

中国网络新媒体用户研究报告简版

2015年

www.iresearch.com.cn



海量行研报告免费读



（1）年轻和高学历是新媒体用户主要特征

新媒体男性用户占比为57.3%，女性用户占比为42.7%；近一半用户集中于80后（26-35岁），占比为49.5%；用户中大学本科及以上人群占55.8%，大学专科人群占比为27.2%。

（2）各终端观看内容相互补充

新媒体用户在传统电视端观看的内容以电视剧和综艺节目为主，比例分别为65.0%和57.8%；互联网电视与平板电脑端观看内容相似，均以电影和电视剧为主；智能手机端则以新闻资讯和电影为主，比例分别为51.8%和50.1%。

（3）移动端阅读满足用户八卦欲

社会新闻资讯是新媒体用户在移动端最喜欢的阅读内容，占比为54.5%；其次是娱乐新闻资讯，占比为47.6%；第三是财经新闻资讯，占比为39.1%。

（4）家庭休闲、出行是移动音频App的主要使用场景

家庭休闲和出行场景是移动音频类App的主要使用场景。其中无车族家庭使用场景占比为41.2%，公共交通使用场景占比为20.8%；有车族家庭使用场景占比为38.9%，车内场景占比为38.6%，公共交通场景占比为19.2%。

（5）3G/4G资费贵，Wifi成智能手机用户看视频的主要途径

74%的新媒体用户通过Wifi网络观看视频，15%的用户是通过3G或者4G网络观看视频，11%的用户两者的使用频次相当。

（6）新媒体用户付费意愿相对较高

30.3%的新媒体用户愿意为视频或文字内容付费。

1

用户属性分析

2

用户使用行为分析

3

不同用户使用行为分析

4

用户付费意愿分析

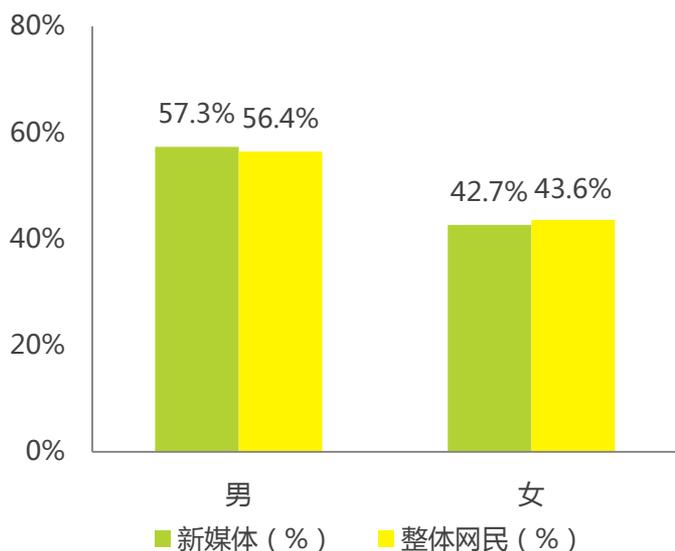
用户属性分析

80后、男性是新媒体用户主力军

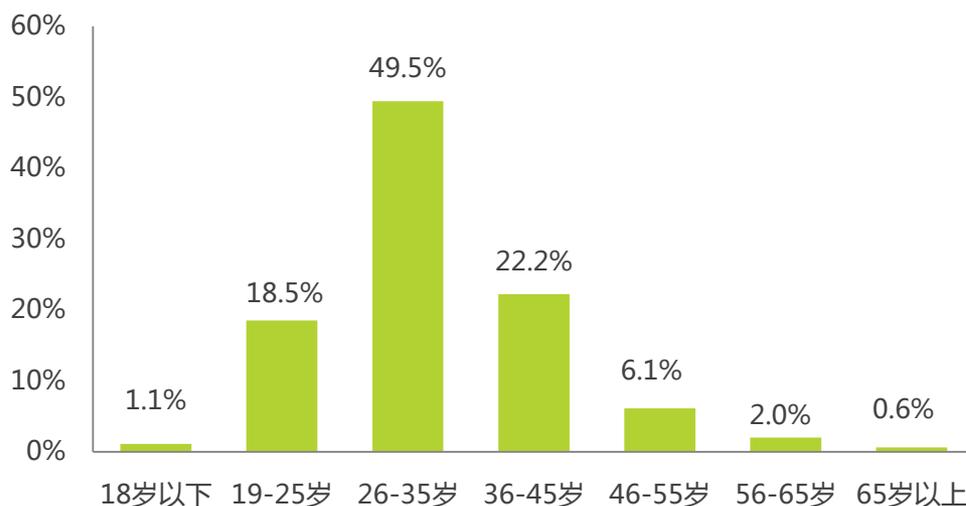
艾瑞调研数据显示，新媒体男性用户占比为57.3%，女性用户占比为42.7%，同整体网民性别分布基本一致；从年龄分布来看，新媒体用户中近一半集中于80后（26-35岁），占比为49.5%，年龄中位数为29.9岁，相较于整体网民年龄中位数21.9而言，新媒体用户平均年龄偏高，较为成熟。结合分析可见，80后、男性是新媒体用户主力军。

艾瑞分析认为，80后的成长伴随中国互联网的快速发展，互联网对这一代人有着深刻的影响，80后对互联网有非常高的依赖性。此外，80后一代逐渐实现经济独立，有能力购买智能手机、平板电脑等新媒体终端设备。因此，新媒体用户主要以80后为主。

2014年中国新媒体用户与整体网民



2014年中国新媒体用户年龄分布



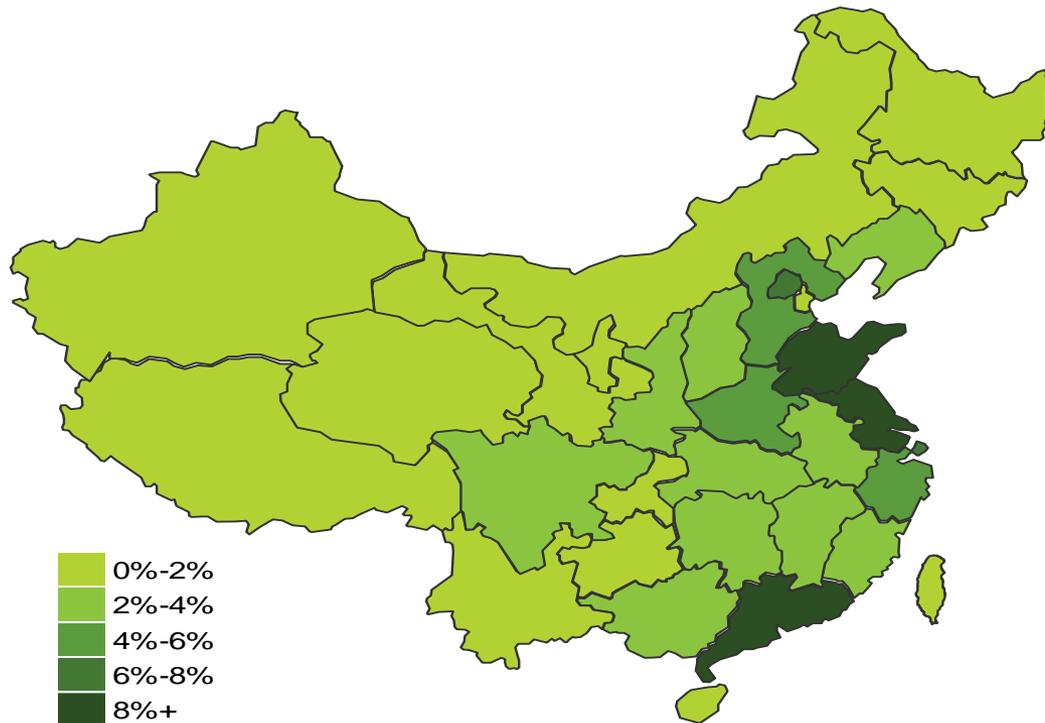
来源：整体网民性别分布数据来自CNNIC《第35次中国互联网络发展状况统计报告》。
样本：N=3446；于2014年12月至2015年1月通过iUserSurvey在iClick社区上联机调研获得。

用户属性分析

新媒体用户集中分布于东部省份

艾瑞调研数据显示，新媒体用户覆盖率Top5的省市分别为：广东省（覆盖率为12.4%）、山东省（覆盖率为10.5%）、江苏省（覆盖率为8.4%）、北京市（覆盖率为6.9%）和上海市（覆盖率为6.6%）。从地区来看，东部地区新媒体用户覆盖率达67.5%，中部地区为22.8%，西部地区为9.7%。新媒体用户分布与整体网民分布一致，并且新媒体用户集中分布于网民较为成熟的省份。

艾瑞分析认为，东部省份经济发达，网络基础设施较为完善，网民接触互联网较早，网民较为成熟。同时，东部省份人均GDP全国领先，人们生活富足，在精神文化和休闲娱乐层次有较高需求。



注释：港澳台地区数据缺失。

样本：N=3446；于2014年12月至2015年1月通过iUserSurvey在iClick社区上联机调研获得。

1

用户属性分析

2

用户使用行为分析

3

不同用户使用行为分析

4

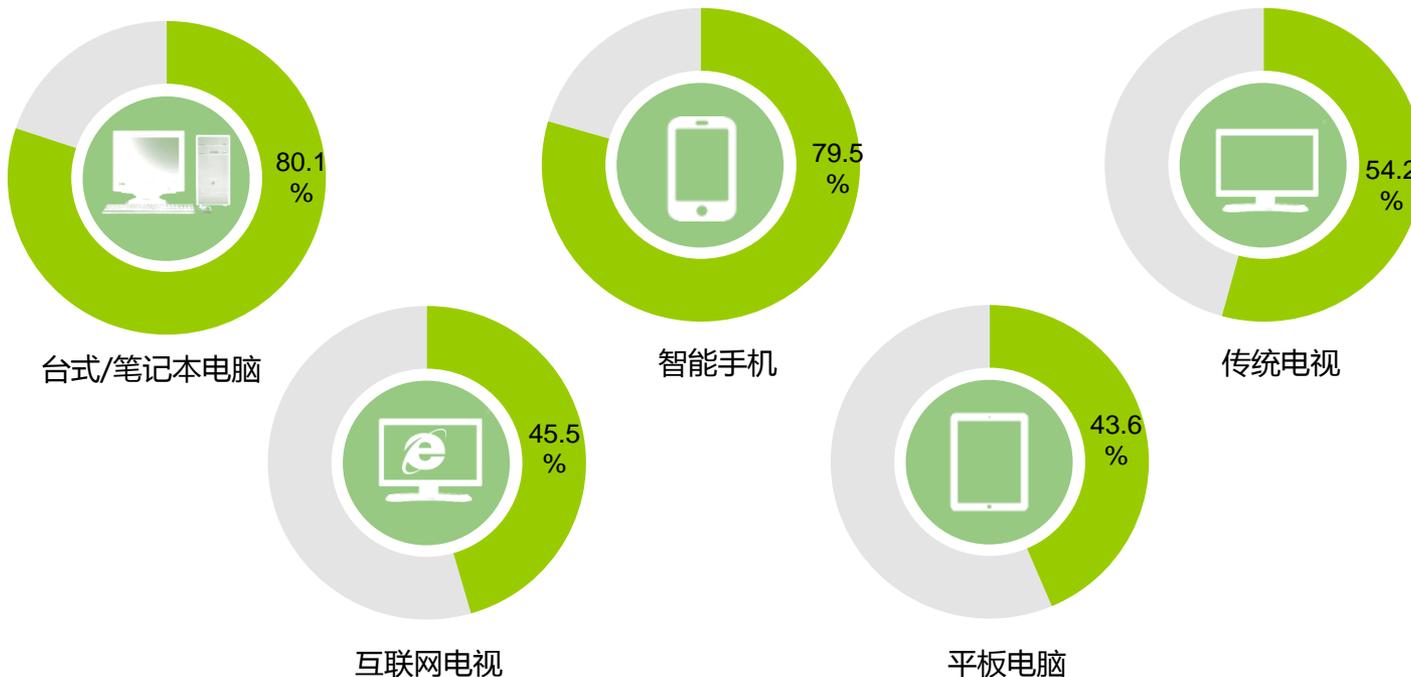
用户付费意愿分析

用户使用行为分析

PC及智能手机拥有率高

此次调研显示新媒体用户群体大多有跨屏使用行为，该类人群的互联网使用较为成熟，其中新媒体用户台式机及笔记本电脑的拥有率为80.1%，智能手机的拥有率为79.5%，传统电视拥有率为54.2%，互联网电视的拥有率为45.5%，平板电脑的拥有率为43.6%，PC及智能手机的拥有率远高于传统电视、互联网电视和平板电脑的拥有率。

艾瑞分析认为，互联网电视及平板电脑的普及率还有非常大的提升空间。智能化、个性化和移动化是未来生活的发展趋势，互联网电视除提供传统电视功能外，还支持用户自主选择观看内容，符合智能化和个性化的趋势；未来随着Wifi覆盖范围的拓宽，平板电脑的普及率将会有较大幅度的提升。



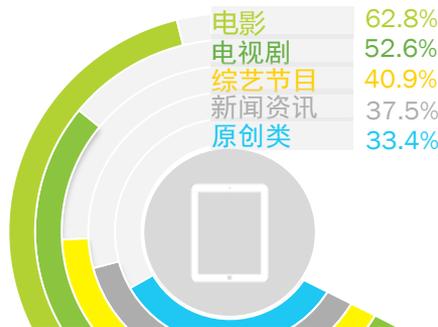
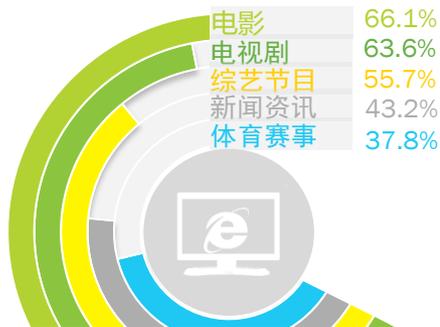
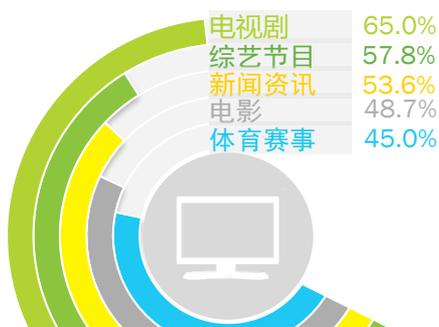
样本：N=3446；于2014年12月至2015年1月通过iUserSurvey在iClick社区上联机调研获得。

用户使用行为分析

各终端观看内容相互补充

艾瑞调研数据显示，新媒体用户在传统电视端观看的内容以电视剧和综艺节目为主，比例分别为65.0%和57.8%；互联网电视与平板电脑端观看内容相似，均以电影和电视剧为主；智能手机端则以新闻资讯和电影为主，比例分别为51.8%和50.1%。

艾瑞分析认为，各终端主要观看内容相互补充。传统电视节目以电视剧和综艺节目为主，电视节目缺少用户自主选择性；互联网电视和平板电脑由于联网，实现观看内容的自主选择，用户可选择观看传统电视收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；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，适合观看新闻等短视频或缓冲好的电影。



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_21769

