

中国移动互联网出海环境全揭秘

艾瑞与汇量科技联合发布

2018年



海量行研报告免费读

核心观点

01



全球互联网人口红利逐渐消失，结束粗放式发展

- 全球互联网用户规模增速减缓，中国低于世界平均增速
- 智能手机出货量减少，工具类APP发展红利受限
- 移动互联网环境优化，未来休闲娱乐等需求提升
- 国内竞争压力过大、手机硬件出海驱动中国互联网企业出海发展

02



移动互联网出海市场竞争力加剧，迎来转型

- 营销投放企业及APP数量增加
- 东亚、东南亚、北美为主要目的地且占较大的下载量比重
- 游戏类投放力度不断加强，且出海数量、下载量提升
- 移动互联网出海升级，由单纯产品输出向商业模式、运营经验输出转变

03



营销技术进步，整体投放转化率提升

- 北美、东亚、东南亚占据广告主主要投放预算
- 整体转化率提升，O2O、社交类APP投放转化率优势明显

04



投放成本提高的同时，变现回报提高

- CPI均值持续上涨
- 东亚、北美CPI均值较高，对高LTV价值用户竞争激烈
- 激励视频广告在游戏APP中广泛应用；原生广告在O2O、社交类应用中广泛应用
- 激励类视频广告变现效果良好，单价不断提升

移动出海发展背景

1

移动出海发展历程

2

出海广告主营销发展

3

出海生存环境分析

4

移动出海整体发展背景

机遇与挑战并存，带动整体行业升级

“一带一路”支持和鼓励具有竞争优势的互联网企业联合制造、金融、信息通信等领域企业率先走出去，拓展海外用户。

国务院《关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》在第三章中指出，“鼓励企业抱团出海”。

中国互联网企业经过多年的沉淀，已积累了一定的资本基础。国内移动互联网成熟，并逐渐形成引领全球市场之势

全球移动应用市场规模不断增长，2016年全球应用商店总收入增加24%，达510亿美元。



中国人口红利消失，全球互联网人口红利转移到东南亚、南亚、南美等地区。

得益于中国智能手机出口量的提升，移动应用以预装的方式走向海外。

国内互联网竞争环境激烈，新兴企业在海外拥有更大发展空间。

全球4G网络连接量提升，整体移动互联网网速增加，发展环境变好，带动休闲娱乐类应用发展。

激烈的竞争环境造就了一批拥有成熟开发及运营经验的技术型互联网企业。

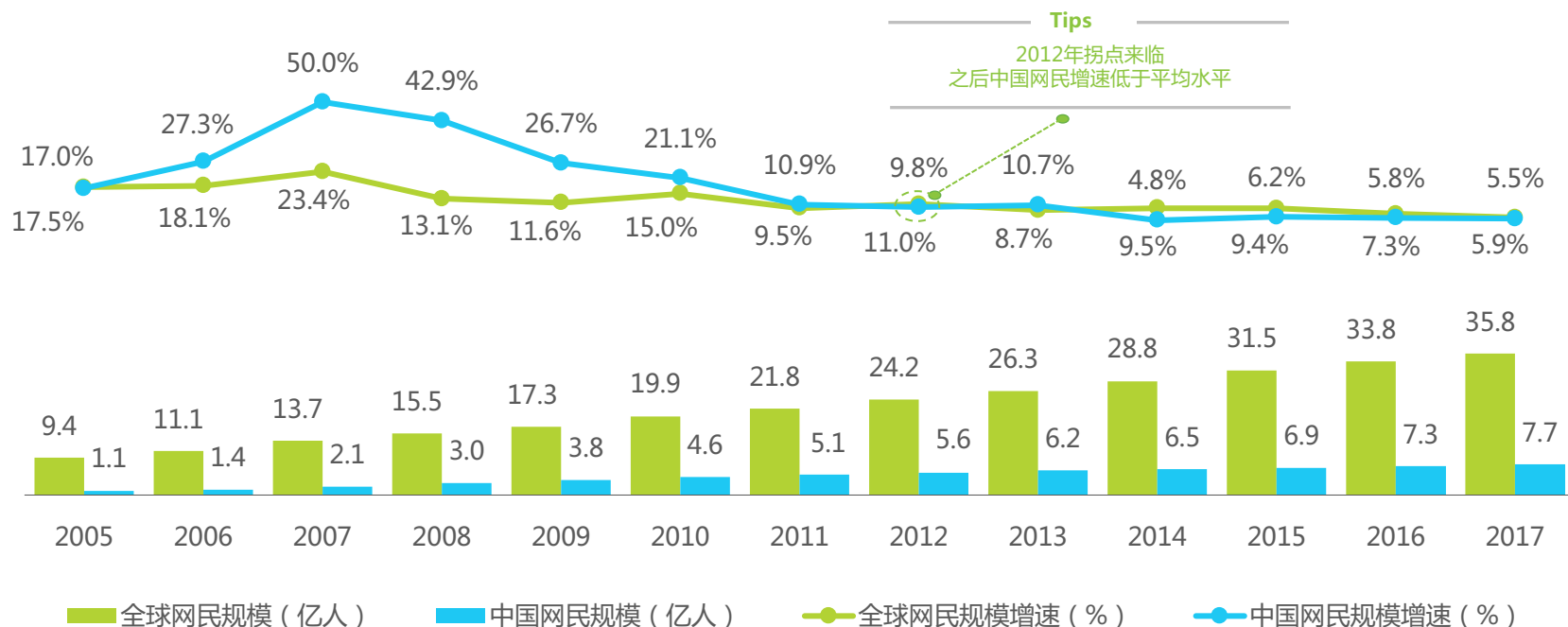
全球互联网用户规模发展

用户增长速度全球趋缓，中国降温

粗放增长为中国互联网产业爆发提供了原动力，互联网企业数量迅速崛起，激烈的竞争环境造就了一批拥有成熟开发及运营经验的互联网企业。同时，中国市场庞大的用户基数，使得应用对服务器容量开发一直较为领先，中国互联网的本土化运营及产品设计为出海奠定了良好的经验基础。

但中国自2012年后，网民增速低于世界平均水平，人口红利逐渐消失，优秀互联网企业纷纷向外寻求发展空间。在全球网民增速同步放缓的大环境下，结合当地民情进行本土化产品设计、创新商业模式、并利用高效的运营推广手段将成为出海企业竞争成功的关键。

2005-2017年全球及中国网民规模及增速



来源：世界银行。

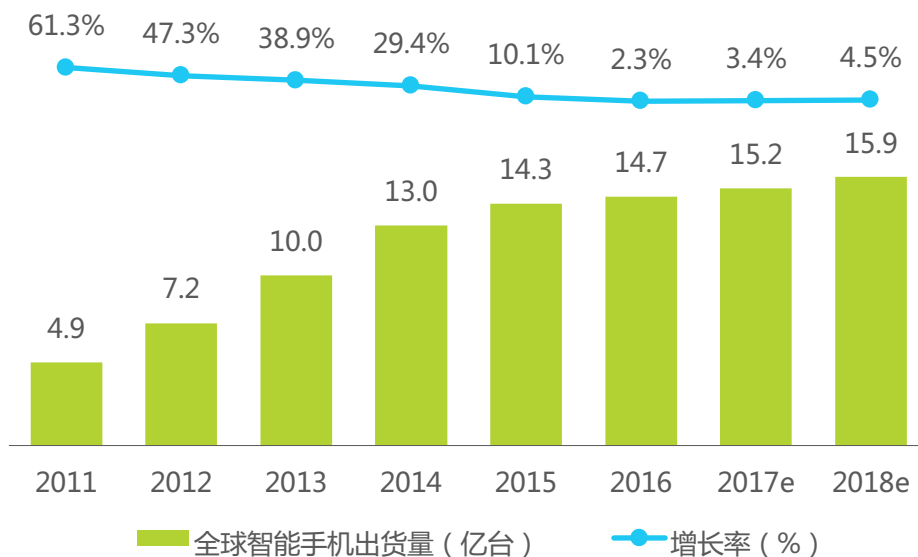
全球移动互联网硬件环境成熟

出货量增长的降低及移动网速的增长促进中国出海转型

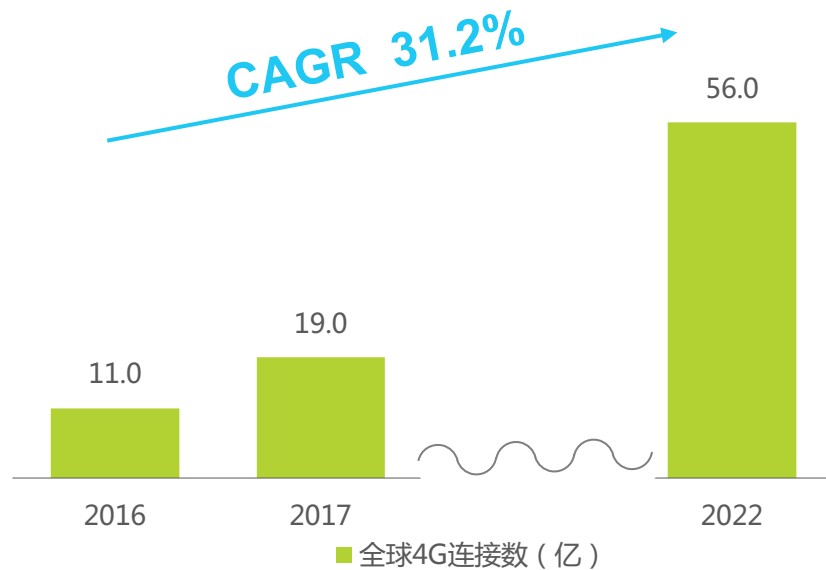
2016年，智能手机出货量为14.7亿台，增长率为2.3%，创历史最低纪录，全球智能手机渗透率已形成规模。同时，据Strategy Analytics报告显示，2016年初，全球4G连接数达11亿，预计到2017年初将达19亿，未来至2022年，全球连接数将超50亿，保持31.2%的年复合增长率增长。

艾瑞分析认为，海外智能机具有一定数量规模，同时伴随4G连接数的高速增长，为中国移动出海开发者奠定良好的硬件基础，与此同时，智能手机出货量减少，使得用户对于基础性手机装机应用的新增下载需求减小，但随着整体网速提升，4G覆盖扩大，用户对于娱乐、休闲功能需求将会提升，未来拉动出海互联网市场增长的类别将有所转变。

2011-2018年全球智能手机出货量变化



2016-2022年全球4G连接数



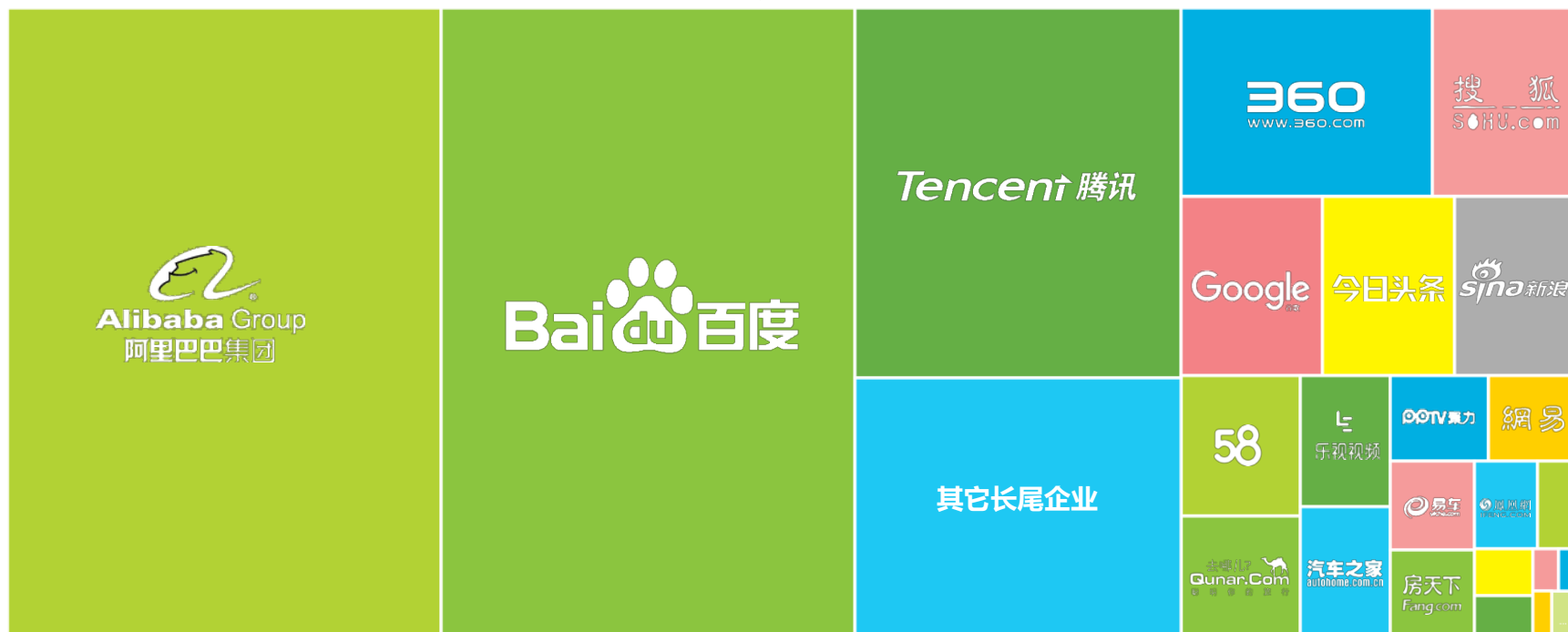
来源：1.全球智能手机出货量来自IDC；2.全球4G连接数来自Strategy Analytics无线运营战略服务发布的最新预测报告《全球蜂窝用户预测2016-2022》。

国内互联网竞争环境激烈

规模马太效应明显，市场集中度进一步提升

以网络广告市场为例，BAT三家头部企业占比近70%。国内互联网市场呈现一片红海的竞争态势，且巨头垄断现象逐渐渗透到各个垂直行业，新兴中小公司在国内市场实现用户快速积累难度较大，相对而言，海外部分新兴地区的互联网发展相对薄弱，更适合进行市场探索。

2016年中国网络广告市场格局示意图



中国手机厂商市场份额增长明显

借助预装形式，为移动互联网出海带来新的增长空间

2017年全球智能厂商TOP5中，三星、苹果仍居领先地位，但出货量增长微弱。相反，华为、OPPO、小米等国产手机出货量增长较快，未来中低价位安卓机在低成熟市场仍具有较大发展空间，因此预测OPPO、小米未来仍将保持上升趋势。艾瑞分析认为，中国手机厂商的出货量不断增加为中国移动互联网出海企业创造了条件，通过预装合作，将APP出口至海外市场，成为培养海外用户习惯的重要手段。

2017年全球智能手机出货量TOP5

序号	厂家名称	2017年出货量	2017年市场份额	2016年出货量	2016年市场份额	同比增长率
		(亿台)	(%)	(亿台)	(%)	(%)
1	三星	3.17	21.60%	3.11	21.20%	1.9%
2	苹果	2.16	14.70%	2.15	14.60%	0.2%
3	华为	1.77	11.60%	1.66	11.50%	6.6%
4	OPPO	1.55	10.00%	1.40	9.70%	10.7%
5	小米	1.40	9.20%	1.30	9.10%	7.7%

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_21288

