

2017-2022年中国移动互联网行业市场发展现状及 十三五投资价值分析报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2017-2022年中国移动互联网行业市场发展现状及十三五投资价值分析报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/281092281092.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

在过去几年中，随着3G、4G的先后商用、虚拟运营商的进入，以及众多企业的摸索，我国移动互联网市场已初具规模，商业模式也基本成型。2014年移动互联网市场规模为2134.8亿元，突破千亿元大关，同比增长115.5%；移动互联网市场保持快速增长，商业环境逐渐成熟。2015年达到约23134.3亿元，同比增长72.2%。

2015年移动互联网的持续高速增长，一是由于智能手机的大面积普及，移动端庞大的用户基数已成定型；二是电商、游戏、广告等传统PC已逐渐适应移动端发展，并且在已有商业模式基础上，不断拓展出创新应用及服务，带来持续的市场增长。目前我国移动互联网市场正在日益成熟，并且形成了较为完备的产业链，应用、芯片和智能手机领域已经形成未来重要的产业机遇，并有望成为三大投资主线。

2016年9月，移动互联网用户净增760.1万户，同比增长12.18%，总数达10.6359亿户。移动互联网接入流量继续保持高速增长，9月，移动互联网接入流量累计达8.6亿G，同比增长

122.7%，预计随着今年“提网速，降网费”的进一步推进，流量仍会保持高速增长态势。

同时，移动互联网人均月流量在9月达813M。人均日接入流量达到27M，环比增长迅速。

移动互联网用户数

移动互联网接入流量

移动互联网人均日接入流量

中国报告网发布的《2017-2022年中国移动互联网行业市场发展现状及十三五投资价值分析报告》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

第一章 移动互联网概念及产业链结构

第一节 移动互联网行业概述

一、移动互联网的定义

二、移动互联网的内涵

三、移动互联网行业体系分析

(一) 业务体系

(二) 技术体系

四、移动互联网行业地位分析

(一) 给信息通信行业带来的影响和变革

(二) 对区域经济及产业发展带来的影响

(三) 影响国民经济及产业链的整合升级

第二节 移动互联网产业生态系统分析

一、移动互联网产业生态系统结构

(一) 移动互联网生态系统模型

(二) 移动互联网生态系统特征

(三) 移动互联网生态系统成员

(四) 生态系统成员间相互作用

二、移动互联网产业生命周期分析

三、移动互联网产业价值链分析

(一) 移动互联网价值链基本环节

(二) 移动互联网价值链分层结构

(三) 运营商在生态系统中地位及作用

第三节 移动互联网行业关键技术分析

一、移动IP技术

二、Mashup

三、Saas

四、云计算

五、其他关键技术

第二章 移动互联网行业发展环境分析

第一节 行业管理规范

一、行业管理规范

二、行业监管部门

三、行业相关政策

四、行业相关标准

第二节 经济环境分析

一、经济环境分析

二、国际宏观环境分析

(二) 国内宏观环境分析

(三) 行业宏观环境分析

第三节 技术环境分析

一、技术环境分析

二、移动通信技术发展分析

三、互联网技术发展分析

第四节 社会环境分析

一、网民消费环境分析

二、网民上网趋势分析

第三章 移动互联网产业链结构

第一节 移动互联网产业链概述

一、产业链概况

二、产业链层次

三、产业链机会

第二节 移动互联网产业链模型

一、网络基础设施层

二、网络接入服务层

三、终端应用与服务层

第三节 中国移动互联网市场产业链格局

一、网络基础设施层

二、接入服务层

三、终端应用与服务层

第四章 全球移动互联网行业发展分析

第一节 全球移动互联网行业整体状况

一、行业总体发展状况

二、移动智能终端软件平台发展现状

三、移动智能终端硬件平台发展现状

四、移动智能终端外围硬件发展现状

五、移动网络平台发展现状

六、移动应用服务平台发展现状

第二节 美国移动互联网行业发展现状

一、美国移动市场概览

二、美国智能手机市场

三、美国移动互联网行业市场情况

四、美国移动互联网业务应用情况

第三节 欧洲移动互联网行业发展现状

- 一、欧洲移动互联网行业市场现状
- 二、主要运营商移动互联网业务发展现状

第四节 日本移动互联网行业发展现状

- 一、日本移动互联网行业发展历史
- 二、日本移动互联网行业发展现状
- 三、移动互联网主要业务发展状况
- 四、主要运营商移动互联网业务发展现状

第五节 韩国移动互联网行业发展现状

- 一、韩国移动互联网行业监管政策
- 二、韩国移动互联网行业发展现状
- 三、主要运营商移动互联网业务发展现状
- 四、韩国移动互联网成功因素分析

第六节 国际移动互联网行业趋势预测分析

第五章 中国移动互联网行业发展分析

第一节 中国移动互联网行业历程分析

- 一、中国移动互联网行业发展历程
- 二、播种阶段
- 三、萌芽阶段
- 四、洗礼阶段

第二节 中国移动互联网行业发展现状分析

- 一、行业总体发展现状
- 二、终端软件平台发展现状
- 三、终端硬件平台发展现状
- 四、移动互联网网络平台发展现状
- 五、移动互联网应用服务发展现状

第三节 中国移动互联网行业市场分析

- 一、移动互联网行业市场规模分析
- 二、移动互联网行业用户规模分析
- 三、移动互联网行业终端规模分析
- 四、移动互联网行业市场格局分析

第四节 中国移动互联网用户行为分析

- 一、移动互联网用户终端应用偏好分析
 - (一) 移动互联网用户选择智能手机的原因

（二）移动互联网用户智能手机平台选择倾向

二、移动互联网用户手机上网偏好分析

（一）用户手机上网主要活动分布分析

（二）用户手机上网应用及流量消费分析

（三）用户手机上网时间及地点分析

（四）用户手机上网月消费金额调查

三、用户对移动互联的业务需求分析

第五节 中国移动互联网发展挑战与机遇

一、移动互联网行业发展的挑战

（一）技术发展面临的挑战

（二）安全管理面临的挑战

二、移动互联网行业发展的机遇

第六章 手机游戏市场及用户行为分析

第一节 手机游戏发展环境分析

一、手机游戏定义及分类

（一）手机游戏定义

（二）手机游戏分类

二、手机游戏发展环境

（一）社会环境

（二）技术环境

三、手机游戏发展影响因素分析

（一）促进因素

（二）阻碍因素

第二节 手机游戏产业链分析

一、手机游戏产业链结构

二、手机游戏产业链发展特点

三、手机游戏商业模式分析

第三节 手机游戏市场现状分析

一、手机游戏市场规模分析

（一）手机游戏市场规模现状

（二）手机游戏市场发展趋势

二、手机游戏用户规模分析

（一）手机游戏用户规模现状

（二）手机游戏用户发展趋势

第四节 手机游戏用户行为分析

一、手机游戏用户基本属性分析

- (一) 用户性别及年龄分析
- (二) 用户地区及区域分布
- (三) 用户学历及收入分布
- (四) 用户职业情况分析

二、手机游戏用户参与移动互联网及游戏属性分析

- (一) 用户参与手机游戏类别分析
- (二) 手机游戏用户流失原因分析
- (三) 用户参与手机游戏地点分析

三、手机单机游戏用户游戏行为及付费行为分析

- (一) 手机单机游戏用户游戏行为分析
- (二) 手机单机游戏用户付费行为分析

四、手机网络游戏用户游戏行为及付费行为分析

- (一) 手机网络游戏用户游戏行为分析
- (二) 手机网络游戏用户付费行为分析

第七章 移动电子商务市场及用户分析

第一节 移动电子商务体系架构分析

一、移动电子商务基本概念

- (一) 移动电子商务的概念
- (二) 移动电子商务分类范围

二、移动电子商务产业链分析

- (一) 移动电子商务产业链结构
- (二) 移动电子商务产业链主体

三、移动电子商务服务模式分析

四、移动电子商务发展环境分析

第二节 移动电子商务市场发展分析

一、移动电子商务行业发展特点

二、移动电子商务市场规模分析

- (一) 移动电子商务交易规模
- (二) 移动电子商务用户规模

第三节 移动电子商务用户行为分析

一、手机购物用户属性分析

- (一) 用户性别分别状况
- (二) 用户年龄结构状况

二、手机购物用户手机上网行为分析

- (一) 手机购物用户手机上网时长分析
- (二) 手机购物手机上网频次分析
- (三) 手机购物用户手机上网主要活动
- 三、手机购物用户购物行为分析
 - (一) 手机购物用户年手机购物金额分析
 - (二) 手机购物用户年手机购物次数分析
- 四、手机购物用户购物偏好分析
 - (一) 手机购物用户通过手机购买的商品类型分析
 - (二) 决定手机购物用户选择手机购物网站的因素
- 第四节 移动电子商务运营案例分析
 - 一、电信运营商主导的移动电子商务
 - (一) “通道+平台”的服务模式简介
 - (二) 广东移动网上商城模式分析
 - (三) 该类服务模式优劣势分析
 - 二、传统电子商务提供商主导的移动电子商务
 - (一) “品牌+运营”的服务模式简介
 - (二) 手机淘宝网服务模式分析
 - (三) 手机当当网服务模式分析
 - (四) 该类服务模式优劣势分析
 - 三、软件提供商主导的移动电子商务
 - (一) “软件+服务”的服务模式简介
 - (二) 用友移动商街服务模式分析
 - (三) 该类服务模式优劣势分析
 - 四、新兴移动电子商务提供商主导的移动电子商务
 - (一) “专注+创新”的服务模式简介
 - (二) 立购网服务模式分析
 - (三) 该类服务模式优劣势分析
- 第五节 移动电子商务发展趋势分析
 - 一、移动电子商务发展面临的问题
 - 二、移动电子商务发展趋势分析
 - 三、移动电子商务发展建议分析
 - (一) 电信运营商策略建议
 - (二) 传统电子商务提供商策略建议
 - (三) 软件提供商策略建议
 - (四) 新兴移动电子商务提供商策略建议

第八章 手机浏览器市场及用户行为分析

第一节 手机浏览器行业概况

一、手机浏览器定义及分类

二、手机浏览器行业产业链分析

三、手机浏览器行业商业模式分析

四、手机浏览器行业发展影响因素

第二节 手机浏览器行业市场分析

一、手机浏览器行业规模分析

（一）手机浏览器用户规模

（二）手机浏览器市场规模

二、手机浏览器行业竞争格局分析

（一）现有企业间竞争分析

（二）供应商议价能力分析

（三）用户的议价能力分析

（四）潜在进入者竞争能力

（五）行业替代品威胁分析

第三节 手机浏览器用户行为分析

一、手机浏览器用户基本属性分析

（一）用户性别分布情况

（二）用户年龄结构情况

（三）用户学历及收入分析

（四）用户所属行业分析

二、手机浏览器用户手机上网行为

（一）用户手机上网主要活动分布

（二）用户手机上网地点分析

三、用户手机浏览器使用情况分析

（一）用户使用手机浏览器频率分析

（二）用户使用手机浏览器时长分析

（三）用户使用的浏览器服务项分析

四、手机浏览器用户使用偏好分析

（一）手机浏览器用户渗透率分析

（二）用户常用的第三方手机浏览器

（三）用户常用的自带手机浏览器

（四）用户选择手机浏览器影响因素

第四节 典型手机浏览器介绍分析

一、第三方手机浏览器分析

- (一) 品牌认知度对比
- (二) 用户渗透率对比
- (三) 功能设置对比
- (四) 终端适配能力对比
- (五) 资本优势对比

二、UC浏览器介绍分析

- (一) 企业概览
- (二) UC浏览器市场竞争力分析
- (三) UC浏览器优劣势发展分析

三、QQ手机浏览器介绍分析

- (一) 企业概览
- (二) QQ手机浏览器市场竞争力分析
- (三) QQ手机浏览器优劣势发展分析

四、Opera手机浏览器介绍分析

- (一) 企业概览
- (二) Opera手机浏览器市场竞争力分析
- (三) Opera手机浏览器优劣势发展分析

五、GO浏览器介绍分析

- (一) 企业概览
- (二) GO浏览器市场竞争力分析
- (三) GO浏览器优劣势发展分析

第五节 手机浏览器行业趋势分析

一、行业战略地位发展趋势

二、手机浏览器发展趋势

- (一) 向平台化发展
- (二) 社交化趋势明显

三、行业市场发展趋势

四、行业竞争发展趋势

第九章 移动互联网其他细分市场发展分析

第一节 手机音乐市场发展分析

一、手机音乐行业发展现状

- (一) 手机音乐产业价值链分析
- (二) 手机音乐市场发展现状

二、手机音乐用户行为分析

- (一) 手机音乐用户基本属性
 - (二) 用户手机音乐使用情况分析
 - (三) 用户使用手机音乐网站情况
 - (四) 用户使用手机音乐软件情况
- 第二节 手机阅读市场发展分析
- 一、手机阅读行业发展现状
 - (一) 手机阅读产业价值链分析
 - (二) 手机阅读市场发展现状
 - 二、手机阅读用户行为分析
 - (一) 手机阅读用户基本属性
 - (二) 手机阅读用户手机上网行为分析
 - (三) 用户手机阅读行为分析
 - (四) 用户手机阅读偏好分析
- 第三节 手机即时通讯市场发展分析
- 一、手机即时通讯行业发展现状
 - (一) 重点手机即时通讯产品分析
 - (二) 手机即时通讯市场发展现状
 - 二、手机即时通讯用户行为分析
 - (一) 手机即时通讯用户基本属性
 - (二) 手机即时通讯用户使用行为分析
 - (三) 用户手机即时通讯应用偏好分析
- 第四节 其他移动互联网细分市场分析
- 一、手机视频市场发展分析
 - (一) 手机视频市场现状分析
 - (二) 手机视频用户属性分析
 - (三) 手机视频用户行为分析
 - 二、手机应用商店市场发展分析
 - (一) 手机应用商店产业链分析
 - (二) 手机应用商店商业模式分析
 - (三) 手机应用商店发展现状分析
 - (四) 手机应用商店发展趋势分析
 - 三、手机搜索市场发展分析
 - (一) 手机搜索用户规模
 - (二) 手机搜索收入规模
 - 四、手机电子邮件市场发展分析

(一) 手机电子邮件用户规模

(二) 手机电子邮件使用情况

第十章 移动互联网行业领先企业经营分析

第一节 中国移动有限公司经营情况分析

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第二节 大众点评网经营情况分析

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 杭州斯凯网络科技有限公司经营情况分析

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 空中网经营情况分析

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 UC Web经营情况分析

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2017-2022年移动互联网行业投资分析与趋势分析

第一节 移动互联网行业投资分析

一、移动互联网行业投资特性分析

(一) 行业进入壁垒分析

(二) 行业商业模式分析

二、移动互联网行业投资现状分析

三、移动互联网行业投资前景分析

(一) 行业政策风险

(二) 盈利模式风险

(三) 行业竞争风险

(四) 行业其他风险

四、移动互联网行业投资机会分析

第二节 移动互联网市场趋势调查

一、移动互联网行业发展趋势分析

二、移动互联网行业趋势预测分析

第三节 移动互联网行业投资建议

一、移动互联网行业投资价值

二、移动互联网行业投资建议

图表目录：

图表：移动互联网定义的各方观点

图表：移动互联网的内涵

图表：移动互联网的业务体系

图表：移动互联网业务创新方向

图表：全球主要移动运营商推出的新型移动互联网业务

图表：移动互联网技术体系

图表：移动互联网主流软件平台架构体系

图表：AP+基带芯片架构

图表：多核基带芯片架构

图表：移动互联网生态系统构成示意图

图表：产业价值系统与自然生态系统的比较

图表：移动互联网产业生态系统种群之间的关系

图表：移动语音业务价值链

图表：移动互联网价值链基本环节

图表：移动互联网产业价值链分层模型

图表：2014-2016年我国GDP同比增速走势及预测（单位：%）

图表：2014-2016年我国GDP贡献率及预测（单位：%）

图表：2014-2016年规模以上工业增加值增速走势及预测（单位：%）

图表：2000-2016年国内生产总值走势（单位：亿元，%）

图表：2014-2016年我国CPI涨跌幅情况（单位：%）

图表：2001-2016年我国CPI、PPI走势及预测（单位：%）

图表：2007-2016年我国存款准备金率历次调整情况（单位：%）

图表：2015年以来我国存款准备金率调整情况（单位：%）

图表：2002年以来我国利率历次调整情况（单位：%）

图表：2015年以来我国利率调整情况（单位：%）

图表：2016年中国固定资产投资（不含农户）增速（单位：%）
（GYZX）

图表详见正文

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/281092281092.html>