



洞察网络 Internet Insight

# 首届中国移动开发者调查分析报告

Mobile Workshop 2011 \* 3月5日 Mworld2011移动互联世界 \* 5月26日

**DCCI**

DCCI互联网数据中心

DCCI Data Center of China Internet

中国互联网监测研究权威机构&数据平台

[www.dcci.com.cn](http://www.dcci.com.cn)

## 调研背景

- 移动互联网是一个热土，而移动开发者则是这片热土上最值得关注的群体，为了透视移动开发者的生态，了解移动互联网的热点领域，以及各个移动平台的演进、移动应用类型的变迁、移动应用商店等生态，DCCI与CSDN共同主办了这次《2010中国移动开发者调查与成果分享》调查，本次调查同时得到中国新闻网、上方网、中文java技术网等多家媒体和网站的支持
- 《2010中国移动开发者调查与成果分享》研究调查时间范围：2010年11月
- 调研对象与样本量：本次调研对象为移动开发者，有效样本量为337份

## 调研机构

- “2010中国移动开发者调查与成果分享”由DCCI互联网数据中心举办
- DCCI互联网数据中心（DCCI DATA CENTER OF CHINA INTERNET，简称DCCI，[www.dcci.com.cn](http://www.dcci.com.cn)），中国互联网监测研究权威机构&数据平台，互动营销之测量、分析、优化服务提供者。以Panel软件、代码嵌入、海量数据挖掘、语义信息处理等多种领先技术手段为基础，进行网站、用户、广告、品牌的实时监测、动态测量。在测量数据基础之上，以统一体系方法、统一指标定义、统一数据结构，结合多种线下线上调研手段，为企业互联网和互动营销相关决策提供全面深入的数据测量、分析研究、决策优化、效能提升服务。



1. 基本情况

2. 平台选择

3. 应用类型

4. 发行渠道

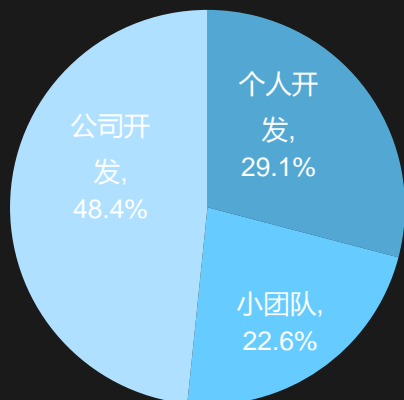
5. 盈利状况

6. 开发者差异

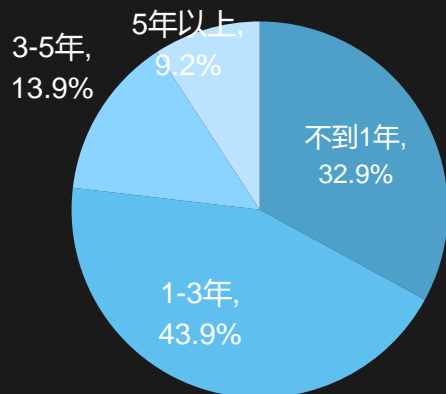
7. 开发平台差异

## 年轻、个人及小团队构成移动开发者的主要特征，多集中在北上广

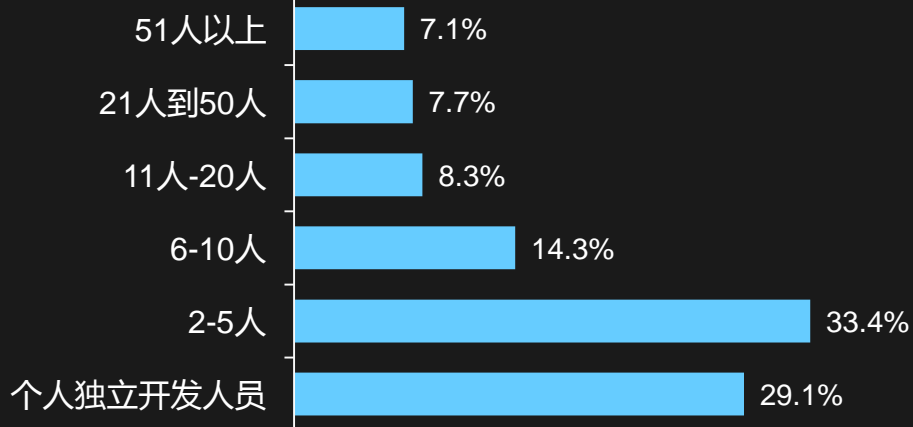
开发者的身份



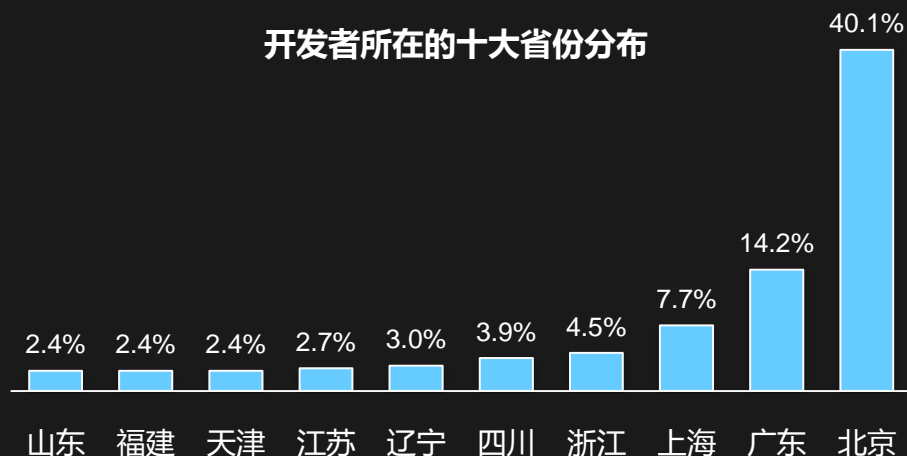
开发者从事移动领域开发的年限



开发者所在的团队规模



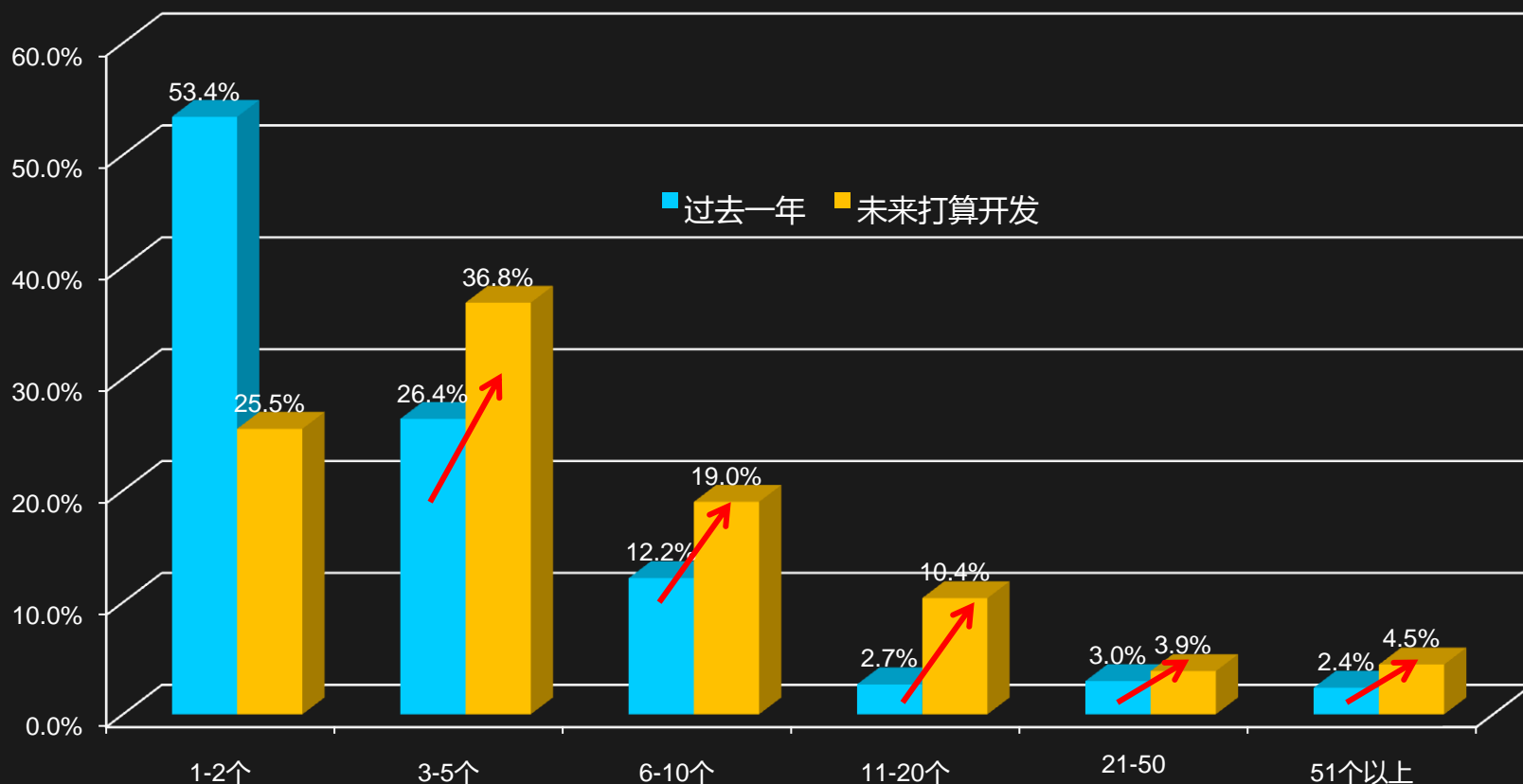
开发者所在的十大省份分布



数据来源：DCCI CSDN2010首届中国移动开发者调查  
Copyright ©DCCI 2010 www.dcci.com.cn DCCI互联网数据中心

开发者计划**增加**移动应用开发的个数，反映出开发者对移动互联网市场的看好

开发者开发的应用数量变化



数据来源：DCCI CSDN2010首届中国移动开发者调查  
Copyright ©DCCI 2010 www.dcci.com.cn DCCI互联网数据中心



1. 基本情况

2. 平台选择

3. 应用类型

4. 发行渠道

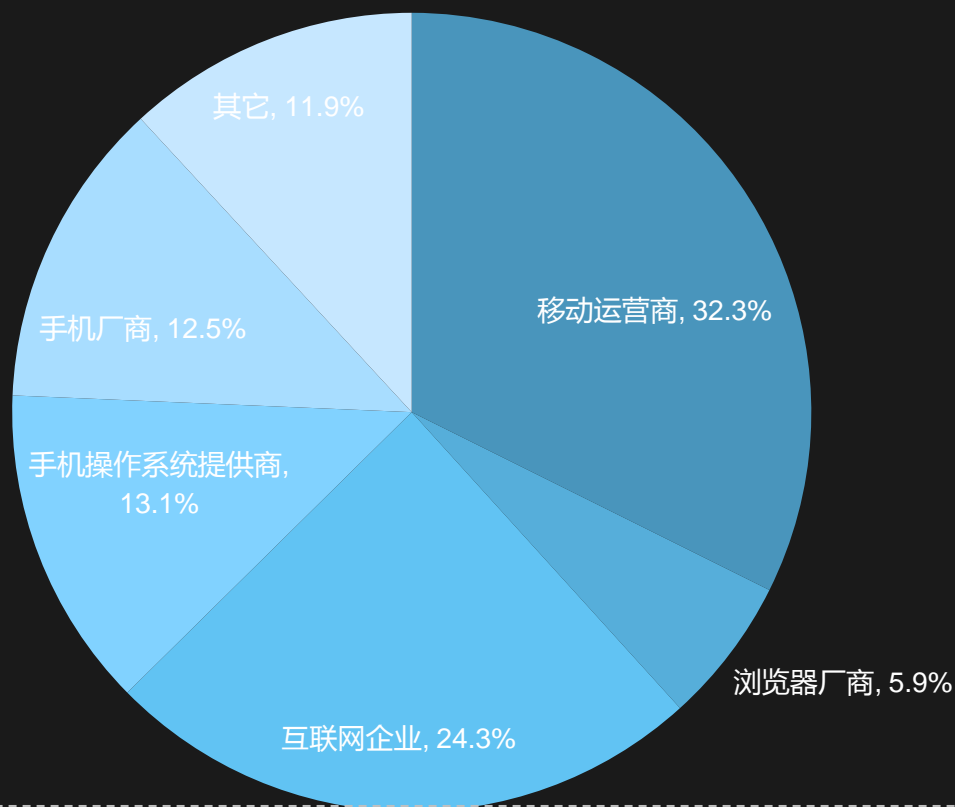
5. 盈利状况

6. 开发者差异

7. 开发平台差异

**移动运营商是移动开发者希望重点合作的对象，其次是互联网企业和手机OS提供商**

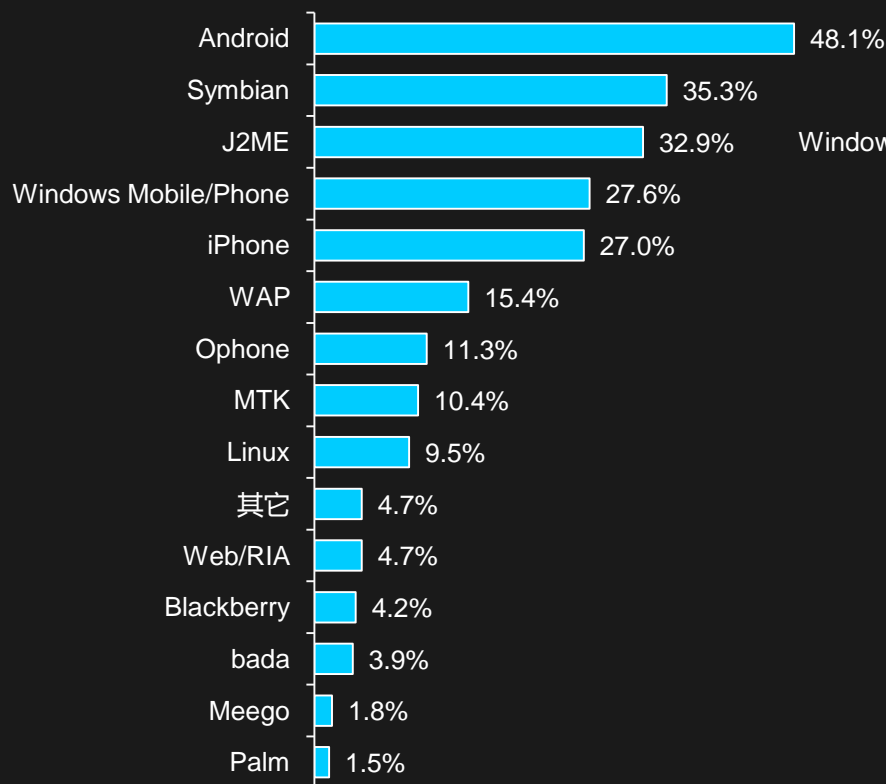
开发者与其他类型企业合作的侧重点



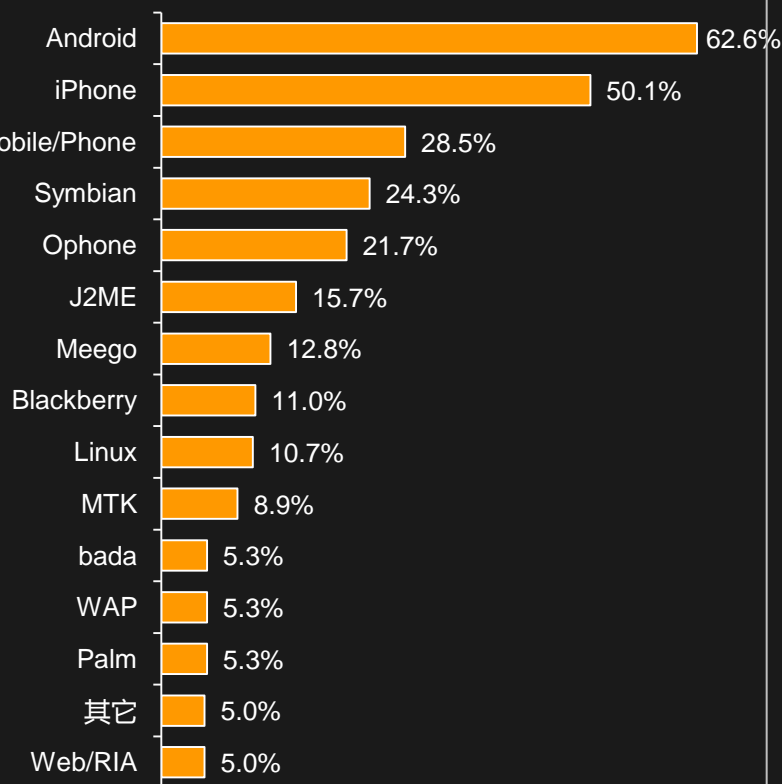
数据来源：DCCI CSDN2010首届中国移动开发者调查  
Copyright ©DCCI 2010 www.dcci.com.cn DCCI互联网数据中心

## Android当之无愧成为移动开发平台的王者，Android、iPhone、WM受瞩目

开发者过去开发过的OS平台



开发者未来会选择的开发平台

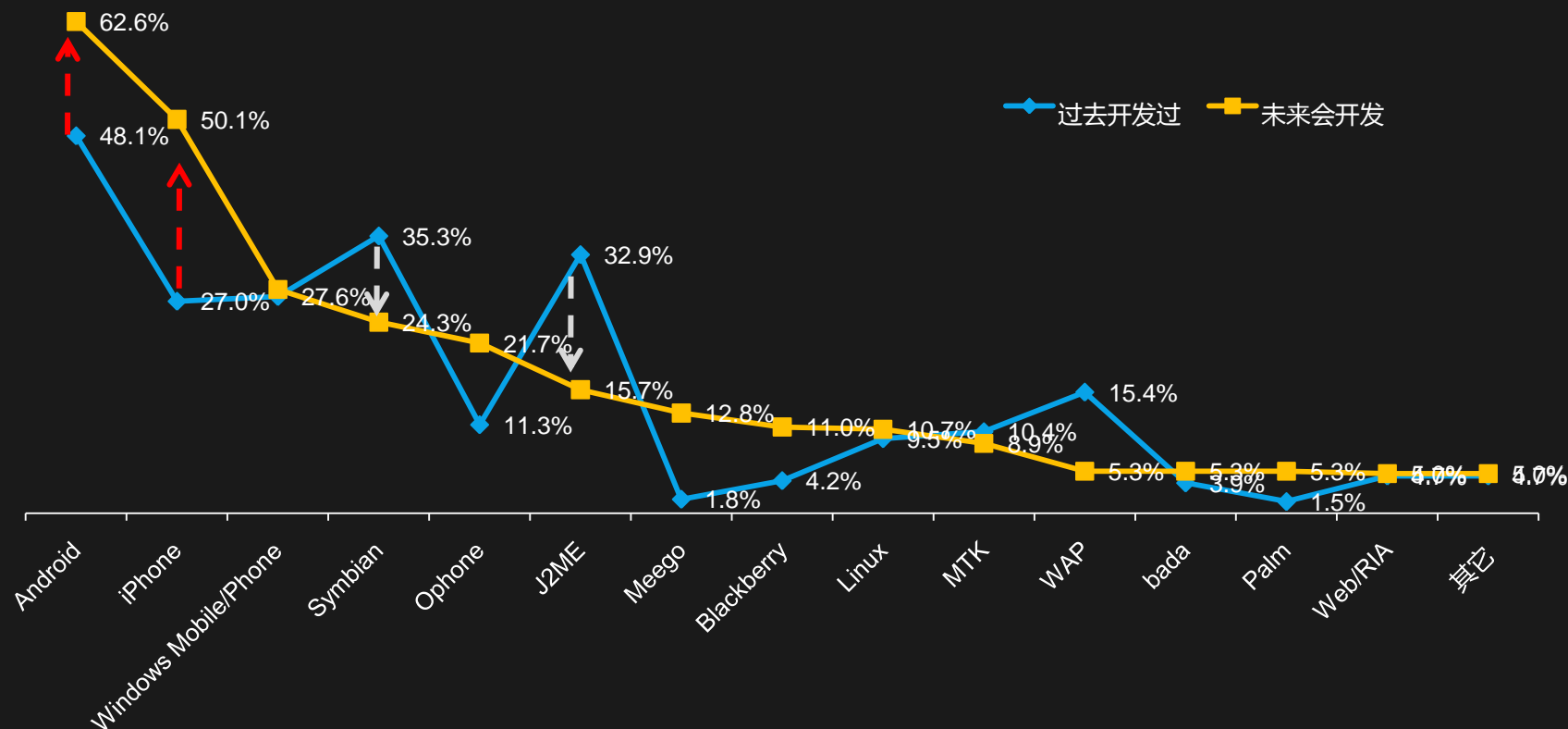


数据来源：DCCI CSDN2010首届中国移动开发者调查  
Copyright ©DCCI 2010 www.dcci.com.cn DCCI互联网数据中心



## Android当之无愧成为移动开发平台的王者，Android、iPhone、WM受瞩目

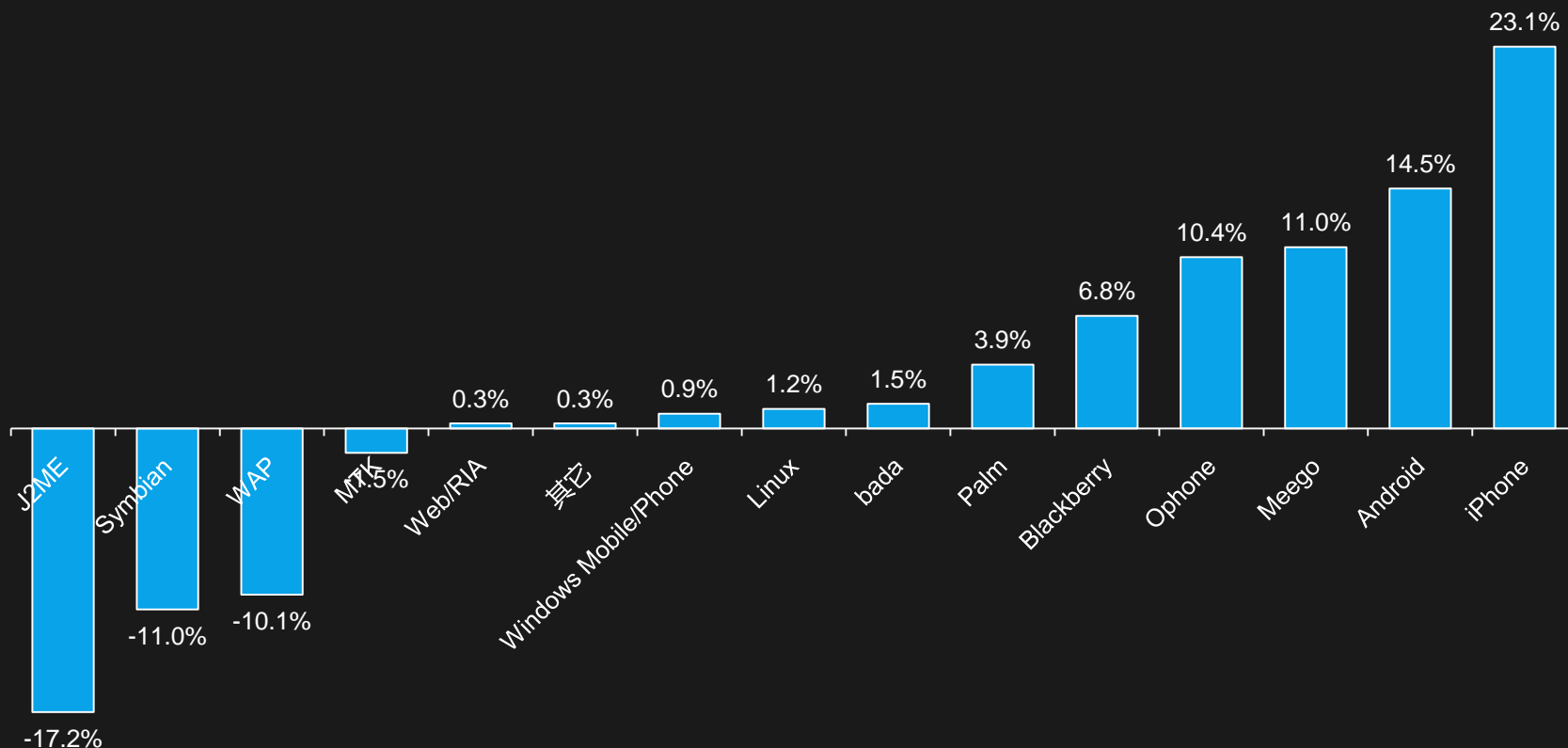
开发者平台选择变化对比



数据来源：DCCI CSDN2010首届中国移动开发者调查  
Copyright ©DCCI 2010 www.dcci.com.cn DCCI互联网数据中心

## J2ME、Symbian大势已去，iPhone、Android双雄竞技

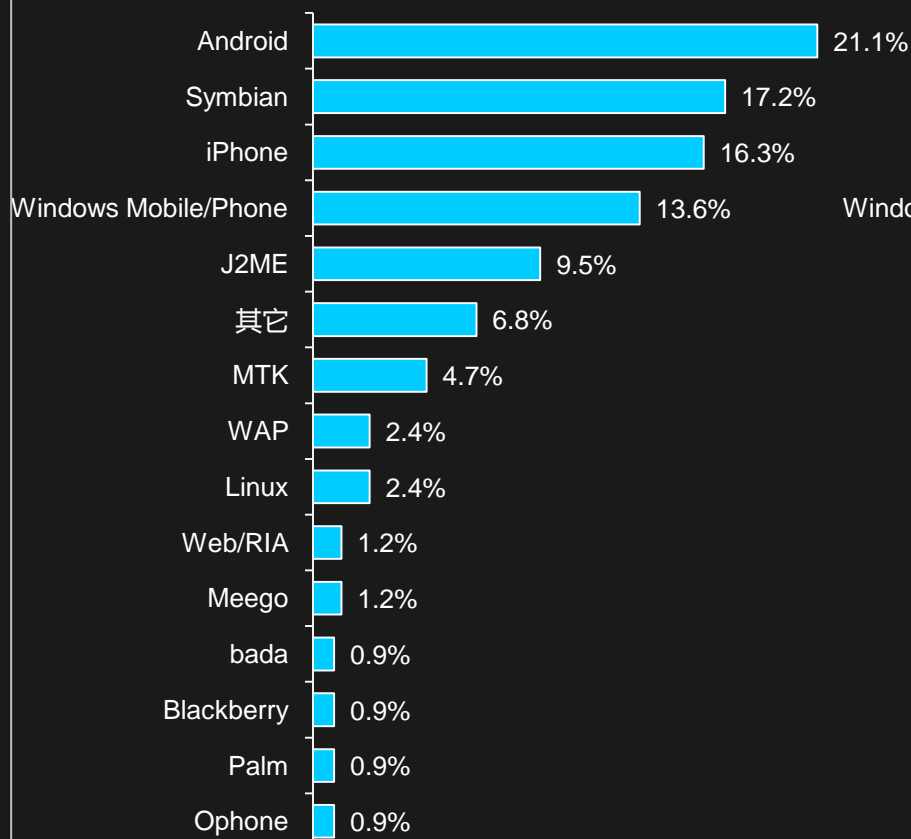
开发者平台选择变化（未来计划VS过去开发）



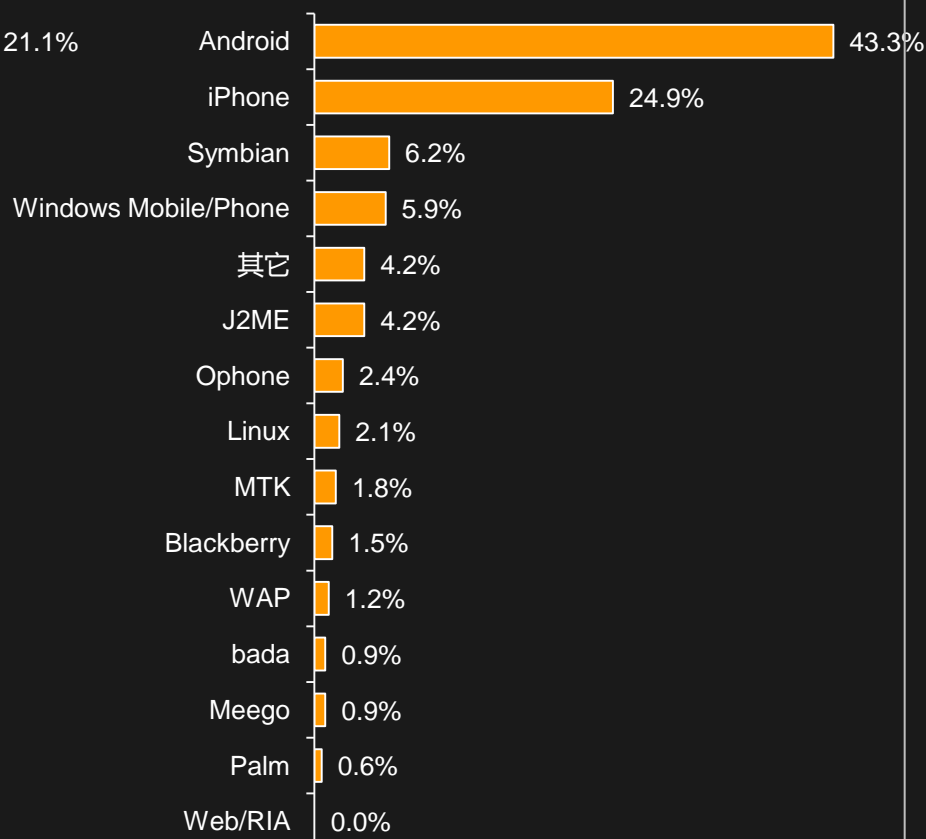
数据来源：DCCI CSDN2010首届中国移动开发者调查  
Copyright ©DCCI 2010 www.dcci.com.cn DCCI互联网数据中心

## 过去一年的移动创富平台，ASIW四平台主导；钱景最好，Android、iPhone

开发者过去一年收入最高的移动平台



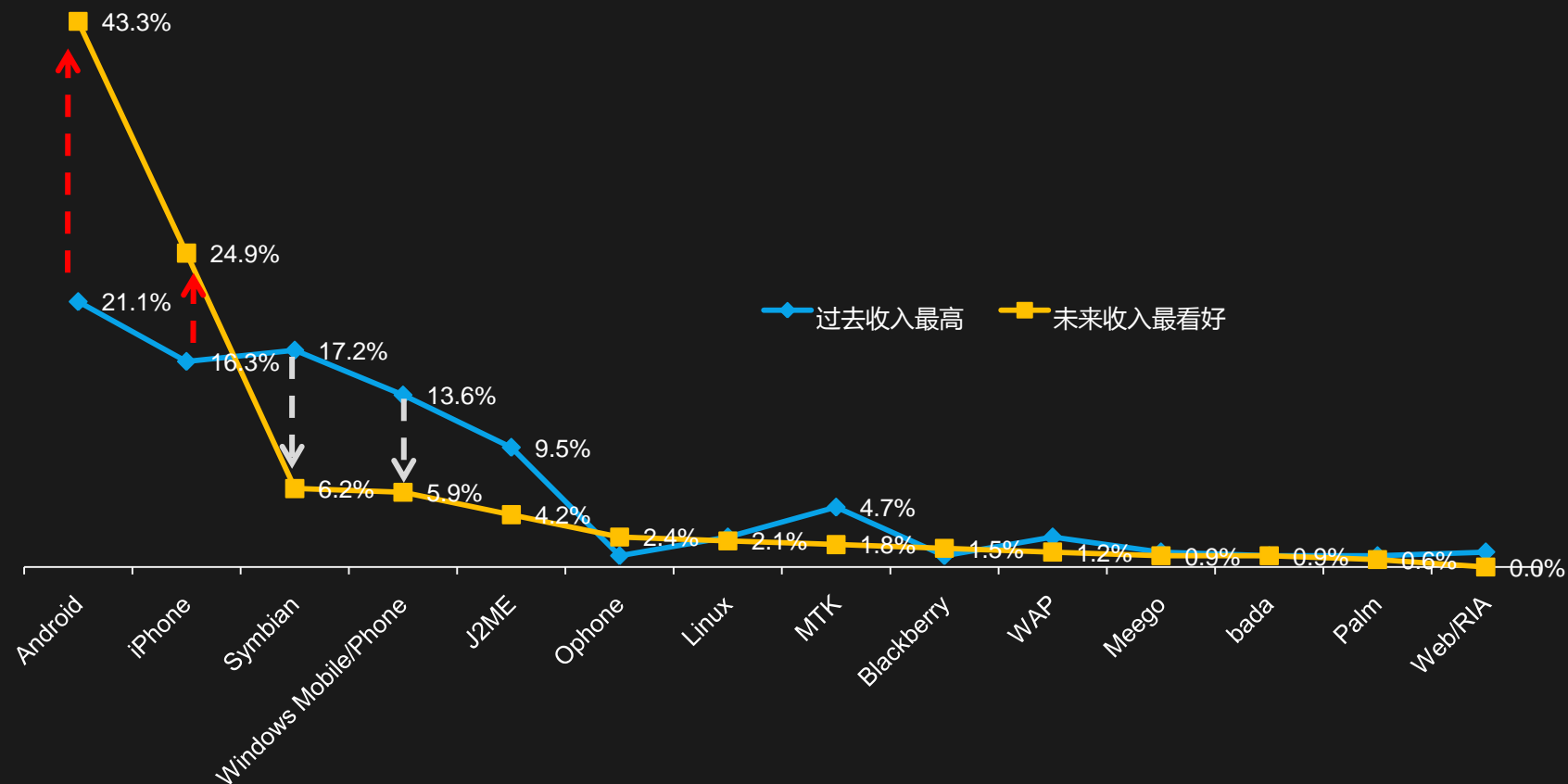
钱景最受开发者看好的平台



数据来源：DCCI CSDN2010首届中国移动开发者调查  
Copyright ©DCCI 2010 www.dcci.com.cn DCCI互联网数据中心

过去一年的移动创富平台，**ASIW**四平台主导；钱景最好，**Android**、**iPhone**

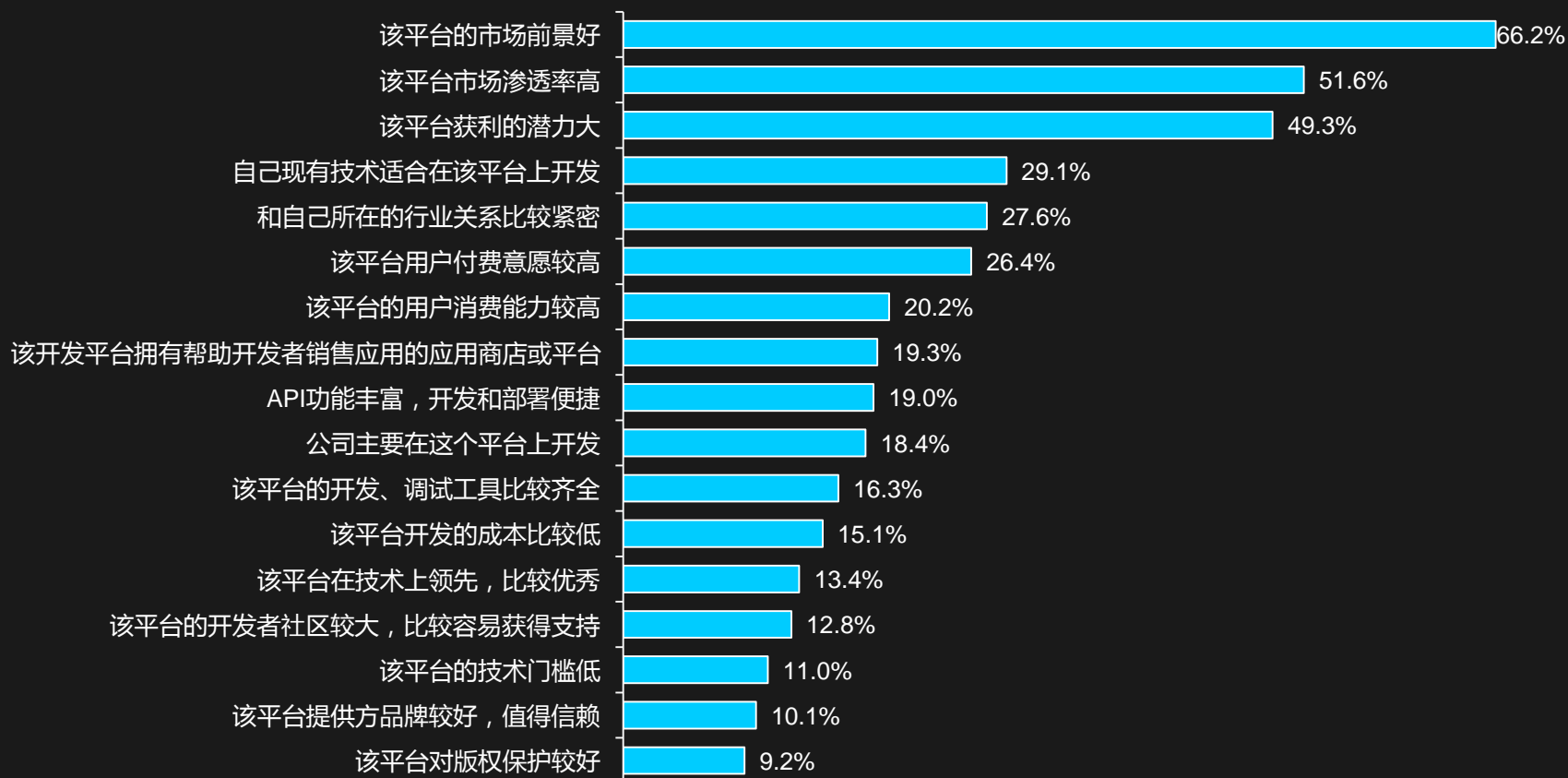
不同平台的收入状况及收入期待



数据来源：DCCI CSDN2010首届中国移动开发者调查  
Copyright ©DCCI 2010 www.dcci.com.cn DCCI互联网数据中心

# 有前景、份额大、获利潜力大是开发者在选择不同的开发平台时最主要的考虑因素

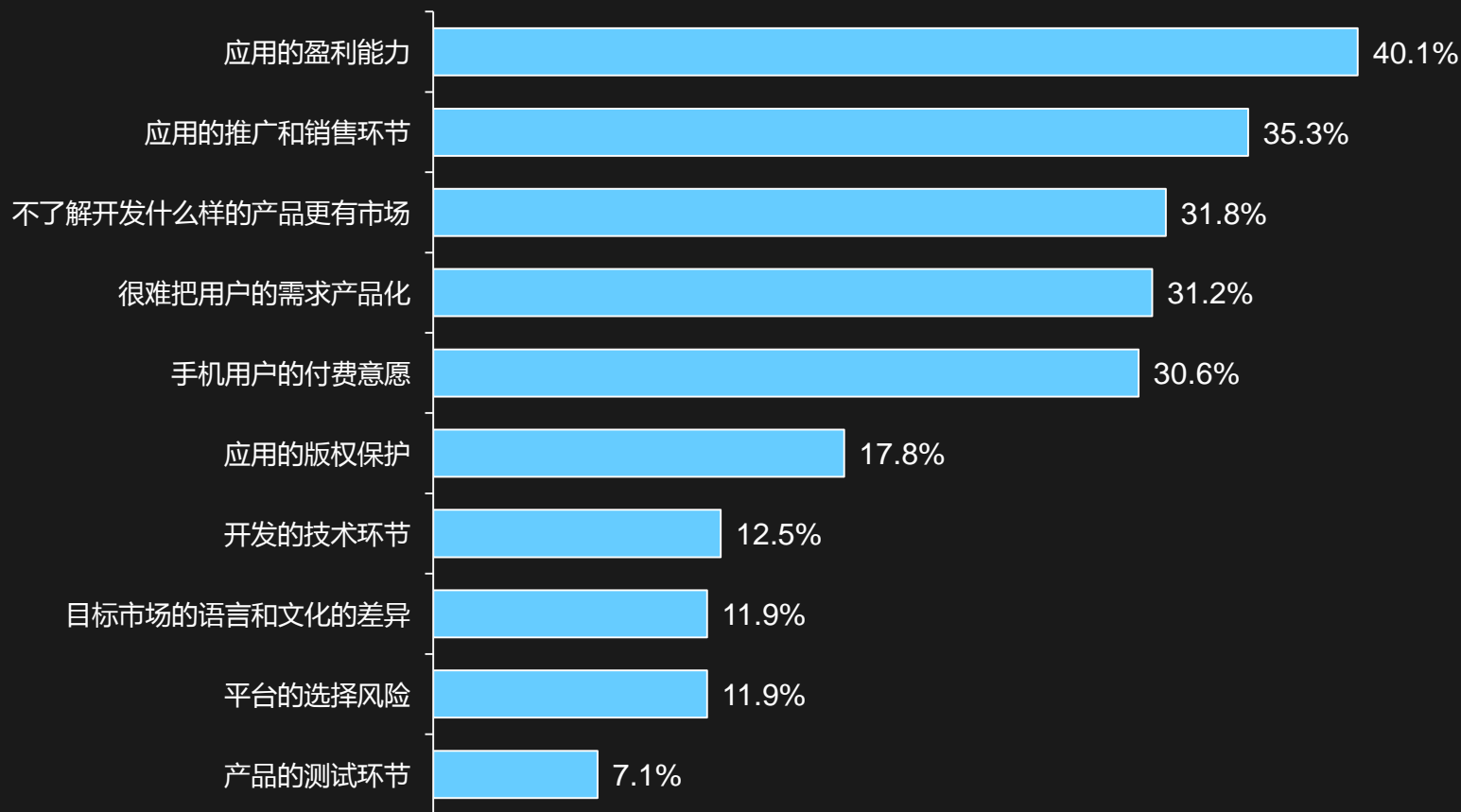
## 开发者选择不同开发平台的考虑因素



数据来源：DCCI CSDN2010首届中国移动开发者调查  
Copyright ©DCCI 2010 www.dcci.com.cn DCCI互联网数据中心

## 应用的盈利能力是移动开发者面临的最大挑战

开发过程中开发者面临的十大挑战



数据来源：DCCI CSDN2010首届中国移动开发者调查  
Copyright ©DCCI 2010 www.dcci.com.cn DCCI互联网数据中心



1. 基本情况

2. 平台选择

**3. 应用类型**

4. 发行渠道

5. 盈利状况

6. 开发者差异

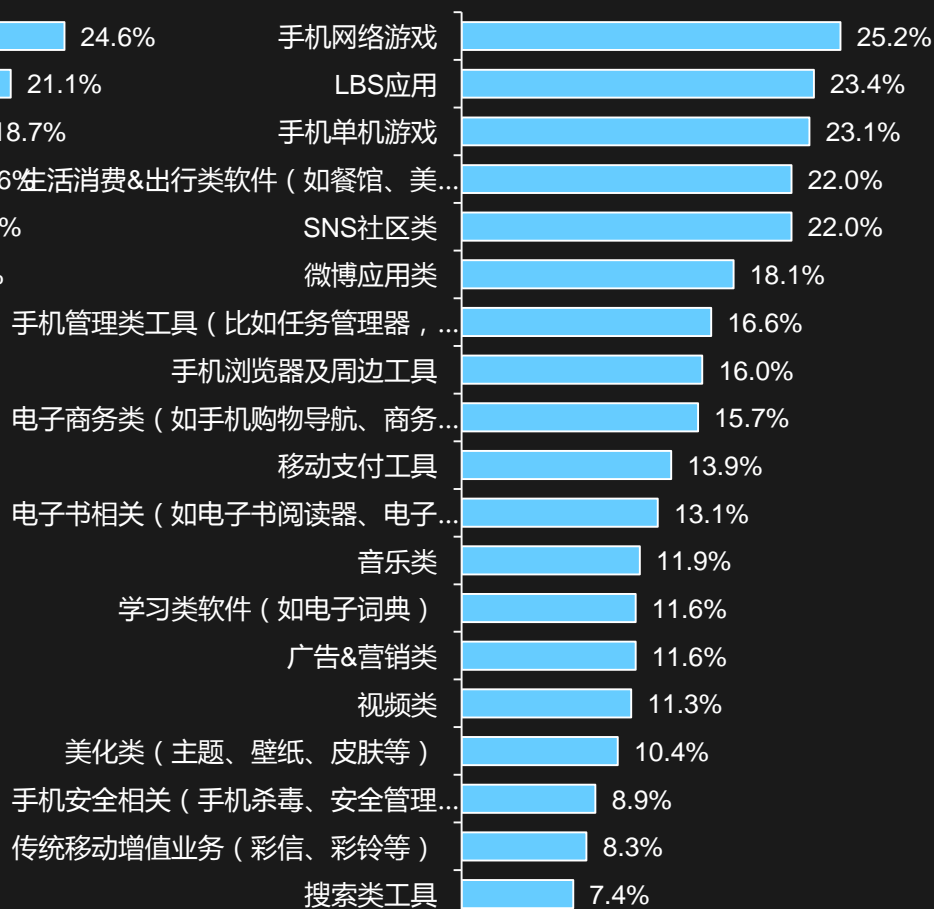
7. 开发平台差异

# 移动应用的开发正在从以手机应用为中心向移动网络应用为中心转移

过去一年开发过的移动应用类型



未来打算开发的移动应用类型

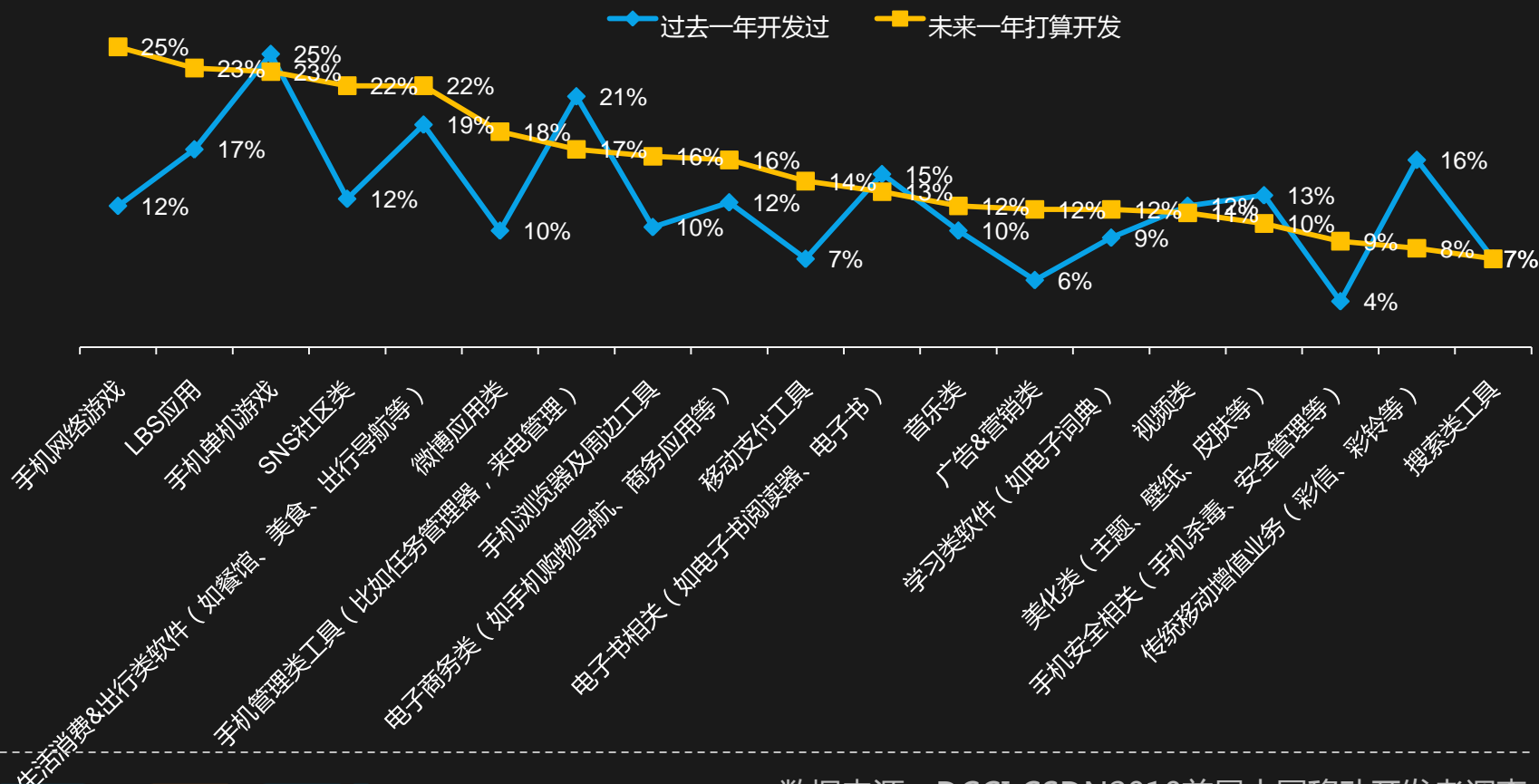


数据来源：DCCI CSDN2010首届中国移动开发者调查  
Copyright ©DCCI 2010 www.dcci.com.cn DCCI互联网数据中心



# 移动应用的开发正在从以手机应用为中心向移动网络应用为中心转移

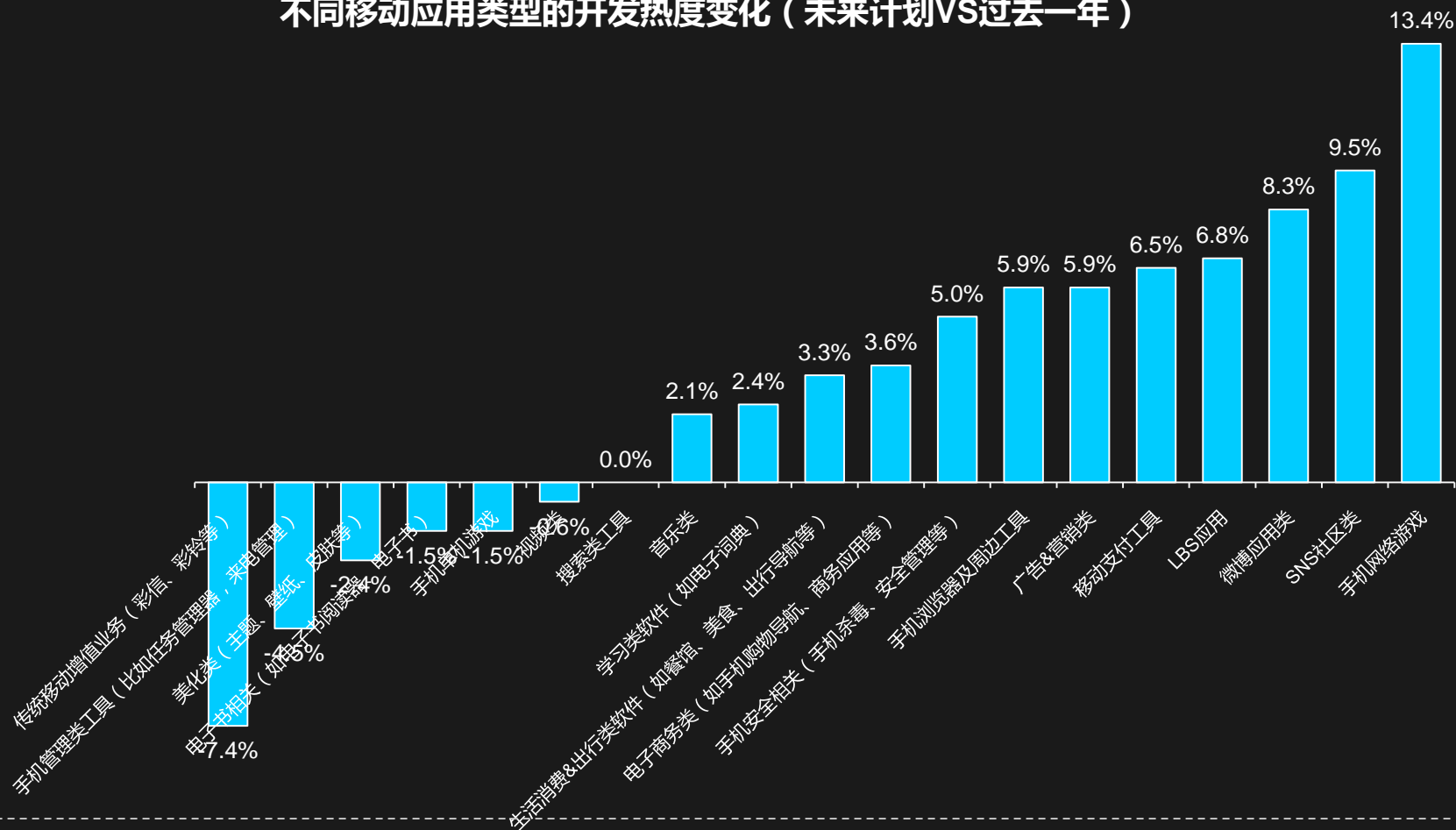
## 开发者开发过的移动应用类型现状及计划



数据来源：DCCI CSDN2010首届中国移动开发者调查  
Copyright ©DCCI 2010 www.dcci.com.cn DCCI互联网数据中心

## 开发者未来加大力度开发的应用类型呈现**网络化、娱乐化、社区化、位置化**趋势

不同移动应用类型的开发热度变化（未来计划VS过去一年）



数据来源：DCCI CSDN2010首届中国移动开发者调查  
Copyright ©DCCI 2010 www.dcci.com.cn DCCI互联网数据中心



1. 基本情况

2. 平台选择

3. 应用类型

**4. 发行渠道**

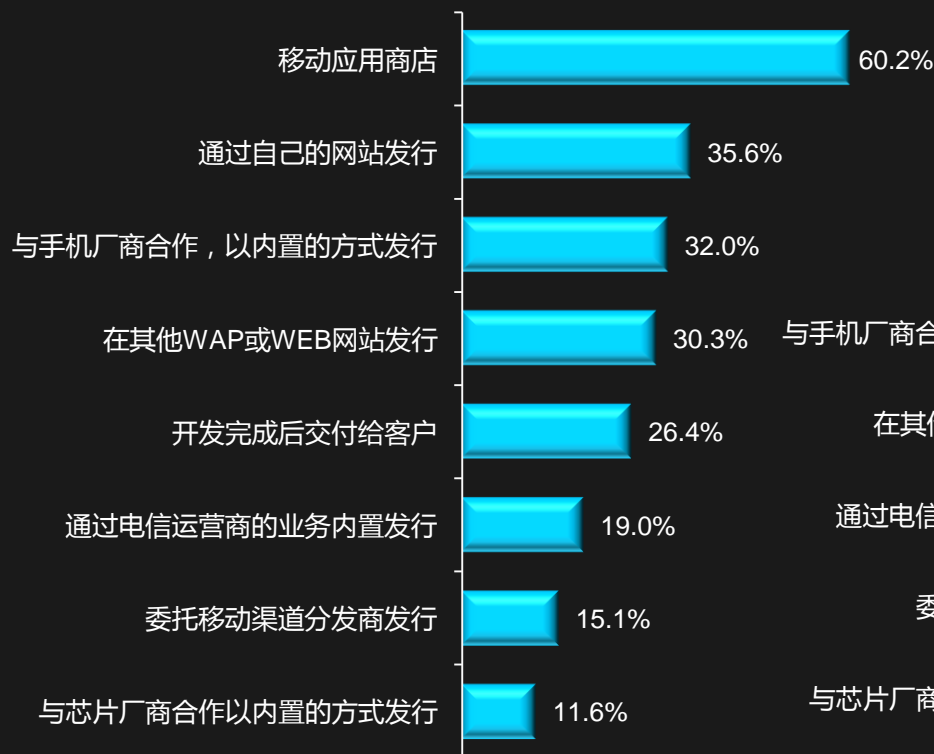
5. 盈利状况

6. 开发者差异

7. 开发平台差异

## 移动应用商店成开发者最主流的发行渠道，1/3开发者满意应用商店的收入情况

### 开发者移动应用的发行渠道



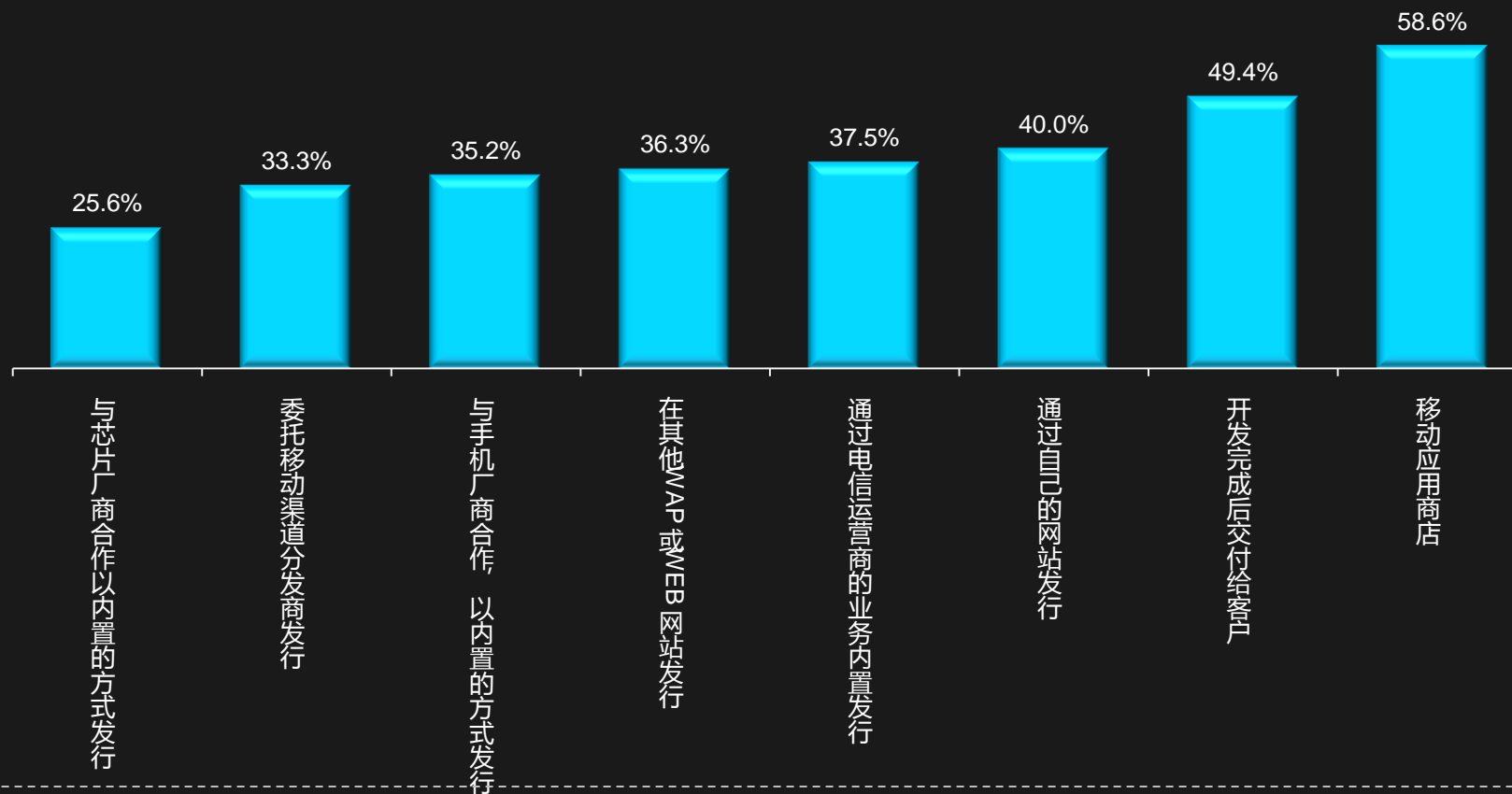
### 开发者收入最满意的移动应用发行渠道



数据来源：DCCI CSDN2010首届中国移动开发者调查  
Copyright ©DCCI 2010 www.dcci.com.cn DCCI互联网数据中心

## 使用过不同的发行渠道中，开发者对**移动应用商店**收入满意度最高

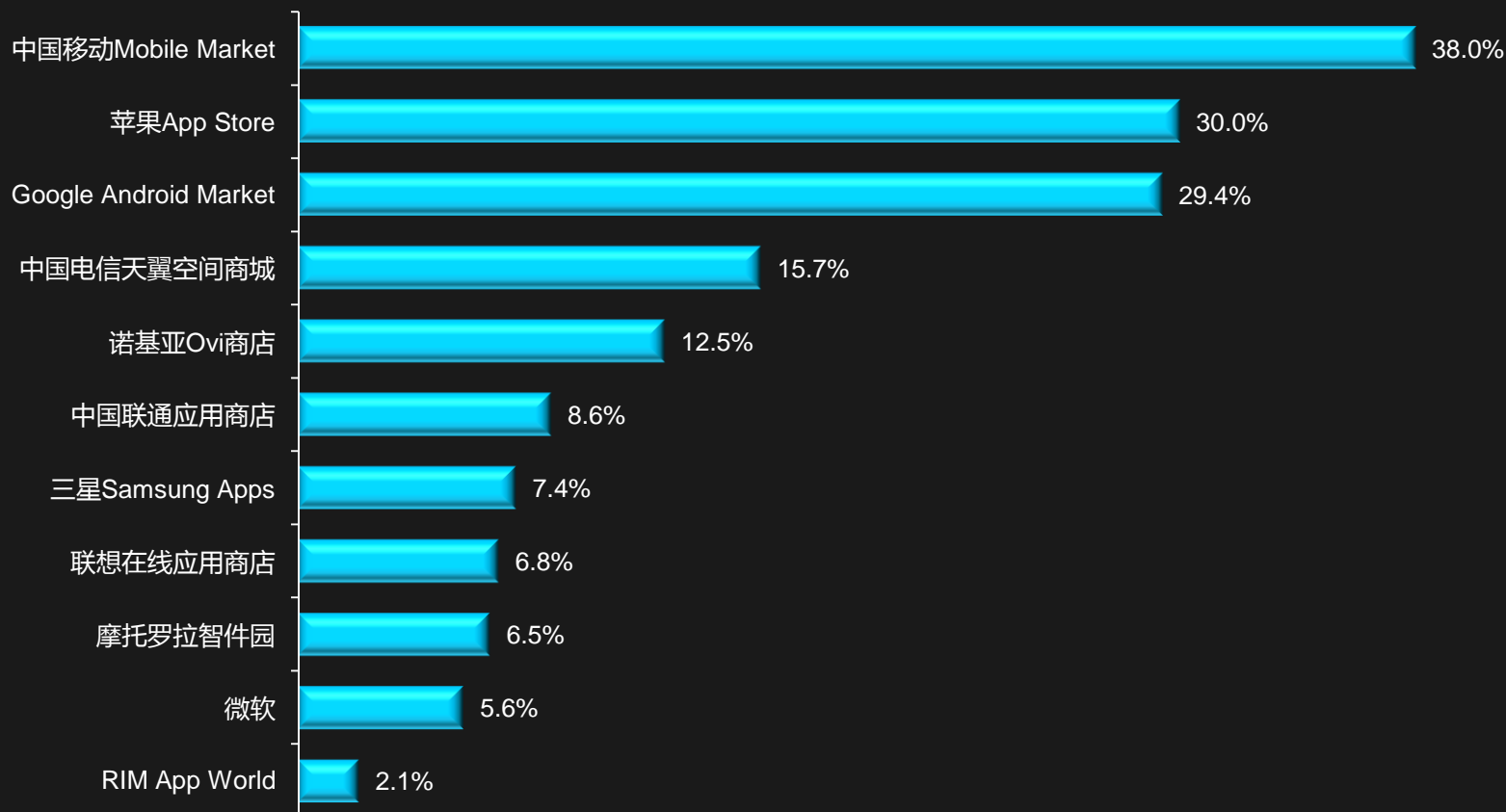
开发者对不同应用发行渠道的满意率



数据来源：DCCI CSDN2010首届中国移动开发者调查  
Copyright ©DCCI 2010 www.dcci.com.cn DCCI互联网数据中心

## 中国移动MM、苹果APPS和谷歌的安致市场是开发者使用过的三大应用商店

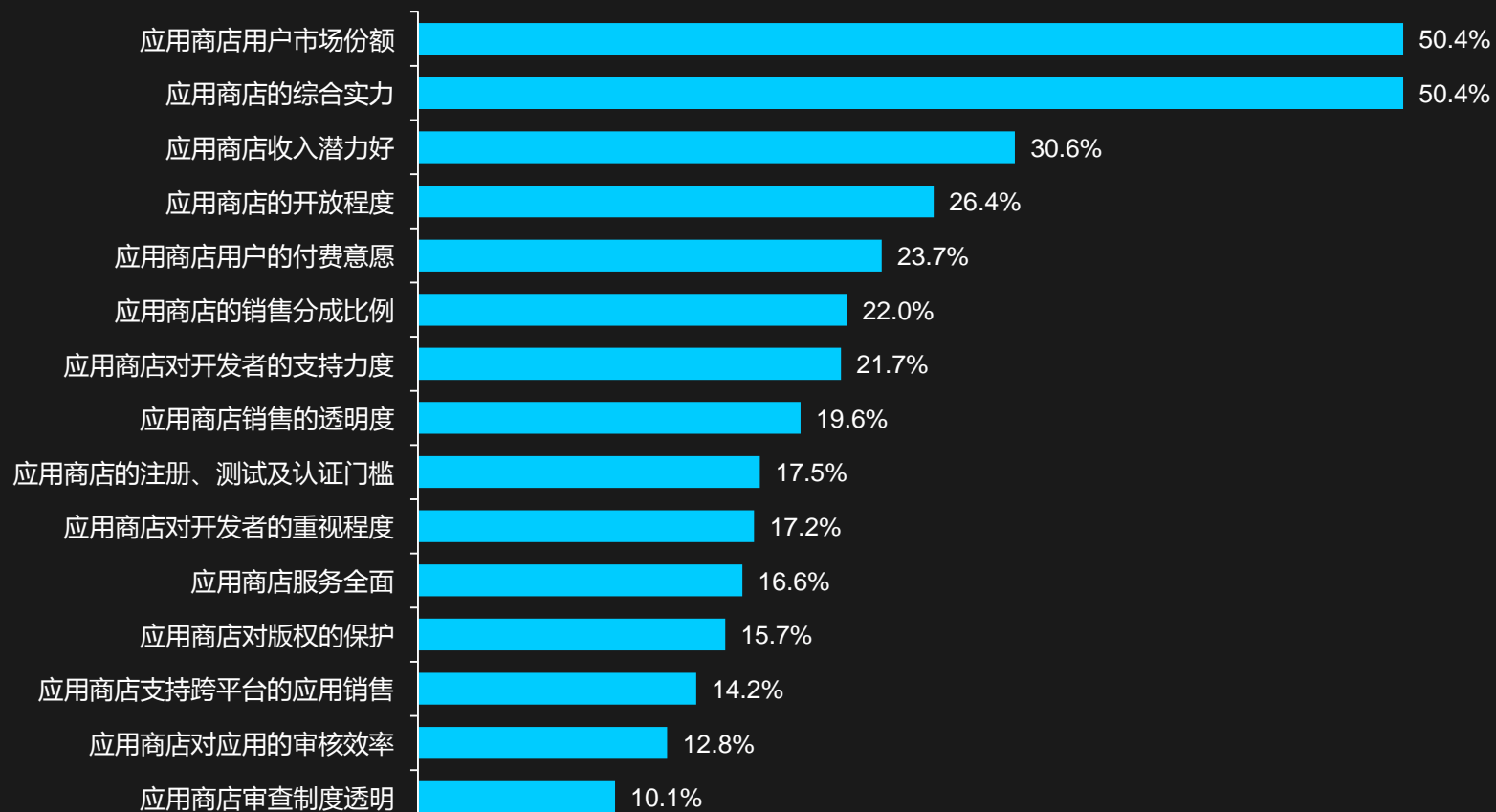
开发者使用过的应用商店情况



数据来源：DCCI CSDN2010首届中国移动开发者调查  
Copyright ©DCCI 2010 www.dcci.com.cn DCCI互联网数据中心

# 应用商店的用户市场份额和综合实力是开发者选择应用商店的最重要考虑因素

选择不同应用商店的考虑因素



数据来源：DCCI CSDN2010首届中国移动开发者调查  
Copyright ©DCCI 2010 www.dcci.com.cn DCCI互联网数据中心



1. 基本情况

2. 平台选择

3. 应用类型

4. 发行渠道

**5. 盈利状况**

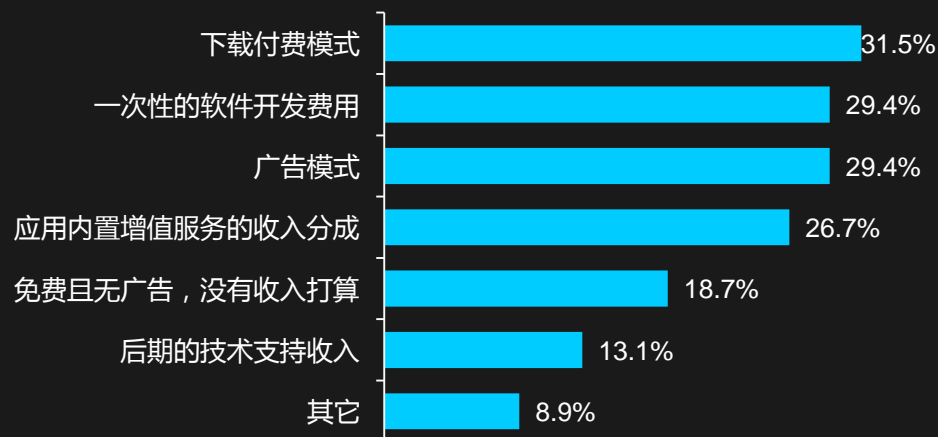
6. 开发者差异

7. 开发平台差异

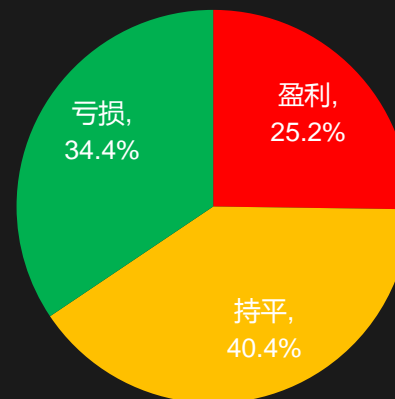


## 盈利水平，喜忧参半，多数开发者/团队/公司年收入在10万以下

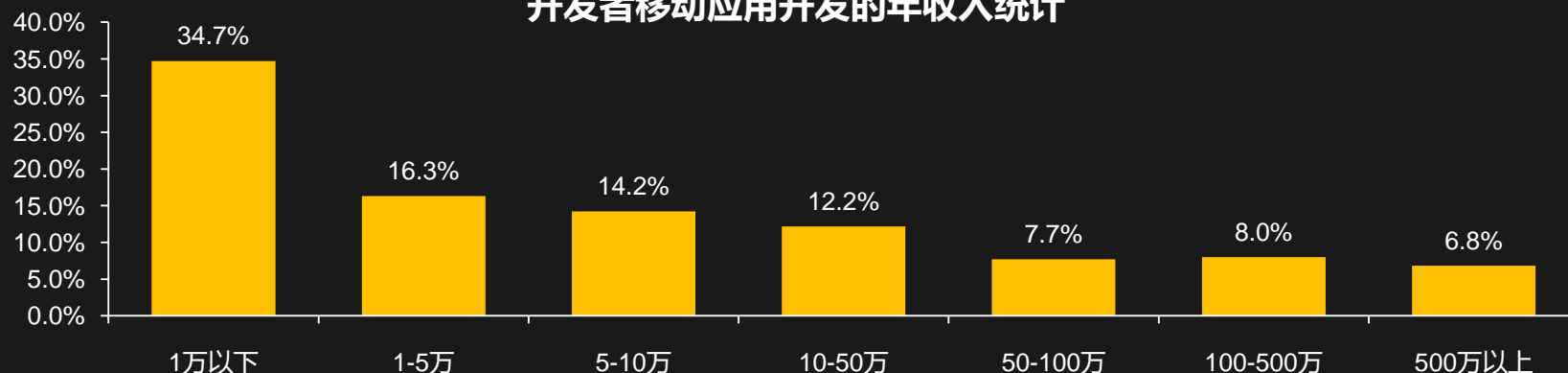
### 移动应用的主要盈利模式



### 开发者在移动应用领域的盈利状况



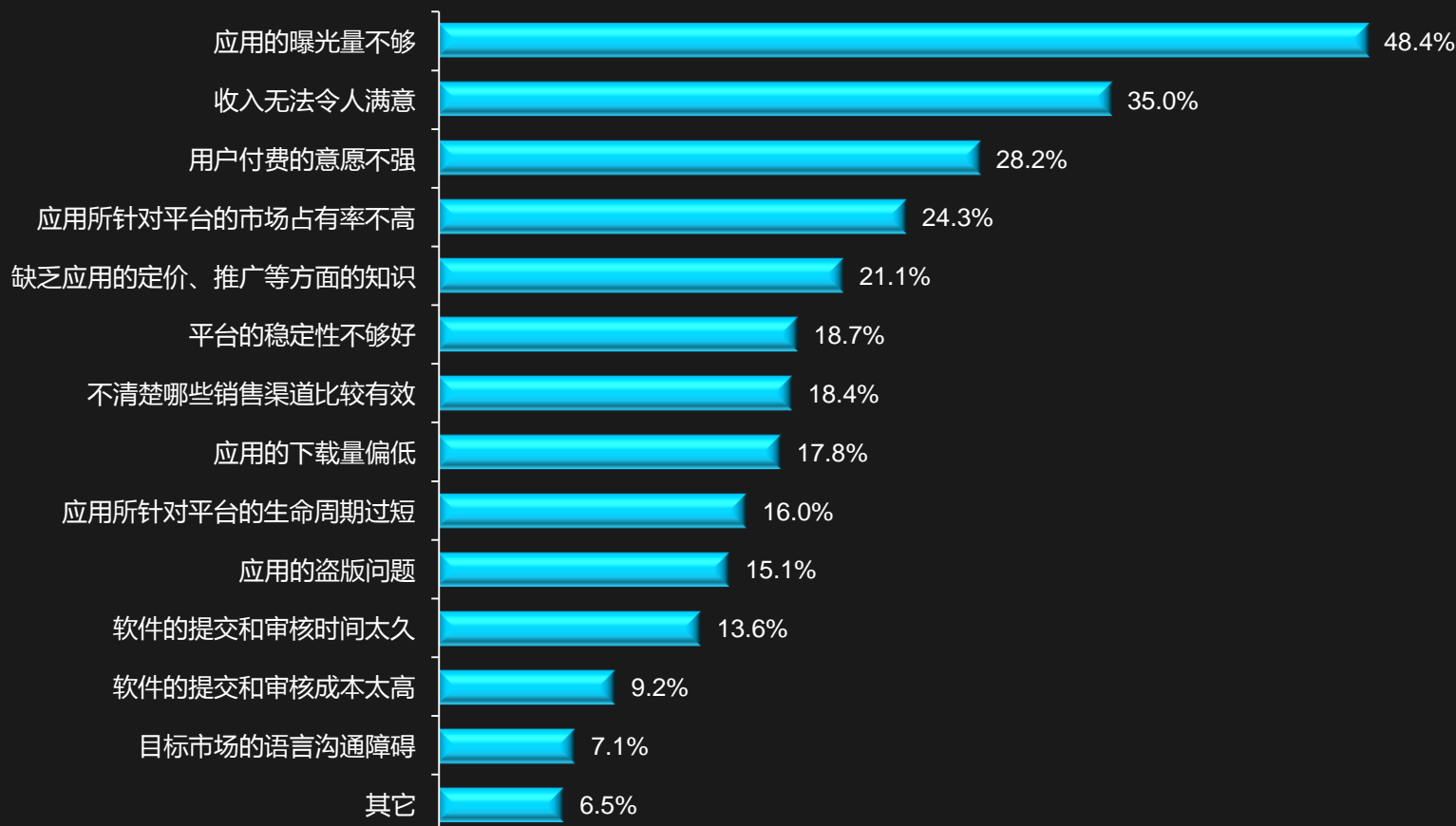
### 开发者移动应用开发的年收入统计



数据来源：DCCI CSDN2010首届中国移动开发者调查  
Copyright ©DCCI 2010 www.dcci.com.cn DCCI互联网数据中心

## 应用的曝光量、收入、用户付费意愿是开发者面临的最大的销售和推广挑战

开发者在应用销售和推广方面的挑战



数据来源：DCCI CSDN2010首届中国移动开发者调查  
Copyright ©DCCI 2010 www.dcci.com.cn DCCI互联网数据中心



1. 基本情况

2. 平台选择

3. 应用类型

4. 发行渠道

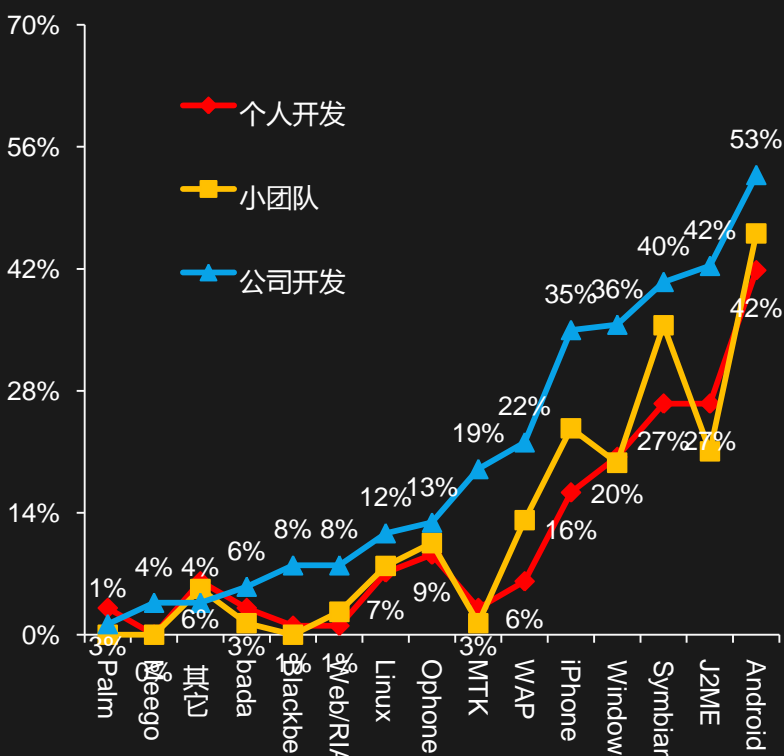
5. 盈利状况

**6. 开发者差异**

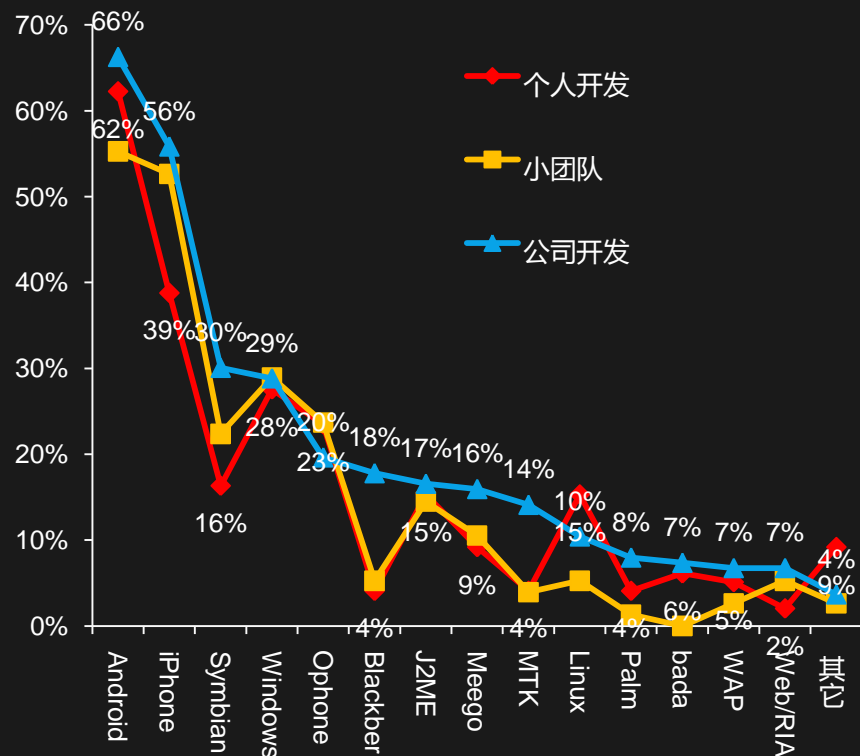
7. 开发平台差异

# Android呈平民大众气质，iPhone开发以公司开发和团队开发居多，呈现精英气质

## 不同开发者过去一年使用过的开发平台



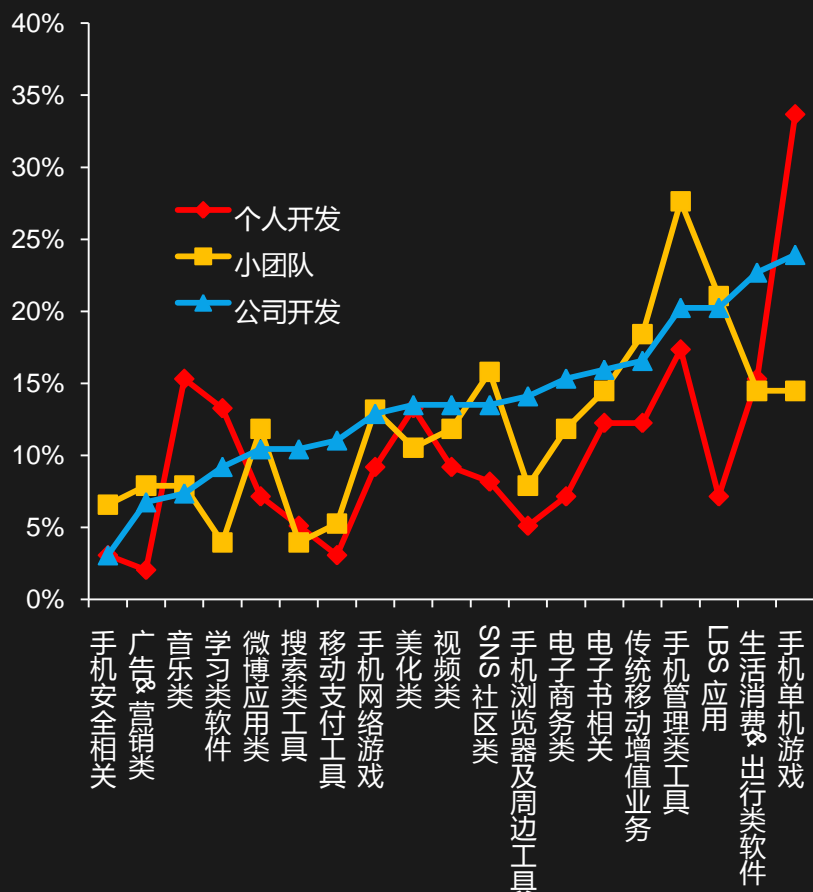
## 不同开发者未来一年打算开发的平台



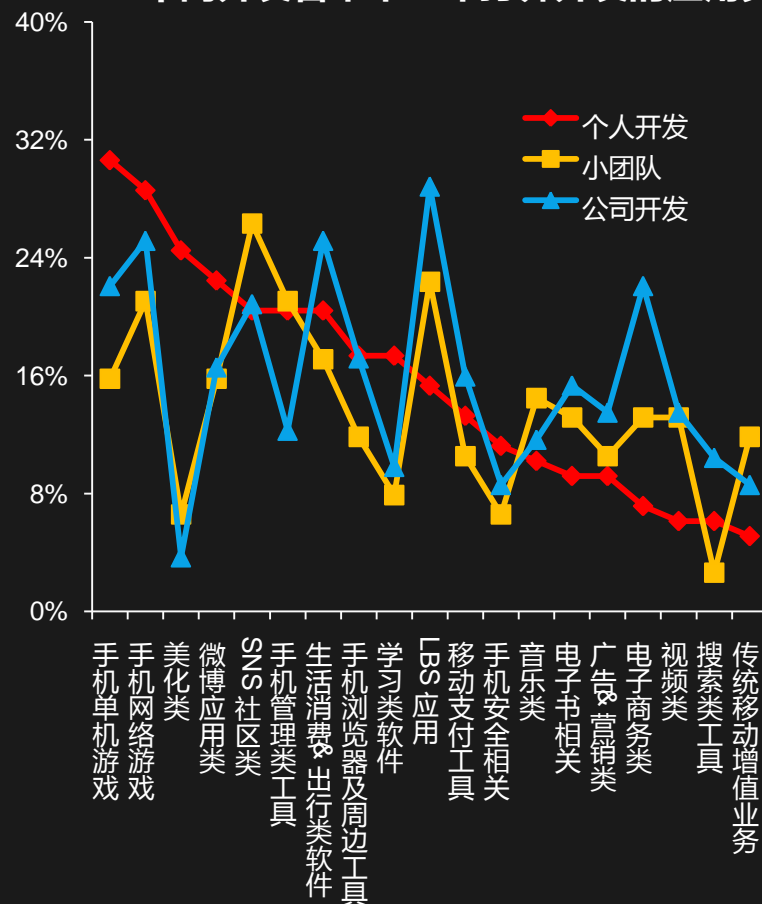
数据来源：DCCI CSDN2010首届中国移动开发者调查  
Copyright ©DCCI 2010 www.dcci.com.cn DCCI互联网数据中心

## 公司开发者涉及的应用类型较广，个人及小团队则聚焦在特定的应用类型

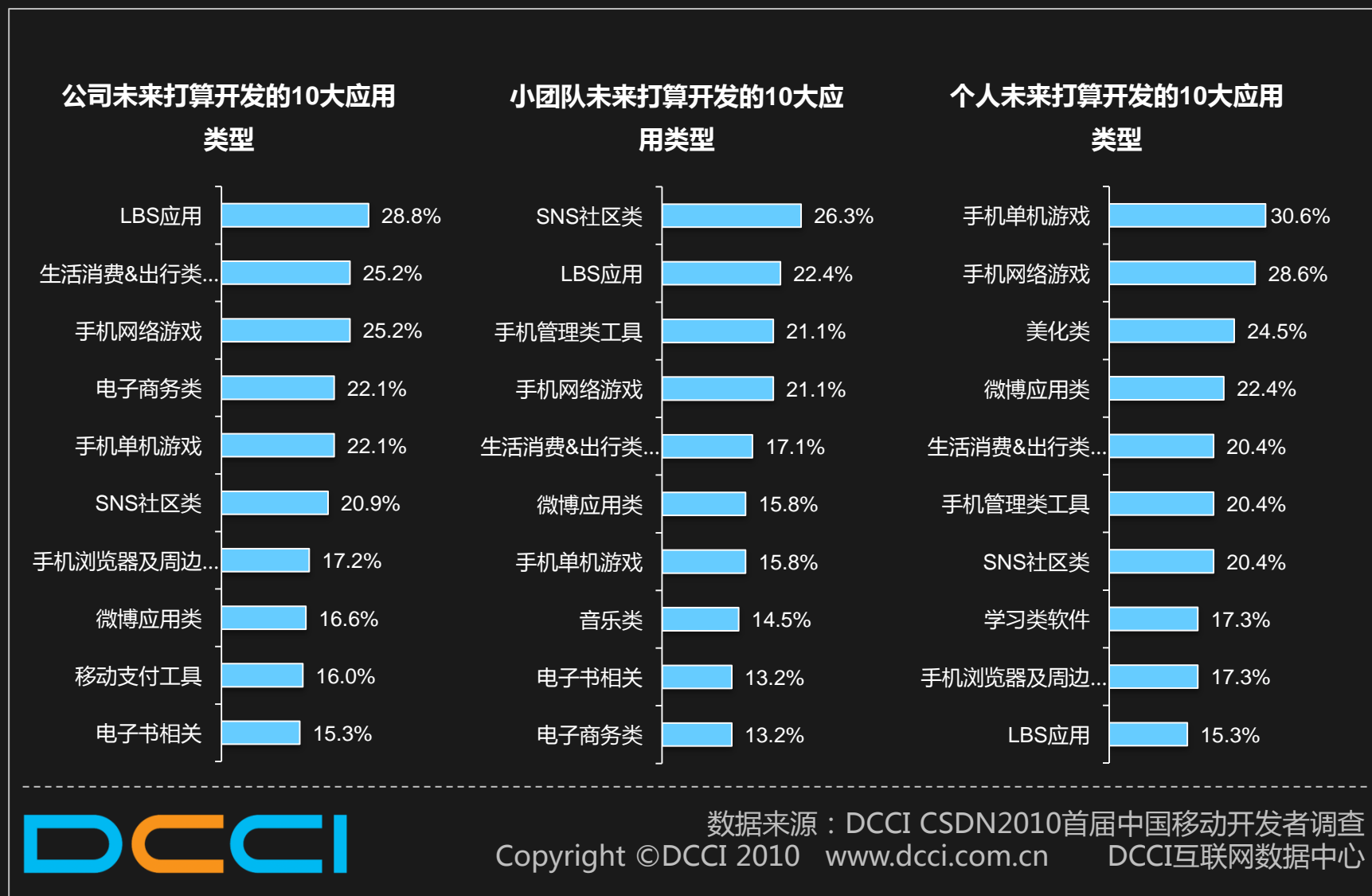
不同开发者过去一年开发的应用类型



不同开发者未来一年打算开发的应用类型

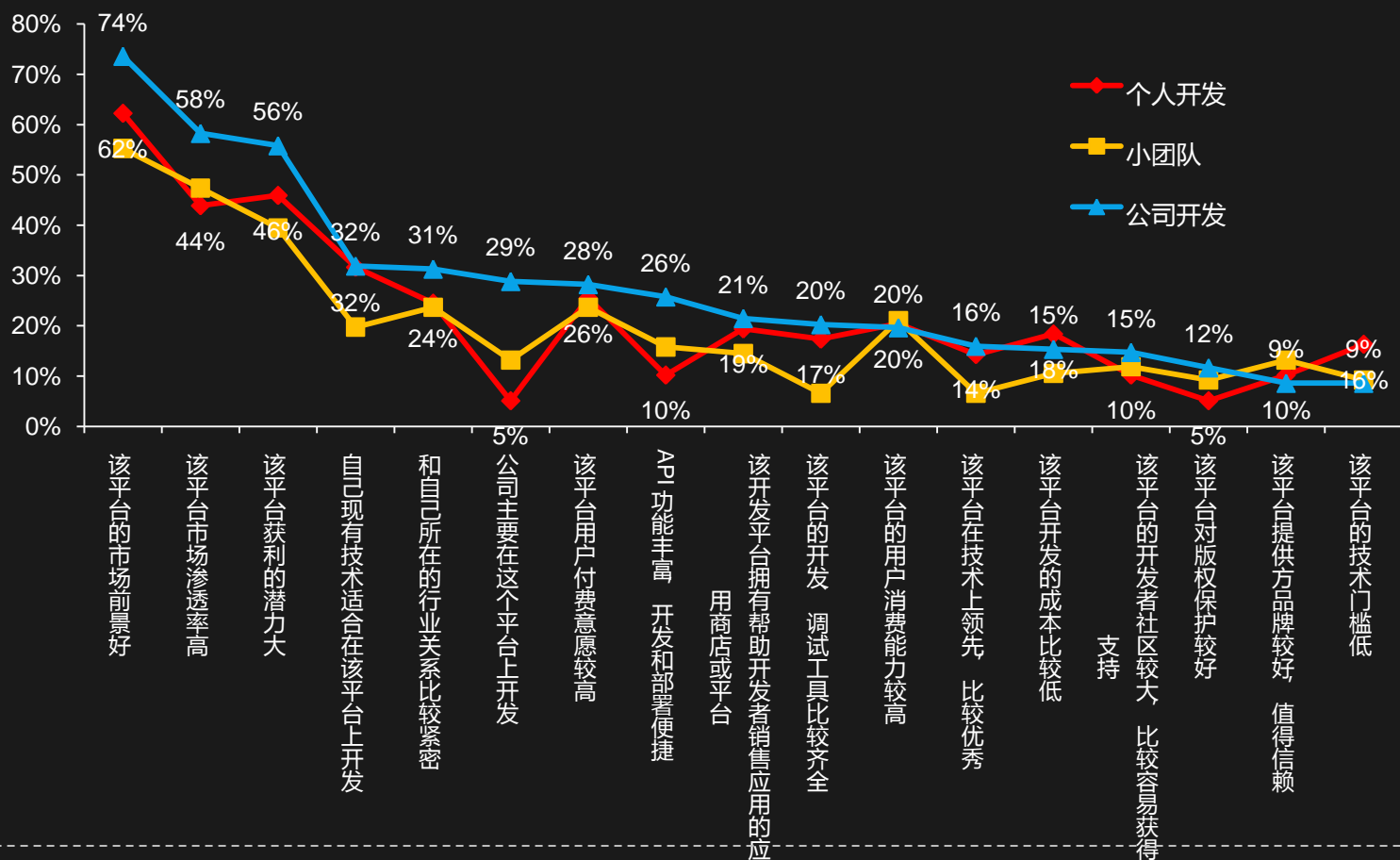


# LBS名列公司开发者打算开发的第一应用类型，SNS社区为小团队打算开发首位，手机单机游戏则为个人开发者开发的第一位



## 不同开发者选择平台时考虑的因素类似

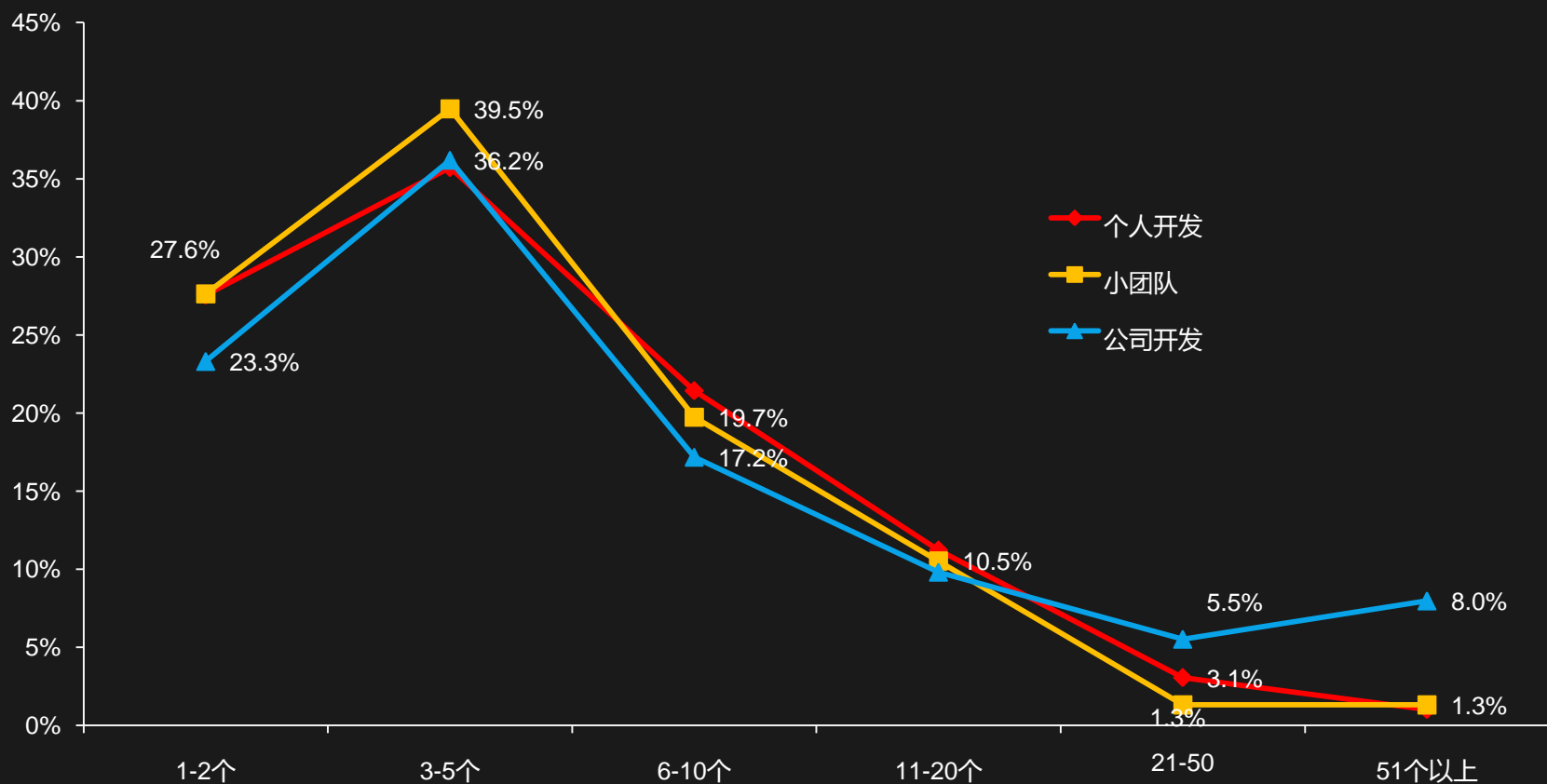
不同开发者选择不同开发平台的考虑因素差异



数据来源：DCCI CSDN2010首届中国移动开发者调查  
Copyright ©DCCI 2010 www.dcci.com.cn DCCI互联网数据中心

## 公司开发者的应用开发数量相对较高

不同类型开发者开发的应用数量分布

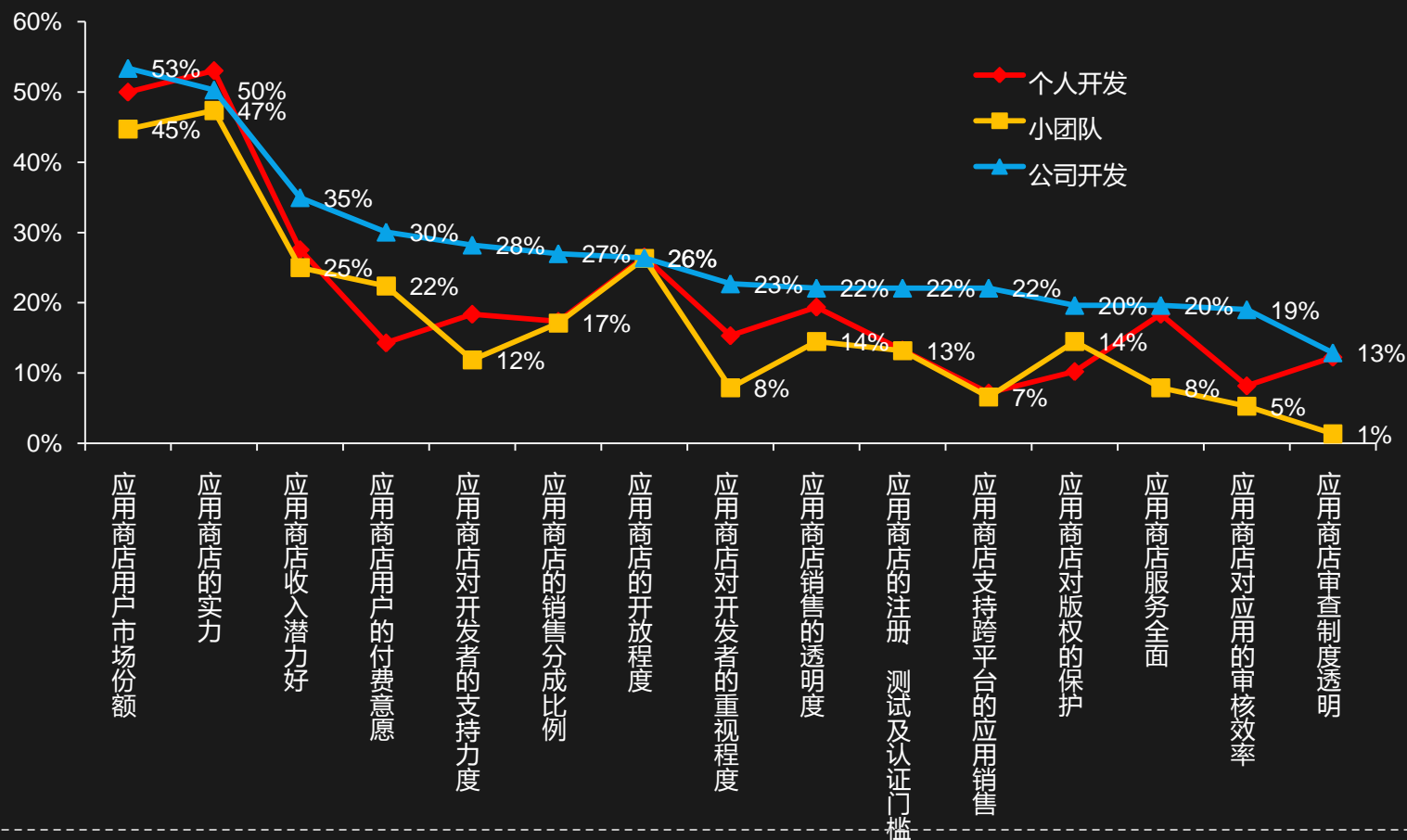


数据来源：DCCI CSDN2010首届中国移动开发者调查  
Copyright ©DCCI 2010 www.dcci.com.cn DCCI互联网数据中心



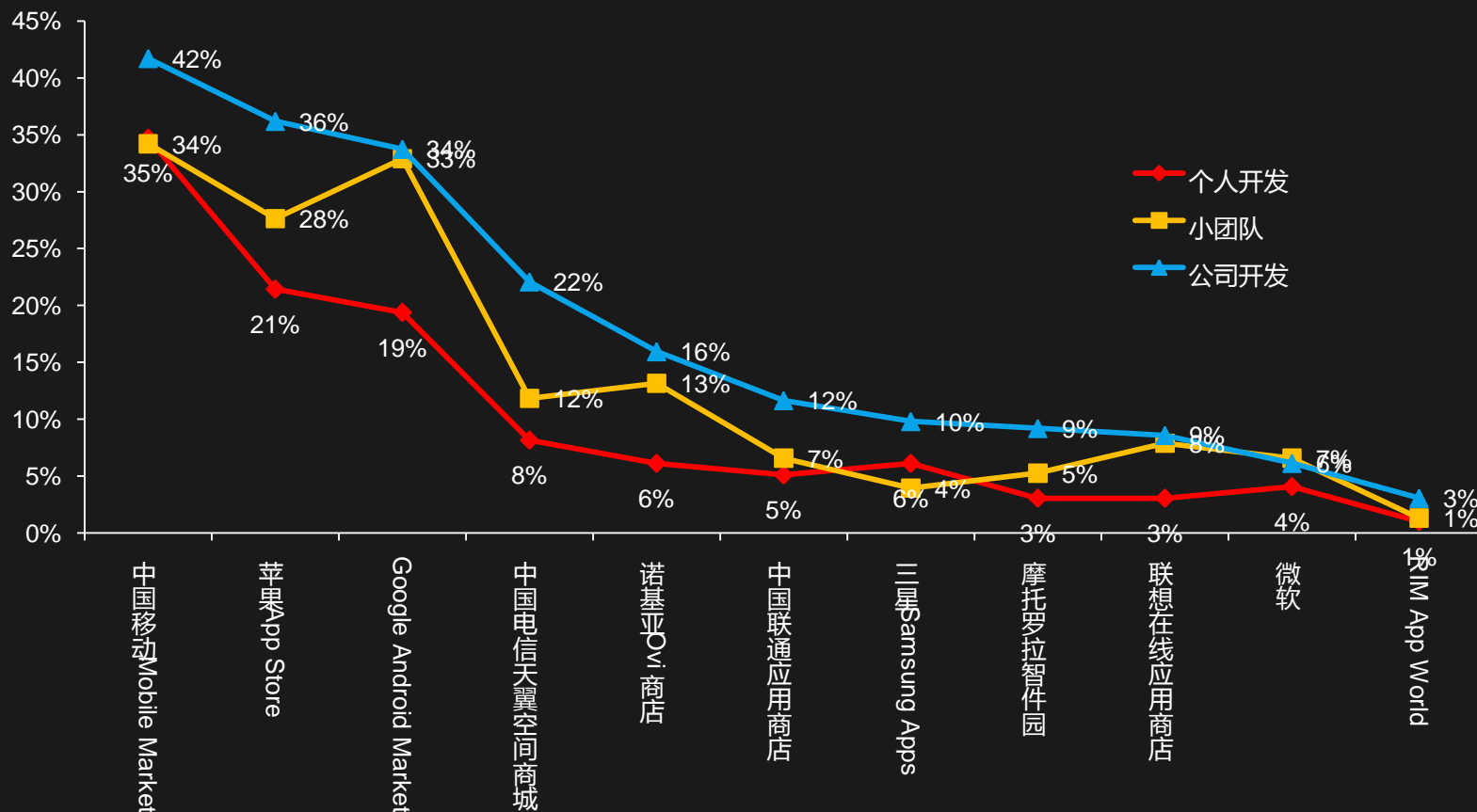
## 公司开发者在选择应用商店时，考虑的因素比较全面，对应用商店的要求更高些

不同开发者选择应用商店渠道的考虑因素

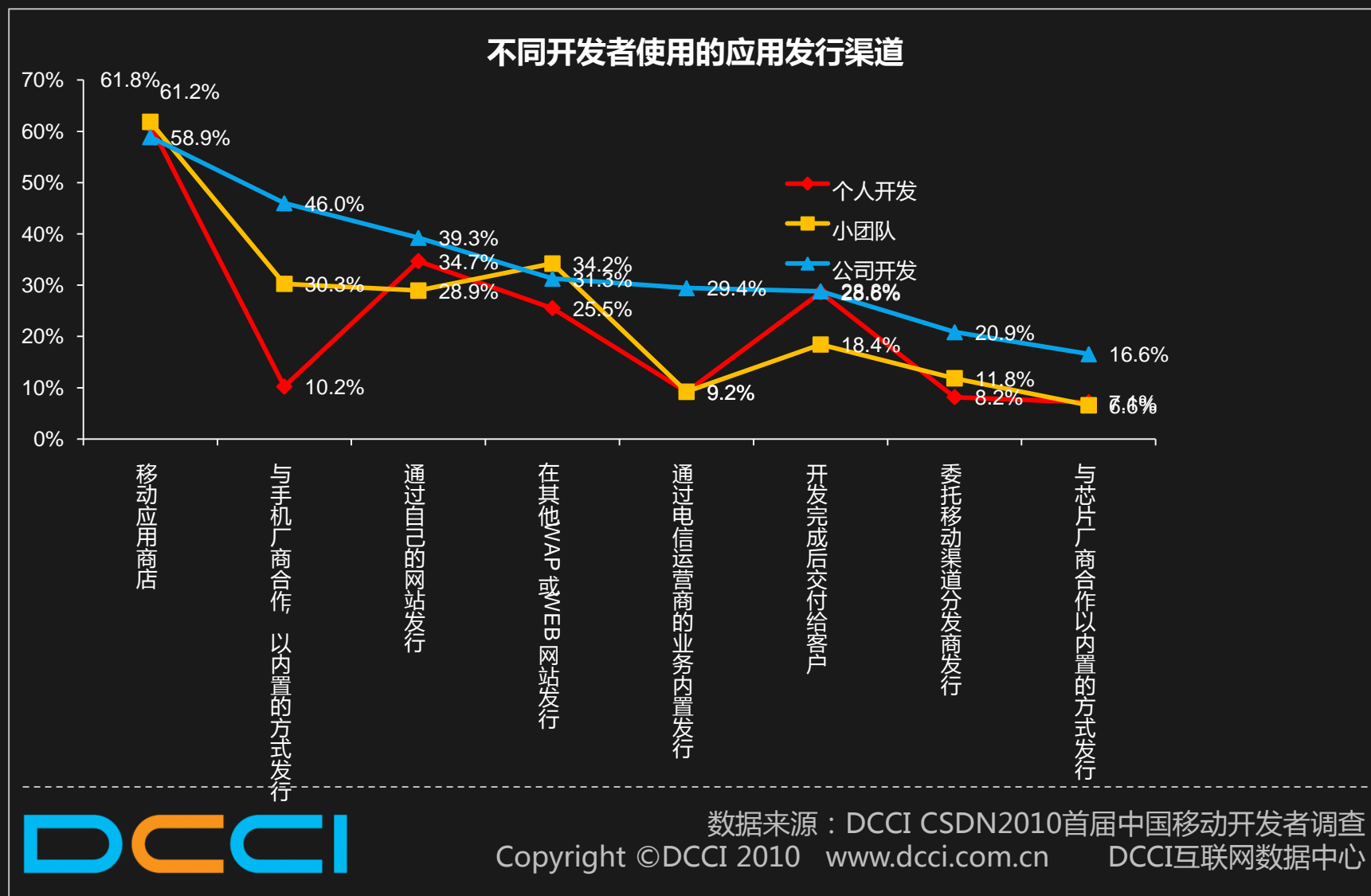


## 公司开发者对不同应用商店的使用率较高，不同开发者在使用应用商店上存在差异

不同开发者使用过的应用商店类型

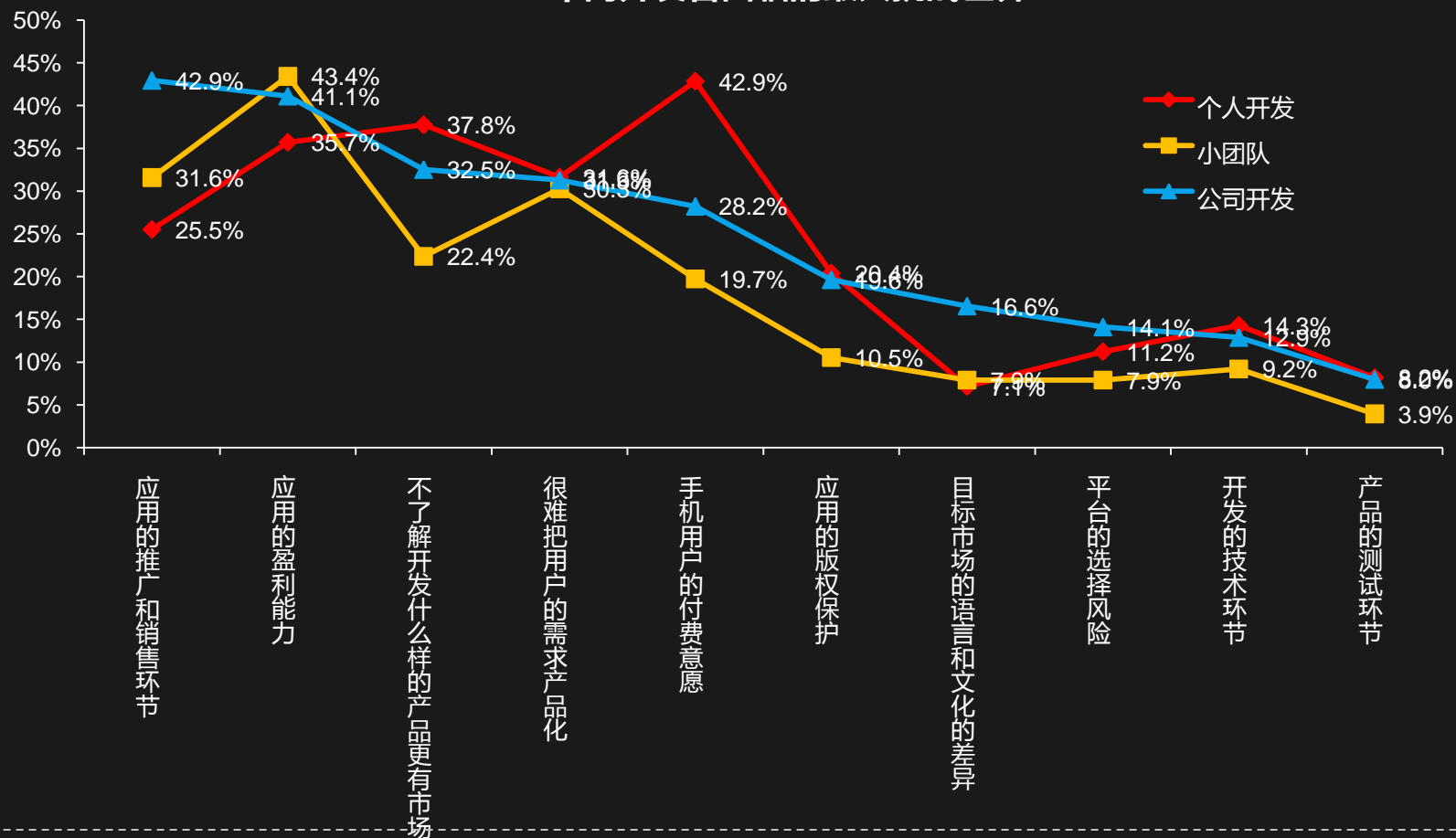


# 公司开发者对应用不同发行渠道利用率较高，移动应用商店为个人开发者提供了舞台

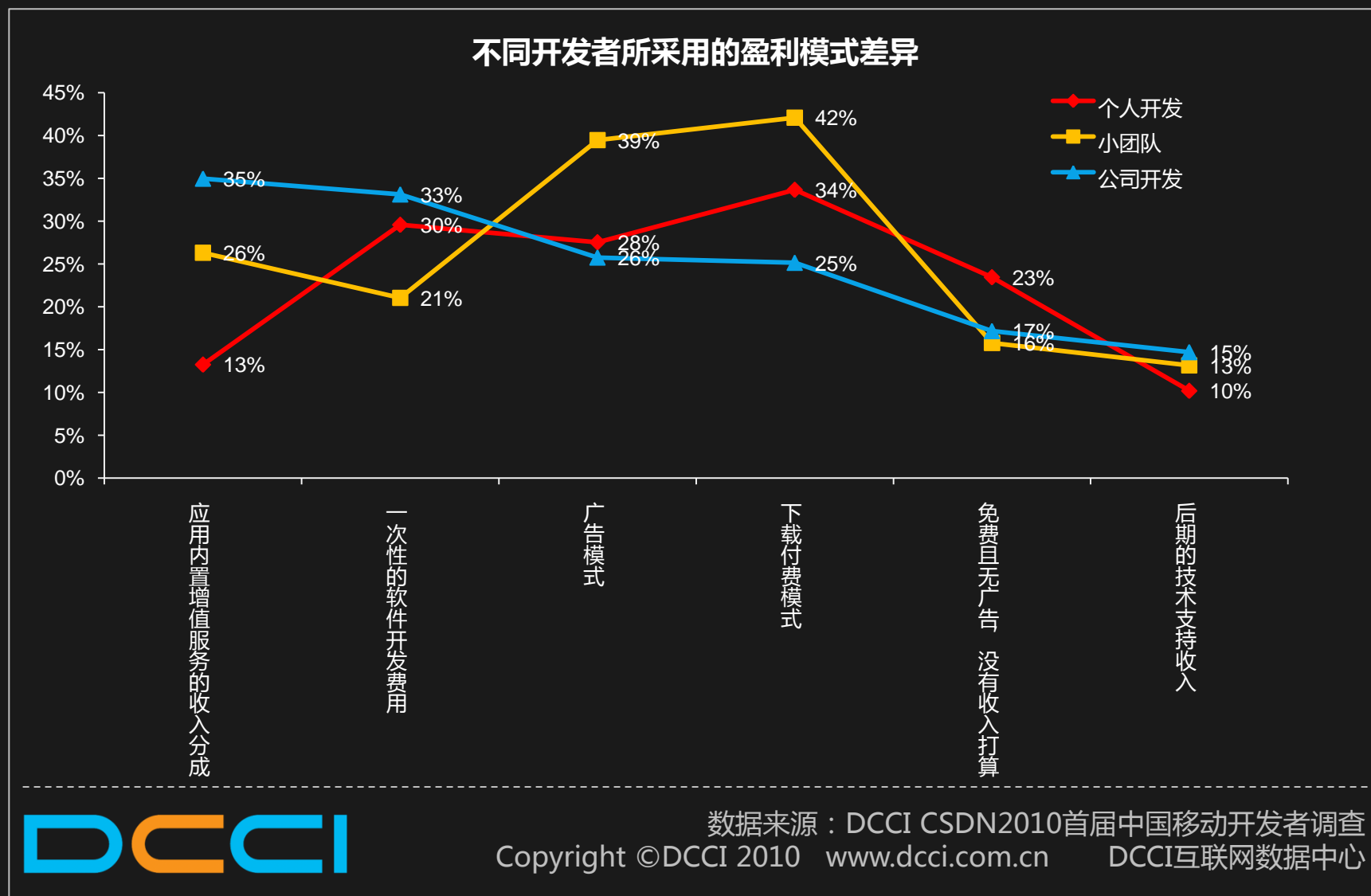


## 销售和推广以及应用的盈利问题是公司开发者面临的较大挑战

不同开发者面临的挑战差异

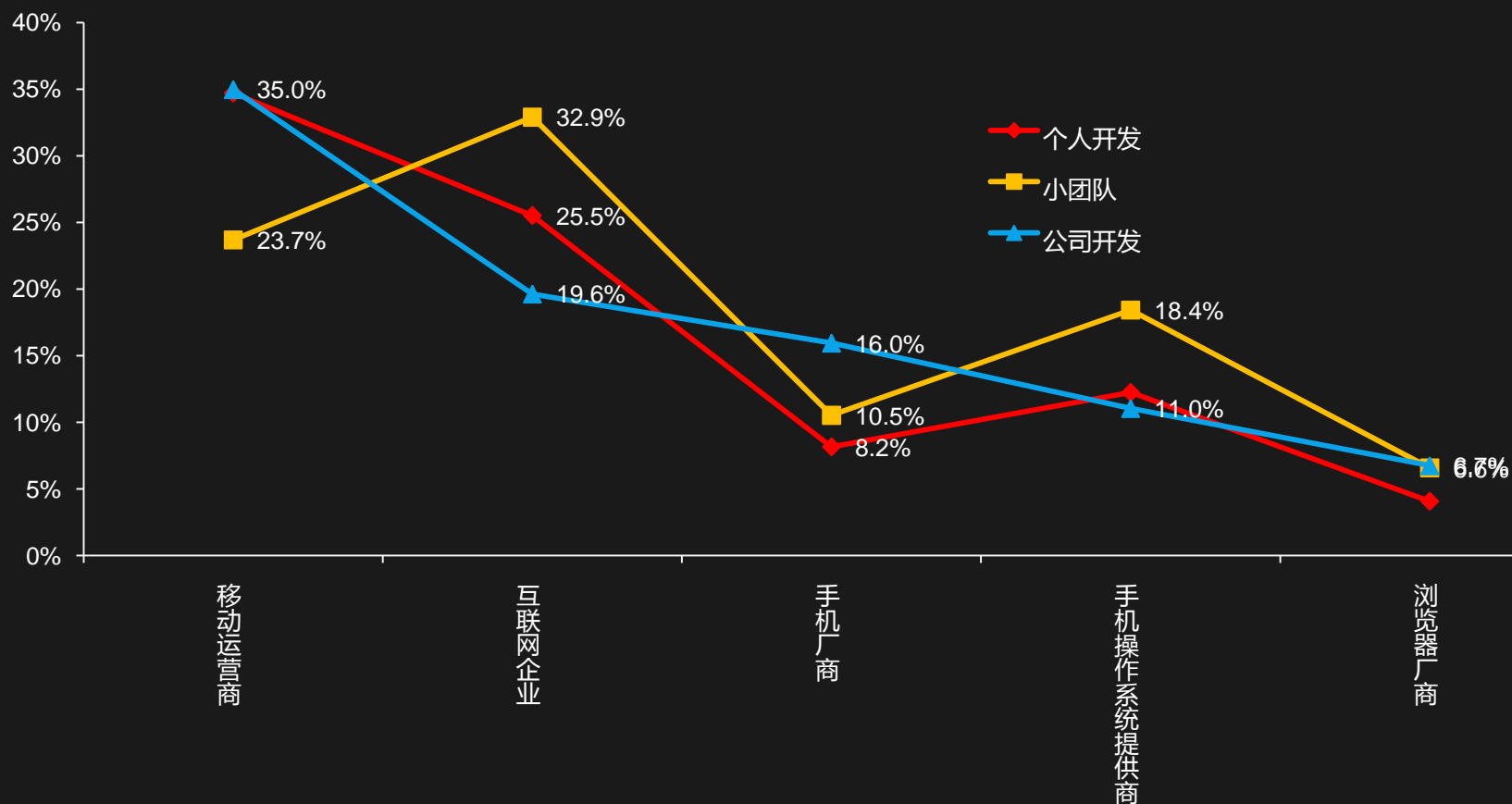


## 不同类型的开发者在盈利模式上面存在较大差异



## 公司和个人开发者合作意愿最高的企业是移动运营商；小团队与互联网企业合作意愿高

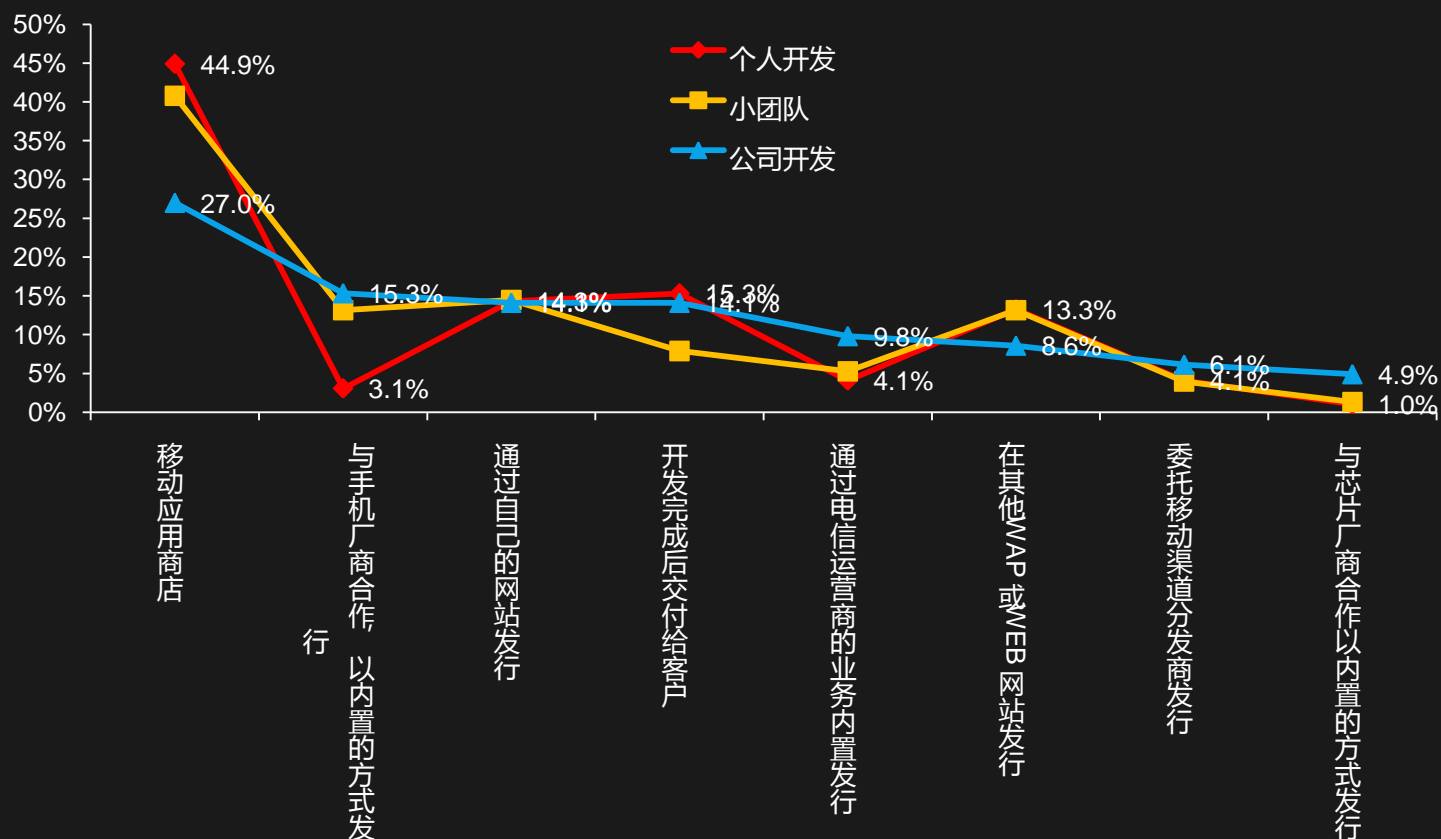
不同开发者对不同类型的企业的合作意愿



数据来源：DCCI CSDN2010首届中国移动开发者调查  
Copyright ©DCCI 2010 www.dcci.com.cn DCCI互联网数据中心

近5成个人开发者和小团队开发者满意移动应用商店渠道，公司开发者满意的渠道分布则较平均

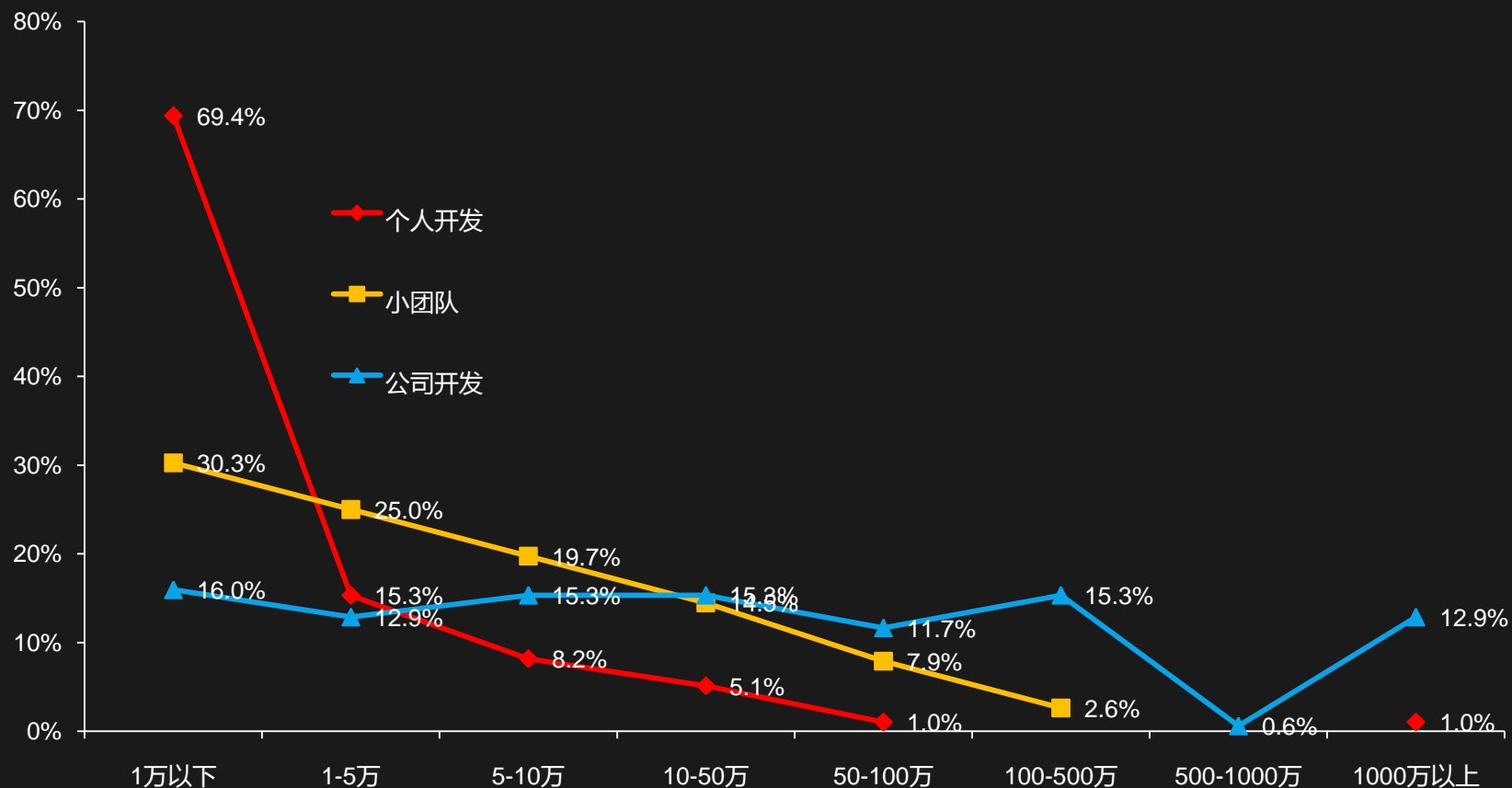
不同开发者最满意的发行渠道统计



数据来源：DCCI CSDN2010首届中国移动开发者调查  
Copyright ©DCCI 2010 www.dcci.com.cn DCCI互联网数据中心

## 7成个人开发者年收入在1万以下，12.9%的公司开发者收入在1000万以上

开发者过去一年的收入水平

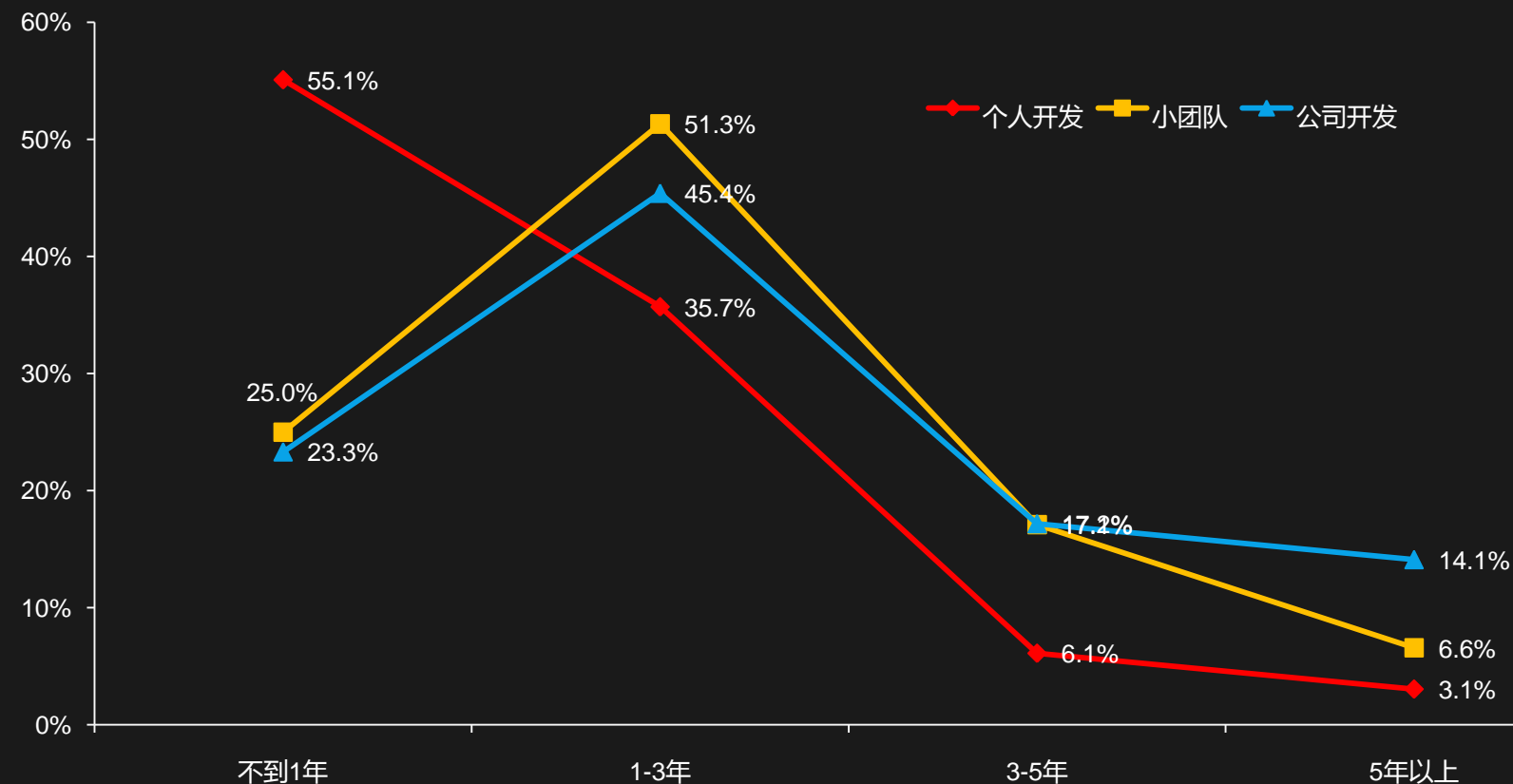


数据来源：DCCI CSDN2010首届中国移动开发者调查  
Copyright ©DCCI 2010 www.dcci.com.cn DCCI互联网数据中心

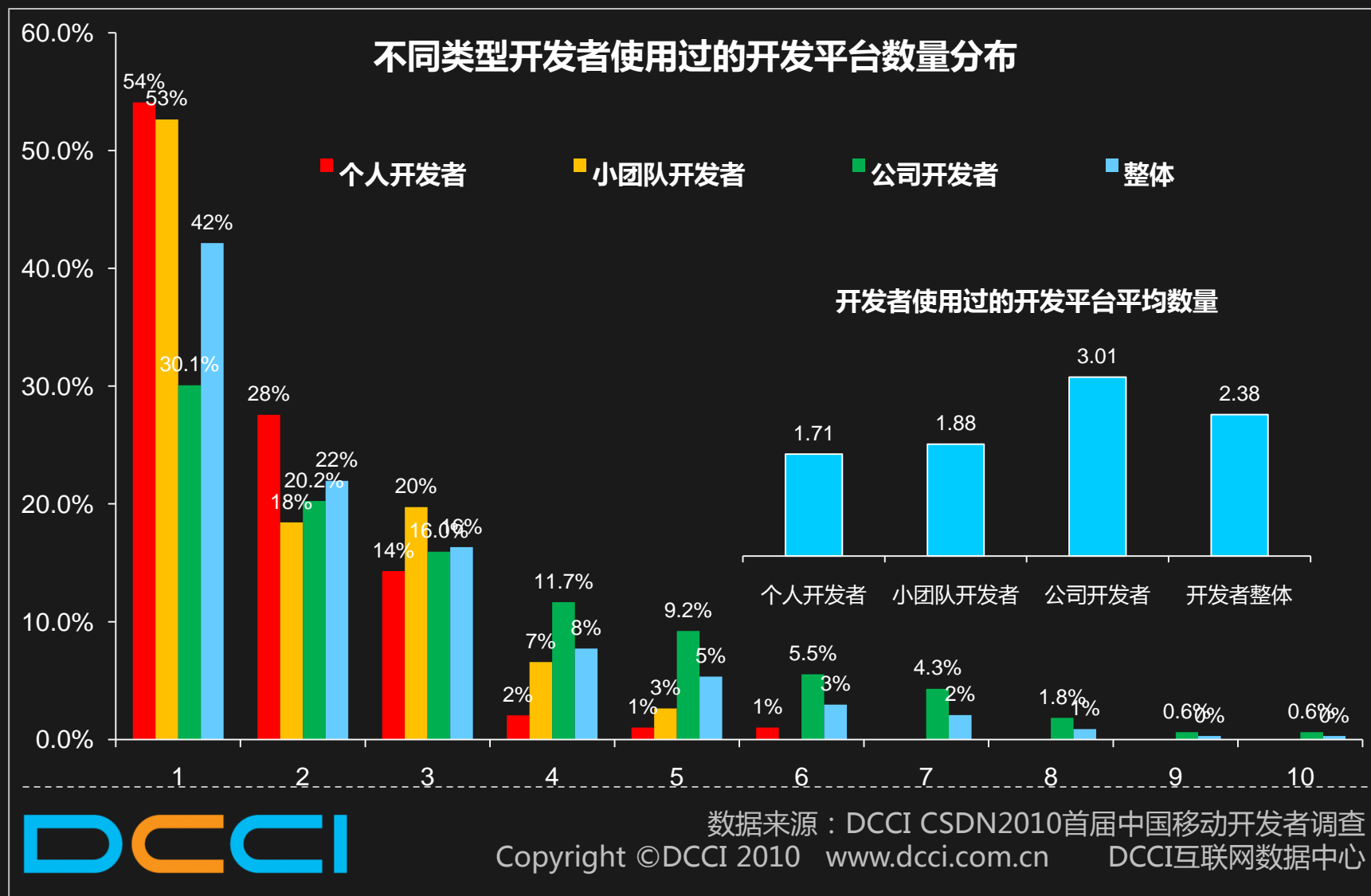


## 近6成个人开发者在移动领域的开发时长不到1年

不同开发者从事移动领域开发的年限统计



## 4成多开发者仅在一个平台上开发，8成开发者使用过的开发平台在3个以下





1. 基本情况

2. 平台选择

3. 应用类型

4. 发行渠道

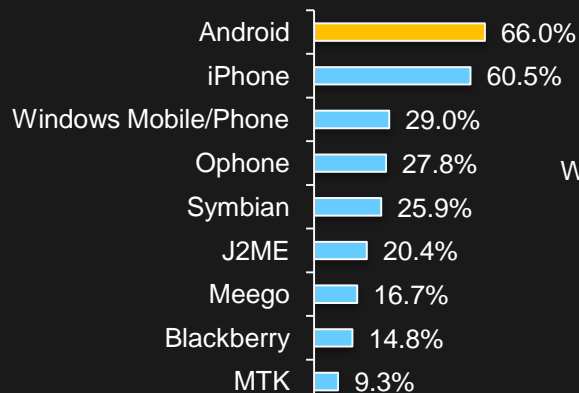
5. 盈利状况

6. 开发者差异

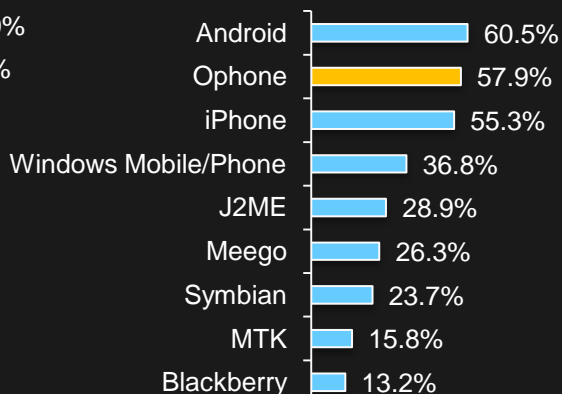
**7. 开发平台差异**

## 平台现有开发者中 , Android、Ophone、iPhone的忠诚度较高

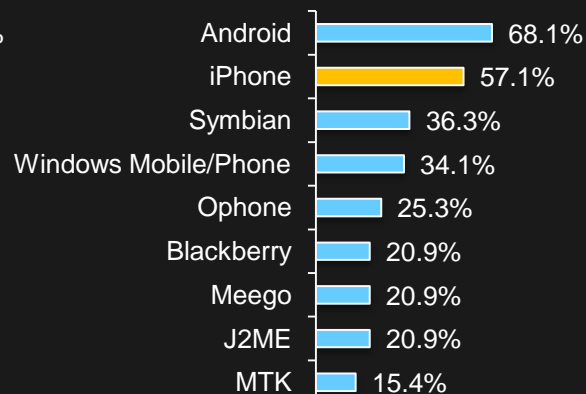
Android开发者平台选择倾向



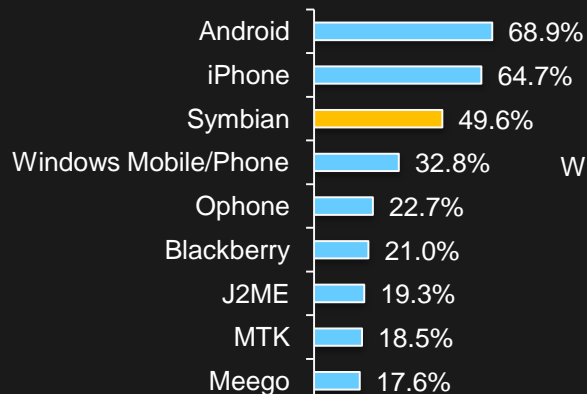
Ophone开发者平台选择倾向



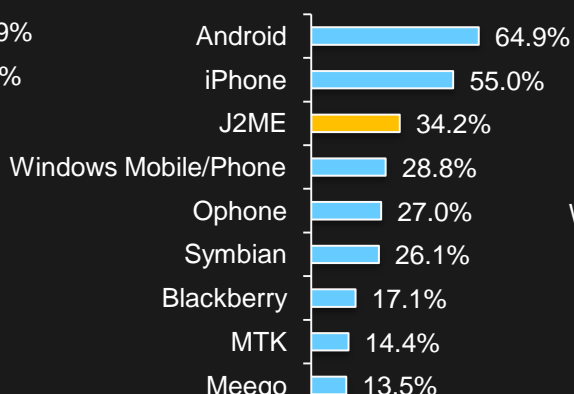
iPhone开发者平台选择倾向



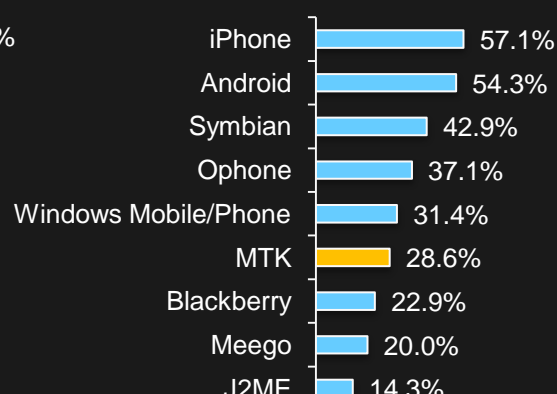
Symbian开发者平台选择倾向



J2ME开发者平台选择倾向



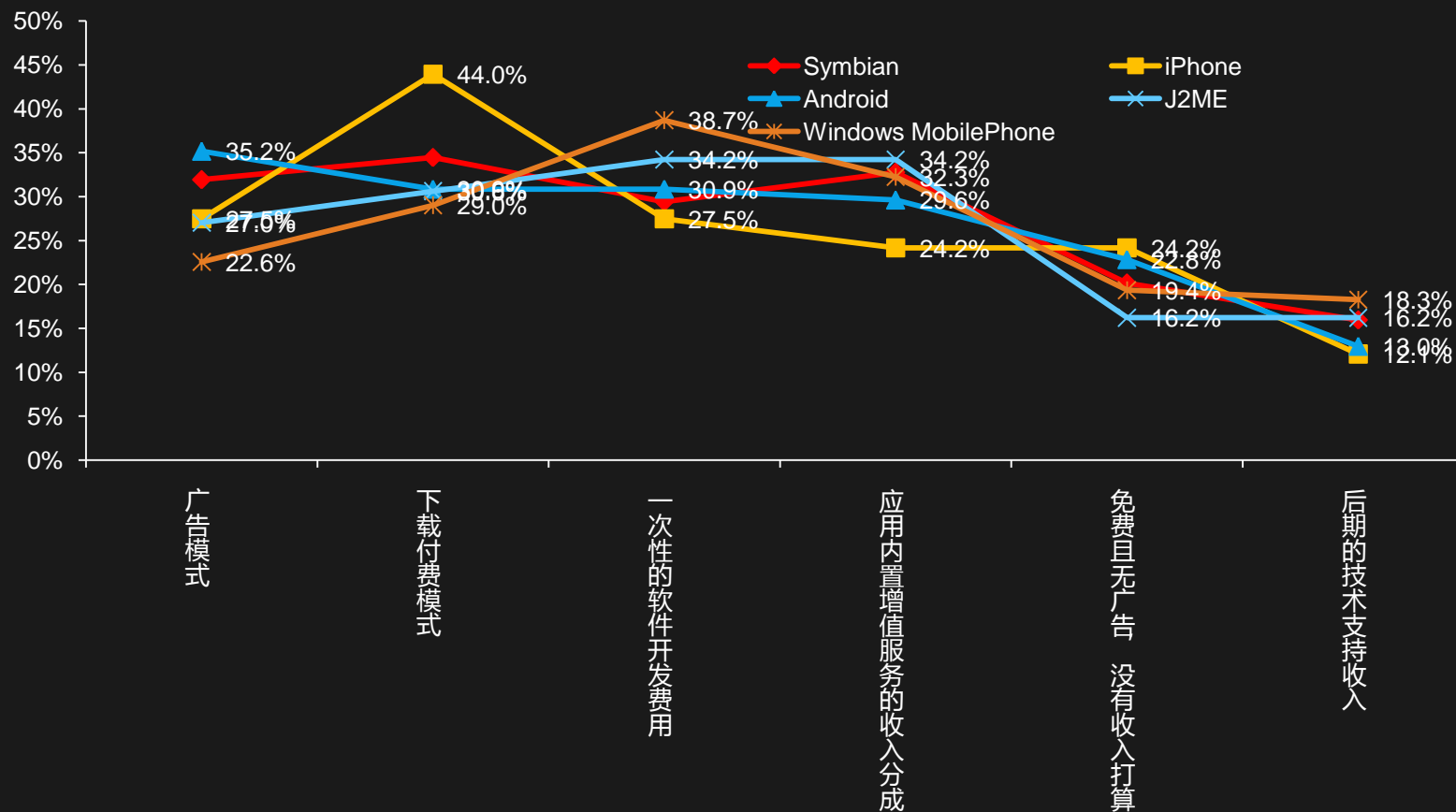
MTK开发者平台选择倾向



数据来源：DCCI CSDN2010首届中国移动开发者调查  
Copyright ©DCCI 2010 www.dcci.com.cn DCCI互联网数据中心

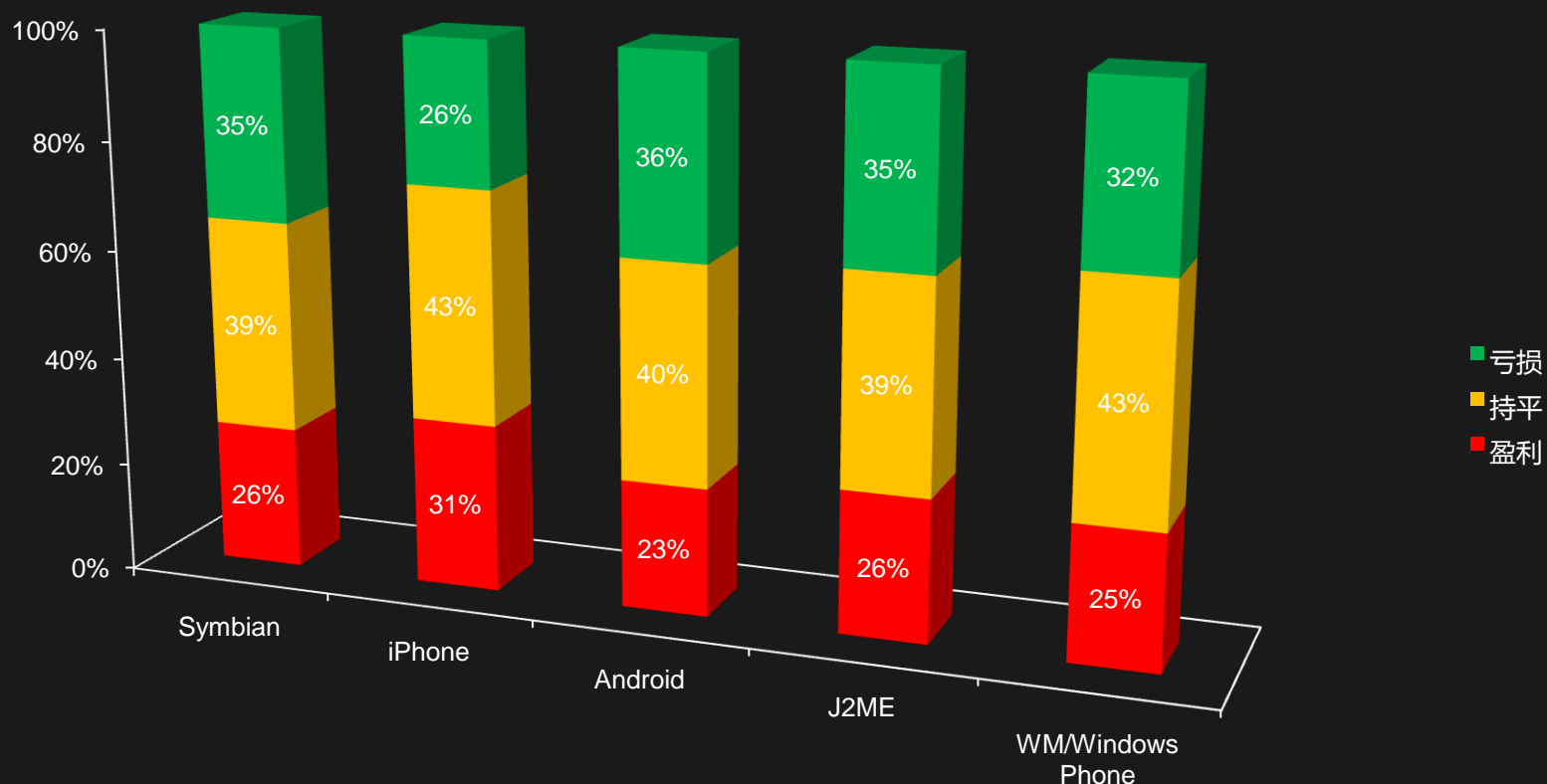
**Android**开发者首选**广告模式**；**iPhone****下载付费模式**最高；**WM**一次性软件开发费用最高

不同平台开发者所采用的盈利模式统计



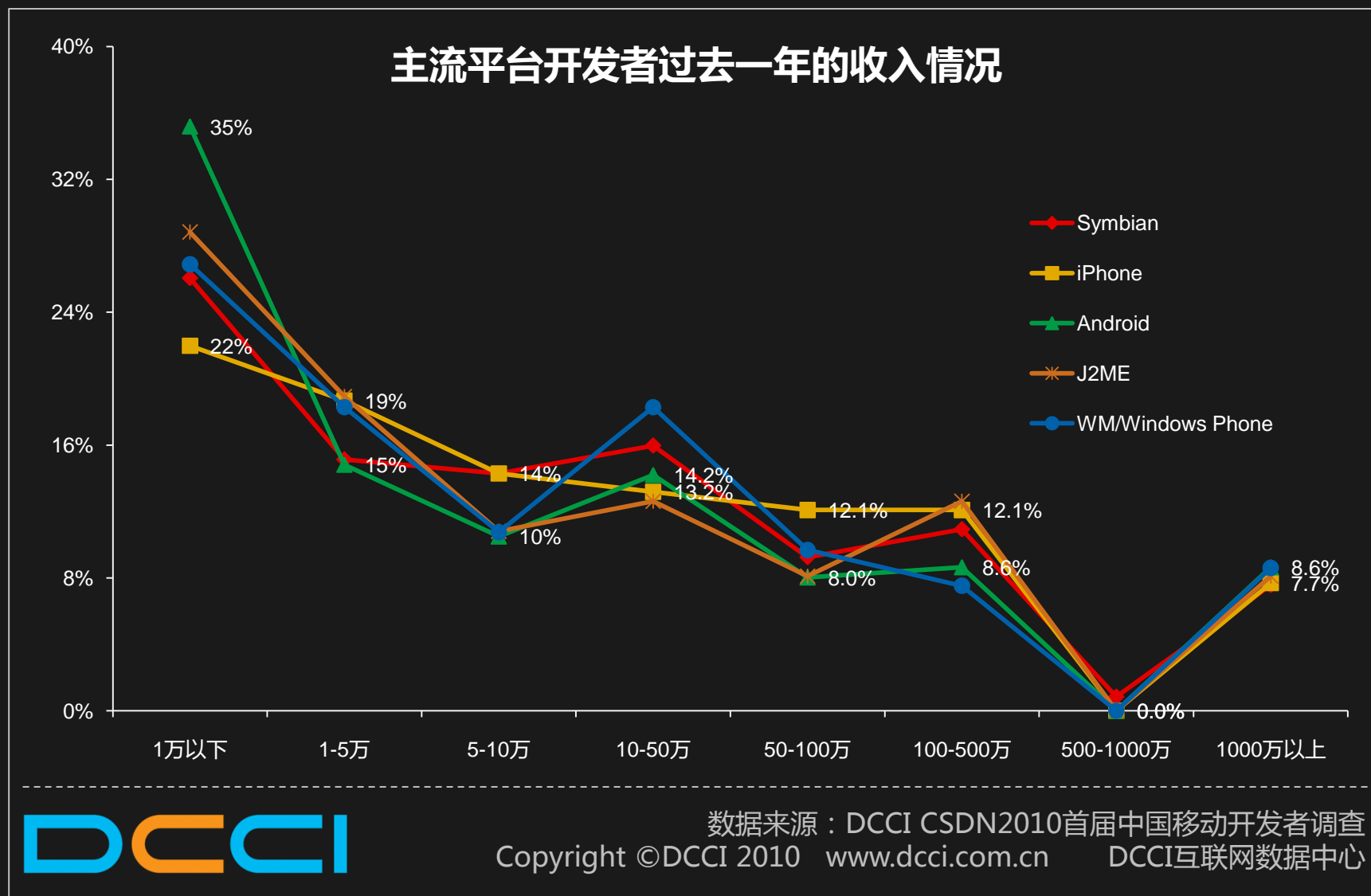
iPhone开发者盈利的比例较高，仍有36%的Android开发者亏损

## 主流平台开发者的盈利情况统计



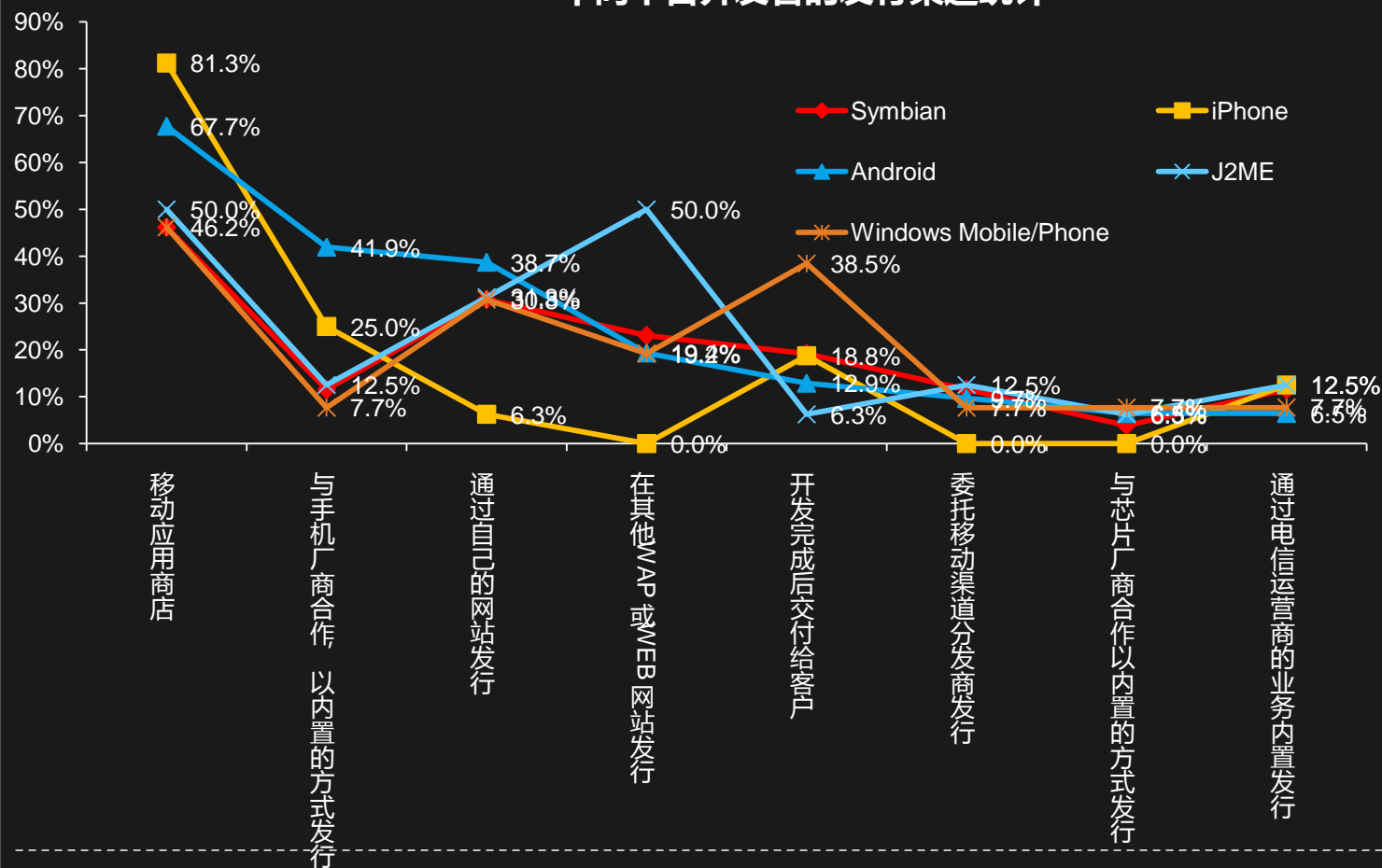
数据来源：DCCI CSDN2010首届中国移动开发者调查  
Copyright ©DCCI 2010 www.dcci.com.cn DCCI互联网数据中心

iPhone开发者收入水平相对较好，35%的Android开发者年收入在1万以下



Android开发者采用移动应用商店、手机内置方式发行应用较多；iPhone则以移动应用商店为主

不同平台开发者的发行渠道统计

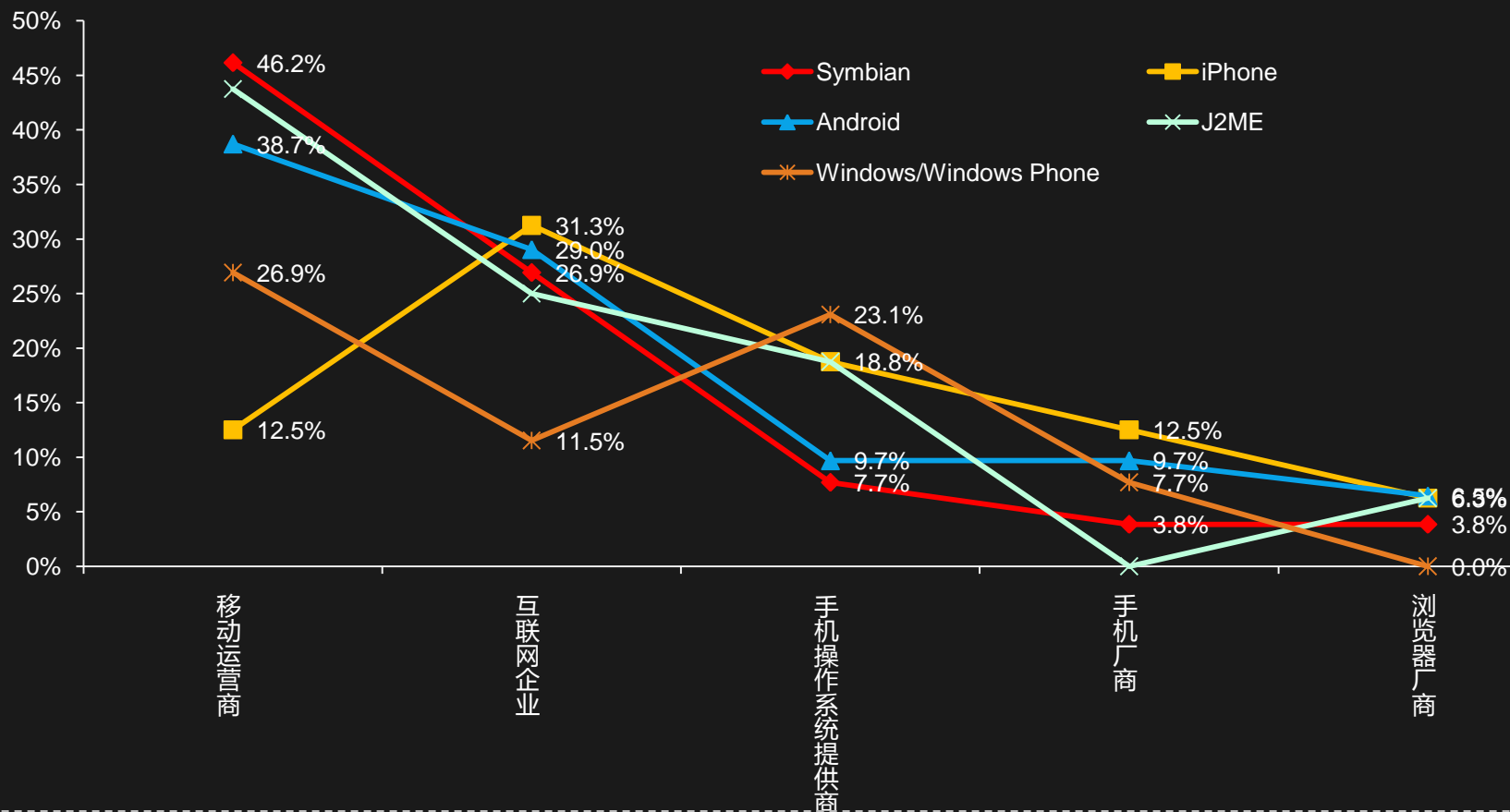


数据来源：DCCI CSDN2010首届中国移动开发者调查  
Copyright ©DCCI 2010 www.dcci.com.cn DCCI互联网数据中心



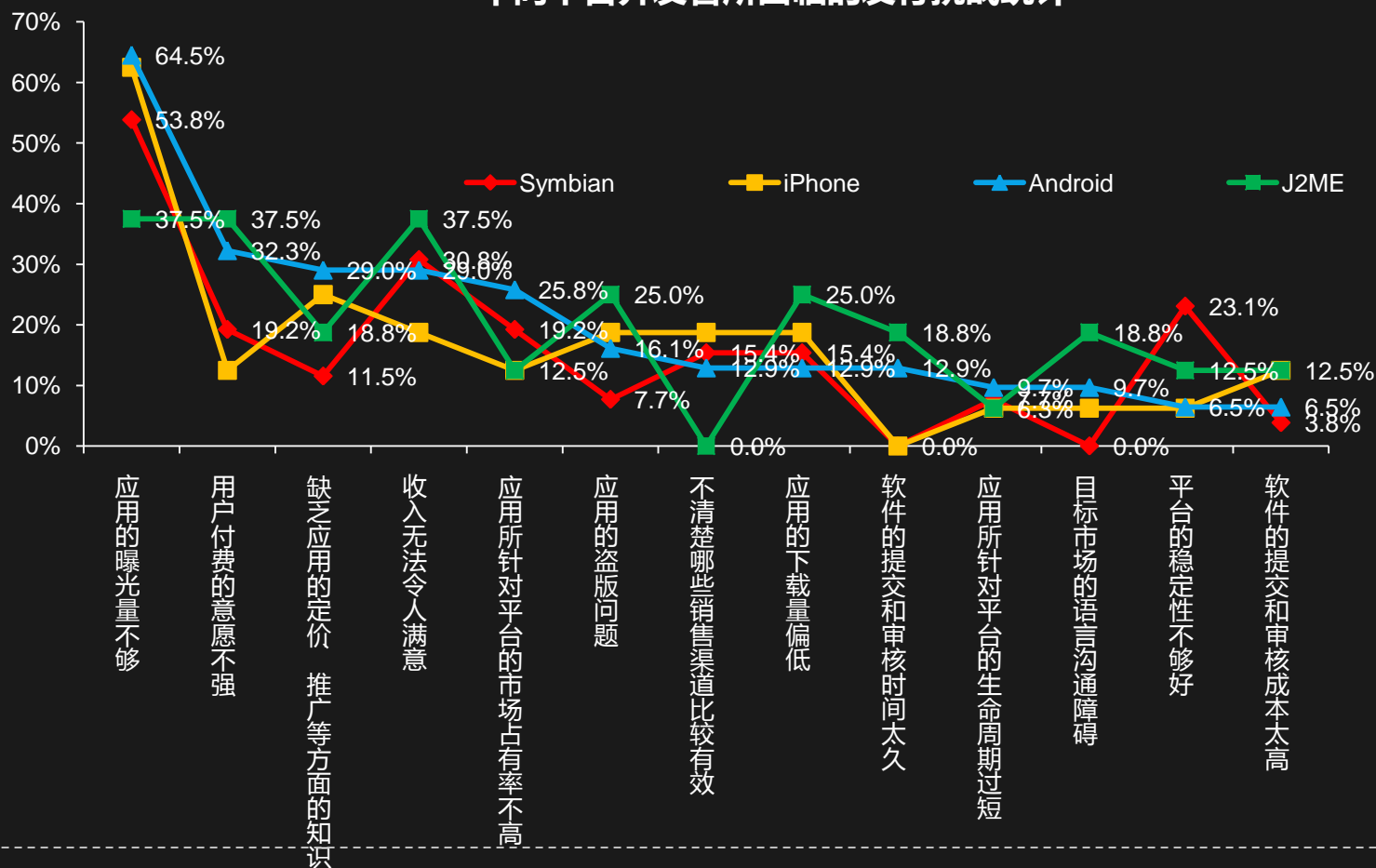
## Symbian、J2ME、Android开发者与移动运营商合作的意愿最高，iPhone开发者与互联网企业合作意愿高

不同平台开发者对不同企业的合作意愿



应用的曝光量不够是Android和iPhone开发者面临的较大的挑战，用户的付费意愿则是J2ME和Android开发者较头痛的问题

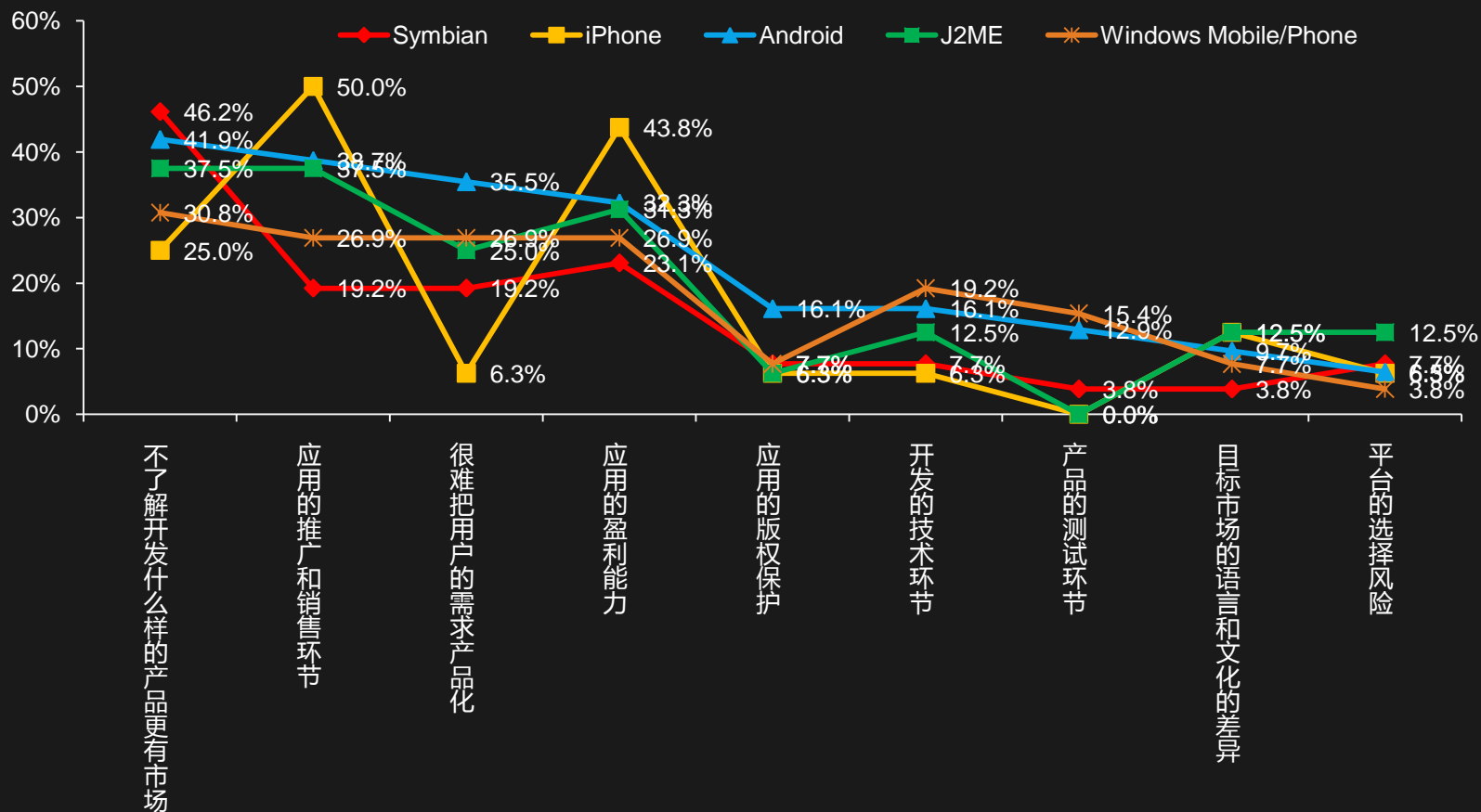
不同平台开发者所面临的发行挑战统计



数据来源：DCCI CSDN2010首届中国移动开发者调查  
Copyright ©DCCI 2010 www.dcci.com.cn DCCI互联网数据中心

**Symbian、Android**开发者认为开发具有市场前景的应用是最大的挑战，**iPhone**开发者则对应用如何推广和销售更加关注

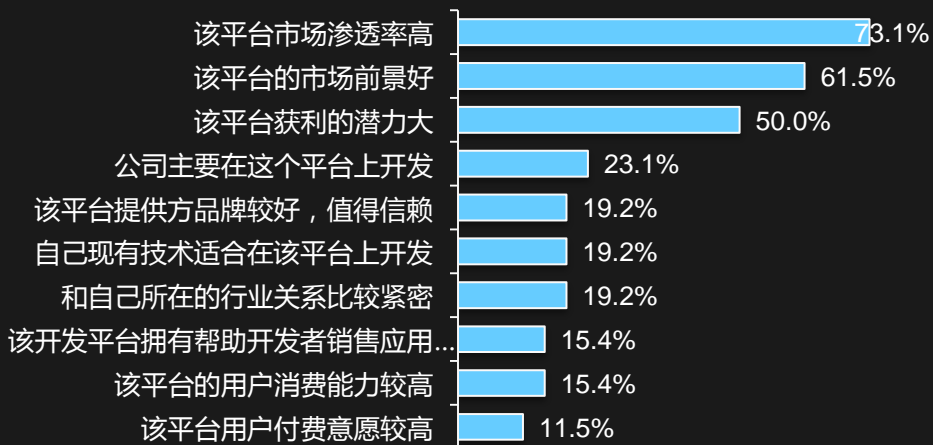
不同平台开发者认为最大的应用开发挑战



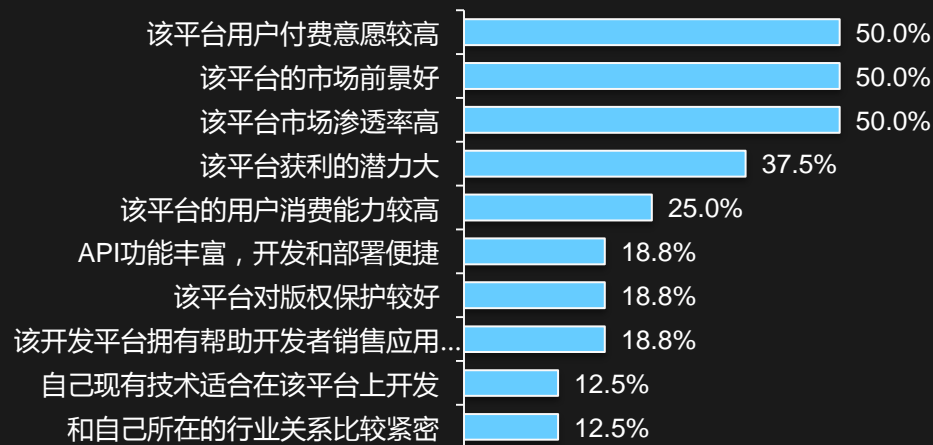
数据来源：DCCI CSDN2010首届中国移动开发者调查  
Copyright ©DCCI 2010 www.dcci.com.cn DCCI互联网数据中心

# Symbian开发者看重市场渗透率高；iPhone开发者看重用户付费意愿、市场前景和渗透率，Android开发者看重市场前景

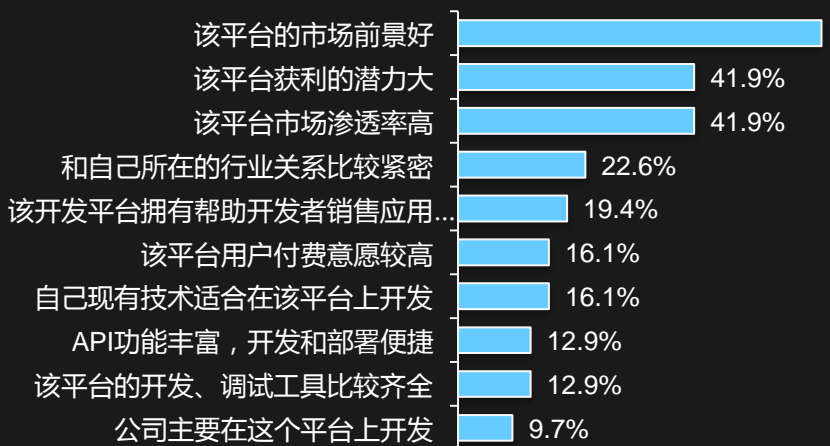
## Symbian开发者选择平台的考虑因素



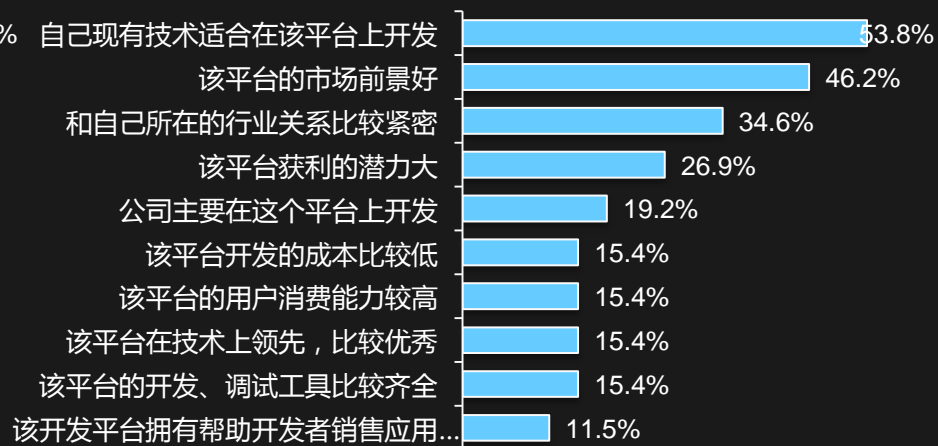
## iPhone开发者选择平台的考虑因素



## Android开发者选择平台的考虑因素



## Windows Mobile/Phone开发者选择平台的考虑因素





## 关于DCCI互联网数据中心

**DCCI互联网数据中心**（DCCI DATA CENTER OF CHINA INTERNET，简称DCCI，[www.dcci.com.cn](http://www.dcci.com.cn)），中国互联网监测研究权威机构&数据平台，独立第三方，互动营销之测量、分析、优化服务提供者。以Panel软件、代码嵌入、海量数据挖掘、语义信息处理等多种领先技术手段为基础，进行网站、用户、广告、品牌的实时监测、动态测量。在测量数据基础之上，以统一体系方法、统一指标定义、统一数据结构，结合多种线下线上调研手段，为企业互联网和互动营销相关决策提供全面深入的数据测量、分析研究、决策优化、效能提升服务。

作为公共数据平台，DCCI互联网数据中心负责实施每年一度规模最大的中国互联网调查，实施中国互联网市场数据发布（年度、半年、季度、月度），定期向各方披露总体市场、细分领域的调查数据、监测研究成果。过去数年来得到国内外机构、媒体、企业的广泛引用，成为帮助有关各方优化决策的数据服务专家。依托调研软件的10余万客户端Panel样本，DCCI对中国市场网站媒介、受众消费、访问行为等长期进行连续监测；依托专业研究团队和业界专家团体，DCCI对中国互联网50多个细分领域相关企业长期进行连续性的跟踪研究。每年一度的《中国互联网调查年度报告》、《中国网络广告市场年度报告》、《中国网络媒介监测报告》、《中国互联网用户调查报告》、《中国市场品牌传播监测报告》等已经成为相关领域的核心市场报告。

DCCI互联网数据中心面向互联网企业、广告营销服务商、各行各业企业广告等3类对象，重点提供四个方面的监测研究服务和产品：

- 1.第三方测评服务：**Admeasure广告营销效果追踪监测与测评，Netmeasure网站媒介流量测评认证与分析。
- 2.监测研究数据产品：**Netmonitor网络监测数据中心，Nebrand品牌口碑监测系统，Netguide市场情报管理系统，Admonitor广告投放监测系统，Netuser用户调研社区，Netdata数据搜索引擎。
- 3.定制调查研究分析服务：**分为产业&市场、网站&媒体、用户&受众、广告&营销、品牌&产品等五个方面。
- 4.交流活动：**每年一度的Adworld互动营销世界，中国该领域最具规模和影响力的标志性年度交流盛典。

上述四个方面的产品和服务，帮助互联网企业完成重大决策、优化网站产品服务，帮助广告主和营销代理服务洞察市场、优化媒介计划、评估广告效果、改善营销ROI、提升商务效能。



洞察网络 Internet Insight

# 首届中国移动开发者调查分析报告

Mobile Workshop 2011 \* 3月5日 Mworld2011移动互联世界 \* 5月26日

更多信息请访问DCCI微博

[t.sina.com.cn/dcci](http://t.sina.com.cn/dcci)

**DCCI**

DCCI互联网数据中心

地址：北京市朝阳区东三环中路39号建外SOHO16号楼502室

Tel:0086-10-51281006 51281009

Fax:0086-10-59457008

Email : [dcci@dcci.com.cn](mailto:dcci@dcci.com.cn)

Website : [www.dcci.com.cn](http://www.dcci.com.cn)

Postcode : 100020