



艾媒咨询集团
iiMedia Research Group

2015年中国 “互联网+” 餐饮研究报告

2015 China “Internet + ” Dining Research Report

（内部精简版）

研究方法

本报告主要采用行业深度访谈、桌面研究等方法，并结合艾媒咨询自有的用户数据监测系统进行分析研究。

- 通过对行业专家、政府部门与相关企业进行深度访谈，了解相关行业主要情况，获得需要的相应数据。
- 对部分相关的公开信息进行筛选、对比，参照用户调研数据，最终通过桌面研究获得行业规模的数据。
 - 政府数据与信息
 - 行业公开信息
 - 企业年报、季报
 - 行业资深专家公开发表的观点
- 根据艾媒咨询自身数据库和草莓派调研社区平台（ Strawberry Pie ）的相关数据进行分析。
- 面向全国针对各领域征集优秀案例企业进行中，[详情可咨询alex@iimedia.cn](mailto:alex@iimedia.cn)。

“互联网+” 洞察研究计划

2015年3月5日，十二届全国人大三次会议在人民大会堂开幕，国务院总理李克强在政府工作报告提出，将制定“互联网+”行动计划。这是此行业热词首次出现在政府工作报告中，“互联网+”生态战略或将成为国家重要战略。

为了让创业者精准把握商业机遇、助力传统行业积极转型、让大众更了解“互联网+”，艾媒咨询隆重开启“互联网+”洞察研究计划——7大行业报告+1部干货纸书，餐饮、医疗、社区服务、出行、金融、房产、教育全面扫描，挖掘潜藏的行业数据，分析真实的成功案例，总结无形的转型理论，并把精华内容集结成书——艾媒咨询首部大手笔互联网+实体图书巨著《互联网+：颠覆还是被颠覆》。



目录

1

2015年中国“互联网+”餐饮行业基本状况

2

2015年中国“互联网+”餐饮用户行为调查

3

2015年中国“互联网+”餐饮案例分析

4

2015年中国“互联网+”餐饮发展趋势分析

2015年中国 “互联网+” 餐饮 行业基本状况

“互联网+” 餐饮 研究背景

“互联网+”餐饮领域囊括了在线外卖、团购、在线菜谱、厨师O2O等细分领域。

本报告主要针对在线外卖订餐以及团购等领域进行行业分析，用户数据研究以及行业未来趋势预测。



“互联网+” 餐饮 最新动态

- 1月27日，网上订餐平台“饿了么”宣布已经获得E轮3.5亿美元融资。本轮融资由中信产业基金领投，腾讯、京东、大众点评和红杉资本跟投。饿了么CEO张旭豪称，融资后的三大任务是：巩固饿了么在高校市场的领先地位；继续大规模开拓白领住宅市场；搭建以自有物流为中心，社会化物流为辅的物流配送平台。最终使饿了么成为O2O上门服务领域集流量、物流、支付场景三位一体的综合性平台。
- 4月，一款致力打造移动互联网食品第三方卫生监管平台的“干净么”悄然上线。针对当前餐饮O2O行业恶性竞争导致恶性循环的现状，“干净么”以卫生刚需为入口，建立全新的O2O平台。“干净么”进入的是餐饮O2O一个全新的领域，作为在餐饮O2O领域独立第三方，其希望基于移动互联网高效连接各个环节履行卫生监管，使餐饮行业进入良性的竞争循环。
- 6月5日，本地生活服务电子商务平台窝窝有限公司（纳斯达克代码：WOWO）宣布和众美联（香港）投资有限公司）有意布局全产业链互联网平台模式，签订合并协议，将成立中国最大的餐饮酒店互联网集团公司，公司将命名为“众美窝窝”。窝窝与众美联的合并，一方面增强了窝窝自身抗风险能力，在生活服务电商市场具有更大的竞争力；另一方面，众美窝窝的建立，也能提升窝窝的财报业绩，在为整个营销流水提供支撑的同时，也能在线下给予窝窝强势的支撑。

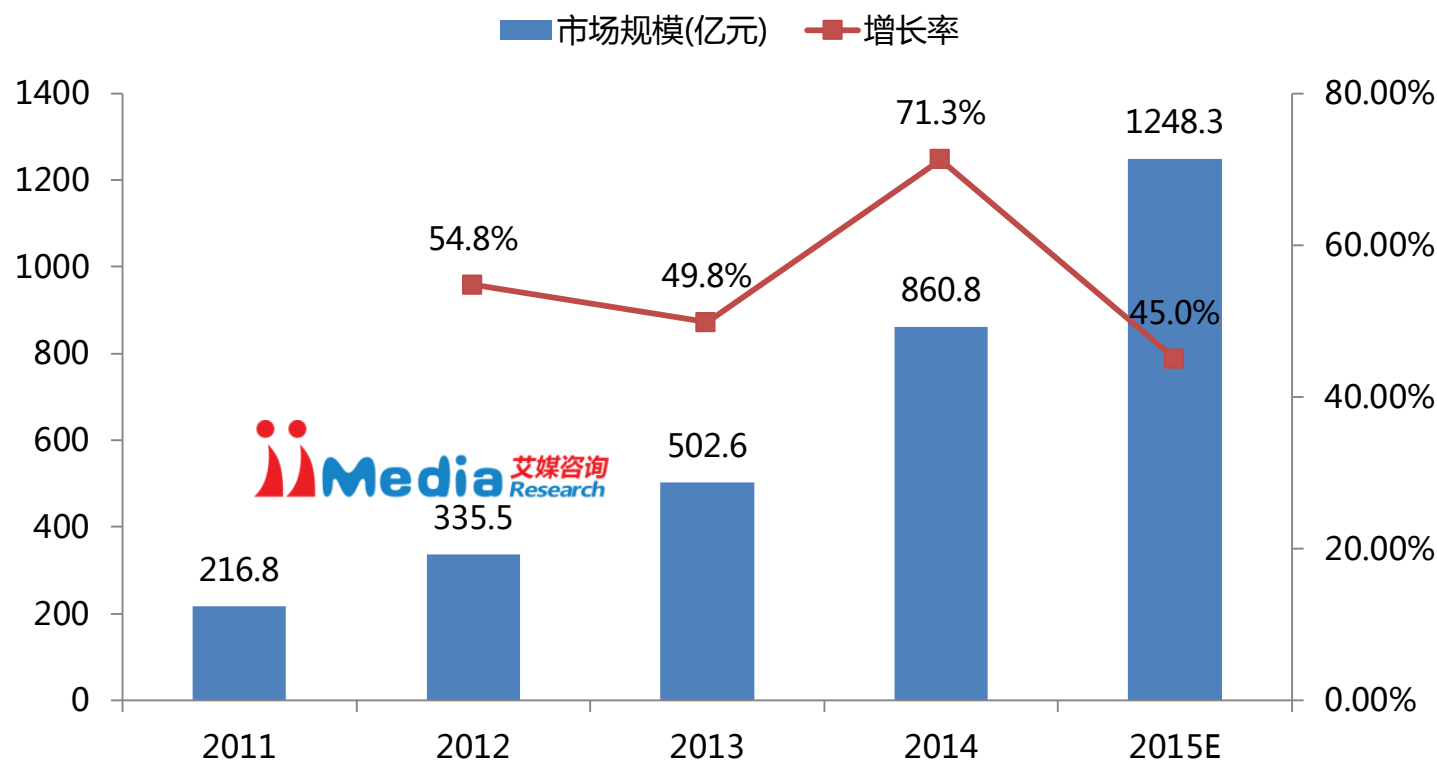
“互联网+” 餐饮 最新动态

- 6月，肯德基中国宣布与支付宝达成全面合作。肯德基将在全国范围内的餐厅逐步接入支付宝支付，这是肯德基中国首次在门店接入移动支付，这也标志着餐饮龙头正在发力“互联网+” 餐饮。同时从下半年开始，包括麦当劳、大型餐饮商业区等线下餐饮场所，也陆续开始接入了微信支付或支付宝等一些移动支付服务，线下餐饮支付争夺战一触即发。
- 7月，国内专业厨师上门服务平台“爱大厨”完成千万美元级A轮融资，由达泰资本领投方，500彩票网跟投。“爱大厨”提供专业厨师上门服务的App，通过厨师上门的服务模式，为用户在家烹制美食。据爱大厨公布数据显示，目前“爱大厨”拥有超过1500名专业厨师，注册用户50余万，每日订单量超过1200单，日单量预计2015年底将突破8000单。此轮融资将主要用于“爱大厨”服务标准化、城市扩张以及丰富业务单元。
- 7月27日，自媒体微信公号“餐饮老板内参”对外宣布完成Pre-A轮融资。本轮融资由国内著名财经作家吴晓波等联合成立的狮享家新媒体基金领投、另外几家机构跟投，融资规模2000万元人民币，估值1亿。餐饮老板内参以媒体为中心，成为餐饮及其产业链高价值用户的入口，同时打造社交和服务平台。接下来，餐饮老板内参将继续致力打造优质的内容吸引用户，内容原创梯队的扩大和挖掘依然是重中之重，同时培训、技术、金融业务板块的也将陆续展开。

“互联网+” 餐饮 最新动态

- 10月1日起，新修订的《中华人民共和国食品安全法》正式施行。其中出台了关于网售食品须持有“食品流通许可证”、“个体工商户营业执照”的规定，网上售卖食品必须实施实名制。目前，淘宝、饿了么等餐饮电商已经开始要求食品商家须上传相关证件，否则将遭到下架处理。该法律实施后将倒逼食品卖家加强安全管控，无证商家将被洗牌出局，在线餐饮市场环境有望得到进一步改善。
- 10月8日，大众点评网和美团网联合发布声明，达成战略合作，共同成立一家新公司。新公司由美团CEO王兴和大众点评CEO张涛同时担任联席CEO和联席董事长。大众点评和美团两个品牌和现有业务将继续保持独立运营，并将发挥各自的优势，加强战略协同。
- 10月9日，黄太吉创始人赫畅正式对外宣布，黄太吉完成了总金额1.8亿人民币的B轮融资，估值2.5亿美元(近15亿人民币)。本轮投资由家族基金和A轮投资人盛景网联领投，部分A轮投资人跟投。资金方面补充后，黄太吉希望在产能中心和运力两块基础设施加大投入。赫畅表示，黄太吉将向各大传统餐饮品牌、创新型餐饮品牌发出邀请，共享基础设施，共同致力精品外卖万亿市场的开发。

2015年中国在线订餐市场规模及预测



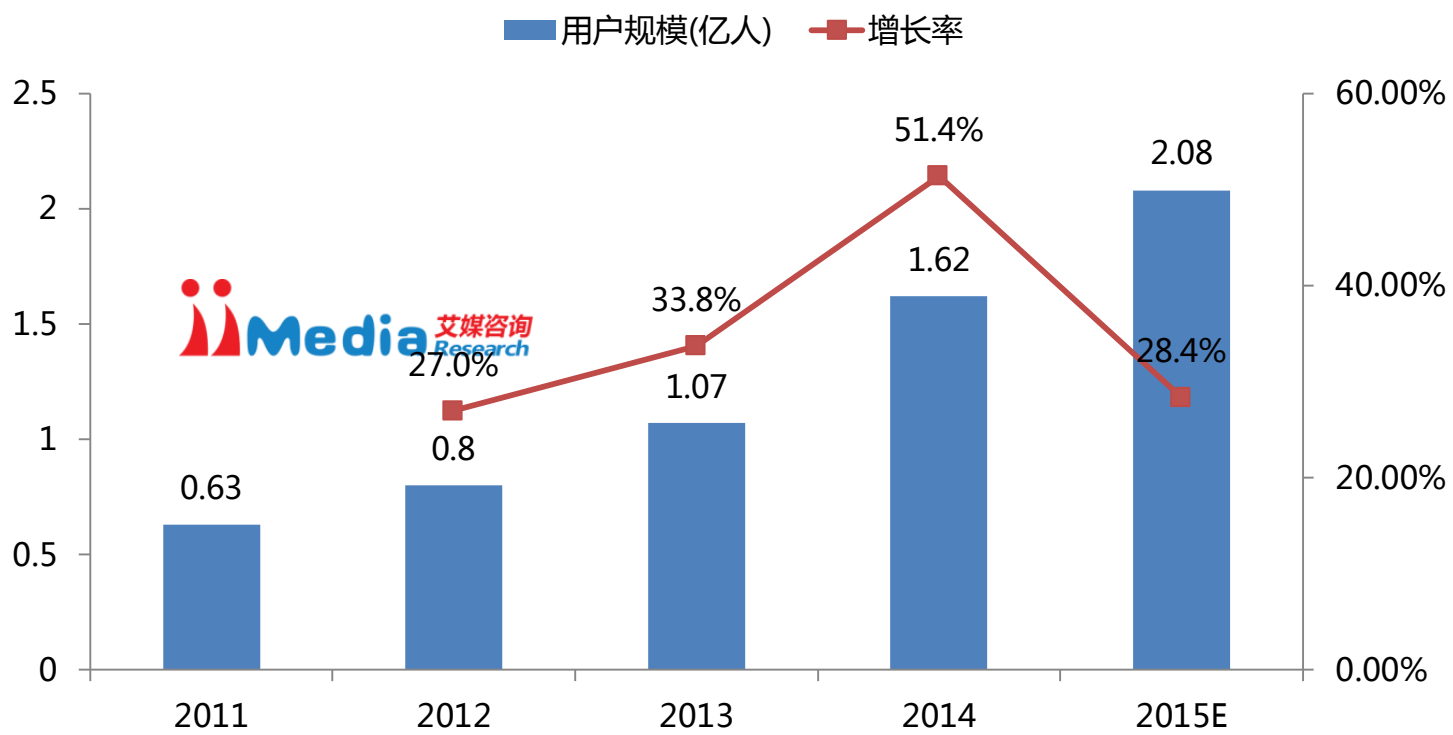
注：该数据于2015年7月根据市场情况已进行调整

iiMedia Research数据显示，2014年中国在线订餐市场规模达到860.8亿元，预计2015年中国在线订餐市场规模将达到1248.3亿元。2015年上半年，面对在线外卖的强势崛起，餐饮团购占在线订餐市场规模的比重仍然维持在超过40%水平，餐饮团购依然是在线订餐市场重要的组成部分。iiMedia Research分析认为，在餐饮团购和外卖领域相继崛起之后，在线订餐市场其他细分领域也开始逐渐活跃。在线订餐市场的发展将越趋精细化以及垂直化，对于市场的初入创业者来说，行业的机会仍有很多。

数据来源：iiMedia Research

Copyright 2007—2015 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

2015年中国在线订餐用户规模及预测



注：该数据于2015年7月根据市场情况已进行调整

iiMedia Research数据显示，2014年中国在线订餐用户规模达到1.62亿，预计 2015年中国在线订餐市场用户规模达到2.08亿。

iiMedia Research分析认为，过去的一年，围绕在线订餐领域的“烧钱”大战未曾间断，市场在用户增量上仍然维持较高水平。而随着用户群的逐渐普及，用户规模在增长率上将逐渐放缓。

数据来源：iiMedia Research

Copyright 2007—2015 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

“互联网+” 餐饮 行业图谱



美团外卖



饿了么

外卖



美团




糯米



大众点评

团购




爱大厨



好厨师

厨师O2O




菜筐子




饭店联盟


供应链平台



豆果菜谱



美食杰



好豆菜谱

在线菜谱



饭否



写食派

其他

“互联网+” 餐饮 产业链分析



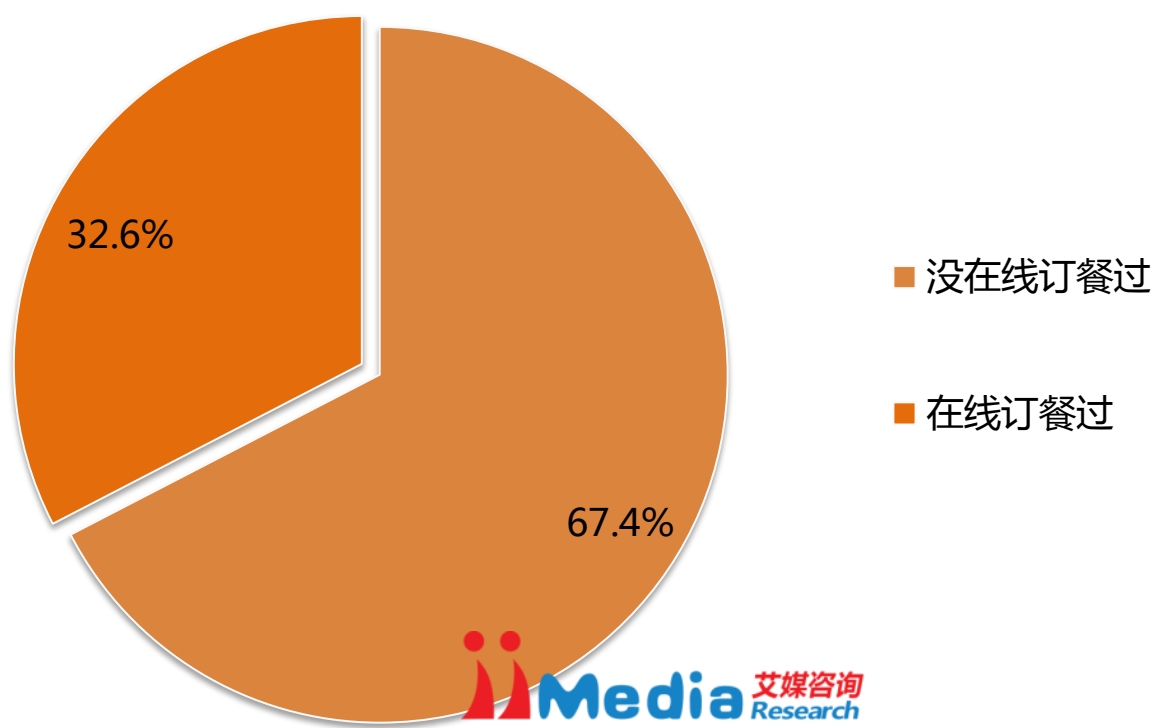
数据来源：iiMedia Research

Copyright 2007—2015 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

2015年中国“互联网+”餐饮用户行为调查

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 2015年上半年, 67.4%中国网民表示未使用过在线订餐服务。
艾媒咨询分析认为, 经过在线订餐行业的一系列疯狂“烧钱”行动之后, 其在中国网民之中的普及率迅速增长, 但这一增长势头将在接下来的时间里逐步放缓。

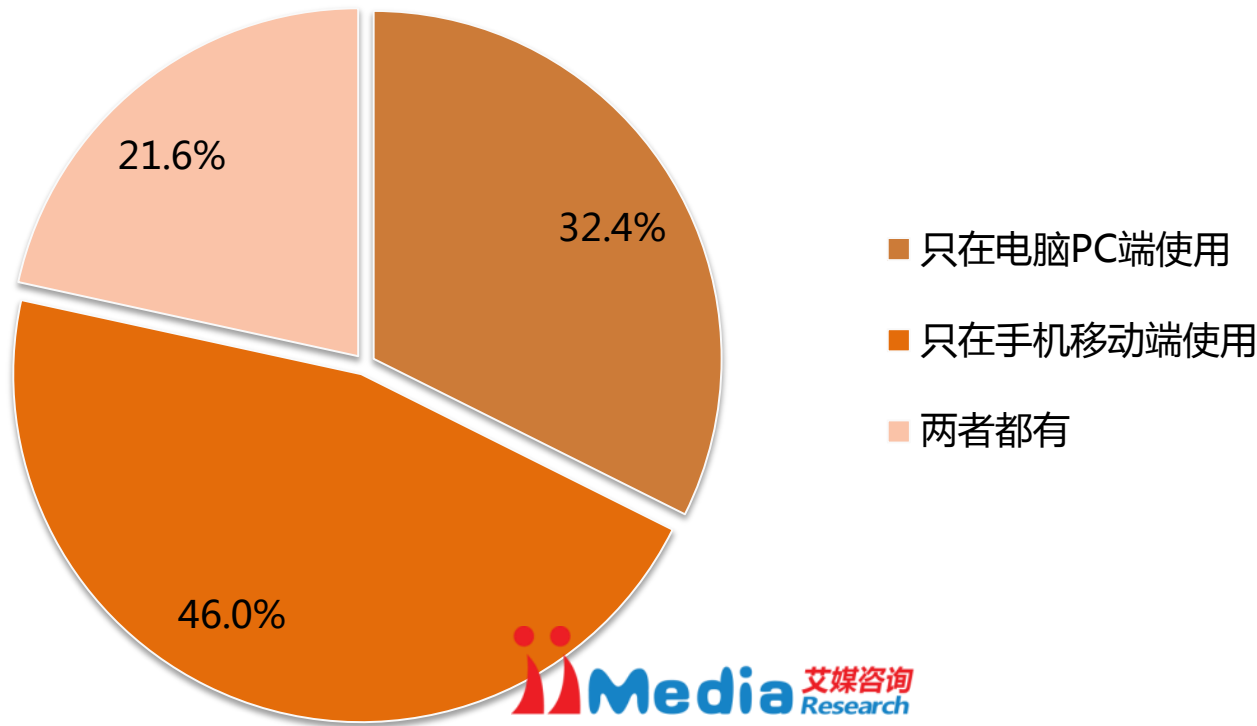
2015年上半年中国网民在线订餐市场渗透率



iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 2015年上半年中国在线订餐用户中, 有46.0%的用户只通过手机、平板等移动终端进行订餐, 两者并用的用户占比则为21.6%。

艾媒咨询分析认为, 基于移动支付技术的成熟以及普及, 还有手机移动端点餐的补贴红利, 目前手机移动端点餐已经成为不少在线订餐用户的主要订餐方式。

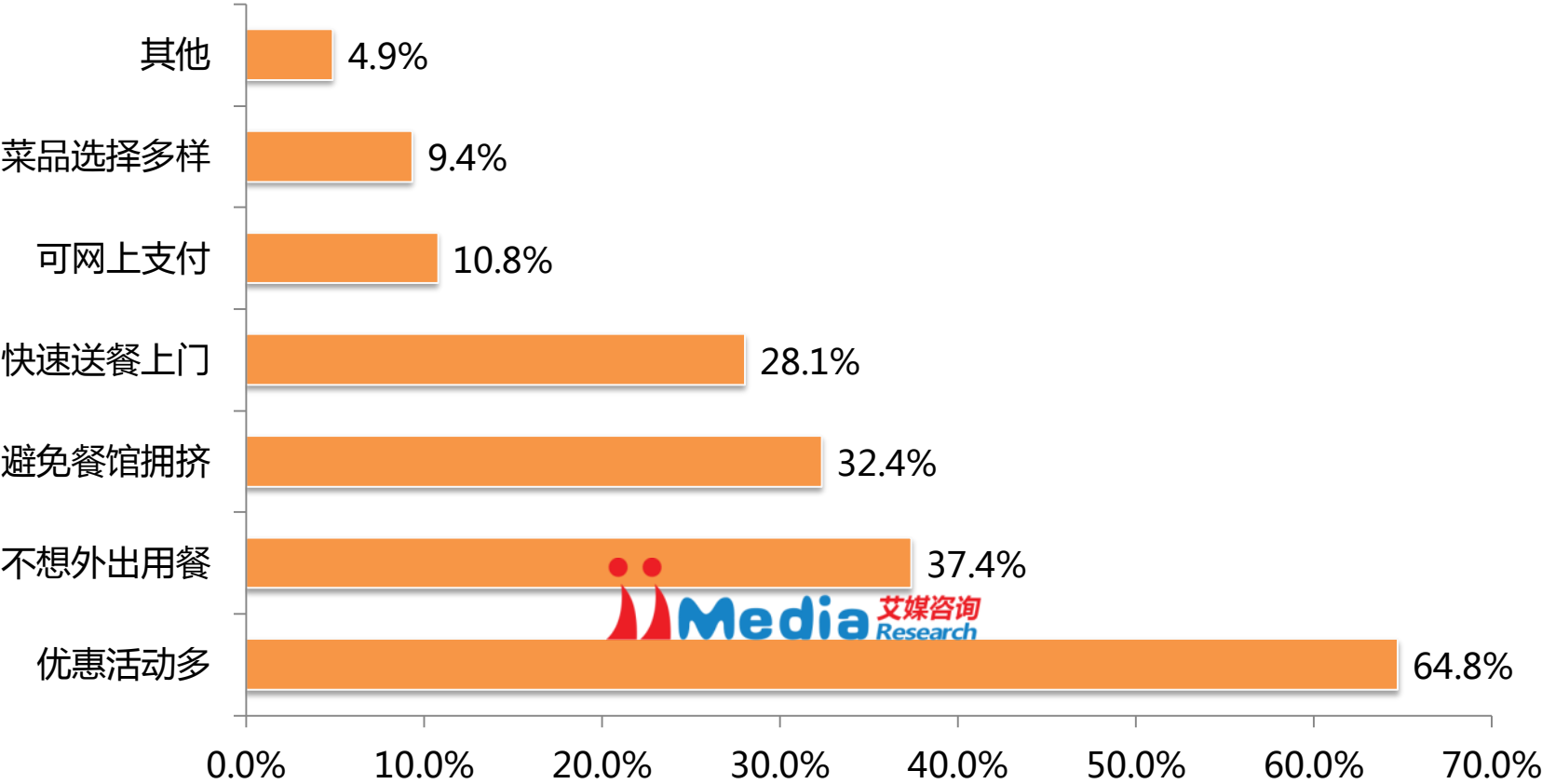
2015年上半年中国在线订餐用户订餐渠道分布



iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 2015年上半年中国在线订餐用户中, 64.8%的用户选择在线订餐基于其优惠活动的举办, 不想外出用餐以及避免餐馆拥挤的用户占比分别为37.4%和32.4%。

艾媒咨询分析认为, 在线订餐补贴风气盛行, 从而也成为了用户当前使用的最大动力。但随着补贴力度的越趋减小, 用户在选择在线订餐时则将更多从自身实际需求出发。

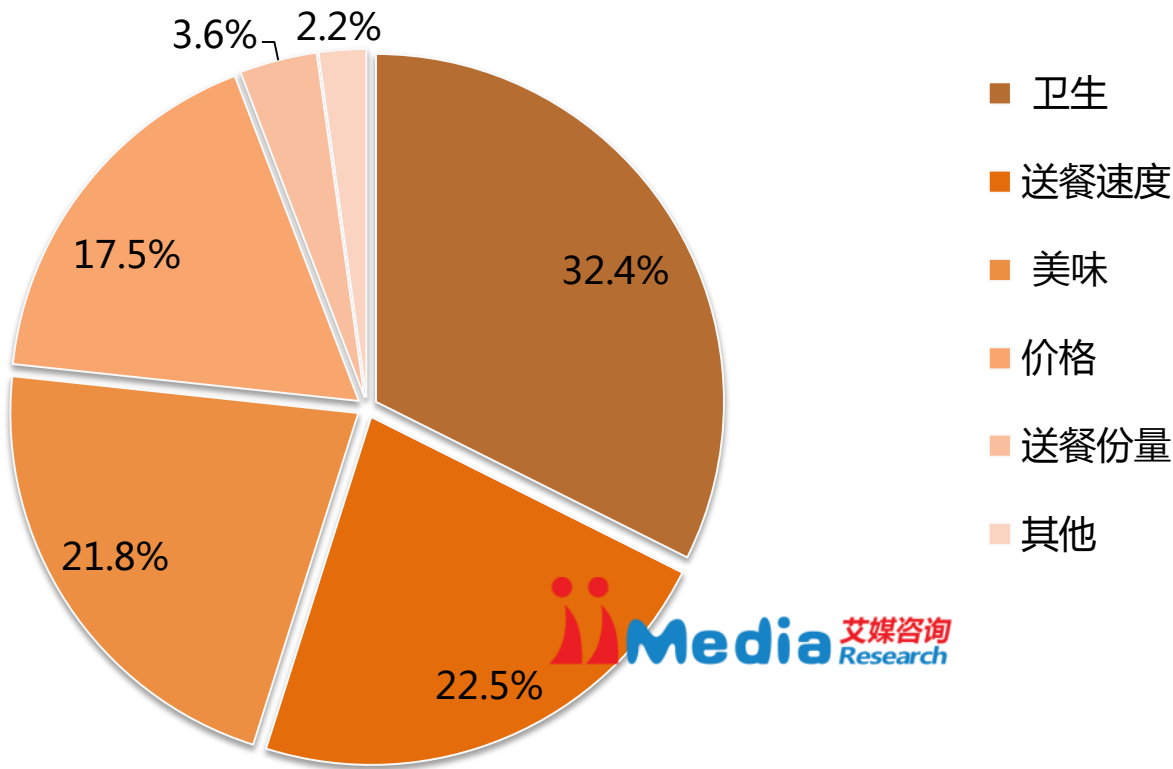
2015年上半年中国在线订餐用户选择在线订餐原因分布



iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示，2015年上半年中国在线订餐用户关注因素中，卫生、送餐速度、美味成为了用户最为关注因素，分别占比32.4%、22.5%以及21.8%。

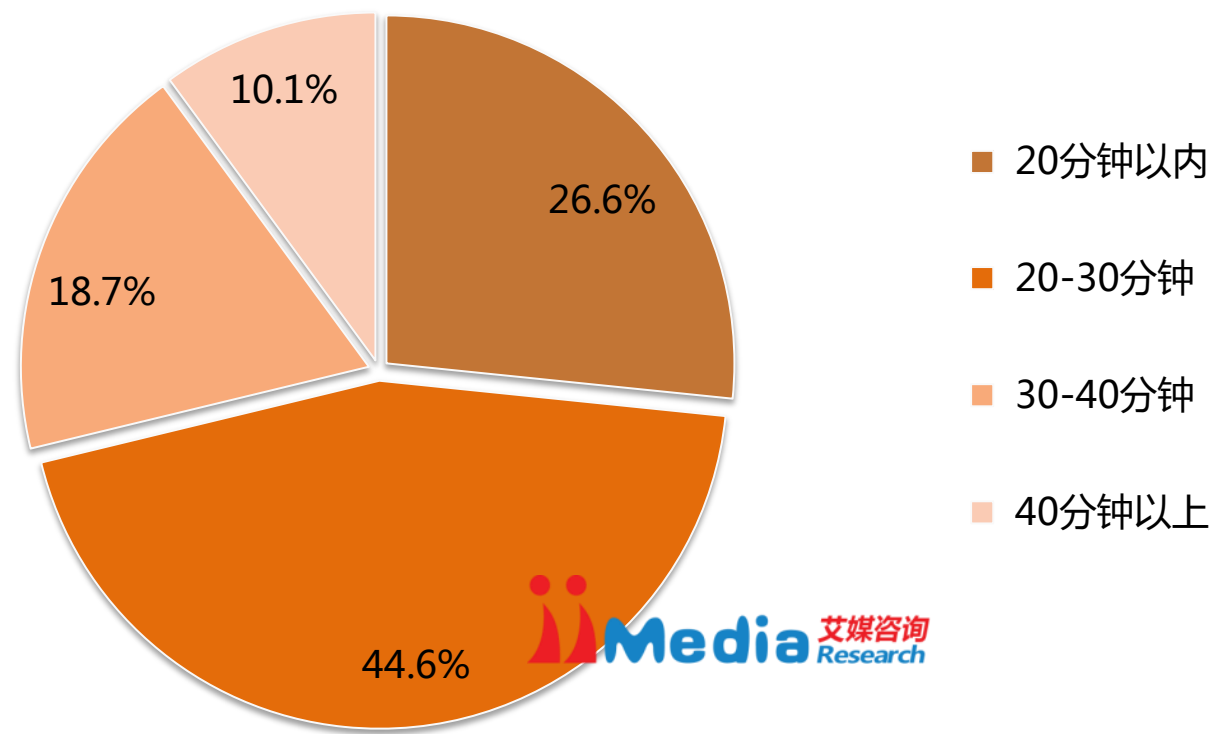
艾媒咨询分析认为，在线餐饮用户需求呈现多样化和碎片化，其复杂程度要高于传统餐饮服务。

2015年上半年中国在线订餐用户关注因素分布



iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示，2015年上半年中国在线订餐用户中，26.6%的用户认为在线订餐送餐速度应该在20分钟以内，44.6%的用户则可以接受送餐时间在20-30分钟。

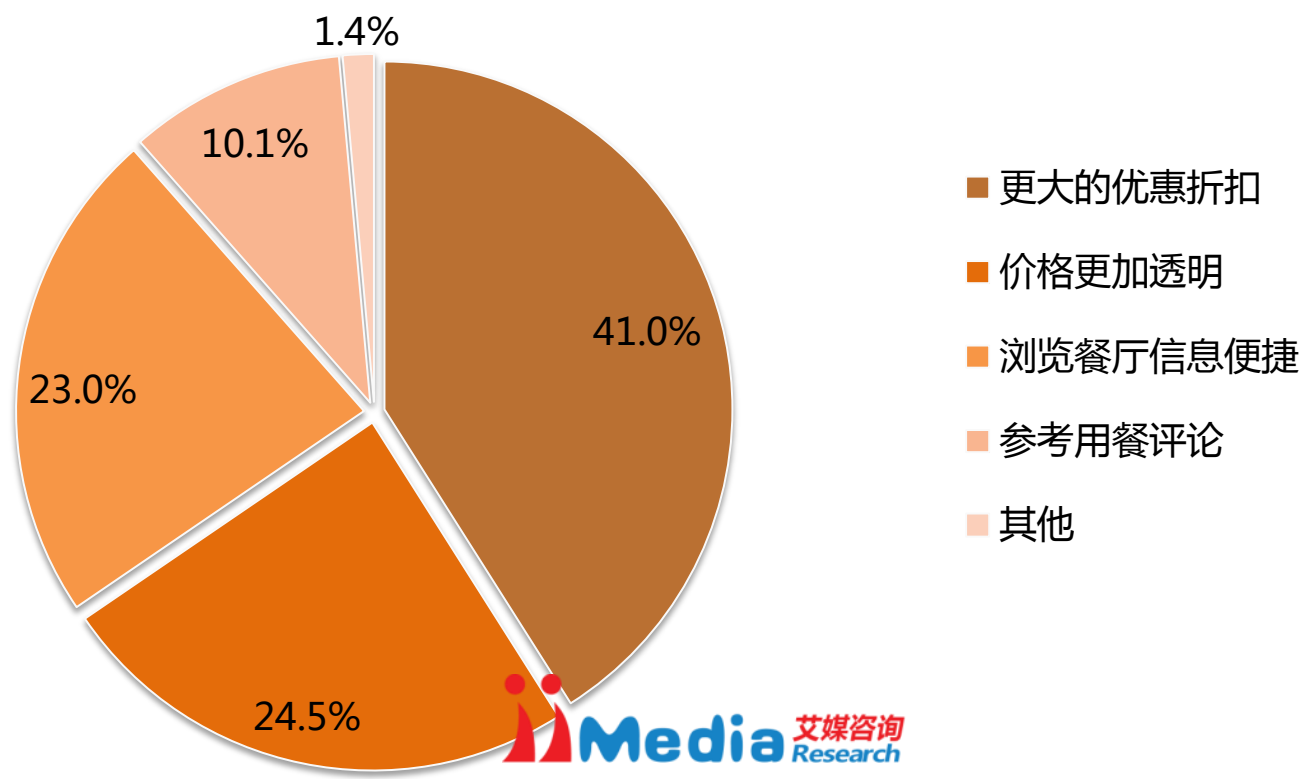
2015年上半年中国在线订餐用户可接受送餐时间分布



iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 2015年上半年中国中国餐饮团购用户中, 更大优惠折扣、价格透明、浏览餐厅信息便捷成为用户选择餐饮团购的主要原因, 分别占比为41.0%、24.5%、23.0%。

艾媒咨询分析认为, 餐饮团购网站为用户提供了更加详细的餐馆信息, 也有效的为用户选择餐饮服务提供参考。

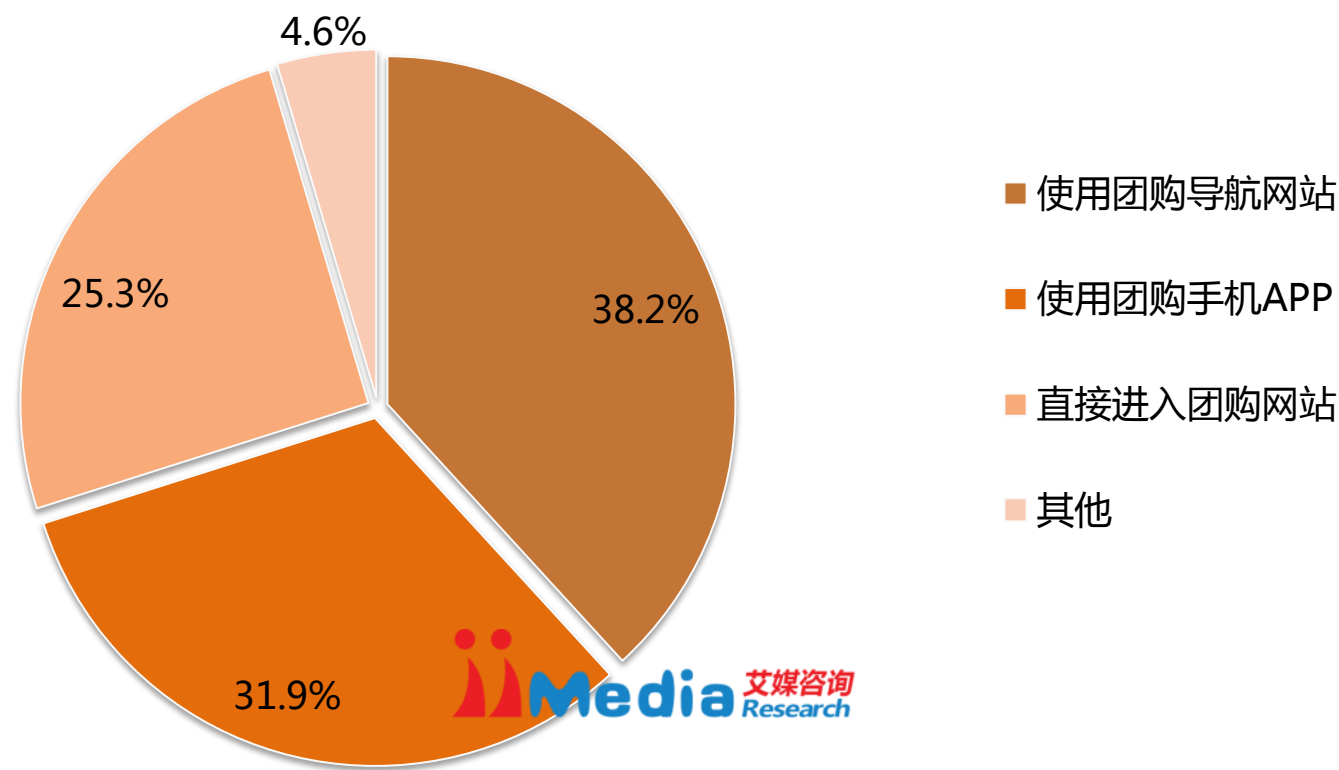
2015年上半年中国餐饮团购用户选择餐饮团购原因分布



iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 2015年上半年中国餐饮团购用户中, 38.2%的用户首选团购导航网站来选择餐饮团购服务, 使用手机APP以及直接进入团购网站的用户占比分别为31.9%和25.3%。

艾媒咨询分析认为, 随着团购市场资源进一步集中, 市场角色将进一步减少, 用户对团购品牌的认知也有望提升, 加之移动端的用户习惯越趋成熟, 这将导致用户在相关团购手机APP上的操作将逐步增多。

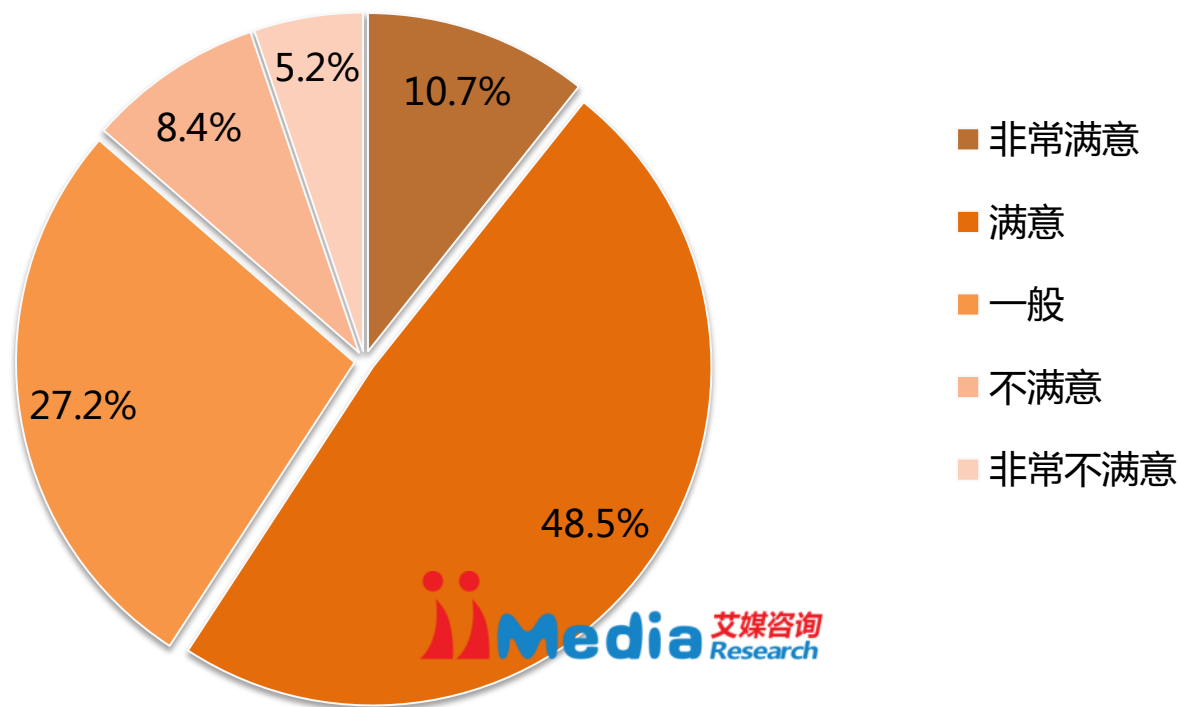
2015年上半年中国餐饮团购用户使用餐饮团购渠道方式分布



iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示，2015年上半年中国团购餐饮用户中，10.7%的用户对餐饮团购表示非常满意，48.5%的用户表示满意，仅有5.2%的用户表示对餐饮团购非常不满意。

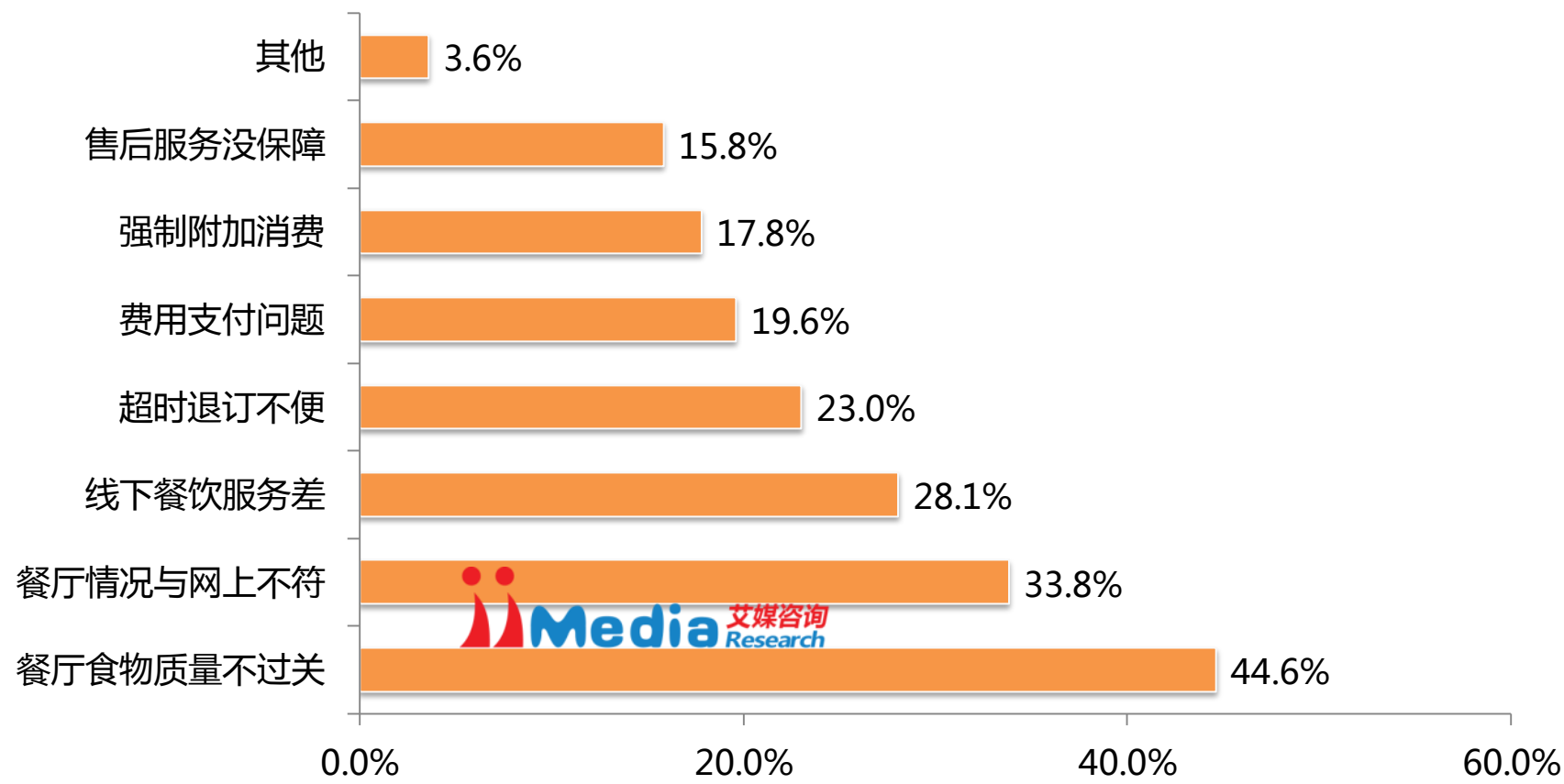
艾媒咨询分析认为，经过市场多年发展，餐饮团购平台经过洗牌，行业发展回归理性，相应强化了用户体验；另外，用户在使用习惯上也趋于稳定，对体验要求相应有所降低，对服务的质量认知也大致趋向满意。

2015年上半年中国团购餐饮用户对餐饮团购满意度调查



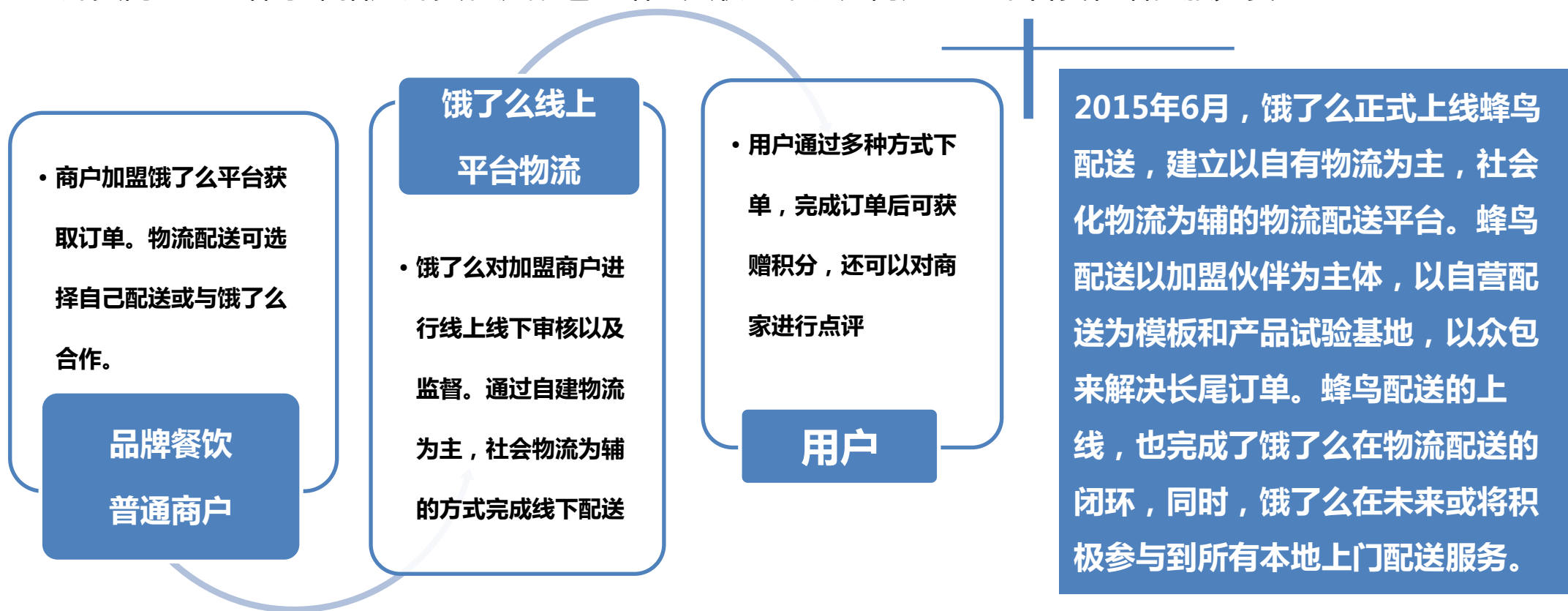
iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 2015年上半年中国餐饮团购用户用户中, 44.6%的用户对餐饮团购服务的食物质量不过关最为不满, 餐厅信息与团购信息不对称、线下餐饮服务差也成为了用户主要的不满因素, 分别占比33.8%和28.1%。艾媒咨询分析认为, 目前餐饮团购服务主要漏洞在于线上线下信息转化的不对称, 包括信息不符、线下服务差、强制附加消费等现象, 严重影响了用户在产品体验上的舒适度。

2015年上半年中国餐饮团购用户对餐饮团购不满意原因分布



2015年中国 “互联网+” 餐饮案例分析

“饿了么”成立于 2009 年，是国内外卖 O2O 平台的先行者，目前已成长为中国最大的餐饮 O2O 平台之一。饿了么除了用户提供外卖订餐服务外，也为线下商户提供基于互联网技术的运营解决方案，建立完善的外卖商业生态体系，搭建外卖物流配送网络。其收入来源为商户入驻平台费和增值服务费。



美团网成立于2010年3月，其将自身定位为专注于本地生活服务，为消费者提供低价格高品质的团购产品，为本地生活服务商家提供精准的互联网推广服务的平台型电子商务网站。

大众点评是本地生活信息及交易平台，为用户提供商户信息、消费点评及消费优惠等信息服务的同时，亦提供团购、餐厅预订、外卖及电子会员卡等O2O交易服务。

2015年10月8日，美团网与大众点评网联合发布声明，宣布达成战略合作并成立新公司。

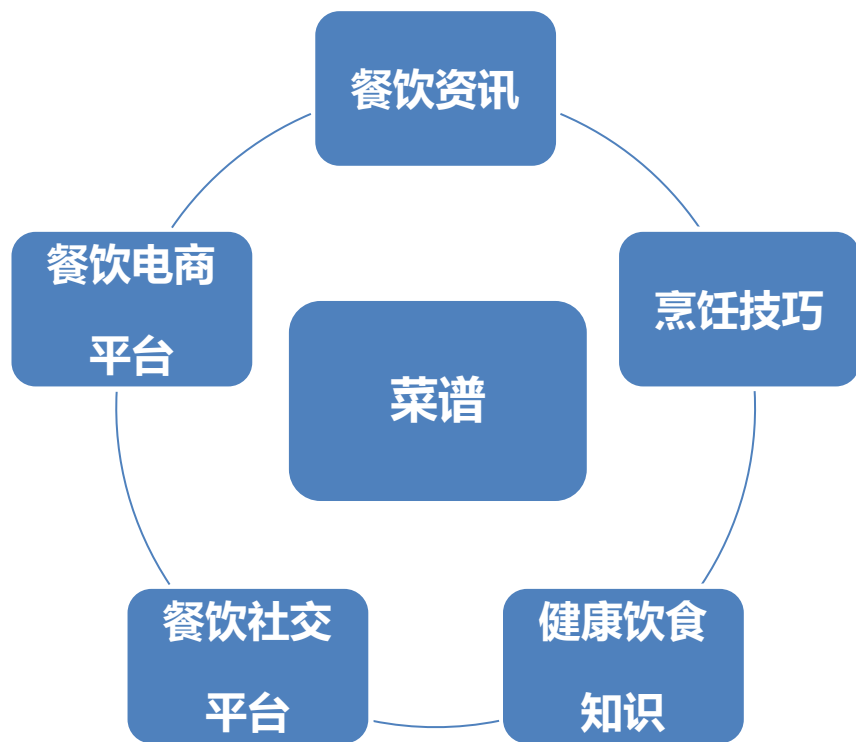
双方合并后，大众点评和美团在O2O市场上依然保持领先地位。为应对行业资本寒冬的预期，两家抱团无疑更容易争取更大的融资。实际上，双方融进新一轮资金，或许不代表烧钱大战的结束，而是新一轮市场决战的开启。



虽然两家合并后，虽然在O2O市场上占有绝对优势，但面对百度糯米的强势崛起，以及其他第三方的竞争，两家在市场上并未高枕无忧。而两家合并带来的边界效应，也使得他们更好地应对百度糯米的竞争侵蚀。

“互联网+” 餐饮 在线菜谱

美食杰成立于2007年1月，是集菜谱、健康饮食知识、烹饪技巧以及电子商务等为一体的美食网络信息服务平台。从2010年7月上线第一款手机客户端后，目前已先后上线多款专用手机应用，包括美食杰家常菜谱大全、美食杰家常菜谱大全HD等，为用户提供多方位的在线餐饮综合服务。



美食杰以菜谱为中心拓展了多项功能

美食杰涉足电商，采用的是轻平台模式。应用内的商城，主打闪购模式。闪购模式为用户提供了有限的选择，帮助用户更快解决了选择购买时间花费问题。基于菜谱的入口，美食杰还在每个菜谱下面插入购买的链接，让用户在选择菜谱的时候就可以直接购买食材，充分发挥了菜谱的入口优势。另外，美食杰的电商平台规避了生鲜品类，聚焦在与厨房相关的长尾精选商品，比如厨具等，有效与用户需求对接，打造良好的应用生态。

“互联网+” 餐饮 微信餐饮



微信餐饮是以微信用户为接入，对微信公众平台进行再次开发，把餐饮企业信息嵌入微信公众平台。微信餐饮为传统餐饮企业提供了“互联网+”转型的能力保障。基于微信开放接口能力，餐饮企业可引入微信支付、LBS定位导航，顾客用户管理等功能，打造移动餐饮服务。利用微信，餐饮企业可通过线上完成推广、服务、支付、客服反馈等环节，也有效地提高了企业的运作效率。



微信餐饮服务流程

“互联网+” 餐饮 传统餐饮企业转型

外婆家基于微信 O2O转型路



CRM体系下的差异化服务

微信为外婆家提供了完善的CRM体系。包括顾客的引导、身份识别，以及分类等，均可通过微信获取。而通过信息的分类，大数据营销，为后续个性化服务提供重要基础，从而提高顾客用户黏性。

打通pos端 移动支付完成商业闭环

外婆家通过微信支付的接入，为用户提供了移动支付体验。同时通过移动支付场景的塑造，完成了商业的闭环。另外，移动支付也有效地提高了餐厅的运作效率，为用户移动用餐消费提供便捷服务。

创新移动用餐服务

利用微信开放的接口功能，外婆家基于微信点餐，为用户提供了定位查找餐厅，优惠活动推送，菜单在线浏览及下单等功能，有效丰富了用户的用餐体验。



2015年中国“互联网+”餐饮发展趋势分析

中国“互联网+”餐饮发展趋势分析

• **餐饮O2O扩展迅速 将回归服务本质**：为了快速争夺市场，餐饮O2O行业内的各家在过去的时间里上演了疯狂的“圈地运动”。尤其是在线订餐领域，美团外卖、饿了么、百度外卖等在补贴让利的车轮战中打得火热。而在用户普及越趋成熟之后，餐饮O2O竞争的本质将回归到服务上，包括用餐体验、食品安全等，将成为行业内各家的主要竞争力。而餐饮企业也需要利用移动互联网改造自身产业链并重构与消费者的关系，提高企业效率，形成消费升级和打造用户完美体验。

• **“互联网+”助力餐饮企业创新变革**：随着移动互联网技术的发展以及餐饮O2O行业的越趋成熟，传统餐饮服务企业利用互联网+的契机，有望进一步推高自身服务水平。往后，优质餐饮企业不再只是满足于平台导流，吸引客户到店消费，而会逐渐转向注重企业的信息流、资金流、物流等基础性信息化建设和发展。从市场拓展、宣传推广、业务运作、日常经营、菜品消费、客户群体等方面，建立健全网络系统，聚合数据，以求精益求精，针对性营销。

中国“互联网+”餐饮发展趋势分析

- **政策红利+技术革新，保障餐饮安全：**“互联网+”与餐饮业的深度融合与创新发展，已成为不可阻挡的产业发展潮流。针对网络经营餐饮等安全监管的问题，国家正在积极采取一系列的工作举措，包括新修订的《食品安全法》，将为促进互联网+餐饮产业的健康发展起到重要作用。而互联网技术的充分利用，可帮助企业有效监管食品制作流程，同时借助互联网技术，为餐饮企业提供在线的食品安全政策咨询，法律培训，技术服务等内容，有效提高餐饮企业在食品安全品质上的保障力度。
- **大数据营销成“互联网+”餐饮生存之本：**餐饮行业将成为线上互联网连接线下的最大入口。而当下大量餐饮综合服务商都使用了云端服务接入的形式帮助传统餐饮商家分析日常经营数据。但是当前大多餐饮经营数据的主要应用与店内分析阶段。而未来，当经营数据与更官方的跨行业数据融合时，结合互联网思维等，其大数据营销价值为线上线下餐饮企业创造更大的价值。
- **资本搭桥或促行业巨头抱团：**随着行业的继续发展，资本推动的力量，或将更多的创业公司推向合并。餐饮O2O市场的发展将趋于理性，创业公司的机会也或将越趋减少。更多细分垂直领域的中小型企业都将面临最后被收购的境地。当然，基于餐厅、餐品、时段等维度切入更加垂直的餐饮O2O市场，仍将还有很多机会供创业者介入，从而发现新的商机。

互联网+

颠覆还是被颠覆

主编 张毅

在新经济时代，不把旧规则下的商业思维转变为新规则下的商业思维，必然会被市场浪潮淘汰淹没。张毅长期在移动互联网前沿从事互联网营销和行业研究工作，其敏锐的洞察力、详实的数据和案例及扎实的研究基础，使得本书必将成为企业家和创业者的工具书。

——广东文化产业投资管理有限公司CEO 柳家平

不管你是“60后”、“70后”，还是“80后”、“90后”，认真研读此书，你就不会在“互联网+”的时代“落后”！

—— 中科招商集团董事、执行副总裁 谢勇

移动互联网的发展使全世界的个人、企业、机构、政府甚至物品可以实现随时随地的沟通、交流、分享和互动，个性化的需求信息和个性化的供给信息可以实现实时的对接。移动互联网正深刻地改变着人类生活、学习、工作、生产和交易的方式，并对各行各业产生巨大的颠覆性的冲击。《互联网+：颠覆还是被颠覆》犹如黑暗中的明灯，通过对七大传统行业进行“互联网+”创新的生动案例、权威数据以及行业专家的深度剖析，为传统企业转型升级以及创业者基于传统行业的创新，指明了一条更为清晰的前进之路，并助力其实现从“被颠覆者”到“颠覆者”的角色转换。

——著名经济学家、中山大学国际商学院院长 舒元

“互联网+” 高端俱乐部**创势会**CEO会员指定用书！
100位移动互联网企业总裁、40个资深媒体人
联合发起！

●重干货！

深度调研，披露七大行业“互联网+”变革前沿数据

●讲实战！

专业剖析，揭秘传统产业互联网+转型的未来之路

互联网+



中山大学出版社
SUN YAT-SEN UNIVERSITY PRESS



艾媒咨询集团 (IiMedia Research Group) 旗下的艾媒无线广告监测系统 (Adiimedia.com) 是国内领先的第三方移动互联网广告投放监测系统，通过专业的技术手段为广告主提供独立、客观、公正的移动广告监测服务以及最优化最全面的监测解决方案。

Adiimedia可为广告主提供在移动媒体上的广告投放形式、访问量情况、投放费用等统计指标，及时反馈广告效果、优化手机广告投放，为移动广告客户提供专业的监测解决方案，使广告主能全面了解自身及竞争对手媒体投放情况。

优秀案例征集计划

艾媒咨询是全球领先移动互联网第三方数据挖掘与整合营销机构，为更深入研究和了解消费者行为、优秀企业商业模式和行业竞争等情况，特针对不同领域开启优秀企业案例征集计划，本计划主要针对移动互联网及相关产业链领域企业，并要求企业在其领域内具有一定市场影响力和一定创新模式。

合作详情可咨询alex@iimedia.cn

法律声明

本报告由iiMedia Research（艾媒咨询）调查和制作，报告中所有的文字、图片、表格均受到中国大陆及香港特别行政区知识产权法律法规的保护，任何非商业性质的报道、摘录、以及引用请务必注明版权来源；iiMedia Research（艾媒咨询）会向国家相关政府决策机构、知名新闻媒体和行业研究机构提供部分数据引用，但拒绝向一切侵犯艾媒著作权的商业研究提供免费引用。

本报告中的调研数据均采用行业深度访谈、用户调研、桌面研究得到，部分数据未经相关运营商直接认可；同时本报告中的调研数据均采用样本调研方法获得，其数据结果受到样本的影响，部分数据可能未必能够完全反映真实市场情况。因此，本报告仅供个人或单位作为市场参考资料，本公司不承担因使用本报告而产生的法律责任。在未接受本声明前，请不要阅读本报告。

关于艾媒

艾媒咨询 (iiMedia Research) 是全球移动互联网领域的著名研究机构，也是中国首家专注于移动互联网、智能终端和可穿戴设备等产业研究的权威机构。艾媒咨询成立于2010年，2012年艾媒咨询正式成为CAMIR唯一专注于移动互联网行业市场信息调研的成员单位。

iiMedia Research为包括国家工业和信息化部、人民日报社、广东省人民政府、河南省人民政府等各级政府部门，各电信运营商和设备提供商提供数据研究和决策参考服务。

艾媒旗下艾媒网 (www.iimedia.cn) 是中国最早的移动互联网领域行业数据发布平台，致力于传播无线互联网行业的服务理念，为行业横向交流打造坚实平台。

艾媒每年刊发的研究报告以及分析成果数百份，在业界具有很好的影响力，一直被全球各大主流平面和网络媒体追捧和引用；每年举办多场全国或国际的高层次移动互联网高峰论坛得到行业和媒体、政府的认可和支持。

2015年艾媒咨询集团发起致力于互联网+产业环境下为全球传统产业与互联网建立高层私密交流的高端平台“创势会”，正迅速成长为推动中国经济转型变革的卓越企业家高级俱乐部。

iiMedia Research研究报告指定发布平台：艾媒网(www.iimedia.cn)、魔部网 (www.moobuu.com)

iiMedia Research官网：<http://www.iimedia.com.cn>

艾媒无线广告监测系统：[http:// www.adiimedia.com](http://www.adiimedia.com)

创势会官网：<http://www.imchance.com/>

官方邮箱：research@iimedia.cn

VIP服务热线：400 702 6383



@艾媒咨询



艾媒咨询

本报告由iiMedia Research集团控股有限公司 (中国香港) 出品



数据来源：iiMedia Research

Copyright 2007—2015 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

因为专注，所以专业！

*Since 2010 ,
We focus on mobile Internet !*