

# 2016Q3中国手机浏览器 器市场季度监测报告

2016Q3 China Mobile Phone Browser Market  
Quarterly Research Report

( 内部精简版 )



艾媒咨询集团  
iiMedia Research Group

iiMedia 艾媒咨询  
Research



# 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及北极星统计分析系统等。

- 通过对行业专家、相关企业与手机浏览器用户进行深度访谈，了解相关行业主要情况，获得相应需要的数据。
- 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、北极星统计分析系统和草莓派调研社区平台（Strawberry Pie）的相关数据分析。
- 艾媒北极星：截止2016年10月底，北极星采用自主研发技术已经实现对6.83亿独立装机覆盖用户行为监测。
- 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whd@iimedia.cn](mailto:whd@iimedia.cn)。

# 目录

1

2016Q3手机浏览器行业发展现状

2

2016Q3手机浏览器用户分析

3

2016Q3手机浏览器市场竞争趋势分析

4

2016年手机浏览器行业发展趋势总结

# 1 PART ONE

---

## 2016Q3手机浏览器行业 发展现状

# 2016Q3手机浏览器行业最新动态

## 01 百度推出国内首款VR浏览器

7月，百度推出一款VR浏览器，浏览器本身具有VR模式，集成了全景、视频、导航、下载等功能，并且具备将普通网页转换成VR版本的能力。9月，百度对VR浏览器进行了版本的更新，新增核心功能，可以通过网页观看2D/3D/全景视频及全景图片。

## 02 360联合昆仑万维收购Opera部分业务

7月，由于没有获得政府监管部门的认可，由360联合昆仑万维组成的中国财团，全盘收购挪威浏览器公司Opera的计划宣告失败，最终改6亿美元收购Opera部分业务，主要为桌面和手机浏览器业务。此次收购，有利于360公司建立跨国营销，促进技术和业务的互补。

## 03 UC浏览器正式更名为“UC”

8月，UC浏览器正式宣布更名为“UC”，并发布独立资讯应用“UC头条”，同时UC头条国际版“UC News”也在印度孟买发布。UC此次转型，主要是去浏览器化，向大数据新兴媒体平台推进。

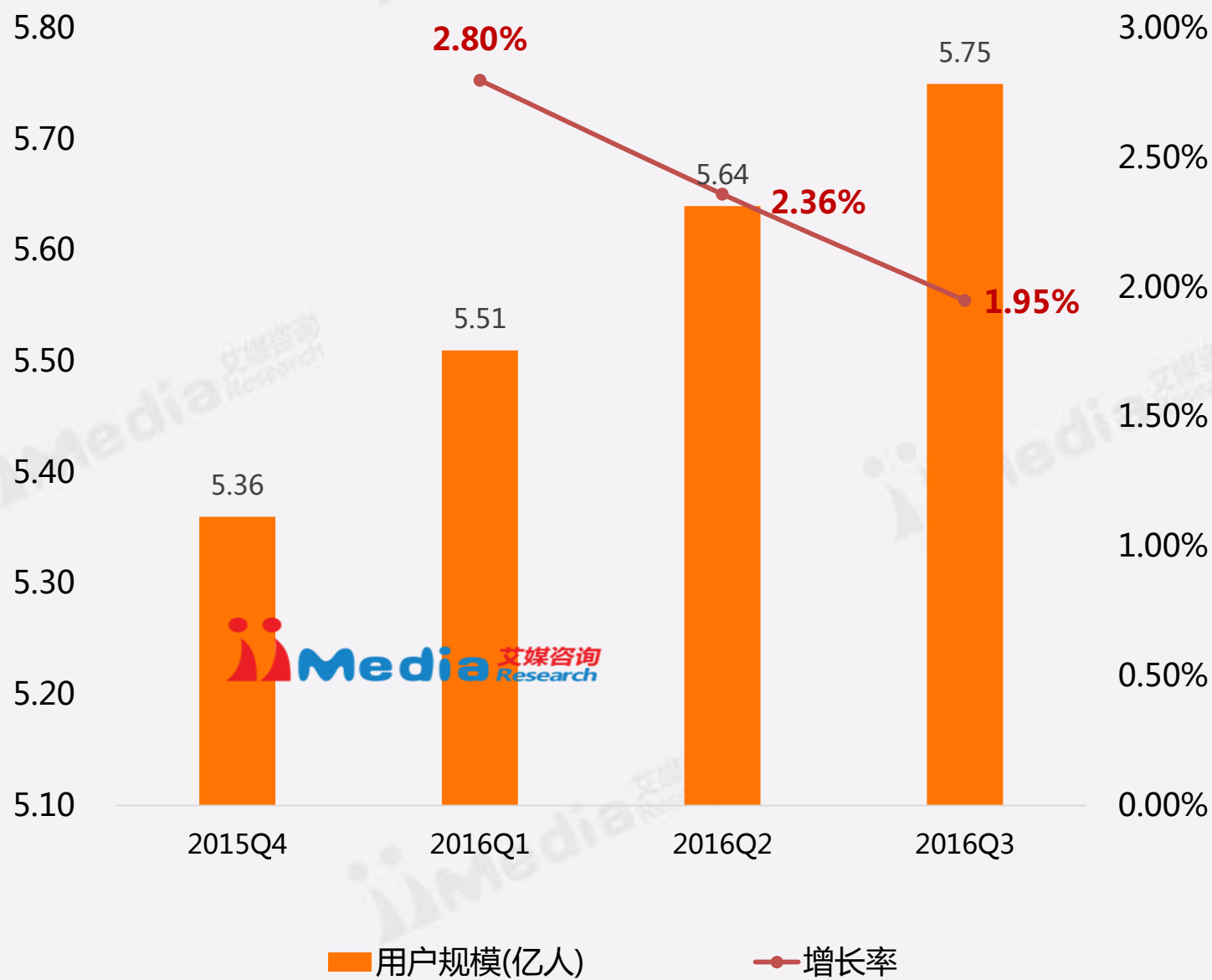
## 04 浏览器自动填写工具Fillr获500万美元A轮融资

11月，浏览器自动填写工具Fillr获A轮融资，本轮投资方包括软银中国、Southern Cross Venture Partners、Reinventure以及Constant Innovation。Fillr是一个浏览器自动填写工具，研发了一款基于云计算数据交换平台，采用机器学习技术能够实现在网上进行支付、结账以及数据交易等功能，目前已经与20余家浏览器达成合作。

# 2016Q3手机浏览器用户规模

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，2016第三季度手机浏览器客户端用户规模达5.75亿，增长率1.95%，增长率有减缓趋势。艾媒咨询分析师认为，伴随智能手机用户数逐步达到阶段性顶峰，手机浏览器用户规模也将趋于稳定。

2015Q4-2016Q3手机浏览器用户规模

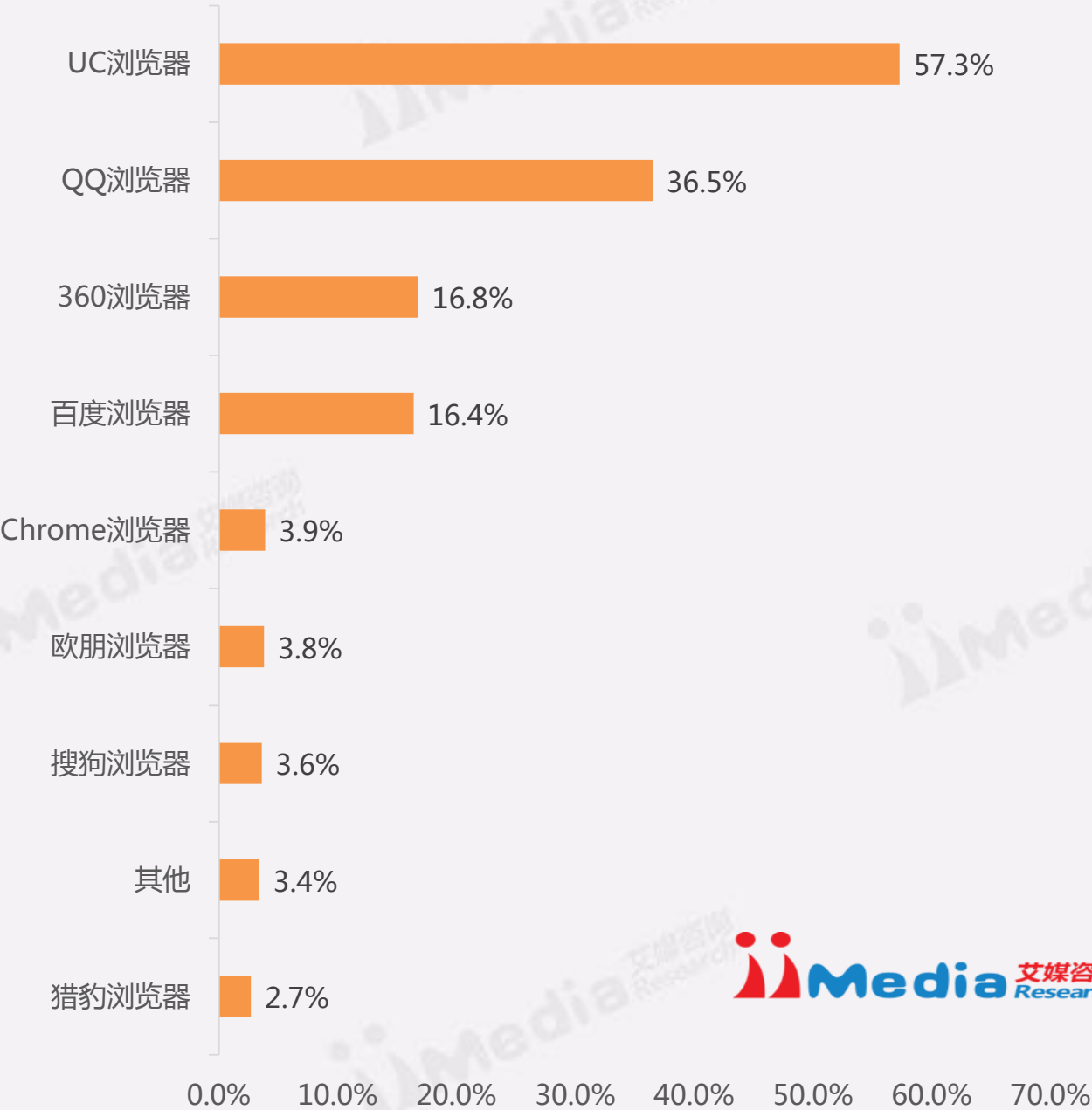


数据来源：艾媒北极星（截止2016年10月底，北极星采用自主研发技术已经实现对6.83亿独立装机覆盖用户行为监测）

# 2016Q3手机浏览器用户活跃度排名

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，2016年第三季度UC手机浏览器用户活跃分布占比达57.3%，排名第一。QQ手机浏览器、360手机浏览器、百度手机浏览器紧随其后，占比为36.5%、16.8%、16.4%。

2016Q3中国第三方手机浏览器用户活跃分布



数据来源：艾媒北极星（截止2016年10月底，北极星采用自主研发技术已经实现对6.83亿独立装机覆盖用户行为监测）

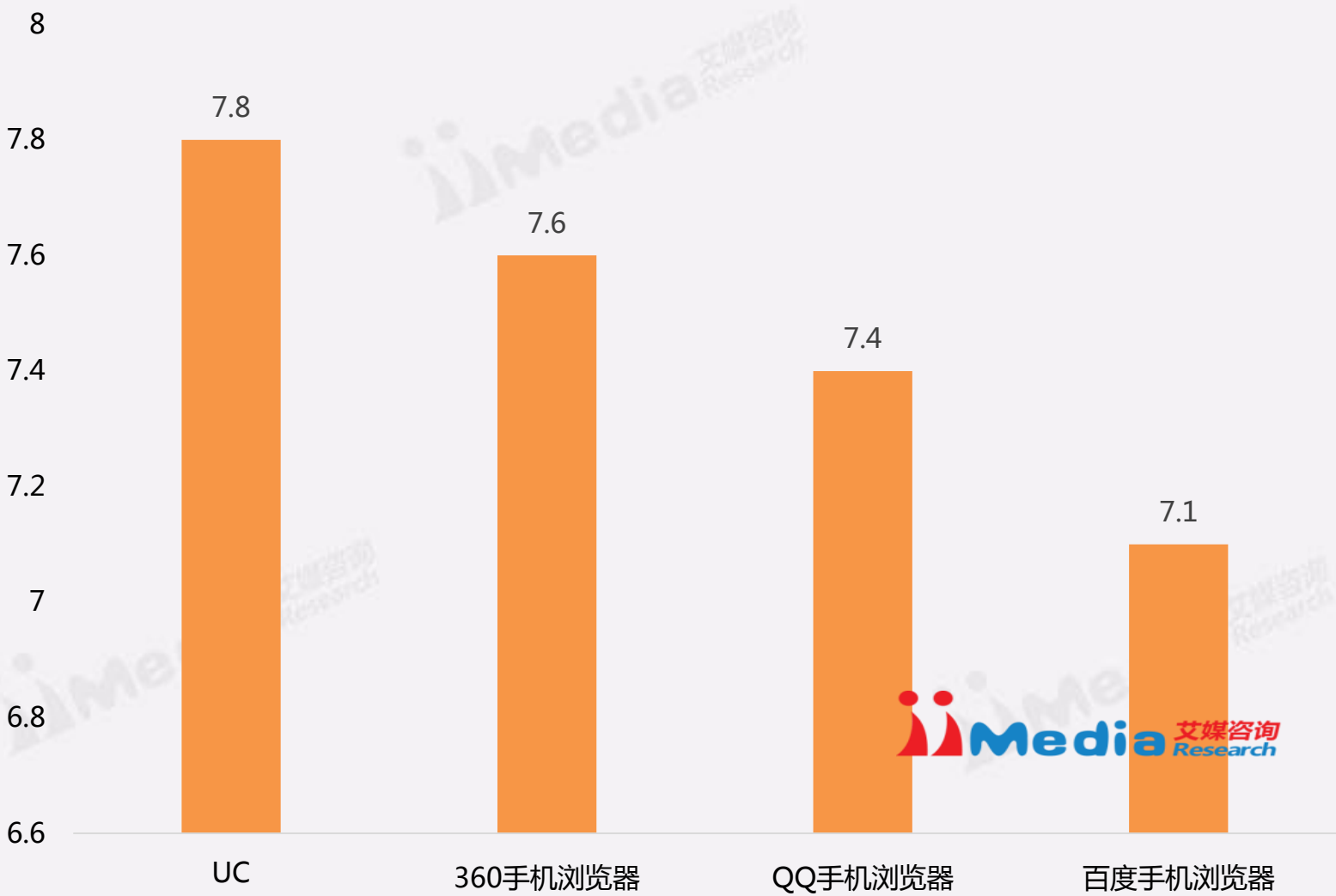




# 主流手机浏览器用户满意度评价UC居首

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，2016年第三季度主流手机浏览器的用户满意度评价最高仍然是UC，其次是360手机浏览器，QQ浏览器紧随其后，百度浏览器相比而言满意度较低。

2016Q3中国主流第三方手机浏览器用户满意度评价





# 2 PART TWO

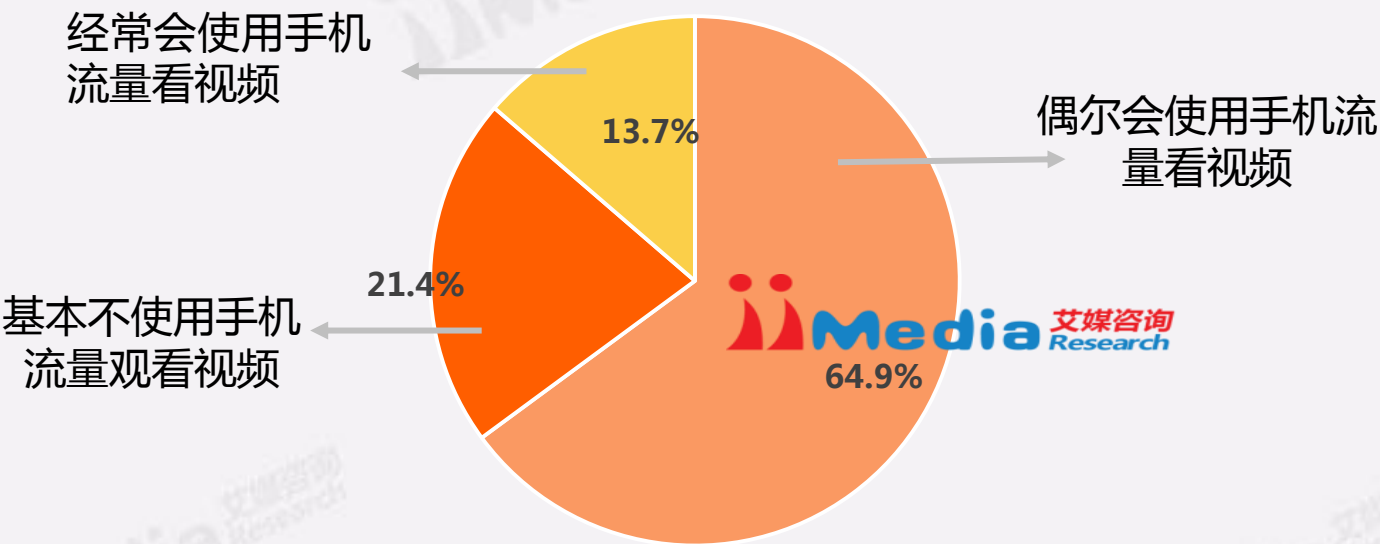
---

## 2016Q3手机浏览器市场 用户分析

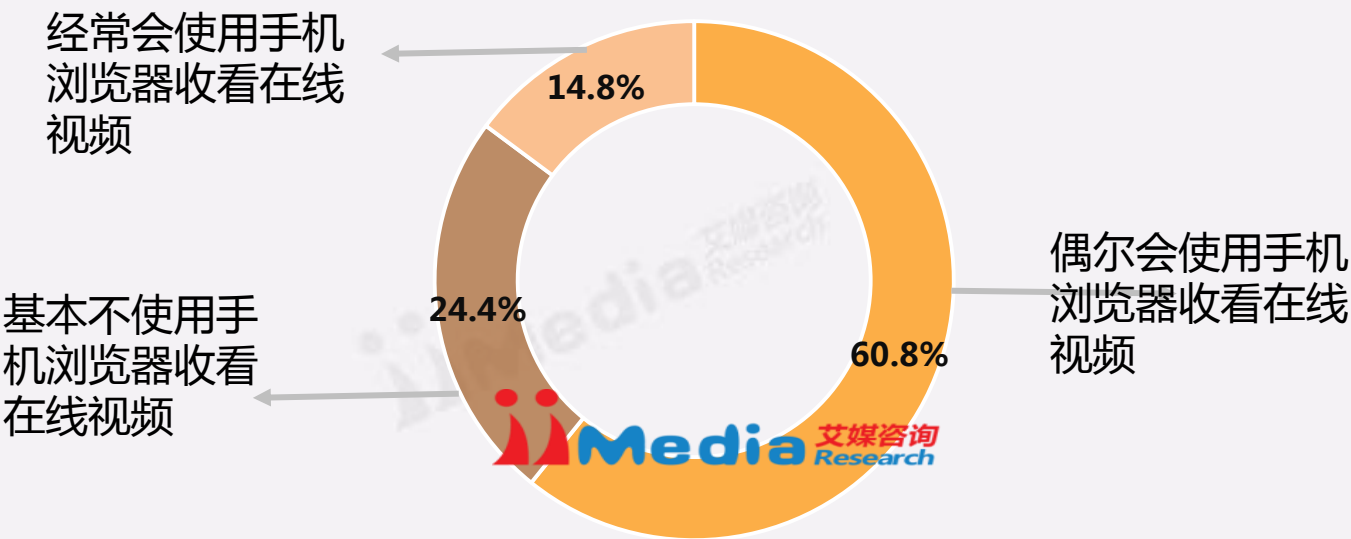
# 手机浏览器用户观看移动视频分析

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 随着基础网络设施建设日趋成熟, 超过六成的受访智能手机用户偶尔会使用手机流量观看视频, 仅有约二成左右受访智能手机用户基本不使用手机流量观看视频。同时, 手机浏览器已经成为智能手机用户观看视频的渠道之一, 近15%受访智能手机用户常使用手机浏览器观看视频。

2016Q3中国智能手机用户看视频流量渠道



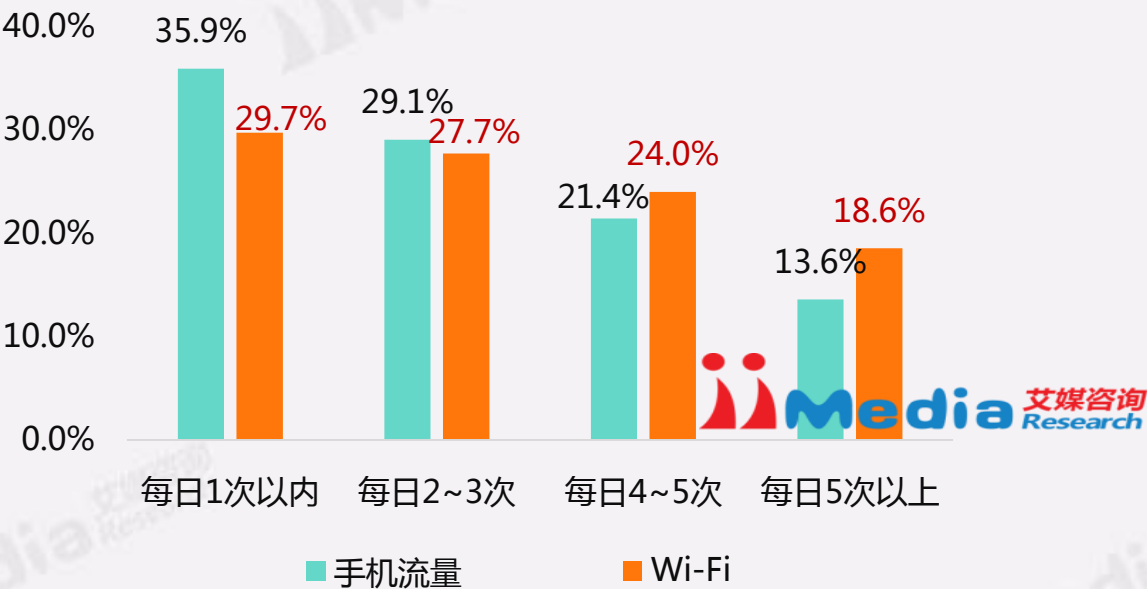
2016Q3中国智能手机用户使用手机浏览器看视频情况



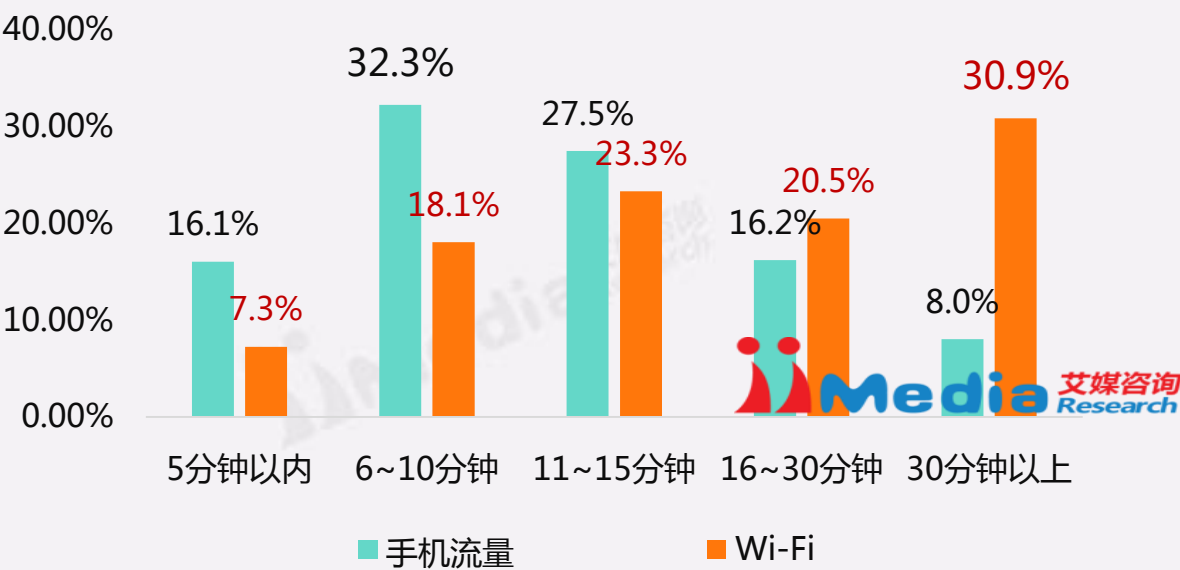
# 手机浏览器用户使用频率分析

目前，中国手机浏览器用户规模和竞争格局逐渐稳定，主流浏览器持续拓展新功能和扩增信息容量，来提高用户使用频次和时长。  
iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，流量渠道仍然是影响用户使用浏览器频次和时长的重要因素之一，在Wi-Fi环境下，用户对浏览器需求程度明显提升，日使用频次和单次使用时长明显增加。

2016Q3中国智能手机用户使用浏览器频次



2016Q3中国智能手机用户平均每次使用浏览器时长

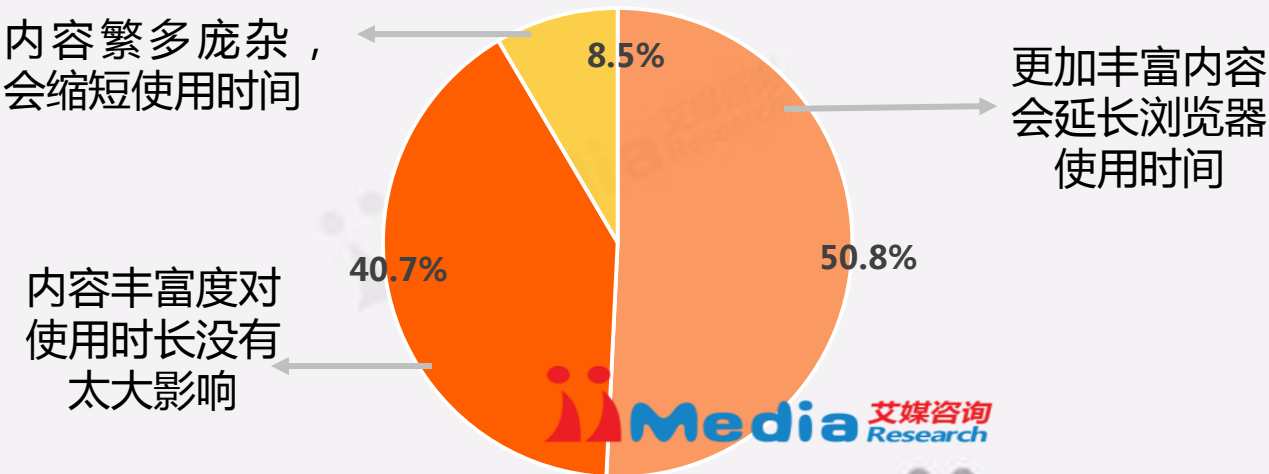


# 手机浏览器用户内容偏好分析

手机浏览器主页可添加网站包含视频、阅读、游戏等，服务类型种类多、覆盖领域宽。另外，各个浏览器纷纷推出自制内容或服务，内容聚合平台的特点逐渐凸显。iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，用户最常添加网站有社交类、实用工具类、搞笑娱乐类、新闻资讯类。51%左右用户表示，更加丰富的内容会延长使用浏览器时间，仍有41%左右用户浏览网站和内容比较固定，仅有少量用户会因为内容繁多庞杂缩短使用时间。



2016Q3浏览器内容丰富度对用户使用时长影响

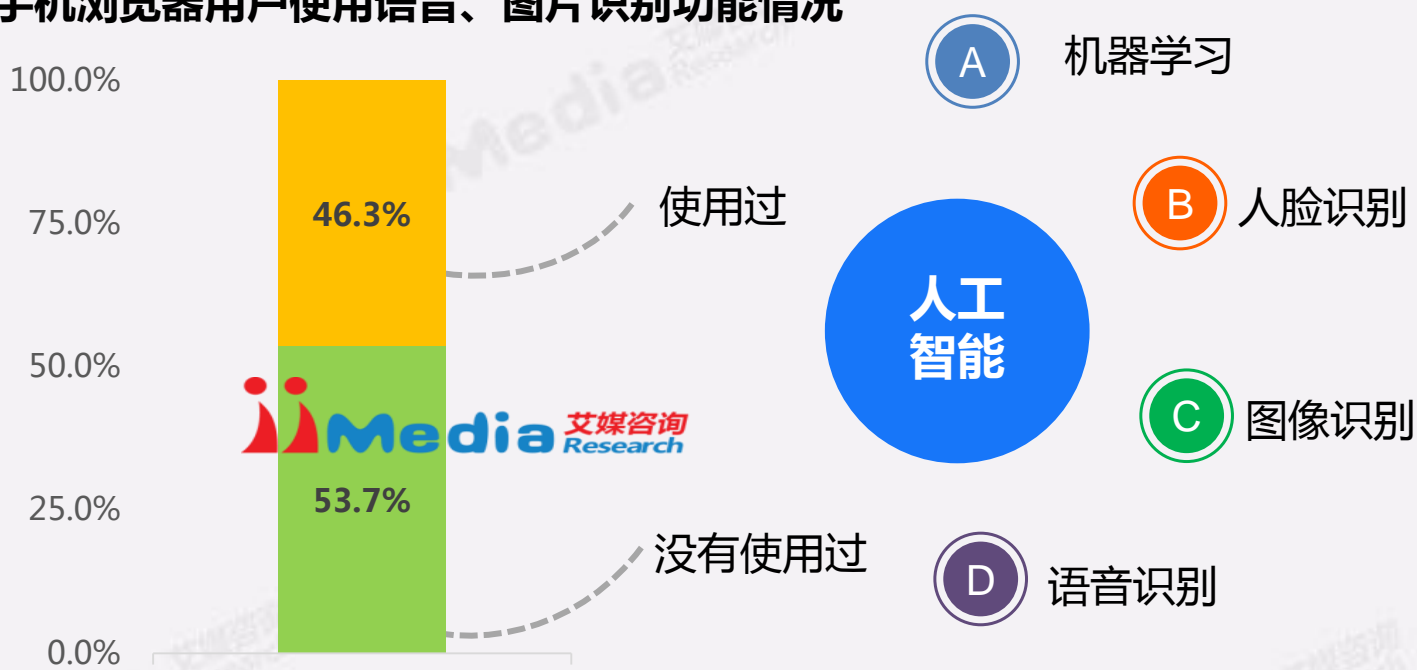


数据来源：iiMedia Research

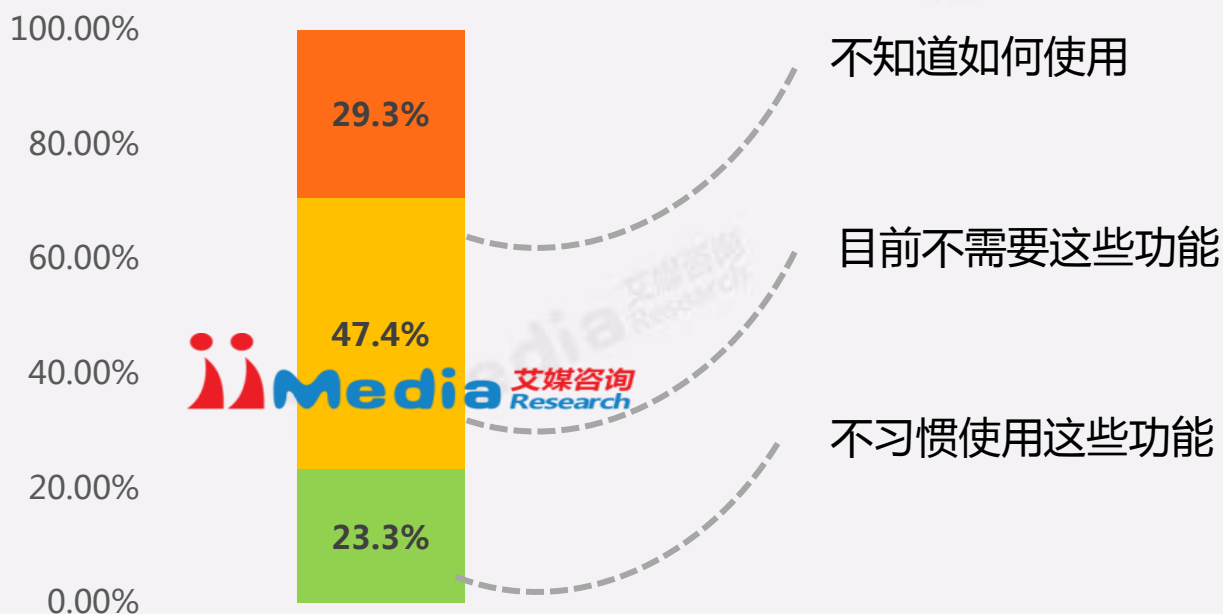
# 手机浏览器用户对新增人工智能功能使用分析

2016年人工智能持续火热，在移动端主要应用的技术有：机器学习、人脸识别、图像识别、语音识别。大多数手机浏览器已经设置语音、图片识别功能。iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，46.3%用户使用过这些功能，其中仅有30%用户认为优化了体验；53.7%没有使用过，主要因为无强烈使用需求、尚未形成使用习惯。

### 手机浏览器用户使用语音、图片识别功能情况



### 手机浏览器用户不使用语音、图片识别功能的原因



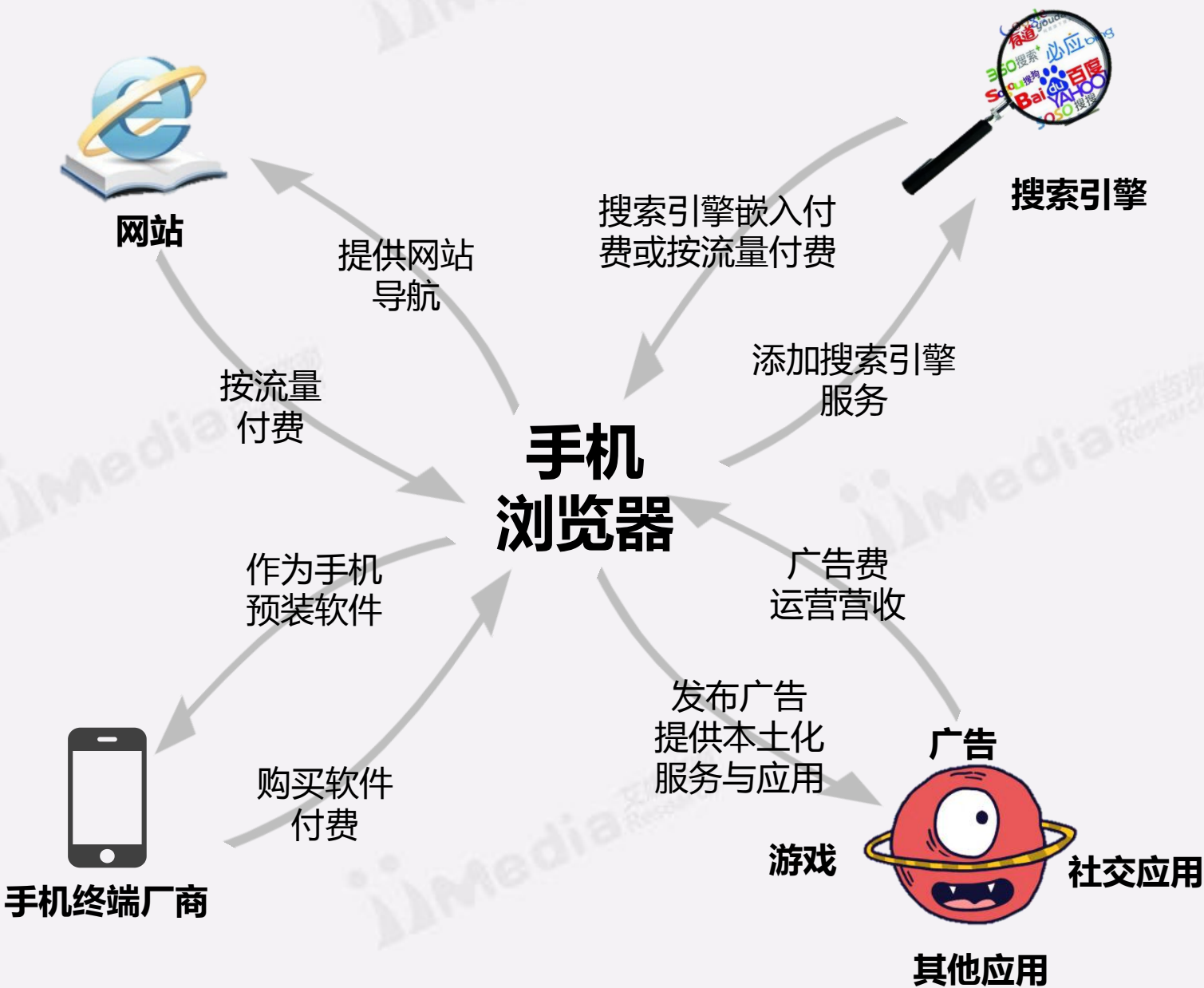
# 3 PART THREE

---

## 2016Q3手机浏览器市场 竞争趋势分析

# 手机浏览器核心商业模式简析

手机浏览器作为手机上网的“入口”，不仅影响着各门户网站、搜索引擎的流量流入，而且在云时代有成为各类互联网应用聚合平台的潜力。艾媒咨询分析师认为，手机浏览器的自身属性和平台优势，让它的盈利渠道相比其他APP更加多元化，覆盖流量收入、产品收入、应用平台扩展收入、营销收入四个方面。随着HTML5标准化的完成和技术应用的成熟，手机浏览器未来发展的前景广阔，盈利模式将会更加丰富。

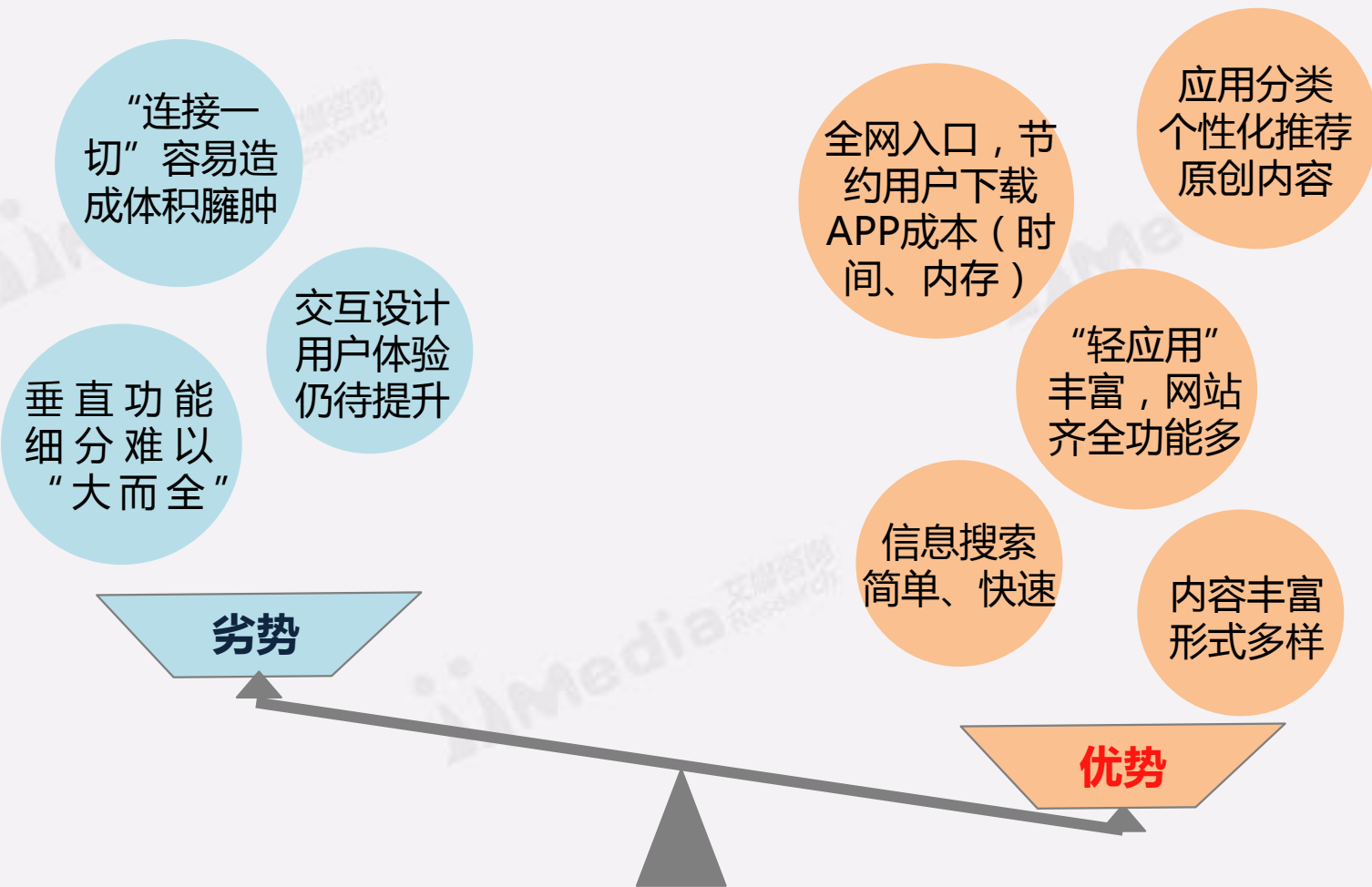




# 手机浏览器已成移动互联网“超级”入口

移动互联网时代，用户不仅注重手机应用功能的“纵深感”，而且重视获取信息内容的广泛性。手机浏览器自身作为一款较为“古老”APP，早已不是简单的工具平台，承载着更多内容连接功能。艾媒咨询分析师认为，在大量同质化APP发展下，未来手机浏览器的“大平台”优势会逐渐凸显。开放性的特征有利于浏览器成为“全网入口”，涵盖各大类型应用网站，帮助用户迅速进入手机版界面，节省下载原生APP的时间和流量成本。此外，网站的分类和导航、大数据技术发展和应用，让内容推荐更加精准化，服务更加个性化。在这些优势的配合下，手机浏览器有潜力利用最小的空间解决用户的广阔需求，由应用转变为平台式发展。

## 手机浏览器VS其他原生APP



# 竞争趋势—技术升级增强用户体验

艾媒咨询分析师认为，随着手机浏览器内容和功能的日益丰富，如何较好的结合海量内容和用户交互体验将是市场面临的一大难题，解决这一问题需要不断升级的技术支撑。同时随着用户对于手机浏览器体验要求的不断提高，也需要从技术上对于手机浏览器内核进行持续优化升级，提升综合性能。因此技术升级是各主流手机浏览器竞争的重点方向之一。



T7内核	新U4内核	新G5内核	X5内核
<ul style="list-style-type: none"><li>✓ 占据空间更小的Blink内核</li><li>✓ 智能侦测网速、判断弱网状态，配合加速技术，提升弱网状态下数据传输效率</li><li>✓ 网页加载更快、更稳定</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ 综合性能大幅提升</li><li>✓ 信息流加载速度更快</li><li>✓ 支持VR视频播放，支持360°全景视频</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ UI设计和应用思路的全面更新</li><li>✓ 网页加载速度、启动速度全面升级，兼容性稳定</li><li>✓ CPU占用更少，7.0版全面升级，更瘦更轻快</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ H5应用性能的全面提升</li><li>✓ 自主、开放的X5内核与高频应用较好融合</li><li>✓ 安全防护功能升级</li></ul>

# 竞争趋势—主流手机浏览器差异化

艾媒咨询分析师认为目前中国主流手机浏览器都在通过结合自身资源、技术等背景，谋求差异化定位。如百度手机浏览器主推技术战略，重点将VR+人工智能技术与手机浏览器融合；UC则将自身定位为新媒体平台，试图去掉其身上的浏览器标签；QQ手机浏览器则依托腾讯大平台生态圈，从80、90后用户的QQ情结出发，定位为社交属性浏览器；360手机浏览器也结合自身的安全基因，通过内容聚合方式进行多元化转型。



# 竞争趋势——布局海外市场

全球互联网增长空间最大的地区集中在亚洲新兴市场（如印度），手机浏览器作为工具+内容的互联网产品，是移动业务出海的先锋。艾媒咨询分析师认为，目前，国内较大浏览器均背靠业务丰富的互联网公司，未来手机浏览器海外业务扩展是公司海外战略的重要组成部分之一，国际化发展是趋势。

## 海外战略目标明确



百度

- 选择有规模效应人口多的国家区域
- 推广移动工具矩阵和内容推荐技术
- 合作的商业模式



猎豹

## 海外市场崛起的中国“黑马”——猎豹移动

- 2016第二季度海外营收占比超50%
- 工具类产品投入转内容产品投入
- 海外移动用户基础不断上升



阿里

## UC成打开海外市场“利器”，助力阿里“走出去”

- UC占据印度、印尼人口大国市场份额第一
- 新兴市场（巴西、俄罗斯）用户增长迅速
- 全线产品（阿里云、电商平台、影业等）国际化战略



360

## 低调、稳健，加紧海外市场通盘布局

- 安全产品海外用户基础大
- 海外版图由北美、东南亚扩展到中东、南美等新兴市场
- 收购海外技术公司（如Opera），整合技术、开拓渠道

# 国内主流手机浏览器发展战略对比

国内手机浏览器市场发展已经进入成熟期，市场竞争格局基本稳定。主流手机浏览器都在结合自身特色、注重技术和运营模式创新，积极寻找业务新增长点，避免同质化发展。

## 人工智能+趣星球



- 精益求精的语音搜索技术+图像识别  
(深度学习技术DNN成功应用)
- VR浏览器，海量内容+沉浸式体验
- 趣星球——有趣互动+有趣内容

## 全球化+资讯聚合



- 国际市场份额增长迅速  
(印度、印尼市场份额高、与俄罗斯展开合作)
- 内核不断升级，用户体验持续优化
- 向“大数据新型媒体平台”全面升级

## 内容多元化+服务精细化



- IP开发战略全面覆盖  
(游戏、新闻、视频、文学、动漫、音乐六大领域)
- 微信热文引爆内容板块
- 服务高频需求，精细化推荐界面，优化用户体验

## 国内外用户扩展+技术升级



- 收购Opera浏览器业务，全面整合技术和渠道  
(海外市场份额和核心技术整合)
- 360手机出货量快速增长，内置浏览器扩大用户规模
- 节省手机系统功耗性能持续优化研发

# 4 PART FOUR

---

## 2016中国手机浏览器行业 发展趋势总结



# 手机浏览器行业发展趋势总结

## 01 由内容聚合向个性化推荐迈进

目前，中国移动互联网发展成熟，各种应用已经能够把人们碎片化时间用信息填满。手机浏览器作为移动端“超级入口”，拓展功能不断增强，逐渐发展为内容聚合平台，发展的趋势已经不是扩大信息容量，而是信息量精准推送和个性化内容定制。未来市场，有竞争力的浏览器一定会整合平台资源，合理利用用户行为数据，利用日益成熟的大数据平台，为用户提供个性化内容和服务，提高用户获取信息的效率。

## 02 浏览器与云服务的整合成趋势

现阶段，手机浏览器主要整合了云端压缩、云储存、云计算、云安全等服务，如UC通过云端压缩技术加快了网页打开速度。此外，大多数浏览器已经能够提供网络硬盘云储存服务，可实现在线数据存储和读取，尽可能减少占用用户手机内存的空间。随着移动互联网和电子商务高速发展，基于云安全的统一部署和防御策略将会越来越重要，它可以协助监测浏览器状态、拦截恶意程序和广告，保证浏览器安全运营环境。未来，以云安全为代表的云服务整合，将成为主流发展趋势。

## 03 交互体验升级+技术大比拼

手机浏览器市场发展格局基本稳定，为用户带来更好交互体验的浏览器必然会更加受到市场青睐。除了速度、流量、能耗、兼容性等基础指标以外，浏览器厂商也在不断进行浏览器内核升级和新技术研发。随着人工智能、虚拟现实技术不断成熟，浏览器厂商也在寻找与新技术结合的突破口，如百度研发了中国首款VR浏览器。提升交互体验核心是技术支撑，未来交互体验升级和技术比拼是浏览器行业发展的趋势。





北极星应用统计分析平台是在广东省政府省重大科技专项支持下研发的专业、独立的第三方移动应用统计分析平台，支持Android、iOS等主流平台。

北极星系统通过专业的技术手段助力开发者统计和分析流量来源、用户行为、用户习惯、进行用户画像并与运营商大数据对接，充分利用运营商精准LBS能力、用户深度透视能力、用户消费能力，帮助开发者利用数据进行产品、运营、推广策略的决策，改善产品设计，透视运营指标，提升推广效率。

ADiiMedia艾媒移动广告监测系统由全球领先第三方数据研究机构艾媒咨询独家研发，系统针对移动端广告特性，通过全流程数据记录跟踪、复合反作弊算法，结合用户大数据标签分析，实时提供公正独立的广告监测与优化服务，帮助广告主、代理公司及数字媒体有效分析提升营销效果和投资回报。目前支持微信公众号、微博、网页、APP、H5等多种媒体广告监测。

ADiiMedia系统正在为国内外的过百家知名品牌提供产品及服务，包括微软、高通、百事、华为、联想、王老吉、格力等。

服务网址：<http://bjx.iimedia.cn/> 接入咨询：[mwj@iimedia.cn](mailto:mwj@iimedia.cn)

# 艾媒 ● 大数据解决方案

围绕“互联网+”主题，依托艾媒集团的整合传播营销与互联网行业大数据挖掘的资源优势，为寻求互联网转型的传统企业以及互联网创业企业提供业务咨询，整合资源，提升客户价值。



# 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。





# 因为专注， 所以专业！

Since 2010, We focus on mobile Internet!



艾媒咨询集团  
iiMedia Research Group

全球领先的移动互联网  
大数据挖掘与分析机构