

2015中国智能手机用户流量使用情况调查报告

(内部精简版)



艾媒咨询集团
iiMedia Research Group

调查支持:



问卷网
wenjuan.com

研究方法

本报告主要采用行业深度访谈、桌面研究以及用户调查等方法，并结合艾媒咨询自有的用户数据监测系统。

- 通过对行业专家、相关政府部门以及中国智能手机用户等进行深度访谈，了解相关行业主要情况，获得相应需要的数据。
- 对部分相关的公开信息进行筛选、对比，参照用户调研数据，最终通过桌面研究获得行业规模的数据。
 - 政府数据与信息
 - 行业公开信息
 - 企业年报、季报
 - 行业资深专家公开发表的观点
- 根据艾媒咨询自身数据库的相关数据分析。
- 在草莓派调研社区平台（Strawberry Pie）以及问卷网等调研平台发起公开调查，获取相关信息。

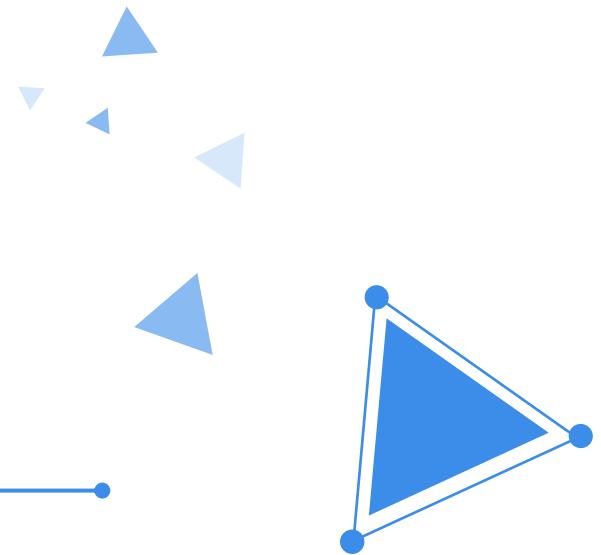
数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2015 艾媒咨询（iiMedia Research）All Rights Reserved

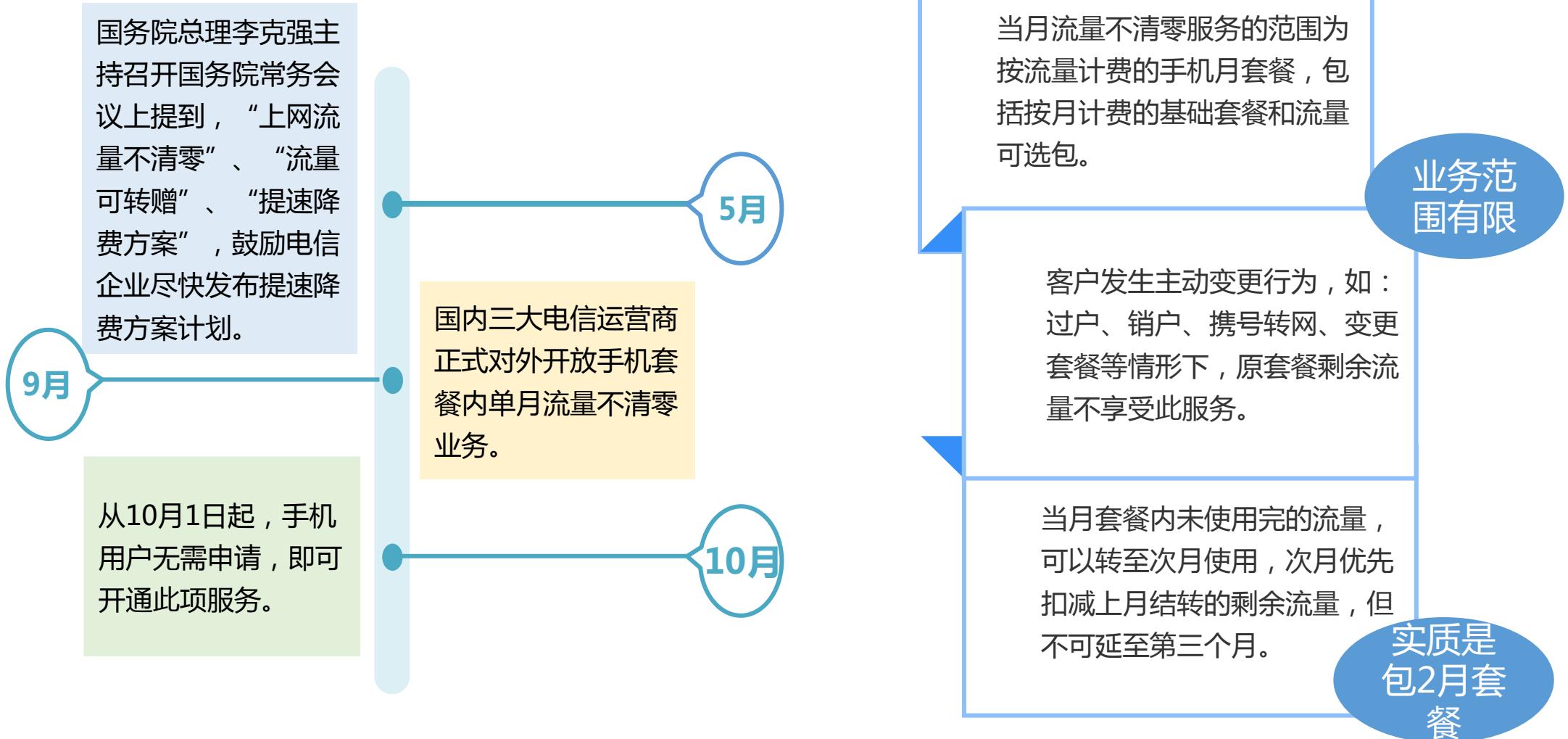


- 1 / 2015年中国电信运营商流量政策
- 2 / 2015年中国手机用户流量使用快原因分析
- 3 / 2015年中国手机用户流量使用情况调查
- 4 / 手机流量使用状况调查小结

01 2015年 电信运营商流量政策解读



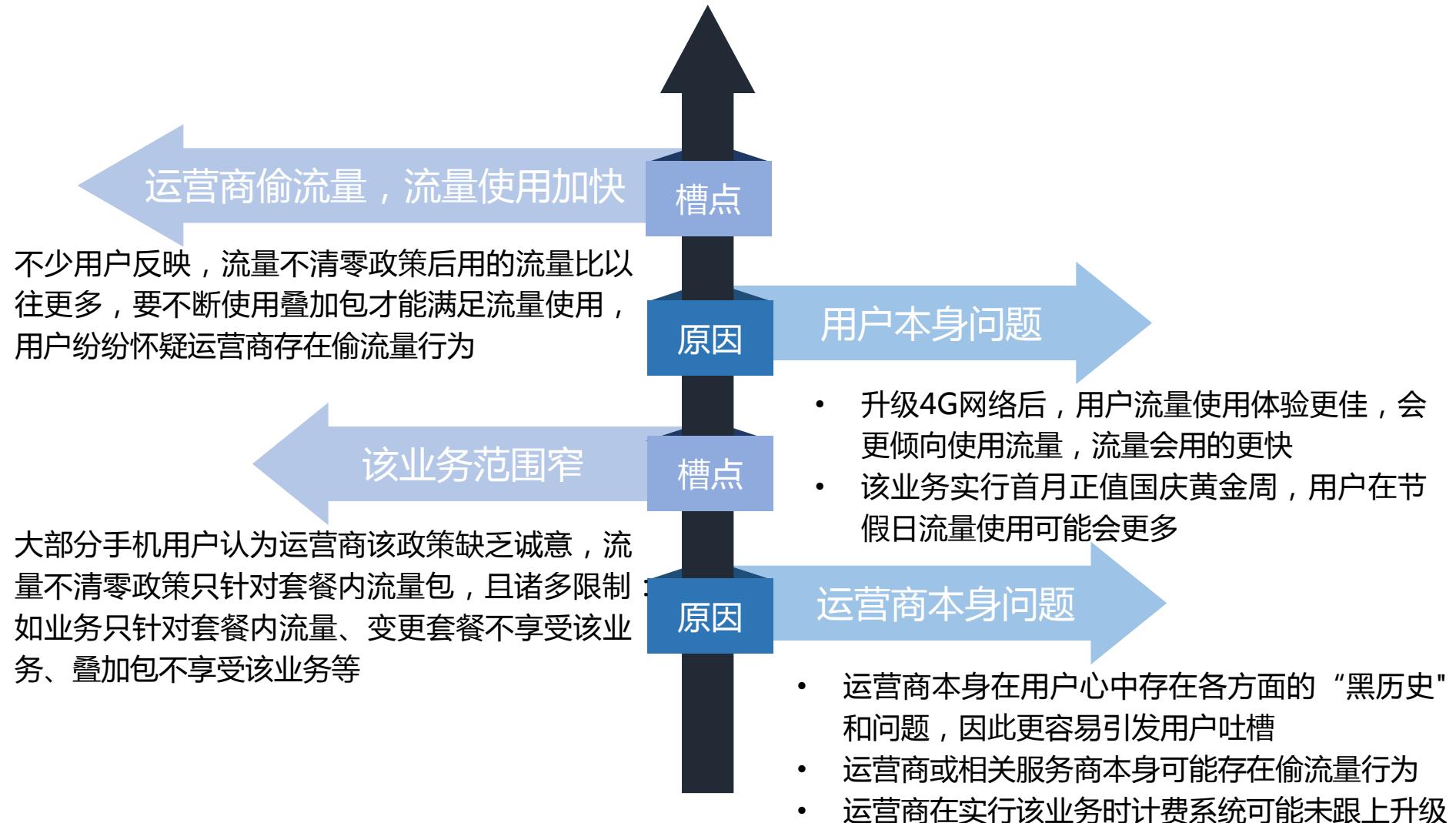
2015年“流量不清零”解读



数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2015 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

“流量不清零政策” 用户槽点及原因分析

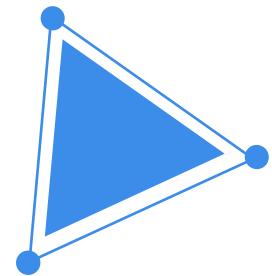
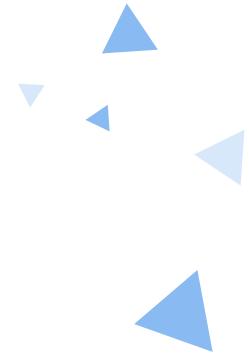


数据来源：iiMedia Research

02

2015年

中国手机用户流量使用快原因分析



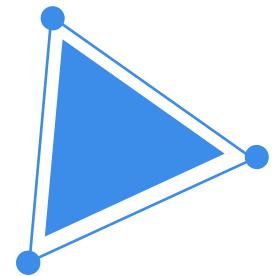
流量使用快可能原因分析



数据来源：iiMedia Research

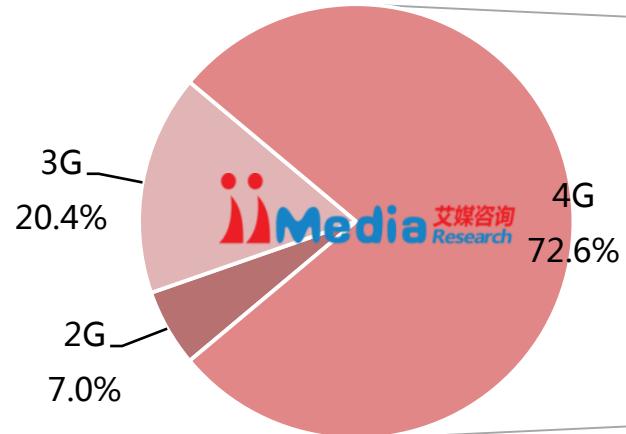
CopyRights 2007—2015 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

03 2015年 中国智能手机用户流量使用调查

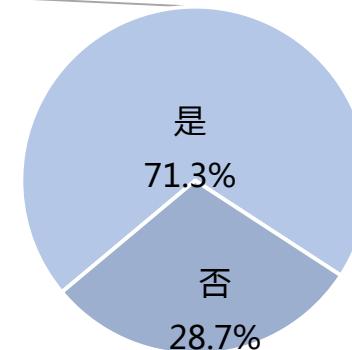


2015年流量使用调查用户网络选择样本分布

用户使用网络分布



是否经常使用4G网络

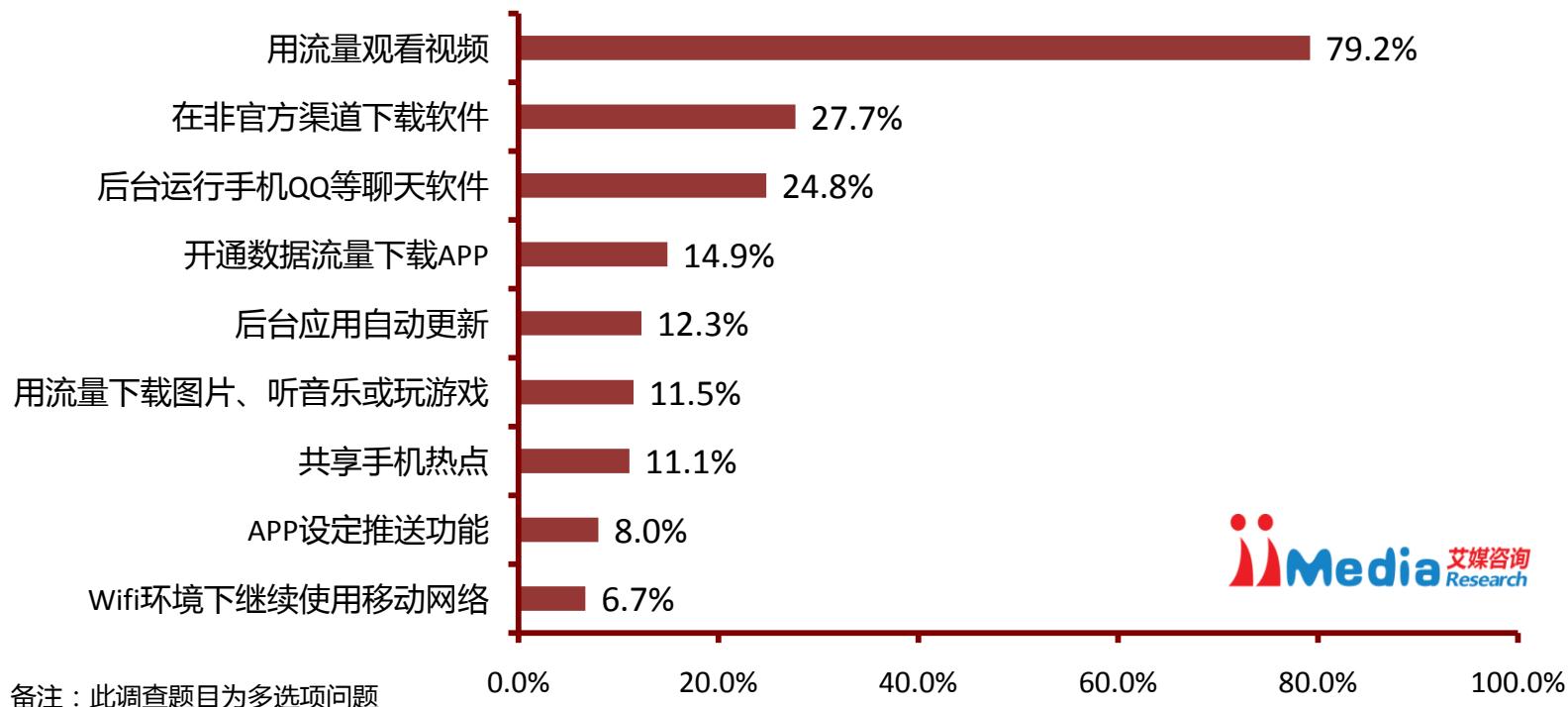


iiMedia Research (艾媒咨询) 在草莓派综合调研平台与问卷网联合发起的关于手机流量使用情况的调查中，已升级4G用户占72.6%，3G用户占20.4%，2G用户占7.0%。在已升级4G的用户中，相当大比重用户经常打开4G流量开关优先使用4G网络，占71.3%，“网速快”是这部分用户优先使用4G网络的主要原因；而另外28.7%的4G用户则较为谨慎，他们认为4G流量跑的较快，因此并不经常使用4G网络。

数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2015 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

2015年中国智能手机用户流量使用行为调查

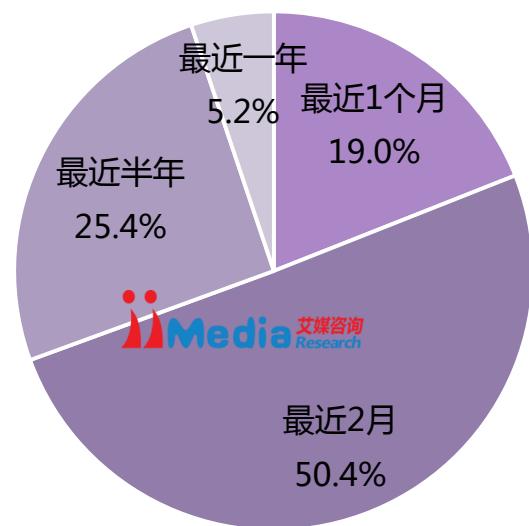


iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示，在用户流量使用行为的调查中，79.2% 用户曾使用流量观看视频，27.7% 用户曾在非官方渠道下载软件，24.8% 用户经常在后台运行手机QQ等聊天软件。在上述三种行为中，“在数据流量环境下观看视频”会使流量快速流失，属于“大流量”使用行为；非官方渠道下载的应用可能包含“偷流量”恶意插件，并且在应用下载过程也可能会产生大量数据流量；后台运行聊天软件会使流量在接收信息、提醒等实时功能中流失。

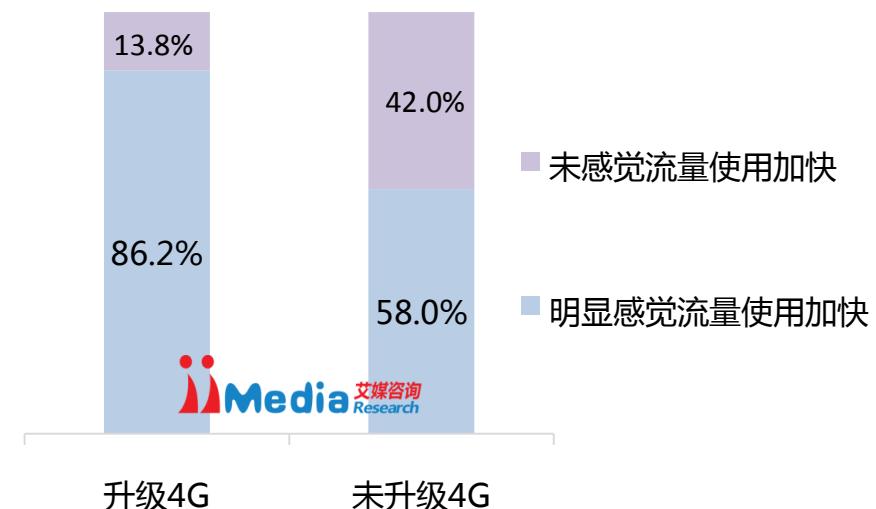
数据来源：iiMedia Research

“流量不清零”实施后中国手机用户流量使用感受调查（一）

何时开始感受到流量使用明显加快



4G和非4G用户流量使用感受



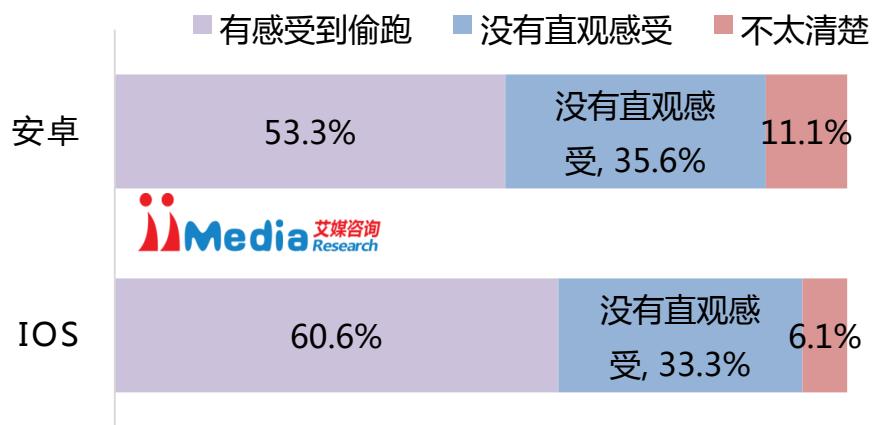
iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示，50.4% 用户表示在最近两个月内开始感受到流量使用明显加快，而这个时间节点正好是三大运营商开始实行“流量不清零”业务的时间点。事实上，流量业务与运营商利益息息相关，由于电信运营商计费系统缺乏第三方监测，因此这使中国智能手机用户很难不怀疑运营商存在偷流量行为，或者计费系统存在漏洞问题。在针对4G和非4G的流量使用调查中，4G和非4G用户均有超过半数表示明显感觉流量使用加快，且4G用户的感觉更明显，86.2%的4G用户认为升级4G后流量使用更快。

数据来源：iiMedia Research

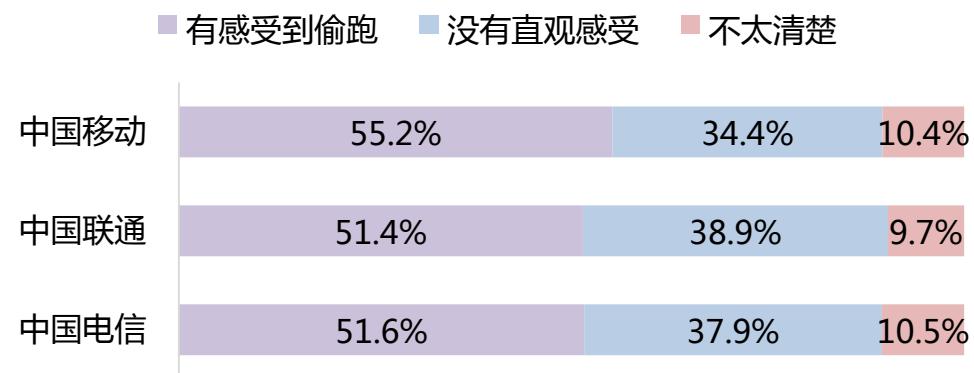
“流量不清零”实施后中国手机用户流量使用感受调查（二）

“流量偷跑”用户感受调查——用户普遍怀疑运营商偷流量

不同手机操作系统用户感受



不同运营商用户感受



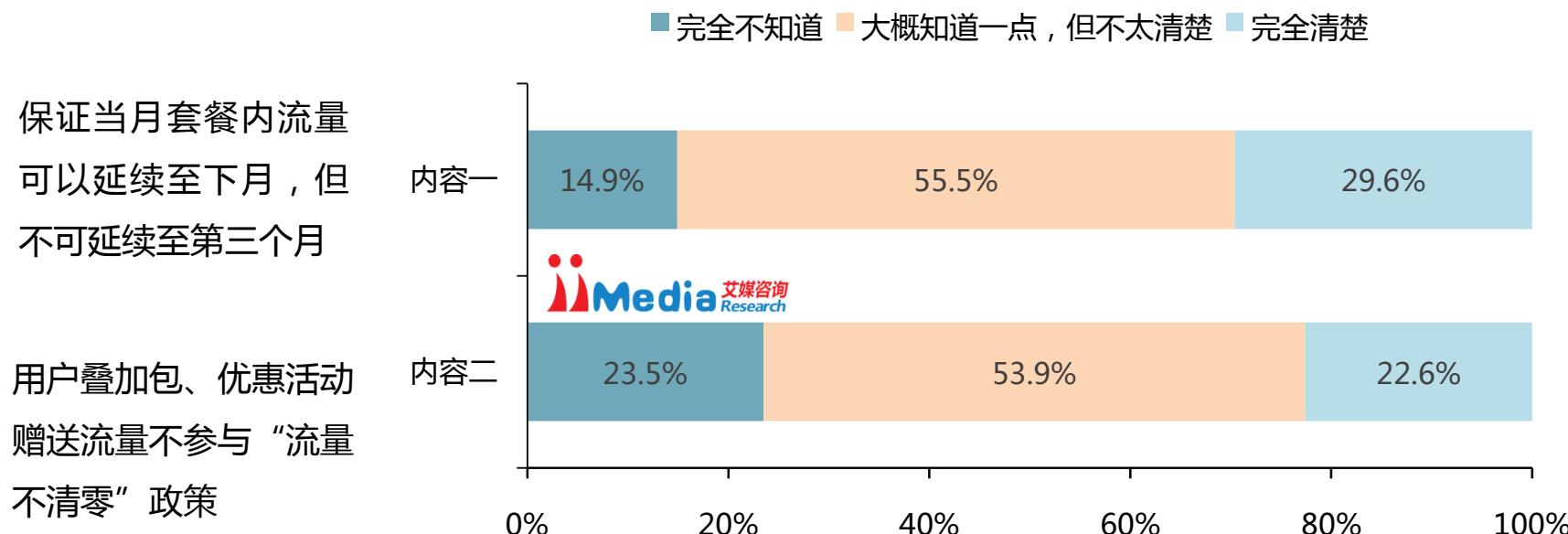
iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示，iOS和安卓平台均有超过半数用户表示在实施“流量不清零”政策后明显感受到流量偷跑，大量用户怀疑移动运营商存在偷流量行为，分别占60.6%和53.3%，其中iOS端用户感受更明显。同样，在移动、联通、电信三大运营商的被调查者中，均有超过半数怀疑运营商有偷跑流量行为。“流量跑得快”已成为广大智能手机用户最强烈的使用体验；“运营商偷流量”也成为了近日用户的吐槽焦点。

数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2015 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

2015年“流量不清零”业务影响（一）——用户知晓度

用户对“流量不清零”业务知晓度调查



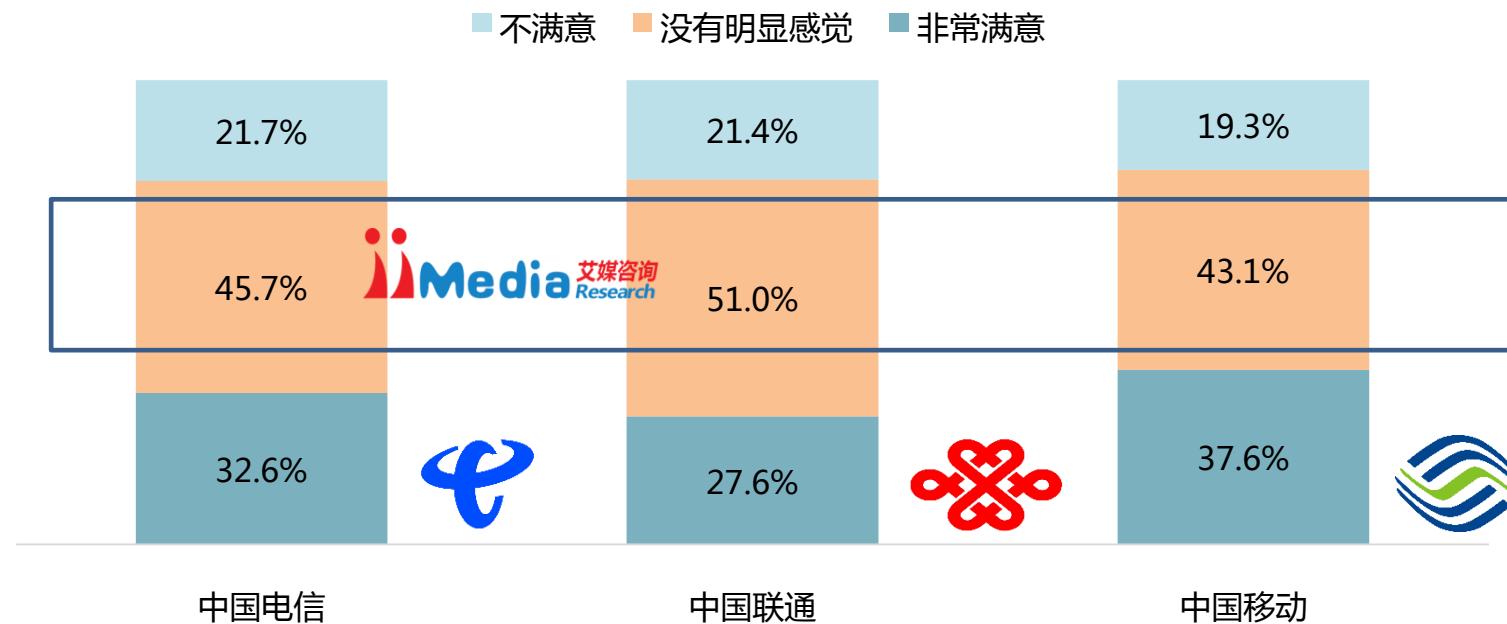
iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示，五成以上用户对“流量不清零”业务的具体实施方法不完全清楚，对该业务的使用范围、时长并不了解，认为尽管运营商对推出了看似惠民的业务，但仍缺乏诚意。艾媒咨询分析师认为“流量不清零”业务推出仓促，运营商缺乏对该业务的宣传和说明，且业务条款和实施范围本身也是重重限制，上述种种进一步引发用户不满情绪。

数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2015 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

2015年“流量不清零”业务影响（二）——用户满意度

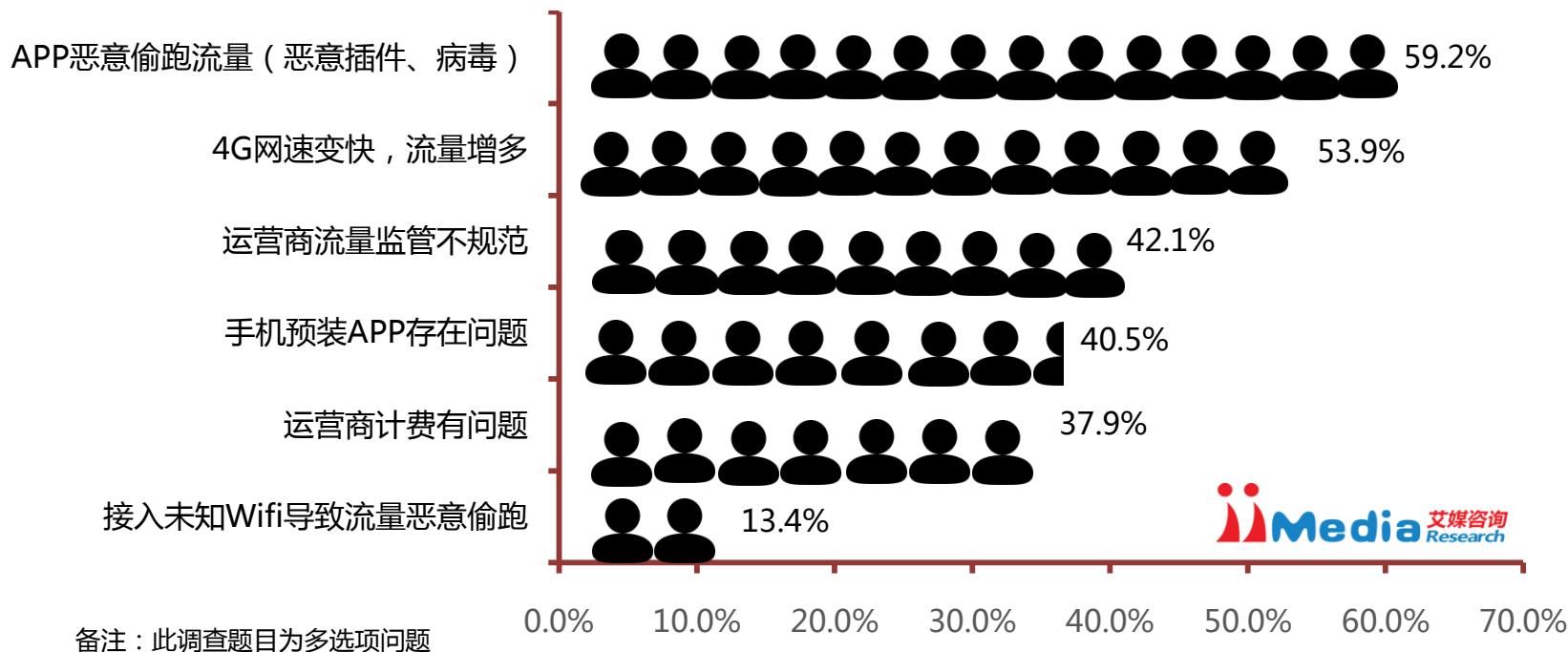
三大运营商“流量不清零”业务用户满意度调查



iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示，大部分三大运营商用户均表示并未感觉到“流量不清零”业务带来的便利；尽管有一定数量用户明显感受到“流量不清零”业务带来的便利（中国移动满意用户占比最高，占37.6%；其次为电信用户，占32.6%；最后是联通用户，占27.6%），但仍有相当一部分用户对该业务表现出不满意情绪，觉得运营商缺乏诚意，认为该业务并未体现其“惠民”特性，实行该业务后，流量反而跑得更快。

数据来源：iiMedia Research

2015年“流量偷跑”原因调查



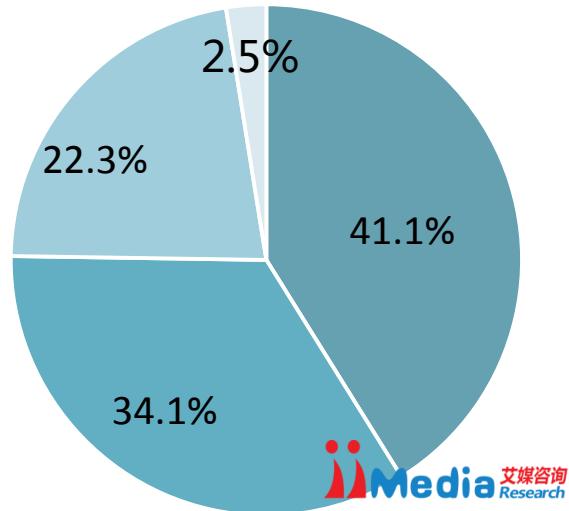
iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示，59.2%用户认为流量偷跑是APP中的恶意插件、病毒导致；53.9%用户认为是4G网络网速变快所导致；42.1%用户认为运营商流量监管不规范也是因素之一。艾媒咨询分析师认为，除去“运营商偷跑流量”这一因素，“用户本身对智能手机的认识不足”也会使流量在4G环境中更容易“偷跑”：一是因为4G环境下网速快；二是因为用户未完全退出某些APP，APP在后台会进行自动更新、接收信息等耗流量行为；三是用户通过非正规渠道安装了带有恶意插件的APP导致流量“偷跑”。

数据来源：iiMedia Research

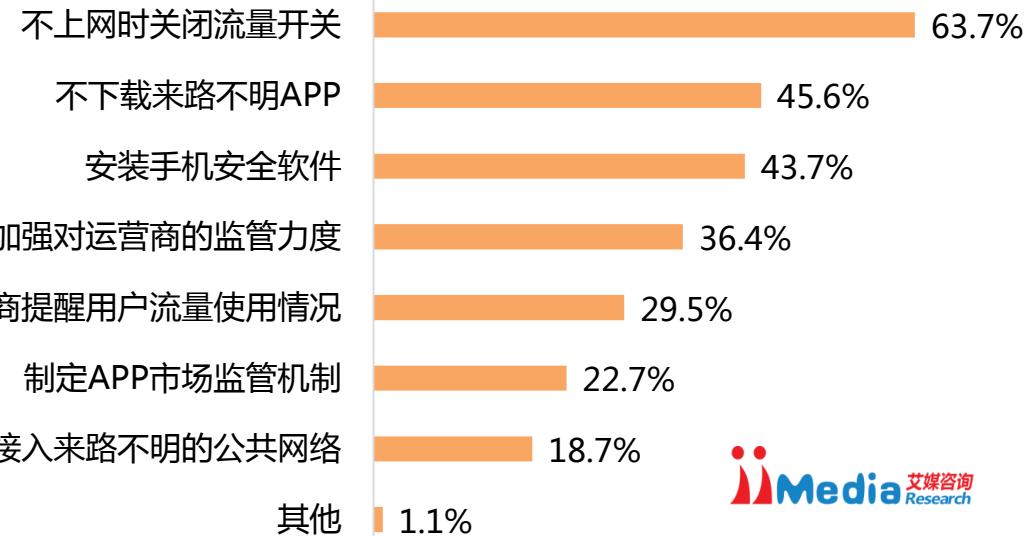
2015年中国用户流量监测手段调查

用户当前主要采取的流量监测手段

- 安装手机安全软件或专门的流量监测软件
- 靠运营商发送的流量提醒短信
- 手机系统自带流量监控
- 其他



用户对预防“流量偷跑”措施态度调查

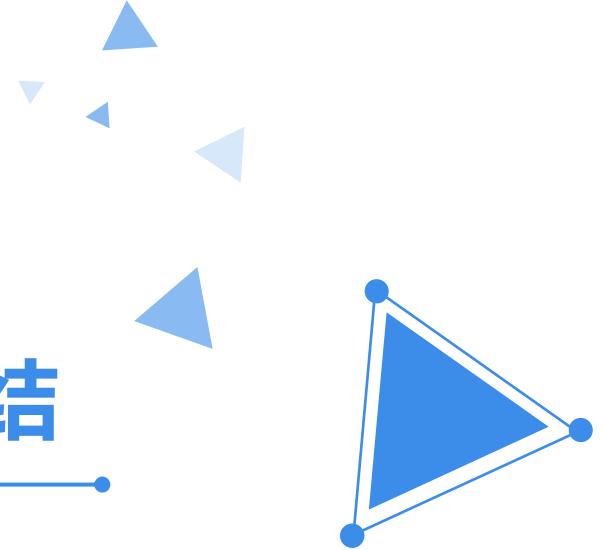


备注：此调查题目为多选项问题

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示，目前大部分用户采取的流量监测方式为安装手机安全或流量监控软件以及靠运营商发送流量提醒短信，分别占41.1%和34.1%。在如何预防流量偷跑的问题上，63.7%的用户建议不上网时关闭流量开关，45.6%用户建议尽量避免下载来路不明的软件，43.7%的用户则认为安装相关软件也可有效避免流量偷跑。

数据来源：iiMedia Research

04 2015年 手机用户流量使用状况小结



2015年中国智能手机用户流量使用调查小结

1 优先使用4G

已升级4G的大部分用户中优先使用4G网络，“网速快”是这部分用户优先使用4G网络的主要原因

2 流量使用感受

“流量不清零”业务推出后用户明显感觉流量跑得更快，4G用户感受更明显

3 流量偷跑

大部分手机用户（包括使用不用手机操作系统、不同手机运营商的用户）明显感觉存在“流量偷跑”，怀疑运营商偷流量

4 “不清零” 知晓度低

半数用户对流量不清零业务不甚了解，认为并未看到该业务的惠民性，认为运营商缺乏诚意

5 流量流失原因

用户认为APP恶意偷流量，4G网速变快以及运营商操作行为不当是流量快速流失的主要原因

6 预防流量偷跑

目前用户通过相关软件检测流量；大部分用户认为不上网时关闭流量开关、不下载不明来路APP是防止流量偷跑的有效措施

数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2015 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

2015年中国智能手机用户流量使用建议

- 1 使用大流量应用时，应尽量保持在WIFI环境下
- 2 不使用数据网络时，应关闭4G数据网络
- 3 尽量避免使用来路不明的软件或从非官方渠道下载应用软件
- 4 充分利用运营商的“流量提醒”服务，密切关注流量使用情况
- 5 安装手机安全软件及时监控手机流量使用情况

数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2015 艾媒咨询（iiMedia Research） All Rights Reserved

深度调研，披露“互联网+”权威数据与鲜活案例！
七大行业、精选案例，5000万量极大数据专业剖析！



支付宝直接购买

“互联网+”高端俱乐部创势会CEO会员指定用书！
100位移动互联网企业总裁、40个资深媒体人
联合发起！

- 重干货！
深度调研，披露七大行业“互联网+”变革前沿数据
- 讲实战！
专业剖析，揭秘传统产业互联网+转型的未来之路

互联网+



中山大学出版社
SUN YAT-SEN UNIVERSITY PRESS

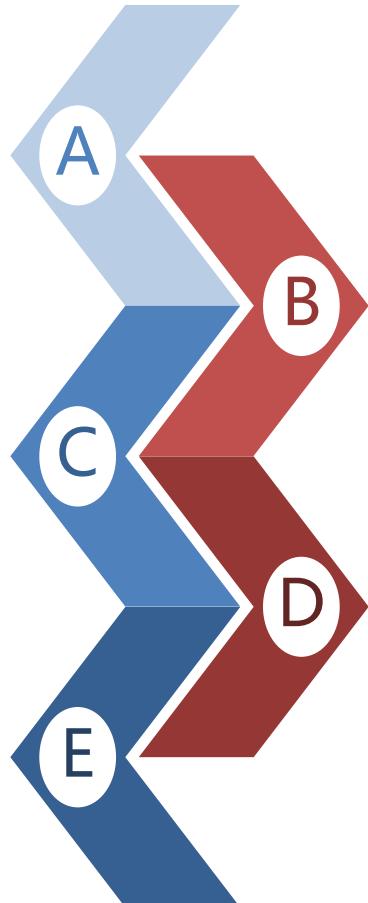


艾媒北极星服务平台

应用趋势精准分析
用户来源与渠道分析

用户留存解析
用户属性与行为分析

全面的行业媒体报导
全方位的资金对接



艾媒北极星统计分析平台是中国专业、权威、独立的第三方移动应用统计分析平台，支持Android、iOS、Windows等主流移动平台。

艾媒北极星通过专业的技术手段助力移动应用开发商统计和分析流量来源、用户行为、用户习惯、进行用户画像并与运营商大数据与开放平台数据无缝对接，帮助开发者利用数据进行产品、运营、推广策略的决策，改善产品设计，透视运营指标，提升推广效率。

服务网址：<http://bjx.iimedia.cn/>

数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2015 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved



艾媒咨询集团 (IiMedia Research Group) 旗下的艾媒无线广告监测系统 (Adiimedia.com) 是国内领先的第三方移动互联网广告投放监测系统，通过专业的技术手段为广告主提供独立、客观、公正的移动广告监测服务以及最优化最全面的监测解决方案。

Adiimedia可为广告主提供在移动媒体上的广告投放形式、访问量情况、投放费用等统计指标，及时反馈广告效果、优化手机广告投放，为移动广告客户提供专业的监测解决方案，使广告主能全面了解自身及竞争对手媒体投放情况。

优秀案例征集计划

艾媒咨询是全球领先移动互联网第三方数据挖掘与整合营销机构，为更深入研究和了解消费者行为、优秀企业商业模式和行业竞争等情况，特针对不同领域开启优秀企业案例征集计划，本计划主要针对移动互联网及相关产业链领域企业，并要求企业在其领域内具有一定市场影响力和一定创新模式。

[合作详情可咨询whd@iimedia.cn](mailto:whd@iimedia.cn)

数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2015 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

法律声明

本报告由iiMedia Research（艾媒咨询）调查和制作，报告中所有的文字、图片、表格均受到中国大陆及香港特别行政区知识产权法律法规的保护，任何非商业性质的报道、摘录、以及引用请务必注明版权来源；iiMedia Research（艾媒咨询）会向国家相关政府决策机构、知名新闻媒体和行业研究机构提供部分数据引用，但拒绝向一切侵犯艾媒著作权的商业研究提供免费引用。

本报告中的调研数据均采用行业深度访谈、用户调研、桌面研究得到，部分数据未经相关运营商直接认可；同时本报告中的调研数据均采用样本调研方法获得，其数据结果受到样本的影响，部分数据可能未必能够完全反映真实市场情况。因此，本报告仅供个人或单位作为市场参考资料，本公司不承担因使用本报告而产生的法律责任。在未接受本声明前，请不要阅读本报告。

数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2015 艾媒咨询（iiMedia Research）All Rights Reserved

关于艾媒

艾媒咨询 (iiMedia Research) 是全球移动互联网领域的著名研究机构，也是中国首家专注于移动互联网、智能终端和可穿戴设备等产业研究的权威机构。艾媒咨询成立于2010年，2012年艾媒咨询正式成为CAMIR唯一专注于移动互联网行业市场信息调研的成员单位。

iiMedia Research为包括国家工业和信息化部、人民日报社、广东省人民政府、河南省人民政府等各级政府部门，各电信运营商和设备提供商提供数据研究和决策参考服务。

艾媒旗下艾媒网 (www.iimedia.cn) 是中国最早的移动互联网领域行业数据发布平台，致力于传播无线互联网行业的服务理念，为行业横向交流打造坚实平台。

艾媒每年刊发的研究报告以及分析成果数百份，在业界具有很好的影响力，一直被全球各大主流平面和网络媒体追捧和引用；每年举办多场全国或国际的高层次移动互联网高峰论坛得到行业和媒体、政府的认可和支持。

2015年艾媒咨询集团发起致力于互联网+产业环境下为全球传统产业与互联网建立高层私密交流的高端平台“创势会”，正迅速成长为推动中国经济转型变革的卓越企业家高级俱乐部。

iiMedia Research研究报告指定发布平台：艾媒网(www.iimedia.cn)、魔部网 (www.moobuu.com)

iiMedia Research官网：<http://www.iimedia.com.cn>

艾媒无线广告监测系统：<http://www.adiimedia.com>

创势会官网：<http://www.imchance.com/>

官方邮箱：research@iimedia.cn

VIP服务热线：400 702 6383



@艾媒咨询



艾媒咨询

本报告由iiMedia Research集团控股有限公司（中国香港）出品



数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2015 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

因为专注，所以专业！

*Since 2010 ,
We focus on mobile Internet !*