

中国手机阅读用户行为研究报告 简版

China Mobile Phone Reading User Behavior Research
2011-2012年

北京 · 上海 · 广州 · 深圳 · 东京 · 硅谷 · 香港

➤ 手机阅读用户年龄结构较分散

手机阅读的覆盖年龄段广，与阅读本身的受众群体分布范围以及手机的普及有关，同时也说明了目前手机阅读提供的内容基本符合各个年龄层次读者的阅读需求。

➤ 手机浏览器成为手机阅读用户首选入口

三分之二的用户使用手机上网时最先打开浏览器查看信息，使用手机浏览器主要以浏览信息为主，符合手机阅读用户强烈的阅读需求，也是PC端使用习惯在手机端的延续。

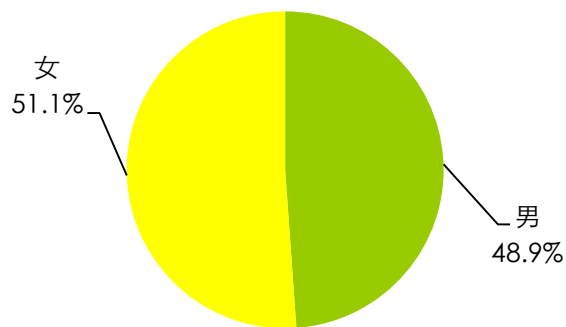
➤ 方便性是用户阅读首要考虑因素

大多数手机阅读用户进行手机阅读的主要原因有两项：“随时随地方便阅读”和“阅读爱好者”，分别占比76.9%和64.7%。另外，省钱和好奇心也是一大因素。

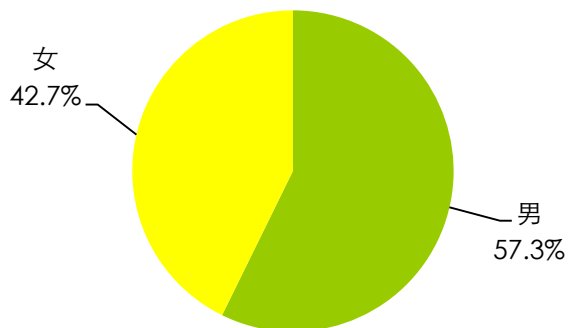
➤ 小说传记、新闻资讯受到普遍欢迎

在阅读内容上，不同性别用户的喜好比较类似，都钟情于小说传记以及新闻资讯类。相比而言，小说传记的女性用户比例更高，达到88%。

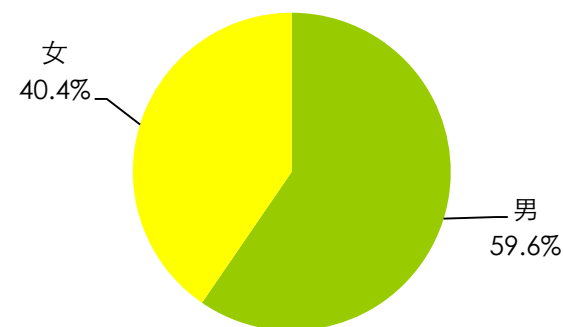
2011-2012年中国手机阅读用户
性别分布



iUserTracker-2012.07新闻资讯
类服务月度覆盖人数性别分布



iUserTracker-2012.07文学小说类
服务用户性别分布



➤2011-2012年中国手机阅读用户中，女性和男性用户的比例基本相当，女性略微高于男性。通过手机阅读内容在男性和女性中间的认可度较为一致。

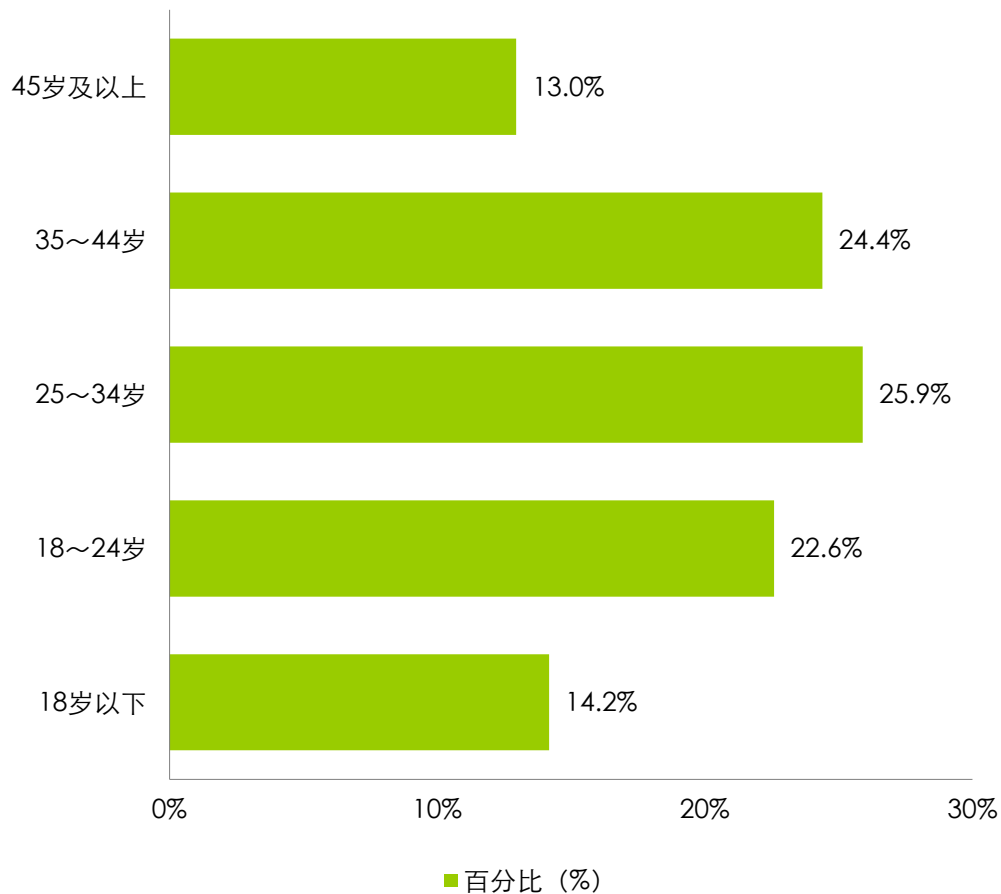
➤艾瑞分析认为，PC端阅读相关服务的男性比例明显高于女性，男性阅读人群从PC端到手机端的转化率不及女性，说明男性手机阅读用户的潜力巨大，建议手机阅读服务商适当根据男性的潜在需求，从内容类型和营销推广上着手，加强用户的均衡渗透。

样本：N=1058；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：iUserTracker. 家庭办公版 2012.9，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。

手机阅读用户年龄结构较分散

2011-2012年中国手机阅读用户年龄分布

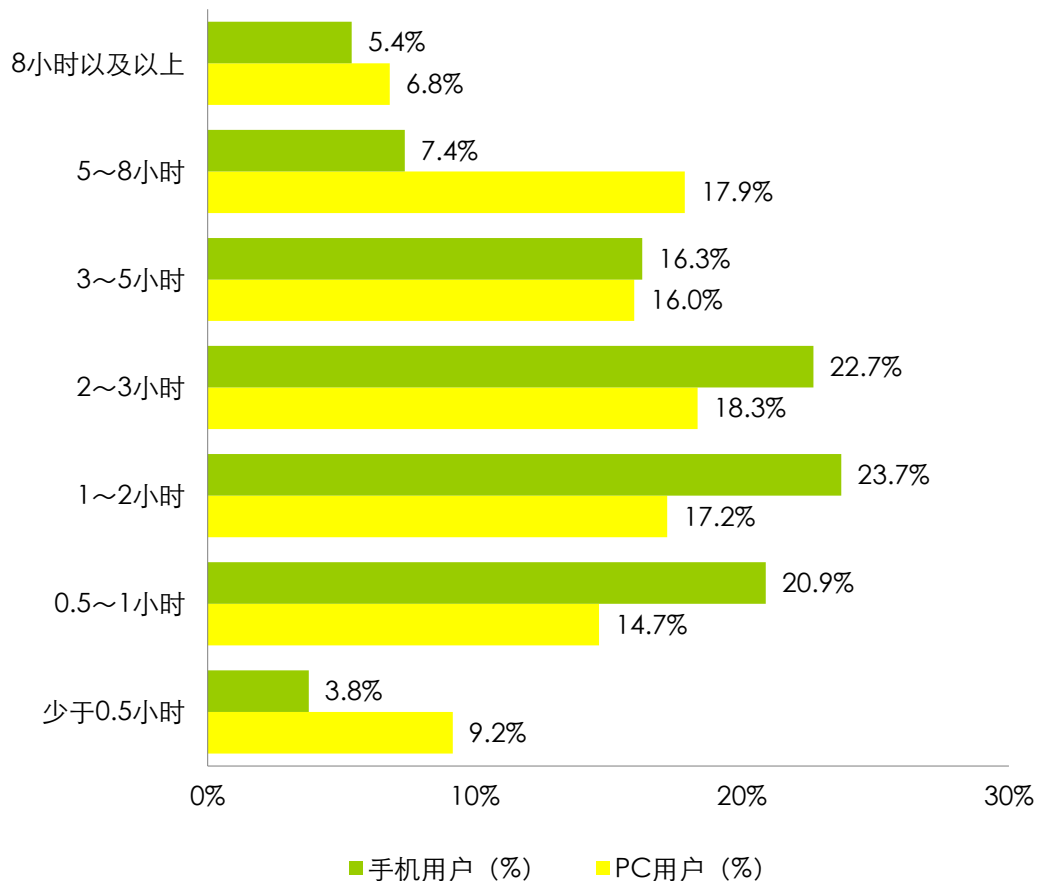


▶手机阅读用户的年龄段分布比较分散，在各个年龄段中都有一定比例。

▶艾瑞分析认为，手机阅读的覆盖年龄段广，与阅读本身的受众群体分布范围以及手机的普及有关，同时也说明了目前手机阅读提供的内容基本符合各个年龄层次读者的阅读需求。手机阅读服务提供商应该更多地提供多样化、差异化的内容满足不同年龄段用户的需求。

71.1%的用户手机上网时长在3小时以下

2011-2012年中国手机阅读用户每日手机和PC上网时长情况

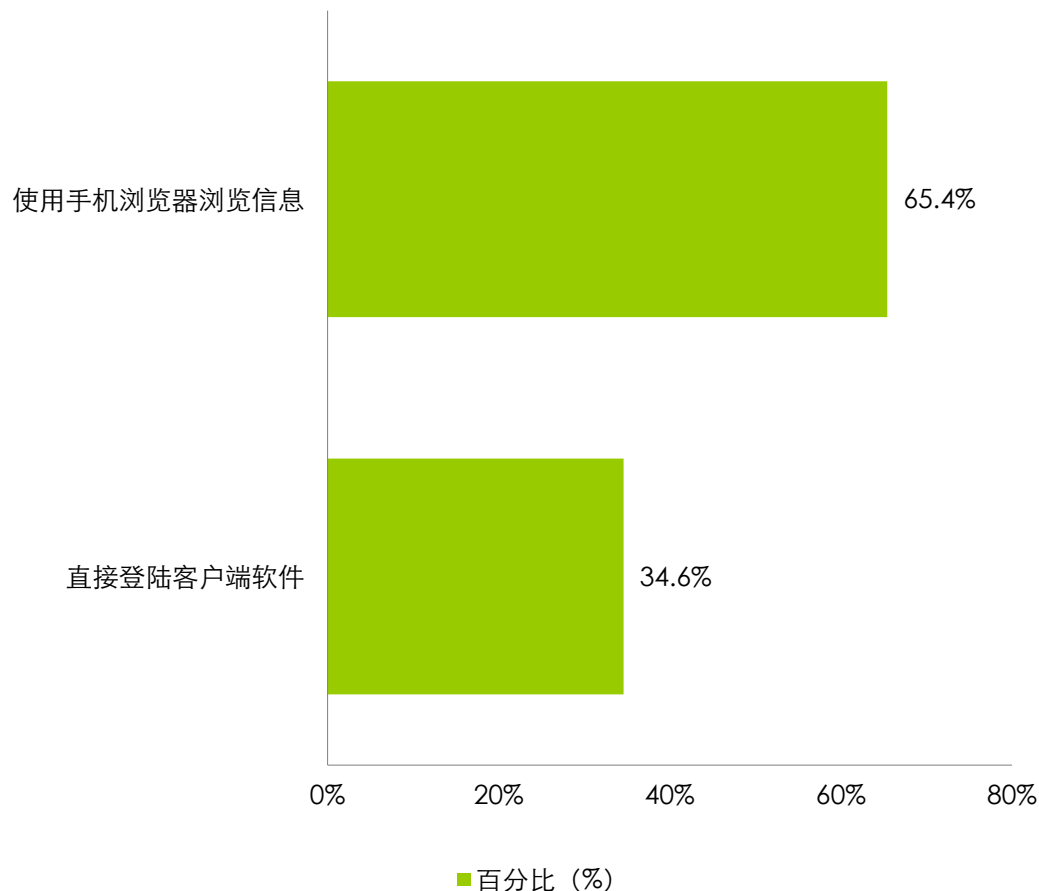


▶手机阅读用户使用手机上网的时间普遍较短，高达71.1%的用户上网时长在3小时以下，而PC上网时长分布较为均衡，其中17.9%的用户每日PC上网时长达到5~8小时。

▶艾瑞分析认为，手机与PC用户的使用习惯不尽相同，相对于PC，用户更多利用碎片化时间操作手机，因此可以针对时间上的差异性，推出不同长度的阅读内容，以满足更多手机阅读用户的需求。

手机浏览器成为手机阅读用户首选入口

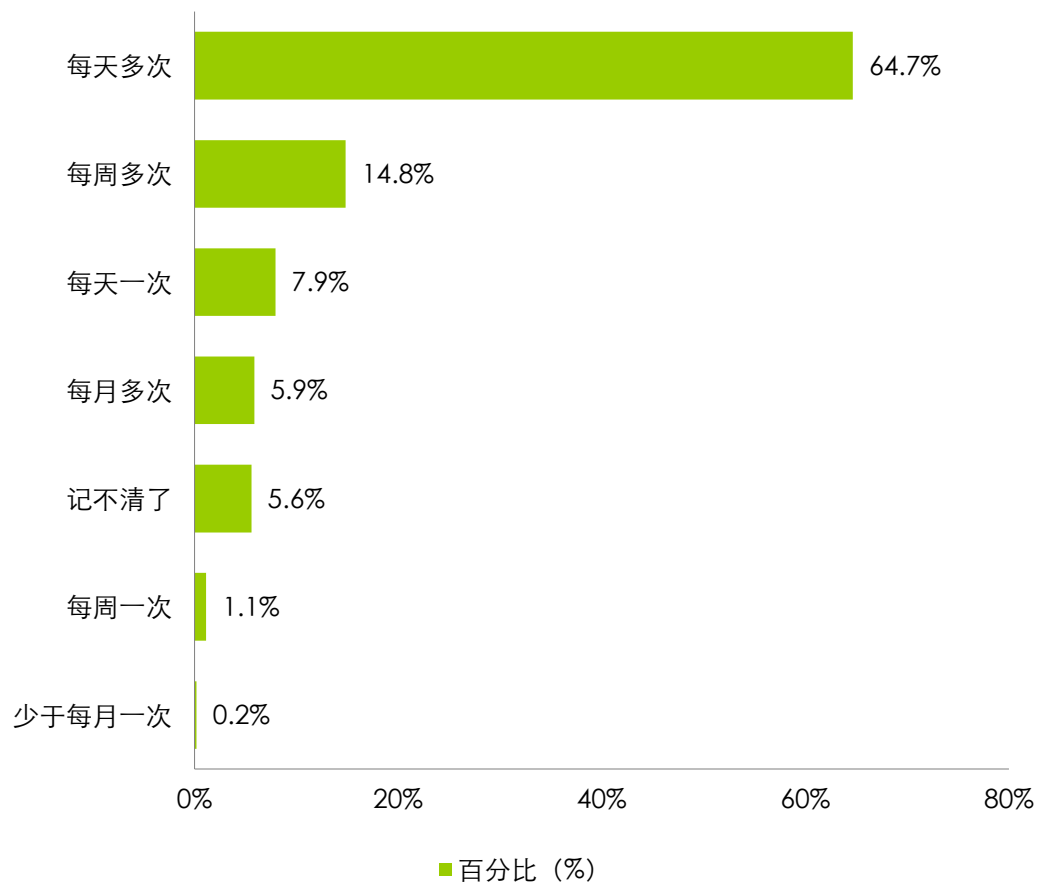
2011-2012年中国手机阅读用户手机上网最先进行的活动



▶ 三分之二的用户使用手机上网时最先打开浏览器查看信息，仅有三分之一的用户表示会直接登录客户端软件。

▶ 艾瑞分析认为，鉴于手机浏览器是大部分手机阅读用户手机上网的首选入口，那么手机阅读服务商可以与手机浏览器进行集成合作，将阅读服务深度嵌入到浏览器中，或者采取与热门网站宣传推广的方式，吸引潜在手机阅读用户的关注。

2011-2012年中国手机阅读用户最近半年
使用频率情况

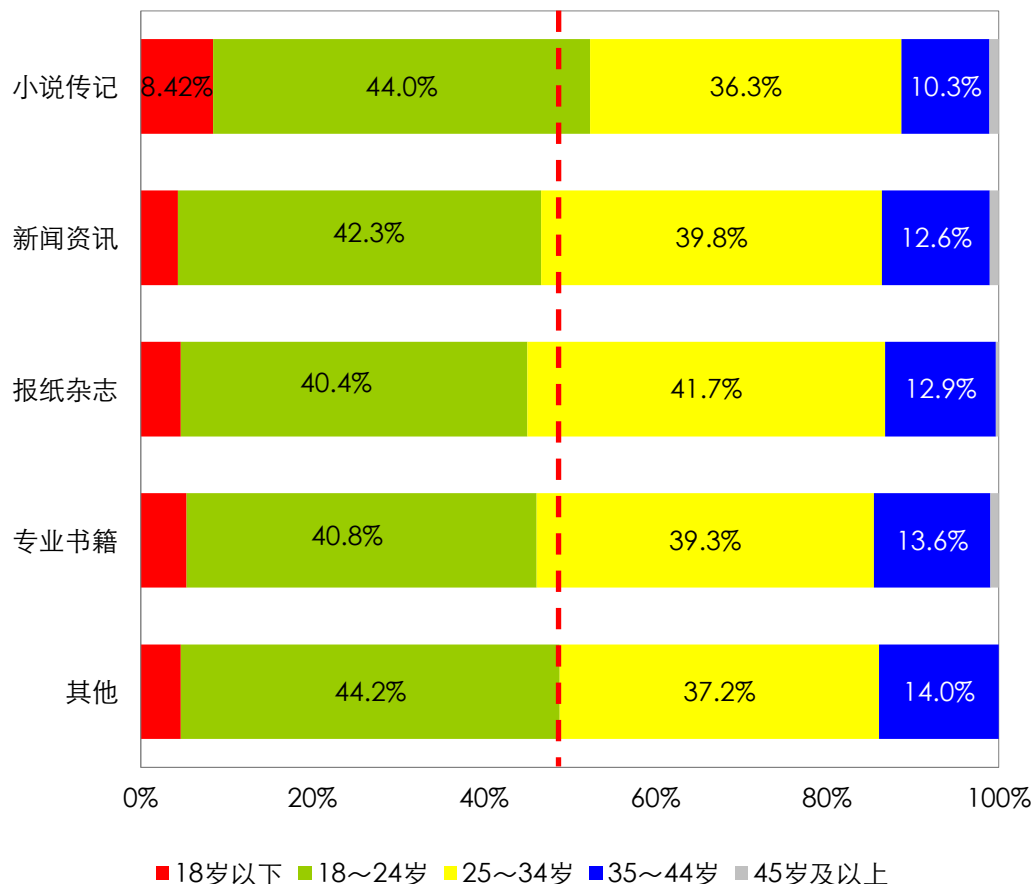


▶最近半年内容手机阅读用户中，64.7%表示每天多次进行手机阅读，远远领先于每周多次、每月多次等选项。

▶艾瑞分析认为，手机阅读用户使用频率高，说明用户黏性较强。阅读内容与其他休闲娱乐不同，通常具有较强的连贯性，此外，阅读用户的忠实度更强，线上与线下的转化率也更高，传统纸质书用户转变为手机阅读用户的成本较低，手机阅读在效率以及金钱投入上都要比纸质图书更满足用户需求。

青年群体是所有阅读内容的主力读者

2011-2012年中国手机阅读不同年龄段用户
经常阅读的内容类型

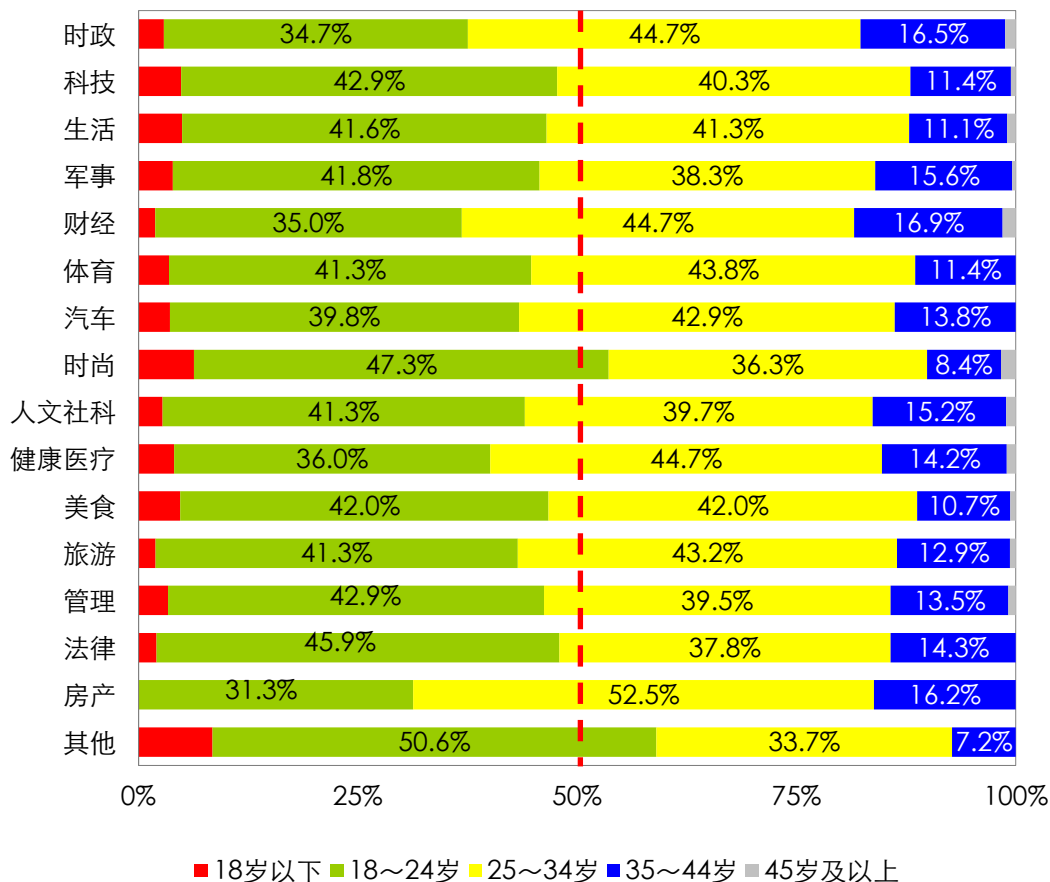


▶ 青年群体是所有阅读内容的主要读者。小说传记、专业书籍、新闻资讯和报纸杂志在25岁前和25岁后用户中的阅读量基本保持一致。

▶ 艾瑞分析认为，虽然25岁前和25岁后用户的比例基本相当，但是目前小说传记在学生，特别是在校大学生中的阅读率比较高，学生拥有更多的闲暇时间阅读符合他们年龄特征的小说传记内容。报纸杂志形式和内容更传统，因此在25岁后的比例相对更高。

成熟读者更关注房产、健康医疗资讯

2011-2012年中国手机阅读不同年龄段用户经常阅读的报纸杂志/新闻资讯/专业书籍内容题材



▶在报纸杂志/新闻资讯/专业书籍中，年轻群体偏爱时尚娱乐类内容，25~44岁的成熟读者更关注房产、健康医疗等生活实际内容。

▶艾瑞分析认为，年轻用户生活压力小，对于周边事物好奇心重，更喜欢时尚、美食和科技类的轻松话题；而稍年长的成熟读者，随着生活经历的累积，房产、健康、财经、时政与日常生活密切相关，并且他们拥有相当的经济实力，更关注与家庭、事业相关的资讯。

移动阅读是当前移动互联网与数字阅读的热点领域，随着移动互联网信息技术的发展，以手机、平板电脑、电子阅读器等移动设备为阅读平台渐渐成为当下数字化阅读的主流。其中，在移动互联网及手机应用多元化发展的背景下，手机阅读的产业链更加开放化，商业模式也正在一步步走向成熟。

人们的阅读方式、知识和信息获取方式，甚至生活方式，在移动互联网的热潮下发生了颠覆性的变化，不仅是文化传递方式发生了改变，文化创造模式也在起着根本的变化。手机阅读基于用户对各类题材内容的阅读需求，整合中短篇新闻资讯、各类电子书与网络原创文学等内容，以手机终端为主要阅读载体实现多样化的阅读形式。用户可以通过手机随时随地进行阅读，并且更有效地利用碎片化时间，完成知识和信息的获取。

在国家大力发展文化产业的大环境下，手机阅读结合传统阅读需求与信息技术，满足了人们对精神文化的追求，又降低了人们获取信息的成本，是中国文化产业发展的极佳展现，也是手机应用贴合日常生活的最佳实例之一。

艾瑞推出了《2011-2012年中国手机阅读用户行为研究报告》，该份报告主要通过对中国手机阅读用户行为进行分析，从用户基本属性、上网行为、阅读行为以及阅读偏好四个角度分析中国手机阅读用户行为，为产业链各方提供参考依据。

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。

2. 关于网民样本配额

根据CNNIC于2012年1月公布的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。

- **移动互联网**

狭义是指用户使用手机终端、平板电脑，通过移动网络浏览互联网站和手机网站，获取多媒体、定制信息等其他数据服务和信息服务。

- **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。

- **手机阅读**

指用户通过手机终端获取的阅读服务，包括彩信、手机浏览器和手机客户端应用等方式获取的阅读服务。

- **手机阅读用户**

指一年中平均每半年至少通过手机终端使用过一次阅读服务的用户。

- **网络文学**

是指以互联网为发表平台和传播媒介，借助超文本连接和多媒体演绎的手段来表现主题，在网上创作发表，供网民阅读的文学作品、类文学文本及含有一部分文学成分的网络艺术品，其中以网络文学原创作品为主。

报告摘要

报告正文

1. 2011-2012年中国手机阅读用户基本属性

1.1. 2011-2012年中国手机阅读用户性别分布

1.2. 2011-2012年中国手机阅读用户学历分布

1.3. 2011-2012年中国手机阅读用户年龄分布

1.4. 2011-2012年中国手机阅读用户职业情况分布

1.5. 2011-2012年中国手机阅读用户收入分布

2. 2011-2012年中国手机阅读用户上网行为分析

2.1. 2011-2012年中国手机阅读用户每日手机和PC上网时长情况

2.2. 2011-2012年中国手机阅读用户手机上网频次情况

2.3. 2011-2012年中国手机阅读用户手机上网最先进行的活动

2.4. 2011-2012年中国手机阅读用户打开手机浏览器最先进行的活动

2.5. 2011-2012年中国手机阅读用户最常使用的手机终端品牌

2.6. 2011-2012年中国手机阅读用户最常使用的手机终端操作系统

2.7. 2011-2012年中国手机阅读用户使用过并且感兴趣的移动互联网服务TOP10

3. 2011-2012年中国手机阅读用户阅读行为分析

3.1. 2011-2012年中国手机阅读用户最近半年使用频率情况

3.2. 2011-2012年中国手机阅读用户进行手机阅读的主要原因

4. 2011-2012年中国手机阅读用户阅读偏好分析

4.1. 2011-2012年中国不同性别用户经常阅读的内容类型

4.2. 2011-2012年中国不同年龄段用户经常阅读的内容类型

4.3. 2011-2012年中国不同性别用户经常阅读的小说传记内容题材

4.4. 2011-2012年中国不同年龄段用户经常阅读的小说传记内容题材

4.5. 2011-2012年中国不同性别用户经常阅读报纸杂志/新闻资讯/专业书籍内容题材

4.6. 2011-2012年中国不同年龄段用户经常阅读报纸杂志/新闻资讯/专业书籍内容题材

研究背景

研究方法

概念定义

法律声明

图1-1 2011-2012年中国手机阅读用户性别分布

图1-2 iUserTracker-2012.07新闻资讯类服务月度覆盖人数性别分布

图1-3 iUserTracker-2012.07文学小说类服务用户性别分布

图1-4 2011-2012中国阅读类服务用户学历分布

图1-5 2011-2012年中国手机阅读用户年龄分布

图1-6 2011-2012年中国手机阅读用户职业情况分布

图1-7 2011-2012年中国手机阅读用户收入分布

图2-1 2011-2012年中国手机阅读用户每日手机和PC上网时长情况

图2-2 2011-2012年中国手机阅读用户手机上网频次情况

图2-3 2011-2012年中国手机阅读用户手机上网最先进行的活动

图2-4 2011-2012年中国手机阅读用户打开手机浏览器最先进行的活动

图2-5 2011-2012年中国手机阅读用户最常使用的手机终端品牌

图2-6 2011-2012年中国手机阅读用户最常使用的手机终端操作系统

图2-7 2011-2012年中国手机阅读用户使用过并且感兴趣的移动互联网服务TOP10

图3-1 2011-2012年中国手机阅读用户最近半年使用频率情况

图3-2 2011-2012年中国手机阅读用户进行手机阅读的主要原因

图4-1 2011-2012年中国手机阅读不同性别用户经常阅读的内容类型

图4-2 2011-2012年中国手机阅读不同年龄段用户经常阅读的内容类型

图4-3 2011-2012年中国不同性别用户经常阅读的小说传记内容题材

图4-4 2011-2012年中国手机阅读不同年龄段用户经常阅读的小说传记内容题材

图4-5 2011-2012年中国不同性别用户经常阅读的报纸杂志/新闻资讯/专业书籍内容题材

图4-6 2011-2012年中国手机阅读不同年龄段用户经常阅读的报纸杂志/新闻资讯/专业书籍内容题材

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。本报告只提供给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