

2026-2031年中国移动互联网行业深度调研及投资前景预测报告

报告简介

移动互联网，是移动通信与互联网深度融合的产物，将互联网的技术、平台、商业模式和应用，与移动通信技术相结合并付诸实践。它使得用户能够借助移动智能终端，通过移动无线通信方式获取各类业务和服务。从狭义理解，用户可使用手机、PDA或其他手持终端，通过无线通信网络接入互联网；广义而言，用户利用手机、笔记本或其他手持终端，以无线方式经由各种网络(如WLAN、GSM、CDMA等)连接互联网。移动互联网并非简单的两者相加，而是在计算机领域历经大型机、小型机、个人电脑、桌面互联网后的又一重要技术发展阶段，代表着未来网络发展的核心趋势。它包含终端、软件和应用三个关键层面，终端涵盖智能手机、平板电脑、电子书、MID等；软件有操作系统、中间件、数据库和安全软件等；应用则涉及休闲娱乐类、工具媒体类、商务财经类等丰富多样的服务。随着宽带无线接入技术和移动终端技术的飞速发展，人们对于随时随地便捷获取互联网信息与服务的需求愈发迫切，移动互联网应运而生并迅猛发展。

移动互联网业务体系丰富多元，覆盖个人应用、行业应用和公共应用等多个领域。在个人应用方面，休闲娱乐类应用广受欢迎，如手机游戏、移动音乐、移动视频、移动阅读等，极大地满足了用户碎片化时间的娱乐需求。以手机游戏为例，《王者荣耀》《和平精英》等热门手游，凭借丰富的玩法、精美的画面，吸引了海量用户，月活跃用户数均达数亿之多。工具媒体类应用，像移动资讯(如今日头条、腾讯新闻)、移动搜索(百度搜索APP)、社交网络(微信、QQ)等，为用户提供信息获取、社交互动的便捷渠道，微信的月活跃用户数超12亿，成为人们日常沟通交流、分享生活的重要平台。商务财经类应用中，移动支付(支付宝、微信支付)、移动电子商务(淘宝、京东APP)改变了人们的消费模式，移动支付的交易规模持续增长，2024年我国移动支付交易金额已突破500万亿元。在行业应用领域，移动互联网深度赋能金融、医疗、教育、制造等行业。金融行业中，银行的手机银行APP让用户可便捷办理转账汇款、理财购买等业务；医疗行业里，移动医疗应用帮助患者实现线上挂号、查询检验报告，部分地区还实现远程医疗诊断；教育领域，在线教育APP提供海量课程资源，学生可随时随地学习，如学而思网校、作业帮等在疫

情期间发挥了重要作用，助力停课不停学。

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，主要依据国家统计局、商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、工信部、51行业报告网、全国及海外多种相关报纸杂志的基础信息等公布和提供的大量资料和数据，客观、多角度地对中国移动互联网市场进行了分析研究。报告在总结行业发展历程的基础上，结合新时期的各方面因素，对中国移动互联网的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。报告资料详实，图表丰富，既有深入的分析，又有直观的比较，为移动互联网企业在激烈的市场竞争中洞察先机，能准确及时的针对自身环境调整经营策略。本报告也可以用于专精特新“小巨人”申请申报。

报告目录

第一章 中国移动互联网行业界定与发展环境剖析

第一节 移动互联网行业界定

- 一、移动互联网的界定
- 二、移动互联网业务体系
- 三、移动互联网产业链结构

第二节 中国移动互联网行业政策环境

- 一、行业监管体系及机构介绍
- 二、行业标准体系建设现状
- 三、行业相关政策规划汇总
- 四、政策环境对行业发展的影响分析

第三节 中国移动互联网行业经济环境

- 一、宏观经济发展现状
- 二、宏观经济发展展望

三、经济环境与移动互联网行业的关系

第四节 中国移动互联网行业社会环境

一、中国网民规模

二、中国网民上网设备情况

三、居民收入与支出分析

四、5g 基站建设规模

五、社会环境对移动互联网行业的影响分析

第五节 中国移动互联网行业技术环境

一、中国移动互联网技术发展现状

二、中国移动互联网核心产品及技术国产化情况

三、中国未来移动互联网核心技术升级展望

四、技术环境对中国移动互联网行业发展的影响分析

第六节 中国移动互联网行业发展的挑战

第二章 全球及中国移动互联网行业发展现状分析

第一节 全球移动互联网行业发展现状

一、全球移动互联网行业整体发展状况

二、全球移动互联网使用情况

三、全球主要国家/地区移动互联网普及情况

第二节 中国移动互联网行业发展现状

一、中国移动互联网普及情况

二、中国移动互联网设备出货情况

三、中国移动互联网市场规模

四、中国移动应用及服务发展情况

第三节 中国移动互联网用户行为分析

一、移动互联网用户属性分析

二、移动互联网网民行为分析

三、用户对移动互联的业务需求分析

第四节 中国移动互联网行业发展趋势分析

第三章 中国移动互联网商业模式应用分析

第一节 移动互联网商业模式相关概念

一、移动互联网商业模式的定义

二、移动互联网商业模式内在构成要素分析

三、移动互联网商业生态构成分析

第二节 中国移动互联网行业发展阶段

一、封闭的简单应用模式

二、终端+服务模式

三、开放平台融合模式

第三节 移动互联网主要盈利模式

第四节 移动互联网主要商业模式概况

一、平台模式

二、免费模式

三、软硬一体化模式

四、o2o 模式

第四章 app 应用市场及移动互联网典型商业模式分析

第一节 中国 app 应用市场发展状况

一、app 数量分析

二、app 分类分析

三、app 活跃度排名

第二节 app 企业商业模式及要素分析

一、app 开发的价值分析

二、app 商业模式汇总

三、app 客户定位

四、app 运营推广

五、app 开发盈利模式

六、app 开发成本分析

七、app 定价策略分析

第三节 app 应用典型商业模式分析

一、app 应用商店模式

二、移动电子商务商业模式

三、移动外卖商业模式

四、移动网约车商业模式

五、移动在线教育商业模式

六、移动搜索引擎商业模式

七、移动网络新闻商业模式

八、移动网络音乐商业模式

九、移动网络视频商业模式

十、移动网络直播商业模式

十一、移动支付商业模式

十二、移动游戏商业模式

十三、移动社交商业模式

第五章 移动互联网价值链与企业商业模式案例分析

第一节 移动互联网行业价值链

一、移动互联网行业价值链特点

二、行业价值链与商业模式的关系

第二节 移动互联网企业价值链的重构动因

一、市场驱动

二、技术驱动

三、价值使命感的驱动

四、资本驱动

五、政策驱动

第三节 已有不同类型厂商模式比较

一、运营商移动互联网模式

二、终端厂商移动互联网模式

三、互联网企业移动互联网模式

第四节 终端厂商移动互联网商业模式案例分析

一、三星商业模式分析

二、华为商业模式分析

三、苹果商业模式分析

四、小米商业模式分析

第五节 互联网企业移动互联网商业模式

一、百度移动互联网商业模式分析

二、阿里巴巴移动互联网商业模式分析

三、腾讯移动互联网商业模式分析

四、字节跳动移动互联网商业模式分析

五、谷歌移动互联网商业模式分析

六、搜狐移动互联网商业模式分析

第六节 运营商移动互联网商业模式

一、中国联通移动互联网商业模式分析

二、中国电信移动互联网商业模式分析

三、中国移动移动互联网商业模式分析

第六章 移动互联网行业商业模式演变路径及创新策略

第一节 市场运营理论

一、市场运营特性

二、市场运营构成的条件

三、市场运营的维度

四、市场运营的方法

第二节 移动互联网行业商业模式演变路径

第三节 移动互联网商业模式演变层级

一、第一层级：app 增值模式

二、第二层级：授权定制模式

三、第三层级：电商模式

四、第四层级：广告模式

五、第五层级：个性化模式

第四节 移动互联网市场运营途径

第五节 移动互联网市场运营案例

一、亚马逊——资源驱动创新

二、阿卡迈——产品/服务驱动创新

三、巴蒂电信——客户驱动创新

四、阿里巴巴——需求驱动创新

第七章 移动互联网企业市场运营内在价值机理

第一节 移动互联网企业由价值零散到价值网络

一、移动互联网产业链的价值分析

二、移动互联网企业零散型的价值结构

三、移动互联网企业网络型的价值结构

四、移动互联网企业价值网络中的创新行为

第二节 移动互联网企业市场运营中的价值创造机理

一、移动互联网企业价值创造模式

二、移动互联网企业价值生产过程

第三节 移动互联网企业市场运营中的价值实现机理

一、移动互联网企业价值实现的手段

二、移动互联网企业的赢利机理

第四节 移动互联网企业市场运营中的价值维持机理

一、移动互联网企业持续竞争优势保持

二、移动互联网企业价值管理

第五节 移动互联网企业市场运营中的价值创新机制

一、移动互联网企业价值模块创新

二、移动互联网企业价值创新路径

三、移动互联网企业价值网络的升级

第八章 中国移动互联网商业模式设想及发展策略建议

第一节 运营商为核心的模式设想及发展策略

一、运营商产业链地位变化趋势

二、运营商在移动互联网的 swot 分析

三、国外运营商运营模式

四、运营商为核心的产业链发展趋势

五、未来运营商移动互联网发展策略

第二节 互联网公司为核心的模式设想及发展策略

一、互联网公司产业链地位变化趋势

二、互联网公司在移动互联网的 swot 分析

三、互联网公司商业模式发展趋势

四、互联网公司移动互联网发展策略

第三节 终端企业为核心的模式设想及发展策略

一、终端企业产业链地位变化趋势

二、终端企业在移动互联网的 swot 分析

三、终端企业商业模式发展趋势

四、终端企业移动互联网发展策略

图表目录

图表：2021-2024年国内生产总值及其增长速度

图表：2021-2024年三次产业增加值占国内生产总值比重

图表：2024年分行业固定资产投资(不含农户)占比

图表：2021-2024年国内社会消费品零售总额及其变动情况(单位：万亿元)

图表：2021-2024年国内居民消费价格指数变动情况

图表：2021-2024年全国人民币贷款存款余额与贷款余额(单位：万亿元)

图表：2021-2024年国内对外贸易总额及其增长情况

图表：2021-2024年全国居民人均可支配收入(单位：元)

图表：2021-2024年国内城镇和乡村居民消费支出对比(单位：元)

图表：2024年全国居民人均消费支出及其构成

把握投资 决策经营！

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

报告编号：4063891

本文地址：<https://www.51baogao.cn/baogao/20251209/4063891.shtml>

在线订购：[点击这里](#)