

中国手机屏幕入口价值研究报告

2015年

www.iresearch.com.cn



海量行研报告免费读

1

用户触媒习惯发展研究

1.1 用户触媒习惯分析

1.2 新媒体拓展新趋势分析

2

“硬件入口” 发展分析

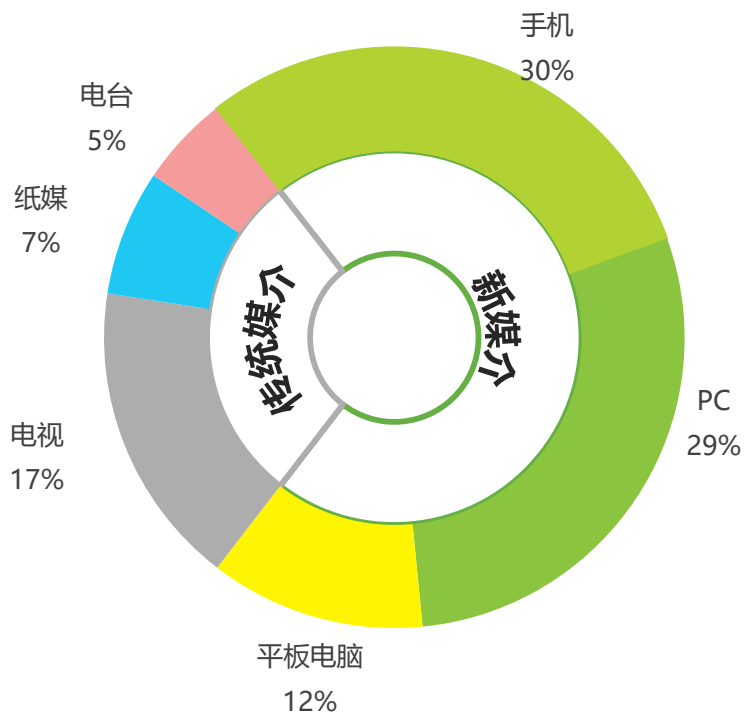
2.1 “硬件入口” 模式的发展

2.2 “智能手机+App” 服务入口模式分析

相比传统媒体，手机成为用户获取信息的首选新媒介

- 随着互联网及移动互联网的发展，手机、PC等新媒介成为人们主要的信息渠道来源；
- 手机具备便捷、即时、交互、个性化的特征，成为用户获取信息的首选媒介。

用户信息接触的首选媒介



新媒介主要特征：

- 便捷性
- 即时性
- 交互性
- 个性化

传统媒介进化举例：

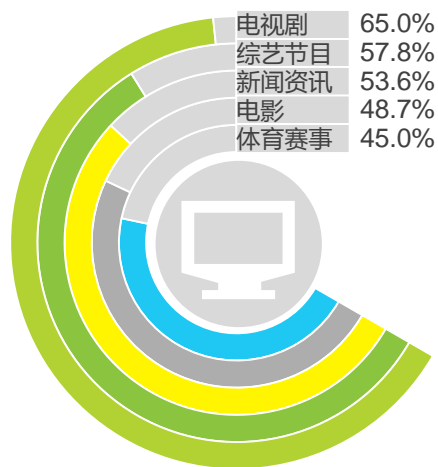
- 报纸——首页
- 杂志——专题订阅、新闻频道
- 电视、广播——视频频道

来源：2015年网络调研数据。

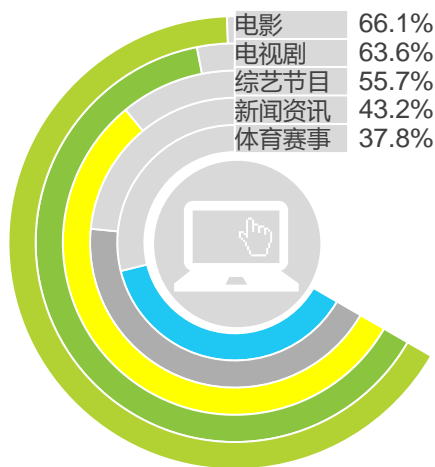
新闻资讯类内容是用户在手机端的首选偏好

- 用户通过传统电视以观看电视剧和综艺节目为主，通过互联网电视可选择观看传统电视收看不到的或错过的内容，在一定程度上对传统电视内容进行补充；
- 平板电脑和智能手机具有非常强的可移动性，满足用户碎片化时间的观看需求，偏好观看新闻资讯，尤其以用户在手机端的表现最为突出。

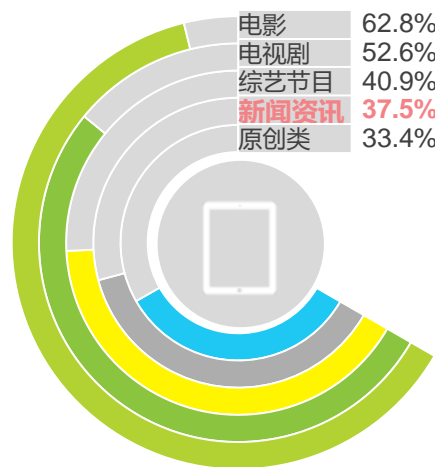
用户在不同终端的内容偏好Top5



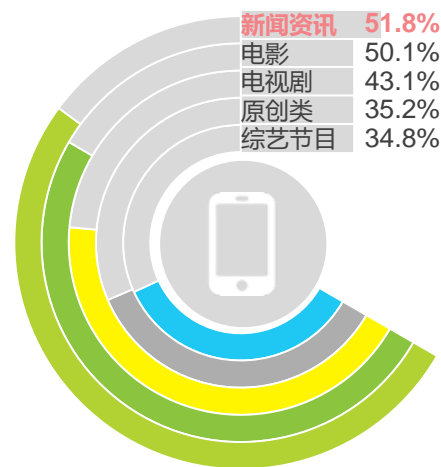
传统电视
电视剧、综艺节目为主



PC、互联网电视
电影、电视剧为主



平板电脑
电影、电视剧为主



智能手机
新闻资讯、电影为主

传统媒介

新媒介

移动终端

1

用户触媒习惯发展研究

1.1 用户触媒习惯分析

1.2 新媒体拓展新趋势分析

2

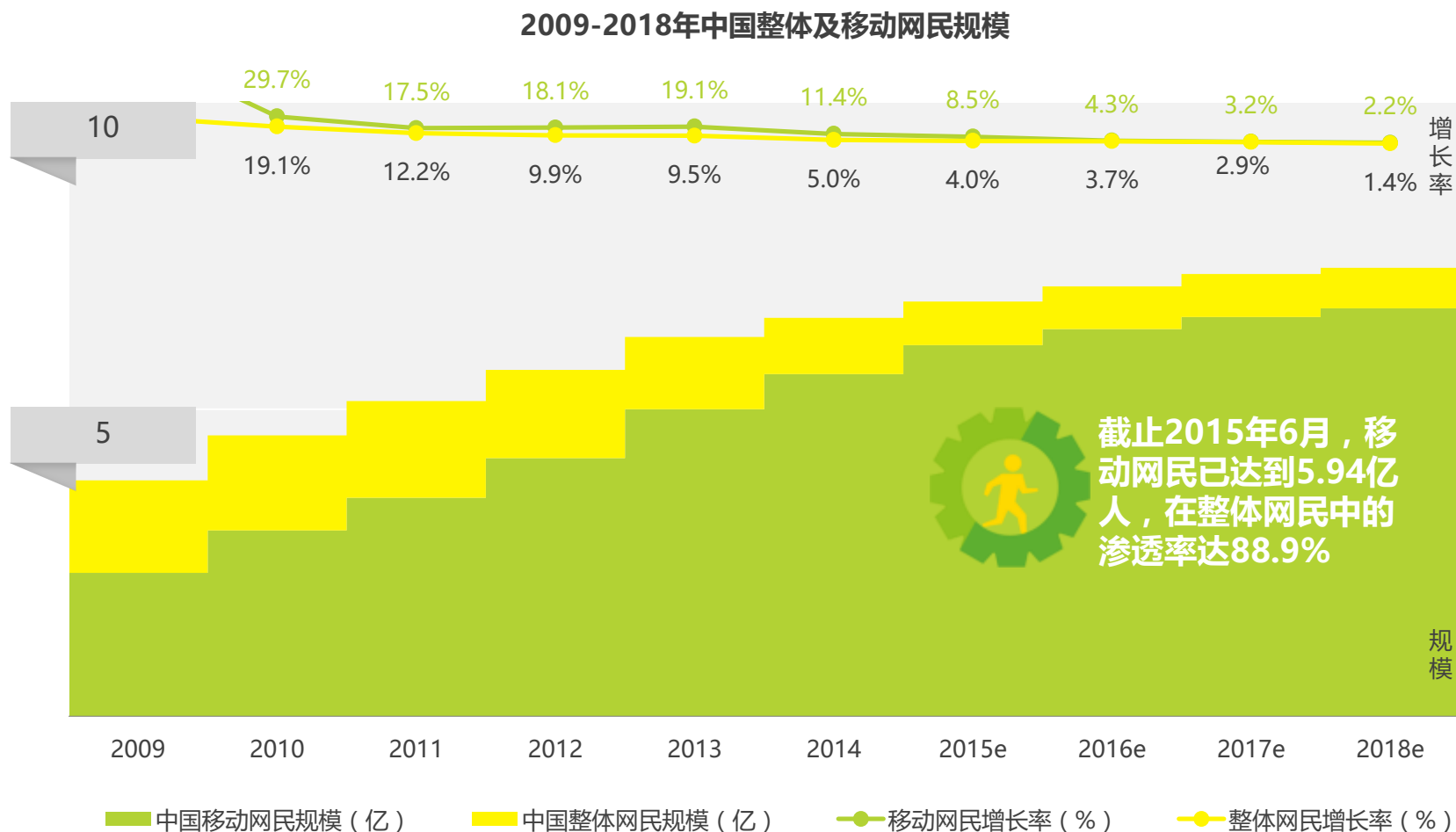
“硬件入口” 发展分析

2.1 “硬件入口” 模式的发展

2.2 “智能手机+App” 服务入口模式分析

移动端用户飞速增长

- 移动端用户保持快速增长，在整体网民中的渗透率已接近90%。



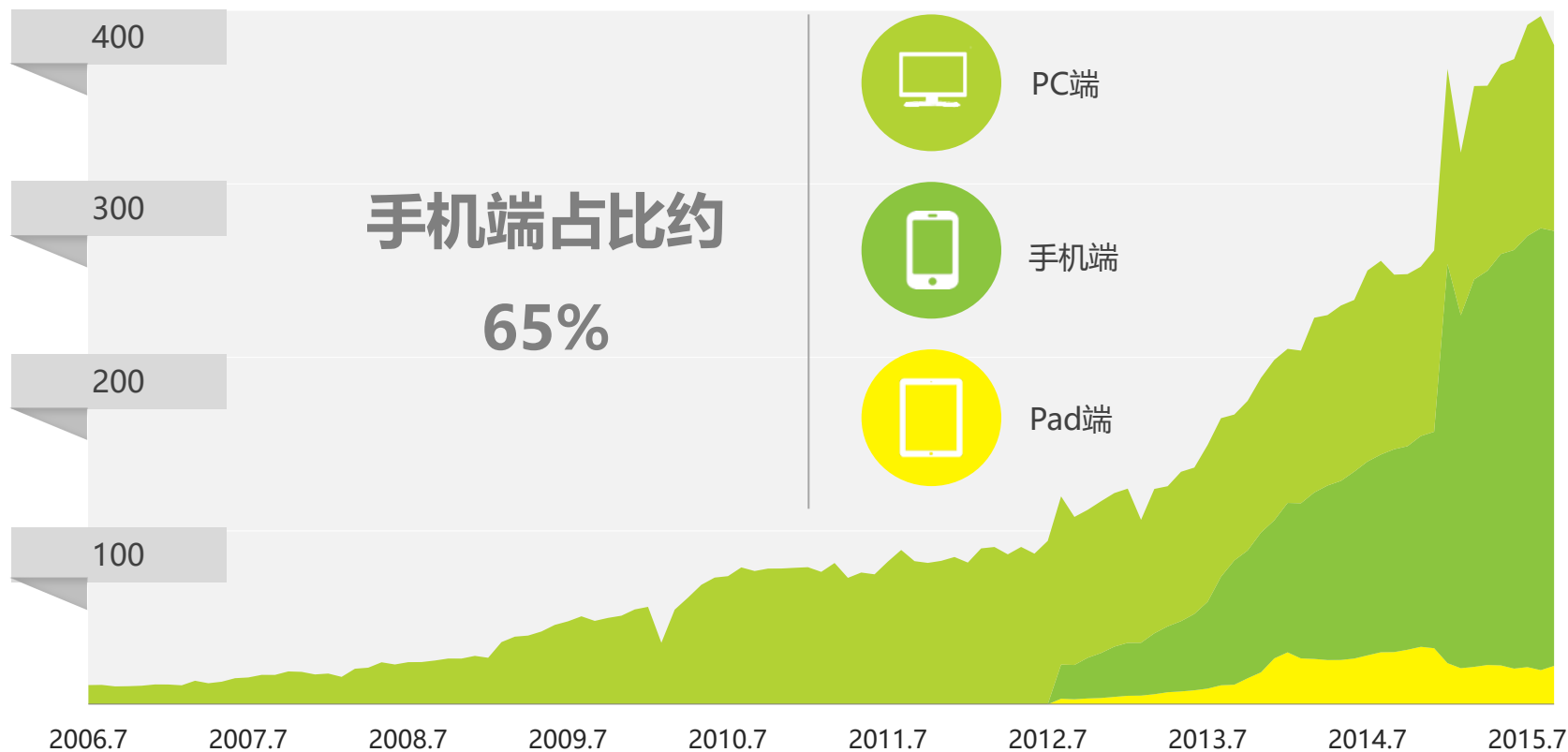
注释：中国移动互联网用户是指过去一年内通过手机或平板电脑接入并使用互联网，但不限于仅通过手机或平板电脑接入互联网的用户。
来源：2009-2015年6月数据为CNNIC数据，之后为艾瑞预测数据。

用户注意力向手机端迁徙

- 2015年8月，手机端App使用时长达到255亿小时，超过PC端使用时长的2倍；
- 当前PC端网页使用时长已趋向平稳，手机端App则以较高速度增长，用户注意力向手机端迁徙。

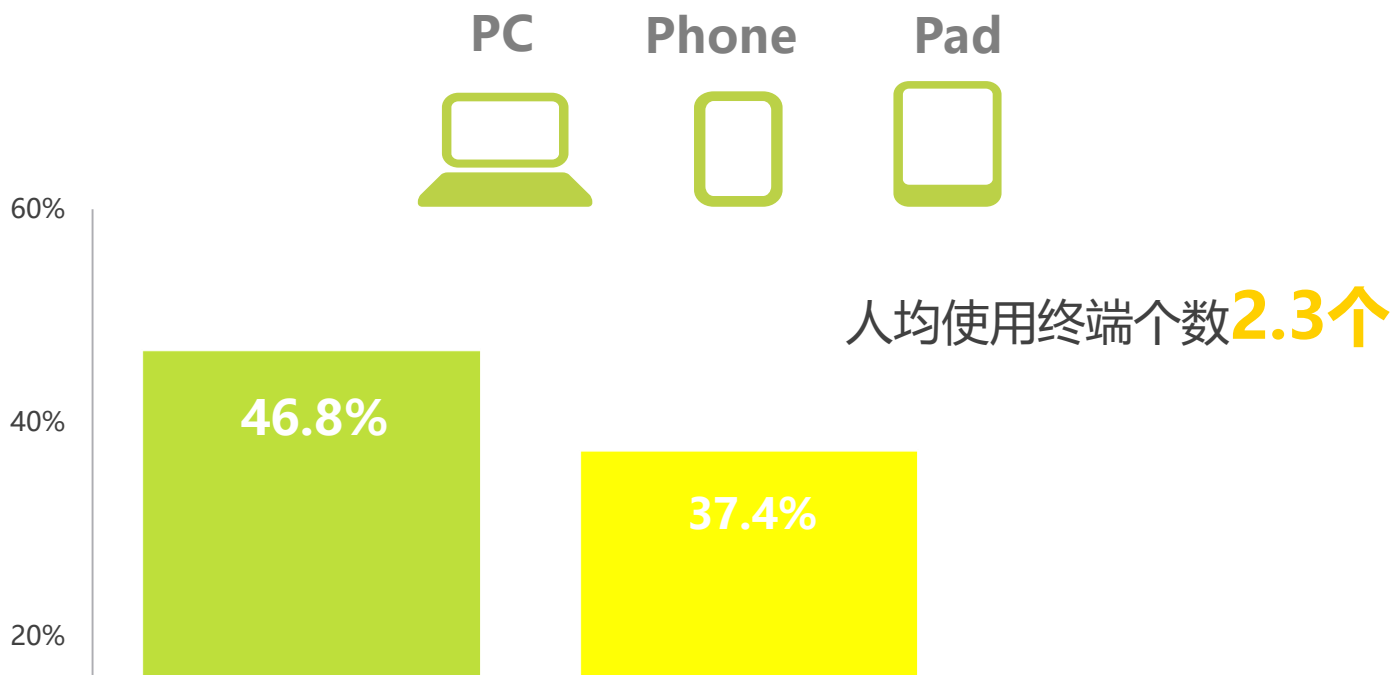
2006年7月-2015年7月中国PC端网页、手机端App、Pad端App月度使用时长情况

单位：亿小时



来源：1.iUserTracker. 家庭办公版 2015.10，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；2.mUserTracker.2015.10，基于对15万名iOS和Android系统的智能终端用户使用行为长期监测获得。

用户跨屏使用成为潮流



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_21671

