

洞察网络 Internet Insight



移动中心时代的互联网服务基础架构

# 互联网生态：向COWMALS移动

2011年度中国站长调查暨互联网开放生态报告

DCCI互联网数据中心创始人 胡延平



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

# Evolution: 互联网向何方移动？

什么是诸多技术-产品-应用趋势里面最重大的部分？

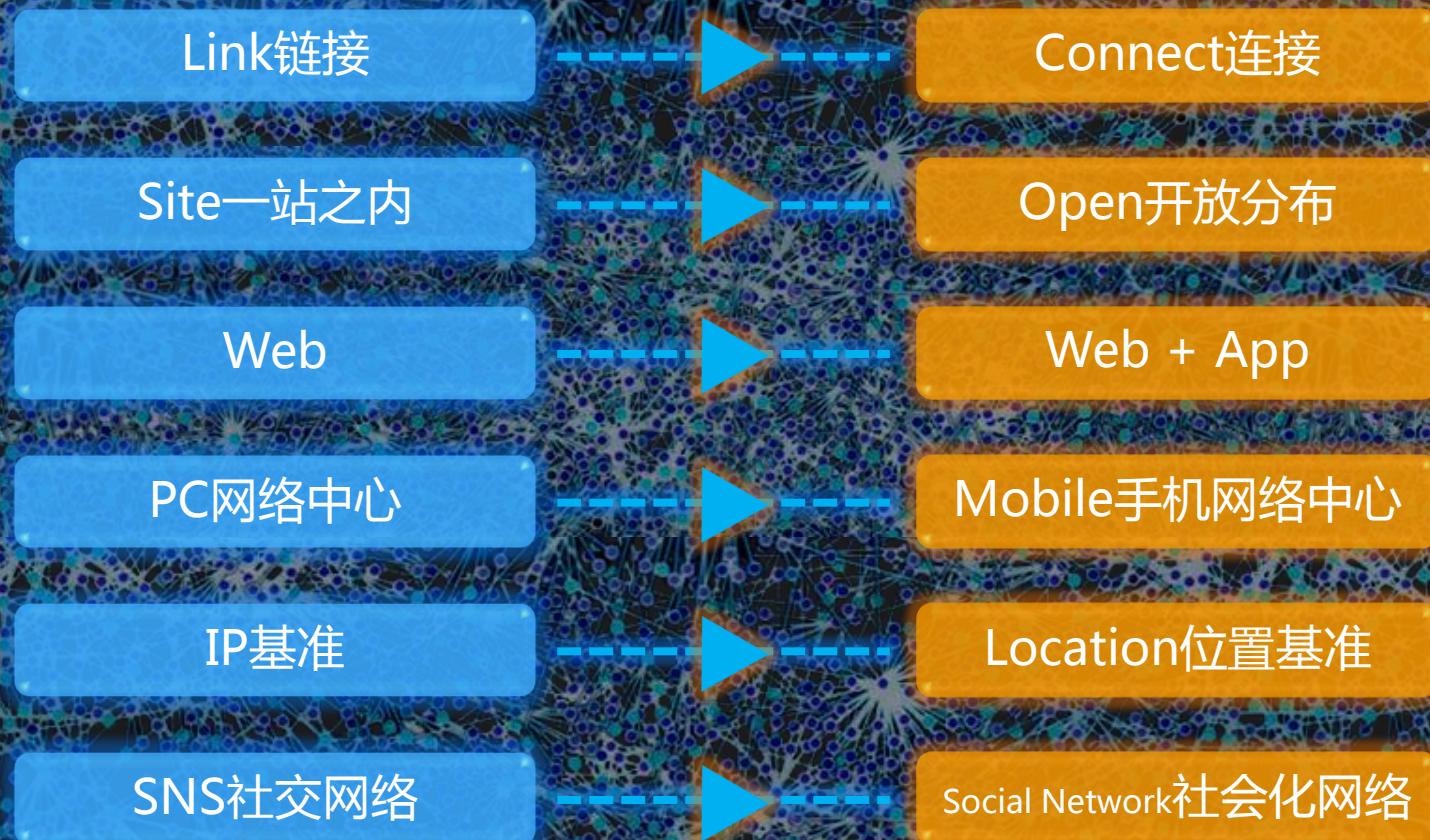
什么是诸多产业-市场-商业变化里面最核心的部分？

什么是诸多创业-创新-运营要素里面最关键的部分？

什么是：浮现中的下一代互联网服务基础架构？

# 互联网生态: 正在发生的6个重大转变

当移动终端成为网络中心，当互联网从信息网络向应用网络迁徙



# 互联网服务基础架构：向 COWMALS 演进

# COWMALS



连接性

开放分布

Web网站

移动-中心

App应用

位置基点

社会化网络

移动中心时代的互联网服务基础架构

# COWMALS

## 移动中心时代的互联网服务基础架构

- COWMALS不是抽象概念，不是理论模型，而是互联网服务形态-运营架构的基本要素，是业态关键词，是下阶段业者行动的基本ABC；
- COWMALS是若干趋势里面最重大的部分，若干变化里面最关键的部分，若干要素里面最重要的部分，是对总体-要点的简约概括。

# COWMALS

- C : Connect , 互联网从 “链接” 向 “连接” 转变，关系勾连；网站之间、应用服务之间的关系由弱转强，运营者最需要做的事是在自身、用户、其它应用服务之间建立最广泛有效的连接性，互联网内各个节点、各类要素之间正在经历连接、重新连接过程；C是COWMALS的前提。
- O : Open , 开放+分布，一站之内模式彻底终结；从网络层-数据层-终端层-OS层-Web层到应用层，开放正在重塑整个互联网产业体系结构，开放不仅是大平台的趋向，更是中小服务商的必然选择，基于开放布局提供分布式服务，成为基态；Network因此泛化-标配且不仅漂浮在Web页面；O是COWMALS的形态。
- W : Web , 网站依然重要，Web浏览依然是基础，且未来相当多App存在通过Web分发的可能，Web+App两翼齐飞、互相结合，是互联网服务商基本业务格局；Website、Web App、移动App、Software，未来网络天下四分；Web离云更近；W是COWMALS的基础。
- M : Mobile , 移动、移动终端、手机成为互联网中心，PC不再是互联网中心，Mobile是Web+App布局的核心，互联网服务商的重心全面向Mobile移动；随时随地、人机合一的特性，使得照搬PC互联网不一定可行；移动应用环境碎片更碎，粉末化生存；
- A : App , 互联网App化，App成为应用基本形态，未来互联网服务基本组合是Web+App；
- L : Location , 位置成为各类互联网服务的标配、基准，L因此是Web+App的基准，也是虚拟与现实充分连接的关键；L是COWMALS的基准。
- S : Social , 社交网络向社会化网络转变，后者成为互联网网中网，且互联网以关系为基础重新组织起来，但关系实质不再局限于人和人的链接，而是人、机、信息、应用-物的连接；Social是Web+App、COWMALS的情境。

Ecosystem :互联网代际更替，解构-重构

# NGI: 互联网产业结构，诸多变革均有关系



C  
C

# 连接-重新连接

Connect

Open

Web

Mobile

App

Location

Social

连接性

开放分布

Web网站

移动-中心

App应用

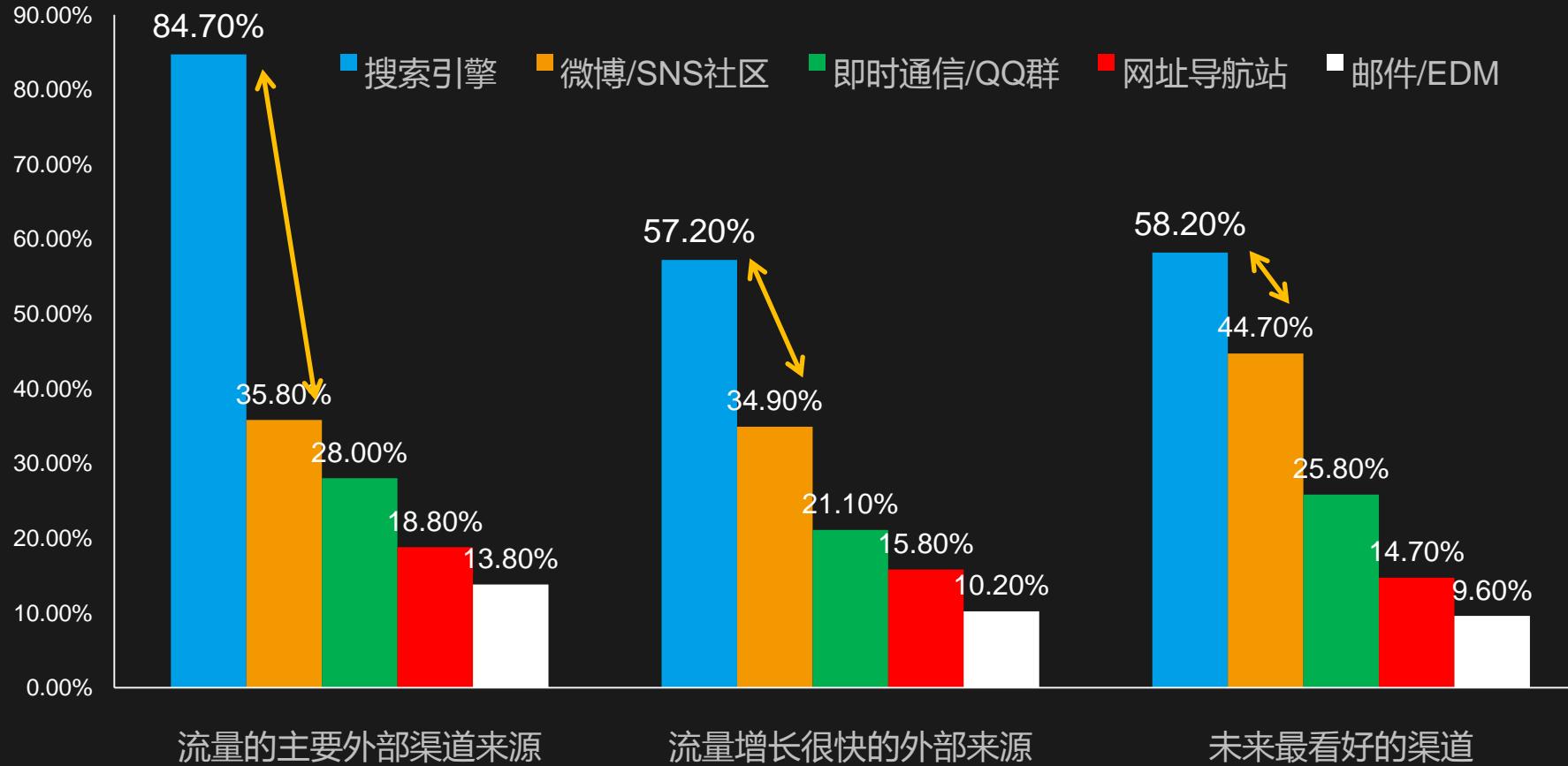
位置基点

社会化网络

## 移动中心时代的互联网服务基础架构

# 搜索弱化，SNS-微博成网站流量增长新动力，社会化网络连接未来

## 中国互联网网站外部流量来源统计



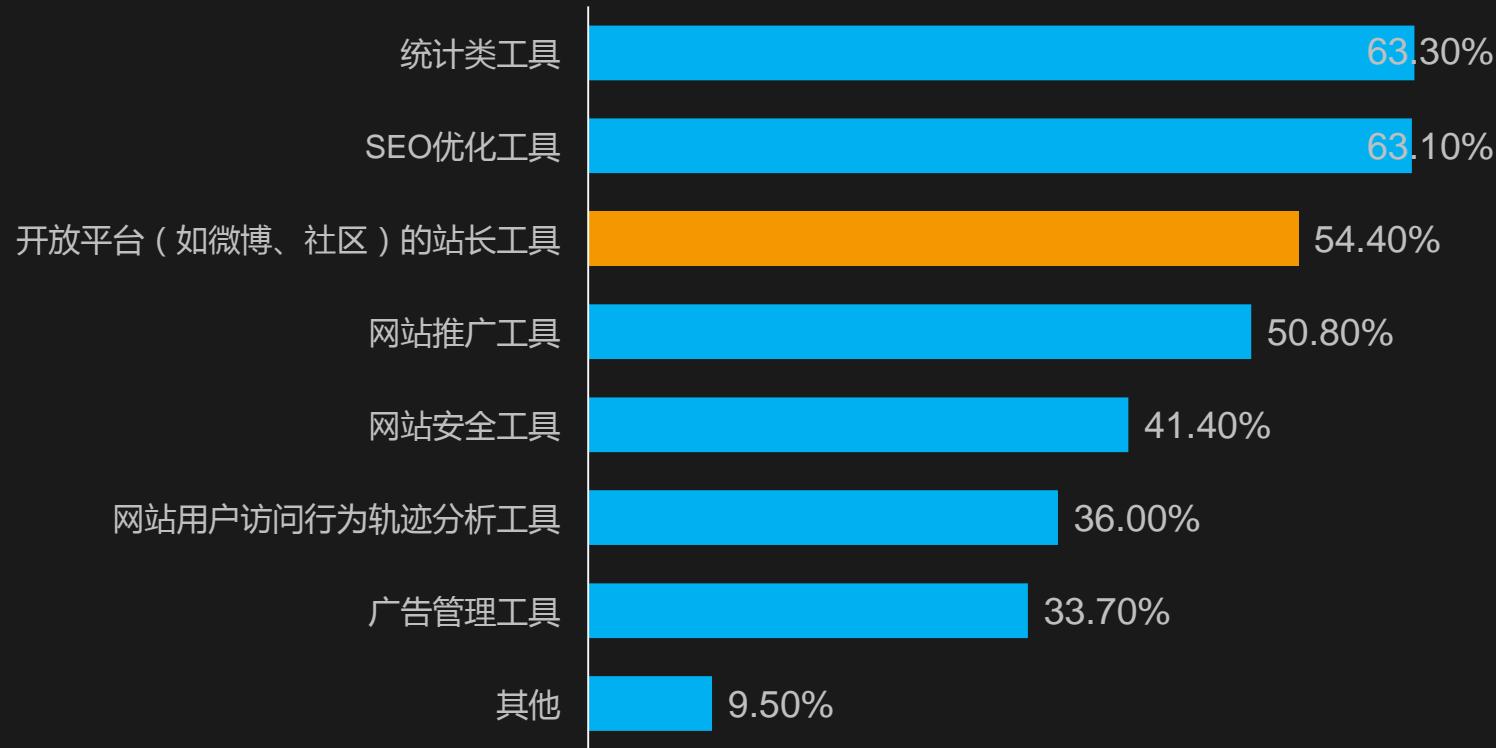
数据来源：2011年度中国站长调查报告暨互联网生态开放研究报告  
Copyright ©DCCI 2011 www.dcci.com.cn DCCI互联网数据中心

# 开放环境下的外部优化-SNO-COA，将比站内优化-SEO-SOA更重要

SNO : Social Network Optimization ( 社会化网络优化 )

COA : Connection Oriented Architecture ( 面向外部连接性的架构 )

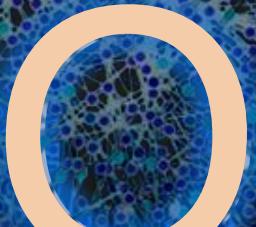
## 站长经常使用（渴望使用）的建站工具、服务类型



# 连接-分享-漫游-打通的接口-功能-工具将成标配，重建网站连接关系

## 站长对于建站类工具期待的功能和希望的改进方向





开放-分布

Connect

Open

Web

Mobile

App

Location

Social

连接性

开放分布

Web网站

移动-中心

App应用

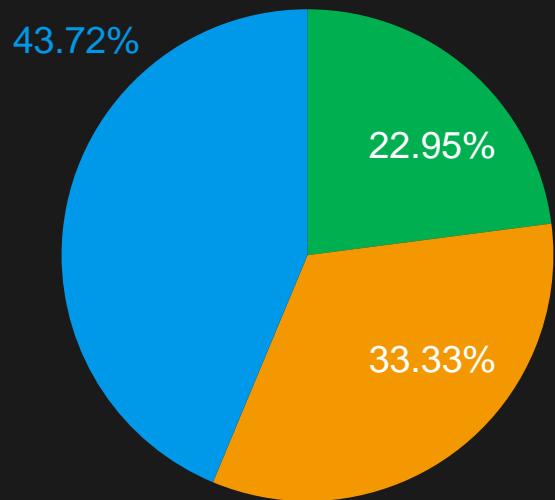
位置基点

社会化网络

移动中心时代的互联网服务基础架构

# 开放不仅是大平台的趋向，更是中小服务商的必然选择

站长对于开放平台的认知情况

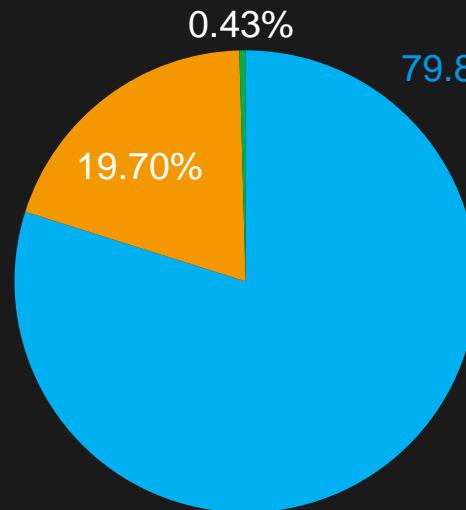


站长对于开放平台的态度

■ 不了解

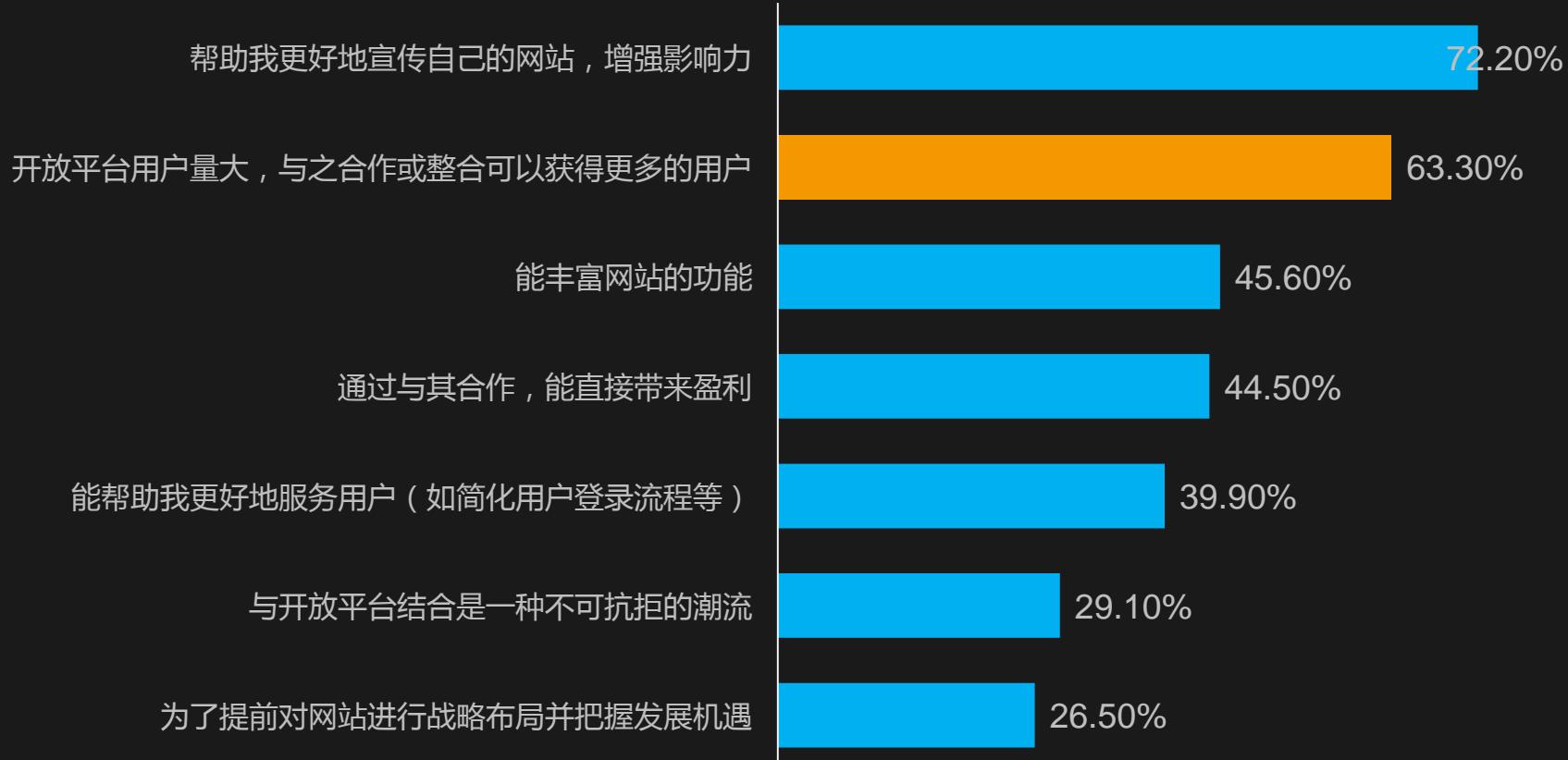
■ 了解，但觉得自己的网站和这些开放平台没有什么关系

■ 了解，自己的网站和这些开放平台有接触，或有合作



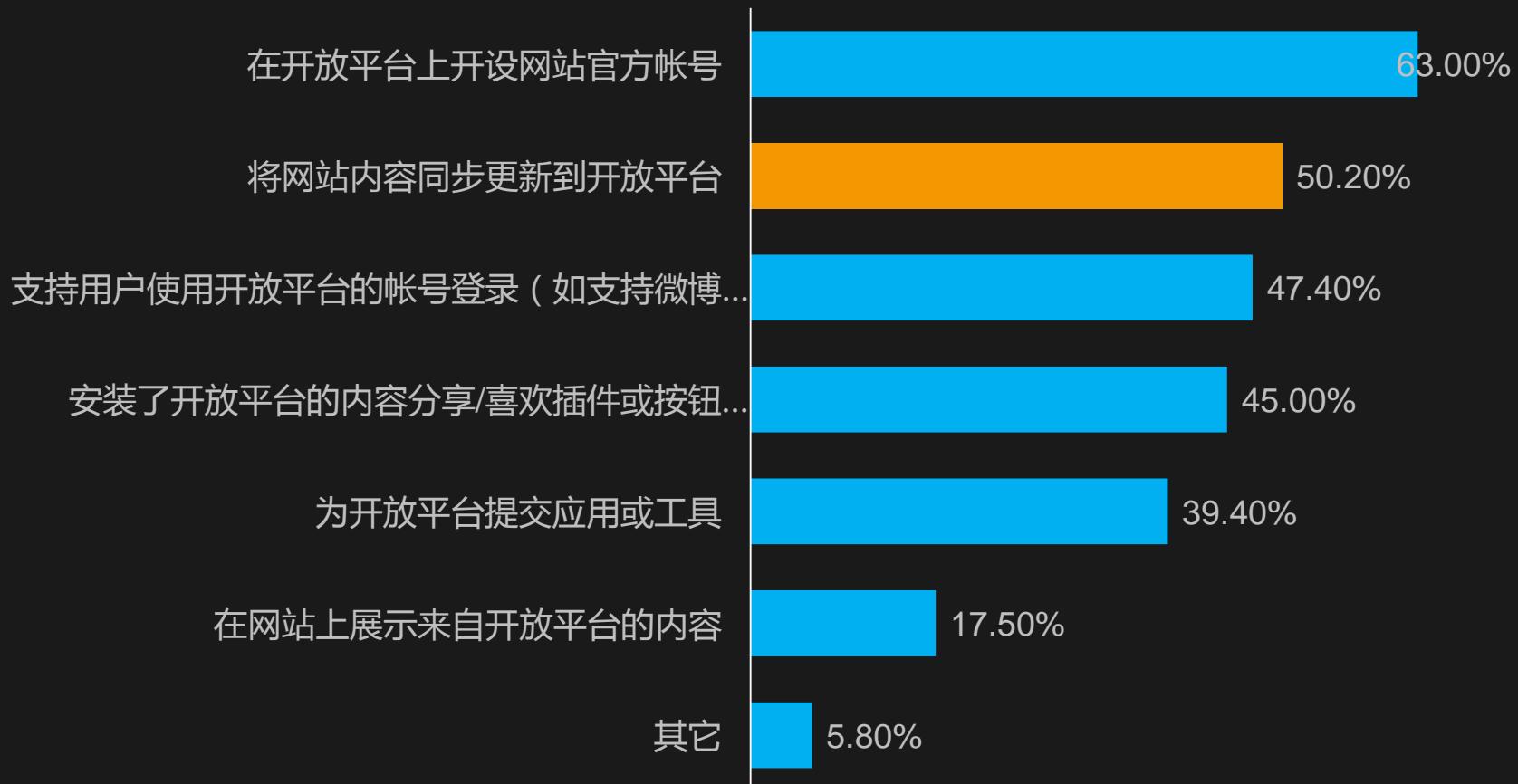
# 带升流量是开放合作现实意义，但超越流量获取深度价值才是关键

## 站长与开放平台合作或整合的原因



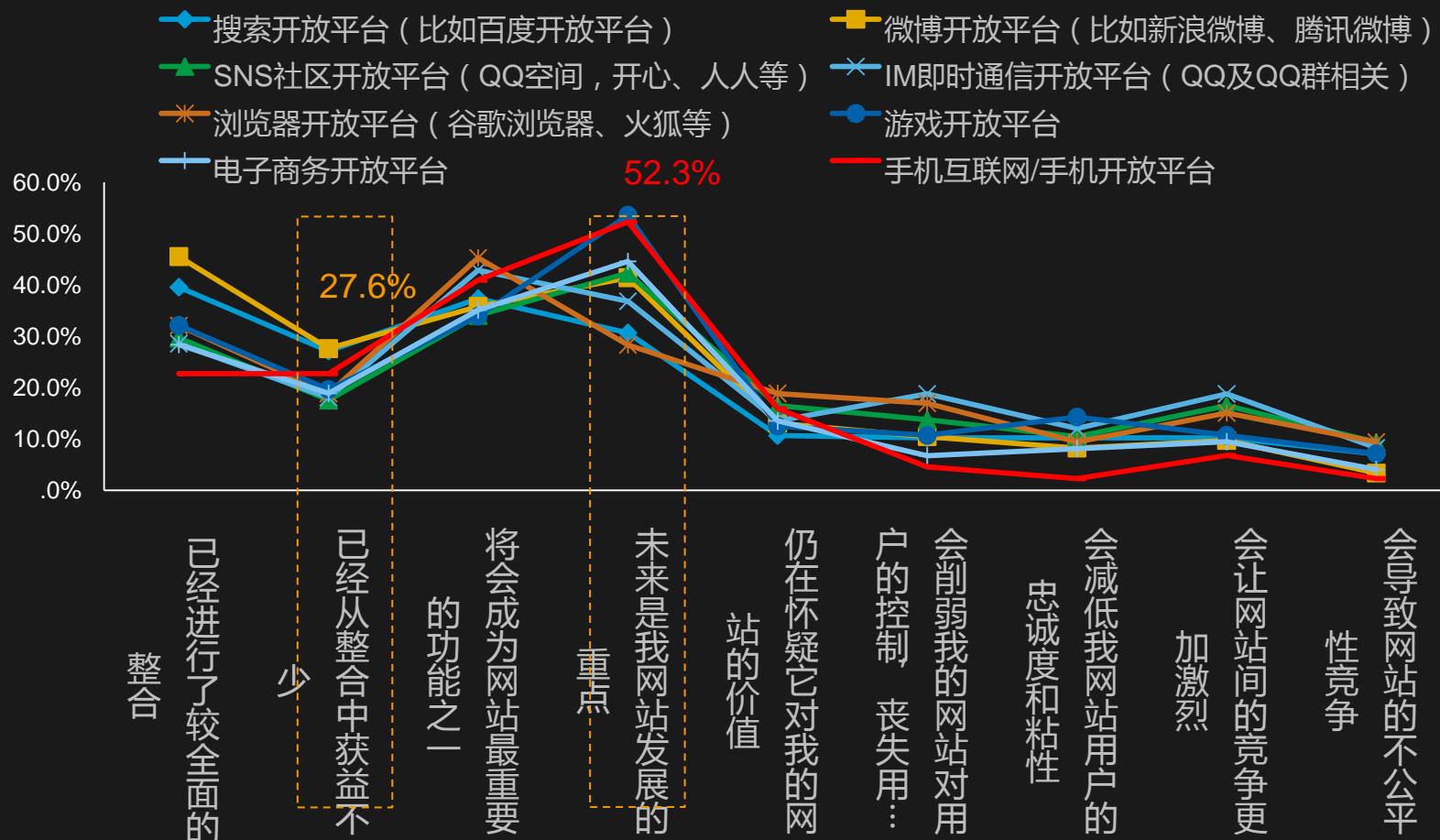
# 开放合作前台价值取决于后台开放程度，以及是否有全程全网考量

## 站长在开放平台上做了（或正准备做）的举动



# 开放平台多元竞合，站长初尝平台合作甜头，未来更将开放作为重点

## 站长对于使用过的开放平台的反馈和评价



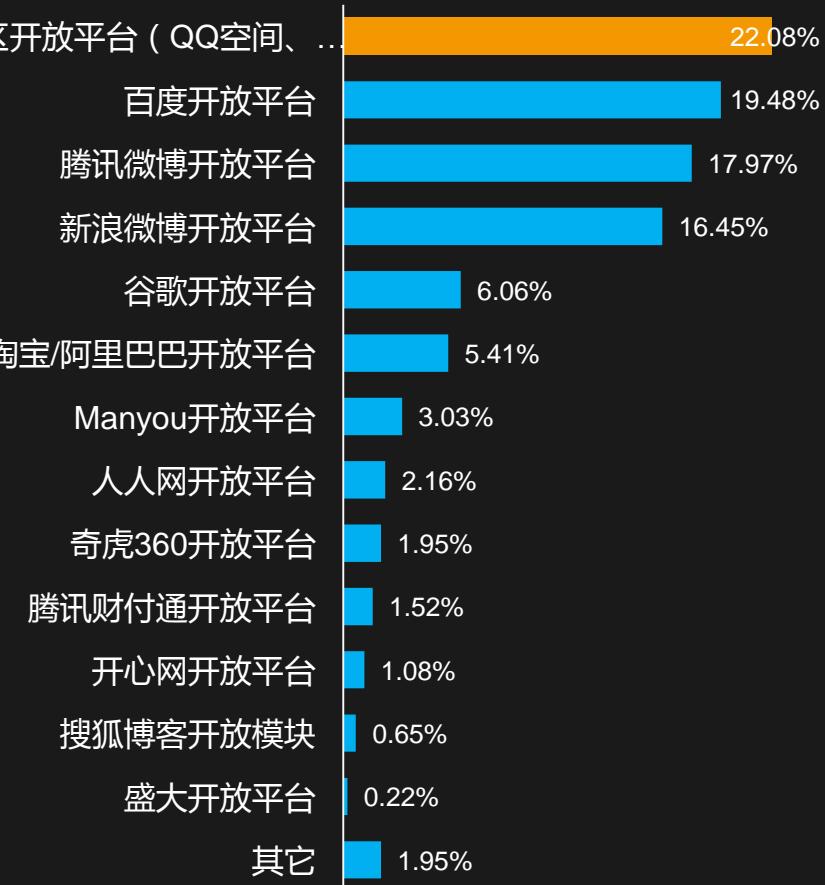
数据来源：2011年度中国站长调查报告暨互联网生态开放研究报告  
Copyright ©DCCI 2011 www.dcci.com.cn DCCI互联网数据中心

# 封闭之战结束，开放之战来临，平台决胜负，联盟定未来

站长使用过的主流开放平台

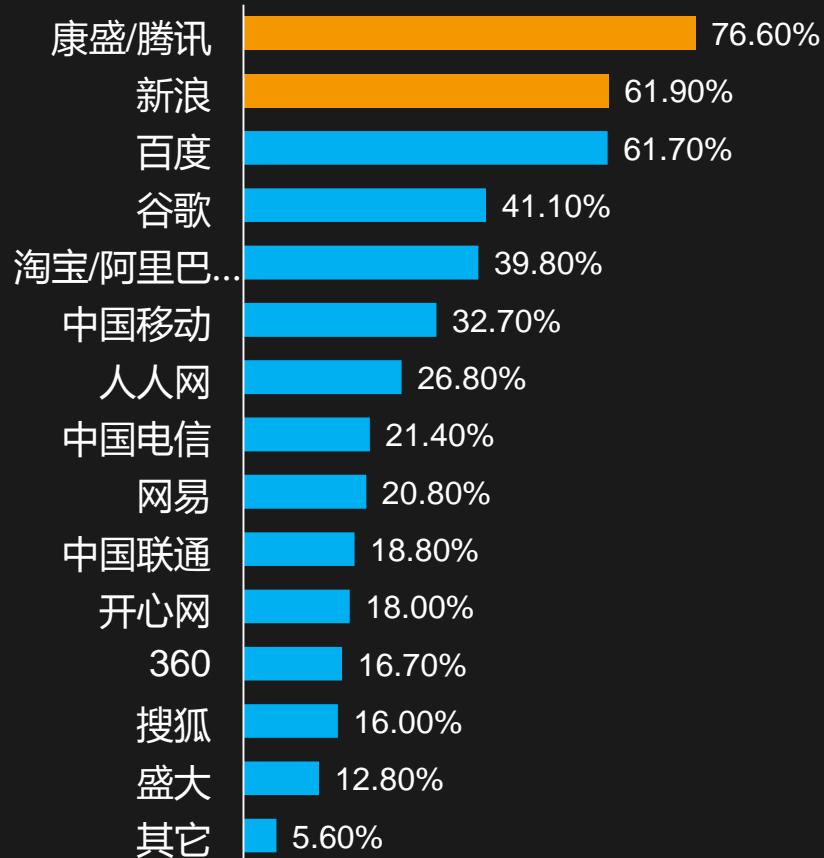


站长最看好的开放平台

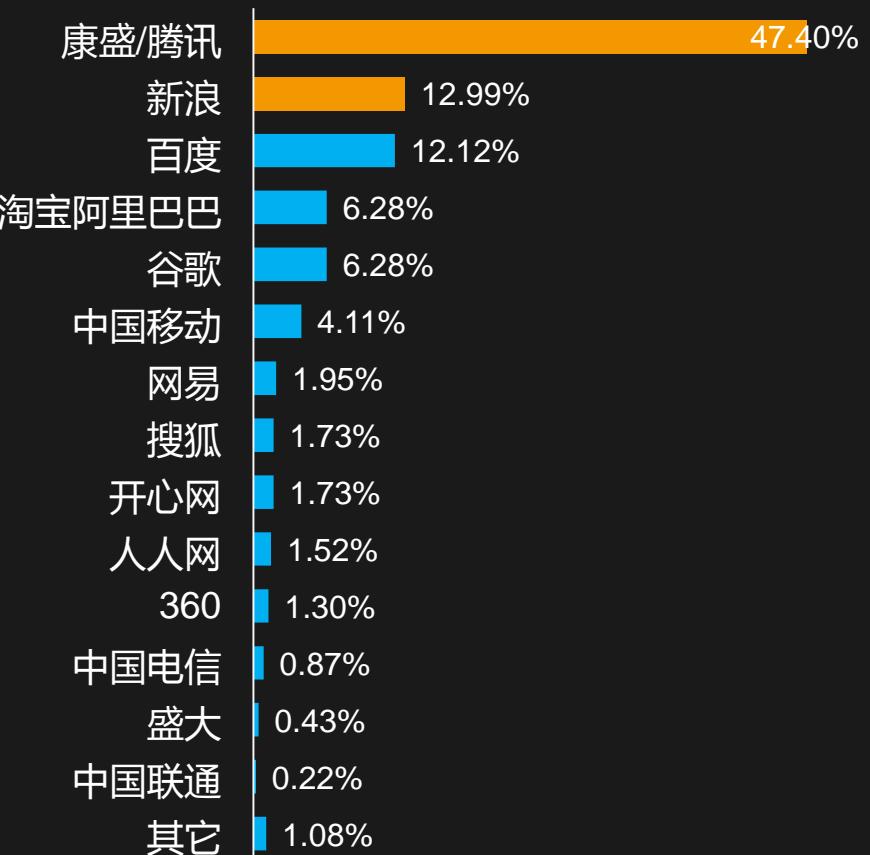


# 社交网络羊群效应-集中度提高现象，在社会化网络-开放平台重现？

站长乐意合作的开放平台企业（多选）



站长最乐意合作的开放平台企业（单选）



数据来源：2011年度中国站长调查报告暨互联网生态开放研究报告  
Copyright ©DCCI 2011 www.dcci.com.cn DCCI互联网数据中心

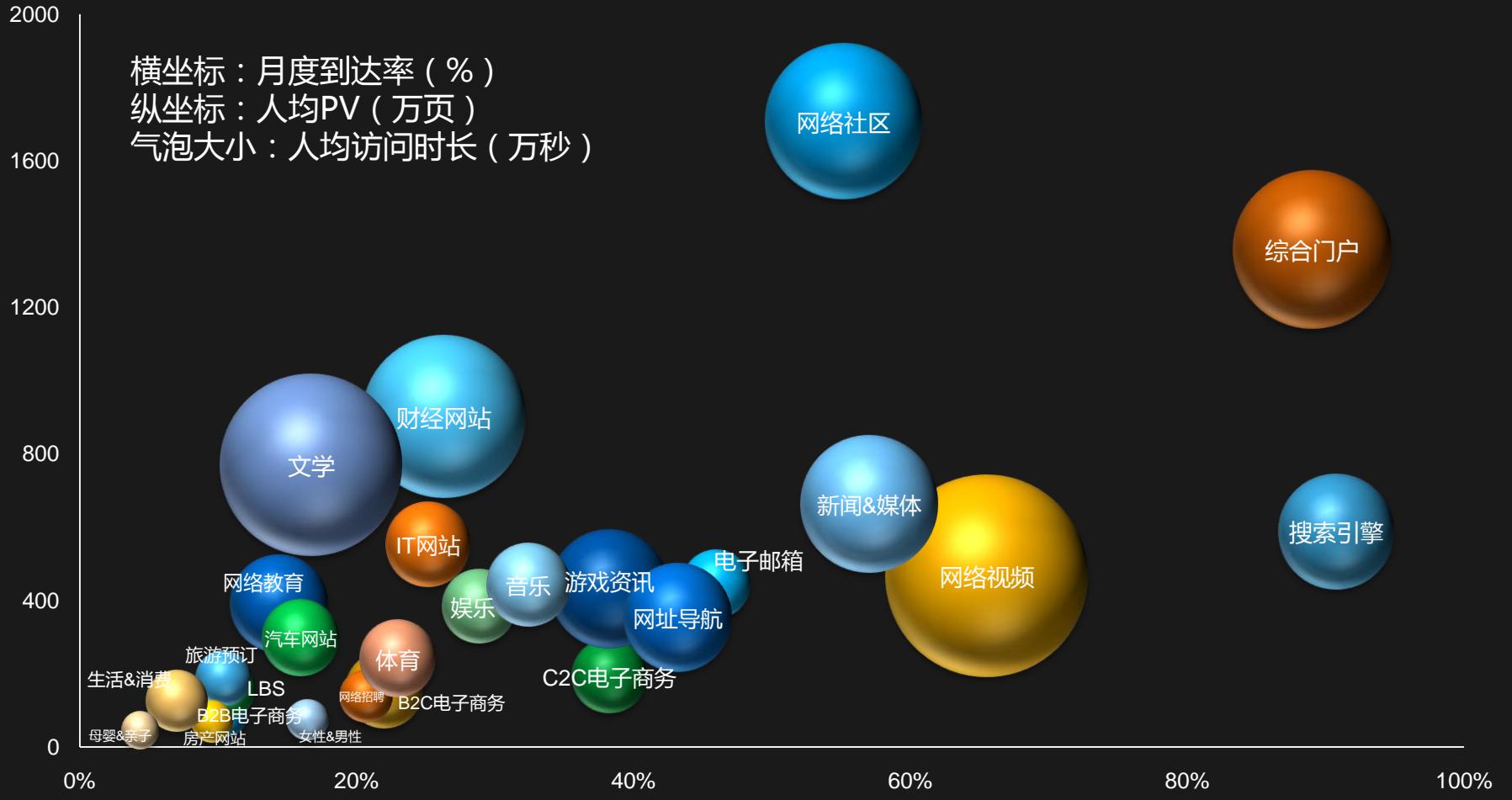


移动中心时代的互联网服务基础架构

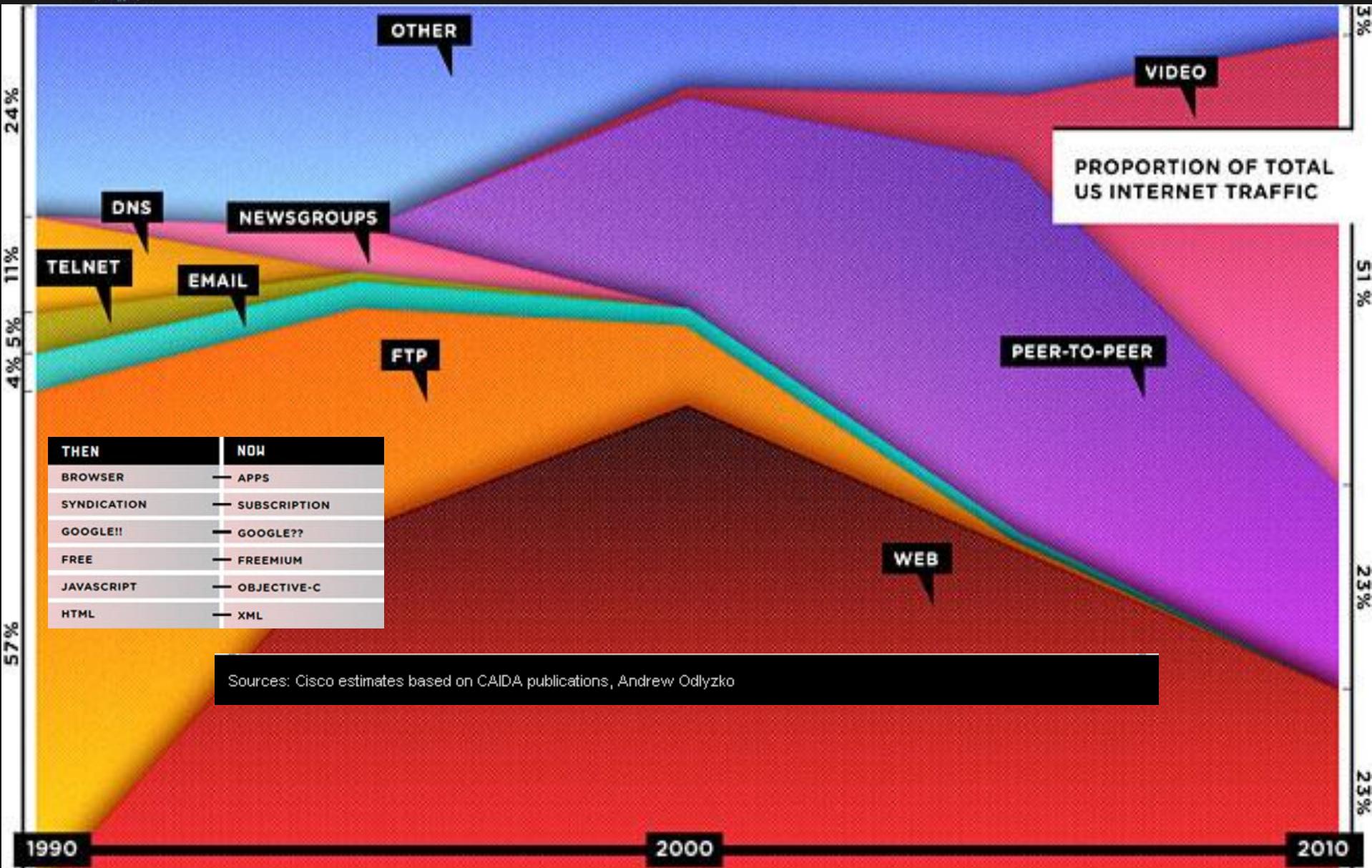


## PC互联网格局明朗，规模存量显著，一站之内模式彻底终结

2010年互联网热点领域用户访问时长、到达率和页面浏览数

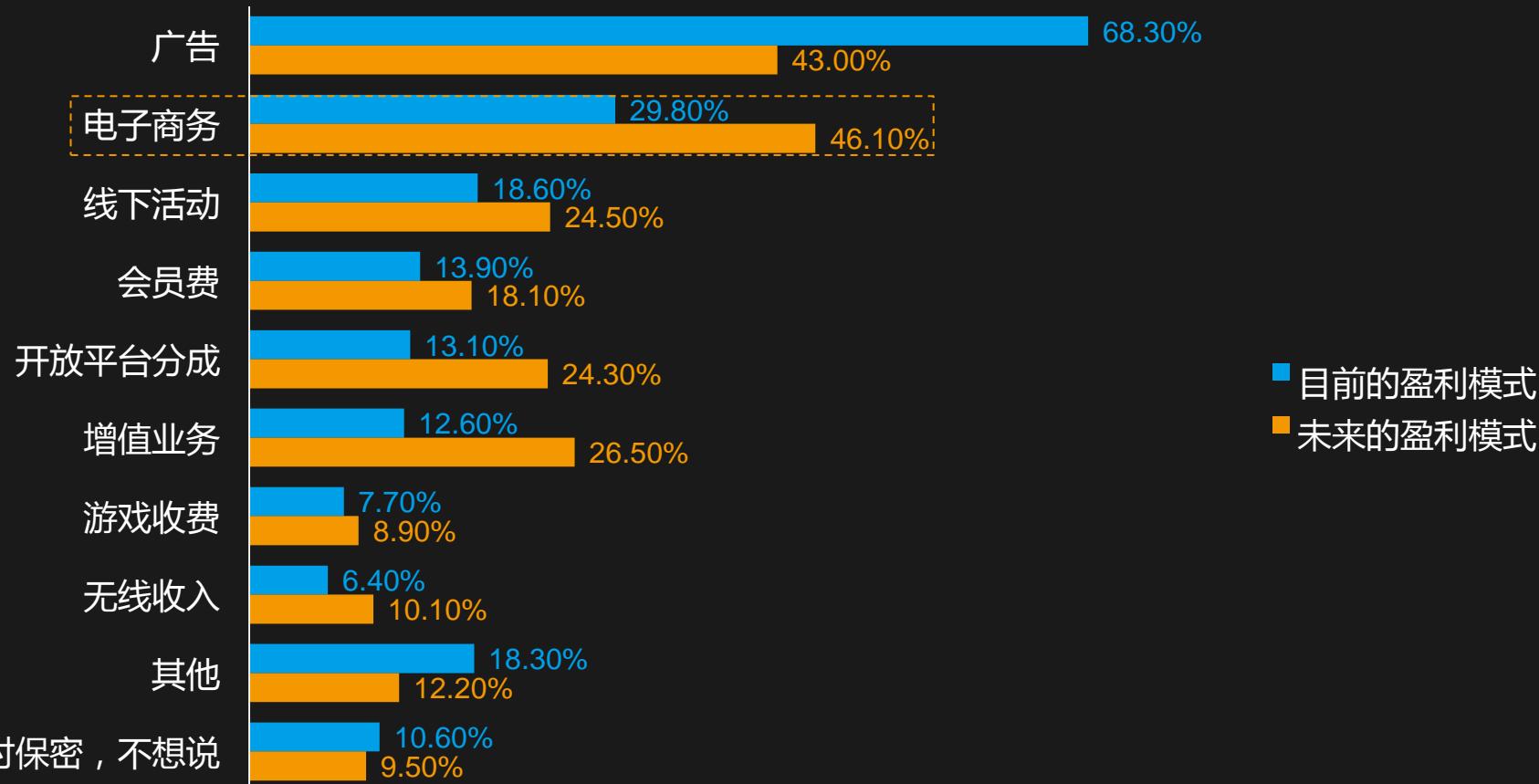


Website比重相对下降不等于Web已死，Web+App确立未来基本格局



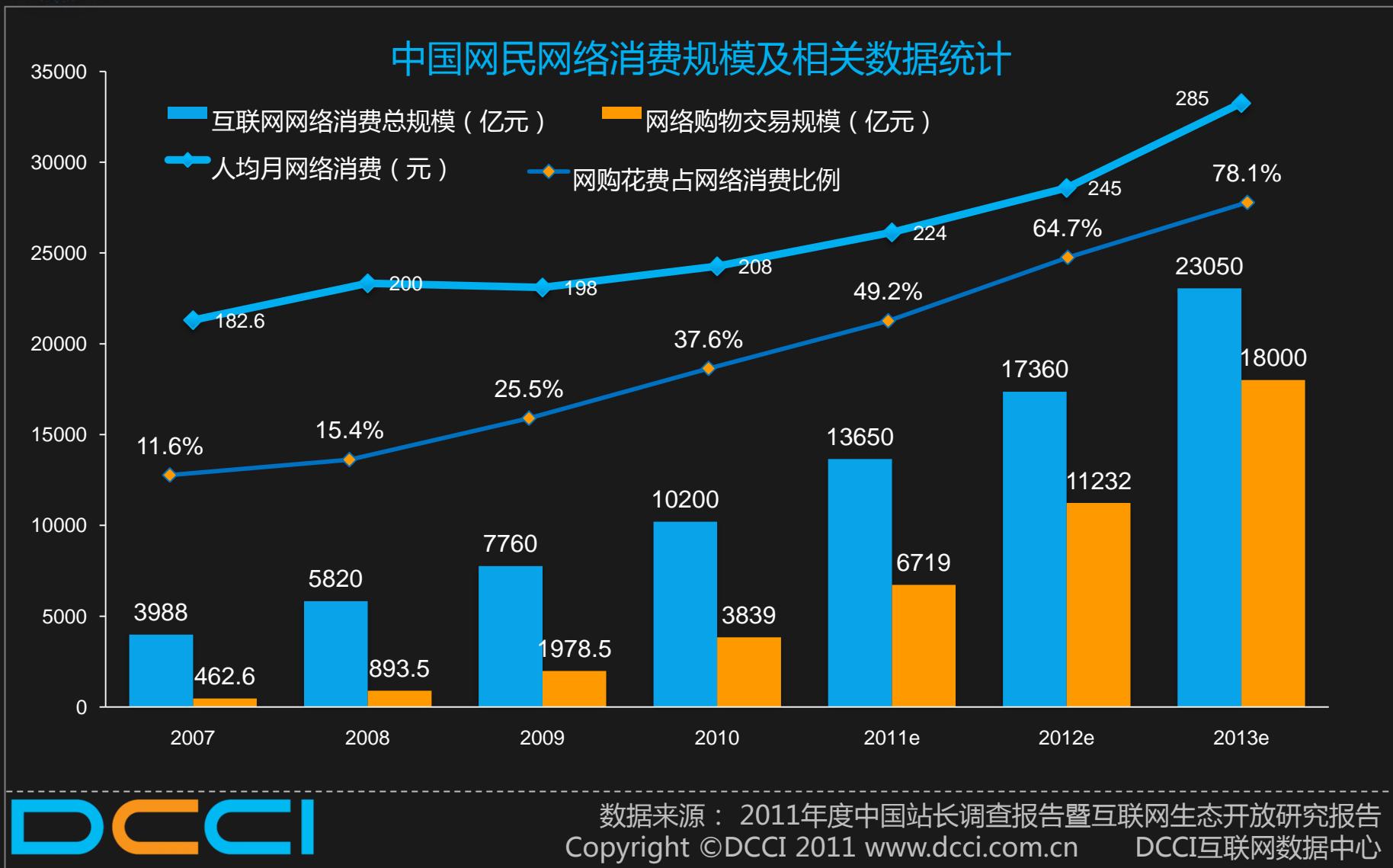
# 广告占比下降，电商等应用消费贡献比例上升，开放平台显著上升

站长网站目前的盈利模式与未来的盈利模式

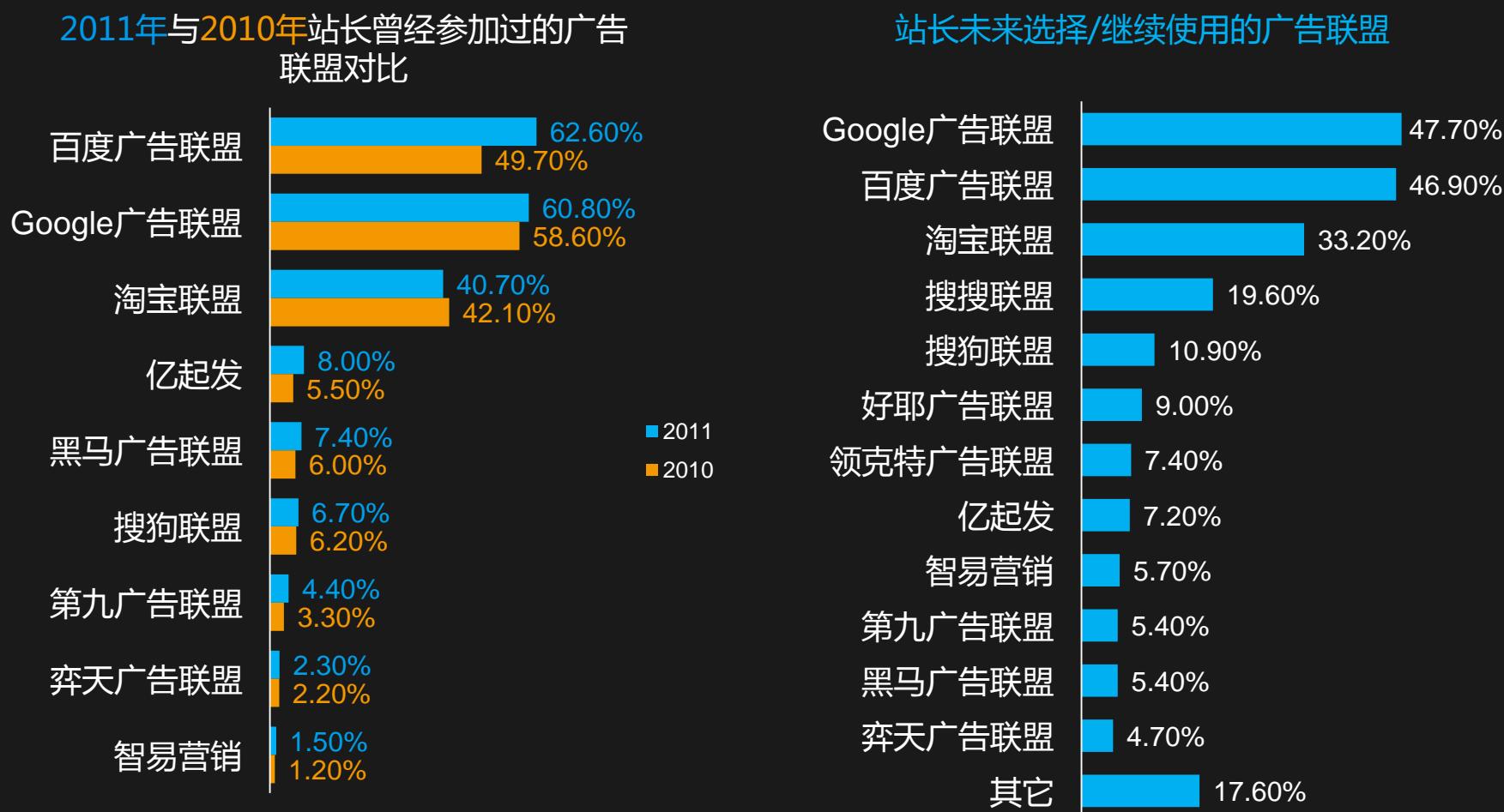


数据来源：2011年度中国站长调查报告暨互联网生态开放研究报告  
Copyright ©DCCI 2011 www.dcci.com.cn DCCI互联网数据中心

# PC互联网，从信息互联网步入以商务-生活-消费为重心的应用互联网

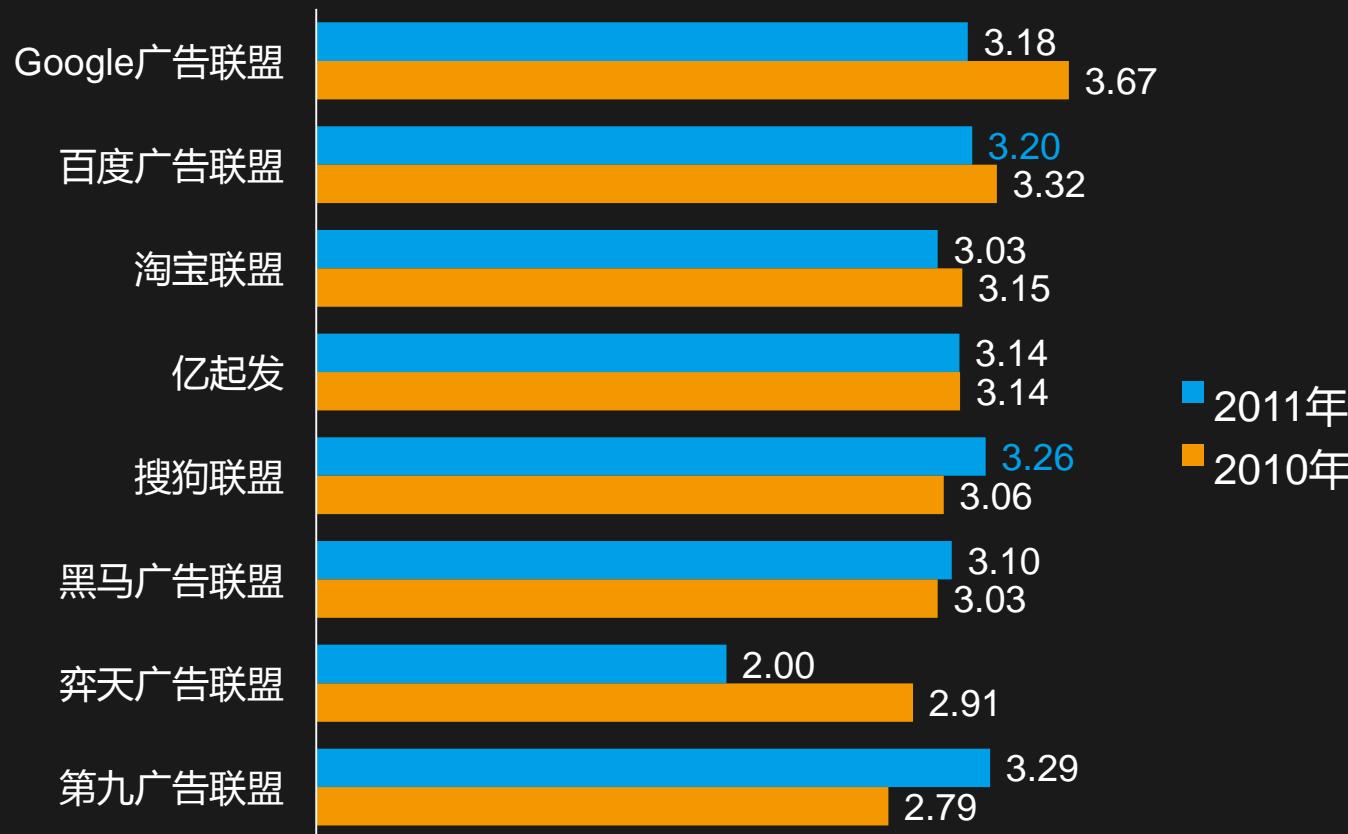


# 广告-电商-视频-社区等多种Network泛化标配，网站价值可多重兑现



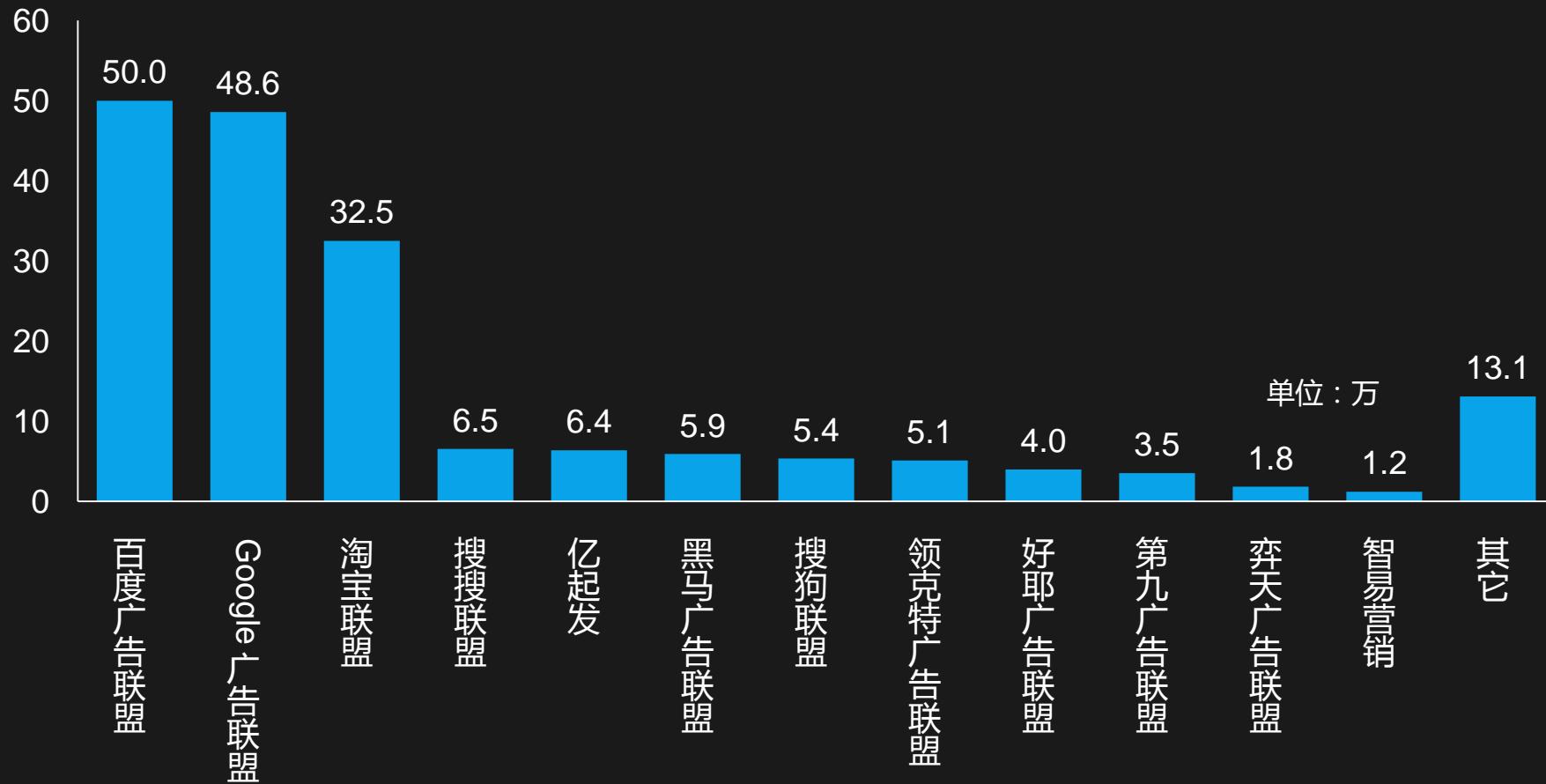
# 联盟在碎片化-粉末化-App化中酝酿变局，大盘通吃不导致市场一统

2011年与2010年站长对于合作过的广告联盟的满意度评分对比



# 联盟圈地，网中网勾连互联网开放合作新版图

## 广告联盟合作的网站数量统计



DCCI

数据来源：2011年度中国站长调查报告暨互联网生态开放研究报告  
Copyright ©DCCI 2011 www.dcci.com.cn DCCI互联网数据中心

移动-手机 M - 网络中心

Connect

Open

Web

Mobile

App

Location

Social

连接性

开放分布

Web网站

移动-中心

App应用

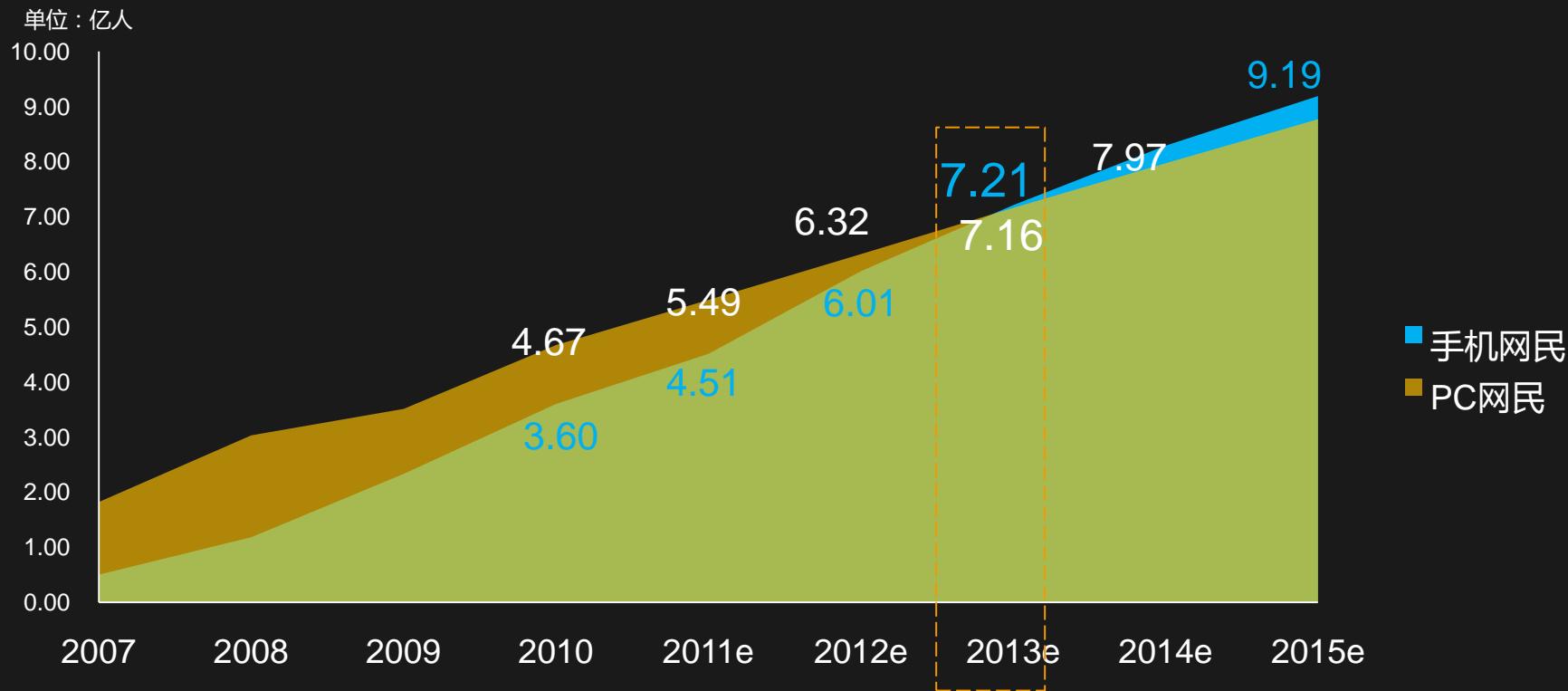
位置基点

社会化网络

移动中心时代的互联网服务基础架构

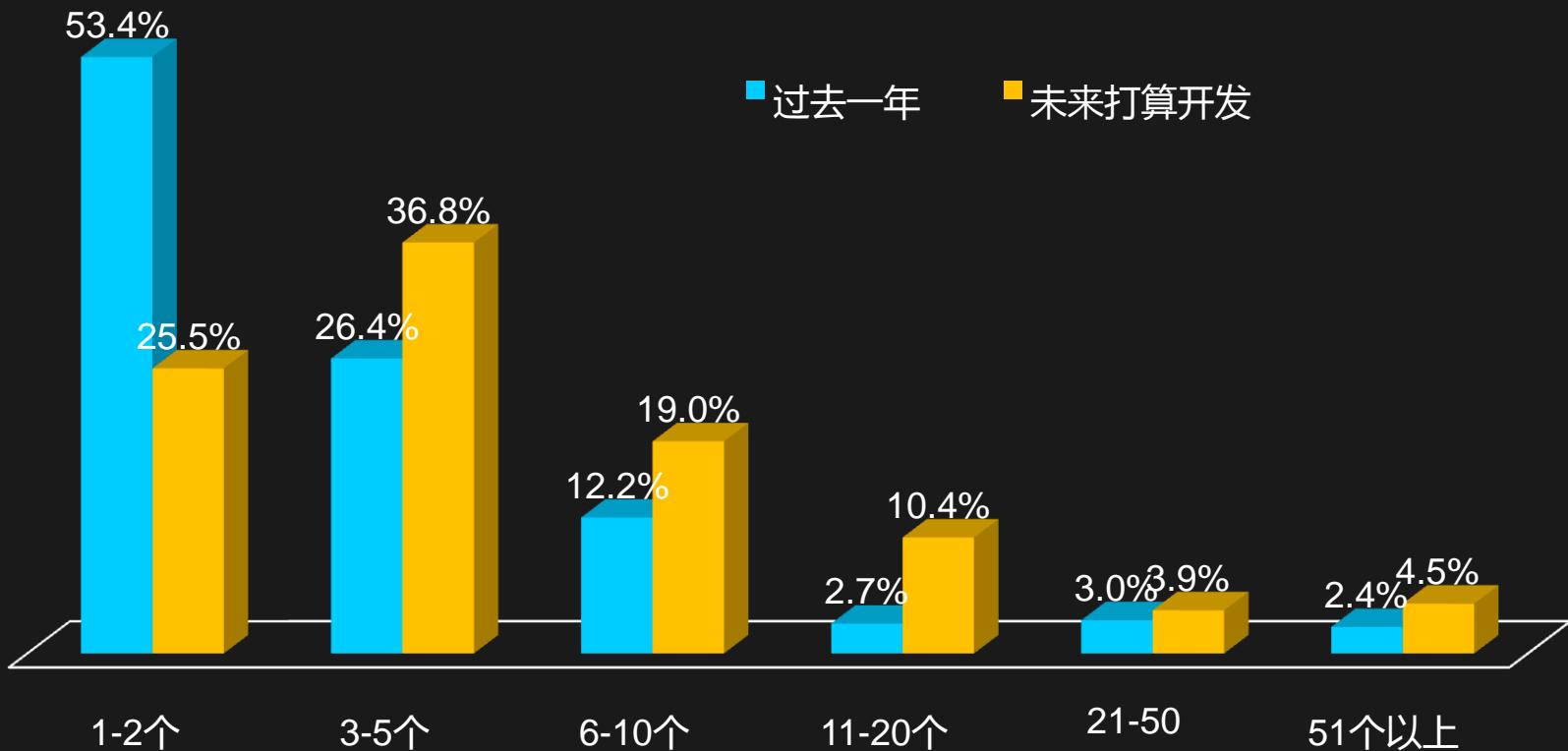
# 终端用户规模：手机网民超越PC网民，移动中心时代到来

中国各类终端用户规模统计及增长趋势—手机网民将2013年超越PC网民



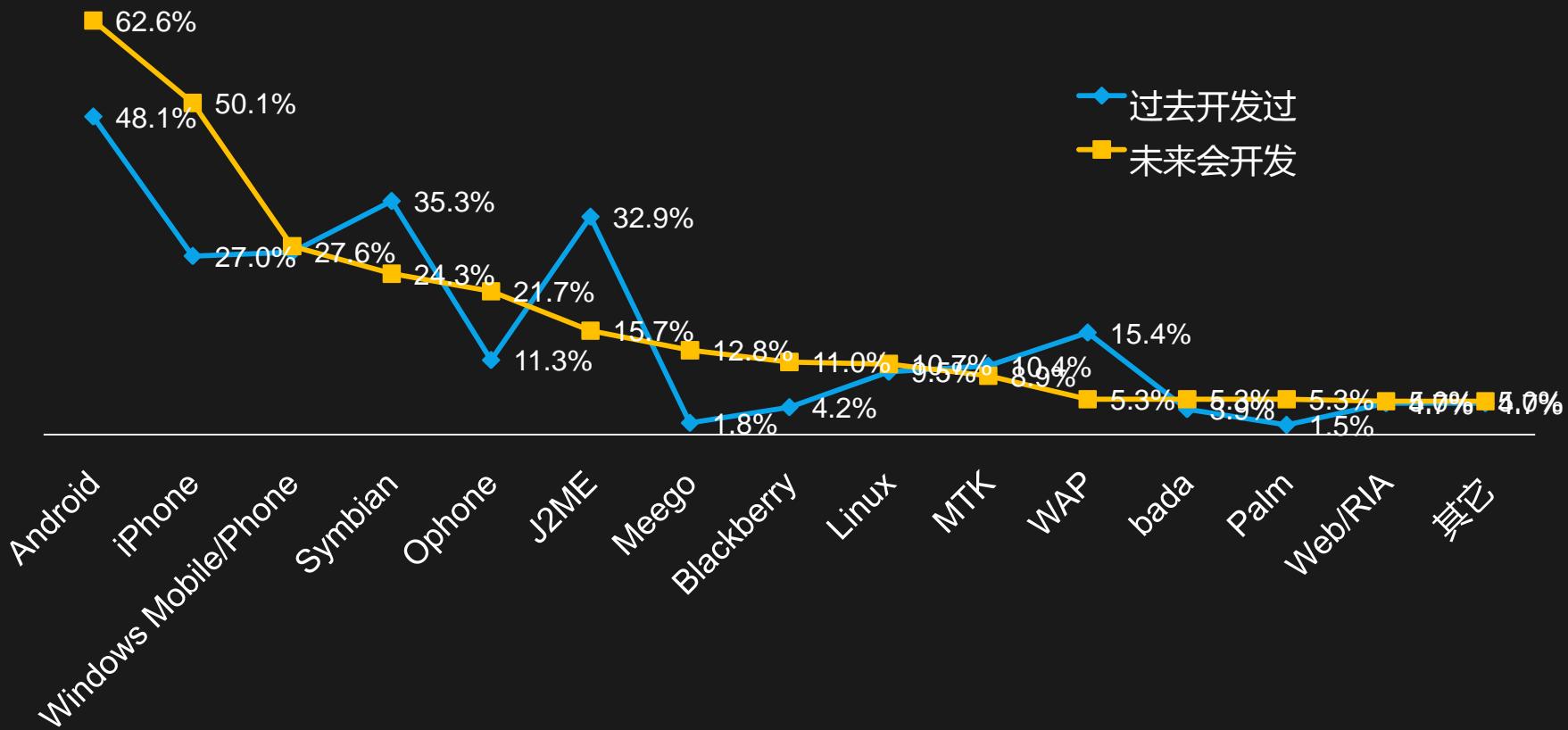
# 移动App开发量使用时长增长显著，但市场集中度显著大于Website

多数移动开发者会增加移动应用的开发数量



是开放平台，但更是多平台-跨平台，开发者向2-3家平台集中

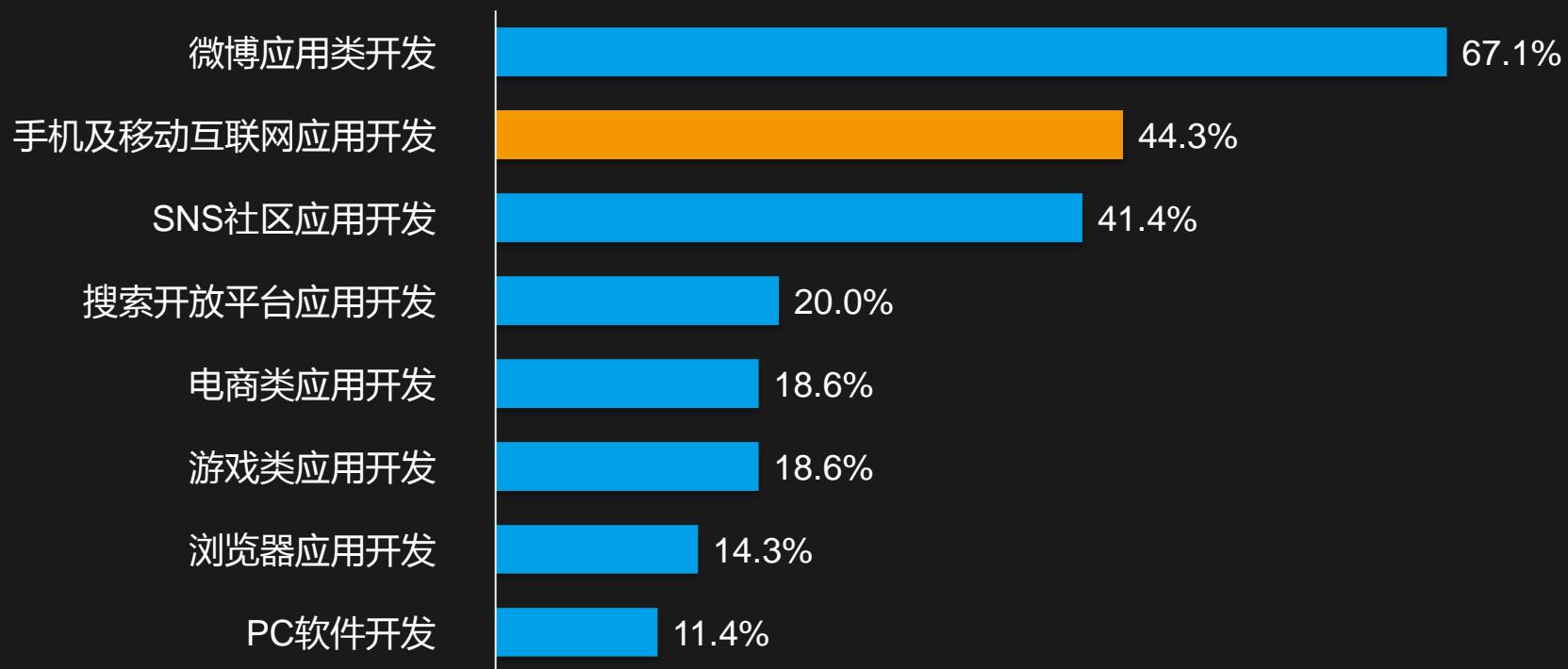
开发者平台选择变化对比





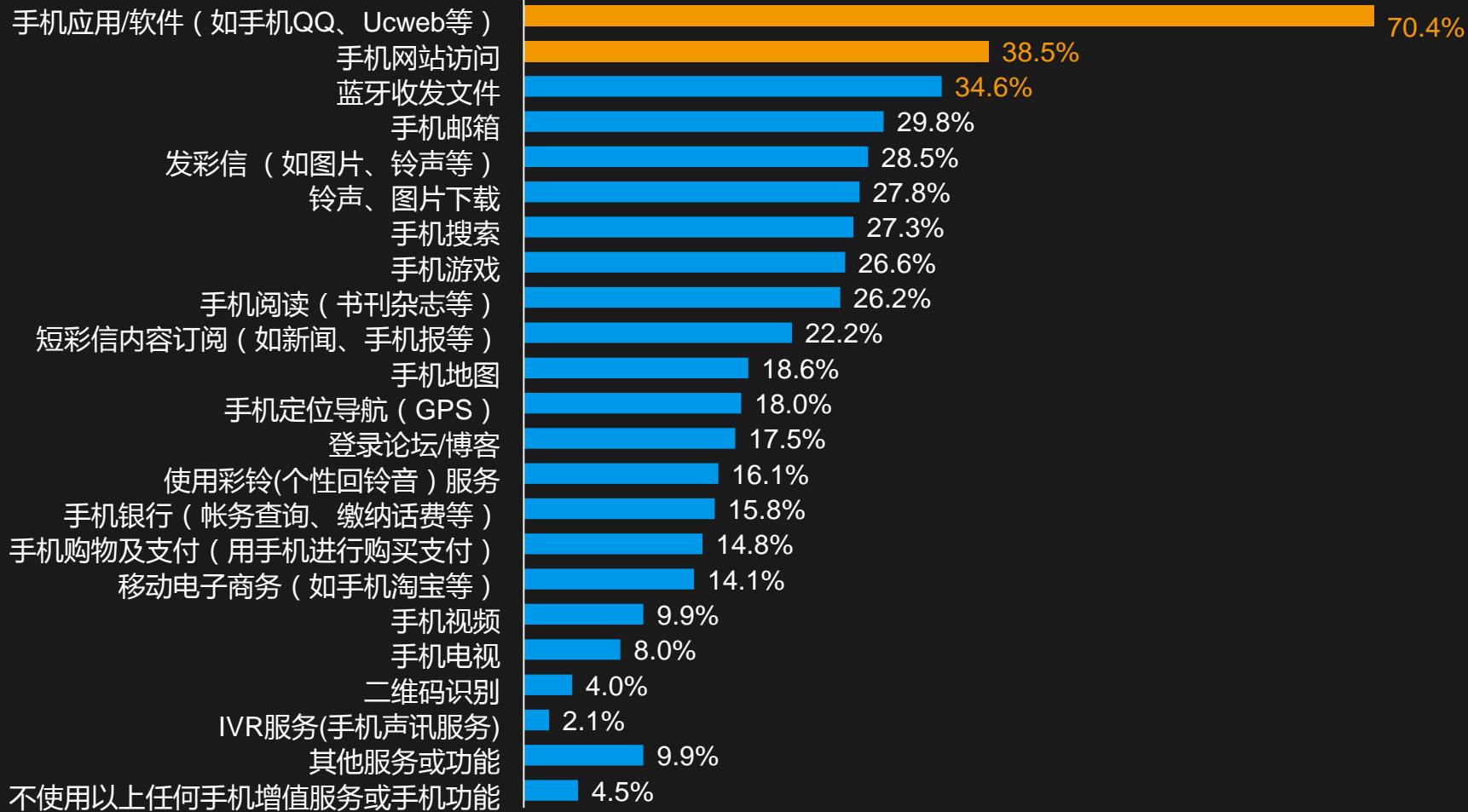
## M移动+S社会化网络，将成为开发-运营-应用-消费引爆点

### 关注微博的开发者开发过的应用领域



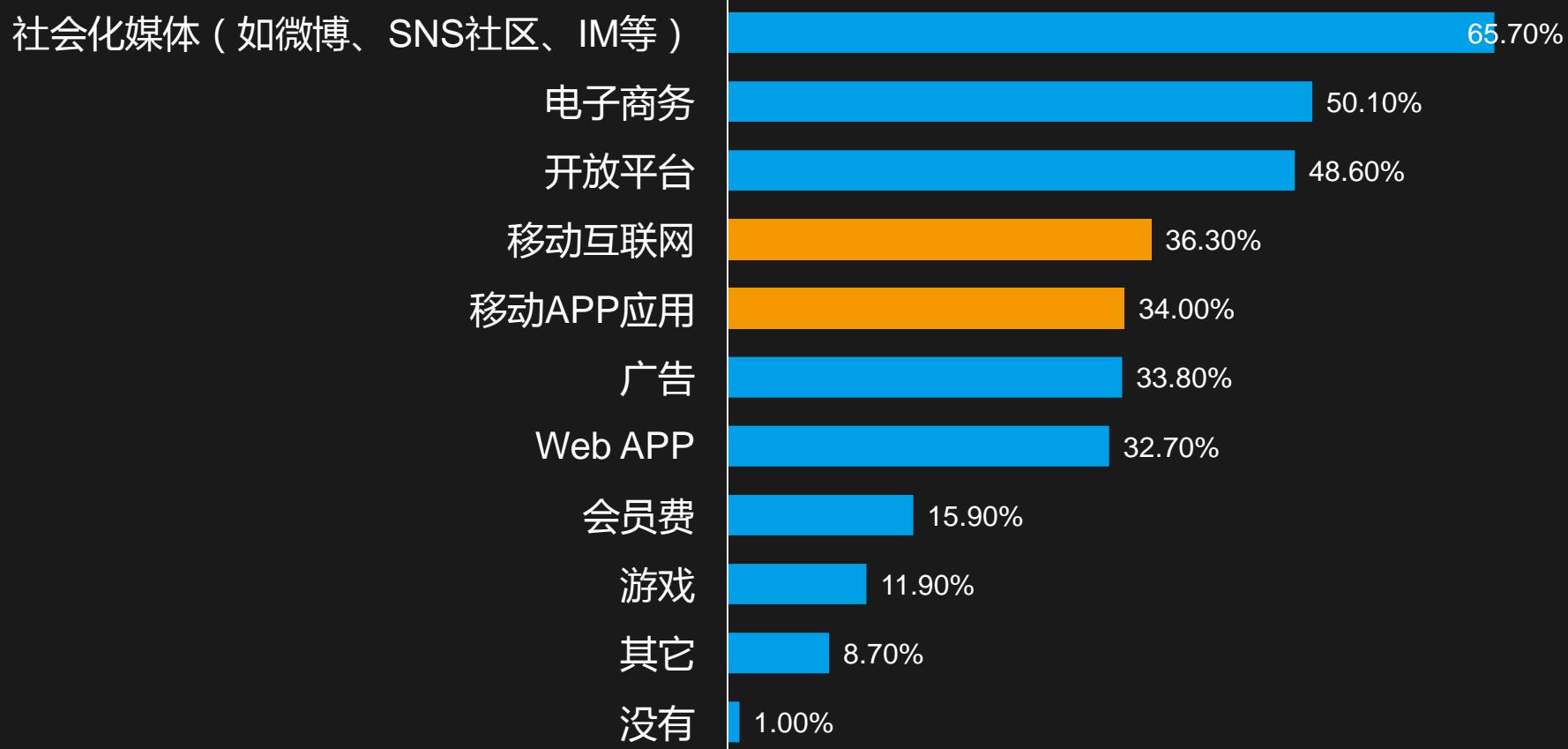
# 移动中心环境下，Web与碎片化负相关，App与屏幕大小负相关

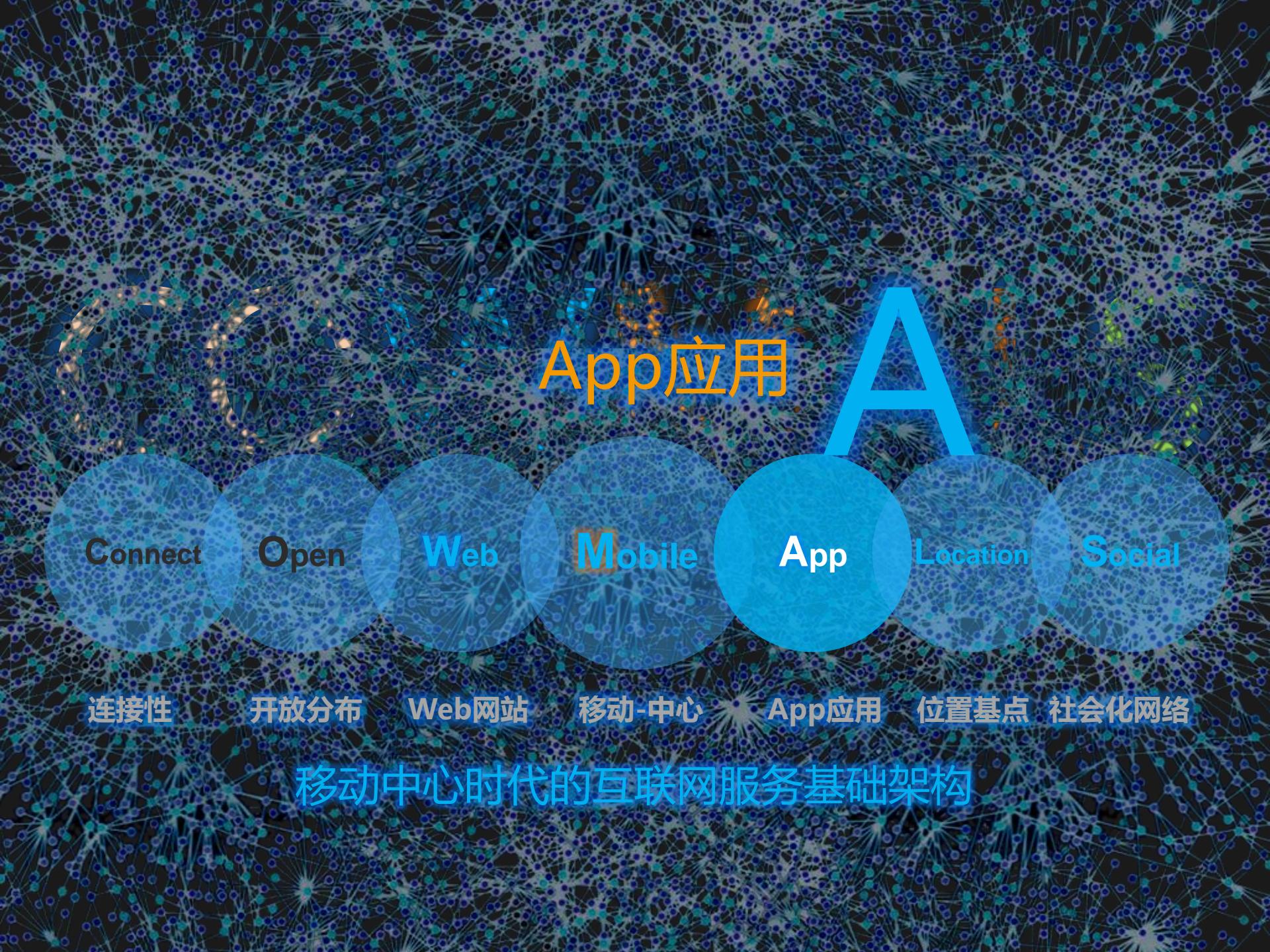
## 手机互联网用户经常使用的手机功能或服务



# 互联网，向移动互联网移动.....

## 站长对于互联网领域中未来重点开拓领域





# App应用

# A

Connect

Open

Web

Mobile

App

Location

Social

连接性

开放分布

Web网站

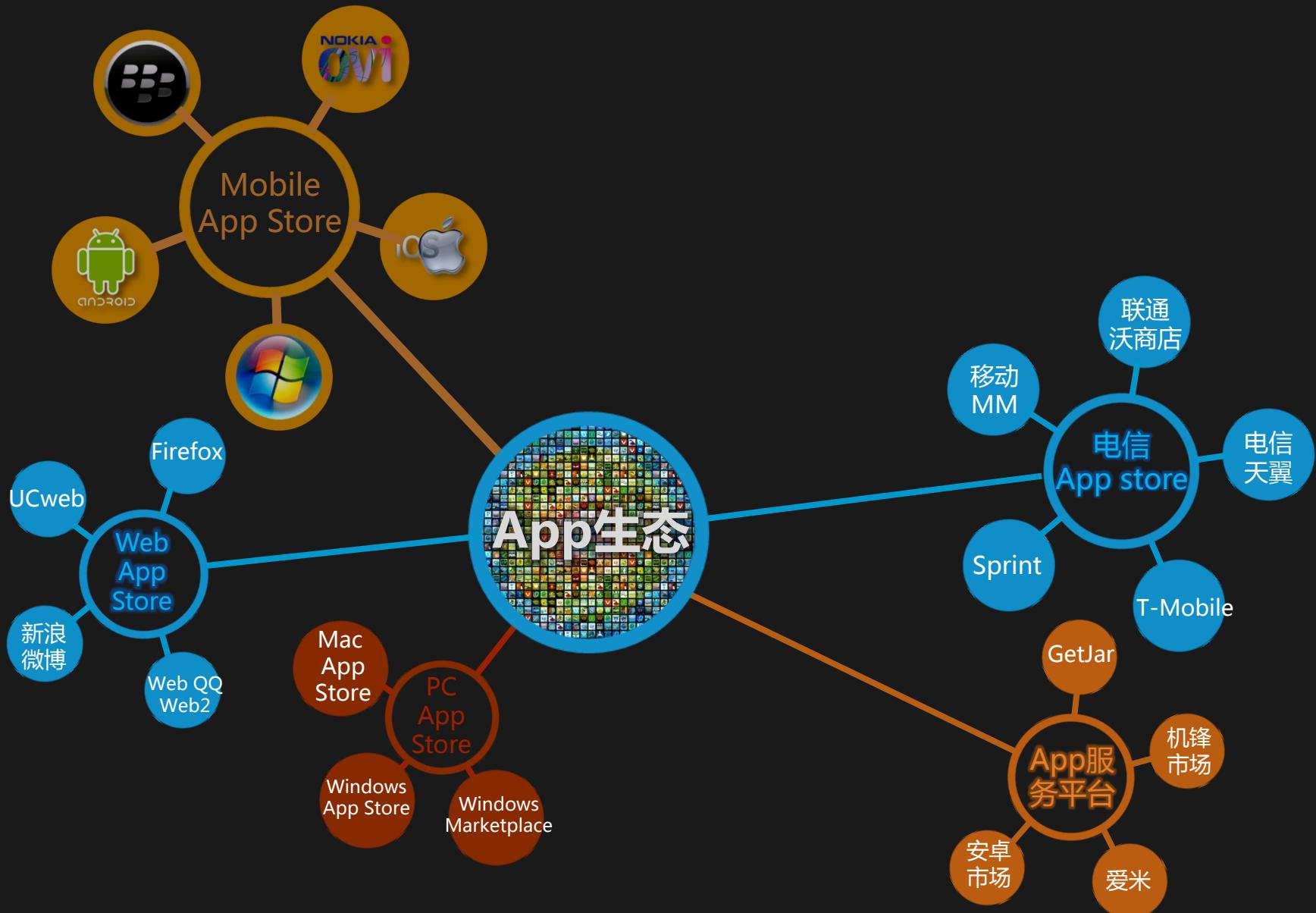
移动-中心

App应用

位置基点

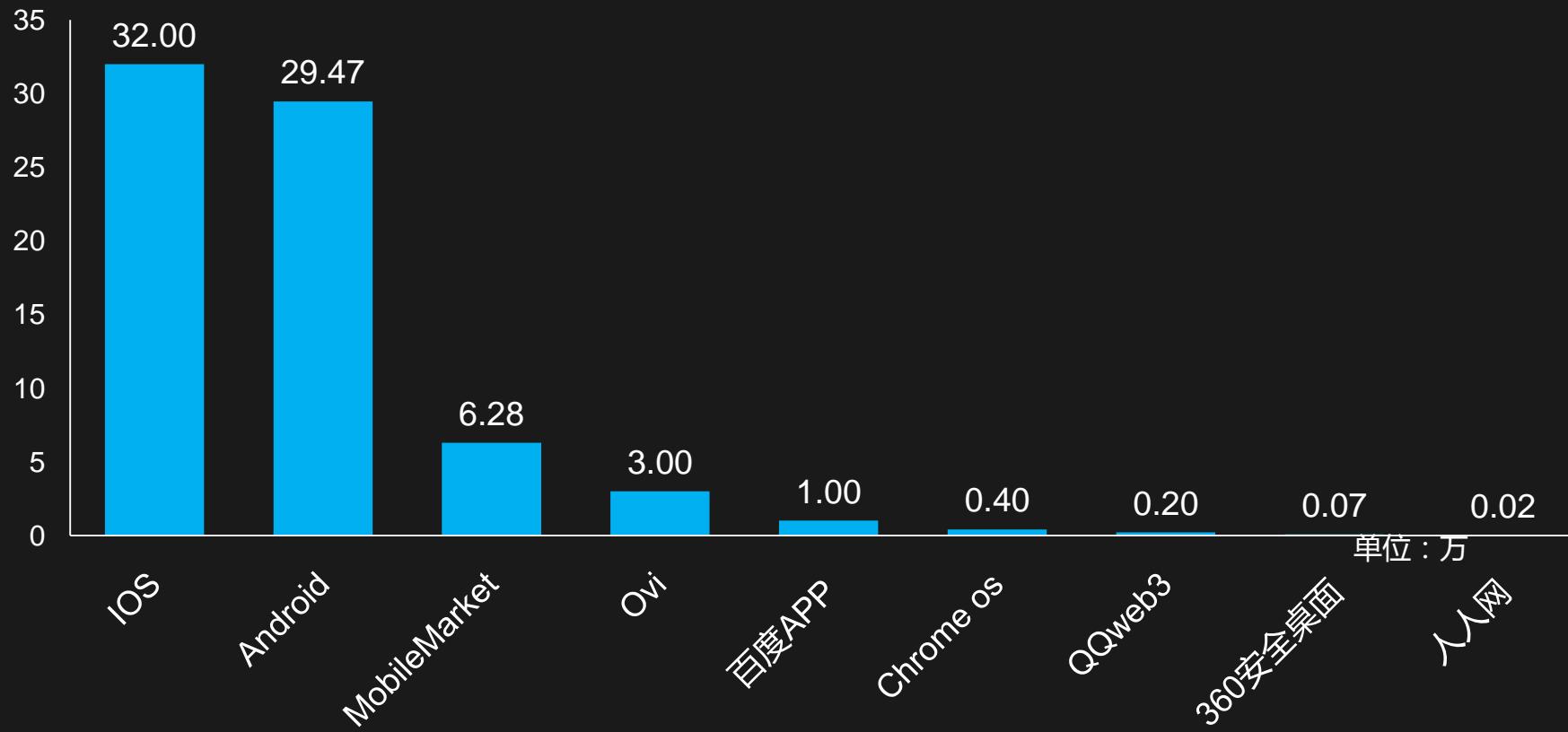
社会化网络

## 移动中心时代的互联网服务基础架构



# 移动APP领先，Web App可期？平台+App格局下后发者有无机会？

国内外主流App平台App应用数量统计



数据来源：DCCI根据网络公开数据统计

Copyright ©DCCI 2011 www.dcci.com.cn

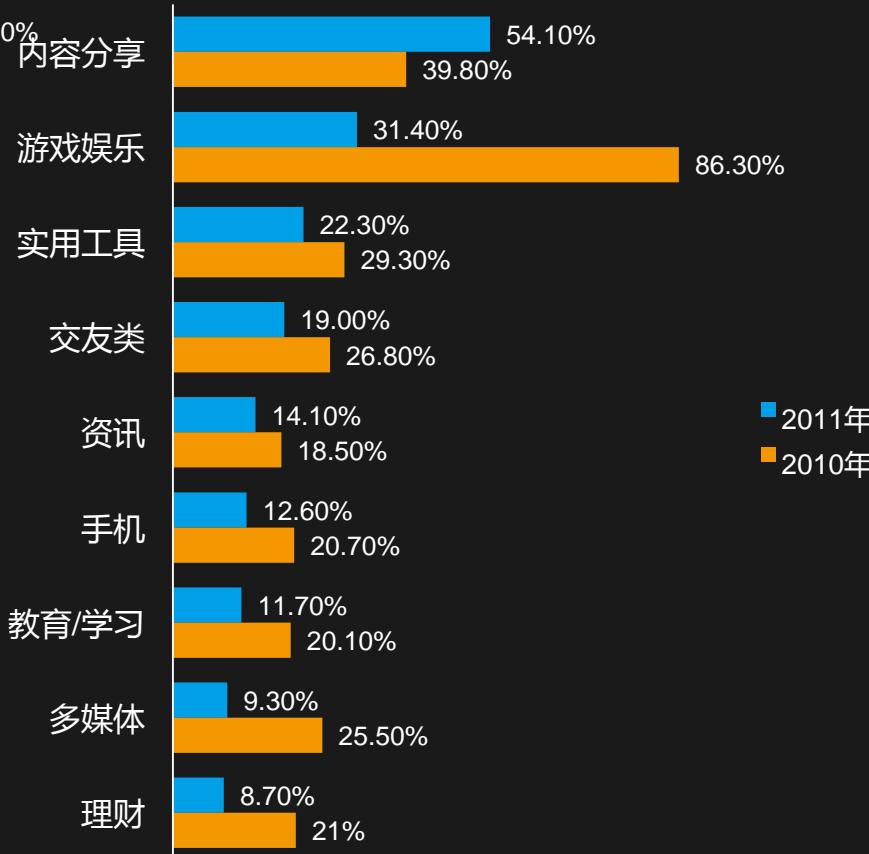
DCCI互联网数据中心

# App结构：内容分享、游戏娱乐、电商、社交暂居主流

站长网站正在使用的第三方应用类型



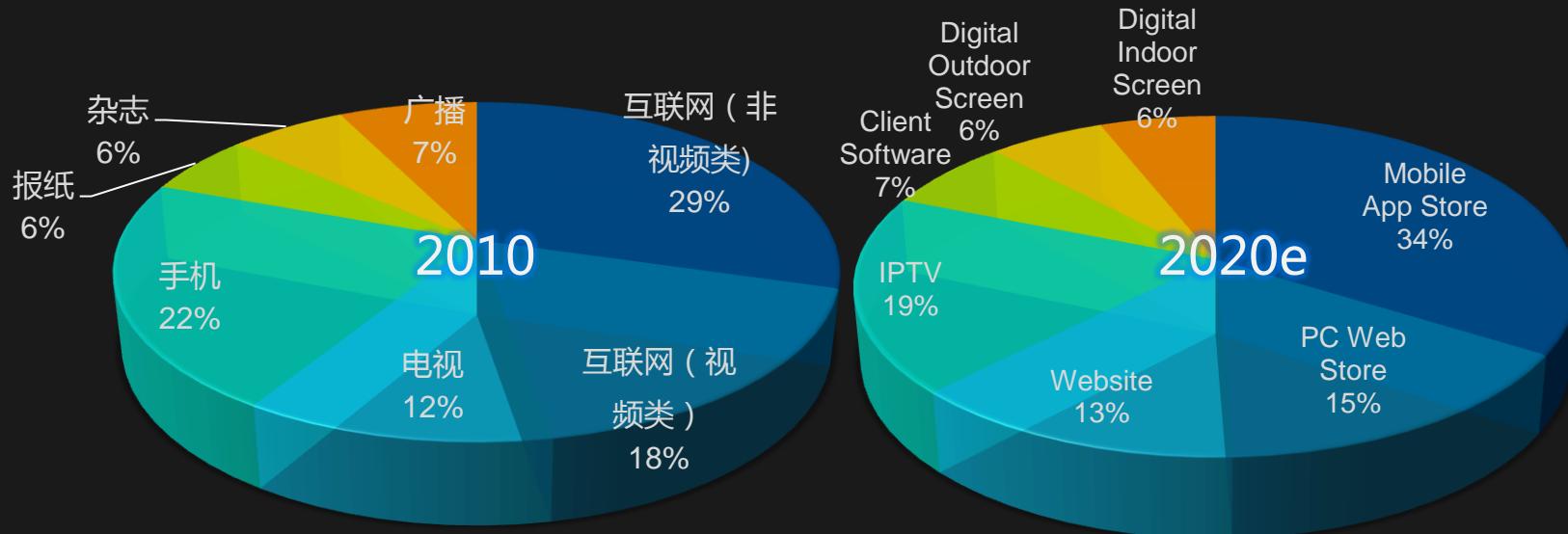
2011年与2010年站长网站使用的第三方应用类型对比



# App向何方移动？

1. Android应用-下载量2年内超i OS；
2. In-app payments成主流，App均价下降，免费潮带动收费；
3. 游戏-Social-营销成为中国市场发展的三种主要驱动力量；
4. 市场噪音陡增，App均效下降，低质App更加不易获得市场；
5. 终端多平台-跨平台促App在封闭中开放，开发者跨平台布局应用开发和发放；
6. 开放-连接-微支付成App标配模块，抵消App应用封装导致的互联网孤岛化不利影响；
7. 互联网App化，Web与App并存，Web App起潮，客户端软件向Web App演进；
8. 营销业者App试水成风，Network-植入-应用多管齐下，Mobile将成第一通路。

2010-2020数字生活格局预期：不同应用服务-媒介/网站对微众时间的分割



位置基点

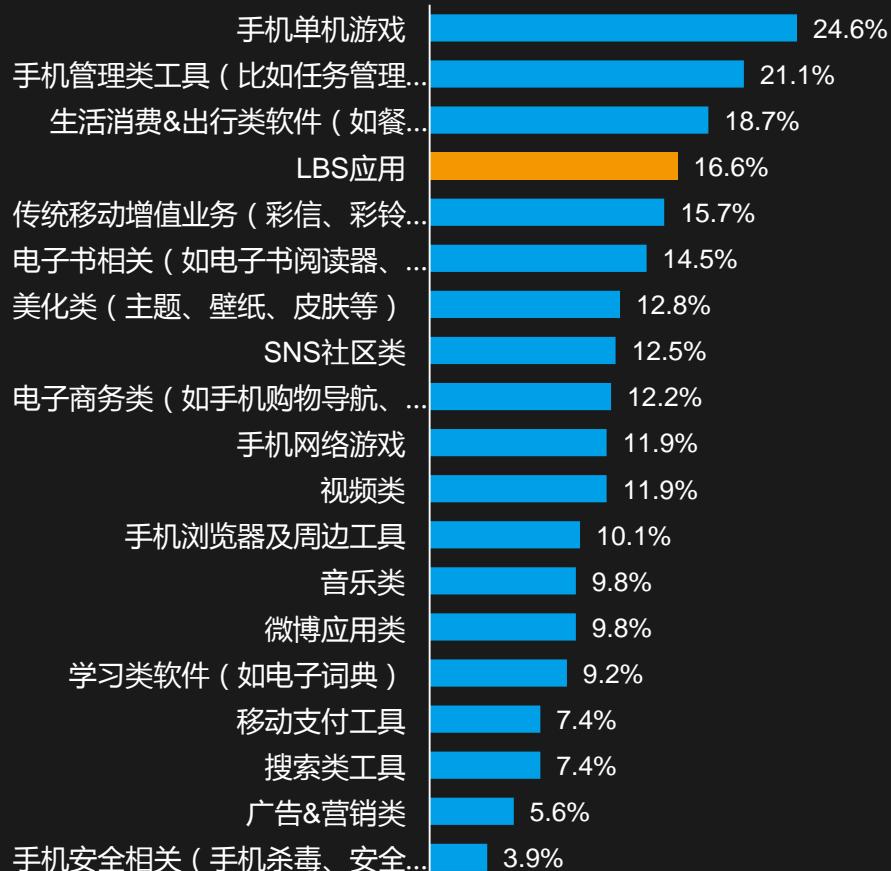


移动中心时代的互联网服务基础架构



# 位置服务的位置：各类互联网应用服务标配，人机合一

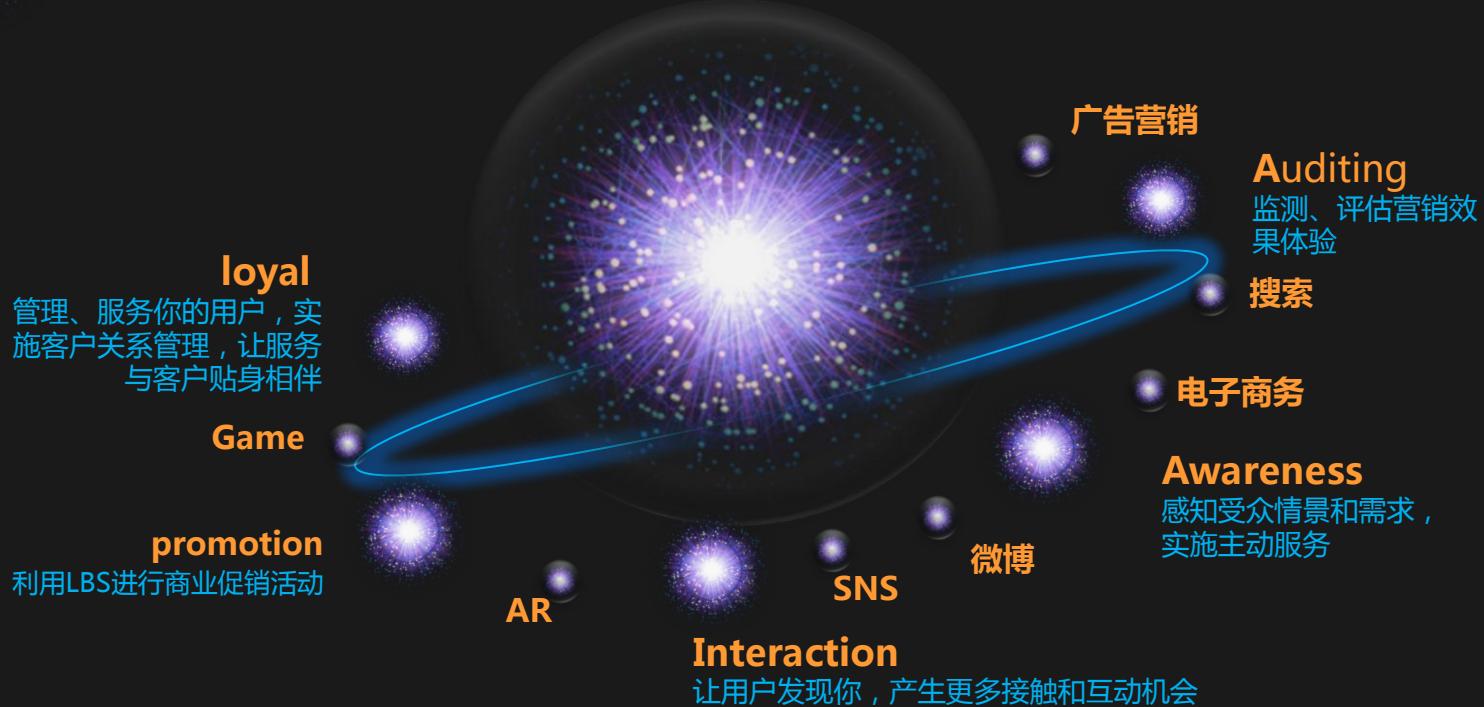
## 过去一年开发过的移动应用类型



## 未来打算开发的移动应用类型



# 位置服务：虚拟和现实连接的关键，基准



1. LBS将成为各类互联网应用服务的标配，也将成为商务、广告、营销活动的基准点；
2. LBS与SNS-电商-微博-生活资讯-消费服务等结合过程中，蕴含全新多维互动环境认知；
3. 感知位置需求：移动即位置，位置、受众、终端、行为、情景等将成为广告主更精准地锁定用户的手段，通过感知用户情景，广告主可以投放更具互动性和精准性的移动广告；
4. 连接虚拟和现实：LBS让网络广告的效果更加有迹可循，用户线上的关注、分享、喜爱等行为，可以通过线下用户主动的“签到”，实现营销的无缝监测，但LBS远不只是Check In；
5. 品牌和用户相遇：通过LBS与地理信息、商业资源、二维码、营销活动的组合，创造受众与品牌的互动机会；
6. LBS爆发点是GIS+GPS+智能手机+互联网应用的交汇/聚合点，2011中国市场预计18亿元；
7. 三个理念有助于理解LBS的未来：开放位置数据库，情境，虚拟与现实/人与世界的连接。

# 社会化网络-关系

S

Connect

Open

Web

Mobile

App

Location

Social

连接性

开放分布

Web网站

移动-中心

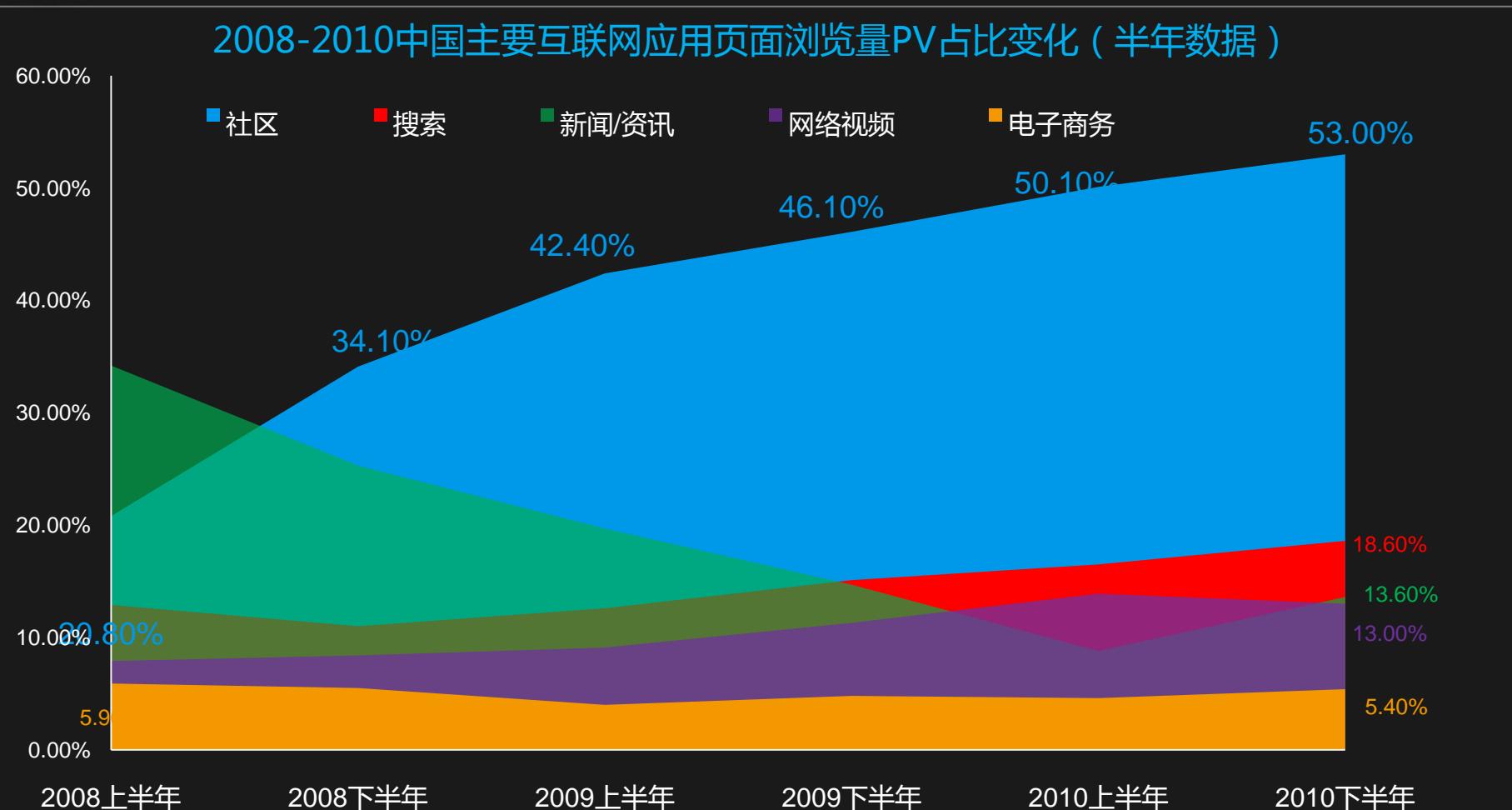
App应用

位置基点

社会化网络

移动中心时代的互联网服务基础架构

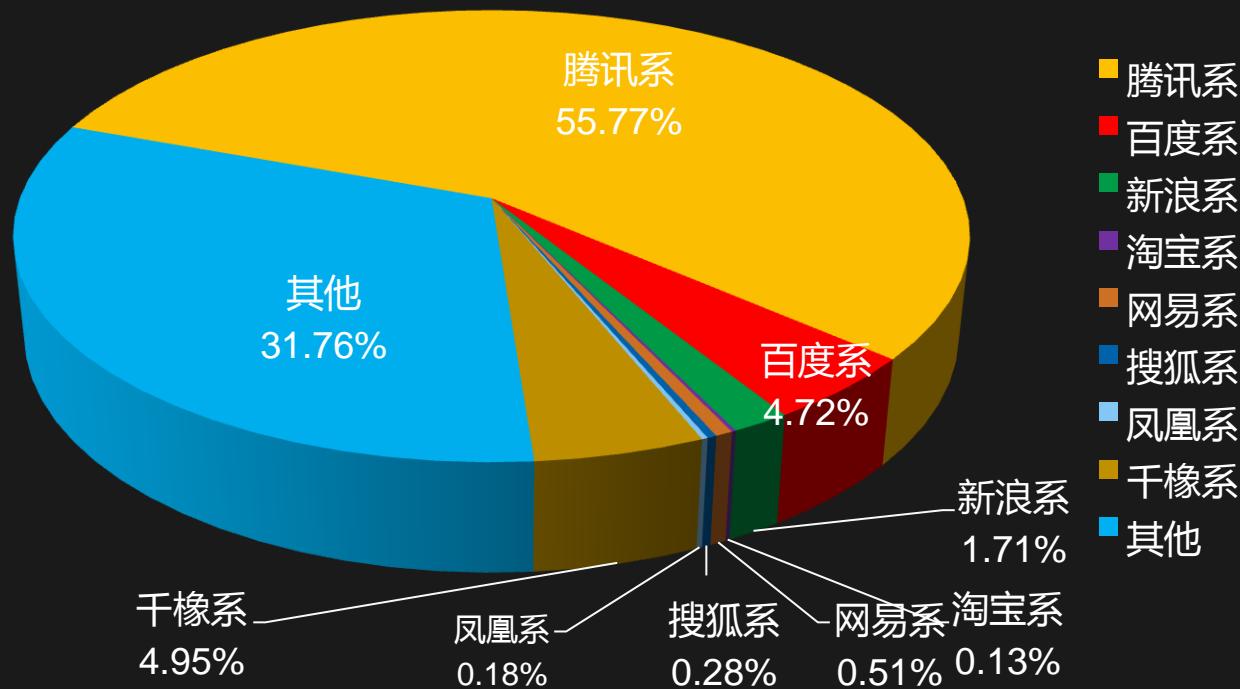
# 当用户成为主体，当社会化网络重新连接互联网





# 中国社会化网络版图，SQ之战，平台之战，三一之争

2010中国社会化网络版图\*页面浏览量PV\*份额



DCCI

Copyright ©DCCI 2010 [www.dcci.com.cn](http://www.dcci.com.cn)

数据来源：DCCI 2010年中国互联网调查

DCCI互联网数据中心

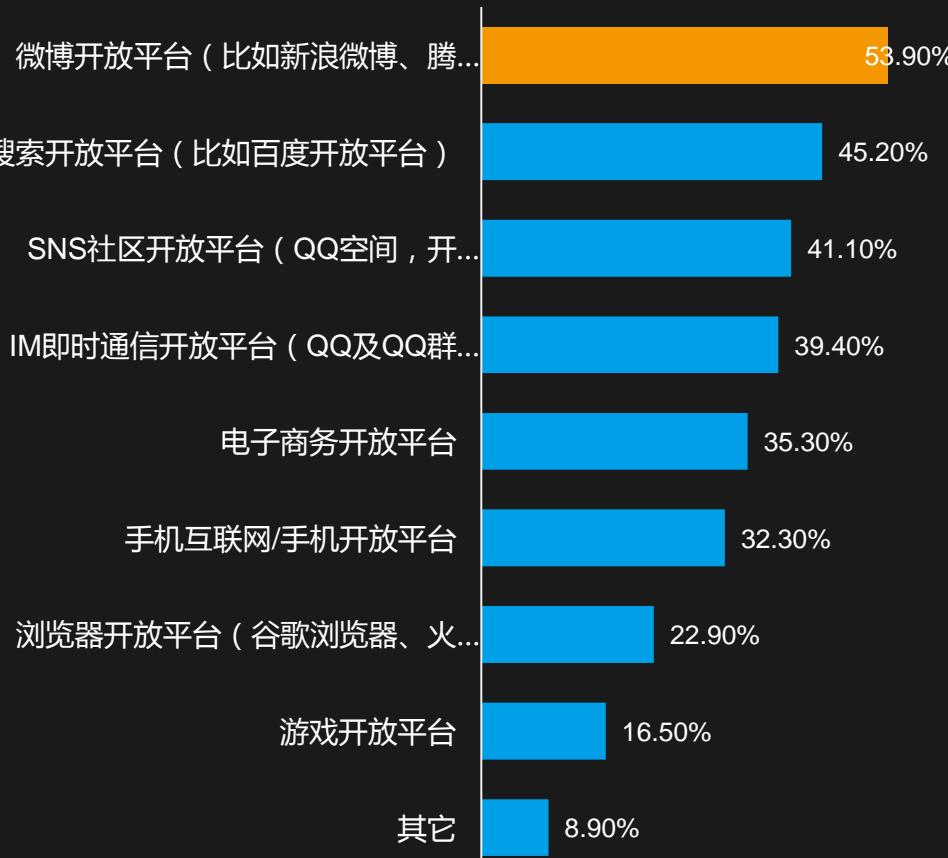
注：Network社会网络范畴：SNS、微博、论坛、相册、空间、博客、问答、百科等...

# 搜索-微博-SNS开放平台合作因为实力，移动-电商平台因为潜力？

站长对于开放平台的使用情况（加入、接入、提交）



未来使用的开放平台

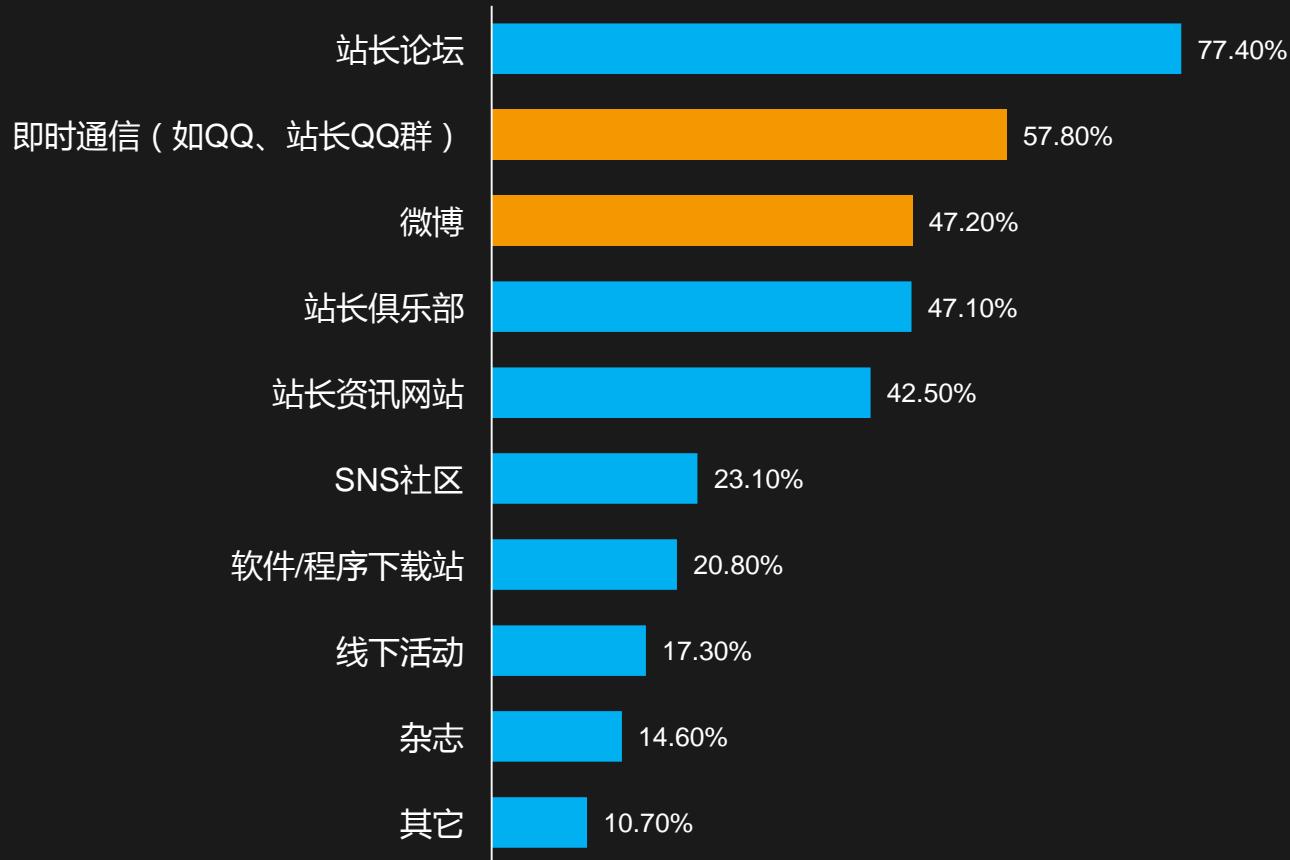


站长这个群体，站长向何方移动.....

以后还叫站长吗？  
互联网时代的牛仔？蛮荒时代的草根？  
移动互联网是一扇窗？还是一道坎？  
个人英雄？团队致胜？

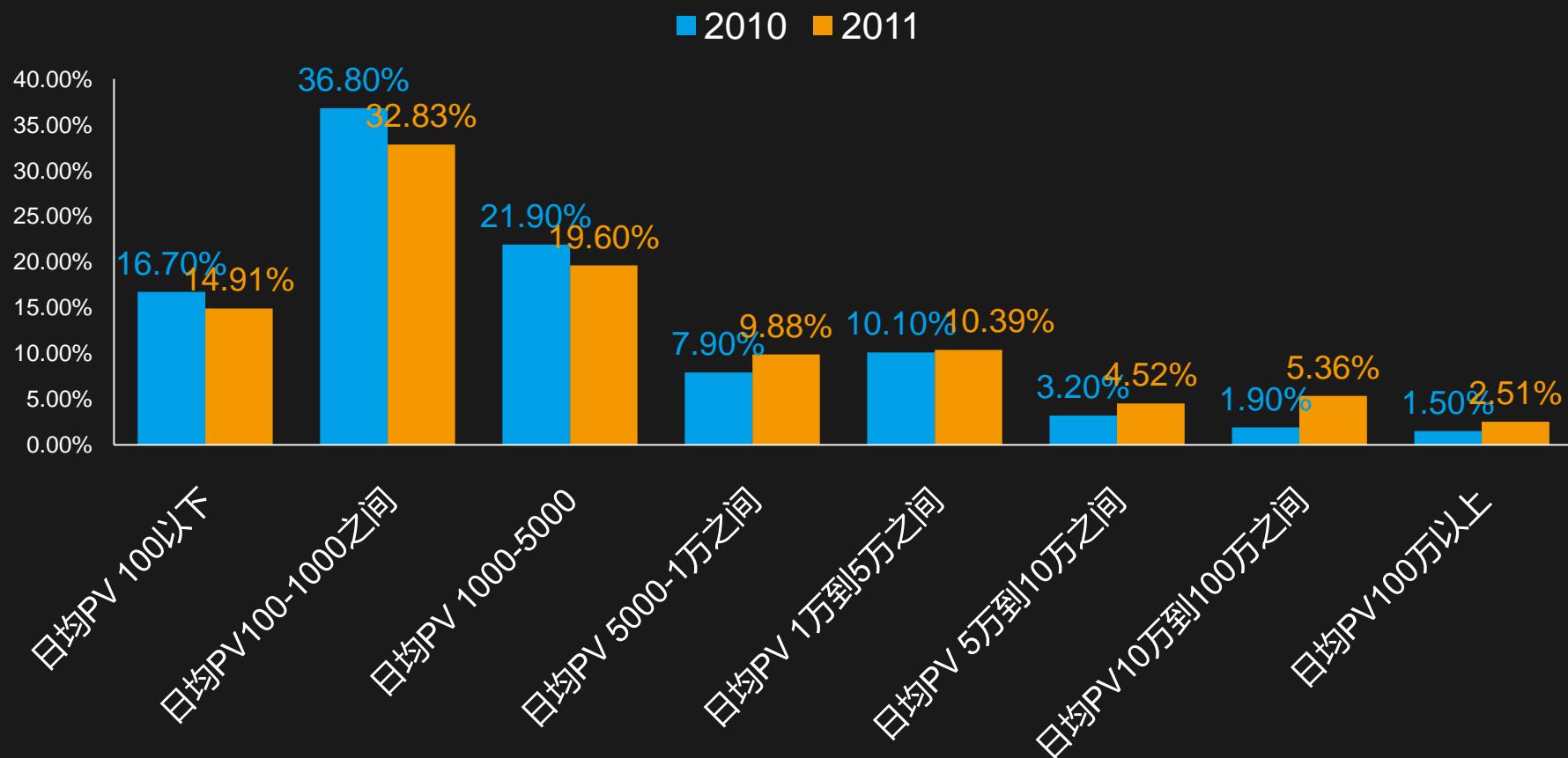
# 泡网者.....

## 站长获取和建站相关的信息的途径



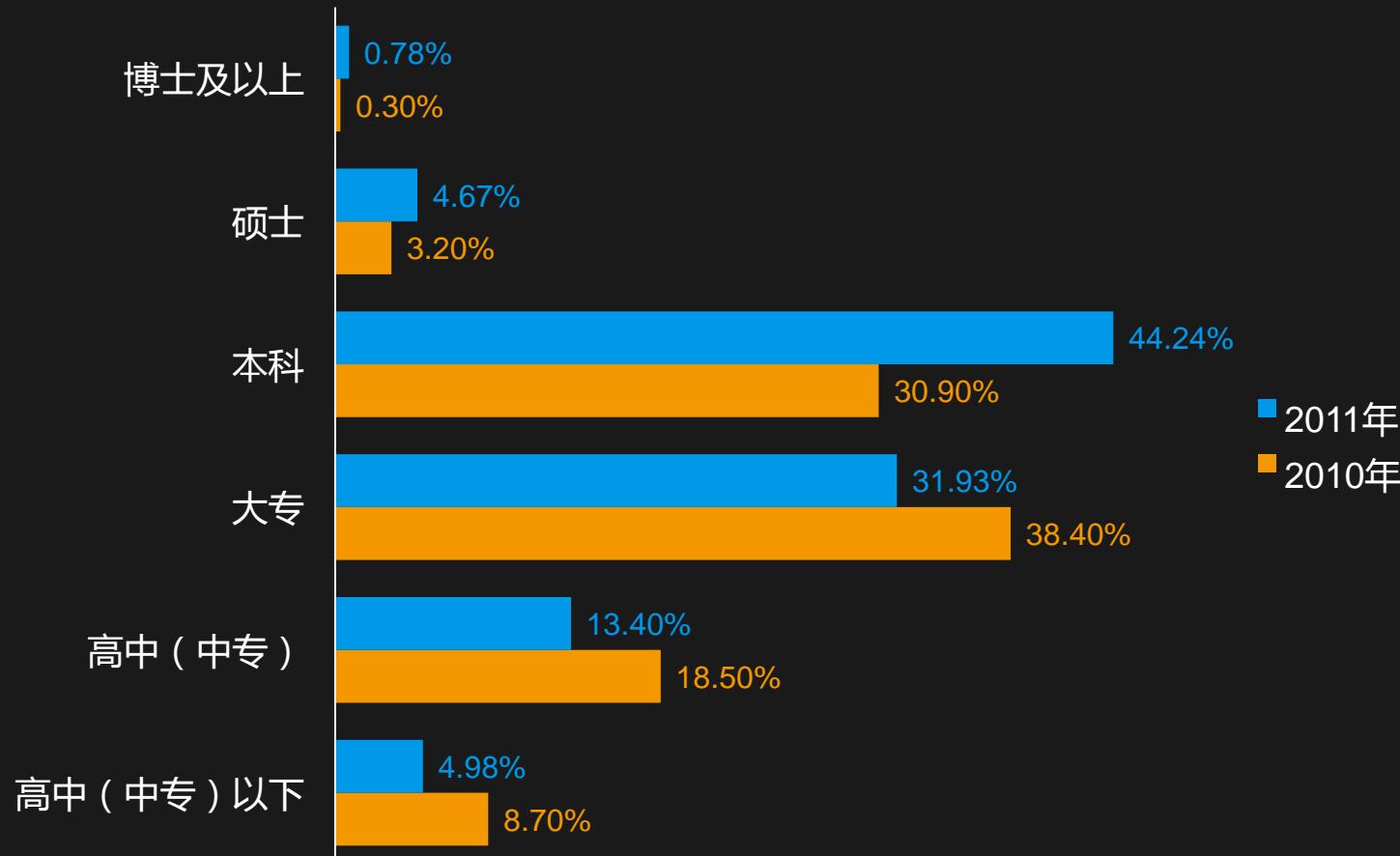
# 成长者.....

2010年与2011年站长所运营网站流量统计



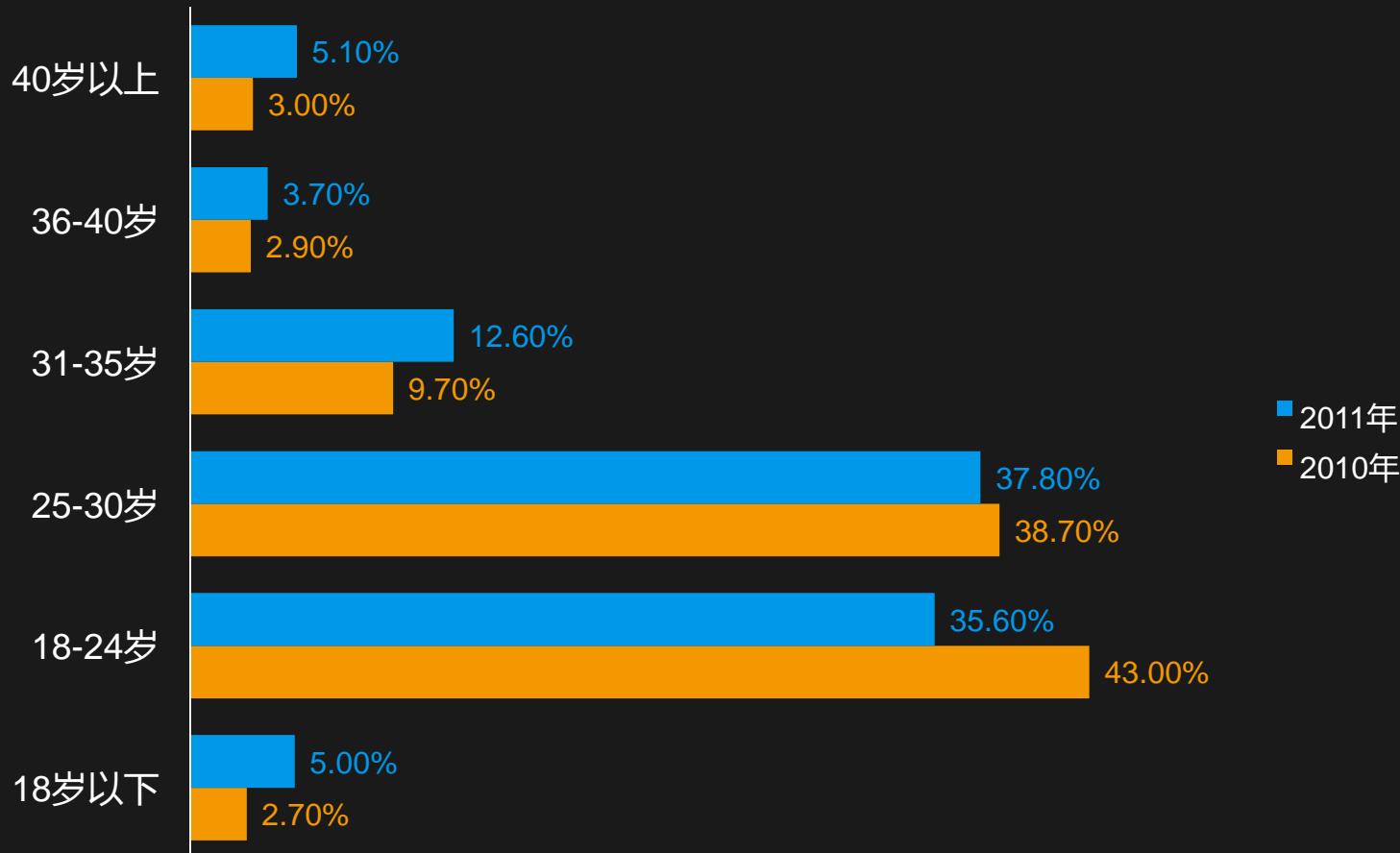
# 学习者.....

2011年与2010年站长群体受教育程度对比



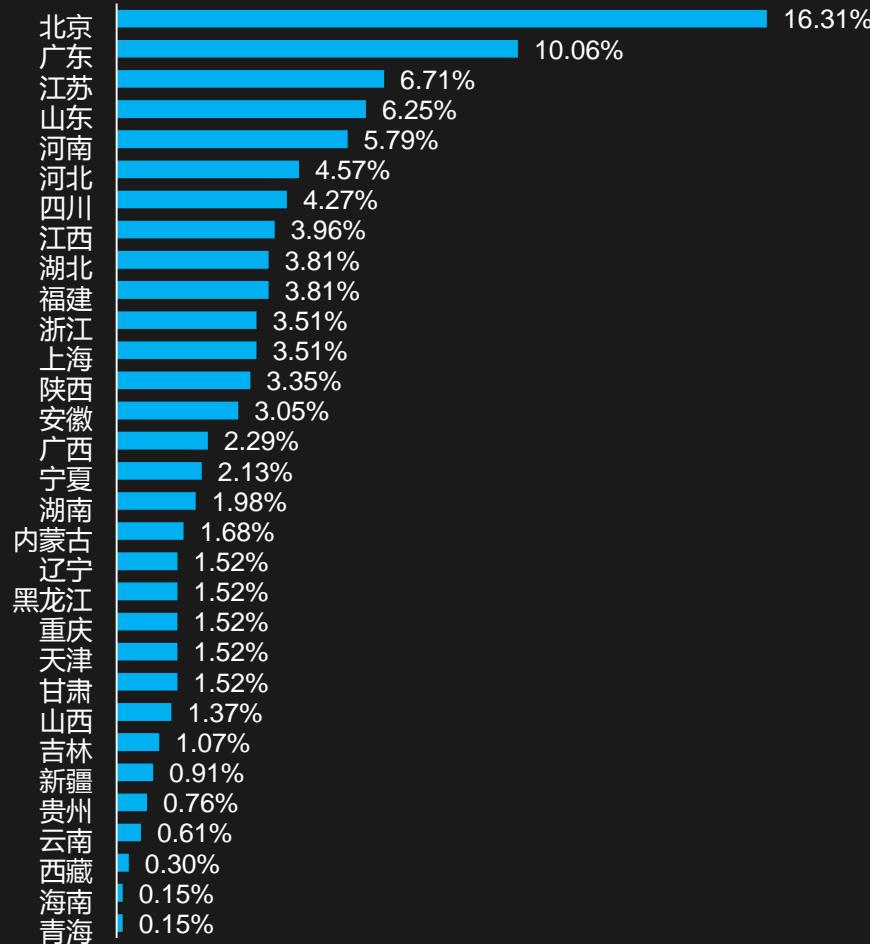
# 创新者.....

2011年与2010年站长群体年龄结构对比

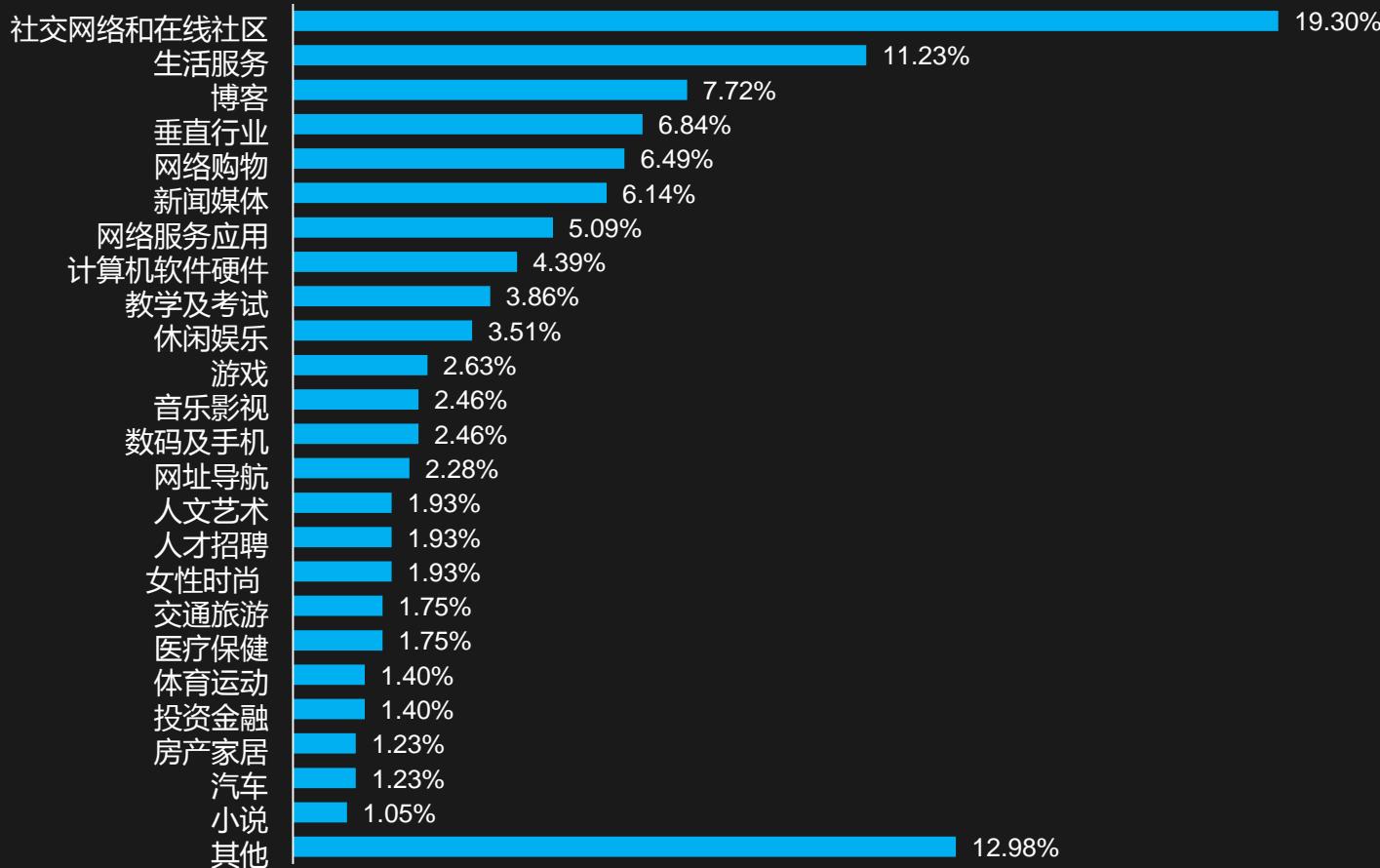


# 探索者.....

## 站长群体地域分布

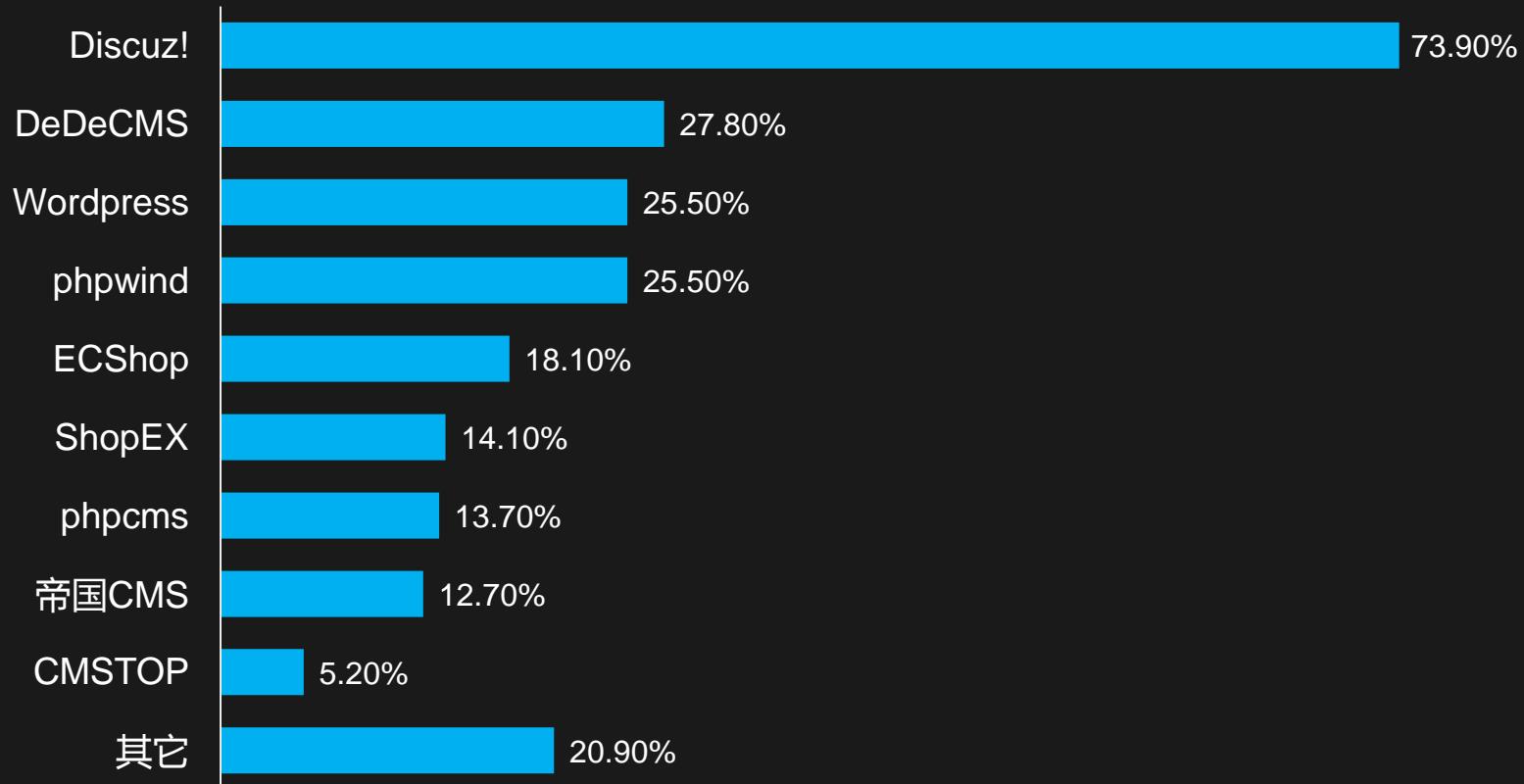


## 站长建设-运营的网站类型



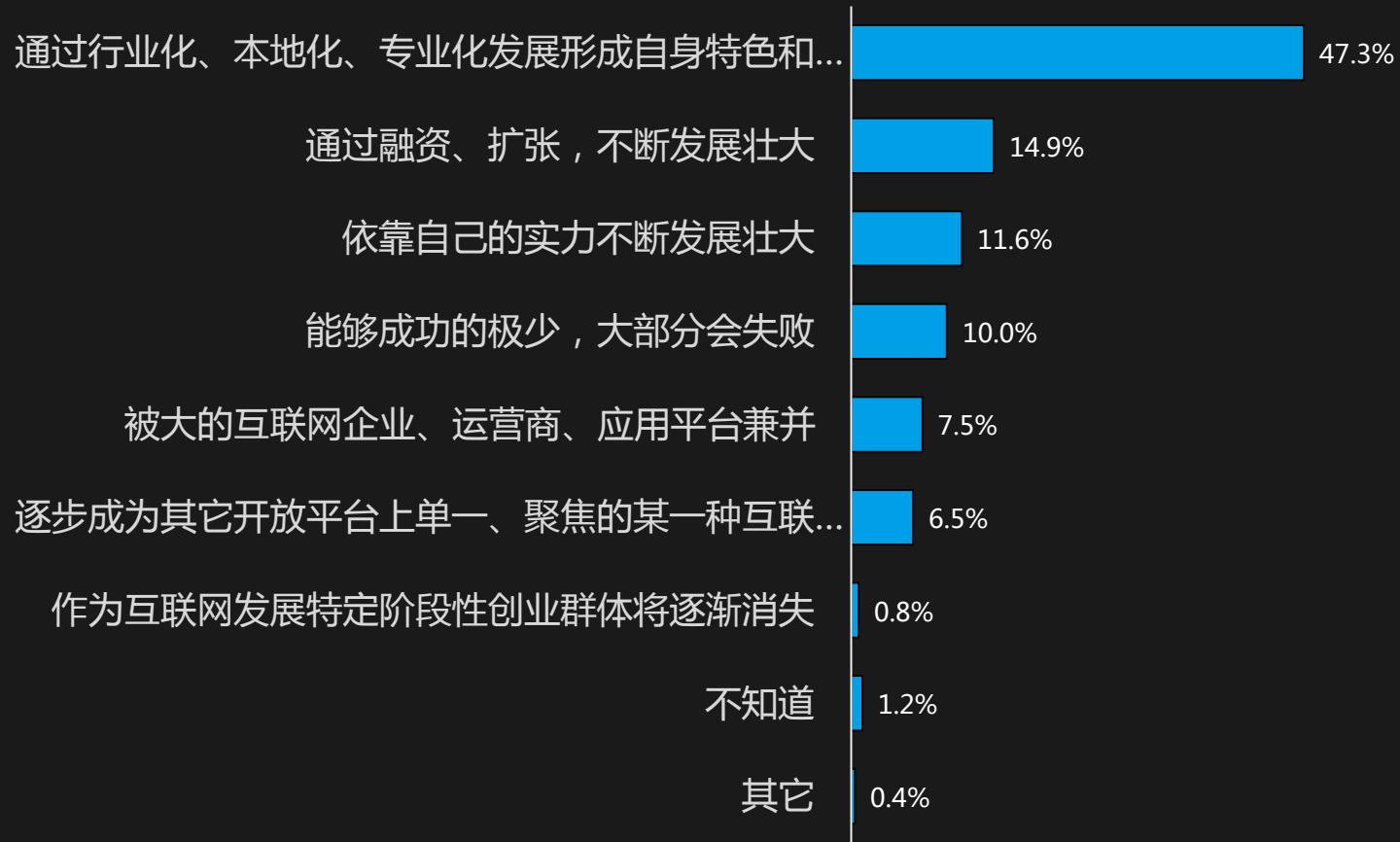
# 实验者.....

## 站长常用建站系统

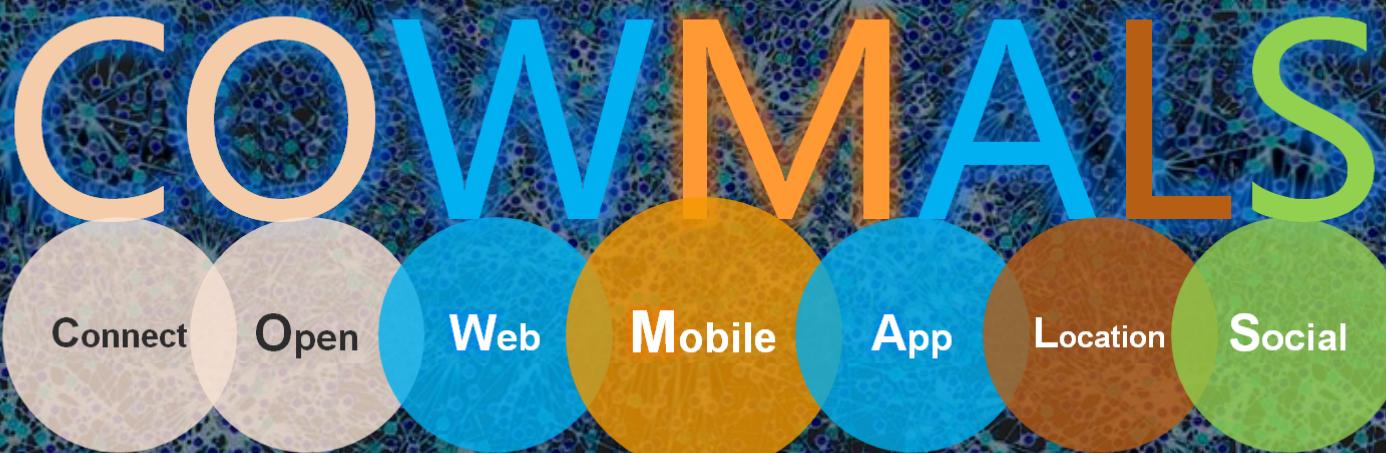


# 探索者.....

## 站长对中小网站的前途和出路的预想统计



移动中心时代的互联网服务基础架构





**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 , 互联网、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商洞察市场、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



DCCI互联网数据中心

更多信息请访问DCCI官网：[www.dcci.com.cn](http://www.dcci.com.cn)

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

[t.qq.com.cn/mydcci](http://t.qq.com.cn/mydcci)

地址：北京市朝阳区东三环中路39号建外SOHO16号楼502/2502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