

# 中国上班人群洞察报告

2015年

[www.iresearch.com.cn](http://www.iresearch.com.cn)



海量行研报告免费读

1

中国网民整体上网行为洞察

2

上班人群人口属性洞察

3

上班人群工作状态洞察

4

上班人群生活态度及消费观洞察

5

上班人群触媒行为洞察

6

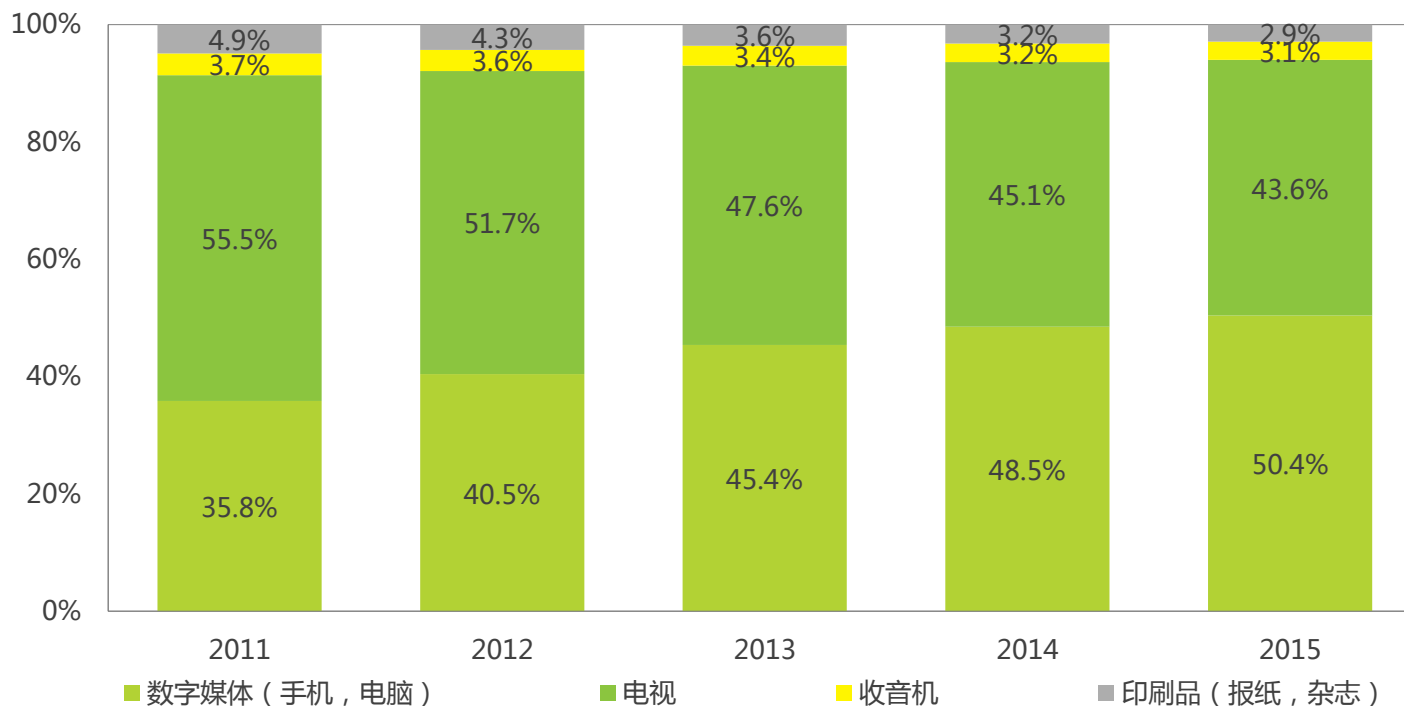
上班人群天气类App使用情况洞察

# 网民整体上网行为洞察

## 国内人均日均使用数字媒体时间过半

根据eMarketer统计数据，中国用户接触的媒介正在发生变化，整体由传统媒体（电视、印刷品）转向数字媒体（手机、电脑），同时在数字媒体上花费的时间比以往任何时候都多。从2011年到2015年，中国人均日均接触传统媒介（电视、收音机、印刷品）的时间并未发生明显变化，而人均日均使用数字媒体的时间从1.78小时增长到3.08小时，占比也从35.8%上升到50.4%。

2011-2015年中国人均日均使用各主流媒介时间占比



注释：1.使用各媒体事件仅统计18岁以上人群；2.同时接触两种媒介时，如同时看电视用电脑一小时，统计数据时记为一小时数字媒介及一小时电视；3.数字媒体包括平板电脑、笔记本等；4.电视、收音机及印刷品均为通过非数字媒体方式，如在电脑上阅读报纸记为使用数字媒体；5.由于取整，数据总和可能不是100%。

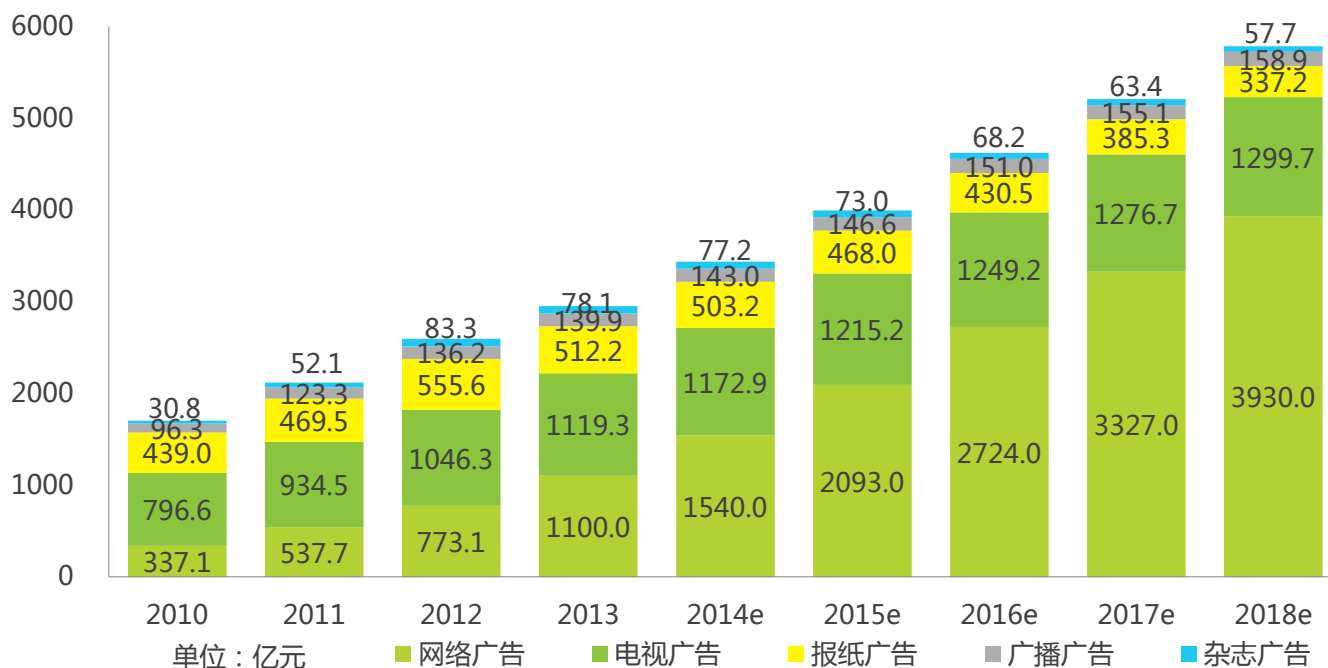
来源：eMarketer，2015.6。

# 网民整体上网行为洞察

## 网民对数字媒体的依赖推动网络广告收入超过电视

2014年，电视广告收入预计1173.0亿元，广播广告收入预计143.0亿元，年增长率分别为4.8%、2.2%。受网络视听业务快速增长、新媒体广告业务分流的影响，传统广播电视广告收入增长缓慢，艾瑞统计数据 displays，2014年网络广告市场规模已超过电视广告收入，未来几年，网络广告收入增速仍快于广播电视广告。

### 2010-2018年中国五大媒体广告收入规模及预测



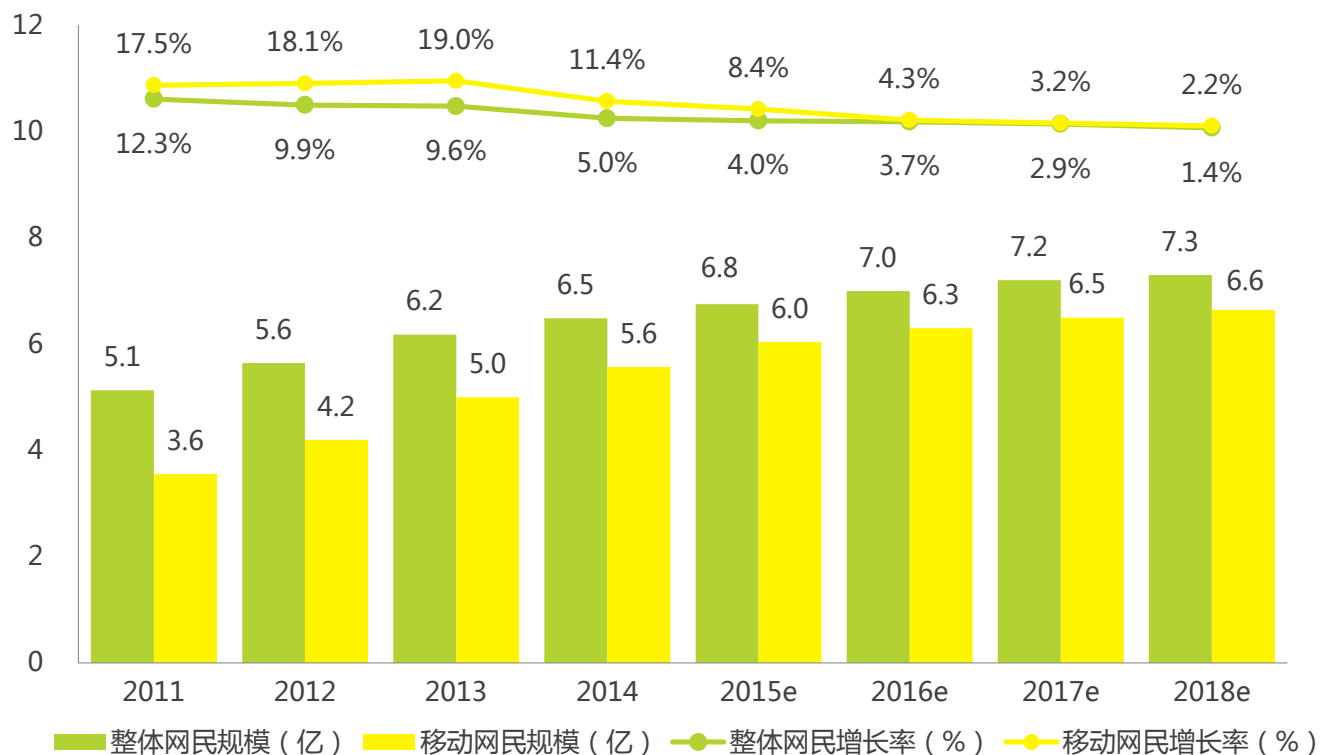
来源：传统媒体市场规模数据依据中国广告协会数据推算，其中广播广告及电视广告数据来源国家广电总局及《广电蓝皮书》，报纸广告及杂志广告来源国家工商行政管理总局及《传媒蓝皮书》，网络广告市场根据企业公开财报、行业访谈及艾瑞统计预测模型估算。

# 网民整体上网行为洞察

## 移动网民增速远超过PC网民增速

2014年，中国整体网民规模为6.48亿，其中PC网民的规模达到6亿人，增速为0.8%；移动网民达到5.57亿人，增长率为13.4%，移动网民增速远超过PC网民增速，中国整体网民的增长已经由PC网民增长完全转移到移动网民的增长。相对于无法实时随身携带的PC电脑，智能手机的便捷性注定会赢得更多的使用者。

2011-2018年中国整体网民及移动网民规模



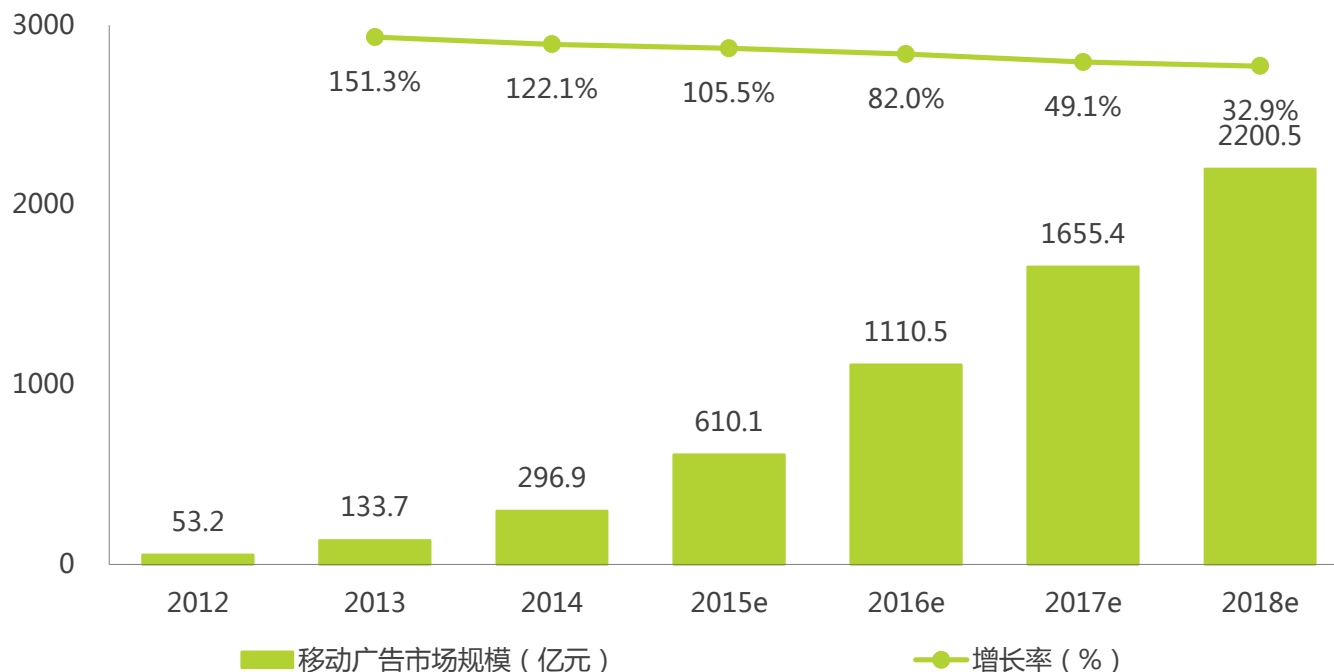
注释：PC网民是指过去半年内使用PC上网的网民，移动网民是指过去半年内使用移动终端上网的网民。  
来源：2011-2018年数据为艾瑞根据IUT数据及艾瑞预测模型估算。

# 网民整体上网行为洞察

## 移动网民快速增长带动移动广告快速增长

2014年移动广告市场规模达到296.9亿元，同比增长翻一番，增长率达122.1%，发展迅速。移动广告的整体市场增速远远高于网络广告市场增速。智能终端设备的普及、移动网民的增长、移动广告技术的发展和服务的提升是移动广告市场发展的动力所在。

2012-2018年中国移动广告市场规模及预测



注释：1.互联网广告市场规模按照媒体收入作为统计依据，不包括渠道代理商收入；2.此次统计数据包含搜索联盟的联盟广告收入，也包含搜索联盟向其他媒体网站的广告分成；3.网络广告与移动广告有部分重合，重合部分为门户、搜索、视频等媒体的移动广告部分。

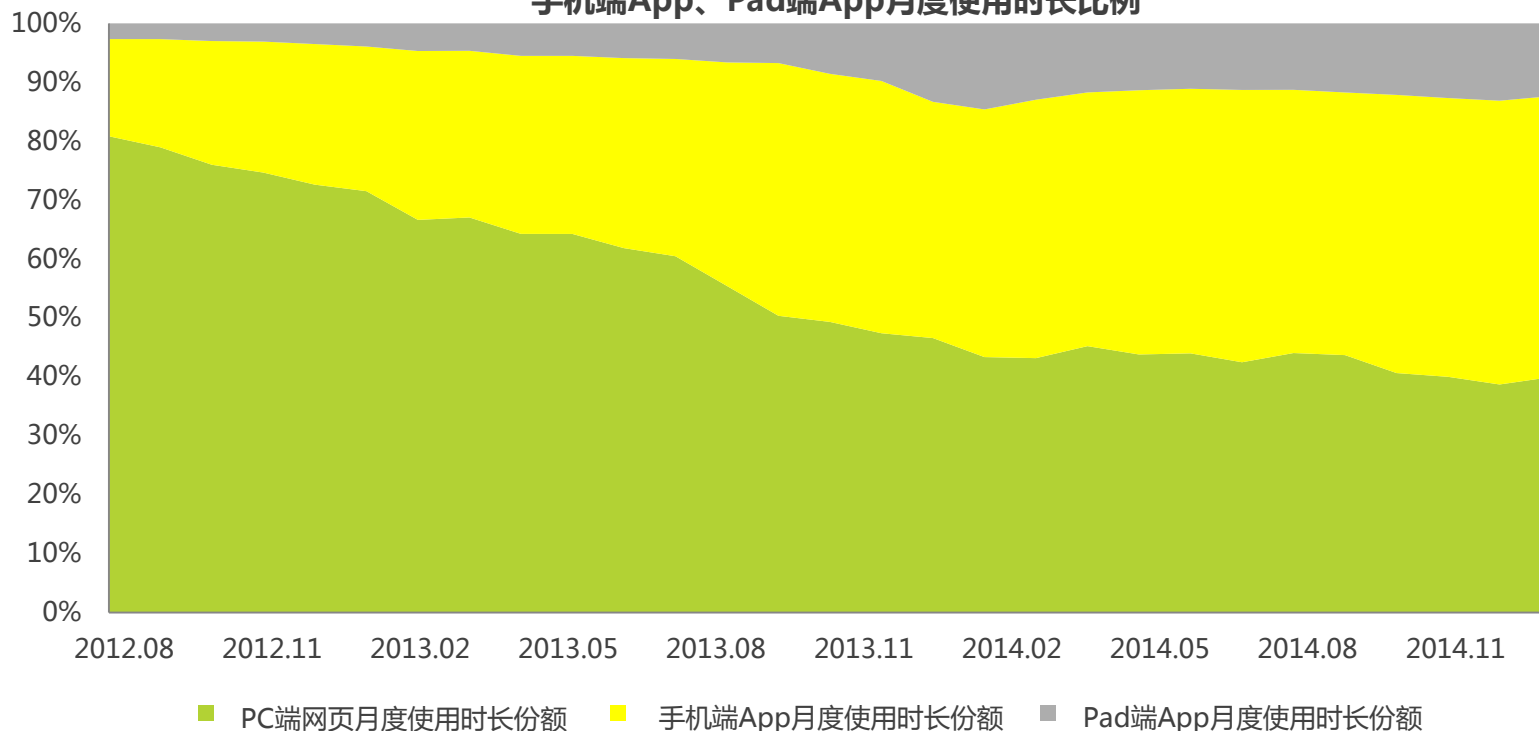
来源：根据企业公开财报、行业访谈及艾瑞统计预测模型估算。

# 网民整体上网行为洞察

## 移动端使用时长占比超六成

根据艾瑞网民行为监测系统iUserTracker以及移动网民行为监测系统mUserTracker的监测数据显示，到2014年12月，移动端整体月度使用时长占比已达到60.0%。而到2015年5月，PC端网页服务使用时长达到109亿小时，手机端App月度使用时长达237亿小时，Pad端App月度使用时长为22亿小时，移动端App总体使用时长达到259亿小时，超过PC端使用时长的2倍。当前PC端使用时长已趋平稳，移动端则仍在以较高速度增长，未来网民对于移动端的依赖还将进一步加强。

iUserTracker&mUserTracker-2012年8月-2014年12月PC端网页、  
手机端App、Pad端App月度使用时长比例



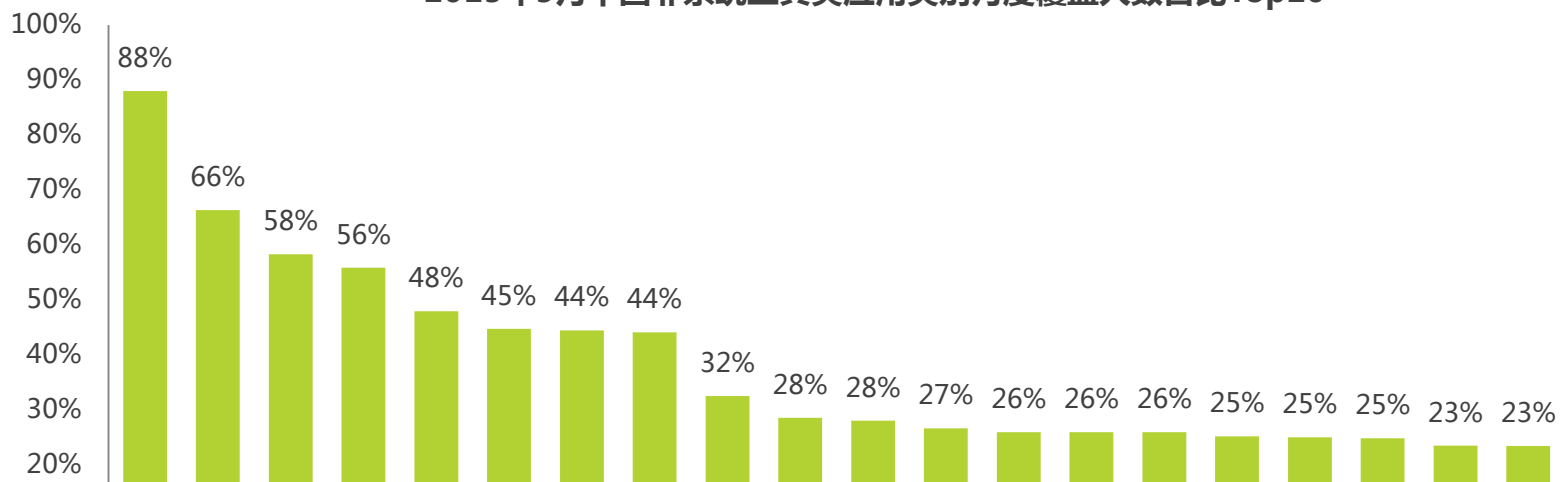
来源：1.iUserTracker. 家庭办公版 2015.7，基于对40万名家庭及办公（不含公共上网地点）样本网络行为的长期监测数据获得；2.mUserTracker.2015.7，基于对15万名iOS和Android系统的智能终端用户使用行为长期监测获得。

# 网民整体上网行为洞察

## 即时通讯及在线视频是使用人数最多的移动应用类别

根据艾瑞移动网民行为监测系统mUserTracker的监测数据显示，2015年5月，移动端月度覆盖人数占比前20的非系统工具类App类别依次为即时通讯、在线视频、应用商店、浏览器、在线音乐、输入法、安全、网络购物、新闻资讯、微博、休闲益智、学习办公、地图、搜索、支付、拍摄美化、电子阅读、天气、社区交友及主题插件。

2015年5月中国非系统工具类应用类别月度覆盖人数占比Top20



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\\_21700](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_21700)

