



艾凯咨询
ICAN Consulting

移动互联网商业模式研究报告

一、调研说明

《移动互联网商业模式研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/174349.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

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、摘要、目录、图表

[摘要]

现代信息技术的飞速发展正在改变我们的社会，移动通讯的迅猛增长和互联网的普及是信息领域里最重要的两件大事，将两者结合到一起是人们的梦想，有着广阔动人的市场前景。

同有线互联网相比，移动互联网借助移动通讯的发展成果，已经拥有大量的移动网络终端和成熟的用户基础，欧美和日韩的移动互联网早已起步多是，同这些国家相比我国移动互联网产业还有相当大的差距，为什么会有如此大的差距？

移动互联合作供应商业模式是日韩移动互联网能够寻梦发展的关键，日本的i—Mode、韩国的SK电讯的NATE发展经验表明，要推动移动数据业务的健康发展，必须构建密切协作的产业价值链和能使各方获益的商业运作模式。

本文通过对全球移动互联网发展状况的深入分析，指出中国移动互联网未来发展的促进与制约因素，预测了中国移动互联网未来发展趋势，并对我国移动互联网向3G的演进面临的问题、时机与策略做出了判断。

本文通过对移动互联网产业链的深入考察，全面解析中国移动互联网产业链现状与变化趋势。对于各产业链各环节进行深入分析，探讨其商业模式，同时再以国内外移动互联网商业模式的比较找出适合我们发展的答案，找出各环节之间的相互作用。

本文通过对互联网商业模式的研究，同时结合与移动互联网的相关性研究，找出成功的成熟的互联网的商业模式，给移动互联网的发展以启示，最后提出的关于移动互联网的发展战略。艾凯数据研究中心是专业和专注的产业研究机构，拥有多年的产业研究、市场研究、市场调研、行业研究及项目咨询的专业经验，是中国市场领先的研究报告和竞争情报提供商。网站每天更新大量行业分析报告、图表资料、投资情报、竞争情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利。我们与国内各大数据源，（包括国家统计局、国家信息中心、国家海关总署、地方政府机构、行业协会等权威机构）建立战略合作关系，保障准确、权威、可靠的数据信息服务。本报告为艾凯数据研究中心原创，近期我公司发现一些不良公司及个人将本公司的报告目录原样或改头换面后挂在其网站或一些博客网站进行宣传销售，对不明情况的客户进行欺诈。本产业研究中心郑重声明：本报告为我单位原创,为确保您所购买报告的准确、真实、权威，请直接从本中心购买，我单位没有开展其它代理销售渠道，敬请识别，谨防上当受骗！

目录 TABLE OF CONTENTS

图表目录 LIST OF FIGURES 5

第一章 前言 EXECUTIVE SUMMARY

第二章 移动互联网概述

2.1 移动互联网定义

2.1.1 移动互联网的定义

2.1.2 移动互联网的变迁

2.2 全球移动互联网发展现状及趋势

2.2.1 全球移动互联网综述

2.2.2 典型国家或地区的移动互联网状况

2.3 全球移动互联网发展推动因素

2.4 全球移动互联网发展预测和趋势

第三章 运营商来自移动互联网的挑战

3.1 中国移动增值服务发展

3.2 梦网模式/联通在信模式

3.3 移动互联网运营商强势地位面临多方面的挑战

3.4 移动运营商发展移动互联优劣分析

3.5 发展移动互联是移动运营商的重要战略

第四章 国内外移动互联业务案例分析

4.1 日本NTT DOCOMO

4.1.1 日本NTT DoCoMo移动互联发展

4.1.2 NTT DoCoMo 移动互联用户规模及增长趋势

4.1.3 NTT DoCoMo 移动互联的资费定义

4.1.4 NTT DoCoMo 3G业务

4.1.5 NTT DoCoMo 典型移动业务

4.1.6 NTT DoCoMo 移动互联网的产业链策略

4.1.7 NTT DoCoMo 移动互联发展借鉴

4.2 韩国SK的互联网融合战略

4.2.1 SKT 3G发展

4.2.2 SKT的品牌化移动互联服务

4.2.3 SKT的细分市场策略

4.2.4 SKT移动互联思路下的内容营销策略

4.2.5 SKT跨平台的移动+互联网模式

4.2.6 SKT移动互联网经验总结

4.3 和黄3G的合作联盟战略

4.3.1 和黄3G的发展

4.3.2 和记3G的主要服务

4.3.3 和黄3G的打造移动互联价值链和合作策略

4.4 IPHONE模式

第五章 移动互联网对互联网商业模式的借鉴

5.1 互联网的典型商业模式的借鉴

5.1.1 互联网注意力经济（门户网站模式）

5.1.2 电子商务、网络营销

5.1.3 体验经济（网络游戏模式）

5.1.4 搜索模式

5.1.5 WEB2.0（个人博客、视频分享）

5.2 移动互联网与互联网商业模式的差异

第六章 移动互联网典型应用

6.1 移动互联网与互联网应用的差异

6.2 信息服务

6.3 沟通服务

6.4 娱乐

6.5 移动商务

6.6 手机广告

6.7 位置服务

6.8 WEB2.0：个人SNS；个人PIM；社区

第七章 运营商如何打造移动互联网产业链

7.1 打造移动互联网的商业价值

7.2 运营商移动互联网战略的角色定位

7.2.1 业务模式向运营模式转型

7.2.2 运营商发展移动互联网的竞争力

7.3 运营商打造移动互联网的产业链

模式研究报告》，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，以及我中心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。

第八章 移动互联网的发展建议

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/174349.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度, 众多新老客户。