

2010

2010 年第一季度中国互联网行业投资研究报告

清科研究中心
2010 年 6 月

Zdatabase针对不同类型客户的需求， 提供全方位的解决方案：

有限合伙人(LP)

——关注市场动态、甄选及管理投资组合、评估基金业绩

基金募集、投资、投资组合动态、基金回报及业绩分析；
基金管理团队变动情况、个人投资业绩、个人资料及新闻资讯；
VC/PE机构投资交易记录、项目信息及分析、项目回报分析；
政策法规最新动态、政策走向分析报告；

VC/PE投资机构

——寻找投资机会、分析行业趋势、助力尽职调查

活跃的LP信息、投资偏好及历史投资记录；
各行业基本面、行业政策、市场现状及发展趋势分析；
企业待融资信息、获投信息、上市信息及并购信息，以及企业运营及财务信息；
基金注册等政策法规汇总及分析、各行业政策法规汇总及分析、投资条款
(Term Sheet) 分析；
律师事务所、会计师事务所、投资银行等机构信息及案例信息；

战略投资者

——分析特定行业趋势、寻找投资机会、助力尽职调查

各行业基本面、行业政策、市场现状及发展趋势分析；
企业待融资信息、获投信息、上市信息及并购信息，以及企业运营及财务信息；
各行业研究报告、各行业企业排名、投资退出交易记录；
各行业政策法规汇总及分析、投资条款(Term Sheet) 分析；

律师事务所/会计师事务所/投资银行/证券交易所/咨询机构

——寻找业务机会、了解竞争对手、构建交易网络

中国市场完整的股权投资交易、并购交易、上市事件记录；
VC/PE机构研究分析；投资人历史业绩；
企业财务数据；企业融资情报；各行业中的企业排名；

大学、研究机构、政府机构

——洞察市场走向、支撑政策制定、助力课题研究

中国市场完整的股权投资交易、并购交易、上市事件记录
中国市场完整的基金募集、投资、投资组合动态、基金回报及业绩分析；
中国市场完整的VC/PE机构研究分析；投资人历史业绩分析；
中国企业上市及并购数量、规模、地域分布以及详细信息，机构投资回报分析。

——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。为众多的有限合伙人、VC/PE投资机构、战略投资者，以及政府机构、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信息服务

——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。

产品咨询

联系人：张佳元
电话：010-84580476 分机8070
手机：13693655569
传真：010-84580480
邮件：research@zero2ipo.com.cn

研究与产品咨询

联系人：符星华
电话：010-84580476 分机8073
手机：13811619933
传真：010-84580480
邮件：research@zero2ipo.com.cn

关键总结

2010 年 Q1，世界经济呈缓慢的回暖趋势。相比与市场主要的经济国家，中国经济领先于全球率先回暖，经济基本面仍然向好。受到整体经济形势向好的影响，中国互联网行业投资情况表现良好。加之传统行业互联网化趋势明显，新型的商业模式和服务经济加速兴起，预期中国互联网经济将保持稳健的增长态势。据工业和信息化部最新数据显示，2010 年 Q1，中国互联网网民新增 2000 万人，网民总数达 4.04 亿人。中国互联网行业主要包括搜索及营销板块，电子商务板块以及网络服务板块。由于受季节性影响，2010 年 Q1 中国互联网搜索及营销板块收入增幅不大，而与之相反的是，2010 年 Q1 中国电子商务及网络服务尤其是网上零售及网络游戏行业仍然保持相对较快的增长。

2009 年中国互联网网民数净增 0.86 亿人，达到 3.84 亿人，同比涨幅达到 28.9%。其中宽带网民数净增 0.76 亿人，达到 3.46 亿人，占网民总数的 90.1%；手机网民数净增 1.2 亿人，达到 2.33 亿人，占网民总数的 60.8%；农村网民数净增 0.22 亿人，达到 1.07 亿人，占网民总数的 27.8%。中国互联网网民数连续 2 年以每年超过 8500 万新增网民的速度高速增长，普及率也从 2007 年的 16% 增长到 2009 年底的 28.9%。虽然普及率持续提升，但是相比发达国家，中国的互联网普及率还较低。截至 2009 年 12 月，美国、日本和韩国互联网普及率分别达到 74.1%、75.5% 和 77.3%。以目前中国互联网网民的发展速度，预计在 2012 年中国互联网网民数能超过 5.5 亿，国民渗透率超过 42%。

中国互联网网民结构随着网民城市的下沉，网民的年龄结构更加均衡。与 2008 年相比，30 岁以上年龄段人群占比攀升，较 2008 年上涨了 5.6%，占到网民的 38.5%。同时 10 岁以下网民群体也从 0.4% 增至 1.1%。从学历上看，2009 年中国网民群体继续向低学历人群渗透。小学及以下网民群体增速最快。2009 年，中国互联网网民使用率排名前三甲的网络应用分别是网络音乐（83.5%），网络新闻（80.1%），搜索引擎（73.3%）。但从发展速度上看，商务交易类应用遥遥领先。其中，网上支付用户排名第一，年增幅 80.9%，紧随其后的是网络炒股和旅行预订。从 1999 年至今，中国网民的应用热点从信息获取、网络娱乐逐步向商务应用发展。2007 年开始，商务应用取得了长足的发展，中国互联网应用的消费商务化特征走强趋势明显。

2010 年 Q1 中国网络广告市场营收规模为 61.5 亿元人民币，百度仍然位居市场第一，占比达 21.0%。随着谷歌退出中国，2010 年中国网络广告的市场格局也发生了相应的变化。阿里巴巴、新浪、搜狐、腾讯依次位居百度之后，占比分别为 10.2%、6.0%、4.3%、3.3%。值得关注的是阿里巴巴，淘宝搜索广告展示随着其自身技术的完善及电子商务市场的快速发展，其广告营收增长较快，2010 年 Q1 其网络广告营收达 6.25 亿人民币。

尽管 2010 年 Q1 中国网络广告整体营收由于受广告投放的季节性因素影响，环比小幅下降，但同比增势较为明显。清科研究中心分析认为，2010 年 Q1 中国网络广告市场整体走势较好的原因主要有三点：首先，中国整体经济形势的回暖，加之中国互联网整体环境的持续优化，互联网广告投放（如网页广告、搜索引擎广告、视频广告等）成为广告主更为重视的一种营销手段；其次，SNS、电子商务、网络视频等互联网应用的快速发展，为广告主提供了较为新颖的广告传播媒介；再次，互联网广告的垂直化发展，如垂直搜索引擎、垂直电子商务平台等媒介的出现为网络广告提供了精准营销的实现路径，越来越受到广告主的喜爱。

2010 年 Q1 中国电子商务网上零售市场营收规模为 960.5 亿元人民币，其中电子商务 B2C 市场营收约为 102.3 亿元人民币，占比达 10.65%；电子商务 C2C 市场营收约为 858.2 亿元人民币，占比达 89.35%。2010 年 Q1 中国电子商务网上零售市场中，淘宝仍然位居市场第一，营收为 710.2 亿元人民币，占比达 73.94%。拍拍、京东商城、卓越、当当依次位居其后，占比分别为 10.77%、1.92%、0.82%、0.79%。尽管目前中国电子商务网上零售市场以 C2C 为主，但是 B2C 的发展速度值得关注。

2010 年 Q1，中国电子商务市场呈现快速发展的态势，尤其是网上零售市场的快速发展对于整个电子商务市场的带动作用非常明显。一方面，由于受到春节影响，网上零售厂商纷纷加大在营销及服务方面的投入，刺激消费者购买。加之传统行业尤其是家电、服装饰品等厂商对网上零售渠道的日渐重视，2010 年 Q1 中国网上零售市场的营收呈持续增长的态势。另一方面，在 B2C 领域，随着京东商城于 2010 年 1 月获得老虎基金总额超过 1.5 亿美元的第三轮投资，B2C 市场再度成为投资关注的焦点行业。据请客研究中心数据显示，2010 年 Q1 披露的 23 起投资案例中，电子商务投资案例为 10 起，占行业投资案例总数的 43.48%，投资金额为 13779 万美元，占行业投资总额的 57.39%，平均单笔投资金额为 2297 万美元，位居各细分行业投资之首。

据清科研究中心数据显示，2010 年 Q1 中国网络游戏市场营收规模为 92.05 亿元，增长相对放缓。其中，2010 年 Q1 腾讯网络游戏市场营收为 33.84 亿元人民币，占比达 36.8%，盛大、网易、完美时空依次排名，营收占比分别为 12.4%、12%、6.8%。清科研究中心研究发现，中国网络游戏的市场集中度略有提升，一些大型厂商如腾讯、盛大、网易等在中国网络游戏市场扮演的角色越来越重要。

2010 年 Q1，中国互联网行业共有 23 家企业获得投资，其中已披露投资金额的案例有 16 起，披露投资金额 2.40 亿美元。总投资案例数量和披露投资金额同比分别上升 76.92% 和 180.03%，环比分别上升 15.0% 和 149.30%。平均单笔投资金额为 15.01，同比上升 109.93%，环比上升 149.34%。2010 年 Q1 披露的 23 起投资案例分布在电子商务、网络游戏、网络文学、互联网软件、资讯门户、网络视频、网络广告、网络教育等 8 个子行业。

与 2009 年投资情况相近，电子商务和网络游戏行业仍是最受资本青睐，尤其是电子商务表现尤为突

出。2010 年 Q1 在披露的 23 起案例中，电子商务投资案例为 10 起，占行业投资案例总数的 43.48%，投资金额为 13779 万美元，占行业投资总额的 57.39%，平均单笔投资金额为 2297 万美元，位居各细分行业投资之首。其次是网络游戏，2010 年 Q1 网络游戏行业投资案例为 5 起，占行业投资案例总数的 21.74%。此外，网络视频及网络广告与 2010 年 Q1 分别发生 2 起投资案例。清科研究中心分析认为，随着互联网整体市场的快速发展，如网络社区、网络文学、网络视频、网络广告等领域将出现一定的投资热度，后续市场表现值得关注。

受 2010 年 Q1 中国互联网行业投资案例总数量上升的影响，Series A 投资案例数量增幅较大，共发生案例数量为 16 起，占整体投资案例的主要份额，占比达 69.57%。其中，披露金额的投资案例为 11 起，总投资金额为 10186 万美元，在总体中占比为 42.42%。

2009 年中国互联网行业中，本外币在投资案例数量方面差异明显，已披露人民币 23 起，外币 40 起；投资金额方面，外币投资仍然大幅领先于中资投资。与往年相仿相比，外币投资依旧势头强硬，大幅赶超人民币投资，但是单笔投资金额的差距明显小于其它两项指标，可以预见其在互联网行业投资中人民币投资将扮演愈来愈重要的角色。

2010 年 Q1 中国互联网行业中，本外币在投资案例数量方面存在一定差距，已披露的案例中，外币投资案例为 14 起，人民币投资案例为 8 起，1 起案例未披露投资币种。同 2009 年中国互联网行业投资情况相似，外币投资依然势头强劲，超过人民币投资，且通过 2010 年 Q1 已经披露金额的投资案例中，外币平均单笔投资额远超过人民币平均单笔投资额。不过随着中国经济的快速发展，预期人民币投资将扮演越来越重要的角色。

2010 年第一季度，中国互联网行业全国共计 2 家企业实现 IPO，全部是进内市场 IPO，总计融资金额为 3.18 亿美元，平均每家企业融资金额为 1.59 亿美元。

2010 年 Q1，中国互联网行业共发生 9 起并购事件，其中 6 起案例为境内并购事件，3 起为境外并购事件。已披露金额的投资案例为 3 起，总并购金额为 50.15 百万美元，平均并购金额为 16.72 百万美元。相比于 2009 年 Q4，中国互联网行业并购数量呈现快速增长的态势。清科研究中心分析认为，随着中国整体经济的回暖，互联网一些典型领域（如电子商务、网络游戏等）的逐渐成熟及新兴领域的兴起，中国互联网行业并购事件数量有望持续增加。



目 录

1	2009 年中国互联网行业发展概述.....	8
1.1.	2009 年中国互联网发展特点分析.....	8
1.2.	2010 年 Q1 中国互联网主要市场发展分析.....	13
1.3.	2010 年 Q1 中国主要互联网公司财报表现分析.....	19
2	2010 年 Q1 中国互联网行业投资统计分析.....	21
2.1.	投资规模分析.....	21
2.2.	投资行业分析.....	23
2.3.	投资轮次分析.....	25
2.4.	投资阶段分析.....	26
2.5.	投资地区分析.....	27
2.6.	币种投资分析.....	28
3	2010 年 Q1 中国互联网行业创业投资和私募股权市场退出统计分析.....	29
3.1.	中国互联网行业 IPO 分析.....	29
3.2.	中国互联网行业并购分析.....	31
4.	2010 年 Q1 中国互联网行业大事记.....	34
5.	2010 年 Q1 中国互联网行业典型投资案例.....	36

图表目录

图表 1	2005—2009 年中国互联网网民数量和渗透率	8
图表 2	2009 年中国互联网分省网民规模及增速	9
图表 3	2003—2009 年中国互联网分省网民规模及增速	10
图表 4	2003-2009 年中国互联网网民文化程度分布比例	11
图表 5	2008-2009 年中国网民个人互联网应用状况	12
图表 6	2010 年 Q1 中国互联网网络广告市场主要厂商份额	13
图表 7	2007 年-2010 年 Q1 中国互联网网络广告市场主要厂商营收情况	14
图表 8	2010 年 Q1 中国电子商务网上零售市场主要厂商份额	15
图表 9	2007 年-2010 年 Q1 中国电子商务网上零售市场主要厂商营收情况	15
图表 10	2010 年 Q1 中国网络游戏市场主要厂商份额	17
图表 11	2007 年-2010 年 Q1 中国网络游戏市场主要厂商营收情况	17
图表 12	2010 年 Q1 中国主要互联网公司财报表现情况	19
图表 13	2009 年 Q1-2010 年 Q1 中国互联网行业各季度投资规模	21
图表 14	2008Q1-2010Q1 中国互联网行业各季度投资规模	21
图表 15	2010 年 Q1 中国互联网行业投资规模分布	22
图表 16	2010 年 Q1 中国互联网行业不同三级行业投资规模	23
图表 17	2010 年 Q1 中国互联网行业不同三级行业投资案例数量比例	24
图表 18	2010 年 Q1 中国互联网行业不同三级行业投资案例金额比例	24
图表 19	2010 年 Q1 中国互联网行业投资轮次分析	25
图表 20	2010 年 Q1 中国互联网行业创投市场不同企业发展阶段投资规模	26
图表 21	2010 年 Q1 中国互联网行业投资企业不同发展阶段分析	26
图表 22	2010 年 Q1 中国互联网行业投资地区分析	27
图表 23	2010 年 Q1 中国互联网行业不同币种投资规模	28
图表 24	2010 年 Q1 中国互联网行业 IPO 市场规模	29
图表 25	2010 年 Q1 中国互联网行业 IPO 融资金额分布	29
图表 26	2010 年 Q1 中国互联网行业并购金额分布	31
图表 27	2010 年 Q1 中国互联网行业并购市场规模	31
图表 28	2010 年 Q1 中国互联网行业并购行业细分	32
图表 29	2010 年 Q1 中国网络游戏行业并购案例一览表	32
图表 30	2010 年 Q1 中国互联网行业 VC/PE 背景中国企业并购细分行业规模	33
图表 31	2008 年 Q1-2010 年 Q1 各季度中国互联网行业 VC/PE 背景中国企业并购规模	33
图表 32	2010 年 Q1 中国互联网行业重大事件	34

1 2009 年中国互联网行业发展概述

1.1. 2009 年中国互联网发展特点分析

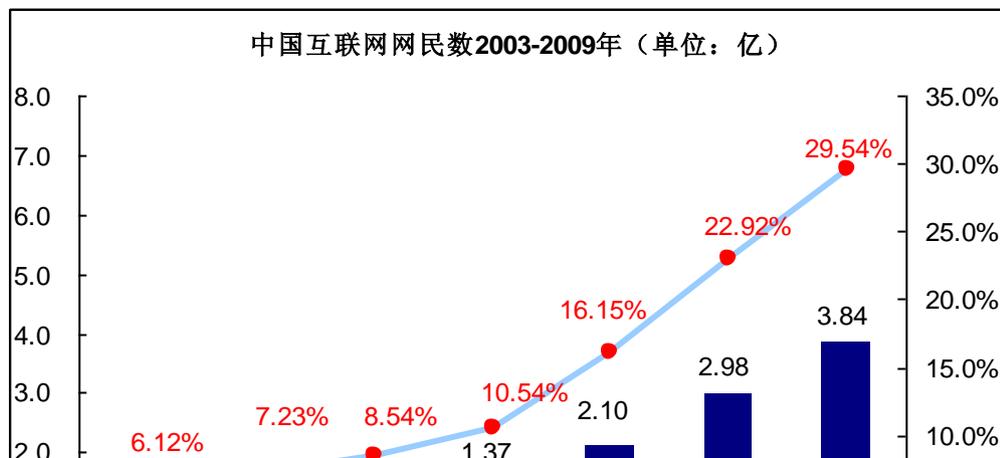
纵观 2009 年中国互联网市场发展现状，其发展特点可以总结为以下几个方面：

（一）中国互联网总体网民基数持续扩大，年增幅速度较快。

2009 年中国网民数净增 0.86 亿人，达到 3.84 亿人，同比涨幅达到 28.9%。其中宽带网民数净增 0.76 亿人，达到 3.46 亿人，占网民总数的 90.1%；手机网民数净增 1.2 亿人，达到 2.33 亿人，占网民总数的 60.8%；农村网民数净增 0.22 亿人，达到 1.07 亿人，占网民总数的 27.8%。

中国互联网网民数连续 2 年以每年超过 8500 万新增网民的速度高速增长，普及率也从 2007 年的 16% 增长到 2009 年底的 28.9%。虽然普及率持续提升，但是相比发达国家，中国的互联网普及率还较低。截至 2009 年 12 月，美国、日本和韩国互联网普及率分别达到 74.1%、75.5% 和 77.3%。以目前中国互联网网民的发展速度，预计在 2012 年中国互联网网民数能超过 5.5 亿，国民渗透率超过 42%。

图表 1 2005—2009 年中国互联网网民数量和渗透率



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_16581

