

2020-2026年中国移动互联网行业全景调研及市场全景评估报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国移动互联网行业全景调研及市场全景评估报告》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.cction.com/report/201910/143620.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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：移动互联网行业发展综述

1.1 移动互联网发展环境分析

1.1.1 移动互联网行业政策环境分析

1.1.2 移动互联网行业技术环境分析

(1) 移动互联网专利数量

(2) 移动互联网专利申请人分析

(3) 移动互联网技术分类构成分析

1.1.3 移动互联网行业社会环境分析

(1) 网民规模

(2) 上网设备

1.2 国际移动互联网行业发展分析

1.2.1 国际移动互联网行业整体状况

(1) 用户规模

(2) 移动互联网流量

(3) 移动设备拥有率

1.2.2 美国移动互联网行业发展现状

1.2.3 日本移动互联网行业发展分析

1.2.4 韩国移动互联网行业发展分析

1.3 中国移动互联网行业发展分析

1.3.1 移动互联网行业市场规模分析

1.3.2 移动互联网行业用户规模分析

1.3.3 移动互联网行业终端规模分析

1.3.4 移动互联网行业市场格局分析

1.4 中国移动互联网用户行为分析

1.4.1 移动互联网用户属性分析

(1) 性别比例

(2) 年龄分布

(3) 学历分布

(4) 用户网络环境分布

(5) 移动设备及智能手机操作系统分布

1.4.2 移动互联网网民行为分析

(1) 网民上网时长分析

(2) 网民上网地点及频率分析

(3) 网民上网时间段分析

(4) 网民对APP的使用黏性

1.4.3 用户对移动互联的业务需求分析

(1) 用户对移动互联网的业务需求趋势

(2) 用户对移动互联网比较关心的问题

第2章：手机游戏市场及用户行为分析

2.1 手机游戏市场现状分析

2.1.1 手机游戏定义及分类

2.1.2 手机游戏市场规模分析

(1) 手机游戏市场规模现状

(2) 手机游戏市场发展趋势

2.1.3 手机游戏用户规模分析

(1) 手机游戏用户规模现状

(2) 手机游戏用户发展趋势

2.2 手机游戏用户行为分析

2.2.1 手机游戏用户基本属性分析

(1) 用户性别及年龄分析

(2) 用户学历分布

(3) 城乡分布

(4) 用户收入分布

2.2.2 手机游戏用户上网分析

(1) 手机游戏时长分析

(2) 手机游戏用户手机终端系统分布分析

2.2.3 手机游戏用户行为分析

(1) 用户用户移动设备游戏年龄

(2) 手机游戏主要游戏产品

(3) 用户参与手机游戏地点分析

- (4) 手机游戏下载方式
- (5) 手机游戏用户下载决定因素
- (6) 手机游戏信息获取渠道
- (7) 手机游戏留存时间

2.2.4 手机游戏用户付费行为分析

- (1) 手机游戏用户付费情况分析
- (2) 手机游戏用户用户付费目的
- (3) 手机游戏用户付费形式分析
- (4) 手机游戏付费类型分析
- (5) 手机游戏用户未付费原因

2.2.5 手机游戏用户流失因素

2.2.6 手机游戏市场发展趋势与建议

第3章：移动电子商务市场及用户分析

3.1 移动电子商务市场发展分析

3.1.1 移动电子商务定义与分类

3.1.2 移动电子商务产业链分析

- (1) 移动电子商务产业链结构
- (2) 移动电子商务产业链主体

3.1.3 移动电子商务服务模式分析

3.1.4 移动电子商务市场规模分析

- (1) 移动电子商务交易规模
- (2) 移动电子商务用户规模
- (3) 移动电子商务购物平台占比

3.2 移动电子商务用户行为分析

3.2.1 手机购物用户属性分析

- (1) 用户性别分别状况
- (2) 用户学历结构状况
- (3) 用户收入结构状况
- (4) 用户年龄结构状况
- (5) 用户职业结构状况

3.2.2 手机购物用户手机上网行为分析

- (1) 手机购物用户手机上网时长分析
- (2) 手机购物手机上网频次分析
- (3) 手机购物用户手机上网主要活动

3.2.3 手机购物用户购物行为分析

- (1) 手机购物用户购物时段分析
- (2) 手机购物用户年手机购物金额分析
- (3) 手机购物用户年手机购物次数分析
- (4) 手机购物用户支付方式分析
- (5) 手机购物用户购物使用地点

3.2.4 手机购物用户购物偏好分析

- (1) 手机购物用户通过手机购买的商品类型分析
- (2) 决定手机购物用户选择手机购物网站的因素

3.2.5 网民不使用手机购物的原因分析

3.3 移动电子商务运营案例分析

3.3.1 电信运营商主导的移动电子商务

- (1) “通道+平台”的服务模式简介
- (2) 广东移动网上商城模式分析
- (3) 该类服务模式优劣势分析

3.3.2 传统电子商务提供商主导的移动电子商务

- (1) “品牌+运营”的服务模式简介
- (2) 手机淘宝网服务模式分析
- (3) 手机当当网服务模式分析
- (4) 该类服务模式优劣势分析

3.3.3 软件提供商主导的移动电子商务

- (1) “软件+服务”的服务模式简介
- (2) 用友移动商街服务模式分析
- (3) 该类服务模式优劣势分析

3.3.4 新兴移动电子商务提供商主导的移动电子商务

- (1) “专注+创新”的服务模式简介
- (2) 立购网服务模式分析
- (3) 该类服务模式优劣势分析

3.4 移动电子商务发展趋势分析

3.4.1 移动电子商务发展面临的问题

3.4.2 移动电子商务发展趋势分析

3.4.3 移动电子商务发展建议分析

(1) 电信运营商策略建议

(2) 传统电子商务提供商策略建议

(3) 软件提供商策略建议

(4) 新兴移动电子商务提供商策略建议

第4章：手机浏览器市场及用户行为分析

4.1 手机浏览器行业概况

4.1.1 手机浏览器定义及分类

4.1.2 手机浏览器行业产业链分析

4.1.3 手机浏览器行业商业模式分析

4.1.4 手机浏览器行业发展影响因素

4.1.5 手机浏览器行业规模分析

(1) 手机浏览器用户规模

(2) 手机浏览器市场规模

4.1.6 手机浏览器活跃用户覆盖率分布

4.2 手机浏览器用户行为分析

4.2.1 手机浏览器用户基本属性分析

(1) 用户性别分布情况

(2) 用户年龄结构情况

(3) 用户学历分析

(4) 用户所属行业分析

4.2.2 手机浏览器用户手机上网行为

(1) 用户手机上网主要活动分布

(2) 用户手机上网地点分析

4.2.3 用户手机浏览器使用情况分析

(1) 用户使用手机浏览器频率分析

(2) 用户使用手机浏览器时长分析

(3) 用户使用手机浏览器推送情况分析

4.2.4 手机浏览器用户使用偏好分析

- (1) 用户常用的第三方手机浏览器
- (2) 中国各手机浏览器品牌的第一提及率
- (3) 手机浏览器用户期望的改进功能
- (4) 用户获取手机浏览器信息的渠道
- (5) 用户选择手机浏览器影响因素

4.3 典型手机浏览器介绍分析

4.3.1 第三方手机浏览器对比分析

- (1) 品牌认知度对比
- (2) 用户渗透率对比
- (3) 功能设置对比
- (4) 终端适配能力对比
- (5) 资本优势对比

4.3.2 UC浏览器介绍分析

- (1) 企业概览
- (2) UC浏览器SWOT分析

4.3.3 QQ手机浏览器介绍分析

- (1) 企业概览
- (2) QQ手机浏览器SWOT分析

4.3.4 Opera手机浏览器介绍分析

- (1) 企业概览
- (2) Opera手机浏览器发展历程
- (3) Opera手机浏览器SWOT分析

4.3.5 GO浏览器介绍分析

- (1) 企业概览
- (2) GO浏览器市场发展历程
- (3) GO浏览器SWOT分析

第5章：移动互联网其他细分市场发展分析

5.1 手机音乐市场发展分析

5.1.1 手机音乐行业发展现状

- (1) 手机音乐产业价值链分析
- (2) 手机音乐市场规模分析

(3) 手机音乐客户端使用情况分析

5.1.2 手机音乐用户行为分析

- (1) 手机音乐用户基本属性
- (2) 用户手机音乐使用情况分析
- (3) 用户手机音乐客户端关注因素
- (4) 用户使用手机音乐客户端情况

5.2 手机阅读市场发展分析

5.2.1 手机阅读行业发展现状

- (1) 手机阅读产业市场规模
- (2) 手机阅读产业用户规模

5.2.2 手机阅读用户行为分析

- (1) 手机阅读用户基本属性
- (2) 手机阅读用户手机上网行为分析
- (3) 用户手机阅读时间分析
- (4) 用户手机阅读偏好分析
- (5) 用户付费内容意愿分析

5.3 手机即时通讯市场发展分析

5.3.1 手机即时通讯行业发展现状

5.3.2 手机即时通讯应用分析

5.3.3 手机即时通讯获取方式

5.3.4 手机即时通讯付费行为分析

5.4 其他移动互联网细分市场分析

5.4.1 手机视频市场发展分析

- (1) 手机视频市场现状分析
- (2) 手机视频用户属性分析
- (3) 手机视频用户行为分析

5.4.2 手机应用商店市场发展分析

- (1) 手机应用商店产业链分析
- (2) 手机应用商店发展现状分析
- (3) 手机应用商店用户属性分析
- (4) 手机应用商店用户行为分析
- (5) 手机应用商店发展趋势分析

5.4.3 手机搜索市场发展分析

- (1) 手机搜索用户规模
- (2) 手机搜索用户行为分析
- (3) 手机搜索用户偏好分析
- (4) 手机搜索发展趋势分析

5.4.4 手机电子邮件市场发展分析

- (1) 手机电子邮件用户规模
- (2) 手机电子邮件使用情况

第6章：移动互联网行业领先企业经营分析

6.1 移动互联网行业企业总体发展状况

6.2 移动互联网运营商经营分析

6.2.1 中国移动有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业用户规模分析
- (8) 企业产品服务分析
- (9) 企业经营状况优劣势分析

6.2.2 中国联合网络通信股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业用户规模分析
- (8) 企业产品服务分析
- (9) 企业经营状况优劣势分析

6.2.3 中国电信股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业用户规模分析
- (8) 企业产品服务分析
- (9) 企业经营状况优劣势分析

6.3 移动互联网终端提供商经营分析

6.3.1 中兴通讯股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品服务分析
- (8) 企业移动互联网业务
- (9) 企业经营状况优劣势分析

6.3.2 华为技术有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品服务分析
- (4) 技术水平与研发能力
- (5) 主要客户及合作关系
- (6) 销售渠道及服务网络
- (7) 企业经营状况优劣势分析
- (8) 企业最新发展动向分析

6.3.3 上海贝尔股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析

- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业组织架构分析
- (4) 企业产品服务分析
- (5) 企业移动互联网业务及盈利模式
- (6) 企业经营状况优劣势分析
- (7) 企业发展规划分析

6.4 移动互联网内容服务提供商经营分析

6.4.1 拓维信息系统股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业组织架构分析
- (8) 企业产品服务分析
- (9) 企业移动互联网业务及盈利模式
- (10) 企业经营状况优劣势分析

6.4.2 北京神州泰岳软件股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业组织架构分析
- (8) 企业产品服务分析
- (9) 企业移动互联网业务及盈利模式
- (10) 企业经营状况优劣势分析

6.4.3 卫士通信息产业股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业主要经济指标分析

- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业组织架构分析
- (8) 企业产品服务分析
- (9) 企业移动互联网业务及盈利模式
- (10) 企业经营状况优劣势分析

6.4.4 空中网集团公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- 1) 利润分析
- 2) 资产负债分析
- 3) 现金流量分析
- (3) 企业产品服务分析
- (4) 企业移动互联网业务及盈利模式
- (5) 企业经营状况优劣势分析

6.4.5 酷6传媒有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- 1) 利润分析
- 2) 资产负债分析
- 3) 现金流量分析
- (3) 企业产品服务分析
- (4) 企业经营状况优劣势分析

6.4.6 新浪网络科技股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- 1) 利润分析
- 2) 资产负债分析
- 3) 现金流量分析
- (3) 企业产品服务分析

(4) 企业移动互联网业务及盈利模式

(5) 企业经营状况优劣势分析

6.4.7 北京搜狐互联网信息服务有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

1) 利润分析

2) 资产负债分析

3) 现金流量分析

(3) 企业产品服务分析

(4) 企业移动互联网业务及盈利模式

(5) 企业经营状况优劣势分析

6.4.8 腾讯控股有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业偿债能力分析

(6) 企业发展能力分析

(7) 企业组织架构分析

(8) 企业产品服务分析

(9) 企业经营状况优劣势分析

6.4.9 优视科技（UCweb）有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品服务分析

(4) 企业移动互联网业务及盈利模式

(5) 企业经营状况优劣势分析

6.4.10 广州网易计算机系统有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

1) 利润分析

2) 资产负债分析

3) 现金流量分析

(3) 企业产品服务分析

(4) 企业移动互联网业务及盈利模式

(5) 企业经营状况优劣势分析

第7章：移动互联网行业投资分析与前景预测

7.1 移动互联网行业投资分析

7.1.1 移动互联网行业投资特性分析

(1) 行业进入壁垒分析

1) 技术壁垒

2) 用户资源壁垒

3) 人才壁垒

4) 资金壁垒

(2) 行业商业模式分析

1) 移动互联网行业商业模式

2) 移动互联网行业三种商业模式介绍

7.1.2 移动互联网行业投资现状分析

7.1.3 移动互联网行业投资风险分析

7.2 移动互联网行业前景预测

7.2.1 移动互联网行业发展趋势分析

7.2.2 移动互联网行业发展前景预测

(1) 市场规模预测

(2) 用户规模预测

7.3 移动互联网行业投资机会

图表目录

图表1：移动互联网政策法规

图表2：2016-2019年移动互联网相关专利申请数量变化图（单位：个）

图表3：2016-2019年移动互联网相关专利公开数量变化图（单位：个）

图表4：截至2019年移动互联网相关专利申请人构成（排名前十）（单位：个）

图表5：截至2019年移动互联网技术分类构成（单位：个）

图表6：2016-2019年中国网民规模与普及率（单位：万人，%）

图表7：2015-2019年我国网民上网设备对比（单位：%）

图表8：全球移动蜂窝用户数和移动宽带用户数（单位：亿人）

图表9：全球移动互联网流量增长图（单位：PB/月）

图表10：2016-2019年全球平板电脑季度出货量（单位：亿部）

图表11：2016-2019年中国移动互联网市场规模（单位：亿元，%）

图表12：2016-2019年中国PC网民与移动网民规模及预测（单位：亿人）

图表13：2019年中国智能手机出货量及保有量（单位：亿台，%）

图表14：传统移动通信时代和移动互联网时代对比

图表15：移动互联网应用需求曲线

图表16：2016-2019年移动互联网网民性别比例（单位：%）

图表17：2016-2019年移动互联网网民年龄分布（单位：%）

图表18：中国移动网民学历结构（单位：%）

图表19：2019年移动互联网用户网络环境分布（单位：%）

图表20：2019年Android平台移动智能设备前十机型（单位：%）

图表21：2019年IOS平台移动智能设备前十机型（单位：%）

图表22：2016-2019年中国网民平均每周上网时长（单位：小时）

图表23：中国智能手机用户上网频次分布和上网场合分布（单位：%）

图表24：移动互联网网民上网时间段分布（单位：%）

图表25：2016-2019年移动互联网网民安装APP个数（单位：%）

图表26：手机游戏种类划分

图表27：2016-2019年中国手机网络游戏市场规模（单位：亿元，%）

图表28：2020-2026年中国手机网络游戏市场规模预测（单位：亿元）

图表29：2016-2019年手机网络游戏用户规模及使用率（单位：万人，%）

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201910/143620.html>