

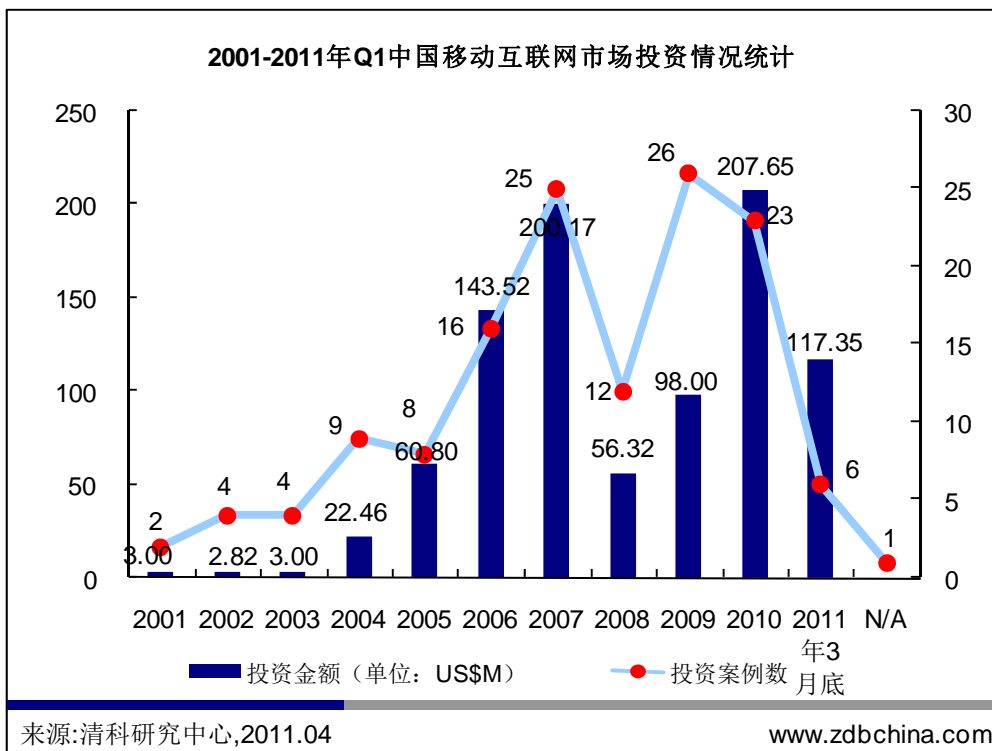
中国移动互联网 O2O 时代还有多远？

清科研究中心 分析师 张亚男

互联网电子商务的浪潮已如热浪般扑面而来，无论我们与其距离的远近，总还是能感受到中国电子商务市场投资的喧嚣。纵观中国电子商务市场的发展历程，从 B2B 到 C2C、从 B2C 到 O2O，其中高举电子商务旗帜的企业已经获得了资本市场的热捧。这种热潮能否延续至移动互联网领域？资本方是否可在此类市场中先行？

中国移动互联网曲折发展十余年，投资风向与行业相伴

2001 年 11 中国移动推出“梦网计划”，徐徐拉开中国移动互联网大幕。中国移动互联网由于长期受制于网络环境及政策因素，曲曲折折发展十余年。中国移动互联网从以短信、彩信等基础业务为核心且以电信运营商为主导的完全封闭的时代，到部分 SP “越狱”而形成的 Free WAP 时代，再到以电信运营商、终端厂商、内容提供商、服务提供商、系统提供商等多方混战的开放的大移动互联网时代，中国移动互联网已经进入了以应用为导向的全新时代。



中国移动互联网的投资与产业环境的发展休戚相关。2001-2003 年，以电信运营商为主导的短信、彩信等基础业务时代，封闭的环境使得资本可以切入的市场机会较为有限，当然

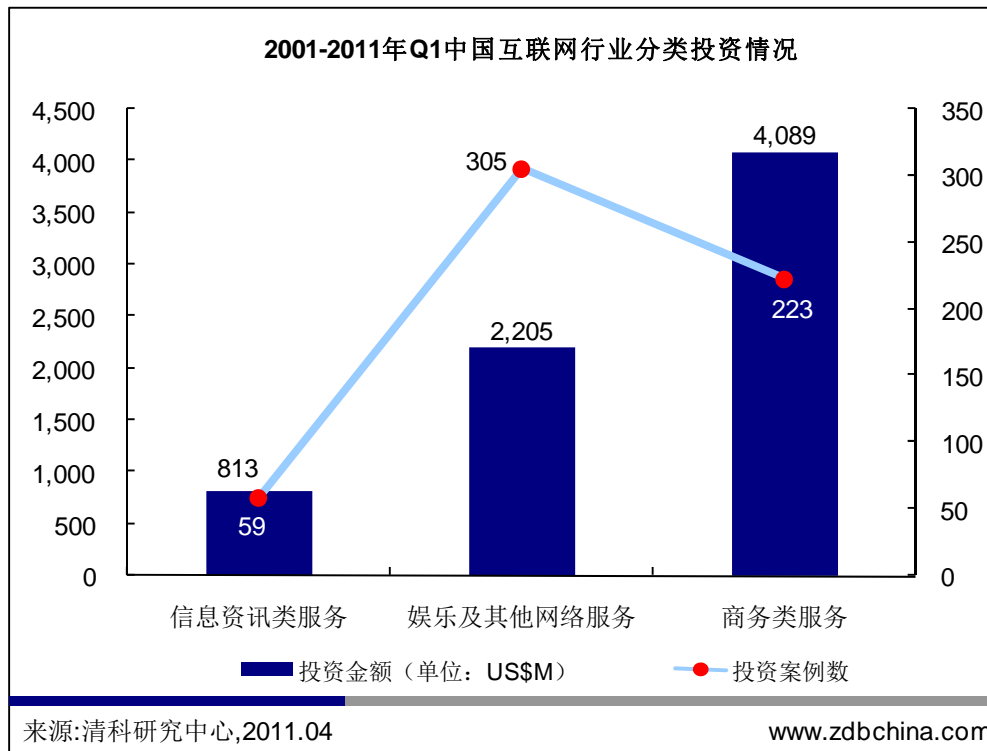
也与当时中国不成熟的资本环境具有一定的相关性。2004-2007年，中国移动互联网投资迎来了第一波快速发展期。主要原因有三点：一是移动互联网逐渐向半封闭环境转变，众多中小移动互联网厂商尤其是手机客户端软件厂商在此阶段快速成长，为资本提供了众多进入机会；二是网络环境的改善，如中国移动将2.5G网络升级到2.75G、中国联通推出2.5GGPRS业务等，为应用提供了相对顺畅的通路；三是互联网及终端厂商加速介入移动互联网市场，通过互联网业务的移植，推动了移动互联网业务的形成与发展。随着开放移动互联网时期的到来，2010年，在资本与产业的双向因素推动下，中国移动互联网迎来了投资的第二波黄金期。首先，从资本层面来看，针对移动互联网投资的私募基金与产业资本相继提速发展，如盛大设立针对移动互联网的投资基金、联想成立LE基金、创新工场等各类形式的基金等；其次，从产业层面来看，各大互联网企业相继将移动互联网相关部门升级，以此加速移动互联网产业布局。

此外，从2011年第一季度，中国移动互联网投资情况来看，清科研究中心预计，2011年中国移动互联网领域投资将有望刷新历年纪录。

当然，从十余年移动互联网细分领域投资情况来看，手机游戏凭借其较为清晰的商业模式，加之移动互联网娱乐时代的需求，获得资本市场的广泛青睐。尽管手机游戏市场投资仍将持续，但是随着众多互联网游戏巨头的介入，甚至如华谊兄弟、博瑞传播等影视传媒机构的加入，手机游戏市场在泛娱乐时代竞争将愈演愈烈。随着中国移动互联网不断向前推进，面对激烈的竞争风险，资本将继续探寻新的投资机会，或将出现在移动电子商务领域。

中国电子商务投资倾向显现，O2O模式的团购带动资本热情

从中国互联网投资来看，第一波投资关注点集中在信息资讯类企业之中，第二波投资关注点集中于娱乐类应用之中，而第三波投资关注点主要集中于商业类应用企业。据清科研究中心不完全数据显示，2001-2011年3月，商务类应用（主要包括电子商务、支付、广告代理及网络营销服务等）领域中已经披露的投资案例为223起，披露总金额约为40.89亿美元，远远超于另外两大领域的投资。



(备注: 1、娱乐及其他网络服务包括网络游戏、网络社区、网络视频、网络教育、网络旅游、网络招聘等; 2、商务类服务包括电子商务、支付、广告代理商及网络营销服务)

中国互联网投资向电子商务领域倾斜趋势明显,尤以2010年投资最为突出。2010年是中国电子商务B2C市场投资的引爆点,已经披露电子商务B2C市场的投资案例为56起,40起披露投资金额的案例共获得7.14亿美元投资,平均投资额达1785万美元,远高于其他细分市场的平均投资额。透析近一年的中国电子商务B2C市场投资,作为O2O先锋军的团购领域投资事件频发。据清科研究中心不完全数据显示,2010年初至今,中国团购行业共发生17起投资事件,尤其是2011年4月中旬,拉手网上亿元投资最为引人瞩目,也再次将中国O2O行业推向公众目光。

时间	投资方	被投资方	投资金额 (US\$ M)	投资币种	投资轮次
2010.04	不公开投资者	团宝网	2.93	RMB	A
2010.04.23	泰山天使	拉手网	N/A	N/A	A
2010.05	盟动力资本	阿丫团	1.93	RMB	A
2010.05	浙商创投	酷团科技	1.46	RMB	A
2010.06.05	金沙江创投	拉手网	N/A	N/A	B
2010.06	三井创投	F团	N/A	N/A	C
2010.06.09	万嘉创投	酷团科技	1.17	RMB	B
2010.08	红杉	美团	10.00	USD	A
2010.09.14	N/A	团购123	1.00	USD	A
2010.09.19	凯鹏华盈	满座网	N/A	N/A	A

时间	投资方	被投方	投资金额 (US\$ M)	投资币种	投资轮次
2010.11	IDG 资本	嘀嗒团	N/A	N/A	A
2010.12	不公开投资者	团宝网	30.06	RMB	B
2010.12.02	特纳亚投资、西北 风险投资、金沙江创投	拉手网	50.00	USD	B
2011.02.24	不公开投资者	24 券网	N/A	N/A	A
2011.02.28	腾讯产业共赢基金、云 峰基金	高鹏网	N/A	N/A	A
2011.03.14	红杉	聚美优品(原团美网)	10.00	USD	A
2011.04.11	麦顿、金沙江创投等	拉手网	110.00	USD	C

中国互联网投资路径有迹可循，移动互联网或将追随

尽管长久以来，业内普遍认为中国移动互联网与互联网存在一定的差异性，需探寻特色的发展之路。但是，中国互联网与移动互联网的商业本质存在一定的相似性，这种相似性使得“两张网”的发展路径有迹可循。为此，可以推测，中国移动互联网的下一波投资浪潮将集中于商务领域。不过，结合商务应用在移动互联网领域的特殊属性，如移动终端的随身性、用户身份的唯一性、用户位置的可追踪性等特征，将成为移动电子商务 O2O 发展的催化剂。

总体而言，中国移动互联网从娱乐应用时代步入商务应用时代尚需时间，资本在前瞻性观望与行动的同时，仍需面对风险的勇气。不过，经过团购网站、大众点评网等形式的 O2O 企业相继用户教育与培育之后，中国移动互联网电子商务 O2O 发展将远远快于互联网，这一行业中的企业也纷纷露头，资本准备好了吗？

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_16305



云报告
https://www.yunbaogao.cn

云报告
https://www.yunbaogao.cn

云报告
https://www.yunbaogao.cn