

看澳洲幸运10怎样看走势

EMCm7DuGMf9IBRLV

看澳洲幸运10怎样看走势AI应用大盘点：谁暴涨？谁掉队？

定焦One (dingjiaoone) 原创

作者 | 王璐

编辑 | 魏佳

2025年第一季度，AI应用赛道迎来爆发式增长。

第三方机构QuestMobile显示，截至2025年2月，AI原生App活跃用户数达2.4亿，比1月规模几近翻倍。这场热潮的引爆点，源自人工智能公司深度求索年初发布的DeepSeek-R1推理模型引发的现象级传播。

到了3月初，被称为全球首款通用型AI Agent产品的Manus亮相，再次引发市场期待。虽然Manus还处在内测阶段，但由于用户过于热情，邀请码在二手平台上炒到了上万元。

这场狂欢，不仅点燃资本市场热情，更催生出“AI应用元年”的行业共识。那么问题来了，到底谁是今年Q1全球最火AI应用？一定程度上，这一答案不仅代表着AI应用领域的未来发展方向，也影响着大公司格局，甚至还藏着下一个AI独角兽。

对此，「定焦One」选取了市面上几家热门的AI榜单，分别是AI产品榜、Xsignal、AIGCRank、新榜，综合了月活（MAU）、日活（DAU）、下载量三个比较重要的维度，以及从业者的观点，梳理出1-3月全球AI应用的前二十及国内前十，有了以下发现：

目前市面上的AI应用榜单比较杂乱，各家的数据来源、排名维度、统计结果有很大不同，需要综合多个榜单才能得出较为全面的结论；

整体来看，AI头部应用相对稳定，前四位被ChatGPT、夸克、豆包、DeepSeek占据；

国内AI应用的影响力越来越大，全球AI应用的前二十里，中外应用占比基本各一半；

AI应用的市场欢迎度有着明显的类型划分：聊天机器人>AI伴侣>AI修图>AI办公>AI视频；

AI应用排名并不仅仅关乎技术，和营销能力、功能集成等也有关。

想给AI应用排名，参考哪些维度、各维度的重要性如何，是需要事先明确的问题。但我们参考多份榜单后发现了一个令人困惑的现象：同一款应用在不同榜单中的排名可能天差地别。

这种混乱主要源于两个核心问题。

首先，各榜单的排名逻辑很不一样。

「定焦One」发现，一部分榜单会选择将同一应用的APP端和Web端数据放在一起，从而得出排名，有的则分成APP榜、Web榜两个榜单进行统计；排名的参考维度也各不相同，主要分月活（AI产品榜、

Xsignal)、日活 (AIGCRank)、下载量 (新榜) 等等，有的榜单会选取其中两三个参考维度，有的只采用某一个。

其次，即便是同一款APP的同一维度，各榜单给出的数据也差别很大。

图源 / Unsplash

比如AI产品榜和Xsignal都主要参考月活数量给AI应用排名，但两家关于每一APP的数据都不相同。以DeepSeek的APP端为例，AI产品榜显示其2月MAU为6181万，而Xsignal为14550.77万。

一位资深数据从业者告诉「定焦One」，这主要是因为各家的数据来源存在差异。他介绍，市面上的AI榜单数据来源可大致分为两种，一种是自己监测，这类公司自身多为数据监测公司，AI火了后便开发出了AI应用的相关榜单，另一种则是自身没有数据基因，通过第三方平台购买数据，然后自己总结出榜单。

第三方购买便导致很多数据来源并非一手，也无法评估数据的可靠性。这位从业者还表示，AI行业很新，不同数据监测公司对AI应用的测算也没摸索出一套比较成熟的计算体系，会导致数据出现差异。

另一位榜单从业者也坦言，他们是从第三方数据公司购买AI应用的相关数据，在整理过程中发现各家的数据差异很大，导致挑选数据维度纠结了很久。综合考量后，他们最终没有依据市面上常用的月活维度，而是换成了以日活维度来排名。

不过，尽管存在一些差异，综合多位数据从业者的说法，行业内部已形成基本共识：在众多数据维度中，重要性排名为月活>日活>下载量>其他。

“如果某一应用在不同榜单中的排名都十分靠前，基本可以判断其表现不错。”一位从业者表示。至于具体数据的差异，从业者建议不必过度深究，更应关注整体趋势。

基于这些认知，「定焦One」本次主要依据各榜单的月活数据进行排名，当不同榜单数据冲突时取平均值。还需要说明的是，很多应用分为APP端和Web端，但APP端往往代表着更高的用户粘性和主动使用意愿，所以主要统计APP端数据。此外我们也会呈现一些APP变化比较大的数据维度，希望提供相对全面的参考坐标。

先来看看全球单月AI应用榜的前二十。

在1月全球AI应用排行榜中，ChatGPT保持绝对领先优势，其优势在于起步早、技术先进，是全球第一款炸场子的AI应用，如今在MAU、月下载量上都与其他家拉开了明显差距，分别为34941万、69500万，远超第二名夸克的14340万、593.74万。

紧随其后的是国内大厂的AI应用，字节的豆包和新晋黑马DeepSeek，分列第三、四名。相比于其他AI应用一直是榜单上的常客，DeepSeek属于出场即爆款，之前一直默默无闻，春节前凭借深度思考模型DeepSeek-R1，直接升至榜单前列。

“AI六小龙”里，月之暗面的Kimi排在第八，智谱的智谱清言排在第十八。百度的文小言、360的纳米搜索、科大讯飞的讯飞星火等均排在十名开外。

2月的AI应用市场发生了两件大事，一是国内各大AI应用陆续接入DeepSeek，二是国外为了应对DeepSeek的冲击，陆续更新产品，这些变动都影响到了当月的榜单排名。

变化最大的是，腾讯的AI聊天机器人应用元宝、美国AI明星公司Anthropic的Claude从二十名开外分别冲到第十名、第十六名。元宝得益于2月13日宣布接入DeepSeek，AI产品榜显示其当月MAU为1312万。Claude则在2月上线了一个大动作，添加了其“迄今为止最智能的模型”——Claude 3.7 Sonnet，并首次引入混合推理功能，一把赚足了市场的期待值。

到了3月，市场上虽然出现了一款被称为“比肩DeepSeek、震撼硅谷”的AI Agent应用——Manus，同样由国内创业团队打造，但由于产品仅支持邀请码使用，大部分用户无法体验，也未能登上榜单前二十。因此，3月的AI应用排名变化不大，只是元宝进一步从第十冲到前五。文小言也在3月接入了DeepSeek，排名从2月的第十七提升至第十三。

值得注意的是，还有一些垂直领域的APP登上了各大榜单前列。比如Xsignal榜单显示，AI写作类工具AI创作狮，2月MAU为372.37万，环比增长20011.43%；AIGCRank榜单显示，作业帮的快对AI、猿辅导的小猿AI，这类AI教育工具凭借高日活，都首次上榜国内应用榜单前二十。

总体来说，ChatGPT、夸克、豆包、DeepSeek这四款产品“霸榜”几乎所有的榜单。除此之外，我们还能得出一些结论：

一是应用类型，纵观1-3月的整体排名，AI应用的受欢迎度为：聊天机器人>AI伴侣>AI修图>AI办公>AI视频。

榜单前四都属于聊天机器人领域，其次是以Talkie AI、星野为代表的AI伴侣（AI情感陪伴）和Remini这类AI修图工具，而DeepL、Notion AI这类AI办公工具排名相对靠后。

一位从业者表示，聊天机器人定位为通用型AI工具，天然具备高普及度，各大厂主要也在卷这一方向。AI伴侣则满足了当下年轻人对于情感陪伴、社交的需求。至于修图、办公类AI应用，与人们的日常工作息息相关。

相比之下，尽管字节、快手、MiniMax等厂商在AI视频赛道重兵投入，但C端接受度不如其他类型，主要因为有一定的上手门槛。至于AI问诊、AI编程等垂类App，更是尚处市场培育期，接受度有待提升。

在热门的五大AI领域，都跑出了至少一款代表性产品。

比如在聊天机器人领域，ChatGPT最强，且增速稳定，3月的下载量远超1月。一位从业者表示，按照ChatGPT现在的技术迭代水平来看，MAU和下载量还会继续增长。国内这一赛道的竞争更加激烈，夸克、豆包、DeepSeek三者没有拉开明显差距。AI伴侣赛道中，Talkie AI月活最高，由国内公司MiniMax专门针对海外市场开发。

二是中外竞争格局。

不止一位从业者认为，国内AI应用的发展速度很快，中外差距正在缩小。整个Q1排名前二十的应用中，国内外数量基本持平，前五名里中国App占据四席，增速最快的也为国内的腾讯元宝。

这一方面源于越来越多人积极主动地拥抱AI，另一方面得益于各大厂商持续加大AI应用的研发和营销力度，以及一些如Deepseek的创业团队突围。这场全球AI竞速赛的悬念还在持续升级。

再来看看国内的情况。

1月AI应用排行榜前十名基本被三大阵营占据，包括“大厂系”的阿里夸克、字节豆包、百度文小言、360纳米AI搜索、科大讯飞的讯飞星火；“AI六小龙”的月之暗面Kimi、智谱的智谱清言；以及“新晋黑马”深度求索的DeepSeek。

它们的主战场集中在聊天机器人领域，大厂系表现最为突出，夸克、豆包霸占前两名；DeepSeek排在第三。

前十名中还有两位选手不属于聊天机器人赛道，为字节的猫箱和Mini Max的星野，它们都属于AI伴侣产品，在各个维度上的数据十分接近，目前还没有分出绝对胜负。

2月的格局发生了明显变化，字节系的AI视频生成工具即梦和腾讯元宝大步前进，分别排在第九和第五，讯飞星火和智谱清言消失在榜单前十。

不难看出，国内聊天机器人赛道还缺乏独特性，其能否上榜与营销力度有着强相关。

到了3月，即梦更进一步，从2月的第九升至第六，但其竞争对手快手的AI视频工具可灵则一直没有进入前十。

这或许和许多圈内人的感知背道而驰。不止一位从业者认为，可灵的文生视频、图生视频效果超过了国外的Sora。今年3月，全球知名AI基准测试机构Artificial Analysis发布了最新的全球视频生成大模型榜单，可灵1.6pro（高品质模式）排在图生视频（Image to Video）赛道榜首。

有从业者分析，一方面，AI视频生成工具存在一定门槛，天然比其他工具用户量少，另一方面，很多用户主要在Web端而非APP端使用，因此对两者比较时，还需要参考Web端数据。

Xsignal榜单显示，近三个月可灵和即梦的Web端排名紧挨，即梦略领先可灵一位。全球著名投资基金、咨询公司Andreessen Horowitz（简称a16z）发布的2025年全球100生成式AI应用排行榜显示，可灵网页端的月独立访客量排名20，超过了Sora、Midjourney、Runway等海外知名产品，即梦则没有上榜。

可灵、即梦谁的市场认可度更高，或许要等这类应用的用户数量更多时，才能得出一个比较准确的结论。

从排名变化可以看出，竞争最激烈的当属聊天机器人赛道。今年前三个月，夸克、豆包、DeepSeek都稳居国内AI应用榜第一梯队。元宝是最大变量，1月还未出现在榜单中，2月超过文小言、纳米AI搜索升到第五，3月又超过了Kimi排名第四。剩下几家要么原地踏步，要么排名逐月下降。

需要指出的是，元宝的快速爬升与接入DeepSeek有很大关系，夸克虽然也接入了DeepSeek，但受欢迎的主要原因在于功能丰富便捷，汇集了AI搜索、AI对话以及AI PPT、AI翻译、AI生图等不同需求。

纵观季度战局，三条关键脉络逐渐清晰：其一，多线布局已成头部玩家标配，例如字节同时押注豆包、即梦、猫箱三类不同方向的AI应用，MiniMax涉足AI视频与AI伴侣。

其二，营销战愈演愈烈。

腾讯元宝能在2月崛起，除了吃到DeepSeek的红利之外，还利用站内外平台大量投放广告，最终大力出奇迹。App Growing数据显示，其在整个Q1的预估投放金额达到了17亿，1月还仅为千万级，2月投放金额直接达到3亿元，到了3月更是逼近14亿（投放金额主要是结合APP在相应媒体的投放广告创意数和刊例价来计算，由于元宝投放的大多数是腾讯系渠道，真实花费可能低于此金额）。在大厂的烧钱战略之下，曾经大举投放的Kimi，逐渐缩小了投放力度，导致排名下滑。

App Growing数据显示，国内MAU最活跃的前十家AI应用（其中DeepSeek和夸克暂无相关数据）也都保持着高投放，它们在1-3月的单月投放金额总和分别达到了4亿、5亿、16亿，也就是说，国内靠前的热门AI应用一个季度就花了25亿打广告。

其三，技术优势与市场表现并不完全正相关，可灵和即梦在从业者端的认可度与用户端月活、下载量呈相反状态。

AI应用还没完全分出胜负，在这个竞技场，昨天的颠覆者可能成为明天的守擂人，能否平衡技术创新与市场洞察，考验着每一个玩家。

*题图来源于Unsplash。

澳洲幸运10是官方彩吗

腾讯分分彩全网统一开奖

澳洲10规律公式图文

澳洲幸运10号码规律统计

澳洲幸运10免费计划最新大全

168飞艇官网开奖结果记录数据

澳洲幸运10打法

一分钟一开的彩票app

澳洲幸运8番摊包赢

168澳洲幸运5历史开奖查询

澳洲幸运10准定计划

澳洲幸运10要有多假就有多假

澳洲10开奖号码

澳洲幸运10漏洞公式

2025澳洲幸运5开奖官网结果

澳洲5开庄算账机器人

全天飞艇免费计划网页版

2025澳洲幸运5官方开奖

ai人工智能计算彩票