

# 移动互联网市场规模继续上涨， Q2超过3000亿

2017年Q2

[www.iresearch.cn](http://www.iresearch.cn)



海量行研报告免费读

2017年Q2中国移动互联网市场规模

1

2017年Q2中国硬件规模

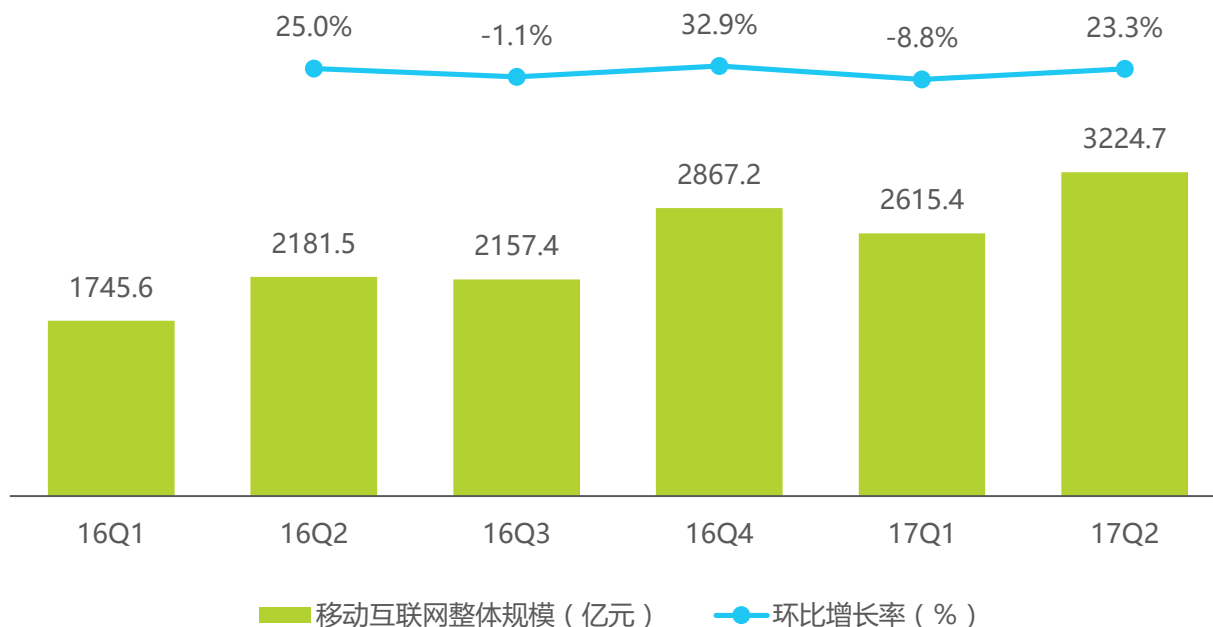
2

# 中国移动互联网整体市场规模

## 中国移动互联网整体市场规模将继续稳步上涨

2017年中国移动互联网市场规模在经历了第一季度的明显下降后，第二季度迅速回升并拥有较大增幅，环比达到23.3%，整体规模超过三千亿。其增长主要由于移动购物和移动游戏市场的稳定增长。随着移动广告高峰期的到来以及电商活动的增多，预计未来中国移动互联网市场规模将进一步增长。

### 2016年Q1-2017年Q2中国移动互联网整体市场规模



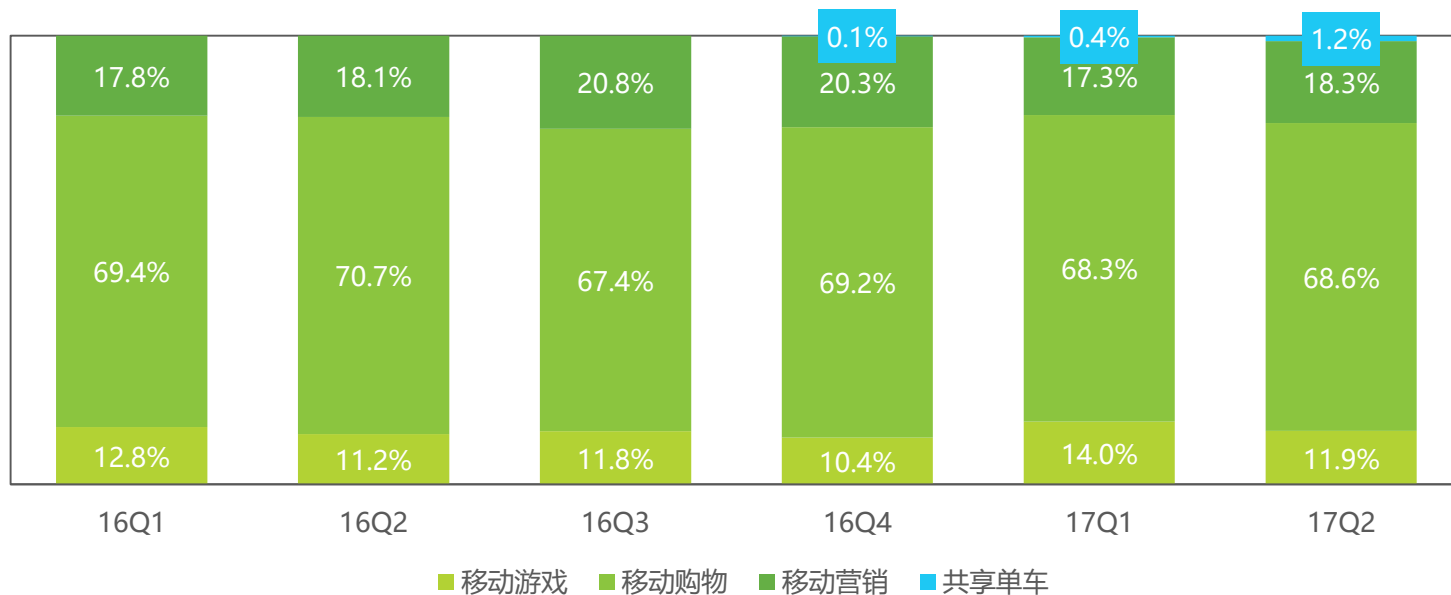
注释：中国移动互联网市场规模包括移动购物、移动广告、移动游戏等细分领域市场规模总和，2016年Q3加入共享单车行业规模。  
来源：根据企业公开财报、行业访谈及艾瑞统计预测模型估算。

# 中国移动互联网细分市场规模

## 整体行业细分市场格局保持稳定

- 从移动互联网细分结构来看，2017年第二季度，移动购物市场规模占比依然维持在六成以上，稳居移动互联网第一大领域，但相比去年同期略有下降；
- 移动营销市场占比从2016年第三季度开始保持下降趋势，第二季度稍有回升，占比为18.3%，排名第二；
- 从2016年到2017年，移动游戏市场占比均在11%上下波动，2017年第一季度从2016年的10.4%增长至14%，第二季度稍有下滑，但依然在11%以上（11.9%）；
- 另外，2016年爆发的共享单车也为移动互联网市场贡献了自己的力量，占比虽小，但正在成倍数增长，2017年第二季度占比翻三倍，达到1.2%，预计未来将保持持续增长趋势。

### 2016Q1-2017Q2中国移动互联网细分行业结构占比



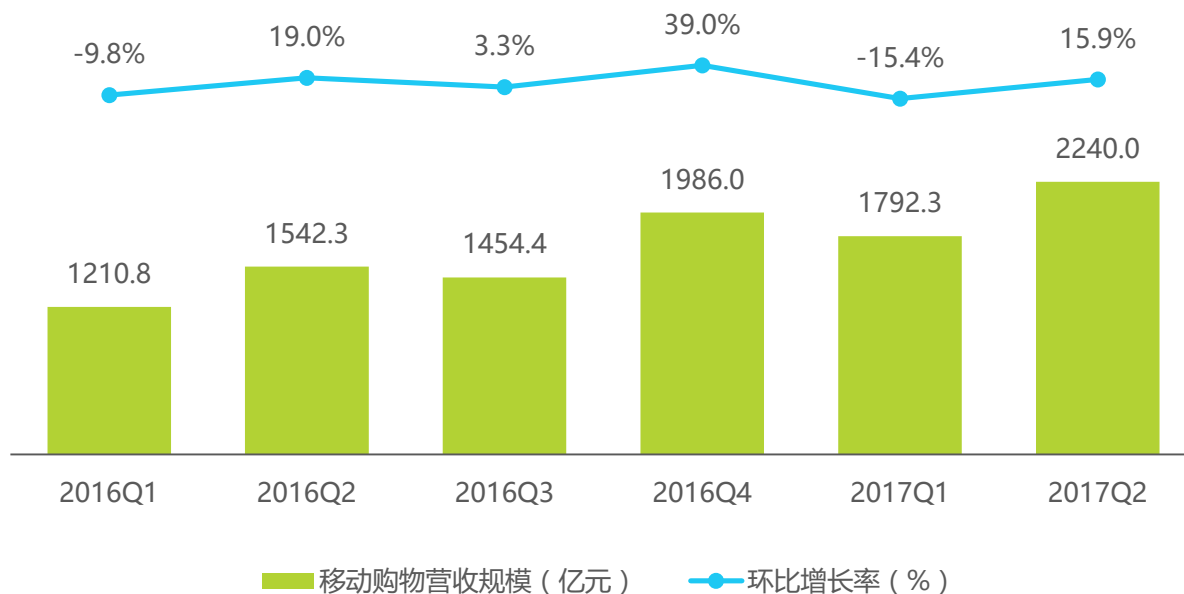
来源：综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

# 中国互联网移动购物市场规模

## 2017年Q2移动购物市场规模达到2240亿元

2017年第二季度中国移动购物市场营收规模达到2240亿元，创历史新高，环比增长为15.9%。艾瑞分析认为，随着移动端人口红利逐渐消失，移动网购增速逐渐下滑，社交电商、直播、VR、O2O等场景相关的购物方式和大数据的应用成为驱动移动购物发展的新增长点。各企业为争夺用户时间与消费场景，纷纷尝试通过形式多样的内容运营提升用户粘性，移动端成为电商内容营销的战略高地。

### 2016Q1-2017Q2中国互联网移动购物市场规模



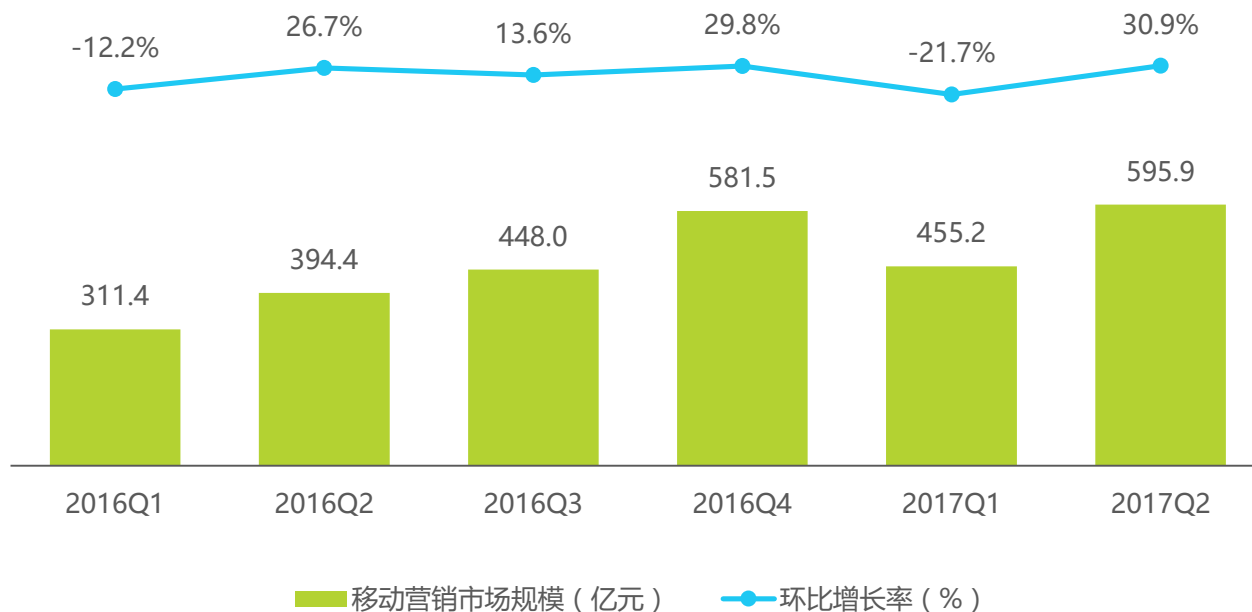
来源：综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

# 中国互联网移动营销市场规模

## 2017年Q2中国移动营销市场规模达到595.9亿元

2017年第二季度中国互联网移动营销市场规模达到595.9亿元，环比增长30.9%。整体来看，随着广告主观念的不断转变，媒体形态的多样化发展，信息流广告的形式也出现了更多的玩法，短视频、直播中的原生广告开始尝试并得到较快发展。

### 2016Q1-2017Q2中国互联网移动营销市场规模



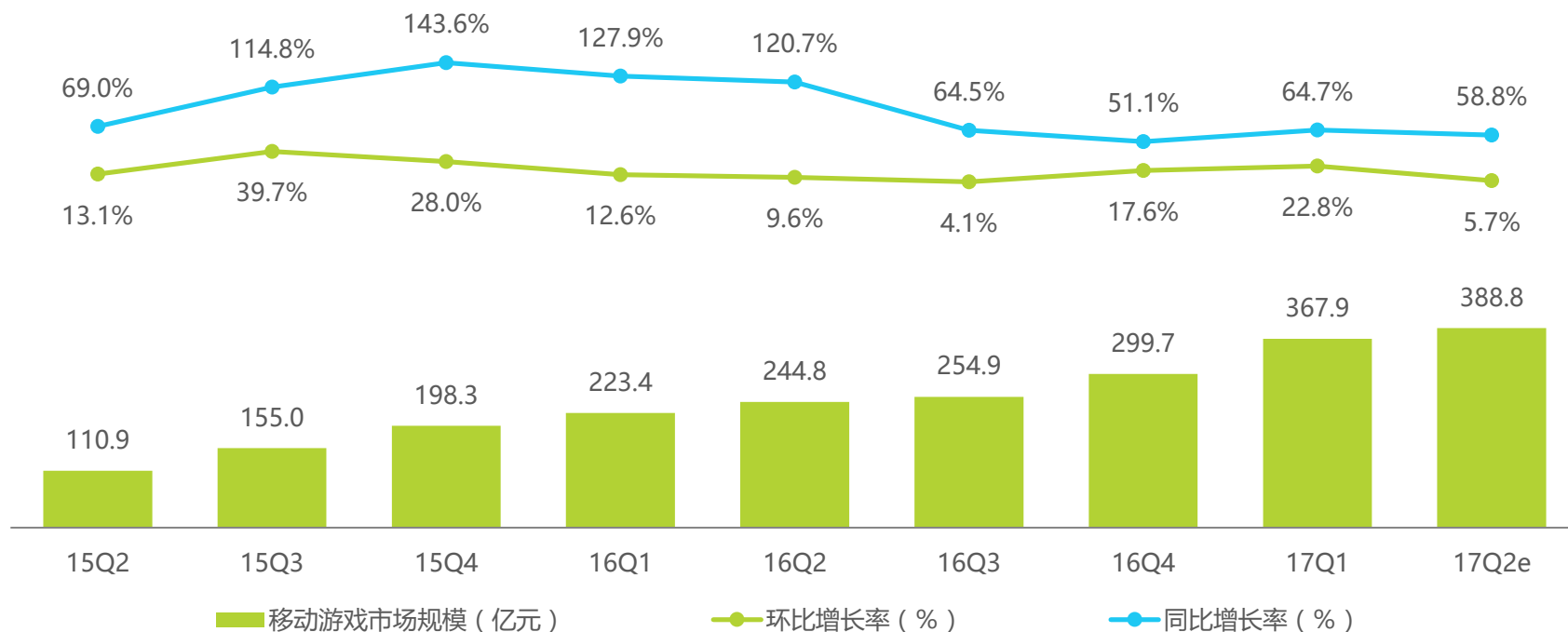
注释：1.网络广告市场规模按照媒体收入作为统计依据，不包括渠道代理商收入；2.此次统计数据包含搜索联盟的联盟广告收入，也包含搜索联盟向其他媒体网站的广告分成。  
来源：根据企业公开财报、行业访谈及艾瑞统计预测模型估算。

# 中国互联网移动游戏市场规模

## 王者荣耀独木难支，移动游戏市场增长放缓

2017年第二季度移动游戏市场规模稳中有升，达388亿元，同比增长58.8%，环比增长5.7%。虽然现象级游戏王者荣耀带动了整个社会对移动游戏的关注，但实际上，国内移动游戏市场近期颇为平淡，少有大作。市场需要更多创新、有趣的游戏来共同推动。

### 2015Q2-2017Q2中国互联网移动游戏市场规模



注释：1. 中国移动游戏市场规模包含中国大陆地区移动游戏用户消费总金额，以及中国移动游戏企业在海外移动游戏市场获得的总营收；3. 部分数据将在艾瑞2017年游戏相关报告中做出调整。

来源：综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

# 中国移动互联网共享单车市场规模

## Q2伊始，单车数量和用户规模急速增长，市场规模超30亿

2017年Q2中国共享单车行业市场规模达到38.75亿元，环比增长313.5%，共享单车行业进入持续高速发展时期。从总体趋势来看，全国多个中大型城市共享单车保有量达到较高水平，市场增速将逐步放缓。艾瑞分析认为，共享单车行业持续高速发展主要得益以下几个方面：（1）供应链上游资源整合效果凸显，单车产能有效提升，保证短时间内共享单车快速投放；（2）企业市场营销活动刺激，尤其免费活动有效拉动新用户快速增长，并增加用户日常使用频率，用户粘性不断提升；（3）单车使用场景的延伸和拓展，在气候条件更适合骑行春夏季节，共享单车成为短途上下班、周末休闲出行等场景重要的出行方式。

### 2016Q3-2017Q2中国移动互联网共享单车行业市场规模

38.8



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\\_21389](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_21389)

