



中国互联网经济白皮书：解读中国互联网特色



随着中国互联网近期一系列具有里程碑意义的发展，中国和美国已经成为驱动全球互联网发展的双引擎，然而中美互联网市场在很多方面又迥然不同。洞察中国互联网的**特色**及其背后的深层次原因，对互联网企业未来的发展具有重大的指导意义。

今天（9月13日），波士顿咨询公司（BCG）携手阿里研究院（AliResearch）、百度发展研究中心、滴滴政策研究院发布最新报告《中国互联网经济白皮书：解读中国互联网特色》。》》》[点击下载报告全文](#)

报告首次将中国与美国的互联网行业特征从市场、用户、竞争格局等各个方面进行了全面对比，系统梳理了中国互联网行业在发展过程中所呈现出来的“中国特色”并对其背后深层次的原因进行了剖析。

报告指出，中国互联网经济整体呈现出三大显著中国特色：

大而独特：中国 7.1 亿网民相当于印度和美国的总和，互联网程度深，eGDP 高达 6.9%，互联网巨头和独角兽在规模和数量上已与美国企业并肩世界前列。

但中国互联网市场结构与美国相比又差异显著，电子商务和互联网金融占比明显较高，互联网用户更年轻、更草根、更移动以及更“喜新厌旧”。

快速发展：中国互联网增长速度全球第一，且仍然有较大增长潜力；中国互联网新应用和服务的普及速度快，诸多新兴应用在中国的渗透速度都远远超过了美国，比如移动支付规模已达美国的 70 倍。

活跃多变：中国互联网经济活跃度高，波动也较大。服务和应用变化节奏快，互联网行业风口现象更明显，高峰期企业数量更多，企业平均寿命更短，相应地，也更加容易造就一夜成名。

让我们先通过这个精简版 PPT 对四方合作的研究成果一睹为快吧！



滴滴政策研究院

解读中国互联网特色

报告发布会精简版

二〇一七年九月十三日，北京

THE BOSTON CONSULTING GROUP

前言

背景：不断吸引全球目光的中国互联网



来源：文献阅读；BCG分析。

THE BOSTON CONSULTING GROUP

中国、美国俨然已成为驱动世界互联网发展的双引擎。但两者互联网市场的特点又迥然各异

本报告旨在揭示中国互联网的“中国特色”，并探讨其中国特色背后的原因

本报告是波士顿咨询公司与中国领先互联网企业阿里巴巴、百度和滴滴深度合作共同成果。我们期待以此激发对中国互联网发展的更多思索和探讨

目录

前言

中国互联网概览和特色

- 市场特色
- 用户特色
- 竞争特色
- 中国特色总结

对中国互联网特色的思考

- 迷思一：为什么迄今为止中国互联网在如此庞大的体量上还能够取得快速发展？
- 迷思二：为什么中国互联网异常活跃多变？
- 迷思三：中国互联网的关键成功要素是什么？
- 迷思四：未来中国互联网的特色会不会有所变化？
- 迷思五：中国特色的互联网企业逐步向海外发展会带来什么影响？

THE BOSTON CONSULTING GROUP

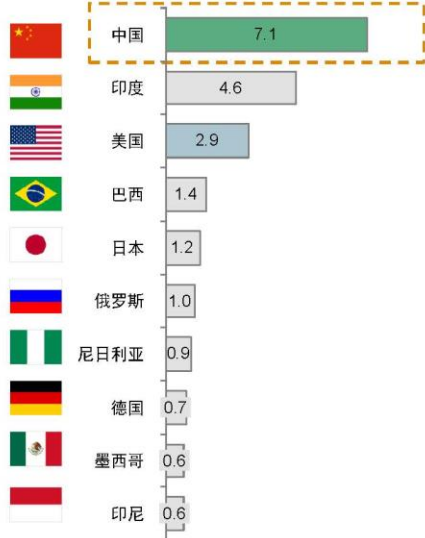
市场特色

规模：中国已成为全球最大的互联网市场之一

中国网民总数已居世界第一，互联网消费规模居世界第二

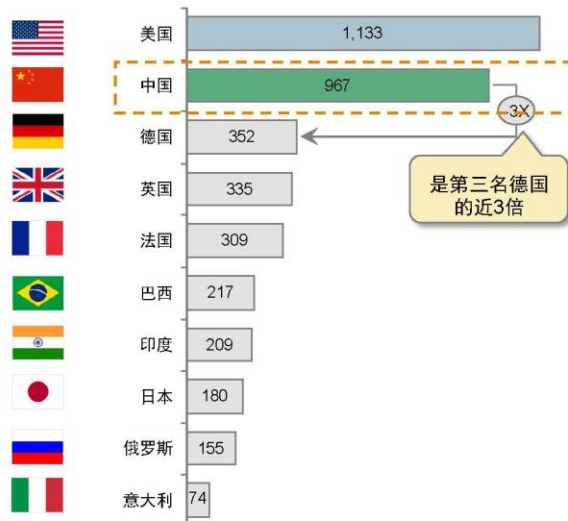
中国网民总数相当于印度和美国的总和

2016世界互联网用户排名前十国家（亿人）



中国互联网消费规模全球领先，已比肩美国

2016世界互联网消费排名前十国家（十亿美元）



来源：CNNIC；Internet Live Stats；BCG分析。

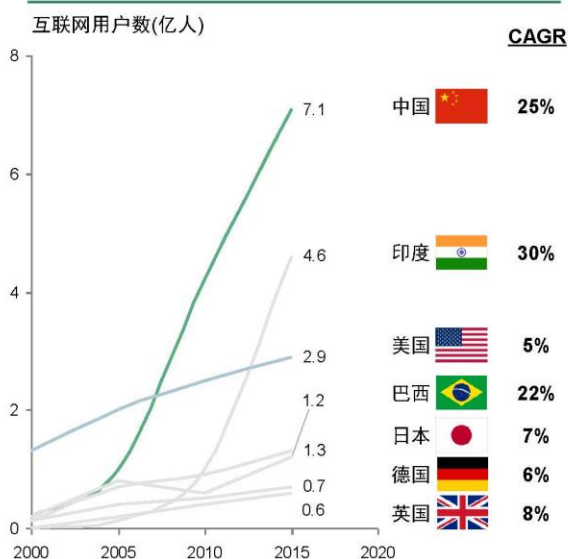
THE BOSTON CONSULTING GROUP

市场特色

增长：迄今为止中国互联网市场增长迅猛

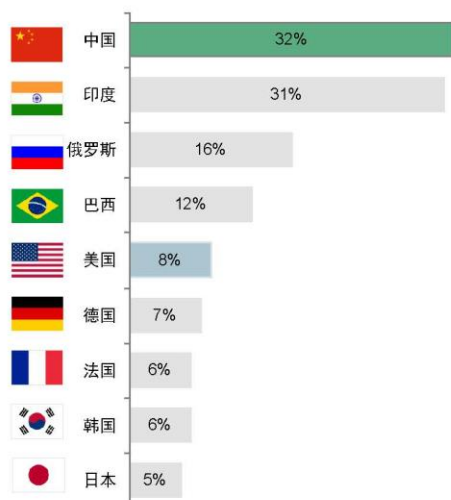
网民总数与互联网消费都保持高速增长

过去15年中国网民数量的复合增长率高达25%，全球第一



过去5年中国互联网消费的复合增长率高达32%，领先于世界主要国家

2012-2016部分国家互联网消费年复合增长率



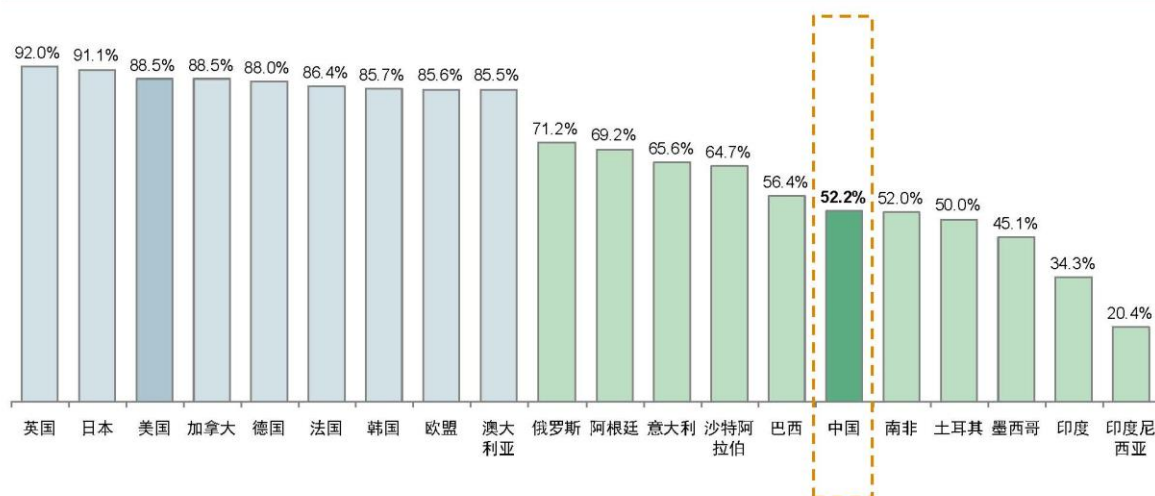
来源：CNNIC；Internet Live Stats；BCG分析。

THE BOSTON CONSULTING GROUP

市场特色

潜力：虽然增长迅速，但中国互联网用户普及率在G20集团仍位居中下，显示未来巨大的增长潜力

G20国集团互联网用户普及率（2016年7月）



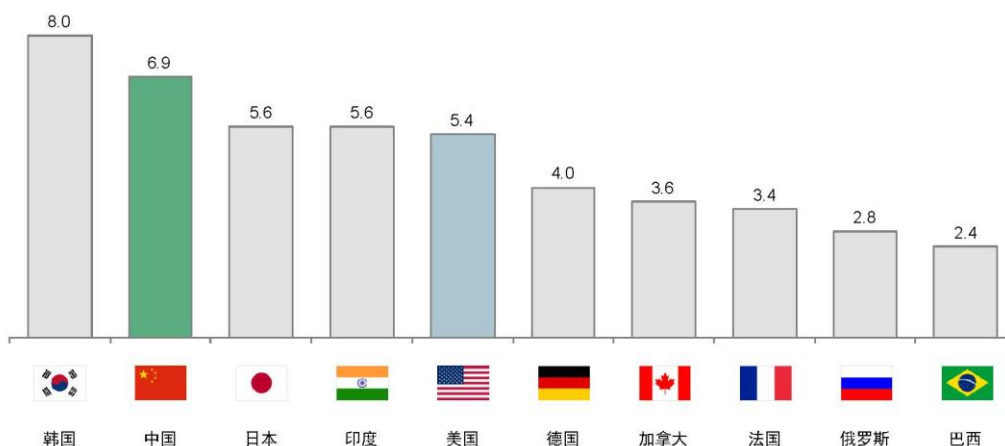
来源：Internet Live Stats。

THE BOSTON CONSULTING GROUP

市场特色

互联网化程度：中国经济互联网化程度高，eGDP比例达6.9%，位居全球领先地位

世界各国eGDP：互联网GDP在总体GDP中的占比（%，2016）

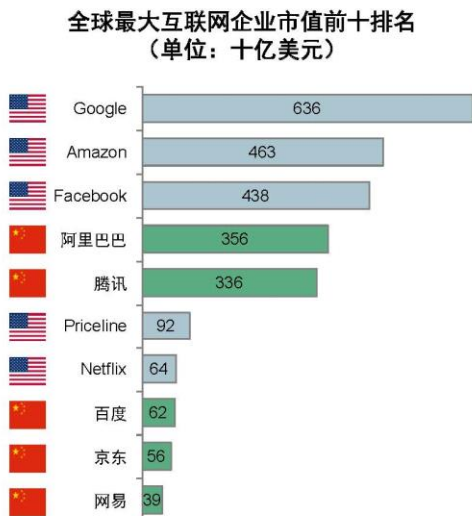


注：eGDP是BCG主导开发的衡量互联网经济规模的指标，在2012年BCG和Google联合发布的《The Connected World – G20国互联网经济》系列报告中首次使用这个概念。计算方法包含互联网零售、接入、设备相关的消费、投资、政府支出和进出口。韩国、印度排名高的原因主要是ICT设备相关的进出口产值高，如果将这部分排除不包含在计算内，则中国排名第一（6.4%），韩国降至第三（5.8%），印度降至第八（3.2%）。
来源：国家统计局；BCG分析。

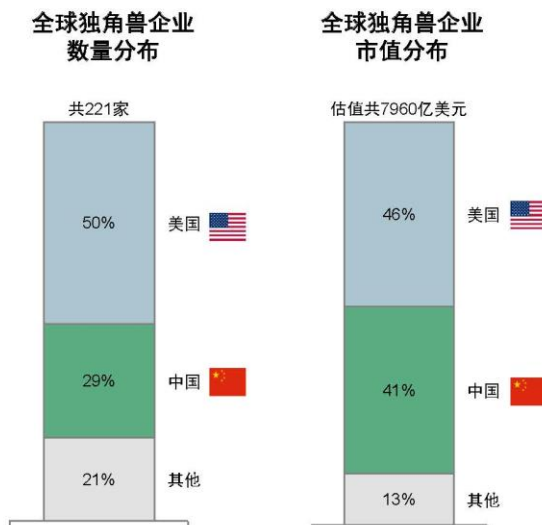
THE BOSTON CONSULTING GROUP

影响力：中国互联网企业在全球的影响力越来越大

中国在全球十大互联网上市公司中
占据五席（截至2017年6月30日）



2017年，中国独角兽企业数量占全球的
近三成，市值占全球独角兽企业的41%



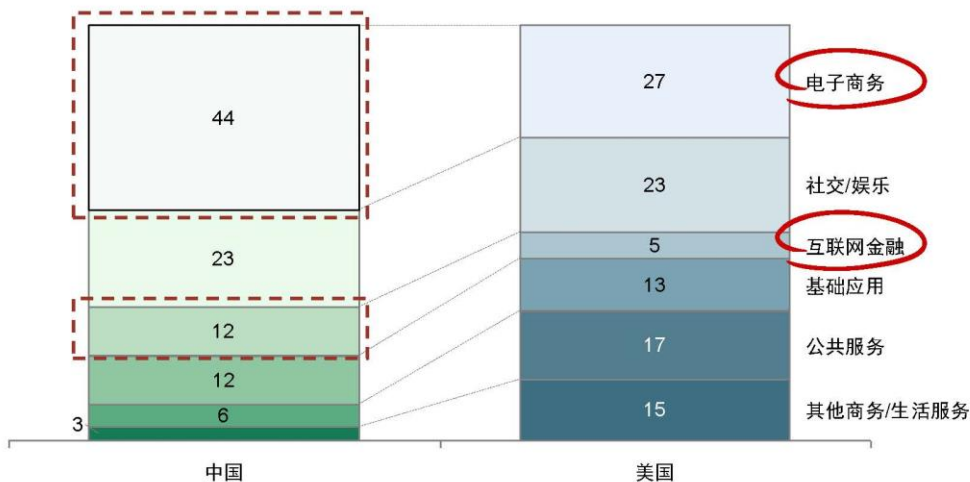
注：统计样本包含达到10亿美元估值的中国独角兽企业63家、美国独角兽企业112家。
来源：CrunchBase；BCG分析。

THE BOSTON CONSULTING GROUP

市场特色

市场结构：中国互联网各板块中，电子商务和互联网金融的占比显著大于美国

2016年中美互联网销售规模各板块占比（%，估算值）



注：各板块依收入口径统计和估算；互联网金融中的支付与其他互联网交易有重合。
来源：eMarketer；易观国际；艾瑞；公司财报；Forrester；BCG分析。

THE BOSTON CONSULTING GROUP

目录

前言

中国互联网概览和特色

- 市场特色
- **用户特色**
- 竞争特色
- 中国特色总结

对中国互联网特色的思考

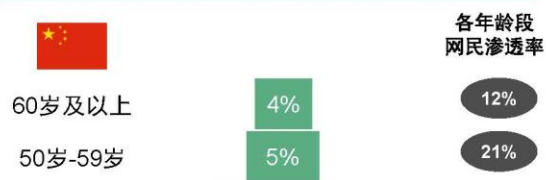
- 迷思一：为什么迄今为止中国互联网在如此庞大的体量上还能够取得快速发展？
- 迷思二：为什么中国互联网异常活跃多变？
- 迷思三：中国互联网的关键成功要素是什么？
- 迷思四：未来中国互联网的特色会不会有所变化？
- 迷思五：中国特色的互联网企业逐步向海外发展会带来什么影响？

THE BOSTON CONSULTING GROUP

用户特色

用户特征：中国互联网用户更年轻，网民平均年龄比美国小14岁

2016中国网民年龄结构分布



2016美国网民年龄结构分布



预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_38098

