



中国即时通信市场调查报告

2006

一. 基本信息

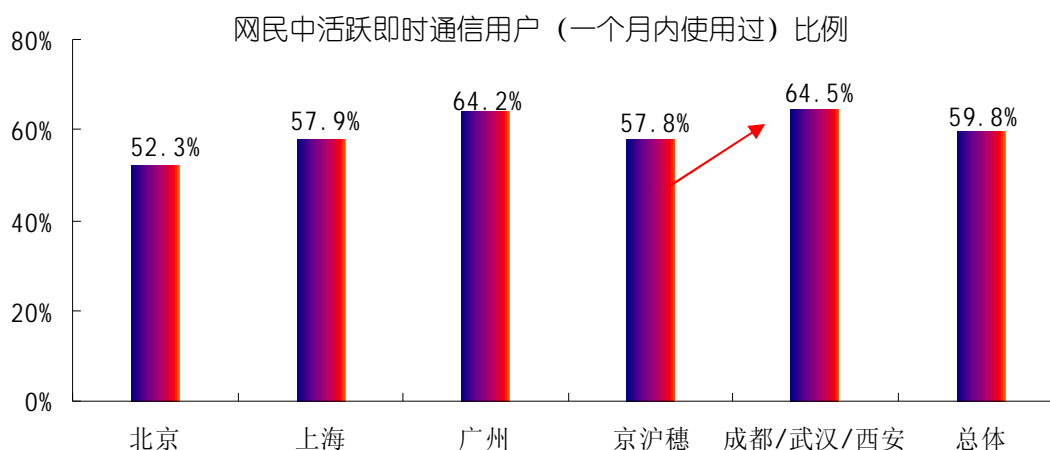
- 1.报告名称:《2006年中国即时通信市场调查报告》
- 2.数据截至:2006年11月
- 3.调研方式:电话调查
- 4.样本量及分布:4500个有效样本。北京、上海和广州的成功样本量设计分别为1000个;成都、武汉和西安的成功样本量设计分别为500个。
- 5.报告类型:有偿报告
- 6.报告载体:.PDF格式电子版。

二. 数据摘录

1.即时通信渗透率

调查的六城市中活跃即时通信用户(一个月内使用过)的比例接近6成。

京沪穗即时通信使用比例低于成都/武汉/西安。



CNIC

www.cnnic.cn

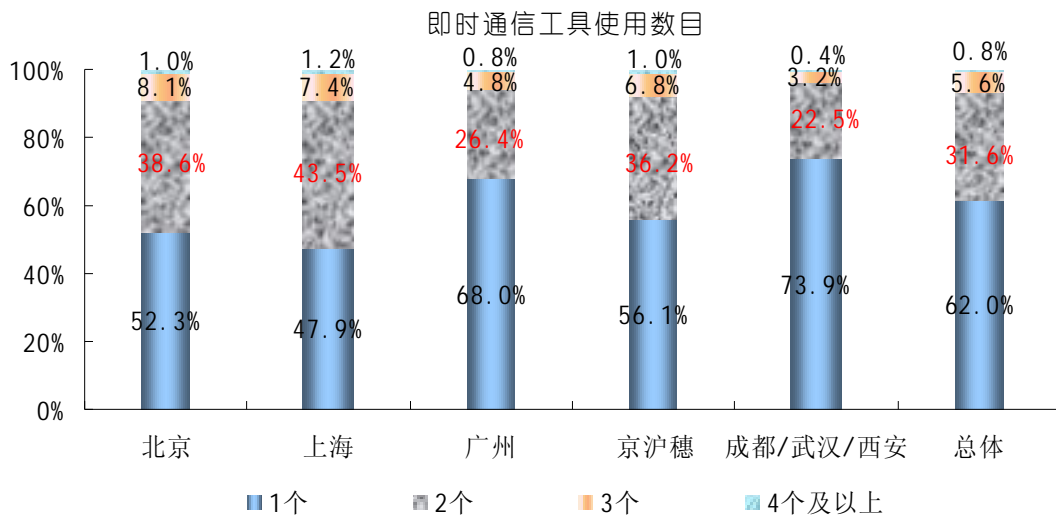
图 1 网民中活跃即时通信用户比例

【说明:由于本次调查成功样本的界定为一个月内使用过即时通信工具的网民,即即时通信

活跃用户，下面分析的对象均为即时通信活跃用户。】

2.即时通信使用个数分布

即时通信用户使用的即时通信工具数目以 1~2 个为最多，占到了总体的 93.6%，其中仅为 1 个的比例超过了 6 成，数目为 2 个的比例超过了 3 成。只使用一个即时通信工具的比例上海最低，不足 1 半，北京次之，广州的比例超过 2/3，而成都/武汉/西安的比例最高，接近 3/4。京沪平均每人使用的即时通信工具数目多于其他城市，说明京沪对即时通信工具的使用较为多元化。



www.cnic.cn

图 2 即时通信用户使用即时通信工具的数目

3.即时通信账号数

QQ 用户平均每人账号数高于 MSN 用户。

	曾经申请账号数	目前使用账号数
QQ	3.7	1.5
MSN	1.4	1.1
全部	2.9	1.4

4.即时通信的使用功能

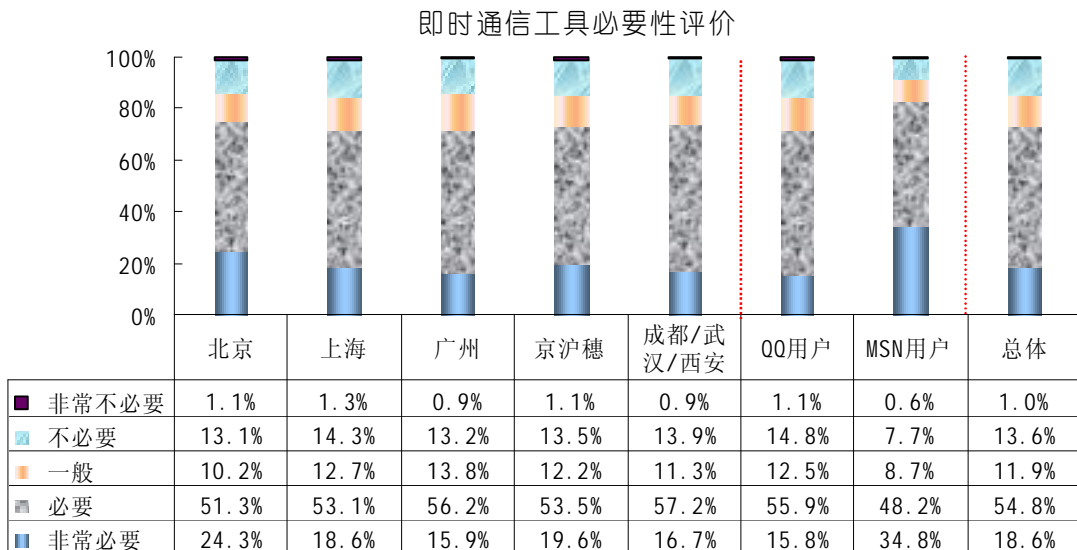
经常使用文字聊天的用户占有所有即时通信用户的 71.1%，其中仅使用文字聊天形式聊天

的用户占有所有即时通信用户的 47.6%。经常使用语音聊天的用户占有所有即时通信用户的 22.9%。经常使用视频聊天的用户占有所有即时通信用户的 20.4%。

语音和视频聊天已经有了相当的比例，这对带宽等的要求更高，但宽带的迅速普及使得带宽不再是语音和视频聊天发展的瓶颈。

5.即时通信的影响

当被问及即时通信的必要性时，有近 3/4 的用户（73.4%）认为即时通信非常必要或必要。北京市用户有近 1/4 认为即时通信非常必要，高于其他地区。MSN 用户认为即时通信非常必要的比例超过了 1/3，而 QQ 用户此比例仅为 15.8%。



www.cnnic.cn

图 3 即时通信用户对即时通信必要性的评价

即时通信的应用给用户带来了哪些影响呢？

◇大部分用户认为即时通信给娱乐生活和朋友联系带来了较多便利，有 88.0%的用户认为即时通信工具为使用互联网的娱乐服务提供了更加方便的通道，QQ 用户认同此观点的比例高出 MSN 十个百分点；

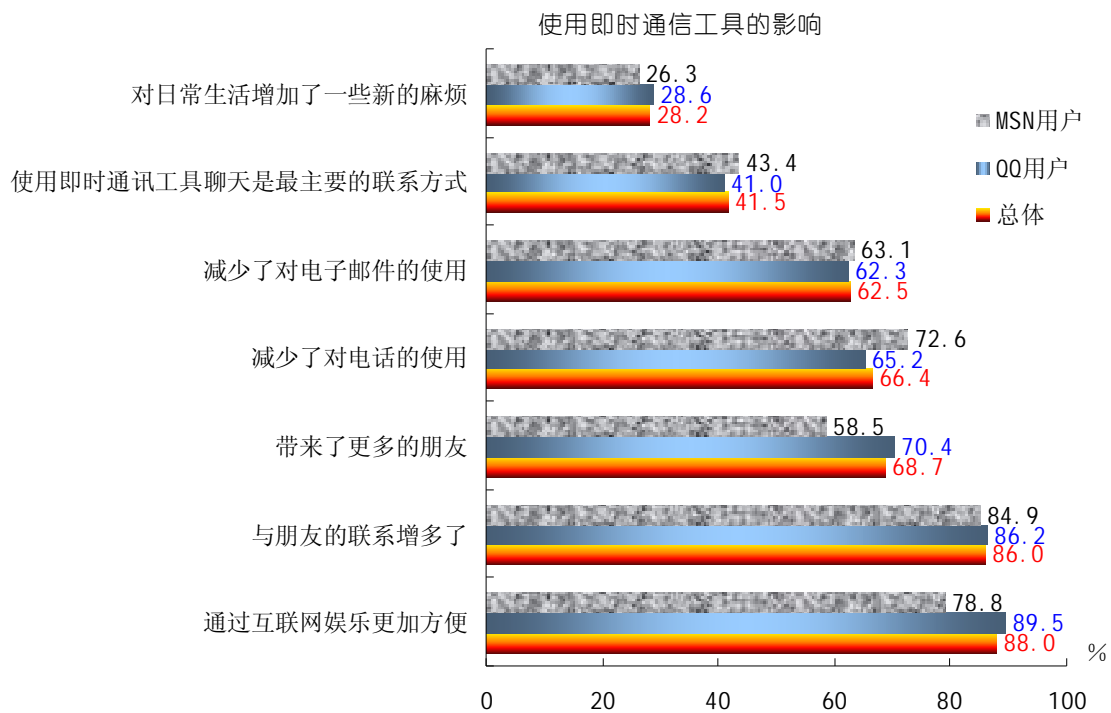
◇超过 8 成的用户认为使用即时通信增加了他们与朋友的联系；

◇超过 7 成的 QQ 用户认为使用即时通信为他们带来了更多的朋友，而 MSN 用户认同此观点的比例不足六成；

◇使用即时通信工具还对其他通讯方式产生了冲击，超过 6 成的用户认为由于使用即时通信工具减少了对电子邮件的使用，超过 7 成的 MSN 用户和近 2/3 的 QQ 用户认为由于使用即时通信工具减少了对电话的使用；

◇超过 4 成的用户认为即时通信工具是他们“最主要的联系方式”；

◇约 1/4 的用户认为使用即时通信工具给日常生活增加了新的麻烦。

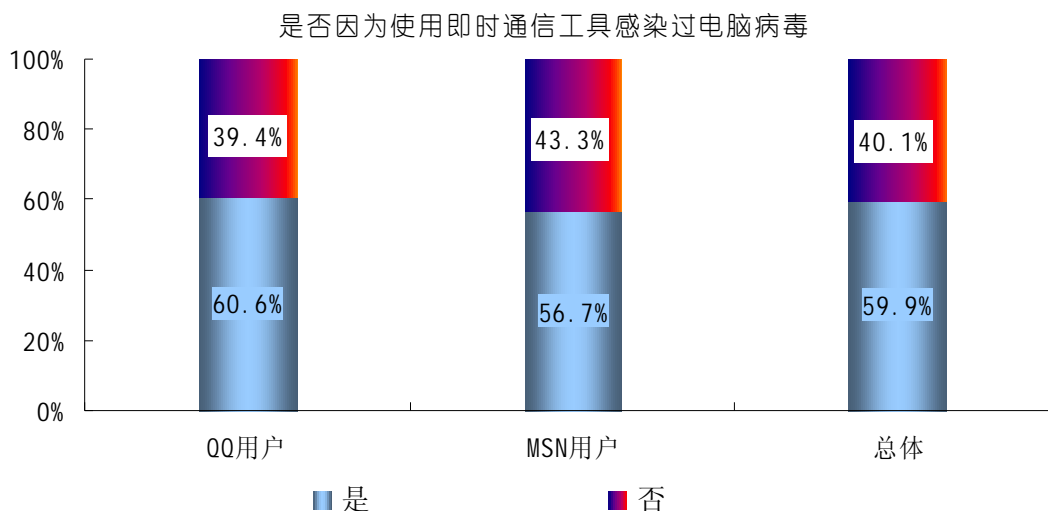


www.cnnic.cn

图 4 使用即时通信工具对用户的影响

6.即时通信工具与电脑病毒

即时通信用户中，有近 6 成的用户曾经因为使用即时通信工具而感染过电脑病毒，使用安全问题引人关注。对于此问题，CNNIC 分析师周洪美认为，需要从提高软件防病毒功能、增强用户安全意识等方面协同解决。QQ 用户感染过电脑病毒的比例略高于 MSN 用户。

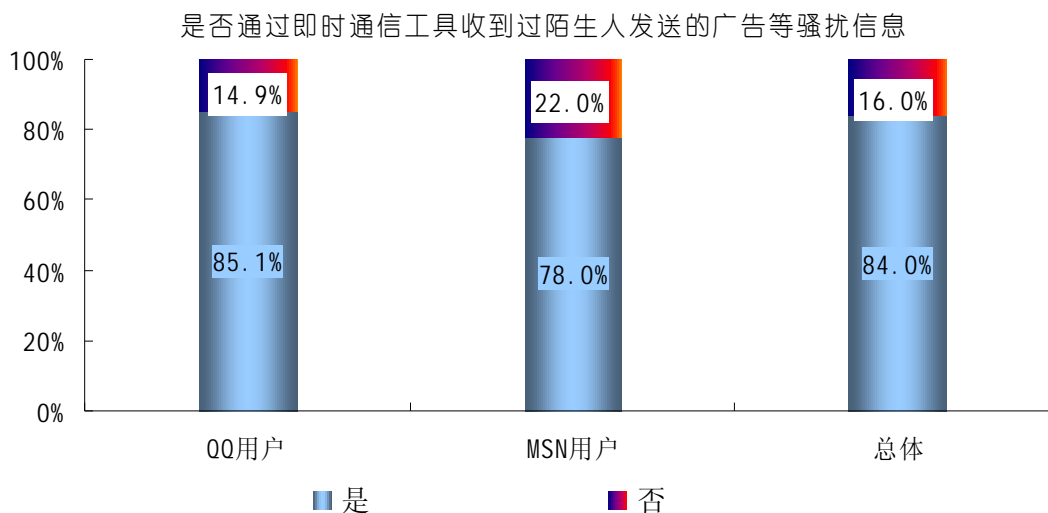


www.cnnic.cn

图 5 因为使用即时通信工具感染电脑病毒的比例

7.即时通信工具与骚扰信息

六城市用户中，超过 8 成曾经通过即时通信工具收到过陌生人发送的广告等骚扰信息。MSN 用户收到骚扰信息的比例虽然略低于 QQ 用户，但也接近 8 成。骚扰广告信息有可能成为继垃圾邮件之后另一个令网民头疼的问题。

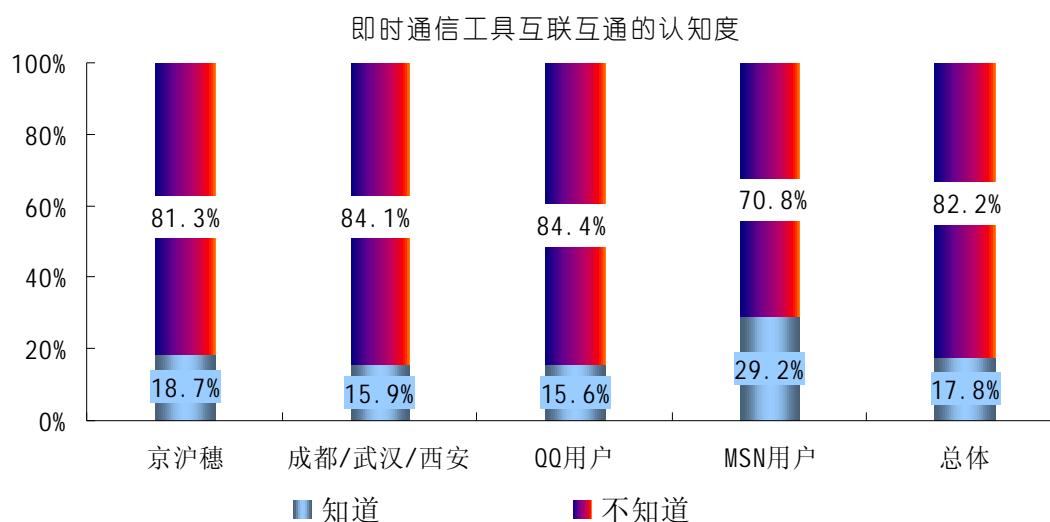


www.cnnic.cn

图 6 是否提供即时通信工具收到过陌生人发送的广告等骚扰信息

8.即时通信工具互联互通的认知度

即时通信工具间的互联互通在业界是个比较热的话题,但绝大多数即时通信用户对此并没有什么概念,只有不到 1/5 的用户知道即时通信工具间的互联互通。MSN 用户对互联互通的认知度接近 QQ 用户的 2 倍,但仍不足三成。分地区看,京沪穗地区 18.7%的认知度略高于成都/武汉/西安的 15.9%。



www.cnnic.cn

图 7 即时通信工具互联互通的认知度

9.市场份额

(1) 即时通信工具的整体使用状况

在调查的六城市中,根据使用比例,可以将即时通信工具分为几个梯队:腾讯 QQ(以下简称 QQ)以超过 9 成的使用比例遥遥领先,MSN/Live Messenger(以下简称 MSN)的使用比例接近 4 成位居次席,新浪 UC/UTalk、Skype、网易 PoPo、淘宝旺旺、雅虎通和 ICQ 的使用率均不足 3%,其他即时通信工具的使用率均低于 1%。需要指出的是新浪 UTalk 用户数占新浪 UC/UTalk 总用户数的 20%强。

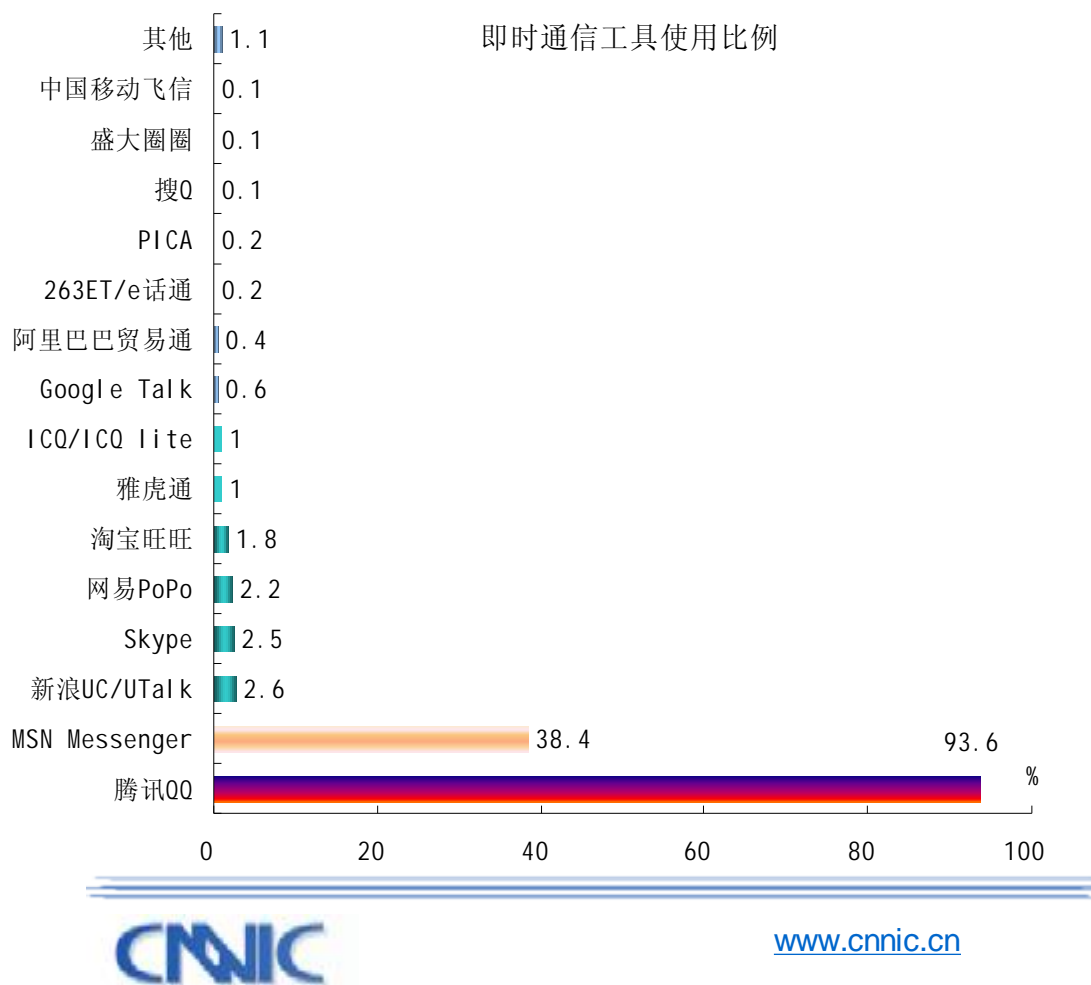


图 8 各种即时通信工具的使用比例

(2) 市场份额

【说明：将用户最常用的某种即时通信工具的比例定义为该种即时通信工具用户市场份额】

调查的六城市中，即时通信市场基本处于被 QQ 垄断的局面，以 84.4% 的比例占据了绝对优势，位居第二位的 MSN 市场份额则只有 13.9%。

六城市即时通信用户总体市场份额



www.cnnic.cn

图 9 六城市即时通信用户总体市场份额

在北京市，QQ 的份额 75.6%，MSN 的市场份额为 21.9%。

北京市即时通信用户市场份额



www.cnnic.cn

图 10 北京市即时通信用户市场份额

在上海市，QQ 的份额 71.7%，MSN 的市场份额为 26.0%，超过了 1/4。

上海市即时通信用户市场份额



www.cnnic.cn

图 11 上海市即时通信用户市场份额

在广州市，QQ 的份额超过了 9 成，为 90.9%，MSN 的市场份额为 7.6%。

广州市即时通信用户市场份额



www.cnnic.cn

图 12 广州市即时通信用户市场份额

在成都/武汉/西安，QQ 的份额为 94.3%，MSN 的市场份额为 4.6%，低于 5%。

成都/武汉/西安即时通信用户市场份额

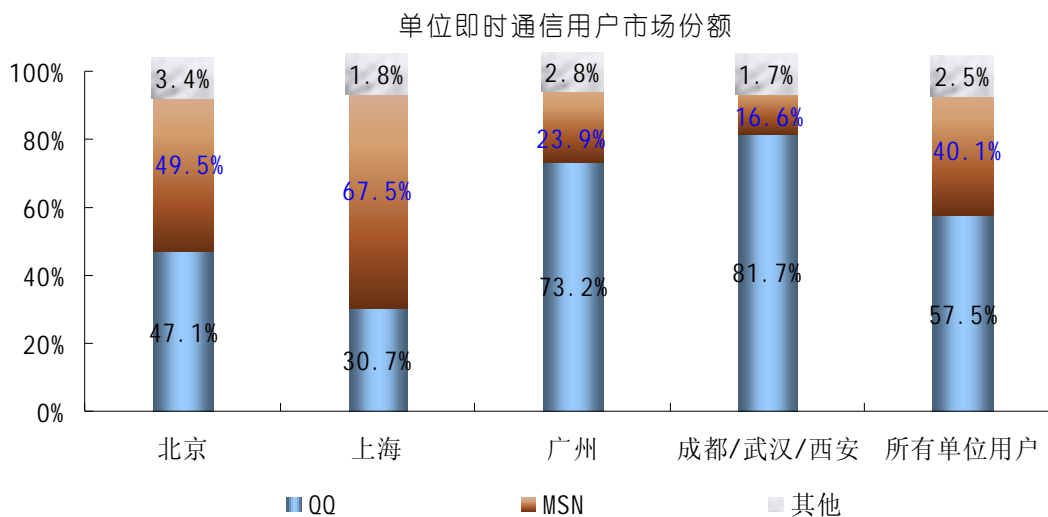


www.cnnic.cn

图 13 成都/武汉/西安三城市即时通信用户市场份额

10.使用地点为单位的即时通信用户市场份额

在北京和上海，单位即时通信用户中 MSN 的份额高于 QQ。



www.cnnic.cn

图 14 单位即时通信用户市场份额

11.高端用户的市场份额

将年龄大于 25 岁，月收入大于 3000 元，文化程度为大学本科及以上的用户定义为高端用户。

北京和上海的高端用户中 MSN 的份额高于 QQ。

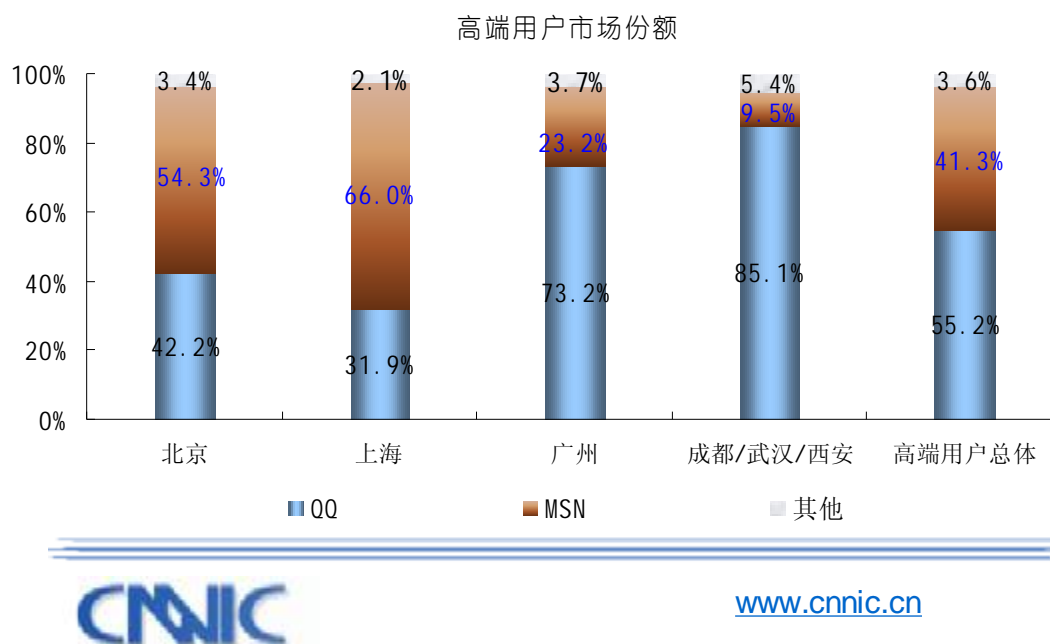


图 15 即时通信高端用户市场份额

三. 调查方法说明

为了保持调查样本的随机性和代表性，本次调查采取电话调查的方式进行，调查的执行时间为 2006 年 11 月 12 日至 2006 年 11 月 26 日。

调查目标城市分别为北京、上海、广州、成都、武汉和西安，电话号码采用城市电话局号（前 4 位）加随机号码（后四位）的方式生成，甄别条件为被访者在最近一个月内上过网且使用过即时通信工具进行聊天。北京、上海和广州的成功样本量设计分别为 1000 个，对各自城市具有代表性，此三地样本量汇总代表三地总体状况；成都、武汉和西安的成功样本量设计分别为 500 个，对各自城市不具有代表性，此三地样本量汇总代表三地总体状况，也可基本代表中国中西部区域中心城市的即时通信工具使用状况。在 95% 的置信度下，设计效应为 1.5 时，北京、上海和广州的市场份额的最大绝对误差小于 5%，三地总体最大绝对误差小于 3%，重庆、武汉和西安三地汇总的最大绝对误差小于 4%。

四. 咨询与支付

1.联系我们

商务咨询：洪先生

电话：86-10-58813181

电子邮件：hongtao@cnnic.cn

数据咨询：周先生

电话：86-10-58813114

电子邮件：zhouhongmei@cnnic.cn

传真：86-10-58812666-124

地址：北京中关村南四街 4 号中国互联网络信息中心（CNNIC）（100080）

2.支付方式

报告定价：人民币 2.5 万元。英文版按上述定价的 1.8 倍收取，同时附送中文版本。

单位名称：中国科学院计算机网络信息中心

账号：0200049609200016431

开户行：工商银行海淀支行营业部

五. CNNIC 介绍

中国互联网络信息中心（China Internet Network Information Center，简称 CNNIC）是经国家主管部门批准，于 1997 年 6 月 3 日组建的管理和服务机构，行使国家互联网络信息中心的职责。

作为中国信息社会基础设施的建设者和运行者，中国互联网络信息中心（CNNIC）以“为我国互联网络用户提供服务，促进我国互联网络健康、有序发展”为宗旨，负责管理维护中国互联网地址系统，引领中国互联网地址行业发展，权威发布中国互联网统计信息，代表中国参与国际互联网社群。

CNNIC 热点调查

受国家主管部门委托，从 1997 年以来 CNNIC 一直负责调查、发布《中国互联网络发展状况统计报告》，至今已逾 9 年，累计 18 次。其权威性和客观性被国内外广泛认可，得到联合国，国际电信联盟等国际组织的采纳和赞誉，主要数据被采纳进我国政府的年度统计报告。

在此基础上，我们利用固有的数据优势深入发掘，凭借对互联网市场的准确把握和对互联网热点的敏锐捕捉，不定期为社会提供互联网热点领域的专项调研，力争为行业提供更有价值的信息服务——

《2006 年中国即时通信市场调查报告》——2006 年 12 月

《2006 年中国博客调查报告》——2006 年 9 月

《2006 年中国搜索引擎市场调查报告》——2006 年 9 月

《2006 年中国 C2C 网上购物调查报告》——2006 年 5 月

《2005 年中国搜索引擎市场调查报告》——2005 年 8 月

CNNIC 项目委托

在动态追踪中国互联网行业及相关市场发展的同时，CNNIC 充分运用自身丰富充实的行业背景，在保证客观、中立、公正的基础上针对具体客户的不同需求提供更专业的调研、咨询和顾问服务。 【咨询电话 86-10-58813181】