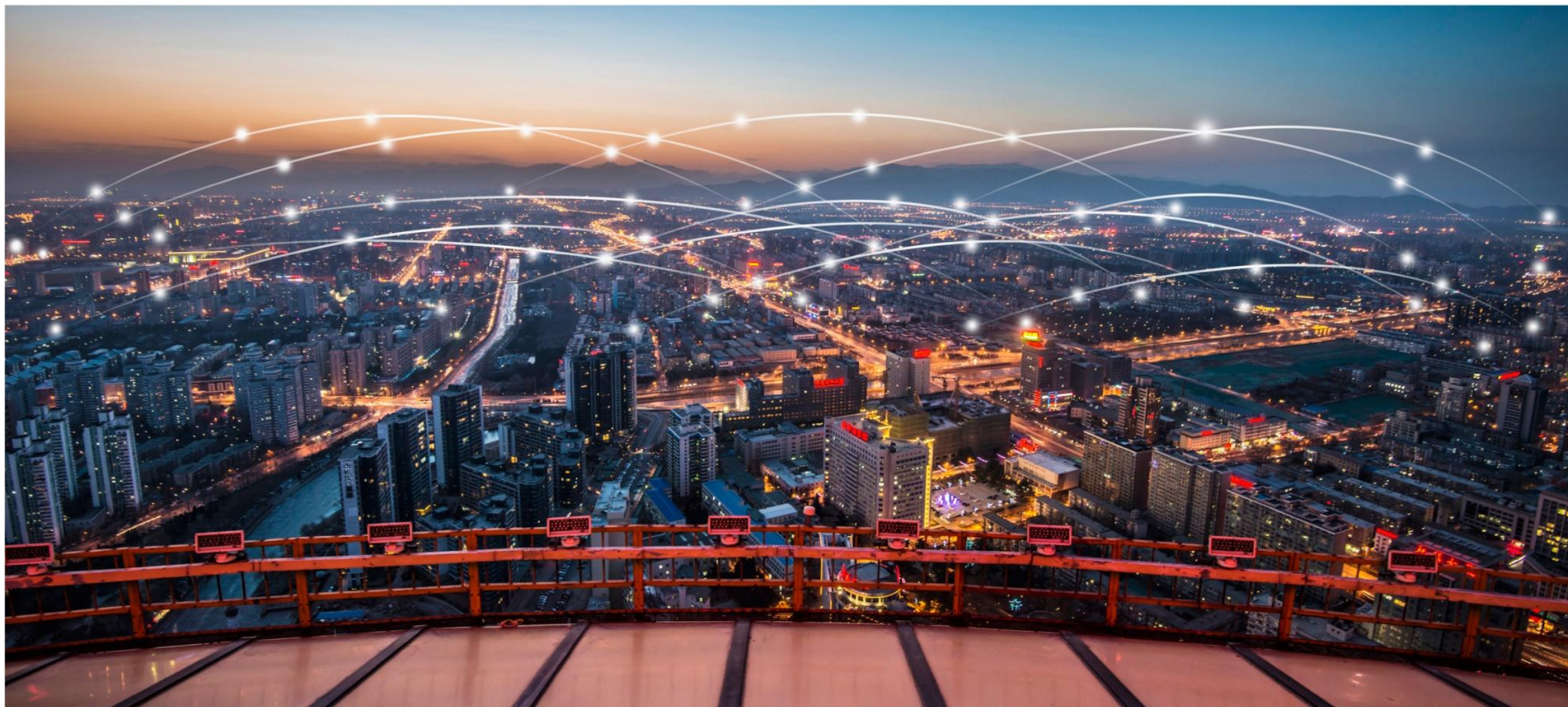


中国媒体概览 China Media Overview



Internet

Summary :

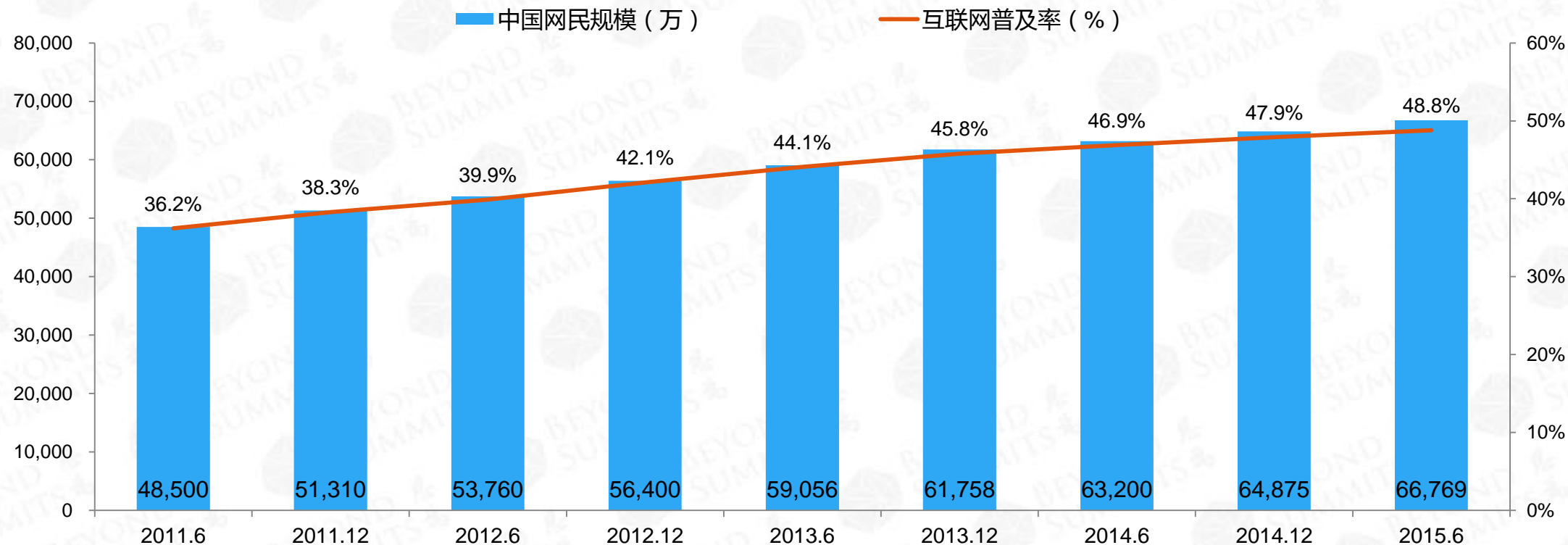
- 2015年中国网民总数和普及率仍在上升，但增速已放缓。网民也从年轻人居多逐渐开始走向成熟化，受教育程度影响，目前互联网以城镇网民用户为主。
- 上网设备更加多元化，九成网民会使用移动端上网，智能家电也开始步入互联网时代。上网场所仍旧以家庭和工作场所为主。
- 中国网民近年来越发沉迷于互联网，平均每天花费4小时在网络上遨游，其中有1小时是通过移动设备来上网。网民上网主要目的在于社交和获取信息资讯。

Summary :

- 互联网广告市场规模已接近整体广告规模的一半，其中移动广告占有所有互联网广告的比例逐年走高。而互联网广告中，关键词广告占比最大，但份额不断缩减。视频广告的份额多年来一直增长，已经接近品牌图文广告份额。
- 在PC端，社交媒体、视频和搜索引擎是广告主投放广告的首要选择和主要形式。视频和搜索引擎广告则是广告主优先考虑增加的形式，在预算发生变化时，图片/flash和视频等普通广告的抗风险能力最差。

中国网民总数和普及率仍在上升，但增速逐渐放缓。

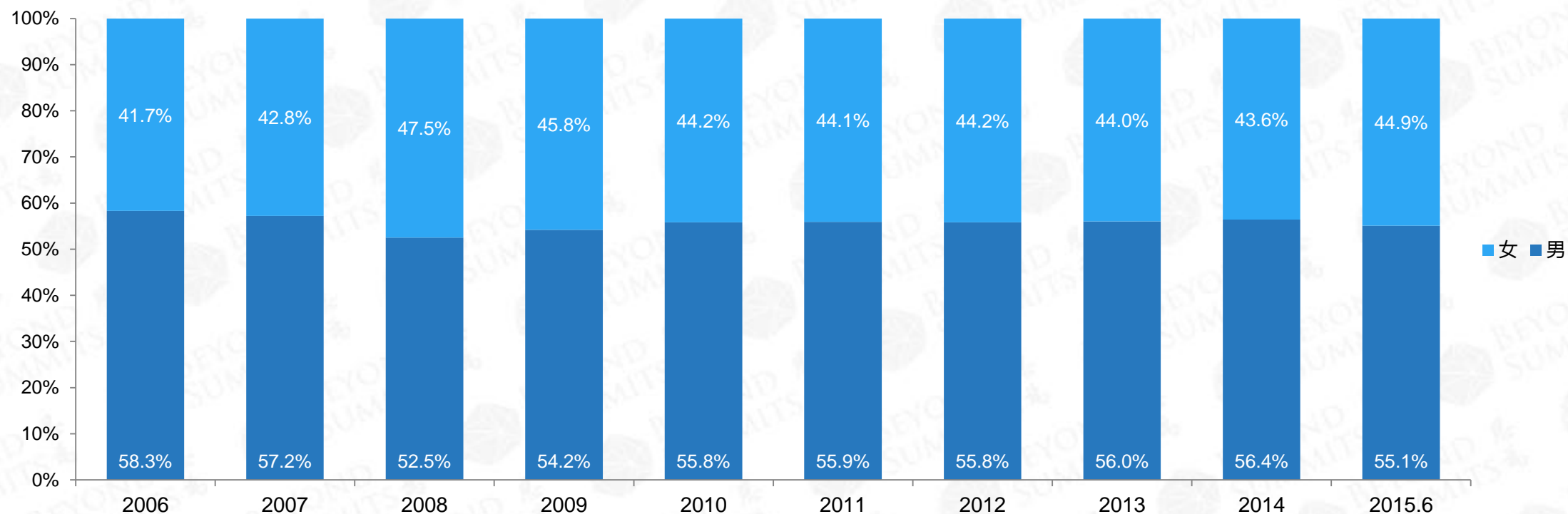
中国网民规模和互联网普及率



Source : CNNIC 《2015年第36次中国互联网络发展状况统计报告》

性别方面，男女比例多年来没有显著变化，男性用户略多于女性。

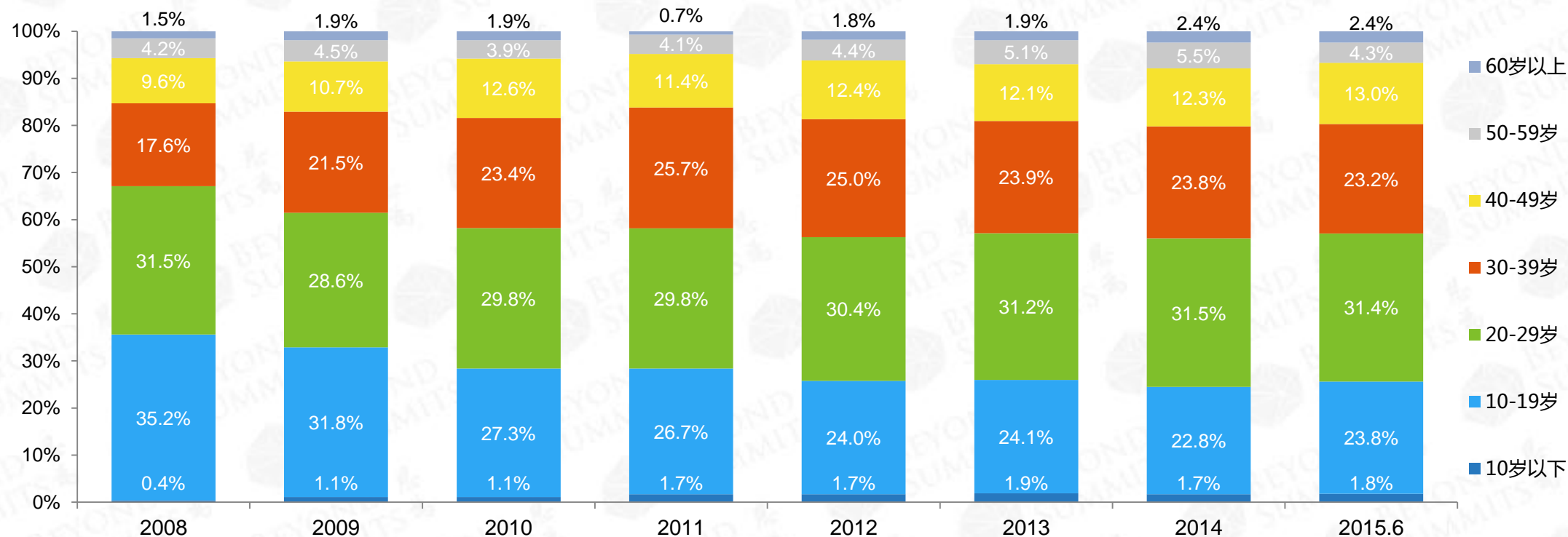
中国网民性别结构



Source : CNNIC the 19th- 36th Statistical Report on Internet Development in China

随着时代变迁，中国网民逐渐走向成熟，40岁以上用户逐年增多。

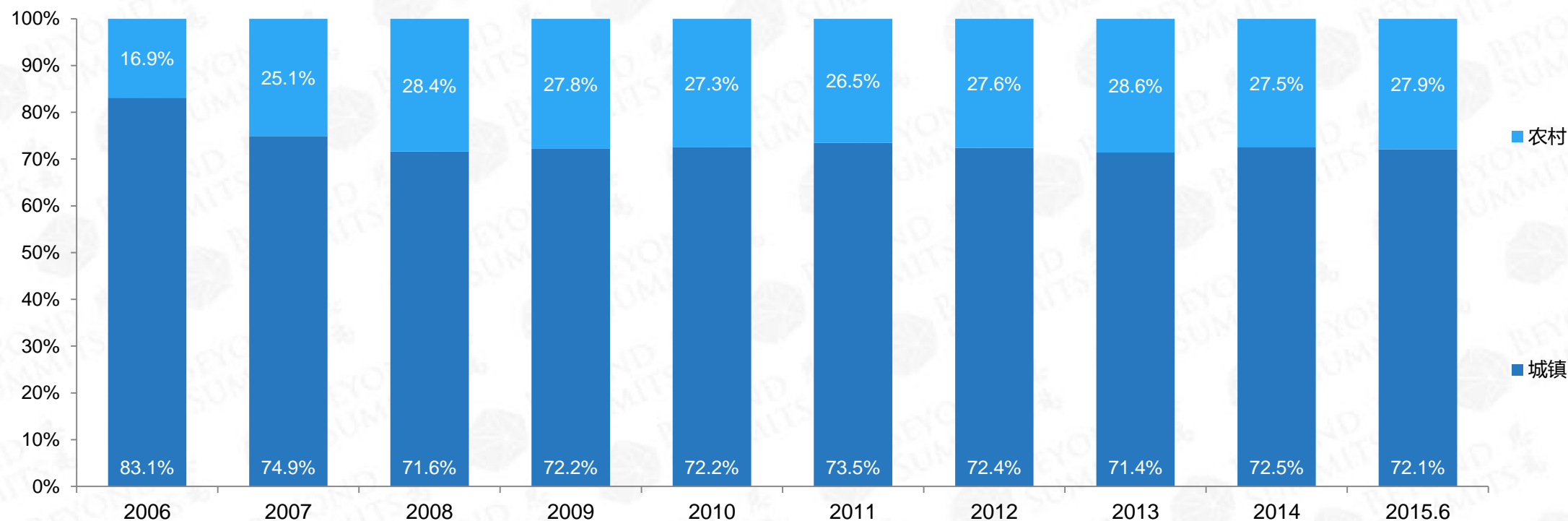
中国网民年龄结构



Source : CNNIC the 30th- 36th Statistical Report on Internet Development in China

城镇网民VS农村网民，多年来一直保持70:30的态势。

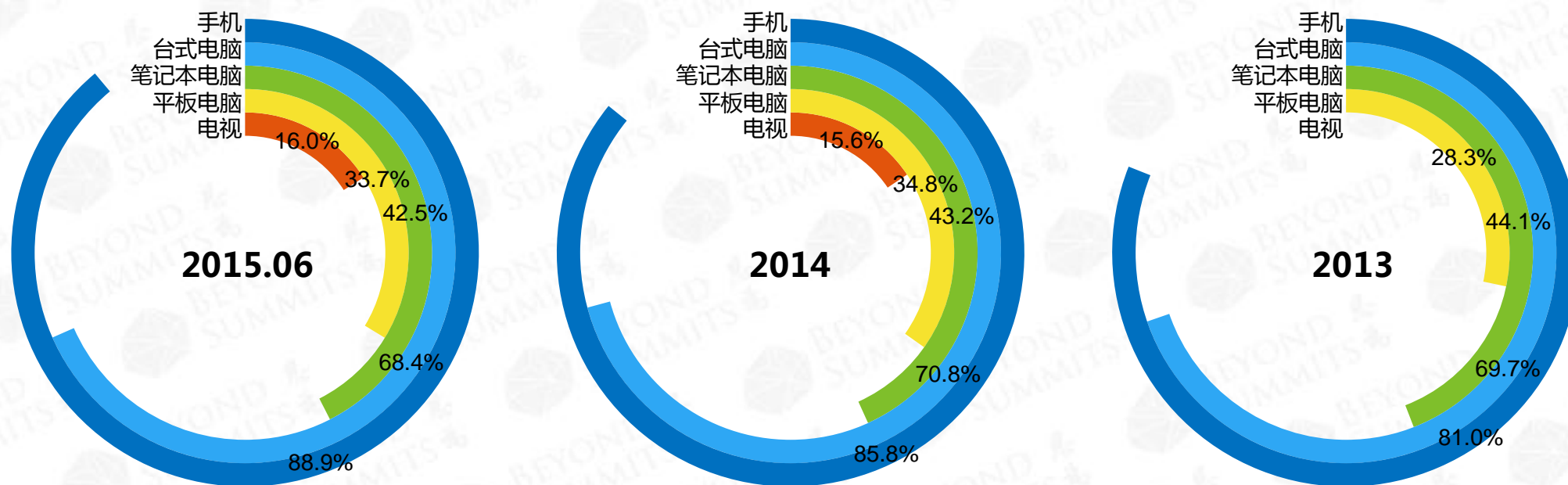
中国网民城乡结构



Source : CNNIC the 19th- 36th Statistical Report on Internet Development in China

手机上网比例进一步上升，这两年随着智能电视的普及，电视机也提供了上网服务和功能。

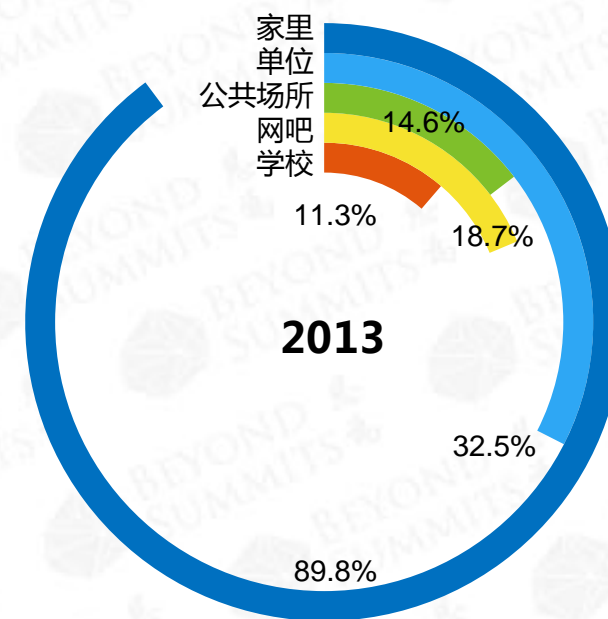
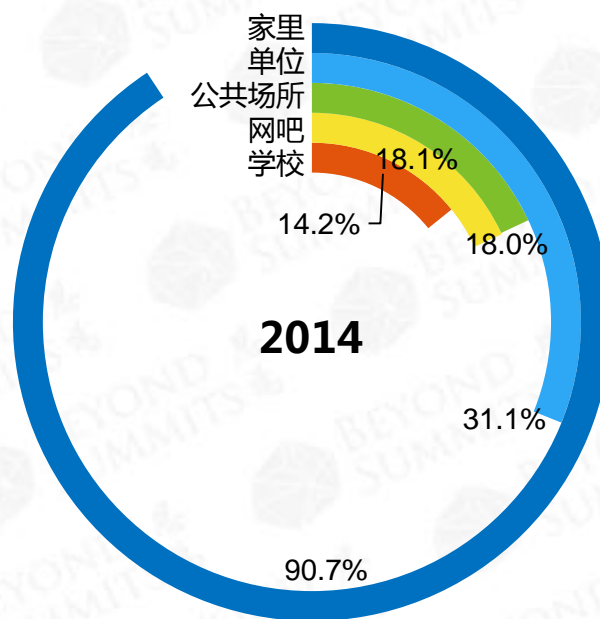
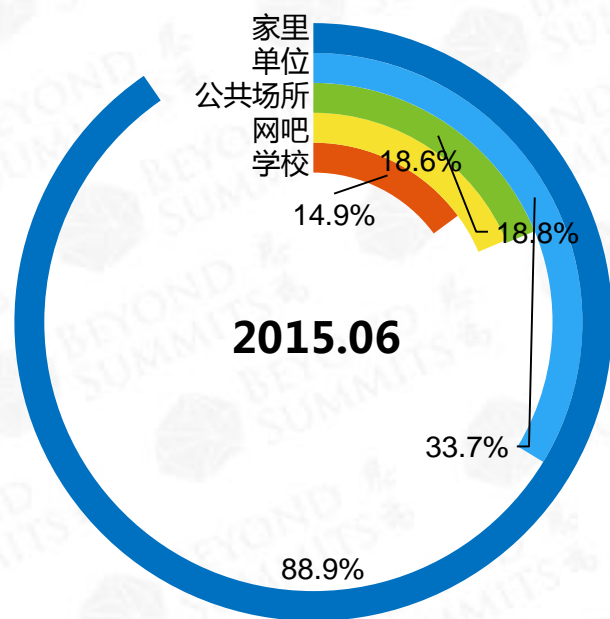
网络接入设备比重



Source : CNNIC the 33rd- 36th Statistical Report on Internet Development in China

单位和家依旧是人们上网的主要场所。

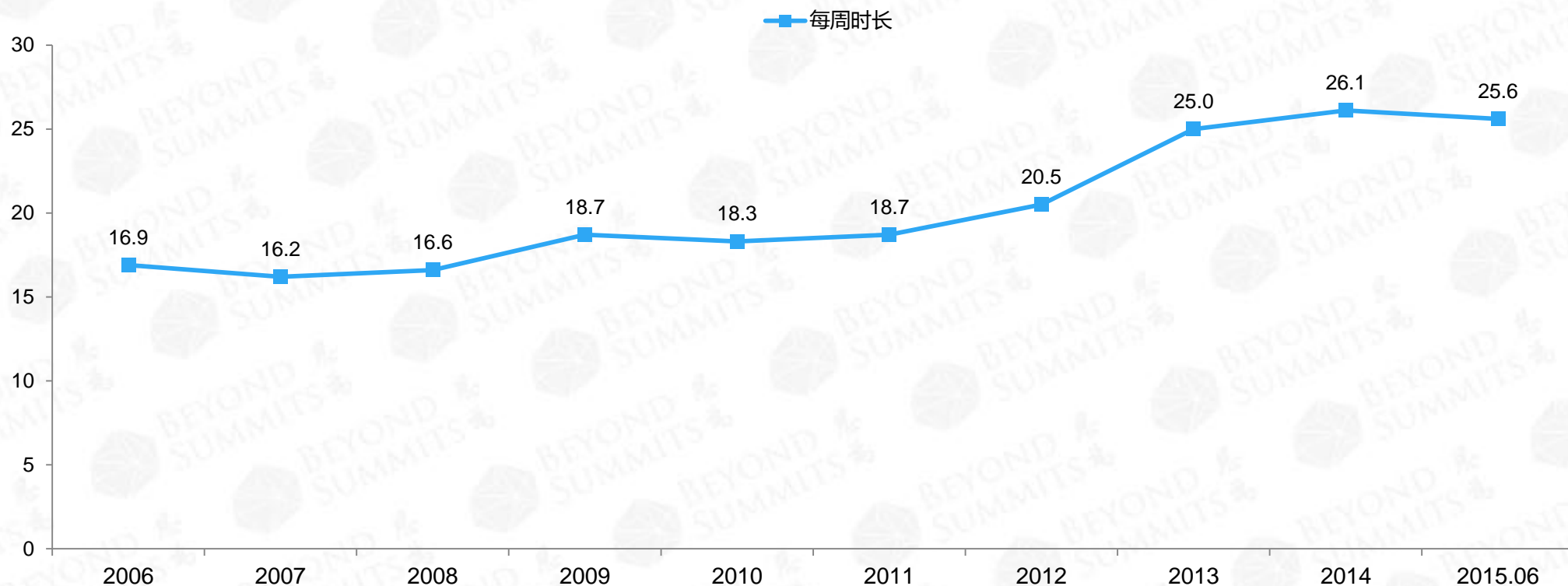
网络接入场所比重



Source : CNNIC the 33rd- 36th Statistical Report on Internet Development in China

中国网民近年来越发沉迷于互联网，平均每天花费4小时在网络上遨游。

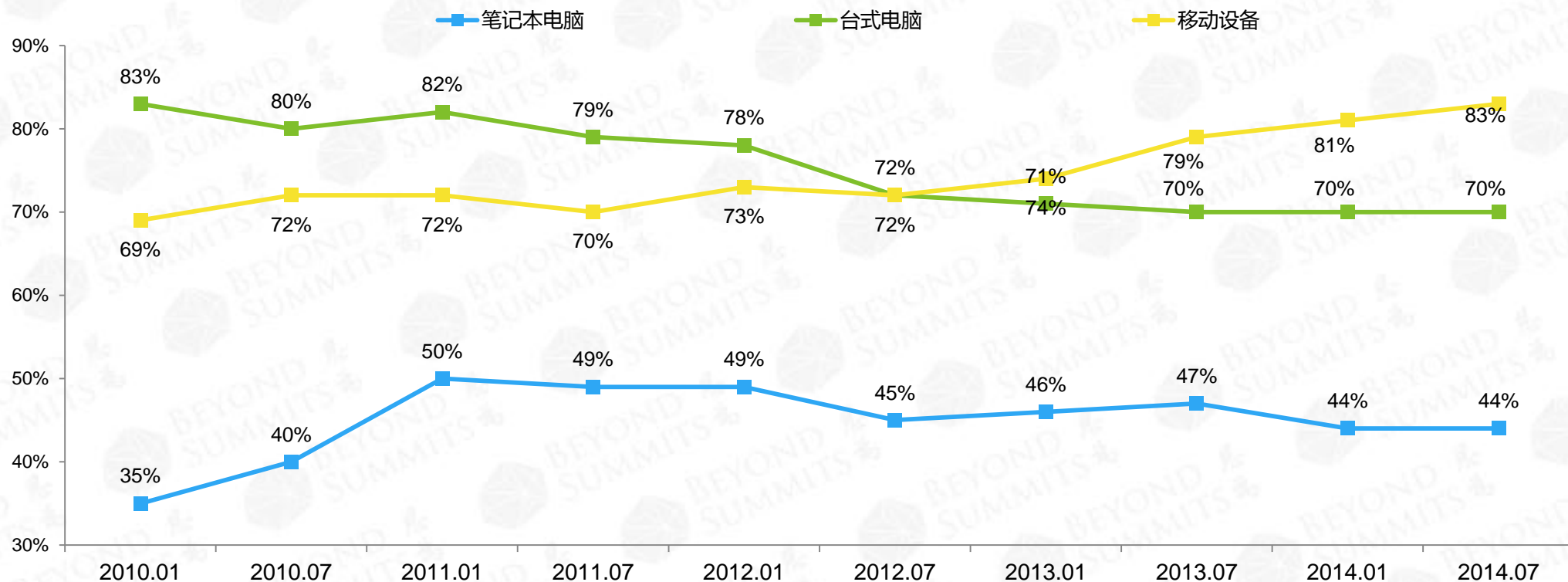
中国网民互联网每周使用时长加总



Source : CNNIC the 21st- 36th Statistical Report on Internet Development in China

从12年开始，智能手机市场的兴起使得移动互联网的渗透率开始超过台式PC，到14年中，移动互联网渗透率达到了80%以上。

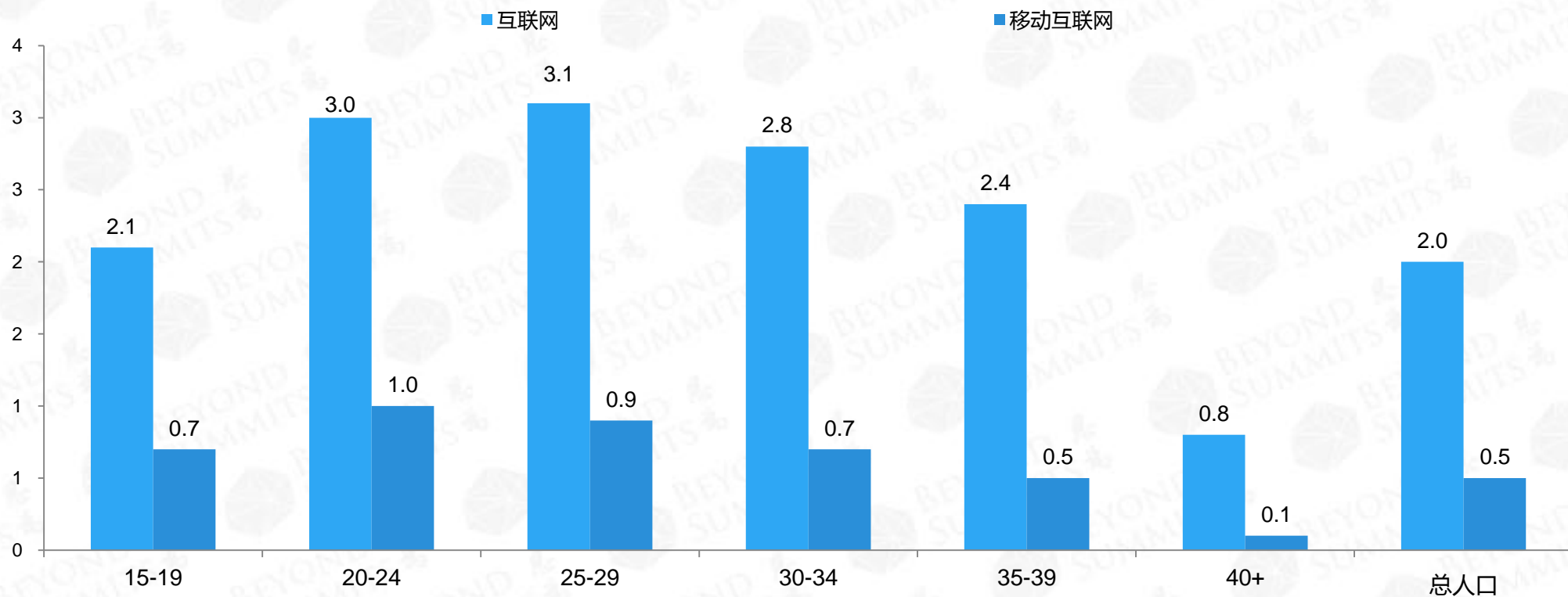
中国不同设备互联网渗透率变化



Source : 实力传媒《2014年中国媒体全景》

对主流网民而言，每天4小时左右的上网时间中，近四分之一是花费在移动端上了。

2014年不同年龄互联网每日消费时长



Source : 实力传媒《2014年中国媒体全景》

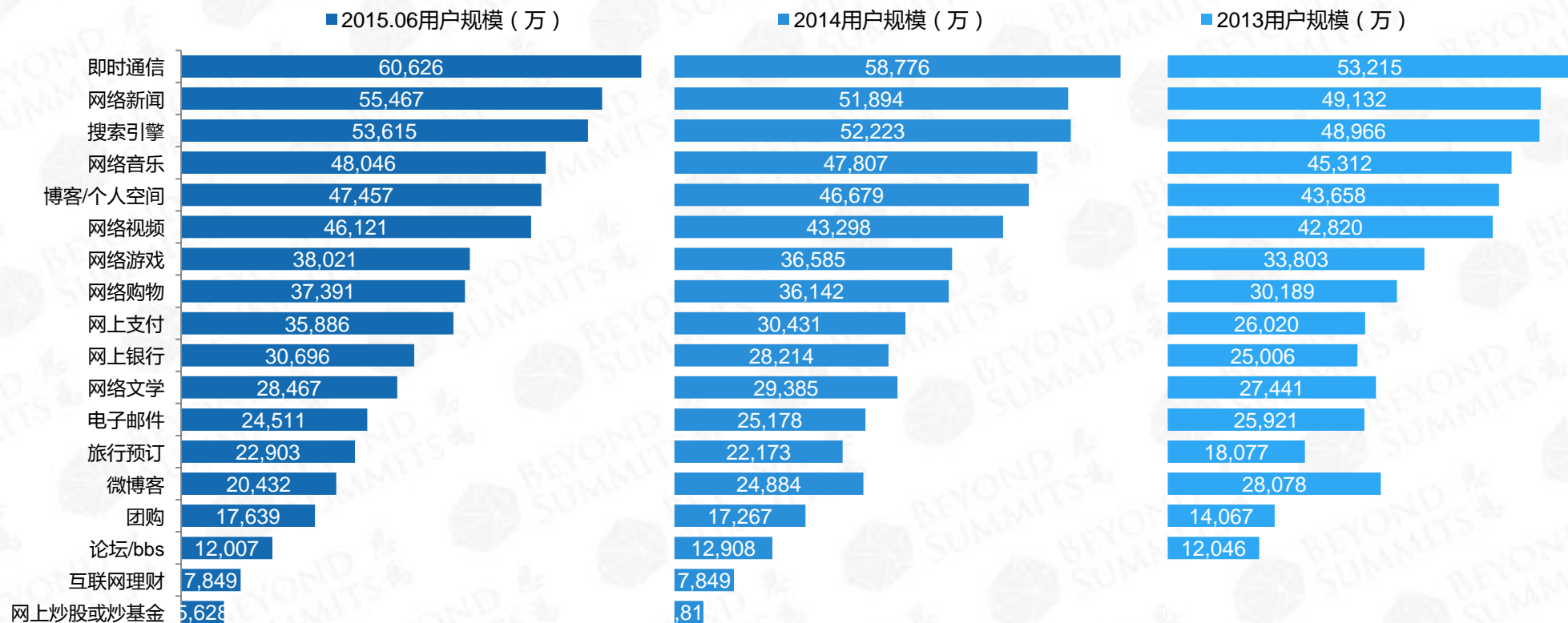
中国互联网在不同城市的渗透率、城市网民数

	2014		2013		2012	
	网民数 (万人)	在该省普及率	网民数 (万人)	在该省普及率	网民数 (万人)	在该省普及率
北京	1953	75.3%	1556	75.2%	1458	72.2%
上海	1716	71.1%	1683	70.7%	1606	68.4%
广东	7286	68.5%	6992	66.0%	6627	63.1%
福建	2471	65.5%	2402	64.1%	2280	61.3%
浙江	3458	62.9%	3330	60.8%	3221	59.0%
天津	904	61.4%	866	61.3%	793	58.5%
辽宁	2580	58.8%	2453	55.9%	2199	50.2%
江苏	4274	58.3%	4095	51.7%	3952	50.0%
山西	1838	50.6%	1755	48.6%	1589	44.2%
新疆	1139	50.3%	1094	49.0%	962	43.6%
青海	289	50.0%	274	47.8%	238	41.9%
河北	3603	49.1%	3389	46.5%	3008	41.5%
山东	4634	47.6%	4329	44.7%	3866	40.1%
海南	421	47.0%	411	46.4%	384	43.7%
陕西	1745	46.4%	1689	45.0%	1551	41.5%
内蒙古	1142	45.7%	1093	43.9%	965	38.9%
重庆	1357	45.7%	1293	43.9%	1195	40.9%
湖北	2625	45.3%	2491	43.1%	2309	40.1%
吉林	1243	45.2%	1163	42.3%	1062	38.6%
宁夏	295	45.1%	283	43.7%	258	40.3%
黑龙江	1599	41.7%	1514	39.50%	1329	34.7%
西藏	123	36.4%	115	37.40%	101	33.3%
广西	1848	39.2%	1774	37.90%	1586	34.2%
湖南	2579	38.6%	2410	36.30%	2200	33.3%
四川	3022	37.3%	2835	35.10%	2562	31.8%
河南	3474	36.9%	3283	34.90%	2856	30.4%
安徽	2225	36.9%	2150	35.90%	1869	31.3%
甘肃	951	36.8%	894	34.70%	795	31.0%
云南	1643	35.1%	1528	32.80%	1321	28.5%
贵州	1222	34.9%	1146	32.90%	991	28.6%
江西	1543	34.1%	1468	32.60%	1267	28.5%

Source : CNNIC the 21st- 36th Statistical Report on Internet Development in China

即时社交、新闻阅读、搜索依旧是网民最热衷的三大上网行为。

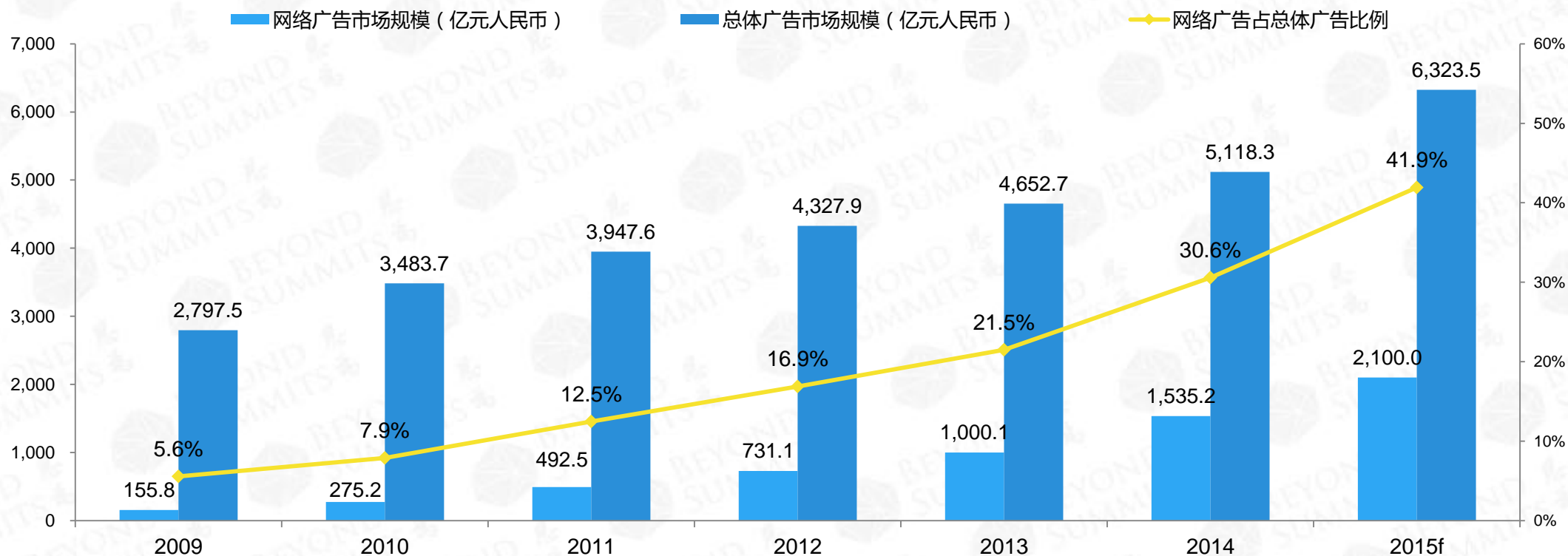
中国网民互联网功能用户规模（不同的上网使用行为）



Source : CNNIC the 33rd- 36th Statistical Report on Internet Development in China

五年来，网络广告占总体广告市场的份额不断走高，总值已接近总体广告市场的一半规模。

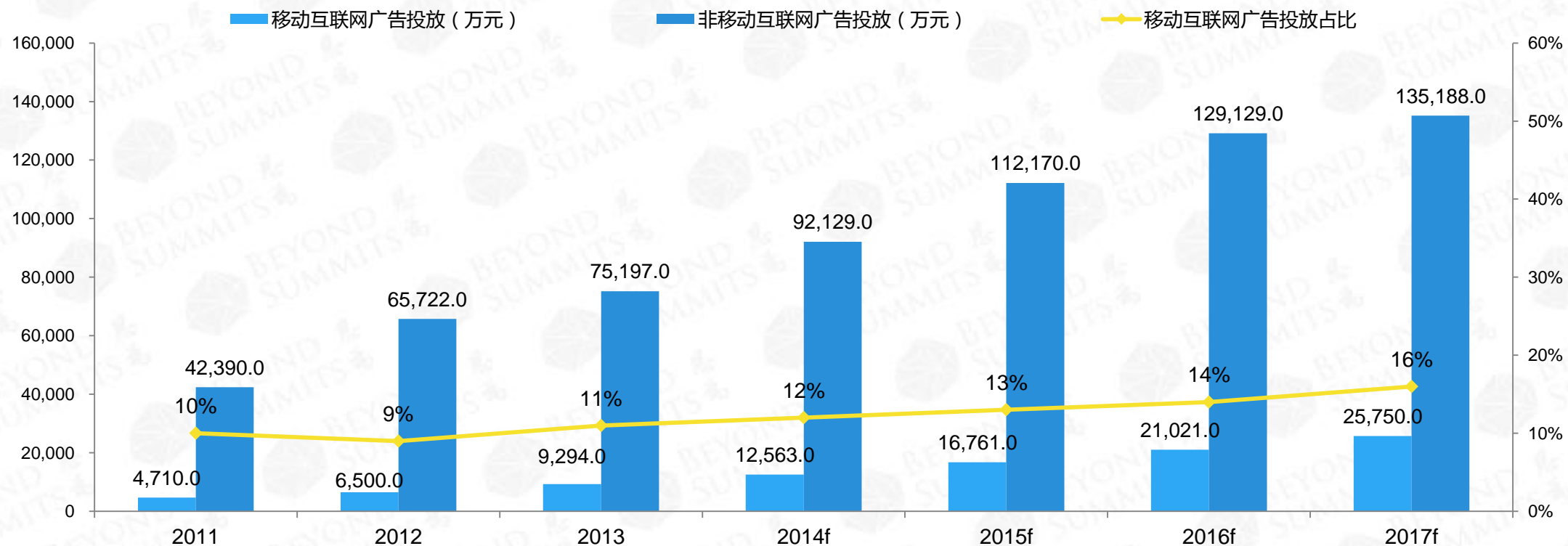
中国网络广告占总体广告市场规模比例



Source : 易观智库《中国互联网广告市场趋势预测2014-2017》

移动端广告投放总额在逐年上升。

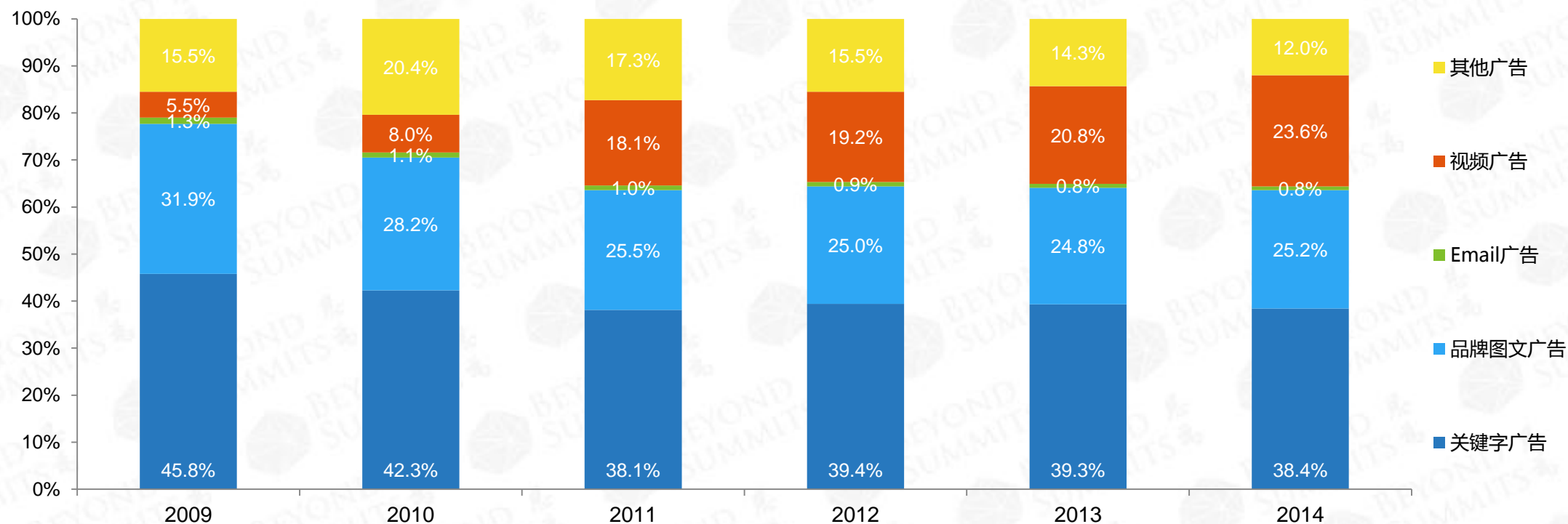
中国移动和非移动端广告投放总额



Source : 易传媒《2015中国数字媒体展望》

互联网广告中，关键词广告占比最大，但份额不断缩减。品牌图文广告的份额基本不变，而视频广告的份额多年来一直增长，已经接近品牌图文广告份额。

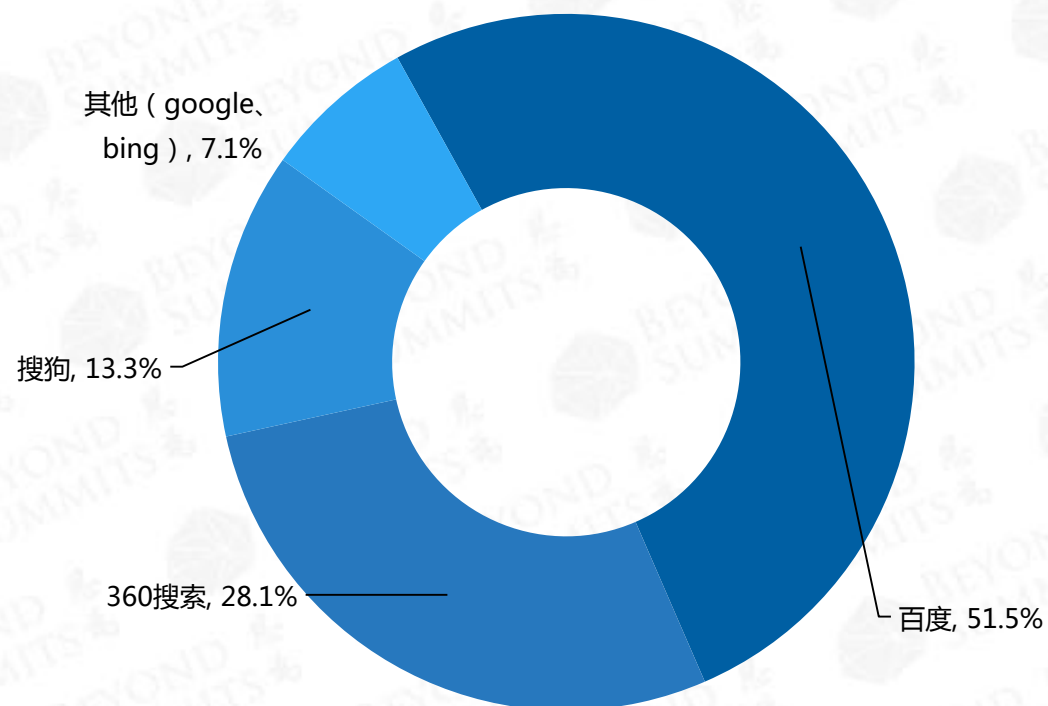
中国互联网广告运营商市场广告结构变化



Source : 易观智库《中国互联网广告市场季度监测报告2014年第4季度》

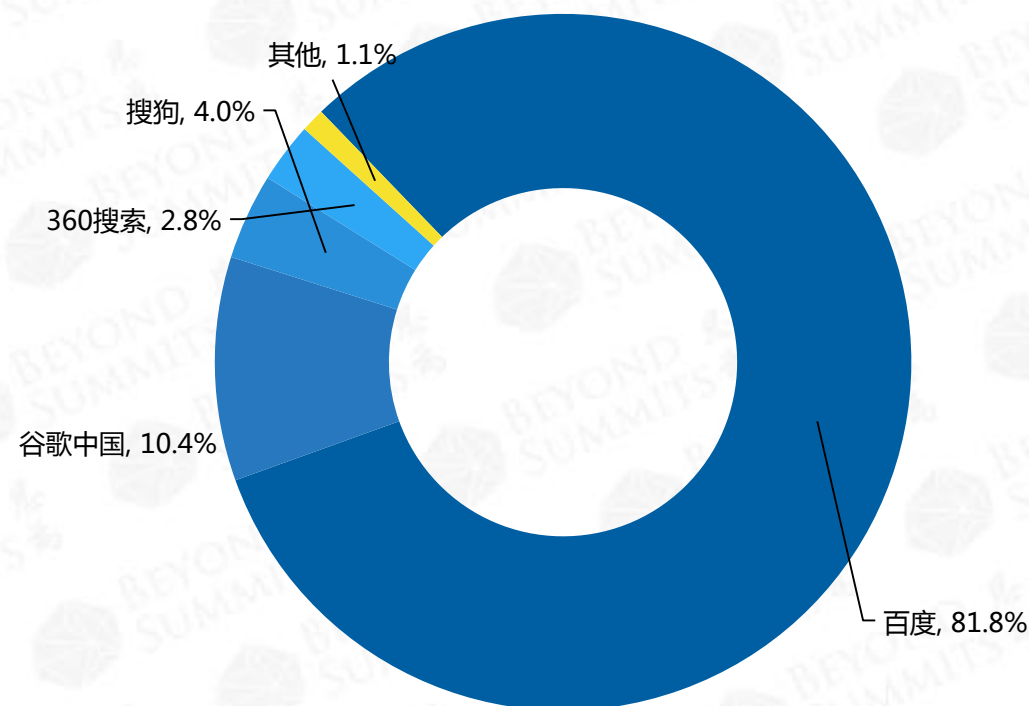
百度、360和搜狗占据了**中国90%以上的搜索引擎市场**，但是从市场营收看，**百度一家独大**，营收份额占整体市场的80%。

中国搜索引擎市场占有率



Source : CNZZ数据中心 & Netmarketshare

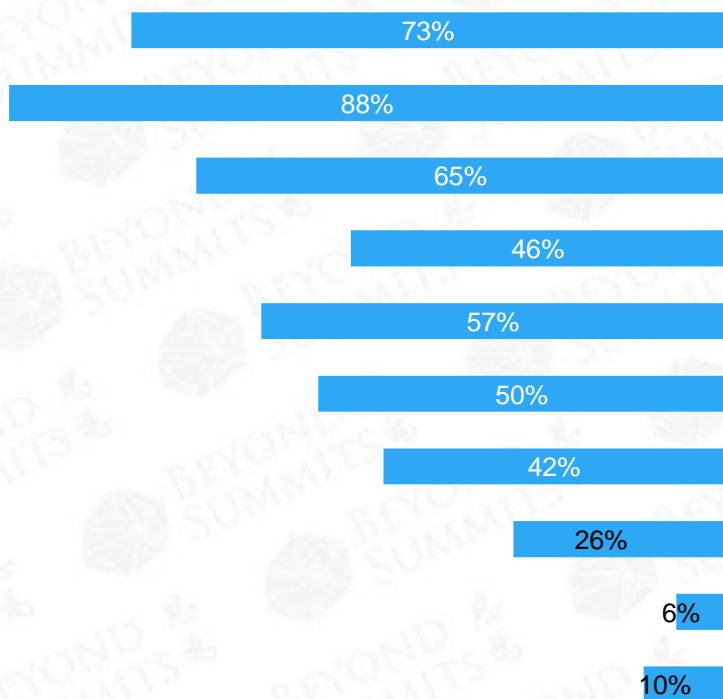
中国搜索引擎市场营收份额



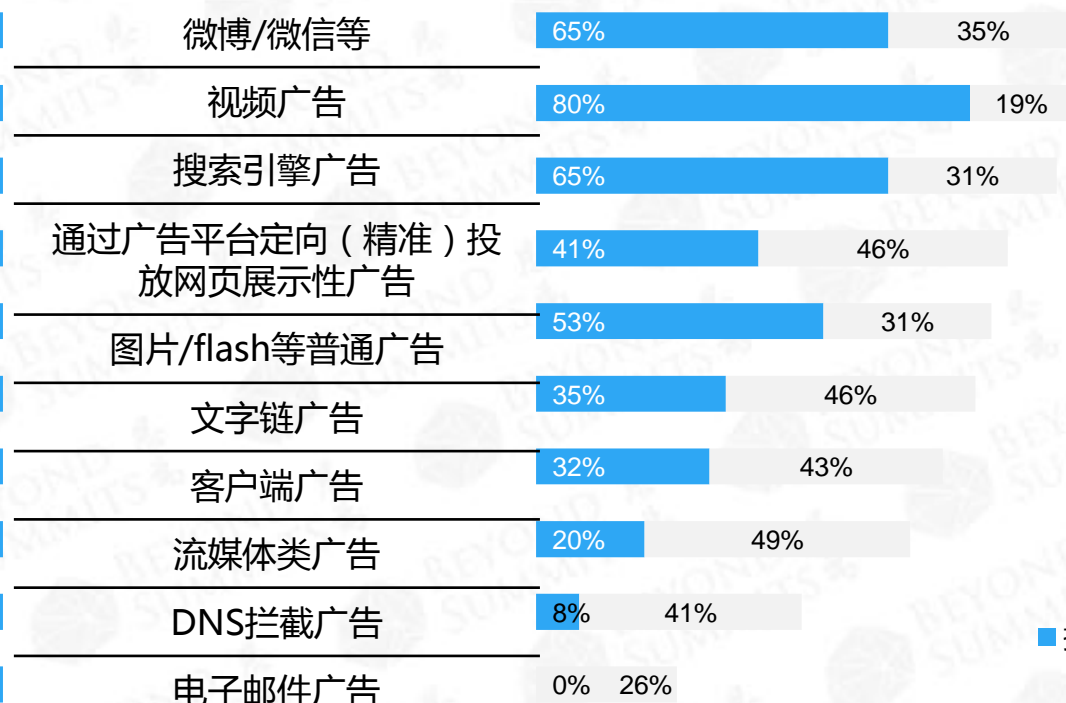
Source : 艾瑞《2015年Q1中国搜索引擎市场研究报告》

PC端而言，2015年社交媒体、视频和搜索引擎会成为广告主投放广告的首要选择和主要形式。

2014年实际使用的网络广告形式



2015年将会使用的网络广告形式

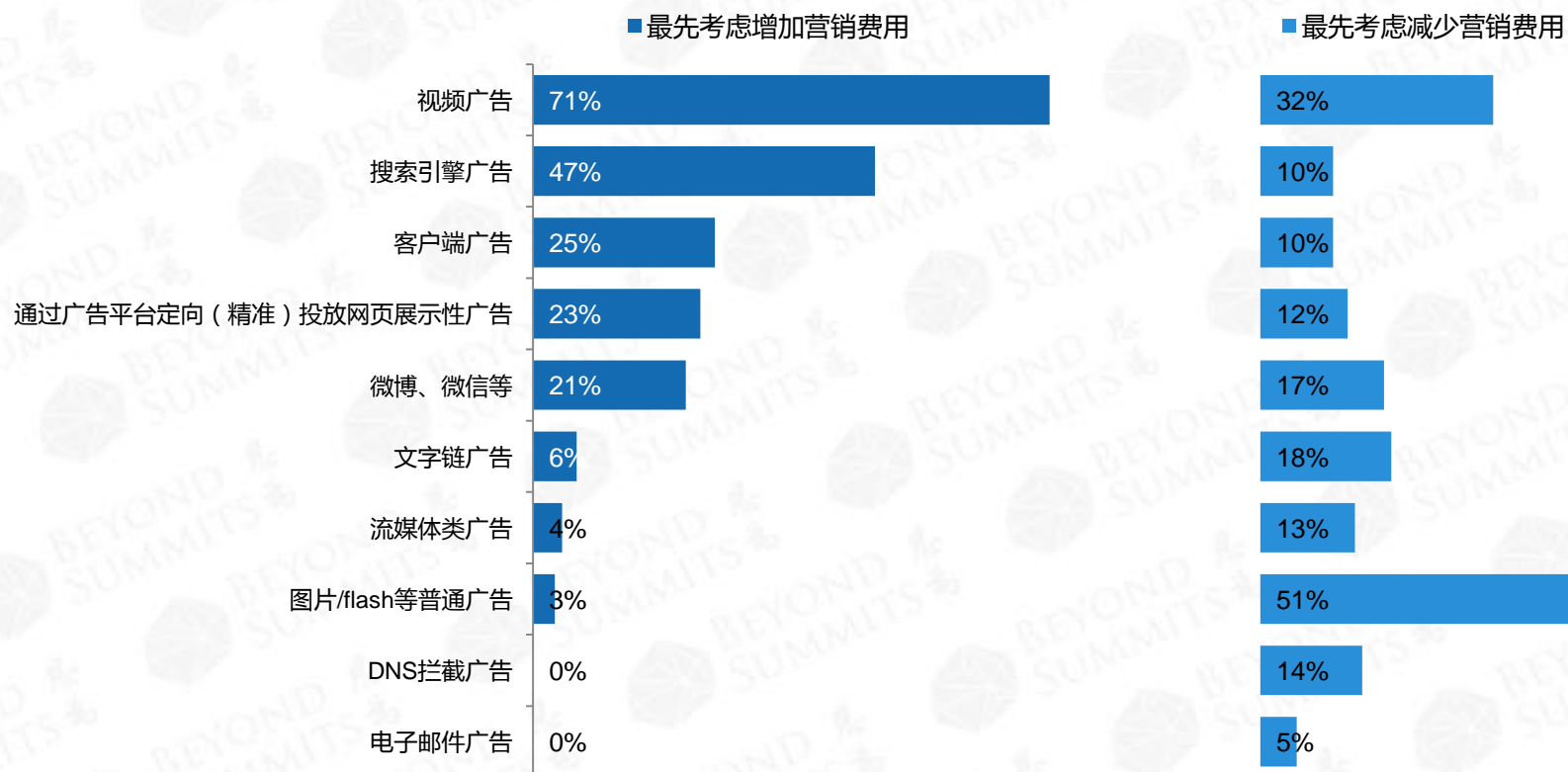


■ 投放 ■ 不确定

Source : CTR 《2015年广告主 广告营销调查报告》

视频和搜索引擎广告是广告主优先考虑增加预算的形式，在预算发生变化时，图片/flash和视频等普通广告的抗风险能力最差。

2015年优先考虑增加/减少营销费用的PC端网络广告形式



Source : CTR 《2015年广告主 广告营销调查报告》

上海思为文化传播有限公司是国内领先的跨境全媒体整合营销服务供应商，公司在媒体代理、跨境整合营销、全媒体营销、会展会奖服务、线下活动和市场咨询方面有着丰富的经验。

2015 China Overview 是上海思为文化传播有限公司推出的年度研究报告。整套研究报告提供了2014-2015中国宏观经济、中国媒体和中国市场三方面最新、最全、且最有价值的的数据、信息、知识、结论和洞察。整套研究报告涵盖的领域包括：经济、全媒体市场、互联网、移动互联网、社交媒体、电视、电台、杂志、报纸、户外媒体、电影、机场户外、城市研究、代际研究、富人市场、奢侈品市场、投资、旅游、汽车、跨境商业和移民及留学市场。

该报告是上海思为关于2014-2015中国互联网市场报告的完整版，更多报告可以通过上海思为获取。下载地址：http://www.beyondsummits.com/reports_downloading

思为联系方式

上海办公室

地址：上海市静安区昌平路68号静安现代产业大厦701室
电话：+86 021 - 6199 2660
传真：+86 021 - 3100 1328
邮箱：info@beyondsummits.com

北京办公室

地址：北京市东城区安定门东滨河路乙1号航星工业园8号楼首层东侧
电话：+86 010 - 5619 2032
传真：+86 010 - 5166 7658
邮箱：info@beyondsummits.com

公司微信号：BSL思为跨境营销



Your Global All-media Marketer



长按二维码识别关注



BEYOND 思
SUMMITS 為

Your Global All-media Marketer

Visit our website to learn more: www.beyonddsummits.com

We have collaborating offices in

· SH · BJ · HK · TYO · SEL · SYD · MOS · BER · LON · PAR · ROM · NYC · SF ·