



社交应用市场洞察

分析2024年全球社交应用市场趋势



Sensor Tower 介绍/说明

报告提供2024年App Store和Google Play渠道移动社交应用市场深度分析。其中包括全球社交应用收入和下载量趋势，头部社交应用收入变化，以及2024年中国、日本、韩国和中东等市场热门社交应用排行。报告通过经典案例分析，解析《TikTok》在全球市场的亮眼业绩。

本报告统计的社交应用，是指通过互联网与他人分享文字、图像、语音、视频等信息的移动应用，在Sensor Tower分类法中，包含微信等实时通讯应用、TikTok等社交媒体应用、Tinder等交友应用以及Linkedin等职场社交应用等。

关于收入与下载量统计的说明

Sensor Tower统计的收入数据为App Store和Google Play应用商店中的IAP预估值，数据不包括广告变现收入、第三方安卓市场的收入以及厂商官网等支付渠道产生的直付收入。在未明确声明为净收益的情况下，该数据均为收入总额(即未扣除平台分成的部分)。

Sensor Tower统计的下载量数据为App Store和Google Play应用商店中的下载预估值，数据不包括预下载、重复下载和第三方安卓市场的下载量。Google Play未在中国大陆开放。



介绍/说明	02
全球社交应用市场总览	04
不同市场头部社交应用表现	08
案例分析：TikTok	14
重点摘要	21



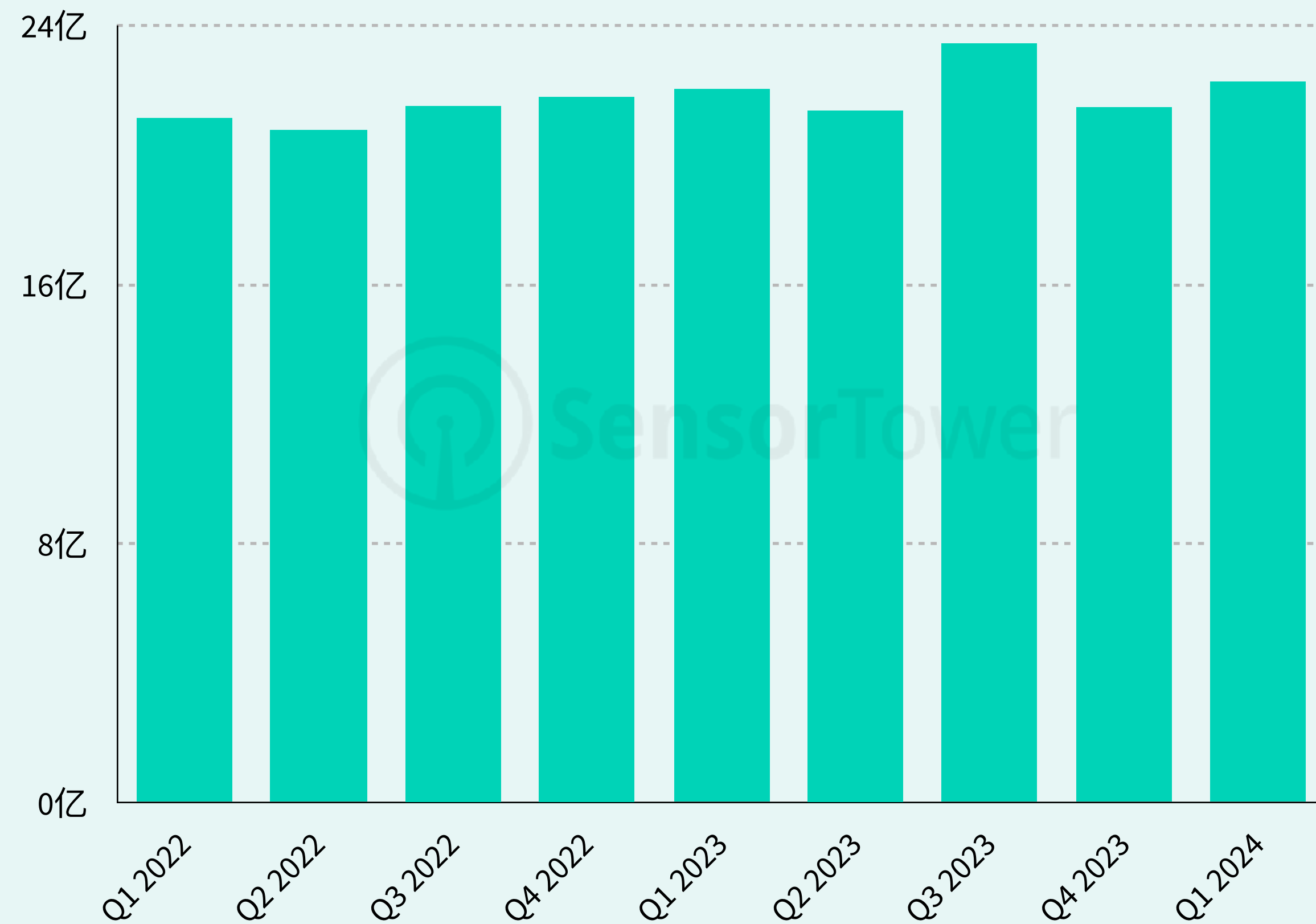
全球社交应用市场总览

2024年第一季度全球社交应用内购收入再迎历史新高

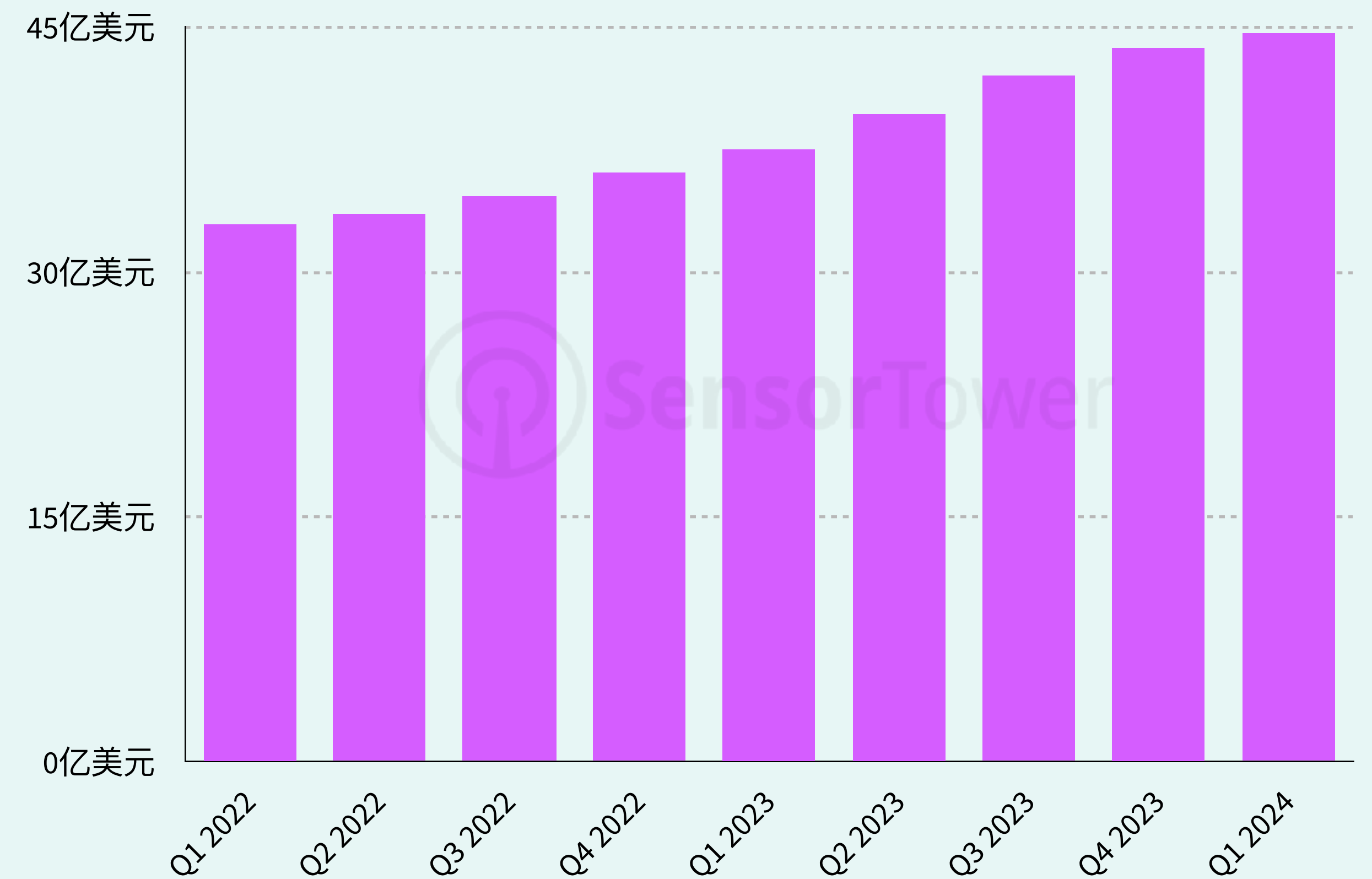
说明：数据统计截止至2024年3月。数据来源：Sensor Tower 商店情报

在下载量增长放缓的趋势下，全球社交应用内购收入依旧节节攀升。2024年第一季度收入达45亿美元，同比增长19%，创历史新高。2023年Q2至2024年Q1期间，全球社交应用收入环比提升20%，逼近170亿美元。

全球社交应用下载量趋势



全球社交应用内购收入趋势



《TikTok》强势领跑社交应用赛道 头部社交平台商业化变现效果卓著

得益于直播打赏强劲的吸金能力，2024年1-5月《TikTok》内购收入同比提升26%，突破20亿美元，强势领跑社交赛道。

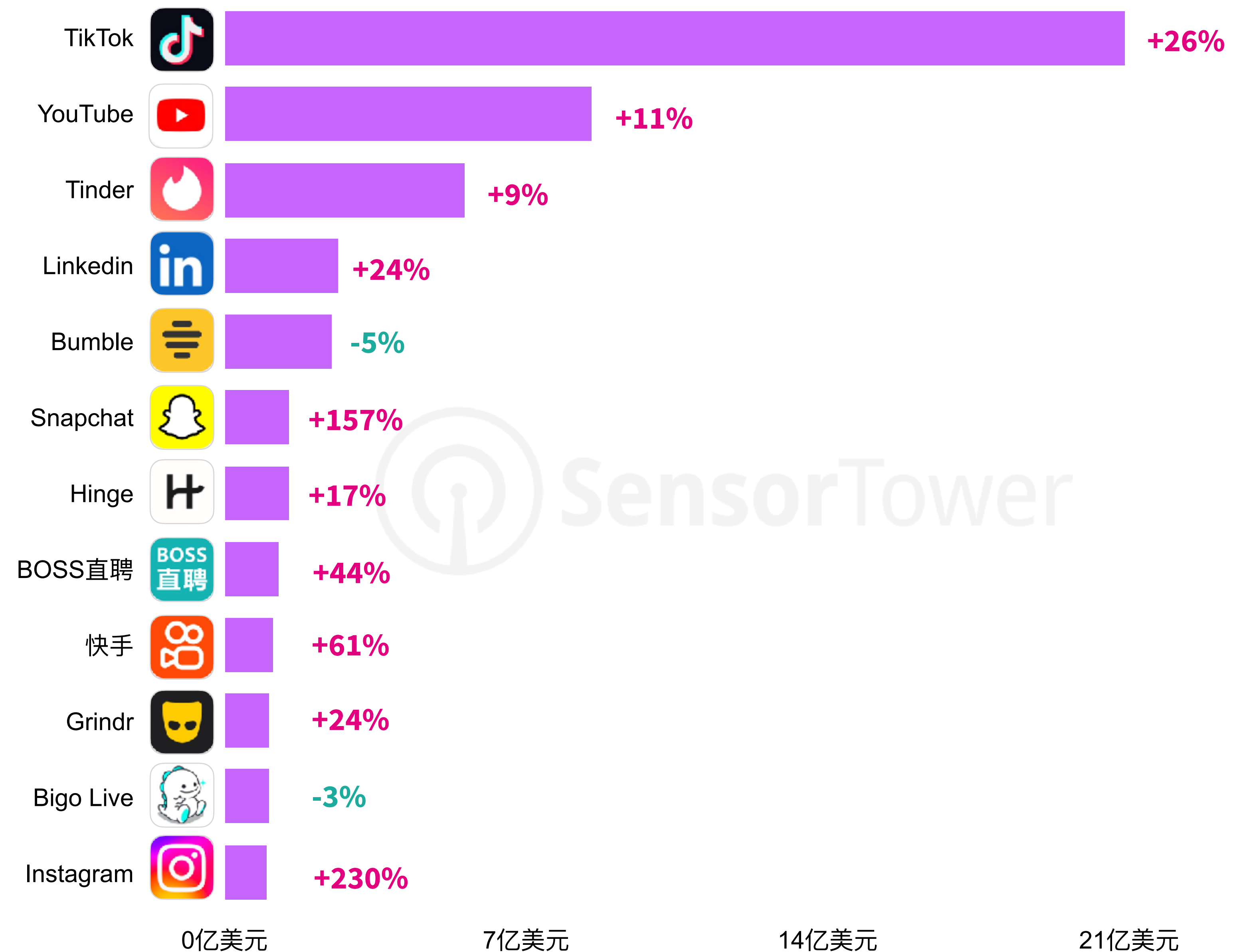
2024年第一季度财报显示Snapchat+ 订阅会员数同比增长2倍超过900万人，Spotlight短视频观看时长同比增长125%，《Snapchat》内购收入同比提升157%。订阅数增长也推动《Instagram》收入大幅提升230%。

伴随企业用户的增长，职场社交应用《BOSS直聘》内购收入同比上涨44%。**2024年第一季度财报**显示BOSS直聘季度营收同比上涨33%。

快手短剧的推出带动《快手》盈利能力全面提升，内购收入较去年同期增长61%。

说明：数据统计截至2024年5月
数据来源：Sensor Tower 商店情报

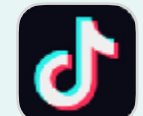

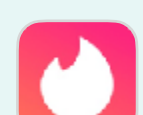


2024年1-5月全球社交应用内购收入Top12与同比增长率 - iOS & Google Play



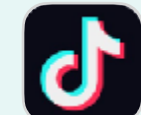

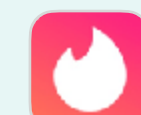


《TikTok》荣登全球多市场社交应用畅销榜首

说明：数据统计2024年1-5月。数据来源：Sensor Tower 商店情报

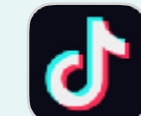
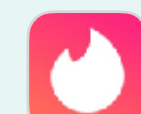



全球 - 社交应用畅销榜

- 1  TikTok
Bytedance
- 2  YouTube
Google
- 3  Tinder
Match Group
- 4  LinkedIn
LinkedIn
- 5  Bumble Dating App
Bumble Holding Limited


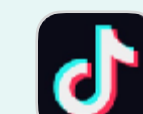
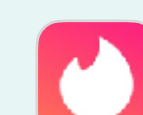

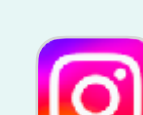
美国 - 社交应用畅销榜

- 1  TikTok
Bytedance
- 2  YouTube
Google
- 3  Tinder
Match Group
- 4  Bumble Dating App
Bumble Holding Limited
- 5  LinkedIn
LinkedIn

欧洲 - 社交应用畅销榜

- 1  TikTok
Bytedance
- 2  Tinder
Match Group
- 3  YouTube
Google
- 4  LinkedIn
LinkedIn
- 5  Bumble Dating App
Bumble Holding Limited


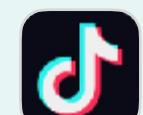



拉丁美洲 - 社交应用畅销榜

- 1  YouTube
Google
- 2  TikTok
Bytedance
- 3  Tinder
Match Group
- 4  LinkedIn
LinkedIn
- 5  Instagram
Meta Platforms



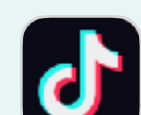

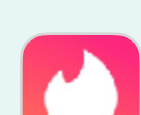
中国 - 社交应用畅销榜

- 1  TikTok
Bytedance
- 2  BOSS直聘
北京华品博睿网络技术有限公司
- 3  快手
Beijing Kwai Technology
- 4  哔哩哔哩
哔哩哔哩
- 5  微信
腾讯

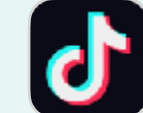


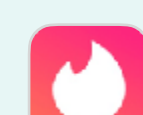

日本 - 社交应用畅销榜

- 1  YouTube
Google
- 2  TikTok
Bytedance
- 3  LINE: Calls & Messages
LINE Corporation
- 4  Pairs(ペアーズ) 恋活
eureka
- 5  Tapple
Tapple

韩国 - 社交应用畅销榜

- 1  YouTube
Google
- 2  KakaoTalk
Kakao Corp.
- 3  TikTok
Bytedance
- 4  Wippy
NRISE
- 5  Tinder
Match Group

东南亚 - 社交应用畅销榜

- 1  TikTok
Bytedance
- 2  YouTube
Google
- 3  Facebook
Meta Platforms
- 4  Tinder
Match Group
- 5  WePlay
WEJOY



不同市场 头部社交应用表现

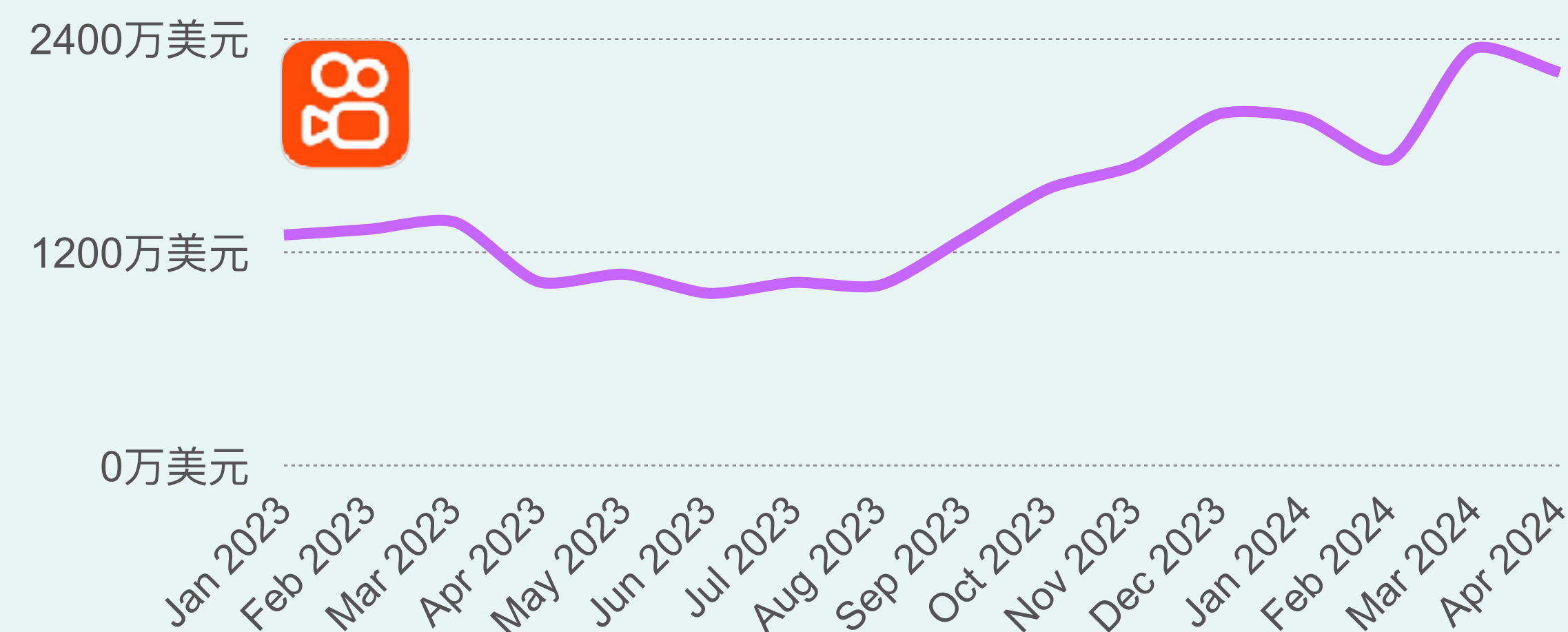
《TikTok》位列中国iOS市场社交应用收入榜首，《快手》跃居收入增长榜冠军

说明：数据统计截止至2024年5月。数据来源：Sensor Tower 商店情报

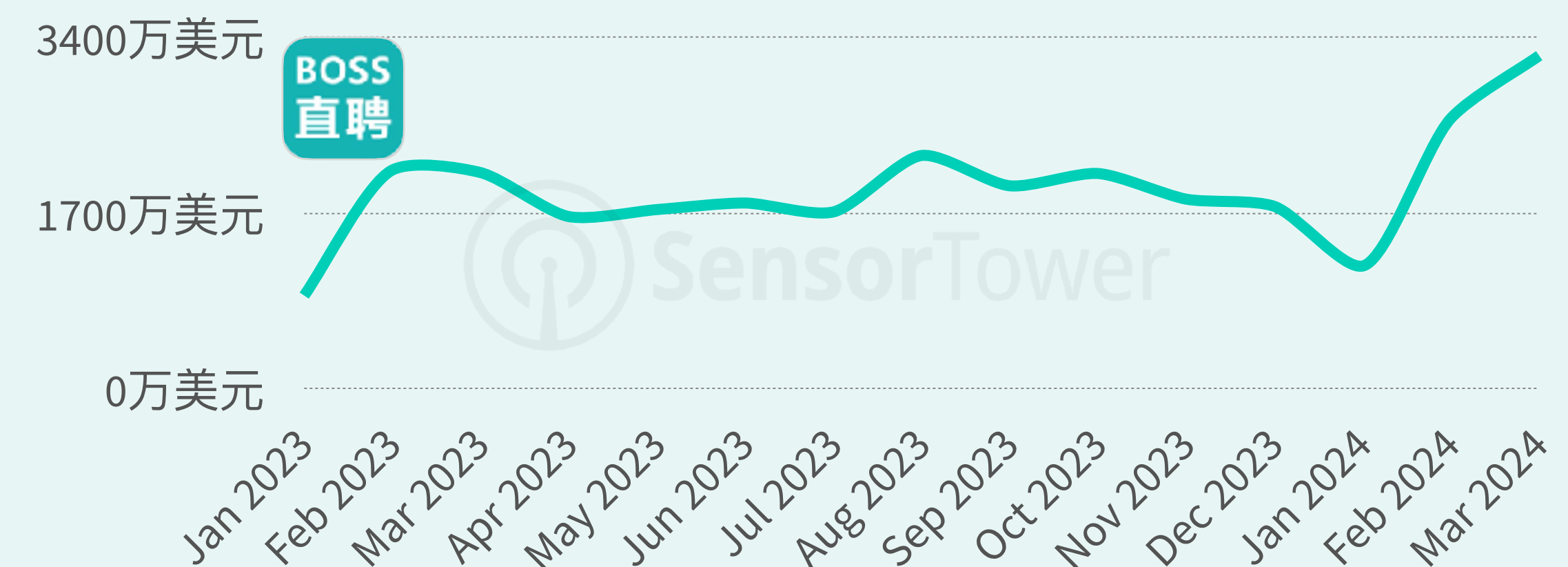
2024年1-5月中国iOS社交应用收入榜与增长榜TOP10

收入榜			收入增长榜		
1		TikTok Bytedance	1		快手 Beijing Kwai Technology
2		BOSS直聘 北京华品博睿网络技术有限公司	2		BOSS直聘 北京华品博睿网络技术有限公司
3		快手 Beijing Kwai Technology	3		微博 新浪
4		哔哩哔哩 哔哩哔哩	4		Soul Shanghai Soul Gate Technology
5		微信 腾讯	5		他趣 HaiBao Information Technology
6		知乎 Zhihu	6		全民K歌 腾讯
7		QQ 腾讯	7		伊对 北京米连科技有限公司
8		微博 新浪	8		撕歌 Nanjing Meizhen Technology
9		Soul Shanghai Soul Gate Technology	9		牵手 Tianjin Laifu Culture Development
10		小红书 Xingin	10		会玩 Wuhan WoYou Network Technology

《快手》中国市场内购收入趋势



《BOSS直聘》中国市场内购收入趋势



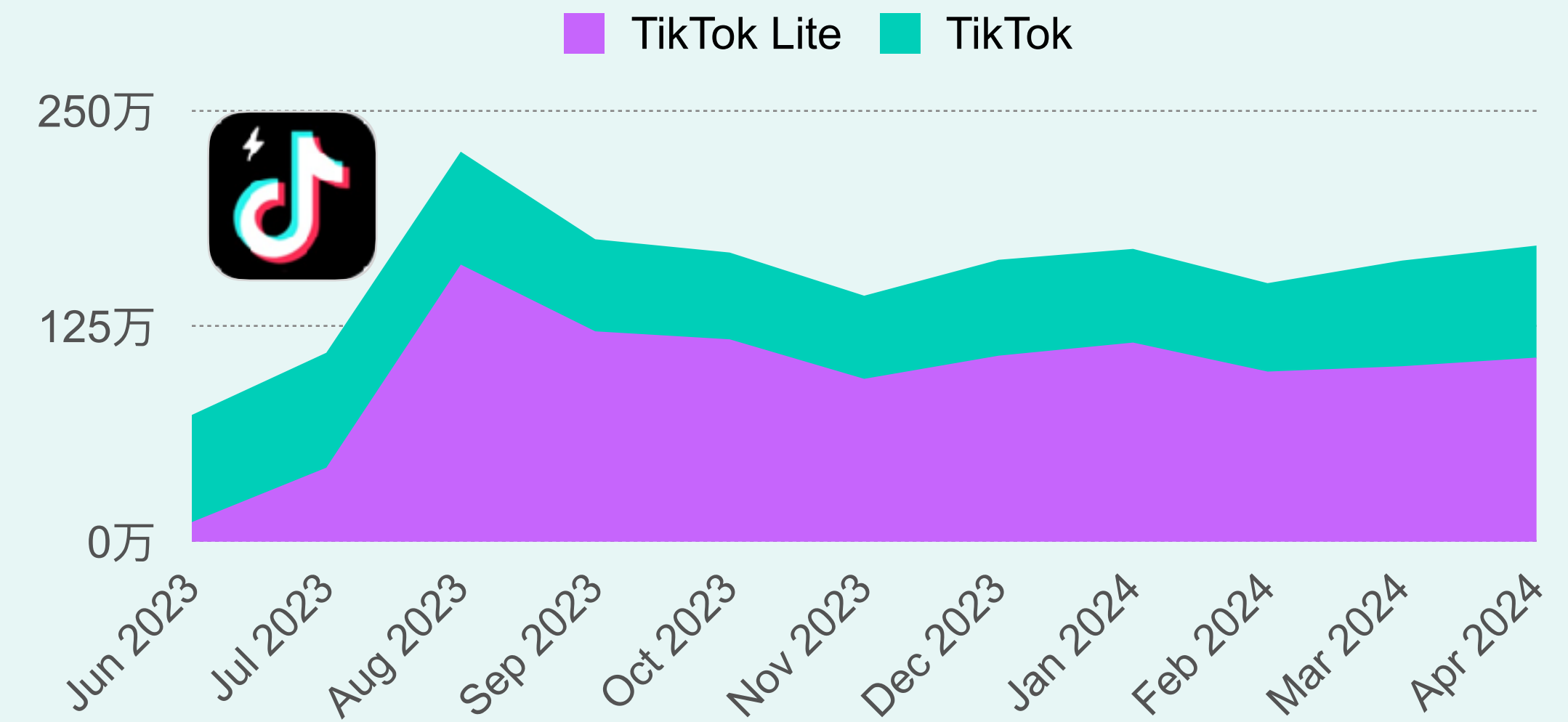
《TikTok》登顶日本社交应用下载榜，《Bluesky》跃居下载增长榜首

说明：数据统计截止至2024年5月。数据来源：Sensor Tower 商店情报

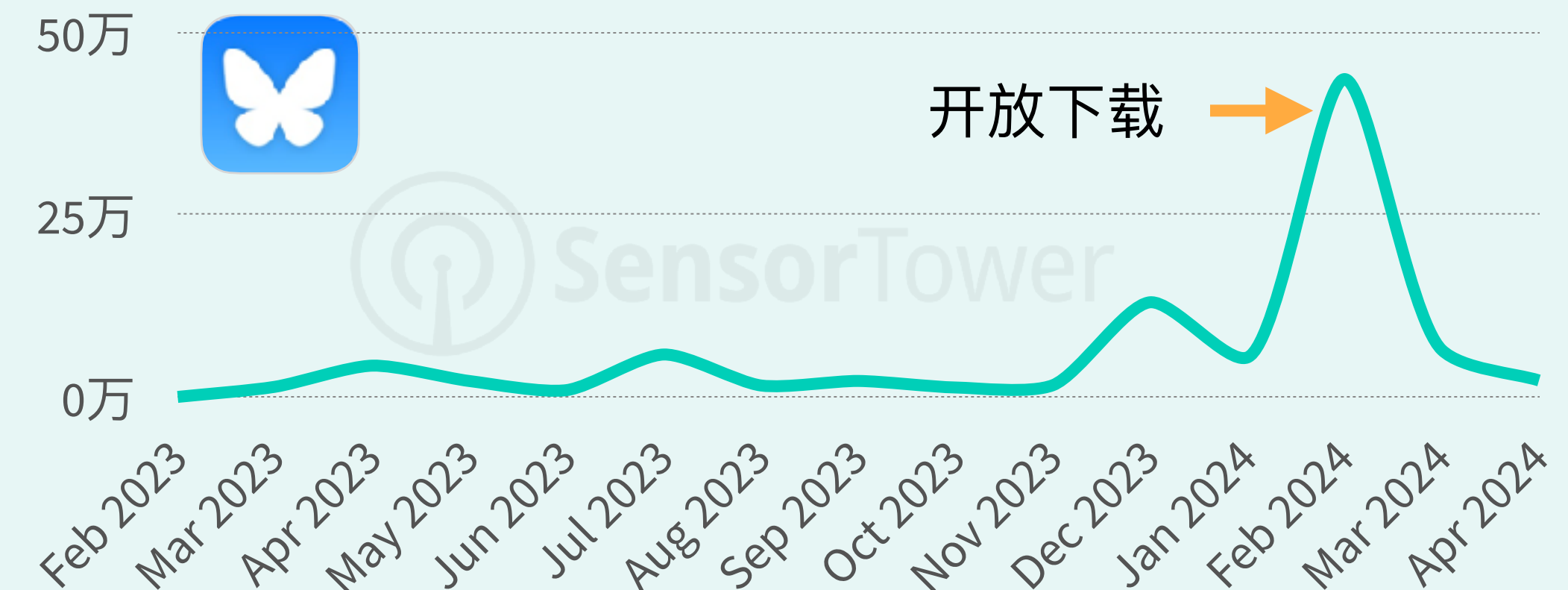
2024年1-5月日本社交应用下载榜与增长榜TOP10

下载榜			下载增长榜		
1		TikTok Bytedance	1		Bluesky Bluesky PBLLC
2		Threads Meta Platforms	2		Lively Island Cocone
3		Instagram Meta Platforms	3		Instagram Meta Platforms
4		LINE: Calls & Messages LINE Corporation	4		LINE: Calls & Messages LINE Corporation
5		YouTube Google	5		YouTube Google
6		BeReal BeReal	6		X (formerly Twitter) X Corp.
7		X (formerly Twitter) X Corp.	7		Parallel Parallel
8		Discord Discord	8		GRAVITY HiClub株式会社
9		Lemon8 Heliophilia	9		Rakuten Link Rakuten
10		Pinterest Pinterest	10		BAND NAVER Corp.

《TikTok》日本市场下载量趋势



《Bluesky》日本市场下载量趋势



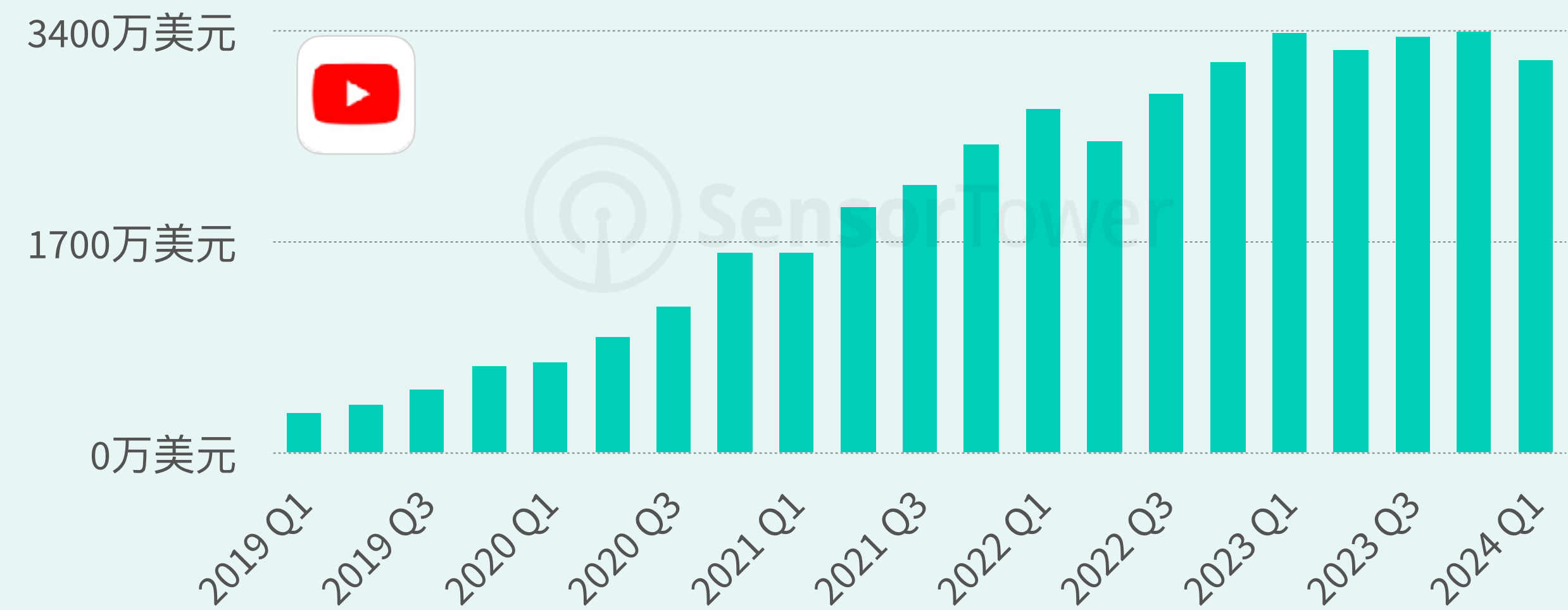
《YouTube》蝉联韩国市场收入最高的社交应用 偶像社交应用《Lysn》和《bubble with STARS》入围收入榜前10

说明：数据统计截止至2024年5月。数据来源：Sensor Tower 商店情报

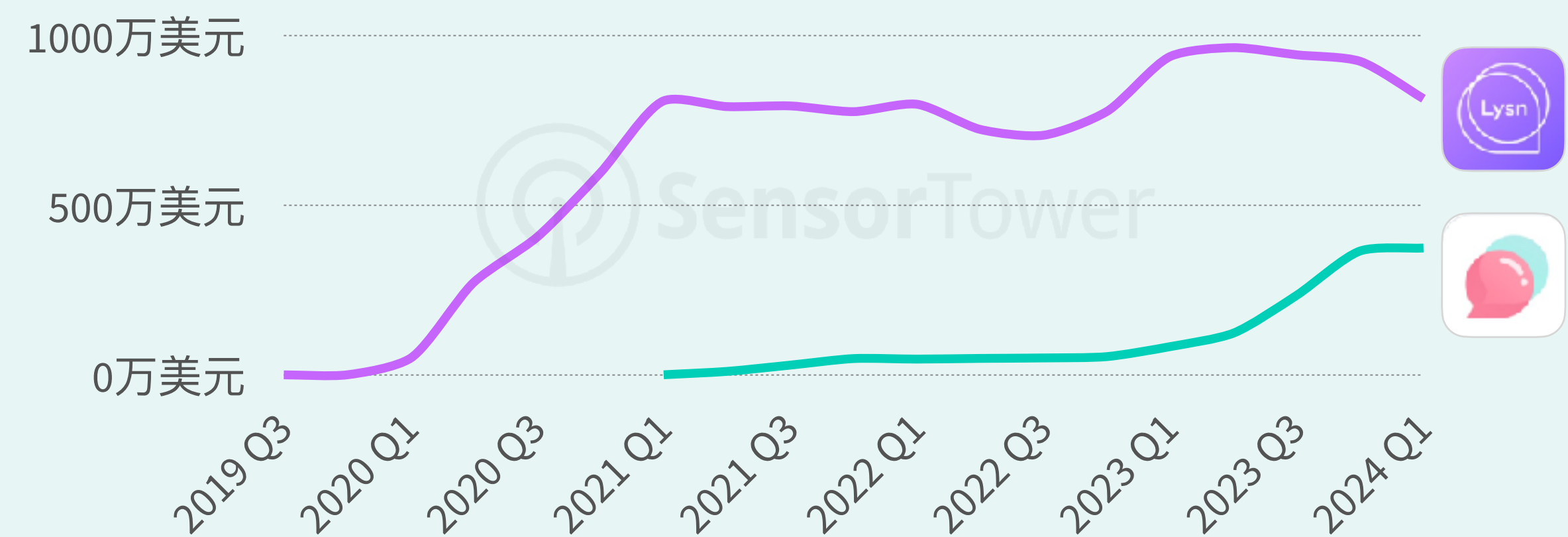
2024年1-5月韩国社交应用收入榜与增长榜TOP10

收入榜		收入增长榜	
1	YouTube Google	1	치지직 NAVER Corp.
2	KakaoTalk Kakao Corp.	2	TikTok Bytedance
3	TikTok Bytedance	3	Instagram Meta Platforms
4	Wippy NRISE	4	Weverse Weverse
5	Tinder Match Group	5	HelloBot thingsflow
6	Glam Cupist	6	Hakuna MOVEFAST Company, K.K.
7	bubble with STARS Dear U Co.	7	Kmate Reigtalk
8	Lysn Dear U Co.	8	bubble with STARS Dear U Co.
9	Goldspoon Triple comma Corp.	9	Telegram Telegram
10	Azar Hyperconnect	10	AfreecaTV SOOP

《YouTube》韩国季度内购收入趋势



《Lysn》与《bubble with STARS》全球季度内购收入趋势

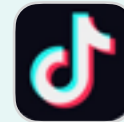




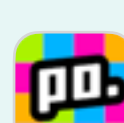


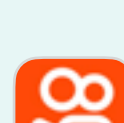
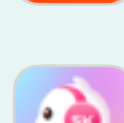


实时音视频社交成为中东社交应用市场主流，海外应用位居收入榜前列



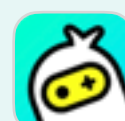


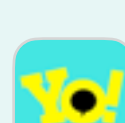

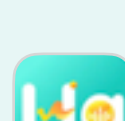
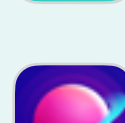
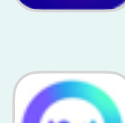
说明：数据统计截止至2024年5月。数据来源：Sensor Tower 商店情报

2024年1-5月中东社交应用收入榜TOP10

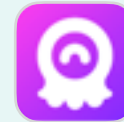
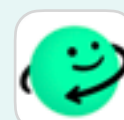
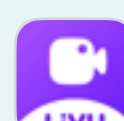


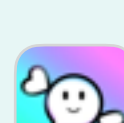

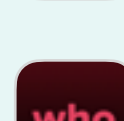

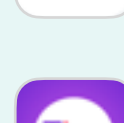
直播

-  TikTok
Bytedance
-  YouTube
Google
-  JACO
Jaco Arabia
-  Tango
TangoMe
-  Bigo Live
欢聚时代
-  Poppo live
poppo team
-  Likee
LIKEME
-  MICO
MICO WORLD
-  快手
Beijing Kwai Technology
-  StreamKar
Tipping Points Technology

语音聊天

-  Yalla Ludo
Yalla Technology FZ-LLC
-  WePlay
WEJOY
-  TopTop
MICO WORLD
-  SUGO
IndiaMasterApp
-  Yalla
Yalla Technology FZ-LLC
-  YoYo
Y Team
-  YoHo
YoHo Studio
-  Hawa
Hawa Technology
-  SoulChill
SpaceCape Technology
-  Sawa
Alef Innovation Network FZ-LLC

视频聊天

-  Chamet
FULIAO HONG KONG LIMITED
-  Azar
Hyperconnect
-  LivU
CLASH ARTS HK LIMITED
-  Minichat
Crescentaxis
-  Joi
VLMedia
-  Candy Chat
CANDY GROUP
-  Playlive
LOGRONI MARKETING
-  Who
Media Republic Apps
-  OmeTV
Video Chat Alternative
-  Tigo
Tigo Live Team

源于中东独特的社交文化，实时音视频社交应用成为该市场主流，2024年1-5月收入榜前50的社交应用中，音视频社交应用占比近70%，其中直播、语音和视频聊天成为热门细分赛道。

在语音聊天赛道，收入排名前10的应用均来自中东以外发行商。《Yalla Ludo》、《WePlay》、《TopTop》和《YoYo》等应用将游戏融入语音聊天社交，收入表现突出。



《OmeTV》下载量超越《Tinder》 中国、日本、韩国市场 本土交友应用收入领先

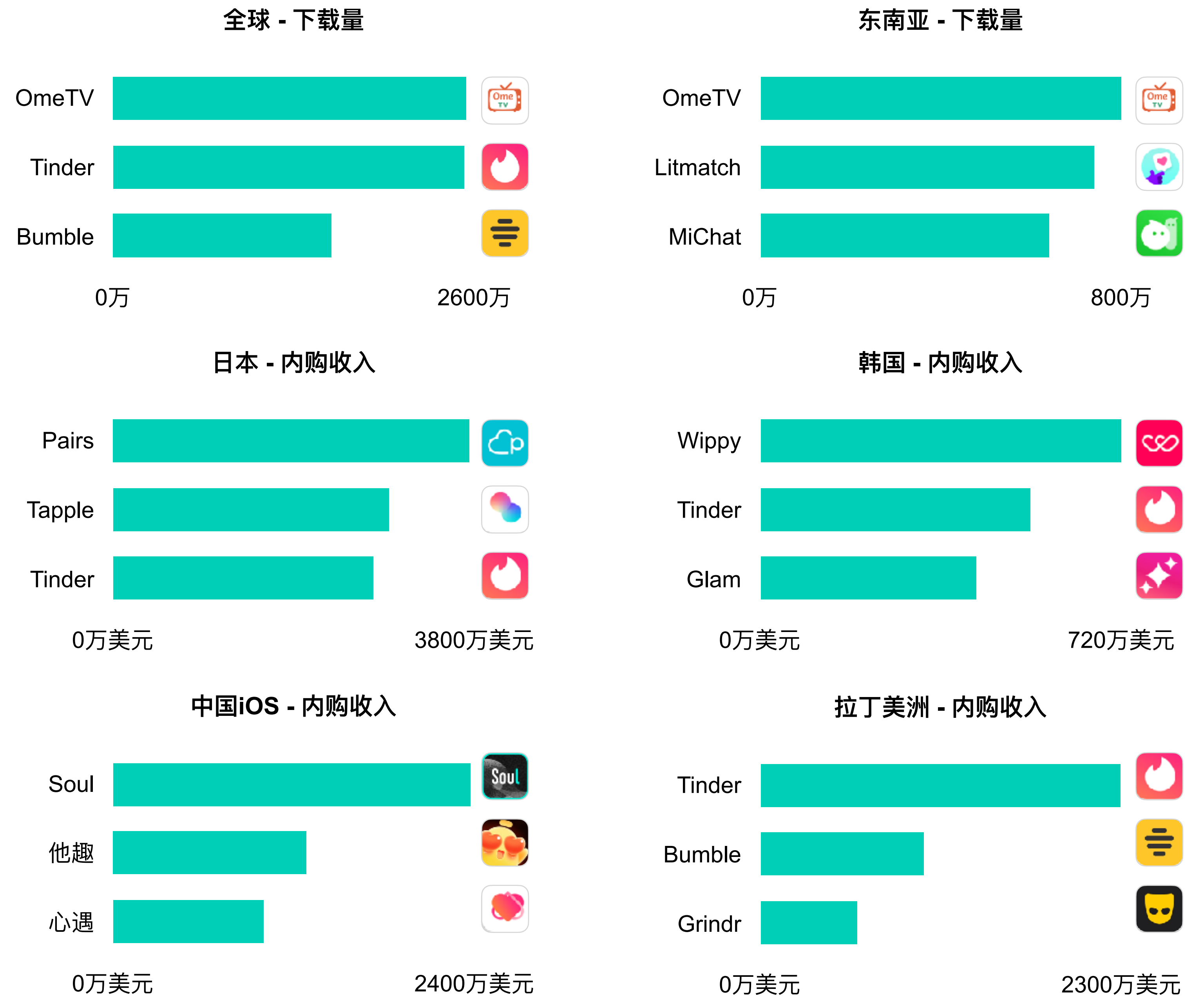
视频聊天交友应用《OmeTV》在印度和东南亚等市场下载量增长强劲，2024年1-5月同比激增66%至2550万次，超过《Tinder》成为全球及东南亚下载量最高的交友应用。

“灵魂社交”应用《Litmatch》深受东南亚年轻用户喜爱，蝉联2021年-2023年东南亚交友应用下载榜首，截至2024年5月全球累计下载量逼近1.4亿次。

在日本、韩国和中国市场，《Pairs》、《Wippy》和《Soul》等本土交友应用占据领先优势。其中《Pairs》2024年1-5月在日本市场收入逼近3800万美元，单次下载付费高达70美元。

说明：数据统计截至2024年5月
数据来源：Sensor Tower 商店情报

2024年1-5月全球不同市场交友应用下载量或内购收入Top3



案例分析：TikTok



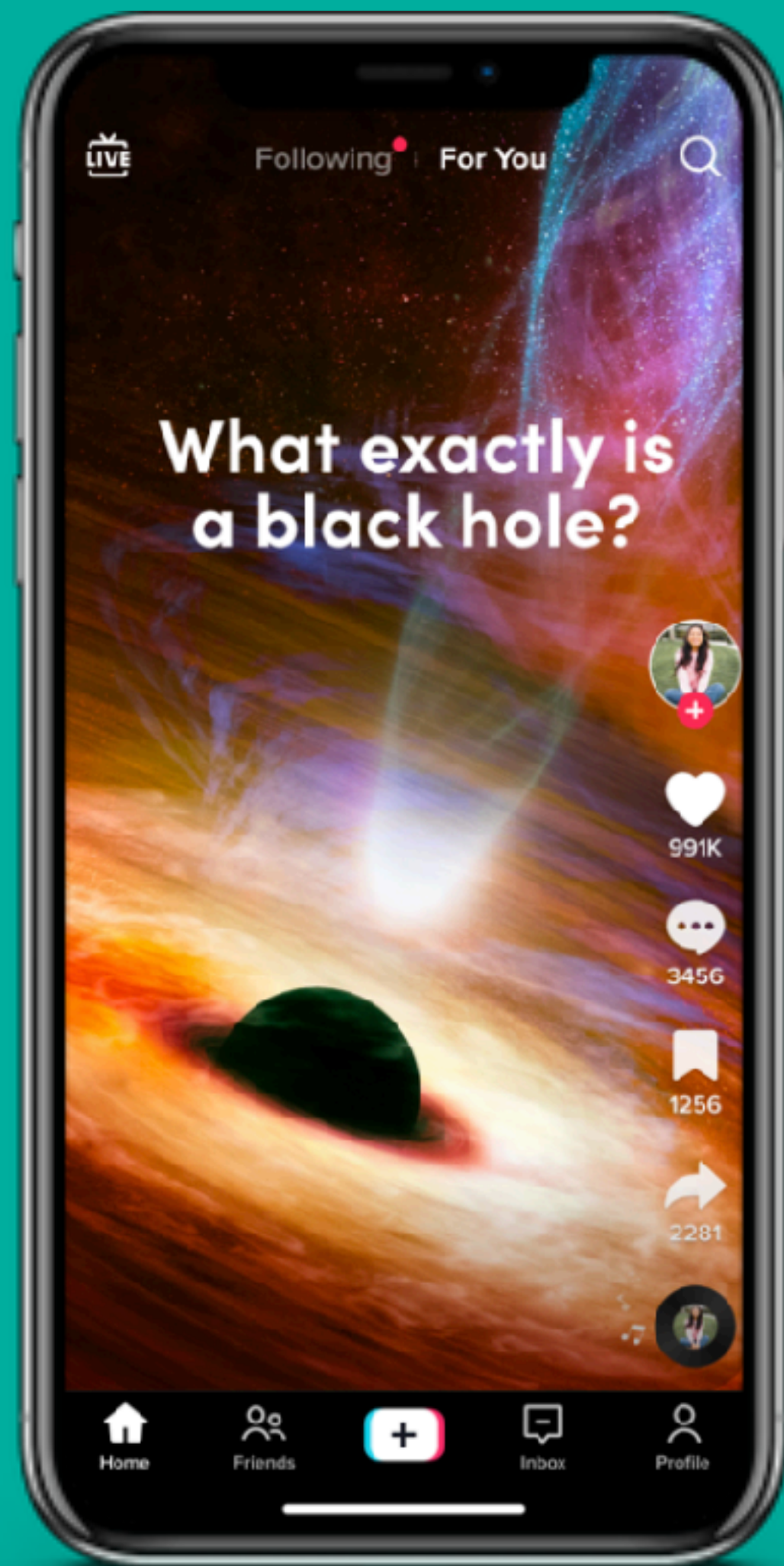
TikTok

Bytedance

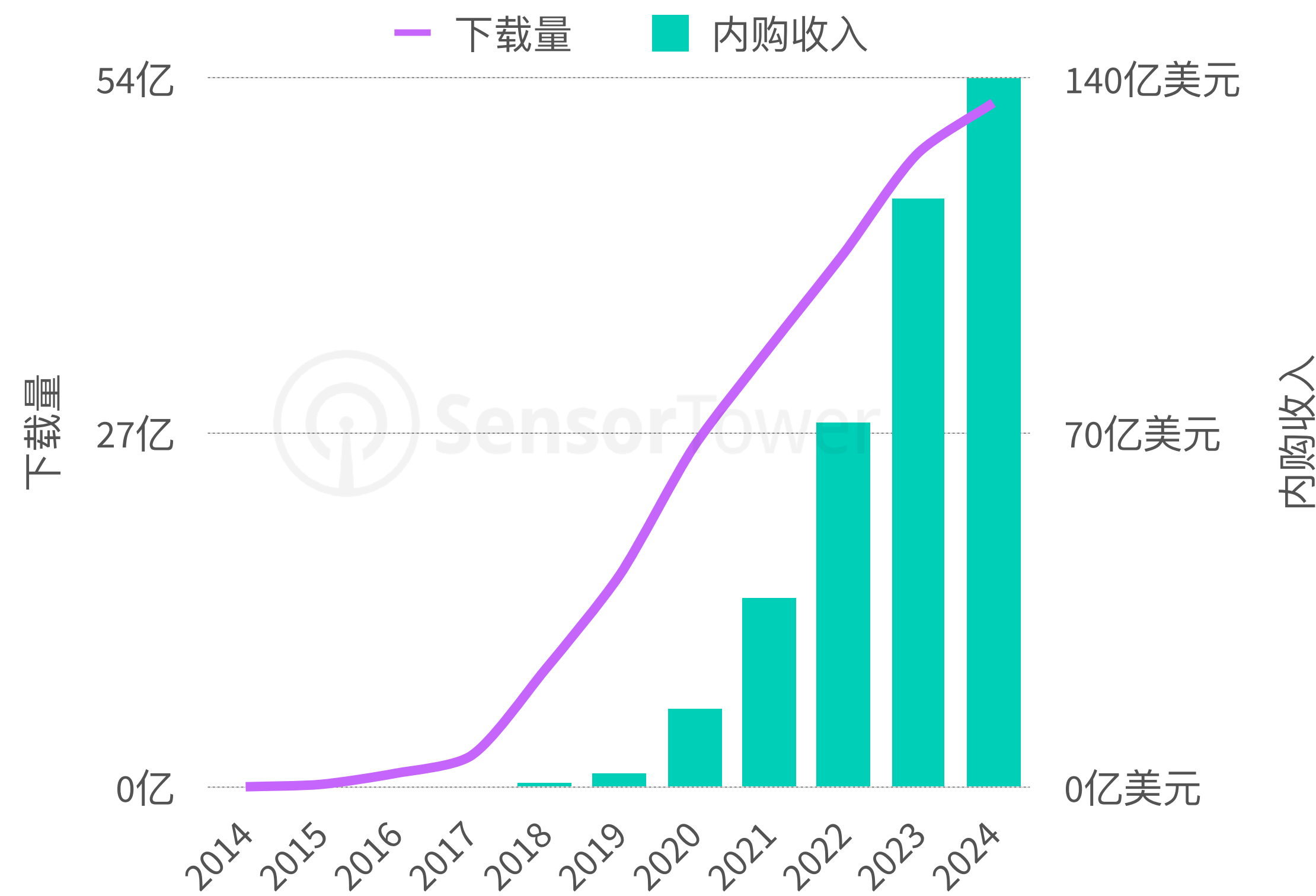
全球累计内购收入突破140亿美元 成为全球收入最高的非游戏应用

说明：数据统计截止至2024年5月30日

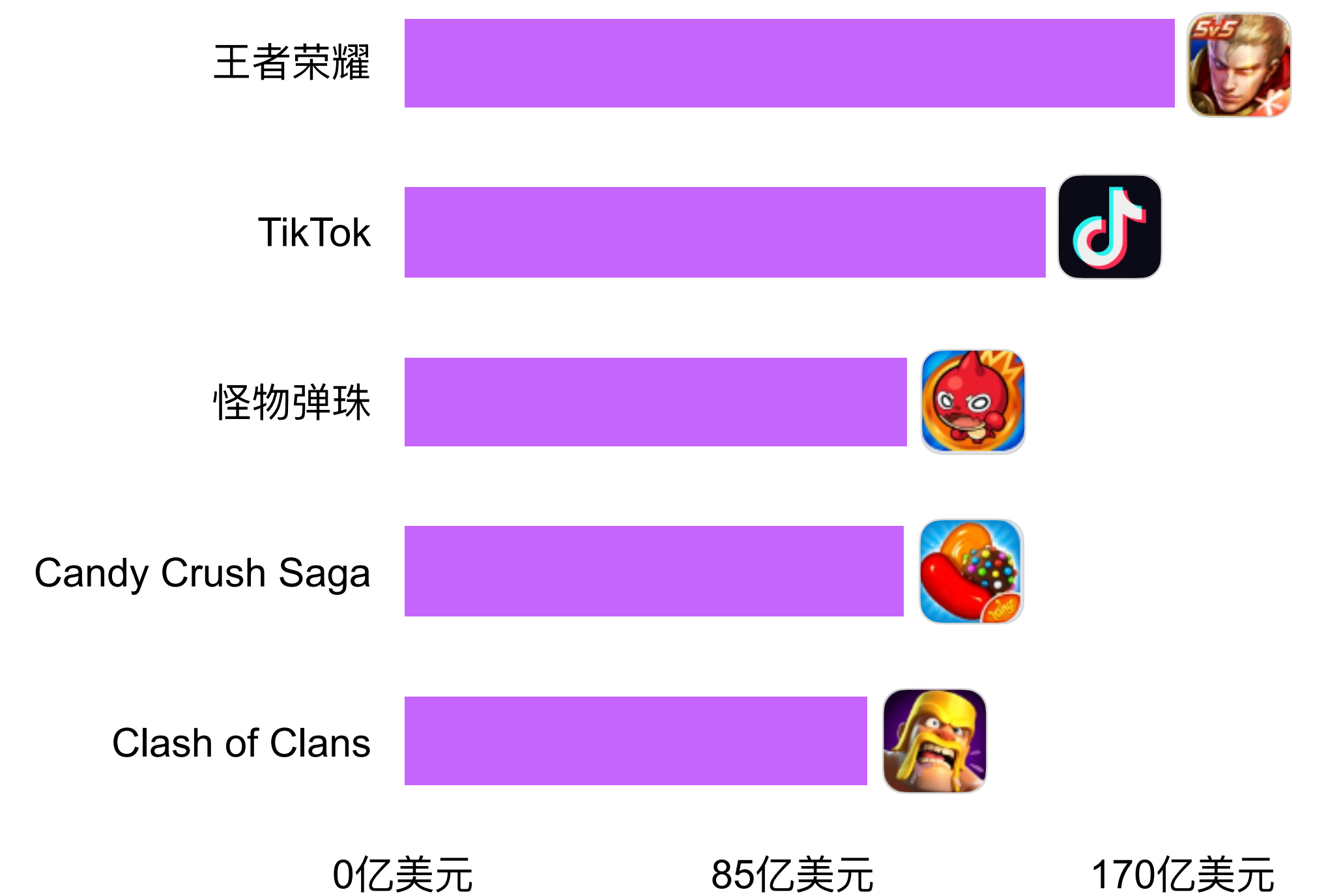
数据来源：Sensor Tower 商店情报



《TikTok》全球累计下载量与内购收入趋势



全球移动应用累计内购收入榜Top5

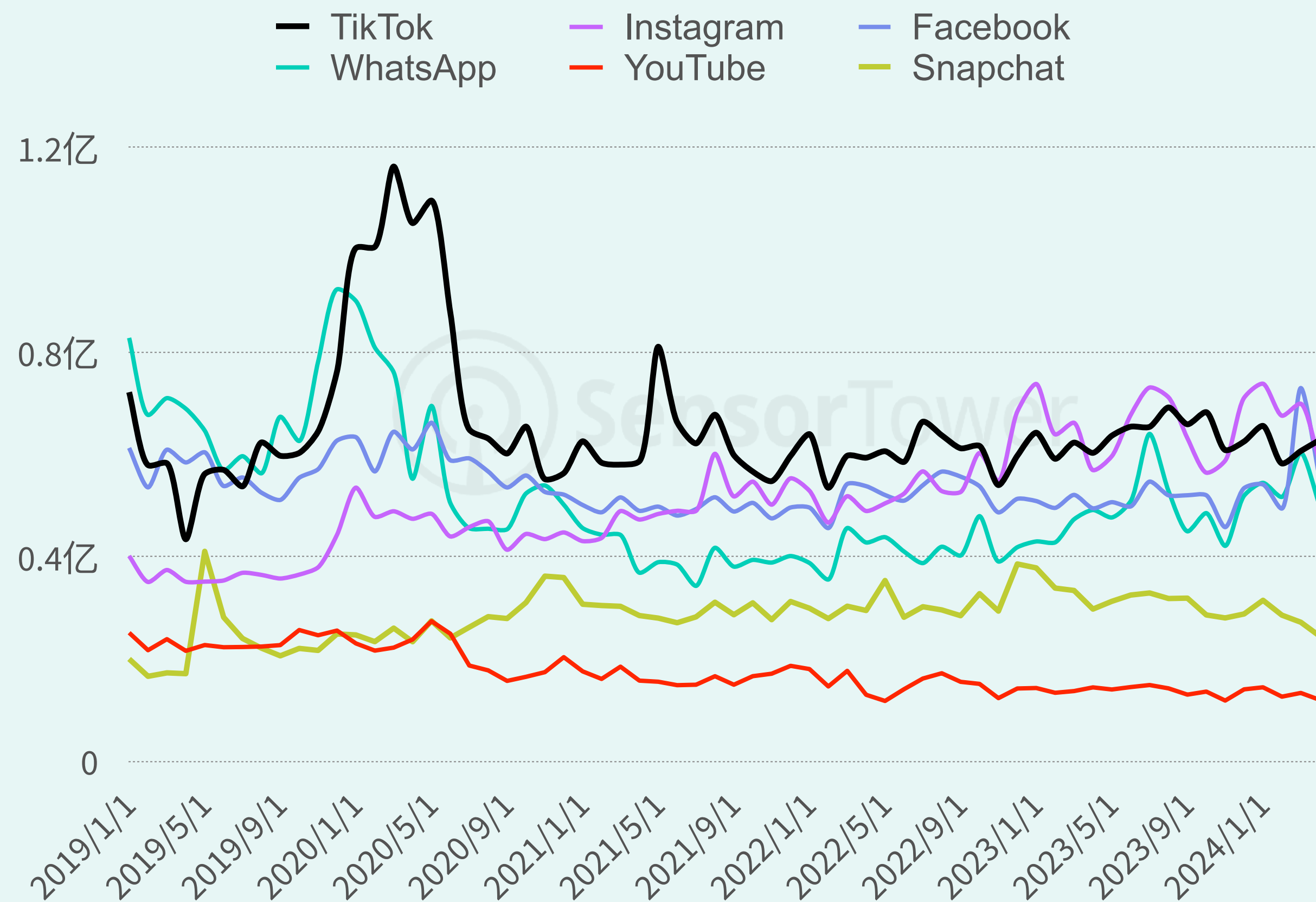


《TikTok》变现能力远超同类应用，内购收入保持强劲增长

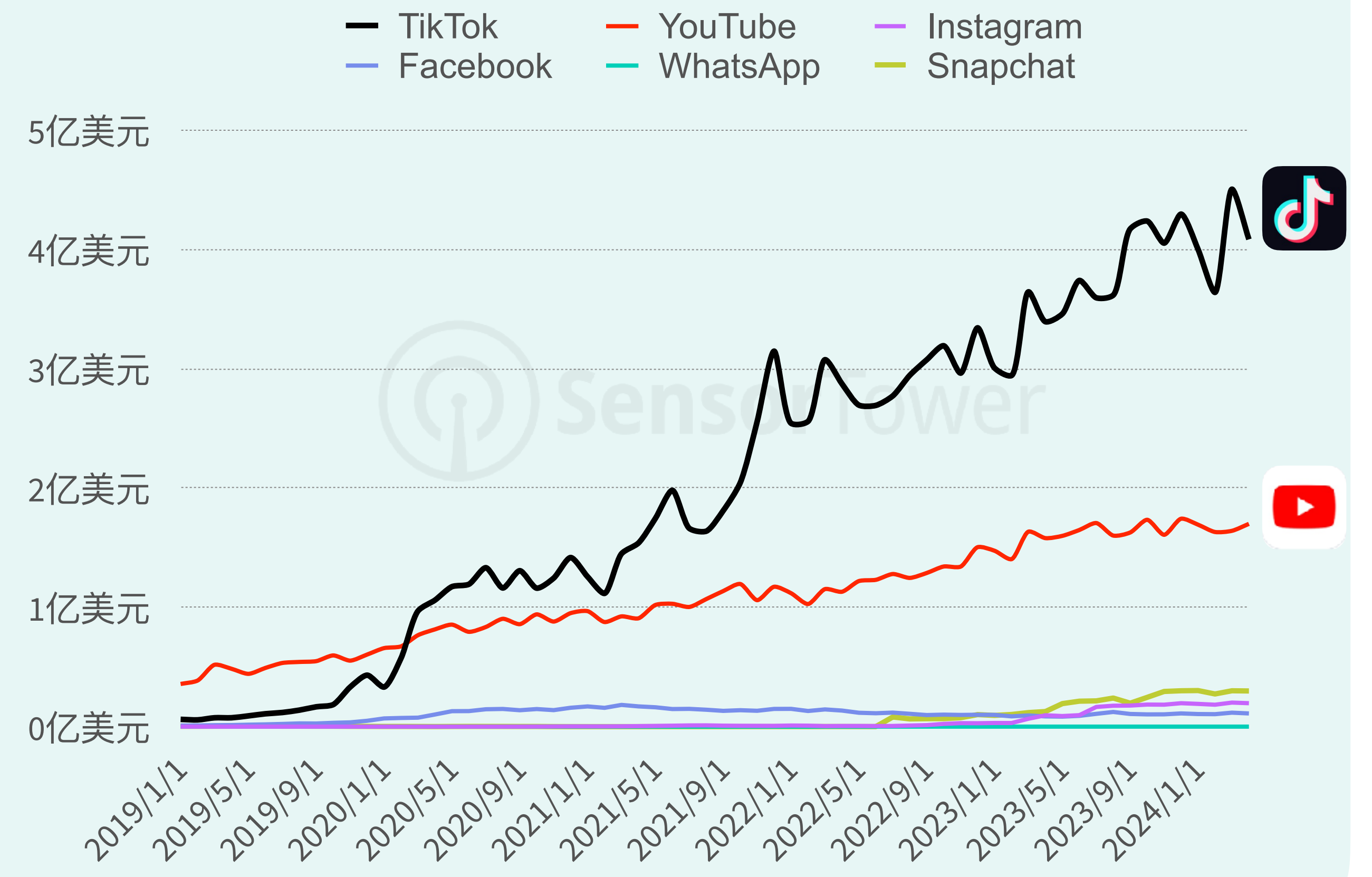
说明：数据统计截止至2024年4月。数据来源：Sensor Tower 商店情报

《TikTok》与《WhatsApp Messenger》、《Facebook》和《Instagram》等头部社交应用下载量不相上下，但在内购收入收入方面《TikTok》远超其他社交应用。与此同时《TikTok》收入仍保持增长，2024年3月内购收入达到4.5亿美元，创历史新高。

《TikTok》与头部社交应用全球下载量趋势



《TikTok》与头部社交应用全球内购收入趋势

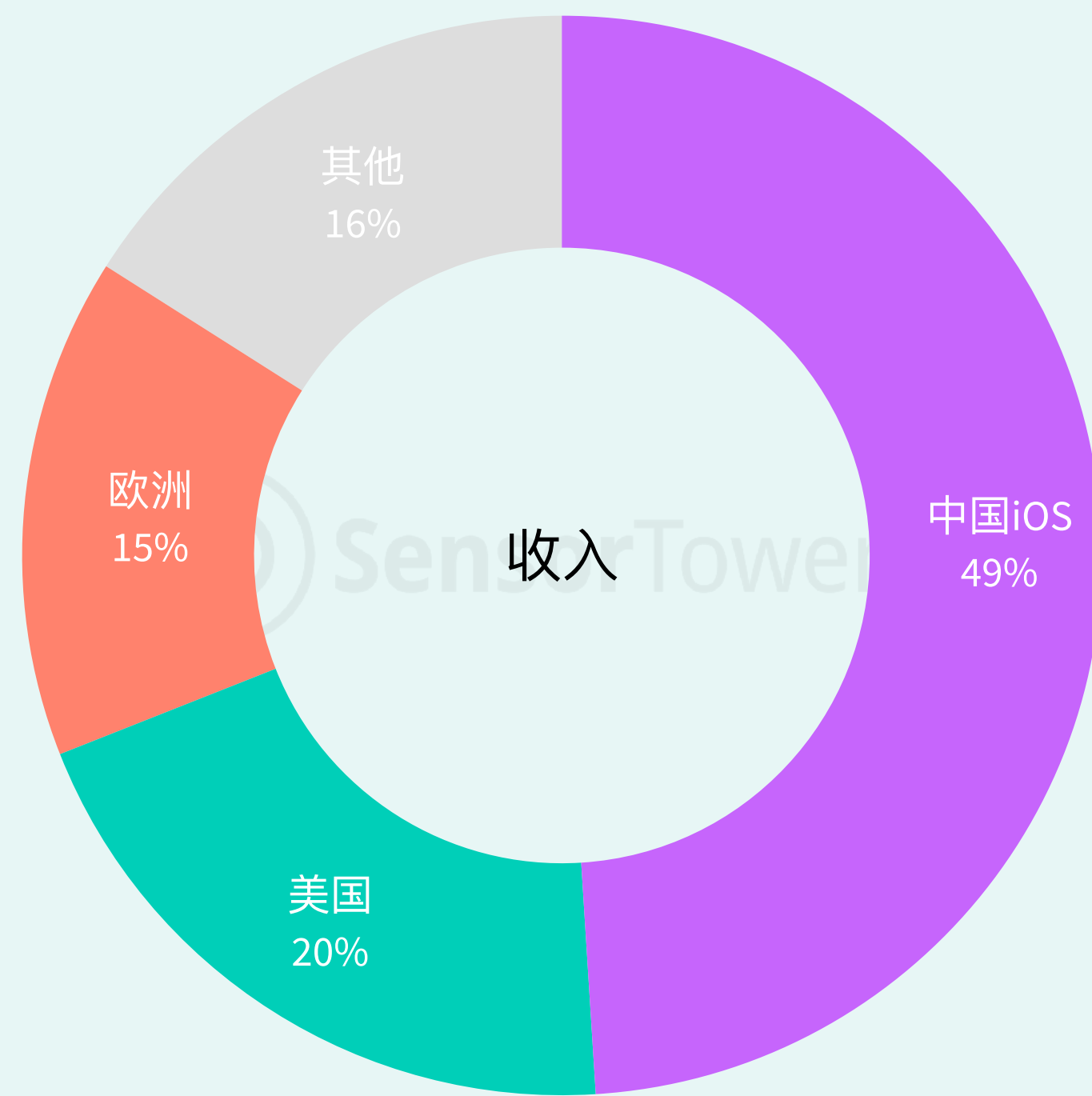


中国iOS市场贡献了《TikTok》近50%的全球总收入

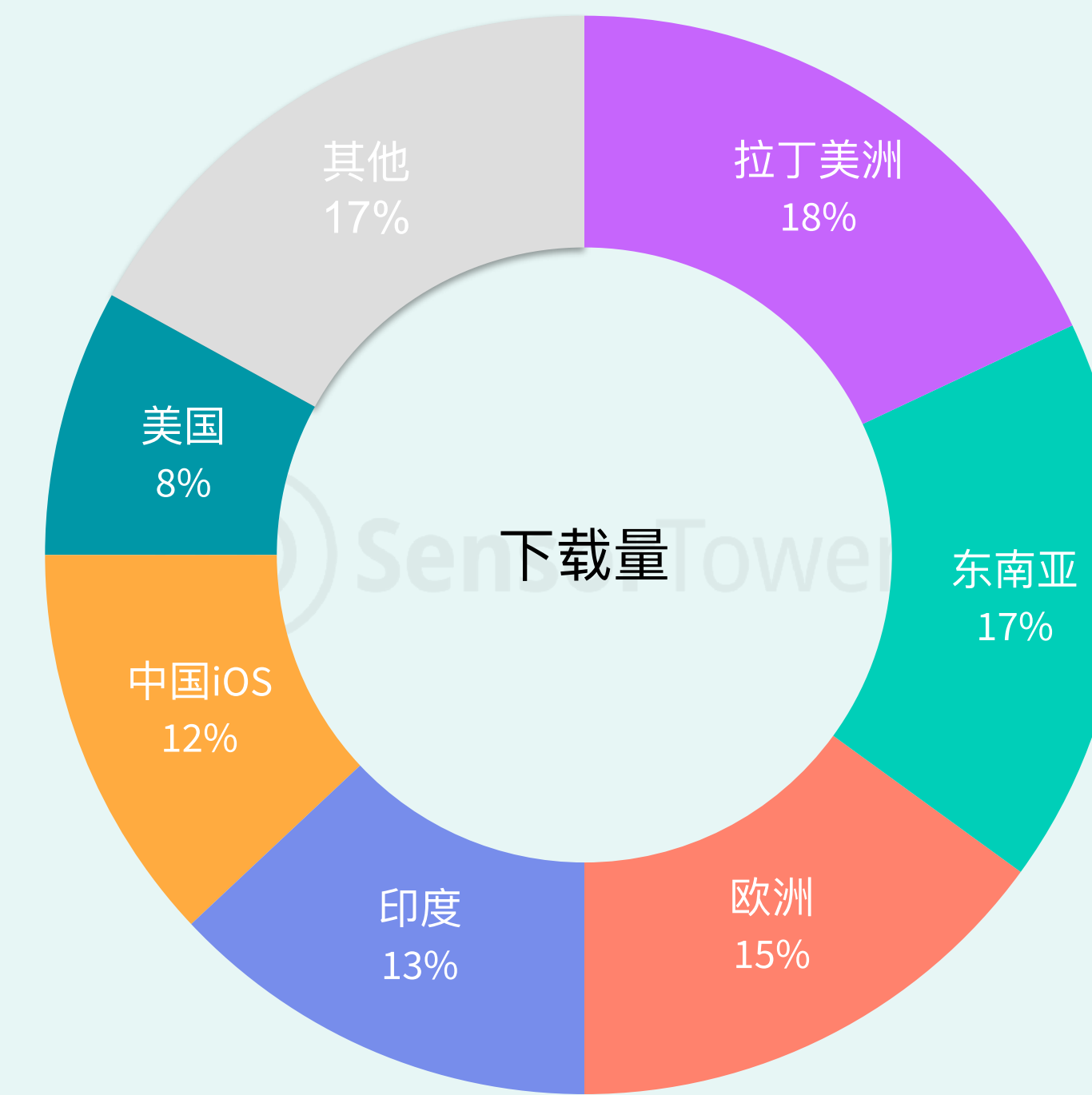
说明：数据统计截止至2024年5月。数据来源：Sensor Tower 商店情报

《TikTok》全球总内购收入中，仅中国iOS市场就贡献了近50%，美国和欧洲收入占比分别为20%和15%。就下载量而言，拉美市场下载量占比达到18%，中国iOS和美国市场分别占比12%和8%。中国iOS市场平均单次下载付费约为11美元，高于美国的6.4美元和欧洲市场的2.7美元。

《TikTok》全球累计内购收入市场分布



《TikTok》全球累计下载量市场分布

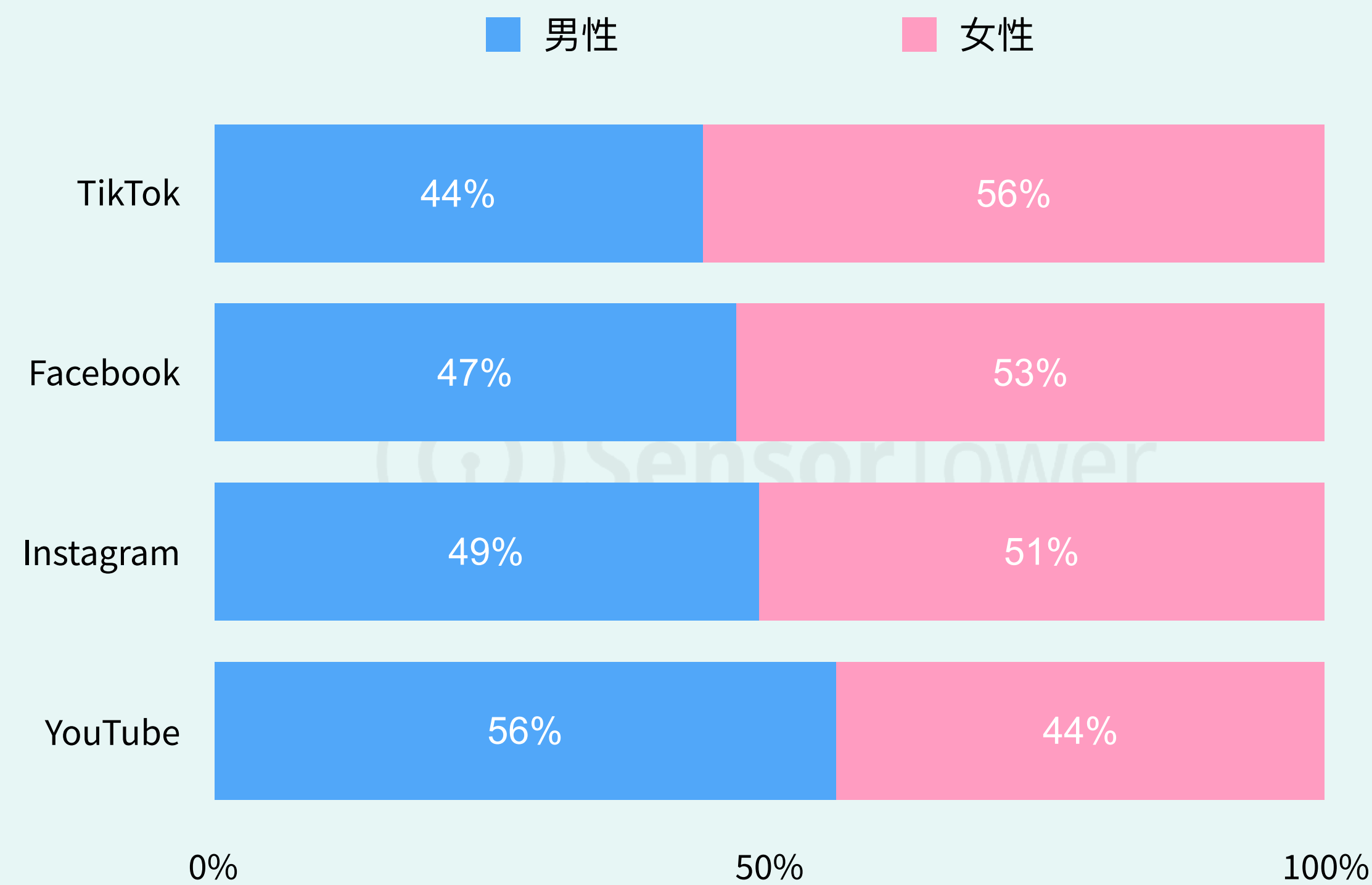


《TikTok》 美国市场年轻用户比例高于头部同类应用

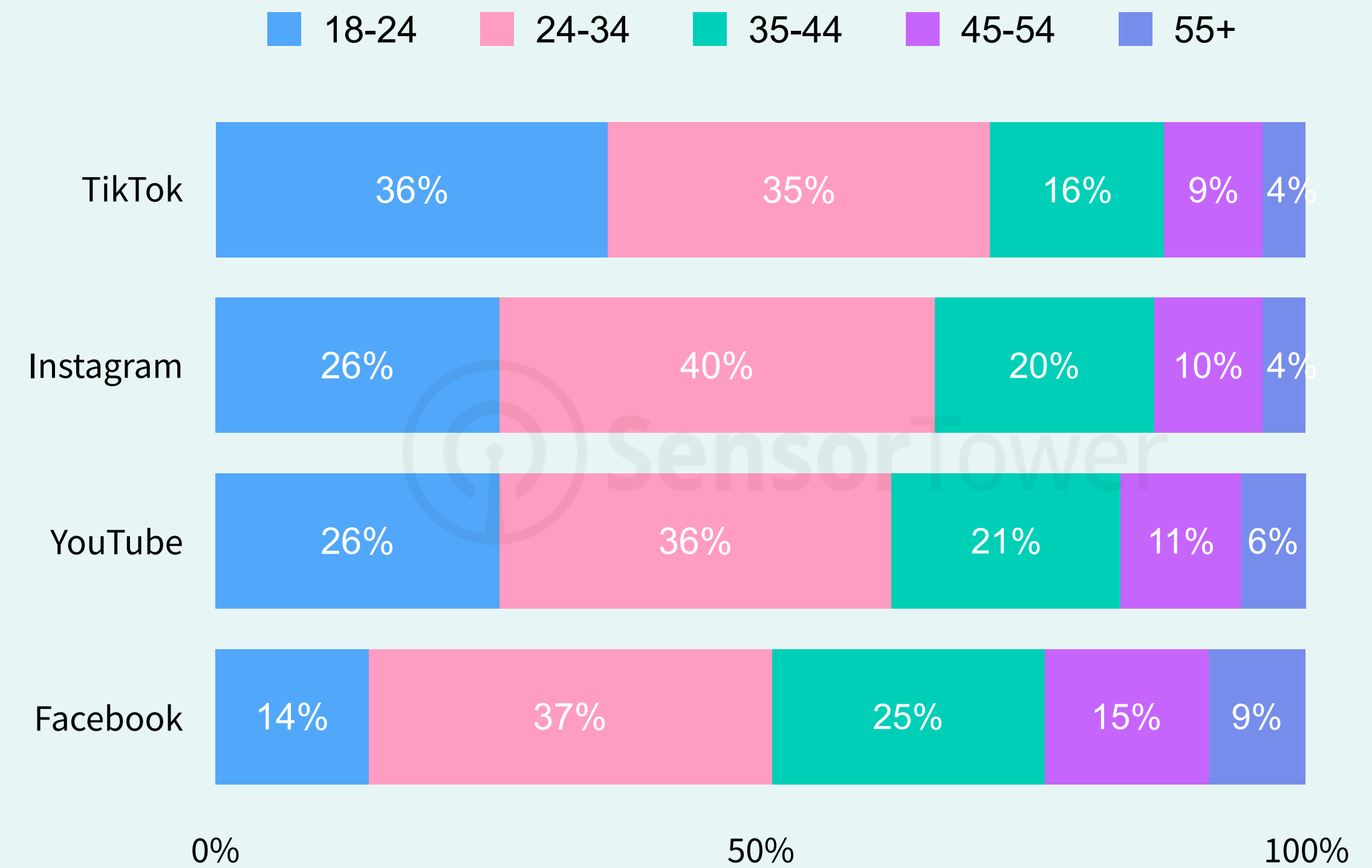
说明：数据统计2024年1-3月。数据来源：Sensor Tower Audience Insights

相比于《Facebook》、《Instagram》和《YouTube》等头部社交应用，《TikTok》更受年轻用户青睐。2024年第一季度，《TikTok》在美国市场中70%的用户年龄在18-34岁之间，00后用户占比更是高达36%，显著高于《Instagram》和《YouTube》的26%，以及《Facebook》的14%。

美国市场《TikTok》与头部社交应用性别比例



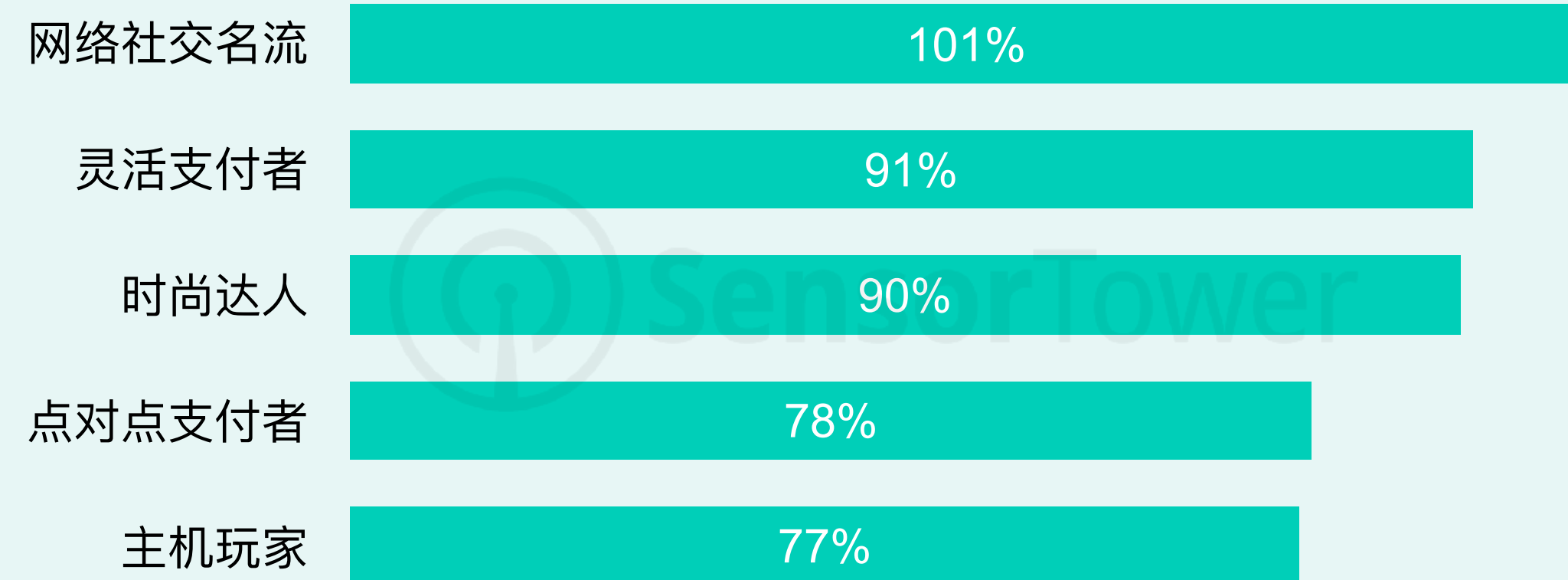
美国市场《TikTok》与头部社交应用年龄比例



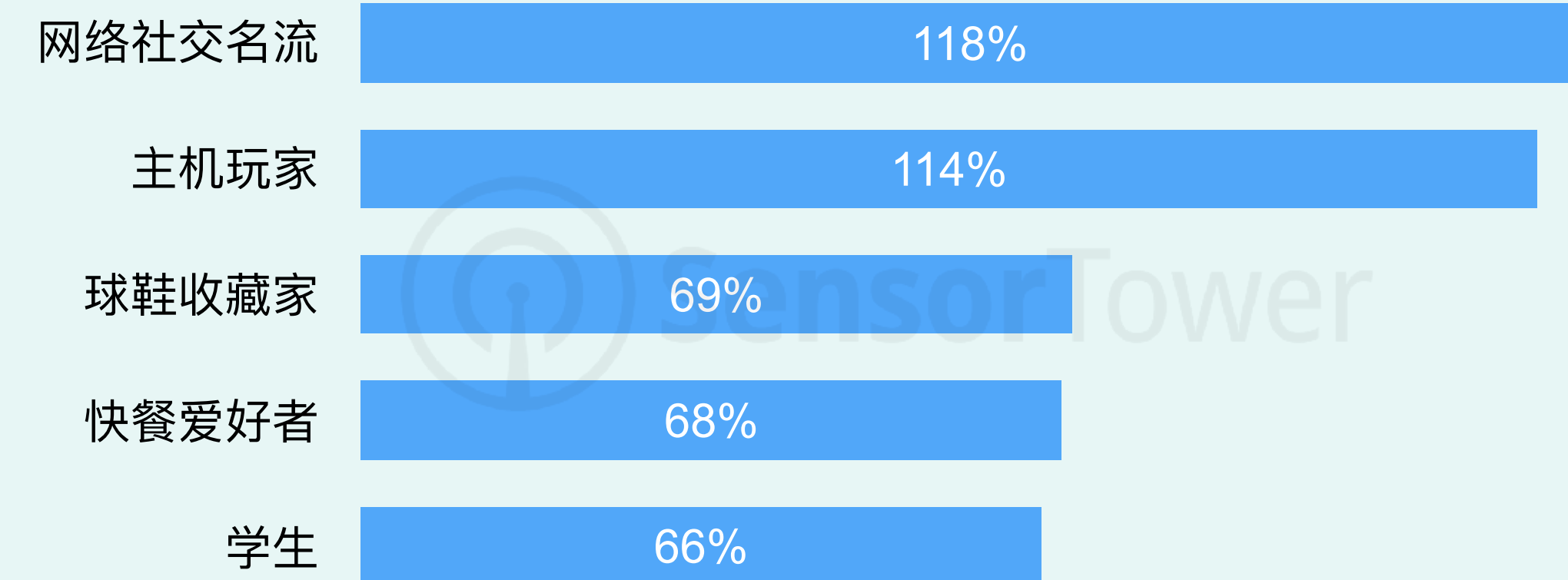
《TikTok》用户画像以网络社交名流、时尚达人和灵活支付者为主，展现年轻用户偏好

说明：数据统计2024年1-3月。数据来源：Sensor Tower Audience Insights

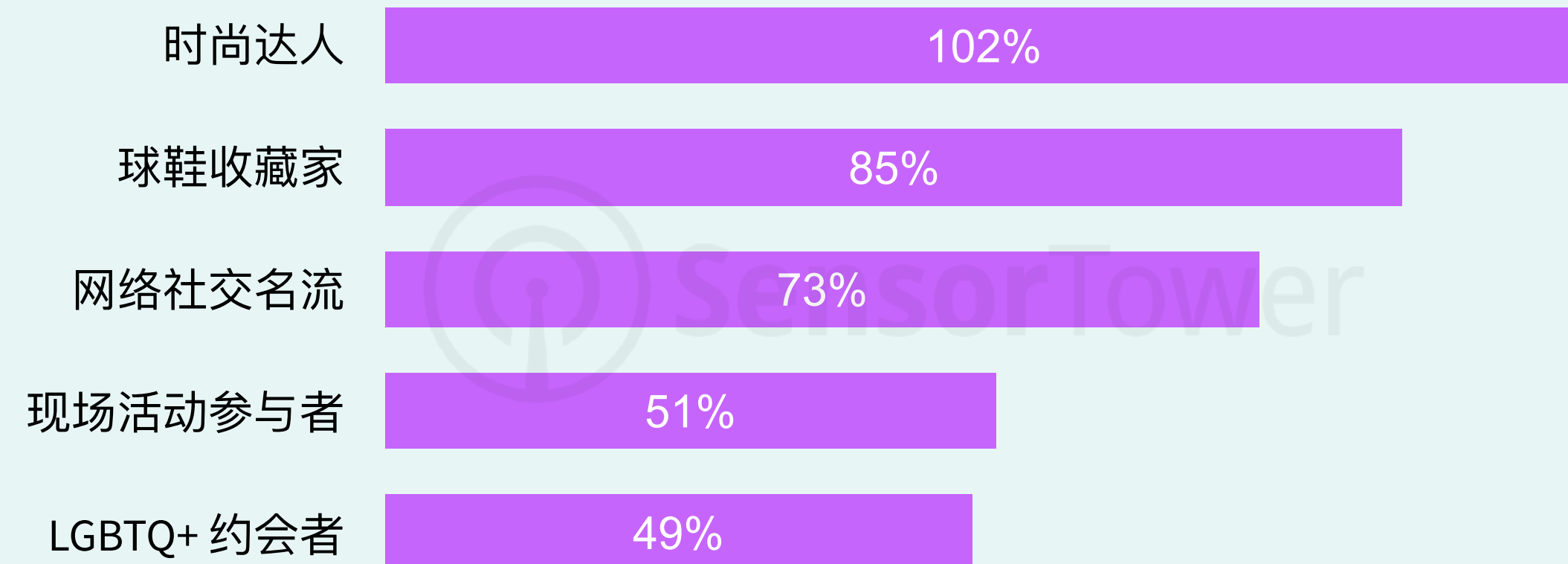
《TikTok》美国市场用户画像



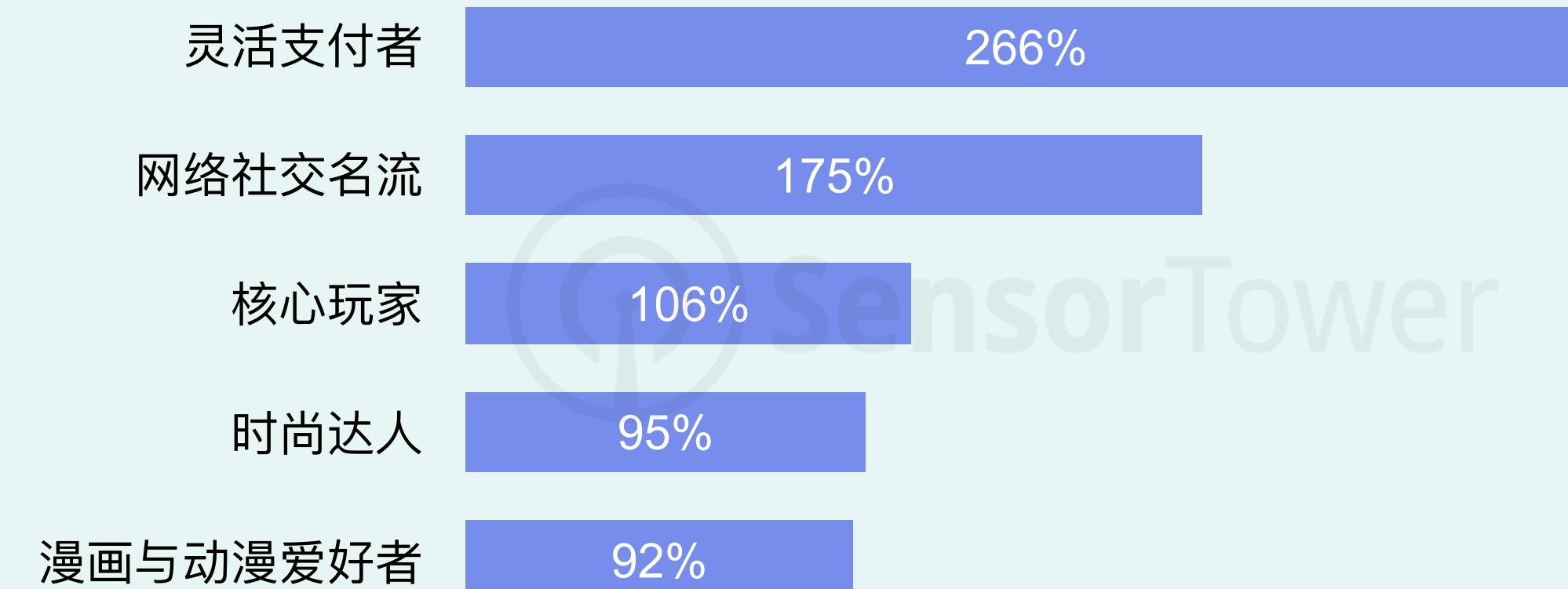
《TikTok》英国市场用户画像



《TikTok》日本市场用户画像



《TikTok》韩国市场用户画像

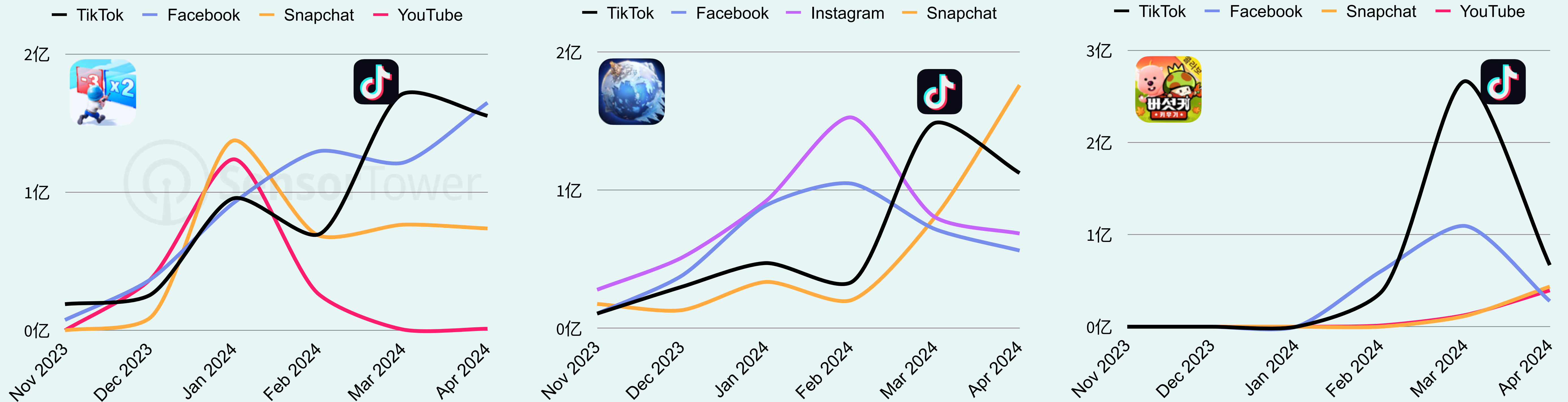


《TikTok》成为近期热门手游重要的广告投放平台

说明：数据统计截止至2024年4月。数据来源：Sensor Tower Pathmatics

作为一款风靡全球的社交应用，《TikTok》也成为当下热门手游重要的广告投放平台。2023年11月至2024年4月期间，《Last War:Survival Game》、《Whiteout Survival》和《菇勇者传说》均提高TikTok平台广告支出，广告曝光量随之大幅增长，在全球手游增长放缓的市场环境中，更快速地突破用户规模增长瓶颈。

《Last War:Survival Game》、《Whiteout Survival》、《菇勇者传说》美国市场广告曝光量趋势



重点摘要



2024年第一季度全球社交应用收入创历史新高，同比增长19%至45亿美元。

在下载量增长放缓的趋势下，全球社交应用内购收入依旧节节攀升。2024年第一季度收入达45亿美元，同比增长19%，创历史新高。



尽管下载量增长放缓，头部社交应用商业化变现效果显著。

头部社交应用越来越注重商业化变现。直播打赏推动《TikTok》收入同比增长26%，付费订阅用户增长将《Snapchat》和《Instagram》收入同比拉升157%和230%。



《TikTok》全球累计内购收入突破140亿美元，蝉联全球多市场移动应用畅销榜冠军。

截至2024年5月，《TikTok》全球累计内购收入超140亿美元，且保持强劲的增长势头。中国是《TikTok》收入最大的市场，贡献近50%的总收入。



Sensor Tower 亚太市场洞察团队



Nan Lu
亚太地区营销总监
旧金山



Yena You
移动市场战略分析师
首尔



Hideyuki Tsuji
移动市场战略分析师
东京



Rui Ma
移动市场高级分析师
深圳



Sara Tan
亚太地区营销运营经理
新加坡



Sensor Tower 简介

Sensor Tower是一家领先可靠的企业移动市场洞察咨询服务平台，旨在向全球的企业、发行商和开发者们提供移动应用在全球市场的综合数据表现、用户使用情况以及广告营销趋势等多方面企业级服务。

全球信息覆盖

—
平台提供移动市场关于下载和应用内收入最全面的数据信息，其中App Store全球数据覆盖率达到99%

精准数据指标

—
多次行业验证产品对标里程碑事件数据误差 <5%

商店数据获取

—
通过API从App Store以及Google Play商店获取数据以天为单位及时更新

产品功能创新

—
平台持续更新产品功能，致力于更好地服务合作伙伴和客户



Sensor Tower 解决方案



Store Intelligence 商店情报

—
下载&收入
发行商分析
国家分析
行业分析
...



App Intelligence 应用情报

—
应用总览
商店推荐
关键字研究
搜索广告
...



Ad Intelligence 广告情报

—
广告主排名
素材分析
渠道分析
...



Usage Intelligence 使用情报

—
DAU/MAU
用户留存
用户画像
交叉分析
...



App Teardown 应用拆解

—
SDK排行
SDK检测
...



Consumer Intelligence 用户情报

—
参与度分析
群组划分
...



SensorTower

简介

Sensor Tower是全球应用经济市场情报和洞察力的领先供应商。我们为移动营销人员、应用发行商和行业分析师提供关于移动应用和发行商的企业级数据以及相关竞争性洞察。我们的服务包括：应用情报、商店情报、广告情报、使用情报等。

联系方式:

sensortower-china.com
sales@sensortower.com

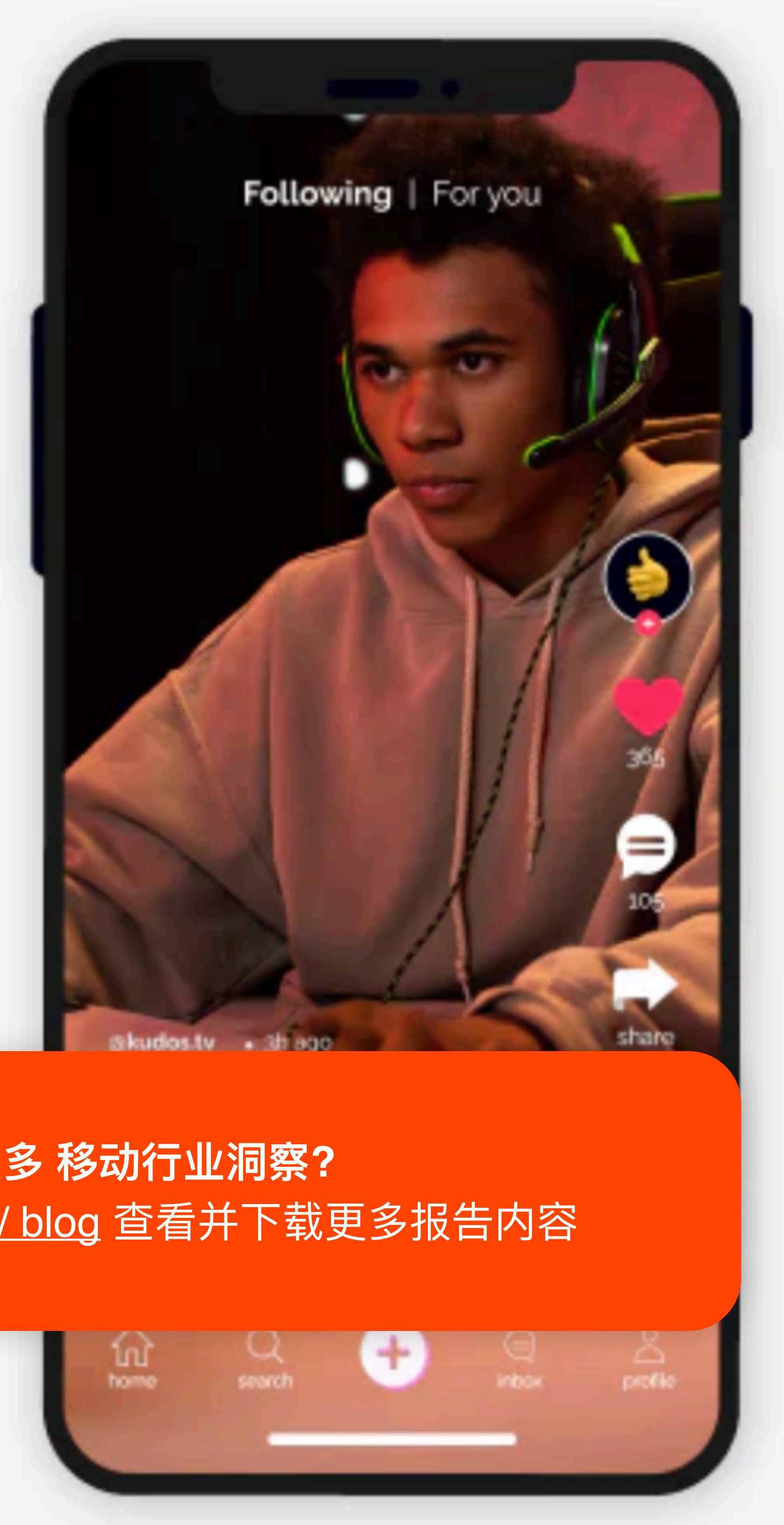
微信:



Sensor Tower 使用条款

本报告和其中包含的所有原创内容由Sensor Tower全资拥有。除非得到了明确的许可，否则任何修改、再版、分发或其他未经授权的使用都将违反版权。报告中的应用程序图标、图像和其他品牌资产为其各自出版商的财产，明确仅用于编辑评论。

GO LIVE ON
Tok



是否需要了解更多 移动行业洞察？

使用 sensortower-china.com/blog 查看并下载更多报告内容



Sensor Tower