



2012 年中国移动应用市场投资研究报告

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

研究咨询热线：400-600-9460

报告概览

本报告以大量行业及投资数据为基础，从移动应用这一移动互联网产业细分市场出发，从 2011 年移动互联网产业发展环境、市场现状、市场趋势、中国主要互联网企业及电信运营商移动互联网布局角度深度解读中国移动互联网产业发展。并以此为依托，结合大量行业数据，对中国移动应用开发者/团队、典型移动应用商店发展情况深度分析，以此探索中国移动应用市场投资机会。

本报告主要解读中国移动应用市场发展的七大问题：

- 1、技术变革、终端演进、资本助力成为中国移动应用市场发展的主要动因，如何影响？
- 2、从产业规模、竞争格局、商业模式等方面解读中国移动应用市场发展现状，有何特征？
- 3、中国移动互联网产业发展趋势如何？孕育哪些发展机会？
- 4、互联网大鳄、电信运营商在移动互联网产业如何布局？战略如何？
- 5、移动应用开发者生存现状如何？需具备哪些核心竞争力？
- 6、主要移动应用商店发展现状如何？应用分布情况及演进路径如何？
- 7、以近 6 年移动互联网产业投资数据为依托，解读中国移动互联网产业投资发展现状，VC/PE 偏爱哪些应用细分领域？

目 录

1.	2011 年中国移动互联网市场发展现状及趋势分析	1
1.1.	2011 年中国移动互联网市场发展宏观环境分析	1
1.1.1.	政策支持：“三网融合”与“十二五规划”均提出加速移动互联网发展	1
1.1.2.	技术变革：HTML5、云计算等新技术的不断涌现推进移动互联网应用创新发展	1
1.1.3.	终端演进：智能移动终端提速发展为中国移动互联网应用多元化传播途径	2
1.1.4.	渠道拓展：应用商店为中国移动互联网应用提供卖场制售卖渠道	5
1.1.5.	资本助力：2011 年中国移动互联网成为 VC/PE 投资者的饕餮盛宴	7
1.2.	2011 年中国移动互联网市场发展现状分析	7
1.2.1.	用户及收入规模持续增长	7
1.2.2.	产业链日渐交错，“去运营化”成为产业趋势	9
1.2.3.	产业参与者众多，行业企业面临的竞争压力不断增强	10
1.2.4.	娱乐与商务应用并行	11
1.2.5.	商业模式不断清晰，盈利模式有益探索	12
1.3.	中国移动互联网市场发展趋势分析	13
1.3.1.	终端多屏合一	13
1.3.2.	同业及异业竞争加剧	13
1.3.3.	商务类应用借 O2O 概念取得初步发展	14
1.3.4.	VC/PE 投资回归理性	14
1.3.5.	2-3 家移动互联网公司近三年实现 IPO	Error! Bookmark not defined.
1.4.	中国主要互联网企业移动互联网布局分析	14
1.5.	中国电信运营商移动互联网布局分析	19
1.5.1.	中国移动：互联网及移动互联网多向布局	19
1.5.2.	中国联通：利用 3G 网络优势，寻求差异化产品及服务	20
1.5.3.	中国电信：以家庭市场为依托切入个人应用市场	21
2.	移动应用开发者/团队市场发展现状分析	22
2.1.	团队/公司构成情况分析	22
2.2.	业务情况分析	22

2.2.1.	年应用开发软件数量主要集中在 1-2 个，研发能力不断提升	22
2.2.2.	手机游戏是主要应用开发者种类，商务应用开发不断加强	23
2.3.	运营情况分析	24
2.3.1.	运营商应用商店为主要推广平台，但移动应用商店推广满意度最高	24
2.3.2.	营收规模整体偏低	26
2.4.	开发者在移动应用市场的核心竞争力分析	29
3.	中国区主要操作系统平台应用软件发展现状分析	30
3.1.	中国主要在线应用商店简介	30
3.2.	iOS 系统平台应用软件发展现状	33
3.2.1.	苹果 App Store 分析	33
3.2.2.	中国区 App Store 发展现状分析	35
3.3.	Android 系统平台应用软件发展现状	40
3.3.1.	中国区典型 Android 应用商店概览	40
3.3.2.	Android 应用商店发展现状分析	41
4.	中国移动应用市场投资机会与风险分析	43
4.1.	投资风险评估	43
4.2.	投资机会分析	44
5.	2011 年 VC/PE 大举进军移动互联网产业	45
5.1.	2011 年移动互联网产业投资创历年新高，2012 年初投资大幅放缓	45
5.2.	娱乐类应用仍然领跑移动互联网行业投资	49
5.3.	中国移动互联网行业企业 IPO 企业数量仍处于低位	51
5.4.	2011 年中国移动互联网行业 M&A 统计分析	52

图表目录

图表 1	移动互联网应用承载终端多样化发展	2
图表 2	2010-2015 中国智能手机出货量变化情况	3
图表 3	2010Q1-2011Q4 中国电子阅读器销售变化情况	4
图表 4	2008-2014 年全球非运营商应用商店的计费应用下载情况	5
图表 5	2008-2014 年全球非运营商应用商店年收入变化情况	6
图表 6	2005-2012 年中国移动互联网用户规模变化情况	7
图表 7	2005-2012 年中国移动互联网用户与互联网用户规模比较	8
图表 8	2005-2012 年中国移动互联网收入规模变化情况	9
图表 9	中国移动互联网产业链	10
图表 10	中国移动互联网应用发展阶段	12
图表 11	中国典型互联网企业移动互联网布局及相关对外投资及并购情况一览表	15
图表 12	中国开发者应用数量变化情况	23
图表 13	开发者开发过的移动应用类型现状及未来计划开发应用占比分布情况	24
图表 14	中国开发者应用推广合作伙伴选择情况	25
图表 15	开发者移动应用发行渠道选择分布情况	25
图表 16	开发者收入最满意的移动应用发行渠道分布情况	26
图表 17	开发者主要采用的盈利模式分布情况	27
图表 18	开发者在中国移动应用领域的盈利情况	28
图表 19	开发者移动应用年收入分布情况	29
图表 20	中国在线应用商店典型模式介绍	30
图表 21	苹果公司价值链构建策略	33
图表 22	苹果 App Store 运营模式示意图	34
图表 23	2011 年 12 月苹果 App Store 各类应用占比情况	35
图表 24	2010-2011 年中国区 App Store 应用发展情况	36
图表 25	2011.01-2011.12 年中国区 App Store 应用发展情况	37

图表 26	2011 年中国区 App Store 应用分布情况	38
图表 27	2011 年中国区 App StoreTOP10 应用均价情况	38
图表 28	2011 年中国区 App Store 付费应用与免费应用占比情况	39
图表 29	2011 年中国区 App Store 应用价格区间分布情况	40
图表 30	中国典型 Android 应用商店情况一览表	40
图表 31	2011 年中国区 Android 应用商店累计应用分布情况	42
图表 32	2011 年中国区 Android 应用商店累计游戏类别结构分布情况	42
图表 33	2005-2011 年中国移动互联网行业各年度投资情况	45
图表 34	2010 年 Q1-2012 年 5 月中国移动互联网行业各季度投资情况	46
图表 35	2005 年-2011 年中国移动互联网行业投资规模分布情况	47
图表 36	2005 年-2011 年中国移动互联网行业投资轮次分布情况	47
图表 37	2005 年-2011 年中国移动互联网行业投资区域分布情况	48
图表 38	2005 年-2011 年中国移动互联网行业投资币种分布情况	49
图表 39	2011 年中国移动互联网细分领域投资事件分布情况（按：案例数）	50
图表 40	2011 年中国移动互联网细分领域投资事件分布情况（按：总投资金额）	51
图表 41	中国移动互联网相关企业 IPO 统计分析	51
图表 42	2011 年中国移动互联网行业并购一览表	52

历时十余载，中国移动互联网步入高速发展期。相关数据显示，2011 年，中国移动互联网用户数接近 4.3 亿，预计 2012 年，移动互联网用户数将首次超过互联网用户数，2013 年前后，用户将实现从互联网端向移动互联网端的迁移。如今，中国互联网行业巨大的收入规模将成为未来移动互联网发展的方向，只能有过之而无不及。庞大的用户基数孕育巨大的需求，多样化需求将催生各异的移动互联网应用。纵观中国移动应用市场的发展，从基础应用到娱乐应用，再到商务应用，尽管目前应用成熟度不同，但阶梯性及融合性发展特征显现。

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_15923

