2020-2026年中国移动互联网市场专项调研及发展趋势研究报告

报告大纲

智研咨询
www.chyxx.com

一、报告简介

智研咨询发布的《2020-2026年中国移动互联网市场专项调研及发展趋势研究报告》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/201802/613003.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

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。

截止2019年3月底，国内移动互联网用户人均单日使用时长为349.6分钟，相较于2017和2018年均持续提升，说明国内用户对移动互联网的依赖度越来越强，每天使用时长为6小时左右，但使用时间的同比增幅有收窄趋势。

2019年国内移动互联网用户使用时长对比

数据来源：公开资料整理

智研咨询发布的《2020-2026年中国移动互联网市场专项调研及发展趋势研究报告》共十一章。首先介绍了移动互联网行业市场发展环境、移动互联网整体运行态势等，接着分析了移动互联网行业市场运行的现状，然后介绍了移动互联网市场竞争格局。随后，报告对移动互联网做了重点企业经营状况分析，最后分析了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 2015-2019年世界移动互联网的发展
2.1 2015-2019年全球移动互联网发展现状
2.1.1 移动互联网市场规模
2.1.2 核心技术平台/体系迁移
2.1.3 终端平台开源化发展
2.1.4 应用服务体系与模式重建
2.1.5 LTE技术发展持续提速
2.1.6 移动智能终端竞争加剧
2.2 美国
2.2.1 总体发展状况
2.2.2 移动游戏市场
2.2.3 移动社交市场
2.2.4 移动电商市场
2.2.5 移动视频广告市场
2.3 其他地区
2.3.1 德国移动互联网用户规模现状
2.3.2 英国移动应用市场发展迅速
2.3.3 日本移动互联网发展平稳发展
2.3.4 韩国移动互联网渗透率现状
2.3.5 亚洲移动互联网增速居首位
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 全球移动互联网发展前景
2.5.2 全球移动互联网营收预测
2.5.3 全球移动互联网用户规模预测
2.5.4 全球移动数据流量规模预测
第三章 2015-2019年中国移动互联网主要载体发展

3.1 互联网
3.1.1 产业发展概述
3.1.2 行业发展规模
3.1.3 行业投资现状
3.1.4 行业发展热点
3.2 手机
3.2.1 手机用户规模
3.2.2 行业运行特征
3.2.3 手机市场规模
3.2.4 市场发展态势
3.3 智能手机
3.3.1 智能手机市场分析
3.3.2 智能手机市场规模
3.3.3 智能手机市场格局
第四章 2015-2019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 网民规模及属性特征
4.1.2 网民互联网接入方式
4.1.3 网民互联网应用状况
4.1.4 手机网民结构及应用
4.2 移动互联网用户属性
4.2.1 性别分布
4.2.2 年龄分布
4.2.3 地域分布
4.2.4 学历分布
4.2.5 职业分布
4.2.6 收入分布
4.3 移动互联网用户行为特征
4.3.1 用户使用粘性
4.3.2 手机终端地位
4.3.3 多屏互动行为
4.3.4 终端使用差异
4.4 移动互联网用户终端使用情况
4.4.1 移动终端设备
4.4.2 手机操作系统

4.4.3 手机使用品牌
第五章 2015-2019年我国移动互联网行业综合状况
5.1 2015-2019年中国移动互联网发展综述
5.1.1 产业发展阶段
5.1.2 产业生命周期
5.1.3 行业格局分析
5.1.4 产业安全问题
5.2 2015-2019年移动互联网发展现状
2018-19年移动互联网APP使用时长占比
数据来源：公开资料整理
2019年3月用户月总使用时长同比增量占比TOP10细分行业
数据来源：公开资料整理
5.2.1 行业热点分析
5.2.2 市场发展规模
5.2.3 产业发展特征
5.3 2015-2019年行业特点解析
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 发展建议
第六章 2015-2019年移动互联网行业发展模式
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
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 移动营销的跨界整合
6.4.5 广告平台案解析
第七章 2015-2019年中国移动互联网终端发展现状
7.1 2019年移动互联网终端发展状况
7.1.1 移动互联网终端发展状况
7.1.2 移动互联网终端发展状况
7.1.3 移动互联网终端发展状况
7.1.4 第四度移动互联网终端发展状况
7.2 2019年移动互联网终端发展状况
7.2.1 移动互联网终端发展状况
7.2.2 移动互联网终端发展状况
7.2.3 移动互联网终端发展状况
7.2.4 移动互联网终端发展状况
7.3 2019年移动互联网终端发展情况
7.3.1 移动互联网终端发展状况
7.3.2 移动互联网终端发展状况
7.3.3 移动互联网终端发展动态
第八章 2015-2019年移动互联网终端平台发展现状
8.1 2015-2019年移动互联网终端平台发展状况
8.1.1 移动互联网终端平台发展状况
8.1.2 移动互联网终端平台发展状况
8.1.3 移动互联网终端平台发展状况
8.2 2019年移动互联网终端平台发展状况
8.2.1 智能手机操作系统市场份额

8.2.2 主要智能手机操作系统介绍
8.2.3 安卓系统市场份额逐步提高
8.3 移动互联网终端平台发展趋势分析
8.3.1 Html5手机平台崛起
8.3.2 面向Chrome
8.3.3 IE10的发展
8.3.4 旧IE系统的衰败
8.3.5 Android 2.x的消失
8.3.6 手机开发超越了桌面开发
8.3.7 桌面HTML应用
8.3.8 HTML接下来的其它版本
第九章 2015-2019年手机浏览器发展现状
9.1 2019年手机浏览器发展状况
9.1.1 手机浏览器发展状况
9.1.2 手机浏览器发展状况
9.1.3 手机浏览器发展状况
9.1.4 手机浏览器发展状况
9.2 2019年手机浏览器发展状况
9.2.1 手机浏览器发展状况
9.2.2 手机浏览器发展状况
9.2.3 手机浏览器发展状况
9.2.4 手机浏览器发展状况
9.3 2019年手机浏览器发展状况
9.3.1 手机浏览器发展状况
9.3.2 手机浏览器发展状况
9.3.3 手机浏览器用户行为分析
9.4 我国手机浏览器发展趋势分析
第十章 2015-2019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 本地化拓展策略

10.2 全球手机应用商店市场发展特点
10.3 2019年移动应用商店发展状况
10.3.1 移动应用商店发展状况
10.3.2 移动应用商店发展状况
10.3.3 移动应用商店发展状况
10.3.4 移动应用商店发展状况
10.4 2019年移动应用商店发展状况
10.4.1 移动应用商店发展状况
10.4.2 移动应用商店发展状况
10.4.3 移动应用商店发展状况
10.4.4 移动应用商店发展状况
10.5 2019年移动应用商店发展状况
10.5.1 移动应用商店发展状况
10.5.2 移动应用商店发展状况
10.5.3 移动应用商店发展状况
10.6 我国移动应用商店发展趋势及挑战分析
10.6.1 未来发展趋向
10.6.2 面临诸多挑战
10.6.3 创造发展环境
10.6.4 优化商店运行
第十一章 移动互联网投资及前景分析（ZY LII）
11.1 投资现状及未来机会
11.1.1 全球移动互联网投资现状
11.1.2 中国移动互联网投资状况
11.1.3 移动互联网的投资机会
11.1.4 移动互联网投资风险防范
11.2 我国移动互联网未来发展政策导向
11.2.1 推进移动互联网的产业融合
11.2.2 推动移动互联网的全面渗透
11.2.3 增强移动互联网核心竞争力
11.3 中国移动互联网的发展趋势及机遇
11.3.1 核心技术自主创新发展
11.3.2 新型移动应用潜力巨大
11.3.3 移动芯片面临发展契机
11.3.4 智能终端市场创新升级

11.3.5 行业未来发展趋势分析
11.4 2020-2026年中国移动互联网发展前景预测
11.4.1 中国移动互联网行业发展因素分析
11.4.2 2020-2026年中国移动互联网市场规模预测
11.4.3 2020-2026年中国移动互联网用户总数预测（ZY LII）
图表目录 ：
图表1 移动互联网产业链层次模型
图表2 2015-2019年全球移动互联网流量增长
图表3 2015-2019年全球智能手机分季度出货量
图表4 2015-2019年全球平板电脑季度出货量
图表5 2015-2019年全球移动蜂窝用户数和移动宽带用户数
图表6 2015-2019年全球各类终端设备出货量
图表7 2015-2019年全球各类计算终端设备市场支出
图表8 2015-2019年美国移动电子商务交易
图表9 2015-2019年移动市场各板块占比
图表10 2015-2019年全球移动商务份额对比
图表11 2019年移动广告业务前十大公司
图表12 2019年消费者应用类别占比
图表13 2015-2019年中国网民规模及互联网普及率
图表14 2015-2019年中国域名数量
图表15 2015-2019年中国网站数量
图表16 2015-2019年中国互联网行业VC/PE融资情况
图表17 2019年中国互联网行业细分领域VC/PE融资分布
图表18 2019年中国互联网企业获得VC/PE融资重点案例
图表19 2015-2019年中国互联网并购市场完成交易趋势
图表20 2019年互联网企业并购重点案例
图表21 2015-2019年中国互联网行业IPO融资规模
图表22 2019年互联网行业退出案例
图表23 2019年国内手机出货量情况
图表24 2015-2019年国内市场智能手机月度出货量
图表25 2015-2019年我国智能手机芯片国产化率情况
图表26 2019年中国智能手机市场品牌数量走势
图表27 2015-2019年中国智能手机市场品牌关注比例对比
图表28 2019年中国智能手机市场品牌关注比例对比
图表29 2019年中国智能手机市场产品关注排名

图表30 2019年中国智能手机市场最受关注的前10款产品及主要参数

更多图表见正文……

详细请访问：https://www.chyxx.com/research/201802/613003.html