

中国移动互联网产业分析 ‘2010年体验移动Web世界！’

In-Stat中国

2010年4月

目录

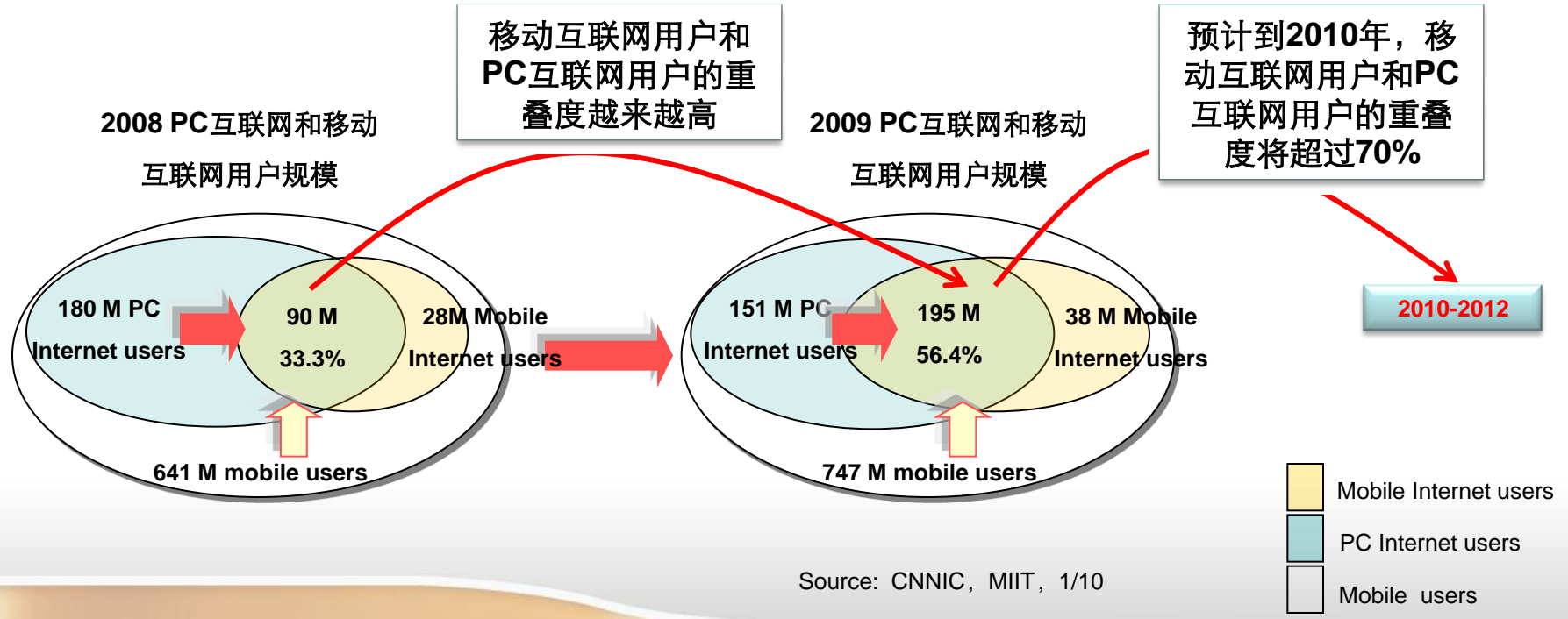
1 移动互联网趋势

2 移动互联网应用：驶入Mobile Web 2.0时代

3 移动互联网终端：博弈中演进

2011年后移动互联网用户增长将遭遇‘天花板’

- PC互联网用户迁移到移动互联网的比例从2008年的33.3%提高到2009年的56.4%，预计到2010年，该比例将超过70%；
- 随着PC互联网用户快速迁移到手机终端，2012年将完成规模化迁移。手机互联网用户新一轮的增长拉动，即从非PC互联网的手机用户迁移到移动互联网的驱动力将来自应用和终端的破坏性创新。



Source: CNNIC, MIIT, 1/10

应用、终端和网络Ready, 2010年移动互联网进入蓬勃发展期

无线网络的宽带化、泛在化、移动化

- 2009年运营商实现3G升级, 完成3G网络部署
- 规模化Wi-Fi热点对3G移动网络形成强有力的互补
- 3G流量资费降低显著, 部分运营商的资费降低超过50%



终端的智能化、集成化、开放化

- 降低移动OS进入门槛 驱动终端手机大众化
- 多模终端
- UI/UE改进
- 环境感知

业务应用媒体化、融合化、泛在化

- 互联网应用加快向手机迁移
- 使能业务搭建基础平台的广泛应用
- 运营商DNA应用定位和支付驱动内容寻找客户

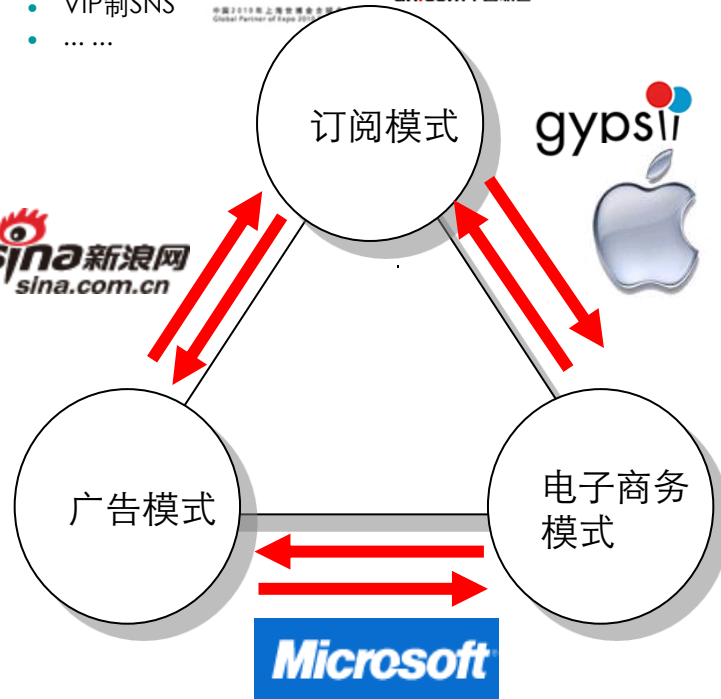
Web的商业模式向移动互联网复制，并趋向于融合

- 前向付费
 - 增值业务
 - 网游/邮箱
 - 收费内容
 - SaaS
 - VIP制SNS
 -



融合广告和订阅收费模式

融合订阅和电子商务收费模式



- 后向付费
 - 卖场交易 (Marketplace Exchange)
 - 拍卖经纪 (Auction Broker)
 - 信息中介 (Infomediary)
 - 网上零售 (E-retailer)
 -

- 后向付费，包括：
 - 搜索广告 (Search)
 - 幅式/赞助式广告 (Display/Sponsorship)
 - 分类广告 (classified)
 - 富媒体广告 (Rich Media)
 - 邮件广告等 (E-Mail. etc.)

Source: In-Stat, 1/10



融合广告和电子商务收费模式

目录

1 移动互联网趋势

2 移动互联网应用：驶入Mobile Web 2.0时代

3 移动互联网终端：博弈中演进

移动互联网应用正步入Mobile Web 2.0时代

成为第一媒体

- 通过照相功能UGC新鲜内容
- 通过移动网络最快捷地传送大量新鲜的即时信息

媒体化

加入社会群组

- 越来越多的应用社会群组化
- 社会群组化帮助增加用户粘性

社会化

通过位置找到你

- 通过使能业务，服务和信息找到用户
- 位置信息是手机的一个独特的DNA

位置化

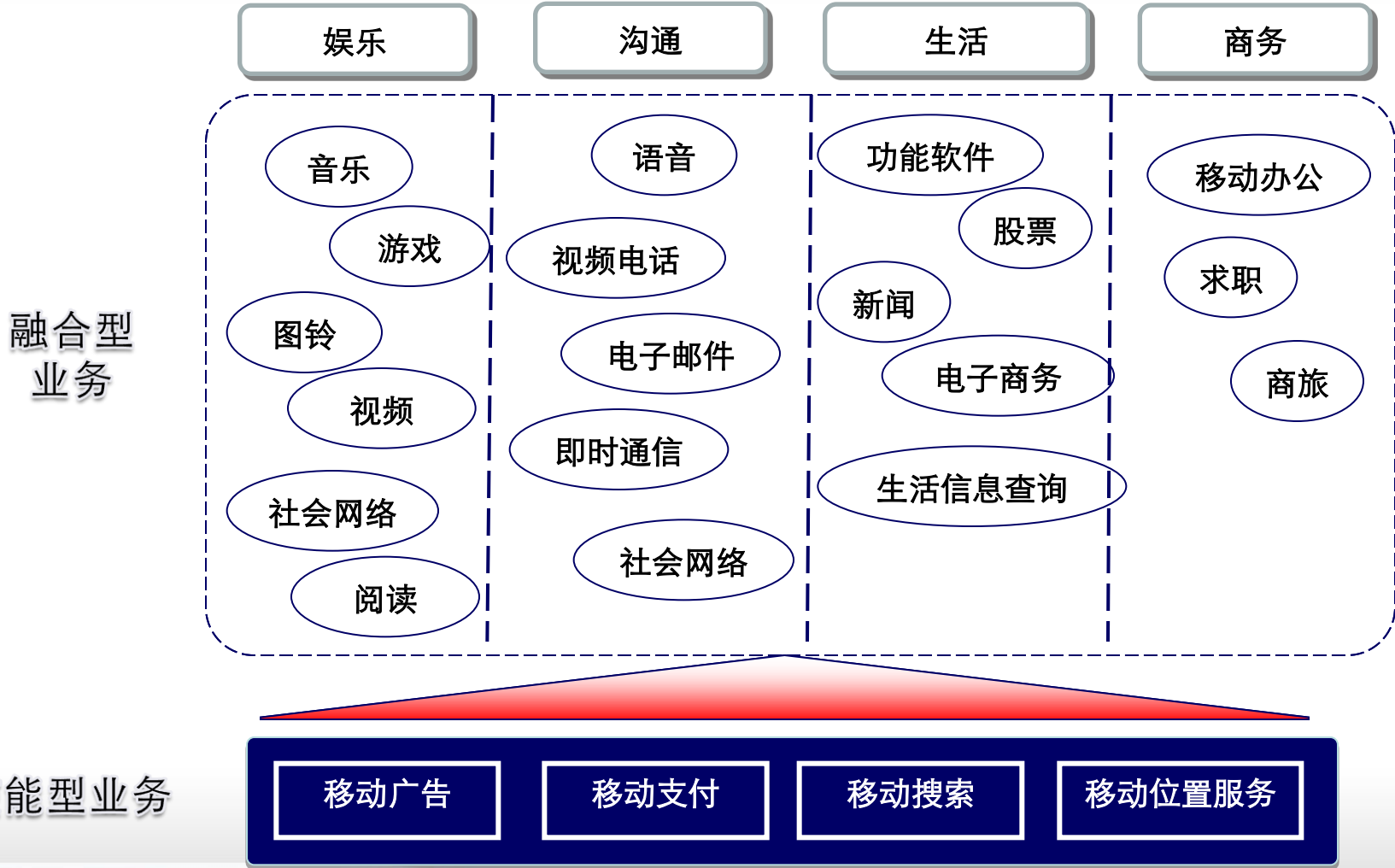
使能业务驱动融合

- 位置服务，支付和搜索驱动其他应用的融合
- 同时，这些使能业务也彼此融合

使能化

融合

以使能业务为基础，移动互联网成功模式体现了移动业务的多重叠加与融合



LBS+IM+SNS+UGC+Game+Payment, 融合成为典型

特征 gypsi
诺基亚手机上的图钉

日本DeNA旗下的Moba-ge-town



基于用户自生内容的位置交友服务，让用户随时随地用手机上传照片、视频、音乐等内容，并自动给这些内容添加位置信息，以使用户积累基于位置的生活元素，并与其他好友分享。



Twitter成为了海量UGC的展现媒体

Twitter是一个即时博客服务，是新型的社会网络服务，可以让用户通过移动终端发布即时感想，并订阅其他用户发布的即时感想：

- 在任何时间、任何方式发表任何信息，分享给希望获知这些信息的人
- 在第一时间、任一方式获知你所关注的人（或事）的最新进展

奥巴马的得力竞选工具

Twitter的OpenAPI策略

Twitter的成功与开放API密不可分，大量的第三方应用极大丰富了Twitter平台自身的功用和乐趣，目前，Twitter超过一半的流量都是来自第三方API。

twitter



注册一个
Twitter账户 = 即时随地、海量、潮流
的社会信息

2009年7月，Twitter主页进行了改版，突出即时搜索功能，标志其向即时搜索服务全面转型，在即时信息流行的时代向Google发起挑战。

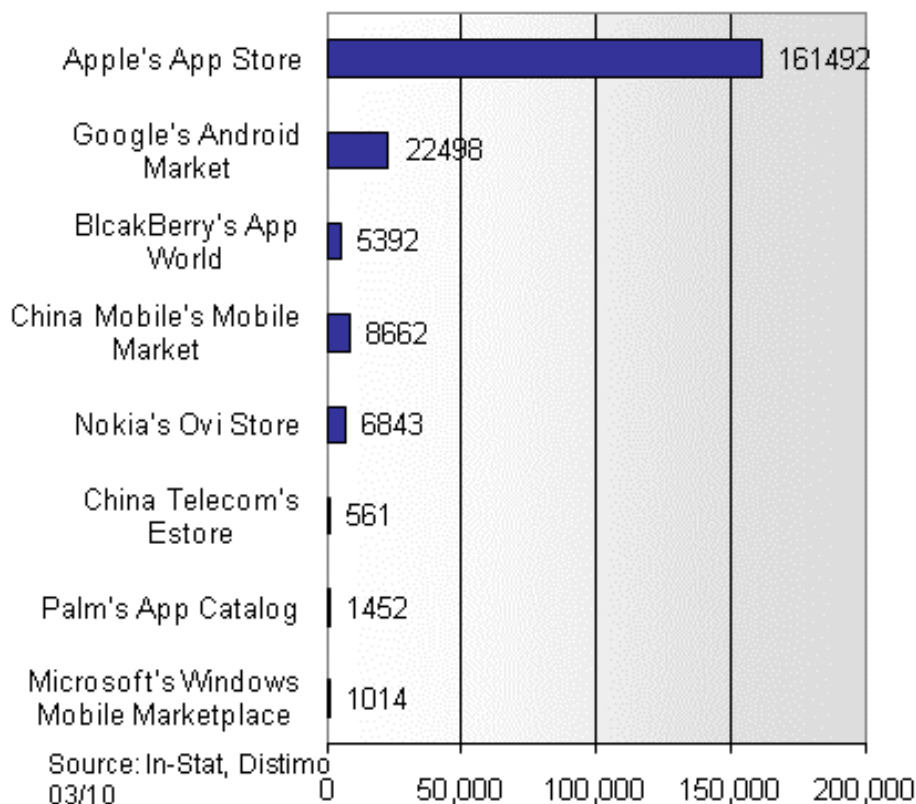
Twitter的商业价值

Twitter的订阅模式提供了一种新型网络营销服务：

- 企业用户可以对Twitter上的订阅者进行品牌宣传、客户服务
- Twitter使受追捧的个人用户成为广告发布者，成就了个人媒体

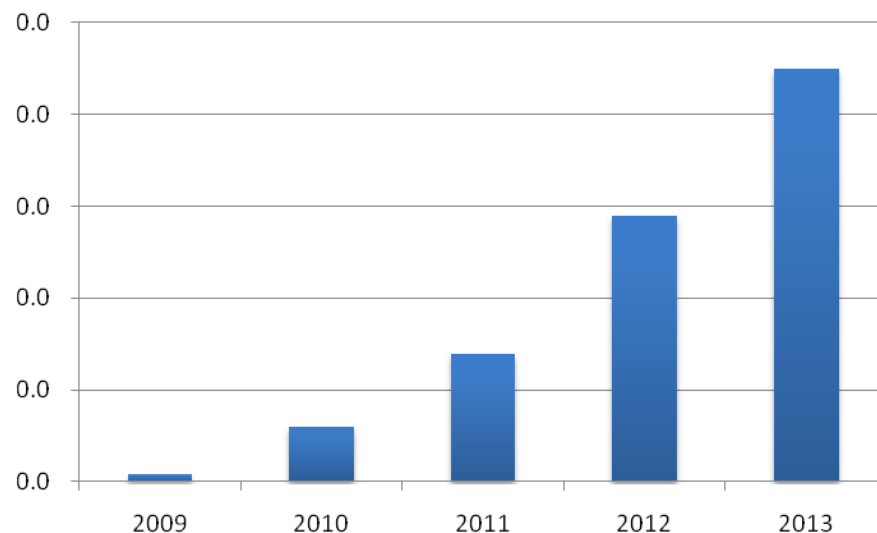
Application Store将激发移动互联网内容丰富化

各应用网店的应用数量(as of 03/2010)



- 预计到2013年，中国市场应用网店中应用数量将超过20多万个，用户数超过3亿，下载量超过240亿次。

中国市场应用网店中应用数量
(单位：千)

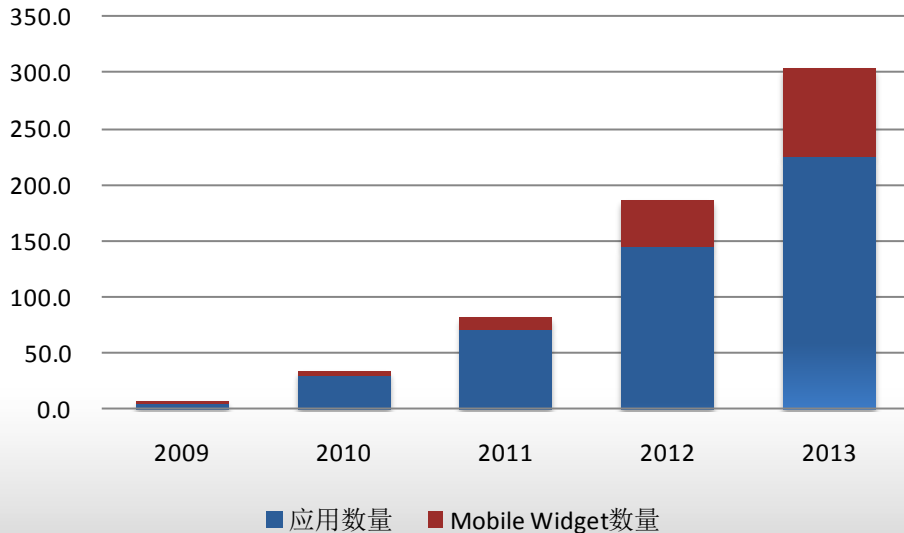


各种“widget”应用的蓬勃发展将旁路Portal和Search，显著降低应用开发门槛，带来更便捷体验



- 预计到2013年，中国市场Mobile Widget应用数量将达到8万个，用户数超过2亿，下载量超过90亿次。

中国市场Mobile Widget应用数量 (单位：千)



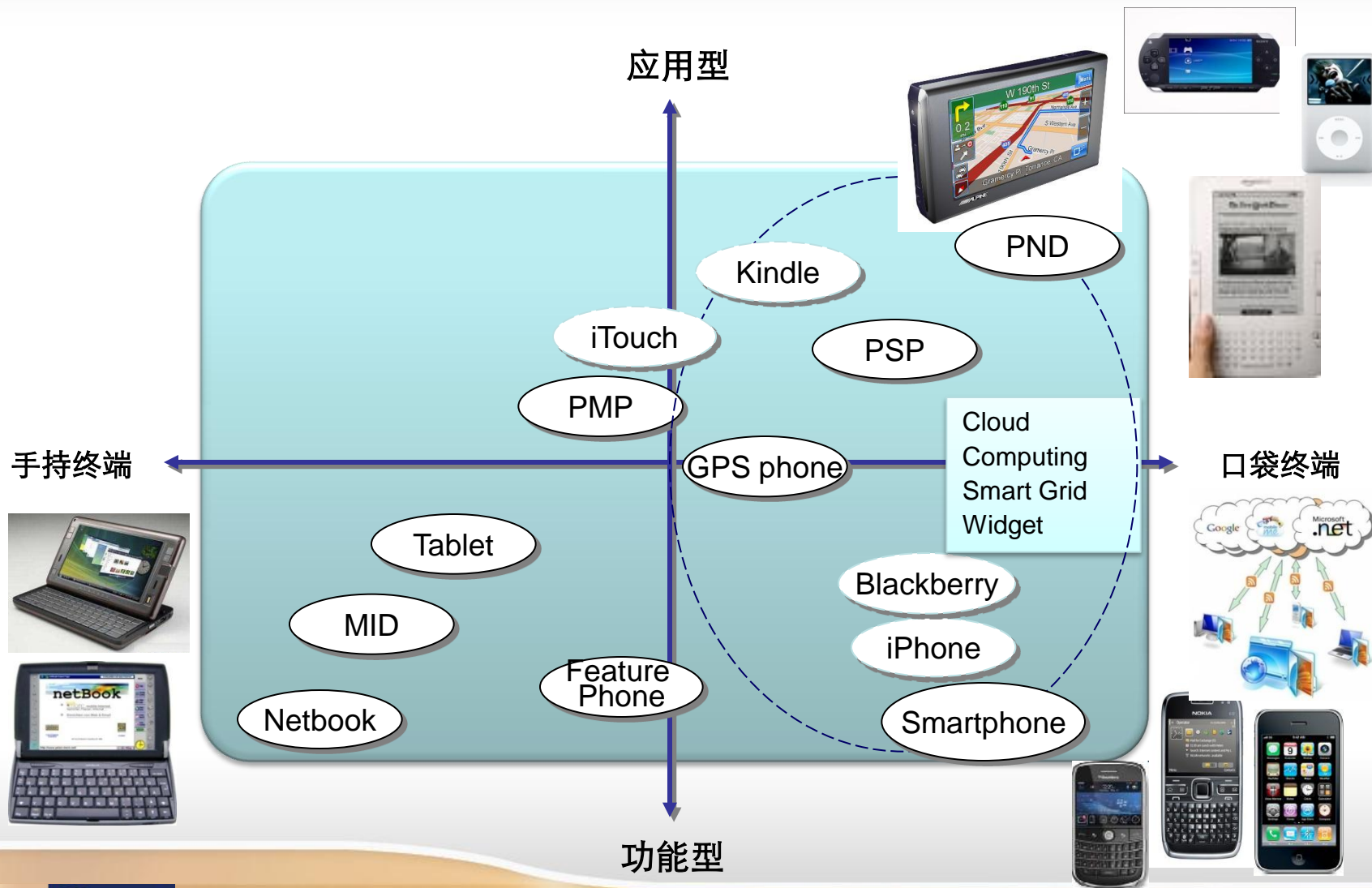
目录

1 移动互联网趋势

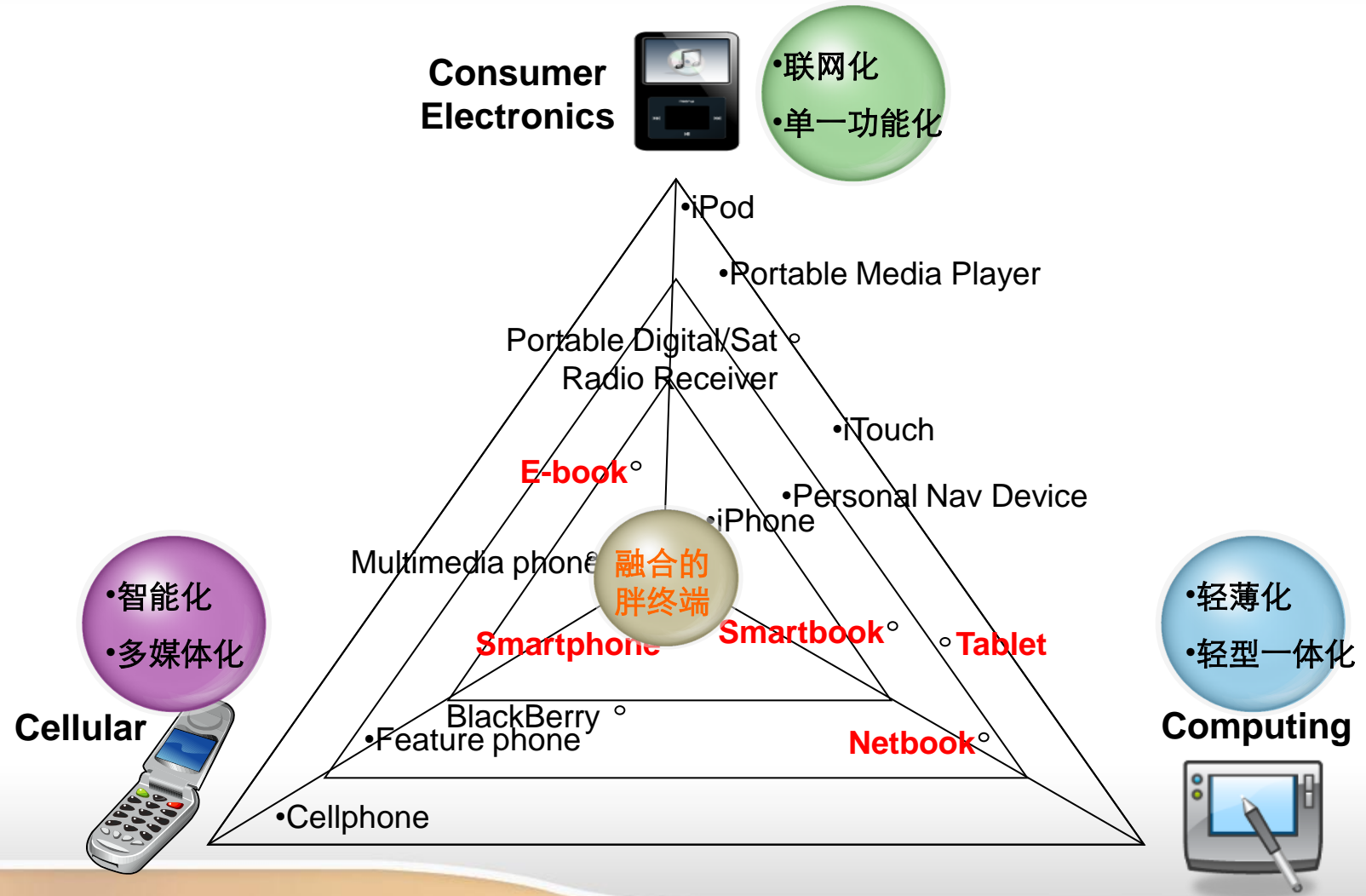
2 移动互联网应用：驶入Mobile Web 2.0时代

3 移动互联网终端：博弈中演进

移动终端处理速度与电池的矛盾驱动终端云化



融合性带来良好Web体验的移动融合终端繁荣发展



移动OS的门槛降低最终迎来智能手机的成熟期

Microprocessor and Chipset Providers

Mobile OS

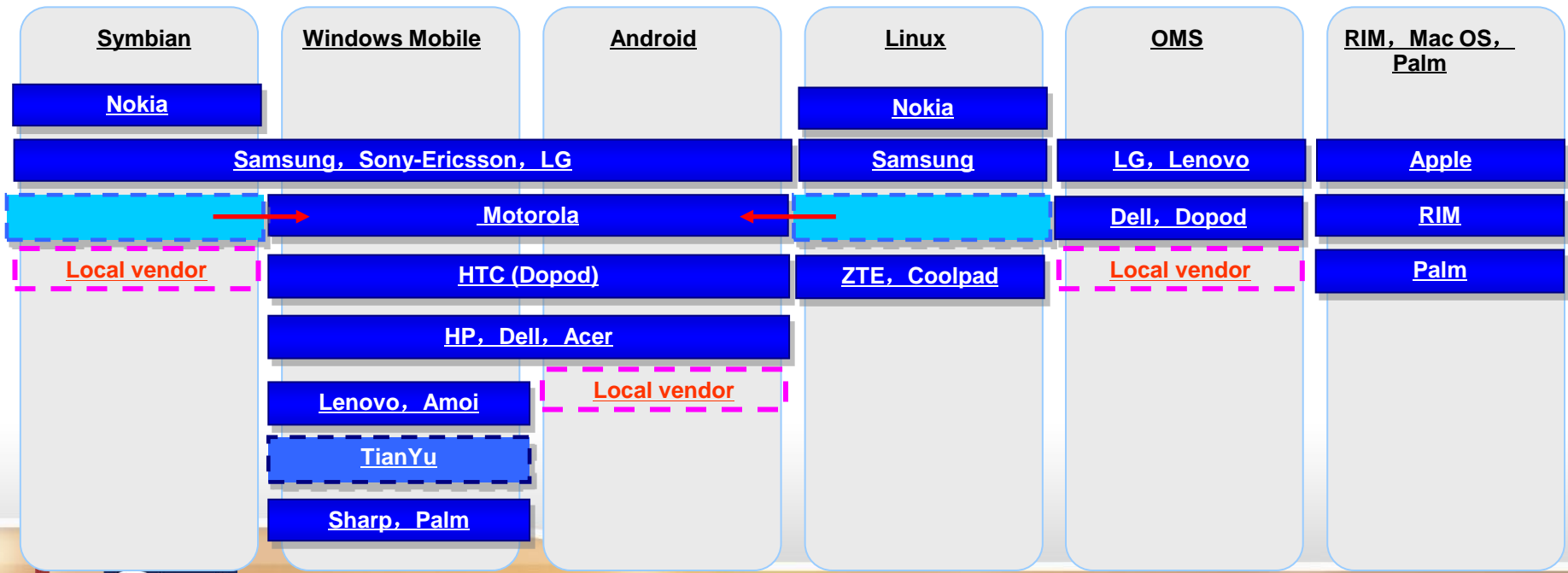
X86 camp



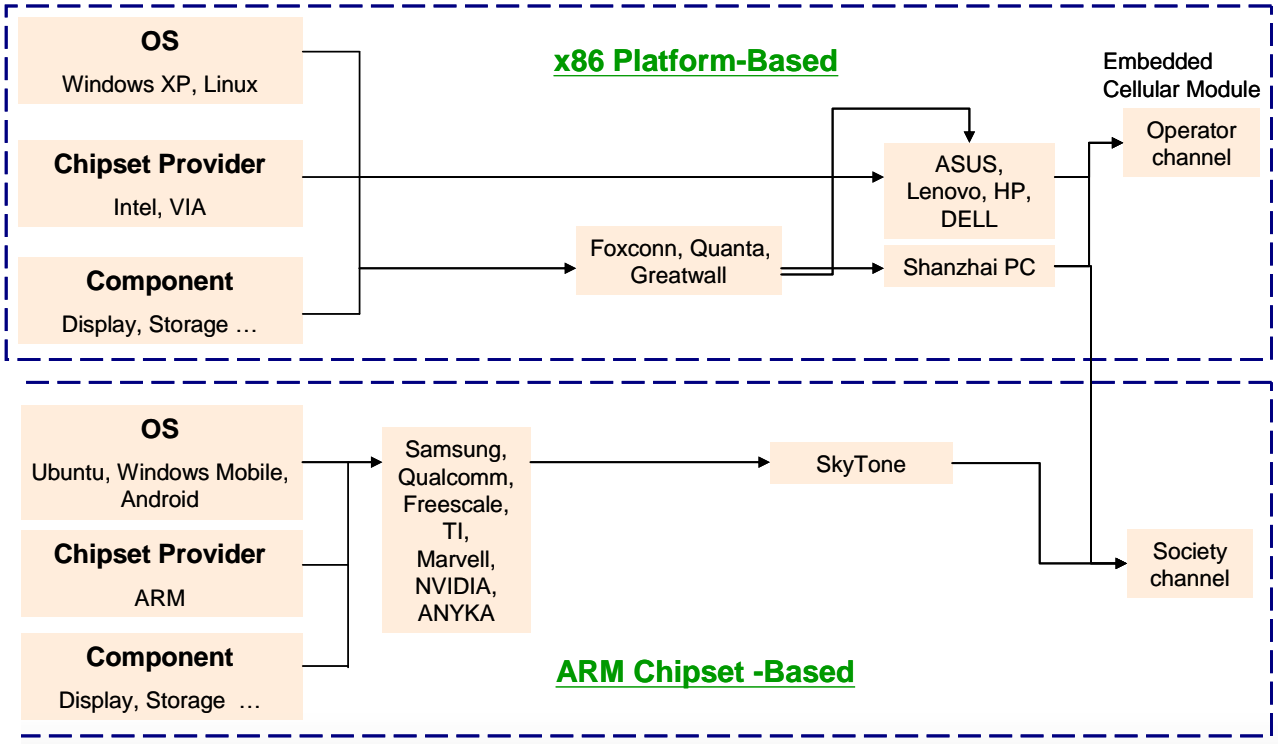
ARM camp



Android的免费开放和Symbian的加快开放进程趋势将降低智能手机的厂商进入门槛，进而会极大地促进智能手机市场的整体发展



上网本在国内的发展并没有延续其全球成功的步伐，市场期待创新体验产品



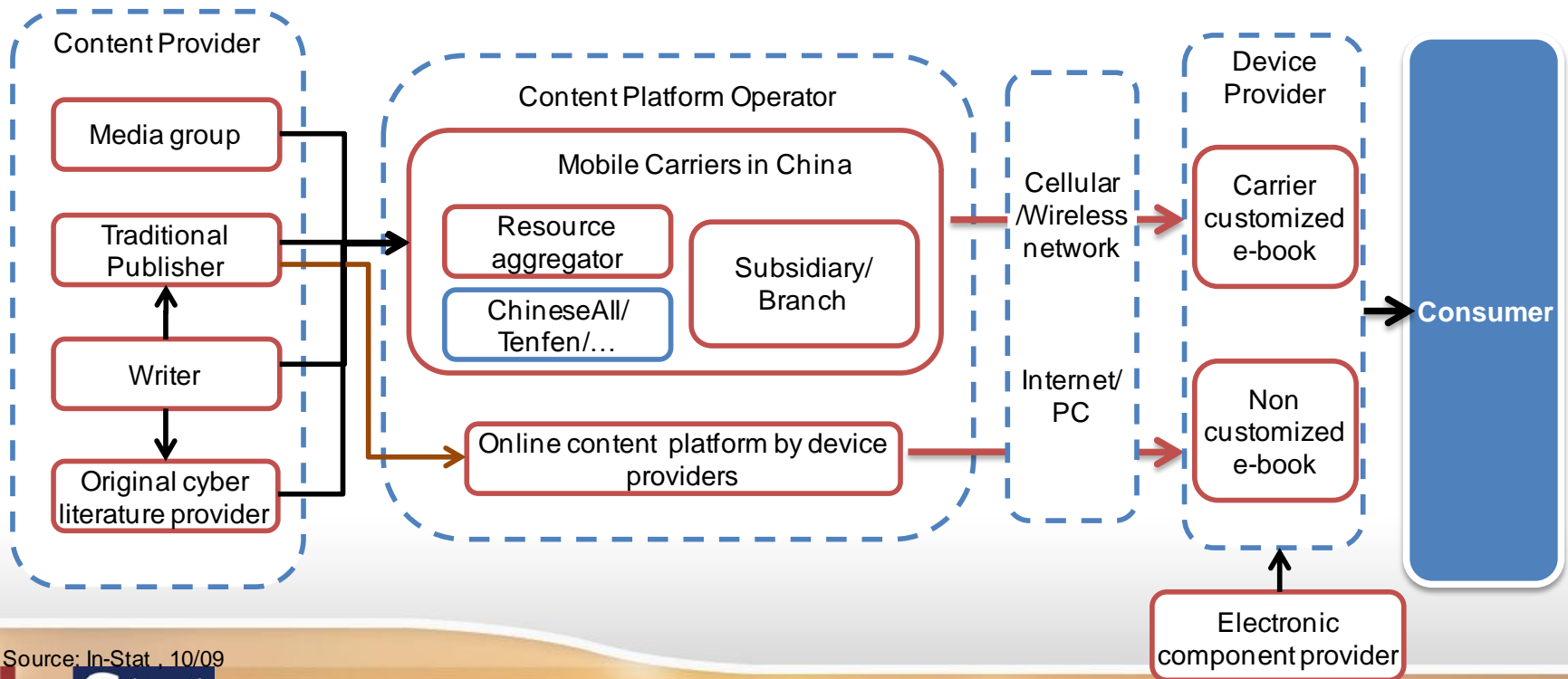
Source: China Unicom, In-Stat, 5/09



移动运营商和“盗版”将促进中国E-book市场的发展

- 以中国移动为首的电信运营商将开启中国数字出版行业的盈利时代，进而促进E-book市场的发展；
- 电子书的低进入门槛将为盗版创造条件，而电子书和应用的盗版会促进市场发展；
- 到2013年中国电子书市场的出货量将超过700万，从2009到2013的年均复合增长率达到225%。

中国E-book阅读市场产业链



Source: In-Stat, 10/09

下一个蓝海市场在哪里？

Netbook

Smartbook

Tablet

MID

Smartphone



- 9-12寸
- Intel Atom 平台
- Windows操作系统

- 7-10寸
- ARM架构
SnapDragon平台
- Android/Linux操作系统

- 4.5-7寸
- Atom/ARM 平台
- Windows/Android/Linux操作系统

- 2.8-4.5寸
- ARM平台
- Windows
Mobile/Android
/...

Thanks!
Questions?

Actionable Insight For Emerging Convergence

专注融合 指引商机