

# IRESEARCH CONSULTING GROUP



## 中国手机输入法用户行为研究报告简版

---

2012-2013年

## 报告摘要

- 手机输入法作为必备应用，用户属性与手机上网用户属性匹配度高；
- 超四成的手机输入法获取请求不通过移动互联网实现，有30.6%的用户通过PC上网下载手机输入法；
- 输入速度和记忆功能为用户首要考虑的因素；
- 超六成用户对输入速度满意，最希望手机输入法完善纠错功能；

## 目录

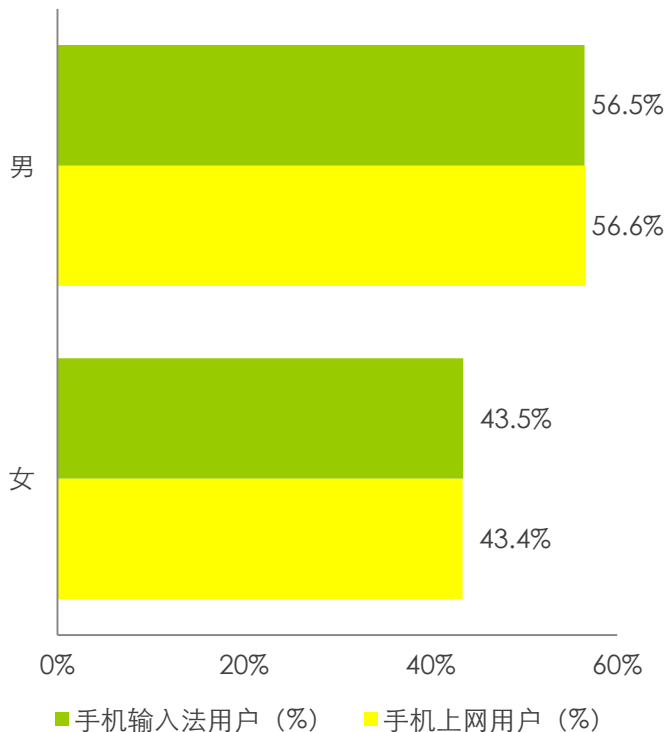
- 3** 手机输入法用户基本属性
- 6** 手机输入法用户行为研究
- 10** 关键词、概念和定义
- 11** 附录

## 手机输入法用户 基本属性

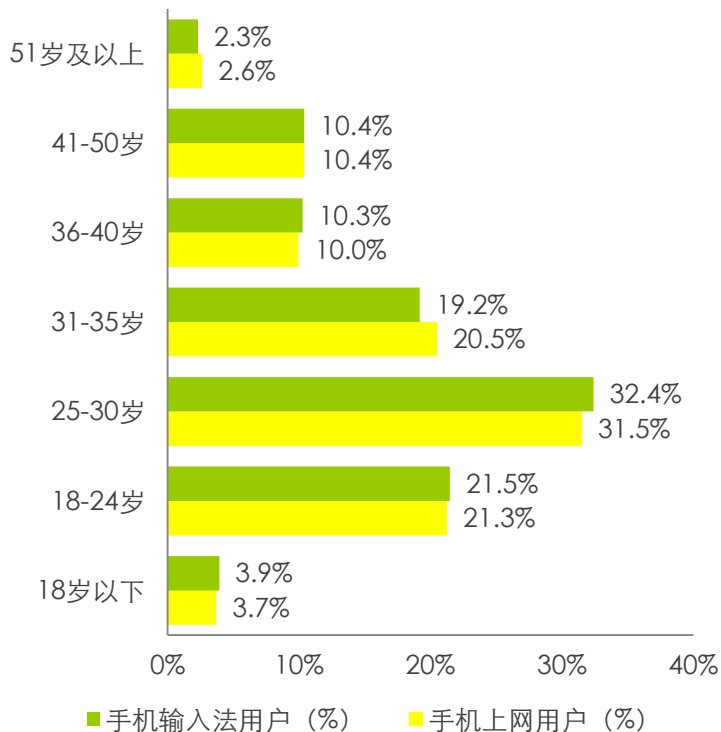
### 手机输入法用户属性与手机上网用户属性匹配度高

2012年，中国手机输入法用户中男性占比为56.5%，女性占比为43.5%。18~35岁的青壮年消费群体，占比达到73.1%。手机输入法作为手机的必备功能，凡是使用手机的用户均需要使用手机输入法，因此，手机输入法用户基本属性与手机上网用户基本属性匹配度高。

#### 2012年手机输入法用户性别分布



#### 2012年手机输入法用户年龄分布

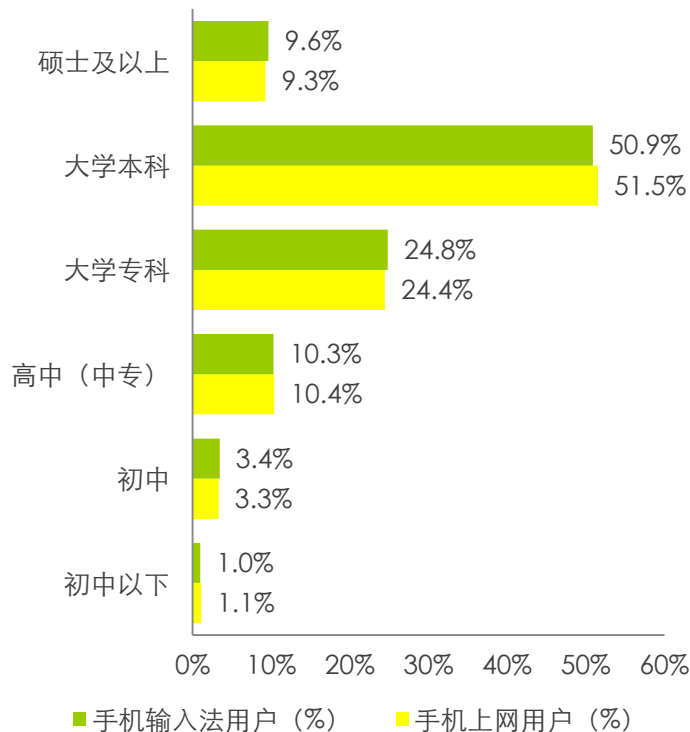


## 手机输入法用户 基本属性

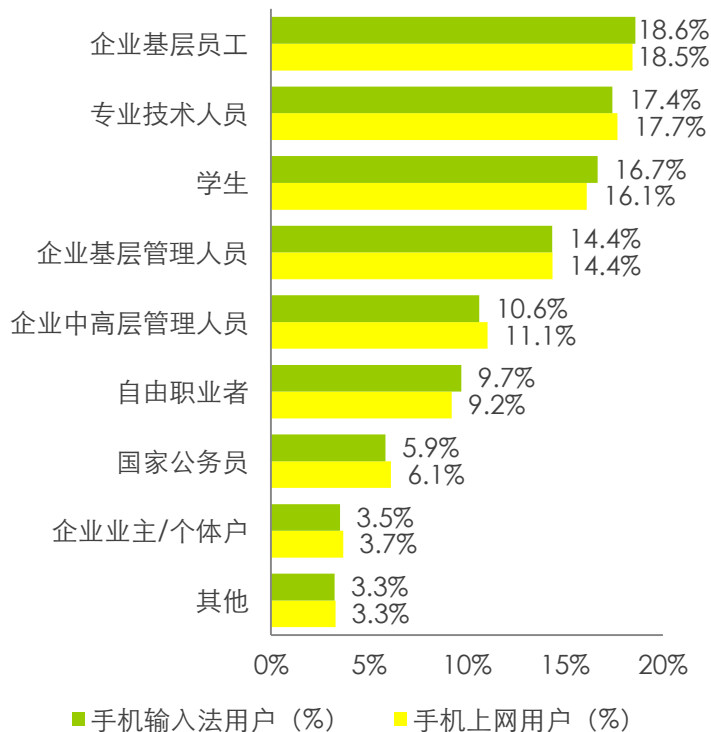
### 手机输入法用户属性与手机上网用户属性匹配度高

从学历、职业分布看，2012年，中国手机输入法用户中大学本科以上学历者占到60.5%。企业管理人员、专业技术人员占比达到42.4%。手机输入法用户与手机上网用户一样，呈现高学历、高素质、职业化程度高、专业性强的特点。

2012年手机输入法用户学历分布



2012年手机输入法用户职业分布



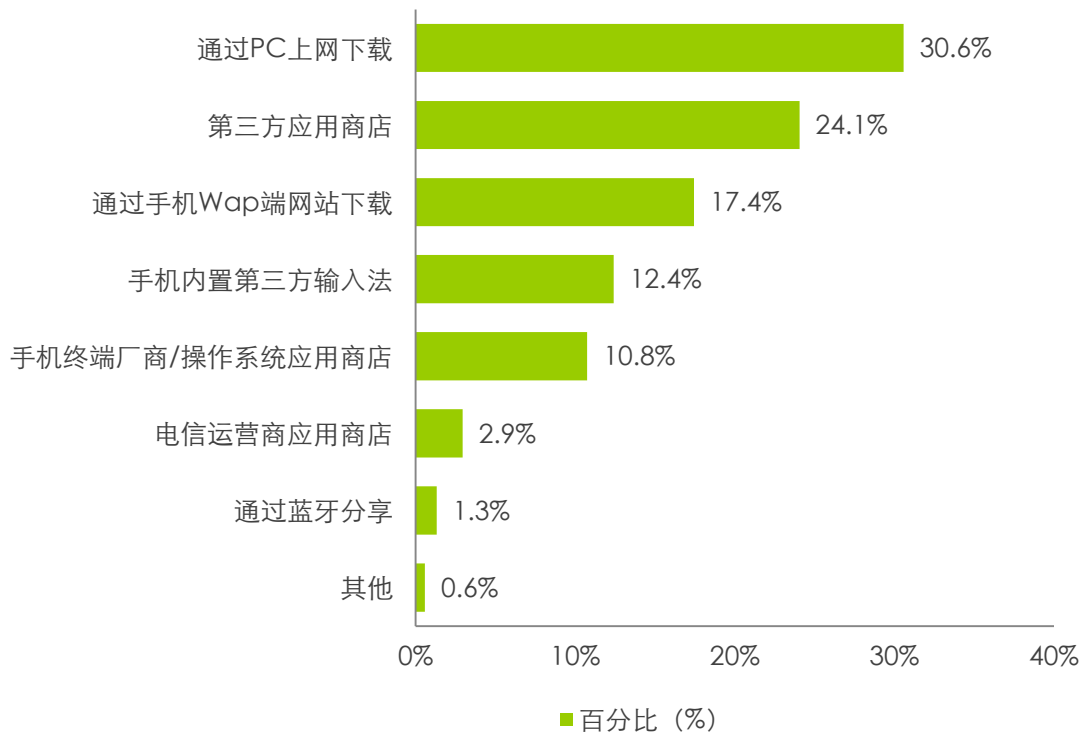
## 目录

- 3** 手机输入法用户基本属性
- 6** 手机输入法用户行为研究
- 10** 关键词、概念和定义
- 11** 附录

### 超四成的手机输入法获取请求不通过移动互联网实现

2012年，55.2%的用户会通过移动互联网在第三方应用商店、手机Wap端网站、终端厂商/操作系统或运营商的应用商店获取输入法程序。但仍有半数用户通过PC上网下载手机输入法，占比为30.6%。这可能与用户初次使用手机输入法的场景有关。用户需要获取手机输入法，通常在手机初次安装或更换安装的场景下。此时的手机往往处于输入法难以使用或不易使用的状态，因而通过PC一次性安装手机必要的程序（也包括手机输入法）成为大多数用户的习惯。

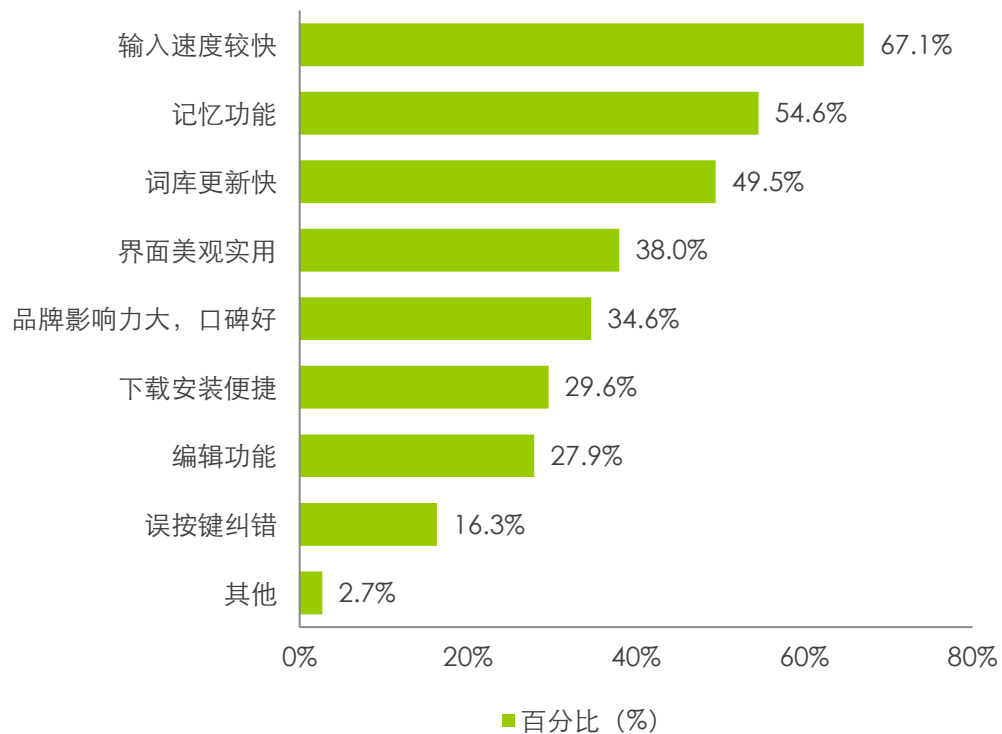
2012年手机输入法用户获取输入法的渠道



### 输入速度和记忆功能为用户首要考虑的因素

2012年，有67.1%的手机输入法用户把“输入速度较快”作为选择第三方输入法时考虑的关键因素，排在第一位。有54.6%的用户选择“记忆功能”作为关键因素，位列第二。从用户选择第三方输入法的关键因素排序来看，手机输入法的实用性、易用性、有效性是用户首要考虑的因素，其次才是输入法的外观、品牌等因素。由此可知，在手机端，用户选择输入法以解决输入、编辑需求的有效性为首要考量，在不影响手机便捷使用的前提下，再考虑输入法的外观和品牌。

2012年手机输入法用户选择第三方输入法时考虑的关键因素

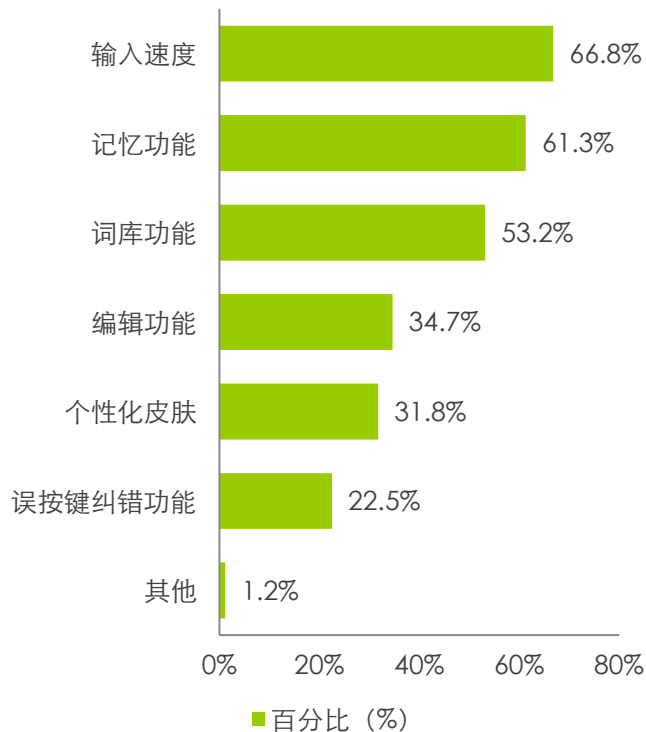




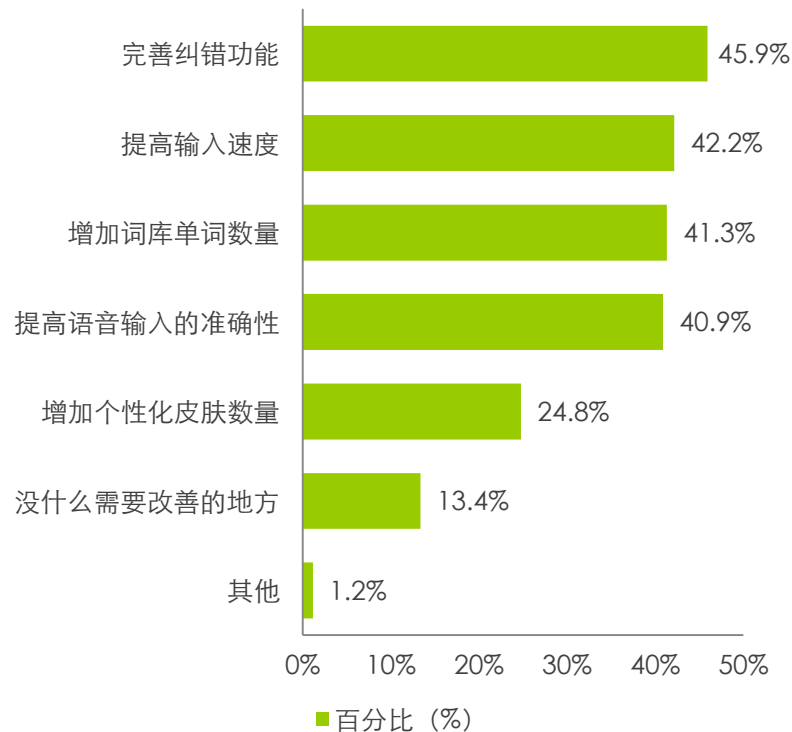
### 超六成用户对输入速度满意，最希望手机输入法完善纠错功能

2012年，66.8%的第三方手机输入法用户对输入速度满意，另外获得超过半数用户满意的还有记忆功能和词库功能。用户最希望第三方手机输入法能完善纠错功能，这一占比达到45.9%。仍有超过40%的用户希望手机输入法能进一步提高输入速度、增加词库词量、提高语音输入的准确性。用户对第三方手机输入法的需求仍集中在功能性需求。

#### 2012年中国手机输入法用户满意度情况



#### 2012年手机输入法用户认为需要改善功能



## 关键词、概念 和定义

概念	定义描述
移动互联网	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	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	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	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。

### 研究方法

本报告数据的收集和分析主要采用iUserSurvey在线问卷调查方法，结合对相关运营商和渠道商进行深入访谈和研究而获得。iUserSurvey是艾瑞公司专为网络媒体用户调研而开发的市场调研平台。

#### 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计算机网上联机调查方法进行，问卷通过艾瑞iClick调研社区（调查链接：<http://survey.iclick.cn/>），于2012年12月28日-2013年1月22日期间进行在线调研。本次调研回收调查问卷5.6万份，经处理排除无效问卷，并根据网民的性别和年龄进行配比加权，最终分析样本数为4.2万份。手机输入法（本报告所涉及的行业）共回收有效问卷6275份。

#### 2. 关于网民样本配额

根据CNNIC于2013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：

参加艾瑞用户行为调研的43家主流网站并不能完全代表中国所有网站，即基于上述主流网站的调研结果不能完全代表中国网民的整体情况。

## 法律声明

本报告为上海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>

### 联系方式

北京: 86-010-51283899

上海: 86-021-51082699

广州: 86-020-38010229

**选择艾瑞，选择可以信任的合作伙伴。**

**iResearch**

艾瑞咨询集团