



艾凯咨询
ICAN Consulting

2012-2016年中国手机浏览器市场评估及投资战略咨询报告

一、调研说明

《2012-2016年中国手机浏览器市场评估及投资战略咨询报告》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/211787.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

第一章、手机浏览器相关概述

第一节、浏览器及手机浏览器简介

- 一、网页浏览器简述
- 二、手机上网简介
- 三、手机浏览器的定义
- 四、手机浏览器与PC浏览器的比较

第二节、手机浏览器的分类

- 一、按安装模式分类
- 二、按制造商分类

第三节、手机浏览器的评价指标

- 一、外观
- 二、便捷性
- 三、速度
- 四、安全性

第二章、移动互联网行业发展分析

第一节、全球移动互联网行业发展总况

- 一、全球移动互联网发展概述
- 二、2010-2011年全球移动互联网行业运行状况
- 三、美国移动互联网市场用户规模分析
- 四、欧洲移动互联网行业博弈加剧
- 五、日韩移动互联网产业发展状况

第二节、中国移动互联网行业发展概况

- 一、我国移动互联网行业发展环境分析
- 二、我国移动互联网行业运行综述
- 三、中国移动互联网行业获五大进展
- 四、国内农村手机网民迅猛增长
- 五、中国移动互联网企业竞争解析

第三节、2008-2011年中国移动互联网行业运行分析

- 一、2008年我国移动互联网行业发展回顾

- 二、2009年我国移动互联网市场运行分析
- 三、2009-2010年我国移动互联网取得快速发展
- 四、2010年中国移动互联网市场运行分析
- 五、2011年中国移动互联网市场运行状况

第四节、移动互联网行业发展的的问题及措施建议

- 一、我国移动互联网行业发展的制约因素
- 二、移动互联网产业运营商错失的三大机会剖析
- 三、我国移动互联网市场亟需完善安全网络环境
- 四、推进我国移动互联网产业发展的措施
- 五、移动运营商打造核心竞争力的策略

第五节、移动互联网行业未来前景及趋势预测

- 一、全球移动互联网市场发展预测
- 二、2011-2013年中国移动互联网市场规模分析
- 三、我国移动互联网产业发展展望
- 四、中国移动互联网行业未来发展趋势

第三章、手机浏览器行业发展分析

第一节、全球手机浏览器的发展概况

- 一、全球手机浏览器的发展阶段
- 二、2008-2011年主要手机浏览器厂商发展动态
- 三、2009年全球手机浏览器市场占有率情况
- 四、2010年全球手机浏览器市场格局简析
- 五、2011年全球手机浏览器市场简析
- 六、全球手机浏览器将趋于标准化

第二节、中国手机浏览器行业发展概述

- 一、3G推动中国手机浏览器行业兴起
- 二、中国手机浏览器行业迎来发展机遇期
- 三、我国第三方手机浏览器市场发展状况
- 四、中国手机浏览器行业平台化发展态势明显

第三节、2009-2011年中国手机浏览器行业发展分析

- 一、2009年中国手机浏览器市场运行特点回顾
- 二、2009年我国手机浏览器行业市场规模快速增长

三、2010年我国手机浏览器市场用户规模分析

四、2011年我国手机浏览器市场用户规模分析

第四节、中国手机浏览器行业发展存在的问题

一、中国手机浏览器市场发展中的突出问题

二、我国手机浏览器发展遭遇的难题分析

三、我国手机浏览器产品面临的主要挑战

第五节、中国手机浏览器行业发展的措施及建议

一、我国手机浏览器的生存策略分析

二、手机浏览器开发应以用户需求为导向

三、我国应尽快制定手机浏览器行业标准

四、我国手机浏览器行业的服务策略分析

第四章、中国手机浏览器用户调研分析

第一节、我国移动互联网用户调研分析

一、我国移动互联网用户基本属性

二、用户使用手机上网服务的比例

三、我国移动互联网用户基本使用行为

四、用户了解手机应用商店及应用类别选择

五、我国移动互联网用户基础消费行为

第二节、我国手机浏览器行业用户行为基本调查分析

一、我国手机浏览器用户基本属性

二、我国手机浏览器用户手机上网行为分析

三、我国手机浏览器用户使用偏好分析

第三节、我国手机浏览器网友调查分析

一、手机支持3G功能分析

二、手机浏览器使用比例分析

三、浏览内容分析

第五章、手机浏览器竞争分析

第一节、手机浏览器行业竞争综况

一、手机浏览器的主要竞争者及进入门槛

二、我国手机浏览器市场竞争概况

三、"入口优势"成为手机浏览器行业竞争的导火索

四、我国手机浏览器行业竞争焦点逐渐转移

五、2011年中国手机浏览器市场竞争愈加激烈

第二节、中国手机浏览器市场厂商竞争分析

一、2009年我国手机浏览器市场厂商实力竞争比较

二、2009年Q4我国手机浏览器市场厂商竞争状况

三、2010年我国手机浏览器市场竞争格局剖析

四、2011年我国手机浏览器市场竞争格局解析

五、决定手机浏览器厂商竞争份额的主要因素分析

第三节、主流手机浏览器竞争比较分析

一、3G网背景下五大手机浏览器竞争比较分析

二、S60 V5三大主流手机浏览器竞争比较分析

三、两大国产手机浏览器流量及速度比较分析

第四节、手机浏览器行业的竞争策略分析

一、重点技术和产品功能的提升

二、重视市场推广

三、加强品牌建设

第六章、主流手机浏览器分析

第一节、Opera手机浏览器

一、Opera公司简介

二、Opera手机浏览器用户规模增长迅猛

三、Opera手机浏览器在华市场发展遇阻

四、2011年Opera推出兼容手机电脑的新型浏览器

五、2011年Opera重磅推出Web版手机应用商店

第二节、爱可信NF手机浏览器

一、爱可信公司简介

二、NF手机浏览器全球市场受青睐

三、NF浏览器在华3G手机市场占有率领先

四、爱可信开拓移动互联市场的战略思路

第三节、UC手机浏览器

一、UC手机浏览器简介

- 二、UC手机浏览器的商业模式分析
- 三、UC手机浏览器联合俄移动增值服务商拓展海外市场
- 四、2010年UC手机浏览器驶入印尼市场
- 五、UC手机浏览器用户规模持续扩大

第四节、QQ手机浏览器

- 一、QQ手机浏览器简介
- 二、QQ手机浏览器实行开放式运行模式
- 三、2011年QQ手机浏览器扩大开放平台利好文学网站
- 四、手机淘宝与QQ手机浏览器筹划联合拓展手机购物市场

第五节、GO手机浏览器

- 一、GO手机浏览器简介
- 二、GO手机浏览器的主要特点
- 三、GO手机浏览器市场发展概述
- 四、GO手机浏览器市场运行尚需着力拓展渠道

第六节、其它手机浏览器介绍

- 一、Skyfire（天火）手机浏览器
- 二、Fennec（火狐Firefox手机版）
- 三、Safari（iPhone）手机浏览器
- 四、windows手机浏览器（IE手机版）
- 五、YoYo手机浏览器
- 六、MP手机浏览器
- 七、星际手机浏览器
- 八、航海家手机浏览器

第七章、中国手机浏览器行业投资分析及未来发展预测

第一节、手机浏览器的产业链及行业壁垒

- 一、手机浏览器的产业链
- 二、行业进入壁垒

第二节、手机浏览器行业投资分析

- 一、我国手机浏览器行业投资的政策环境分析
- 二、中国手机浏览器行业盈利模式探析
- 三、第三方手机浏览器行业VC/PE投资形势剖析

四、未来手机浏览器的投资价值探析

第三节、中国手机浏览器行业未来发展预测

一、手机浏览器是移动互联网的重要发展方向

二、我国第三方手机浏览器未来发展趋势

三、2012-2016年中国手机浏览器市场规模预测分析

图表目录：

图表1 2008年各国移动互联网网民渗透率

图表2 2010年欧洲市场各智能手机占比情况

图表3 2010年美国市场各智能手机占比情况

图表4 2010年美国、欧洲和日本用户使用移动浏览器的目的

图表5 2010年美国智能手机操作系统市场份额

图表6 2010年欧洲智能手机操作系统市场份额

图表7 2011-2014年美国移动互联网用户规模走势

图表8 截止2009年10月日本移动用户数和移动互联网用户数

图表9 2003-2009年中国移动互联网市场用户规模

图表10 2004-2009年中国移动互联网市场收入规模

图表11 2009年中国市场移动互联网收入构成

图表12 2007-2010年中国移动互联网市场用户规模

图表13 2004-2010年中国移动互联网市场收入规模

图表14 2010年中国移动互联网服务收入构成

图表15 2011-2013年中国移动互联网市场收入规模预测

图表16 2008-2011年4月主要手机浏览器厂商大事盘点

图表17 2009年11-12月手机操作系统市场占有率增长比例

图表18 2009年2-12月按平台划分的浏览器增长趋势

图表19 2009年2-12月Android操作系统市场占有率增长趋势

图表20 2009Q4-2010Q4中国第三方手机浏览器活跃用户规模

图表21 2010年移动互联网用户收入水平构成比例

图表22 2009-2010年移动互联网用户月均收入结构对比

图表23 2010年移动互联网用户年龄构成比例

图表24 2009-2010年移动互联网用户年龄结构对比

图表25 2010年移动互联网用户性别构成比例

图表26 2009-2010年移动互联网用户性别结构对比

图表27 2010年移动互联网用户学历构成比例

图表28 2009-2010年移动互联网用户学历结构对比

图表29 2010年移动互联网用户职业特征构成比例

图表30 2009-2010年移动互联网用户职业结构对比

图表31 2010年移动互联网用户使用移动互联网服务的选择

图表32 2010年移动互联网用户对移动电话网络的选择比例

图表33 2010年移动互联网用户使用手机上网的场景

图表34 2009-2010年移动互联网用户使用手机上网的场景对比

图表35 2010年移动互联网用户手机上网频率

图表36 2010年移动互联网用户平均每次上网时长

图表37 2010年移动互联网用户常用手机下载的应用软件类别

图表38 2010年移动互联网用户对手机应用商店的认知情况

图表39 2010年移动互联网用户常用手机下载的应用类别

图表40 近半年移动互联网用户每月手机费总支出

图表41 2009-2010年移动互联网用户月均手机费支出对比

图表42 2010年移动互联网用户购买手机的途径

图表43 2010年移动互联网用户包月套餐费用比例

图表44 2010年手机浏览器用户性别分布状况

图表45 2010年手机浏览器用户年龄分布状况

图表46 2010年手机浏览器用户手机上网主要活动分布

图表47 2010年手机浏览器用户使用地点分布

图表48 2010年手机浏览器用户使用频率分布

图表49 2010年手机浏览器用户选择因素分布

图表50 2010年用户获取第三方手机浏览器方式

图表51 网友支持3G功能的手机占比情况

图表52 网友对手机浏览器的品牌选择

图表53 网友使用手机浏览器浏览的内容占比情况

图表54 2010年Q1中国第三方手机浏览器活跃用户市场占比情况

图表55 2009年中国手机浏览器市场实力矩阵

图表56 2009年Q4中国第三方手机浏览器活跃用户市场占比

图表57 2010年中国市场各手机浏览器占比情况

图表58 五大手机浏览器操作界面比较

图表59 五大手机浏览器浏览速度比较

图表60 五大手机浏览器浏览效果比较

图表61 五大手机浏览器稳定性比较

图表62 五大手机浏览器下载及管理比较

图表63 五大手机浏览器流量消耗比较

图表64 五大手机浏览器浏览体验比较汇总

图表65 五大手机浏览器附加功能升级挑战比较

图表66 五大手机浏览器比较得分汇总

图表67 三大主流手机浏览器比较总结果

图表68 三大主流手机浏览器的起始页面比较

图表69 三大主流手机浏览器的美观度比较

图表70 三大主流手机浏览器的多窗口浏览功能比较

图表71 三大主流手机浏览器的横屏模式与下载管理比较

图表72 三大主流手机浏览器的菜单设置比较

图表73 UC、QQ浏览器分别访问QQ手机官网、UC手机官网所消耗流量对比

图表74 UC、QQ浏览器分别访问各自导航站中的乐讯手机社区所消耗流量对比

图表75 UC、QQ浏览器分别访问各自导航站中的互联网酷站所消耗流量对比

图表76 UC、QQ浏览器访问华南理工大学门户网站速度比较

图表77 UC、QQ浏览器访问上海交大门户网站速度比较

图表78 UC、QQ浏览器访问武汉理工大学门户网站速度比较

图表79 UC、QQ浏览器访问北京理工大学门户网站速度比较

图表80 Skyfire天火浏览器

图表81 Fennec在N900中的使用

图表82 Safari浏览器

图表83 IE手机版

图表84 中国手机浏览器产业链结构

图表85 手机浏览器厂商分类

图表86 中国手机浏览器行业发展的六大趋势

图表87 2012-2016年中国手机浏览器活跃用户规模预测

图表88 2012-2016年中国手机浏览器行业总产值预测

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/211787.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提供专业投资咨询报告、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。