

2016-2022年中国移动互联网应用产业链市场行情 动态与发展前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2016-2022年中国移动互联网应用产业链市场行情动态与发展前景预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.chyxx.com/research/201608/441892.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

2000年9月19日，中国移动和国内百家ICP首次坐在一起，探讨商业合作模式。随后时任中国移动市场经营部部长张跃率团去日本NTTDoCoMo公司I-mode取经，“移动梦网”雏形初现。2000年12月1日开始施行的中国移动通信集团“移动梦网”计划是2001年初中国通信、互联网业最让人瞩目的事件。

2015年，中国手机用户规模预计将突破13亿。其中3G和4G用户爆发式增长，预计净增1.65亿户，总数达到7.47亿户，同比增长28.4%。

在庞大用户群体的需求刺激下，移动互联网应用市场规模呈现持续增长态势。2015年中国移动互联网市场规模同比增长76.9%，达到3981.5亿元。赛迪顾问认为，带动增长的主要因素包括三个方面：一是由于我国具有庞大的手机用户群体，对移动互联网应用存在巨大市场需求；二是由于通信基础设施不断完善，通信质量提升、移动通信资费持续下降，为移动设施在更多场景下便捷高效的接入互联网提供了基础保障；三是传统企业的互联网化转型升级以互联网创新应用和模式的兴起，也极大地丰富了移动互联网应用产品及服务市场。

2012-2015年中国移动互联网应用市场规模

拥有智能手机的人群，每天使用智能手机的时间高达2.82个小时(其中45%的人每天使用手机的时间超过3小时)，大大高于每天在电视上花费的1.36个小时。将近3个小时的使用时间，已经占据了人们白天的很大一部分时间，或许这个时间占用是碎片化的，但我们不能否认，3个小时对于一个人来说，已经是非常大的投入，而且从数值上，已经是电视的两倍。

智能手机用户日均使用不同终端的时间

智研咨询发布的《2016-2022年中国移动互联网应用产业链市场行情动态与发展前景预测报告》共七章。首先介绍了移动互联网应用产业链行业市场发展环境、移动互联网应用产业链整体运行态势等，接着分析了移动互联网应用产业链行业市场运行的现状，然后介绍了移动互联网应用产业链市场竞争格局。随后，报告对移动互联网应用产业链做了重点企业经营状况分析，最后分析了移动互联网应用产业链行业发展趋势与投资预测。您若想对移动互联网应用产业链产业有个系统的了解或者想投资移动互联网应用产业链行业，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：

第一部分 行业市场分析

第一章 2016年移动互联网产业发展概述 1

第一节 全球移动互联网产业发展情况 1

- 一、全球移动互联网发展现状 1
- 二、全球移动互联网产业规模 2
- 三、全球移动互联网产业结构 5
- 四、全球移动互联网产业特点 6
- 五、全球移动互联网代表国家与地区 7

第二节 中国移动互联网产业发展情况 40

- 一、中国移动互联网发展现状 40
- 二、中国移动互联网产业规模预测 42

2014年中国移动互联网用户规模增速走低，用户数达到7.3亿人，与2013年相比增长11.8%，继续保持着超越PC端用户量的态势。

2016-2017年中国移动互联网用户规模预测

2014年中国移动互联网市场规模迎来增速高峰值，增长率达到183.8%，总量达13437.7亿元人民币。在用户移动化行为习惯逐渐形成的前提下，2014年移动互联网整体市场表现突出，移动营销、移动购物、移动游戏等细分领域都获得较大增长，其中，移动购物依旧是增长的主要驱动力。

2016-2017年中国移动互联网市场规模预测

2016-2017年中国移动互联网市场结构预测

- 三、中国移动互联网产业结构 44
- 四、中国移动互联网产业特点 45

第二章 2016年中国移动互联网应用概述 48

第一节 中国移动互联网发展现状 48

- 一、技术和用户环境 48
- 二、产业规模与增长 58
- 三、产业链结构分析 58

第二节 中国移动互联网基本特点 65

- 一、应用种类繁多，产业链各方参与者众多 65
- 二、产业链各方对产业链上游更加重视 70
- 三、商业模式尚未固化 73

第三节 移动互联网的技术标准 78

- 一、移动互联网相关技术标准 78
- 二、支撑移动互联网业务重要的技术引擎 80
- 第四节 中国移动互联网标准状况 84
 - 一、工信部拟优先制定物联网和移动互联网等标准 84
 - 二、电信明确3G智能机三项标准并打造移动互联网终端 84
 - 三、宜搜果断把握市场，树立了移动互联网全新标准 85
 - 四、LBS是移动互联网时代标准配置 86
 - 五、政府关于移动互联网的一些措施 88

第二部分 细分及关联行业市场分析

第三章 2016年中国移动互联网细分应用产业链分析 91

第一节 游戏产业链分析 91

- 一、产业链概况 91
- 二、特征 94
- 三、演进路径与趋势 99
- 四、主力企业评价 108
- 五、中国手机游戏市场数据报表 110

第二节 移动音乐产业链分析 112

- 一、产业链概况 112
- 二、特征 113
- 三、演进路径与趋势 114
- 四、主力企业评价 118

第三节 地图和位置服务产业链分析 122

- 一、产业链概况 122
- 二、特征 125
- 三、演进路径与趋势 126
- 四、主力企业评价 127

第四节 移动支付产业链分析 129

- 一、产业链概况 129
- 二、特征 131
- 三、演进路径与趋势 133
- 四、主力企业评价 135

第五节 微媒体产业链分析 136

- 一、产业链概况 136
- 二、特征 138

三、演进路径与趋势 139

四、主力企业评价 144

第六节 移动证券产业链分析 146

一、产业链概况 146

二、特征 150

三、演进路径与趋势 150

四、主力企业评价 152

第四章 移动互联网应用产业链相关行业发展情况 154

第一节 手机行业发展情况 154

一、2016年手机行业主要经济指标 154

二、手机行业分析 165

三、手机行业发展趋势 168

第二节 互联网行业发展情况 175

一、互联网行业主要经济指标 175

二、互联网发展情况 178

三、互联网发展趋势 180

第三节 诺基亚的SWOT分析 181

一、strengths (优势) 181

二、weaknesses (劣势) 183

三、opportunities (机会) 183

四、threats (威胁) 184

第四节 腾讯的SWOT分析 185

一、腾讯的优势 (Strengths) 185

二、腾讯的劣势 (Weaknesses) 186

三、腾讯的机会 (Opportunities) 187

四、可能的威胁 (Threats) 188

五、结论 (Conclusion) 189

第五节 优视科技的SWOT分析 190

一、优势 191

二、劣势 192

三、机会 192

四、威胁 192

第三部分 行业投资分析

第五章 2016-2021年中国移动互联网应用产业链发展预测 193

第一节 2016-2021年中国移动互联网应用产业链影响因素 193

一、有利因素 193

二、不利因素 194

第二节 2016-2021年中国移动互联网应用产业链规模预测 199

第三节 2016-2021年中国移动互联网应用产业链结构预测 206

一、2016-2021年手机游戏市场预测 206

二、2016-2021年移动音乐市场预测 209

三、2016-2021年地图及位置服务预测 211

四、2016-2021年移动搜索市场预测 212

五、2016-2021年移动支付预测 216

第六章 2016-2021年中国移动互联网应用产业链趋势分析 219

第一节 2016-2021年中国移动互联网应用产品发展趋势 219

一、手机游戏领域将快速发展 219

二、位置服务将得到运营商青睐 219

三、移动搜索将向垂直化方向发展 219

四、移动社区发展潜力巨大 219

第二节 2016-2021年中国移动互联网应用技术发展趋势 220

一、MobileWidget的基本概念及特点 220

二、MobileWidget部分关键技术探讨 221

三、MobileWidget标准及商用化进展 226

四、MobileWidget前景展望 227

第三节 2016-2021年中国移动互联网应用企业发展趋势 228

一、运营商的发展 228

二、电信运营商的发展 229

三、服务提供商的发展 230

四、内容提供商的发展 231

五、终端提供商的发展 231

第七章 2016-2021年中国移动互联网应用产业链投资建议 233

第一节 2016-2021年移动互联网应用推广渠道 233

一、应用商店 233

二、论坛 233

三、PR 233

四、促销 234

五、代理 (Publisher) 234

六、广告投放 234

七、SocialNetworking 234

八、传统互联网渠道 235

第二节 2016-2021年移动互联网应用分类及相关推广方法 235

一、移动互联网应用推广策略 235

二、移动互联网应用推广技巧 236

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201608/441892.html>