

中国移动互联网市场数据盘点专题分析

2017年第1季度



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

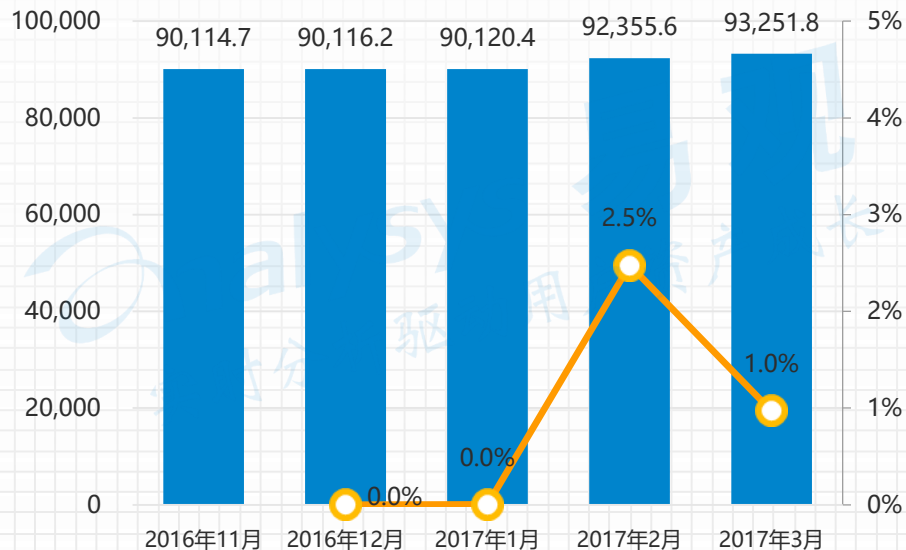
Confidential and Protected by Copyright Laws



移动互联网活跃用户小幅波动，市场规模增速趋缓

2016年11月-2017年3月中国移动互联网活跃用户规模

活跃用户规模（万人） 环比增长率

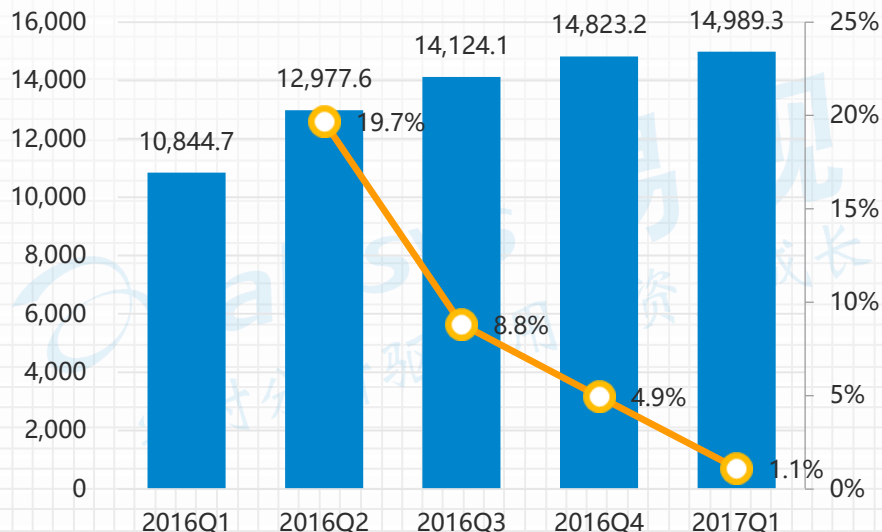


© Analysys 易观 · 易观千帆

www.analysys.cn

2016Q1-2017Q1中国移动互联网市场规模

市场规模（亿元 人民币） 环比增长率



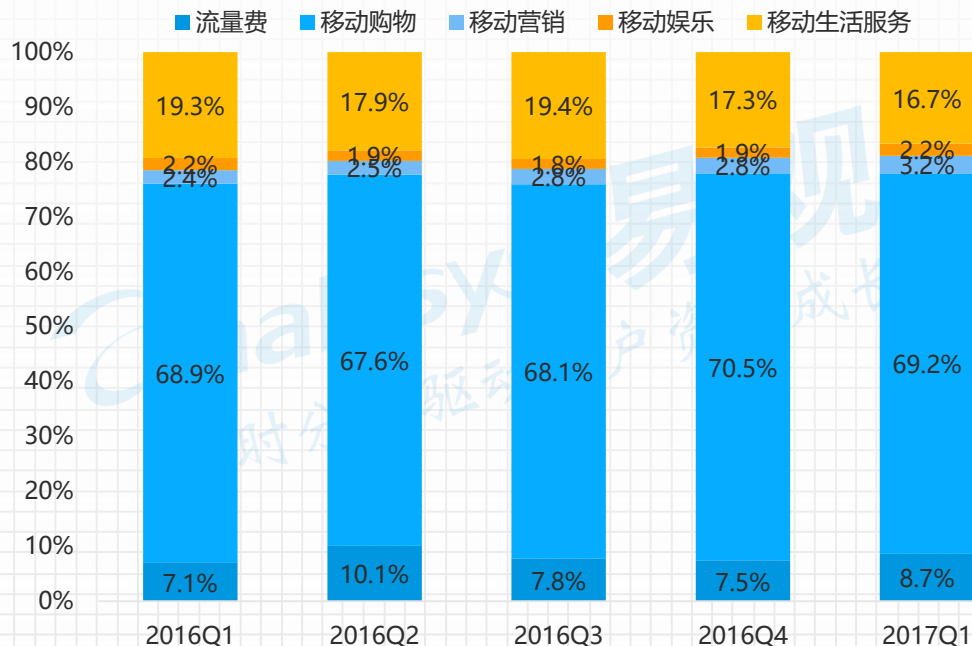
说明：易观从本季度起修改移动游戏市场规模数据算法，对以前中国移动游戏市场规模数据进行更新。

© Analysys 易观

www.analysys.cn

移动购物依然保持绝对优势，移动流量市场份额回升，移动生活服务市场份额持续降低至16.7%

2016Q1-2017Q1中国移动互联网市场规模



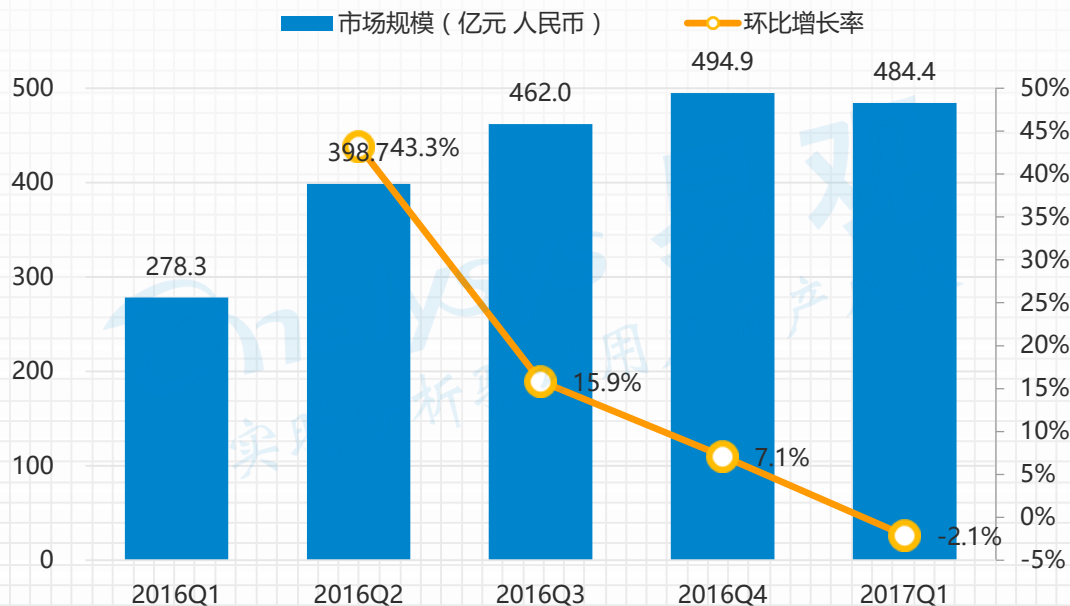
© Analysys 易观

www.analysys.cn

Analysys易观分析认为，受4G网络加速普及，移动游戏及视频直播持续火爆，以及春节假期影响，手机用户对流量的使用大幅增加，2017年第1季度移动数据流量市场份额回升至8.7%；移动购物在移动互联网市场份额中依然保持绝对优势，但受“双十一”购物狂欢节影响，2016年第4季度，移动购物市场份额达到70.5%，进入2017年第1季度，移动购物市场交易规模环比小幅下降，市场份额回落至69.2%；受去团购化趋势以及移动旅游市场由高速增长期向成熟期过渡，移动团购市场、移动旅游市场规模均出现下降，使得移动生活服务市场份额持续降低至16.7%。

移动营销头部厂商进一步加速商业化步伐，2017年第1季度，移动营销市场规模达到484.4亿元人民币

2016Q1-2017Q1中国移动营销市场规模



© Analysys 易观

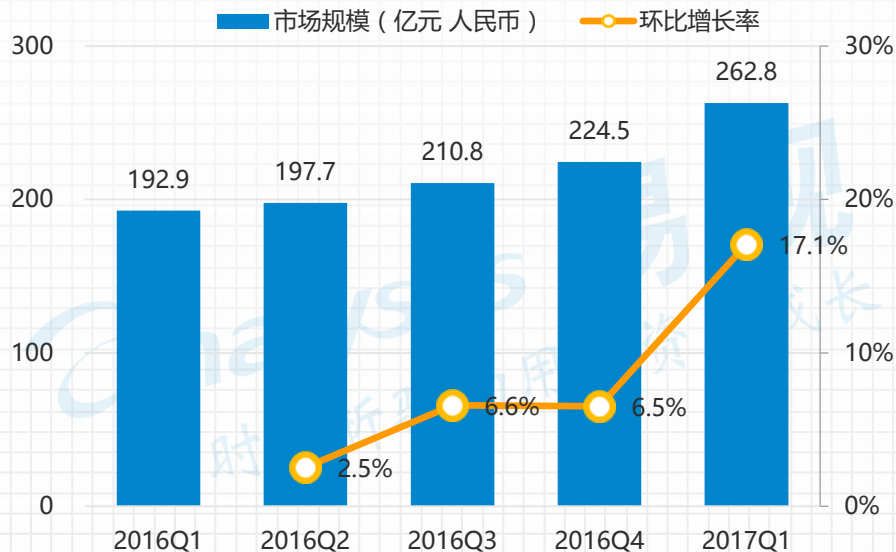
www.analysys.cn

2017年第1季度，移动营销市场规模达到484.4亿元人民币，受季节影响，第1季度环比小幅下滑2.1%，但在头部厂商加速商业化步伐的带动下，仍然实现了同比74.1%的高增长。

Analysys易观分析认为，随着人口红利的消失，各厂商加速开发营销流量，移动营销市场仍然保持较高的增长速度。但，移动流量增长放缓的趋势十分明显，未来将进一步影响移动营销市场的增速。

2017年第1季度中国移动游戏市场规模达到262.8亿元，市场高速增长，大厂控场，精品研发成为重中之重

2016Q1-2017Q1中国移动游戏市场规模

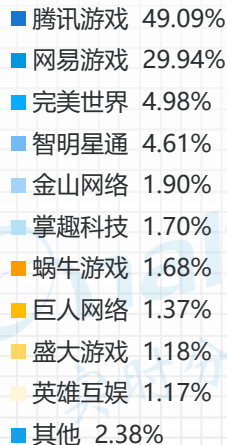


说明：1、易观从本季度起修改数据算法，对以前中国移动游戏市场规模数据进行更新。2、具体包括其运营及研发的移动游戏产品所创造的用户付费收入以及企业间的游戏研发与代理费用，游戏周边产品授权，内容外包与海外代理授权费用的总和。3、上市公司财务报告、专家访谈、厂商深访以及易观推算模型得出。

© Analysys 易观

www.analysys.cn

2017年第1季度中国移动游戏研发商市场竞争格局



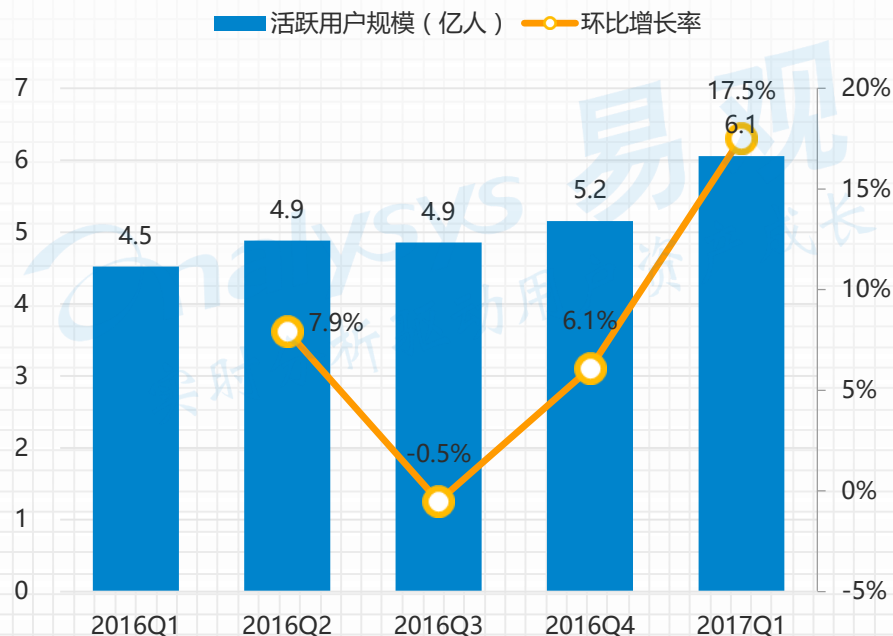
说明：1、中国移动游戏研发厂商竞争格局，以其分成后营收规模计，即中国游戏企业在移动游戏方面的业务收入。2、研发商定义为自研游戏业务收入占收入来源较大比例的厂商。3、数据来自上市公司财务报告、专家访谈、厂商深访以及易观推算模型得出。

© Analysys 易观

www.analysys.cn

2017年第1季度中国移动音乐市场，酷狗音乐强势领跑，平台竞争上升为产业生态竞争

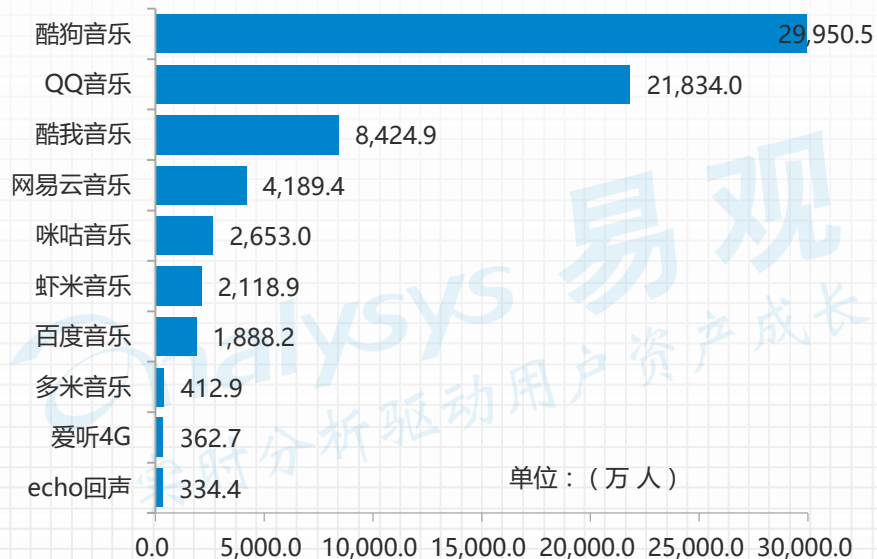
2016Q1-2017Q1中国移动音乐领域活跃用户规模



© Analysys 易观 · 易观千帆

www.analysys.cn

2017年第1季度中国主流移动音乐平台活跃用户规模



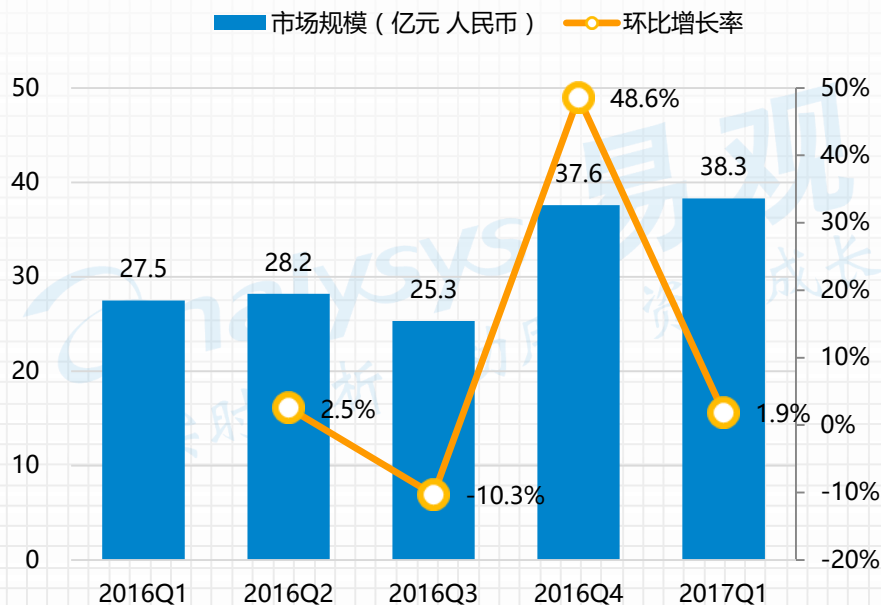
数据来源：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第一季度，易观千帆基于对18.21亿累计装机覆盖及4.42亿活跃用户的行为监测结果，采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

© Analysys 易观 · 易观千帆

www.analysys.cn

2017年第1季度中国移动阅读市场规模达到38.3亿元，主流厂商竞争激烈

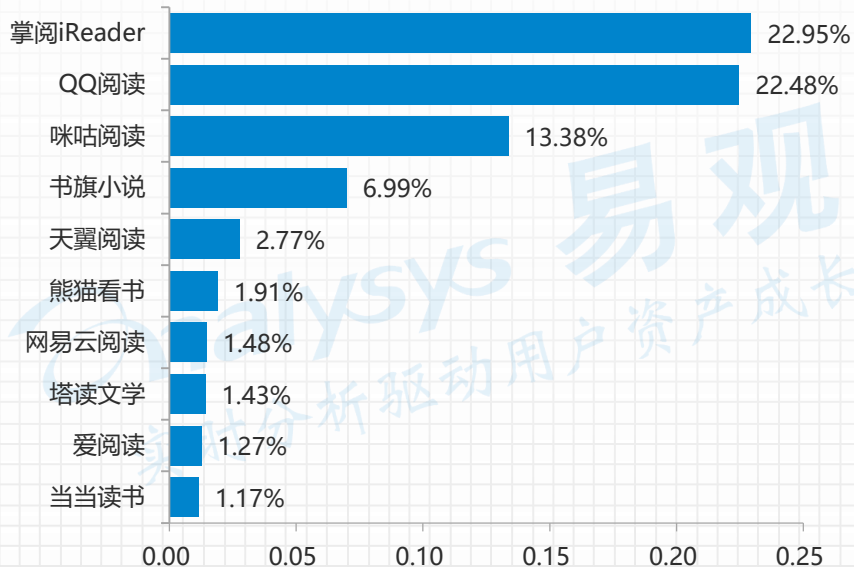
2016Q1-2017Q1中国移动阅读市场规模



© Analysys 易观

www.analysys.cn

2017年第1季度中国主流移动阅读APP活跃用户渗透率情况



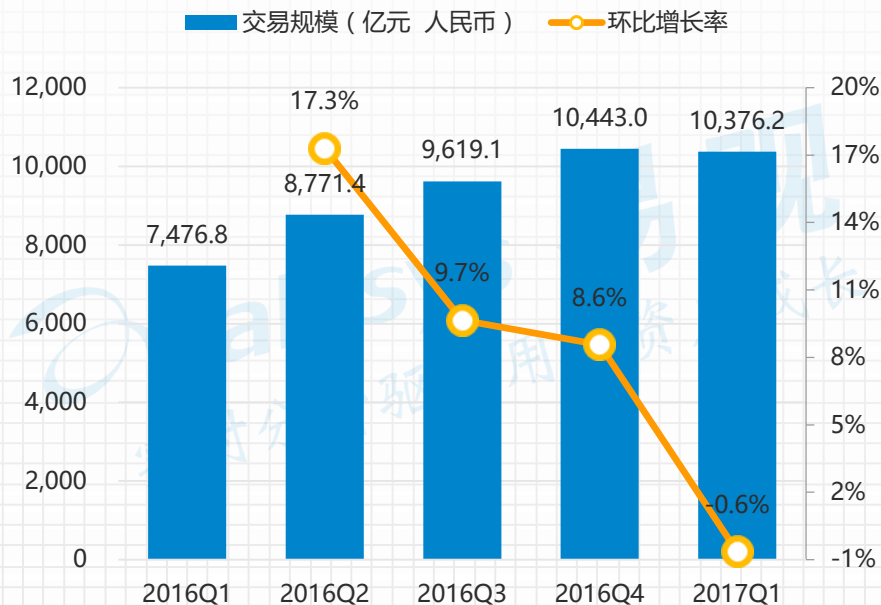
数据来源：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第一季度，易观千帆基于对18.21亿累计装机覆盖及4.42亿活跃用户的行为监测结果，采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

© Analysys 易观·易观千帆

www.analysys.cn

2017年第1季度中国移动网购市场交易规模达10376.2亿元，内容电商持续发力，成为争夺用户时间主阵营

2016Q1-2017Q1中国移动网购市场规模

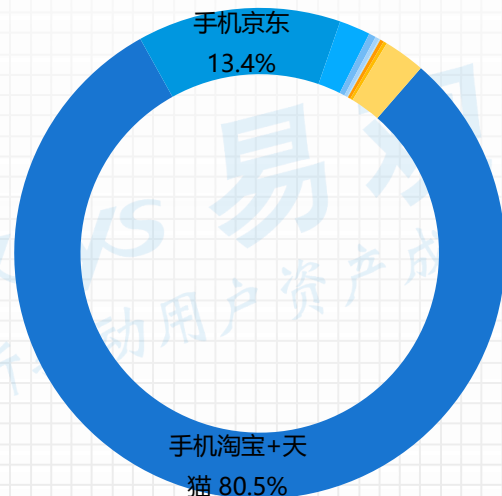


© Analysys 易观

www.analysys.cn

2017年第1季度中国移动网购市场交易份额

- 手机淘宝+天猫 80.5%
- 手机京东 13.4%
- 手机唯品会 2.0%
- 手机苏宁易购 0.5%
- 手机当当 0.3%
- 手机国美 0.1%
- 手机聚美优品 0.2%
- 手机亚马逊 0.2%
- 其它 2.7%

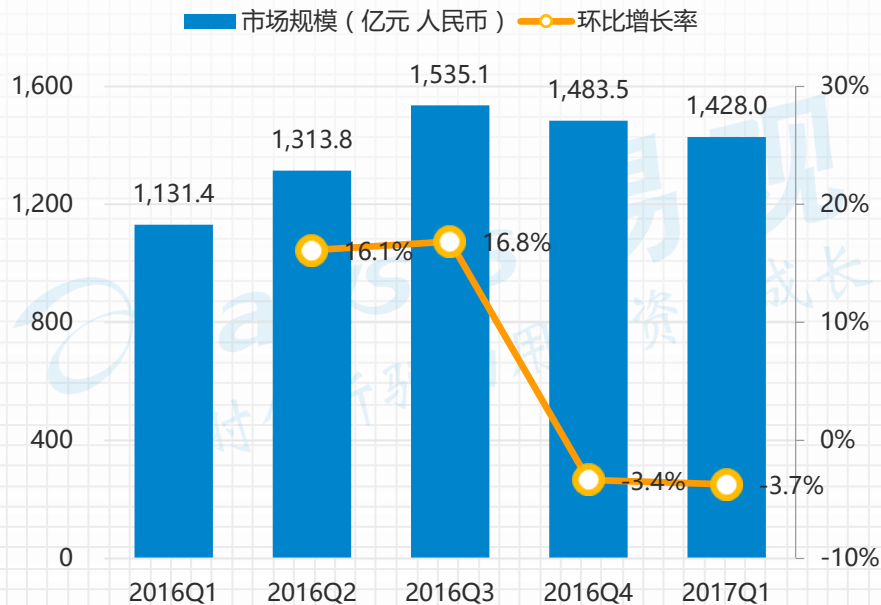


© Analysys 易观

www.analysys.cn

2017年第1季度中国移动旅游市场交易规模达1428亿元，市场份额进一步集中，携程系领先优势更加明显

2016Q1-2017Q1中国移动旅游市场规模

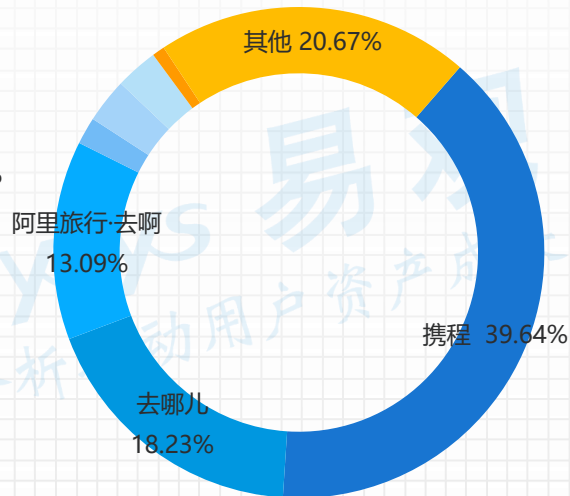


© Analysys 易观

www.analysys.cn

2016年中国移动旅游市场份额

- 携程 39.64%
- 去哪儿 18.23%
- 阿里旅行-去啊 13.09%
- 艺龙 1.79%
- 途牛 2.93%
- 同程 2.81%
- 驴妈妈 0.82%
- 其他 20.67%



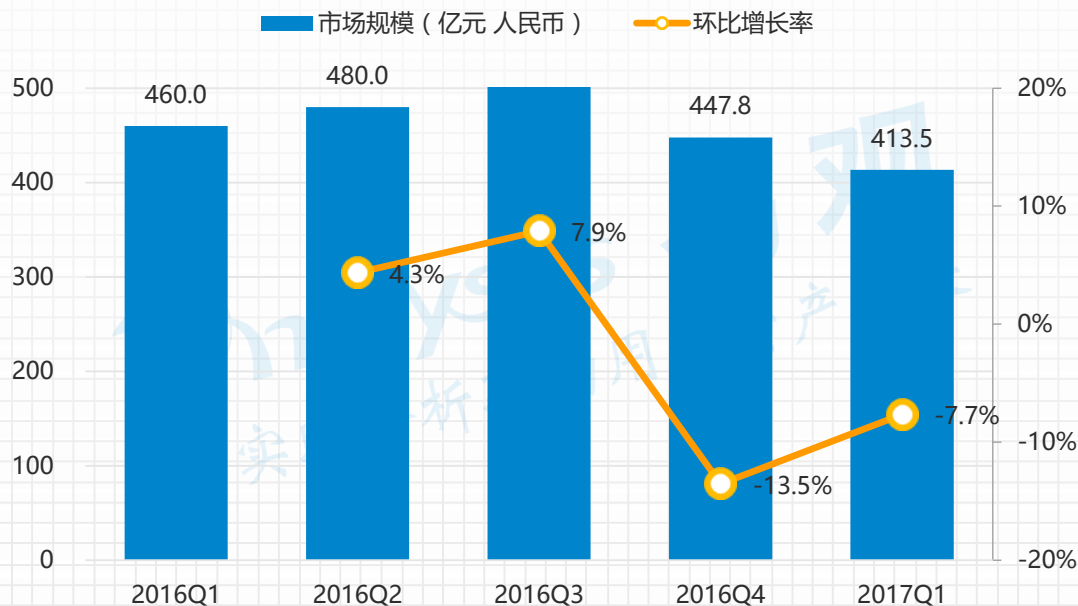
说明：2017年第1季度携程（携程旅游网在线交易部分，不包含去哪儿等控股公司）。

© Analysys 易观

www.analysys.cn

2017年第1季度中国移动团购市场成交额为413.5亿元，团购模式在本地生活服务中的占比进一步降低

2016Q1-2017Q1中国移动团购市场规模



© Analysys 易观

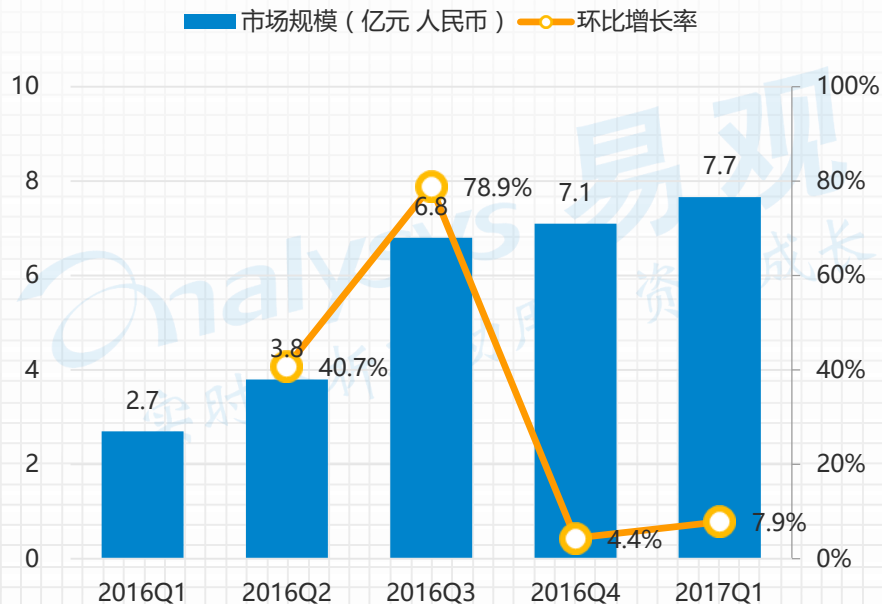
www.analysys.cn

2017年第1季度，中国移动团购成交额达413.5亿元人民币，同比下降10.1%，环比下降7.7%，团购模式在本地生活服务中的占比进一步减少。

Analysys易观分析认为，2017年第一季度移动团购市场成交额同比环比双降低主要在于全平台下酒旅和电影票业务预订已成主流，且酒旅业务因发力高星级酒店与布局海外住宿高速增长。目前两家从团购切入的生活服务交易平台美团点评和百度糯米间的竞争仍会持续，只是各家关注的点已不再是通过补贴抢占份额。如何整合资源，以各自业务间协同建立更为优势的打法，最终走通盈利成为更为关注的问题。

2017年第1季度中国移动招聘市场规模为7.7亿元，受春节影响，活跃用户小幅下降

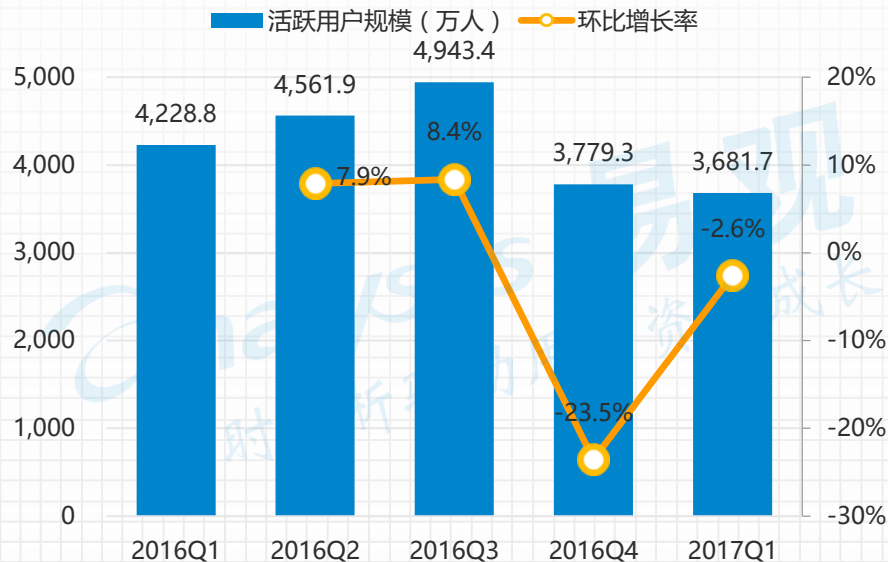
2016Q1-2017Q1中国移动招聘市场规模



© Analysys 易观

www.analysys.cn

2016Q1-2017Q1中国移动招聘求职领域活跃用户规模



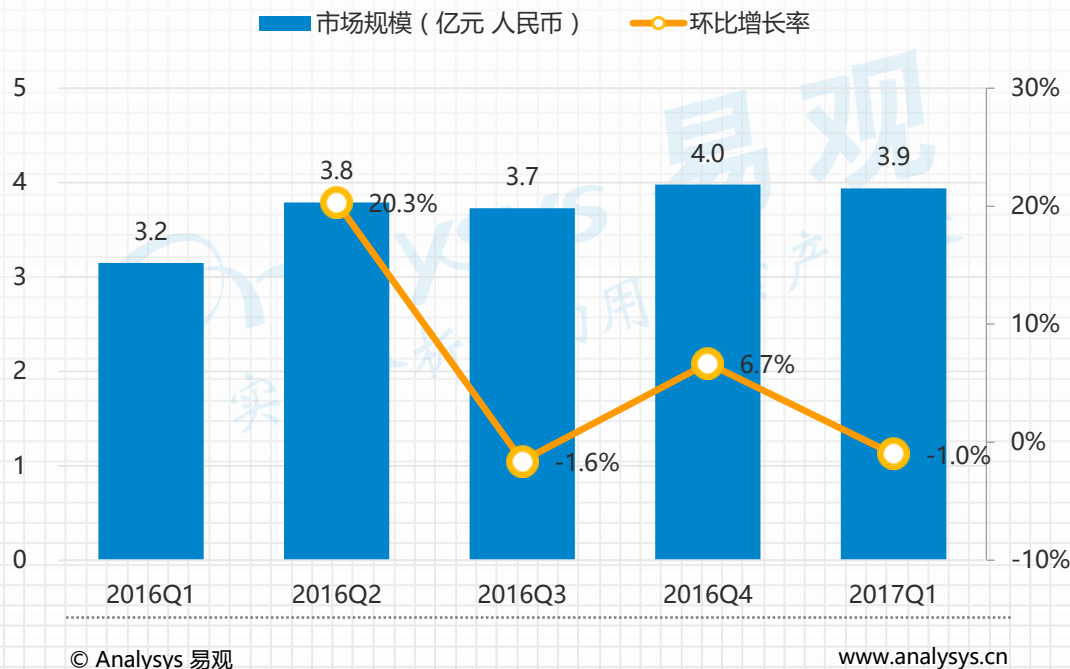
数据来源：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第一季度，易观千帆基于对18.21亿累计装机覆盖及4.42亿活跃用户的行为监测结果，采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

© Analysys 易观 · 易观千帆

www.analysys.cn

2017年第1季度，中国移动婚恋交友市场规模为3.9亿元，各厂商还需在业务、内容及技术上进行更多创新

2016Q1-2017Q1中国移动婚恋市场规模

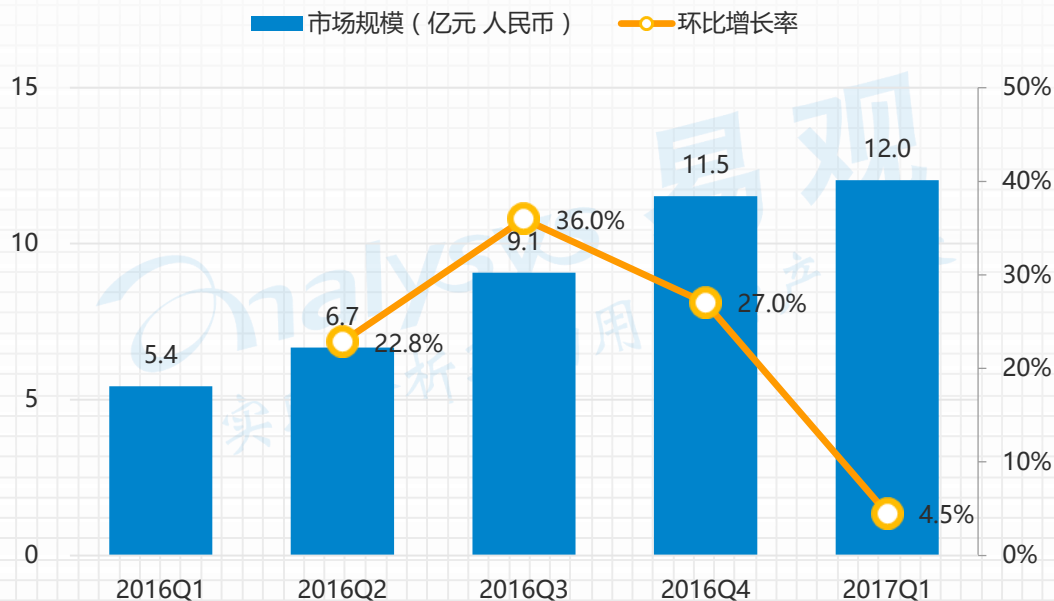


2017年第1季度，中国移动婚恋交友市场规模达3.94亿元人民币，环比下降1.0%，同比增长25.1%。Analysys易观分析认为，婚恋业务经过10余年发展，到2017年第1季度，市场也没有出现绝对意义的领导者，珍爱网、世纪佳缘、友缘在线、百合网四强割据的局面仍在持续。但品牌、资源效应下行业壁垒已经形成，创业厂商已失去成为头部企业的机会，市场还将进一步集中。

随着更多95后互联网原生群体成为婚恋目标用户群，在吸引他们使用线上自助式约会产品上，婚恋厂商还需要更多业务、内容以及技术上的创新。第1季度百合网移动端青春版、“一号媒婆”产品的上线、世纪佳缘推出的佳缘直播，都是为吸引更多不同层面的用户所做出的全新尝试。

2017年第1季度，中国移动教育市场规模为12亿元，教育政策利好促进行业进一步线上融合创新

2016Q1-2017Q1中国移动教育市场规模



© Analysys 易观

www.analysys.cn

2017年第1季度，中国移动教育市场规模达12亿元人民币，环比增长4.5%，同比增长121.7%。1月，国务院印发《教育事业“十三五”规划》，继续从政策方面带来利好消息，推动教育线上线下融合及变革创新。1月，好未来和阿里云宣布开展战略合作，双方将在教育行业云计算、大数据等领域合作；2月，凹凸教育宣布并购学通教育，并购完成后，学通教育的产品、教学与服务团队将全部注入到凹凸双师课堂项目，扩充优质教育内容与资源仍是教育厂商的重点。

根据Analysys易观千帆数据显示，同上季度相比，2017年1季度，移动教育各二级领域季度活跃用户规模大多呈上涨态势。其中，儿童教育季度月活用户达到16972.1万人，中小学类教育季度月活用户达到11392.8万人。

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



易观订阅号



易观千帆试用