

中国个人网盘市场专题分析2017

2017.02



Analysys 易观
实时分析驱动用户资产成长

本产品保密并受到版权法保护

Confidential and Protected by Copyright Laws



个人网盘

研究定义

- 个人网盘：是一种在线存储的应用，即个人用户把数据存放在通常由第三方托管的服务器中。服务提供商公司营运大型的的服务器群和数据中心，为用户提供云端存储和文件管理、分享等服务。



研究范畴

- 本报告主要针对中国个人网盘应用（APP）市场进行研究。
- 本报告涉及的关键字为：网盘、云盘、个人云、在线存储等。
- 本报告研究的国家和区域主要包括：
- 中国大陆，不包括港澳台地区。



数据说明

- 数据来源：千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2016年第4季度易观千帆基于对15.1亿累计装机覆盖、3.58亿移动端月活跃用户的行为监测结果。采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

目录

CONTENTS

01  | 中国个人网盘市场现状分析

02  | 中国个人网盘市场发展分析

03  | 中国个人网盘市场重点厂商分析

PART 1



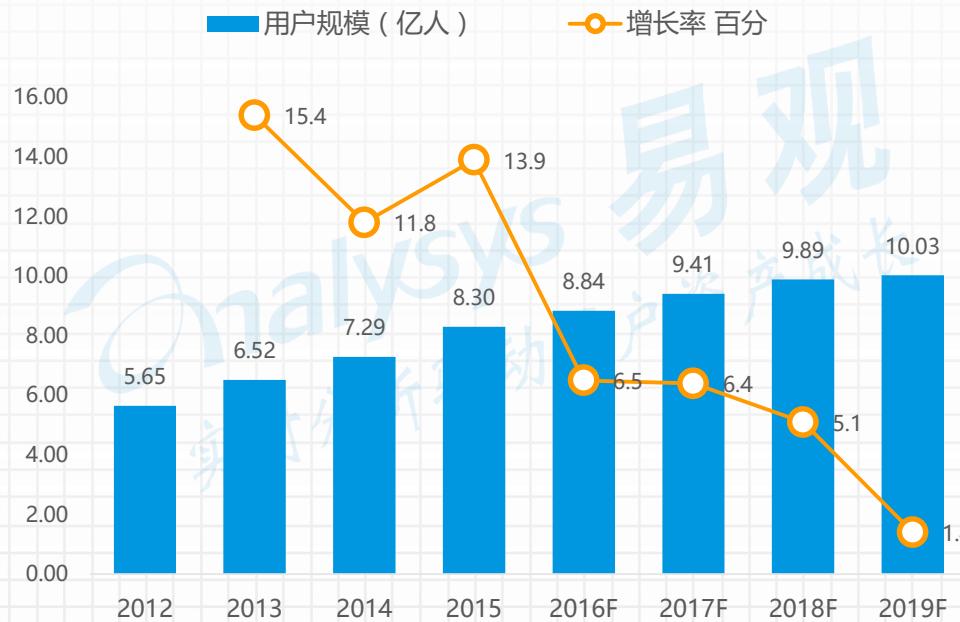
中国个人网盘市场现状分析

© Analysis 易观

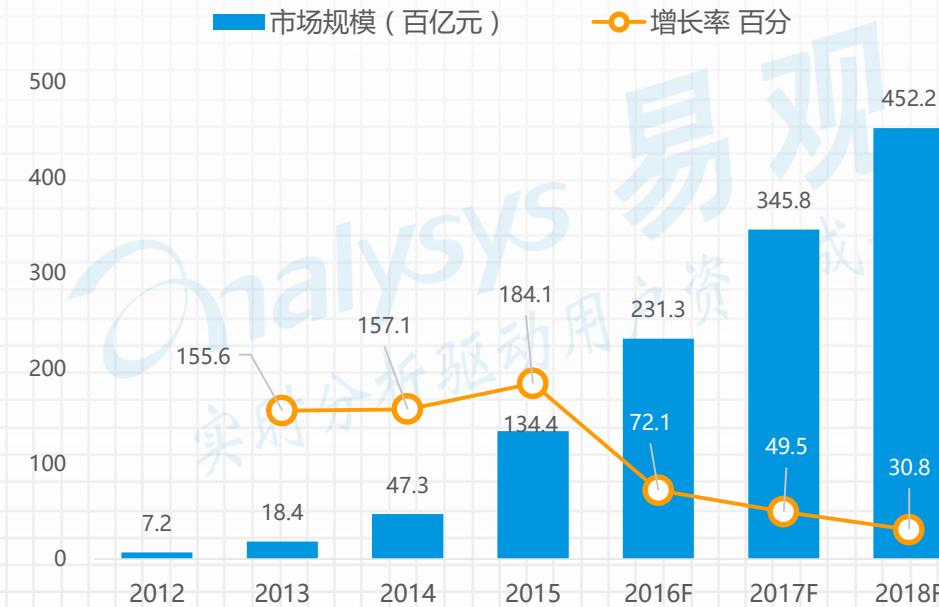
www.analysys.cn

中国个人网盘业务随移动互联网用户增速放缓，但市场规模仍有潜力

中国移动互联网用户规模



中国移动互联网市场规模



© Analysys 易观

www.analysys.cn

© Analysys 易观

www.analysys.cn

中国移动互联网用户规模仍将不断保持增长，特别是老幼群体和欠发达地区群体，Analysys易观认为，中国移动互联网用户规模有望在2019年突破十亿人大关。中国移动互联网市场在4G换机潮结束后增长率开始下跌，人口红利逐渐消失。但在未来的3年内，中国移动互联网市场仍将保持20%左右的高速增长。

中国个人网盘市场AMC模型，已进入应用成熟期



发展阶段：应用成熟期

Analysys易观认为，中国个人网盘市场已经进入应用成熟期，市场格局基本稳定，用户习惯已经基本固定，付费习惯正在培养但尚未形成，用户群体基本固定，部分企业开始由于带宽、服务器成本等原因退出市场。

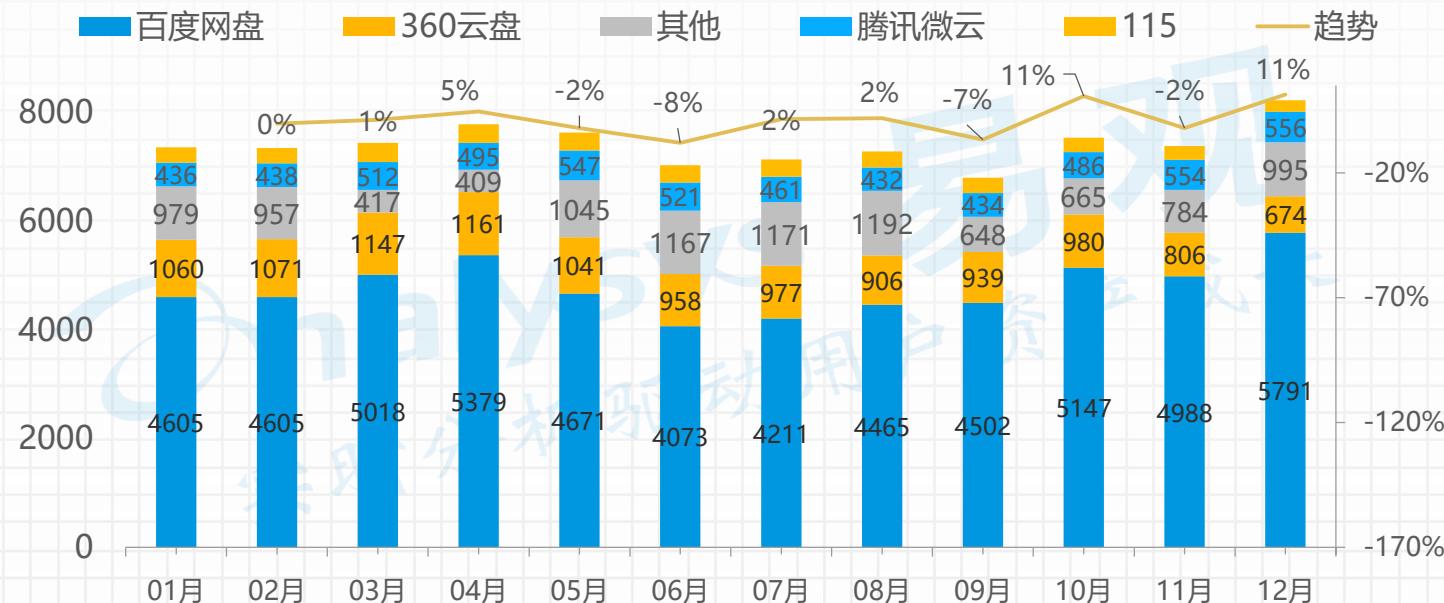
市场典型企业：百度网盘（原名：百度云）

市场的典型企业百度网盘。Analysys易观认为，百度作为目前中国个人网盘市场上的领先者，其用户规模和文件量均在业界领先，是国内网盘市场进步的推动者。

相对领先的产品体验、丰富的内容、和庞大的粉丝群是百度网盘的优势，随着宏观市场互联网用户付费习惯的养成，除了为百度其他业务导流外，网盘业务可以为百度提供可观的现金收入。随着多家厂商由于成本等原因暂停服务，百度网盘业务客观上迎来了一个机会期，但仍需继续探索变现道路。

中国个人网盘市场活跃用户规模，在波动中趋于稳定

2016年中国个人网盘市场活跃用户规模变化



数据来源：千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2016年第4季度易观千帆基于对15.1亿累计装机覆盖、3.58亿移动端月活跃用户的行为监测结果。采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

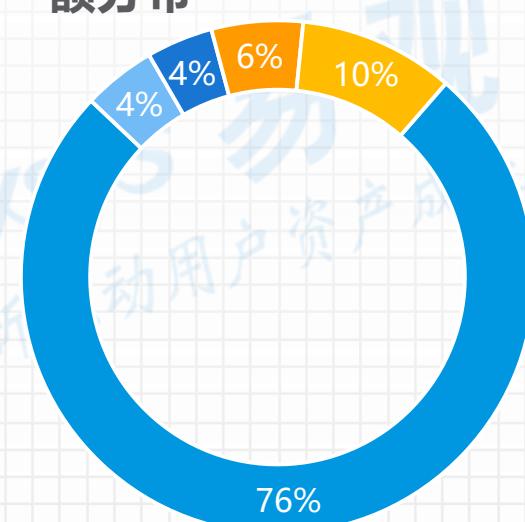
中国个人网盘市场活跃用户在2016年出现数次波动，在6月和9月则出现了两次较为明显的规模下降。可以看出网盘关停潮对个人网盘市场影响较为明显，但是随后其用户群体迅速流向了其他产品。随着关停潮告一段落，市场也随之稳定。个人网盘市场活跃用户群体在年底也展开了一定幅度的回升。

中国个人网盘市场总体使用规模：市场份额已趋于寡头化

2016年中国网盘市场启动次数份额分布

额分布

- 百度网盘
- 360云盘
- 腾讯微云
- 115
- 其他



数据来源：千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2016年第4季度易观千帆基于对15.1亿累计装机覆盖、3.58亿移动端月活跃用户的行为监测结果。采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

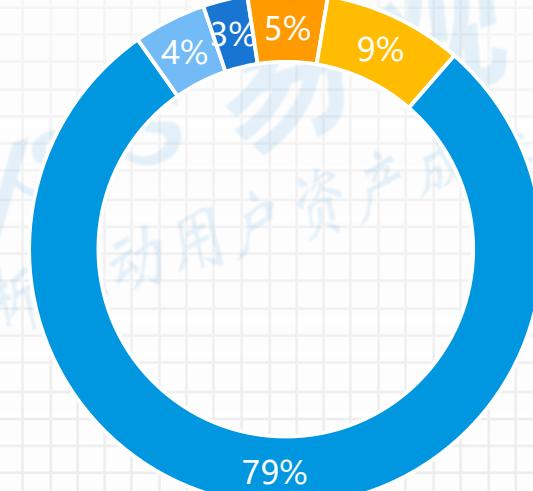
© Analysys 易观

www.analysys.cn

2016年中国网盘市场启动时间份额分布

额分布

- 百度网盘
- 360云盘
- 腾讯微云
- 115
- 其他



数据来源：千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2016年第4季度易观千帆基于对15.1亿累计装机覆盖、3.58亿移动端月活跃用户的行为监测结果。采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

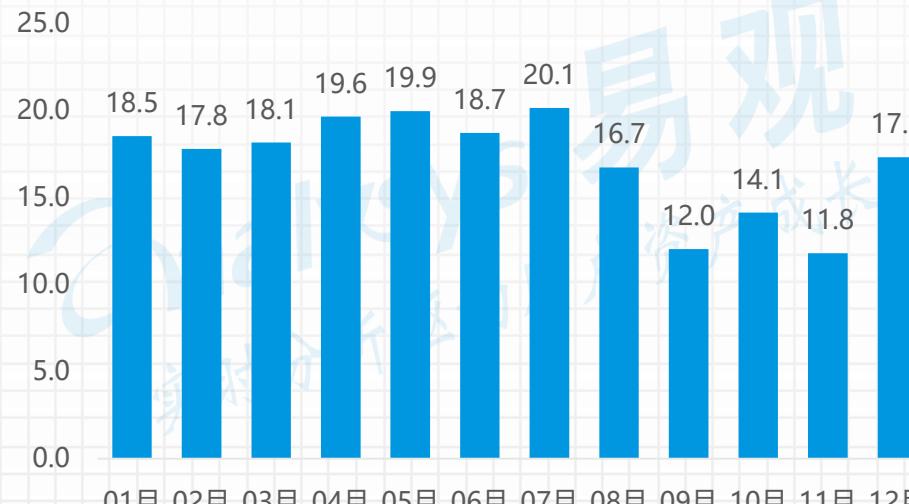
© Analysys 易观

www.analysys.cn

大量网盘厂商退出市场，用户黏性下滑，网盘市场呈U字发展

2016年中国个人网盘总启动次数

■ 启动次数 (亿次)



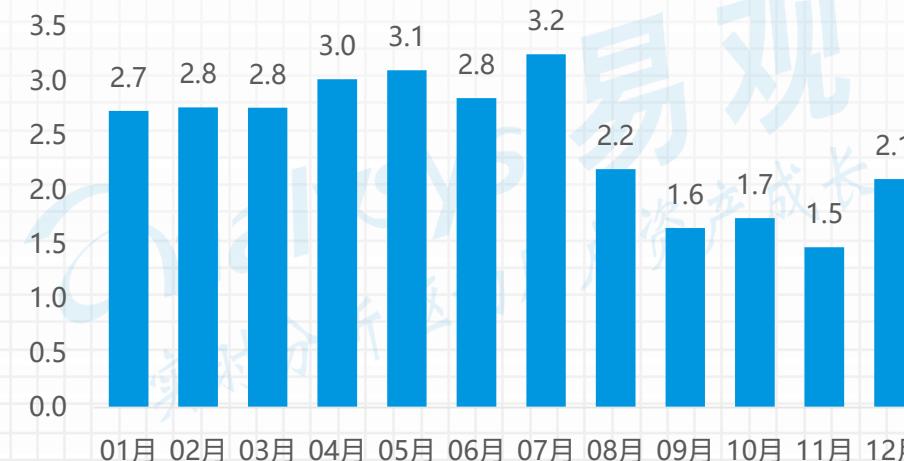
数据来源：千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2016年第4季度易观千帆基于对15.1亿累计装机覆盖、3.58亿移动端月活跃用户的行为监测结果。采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

© Analysys 易观

www.analysys.cn

2016年中国个人网盘总使用时长

■ 使用时长 (亿小时)



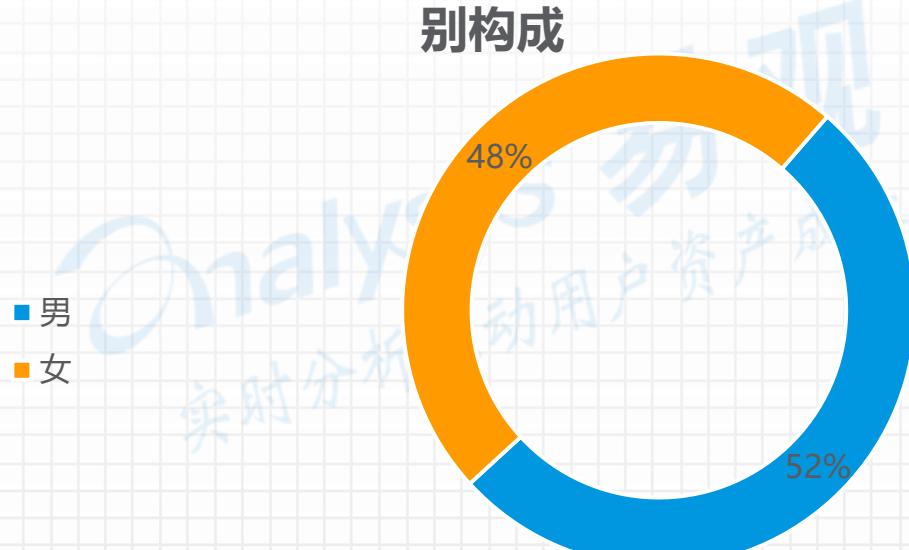
数据来源：千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2016年第4季度易观千帆基于对15.1亿累计装机覆盖、3.58亿移动端月活跃用户的行为监测结果。采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

© Analysys 易观

www.analysys.cn

中国个人网盘市场用户性别、年龄属性分析：男女比例均衡， 用户趋于年轻化

2016年中国个人网盘市场用户性 别构成

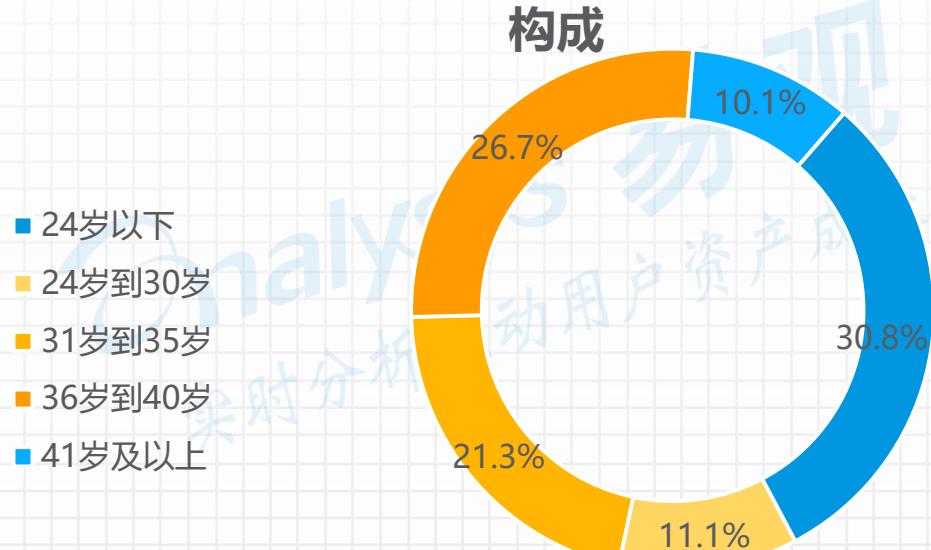


数据来源：千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2016年第4季度易观千帆基于对15.1亿累计装机覆盖、3.58亿移动端月活跃用户的行为监测结果。采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

© Analysys 易观

www.analysys.cn

2016年中国个人网盘市场用户年 龄构成



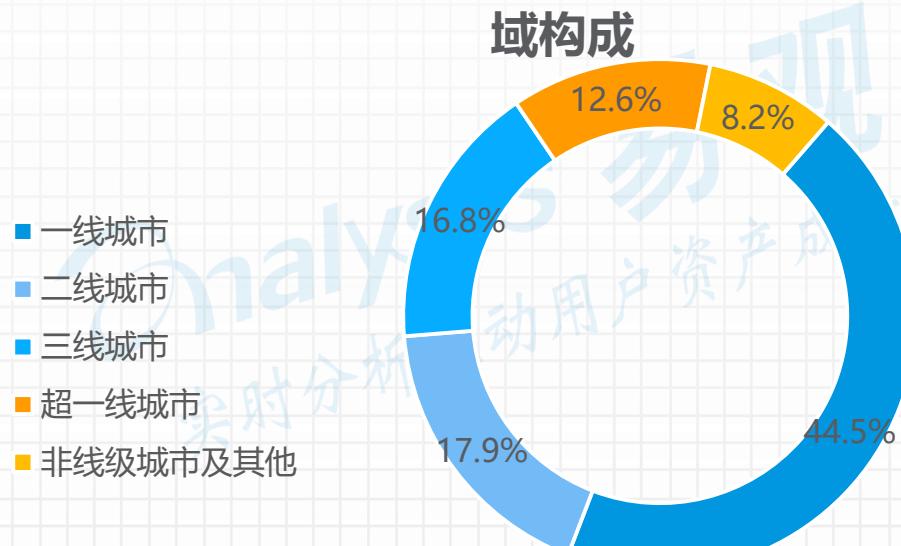
数据来源：千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2016年第4季度易观千帆基于对15.1亿累计装机覆盖、3.58亿移动端月活跃用户的行为监测结果。采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

© Analysys 易观

www.analysys.cn

中国个人网盘市场用户地域、消费能力分析：一线城市占比最高，中等收入者占据主力

2016年中国个人网盘市场用户地

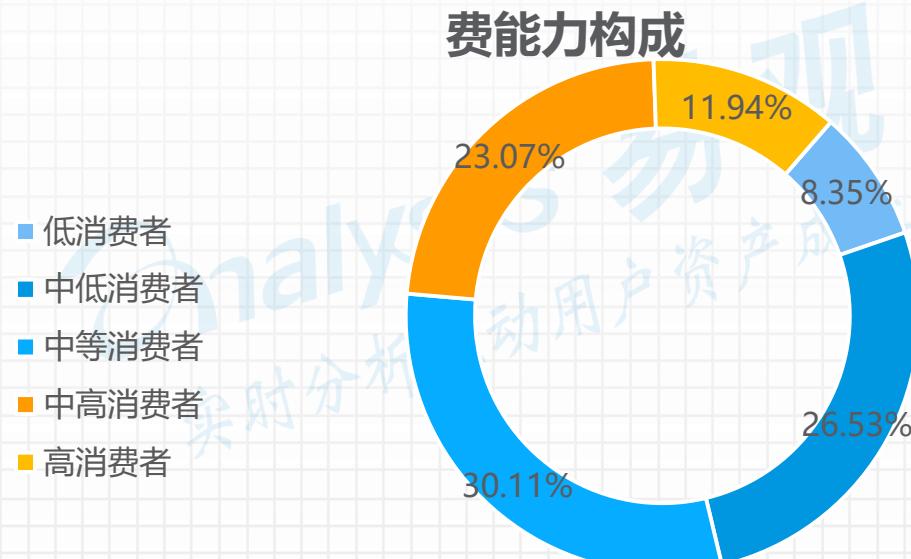


数据来源：千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2016年第4季度易观千帆基于对15.1亿累计装机覆盖、3.58亿移动端月活跃用户的行为监测结果。采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

© Analysys 易观

www.analysys.cn

2016年中国个人网盘市场用户消



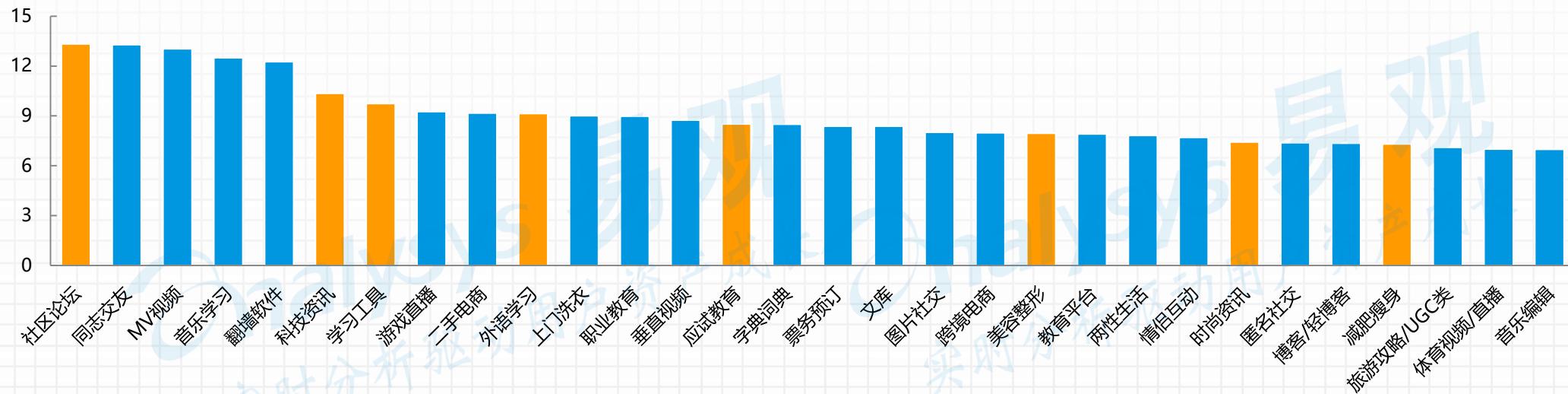
数据来源：千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2016年第4季度易观千帆基于对15.1亿累计装机覆盖、3.58亿移动端月活跃用户的行为监测结果。采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

© Analysys 易观

www.analysys.cn

中国个人网盘的用户使用行为偏好分析：个人网盘用户群体或更多为学生与职场新鲜人

2016年与网盘领域关联性较强的领域TGI TOP30



数据来源：千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2016年第4季度易观千帆基于对15.1亿累计装机覆盖、3.58亿移动端月活跃用户的行为监测结果。采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

© Analysys 易观·易观千帆

www.analysys.cn

个人网盘市场相关性最强的领域为：社区论坛、社交交友、教育学习、资讯阅读、娱乐直播等领域，由此相关性可以看出，网盘类用户多对社交、学习等领域热情较高，可以推断其多为大学生群体及刚进入职场的新鲜人。该群体是目前移动互联网上的主流群体之一，有活力较高、交流频繁、生活压力较小、有互联网使用习惯、付费习惯好、付费热情高等特点。

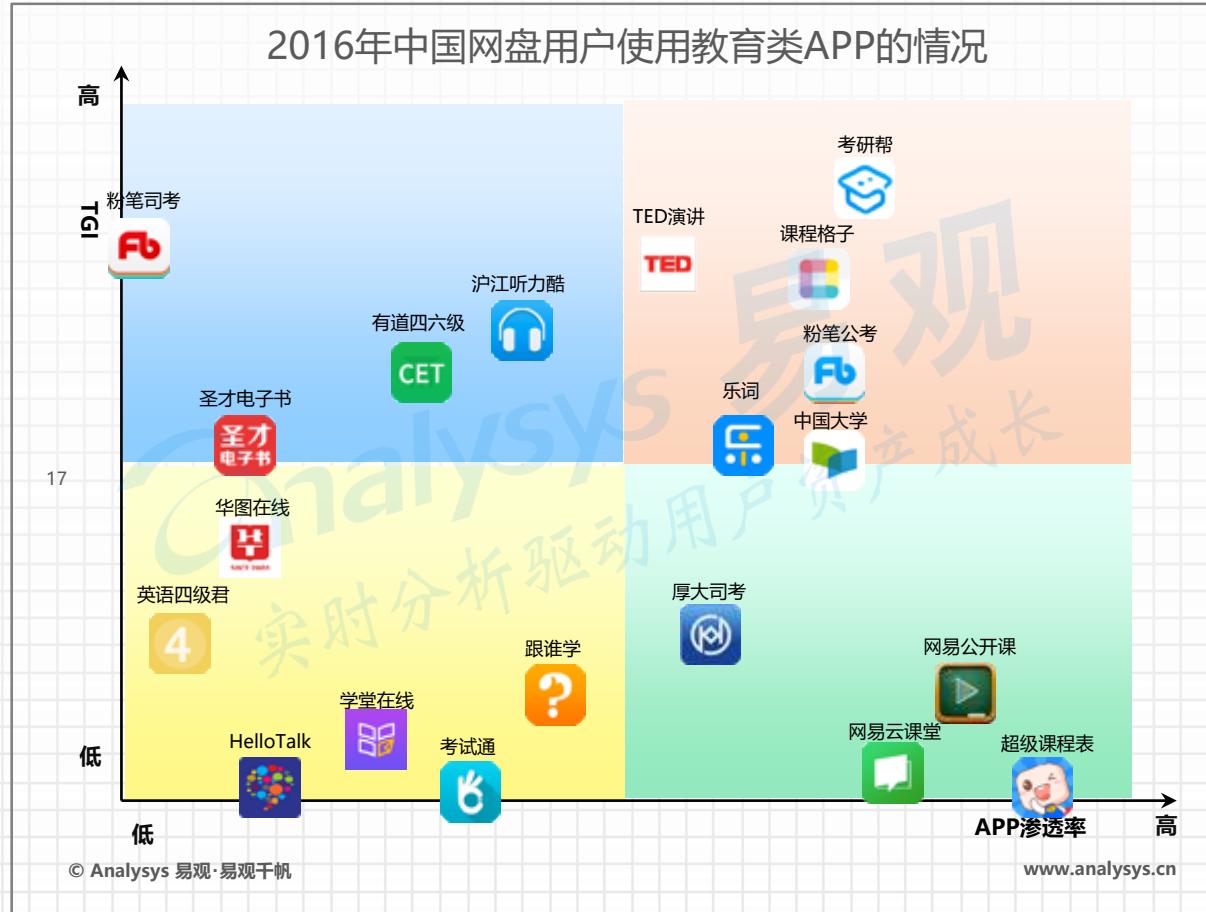
英语教育及资格考试类应用受到网盘类用户偏爱

数据说明：TGI：即Target Group Index（目标群体指数），可反映目标群体在特定研究范围内的强势或弱势。

TGI指数= 目标群体中具有某一特征的群体所占比例/总体中具有相同特征的群体所占比例。

APP渗透率= APP在本领域中的用户群体/本领域全部用户群体。

本矩阵纵坐标反映TGI指数、横坐标反映APP渗透率，意在表现网盘用户群体对教育领域应用的偏爱程度。



PART 2

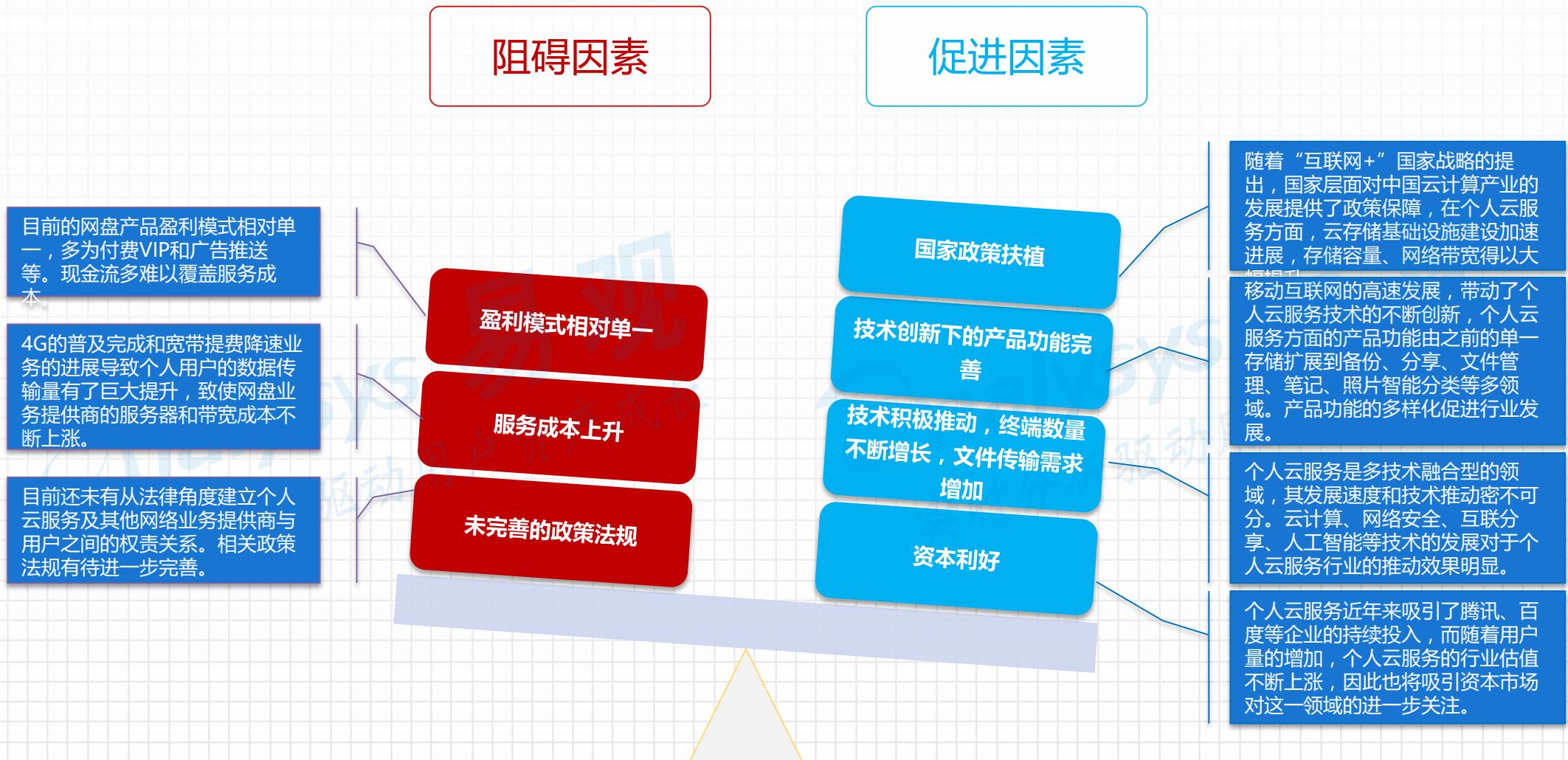


中国个人网盘市场发展分析

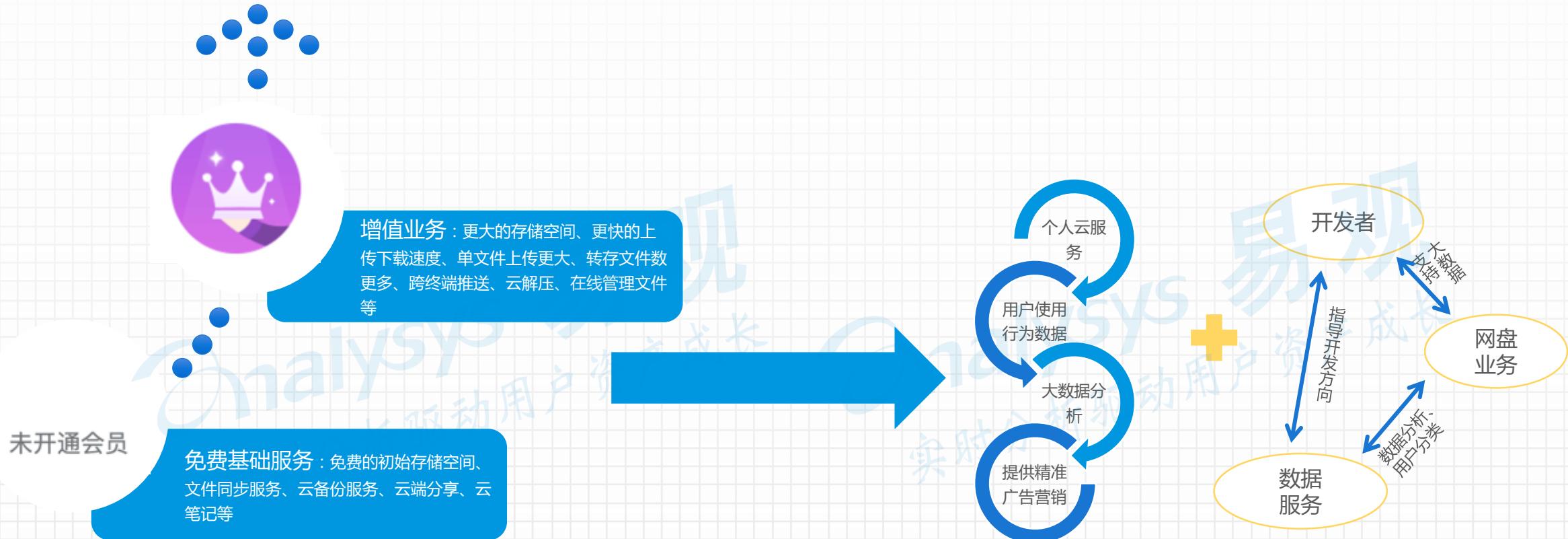
© Analysis 易观

www.analysys.cn

云服务产业发展利好因素明显，成本隐患不可忽视



基础服务为增值服务引流，网盘业务与数据服务实现有机结合



服务化、智能化将成为个人网盘发展的趋势



- ◆ **个人云存储服务**：个人云服务获得大量用户的支持与云存储这项基本功能密不可分，满足用户足够的存储空间是个人云服务进一步发展的重要基础。
- ◆ **个人云分享服务**：个人云分享成为移动互联网用户使用频率最高的服务之一，跨平台的多用户之间的群组高速分享服务是个人云服务中的一大用户痛点，这也是个人云发展的一大趋势。
- ◆ **个人云智能化服务**：当个人云服务深入到互联网的各个领域，针对图像识别、汽车无人驾驶、智能硬件的开发等都离不开智能化的云服务，因此个人云的智能化将成为物联网与互联网发展的重要基础。

Analysys易观认为，个人云服务未来除了在当前应用较多的手机、PC、平板电脑等领域使用外，还会出现在更多的应用服务场景中，如移动设备备份、电子化证件乃至个人数据服务中心都将是未来网盘业务可能充当的角色。跨平台、跨场景的服务化将成为未来个人云服务发展的重大趋势。此外，个人云服务将成为支撑人工智能技术发展的重要基础服务，也将成为物联网、互联网中最基础、最核心的一部分，而个人云存储也将逐步取代大多数本地硬件存储，从而降低产品硬件存储成本，并提高便携度。



血战过后强者愈强，用户需求不断提高



随着工信部提速降费政策的深入，中国个人用户的带宽特别是下行带宽快速增长，城市用户使用百兆宽带已经屡见不鲜，用户对个人网盘的容量和带宽要求水涨船高，中小型公司的财力和人力已经愈来愈难以满足用户不断增长的需求。

2016年、随着360、新浪微盘、华为网盘等知名产品退出市场，其用户将快速流入其他竞品，市场也将随之巨头化。

之前几年，多家大小公司纷纷进驻网盘领域，大打空间赠送等营销牌，市场陷入血战，导致用户对于网盘收费容量的阈值大幅提高，对行业伤害较大。

PART 3



中国个人网盘市场重点厂商分析

© Analysis 易观

www.analysys.cn

百度网盘：通过网盘入口全方位服务用户



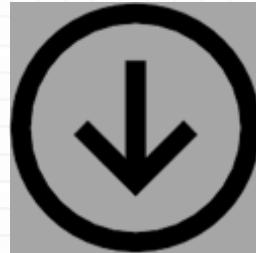
百度网盘作为百度重要的入口产品之一，在四年的发展时间中已经获得了累计超过4亿的用户，除了向用户提供增值服务获取利润外，也担负着向相关应用进行用户导流，以依靠相关产品进行盈利，并对相关产品进行良好的技术支撑。

除此之外，百度网盘由于其海量的存储量和用户量，已成为百度大数据的重要来源，对百度的用户画像、流行趋势的判断等具有重要的指导作用。未来可以再结合大数据、人工智能等新晋技术为用户提供更多生活服务的便利。

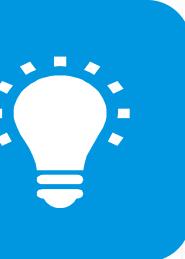
百度网盘分析：用户规模成型，付费转化领先



- 百度网盘用户规模巨大，市场占有率高，马太效应强。
- 现金流健康，用户信任度高，品牌效应明显。
- 技术实力与产品创新能力较强。



- 需要进一步与第三方展开合作。
- 服务器和带宽成本不断增长。



- 互联网用户付费习惯逐渐成型，百度网盘的用户付费体系已经十分完善。
- 信息碎片化愈演愈烈，媒体信息不断增加，百度的信息检索优势将会为网盘带来优势。



- 付费限制导致部分用户使用积极性不高。
- 未来的政策及法律法规存在部分不确定性。



115网盘：通过个人云向企业云导流



115网盘分析：收费政策激进，网盘与浏览器相互推广



- 文件同步、备份、共享等功能稳定，服务器质量上佳。
- 社交化进度较高。

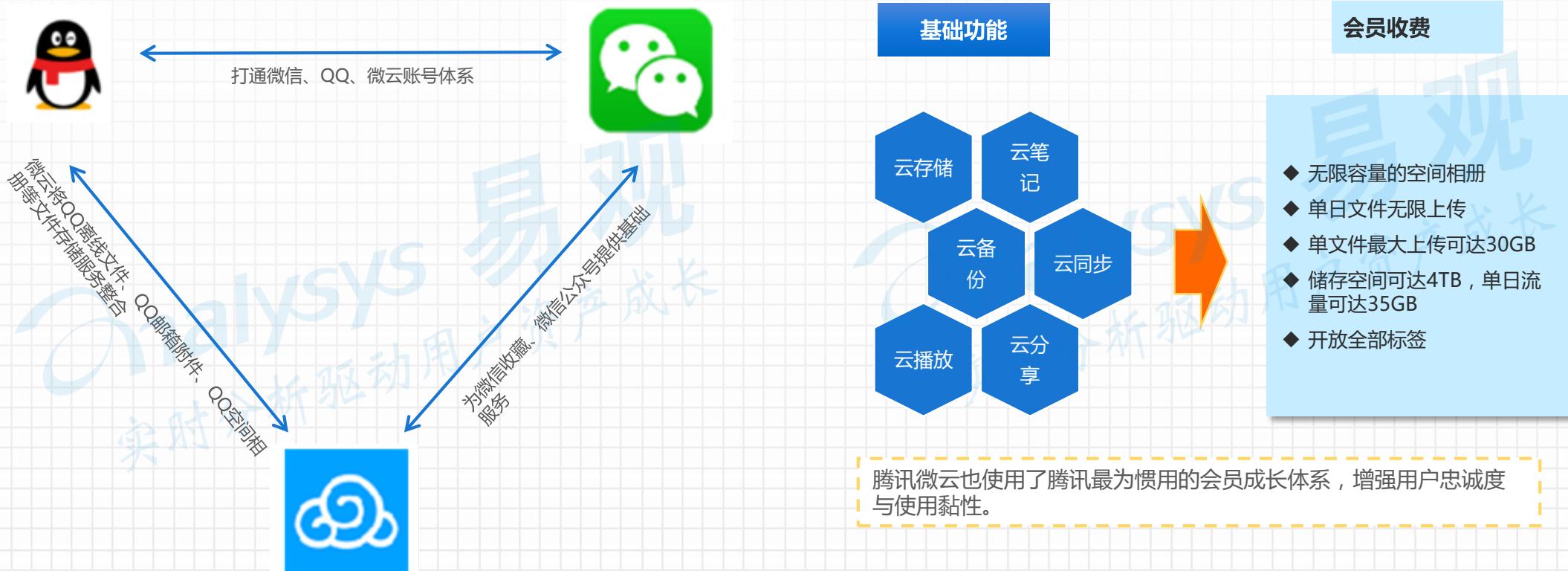


- 收费政策激进，用户流失较大。
- 强制推广浏览器登录伤害用户。



- 竞品大多为互联网巨头，规模上有隐患。
- 固步自封的产品设计可能难以匹配用户不断增长的云服务产品要求。

腾讯微云：打通入口账号，结合社交工具实现增值服务



腾讯微云分析：坐拥两大入口，资源受到制约

底层连接强大社交平台（微信、QQ）

普通会员1TB，付费会员4TB存储空间，支持大文件传输

具备云笔记等办公功能和剪切板、回收站、收藏夹等文件管理功能

打通腾讯内部文件体系，实现快速分享

- 拥有桌面端的QQ和移动端的微信两大入口级应用，推广能力极强。
- 技术水平强大。
- 集成在QQ软件中，无需单独客户端。



- 投入资源有限，并在2016年继续收紧。
- 系统内共享资源不够丰富。
- 与其他产品衔接不够紧密。



- 近期的版本更迭中，用户体验提升明显。
- 微云的平台化个人云服务利于吸引更广泛的用户



- 相对于竞品，产品特色不鲜明。
- 该产品在公司战略中不受重视。

实时分析驱动用户资产成长

- 易观千帆
- 易观万像
- 易观方舟
- 易观博阅

