



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 中国手机客户端软件需求及应用 市场深度调研报告(2011- 2015年)

# 一、调研说明

《中国手机客户端软件需求及应用市场深度调研报告(2011-2015年)》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/188023.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

随着移动互联网应用环境不断改善，手机互联网的应用逐步丰富起来，手机浏览器、手机地图、手机搜索等等，用户通过手机体验到了越来越多的互联网应用。手机上网的随时、随地性使其成为PC上网的重要补充，伴随手机互联网业务的发展，手机客户端软件成为各方企业投资和发展的重点。

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家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。

### 正文目录

#### 第一章 2009-2010年中国手机客户端软件现状综述 3

##### 第一节 手机客户端软件概述 3

###### 一、手机客户端软件发展背景 3

###### 二、手机客户端软件产品及分类 3

###### 三、手机客户端软件产业发展演进 4

##### 第二节 2009-2010年中国手机客户端软件运行态势分析 6

###### 一、软件开发需要适配不同终端 6

###### 二、越来越多的个人开发者将加入 6

###### 三、终端厂商与产业链其他厂商合作密切 6

###### 四、FREE模式是国内当前主流 7

###### 五、手机应用承载业务还较单调 7

###### 六、价值分配出现多种主导模式 7

##### 第三节 2009-2010年中国手机客户端软件用户规模分析 7

###### 一、智能手机用户规模 7

###### 二、手机客户端软件用户规模 10

##### 第四节 2009-2010年中国手机客户端软件对移动增值业务的贡献 11

###### 一、手机应用软件对增值业务的贡献 11

###### 二、增值业务承载型手机客户端软件比例 11

#### 第二章 2009-2010年中国手机客户端软件产业发展动因及问题探讨 13

## 第一节 2009-2010年中国手机客户端软件发展动因 13

### 一、价值驱动 13

### 二、需求拉动 16

### 三、技术驱动 18

### 四、开发平台驱动 19

### 五、产业链各方推动 20

### 六、终端发展推动 21

## 第二节 2009-2010年中国手机客户端软件存在问题探讨 26

### 一、业务推广问题 26

### 二、价值分配问题 27

### 三、市场配套问题 27

### 四、终端问题 27

## 第三章 2009-2010年中国手机客户端软件产业对相关产业影响分析 29

### 第一节 2009-2010年中国手机客户端软件对手机产业影响 29

#### 一、中国手机品牌分析 29

#### 二、手机行业经营业绩分析 30

##### 1、中国手机消费情况分析 30

##### 2、一线城市手机消费分析 31

##### 3、二三线城市手机的消费 33

##### 4、农村手机市场消费分析 34

##### 5、3G手机的推出对产业的影响分析 34

#### 三、近几年中国手机产业数据监测 36

#### 四、2009-2010年中国手机行业售后服务分析 37

### 第二节 2009-2010年中国手机客户端软件对互联网业务的影响 38

#### 一、研究人群 38

#### 二、认知和驱动因素 39

#### 三、网络用户增长率分析 41

#### 四、互联网消费结构与特点 41

#### 五、手机客户端软件对互联网业务的影响分析 43

### 第三节 2009-2010年中国手机客户端软件对手机增值业务影响 43

## 第四章 2009-2010年中国手机客户端软件用户研究 46

### 第一节 被调查者用户特征 46

#### 一、用户性别比例 46

#### 二、年龄结构 46

#### 三、教育状况 47

### 第二节 手机客户端软件用户安装研究 48

#### 一、手机客户端软件用户渗透率 48

#### 二、手机即时通 49

#### 四、手机浏览器 50

#### 五、手机游戏 50

#### 六、手机购物 51

### 第三节 手机客户端软件用户使用研究 52

#### 一、注重对学生手机上网用户的培养与发展 52

#### 二、重视手机端与PC端的协同发展 52

#### 三、适度挖掘高收入用户的付费需求 53

#### 四、把握移动互联网用户应用主要方向 53

### 第四节 手机客户端软件需求及期望研究 53

#### 一、用户需要什么样的客户端软件 53

#### 二、对功能需求 54

#### 三、对UI的需求 54

#### 四、对业务模式的期望 55

#### 五、现有用户与潜在用户需求差异 55

## 第五章 2009-2010年中国手机客户端软件营销解析 57

### 第一节 2009-2010年中国手机客户端软件目标用户策略分析 57

#### 一、娱乐应用群体 57

#### 二、商务应用群体 57

### 第二节 2009-2010年中国手机客户端软件产品策略分析 58

#### 一、产品开发设计 58

#### 二、产品发展方向 58

### 第三节 2009-2010年中国手机客户端软件推广渠道策略分析 59

#### 一、主要手机客户端软件推广渠道评价 59

- 二、客户期望的推广渠道 60
- 三、软件厂商推广渠道发展策略建议 60

## 第六章 2009-2010年中国手机客户端软件商业模式运作分析 61

### 第一节 2009-2010年中国手机客户端软件主要商业模式分析 61

- 一、市场发展状况决定了商业模式的不成熟 61
- 二、主要商业模式对比分析 63
- 三、商业模式发展存在的问题 64

### 第二节 模式评估体系 65

### 第三节 商业模式评估方法 66

### 第四节 商业模式评估 67

### 第五节 商业模式总结 68

## 第七章 2009-2010年中国手机客户端软件全新发展模式——手机客户端PORTAL 71

### 第一节 手机客户端PORTAL概述 71

### 第二节 手机客户端发展模式创新提出 71

### 第三节 手机客户端PORTAL模式优势及价值 71

- 一、手机客户端PORTAL模式的优势 71
- 二、手机客户端PORTAL模式的价值 72

### 第四节 手机客户端PORTAL对产业链的影响 72

### 第五节 手机客户端PORTAL模式商业价值 73

### 第六节 PORTAL模式使用实例 73

## 第八章 2011-2015年中国手机客户端软件前景预测分析 76

### 第一节 2011-2015年中国手机客户端软件新趋势探析 76

- 一、手机娱乐化 76
- 二、手机生活化 76
- 三、手机商务化 76
- 四、手机定制化 76

### 第二节 2011-2015年中国手机客户端软件市场前景预测 77

- 一、手机客户端软件制造业前景展望 77
- 二、手机客户端软件市场前景分析 77

三、新型环保手机客户端软件市场前景广阔	78
第三节2011-2015年中国手机客户端软件行业析趋势探析	79
一、国内发展趋势	79
二、手机客户端软件的流行趋势	79
三、手机客户端软件新产品研发趋势	79
第四节 手机客户端软件企业运营状况预测	80
一、2011-2015年中国手机客户端软件市场盈利能力	80
二、2011-2015年中国手机客户端软件市场偿债能力	81
第九章 2009-2010年中国手机客户端软件产业投资环境分析	83
第一节 2011年4月中国宏观经济环境分析	83
一、工业生产	83
二、社会消费	84
三、固定资产投资	85
四、对外贸易	86
五、居民消费价格指数	88
六、工业品出厂价格指数	89
七、货币供应量	90
第二节 2009-2010年中国手机客户端软件政策环境分析	91
一、打造高附加值商业圈与研发合一核心竞争商业模式	91
二、做大做强手机文化产业	92
三、放弃低附加值的整机制造加工再建工作	92
第三节 2009-2010年中国机客户端软件社会环境分析	92
一、人口环境分析	92
二、教育环境分析	95
三、文化环境分析	102
四、生态环境分析	104
第四节 2009-2010年中国机客户端软件技术环境分析	104
一、技术战略措施	104
二、产品战略措施	105
三、竞争措施	105
第十章 2011-2015年中国手机客户端产业市场趋势分析	106

第一节 中国手机客户端市场预期分析	106
第二节 中国手机客户端市场发展因素分析	107
一、促进因素	107
二、阻碍因素	107
第三节 中国手机客户端市场主要趋势分析	108

一、商业模式趋势分析	108
二、运营推广模式趋势分析	108

## 图表目录

图表 手机客户端软件产品及分类	1
图表 2011年第一季度网民最关心的3G 手机参数指标	6
图表 移动支付产业链	16
图表 移动支付产业合作模式	16
图表 2011年5月份中国手机关注度排名	23
图表 2010年12月、2011年5中国手机市场品牌关注比例对比	24
图表 国内外厂商手机售后服务网点覆盖情况比较	30
图表 手机客户端软件研究人群	31
图表 手机客户端软件认知和驱动因素	32
图表 手机客户端软件使用现状	32
图表 手机客户端软件网核心业务	33
图表 手机客户端软件下载	35
图表 2009-2010年中国手机客户端软件用户性别比例情况	38
图表 2009-2010年中国手机客户端软件用户年龄结构	38
图表 2009-2010年中国手机客户端软件用户教育状况	39
图表 2009-2010年中国手机客户端软件用户上网类别	40
图表 2009-2010年中国手机客户端即时通软件关注度因素分析	41
图表 2009-2010年中国手机客户端手机浏览器类别	42
图表 2009-2010年中国手机客户端手机游戏软件类型分析	43
图表 2010年手机客户端与PC端购物用户在过去一年商品类型	43
图表 2010年3G手机客户端软件使用类别	46
图表 2011-2015年手机客户端软件行业投资方向预测	64
图表 2011-2015年手机客户端软件盈利能力分析	67



图表 2011-2015年手机客户端软件盈利能力图例分析 68

图表 2011-2015年手机客户端软件偿债能力分析 68

图表 2011-2015年手机客户端软件偿债能力图例分析 69

图表 2011年4月工业增加值月度同比增长率(%) 70

图表 2011年4月社会消费品零售总额月度同比增长率(%) 71

图表 2011年1-4月固定资产投资完成额月度累计同比增长率(%) 72

图表 2011年4月出口总额月度同比增长率与进口总额月度同比增长率(%) 73

图表 2011年4月居民消费价格指数(上年同月=100) 75

图表 2011年4月工业品出厂价格指数(上年同月=100) 76

图表 2011年4月货币供应量月度同比增长率(%) 77

图表 1978-2009年中国人口构成统计表 78

图表 1990-2009年我国人口出生率、死亡率及自然增长率 79

图表 1978-2009年我国总人口增长趋势图 80

图表 2001-2008年我国教育经费增长趋势图 86

图表 2003-2008年我国各类教育招生人数 87

图表 文化、文物机构数、从业人员数(2010年) 87

图表 2011-2015年影响手机客户端软件行业运行的有利因素 91

图表 2011-2015年影响手机客户端软件行业运行的稳定因素 91

图表 2011-2015年影响手机客户端软件行业运行的不利因素 92

图表 2011-2015年我国手机客户端软件行业发展面临的挑战 92

图表 2011-2015年我国手机客户端软件行业发展面临机遇 93

图表 2011-2015年手机客户端软件行业经营风险及控制策略 94

图表 2011-2015年手机客户端软件行业同业竞争风险及控制策略 95

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/188023.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](http://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。