

IRESEARCH CONSULTING GROUP



中国手机上网用户行为研究报告简版

2012-2013年

报告摘要

- 手机上网用户男女比例渐均衡，男性占比为56.6%，女性占比为43.4%。中年以上用户（40岁以上）也开始接纳手机上网，占比为13.0%，手机上网开始向全年龄段用户渗透；
- 手机上网用户呈现学历高、专业性强等特点，大学本科以上学历者占到60.8%。企业管理人员、专业技术人员占比达到43.1%；
- 用户习惯每天多次在碎片时间进行手机上网；
- 手机端与Pad端上网行为异质化，用户在Pad端的上网活动较手机端更为丰富；
- 客户端应用对手机浏览器的入口效应分流明显，这种分流效果，学生用户比非学生用户明显，高收入人群比低收入人群明显；

目录

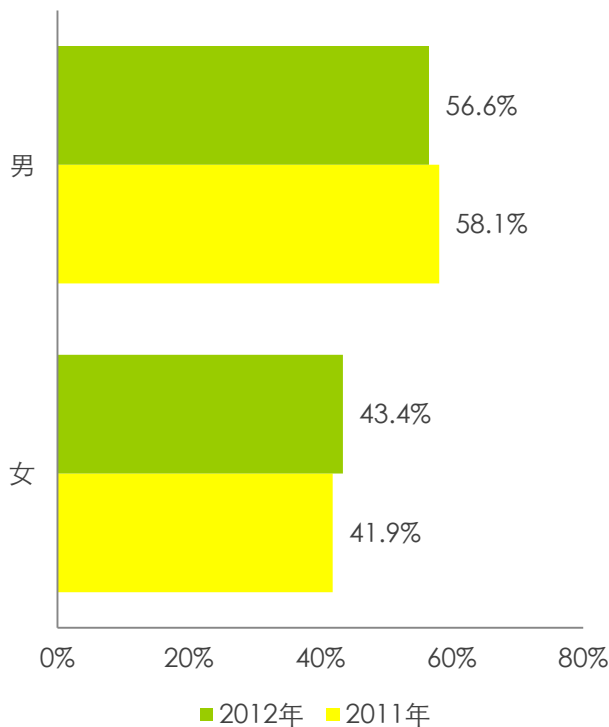
- 3** 手机上网用户基本属性
- 6** 手机上网用户行为研究
- 10** 关键词、概念和定义
- 11** 附录

手机上网用户 基本属性

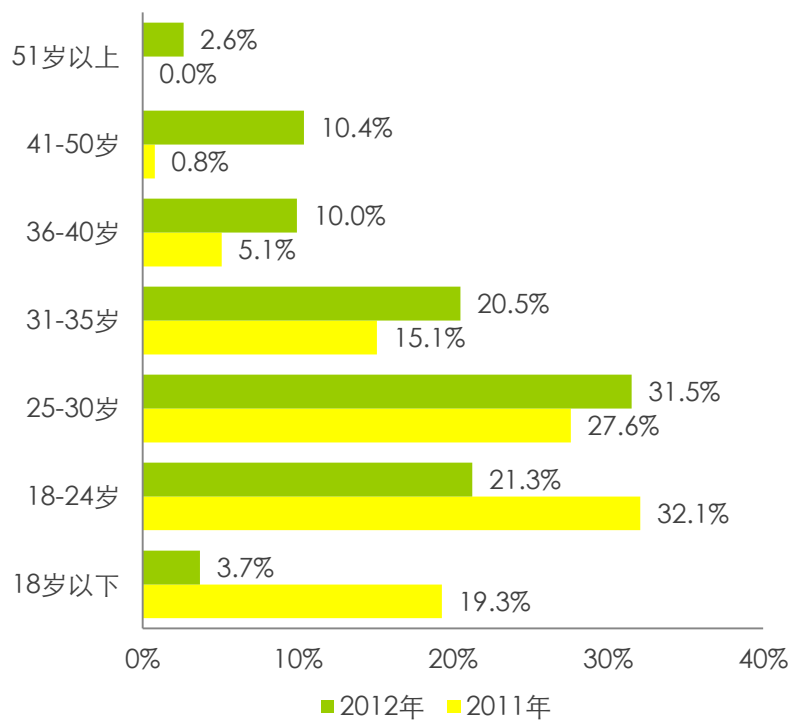
手机上网用户男女比例渐均衡，开始向全年龄段用户渗透

2012年，中国手机上网用户中男性占比为56.6%，女性占比为43.4%。男女比例较2011年趋于均衡。从年龄分布来看，2012年，手机上网用户的主流人群依然是18~35岁的青壮年消费群体，占比达到73.3%。中年以上用户（40岁以上）也开始接纳手机上网，占比为13.0%。手机上网逐渐向全年龄段用户渗透。

2011和2012年手机上网用户性别分布



2011和2012年手机上网用户年龄分布

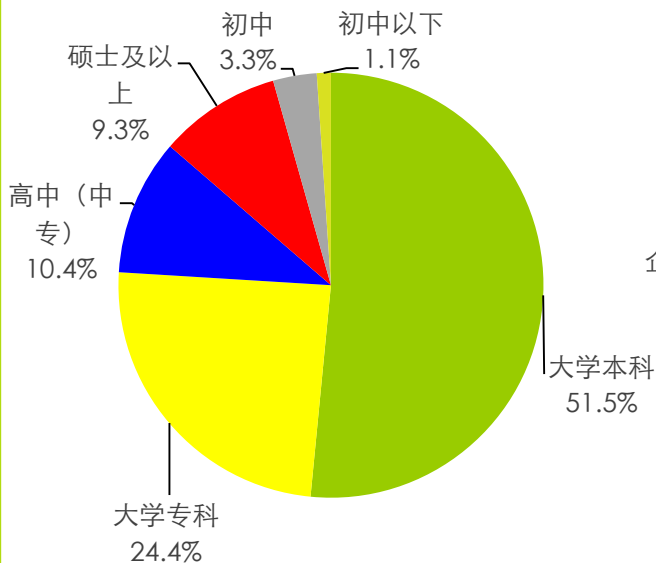


手机上网用户 基本属性

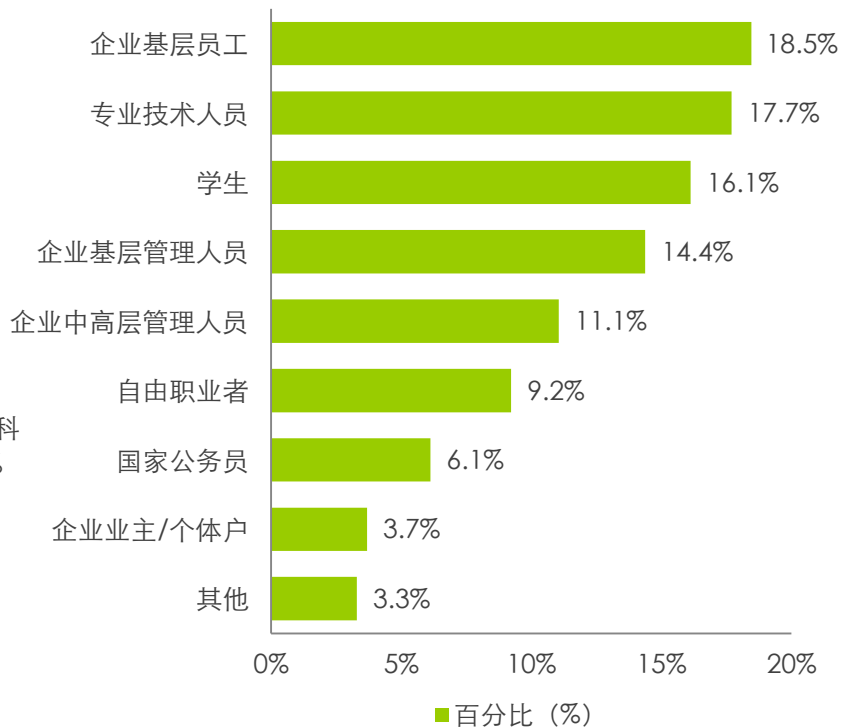
手机上网用户呈现学历高、专业性强等特点

从学历、职业分布看，2012年，中国手机上网用户中大学本科以上学历者占到60.8%。企业管理人员、专业技术人员占比达到43.1%。手机上网用户呈现高学历、高素质、职业化程度高、专业性强的特点。这些特质也正是用户采纳新技术、新产品的关键内部因素。

2012年手机上网用户学历分布



2012年手机上网用户职业分布



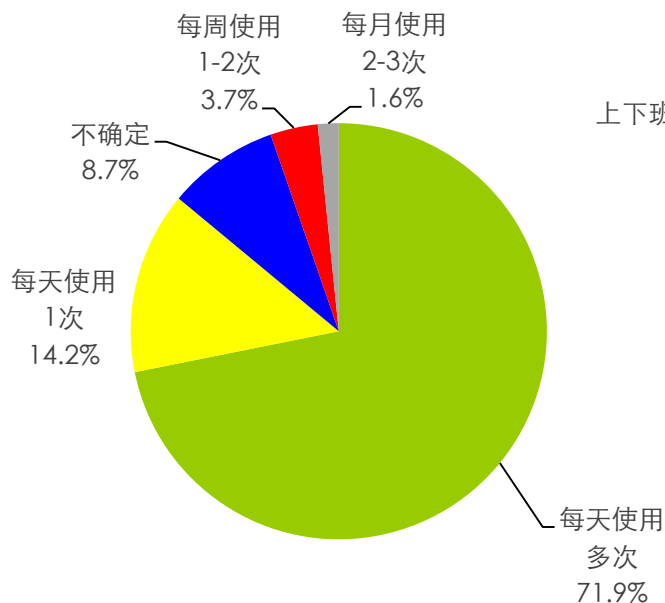
目录

- 3 手机上网用户基本属性
- 6 手机上网用户行为研究
- 10 关键词、概念和定义
- 11 附录

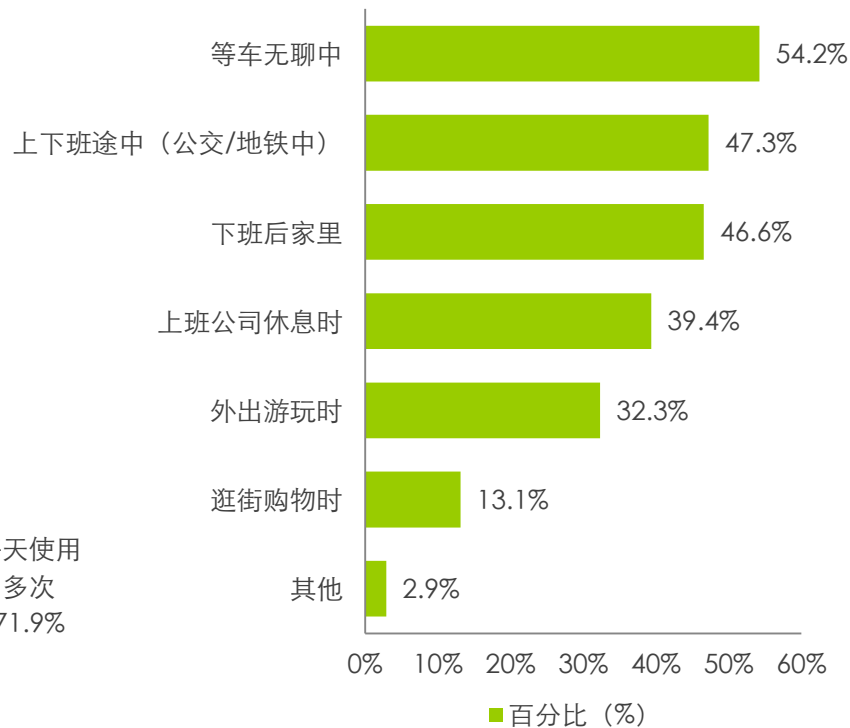
用户习惯每天多次在碎片时间进行手机上网

71.9%的手机上网用户有每天多次进行手机上网的习惯，而手机上网使用场景多为等车无聊中（54.2%）、上下班途中（47.3%）、下班后家里（46.6%）及上班公司休息时（39.4%）。可见，手机上网用户多在碎片时间使用手机上网。

2012年手机上网用户上网频次分布



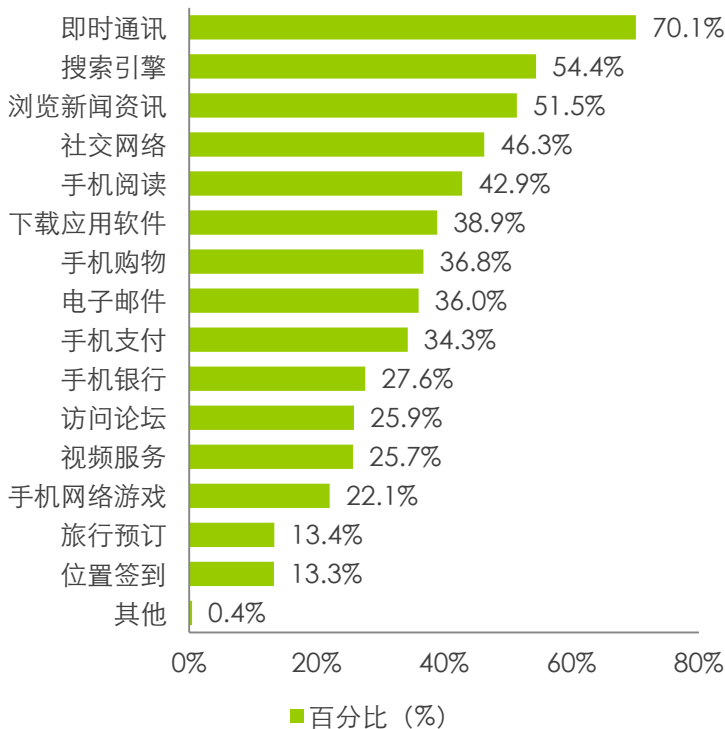
2012年用户使用手机上网的场合分布



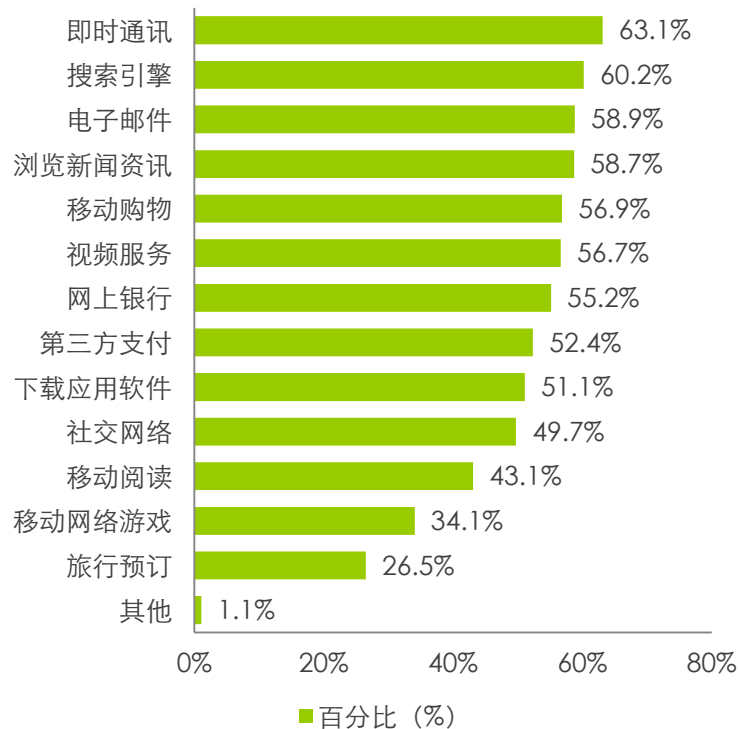
用户在Pad端的上网活动较手机端更为丰富

即时通讯、搜索和浏览新闻资讯都是手机上网用户在手机端和Pad端最常进行的活动，占比均超过50%。社交网络和手机阅读是用户在手机端较常进行的活动，占比超过40%。在Pad端，查看电子邮件、移动购物是用户较常进行的活动。仅有13.3%的用户经常进行位置签到。从整体来看，用户在手机端的各类上网活动占比区分较为明显，集中于通讯、搜索和资讯浏览。而在Pad端，用户的上网活动更为丰富，各类上网活动的占比差异不大。

2012年手机上网用户在手机端最常进行的活动



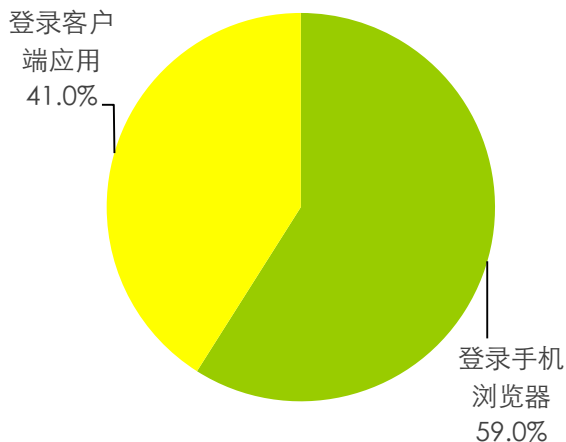
2012年手机上网用户在Pad端最常进行的活动



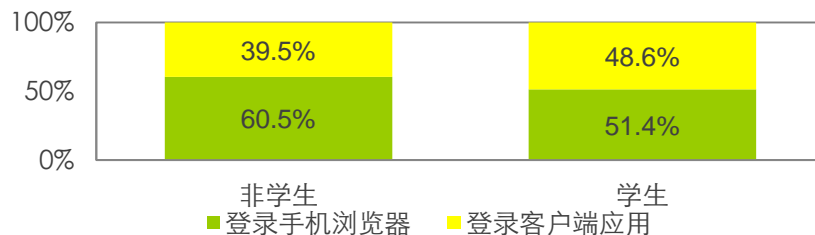
客户端应用对手机浏览器的入口效应分流明显

2012年，手机上网用户中有59.0%的用户最先登录手机浏览器，41.0%的用户最先登录客户端应用。浏览器作为PC互联网端的入口，在手机端被客户端应用分流。这种分流效果，学生用户比非学生用户明显，高收入人群比低收入人群明显。产生这一现象的原因是，第一，在手机上网的场景下，用户的上网行为目的更明确，客户端应用提供了一个直接解决用户需求的入口；第二，客户端应用的用户体验要优于手机浏览器；第三，学生用户的探索欲强，高收入人群往往手机配置较高，使得这些用户有尝试、探索各类不同应用的偏好；第四，非学生用户和低收入人群，更倾向于进行非持续性的手机上网行为，手机浏览器依然是其主要入口。

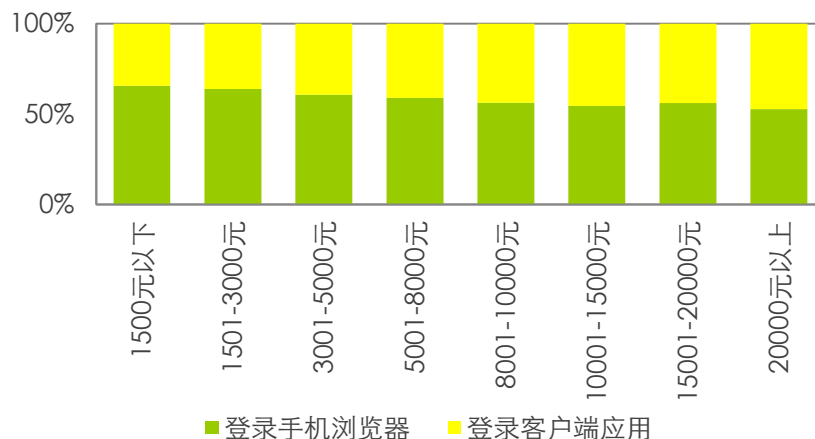
2012年手机上网用户最先进行的活动



2012年不同职业手机上网用户最先进行的活动



2012年不同收入手机上网用户最先进行的活动



关键词、概念 和定义

概念	定义描述
移动互联网	将移动通信和互联网结合起来形成一体。是指用户利用智能手机和平板电脑等移动终端，通过移动网络获取通信服务和网络服务。
智能手机	具有独立的操作系统，用户可以自行安装软件等程序，并通过移动通讯实现无线网络接入的一种手机，与之对应的是功能手机。
手机网站	基于WAP等协议和技术，专门适配于手机终端的移动互联网网站。
手机上网用户	指过去半年通过手机接入并使用互联网，但不限于仅通过手机接入互联网的用户。

研究方法

本报告数据的收集和分析主要采用iUserSurvey在线问卷调查方法，结合对相关运营商和渠道商进行深入访谈和研究而获得。iUserSurvey是艾瑞公司专为网络媒体用户调研而开发的市场调研平台。

1. 调研方法

依据统计学理论和国际惯例，本次调查主要采用了计算机网上联机调查方法进行，问卷通过艾瑞iClick调研社区（调查链接：<http://survey.iclick.cn/>），于2012年12月28日-2013年1月22日期间进行在线调研。本次调研回收调查问卷5.6万份，经处理排除无效问卷，并根据网民的性别和年龄进行配比加权，最终分析样本数为4.2万份。移动应用商店（本报告所涉及的行业）共回收有效问卷5881份。

2. 关于网民样本配额

根据CNNIC于2013年1月公布的网民性别分布和年龄分布进行配比加权。

3. 数据的代表性与限制性：

参加艾瑞用户行为调研的43家主流网站并不能完全代表中国所有网站，即基于上述主流网站的调研结果不能完全代表中国网民的整体情况。

法律声明

本报告为上海艾瑞市场咨询有限公司制作，报告中所有的文字、图片、表格均受到中国法律知识产权相关条例的版权保护。没有经过本公司书面许可，任何组织和个人，不得使用本报告中的信息用于其它商业目的。本报告中部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原著者所有。没有经过原著者和本公司许可，任何组织和个人不得使用本报告中的信息用于其他商业目的。

本报告中运营商收入及相关市场预测主要为公司研究员采用行业访谈、市场调查、二手数据及其他研究方法分析获得，部分数据未经运营商直接认可。本报告中发布的调研数据部分采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，部分数据不能够完全反映真实市场情况。本报告只提供给购买报告的客户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据准确性不承担法律责任。

公司服务介绍:

艾瑞咨询集团: <http://www.iresearch.com.cn>

公司产品介绍:

艾瑞客户解决方案: <http://www.iresearch.com.cn/solution>

艾瑞连续数据研究产品: <http://www.iresearch.com.cn/product>

艾瑞专项研究咨询服务: <http://www.iresearch.com.cn/consulting>

艾瑞研究观点报告: <http://www.iresearch.com.cn/report>

艾瑞学院培训业务: <http://www.iresearch.com.cn/institute>

艾瑞媒体会议服务: <http://www.iresearch.com.cn/meeting>

公司资讯网站:

艾瑞网: <http://www.iresearch.cn>

艾瑞广告先锋: <http://www.iresearchad.com>

艾瑞网络媒体精品推荐: <http://www.iwebchoice.com>

联系方式

北京: 86-010-51283899

上海: 86-021-51082699

广州: 86-020-38010229

选择艾瑞，选择可以信任的合作伙伴。

iResearch

艾瑞咨询集团