

中国网络广告用户行为研究报告简版

2016年

www.iresearch.com.cn



海量行研报告免费读

核心数据及观点

摘录

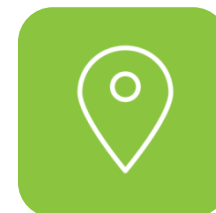


2015年中国互联网网民基本属性分析

中国PC网民用户规模达到**6.9亿**，中国移动网民用户规模达到**6.2亿人**，占总体网民**90.1%**，个人上网设备进一步向**移动端**集中。

2015年网络广告用户媒介习惯分析

- 2015年中国网民PC端**最常关注与最常点击**的广告类型是电商网站广告，占比分别为79.3%与61.7%。



2015年网络广告用户态度偏好分析

- 在吸引网民关注与点击的因素中，最为重要的两大因素是“**广告介绍的产品性能吸引人**”和“**广告文案好**”。

2015年网络广告细分形式广告分析

- 2015年中国网民超七成接受**信息流广告**，但互动热情有待提高。
- 2015年中国网民对**基于地理位置的广告**期待较高，最希望接收购物广告。



1

2015年中国网民基本属性分析

2

2015年中国网络广告用户媒介习惯分析

3

2015年中国网络广告用户态度偏好分析

4

2015年中国网络广告用户移动端行为分析

5

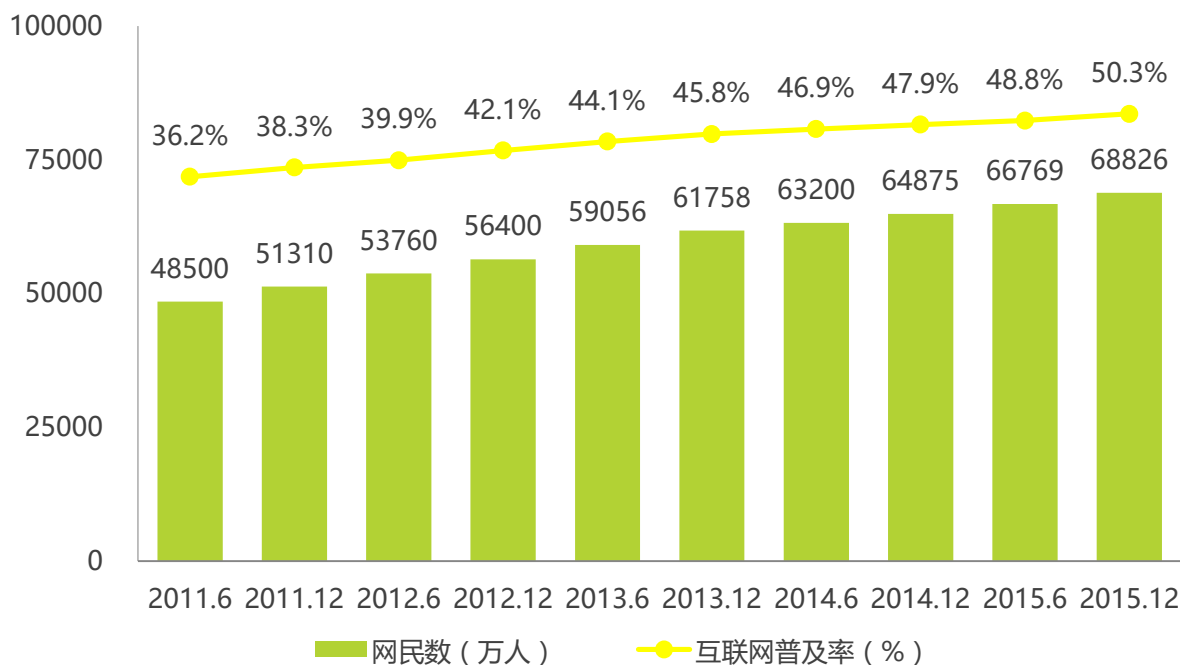
2015年中国网络广告细分形式分析

2015年中国网民基本属性分析

网民规模提升，非网民转化的速度逐步减缓

根据艾瑞整理CNNIC最新数据显示，截至2015年12月，我国网民规模达6.9亿，全年共计新增网民3951万人，增长率为6.1%，较2014年提升1.1个百分点。我国互联网普及率达到50.3%，超过全球平均水平3.9个百分点，超过亚洲平均水平10.1个百分点。随着易转化人群规模的逐渐减少，人口红利逐步消失。我国非网民人群受自身群体特点、上网意愿及网络知识技能水平等限制，非网民的转化速度将进一步减缓。

2011-2015年中国网民规模与互联网普及率分布



来源：2015年，CNNIC发布的第37次《中国互联网络发展状况统计报告》

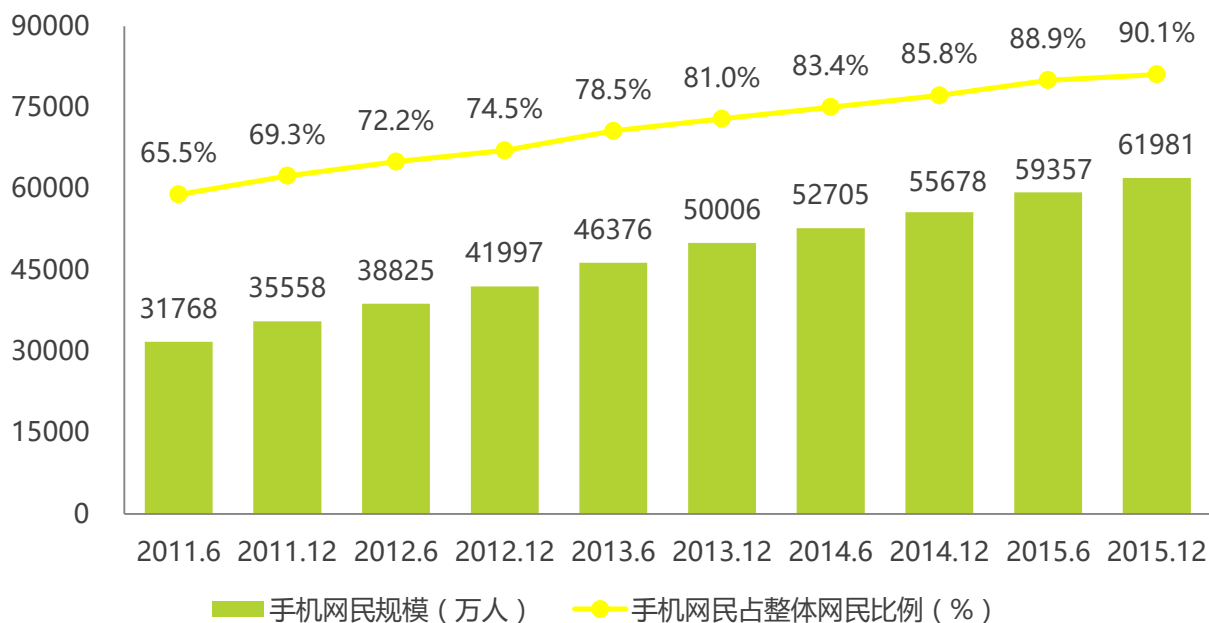
2015年中国网民基本属性分析

网民上网设备进一步向手机端集中，新网民尤其偏好移动端

根据艾瑞整理CNNIC最新数据显示，截至2015年12月，我国手机网民规模达6.20亿，网民中使用手机上网的人群占比由2014年的85.8%提升至90.1%。

对于新网民的调查显示：（1）2015年新网民最主要的上网设备是手机，使用率为71.5%，较2014年底提升了7.4个百分点；（2）2015年新增加的网民群体中，低龄（19岁以下）、学生群体的占比分别为46.1%、46.4%，这部分人群对互联网的使用目的主要是娱乐、沟通，便携易用的智能手机较好的满足了他们的需求；（3）新网民对台式电脑的使用率为39.2%，较2014年有所下降，移动端对于PC端的替代作用凸显。

2011-2015年中国手机网民规模及其占网民比例



来源：2015年，CNNIC发布的第37次《中国互联网络发展状况统计报告》

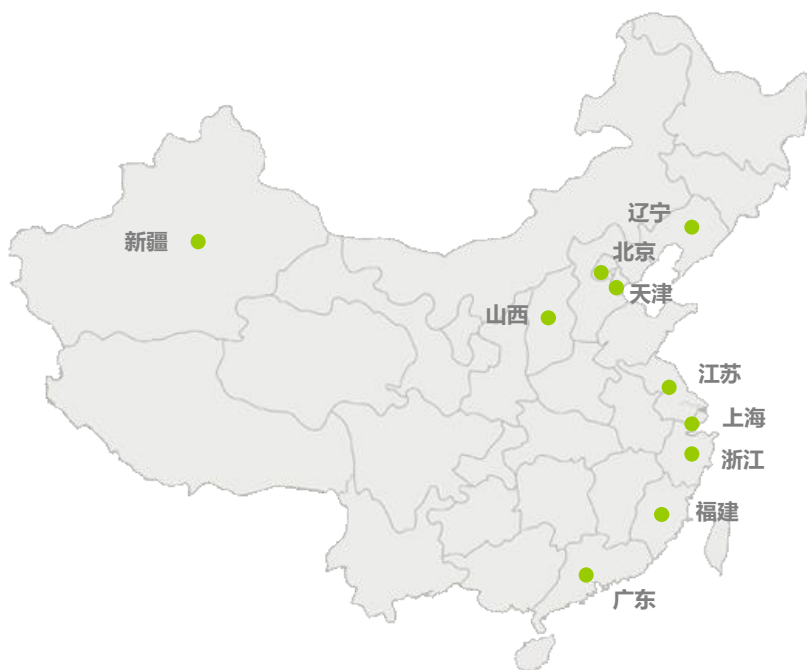
2015年中国网民基本属性

中国内地东部沿海地区互联网普及率较高

从地域分布来看，中国内地各省（市、自治区）中，东部沿海互联网普及率较高。其中，北京、上海、广东互联网普及率排名前三，分别为76.5%、73.1%、72.4%。福建、天津、浙江、辽宁、江苏等地的互联网普及率位列其次，数值均超50%。

北上广三地网民渗透率超过70%，而湖南、安徽、河南等地渗透率仍低于40%。艾瑞分析认为，各地互联网普及率差异较大，未来差距会逐步减小但依然较大。

2015年中国内地各省（市、自治区）互联网普及率分布Top10 2015年中国内地各省（市、自治区）网民规模及互联网普及率Top10



省份	网民数 (万人)	网民规模增速 (%)	普及率 (%)	普及率排名
北京	1674	3.4%	76.5%	1
上海	1773	3.3%	73.1%	2
广东	7768	6.6%	72.4%	3
福建	2648	7.1%	69.6%	4
浙江	3596	4.0%	65.3%	5
天津	956	5.8%	63.0%	6
辽宁	2731	5.9%	62.2%	7
江苏	4461	3.3%	55.5%	8
新疆	1262	10.8%	54.9%	9
山西	1975	7.5%	54.2%	10

来源：2015年，CNNIC发布的第37次《中国互联网络发展状况统计报告》

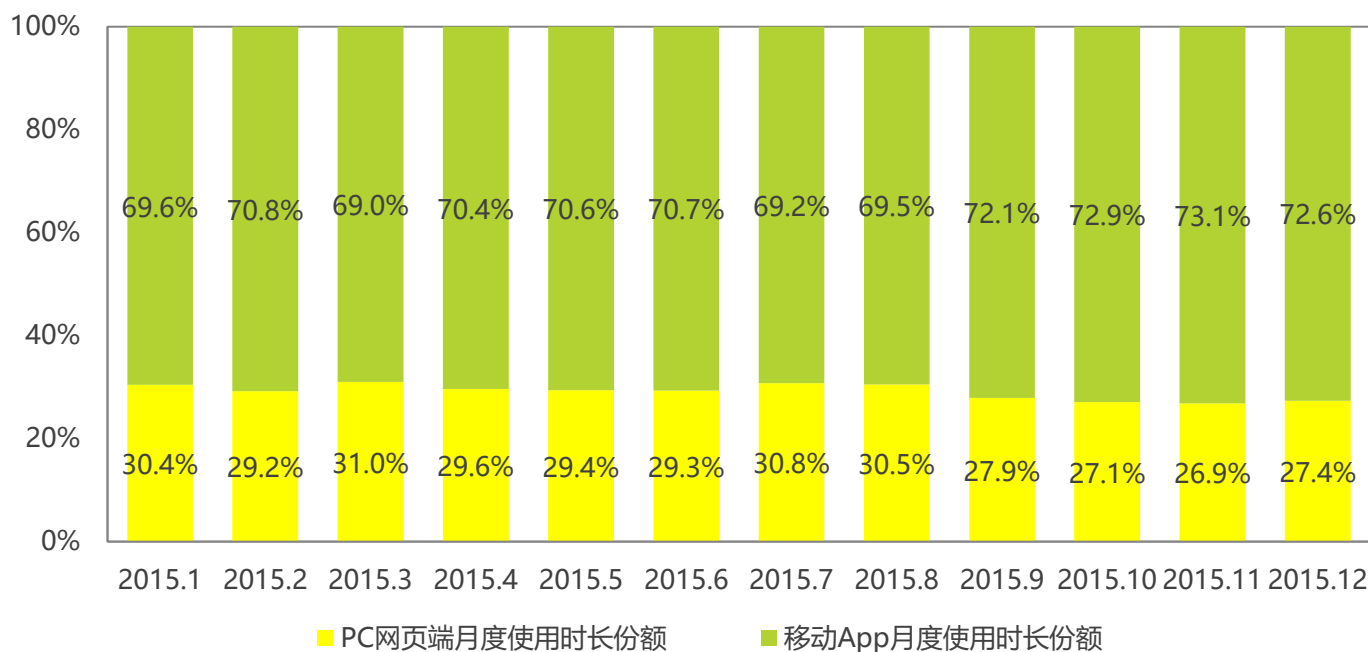
2015年中国网民基本属性

网民上网浏览时长移动端占比平稳上升

从PC网页与移动App月度使用时长来看，2015年1月到12月，移动App的月度有效浏览时长份额较为稳定，全年基本稳定在70%左右，幅度基本在3%左右，移动App月度使用时长份额较年初上升3%，网民终端使用行为趋于固定，移动互联网占据重要地位。

iUserTracker&mUserTracker-2015年1-12月中国PC网页与移动App

月度有效浏览时间占比



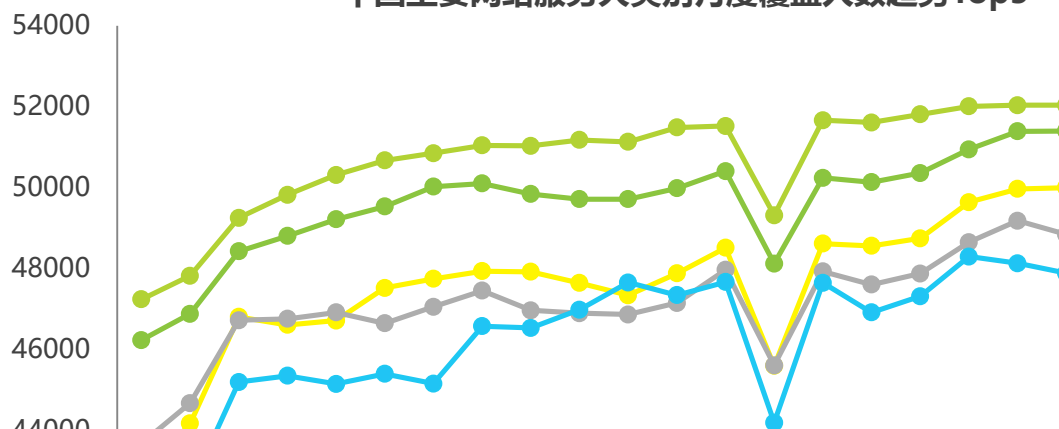
来源：1. PC端数据来自iUserTracker. 家庭办公版 2016.3，基于对40万名家庭及办公（不含公共上网地点）样本网络行为的长期监测数据获得；2. 移动端数据来自mUserTracker，2016.3，基于对15万名iOS和Android系统的智能终端用户使用行为长期监测获得。

2015年中国网民基本属性

PC端主要网络服务月度覆盖人数趋势：新闻、电商增长最快

根据艾瑞咨询PC端连续监测产品iUserTracker数据显示，2015年12月，搜索服务和在线视频这两类服务自2014年以来一直稳居用户量最大的两类网络服务，在线视频、搜索服务月度覆盖人数趋势保持较为平稳的增长。新闻资讯及电子商务发展最快，新闻资讯月度覆盖人数达到4.8亿人，电子商务服务达4.6亿人，增长速度分别为13.2%和10.6%。此外，社区交友服务自2015年7月则出现了一定下滑，用户使用习惯向移动端转移是重要原因之一。

iUserTracker-2014年1月-2015年12月
中国主要网络服务大类别月度覆盖人数趋势Top5



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_21613

