

中国城市消费者手机互联网使用现状

中国城市手机用户的互联网的使用习惯正在向手机迁移。越来越多手机支持上网功能以及更多相关手机应用的出现，使用手机上网的用户数呈现高速增长。

为了深入了解手机互联网市场和使用现状，挖掘主要的驱动因素和当前用户所遇到的阻碍因素，以及探索手机互联网未来的使用模式，爱立信消费者研究室对中国手机互联网业务市场做了深入地研究和分析。

主要发现

- › 用户最初使用手机互联网的原因是为了消磨时间。手机的便携性与可以随时随地使用等特性是驱动用户最初尝试使用手机互联网的重要因素。
- › 手机用户平均使用手机互联网的时间为 2.1 年。
- › 用户平均每周使用手机互联网的时间是 9 小时。
- › 80% 的手机互联网用户每月针对此服务支付的费用不超过 15 元。
- › 使用手机上网的最大障碍是用户体验

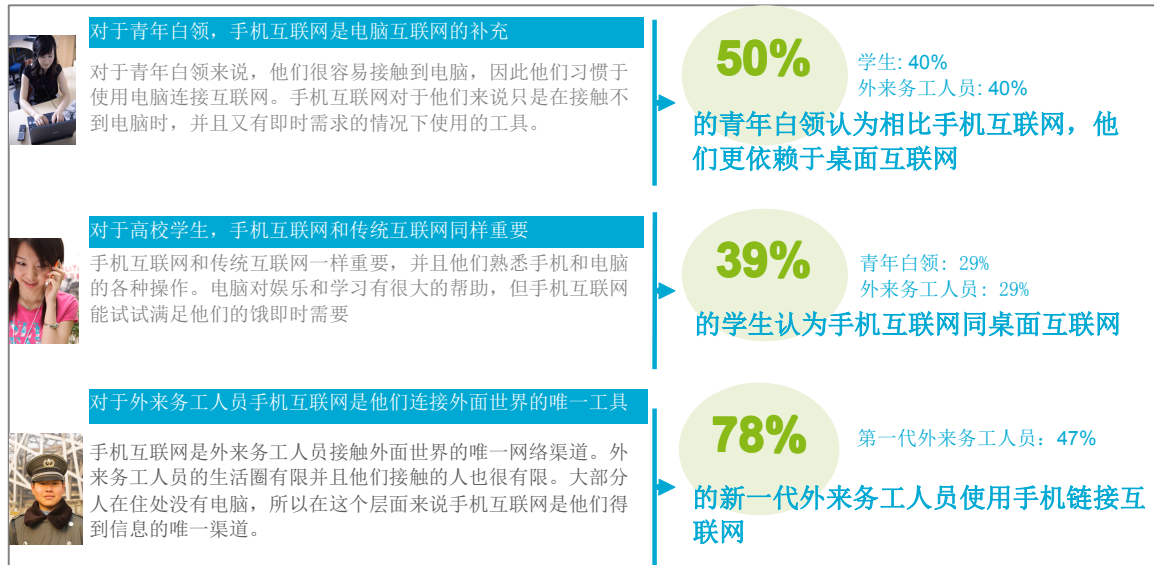
研究人群

本次研究结果基于定性与定量研究。我们在全国 1、2 级城市进行，共采访了 2600 个城市手机用户。同时通过定性的方法对当前的手机互联网主要使用人群，即青年群体进行了更深入的研究。同时考虑到不同职业的人群使用行为的差别，我们将青年群体进一步细分为：学生，青年白领和青年外来务工人员。

	人群描述	产品拥有概况	% 定量样本
 <p>学生</p> <ul style="list-style-type: none"> - 年龄 15-25 岁全日制学生 - 居住环境：大部分人居住在学校提供的宿舍里 - 日常活动地点：大部分时间在宿舍以外的场所度过 - 不断追求新的高科技产品，分享使用经验。使用的产品至少是和周围朋友用的一样流行 - 与同学朋友联系紧密 	<ul style="list-style-type: none"> - 大部分人拥有手机 - 大部分人拥有 MP3 音乐播放器 - 不需要电视或者和别人共用 - 大部分人拥有电脑 	32%	
 <p>青年白领</p> <ul style="list-style-type: none"> - 年龄 25-45 岁的全职雇员 - 大学及以上学历 - 月收入状况：二线城市 >2000，一线城市 >3000 - 追求个人职业发展对于他们来说很重要 - 大部分时间身边有电脑 	<ul style="list-style-type: none"> - 手机时必须的（一部/多部） - 部分人有 MP3 音乐播放器 - 家中有电视 - 电脑是主要工具 	23%	
 <p>外来务工人员</p> <ul style="list-style-type: none"> - 年龄 18-35 岁，高中毕业后或者高考失败后来到城市 - 农村户口，大部分人居住在雇主提供的宿舍里 - 中学教育程度 - 日常活动地点：宿舍、工作场所和网吧 - 工作环境：工作时长，假期少，工作过程中不需要接触电脑 	<ul style="list-style-type: none"> - 手机是最亲密的朋友 - 一部分人有 MP3 音乐播放器 - 很少人能接触到电视 - 较少人拥有电脑 	5%	

认知和驱动因素

消费者倾向于将手机上网与电脑上网做比较。手机互联网对 3 类用户群体的含义也不同。对于青年白领，他们倾向于将手机上网看做是电脑上网的补充。在身边有电脑的情况下，他们并不会考虑用手机上网。对于学生来说，手机互联网和传统互联网同样重要。学生熟悉手机和电脑的各种操作，电脑对学习娱乐有很大帮助，但是手机互联网能随时满足他们的即时需求。对于外来务工人员，他们当中的大多数没有电脑，手机便成为他们连接互联网的唯一工具。



用户最初使用手机互联网的原因是为了消磨时间。手机的便携性与可以随时随地使用等特性是驱动用户最初尝试使用手机互联网的重要因素。另外，使用手机上网做一些有意义的活动，比如社交与工作也是很重要的驱动因素之一。具体到三类不同的人群：学生使用手机互联网主要是为了随时随地与朋友进行沟通和信息查询；青年白领更过的使用此业务开展工作和社交；而外来务工人员使用手机互联网的驱动因素则是为了沟通。

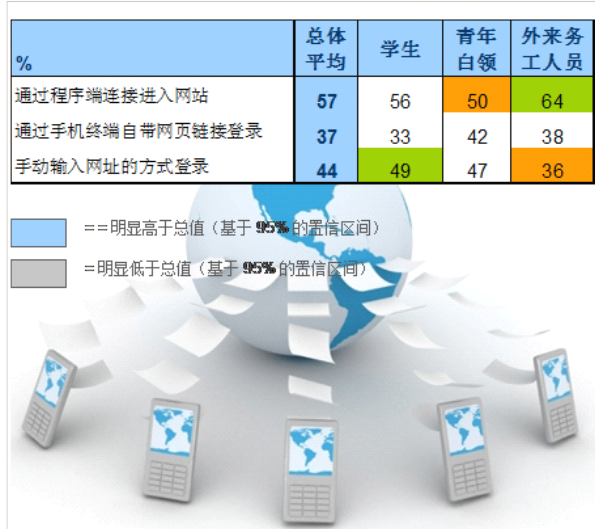
手机互联网使用现状

对于中国城市的手机用户来说，使用手机上网已经不是什么新鲜事了。如今，超过一半的城市手机用户使用手机互联网服务，而学生是其中最大的群体。手机用户平均使用手机互联网的时间为 2.1 年，青年白领使用手机互联网的时间较其他人群更长。

WAP 是使用手机上网的最常见方式，更多的用户选择使用自行下载的客户端软件访问网页。平均来看，每周使用手机互联网的时间是 9 小时。人们通常使用手机互联网的地点为家里和上下班途中。在家中的使用主要是满足快速的娱乐需求，以及躺在床上入睡前的一些浏览和阅读。上下班途中的使用主要是进行信息查找或消磨无聊时间。



资料来源：中国手机互联网研究，消费者研究室，2010年



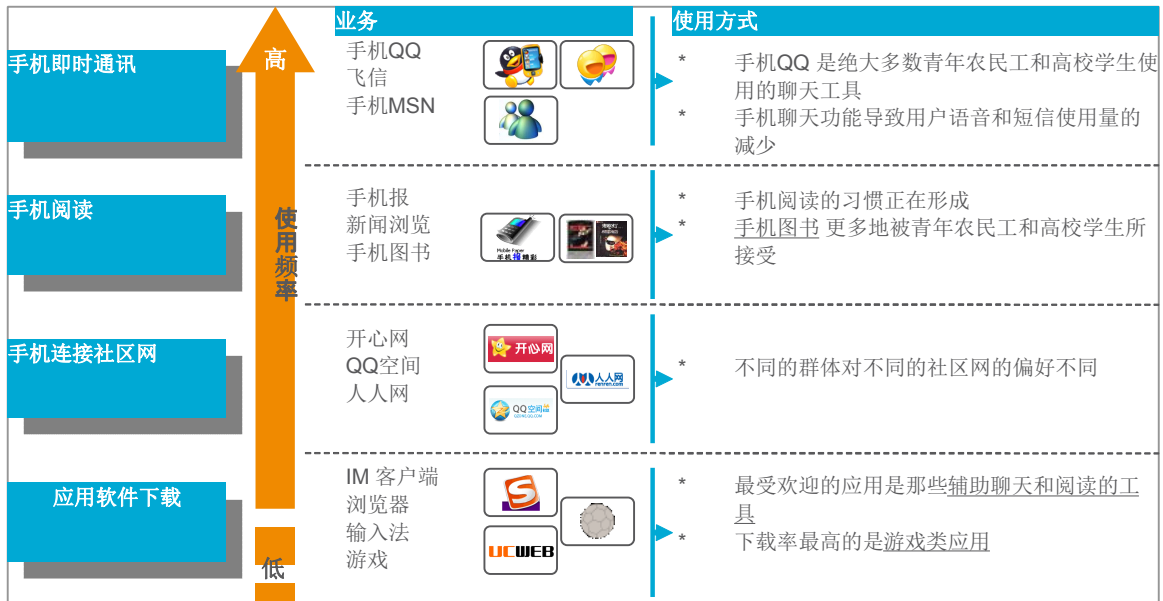
样本：使用手机互联网

最常见的支付手机互联网的方式是为一定的数据流量而支付固定价格。80%的手机互联网用户每月针对此服务支付的费用不超过15元。

对于一些互联网相关的业务，使用即时消息进行聊天，浏览网页和搜索信息是使用电脑上网和手机上网最常见的活动。用户更多的在手机而非电脑上进行即时通讯聊天和阅读活动。学生是使用手机互联网最频繁的用户，1/3的学生每周使用手机互联网的时间超过10小时。青年白领使用手机互联网更多的是为了满足即时需求，即在身边没有电脑的情况下进行与工作相关的互联网活动。外来务工人员则以上网聊天和游戏娱乐为主要活动。

手机互联网核心业务

根据用户在手机上进行的互联网活动，我们将手机互联网业务按使用频度从高到低分为4类核心业务，即：手机即时通讯、手机阅读、手机连接社区网和手机下载。



手机即时通讯

即时通讯作为互联网接入的一个重要应用，也是手机互联网的一个主要切入点。更多的消费者通过手机而不是电脑进行即时通讯，在主要的手机即时通讯软件中，QQ 占有最大的手机即时通讯用户份额。

手机即时通讯业务的主要使用动机是实现随时随地的沟通，另外，与手机短信相比更低费用也是使用动机之一。但是，终端的限制，网络稳定性，用户体验欠佳，以及多种即时通讯软件在终端的兼容性问题成为手机即时通讯业务的主要应用障碍。

手机阅读

用户进行手机阅读的内容包括基于彩信的手机报、WAP/互联网新闻和电子图书。使用手机看手机报的习惯正在逐渐形成，并且看手机报对于 3 类人群来说已经习以为常。手机报通常早晚各接收一次，阅读的方式通常是在碎片时间阅读新闻标题。

在有较长的空闲时间内，用户会选择浏览新闻和阅读电子书。手机浏览和搜索通常在家里或者上下班途中使用。青年白领通常在上下班途中或者公共场所使用这一功能。在手机上浏览通常出于私人原因而非工作原因，浏览的内容一般以资讯为主，对于青年农民工和学生来说，他们浏览娱乐信息，对于青年白领，他们比较关注资讯以及金融信息。

外来务工人员 and 高校学生使用手机阅读电子书较多，青年白领则较少使用。学生通常在室内进行阅读，而青年白领通常在外出时阅读。

手机阅读虽然在 3 类人群中的使用频率有所差异，但他们目前对手机阅读的使用动机基本一致：都是以随时随地了解新闻资讯和阅读小说娱乐为主，并且手机终端方便携带，随时随地都可以使用。使用手机阅读的障碍主要为手机屏幕的尺寸极大影响了用户体验。另外阅读内容的相对匮乏和手机终端的操作也是影响使用的阻碍因素。

手机软件下载

手机软件下载的内容可以分为 3 类：改善用户使用其他手机业务体验的软件，比如手机输入法、移动浏览器等；娱乐性软件，比如游戏和图片处理软件等；解决一些实际问题的功能性软件，比如位置地图类和金融证券软件等。

学生和青年白领是手机下载的主要用户。下载更多的手机软件是为了能够更好地使用相应功能，这也是进行手机下载的主要使用动机。另外，方便安装和使用免费也是进行软件下载的动机之一。应用的障碍主要为安全性无保障，使用流量多造成对费用的担心，以及网络速度和网络稳定性等。

手机社区网

手机社区网可以分成 3 类：“依托型”社区网，即通过手机其他功能连接到的社区网，比如 QQ 空间等；“社交型”社区网，即通常是为了和老朋友保持联系为目的的社区网，如开心网、校内网等；“分享型”社区网，即针对专门同一类人群用户有较强的共性的社区网，如手机论坛、博客等。

学生和青年白领主要使用的是“依托型”和“社交型”的社区网，更多的是出于增强联系的目的而使用。外来务工人员连接的社区网通常与即时通讯软件相关，对于其他电脑上流行的社区及论坛的认知较低。对于“分享型”社区网，学生的使用相对较多，而青年白领则更多依赖于电脑登陆。

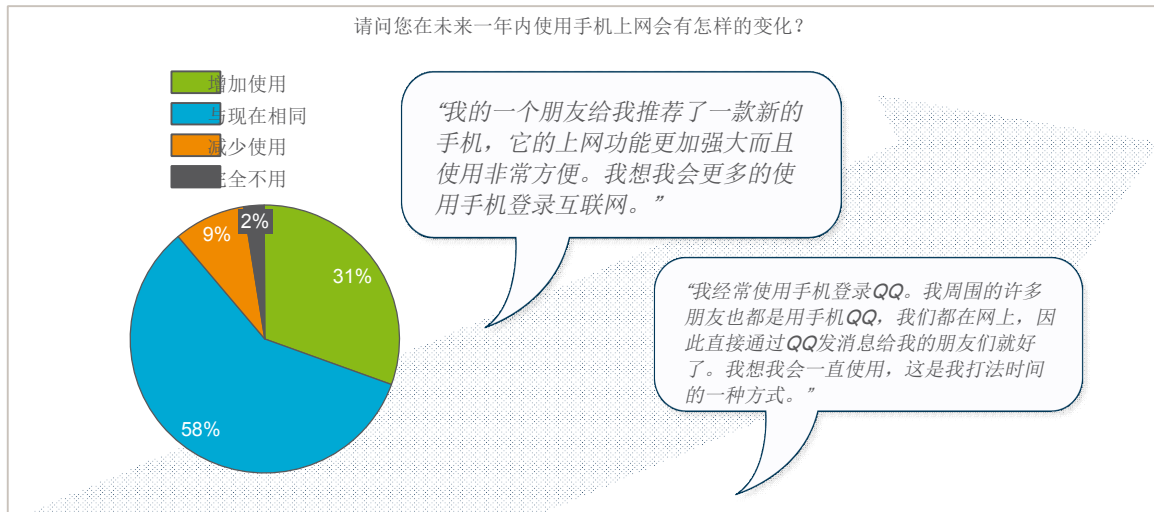
在各种类型的社区网上，查看和更新日志是用户进行的主要活动。学生对于使用移动社区更积极，而外来务工人员则更多的是登录社区网的游戏进行娱乐活动。

用户使用手机互联网登录社区网的应用动机是随时随地了解朋友的动态以及更新。应用的障碍主要为社区网内容单一，展现形式缺乏吸引力，网络稳定性及流量限制和手机终端的操作不方便。

手机互联网的未来使用

约有 90% 的当前用户将会增加或者尽可能保持当前的使用量。超过 1/3 的非用户对使用手机互联网表现出了极大的兴趣，尤其是学生。增加使用或者继续使用手机上网的愿意是为了随时随地的访问互联网。而减少使用或对手机上网不感兴趣的原因

主要是电脑上网已经买足当前需求。另外，除了替代方案（电脑）的可用性，限制使用手机上网的主要障碍是网络速度、电池续航能力和网络稳定性。



资料来源：中国手机互联网研究，消费者研究室，2010年

样本：使用手机互联网

当前用户的手机互联网体验会对消费者的未来的消费意愿造成影响，约有 2/3 的当前用户表示他们希望使用该业务费用维持在当前 10-15 元的水平，而且他们希望能够以固定价格获得无限制访问。

结语

近年来，手机互联网在中国城市的使用呈现了快速的增长趋势。手机是否支持上网成为消费者在购买新手机时的重要考量因素。但是行业还面临重大的挑战：用户对手机上网的满意度并不是很高，消费者研究室的研究结果表明只有 40% 左右的用户对当前的使用状况表示满意。用户的满意度又会对他们的支付意愿造成直接的影响。

针对当前使用手机互联网的主要障碍，我们所需要做的是通过对包括终端，内容，网络和营销的各个环节的改进和优化来改善用户体验；通过提高用户的使用体验而进一步提升用户的满意度。最终使手机互联网用户从当前的技术早期使用人群向大众市场延伸。