

碎片时间 调查报告

移动社群互联时代的 注意力经济机遇



现在让你回忆一下你的一天,也许是这个模样:早晨被闹铃叫醒,第一件事是睡眼惺忪摸手机看新闻;上班的公交车上,总要腾出一只手来用手机刷个微博,找个APP玩。每天的“马桶时间”都会掏出手机,来找个游戏按两下;下了班,重复清晨上班的动作;晚上躺在床上关了灯,还要拿起手机,看看朋友圈里面又有哪些新鲜事儿。

也许你并没意识到,如今的移动互联网下,我们的生活和时间日益碎片化。哪些时间碎片化了?它给我们带来了什么?《你的时间都去哪了——凤凰网碎片时间管理调查问卷》显示,当下,我们正进入移动社群互联时代,它注定机遇无限,无论是用户还是市场,注意力经济机遇都将深刻改变我们所处的时代。



在碎片化时间里,智能手机是使用最多的产品

7成网民意识到,碎片化时间无处不在

事实上,所谓不需要特定时间去做事的时段,都属于碎片化时间。只不过,移动互联网的出现,让人们的生活更加“碎片化”,注意力更加分散。

在本次调查问卷中,我们设置了“生活类(厕所、睡觉、电视

机等)、饮食类(等餐、就餐中、聚会)、出行类(公交、出租车、购物)、以上皆是”等4个选项,帮助网民确认碎片化时间出现场景。结果有超过7成的网民选择“以上皆是”选项,选择单一场景的受调查者,最高仅一成。显然碎

片化时间无处不在。根据中国互联网信息中心发布的2014年中国互联网发展报告,中国已有5.57亿手机网民,他们是将生活中碎片化时间充分运用在网络的主力军。

移动社群互联时代,社交依旧,理财异军突起

调查中,我们再次确认,我们正身处一个移动社群互联时代。

在碎片化时间里,最多使用的产品是不出意外地落在智能手机上,其比例高于60%。单一的电子阅读、游戏产品,渐趋小众。发生在身边的情况是,公共

交通工具上,70%左右的人群会聚焦手机屏幕。

通过智能终端,人们完成了阅读、联络、游戏、学习等多项任务,这构成了新的移动社群互联场景。并且,其日益成为生活的中心场景。

同时,手机网民碎片化时间

最多参与的网上活动依然是社交,但其他活动十分多样。游戏娱乐、学习阅读、资讯都是组成部分,值得注意的是,在全民理财时代,有四分之一的受访者选择理财。社交和理财的交叉点,或是多方未来的关注点。

碎片收益仍停留在精神层面,物质性因素潜力大

碎片化时间每天长达4—5小时,并且贯穿生活始终。那人们的收益都在哪些层面?

非常遗憾的是,尽管中国网民的碎片收益多样,例如有“身心愉悦、联络社交、了解新知、学习技能”等,但多数仍停留在精神愉悦层面,真正带来经济收益的活动不多。毕竟,理财更多的是一种预期投资,难以计算在内。

不过,若是从性价比来看,物质收入因素吸引了多达60%的关注。这意味着,其拥有大量潜在蓝海空间。

另一个值得留意的维度是,所有参与调查的用户中,71%的网民年龄在18—40岁之间。吴晓波近日在上海演讲,称80后和90后,开始主导了中国的消费潮流。同样,调查意味着互联网一代,牢

牢占据着话语权和消费选择权。

手机不知不觉填补了碎片化时间,用户通过智能手机可以有更多的时间来进行社交、学习、增加收益,与之增长的就是用户越来越高的应用需求。

像一个叫Dots的游戏应用,仅仅一周下载量就超过了100万次。一个极简设计的休闲游戏,如此受到欢迎,其中最关键的一点,恐怕是游戏很好地利用了用户的碎片化时间。每一局的游戏时间只有1分钟,一分钟之内消除得分,将会记录在个人的排行榜中,同时玩家还可以与社交网络中的好友或在玩Dots的其他玩家比拼分数。

游戏只是用户碎片时间中,可以利用手机来做的事情的其中一个,还有更多类型的应用,可能出现在这样的时间段中。

用碎片换取收益在国外并不

新鲜。比如美国的“Gigwalk”,曾创造了“移动劳动力”概念。这款移动应用,事实上是将用户碎片时间收集起来,并“派发”给需要的用户,并很快风靡美国。eBay、Microsoft、Chegg和BMW这样的大公司不断加入其中。同理,很多近似思路的开发,也具备了产生互动佣金的基础。

像社交收益的路口,有家叫钱宝网的互联网公司,就在摸索移动社交“生钱”平台。

简而言之,碎片化时间调查报告告诉我们,商业和生活之间的边界会越来越小,一个移动社群互联时代的注意力经济收益,会是我们每个人的机遇。

