

20010-2015年中国移动互联网产业发展研究及前景预测报告

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《2010-2015年中国移动互联网产业发展研究及前景预测报告》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/8675386753.html>

报告价格：电子版: 6500元 纸介版：6800元 电子和纸介版: 7200

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

目录

第一章 2009年全球移动互联网产业发展概述 5

(一) 发展现状 5

1、产业规模 5

2、产业结构 5

(二) 产业特点 6

1、3G元年为移动互联网带来全新发展动力 6

2、LTE成为全球3G技术共同的演进方向 7

3、网络持续优化为创新业务提供有利基础 8

4、亚太地区继续保持3G用户高聚集特点 9

5、用户体验的优化是3G业务的重点 9

(三) 主要国家与地区 13

1、欧洲 13

2、韩国 14

3、日本 16

4、美国 21

第二章 2009年中国移动互联网产业发展概述 28

(一) 发展现状 28

1、产业环境 28

2、产业规模与增长 28

3、产业结构 29

4、产业盈利水平 30

(二) 基本特点 30

1、移动增值业务的创新应用是运营商的重点布局 30

2、3G网络的优化为移动互联网发展带来更多空间 31

3、物联网与移动互联网的融合带来巨大的发展空间 35

第三章 2010-2012年中国移动互联网产业发展预测 37

(一) 影响因素 37

1、有利因素 37

2、不利因素 38

(二) 2010-2012年中国移动互联网产业规模预测 39

(三) 2010-2012年中国移动互联网产业结构预测 39

1、用户结构 39

2、服务内容结构 40

3、收入结构 40

第四章 2010-2012年中国移动互联网产业趋势分析 42

(一) 产品技术趋势 42

1、手机操作系统竞争更趋激励 42

2、移动WIDGET技术将促进移动互联网业务的快速发展 42

(二) 应用(业务)创新 43

1、手机游戏领域将快速发展 43

2、位置服务将得到运营商青睐 43

3、移动搜索将向垂直化方向发展 43

4、移动SNS发展潜力巨大 44

(三) 产业递进与变迁 44

(四) 厂商竞争分析 45

第五章 中国移动互联网产业链结构分析 49

(一) 中国移动互联网产业链结构 49

1、产业链概况 49

2、特征 50

(二) 中国移动互联网产业链演进趋势 52

1、产业链生命周期分析 52

2、产业链价值流动 53

第六章 2009年中国移动互联网主要细分领域竞争分析 58

(一) 移动门户 58

1、发展现状 58

2、盈利状况 58

3、竞争格局 60

4、主力企业评价 60

(二) 移动视频 62

1、发展现状 62

2、盈利状况 62

3、竞争格局 63

4、主力企业评价 66

(三) 移动即时通讯 66

1、发展现状 66

2、盈利状况 67

3、竞争格局 68

4、主力企业评价 70

(四) 手机游戏 72

1、发展现状 72

2、盈利状况 73

3、竞争格局 74

4、主力企业评价 74

(五) 移动搜索 75

1、发展现状 75

2、盈利状况 77

3、竞争格局 77

4、主力企业评价 78

(六) 移动音乐 79

1、发展现状 79

2、盈利状况 79

3、竞争格局 80

4、进出壁垒评价 80

第七章 移动互联网消费者分析 81

(一) 性别结构 81

(二) 年龄结构 82

(三) 学历结构 83

(四) 收入结构 83

(五) 省市结构 84

(六) 地区分布 85

(七) 职业分布 86

第八章 建议 89

(一) 对运营商的建议 89

1、加强移动互联网业务开发 89

2、制定合理的激励机制，推动产业链协调发展 89

(二) 对投资机构的建议 90

1、移动门户 90

2、移动搜索 90

3、手机游戏 91

4、移动IM 91

图表1：日本三大移动运营商用户及服务统计 17

图表2：各种移动互联网服务 19

- 图表3：Q3 2005—Q3 2009美国3G总渗透率 23
- 图表4：Q2 2007—Q1 2009移动互联网市场概况 23
- 图表5：使用各类服务的移动互联网用户数（单位：百万） 24
- 图表6：使用各类服务的移动互联网受众增长率 24
- 图表7：各网站的移动互联网用户数（单位：百万） 25
- 图表8：各类手机应用的收入份额 25
- 图表9：手机视频应用增长情况 26
- 图表10：各类手机游戏的收入份额趋势 26
- 图表11：使用数据服务的百分比 27
- 图表12：使用数据服务的百分比 27
- 图表13：美国和欧洲移动互联网受众情况 28
- 图表14：2003-2008年中国移动互联网产业规模 29
- 图表15：2009 - 2013年中国移动互联网产业收入规模预测 40
- 图表16：2010-2012年互联网用户年龄结构预测 40
- 图表17：2010-2012年中国互联网服务内容结构预测 41
- 图表18：2010-2012年中国互联网服务收入结构预测 41
- 图表19：无限互联网门户巨头竞争力优势分析 46
- 图表20：3G产业链价值分析 55
- 图表21：3G个细分行业增长率 57
- 图表22：中国手机游戏行业生命周期 73
- 图表23：2007-2012年中手机游戏市场规模及增长率 74
- 图表24：2007-2012年中国手机搜索用户规模 76
- 图表25：2007-2012年中国手机搜索市场规模 77
- 图表26：用户使用各WAP搜索站点的比例 78
- 图表27：用户一般经常使用几个WAP搜索站点 79
- 图表28：2009年中国手机网民性别分布 82
- 图表29：2009年中国手机网民年龄层次对比 83
- 图表30：2009年中国手机网民学历层次对比 84
- 图表31：2009年中国手机网民月收入情况对比 85
- 图表32：2009年中国手机网民省市分布对比 85
- 图表33：2009年中国手机网民地区分布对比 86
- 图表34：2009年中国手机网民职业状况对比 87
- 图表35：2009年中国手机网民与互联网网民的职业分布差异 88

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/8675386753.html>