
中国手机网民上网行为研究报告

(2012 年 11 月)



中国互联网络信息中心

目录

第一章	调查介绍	5
1.1	调查方法	5
1.1.1	调查对象	5
1.1.2	调查规模	5
1.1.3	调查方式	5
1.1.4	调查内容	5
1.2	术语界定	5
第二章	报告概要	7
第三章	中国手机网民整体发展状况	9
第四章	中国手机网民的结构特征	11
4.1	性别结构	11
4.2	年龄结构	11
4.3	学历结构	12
4.4	城乡结构	12
4.5	收入结构	13
4.6	职业结构	14
第五章	中国手机网民上网行为特点	15
5.1	中国手机网民手机上网频率分析	15
5.2	中国手机网民上网情境分析	16
5.3	中国手机网民上网目的分析	17
5.4	手机网民常用上网设备分析	18
5.5	手机网民网上应用使用分析	19
第六章	中国手机网民网络使用行为特点	20
6.1	影响手机网民上网的因素	20
6.2	手机网民流量包月形式	20
6.3	手机网民使用的手机网络形式	22
6.3.1	手机网民上网的接入方式	22
6.3.2	手机网民对 Wi-Fi 网络的使用	23
第七章	中国手机网民购机行为特点	26
7.1	手机网民目前手机品牌使用情况	26
7.2	未来购买手机打算	26
7.3	未来计划购机系统	28

7.4	未来计划购机价格.....	28
7.5	未来计划购机时间.....	29
7.6	未来购买智能手机的原因.....	29
第八章	总结.....	31
8.1	手机上网作为网民接入互联网的主要方式，逐渐成为网民的一种生活方式.....	31
8.2	网络是影响手机网民上网的主要因素，降费提速是关键.....	31
8.3	智能手机成为主流，Android 市场潜力最大，诺基亚手机份额进一步下降.....	31

图目录

图 1 中国手机网民规模	9
图 2 手机网民与整体网民的性别比较.....	11
图 3 手机网民与整体网民的年龄比较.....	12
图 4 手机网民与整体网民的学历比较.....	12
图 5 手机网民与整体网民的城乡分布比较	13
图 6 手机网民与整体网民的收入分布比较	13
图 7 手机网民与整体网民职业分布比较	14
图 8 中国手机网民手机上网频率分析.....	15
图 9 智能手机网民手机上网频率分析.....	16
图 10 手机网民上网情境	17
图 11 手机上网的目的	17
图 12 工作学习外手机网民最常用的上网设备.....	18
图 13 因手机的使用而对电脑上使用减少的网络应用.....	19
图 14 2011.12-2012.6 手机网民网络应用使用率	19
图 15 影响手机网民上网的因素.....	20
图 16 手机网民每月上网流量形式.....	21
图 17 手机网民每月上网流量使用情况.....	22
图 18 最近半年,手机网民使用过的手机上网形式	23
图 19 最近半年,手机网民主要的上网方式	23
图 20 手机网民使用无线 Wi-Fi 的地点	24
图 21 不同城市级别使用 Wi-Fi 的手机网民在总体手机网民中的比例	24
图 22 Wi-Fi 网民和非 Wi-Fi 网民网络应用使用率对比	25
图 23 现有手机品牌在手机网民中的分布.....	26
图 24 未来购买智能手机的手机网民比例	27
图 25 各品牌未来计划购买智能手机的用户比例	27
图 26 诺基亚用户未来计划购买智能手机的系统	27
图 27 未来计划购买智能手机的系统	28
图 28 未来计划购买智能手机的价格	29
图 29 未来计划购买智能手机的时间	29
图 30 未来计划购买智能手机的原因	30

第一章 调查介绍

1.1 调查方法

1.1.1 调查对象

中国有手机的 6 岁及以上常住居民，且最近半年使用过手机接入互联网的手机网民。

1.1.2 调查规模

本次调查截止时间为 2012 年 9 月 5 日，成功样本量共为 2,500 个，覆盖中国大陆一至五线城市。其中涉及的规模数据采用 CNNIC 第 30 次中国互联网调查项目，样本量 30,000。

1.1.3 调查方式

采用计算机辅助电话访问系统（CATI）进行调查：通过随机生成手机号码，使用手机拨打的方式对用户进行访问。

1.1.4 调查内容

本次调查侧重于了解中国现阶段手机网民的上网行为特点、手机网络使用特点和智能手机未来购买计划等情况，以期全面了解中国手机网民的网络行为习惯和未来智能手机的发展趋势。

1.2 术语界定

- ◇ 手机网民：最近半年内，通过手机接入过互联网的 6 周岁及以上中国公民。
- ◇ 移动互联网：指通过手机终端进行访问、移动通信网络进行数据传输的互联网，其网站内容主要由 WAP 网页形式和 HTML 网页形式构成，也有部分应用采用终端安装的模式，即通过安装在手机终端的软件，实现移动互联网应用服务的访问与使用。
- ◇ 手机网民行为：是指手机网民通过手机终端和通信网络进行移动互联网的浏览、下载、应用服务使用等行为。
- ◇ 智能手机：指的是具有独立操作系统，可以由用户自行安装软件、游戏等第三方应用程序的手机。目前主流的操作系统包括：Symbian、iOS、Android、Windows（包括基于 Windows CE 内核的系统、Windows Phone 7 等）、Linux、Blackberry OS 等。部分手机，比如 MTK 平台的手机，虽然可以支持安装 Java 版本的程序，但由于其功能简单，应用程序扩展性较差，并不属于智能手机。
- ◇ 智能手机网民：过去半年内，使用智能手机访问过互联网/移动互联网的用户。

-
- ◇ **3G**：是指三代移动通信技术（3rd-generation）是指支持高速数据传输的蜂窝移动通讯技术。3G 服务能够同时传送声音及数据信息，速率一般在几百 kbps 以上。
 - ◇ 一级城市：北京、上海、广州、深圳等一线城市。
 - ◇ 二级城市：沈阳、杭州、西安、石家庄等二线城市与合肥、龙岩、乌鲁木齐及绵阳等三线城市。
 - ◇ 三级城市：打通、黄冈、通化、安顺、银川等四线城市与七台河、金昌、南宁及铜陵等五线城市。

第二章 报告概要

截至 2012 年 6 月底，我国手机网民规模达 3.88 亿，在整体网民中占比 72.2%，首次超越台式电脑网民数，成为我国网民第一大上网终端。随着智能手机的日益普及和移动互联网的发展，越来越多的用户开始使用手机上网，呈现出以下特点：

用户属性：

- 在使用手机作为上网终端上，男性群体的优势更为明显。男性手机网民在整体手机网民中占比 57.6%，高出女性手机网民比例 15.2 个百分点，大于整体网民中男性用户的比例（55.0%）。
- 手机网民偏年轻化，以 10-29 岁青少年用户为主要群体。其中，10-19 岁手机网民占比 28.5%，20-29 岁手机网民占比 35.7%。
- 低学历水平用户是手机网民的主体。其中，初中学历手机网民占比 36.9%，高中学历手机网民占比 32.3%。
- 城镇用户依然是我国移动互联网发展的核心力量，在总体手机网民中占比 72.5%，高出乡村手机网民 45 个百分点，与整体网民中的城乡分布情况基本一致。
- 手机网民的收入分布状况与总体网民收入分布状况相似，500 元以下、2001-3000 元和 3001-5000 元收入水平上的比例较大，分别为 18.1%、16.6% 和 17.1%。
- 手机网民在学生人群上的分布比例最大，为 31.8%，明显高于学生人群在总体网民中的占比。

上网行为分析：

- 手机网民对手机上网的依赖度较强。72.2% 的手机网民每天至少通过手机上网一次，其中近六成手机网民每天使用手机上网多次。
- 智能手机网民的手机上网活跃度更高，对手机依赖性更强。62.1% 的智能手机网民每天使用手机上网多次，高于整体手机网民。
- 手机上网存在于网民日常生活的各种情景，呈现出碎片化和常态化的特征。日常休闲的手机网民比例为 85.6%，其次为睡觉前手机网民比例为 69.7%。
- 手机网民对移动互联网的需求越来越多元化。其中，联络朋友的手机网民比例最大，为 84.8%，其次为获取新闻资讯的网民比例为 58.2%。
- 手机逐渐成为手机网民的主流上网方式。46.2% 的手机网民在工作学习时间外，最常用的上网设备为手机，和电脑比例基本持平。

-
- 手机上网对网民电脑端的网络行为产生较大影响，35.6%的手机网民报告其因为使用手机而减少了对电脑的使用。
 - 手机网络应用已深入手机网民的生活，呈现出多元、丰富化的特点。其中，手机即时通讯比例为83.1%，搜索和浏览新闻比例分别为66.7%和58.3%，排名前三。

网络行为分析：

- 网络是影响手机网民上网的主导因素。其中，网速和流量比例分别为50.8%和30.2%。
- 2012年，我国手机网民对无线网络流量需求有所提升，平均每月无线流量包月套餐为125.3M。其中，智能手机网民平均包月流量套餐为157.6M，非智能手机网民平均包月流量套餐为84.4M。
- 2G、2.5G等传统手机网络依然是目前手机网民的主要网络接入方式，比例为57.0%。但同时也有较多比例的手机网民开始选择使用3G网络和Wi-Fi上网，比例分别为30.4%和28.6%。高性能配置的智能手机对3G和Wi-Fi的支持促进了网民对其的使用，同时良好的网络环境也加快了智能手机的普及和发展。

购机行为分析：

- 中国手机市场依然以诺基亚用户比例最大，在整体手机品牌市场中占比22.2%，排名第一；其次为三星和苹果手机，占比分别为13.3%和9.9%。
- 未来诺基亚市场份额将大幅下降。53.0%的诺基亚用户计划购买智能手机，其中43.3%计划购买Android系统，28.6%计划购买iOS系统。
- 未来将有50.6%的手机网民计划购买智能手机，智能手机市场份额进一步加大。
- 未来计划购买智能手机网民中，以Android手机系统的购买比例最大，为41.9%，其次为iOS系统，比例为28.2%。
- 追求更高的性能配置成为手机网民未来计划购买智能手机的主要原因，比例为

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_21943

