

中国移动互联网市场数据盘点专题分析

2016年第3季度

本产品保密并受到版权法保护

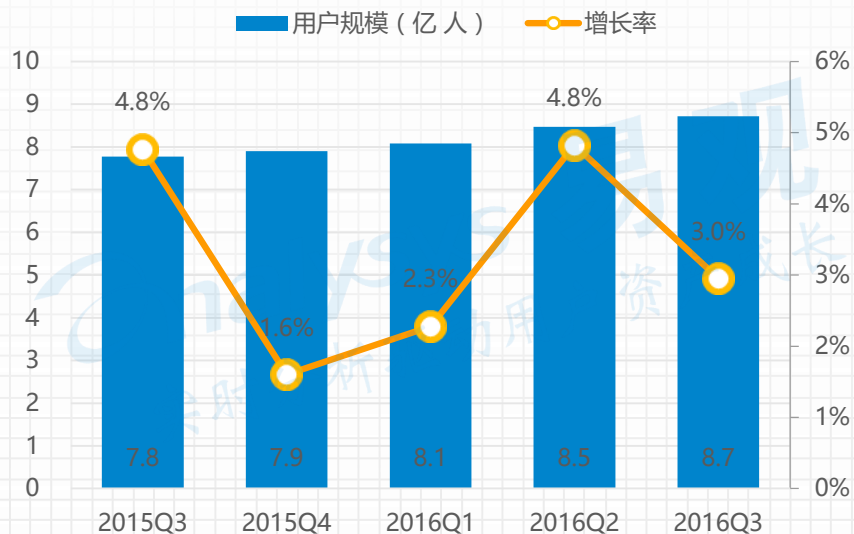
Confidential and Protected by Copyright Laws

Analysys 易观
实时分析驱动用户资产成长



移动互联网用户数逐渐饱和，市场规模增速趋缓

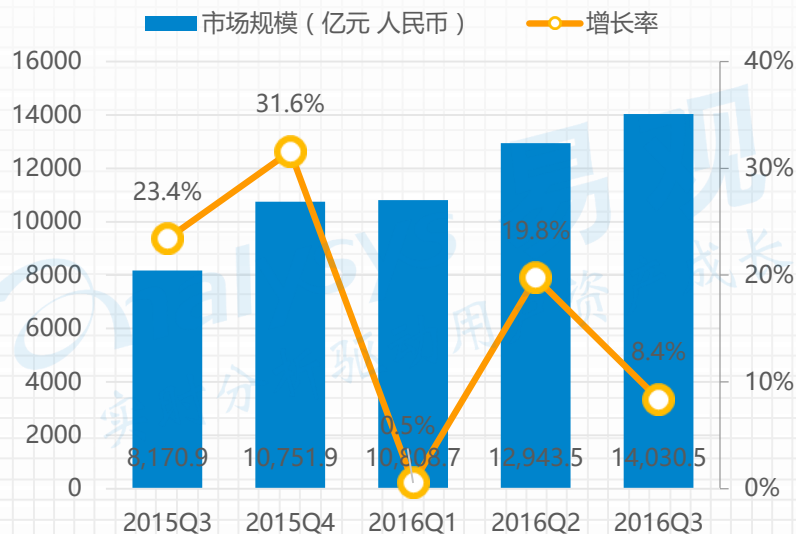
2015Q3-2016Q3中国移动互联网市场用户规模



© Analysys 易观

www.analysys.cn

2015Q3-2016Q3中国移动互联网市场规模

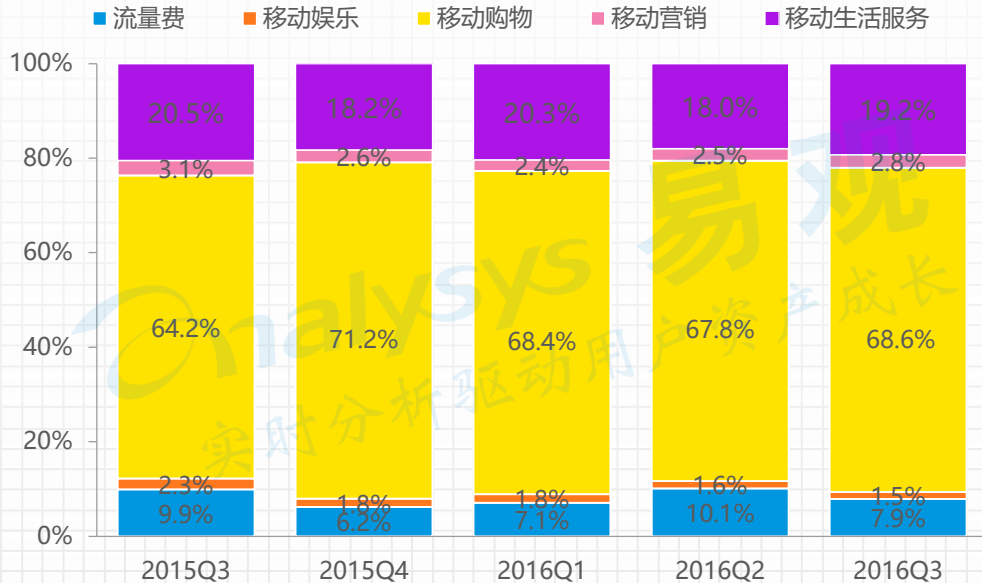


© Analysys 易观

www.analysys.cn

移动生活服务市场回暖，占比提升

2015Q3-2016Q3中国移动互联网市场结构



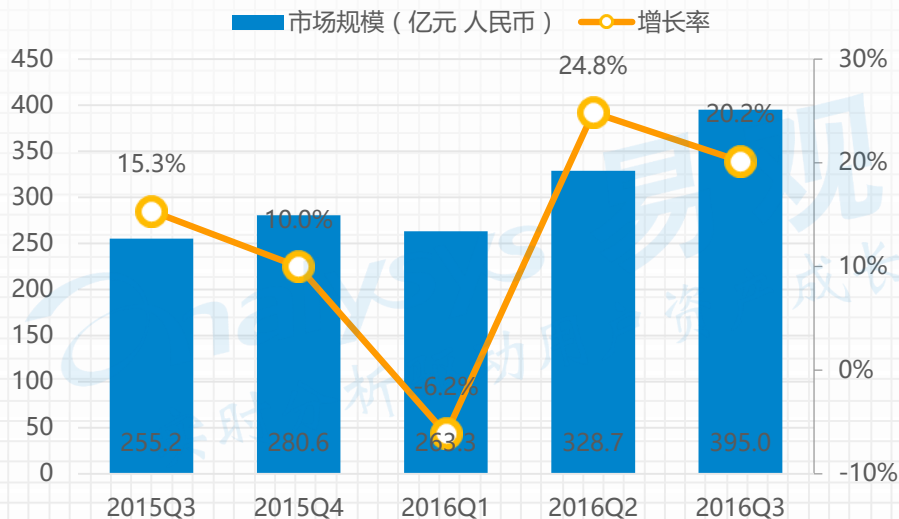
© Analysys 易观

www.analysys.cn

Analysys易观分析认为，2015年第3季度，随着移动互联网用户规模增速放缓，流量费环比出现了下滑，流量费的市场占比也下降到7.9%。移动购物市场出现了近10%的环比增幅，其在移动互联网市场规模中的占比保持绝对优势。移动生活服务市场在3季度环比增长16%，其中，移动教育、移动招聘、移动医疗都实现了30%以上的高增长，移动出行和移动旅游也都有不错的增幅，带动了移动生活服务市场的整体回暖。

移动营销继续保持较高增速，市场规模即将突破四百亿元

2015Q3-2016Q3中国移动营销市场规模



© Analysys 易观

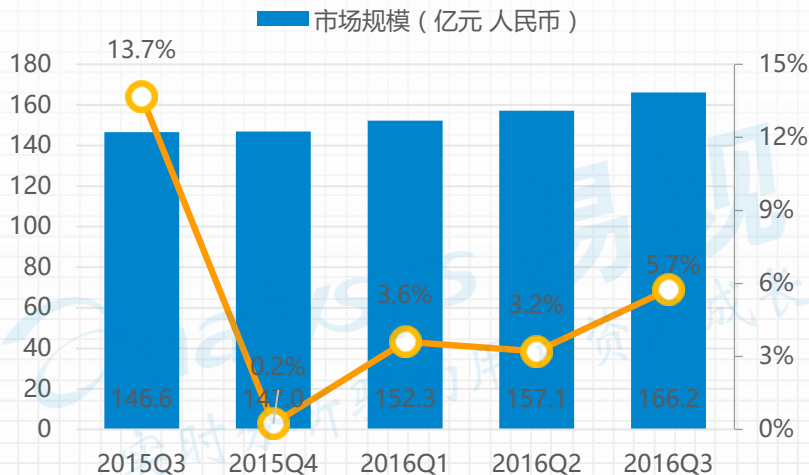
www.analysys.cn

2016年第3季度，移动营销市场规模为395亿元人民币，环比增长了20.2%，同比增长了54.8%。

Analysys易观分析认为，在互联网广告整体增速放缓的大环境下，PC端的广告市场呈现持续下滑走势，而迁往移动端的广告流量则连断增加，移动营销的市场地位不断提升。8月，中国邮政集团与腾讯公司签署社交广告合作协议。腾讯借助中国邮政的渠道网络，将社交广告业务渠道进一步下沉，拓展本地移动广告市场，加速本地长尾流量的广告变现。

中国移动游戏市场增速回升，腾讯、网易双寡头格局稳定

2015Q3-2016Q3中国移动游戏市场规模

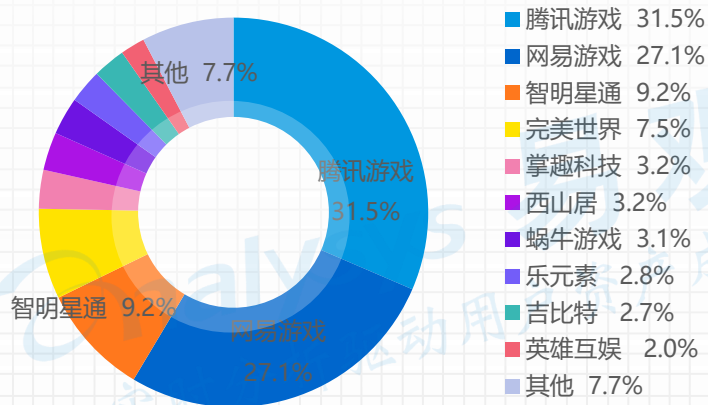


说明：1、中国移动游戏市场规模，即中国游戏企业在移动游戏业务方面的营收总和。具体包括其运营及研发的移动游戏产品所创造的用户付费收入以及企业间的游戏研发与代理费用，游戏周边产品授权，内容外包与海外代理授权费用的总和。2、上市公司财务报告、专家访谈、厂商深访以及易观推算模型得出。

© Analysys 易观

www.analysys.cn

2016年第3季度中国移动游戏研发商市场竞争格局



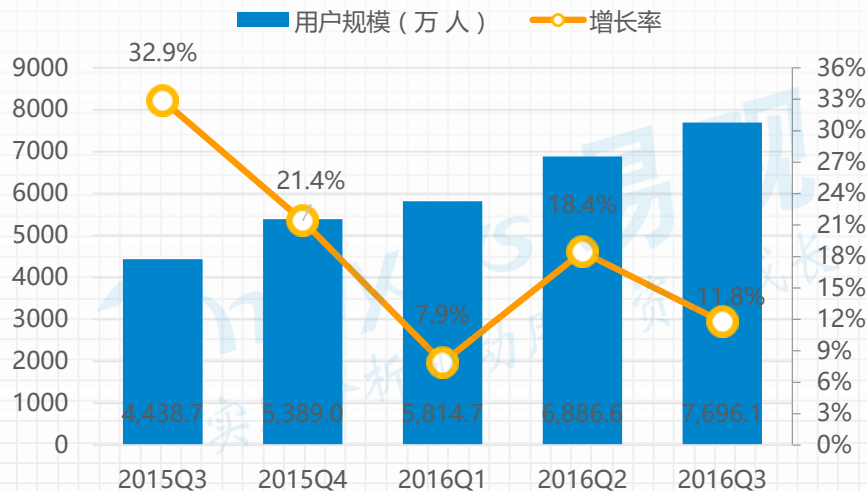
说明：1、中国移动游戏研发厂商竞争格局，以其分成前营收规模计，即中国游戏企业在其自主研发的移动游戏方面的业务收入。2、具体包括其研发的移动产品所创造的用户付费收入以及企业间的游戏研发与代理费用，游戏周边产品授权，内容外包与海外代理授权费用的总和。3、数据来自上市公司财务报告、专家访谈、厂商深访以及易观推算模型得出。

© Analysys 易观

www.analysys.cn

移动K歌用户规模波动中增长，市场竞争格局趋于平稳

2015Q3-2016Q3中国移动K歌应用用户规模

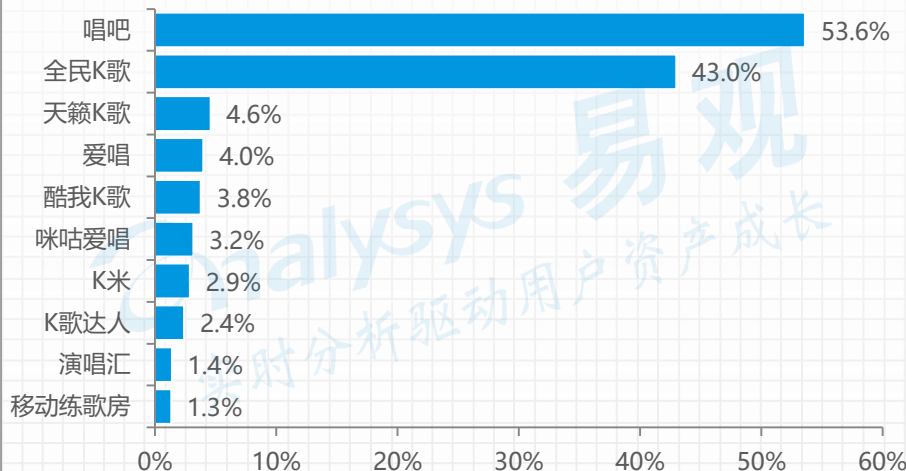


数据来源：千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2016年第3季度易观千帆基于对12亿累计装机覆盖、2.78亿移动端月活跃用户的行为监测结果。采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

© Analysys 易观·易观千帆

www.analysys.cn

2016年第3季度中国主流移动K歌平台用户渗透率



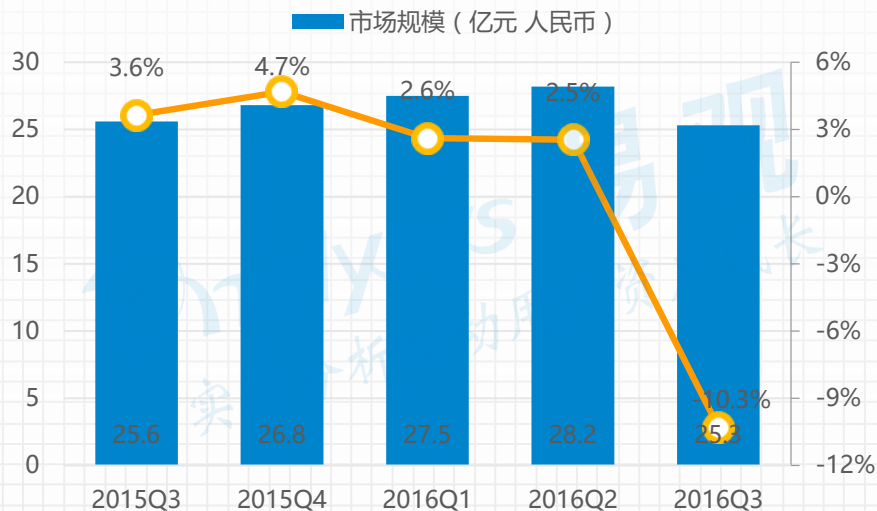
数据来源：千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2016年第3季度易观千帆基于对12亿累计装机覆盖、2.78亿移动端月活跃用户的行为监测结果。采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

© Analysys 易观·易观千帆

www.analysys.cn

移动阅读市场规模环比下滑，主流厂商竞争激烈

2015Q3-2016Q3中国移动阅读市场规模

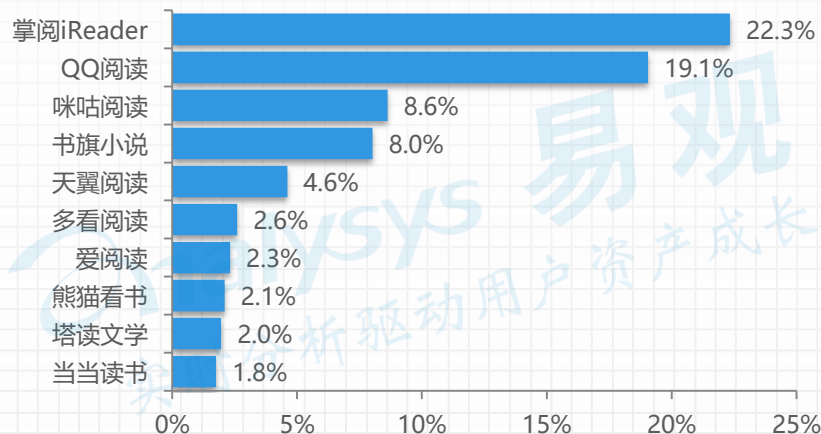


说明：1、中国移动阅读企业在其移动终端平台方面的收入，包括用户付费收入、广告收入、增值服务收入、电子阅读器收入等，不包括电信运营商手机报收入；2、上市公司财务报告、专家访谈、厂商深访、易观智库数据监测产品以及易观智库推算模型得出。

© Analysys 易观

www.analysys.cn

2016年第3季度中国主流移动阅读活跃用户渗透率



数据来源：干帆只对独立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3季度易观干帆基于对12亿累计装机覆盖、2.78亿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。

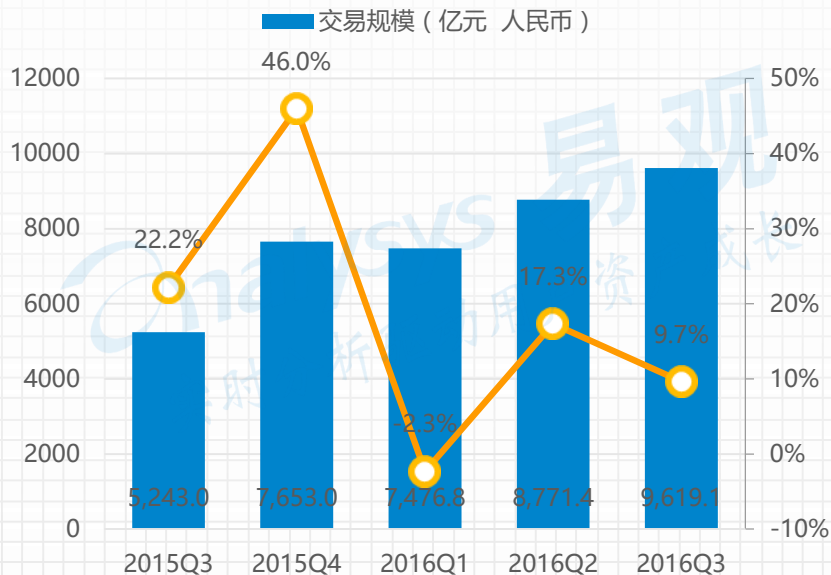
备注：渗透率是指在特定时间内使用某一移动阅读APP活跃用户占整体移动阅读活跃用户的占比情况。

© Analysys 易观·易观干帆

www.analysys.cn

移动购物持续增长，形成“内容+社区+电商”新常态

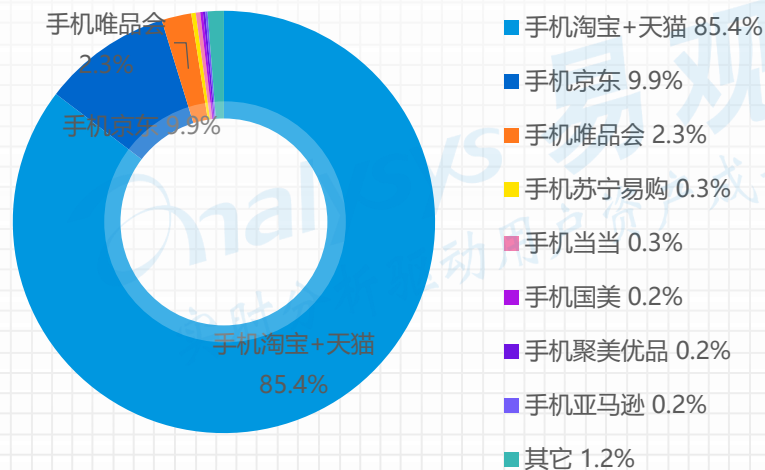
2015Q3-2016Q3中国移动网购市场交易规模



© Analysys 易观

www.analysys.cn

2016年第3季度中国移动网购市场交易份额

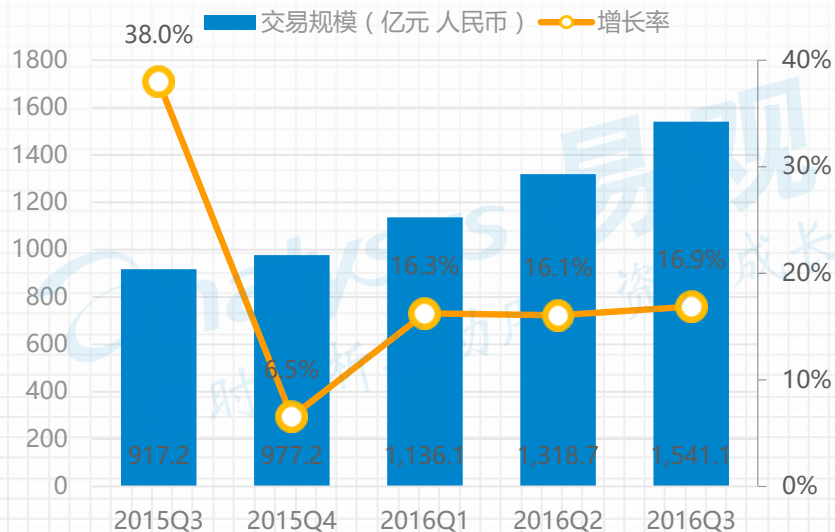


© Analysys 易观

www.analysys.cn

移动旅游市场稳定增长，携程系保持领先优势

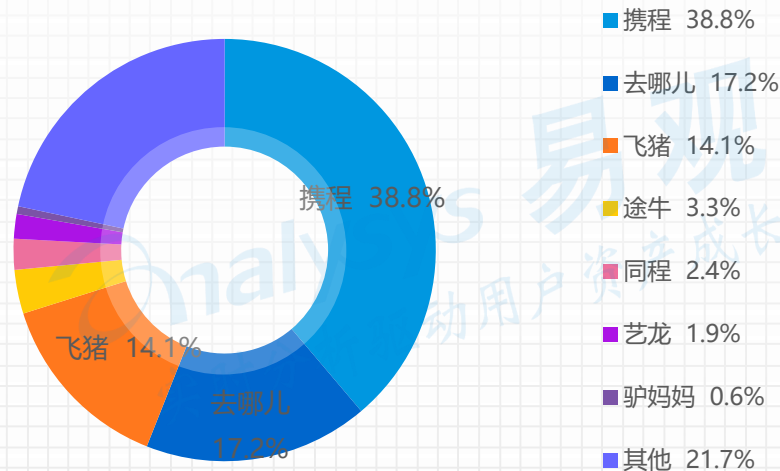
2015Q3-2016Q3中国移动旅游市场规模



© Analysys 易观

www.analysys.cn

2016年第3季度中国移动旅游市场份额



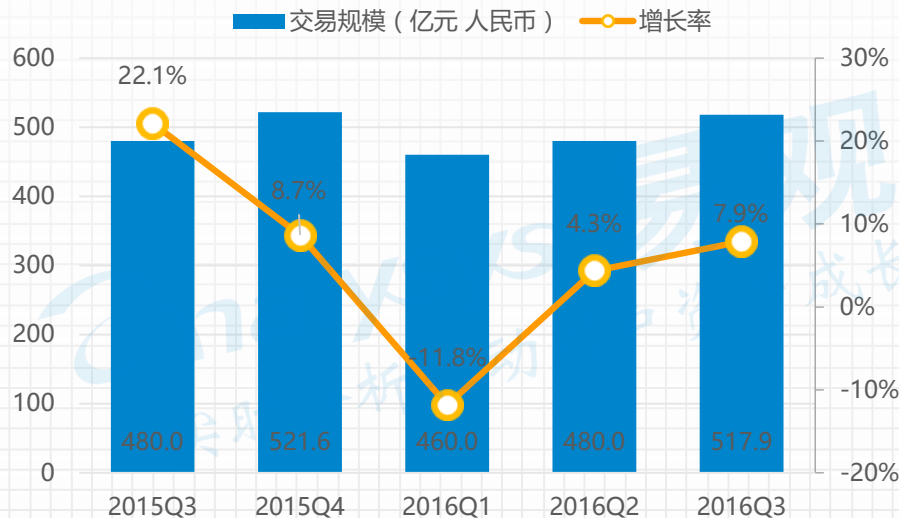
说明：2016年第3季度携程（携程旅游网在线交易部分，不包含去哪儿等控股公司，下同）

© Analysys 易观

www.analysys.cn

移动团购市场环比小幅增长，团购平台强化以技术驱动产业发展

2015Q3-2016Q3中国移动团购市场交易规模



© Analysys 易观

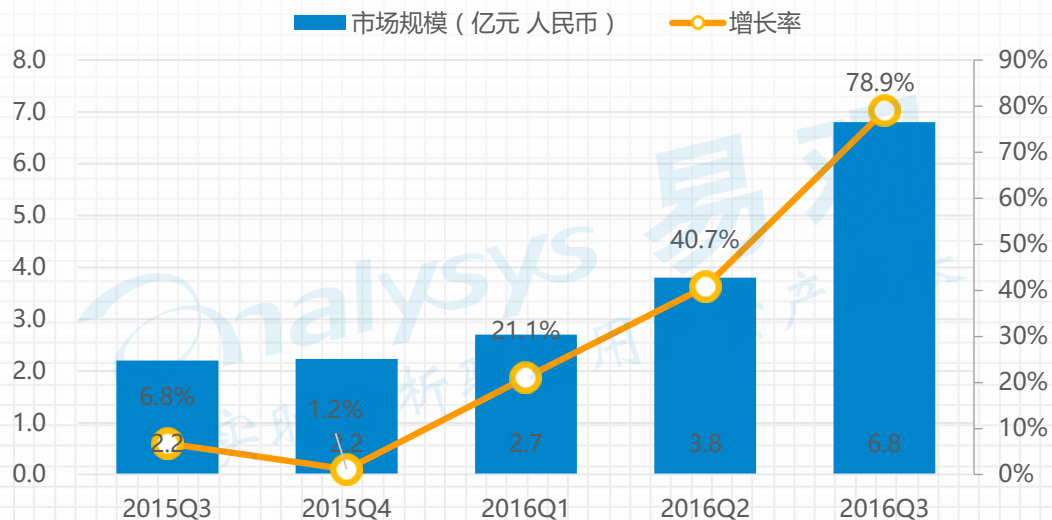
www.analysys.cn

2016年第3季度，中国移动团购市场交易规模达517.9亿元人民币，环比增长率为7.9%，同比增长了7.9%。

Analysys易观分析认为，进入2016年第3季度，中国团购平台出于大环境考虑，对GMV的重视程度开始逐步降低，以技术驱动产业发展，对商业模式创新以追求营收的提高和实现盈利成为新的战略目标。百度糯米通过发挥背靠百度带来的技术、大数据与人工智能优势，为包括餐饮、KTV、酒店等各行业提供功能各异的赋能营销平台，在提升合作商家的经营效率与营业额的基础上，实现平台收入稳步提升。

移动招聘保持高速增长，互联网招聘向一站式人力资源服务平台演进

2015Q3-2016Q3中国移动招聘市场规模



© Analysys 易观

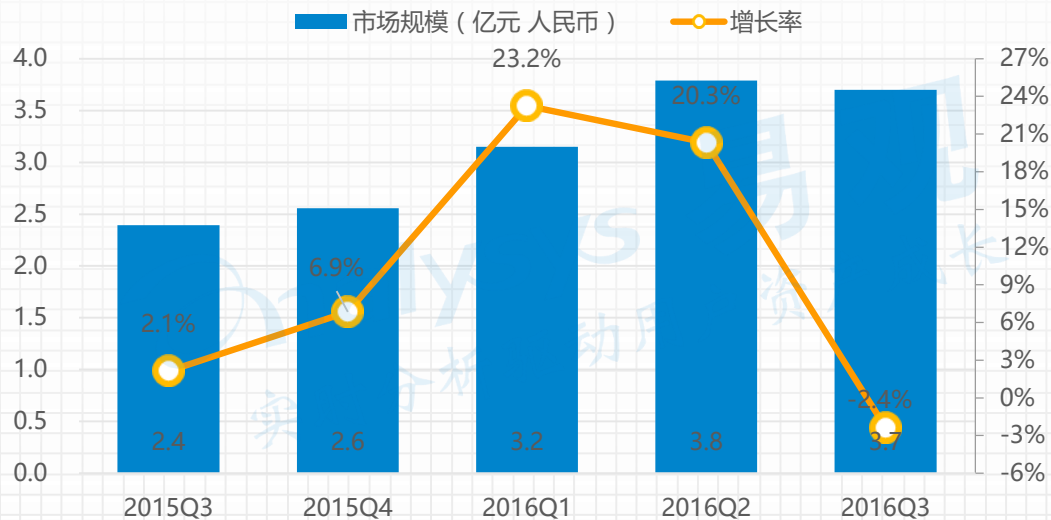
www.analysys.cn

2016年第3季度，中国移动招聘市场规模达6.8亿元人民币，环比增长率为78.9%，同比增长率高达209.1%。

Analysys易观分析认为，互联网招聘平台正在向一站式人力资源服务平台演进，从自身招聘业务出发，正在整合人力资源产业链上下游资源，为企业及个人提供全流程在线的人力资源服务。在大数据、机器学习等人工智能新技术利用方面，招聘平台正在积极探索，精准匹配求职招聘需求，改善用户体验。

移动婚恋服务形式多样化，90后用户活跃度提升

2015Q3-2016Q3中国移动婚恋市场规模

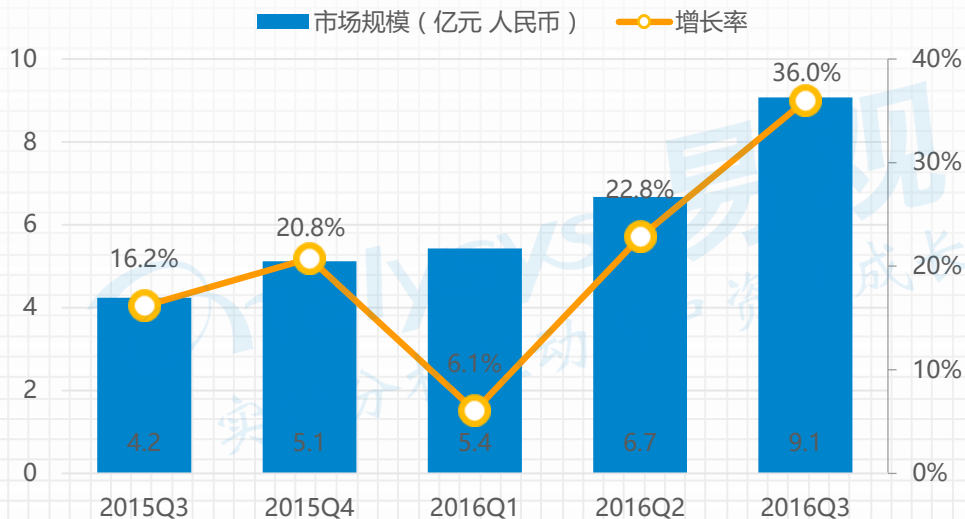


2016年第3季度，中国移动婚恋交友市场规模达3.7亿元人民币，环比下滑2.4%，同比增长54.2%。

Analysys易观分析认为，伴随90后逐渐成为婚恋交友主体人群，线上婚恋交友也开始向更为社交、互动，强调用户感知与体验的方式改进。第3季度线上增加的视频约会、问答社区服务形式，不仅使在线婚恋交友形式更为活泼，增加了用户活跃度，对在线婚恋厂商沉淀用户情感内容，及时了解市场需求以提供更具针对性的产品和服务提供支持。

移动教育用户趋向低龄化，市场规模增速再提高

2015Q3-2016Q3中国移动教育市场规模



© Analysys 易观

www.analysys.cn

2016年第3季度，中国移动教育市场规模为9.1亿元人民币，环比增长36%。

Analysys易观分析认为，2016年第3季度移动教育用户规模和用户粘性都得到了显著的提升。根据Analysys易观干帆监测数据显示，在移动教育活跃用户规模中，中小学教育类以及儿童教育类产品表现优势明显，伴随着互联网向低龄人群进一步渗透，互联网教育进一步市场培育，更多低龄用户如中小学生和儿童养成互联网学习习惯，并且由于中小学生对题库类以及在线作业解答等教育产品的刚性需求等原因，都进而提升了互联网教育领域内APP产品用户的低龄化趋向。

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

