

# 2013-2017年中国移动互联网 市场调研与未来发展趋势报告

## 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

《2013-2017年中国移动互联网市场调研与未来发展趋势报告》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/J68941LUUN.html>

报告价格：印刷版：RMB 7200 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

### 第一章、移动互联网概念及产业链结构

#### 第一节、移动互联网概述

- 一、概念及特点
- 二、中国移动互联网发展历程
- 三、移动互联网的应用
- 四、移动互联网繁荣发展
- 五、智能商务将获得极大发展

#### 第二节、移动互联网产业链概述

- 一、产业链概况
- 二、产业链层次
- 三、产业链机会

#### 第三节、移动互联网产业链模型

- 一、网络基础设施层
- 二、网络接入服务层
- 三、终端应用与服务层

#### 第四节、中国移动互联网市场产业链格局

- 一、网络基础设施层
- 二、接入服务层
- 三、终端应用与服务层

### 第二章、世界移动互联网发展

#### 第一节、发展现状

- 一、2010年全球移动应用发展特征
- 二、2010年全球手机应用商店发展情况
- 三、2011年全球百强品牌移动应用发布情况
- 四、2012年1-2月游戏应用主导全球移动应用发展
- 五、全球移动互联网巨头发展

#### 第二节、美国

- 一、2011年美国移动营销市场风投大幅增长
- 二、2009-2011年美国手机用户特征分析

三、2011年美国移动用户应用特点

四、美国iOS应用情况

五、Android操作系统美国发展状况

### 第三节、其他国家

一、亚太地区移动互联网用户不断增加

二、日本移动互联网的发展解析

三、韩国移动互联网现状分析

四、2013-2017年亚太地区移动互联网发展预测

五、2012年加拿大移动智能设备用户将大幅增加

### 第四节、世界移动互联网发展预测

一、2014年全球手机上网用户预测

二、2015年欧洲移动互联网用户规模预测

三、全球移动互联网将现爆发式增长

四、2016年预计全球移动数据流量预测

五、2015年全球移动智能设备发展分析

## 第三章、中国移动互联网主要载体发展

### 第一节、互联网

一、互联网产业发展概述

二、全球互联网经济规模格局

三、中国互联网行业发展特点

四、中国网民规模突破五亿

五、2011年中国互联网产业发展热点分析

六、2011年中国互联网发展焦点分析

七、2012年一季度中国互联网产业发展状况

八、中国互联网产业面临问题分析

### 第二节、手机

一、我国手机行业发展现状

二、我国手机用户数超过十亿

三、2012年手机市场发展趋势

### 第三节、智能手机

一、2011年国内外智能手机市场发展状况

- 二、2012年一季度中国智能手机市场发展状况
- 三、中国引领全球智能手机市场发展
- 四、中国智能手机市场发展格局
- 五、中国智能手机市场空间无限
- 六、2012年智能手机发展趋势

#### 第四章、中国移动互联网用户分析

##### 第一节、我国互联网用户特征及结构

- 一、网民规模与结构特征
- 二、网民互联网应用状况
- 三、网民属性特征分析
- 四、手机网民结构及应用

##### 第二节、2010年移动互联网用户特征解析

- 一、用户属性
- 二、用户应用特性
- 三、手机视频用户特点
- 四、手机阅读用户特征

##### 第三节、2011年移动互联网用户布局

- 一、地域分布
- 二、接入运营商分布
- 三、接入网络方式分布
- 四、上网时间分布

##### 第四节、2012年第一季度移动互联网用户布局

- 一、用户地域分布
- 二、接入运营商分布
- 三、网络接入方式分布
- 四、移动互联网与PC互联网用户上网时间分布对比
- 五、移动互联网与PC互联网用户增速对比

##### 第五节、移动互联网用户特征及需求

- 一、移动互联网用户行为特征及需求特点
- 二、手机网民输入法特征
- 三、潜在用户购买意愿

## 第五章、我国移动互联网行业综合状况

### 第一节、我国移动互联网发展概况

- 一、产业发展阶段分析
- 二、产业进入全面整合时期
- 三、行业跨界竞争特征明显
- 四、引发产业重构命题

### 第二节、2010-2012年一季度移动互联网发展

- 一、2010年度行业数据
- 二、2010年行业热点回顾
- 三、2011年度行业重点数据
- 四、2011年行业焦点回顾
- 五、2012年一季度行业发展综况

### 第三节、行业热点解析

- 一、新型手机社交应用
- 二、应用业务发展态势
- 三、市场竞争现新格局
- 四、移动互联网入口存机遇

### 第四节、移动互联网发展问题及对策

- 一、产业链参与者过于复杂
- 二、自主创新能力不够
- 三、同质化严重
- 四、发展建议

## 第六章、移动互联网市场分析

### 第一节、参与者盈利模式分析

- 一、门户网站模式
- 二、“IM”业务模式
- 三、终端厂商进入模式
- 四、搜索引擎服务商进入模式

### 第二节、移动互联网产品开发运营及案例分析

- 一、产品分类以及盈利模式

二、成功产品借鉴经验研析

三、产品发展对策

### 第三节、中国移动互联网应用市场

一、应用市场发展概述

二、移动游戏

三、手机阅读

四、移动搜索

五、应用市场未来发展趋势

### 第四节、移动互联网广告及营销

一、移动互联网传播属性解析

二、移动互联网的广告机会

三、移动营销策略分析

四、移动营销的跨界整合策略

五、广告平台案解析

## 第七章、中国移动互联网终端发展现状

### 第一节、2011年第一季度

一、主要手机品牌

二、诺基亚、山寨手机份额变化

三、苹果、HTC手机份额变化

四、手机品牌用户活跃度对比

### 第二节、2011年第二季度

一、手机品牌分布

二、各机型市场占有率排名

三、手机终端特征解析

### 第三节、2011年第三季度

一、手机品牌分布

二、手机品牌变化趋势

三、Android系统手机品牌分布

四、各机型市场占有率排名

### 第四节、2011年第四季度

一、手机品牌分布

- 二、手机品牌变化趋势
- 三、Android系统手机品牌分布
- 四、各机型市场占有率排名

#### 第五节、2012年第一季度

- 一、手机品牌分布
- 二、手机品牌变化趋势
- 三、Android系统手机品牌分布
- 四、终端机型TOP20
- 五、Android系统手机品牌TOP20

### 第八章、移动互联网终端平台发展现状

#### 第一节、2011年第一季度

- 一、手机平台分布
- 二、智能手机平台份额变化趋势
- 三、Android和iOS平台份额变化趋势
- 四、低端手机平台份额变化趋势

#### 第二节、2011年第二季度

- 一、手机平台分布
- 二、手机平台份额变化

#### 第三节、2011年第三季度

- 一、手机平台分布
- 二、手机平台变化趋势

#### 第四节、2011年第四季度

- 一、手机平台分布
- 二、手机平台变化趋势

#### 第五节、2012年第一季度

- 一、手机平台分布
- 二、手机平台变化趋势
- 三、Android、iOS智能手机平台版本分布
- 四、Android智能手机平台分辨率分布

### 第九章、手机浏览器发展现状



## 第一节、2011年第一季度

- 一、用户浏览器分布
- 二、内置与第三方浏览器份额对比
- 三、Webkit、Ucweb、QQ浏览器份额变化趋势
- 四、MTK自带浏览器、诺基亚自带浏览器份额变化趋势
- 五、浏览器用户活跃度对比

## 第二节、2011年第二季度

- 一、手机浏览器分布
- 二、移动互联网手机内置浏览器份额变化
- 三、移动互联网手机第三方浏览器份额变化

## 第三节、2011年第三季度

- 一、手机浏览器分布
- 二、Android系统手机浏览器分布

## 第四节、2011年第四季度

- 一、手机浏览器分布
- 二、手机自带浏览器变化趋势

## 第五节、2012年第一季度

- 一、手机浏览器分布
- 二、手机自带浏览器变化趋势
- 三、手机第三方浏览器变化趋势
- 四、UC浏览器版本分布

## 第十章、应用商店

### 第一节、手机应用商店概述

- 一、定义及特征
- 二、发展历程
- 三、产业链结构
- 四、盈利模式
- 五、开发者分类
- 六、拓展应用市场的重要策略

### 第二节、2009-2010年手机应用商店发展

- 一、2009年用户规模

## 二、2010年访问比例

### 第三节、2011年第二季度

- 一、典型应用商店累计应用数量
- 二、典型应用商店免费及付费应用比例
- 三、典型应用商店应用分类变化趋势
- 四、苹果App store及Android market应用商店下载情况

### 第四节、2011年第三季度

- 一、典型应用商店累计应用数量
- 二、典型应用商店免费及付费应用比例
- 三、典型应用商店应用分类变化趋势
- 四、苹果App store及Android market应用商店下载情况

### 第五节、2011年第四季度

- 一、应用商店整体格局
- 二、典型应用商店累计应用数量
- 三、典型应用商店免费及付费应用比例
- 四、典型应用商店应用分类变化趋势
- 五、2011年第四季度移动应用搜索排名

### 第六节、2012年第一季度应用商店发展状况

- 一、2012年1月中国应用商店发展状况
- 二、2012年2月中国应用商店发展状况
- 三、2012年3月全球各移动应用商店发展状况

## 第十一章、移动互联网投资及前景分析

### 第一节、投资现状及未来机会

- 一、移动互联网将影响下一个十年创业方向
- 二、中国移动互联网的投资热度不减
- 三、移动互联网产业投资规模刷新历年纪录
- 四、移动互联网再造投资新机遇
- 五、移动互联网产业投资风险防范

### 第二节、移动互联网发展前景预测

- 一、移动互联网发展前景无限
- 二、移动互联网未来发展趋势

- 三、中国移动互联网终端发展预测
- 四、2012年中国移动互联网行业趋势分析
- 五、2012年中国移动互联网市场预测
- 六、2012年移动互联网技术发展方向分析

图表目录：

- 图表1 移动互联网产业链层次模型
- 图表2 2011年美国ios应用开发者获得一名忠实用户的成本
- 图表3 截至2011年9月全球各地Android应用下载总量
- 图表4 全球各地每月应用的平均下载量
- 图表5 韩国智能手机用户数量
- 图表6 韩国智能平板电脑用户数量
- 图表7 2010、2011年韩国移动互联网交易额
- 图表8 2012年Q1中国智能手机市场销售量状况
- 图表9 2012年Q1中国智能手机用户数发展状况
- 图表10 2012年Q1中国智能手机市场各品牌销量占比状况
- 图表11 2012年Q1中国智能手机市场品牌占有率状况
- 图表12 2012年Q1中国智能手机市场不同价位的手机销售状况
- 图表13 2012年Q1中国智能手机市场操作系统占有率状况
- 图表14 2004-2011年中国网民规模与普及率
- 图表15 2007-2010年中国各年龄段人群互联网普及率
- 图表16 2007-2011年各学历人群互联网普及率
- 图表17 2010-2011年家庭宽带网民规模
- 图表18 2008-2011年手机上网网民规模
- 图表19 2011年我国分省份互联网普及率
- 图表20 2010-2011年各类网络应用使用率
- 图表21 2010-2011年搜索引擎用户数及使用率
- 图表22 2010-2011年网络新闻用户数及使用率
- 图表23 2010-2011年网络购物用户数及使用率
- 图表24 2010-2011年团购用户数及使用率
- 图表25 2010-2011年网上支付用户数及使用率
- 图表26 2010-2011年旅行预订用户数及使用率

- 图表27 2010-2011年即时通信用户数及使用率
- 图表28 2010-2011年博客/个人空间用户数及使用率
- 图表29 2010-2011年微博用户数及使用率
- 图表30 2010-2011年社交网站用户数及使用率
- 图表31 2010-2011年网络游戏用户数及使用率
- 图表32 网络文学用户数及使用率
- 图表33 2010-2011年网络视频用户数及使用率
- 图表34 网民上网设备
- 图表35 网民使用电脑上网场所
- 图表36 2010-2011年网民平均每周上网时长
- 图表37 网民性别结构
- 图表38 网民年龄结构
- 图表39 网民学历结构
- 图表40 网民职业结构
- 图表41 网民个人月收入结构
- 图表42 网民城乡结构
- 图表43 手机网民性别结构
- 图表44 手机网民年龄结构
- 图表45 手机网民学历结构
- 图表46 手机网民个人月收入结构
- 图表47 手机网民城乡分布
- 图表48 2010-2011手机网民网络应用
- 图表49 2011年Q1-Q4中国主要省市用户PV占比变化（1）
- 图表50 2011年Q1-Q4中国主要省市用户PV占比变化（2）
- 图表51 2011年Q3中国各省市Android、iOS用户PV占比
- 图表52 2011年Q4中国各省市Android、iOS用户PV占比
- 图表53 2010-2011年一季度运营商PV占比
- 图表54 2010年10月-2011年5月电信运营商PV占比趋势变化
- 图表55 2010年Q3-2011年Q3电信运营商PV占比变化
- 图表56 2011年Q1-Q4运营商PV占比变化
- 图表57 2011年Q3 Android、iOS用户接入电信运营商PV占比
- 图表58 2011年Q4 Android、iOS用户接入电信运营商PV占比

- 图表59 2011年Q1-Q4移动互联网接入方式PV占比
- 图表60 2011年Q3 Android、iOS用户接入方式PV占比
- 图表61 2011年Q4 Android、iOS用户接入方式PV占比
- 图表62 2011年Q2移动互联网用户日搜索量分布
- 图表63 2011年Q2移动互联网用户搜索量变化
- 图表64 2010年Q4-2011年Q2移动搜索量月末变化幅度
- 图表65 2011年Q3移动互联网用户PV变化幅度小时分布
- 图表66 2011年Q3移动互联网用户日PV占比变化
- 图表67 2011年Q4移动互联网用户PV变化幅度小时分布
- 图表68 2011年Q1-2012年Q1中国主要省市用户PV占比变化（1）
- 图表69 2011年Q1-2012年Q1中国主要省市用户PV占比变化（2）
- 图表70 2012年Q1中国各省市Android、iOS用户PV占比
- 图表71 2012年Q1中国各省市移动互联网用户与PC互联网用户PV占比
- 图表72 2011年Q1-2012年Q1运营商PV占比变化
- 图表73 2012年Q1 Android、iOS用户接入运营商PV占比
- 图表74 2011年Q1-2012年Q1移动互联网接入方式PV占比变化
- 图表75 2012年Q1 Android、iOS用户接入网络方式PV占比
- 图表76 2012年Q1移动互联网用户与PC互联网用户一天上网时间分布对比
- 图表77 2012年3月移动互联网用户与PC互联网用户一周上网时间分布对比
- 图表78 2012年3月移动互联网用户与PC互联网用户一个月上网时间分布对比
- 图表79 移动互联网用户与PC互联网用户在春节期间上网时间分布对比
- 图表80 2010年7月-2012年3月移动互联网用户与PC互联网用户增速对比
- 图表81 商务、生活及个性化需求仍存较大市场空间
- 图表82 移动互联网&ne;移动的互联网
- 图表83 中国移动互联网的发展阶段
- 图表84 移动梦网为SC/CP提供的服务类型
- 图表85 维信的运作方式
- 图表86 微信广告模式图
- 图表87 移动互联网应用发展的几个阶段
- 图表88 移动互联网业务应用使用比例
- 图表89 中国移动游戏用户规模发展
- 图表90 中国移动游戏市场收入规模发展

- 图表91 中国手机阅读用户规模及增长情况
- 图表92 中国手机阅读用户收入及增长情况
- 图表93 2010年男女手机报阅读用户阅读内容TOP10
- 图表94 2010年不同年龄手机报阅读用户阅读内容偏好
- 图表95 中国移动搜索市场用户及增长情况
- 图表96 中国移动搜索市场收入规模及增长情况
- 图表97 2011年Q1手机品牌PV占比
- 图表98 2010年Q4-2011年Q1品牌PV占比变化
- 图表99 2010年Q4-2011年Q1苹果、HTC品牌PV占比变化
- 图表100 2011年Q1手机品牌人均PV
- 图表101 2011年Q2手机品牌PV市场份额
- 图表102 2010年Q4-2011年Q2非智能、中端智能手机品牌变化趋势
- 图表103 2010年Q4-2011年Q2高端智能手机品牌变化趋势
- 图表104 2011年Q2热门机型TOP20PV占比
- 图表105 2011年Q2手机分辨率PV占比
- 图表106 2011年Q3移动互联网手机品牌PV占比
- 图表107 2010年Q4-2011年Q3手机品牌PV变化（一）
- 图表108 2010年Q4-2011年Q3手机品牌PV变化（二）
- 图表109 2011年Q3Android手机品牌PV变化
- 图表110 2011年Q3热门机型PV TOP20
- 图表111 2011年Q4移动互联网手机品牌分布
- 图表112 2011年Q1-2011年Q4手机品牌PV占比变化（一）
- 图表113 2011年Q1-2011年Q4手机品牌PV占比变化（二）
- 图表114 2011年Q4 Android系统手机品牌PV分布
- 图表115 2011年Q4热门机型PV TOP20
- 图表116 2012年Q1移动互联网手机品牌分布
- 图表117 2011年Q1-2012年Q1手机品牌PV占比变化（一）
- 图表118 2011年Q1-2012年Q1手机品牌PV占比变化（二）
- 图表119 2012年Q1 Android系统手机品牌PV分布
- 图表120 2012年Q1热门机型PV占比TOP20
- 图表121 2012年Q1 Android系统热门机型TOP20
- 图表122 2011年Q1平台PV占比

- 图表123 2011年Q1智能平台份额变化
- 图表124 2010年Q4-2011年Q1 Android与iOS变化对比
- 图表125 2010年Q4-2011年Q1低端手机平台变化
- 图表126 2011年Q2手机平台PV量占比
- 图表127 2010年Q4-2011年Q2手机平台PV占比趋势变化
- 图表128 2010年Q4-2011年Q2非智能、中低端智能平台变化趋势
- 图表129 2010年Q4-2011年Q2高端智能平台变化趋势
- 图表130 2011年Q3手机平台PV占比
- 图表131 2010年Q4-2011年Q3手机平台PV占比变化
- 图表132 2010年Q4-2011年Q3非智能平台PV占比变化
- 图表133 2010年Q4-2011年Q3智能平台PV占比变化
- 图表134 2011年Q3 Android平台版本PV占比
- 图表135 2011年Q3 iOS平台版本PV占比
- 图表136 2011年Q4手机平台PV占比
- 图表137 2011年Q1-Q4手机平台PV占比变化
- 图表138 2011年Q1-Q4非智能平台PV占比变化
- 图表139 2011年Q1-Q4智能平台PV占比变化
- 图表140 2011年Q4 Android平台版本PV占比
- 图表141 2011年Q4 IOS平台版本PV占比
- 图表142 2012年Q1手机平台PV占比
- 图表143 2011年Q1-2012年Q1非智能平台PV占比变化
- 图表144 2011年Q1-2012年Q1智能平台PV占比变化
- 图表145 2012年Q1 Android平台版本PV占比
- 图表146 2012年Q1 iOS平台版本PV占比
- 图表147 2012年Q1 Android平台分辨率PV占比
- 图表148 2011年Q1手机浏览器PV占比
- 图表149 2011年Q1第三方浏览器PV占比
- 图表150 2010年Q4-2011年Q1浏览器份额增长对比
- 图表151 2010年Q4-2011年Q1浏览器份额下降情况
- 图表152 2011年Q1浏览器人均PV
- 图表153 2012年Q2手机浏览器PV占比
- 图表154 2010年Q4-2011年Q2手机内置浏览器PV占比变化趋势

- 图表155 2010年Q4-2011年Q2第三方浏览器PV占比变化趋势
- 图表156 2011年Q3手机浏览器PV占比
- 图表157 2010年Q4-2011年Q3手机内置浏览器PV占比变化
- 图表158 2010年Q4-2011年Q3手机第三方浏览器PV占比变化趋势
- 图表159 2011年Q3 Android系统手机浏览器PV占比
- 图表160 2011年Q4手机浏览器全流量PV占比
- 图表161 2011年Q1-Q4手机自带浏览器占比变化
- 图表162 2011年Q1-Q4手机第三方浏览器占比变化
- 图表163 2012年Q1手机浏览器全流量PV占比
- 图表164 2012年Q1手机自带浏览器PV占比变化
- 图表165 2012年Q1手机第三方浏览器PV占比变化
- 图表166 2012年Q1 UCweb浏览器版本分布
- 图表167 手机应用商店演进发展
- 图表168 中国手机应用商业产业链
- 图表169 手机应用商店开发者分类
- 图表170 2010年中国用户经济访问的手机应用商店
- 图表171 2011年6月中国应用商店数量及增长情况
- 图表172 2011年第2季度付费应用免费应用占比
- 图表173 2011年第2季度苹果App Store各分类应用占比
- 图表174 2011年第2季度苹果Android Market各分类应用占比
- 图表175 苹果App Store工具排行榜、娱乐排行榜
- 图表176 Android market日全部排行榜、日免费排行榜
- 图表177 2011年Q3中国应用商店应用数量及增速
- 图表178 2011年Q3中国各应用商店付费/免费应用构成
- 图表179 2011年Q3 App Store 应用分类构成
- 图表180 2011年Q3 Android Market 应用分类构成
- 图表181 2011年Q3苹果App Store工具排行榜、娱乐排行榜
- 图表182 2011年Q3 Android market日全部排行榜、总评分排行榜
- 图表183 四大运营商店新格局
- 图表184 2011年Q4 App Store免费及付费应用比例
- 图表185 2011年Q4 Android Market免费及付费应用比例
- 图表186 2011年Q4 App Store新增应用付费/免费比例



- 图表187 2011年Q4 App Store新增应用分类情况
- 图表188 低端用户对软件类应用的选择
- 图表189 低端用户对游戏类应用的选择
- 图表190 2011年Q4度移动应用搜索排行榜
- 图表191 2012年1月中国应用商店应用数量及增长情况
- 图表192 2012年1月主要应用商店中国市场应用数量
- 图表193 2012年1月应用商店付费应用数量对比
- 图表194 2012年1月应用商店付费应用免费应用对比
- 图表195 2012年2月应用商店应用数量对比
- 图表196 2012年2月应用商店应用数量
- 图表197 2012年2月应用商店付费应用数量对比
- 图表198 2012年2月应用商店付费应用免费应用对比
- 图表199 2012年2月各家应用商店应用开发者总数
- 图表200 移动互联网的平台竞争及细分领域机会
- 图表201 未来促动用户以及营收发展的重要因素
- 图表202 移动互联网的产业链融合
- 图表203 价值迁移使终端的基本属性构成发生变化（1）
- 图表204 价值迁移使终端的基本属性构成发生变化（2）
- 图表205 多样化的创新移动终端将在未来不断涌现
- 图表206 移动终端现阶段向多元化的“终端+内容”方向转型
- 图表207 引发移动终端OS市场的多方争夺
- 图表208 移动应用的分类
- 图表209 中国市场大流量移动应用普及度还待提高
- 图表210 手机应用服务发展阶段矩阵
- 图表211 最具移动互联特色应用仍未完全爆发
- 图表212 移动SNS在移动端拥有很高的战略地位
- 图表213 应用商城出现爆发式增长
- 图表214 APP STORE模式的自我可控框架
- 图表215 尚未成熟的新产业链仍缺少绝对主导厂商
- 图表216 不同类型厂商为争夺新产业链主导权开始大量涌入
- 图表217 移动互联网终端数增长

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/hulianwang/J68941LUUN.html>