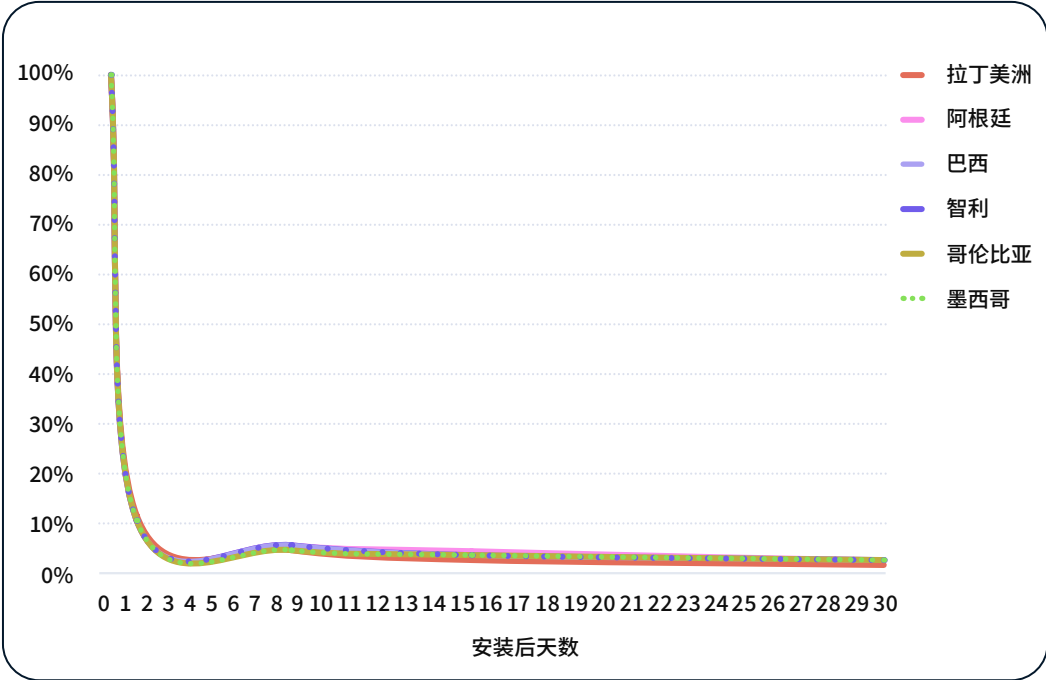
会话时长和留存率

金融应用会话时长
(2024 年 - 2026 年第 1 季度)



2024 年到 2026 年第 1 季度，拉美地区金融应用的会话时长呈现明显上升趋势。阿根廷和墨西哥的平均会话时长分别增长至 7.32 分钟和 6.01 分钟，哥伦比亚则达到 6.83 分钟。在我们分析的所有国家中，巴西是唯一表现下滑的国家，会话时长从 2024 年的 7.93 分钟降至 2026 年第 1 季度的 7.07 分钟。总体来看，拉美整体平均会话时长从 2024 年的 5.5 分钟跃升到了 6.03 分钟。

2025 年金融类应用留存率



拉美地区各个市场中，金融应用的留存率表现高度一致。2025 年，地区整体 D1 留存率约为 11%，其中巴西、哥伦比亚和墨西哥均为 10%。D7 留存率在 4% 至 5% 之间，阿根廷、巴西和智利均处于该范围内的较高水平。此后留存率逐渐回落，D14 在 2% 至 4% 之间，D30 降至 1 – 2%。

重点类别洞察

支付应用会话时长增长
(2026 年 Q1 VS 2025 年)



2025 年 D1 留存率

	银行	加密货币
拉丁美洲	10%	18%
阿根廷	13%	20%
巴西	15%	19%
哥伦比亚	-	15%
墨西哥	10%-	18%



关于 ADJUST

Adjust 隶属于 AppLovin (纳斯达克代码:APP), 是应用营销领域领先的数据监测、分析、深度链接与防作弊一体化解决方案提供商。凭借卓越的技术实力, Adjust 深受全球众多企业信赖, 助力营销人员高效打通全渠道、全平台、全场景下的每一个用户触点。依托 AI 智能分析、自动化运营、隐私优先型归因服务及全域交互解决方案等核心能力, Adjust 所提供的深入洞见与高效工具将帮助客户显著提升投资回报率、持续优化用户体验, 全面赋能品牌实现全渠道的稳健增长。

若要进一步了解 Adjust, 请访问
www.adjust.com/zh

 [adjust.com](https://www.adjust.com)

 [@adjustcom](https://twitter.com/adjustcom)



Adjust 微信订阅号



Adjust 微信服务号

本报告基于 Adjust 在 2024 年 1 月至 2026 年 3 月期间追踪的匿名聚合应用数据。结果可能因具体类别、地区及商业模式的不同而有所差异。相关预测基于第三方行业预估, 可能会发生变化。本报告不构成财务、法律或投资建议。所有商标均归其各自所有者所有。