

中国移动电子商务市场研究报告 简版

China Mobile Commerce Market Research
2011-2012 年

目 录

I.研究背景.....	4
II.研究方法.....	5
III. 概念定义.....	6
IV.移动电子商务分类和产业链.....	8
V.报告摘要.....	11
VI. 相关正文.....	12
1.国外移动电子商务发展概况.....	12
1.1.全球移动电子商务发展简介.....	12
2.中国移动电子商务市场概述.....	13
2.1.中国移动电子商务发展历程.....	13
2.2. 中国移动电子商务发展的有利条件.....	15
3.中国移动电子商务市场现状.....	17
3.1.中国移动购物市场交易规模.....	17
附录一：正式版报告目录.....	19
附录二：正式版报告图表目录.....	20
法律声明.....	21

图 表 目 录

表 IV-1 移动电子商务产业链主体	9
图 IV-1 移动电子商务产业链	10
图 1-1 2011Q4 世界部分国家的 3G 渗透率	12
表 2-1 中国移动电子商务发展历程	13
图 2-1 2009-2015 中国移动互联网用户规模及网民整体规模	16
图 3-1 2009-2015 年中国移动购物交易规模及增长率	17

I.研究背景

2011 年中国移动电子商务进入了快速发展的轨道。这一年，各大电商企业纷纷发力或布局了移动电子商务，部分电商企业甚至在移动端取得了非常不错的成绩。迹象表明，中国移动电子商务发展到 2012 年下半年，市场已经具备了进入爆发期的各种条件。

1)3G 网络发展进入加速增长阶段:3G 网络的发展对开展移动电子商务十分关键。2009 年中国进入 3G 时代后，移动电子商务在中国也开始得到了快速发展。到 2012 年 7 月，中国的 3G 用户达到 1.84 亿，占移动用户的比例达到了 17.3%。按照国际主流运营商的发展经验，3G 渗透率一旦达到 15%就意味着 3G 发展即将进入加速增长阶段。3G 发展进入加速增长阶段将促进移动电子商务的加速发展。

2) 智能手机的普及速度加快:移动电子商务对手机性能的要求较高，因此智能手机的普及对移动电子商务的发展尤为重要。2011 年 8 月小米手机的发布带动了智能手机的平民化，2012 年奇虎 360、百度、盛大等公司也纷纷加入了智能手机大战，伴随着智能手机价格越来越优惠，其市场普及速度将大幅加快，而智能手机的普及将为移动电子商务的发展提供硬件基础。

3) 手机网民和手机网购人数大幅增长:CNNIC 数据显示，2011 年 12 月中国手机网民规模是 3.56 亿,2012 年 6 月手机网民规模达到了 3.88 亿,占整体网民的比例达到了 72.2%。而 2011 年年底手机网购人数为 2347 万人，2012 年 6 月手机网购人数达到 3747 万人，半年增长率高达 60%。手机网民和手机网购人数的大幅增加推动着中国移动电子商务的快速发展。

当前，中国移动电子商务呈现出良好发展势头，但阻碍其进一步发展的因素依然存在。相比传统电子商务，移动电子商务需要更多的产业服务作支撑，其产业链条更长，产业链状况更加复杂。目前，产业链各主体还未形成高效协作的分工，市场发展面临诸多瓶颈和挑战，特别是移动支付体验有待提升，消费者对移动电子商务的使用习惯有待培养。

艾瑞咨询根据长期对中国移动电子商务的研究，以及对产业相关主体的跟踪访谈，发布《2011-2012 年中国移动电子商务市场研究报告》。该报告对中国移动电子商务市场发展状况进行了详细论述，并做了较为详尽的案例化研究，在此基础上对行业未来发展做了展望。该报告将为移动电子商务产业链相关企业和投资者提供产业发展的全景扫描，为其运营或投资决策提供客观依据。

II.研究方法

行业研究艾瑞主要采用行业深度访谈和桌面研究的方法：

- 通过对行业专家、厂商、渠道进行深入访谈，对相关行业主要情况进行了解，并获得相应销售和市场等方面数据。
- 桌面研究，对部分公开信息进行比较，参考用户调研数据，最终获得行业规模的数据。
- 结合艾瑞咨询网民网络行为连续性研究系统iUserTracker分析和艾瑞网络购物综合数据监测产品EcommercePlus分析。
- 艾瑞获得一些公开信息的渠道：
 - ✓ 政府数据与信息
 - ✓ 相关的经济数据
 - ✓ 行业公开信息
 - ✓ 企业年报、季报
 - ✓ 行业资深专家公开发表的观点

III. 概念定义

- 移动互联网

本报告采用狭义的移动互联网概念，指以手机为终端进行访问，并通过移动通信网络进行数据传输及应用服务的互联网，根据网站内容的输出形式，可划分为 WAP 网页和 HTML 网页的形式等。此外，通过手机端软件进行互联网数据传输和应用服务的方式也包含在移动互联网的范畴之内。

- 移动网络

是指电信运营商的移动通信网络，包括 GSM/CDMA(2G)、GPRS/EDGE/CMDA One(2.5G)、WCDMA/CDMA2000/TD-SCDMA(3G)。Wapi、Wifi 和 Wimax 不包括在内。

- 电子商务

从广义上讲，是指以电子信息设备为媒介进行的商务活动；从狭义上讲，是指以计算机和互联网为基础所进行的各种商务活动，包括商品和服务的提供商、广告商、消费者、中介商等有关各方行为的总和。

- 移动电子商务

从广义上讲，是指应用移动终端设备，通过移动互联网进行的电子商务活动；从狭义上讲，是指以手机为终端，通过移动通信网络连接互联网所进行的电子商务活动。本报告中主要研究狭义的移动电子商务。

- 移动购物交易规模

报告中统计的移动购物交易规模，是指用户通过手机终端访问移动互联网所完成实物类商品交易的价值总额，不包括彩票、充值、游戏点卡等虚拟物品的交易。移动购物是移动电子商务的重要组成部分，本报告以移动购物交易规模来反应中国移动电子商务的市场规模情况。

- 移动互联网用户

统计期内平均每半年至少通过手机终端访问过移动互联网一次及以上的、年龄在 6 周岁及以上的中国公民。

- 移动电子商务使用用户

统计期内平均每半年至少通过手机终端访问移动电子商务网站一次及以上的、年龄在 6 周岁及以上的中国公民。

- 移动电子商务购物用户

统计期内平均每半年至少通过手机终端访问移动电子商务网站, 并下订单或购买商品在一次及以上的、年龄在 6 周岁及以上的中国公民。

- 独立移动电商

指从创建开始就以移动终端（主要是手机）为平台的电子商务企业。和传统电商的移动终端业务相比, 独立移动电商不对 PC 平台有直接依赖, 移动端是它们进行商品售卖最主要甚至是唯一的平台。

IV.移动电子商务分类和产业链

1.移动电子商务的分类

移动电子商务(Mobile Commerce): 从广义上讲,是指应用移动终端设备,通过移动互联网进行的电子商务活动;从狭义上讲,是指以手机为终端,通过移动通信网络连接互联网所进行的电子商务活动。

艾瑞把移动电子商务的关键环节分为以下四类:

终端类型:按照连接网络所使用的终端,可以分为通过手机、上网本和其他移动设备连接。

交易平台:商务交易通过的网站或服务平台,根据交易对象不同可分成 B2B、B2C 和 C2C 三种类型。

应用网络:依据商务交易所借助的通信网络类型,可以分为 3G 网络、2G (2.5G) 网络、WIF 和 WAPI 等。

购买商品或服务:可分为实物购买、虚拟物品购买、市政缴费、金融交易和银行转账等多种业务类型。

本报告中所研究的移动电子商务为狭义移动电子商务,仅指通过手机接入移动互联网,在 B2C 或 C2C 平台上进行的实物交易。

2.移动电子商务的主体和产业链

移动电子商务是一个综合的体系，该体系不仅仅包括移动电子商务提供商，它还包括起支撑、支持作用的终端厂商、电信运营商、金融及支付服务商、物流商和其它类型服务提供商，各个主体在移动电子商务产业链中发挥着不同的作用。

移动电子商务产业链主体

产业链主体	市场定位	典型企业
终端厂商	提供终端设备及应用	三星、苹果、小米、HTC、诺基亚等
电信运营商	网络接入服务	中国移动、中国电信、中国联通
金融及支付服务商	交易资金的在线支付	中国银联、工商银行、支付宝等
平台服务提供商	移动电商平台服务	传统电商：淘宝、京东、凡客、当当乐淘等；独立移动电商：买卖宝、爱购、移淘、欢购等
仓储物流商	仓储、物流和配送	EMS、顺丰、中通、圆通等
软件、营销推广服务商	移动电商营销、推广等服务提供商	UC浏览器、亿玛、耶客等

©2012.7 iResearch Inc. www.iresearch.com.cn

表IV-1 移动电子商务产业链主体

终端厂商

终端厂商为移动电子商务的发展提供硬件基础。移动电子商务对硬件的要求很高，可以说，移动终端的性能是决定移动电子商务用户体验最为重要的因素之一。目前市场上主流的智能手机基本能适应移动电子商务的发展，但其普及率还有待提高。中国市场上典型的智能手机厂商包括三星、苹果、小米、HTC 和诺基亚等。

电信运营商

电信运营商为移动电子商务的发展提供网络基础。移动电子商务非常依赖电信运营商提供的网络服务，而且电信运营商拥有移动电子商务末端的所有用户资源，任何移动电子商务的应用服务都需通过电信运营商的信息通道进行，因此电信运营商在移动电子商务产业发展中起着极其重要的作用。中国的电信运营商主要包括中国移动、中国电信和中国联通。

金融及支付服务商

金融及支付服务商为移动电子商务的发展提供资金周转服务。商务活动中，所有资金的流动最终都要通过金融机构进行划转和结算，因此在移动电子商务活动中，银行、银联等金融机构有着天然的资金链控制优势。而在实际的移动电子商务活动中，第三方支付平台确保了资金支付的安全性和合理性，其在移动电子商务产业支付环节中同样具有重要作用。中国

的金融及支付服务商主要包括中国银联、各大商业银行、支付宝等。

平台服务提供商

平台服务提供商是移动电子商务的直接参与者,是产业链中的核心主体。目前,淘宝网、京东商城和凡客诚品等传统电子商务企业已经完成了在移动电子商务的布局,成为了最主要的移动电子商务提供商。此外,完全立足于手机平台的独立移动电子商务企业,如买卖宝、爱购网、移淘商城等也是重要的参与者。

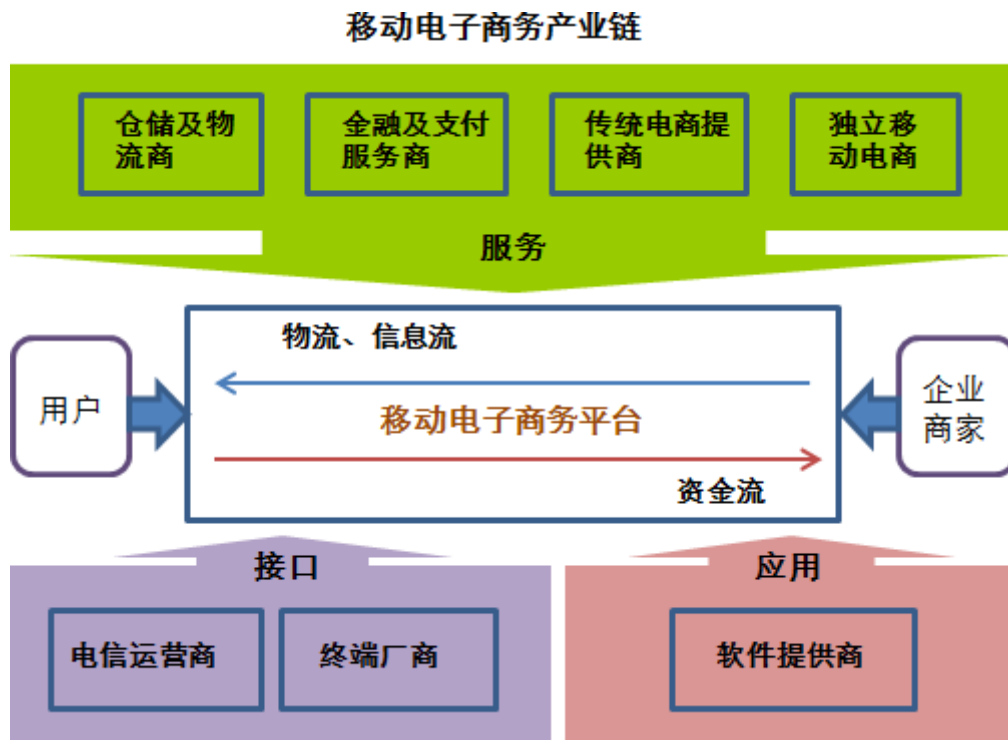
仓储物流商

和传统电商一样,移动电子商务需要有良好的仓储物流做支撑。中国市场上和电子商务相关的典型物流企业包括 EMS、顺丰速递、中通和圆通等。

软件、营销推广等服务提供商

软件、营销推广服务提供商为移动电子商务平台提供信息入口和营销推广服务。以 UC 浏览器为代表的浏览器软件是移动互联网最重要的信息入口,是目前移动电子商务企业推广的重要平台;而近年来兴起的各种 APP 应用也逐渐为移动电子商务提供推广平台。亿玛在线、耶客等提供移动营销和移动客户端开发的企业也在移动电子商务产业链中发挥着自己独特的作用。

移动电子商务体系中各个主体在产业上下游所处的位置不同,各个主体通过信息流、物流和资金流链接组成移动电子商务的产业链。



图IV-1 移动电子商务产业链

V. 报告摘要

与美国和日本等发达国家相比，中国移动电子商务发展较晚，但自 2009 年以来发展非常快，尤其是 2011 年中国移动电子商务进入加速发展阶段，到 2012 年下半年的时候中国移动电子商务即将迎来市场爆发期。3G 网络和智能手机的普及，移动互联网网民和手机网购人数的大幅提升，这些都是中国移动电子商务进入市场爆发期的动因。

从市场交易规模来看，2011 年中国移动电子商务交易规模为 114.6 亿，相比 2010 年增幅达到 416.2%。2012 年上半年中国移动电子商务市场交易规模达到了 183.1 亿，其中 2012Q2 单季交易额就已超过了 2011 年全年交易额，预计 2012 年全年中国移动电子商务市场交易规模能突破 480 亿。市场份额方面，2011 年淘宝无线、手机京东和手机凡客诚品占据前三名。2012 上半年，淘宝无线占据了 74.3% 的份额，手机京东和手机腾讯电商分列第二、三位。

根据当前中国移动电子商务市场发展现状，艾瑞选取了传统电商京东商城、凡客诚品的移动电子商务业务，独立移动电子商务买卖宝和爱购网，以及移动电子商务服务商耶客共 5 家企业来做案例分析。传统 PC 电商企业的移动业务逐渐成为了中国移动电子商务市场的主体，而独立移动电子商务企业凭借自己差异化的市场定位依然能占据一定的市场地位。

在报告的最后，本文根据市场发展的整体状况、市场发展的环境，总结了包括“移动电子商务将在更宽泛的领域取得更大进展”等在内的中国移动电子商务未来发展的五大趋势，同时对中国移动电子商务行业的发展提出了建议，以供市场参考。

VI. 相关正文

1. 国外移动电子商务发展概况

1.1. 全球移动电子商务发展简介

从全球范围看，日本和欧美国家在移动电子商务发展方面有一定领先优势。日本由于很早就普及了 3G 网络，因此日本的移动电子商务发展处在世界领先地位。美国、英国、法国等欧美发达国家的移动电子商务比日本发展得晚，但这些国家在物流、支付和智能手机普及等方面发展不错，移动电子商务在这些国家的发展也十分良好。和发达国家相比，巴西、中国和印度等新兴发展中国家的移动电子商务发展基础薄弱，但随着 3G 网络和智能手机的普及速度加快，新兴发展中国家在移动电子商务发展方面的巨大潜力开始逐步显现。

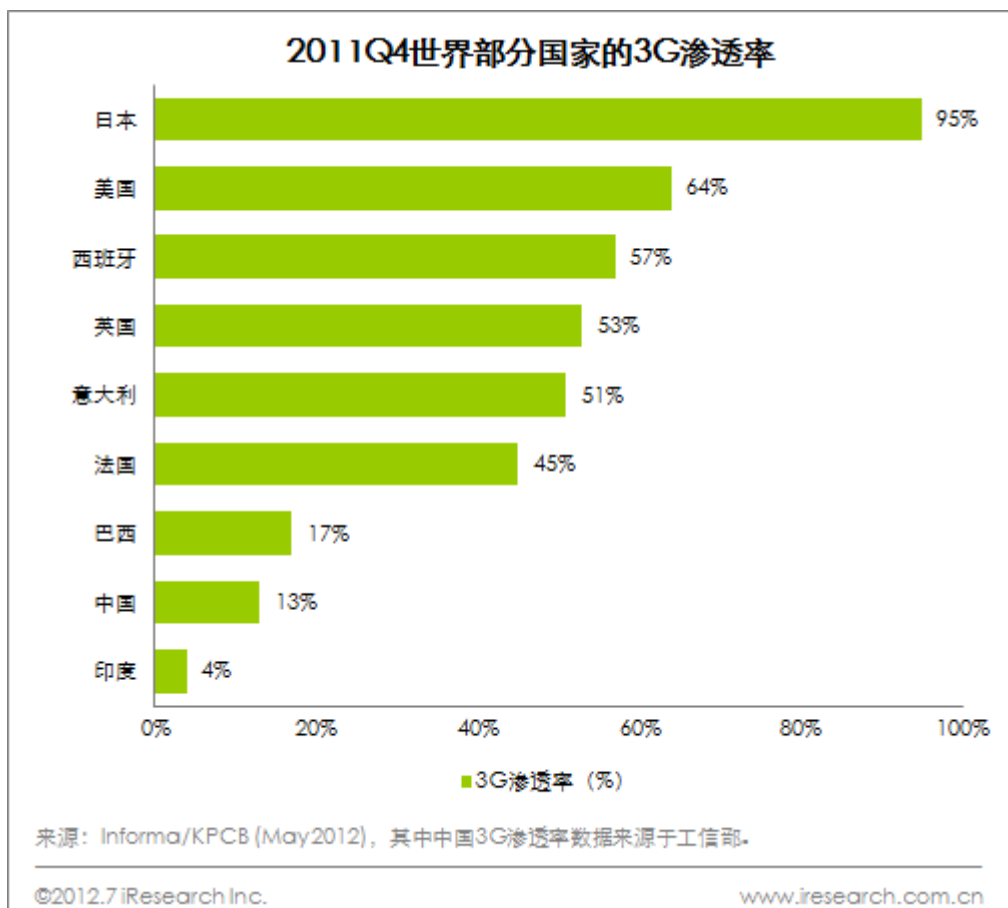


图1-1 2011Q4世界部分国家的3G渗透率

3G 网络对发展移动电子商务十分重要。Informa WCIS+ 2012 年发布的数据显示，2011Q4 日本的 3G 渗透率高达 95%，这和日本在移动电子商务方面的领先地位相符；美国的 3G 渗透率是 64%，其 3G 用户数量居世界首位；欧洲的西班牙、英国和意大利等国的 3G 渗透率也超过了 50%；而新兴发展中国家如巴西、中国和印度的 3G 渗透率都还比较低。

2. 中国移动电子商务市场概述

2.1. 中国移动电子商务发展历程

从广义上讲，在手机等移动终端上进行的消费都属于移动电子商务的范畴，如 2000 年 12 月中国移动正式推出的移动梦网和 2004 年 3 月 3G 门户上线后提供的移动服务在广义上都有移动电子商务的影子。但本报告所指的狭义的手机电子商务在中国的发展较晚。2006 年至今，中国移动电子商务市场发展的标志性事件如下：

中国移动电子商务发展历程

时间	代表事件
2006年	手机当当网开通，独立移动电商网站买卖宝开通
2007年	iPhone 1在中国上市，中国智能手机用户迅速增多
2008年	中国最大的C2C平台淘宝网开通手机端网站
2009年	工业和信息化部为中国移动、中国电信和中国联通发放3张第三代移动通信（3G）牌照，此举标志着中国正式进入3G时代。
2010年	手机京东网、手机乐淘网上线，部分电商开始布局移动电商
2011年	各大电商发力移动端：如手机凡客、掌上一号店、乐蜂网等；2011年全年实物类移动电商交易额突破100亿
2012年	2012Q2中国移动电商交易规模单季突破100亿大关；移动电商市场发展即将进入爆发期

注释：以实物类移动电商的标准选取部分年份和部分代表性事件，仅供参考。

©2012.7 iResearch Inc. www.iresearch.com.cn

表2-1 中国移动电子商务发展历程

移动电子商务的发展早期（2009 年前）

这一时期，消费者真正通过手机进行实物购物的比例非常少，手机对大多数人来说只是通话和短信的工具。相比 PC 端网购，手机网购的用户体验非常差。这一时期，虽然手机当当网、手机淘宝网和独立的移动电子商务网站买卖宝已经开通，但它们的交易规模非常小，几乎可以忽略不计。

移动电子商务的加速发展期（2009-2012 年上半年）

2009 年 1 月，中国移动、中国电信和中国联通获得了 3G 牌照，中国正式进入了 3G 时代。3G 时代的来临，加上智能终端的迅速普及，手机上网的用户体验日益提高，手机开始成为消费者不可或缺的一部分，以手机网购为代表的移动电子商务开始得到了消费者认可。这一阶段，移动电子商务的发展速度非常快，各大电商网站纷纷开始布局移动电子商务。尽管如此，阻碍移动电子商务的因素依然强大：一是 3G 上网资费依然较高，网速依然不快；二是智能手机普及率依然不高；三是消费者受安全性和支付便捷性影响，他们的移动电子商务消费习惯和信任度尚未建立。

移动电子商务发展的爆发期（2012 年下半年以后）

这一时期，智能手机价格下降明显，千元以内的智能手机开始普及。同时，3G 网络资费下调，网速上升。加上各大传统电商积极推动移动端的建设和培育用户移动端的消费习惯，消费者开始更加主动地尝试移动电子商务。

2.2. 中国移动电子商务发展的有利条件

2012 年 Q2，中国移动电子商务的市场交易规模突破 100 亿，达到 116.4 亿元，中国移动电子商务发展即将进入市场爆发期。移动电子商务的发展和政策支持、移动互联网用户规模、3G 用户规模、智能手机普及率等各方面的发展密切相关。在这些有利因素的支持下，中国移动电子商务得到了快速发展。

2.2.1. 政策支持移动电子商务的发展

近年来，国家连续出台有利政策，加大对移动电子商务实施的支持力度。各地纷纷开展移动电子商务试点工程，推进区域移动电子商务的建设，为移动电子商务的发展创造了良好的政策环境。国家支持移动电子商务的主要举措有：

- 1) 2007 年 6 月，国家发展改革委、国务院信息办发布《电子商务十一五规划》，把移动电子商务作为重点引导工程之一，鼓励基础电信运营商、电信增值业务服务商、内容服务提供商和金融服务机构相互协作，建设移动电子商务服务平台，发展商务信息服务；
- 2) 2008 年 2 月，原国务院信息化工作办公室授予湖南“国际移动电子商务试点示范省”称号，标志着国家移动电子商务的试点工程正式启动；
- 3) 2009 年 1 月工业和信息化部正式为中国移动、中国电信和中国联通三大运营商发放了 3G 牌照，标志中国正式进入 3G 时代；
- 4) 2010 年 10 月，政府公布的《国民经济和社会发展规划纲要》中电子商务被列入国家战略性新兴产业的重要组成部分；
- 5) 2011 年 4 月，中国银联首个“移动电子商务示范基地”落户于成都；
- 6) 2012 年 3 月，工信部发布《电子商务“十二五”发展规划》，决定推进移动电子商务发展，要求推动移动支付标准制定。

2.2.2.2012 年中国移动互联网用户规模将超过 4.3 亿

中国互联网络信息中心 (CNNIC) 发布的数据显示, 2011 年中国移动互联网的用户规模达到了 3.56 亿, 而同期的网民整体规模是 5.13 亿, 移动互联网的用户规模达到了网民整体用户规模的将近 70%。2012 年, 移动互联网的用户规模将继续快速增长, 有望达到 4.33 亿人, 占网民整体用户规模的比例也将达到 77.4%。艾瑞分析认为, 移动互联网用户规模的迅速扩大为移动电子商务的发展奠定了庞大的用户基础, 移动互联网用户都是移动电子商务的潜在使用者和消费者。庞大移动互联网用户规模将推动移动电子商务的快速增长。

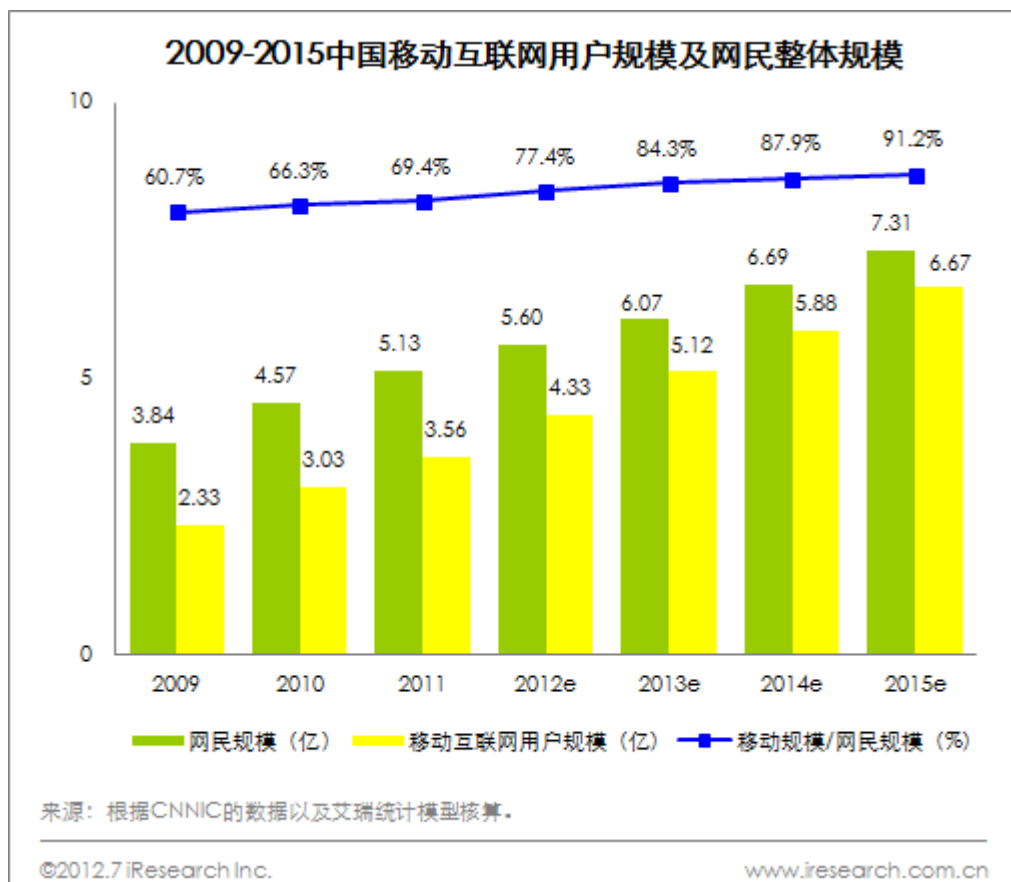


图2-1 2009-2015中国移动互联网用户规模及网民整体规模

3.中国移动电子商务市场现状

艾瑞根据移动电子商务现阶段的具体情况,在本份报告中主要研究狭义的中国移动电子商务——实物类移动购物的发展状况。目前,以团购为代表的本地生活服务,其移动端业务开始迅速发展;未来,旅游酒店等领域的移动端业务也将得到快速发展。未来,艾瑞会根据市场发展的实际情况,来逐步扩大移动电子商务的研究范围。

3.1.中国移动购物市场交易规模

3.1.1. 2011 年中国移动购物市场交易规模达 114.6 亿

中国移动电子商务自 2010 年后进入了快速发展阶段。从移动购物的数据来看,2011 年中国移动购物的交易规模达到了 114.6 亿元,相比 2010 年增长 416.2%。2012 年中国移动电子商务市场交易规模将达到 482.7 亿元,相比 2011 年增长率 321.2%。预计未来几年中国移动购物将继续保持高速增长态势,到 2015 年中国移动购物市场规模有望超过 2500 亿。

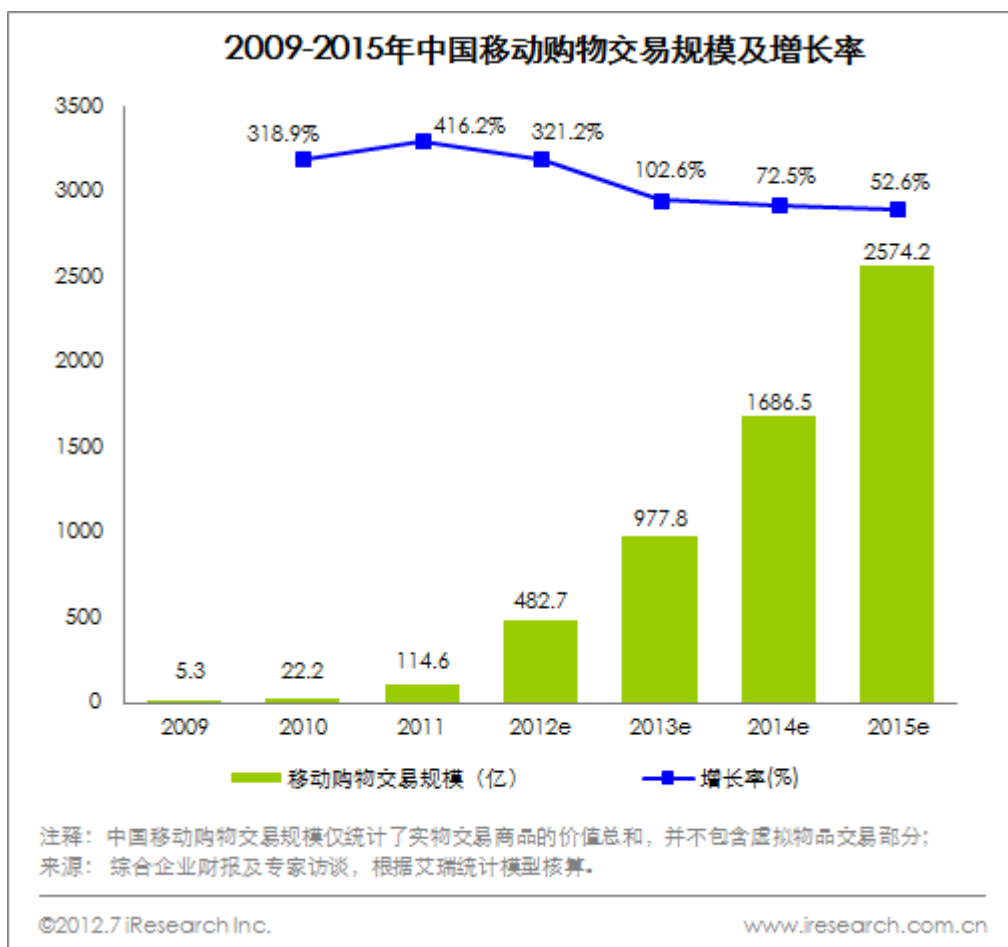


图3-1 2009-2015年中国移动购物交易规模及增长率

艾瑞分析认为,中国移动购物市场交易规模快速增长主要由以下因素推动:

1) 客观条件方面，近年来，3G 网络和智能手机的快速普及，手机上网资费的下降和手机上网体验的改善，这些为移动电子商务的快速发展提供了现实基础；

2) 商家方面，各大电商企业从 2011 年开始就积极布局和发展移动电子商务，从移动端产品的开发到吸引消费者使用移动端购物，各大电商网站都不遗余力；

3) 用户方面，越来越多的用户把手机视为最重要的终端，手机网民数量大幅增加，他们在手机上网方面的时间花费上也大幅升高。而且，随着消费者对第三方担保交易的信任度提高，同时大部分电商在大中城市提供货到付款服务，消费者开始形成了移动购物的习惯。

附录一：正式版报告目录

- I. 研究背景
- II. 研究方法
- III. 概念定义
- IV. 移动电子商务分类和产业链
 - 1. 移动电子商务的分类
 - 2. 移动电子商务的主体和产业链
 - 3. 移动电子商务参与企业分类
- V. 报告摘要
- VI. 报告正文
 - 1. 国外移动电子商务发展概况
 - 1.1. 全球移动电子商务发展简介
 - 1.2. 美国移动电子商务发展情况
 - 1.3. 日本移动电子商务发展情况
 - 2. 中国移动电子商务市场概述
 - 2.1. 中国移动电子商务发展历程
 - 2.2. 中国移动电子商务发展的有利条件
 - 2.3. 中国移动电子商务发展的限制性因素
 - 2.4. 2011-2012 年中国移动电子商务发展的主要特点
 - 3. 中国移动电子商务市场现状
 - 3.1. 中国移动购物市场交易规模
 - 3.2. 中国移动购物市场份额
 - 3.3. 中国移动电子商务用户规模
 - 3.4. 部分电商客户端下载量排名
 - 4. 典型企业分析
 - 4.1. 京东商城
 - 4.2. 凡客诚品
 - 4.3. 买卖宝
 - 4.4. 爱购网
 - 4.5. 耶客
 - 5. 中国移动电子商务发展趋势
 - 5.1. 行业发展趋势分析
 - 5.2. 艾瑞建议
- 法律声明

附录二：正式版报告图表目录

- 图 IV-1 移动电子商务产业链
- 图 1-1 2011Q4 世界部分国家的 3G 渗透率
- 图 1-2 2010-2015 年美国移动电商市场交易规模
- 图 1-3 2011-2016 年美国智能手机用户规模及平板电脑销售量
- 图 1-4 2011 年美国移动电商销售额 TOP10 榜单
- 图 1-5 2009-2012 年 EBAY 移动端销售额
- 图 1-6 EBAY 的移动端布局
- 图 1-7 2008-2011 年日本移动电商市场交易规模
- 图 2-1 2009-2015 中国移动互联网用户规模及网民整体规模
- 图 2-2 2009-2012 年部分月份中国移动电话规模及 3G 渗透率
- 图 2-3 2011-2015 年中国智能手机保有量和出货量规模
- 图 3-1 2009-2015 年中国移动购物交易规模及增长率
- 图 3-2 2011Q1-2012Q2 中国移动购物交易规模及增长率
- 图 3-3 2011 年中国移动购物企业交易规模市场占比
- 图 3-4 2012 上半年中国移动购物交易规模市场占比
- 图 3-5 2011 和 2012 上半年中国独立移动购物企业市场份额占比
- 图 3-6 2009-2015 年中国移动电商使用用户规模及渗透率
- 图 3-7 2009-2015 年中国移动电商购物用户规模及增长率
- 图 3-8 2012 年 7 月中国部分电商网站安智市场客户端下载量
- 图 4-1 2010-2015 年京东移动端交易额及增长率
- 图 4-2 2010-2014 年凡客移动端交易额及增长率
- 图 4-3 2008-2013 年买卖宝销售额及增长率
- 图 4-4 2009-2013 年爱购网销售额及增长率
- 表 IV-1 移动电子商务产业链主体
- 表 IV-2 中国移动电子商务参与企业分类
- 表 2-1 中国移动电子商务发展历程
- 表 4-1 京东商城移动端布局情况
- 表 4-2 凡客诚品移动端布局情况
- 表 4-3 买卖宝简要信息
- 表 4-4 爱购网简要信息
- 表 4-5 耶客简要信息

法律声明

本报告为艾瑞市场咨询有限公司制作，报告中所有的文字、图片、表格均受到中国法律知识产权相关条例的版权保护。没有经过本公司书面许可，任何组织和个人，不得使用本报告中的信息用于其它商业目的。本报告中部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原著者所有。没有经过原著者和本公司许可，任何组织和个人不得使用本报告中的信息用于其他商业目的。

本报告中运营商收入及相关市场预测主要为公司研究员采用行业访谈、市场调查、二手数据及其他研究方法分析获得，部分数据未经运营商直接认可。本报告中发布的调研数据部分采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，部分数据不能够完全反映真实市场情况。本报告只提供给购买报告的客户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据准确性不承担法律责任。

公司服务介绍：

艾瑞咨询集团：<http://www.iresearch.com.cn>

公司产品介绍：

艾瑞客户解决方案：<http://www.iresearch.com.cn/solution>

艾瑞连续数据研究产品：<http://www.iresearch.com.cn/product>

艾瑞专项研究咨询服务：<http://www.iresearch.com.cn/consulting>

艾瑞研究观点报告：<http://www.iresearch.com.cn/report>

艾瑞学院培训业务：<http://www.iresearch.com.cn/institute>

艾瑞媒体会议服务：<http://www.iresearch.com.cn/meeting>

公司资讯网站：

艾瑞网：<http://www.iresearch.cn>

艾瑞广告先锋：<http://www.iresearchad.com>

艾瑞网络媒体精品推荐：<http://www.iwebchoice.com>

报告购买/咨询：

艾瑞市场咨询有限公司 北京

地址：北京市朝阳区金桐西路 10 号远洋光华国际 AB 座 A501 室，100020

电话：010-51283899-209

艾瑞市场咨询有限公司上海

地址：上海市徐汇区漕溪北路 333 号中金大厦 B 幢 701 室，200030

电话：021-51082699-业务部

艾瑞市场咨询有限公司广州

地址：广州市天河区林和西路 3-15 号耀中广场 B 座 707 室，510620

电话：020-38010229

报告总顾问：

杨伟庆 iResearch 总裁

Email: henry@iresearch.com.cn