



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 中国移动互联网产业市场深度分 析与投资前景预测报告(201 3-2018)

## 一、调研说明

《中国移动互联网产业市场深度分析与投资前景预测报告(2013-2018)》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/233688.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 移动互联网产业概述 8

#### 第一节 移动互联网产业定义 8

#### 第二节 移动互联网产业发展历程 8

#### 第三节 移动互联网产业链分析 9

### 第二章 中国移动互联网产业发展环境分析 14

#### 第一节 中国经济环境分析 14

##### 一、宏观经济 14

##### 二、工业形势 15

##### 三、固定资产投资 16

#### 第二节 移动互联网产业相关政策 18

##### 一、国家"十二五"产业政策 18

##### 二、其他相关政策 19

#### 第三节 中国移动互联网产业发展社会环境分析 20

### 第三章 全球移动互联网市场分析 23

#### 第一节 美国 23

#### 第二节 日本 23

#### 第三节 欧盟 24

#### 第四节 韩国 25

#### 第五节 重点厂商分析 25

### 第四章 中国移动互联网产业发展现状分析 29

#### 第一节 移动互联网市场概要 29

#### 第二节 移动互联网供给分析 31

##### 一、2010-2017年中国移动互联网硬件供给及增长率分析 31

##### 二、人工智能产品将进一步整合到移动互联网终端 33

##### 三、2013-2017年LTE 网络建设趋势分析 37

#### 第三节 移动互联网市场盈利模式分析 43

一、移动运营商门户网站模式	43
二、运营商自推"I M"业务模式	45
三、终端手机厂商开发软件进军移动互联网模式	47
四、搜索引擎服务商开发手机终端模式	51
第四节 2010-2012年中国移动互联网消费者调查	53
一、移动互联网用户上网驱动力及访问方式	53
二、移动互联网用户移动网络应用使用偏好	55
三、用户线下购物行为分析	56
四、用户使用移动支付的方式及影响因素	57
五、用户向移动互联网转移的影响因素	58
六、移动互联网用户对广告的接触情况	60
七、移动互联网用户对移动广告的态度	61

## 第五章 中国移动互联网产业总体发展状况 63

### 第一节 中国移动互联网产业规模情况分析 63

一、产业单位规模情况分析	63
二、产业人员规模状况分析	66
三、产业资产规模状况分析	70
四、产业市场规模状况分析	70

### 第二节 中国移动互联网产业发展能力分析 72

#### 第三节 产业竞争结构分析 72

一、现有企业间竞争	72
二、市场集中度	75
三、市场供需平衡度	76
四、推动市场主要要素及障碍因素	80

#### 第四节 产业链发展趋势 82

#### 第五节 移动互联网行业竞争与合作分析 84

#### 第六节 移动互联网企业竞争策略分析 89

## 第六章 2012年我国移动互联网产业重点区域分析 91

### 第一节 华北 91

### 第二节 华南 93

第三节 华东 96

第四节 华西 97

第七章 移动互联网产业市场分析 101

第一节 重点产品 101

一、市场应用及特点 101

二、供应商分析 105

第二节 技术分析 108

一、技术现状 108

二、创新技术研发及方向 110

第三节 市场销售模式 110

第四节 消费群体属性分析 111

第八章 移动互联网国内重点生产厂家分析 123

第一节 中国移动有限公司 123

一、企业基本概况 123

二、企业经营与财务状况分析 123

三、企业竞争优势分析 124

四、企业未来发展战略与规划 126

第二节 中国联合网络通信股份有限公司 126

一、企业基本概况 126

二、企业经营与财务状况分析 127

三、企业竞争优势分析 130

四、企业未来发展战略与规划 130

第三节 中国电信股份有限公司 131

一、企业基本概况 131

三、企业竞争优势分析 132

四、企业未来发展战略与规划 133

第四节 中兴通讯股份有限公司 134

一、企业基本概况 134

二、企业经营与财务状况分析 134

三、企业竞争优势分析 136

#### 四、企业未来发展战略与规划 138

#### 第五节 华为技术有限公司 138

##### 一、企业基本概况 138

##### 二、企业经营与财务状况分析 139

##### 三、企业竞争优势分析 139

##### 四、企业未来发展战略与规划 141

### 第九章 2013-2017年移动互联网产业发展趋势及投资风险分析 143

#### 第一节 当前移动互联网市场存在的问题 143

#### 第二节 移动互联网未来发展预测分析 147

##### 一、2013-2017年中国移动互联网产业发展规模 148

##### 二、2013-2017年中国移动互联网产业技术趋势预测 148

##### 三、总体产业"十二五"整体规划及预测 151

#### 第三节 2013-2017年中国移动互联网产业投资风险分析 153

##### 一、政策风险 153

##### 二、商业模式与盈利模式如何拉近与"钱"的距离 153

##### 三、微创新与不创新的博弈 153

##### 四、支付渠道单一且不完善 153

##### 五、市场竞争惨烈 154

#### 第四节 专家建议 154

#### Y.报告

#### 图表目录

##### 图表1 移动互联网定义以及分类 8

##### 图表2 中国移动互联网产业链构成 9

##### 图表3 移动终端层产业链构成 10

##### 图表4 移动软件层产业链构成 11

##### 图表5 移动应用层产业链构成 11

##### 图表6 2013年1季度国内生产总值初步核算数据 14

##### 图表7 GDP环比增长速度 15

##### 图表8 2012-2013年3月规模以上工业增加值同比增长速度 16

##### 图表9 2012-2013年3月固定资产投资（不含农户）同比增速 17

##### 图表10 我国手机网民规模（单位：万人） 21

图表 11 我国手机网民比例	21
图表 12 日本移动互联网业务面向大众市场（手机支付/电视/导航/阅读）	23
图表 13 日本运营商积极的进行开放合作（SOFTBANK/NTT DOCOMO）	24
图表 14 全球已进入移动互联网时代	29
图表 15 各种个人终端对比	30
图表 16 全球移动智能终端增速远高于桌面终端	31
图表 17 中国移动互联网用户数正快速超越互联网用户数	32
图表 18 2009-2013年全球手机、PC出货量及智能手机销量统计表	32
图表 19 移动互联网人工智能使用模式资料	33
图表 20 人工智能的进展案例	34
图表 21 人类使用XBOX 360 KINECT 以自然体式使用智能终端软件	35
图表 22 人类使用自然语言与SIRI 交谈	36
图表 23 麻省理工大学 MEDIA LAB"第六感"项目	36
图表 24 2010-2013年全球LTE网络发展速度分析	38
图表 25 2011-2017年全球LTE 用户数预测	38
图表 26 2011-2017年全球LTE 投资规模预测图	38
图表 27 2011-2013年全球智能手机保有量快速增长（截止2013.5）	39
图表 28 2013年H1全球LTE 终端类型分布	39
图表 29 2013年H1全球LTE 网络部署情况	40
图表 30 2008-2013中国三大运营商传输资本开支及预测	41
图表 31 2008-2013中国三大运营商无线资本开支及预测	41
图表 32 2008-2013中国三大运营商总体资本开支分运营商及预测	42
图表 33 2008-2013中国三大运营商总体资本开支分业务及预测	42
图表 34 移动梦网为SC/CP 提供的服务类型	44
图表 35 微信服务运营模式图	49
图表 36 微信广告模式图	50
图表 37 国内LTE 产业链全图	63
图表 38 2008-2012年中国移动互联网广告市场规模增长趋势图	71
图表 39 2008-2012年中国移动互联网广告市场规模增长趋势图	71
图表 40 移动互联网三足鼎立：运营商、互联网企业和终端厂商	73
图表 41 未来电信产业价值链演变趋势	73
图表 42 移动互联网时代的三大商业模式	74

图表 43 以用户为中心的发展理念	75
图表 44 移动互联网时代下，以用户需求为导向的发展趋势	75
图表 45 互联网时代的价值发展曲线	77
图表 46 未来移动互联网时代的价值发展曲线	77
图表 47 移动互联网的"羊群效应"，更快	78
图表 48 移动互联网的"长尾理论"，更差异	79
图表 49 电信产业中网络、终端、业务快速发展趋势	85
图表 50 移动互联网时代各阵营之间产业融合趋势	86
图表 51 运营商的"无线城市"战略	87
图表 52 运营商的物联网战略之一——"车联网"	87
图表 53 "平台-终端"模式颠覆运营商的主导地位	88
图表 54 产业链竞争力要素分析	89
图表 55 产业环境竞争力要素分布	90
图表 56 2009-2012年各季度软件和信息服务业固定资产情况	91
图表 57 2007-2012年各季度北京软件和信息服务业企业景气指数	93
图表 58 2007-2012年各季度北京软件和信息服务业企业家信心指数	93
图表 59 主要产品与技术状况	98
图表 60 移动互联网应用的发展阶段	101
图表 61 移动互联网网民性别比例	111
图表 62 一线城市移动互联网网民女性比例略高于其他地区	112
图表 63 移动互联网网民年龄分布对比	112
图表 64 人群比例下降，中等收入比例上升	113
图表 65 移动互联网网民职业分布 移动互联网网民月收入分布	113
图表 66 移动互联网网民手机类型分布	114
图表 67 45%非智能机用户表示未来半年内将更换智能机	114
图表 68 智能手机操作系统分布	115
图表 69 移动互联网网民每天上网时长	116
图表 70 移动互联网网民上网频率	116
图表 71 移动互联网网民上网地点分布	116
图表 72 用户会在什么环境下使用智能手机上网	117
图表 73 移动互联网网民上网时间段分布	118
图表 74 智能手机和平板用户看电视时的使用习惯	118



图表 75 移动互联网网民上网行为	119
图表 76 移动互联网网民最常访问的WAP网站类型	120
图表 77 移动互联网网民最常使用的APP类型	121
图表 78 移动互联网网民安装APP个数	121
图表 79 移动互联网网民每天使用APP时长	122
图表 80 中国联合网络通信股份有限公司主营业务收入情况	129
图表 81 中国联合网络通信股份有限公司主营业务分行业、分产品情况	129
图表 82 中国联合网络通信股份有限公司主营业务分地区情况	130
图表 83 2012年中兴通讯股份有限公司按照行业、产品及地区划分的各项指标及与上年度对比	135
图表 84 华为技术有限公司5年财务概要	139
图表 85 2013-2017年中国移动互联网产业规模增长趋势图	148
图表 86 典型电信业务、互联网业务在移动互联网上的融合	154
图表 87 创新的移动互联网业务和商业模式（APPSTORE和FOURSQUARE）	155
图表 88 移动互联网业务的分阶段启动	156
图表 89 移动互联网业务发展的相关因素分析	157
图表 90 手机媒体已经成为用户不可或缺的第5类媒体	158
图表 91 手机阅读商业模式清晰，用户基础良好	158
图表 92 中国移动互联网用户比较年轻	159
图表 93 腾讯收入结构分析（社区产品收入占比较高）	159
图表 94 竞争已经在移动互联网产业链的各个环节展开	160
图表 95 中国移动的媒体化布局（八大业务基地）	160
图表 96 移动互联网产业生态体系	161
图表 97 移动互联网产业链各方竞争能力在3G/移动互联网时代前后对比	162
图表 98 日韩以运营商为中心/中国以移动应用为中心的移动互联网发展模式对比	164
图表 99 中国互联网厂商已经开始构建生态体系	164
图表 100 中国移动面临的无线音乐竞争环境	165
图表 101 各类企业纷纷推出移动互联网终端	166
图表 102 乐PHONE内置本土化应用和程序商店	167
图表 103 SP的发展和转型之路	168
图表 104 空中和当乐的游戏平台	168
图表 105 数字内容在手机阅读平台上发布过程	169

图表 106 移动互联网是传统媒体的新渠道（报纸/出版/电视/杂志/音乐） 169

图表 107 移动互联网不同业务的竞争格局分析 169

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/233688.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。