洞察网络 Internet Insight

大数据，小时代，向移动互联网迁徙

——DCCI2012上半年中国移动互联网数据分享

DCCI

DCCI互联网数据中心
DCCI Data Center of China Internet
中国互联网监测研究权威机构&数据平台

1. 移动大数据的基石——移动互联网的高速发展

2. 操作系统底层支撑——移动数据的源泉

3. 移动互联网入口把控——移动大数据关键节点

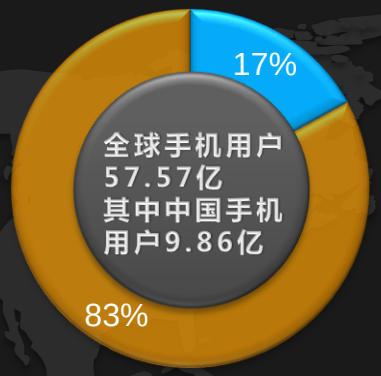
4. 移动应用激增——爆发性崛起带动庞大的数据量

5. 移动互联生活化——信息数据随时随地

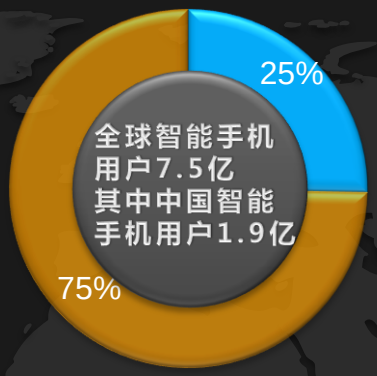
移动大数据的基石——移动互联网的高速发展

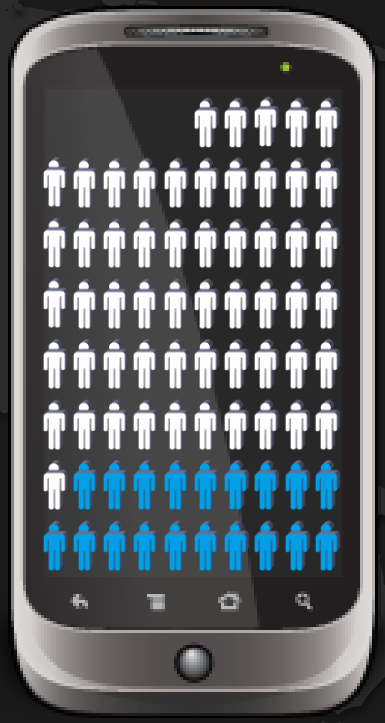
移动数据时代的核心载体——智能设备普及势不可挡

截止2011年全球与中国智能手机用户保有量

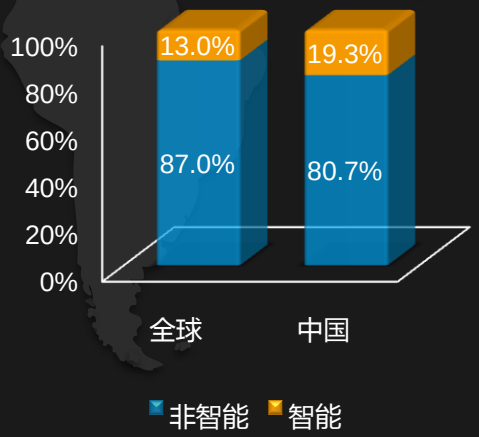


截止2011年中国智能手机用户全球占比





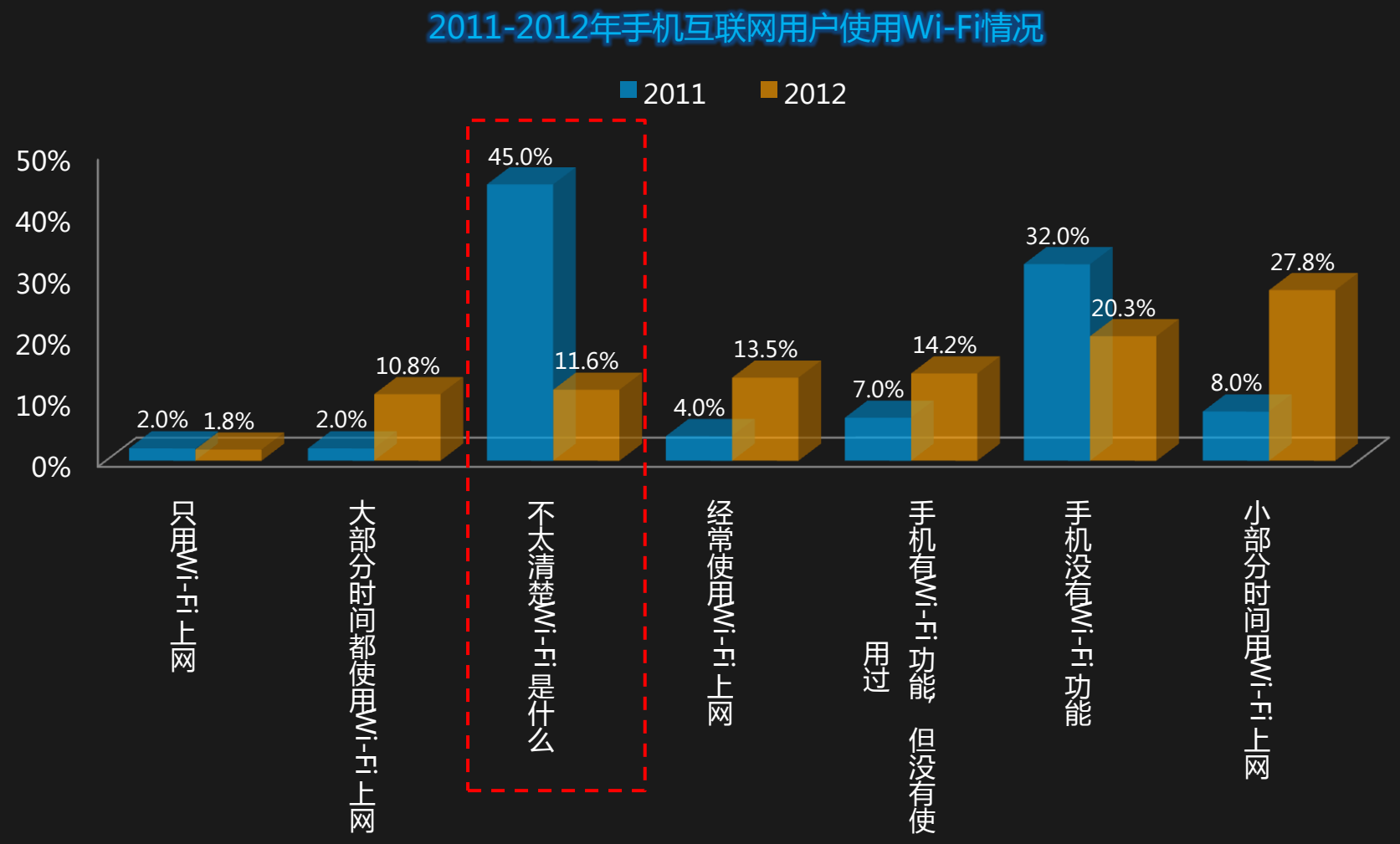
全球与中国智能/非智能手机用户占比



数据来源：DCCI通过公开资料整理获得

Copyright ©DCCI 2011 www.dcci.com.cn DCCI互联网数据中心

Wi-Fi逐渐公共服务化

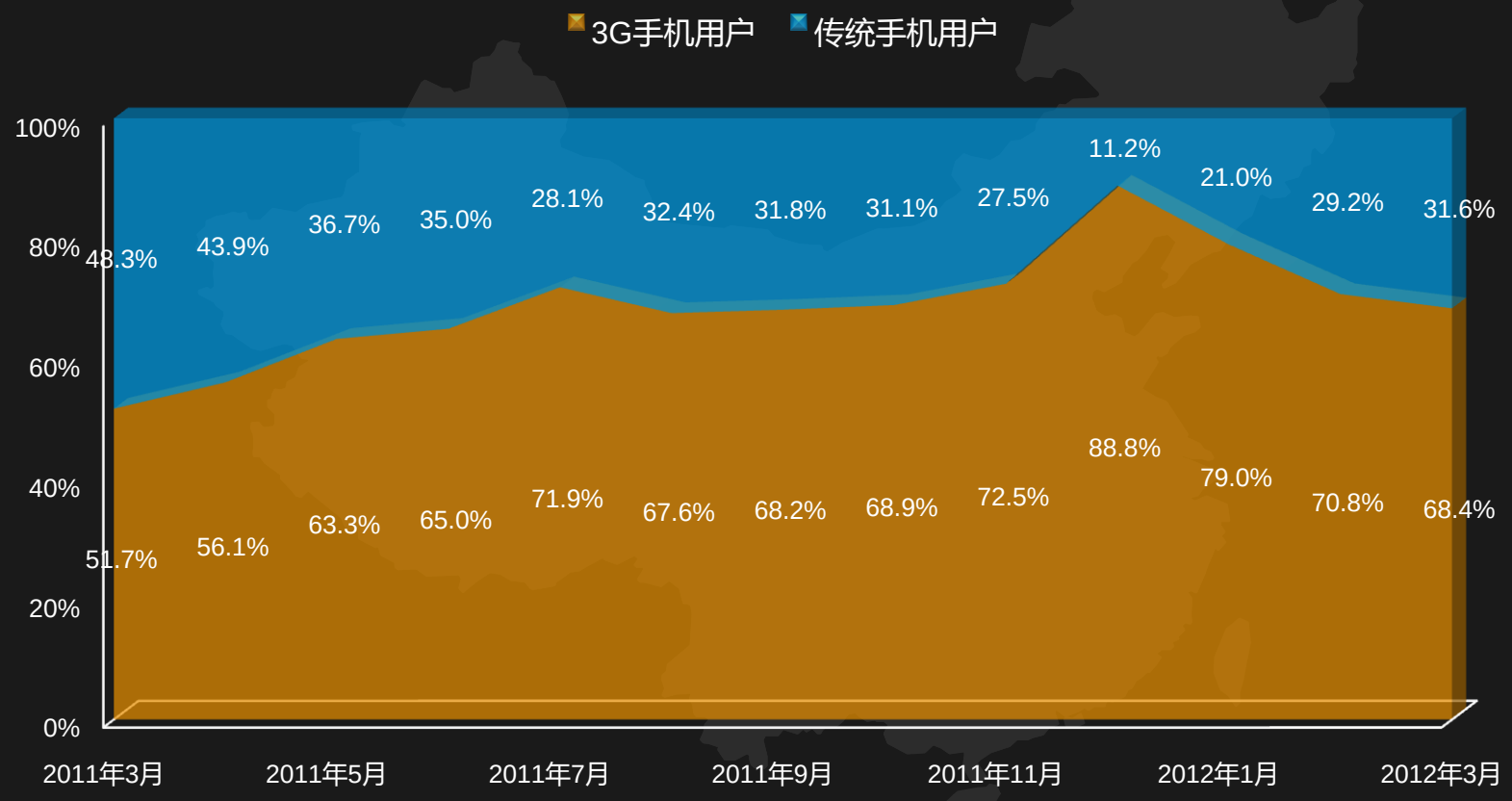


数据来源： 2012年手机互联网受众研究

Copyright ©DCCI 2012 www.dcci.com.cn DCCI互联网数据中心

3G用户持续高速增长，高带宽引流大数据

2011年3月-2012年3月中国每月3G用户净增趋势



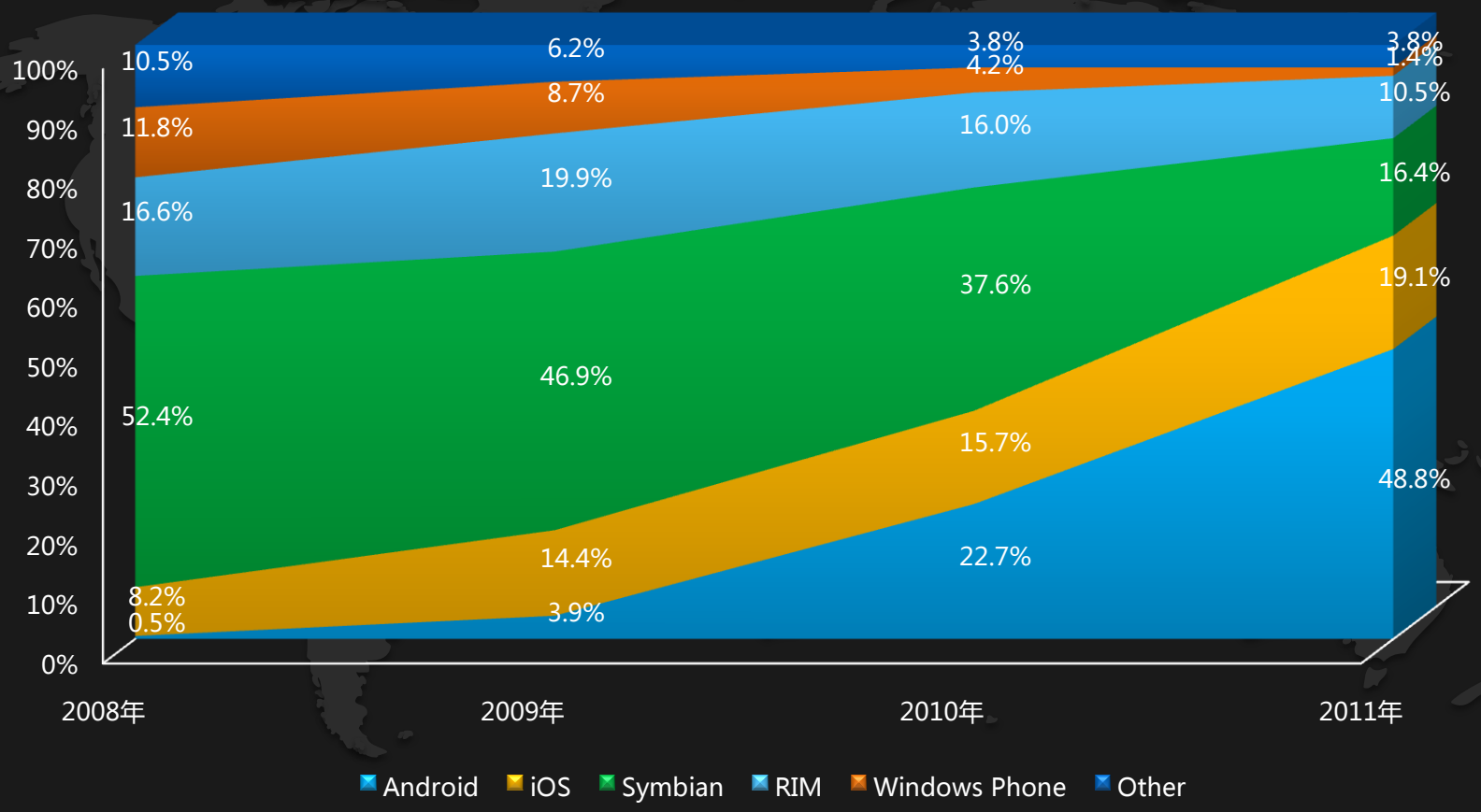
数据来源：DCCI通过公开资料整理获得

Copyright ©DCCI 2011 www.dcci.com.cn DCCI互联网数据中心

操作系统底层支撑——移动数据的源泉

主流系统——移动大数据主要聚集地

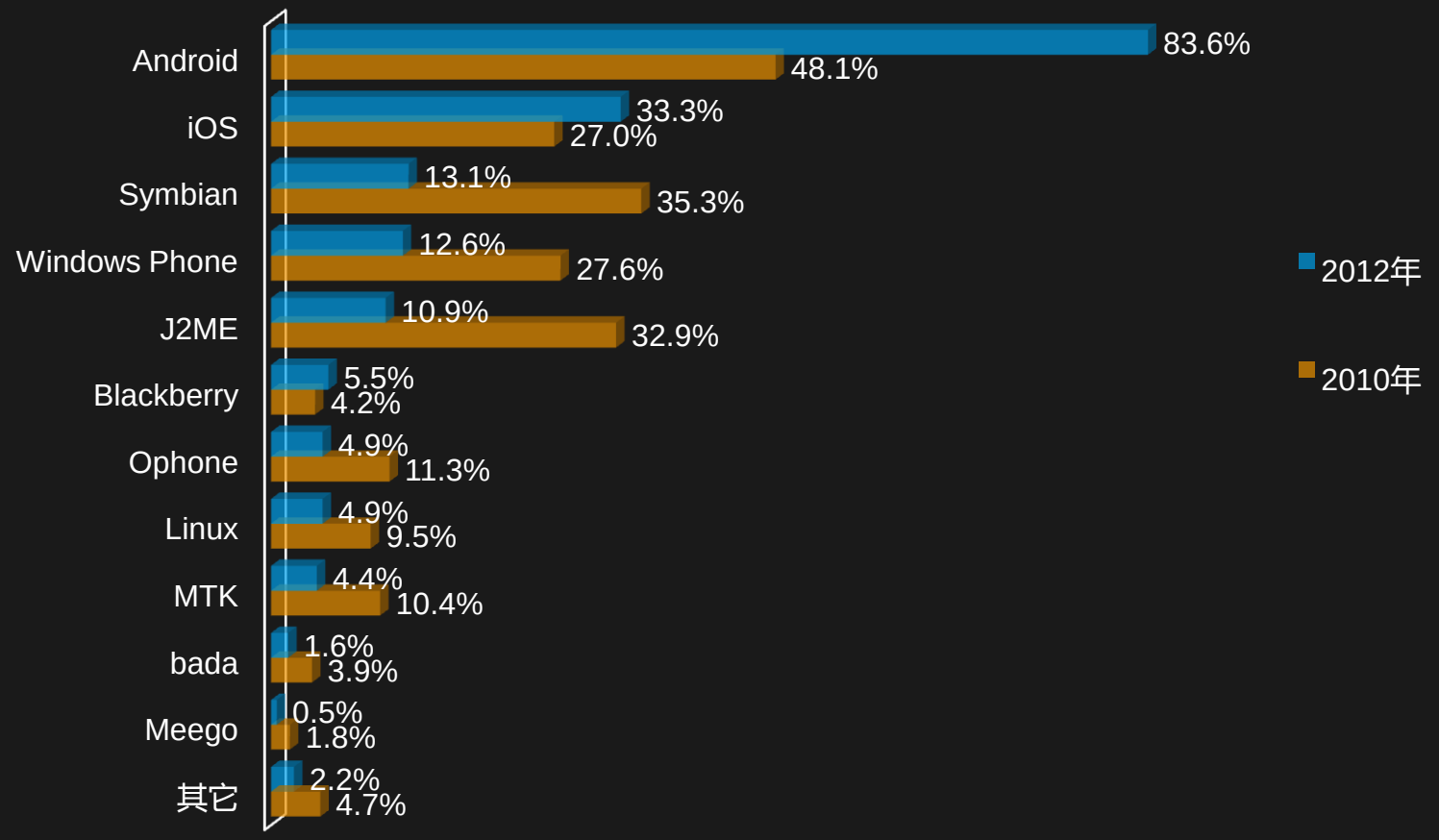
2008年-2011年全球智能手机操作系统市场份额



数据来源：DCCI通过公开资料整理获得

Copyright ©DCCI 2011 www.dcci.com.cn DCCI互联网数据中心

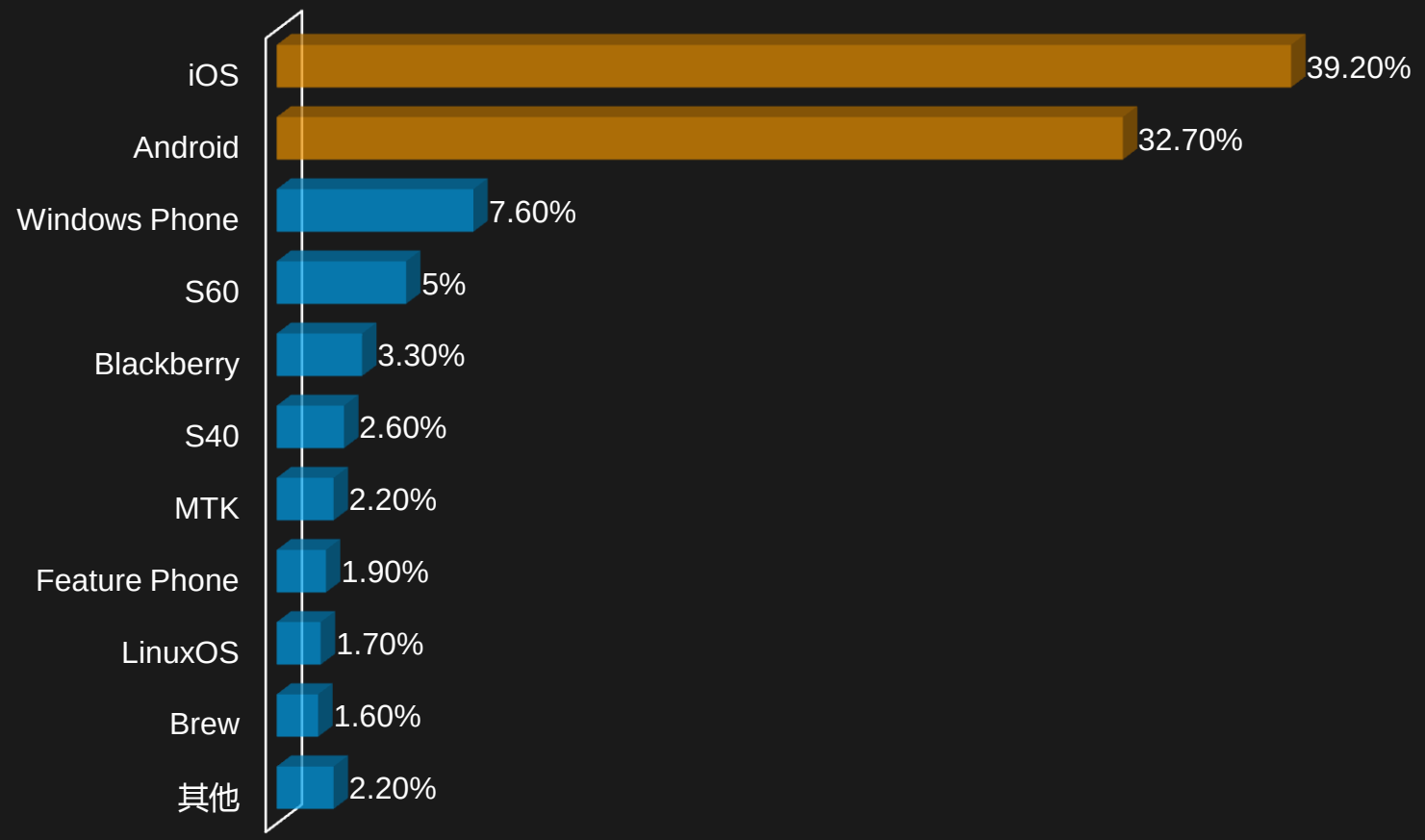
开发者向Android&iOS高度集中化



数据来源： 2012年中国移动应用开发者调查

Copyright ©DCCI 2012 www.dcci.com.cn DCCI互联网数据中心

七成用户买单iOS&Android，移动数据的主要生产地



数据来源： 2011年中国移动互联网网民行为调查

Copyright ©DCCI 2012 www.dcci.com.cn DCCI互联网数据中心

移动互联网入口把控——移动大数据的关键节点

移动互联网入口

- 什么是移动互联网入口？

用户接入移动互联网的第一站，通过移动网络获取信息、解决问题的第一接触点。在传统的商业领域，只要控制了渠道，也就离成功不远，在移动互联网时代，得入口者得天下的观点也同样适用。

- 主要的移动互联网入口有哪些？

搜索引擎、移动浏览器、操作系统、应用程序、移动应用商店

……

用户接入移动网络的节点，移动大数据产生的起始

搜索引擎是用户主动地有目的地获取准确信息资源的方式，但受到大量移动App应用的影响，搜索在移动互联网的影响力远低于传统互联网

作为聚合了各式各样丰富的移动应用资源的平台，是用户获取不同层次需求（包括信息、娱乐、工作、生活）的重要渠道

在PC时代浏览器是兵家必争之地，在移动互联网时代也不例外，移动浏览器作为用户接入移动互联网的入口型工具，比搜索引擎更前端

抢占用户移动终端桌面的主力军，是用户获取信息、休闲娱乐的主要方式，是用户上网的主要入口之一

作为移动互联网不可或缺的部分，具备从底层控制用户的能力，但开发难度高，竞争激烈，主要市场已被iOS、Android占领

移动应用激增——爆发性崛起带动庞大的数据量

应用的爆发性增长引爆对数据的深度挖掘需求

截止2012年6月三大智能操作系统平台数据

2008年7月11日上线
Apple App Store

65万余款Apps
300亿次下载数量
3.65亿设备激活总量

4亿设备激活总量
200亿次下载数量
60万余款Apps

Google Play Market
2008年10月22日上线

2010年10月26日上线
Windows Phone Marketplace

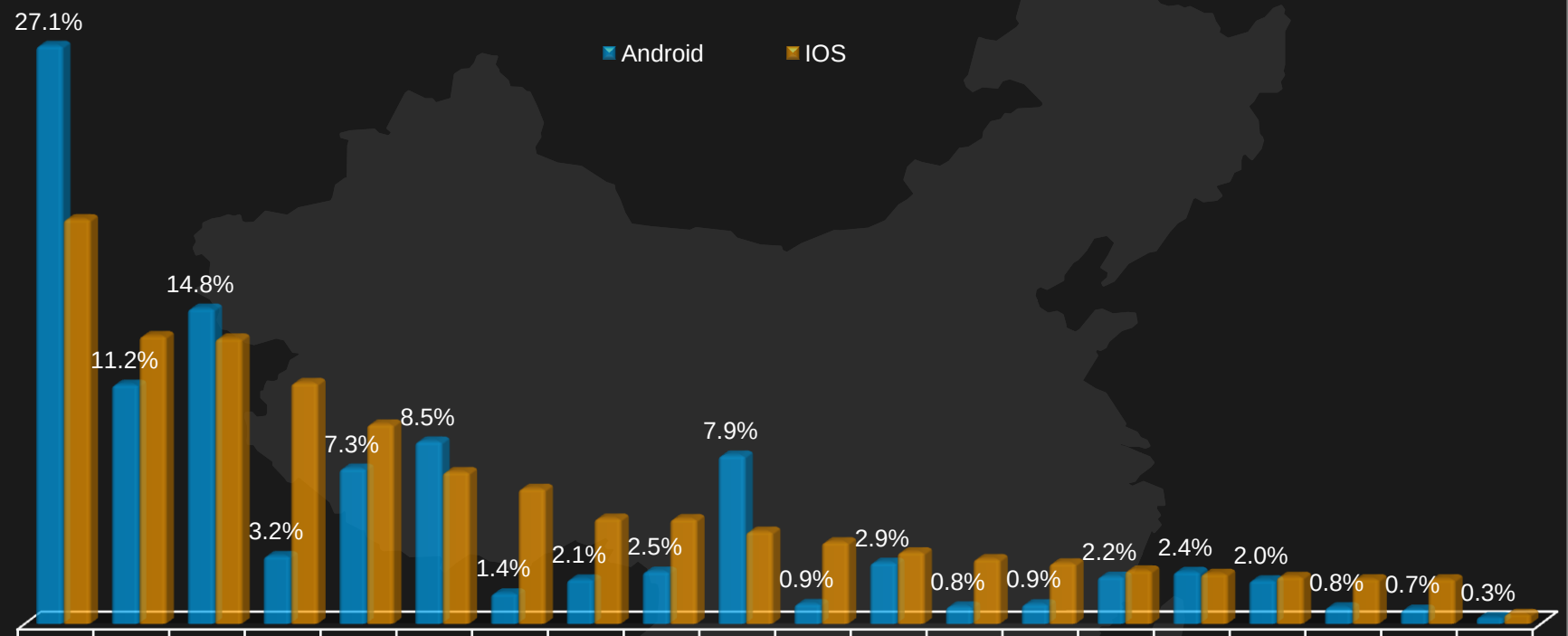
10万余款Apps
1050万设备激活总量

2008年

2013年

基础数据反映平台应用差异性，Android更娱乐，iOS更商务

中国移动应用商店累计App类别结构分布



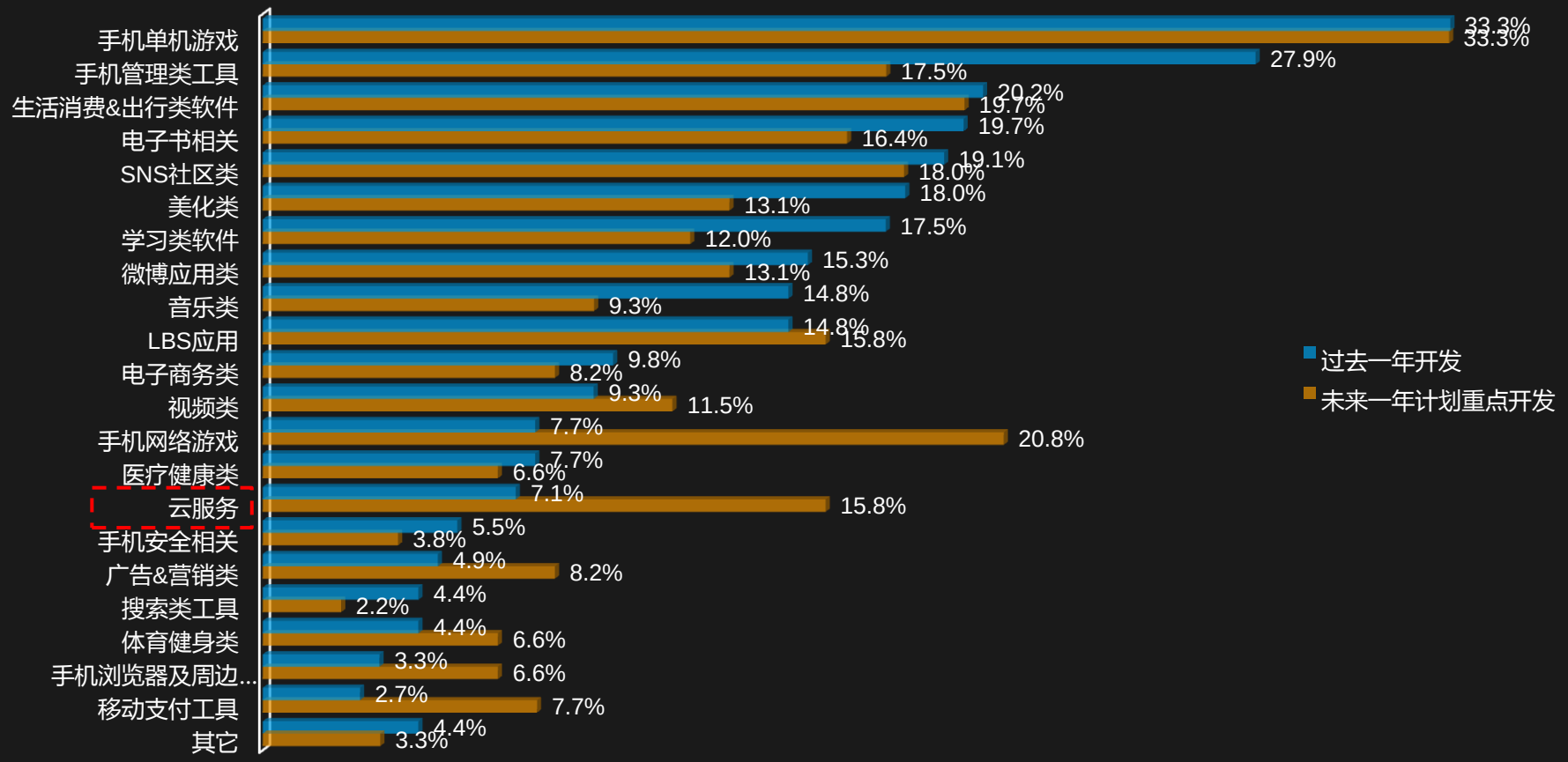
	游戏	图书	娱乐	教育	生活	工具	旅行	音乐	商业	参考	体育	新闻	效率	健康	摄影	社交	财务	导航	医疗	天气
Android	27.1%	11.2%	14.8%	3.2%	7.3%	8.5%	1.4%	2.1%	2.5%	7.9%	0.9%	2.9%	0.8%	0.9%	2.2%	2.4%	2.0%	0.8%	0.7%	0.3%
IOS	19.0%	13.5%	13.4%	11.3%	9.3%	7.1%	6.3%	4.9%	4.9%	4.3%	3.8%	3.4%	3.0%	2.8%	2.5%	2.4%	2.2%	2.1%	2.1%	0.5%

数据来源：DCCI通过公开资料整理获得

Copyright ©DCCI 2011 www.dcci.com.cn DCCI互联网数据中心

云端服务受开发者关注，“移动云”承载大数据

移动开发者各类型应用开发情况

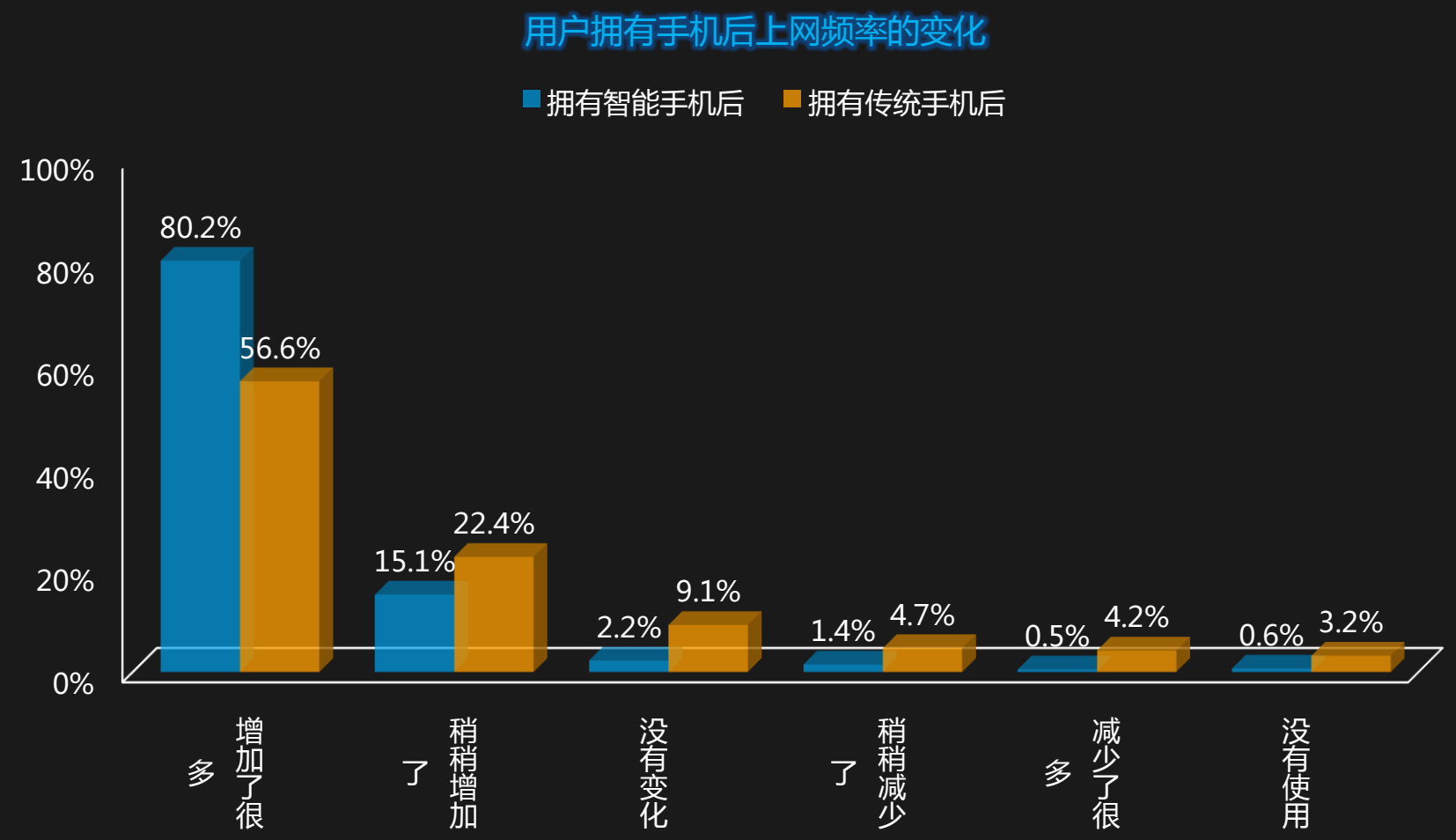


数据来源： 2012年中国移动应用开发者调查

Copyright ©DCCI 2012 www.dcci.com.cn DCCI互联网数据中心

移动互联生活化——信息数据随时随地

终端带动用户入网“催生”移动大数据

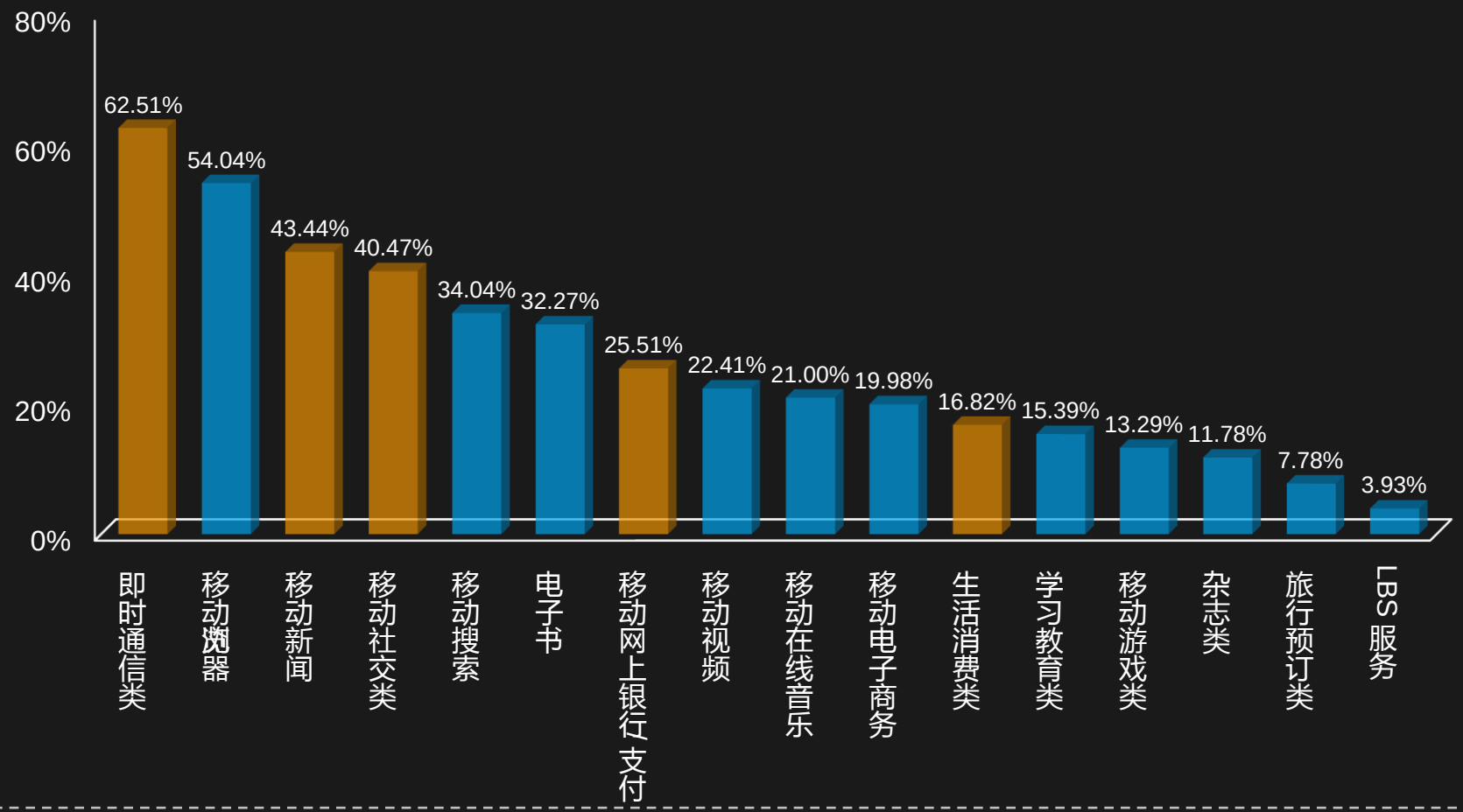


数据来源： 2012年中国手机用户行为调查

Copyright ©DCCI&D2C CHINA 2012 www.dcci.com.cn DCCI互联网数据中心

移动互联融入生活，数据更显生活化

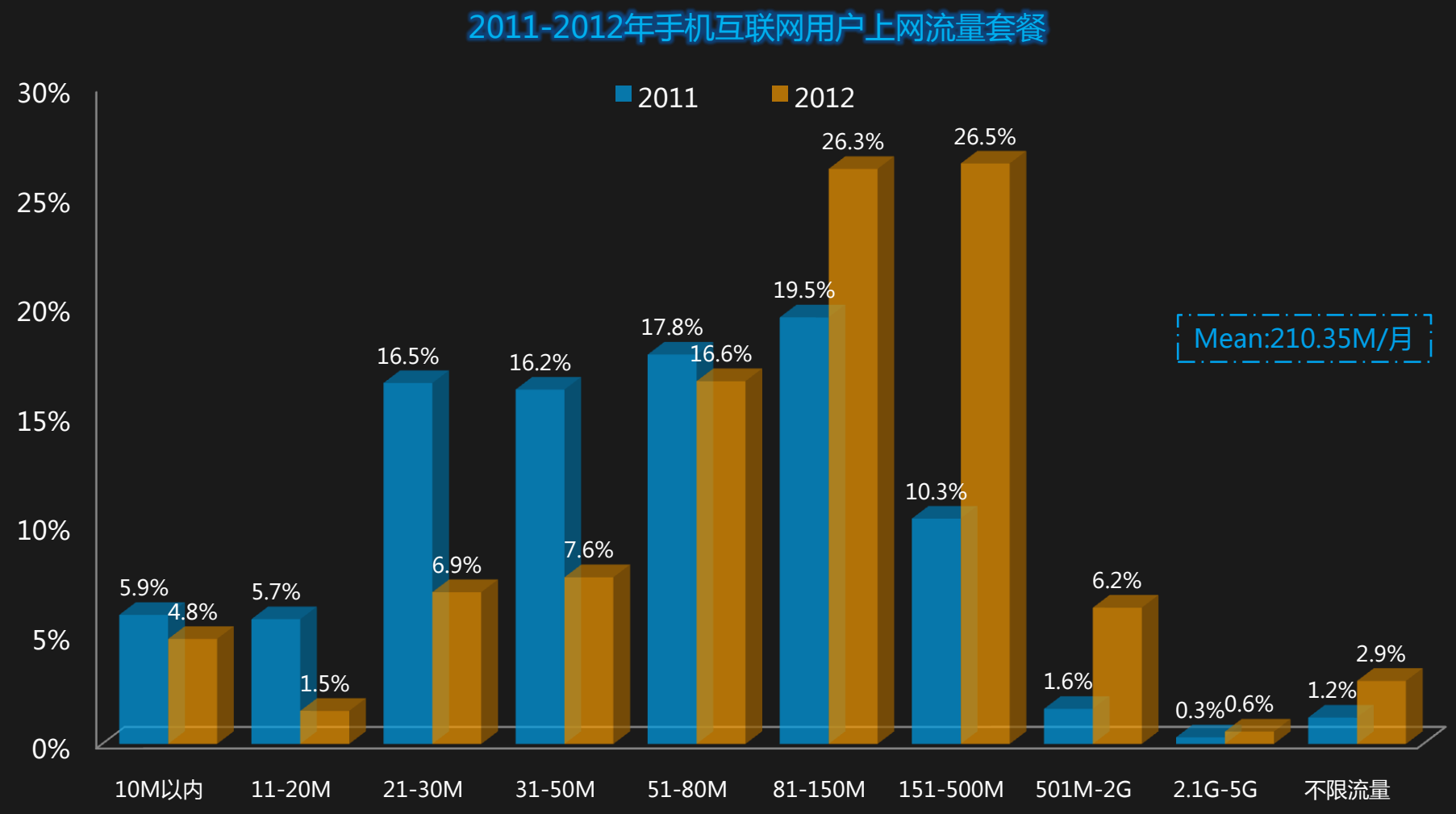
移动互联网用户经常使用的移动网络应用



数据来源： 2011年中国移动互联网网民行为调查

Copyright ©DCCI 2011 www.dcci.com.cn DCCI互联网数据中心

流量的消耗=数据的产生，大流量意味着大数据



数据来源： 2012年手机互联网受众研究

Copyright ©DCCI 2012 www.dcci.com.cn

DCCI互联网数据中心

关于DCCI互联网数据中心

DCCI互联网数据中心（DCCI DATA CENTER OF CHINA INTERNET，简称DCCI，www.dcci.com.cn），中国互联网监测研究权威机构&数据平台。

DCCI是互联网及互动营销之测量、分析、优化服务提供者。以Panel软件、代码嵌入、海量数据挖掘、语义信息处理等多种领先技术手段为基础，进行网站、用户、广告、品牌的实时监测、动态测量。在测量数据基础之上，以统一体系方法、统一指标定义、统一数据结构，结合多种线下线上调研手段，为企业互联网和互动营销相关决策提供全面深入的数据测量、分析研究、决策优化、效能提升服务。

作为公共数据平台，DCCI互联网数据中心负责实施每年一度规模最大的中国互联网调查，实施中国互联网市场数据发布（年度、半年、季度、月度），定期向各方披露总体市场、细分领域的调查数据、监测研究成果。过去数年来得到国内外机构、媒体、企业的广泛引用，成为帮助有关各方优化决策的数据服务专家。依托调研软件的10余万客户端Panel样本，DCCI对中国市场网站媒介、受众消费、访问行为等长期进行连续监测；依托专业研究团队和业界专家团体，DCCI对中国互联网50多个细分领域相关企业长期进行连续性的跟踪研究。每年一度的《中国互联网调查年度报告》、《中国网络广告市场年度报告》、《中国网络媒介监测报告》、《中国互联网用户调查报告》、《中国市场品牌传播监测报告》等已经成为相关领域的核心市场报告。

DCCI互联网数据中心面向互联网企业、广告营销服务商、各行各业企业广告等3类对象，重点提供四个方面的监测研究服务和产品，帮助互联网企业完成重大决策、优化网站产品服务，帮助广告主和营销代理服务商洞察市场、优化媒介计划、评估广告效果、改善营销ROI、提升商务效能。

1.第三方测评服务：Admeasure广告营销效果追踪监测与测评，Netmeasure网站流量测评认证分析。

2.监测研究数据产品：Netmonitor网络监测数据中心，Netbrand品牌口碑监测系统，Netguide市场情报管理系统，Netuser用户调研社区，Admonitor网络广告投放监测系统，Netdata数据搜索引擎。

3.定制调查研究分析服务：分为产业&市场、网站&媒体、用户&受众、广告&营销、品牌&产品等五个方面，重点面向移动互联网、社会化网络、网络视频、电子商务、互动营销等关键领域。

4.交流活动：每年一度的Adworld互动营销世界、Mworld移动互联世界、Eworld电子商务世界，是中国在相关领域最具规模和影响力的标志性年度交流盛典。

洞察网络 Internet Insight

DCCI

DCCI互联网数据中心
微博：weibo.com/dcci
Website：www.dcci.com.cn
Email： dcci@dcci.com.cn