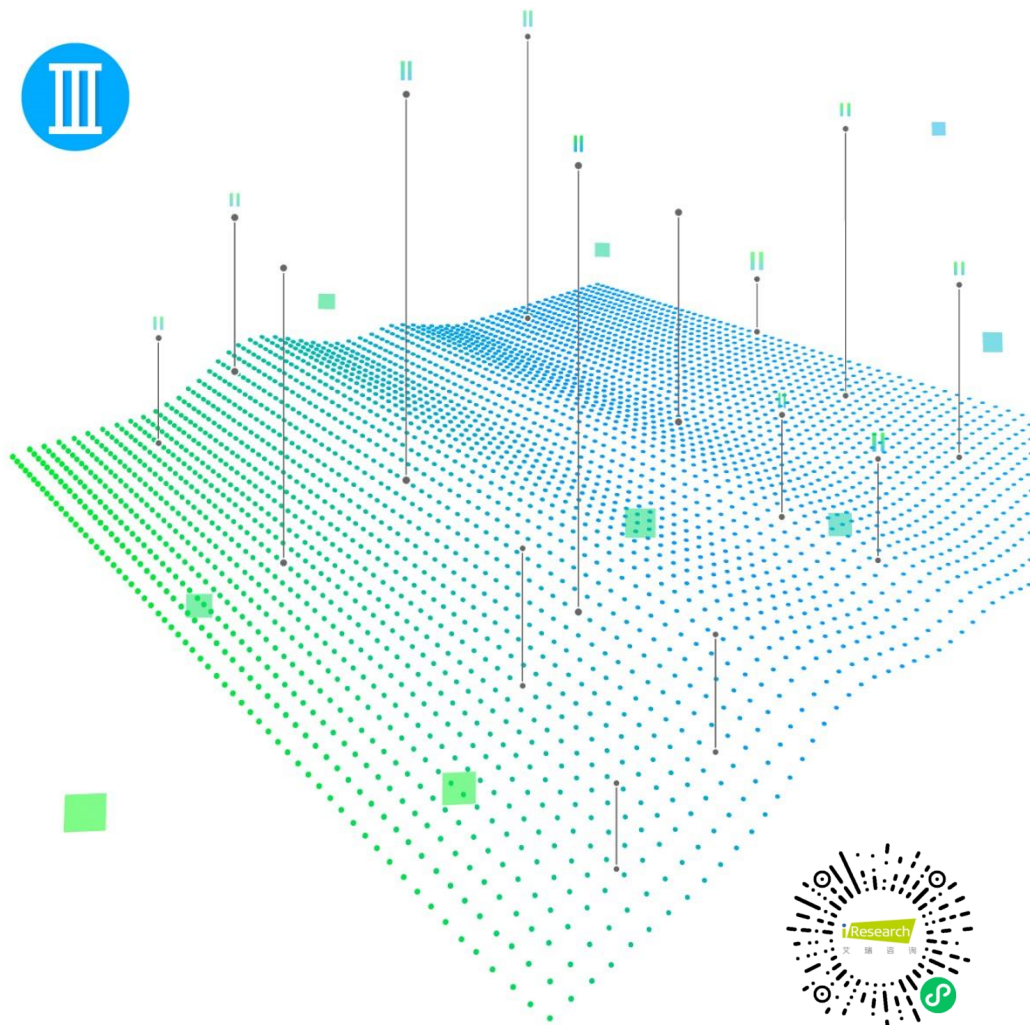


润物有声 III

2019 Annual Report

中国互联网发展全瞻

艾瑞咨询出品 / Produced by iResearch



“因为相信，所以看见”

过去的一年是错综复杂、充满变革的一年，互联网红利不再明显的背后，有人登场、有人退出、还有人旁观，无论怎样，过往皆是序章。

但在快速变化的节奏里却横卧着整个行业进步的灵魂，优秀模式对三四线市场的破局、互联网思维对传统产业的赋能、持续技术投入为所在赛道带来的创新，以及打破常规者在实现企业内部整合和打通上所做的种种努力，动人而伟大，美好又新奇。

或许，对于身在互联网洪流的个体而言，有些进步是看得见的旗帜风帆，有些则是不被看得见却能稳固自身发展的引擎动力。如果回顾整个互联网的发展历程，会发现今天的转变似乎都曾与我们打过照面，但今天的进步是在向更好、更成熟的综合化、智能化和人性化靠近。而这种种进步，与人无暇的追求有关，与人对技术更加深刻的理解有关，还与人和人之间更加合理而正确的共振有关……

互联网走到今天，已是执手相看，一眼千年。它变成基础设施，润物有声，细雨芊芊。每一个行业里的微小创新都是互联网在与我们会面，也会经常出来给我们一些考验。但那些始终相信世界会变更好的人似乎更勇敢地去捕捉或创造市场规律，因为他们相信人类的想象力走得比互联网快，相信更有意义的事情会发生，相信更好的自己会来到，“因为相信，所以看见”。

举足轻重

互联网产业宏观环境变化

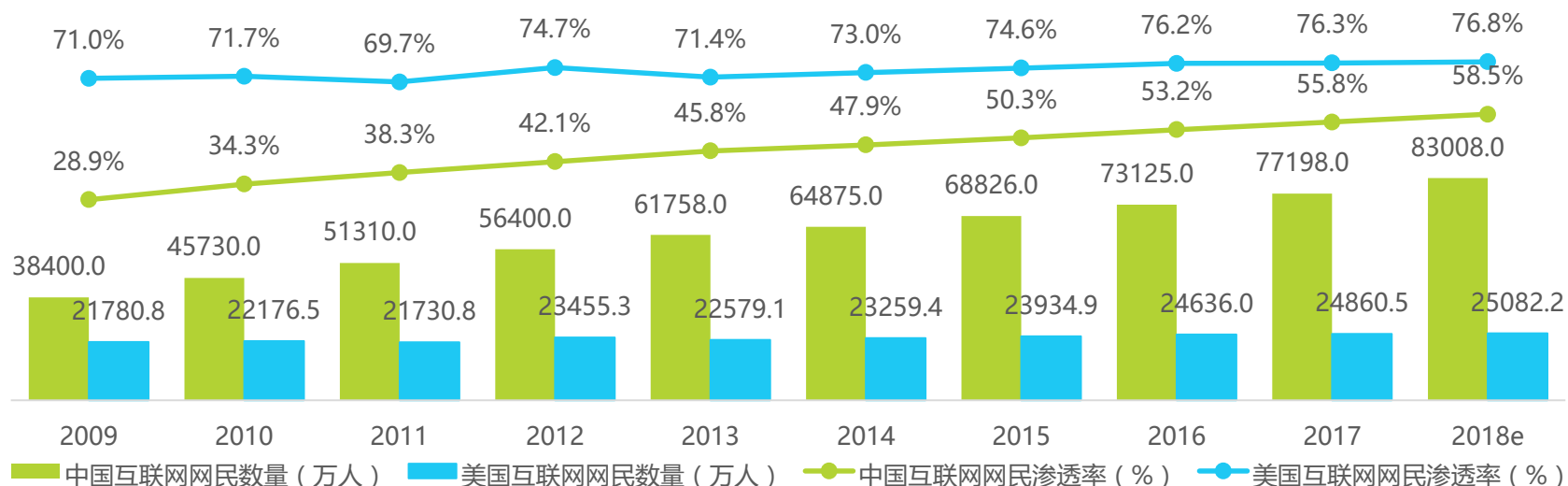


中美网民规模及渗透率对比

中国的人口红利在互联网领域尚未完全消化

近十年中国互联网网民数量快速增长，网民数量十年复合增长率达到8.9%，超过这段时间中国的GDP平均增速；相较之下，美国网民数量缓慢增长，网民数量十年复合增长率为2.6%，甚至在某些年份网民数量出现负增长。2018上半年中国互联网网民数量增加2968万，其中手机网民数量增长3509万，可见现阶段中国网民数量增长主要来自与人口红利以及智能手机的大范围普及。一旦人口红利枯竭，网民数量将主要由经济形势决定。随着网民数量的增长，中国互联网网民渗透率也在逐年增加，由2009年的28.9%提升至2018年的58.5%，若参考美国76.8%的渗透率，中国互联网渗透率尚有18.3%可以提升。可以预见，未来中国网民增长主要来自与三部分群体：新增人口、偏远地区人群以及老年群体。因此紧紧抓住这部分群体需求的公司，业务规模将会持续增长。中国网民渗透率接近天花板，这也是众多互联网巨头2018年在To B领域重点布局的原因之一。

2009-2018年中美互联网网民数量及渗透率对比



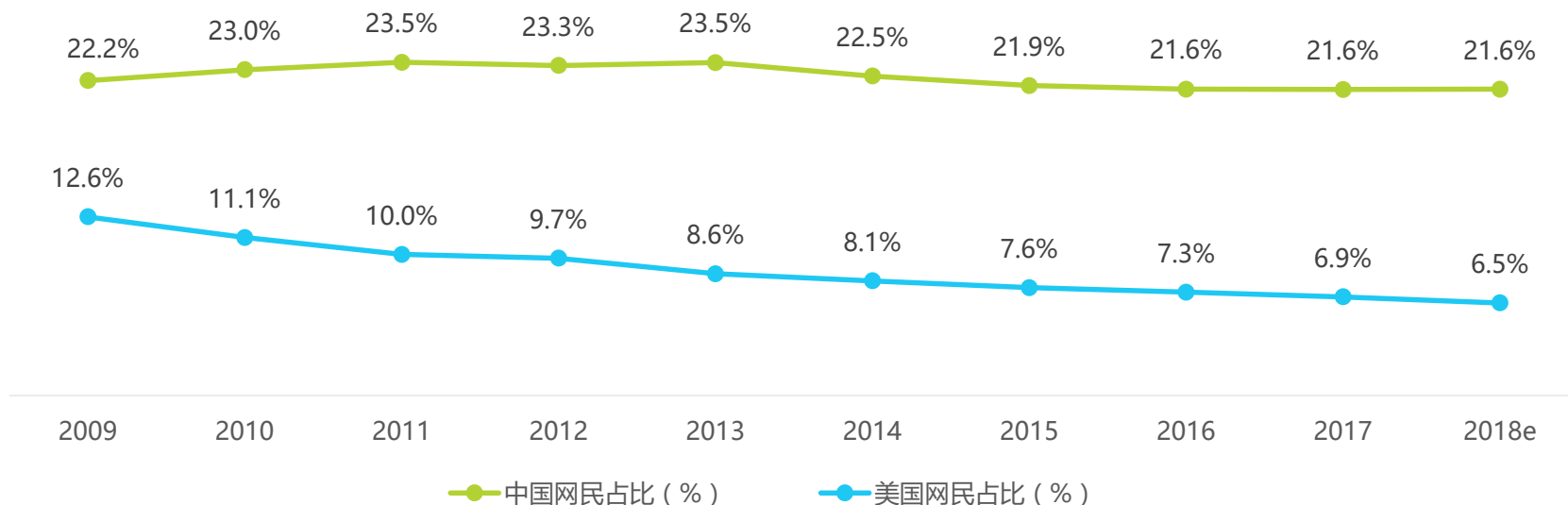
来源：中华人民共和国互联网信息中心，世界银行，ITU。

互联网发展对世界的贡献

本地化处理将成为网络发达地区诸多公司探索的重点

从2009年至今，美国互联网网民在全世界网民中的占比持续下降；相较之下，中国互联网网民在全世界网民中的占比虽然略有起伏，但总体上开启了下降的阶段。可见未来全球互联网网民的增长来源主要是非洲以及南美地区的第三世界国家。在这一大背景下，作为世界经济体量最大的美国以及拥有全球最多互联网网民的中国未来（或现在）必然会把自已的互联网技术、产品以及商业模式向这些国家和地区进行输出。因此产品和商业模式的本地化处理将成为中美诸多公司探索的重点。与此同时，中国互联网用户规模快速发展的过程中，用户教育的模式、挖掘用户潜力和价值的手段以及面对如此多用户的技术和管理经验为全球互联网经济的发展提供了借鉴意义。

2009-2018年中美网民数量占世界网民的比例



来源：中华人民共和国互联网信息中心，世界银行，ITU。

互联网产业的发展与渗透

个人科技产品的普及在产业改造之后

至今为止，随着互联网产业2C的流量市场与商业机会接近天花板，同时伴随着AI、区块链、大数据、云计算、5G等技术的发展与突破，技术之间的相互取长补短实现了大数据作为生产资料、算力作为生产力、区块链作为生产关系的科技矩阵。多元科技融合将优先服务于G端与B端产业，一方面原因是G端与B端的产业矛盾存在多年，技术改造需求强烈；另一方面，C端的服务所需要的高并发性能、低价硬件成本等条件目前技术无法满足。

互联网产业的渗透与发展

在信息互联网产业的早期，出现了许多可以改变甚至颠覆人类沟通、生活及获取信息方式的产品，但这些产品刚问世的时候，没一套明确的商业模式，行业中存在着一个共识：流量为王。信息互联网创业者在享受着本土流量的蛋糕，随着行业的发展，逐渐产生了“广告、电商、内容付费、（会员）服务付费、直播”等主要流量变现的商业模式。

多元科技融合的2B服务是以大数据作为生产资料，利用AI等技术强化生产力，并利用区块链技术优化或重塑生产关系。**首先实现的是机器替代人力**，降低用人成本、传统供应链工作效率低效等不足；**随着技术的深入发展**，“智能化”将走进各行各业，如智能制造降低定制化服务成本；智能安防实现高精度人脸识别，通过链上访问公安信息库，快速确定作案人身份等应用

信息互联网
(本土2C渗透)

产业过渡期
(全球化2C渗透)

多元科技融合
(2B渗透)

多元科技融合
(2C渗透)

随着本土流量增速逐渐放缓，中国也出现了阿里、腾讯等各领域的产业（流量）巨头开始进军海外流量市场。与此同时，一方面出现了共享单车、共享充电宝这样“信息互联网+物联网”的新模式，为共享经济增添了新的创业内容，也成为多元科技融合的雏形；另一方面，优秀的互联网公司纷纷投入前沿科技的研发。

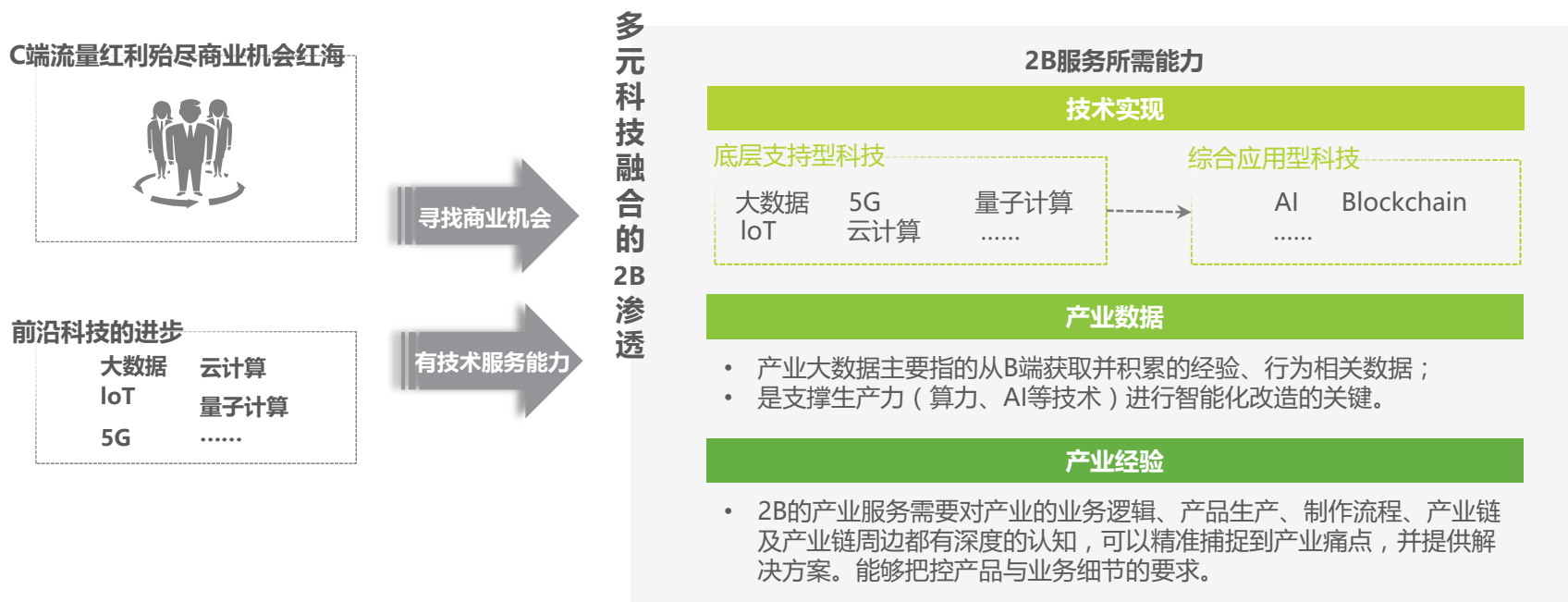
当多元科技融合服务于2C的客户端时，智能、可信将成为主要的用户体验。人机交互方式会发生改变，硬件设备、三维呈像、VR/AR视觉体验及生物芯片都是人们正在尝试的方向。**多元科技的2B与2C的融合发展存在一定的交集，不会存在较长的过渡期。**

双向促进产业互联网的发展

信息互联网的2C渗透与多元科技融合的2B渗透

得益于大数据、云计算、区块链、智能终端以及网络通信等技术的进步，为制造业或工业、金融、医疗、交通、零售、城市建设与管理、政府及事业单位等各行各业提供了**突破信息互联网服务局限**的新型科技产业形态。在过去人们所经历的信息互联网产业变革中，存在信息服务边界，因此，诸如教育、医疗、制造业等对打破信息不对称需求不强烈的行业，并没有受到较大的影响。而前沿科技服务于B端产业除了需要成熟的技术手段外，还需要拥有生产资料，即产业大数据，以及拥有产业经验与产业认知的团队。**科技公司没有足够的产业经验是当前的主要矛盾**，在将技术与业务结合时，经常会出现需求相悖的情况。因此，**懂行业、懂业务的科技公司未来将会更具行业竞争力**。

多元科技融合2B渗透的需求推动与所需服务能力



来源：艾瑞研究院自主研究及绘制。

优秀的互联网公司积极布局前沿科技

前沿科技的布局实践方式：自身研发为主，投资布局为辅

优秀互联网公司在结合自身业务的条件下，积极展开了在AI、区块链、物联网、云计算与大数据等科技领域的布局与落地实践。除了自身的技术积淀外，投资布局也是各科技公司的战略之一。我们以百度、阿里巴巴、腾讯及京东为例，对其前沿科技的布局展开介绍。

BATJ前沿科技的主要布局及实践情况



【人工智能】

百度大脑、百度云、智能驾驶、智能生活和智能城市业务的综合布局；百度大脑拥有近3000项核心技术专利，超4000亿服务调用量；从芯片到深度学习框架、平台、生态的AI全栈技术布局；覆盖汽车、城市建设、智能家居等多个领域。

【区块链】

百度发布超级链操作系统，推出图腾、度宇宙、推动百科上链、推出大闸蟹区块链溯源小程序，与北京互联网法院共建天平链等。

【物联网】

天工智能物联网平台：提供设备接入管理、数据存储分析、设备安全关键基础能力，覆盖智能制造、智能工业、智能



【人工智能】

依托阿里云、达摩院实现图像识别、语音交互等面向300多个场景的130多款细分产品；ET城市大脑、ET工业大脑将AI在各行业落地。

【区块链】

普华永道合作跨境食品溯源；支付宝爱心捐赠、天猫进口商品溯源；支付宝和Gcash合作跨境支付等

【物联网】

物联网云管边端全链路布局，覆盖智慧城市、智能人居、智能制造、智能农业



【人工智能】

(1) 优图实验室：拥有超过700项全球专利，日均超过30亿服务调用量；(2) AI开放平台：已开放100余项AI能力接口，日调用量过亿；(3) AI加速器：2000余项目中筛选出65个项目，总估值达395亿。

【区块链】

腾讯云TBaaS；可信区块链TrustSQL平台；与万向区块链、矩阵元等公司联合发布BCOS；开发中国第一张区块链发票等

【物联网】



【人工智能】

设立了AI 开放平台、AI 基础研究、AI 商业创新三个主题研究方向；在金融科技、智能物流、智能消费、智能供应、对外赋能五方面进行布局；服务于电商、物流、金融、零售、时尚、公共事务、智能硬件七个场景。

【区块链】

京东“智臻链”区块链服务平台，支持企业自建BaaS平台；京东区块链防伪溯源平台已接入超过500家品牌商，覆盖3.5万个SKU，12亿条溯源上链数据。

【物联网】

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_21147

