2025-2030年中国移动互联网行业全景调研与发展战略研究报告

报告简介

移动互联网(Mobile Internet,

简称MI)是一种通过智能移动终端，采用移动无线通信方式获取业务和服务的新兴业务，包含终端、软件和应用三个层面。终端层包括智能手机、平板电脑、电子书、MID等;软件包括操作系统、中间件、数据库和安全软件等。应用层包括休闲娱乐类、工具媒体类、商务财经类等不同应用与服务。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家工信部、国家发改委、国务院发展研究中心、中国互联网络信息中心、中国通信企业协会、中国互联网协会、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对我国移动互联网及各子行业的发展状况、上下游行业发展状况、市场供需形势、新成果与技术等进行了分析，并重点分析了我国移动互联网行业发展状况和特点，以及中国移动互联网行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球的移动互联网行业发展态势作了详细分析，并对移动互联网行业进行了趋向研判，是移动互联网开发、经营企业、科研、投资机构等单位准确了解目前移动互联网业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一部分 行业运行现状

第一章 移动互联网行业发展综述 1

第一节 移动互联网行业定义及概述 1

一、移动互联网的定义 1

二、移动互联网行业体系分析 1

1、业务体系 1

2、技术体系 2

第二节 移动互联网概述 3

一、概念及特点 3

二、中国移动互联网发展历程 8

三、移动互联网的应用 10

四、移动互联网繁荣发展 15

五、智能商务将获得极大发展 19

第三节 移动互联网产业链概述 21

一、产业链概况 21

二、产业链层次 21

三、产业链机会 22

第四节 移动互联网产业链模型 23

一、终端层 23

二、软件层 23

三、应用层 23

第五节 中国移动互联网市场产业链格局 24

一、终端层 24

二、软件层 24

三、应用层 24

第二章 移动互联网行业市场环境及影响分析（PEST） 26

第一节 移动互联网行业政治法律环境(P) 26

一、行业管理体制分析 26

二、行业主要法律法规 26

1、《移动互联网应用程序信息服务管理规定》 26

2、《关于推进第三代移动通信网络建设的意见》 28

3、《移动互联网恶意程序监测与处置机制》 31

三、移动互联网行业标准 35

1、《移动互联网广告标准》 35

2、《移动互联网APP安全行业标准》 36

四、行业相关发展规划 36

1、移动互联网行业国家发展规划 36

2、移动互联网行业地方发展规划 37

五、政策环境对行业的影响 47

第二节 行业经济环境分析(E) 47

一、宏观经济形势分析 47

1、国际宏观经济形势分析 47

2、国内宏观经济形势分析 49

3、产业宏观经济环境分析 51

二、宏观经济环境对行业的影响分析 52

第三节 行业社会环境分析(S) 52

一、移动互联网产业社会环境 52

1、人口环境分析 52

2、教育环境分析 53

3、文化环境分析 53

二、社会环境对行业的影响 56

三、移动互联网产业发展对社会发展的影响 56

第四节 行业技术环境分析(T) 64

一、移动互联网技术分析 64

1、技术水平总体发展情况 64

2、我国移动互联网行业新技术研究 65

二、移动互联网技术发展水平 65

1、我国移动互联网行业技术水平所处阶段 65

2、与国外移动互联网行业的技术差距 66

三、2020-2025年移动互联网技术发展分析 67

四、行业主要技术发展趋势 68

五、技术环境对行业的影响 70

第二部分 行业深度分析

第三章 2020-2025年中国移动互联网用户分析 71

第一节 我国互联网用户特征及结构 71

一、网民规模与结构特征 71

二、网民互联网应用状况 72

三、网民属性特征分析 75

四、手机网民结构及应用 75

第二节 移动互联网用户布局 77

一、地域分布 77

二、接入网络方式分布 78

三、上网时间分布 79

第三节 移动互联网用户特征分析 79

一、用户地域分布 79

二、用户收入结构 82

三、整体认知度 82

四、移动终端的选择 83

五、移动互联网与PC互联网用户增速对比 84

第四节 移动互联网用户特征及需求 84

一、移动互联网用户行为特征及需求特点 84

二、手机网民输入法特征 88

三、潜在用户购买意愿 88

第四章 我国移动互联网行业整体运行指标分析 89

第一节 2020-2025年中国移动互联网行业总体规模分析 89

第二节 2020-2025年中国移动互联网行业财务指标分析 90

一、行业盈利能力分析 90

1、我国移动互联网行业毛利率 90

2、我国移动互联网行业净利率 90

二、行业偿债能力分析 91

1、我国移动互联网行业资产负债率 91

2、我国移动互联网行业流动比率 92

三、行业营运能力分析 93

1、我国移动互联网行业应收帐款周转天数 93

2、我国移动互联网行业总资产周转率 93

四、行业发展能力分析 94

1、我国移动互联网行业总资产增长率 94

2、我国移动互联网行业主营业务收入增长率 95

第五章 2020-2025年移动互联网市场分析 97

第一节 参与者盈利模式分析 97

一、门户网站模式 97

二、“IM”业务模式 99

三、终端厂商进入模式 100

四、搜索引擎服务商进入模式 103

第二节 移动互联网产品开发运营及案例分析 104

一、产品分类以及盈利模式 104

二、成功产品借鉴经验研析 106

三、产品发展对策 107

第三节 中国移动互联网应用市场 109

一、应用市场发展概述 109

二、移动游戏 111

三、手机阅读 112

四、移动搜索 112

五、应用市场未来发展趋势 113

第四节 移动互联网广告及营销 115

一、移动互联网传播属性解析 115

二、移动互联网的广告机会 116

三、移动营销策略分析 118

四、移动营销的跨界整合策略 123

五、广告平台案解析 124

第三部分 市场全景调研

第六章 手机游戏市场及用户行为分析 127

第一节 手机游戏市场现状分析 127

一、手机游戏定义及分类 127

二、手机游戏市场规模分析 128

1、手机游戏市场规模现状 128

2、手机游戏市场发展趋势 128

三、手机游戏用户规模分析 130

1、手机游戏用户规模现状 130

2、手机游戏用户发展趋势 130

四、手机网络游戏规模分析 131

1、手机网络游戏市场规模现状 131

2、手机网络游戏用户规模现状 131

五、手机游戏下载平台分布分析 131

第二节 手机游戏用户行为分析 132

一、手机游戏用户基本属性分析 132

1、用户性别及年龄分析 132

2、用户学历分布 132

3、用户收入分布 133

二、手机游戏用户上网分析 134

1、手机游戏用户手机上网频次分析 134

2、手机游戏用户手机终端系统分布分析 135

三、手机游戏用户行为分析 136

1、手机游戏用户除手机外选择终端 136

2、用户参与手机游戏地点分析 137

3、手机游戏用户单次玩游戏时长 138

4、手机游戏用户游戏类型选择 140

四、手机游戏用户付费行为分析 140

1、手机游戏用户付费情况分析 140

2、手机游戏用户付费目的分析 141

3、手机游戏用户付费形式分析 142

4、用户每月手机游戏费用分析 142

5、用户对手机游戏计费模式认可度 142

五、用户对手机游戏不满意因素分析 142

六、手机游戏市场发展趋势与建议 143

第七章 移动电子商务市场及用户分析 145

第一节 移动电子商务市场发展分析 145

一、移动电子商务定义与分类 145

二、移动电子商务产业链分析 146

1、移动电子商务产业链结构 146

2、移动电子商务产业链主体 146

三、移动电子商务服务模式分析 147

四、移动电子商务市场规模分析 147

1、移动电子商务交易规模 147

2、移动电子商务用户规模 148

3、移动电子商务购物平台占比 149

第二节 移动电子商务用户行为分析 149

一、手机购物用户属性分析 149

1、用户性别分别状况 149

2、用户学历结构状况 149

3、用户收入结构状况 150

4、用户年龄结构状况 150

5、用户职业结构状况 150

二、手机购物用户手机上网行为分析 151

1、手机购物用户手机上网时长分析 151

2、手机购物手机上网频次分析 152

3、手机购物用户关注产品类别分析 152

三、手机购物用户购物行为分析 154

1、手机购物用户购物时段分析 154

2、手机购物用户年手机购物金额分析 154

3、手机购物用户年手机购物次数分析 155

4、手机购物用户支付方式分析 155

5、手机购物用户买过商品或服务的网站 156

四、手机购物用户购物偏好分析 156

1、手机购物用户通过手机购买的商品类型分析 156

2、决定手机购物用户选择手机购物网站的因素 157

五、网民不使用手机购物的原因分析 157

第三节 移动电子商务运营案例分析 158

一、电信运营商主导的移动电子商务 158

1、“通道+平台”的服务模式简介 158

2、广东移动网上商城模式分析 158

3、该类服务模式优劣势分析 160

二、传统电子商务提供商主导的移动电子商务 160

1、“品牌+运营”的服务模式简介 160

2、手机淘宝网服务模式分析 160

3、手机当当网服务模式分析 162

4、该类服务模式优劣势分析 164

三、软件提供商主导的移动电子商务 165

1、“软件+服务”的服务模式简介 165

2、用友移动商街服务模式分析 165

3、该类服务模式优劣势分析 165

四、新兴移动电子商务提供商主导的移动电子商务 165

1、“专注+创新”的服务模式简介 165

2、立购网服务模式分析 165

3、该类服务模式优劣势分析 167

第四节 移动电子商务发展趋势分析 167

一、移动电子商务发展面临问题 167

二、移动电子商务发展趋势分析 168

三、移动电子商务发展建议分析 170

1、电信运营商策略建议 170

2、传统电子商务提供商策略建议 170

3、软件提供商策略建议 170

4、新兴移动电子商务提供商策略建议 170

第八章 手机浏览器市场及用户行为分析 172

第一节 手机浏览器行业概况 172

一、手机浏览器定义及分类 172

二、手机浏览器行业产业链分析 172

三、手机浏览器行业商业模式分析 172

四、手机浏览器行业发展影响因素 173

五、手机浏览器行业规模分析 173

1、手机浏览器用户规模 173

2、手机浏览器市场规模 174

六、手机浏览器用户浏览器分布 174

七、2020-2025年手机浏览器行业动态 175

第二节 手机浏览器用户行为分析 176

一、手机浏览器用户基本属性分析 176

1、用户性别分布情况 176

2、用户年龄结构情况 177

3、用户学历及收入分析 178

4、用户所属行业分析 179

二、手机浏览器用户手机上网行为 180

1、用户手机上网主要活动分布 180

2、用户手机上网地点分析 180

三、用户手机浏览器使用情况分析 181

1、用户使用手机浏览器频率分析 181

2、用户使用手机浏览器时长分析 181

3、用户使用的浏览器服务项分析 181

四、手机浏览器用户使用偏好分析 181

1、手机浏览器用户渗透率分析 181

2、用户常用的第三方手机浏览器 182

3、用户常用的自带手机浏览器 182

4、用户手机浏览器来源调查 182

5、用户选择手机浏览器影响因素 182

第三节 典型手机浏览器介绍分析 183

一、第三方手机浏览器对比分析 183

1、品牌认知度对比 183

2、用户渗透率对比 183

3、功能设置对比 184

4、终端适配能力对比 185

二、UC浏览器介绍分析 185

1、企业概览 185

2、UC浏览器发展历程 185

3、UC浏览器SWOT分析 186

三、QQ手机浏览器介绍分析 189

1、企业概览 189

2、QQ手机浏览器发展历程 190

3、QQ手机浏览器SWOT分析 192

四、Opera手机浏览器介绍分析 192

1、企业概览 192

2、Opera手机浏览器发展历程 193

3、Opera手机浏览器SWOT分析 194

五、百度浏览器介绍分析 194

1、企业概览 194

2、百度浏览器市场发展历程 197

3、百度浏览器SWOT分析 200

第九章 移动互联网其他细分市场发展分析 201

第一节 手机音乐市场发展分析 201

一、手机音乐行业发展现状 201

1、手机音乐产业价值链分析 201

2、手机音乐市场规模分析 201

3、手机音乐客户端使用情况分析 202

二、手机音乐用户行为分析 204

1、手机音乐用户基本属性 204

2、用户手机音乐使用情况分析 205

3、用户使用手机音乐软件情况 205

第二节 手机阅读市场发展分析 206

一、手机阅读行业发展现状 206

1、手机阅读产业市场规模 206

2、手机阅读产业用户规模 206

二、手机阅读用户行为分析 207

1、用户性别结构分布 207

2、用户所属地域分布 208

3、用户学历收入分布 209

4、用户所属职业分布 210

5、用户付费内容意愿分析 210

第三节 手机即时通讯市场发展分析 211

一、手机即时通讯行业发展现状 211

二、手机即时通讯用户行为分析 212

1、手机即时通讯用户基本属性 212

2、手机即时通讯用户使用行为分析 213

3、用户手机即时通讯应用偏好分析 213

第四节 其他移动互联网细分市场分析 214

一、手机视频市场发展分析 214

1、手机视频市场现状分析 214

2、手机视频用户属性分析 214

3、手机视频用户行为分析 216

二、手机应用商店市场发展分析 217

1、手机应用商店产业链分析 217

2、手机应用商店发展现状分析 217

3、手机应用商店用户属性分析 218

4、手机应用商店发展趋势分析 219

三、手机搜索市场发展分析 220

1、手机搜索用户规模 220

2、手机搜索收入规模 221

3、手机搜索用户行为分析 222

4、手机搜索用户偏好分析 222

5、手机搜索发展趋势分析 222

四、手机电子邮件市场发展分析 223

1、手机电子邮件用户规模 223

2、手机电子邮件使用情况 224

第四部分 竞争格局分析

第十章 2025-2030年移动互联网行业竞争形势及策略 225

第一节 行业总体市场竞争状况分析 225

一、移动互联网行业竞争结构分析 225

1、现有企业间竞争 225

2、潜在进入者分析 225

3、替代品威胁分析 225

4、供应商议价能力 225

5、客户议价能力 225

二、移动互联网行业企业间竞争格局分析 226

1、不同地域企业竞争格局 226

2、不同规模企业竞争格局 226

3、不同所有制企业竞争格局 226

三、移动互联网行业集中度分析 226

1、市场集中度分析 226

2、企业集中度分析 226

3、区域集中度分析 226

四、移动互联网行业SWOT分析 227

1、移动互联网行业优势分析 227

2、移动互联网行业劣势分析 227

3、移动互联网行业机会分析 229

4、移动互联网行业威胁分析 233

第二节 中国移动互联网行业竞争格局综述 233

一、移动互联网行业竞争概况 233

1、中国移动互联网行业品牌竞争格局 233

2、移动互联网业未来竞争格局和特点 237

3、移动互联网市场进入及竞争对手分析 237

二、中国移动互联网行业竞争力分析 238

1、我国移动互联网行业竞争力剖析 238

2、我国移动互联网企业市场竞争的优势 239

3、民企与外企比较分析 239

4、国内移动互联网企业竞争能力提升途径 239

三、中国移动互联网竞争力优势分析 243

1、整体产品竞争力评价 243

2、竞争优势评价及构建建议 243

四、移动互联网行业主要企业竞争力分析 243

1、重点企业资产总计对比分析 243

2、重点企业从业人员对比分析 244

3、重点企业营业收入对比分析 244

4、重点企业营业利润对比分析 245

5、重点企业综合竞争力对比分析 245

第三节 2020-2025年移动互联网行业竞争格局分析 246

一、2020-2025年国内外移动互联网竞争分析 246

二、2020-2025年我国移动互联网市场竞争分析 246

三、2020-2025年我国移动互联网市场集中度分析 246

四、2020-2025年国内主要移动互联网企业动向 246

第四节 移动互联网应用进入平台竞争阶段 248

一、智能设备换机潮涌现，移动互联网市场向内陆辐射 248

二、大型应用强者愈强，移动互联网进入平台竞争阶段 248

三、App和Web竞争态势逐渐明朗 249

四、4G开始普及 250

五、软硬结合成新玩法，移动互联网创业门槛提高 250

第五节 注重品牌经营，提升行业竞争力 251

一、进行科学的品牌定位 251

二、明确品牌的核心价值 251

三、丰富品牌的文化内涵 251

四、谨慎使用品牌延伸 252

五、切实打造优质精品 252

六、加强品牌管理 253

第十一章 2025-2030年移动互联网行业领先企业经营形势分析 254

第一节 中国移动通信集团公司 254

一、企业发展概述分析 254

二、企业互联网盈利模式 254

三、企业经营情况分析 255

四、企业开发实力分析 257

五、企业营销增长分析 257

六、企业行业竞争力分析 258

七、企业品牌影响力分析 259

八、企业发展战略分析 260

九、企业最新动态分析 260

第二节 阿里巴巴集团控股有限公司 260

一、企业发展概述分析 260

二、企业盈利能力分析 261

三、企业运营能力分析 261

四、企业偿债能力分析 262

五、企业发展能力分析 262

六、企业开发实力分析 263

七、企业新业务动向分析 263

八、企业发展战略分析 264

第三节 华为技术有限公司 264

一、企业发展概述分析 264

二、企业互联网盈利模式 265

三、企业营销模式分析 265

四、企业经济指标分析 266

五、企业品牌影响力分析 266

六、企业行业竞争力分析 267

七、企业主要开发方向分析 267

八、企业最新动态分析 268

第四节 腾讯控股有限公司 268

一、企业发展概述分析 268

二、企业经济指标分析 269

三、企业发展目标分析 272

四、企业营销模式分析 272

五、企业扩张规划分析 274

六、企业行业影响力分析 274

七、企业最新业务分析 274

第五节 中国电信集团公司 275

一、企业发展概述分析 275

二、企业经济指标分析 276

三、企业开发实力分析 279

四、企业业务涉及领域分析 280

五、企业营销模式分析 280

六、企业品牌影响力分析 282

七、企业投资效益分析 282

八、企业发展方向分析 283

第六节 百度公司 283

一、企业发展概述分析 283

二、企业投资效益分析 284

三、企业市场影响力分析 284

四、企业业务市场定位分析 286

五、企业品牌效益分析 289

六、企业开发实力分析 289

七、企业主要业务分析 290

第七节 中国联合网络通信集团有限公司 291

一、企业发展概述分析 291

二、企业盈利能力分析 292

三、企业运营能力分析 292

四、企业偿债能力分析 293

五、企业发展能力分析 293

六、企业开发实力分析 293

七、企业新业务动向分析 294

八、企业发展战略分析 295

第八节 北京京东世纪贸易有限公司 295

一、企业发展概述分析 295

二、企业经济指标分析 297

三、企业发展目标分析 298

四、企业营销模式分析 300

五、企业扩张规划分析 302

六、企业行业影响力分析 306

七、企业最新业务分析 308

第九节 联想集团 309

一、企业发展概述分析 309

二、企业互联网盈利模式 309

三、企业经营情况分析 310

四、企业开发实力分析 311

五、企业营销增长分析 312

六、企业行业竞争力分析 312

七、企业品牌影响力分析 313

八、企业发展战略分析 314

九、企业最新动态分析 315

第十节 苏宁云商集团股份有限公司 316

一、企业发展概述分析 316

二、企业互联网盈利模式 316

三、企业营销模式分析 318

四、企业经济指标分析 319

五、企业品牌影响力分析 320

六、企业行业竞争力分析 321

七、企业主要开发方向分析 323

八、企业最新动态分析 323

第十一节 网易公司 324

一、企业发展概述分析 324

二、企业经济指标分析 325

三、企业开发实力分析 326

四、企业业务涉及领域分析 326

五、企业营销模式分析 327

六、企业品牌影响力分析 327

七、企业投资效益分析 328

八、企业发展方向分析 328

第十二节 中兴通讯股份有限公司 329

一、企业发展概述分析 329

二、企业互联网盈利模式 330

三、企业经营情况分析 330

四、企业开发实力分析 331

五、企业营销增长分析 332

六、企业行业竞争力分析 332

七、企业品牌影响力分析 333

八、企业发展战略分析 333

九、企业最新动态分析 334

第十三节 凡客诚品(北京)科技有限公司 335

一、企业发展概述分析 335

二、企业投资效益分析 335

三、企业市场影响力分析 335

四、企业业务市场定位分析 336

五、企业品牌效益分析 336

六、企业开发实力分析 336

七、企业主要业务分析 337

第十四节 北京小米科技有限责任公司 337

一、企业发展概述分析 337

二、企业盈利能力分析 337

三、企业运营能力分析 338

四、企业偿债能力分析 338

五、企业发展能力分析 339

六、企业开发实力分析 339

七、企业新业务动向分析 340

八、企业发展战略分析 340

第十五节 奇虎360科技有限公司 341

一、企业发展概述分析 341

二、企业经济指标分析 342

三、企业开发实力分析 342

四、企业业务涉及领域分析 343

五、企业营销模式分析 343

六、企业品牌影响力分析 344

七、企业投资效益分析 344

八、企业发展方向分析 345

第十六节 新浪公司 346

一、企业发展概述分析 346

二、企业互联网盈利模式 346

三、企业营销模式分析 348

四、企业经济指标分析 349

五、企业品牌影响力分析 350

六、企业行业竞争力分析 350

七、企业主要开发方向分析 351

八、企业最新动态分析 351

第十七节 携程旅行网 351

一、企业发展概述分析 351

二、企业经济指标分析 352

三、企业开发实力分析 353

四、企业业务涉及领域分析 353

五、企业营销模式分析 356

六、企业品牌影响力分析 357

七、企业投资效益分析 358

八、企业发展方向分析 358

第十八节 珠海市魅族科技有限公司 359

一、企业发展概述分析 359

二、企业盈利能力分析 359

三、企业运营能力分析 360

四、企业偿债能力分析 360

五、企业发展能力分析 360

六、企业开发实力分析 361

七、企业新业务动向分析 361

八、企业发展战略分析 361

第十九节 合一集团有限公司 362

一、企业发展概述分析 362

二、企业投资效益分析 362

三、企业市场影响力分析 363

四、企业业务市场定位分析 363

五、企业品牌效益分析 363

六、企业开发实力分析 364

七、企业主要业务分析 364

第二十节 创新工场(北京)科技有限公司 365

一、企业发展概述分析 365

二、企业互联网盈利模式 366

三、企业经营情况分析 366

四、企业开发实力分析 368

五、企业营销增长分析 368

六、企业行业竞争力分析 368

七、企业品牌影响力分析 369

八、企业发展战略分析 369

九、企业最新动态分析 370

第二十一节 科大讯飞股份有限公司 370

一、企业发展概述分析 370

二、企业经济指标分析 371

三、企业发展目标分析 372

四、企业营销模式分析 372

五、企业扩张规划分析 373

六、企业行业影响力分析 373

七、企业最新业务分析 374

第二十二节 拉卡拉集团 374

一、企业发展概述分析 374

二、企业互联网盈利模式 375

三、企业营销模式分析 375

四、企业经济指标分析 376

五、企业品牌影响力分析 377

六、企业行业竞争力分析 377

七、企业主要开发方向分析 378

八、企业最新动态分析 378

第二十三节 乐视集团 379

一、企业发展概述分析 379

二、企业经济指标分析 379

三、企业开发实力分析 380

四、企业业务涉及领域分析 382

五、企业营销模式分析 382

六、企业品牌影响力分析 383

七、企业投资效益分析 383

八、企业发展方向分析 384

第二十四节 搜狐公司 385

一、企业发展概述分析 385

二、企业互联网盈利模式 385

三、企业营销模式分析 385

四、企业经济指标分析 391

五、企业品牌影响力分析 391

六、企业行业竞争力分析 392

七、企业主要开发方向分析 393

八、企业最新动态分析 395

第二十五节 搜房公司 396

一、企业发展概述分析 396

二、企业互联网盈利模式 396

三、企业经营情况分析 396

四、企业开发实力分析 396

五、企业营销增长分析 397

六、企业行业竞争力分析 397

七、企业品牌影响力分析 397

八、企业发展战略分析 398

九、企业最新动态分析 398

第二十六节 上海巨人网络科技有限公司 398

一、企业发展概述分析 398

二、企业投资效益分析 399

三、企业市场影响力分析 399

四、企业业务市场定位分析 399

五、企业品牌效益分析 399

六、企业开发实力分析 399

七、企业主要业务分析 400

第二十七节 广州唯品会信息科技有限公司 400

一、企业发展概述分析 400

二、企业互联网盈利模式 401

三、企业营销模式分析 401

四、企业经济指标分析 402

五、企业品牌影响力分析 402

六、企业行业竞争力分析 403

七、企业主要开发方向分析 403

八、企业最新动态分析 404

第二十八节 金山软件股份有限公司 404

一、企业发展概述分析 404

二、企业互联网盈利模式 404

三、企业经营情况分析 405

四、企业开发实力分析 405

五、企业营销增长分析 405

六、企业行业竞争力分析 406

七、企业品牌影响力分析 406

八、企业发展战略分析 407

九、企业最新动态分析 407

第二十九节 UC优视科技有限公司 408

一、企业发展概述分析 408

二、企业经济指标分析 408

三、企业开发实力分析 408

四、企业业务涉及领域分析 409

五、企业营销模式分析 411

六、企业品牌影响力分析 411

七、企业投资效益分析 411

八、企业发展方向分析 412

第三十节 上海盛大网络发展有限公司 412

一、企业发展概述分析 412

二、企业互联网盈利模式 412

三、企业经营情况分析 412

四、企业开发实力分析 413

五、企业营销增长分析 413

六、企业行业竞争力分析 413

七、企业品牌影响力分析 414

八、企业发展战略分析 414

九、企业最新动态分析 415

第五部分 发展前景展望

第十二章 移动互联网投资及前景分析 418

第一节 中国互联网行业发展趋势分析 418

一、移动互联网媒体快速发展 418

二、传统媒体加速转型 418

三、微信、微博、APP应用软件引领社交圈 420

四、移动终端入口、互联网争夺战将加剧 420

五、移动电子商务将全面进入争夺战 421

六、4G时代加大运营商和移动软件的竞争 421

七、自媒体时代全面爆发 421

八、投资领域继续看好移动互联网 422

九、移动互联网金融业将全面发展 422

十、移动互联网用户隐私安全成焦点 422

第二节 投资现状及未来机会 422

一、移动互联网将影响下一个十年创业方向 422

二、中国移动互联网的投资热度不减 423

三、移动互联网产业投资规模刷新历年纪录 423

四、移动互联网再造投资新机遇 424

五、移动互联网产业投资风险防范 424

第三节 移动互联网发展方向及趋势 426

一、终端系统软件的三大方向 426

二、互联网物理化演进趋势 426

三、智能终端企业发展趋势 427

四、核心业务及细分领域发展趋势 427

第四节 移动互联网迈入2.0时代加速与传统行业融合 430

一、开放平台+大数据 430

二、参与型协同创新 431

三、O2O爆发式发展 431

四、定位短、快、精、微 432

五、四项对策 433

第五节 移动互联网发展前景预测 433

一、移动互联网发展前景无限 433

二、中国移动互联网终端发展预测 435

三、4G推动移动互联网行业新变革 438

四、2025-2030年中国移动互联网市场预测 439

五、中国移动互联网用户规模展望 439

第十三章 2025-2030年移动互联网行业投资价值评估分析 440

第一节 移动互联网行业投资特性分析 440

一、移动互联网行业进入壁垒分析 440

二、移动互联网行业盈利因素分析 441

三、移动互联网行业盈利模式分析 442

第二节 2025-2030年移动互联网行业发展的影响因素 442

一、有利因素 442

二、不利因素 444

第三节 2025-2030年移动互联网行业投资价值评估分析 445

一、行业投资效益分析 445

二、产业发展的空白点分析 445

三、投资回报率比较高的投资方向 447

四、新进入者应注意的障碍因素 448

第十四章 2025-2030年移动互联网行业投资机会与风险防范 449

第一节 移动互联网行业投资分析 449

一、移动互联网行业投资特性分析 449

1、行业进入壁垒分析 449

2、行业商业模式分析 450

二、移动互联网行业投资现状分析 450

三、移动互联网行业投资风险分析 450

第二节 移动互联网行业前景预测 452

一、移动互联网行业发展趋势分析 452

二、移动互联网行业发展前景预测 453

第三节 2025-2030年移动互联网行业投资机会 454

一、产业链投资机会 454

二、细分市场投资机会 455

三、重点区域投资机会 456

四、移动互联网行业投资机遇 458

第四节 移动互联网时代风险 460

一、手机支付安全风险与日俱增 460

二、致命的位置泄漏 460

三、“有毒”的二维码 461

四、虚拟运营商可能带来新风险 462

第五节 中国移动互联网行业投资建议 463

一、移动互联网行业未来发展方向 463

二、移动互联网行业主要投资建议 468

三、中国移动互联网企业融资分析 469

1、中国移动互联网企业融资现状分析 469

2、中国移动互联网企业融资趋势分析 470

第六部分 发展战略研究

第十五章 2025-2030年移动互联网行业面临的困境及对策 471

第一节 2020-2025年移动互联网行业面临的困境 471

第二节 移动互联网企业面临的困境及对策 474

一、重点移动互联网企业面临的困境及对策 474

1、重点移动互联网企业面临的困境 474

2、重点移动互联网企业对策探讨 474

二、中小移动互联网企业发展困境及策略分析 476

1、中小移动互联网企业面临的困境 476

2、中小移动互联网企业对策探讨 476

三、国内移动互联网企业的出路分析 477

第三节 中国移动互联网行业存在的问题及对策 479

一、中国移动互联网行业存在的问题 479

二、移动互联网行业发展的建议对策 479

1、把握国家投资的契机 479

2、竞争性战略联盟的实施 481

3、企业自身应对策略 482

三、市场的重点客户战略实施 483

1、实施重点客户战略的必要性 483

2、合理确立重点客户 484

3、对重点客户的营销策略 485

4、强化重点客户的管理 487

5、实施重点客户战略要重点解决的问题 488

第十六章 移动互联网行业发展战略研究 491

第一节 移动互联网行业发展战略研究 491

一、战略综合规划 491

二、技术开发战略 492

三、业务组合战略 494

四、区域战略规划 496

五、产业战略规划 496

六、营销品牌战略 498

七、竞争战略规划 499

第二节 对我国移动互联网品牌的战略思考 500

一、移动互联网企业品牌的重要性 500

二、移动互联网企业实施品牌战略的意义 502

三、移动互联网企业品牌的现状分析 503

四、我国移动互联网企业的品牌战略 505

五、移动互联网品牌战略管理的策略 506

第三节 移动互联网经营策略分析 508

一、移动互联网市场细分策略 508

二、移动互联网市场创新策略 511

三、品牌定位与品类规划 518

四、移动互联网新产品差异化战略 520

第四节 移动互联网行业投资战略研究 521

一、2020-2025年移动互联网行业投资战略 521

二、2025-2030年移动互联网行业投资战略 523

三、2025-2030年细分行业投资战略 525

第十七章 研究结论及投资建议 528

第一节 移动互联网行业研究结论及建议 528

第二节 移动互联网细分研究结论及建议 528

第三节 中道泰和移动互联网行业投资建议 529

一、行业发展策略建议 529

二、行业投资方向建议 531

三、行业投资方式建议 531

图表目录

图表：中国移动互联网产业链结构 22

图表：2020-2025年中国国内生产总值及其增长速度 50

图表：2020-2025年中国三次产业增加值占国内生产总值比重 50

图表：2020-2025年国内生产总值季度累计同比增长率(%) 51

图表：2020-2025年末中国人口数及其构成 52

图表：2020-2025年中国普通本专科、中等职业教育及普通高中招生人数 53

图表：2020-2025年中国研究与试验发展(RD)经费支出 54

图表：2020-2025年中国专利申请受理、授权和有效专利情况 54

图表：2020-2025年中国网民规模 71

图表：2020-2025年中国网民性别结构 72

图表：2020-2025年中国网民各类互联网应用的使用率 74

图表：中国手机网民规模 76

图表：Q2中国网民手机互联网应用 77

图表：2020-2025年中国移动互联网用户区域分布 78

图表：中国网民平均每周上网时长 79

图表：2020-2025年中国内地分省网民规模及互联网普及率 81

图表：2020-2025年中国移动互联网用户收入结构 82

图表：2020-2025年中国互联网络接入设备使用情况 83

图表：2020-2025年中国移动互联网用户增速对比 84

图表：2020-2025年中国移动互联网行业市场规模 89

图表：2020-2025年中国移动互联网行业毛利率 90

图表：2020-2025年中国移动互联网行业净利率 91

图表：2020-2025年中国移动互联网行业资产负债率 92

图表：2020-2025年中国移动互联网行业流动比率 92

图表：2020-2025年中国移动互联网行业应收账款周转天数 93

图表：2020-2025年中国移动互联网行业总资产周转率 94

图表：2020-2025年中国移动互联网行业总资产增长率 95

图表：2020-2025年中国移动互联网行业主营业务收入增长率 96

图表：2020-2025年中国移动互联网应用市场规模 110

图表：2020-2025年中国手机游戏行业市场规模 128

图表：2020-2025年中国手机游戏行业用户规模 130

图表：2020-2025年中国手机游戏下载平台分布 131

图表：2020-2025年中国手机游戏用户年龄结构 132

图表：2020-2025年中国手机游戏用户学历结构 133

图表：2020-2025年中国手机游戏用户收入结构 134

图表：2020-2025年中国手机游戏用户游戏频率 135

图表：2020-2025年中国手机游戏行业用户操作系统分布 136

图表：2020-2025年中国手机游戏行业用户使用设备分布 137

图表：2020-2025年中国手机游戏用户游戏使用场景 138

图表：2020-2025年中国手机游戏用户游戏时长 139

图表：2020-2025年中国手机游戏用户游戏类型分布 140

图表：2020-2025年中国手机游戏用户付费能力分布 141

图表：2020-2025年中国移动购物市场交易规模 148

图表：2020-2025年中国移动电商用户规模 148

图表：2020-2025年中国移动购物市场交易额占比 149

图表：2020-2025年中国移动互联网用户开始使用移动购物(服务)时间 151

图表：2020-2025年中国移动互联网用户移动购物(服务)使用频次 152

图表：2020-2025年中国移动购物用户关注商品类型 153

图表：2020-2025年中国移动购物用户购物时段分布(以淘宝网为例) 154

图表：2020-2025年中国移动购物用户支付方式分布 155

图表：2020-2025年中国移动购物企业市场份额 156

图表：2020-2025年用户网购品类前五名分布 157

图表：2020-2025年用户不使用移动端购物原因分布 158

图表：2020-2025年中国手机浏览器行业用户规模 174

图表：2020-2025年中国手机浏览器用户浏览器分布 175

图表：2020-2025年中国手机浏览器行业用户性别分布 177

图表：2020-2025年中国手机浏览器行业用户年龄分布 177

图表：2020-2025年中国手机浏览器行业用户学历分布 178

图表：2020-2025年中国手机浏览器行业用户收入分布 178

图表：2020-2025年中国手机浏览器行业用户活动分布 180

图表：2020-2025年中国手机浏览器行业用户上网地点分布 180

图表：2020-2025年中国手机浏览器行业用户使用频率分布 181

图表：2020-2025年中国手机浏览器行业用户选择影响因素 182

图表：2020-2025年中国手机浏览器行业用户选择影响因素 183

图表：QQ手机浏览器性能特点 192

图表：百度手机浏览器性能特点 200

图表：2020-2025年中国手机音乐行业市场规模 202

图表：2020-2025年中国手机音乐客户端使用情况 203

图表：2020-2025年中国手机音乐行业用户规模 204

图表：2020-2025年中国手机音乐客户端下载情况 205

图表：2020-2025年中国手机音乐APP排名 205

图表：2020-2025年中国手机阅读行业市场规模 206

图表：2020-2025年中国手机网络文学行业用户规模 207

图表：2020-2025年中国手机阅读用户性别分布 208

图表：2020-2025年中国手机阅读用户地域分布 208

图表：2020-2025年中国手机阅读用户学历分布 209

图表：2020-2025年中国手机阅读用户收入分布 209

图表：2020-2025年中国手机阅读用户职业分布 210

图表：2020-2025年中国手机阅读用户付费意愿分布 211

图表：2020-2025年中国手机即时通讯用户规模 212

图表：2020-2025年中国手机即时通讯用户应用分布 213

图表：2020-2025年中国手机视频用户规模 214

图表：2020-2025年中国手机视频用户性别结构 215

图表：2020-2025年中国手机视频TOP50APP市场份额 216

图表：中国手机商店产业链 217

图表：2020-2025年中国手机应用商店用户规模 218

图表：2020-2025年中国手机应用商店用户性别分布 218

图表：2020-2025年中国手机视频用户年龄结构 219

图表：2020-2025年中国手机搜索用户规模 220

图表：2020-2025年中国手机搜索行业收入规模 221

图表：2020-2025年中国手机搜索用户行为分布 222

图表：2020-2025年中国手机邮件用户规模 223

图表：2020-2025年中国移动互联网重点企业总资产 243

图表：2020-2025年中国移动互联网重点企业从业人员 244

图表：2020-2025年中国移动互联网重点企业营业收入 244

图表：2020-2025年中国移动互联网重点企业净利润 245

图表：2020-2025年中国移动互联网重点企业竞争力排名 245

图表：2020-2025年中国移动通信集团公司重要财务指标 255

图表：2020-2025年中国移动通信集团公司资产负债表 255

图表：2020-2025年中国移动通信集团公司综合损益表 256

图表：2020-2025年中国移动通信集团公司现金流表 256

图表：2020-2025年阿里巴巴经营效益表 262

图表：2020-2025年腾讯控股有限公司重要财务指标 269

图表：2020-2025年腾讯控股有限公司资产负债表 270

图表：2020-2025年腾讯控股有限公司综合损益表 271

图表：2020-2025年腾讯控股有限公司现金流表 271

图表：2020-2025年中国电信集团公司重要财务指标 276

图表：2020-2025年中国电信集团公司资产负债表 277

图表：2020-2025年中国电信集团公司综合损益表 278

图表：2020-2025年中国电信集团公司现金流表 279

图表：2020-2025年中国联通公司的盈利能力表 292

图表：2020-2025年中国联通运营能力指标 292

图表：2020-2025年中国联通的财务风险指标 293

图表：2020-2025年中国联通成长能力指标 293

图表：2020-2025年北京京东世纪贸易有限公司资产负债表 297

图表：2020-2025年北京京东世纪贸易有限公司综合损益表 298

图表：2020-2025年联想集团的营业收入表 312

图表：2020-2025年苏宁云商集团股份有限公司每股指标 319

图表：2020-2025年苏宁云商集团股份有限公司成长能力指标 319

图表：2020-2025年苏宁云商集团股份有限公司盈利能力指标 320

图表：2020-2025年苏宁云商集团股份有限公司运营能力指标 320

图表：2020-2025年网易公司资产负债表 325

图表：2020-2025年网易公司现金流表 326

图表：2020-2025年中兴通讯股份有限公司的成长能力指标 332

图表：2020-2025年奇虎360科技公司的资产负债表 342

图表：2020-2025年新浪公司的资产负债表 349

图表：2020-2025年新浪公司现金流表 350

图表：2020-2025年携程旅游网资产负债表 352

图表：2020-2025年携程旅游网利润表 353

图表：2020-2025年魅族科技公司的资产负债表 360

图表：2020-2025年各网络视频人均有效使用时间 363

图表：2020-2025年在线视频月度覆盖分析 364

图表：2020-2025年科大讯飞股份有限公司每股指标 371

图表：2020-2025年科大讯飞股份有限公司成长能力指标 371

图表：2020-2025年科大讯飞股份有限公司盈利能力指标 371

图表：2020-2025年科大讯飞股份有限公司运营能力指标 372

图表：2020-2025年乐视集团每股指标 379

图表：2020-2025年乐视集团成长能力指标 380

图表：2020-2025年乐视集团盈利能力指标 380

图表：2020-2025年乐视集团运营能力指标 380

图表：搜狐公司利润表 391

图表：广州唯品会信息科技有限公司利润表 402

图表：2020-2025年金山软件股份有限公司资产负债表 405

图表：2020-2025年金山软件股份有限公司营业收入 405

图表：中国移动互联网主要商业模式 450

图表：2025-2030年中国移动互联网行业市场规模预测 454

图表：2020-2025年中国中国移动互联网细分领域融资情况 469

图表：2020-2025年中国移动互联网行业融资规模 470

图表：2020-2025年移动广告行业投融资情况 525

图表：2020-2025年移动金融行业投融资情况 525

图表：2020-2025年移动应用行业投融资情况 526

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费)　Emai：kf@51baogao.cn

本文地址：https://www.51baogao.cn/bg/20170210/24913.shtml

在线订购：点击这里