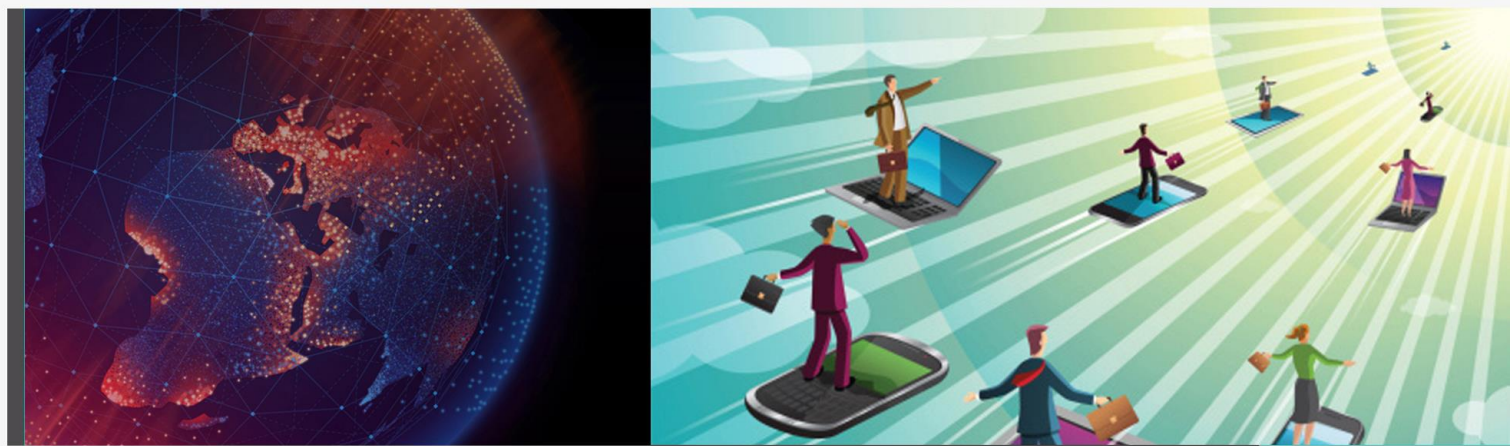




“移动互联网+” 中国双创生态研究报告

阿里研究院 阿里百川 36氪 友盟 联合出品

前言

这是一个最好的时代，每个人都有自己的理想、追求、梦想，而每个人的前途与国家和民族的命运紧密相连。“互联网+”使我国第二产业与第三产业快速融合，“移动互联网+”让“中国梦”人人触手可及，为中国经济带来了难得的“换道超车”机会，帮助中国从“人口大国”、“制造大国”快速转型成为“网络强国”、“创新大国”。信息经济下，互联网、云计算、大数据、智能手机、电子商务、物流网络让遥不可及的“创业”梦变成现实，并成为经济增长的新引擎，“中国梦”迎来“众享”、“众智”、“众创”的三众时代。

从2013年5月至2015年6月短短2年时间里，国务院、财政部、工信部、科技部、人社部、商务部、银监会、证监会、工商总局、国家知识产权局等十余个国家主管机构频繁发布了23项大众创业创新（简称“双创”）的“国字头”指导意见，平均每月发布一项，“大众创业，万众创新”的“双创”精神与“互联网+”行动计划在全国遍地生根、发芽、开花、结果，持续推动我国打造创新驱动经济发展模式、培养创业生态文明、改善民生保障、保持经济发展活力。

本报告从最受大众欢迎、切实可行的互联网“双创”生态圈切入，分析创业公司情况、投融资环境、创业生态环境、用户市场、未来发展五大方面的变化趋势，用较为全面的市场孵化数据构建“创业灯塔”，为“中国创客”点亮蹒跚的前行之路。

报告摘要

- **六大创新创业沃土**

目前互联网相关创业主要集中于北京、上海、深圳、杭州、广州和成都，六大“双创”城市（“大众创业，万众创新”）孵化的创业公司总量全国占比 81%，以各自的产业特色汇聚了一批各具风格的创业者。

- **产业互联网 PK 消费互联网**

电子商务和企业服务是目前创业最热门的两个领域。C 端“消费互联网”创业公司量级多于 B 端“产业互联网”。而 B 端的投资关注度正在提高。

在移动应用的用户使用上，一二线城市用户偏重于实用类别，三四线地区用户以休闲娱乐为主。

- **创业公司哪轮面临“生死劫”**

创业者在种子轮到 A 轮生存率较高，其后每一轮融资发展都面临“进化”考验，但产品失利并不意味着创业团队出局，较多成功创业者都是从原有失败产品的基础上转型、创新、重生。

APP 正在出现明显的“低龄化”趋势：大量新 APP 正在进入市场，迭代更快，竞争加剧，创新型应用有更多的机会，而持续发展超过 2 年的应用将获得更好的生存空间和胜出几率。

- **一大波“独角兽”正在来袭**

60%的高估值公司聚焦在北京，其次是华东和华南地区，与其“双创”孵化环境密不可分。从细分市场来看，高估值的电子商务创业公司数量最多，其次是大众高频需求的泛生活领域，这与每个行业“互联网+”的时间先后、产业规模、政策环境有关。

- **“北京热”**

北京在创业公司数量、投资及孵化环境等多方面具有显著优势，成为我国当前创业生态环境发展的典范。一个完善健全的创业生态环境能够大大降低初创企业的试错成本，加快企业发展速度，提高创业成功率。创业服务机构、投资机构、成熟企业、政策、人才、文化和媒体等等，都是创业生态环境的有机要素。

- **人人都想做“天使”**

创业投资逐渐呈现资本前移，天使轮及 Pre-A 轮投资项目比例增多。资本前移为创业者提供了更多的机会，同时，伴随创业投融资服务和众筹等金融平台的兴起，社会资本进一步解放，创业者的资金问题得到大大缓解。

- **谁在占用用户时间**

iOS 大屏手机在国内受欢迎的程度较高。国内 Android 设备，小米系（红米、小米）、三星手机活跃度较高。

当下智能设备的多元化，使得用户的使用场景越来越碎片化。用户的时间和注意力被不同场景分散，多数智能设备在晚间达到使用峰值，手机在非工作时间、工作间隙使用较频繁，手环在非睡眠时间使用平稳，智能秤在早晚有两个测量高峰。

- **移动创新趋势**

“平台+”创业模式让移动创业者借助开放平台的技术能力，快速构建自己的 APP 应用，专注尽可能少的核心业务才能在细分市场脱颖而出；创业即商业，传统电商逐步成为创业创新基础设施，“端电商”商业模式帮助创业者在所有互联网应用中内置海量电商资源、打通商业闭环、突破业务发展瓶

颈；“数据链”动态连接“端电商”、“开放平台”，创新型运营采用大数据算法智能推荐、实时匹配个性化供需服务，构成“数据-智慧-服务”的服务电商机制。以上三大驱动力正在共同打造未来的移动互联网“双创生态圈”。

- **移动创业展望**

我国历史上的六次创业浪潮各具特色，2015 年以“大众创业，万众创新”为指引的创业大军是建国以来最大一次创业浪潮，这次以云计算、大数据、移动互联网为核心的创业显现出“小微化”、“生态化”、“去中心”、“低门槛”、“敏捷创新”的诸多特点。创业企业面临各类挑战：人才缺乏、资金困难、市场开拓困难、同类产品太多/竞争激烈、人力/房租等各种成本连年上涨，各级政府部门正在逐步完善配套政策，将工作重点放到就业创业的政策生态体系建设上。

1	创业公司情况.....	1
1.1	创业公司增长趋势：“移动互联网+”全民创业浪潮	1
1.2	创业公司地区分布：六大“双创”沃土.....	2
1.3	创业公司行业发展：商业驱动，快乐生活.....	4
1.4	创业公司生命周期：A 轮不难，2 年是分水岭	7
1.5	互联网行业上市公司：北京领跑，四地孵化.....	8
1.6	估值超过 10 亿美元的未上市公司：六城创富	10
2	投融资环境.....	11
2.1	创业投资发展规模：北上广浙	11
2.2	顶级投资机构与顶级投资事件：资本前移.....	12
3	创业生态环境.....	16
3.1	创业生态要素：立体式资源，生态圈孵化.....	16
3.2	创业园区：沿海繁荣，内地渐热.....	16
3.3	孵化器：市场拉动，服务升维	17
3.4	创业生态环境典范：北京式创新，海淀、朝阳“双引擎”	17
4	用户市场情况.....	21
4.1	移动设备分析：移动设备增长放缓，国产称雄.....	21
4.2	用户行为分析：全民移动，地域特色.....	25
4.2.1	用户地域分布变迁：一二线偏实用，三四线更娱乐	25
4.2.2	各垂直领域用户量增速：金融、旅游最受欢迎	27
4.2.3	用户留存率情况：资讯、娱乐 APP 更易留存.....	28
5	移动创新趋势.....	29
6	移动创业展望.....	34

1 创业公司情况

1.1 创业公司增长趋势：“移动互联网+”全民创业浪潮

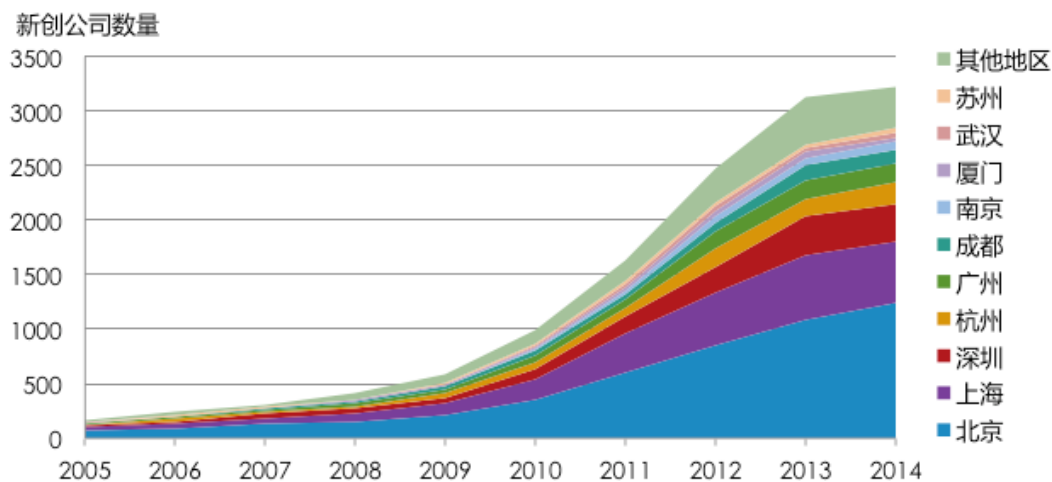


图1 新创公司数量及全国重点城市分布

来源 36Kr 2005-2014

自 2010 年起，伴随着移动互联网的兴起，中国地区创业产业急速升温。2014 年新创公司数量达到新高，约有 3200 多家创业公司诞生，创业公司的发展态势与中国智能手机保有量趋势基本同步。

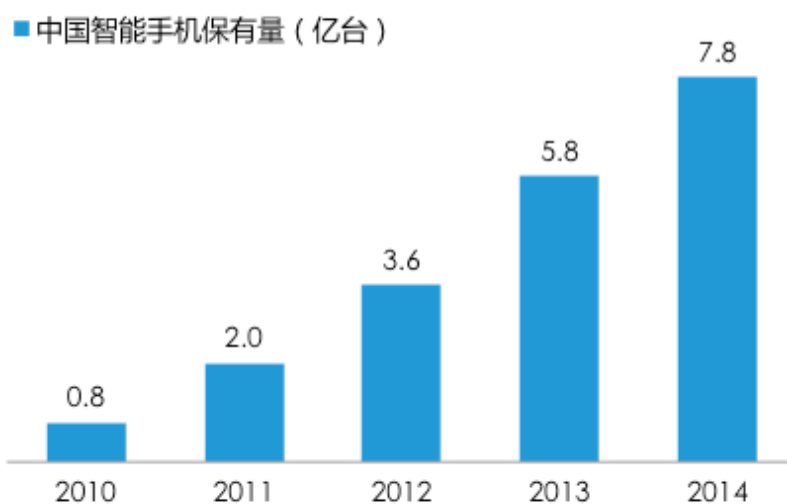


图2 中国智能手机保有量

来源 艾瑞咨询

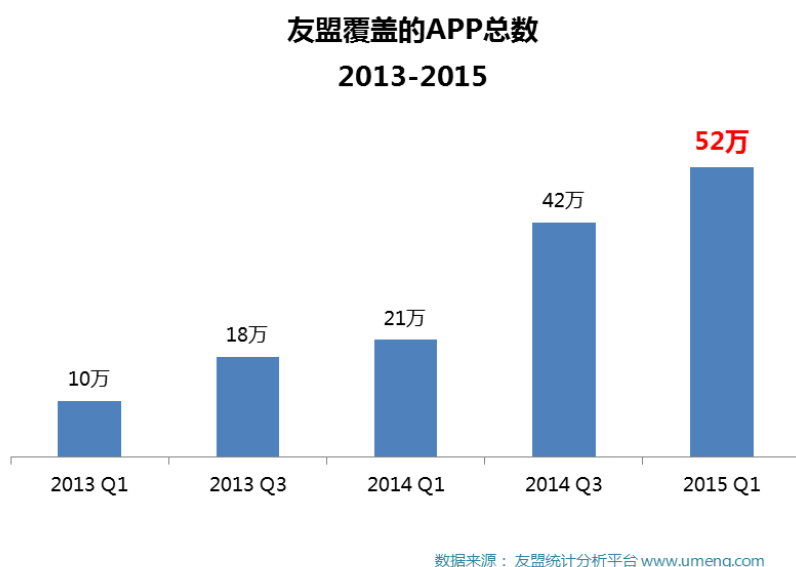


图 3 友盟覆盖 App 趋势图

来源：友盟

新出现的 APP 层出不穷。2015 年第一季度末，友盟共覆盖 52 万余款移动 APP，在这种情况下，新 APP 获取用户和市场的难度增加了很多，对没有足够推广资源的小开发商来说尤其具有挑战性。

1.2 创业公司地区分布：六大“双创”沃土

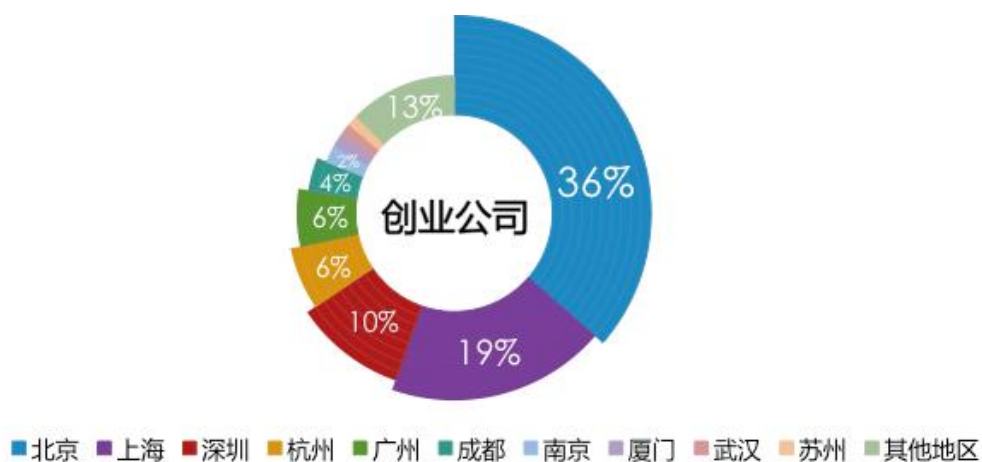


图 4 创业公司全国重点城市分布

来源：36Kr 2005-2014

目前移动互联网相关创业主要集中于北京、上海、深圳、杭州、广州和成都，六大“双创”城市（大众创业，万众创新）孵化的创业公司总量全国占比81%，而北京创业公司在绝对数量上远超其他城市，占全国超过三分之一。

长三角地区的创业热度都比较高，以上海和杭州为中心，其他如南京、苏州等地也在兴起创业热潮，中国未来“硅谷”整体实力不可小觑。

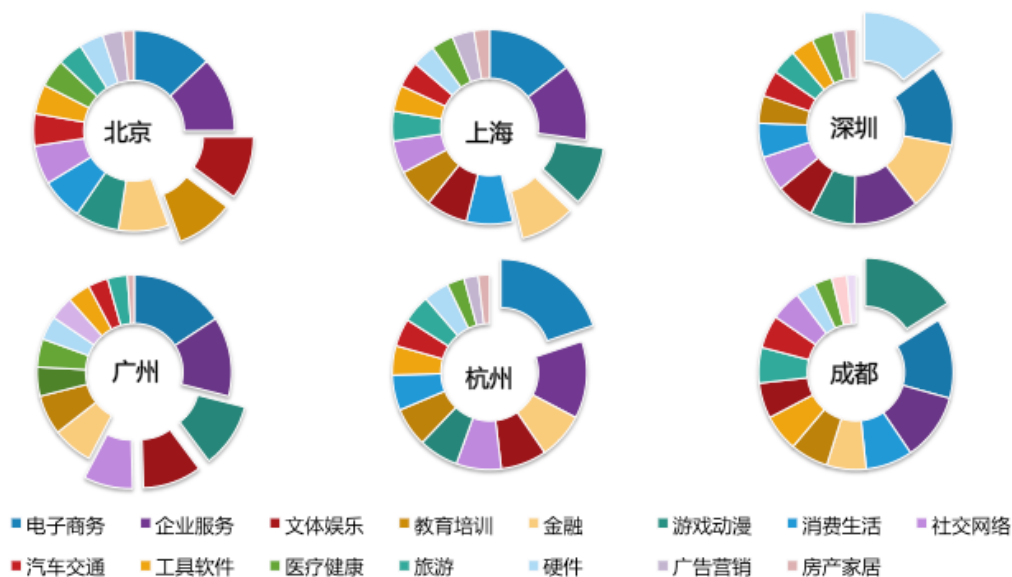


图5 热门“双创”城市创业产业特色

来源：36Kr 2010-2014

“文化之都”北京拥有良好的媒体和教育氛围，文体娱乐和教育行业在本地发展较好；“金融之都”上海地区游戏和金融领域优势突出；“硬件硅谷”深圳打造了最好的硬件创新氛围；“电商天堂”杭州长期成为电商创业孵化沃土；“生活城市”广州产生更多游戏/文娱/社交类创业公司；“天府之国”成都孕育游戏动漫和消费生活领域创新。六大“双创”地区以各自的产业特色、大众喜好汇聚了各具风格的创业者。

1.3 创业公司行业发展：商业驱动，快乐生活

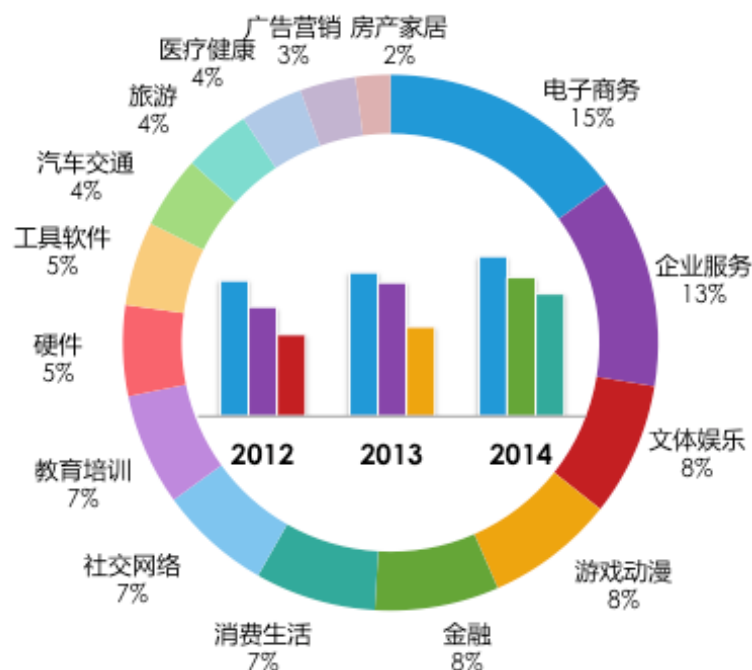


图6 创业公司整体行业分布

来源：36Kr 2005-2014（外环）

电子商务和企业服务是整体上目前创业公司最为集中的两个热点领域。其中电子商务作为互联网创业的天然起步领域，历年来一直稳居第一，持续发酵。企业服务作为创业的第二大领域，在2013年新创公司数量达到高点，B端“产业互联网”成为C端“消费互联网”后的创新方向。

2014年是创业行业格局大变革的一年，企业服务、游戏动漫等传统创业热门领域增速放缓，创业产业竞争逐步开辟新的战场。金融、消费生活、社交网络和汽车交通等行业在这一年爆发，创下新高，“互联网+”风口初现。与此同时，硬件、教育、旅游、医疗和房产家居行业的创业公司数量与2013年基本持平，在传统政策和产业布局中摸索可行的创新模式蓄势待发。

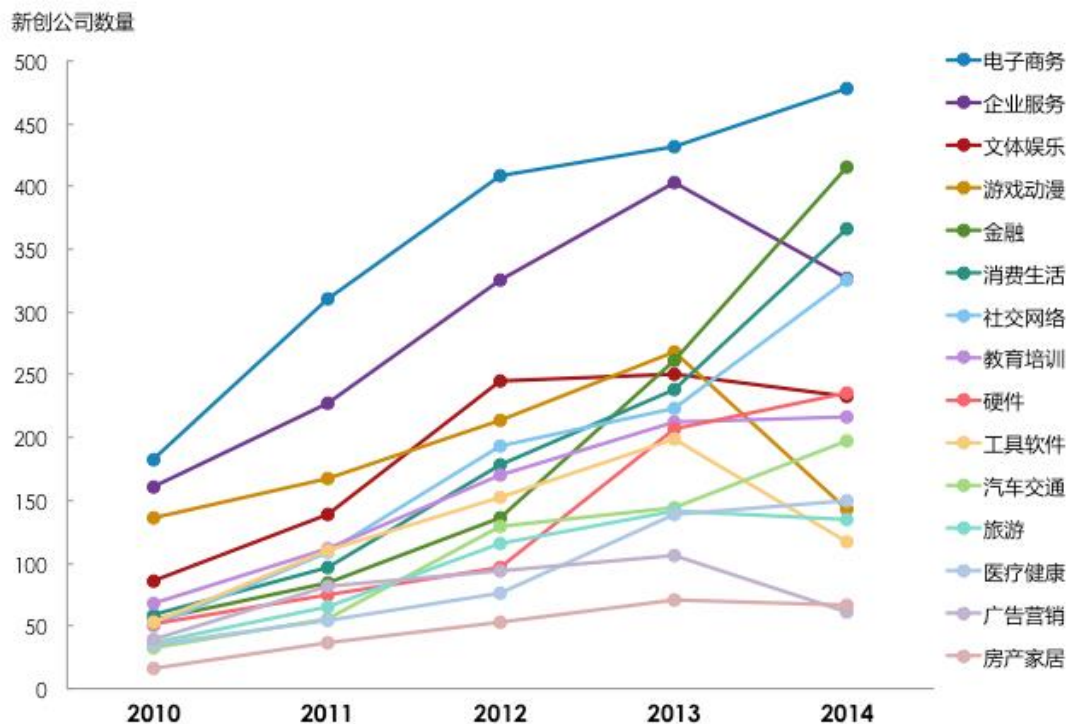


图7 各行业历年发展趋势

来源：36Kr 2010-2014

企业服务和电子商务的投资关注度最高，其中企业服务的投资量级在增长上已超过电商。金融、企业服务、消费生活等逐渐成为新的资本关注领域；房产、医疗、汽车等正在兴起，在今明两年值得重点关注；游戏领域投资降温明显。



图8 顶级投资机构投资热点转换

来源：36Kr 2010-2015.4

走进垂直细分领域，最多的创业公司分布在金融、社交、电商、硬件四大行业。金融和社交领域度过了前期摸索阶段，进入激烈竞争期，贷款、理财、兴趣社区和陌生人交友是 2014 年创业最热的几个子品类；综合电商创业热度持续，相比上一年度略有回稳。

从增长率上分析，校园社交、汽车金融、大学教育、新车、休闲娱乐、美业服务等一批细分领域起步市场已经开始发力，势头迅猛，成为创业者的新乐园。

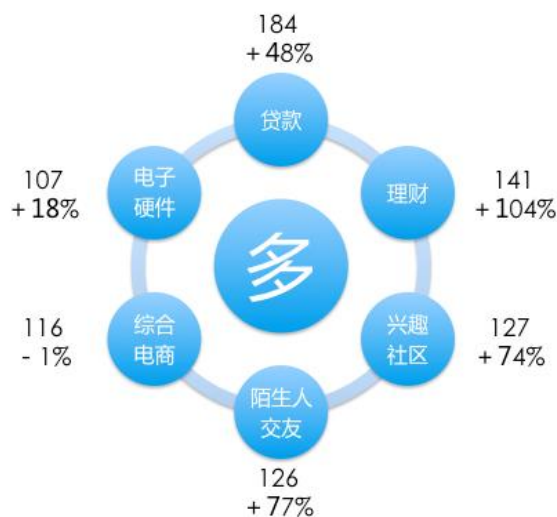


图 9 2014 年创业数量最“多”的细分领域

来源：36Kr 2014

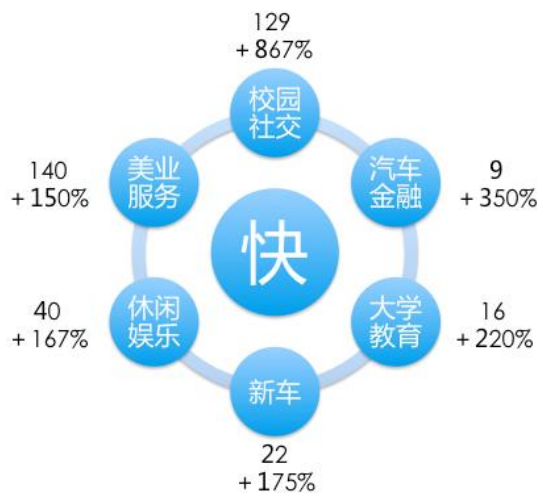


图 10 2014 年创业增长最“快”的细分领域

来源：36Kr 2014

1.4 创业公司生命周期：A 轮不难，2 年是分水岭

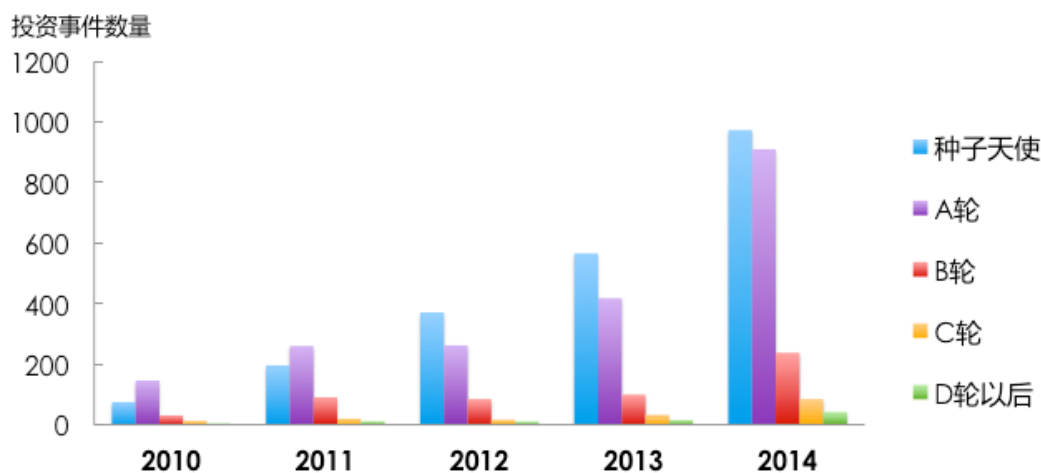


图 11 投资项目轮次分布

来源：36Kr 2010-2014

国内创业产业现处于起步阶段，天使轮和 A 轮投资占绝大部分。2014 年多家的成功上市进一步活跃了投资市场，加快资本循环。社会互联网化加速，优质早期创业项目越来越多，创业者在种子轮到 A 轮生存率较高，其后每一轮融资发展都面临“进化”考验，但产品失利并不意味着创业团队出局，较多成功创业者都是从原有失败产品的基础上转型、创新、重生。

当前APP年龄分布 对比2015.1与2014.7

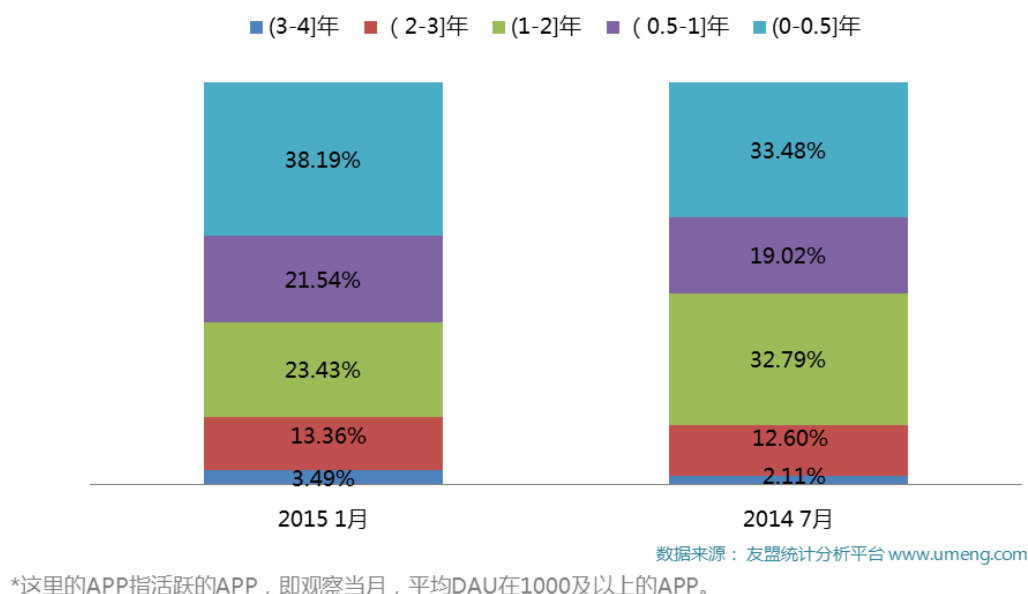


图 12 App 生命周期

来源：友盟

友盟在 2014 年 7 月和 2015 年 1 月分别根据现存 APP 的创建时间统计了活跃的 APP（观察当月平均 DAU 在 1000 及以上的 APP）的“年龄”分布。结果显示，APP 正在出现明显的“低龄化”趋势。时隔半年，在活跃的 APP 中，上线时间在半年内的 APP 比例从 33% 上升为 38%，上线时间在 1-2 年的 APP 比例从 33% 下降为 23%。这表明，大量新 APP 正在进入市场，迭代更快，竞争加剧，创新型应用有更多的机会。另一方面，2 年至 4 年期 APP 比例从 14.71% 增至 16.85%，说明 2 年是道坎，持续发展超过 2 年的应用将获得更好的生存空间和胜出几率。

1.5 互联网行业上市公司：北京领跑，四地孵化

历年互联网上市公司数量

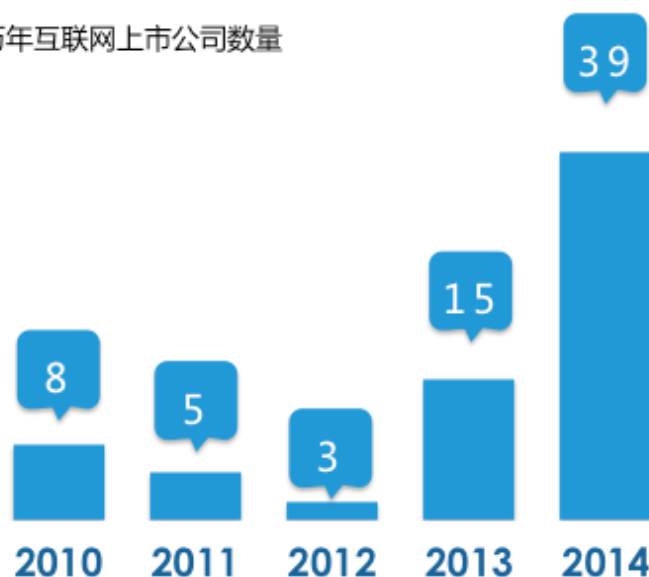


图 13 互联网上市公司数量趋势

来源：36Kr 2010-2014

2014 年国内 IPO 开闸重启，改革开放力度加大，上市公司数量大幅提升，创业者迎来“创富新窗口”。

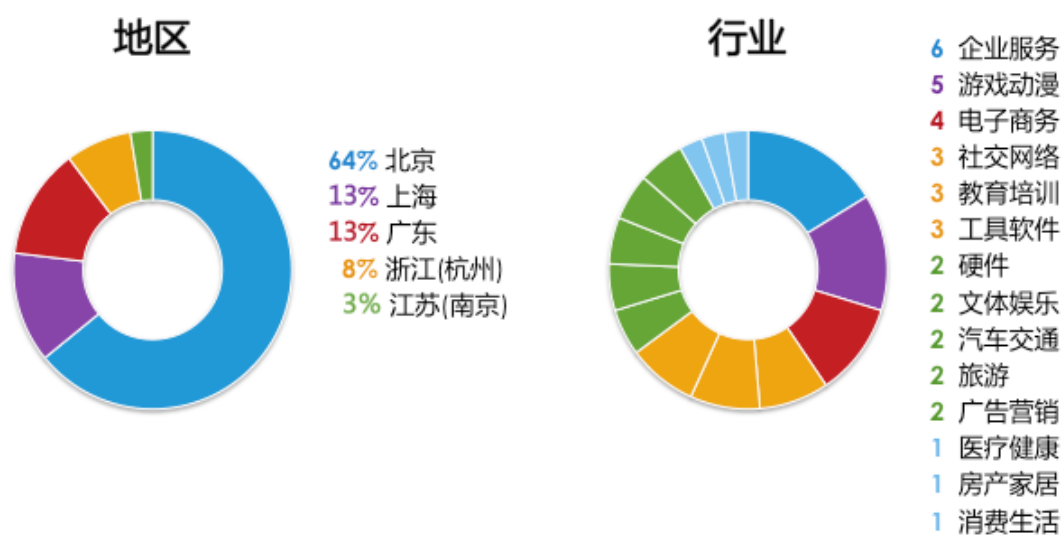


图 14 2014 年互联网上市公司地区及行业分布

来源：36Kr 2014

北京地区创业公司起步早，2014 有 25 家企业抢先上市，占全国 64%比例，其余上市公司分布在广东、上海、浙江和江苏。2014 年各移动市场领域全

面花开，均有企业成功上市，以企业服务、游戏动漫和电商行业上市公司相对居多。

1.6 估值超过 10 亿美元的未上市公司：六城创富



图 15 估值 10 亿美元以上的未上市公司（截至 2014 年）

来源：36Kr 2014

最近 15 年的数据统计，未上市公司的“10 亿美金俱乐部”成员分布与上市公司分布情况比较接近，60%的未上市高估值公司（又名“独角兽”）聚集在北京，而上海、广东、浙江、江苏包揽其他席位。整体上，北京、华东、华南具有良好的移动互联网“双创”孵化环境和大众创客化基础。

从细分市场来看，高估值的电子商务创业公司数量最多，其次是大众高频需求的泛生活领域，这与每个行业“互联网+”的时间先后、产业规模、政策环境有关，随着全国各地创客孵化器的大量涌现，相信未来会有更多城市、地区加入“高估值创客俱乐部”。

2 投融资环境

2.1 创业投资发展规模：北上广浙

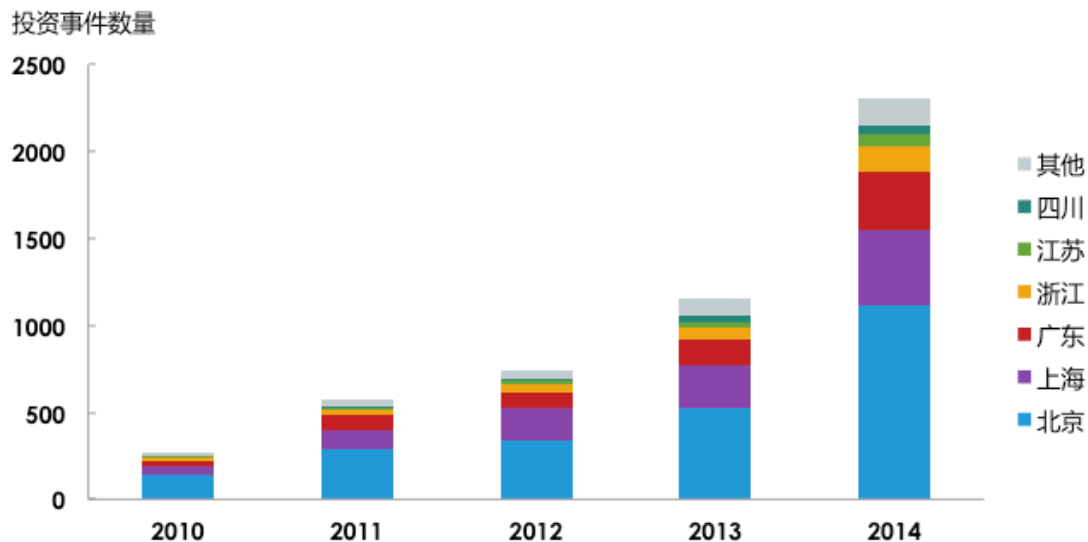


图 16 投资事件发生数量

来源：36Kr 2010-2014

2014 年国家提出发展“经济新常态”，鼓励创业创新，中国市场创业投资开始井喷，北上浙投资事件数量增长率超过 100%。

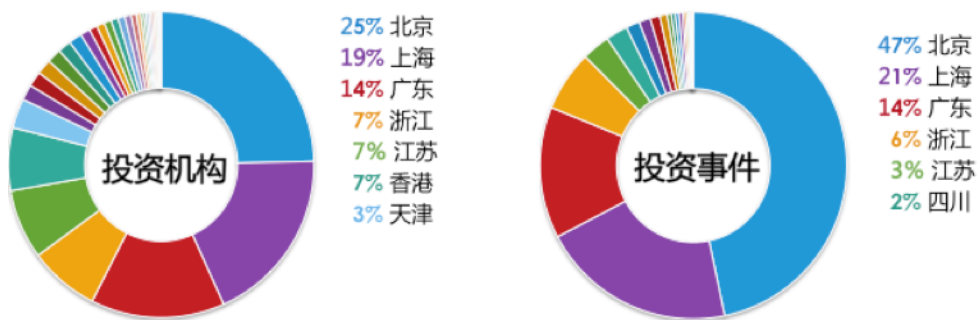


图 17 投资机构与投资事件分布

来源：36Kr 2014

北京地区的投资活跃性远超其他地区，其次是上海、广东、浙江，资本聚集趋势与创业孵化环境、创业者密度、投资机构分布、区域成功案例数量密不可分。

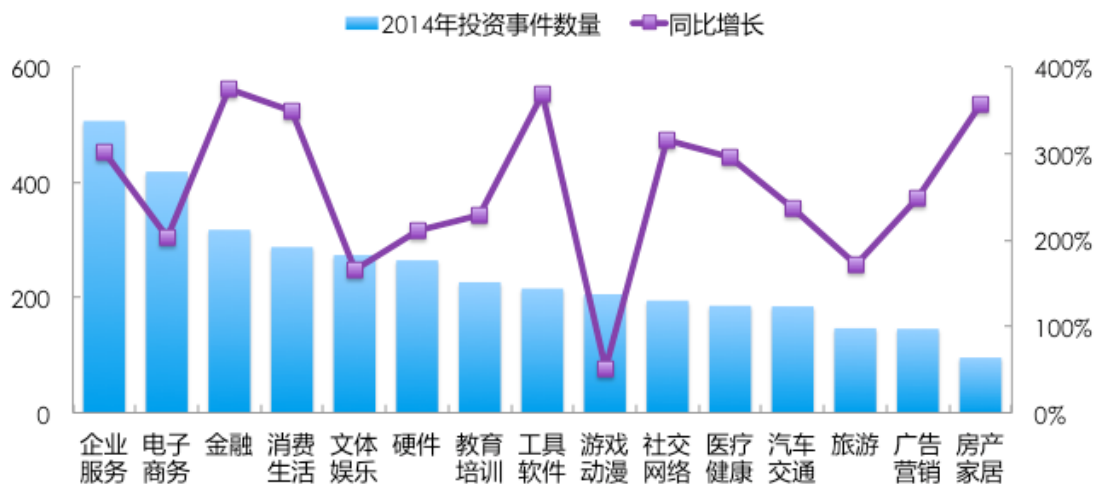


图 18 投资项目行业分布

来源：36Kr 2010-2014

企业服务和电子商务依然是投资热门行业，前者增长率高于后者。此外增长最快的热门领域有金融、消费生活、工具软件、房产家居等；游戏领域投资热度下降。

2.2 顶级投资机构与顶级投资事件：资本前移



图 19 顶级投资机构与投资事件分布

来源：36Kr 2010-2014

梳理 20 家顶级投资机构资源，其投资项目亦多分布在北上地区，共占比 72%。

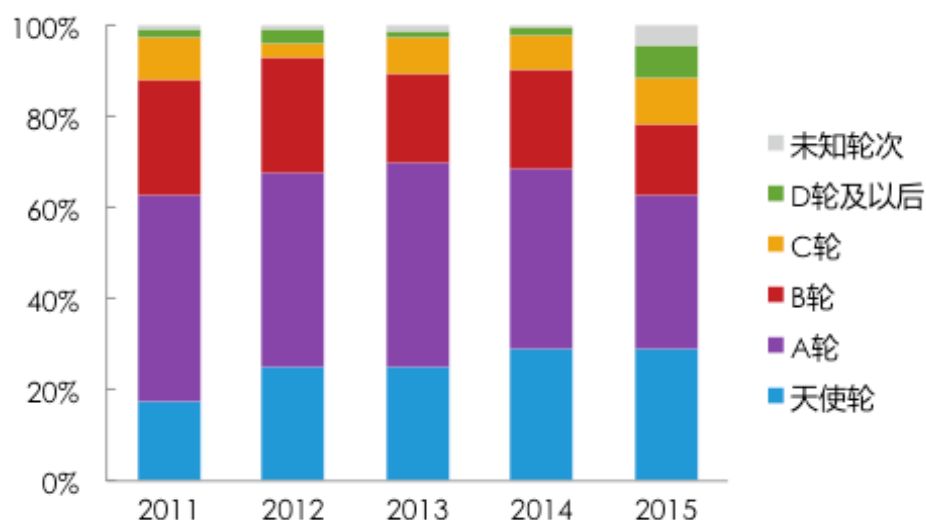


图 20 顶级投资机构投资轮次分布

来源：36Kr 2010-2015.4

近年来，创业投资逐渐呈现资本前移，天使轮及 Pre-A 轮投资项目比例增多，各大投资方和新晋资本纷纷抢占早期先机。一方面投资早期的资金规模较小，企业成长空间大；另一方面随着互联网加速进化，创业公司成长周期缩短，成熟期更早到来，投资周期随之缩短。

资本前移为创业者提供了更多的机会，同时，伴随创业投融资服务和众筹等金融平台的兴起，社会资本进一步解放，创业者的资金问题得到大大缓解。

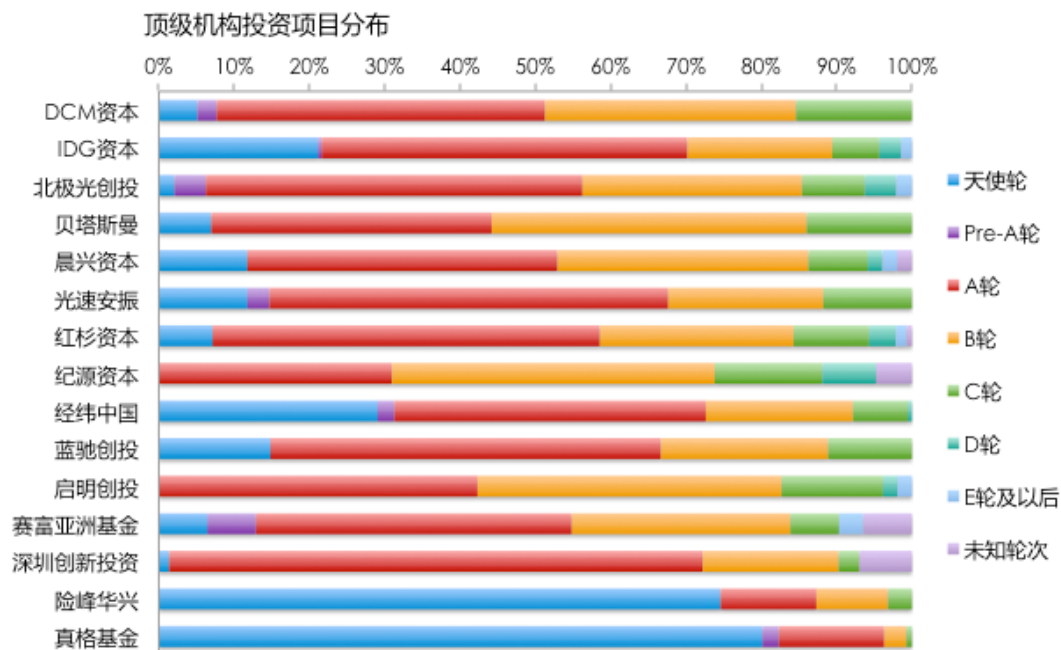


图 21 顶级投资机构投资结构分层

来源：36Kr 2010-2015.4

多数顶级风险投资机构重点围绕 A 轮、B 轮（及 C 轮）开展业务，险峰华兴、真格基金以天使轮项目为主投资。

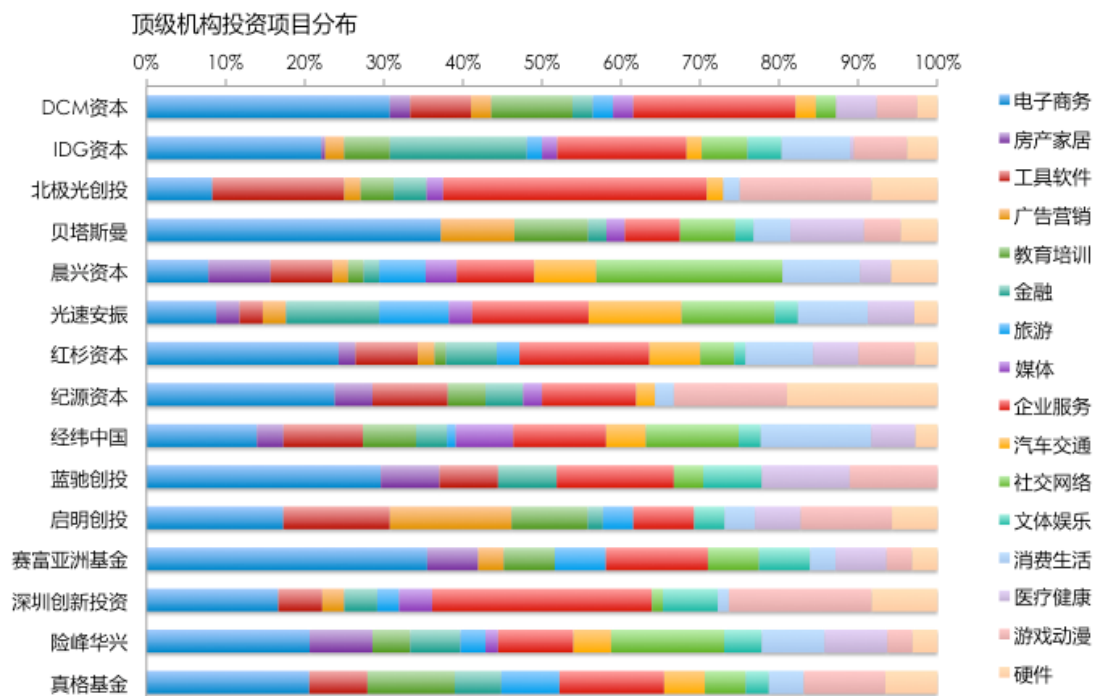


图 22 顶级投资机构投资行业

来源：36Kr 2010-2015.4

15 家顶级风投机构“口味”不同,创业者可以根据自身项目实际业务情况、所需商业资源,酌情对接最合适的风险投资公司。而实际上投资机构的行业选择也是随着时代和市场发展而动态变化的,要随时关注新的动向。

3 创业生态环境

3.1 创业生态要素：立体式资源，生态圈孵化

对于创业者来说，选择合适的创业场所至关重要。一个完善健全的创业生态环境能够大大降低初创企业的试错成本，加快企业发展速度，提高创业成功率。创业生态环境主要由创业公司、创业服务机构、投资机构、人才储备、媒体资源和相关政策等有机组合形成。

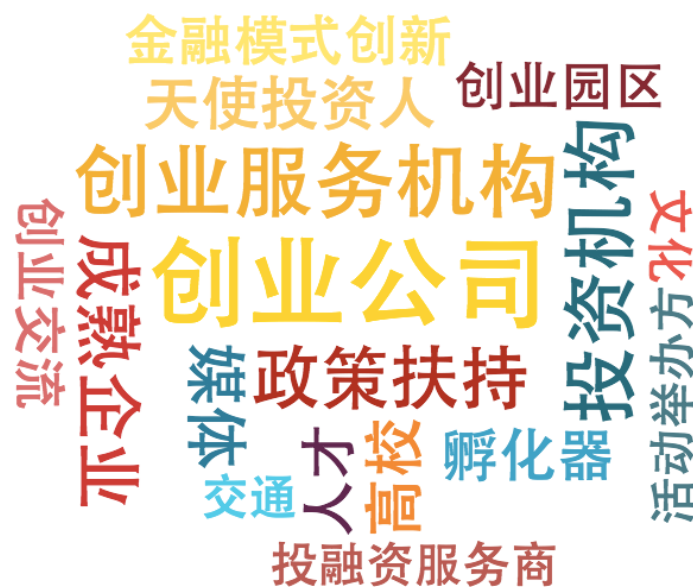


图 23 创业生态环境有机要素

来源：36Kr

3.2 创业园区：沿海繁荣，内地渐热

我国现有的国家级创业园区和高新技术产业开发区主要密集于北京、江苏、山东、广东和浙江等东部沿海地区。这些创业园区依托于国家政策优势，集聚了人才、技术、资本和市场等各种资源，成为国家技术创新的重要载体，在区域经济发展中起着关键的支撑作用；另一方面，内陆地区的产业园数量正在逐步增长，吸引高科技人才回流。

3.3 孵化器：市场拉动，服务升维

伴随着中国创业产业的发展，创业生态环境经过多轮进化，创业相关的配套服务也在不断升级。孵化器的能力已经从基本的办公场所发展到集空间、人才、技术、活动和资本于一体的全方位服务平台。

	传统型孵化器	创新型孵化器
主导	政府	企业
服务能力	出租物业，行政服务	天使投资，众创空间，开放平台，技术资源，培训辅导，交流推广，多元化创业服务体系，打造创业生态圈
种类	国家高新技术创业服务中心 留学人员创业园 高校科技园	投资引导型；开放空间型；媒体延伸型；产业驱动型；企业平台型；新型地产型
机构代表	中关村科技园 北京望京留学人员创业园 清华科技园	氪空间 / 3W咖啡 / 联想之星 / 天使汇 / 车库咖啡 / 云计算产业孵化器 / 创客空间 / BAT开放平台 / 望京SOHO

图 24 孵化器模式发展

来源：36Kr

3.4 创业生态环境典范：北京式创新，海淀、朝阳“双引擎”

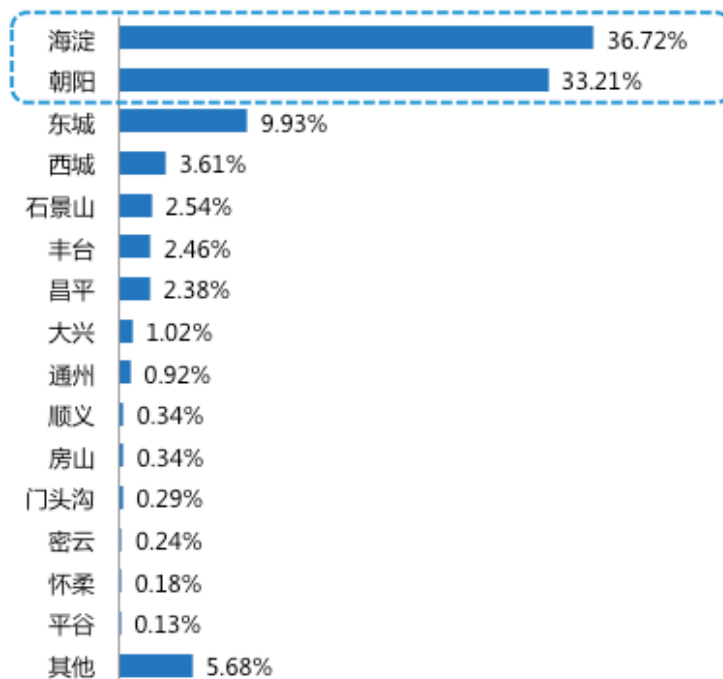


图 25 北京创业公司行政区域分布

来源：36Kr 2011-2014

创业公司的发展与其周边的创业配套资源有着密不可分的关系。以中国创业产业最前端阵地——北京为例，创业公司最集中的海淀区和朝阳区都同时聚集了众多创业服务机构、投资机构、知名互联网公司以及高校人才资源。初期由高校提供人才，孕育出第一批互联网公司，逐步长大成为上市公司、“独角兽”公司，这些大中型互联网企业产生更多的人才需求，聚集更多更优的业内专家，并且产生人才流动，专业人才产生“溢出效应”为同地区的互联网创业圈带来核心驱动力，激活更多创新产品、创业项目，“人才+孵化器”的“软+硬”模式良性运转起来，进而吸引更多风险投资注入，形成下一轮“人才黑洞”的吸引迭代。



图 26 北京海淀区创业生态环境概览

来源：36Kr

海淀区的创新创业之路起步较早，现已成为北京乃至全国创业生态最为完善和健全的区域。实力强大的中关村创业科技园区见证了中国互联网产业十余年的发展和创业者的成长，孕育了百度、新浪、网易等大批成功的互联网上市公司，这些企业又反哺带动了当地的创业产业发展，形成自生长式的互联网创业生态圈。

除了政府引导的传统创业园区之外,近年来以创新型孵化器为代表的科技创业服务业蓬勃发展,为创新创业提供了良好的条件,在中关村掀起新一轮创业热潮。以 36 氦为例,氦空间不仅为初创企业提供完全免费的办公场所、行政服务、创业培训和媒体报道等一系列关键服务,大大降低创业者的起步成本;而且在 36 氦的投融资平台上聚集了众多优秀的投资机构和投资人,以更优质的投融资对接服务帮助初创企业吸引资本关注,加速企业成长。

海淀区高校云集,是创业产业发展的智慧源泉。清华、北大、北航、北邮、北理工等高校孵化器在创业文化教育和创业人才培养上发挥了重要作用。



图 27 北京朝阳区创业生态环境概览

来源：36Kr

朝阳区作为北京的商务中心和国际窗口,拥有丰富和规范的商业资源,尤其在金融方面。在 36 氦统计的北京落地 19 家顶级投资机构中,有 17 家落户于 CBD 区域,其余 2 家落户于海淀区。CBD 商务中心区集中了大量金融、商业、贸易、信息及中介服务机构,拥有大量的国际资源和商务办公等配套设施,具备完善的市政交通条件,便于商务活动。目前入驻 CBD 商圈的世界 500 强企业超过 100 家,并形成了以公司总部为核心,以外资金融保险机构、电信业、咨询服务机构为配套的产业生态链。近年来中央电视台、北京电视台等大型媒体的迁址,

也使得传媒业成为 CBD 的重要组成部分。

朝阳区的创业公司集中区域——望京科技园，经过多年的开发建设，已经发展成为拥有众多高新技术产业的产业基地，并建立了具有自主特色的“孵化器——加速器——产业园”全程孵化模式。2014 年建成的望京 SOHO 更是吸引了一大批创业公司和国内外知名企业入驻。

此外，朝阳区拥有对外经贸大学、北京工业大学等多所高校人才资源，又以“凤凰计划”等政策吸引了大量高素质海归创业人才。

4 用户市场情况

4.1 移动设备分析：移动设备增长放缓，国产称雄

2015 年第一季度，国内活跃移动设备数量（三个月内至少启动过一次的设备数量）达到了 10.5 亿，与第四季度相比增长 4%，增幅已放缓。

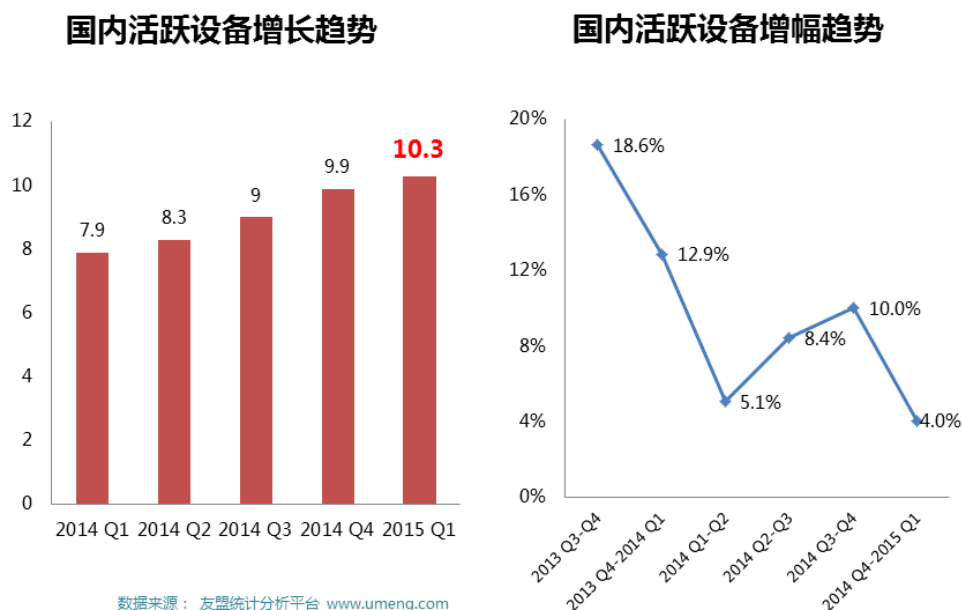


图 28 国内活跃设备增长趋势

来源：友盟

从 Android 设备各个品牌在活跃智能设备中的占有率情况来看，过去一年中，部分国产品牌增长较快，包括小米、红米、步步高等，国产手机占比从 2014 年 5 月的 46% 飙升到 2015 年 5 月的 54.1%，而同一年三星所占的市场份额从 23.8% 下降到了 18.6%。中国的 Android 用户越来越倾向于使用国产手机，包括红米、华为、小米、步步高、联想、OPPO、酷派等。

中国Android品牌份额年度变化

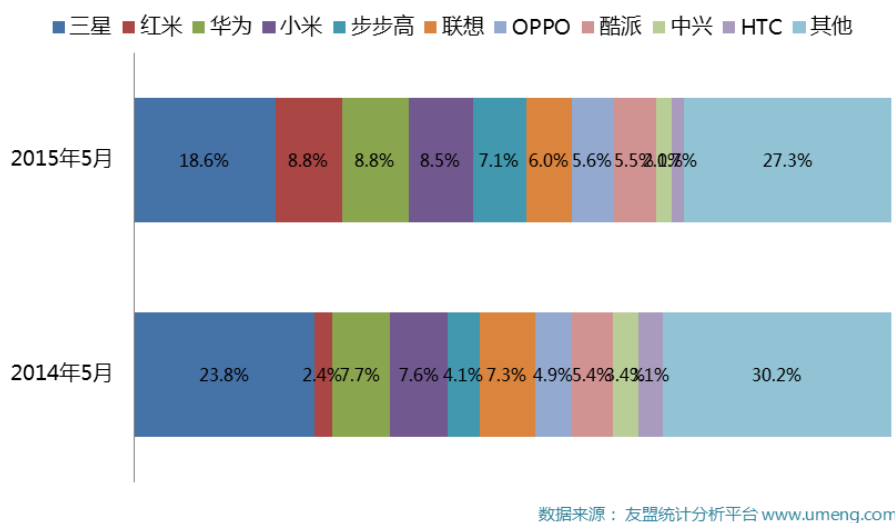


图 29 中国 Android 品牌份额变化

来源：友盟

此外，2015 年 5 月，前十名的 Android 手机品牌所占的总份额，比过去一年更大，其他 Android 系二三线手机品牌占比下降了将近 3 个百分点，手机用户对于品牌的认知越来越强。

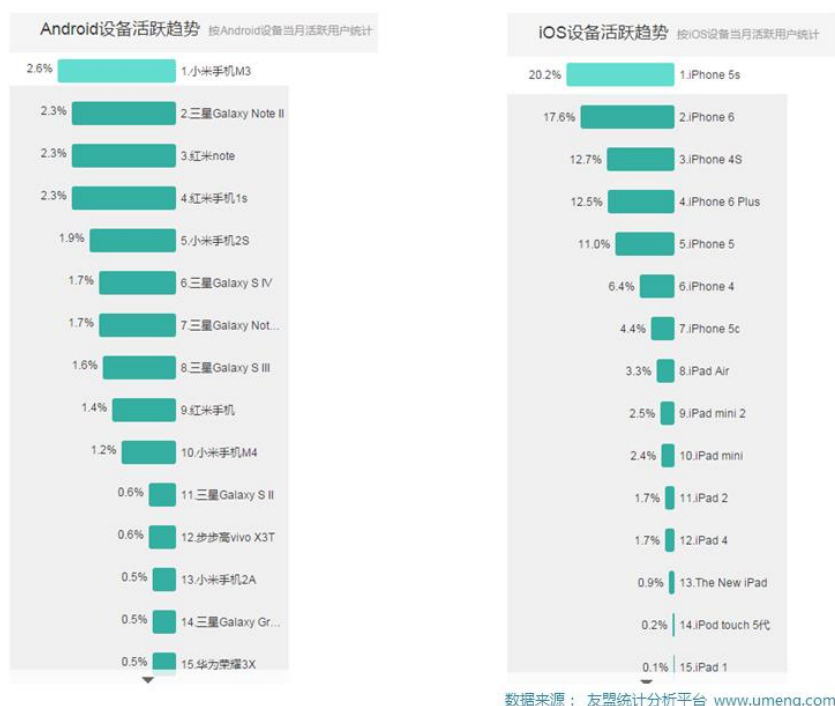
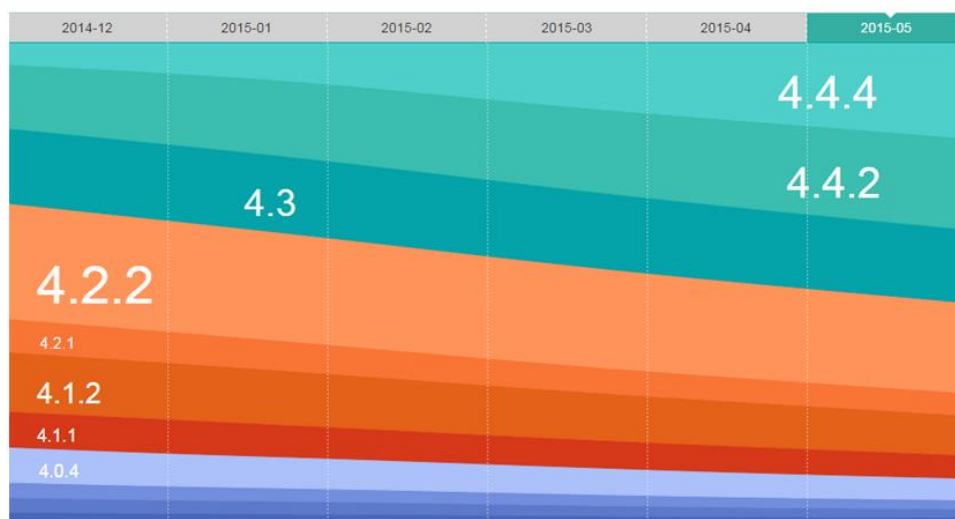


图 30 中国 Android/iOS 平台活跃设备排名

来源：友盟

2015 年 5 月，中国 iOS 设备排名情况如上图。iPhone 6 和 iPhone 6 Plus 已经分别排到了榜单的第 2 位和第 4 位，大屏手机在国内受欢迎的程度较高。另外，国内 Android 设备的排名说明，小米系（红米、小米）三星手机活跃度较高。

Android操作系统份额变化趋势



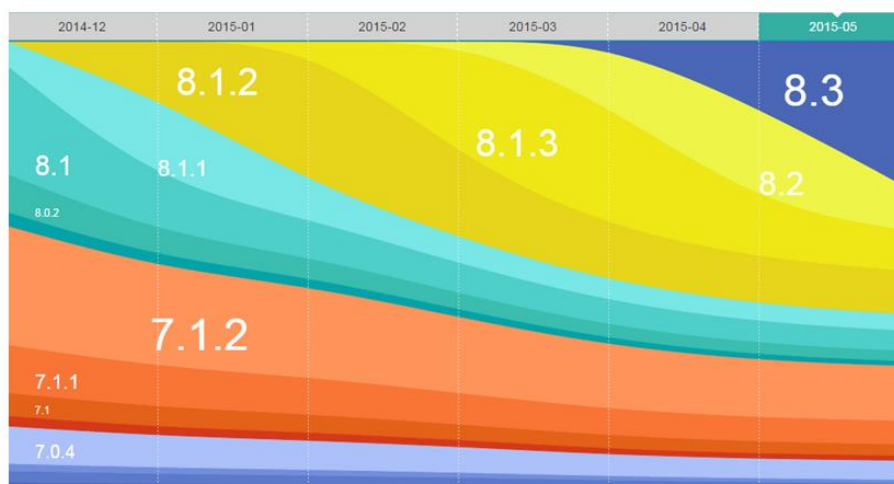
数据来源：友盟统计分析平台 www.umeng.com

图 31 中国 Android 操作系统份额变化趋势

来源：友盟

在移动端操作系统方面，Android 4.3 和 4.4 版本占比总计已经超过 50%。发布后经过一年的时间，Android 4.4.4 也已经成为份额最大的操作系统版本。

iOS操作系统份额变化趋势



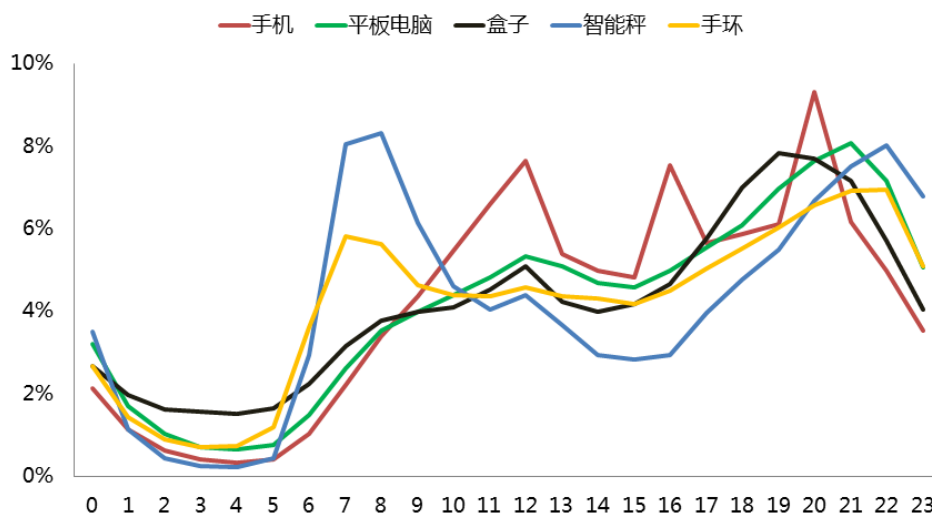
数据来源：友盟统计分析平台 www.umeng.com

图 32 中国 iOS 操作系统份额变化趋势

来源：友盟

iOS 的操作系统依然保持着较快的更新频率，新发布的版本可以在 2-3 个月内快速占领市场，也有利于系统级和 APP 级新 feature 推送到用户设备上。

不同设备使用行为24小时分布



数据来源：友盟统计分析平台 www.umeng.com

图 33 智能终端使用行为时间分布

来源：友盟

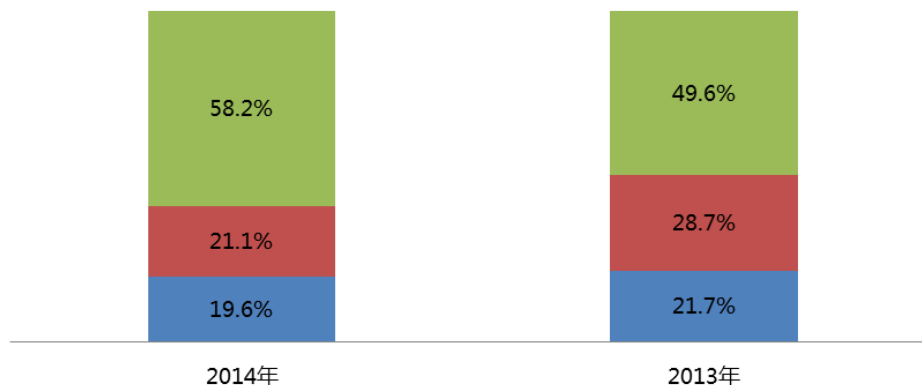
与此同时，当下智能设备的多元化，使得用户的使用场景越来越碎片化。与三年前仅手机、平板争抢移动互联网用户时间不同，目前越来越多的移动设备和智能硬件出现在用户手中，用户的时间和注意力被不同场景分散，多数智能设备在晚间达到使用峰值（晚间 17 点至 22 点），手机在非工作时间、工作间隙使用较频繁（中午 11:30, 下午 16 点，晚上 20 点），手环在非睡眠时间早上（7 点查睡眠）、晚间（22 点查阅、分享运动量）使用较高，盒子峰值在家庭晚餐时间段（晚上 19 点前后），智能秤在早上、晚上同样有两个测量体重的高峰（早上 7-8 点，晚上 22 点），所以不同种类的智能终端以更符合人类生活规律的场景化功能使用分流用户的注意力和时间。

4.2 用户行为分析：全民移动，地域特色

4.2.1 用户地域分布变迁：一二线偏实用，三四线更娱乐

2014 Q4 活跃用户地域分布与去年同期相比

■ 一线城市 ■ 二线城市 ■ 三线及以下城市



数据来源：友盟统计分析平台 www.umeng.com

图 34 移动活跃用户地域分布

来源：友盟

2014 年第四季度，国内 58.2% 的活跃设备集中在三线及以下城市里，是一线城市活跃设备数量的近 3 倍。去年同期，国内只有 49.6% 的设备活跃在三线及以下城市里。目前，三线及以下城市活跃用户数量仍在持续增长。

垂直领域用户按地域分布

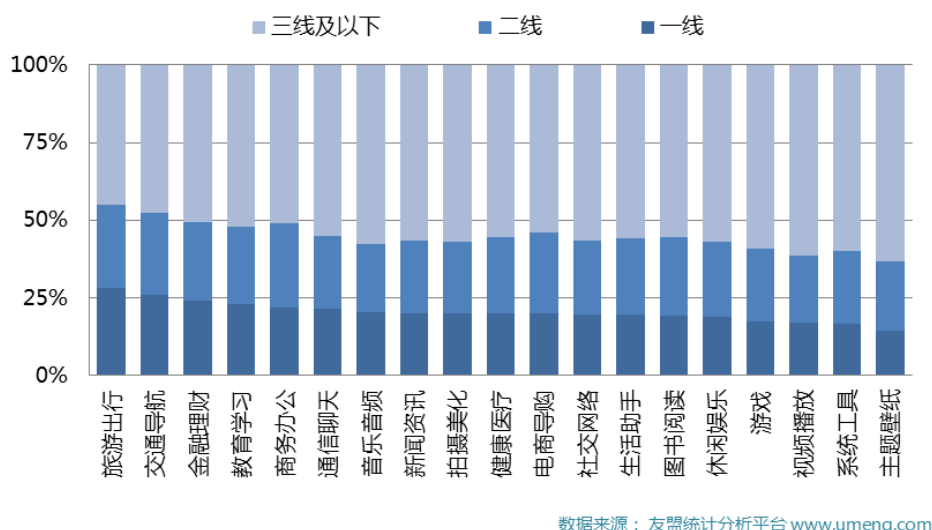


图 35 垂直领域用户地域分布

来源：友盟

不同经济水平的城市，移动互联网争相发展，而用户的使用情况有所区别，这是全国范围内移动互联网发展有先有后、不同地区生活方式有所差别的原因造成的。

从用户的地域分布可以看出，一二线城市用户最多的类别是旅游、导航、商务办公、金融理财和教育学习。这些用户更期待移动互联网满足他们实际的生活、工作、教育等垂直领域的需求。

而三线及以下城市，用户较多的应用以壁纸、系统工具、视频、音乐、游戏、娱乐、拍摄美化等应用为主，用户倾向于用 APP 满足自己的休闲娱乐需求，以及更好的管理自己的设备。未来随着城市生活的发展和资本市场对用户习惯的培养，一二线以外的城市也会有更多生活、工作和教育等的需求逐渐被移动互联网满足。

4.2.2 各垂直领域用户量增速：金融、旅游最受欢迎

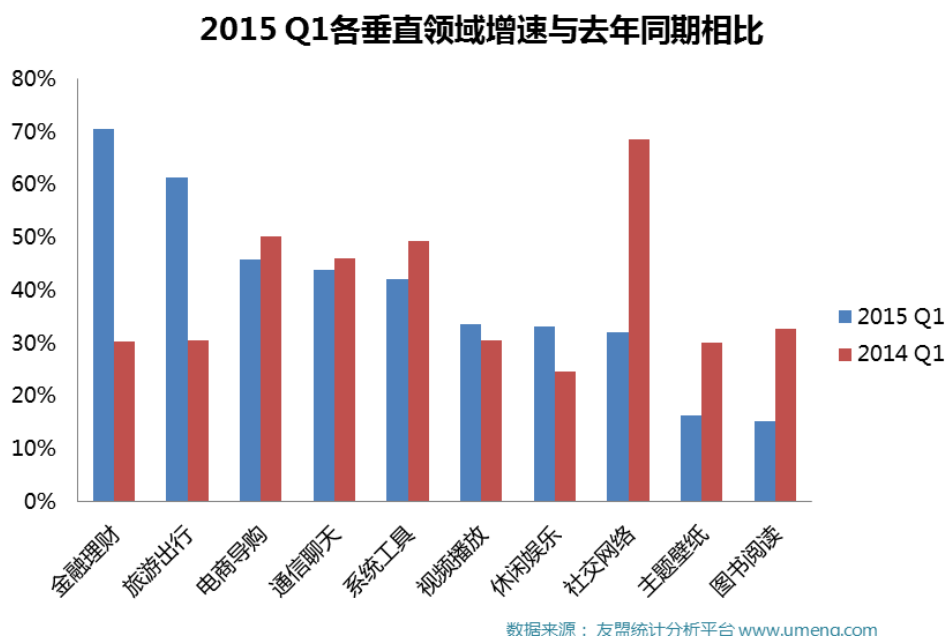


图 36 垂直领域用户增速对比

来源：友盟

2015 年第一季度，用户量增速最快的五个垂直领域分别是：金融理财，旅游出行，电商导购，通信聊天和系统工具。对比去年同期，很多垂直领域的增长都发生了变化。比如金融理财、旅游出行类 APP 用户数增长有了显著提升。而社交网络类 APP 的用户数增长情况已趋于平缓。

4.2.3 用户留存率情况：资讯、娱乐 APP 更易留存

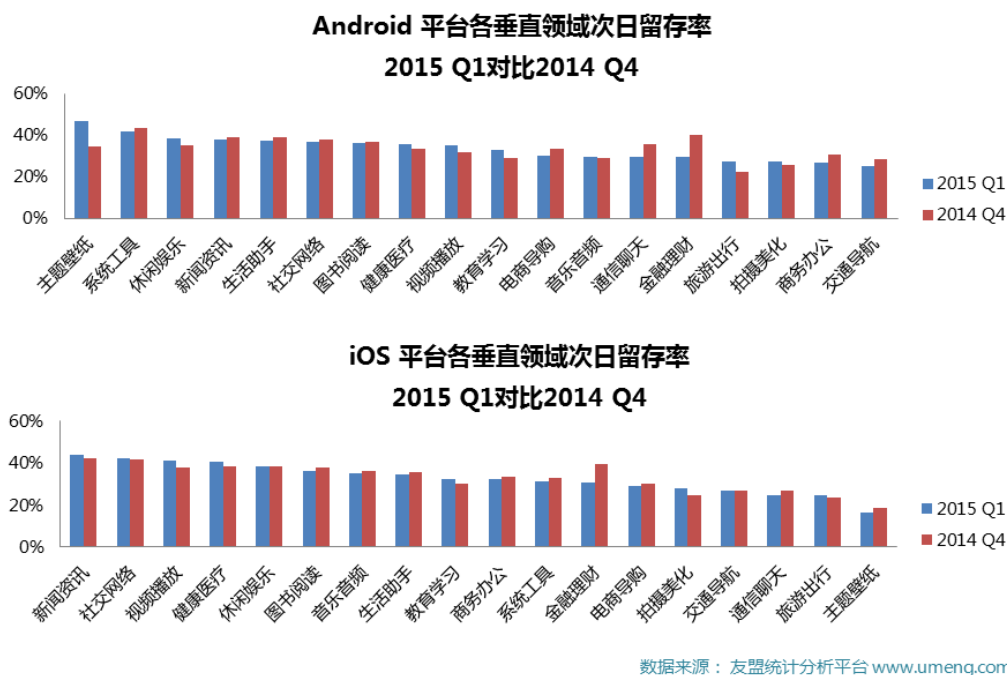


图 37 垂直领域新用户次日留存率

来源：友盟

在 Android 平台,2015 年第一季度次日留存率最高的五个垂直领域分别为主题壁纸、系统工具、休闲娱乐、新闻资讯和生活助手。

在 iOS 平台,次日留存率最高的则为新闻资讯、社交网络、视频播放、健康医疗和休闲娱乐。在移动端的使用维度更多,场景更丰富,生活方式移动互联网化更深。

5 移动创新趋势

“互联网预言帝” 凯文·凯利提醒我们：“你必须要经常去相信不可能，属于 20 年后的最伟大的产品还没有被发明！”经过调研分析，目前移动互联网技术与产业创新、创业存在三大新趋势：

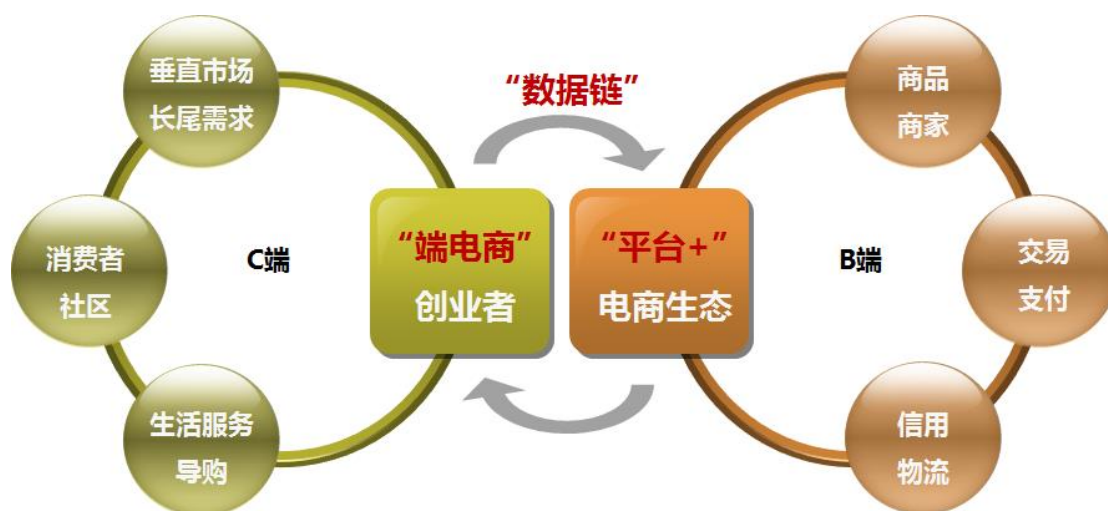


图 38 移动创新趋势

来源：阿里研究院

- 1) **平台+**：在全民创客的时代，只有新奇想法没有用，最重要的是创新速度与执行力，B2D (Business to Developer)通过丰富的 API、精简的 SDK 帮助开发者在自己的移动应用上融入特定功能，拥有丰富 B2D 服务的“开放平台”是移动开发者“敏捷创新”的加速器，BaaS (Backend as Service)平台上的创业者将有限的启动资金、人力、时间专注于核心业务上，形成最短路径、最快速迭代的“创新最小闭环”——天下武功，唯快不破。企业级 B2D 市场最近三年逐渐兴旺繁荣，正是“大众创业，万众创新”的“催化剂”，主流 B2D 开放平台包括 Google Firebase、Apple CloudKit、Facebook Parse、Amazon AWS Mobile、阿里百川、腾讯开放平台、百度开放平台、小米开

放平台、360 移动开放平台等，数百万 APP 移动应用基于开放平台共享组件开发，并且 BAT 开放平台兼具技术服务（组件服务、账号服务、数据服务等）与创业配套服务（创投基金、孵化器、推广渠道等），另外，繁荣的开放平台上会形成“应用服务市场”与“数据洼地”，前者类似 AppStore 的 B2D、D2D 的应用交易，后者构建起移动应用与平台间的“数据流动闭环”，开发者与平台运营者以安全恰当的方式共同利用平台生态圈数据不断沉淀的商业价值。

	阿里：百川无线	腾讯：开放平台	百度：开放平台
核心	电商	社交	搜索
优势	商业化能力，交易闭环	用户流量，连接器	智能搜索，直达服务
服务	无忧 APP 托管（云存储、CDN 加速、云计算、云安全） 加快 APP 开发（推送、OpenIM、图片服务、高德、统计分析、真机测试） 电商能力开放（淘宝账号登录、交易组件、商品组件、淘客分佣、生活卡券） 创业扶持（融资服务、创业基地、云资源、流量变现）	云服务 应用分发 广告营销 数据分析 移动支付 消息推送 社交传媒	百度数据开放平台（百度框） 百度直达号开放平台 百度轻应用开放平台 百度移动应用中心 百度开发者服务 百度 LBS 开放平台
资源能力	创业基地，阿里云，高德 LBS 开放平台，友盟，阿里妈妈，新浪微博，UC 浏览器，36 氪，风险投资.....	众创空间，广点通，应用宝，微信，QQ，QQ 空间，腾讯云，风险投资.....	直达号，移动应用中心，知道，文库，百科，百度云，风险投资.....
生态物种	河狸家，过日子，什么值得买，饭团，纷享销客，蜗牛装修，遛遛，妈妈值得买，美丽神器.....	酷溜科技，豪腾游戏，歪坏，美柚，返还网，天神互动，易娱，热酷.....	中国天气网，去哪儿，短趣网，考试吧，畅途网，i 美股.....

图 39 BAT 开放平台生态

- 2) **端电商**：在移动互联网 2.0 时代，电商前置，从“平台”向“端”转移，垂直社区、商品导购、生活服务社交网络、新闻传媒、影视娱乐等所有 APP 中

(如图 23 所示, Twitter、Facebook、Google 界面均有一个相通的按钮“Buy”),巧妙地形成“内容-兴趣-服务”的电商链条,所有的移动应用都是由创业者开发的,而任何创业者都必须实现商业闭环才能生存发展,所以 APP 电商化、电商服务化是必由之路。另一方面,移动互联网帮助长尾需求汇聚越来越多的小众群体(例如二次元、粉丝群、兴趣爱好群、宠物群等),在成千上万的垂直细分领域里培育起总流量不大、粘性忠诚度极高的“达人-用户”群体,每一个垂直用户群都具有不同的调性、需求、行为特征,电商平台并不能完全覆盖,而是将最优质的电商资源隐藏植入每一个垂直领域的 APP 中,帮助创业者实现流量变现、交易分润,避免靠一己之力商业对接的资源瓶颈、重度商业运营风险,同时创业者也为电商平台触达所有细分消费者提供了有效途径。软件 APP/H5 应用、IoT 硬件正在形成随需而至的“服务触点”,端电商将在“服务电商”(Service Commerce)时代无处不在,而传统电商正在成为移动时代的商业文明新基础设施(如图 40 所示,电商持续数年成为创业风口)。

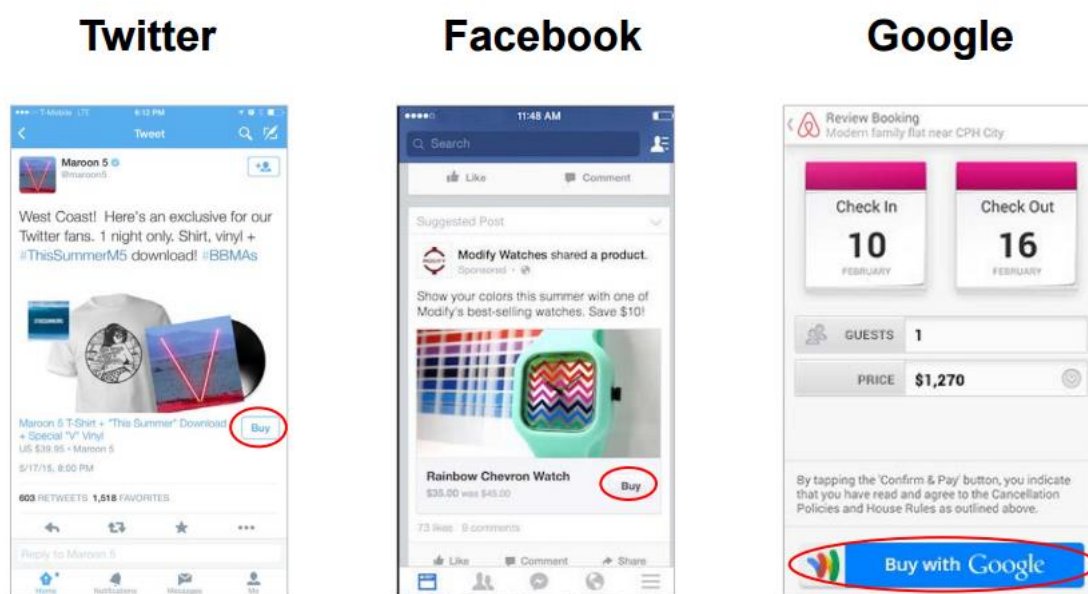


图 40 Twitter/Facebook/Google 界面

来源：Mary Meeker, KPCB

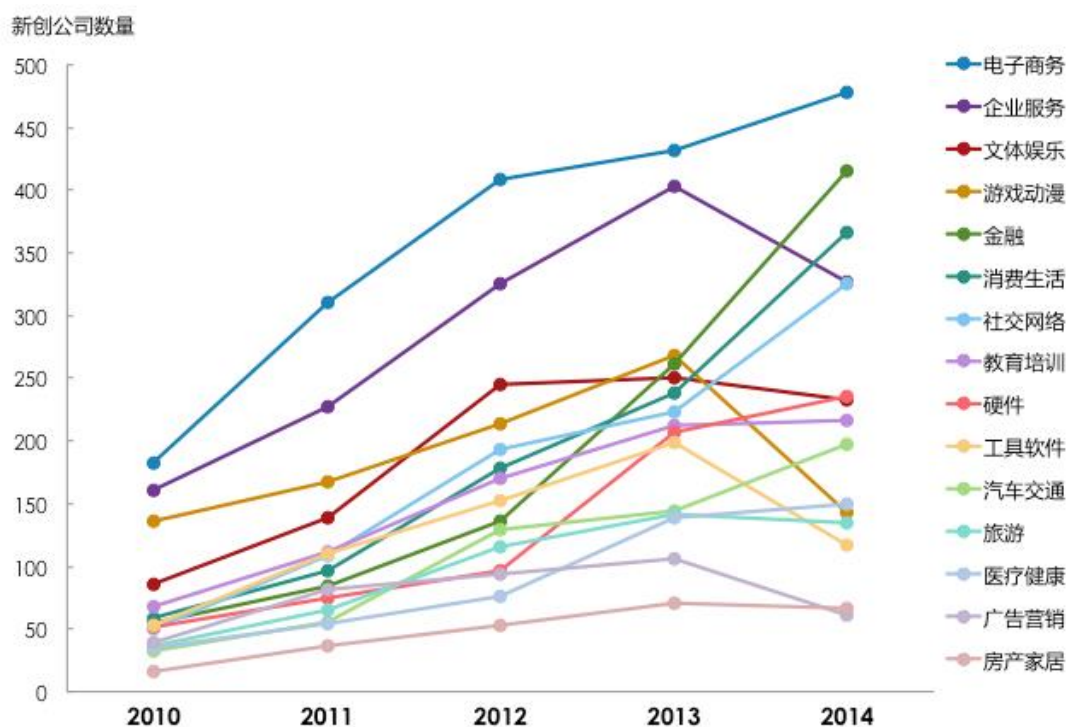


图 41 各行业历年发展趋势

来源：36Kr 2010-2014

- 3) **数据链**：当泛在的“端电商”与“电商开放平台”产生交互时，有两种方式匹配供需，一是人工匹配（UGC 或 PGC，User/Professor Generated Content），用有限的人力延迟对接近乎无限的全网消费者存在人力成本瓶颈，二是数据智选（DGC，Data Generated Content），用消费者数据培养垂直领域的智能算法模型，根据消费者个性化需求实时推荐最优的个性化供给，专为你形成的服务电商数据链，是基于大数据产生“C2S”（Customer to Service）能力，这方面的代表性案例包括淘宝（数据选商品）、滴滴打车（数据选车）、爱奇艺（数据选视频），创业者在百川开放平台上开发的“过日子”APP（如图 41 所示），根据手机、智能手环的个人体质测试，不断滚动“用户健康画像”，依靠个人数据提供时令节气中最适

合每一位消费者身体的养生食谱，然后根据 LBS 匹配身边的 O2O 养生、餐饮服务，实现数据驱动的智能生活服务。



图 42 “过日子” APP

来源：阿里研究院

6 移动创业展望

时代	契机	资源	人群	代表
2015	技术：互联网全面升级\渗透 制度：十八届三中全会	移动互联网+	无线开发者 传统从业者	移动引领，大众 创业、万众创新
2004	技术：互联网应用浪潮	互联网基础设施 +平台	网商、 服务商	网络零售型网商
1998	技术：互联网技术浪潮	互联网	互联网精英	新浪、搜狐、阿 里、百度、腾 讯...
1992	制度：小平南巡讲话	改革开放	主流精英、 知识分子、 公务员等	SOHO、新东 方...
1984	制度：十二届三中全会	城市体制改革	食品、服 装、家电业 行业、边缘 人士等	海尔、联想、万 科...
1978	制度：十一届三中全会	农村改革	农民	杭州万向、年广 久、鲁冠球...

图 43 中国六次创业浪潮对比

来源：阿里研究院（吴晓波，《第五次创业浪潮》）

如图 42 所示，我国六次创业浪潮具有鲜明的特色，前三次传统创业浪潮依次为农村改革中的农民创业、城市体制改革中的城市边缘人士创业、改革开放下的社会主流精英创业，后三次高科技创业浪潮依托互联网技术的迭代进化，由互联网精英创办的互联网公司、网商/服务商运营交易的电商网店、移动开发者和传统从业者共同推动的 APP 创业团队为代表。2015 年以“大众创业，万众创

新”为指引的创业大军是建国以来最大一次创业浪潮，这次以云计算、大数据、移动互联网为核心的创业显现出“小微化”、“生态化”、“去中心”、“低门槛”、“敏捷创新”的诸多特点。

创业企业面临的挑战按影响程度依次是人才缺乏、资金困难、市场开拓困难、同类产品太多/竞争激烈、人力/房租等各种成本连年上涨，各级政府部门有针对性地将工作重点放到就业创业的政策生态体系建设上，以互联网思维思考和解决创业帮扶问题，正在逐步完善配套政策。各地政府、产业园区应逐步加强互联网创业生态中人力资本、金融资本、基础设施、商业环境四个维度建设，政府、产业园区、互联网开放平台一体化联营，共同向小微企业开放各种科技资源、金融资本、配套环境、传统行业升级的创业就业机会。

为打造中国互联网创业创新的繁荣生态，建议全国以适当的配套政策为指引：

1、扶持互联网经济做大做强，才能容纳更大就业空间。用互联网思维来制定“互联网+”的产业发展政策，大力推动互联网平台企业做大做强。而不是以传统思维、老套路、老观念制定新政策。互联网与实体经济正加速融合、带动经济转型升级，主管部门就业政策导向应符合技术升级路径，向以高技术、高智力为主要依托和特征的群体倾斜，优先支持互联网经济下的创业与创新。

2、简政放权，扶持小微企业。政府要以三张清单（权利清单、负面清单、责任清单）带动两个创新（大众创业、万众创新）。要坚持三大原则（最低门槛、最小干预、最大责任），给市场更多空间、激发更多活力，让企业和年轻人去创新、创业。在政策、制度、税收、审批等多层面予以扶持提供方便，培育万众创新的土壤。

3、大力提升小微企业税收优惠标准，取消小微企业税务登记，研究制定电子商

务税收优惠政策。建议将税收起征点调高至年 500 万元，并实施更为优惠的税率政策，真正为小微企业创造宽松的政策环境。

4、高校互联网与电子商务人才培育体系的再造。互联网与电子商务密不可分，从业人员必须是复合型的，高校在培养电子商务专业学生时，要避免“模糊不清”及“广泛适应性带来的不适用”等不足，将学生的职业发展目标、专业知识积累、应用技能向行业看齐，人才供给和市场需求尽可能对接、匹配。建议增加校内实训课程所占比重。探索校企合作培训，如从电商企业聘请实战经验丰富的电子商务人才作为学生的社会导师，培养出真正“为企业所需，为社会服务”的电子商务人才。

5、将工作重点放到就业创业的政策生态体系建设上，以互联网思维看待和思考问题，逐步完善配套政策。加强互联网创业生态中人力资本、金融资本、基础设施、商业环境等四个维度的建设，向小微企业开放各种包括科技、金融等行业创业和就业的机会。

一个崭新的数据驱动的创新时代、一个属于中国的黄金创业年代，已经来到你我身边。人类未知远远大于已知，我们都身在互联网创业风口之中，让每个中国人都成为参与者、发现者、创造者！

报告作者及致谢

顾问委员会（按照姓名首字母排序）

高红冰 阿里巴巴集团副总裁、阿里研究院院长

胡健 36 氪联合创始人、CTO

刘成城 36 氪创始人、CEO

宋斐 阿里研究院副院长

王曦若 阿里巴巴集团副总裁

王壮 36 氪联合创始人

魏珂 36 氪联合创始人、COO

叶谦 友盟 CEO

周尤 36 氪联合创始人

研究团队

报告撰写



阿里研究院高级专家

田丰

ben.tf@alibaba-inc.com



36 氪联合主编

袁茵

yuanyin@36kr.com



友盟产品经理

任明远

renmingyuan.rmy@alibaba-inc.com



阿里研究院专家

郝建彬

jianbin.hjb@alibaba
-inc.com



阿里研究院专家

崔瀚文

heaven.cuihw@aliba
ba-inc.com

数据分析



36 氪数据研究员

张璐祎

zhangluyi@36kr.com



友盟数据分析师

钱庄

qianzhuang.qz@alibaba-
inc.com

视觉设计



阿里研究院品牌运营

段慧颖

jiujiu.dhy@alibaba-
inc.com

致谢（按照姓名首字母排序）

池媛媛 中国人民大学劳动人事学院硕士

陈诚 中国人民大学劳动人事学院硕士

何凌南 中山大学大数据传播实验室副主任

蒋正伟 阿里研究院数据专家

李玲芳 复旦大学管理学院副教授

刘峰 “什么值得买” 创始人

李云菁 阿里巴巴市场专家

宁鹏 浙江工商大学硕士

彭莉 “星期衣”、“饭团” 创始人

潘永花 阿里研究院高级专家

任凌峰 “美丽神器” 创始人

孙凯 “体育疯” 创始人

斯登宇 阿里巴巴高级运营专家

唐镛 中国人民大学劳动人事学院教授、书记

万超 “虎扑识货” 创始人

项国鹏 浙江工商大学浙商研究中心教授

杨谷川 长江商学院案例中心研究员

张维宁 长江商学院副教授

章坚 “过日子” 创始人

张敬峰 “妈妈值得买” 创始人

周峰 “柚柚育儿” 创始人

张帆 “遛遛” 创始人

魔漫相机 APP

最后，还要感谢所有在调研中接受我们访谈的移动创业者、服务商、政府官员和学者朋友们，你们坦诚透彻的分享是我们所有观察的源泉！



“来往” 二维码



“微信” 二维码

微信帐号: aliresearch

新浪微博: 阿里研究院

洞察数据 共创新知

www.aliresearch.com



“百川微信” 二维码