

2010年中国手机应用市场用户调 研报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2010年中国手机应用市场用户调研报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/shouji/7641285GZB.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

2010年中国手机应用市场用户调研报告 内容介绍：

本报告旨在为有意投资手机应用行业的投资者服务，报告对手机应用行业2008年10月份-2009年3月份近半年的运行情况进行了详尽的调查和分析，并对行业以后的运行情况进行预测。本报告完成于2009年4月，共2万多字，50多页，43个图表，分十章。报告的主要观点有：

手机应用作为一种新兴的应用形式最近几年在国内迅速发展，手机应用的产品或服务日益丰富，同时呈现多元化发展，用户对各类手机应用服务的需求也逐渐增长。在这样一种背景下，清楚的了解手机应用用户的基本背景特征、使用行为特征等信息就变得越来越重要。

互联网用户学历相比移动互联网用户的学历高。主要表现在互联网用户的学历主要构成为本科，比例接近一半；而移动互联网用户的学历主要构成为高中/中专/职高/技校以及大专，用户比例在一半以上。

互联网用户的平均收入高于移动互联网用户。主要表现在54.5%的移动互联网用户的月均收入在1500以下，而互联网用户月均收入在1500以下的用户比例为23.1%。但两类用户每月在手机上的花费基本一致。

互联网用能接受的收费手机引用服务主要集中在金融产品，如手机炒股、手机银行，其次为手机游戏、手机导航，而1/5的用户都不能接受付费。而接近一半的移动互联网用户接受为手机游戏付费，其次为手机银行、手机地图、手机炒股。都不接受付费的用户为17%。

前言

目录

图表

第一章 互联网用户基本信息

11 互联网用户性别构成

12 互联网用户年龄构成

13 互联网用户学历构成

14 互联网用户职业构成

15 互联网用户收入情况

16 互联网用户居住区域

第二章 互联网用户中的手机应用用户了解产品及下载渠道

21 互联网用户了解产品及服务的渠道

22 互联网用户下载手机应用软件渠道

23 互联网用户下载手机应用软件平台

第三章 互联网用户中的手机应用用户使用行为

31 互联网用户经常使用的电话网络比例

32 互联网用户手机上网比例

33 互联网用户上网频率

331 互联网用户使用电脑上网的频率

332 互联网用户使用手机上网的频率

34 互联网用户使用手机应用服务情况

341 互联网用户近半年使用过的手机应用服务比例

342 互联网用户常使用手机应用服务数量

343 互联网用户最常用手机应用服务比例

35 互联网用户使用手机应用场景

第四章 互联网用户中的手机应用用户消费行为

41 互联网用户近半年月平均手机费支出

42 互联网用户近半年月平均手机流量费

421 互联网用户半年内使用流量包月服务比例

422 互联网用户月平均手机流量费

43 互联网用户可接受的收费产品及服务

44 互联网用户支付过费用的手机应用服务比例

第五章 用户满意度及问题

51 互联网用户对已用手机应用产品及服务的满意度

52 互联网用户对目前手机应用产品及服务提出的不足

第六章 移动互联网用户中的手机应用用户基本信息

61 移动互联网用户性别构成

62 移动互联网用户学历构成

63 移动互联网用户职业构成

64 移动互联网用户收入情况

第七章 移动互联网用户中的手机应用用户了解产品及下载渠道

71 移动互联网用户了解产品及服务的渠道

72 移动互联网用户下载手机应用软件渠道

73 移动互联网用户下载手机应用软件平台

第八章 移动互联网用户中的手机应用用户使用行为

81移动互联网用户经常使用的电话网络比例

82 移动互联网用户近半年上网频率

821移动互联网用户近半年使用电脑上网的频率

822移动互联网用户近半年使用手机上网的频率

83移动互联网用户使用手机应用服务情况

831移动互联网用户近半年使用过的手机应用服务比例

832移动互联网用户常使用手机应用个数

833移动互联网用户中常使用的手机应用服务比例

84移动互联网用户使用手机应用服务场景

第九章 移动互联网用户中的手机应用用户消费行为

91移动互联网用户近半年月平均手机费支出

92移动互联网用户近半年月平均手机流量费用

93 移动互联网用户可接受的收费手机应用比例

94移动互联网用户支付过费用的手机应用服务比例

第十章 移动互联网用户反馈问题

附录

1研究范畴

2研究方法

3研究定义

4研究说明

图目录

图1-1互联网用户性别构成比例

图1-2互联网用户年龄构成比例

图1-3互联网用户学历构成比例

图1-4互联网用户职业特征构成比例

图1-5互联网用户收入水平构成比例

图1-6互联网用户地市级别特征

图2-1互联网用户获知手机应用服务的渠道

图2-2互联网用户下载手机应用软件的方式

图2-3互联网用户常去下载手机应用软件的网站

图3-1互联网用户经常使用的移动电话网络

图 3-2最近半年互联网用户是否使用手机上网

图 3-3最近半年互联网用户使用电脑上网频率

图 3-4最近半年互联网用户使用手机上网的频率

图 3-5互联网用户最近半年使用过的手机应用服务

图 3-6互联网用户经常使用的手机应用服务的数量

图 3-7互联网用户最常使用的手机应用服务

图 3-8互联网用户使用手机应用程序的场景

图 4-1最近半年互联网用户手机费月支出

图 4-2最近半年互联网用户是否使用手机流量包月

图 4-3最近半年互联网用户月平均手机流量费

图 4-4互联网用户能接受的收费手机应用服务

图 4-5互联网用户支付过费用的手机应用服务

图 5-1互联网用户对使用过的手机应用服务的综合满意度

图 5-2互联网用户认为手机应用产品及服务存在的不足

图 6-1移动互联网用户的性别特征

图 6-2移动互联网用户的学历特征

图 6-3移动互联网用户的职业特征

图 6-4移动互联网用户的收入特征

图 7-1移动互联网用户了解手机应用服务的渠道

图 7-2移动互联网用户下载手机应用程序的渠道

图 7-3移动互联网用户下载手机应用程序的网站

图 8-1移动互联网用户目前最常用的移动电话网络

图 8-2移动互联网用户使用电脑上网的频率

图 8-3移动互联网用户使用手机上网的频率

图 8-4移动互联网用户近半年使用过的手机应用服务

图 8-5移动互联网用户经常使用的手机应用程序的数量

图 8-6移动互联网用户最常使用的手机应用服务或产品

图 8-7移动互联网用户使用手机应用程序的场景

图 9-1最近半年移动互联网用户每月手机费支出

图 9-2最近半年移动互联网用户每月手机流量花费

图 9-3移动互联网用户能接受的收费手机应用服务

图 9-4移动互联网用户支付过费用的手机应用服务

图 10-1移动互联网用户认为手机应用产品及服务存在的不足

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/shouji/7641285GZB.html>