



移动互联网 发展趋势报告 2012年 Q4



百度移动·云事业部

百度在线网络技术（北京）有限公司

本季度《移动互联网发展趋势报告》以百度移动搜索、百度移动应用、百度移动统计及其相关数据挖掘为基础，围绕“移动互联网发展趋势”和“移动互联网用户需求及行为习惯”两部分展开，要点如下：

•移动互联网发展趋势

- ◆百度移动搜索进入高速增长期，2012年末相比2010年初流量增长11倍；
- ◆PC互联网大、中型站点移动化趋势加快；
- ◆2012年Q4，PC互联网大、中型站点移动化比例累计为47.8%，其中5%的移动化站点使用HTML5技术框架开发；
- ◆2012年Q4，百度移动搜索导向适合手机用户浏览页面的比例升至 80.02%；
- ◆移动互联网的人均上网时长首次超过PC。

·移动互联网用户需求及行为习惯

- ◆2012年Q4，移动搜索用户的需求覆盖更偏重于阅读、商品购物、工具服务及LBS；
- ◆Native App相关的需求分布主要集中在工具服务和游戏两大类；
- ◆移动搜索与生活紧密相关，阅读类需求位居各高峰时段首位；
- ◆游戏和影视动画遍布Native App下载量各高峰时段。

1

移动互联网发展趋势

要点概述 >

- ◆百度移动搜索进入高速增长期，2012年末相比2010年初流量增长11倍；
- ◆PC互联网大、中型站点移动化趋势加快；
- ◆2012年Q4，PC互联网大、中型站点移动化比例累计为47.8%，其中5%的移动化站点使用HTML5技术框架开发；
- ◆2012年Q4，百度移动搜索导向适合手机用户浏览页面的比例升至 80.02%；
- ◆移动互联网的人均上网时长首次超过PC。

1.1 百度移动搜索进入高速增长期，2012年末相比2010年初流量增长11倍

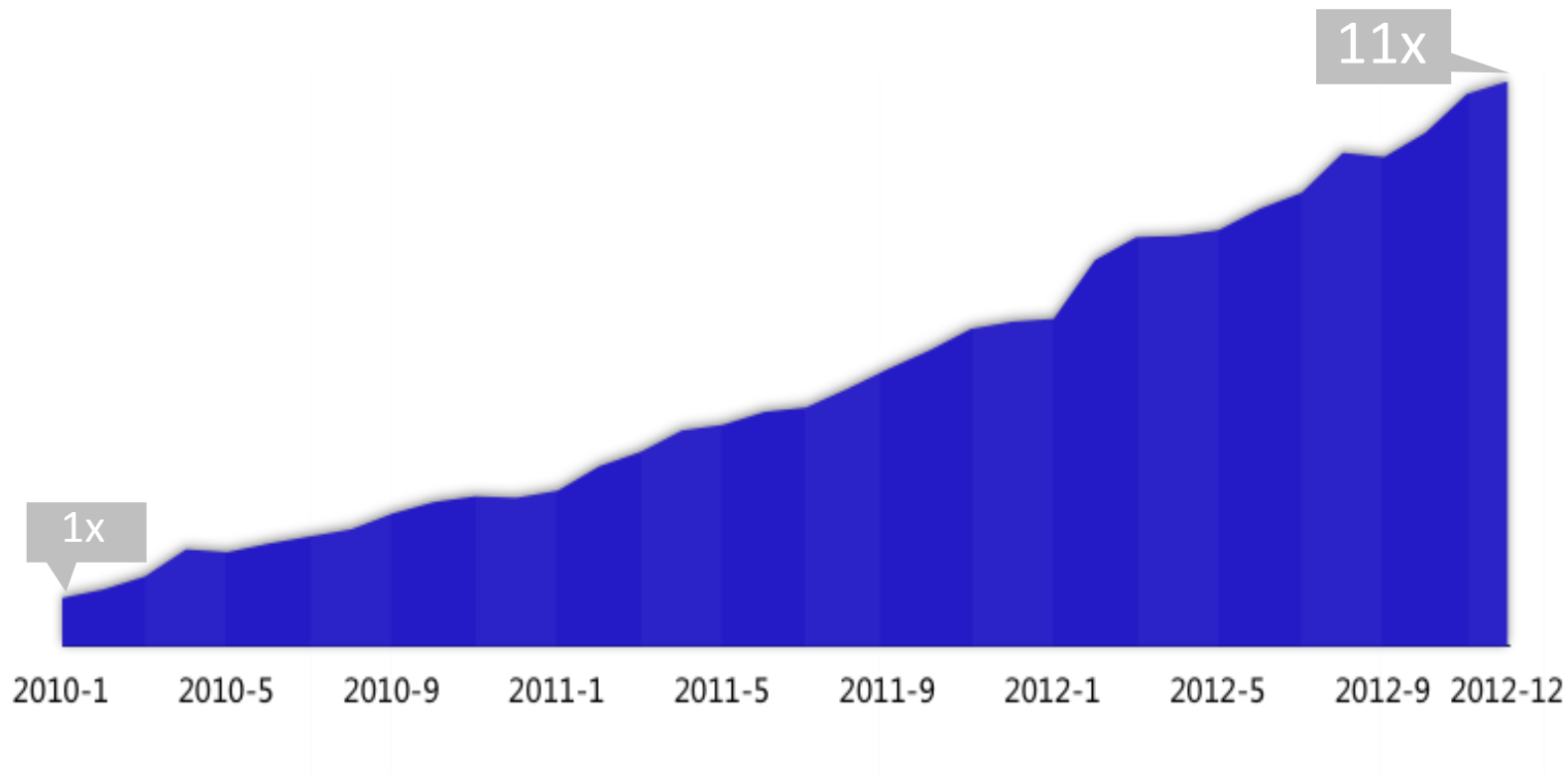


图1 2010-2012年 百度移动搜索流量增长趋势

1.2 PC互联网的大、中型站点移动化趋势加快

2012年Q4，大、中型站点移动化比例累计为 47.8%，相比 2011年Q3，涨幅超过18.2%。

其中2011年至2012年，1年时间里，大、中型站点移动化比例增长 10.7%，2012年Q3至同年Q4,3个月时间，移动化比例涨幅高达 7.5%。

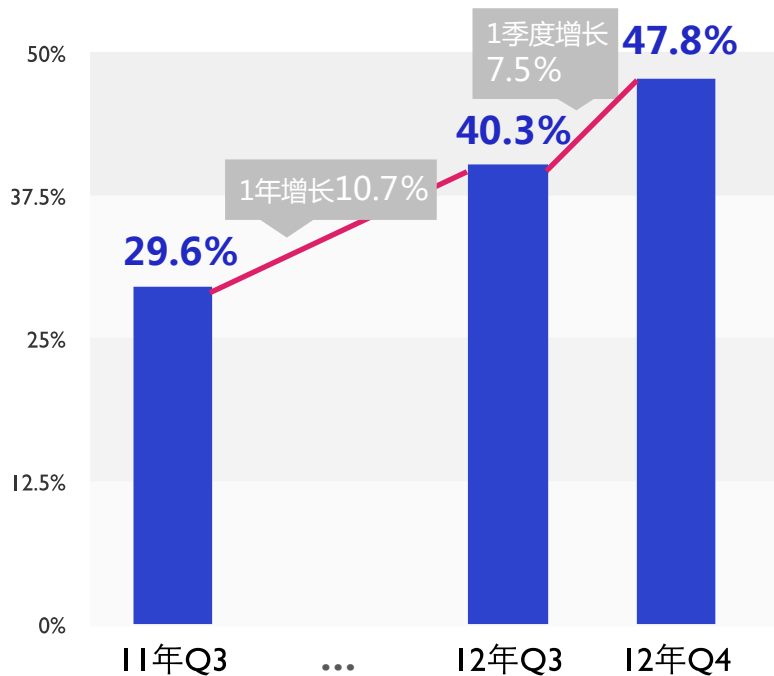


图2 2011-2012年 大、中型站点移动化比例

1.3 百度搜索导向适合手机用户浏览页面的比例升至80.02%

2012年Q4，百度搜索导向适合手机用户浏览页面的比例升至80.02%，较Q3的69.05%提高10.97%。

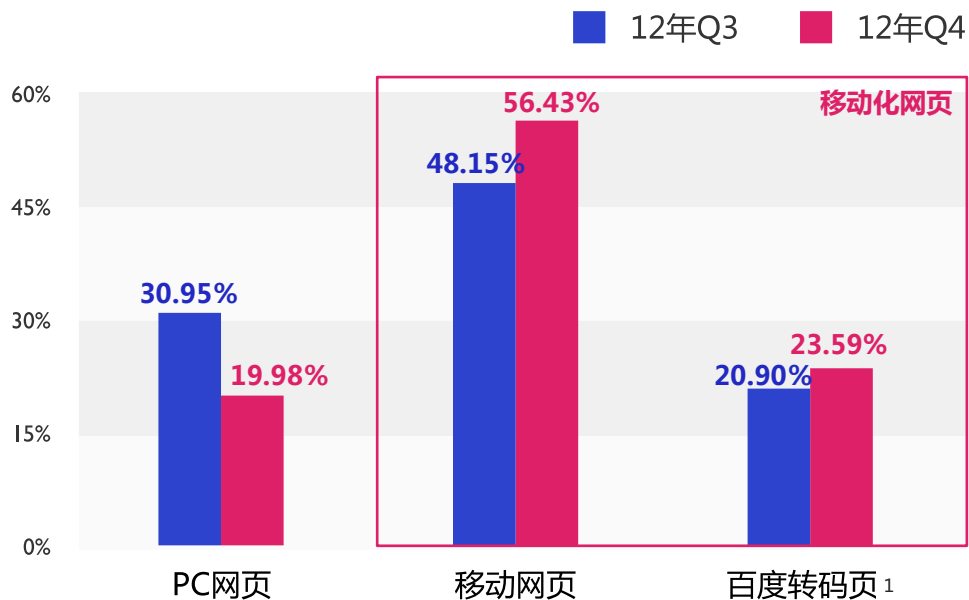


图3 2012年Q3-Q4百度搜索资源构成对比

*1 百度转码页：百度将移动搜索结果中的PC网页转换为适合移动端浏览习惯的优化页面。

1.4 适配于移动互联网的资源形态异彩纷呈

2012年Q4，PC互联网的大、中型站点中：

47.8% 的站点提供了手机适配的移动网页²，其中5%的站点使用HTML5³技术框架开发；

16.9% 的站点开发有相应的Native App⁴；

在 PC互联网的大中型站点 中：

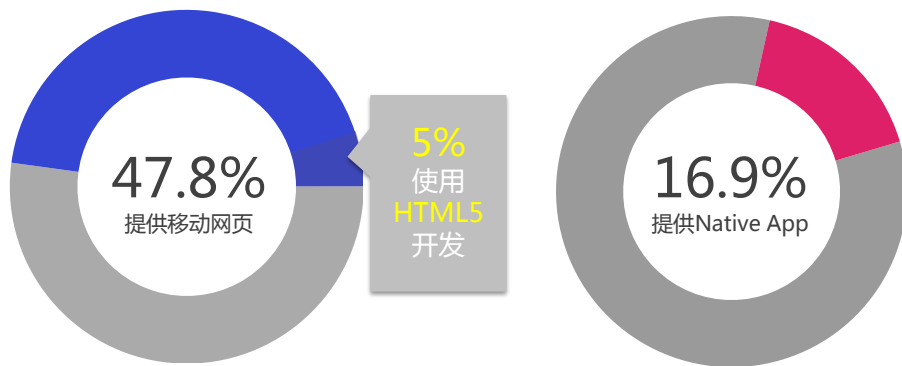


图4 2012年Q4 移动互联网资源形态

*² 移动网页：指适合手机用户浏览的一种网页形态。

*³ HTML5：指包括HTML、CSS和JavaScript在内的一套技术组合。

*⁴ Native App：指智能手机的第三方应用程序。

1.5 生活服务、工具及应用、综合内容社区成为PC互联网移动化焦点

2012年Q4，PC互联网的大、中型站点中：

移动网页的站点，主要集中在生活服务，工具及应用和综合内容社区三类，三者占其总体比例为47.5%；

提供Native App的站点与移动网页的站点分类相吻合，TOP 3的分类占比为53.2%；

基于HTML5技术框架开发的站点中，工具及应用、生活服务和商品购物居多，三者占其总体为85.5%；

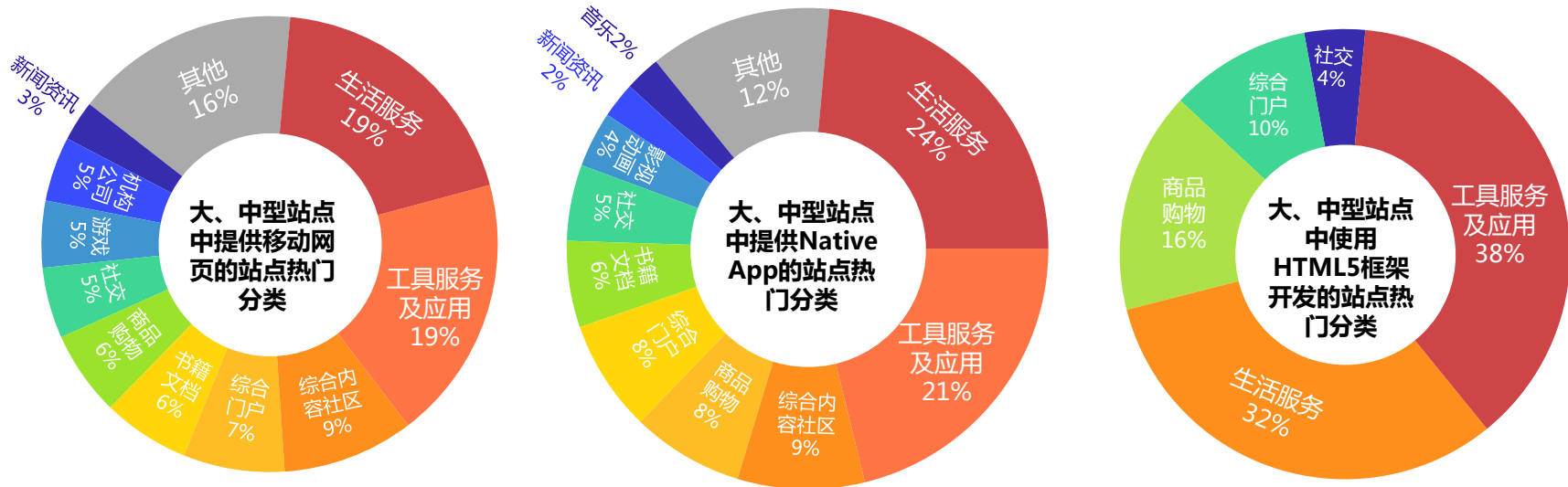


图5 2012年Q4 PC互联网移动化热门分类

1.6 Android Native App日分发量4个月涨幅超100%

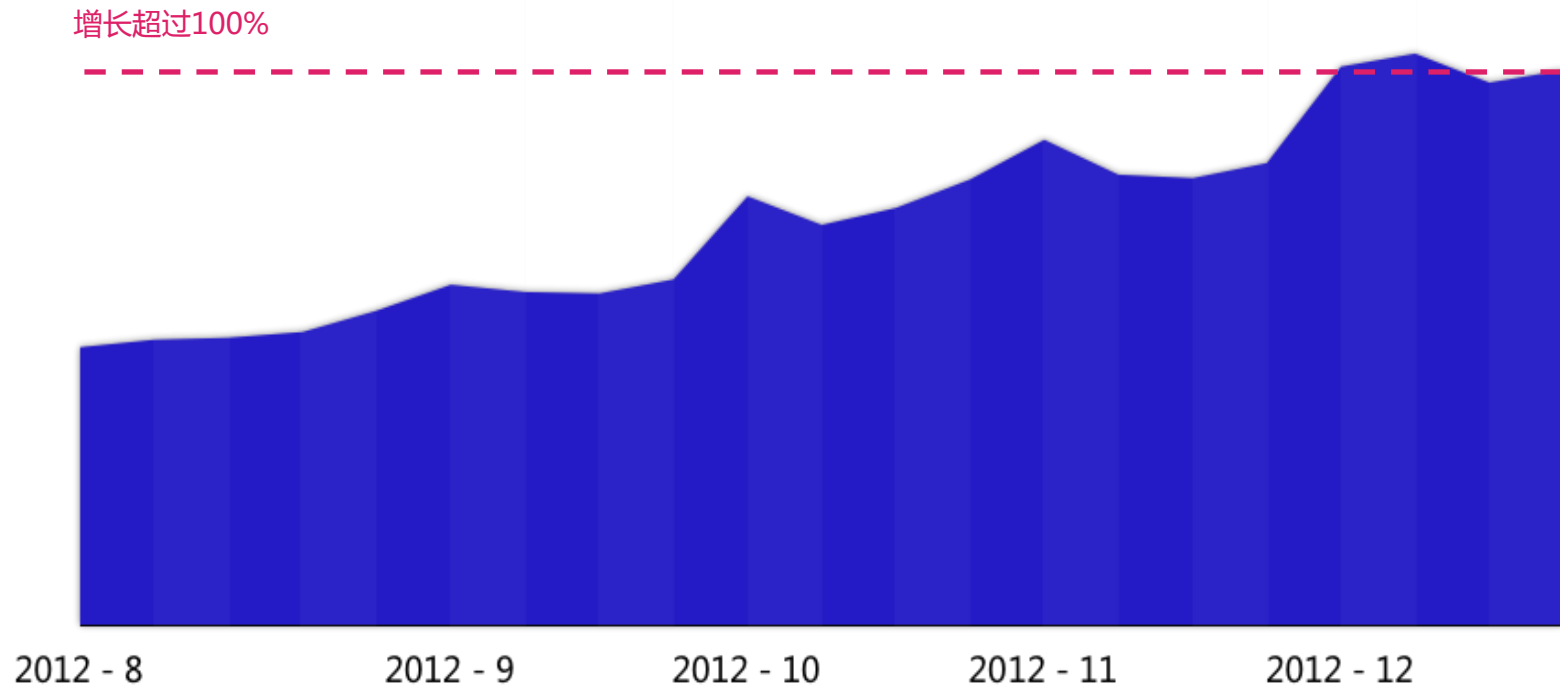


图6 2012年Q3-Q4 Android Native App日分发量增长趋势

1.7 Android Native App被移动互联网用户广泛认知

2012年Q3，Native App的上线数量与日分发量增长趋势相吻合，自2012年10月开始，其日分发量涨幅明显高于Native App的开发上线数量，Native App被移动互联网用户广泛认知；

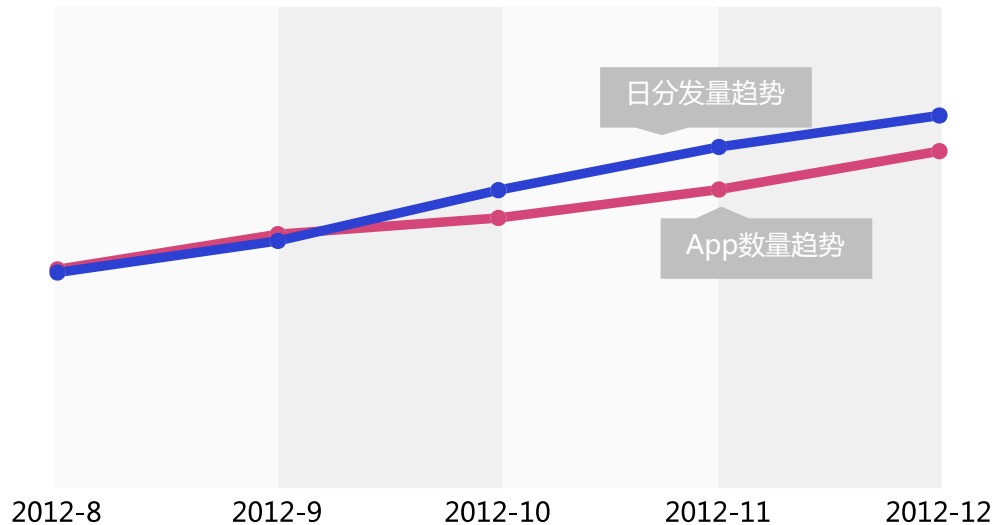


图7 Android Native App上线数量&日分发量增长趋势对比

1.8 PC互联网用户向移动端迁移

移动互联网的人均上网时长首次超过PC互联网：
2012年Q3开始，移动互联网用户Native App的人均上网时长超过PC；

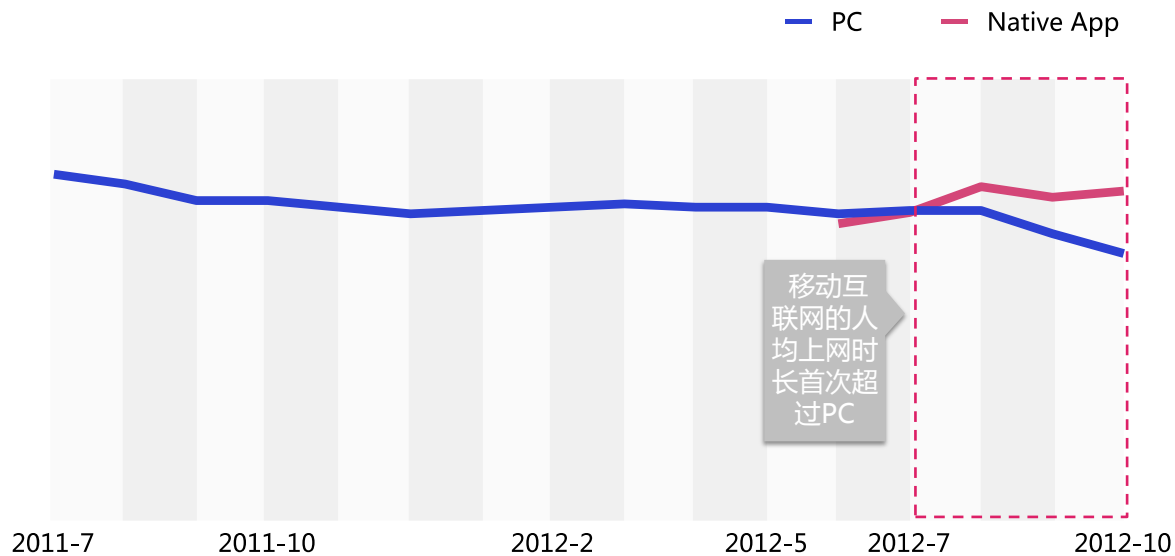


图8 PC与Native App人均上网时长的趋势对比

1.9 智能手机用户每天使用Native App的媒体时长超过2小时

2012年Q4，Native App人均媒体时长已超过2小时，其中浏览器的人均媒体时长占比为12%。

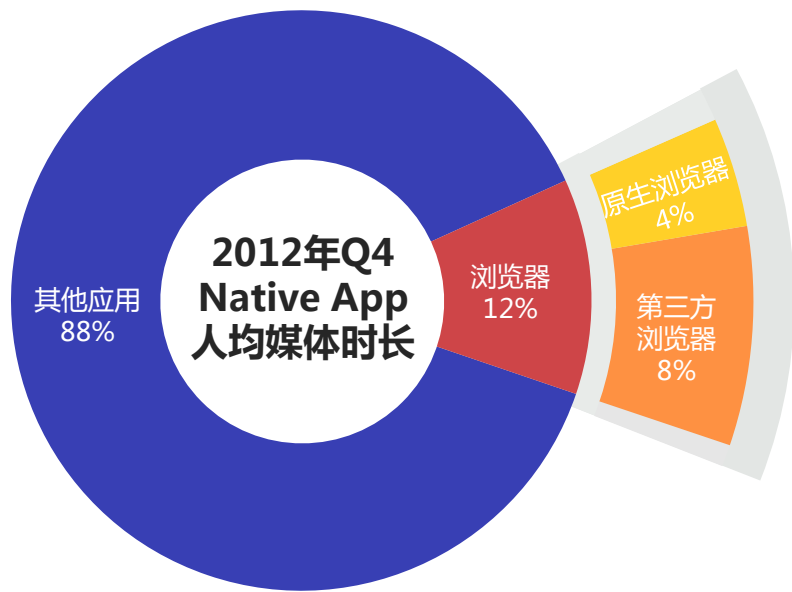


图9 2012年Q4 Native App人均媒体时长

阅读、游戏、图像影音类Native App人均启动次数及使用粘性高

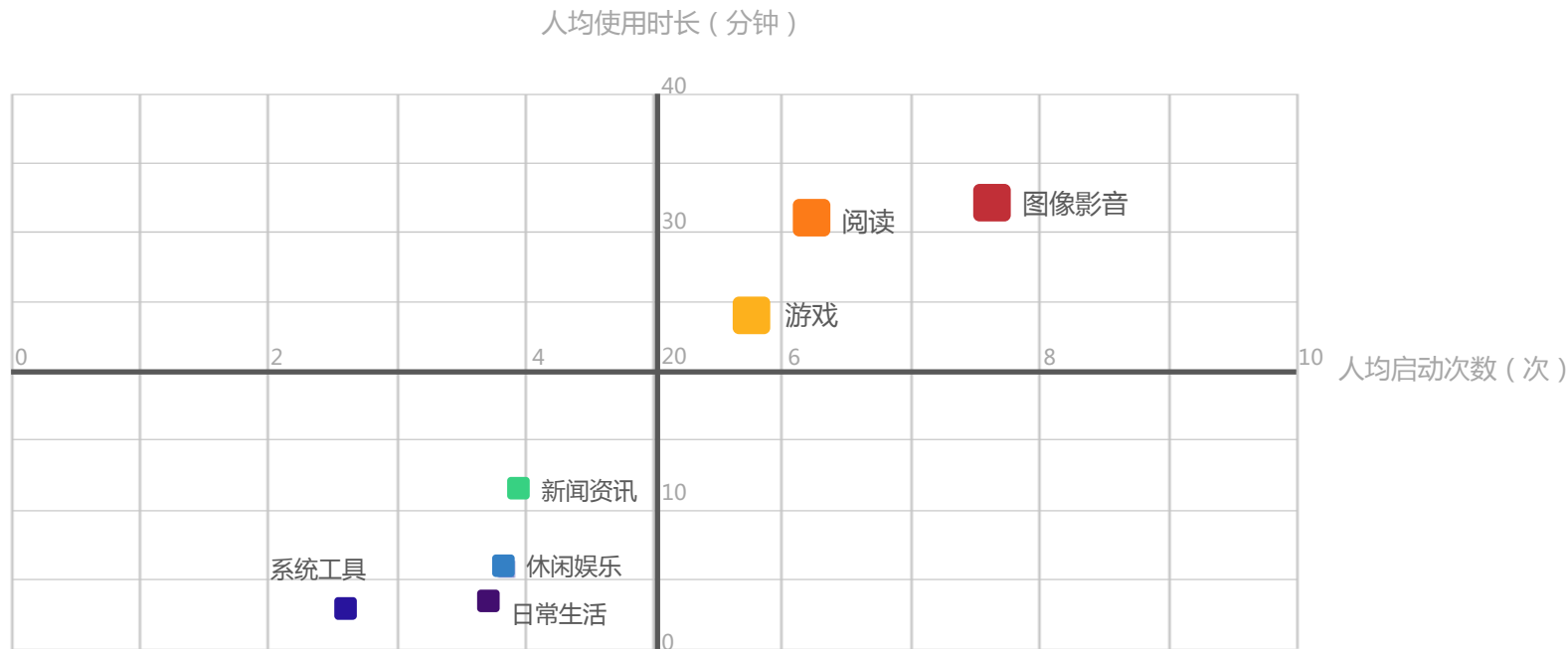


图10 热门分类人均使用时长和人均启动次数散点图

2

移动互联网用户
需求及行为习惯

要点概述 >

- ◆2012年Q4，移动搜索用户的需求覆盖更偏重于阅读、商品购物、工具服务及LBS；
- ◆Native App相关的需求分布主要集中在工具服务和游戏两大类；
- ◆移动搜索与生活紧密相关，阅读类需求位居各高峰时段首位；
- ◆游戏和影视动画遍布Native App下载量各高峰时段。

2.1 移动搜索用户高频需求是阅读、商品购物、工具服务、LBS

2012年Q4 百度移动搜索用户的主要需求集中在阅读、商品购物、工具服务、LBS分类中，其占比为 41.1%；

百度移动搜索用户对于Native App下载需求的占比是 4.2%。

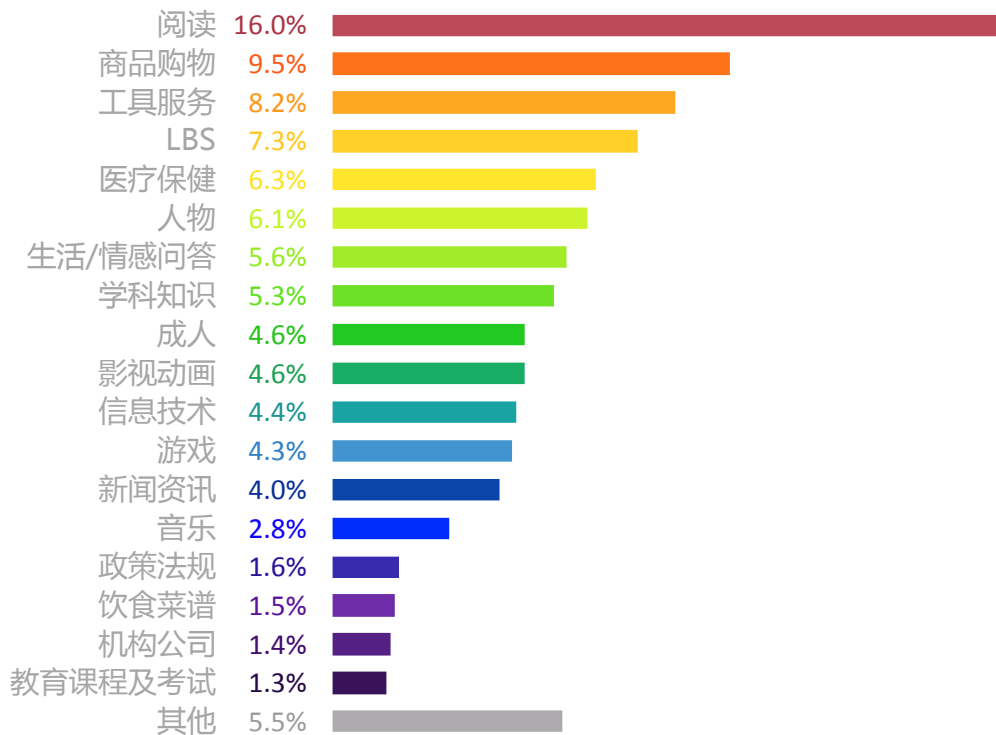


图11 2012年Q4 百度移动搜索用户需求分类

2.2 Native App的需求分布主要集中在工具服务和游戏两大类

2012年Q4 来自于百度移动搜索用户App相关的检索以App名称、简介等关键字为主。

随着功能搜索、应用内搜索等技术的发展日益成熟，“应用发现”的门槛将大幅降低。

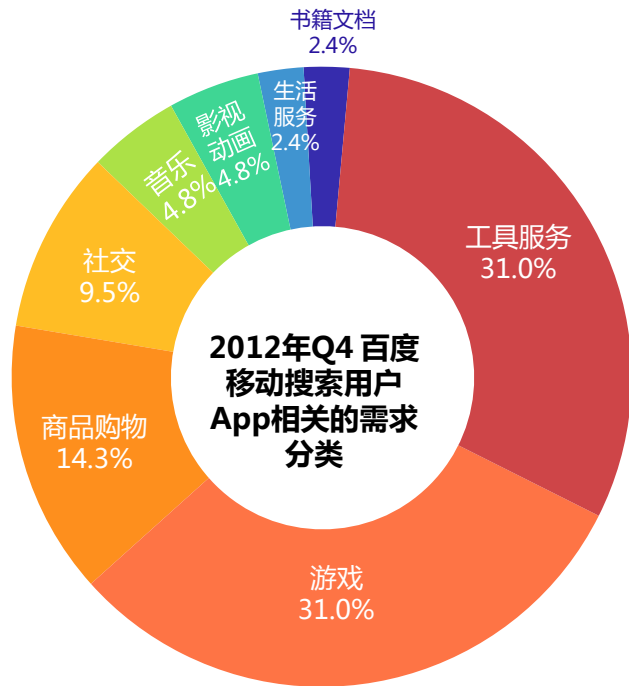


图12 2012年Q4 百度移动搜索用户App相关的需求分类

2.3 移动搜索与生活紧密相关，阅读遍布各高峰时段

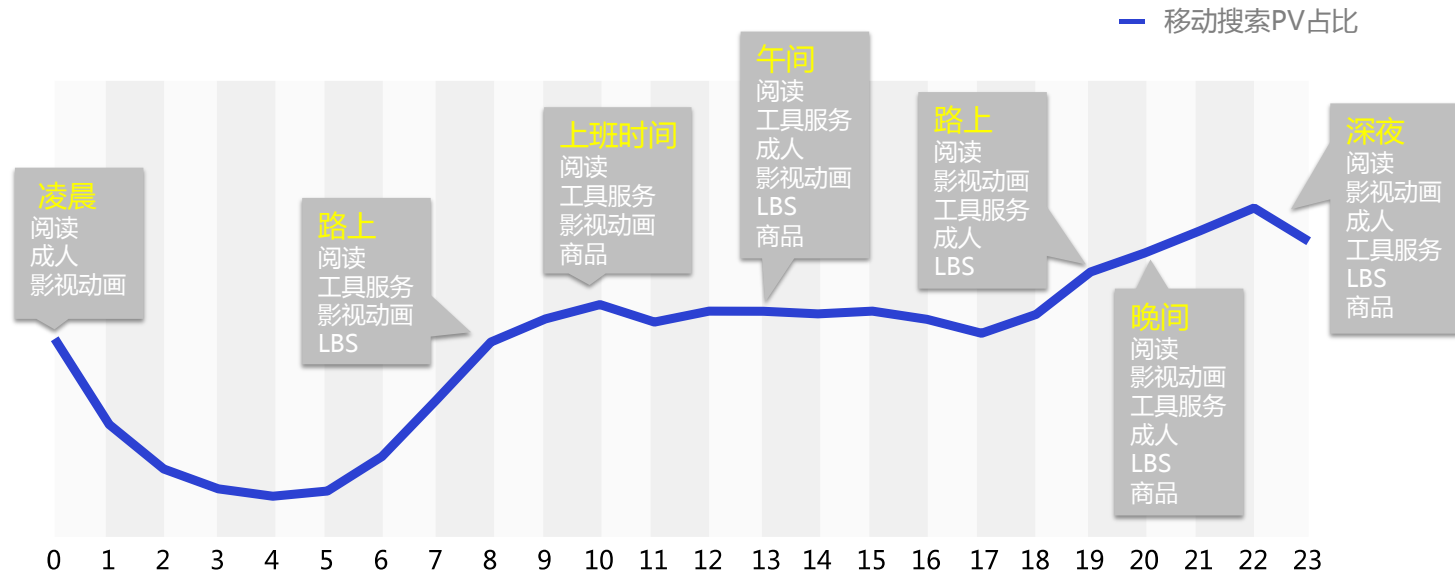


图13 2012年Q4 百度移动搜索用户一天24小时的需求分布

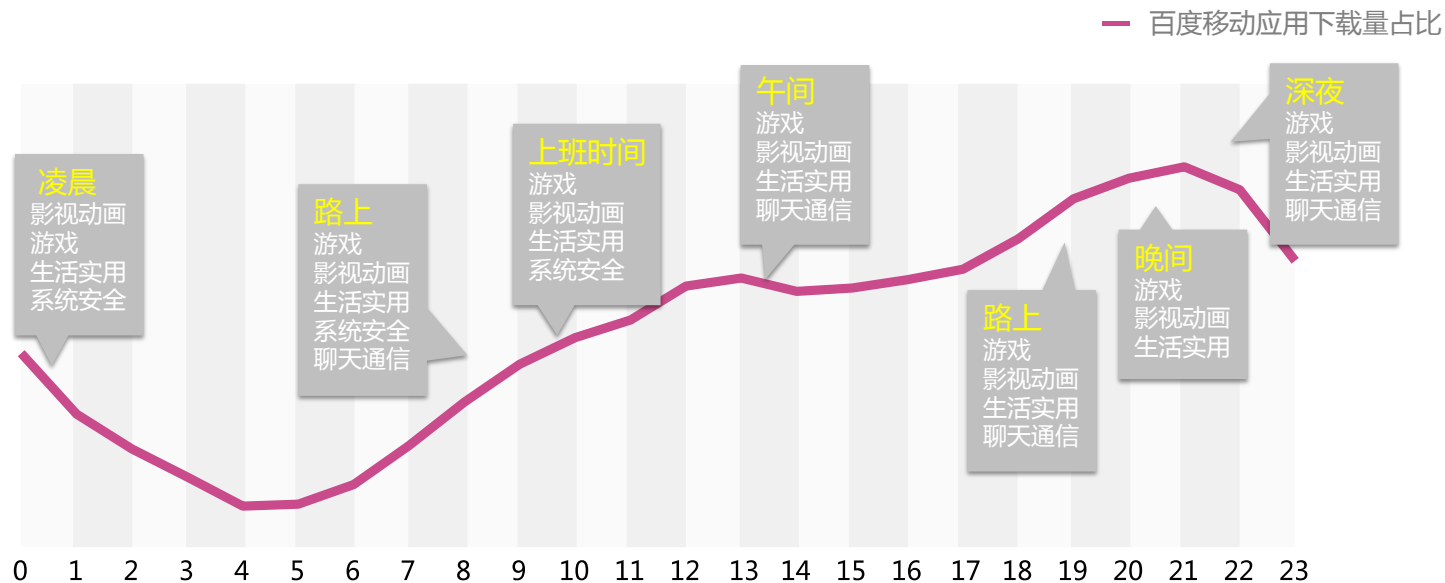


图14 2012年Q4 百度移动应用一天24小时的下载量分布

时间：2012.10.1-2012.12.31

数据：百度移动搜索（<http://m.baidu.com>）百度移动应用（<http://as.baidu.com>及客户端产品）、百度移动统计（<http://mtj.baidu.com>）及其相关数据挖掘；

统计方法说明：

本报告数据来自：

- 百度移动搜索结果页的分析，百度移动搜索是用户访问移动互联网资源的重要入口，每天有亿级的用户访问量。
- 百度移动应用合作及上线的APP分发量的分析。
- 百度移动统计覆盖的App及设备分析，目前其移动设备的覆盖量已超过1亿。

免责声明

本研究报告由百度移动·云事业部撰写,报告中提供的信息仅供参考。报告根据百度移动搜索、百度移动应用、百度移动统计及其相关数据挖掘获得信息,尽可能公正、客观的反映国内移动互联网发展趋势,但并不保证报告所述信息的准确性和完整性。本报告不能作为投资研究决策的依据,不能作为道义的、责任的和法律的依据或者凭证,无论是否已经明示或者暗示。百度移动·云事业部将随时补充、更正和修订有关信息,但不保证及时发布。对于本报告所提供信息所导致的任何直接的或者间接的投资盈亏后果不承担任何责任。

本报告版权为百度移动·云事业部所有,未经书面许可,任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制和发布。如引用发布,需注明出处为百度移动·云事业部,且不得对本报告进行有悖原意的引用、删节和修改。

百度移动·云事业部对于本免责声明条款具有修改权和最终解释权。

如欲获取更多移动互联网相关信息,敬请访问 <http://developer.baidu.com/>。

百度移动·云事业部

地址:北京海淀区上地十街10号

邮编:100085