

# 2019年中国移动互联网行业分析报告- 行业供需现状与发展潜力评估

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《2019年中国移动互联网行业分析报告-行业供需现状与发展潜力评估》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/461283461283.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

随着人口红利的渐失，我国移动互联网用户规模增速放缓。2019年9月，我国移动互联网活跃用户规模为11.33亿，同比增长1.3%，较上个月同比降低0.4个百分点，1-9月净增238万，用户平均每天花在移动互联网的时间已接近6小时，相比2018年年末，时长增长大幅下跌。

2018年1月-2019年9月中国移动互联网月活跃用户规模趋势

数据来源：QuestMobile

中国移动互联网用户月人均单日使用时长

数据来源：QuestMobile

从月活跃用户规模增速来看，9月，MAU>5000万区间，电子政务和教育工具表现亮眼，同比增长在300%以上。1000万<MAU<5000万区间，高等教育增速远超其他行业，达438.8%；MAU<1000万区间，娱乐资讯表现亮眼，增速达288.3%。

2019年9月月活跃用户规模同比增长TOP 5细分行业（MAU>5000万）

数据来源：QuestMobile

2019年9月月活跃用户规模同比增长TOP 5细分行业（1000万<MAU<5000万）

数据来源：QuestMobile

2019年9月月活跃用户规模同比增长TOP 5细分行业（MAU<1000万）

数据来源：QuestMobile

从时长增长来看，MAU>5000万区间，电子政务、MOBA及MMORPG最为吸引用户注意力，时长分别达269.5分钟、259分钟、213.2分钟；1000万<MAU<5000万区间，音乐游戏、音乐播放器及幽默段子最为吸引用户注意力，时长分别达141.8分钟、116.8分钟及107.4分钟；MAU<1000万区间，同性交友用户花费时间最多，达201.2分钟。可见，短视频、手机游戏、音乐等泛娱乐行业更吸引用户注意力，人均使用时长增长显著。

2019年9月用户月人均使用市场同比增量TOP 5细分行业（MAU>5000万）

数据来源：QuestMobile

2019年9月用户月人均使用市场同比增量TOP 5细分行业（1000万<MAU<5000万）

数据来源：QuestMobile

2019年9月用户月人均使用市场同比增量TOP 5细分行业（MAU<1000万）

数据来源：QuestMobile

2019年9月用户月总使用时长同比增量占比TOP 10细分行业

数据来源：QuestMobile

2019年9月，人均使用APP类型数量已达18类，仍保持稳定增长，其中，人均使用11-20类APP的分布最多。

中国移动互联网用户使用APP 类型数量的人群分布

数据来源：QuestMobile

2019年9月，下沉市场用户规模达到6.14亿，但是进入2019年开始，下沉市场用户规模开始增长基本停滞。9月，下沉市场月人均使用时长达140小时，虽然用户规模增速缓慢，但用户的时长红利仍在。

下沉市场月活跃用户数（亿）

数据来源：QuestMobile

下沉市场月人均使用时长（小时）

数据来源：QuestMobile

从细分行业用户规模同比增量来看，短视频收获到最多的下沉流量红利，综合电商在下沉市场也获利匪浅；同时教育、游戏、社群电商等领域随着下沉市场的拓展而大幅增长。2019年9月下沉市场细分行业用户规模同比增量

数据来源：QuestMobile

从下沉市场消费能力来看，年轻人群是消费能力提升的主力军。2019年9月，年轻人群在下沉市场消费水平在20-1000元居多，占比达47%，高于整体下沉市场。

2019年9月下沉市场年轻人群线上消费能力

数据来源：QuestMobile

2019年9月下沉市场年轻人群在泛娱乐典型行业付费占比最多的是直播类，游戏直播、娱乐直播及在线直播付费占比均在30%左右，下沉市场年轻人群在泛娱乐行业的付费习惯已初步养成。

2019年9月下沉市场年轻人群泛娱乐典型行业付费占比

数据来源：QuestMobile

移动互联网典型人群月活跃用户数（亿）

数据来源：QuestMobile

移动互联网典型人群月人均使用时长

数据来源：QuestMobile

2019年9月，00后用户规模增量主要集中在综合电商、短视频、在线视频等行业，同比增量均在3000万以上。可见，00后购物需求旺盛，且在泛娱乐、金融行业用户规模有显著提升。同时，年轻化成为典型产品的又一大吸引因素，其中手机淘宝、高德地图的00后同比增长过100%

2019年9月00后细分行业用户规模同比增量TOP 10

数据来源：QuestMobile

2019年9月00后用户规模同比增量TOP 10 APP

数据来源：QuestMobile

2019年9月，中老年人群用户规模同比增量集中在综合电商、在线阅读及支付结算行业，同比增量均在750万以上。随着金融支付、电商、教育工具、地图导航等便捷应用更深渗

透到中老年人群，中老年人群移动互联网体验日渐立体丰富。同时，中老年人也跟随年轻人的步伐，在抖音、快手观看短视频内容消磨时间更长，在手机淘宝、拼多多上购物，在微博、微信中参与日常社交和通讯活动。

2019年9月中老年人群细分行业用户规模同比增量TOP 10

数据来源：QuestMobile

2019年9月中老年用户规模同比增量TOP 10 APP

数据来源：QuestMobile（TC）

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2019年中国移动互联网行业分析报告-行业供需现状与发展潜力评估》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。

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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

## 【报告大纲】

### 第一章 2016-2019年中国移动互联网行业发展概述

#### 第一节 移动互联网行业发展情况概述

- 一、移动互联网行业相关定义
- 二、移动互联网行业基本情况介绍
- 三、移动互联网行业发展特点分析

#### 第二节 中国移动互联网行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍

## 二、移动互联网行业产业链条分析

### 三、中国移动互联网行业产业链环节分析

#### 1、上游产业

#### 2、下游产业

### 第三节 中国移动互联网行业生命周期分析

#### 一、移动互联网行业生命周期理论概述

#### 二、移动互联网行业所属的生命周期分析

### 第四节 移动互联网行业经济指标分析

#### 一、移动互联网行业的赢利性分析

#### 二、移动互联网行业的经济周期分析

#### 三、移动互联网行业附加值的提升空间分析

### 第五节 中国移动互联网行业进入壁垒分析

#### 一、移动互联网行业资金壁垒分析

#### 二、移动互联网行业技术壁垒分析

#### 三、移动互联网行业人才壁垒分析

#### 四、移动互联网行业品牌壁垒分析

#### 五、移动互联网行业其他壁垒分析

## 第二章 2016-2019年全球移动互联网行业市场发展现状分析

### 第一节 全球移动互联网行业发展历程回顾

### 第二节 全球移动互联网行业市场区域分布情况

### 第三节 亚洲移动互联网行业地区市场分析

#### 一、亚洲移动互联网行业市场现状分析

#### 二、亚洲移动互联网行业市场规模与市场需求分析

#### 三、亚洲移动互联网行业市场前景分析

### 第四节 北美移动互联网行业地区市场分析

#### 一、北美移动互联网行业市场现状分析

#### 二、北美移动互联网行业市场规模与市场需求分析

#### 三、北美移动互联网行业市场前景分析

### 第五节 欧盟移动互联网行业地区市场分析

#### 一、欧盟移动互联网行业市场现状分析

#### 二、欧盟移动互联网行业市场规模与市场需求分析

#### 三、欧盟移动互联网行业市场前景分析

### 第六节 2020-2026年世界移动互联网行业分布走势预测

### 第七节 2020-2026年全球移动互联网行业市场规模预测

## 第三章 中国移动互联网产业发展环境分析

## 第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品移动互联网总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

## 第二节 中国移动互联网行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

## 第三节 中国移动互联网产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

## 第四章 中国移动互联网行业运行情况

### 第一节 中国移动互联网行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业创新情况分析
- 三、行业发展特点分析

### 第二节 中国移动互联网行业市场规模分析

### 第三节 中国移动互联网行业供应情况分析

### 第四节 中国移动互联网行业需求情况分析

### 第五节 中国移动互联网行业供需平衡分析

### 第六节 中国移动互联网行业发展趋势分析

## 第五章 中国移动互联网所属行业运行数据监测

### 第一节 中国移动互联网所属行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、行业资产规模分析

### 第二节 中国移动互联网所属行业产销与费用分析

- 一、流动资产
- 二、销售收入分析
- 三、负债分析

#### 四、利润规模分析

#### 五、产值分析

#### 第三节 中国移动互联网所属行业财务指标分析

##### 一、行业盈利能力分析

##### 二、行业偿债能力分析

##### 三、行业营运能力分析

##### 四、行业发展能力分析

#### 第六章 2016-2019年中国移动互联网市场格局分析

##### 第一节 中国移动互联网行业竞争现状分析

##### 一、中国移动互联网行业竞争情况分析

##### 二、中国移动互联网行业主要品牌分析

##### 第二节 中国移动互联网行业集中度分析

##### 一、中国移动互联网行业市场集中度分析

##### 二、中国移动互联网行业企业集中度分析

##### 第三节 中国移动互联网行业存在的问题

##### 第四节 中国移动互联网行业解决问题的策略分析

##### 第五节 中国移动互联网行业竞争力分析

##### 一、生产要素

##### 二、需求条件

##### 三、支援与相关产业

##### 四、企业战略、结构与竞争状态

##### 五、政府的作用

#### 第七章 2016-2019年中国移动互联网行业需求特点与动态分析

##### 第一节 中国移动互联网行业消费市场动态情况

##### 第二节 中国移动互联网行业消费市场特点分析

##### 一、需求偏好

##### 二、价格偏好

##### 三、品牌偏好

##### 四、其他偏好

##### 第三节 移动互联网行业成本分析

##### 第四节 移动互联网行业价格影响因素分析

##### 一、供需因素

##### 二、成本因素

##### 三、渠道因素

##### 四、其他因素



## 第五节 中国移动互联网行业价格现状分析

### 第六节 中国移动互联网行业平均价格走势预测

- 一、中国移动互联网行业价格影响因素
- 二、中国移动互联网行业平均价格走势预测
- 三、中国移动互联网行业平均价格增速预测

## 第八章 2016-2019年中国移动互联网行业区域市场现状分析

### 第一节 中国移动互联网行业区域市场规模分布

#### 第二节 中国华东地区移动互联网市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区移动互联网市场规模分析
- 四、华东地区移动互联网市场规模预测

#### 第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区移动互联网市场规模分析
- 四、华中地区移动互联网市场规模预测

#### 第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区移动互联网市场规模分析
- 四、华南地区移动互联网市场规模预测

## 第九章 2016-2019年中国移动互联网行业竞争情况

### 第一节 中国移动互联网行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

### 第二节 中国移动互联网行业SWOT分析

- 一、行业优势分析
- 二、行业劣势分析
- 三、行业机会分析
- 四、行业威胁分析

### 第三节 中国移动互联网行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 移动互联网行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

## 第十一章 2020-2026年中国移动互联网行业发展前景分析与预测

### 第一节 中国移动互联网行业未来发展前景分析

#### 一、移动互联网行业国内投资环境分析

#### 二、中国移动互联网行业市场机会分析

#### 三、中国移动互联网行业投资增速预测

### 第二节 中国移动互联网行业未来发展趋势预测

### 第三节 中国移动互联网行业市场发展预测

#### 一、中国移动互联网行业市场规模预测

#### 二、中国移动互联网行业市场规模增速预测

#### 三、中国移动互联网行业产值规模预测

#### 四、中国移动互联网行业产值增速预测

#### 五、中国移动互联网行业供需情况预测

### 第四节 中国移动互联网行业盈利走势预测

#### 一、中国移动互联网行业毛利润同比增速预测

#### 二、中国移动互联网行业利润总额同比增速预测

## 第十二章 2020-2026年中国移动互联网行业投资风险与营销分析

### 第一节 移动互联网行业投资风险分析

#### 一、移动互联网行业政策风险分析

#### 二、移动互联网行业技术风险分析

#### 三、移动互联网行业竞争风险分析

#### 四、移动互联网行业其他风险分析

### 第二节 移动互联网行业企业经营发展分析及建议

#### 一、移动互联网行业经营模式

#### 二、移动互联网行业销售模式

#### 三、移动互联网行业创新方向

### 第三节 移动互联网行业应对策略

#### 一、把握国家投资的契机

#### 二、竞争性战略联盟的实施

#### 三、企业自身应对策略

## 第十三章 2020-2026年中国移动互联网行业发展战略及规划建议

### 第一节 中国移动互联网行业品牌战略分析

#### 一、移动互联网企业品牌的重要性

#### 二、移动互联网企业实施品牌战略的意义

#### 三、移动互联网企业品牌的现状分析

#### 四、移动互联网企业的品牌战略

## 五、移动互联网品牌战略管理的策略

### 第二节 中国移动互联网行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

### 第三节 中国移动互联网行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

## 第十四章 2020-2026年中国移动互联网行业发展策略及投资建议

### 第一节 中国移动互联网行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

### 第二节 中国移动互联网行业定价策略分析

### 第三节 中国移动互联网行业营销渠道策略

- 一、移动互联网行业渠道选择策略
- 二、移动互联网行业营销策略

### 第四节 中国移动互联网行业价格策略

### 第五节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国移动互联网行业重点投资区域分析
- 二、中国移动互联网行业重点投资产品分析

图表详见正文 . . . . .

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/461283461283.html>