

2015-2020年中国互联网市场深度研究与投资可行性报告

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

《2015-2020年中国互联网市场深度研究与投资可行性报告》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/O116517CCA.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

报告目录

第1章：互联网行业发展背景分析 17

1.1 互联网行业定义和分类 17

1.1.1 互联网定义 17

1.1.2 互联网行业定义和分类 17

1.2 互联网行业政策环境分析 18

1.3 互联网行业经济环境分析 19

1.3.1 国际宏观经济环境分析 19

(1) 全球经济整体运行情况 19

(2) 国际宏观经济走势预测 20

1.3.2 国内宏观经济环境分析 20

(1) 国内经济运行情况 20

(2) 国内经济运行预测 21

1.3.3 经济环境对本行业的影响 21

1.4 互联网行业技术环境分析 22

1.4.1 互联网专利数量 22

1.4.2 互联网专利申请人分析 23

1.4.3 互联网技术分类构成分析 24

第2章：互联网行业发展现状与趋势分析 25

2.1 互联网网民规模与结构特征调查 25

2.1.1 网民规模 25

2.1.2 接入方式 25

(1) 上网设备 25

(2) 上网时长 26

(3) 城乡上网设备 27

2.1.3 网民属性 27

(1) 性别结构 27

(2) 年龄结构 28

(3) 学历结构 28

(4) 职业结构	29
(5) 收入结构	30
2.2 互联网基础资源状况	30
2.2.1 基础资源总体情况	30
2.2.2 IP地址	31
2.2.3 域名	32
2.2.4 网站	33
2.2.5 网络国际出口带宽	33
2.3 个人互联网应用状况	34
2.3.1 整体互联网应用状况	34
(1) 信息获取	34
(2) 商务交易	35
(3) 交流沟通	38
(4) 网络娱乐	40
2.3.2 手机网络应用状况	42
(1) 手机即时通信	43
(2) 手机搜索	44
(3) 手机微博	45
(4) 手机视频	45
(5) 手机游戏	46
(6) 手机在线支付	47
(7) 手机网络文学	48
2.4 中小企业互联网应用状况	49
2.4.1 中小企业互联网应用基础	49
2.4.2 中小企业互联网应用情况	50
2.5 互联网行业市场规模及结构分析	51
2.5.1 互联网行业市场规模分析	51
2.5.2 互联网行业市场结构分析	52
2.6 互联网行业发展趋势及前景预测	53
2.6.1 互联网行业发展趋势分析	53
2.6.2 互联网行业发展前景预测	55

第3章：电子商务行业发展现状与趋势分析	57
3.1 全球电子商务行业发展现状与趋势分析	57
3.1.1 全球电子商务行业发展概述	57
3.1.2 全球电子商务行业市场规模分析	57
3.1.3 全球电子商务行业市场结构分析	57
3.1.4 全球电子商务行业市场发展状况分析	58
(1) 美国电子商务行业发展状况分析	58
(2) 欧洲电子商务行业发展状况分析	59
(3) 亚洲电子商务行业发展状况分析	62
(4) 其他地区电子商务发展状况分析	67
3.1.5 国际电子商务行业成功经验借鉴	67
3.1.6 国际电子商务行业发展趋势分析	68
3.2 中国电子商务行业发展现状与趋势分析	69
3.2.1 中国电子商务行业发展概述	69
3.2.2 中国电子商务行业发展规模	70
(1) 中国电子商务交易规模	70
(2) 中国电子商务区域分布	71
(3) 中国电子商务行业分布	71
(4) 中国电子商务从业人员规模	72
3.2.3 中国电子商务行业发展趋势及前景预测	73
(1) 中国电子商务行业发展趋势	73
(2) 中国电子商务行业前景预测	75
3.3 电子商务主要运营模式分析	76
3.3.1 B2B电子商务模式	76
(1) B2B电子商务模式概述	76
(2) 中国B2B电子商务盈利模式	77
(3) 中国B2B电子商务目标客户	77
(4) 中国B2B电子商务采购特征	78
(5) 中国B2B电子商务物流特征	78
(6) 中国B2B电子商务成本分析	79
(7) 中国B2B电子商务存在的问题及对策	79
3.3.2 B2C电子商务模式	81

- (1) B2C电子商务模式概述 81
- (2) 中国B2C电子商务盈利模式 81
- (3) 中国B2C电子商务目标市场 82
- (4) 中国B2C电子商务采购特征 82
- (5) 中国B2C电子商务物流特征 83
- (6) 中国B2C电子商务成本分析 84
- (7) 中国B2C电子商务存在的问题及对策 85

3.3.3 C2C电子商务模式 87

- (1) C2C电子商务模式概述 87
- (2) 中国C2C电子商务盈利模式 87
- (3) 中国C2C电子商务目标客户 88
- (4) 中国C2C电子商务采购特征 89
- (5) 中国C2C电子商务物流特征 89
- (6) 中国C2C电子商务成本分析 91
- (7) 中国C2C电子商务存在的问题及对策 91

3.3.4 其他电子商务模式 93

- (1) O2O电子商务模式 93
- (2) C2G电子商务模式 95
- (3) B2M电子商务模式 95
- (4) M2C电子商务模式 96
- (5) B2G电子商务模式 96
- (6) 社交电子商务模式 97

3.4 中国移动电子商务发展现状与趋势 97

3.4.1 中国移动电子商务发展概述 97

- (1) 移动电子商务概念 97
- (2) 移动电子商务发展阶段 97
- (3) 移动电子商务产业链分析 98

3.4.2 中国移动电子商务行业发展规模 99

- (1) 中国移动电子商务实物交易用户规模 99
- (2) 中国移动电子商务市场规模 99
- (3) 中国移动电子商务市场份额 100

3.4.3 中国移动电子商务发展动因分析 100

- 3.4.4 中国移动电子商务市场竞争状况分析 101
- 3.4.5 中国移动电子商务运营模式分析 102
- 3.4.6 中国移动电子商务存在问题及解决对策 103
- 3.4.7 中国移动电子商务应用市场需求分析 105
 - (1) 移动电子商务在企业应用中市场需求分析 105
 - (2) 移动电子商务在个人应用中市场需求分析 106

第4章：网络游戏行业发展现状与趋势分析 107

- 4.1 中国网络游戏用户基本属性 107
 - 4.1.1 中国网络游戏用户基本特征 107
 - 4.1.2 中国网络游戏年龄分布 107
 - 4.1.3 中国网络游戏用户学历构成 108
 - 4.1.4 中国网络游戏用户职业构成 108
 - 4.1.5 中国网络游戏用户收入水平 109
 - 4.1.6 中国网络游戏用户居住地级分布 110
 - 4.1.7 中国网络游戏用户游戏年龄构成 110
 - 4.1.8 中国网络游戏用户主要进行游戏的场所 111
 - 4.1.9 中国网络游戏用户进行游戏的时间分布 111
- 4.2 中国网络游戏行业发展现状分析 112
 - 4.2.1 网络游戏规模分析 112
 - (1) 用户规模 112
 - (2) 市场规模 113
 - 4.2.2 网络游戏行业产品结构分析 113
 - 4.2.3 网络游戏行业企业竞争结构分析 115
 - 4.2.4 网络游戏行业市场区域结构分析 116
 - 4.2.5 网络游戏行业投融资分析 117
- 4.3 手机游戏市场现状分析 118
 - 4.3.1 手机游戏市场规模分析 118
 - (1) 手机游戏市场规模现状 118
 - (2) 手机游戏市场发展趋势 118
 - 4.3.2 手机游戏用户规模分析 119
 - (1) 手机游戏用户规模现状 119

(2) 手机游戏用户发展趋势	120
4.3.3 手机网络游戏规模分析	120
(1) 手机网络游戏市场规模现状	120
(2) 手机网络游戏用户规模现状	121
4.3.4 手机游戏下载平台分布分析	122
4.4 手机游戏用户行为分析	122
4.4.1 手机游戏用户基本属性分析	122
(1) 用户性别及年龄分析	122
(2) 用户学历分布	123
(3) 用户职业分布	124
(4) 用户收入分布	125
4.4.2 手机游戏用户行为分析	125
(1) 手机游戏用户开始玩游戏时间	125
(2) 手机游戏用户除手机外选择终端	126
(3) 用户参与手机游戏地点分析	127
(4) 手机游戏用户单次玩游戏时长	127
(5) 手机游戏用户游戏类型选择	128
(6) 单机手机游戏用户游戏类型选择	128
(7) 网络手机游戏用户游戏类型选择	129
4.4.3 手机游戏用户付费行为分析	130
(1) 手机游戏不同性别用户付费情况	130
(2) 手机游戏用户付费经历分析	130
(3) 手机游戏用户付费形式分析	131
(4) 用户每月手机游戏费用分析	131
(5) 用户对手机游戏计费模式认可度	132
4.4.4 用户对手机游戏不满意因素分析	132
4.4.5 手机游戏市场发展趋势与建议	134
第5章：网络广告行业发展现状与趋势分析	135
5.1 中国网络广告行业发展概况	135
5.1.1 网络广告的基本形式	135
5.1.2 网络广告行业发展特点	136

- 5.2 全球及主要广告市场发展分析 136
 - 5.2.1 全球及主要广告市场规模分析 136
 - (1) 全球广告市场规模分析 136
 - (2) 各地区广告市场规模分析 137
 - 5.2.2 全球广告市场媒体结构分析 137
 - 5.2.3 全球网络广告市场规模及业务结构分析 138
 - (1) 全球网络广告市场规模分析 138
 - (2) 全球网络广告细分业务收入结构分析 138
- 5.3 中国网络广告市场发展分析 139
 - 5.3.1 中国网络广告市场规模分析 139
 - 5.3.2 中国网络广告计费方式结构分析 140
 - 5.3.3 中国网络广告细分媒体市场结构分析 141
- 5.4 中国网络广告行业发展趋势分析 142

第6章：移动互联网行业发展现状与趋势分析 144

- 6.1 国际移动互联网行业发展分析 144
 - 6.1.1 国际移动互联网行业整体状况 144
 - (1) 用户规模 144
 - (2) 市场格局 144
 - 6.1.2 美国移动互联网行业发展现状 145
 - 6.1.3 德国移动互联网行业发展现状 147
 - 6.1.4 日本移动互联网行业发展分析 150
 - 6.1.5 韩国移动互联网行业发展分析 150
- 6.2 中国移动互联网行业发展分析 152
 - 6.2.1 移动互联网行业市场规模分析 152
 - 6.2.2 移动互联网行业用户规模分析 152
 - 6.2.3 移动互联网行业终端规模分析 153
 - 6.2.4 移动互联网行业市场格局分析 154
- 6.3 中国移动互联网用户行为分析 157
 - 6.3.1 移动互联网用户属性分析 157
 - (1) 性别比例 157
 - (2) 年龄分布 158

- (3) 职业与收入分布 159
- (4) 手机类型分布 160
- (5) 智能手机操作系统分布 161
- 6.3.2 移动互联网网民行为分析 161
 - (1) 网民上网时长与频率 161
 - (2) 网民上网地点分析 162
 - (3) 网民上网时间段分析 163
 - (4) 网民上网目的分析 164
 - (5) 网民最常访问的WAP网站类型 164
 - (6) 网民最常使用的APP类型 165
 - (7) 网民对APP的使用黏性 165
- 6.3.3 用户对移动互联的业务需求分析 166
- 6.4 移动互联网行业前景预测 168
 - 6.4.1 移动互联网行业发展趋势分析 168
 - 6.4.2 移动互联网行业发展前景预测 168
- 6.5 移动互联网行业投资机会 170

第7章：搜索引擎行业发展现状与趋势分析 172

- 7.1 中国搜索引擎行业发展概况 172
 - 7.1.1 中国搜索引擎行业理论研究进展 172
 - (1) 搜索引擎营销收入驱动力模型 172
 - (2) 搜索营销需求曲线 172
 - 7.1.2 中国搜索引擎行业发展概况 173
- 7.2 国内外搜索引擎市场规模分析 174
 - 7.2.1 全球及美国搜索引擎市场规模分析 174
 - (1) 全球搜索引擎市场规模分析 174
 - (2) 美国搜索引擎市场规模分析 174
 - 7.2.2 中国搜索引擎市场规模分析 175
 - (1) 中国搜索引擎市场规模分析 175
 - (2) 中国搜索引擎用户规模分析 176
- 7.3 中国搜索引擎市场竞争格局分析 177
 - 7.3.1 中国搜索引擎市场竞争现状 177

- 7.3.2 中国搜索引擎市场竞争趋势 177
- 7.4 中国搜索引擎行业发展趋势与前景预测 178
 - 7.4.1 搜索引擎行业发展趋势分析 178
 - 7.4.2 搜索引擎行业发展前景预测 178

第8章：网上支付行业发展现状与趋势分析 180

- 8.1 2013-2014年网上支付行业发展回顾 180
 - 8.1.1 牌照发放“普惠”促行业发展 180
 - 8.1.2 细分应用市场拓展新蓝海 180
 - 8.1.3 产品不断创新体现更高价值 181
- 8.2 网上支付行业发展现状分析 181
 - 8.2.1 网上支付行业市场规模分析 181
 - 8.2.2 网上支付用户规模分析 182
 - 8.2.3 网上支付行业运营商发展现状分析 183
 - 8.2.4 网上支付细分行业发展现状分析 185
- 8.3 网上支付行业发展趋势及前景预测 186
 - 8.3.1 网上支付行业发展趋势分析 186
 - 8.3.2 网上支付行业发展前景预测 187

第9章：其他互联网应用与服务发展分析 189

- 9.1 网络视频发展分析 189
 - 9.1.1 中国网络视频用户规模及市场规模分析 189
 - (1) 网络视频用户规模分析 189
 - (2) 网络视频市场规模分析 190
 - 9.1.2 中国网络视频用户属性、行为及需求分析 190
 - (1) 网络视频用户属性分析 190
 - (2) 网络视频用户使用行为分析 192
 - (3) 网络视频用户分享与上传行为分析 197
 - (4) 网络视频广告和付费视频用户需求分析 198
 - (5) 高清网络视频用户需求分析 199
 - 9.1.3 手机视频市场发展分析 200
 - (1) 手机视频市场现状分析 200

- (2) 手机视频用户属性分析 202
- (3) 手机视频用户行为分析 203
- 9.2 网络购物发展分析 205
 - 9.2.1 网络购物规模分析 205
 - (1) 用户规模 205
 - (2) 市场规模 205
 - 9.2.2 网络购物核心用户特征分析 206
 - (1) 学历属于相对较高的水平 206
 - (2) 集中在政企单位职工和个体户 207
 - (3) 个人收入相对更高 208
 - (4) 青壮年群体是主力 208
 - 9.2.3 网络购物行业特征 209
 - (1) 网络购物行业格局 209
 - (2) 网络购物行业品种分类 210
 - (3) 网络购物行业竞争现状 211
 - 9.2.4 网络购物发展趋势分析 212

第10章：互联网行业领先企业经营分析 214

- 10.1 互联网企业发展概况 214
- 10.2 领先互联网企业经营分析 215
 - 10.2.1 腾讯控股有限公司经营分析 215
 - (1) 企业发展简况分析 215
 - (2) 主要经济指标分析 215
 - (3) 企业盈利能力分析 216
 - (4) 企业运营能力分析 216
 - (5) 企业偿债能力分析 217
 - (6) 企业发展能力分析 217
 - (7) 企业组织架构分析 218
 - (8) 企业产品服务分析 219
 - (9) 企业经营状况优劣势分析 219
 - (10) 企业投资兼并与重组分析 220
 - (11) 企业最新发展动向分析 220

10.2.2 北京新浪互联信息服务有限公司经营分析 220

(1) 企业发展简况分析 220

(2) 企业经营情况分析 221

1) 利润分析 221

2) 资产负债分析 221

3) 现金流量分析 222

(3) 企业产品服务分析 222

(4) 企业盈利模式分析 222

(5) 企业经营状况优劣势分析 223

(6) 企业投资兼并与重组分析 223

(7) 企业最新发展动向分析 223

10.2.3 北京搜狐互联网信息服务有限公司经营分析 223

(1) 企业发展简况分析 223

(2) 企业经营情况分析 224

1) 利润分析 224

2) 资产负债分析 224

3) 现金流量分析 225

(3) 企业产品服务分析 225

(4) 企业盈利模式分析 225

(5) 企业经营状况优劣势分析 226

(6) 企业最新发展动向分析 226

10.2.4 广州网易计算机系统有限公司经营分析 226

(1) 企业发展简况分析 226

(2) 企业经营情况分析 227

1) 利润分析 227

2) 资产负债分析 227

3) 现金流量分析 228

(3) 企业产品服务分析 228

(4) 企业盈利模式分析 228

(5) 企业经营状况优劣势分析 229

10.2.5 百度在线网络技术(北京)有限公司经营分析 229

(1) 企业发展简况分析 229

- (2) 企业经营情况分析 229
- 1) 利润分析 230
- 2) 资产负债分析 230
- 3) 现金流量分析 230
- (3) 企业产品服务分析 231
- (4) 企业发展战略分析 231
- (5) 企业经营状况优劣势分析 232
- (6) 企业最新发展动向分析 232

第11章：互联网行业投融资分析 353

11.1 互联网行业投资分析 353

11.1.1 互联网行业投资特性分析 353

(1) 互联网行业进入壁垒分析 353

(2) 互联网行业盈利模式分析 354

(3) 互联网行业盈利因素分析 355

11.1.2 互联网行业投资风险分析 356

(1) 政策风险 356

(2) 技术风险 356

(3) 竞争风险 357

(4) 其他风险 357

11.1.3 中国互联网并购交易情况 357

11.2 互联网行业融资分析 358

11.2.1 电子商务 358

11.2.2 在线租房 358

11.2.3 在线旅游 359

11.2.4 在线教育 359

11.2.5 互联网金融 359

图表目录

图表1：互联网行业分类表 17

图表2：互联网行业政策法规分析 18

图表3：互联网行业“十三五”规划分析 18

- 图表4：2000-2014年欧洲、德国、美国GDP指数走势图 19
- 图表5：2014年世界银行和IMF对于世界主要经济体的预测（单位：%） 20
- 图表6：2005-2014年我国GDP增长趋势（单位：亿元，%） 21
- 图表7：2008-2014年我国GDP增速与网络经济规模增速对比图（单位：%） 21
- 图表8：1995-2014年互联网相关专利申请数量变化图（单位：个） 22
- 图表9：1997-2014年互联网相关专利公开数量变化图（单位：个） 23
- 图表10：互联网相关专利申请人构成（单位：个） 23
- 图表11：互联网技术分类构成（单位：个） 24
- 图表12：2007-2014年中国网民规模与普及率（单位：亿，%） 25
- 图表13：2014年中国网民上网设备（单位：%） 26
- 图表14：2013-2014年中国网民上网时长（单位：小时） 27
- 图表15：2014年中国网民城乡网民上网设备（单位：%） 27
- 图表16：2013-2014年中国网民性别结构（单位：%） 27
- 图表17：2013-2014年中国网民年龄结构（单位：%） 28
- 图表18：2013-2014年中国网民学历结构（单位：%） 28
- 图表19：2013-2014年中国网民职业结构（单位：%） 29
- 图表20：2013-2014年中国网民收入结构（单位：%） 30
- 图表21：2013-2014年中国互联网基础资源对比（单位：个，块/32，Mbps，%） 31
- 图表22：2009-2014年中国Ipv6地址数（单位：块/32） 31
- 图表23：2008-2014年中国Ipv4地址数（单位：块/32） 31
- 图表24：2014年中国分类域名数（单位：个，%） 32
- 图表25：2014年中国分类CN域名数（单位：个，%） 32
- 图表26：2010-2014年中国网站数量（单位：万个） 33
- 图表27：2009-2014年中国国际出口带宽变化情况（单位：Mbps，%） 33
- 图表28：2014年国内主要骨干网络国际出口带宽数（单位：Mbps） 34
- 图表29：2013-2014年搜索引擎用户数及使用率（单位：万人，%） 35
- 图表30：2013-2014年网络新闻用户数及使用率（单位：万人，%） 35
- 图表31：2013-2014年网络购物用户数及使用率（单位：万人，%） 36
- 图表32：2013-2014年团购用户数及使用率（单位：万人，%） 36
- 图表33：2013-2014年网上支付用户数及使用率（单位：万人，%） 37
- 图表34：2013-2014年旅行预订用户数及使用率（单位：万人，%） 37
- 图表35：2013-2014年中国网民各类旅行预订服务使用率（单位：%） 38

图表36：2013-2014年即时通信用户数及使用率（单位：万人，%） 38

图表37：2013-2014年博客用户数及使用率（单位：万人，%） 39

图表38：2013-2014年微博用户数及使用率（单位：万人，%） 39

图表39：2013-2014年社交网站用户数及使用率（单位：万人，%） 40

图表40：2013-2014年网络游戏用户数及使用率（单位：万人，%） 40

图表41：2013-2014年网络文学用户数及使用率（单位：万人，%） 41

图表42：2013-2014年网络视频用户数及使用率（单位：万人，%） 41

图表43：2013-2014年手机网民网络应用（单位：%） 42

图表44：2013-2014年手机即时通讯网民数及使用率（单位：万人，%） 43

图表45：2013-2014年手机搜索网民数及使用率（单位：万人，%） 44

图表46：2013-2014年手机微博网民数及使用率（单位：万人，%） 45

图表47：2013-2014年手机网络视频网民数及使用率（单位：万人，%） 46

图表48：2013-2014年手机网络游戏网民数及使用率（单位：万人，%） 46

图表49：2013-2014年手机网络购物网民数及使用率（单位：万人，%） 47

图表50：2013-2014年手机支付网民数及使用率（单位：万人，%） 48

图表51：2013-2014年手机网络文学网民数及使用率（单位：万人，%） 48

图表52：部分发达国家使用互联网办公的企业比例（单位：%） 49

图表53：2014年主要企业互联网应用普及预览表（单位：%） 51

图表54：2006-2014年中国网络经济市场规模及增长率（单位：亿元，%） 52

图表55：2006-2016年中国网络经济市场结构（单位：%） 53

图表56：2008-2014年中国B2B电子商务运营商营收规模（单位：亿元，%） 53

图表57：2013-2016年中国网络经济市场规模预测（单位：亿元，%） 55

图表58：全球电子商务市场规模及结构（单位：万亿美元，%） 57

图表59：美国电子商务市场规模（单位：亿美元） 59

图表60：德国B2C市场交易量前五位的实物商品销售额（单位：亿欧元） 60

图表61：德国B2C五大网店销售额（单位：亿欧元） 61

图表62：2007-2014年日本电子商务市场规模（单位：万亿日元） 64

图表63：2013-2014年韩国电子商务市场规模（单位：万亿韩元） 65

图表64：2015-2020年全球电子商务市场规模预测（单位：万亿美元） 68

图表65：2009-2014年中国电子商务交易规模及预测（单位：万亿元） 70

图表66：2014年中国电子商务区域分布情况（单位：%） 71

图表67：2014年中国电子商务行业分布情况（单位：%） 71

- 图表68：2009-2014年中国电子商务直接从业人员规模及预测（单位：万人） 72
- 图表69：2009-2014年中国电子商务带动从业人员规模及预测（单位：万人） 73
- 图表70：2015-2020年中国电子商务市场交易规模预测（单位：万亿元） 75
- 图表71：B2B电子商务模式分类 76
- 图表72：中国B2B电子商务盈利模式分析 77
- 图表73：B2B电子商务物流模式选择分析 78
- 图表74：中国B2B电子商务问题分析 79
- 图表75：中国B2B电子商务问题对策 80
- 图表76：中国B2C电子商务盈利模式分析 81
- 图表77：中国B2C电子商务问题分析 85
- 图表78：中国B2C电子商务问题对策 86
- 图表79：中国B2B电子商务盈利模式分析 88
- 图表80：C2C电子商务物流经营模式选择 90
- 图表81：中国C2C电子商务问题分析 91
- 图表82：中国C2C电子商务问题对策 92
- 图表83：O2O电子商务模式结构图 93
- 图表84：Uber运作流程 94
- 图表85：中国移动电子商务发展历程 97
- 图表86：移动电子商务产业链 98
- 图表87：移动电子商务产业链主体 98

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/hulianwang/O116517CCA.html>