

2010 年中国移动互联网市场投资盘点之七

——移动社交应用，资本小心触礁

2011-1-24 清科研究中心

长久以来，移动互联网用户对于移动社交应用的认知停留在移动 IM 阶段，如移动 QQ、移动 MSN、移动飞信等，不过随着 2008 年以来 PC 端开心网、人人网、QQ 农场等应用的快速兴起，移动社交应用也潜移默化的发生变化。2009 年后，新浪微博的井喷式增长为移动社交应用注入了新的活力，但是移动社交应用市场的全面爆发尚需时间引爆。

移动社交应用全面开花，现状不容盲目乐观

据清科研究中心《2010 年中国移动互联网投资研究报告》显示，2010 年，中国移动社交应用发展呈现如下三点特征：

（一）移动社交应用市场随 PC 端社交应用市场快速兴起，但是市场“虚热”明显。伴随 2008 年 PC 端社交应用的兴起，2009 年，移动社交应用成为众多厂商争相追捧的典型应用之一。如 2009 年 7 月，SOHU “白社会”推出手机客户端软件；2009 年 8 月，中国移动 SNS 网站 139.com 正式上线；2009 年 10 月，爱立信与开心网签署合作协议，通过合作，进入移动社交应用市场；互联网帝国盛大先后推出糖果网及切客网，尽管此类市场风生水起，但是厂商的行为属于“先行占地”，至 2010 年上半年，移动社交应用市场逐渐冷淡，市场“虚热”凸显。

（二）移动社交应用定位不明确，平台化发展受制于“入口型”应用。目前，中国的部分移动社交应用摒弃了原有的社交网络功能，为了建立商业模式，集合了众多的应用，如手机游戏、无线音乐、手机阅读等，拟通过平台化的发展路径，实现增值业务与广告双盈利。但是事实证明，这种路径严重受制于早已前行的“入口化”应用的平台化发展，如手机浏览器。

（三）商业模式难以突破盈利困境。目前，中国移动社交应用的商业模式即是通过增值业务与广告双向盈利，这种商业模式面临受众群体数量有限及认知不足的羁绊。据 3G 门户《2011 手机体验白皮书》数据显示，目前，QQ、飞信、MSN 仍是用户使用频率较高的手机社交客户端软件，三者总占比达 85%，微博后发制人，用户使用占有率达 10%，但是 SNS、LBS 等应用的用户使用率较低，两者总占比仅为 2%。广义上的移动社交应用软件的用户认知度偏低，对于以用户基数变现的商业模式而言，一定时期内将受到盈利挑战。



总体而言，中国移动社交应用处于市场起步阶段，困境与挑战将在一段时间内存在，市场需要引导者与用户的“导师”，而不是相关大公司的提前占位，更不是垂直型小公司的“急功近利”的心态。

微博兴起或将中国移动社交应用引入新天地

中国互联网已经步入了发展的第三个阶段，移动互联网也将伴随成熟的网络与垂直、特色及贴近生活的应用快速的兴起。2009年，新浪微博的出现为互联网及移动互联网注入了新的动力，2010年，移动社交应用的兴起也不乏微博助力。从一定意义上来看，微博的出现对中国社交应用的发展影响主要有两点：一是打破移动社交应用年轻人一统天下的局面，使得用户年龄层进一步下沉，这部分人群的消费能力较强，为其商业模式的拓展奠定用户基础；二是改变用户资讯、信息的获取方式，通过“圈子”模式增加用户粘性，提升用户转换成本，这是应用永续发展的关键因素。

当然，除了微博外，中国移动社交应用也出现了一些新兴的力量，如玩转四方、街旁、嘀咕、多乐趣等，虽然作为推动中国移动社交应用发展的重要力量，但是雷同的应用形式与商业模式依然使得部分厂商难抵市场竞争的沉浮。

资本已经前瞻性洞察市场，但须慎之又慎

据清科研究中心数据显示，移动社交应用市场投资事件主要集中在2009-2010年两年间，已披露投资案例3起，其中已经披露金额的投资案例数为2起，总投资金额为266万美元，平均投资金额为133万美元。整体而言，在这一新兴市场中，尽管有少数几家公司获得投资，但是由于目前此类应用的延展性有限，资本方对此类市场的投资持谨慎态度。预计，短期内，VC/PE将对“社交+定位+娱乐”功能的移动社交应用较为关注，但是投资仍需谨慎，小心触礁。

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创业投资及私募股权基金、政府机关、中介机构、创业企业提供专业的研究报告和各种行业定制研究。研究范围涉及创业投资、私募股权、新股上市、兼并收购以及TMT、传统行业、清洁科技、生技健康等行业市场研究。目前，清科研究中心已成为中国最专业权威的研究机构。

引用说明

本文由清科集团公开对媒体发布，如蒙引用，请注明来源：**清科研究中心**，并将样报两份寄至：



北京市朝阳区霄云路 26 号鹏润大厦 A 座 12 层 1203 室（邮编：100125）

联系人：孟妮（Nicole Meng）

电话：+86 10 84580476 8102

电子邮件：nicolemeng@zero2ipo.com.cn

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_16378

