

iResearch艾瑞咨询

2010年第一季度移动互联网核心数据发布

移动互联网市场规模平稳增长

- 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。
- 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

注：此次发布数据为根据监测方法预估数据，待各企业财报数据发布后将在季度报告中发布实际监测数据。

目 录

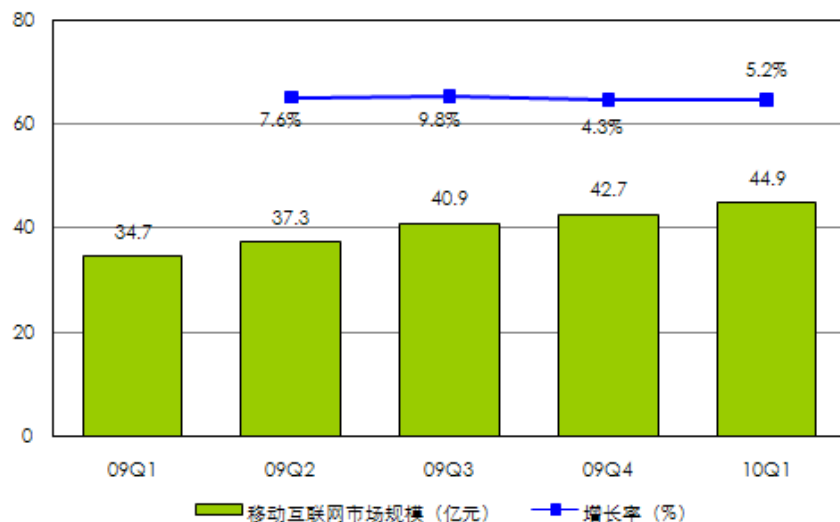
- 2010年第一季度中国移动互联网核心观点
- 2010年第一季度中国移动互联网市场监测数据
 - 2010年第一季度中国移动互联网整体市场监测数据
 - 2010年第一季度中国手机电子商务市场监测数据
 - 2010年第一季度中国手机搜索市场监测数据
 - 2010年第一季度中国手机游戏市场监测数据
 - 2010年第一季度中国手机广告市场监测数据
 - 2010年第一季度中国移动增值市场监测数据
- 2010年第一季度中国移动互联网热点分析

- 尽管电信运营商计费政策调整，对移动增值市场收入产生负面影响，但是手机电子商务、手机搜索等业务领域的良好市场表现，推动移动互联网市场规模平稳增长
- 强化核心业务竞争力和构建强有力战略合作，是2010Q1移动互联网企业发展策略：通过整合数字内容和服务资源、拓展渠道资源、增强资本运作能力以及扩展产品业务线
- 手机浏览器和手机输入法，成为电信运营商、手机终端厂商和信息服务提供商战略布局移动互联网的重点领域
- 具备丰富品牌广告主资源和手机广告服务经验的广告公司备受瞩目，移动互联网从业企业一方面积极探索手机广告业务发展方向，另一方面通过资本或商业运作同领先的手机广告企业建立深度合作关系
- 基于业务平台化发展，创建产业链生态系统，成为移动互联网领先企业的战略选择

移动互联网市场规模平稳增长

- 2010Q1移动互联网市场整体交易额规模达到44.9亿，环比增长5.2%
- 手机电子商务市场表现良好，市场发展空间潜力巨大

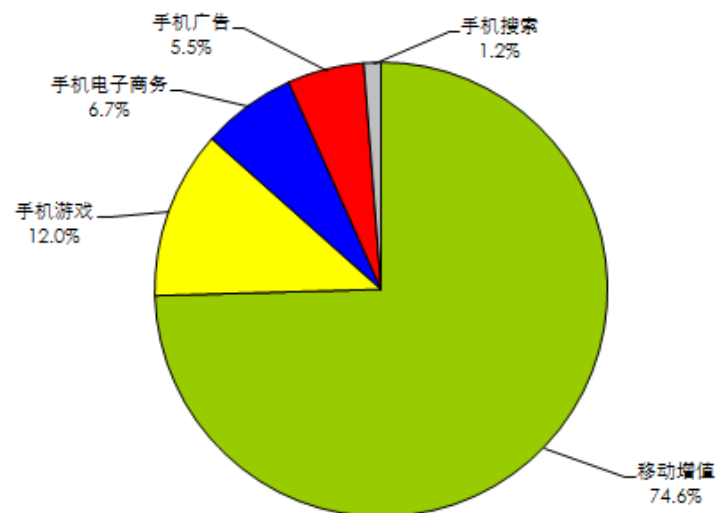
2009Q1-2010Q1中国移动互联网市场规模



注：中国移动互联网市场规模包括手机电子商务、手机广告、手机游戏、手机搜索等细分领域市场规模总和。

Source：根据企业公开财报、行业访谈及艾瑞统计预测模型估算，仅供参考，部分数据将在艾瑞2010Q1季度报告中调整修正。

2010Q1中国移动互联网主要细分行业构成

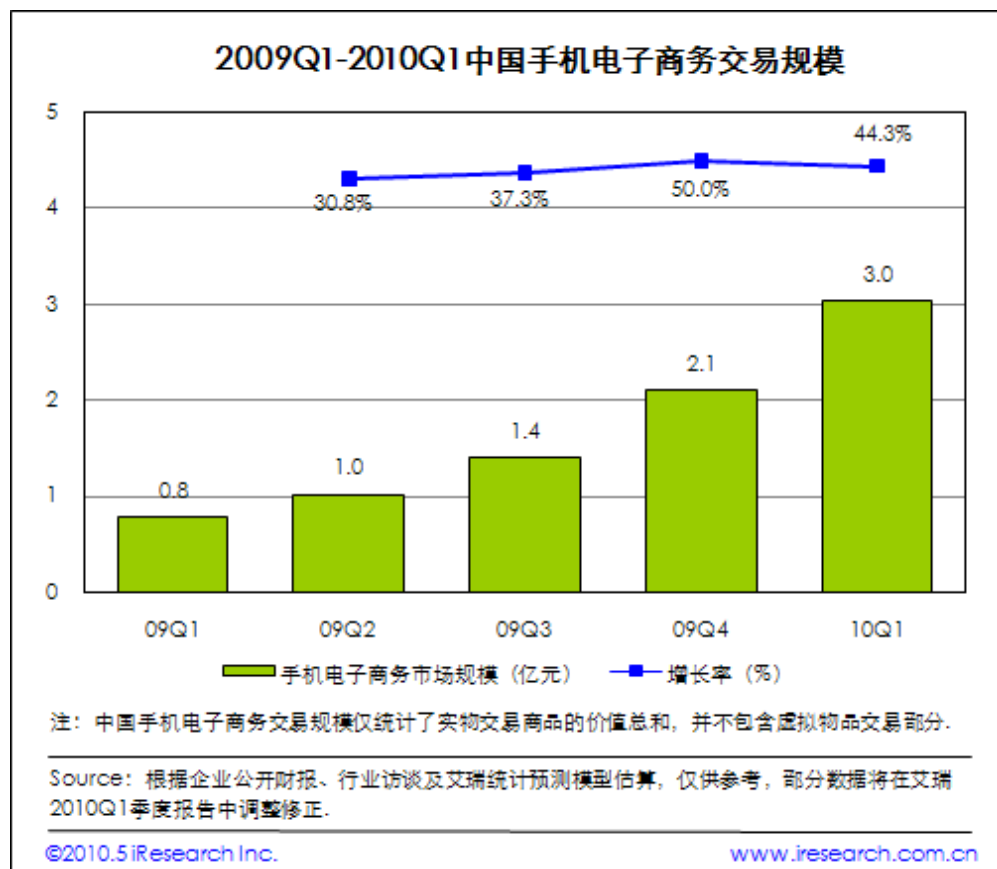


注：2010Q1中国移动互联网预估市场规模为44.9亿。

Source：根据企业公开财报、行业访谈及艾瑞统计预测模型估算，仅供参考，部分数据将在艾瑞2010Q1季度报告中调整修正。

手机电子商务保持快速发展态势

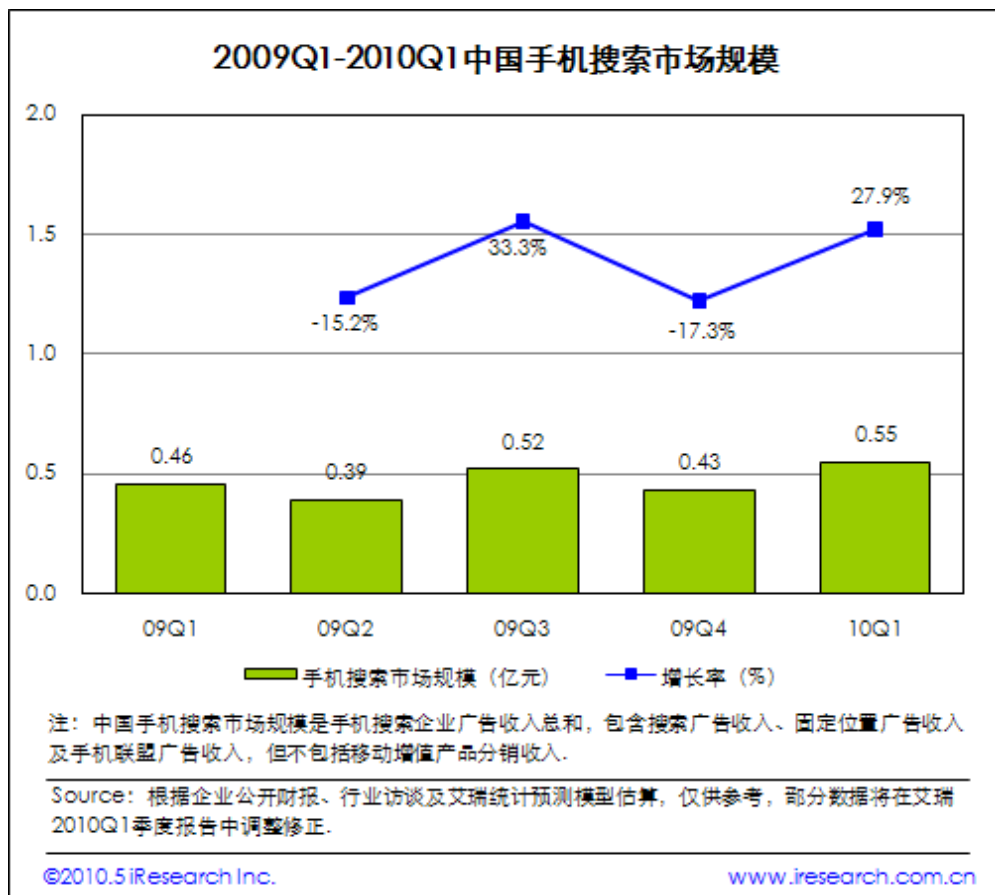
- 2010Q1中国移动电子商务实物交易规模突破3.0亿，环比增长44.3%
- 本季度移动电子商务实物交易规模接近09年前三季度交易规模总和



- 当前手机电子商务处于发展初期，虚拟物品交易是手机电子商务订单的主要构成，随着手机支付、终端性能等制约因素逐步解决，实物交易将主导手机电子商务未来发展
- 继淘宝、当当和卓越之后，手机京东正式上线，标志着多数领先的传统电子商务企业完成移动互联网布局，此外电信运营商和终端厂商也将角逐手机电子商务市场，未来三年形成新的市场格局
- 针对小屏幕、随时性和移动性的手机电子商务营销模式创新是行业实践的重要方向，B2C、团购、LBS、垂直购物等运营模式将为手机电子商务发展注入强大动力

手机搜索市场快速发展

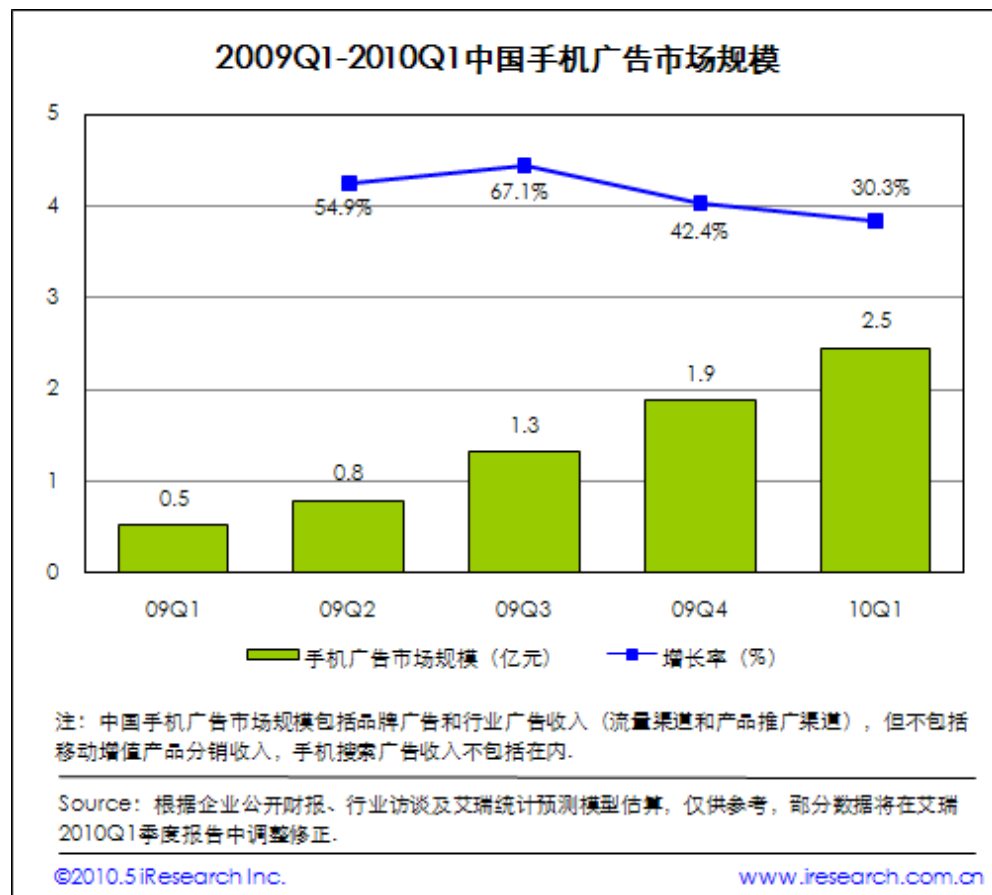
- 2010Q1中国手机搜索市场规模为5500万，环比增长27.9%
- 手机搜索市场集中度进一步提高



- 手机搜索成为用户获取网络体验的重要入口，网页转码适配、需求识别等技术应用同手机搜索深度整合，不断优化信息服务的用户体验
- 手机客户端软件成为手机搜索企业竞争的重要业务领域，通过集成网页产品线，结合位置服务和Widget功能满足用户差异化和个性化需求
- 手机搜索与社交网络逐步融合发展，手机搜索盈利模式实现多样化
- 手机搜索逐步实现平台化发展：向开发者开放手机搜索引擎的海量数据挖掘和位置信息服务能力，创建手机搜索服务的生态系统

受季节因素影响手机广告增速放缓

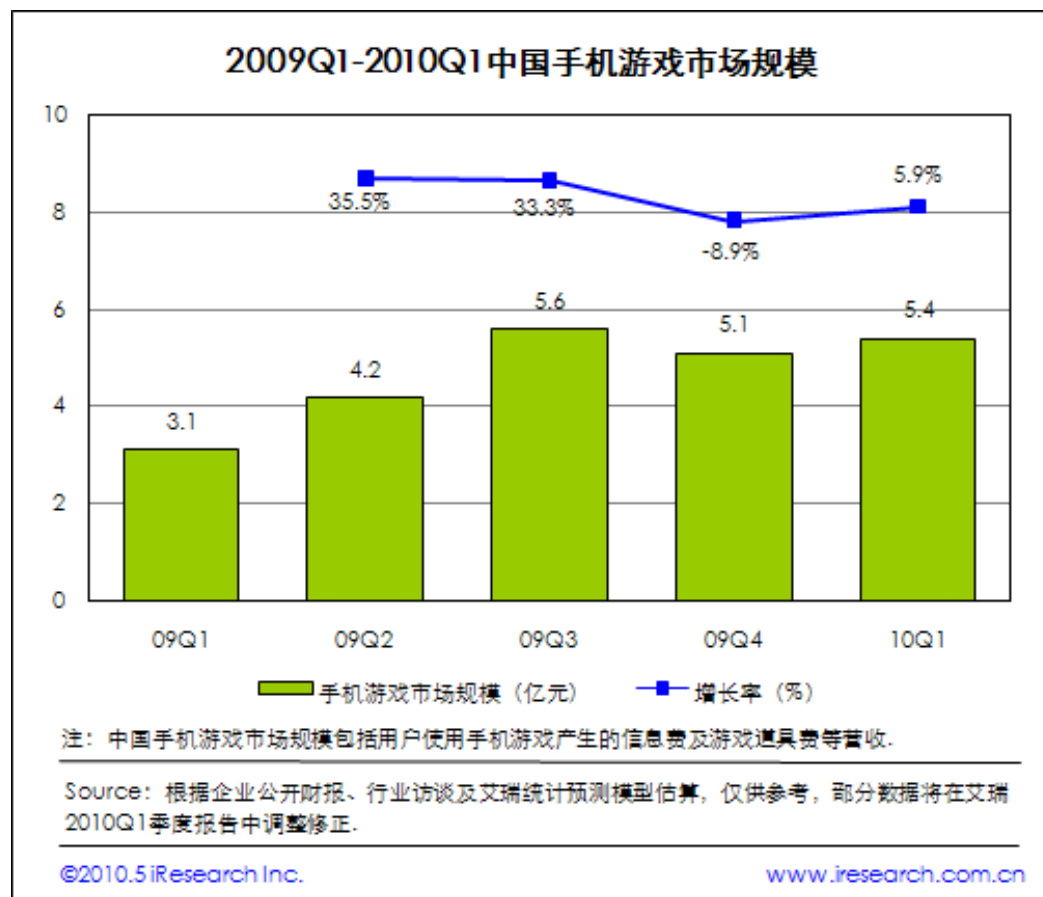
- 2010Q1中国手机广告市场规模达到2.5亿，环比增长30.3%
- 受季节性因素影响，手机广告市场增速放缓，但是保持增长发展态势



- 手机广告营收以行业广告为主，品牌广告营收增长缓慢
- CPC、CPR和CPM是主流手机广告计价模式，CPC和CPM组合为广告主提供衡量手机广告效果的多元化选择，当前CPS尚未成为主流手机广告计价模式，但是随着手机电子商务快速发展，电子产品和快消品在很大程度上将拓展CPS发展空间
- 广告预算、计价模式和广告效果评估，是广告主对手机广告的意识障碍，短期内这些阻碍因素不会很快消除，由此决定手机广告市场形成突破性增长尚需时日
- 苹果和Opera相继收购全球行业领先的广告公司，对手机广告市场形成深远影响。未来更多的电信运营商、终端厂商和信息服务提供商将会选择竞购广告公司，布局手机广告的市场竞争日趋激烈

受政策影响手机游戏营收增长减速

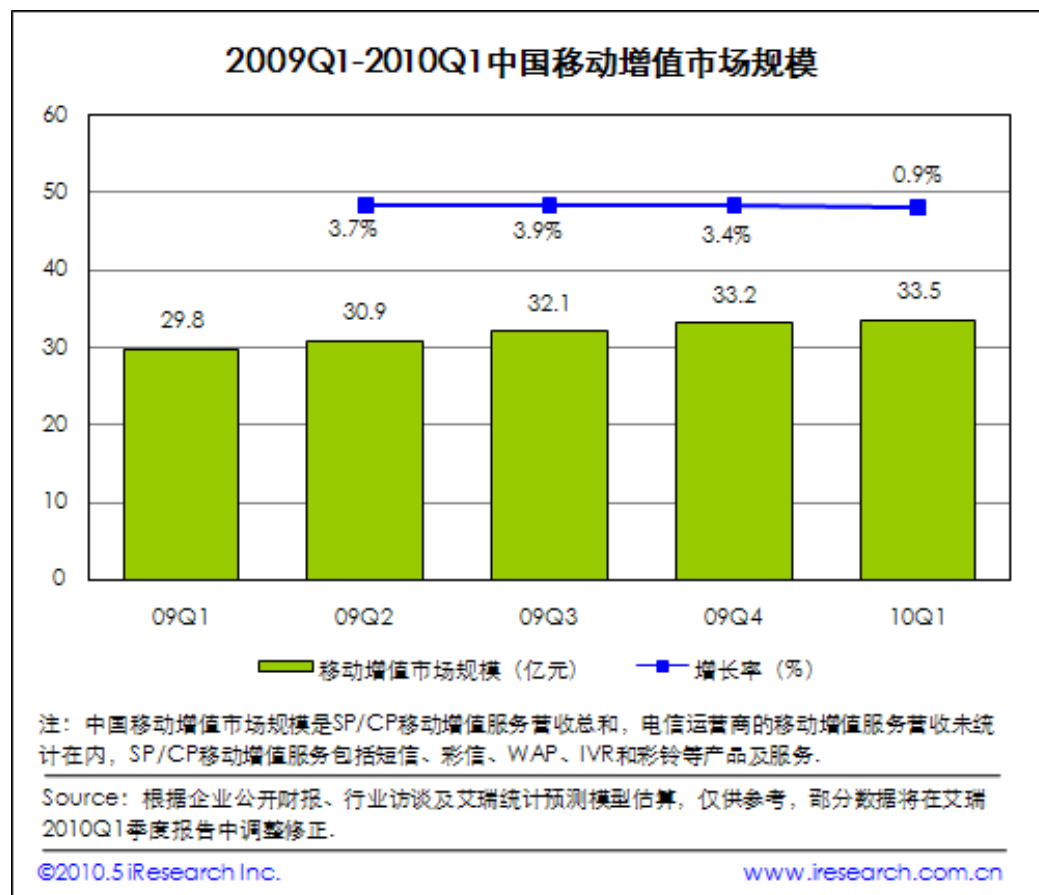
- 2010Q1中国手机游戏市场规模为5.4亿，环比增长5.9%
- 电信运营商暂停WAP计费对手机游戏营销产生负面影响



- 电信运营商调整业务合作伙伴计费政策，导致WAP和G+手机游戏平台等特定计费平台暂时停止计费，对手机游戏市场营收增长产生不利影响
- 除了季节因素以外，手机单机游戏受电信运营商暂停WAP计费影响较大，手机网游受政策影响有限
- 为了降低手机游戏市场的政策风险，手机游戏企业着力前向拓展电子支付通道，后向提高移动营销服务能力，在此基础上逐步优化营收结构
- 游戏植入广告扩展手机游戏业务营收增长点，创新商业模式
- 手机和桌面电脑游戏业务深度融合和无缝服务成为手机游戏发展新方向

电信运营商政策调整冲击移动增值市场

- 2010Q1移动增值市场规模为33.5亿，与09Q1基本持平
- 电信运营商计费政策调整对整个移动增值市场产生巨大影响力



- 电信运营商计费政策调整，对手机终端、网络联盟和移动互联网门户网站等SP/CP的重要移动增值产品推广渠道产生冲击，由此促使整体移动增值市场营收规模减速
- 电信运营商恢复计费将提高从业企业的业务合作门槛，计费新政将重塑移动增值市场秩序
- 实现由单一移动增值业务向移动互联网服务进行战略转型，是SP企业战略发展的实践路径

即将发布：2010年Q1季度报告

- 2010年第一季度中国网络经济整体市场监测报告
- 2010年第一季度中国网络广告市场监测报告
- 2010年第一季度中国搜索引擎市场监测报告
- 2010年第一季度中国网络购物市场监测报告
- 2010年第一季度中国B2B电子商务市场监测报告
- 2010年第一季度中国网上支付市场监测报告
- 2010年第一季度中国网络游戏市场监测报告
- 2010年第一季度中国网上旅行预订市场监测报告
- 2010年第一季度中国网络招聘市场监测报告
- 2010年第一季度中国移动互联网市场监测报告
- 2010年第一季度中国网络视频市场监测报告



共同开拓网络经济， 艾瑞与您同在！

报告购买和咨询：

报告咨询 北京 010-51283899-209

报告销售 北京 010-51283899-825

报告销售 上海 021-51082699-829

报告销售 广州 020-38010229-210

www.iresearch.com.cn