

Think with Robin

罗宾 5G 商业评论

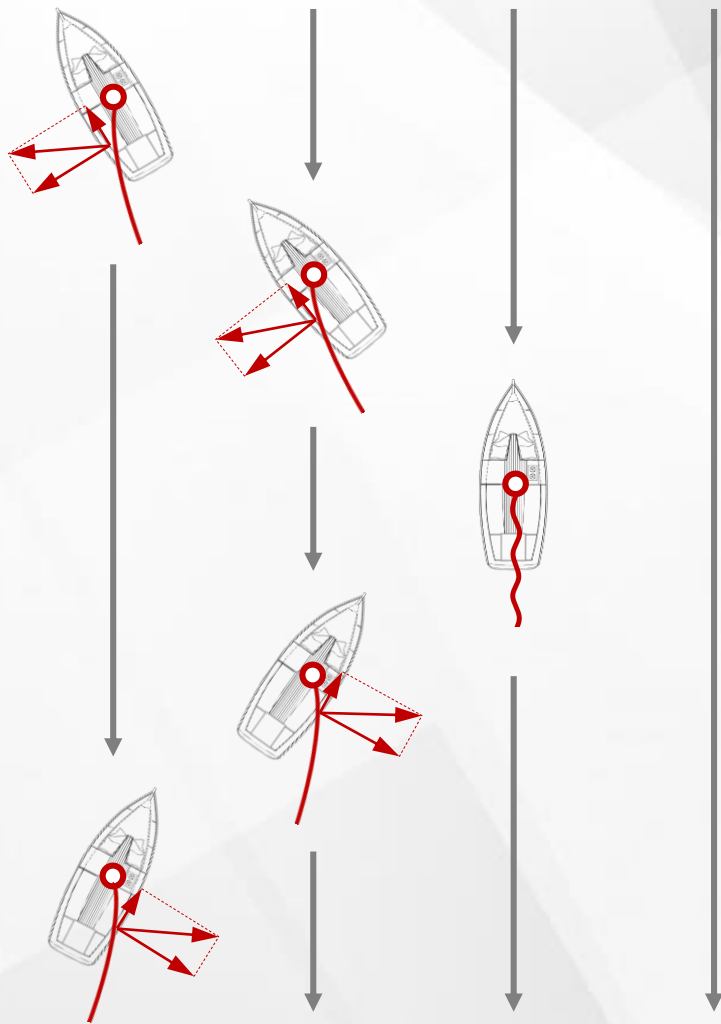
2021年1月 知识块选编



不负光阴， 逆风也可快速前行

Hydroptere 号帆船可在风速只有 15 节的情况下达到 35 节的行驶速度

**Robin
5G
Business
Review**



即刻加入「官方粉丝群」

携手共进 2021 年

回复“入群”，获得「罗宾 5G 商业评论」管理员微信



新的一年，进一步

与朋友们分享 2020 的一些体会，并展望 2021

2020年3月下旬，我们启动了「罗宾 5G 商业评论」这项轻量级知识服务。

每个工作日 08:30「官方粉丝群」会分享 3~5 个知识块，覆盖 5G、通信、云计算、消费者行为、媒体内容、行业数字化、数字经济等主题的原创性短文。

所谓短文，就是真的很短。大部分时候皆是两三句话，附上一张数据图表。对于一位长期写 PPT 的人来说，每个知识块更像是一页有故事的 PPT。

粉丝群是服务交付的主要载体。对比而言，罗宾 5G 公众号的定位则“处于摸索状态”。一般而言，公众号的载体形式更适合“长文章”的传递，而且最好是“比较娱乐”或者“夸张”的风格。罗宾 5G 的内容显然正好相反，是“短文”和“严肃内容”。

具体的实践是，公众号每天会分享一篇短文知识块。虽无“爆款”机会，但从零开始也聚集了相当一批读者，其中部分读者申请进入了粉丝群。

知识块月度选编（月刊）的出现则比较偶然。当粉

来自罗宾的消息 Message From Robin

丝群积攒了很多知识块之后，有朋友提及能否集结在一起成册，便于资料的归档和保存。于是我们开发了第二个服务产品——「罗宾 5G 商业评论 - 月度选编（月刊）」。

月刊最初的想法是从上一个月已交付的诸多知识块中，精选一些 5G、云计算和企业数字化强相关的内容汇总成一个小册子。每期月刊大约 80+ 页，以 PDF 报告的方式呈现。我们在设计风格上做了一定的优化，无论在 PC 还是微信 App 中均有较好的阅读体验。很多朋友反馈他们很喜欢这种风格，感觉比较清楚、大气，也体现专业性。

总的来说，2020 年的这些试验性探索也带给了 Robin 一种非常不一样的体验。Robin 在日常阅读的同时，通过「罗宾 5G 商业评论」粉丝群、公众号和月刊这三个手段，输出了 621 个知识块。Think with Robin，这句口号吸引到的新朋友数量远超之前多年的总和，行业跨度则更是翻了数倍。

2021 年元旦假期，我们在官方粉丝群发起了第一次满意度调研，很多读者积极参与了这次活动，除了标准的选择题外，绝大部分问卷都填写了文末的两个开放性问题。此处摘录一些要点：

来自罗宾的消息 Message From Robin

- 每日必读（日活跃）和每周必读（周活跃）的比例非常之高；很多读者留言已经养成了每天**08:30**的固定阅读习惯；
- 这个服务每天的目标使用时长是五分钟，但调研表明有相当比例的读者选择了“微信粉丝群置顶”；为了五分钟的服务时长而置顶微信**24小时**？感谢铁粉的支持；
- 很好的读者满意度，其中月刊的满意度又要高于粉丝群；有的读者会把每期月刊打印出来精读；
- 净推荐值（**NPS**）分数相当之高；除了首批粉丝定向邀请外，大部分粉丝都来自口碑推荐或自然增长；
- 读者普遍希望增加：**(1)** 知识块的分类、成系列和检索功能；**(2)** 有一定深度的长文型分析；**(3)** 更多互动机会；
- 针对可能的付费版本，读者意愿比例也很高。

坦率地讲，在这次调研之前，我们对用户的感觉也是靠猜测。虽然时常有收到读者朋友们的反馈，通常很正面，但毕竟都是个体样本。而这次的量化调研，无论是问卷数量，质量，还是调研结果，皆是

来自罗宾的消息 Message From Robin

远超预期。非常感谢大家的投入，你们的声音对于「罗宾 5G 商业评论」很重要。

展望 2021，一些工作重点设想：

1. 罗宾 5G 知识库：一个在线工具，用户可快速分类检索和查询知识块；
2. 长文章：从形式上看，长文正好是短文的相反方向；我们在构思一种新型的长文结构，区别目前公众号的主流长文形式；
3. 用户互动：探索一套用户提问、交流和反馈机制，看能否平衡典型微信社群“要么过于冷清、要么过于嘈杂”的问题；
4. 用户资格审核：继续保持对新入群读者进行资格审核，在不断吸收新读者的同时尽量“熵减”。

2020年是动荡的一年，2021年呢？大概率会继续延续各种不稳定状态。希望「罗宾 5G 商业评论」可以成为各位朋友有用的小工具。

不负光阴，逆风也可快速前行。

目录 Contents

#1 电信行业及 5G 技术

IoT 2025 连接收入空间	12
全球干线网络专线批发市场空间 2025	13
运营商 5G 2C 消费者业务收入构成 2030	14
Verizon 5G 广告：强化第三方和合作伙伴背书	16
消费者 5G 升级意愿调查（2019.5 vs. 2020.11）	17
OTT 视频与运营的业务集成类型	18
中国云服务市场规模（2024，分行业）	19
美国付费电视用户的持续下滑	20
FTTH 成为固定宽带增长的主要类别	22
全球五大国际城市的移动流量资费对比	24
美国家庭平均数据流量消费统计	25
全球智能机出货量排名（2020Q3）	27
全球移动视频的收入空间（2020~2025）	28
物联网项目实施的加速路径	29
物联网应用一般采集追踪哪些数据	31

目录 Contents

全球智能手机销售渠道：线上 vs. 线下	32
美国 Connected TV 的用户构成	33
#2 垂直行业讨论	
五大垂直行业应用物联网的五大场景	35
新冠疫情推动视频游戏需求的大幅攀升	36
通过有线电视 (Cable) 观看新闻的美国用户数量	38
北美现场服务管理软件应用的市场空间	39
全球车企电动车销量排名（截止到 2020年9月）	41
银行与支付行业行业加速数字化	42
中国与国际健身市场对比及家庭市场机会	43
2020Q3 全球PC市场销售的持续走高	44
中国智能电视的激活中短期和地域分布	45
VR/AR 目前的应用场景分布（按行业）	47
汽车行业新老势力市值对比	48
全球游戏市场规模及主要类别	50
今日头条 App 的三个排名	51

目录 Contents

中国品牌便利店的典型成本结构和单店销售额	52
Google 搜索的份额在不同终端的差异及缘由	53
“短视频”不短，细颗粒度的更有“钱”途	54
数字广告 Top 5 玩家	56
中国企业在数字广告上的花费增幅首次低于两位数	57
中国冷链物流冷库容量 2010-2020	58
美国整体广告花费增长率变化（2020 ~ 2020）	59

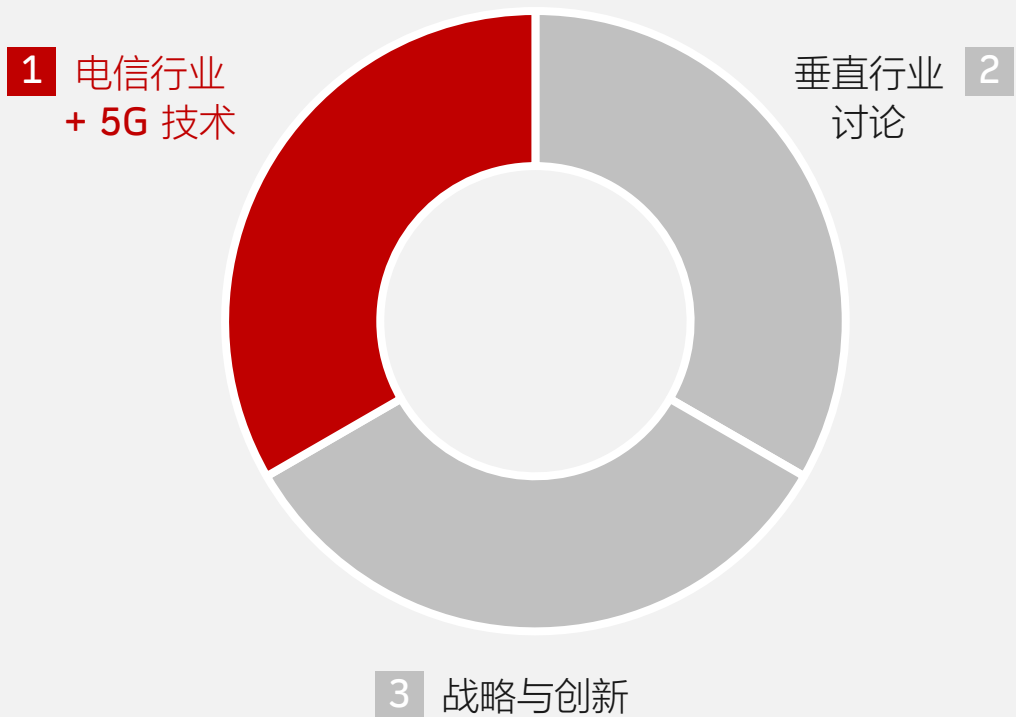
#3 战略与创新

企业 IoT 应用开发：自研团队 vs. 第三方？	61
服务化：Apple 的公司战略转型方向	63
全国两化融合关键指标统计	64
Apple One 消费类订阅业务的定价和产品包内容	65
数字生态系统的收入空间（2009~2018）	66
美股历年 IPO “无收入”企业大全	67
#平台经济# 混合云的经济模型	68
Disney+ 美国用户数预测 2020~2024	69

目录

Contents

大型科技公司持有的不动产生意	70
软银所持有投资的股权 vs. 软银的市值	72
从美国家庭开支构成看典型消费型社会的特征	73
中国城镇居民不同收入分布	74
大数据公司 Palantir 收入和股价的持续攀升	75
短视频创作也呈现头部效应	76
TikTok 全球五大市场	77
#新冠经济# 疫情后用户的零售消费场所的变化	78
Google 八个主力产品的市场份额分别是多少	79
印度 IT 及业务流程外包行业 2010 ~ 2020	82



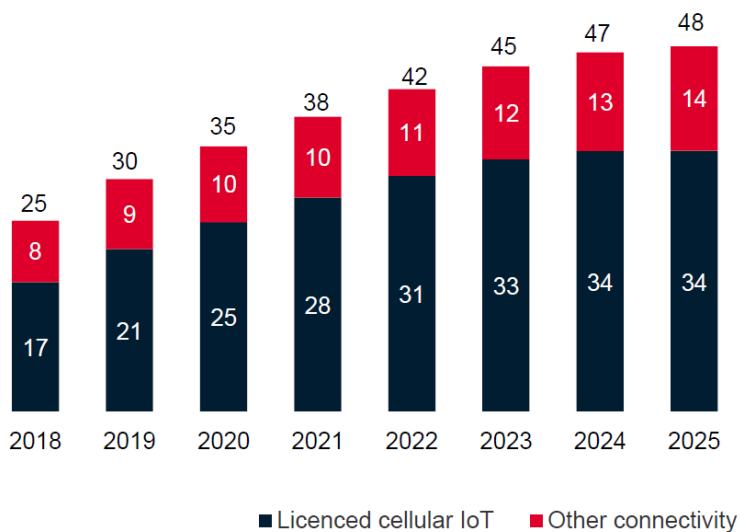
IoT 2025 连接收入空间

知识块
#W7KEM6

IoT 的网络连接手段有多种，大致可归为两类：**(1)** 使用授权频谱的蜂窝网络技术（NB-IoT, 4G/5G IoT）主要是运营商提供，可以支撑性能较好的广域范围自由移动；**(2)** 其他无线连接手段（比如：Wi-Fi, Lora 等）。

根据 GSMA 的研究，2025 年全球 IoT 的连接部分市场空间为 480 亿美元，其中运营商更关注的蜂窝网络 IoT 有 340 亿美元。

IoT connectivity revenue (\$ billion)



#GSMA

全球干线网络专线批发市场空间 2025

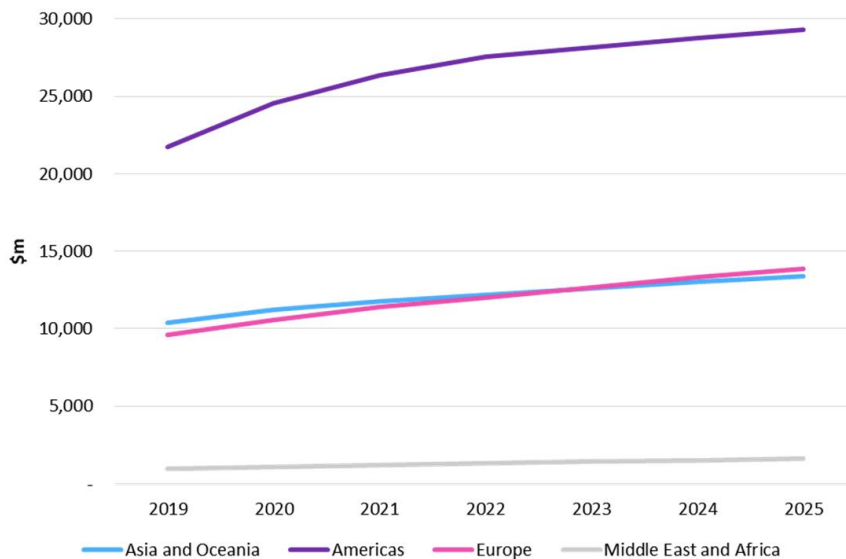
知识块
#5968GR

大型运营商建设了跨越全国的数据网络，除了接入自身品牌的宽带和专线外，也会批发干线带宽能力给第三方接入服务商和某些企业。

基于 OMDIA 的研究，干线批发的收入空间在 2019 年为 427 亿美元，预计到 2025 年将达到 581 亿美元，年度复合增长为 5.3%。

北美拥有全球最大份额（51%，2019年），预计到 2025 年也会维持在 50% 份额。

Wholesale national backbone revenue 2019–25



#OMDIA

运营商 5G 2C 消费者业务收入构成 (2030)

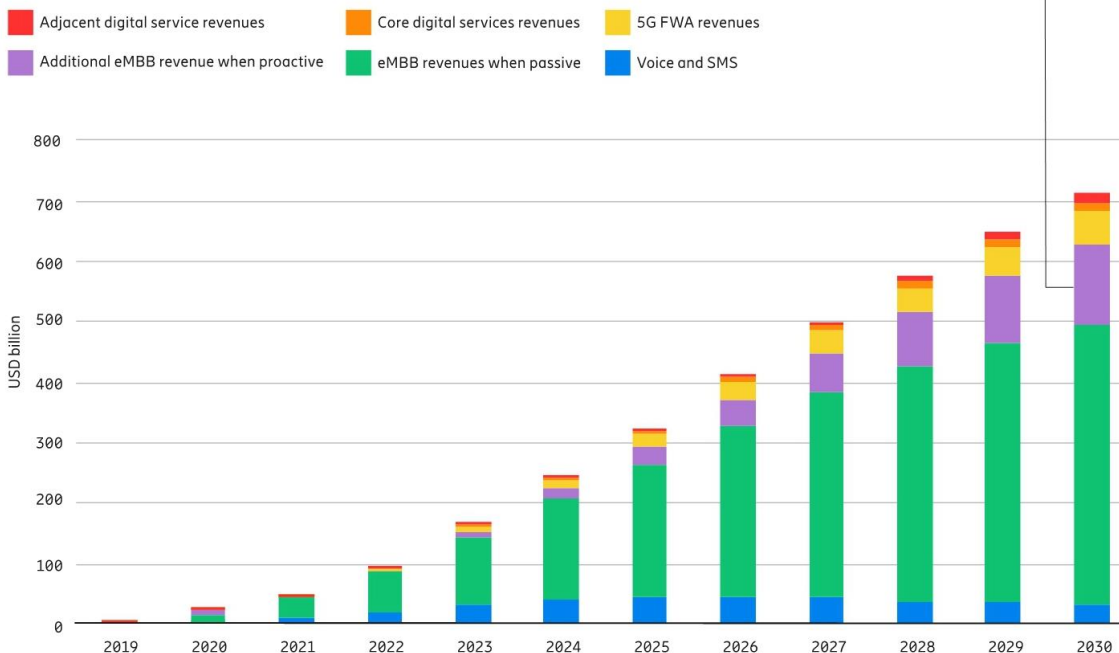
知识块
#5968GR

预计 2025 年 30% 的移动连接会使用 5G 技术, 2030 年这个比例会提升到 65%。

爱立信和 OMDIA 的一项联合研究认为 eMBB 移动宽带在 2030 年将实现 4610 亿美元收入; 如果运营商对相关应用和数字化业务进行捆绑, eMBB 的收入空间有机会达到 5980 亿美元。

增幅跨度达到 30% 之多, 这个比例也有助于我们的思考: 你是打算销售纯连接, 还是捆绑 Use Case? (下图紫色部分)

Figure 8: Impact on service provider approach on enhanced mobile broadband (eMBB) consumer revenues



Source: Harnessing the Consumer Potential Study, November 2020; Ericsson and Omdia analysis

FWA 是另外一个重点（黄色部分），**2030** 年收入空间为 **530** 亿美元。固网资源比较缺少的运营商应战略性地考虑 **FWA** 这个选项。

当然，**FWA** 这块的产品设计、定价和成本计算比较讲究，需要看具体竞品环境。

#Ericsson

Verizon 5G 广告：强化第三方和合作伙伴背书

知识块
#VHM6LF

附图是 Verizon 在华尔街日报的广告，强化了其在 J.D.Power (知名第三方评测机构) 和 AWS、流媒体 (Disney+、Hulu、ESPN+)、iPhone 12 等合作的消息传递。

对比而言，中国大陆运营商在 5G 2B 领域会比较强调合作伙伴或者代表性客户。而 5G 2C 领域，貌似还少见此类做法。

422 | Wednesday, November 11, 2020 THE WALL STREET JOURNAL THE WALL STREET JOURNAL Wednesday, November 11, 2020 | 423

Welcome to the fully networked economy. It runs on Verizon.

Over the past 8 months there's been a seismic shift. And a new world has emerged. One where we all work, learn, create, and even get healthcare over networks - built on the 21st Century infrastructures of mobility, broadband, and the cloud. We call this new world the fully networked economy and it runs on Verizon.

Verizon 5G Ultra Wideband is not only the first, but the fastest commercially available 5G in the world. Nobody is better positioned to help this new world reach its full potential than Verizon. That's why we are the partner of choice for the best companies in the world.



#WSJ

Robin
5G
Business
Review
罗宾 5G 商业评论

消费者 5G 升级意愿调查 (2019.5 vs. 2020.11)

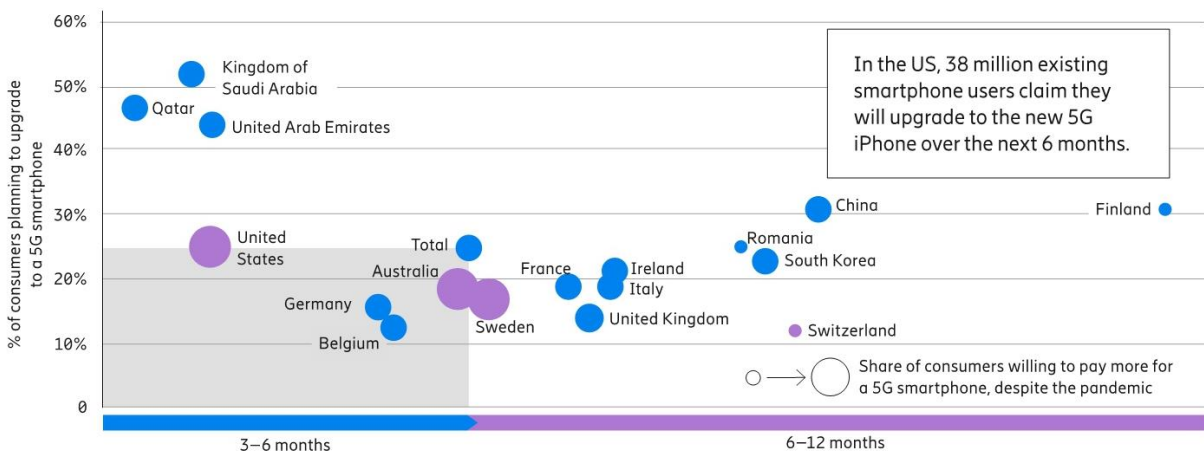
知识块
#UH4CZD

爱立信消费者实验室对于 5G 消费者升级意愿有长期的跟踪。在 2019年5月的调研中，主要市场（包含中国）的消费者愿意为 5G 合约付出 20% 的上浮溢价。

由于新冠疫情影响，在2020年11月的最新调研中，这个数字降为 10%。而 5G 先锋用户 (early adopter) 的调研中，有三分之一的人仍然愿意为 5G 溢价 20%。

5G 版的 iPhone 对于市场影响很大。以美国为例，有 3,800 万用户在 iPhone 5G 发布后的 6 个月内选择升级。

Figure 5: Consumer willingness to upgrade to a 5G device over a 12-month period



Source: Ericsson ConsumerLab, Harnessing the Consumer Potential Study (November 2020)

Base: Smartphone users aged 15–69 in Australia, Belgium, China, France, Finland, Germany, Ireland, Italy, Romania, South Korea, Sweden, Switzerland, the UK, the US, the UAE, Qatar and KSA

#Ericsson

OTT 视频与运营的业务集成类型

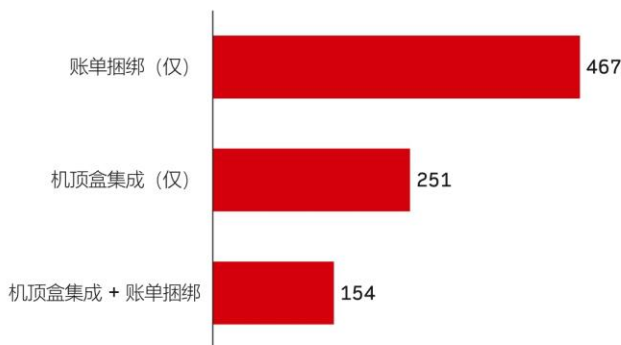
知识块
#PGQDWF

电信运营商与 OTT 视频服务商在一定程度上是竞争关系，在更多场合则是合作互补关系。

除了一些轻量级联合营销外，比较主流的做法是在业务层面进行深度集成，具体来说包括几种情况：

- (1) 账单捆绑：在运营商的消费者账户中进行 OTT 视频的计费；
- (2) 机顶盒集成：在运营商的固定宽带的 TV 机顶盒中集成来自 OTT 视频的内容（可能需要额外登录 OTT 的账户）
- (3) 账单捆绑 + 机顶盒集成：比较深度的集成。

R 国际运营商与 OTT 视频服务商的业务集成状态
按业务集成类型的合作个数 2020Q1



OMDIA, Robin5G

中国云服务市场规模（2024，分行业）

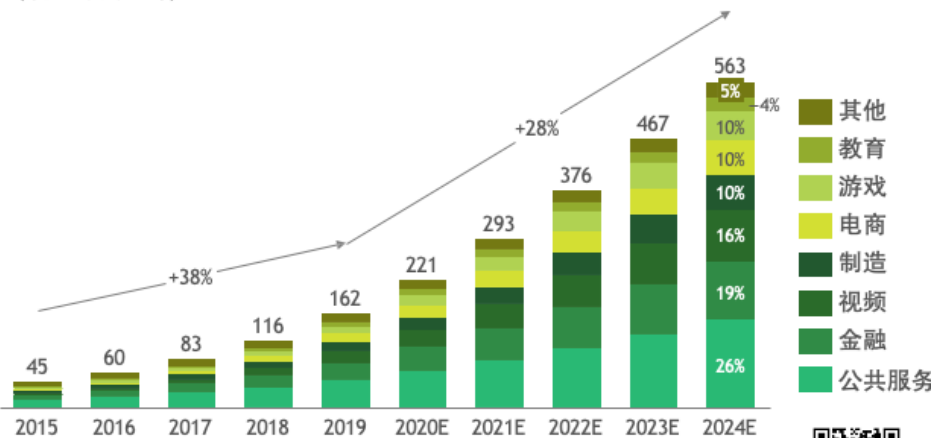
知识块
#WBK46X

BCG 基于 Frost & Sullivan 的数据绘制了一张图，展示了中国云服务的市场规模在 2024 年可达到 5,630 亿元/年。

其中，公共服务、金融和视频三大细分方向位居 Top 3，合计占据了 61% 的份额。

中国云服务市场规模

(单位：十亿人民币)



资料来源: Frost and Sullivan



#BCG

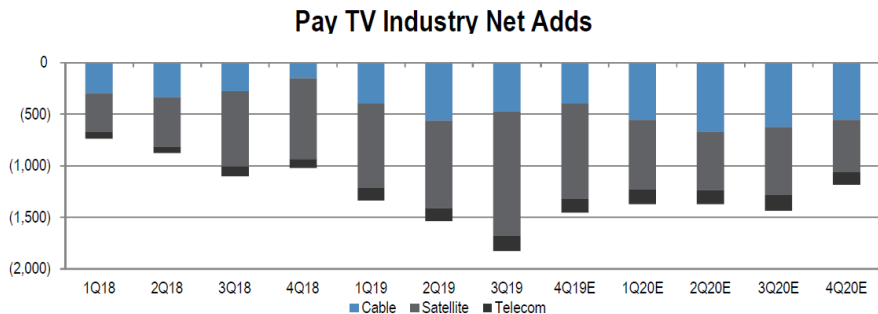
美国付费电视用户的持续下滑

知识块
#CSQJA6

美国的付费电视主要有三类服务商提供：(1) 广电运营商 **Cable**；(2) 电信运营商；(3) 卫星电视服务商。其中前两类占据了大部分份额。

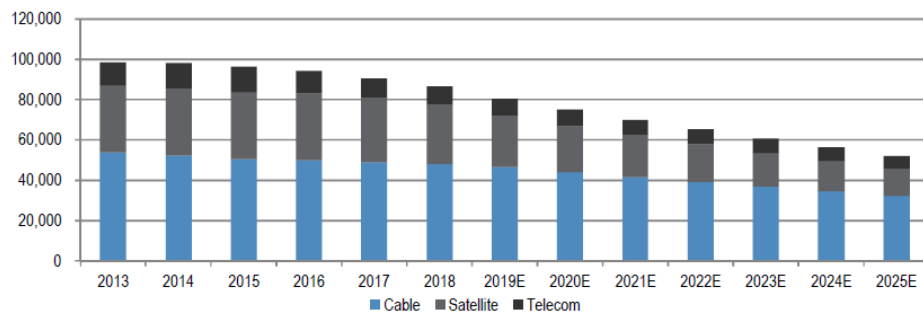
随着各种 **OTT** 流媒体视频的兴起，越来越多用户放弃了付费电视。预计 **2020** 年美国付费电视会减少 **570** 万户，年度同比降幅为 **6.8%**。

vMVPD（轻量级的付费电视套餐，通过 **OTT** 流媒体方式提供）一定程度降低了用户的流失，共计发展了 **200** 万净增用户。

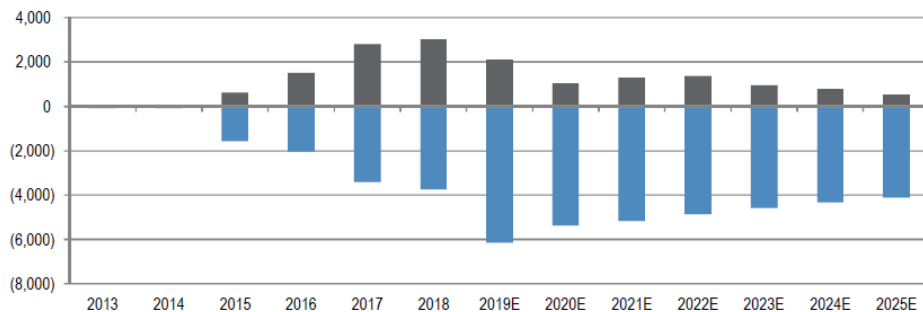


Source (all): Company reports and J.P. Morgan estimates.

Legacy PayTV Subscribers



Legacy & vMVPD Video Net Adds



#JP Morgan

FTTH 成为固定宽带增长的主要类别

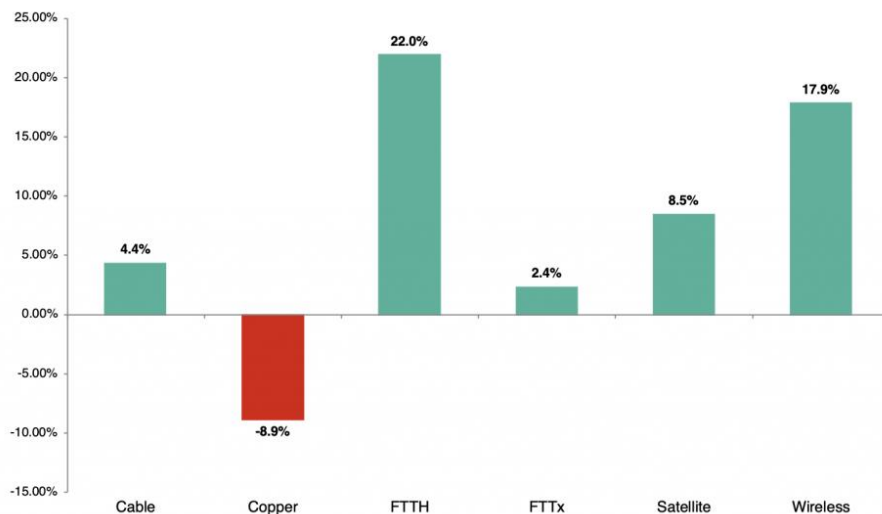
知识块
#X8TN26

全球固定宽带总用户近年来保持在 2~2.5% 的年度增幅，其中 FTTH 保持保持了 22% 的高速增长（2019Q1 vs. 2018Q1），而 Copper 铜线（xDSL）则在许多地区在持续退网。

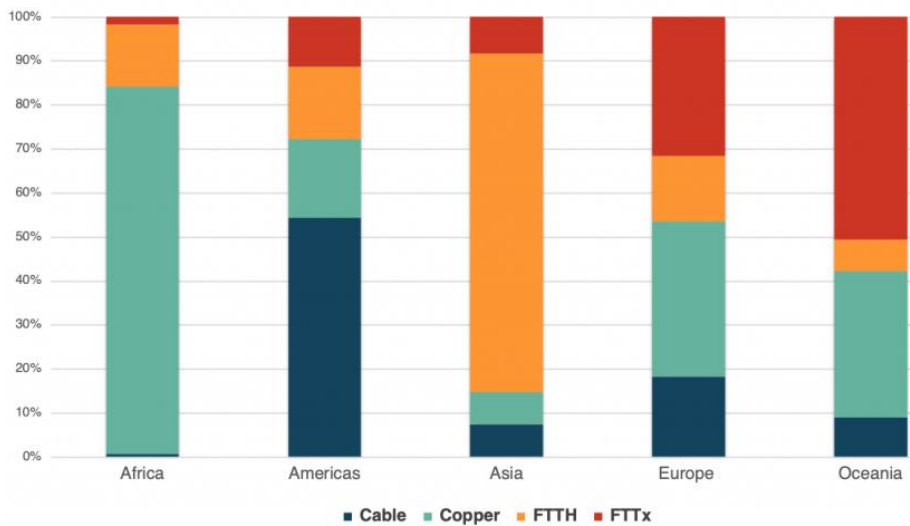
曾经一度流行的 FTTx 增长也不明显。从 FTTH vs. FTTx 的差别也可以看出，数字家庭需要相当大的每户带宽需求。

对比而言，每个地区的偏好存在很大差异；北美继续以有线电视网 Cable 为主，亚洲地区则尤其偏好 FTTH。

GROWTH IN SUBSCRIBERS BY TECHNOLOGY | Q1 2018 to Q1 2019



TECHNOLOGY MARKET SHARE BY REGION | Q1 2019



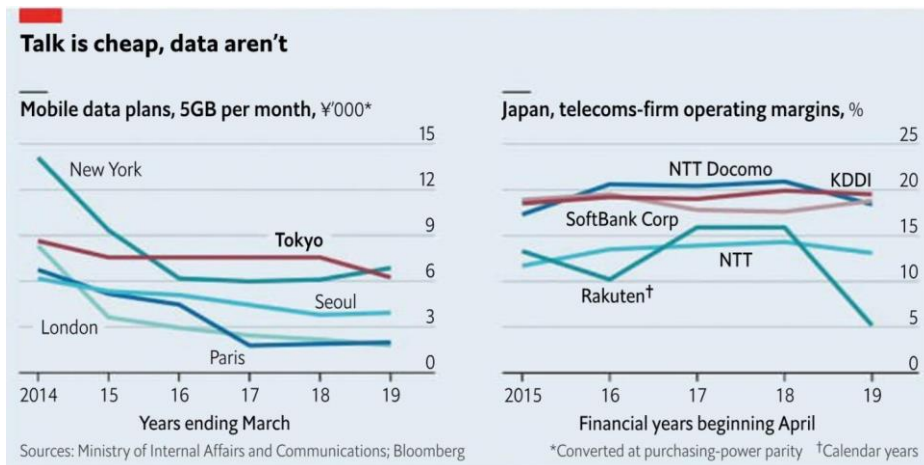
#Point Topic

全球五大国际城市的移动流量资费对比

知识块
#KHN64G

经济学人的一篇文章，对比了东京、首尔、伦敦、巴黎和纽约的移动流量资费（每月 5GB 的资费情况），结论就是日本最贵，东京的价格是巴黎的四倍以上。

需要留意的是，此处的数据和我们平常看到的不太一样，其做了经济学的处理，换算成了购买力平价（Purchasing Power Parity; PPP）。



#The Economist

美国家庭平均数据流量消费统计

知识块
#USCGM5

根据 Verizon 和 OpenVault 的数据，美国用户每天的流量对比 2019 有较大比例提升。

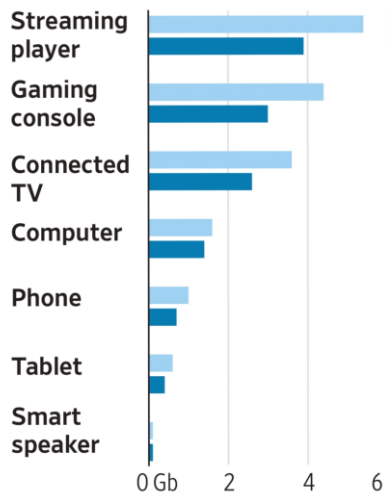
其中流媒体每天消费的流量接近 6GB，游戏主机也可以达到 4GB 以上。

按照终端类别排序，消耗流量的前五名分别为：(1) 流媒体播放器；(2) 主机游戏；(3) IPTV；(4) 计算机PC；(5) 智能手机。

美国家庭每月使用的流量（固网+移动）约 400GB。

Average daily data usage per device*

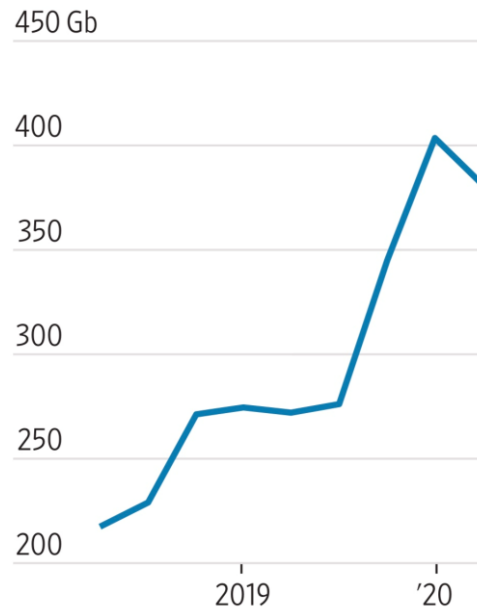
■ 2019 ■ 2020



*From January to May

Sources: VerizonSpecials (daily); OpenVault (month)

U.S. average monthly internet usage



#WSJ

全球智能机出货量排名（2020Q3）

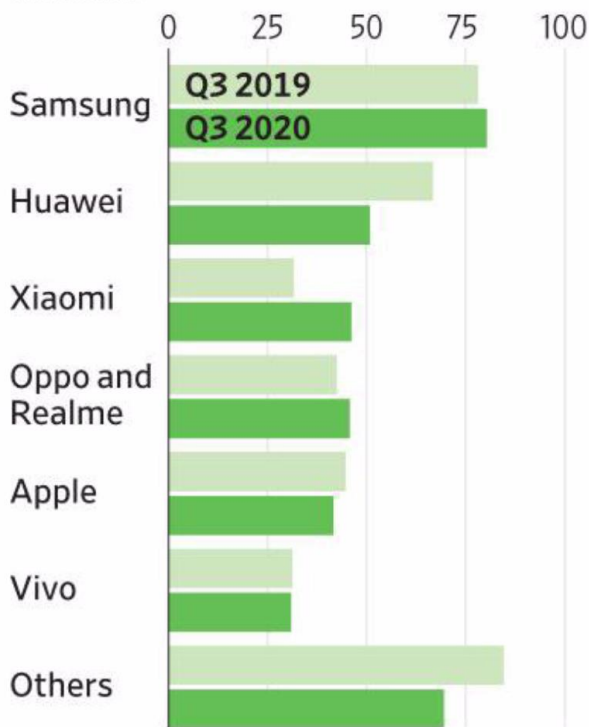
知识块
#D7XBF1

Counterpoint Research 针对全球智能机出货量 2020Q3 的排名。全球手机 Top 6 中，中国占据了四个品牌。

其中小米手机出货量取得了 46% 的同比增长，位居全球第三名。

Global smartphone shipments

In millions



Source: Counterpoint Research

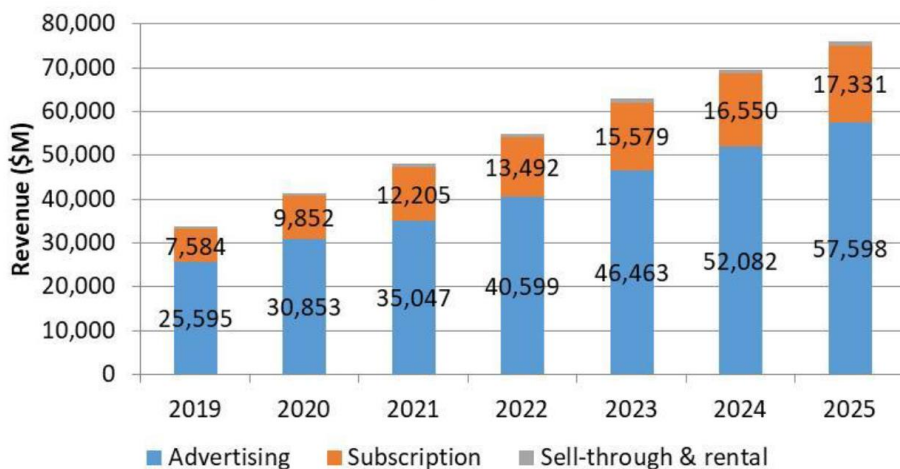
全球移动视频的收入空间（2020~2025）

知识块
#PGQDWF

移动视频一定是移动流量当前和未来的最大类别。如果把移动视频按照收入模式进行划分，最主要类别可包括：广告类收入（后向商业模式）和订阅收入（用户前向付费）。

基于 Strategy Analytics 的研究，全球移动视频在 2020 年的收入规模为 415 亿美元，预计到 2025 年会上升到 760 亿美元。2020 年全球视频赛道中会有 21% 来自移动侧，预计 2025 年这一比例会上升到 27%。

Mobile Video Revenue By Business Model: 2019-2025



Source: Strategy Analytics, Media Strategies Group, 2020

#Strategy Analytics

物联网项目实施的加速路径

知识块
#KHN64G

物联网并非全新概念，如何加速企业实施物联网应用的实施进度？充分利用第三方平台公司提供的商用工具包，或者直接的商用成品则成为较好的选择。

Analysys Mason 和 Vodafone 调研和归纳了一些典型做法：

- (1) 智能照明和建筑能源管理等数字建筑解决方案，商用成品提供了一种快速、低风险的替代方案。
- (2) 即便是复杂的物联网安防系统，也可选择即插即用的解决方案购买。

应用者通过多种路径来开发项目

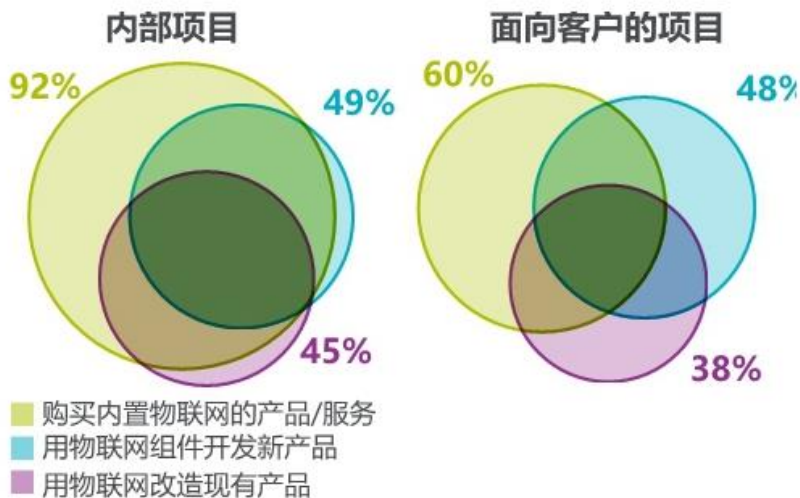


图22：您如何将物联网融入业务当中？

(3) 企业可以使用应用支持平台，快速开发并本地化应用。在项目实施阶段，45%的应用者会与物联网平台商合作。

(4) 53%的企业表示，在开发物联网解决方案的时候，托管解决方案选项对于他们来说十分重要。

保险企业通过内置物联网快速获利



数字战略越来越成为企业业务目标的关键。如今，企业如何利用最新技术，在稳固其市场地位中发挥着越来越大的作用。物联网在这方面起着关键作用。几乎四分之三（72%）的应用者表示，没有物联网，数字化转型无异于空中楼阁。即使是考虑应用者中也有超过半数（55%）的企业同意这一点，即使他们尚未将他们的蓝图付诸行动。对于最成熟的用户，应用物联网正在变得稀松平常，这是他们整体数字和业务战略的另一个关键因素。

在外部或面向客户的物联网解决方案方面，只有15%的保险企业推出了内置物联网的产品，但有52%的保险企业对现有产品进行了物联网改造。这可能包括在投保人现有的监控系统中增加物联网，或者使用远程信息技术对旧车进行升级更新，以提供基于使用情况的保险(UBI)。

#Analysys Mason, Vodafone

物联网应用一般采集追踪哪些数据？

知识块
#E67WN9

物联网应用者正在使用物联网来监控和追踪一系列范围广泛的变量——从位置到健康、从消耗到状况。根据 **Analysys Mason** 和 **Vodafone** 的调研，目前每个企业的平均变量水平是四个，最常见的用例是追踪实体资产的安全性。

下图是围绕具体最终哪些变量，不同企业的调研倾向性。

应用者在追踪一系列范围广泛的变量a

安防

例如：门禁控制、存在、入侵



位置

例如：车队追踪、地理围栏



消耗量

例如：燃油、能源、原材料



环境

例如：灯光、声音、温度、湿度、污染



状况/处理

例如：震动、制冷



占用

例如：交通堵塞、停车、人群



事件

例如：泄漏、冲击



人员/健康

例如：心跳、血压、独自工作者



图24：您目前使用物联网来监测、测量或追踪什么变量？什么变量是您打算要用到的？

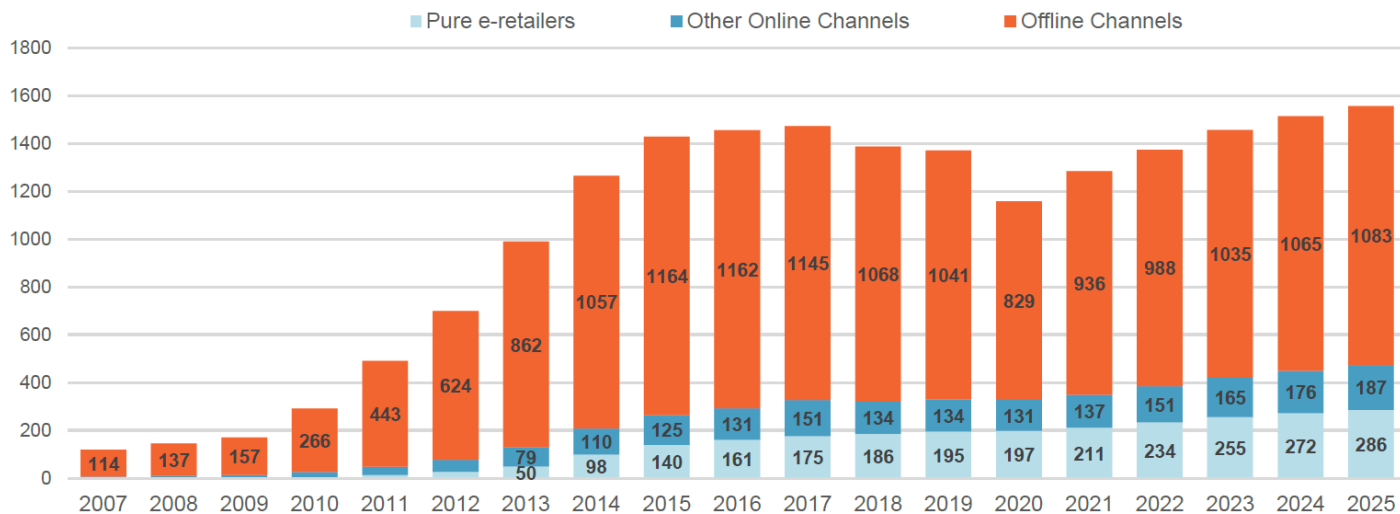
#Analysys Mason, Vodafone

全球智能手机销售渠道：线上 vs. 线下

知识块
#FLBYMP

根据 **Strategy Analytics** 的研究，虽然智能机的线上渠道增长很快，但整体来说，大部分手机还是通过线下实体渠道进行分销。基于此观点，我们也可思考实体渠道，尤其是门店的长久价值和进一步发挥空间（例如：终端配套产品和服务的销售）。

STRATEGYANALYTICS GLOBAL SMARTPHONE DISTRIBUTION FLOWS BY ONLINE VS. OFFLINE (MILLIONS OF UNITS)



美国 Connected TV 的用户构成

知识块
#W1VUKY

无论是机顶盒，还是电视棒，有若干种方式让电信变成 Connected TV。

以 2019 年为例，美国大约有 1.9 亿用户，其中 Roku（机顶盒）有 7,000 万，Amazon Fire TV 有 5,570 万，Google Chromecast 有 3,160 万，Apple TV 有 2,510 万。

需要说明的是，用户可能会同时拥有两三种连接手段。尤其是 Chromecast 这种比较容易携带和插拔切换的电视棒。

Connected TV Users, by Device

US, 2019, millions

Amazon Fire TV

55.7

Apple TV

25.1

Google Chromecast

31.6

Roku users

70.1

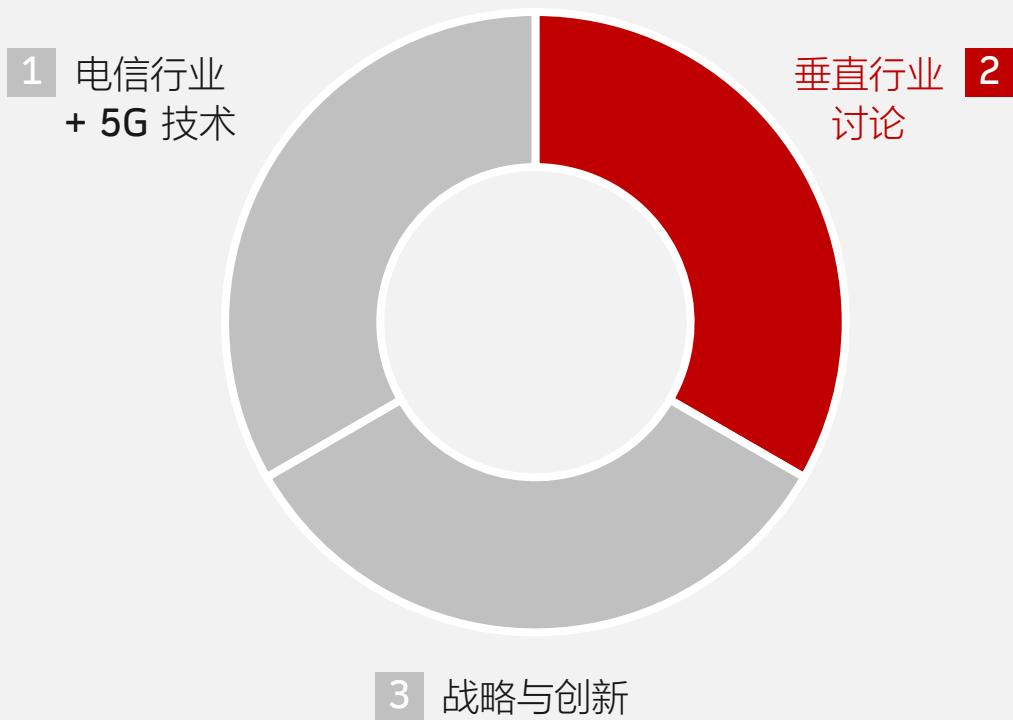
Connected TV Total

190.0

Source: eMarketer, July 2018

www.eMarketer.com

#eMarketer



五大垂直行业应用物联网的五大场景

知识块
#7VT9UY

微软委托 Hypothesis 咨询公司持续进行垂直行业 IoT 应用调研。摘录一段关于制造、零售、医疗、电力及公共事业、石油天然气五大行业的 Top 5 应用场景排名。

以医疗行业为例，Top 5 都是侧重于支撑类的需求，库存、员工、合规等，并没有触及医疗核心业务。

一个启发是，开发 2B 先从比较弱的场景切入也许更实在。先捏软柿子。

附图7
行业应用物联网的五大原因

制造

生产流程监控	47%
工业自动化	44%
生产规划和调度	44%
质量和合规性	41%
流程优化	39%

零售

供应链优化	42%
监控和安全	40%
库存优化	39%
互联物流	36%
数字化配送中心	35%

医疗

库存跟踪	49%
员工跟踪	45%
IT安全	44%
合规性	41%
设施管理	40%

电力和公用事业

电网资产维护	46%
智能电表	41%
发电优化和负荷平衡	41%
智能电网自动化	40%
IT安全	40%

石油与天然气

IT安全	48%
资产和预防性维护	46%
排放监测和减少	42%
家居或建筑能源管理	38%
远程基础设施维护	37%

新冠疫情推动视频游戏需求的大幅攀升

知识块
#5XTBQW

新冠疫情让个体之间保持足够的社交距离（**Social Distance**），停留在家中的消费者开始大幅提升对视频游戏的需求。

根据 **NPD Group** 的研究，美国消费者在视频游戏各环节（硬件、内容、配件等）的采购量都保持了较大增长，尤其是三四月的硬件采购。看得出来好多家庭是突击性采购。

一些数字：

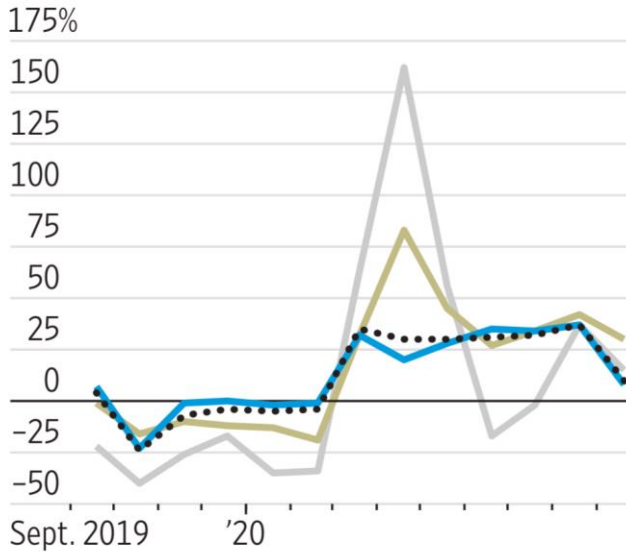
- (1) 美国大约有 **2.4** 亿视频游戏用户；
- (2) 2020Q3，用户在 **YouTube Gaming**、**Facebook Gaming** 和 **Twitch** 观看游戏流媒体的总时长为 **74.6**小时；
- (3) 2020 全球游戏软件的开销为 **1,750** 亿美元。



Jason Anthony, 37, went from playing videogames only on weekends to playing daily when he started working from home. He's now back to working from an office, but still playing every day.

Videogame industry sales, change from a year earlier

■ Total sales ■ Content*
■ Hardware ■ Accessories



*Includes physical & digital full game, downloadable content, microtransactions and subscription consumer spending across console, cloud, mobile, portable, PC and VR platforms

Source: The NPD Group

#WSJ

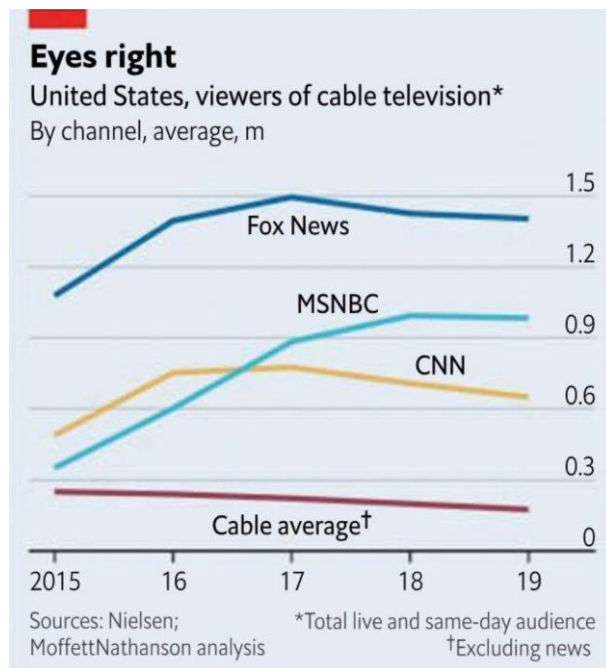
通过有线电视 (Cable) 观看新闻的美国用户数量

知识块
#XKMBJ9

传统电视被互联网媒体分流是仅十年来的持续现象。但是，美国电视台新闻节目却迎来了更多观众。这一切都是因为政治话题持续升温。

从 2015 年起 Fox News、MSNBC 都有不同程度的增长。CNN 开始有一个增长过程，后续有所下滑。新闻频道的收视观众数量远超有线电视其他频道。

2020 年是一个多事的年头。可能后续会保持相当一段时间的“不稳定”状态，这个状态下，对于严肃新闻媒体电视频道来说，这是一个好消息。



北美现场服务管理软件应用的市场空间

知识块
#YFE9RJ

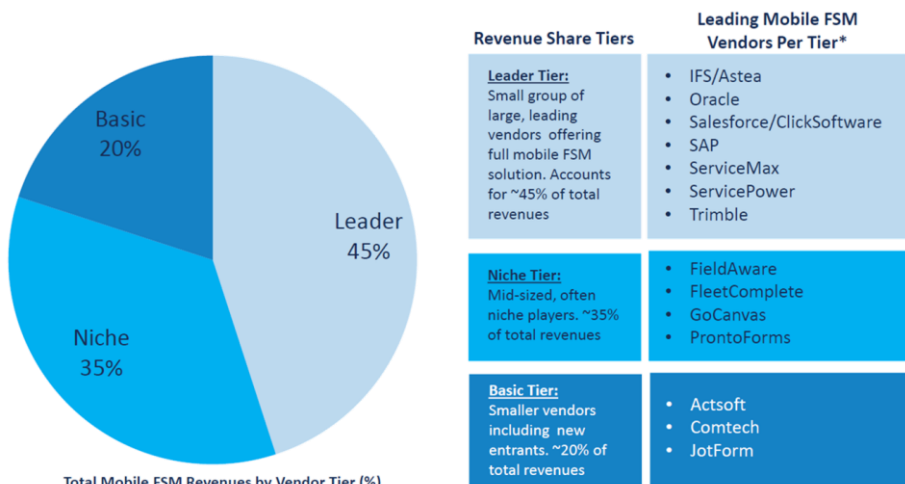
FSM (Filed Service Management, 现场服务管理) 应用主要指服务各种需要现场维修或者工程部署人员使用的 2B 侧企业应用软件, 可以认为是一种 2B SaaS。

FSM 目前在北美发展相对最靠前, 2019~2025 将保持在 17.4% 的高速成长状态。

Frost & Sullivan 咨询公司对 FSM 进行了研究, 并按软件服务供应商进行了分层; 大致 45% 的收入来自诸如 SAP、Oracle 等领先服务商; 也有 35% 比例来自细分市场。

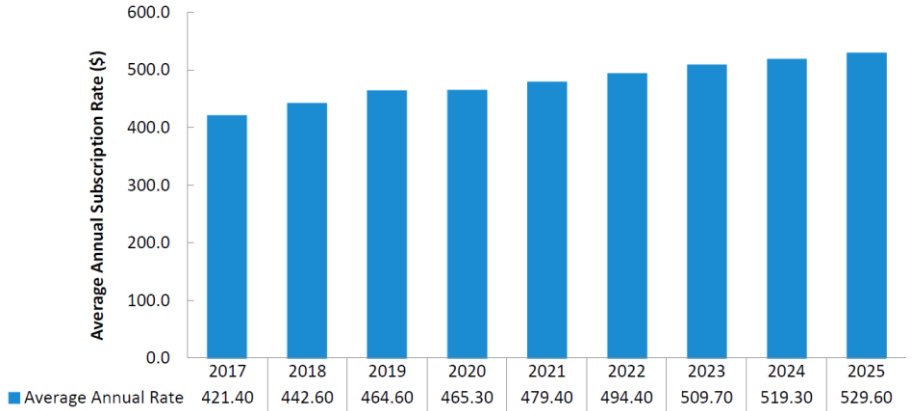
随着 5G + 垂直行业的深入, 各种行业应用也是运营商高度关注的范围。AT&T 在 FSM 领域有一定的产品布局, 希望能够分得一些份额。

Mobile Field Service Management Market: Vendor Revenue Share Tiers, North America, 2019



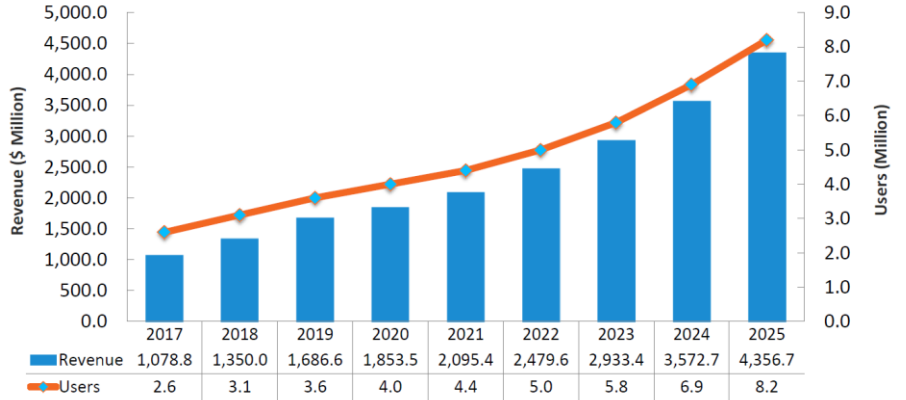
Mobile Field Service Management Market: Average Annual Subscription Rate, North America, 2017-2025

Price CAGR 2019-2025 = 2.2%



Mobile Field Service Management Market: Revenue and User Forecast, North America, 2017-2025

Revenue CAGR 2019-2025 = 17.4%



全球车企电动车销量排名（截止到 2020年9月）

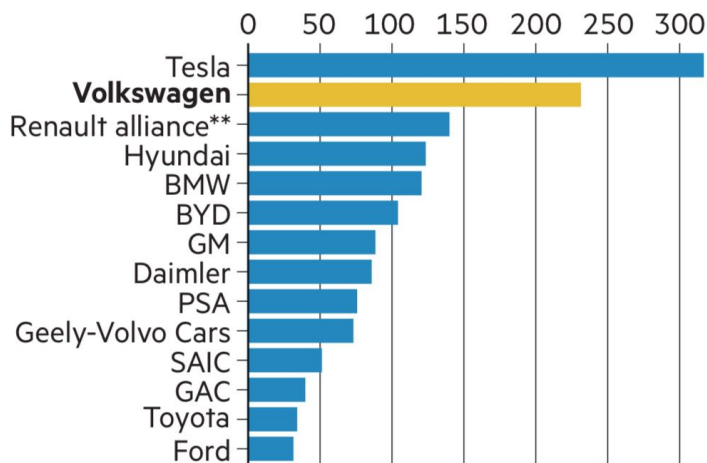
知识块
#68XR4M

全球汽车行业正在面临燃油车像电动车的转换。对于车企，尤其是新型电动汽车企业，面临的不是“弯道超车”，而是“换道超车”。

下图是截止到 2020年9月，主要车企的电动车销售量排名。

VW aims to steal Tesla's crown

Global electric car sales, year to Sep ('000 units)*



* Includes battery electric and plug-in hybrids ** Renault-Nissan-Mitsubishi

Sources: Investment Company Institute; Refinitiv; Bloomberg

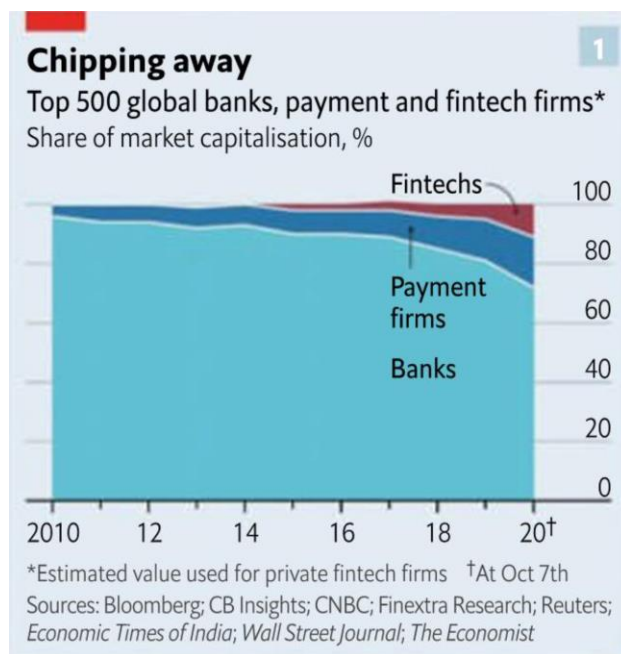
银行与支付行业行业加速数字化

知识块
#CA5QYN

全球 Top 500 银行、支付和金融科技机构按市值计算的话，2010 年时有 96% 是银行，到目前这个数字下降到 72%。

支付企业和金融科技公司的市值占比则一路飙升，达到 28%。

新冠疫情催生很多线上支付以及无接触支付，以美国为例，仅 2020 年 4 月，移动银行业务量增加了 85%，在线银行的开户数则增加了 200%。



#The Economist

中国与国际健身市场对比及家庭市场机会

知识块
#RJUVHA

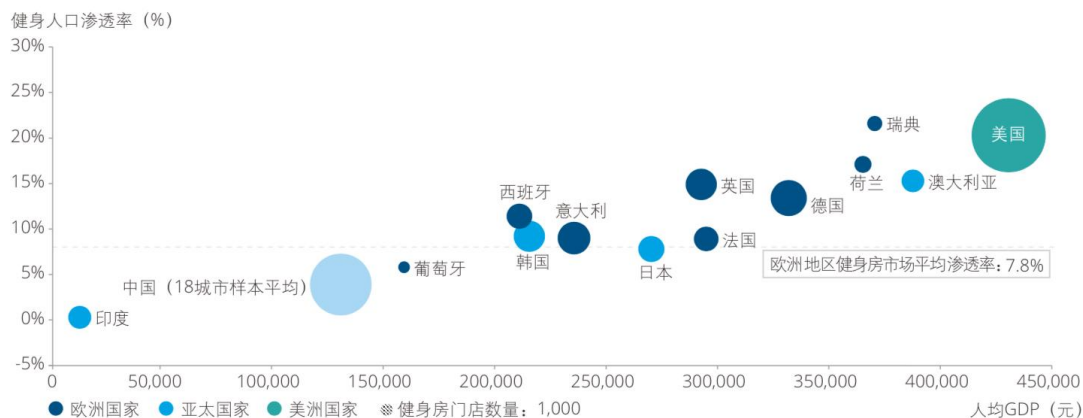
中国的健身房行业与 2000 年左右萌芽，到 2004 年市场红利引发高速增长。2008 金融危机前后，整个市场开始放缓。

2015 年前后，随着经济发展和国民健康意识增加，健身房行业再次回暖。根据德勤的研究，2019 年中国 Top 18 大城市的健身市场规模达到 340 亿人民币。

对比国际市场，美国健身人口渗透率达到 20.3%，北欧国家 15%，欧洲平均为 7.8%，中国还有很大的发展空间。

随着新冠疫情的影响，我们认为围绕家庭版的健身也会有需求。联系到最近北美的一些科技公司融资案例，也是围绕家庭版展开。

图 2.1：中国与国际健身市场对比，2019



注：图中采用 2018 年 12 月 28 日美元对人民币 1:6.8785。

资料来源：国家统计局；全球大健康研究机构 Global Wellness Institute (GWI)；国际健康、运动与健身俱乐部协会 (IHRSA)；IMF 世界经济展望数据库；德勤访谈、研究和分析。

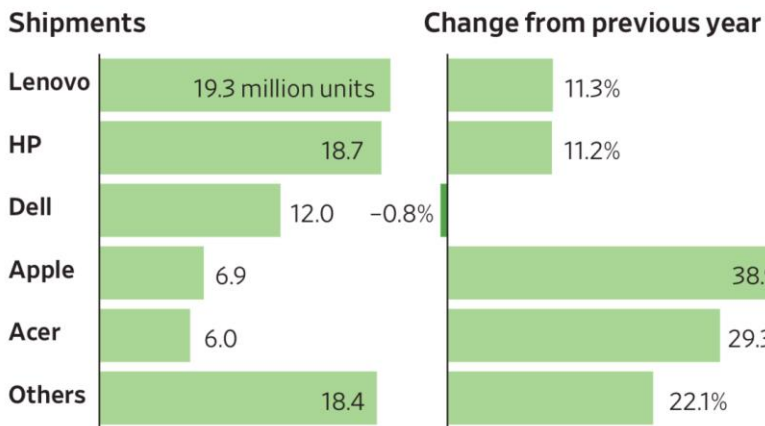
2020Q3 全球PC市场销售的持续走高

知识块
#SA86GM

受新冠疫情影响，远程工作、在线教育、以及娱乐需求等推动，全球 PC 取得了较大幅度增长。

基于 IDC 的数据，Apple 取得了 38.9% 的年度同比增长。以 PC 这么成熟的赛道来说，这个增长相当罕见了。

Top 5 companies for global PC shipments and change from previous year for the third-quarter of 2020



Note: Traditional PCs include desktops, notebooks, and workstations, and do not include tablets or x86 servers.

Source: IDC

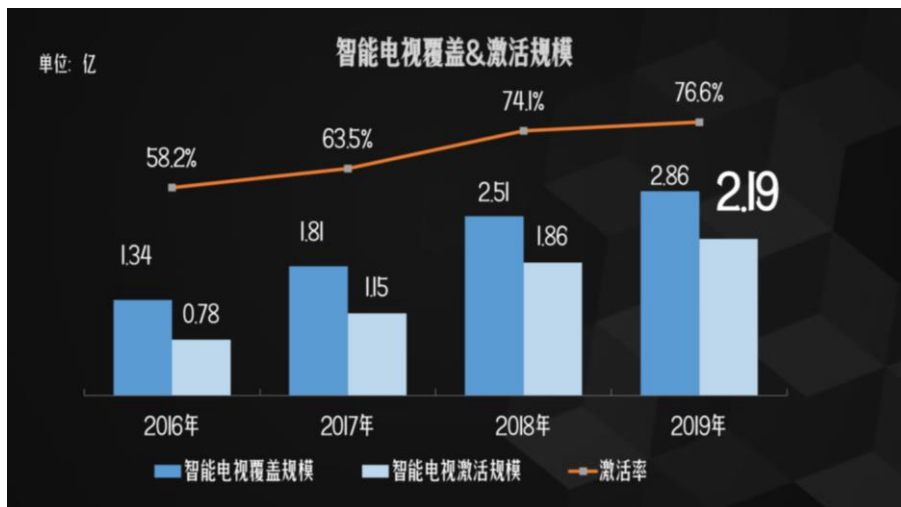
#WSJ

中国智能电视的激活中短期和地域分布

知识块
#S79MP8

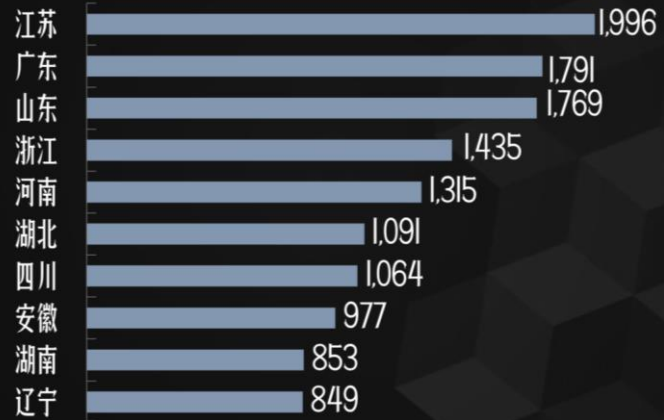
截止到 2019 年，全国智能电视覆盖规模为 2.86 亿部，激活了 2.19 亿部，激活率 76.6%。

按省份来看，江苏规模最大，接近两千万部，有七个省达到千万级，分别是：江苏、广东、山东、浙江、河南、湖南和四川。



智能电视分省激活覆盖TOP10

单位：万户



VR/AR 目前的应用场景分布（按行业）

知识块
#CVU697

根据 IDC Research 的研究，目前 VR/AR 应用最多领域是在消费电子，尤其是偏游戏娱乐类，占据了 37.4% 的份额。

分销零售行业是第二大应用领域，占据了 23.4% 份额。

制造业和公共事业排名第三四名。

Who's using?

Spending on augmented and virtual reality by sector, %

Based on 2020 market share



Source: International Data Corporation

#The Economist

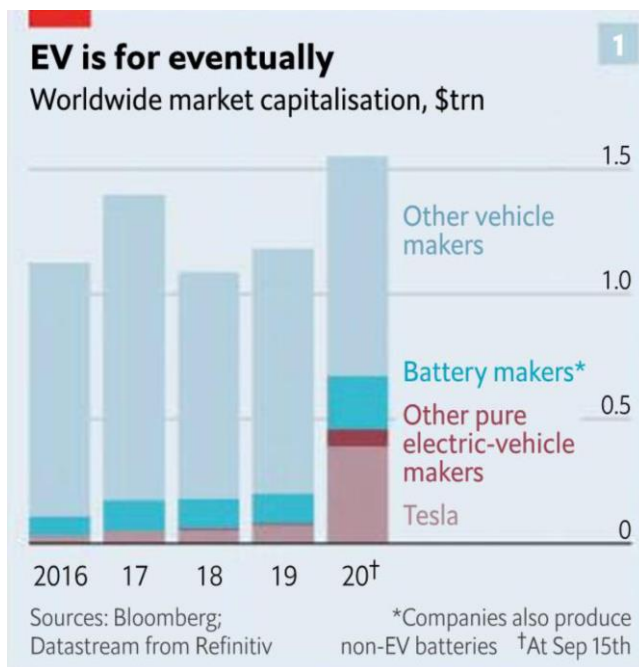
汽车行业新老势力市值对比

知识块
#JL4PWG

经济学家绘制了一张图展示了 2016 年以来，全球汽车产业制造商的市值统计。

可以看到特斯拉一家占据了整个汽车行业的很大部分。

垂直行业的数字化过程，会是品牌集中度收敛的过程？（某些行业，例如媒体广告行业就是这样的）



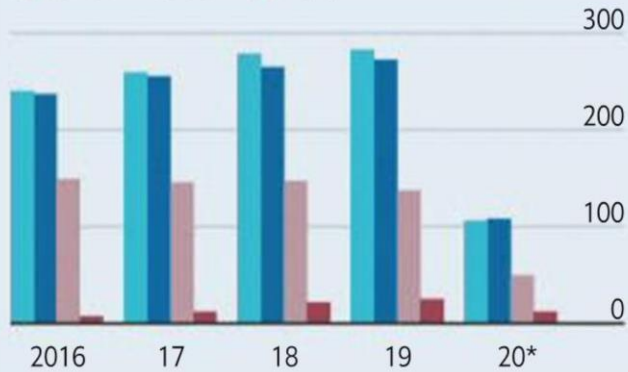
A long road ahead

2

Revenues, \$bn

Selected vehicle manufacturers

Volkswagen Toyota
General Motors Tesla



Source: Bloomberg

*January-June

全球游戏市场规模及主要类别

知识块
#2QKM73

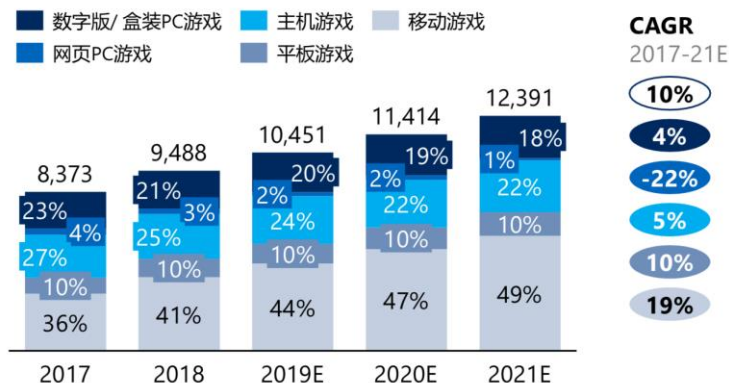
游戏整体可分为几类：(1) PC（客户端）游戏；(2) 主机游戏；(3) 移动（手机）游戏；(4) PC 网页游戏；(5) 平板游戏。

基于九谦咨询的研究，2020 年全球游戏产业市场规模可达到 1.1 万亿元，近年增幅保持在 10% 左右。

细分类别看，PC 网页游戏在大幅下滑，而移动游戏则保持了 19% 的高速增长。

全球游戏市场规模

亿元¹，2018 - 21E



2018年各地区移动游戏市场收入



#九谦咨询

今日头条 App 的三个排名

知识块
#TVP6JW

36Kr 一份泛资讯类App 的研究报告有三张图，连起来读就是：

- (1) 今日头条 App 在 DAU（日均活跃用户）排名第六
- (2) 在人均使用次数排名第三
- (3) 在人均使用时长排名第一

一般来说，时间是最重要，尤其是争夺广告预算时。

所谓“做时间的朋友”，因为时间最值钱……

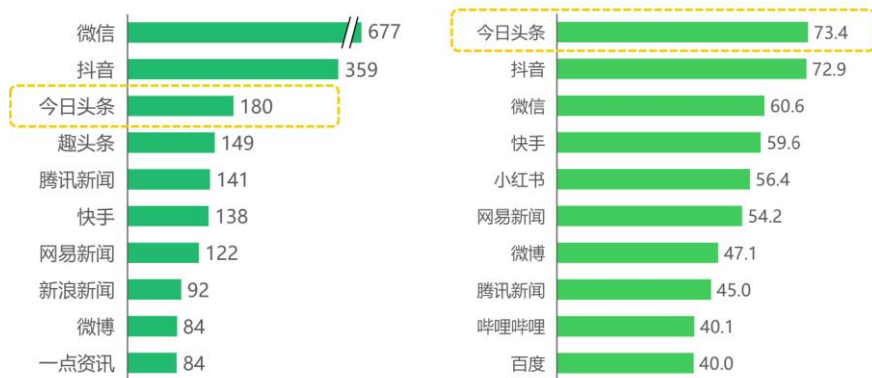


图1.5.2: 主要泛资讯产品人均使用次数排名 (次)
数据来源: TalkingData (2020年6月)

图1.5.3: 主要泛资讯产品人均单日使用时长排名 (分钟)
数据来源: TalkingData (2020年6月)

中国品牌便利店的典型成本结构和单店销售额

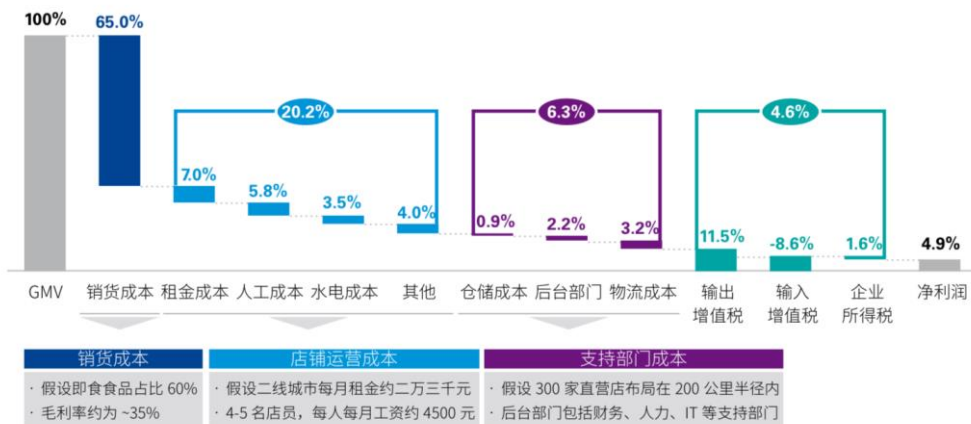
知识块
#BAN2V7

便利店行业一直保持高速增长，在实体零售中一枝独秀。

KPMG 的一项研究归纳了典型便利店（二线城市）的成本结构，净利润水平为 5% 左右。

而 2019 年单点日均销售额为 5,297 元。草算下来，全年销售额为 193 万元。

典型便利店品牌在二线城市的成本结构测算



信息来源：公开资料，专家访谈，毕马威分析

#KPMG

Google 搜索的份额在不同终端的差异及缘由

知识块
#18FKRZ

众所周知，**Google** 是全球搜索市场的主导者。我的关注点是，为什么 **PC**、平板和手机三者的份额差距还是很大的？

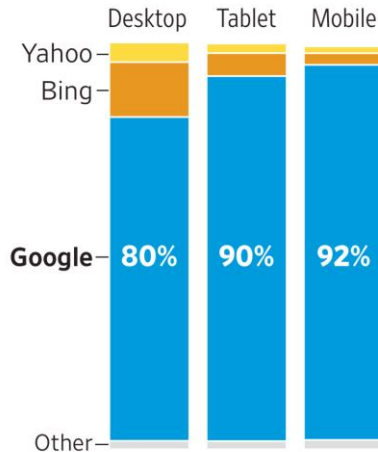
为什么移动侧的份额比 **PC** 侧高那么多？

可能和 **Android**、还有手机默认内置搜索引擎有关系。

而 **PC** 侧，用户会有一个例行的动作就是在浏览器中输入网址，而移动侧很多时候是在搜索框直接搜了 —— 这个行为差异对最终市场集中度的影响是巨大的。

Google dominates the search market across platforms.

U.S. search-engine market share, August 2020



Note: Market share doesn't add up to 100% due to rounding.

Source: Statcounter

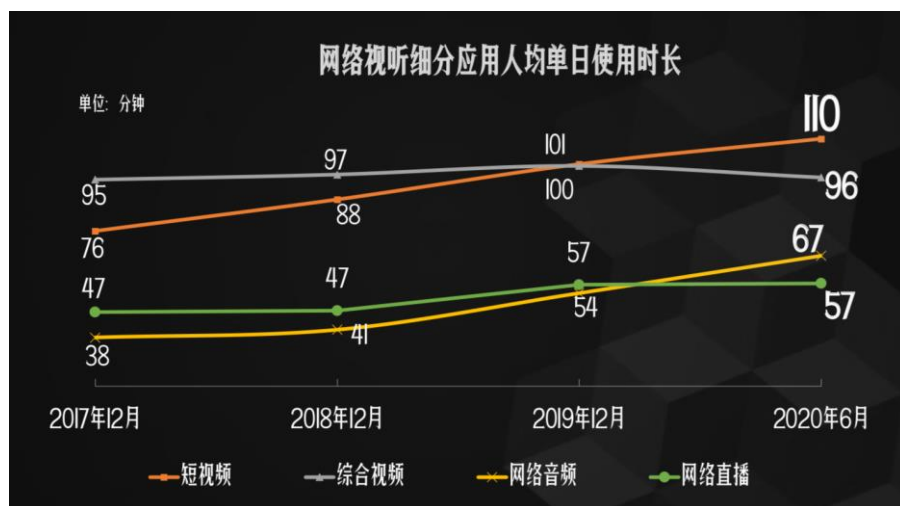
“短视频”不短，细颗粒度的更有“钱”途

知识块
#A3YMRJ

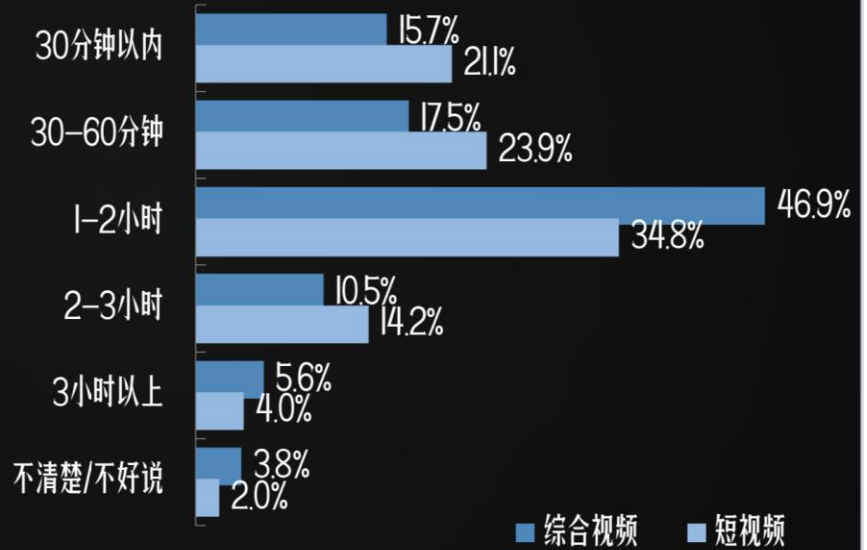
每个短视频虽然每个时长很短，最短十五秒左右，但用户耗在上面的总时长最多。

从网站平台角度，同样一个小时，短视频用户会与平台互动很多次，翻上翻下点击菜单等；每次互动都是一次商业化机会，比如一次广告呈现。

而长视频，更多是为了保护用户体验，相当一段时长得保持很安静。总不可能看个电视剧，每隔五分钟插入一次广告吧。



收看网络视频节目的时长



#中国网络视听节目服务协会

数字广告 Top 5 玩家

知识块
#BAN2V7

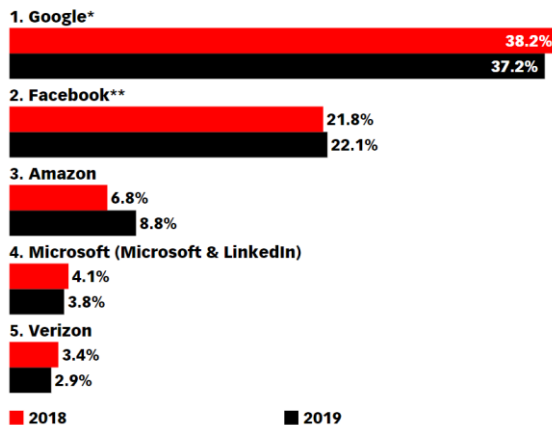
附图是 2018~2019 美国数字广告收入 Top 5 玩家及其份额。

简单来说：

- (1) 第一梯队: Google + Facebook 双雄拿走了全美 ~60% 的广告收入;
- (2) 第二梯队三个玩家, Amazon、Microsoft 和电信运营商 Verizon;
- (3) 剩下的所有企业分得 ~25%。

在线广告业务是最为“最经典”的数字化赛道，这个比例有助于我们的逻辑推理，可能很多行业最终数字化后，都会向这个比例大幅靠拢。

Top 5 Companies, Ranked by US Net Digital Ad Revenue Share, 2018 & 2019
% of total digital ad spending



#eMarketer

中国企业在数字广告上的花费增幅首次低于两位数

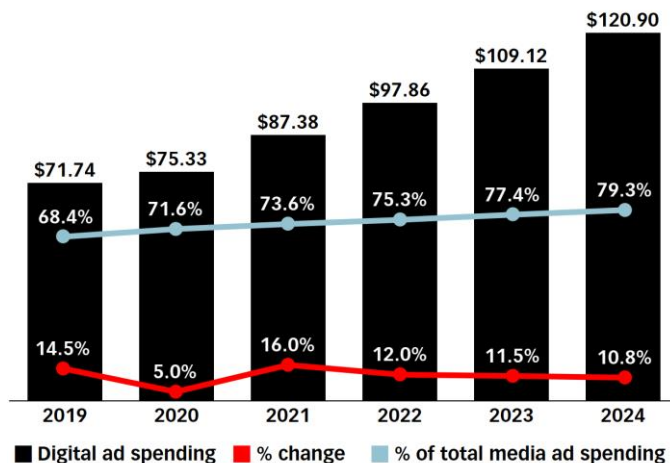
知识块
#RFVXL9

eMarketer 在 2020 年 6 月的一项预测数据调整，因为新冠疫情等影响，中国企业在数字广告上的花费 2020 年增幅为 5%。

对比而言，这个增幅之前一直是保持两位数的增长。eMarketer 也认为 2021 年起将继续恢复 10% 以上的增长幅度。

预计 2020 年，中国企业（含政府等组织）在数字广告上的花费达到 753 亿美金；2024 年将达到 1209 亿美金。

Digital Ad Spending in China, 2019-2024
billions, % change and % of total media ad spending



Note: includes advertising that appears on desktop and laptop computers as well as mobile phones, tablets and other internet-connected devices; includes classifieds, display (banners/static display, rich media, sponsorships and video, including advertising that appears before, during or after digital video content in a video player), search (paid listings, contextual text links and paid inclusion) and email; excludes Hong Kong
Source: eMarketer, June 2020

T10903

www.eMarketer.com

中国冷链物流冷库容量 2010-2020

知识块
#XCMN4J

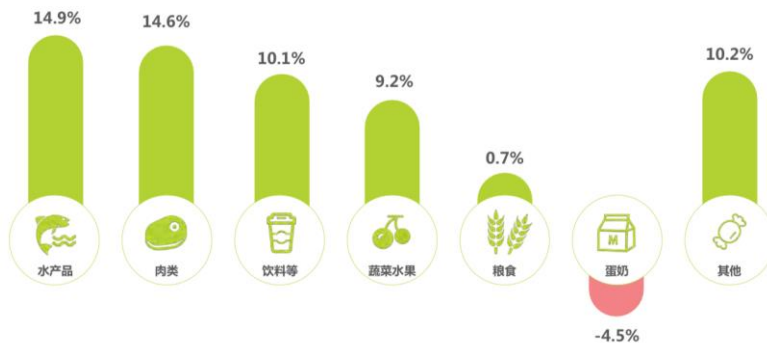
冷链物流主要包括仓储、运输、加工打包等。随着中国生鲜电商行业的快速发展，冷链在 (1) 温度控制、(2) 产品可追溯性、(3) 分拣和配送自动化当面需求强烈。

近年冷库容量保持在两位数增速。



来源：中国仓储与配送协会冷链分会《2017年冷库、冷链发展现状与展望》，艾瑞咨询研究院绘制。

2013-2018年中国各大类进口食品复合增长率对比



注释：此处进口食品规模指按SITC分类下0类和1类商品进口总额。其中肉及其制品包含00章（活动物）与01章（肉及肉制品）总规模，酸奶指02章（乳品及乳制品）总规模，水产品指03章（鱼、甲壳几类软体动物及其制品）总规模，粮食指04章（谷物及其制品）总规模，蔬菜水果指05章（蔬菜及水果）总规模，饮料等指11章（饮料）及12章（糖浆及其制品）总规模，其他包括06章（糖、糖制品及蜂蜜）、07章（咖啡、茶、可可、调味料及其制品）、08章（饲料（不包括未碾磨谷物））及09章（杂项食品）总规模
来源：海关总署，艾瑞咨询研究院绘制。

美国整体广告花费增长率变化（2000 ~ 2020）

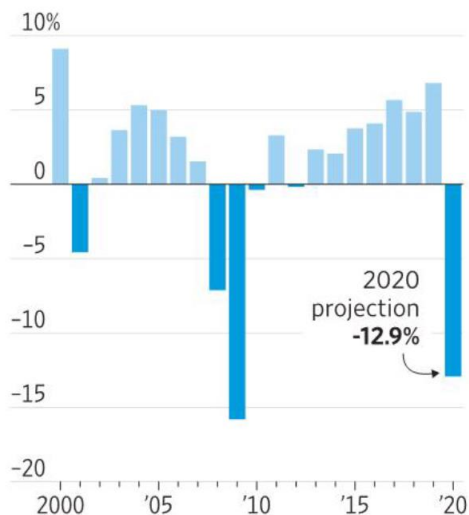
知识块
#L2CNY6

广告巨头 WPP 集团的一组数据，展示了二十年来美国广告花费年度增长率的变化。

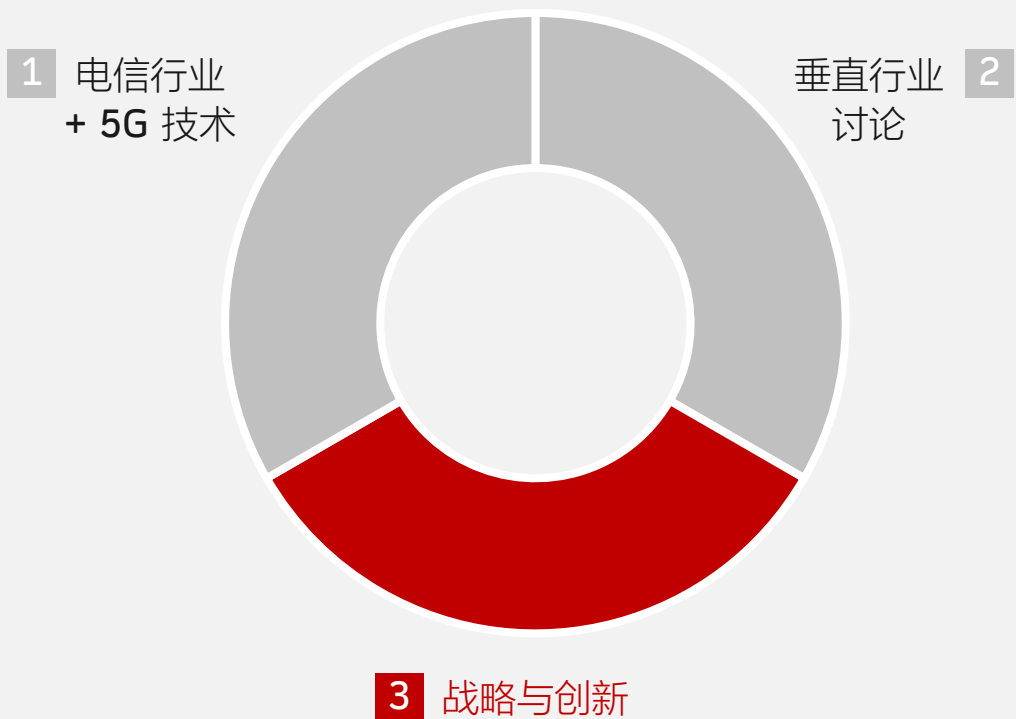
这二十年，只有少量年份是下滑的，当然主要是下滑就是很大比例的抖降。

- (1) 2001 第一轮互联网泡沫破灭
- (2) 2008-2009 全球金融危机
- (3) 2020 新冠疫情

Change in U.S. annual ad spending from previous year



Note: Excludes political ads
Source: WPP PLC's GroupM

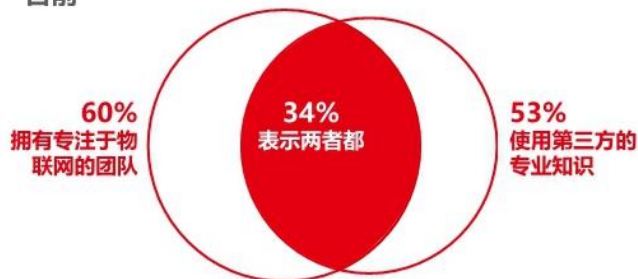


企业 IoT 应用开发：自研团队 vs. 第三方？

知识块
#QP3BKG

很多企业为了开发 IoT 应用，拥有自有的专门 IoT 团队，所谓“自研模式”。根据 **Analysys Mason** 和 **Vodafone** 的调研，越来越多企业会使用第三方团队的专业知识。56% 的企业正在借助系统集成商整合物联网项目，而 35% 的公司企业计划这样做。

越来越多的应用者计划使用第三方的专业知识 目前



未来



图25：关于管理物联网，您希望向谁求助？

受访企业观点



“.....在数字经济中，有生态系统、协作和合作伙伴关系。一家企业很难独自承担所有的事情——这样你会失去很多洞察力.....我们必须在我们周围建立一个伙伴生态系统.....这样我们就能以更智慧、更快速的方式实现我们的目标。”

西班牙某保险公司

分析师观点



“任何实施物联网的企业，都需要仔细考虑如何构建项目团队。专门的团队会更快地行动，但可能很难将项目与其他业务部分融合。现有的团队将面临相反的挑战。

根据今年的物联网市场晴雨表调查结果，企业似乎倾向于用专门的团队来领导物联网项目。这可能是目前最有效的方法，但随着这些项目与其他业务的整合程度越来越高，这些项目可能会被吸收到其他团队中。”

#Analysys Mason, Vodafone

服务化：Apple 的公司战略转型方向

知识块
#STYGRF

Apple 曾经是一家高度依赖硬件产品销售的公司，尤其是 iPhone 的销售。

最近几年随着 iPhone 销量触及天花板，Apple 开始大力拓展象服务队伍转型。

具体来说，除了 AppStore 这类经典服务外，Apple 在内容服务领域也开始加大力度，从早起期的音频类，逐渐向视频转型。

经济学人最近的数据展示，预计 Apple 近年服务类业务的收入贡献可以达到整体收入的 20%。对比而言，2012 年服务类收入占比仅为 10% 不到。



全国两化融合关键指标统计

知识块
#RZ9S2G

按照官方的定义，两化融合是信息化和工业化的高层次的深度结合，是指以信息化带动工业化、以工业化促进信息化，走新型工业化道路；两化融合的核心就是信息化支撑，追求可持续发展模式。

目前中国大中小企业，数字化研发工具普及率和应用电子商务的企业占比都超过 50%。

2018全国两化融合发展情况
(各类企业两化融合关键指标统计)

关键指标	大型企业	中型企业	小微企业	总体水平
信息化投入占比	0.23%	0.29%	0.26%	0.25%
生产设备数字化率	50.50%	44.50%	35.30%	45.90%
数字化研发设计工具普及率	82.90%	74.80%	58.50%	67.40%
关键工序数控化率	57.10%	45.30%	30.50%	48.40%
关键业务环节全面信息化的企业比例	62.10%	53.60%	41.30%	45.80%
应用电子商务的企业比例	67.80%	61.00%	53.10%	58.80%
实现管控集成的企业比例	36.60%	25.90%	18.40%	20.40%
实现产供销集成的企业比例	47.90%	35.70%	20.50%	24.70%
实现产业链协同的企业比例	13.10%	10.00%	7.20%	7.80%

#国家工业信息安全发展中心, 亿邦动力研究院

Apple One 消费类订阅业务的定价和产品包内容

知识块
#PWX698

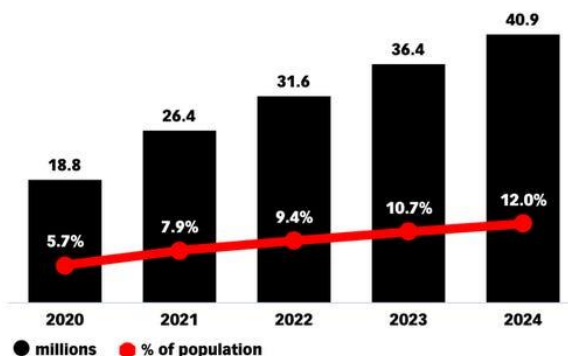
苹果公司在不断丰富和扩展对大屏幕内容的影响力。最新推出的 Apple One 系列捆绑资费从 \$14.95~\$29.95/月。

- 个人套餐 Individual: 每月 \$14.95, 包括 Apple Music, Apple TV+, Apple Arcade (游戏订阅服务) 和 50GB 的 iCloud 存储空间;
- 家庭套餐 Family: 每月 \$19.95, 在个人套餐基础之上将 iCloud 存储提升到 200GB, 最多家庭成员为 6个。
- 尊享套餐 Premier: 每月 \$29.95, 在家庭基础上还包括 Apple News+, Apple Fitness+, iCloud 存储空间为 2TB。

资费定价是一面镜子, 可以清晰的反应 Apple 业务创新的布局。我们认为这是数字消费赛道的一个组合发展方向。

Apple TV+ Viewers

US, 2020-2024



Source: eMarketer, August 2020

#eMarketer

数字生态系统的收入空间（2009~2018）

知识块
#PWX698

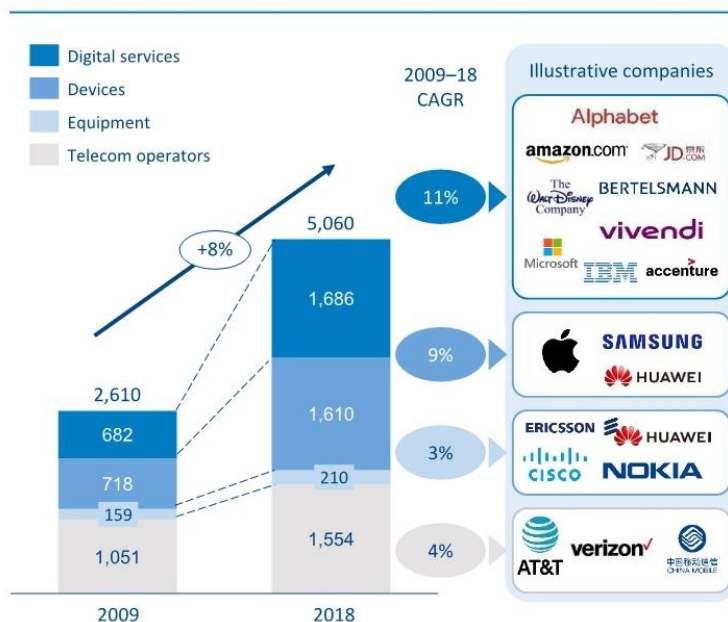
Arthur D. Little 绘制了一张图标，把数字生态系统的各方归类进行了空间计算。

截止到 2018 年，电信运营商、终端企业、狭义数字化服务（IT + 互联网）三大类基本体量接近，均在每年 1,600 亿美元左右。

从增幅来看，电信运营商和网络设备商 CAGR 3~4%；终端企业 9%；IT+互联网则达到了 11%。

从产业链博弈角度看，增幅高的两大类势头更猛。

Revenues of the digital ecosystem by segment³
World, 2009–2018, USD Bn⁴



#Arthur D. Little

美股历年 IPO “无收入” 企业大全

知识块
#EC4JKR

WSJ 绘制了一张图，展示了 1995 年至今美股 IPO 企业中，（几乎）没有收入的企业大全。气泡大小代表 IPO 时的市值。

可以看到 2000 年前后泡沫主要聚焦电信行业，2015 年之后逐渐是生物科技。

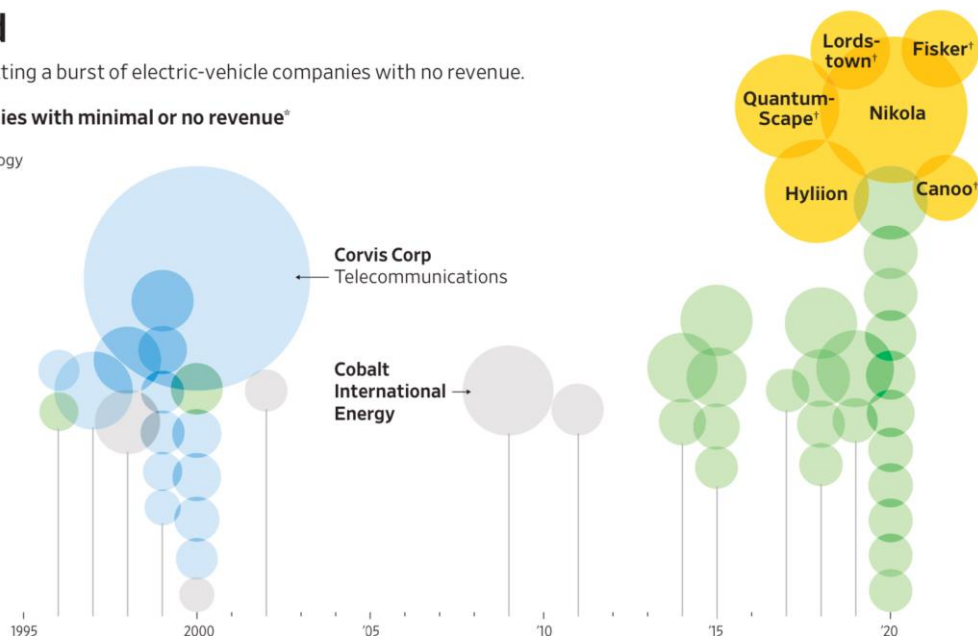
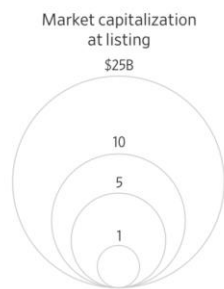
随着特斯拉的持续走红，加上主要国家纷纷给出激进的发展计划。新能源车和电池则称为当红主题。

Fully Charged

The stock markets are getting a burst of electric-vehicle companies with no revenue.

Public listings by companies with minimal or no revenue*

- Telecommunications, technology and e-commerce
- Electric vehicle/battery
- Biotechnology
- Other



*Includes companies with a market capitalization of at least \$1B at listing, with less than \$500,000 in revenue in prior 12 months. †Announced deals to go public via SPAC merger. Market capitalization based on current share price of the acquiring SPAC. Sources: Jay Ritter, University of Florida (historic IPOs); SPAC Research (EV companies) Stephanie Stamm/THE WALL STREET JOURNAL

#WSJ

#平台经济# 混合云的经济模型

知识块
#AZWE6N

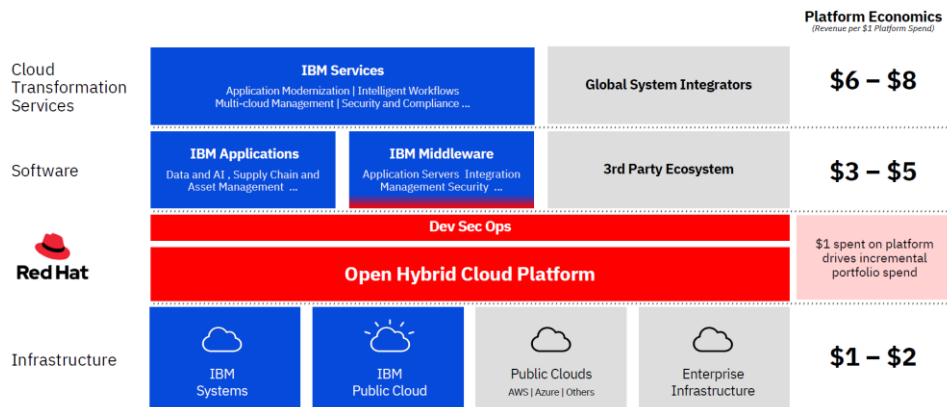
IBM 新战略要全面聚焦混合云（Hybrid Cloud），并提供全栈（Full-stack）的技术及产品服务。

围绕每一层的开支费用比例，IBM 给出了一个大致观点：

- (1) Cloud Platform (图中红色部分) 每花费 1 美元；
- (2) 云计算基础设施部分会花费 1~2 美元；
- (3) 软件系统（应用+中间件等）会花费 3~5 美元；
- (4) 服务（云迁移、集成）将会费 6~8 美元。

当然理论上每一层的标准化程度不同，越靠近上层定制化程度越高，越贴近客户的日常运营，利润未必一定好；而基础设施部分虽然标准化程度高，但 CAPEX 投资也大。

每家企业得根据自己能力和资源禀赋，做好合适的定位。



#IBM

Disney+ 美国用户数预测 2020~2024

知识块
#YZ86QT

新冠疫情，迪士尼的主题乐园遭遇重大打击，迪士尼工作室的新电影拍摄和院线上映也受到了严重影响。

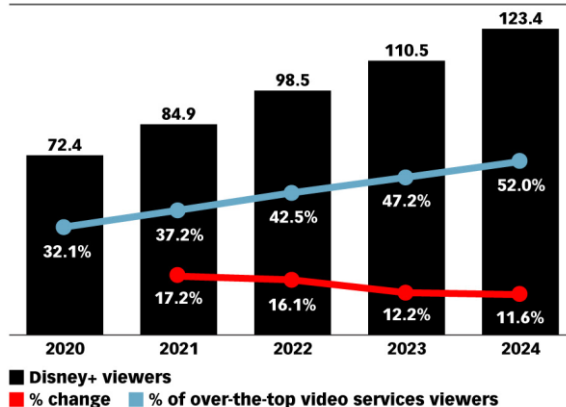
对比而言，迪士尼旗下的流媒体业务 **Disney+** 则承担其集团收入恢复的关键责任。刘亦菲主演的《花木兰》电影最终也没有通过院线发布（北美），而是通过 **Disney+** 进行了上映。

eMarketer 预测 2020 年 Disney+ 会达到了 7,240 万用户，并在未来几年保持在两位数的增幅。最终在 2024 年达到 1.23 亿用户。

我们之前知识块也披露过 UBS 的消费者调研，只要家里有孩子，Disney+ 基本就是必选项目了。

US Disney+ Viewers, 2020-2024

millions, % change, and % of over-the-top video service viewers



Note: individuals of any age who watch Disney+ via app or website at least once per month
Source: eMarketer, Sep 2020

大型科技公司持有的不动产生意

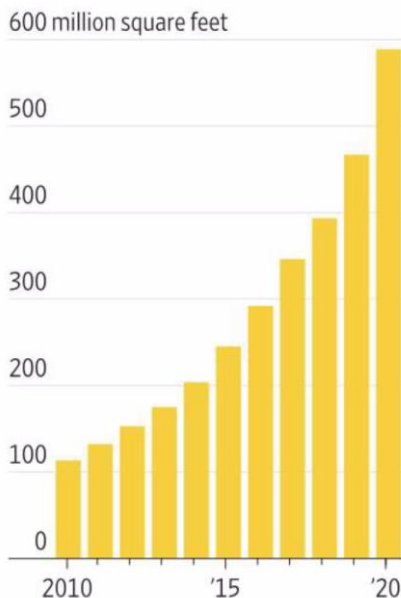
知识块
#8CNTFE

传统印象中，科技公司比较强调人均效率和自动化软硬件工具，感觉不太需要很多土地的占用。

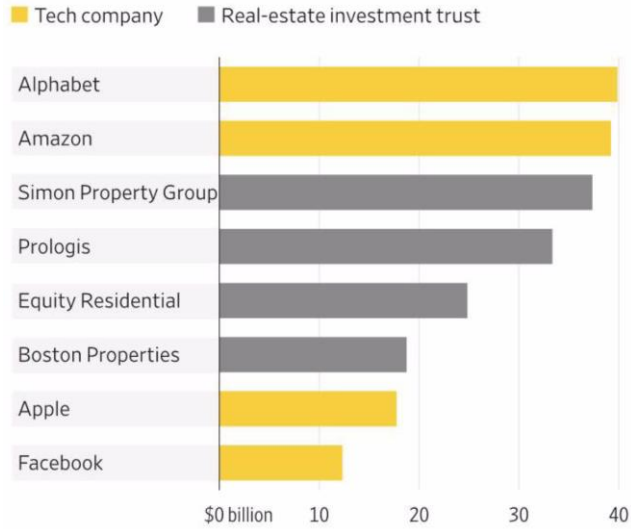
然而根据华尔街日报的报道，以 **Alphabet**（谷歌）、**Amazon**、**Apple**、**Facebook** 和 **Microsoft** 为首的大型科技公司近年持有物业的数量越来越大，增速明显高于这些企业的员工数量。

国内也是类似情况，各级地方政府也把面向大型科技公司的引入作为招商重点。大型科技公司可能拥有相当大的土地储备。

**Space occupied in the U.S. by
Alphabet, Amazon, Apple,
Facebook and Microsoft**



Property holdings worldwide, as of Dec. 31, 2019*



软银所持有投资的股权 vs. 软银的市值

知识块
#JF2D3X

FINANCIAL TIMES 绘制的一张图，展示了软银集团所持有的股权投资估值和软银集团的市值。

可以看到两者差距甚远，反映了资本市场对孙正义的认可程度。

Deep Discount

SoftBank Group trades well below the value of its equity holdings.



Note: Vision Fund is SoftBank share only; values exclude assets already earmarked for financing.
Source: the company

#FT

从美国家庭开支构成看典型消费型社会的特征

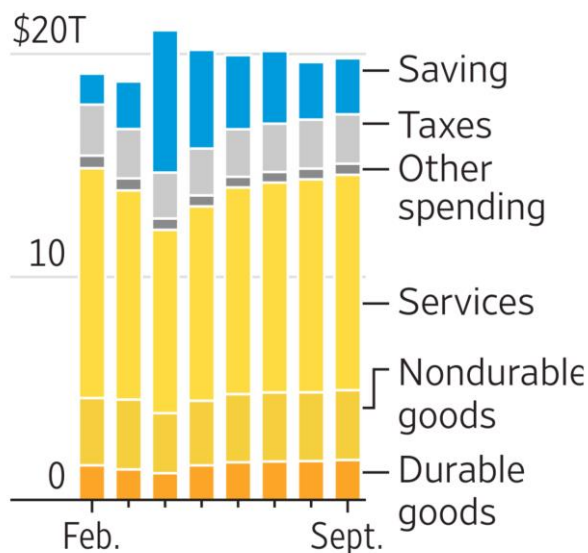
知识块
#PFS5R2

WSJ 绘制了美国 2020 年 2~9月的家庭开支构成，我们借此可看到一个典型的消费型社会的各项比例。

(1) 服务 (Service) 是最大头；

(2) 耐用商品和非耐用商品 (快速消费品) 之和，才相当于服务的一半。

U.S. household income and spending, in trillions



#WSJ

中国城镇居民不同收入分布

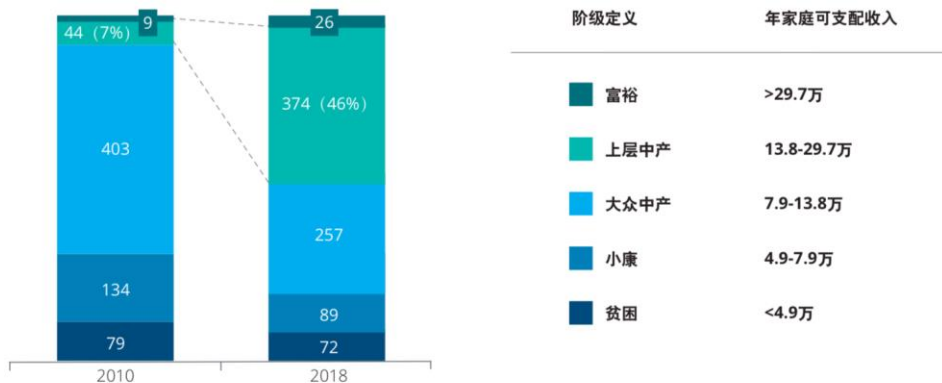
知识块
#4MB2ZV

德勤的一项研究，对比了 2010~2018 的城镇居民的家庭年收入分布。

比较大的变化是中等收入群体的迅速壮大，这会带来一系列的变化。例如：消费升级等。今年双十一新一代国产品牌的兴起，目前“新消费”也是创业投资领域的热门关键字。

这个收入结构变化对电信运营商的产品服务也会有一系列影响，例如：围绕中等收入家庭市场的深度开发。

图 3.3：中国城镇居民人口分类（单位：百万人）



资料来源：德勤访谈、研究和分析

#德勤

大数据公司 Palantir 收入和股价的持续攀升

知识块
#29HA7J

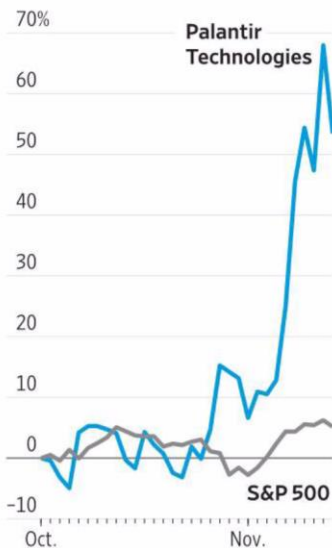
大数据成为“热门词汇”多年。但真正以“大数据”为公司业务第一关键字的知名公司并不多。

神秘的 Palantir 算最有代表性的大数据公司，因为其很多项目来自于美国政府或者安全等机构，外界对其的了解甚少。

从上市披露角度，其收入保持了高速增长；2020Q3 收入同比获得了 52% 的大幅增长；股价也取得了大幅增长。

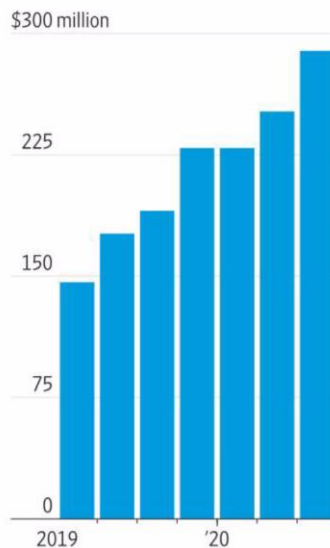
需要说明的是，Palantir 成立至今已有 17 年历史，截止到目前还从未盈利过。

Share and index performance



Sources: FactSet; the company

Quarterly revenue



Source: the company

短视频创作也呈现头部效应

知识块
#N8R76F

如果是创造长视频，大部分用户想都不敢想。短视频的门槛则低很多。

但一些调研表明，大部分用户所谓创作短视频也就是打打酱油而已。



#中国网络视听节目服务协会

#艾瑞

TikTok 全球五大市场

知识块
#HDF1AG

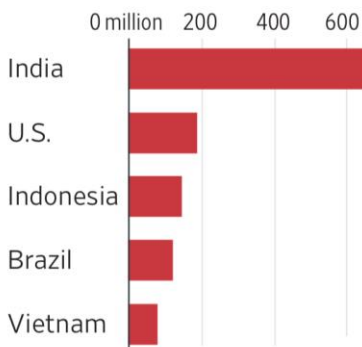
根据 **Sensor Tower** 的估算，抖音海外版 **TikTok** 在海外的前五大市场分别为：

- (1) 按 **App** 下载量：印度、美国、印尼、巴西、越南；
- (2) 按应用内收入 (**In-app**)：美国、英国、加拿大、土耳其、澳大利亚。

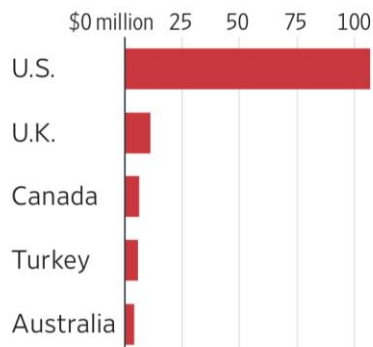
Geopolitical Fallout

This year, India banned TikTok and other Chinese apps after a border dispute. Now, the app is at risk of losing another market, the U.S.

Top five TikTok markets by downloads



Top five TikTok markets by in-app revenue



Note: Data from third-party Android stores not included. Data through Aug. 12.
Source: Sensor Tower

#WSJ

#新冠经济# 疫情后用户的零售消费场所的变化

知识块
#W8X9RT

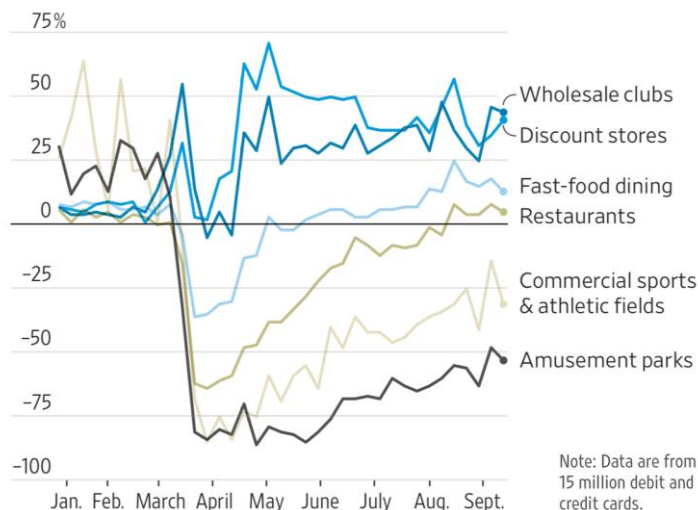
华尔街日报的一张图表，基于 1500 万信用卡和借记卡的消费场所，展示了美国消费者的新变化。

三四月份的封城，各种线下零售消费都大幅探底，而此后的回升呈现了差异性：

- (1) 批发类的大超市和折扣店位居前两名；
- (2) 快餐店和餐馆和去年持平；
- (3) 运动健身类场所和休闲娱乐场所则继续保持低位。

疫情的持久性会对某些行业产生长期性打击。

U.S. debit- and credit-card spending, change from a year earlier



Note: Data are from 15 million debit and credit cards.

Source: Facteus

Google 八个主力产品的市场份额分别是多少

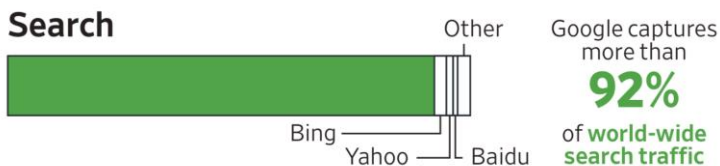
知识块
#W8X9RT

华尔街日报制作了一系列图表，展示了 Google 最重要的八个产品的市场份额情况。

- (1) 搜索 (92%) ;
- (2) 数字广告 (40 ~ 50%) ;
- (3) 智能机操作系统 (75%) ;
- (4) 地图 (70%) ;
- (5) 视频 (73%) ;
- (6) 浏览器 (66%) ;
- (7) 智能音箱 (40%) ;
- (8) 云计算 (6%) 。

我们时常讨论，如欲追求大体量收入，同时还是高利润率，得要求你的产品是“足够标准化 + 高市场份额 + 目标市场足够大”。

Google 算是一个极好的案例。



Digital Ads



*Estimates come from a U.K. study of the U.K. market.

An estimated **40%** of **digital ads** are **purchased** on a Google platform*



An estimated **50%** of **digital ads** are **sold** on a Google platform*

Google owns the most popular tools used to place and buy digital ads. At least 40% of digital ads in the U.K. are purchased on a Google-owned platform, according to a report from the U.K.'s Competition and Markets Authority.

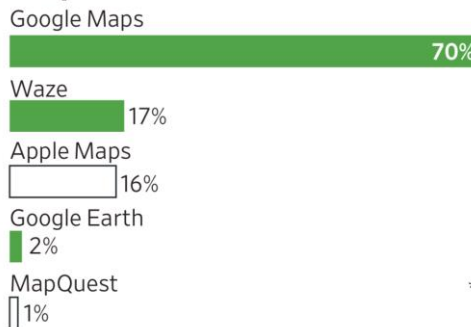
Smartphones



Android runs around **75%** of **smartphones world-wide**

Apple's iOS powers almost 60% of U.S. smartphones. Elsewhere in the world, most smartphones run on Google's Android operating system. That is partly because Google allows any smartphone manufacturer to use—and customize—Android for its devices.

Maps



Google Maps is used by **70%** of monthly **navigation and map app users***

*Figures don't add up to 100 because users can use more than one tool.

In 2013, Google purchased Waze, an Israeli startup that was then Google Maps' biggest competitor. Apple Maps, the next-biggest player in navigation, comes pre-installed on Apple devices, but according to Comscore, Google Maps logged over 37 million monthly U.S. iPhone users in 2018, over 6 million more than Apple Maps.

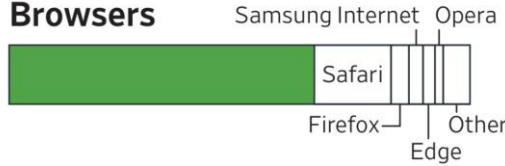
Smart Speakers



Google controls
40%
of the U.S.
smart-speaker
market

Google is fast gaining ground in smart speakers, a business that Amazon.com Inc. has long led. At the beginning of 2017, Google controlled 24% of the market, according to industry research. Last quarter, 40% of the 7.4 million smart speakers purchased in the U.S. were Google devices.

Browsers



Chrome captures
more than
66%
of all browser
usage world-
wide

Google Chrome is the most widely used internet browser in the world, and its success both reinforces and is reinforced by Google's strong position in other sectors. For instance, Google is the default search engine on Chrome, and Chrome is the default browser on Android.

Video

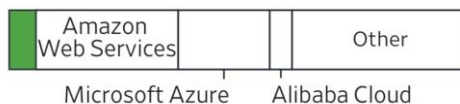


YouTube captures
an estimated
73%
of the online video
platform market

Google purchased YouTube for \$1.65 billion in 2006. Since then, the video site has played an increasingly important role in the company's search and digital-advertising business.

Data from market-research firm Datanyze suggest that YouTube is four times the size of the next-largest platform that allows users to upload, convert, store and play videos online.

Cloud Computing



Google Cloud captures
6%
of the global cloud
infrastructure market

In the \$34.6 billion cloud-computing market, Google Cloud lags behind Amazon Web Services and Microsoft Corp.'s Azure. Google Cloud revenue increased 8% to just over \$3 billion in the second quarter, from first quarter.

印度 IT 及业务流程外包行业 2010 ~ 2020

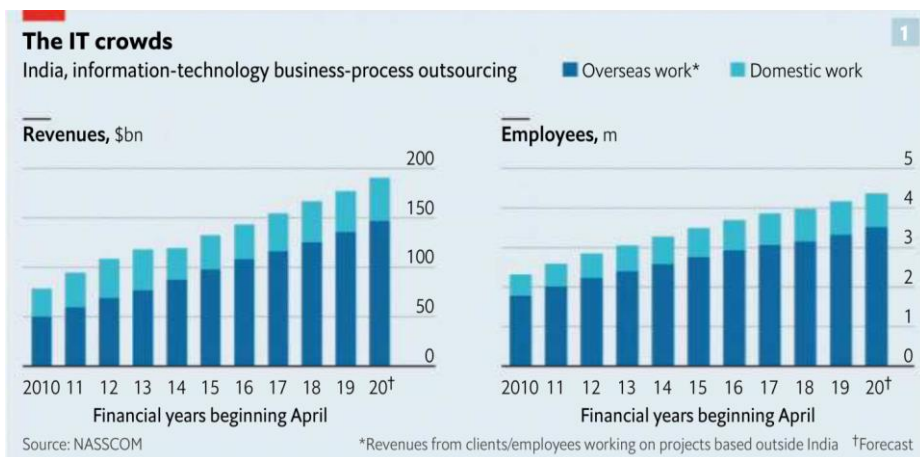
知识块
#3EJ4QM

IT 服务和外包一直是印度公司的强项。

经济学人绘制了一组图表从收入和雇员角度展示了过去十年的发展历程。

规律还是很明显的：(1) 欧美加速把 IT 软件开发及服务外包给印度企业；(2) 印度本土需求十年来变化不大。

第 (2) 点可能也侧面反映了印度本土信息化的建设程度。

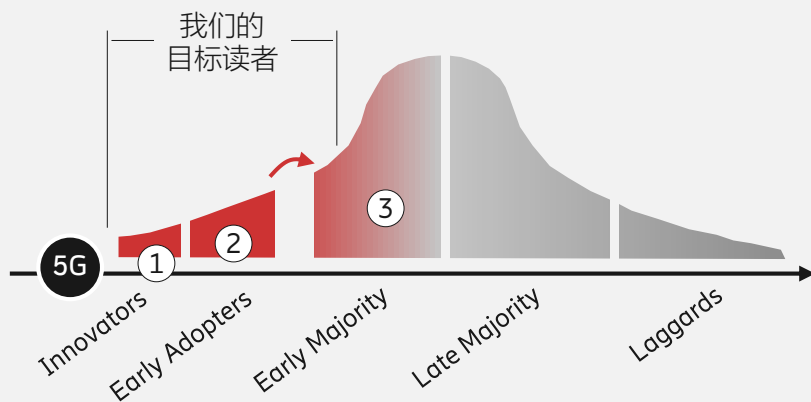


#The Economist

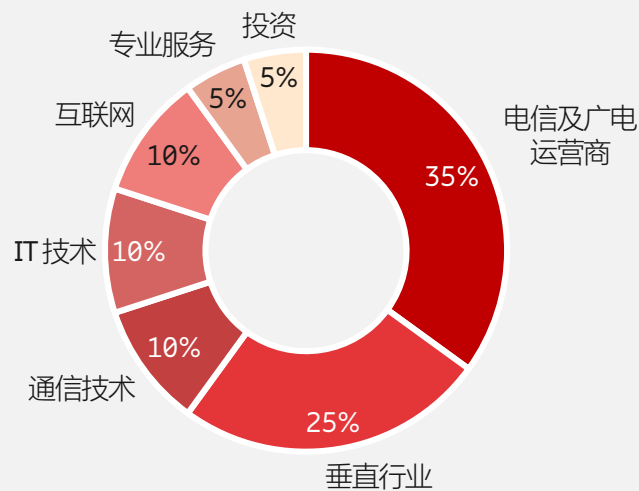
#WSJ

目标读者 Audience

关注 5G、云计算和企业数字化的先锋人士



读者所属行业分布



基于2020年12月粉丝样本估算

联系我们 Contact

即刻获得 5G 数字化知识流服务



关注公众号 Robin5G，并回复「入群」
获得官方粉丝群入群指引

每个工作日 08:30 3~5个原创知识块

联系我们

意见或建议，请联系：
Email: info@robin5G.com

知识块示例，请访问：
www.robin5G.com



每天五分钟
Think with Robin

罗宾 5G 商业评论

Robin5G.com | 公众号 Robin5G | 官方粉丝群