

# 2016-2022年中国移动互联网市场研究与投资战略咨询报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2016-2022年中国移动互联网市场研究与投资战略咨询报告》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/E17161YNKS.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

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

### 前言

2014年，我国移动互联网市场继续蓬勃发展，总市场规模突破千亿元大关。2014年中国移动互联网市场规模为2134.8亿元，同比增长115.5%，为2011年市场规模的7倍多。

一方面，智能手机和其他移动智能终端的普及和应用，奠定了移动互联网的硬件基础；另一方面，移动互联网所衍生出的互联网金融、交通旅行、在线教育的应用服务愈发完善，并加速推广向市场，成为市场规模快速增长的主要原因。

本移动互联网行业研究报告共十一章是智研数据研究中心公司的研究成果，通过文字、图表向您详尽描述您所处的行业形势，为您提供详尽的内容。智研数据研究中心在其多年的行业研究经验基础上建立起了完善的产业研究体系，一整套的产业研究方法一直在业内处于领先地位。本中国移动互联网行业研究报告是2015-2016年度，目前国内最全面、研究最为深入、数据资源最为强大的研究报告产品，为您的投资带来极大的参考价值。

本研究咨询报告由智研数据研究中心公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智研数据研究中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了中国移动互联网行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国移动互联网行业做了重点企业经营状况分析，并分析了中国移动互联网行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

### 报告目录：

#### 第一章 移动互联网概念及产业链结构 1

##### 第一节 移动互联网行业概述 1

###### 一、移动互联网的定义 1

###### 二、移动互联网的内涵 2

###### 三、移动互联网行业体系分析 6

###### （一）业务体系 6

###### （二）技术体系 7

###### 四、移动互联网行业地位分析 7

###### （一）给信息通信行业带来的影响和变革 7

|                     |    |
|---------------------|----|
| (二) 对区域经济及产业发展带来的影响 | 12 |
| (三) 影响国民经济及产业链的整合升级 | 15 |
| 第二节 移动互联网产业生态系统分析   | 18 |
| 一、移动互联网产业生态系统结构     | 18 |
| (一) 移动互联网生态系统模型     | 18 |
| (二) 移动互联网生态系统特征     | 19 |
| (三) 移动互联网生态系统成员     | 19 |
| (四) 生态系统成员间相互作用     | 19 |
| 二、移动互联网产业生命周期分析     | 21 |
| 三、移动互联网产业价值链分析      | 22 |
| (一) 移动互联网价值链基本环节    | 22 |
| (二) 移动互联网价值链分层结构    | 22 |
| (三) 运营商在生态系统中地位及作用  | 23 |
| 第三节 移动互联网行业关键技术分析   | 29 |
| 一、移动IP技术            | 29 |
| 二、MASHUP            | 31 |
| 三、SAAS              | 31 |
| 四、云计算               | 31 |
| 五、其他关键技术            | 32 |
| <br>                |    |
| 第二章 移动互联网行业发展环境分析   | 34 |
| 第一节 行业管理规范          | 34 |
| 一、行业管理规范            | 34 |
| 二、行业监管部门            | 35 |
| 三、行业相关政策            | 36 |
| 四、行业相关标准            | 37 |
| 第二节 经济环境分析          | 38 |
| 一、经济环境分析            | 38 |
| 二、国际宏观环境分析          | 40 |
| (一) 国内宏观环境分析        | 40 |
| (二) 行业宏观环境分析        | 42 |
| 第三节 技术环境分析          | 42 |

|                    |    |
|--------------------|----|
| 一、技术环境分析           | 42 |
| 二、移动通信技术发展分析       | 45 |
| 三、互联网技术发展分析        | 47 |
| 第四节 社会环境分析         | 49 |
| 一、网民消费环境分析         | 49 |
| 二、网民上网趋势分析         | 50 |
| <br>               |    |
| 第三章 移动互联网产业链结构     | 52 |
| 第一节 移动互联网产业链概述     | 52 |
| 一、产业链概况            | 52 |
| 二、产业链层次            | 56 |
| 三、产业链机会            | 56 |
| 第二节 移动互联网产业链模型     | 61 |
| 一、网络基础设施层          | 61 |
| 二、网络接入服务层          | 62 |
| 三、终端应用与服务层         | 62 |
| 第三节 中国移动互联网市场产业链格局 | 63 |
| 一、网络基础设施层          | 63 |
| 二、接入服务层            | 63 |
| 三、终端应用与服务层         | 64 |
| <br>               |    |
| 第四章 全球移动互联网行业发展分析  | 65 |
| 第一节 全球移动互联网行业整体状况  | 65 |
| 一、行业总体发展状况         | 65 |
| 二、移动智能终端软件平台发展现状   | 72 |
| 三、移动智能终端硬件平台发展现状   | 72 |
| 四、移动智能终端外围硬件发展现状   | 74 |
| 五、移动网络平台发展现状       | 81 |
| 六、移动应用服务平台发展现状     | 90 |
| 第二节 美国移动互联网行业发展现状  | 96 |
| 一、美国移动市场概览         | 96 |
| 二、美国智能手机市场         | 97 |

|                     |     |
|---------------------|-----|
| 三、美国移动互联网行业市场情况     | 100 |
| 四、美国移动互联网业务应用情况     | 102 |
| 第三节 欧洲移动互联网行业发展现状   | 103 |
| 一、欧洲移动互联网行业市场现状     | 103 |
| 二、主要运营商移动互联网业务发展现状  | 107 |
| 第四节 日本移动互联网行业发展现状   | 121 |
| 一、日本移动互联网行业发展历史     | 121 |
| 二、日本移动互联网行业发展现状     | 123 |
| 三、移动互联网主要业务发展状况     | 126 |
| 四、主要运营商移动互联网业务发展现状  | 128 |
| 第五节 韩国移动互联网行业发展现状   | 131 |
| 一、韩国移动互联网行业监管政策     | 131 |
| 二、韩国移动互联网行业发展现状     | 133 |
| 三、主要运营商移动互联网业务发展现状  | 135 |
| 四、韩国移动互联网成功因素分析     | 137 |
| 第六节 国际移动互联网行业发展前景分析 | 138 |
| <br>                |     |
| 第五章 中国移动互联网行业发展分析   | 139 |
| 第一节 中国移动互联网行业历程分析   | 139 |
| 一、中国移动互联网行业发展历程     | 139 |
| 二、播种阶段              | 139 |
| 三、萌芽阶段              | 140 |
| 四、洗礼阶段              | 141 |
| 第二节 中国移动互联网行业发展现状分析 | 141 |
| 一、行业总体发展现状          | 141 |
| 二、终端软件平台发展现状        | 153 |
| 三、终端硬件平台发展现状        | 154 |
| 四、移动互联网网络平台发展现状     | 155 |
| 五、移动互联网应用服务发展现状     | 157 |
| 第三节 中国移动互联网行业市场分析   | 158 |
| 一、移动互联网行业市场规模分析     | 158 |
| 二、移动互联网行业用户规模分析     | 159 |

|                       |     |
|-----------------------|-----|
| 三、移动互联网行业终端规模分析       | 159 |
| 四、移动互联网行业市场格局分析       | 161 |
| 第四节 中国移动互联网用户行为分析     | 162 |
| 一、移动互联网用户终端应用偏好分析     | 162 |
| (一) 移动互联网用户选择智能手机的原因  | 162 |
| (二) 移动互联网用户智能手机平台选择倾向 | 162 |
| 二、移动互联网用户手机上网偏好分析     | 163 |
| (一) 用户手机上网主要活动分布分析    | 163 |
| (二) 用户手机上网应用及流量消费分析   | 164 |
| (三) 用户手机上网时间及地点分析     | 164 |
| (四) 用户手机上网月消费金额调查     | 165 |
| 三、用户对移动互联的业务需求分析      | 166 |
| 第五节 中国移动互联网发展挑战与机遇    | 166 |
| 一、移动互联网行业发展的挑战        | 166 |
| (一) 技术发展面临的挑战         | 166 |
| (二) 安全管理面临的挑战         | 167 |
| 二、移动互联网行业发展的机遇        | 170 |
| <br>                  |     |
| 第六章 手机游戏市场及用户行为分析     | 173 |
| 第一节 手机游戏发展环境分析        | 173 |
| 一、手机游戏定义及分类           | 173 |
| (一) 手机游戏定义            | 173 |
| (二) 手机游戏分类            | 173 |
| 二、手机游戏发展环境            | 174 |
| (一) 社会环境              | 174 |
| (二) 技术环境              | 177 |
| 三、手机游戏发展影响因素分析        | 178 |
| (一) 促进因素              | 178 |
| (二) 阻碍因素              | 179 |
| 第二节 手机游戏产业链分析         | 180 |
| 一、手机游戏产业链结构           | 180 |
| 二、手机游戏产业链发展特点         | 180 |

|                        |     |
|------------------------|-----|
| 三、手机游戏商业模式分析           | 182 |
| 第三节 手机游戏市场现状分析         | 183 |
| 一、手机游戏市场规模分析           | 183 |
| (一) 手机游戏市场规模现状         | 183 |
| (二) 手机游戏市场发展趋势         | 186 |
| 二、手机游戏用户规模分析           | 186 |
| (一) 手机游戏用户规模现状         | 186 |
| (二) 手机游戏用户发展趋势         | 187 |
| 第四节 手机游戏用户行为分析         | 188 |
| 一、手机游戏用户基本属性分析         | 188 |
| (一) 用户性别及年龄分析          | 188 |
| (二) 用户地区及区域分布          | 189 |
| (三) 用户学历及收入分布          | 189 |
| (四) 用户职业情况分析           | 190 |
| 二、手机游戏用户参与移动互联网及游戏属性分析 | 191 |
| (一) 用户参与手机游戏类别分析       | 191 |
| (二) 手机游戏用户流失原因分析       | 193 |
| (三) 用户参与手机游戏地点分析       | 194 |
| 三、手机单机游戏用户游戏行为及付费行为分析  | 195 |
| (一) 手机单机游戏用户游戏行为分析     | 195 |
| (二) 手机单机游戏用户付费行为分析     | 196 |
| 四、手机网络游戏用户游戏行为及付费行为分析  | 197 |
| (一) 手机网络游戏用户游戏行为分析     | 197 |
| (二) 手机网络游戏用户付费行为分析     | 200 |
| <br>                   |     |
| 第七章 移动电子商务市场及用户分析      | 201 |
| 第一节 移动电子商务体系架构分析       | 201 |
| 一、移动电子商务基本概念           | 201 |
| (一) 移动电子商务的概念          | 201 |
| (二) 移动电子商务分类范围         | 201 |
| 二、移动电子商务产业链分析          | 202 |
| (一) 移动电子商务产业链结构        | 202 |



|                         |     |
|-------------------------|-----|
| (二) 移动电子商务产业链主体         | 203 |
| 三、移动电子商务服务模式分析          | 205 |
| 四、移动电子商务发展环境分析          | 206 |
| 第二节 移动电子商务市场发展分析        | 215 |
| 一、移动电子商务行业发展特点          | 215 |
| 二、移动电子商务市场规模分析          | 216 |
| (一) 移动电子商务交易规模          | 216 |
| (二) 移动电子商务用户规模          | 217 |
| 第三节 移动电子商务用户行为分析        | 218 |
| 一、手机购物用户属性分析            | 218 |
| (一) 用户性别分别状况            | 218 |
| (二) 用户年龄结构状况            | 219 |
| 二、手机购物用户手机上网行为分析        | 220 |
| (一) 手机购物用户手机上网时长分析      | 220 |
| (二) 手机购物手机上网频次分析        | 220 |
| (三) 手机购物用户手机上网主要活动      | 221 |
| 三、手机购物用户购物行为分析          | 222 |
| (一) 手机购物用户年手机购物金额分析     | 222 |
| (二) 手机购物用户年手机购物次数分析     | 222 |
| 四、手机购物用户购物偏好分析          | 223 |
| (一) 手机购物用户通过手机购买的商品类型分析 | 223 |
| (二) 决定手机购物用户选择手机购物网站的因素 | 224 |
| 第四节 移动电子商务运营案例分析        | 224 |
| 一、电信运营商主导的移动电子商务        | 224 |
| (一) “渠道+平台”的服务模式简介      | 224 |
| (二) 广东移动网上商城模式分析        | 225 |
| (三) 该类服务模式优劣势分析         | 225 |
| 二、传统电子商务提供商主导的移动电子商务    | 226 |
| (一) “品牌+运营”的服务模式简介      | 226 |
| (二) 手机淘宝网服务模式分析         | 227 |
| (三) 手机当当网服务模式分析         | 227 |
| (四) 该类服务模式优劣势分析         | 227 |

|                        |     |
|------------------------|-----|
| 三、软件提供商主导的移动电子商务       | 228 |
| (一) “软件+服务”的服务模式简介     | 228 |
| (二) 用友移动商街服务模式分析       | 228 |
| (三) 该类服务模式优劣势分析        | 229 |
| 四、新兴移动电子商务提供商主导的移动电子商务 | 229 |
| (一) “专注+创新”的服务模式简介     | 229 |
| (二) 立购网服务模式分析          | 229 |
| (三) 该类服务模式优劣势分析        | 230 |
| 第五节 移动电子商务发展趋势分析       | 230 |
| 一、移动电子商务发展面临的问题        | 230 |
| 二、移动电子商务发展趋势分析         | 232 |
| 三、移动电子商务发展建议分析         | 232 |
| (一) 电信运营商策略建议          | 232 |
| (二) 传统电子商务提供商策略建议      | 233 |
| (三) 软件提供商策略建议          | 233 |
| (四) 新兴移动电子商务提供商策略建议    | 233 |
| <br>                   |     |
| 第八章 手机浏览器市场及用户行为分析     | 234 |
| 第一节 手机浏览器行业概况          | 234 |
| 一、手机浏览器定义及分类           | 234 |
| 二、手机浏览器行业产业链分析         | 235 |
| 三、手机浏览器行业商业模式分析        | 241 |
| 四、手机浏览器行业发展影响因素        | 243 |
| 第二节 手机浏览器行业市场分析        | 244 |
| 一、手机浏览器行业规模分析          | 244 |
| (一) 手机浏览器用户规模          | 244 |
| (二) 手机浏览器市场规模          | 245 |
| 二、手机浏览器行业竞争格局分析        | 245 |
| (一) 现有企业间竞争分析          | 245 |
| (二) 供应商议价能力分析          | 246 |
| (三) 用户的议价能力分析          | 246 |
| (四) 潜在进入者竞争能力          | 246 |

|                   |     |
|-------------------|-----|
| (五) 行业替代品威胁分析     | 247 |
| 第三节 手机浏览器用户行为分析   | 247 |
| 一、手机浏览器用户基本属性分析   | 247 |
| (一) 用户性别分布情况      | 247 |
| (二) 用户年龄结构情况      | 248 |
| (三) 用户学历及收入分析     | 248 |
| (四) 用户所属行业分析      | 249 |
| 二、手机浏览器用户手机上网行为   | 250 |
| (一) 用户手机上网主要活动分布  | 250 |
| (二) 用户手机上网地点分析    | 251 |
| 三、用户手机浏览器使用情况分析   | 251 |
| (一) 用户使用手机浏览器频率分析 | 251 |
| (二) 用户使用手机浏览器时长分析 | 252 |
| (三) 用户使用的浏览器服务项分析 | 252 |
| 四、手机浏览器用户使用偏好分析   | 253 |
| (一) 手机浏览器用户渗透率分析  | 253 |
| (二) 用户常用的第三方手机浏览器 | 253 |
| (三) 用户常用的自带手机浏览器  | 254 |
| (四) 用户选择手机浏览器影响因素 | 254 |
| 第四节 典型手机浏览器介绍分析   | 255 |
| 一、第三方手机浏览器对比分析    | 255 |
| (一) 品牌认知度对比       | 255 |
| (二) 用户渗透率对比       | 255 |
| (三) 功能设置对比        | 256 |
| (四) 终端适配能力对比      | 256 |
| (五) 资本优势对比        | 257 |
| 二、UC浏览器介绍分析       | 258 |
| (一) 企业概览          | 258 |
| (二) UC浏览器市场竞争力分析  | 258 |
| (三) UC浏览器优劣势发展分析  | 260 |
| 三、QQ手机浏览器介绍分析     | 261 |
| (一) 企业概览          | 261 |

|                       |     |
|-----------------------|-----|
| (二) QQ手机浏览器市场竞争力分析    | 261 |
| (三) QQ手机浏览器优劣势发展分析    | 262 |
| 四、OPERA手机浏览器介绍分析      | 262 |
| (一) 企业概览              | 262 |
| (二) Opera手机浏览器市场竞争力分析 | 263 |
| (三) Opera手机浏览器优劣势发展分析 | 264 |
| 五、GO浏览器介绍分析           | 265 |
| (一) 企业概览              | 265 |
| (二) GO浏览器市场竞争力分析      | 265 |
| (三) GO浏览器优劣势发展分析      | 266 |
| 第五节 手机浏览器行业趋势分析       | 266 |
| 一、行业战略地位发展趋势          | 266 |
| 二、手机浏览器发展趋势           | 267 |
| (一) 向平台化发展            | 267 |
| (二) 社交化趋势明显           | 267 |
| 三、行业市场发展趋势            | 268 |
| 四、行业竞争发展趋势            | 268 |

## 第九章 移动互联网其他细分市场发展分析 270

### 第一节 手机音乐市场发展分析 270

|                  |     |
|------------------|-----|
| 一、手机音乐行业发展现状     | 270 |
| (一) 手机音乐产业价值链分析  | 270 |
| (二) 手机音乐市场发展现状   | 272 |
| 二、手机音乐用户行为分析     | 273 |
| (一) 手机音乐用户基本属性   | 273 |
| (二) 用户手机音乐使用情况分析 | 275 |
| (三) 用户使用手机音乐网站情况 | 277 |
| (四) 用户使用手机音乐软件情况 | 278 |

### 第二节 手机阅读市场发展分析 278

|                 |     |
|-----------------|-----|
| 一、手机阅读行业发展现状    | 278 |
| (一) 手机阅读产业价值链分析 | 278 |
| (二) 手机阅读市场发展现状  | 279 |

|                     |     |
|---------------------|-----|
| 二、手机阅读用户行为分析        | 284 |
| (一)手机阅读用户基本属性       | 284 |
| (二)手机阅读用户手机上网行为分析   | 285 |
| (三)用户手机阅读行为分析       | 286 |
| (四)用户手机阅读偏好分析       | 286 |
| 第三节 手机即时通讯市场发展分析    | 288 |
| 一、手机即时通讯行业发展现状      | 288 |
| (一)重点手机即时通讯产品分析     | 288 |
| (二)手机即时通讯市场发展现状     | 290 |
| 二、手机即时通讯用户行为分析      | 292 |
| (一)手机即时通讯用户基本属性     | 292 |
| (二)手机即时通讯用户使用行为分析   | 292 |
| (三)用户手机即时通讯应用偏好分析   | 294 |
| 第四节 其他移动互联网细分市场分析   | 295 |
| 一、手机视频市场发展分析        | 295 |
| (一)手机视频市场现状分析       | 295 |
| (二)手机视频用户属性分析       | 296 |
| (三)手机视频用户行为分析       | 298 |
| 二、手机应用商店市场发展分析      | 299 |
| (一)手机应用商店产业链分析      | 299 |
| (二)手机应用商店商业模式分析     | 301 |
| (三)手机应用商店发展现状分析     | 302 |
| (四)手机应用商店发展趋势分析     | 303 |
| 三、手机搜索市场发展分析        | 304 |
| (一)手机搜索用户规模         | 304 |
| (二)手机搜索收入规模         | 305 |
| 四、手机电子邮件市场发展分析      | 306 |
| (一)手机电子邮件用户规模       | 306 |
| (二)手机电子邮件使用情况       | 306 |
| <br>                |     |
| 第十章 移动互联网行业领先企业经营分析 | 308 |
| 第一节 中国移动有限公司经营情况分析  | 308 |

|                                  |     |
|----------------------------------|-----|
| 一、企业发展简况分析                       | 308 |
| 二、企业用户规模分析                       | 313 |
| 三、企业产品服务分析                       | 314 |
| 四、企业移动互联网业务及盈利模式                 | 315 |
| 五、企业经营状况优劣势分析                    | 316 |
| 第二节 大众点评网经营情况分析                  | 317 |
| 一、企业发展简况分析                       | 317 |
| 二、企业用户规模分析                       | 318 |
| 三、企业产品服务分析                       | 318 |
| 四、企业移动互联网业务及盈利模式                 | 319 |
| 五、企业经营状况优劣势分析                    | 319 |
| 第三节 杭州斯凯网络科技有限公司经营情况分析           | 320 |
| 一、企业发展简况分析                       | 320 |
| 二、企业用户规模分析                       | 322 |
| 三、企业产品服务分析                       | 322 |
| 四、企业移动互联网业务及盈利模式                 | 323 |
| 五、企业经营状况优劣势分析                    | 324 |
| 第四节 空中网经营情况分析                    | 325 |
| 一、企业发展简况分析                       | 325 |
| 二、企业用户规模分析                       | 331 |
| 三、企业产品服务分析                       | 331 |
| 四、企业移动互联网业务及盈利模式                 | 331 |
| 五、企业经营状况优劣势分析                    | 332 |
| 第五节 UC WEB经营情况分析                 | 332 |
| 一、企业发展简况分析                       | 332 |
| 二、企业用户规模分析                       | 333 |
| 三、企业产品服务分析                       | 334 |
| 四、企业移动互联网业务及盈利模式                 | 334 |
| 五、企业经营状况优劣势分析                    | 335 |
| 第六节 买卖宝 ( MAIMAIBAO.COM ) 经营情况分析 | 336 |
| 一、企业发展简况分析                       | 336 |
| 二、企业用户规模分析                       | 337 |

|                            |     |
|----------------------------|-----|
| 三、企业产品服务分析                 | 337 |
| 四、企业移动互联网业务及盈利模式           | 338 |
| 五、企业经营状况优劣势分析              | 338 |
| 第七节 飞拓无限经营情况分析             | 339 |
| 一、企业发展简况分析                 | 339 |
| 二、企业用户规模分析                 | 339 |
| 三、企业产品服务分析                 | 339 |
| 四、企业移动互联网业务及盈利模式           | 340 |
| 五、企业经营状况优劣势分析              | 340 |
| 第八节 宜搜经营情况分析               | 342 |
| 一、企业发展简况分析                 | 342 |
| 二、企业用户规模分析                 | 343 |
| 三、企业产品服务分析                 | 343 |
| 四、企业移动互联网业务及盈利模式           | 344 |
| 五、企业经营状况优劣势分析              | 344 |
| 第九节 爱购（2GOU）经营情况分析         | 345 |
| 一、企业发展简况分析                 | 345 |
| 二、企业用户规模分析                 | 346 |
| 三、企业产品服务分析                 | 346 |
| 四、企业移动互联网业务及盈利模式           | 347 |
| 五、企业经营状况优劣势分析              | 347 |
| 第十节 安徽科大讯飞信息科技股份有限公司经营情况分析 | 348 |
| 一、企业发展简况分析                 | 348 |
| 二、企业用户规模分析                 | 356 |
| 三、企业产品服务分析                 | 356 |
| 四、企业移动互联网业务及盈利模式           | 357 |
| 五、企业经营状况优劣势分析              | 357 |
| 第十一节 拓维信息系统股份有限公司经营情况分析    | 358 |
| 一、企业发展简况分析                 | 358 |
| 二、企业用户规模分析                 | 364 |
| 三、企业产品服务分析                 | 364 |
| 四、企业移动互联网业务及盈利模式           | 365 |

五、企业经营状况优劣势分析 365

第十一章 2016-2022年移动互联网行业投资分析与前景预测（ZYCSM） 367

第一节 移动互联网行业投资分析 367

一、移动互联网行业投资特性分析 367

（一）行业进入壁垒分析 367

（二）行业商业模式分析 369

二、移动互联网行业投资现状分析 369

三、移动互联网行业投资风险分析 376

（一）行业政策风险 376

（二）盈利模式风险 377

（三）行业竞争风险 377

（四）行业其他风险 377

四、移动互联网行业投资机会分析 377

第二节 移动互联网行业前景预测 378

一、移动互联网行业发展趋势分析 378

二、移动互联网行业发展前景预测 381

第三节 移动互联网行业投资建议 382

一、移动互联网行业投资价值 382

二、移动互联网行业投资建议 383

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/hulianwang/E17161YNKS.html>