

中国天气类应用用户需求诊断报告

2016年

www.iresearch.com.cn



海量行研报告免费读

行业背景

根据艾瑞咨询mUserTracker的最新监测数据，2015年7月，天气类应用中的墨迹天气在所有App产品中排名第24名。便捷生活类应用的月度活跃用户数达到4亿，位列各移动端应用服务的第4名；其中，天气类应用月度使用次数位列第一。便捷生活类应用已经成为用户不可或缺的重要级应用，并且带来了形成新入口的可能，未来或将形成更大的开放平台或生活服务类平台。

研究目的



- 调研用户特征、用户对产品的使用偏好、使用体验及未来期望等；
- 反应市场核心企业的用户认知度、满意度和期待等，以供市场真实判断行业发展情况，并为企业优化提供参考

研究方法



- 研究方法：
桌面研究与用户调研
- 样本量：
有效样本=1000

样本定义



天气类应用用户定义：

在过去12个月中使用过天气类应用的智能手机用户

产品认知及 满意度测评

- 用户对天气类应用的品牌认知长尾效应明显，头部应用占比大；
- 用户对天气类应用的整体满意度较高，各产品间差距较小；
- 用户仍以使用实时/当天/未来天气预报等基本功能为主，特殊天气预警功能满意度最高

用户需求

- 用户并不排斥天气类应用中的广告，最易注意并愿意接受活动营销类广告；
- 用户在旅游出行时对天气类应用的依赖度高，64.4%的用户同时管理2-3个城市，同时管理5个及以上城市的用户占比超过10%；
- 用户最愿意通过天气类应用的推荐购买健康户外类商品；
- 用户希望了解并乐于分享更多的本地信息，愿意使用天气类应用根据天气情况提供的O2O生活服务

用户画像

- 男女比例约为6:4，80后占比48.6%，本科学历占比61.0%，学历偏高；
- 智能手机系统中，Android系统占比64.4%，iOS系统占比35.0%，Windows phone系统占比0.6%；iOS系统用户更爱消费与出行。
- 除生活类网络服务外，用户最爱的网络服务为网上支付、聊天与购物；
- 用户关注健康及空气质量，性格热情有感染力，追求时尚与有品质的健康生活

用户期待

- 全国用户对于所在城市的空气质量比较满意，但北京、天津、河北地区用户对空气质量较为担忧，26.6%用户期望每周蓝天数量可达5天，占比最高；
- 准确、及时、简洁、实用是用户对于未来天气类应用的主要期望，同时更多的本地生活服务也是用户的需求之一。

1

中国天气类应用用户使用情况

2

中国天气类应用满意度及产品测评

3

中国天气类应用用户需求诊断

4

中国天气类应用用户期望

5

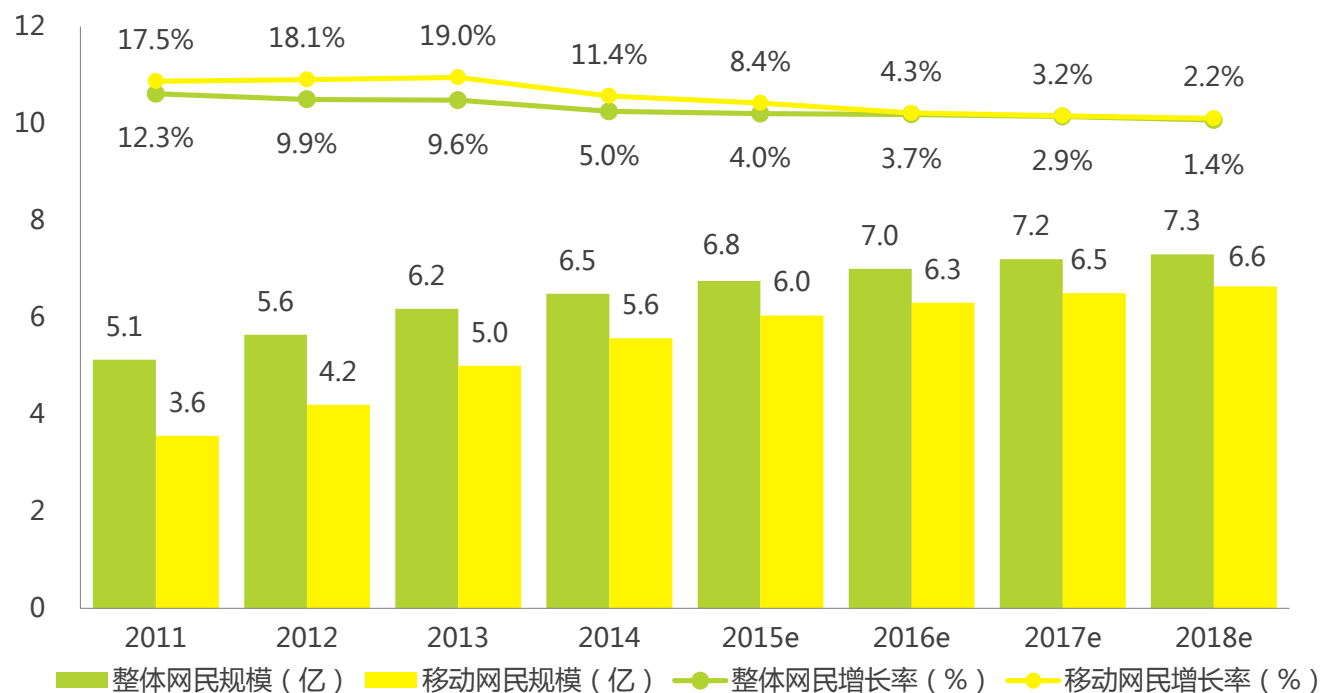
中国天气类应用用户属性

中国网民及移动网民规模

移动网民规模增速远超PC网民规模增速

2014年，中国整体网民规模为6.48亿，其中PC网民的规模达到6亿人，增速为0.8%；移动网民达到5.6亿人，增长率为11.4%，移动网民增速远超PC网民增速，中国整体网民的增长已经由PC网民增长逐渐转移到移动网民的增长。智能手机的普及与移动应用的便携性为用户带来了更多便利，正深度影响着人们的生活习惯与生活方式。

2011-2018年中国整体网民及移动网民规模



注释：PC网民是指过去半年内使用PC上网的网民，移动网民是指过去半年内使用移动终端上网的网民。

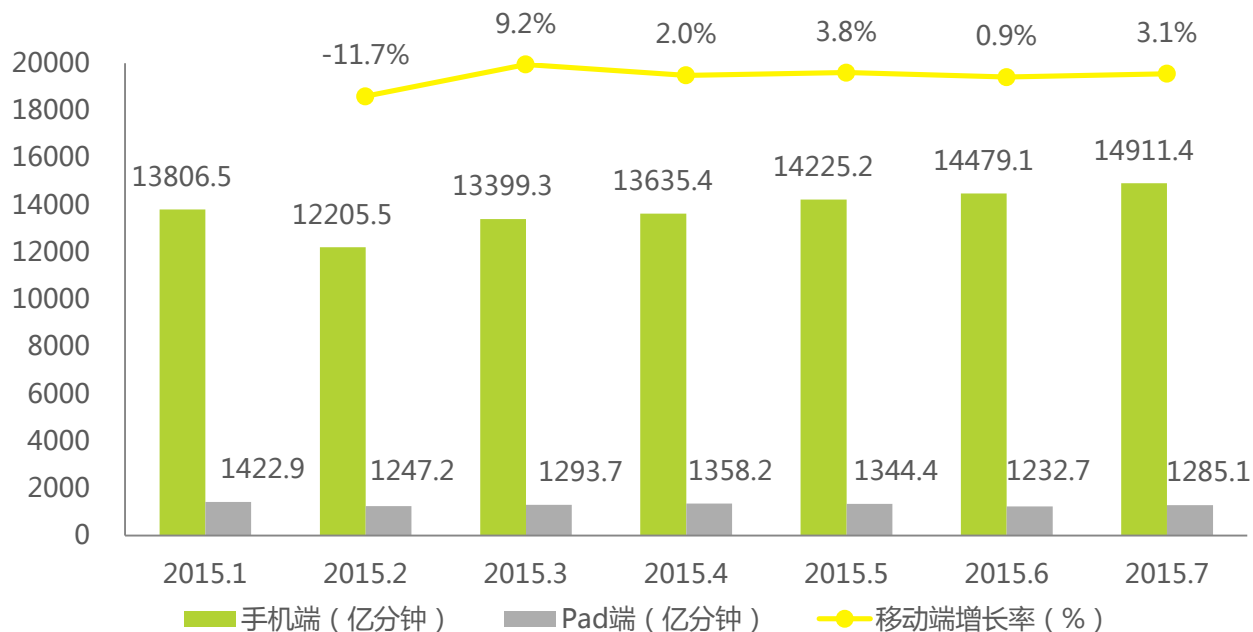
来源：2011-2018年数据为艾瑞根据IUT数据及艾瑞预测模型估算。

中国移动网民终端使用时长变化

移动网民终端使用时长稳定增长，移动应用成未来趋势

2015年1月至7月，中国移动网民终端月度有效使用时长突破1250亿小时，使用时长增长较为稳定，其中，手机端月度有效使用时长平均超过233亿小时，Pad端月度有效使用时长平均在60亿小时左右。艾瑞分析认为，随着中国智能手机的不断普及、移动应用在技术与体验方面的不断改进，未来网民对移动端的依赖将继续加强，移动端应用的发展创新将成为互联网发展的重要趋势。

mUserTracker-2015年1月-7月中国移动网民各终端月度有效使用时长



来源：mUserTracker. 2015.7，基于对40万名iOS和Android系统的智能终端用户使用行为长期监测获得。

天气类应用使用情况

便捷生活类应用月活跃人数达4亿，以天气类应用使用率居首

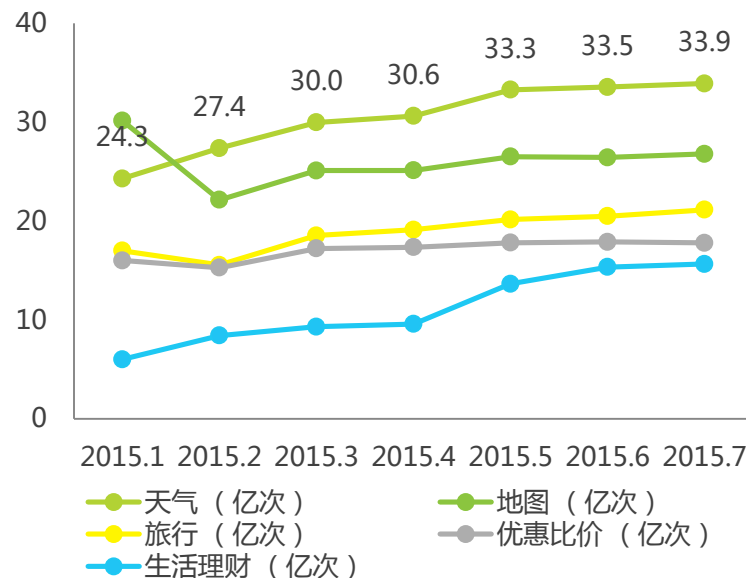
2015年1月至7月，移动端各类应用服务中，便捷生活类应用位列第四名，月度活跃用户达到4亿，2015年3月-7月的复合增长率为1.1%；在便捷生活类应用中，天气类应用的月度总使用次数在2015年2月份超过地图类应用跃居首位，并逐月呈现增长趋势，成为用户使用次数最多的便捷生活类应用。

2015年1月-7月中国移动互联网应用月度覆盖人数Top5

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	2015年 3-7月复合增 长率(%)
合计	5.8	5.8	6.1	6.2	6.3	6.4	6.5	1.5%
实用工具	5.5	5.5	5.7	5.8	5.9	6.0	6.0	1.7%
通讯聊天	5.2	5.3	5.4	5.5	5.6	5.7	5.8	1.7%
影音多媒体	5.3	5.3	5.4	5.6	5.6	5.7	5.7	1.2%
便捷生活	4.0	3.9	4.0	4.0	4.0	4.1	4.1	1.1%
游戏	4.2	4.0	4.1	4.1	4.1	4.1	4.0	-0.4%

月度覆盖人数（亿人）

2015年1月-7月中国移动互联网便捷生活类
应用月度总使用次数Top5



来源：mUserTracker. 2015.7，基于对40万名iOS和Android系统的智能终端用户使用行为长期监测获得。

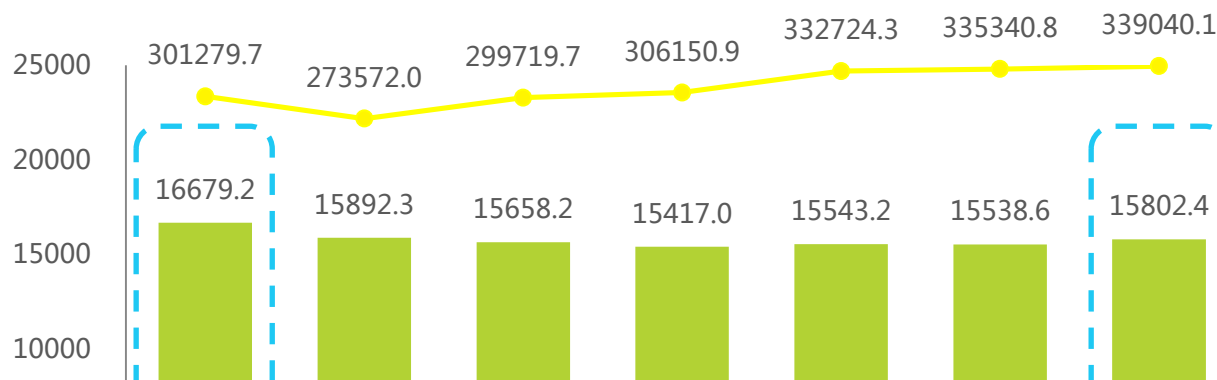
天气类应用行业发展趋势

用户活跃度受季节影响，使用黏性不断增长

2015年1-7月，天气类App月度覆盖人数的走势随着季节变化而变化，在冬季及夏季天气变化较为频繁的时节，用户的活跃度更高。

天气App的月度总使用次数保持稳定增长，说明用户对于与生活出行息息相关的天气App使用黏性较高。

mUserTracker-2015年1月-7月天气类App月度使用数据



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_21639

