

# 中国网络经济年度洞察报告 ——简版

2018年



海量行研报告免费读

## 用户

- ◆ 目前移动端单机单日上网时长接近三小时，为PC端两倍。
- ◆ 视频、游戏、阅读等泛娱乐网络服务占据用户大量时间，发展型经济下网民精神消费需求扩张。
- ◆ “有趣”、“能省钱/赚钱”类需求催生下沉式发展机会。

## 营收

- ◆ 2017年中国网络经济营收规模36556.8亿元，同比增速42.5%，市场逆境回温。
- ◆ 目前C端营收贡献率近三分之二，未来B端占比将提升至四成。
- ◆ 消费、互金及文娱赛道合计占据网络经济超四分之三的份额。

## 典型赛道

### 娱

- ◆ 2017年，文化娱乐赛道中，网游、动漫、视频、直播、网文等行业规模分别达到2374.4、1536.0、725.9、440.6、117.3亿元。
- ◆ 2017年，知识服务、短视频、泛娱乐直播等行业同比增速分别达到287.9%、183.9%及92.8%。

## 典型赛道

### 金

- ◆ 2017年，互联网金融赛道中，网络信贷余额、网络资产及第三方支付综合支付规模分别达到2.2、3.5和154.9万亿元，同比增速63.7%、25.6%和44.3%。
- ◆ 模式创新是互金行业生存根本，遵循大数原则的社会认知改变是企业品牌价值积累的核心。

# 概念界定

## 本报告聚焦于以互联网为基础的狭义网络经济口径

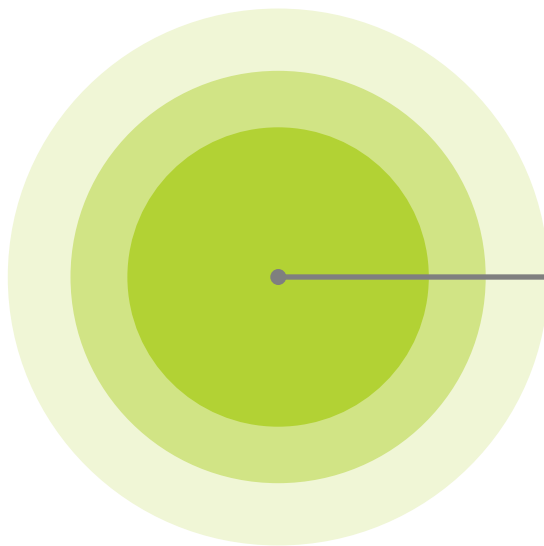
### 2018年中国网络经济口径梳理

#### 1/国民经济

一个现代国家范围内各社会生产部门、流通部门和其他经济部门所构成的互相联系的总体。包含实体经济与虚拟经济。

#### 2/数字经济

随着信息技术革命发展而产生的一种新的经济形态，包括以信息产业为主的**基础型数字经济层**，以信息资本投入传统产业而形成的**融合型数字经济层**，体现信息通信技术带来全要素生产率提高的**效率型数字经济层**，以新产品新业态形式出现的**新生型数字经济层**，产生社会正外部效应的**福利型数字经济层**。



#### 3/网络经济

**狭义网络经济口径特指以互联网为基础**，依托各类信息技术整合信息资源，并通过经济主体内外部信息网络进行动态商务活动而形成的经济形态。

百舸争流：中国互联网典型发展特征分析

1

庐山不识：中国网络经济规模及结构概览

2

竹外桃花：核心互联网赛道发展情况分析

3

网络媒体

1

文化娱乐

2

消费生活

3

互联网金融

4

教育服务

5

医疗服务

6

交通服务

7

企业服务（云服务）

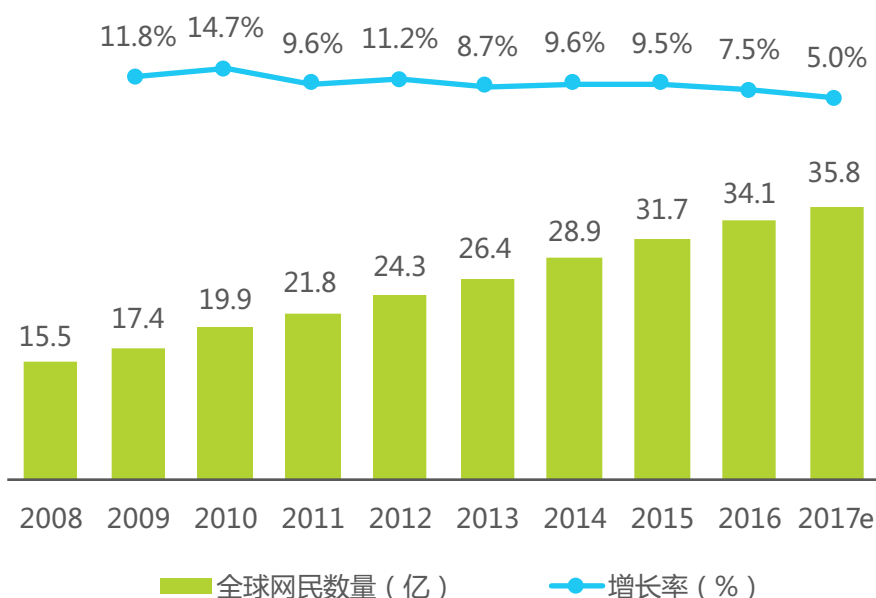
8

# 互联网成为基础设施

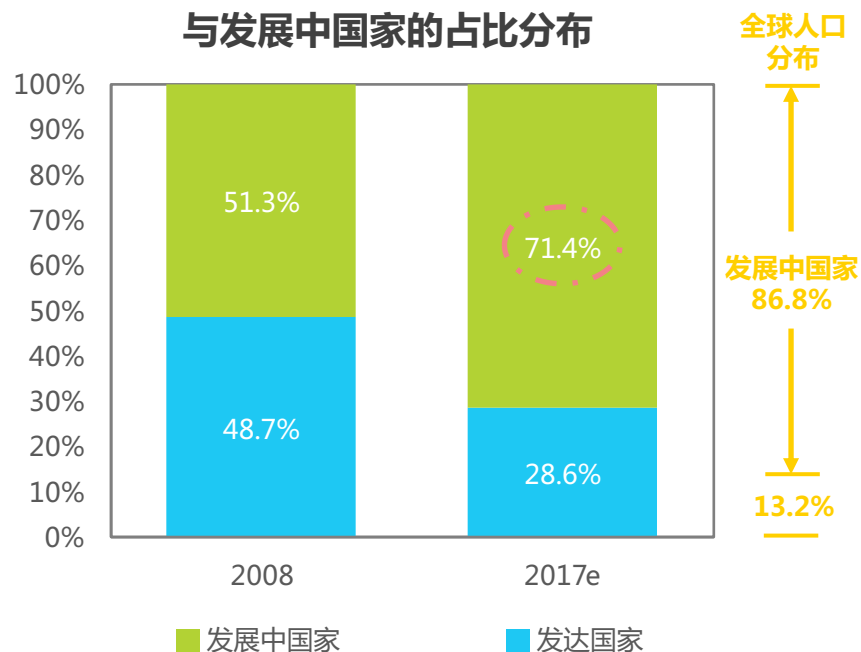
## 全球网民增速减缓，网民分布与人口结构相趋近

2017年，全球网民规模接近35.8亿，与2008年相比，涨幅接近131%，复合增长率则约为9.7%。纵览互联网全球发展历程，伴随着其渗透率的提升，网民规模的增速也在持续放缓。而聚焦全球网民的地域结构可以发现，发展中国家与发达国家网民的比例已从十年前的各占半壁江山向实际的人口分布比例靠近。2017年，发展中国家网民占比达到71.4%，全球互联网渗透率已达到较高水平。

### 2008-2017年全球网民规模及增长趋势



### 2008-2017年全球网民在发达国家与发展中国家的占比分布



来源：2008-2016年全球网民数据来自世界银行，2017年全球网民数据来自ITU。

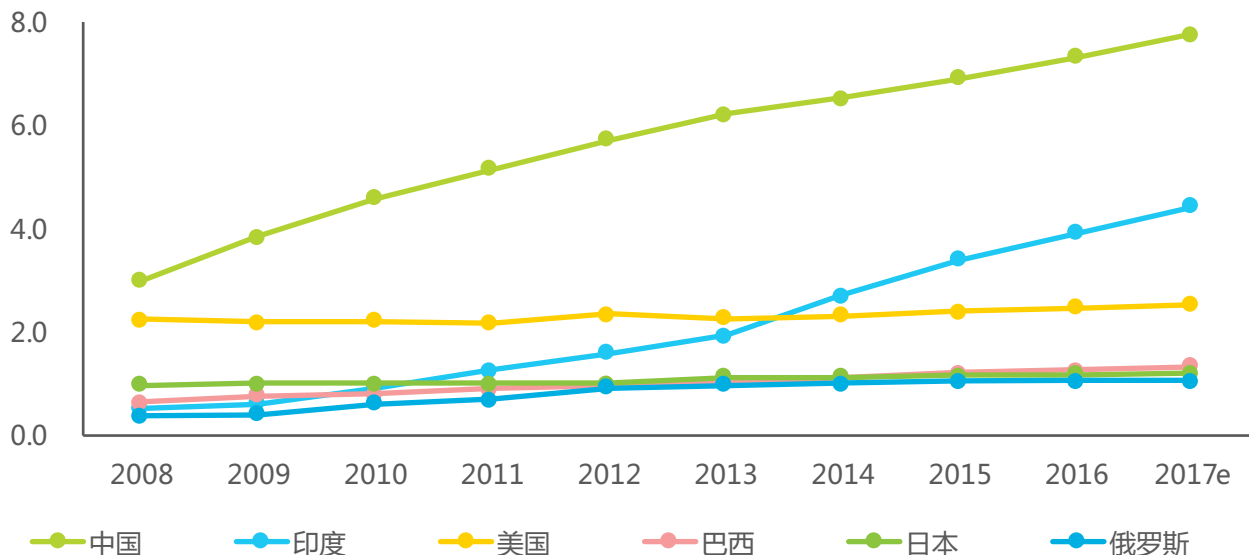
来源：全球人口分布数据来自世界银行，全球网民分布数据来自ITU。

# 中国网民扩张态势迅猛

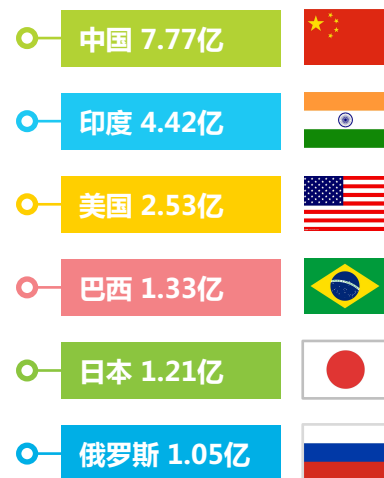
## 中印人口红利助力互联网市场腾飞，美国保持稳定中低速增长

2017年，中、印、美分别以7.77亿、4.42亿和2.53亿网民规模分居全球网民规模TOP3，除此之外，巴西、日本和俄罗斯三国的网民规模也均超过一亿。与2008年相比，长周期中，网民过亿的六大互联网市场中，网民扩张最为迅猛的除中、印两个“知名人口大国”外，还有“战斗民族”俄罗斯，三者的复合增速分别达到11.2%、26.7%和11.9%。而与2016年相比，短周期中，网民过亿的六大互联网市场中，网民增长最快的则分别是印度、中国和巴西，增长率达到13%、6%和5%。综合来看，中国网民的基数和增速均位居世界前列，而同为“科技强国”的美国，由于互联网渗透率已趋于高位稳定，其网民增速始终保持中低水平。

### 2008-2017年网民规模过亿的六大互联网市场历史增长情况



### 2017年网民规模过亿的六大互联网市场网民规模



来源：2008-2016年数据来自世界银行，2017年各国网民规模依据艾瑞统计模型推算获得。

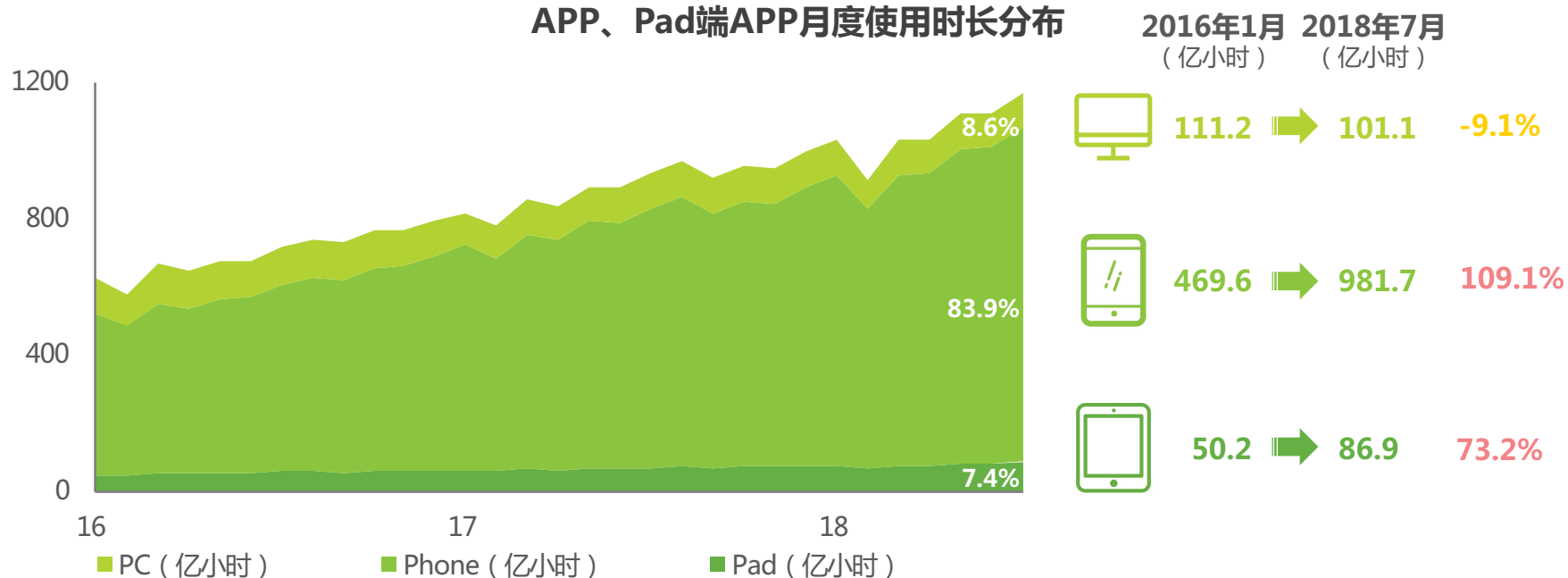
# 进入注意力至上时代

## 整体月度上网时长突破1170亿小时，移动端占比超91%

根据艾瑞咨询数据监测产品iUserTracker及mUserTracker数据显示，2018年7月，PC端、手机端及Pad端的月度使用时长分别达到101.1、981.7和86.9亿小时，与2016年1月相比，除了PC端的使用时长略有下滑外，手机端及Pad端的使用时长涨幅均超过70%。网民对移动设备的依赖性不断增强，2018年7月，网民整体上网时长已突破1170亿小时，与去年同期相比，同比涨幅达到25.4%；其中，移动端月度使用时长占整体上网时长的比例达到91.4%。在移动网民规模趋近整体网民、网民增速放缓至中低位的情况下，单个用户投注在移动网络上的注意力明显拉长了。

### iUserTracker&mUserTracker-2016年1月-2018年7月中国互联网PC端网页、手机端

#### APP、Pad端APP月度使用时长分布



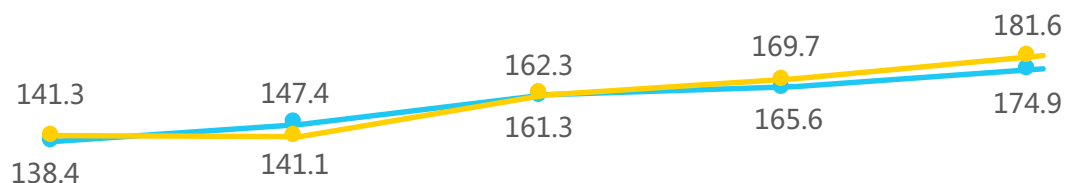
来源：1）iUserTracker. 家庭办公版 2018.7，基于对40万家庭及办公（不含公共上网地点）样本网络行为的长期监测数据获得；2）mUserTracker.2018.7，基于日均400万手机、平板移动设备软件监测数据，与超过1亿移动设备的通讯监测数据，联合计算研究获得。艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# 不同终端上网时间的分配特征凸显

## 移动端单机单日上网时长接近三小时，约为PC端两倍

根据艾瑞咨询数据监测产品iUserTracker及mUserTracker数据显示，2018上半年，手机端、Pad端及PC端的单机单日使用时长均值分别达到181.6、174.9和90.1分钟，移动端上网时长已基本达到PC端的两倍，不过仍有相当一部分用户受到使用习惯和功能完备程度的影响，仍较为深度地沉淀在PC端。与2016年上半年相比，两个移动终端的涨幅较为明显，分别为26.3%和28.5%，其中，Pad端的时长增速甚至略高于手机端。这主要是由网民对不同移动终端的使用目的导致的：Pad类产品相较于手机，往往具有更大的屏幕和更低的工具性期望（如通讯、办公等），因此，其较为纯粹的娱乐属性为网民的放松休闲需求提供了时间寄托。此外，伴随着网民PC端使用习惯的趋稳，移动终端使用时长的增长来源也从对PC端注意力的掠夺转向用户投注于互联网的时间增量。

### iUserTracker&mUserTracker-2016H1-2018H1中国互联网PC端网页、手机端APP、Pad端APP单机单日使用时长分布



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\\_21207](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_21207)

