



艾凯咨询
ICAN Consulting

中国手机客户端软件市场消费者 调研及投资商机研究报告（20 11-2015）

一、调研说明

《中国手机客户端软件市场消费者调研及投资商机研究报告（2011-2015）》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/187479.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

互联网的普及，使人们发现了客户端软件附带的价值。随着3G的到来，手机智能化程度的提高及移动互联网的普及，手机客户端软件也迎来新的发展契机。

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。

第一章 2010-2011年中国手机客户端软件现状综述

第一节 手机客户端软件概述

- 一、手机客户端软件发展背景
- 二、手机客户端软件产品及分类
- 三、手机客户端软件产业发展演进

第二节 2010-2011年中国手机客户端软件运行态势分析

- 一、软件开发需要适配不同终端
- 二、越来越多的个人开发者将加入
- 三、终端厂商与产业链其他厂商合作密切
- 四、FREE模式是国内当前主流
- 五、手机应用承载业务还较单调
- 六、价值分配出现多种主导模式

第三节 2010-2011年中国手机客户端软件用户规模分析

- 一、智能手机用户规模
- 二、手机客户端软件用户规模

第四节 2010-2011年中国手机客户端软件对移动增值业务的贡献

- 一、手机应用软件对增值业务的贡献
- 二、增值业务承载型手机客户端软件比例

第二章 2010-2011年中国手机客户端软件产业发展动因及问题探讨

第一节 2010-2011年中国手机客户端软件发展动因

- 一、价值驱动
- 二、需求拉动

- 三、技术驱动
- 四、开发平台驱动
- 五、产业链各方推动
- 六、终端发展推动

第二节 2010-2011年中国手机客户端软件存在问题探讨

- 一、业务推广问题
- 二、价值分配问题
- 三、市场配套问题
- 四、终端问题

第三章 2010-2011年中国手机客户端软件产业对相关产业影响分析

第一节 2010-2011年中国手机客户端软件对手机产业影响

- 一、中国手机品牌分析
 - 二、手机行业经营业绩分析
 - 1、中国手机消费情况分析
 - 2、一线城市手机消费分析
 - 3、二三线城市手机的消费
 - 4、农村手机市场消费分析
 - 5、3G手机的推出对产业的影响分析
 - 三、近几年中国手机产业数据监测
 - 1、近三年中国手机制造业经济指标同比分析
 - 2、2006-2010年中国手机产量数据分析
 - 3、2006-2009年中国无绳电话机进出口数据分析（85171100）
 - 四、2010-2011年中国手机行业售后服务分析
- ### 第二节 2010-2011年中国手机客户端软件对互联网业务的影响
- 一、近年来中国网络用户规模分析
 - 二、网络用户增长率分析
 - 三、互联网消费结构与特点
 - 四、网络广告、网络游戏在互联网地位分析
 - 五、手机客户端软件对互联网业务的影响分析
- ### 第三节 2010-2011年中国手机客户端软件对手机增值业务影响

第四章 2010-2011年中国手机客户端软件用户研究

第一节 被调查者用户特征

- 一、智能手机、非智能手机用户结构
- 二、年龄分布
- 三、性别结构
- 四、婚姻状况
- 五、学历状况
- 六、收入状况
- 七、职业状况
- 八、用户对手机各类功能使用情况

第二节 手机客户端软件用户安装研究

- 一、手机客户端软件用户渗透率
- 二、用户主动安装与被动安装情况分析
- 三、用户主动安装客户端软件的考虑因素
- 四、用户对被动安装手机客户端软件态度

第三节 手机客户端软件用户使用研究

- 一、手机应用软件使用偏好及排名分析
- 二、用户放弃使用某手机客户端软件的原因
- 三、手机客户端软件吸引用户关键因素
- 四、手机客户端软件用户付费行为调研
 - 1、现有用户手机费用支出
 - 2、用户通过手机客户端产生的额外消费
 - 3、用户对不同支付方式的偏好
 - 4、用户对支付方式选择的考虑因素

第四节 手机客户端软件需求及期望研究

- 一、用户需要什么样的客户端软件
- 二、对功能需求
- 三、对UI的需求
- 四、对业务模式的期望
- 五、现有用户与潜在用户需求差异
- 六、各手机应用软件吸引力排名

第五章 2010-2011年中国手机客户端软件营销解析

第一节 2010-2011年中国手机客户端软件目标用户策略分析

一、娱乐应用群体

二、商务应用群体

第二节 2010-2011年中国手机客户端软件产品策略分析

一、产品开发设计

二、产品发展方向

第三节 2010-2011年中国手机客户端软件推广渠道策略分析

一、主要手机客户端软件推广渠道评价

二、客户期望的推广渠道

三、软件厂商推广渠道发展策略建议

第六章 2010-2011年中国手机客户端软件商业模式运作分析

第一节 2010-2011年中国手机客户端软件主要商业模式分析

一、市场发展状况决定了商业模式的不成熟

二、主要商业模式对比分析

三、商业模式发展存在的问题

第二节 模式评估体系

第三节 商业模式评估方法

第四节 商业模式评估

一、价值链健康度评测

二、盈利能力评测

三、未来潜力评测

四、不易效仿性评测

五、对客户价值评测

六、资源有效整合能力评测

七、不利因素的克服能力评测

第五节 商业模式总结

第七章 2010-2011年中国手机客户端软件全新发展模式——手机客户端PORTAL

第一节 手机客户端PORTAL概述

第二节 手机客户端发展模式创新提出

第三节 手机客户端PORTAL模式优势及价值

1、手机客户端PORTAL模式的优势

2、手机客户端PORTAL模式的价值

第四节 手机客户端PORTAL对产业链的影响

第五节 手机客户端PORTAL模式商业价值

第六节 PORTAL模式使用实例

第八章2010-2011年中国手机客户端软件产业投资环境分析

第一节 2010-2011年中国宏观经济环境分析

一、中国GDP分析

二、消费价格指数分析

三、城乡居民收入分析

四、社会消费品零售总额

五、全社会固定资产投资分析

六、进出口总额及增长率分析

第二节 2010-2011年中国手机客户端软件政策环境分析

一、产业政策分析

二、相关产业影响分析

三、产业相关法律法规分析

第三节 2010-2011年中国机客户端软件社会环境分析

一、产业政策分析

二、相关产业影响分析

三、产业相关法律法规分析

第四节 2010-2011年中国机客户端软件技术环境分析

第九章2011-2015年中国手机客户端软件产业投资战略研究

第一节 2011-2015年中国手机客户端软件行业投资概况

一、手机客户端软件行业投资特性

二、手机客户端软件具有良好的投资价值

第二节 2011-2015年中国手机客户端软件投资机会分析

一、手机客户端软件投资热点

二、手机客户端软件投资吸引力分析

第三节 2011-2015年中国手机客户端软件投资风险及防范

一、技术风险分析

二、金融风险分析

三、政策风险分析

四、竞争风险分析

第四节 权威专家投资建议

第十章 2011-2015年中国手机客户端软件前景预测分析

第一节 2011-2015年中国手机客户端软件新趋势探析

一、软件功能成为个性化手机的重要概念

二、软件定制化趋势将进一步加强

三、后向收费的商业模式将成主流

四、业务承载型软件将是开发重点

五、软件开发门槛将更低

六、软件产品种类会更加丰富，数量会减少

第二节 2011-2015年中国手机客户端软件市场前景预测

一、手机客户端软件市场规模预测

二、手机客户端软件市场供给情况预测分析

三、手机客户端软件市场需求情况预测分析

第三节 2011-2015年中国手机客户端软件市场盈利预测分析

图表名称：部分

图表 手机客户端软件产品及分类

图表 用户手机操作系统分布

图表 中国智能手机用户规模现状及趋势

图表 2006-2010年手机客户端用户规模及增长

图表 手机客户端软件对增值业务的贡献百分比

图表 移动增值业务承载型手机客户端软件增长趋势

图表 手机客户端软件用户收入分布

图表 手机客户端软件用户年龄分布

图表 手机客户端软件用户学历分布

图表 手机客户端软件用户职业分布

图表 手机客户端软件现有和潜在用户月手机费用支出

图表 手机客户端软件现有和潜在用户月手机上网费用支出

图表 手机客户端软件用户手机功能使用情况

图表 手机客户端软件用户渗透率

图表 手机客户端软件用户主动与被动安装情况

图表 手机客户端软件用户获取软件方式选择

图表 用户主动安装一款手机客户端软件驱动力分析

图表 用户主动安装手机客户端软件的考虑因素

图表 用户对不熟悉的内置手机客户端软件的态度

图表 用户对内置手机客户端软件的使用情况

图表 用户最常用的手机客户端软件安装使用情况

图表 用户从未使用过的手机客户端软件调查

图表 用户最常用的手机客户端软件分布TOP7

图表 用户在尝试使用某款手机客户端软件后放弃使用情况

图表 用户放弃使用某款手机客户端软件的原因分析

图表 用户购买下一部手机时对客户端软件/下载平台的考虑

图表 手机客户端软件获得用户青睐的关键因素

图表 用户平均每月通过手机客户端产生的费用

图表 用户支付方式偏好分析

图表 用户选择手机支付方式的考虑因素

图表 现有用户对手机客户端软件使用期望分析

图表 潜在用户对手机客户端软件使用期望分析

图表 用户感兴趣的手机客户端软件分布

图表 九宫格导航设计

图表 淘宝网手机版

图表 在手机上使用支付宝支付

图表 开心网手机客户端界面

图表 校内网手机客户端界面

图表 手机客户端软件推广渠道评价表

图表 手机客户端软件主要商业模式分析

图表 手机客户端软件商业模式评估体系

图表 手机客户端软件商业模式评估方法

图表 手机客户端软件商业模式价值链健康度评测

图表 手机客户端软件商业模式盈利能力评测

图表 手机客户端软件商业模式未来潜力评测

图表 手机客户端软件商业模式不易效仿性评测

图表 手机客户端软件商业模式对客户价值评测

图表 手机客户端软件商业模式资源有效整合能力评测

图表 手机客户端软件商业模式不利因素克服能力评

图表 手机客户端软件商业模式等级评估结果

图表 客户端安装后出现"MM"图标

图表 移动MM的搜索功能

图表 推荐软件及相关信息界面（按星级排列）

图表 软件下载界面

图表 客户端集成了在线电视业务

图表 客户端提供的音乐下载

图表 安装天翼空间手机客户端成功后界面

图表 需要注册手机号才能进入CTMarket

图表 天翼空间应用超市商品分类列表

图表 天翼空间的软件商铺

图表 应用软件有详细信息和用户评价

图表 下载和安装软件

图表 下载后软件可以进行分类管理

图表 天翼空间的搜索功能

图表 2005-2010年中国GDP总量及增长趋势图

图表 2010年中国三产业增加值结构图

图表 2008-2010年中国CPI、PPI月度走势图

图表 2005-2010年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表 2005-2010年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表 2000-2009年中国城乡居民人均收入增长对比图

图表 1978-2009中国城乡居民恩格尔系数对比表

图表 1978-2009中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表 2005-2009年中国工业增加值增长趋势图

图表 2005-2010年我国社会固定资产投资额走势图

图表 2005-2010年我国城乡固定资产投资额对比图
图表 2005-2009年我国财政收入支出走势图
图表 2009年1月-2010年4月人民币兑美元汇率中间价
图表 2010年4月人民币汇率中间价对照表
图表 2009年1月-2010年3月中国货币供应量统计表 单位：亿元
图表 2009年1月-2010年3月中国货币供应量的增速走势图
图表 2001-2009年中国外汇储备走势图
图表 2005-2009年中国外汇储备及增速变化图
图表 2008年12月23日中国人民银行利率调整表
图表 2007-2008年央行历次调整利率时间及幅度表
图表 我国历年存款准备金率调整情况统计表
图表 2005-2010年中国社会消费品零售总额增长趋势图
图表 2005-2010年我国货物进出口总额走势图
图表 2005-2010年中国货物进口总额和出口总额走势图
图表 2005-2009年中国就业人数走势图
图表 2005-2009年中国城镇就业人数走势图
图表 1978-2009年我国人口出生率、死亡率及自然增长率走势图
图表 1978-2009年我国总人口数量增长趋势图
图表 2009年人口数量及其构成
图表 1978-2009年中国城镇化率走势图
图表 2005-2009年我国研究与试验发展（R&D）经费支出走势图
图表 略……

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/187479.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。