

中国移动互联网市场数据盘点专题研究报告 2015年第3季度

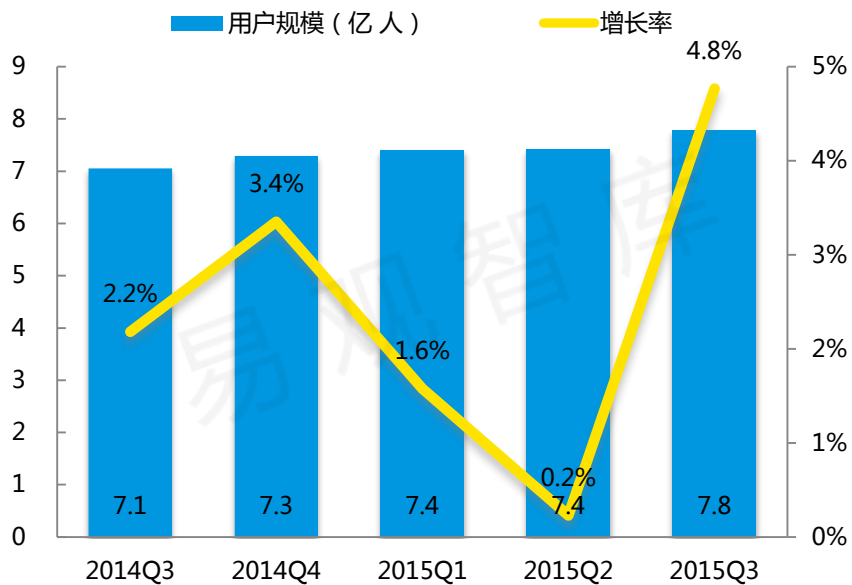
本产品保密并受到版权法保护

Confidential and Protected by Copyright Laws



流量资费持续下降以及4G用户爆发式增长带动移动互联网用户数提升，市场规模稳步增长

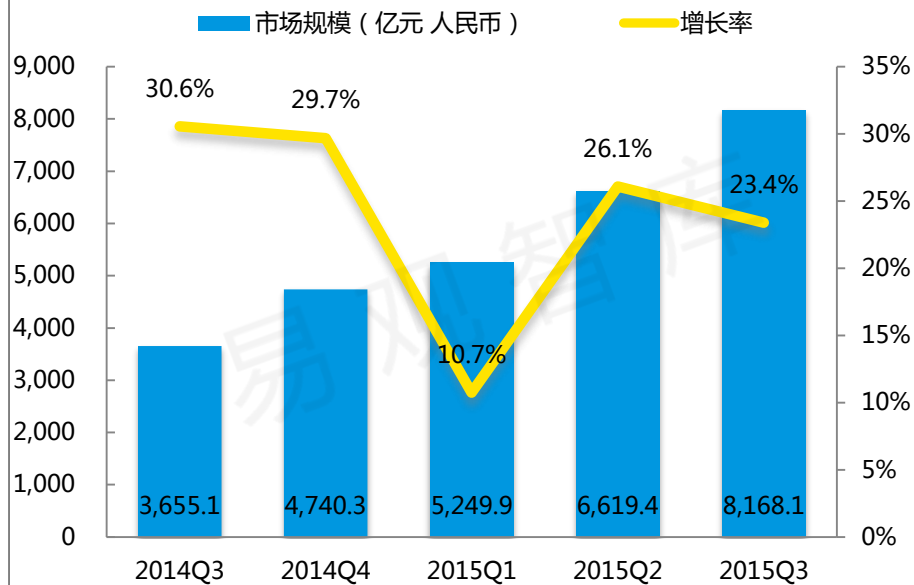
2014Q3-2015Q3中国移动互联网市场用户规模



© Analysys 易观智库

www.analysys.cn

2014Q3-2015Q3中国移动互联网市场规模

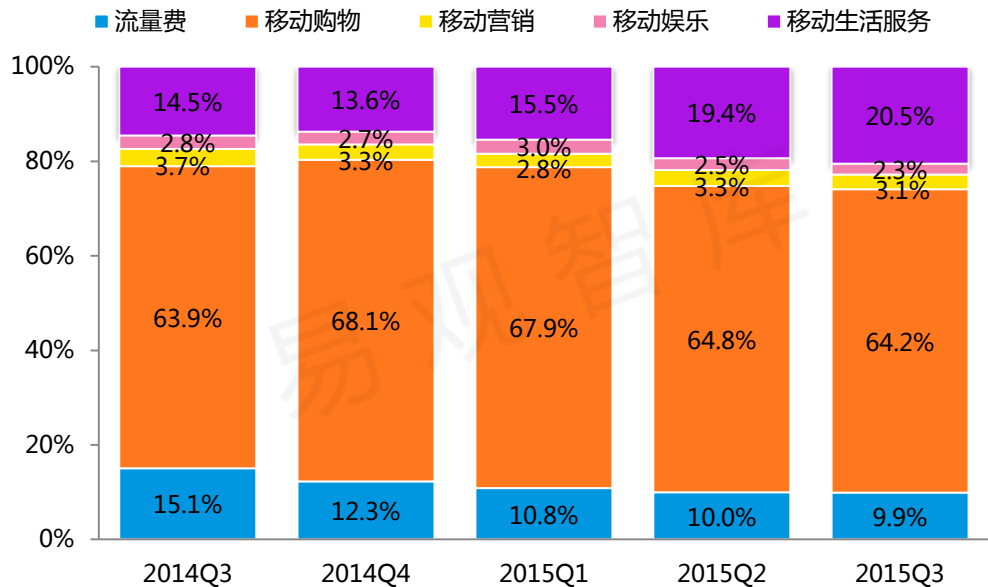


© Analysys 易观智库

www.analysys.cn

移动生活服务市场份额持续提升

2014Q3-2015Q3中国移动互联网市场结构



© Analysys 易观智库

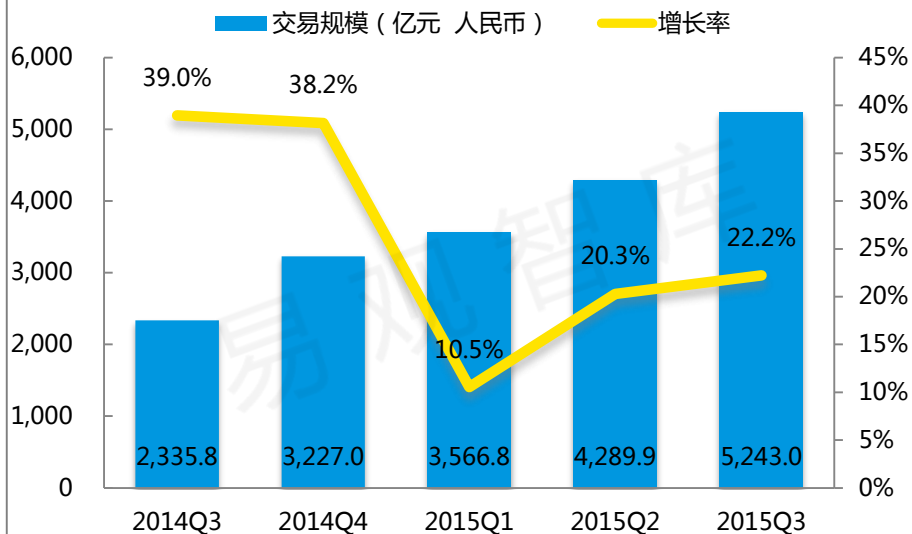
www.analysys.cn

2015年第3季度，移动生活服务市场份额持续扩大，本季度超过20%，达20.5%，旅游、团购和出行领域是增长的主要来源。

Analysys易观智库分析认为，移动旅游用户使用移动设备即时决策成为常态，在线预定渠道已形成移动端为主、PC端为辅的格局，同时在线旅游厂商在目的地市场大力开拓本地玩乐产品，提升目的地产品互联网化水平，进一步加强用户移动端使用习惯。团购市场回归理性竞争，团购用户移动端流量快速提升，移动团购贡献率约达九成。移动出行市场的增长主要来自于移动出行企业在其它业务线上的拓展，以及原有业务线在用户培养上取得一定成绩。

移动网购占比首超50%，将加速电商广告移动化

2014Q3-2015Q3中国移动网购市场交易规模

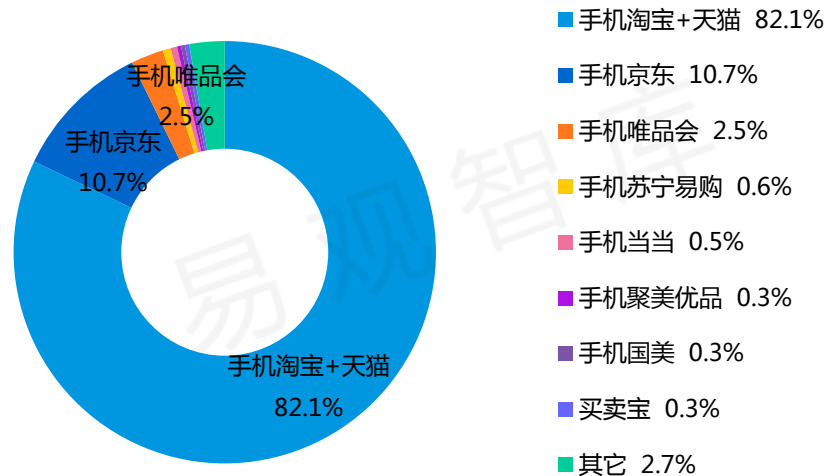


数据说明：基于自主研发的数据监测产品，并根据厂商财报对历史数据进行矫正。

© Analysys 易观智库

www.analysys.cn

2015年第3季度中国移动网购市场份额



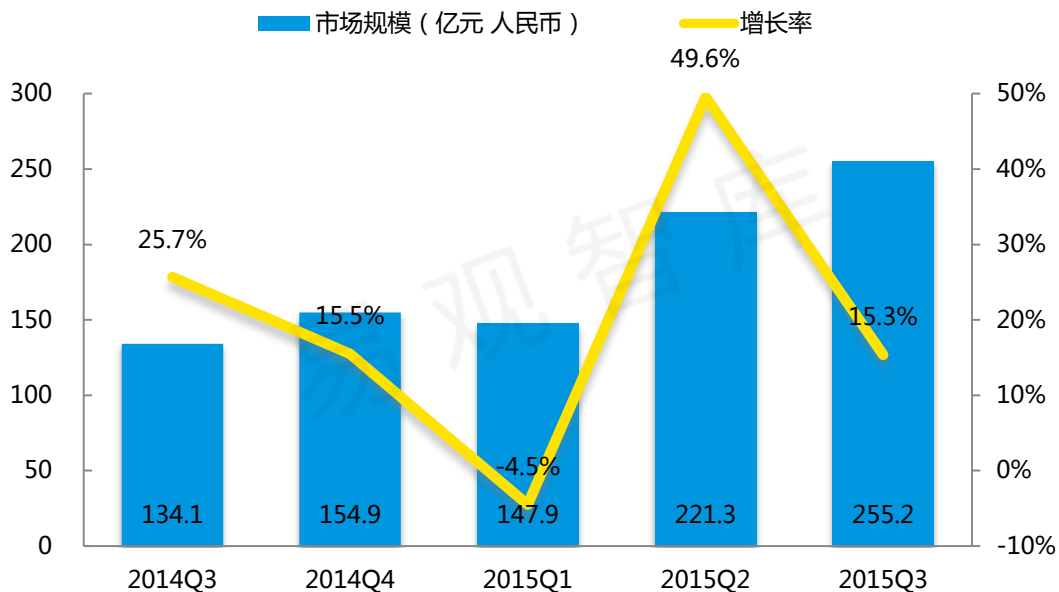
数据说明：基于自主研发的数据监测产品，并根据厂商财报对历史数据进行矫正。

© Analysys 易观智库

www.analysys.cn

创新技术和大数据应用助力移动营销服务体系精细化发展

2014Q3-2015Q3中国移动营销市场规模

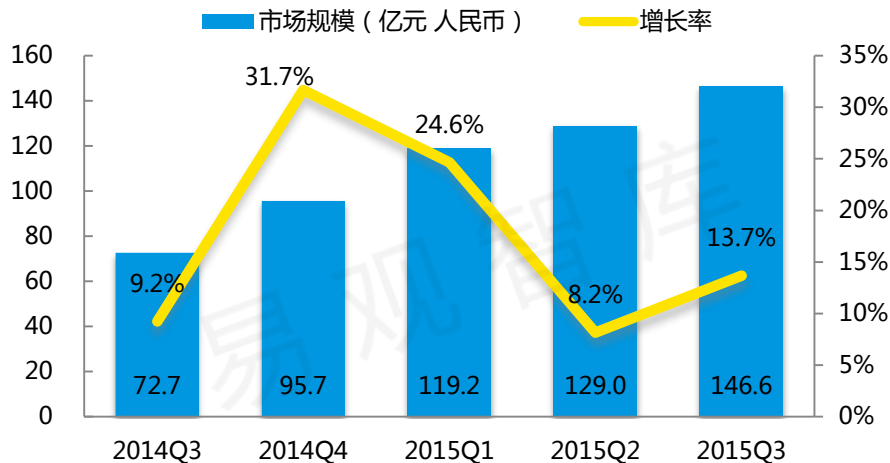


© Analysys 易观智库

www.analysys.cn

2015年第3季度，移动营销市场规模达到255.2亿元人民币，环比增长15.3%，同比增长90.3%。Analysys易观智库分析认为，现阶段移动营销主要厂商一方面依靠创新技术、个性化服务等方式提升用户平台体验，稳定营收增长；一方面依托大数据发展精准营销业务，实现更高的商业价值转化。未来在移动营销市场，各业务线的垂直分会更加纵深，更加专注于场景化服务和生活服务的优化，并基于用户数据的积累和挖掘分析，建设更为完善、精细化的移动营销服务体系。

2014Q3-2015Q3中国移动游戏市场规模

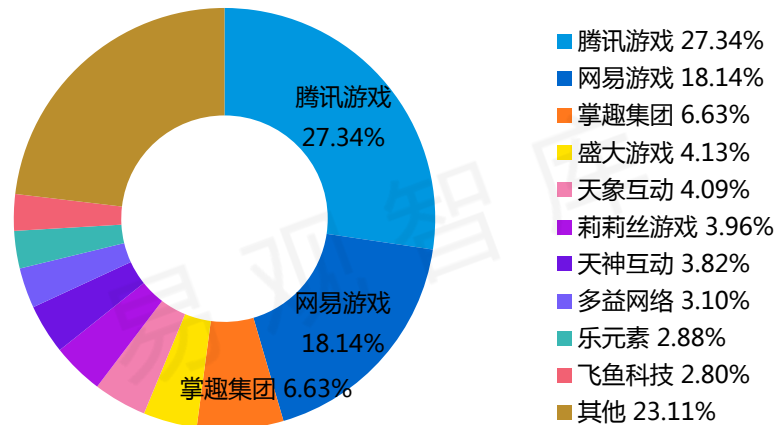


说明：1、中国移动游戏市场规模，即中国游戏企业在移动游戏业务方面的营收总和。2、具体包括其运营及研发的移动游戏产品所创造的用户付费收入以及企业间的游戏研发与代理费用，游戏周边产品授权，内容外包与海外代理授权费用的总和。3、上市公司财务报告、专家访谈、厂商深访以及易观智库推算模型得出，部分数据将在2015年终盘点做相应调整。

© Analysys 易观智库

www.analysys.cn

2015年第3季度中国移动游戏研发企业 (CP) 市场竞争格局



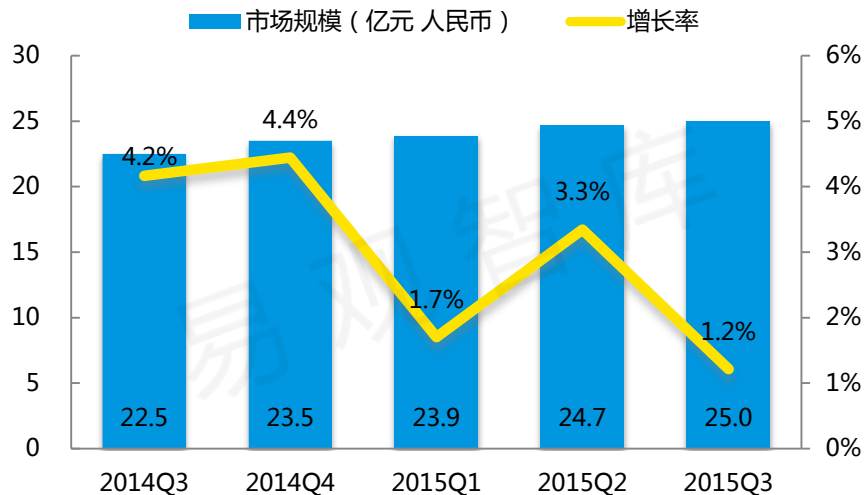
说明：1、中国移动游戏企业竞争格局，以其分成后营收规模计，即中国游戏企业在其自主研发或代理发行的移动游戏方面的业务收入。2、具体包括其研发或代理的移动产品所创造的用户付费收入以及企业间的游戏研发与代理费用，游戏周边产品授权，内容外包与海外代理授权费用的总和。3、数据来自上市公司财务报告、专家访谈、厂商深访以及易观智库推算模型得出，部分数据将在2015年终盘点做相应调整。

© Analysys 易观智库

www.analysys.cn

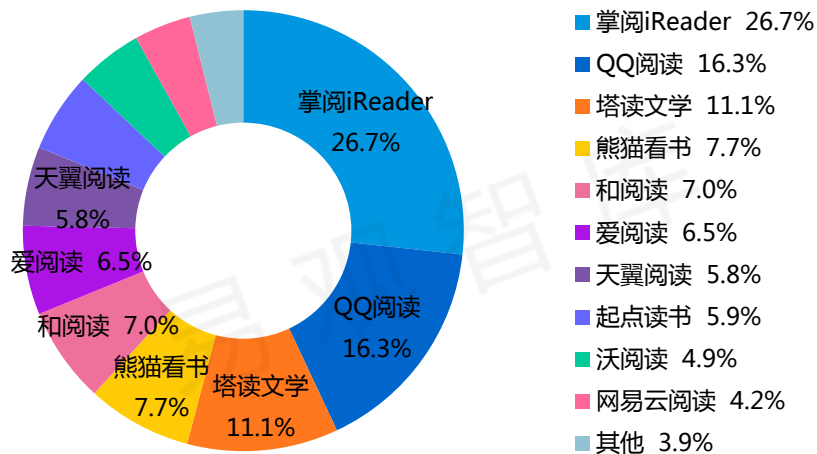
移动阅读市场拼用户、拼内容、拼产品，体验成阅读产品主要指标

2014Q3-2015Q3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。

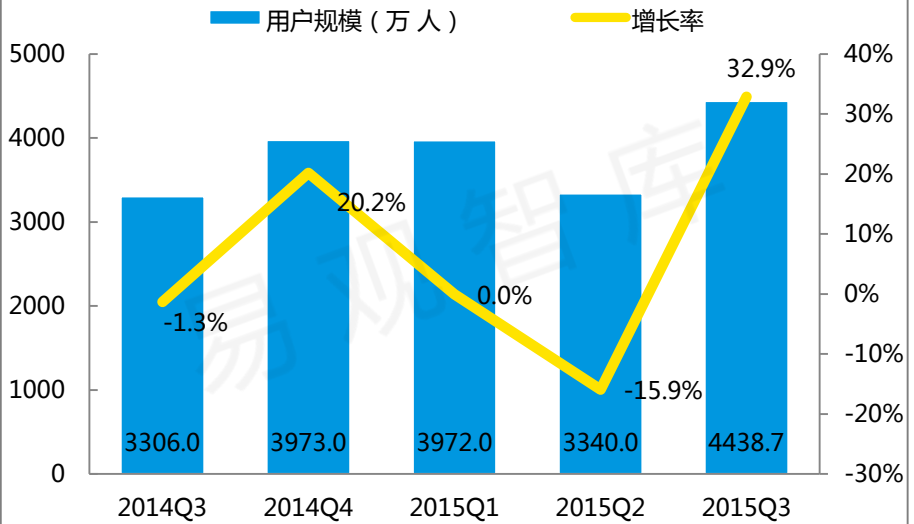
2015年第3季度中国移动阅读市场竞争格局 (安卓)



说明：1、中国安卓平台移动阅读市场用户规模竞争格局，以其累积注册用户规模计，即中国阅读企业在其安卓平台方面移动阅读应用的注册用户积累。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。

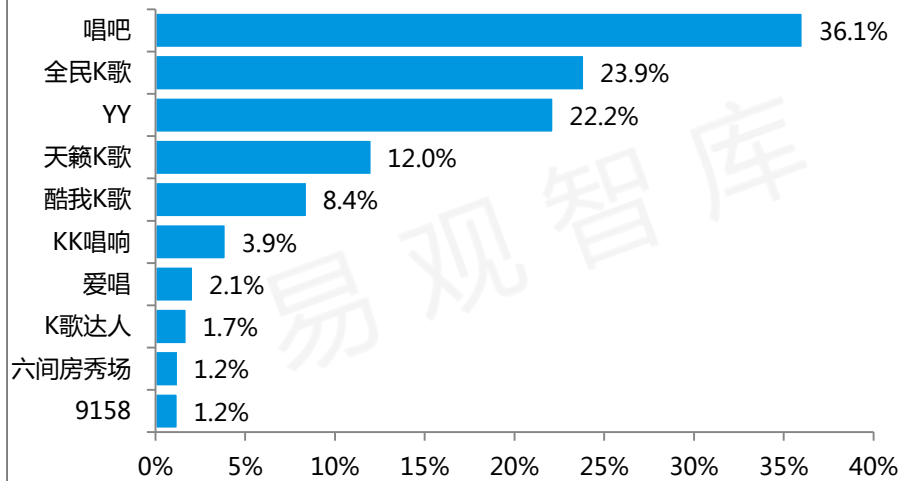
中国移动K歌秀场呈年轻化趋势

2014Q3-2015Q3中国移动K歌/秀场用户规模



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2015年第3季度易观千帆基于对4.3亿累计装机覆盖、9600+万移动终端嵌入及8500+万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。

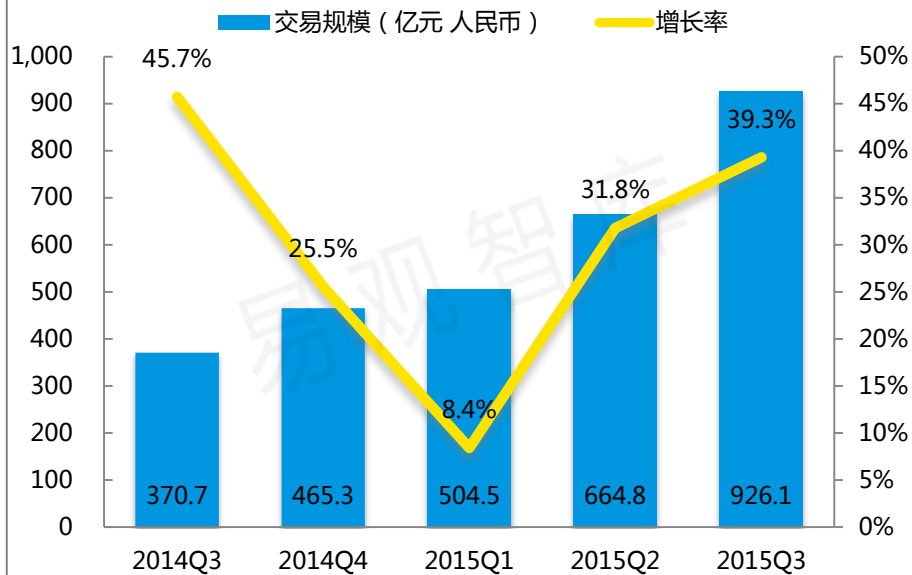
2015年第3季度中国移动K歌/秀场用户渗透率



数据来源：1、用户渗透率是指使用移动K歌/秀场APP的用户占移动K歌/秀场领域整体用户的比例。2、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2015年第3季度易观千帆基于对4.3亿累计装机覆盖、9600+万移动终端嵌入及8500+万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。

移动旅游市场迎来季节性增长，旅游产品适配移动端 促进用户习惯养成

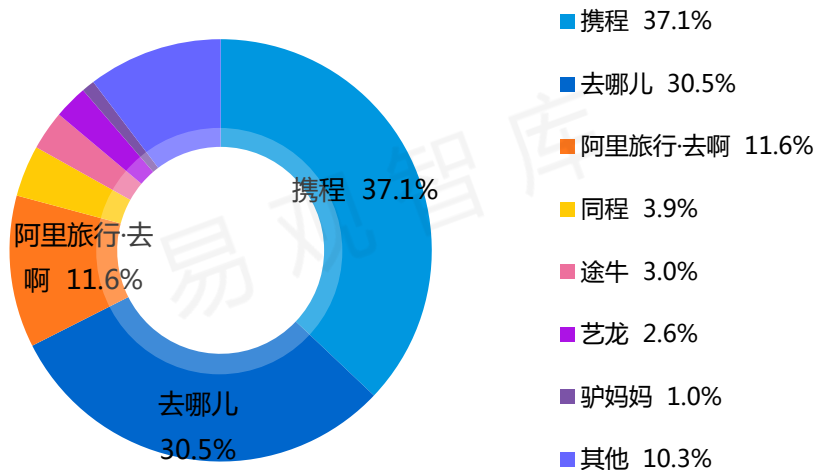
2014Q3-2015Q3中国移动旅游市场交易规模



© Analysys 易观智库

www.analysys.cn

2015年第3季度中国移动旅游市场份额

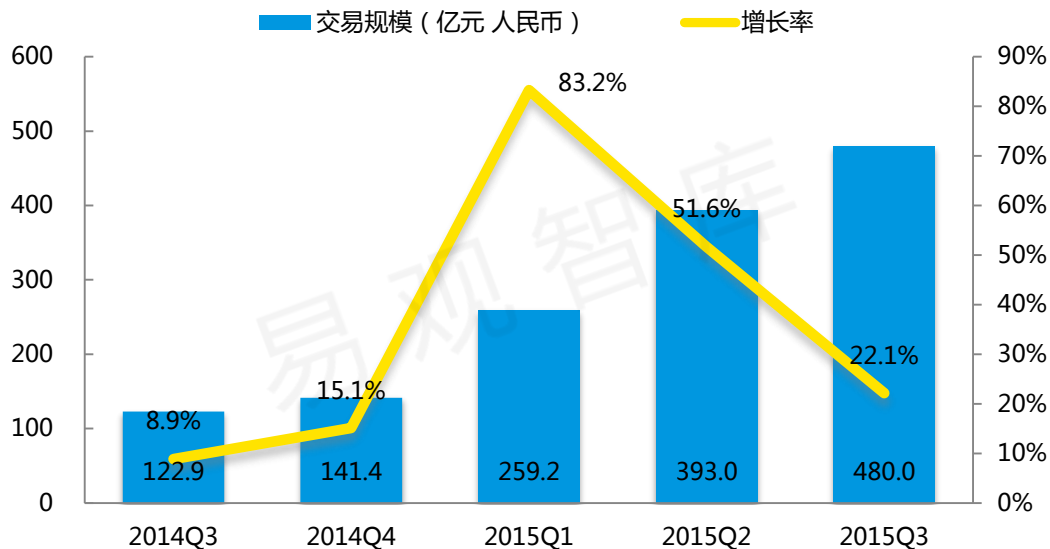


© Analysys 易观智库

www.analysys.cn

移动团购全面确立主体性，用户流量快速提升

2014Q3-2015Q3中国移动团购市场交易规模



说明：由于消费场景的不同，团购平台的电影票预定业务自2015年2季度起不包含计入移动团购收入。

© Analysys 易观智库

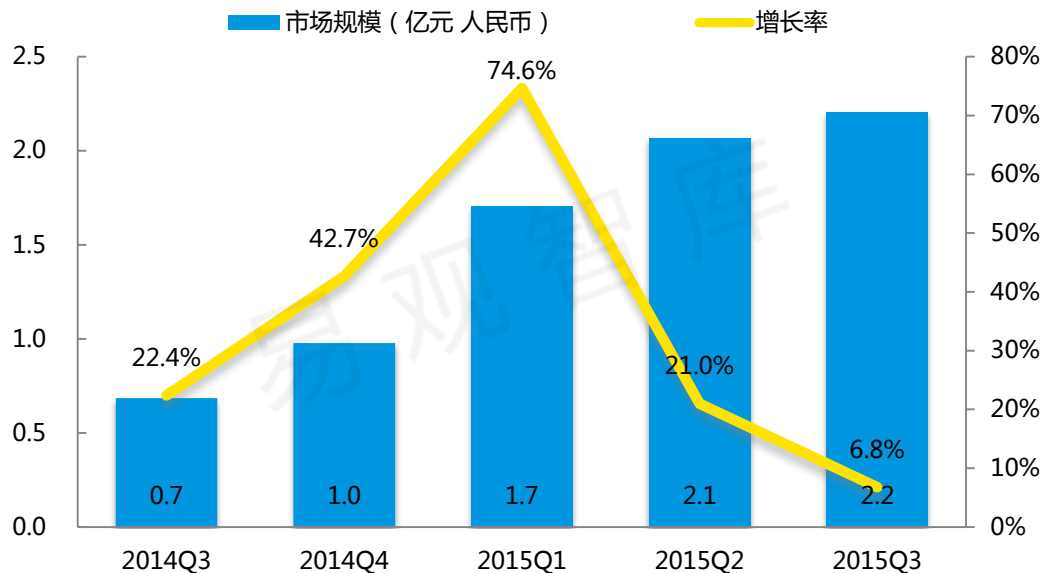
www.analysys.cn

2015年第3季度，中国移动团购市场交易规模达480亿元人民币，增长率为22.1%。

根据Analysys易观智库数据显示，2015年第3季度中国团购市场移动端活跃用户规模为6364.2万人，同比增长26.4%，环比增长12.0%。团购移动端活跃用户流量仍在快速上升。基于LBS的地理位置服务使得用户到店后再团购下单的消费场景得以实现，闪惠与手机优惠买单业务的创新，进一步推动了移动端团购业务的发展。目前团购总成交额贡献几乎九成以上来自移动端，全面确立主体性。

移动招聘市场垂直化探索态势初显

2014Q3-2015Q3中国移动招聘市场规模



© Analysys 易观智库

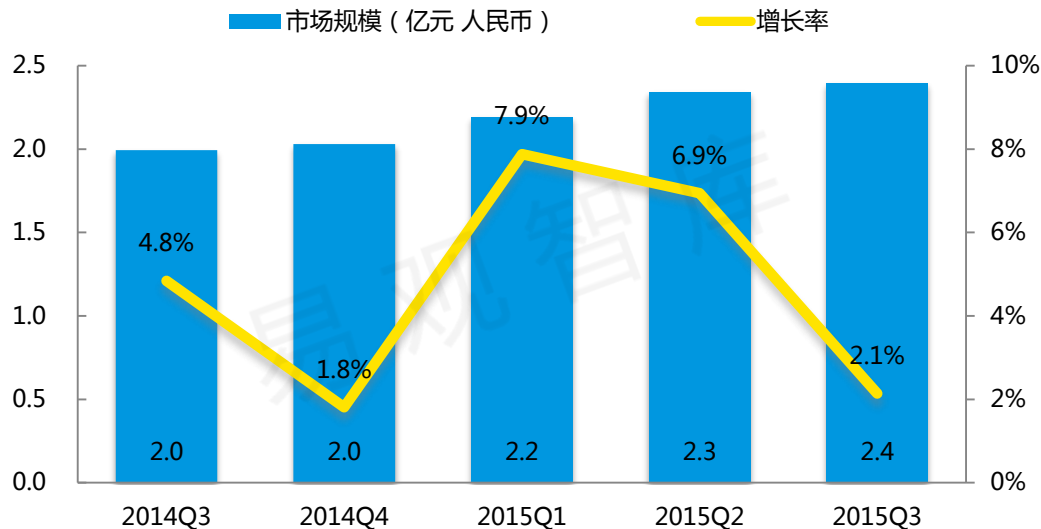
www.analysys.cn

2015年第3季度，中国移动招聘市场增速逐渐放缓，市场规模为2.2亿元人民币，环比增长6.8%。

Analysys易观智库分析认为，移动招聘市场正在涌现一股新势力，专注垂直招聘，用户群定位明确，或针对蓝领用户、或针对大学生群体，或以点评分享为主，或专注兼职领域，但都处于产品探索阶段。这些新产品为中国互联网招聘市场注入新鲜血液，推动行业持续发展。

移动婚恋产品研发增强，用户活跃度明显改善，但仍受流失风险

2014Q3-2015Q3中国移动婚恋市场规模



说明：2014年数据经厂商验证后调整。

© Analysys 易观智库

www.analysys.cn

2015年第3季度，中国移动婚恋交友市场规模达2.4亿元人民币，环比增速低于2季度，但同比保持20%的增长率。

Analysys易观智库分析认为，随着婚恋交友用户向移动端的快速迁移，以及各大互联网婚恋交友厂商持续对移动端产品扩大研发与创新，婚恋交友移动端的用户活跃度和使用黏性已得到明显改善。但移动端更多社交应用的分流，以及婚恋用户搭线后从平台的迅速抽离，仍一定程度影响了婚恋平台有效进行利益延伸，移动端模式与盈利提高仍待探索。

附录一：研究范畴

娱乐行业	传媒行业	金融行业	旅游行业	生活服务			医疗健康	教育行业	房地产行业	汽车行业	流通行业	消费电子
音乐	纸质媒体	银行	旅游工具/社区	信息服务			医疗/保健品	母婴教育	新房	新车	商品零售	家庭影音
	电视媒体	保险		家政							线上零售	
影视	互联网媒体	基金	酒店	美业				K12		二手车	百货店	家电
		证券		洗衣							购物中心	
阅读	搜索引擎	消费金融	机票	社区			医疗服务	学科教育	二手房	超市	办公设备	
	社区	供应链金融		婚恋/婚庆						汽车用品		便利店
动漫	视频网站	互联网金融	旅游产品	招聘				职业交易		后服务	品类杀手/专业店	通讯产品
		P2P		票务	餐饮	出行					后服务	
游戏	移动媒体	虚拟货币	商旅	演艺	团购	租车	健康服务	兴趣教育	地产-园区基地	Telematics	批发服务/B2B	通讯产品
		积分		电影	预订	打车						
	户外电子屏	个人理财		外卖	代驾							

互联网中间件

网络	虚拟运营商 4G/LTE Wifi
入口	操作系统 安全 浏览器 地图 导航 输入法
信息技术	大数据 云计算 物联网 企业应用
终端	智能设备

大数据 大价值



- 易观干帆
- 易观万像
- 易观方舟
- 易观博阅
- 易观司南