

2017-2022年中国移动互联 网行业深度研究与投资战略研究报告

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

《2017-2022年中国移动互联网行业深度研究与投资战略研究报告》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/hulianwang/O11651DS0A.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

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。是指互联网的技术、平台、商业模式和应用与移动通信技术结合并实践的活动的总称。4G时代的开启以及移动终端设备的凸显必将为移动互联网的发展注入巨大的能量，2014年移动互联网产业必将带来前所未有的飞跃。

2012-2018E 中国移动互联网市场规模及同比增长

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国移动互联网行业深度研究与投资战略研究报告》共十一章。首先介绍了中国移动互联网行业市场发展环境、中国移动互联网整体运行态势等，接着分析了中国移动互联网行业市场运行的现状，然后介绍了中国移动互联网市场竞争格局。随后，报告对中国移动互联网做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国移动互联网行业发展趋势与投资预测。您若想对移动互联网产业有个系统的了解或者想投资移动互联网行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

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年上半年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（ZYYF）

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

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 2017-2022年中国移动互联网市场预测

11.3.5 2022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 商务、生活及个性化需求仍存较大市场空间

图表 移动互联网≠移动的互联网

图表 中国移动互联网的发展阶段

图表 2017-2022年中国移动互联网市场规模

图表 2017-2022年中国智能手机保有量

图表 2017-2022年中国pc网民及移动网民规模

图表 2017-2022年中国移动互联网细分行业结构占比

图表 移动梦网为sc/cp提供的服务类型

图表 维信的运作方式

图表 微信广告模式图

图表 移动互联网应用发展的几个阶段

图表 移动互联网业务应用使用比例

图表 中国移动游戏用户规模发展

图表 中国移动游戏市场收入规模发展

图表 中国手机阅读用户规模及增长情况

图表 中国手机阅读用户收入及增长情况

图表 男女手机报阅读用户阅读内容top

图表 不同年龄手机报阅读用户阅读内容偏好

图表 中国移动搜索市场用户及增长情况

图表 中国移动搜索市场收入规模及增长情况

图表 移动互联网的平台竞争及细分领域机会

图表 未来促动用户以及营收发展的重要因素

图表 移动互联网的产业链融合

图表 价值迁移使终端的基本属性构成发生变化（1）

图表 价值迁移使终端的基本属性构成发生变化（2）

图表 多样化的创新移动终端将在未来不断涌现

图表 移动终端现阶段向多元化的“终端+内容”方向转型

图表 引发移动终端os市场的多方争夺

图表 移动应用的分类

图表 中国市场大流量移动应用普及度还待提高

图表 手机应用服务发展阶段矩阵

图表 最具移动互联特色应用仍未完全爆发

图表 移动sns在移动端拥有很高的战略地位

图表 应用商城出现爆发式增长

图表 app store模式的自我可控框架

图表 尚未成熟的新产业链仍缺少绝对主导厂商

图表 不同类型厂商为争夺新产业链主导权开始大量涌入

图表 移动互联网终端数增长

图表 2017-2022年移动互联网市场规模预测

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/hulianwang/O11651DS0A.html>