

2020年中国移动互联网市场分析报告- 行业深度调研与投资战略研究

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《2020年中国移动互联网市场分析报告-行业深度调研与投资战略研究》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/484085484085.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

移动互联网是将移动通信和互联网二者结合成为一体，以宽带IP为技术核心，可提供话音、数据、图像、多媒体等服务，其由运营商提供无线接入，互联网企业提供各种成熟的应用。目前，我国移动互联网行业正逐渐渗透到人们生活、工作的各个领域，微信、支付宝等各种互联网应用迅猛发展，正在深刻改变信息时代的社会生活。

在2019年里，我国移动网民人均安装app总量持续增长，从2018年的51款增长到了2019年的60款；在2019年第四季度，人均app每日使用时长达5.1小时，相较去年同期有近1个小时的增长。

2019年中国移动网民手机人均安装app总量统计

数据来源：中国互联网协会

2019年中国移动网民人均app每日使用时长统计

数据来源：中国互联网协会

从移动互联网行业头部企业的发展情况来看，据数据显示，在2019年，移动互联网行业中市值top10公司旗下app安装量的占比呈现出不断增长趋势，app安装量（不去重）从2018年Q4的23.3%增长到2019年Q4的27.5%；头部企业所占据的用户时长份额也达到了70.7%，移动互联网用户注意力始终高度掌握在头部公司手上，移动互联网行业集中度较高。

2019年移动互联网行业头部企业app安装量（不去重）及时长占比

数据来源：中国互联网协会

从移动互联网流量方面来看，由于我国线上线下服务融合创新保持活跃，各类互联网应用加快向四五线城市和农村用户渗透，使移动互联网接入流量消费保持了较快的增长。据工信部发布的数据显示：2019年，我国移动互联网接入流量消费达1220亿GB，同比增长71.6%；全年移动互联网月户均流量（DOU）达7.82GB/户/月，是2018年的1.69倍；其中2019年12月DOU高达8.59GB/户/月。

2014-2019年移动互联网流量及月DOU增长情况

数据来源：工信部

2019年移动互联网接入当月流量及当月DOU情况

数据来源：工信部

从移动短信的发展情况来看，由于网络登录和用户身份认证等安全相关服务不断渗透，移动短信的业务量得到了大幅的提升。据工信部数据显示：2019年，全国移动短信业务量相比上年增长37.5%，增速较上年提高23.5%；移动短信业务收入完成392亿元，与上年持平。

2014-2019年移动短信业务量增长情况

数据来源：工信部

2014-2019年移动短信业务收入增长情况

数据来源：工信部

在移动电话用户和通话量方面，由于互联网应用对话音业务替代影响的不断加深，使得话音业务量下滑。工信部数据显示：2019年，移动电话用户净增从2018年的14861万户下降到了2019年的3525万户；全国移动电话去话通话时长为2.4万亿分钟，相比2018年下降5.9%。

2014-2019年移动电话用户和通话量增长情况

数据来源：工信部（LSM）

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。《2020年中国移动互联网市场分析报告-行业深度调研与投资战略研究》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 2017-2020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 2017-2020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 2021-2026年世界移动互联网行业分布走势预测

第七节 2021-2026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 2017-2020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 2017-2020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 2017-2020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 2017-2020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、发展现状
- 四、优劣势分析

第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第三节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第四节 企业

- 一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第十一章 2021-2026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 2021-2026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 2021-2026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 2021-2026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/484085484085.html>