

2013-2018年中国移动互联网市场竞争态势及发展前景研究报告

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

《2013-2018年中国移动互联网市场竞争态势及发展前景研究报告》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/201311/99946.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

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。移动通信和互联网成为当今世界发展最快、市场潜力最大、前景最诱人的两大业务，它们的增长速度都是任何预测家未曾预料到的，所以移动互联网可以预见将会创造经济神话。移动互联网的优势决定其用户数量庞大，截至2012年9月底，全球移动互联网用户已达15亿。

数据统计，截至2012年6月底，中国网民数量达到5.38亿，其中手机网民达到3.88亿，较2011年底增加了约3270万人，网民中用手机接入互联网的用户占比由上年底的69.3%提升至72.2%。而台式电脑为3.80亿，手机网民的数量首次超越台式电脑网民的数量，也意味着移动互联网迎来了它高速发展的时期。

如果按照网络接入模式来讲，要真正实现移动互联网，就会花费很大的成本，但是侯自强说到为了减少成本，可以将基站直接接入互联网而避开移动网。以颠覆性技术提供颠覆性业务，最终实现随时随地上网。

移动互联网拥有广阔的前景，对互联网企业来说，可谓是一块巨大的蛋糕，谁都想抢先进入这个市场，赢得先机大咬一口。因此，可以预见，对移动互联网行业市场与用户的争夺将越演越烈，而这些潜在的用户拥有着与以往不同的特点，也使得互联网企业的下一步战略将面临更多的挑战。

中企顾问发布的《2013-2018年中国移动互联网市场竞争态势及发展前景研究报告》共九章，内容严谨、数据翔实，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，以及我公司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研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

第一章移动互联网产业概述 8

第一节移动互联网产业定义 8

第二节移动互联网产业发展历程 8

第三节移动互联网产业链分析 9

第二章中国移动互联网产业发展环境分析 14

第一节中国经济环境分析	14
一、宏观经济	14
二、工业形势	15
三、固定资产投资	16
第二节移动互联网产业相关政策	18
一、国家“十二五”产业政策	18
二、其他相关政策	19
第三节中国移动互联网产业发展社会环境分析	20
第三章全球移动互联网市场分析	23
第一节美国	23
第二节日本	23
第三节欧盟	24
第四节韩国	25
第五节重点厂商分析	25
第四章中国移动互联网产业发展现状分析	29
第一节移动互联网市场概要	29
第二节移动互联网供给分析	31
一、2010-2017年中国移动互联网硬件供给及增长率分析	31
二、人工智能产品将进一步整合到移动互联网终端	33
三、2013-2017年LTE 网络建设趋势分析	37
第三节移动互联网市场盈利模式分析	43
一、移动运营商门户网站模式	43
二、运营商自推“I M”业务模式	45
三、终端手机厂商开发软件进军移动互联网模式	47
四、搜索引擎服务商开发手机终端模式	51
第四节 2010-2012年中国移动互联网消费者调查	53
一、移动互联网用户上网驱动力及访问方式	53
二、移动互联网用户移动网络应用使用偏好	55
三、用户线下购物行为分析	56
四、用户使用移动支付的方式及影响因素	57

五、用户向移动互联网转移的影响因素	58
六、移动互联网用户对广告的接触情况	60
七、移动互联网用户对移动广告的态度	61

第五章中国移动互联网产业总体发展状况	63
第一节中国移动互联网产业规模情况分析	63
一、产业单位规模情况分析	63
二、产业人员规模状况分析	66
三、产业资产规模状况分析	70
四、产业市场规模状况分析	70
第二节中国移动互联网产业发展能力分析	72
第三节产业竞争结构分析	72
一、现有企业间竞争	72
二、市场集中度	75
三、市场供需平衡度	76
四、推动市场主要要素及障碍因素	80
第四节产业链发展趋势	82
第五节移动互联网行业竞争与合作分析	84
第六节移动互联网企业竞争策略分析	89

第六章 2012年我国移动互联网产业重点区域分析	91
第一节华北	91
第二节华南	93
第三节华东	96
第四节华西	97

第七章移动互联网产业市场分析	101
第一节重点产品	101
一、市场应用及特点	101
二、供应商分析	105
第二节技术分析	108
一、技术现状	108

二、创新技术研发及方向	110
第三节市场销售模式	110
第四节消费群体属性分析	111
第八章移动互联网国内重点生产厂家分析	123
第一节中国移动有限公司	123
一、企业基本概况	123
二、企业经营与财务状况分析	123
三、企业竞争优势分析	124
四、企业未来发展战略与规划	126
第二节中国联合网络通信股份有限公司	126
一、企业基本概况	126
二、企业经营与财务状况分析	127
三、企业竞争优势分析	130
四、企业未来发展战略与规划	130
第三节中国电信股份有限公司	131
一、企业基本概况	131
三、企业竞争优势分析	132
四、企业未来发展战略与规划	133
第四节中兴通讯股份有限公司	134
一、企业基本概况	134
二、企业经营与财务状况分析	134
三、企业竞争优势分析	136
四、企业未来发展战略与规划	138
第五节华为技术有限公司	138
一、企业基本概况	138
二、企业经营与财务状况分析	139
三、企业竞争优势分析	139
四、企业未来发展战略与规划	141
第九章 2013-2017年移动互联网产业发展趋势及投资风险分析	143
第一节当前移动互联网市场存在的问题	143

第二节移动互联网未来发展预测分析	147
一、2013-2017年中国移动互联网产业发展规模	148
二、2013-2017年中国移动互联网产业技术趋势预测	148
三、总体产业“十二五”整体规划及预测	151
第三节 2013-2017年中国移动互联网产业投资风险分析	153
一、政策风险	153
二、商业模式与盈利模式如何拉近与“钱”的距离	153
三、微创新与不创新的博弈	153
四、支付渠道单一且不完善	153
五、市场竞争惨烈	154
第四节专家建议	154

报告图表目录

图表 1 移动互联网定义以及分类	8
图表 2 中国移动互联网产业链构成	9
图表 3 移动终端层产业链构成	10
图表 4 移动软件层产业链构成	11
图表 5 移动应用层产业链构成	11
图表 6 2013年1季度国内生产总值初步核算数据	14
图表 7 GDP环比增长速度	15
图表 8 2012-2013年3月规模以上工业增加值同比增长速度	16
图表 9 2012-2013年3月固定资产投资（不含农户）同比增速	17
图表 10 我国手机网民规模（单位：万人）	21
图表 11 我国手机网民比例	21
图表 12 日本移动互联网业务面向大众市场（手机支付/电视/导航/阅读）	23
图表 13 日本运营商积极的进行开放合作（SOFTBANK/NTT DOCOMO）	24
图表 14 全球已进入移动互联网时代	29
图表 15 各种个人终端对比	30
图表 16 全球移动智能终端增速远高于桌面终端	31
图表 17 中国移动互联网用户数正快速超越互联网用户数	32
图表 18 2009-2013年全球手机、PC出货量及智能手机销量统计表	32
图表 19 移动互联网人工智能使用模式资料	33

图表 20 人工智能的进展案例	34
图表 21 人类使用XBOX 360 KINECT 以自然体式使用智能终端软件	35
图表 22 人类使用自然语言与SIRI 交谈	36
图表 23 麻省理工大学 MEDIA LAB“第六感”项目	36
图表 24 2010-2013年全球LTE网络发展速度分析	38
图表 25 2011-2017年全球LTE 用户数预测	38
图表 26 2011-2017年全球LTE 投资规模预测图	38
图表 27 2011-2013年全球智能手机保有量快速增长（截止2013.5）	39
图表 28 2013年H1全球LTE 终端类型分布	39
图表 29 2013年H1全球LTE 网络部署情况	40
图表 30 2008-2013中国三大运营商传输资本开支及预测	41
图表 31 2008-2013中国三大运营商无线资本开支及预测	41
图表 32 2008-2013中国三大运营商总体资本开支分运营商及预测	42
图表 33 2008-2013中国三大运营商总体资本开支分业务及预测	42
图表 34 移动梦网为SC/CP 提供的服务类型	44
图表 35 维信服务运营模式图	49
图表 36 维信广告模式图	50
图表 37 国内LTE 产业链全图	63
图表 38 2008-2012年中国移动互联网广告市场规模增长趋势图	71
图表 39 2008-2012年中国移动互联网广告市场规模增长趋势图	71
图表 40 移动互联网三足鼎立：运营商、互联网企业和终端厂商	73
图表 41 未来电信产业价值链演变趋势	73
图表 42 移动互联网时代的三大商业模式	74
图表 43 以用户为中心的发展理念	75
图表 44 移动互联网时代下，以用户需求为导向的发展趋势	75
图表 45 互联网时代的价值发展曲线	77
图表 46 未来移动互联网时代的价值发展曲线	77
图表 47 移动互联网的“羊群效应”，更快	78
图表 48 移动互联网的“长尾理论”，更差异	79
图表 49 电信产业中网络、终端、业务快速发展趋势	85
图表 50 移动互联网时代各阵营之间产业融合趋势	86
图表 51 运营商的“无线城市”战略	87

图表 52 运营商的物联网战略之一——“车联网”	87
图表 53 “平台-终端”模式颠覆运营商的主导地位	88
图表 54 产业链竞争力要素分析	89
图表 55 产业环境竞争力要素分布	90
图表 56 2009-2012年各季度软件和信息服务业固定资产情况	91
图表 57 2007-2012年各季度北京软件和信息服务业企业景气指数	93
图表 58 2007-2012年各季度北京软件和信息服务业企业家信心指数	93
图表 59 主要产品与技术状况	98
图表 60 移动互联网应用的发展阶段	101
图表 61 移动互联网网民性别比例	111
图表 62 一线城市移动互联网网民女性比例略高于其他地区	112
图表 63 移动互联网网民年龄分布对比	112
图表 64 人群比例下降，中等收入比例上升	113
图表 65 移动互联网网民职业分布移动互联网网民月收入分布	113
图表 66 移动互联网网民手机类型分布	114
图表 67 45%非智能机用户表示未来半年内将更换智能机	114
图表 68 智能手机操作系统分布	115
图表 69 移动互联网网民每天上网时长	116
图表 70 移动互联网网民上网频率	116
图表 71 移动互联网网民上网地点分布	116
图表 72 用户会在什么环境下使用智能手机上网	117
图表 73 移动互联网网民上网时间段分布	118
图表 74 智能手机和平板用户看电视时的使用习惯	118
图表 75 移动互联网网民上网行为	119
图表 76 移动互联网网民最常访问的WAP网站类型	120
图表 77 移动互联网网民最常使用的APP类型	121
图表 78 移动互联网网民安装APP个数	121
图表 79 移动互联网网民每天使用APP时长	122
图表 80 中国联合网络通信股份有限公司主营业务收入情况	129
图表 81 中国联合网络通信股份有限公司主营业务分行业、分产品情况	129
图表 82 中国联合网络通信股份有限公司主营业务分地区情况	130
图表 83 2012年中兴通讯股份有限公司按照行业、产品及地区划分的各项指标及与上年度对比	

图表 84 华为技术有限公司5年财务概要	139
图表 85 2013-2017年中国移动互联网产业规模增长趋势图	148
图表 86 典型电信业务、互联网业务在移动互联网上的融合	154
图表 87 创新的移动互联网业务和商业模式（APPSTORE和FOURSQUARE）	155
图表 88 移动互联网业务的分阶段启动	156
图表 89 移动互联网业务发展的相关因素分析	157
图表 90 手机媒体已经成为用户不可或缺的第5类媒体	158
图表 91 手机阅读商业模式清晰，用户基础良好	158
图表 92 中国移动互联网用户比较年轻	159
图表 93 腾讯收入结构分析（社区产品收入占比较高）	159
图表 94 竞争已经在移动互联网产业链的各个环节展开	160
图表 95 中国移动的媒体化布局（八大业务基地）	160
图表 96 移动互联网产业生态体系	161
图表 97 移动互联网产业链各方竞争能力在3G/移动互联网时代前后对比	162
图表 98 日韩以运营商为中心/中国以移动应用为中心的移动互联网发展模式对比	164
图表 99 中国互联网厂商已经开始构建生态体系	164
图表 100 中国移动面临的无线音乐竞争环境	165
图表 101 各类企业纷纷推出移动互联网终端	166
图表 102 乐PHONE内置本土化应用和程序商店	167
图表 103 SP的发展和转型之路	168
图表 104 空中和当乐的游戏平台	168
图表 105 数字内容在手机阅读平台上发布过程	169
图表 106 移动互联网是传统媒体的新渠道（报纸/出版/电视/杂志/音乐）	169
图表 107 移动互联网不同业务的竞争格局分析	169

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201311/99946.html>