

互联网

Summary :

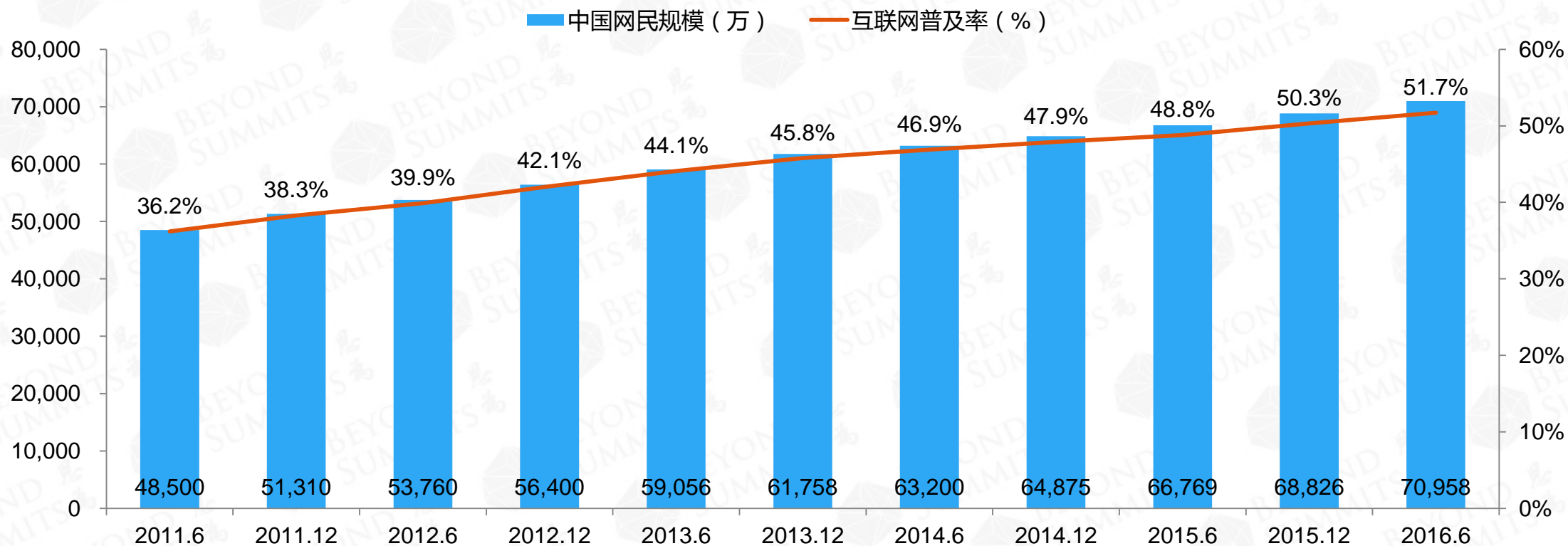
- 2016年中国网民总数和普及率仍在上升，但增速已放缓。网民也从年轻人居多逐渐开始走向成熟化。受教育程度影响，目前互联网以城镇网民用户为主，但已呈现向低学历人群扩散的趋势。
- 上网设备更加多元化，将近九成网民会使用移动端上网，电视上网用户进一步上升。上网场所仍旧以家庭和工作场所为主。
- 中国网民周上网时长持续增加，日上网时长已占总上网时长的36%。网民上网主要目的在于社交和获取信息资讯。

Summary :

- 《互联网广告管理暂行办法》的正式实施带来了一定的影响，但中国网络广告市场规模依然持续上升。细分来看，关键字广告呈现萎缩趋势，视频广告稳步上升，程序化购买广告快速兴起。
- 2016年，搜索引擎用户继续上升，用户数已达到5.93亿。国内搜索引擎市场依然由百度、360和搜狗把持，市场营收方面百度一家独大。
- 在未来的三年里，在线视频、在线教育、在线支付、在线医疗、在线旅游、在线音乐等互联网细分行业的市场规模依旧实现增长，但增速有所下降。

2015年，中国网民人数6.88亿人，互联网普及率超过50%。进入2016年，中国网民总数和普及率仍在上升，但增速逐渐放缓。

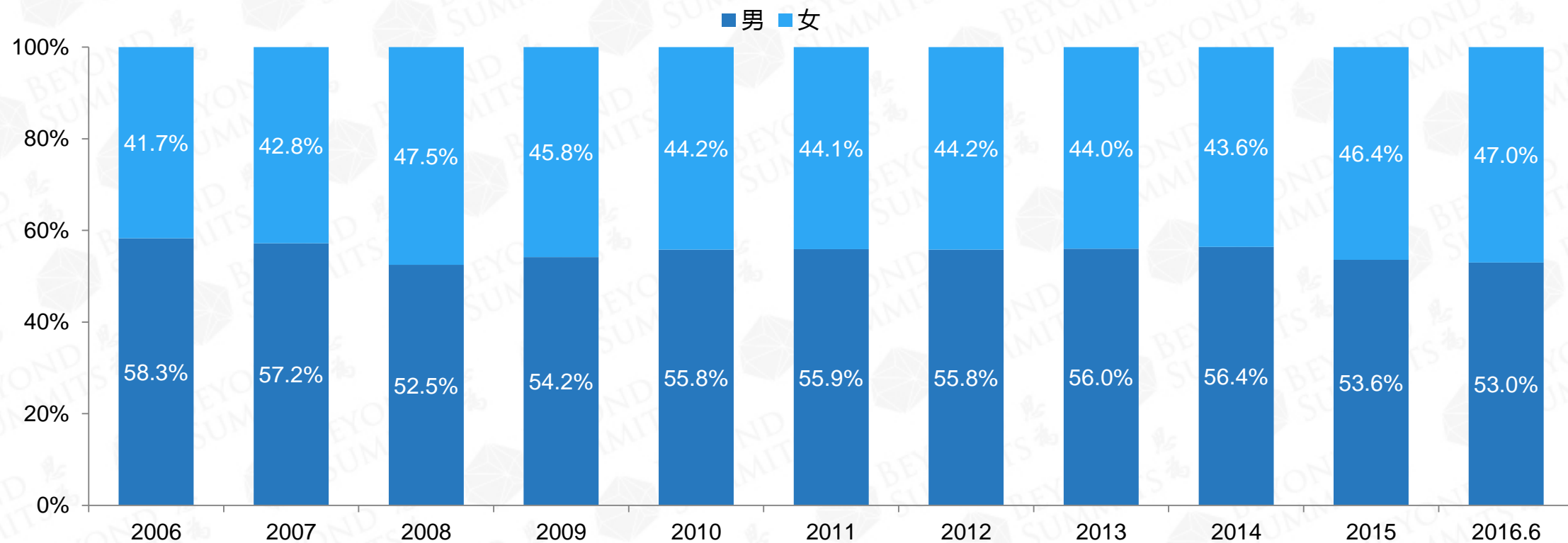
中国网民规模和互联网普及率



Source : CNNIC

性别方面，男女比例多年来没有显著变化，男性用户略多于女性。

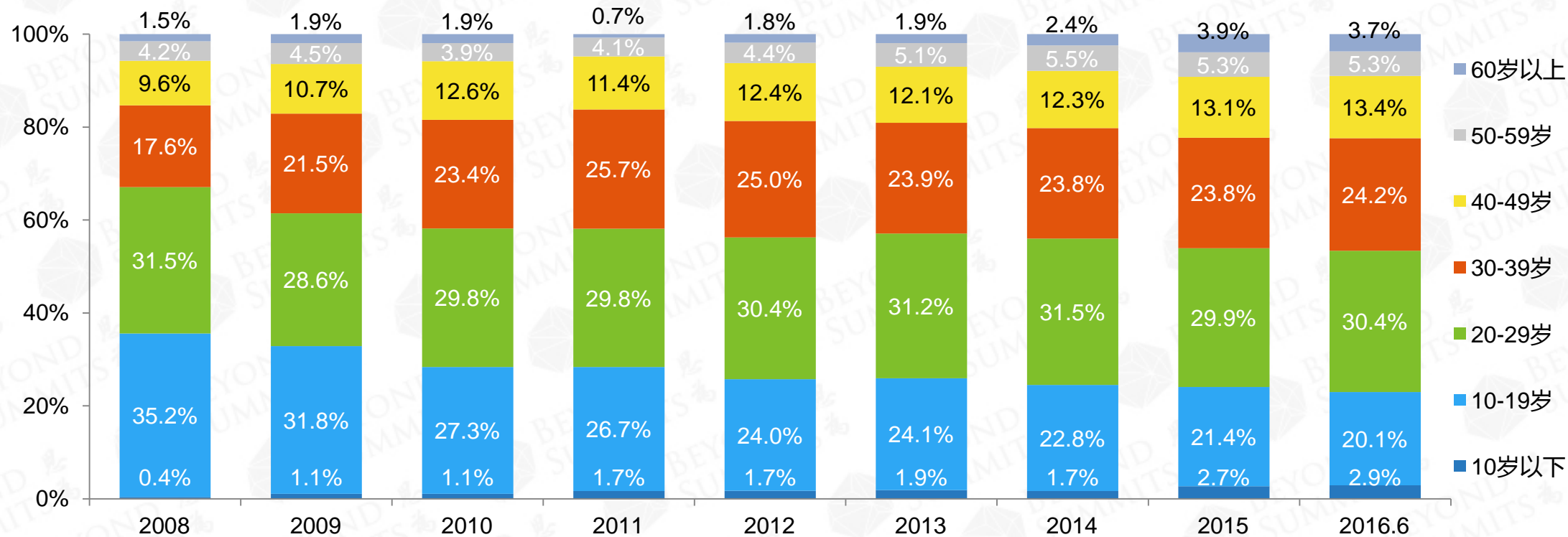
中国网民性别结构



Source : CNNIC

随着老龄化加剧，中国网民逐渐走向成熟，40岁以上用户逐年增多。

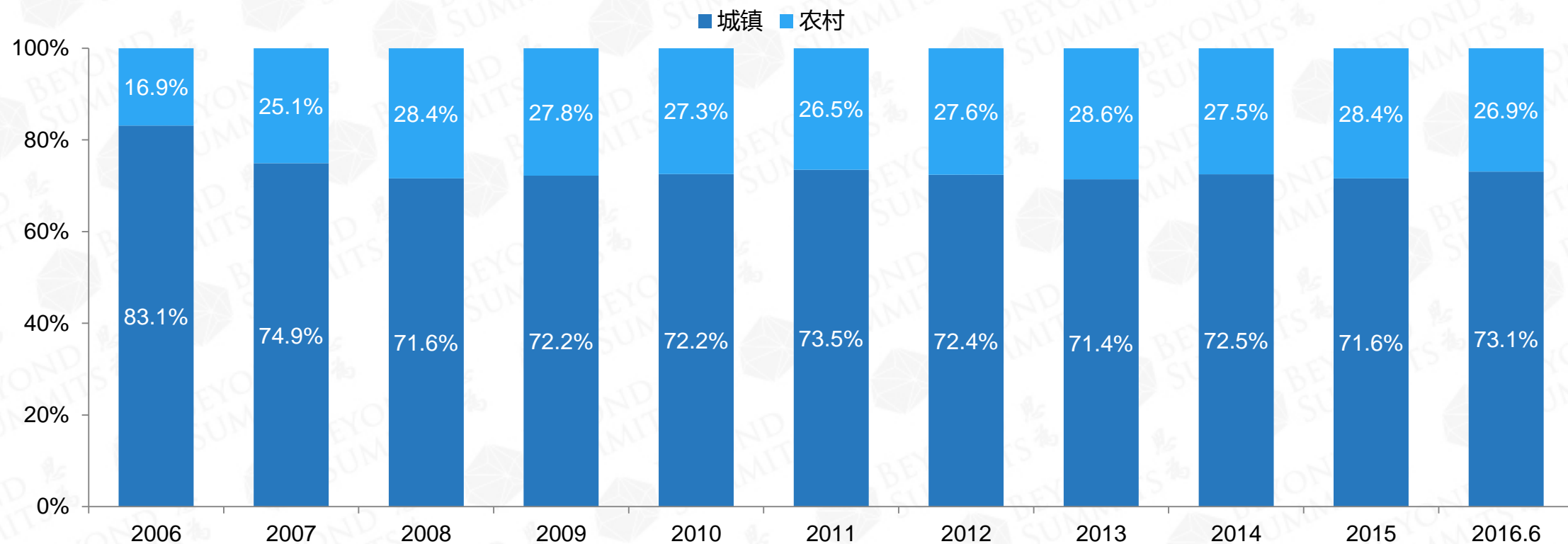
中国网民年龄结构



Source : CNNIC

城镇网民和农村网民多年来一直保持在7:3。

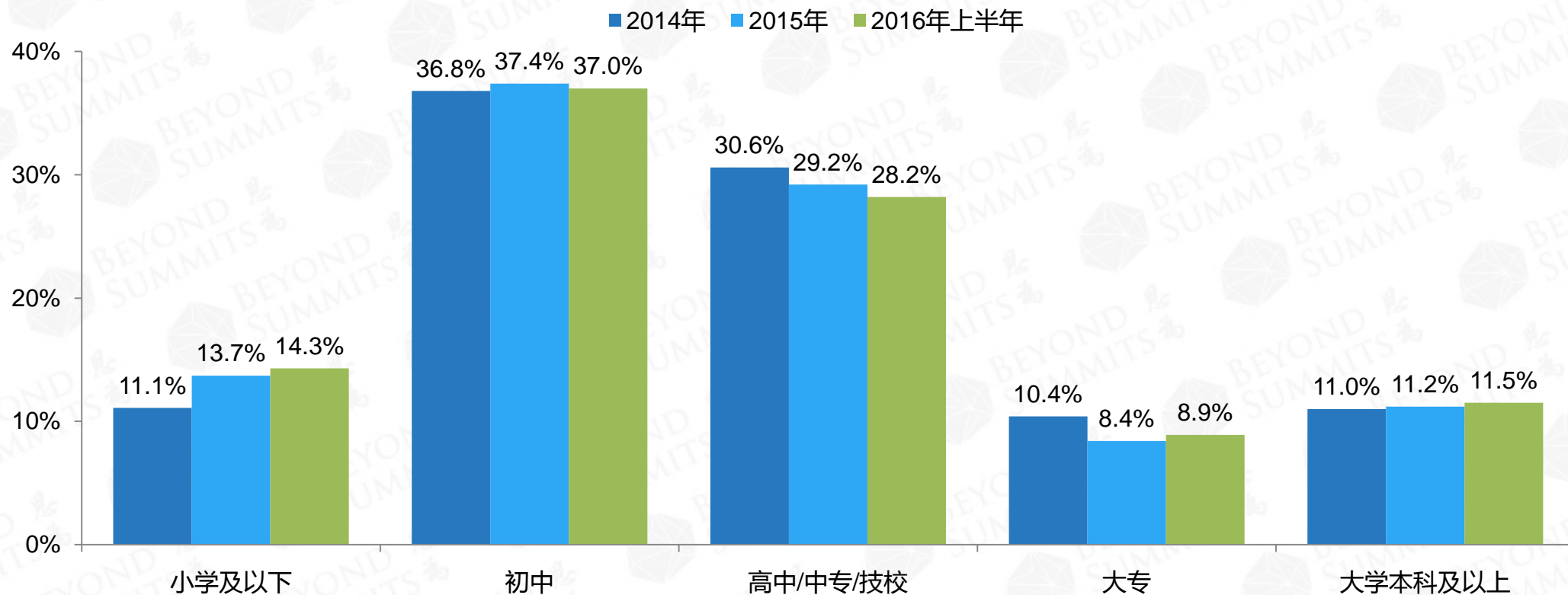
中国网民城乡结构



Source : CNNIC

中国网民依然以中等学历群体为主，初中、高中/中专/技校学历的网民占比分别为37.0%、28.2%，同时小学及以下学历人群占比持续提升，中国网民继续向低学历人群扩散。

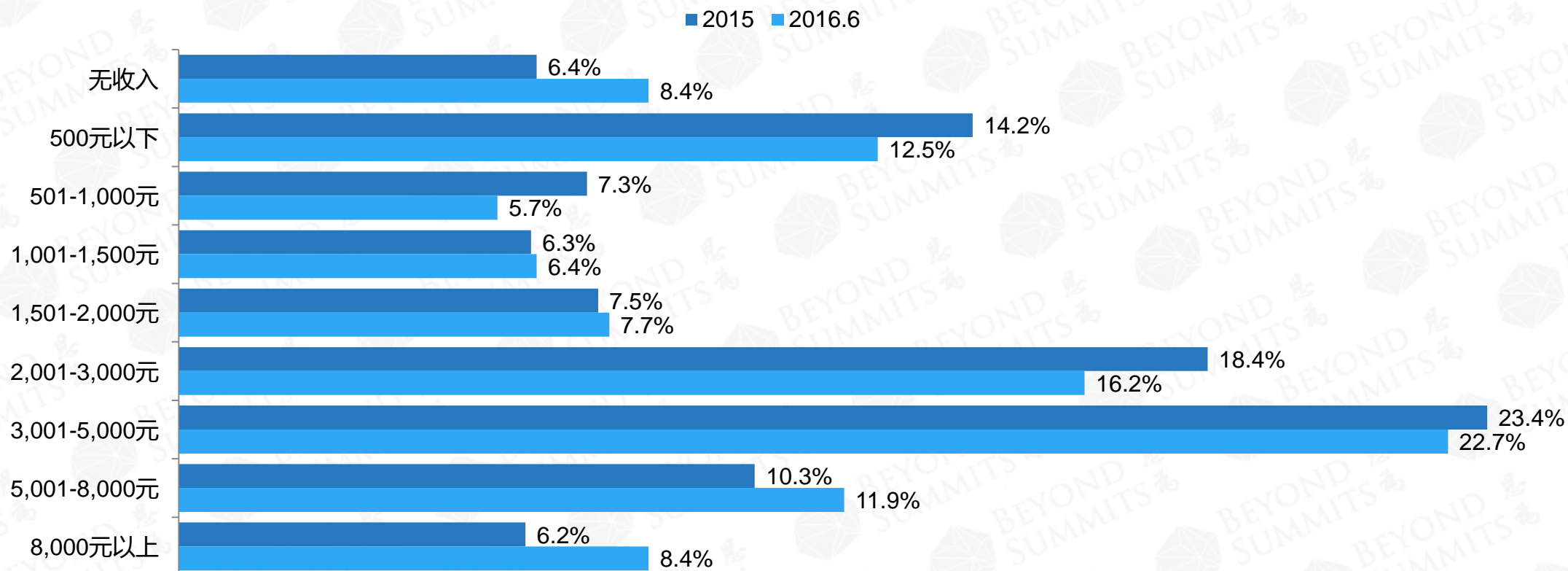
中国网民学历结构



Source : CNNIC

中国网民月收入在2,001-3,000元及3,001-5,000元的群体占比较高。此外，无收入网民人群和高收入网民人群占比有上升趋势。

中国网民收入结构

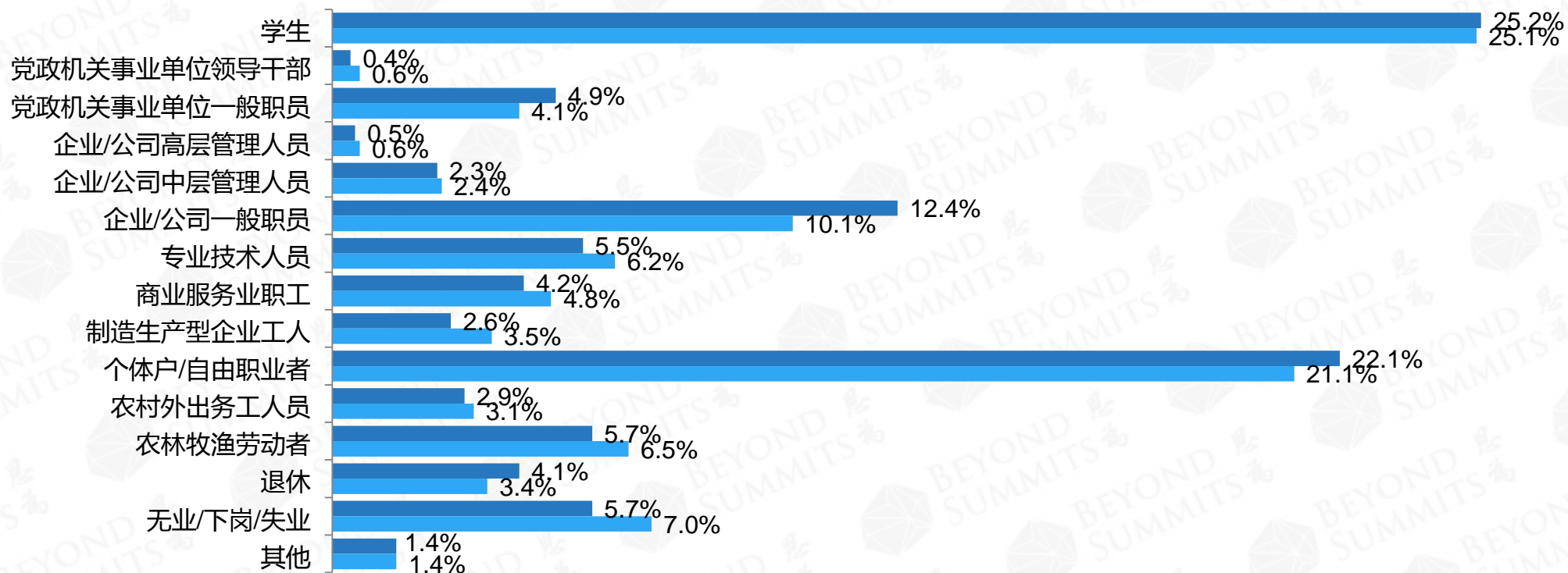


Source : CNNIC

中国网民中学生及个体户/自由职业者占比最高，分别为25.1%和21.1%。

中国网民职业结构

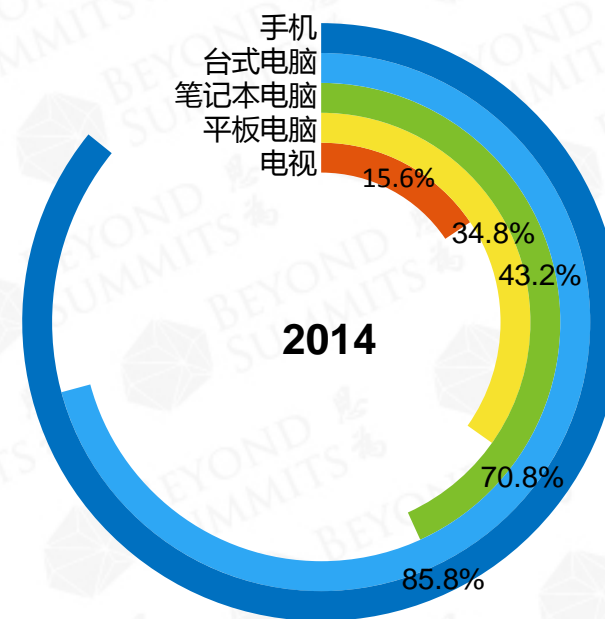
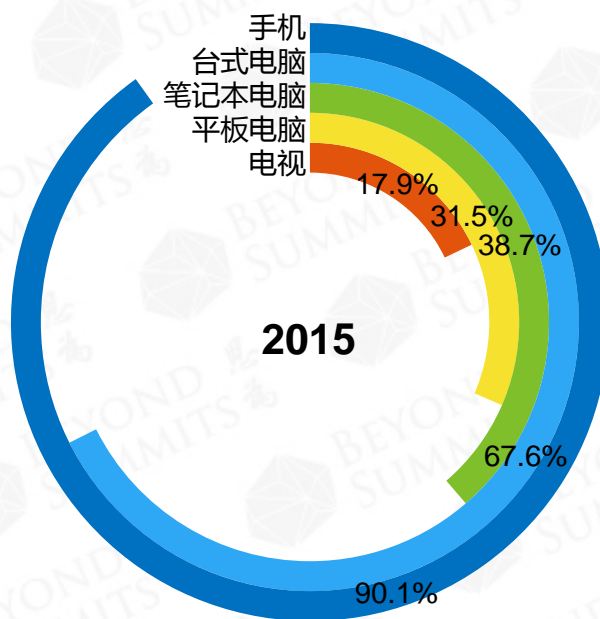
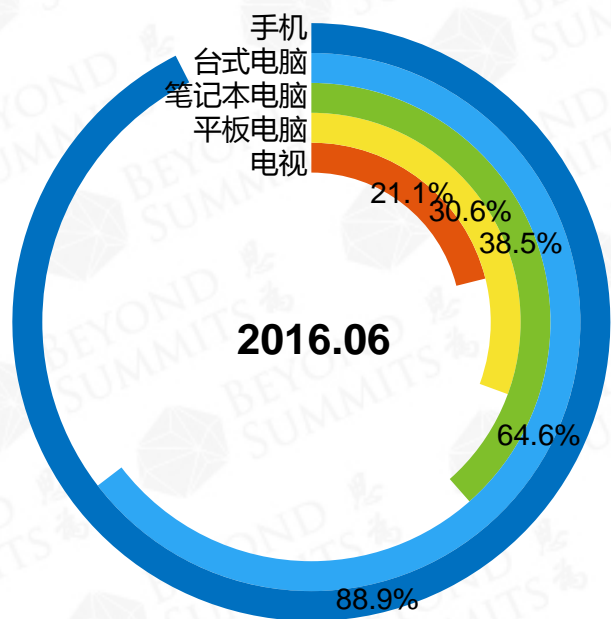
■ 2015 ■ 2016.6



Source : CNNIC

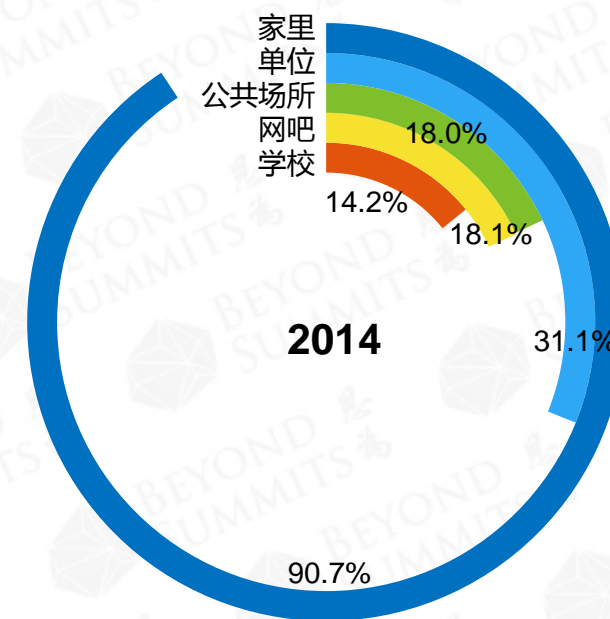
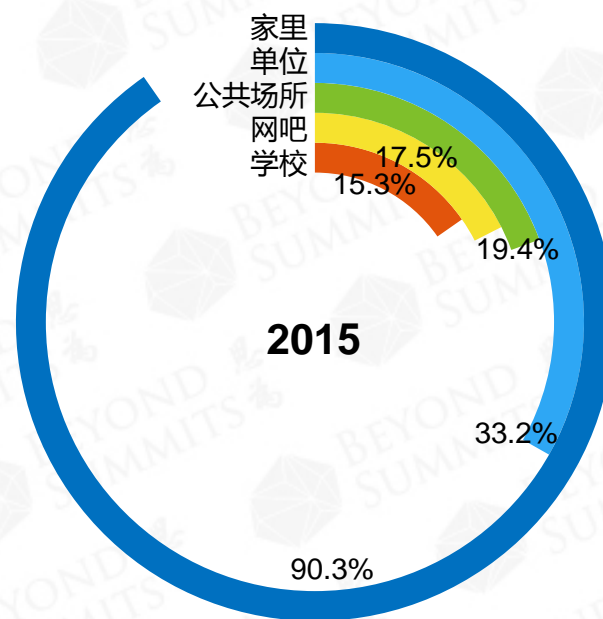
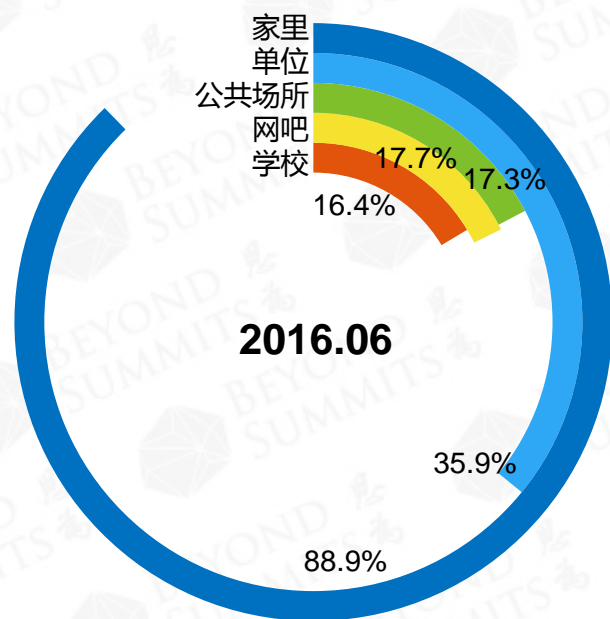
2014年至今，手机上网比例进一步上升，同时，随着智能电视越来越普及，电视上网比例也呈现上升趋势。而随着移动端的兴起，台式电脑上网比例呈现逐年下降趋势。

网络接入设备比重



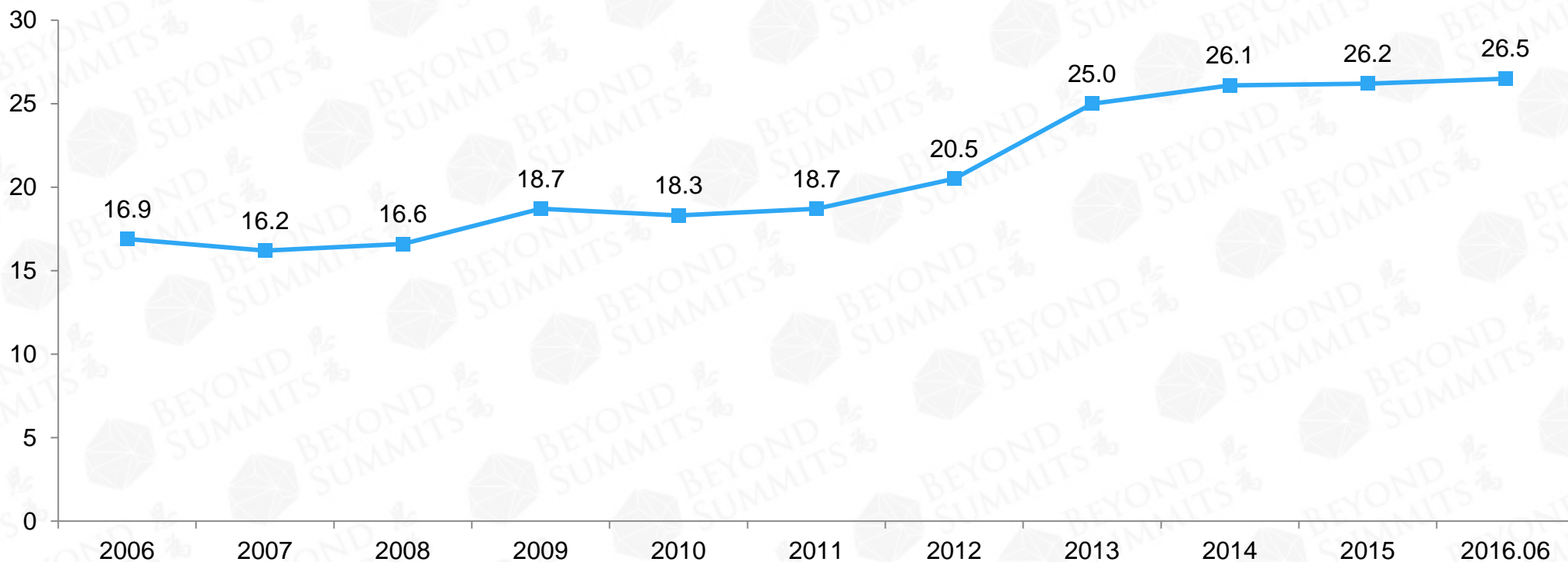
单位和家依旧是人们上网的主要场所。

网络接入场所比重



中国网民每周上网时长持续增加，2016年6月比2015年增加了0.3小时，达到了26.5小时。

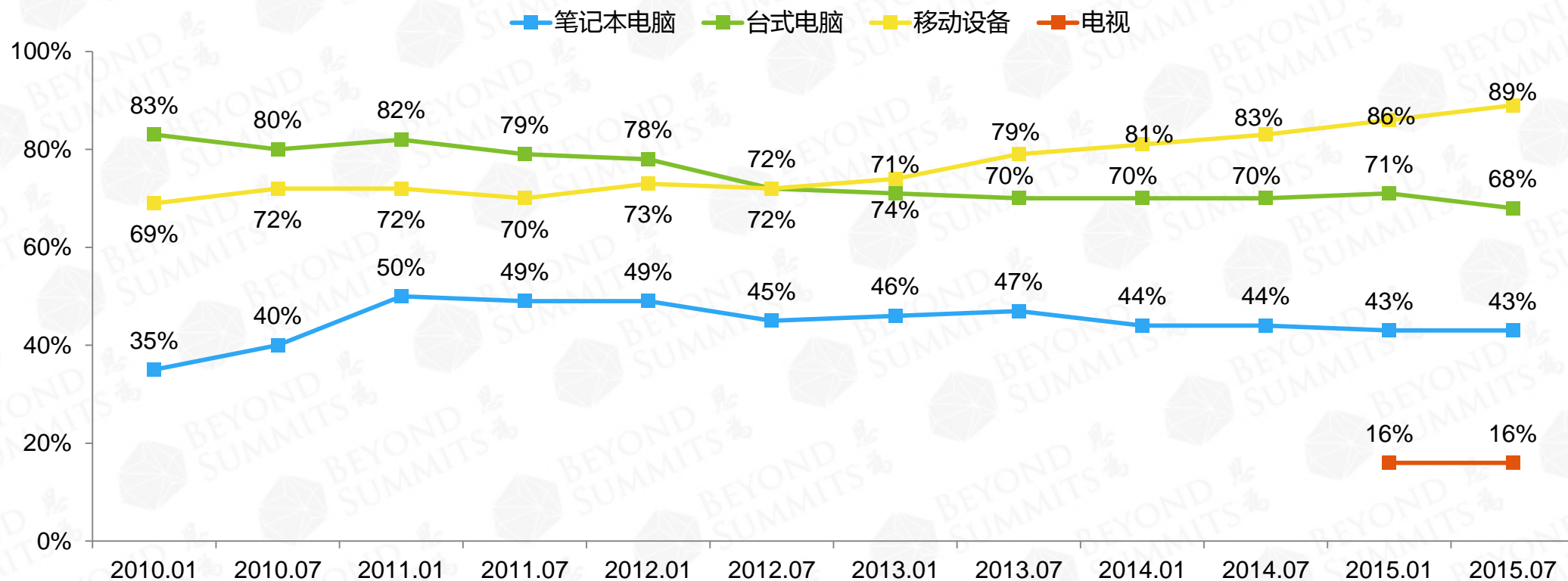
中国网民互联网每周使用时长加总



Source : CNNIC

从2012年开始，移动互联网的渗透率开始超过PC端，到2015年上半年，移动互联网渗透率达到了89%。同时，随着智能电视的普及，电视互联网的渗透率在2015年也达到了16%。

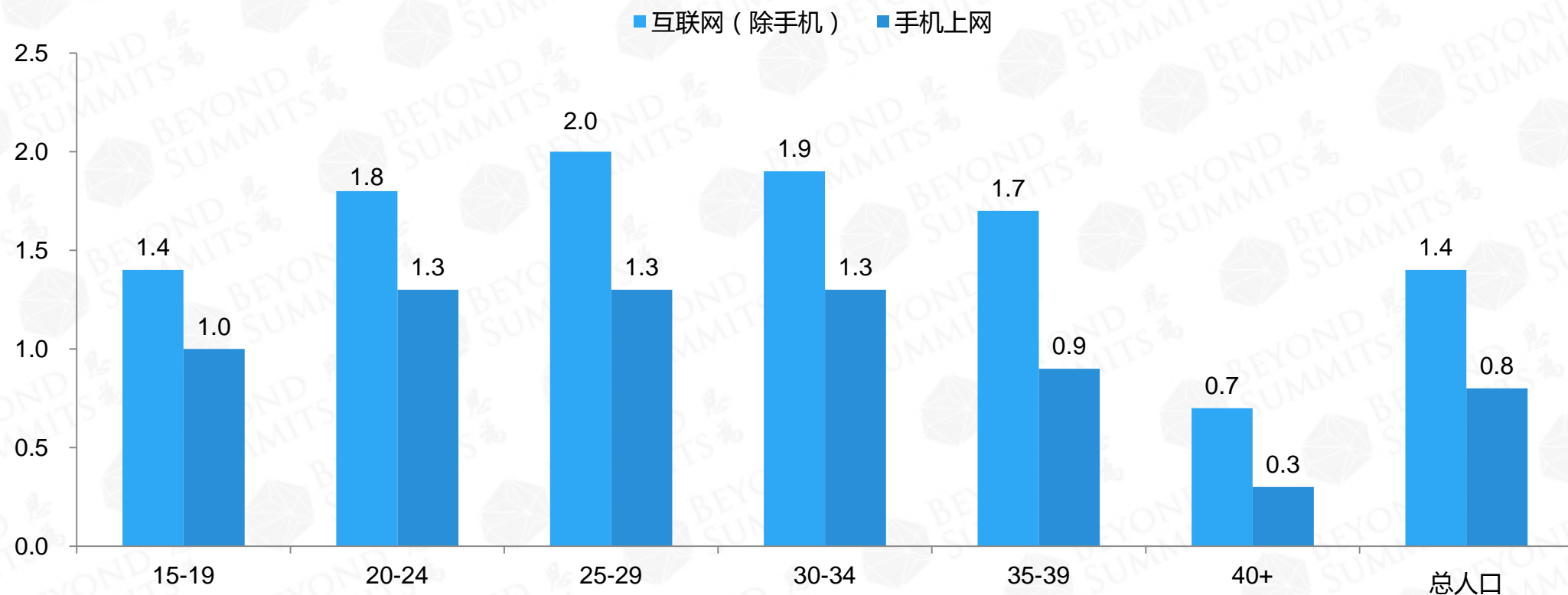
中国不同设备互联网渗透率变化



Source : 实力传媒

2015年上半年，所有网民手机上网每日时长已占总上网时长的36%以上。

2015年不同年龄互联网每日消费时长



Source : 实力传媒

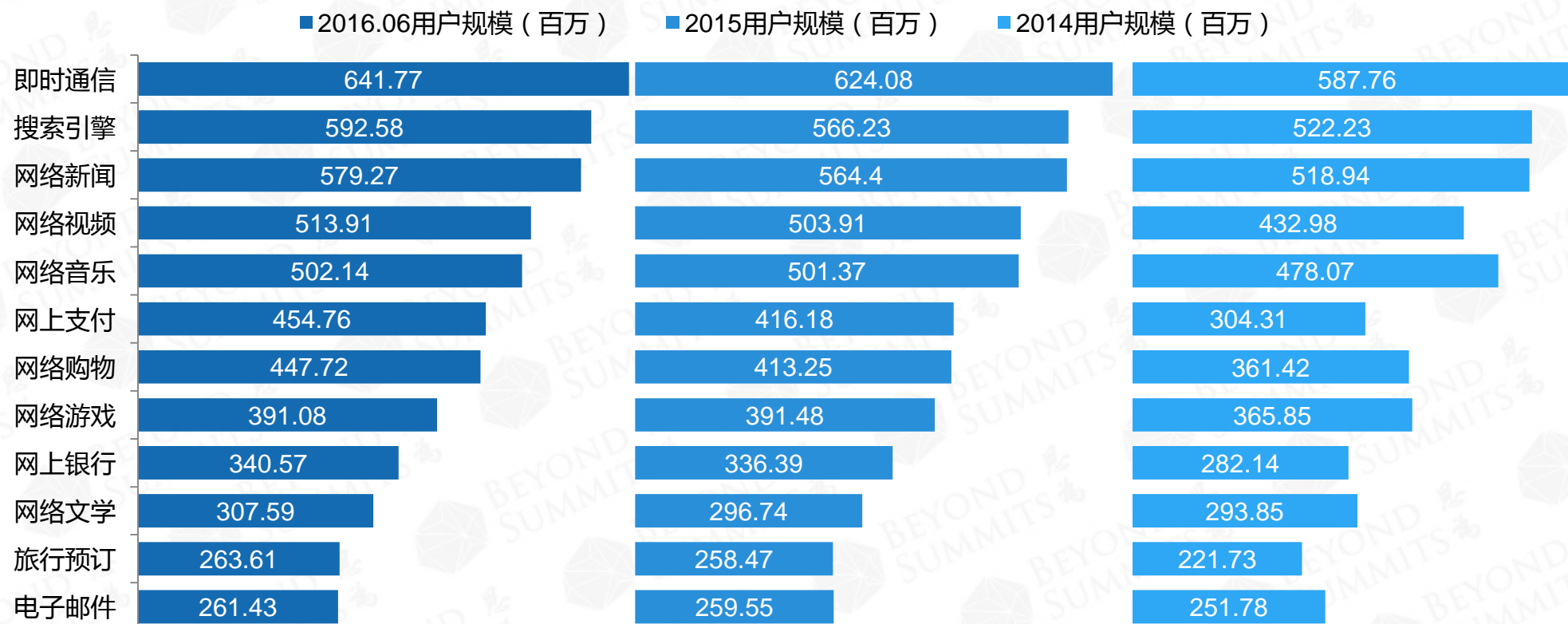
中国互联网在不同省市的渗透率、城市网民数

	2015		2014		2013	
	网民数 (万人)	在该省普及率	网民数 (万人)	在该省普及率	网民数 (万人)	在该省普及率
北京	1,647	76.5%	1,953	75.3%	1,556	75.2%
上海	1,773	73.1%	1,716	71.1%	1,683	70.7%
广东	7,768	72.4%	7,286	68.5%	6,992	66.0%
福建	2,648	69.6%	2,471	65.5%	2,402	64.1%
浙江	3,596	65.3%	3,458	62.9%	3,330	60.8%
天津	956	63.0%	904	61.4%	866	61.3%
辽宁	2,731	62.2%	2,580	58.8%	2,453	55.9%
江苏	4,416	55.5%	4,274	58.3%	4,095	51.7%
山西	1,975	54.2%	1,838	50.6%	1,755	48.6%
新疆	1,262	54.9%	1,139	50.3%	1,094	49.0%
青海	318	54.5%	289	50.0%	274	47.8%
河北	3,731	50.5%	3,603	49.1%	3,389	46.5%
山东	4,789	48.9%	4,634	47.6%	4,329	44.7%
海南	466	51.6%	421	47.0%	411	46.4%
陕西	1,886	50.0%	1,745	46.4%	1,689	45.0%
内蒙古	1,259	50.3%	1,142	45.7%	1,093	43.9%
重庆	1,445	48.3%	1,357	45.7%	1,293	43.9%
湖北	2,723	46.8%	2,625	45.3%	2,491	43.1%
吉林	1,313	47.7%	1,243	45.2%	1,163	42.3%
宁夏	326	49.3%	295	45.1%	283	43.7%
黑龙江	1,707	44.5%	1,599	41.7%	1,514	39.5%
西藏	142	44.6%	123	36.4%	115	37.4%
广西	2,033	42.8%	1,848	39.2%	1,774	37.9%
湖南	2,685	39.9%	2,579	38.6%	2,410	36.3%
四川	3,260	40.0%	3,022	37.3%	2,835	35.1%
河南	3,703	39.2%	3,474	36.9%	3,283	34.9%
安徽	2,395	39.4%	2,225	36.9%	2,150	35.9%
甘肃	1,005	38.8%	951	36.8%	894	34.7%
云南	1,761	37.4%	1,643	35.1%	1,528	32.8%
贵州	1,346	38.4%	1,222	34.9%	1,146	32.9%
江西	1,759	38.7%	1,543	34.1%	1,468	32.6%

Source : CNNIC

即时通信、搜索、网络新闻依旧是网民最热衷的三大上网行为。

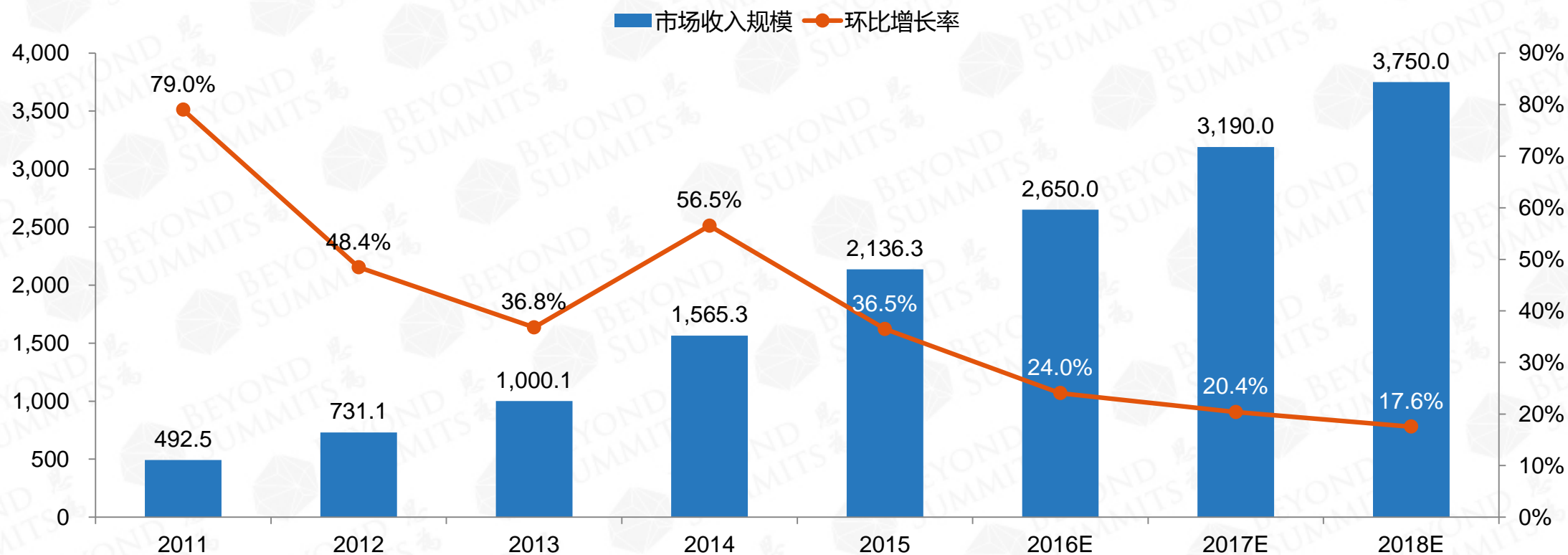
中国网民互联网功能用户规模（不同的上网使用行为）



Source : CNNIC

网络广告：中国网络广告市场规模呈现快速上升趋势，2015年广告市场规模达2,136.3亿元。

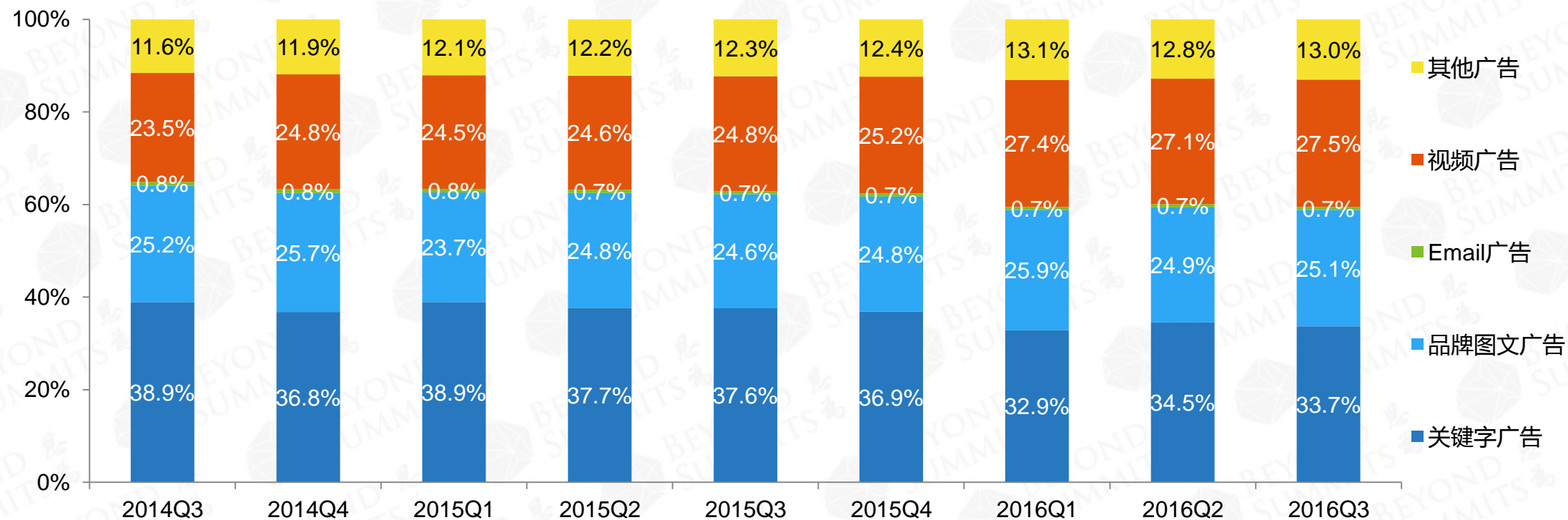
2011-2018年中国网络广告市场规模（亿元）



Source：易观智库

网络广告：2014年3季度以来，互联网关键字广告呈现萎缩趋势，2016年3季度占比为33.7%。视频广告总体呈现上升趋势，占比为27.5%。

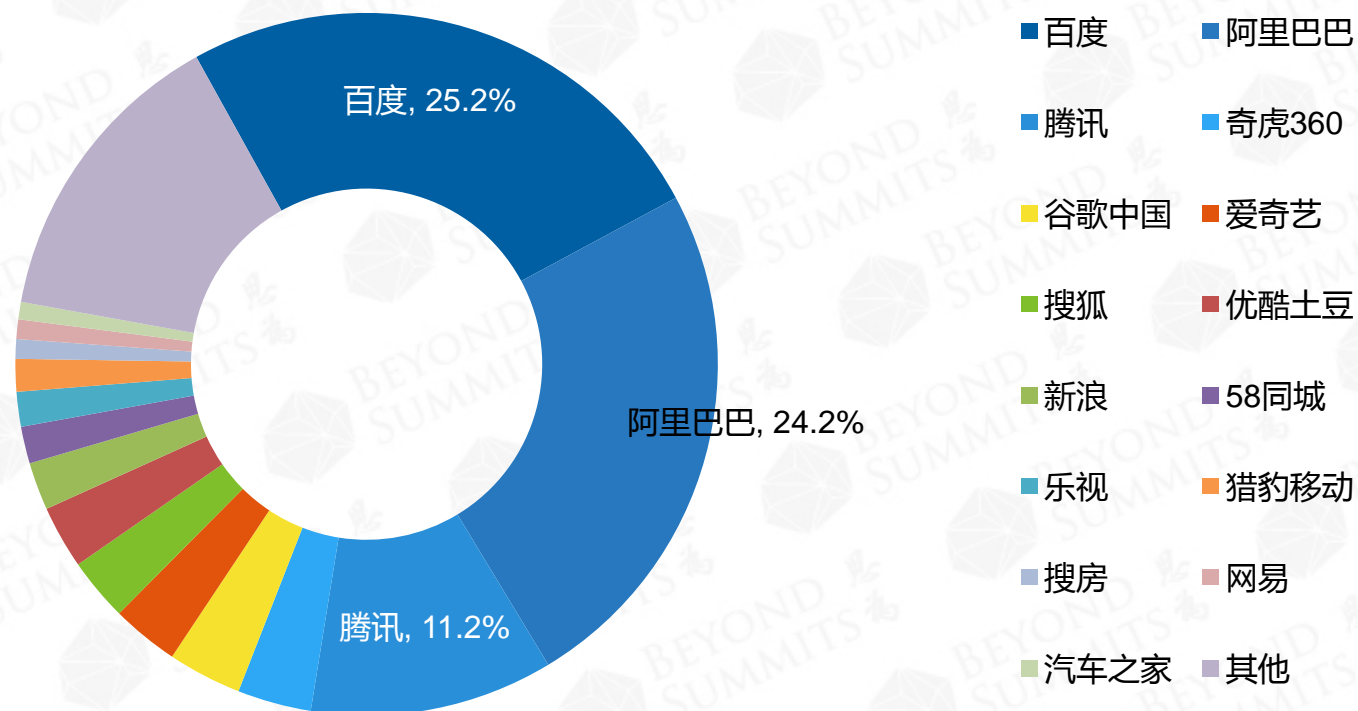
2014Q3-2016Q3中国互联网广告运营商市场广告结构变化



Source : 易观智库

网络广告：2016年第3季度中国互联网广告运营商市场收入份额中，百度占25.2%，阿里巴巴占到24.2%，腾讯占到11.2%，分别位居市场前三位置。

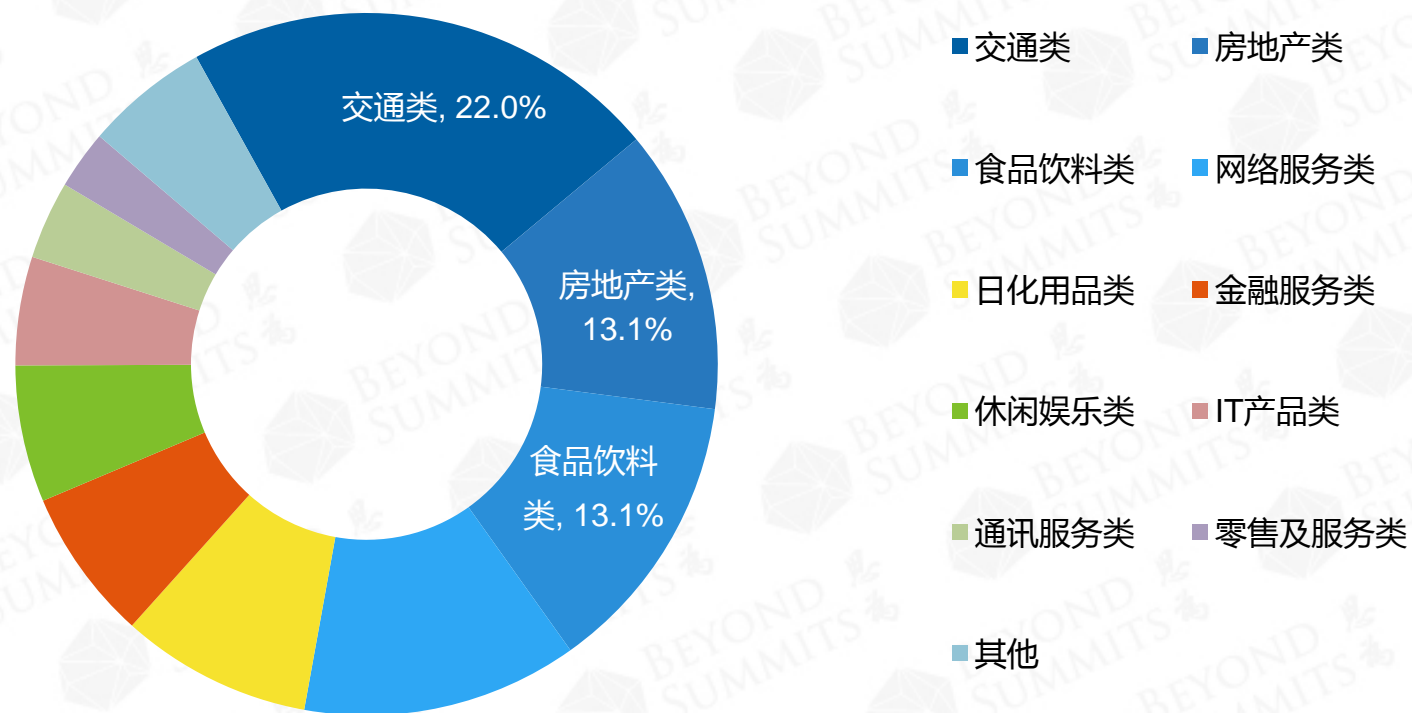
2016年第三季度中国互联网广告运营商市场收入份额



Source：中国互联网广告市场季度监测报告2016年第3季度

网络广告：2015年互联网广告投放方面，交通、房地产和食品饮料位居前三，份额占比分别为：22.0%、13.1%、13.1%。

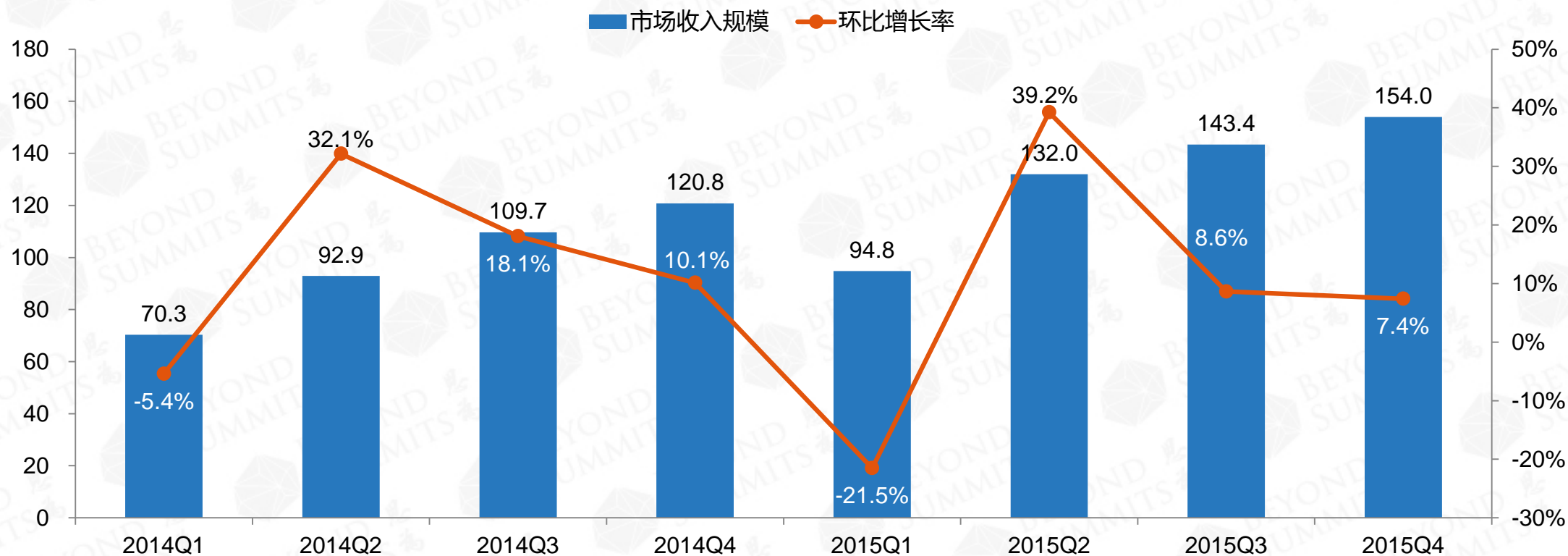
2015年中国互联网广告投放产业分布



Source：中国互联网广告市场季度监测报告2016年第3季度

网络广告：2014年第1季度至2015年第4季度，品牌图文广告（展示类广告）市场规模快速增长，2015年市场规模为524.2亿元人民币，相比2014年增长33.1%。

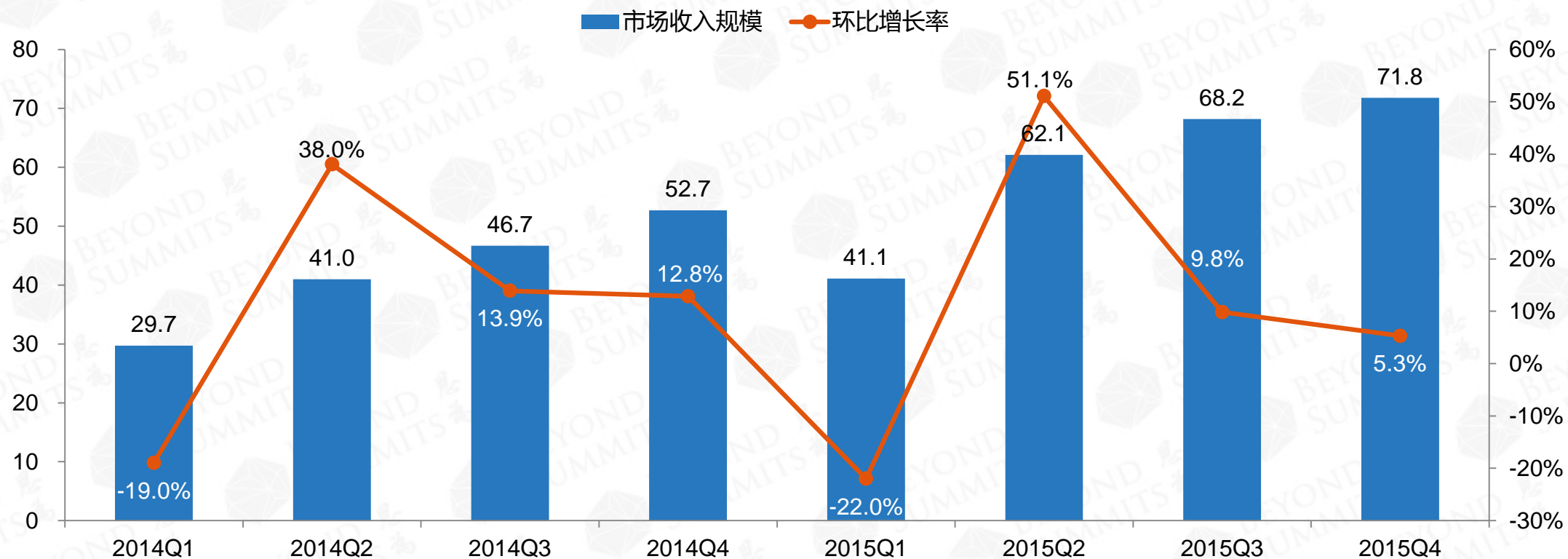
2014Q1-2015Q4中国品牌图文广告市场规模（亿元）



Source：易观智库

网络广告：2014年第1季度至2015年第4季度，网络视频广告市场规模周期性增长，2015年市场规模为71.8亿元人民币。

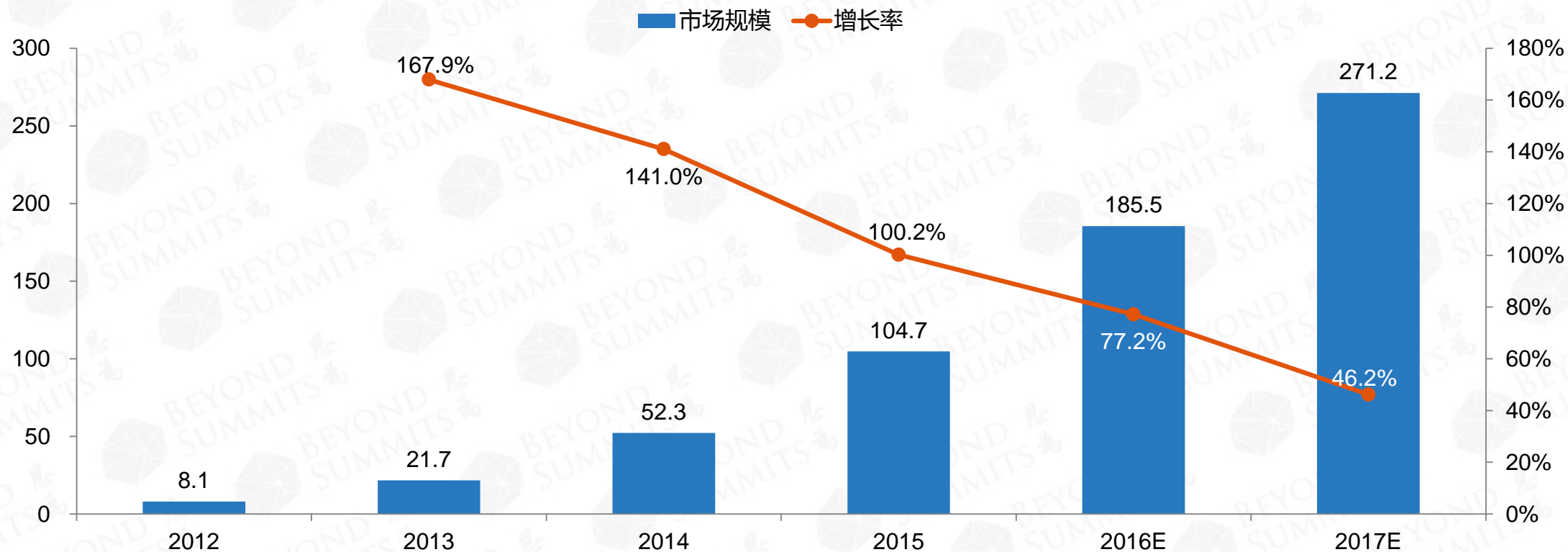
2014Q1-2015Q4中国网络视频广告市场规模（亿元）



Source : 易观智库

网络广告：2012年以来，中国程序化广告市场规模持续飞速增长，2015年，整体市场规模突破100亿元，较2014年增长了100.2%。机构预测，到2017年，整体市场规模会达到271.2亿元。

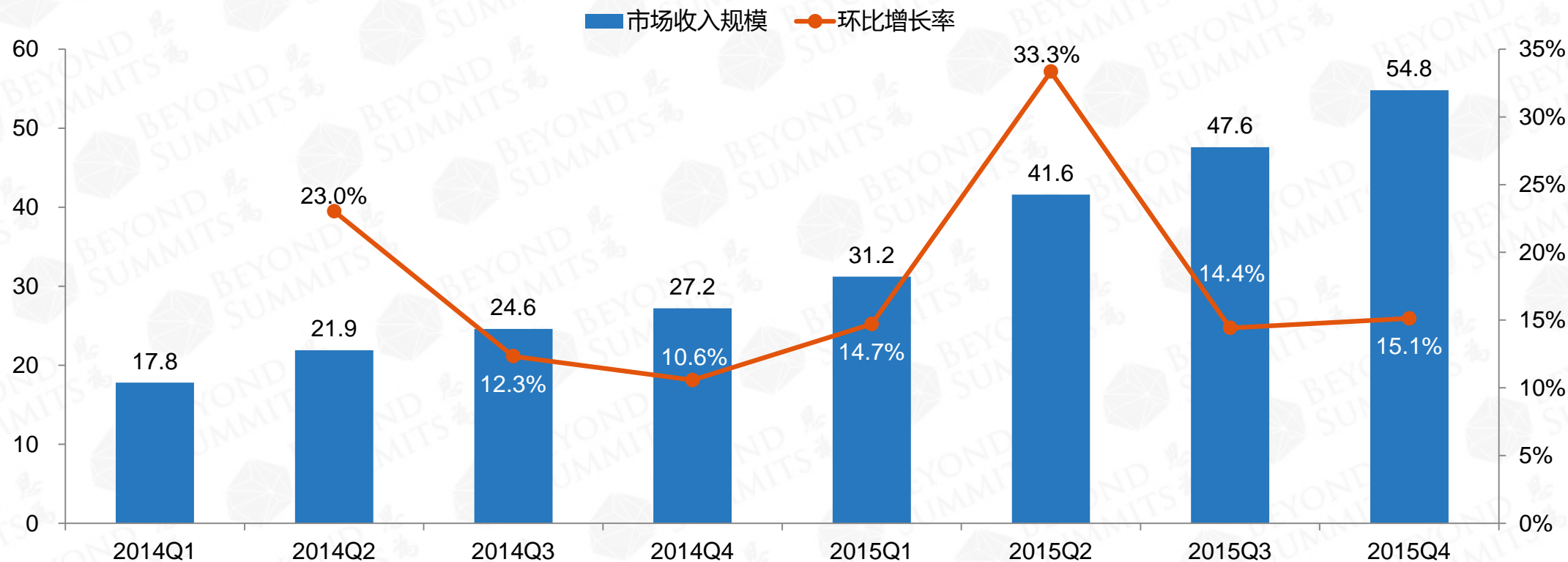
2012-2017中国程序化购买广告市场规模（亿元）



Source：易观智库

网络广告：2014年第1季度至2015年第4季度，社会化媒体广告市场规模稳步增长，2015年Q4市场规模为54.8亿元，同比增长101.4%。

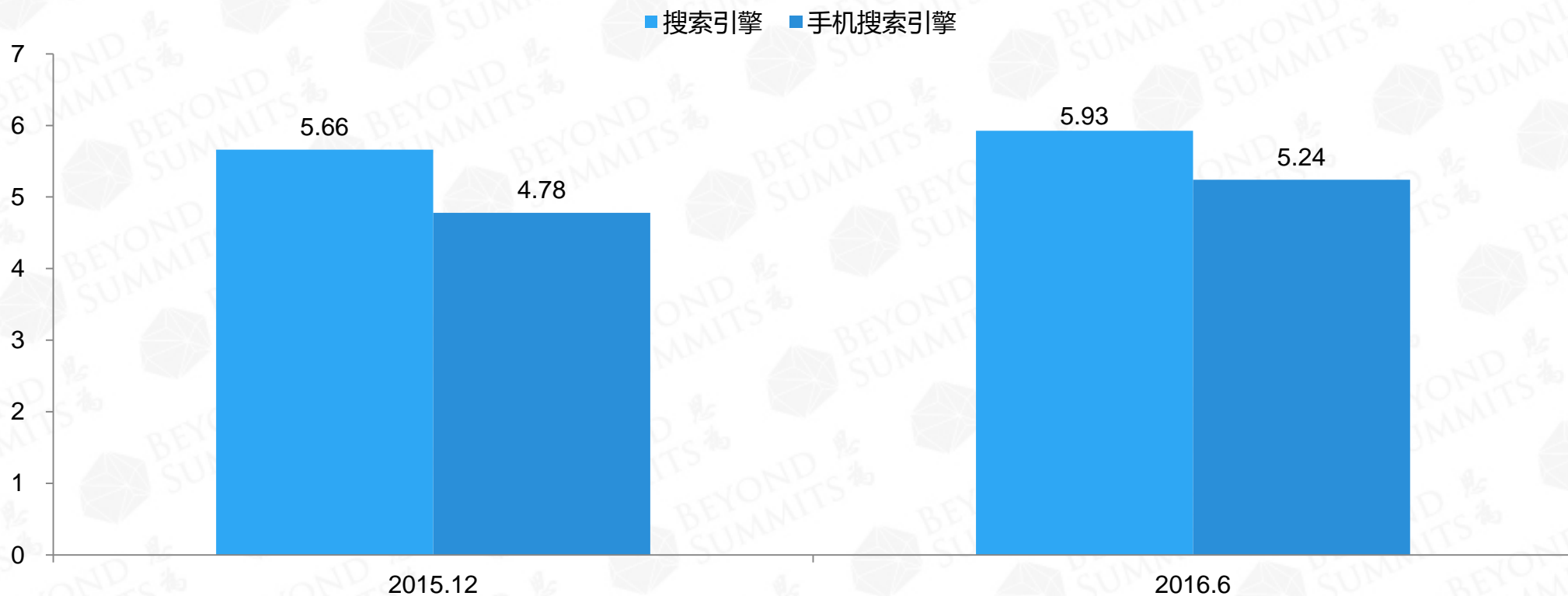
2014Q1-2015Q4中国社会化媒体广告市场规模（亿元）



Source：易观智库

搜索引擎：2016年6月，中国搜索引擎用户已达到5.93亿人，与2015年12月相比上升了4.8%；手机搜索引擎达5.24亿人，与2015年12月相比上升了9.6%。

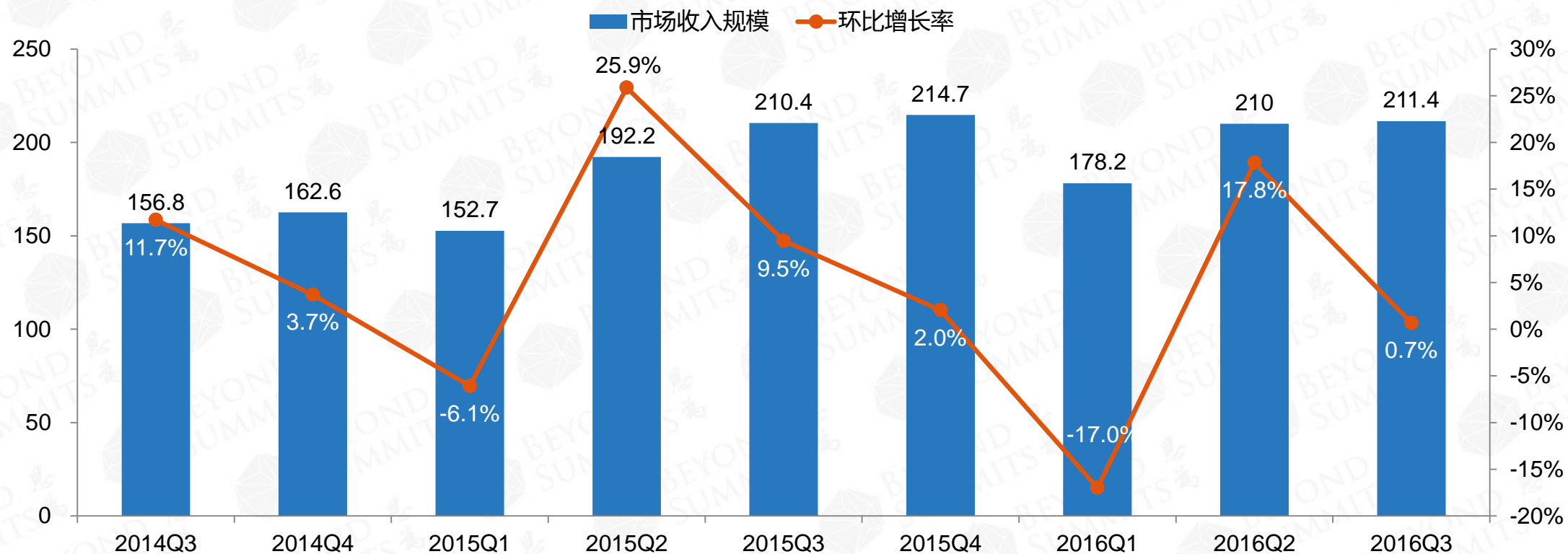
2015.12-2016.6中国搜索引擎用户规模（亿人）



Source : CNNIC

搜索引擎：2016年第3季度，中国搜索引擎运营商市场规模为211.4亿元人民币，环比上涨0.7%。

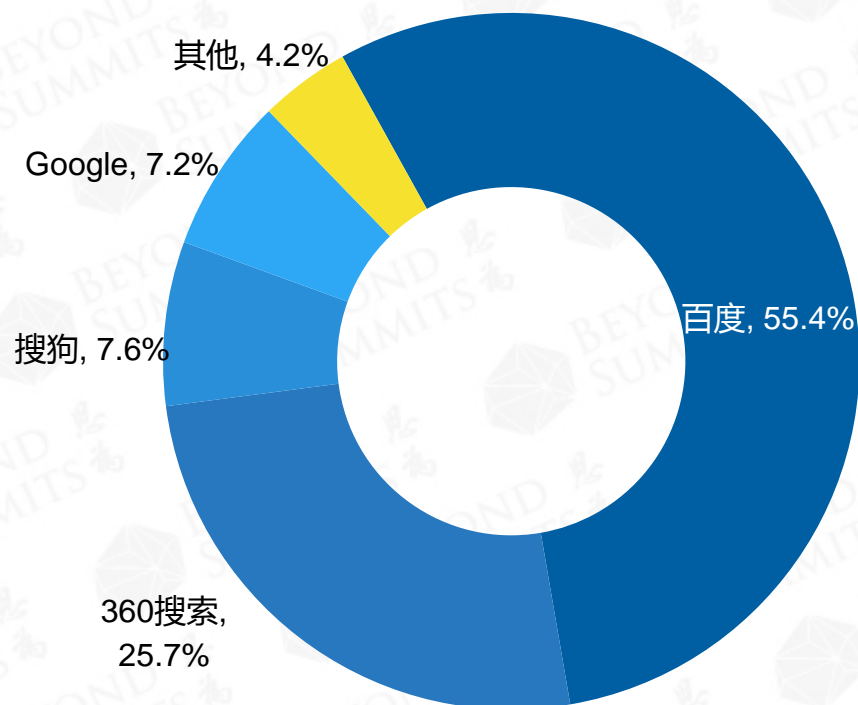
2014年Q3-2016年Q3中国搜索引擎运营商市场收入规模（亿元）



Source：易观智库

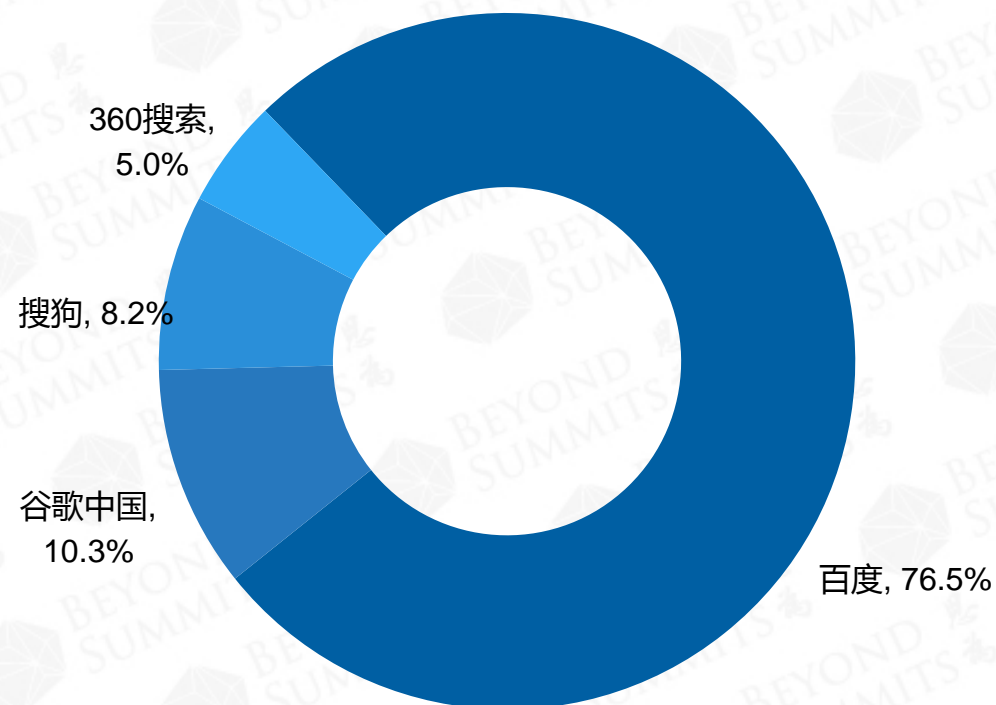
搜索引擎：百度、360和搜狗三大国内搜索引擎占据了国内近90%的搜索引擎市场，但是从市场营收看，百度一家独大，营收份额占整体市场的75%以上。

2016年9月中国搜索引擎市场占有率



Source : StatCounter Global Stats – Search Engine Market Share

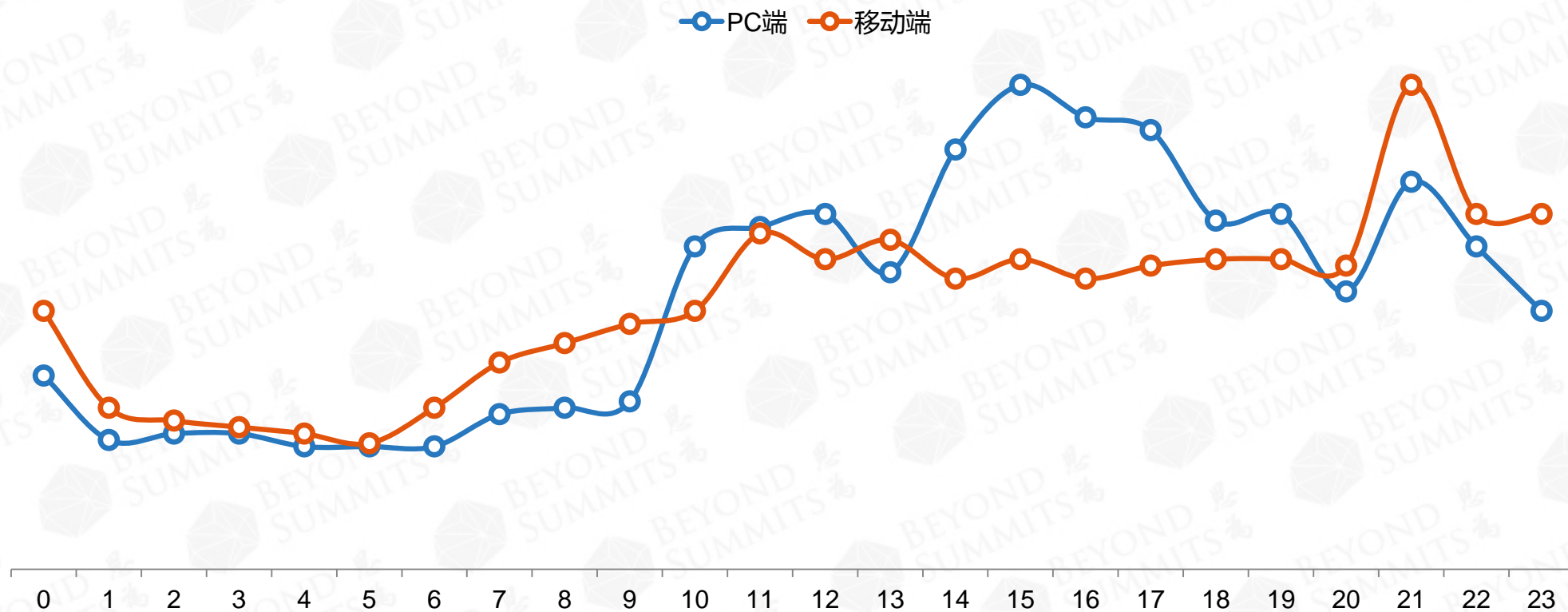
2016年第三季度中国搜索引擎市场营收份额
(含海外收入和渠道收入)



Source : 易观智库《中国搜索引擎市场季度监测报告2016年第3季度》

搜索引擎：2015年数据显示，PC端在工作时间的搜索量更大（9点-18点），而在休息时间，人们则更倾向于使用移动搜索。

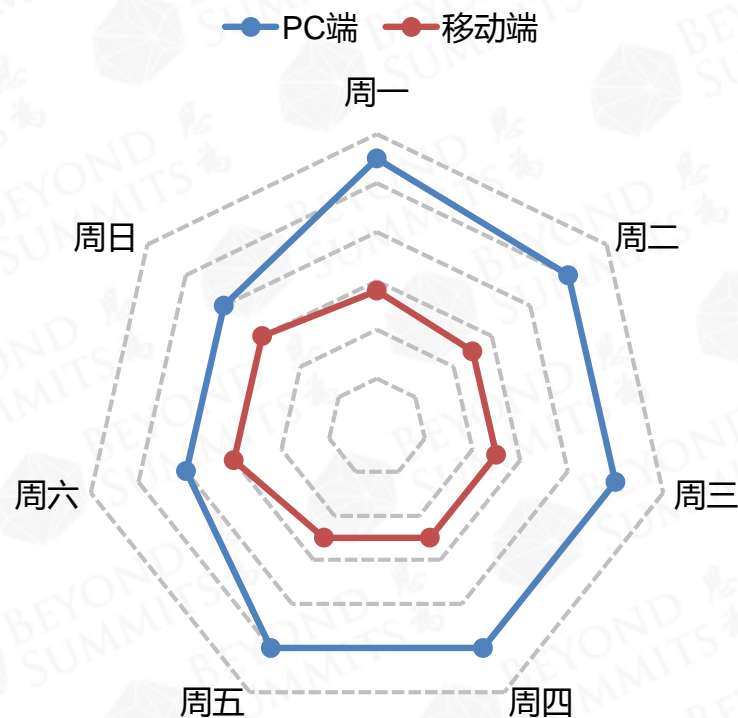
PC端和移动端一天中不同时间的搜索量



Source：实力传媒

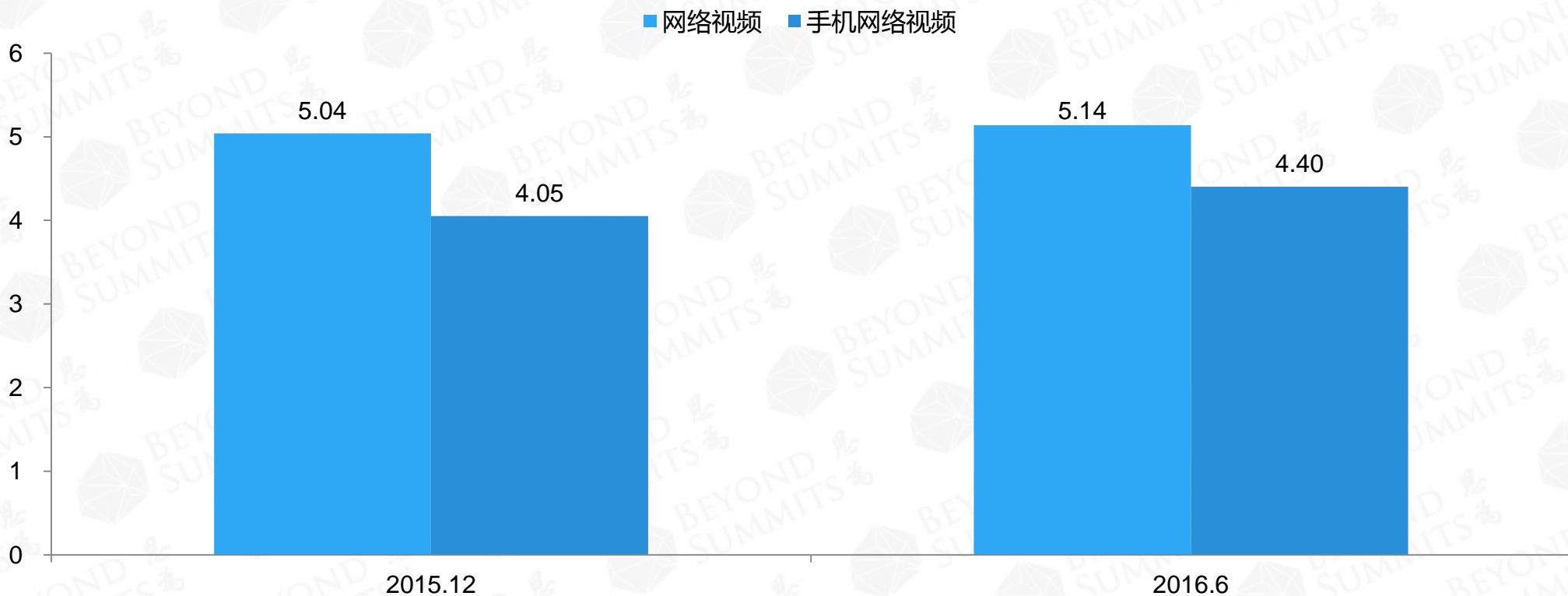
搜索引擎： PC端的一周搜索量整体大于移动端。细分来看，PC端搜索更倾向于在工作日，而移动端搜索更倾向于在双休日。

PC端和移动端一周内不同时间的搜索量



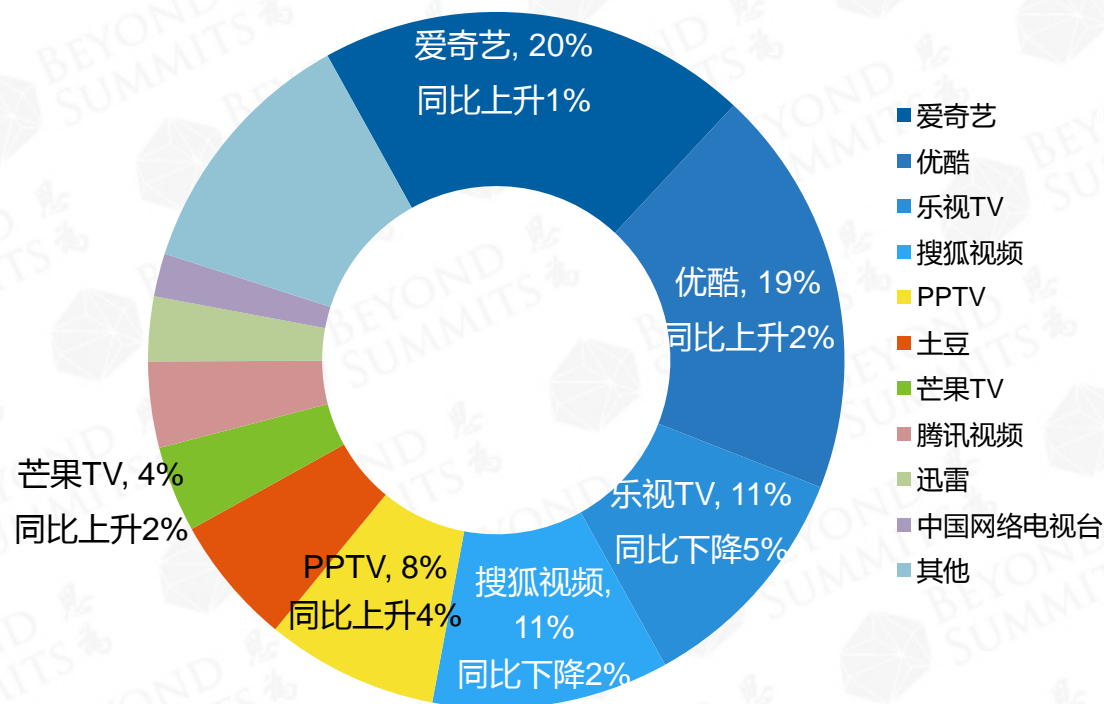
网络视频：2016年6月，我国网络视频用户规模已经达到了5.14亿，与2015年年底相比，新增用户1,000万，但使用率下降了0.8%；手机网络视频用户规模为4.40亿，与2015年年底相比，新增用户3,514万，使用率上升了1.7%。

2015.12-2016.6中国网络视频用户规模（亿人）

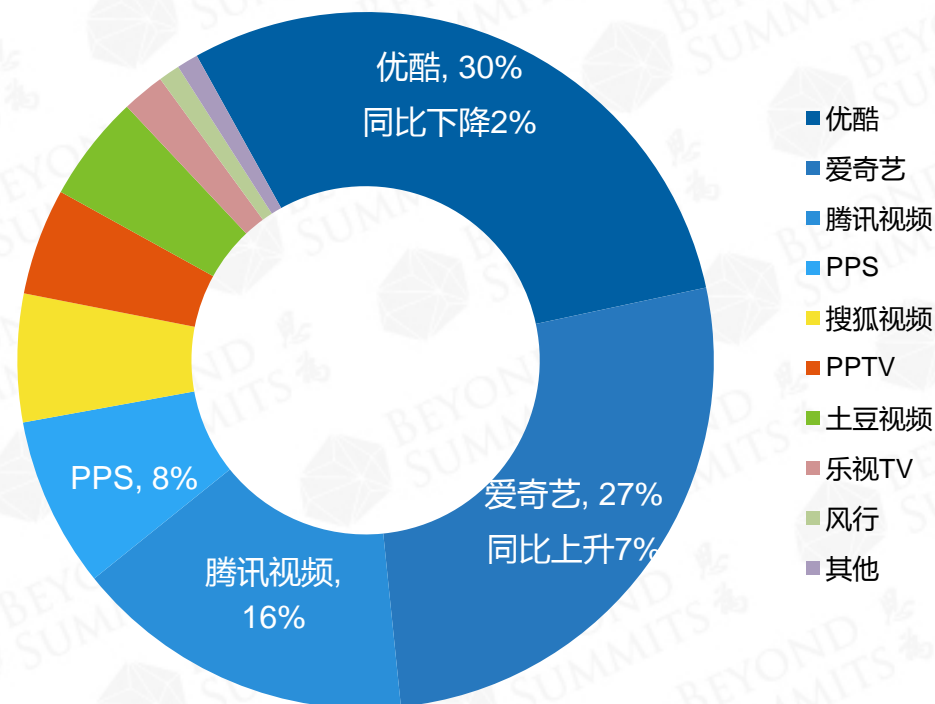


网络视频：2015年，PC端各视频网站中，LETV观看时间下降较为明显；在移动端，爱奇艺由于自制网剧、综艺节目等，观看时间上升明显，从而导致优酷份额相应减少。

2015年6月PC端网络视频观看时长占比



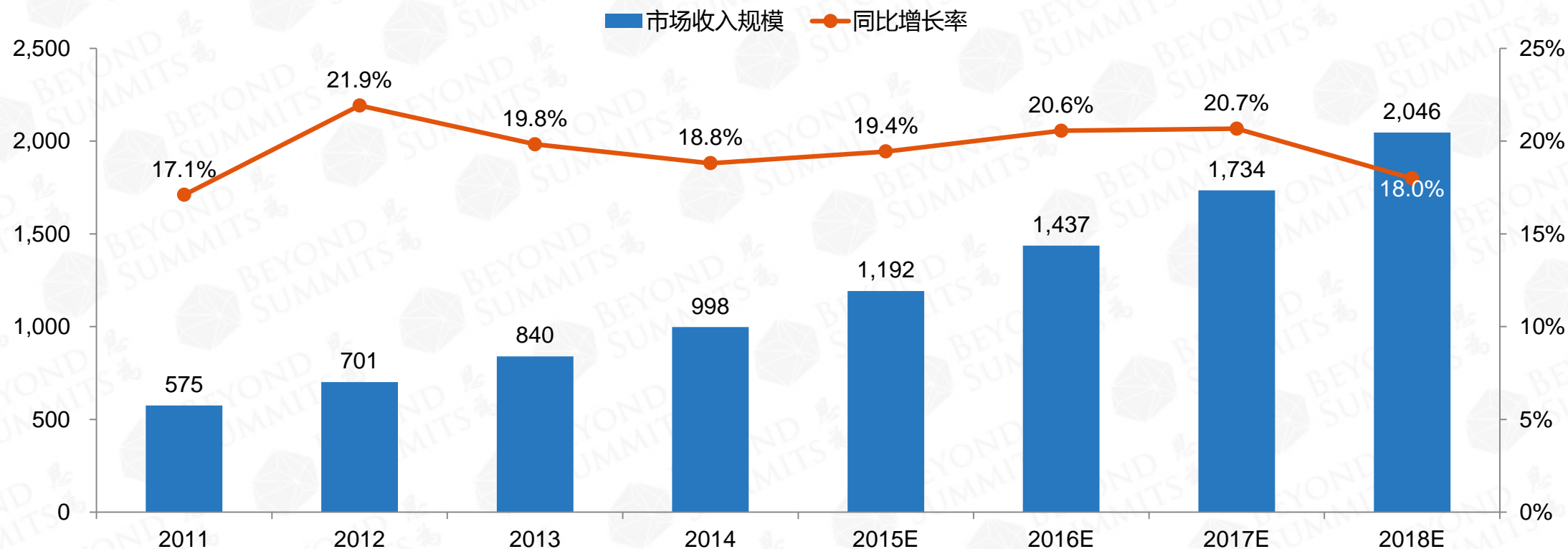
2015年6月移动端网络视频观看时长占比



Source：实力传媒

在线教育：2015年，在线教育市场规模达到1,192亿元，同比增长19.4%，预计到2018年将达到2,046亿元。学历教育、职业教育和K12教育将是市场规模高速增长的主要动力。

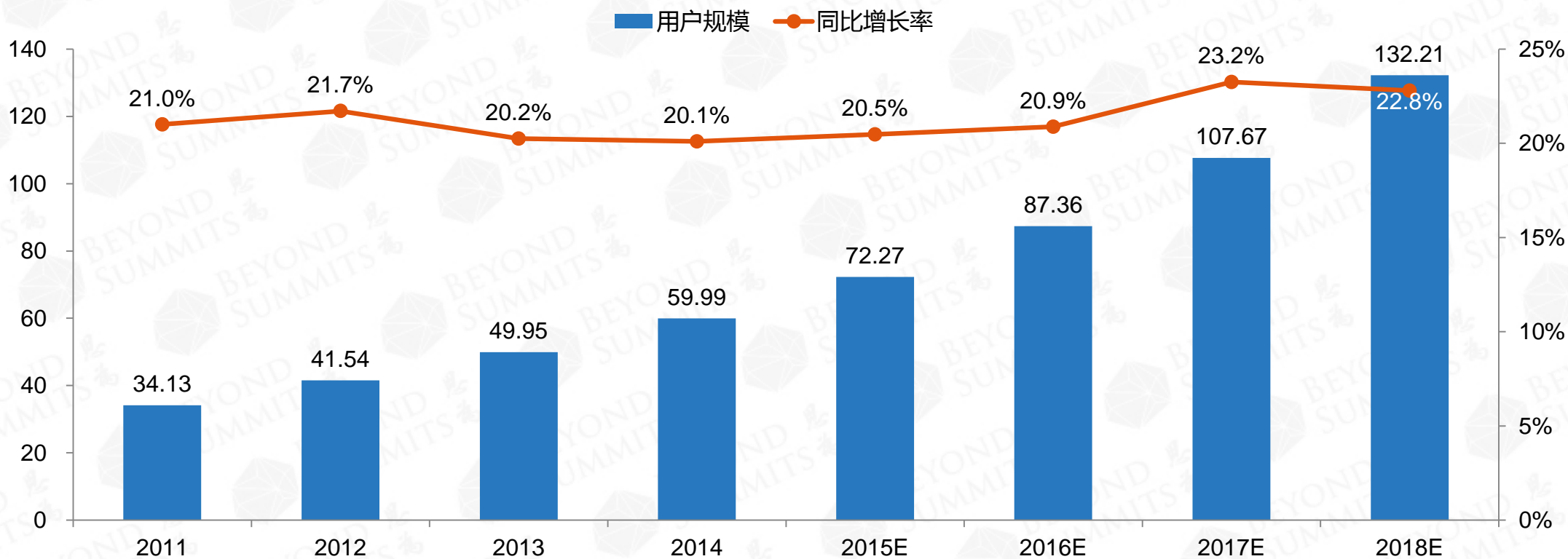
2011-2018年在线教育市场规模（亿元）



Source : 艾瑞

在线教育：2015年，在线教育用户规模为7,227万人，同比增长20.5%，到2018年预计达到1.3亿人。

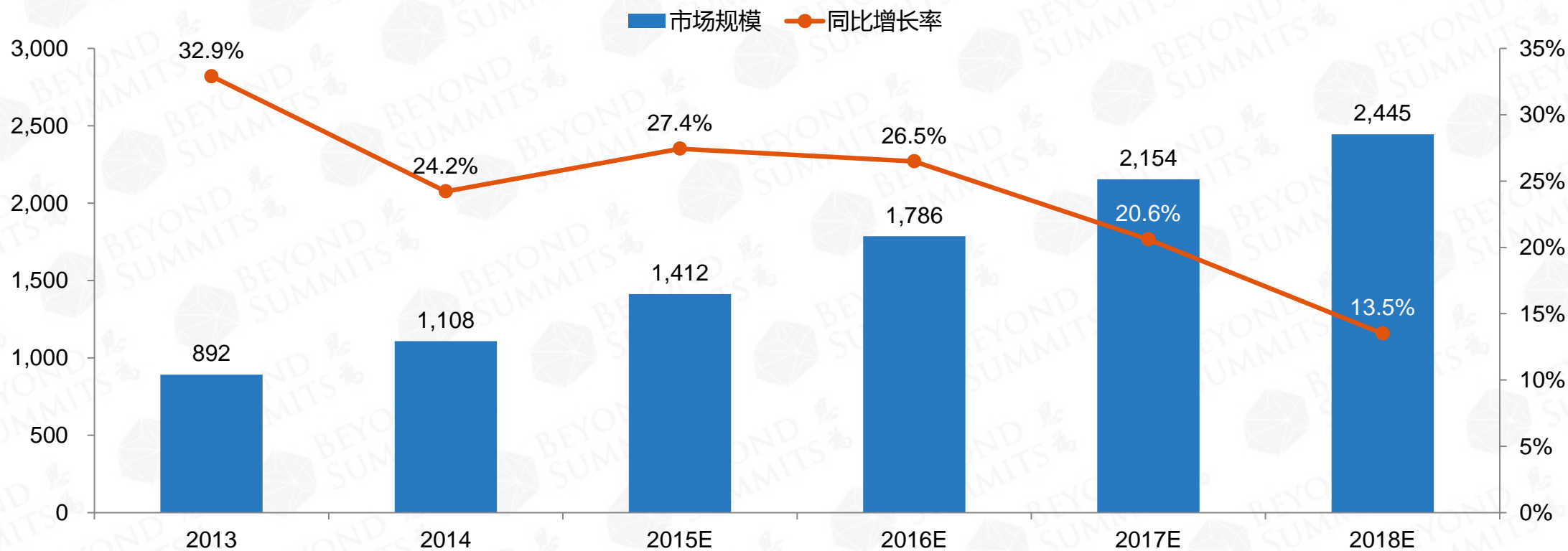
2011-2018年在线教育用户规模（百万人）



Source : 艾瑞

网络游戏：2015年，中国网络游戏市场规模为1,412亿元，同比增长27.4%，到2018年预计达到2,445亿元，但增速放缓。

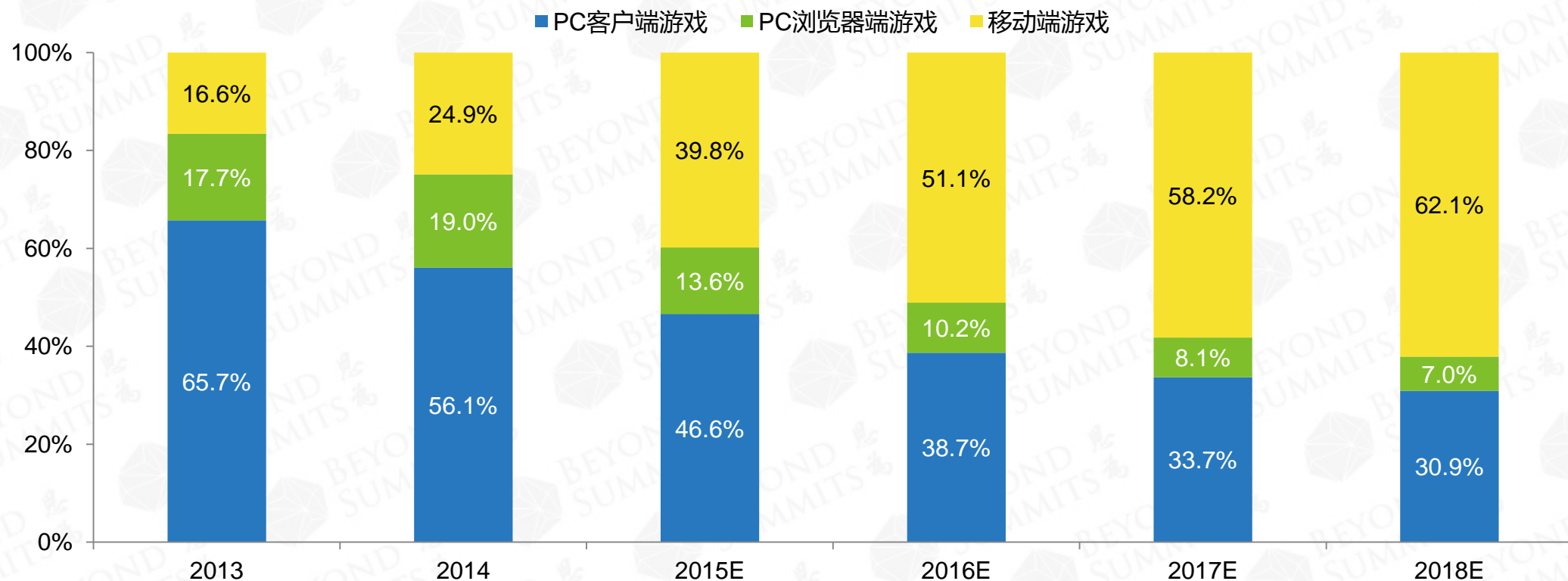
2013-2018年中国网络游戏市场规模（亿元）



Source : 艾瑞

网络游戏：2015年，移动端游戏已经占游戏市场规模的39.8%，手游已经成为推动游戏市场的增长的主要因素。

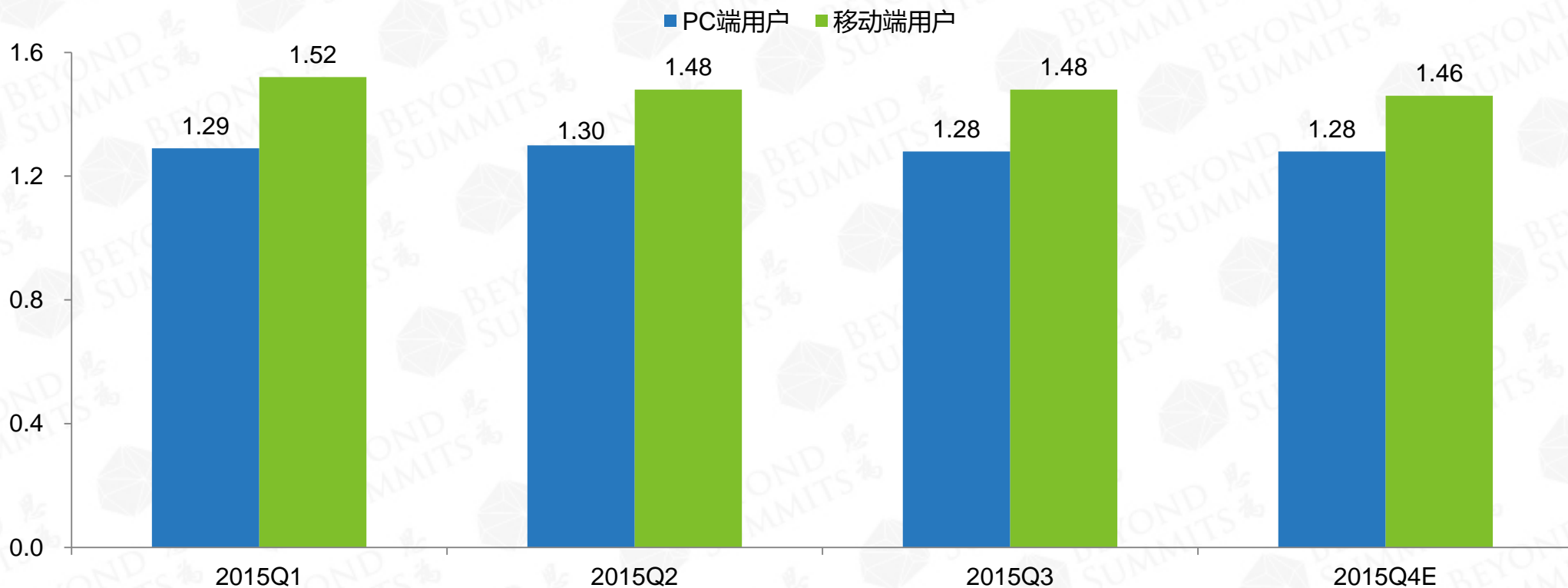
2013-2018年中国网络游戏市场规模结构



Source : 艾瑞

网络文学：2015年中国网络文学移动端用户持续超过PC端，网络文学移动端时代已经来临。

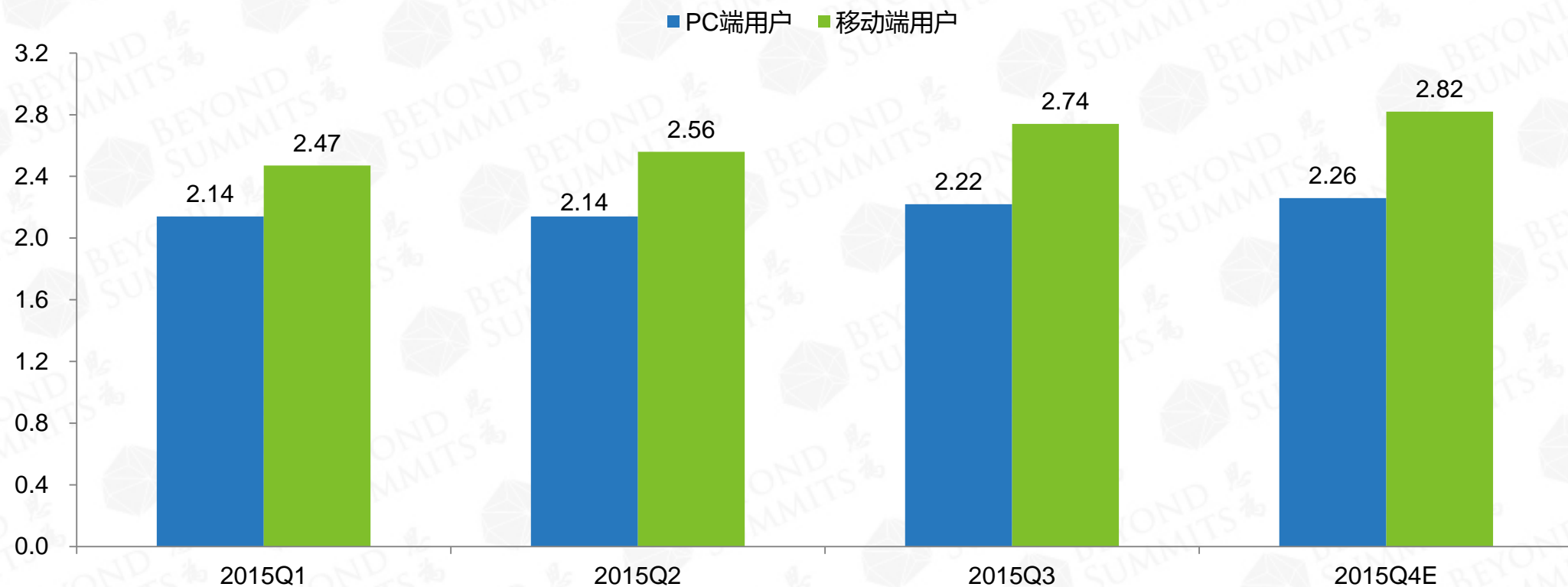
2015年中国网络文学用户规模（亿人）



Source：艾瑞

在线音乐：2015年，中国在线音乐用户规模稳步增长，移动化为在线音乐带来更丰富的场景。

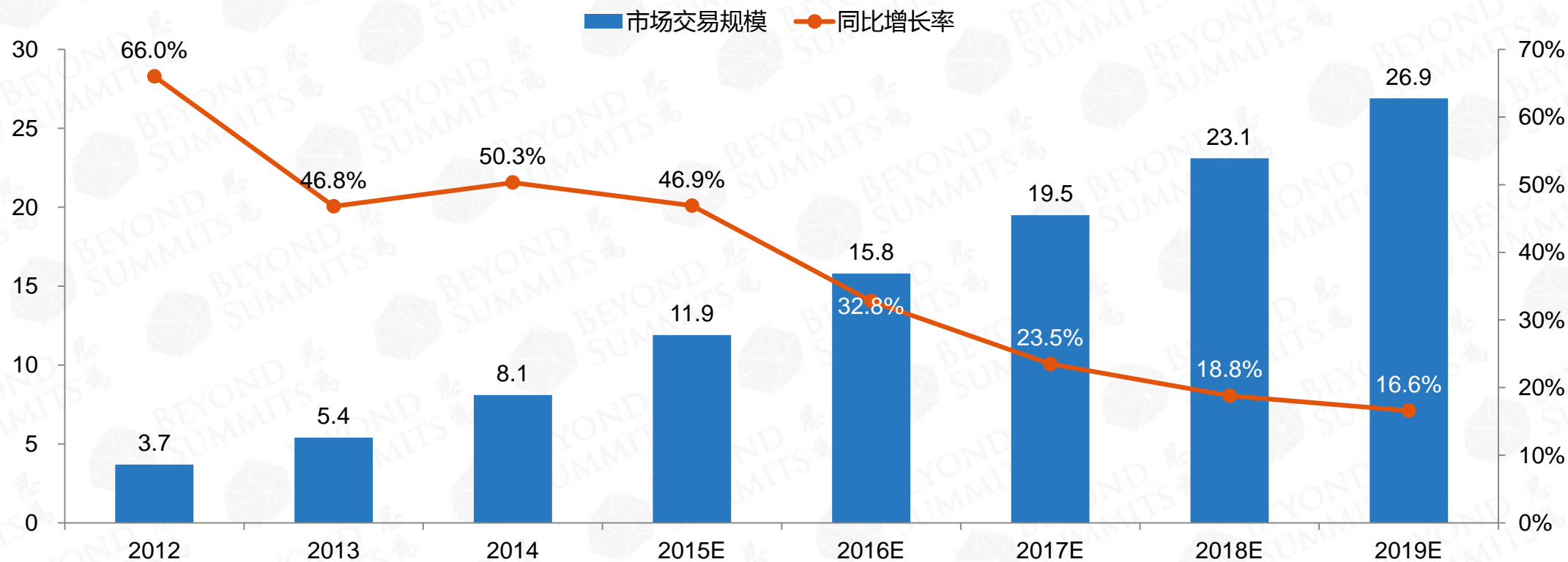
2015年中国在线音乐用户规模（亿人）



Source：艾瑞

在线支付：2015年，第三方互联网支付市场规模为11.9万亿元，同比增长46.9%，到2019年预计达到26.9万亿元，但增速放缓。

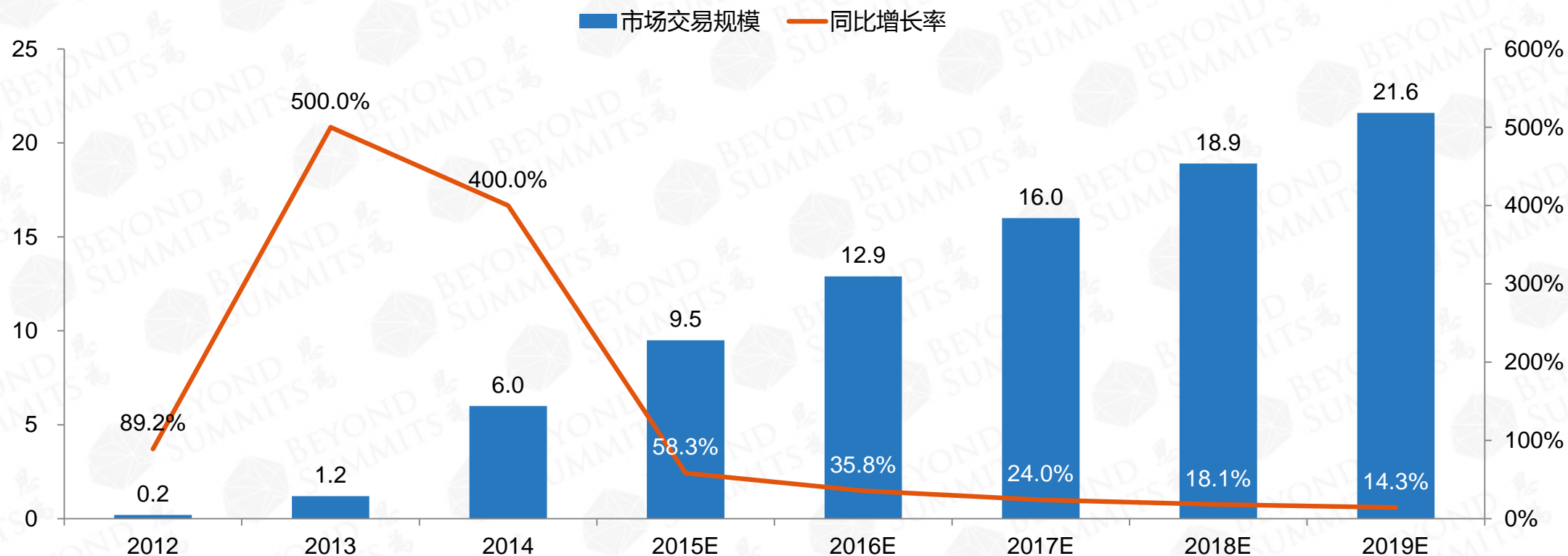
2012-2019年第三方互联网支付市场交易规模（万亿元）



Source：艾瑞

在线支付：2015年，中国第三方移动支付市场规模为9.5万亿元，同比增长58.3%，在经过高速增长之后，市场回归理性发展。

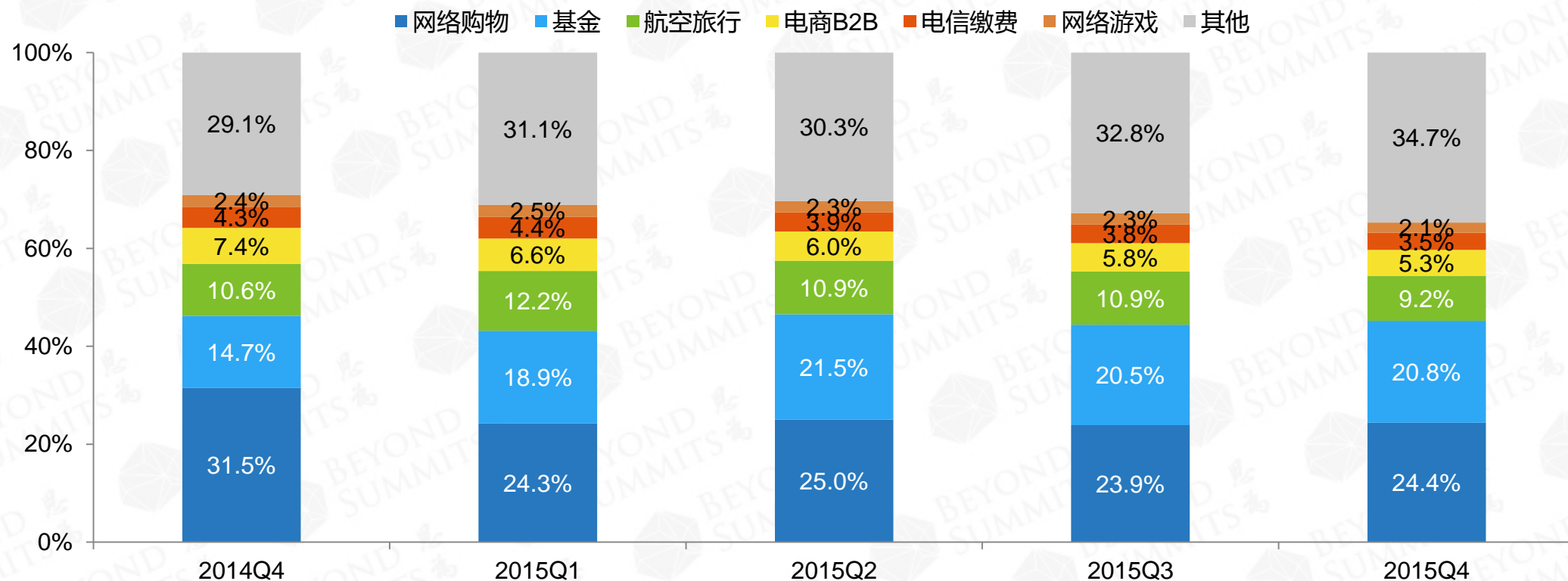
2012-2019年第三方移动支付市场交易规模（万亿元）



Source：艾瑞

在线支付：对比数据可以看出，2014至2015年，互联网支付交易中，网络购物占比逐渐减少，基金交易规模占比逐渐增加。

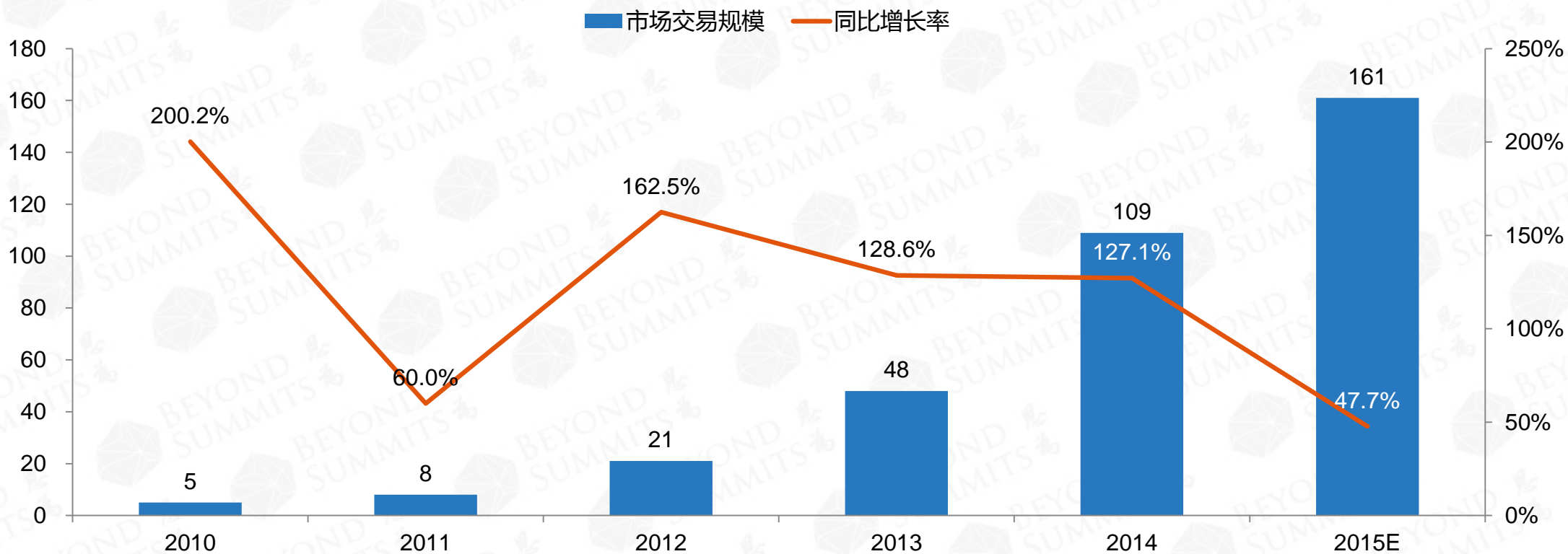
2014Q4-2015Q4中国第三方互联网支付交易规模结构



Source : 艾瑞

在线医疗：中国在线医疗市场增长迅速，2015年市场规模已达到161亿元。

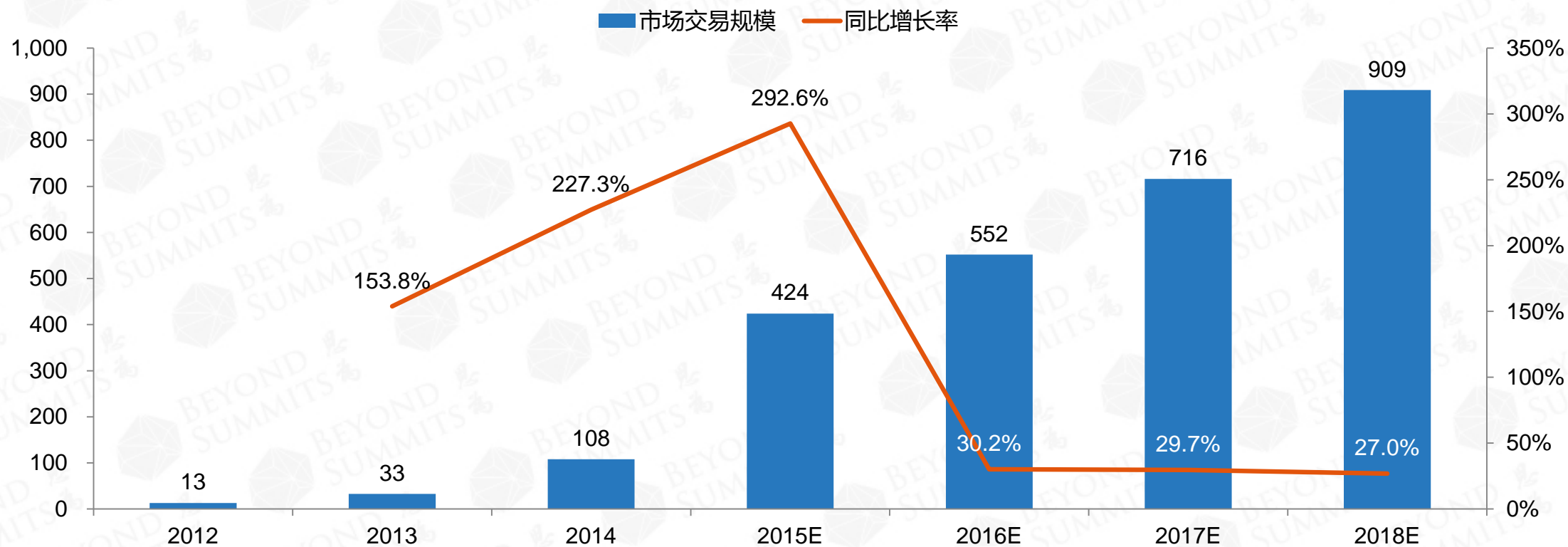
2010-2015年在线医疗市场规模（亿元）



Source : 艾瑞

智能硬件：2014-2015年，中国智能硬件市场出现爆发式增长。据估计，未来智能硬件市场规模将保持较快速增长，在2018年达到909亿。

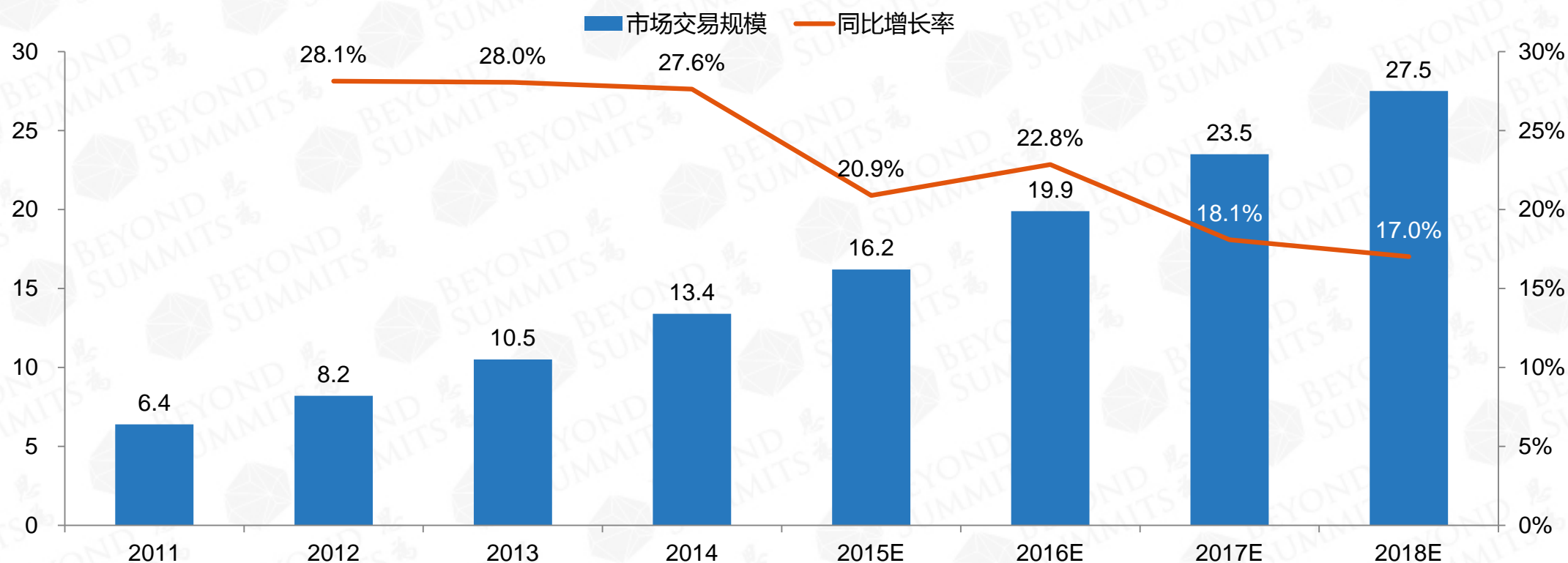
2012-2018年中国智能硬件市场规模（亿元）



Source : 艾瑞

电子商务：中国电子商务市场稳步增长，2015年市场规模已达到16.2万亿元，而未来几年增幅趋缓。

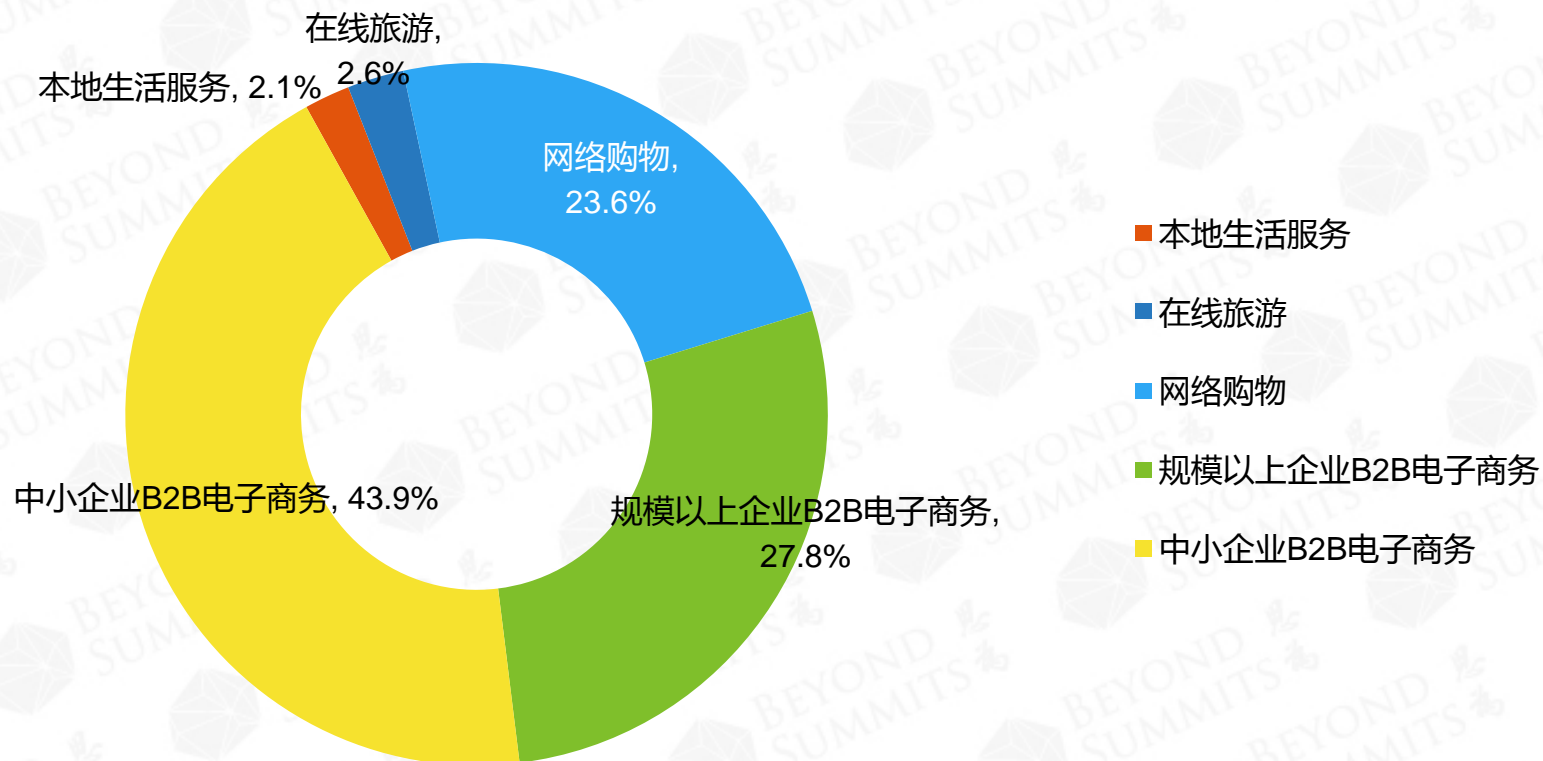
2011-2018年中国电子商务市场规模（万亿元）



Source : 艾瑞

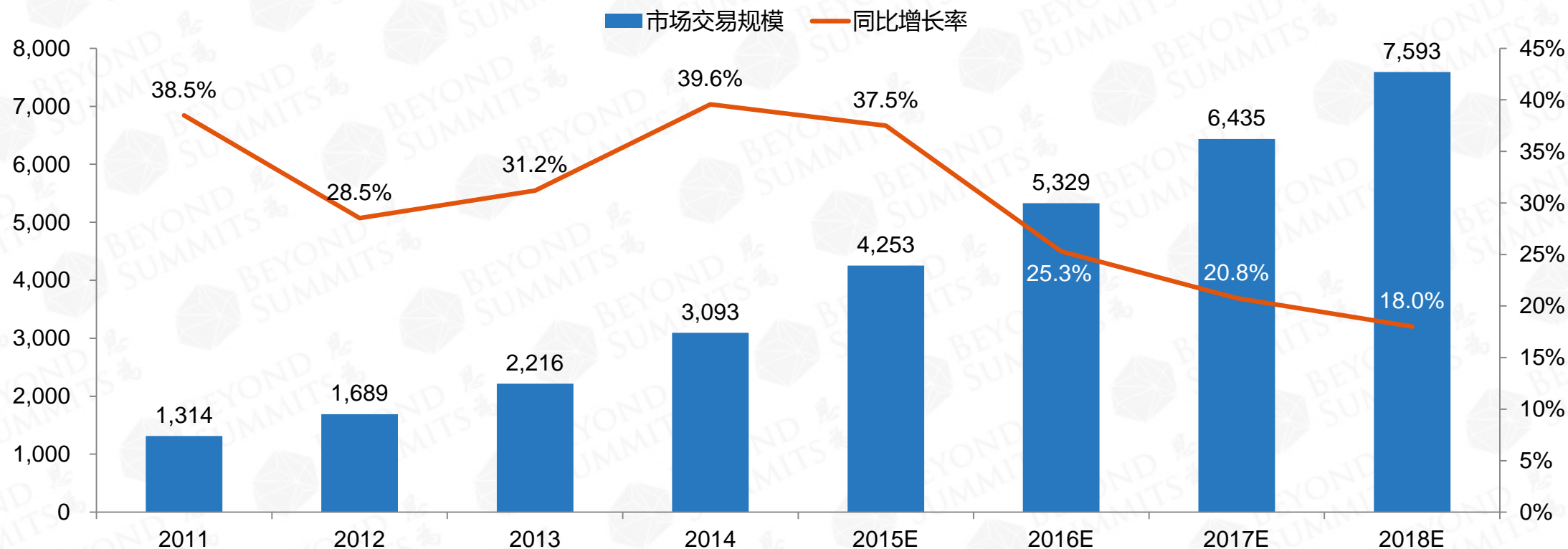
电子商务：2015年中国电子商务市场主要由B2B电子商务和网络购物构成。

2015年中国电子商务市场构成



在线旅游：2015年，中国在线旅游市场规模为4,253亿元，同比增长37.5%，到2018年预计达到7,593亿元。

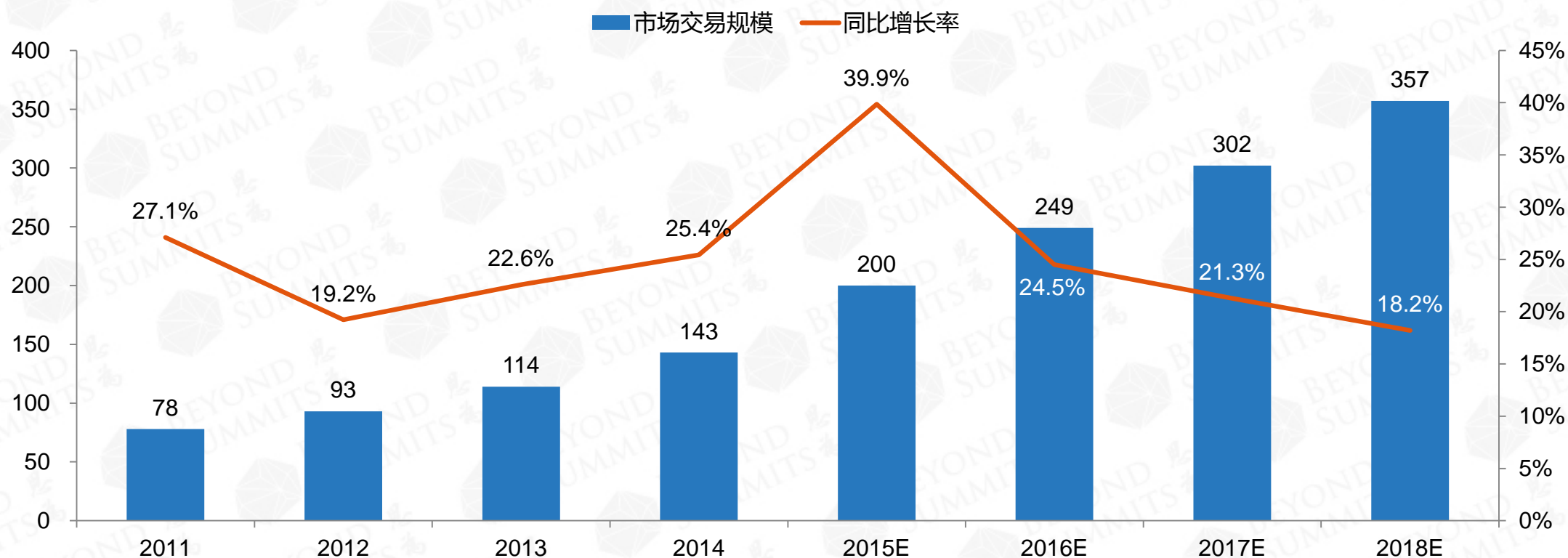
2011-2018年在线旅游市场规模（亿元）



Source : 艾瑞

在线OTA：2015年，中国在线旅游OTA市场规模为200亿元，同比增长39.9%，到2018年预计达到357亿元。

2011-2018年在线旅游OTA市场规模（亿元）



Source：艾瑞