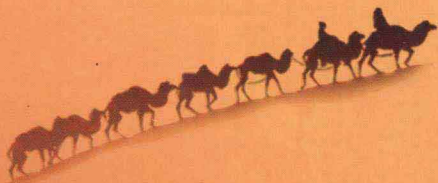




颠覆与重整

——手机人的群落与游牧

〰 刘德寰 崔凯 刘向清 等著 〰



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS



颠覆与重整—— 手机人的群落与游牧

刘德寰 崔 凯 刘向清 等著



机械工业出版社

手机已经超过电脑成为中国人接入互联网的第一终端，手机所带来的新型商业模式与生活方式也越来越成为全社会关注的焦点。本书延续了“手机人”系列以数据说话并坚持深度建模的理念，对移动互联网发声。从行业角度，以用户为核心，对移动互联网大趋势进行点评，发现手机人的新族群，并在此基础上与数十位移动互联网 App 开发者深度对话，对社会化媒体与 App 的使用进行了深入的探讨，认为当下移动互联网正处于颠覆与重整的时期。

图书在版编目（CIP）数据

颠覆与重整：手机人的群落与游牧 / 刘德寰等著. —北京：机械工业出版社，2013.7

ISBN 978-7-111-42799-5

I. ①颠… II. ①刘… III. ①移动通信—互联网络—研究
IV. ①TN929.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2013）第 122213 号

机械工业出版社（北京市百万庄大街 22 号 邮政编码 100037）

策划编辑：杨 硕 责任编辑：杨 硕

责任印制：杨 曦

北京双青印刷厂印刷

2013 年 7 月第 1 版第 1 次印刷

145mm×210mm • 7.125 印张 • 203 千字

0 001—6 000 册

标准书号：ISBN 978-7-111-42799-5

定价：49.00 元

凡购本书，如有缺页、倒页、脱页，由本社发行部调换

电话服务

网络服务

社服务中心：（010）88361066

教材网：<http://www.cmpedu.com>

销售一部：（010）68326294

机工官网：<http://www.cmpbook.com>

销售二部：（010）88379649

机工官博：<http://weibo.com/cmp1952>

读者购书热线：（010）88379203

封面无防伪标均为盗版

序

移动互联网第一阶段结束，你入局了吗？

一个月前，我在巴塞罗那全球移动通信大会的会场。在我心中，巴塞罗那是最完美的城市，有最好的艺术家、最美的风景、最好的球队、最瑰丽的建筑和艺术、感人泪下的弗朗明戈……四天展览，我早上跑步，白天会谈，晚上 Social Party，每天都在全球化语境中忙碌地吸纳各种信息，试图嗅出移动互联网大潮的新趋势。

一个月后的现在，3G 门户&GO 桌面公司 9 周年。作为国内最早一批纯血移动互联网公司中的一员，9 年的时间其实很长，长到有时我们可能会误以为行业已经成熟，自己也已经成熟，实际上移动互联网的产业格局仍在飞速地演进，当我们认为自己已经成熟的时候就是要付出代价的时刻。这种挑战只有真正的勇者才能直面。

9 周年现场，我对大家说：季节改变，非洲草原的动物大迁徙，出发渡河，可能会被淹死，被猛兽吃掉，但总算有活的可能，留在原地，一定会饿死。9 年，我们早早出发，做错过事，得过教训。三年前，移动互联网大潮涌来时，我们勇敢直面，沉着出击。今天，我们可以一边奔跑，一边对自己说一声：“我们跑在正确的方向上。”

如下为公司内部邮件上的一些分享的汇总，希望与行业同仁分享交流。

1. 开放与残忍：双雄确立的移动互联网格局

“全球化”其实不必由我、更不必现在来特别指明。让我在这次 MWC（巴塞罗那全球移动通信大会）上感触深刻的是，整个信息产业

的竞争对比，今天已经不再是在单一国家、单一地区内发生。相比传统互联网，移动互联网一个明显的不同在于，Apple 的 App Store 和 Google 的 Google Play 为遍布全世界的开发者建立了高效、有序的全球分发渠道。在此之上，无论是运营商，还是手机厂商，和我们这样的互联网软件/服务提供者，对竞争对手的关注，都已经是全球范围的。

少数几个国家，以政策、法律为壁垒，建立起了相对独立的市场，但以未来计，以全球市场看，相对独立范围内的竞争优势将被逐渐消除。如同下围棋，执著一隅，难以赢得真正的胜利。

6 年前发生的故事，大家已经很熟悉了。2007 年 1 月 9 日，乔布斯在 Mac World 面对台下惊呆的观众高调发布秘密研发五年之久的 iPhone。但 Nokia、摩托罗拉、黑莓这些传统手机制造商，和微软这样的系统供应商都没有意识到 iPhone 正在从原来通信世界看似牢固的身躯上撕开一道长长的裂缝，他们一边嘲笑 iPhone，一边错过了跟上历史的机会。只有 Google 敏锐地察觉了世界即将产生深刻变革，在同年 11 月 5 日，迅速发布收购而来的 Android。

但此刻回头再看，2007 年无疑是整个互联网世界发展的新起点。Google 和 Apple 分别用 Android/Andriod Phone/Android Pad 和 iOS/iPhone/iPad 为武器，围绕移动终端展开了一场双雄对决。战争长达 5 年之久，今天已经接近尾声。

对决的结果是，Apple 一度以超过 6000 亿美元的市值占据全球市值最大公司的宝座，Google 则凭借开放的 Android 抢夺了智能手机操作系统 75% 的份额。双雄的竞争也顺便重塑了曾经的产业格局，错过了机会的 Nokia、摩托罗拉、黑莓等传统手机巨头皆已衰落，三星、LG 等品牌则与 Android 崛起。两个对决的公司全部成为胜利者，失败的是传统硬件厂商。

一同被血洗的，还有传统互联网中没能意识到变革开始的软件和网络公司，比如微软。5 年前，对于桌面互联网而言，移动设备还只是一个补充；但今天再看，人们通过移动设备接入互联网的时间正在快速侵蚀使用桌面电脑的时间——全球 PC 出货量从去年二季度开始结束了连续数年的增长，开始下滑。毫无疑问，移动设备显然是桌面 PC 无情的替代者。稍早前 Google 宣布由 Chrome 主管接替 Andy

Rubin 成为新的 Android 掌门人，这意味着 Chrome 和 Android 的关系将更加紧密，而 Google 想借助 Chrome OS 进一步侵吞桌面互联网的意图也更加明显。

虽然我之前也说，移动互联网是一个迭代速度令人瞠目结舌的行业，每时每刻都是十字路口。但对于当前的全球市场，操作系统层级的势力版图基本已经确立。可以预见，正如桌面互联网时代 Apple 与微软所拥有的疆域一样，Google 的 Android 在移动互联网版图中已经取代了微软 Windows 的位置。Google 和 Apple 将统治移动互联网的生态底层，在未来时间里，双方的势力范围会趋于稳定。Google 老大，Apple 老二，没人会认识老三。

在巴塞罗那的时候，Firefox 发布了 Firefox OS，合作伙伴中兴的展台上，三台其貌不扬的样机风头甚至盖过许多手机新品，被媒体排队拍照。继续开发新的操作系统，背后确有产业推动力，无论是运营商还是手机制造商，都不希望看到 Android 一家独大。我相信，未来几年，手机操作系统领域，仍会有前赴后继的新冒险者，带着各种思路进来。

但操作系统维度的竞争，其根本是生态系统的竞争。iOS 建立了相对封闭的生态系统，Android 建立了相对开放的生态系统，各自完备良好，版图的瓜分接近尾声，留给后发者的机会和空间，其实已经微乎其微了。变数再难发生。

所谓移动互联网的全球化市场，就是 Google 和 Apple 这两家公司确立的市场。其他人都只是在这个格局之下寻找属于自己的位置。3 年前，我们曾在塞班系统中受重创；3 年前，我们戒急用忍锁定 Android，才有今天全球范围亿万用户规模的小成绩。这个成绩很小，却让我们在新的格局中，确立了很多好的位置。

2. 贪婪与梦想：产业链格局将被持续破坏和重整

一个月前，在 LG 的展台上，我见到了此次巴塞罗那之行最让我喜欢的应用，就是 Talk。这个应用可以在通话状态下，让通话者实时共同查看地图、分享图片，还可以在图上描画。这种充满吸引力的语音对话服务，无疑是对运营商主营业务的冲击，而且如果这一产品作为独立的互联网应用服务，显然有许多可供想象的空间，但 LG 却要全资收购

它，让它只能在 LG 的产品之间使用。

运营商、手机制造商、互联网应用服务商，产业链上的三个角色，越来越坦然地越过了彼此的边界。合约机就是运营商和手机制造商为进入对方市场而进行的一种利益交换。腾讯与香港运营商 PCCW Mobile 推出微信不限流量套餐，国内的一些在线音乐服务也与运营商有类似合作，则是运营商和应用服务商为更多的市场利益向对方的领域伸出了触手。像 DoCoMo 这样在日本产业中控制力最强的公司，无论是手机定制还是应用软件分发，甚至定制更多的应用服务，几乎是全产业链式进军。

不过从全球市场来看，巨头公司全产业链的野心无疑更庞大、更可怕。移动互联网的底层公司都在布局一盘“软硬兼施”的大棋。

表面看来，Google 是一家科技公司，然而揭开它时尚、前卫的科技外壳，我们就会看到，Google 的广告业务贡献了其收入的 90%，它收集全世界使用者的信息数据，再向他们发布广告，这样看来 Google 其实是一家广告公司。

从网络广告发展的纵向数字来看，美国网络广告市场规模从 1995 年的不足 6000 万美元增长到 2010 年的 260.4 亿美元，年复合增长率达到 50.8%，如今已成为仅次于电视的第二大广告载体，其中约 40% 都是搜索广告。但从增长曲线来看，网络广告在市场规模不断扩张的同时，增长速度正在放缓。这意味着过去支撑 Google 收入高速增长的搜索广告，增速也在放缓。未来几年，仍有许多空间可供拓展，但 Google 要想维持过去的高增长，就必须突破广告营收，向产业链的其他环节甚至其他行业渗透。

我们已经看到 Apple 和 Google 用 iPhone 和 Android 分别从硬件和软件两个方向切入移动设备领域，并成功重塑了产业格局，Apple 已经从中攫取了高额利润，随着 Android 换帅之后的商业化进程加速，加上收购来的 Moto 改造接近尾声，相信 Google 还有可能通过 Moto+Android 的方式改造 Android 阵营——刚刚狙击 iPhone 成功的三星将会面临新的挑战。手机这一领域的饱和也只是时间问题，新的互联网接入窗口还在被不断打开，iWatch 和 Google Glass 正扑面而来。人们使用手机的时间一边上升，一边被新设备觊觎。

所有的公司都在试图长大，长大的公司试图长得更大。为了长大，它可以独占一个行业的全部市场和利润，当一个市场不能满足它进一步长大时，它会毫不犹豫地杀入新的市场。Google、Apple、Amazon一直在这样做，也仍将继续做。

今年 5 月的 Google I/O 大会，相信会再次出现让运营商们和手机厂商们心烦意乱的动向。该发生的总会发生，我们这些从业者只能中流击水、迎难而上。

3. 自由与解放：移动互联网远不只在手机上

当然不会说，移动设备要超越通话工具了。

当然也不会说，移动设备要超越电脑了。

这些早在 2007 年，iPhone 重新定义手机时，就被超越过了。经过 Android 和其他手机制造商过去几年的追赶，乔布斯曾经重新定义的手机，其想象空间正在被压榨得越来越少。可以看到，iPhone 5 到 iPhone 4S 的进步与 iPhone 4 到 iPhone 3 的进步相比，少了太多令人惊叹的期待；而 Android 随着一次次迭代进化，带来的惊喜也大不如前，Android 阵营中超凡的硬件配置往往成为手机卖点也表明操作系统可供精进的空间已经有限。

现在的手机，已经需要再一次被重新定义了。要超越的，是作为一个智能手机的概念。

MWC 比起 CES 这个未来主义者，算现实主义者，对未来的想象没有那么遥远。但仍可以看到，手机已经甩开电脑，开始要领导电视方向、游戏机方向，甚至汽车的信息系统方向了。

几年前，乔布斯带领 Apple 侵入手机终端市场，随后跟进的 Google 用 Android 与 Apple 一起，在几年的时间里共同构建了全新的世界格局。就在这个新世界即将尘埃落定时，Apple 传出了 iWatch 的消息，Google 也放出了 Google Glass。

移动互联网双雄先后把目光投向穿戴式智能设备，绝非巧合，而是趋势已经在那里，它们只是顺势而动。

为什么说移动互联网不是桌上互联网的补充，而是替代者？因为移动互联网成立的根本，不是人类在离开桌面互联网之后仍有大量闲散

时间等待填充，而是移动互联网是对人的解放，能够让人脱离空间的限制，更自由地接入网络。

手机和平板解放了双脚，人们接入网络的地点不再受限于桌面，但它们显然还不是最自由的，它们依然束缚着人们的双手。佩戴手表和眼镜无疑将比手机和平板电脑更便利，以 iWatch 和 Google Glass 为代表的可穿戴设备，将更进一步打开移动互联网的时空，人类将能够在更长的时间和更广阔的空间中保持与互联网的连接。它们很有可能成为手机和平板电脑的补充，甚至替代。

我一直说，移动设备在信息世界中，将成为核心终端，一切其他终端都围绕随身的移动设备，使它成为一把钥匙，一把打开信息世界的钥匙。或者说，它更像是人类的义肢，通过这些移动设备，人类可以将自己的大脑与整个网络相连，和其他人更紧密、更频繁地沟通。如果站在更宏大的意义上说，人类正在从繁衍了亿万年的血肉之躯中加速进化，成为半人半机械的全新物种。

4. 逼迫与挺进：移动互联网中国支队在崛起

终于说到我们自己。

在巴塞罗那，我试图尽可能多地见到国外的潜在合作伙伴，而非同胞。毕竟我们在国内有大把时间可以见面。可是，无论是白天的会场还是夜晚的 Party，每天总要和同胞们有几次碰面。就像不久前我的同事曹明在《我在硅谷垦荒的 180 天》一文末尾描述的情形，在某个咖啡馆，一进洗手间，居然碰见国内熟识的老朋友。

过去二十多年，中国在全球企业的眼中，只是背后有一个巨大的市场，是一座亟待挖掘的金矿。但现在，中国在全球通信产业里，正逐渐站上技术和资本实力的舞台，开始扮演越来越举足轻重的角色。一个月前，中国移动、华为、中兴、联想这样的通信巨头在展会上占据着各自大厅最醒目的位置，它们连续举办规模宏大的发布会，佩戴着中国品牌通行证的各种肤色的人员穿梭其中。

和百度、金山的朋友晚上参加聚会，大家都急不可待地希望自己的产品能到中国之外的全球市场去获取用户，实现商业价值。

但在我看来，全球市场诱惑巨大，挑战也同样艰辛。

在 Apple 和 Google 统治的移动互联网市场中，操作系统维度已经不会给后来者留下任何机会，可以断言，任何开发新操作系统的尝试，都将因为无法建立完备、良好的生态系统而难以为继。

在手机硬件维度，则是由 Apple 和三星垄断的市场。2012 年这两家公司对全球手机行业的利润贡献竟然超过 100%，达到 106%，因为 Nokia、摩托罗拉这些厂商在严重亏损。相比之下，国产手机品牌在全球市场占得到销量却抢不到利润，实在惋惜。

此外，各大巨头横向的快速吞并将在未来蚕食今天的合作伙伴们的生意。或许此刻三星站在 Android 的肩膀上如日中天，但 Google 在今年 5 月可能就会通过 Moto 亲自下场踢球。

应用维度，可供想象的空间很大。竞争也更加激烈。移动设备的应用开发，不像电脑软件的开发，需要劳师动众。在 App Store 和 Google Play 强有力的发行渠道之上，往往十几人甚至几个人的小团队，就能开发出畅销全球的优秀产品。

移动互联网的硬件阶段，美国人和韩国人全面胜利；现在应用阶段已经展开，我们中国支队有着怎样的机会？

2010 年，我们在门户业务的基础上切入软件市场，锁定 Android，推出 GO Launcher。几百人的技术团队日夜兼程，今天已经在全球范围内拥有了亿万级别的用户。这亿万用户只是一个笼统的规模，我要特别强调的是，我们 70% 的用户在海外、在北美和欧洲，在用户付费习惯最成熟的地区。这在桌上互联网时代是不可想象的，是我们作为移动互联网中国支队的荣耀。我们看到微信、UC 这些公司和我们一样，都在国内市场的基础上勇敢出海。在移动互联网的第二轮热潮——应用阶段，中国公司能在全球范围内获取多大的市场份额？这取决于我们的判断、坚持与努力，以及我认为最重要的——想象力与勇气。这一次，我们有份参与对未来的构造。

Google 和 Apple（也许还可以加上三星）打开了移动互联网这个市场，完成了基础设施建设（手机、Pad 终端并推动运营商提升无线网络），也定义了这个市场内产品的规则和分发渠道。除此之外，我们这些移动互联网的创业者其实都是在这个大格局之下，审时度势，顺势而为，既要坚持自己，又要看清潮流，既要面对获取市场，又要

创建营收模式。这是一个残忍的市场，到处流淌着鲜血，像蛊虫一样，只有真正最强者才能浴血而生。这个市场是残忍的，但正是这份残忍才保证这个行业如此生机勃勃，才保证这个行业成为推动世界前进的最重要动力。

张向东（3G 门户&GO 桌面公司 总裁）

自序

云入半腰我自林

古人云：“海到无边天做岸，山登绝顶我为峰”，气魄恰诗般如虹，正如现在互联网与移动互联网弄潮儿的心态与创业的决心。

我不是移动互联网创业者，绝不敢“自为峰”，这也不是第一象限和北大市场与媒介研究中心的追求，我们都是研究者，是这个变动的移动互联网世界的生活者，仅仅是其中一分子，只是用专业的角度记录与体验着生活的意义，所以我大胆地改一下这个诗句的后半段：

“山登绝顶你为峰，云入半腰我自林”

这是我们真实心态的反映，我们远观着移动互联网创业者巅峰时刻的跌宕起伏、辗转腾挪、披荆斩棘，“你为峰！”而我们就是千百万移动互联网使用者的一部分，我们跟所有使用者一样，每天都在你们的产品中体会着新技术的印记与乐趣，我们在半腰，在芸芸众生中，我们就是“林”的一部分，我们的作品就是这些芸芸使用者体验的记录与分析，略微不同的一点就是我们的专业知识应用到了这些记录与分析之中。

曾几何时，调查业，尤其是咨询业指点江山、激扬文字，指导着一切，几乎为全能。需要注意：事业是做出来的，不是写出来的，也不可能是规划出来的，是在实际的工作中腾挪适应出来的，我一直认为调查业和咨询业永远都是“参谋部”，不是决策部。在北大的课堂上，我跟同学们说过一句话：

“全听专家的非死不可，不听专家的，你好不了。”

这是一种定位，也是一种心态，这是调查业与咨询业能够成长与

生存的基本意义，也是能够获得必要尊重的前提。

理解了“云入半腰我自林”，就能够理解我们这本书的基本价值，我们忠实地记录着移动互联网生活，我们用自己的专业把握着发展的脉动，我们对移动互联网的洞见也希冀着大家的反馈。批评，应该的，没有完人，没有顶级团队；褒扬，感谢，鞭策我们继续我们的研究。

从 2009 年至今，3G 门户给予我们团队坚定的、公益性的支持！没有他们的支持，我们这帮学者气的读书人没有可能完成这么庞大的研究工程，到这本书为止，我们已经完成了三部“手机人”的系列研究，分别是即将在北京大学出版社出版的《移动互联网的崛起：手机人元年 2010》，2012 年由机械工业出版社出版的《正在发生的未来：手机人的族群与趋势》和这本即将由机械工业出版社出版的《颠覆与重整：手机人的群落与游牧》，只要手机人持续变迁中，我们的作品就持续地跟进。

真心感谢张向东、邓裕强，感谢 3G 门户的所有同仁！同时也要感谢在这些年来对我们研究有阶段性帮助的机构与同仁，包括：UC、新浪微博、腾讯等等。

写这个序的时候正好赶上中国市场研究协会（CMRA，中国信息协会市场研究业分会、中国市场信息调查业市场研究分会）的《市场研究》网络杂志一百期，谨以此稿纪念！

本书的作者包括：刘德寰、崔凯、刘向清（全国市场研究协会（CMRA）网站与杂志主编）、任东瑾、李夏、刘志宇、宋怡、季飞、陈力强（成都东软学院教师）、张翕、汪玉龙、孙应杰、焦孟乔、肖轶、彭雪松，同时也感谢郝文涛、常俪、蔡融融、李凤娟、刘琪、黄恬、夏月对这项研究的贡献。

刘德寰

前言

颠覆与重整——手机人的群落与游牧

一、什么是手机人

手机人是一大类人群，是一种生活方式，更是一种在每个人身上都或浅或深地埋藏着的潜能。手机不仅仅是电话机，也是电视、相机、电脑、游戏机、音乐播放器，还是钱包、钥匙、遥控器、证件。如何使用手机，彰显着我们的偏好、个性、品味、地位，也链接起亲缘、地缘、业缘、趣缘等社会关系，更塑造着我们的形象、圈子和思考方式。手机是工具，更是宠物、密友、良师，是我们每天最早和最晚都要打招呼的精神伴侣——手机人体现的，就是这样一种“网络无处不在，手机无所不能”的精神。

延续 2011 年的研究，手机人 2012 依旧以手机为透镜关注手机人生活的方方面面，讲述社会、见证历史。在这样的思路下，我们将从以下三个方面来定义“手机人”的外延与内涵：

- ① 使用手机的人。包括日常的通信和上网人群。
- ② 在以手机为核心的“大互联网时代”，手机全面渗透到人的生活，影响人的行为。人和手机不可分。
- ③ 手机让人们真正进入信息智能社会，未来人人都是手机人。手机成为时代美学。

在大互联网时代，全民都是手机人。

移动互联网最早产生于国外，是区别于无线互联网和 PC 互联网的全新网络体系。用户能够利用手机、PDA 或其他手持终端通过蜂窝移动通信网络（2G、3G、4G）随时随地接入互联网，方便地获得互联网

上丰富的信息资源和多样的应用服务。移动互联网的终端移动性、使用方便性和内容个性化、用户草根化的特点决定了与传统互联网相比，有其独特的发展模式和发展前景。

而今，新一代的智能终端、创新的业务模式、成熟的 3G 网络、用户对信息获取的需求——这些移动互联网发展的要素正在蓬勃地发展着，万人空巷的气势不是虚夸，无限可能的未来更值得期待，一个全新的大互联网时代已经盛装来临。

在大互联网时代，智能终端发展迅速，人机交互越来越方便、多样。手机从品牌之战进入了系统之战，而厂家对于平板电脑技术的创新更是争分夺秒、紧锣密鼓。

在大互联网时代，业务模式也变得更加具有私密性、网络社会性和用户唯一性，业务与终端、网络关联增强，各种业务均需统一到同一个手机终端上——应用商店（App Store）作为全新的业务模式，将竞争变得更加国际化、更加激烈。

在大互联网时代，终端的移动性使得其使用变成了“随时随地”，而移动终端更是支持相当程度上的个性化设置，满足人们的各种使用需求。

在大互联网时代，置身其中的我们也在发生着变化。新闻太多，我们对信息的索取也变得更为主动和多样；火车太快，我们需要尽快地对一个陌生的地方熟悉起来；工作太忙，我们对于不能经常见面的亲友更加想念；感触太多，我们有着强烈的冲动要“发出声音”……每个人都在越来越不真实的时代期待着真实，期待着了解，期待着掌控。

而这一切期待都寄托在了我们的手机上——新闻太多，我们可以从微博、论坛、社区里去寻找想要的消息，我们可以对比多种信息的来源，我们也可以屏蔽不喜欢的信息源；火车太快，我们可以用地图来熟悉方位，用 GPS 来摆脱迷路，用 LBS 来寻找餐馆，让陌生感消失，让这个世界变小；工作太忙，我们可以打视频电话来和父母寒暄，上 SNS 看看校友论坛、发条语音短信来和哥们儿调侃，甚至是接收网络推荐、结识新朋友，一起聊聊共同喜欢的书籍或影片；感触太多，我们可以在 SNS、微博、即时通信平台上随时发声、发图、发视频，可以发起投票或发起话题，一个人的力量会瞬间被放大成一群人的力量，每

个人都会是新闻的记录者、事件的思考者，更是社会的变革者。

手机对于我们来说，已经成了工作和生活的必需品，成了体验和感受大互联网时代的生活方式，成了在这时代中，存在和证明我们存在的方式。在这个时代，每个人都是手机人。

二、手机人的意义

“手机人”项目是一个持续性的研究。项目自 2009 年开始以来，陆续提出“熟女”引领风潮、手机联系“半熟社会”、手机重新定义黄金时间等概念，在行业内外产生了一定的影响力，与此同时还参与了多场主题演讲、访谈和讨论。

“手机人 2011”采用社会学、传播学等学科的先进研究方法来探索“手机人”社会生活的本来面目，调研从手机使用者的角度切入，全面覆盖产业发展变迁与手机网民的行为及态度，研究成果包括全景产业趋势与手机人族群趋势两个层面。报告针对移动互联网发展方向和微观趋势做出了深刻的解读和专项研究，希望透过体察细微的趋势脉搏，找出那些影响社会行为的人或机构尚不能满足的潜在需求，让社会各界全面理解移动互联网，看到信息社会的趋势。“手机人 2011”的研究成果以《正在发生的未来：手机人的族群与趋势》出版，得到了行业内外一定的关注，包括多家媒体在内。腾讯网在读书频道对其进行了连载。该书有幸成为移动互联网从业人士的重要参考书之一，新华读书网发布了主题书评《手机人的“蝴蝶效应”》，此外阿里巴巴、和讯等网站也进行了相应报道。

“手机人 2012”与此前的研究体系在方法和风格上都保留了一定的连续性，同时试图在移动互联网和大数据的大背景下提出新的观点，加入新的研究思路。其中定量与定性两种研究方法相辅相成，研究结果的呈现更加立体和饱满。

三、研究方法

1. 深描式分析法

“深描”一词最早来源于人类学家吉尔伯特·赖尔对男孩“眨眼

睛”与“挤眼睛”的解读，后被美国人类学家格尔茨运用并创立了文化阐释学。格尔茨在 1973 年《文化的解释》一书中提出了“深描”的观点，以民族志为基础，通过深入他者文化之中的深描，用以了解一定文化中的象征体系对人们的观念和社会生活的影响^①。本书所采用的深描式分析法由北京大学刘德寰教授携研究团队于 2010 年提出，深描式结构分析法将人类学的“深描”一词引入定量数据建模之中，在保持定量研究较高的信度、效度等优点的前提下，改进了定量研究将社会现象、社会事物简单化、线性化的缺点，以期以人类学深入、立体的视角与洞见来“深描”手机人社会。

深描式分析是在前人研究的基础上利用 SPSS 数据分析软件实现的数据建模，主要以多元线性回归和 Logistic 回归的方式完成。深描式分析法的重点在于“多维度”与“深入”，以具体的连续性行为或是否类型的行为作为因变量，以个体的基本属性、态度倾向及相关基本行为习惯作为自变量，通过构建变量的关系探寻所分析变量之间的逻辑关联。这种分析方法不仅可以通过多维度的方式洞察各变量间的逻辑结构与影响关系，还能通过不同维度间的组合及相互影响将每一种关联深入与细化，使数据线上的每一个点都更加精确地反映真实的用户特点，同时从整体上反映出用户的变化趋势。

同样是出于解释因果或相关关系的目的，与深描式分析不同的传统模型，如列联表、详析模型、AMOS 结构方程等，只能描绘线性逻辑关系，容易掉入数据陷阱中。以详析模型为例，典型的变量关系可能属于条件关系，输出结果除了简单表格外没有其他，因此只能被称为一种描述形式，而不足以构成分析。分析是高于数据的层次，是对规律性和发展趋势的找寻。

此外，就趋势研究而言，线性模型对于 1%或 0.1%层级的小比例关注不足，而事实上，恰恰是小部分人体现着新的趋势，甚至是社会变革的力量。因此，小群体是不容忽视的。深描式分析能够准确捕捉到这些人群，并进行详尽的描述，创造新的洞察。

更重要的是，深描式分析也为定性研究与定量研究的融合提供了

① 格尔茨：《文化的解释》，译林出版社，1999。