



艾媒咨询集团  
iiMedia Research Group

# 2015Q3中国手机输入法季度监测报告

2015 Q3 China Mobile Input Method Quarterly Research Report

(内部精简版)

---

# 研究方法

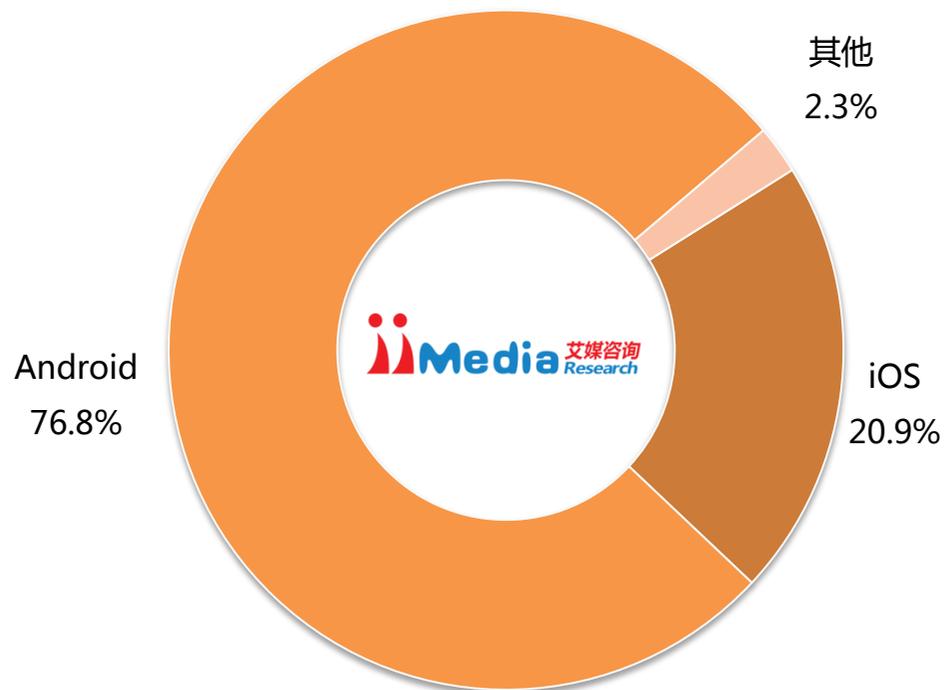
---

**本报告主要采用行业深度访谈、桌面研究等方法，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、手机输入法服务提供商与手机输入法用户进行深度访谈，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和草莓派调研社区平台（Strawberry Pie）的相关数据分析。
- 面向全国针对各领域征集优秀案例企业进行中，[详情可咨询alex@iimedia.cn](mailto:alex@iimedia.cn)。

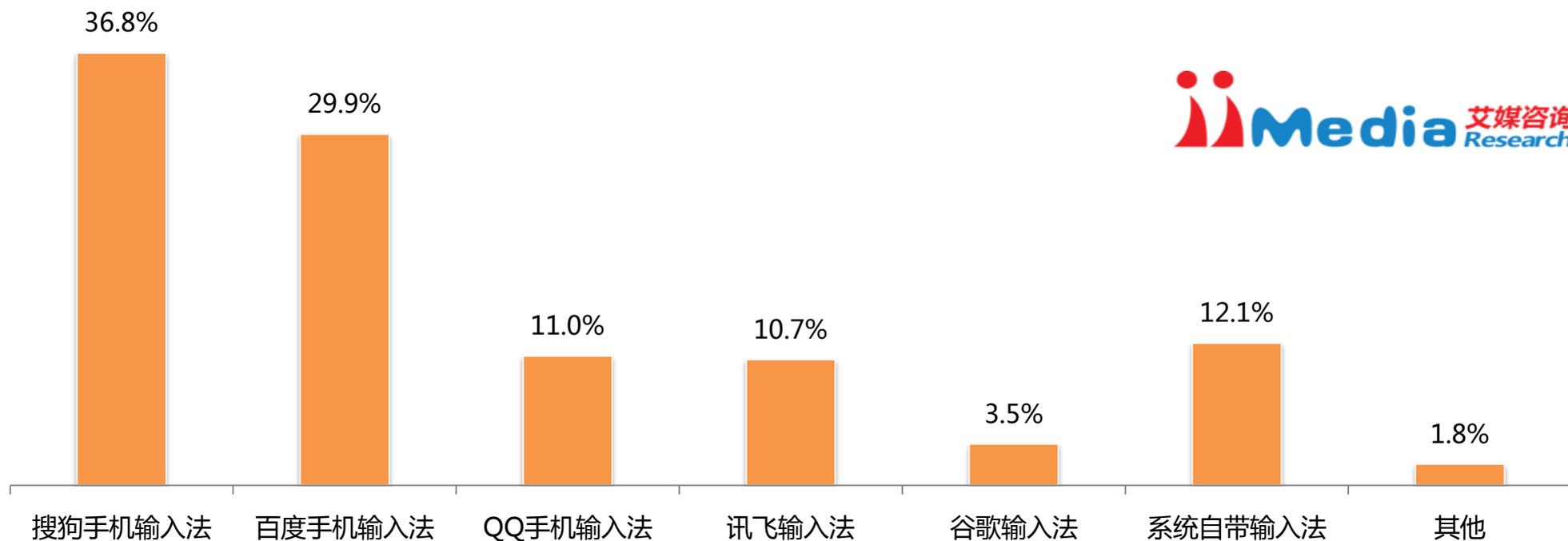
iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 截止2015Q3, 中国第三方手机输入法用户手机操作系统分布方面, Android占据当前市场主流, 占比76.8%; iOS用户占比20.9%。

## 2015Q3中国手机输入法用户手机系统分布



iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 2015Q3中国手机输入法用户分布方面, 搜狗输入法和百度输入法处于市场第一梯队, 分别占比36.8%和29.9%, QQ输入法、讯飞输入法等第二梯队成员每家分占10%左右, 与搜狗和百度输入法的差距比较大。

## 2015Q3中国主流手机输入法用户分布

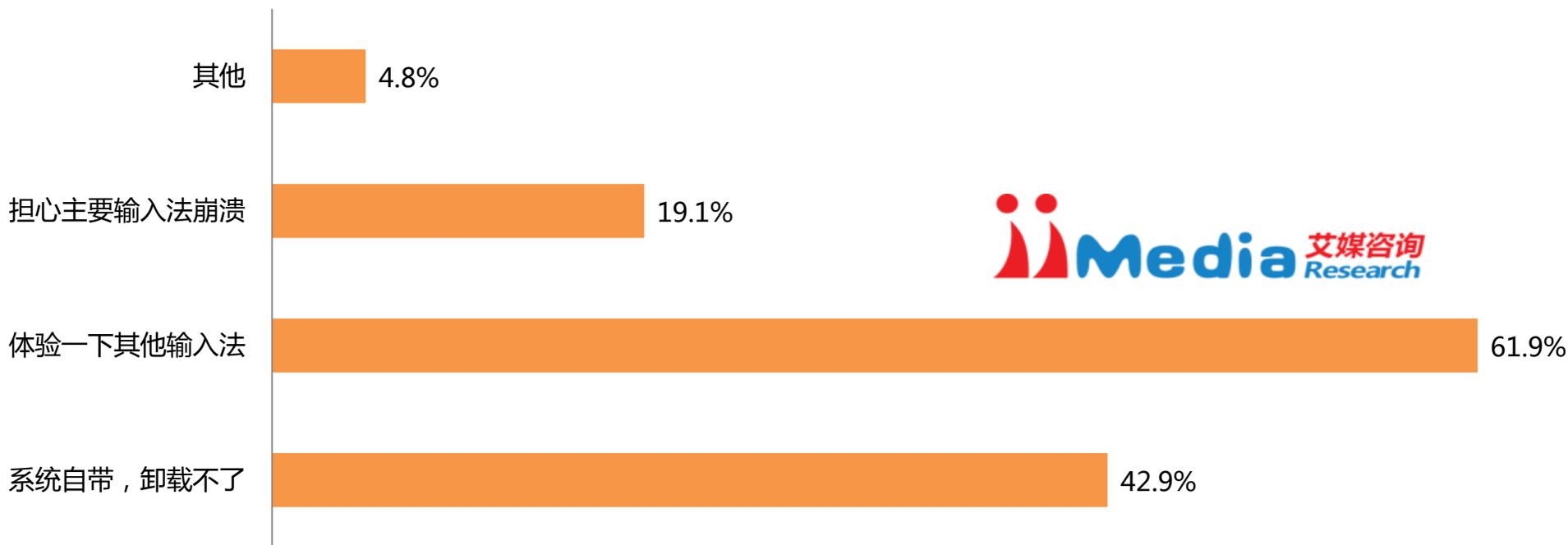


注：同一用户可能使用一种或一种以上的输入法产品

# 1-3 2015Q3中国手机输入法用户使用备用输入法的原因调查

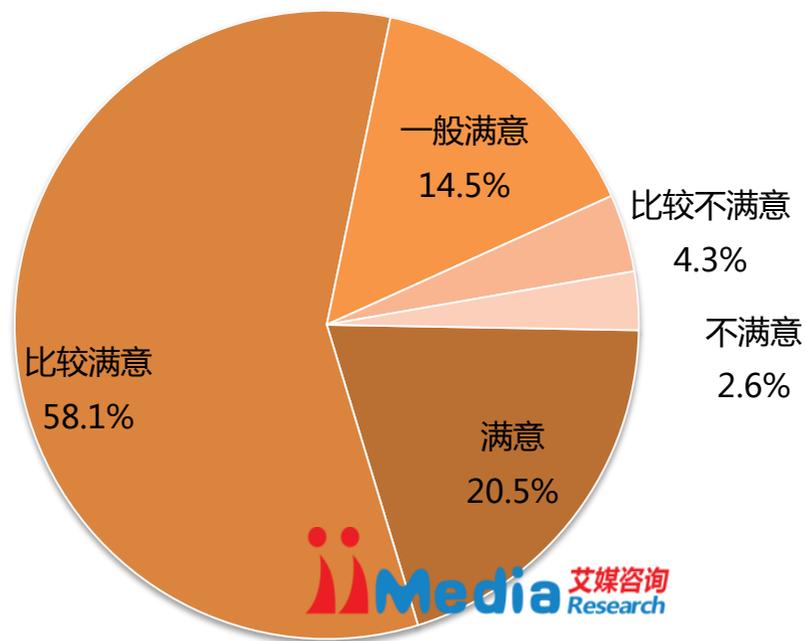
iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 用户使用备用输入法最主要的原因是想“体验一下其他输入法” (61.9%), 其次是“系统自带, 卸载不了” (42.9%), 也有部分用户是因为担心主要输入法崩溃 (19.1%)。

## 2015Q3中国手机输入法用户使用备用输入法的原因



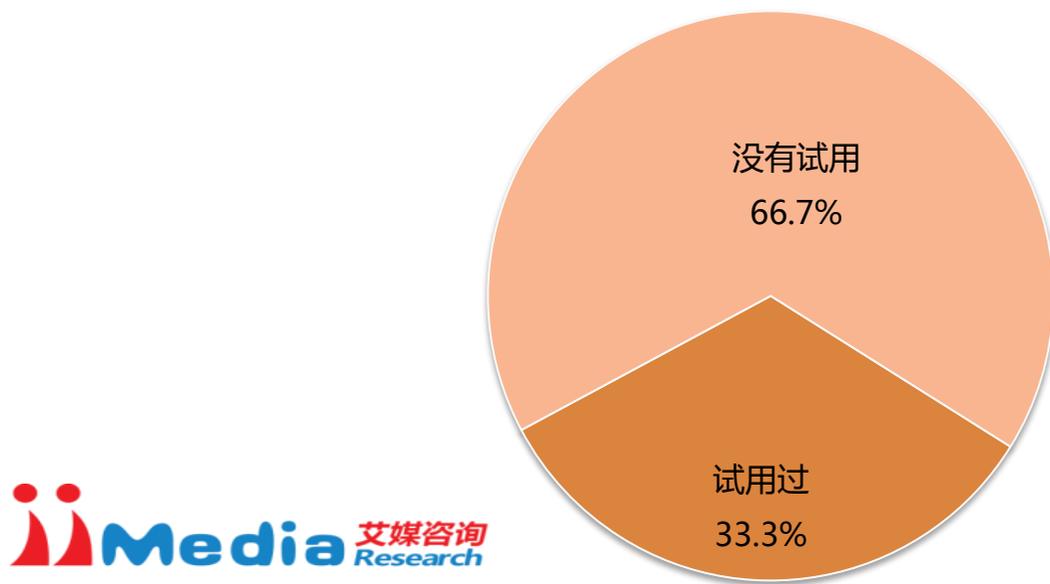
iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 有20.5%的用户满意当前主要使用的手机输入法, 58.1%的用户比较满意, 14.5%的用户一般满意, 4.3%的用户比较不满意, 2.6%的用户不满意, 绝大部分用户对使用的输入法持正面评价, 因此手机输入法用户对输入法的总体评价较好。

## 2015Q3中国手机输入法用户满意度调查



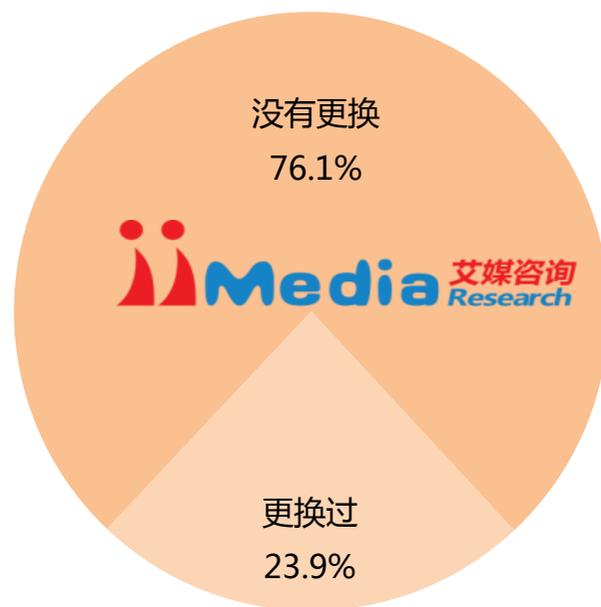
iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 在过去的三个月66.7%的用户没有尝试过其他输入法, 表明大多数在用户在使用一种手机输入法的同时并没有多大意愿尝试其他输入法。

## 2015Q3中国手机输入法用户试用其他输入法情况调查



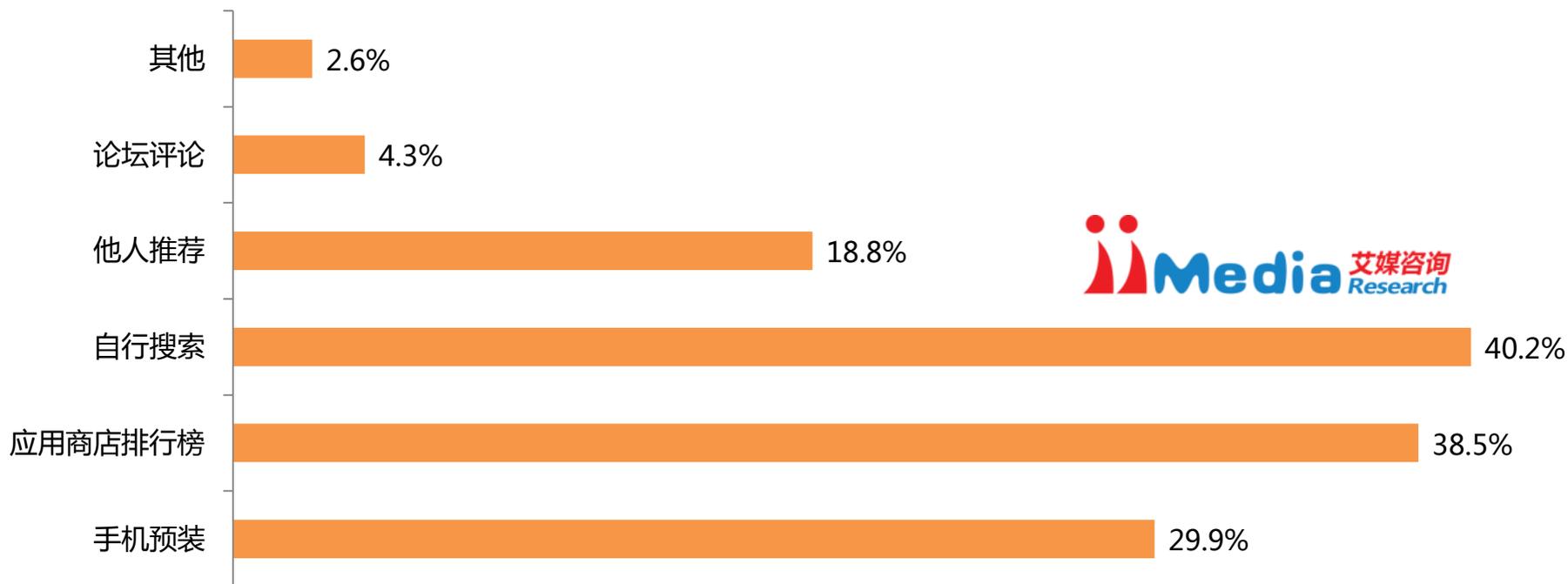
iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 76.1%的用户没有更换过主要输入法, 表明输入法产品能够让用户产生较大的粘性, 这种粘性不仅能够留住用户而且让用户对其他产品的兴趣下降。

## 2015Q3中国手机输入法用户更换输入法情况调查



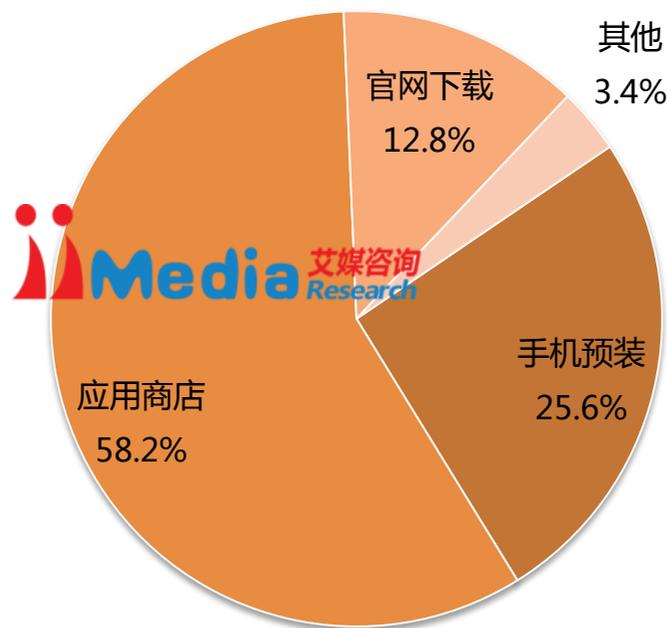
iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 用户主要是通过自行搜索、应用商店排行榜、手机预装和他推荐等方式了解手机输入法, 其中自行搜索和应用商店是最主要的方式。

## 2015Q3中国手机输入法用户了解输入法的渠道调查



iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 通过应用商店下载手机输入法是最主要的方式, 占比58.2%, 其次为手机预装, 占25.6%。结合用户了解输入法的情况可知, 应用商店和手机预装, 不仅是用户了解输入法的主要方式, 而且是用户下载输入法的主要渠道。

## 2015Q3中国手机输入法用户下载方式调查

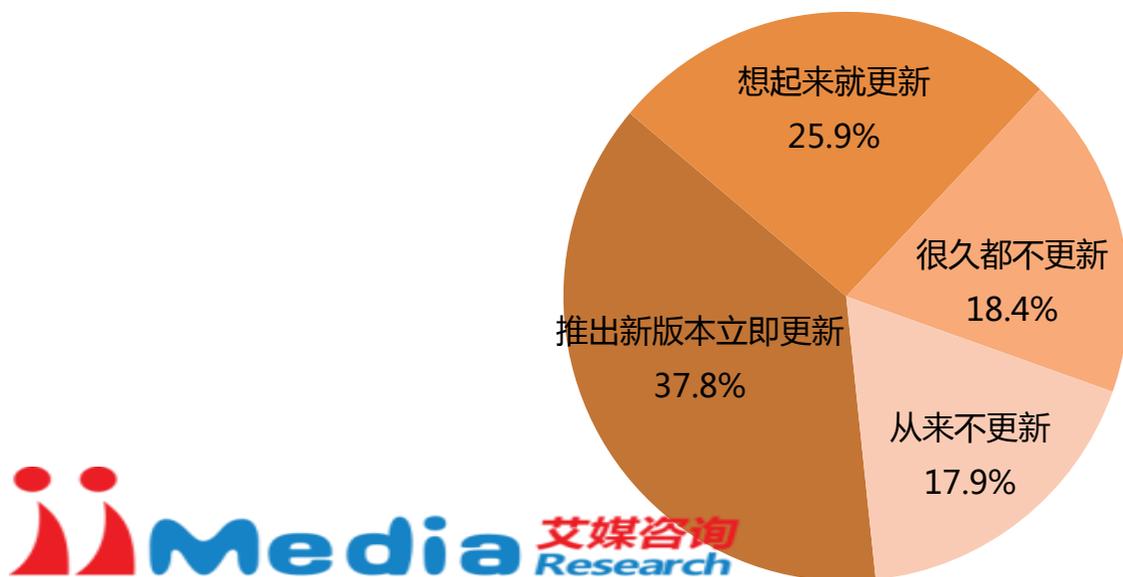


渠道对于手机输入法至关重要，应用商店排行榜和手机预装不仅是用户了解手机输入法的主要方式，而且是用户下载手机输入法的重要方式。抢占渠道有助于培养用户的消费习惯，增强用户粘性，树立竞争壁垒，巩固产品的竞争优势。对于输入法这样的工具类产品，用户形成使用习惯之后，使用其他输入法的转换成本就非常大。即使用户对长期使用的输入法产品存有不满意，只要当他体验到因使用其他产品而出现诸多不符合以往操作习惯的障碍之时，便会打消变更输入法的想法。但不断提高用户满意度，培养用户忠诚才是留住老用户，吸引新用户的根本之路。



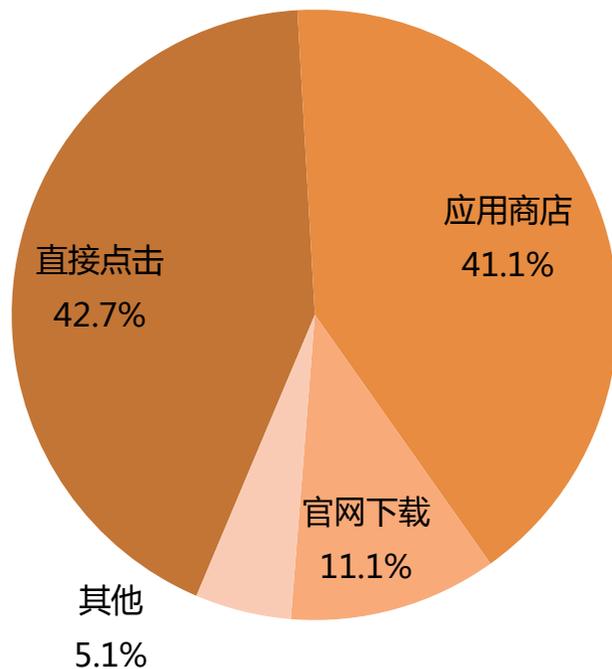
iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 37.8%的用户在新版本推出后会立即更新, 25.9%的用户只是想起来才更新, 18.4%的用户很久都不更新, 还有17.9%的用户用户从来不更新, 这表明用户主动更新输入法的主动性并不高。

## 2015Q3中国手机输入法用户更新输入法的频率调查



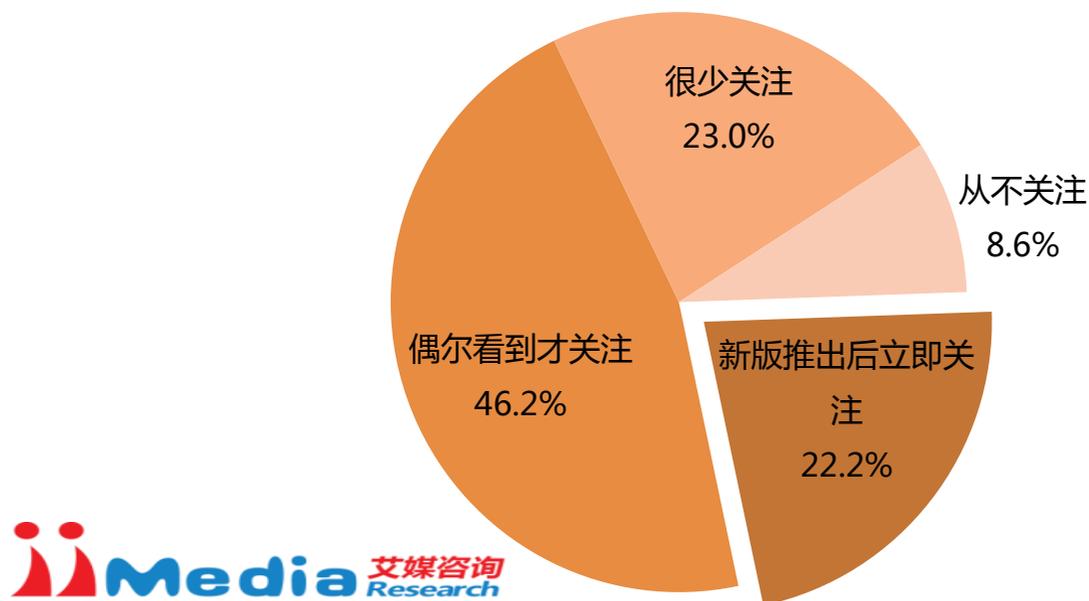
iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 42.7%用户直接点击软件更新, 41.1%的用户会去应用商店更新输入法, 还有11.1%的用户会去手机输入法的官网下载更新。

## 2015Q3中国手机输入法用户更新输入法的方式调查



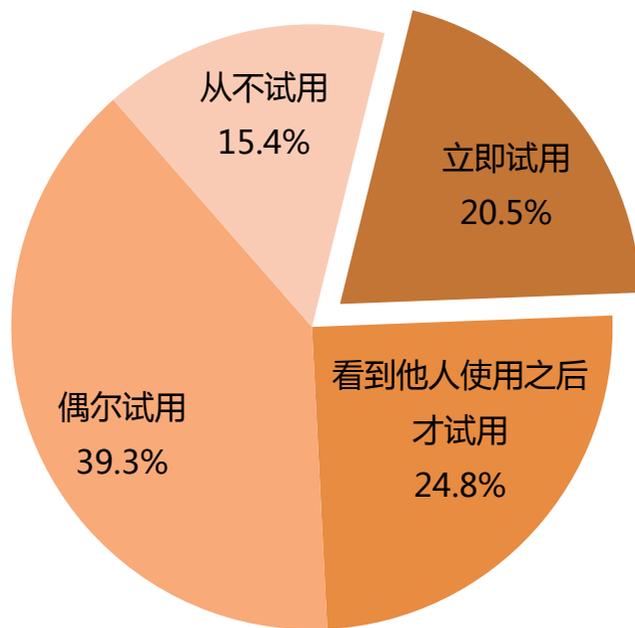
iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 仅有22.2%的用户在新版本推出后会主动关注手机输入法的新功能, 大多数用户偶尔关注或者很少关注 (分别占比46.2%和23.0%), 当前输入法用户关注输入法新功能的积极性不高。

## 2015Q3中国手机输入法用户关注新功能情况调查



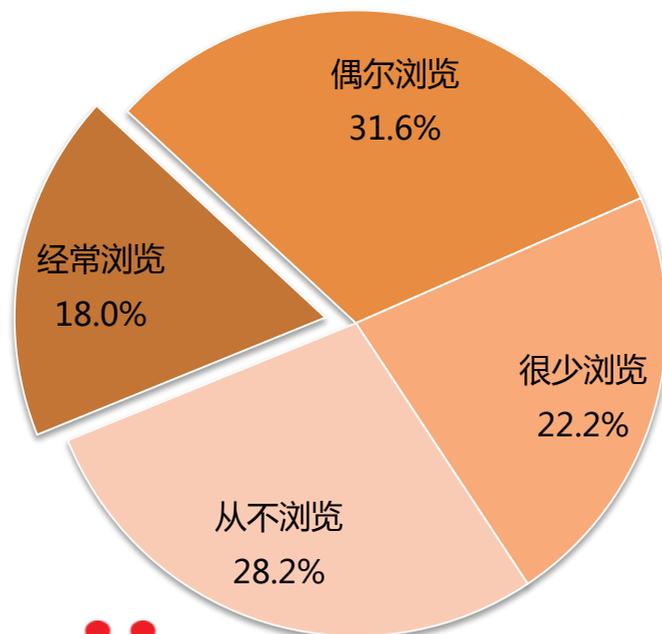
iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 仅有20.5%的用户在关注新功能之后会立即试用, 大多数人都是偶尔试用或者看到他人使用之后才试用 (分别占比39.3%和24.8%), 这表明用户在关注新功能后试用新功能的主动性不高。

## 2015Q3中国手机输入法用户试用新功能情况调查



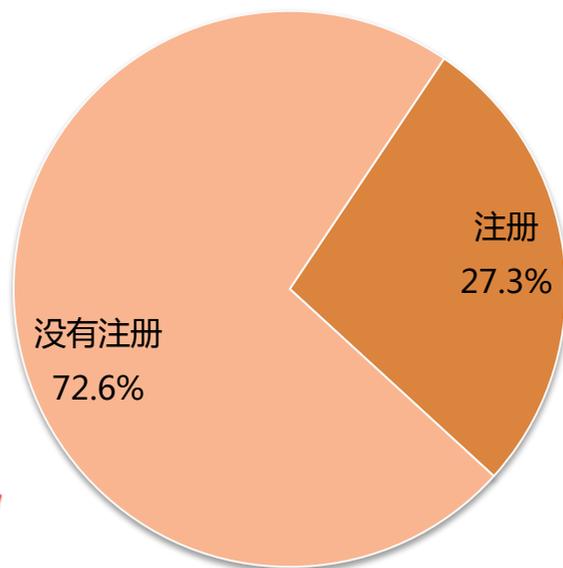
iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 仅有18.0%的用户经常浏览手机输入法的官网或论坛, 大多数用户很少或者极少浏览。艾媒咨询分析师认为, 手机输入法的官网或者论坛是产品新功能、新改进的集中展示平台, 要想让用户关注、试用新功能, 首先得让用户知道产品具有这些新功能、手机输入法在这方面还需要加强。

## 2015Q3中国手机输入法用户浏览官网或论坛情况调查



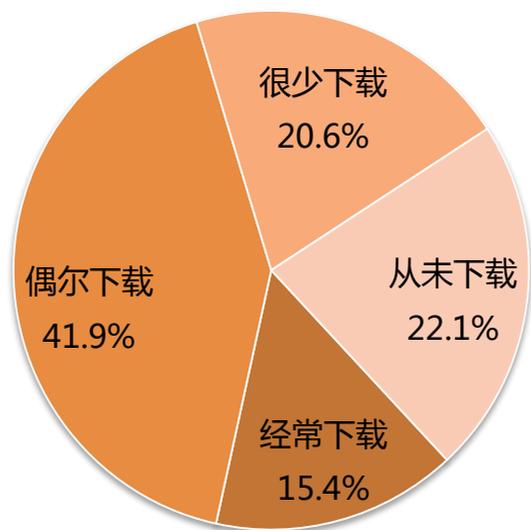
iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 有高达72.6%的用户没有在当前使用的手机输入法的官网进行过注册。艾媒咨询分析师认为, 用户在官网进行注册对于提升用户粘性有积极作用, 同时注册账号还能够明显提高用户输入的快速性和准确性。用户一旦注册了账号, 不仅能够对当前使用的个性化输入进行记录, 而且即使用户刷机或者更换手机后词库仍然存在。

## 2015Q3中国手机输入法用户官网注册情况调查



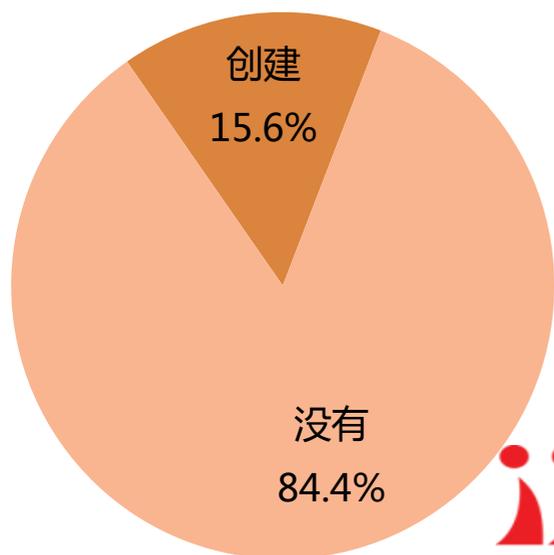
iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 仅有15.4%的用户经常下载词库, 大部分用户只是偶尔、很少或者从未下载 (分别占比41.9%, 20.6%和22.1%)。艾媒咨询分析师认为, 下载词库可以迅速提高输入的快速性和准确性, 特别是输入某些专业领域内容之时。

## 2015Q3中国手机输入法用户下载词库情况调查

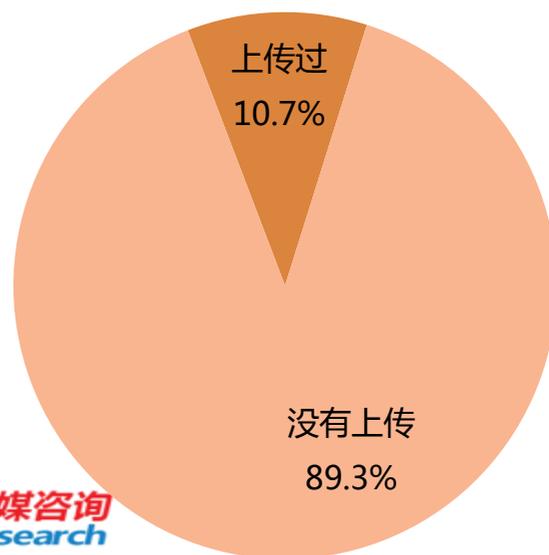


iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 仅有15.6%的用户创建过公开词库, 10.7%的用户上传过自己设计的输入法皮肤。艾媒咨询分析师认为, 移动互联网时代更加强调用户体验和用户参与, 手机输入法除了满足用户更快更准确的输入外, 也要让用户觉得有趣更好玩, 并且将这种参与的热情传递给其他用户, 享受分享带来的快乐。通过对部分手机输入法用户进行深入访谈, 艾媒咨询分析师认为, 大部分用户没有上传输入法皮肤主要是由于自己不会制作, 但他们会更有兴趣使用官方或其他用户发布的皮肤内容。

2015Q3手机输入法用户创建公开词库的情况

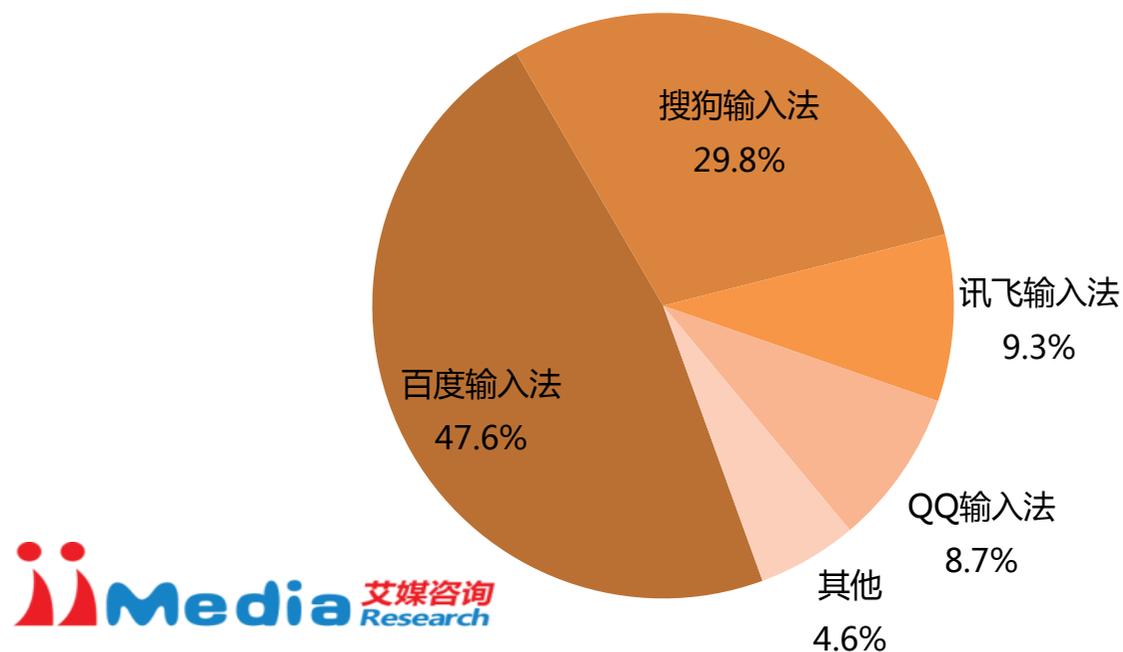


2015Q3手机输入法用户上传输入法皮肤的情况



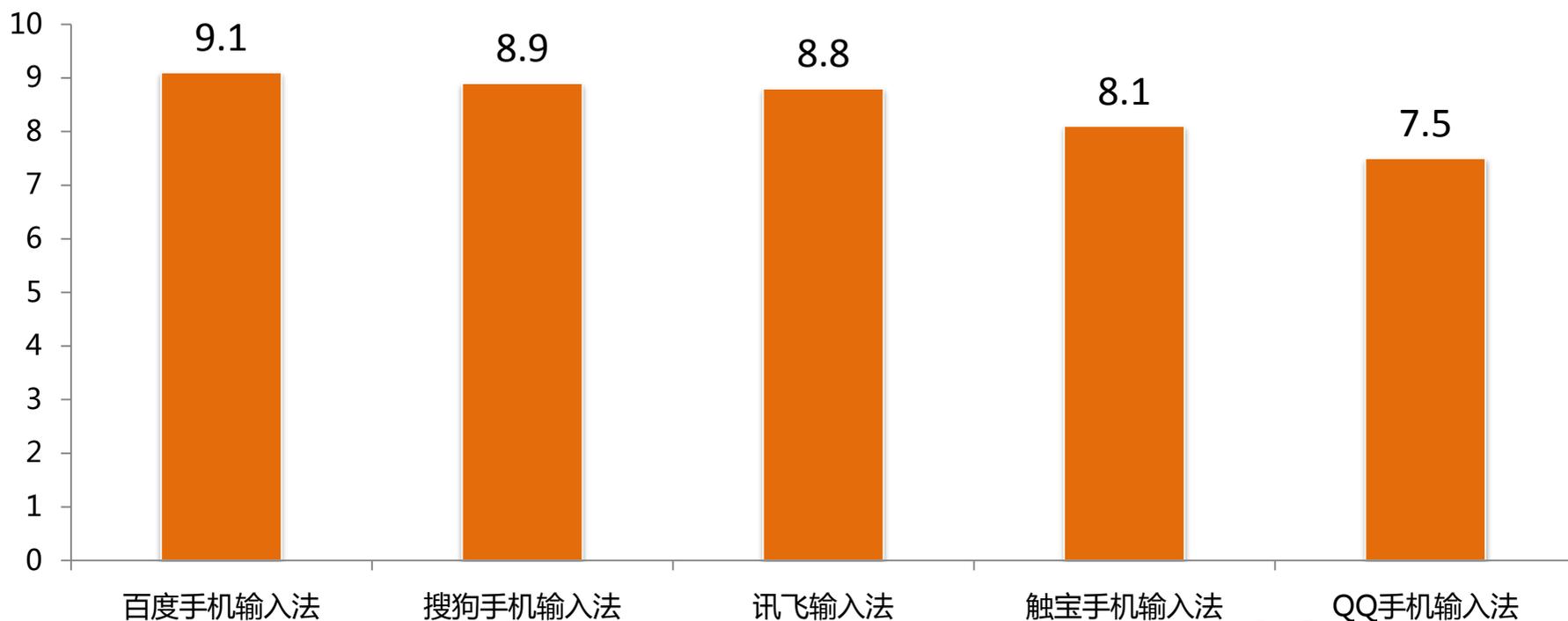
iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 提到手机输入法的皮肤, 有47.6%的用户首先会想到百度输入法, 有29.8%的用户选择搜狗输入法, 选择讯飞、QQ和其他输入法的用户都比较少, 这表明在用户感知方面, 百度输入法的特技皮肤功能优势比较大。

## 2015Q3中国手机输入法特技皮肤用户感知度调查



iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 2015Q3中国主流手机输入法创新指数方面, 百度输入法凭借其颜文字、特技皮肤以及和第三方联合推出“免费机械键盘”概念等多方面的创新形式领跑其他手机输入法, 获得了广大用户的良好评价, 特别是对年轻用户产生了很大的吸引力。

## 2015Q3中国主流第三方手机输入法创新指数



输入法产品在引导用户进行注册以及下载词库方面做得不够。注册账号可以有效地记录用户的输入历史，并针对用户的输入特点进行分析，从而可以提高用户输入的准确性和快速性，而下载词库则为用户输入某些特定方面的内容带来了极大的便利。

互联网时代强调用户参与。当前，输入法产品提供的皮肤、颜文字等主要是与专业机构合作而推出了，用户的参与较少，主要是由于用户不会制作，但他们会更有兴趣使用官方或其他用户发布的皮肤、颜文字等内容。输入法不仅要满足用户更快更准确的输入需求，还应兼顾好玩，一个有趣的表情让人在打字之余增趣不少。要想更贴近用户需求，必须让客户参与进来，倾听他们的声音，汲取群体的智慧。



只有不断创新才能在剧烈变化的移动互联网时代站稳脚跟，才能继续留住老用户并吸引新用户。

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，5000万量级大数据专业剖析！



# 互联网+

## 颠覆还是被颠覆

主编 张毅

在新经济时代，不把旧规则下的商业思维转变为新规则下的商业思维，必然会被市场浪潮淘汰淹没。张毅长期在移动互联网前沿从事互联网营销和行业研究工作，其敏锐的洞察力、详实的数据和案例及扎实的研究基础，使得本书必将成为企业家和创业者的工具书。

—— 广东文化产业投资管理有限公司CEO 柳家平

不管你是“60后”、“70后”，还是“80后”、“90后”，认真研读此书，你就不会在“互联网+”的时代“落后”！

—— 中科招商集团董事、执行副总裁 谢勇

移动互联网的发展使全世界的个人、企业、机构、政府甚至物品可以实现随时随地的沟通、交流、分享和互动，个性化的需求信息和个性化的供给信息可以实现实时的对接。移动互联网正深刻地改变着人类生活、学习、工作、生产和交易的方式，并对各行各业产生巨大的颠覆性的冲击。《互联网+：颠覆还是被颠覆》犹如黑暗中的明灯，通过对七大传统行业进行“互联网+”创新的生动案例、权威数据以及行业专家的深度剖析，为传统企业转型升级以及创业者基于传统行业的创新，指明了一条更为清晰的前进之路，并助力其实现从“被颠覆者”到“颠覆者”的角色转换。

—— 著名经济学家、中山大学国际商学院院长 舒元

“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[alex@iimedia.cn](mailto:alex@iimedia.cn)

# 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。

# 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](http://www.iimedia.cn) )、魔部网 ( [www.moobuu.com](http://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](mailto: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 !*