

# 艾瑞咨询：2012 年中国 O2O 行业六大盘点

来源：艾瑞咨询 作者：分析师 黄渊普 2012-12-26

O2O (Online to Offline) 的概念自 2010 年底进入中国来引起了业界的广泛讨论，其广阔的前景为各方所看好，O2O 行业也被普遍认为是下一个亿万元规模的市场。2012 年中国 O2O 行业呈现以下特点和趋势：整个行业层面，中国互联网投资趋冷，但 O2O 市场的投资热度不减；[移动互联网](#)发展速度加快，使得移动端成为 O2O 发展的最重要方向；市场参与者层面，三大互联网巨头大力布局，推动中国 O2O 市场整体发展；典型应用[团购](#)市场格局逐渐明朗，O2O 盈利企业初现；本地商户网络意识增强，试水社会化 O2O 营销；未来，技术应用的创新和普及，将推动餐饮、票务等细分行业的 O2O 进程。

## 盘点一：中国 O2O 市场前景看好，投资热度不减

中国 O2O 市场广阔，其发展前景被各方看好。以 O2O 典型应用领域生活服务为例，中国统计局的数据显示，仅 2011 年中国餐饮业的市场规模就突破 2 万亿；其它汽车服务、酒店客栈、家政服务、教育培训、婚庆摄影和票务演出等也都有数百亿以上的市场规模。和庞大的市场规模相对应，中国大部分的生活服务产业发展较为落后，效率低、服务差是通病。随着互联网对国民经济的渗透进一步加深，加上人民群众对生活服务质量要求的日益提高，用互联网去改造和提升落后的传统服务产业成为市场发展的必然。

尽管受到线下信息化水平低、商户接受程度低等客观因素的影响，但在 O2O 撬动的生活服务、实体零售互联网化的巨大商机面前，2012 年 VC 对中国 O2O 行业的投资热度不减。从公开披露的信息来看，2012 年 O2O 领域较大的投资案例包括：2012 年 5 月，丁丁网获风和投资管理 etc 投资机构的 4000 万美元投资，紧接着 11 月丁丁网获得[阿里巴巴](#)和花旗投资；8 月大众点评获红杉资本等多家机构追加投资，融资 6000 万美元；8 月，街库网获得 1 亿元投资；10 月，重组后的高朋网获腾讯及 Groupon 的 4000 万美元投资。此外，O2O 概念的到喜啦在 9 月获得 1000 万美元投资。从绝对数量来看，2012 年 O2O 领域的融资比 2011 年要少，但和互联网其它领域相比，O2O 依然称得上是 2012 年的投资热点。2012 年 11 月，O2O 概念企业淘淘谷 (TTG) 在澳大利亚成功上市，成为中国首家上市的 O2O 企业，这或将进一步增强 VC 对中国 O2O 市场的投资热情。

## 盘点二：移动互联网时代到来，移动端成为 O2O 最重要的发展方向

2012 年，中国移动互联网的发展速度加快，各项指标显示移动互联网时代到来。从移动用户和 3G 用户的占比来看，截至 2012 年 11 月，中国移动电话用户为 11.04 亿户，其中 3G 用户达到 2.2 亿，占比为 20%，和 2012 年 1 月相比增长 6.3 个百分点，增长趋势明

显加快。与此同时，中国智能手机无论是从出货量还是保有量来看都大幅增长。智能手机和 3G 网络的普及促使中国移动互联网用户规模大幅增长，到 2012 年 6 月底手机网民规模达 3.88 亿，手机超越台式机成为第一大上网终端，这也标志着中国移动互联网时代的真正到来。

移动互联网时代的到来促使移动端成为 O2O 最重要的发展方向。O2O 侧重的生活服务领域天然和位置相关，移动设备的位置属性决定了移动端更加适合 O2O 的发展。同时，手机的便携性也与用户的实时性生活需求正好吻合。"工作在 PC，生活在手机"俨然成为大部分用户的习惯。从实际的情况来看，移动端也已成为各 O2O 企业的业务重点。大众点评网在 2012 年 8 月宣布其移动端用户数即将突破 4000 万，移动端的浏览量已经超过 PC 端；58 同城 10 月份的数据显示，其移动端的访问量占比已超过 40%；而美团网移动端的增速明显快于 PC 端，其移动端的销售占整体销售的比例到目前已接近 20%。除了原先 PC 端的企业大力布局移动端外，以布丁移动、食神摇摇、易到用车等为代表的大量纯移动 O2O 企业也发展迅速，成为中国 O2O 市场中的重要参与者。

### **盘点三：互联网巨头纷纷大力布局，推动中国 O2O 市场整体发展**

2012 年以来，三大互联网巨头加大了对 O2O 市场的重视和投入力度。1) 腾讯方面，2012 年 6 月，腾讯推出了微信会员卡，大力推动和线下商户的合作；11 月，腾讯收购通卡，增强其在 O2O 方面的实力；12 月，微信联合高朋网推出微团购，将逐步和财付通打通，形成 O2O 的闭环。2) 阿里巴巴方面，2012 年 7 月阿里集团进行了架构调整，聚划算升级为事业群，加大引进独立团购网站的力度；10 月，[淘宝](#)本地生活推出地图搜，弥补其在地图方面的弱势地位；11 月，阿里集团宣布战略投资丁丁网，增强其线下能力。3) 百度方面，2012 年 3 月，百度联合投资机构创建的爱乐活新版正式上线；9 月，百度地图正式向本地生活服务转型；10 月，百度宣布分拆地图业务，成立了 LBS 事业部，这表明百度已从战略层面来部署和推进 O2O 业务。

三大互联网巨头的积极布局将推动中国 O2O 市场的整体发展。腾讯、阿里和百度是中国互联网的标杆企业，它们覆盖了绝大多数中国网民，而且拥有强大的技术产品实力，它们的积极进入能为 O2O 市场培育大批用户。此外，三大巨头也通过组建线下团队或投资相关企业的方式来增强其线下能力，教育线下传统商户"触网"。腾讯凭借微信，阿里凭借支付宝和淘宝本地生活，百度凭借地图使三大巨头在 O2O 市场竞争中各具优势。中国 O2O 行业市场前景的广阔，和以往的零和游戏不同，三大巨头在推动中国 O2O 市场发展的同时将有可能实现共赢。

### **盘点四：团购格局逐渐明朗，O2O 盈利企业初现**

和 O2O 整体依然受资本青睐不同，属于 O2O 范畴的团购在 2012 年遭到了资本寒冬。中国团购行业受 Groupon 上市以来股价不振的负面影响，加上此前整个行业粗放式增长的后遗症的集中爆发，2012 年大量团购网站倒闭，市场的不确定因素增多，所有这些因素促使资本市场在 2012 年整体看冷团购。从团购市场的现状来看，部分原先坚持稳健发展的企业逐渐成为市场的胜者，美团网的领先优势较为明显，其 11 月份宣布当月销售额突破 6 亿；大众点评网的团购业务发展迅速，其官方透露 2012 年其销售额将达到 30 亿。具有市场竞争实力的团购企业还包括糯米网、重组后的高朋网以及老牌团购强者窝窝团和拉手网，几大团购网站之间将在资本回暖之际争夺有限的上市门票。

2012 年各大团购网站的发展更为理性，部分企业到目前已接近盈亏平衡。从 O2O 的整体来看，部分企业在 2012 年下半年已经开始盈利，这包括 2012 年 10 月宣布盈利 1 元的满座网和 11 月宣布盈利的爱帮网。尽管这些企业的盈利额度不大，且持续盈利的能力存疑，但这对中国 O2O 市场依然是一个积极信号。对于中国大部分 O2O 企业来说，涉入线下（Offline）是不得已但必须为之的举措，这将大幅增加运营成本，盈利将变得极为艰难。相比而言，那些技术驱动型或轻资产的 O2O 企业更容易实现盈利。

#### **盘点五：线下商户网络意识增强，社交化营销成为 O2O 推广的重要手段**

2010 年以来团购的兴起教育了部分本地商户的网络意识，但绝大多数中国传统服务商户的网络意识依然较为淡薄。2012 年以来，随着中国整体经济增速放缓，本地生活服务商户的市场竞争压力增大，在这种条件下，部分线下商户开始主动利用互联网进行营销和推广。比较典型的企业是万达集团，2012 年其招聘了大量电商人才，预计未来其将重点打造自身的 O2O 平台；此外，部分餐饮连锁企业目前正在筹备，试图通过联合的方式打造跨企业的 O2O 平台。

以微信和[微博](#)为代表的社交化媒体和工具对 O2O 市场的发展具有十分重要的影响。2012 年，微信迅速崛起为最重要的移动社交工具，用户规模突破 2 亿；大量线下商户迅速入驻微信平台，通过社会化营销手段开辟了重要的渠道，部分企业取得了良好效果，典型的企业如汉庭和布丁酒店等。而新浪微博和雅座合作的微美食也吸引了大量线下餐饮商户的参与，通过社交化媒体和工具来进行品牌宣传和客户关系维护成为线下商户的重要选择。随着线下商户对社交化营销的意识增强，加上互联网企业的大力推进，中国服务业有望迎来前所未有的发展机遇。

#### **盘点六：O2O 细分领域发展程度不一，技术创新推动行业发展**

受线下各行业的信息化水平不同影响，O2O 市场的发展在各细分行业呈现出一定差异。从实际情况来看，旅游行业的 O2O 市场发展较为成熟，在携程和艺龙等企业的推动下，在线旅游（OTA）市场发展迅速；演出票务行业在 2010 年后受团购的刺激，其线上部分占整

体销售的占比大幅提升；而餐饮行业由于标准化程度低，信息化水平落后，其 O2O 市场依然处于早期发展阶段。

2012 年，随着移动端技术日益完善，各类创新型技术和应用涌现，将在推动了中国 O2O 市场的发展方面发挥重要作用。在 O2O 业务开展最为紧密的支付技术方面，2012 年支付宝等各相关企业大力简化支付流程，提高用户体验；特别是在移动支付领域，快捷支付、二维码支付、盒子支付等创新方式开始得到推广。2012 年，支付宝和分众传媒、上品折扣的合作即为 O2O 市场的创新型实践案例。针对部分传统行业标准化程度和信息化程度较低的问题，大量技术企业通过创新为它们提供相应支持。比如在餐饮行业，2012 年出现了大量为线下餐饮企业服务的先进 CRM 及其它 IT 系统；比如部分优惠券企业也积极开发低成本的设备终端，以形成优惠券验证的闭环等。互联网和其它不同类型的技术企业通过反向 O2O，用技术手段改造和提升传统行业，这将为我国 O2O 行业的发展前景打开广阔的想象空间。