

# 中国移动互联网市场规模现状与投资决策分析报告（2014-2019）

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《中国移动互联网市场规模现状与投资决策分析报告（2014-2019）》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/187845187845.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

2012年中国移动互联网市场规模为549.7亿元，增长率为96.4%，受到智能终端和移动网民规模的快速增长，移动互联网市场规模呈现高速增长。据统计：2012年中国智能手机保有量达到3.6亿，增速为80.0%，智能手机在这一年得到了进一步普及。特别是受到低端Android智能机的推动，智能手机保有量大幅增长，这意味着使用智能手机的用户数量取得了非常快的增长，智能手机已成为移动互联网发展的重要载体。

2012年移动互联网市场规模增长的主要推动力在于移动购物的快速发展。2012年，智能手机和网民规模的快速增长为移动互联网市场发展提供了用户基础，促使各个细分领域都获得了较快的发展增速。移动互联网市场在经过2011和2012两年的高速发展之后，将逐渐回归理性。2013年，移动互联网市场发展的关键在于创新商业模式的探索和变现能力提高，未来几年市场增速将趋于放缓。

中国报告网发布的《中国移动互联网市场规模现状与投资决策分析报告（2014-2019）》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、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研究分析。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、移动互联网概述

##### 一、概念及特点

##### 二、中国移动互联网发展历程

##### 三、移动互联网的应用

##### 四、移动互联网繁荣发展

##### 五、智能商务将获得极大发展

#### 第二节、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

#### 第三节、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

第四节、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

第二章、世界移动互联网发展

第一节、发展现状

第二节、美国

第三节、其他国家

一、亚太地区移动互联网用户不断增加

二、日本移动互联网的发展解析

三、韩国移动互联网现状分析

第四节、世界移动互联网发展预测

一、2014年全球手机上网用户预测

二、2015年欧洲移动互联网用户规模预测

三、全球移动互联网将现爆发式增长

四、2016年预计全球移动数据流量预测

五、2015年全球移动智能设备发展分析

第三章、中国移动互联网主要载体发展

第一节、互联网

一、互联网产业发展概述

二、全球互联网经济规模格局

三、中国互联网行业发展特点

四、中国互联网产业面临问题分析

第二节、手机

一、我国手机行业发展现状

二、我国手机用户数情况

三、2014年手机市场发展趋势

第三节、智能手机

一、国内外智能手机市场发展状况

二、中国智能手机市场发展状况

三、中国智能手机市场发展格局

第四章、中国移动互联网用户分析

## 第一节、我国互联网用户特征及结构

### 一、网民规模与结构特征

### 二、网民互联网应用状况

### 三、网民属性特征分析

### 四、手机网民结构及应用

## 第二节、移动互联网用户特征解析

### 一、用户属性

### 二、用户应用特性

### 三、手机视频用户特点

### 四、手机阅读用户特征

## 第三节、移动互联网用户布局

### 一、地域分布

### 二、接入运营商分布

### 三、接入网络方式分布

### 四、上网时间分布

## 第五章、我国移动互联网行业综合状况

### 第一节、我国移动互联网发展概况

#### 一、产业发展阶段分析

#### 二、产业进入全面整合时期

#### 三、行业跨界竞争特征明显

#### 四、引发产业重构命题

### 第二节、移动互联网发展

#### 一、年度行业数据

#### 二、年行业热点回顾

#### 三、年度行业重点数据

#### 四、年行业焦点回顾

### 第三节移动互联网发展问题及对策

#### 一、产业链参与者过于复杂

#### 二、自主创新能力不够

#### 三、同质化严重

#### 四、发展建议

## 第六章、移动互联网市场分析

### 第一节、参与者盈利模式分析

#### 一、门户网站模式

#### 二、“IM”业务模式

### 三、终端厂商进入模式

### 四、搜索引擎服务商进入模式

## 第二节、移动互联网产品开发运营及案例分析

### 一、产品分类以及盈利模式

### 二、成功产品借鉴经验研析

### 三、产品发展对策

## 第三节、中国移动互联网应用市场

### 一、应用市场发展概述

### 二、移动游戏

### 三、手机阅读

### 四、移动搜索

### 五、应用市场未来发展趋势

## 第四节、移动互联网广告及营销

### 一、移动互联网传播属性解析

### 二、移动互联网的广告机会

### 三、移动营销策略分析

### 四、移动营销的跨界整合策略

### 五、广告平台案解析

## 第七章、中国移动互联网

### 中国移动互联网终端发展现状

#### 第一节、诺基亚、山寨手机份额变化

#### 三、苹果、HTC手机份额变化

#### 四、手机品牌用户活跃度对比

#### 第二节、2011年第二季度

##### 一、手机品牌分布

##### 二、各机型市场占有率排名

##### 三、手机终端特征解析

#### 第三节、2011年第三季度

##### 一、手机品牌分布

##### 二、手机品牌变化趋势

##### 三、Android系统手机品牌分布

##### 四、各机型市场占有率排名

#### 第四节、2011年第四季度

##### 一、手机品牌分布

##### 二、手机品牌变化趋势

### 三、Android系统手机品牌分布

### 四、各机型市场占有率排名

#### 第五节、2012年第一季度

##### 一、手机品牌分布

##### 二、手机品牌变化趋势

### 三、Android系统手机品牌分布

### 四、终端机型TOP20

### 五、Android系统手机品牌TOP20

## 第八章、移动互联网终端平台发展现状

#### 第一节、2011年第一季度

##### 一、手机平台分布

##### 二、智能手机平台份额变化趋势

##### 三、Android和iOS平台份额变化趋势

##### 四、低端手机平台份额变化趋势

#### 第二节、2011年第二季度

##### 一、手机平台分布

##### 二、手机平台份额变化

#### 第三节、2011年第三季度

##### 一、手机平台分布

##### 二、手机平台变化趋势

#### 第四节、2011年第四季度

##### 一、手机平台分布

##### 二、手机平台变化趋势

#### 第五节、2012年第一季度

##### 一、手机平台分布

##### 二、手机平台变化趋势

##### 三、Android、iOS智能手机平台版本分布

##### 四、Android智能手机平台分辨率分布

## 第九章、手机浏览器发展现状

#### 第一节、2011年第一季度

##### 一、用户浏览器分布

##### 二、内置与第三方浏览器份额对比

##### 三、Webkit、Ucweb、QQ浏览器份额变化趋势

##### 四、MTK自带浏览器、诺基亚自带浏览器份额变化趋势

##### 五、浏览器用户活跃度对比

## 第二节、2011年第二季度

- 一、手机浏览器分布
- 二、移动互联网手机内置浏览器份额变化
- 三、移动互联网手机第三方浏览器份额变化

## 第三节、2011年第三季度

- 一、手机浏览器分布
- 二、Android系统手机浏览器分布

## 第四节、2011年第四季度

- 一、手机浏览器分布
- 二、手机自带浏览器变化趋势

## 第五节、2012年第一季度

- 一、手机浏览器分布
- 二、手机自带浏览器变化趋势
- 三、手机第三方浏览器变化趋势
- 四、UC浏览器版本分布

## 第十章、应用商店

### 第一节、手机应用商店概述

- 一、定义及特征
- 二、发展历程
- 三、产业链结构
- 四、盈利模式
- 五、开发者分类
- 六、拓展应用市场的重要策略

### 第二节、2009-2010年手机应用商店发展

- 一、2009年用户规模
- 二、2010年访问比例

### 第三节、2011年第二季度

- 一、典型应用商店累计应用数量
- 二、典型应用商店免费及付费应用比例
- 三、典型应用商店应用分类变化趋势
- 四、苹果App store及Android market应用商店下载情况

### 第四节、2011年第三季度

- 一、典型应用商店累计应用数量
- 二、典型应用商店免费及付费应用比例
- 三、典型应用商店应用分类变化趋势



#### 四、苹果App store及Android market应用商店下载情况

##### 第五节、2013-2014年

- 一、应用商店整体格局
- 二、典型应用商店累计应用数量
- 三、典型应用商店免费及付费应用比例
- 四、典型应用商店应用分类变化趋势
- 五、2011年第四季度移动应用搜索排名

##### 第六节、2013-2014年应用商店发展状况

#### 第十一章、移动互联网投资及前景分析

##### 第一节、投资现状及未来机会

- 一、移动互联网将影响下一个十年创业方向
- 二、中国移动互联网的投资热度不减
- 三、移动互联网产业投资规模刷新历年纪录
- 四、移动互联网再造投资新机遇
- 五、移动互联网产业投资风险防范

##### 第二节、移动互联网发展前景预测

- 一、移动互联网发展前景无限
- 二、移动互联网未来发展趋势
- 三、中国移动互联网终端发展预测
- 四、2012年中国移动互联网行业趋势分析
- 五、2012年中国移动互联网市场预测
- 六、2012年移动互联网技术发展方向分析

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，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/187845187845.html>