

移动消费大未来 德勤中国移动消费者行为调研2015

<2015年德勤全球移动消费调查>研究了消费者与移动数字设备的供求关系，所包含的数据与观点将有助于运营商、设备制造商、应用开发人员和移动通信行业生态圈内的企业了解未来机遇与挑战。这项调查是德勤2015年在全球各地进行的研究项目的一部分，涵盖6大洲，31个国家。在中国，数据采集于2,000名中国用户，横跨四个不同的人口样本统计数据。



通讯与社交行为

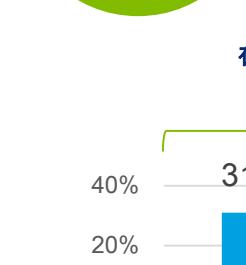
通信方式 - 终极入口明确



超过一半的受访者更频繁的使用即时消息应用程序进行通信。

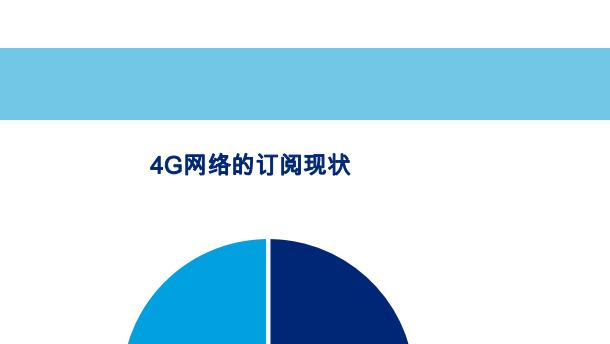


拍照 - 分享的价值



72%的受访者会频繁的使用手机拍照，而89%的受访者会在社交网络上分享照片。

在社交网站上传/分享照片的频率



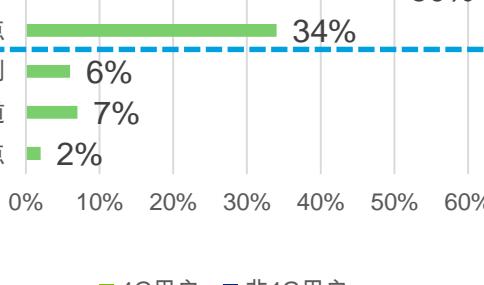
4G潮流

4G - 奔向主流



超过60%的受访者订购了4G网络。

4G网络的订阅现状



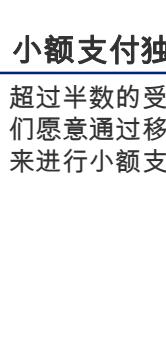
网速-体验良好



超过80%的受访者表示网速比较快。



移动媒体 - 4G 催化剂



4G用户更愿意使用流媒体服务。因此可推测网速是影响消费者外出使用的主要的因素之一。



移动支付

小额支付独领风潮
超过半数的受访者表示他们愿意通过移动支付功能来进行小额支付



消费者使用移动支付意愿强烈
> 60%

18-34岁年龄段接受度高
年龄在18-24岁之间的受访者中，有76%表示愿意使用移动支付，25-34岁之间的受访者有68%表示愿意尝试，而35-44岁之间的受访者仅有57%表示愿意

小额付款场所受欢迎
前五个用户使用移动频率最高的场景分别是餐厅(50%)、出租车(45%)、购物(43%)、酒店(41%)和快餐(35%)。



APP支付使用简易
基于App的移动支付解决方案在市场上占比50%-62%