

2010

2010 年中国在线应用商店市场投资研究报告

清科研究中心

2010 年 8 月



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

研究及产品咨询: 张佳元

电话: 010-84580476 分机 8070

客户服务热线: 4006009460

清科研究发现

2009年中国在线应用商店市场发展环境分析发现：

- （一）中国电信运营商加大对移动互联网市场管制，规范市场同时促进市场洗牌；
- （二）中国移动电话用户规模持续扩大，为在线应用商店提供了很好的用户积淀；
- （三）中国移动终端销量不断攀升，终端多元化发展为应用提供了多种传播路径；
- （四）中国移动互联网用户及收入规模持续攀升，为在线应用商店营造了良好的发展环境；
- （五）中国移动互联网应用不断丰富化，用户对移动互联网应用的接受程度不断提升。

2009年中国在线应用商店市场发展现状分析发现：

自2009年以来，中国移动、中国电信、中国联通、诺基亚、摩托罗拉等巨头厂商及如N多网、十字猫、积分网、机锋网、安卓网等“草根化”企业都相继构建自己的在线应用平台。纵观中国在线应用商店市场的发展，具有如下特征：

- （一）中国在线应用市场百花齐放，市场处于厂商快速推进的阶段；
- （二）互联网及电子商务厂商相继布局中国在线应用市场；
- （三）中国电信运营商与终端厂商、互联网服务提供商之间共同搭建在线应用商店联合运营体系；
- （四）中小互联网服务提供商成为在线应用商店领域一支较为活跃的力量；
- （五）全球范围内在线应用商店发展态势良好，对中国市场具有一定的激励意义。

2009年中国在线应用商店市场发展模式分析发现：

中国在线应用商店发展模式主要有三种，分别为电信运营商主导的在线应用商店模式、互联网服务提供商主导的在线应用商店模式、终端厂商主导的在线应用商店模式。

中国在线应用商店市场投资情况分析发现：

2001-2010年上半年中国移动互联网行业投资事件118起，其中已经披露投资金额的案例有96起，披露投资金额为6.63亿美元，平均单笔投资金额为690万美元。

从历年的投资规模情况来看，2009年是中国移动互联网投资事件的最高值，共发生26起投资事件，其中有22起披露投资金额，总投资金额为9800万美元，平均投资额为445万美元。2007年是中国移动互联网披露投资金额总值最高的一年，在25起投资案例中有24起投资案例披露了投资金额，总投资金额为20017万美元，平均投资额为834万美元。不过从历年的平均投资金额来看，2006年平均投资额

为 1025 万美元，创历年最高值。

2007 年可谓是移动互联网投资第一波热潮，主要受三大因素的拉动：一是移动互联网用户规模和收入规模的持续扩大，为移动互联网快速发展奠定基础；二是互联网厂商如腾讯逐渐加大向移动互联网市场的渗透，原有移动互联网厂商如空中网、3G 门户等进一步发展，差异化的应用/服务丰富了移动互联网产品，同时为移动互联网商业模式的探究带来了新的血液；三是各类细分业务的不断出现，除传统的移动增值业务外，手机游戏、手机支付、无线广告及各类独立的手机客户端软件等业务的出现使投资方找到了移动互联网投资点。此外，中国移动网络扩容也优化了移动互联网应用的传播介质。

2010 年上半年，中国移动互联网行业投资案例共发生 11 起，其中 8 起案例披露投资金额，总投资额为 7256 万美元，平均投资额为 907 万美元，预计随着手机游戏、移动视频、移动支付等细分移动互联网应用的兴起，2010 年下半年移动互联网行业仍将是资本市场关注的焦点。

中国移动互联网近十年的投资案例情况可以发现，中国移动互联网单笔投资金额集中分布于 500 万美元以下，共发生 55 起投资事件，占总投资案例数的 46.61%。

2001 年以来，中国移动互联网各细分投资领域中，手机游戏共发生 33 起投资案例，占总投资案例数的 27.97%，已披露金额的投资案例为 26 起，总投资金额为 12045 万美元，平均投资额为 463 万美元。此外，无线搜索、手机支付、无线音乐、无线广告等领域也是投资方关注的热点领域。清科研究中心分析认为，未来，手机游戏、无线搜索、手机支付等领域均值得资本市场关注。

2001-2010 年上半年中国移动互联网投资案例中，Series A 投资案例数量仍占据市场主要份额，共披露投资案例 53 起，占总投资案例 44.92%，其中披露金额的投资案例为 45 起，投资总额为 20486 万元，占比为 30.92%。此外，有 24 起投资案例未披露投资轮次，占比达 20.34%。

2001-2010 年上半年，中国移动互联网行业投资热点区域以北京为主，北京移动互联网行业投资案例数为 57，占总投资案例的 48.31%，其中已经披露金额的投资案例为 48 起，总投资额为 38849 万美元，占比高达 58.63%，平均投资额为 809 万美元。上海地区移动互联网投资案例数位居第二，投资案例总数为 17 起，占比为 14.41%，其中已经披露投资金额的投资案例为 13 起，总投资金额为 2849 万美元，占比为 4.30%，平均投资金额为 219 万美元。在移动互联网行业中，北京、上海、深圳地区是投资活跃地区，尤其是北京，遥遥领先于其他地区。

2001-2010 年上半年中国移动互联网投资案例中，外币遥遥领先于人民币投资案例。在已经披露的 118 起案例中，外币投资为 74 起，人民币投资案例数为 19 起；投资金额方面，外币投资金额明显超过人民币投资金额，外币投资达 6.02 亿美元，占比达 90.85%。清科研究中心分析认为，随着人民币基金的快速发展，移动互联网领域的发展必将吸引资本市场，人民币在中国移动互联网行业的投资将进一步加大，但是外币仍在一定时间内扮演重要的角色。



中国在线应用商店市场投资机会与风险

中国在线应用商店市场的投资机会主要集中在以下方面：

从产业链角度，纵向切入移动互联网市场投资机会，可以发现：

- （一）基础设施提供商；
- （二）应用/服务提供商；
- （三）应用/服务平台运营商；
- （四）特色终端、基础构架（如 Android 操作系统）、第三方支付厂商等其他方面。

从横向切入移动互联网市场投资机会，可以发现：

手机游戏、移动支付、移动搜索、LBS 等应用存在一定的投资机会。

中国在线应用商店市场投资面临的主要风险有：

- （一）网络 and 平台支撑尚未发展成熟；
- （二）电信运营商方面的政策风险和竞争风险；
- （三）大部分移动互联网应用尚未形成成熟的商业模式；
- （四）支付渠道单一且不完善。

目 录

1. 中国在线应用商店市场发展概述	8
1.1. 定义及特征	9
1.2. 在线应用商店市场发展环境分析	10
1.3. 在线应用商店市场发展现状分析	17
1.4. 在线应用商店发展模式分析	19
1.5. 2008-2010 中期在线应用商店市场大事件	25
2. 典型在线应用商店发展模式分析	27
2.1. 终端厂商——苹果 App Store	27
2.2. 电信运营商——中国移动 Mobile Market	32
2.3. 应用服务提供商——Google Android Market	35
2.4. 第三方手机应用下载平台	36
3. 2001-2010 年上半年中国移动互联网行业投资统计分析	40
3.1. 投资规模分析	40
3.2. 细分投资领域分析	43
3.3. 投资轮次分析	45
3.4. 投资地区分析	46
3.5. 投资币种分析	48
3.6. 2009-2010 年上半年中国移动互联网行业典型投资案例分析	49
4. 2001-2010 年上半年中国移动互联网行业并购分析	53
5. 中国在线应用商店行业投资机会与风险分析	54
5.1. 投资机会分析	54
5.2. 投资风险分析	56

图表目录

图表 1	2004-2009 年中国移动电话用户规模情况	10
图表 2	2004-2009 年中国移动电话普及率变化情况	11
图表 3	2008Q1-2010Q2 中国手机销售规模情况	12
图表 4	2009 年中国各品牌手机终端销售情况	12
图表 5	2008Q1-2010Q2 中国智能手机销售规模情况	13
图表 6	2010Q2 中国各操作系统终端市场保有量情况	13
图表 7	2010Q2 中国电子阅读器品牌终端销售情况	14
图表 8	2003-2012 年中国移动互联网用户规模变化情况	15
图表 9	2003-2012 年中国移动互联网收入规模变化情况	15
图表 10	2008-2014 年全球非运营商应用商店的计费应用下载情况	18
图表 11	2008-2014 年全球非运营商应用商店年收入变化情况	18
图表 12	中国在线应用商店典型模式介绍	19
图表 13	中国三种模式应用商店的优劣势比较	23
图表 14	2008-2010 年上半年在线应用商店市场大事件	25
图表 15	苹果公司价值链构建策略	27
图表 16	苹果 App Store 运营模式示意图	28
图表 17	2008Q3-2009Q2 苹果 App Store 应用数量季度变化情况	29
图表 18	2008Q3-2009Q2 苹果 App Store 用户下载应用数量变化情况	29
图表 19	2008Q3-2009Q2 苹果 App Store 季度营收变化情况	30
图表 20	2009 年 9 月苹果 App Store 各类应用占比情况	30
图表 21	中国移动 Mobile Market 价值链构建策略	32
图表 22	2010 年 8 月中国移动 Mobile Market 各类应用占比情况	33
图表 23	中国三大运营商在线应用商店对标分析	34
图表 24	2009 年 12 月谷歌 Android Market 各类应用占比情况	35
图表 25	2001-2010 年上半年移动互联网产业投资规模	40
图表 26	2001-2010 年上半年中国移动互联网行业各年度投资情况	41
图表 27	2001-2010 年上半年中国移动互联网市场投资规模分布情况	42
图表 28	2001-2010 年上半年移动互联网各细分领域投资规模	43
图表 29	2001-2010 年上半年中国移动互联网各细分领域投资分布情况	44
图表 30	2001-2009 年中国移动互联网行业投资轮次分析	45
图表 31	2001-2010 年上半年中国移动互联网行业投资轮次分布情况	45
图表 32	2001-2010 年上半年中国移动互联网行业投资地区分析	46
图表 33	2001-2010 年上半年中国移动互联网行业投资地区分布	47
图表 34	2001-2010 年上半年中国移动互联网行业不同币种投资规模	48
图表 35	2001-2010 年上半年中国移动互联网行业投资币种分布情况	48
图表 36	2001-2010 年上半年中国移动互联网行业并购案例	53
图表 37	中国移动互联网价值链示意图	54



1. 中国在线应用商店市场发展概述

苹果 App Store 自 2008 年 7 月上线以来，短期内取得了不凡的成绩，使得在线应用商店概念席卷全球，各类厂商竞相模仿建店。2009 年 8 月，中国移动 MM 上线，开创了我国乃至世界范围内运营商主导运营在线应用商店的新局面。从中国范围来看，除中国移动、中国电信、中国联通三大电信运营商外，诺基亚 Ovi Store、微软 Windows Marketplace、谷歌 Android Market、开奇网、LG Application Store、酷派 Coolmart 等，中国在线应用商店呈现百花齐放的新局面。

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_16495

