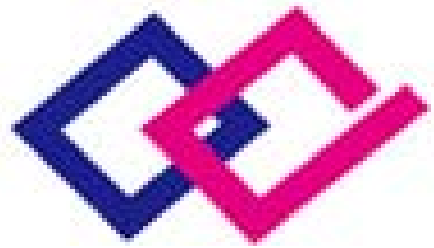

SNS 网站用户行为研究报告



大度博策（北京）科技咨询有限公司

Dataa Consulting

版权声明：

本报告由大度博策（北京）科技咨询有限公司（简称大度咨询）制作。所有数据除标明来源部分外均为独家采集第一手数据，引用请标明版权。报告垂询请拨打电话：010-82569748、82569776。



目 录

I.	研究方法	I
II.	相关定义	II
III.	报告摘要	III
IV.	报告正文	1
一、	SNS 用户基本特性分析.....	1
1.1	性别构成情况.....	1
1.2	年龄构成情况.....	2
1.3	填写真实性信息情况.....	4
二、	对 SNS 网站功能的使用情况.....	5
2.1	功能应用概况.....	5
2.2	用户个人空间的隐私设置情况.....	6
2.3	日志功能使用情况.....	6
2.3.1	日志功能使用率.....	6
2.3.2	日志内容原创性分析.....	7
2.4	相册功能使用情况.....	8
2.5	群组功能使用情况.....	9
2.5.1	群组功能使用率.....	9
2.5.2	用户加入群组数量分布状况.....	9
2.6	分享功能使用情况.....	11
2.7	组件游戏使用情况.....	11
三、	SNS 用户交友行为分析.....	12
3.1	用户好友数量分布状况.....	12
3.2	用户好友性别分布状况.....	14
3.3	好友请求通过率状况.....	16
	免责声明.....	17



图目录

图 1-1 国内 SNS 网站用户性别构成	1
图 1-2 国内 SNS 网站用户年龄分布状况	2
图 1-3 国内 SNS 网站男女用户年龄分布状况	3
图 1-4 国内 SNS 网站用户填写真实性个人信息情况	4
图 2-1 用户对 SNS 网站主要功能的使用情况	5
图 2-2 使用日志功能的 SNS 用户原创比例分布	7
图 2-3 国内 SNS 用户参与群组数量分布	9
图 2-4 SNS 男女用户参与群组数量分布比较	10
图 3-1 国内 SNS 用户好友数量分布	12
图 3-2 SNS 男女用户好友数量分布比较	13
图 3-3 国内 SNS 用户好友中男性比例分布	14
图 3-4 SNS 男女用户男性好友比例分布比较	15



表目录

表 2-1 国内 SNS 用户对个人空间的隐私设置情况	6
表 2-2 国内 SNS 用户的日志功能使用情况	6
表 2-3 国内 SNS 用户的相册功能使用情况	8
表 2-4 国内 SNS 用户的群组功能使用情况	9
表 2-5 国内 SNS 用户的分享功能使用情况	11
表 2-6 国内 SNS 用户的组件游戏使用情况	11
表 3-1 考察期内国内 SNS 用户的好友通过率状况	16



I. 研究方法

本次针对国内主要 SNS 网站的调研为角色设定体验类调研，根据真实用户特性将 SNS 用户抽象为活跃主动型、活跃被动型、非活跃主动型、非活跃被动型四种用户类型，并分别设定男女用户角色。

本次体验式调研考察期为 6 月 25 日至 7 月 31 日，共计 35 天，期间对不同网站各使用环节、功能应用进行考察，并随机收集用户信息。调研涵盖目前国内综合类、校园类、行业类、青少年类 10 个 SNS 网站，具体包括：校内网、占座网；聚友（Myspace）、51；海内网、蚂蚁网、一起网、开心网；360 圈、facekoo。

根据对网站用户随机抽样及设定样本的交互体验，对不同 SNS 网站进行样本数量配比，提炼有效用户样本共计 4620 个。本次调研样本均来自于 SNS 网站的活动用户（指在 SNS 网站中生成内容、参与互动的用户群），未包含沉寂用户，因此与各 SNS 网站自身统计或有差异。



II. 相关定义

SNS 用户：

本报告所指 SNS 用户，是指在 SNS 网站中生成有内容、参与互动，对 SNS 主要功能有使用的用户群体，不包括注册后未有动作的沉寂用户。

SNS 功能使用率：

指对 SNS 主要功能（日志、相册、群组等）的使用用户比例，仅考察是否使用，不体现对该功能的使用频次，活跃度问题。

IM 填写率：

指 SNS 用户填写即时通信工具的比例，主要指 QQ、MSN 等，不包括各 SNS 网站的自带 IM。

好友请求通过率：

本报告中好友请求通过率仅指在考察期内的好友请求通过情况，考虑到用户登录间隔等因素的影响，本指标略低于最终通过率。



III. 报告摘要

- 目前国内主要 SNS 网站用户中，男性用户数量显著高于女性用户，其在男性网民中的渗透率也高于女性网民。

当前国内 SNS 网站用户中，男女用户比例约为 62.1%：37.9%，男性用户数量显著高于女性用户。对比 CNNIC 最新公布之男女网民比例（53.6%：46.4%）数据，SNS 网站在我国男性网民中的渗透率要高于女性网民。

- 与整体网民年龄分布相比，SNS 网站用户更具低龄化特征，其中 30 岁以下用户占九成以上。

目前 21-25 岁这一年龄组为 SNS 网站用户的主力军，占整体的四成以上（42.7%）；其次为 16-20 岁年龄组，约为三成（30.6%）；30 岁以下的用户占 SNS 网站用户的 90% 以上。

- SNS 用户填写真实性个人信息中，头像、年龄、家乡/所在地的填写（显示）率较高，电话及 IM 的填写率明显偏低。

主要个人信息中，姓名真实率为 53.8%；头像真实率达到了 91.3%。家乡/居住地的填写率最高（94.2%），年龄的填写率为 87.5%。仅有 3.5% 的用户留有电话；IM 为 7.8%。

- 用户对 SNS 网站主要功能的使用中，参与群组的比例最高，其次为日志功能、相册功能，组件游戏尚未成为主流，分享功能的使用率最低，

目前 SNS 网站中，35.2% 的用户进行了隐私设置。日志功能的使用率为 78.7%，相册功能为 66.2%。87.2% 的用户参与了群组。而分享的使用率最小，为 15.3%。在一些小型 SNS 网站里火爆的组件游戏，尚未成为主流 SNS 用户的选择，整体参与比例目前为 21.2%。

- SNS 用户的好友数量分布呈阶次下降的特点，七成用户的好友数量在 100 以下；另外，用户的好友性别构成也不均衡。

SNS 用户的好友数量在 10 人以下的用户最多，占 25.1%；7 成用户的好友数量在 100 以下；11.1% 的用户好友数量超过 200 人。62.7% 的 SNS 用户好友中女性好友多于男性好友。

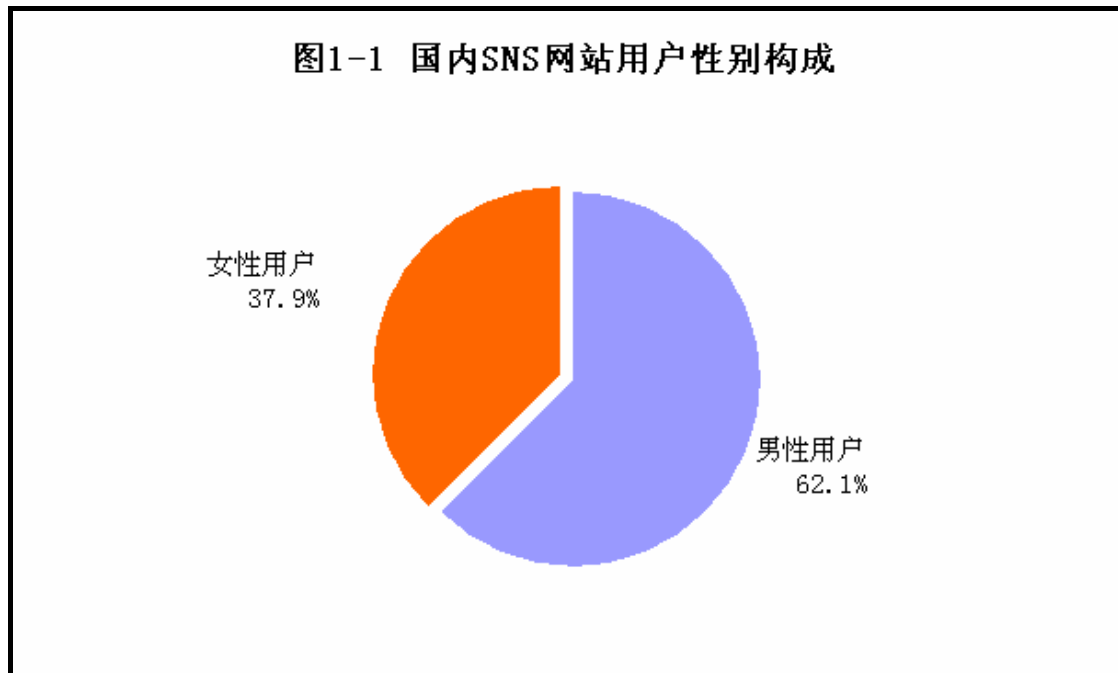


IV. 报告正文

一、SNS 用户基本特性分析

1.1 性别构成情况

如图 1-1 为目前国内 SNS 网站用户的男女性别分布状况。

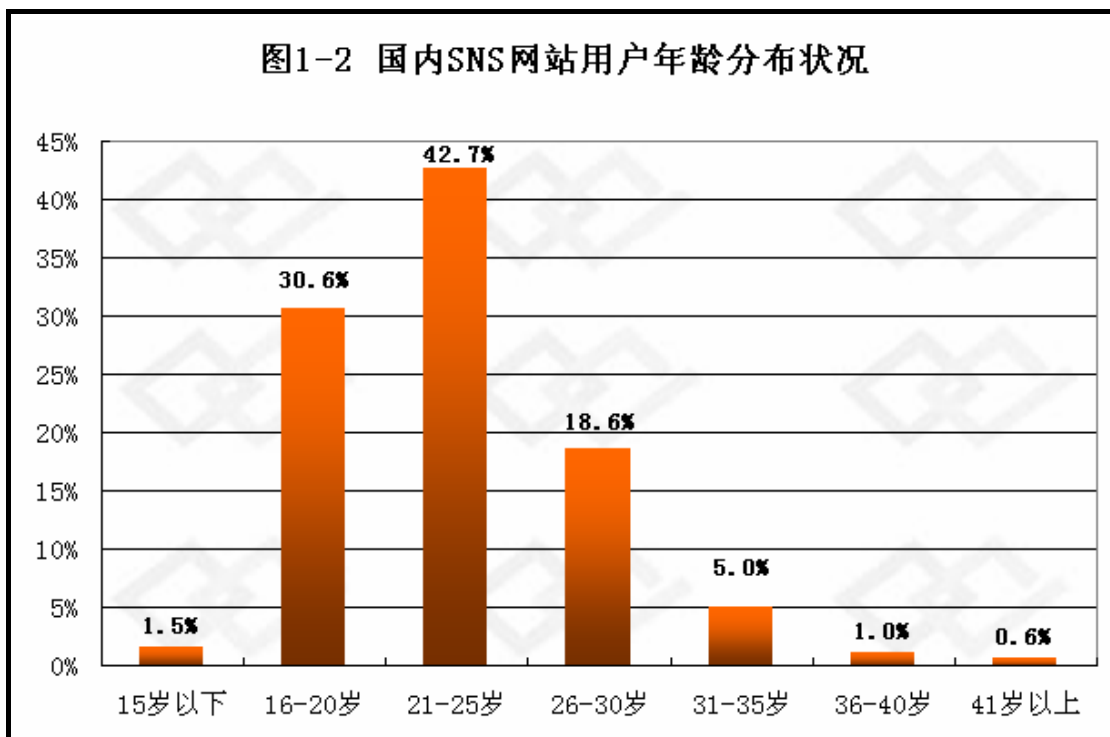


当前国内 SNS 网站用户中，男女用户比例约为 62.1%：37.9%，男性用户数量显著高于女性用户。对比 CNNIC 最新公布之男女网民比例（53.6%：46.4%）数据，SNS 网站在我国男性网民中的渗透率要高于女性网民。



1.2 年龄构成情况

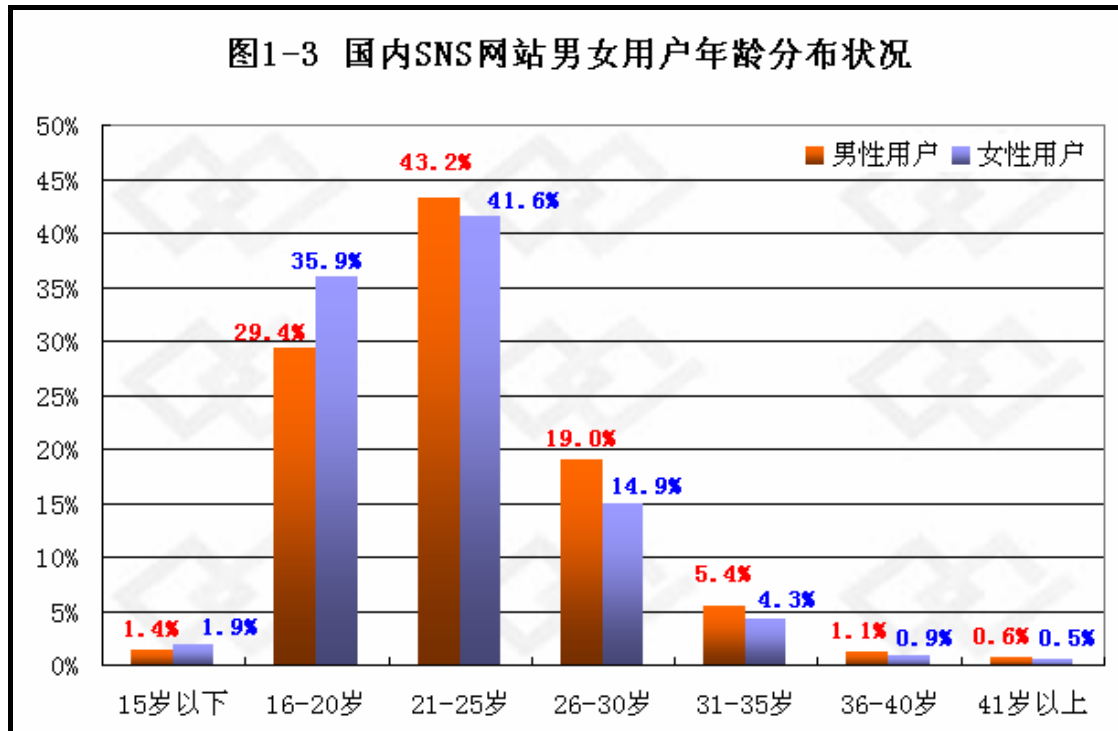
如图 1-2 为我国 SNS 网站用户的年龄分布状况。



SNS 网站用户与整体网民年龄分布相比，更具低龄化特征。目前 21-25 岁这一年龄组为 SNS 网站用户的主力军，占整体的四成以上（42.7%）；其次为 16-20 岁年龄组，约为三成（30.6%）；30 岁以下的用户占 SNS 网站用户的 90% 以上。



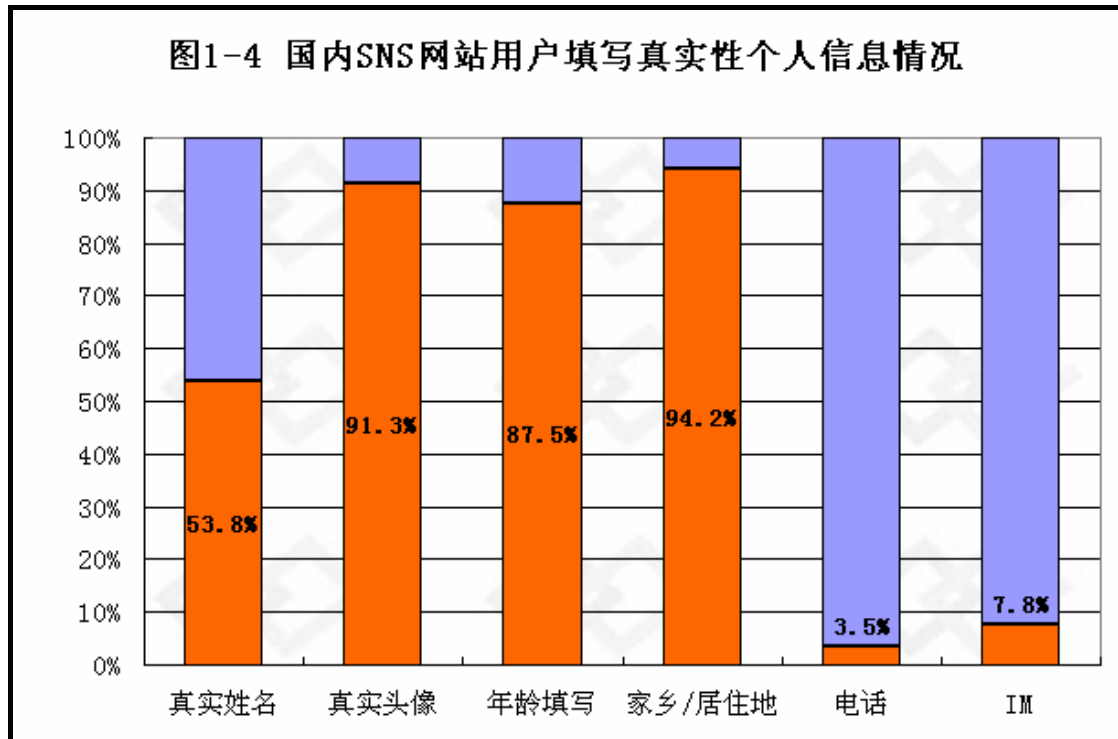
对男女用户分别进行考察：



与整体分布类似，21-25岁均为男女用户的最集中年龄组，其次为16-20岁。相比之下，女性用户的低龄化分布更为明显，20岁以下的用户比例女性要高于男性，21岁之上的分布比例则均低于男性。

1.3 填写真实性信息情况

考察 SNS 用户填写真实性个人信息的情况，包括真实姓名、真实头像、年龄、家乡/居住地，电话、IM（不包括 SNS 网站的自带 IM）。如图 1-4。



目前国内主要 SNS 网站用户的整体真实姓名填写率为 53.8%（各 SNS 网站之间差异很大）；而头像的真实性则较高，达到了 91.3%。SNS 用户交流中，对姓名真实的敏感度要弱于对头像是否真实的敏感度。

家乡/居住地的填写比例最高，达到 94.2%，这与主要 SNS 网站注册时的要求有关；另外，这也是用户在 SNS 网站开展交互的重要线索。年龄的填写率也较高，为 87.5%。

除邮箱外，SNS 用户对联系方式的填写不太积极。仅有 3.5%的用户在个人空间里留有电话；IM 的填写率也只是 7.8%。一般而言，电话、IM 的使用是 SNS 用户之间达到一定交流深度之后的交流方式选择，绝大多数用户不会选择公开。

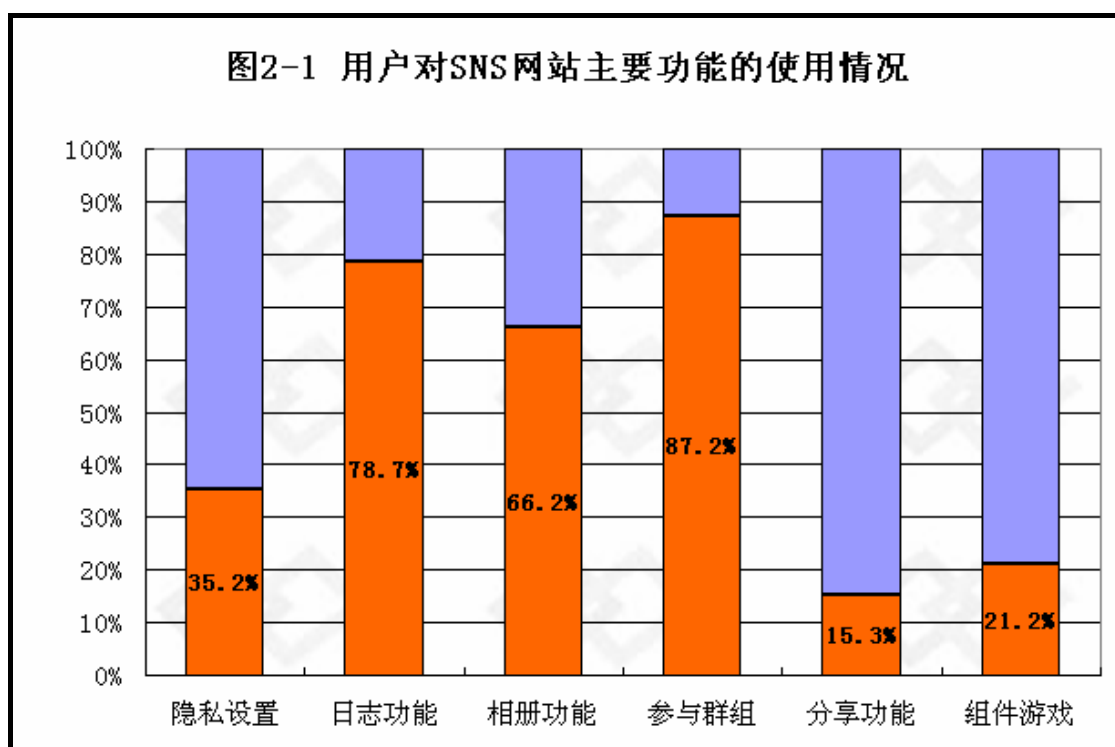


二、对 SNS 网站功能的使用情况

本章对 SNS 网站主要功能的用户使用情况进行考察，包括个人空间隐私设置、日志功能、相册功能、群组参与、分享功能，以及组件游戏等。

2.1 功能应用概况

如图 2-1 为用户对 SNS 网站主要功能的使用率整体情况。



35.2%的用户对自己在 SNS 网站里的个人空间进行了隐私设置。这部分用户重视个人隐私，其个人空间只对好友，或经验证的人群全部或部分开放。各 SNS 网站之间的用户隐私设置差异很大，与网站的默认设置也有关系。

日志功能的使用率为 78.7%，相册功能的使用率为 66.2%。UGC（用户产生内容）是 SNS 网站内容的重要来源。

群组是所考察功能中用户使用最多的，87.2%的用户参与有群组，用户的聚集目的性强。相比之下，分享的使用率最小，为 15.3%。而在一些小型 SNS 网站里火爆的组件游戏，尚未成为主流 SNS 用户的选择，整体参与比例目前为 21.2%。



2.2 用户个人空间的隐私设置情况

表 2-1 显示的是国内 SNS（男女）用户对个人空间的隐私设置情况。

表 2-1 国内 SNS 用户对个人空间的隐私设置情况*

	整体用户	男性用户	女性用户
设置隐私比例	35.2%	34.3%	36.7%

*：包括设置成全部或部分隐藏

国内 SNS 用户整体隐私设置比例为 35.2%，其中，男性用户的设置比例略低，为 34.3%；女性用户为 36.7%。各 SNS 网站的默认设置有所不同，这也是影响用户设置的一个重要因素。

2.3 日志功能使用情况

2.3.1 日志功能使用率

表 2-2 显示的是国内 SNS（男女）用户对个人空间中的日志功能的使用情况。

表 2-2 国内 SNS 用户的日志功能使用情况

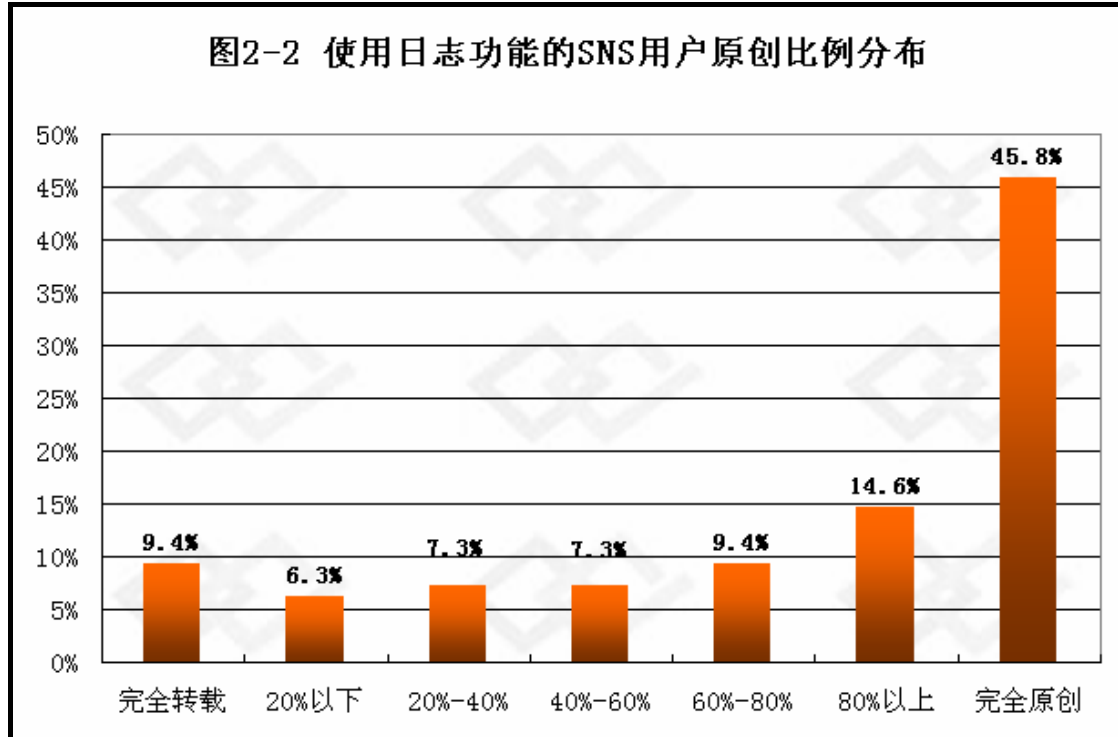
	整体用户	男性用户	女性用户
使用日志功能比例	78.7%	78.4%	79.2%

国内 SNS 用户整体日志功能使用比例为 78.7%，其中，男性用户的比例略低，为 78.4%；女性用户为 79.2%。监测显示低龄组用户的日志功能使用比例更高。



2.3.2 日志内容原创性分析

对考察 SNS 用户最近 10 篇日志的原创性情况，大致比例分布如下：



在使用日志功能的 SNS 用户中，六成以上的用户日志原创率在 80% 以上，其中，更有 45.8% 的用户坚持完全原创。另有 9.4% 的用户，最近 10 篇的日志均为转载。

整体上看，SNS 用户的日志功能使用主要是体现生活、情感、工作的个人化内容，这与单纯的博客并没有太大的差异。



2.4 相册功能使用情况

表 2-3 显示的是国内 SNS（男女）用户对个人空间中的相册功能的使用情况。

表 2-3 国内 SNS 用户的相册功能使用情况

	整体用户	男性用户	女性用户
使用相册功能比例	66.2%	63.2%	71.1%

国内 SNS 用户整体相册功能使用比例为 78.7%，其中，男性用户的比例略低，为 63.2%；女性用户为 71.1%。监测显示女性用户的相册中，原创、生活类图片比例要普遍高于男性用户。



2.5 群组功能使用情况

2.5.1 群组功能使用率

表 2-4 显示的是国内 SNS（男女）用户对 SNS 网站中的群组参与情况。

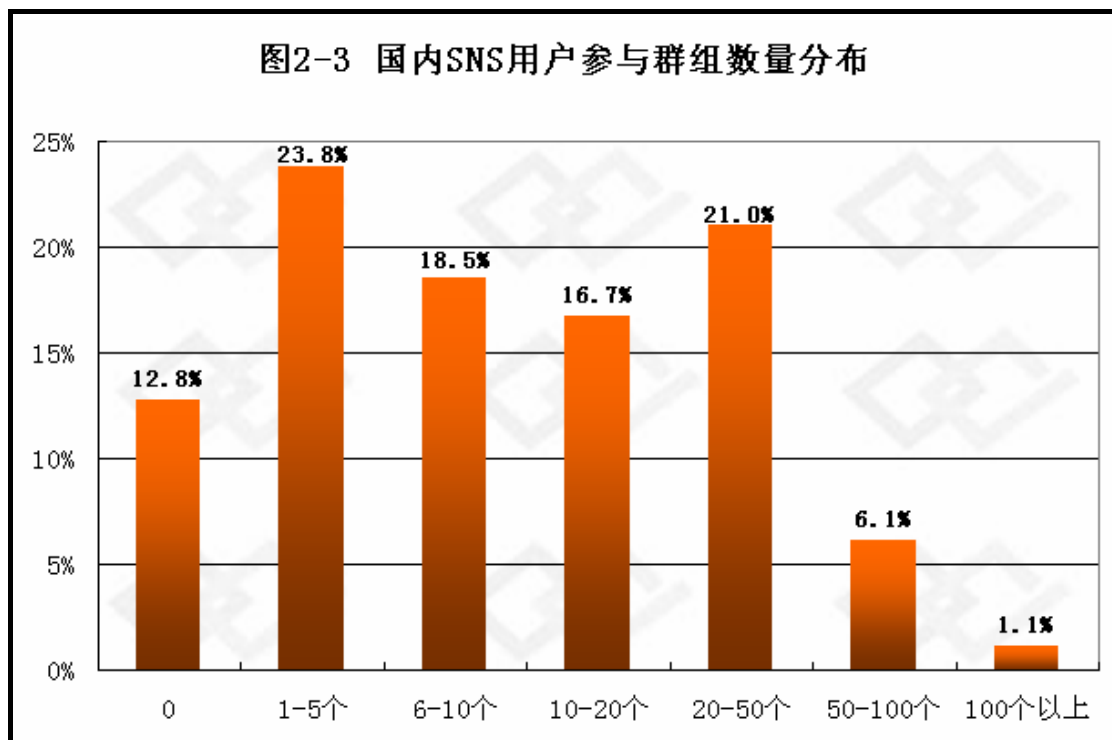
表 2-4 国内 SNS 用户参与群组情况

	整体用户	男性用户	女性用户
参与群组比例	87.2%	86.1%	88.9%

87.2%的国内 SNS 用户参与了不同数目的群组，其中，男性用户的比例略低，为 86.1%；女性用户为 88.9%。群组功能为 SNS 网站中应用最广泛的功能应用，是用户常用的交互平台。

2.5.2 用户加入群组数量分布状况

考察 SNS 用户参与群组数量的分布状况，如图 2-3 所示。

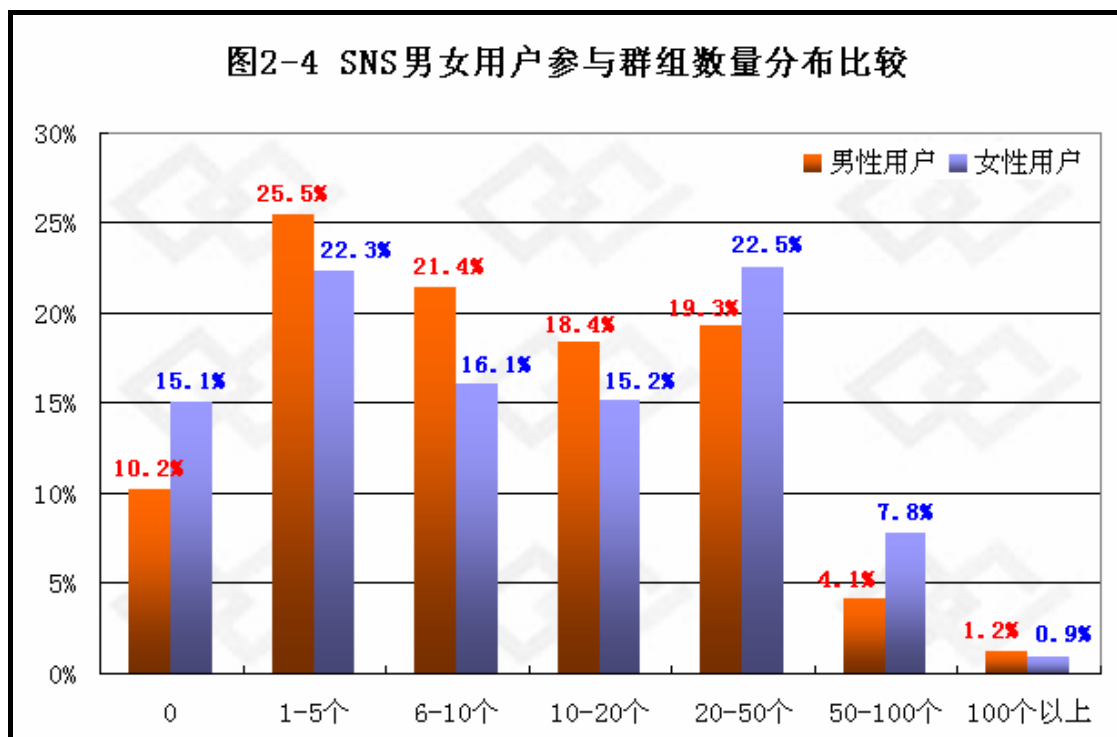




数量显示：12.8%的 SNS 用户未加入任何群组。加入 1-5 个群组的用户最多，占比为 23.8%，此类用户选择群组通常与爱好、地域紧密相关，活跃程度一般；其次为加入 20-50 个群组的用户，为 21.0%，这类用户为 SNS 中的中坚活跃用户，在群组里也保持着较活跃的状态。

另外，加入群组数量超过 100 个的用户占总数的 1.1%。

考察男女用户加入群组数量分布的不同，如图 2-4。



与男性用户相比，女性用户参与群组数量分布更为扁平化。未参与任何群组的女性用户为 15.1%，高于男性用户约 5 个百分点，而参与 20-50 个，50-10 个群组的女性用户比例也高于男性用户（共约 7 个百分点）。参与 100 个群组以上的比例，女性用户（0.9%）略低于男性用户（1.1%）。



2.6 分享功能使用情况

表 2-5 显示的是国内 SNS（男女）用户对 SNS 网站中分享功能的使用情况。

表 2-5 国内 SNS 用户的分享功能使用情况

	整体用户	男性用户	女性用户
使用分享功能比例	15.3%	17.0%	12.5%

SNS 网站中的分享功能使用尚未成为用户的主流应用，这一方面与主要 SNS 网站的功能设置有关，另一方面与用户习惯尚未形成有关。目前用户使用分享功能的比例为 15.3%。其中，男性用户使用比例稍高，为 17.0%，女性用户仅为 12.5%。

2.7 组件游戏使用情况

表 2-6 显示的是国内 SNS（男女）用户对 SNS 网站中参与组件游戏的情况。

表 2-6 国内 SNS 用户的组件游戏使用情况

	整体用户	男性用户	女性用户
使用组件游戏比例	21.2%	18.7%	25.3%

组件游戏是目前一些新出现 SNS 网站的重要切入点，也吸引了大批用户。但就目前而言，SNS 用户整体上对组件游戏的参与比例并不高，参与比例为 21.2%。

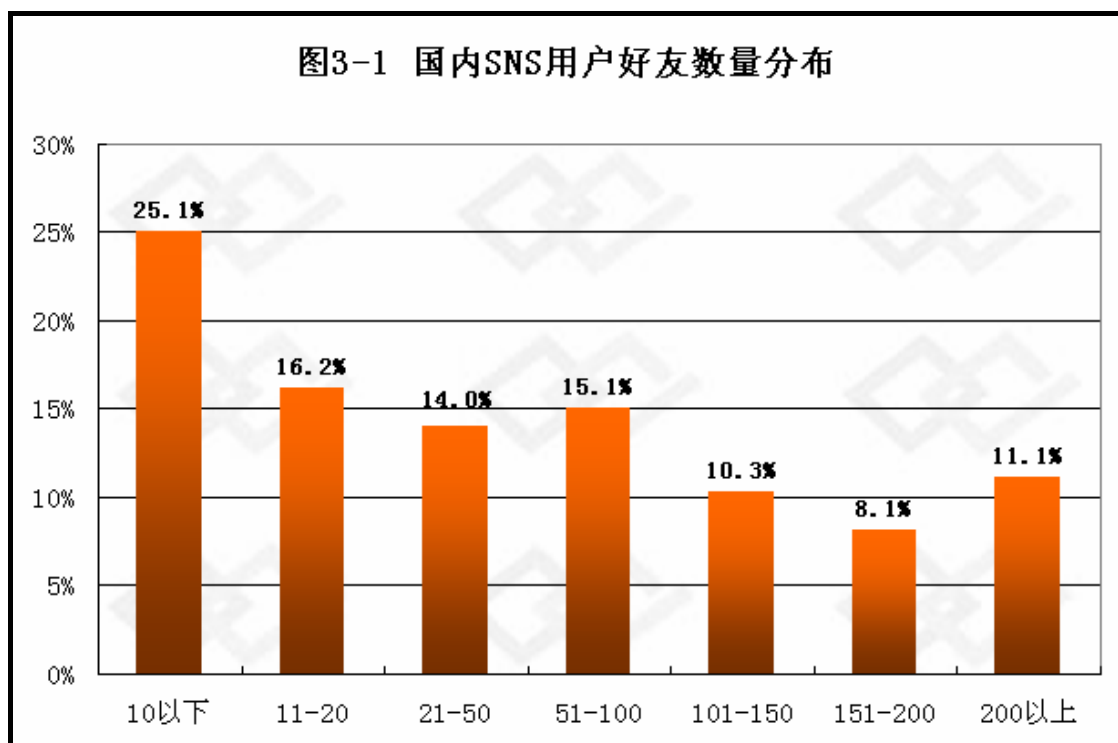
数据显示：女性用户参与组件游戏的热情要高于男性用户，约四分之一（25.3%）的女性用户参与了不同的组件游戏；而男性用户的参与比例为 18.7%。

三、SNS 用户交友行为分析

本章对 SNS 用户的交友行为特征进行分析，主要包括好友数量分布、好友性别构成、好友请求通过率。

3.1 用户好友数量分布状况

如图 3-1 为 SNS 用户好友数量分布状况。

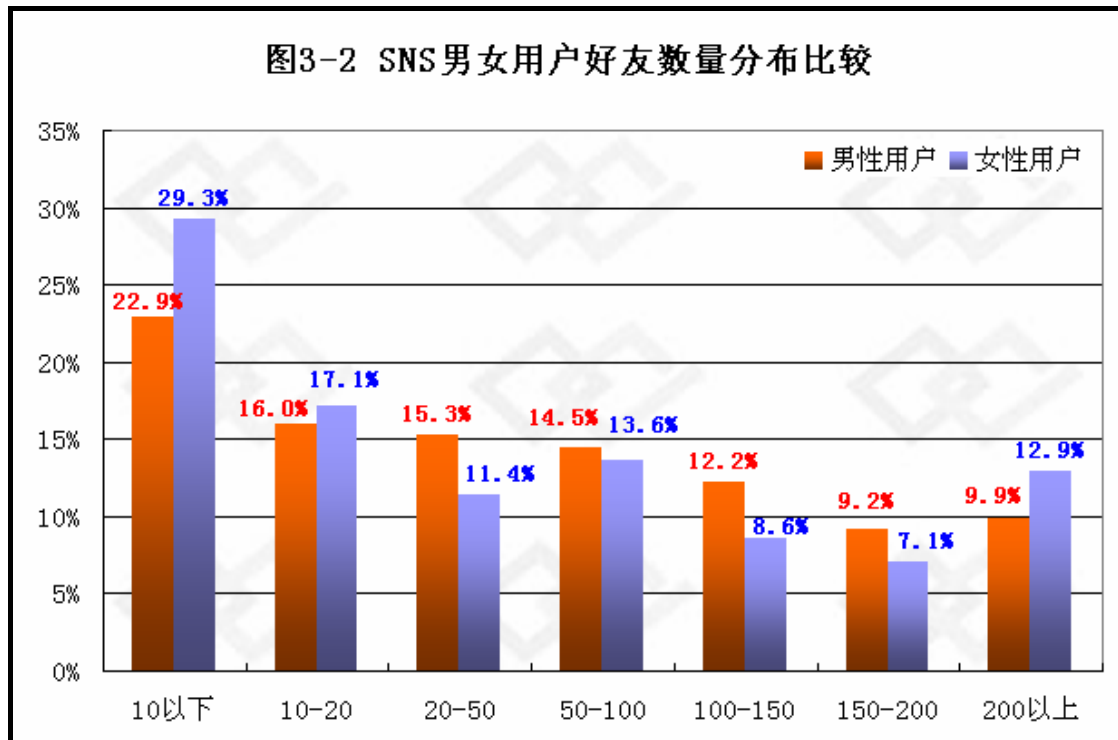


整体上，用户的好友数量分布呈阶次下降的特点。好友在 10 人以下的用户最多，约占四分之一（25.1%）；这批用户相对不太活跃，在线率较低。

7 成用户的好友数量在 100 以下；与此对应的是，有 11.1% 的用户好友数量超过 200 人。多数网站未设置好友数量上限。



考察 SNS 男女用户的好友数量分布差异情况。

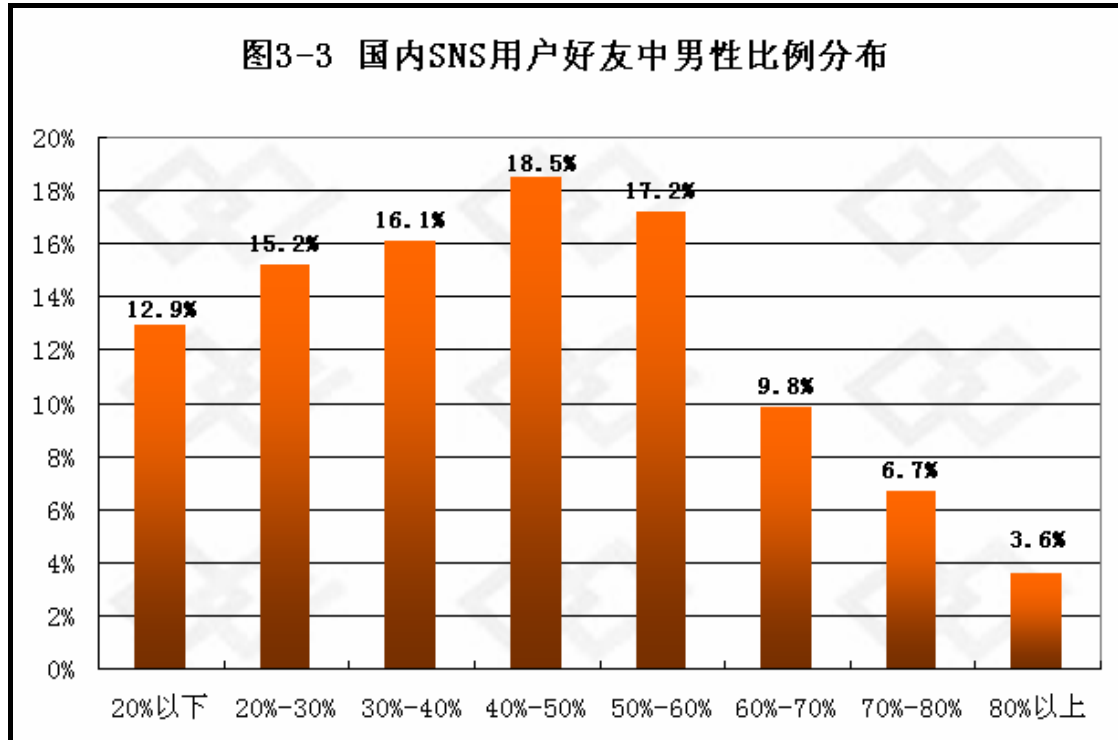


相较于男性用户，女性用户的好友数量分布向两侧偏移。好友数量在 10 人以下的女性用户占 29.3%，比男性用户高出 6.4 个百分点；好友数量在 10-20 人的女性用户比例为 17.1%，亦高于男性用户（16.0%）；而在 20-50、50-100、100-150、150-200 的分类中，均是男性用户相应比例高于女性。

好友数量在 200 人以上的比例，女性用户以 12.9% 高于男性用户的 9.9%。

3.2 用户好友性别分布状况

如图 3-3 为国内 SNS 用户的男性好友所占比例的分布情况。



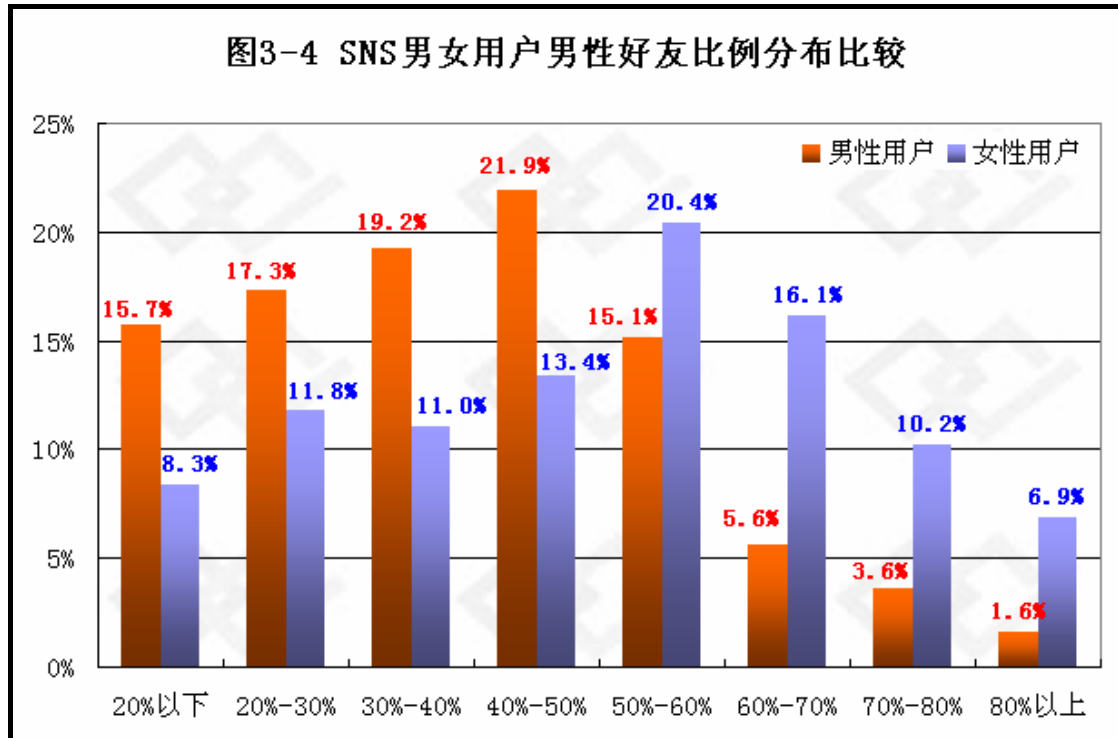
整体上，用户的好友中男性比例的分布是一个右偏正态分布，即 SNS 用户更倾向于加女性好友。

62.7%的 SNS 用户好友中女性好友多于男性好友。其中 12.9%的用户男性好友比例不足 20%；男性好友比例在 20%-30%的用户占 15.2%；30%-40%的用户占 15.2%。

分布最集中的组为 40%-50%，占整体的 18.5%；其次为 50%-60%，占 17.2%。男性比例高于 60%的用户比例锐减，高于 80%的只占整体的 3.6%。

用户好友性别分布状况与网站本身特点有关，垂直类或行业性明显的 SNS 网站中，男性用户占统治性地位，其用户的男性好友比例也相应较高。

考察 SNS 男女用户的男性好友比例分布差异情况。



男女用户的好友性别构成差异明显：男性用户的男性好友比例分布呈右偏形态，女性用户则呈左偏形态，即女性用户更倾向于加男性好友。相比之下，男性用户的好友性别分布偏度更大。

男性用户中，男性好友比例最多的类别为 40%-50%，占 21.9%；比例最少的类别为 80% 以上，占 1.6%。女性用户中，男性好友比例最多的类别是 50%-60%，占比为 20.4%；比例最少的类别也是 80% 以上，占比为 6.9%。



3.3 好友请求通过率状况

考察 SNS 用户对好友请求的通过情况，具体如表 3-1 所示。

表 3-1 考察期内国内 SNS 用户的好友通过率状况*

	男性用户	女性用户	整体用户
男性好友请求通过率	64.6%	73.2%	69.4%
女性好友请求通过率	67.8%	62.4%	

*：仅指在考察期内的好友请求通过情况，不等同于最终通过率。

SNS 用户对好友请求一般较为友善，通过率较高。本次调研考察期内，用户对好友请求的整体通过率为 69.4%，考虑到非活跃用户的登录间隔问题，最终通过率预计可达 80% 以上。

具体到男女用户间的好友通过率情况。男性用户对好友的通过率差异较小，其对男性好友请求通过率为 64.6%，对女性好友请求的通过率略高，为 67.8%。相比之下，女性用户的好友通过情况出现较明显差异，其对男性好友请求的通过率为 73.2%，对女性好友请求的通过率则为 62.4%。



免责声明：

本报告由大度博策（北京）科技咨询有限公司（简称大度咨询）制作，数据来源于对各 SNS 网站的调研监测，报告中所有数据除标明来源部分外均为独家采集第一手数据；报告中所有文字、图片、表格均受中国法律知识产权相关条例的版权保护。未经过大度咨询允许，任何组织和个人，不得使用本报告中的信息用于其他商业目的。

因调研方法、考察范围与口径与本报告所采用方法的可能不同，具体数据或与各 SNS 网站自身统计数据有所差异。本报告数据供业内研究参考，不建议作为商业决策依据，对因此带来的可能损失或风险，大度咨询不承担任何责任。

报告购买/定制调查：

大度博策（北京）科技咨询有限公司 北京

地址：北京市海淀区苏州街 3 号大恒科技大厦南座 604 室，100080

电话：010-82569748，82569776