

中国移动应用商店用户行为研究报告 简版

iResearch China Mobile Apps Store User Behaviour Research

2011-2012年

北京 · 上海 · 广州 · 深圳 · 东京 · 硅谷 · 香港

- 2011-2012年移动应用商店用户属性
 - 性别：男性用户比例远高于女性；
 - 年龄：主要分布在18~34岁区间内，用户整体年轻化；
 - 学历：高中学历比例最高，中低学历整体分布较为均匀；

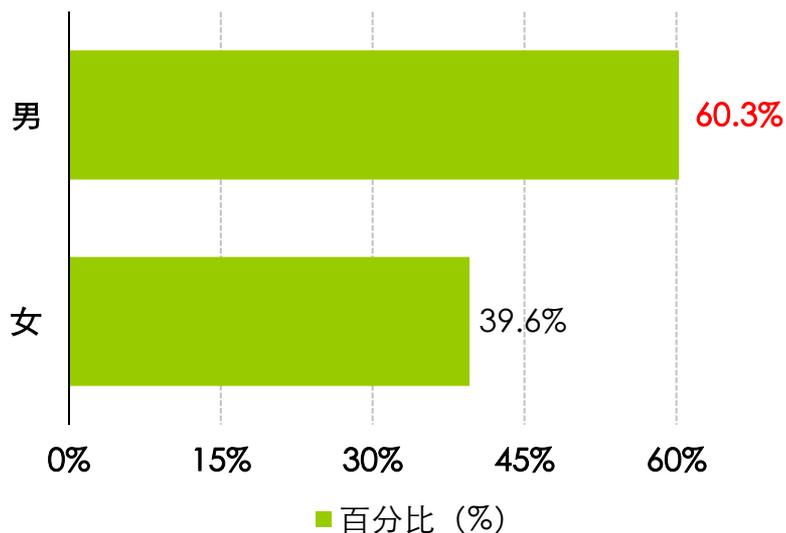
- 2011-2012年移动应用商店用户手机上网行为研究
 - 上网时长：手机上网时长一般集中5小时以内的较短时间段；
 - 上网频次：大部分用户每天使用手机上网多次，手机上网已较为普及；

- 2011-2012年移动应用商店用户移动应用商店使用行为研究
 - 各移动应用商店使用率：使用人数最多的应用商店为App store；
 - 移动应用商店访问方式：大部分用户选择使用手机访问应用商店；
 - 移动应用商店产品下载类型：下载最多的应用类型为游戏类应用；

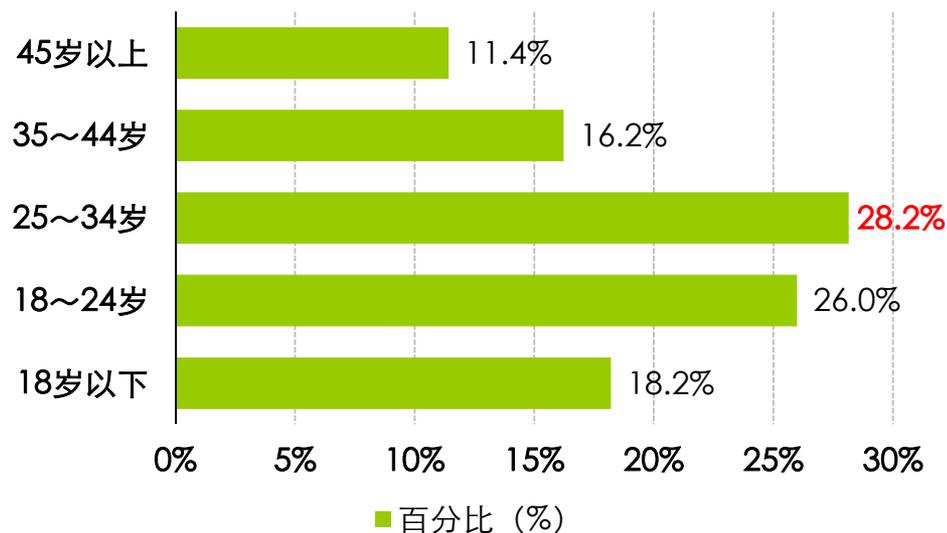
移动应用商店用户以男性为主，群体年轻化

- 2011-2012年中国移动应用商店用户性别以男性为主，占总体用户数的60.3%，女性仅占总体用户数的39.6%；
- 2011-2012年中国移动应用商店用户年龄以18~34岁为主，主要用户群体呈现年轻化的特点，其中学生群体是其用户。

2011-2012年移动应用商店用户性别状况



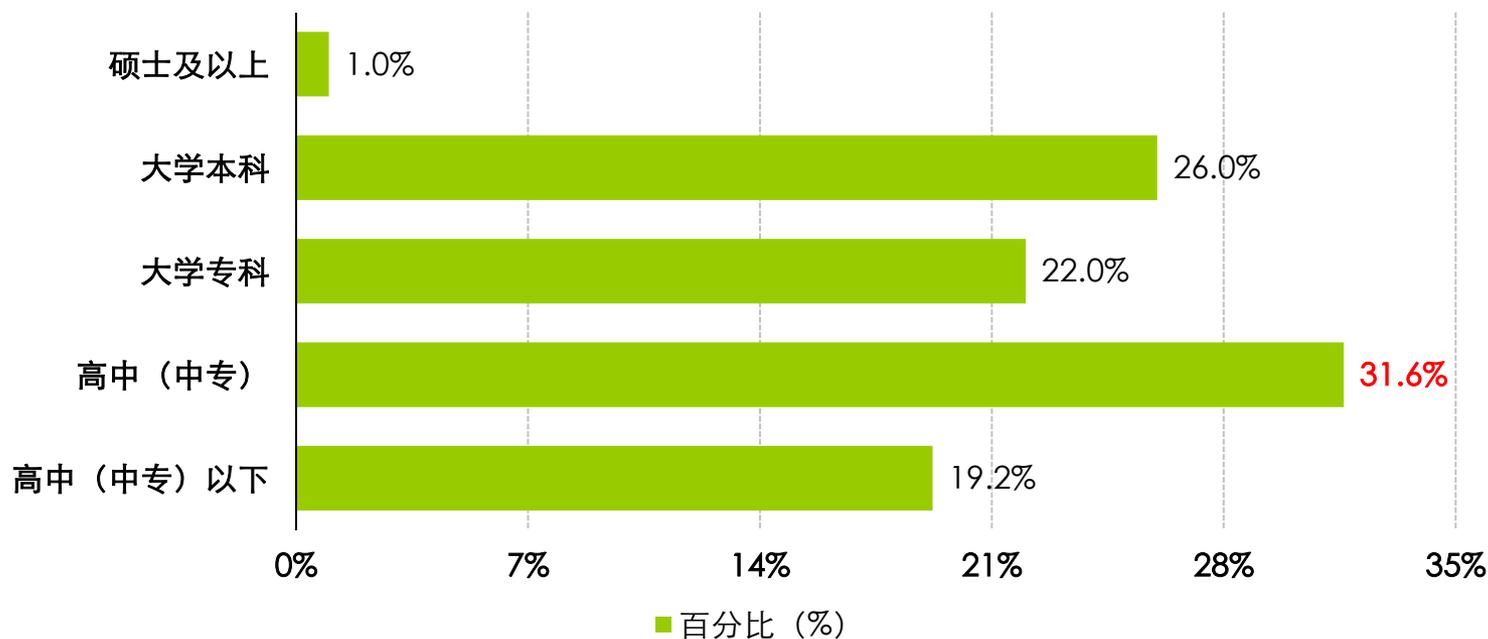
2011-2012年移动应用商店用户年龄分布状况



移动应用商店用户整体教育水平不高

- 2011-2012年中国移动应用商店用户主要集中在高中至大学本科学历，其中高中学历占比最高，为31.6%；
- 移动应用商店用户在中低教育水平的用户中分布相对平均，说明移动应用商店的使用已经普及到各个人群当中；而硕士以上的高学历人群在总体人口中占比则较低，因此在移动应用商店用户中占据比例也很小。

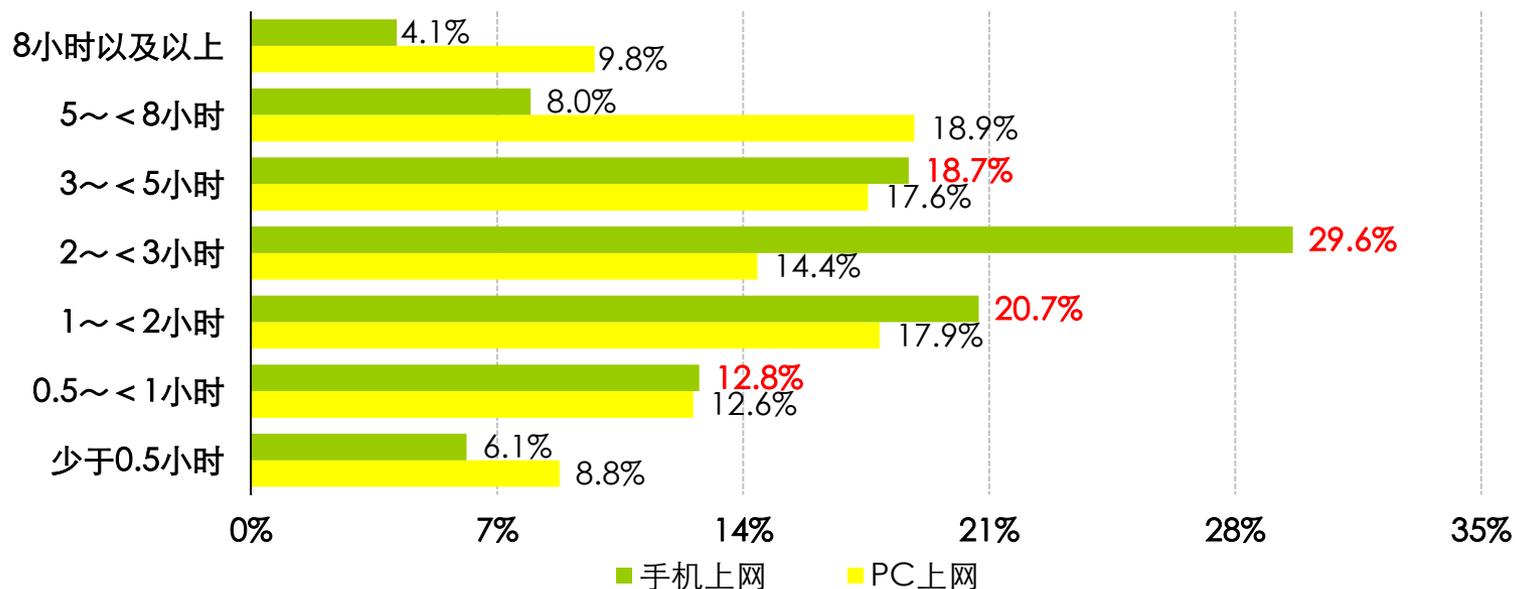
2011-2012年移动应用商店用户教育状况



移动应用商店用户手机上网时长超过PC

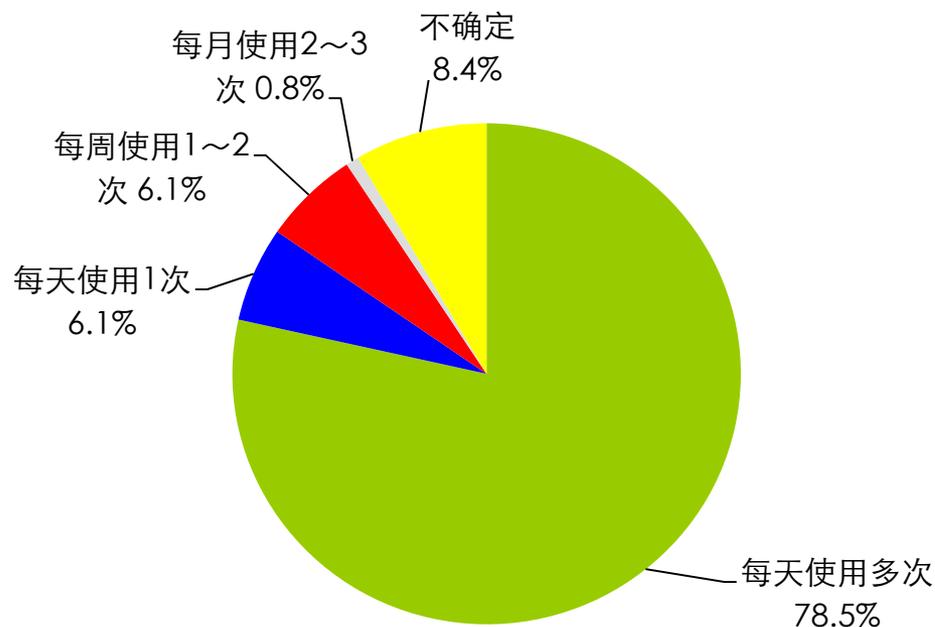
- 2011-2012年中国应用商店用户手机上网时长主要集中于2~3小时之间，占比为29.6%，而使用PC上网的时长则分布较均匀；在长时间的上网活动中，使用PC的比例较高，而在0.5~5小时的相对短时间的上网活动中，使用手机的比例较高；
- 主要原因在于：一是手机的便捷性特点使得用户可以利用碎片化时间使用手机上网；另一方面由于部分手机网民为低端用户，使用PC上网的条件还不具备，从这一方面也可以看出手机已经成为网民获得互联网体验的重要工具。

2011-2012年移动应用商店用户上网时长状况



- 2011-2012年移动应用商店用户手机上网频率增加，每天使用多次手机上网的用户占比已经达到78.5%，而“每天使用1次”和“每周使用1~2次”的用户占比之均为6.1%；
- “每天使用多次”手机上网的用户占据了绝大多数，可以看出用户的上网频次已经达到一个较高的水平，使用手机上网的习惯已经形成，对于移动互联网的偏好性有所增强。

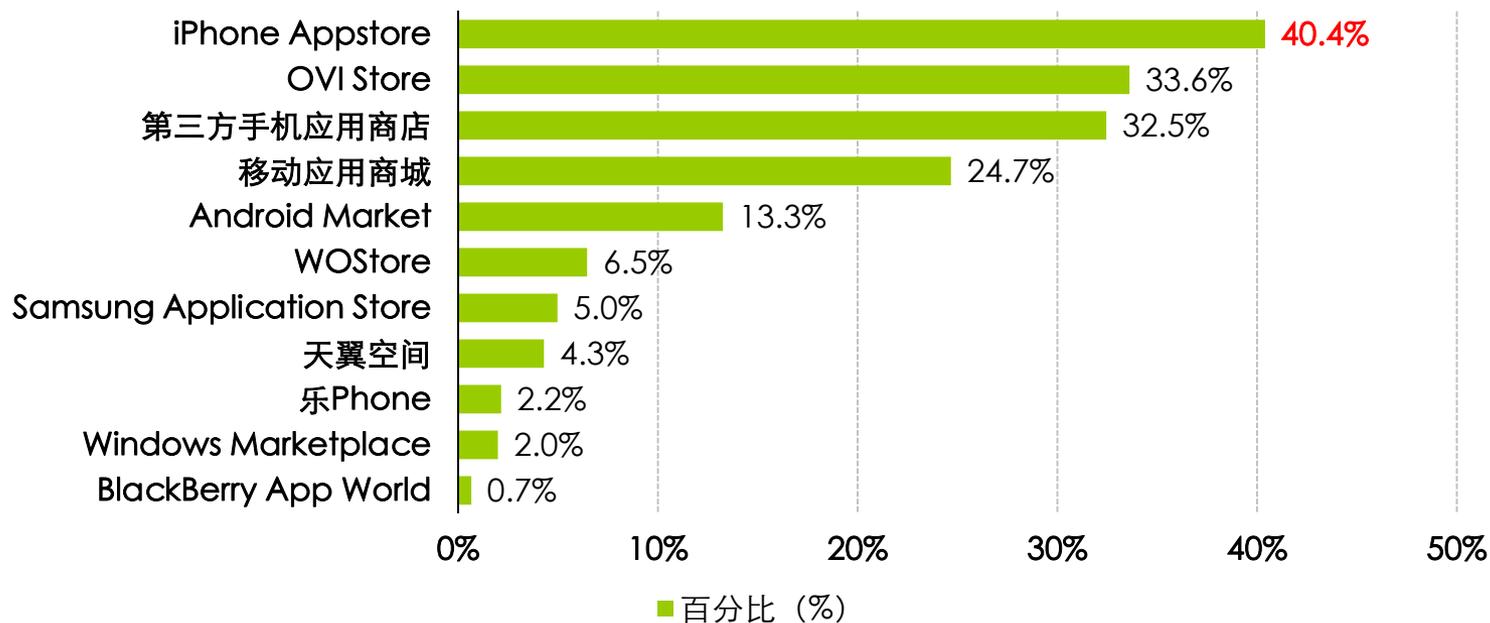
2011-2012年中国手机应用商城用户上网频率



移动应用商店中苹果Appstore使用率最高

- 2011-2012用户使用率最高的应用商店是苹果的App store，占比40.4%；其次是诺基亚的OVI Store，占比33.6%；排名第三的是第三方移动应用商店，占比32.5%；
- App store和OVI store排名最高与用户使用最多的手机品牌苹果和诺基亚相对应的，第三方应用商店能够提供全面的跨平台的应用软件下载，因此使用率也非常高；而Android Market相对来说用户粘性较差，用户被第三方应用商店大量分流。

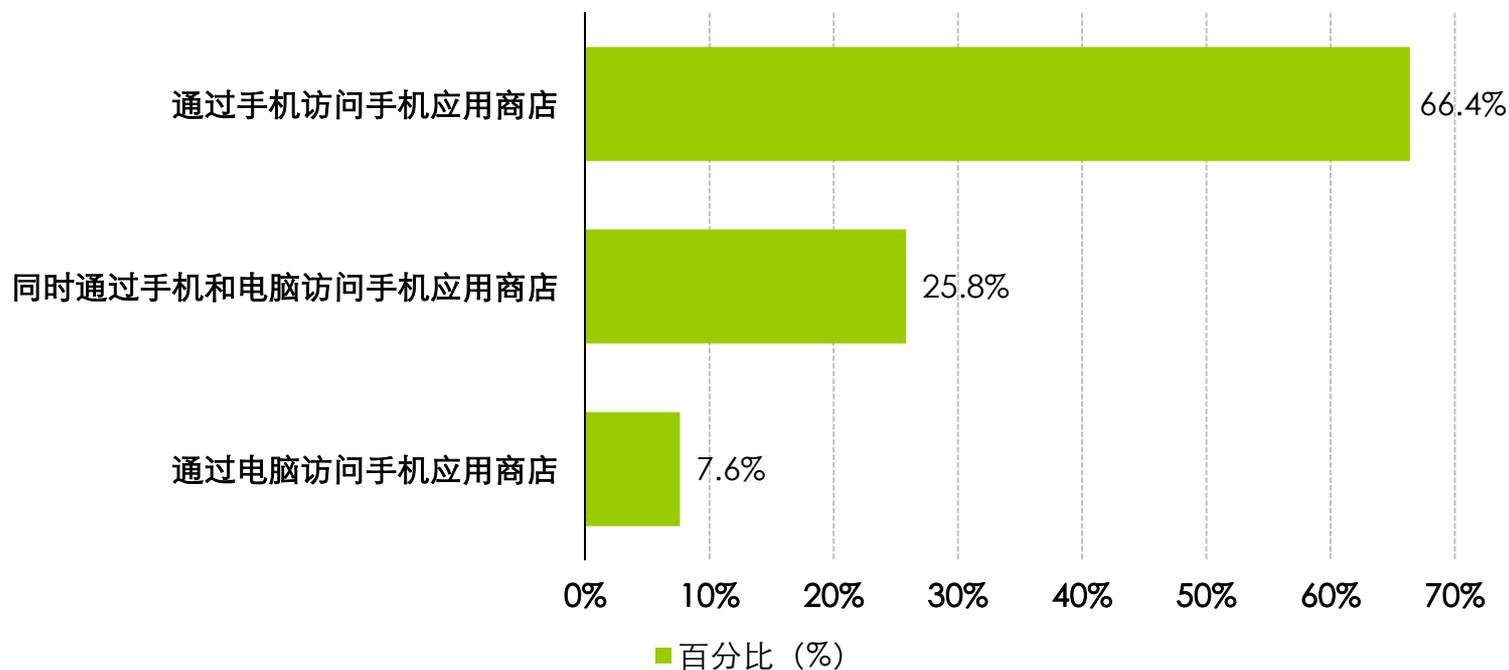
2011-2012年各移动应用商店使用率状况



大部分用户通过手机访问移动应用商店

- 2011-2012通过手机访问移动应用商店的用户占比为66.4%，同时通过手机和电脑访问移动应用商店的用户占比为25.8%，而仅有7.6%的用户通过电脑访问移动应用商店；
- 这一结果显示用户已经形成了通过手机终端直接访问移动应用商店的习惯，各应用商店应当注意提升手机端的用户体验。

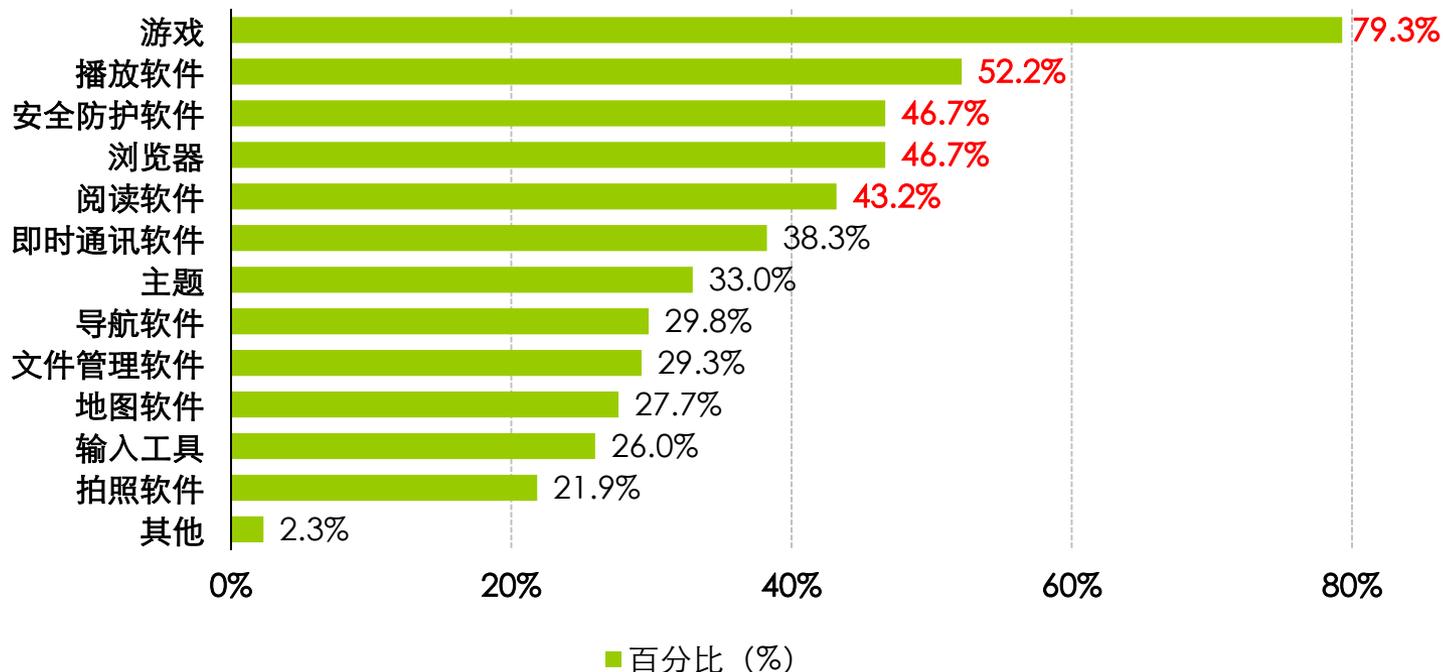
2011-2012年移动应用商店用户访问应用商店的方式



移动应用商店产品中游戏下载比例最高

- 用户通过移动应用商店下载的应用类型排名最高的是游戏，占比为79.3%，远远高于其他应用类型；其次是播放软件，占比52.2%；此外安全防护软件、浏览器和阅读软件的比例也都超过了40%；
- 通过用户经常下载的应用类型可以看出用户更重视手机的休闲娱乐性，最常使用手机的游戏、视频音频欣赏和阅读功能。

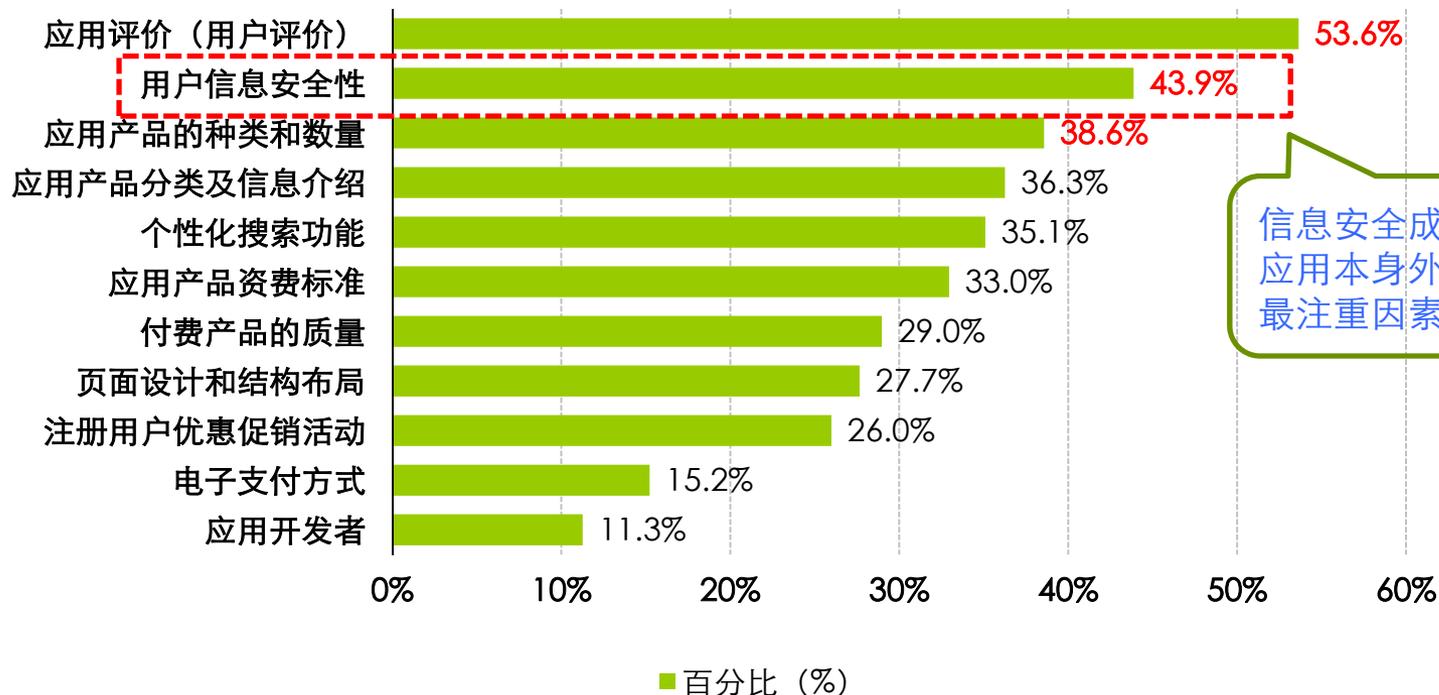
2011-2012年移动应用商店用户经常下载的应用类型



移动应用商店用户最看重应用评价

- 移动应用商店用户最看重的因素排名第一位的是应用评价，即用户对应用产品的评价，占比为53.6%；其次是用户信息的安全性，占比为43.9%；排名第三位的是应用产品的种类和数量，占比为38.6%；
- 总体来讲，用户对于产品本身的信息更为重视，而对于应用商店的体验重视程度则相对较低；信息安全也已经成为移动应用商店用户非常重视的因素之一。

2011-2012年移动应用商店用户最看重因素



移动互联网行业的兴起和发展

2011年，伴随移动通信网络的改善和移动智能终端的快速发展，互联网时代开始向移动互联网领域拓展，移动互联网得到了快速的发展。根据CNNIC数据显示，截至2011年底，中国手机网民数已达到3.56亿人，移动互联网时代到来。

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年中国手机上网用户行为研究报告》等系列报告。根据问卷中其中移动应用商店部分的调研结果，艾瑞咨询推出了《2011-2012年中国移动应用商店用户行为研究报告》。

本报告希望通过对移动应用商店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移动应用商店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，其中移动应用商店相关问卷604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

附录3： 正式版报告目录

- I. 报告摘要
- II. 报告正文
 - 1. 2011-2012年中国手机应用商店用户属性研究
 - 1.1 用户地域分布状况
 - 1.2 用户性别、年龄状况
 - 1.3 用户教育状况
 - 1.4 用户职业分布状况
 - 2. 2011-2012年中国手机应用商店用户手机上网行为研究
 - 2.1 用户使用PC上网时长与使用手机上网时长状况
 - 2.2 用户手机上网频次
 - 2.3 用户使用手机上网的主要活动
 - 2.4 用户使用的手机终端状况
 - 3. 2011-2012年中国手机应用商店用户手机应用商店使用行为研究
 - 3.1 各手机应用商店使用率状况
 - 3.2 手机应用商店访问方式状况
 - 3.3 手机应用商店产品下载类型状况
 - 3.4 手机应用商店产品下载数量状况
 - 3.5 手机应用商店产品下载费用状况
 - 3.6 手机应用商店影响用户的最重要因素状况
 - 4. 艾瑞分析与策略建议
- 附录
- 法律声明

附录4：正式版报告图表目录

- 图1-1 2011-2012年移动应用商店用户性别状况
- 图1-2 2011-2012年移动应用商店年龄分布状况
- 图1-3 2011-2012年移动应用商店用户教育状况
- 图1-4 2011-2012年移动应用商店用户职业状况
- 图1-5 2011-2012年移动应用商店用户（非学生）月收入状况
- 图1-6 2011-2012年移动应用商店用户（学生）每月可支配零用钱状况
- 图1-7 2011-2012年移动应用商店用户地域分布
- 图2-1 2011-2012年移动应用商店用户上网时长状况
- 图2-2 2011-2012年移动应用商店用户手机上网频率
- 图2-3 2011-2012年移动应用商店用户使用手机上网主要活动
- 图2-4 2011-2012年中国手机上网用户上网主要活动
- 图2-5 2011-2012年移动应用商店用户使用的手机品牌(TOP10)
- 图2-6 2011-2012年中国手机上网用户使用的手机品牌(TOP10)
- 图2-7 2011-2012年移动应用商店用户使用的手机操作系统
- 图2-8 2011-2012年中国手机上网用户使用的手机操作系统
- 图3-1 2011-2012年各移动应用商店使用率状况
- 图3-2 2011-2012年移动应用商店用户访问应用商店的方式
- 图3-3 2011-2012年移动应用商店用户经常下载的应用类型
- 图3-4 2011-2012年中国不同性别移动应用商店用户下载应用类型
- 图3-5 2011-2012年移动应用商店用户每月应用下载数量
- 图3-6 2011-2012年中国不同手机系统用户每月下载应用数量
- 图3-7 2011-2012年移动应用商店用户免费应用下载比例
- 图3-8 2011-2012年移动应用商店用户应用下载费用
- 图3-9 2011-2012年中国不同手机系统用户下载应用费用状况
- 图3-10 2011-2012年移动应用商店用户最看重因素

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