

# 2016-2022年中国移动互联网市场深度研究与投资前景报告

## 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深度研究与投资前景报告》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/H47750HJ5R.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

移动互联网，就是将移动通信和互联网二者结合起来，成为一体。在近几年里，移动通信和互联网成为当今世界发展最快、市场潜力最大、前景最诱人的两大业务，它们的增长速度都是任何预测家未曾预料到的，所以可以预见移动互联网将会创造怎样的经济神话。

近年来，电信运营商强化SP计费通道治理力度，移动增值服务市场整体低迷，随着治理逐渐收尾，移动增值市场开始复苏。此外，受益于手机电子商务和手机游戏等细分行业的良好市场表现，以及基于手机应用商店为核心的产业链生态的初步形成，中国移动互联网市场规模稳步提升。

《2016-2022年中国移动互联网市场深度研究与投资前景报告》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。

报告目录：

### 第一章 移动互联网概念及产业链结构

#### 1.1 移动互联网概述

##### 1.1.1 概念及特点

##### 1.1.2 中国移动互联网发展历程

##### 1.1.3 移动互联网的应用

##### 1.1.4 移动互联网繁荣发展

##### 1.1.5 智能商务将获得极大发展

#### 1.2 移动互联网产业链概述

##### 1.2.1 产业链概况

##### 1.2.2 产业链层次

##### 1.2.3 产业链机会

#### 1.3 移动互联网产业链模型

##### 1.3.1 网络基础设施层

- 1.3.2 网络接入服务层
- 1.3.3 终端应用与服务层
- 1.4 中国移动互联网市场产业链格局
  - 1.4.1 网络基础设施层
  - 1.4.2 接入服务层
  - 1.4.3 终端应用与服务层

## 第二章 2012-2015年世界移动互联网的发展

- 2.1 2012-2015年全球移动互联网发展现状
  - 2.1.1 全球百强品牌移动应用发布情况
  - 2.1.2 2013年移动互联网领域风投情况
  - 2.1.3 2014年全球移动互联网发展分析
  - 2.1.4 2015年全球移动互联网发展分析
- 2.2 美国
  - 2.2.1 美国移动营销市场风投大幅增长
  - 2.2.2 美国手机用户特征分析
  - 2.2.3 美国移动用户应用特点
  - 2.2.4 美国ios应用情况
  - 2.2.5 android操作系统美国发展状况
- 2.3 其他国家
  - 2.3.1 亚太地区移动互联网用户不断增加
  - 2.3.2 日本移动互联网的发展解析
  - 2.3.3 韩国移动互联网现状分析
  - 2.3.4 亚太地区移动互联网发展预测
  - 2.3.5 德国移动互联网用户规模现状
- 2.4 全球移动互联网发展趋势
  - 2.4.1 技术创新主线
  - 2.4.2 硬件发展重点趋势
  - 2.4.3 移动智能终端趋势
  - 2.4.4 应用程序趋势
- 2.5 世界移动互联网发展预测
  - 2.5.1 2015年全球手机上网用户预测

- 2.5.2 2016年欧洲移动互联网用户规模预测
- 2.5.3 全球移动互联网将现爆发式增长
- 2.5.4 2016年全球移动智能设备发展分析
- 2.5.5 2016年预计全球移动数据流量预测

### 第三章 2012-2015年中国移动互联网主要载体发展

#### 3.1 互联网

- 3.1.1 互联网产业发展概述
- 3.1.2 全球互联网经济规模格局
- 3.1.3 中国互联网行业发展特点
- 3.1.4 2013年中国互联网产业发展状况
- 3.1.5 2014年中国互联网行业投资情况
- 3.1.6 2015年互联网行业发展热点分析
- 3.1.7 中国互联网产业面临问题分析

#### 3.2 手机

- 3.2.1 我国手机用户规模现状
- 3.2.2 2013年我国手机行业发展状况
- 3.2.3 2014年我国手机行业发展状况
- 3.2.4 2015年我国手机行业发展分析
- 3.2.5 中国手机市场发展趋势

#### 3.3 智能手机

- 3.3.1 中国引领全球智能手机市场发展
- 3.3.2 中国智能手机市场发展格局
- 3.3.3 中国智能手机市场空间无限
- 3.3.4 2013年智能手机市场发展状况
- 3.3.5 2014年智能手机市场发展情况
- 3.3.6 2015年智能手机发展趋势

### 第四章 2012-2015年中国移动互联网用户分析

#### 4.1 我国互联网用户特征及结构

- 4.1.1 网民规模与结构特征
- 4.1.2 网民互联网应用状况

- 4.1.3 网民属性特征分析
- 4.1.4 手机网民结构及应用
- 4.2 移动互联网用户布局
  - 4.2.1 地域分布
  - 4.2.2 接入运营商分布
  - 4.2.3 接入网络方式分布
  - 4.2.4 上网时间分布
- 4.3 移动互联网用户特征分析
  - 4.3.1 用户地域分布
  - 4.3.2 用户收入结构
  - 4.3.3 整体认知度
  - 4.3.4 移动终端的选择
  - 4.3.5 移动互联网与pc互联网用户增速对比
- 4.4 移动互联网用户特征及需求
  - 4.4.1 移动互联网用户行为特征及需求特点
  - 4.4.2 手机网民输入法特征
  - 4.4.3 潜在用户购买意愿

## 第五章 2012-2015年我国移动互联网行业综合状况

- 5.1 2012-2015年我国移动互联网发展概况
  - 5.1.1 产业发展阶段分析
  - 5.1.2 产业生命周期
  - 5.1.3 产业进入全面整合时期
  - 5.1.4 行业跨界竞争特征明显
  - 5.1.5 引发产业重构命题
- 5.2 2012-2015年移动互联网的发展
  - 5.2.1 2013年行业发展状况
  - 5.2.2 2013年大事件分析
  - 5.2.3 2014年移动互联网发展
  - 5.2.4 2014年行业热点回顾
  - 5.2.5 2015年行业热点回顾
- 5.3 2012-2015年行业热点解析

- 5.3.1 新型手机社交应用
- 5.3.2 应用业务发展态势
- 5.3.3 市场竞争现新格局
- 5.3.4 移动互联网入口存机遇
- 5.3.5 “终端+应用”驱动行业发展
- 5.4 移动互联网发展问题及对策
  - 5.4.1 面临的问题及挑战
  - 5.4.2 产业链参与者过于复杂
  - 5.4.3 自主创新能力不够
  - 5.4.4 同质化严重
  - 5.4.5 发展建议

## 第六章 2012-2015年移动互联网市场分析

- 6.1 参与者盈利模式分析
  - 6.1.1 门户网站模式
  - 6.1.2 “im”业务模式
  - 6.1.3 终端厂商进入模式
  - 6.1.4 搜索引擎服务商进入模式
- 6.2 移动互联网产品开发运营及案例分析
  - 6.2.1 产品分类以及盈利模式
  - 6.2.2 成功产品借鉴经验研析
  - 6.2.3 产品发展对策
- 6.3 中国移动互联网应用市场
  - 6.3.1 应用市场发展概述
  - 6.3.2 移动游戏
  - 6.3.3 手机阅读
  - 6.3.4 移动搜索
  - 6.3.5 应用市场未来发展趋势
- 6.4 移动互联网广告及营销
  - 6.4.1 移动互联网传播属性解析
  - 6.4.2 移动互联网的广告机会
  - 6.4.3 移动营销策略分析

#### 6.4.4 移动营销的跨界整合策略

#### 6.4.5 广告平台案解析

### 第七章 2012-2015年中国移动互联网终端发展现状

#### 7.1 2013年移动互联网终端发展状况

##### 7.1.1 2013年第一季度移动互联网终端发展状况

##### 7.1.2 2013年第二季度移动互联网终端发展状况

##### 7.1.3 2013年第三季度移动互联网终端发展状况

##### 7.1.4 2013年第四季度移动互联网终端发展状况

#### 7.2 2014年移动互联网终端发展状况

##### 7.2.1 2014年第一季度移动互联网终端发展状况

##### 7.2.2 2014年第二季度移动互联网终端发展状况

##### 7.2.3 2014年第三季度移动互联网终端发展状况

##### 7.2.4 2014年第四季度移动互联网终端发展状况

#### 7.3 2015年第一季度移动互联网终端发展状况

#### 7.4 中国移动终端普及化发展

### 第八章 2012-2015年移动互联网终端平台发展现状

#### 8.1 2013年移动互联网终端平台发展状况

##### 8.1.1 2013年第一季度移动互联网终端平台发展状况

##### 8.1.2 2013年第二季度移动互联网终端平台发展状况

##### 8.1.3 2013年第三季度移动互联网终端平台发展状况

##### 8.1.4 2013年windows phone平台发展概述

#### 8.2 2012-2015年移动互联网终端平台发展状况

##### 8.2.1 2014年移动互联网终端平台发展状况

##### 8.2.2 2015年移动互联网终端平台发展动态

### 第九章 2012-2015年手机浏览器发展现状

#### 9.1 2013年手机浏览器发展状况

##### 9.1.1 2013年第一季度手机浏览器发展状况

##### 9.1.2 2013年第二季度手机浏览器发展状况

##### 9.1.3 2013年第三季度手机浏览器发展状况



- 9.1.4 2013年第四季度手机浏览器发展状况
- 9.2 2014年手机浏览器发展状况
  - 9.2.1 2014年第一季度手机浏览器发展状况
  - 9.2.2 2014年第二季度手机浏览器发展状况
  - 9.2.3 2014年第三季度手机浏览器发展状况
  - 9.2.4 2014年第四季度手机浏览器发展状况
- 9.3 2015年第一季度手机浏览器发展状况
- 9.4 我国手机浏览器发展趋势分析

## 第十章 2012-2015年手机应用商店发展分析

- 10.1 手机应用商店概述
  - 10.1.1 定义及特征
  - 10.1.2 发展历程
  - 10.1.3 产业链结构
  - 10.1.4 盈利模式
  - 10.1.5 开发者分类
  - 10.1.6 拓展应用市场的重要策略
- 10.2 全球手机应用商店市场发展特点
- 10.3 2013年移动应用商店发展状况
  - 10.3.1 2013年第一季度移动应用商店发展状况
  - 10.3.2 2013年第二季度移动应用商店发展状况
  - 10.3.3 2013年第三季度移动应用商店发展状况
  - 10.3.4 2013年第四季度应用商店发展状况
- 10.4 2014年移动应用商店发展状况
  - 10.4.1 2014年第一季度移动应用商店发展状况
  - 10.4.2 2014年第二季度移动应用商店发展状况
  - 10.4.3 2014年第三季度移动应用商店发展状况
  - 10.4.4 2014年第四季度移动应用商店发展状况
- 10.5 2015年移动应用商店发展状况
  - 10.5.1 2015年第一季度移动应用商店发展状况
  - 10.5.2 2015年第二季度移动应用商店发展状况
  - 10.5.3 2015年第三季度移动应用商店发展状况

10.5.4 2015年第四季度移动应用商店发展状况

10.6 我国手机应用商店市场监管现状与建议

## 第十一章移动互联网投资及前景分析

11.1 投资现状及未来机会

11.1.1 移动互联网将影响下一个十年创业方向

11.1.2 中国移动互联网的投资热度不减

11.1.3 移动互联网产业投资规模刷新历年纪录

11.1.4 移动互联网再造投资新机遇

11.1.5 移动互联网产业投资风险防范

11.2 移动互联网发展方向及趋势

11.2.1 终端系统软件的三大方向

11.2.2 互联网水平化演进趋势

11.2.3 智能终端企业发展趋势

11.2.4 核心业务及细分领域发展趋势

11.3 移动互联网发展前景预测 ( ZYYL )

11.3.1 移动互联网发展前景无限

11.3.2 中国移动互联网终端发展预测

11.3.3 4g推动移动互联网行业新变革

11.3.4 2016-2022年中国移动互联网市场预测

11.3.5 2020年中国移动互联网用户规模展望

## 图表目录

图表 移动互联网产业链层次模型

图表 2008-2014年全球移动智能终端操作系统市场份额

图表 美国ios应用开发者获得一名忠实用户的成本

图表 全球各地android应用下载总量

图表 全球各地每月应用的平均下载量

图表 韩国智能手机用户数量

图表 韩国智能平板电脑用户数量

图表 韩国移动互联网交易额

图表 2014年我国手机累计产量情况

图表 2014年我国手机累计出口额情况

图表 2014年以来我国通信终端设备制造业效益情况

图表 2014年以来我国移动通信及终端设备制造业投资完成情况

图表 2012-2015年中国智能手机市场品牌关注比例对比

图表 2013年Q1-Q4中国智能手机市场品牌关注排名对比

图表 2013年Q1-Q4中国智能手机市场不同操作系统产品关注比例走势

图表 2013年Q1-Q4中国智能手机市场主流屏幕尺寸产品关注比例走势

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/hulianwang/H47750HJ5R.html>