



2010年中国移动互联网市场盘点：

投资再创新高

>>P2

投资界独家

- P4 2010年移动互联网发展紧贴“中国式”环境
- P6 手机游戏市场渐成规模 资本顺势而为

业界动态

- P8 激动网完成首轮2亿元融资 强化付费和手机视频
- P8 两部门规范引导基金股权投资收入收缴 将上缴中央国库
- P8 中粮“垂涎”张飞牛肉 风投拟促其上市拒绝收购
- P9 中国首支国家级大型人民币基金正式成立 总规模600亿元
- P9 金丰投资公告称参与黑石基金募集 出资额达3亿元
- P9 沪版QFLP提四大政策需求 已获批准即将公布
- P10 河北出台PE基金管理办法 管理企业可享扶持奖补
- P10 民营养老机构亲和源获挚信资本首轮1亿元风投

激动网完成首轮2亿元融资
强化付费和手机视频

>>P8



2010年中国移动互联网市场投资盘点 投资再创新高

文 / 清科研究中心

从2000年移动梦网出现，到部分SP“越狱”而形成的FREE WAP形式，再到目前融入了电信运营商、系统提供商、终端厂商、服务提供商及内容提供商等群雄混战的大移动互联网时代，中国移动互联网经历了磕磕绊绊发展的十年。对于深度洞察移动互联网机会的VC/PE而言，实践或亦观望移动互联网多年，也不时掀起移动互联网的短波投资热。未来五年，中国移动互联网将迎来高速发展的时期，孕育巨大掘金价值

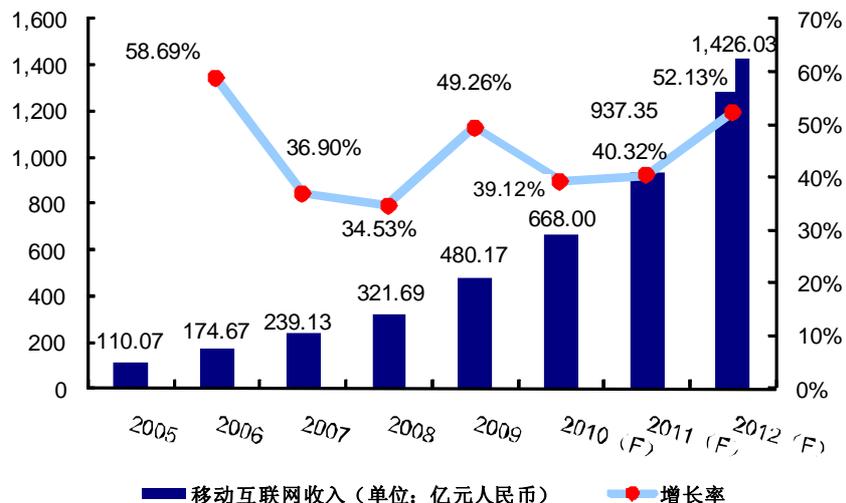
的移动互联网必然引起资本的深切关注。

盘点2010年中国移动互联网市场，呈现三大特征

从中国移动互联网发展情况来看，2009年，中国移动互联网用户为2.12亿人，营收规模为480.17亿元人民币，预计2010年其将分别达到3.02亿人及668.00亿元人民币，保持稳定增长。

在移动互联网产业链中的领导位置不断受到挑战，为此，电信运营商为了避免通道化，逐渐向内容层面、平台构架层面延伸，拟贯通移动互联网产业链。尽管长远来看，中国移动互联网的产业链必将出现裂变，多元化的产业链对于促进移动互联网的健康发展具有积极的作用，但是短期内电信运营商的领导位置仍不能完全打破。

2005-2012年中国移动互联网收入规模变化情况



来源:清科研究中心

备注:清科研究中心移动互联网营收包括移动互联网流量费收入,电信运营商移动互联网增值业务收入(含SP收入),其他非电信运营商体系的业务收入(如Free WAP、独立客户端及独立第三方平台等)。

据清科研究中心对中国移动互联网市场长期跟踪，2010年中国移动互联网市场主要呈现如下三大趋势：

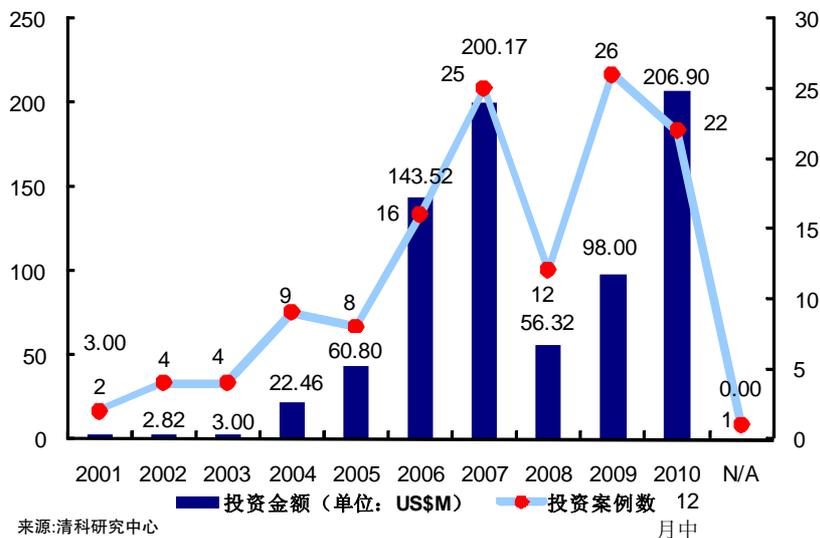
(一)移动互联网产业链日益交错，生态环境产生变化。移动互联网产业链参与者众多，由原有的电信运营商主导的产业链，逐渐演变为电信运营商、平台提供商/服务提供商、系统提供商、终端厂商等多种角色主导的产业链，随着第三方支付渠道的不断完善，电信运营商

(二)互联网商业模式逐渐向移动互联网商业模式渗透，对于移动互联网商业模式的构建具有积极作用。这种商业模式的渗透主要体现在两个方面，一是互联网企业的移动化，大型的互联网企业，如腾讯、百度、新浪、盛大等都不同程度的布局移动互联网，由原有的SP业务逐渐成立专职的移动互联网事业部，并作为未来重要的战略布局加以推进。另一方面是互联网应用移动化，在中国范围内，即时通信、电子商务、支付、SNS、网络广告、搜索引擎等应用都对应移动互联网端的应用，这种应用的对应容易直接移植其在互联网端的商业模式，有利于移动互联网应用商业模式的形成。不过，值得注意的是，这种影响是一把“双刃剑”，对于专职于移动互联网的企业，相对于“财大气粗”的互联网厂商，竞争力明显不足；而对于VC/PE来说，虽然看好移动互联网的未来，但是面对较为复

杂的市场竞争,不敢贸然行动。

(三) 中国移动互联网应用不断多元化,用户对移动互联网应用的接受程度不断提升。随着移动互联网网络条件日趋改善及终端品种的日渐丰富,各类移动互联网应用不断产生,由最初的工具化移动应用到娱乐化应用再到商务类及政务类应用,如手机游戏、移动 SNS、LBS、移动阅读、手机浏览器、移动电子商务、手机支付、移动政务等。不过,不容置疑的是中国移动互联网特色应用较少,甚至数量为零,但是现有应用的本地化与适用性的提升,也将成为移动互联网应用市场变化的催化剂。从用户的认知角度分析,目前,用户对移动互联网工具类应用的认知较高,其次是娱乐类应用。清科研究中心分析认为,移动互联网应用的用户认知将延续互联网应

2001-2010 年 12 月中旬中国移动互联网行业各年度投资情况



用用户认知的过程,由此预计未来移动互联网商务类应用具有一定的发展空间。

2010 年中国移动互联网投资再创新高

据清科研究中心《2010 年中国移动互联网行业投资研究报告》显示,2001-2010 年 12 月中旬中国移动互联网行业投资事件 129 起,其中已经披露投资金额的案例有 104 起,披露投资金额为 7.97 亿美元,平均单笔投资金额为 766 万美元。

2001-2009 年投资情况来看,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 2.00 亿美元,平均投资额为 834 万美元。2006 年平均投资额为 1025 万美元,平均投资额为期间最高值。

截止 12 月中旬,2010 年中国移动互联网行业投资案例共发生 22 起,其中 16 起案例披露投资金额,总投资额为 2.07 亿美元,平均投资额为 1293 万美元。2010 年不足一

年间,中国移动互联网投资数据刷新历年总投资金额及平均投资金额两项数据,可见 2010 年中国移动互联网投资市场较为活跃。

手机游戏依旧领跑中国移动互联网细分投资领域

从移动互联网细分领域历年的投资情况来看,手机游戏是最后资本青睐的应用之一。2001-2010 年 12 月中旬,中国手机游戏市场共发生 34 起投资案例,占总投资案例数的 26.00%,已披露金额的投资案例为 27 起,总投资金额为 1.34 亿美元,平均投资额为 498 万美元。从已经披露的 34 起手机游戏的投资案例来看,其中 Series A 投资案例数量为 22 起,占据主要份额,如联梦娱乐、新热力、掌上明珠、数字顽石等均获得不同金额的投资;Series B 投资案例数量为 5 起,如数字鱼分别于 2004 年、2006 年获得赛富及 IDG 的两轮联合投资;掌上明珠分别于 2006 年、2009 年获得德同资本及宽带基金、德同资本、Asian Groove 两轮投资。此外,无线增值业务、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。

清科研究中心预计,随着移动互联网应用开发“全民皆兵”时代的到来,应用创意与创新将具有无限的发展空间,手机游戏、无线广告、手机支付、LBS+SNS、手机视频等细分领域将再度引起 VC/PE 追捧,尤其是微博类、LBS+SNS 类等社交应用与手机特性及生活信息服务的深入结合,将滋生巨大的用户市场与“钱途”,资本关注度将不断提升。■

2010 年移动互联网发展紧贴 " 中国式 " 环境

文 / 清科研究中心

2009

年 -2010 年，中国移动互联网行业的发展经历了众多环境的变迁，如政策、开源智能手机操作系统、承载应用的终端环境及内容获取渠道的 " 百货商城 " 化发展，尤其是外部政策环境的收紧对中国移动互联网行业发展的影响较为深远。

政策环境 " 亦紧亦松 " 规范移动互联网产业发展环境同时，遏制产业的快速突进

长久以来，中国移动互联网发展备受中国相关监管部门的关注，政策层面上的监管时时存在，尤其是 2009 年，中国相关监管部门对于中国移动互联网行业的监管收紧，健康、规范行业发展的同时，一定程度遏制了产业的快速发展。2009 年 11 月开始，中国相关机构对 WAP 市场进行严厉的整顿与清理，引起 SP 市场的严重洗牌。WAP 涉黄事件后，中国移动于 2009 年 11 月 30 日对所有 WAP 业务收费协议的服务提供商和内容提供商全部暂停收费；中国联通自 12 月 6 日零时起，暂停尚未向社会做出公开承诺的 SP 企业信息服务；2009 年 12 月初，中国电信清理整顿 ISP141 个，清理关闭未备案 WAP 网站 49 个，清理关闭虽

非黄色但有不健康内容的 WAP 网站 101 个。

此外，三网融合步伐的加快为中国移动互联网提供了更加有利的发展环境。2010 年 1 月，温家宝主持召开国务院常务会议，决定加快推进电信网、广播电视网和互联网的三网融合。同时指出，推进电信网、广播电视网和互联网融合发展，实现三网互联互通、资源共享，为用户提供语音、数据和广播电视等多种服务。三网融合的加速，必然会产生更多的应用内容及创新的应用品类，对于促进应用导向的移动互联网市场具有积极的作用。

开源智能手机操作系统为移动互联网应用提供了宽松创新研发环境

随着手机智能化时代的到来，智能手机操作系统的竞争逐渐引起终端厂商、服务提供商乃至电信运营商等产业链各环节企业的广泛关注。

首先，以 Nokia 为代表的终端厂商，2008 年 6 月，诺基亚全资收购了 Symbian 公司，拥有了自主知识产权的智能手机操作系

统，尽管 Symbian 系统存在众多问题，但是凭借操作系统特有的 " 平台 " 属性，其为 Nokia 的移动互联网战略奠定坚实的道路。不过 2010 年 10 月，有消息称，Nokia 将全面裁员 Symbian 工作人员，预示 Nokia 未来将全面改进手机操作系统，推进免费操作系统 Meego，向开源手机操作系统跟进一步。此外，苹果 " 半封闭围墙式 " 的操作系统通过构建 " 终端 + 平台 + 应用 " 的模式也取得斐然业绩，三星 2010 年中也宣布自主研发操作系统，终端厂商跟进智能手机操作系统是其移动互联网化的关键一步。

其次，以微软为代表的系统提供商亦当仁不让进入智能手机操作系统的混战之中，其 Windows Mobile 操作系统目前被三星、多普达、LG 等终端厂商广泛使用，但是面对开源操作系统 Android，微软的 Windows Mobile 战略需要有所调整。

最后，以 Google 为代表的服务提供商推出开源操作系统 Android，开源操作提供的概念促进产业链的形成，同时有利于吸引终端厂商及应用开发者，通过平台灵活性的 " 放权 "，并为之提供创新性应用的研发环境。长远来讲，开源手机操作系统是智能手机操作系统发展一大方向。

多样化内容承载终端为移动互联网应用提供外延渠道

从终端角度来看,目前,中国移动互联网应用的承载终端主要为手机终端,此外,平板电脑、电子阅读器等多种新型终端的出现,为移动应用提供了多种传播路径。

首先,手机终端市场是现阶段移动互联网应用传播的主要介质。

值得注意的一点是,除诺基亚和三星两种品牌的终端外,其他品牌终端的市场占有率相对较低。为此,在相对部分相对分散的市场中,除一些较具影响力的终端品牌具有自有的手机操作系统外,一些规模相对不大的手机终端厂商更可能会倾向于使用开源的手机操作系统。

其次,其他移动终端为移动互联网应用传播提供了多元化的介质。

随着高速移动网络的普及,能够承载移动业务/应用的终端也呈多元化发展,越来越多的便携设备也具备了网络功能,为移动互联网应用/服务提供了更为多元化的传播介质。其中,平板电脑及电子阅读器等移动平板终端设备值得关注。

2010年上半年,中国电子阅读器终端销量为33.29万部,预计2010年全年销量将达到120万部。尽管目前,中国电子阅读

器终端主要承载阅读的功能,但是未来随着终端性能完善,电子阅读器将可能集成部分的移动互联网应用。

清科研究中心预计,2011年,中国平板电脑市场将出现群雄征战的局面,中国平板电脑的规模销售将为移动互联网应用提供更为优质的传播介质。

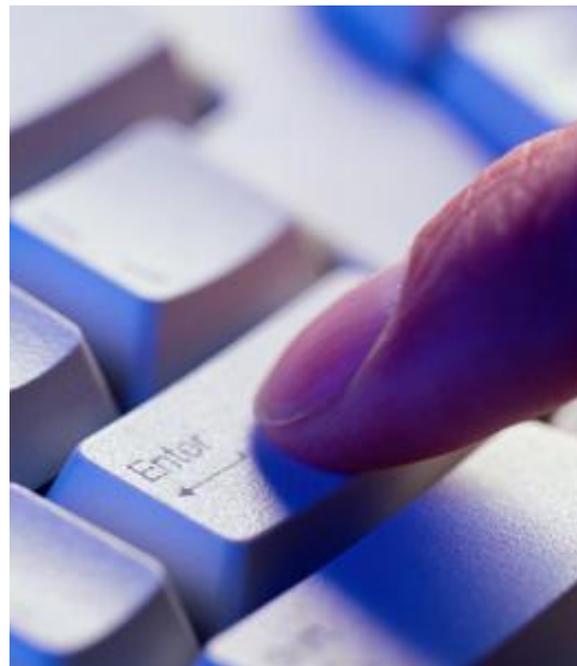
在线应用商店为移动互联网应用提供“杂货铺”与“大卖场”售卖途径

自2008年8月,苹果App Store上线,并取得良好的市场表现之后,在线应用商店的概念席卷全球。据OVUM数据显示,2009年,全球范围内非运营商应用商店计费应用下载次数为3.22亿次,较2008年增幅达119.05%,全球非运营商应用商店计费用户下载营收为7.18亿美元,较2008年增幅达95.64%。

2009年以来,以中国移动为首的电信运营商、以Nokia、MOTO、Samsung、联想为代表的终端厂商以及以N多网、十字猫、积分网、机锋网、安卓网等“草根平台”为代表的第三方厂商相继构建在线应用商店,推进中国在线应用市场的快速发展。此外,百度、腾讯、盛大、淘宝等互联网巨头也相继布局此类市场,大型互联网厂商凭借其已经成熟的商业模式、支付渠道、用户等优势,其未来发展潜力不容小觑。

清科研究中心分析认为,在线应用商店一定意义上是移动商务的“先行者”,从互联网发展趋势来看,商务应用成为第三波互联网发展方向,未来移动互联网在经历娱乐应用之后,必然朝向商务应用发展。在线应用商店作为移动互联网应用的承载平台,为用户提供一站式的虚拟应用购物体验,“平台化”的理念对促进其未来发展较为重要。

总体而言,中国移动互联网发展具有较强的中国特色,紧密贴合“中国式”环境才能赢取更大的发展空间,当然这种完全的“中国式”环境,对于VC/PE的介入也提出了更高的要求与挑战。■



手机游戏市场渐成规模 资本顺势而为

文 / 清科研究中心

经 过十余年发展历程，中国移动互联网市场进入了发展的第二阶段，即由资讯时代逐渐过渡到娱乐阶段，手机游戏作为移动互联网典型娱乐应用，凭借其良好的受众群体及相对较为成熟的商业模式，自然而然成为资本市场关注的焦点应用之一。

中国手机游戏渐成规模，用户及收入规模双攀升

据清科研究中心《2010年中国移动互联网

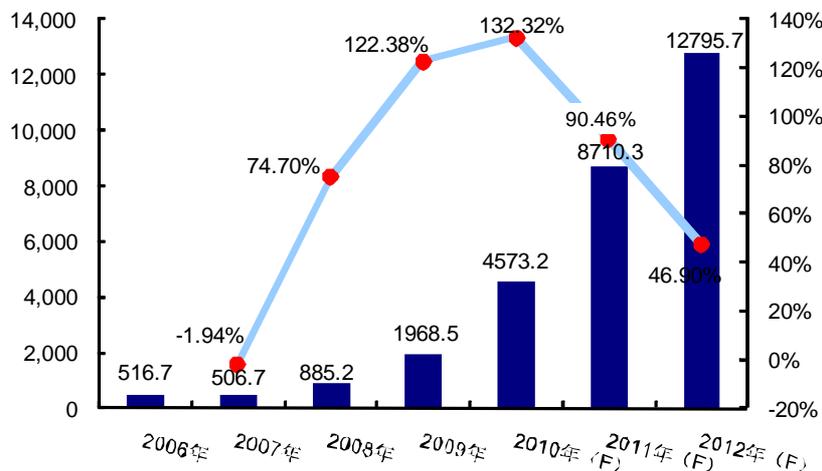
网投资研究报告》显示，中国手机游戏市场经历2007年的第一次洗牌之后，从2008年开始，呈不断增长趋势。2009年，手机游戏用户数达1968.5万人，相比于2008年，增长率达122.38%，预计2010年，手机游戏市场用户规模将达到4573.2万人。从手机游戏运营商市场营收情况来看，2009年，中国手机游戏运营商市场营收达24.55亿元人民币，年增幅达93.31%，预计2010年，中国手机游戏运营商市场营收将达到45.10亿元人民币。2006-2012年间，预计中国手机游戏市场用户

规模复合增长率为70.70%，收入规模的复合增长率为52.90%，增幅较大。

中国手机游戏市场发展呈现四大特征

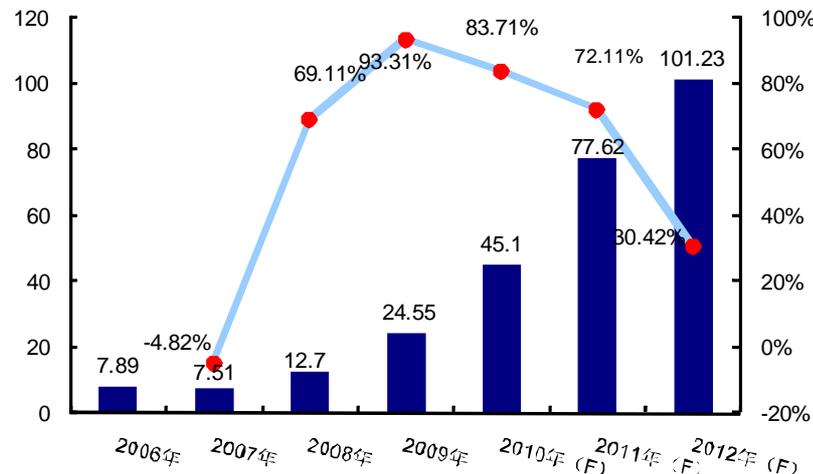
(一) 产业链参与主体呈多元化发展，多平台之争并未完全激发手机游戏创新内容。中国手机游戏产业链参与者逐渐多元化，尤其是电信运营商，从平台提供商的角色逐渐走向前台，拟整合内容提供商，进而演变为

2006-2012年中国手机游戏用户规模变化情况



来源:清科研究中心

2006-2012年中国手机游戏运营商市场营收规模变化情况



来源:清科研究中心

真正的手机游戏运营商角色。2008年3月,中国移动的移动梦网推出新的计费平台,并通过减少上线游戏数量,进一步整合专有的游戏平台。2009年8月,中国移动MM上线之初,手机游戏作为特色应用进一步得到推荐;2010年,中国电信跟进搭建成功手机游戏运营平台,电信运营商建立垂直的手机游戏运营平台加速了手机游戏市场的竞争与优胜劣汰。另一方面,终端厂商及移动互联网厂商也加快在手机游戏市场攻城略地。如2008年,Nokia推出手机游戏N-gage平台(不过2009年宣布将于2011年停止游戏平台的运营,整合入Ovi-Store)。

(二) 互联网游戏运营商进一步向手机游戏扩展,两者融合发展渐成趋势。随着游戏运营商的多业务拓展,及游戏品类的逐渐模糊化,中国PC游戏与手机游戏之间的融合发展趋势逐渐明显。如2009年,原有手机游戏运营商空中网通过并购形式,收购了PC游戏开发商新热力及大承网络,加速PC网络市场的战略部署。利用其原有在手机游戏市场的竞争力,空中网未来将可能实现“手机游戏+PC网络游戏”的无界化发展。另外,2010年,PC游戏厂商加速布局手机游戏市场,针对iPad等终端的兴起,手机游戏市场的增长潜力巨大。

(三) 手机游戏与其他创意产业呈融合化发展趋势。产品“泛娱乐化”发展。创意

产业特色内容资源,弥补本行业内容单一、创意不足的缺势;另一方面,融合发展将使手机游戏产品多样化,在进一步融合网络游戏、网页游戏、SNS等娱乐应用特色的同时,成长为“泛娱乐化”产品。

(四) 手机游戏盈利模式多样化,“轻网游化”成为一大趋势。手机游戏盈利模式多样化,通过“轻网游化”借鉴性的引入网络游戏的盈利模式,如按时收费、包月收费、道具收费、广告内置收费等模式,尽管这些模式尚处于初期,但却为手机游戏的发展指明路径。

VC/PE“钟爱”手机游戏市场,资本顺势而为

从移动互联网细分领域历年的投资情况来看,手机游戏是最后资本青睐的应用之一。2001-2010年12月,中国手机游戏市场共披露34起投资案例,占总投资案例数的26.00%,已披露金额的投资案例为27起,总投资金额为1.34亿美元,平均投资额为498万美元。从已经披露的34起手机游戏的投资案例来看,其中Series A投资案例数量为22起,占据主要份额,如联梦娱乐、新热力、掌上明珠、数字顽石等均获得不同金额的投资;Series B投资案例数量为5起,如数字鱼分别于2004年、2006年获得赛富及IDG的两轮联合投资;掌上明珠分别于2006年、2009年获得德同资本及赛富基金、德同资

展第二波浪潮的到来,手机游戏作为目前中国移动互联网市场盈利模式相对较为清晰的应用之一,伴随终端多元化及网络环境的改善,中国手机游戏市场仍是最值得资本关注的市场之一。当然,在“泛娱乐化”的游戏市场中,传统互联网市场游戏巨头逐渐渗透手机游戏领域,传媒娱乐厂商布局渐现,单一手机游戏厂商面对的竞争压力不断加大,VC/PE投资也将面临选择与挑战。预计2011年,移动互联网将迎来更为快速发展的一年,在大浪淘沙的市场竞争中,具有研发实力的手机游戏团队及手机游戏平台化运作的企业更为值得资本关注。■



预览已结束,完整报告链接和二维码如下:

