

清科观察：游戏\移动\电商并购重塑互联网络局 总理报告促行业发 展升级

清科研究中心 2014-03-05 曹紫婷

第十二届全国人民代表大会第二次会议于 2014 年 3 月 5 日在京开幕，国务院总理李克强在《政府工作报告》中公布 2014 年重点工作，《报告》提出“要促进信息消费，实施‘宽带中国’战略，加快发展第四代移动通信，推进城市百兆光纤工程和宽带乡村工程，大幅提高互联网网速，在全国推行‘三网融合’，鼓励电子商务创新发展。维护网络安全。”

基于目前政府关于互联网行业发展的政策引导及该市场发展情况，清科研究中心日前发布的《2014 年中国互联网行业并购专题研究报告》详细分析了 2013 年中国宏观经济运行情况、网络经济发展状况、相关政策引导梳理、互联网重点领域剖析、2013 年整体互联网并购发展状态、并购动机及市场特征、标杆企业并购模式分析及 2014 年互联网并购发展趋势。

随着时代的进步及现代社会的发展，互联网行业在中国宏观经济中的占得比例越来越大。在金融危机影响持续、世界经济增长乏力的大环境下，互联网产业显露出少有的发展活力，成为减缓经济危机影响的重要力量。工信部的研究报告表示，信息消费已经成为引领消费、扩大内需、提振经济的新动力，预计 2015 年我国最终信息消费规模将超过 2 万亿元人民币，年均增长 25%以上。信息消费预计将拉动国内生产总值 0.7 个百分点，带动行业新增产出超过 1 万亿元人民币。中国网络经济的增长活跃主要体现在两个方面：一是在基础设施建设和普及上，移动互联网和宽带网络双双发力，成为互联网产业发展的新引擎。移动用户快速增长，手机上网比例已经超过台式电脑上网比例，宽带普及提速工程正式启动，宽带价格进一步下降，为应用的繁荣夯实了基础。二是在商业模式探索和应用推广上，电子商务、网上支付、即时通讯、社交网络等各领域迅猛发展，促使以互联网为引领的信息消费成为中国扩大内需的新引擎。

互联网领域加速洗牌，游戏/移动/电商重塑格局

基于以上背景情况，互联网领域正在迅速地发生变化，并且将更为明显地对传统行业产生冲击。对此，我国企业的一系列短平快的并购举措都预示着中国互联网将迎来新一轮洗牌，再次引发变革。在 2013 年发生的 317 起互联网并购案例中，清科研究中心对其进行大致梳理，划分出八个领域，即 IT、电子商务、文化传播（媒体、广告等）、网络服务（网络教育、网络旅游、网络营销等）、移动互联网（无线音乐、无线营销、手机浏览器等）、网络/手机游戏、及其他（电信增值服务、广播电视等）。

从并购数量方面分析，IT 和其他领域占据主导比例。数据显示，2013 年互联网并购中共发生 86 起 IT 领域的并购，占比约 27%；其他（电信增值服务、广播电视等）共发生 70 起，占比 22%；文化传播、网络/手机游戏、网络服务领域集中度比较平均，分别发生 48 起、37 起、33 起并购案例，所占比例分别为 15%、12%、10%；最后是电子商务和移动互联网领域，2013 年分别发生 22 起、21 起，均占总数量的约 7%；

从并购金额方面分析，格局较并购数量方面略有不同。网络/手机游戏比例最高，约占总金额的 33%，涉及的并购交易金额达 46.78 亿美元；其次是文化传播领域，2013 年发生的交易额为 26.85 亿美元，占比 19%；网络服务领域的并购金额为 24.50 亿美元，占总金额比例约为 17%；IT 和其他领域 2013 年度分别涉及交易额 19.33 和 13.30 亿美元，分别占比 13%、9%；而 2013 年最为热门的移动互联网领域共产生 8.72 亿美元交易额，占比 6%；最后是电子商务领域，涉及并购案例金额 4.01 亿美元，占比 3%。（见图 1、图 2）

图 1 2013 年广义互联网并购领域分布统计（按数量，起）

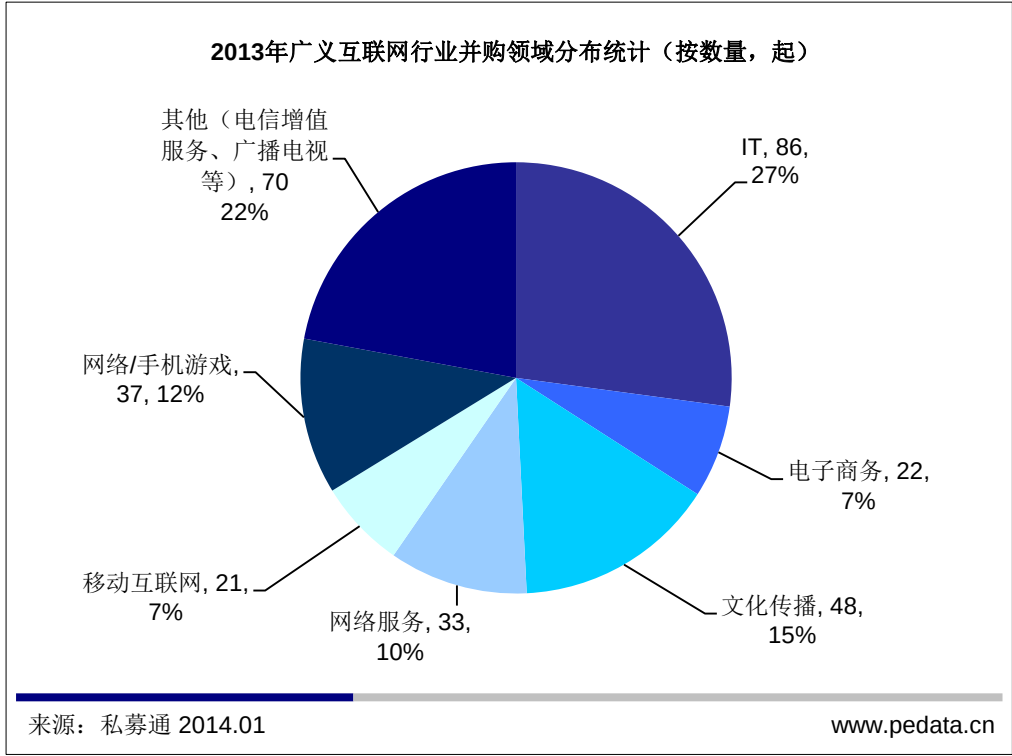
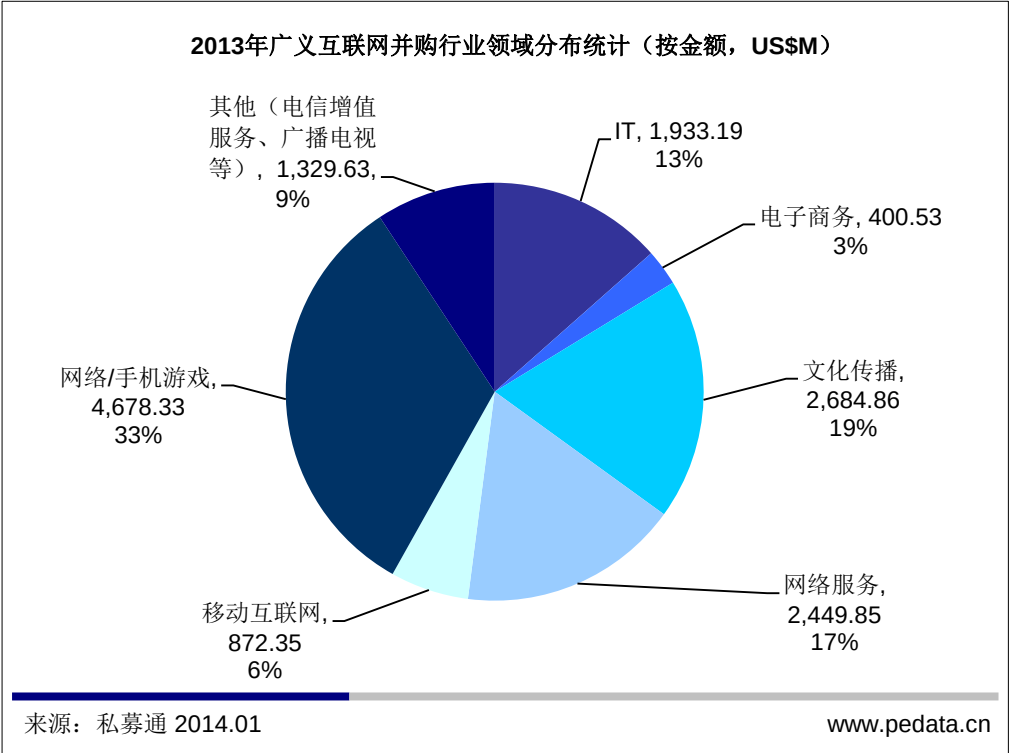


图 2 2013 年广义互联网并购领域分布统计（按金额， US\$M）



尽管移动互联网、网络/手机游戏、电子商务、文化传播等在互联网行业整体并购表现中并不是特别突出，但比较 2009 年至 2013 年来的广义互联网并购领域，格局已然发生改变，结构集中度更加明显。移动互联网、游戏、电子商务等领域明显成为行业巨头战略转型的重点标的，该领域的飞速发展，推动了整个互联网并购市场的热情。（见图 3、图 4）

图 3 2009-2013 年广义互联网并购领域分布统计（按数量，起）

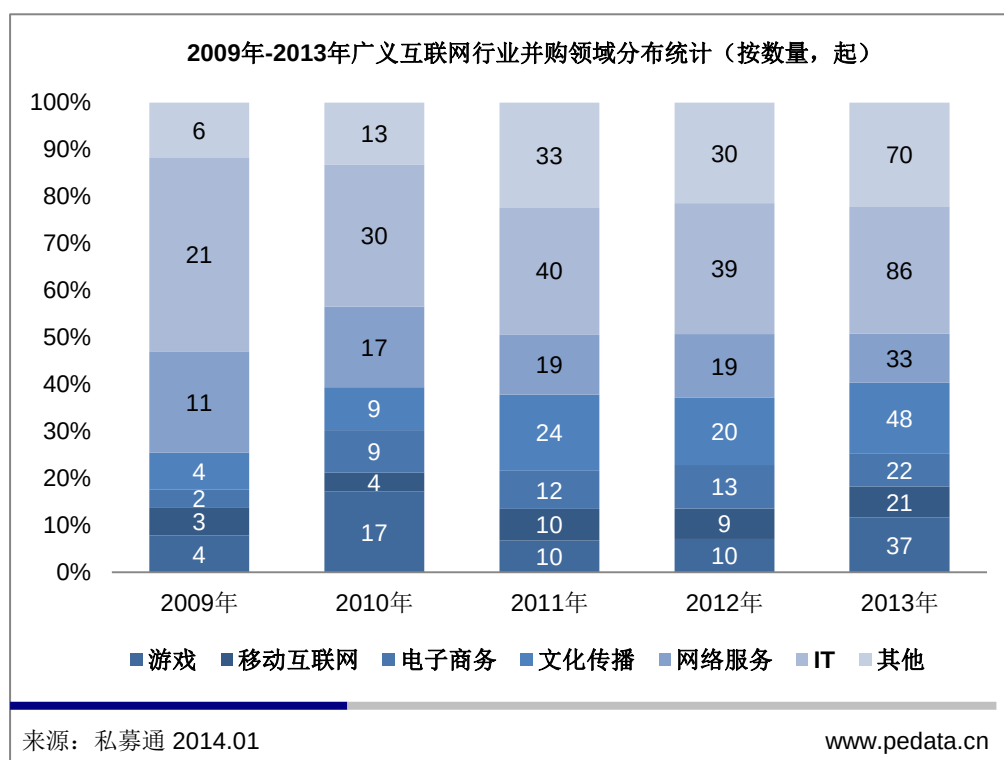
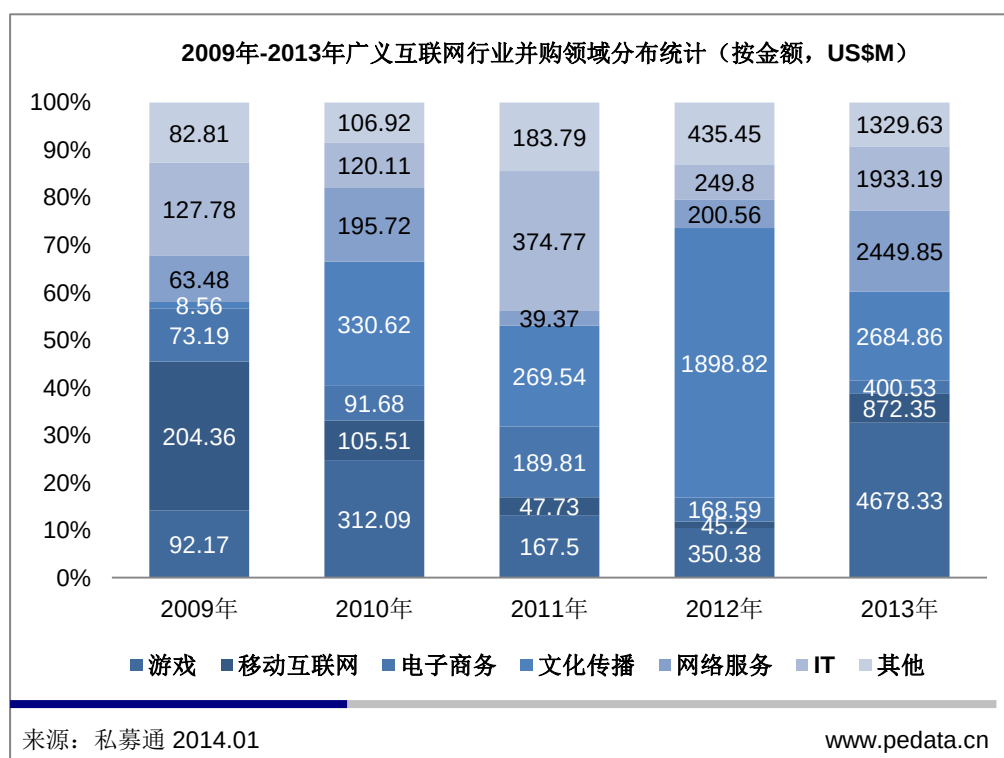


图 4 2009-2013 年中国广义互联网行业并购领域分布统计（按金额， US\$M）



根据 2013 年互联网并购行业整体的发展特征，清科研究中心挑选部分重点领域——即网络/手机游戏领域、移动互联网领域、电子商务领域进行阐述及分析：

网络/手机游戏领域：2013年，A股市场此起彼伏的游戏公司并购竞争似乎愈战愈勇，并购金额也不断刷新纪录。据2013年12月27日中国游戏产业年会上发布的《2013年中国游戏产业报告》显示，中国游戏市场的用户数达到4.9亿，比2012年增长了20.7%。其中客户端网络游戏用户数达到1.5亿人，网页游戏用户数达到3.3亿人，移动游戏用户数达到3.1亿人；游戏实际销售收入达到831.7亿，比上年增长了38.0%。其中，客户端网络游戏市场实际销售收入536.6亿元，网页游戏市场实际销售收入127.7亿元，移动游戏市场实际销售收入112.4亿元，社交游戏市场实际销售收入54.1亿元，单机游戏市场实际销售收入0.9亿元；在市场份额上，客户端网络游戏市场占有率达到64.5%仍占据主导地位，网页游戏占比15.4%，移动游戏占比13.5%，社交游戏占比6.5%，而单机游戏占比仅为0.1%。

目前网络/手机游戏市场正处于群雄纷争、硝烟四起的时代。正是恰当地契合了用户碎片化的休闲娱乐需要，最近一两年涌现了一批月充值流水超千万元，年盈利几千万元的游戏产品。面对市场的巨大蛋糕，网络/手机游戏成为今年互联网并购市场的重头戏。以掌趣科技为例，自2012年上市后，在不到一年的时间里其完成了两次三笔大额并购。2013年7月，掌趣科技完成了对动网先锋的收购，这笔交易对于功能机游戏和中国移动百宝箱平台起家的掌趣科技来说从结构上弥补了掌趣自身在页游的短板。在并购动网先锋后，掌趣科技启动了上市以来的第二次大规模并购，此次并购标的公司是行业内的两大网络游戏公司——玩蟹科技与上游信息。移动游戏和网页游戏是掌趣科技的两个发展重心，掌趣科技董事长表示，未来公司目标是成为全球一流的移动游戏、页面游戏的开发商、发行商和运营商。掌趣颠覆性的“内生+外延”式的并购在A股市场中并不孤独，博瑞传播1.69亿美元收购漫游谷、浙报传媒约斥资5.56亿美元收购边锋网络和浩方在线等等。在网络/手机游戏这片巨大的蓝海市场里，游戏公司想向移动端做战略转型，未来将有更多成熟的且具有一定规模的游戏开发公司被并购。

移动互联网领域：随着百度、阿里巴巴、腾讯三大巨头对移动互联网企业的一系列收购举措，也引发业界对于移动互联网并购的思考。2013年，中国智能设备预计已经超过美国，成为全球最大的单一智能机设备市场。差不多半年时间内，中国覆盖用户区PC下降79%，网下下降15%，移动上升45%。业内预测，移动互联网在未来两三年将呈现二倍以上的增

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_15439

