

2016-2022年中国移动互联网市场发展态势及十三五投资规划研究报告

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《2016-2022年中国移动互联网市场发展态势及十三五投资规划研究报告》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/241852241852.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

随着移动互联网行业竞争的不断加剧，大型移动互联网企业间并购整合与资本运作日趋频繁，国内优秀的移动互联网企业愈来愈重视对行业市场的研究，特别是对企业发展环境和客户需求趋势变化的深入研究。正因为如此，一大批国内优秀的移动互联网品牌迅速崛起，逐渐成为移动互联网行业中的翘楚！

中国报告网发布的《2016-2022年中国移动互联网市场发展态势及十三五投资规划研究报告》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1章：移动互联网行业发展综述

1.1 移动互联网行业概述

1.1.1 移动互联网的定义

1.1.2 移动互联网行业体系分析

(1) 业务体系

(2) 技术体系

1.2 移动互联网价值链分析

1.2.1 移动互联网价值链基本环节

1.2.2 移动互联网价值链分层结构

1.3 移动互联网行业发展环境分析

1.3.1 政策环境分析

1.3.2 技术环境分析

(1) 移动互联网专利数量

(2) 移动互联网专利申请人分析

(3) 移动互联网技术分类构成分析

1.3.3 社会环境分析

(1) 网民规模

(2) 上网设备

第2章：移动互联网行业发展分析

2.1 国际移动互联网行业发展分析

2.1.1 国际移动互联网行业整体状况

(1) 用户规模

(2) 移动互联网流量

(3) 移动设备拥有率

2.1.2 美国移动互联网行业发展现状

2.1.3 日本移动互联网行业发展分析

2.1.4 韩国移动互联网行业发展分析

2.2 中国移动互联网行业发展分析

2.2.1 移动互联网行业市场规模分析

2.2.2 移动互联网行业用户规模分析

2.2.3 移动互联网行业终端规模分析

2.2.4 移动互联网行业市场格局分析

2.3 中国移动互联网用户行为分析

2.3.1 移动互联网用户属性分析

(1) 性别比例

(2) 年龄分布

(3) 学历、职业分布

(4) 收入结构分布

(5) 移动设备及智能手机操作系统分布

2.3.2 移动互联网网民行为分析

(1) 网民上网时长分析

(2) 网民上网地点及频率分析

(3) 网民上网时间段分析

(4) 网民上网目的分析

(5) 网民最常访问的WAP网站类型

(6) 网民最常使用的APP类型

(7) 网民对APP的使用黏性

2.3.3 用户对移动互联的业务需求分析

(1) 用户对移动互联的业务需求趋势

(2) 用户对移动互联比较关心的问题

第3章：手机游戏市场及用户行为分析

3.1 手机游戏市场现状分析

3.1.1 手机游戏定义及分类

3.1.2 手机游戏市场规模分析

- (1) 手机游戏市场规模现状
- (2) 手机游戏市场发展趋势

3.1.3 手机游戏用户规模分析

- (1) 手机游戏用户规模现状
- (2) 手机游戏用户发展趋势

3.2 手机游戏用户行为分析

3.2.1 手机游戏用户基本属性分析

- (1) 用户性别及年龄分析
- (2) 用户学历分布
- (3) 城乡分布
- (4) 用户收入分布

3.2.2 手机游戏用户上网分析

- (1) 手机游戏时长分析
- (2) 手机游戏用户手机终端系统分布分析

3.2.3 手机游戏用户行为分析

- (1) 手机游戏用户游戏年龄
- (2) 手机游戏主要游戏产品
- (3) 用户参与手机游戏地点分析
- (4) 手机游戏下载方式
- (5) 手机游戏用户游戏类型选择
- (6) 手机游戏信息获取渠道
- (7) 手机游戏留存时间

3.2.4 手机游戏用户付费行为分析

- (1) 手机游戏用户付费情况分析
- (2) 手机游戏用户付费时间分析
- (3) 手机游戏用户付费形式分析
- (4) 用户每月手机游戏费用分析
- (5) 用户对手机游戏计费模式认可度

3.2.5 用户对手机游戏不满意因素分析

3.2.6 手机游戏市场发展趋势与建议

第4章：移动电子商务市场及用户分析

4.1 移动电子商务市场发展分析

4.1.1 移动电子商务定义与分类

4.1.2 移动电子商务产业链分析

- (1) 移动电子商务产业链结构
- (2) 移动电子商务产业链主体

4.1.3 移动电子商务服务模式分析

4.1.4 移动电子商务市场规模分析

- (1) 移动电子商务交易规模
- (2) 移动电子商务用户规模
- (3) 移动电子商务购物平台占比

4.2 移动电子商务用户行为分析

4.2.1 手机购物用户属性分析

- (1) 用户性别分别状况
- (2) 用户学历结构状况
- (3) 用户收入结构状况
- (4) 用户年龄结构状况
- (5) 用户职业结构状况

4.2.2 手机购物用户手机上网行为分析

- (1) 手机购物用户手机上网时长分析
- (2) 手机购物手机上网频次分析
- (3) 手机购物用户手机上网主要活动

4.2.3 手机购物用户购物行为分析

- (1) 手机购物用户购物时段分析
- (2) 手机购物用户年手机购物金额分析
- (3) 手机购物用户年手机购物次数分析
- (4) 手机购物用户支付方式分析
- (5) 手机购物用户购物使用地点

4.2.4 手机购物用户购物偏好分析

- (1) 手机购物用户通过手机购买的商品类型分析
- (2) 决定手机购物用户选择手机购物网站的因素

4.2.5 网民不使用手机购物的原因分析

4.3 移动电子商务运营案例分析

4.3.1 电信运营商主导的移动电子商务

- (1) “通道+平台”的服务模式简介
- (2) 广东移动网上商城模式分析
- (3) 该类服务模式优劣势分析

4.3.2 传统电子商务提供商主导的移动电子商务

- (1) “品牌+运营”的服务模式简介
- (2) 手机淘宝网服务模式分析
- (3) 手机当当网服务模式分析
- (4) 该类服务模式优劣势分析
- 4.3.3 软件提供商主导的移动电子商务
 - (1) “软件+服务”的服务模式简介
 - (2) 用友移动商街服务模式分析
 - (3) 该类服务模式优劣势分析
- 4.3.4 新兴移动电子商务提供商主导的移动电子商务
 - (1) “专注+创新”的服务模式简介
 - (2) 立购网服务模式分析
 - (3) 该类服务模式优劣势分析
- 4.4 移动电子商务发展趋势分析
 - 4.4.1 移动电子商务发展面临的问题
 - 4.4.2 移动电子商务发展趋势分析
 - 4.4.3 移动电子商务发展建议分析
 - (1) 电信运营商策略建议
 - (2) 传统电子商务提供商策略建议
 - (3) 软件提供商策略建议
 - (4) 新兴移动电子商务提供商策略建议
- 第5章：手机浏览器市场及用户行为分析
 - 5.1 手机浏览器行业概况
 - 5.1.1 手机浏览器定义及分类
 - 5.1.2 手机浏览器行业产业链分析
 - 5.1.3 手机浏览器行业商业模式分析
 - 5.1.4 手机浏览器行业发展影响因素
 - 5.1.5 手机浏览器行业规模分析
 - (1) 手机浏览器用户规模
 - (2) 手机浏览器市场规模
 - 5.1.6 手机浏览器活跃用户覆盖率分布
 - 5.2 手机浏览器用户行为分析
 - 5.2.1 手机浏览器用户基本属性分析
 - (1) 用户性别分布情况
 - (2) 用户年龄结构情况
 - (3) 用户学历分析

- (4) 用户收入分析
- (5) 用户所属行业分析
- 5.2.2 手机浏览器用户手机上网行为
 - (1) 用户手机上网主要活动分布
 - (2) 用户手机上网地点分析
- 5.2.3 用户手机浏览器使用情况分析
 - (1) 用户使用手机浏览器频率分析
 - (2) 用户使用手机浏览器时长分析
 - (3) 使用手机浏览器的功能分析
- 5.2.4 手机浏览器用户使用偏好分析
 - (1) 用户常用的第三方手机浏览器
 - (2) 中国各手机浏览器品牌的第一提及率
 - (3) 手机浏览器用户期望的改进功能
 - (4) 用户获取手机浏览器信息的渠道
 - (5) 用户选择手机浏览器影响因素
- 5.3 典型手机浏览器介绍分析
 - 5.3.1 第三方手机浏览器对比分析
 - (1) 品牌认知度对比
 - (2) 用户渗透率对比
 - (3) 功能设置对比
 - (4) 终端适配能力对比
 - (5) 资本优势对比
 - 5.3.2 UC浏览器介绍分析
 - (1) 企业概览
 - (2) UC浏览器发展历程
 - (3) UC浏览器SWOT分析
 - 5.3.3 QQ手机浏览器介绍分析
 - (1) 企业概览
 - (2) QQ手机浏览器发展历程
 - (3) QQ手机浏览器SWOT分析
 - 5.3.4 Opera手机浏览器介绍分析
 - (1) 企业概览
 - (2) Opera手机浏览器发展历程
 - (3) Opera手机浏览器SWOT分析
 - 5.3.5 GO浏览器介绍分析

- (1) 企业概览
- (2) GO浏览器市场发展历程
- (3) GO浏览器SWOT分析
- 第6章：移动互联网其他细分市场发展分析
- 6.1 手机音乐市场发展分析
 - 6.1.1 手机音乐行业发展现状
 - (1) 手机音乐产业价值链分析
 - (2) 手机音乐市场规模分析
 - (3) 手机音乐客户端使用情况分析
 - 6.1.2 手机音乐用户行为分析
 - (1) 手机音乐用户基本属性
 - (2) 用户手机音乐使用情况分析
 - (3) 用户使用手机音乐客户端需求情况
 - (4) 用户使用手机音乐客户端情况
- 6.2 手机阅读市场发展分析
 - 6.2.1 手机阅读行业发展现状
 - (1) 手机阅读产业市场规模
 - (2) 手机阅读产业用户规模
 - 6.2.2 手机阅读用户行为分析
 - (1) 手机阅读用户基本属性
 - (2) 手机阅读用户手机上网行为分析
 - (3) 用户手机阅读时间分析
 - (4) 用户手机阅读偏好分析
 - (5) 用户付费内容意愿分析
- 6.3 手机即时通讯市场发展分析
 - 6.3.1 手机即时通讯行业发展现状
 - 6.3.2 手机即时通讯应用分析
 - 6.3.3 手机即时通讯获取方式
 - 6.3.4 手机即时通讯付费行为分析
- 6.4 其他移动互联网细分市场分析
 - 6.4.1 手机视频市场发展分析
 - (1) 手机视频市场现状分析
 - (2) 手机视频用户属性分析
 - (3) 手机视频用户行为分析
 - 6.4.2 手机应用商店市场发展分析

- (1) 手机应用商店产业链分析
- (2) 手机应用商店发展现状分析
- (3) 手机应用商店用户属性分析
- (4) 手机应用商店用户行为分析
- (5) 手机应用商店发展趋势分析

6.4.3 手机搜索市场发展分析

- (1) 手机搜索用户规模
- (2) 手机搜索收入规模
- (3) 手机搜索用户行为分析
- (4) 手机搜索用户偏好分析
- (5) 手机搜索发展趋势分析

6.4.4 手机电子邮件市场发展分析

- (1) 手机电子邮件用户规模
- (2) 手机电子邮件使用情况

第7章：移动互联网行业领先企业经营分析

7.1 移动互联网行业企业总体发展状况

7.2 移动互联网运营商经营分析

7.2.1 中国移动有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业用户规模分析
- (8) 企业产品服务分析
- (9) 企业经营状况优劣势分析

7.2.2 中国联合网络通信股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业用户规模分析

(8) 企业产品服务分析

(9) 企业经营状况优劣势分析

7.2.3 中国电信股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业偿债能力分析

(6) 企业发展能力分析

(7) 企业用户规模分析

(8) 企业产品服务分析

(9) 企业经营状况优劣势分析

7.3 移动互联网终端提供商经营分析

7.3.1 中兴通讯股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业偿债能力分析

(6) 企业发展能力分析

(7) 企业产品服务分析

(8) 企业移动互联网业务及盈利模式

(9) 企业经营状况优劣势分析

(10) 企业最新发展动向分析

7.3.2 华为技术有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品服务分析

(4) 技术水平与研发能力

(5) 主要客户及合作关系

(6) 销售渠道及服务网络

(7) 企业经营状况优劣势分析

(8) 企业最新发展动向分析

7.3.3 上海贝尔股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业组织架构分析
- (4) 企业产品服务分析
- (5) 企业移动互联网业务及盈利模式
- (6) 企业经营状况优劣势分析
- (7) 企业发展规划分析

7.3.4 诺基亚通信有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品服务分析
- (4) 企业移动互联网业务及盈利模式
- (5) 企业经营状况优劣势分析

7.3.5 摩托罗拉(中国)电子有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品服务分析
- (4) 企业经营状况优劣势分析

7.3.6 联想移动通信科技有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品服务分析
- (4) 企业移动互联网业务及盈利模式
- (5) 企业经营状况优劣势分析

7.3.7 宇龙计算机通信科技(深圳)有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品服务分析
- (4) 企业移动互联网业务及盈利模式
- (5) 企业经营状况优劣势分析

7.4 移动互联网内容服务提供商经营分析

7.4.1 拓维信息系统股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析

- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业组织架构分析
- (8) 企业产品服务分析
- (9) 企业移动互联网业务及盈利模式
- (10) 企业经营状况优劣势分析
- (11) 企业最新发展动向分析

7.4.2 北京北纬通信科技股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业组织架构分析
- (8) 企业产品服务分析
- (9) 企业移动互联网业务及盈利模式
- (10) 企业经营状况优劣势分析
- (11) 企业最新发展动向分析

7.4.3 北京神州泰岳软件股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业组织架构分析
- (8) 企业产品服务分析
- (9) 企业移动互联网业务及盈利模式
- (10) 企业经营状况优劣势分析
- (11) 企业最新发展动向分析

7.4.4 国脉科技股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析

- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业组织架构分析
- (8) 企业产品服务分析
- (9) 企业移动互联网业务及盈利模式
- (10) 企业经营状况优劣势分析

7.4.5 三维通信股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业组织架构分析
- (8) 企业产品服务分析
- (9) 企业移动互联网业务及盈利模式
- (10) 企业经营状况优劣势分析
- (11) 企业最新发展动向分析

7.4.6 云南南天电子信息产业股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业组织架构分析
- (8) 企业产品服务分析
- (9) 企业经营状况优劣势分析

7.4.7 东信和平科技股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析

- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业组织架构分析
- (8) 企业产品服务分析
- (9) 企业移动互联网业务及盈利模式
- (10) 企业经营状况优劣势分析

7.4.8 卫士通信息产业股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业组织架构分析
- (8) 企业产品服务分析
- (9) 企业移动互联网业务及盈利模式
- (10) 企业经营状况优劣势分析
- (11) 企业投资兼并与重组分析

7.4.9 深圳市证通电子股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业组织架构分析
- (8) 企业产品服务分析
- (9) 企业移动互联网业务及盈利模式
- (10) 企业经营状况优劣势分析

7.4.10 北京华胜天成科技股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析

(7) 企业组织架构分析

(8) 企业产品服务分析

(9) 企业经营状况优劣势分析

7.4.11 空中网集团公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 主要经济指标分析

1) 利润分析

2) 资产负债分析

3) 现金流量分析

(3) 企业产品服务分析

(4) 企业移动互联网业务及盈利模式

(5) 企业经营状况优劣势分析

7.4.12 酷6传媒有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 主要经济指标分析

1) 利润分析

2) 资产负债分析

3) 现金流量分析

(3) 企业产品服务分析

(4) 企业经营状况优劣势分析

7.4.13 新浪网络技术股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

1) 利润分析

2) 资产负债分析

3) 现金流量分析

(3) 企业产品服务分析

(4) 企业移动互联网业务及盈利模式

(5) 企业经营状况优劣势分析

7.4.14 北京搜狐互联网信息服务股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

1) 利润分析

2) 资产负债分析

3) 现金流量分析

- (3) 企业产品服务分析
- (4) 企业移动互联网业务及盈利模式
- (5) 企业经营状况优劣势分析

7.4.15 腾讯控股有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业组织架构分析
- (8) 企业产品服务分析
- (9) 企业经营状况优劣势分析
- (10) 企业最新发展动向分析

7.4.16 优视科技（UCweb）有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品服务分析
- (4) 企业移动互联网业务及盈利模式
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向分析

7.4.17 北京网秦天下科技有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- 1) 利润分析
- 2) 资产负债分析
- 3) 现金流量分析
- (3) 企业组织架构分析
- (4) 企业产品服务分析
- (5) 企业移动互联网业务及盈利模式
- (6) 企业经营状况优劣势分析

7.4.18 广州网易计算机系统有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- 1) 利润分析

2) 资产负债分析

3) 现金流量分析

(3) 企业产品服务分析

(4) 企业移动互联网业务及盈利模式

(5) 企业经营状况优劣势分析

7.4.19 上海掌上灵通咨询有限公司经营情况分析 (已在2013年12月退市)

(1) 企业发展简况分析

(2) 主要经济指标分析

1) 利润分析

2) 资产负债分析

3) 现金流量分析

(3) 企业产品服务分析

(4) 企业移动互联网业务及盈利模式

(5) 企业经营状况优劣势分析

7.4.20 高阳科技(中国)有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业偿债能力分析

(6) 企业发展能力分析

(7) 企业组织架构分析

(8) 企业产品服务分析

(9) 企业移动互联网业务及盈利模式

(10) 企业经营状况优劣势分析

(11) 企业最新发展动向分析

第8章：移动互联网行业投资分析与前景预测

8.1 移动互联网行业投资分析

8.1.1 移动互联网行业投资特性分析

(1) 行业进入壁垒分析

1) 技术壁垒

2) 用户资源壁垒

3) 人才壁垒

4) 资金壁垒

(2) 行业商业模式分析

- 1) 移动互联网行业商业模式
- 2) 移动互联网行业三种商业模式介绍
- 8.1.2 移动互联网行业投资现状分析
- 8.1.3 移动互联网行业投资风险分析
- 8.2 移动互联网行业前景预测
- 8.2.1 移动互联网行业发展趋势分析
- 8.2.2 移动互联网行业发展前景预测
 - (1) 市场规模预测
 - (2) 用户规模预测
- 8.3 移动互联网行业投资机会

图表目录

- 图表1：移动互联网定义的各方观点
- 图表2：移动互联网的业务体系
- 图表3：移动互联网业务创新方向
- 图表4：移动互联网技术体系
- 图表5：移动互联网价值链基本环节
- 图表6：移动互联网产业价值链分层模型
- 图表7：移动互联网价值链各层功能
- 图表8：移动互联网政策法规
- 图表9：2000-2015年移动互联网相关专利申请数量变化图（单位：个）
- 图表10：2002-2015年移动互联网相关专利公开数量变化图（单位：个）
- 图表11：截至2014年移动互联网相关专利申请人构成（排名前十）（单位：个）
- 图表12：截至2014年移动互联网技术分类构成（单位：个）
- 图表13：2005-2014年中国网民规模与普及率（单位：万人，%）
- 图表14：2013-2014年我国网民上网设备对比（单位：%）
- 图表15：2013-2014年新增网民上网设备使用情况（单位：%）
- 图表16：2007-2014年全球移动蜂窝用户数和移动宽带用户数（单位：亿人）
- 图表17：2011-2014年全球移动互联网流量增长图（单位：PB/月）
- 图表18：-2014年全球平板电脑季度出货量（单位：万台，%）
- 图表19：2010-2014年中国移动互联网市场规模（单位：亿元，%）
- 图表20：2011-2018年中国PC网民与移动网民规模及预测（单位：亿人，%）
- 图表21：2011-2014年中国智能手机出货量及保有量（单位：亿台）
- 图表22：传统移动通信时代和移动互联网时代对比
- 图表23：移动互联网应用需求曲线
- 图表24：中国移动互联网产业四象竞争格局

- 图表25：2010-2014年中国移动互联网产业细分行业结构图（单位：%）
- 图表26：2013-2014年移动互联网网民性别比例（单位：%）
- 图表27：2013-2014年中国移动网民学历结构（单位：%）
- 图表28：2013-2014年移动互联网网民职业分布（单位：%）
- 图表29：2013-2014年中国移动互联网网民收入结构（单位：%）
- 图表30：2014年Android平台机型前十机型（单位：%）
- 图表31：2014年IOS平台机型前十机型（单位：%）
- 图表32：2014年Android及IOS平台操作系统前十（单位：%）
- 图表33：2010-2014年中国网民平均每周上网时长（单位：%）
- 图表34：中国智能手机用户上网频次分布和上网场合分布（单位：%）
- 图表35：移动互联网网民上网时间段分布（单位：%）
- 图表36：移动互联网网民上网行为（单位：%）
- 图表37：移动互联网网民最常访问的WAP网站类型（单位：%）
- 图表38：移动互联网网民最常使用的APP类型（单位：%）
- 图表39：移动互联网网民安装APP个数（单位：%）
- 图表40：手机游戏种类划分
- 图表41：2009-2014年中国手机网络游戏市场规模（单位：亿元）
- 图表42：2015-2016年中国手机网络游戏市场规模预测（单位：亿元）
- 图表43：2010-2014年手机网络游戏用户规模及使用率（单位：万人，%）
- 图表44：2015-2016年中国手机网络游戏用户规模预测（单位：亿人）
- 图表45：中国手机游戏用户男女比例分布（单位：%）
- 图表46：中国手机游戏用户年龄分布变化情况（单位：%）
- 图表47：中国手机游戏用户受教育程度分布（单位：%）
- 图表48：中国手机游戏用户城乡分布（单位：%）
- 图表49：中国手机游戏用户收入分布（单位：%）
- 图表50：2014年中国手机游戏日均在线时长（单位：%）
- 图表51：2014年中国智能移动游戏操作系统占比分布（单位：%）
- 图表52：2014年中国手机游戏用户游戏年龄（单位：%）
- 图表53：2014年中国手机游戏主要游戏产品
- 图表54：中国手机游戏地点和场景分布（单位：%）
- 图表55：2014年中国手机游戏用户手机游戏下载平台分布（单位：%）
- 图表56：2014年中国手机游戏用户游戏类型选择（单位：%）
- 图表57：2014年中国手机游戏信息获取渠道（单位：%）
- 图表58：中国手机游戏下载影响因素（单位：%）
- 图表59：中国单款手机游戏留存时间（单位：%）

- 图表60：2014年玩家单次付费超5000元以上的前十手游
- 图表61：2014年手游玩家不用时间段付费次数占比
- 图表62：2014年中国手机游戏用户付费形式（单位：%）
- 图表63：2014年手机单机游戏和手机网络游戏花费（单位：%）
- 图表64：中国手机游戏用户对计费模式认可度调查情况（单位：%）
- 图表65：用户对手机游戏卸载原因（单位：%）
- 图表66：中国手机游戏市场发展趋势
- 图表67：中国手机游戏市场发展建议
- 图表68：移动电子商务分类
- 图表69：移动电子商务类别细分
- 图表70：移动电子商务产业链
- 图表71：移动电子商务产业链主体
- 图表72：移动电子商务主导模式分类
- 图表73：2011-2014年中国移动网购交易规模（单位：亿元）
- 图表74：2009-2014年中国移动电子商务用户规模（单位：亿人）
- 图表75：2014年中国移动电子商务购物平台分布（单位：%）
- 图表76：2014年中国手机购物用户性别分布（单位：%）
- 图表77：2014年中国手机购物用户学历分布（单位：%）
- 图表78：2014年中国手机购物用户收入分布（单位：%）
- 图表79：2014年中国手机购物用户年龄分布（单位：%）
- 图表80：2014年中国手机购物用户职业分布（单位：%）
- 图表81：中国手机购物用户不同终端平均每天上网时长（单位：%）
- 图表82：最近3个月内平均每月购买次数分布（单位：%）
- 图表83：中国手机购物用户手机上网主要活动（单位：%）
- 图表84：2014年中国手机购物用户购物时段（单位：%）
- 图表85：2014年中国手机购物用户最近3个月内平均每次交易金额分布（单位：%）
- 图表86：中国手机购物用户年手机购物次数（单位：%）
- 图表87：中国手机购物用户支付方式（单位：%）
- 图表88：2014年中国用户手机购物使用地点（单位：%）
- 图表89：2014年中国手机购物用户通过手机购买的商品类型（单位：%）
- 图表90：中国手机购物用户选择手机购物网站的主要因素（单位：%）
- 图表91：2014年中国网民不使用手机购物的原因（单位：%）
- 图表92：电信运营商主导的“通道+平台”移动电子商务服务模式
- 图表93：广东移动商城概况
- 图表94：广东移动网上商城运营模式

图表95：广东移动商城WAP购物流程

图表96：广东移动商城盈利模式

图表97：电信运营商主导的移动电子商务主要优势

图表98：电信运营商主导的移动电子商务主要劣势

图表99：传统电子商务提供商主导的“品牌+运营”的移动电子商务服务模式

图表100：手机淘宝网运营模式

图表101：手机当当网运营模式

图表102：传统电子商务提供商主导的移动电子商务主要优势

图表103：传统电子商务提供商主导的移动电子商务主要劣势

图表104：软件提供商主导的“软件+服务”的移动电子商务服务模式

图表105：用友移动商街运营模式

图表106：软件提供商主导移动电子商务的主要优势

图表107：软件提供商主导移动电子商务的主要劣势

图表108：新兴移动电子商务提供商主导的“专注+创新”的移动电子商务服务模式

图表109：立购网运营模式

图表110：新兴移动电子商务提供商主导移动电子商务的主要优势

图表111：新兴移动电子商务提供商主导移动电子商务的主要劣势

图表112：移动电子商务发展面临的问题

图表113：中国移动电子商务发展的七大趋势

图表114：电信运营商手机支付业务

图表115：手机浏览器行业分类

图表116：手机浏览器产业链结构

图表117：手机浏览器行业产业链各环节功能

图表118：手机浏览器商业模式

图表119：影响手机浏览器发展的环境因素分析

图表120：2010-2014年中国手机浏览器活跃用户规模（单位：亿人）

图片详见报告正文•••••（GY LXY）

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，有利于降低企事业单位决策风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/241852241852.html>