

# 移动互联网千亿市场时代来临

Research@zero2ipo.com.cn  
2015年8月

Zero2IPO Research

清科研究中心



清科研究中心  
Zero2IPO Research

---

# 目 录

1

中国移动互联网行业概况

2

移动互联网行业投资观察

3

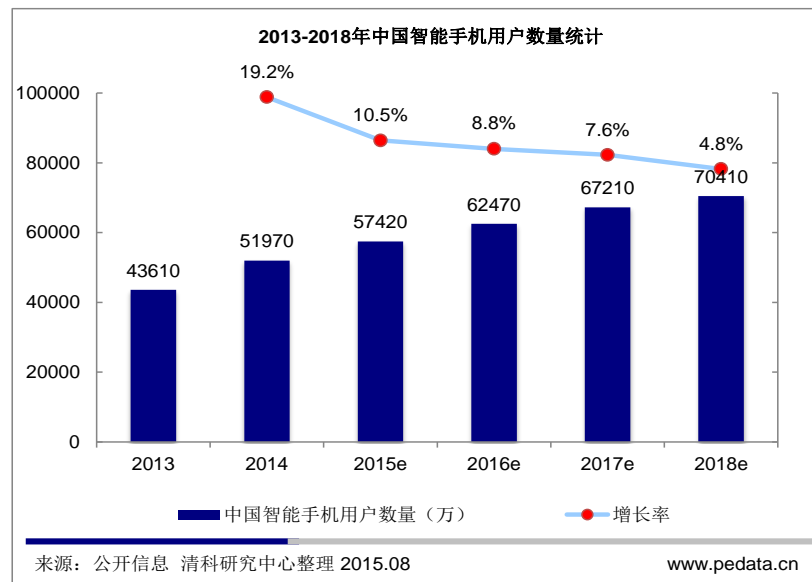
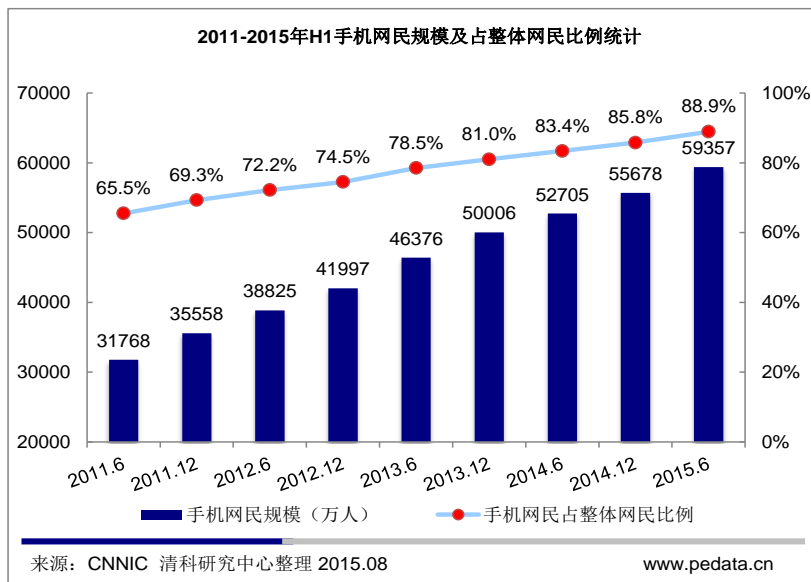
移动互联网行业并购观察

4

移动互联网行业未来投资机会

# 中国手机网民规模逐年提高，推动移动互联网进一步发展

- **中国手机网民数量5.9亿**：截至2015年6月，中国手机网民数量达5.9亿人，较2014年12月增加3700万人。手机网民规模占整体网民规模的88.9%，年底有望突破90.0%。
- **2018年智能手机用户数量达7亿**：2014 年全球智能手机用户数量为 16.4 亿，中国智能手机用户达到 5.19 亿，占31.6%。预计到2018年智能手机用户数量增加约2亿，智能手机普及率将达到50%。



# 政策红利为移动互联网发展注入能量

- 2015年上半年，李克强总理提出“互联网+”的概念，鼓励发展包括移动互联网在内的创新型高新技术产业，并引导政府基金和社会资本加大对重点领域的投资。同时，政府力推电信基础设施建设、督促提高电信网络速率、要求降低网络资费等措施，为移动互联网进一步发展奠定基础。移动互联网行业开始享受政策红利。

2015年1月，工信部和国资委发布《关于2015年推进电信基础设施共建共享的实施意见》，进一步推动了电信基础设施共建共享，加快移动互联网向四五线城市推进，并推动中国4G网络建设速度。

力推基础设施  
建设

2015年4月，李克强总理在国务院常务会议中提出三大运营商应下调流量费。5月15日，工信部发布了《关于推进网络提速降费相关政策简要情况》，明确指出加快基础设施建设、有效降低网络资费、并完善配套支持政策落实。

第十二届全国人大第三次会议，李克强在报告中多次提及推动互联网产业发展，提出制定“互联网+”行动计划，支持发展移动互联网等战略性新兴产业等内容。

国家设立400亿元新兴产业创业投资引导基金，整合更多社会资源，为产业创新加油助力。

《国务院关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》：选择重点领域，加大中央预算内资金投入力度，引导更多社会资本进入。重点促进以移动互联网、云计算、大数据、物联网为代表的新一代信息技术与制造、能源、服务、农业等领域的融合创新。

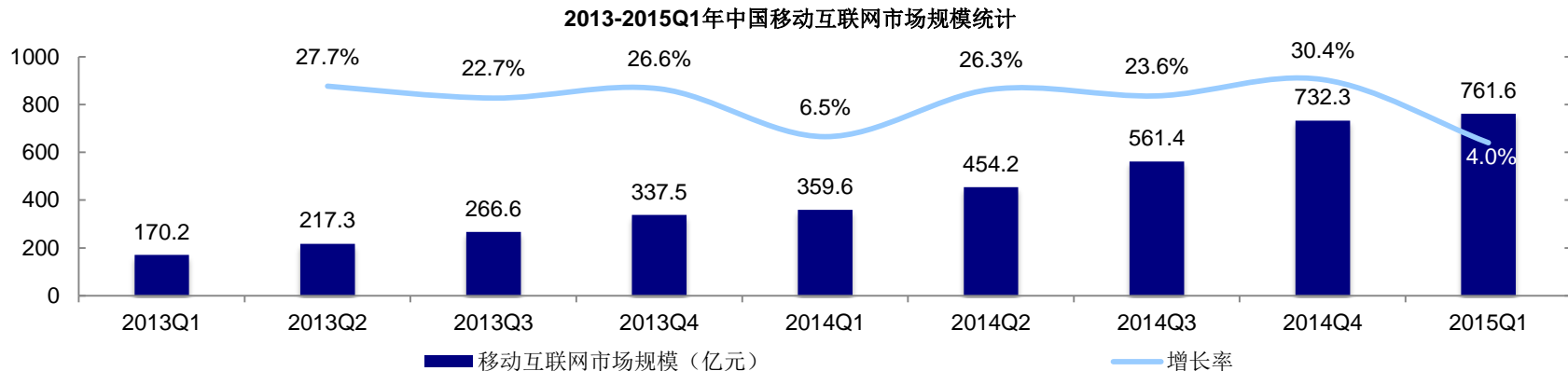
实施重大  
工程包

移动互  
联网

改善融  
资服务

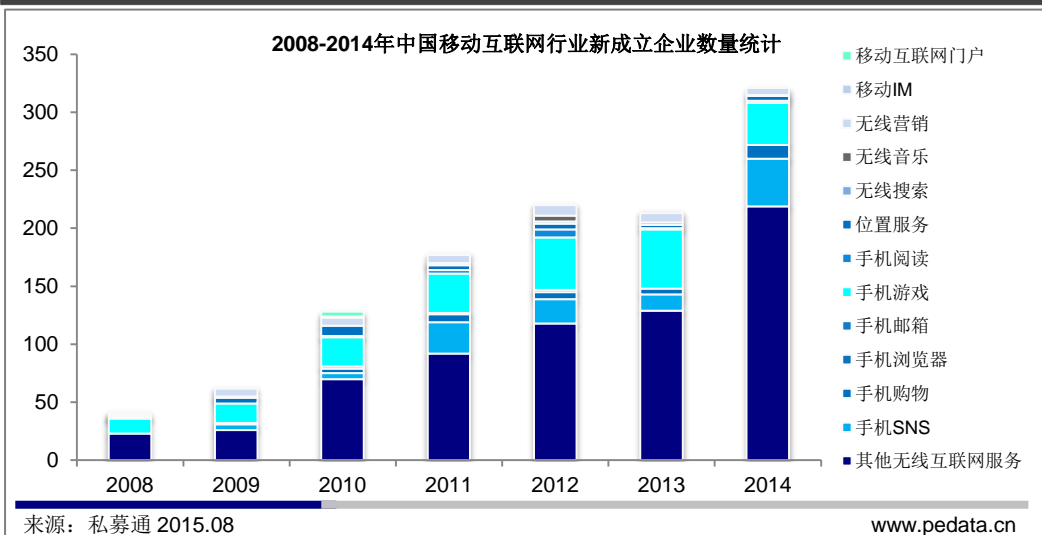
《国务院关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》：积极发挥天使投资、风险投资基金等对“互联网+”的投资引领作用。开展股权众筹等互联网金融创新试点，支持小微企业发展。支持国家出资设立的有关基金投向“互联网+”，鼓励社会资本加大对相关创新型企业的投资。

# 2015年移动互联网市场规模有望突破1000亿元



- **2013-2015年中国移动互联网市场规模保持高增长率**：除了受季节和假期影响每年Q1增长率较低以外，每季度保持20%以上的高增长率。2013年和2014年每年移动互联网市场规模增长1倍。
- **2015年Q1移动互联网市场规模约800亿**：2015年Q1，移动互联网市场规模达到761.6亿元，较2013年Q1增长3.47倍，相比2014年同期增长1.12倍。
- **移动互联网市场规模将突破1000亿**：随着各类创新应用的不断涌现和各细分领域规模扩大，2015年移动互联网整体市场规模将持续高速增长态势，年内将突破1000亿元。

# 移动互联网新成立企业数量逐年升高



- **移动互联网行业创业热度升高**：2008-2014年，中国移动互联网行业新成立企业数量呈持续上升趋势，2014年新成立企业数量达到321家。
- **针对个性化垂直领域的新企业数量占比最高**：在各细分领域中，企业数相对集中于由多个小众化、个性化、多样化的市场组成的长尾领域——其他无线互联网服务行业。其他无线互联网服务行业新成立企业数量在2014年大幅增高，2014年新成立219家；手机游戏、手机SNS和手机购物也保持稳定增长；其他细分行业企业数量趋于稳定。

成立时间	其他无线互联网服务	手机SNS	手机购物	手机浏览器	手机邮箱	手机游戏	手机阅读	位置服务	无线搜索	无线音乐	无线营销	移动IM	移动互联网门户	总计
2008	23					13	1	1	1		2		1	42
2009	26	5	1			17		5	1		7		1	63
2010	70	5	4	2		25	1	9			7	1	4	128
2011	92	27	7	1		34	3	4	1	1	7		1	178
2012	118	21	6		2	45	7	5	2	5	9	1		221
2013	129	14	5			51	1	3	2		8	2		215
2014	219	41	12			36	2	4		1	6			321

# 互联网巨头深化布局移动端，抢占巨大流量入口

- 随着互联网向移动端转移，中国互联网巨头从传统PC端产品向移动端延伸入手，通过开发、并购和投资等方式，掌握了巨大流量入口。
- 从近年BAT的布局来看，利用自身的流量入口优势进行延展，不断推出更细分化的产品。
- BAT的下一个战场将是O2O领域。为了抢占本地生活服务市场，BAT已经开始布局打车服务、餐饮外卖、汽车服务等领域，将来不仅继续深化发展现有领域，而且不断开发新的细分市场，完善自己的移动互联网生态系统。

BAT移动互联网布局图

	移动IM	无线搜索	手机购物	手机游戏	团购	地图	视频	打车	旅游	餐饮	移动支付	其他
 百度	 百度搜索		 蓝港互动	 糯米	 百度地图	 爱奇艺  PPS	 UBER	 去哪儿	 百度外卖	 百度钱包	 直达号	 @袋洗  51用车 拼车神器
 阿里巴巴	 来往	 UC浏览器	 天猫 淘		 美团网 meituan.com 聚划算	 高德地图	 youku 优酷 世界影在看  土豆 tudou.com 人人视频	 快的	 阿里旅行 去啊  Q穷游	 淘点点 dd.taobao.com  美团外卖	 支	 微博 weibo.com  alijk.com 阿里健康 
 腾讯	 微信 	 QQ浏览器	 JD.京东.COM	 腾讯游戏 Tencent Games 40余款手机游戏	 高朋 GaoPeng.com  QQ团购 gaopeng.qq.com	 腾讯地图	 腾讯视频 V.QQ.COM	 TAXI	 艺龙 eLong  同程旅游 Ly.com	 大众点评 dianping.com  饿了么 ele.me	 微信支付	 e家洁  @袋洗

# 行业洗牌风险加剧，产品服务趋于深化发展

## 竞争风险加剧

随着行业内企业数量越来越多，竞争加剧，新创企业和移动应用的淘汰速度加快。BAT继续布局移动互联网各个细分领域，抢占巨大流量。

## 基于大数据和LBS的产品与服务

基于大数据和位置服务LBS的移动互联网服务，将更精准地定位目标客户并提供个



## 产品趋于精品化、个性化

产品新陈代谢速度加快，只有质量高、用户体验好的产品能存活。大众化产品市场已经饱和，能够满足个性化用户需求和审美要求的产品还有机会获得一席之地。

## 细分领域有待挖掘

未来移动互联网更多机会在更细分、更垂直领域。目前，基于手机应用和智能终端的智能家居、车联网、物联网领域、移动医疗等

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\\_15271](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_15271)

