

中国手机输入法用户行为研究报告简版

China Mobile Phone Input Method Users' Behaviour Research

2011-2012年

北京 · 上海 · 广州 · 深圳 · 东京 · 硅谷 · 香港

➤ 2011-2012年中国手机输入法用户属性

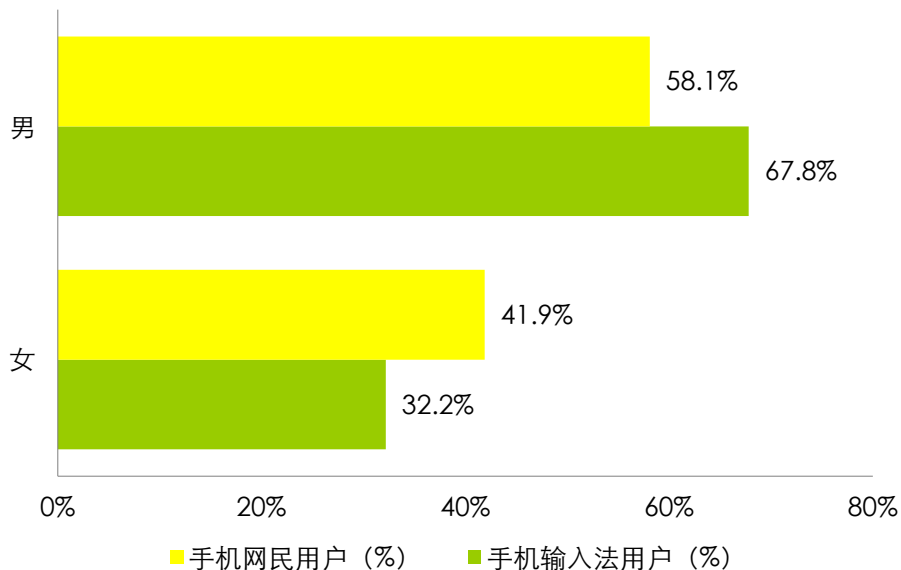
- 性别：手机输入法用户群体以男性为主，男女性别差距高于整体手机网民用户；
- 年龄：用户年龄以18-24岁年轻群体为主，学生是主要组成部分，低龄化仍是用户的主要特点；
- 学历：用户学历以高中学历为主，学历水平有待提高；
- 职业：手机输入法用户使用群体以学生为主；
- 收入：非学生用户月收入主要集中在1501~3000元之间，以低收入群体为主。

➤ 2011-2012年手机输入法用户使用行为

- 手机输入法用户经常使用的第三方手机输入法中搜狗位居第一；
- 用户在选择手机输入法产品考虑的关键因素主要有输入速度、记忆、词库功能等；
- 用户对第三方手机输入法的误按键功能满意度较低；
- 用户主要通过手机上网下载手机输入法产品。

年轻化是手机输入法用户主要特征

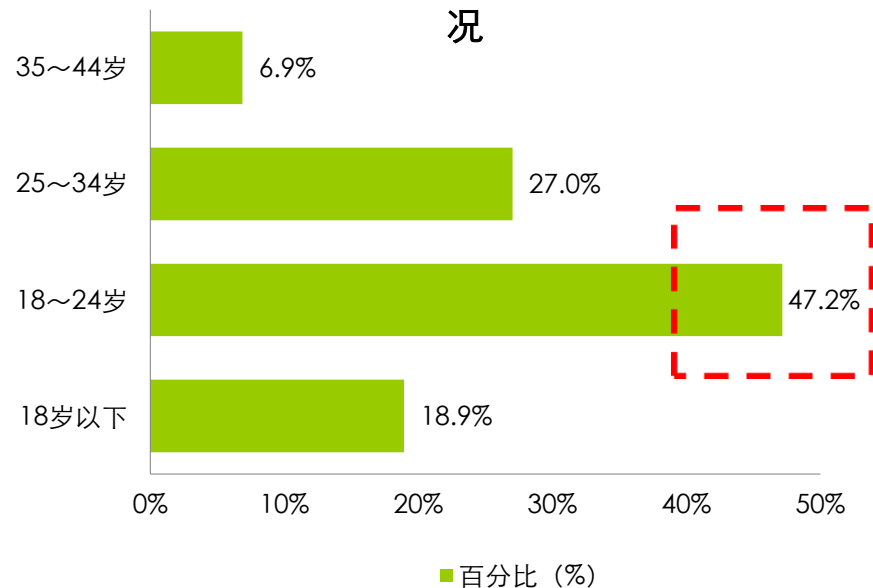
2011年中国手机网民与手机输入法用户性别对比



2011-2012年中国手机输入法用户性别以男性为主，男性占比为67.8%，女性占比为32.2%，与整体手机网民性别分布基本一致，但更偏向于男性，性别差距高于整体手机网民用户。

2011-2012年中国手机输入法用户年龄以18-24岁为主，占比达到47.2%，其次是25-34岁，占比为27.0%，年轻用户是手机输入法用户的主要组成群体。

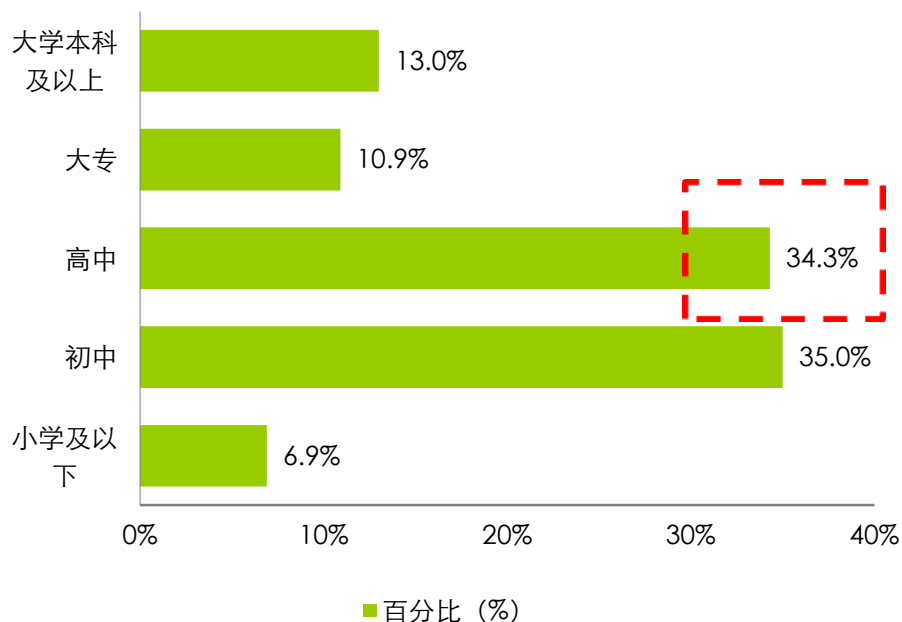
2011-2012年中国手机输入法用户年龄情况



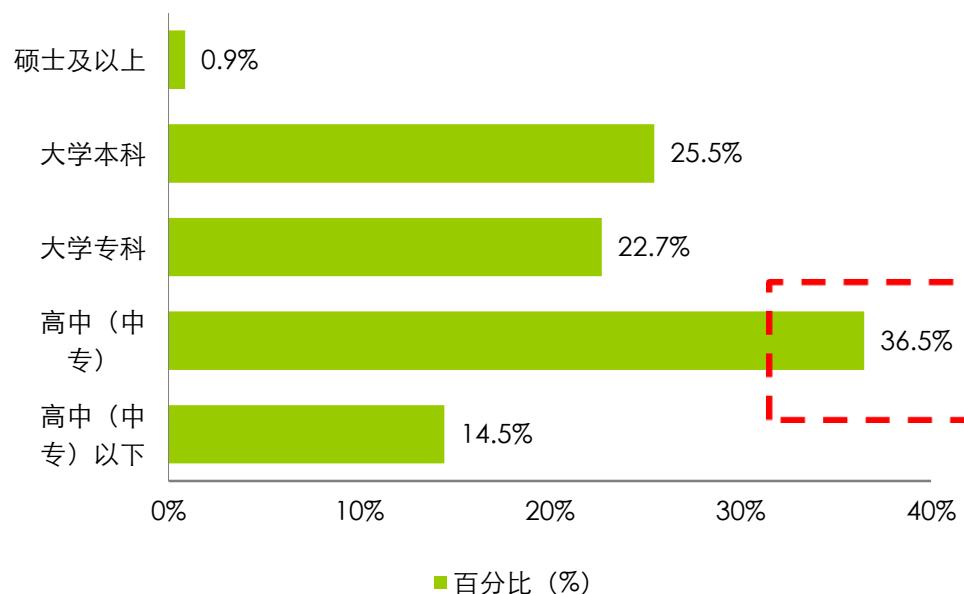
用户学历水平较低

- 2011年中国手机网民用户学历水平以高中和初中学历水平为主，分别占比34.3%和35.0%，大学本科及以上学历仅占13.0%，手机网民整体教育水平较低；
- 2011-2012年中国手机输入法用户学历以高中学历为主，占比36.5%，其次是本科学历，占比为25.5%，手机输入法用户教育水平高于整体手机网民用户。

2011年中国手机网民用户学历情况



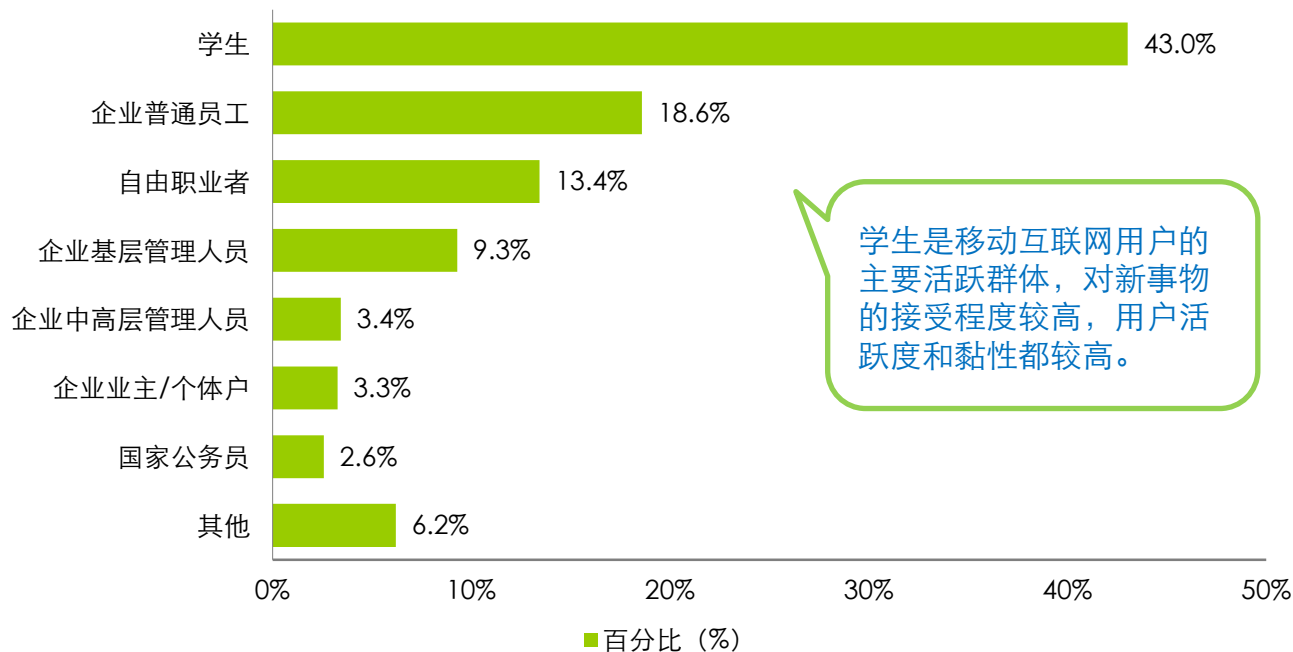
2011-2012年中国手机输入法用户学历情况



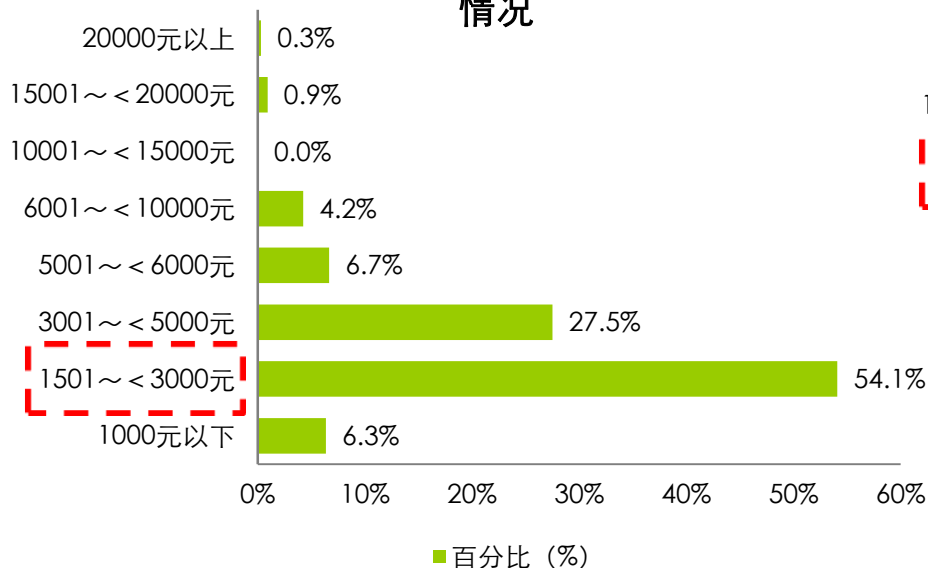
用户以学生群体为主

- 2011-2012年中国手机输入法用户以学生群体为主，学生占比达到43.0%，其次是企业普通员工，占比18.6%；
- 艾瑞分析认为，随着智能手机的不断普及，学生群体手机拥有量越来越多，是手机输入法的主要活跃用户，年轻化群体的增多，正不断影响移动互联网网络服务需求的改变。

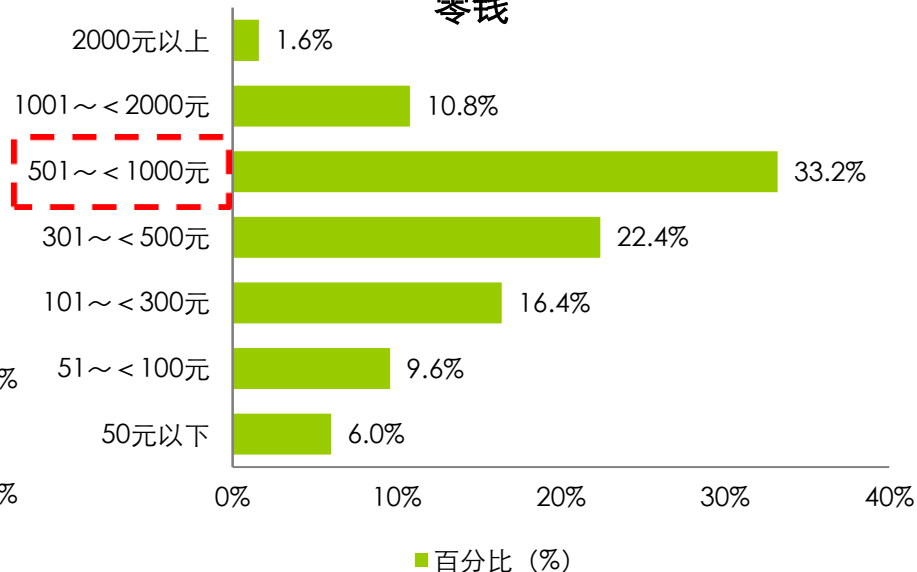
2011-2012年中国手机输入法用户职业情况



2011-2012年中国手机输入法用户个人月收入情况



2011-2012年中国手机输入法用户个人月支配零钱

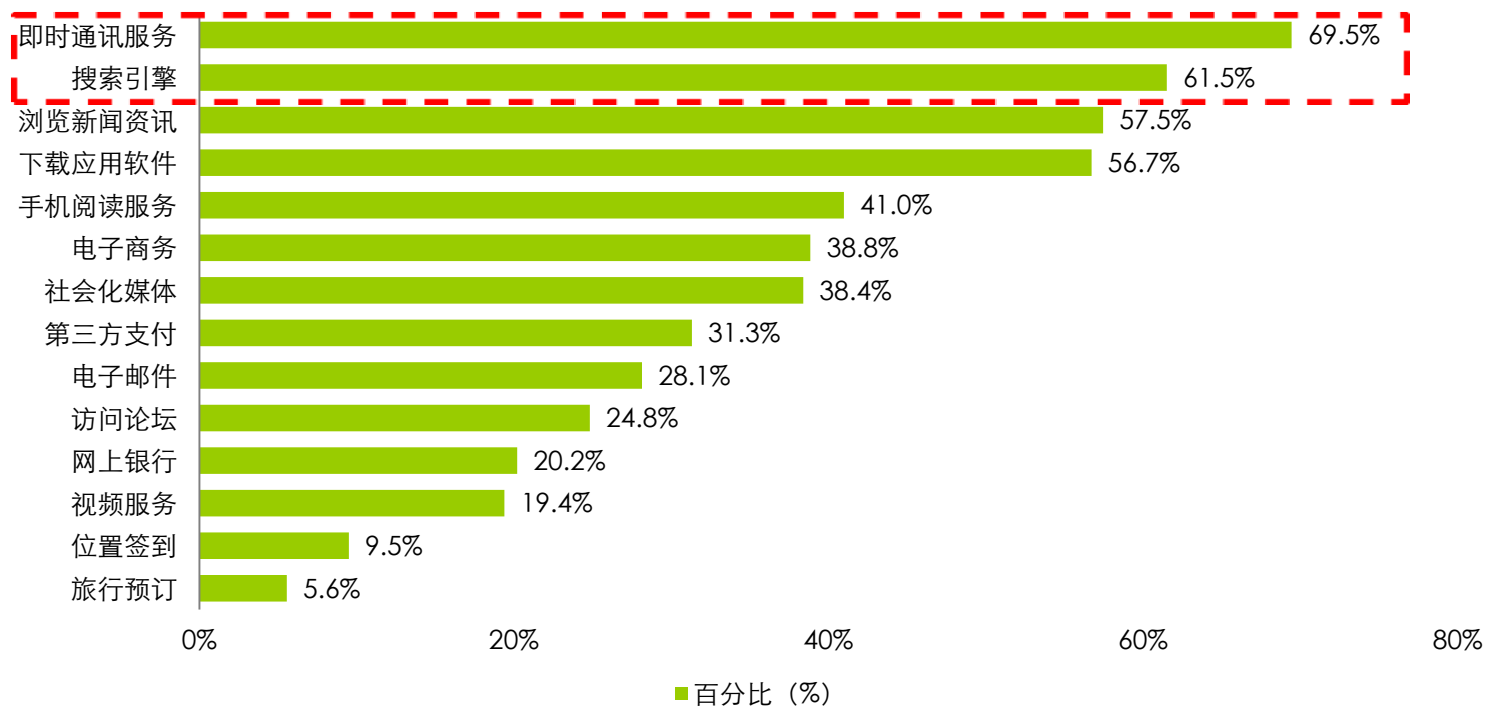


- 2011-2012年中国手机输入法用户（非学生）个人月收入主要集中在1501~3000元之间，占比达到54.1%，其次为3001~5000元，占比27.5%，用户群体呈现低收入特点；2011年整体手机网民月收入多在1000元以下和1501~3000元两个层次，手机输入法用户个人月收入高于整体手机网民；
- 手机输入法用户（学生）月支配零钱主要集中在301~500元和501~1000元两个层次，占比分别为22.4%和33.2%，艾瑞认为，学生群体的消费水平较高同时消费自由度较大。

即时通讯和搜索是手机网民主要上网行为

- 艾瑞调研数据显示，2011-2012年中国手机上网用户最主要的活动是即时通讯服务和搜索引擎服务；
- 艾瑞分析认为，即时通讯和搜索引擎两大移动互联网服务，是最多需要通过手机键盘输入文本信息的服务，为手机输入法的发展带来了巨大的用户需求。

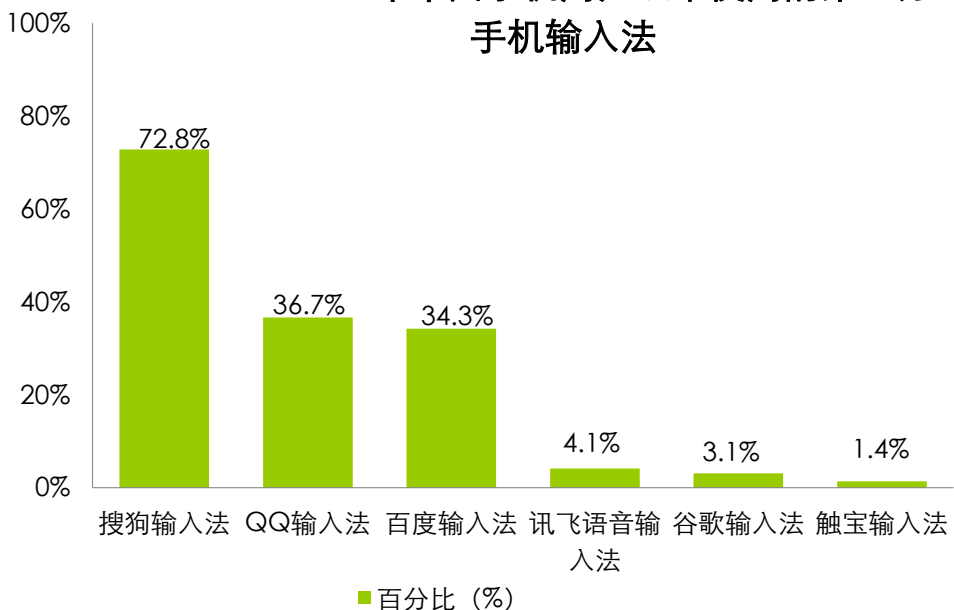
2011-2012年中国手机上网用户上网行为



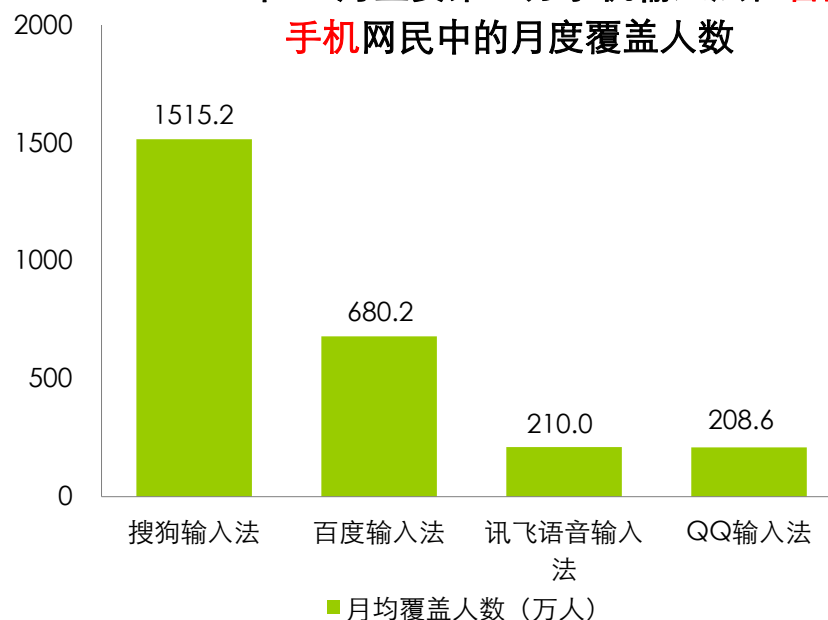
过半手机网民使用搜狗输入法

- 艾瑞调研数据显示，2011-2012年中国手机网民用户经常使用的第三方手机输入法中，搜狗输入法以72.8%的占比位居榜首，其次是QQ输入法，占比36.7%，百度输入法紧随其后，占比34.3%；
- 艾瑞分析认为，主要原因在于：搜狗输入法在PC端发展较早，在输入速度、词库的广度和词语准确性方面具有较大优势，迅速积累了大批用户，同时将PC端用户迁移到手机端；
- 腾讯、百度等各大互联网公司都参与了手机输入法市场的竞争，其中产品的差异化并不明显，关键在于如何提供用户黏性。

2011-2012年中国手机用户经常使用的第三方手机输入法



2012年5-6月主要第三方手机输入法在智能手机网民中的月度覆盖人数



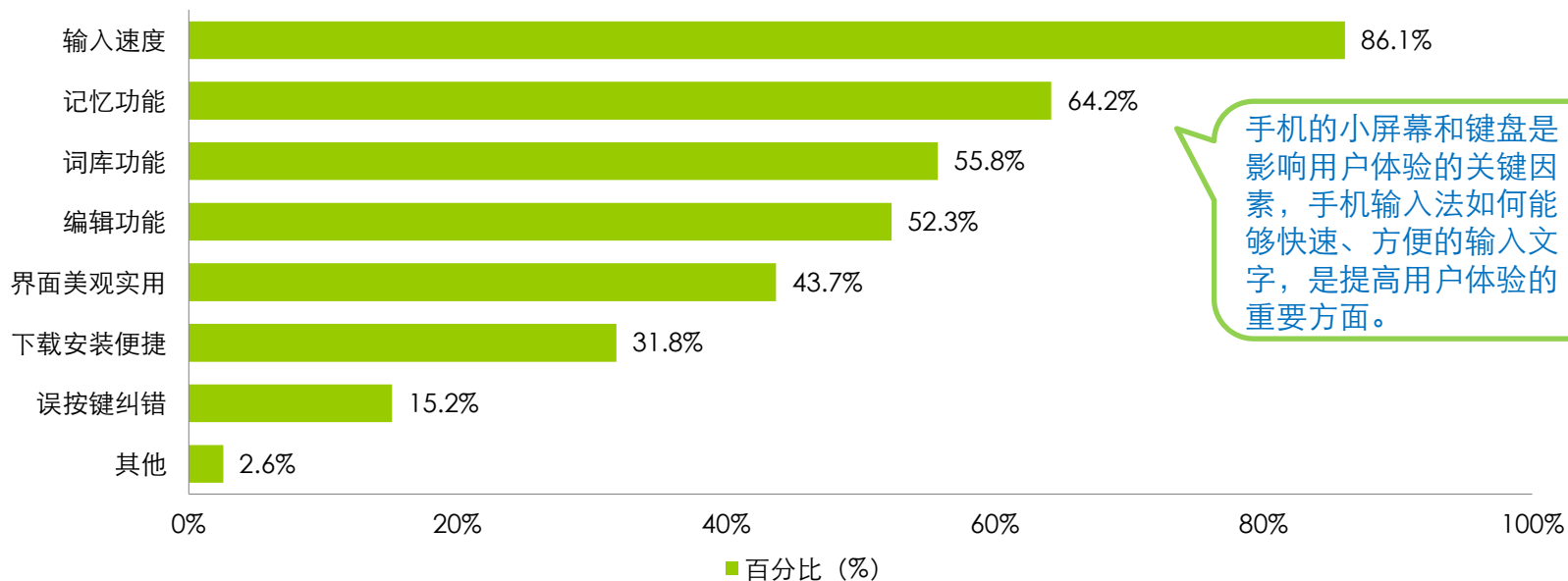
样本：N=581，于2011年12月-2012年2月在8家主流手机网站和客户端联机调研获得。

来源：艾瑞mUserTracker，基于1万名iOS和Android系统的智能终端用户使用行为长期监测数据获得，时间范围：2012.5.1-7.1。

输入速度是用户选择手机输入法的关键因素

- 艾瑞调研数据显示，2011-2012年中国手机输入法用户在选择输入法时考虑的关键因素是输入速度，这一因素占比达到86.1%，其次是记忆功能和词库功能，分别占到64.2%和55.8%；
- 艾瑞分析认为，手机输入法的主要作用在于要提高手机键盘输入的速度，提高手机用户的使用效率，因此，手机输入法的输入速度是其重要的功能，另外，输入法的记忆和词库功能，能更有效的提高输入速度，这些功能成为用户主要关注的方面。

2011-2012年中国手机输入法用户选择输入法考虑的关键因素



智能手机的局限为手机输入法的发展带来巨大的发展机遇

目前，中国手机用户已经突破10亿户，手机已经成为用户必不可少的通信工具，特别是伴随智能手机的快速发展，手机的智能化使其不仅仅具有通信功能，而逐渐地具备了计算机的功能。用户对手机上网、办公的需求越来越高，但是由于手机键盘的有限性，极大的降低了用户的体验效果，同时也给手机输入方式带来了严峻的挑战。手机输入法针对智能手机的局限性，大大提高了输入速度和体验效果，也为其发展带来了巨大的机遇。未来智能手机的渗透率将进一步提高，手机输入法同样是重要的移动互联网产品。

为了帮助从业企业和专业人士全面和深入地了解移动互联网行业及移动互联网产品和服务的发展现状和趋势，艾瑞咨询基于对移动互联网多年市场监测和研究积累，采用手机网站联机调查方法进行问卷投放，结合对大量业界专家的深访与桌面研究，撰写了《2011-2012年中国手机输入法用户行为研究报告》。

本报告希望通过对手机输入法用户属性和行为的分析，为传统互联网企业、移动互联网企业以及产业链各方提供参考依据和支持。

（一）艾瑞网络调研（手机网民用户）说明

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手机网站联机调查方法进行，在8家主流手机网站及客户端投放调查问卷，于2011年12月—2012年2月期间通过这些手机网站投放图形广告和文字链广告，由用户主动参与填写问卷的方式来获取信息。本次调研共回收1.69万份问卷，经处理排除无效问卷，并根据手机网民的性别和年龄进行配比加权，本次调研最终得到有效问卷8059份，其中手机输入法行业共回收有效问卷581份。

2. 关于手机网民样本配额

根据CNNIC于2012年1月公布的手机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：

参加艾瑞手机用户行为调研的8家主流手机网站及客户端并不能完全代表中国所有手机网站，即基于上述主流网站的调研结果不能完全代表中国手机用户的整体情况。鉴于对移动互联网发展的跟踪和研究，艾瑞咨询认为本次调研结果涉及的数据和分析，对解读移动互联网市场和把握手机用户行为特征具有参考价值，建议各界人士选择使用。

(二) 行业研究部分艾瑞主要采用行业深度访谈和桌面研究的方法：

- 通过对行业专家、厂商、渠道进行深入访谈，对相关行业主要情况进行了解，并获得相应销售和市场等方面数据。
- 桌面研究，对部分公开信息进行比较，参考用户调研数据，最终获得行业规模的数据。
- 艾瑞获得一些公开信息的渠道：
 - ✓ 政府数据与信息
 - ✓ 相关的经济数据
 - ✓ 行业公开信息
 - ✓ 企业年报、季报
 - ✓ 行业资深专家公开发表的观点

- **移动互联网**：就是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**：是一种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。
- **手机上网用户**：是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网民。
- **手机输入法**：是指用户使用手机在编写短信息、使用电话簿以及上网等项目中用到的输入方式。

I. 报告摘要

II. 报告正文

1. 2011-2012年中国手机输入法用户属性研究

1.1. 年轻化是手机输入法用户主要特征

1.2. 用户学历水平较低

1.3. 用户以学生群体为主

1.4. 用户群体低收入

2. 2011-2012年中国手机输入法用户使用行为研究

2.1. 即时通讯和搜索是手机网民主要上网行为

2.2. 过半手机网民使用搜狗输入法

2.3. 输入速度是用户选择手机输入法的关键因素

2.4. 手机输入法的误按键纠错功能满意度最差

2.5. 用户主要通过手机上网下载手机输入法

2.6. 手机输入法用户手机操作系统主要为Symbian

3. 艾瑞建议

III. 附录：调研背景

附录：研究方法

附录：概念定义

附录5：正式版报告图表目录

- 图1-1 2011年中国手机网民与手机输入法用户性别对比
- 图1-2 2011-2012年中国手机输入法用户年龄情况
- 图1-3 2011年中国手机网民用户学历情况
- 图1-4 2011-2012年中国手机输入法用户学历情况
- 图1-5 2011-2012年中国手机输入法用户职业情况
- 图1-6 2011-2012年中国手机输入法用户个人月收入情况
- 图1-7 2011-2012年中国手机输入法用户个人月支配零钱
- 图2-1 2011-2012年中国手机上网用户上网行为
- 图2-2 2011-2012年中国手机用户经常使用的第三方手机输入法
- 图2-3 2012年5-6月主要第三方手机输入法在智能手机网民中得月度覆盖人数
- 图2-4 2011-2012年中国手机输入法用户选择输入法考虑的关键因素
- 图2-5 2011-2012年中国手机输入法用户满意度情况
- 图2-6 2011-2012年中国手机输入法用户了解输入法的渠道
- 图2-7 2011-2012年中国手机输入法用户下载手机输入法的渠道
- 图2-8 2011-2012年中国手机输入法用户使用的手机操作系统

法律声明

本报告为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>

报告购买/咨询：

艾瑞市场咨询有限公司 北京

地址：北京市朝阳区金桐西路10号远洋光华国际AB座A501室，100020

电话：010-51283899-209

艾瑞市场咨询有限公司 上海

地址：上海市徐汇区漕溪北路333号中金大厦B幢701室，200030

电话：021-51082699-业务部

艾瑞市场咨询有限公司 广州

地址：广州市天河区林和西路3-15号耀中广场B座707室，510620

电话：020-38010229

报告总顾问：

杨伟庆iResearch总裁

Email: henry@iresearch.com.cn