



ZERO2IPO
2012 RESEARCH

中国移动互联网产业投资趋势展望 2012

张亚男

研究经理

2012年8月4日



清科研究中心
Zero2IPO Research



关于清科研究中心

清科研究中心于 2001 年创立，致力于为大中华区的众多的有限合伙人、VC/PE 投资机构、律师事务所、会计师事务所、投资银行、研究机构等提供专业的研究报告和各种行业定制研究服务。研究范围涉及创业投资、私募股权、新股上市、兼并收购领域，涉及研究内容包括 VC/PE 投资情况，投资回报，人民币私募股权基金募集，私募股权房地产基金发展等系列专题研究，以及 TMT、清洁科技、生技/健康、传统行业等 10 大行业，每年主题报告出版量高达 50 份。经过近十年的积累和发展，目前清科研究中心已成为中国该领域最专业及权威的研究机构。



关于清科数据库

Zdatabase 是清科研究中心旗下一款覆盖中国创业投资及私募股权投资领域最为全面、精准、及时的专业数据库。Zdatabase 涵盖了自 1992 年以来活跃于中国地区的创业投资与私募股权投资行业的有限合伙人、投资机构、基金及其管理人员信息、基金投资信息、投资组合公司信息、并购和上市数据；同时它还囊括了创业投资与私募股权投资所涉及的政策法规、各行业市场发展信息、主要企业资料以及相应的研究报告等信息。所有数据来自定期调查问卷和每日电话访问，经过多方核对，并保持每日数据更新，以保证数据的及时、精准及权威性。

清科研究中心网址：<http://research.zero2ipo.com.cn/>

清科研究中心邮箱：research@zero2ipo.com.cn

研究咨询热线：400-600-9460

序言

历时十余载，中国移动互联网步入高速发展期。相关数据显示，2011年，中国移动互联网用户数接近4.3亿，预计2013年左右，中国移动互联网用户数将首次超过互联网用户数，用户将实现从互联网端向移动互联网端的迁移。如今，中国互联网行业巨大的收入规模将成为未来移动互联网发展的方向，只能有过之而无不及。庞大的用户基数孕育巨大的需求，多样化需求将催生各异的移动互联网应用。纵观中国移动应用市场的发展，从基础应用到娱乐应用，再到商务应用，尽管目前应用成熟度不同，但阶梯性及融合性发展特征显现。

中国移动互联网的规模化与产业化发展，使得投资者嗅到产业发展的巨大机会，纷至沓来。据清科研究中心数据显示，仅2011年，中国移动互联网产业已经披露的投资案例数为78起，其中披露投资金额的投资案例数为59起，披露投资金额总额为6.65亿元，平均单笔投资金额为1127万美金，远远超过历年同期水平。这种热度延续至2012年上半年，相关数据显示，2012年上半年，中国移动互联网产业披露的投资事件达30起，其中，披露投资金额的投资案例数为17起，披露投资金额总额约为3.78亿美金，平均单笔投资金额约为2225万美金。但是值得注意的一点是，尽管2012年上半年，中国移动互联网产业平均单笔投资远高于2011年平均水平，但主要是因为深创投投资网信联动、广东文化产业投资管理公司投资闪购这两笔投资金额较高所影响。我们预计，移动电子商务将成为未来一段时间移动互联网投资的主流细分领域之一。

尽管中国移动互联网产业投资仍然呈较好的增长势头，但是不可否认的是，VC/PE在搜罗具有清晰商业模式且估值合理的优秀企业却越显不易。如何在极速发展的产业乱象中寻求机会？资本如何走向？本报告将试图从产业发展现状、较具增长潜力的细分市场现状及大量投资数据的角度加以分析，望为广大投资人理顺移动互联网产业投资机会。

目 录

1. 中国移动互联网产业发展驶入快车道.....	1
2. 中国智能手机终端市场的浮华与繁荣.....	3
3. 娱乐应用仍处于主导地位，商务应用逐渐萌芽.....	5
4. 手机游戏作为“现金牛”业务发展依然强劲.....	6
5. 移动电子商务类业务发展前途无限.....	8
6. O2O 与移动互联网交融，路在何方.....	9
7. 中国主要互联网企业多向出击移动互联网市场.....	11
8. 中国移动互联网产业 VC/PE 投资饕餮盛宴.....	16
9. 中国移动互联网行业企业 IPO 数量仍处于低位.....	25
10. 中国移动互联网投资图谱.....	26



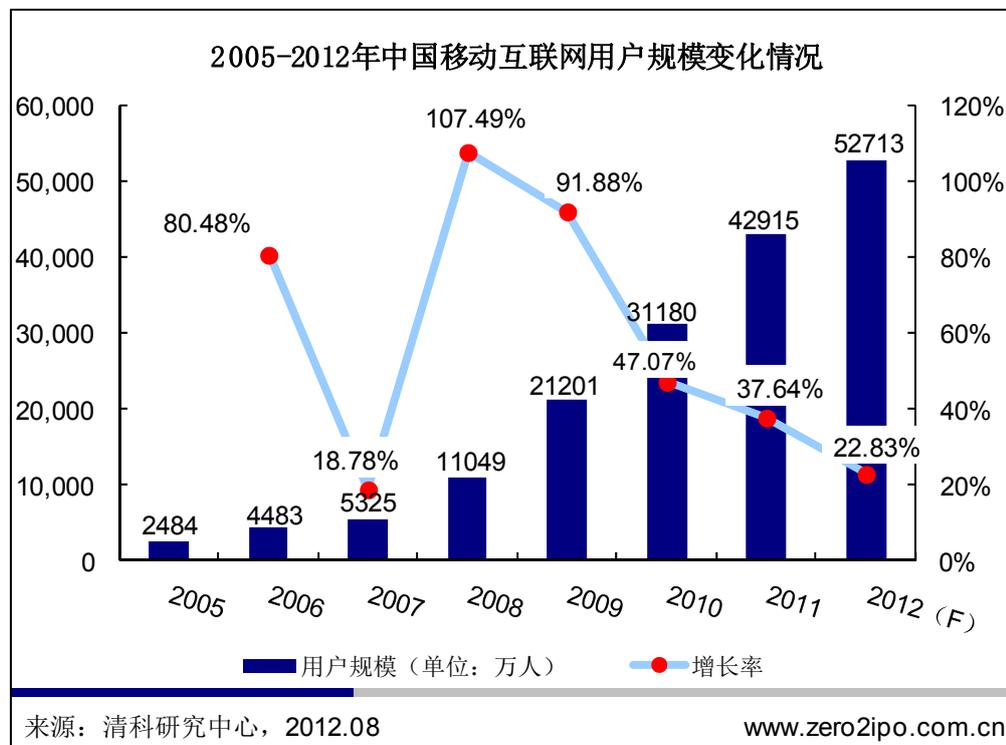
1. 中国移动互联网产业发展驶入快车道

2011年3月，“十二五”审议通过。规划明确指出，加快中国“大互联网”时代进程。根据中国“十二五”电子信息产业发展规划指出，三网融合、移动互联网、下一代互联网、LTE、物联网、云计算、移动支付都将成为“十二五”期间的发展重点。“十一五”期间移动互联网与互联网两个领域发展较快，两大领域将在“十二五”期间得到空前融合，我们认为，一定程度上，中国“大互联网时代”将快步到来。此外，中国物联网发展战略明确提出，加速移动互联网与物联网融合。这种融合，移动互联网应用与内容发展将借助物联网先进的技术实力，得以广泛发展。融合发展的时代使得中国移动互联网成为推动新兴现代信息服务产业发展的主要力量，当然，也为移动互联网的发展提供了广阔的空间及崭新的增长点。

➤ 预计 2013 年中国互联网用户将完成向移动互联网端迁移

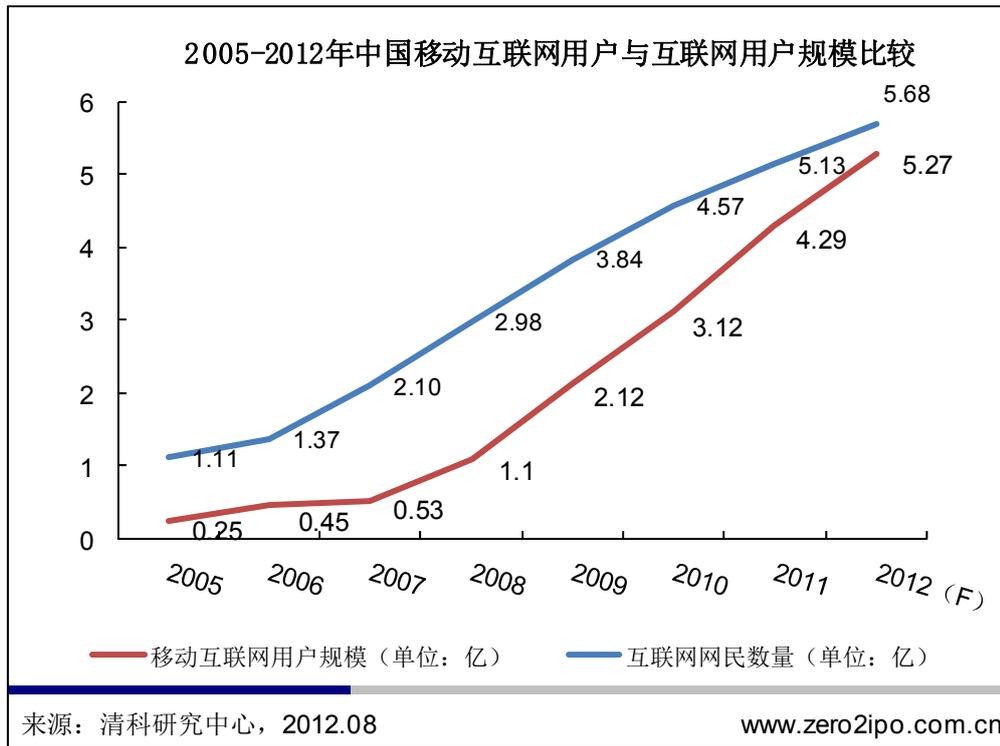
据清科研究中心数据显示，2011年，中国移动互联网用户为 4.29 亿人，相比于 2010 年的 3.12 亿人，增幅达 37.64%。我们预计，2012 年底，中国移动互联网用户数将超过 5.2 亿人次。与互联网用户缓慢增长相比，移动互联网用户规模的发展速度堪称飞速，与互联网用户规模不断接近。相关研究机构预计，2013 年左右，中国移动互联网用户数将首次超过互联网用户数，也将完成互联网用户向移动互联网用户的迁移。

图表1 2005-2012 年中国移动互联网用户规模变化情况





图表2 2005-2012年中国移动互联网用户与互联网用户规模比较



➤ 移动互联网收入规模持续扩大

从中国移动互联网营收规模来看, 2011年, 中国移动互联网营收为 1017.35 亿元人民币, 与 2010年的 742.89 亿元相比, 增幅达 36.94%。

我们认为, 中国移动互联网营收的快速增长, 主要得益于两方面的因素: 一是中国电信运营商在移动增值业务上面的研发及投入力度不断增加, 如中国移动凭借跟进多品类移动互联网应用进而提升移动增值业务的收入; 中国联通通过引入 iPhone 规模化的增加了流量费用; 中国电信曾凭借成熟的 3G 网络广泛开展 3G 应用使得移动增值业务大踏步增加。二是第三方移动互联网企业的积极参与, 娱乐型应用的深度拓展及商务型应用的不断探索, 提升了用户的付费意愿。

图表3 2005-2012年中国移动互联网收入规模变化情况



备注：清科研究中心移动互联网营收包括移动互联网流量费收入，电信运营商移动互联网增值业务收入（含 SP 收入），其他非电信运营商业体系的业务收入（如 Free WAP、独立客户端及独立第三方平台等）。

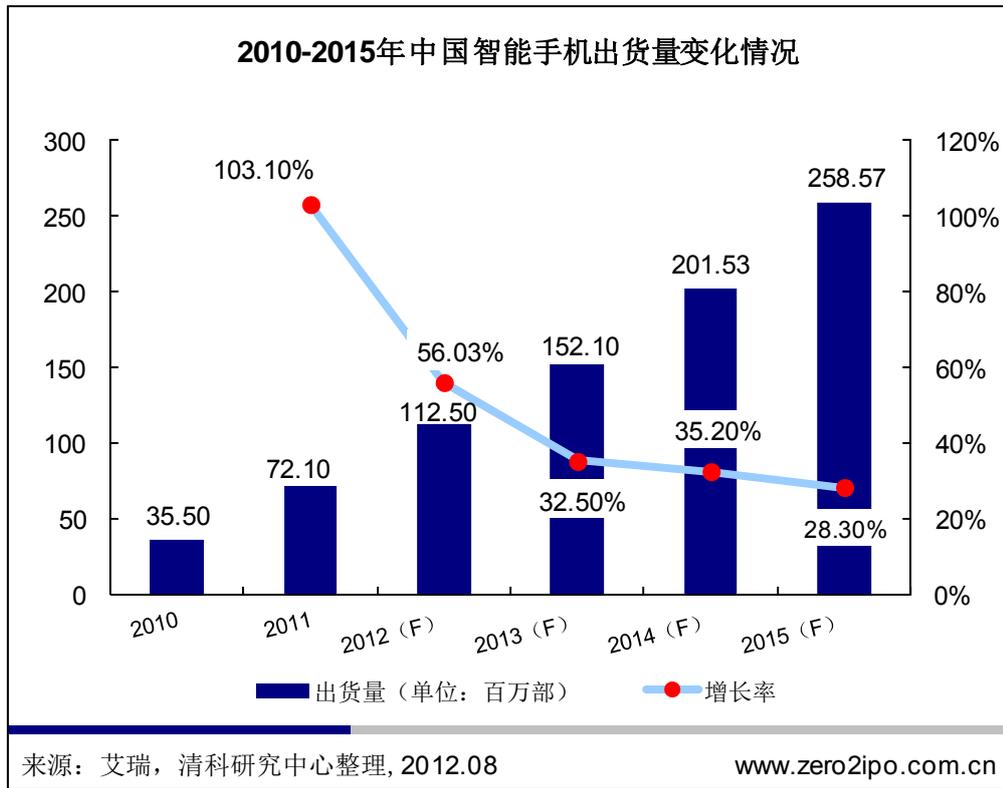
2. 中国智能手机终端市场的浮华与繁荣

世界范围内，智能手机及平板电脑等移动终端成为一种潮流与趋势，同时作为应用/服务的主要承载终端也为各类应用提供了多元化的传播途径。在中国市场，智能终端常量的变化将为移动互联网发展带来巨大的机会。据相关机构预计，未来所有手机、平板电脑和汽车电子设备上的应用程序将是桌面互联网上应用数量的 10 倍。

中国智能手机终端市场快速发展，未来发展方向将是融合终端。据 Gartner 数据显示，2012 年第一季度，全球手机终端销量为 4.19 亿部，经历连续十个月的增长之后，较去年同期减少 2%，首度出现下滑。其中，亚太地区对手机的需求量三年来首次下降。在智能手机市场，Android 的销售量占智能手机销售量半壁江山，2012 年第一季度占比达 56.1%。苹果 iOS 位居第二，占比达 22.9%。从品牌手机销售情况来看，三星是 2012 年第一季度手机销量最高的品牌，市场占比达 20.7%。除季节性因素影响外，我们认为，这一季度，终端市场上未出现令消费者耳目一新的机型也是主要影响因素之一。

中国智能手机市场销量变化与世界市场基本保持一致。据相关研究机构数据显示，2011 年，中国智能手机出货量为 7210 万部，预计 2012 年，中国智能手机出货量将达到 11250 万部，年增幅达到 56.03%。不过，2012 年第一季度，据 Gartner 数据显示，中国智能手机销售亦出现下滑。

图表4 2010-2015 中国智能手机出货量变化情况



整体来看，我们预计，未来 3-5 年，中国智能手机将呈现快速发展态势，互联网及移动互联网各产业链主体积极参与，形成全产业链涉足智能手机的新局面。除电信运营商密集定制、终端厂商不断发力智能手机终端外，较具实力的大型互联网企业纷纷试水智能手机市场。智能手机在移动互联网市场的重要地位正在逐步显现，这种重要性必然引起互联网大型企业的广泛关注。2010 年以来，阿里巴巴、百度、新浪、360、盛大等互联网巨头相继投入自有品牌智能手机研发，甚至产品业已投入市场。

此外，小米手机的强势来袭也让业界看到移动互联网企业智能手机终端发展的决心和实力。据最新数据显示，截止到 2012 年 5 月初，小米手机出货量已经达到 180 万台，预计 2012 年，小米手机销量有望突破 500 万台。

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_15874

