

2008中国移动互联网产业发展及 2009-2013年预测研究报告

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

《2008中国移动互联网产业发展及2009-2013年预测研究报告》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/ruanjian/K671618SDY.html>

报告价格：纸质版：15000元 电子版：15000元 纸质+电子版：15500元

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

2008中国移动互联网产业发展及2009-2013年预测研究报告 内容介绍：

3G成为移动互联网发展的重要基础

全球范围来看，距离第一张3G牌照的发放已经有十个年头，包括中国在内的数十个国家都已经颁发3G牌照。3G作为一种基础性的移动网络平台，将成为移动互联网发展的重要基础。在此推动下，移动通信增值服务将呈现出向移动互联网演进、媒体化、视频化三大发展趋势。

？

移动增值业务已经成为电信运营商收入增长的重要动力

近年来，随着移动通讯用户规模增长的日趋稳定，用户对移动电话以及移动通讯服务的使用程度逐步提高，话音业务收入增长趋缓，移动增值业务已经成为拉动移动运营商收入的重要动力。同时，增值业务的发展增强了移动运营商的盈利能力，运营商正在与服务提供商、内容提供商加强合作，以进一步扩大增值业务收入，提高盈利水平。

移动互联网服务类型日益丰富

据不完全统计，目前中国提供WAP服务的网站已经达到10万个。

从移动互联网的服务内容和类型上来看，初步服务格局已经形成。一方面，与传统PC互联网类似的，移动门户、移动搜索、手机游戏、移动IM和手机视频成为目前主要的服务类型，同时，在细分领域当中也呈现出了差异化的服务模式。另一方面，从手机作为服务终端的角度上，一些基于移动互联网的客户端软件也迅速发展起来，例如UCWEB、V8书客、尚邮、瑞图等软件。

手机操作系统、移动开放系统及移动widget技术竞争是重要的技术和竞争趋势

随着全球移动互联网向3G时代的迈进，智能手机成为应用3G服务越来越重要的终端。而抢占智能手机的操作系统则成为发展的重点。与互联网对比后可以发现，操作系统的竞争往往是产业竞争中最关键的环节，一旦某个操作系统成为市场的主流，围绕此操作系统所做的应用开发也就会成几何级数的增长，因此，在手机操作系统上出现的Symbian、Windows Mobile、Linux以及Android的竞争是移动互联网产业快速发展前的基础和缩影。

中国移动即将推出的开放移动系统(Open Mobile System，即“OMS”)将成为未来几年产业发展的基础平台，对产业格局造成深远的影响。OMS平台最大的特点是开源和开放，可以让各种主流的互联网应用在跨平台的领域上实现。Widget最初是由雅虎推出的免费并开放源码的桌面应用程序平台。由于不同的Widget类型都是基于的相同的技术基础，因此不论是在

互联网还是移动互联网，通过搭建widget平台而形成开发的生态系统成为众多企业的追求。中国移动OMS的推出将较大的推动widget的发展，为用户带来更加全新的体验。

手机游戏占据中国移动互联网产业规模的最大比重

得益于手机上网速度的提高以及上网资费的下降，手机游戏市场吸引了越来越多的用户参与，其收入比重达到29%，其次为移动音乐，占据27%的市场份额；接下来依次为移动IM、手机视频、移动广告、移动搜索以及移动支付。

3G牌照的颁发及移动上网资费下调有利于移动互联网发展

2009年1月7日，工信部正式宣布，向中国移动、中国联通、中国电信三大运营商同时发放3G牌照。3G牌照发放后，电信运营商开始对上网资费进行了调整。中国移动北京公司旗下全球通、动感地带及神州行畅听卡用户GPRS包月资费已经全面下调，除原有套餐内含流量加倍外，超出部分的流量费用由0.03元/KB降为0.01元/KB，下降幅度超过66%。而中国电信更是以免费上网为有引诱来推进新到手的后付费套餐业务。中国联通也推出了类似的措施。类似数据业务资费下调刚起帷幕。

可以看出，在中国等待多年的3G牌照发放问题终于尘埃落定后，重组后的三大电信运营商将不遗余力的在3G时代开展业务并展开竞争。而伴随3G网络与业务而来的，诸如上网资费下调等因素有利于运营商吸引更多用户积极使用移动互联网的业务与服务，增强用户的使用体验，有利于移动互联网产业快速发展。

主要结论与观点

研究摘要

研究定义

研究方法

一、全球移动互联网2008年发展概述

1.1 发展现状

1.1.1 产业市场规模

1.1.2 产业结构

1.2 产业特点

1.2.1 2G-3G让移动互联网面临加速发展的新机遇

1.2.2 LTE成为全球3G未来演进的共同方向

1.2.3 HSPA网络快速发展，3G业务运营环境大为改善

1.2.4 在亚太地区之后欧洲成为3G用户和业务增长的新中心

1.2.5 创新3G业务定位不同用户需求

1.3 主要国家与地区

1.3.1 欧洲

1.3.2 韩国

1.3.3 日本

1.3.4 美国

二、中国移动互联网2008年发展概述

2.1 发展现状

2.1.1 产业环境

2.1.2 市场规模与增长

2.1.3 市场结构

2.1.4 市场盈利水平

2.2 基本特点

2.2.1 移动增值业务逐渐成为电信运营主要驱动力

2.2.2 网络升级为移动互联网发展带来更多发展空间

2.2.3 移动互联网服务产业链条逐渐成长成熟

三、中国移动互联网产业链结构分析

3.1 中国移动互联网产业链结构

3.1.1 产业链概况

3.1.2 特征

3.2 中国移动互联网产业(移动互联网产业市场分析)市场发展趋势

3.2.1 产业生命周期分析

3.2.2 产业链价值流动

四、移动互联网用户结构分析

4.1 性别结构

4.2 年龄结构

4.3 学历结构

4.4 收入结构

五、2008年中国移动互联网主要细分市场发展状况及其竞争状况分析

5.1 移动门户

5.1.1 发展现状

5.1.2 盈利状况

5.1.3 竞争格局

5.1.4 主力企业评价

5.2 移动视频

5.2.1 发展现状

5.2.2 盈利状况

5.2.3 竞争格局

5.2.4 主力企业评价

5.3 移动即时通讯

5.3.1 发展现状

5.3.2 盈利状况

5.3.3 竞争格局

5.3.4 主力企业评价

5.4 手机游戏

5.4.1 发展现状

5.4.2 盈利状况

5.4.3 竞争格局

5.4.4 主力企业评价

5.5 移动搜索

5.5.1 发展现状

5.5.2 盈利模式分析

5.5.3 竞争格局

5.5.4 主力企业评价

5.6 移动音乐

5.6.1 发展现状

5.6.2 盈利模式分析

5.6.3 竞争格局

5.6.4 主力企业评价

六、未来5年中国移动互联网产业趋势分析

6.1 产品技术趋势

6.1.1 操作系统竞争转向手机战场

6.1.2 移动开放系统将主宰移动互联网市场

6.1.3 移动widget技术成为移动互联网业务推进因素之一

6.2 应用(业务)创新

6.2.1 手机游戏领域将借3G加快发展

6.2.2 位置服务空间尚待挖掘

6.2.3 垂直移动搜索仍然是近期主要模式

6.2.4 移动社区全球成功经验为中国互联网指路

6.3 市场演进

6.4 厂商竞争趋势

七、未来5年中国移动互联网产业影响因素及市场发展预测

7.1 影响因素

7.1.1 有利因素

7.1.2 不利因素

7.2 2009-2013年中国移动互联网产业规模预测

7.3 2009-2013年中国移动互联网产业结构预测

7.3.1 用户结构

7.3.2 服务内容结构

7.3.3 收入结构

八、发展建议

8.1 对运营商的建议

8.1.1 加强移动互联网业务开发

8.1.2 制定合理的激励机制，推动产业链协调发展

8.2 对投资机构的建议

8.2.1 移动门户

8.2.2 移动搜索

8.2.3 手机游戏

8.2.4 移动IM

8.2.5 手机视频

表目录

表1 2007-2008年中国手机宽带互联网用户规模

表2 移动网络升级带来的增值业务提升

表3 中国移动互联网主要服务类型及代表企业

表4 新一轮电信重组后三大运营商实力比较

表5 产业生命周期主要特征列表

表6 2008年空中网主要竞争策略

表7 移动视频主要盈利模式分析

表8 2008年上海文广主要竞争策略

表9 2008年中国移动主要竞争策略

表10 手机游戏的分类

表11 手机游戏的主要盈利模式

表12 2008年盛大数位红主要竞争策略

表13 移动搜索分类

表14 2008年易查主要竞争策略

表15 2008年12530主要竞争策略

表16 北京移动GPRS套餐方案

图目录

图1 2002-2008年全球手机用户数和互联网用户数规模

图2 2003-2008年全球移动互联网用户规模

图3 2004-2008年全球移动互联网收入规模

图4 2008年全球移动互联网产业结构

图5 2002-2008年中国移动电话用户规模

图6 2004-2008年中国移动互联网用户规模

图7 2003-2008年中国移动互联网(移动互联网市场分析)市场规模

图8 2008年中国移动互联网细分(移动互联网细分市场分析)市场结构

图9 2008年中国移动互联网用户经常使用的服务

图10 2004-2008年中移动、中联通增值业务收入占比

图11 中国移动互联网产业链结构

图12 中国电信业重组情况

图13 中国移动互联网(移动互联网市场分析)市场发展生命周期

图14 2008年中国移动互联网用户性别结构

图15 2008年中国移动互联网用户年龄结构

图16 2008年中国移动互联网用户学历结构

图17 2008年中国移动互联网用户收入结构

图18 2008年中国移动即时通讯(移动即时通讯市场分析)市场(移动即时通讯市场竞争力)

竞争格局

图19 2008年中国移动视频(移动视频市场分析)市场(移动视频市场竞争力)竞争格局

图20 2008年中国移动即时通讯(移动即时通讯市场分析)市场(移动即时通讯市场竞争力)

竞争格局

图21 中国手机游戏产业链

图22 2008年中国手机游戏(手机游戏市场分析)市场(手机游戏市场竞争力)竞争格局

图23 2008年短信手机游戏SP排名及市场份额

图24 2008年WAP手机游戏SP排名及市场份额

图25 2008年JAVA手机游戏SP排名及市场份额

图26 2008年中国移动即时通讯(移动即时通讯市场分析)市场(移动即时通讯市场竞争力)竞争格局

图27 中国移动音乐盈利模式

图28 2008年中国移动音乐品牌结构

图29 2009-2013年中国移动互联网产业收入规模预测

图30 2013年中国移动互联网用户年龄结构预测

图31 2013年中国移动互联网细分(移动互联网细分市场分析)市场结构预测

图32 2013年中国移动互联网细分(移动互联网细分市场分析)市场结构预测

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/ruanjian/K671618SDY.html>