



链滴

三四线城市的移动互联网是啥样子

作者: [bianzhifu](#)

原文链接: <https://ld246.com/article/1358779277692>

来源网站: 链滴

许可协议: [署名-相同方式共享 4.0 国际 \(CC BY-SA 4.0\)](#)

<p>移动互联网全民狂欢的时代已经到来。</p>

<p> 最近，湖南卫视的《天天向上》节目以极具娱乐化的方式介绍Camera 360、唱吧、大众点等五款应用，引爆了一场完美的“应用风暴”。节目播出当晚，被疯狂下载的五款应用齐刷刷挤占了用商店排行榜的前五名，由于新增用户是平时数倍，唱吧的服务器甚至一度宕机。</p>

<p> 电视娱乐的强大力量由此被展现无遗，但更重要的是，移动互联网从业者借此触达到另一个界。“移动互联网在三四线城市的核心需求一直存在，但是还没有被充分的发掘和放大。”唱吧CEO华指出。湖南卫视的受众人群相当高比例都来自非一线城市的广袤城乡地区，这也是一个庞大的用户体。</p>

<p> 相对热闹的都市，这是一个相对陌生的世界。一二线城市有着高消费高收入人群，三四线城市却有着最为庞大的消费人群，他们生活节奏慢，有着可观的可支配收入和旺盛的消费升级欲望，在用规模和商业模式苦苦挣扎的移动互联网的从业者也开始意识到，进军三四线城市成为移动互联网的真掘金点。</p>

<p> 另一个世界</p>

<p> 当一线城市小白领拿着iPhone，刷着微博，聊着微信，玩着啪啪，尽享移动互联网的应用界时，三四线城市甚至更下沉的四六级城市的人们也在用移动互联网拉近着和世界的距离。</p>

<p> 小丽大学毕业后去了北京周边的一个县级市的乡镇工作，去的时候带了一部诺基亚N9。由于9的应用比较少，小丽天天在N9论坛上和网友讨论着各种软件，一有空就安装应用，不好用的随时卸。她特别想要一部iPhone。</p>

<p> 小丽的同事没有像她这样对手机应用知识通达，但年轻的同事都在使用智能手机，玩的最多是游戏，工作间隙在手机上斗地主、切水果为乐。也会用社交软件，如手机QQ、微博和微信，也会少量的电子书或音乐软件，也会用360手机卫士拦截垃圾短信。小丽发现，他们使用最多的是手机Q。</p>

<p> 元旦期间，在北京工作的小奇回了自己的老家——江苏徐州，和几个年龄相仿的同学小聚，奇发现，这些同学用的手机和应用和自己并不差多少。女生受湖南卫视以及韩剧熏陶明显，使用的手多半是三星或者音乐手机，应用大多用着微信、淘宝、美丽说。她们人手一个自拍神器，当然也有美秀秀这种修图工具。男生用的应用则比较简单，无一例外的是各种游戏，当然也有有道词典和墨迹天。</p>

<p> 也在元旦期间，在北京工作的小民也回了一趟东北老家。他发现，除了苹果iPhone之外，元左右的安卓手机最受老家的人欢迎。购买手机后，售货员会帮忙安装一批应用，包括QQ、微信、陌、愤怒的小鸟等主流游戏和应用。</p>

<p> 这些人在手机上的玩乐支撑起这样一组数据：2012年，在三四线城市使用移动互联网设备入互联网的比例达到了32%，较2009年增长了351%。其中接入设备有智能手机占了20%，普通手机21%。三四线城市用户使用手机即时通讯占93%，手机搜索占27%，电子书占22%；而一二线城市即通讯占83%，搜索67%，新闻58%，微博43%。</p>

<p> 两个世界</p>

<p> 当人们惊呼移动互联网在三四线城市如此快速普及时，宜搜科技CEO汪溪认为，移动互联网已存在，只是一线的人们没有发现而已，“世界不会因为你不知道而不存在。”</p>

<p> 作为已经在移动互联网行业摸爬滚打多年的人，汪溪认为，移动互联网在三四线城市的需求甚，最早的一批移动互联网用户不是来自一线城市，恰恰是信息需求不够发达的四六级城市。移动互联网用户是从不发达的城市往发达城市迁移。</p>

<p> 早期通过手机上网的用户相对来说都是比较低端，在边远地区或者三四线城市的农民工和学，他们往往没有上网的电脑设备，但他们会有手机，通常看新闻、聊天、打游戏，在流量允许的条件观看视频。</p>

<p> “手机是人们的第一个上网工具，甚至是第一个电子设备。一直都是。只是随着3G的发展人们手中的手机在发生改变。从以前的诺基亚，用联发科芯片的2G手机变为千元Android智能机。”溪这样说，“上网、娱乐、资讯服务这些需求并没有改变。”</p>

<p> 仔细观察发现，由于环境的不同和人群结构的不同，一线城市和三四线城市的移动互联网用户在习惯上有很多不同。</p>

<p> 一线白领多用iPhone或者是Android中高端手机，三四线城市的用户也有用iPhone，但大选择运营商预存话费送手机的机型，条件好一点的用户会选择比如三星、HTC等手机，而一般的用户喜欢选择金立、中兴、华为和联想这样的国产手机。小民发现，这些用户对屏幕的需求远高于其他任部分，至于处理器频率、是否双核或四核，内存多大或显示核心型号等问题并不在消费者的考虑范围。消费者在挑选手机时会将多款同尺寸屏幕的手机进行对比，往往会选择屏幕效果最好的。</p>

<p> 一线白领大部分时间在电脑前工作，使用手机多半是碎片化的时间，应用除了满足吃喝玩乐

需求，还有一部分更个性化的应用。尤其是在IT产业圈的从业者，他们很喜欢自己探索应用。三四线城市的用户生活相对节奏慢一些，压力小一些，有大块的时间游弋在移动互联网上。他们多是娱乐性需求，最多的是玩游戏。在应用的选择上，除了手机上的预装应用，他们更喜欢口口相传，看别人用的什么应用好，也下载一个来玩。

从流量上来看，因为在三四线城市无线网络的覆盖率不高，大部分人上网依然主要依靠手机流量，每月100M左右。部分年纪较大的用户会特意关掉GPRS信号，防止偷跑流量。而年轻人会为此会买个家庭宽带无线路由，使用自制WiFi网络上网。

三四线城市的新机会

因为中低端手机用户在使用移动互联网方面比一线城市的白领用户要活跃的多，频次高，且用时间长。欢购网CEO林乐昌从2010年开始做移动电商，从一开始瞄向了使用中低端手机的移动互联网用户。他把这种行为称为“降级”。

林乐昌发现，在网络购物方面，一线城市白领更侧重于购买品牌，并热衷比价，希望能够用低廉的价买到最好质量的商品。但中低端用户对价格并不敏感，他们不追求品牌，但求比较实用。

但用户降级反而让林乐昌获得了意想不到的成功。2012年的客单价平均在380元，高于淘宝200元左右的客单价。2013年的交易额有望冲击1亿。尽管这个数字对京东、淘宝尚是零头，对移动电商尤其是中低端用户的移动电商领域而言，已然看到继续前进的希望。

对于三四线城市的人们，“不要轻视这个群体的消费者，他们往往才是许多移动应用开发者力寻找的‘付费用户’。”海银资本合伙人王煜全提出这样的建议。

王煜全预言，2013年，智能手机的进一步普及则撬动一个新市场，“这个新市场是除了一大城市以外的市场，2013年会点起无线互联网的新浪潮，将会诞生一批基于时尚娱乐的热门公司。”

他认为，移动互联网下一拨应用浪潮应该瞄准时尚娱乐，中国的时尚用户样板是三四线城市中专技校学生，而不是一线城市的文青们；他们喜欢的是中国好声音和最炫民族风，而不是一线时尚小年听的《美国好声音》。

2013年中国内地市场智能手机出货量将达到3亿部，低端智能机在三四线城市、农村地区的及将继续加速，移动数据业务价格不断降低，当人、手机、应用积聚，一股来自移动互联网的压倒性力量将势不可挡。