

2016-2022年中国移动互联网服务行业深度调研与投资战略研究报告

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

《2016-2022年中国移动互联网服务行业深度调研与投资战略研究报告》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/hulianwang/A718943UB1.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

网络信息服务也称因特网网上信息服务，指的是在网络环境下信息机构和行业利用计算机、通讯和网络等现代技术从事信息采集、处理、存贮、传递和提供利用等一切活动，其目的是为了给用户提供所需的网络信息数据、产品和快捷的服务，让人们从繁重的体力劳动中解放出来，享受网络带来的省事，省心，省力。截至2015年6月，我国手机网民规模达5.94亿，较2014年12月增加3679万人。网民中使用手机上网的人群占比由2014年12月的85.8%提升至88.9%。2013年我国移动短信平均每月发送量为677.64亿条，比2012年增加了3.39%；2014年我国移动短信平均每月发送量为703.11亿条，比2013年增加了3.76%；2015年我国移动短信平均每月发送量将达到742.72亿条，比2014年增加了5.63%。2015年1-3月，我国移动电话用户总数达到12.9亿户，普及率达94.6部/百人，全国共有10个省份移动电话普及率超过100部/百人，分别为北京、广东、上海、浙江、福建、内蒙古、江苏、辽宁、宁夏、海南，其中前5省（市）移动电话普及率均突破110部/百人。3月，3G用户净减960.6万户，移动宽带用户总数达到6.4亿户，对移动电话用户的渗透率达49.3%，较2014年末提高4个百分点。4G用户持续爆发式增长，3月净增2388万户，总数达到1.62亿户，占移动电话用户的比重达到12.5%。

2014年中国网络经济营收规模达到8706.17亿元，其中，PC网络经济营收规模为6377.31亿元，营收贡献率为74.4%，移动网络经济营收规模为2228.92亿元，营收贡献率为25.6%，移动互联网对整体网络经济的营收贡献率进一步提升。从不同终端的细分领域来看，2014年PC端电商营收规模份额最大，达到55.2%，广告营收份额占比第二，为19.2%，PC游戏、互联网支付次之，占比分别为12.8%和4.3%。移动网络经济中，移动购物本占比首次超过50%，为52.0%。移动广告排名，占比13.3%，移动游戏占比12.4%，保持稳健发展。2020年，智能手机数将达到PC的2-3倍，但乘以移动设备便携易用带来的便利，移动设备将能提供10倍于PC时代的机会。2020年，全球又有10亿人会将通过智能手机上网成为网民，网民数达到40亿人次。2020年全球人口数在74亿左右；成年人约52亿人次；TV受众48亿左右；有文化和读写能力的人45亿左右；功能机用户43亿左右；上网人数40亿左右；智能手机用户40亿左右；PC用户17亿；个人PC用户在10亿以下。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国移动互联网服务行业深度调研与投资战略研究报告》。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、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。

智研数据研究中心是国内权威的市场调查、行业分析专家，主要服务有市场调查报告，行业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资咨询报告,投资情报，免费报告,行业咨询,数据等，是中国知名的研究报告提供商。

报告目录：

第一部分 移动互联网服务行业运行现状

第一章 SP行业相关概述

第一节 互联网及互联网信息服务的相关概述

一、互联网信息服务阐述

二、互联网信息服务的分类

三、经营性与非经营性互联网信息服务

第二节 SP服务范畴

第三节 SP按业务开展角度分类与特点

一、门户型SP

二、专业型SP

三、专项型SP

第二章 2015年全球SP产业运行状况分析

第一节 2015年全球SP产业运行环境分析

一、世界经济发展概况

1、美国宏观经济形势

2、欧洲宏观经济形势

3、日本宏观经济形势

4、亚太经济体宏观经济形势

5、金砖国家宏观经济形势

二、世界经济形势发展趋势分析

三、全球3G市场发展现状及前景

第二节 2015年全球SP产业运行简况

一、国际移动互联网市场运营模式分析

1、NTTDoCoMo的移动互联网运营模式

- 2、SK电讯的移动互联网运营模式
- 3、Vodafone的移动互联网运营模式
- 4、终端制造商进军移动互联网
- 5、Google打造移动互联网产业链

二、互联网服务供应商的IPv6使用率将提高

三、EMC助力服务提供商

四、移动运营业务重点转向数据业务

第三节 2011-2015年全球部分国家SP产业运行分析

一、欧洲

二、美国

三、亚洲

四、其他地区

第四节 2016-2022年全球SP产业运行前景与趋势探析

第二部分 移动互联网服务行业环境分析

第三章 2015年中国移动互联网服务提供商（SP）发展环境分析

第一节 2015年中国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、中国工业经济发展形势分析

三、中国全社会固定资产投资分析

四、中国社会消费品零售总额分析

五、中国城乡居民收入与消费分析

六、中国对外贸易发展形势分析

第二节 2015年中国SP政策环境分析

一、SP监管政策

二、电信运营政策分析

三、3G和4G产业政策

四、“四网合一”

五、国家加快推进三网融合计划

六、互联网信息服务政策

第三节 2015年中国互联网信息服务行业技术环境分析

第四节 2015年中国SP社会环境分析

- 一、中国人口规模及学历结构
- 二、城市化进程分析
- 三、移动电话用户及普及率
- 四、中国3G发展情况

第四章 2015年中国互联网信息服务行业发展现状综述

第一节 2015年中国互联网产业发展概况

- 一、互联网快速融入渗透经济社会
- 二、创新催生互联网产业新格局
- 三、互联网使网络经济迎来新时代
- 四、电子商务已成网络经济领头羊

第二节 2015年中国互联网产业发展规模分析

- 一、中国互联网用户规模
- 二、中国网络经济规模分析
- 三、中国网络经济发展分析
- 四、中国互联网产业发展趋势分析
 - 1、大数据和机器学习算法
 - 2、移动健康科技
 - 3、当天速递
 - 4、移动支付和虚拟货币
 - 5、云学堂

第三节 2015年中国互联网产业问题对策分析

- 一、中国互联网发展瓶颈分析
- 二、中国互联网发展中的问题
- 三、中国互联网发展对策分析
- 四、互联网创新加速产业重构

第四节 影响互联网信服服务技术发展的核心因素分析

- 一、TD、FD和LTE的发展融合
- 二、核心芯片的开发
- 三、完整的终端测试的平台

第五章 2015年中国移动互联网信息服务行业市场剖析

第一节 2015年中国移动互联网信息服务发展概述

一、移动互联网行业的发展历程

- 1、播种
- 2、萌芽
- 3、洗礼
- 4、成长

二、移动互联网产业链演化过程

三、移动互联网应用条件加速改善

四、移动互联网创新应用层出不穷

第二节 2015年中国移动互联网信息服务规模分析

一、中国移动互联网用户规模

二、中国移动互联网市场规模

三、中国移动互联网市场结构

第三节 2015年中国互联网信息服务细分市场分析

一、手机电子商务

- 1、移动电子商务概念
- 2、移动电子商务发展阶段
- 3、移动电子商务产业链分析
- 4、中国移动电子商务行业发展规模
- 5、中国移动电子商务市场份额
- 6、中国移动电子商务发展动因分析
- 7、中国移动电子商务市场竞争状况分析
- 8、中国移动电子商务运营模式分析
- 9、中国移动电子商务存在问题及解决对策
- 10、中国移动电子商务应用市场需求分析
- 11、中国移动电子商务发展趋势分析

二、移动增值业务

三、手机广告市场

- 1、中国网络广告市场规模分析
- 2、中国网络广告计费方式分析

四、手机游戏市场

- 1、中国移动游戏用户规模分析

- 2、中国移动游戏市场销售额分析
- 3、中国移动游戏市场占有率分析
- 4、中国移动游戏类型分析
- 5、中国移动游戏行业前景分析

第四节 中国互联网信息服务行业主要厂商分析

- 一、新浪市场营运状况分析
- 二、网易市场营运状况分析
- 三、腾讯市场营运状况分析
- 四、搜狐市场营运状况分析
- 五、百度市场营运状况分析
- 六、盛大市场营运状况分析
- 七、TOM在线市场营运状况分析

第五节 2016-2022年中国移动互联网发展潜力分析

第三部分 移动互联网服务行业市场分析

第六章 2015年中国移动互联网服务提供商（SP）运行形势分析

第一节 2015年中国移动互联网服务提供商（SP）发展概况

- 一、移动互联网服务提供商（SP）产业链
- 二、移动互联网服务供给情况
- 三、移动互联网服务需求分析

第二节 2015年中国手机电视内容提供市场运行分析

- 一、中国手机电视业务简介
- 二、中国手机电视商业模式分析
- 三、中国手机电视商业盈利策略
- 四、手机电视内容提供现状分析
- 五、手机电视内容提供技术分析
- 六、中国手机电视市场规模分析
- 七、手机视频用户属性分析
- 八、手机视频用户行为分析
 - 1、手机视频用户的收看方式
 - 2、手机视频用户的收看时长与频率

第三节 网络购物发展分析

一、网络购物规模分析

1、市场规模

2、用户规模

二、网络购物核心用户特征分析

1、学历属于相对较高的水平

2、集中在政企单位职工和个体户

3、个人收入相对更高

4、青壮年群体是主力

三、网络购物行业特征

1、网络购物行业格局

2、网络购物行业竞争现状

四、网络购物发展趋势分析

第七章 2015年中国网民调查分析

第一节 移动互联网用户基本信息

一、移动互联网用户性别构成

二、移动互联网用户年龄构成

三、移动互联网用户学历构成

四、移动互联网用户职业构成

五、移动互联网用户收入情况

第二节 移动互联网用户消费行为

一、移动互联网用户上网流量费付费方式

二、移动互联网用户包月套餐选择比例

三、移动互联网用户每月手机总费用

四、移动互联网用户常用移动电话网络

五、移动互联网用户购买手机的途径

六、移动互联网用户购买手机的费用

第三节 移动互联网用户基本使用行为

一、移动互联网用户手机上网频率

二、移动互联网用户每次手机上网时间

三、移动互联网用户使用手机应用场景

四、移动互联网用户手机上网行为分析

五、移动互联网手机可接受的手机付费应用服务

第四节 移动互联网用户对细分应用服务的使用行为

一、移动互联网用户常用的手机音乐服务

- 1、手机音乐发展特点
- 2、手机音乐市场份额分析
- 3、中国手机音乐用户行为分析
- 4、手机音乐APP的用户认知

二、移动互联网用户观看手机视频的方式

- 1、手机视频市场现状分析
- 2、手机视频用户行为分析

三、移动互联网用户观看手机视频属性

四、移动互联网用户手机游戏发展分析

- 1、中国移动游戏市场销售额分析
- 2、中国移动游戏市场占有率分析
- 3、中国移动游戏用户规模分析
- 4、中国移动游戏类型分析
- 5、中国移动游戏行业前景分析

五、用户对移动IM的使用行为

六、用户对移动搜索服务使用行为

- 1、移动互联网用户常用搜索网站
- 2、移动互联网用户搜索规模

七、用户对手机阅读服务使用行为

- 1、用户对手机阅读内容类别的选择
- 2、用户对电子阅读器的认知情况
- 3、用户对电子阅读器可接受的付费方式

八、用户对手机社区服务使用行为

九、用户对手机邮箱服务使用行为

十、用户对手机支付服务应用行为

- 1、移动互联网用户常用手机支付方式
- 2、移动互联网用户对支持支付的手机终端的需求

十一、移动互联网用户对在线应用商店的认知

- 1、移动互联网用户对手机应用商店的认知程度

- 2、移动互联网用户对商品的需求分类
- 3、移动互联网用户对应用软件的需求分类

第八章 2015年WAP业务运行动态分析

第一节 WAP相关介绍

- 一、WAP系统的架构
- 二、几种承载方式
- 三、WAP移动网络关键技术
- 四、WAP的应用

第二节 2015年中国WAP业务运行综述

- 一、无线互联网深入生活各领域
- 二、新增wap用户
- 三、WAP市场规模分析
- 四、WAP市场发展背后的隐忧

第三节 中国WAP市场动态分析

- 一、百度进军手机浏览器领域
- 二、手机阅读遭受版权考验
- 三、UCWEP国际化战略初获成功
- 四、传统媒体集体抢滩手机报

第四节 2015年中国WAP主要业务运行分析

- 一、无线广告市场发展分析
- 二、中国无线WAP搜索发展分析

第四部分 移动互联网服务行业前景分析

第九章 2015年中国移动互联网服务提供商（SP）其它业务分析

第一节 空中下载（OTA）业务

- 一、OTA业务相关概述
- 二、OTA技术特点及实现方式
- 三、OTA业务信息费收入分析

第二节 短信（SMS）业务

- 一、中国短信发送量分析
- 二、中国短信用户结构分析

三、移动短信发送总量分析

四、移动短信月度发送量

第三节 彩信（MMS）业务

一、MMS市场用户规模分析

一、中国MMS市场规模分析

三、MMS业务发展前景分析

第四节 彩铃声（CRBT）业务

一、中国CRBT市场规模分析

二、运营商CRBT的合作模式

三、CRBT业务发展预测分析

第十章 2015年中国主要SP企业运营状况分析

第一节 新浪SP

一、新浪概况

二、产品及业务

三、盈利模式分析

四、市场竞争力分析

五、主要客户群体分析

六、新浪发展战略分析

第二节 网易SP

一、网易概况

二、产品及业务

三、盈利模式分析

四、市场竞争力分析

五、主要客户群体分析

六、公司发展战略分析

第三节 搜狐SP

一、搜狐概况

二、产品及业务

三、盈利模式分析

四、市场竞争力分析

五、主要客户群体分析

六、公司发展战略分析

第四节 TOMSP

一、TOM概况

二、产品及业务

三、盈利模式分析

四、市场竞争力分析

五、主要客户群体分析

六、公司发展战略分析

第五节 掌上灵通

一、企业概况

二、产品及业务分析

三、市场竞争力分析

四、主要客户群体分析

五、公司发展战略分析

第六节 空中网

一、空中网概况

二、产品及业务

三、盈利模式分析

四、市场竞争力分析

五、主要客户群体分析

第七节 北纬通信

一、企业概况

二、产品及业务

三、盈利模式分析

四、市场竞争力分析

五、公司发展战略分析

第八节 华友世纪

一、企业概况

二、产品及业务

三、盈利模式分析

四、市场竞争力分析

五、公司发展战略分析

第十一章 2015年外资SP企业在华经营态势分析

第一节 国内外资SP企业发展分析

一、四大云服务提供商云计算投资策略

- 1、Microsoft的云策略
- 2、VMware的云策略
- 3、EucalyptusSystems的云策略
- 4、RedHat的云策略

二、SP企业受困行业整顿外资乘机进场并购

三、外资大幅进入中国电子商务领域影响分析

四、云服务提供商将获广泛投资

第二节 微软在中国投资及兼并重组情况分析

- 一、微软在中国投资情况
- 二、微软核心竞争力分析
- 三、微软开发iPad相兼容软件

第十二章 中国SP主导运营商竞争力与财务状况分析

第一节 中国移动通信集团公司

- 一、企业发展概况介绍
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经济指标分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业偿债能力分析
- 六、企业运营能力分析
- 七、企业发展战略分析
- 八、企业竞争优势分析
- 九、企业运营策略分析
- 十、企业研发情况分析

第二节 中国联合网络通信集团有限公司

- 一、企业发展情况介绍
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经济指标分析

- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业偿债能力分析
- 六、企业运营能力分析
- 七、企业发展能力分析
- 八、企业发展战略分析
- 九、企业竞争优势分析
- 十、企业运营策略分析
- 十一、企业研发情况分析

第三节 中国电信集团公司

- 一、企业发展概述分析
- 二、企业经济指标分析
- 三、企业开发实力分析
- 四、企业业务涉及领域分析
- 五、企业营销模式分析
- 六、企业品牌影响力分析
- 七、企业投资效益分析
- 八、企业发展方向分析

第十三章 2016-2022年中国SP产业前景预测与投资战略分析

第一节 2016-2022年中国移动互联网服务提供商发展趋势分析

一、移动内容服务具有良好收益前景

- 1、手机即时通信
- 2、手机文学
- 3、手机微博
- 4、手机游戏
- 5、手机在线支付

二、手机视频内容市场前景分析

三、手机电视内容提供客户需求预测分析

第二节 2016-2022年中国移动互联网服务提供商盈利预测分析

第三节 2016-2022年中国SP产业投资战略分析

一、SP产业投资特性

二、SP产业投资政策解读

三、风投巨资下注移动互联网内容提供商蓄势待发

四、移动互联网存三大优势投资前景受青睐

五、SP产业投资风险预警

图表目录：

图表：2010-2015年中国IPv6地址数量

图表：2010-2015年我国GDP值及增长率

图表：2010-2015年我国全部工业增加值及增长率

图表：2010-2015年我国固定投资金额及增长率

图表：2010-2015年我国社会消费品零售总额

图表：2015年按收入来源分的全国居民人均可支配收入及占比

图表：2010-2015年我国年货物进出口总额

图表：2010-2015年我国普通本科、中等职业教育、普通高中招生人数

图表：2011年-2015年中国手机网民规模及其占网民比例

图表：2011年-2015年中国网民规模和互联网普及率

图表：2012-2015年我国网络经济规模及增长率

图表：中国移动互联网产业链（第一阶段）

图表：中国移动互联网产业链（第二阶段）

图表：2013-2015年我国移动互联网市场规模以及增长率

图表：2013-2015年我国移动互联网细分行业结构占比

图表：2010-2015年我国移动电子商务实物交易用户规模

图表：2012-2015年中国移动电子商务市场规模及增长率

图表：2012-2015年中国移动电子商务市场份额市场份额

图表：2010-2015年中国网络广告市场规模及增长率

图表：2010-2015年我国网页游戏市场销售收入及增长率

图表：2010-2015年我国网页游戏市场占有率

图表：中国移动游戏类型

图表：2014-2015年网易部分财务数据

图表：腾讯控股有限公司业绩表

图表：手机视频类应用使用率TOP10

图表：2013-2015年我国手机视频用户收看方式

图表：2013-2015年我国手机视频用户收看时长

图表：2011-2015年我国网络购物市场规模及增长率

图表：2015年不同区域网络购物用户学历结构对比

图表：2015年不同区域网络购物用户职业结构对比

图表：2015年不同区域网络购物用户收入水平对比

图表：2015年不同区域网络购物用户年龄结构对比

图表：2014-2015年中国手机网民性别比例

图表：中国网民年龄结构

图表：2014年和2015年中国网民学历结构

图表：我国手机网民收入结构

图表：2013-2015年我国移动互联网用户包月套餐选择比例

图表：2013-2015年我国移动互联网用户移动电话网络使用频率

图表：2013-2015年我国移动互联网用户购买手机的途径

图表：2011-2015年我国移动互联网用户购买手机平均费用及增长率

图表：2014年我国移动互联网用户手机上网频率

图表：我国手机网民每天手机上网时长

图表：我国手机网民最常使用手机上网场所

图表：2015年我国手机视频类应用使用率TOP10

图表：2013-2015年我国手机视频用户收看方式

图表：2013-2015年我国手机视频用户收看时长

图表：2010-2015年我国网页游戏市场占有率

图表：2010-2015年我国网页游戏市场占有率

图表：中国移动游戏类型

图表：2014年-2015年我国即时通信/手机即时通信用户规模及使用率

图表：2014年-2015年微博客/手机微博客用户规模及使用率

图表：2013-2015年我国移动互联网用户常用搜索网站比例

图表：2014年-2015年搜索/手机搜索用户规模及使用率

图表：2015年我国用户对手机阅读内容类别的选择

图表：2015年我国移动互联网用户常用手机支付方式

图表：2010-2015年我国网上支付行业市场规模及增长率

图表：2014年-2015年网上支付/手机网上支付用户规模及使用率

图表：2011-2015年我国WAP市场规模及增长率

图表：2011-2015年我国移动短信发送总量及增长率

图表：2011-2015年我国MMS市场用户规模以及增长率
图表：2011-2015年我国MMS市场规模以及增长率
图表：2011-2015年我国MMS发生规模及增长率
图表：2011-2015年我国中国CRBT市场规模及增长率
图表：2016-2022年我国中国CRBT市场规模及增长率
图表：2014-2015年网易公司资产负债表
图表：北京搜狐互联网信息服务股份有限公司资产负债表
图表：北京北纬通信科技股份有限公司主营结构
图表：北京北纬通信科技股份有限公司盈利能力指标
图表：北京北纬通信科技股份有限公司盈利质量指标
图表：北京北纬通信科技股份有限公司运营能力指标
图表：北京北纬通信科技股份有限公司盈财务风险指标
图表：2014年-2015年中国移动通信集团公司经济指标
图表：2011-2015年中国移动通信集团公司营业收益率
图表：2013年-2015年中国移动通信集团公司资产负债表
图表：2011-2015年中国移动通信集团公司总资产周转率
图表：中国联合网络通信集团有限公司主营结构
图表：2014-2015年中国联合网络通信集团有限公司盈利能力
图表：2014-2015年中国联合网络通信集团有限公司资产负债表
图表：2014-2015年中国联合网络通信集团有限公司运营能力
图表：中国联合网络通信集团有限公司
图表：2013-2015年中国电信集团公司重要财务指标分析
图表：2013-2015年中国电信集团公司资产负债表分析
图表：2013-2015年中国电信集团公司投资效益分析
图表：2013-2015年即时通信/手机即时通信用户规模及使用率
图表：2013-2015年我国网上支付/手机网上支付用户规模及使用率
图表：2016-2022年中国移动互联网服务提供商营利润率

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/hulianwang/A718943UB1.html>