

2017-2022年中国移动互联网市场竞争态势及投资策略研究报告

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《2017-2022年中国移动互联网市场竞争态势及投资策略研究报告》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/hulianwang/289390289390.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

1移动互联网以及移动互联网技术的相关内容

1.1移动互联网的相关概念

移动互联网的概念是使用移动接入技术经各种各样的移动终端和互联网进行有效的连接，使无线网的优势可以全方位服务移动客户。就互联网的技术层面而言，移动互联网是依靠IP宽带进行运行的，互联网的媒介为各种各样移动终端，互联网的目标是将移动网络的优势全面服务给人们，移动互联网的传输基础是数据的绝对安全，与此同时，移动互联网多媒体业务网络也正是在此条件下进行开发的。就移动端层面而言，移动互联网在进行获取通信信息时可以使用手机、电脑、平板等各种各样的移动终端。

1.2移动互联网技术的相关概念

移动互联网技术的概念是将移动终端设备如手机、电脑、平板等与TCP或IP等网络协议进行有效的融合，与无线网络中各个设备进行连接，例如将移动通信网络包括2G、3G、4G等与无线网络进行连接，进而将视频、文字、图片等数据信息通过各种方式作用于移动互联网的内环境以及将网络信息在各种媒体设备之间进行传输和共享从而形成的一种网络技术。

1.3移动互联网的特点

移动互联网与传统的互联网进行对比发现，其最大的优点就是改变了传统的数据通信，在进行传输的时候因时空的因素而受影响，将互联网中的开放性和共享性在技术上进行有效的融合。通过互联网的运行方式与实现方式可以发现，其特点非常广泛，例如时效性、便捷性、多样性、共享性、开放性、以及移动性。对于互联网中的时效性而言，不但可以为客户提供24h的全方位在线服务，还可以使其提供的网络信息具有即时性以及最新性。对于互联网中的便捷性而言，不但可以将网络进行360°无死角覆盖，还可以将移动终端设备如手机、电脑、平板等和移动互联网进行有效的连接以及使用。

图：2016年我国境内手机网民上网设备操作系统分布 资料来源：公开资料，中国报告网整理

2移动互联网技术的发展现状

就目前移动互联网技术的发展现状而言，既有值得人们发扬的一方面，也有人们必须改进的一方面，尤其是互联网技术的内容，更加需要相关工作者对其进行的不断的完善与改进。据调查了解到，我国的移动互联网技术在WLAN的使用中少之又少，也正是因为如此，移动互联网技术在进行蓝牙传输以及正常运行时都不得不需要非常多能源进行正常运转，这种现象与我国的经济性原则背道而驰，恰恰说明互联网技术仍需要进行不断改革。与此同时，移动互联网技术中低网络资源的使用率也会严重影响互联网移动设备的准确识别和有效连接，而在数据中的传输速度也会逐渐减弱，这些现象都会影响移动互联网技术的发展。而移动互联网技术的定位准确度、定位的效率、智能化、以及自动化等都需要不断的改进。

3移动互联网技术的未来发展趋势

3.1移动互联网技术和智能化技术进行结合发展

若想推动移动互联网技术未来的发展，必须将移动互联网技术和智能化技术进行结合发展。随着科技的不断进步，网络信息技术或者各种机械设备不只有自动化、高度集成化等代名词，还包括智能化技术。这也说明了移动互联网技术和智能化技术的有效融合已经成为移动互联网技术的未来发展趋势之一。随着科学技术的不断发展，移动互联网中以往的信息输送手段已经不能满足客户自身移动终端需求，也无法像从前一样进行全方位的良好网络服务。面对这一现象，相关的工作者只好将移动互联网技术和智能化技术进行有效的结合进行发展，对于网络信息的传输仍坚持传统的移动互联网技术的特点，在满足客户自身需求的同时，不断扩大互联网的结构，以此提高数据的安全性。

3.2移动互联网技术和精确定位技术进行结合发展

若想推动移动互联网技术未来的发展，必须将移动互联网技术和精确定位技术进行结合发展。据相关的调查可以发现，移动互联网技术在未来追踪、定位等方面将会越来越准确、高效。移动互联网技术和精确定位技术进行有效的结合与发展，不但可以加强互联网技术的准确度，还可以提高互联网的技术水平，尤其是可以创建一个相互促进、共同发展的美好局面。相关的工作者在对精确定位技术进行研究时可以发现，多种定位技术都在不同程度上进行重叠，因此，必须加强移动互联网技术的感知定位等能力，首先就是要将网络定位技术和网络信息资源进行有效的融合，并且保证移动客户所得到的网络信息都具有安全性以及准确性。由此可以发现，移动互联网技术和精确定位技术进行有效的结合与发展，不但可以提高人们的生活质量与交流方式，还可以提升定位技术的效果。

3.3移动互联网技术和物联网技术进行结合发展

若想推动移动互联网技术未来的发展，必须将移动互联网技术和物联网技术进行结合发展。人们将信息技术、计算机技术、网络技术等进行有效的融合，最终形成一种物联网技术，这也是当下IT领域中的未来重点的发展目标之一，其内在的价值和未来的发展都有很大的提升。不断的加强和提高物联网的功能、不断的促进物联网传输信息的速率以及不断的推动互联网技术的发展，既是互联网技术与物联网技术的必然趋势，也是当下的新需求。物联网技术不但要采集网络信息、识别移动终端，还要对其主要环节进行优化，以此对其综合配置进行合理的运用。

4小结

对于移动终端客户而言，只有在真正意义上体验过移动互联网技术，才能全面了解互联网技术的优势，并且使人们的生活越来越方便快捷。随着相关研究者的不断挖掘移动互联网技术的内在潜力与价值，也为未来的发展奠定一定的基础，以此推动移动互联网技术的快速发展。当下，移动互联网技术中智能化技术、精确定位技术以及物联网技术等不断的提升，都说明了移动互联网技术未来的发展趋势非常乐观。

中国报告网发布的《2017-2022年中国移动互联网市场竞争态势及投资策略研究报告》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、市场前景、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。

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：移动互联网行业发展综述

1.1 移动互联网发展环境分析

1.1.1 移动互联网行业政策环境分析

1.1.2 移动互联网行业技术环境分析

（1）移动互联网专利数量

- (2) 移动互联网专利申请人分析
- (3) 移动互联网技术分类构成分析
- 1.1.3 移动互联网行业社会环境分析
 - (1) 网民规模
 - (2) 上网设备
- 1.2 国际移动互联网行业发展分析
 - 1.2.1 国际移动互联网行业整体状况
 - (1) 用户规模
 - (2) 移动互联网流量
 - (3) 移动设备拥有率
 - 1.2.2 美国移动互联网行业发展现状
 - 1.2.3 日本移动互联网行业发展分析
 - 1.2.4 韩国移动互联网行业发展分析
- 1.3 中国移动互联网行业发展分析
 - 1.3.1 移动互联网行业市场规模分析
 - 1.3.2 移动互联网行业用户规模分析
 - 1.3.3 移动互联网行业终端规模分析
 - 1.3.4 移动互联网行业市场格局分析
- 1.4 中国移动互联网用户行为分析
 - 1.4.1 移动互联网用户属性分析
 - (1) 性别比例
 - (2) 年龄分布
 - (3) 学历分布
 - (4) 用户网络环境分布
 - (5) 移动设备及智能手机操作系统分布
 - 1.4.2 移动互联网网民行为分析
 - (1) 网民上网时长分析
 - (2) 网民上网地点及频率分析
 - (3) 网民上网时间段分析
 - (4) 网民对APP的使用黏性
 - 1.4.3 用户对移动互联的业务需求分析
 - (1) 用户对移动互联网的业务需求趋势
 - (2) 用户对移动互联网比较关心的问题

第二章：手机游戏市场及用户行为分析

2.1 手机游戏市场现状分析

2.1.1 手机游戏定义及分类

2.1.2 手机游戏市场规模分析

(1) 手机游戏市场规模现状

(2) 手机游戏市场发展趋势

2.1.3 手机游戏用户规模分析

(1) 手机游戏用户规模现状

(2) 手机游戏用户发展趋势

2.2 手机游戏用户行为分析

2.2.1 手机游戏用户基本属性分析

(1) 用户性别及年龄分析

(2) 用户学历分布

(3) 城乡分布

(4) 用户收入分布

2.2.2 手机游戏用户上网分析

(1) 手机游戏时长分析

(2) 手机游戏用户手机终端系统分布分析

2.2.3 手机游戏用户行为分析

(1) 用户用户移动设备游戏年龄

(2) 手机游戏主要游戏产品

(3) 用户参与手机游戏地点分析

(4) 手机游戏下载方式

(5) 手机游戏用户下载决定因素

(6) 手机游戏信息获取渠道

(7) 手机游戏留存时间

2.2.4 手机游戏用户付费行为分析

(1) 手机游戏用户付费情况分析

(2) 手机游戏用户用户付费目的

(3) 手机游戏用户付费形式分析

(4) 手机游戏付费类型分析

(5) 手机游戏用户未付费原因

2.2.5 手机游戏用户流失因素

2.2.6 手机游戏市场发展趋势与建议

第三章：移动电子商务市场及用户分析

3.1 移动电子商务市场发展分析

3.1.1 移动电子商务定义与分类

3.1.2 移动电子商务产业链分析

（1）移动电子商务产业链结构

（2）移动电子商务产业链主体

3.1.3 移动电子商务服务模式分析

3.1.4 移动电子商务市场规模分析

（1）移动电子商务交易规模

（2）移动电子商务用户规模

（3）移动电子商务购物平台占比

3.2 移动电子商务用户行为分析

3.2.1 手机购物用户属性分析

（1）用户性别分别状况

（2）用户学历结构状况

（3）用户收入结构状况

（4）用户年龄结构状况

（5）用户职业结构状况

3.2.2 手机购物用户手机上网行为分析

（1）手机购物用户手机上网时长分析

（2）手机购物手机上网频次分析

（3）手机购物用户手机上网主要活动

3.2.3 手机购物用户购物行为分析

（1）手机购物用户购物时段分析

（2）手机购物用户年手机购物金额分析

（3）手机购物用户年手机购物次数分析

（4）手机购物用户支付方式分析

（5）手机购物用户购物使用地点

3.2.4 手机购物用户购物偏好分析

（1）手机购物用户通过手机购买的商品类型分析

（2）决定手机购物用户选择手机购物网站的因素

3.2.5 网民不使用手机购物的原因分析

3.3 移动电子商务运营案例分析

3.3.1 电信运营商主导的移动电子商务

（1）“通道+平台”的服务模式简介

（2）广东移动网上商城模式分析

(3) 该类服务模式优劣势分析

3.3.2 传统电子商务提供商主导的移动电子商务

(1) “品牌+运营”的服务模式简介

(2) 手机淘宝网服务模式分析

(3) 手机当当网服务模式分析

(4) 该类服务模式优劣势分析

3.3.3 软件提供商主导的移动电子商务

(1) “软件+服务”的服务模式简介

(2) 用友移动商街服务模式分析

(3) 该类服务模式优劣势分析

3.3.4 新兴移动电子商务提供商主导的移动电子商务

(1) “专注+创新”的服务模式简介

(2) 立购网服务模式分析

(3) 该类服务模式优劣势分析

3.4 移动电子商务发展趋势分析

3.4.1 移动电子商务发展面临问题

3.4.2 移动电子商务发展趋势分析

3.4.3 移动电子商务发展建议分析

(1) 电信运营商策略建议

(2) 传统电子商务提供商策略建议

(3) 软件提供商策略建议

(4) 新兴移动电子商务提供商策略建议

第四章：手机浏览器市场及用户行为分析

4.1 手机浏览器行业概况

4.1.1 手机浏览器定义及分类

4.1.2 手机浏览器行业产业链分析

4.1.3 手机浏览器行业商业模式分析

4.1.4 手机浏览器行业发展影响因素

4.1.5 手机浏览器行业规模分析

(1) 手机浏览器用户规模

(2) 手机浏览器市场规模

4.1.6 手机浏览器活跃用户覆盖率分布

4.2 手机浏览器用户行为分析

4.2.1 手机浏览器用户基本属性分析

- (1) 用户性别分布情况
- (2) 用户年龄结构情况
- (3) 用户学历分析
- (4) 用户所属行业分析
- 4.2.2 手机浏览器用户手机上网行为
 - (1) 用户手机上网主要活动分布
 - (2) 用户手机上网地点分析
- 4.2.3 用户手机浏览器使用情况分析
 - (1) 用户使用手机浏览器频率分析
 - (2) 用户使用手机浏览器时长分析
 - (3) 用户使用手机浏览器推送情况分析
- 4.2.4 手机浏览器用户使用偏好分析
 - (1) 用户常用的第三方手机浏览器
 - (2) 中国各手机浏览器品牌的第一提及率
 - (3) 手机浏览器用户期望的改进功能
 - (4) 用户获取手机浏览器信息的渠道
 - (5) 用户选择手机浏览器影响因素
- 4.3 典型手机浏览器介绍分析
 - 4.3.1 第三方手机浏览器对比分析
 - (1) 品牌认知度对比
 - (2) 用户渗透率对比
 - (3) 功能设置对比
 - (4) 终端适配能力对比
 - (5) 资本优势对比
 - 4.3.2 UC浏览器介绍分析
 - (1) 企业概览
 - (2) UC浏览器SWOT分析
 - 4.3.3 QQ手机浏览器介绍分析
 - (1) 企业概览
 - (2) QQ手机浏览器SWOT分析
 - 4.3.4 Opera手机浏览器介绍分析
 - (1) 企业概览
 - (2) Opera手机浏览器发展历程
 - (3) Opera手机浏览器SWOT分析
 - 4.3.5 GO浏览器介绍分析

- (1) 企业概览
- (2) GO浏览器市场发展历程
- (3) GO浏览器SWOT分析

第五章：移动互联网其他细分市场发展分析

5.1 手机音乐市场发展分析

5.1.1 手机音乐行业发展现状

- (1) 手机音乐产业价值链分析
- (2) 手机音乐市场规模分析
- (3) 手机音乐客户端使用情况分析

5.1.2 手机音乐用户行为分析

- (1) 手机音乐用户基本属性
- (2) 用户手机音乐使用情况分析
- (3) 用户手机音乐客户端关注因素
- (4) 用户使用手机音乐客户端情况

5.2 手机阅读市场发展分析

5.2.1 手机阅读行业发展现状

- (1) 手机阅读产业市场规模
- (2) 手机阅读产业用户规模

5.2.2 手机阅读用户行为分析

- (1) 手机阅读用户基本属性
- (2) 手机阅读用户手机上网行为分析
- (3) 用户手机阅读时间分析
- (4) 用户手机阅读偏好分析
- (5) 用户付费内容意愿分析

5.3 手机即时通讯市场发展分析

5.3.1 手机即时通讯行业发展现状

5.3.2 手机即时通讯应用分析

5.3.3 手机即时通讯获取方式

5.3.4 手机即时通讯付费行为分析

5.4 其他移动互联网细分市场分析

5.4.1 手机视频市场发展分析

- (1) 手机视频市场现状分析
- (2) 手机视频用户属性分析
- (3) 手机视频用户行为分析

5.4.2 手机应用商店市场发展分析

- (1) 手机应用商店产业链分析
- (2) 手机应用商店发展现状分析
- (3) 手机应用商店用户属性分析
- (4) 手机应用商店用户行为分析
- (5) 手机应用商店发展趋势分析

5.4.3 手机搜索市场发展分析

- (1) 手机搜索用户规模
- (2) 手机搜索用户行为分析
- (3) 手机搜索用户偏好分析
- (4) 手机搜索发展趋势分析

5.4.4 手机电子邮件市场发展分析

- (1) 手机电子邮件用户规模
- (2) 手机电子邮件使用情况

第六章：移动互联网行业领先企业经营分析

6.1 移动互联网行业企业总体发展状况

6.2 移动互联网运营商经营分析

6.2.1 中国移动有限公司经营情况分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

6.2.2 中国联合网络通信股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

6.2.3 中国电信股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

6.3 移动互联网终端提供商经营分析

6.3.1 中兴通讯股份有限公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

6.3.2 华为技术有限公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

6.3.3 上海贝尔股份有限公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

6.4 移动互联网内容服务提供商经营分析

6.4.1 拓维信息系统股份有限公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

6.4.2 北京神州泰岳软件股份有限公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

6.4.3 卫士通信息产业股份有限公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

6.4.4 空中网集团公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

6.4.5 酷6传媒有限公司经营情况分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

6.4.6 新浪网络科技股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

6.4.7 北京搜狐互联网信息服务有限公司经营情况分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

6.4.8 腾讯控股有限公司经营情况分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

6.4.9 优视科技（UCweb）有限公司经营情况分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

6.4.10 广州网易计算机系统有限公司经营情况分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

第七章：移动互联网行业投资分析与前景预测

7.1 移动互联网行业投资分析

7.1.1 移动互联网行业投资特性分析

- (1) 行业进入壁垒分析

1) 技术壁垒

2) 用户资源壁垒

3) 人才壁垒

4) 资金壁垒

(2) 行业商业模式分析

1) 移动互联网行业商业模式

2) 移动互联网行业三种商业模式介绍

7.1.2 移动互联网行业投资现状分析

7.1.3 移动互联网行业投资风险分析

7.2 移动互联网行业前景预测

7.2.1 移动互联网行业发展趋势分析

7.2.2 移动互联网行业发展前景预测

(1) 市场规模预测

(2) 用户规模预测

7.3 移动互联网行业投资机会

图表目录

图表1：移动互联网政策法规

图表2：移动互联网相关专利申请数量变化图（单位：个）

图表3：移动互联网相关专利公开数量变化图（单位：个）

图表4：截至11月移动互联网相关专利申请人构成（排名前十）（单位：个）

图表5：截至11月移动互联网技术分类构成（单位：个）

图表6：中国网民规模与普及率（单位：万人，%）

图表7：我国网民上网设备对比（单位：%）

图表8：全球移动蜂窝用户数和移动宽带用户数（单位：亿人）

图表9：全球移动互联网流量增长图（单位：PB/月）

图表10：全球平板电脑季度出货量（单位：亿部）

图表11：中国移动互联网市场规模（单位：亿元，%）

图表12：中国PC网民与移动网民规模及预测（单位：亿人）

(GYZJY)

图表详见正文

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，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/289390289390.html>