

中国手机应用商店产业市场竞争态势调查及十三五发展定位研究报告

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《中国手机应用商店产业市场竞争态势调查及十三五发展定位研究报告》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/shoujidianhua/234644234644.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

手机软件商店，又叫手机应用商店，是2009年由苹果公司提出的概念。应用商店诞生的初衷，是让智能手机用户在手机上完成更多的工作和娱乐。在09年底，手机软件商店的概念迅速风靡起来，各大手机厂商开始搭建自己的应用商店，来提升自身手机产品的卖点和吸引力。手机软件商店里的内容涵盖了手机软件，手机游戏，手机图片，手机主题，手机铃声，手机视频等几类。

中国报告网发布的《中国手机应用商店产业市场竞争态势调查及十三五发展定位研究报告》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、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。

报告大纲：

第一章2015年全球手机应用商店市场分析

第一节全球手机应用商店市场概述

第二节移动应用商店上线事件回顾

第三节新型在线手机应用商店的特征分析

一、具有电子商务典型特征

二、平台提供商多元化应用服务

三、最大挑战在于平台产业链整合能力

四、两条腿走路的支付方式

第二章2015年中国手机应用商店行业市场发展环境分析

第一节2015年中国经济环境分析

一、国民经济运行情况GDP

二、消费价格指数CPI、PPI

三、全国居民收入情况

四、恩格尔系数

五、工业发展形势

六、固定资产投资情况

七、财政收支状况

八、中国汇率调整

九、存贷款基准利率调整情况

十、社会消费品零售总额

十一、对外贸易&进出口

第二节2015年中国手机应用商店行业政策环境分析

一、软件产业政策分析

二、相关标准分析

第三节2015年中国手机应用商店行业社会环境分析

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

第四节2015年中国手机应用商店行业技术环境分析

第三章2015年中国手机应用商店市场动态分析

第一节中国在线应用商店市场的发展状况

第二节中国在线手机应用商店市场发展四大动因

一、中国移动互联网用户规模环境

二、中国移动互联网产业规模环境

三、中国手机市场出货规模环境

四、中国手机网民对于应用软件的需求

第三节中国在线手机应用商店产业链分析

第四节中国移动应用商店运营方分类

一、终端设备制造商型

二、移动运营商型

第四章2015年中国典型在线应用商店发展模式分析

第一节终端厂商-APPLEAPPSTORE

第二节电信运营商-中国移动MOBILEMARKET

第三节应用服务提供商-GOOGLEANDROIDMARKET

第五章2015年中国手机应用商店行业运行形势综述

第一节中国手机应用商店行业发展概述

一、手机程序应用商店注册用户破亿

二、手机应用商店越演越烈

三、手机应用商店高速发展天翼空间注册用户超千万

第二节中国手机应用商店行业发展动态分析

一、诺基亚将手机应用商店ovi将更名为“诺基亚”

二、黑莓智能手机应用程序商店appworld登陆中国

三、Android手机应用商店步入2.0时代

第三节2015年中国手机应用商店行业发展存在问题分析

第六章2015年中国手机应用开发者原生态调查分析

第一节中国移动开发者状况概述与处境

一、中国移动开发者状况概述

二、中国移动开发者生存状况

三、中国手机应用商店的纠结

第二节2015年中国移动开发者状况调查分析

一、中国手机应用开发者开发移动应用领域调查情况分析

二、中国手机应用开发者对开发平台的选择情况

三、中国手机应用开发者认为最赚钱的平台

四、中国手机应用开发者选择平台主要考虑的因素

五、中国手机应用开发者开发的移动应用个数情况调查

六、中国手机应用开发者认为开发流程挑战最大的环节

七、中国手机应用开发者发放移动应用的渠道

八、中国手机应用开发者开发移动应用的主要盈利模式

九、中国手机应用开发者所在团队在移动开发方面的盈亏情况

十、中国移动应用市场推广和分发方面所面临的主要挑战

十一、中国手机应用开发者提交过应用的移动应用商店

十二、中国手机应用开发者选择应用商店主要考虑的因素

十三、中国手机应用开发者的移动开发平台环境调查情况

十四、中国开发者在团队应用开发方面侧重合作的企业类型

十五、中国手机应用开发者移动开发团队的规模情况

十六、中国开发人员从事移动开发的年限情况

第七章中国十二大重点手机软件商店市场分析

第一节机客手机应用商店（JIKERSTORE）

第二节苹果软件应用商店（APPSTORE）

第三节诺基亚软件应用商店（OVISTORE）

第四节微软软件应用商店WINDOWS MARKETPLACE

第五节谷歌软件应用商店ANDROID MARKET

第六节LG软件应用商店（LG APPLICATION STORE）

第七节黑莓软件应用商店（BB APP WORLD）

第八节中国移动软件应用商店（MOBILE MARKET）

第九节中国联通软件应用商店（玩家营）

第十节中国电信软件应用商店（天翼空间）

第十一节历趣手机应用商店（LIQU）

第十二节酷派软件应用商店（COOLMART）

第八章2015年中国手机游戏产业运行形势分析

第一节2015年中国手机游戏产业发展分析

- 一、中国手机游戏业务日渐崛起
- 二、中国手机游戏用户情况分析
- 三、中国手机游戏业务收费模式分析

第二节2015年中国手机游戏市场概况

- 一、国内手机游戏市场的发展模式
- 二、手机游戏培训市场异军突起
- 三、我国手机游戏市场问题
- 四、影响未来手机游戏市场规模的因素

第三节2015年中国手机游戏市场发展现状分析

- 一、中国手机游戏市场驱动因素
- 二、手机游戏市场现版权纠纷
- 三、中国手机游戏市场规模分析

第四节2015年中国手机游戏市场的瓶颈及发展对策

- 一、国内手机游戏市场品质成发展瓶颈
- 二、手机游戏市场的监管引导不能缺位
- 三、国内手机游戏市场如何做大

第九章2015年中国手机视频行业市场运行态势剖析

第一节2015年世界手机视频行业市场发展格局

- 一、世界手机视频市场亮点分析
- 二、世界手机视频用户规模
- 三、世界手机视频市场发展动态分析

第二节中国手机视频行业动态聚焦

- 一、中国最大手机视频基地在上海开建，总投资达五亿元
- 二、中移动推手机视频整合营销活动

第三节2015年中国手机视频市场现状综述

- 一、中国手机视频业务市场规模
- 二、中国手机视频市场启动

第十章2016-2020年中国手机应用商店行业发展趋势预测分析

第一节2016-2020年中国手机应用商店行业趋势分析

- 一、手机应用商店技术方向分析
- 二、手机应用商店规模预测分析
- 三、手机应用商店竞争格局预测分析

四、手机应用商店盈利预测分析

第二节2016-2020年中国手机应用商店行业投资分析

一、投资机会分析

二、投资风险分折

第三节2016-2020年中国手机应用商店行业投资建议

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

图表详见正文.....

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shoujidianhua/234644234644.html>