

2020-2026年中国移动互联网市场深度评估与投资战略咨询报告

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年中国移动互联网市场深度评估与投资战略咨询报告》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/202005/166161.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

随着 App 几乎成为各行各业所有消费业务日益重要的渠道，我们看到，Google Play 和 iOS 应用商店中的 App 数量已经超过了 600 万。因此，App 营销，特别是 App 商店优化和付费用户获取，对于那些希望有所作为的竞争者来说已变得越发重要。2017 年用户的 App 下载量比 2015 年高 60%。这相当于世界上每个人每月下载近 2 款 App。 2015-2017 年全球 App 下载总量走势图资料来源：APP ANNIE

Google Play、iOS 应用商店和第三方 Android 商店的总消费额在过去两年翻了一番还多，达到 860 多亿美元。智能手机和 App 在发展中经济体的广泛普及，以及 App 在成熟市场中消费额占比的增加，都将推动消费额的增长。2015-2017 年全球 APP 商店消费总额走势图资料来源：APP ANNIE

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，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

第一章国内移动互联网业概念及发展状况12

1.1移动互联网概念12

1.1.1移动互联网发展历程12

1.1.2移动互联网产业链结构13

1.1.3移动互联网业务体系15

1.1.4移动互联网地区发展布局16

1.2移动互联网行业数据17

1.2.1国内移动互联网状况17

我国移动互联网产业发展迅猛，2013 年我国移动互联网市场规模为 4734.3 亿元，2017 年增长至 82298.8 亿元。2013-2017 年我国移动互联网市场规模走势图资料来源：中企顾问网整理

根据测算，2017 年我国流量费规模达 5481.1 亿元，移动购物规模达 60678.9 亿元，移动营销规模达 2469.0 亿元，移动娱乐规模达 1481.4 亿元，移动生活服务规模达 12188.5 亿元。2013-2017 年我国移动互联网市场规模走势图资料来源：中企顾问网整理

1.2.2国外移动互联网发展状况19

1.2.3移动互联网发展政策环境24

1.3移动互联网商业模式分析方法27

1.3.1商业模式构成要素27

1.3.2商业模式画布结构27

第二章移动互联网行业发展历程及商业模式应用29

2.1国内移动互联网行业发展阶段29

2.1.1封闭的简单应用模式29

2.1.2终端+服务模式31

2.1.3开放的平台融合模式35

2.1.4未来用户集聚模式36

2.2不同商业模式在移动互联网中的运用36

2.2.1非绑定式商业模式36

2.2.2长尾式商业模式39

2.2.3多边平台式商业模式42

2.2.4免费式商业模式44

2.2.5开放式商业模式45

LLQZJCWB第三章移动互联网价值链与企业商业模式案例分析47

3.1移动互联网行业价值链47

3.1.1移动互联网行业价值链特点47

3.1.2行业价值链与商业模式的关系47

3.2已有不同类型厂商模式比较49

3.2.1运营商移动互联网模式49

3.2.2终端厂商移动互联网模式49

3.2.3互联网企业移动互联网模式49

3.3终端厂商移动互联网商业模式案例分析50

3.3.1苹果商业模式分析50

3.3.2三星商业模式分析52

3.4传统互联网企业移动互联网商业模式54

3.4.1百度移动互联网商业模式分析54

3.4.2谷歌移动互联网商业模式分析56

- 3.4.3 搜狐移动互联网商业模式分析59
- 3.4.4 奇虎360移动互联网商业模式分析62
- 3.4.5 微软移动互联网商业模式分析64
- 3.4.6 腾讯移动互联网商业模式分析65
- 3.4.7 阿里巴巴移动互联网商业模式分析67
- 3.4.8 小米移动互联网商业模式分析68
- 3.5 运营商移动互联网商业模式70
- 3.5.1 中国联通移动互联网商业模式分析70
- 3.5.2 中国电信移动互联网商业模式分析74
- 3.5.3 中国移动移动互联网商业模式分析77

第四章APP应用市场及移动互联网典型商业模式分析81

- 4.1 APP应用市场发展状况81
 - 4.1.1 全球移动应用数量规模81
 - 4.1.2 全球移动应用付费规模82
 - 4.1.3 全球移动应用分类情况82
 - 4.1.4 APP应用开发者情况84
- 4.2 APP应用开发企业商业模式要素分析85
 - 4.2.1 APP开发价值主张85
 - 4.2.2 APP开发客户定位85
 - 4.2.3 APP开发企业客户运营分析87
 - 4.2.4 APP运营推广渠道与方式90
 - 4.2.5 APP应用企业核心资源与合作伙伴96
 - 4.2.6 APP应用收入来源96
 - 4.2.7 APP开发成本结构109
- 4.3 APP应用典型商业模式分析111
 - 4.3.1 APP应用商店模式111
 - 4.3.2 移动支付商业模式114
 - 4.3.3 手机游戏商业模式120
 - 4.3.4 移动社交商业模式122
 - 4.3.5 移动电子商务商业模式126
 - 4.3.6 移动安全服务商业模式130

4.3.7LBS位置服务商业模式132

第五章移动互联网行业商业模式演变路径及创新策略134

5.1移动互联网行业商业模式演变路径134

5.1.1互联网商业模式发展路径134

5.1.2移动互联网商业模式发展路径135

5.2移动互联网商业模式演变层级135

5.2.1第一层级：APP增值模式135

5.2.2第二层级：行业定制模式137

5.2.3第三层级：电商模式137

5.2.4第四层级：广告模式139

5.2.5第五层级：个性化模式141

5.3移动互联网盈利模式瓶颈141

5.3.1移动互联网主要盈利模式141

5.3.2移动互联网盈利模式挑战142

5.4未来移动互联网商业模式趋势142

5.4.1价值链变化趋势142

5.4.2盈利模式变化趋势142

5.4.3市场主体变化趋势143

5.5移动互联网商业模式创新143

5.5.1亚马逊——资源驱动创新143

5.5.2阿卡迈——产品/服务驱动创新144

5.5.3巴蒂电信——客户驱动创新145

第六章国内移动互联网未来将由谁主导147（）

6.1运营商为核心的模式设想147

6.1.1运营商产业链地位变化趋势147

6.1.2运营商SWOT分析148

6.1.3国外运营商运营模式148

6.1.4运营商为核心的产业链发展趋势152

6.1.5未来运营商移动互联网发展策略153

6.2互联网企业为核心的模式设想155

6.2.1	互联网公司产业链地位变化趋势	155
6.2.2	互联网公司SWOT分析	155
6.2.3	互联网公司商业模式发展趋势	156
6.2.4	互联网公司移动互联网发展策略	156
6.3	终端企业为核心的模式设想	158
6.3.1	终端企业产业链地位变化趋势	158
6.3.2	终端企业SWOT分析	158
6.3.3	终端企业商业模式发展趋势	159
6.3.4	终端企业移动互联网发展策略	159 ()
6.4	移动互联网企业竞争力及趋势分析	161
6.4.1	移动互联网企业格局	161
6.4.2	移动互联网发展前景	162

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202005/166161.html>