



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2015-2020年中国WAP行业发展趋势及投资风险分析报告

## 一、调研说明

《2015-2020年中国WAP行业发展趋势及投资风险分析报告》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/246777.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 WAP概述 1

#### 第一节 定义及技术介绍 1

##### 一、WAP定义 1

##### 二、WAP系统的架构 2

##### 三、WAP协议 4

##### 四、WAP规范 4

##### 五、WAP的设计思想 6

##### 六、几种承载方式比较 6

##### 七、WAP的技术特点 6

#### 第二节 WAP的应用 8

##### 一、WAP应用结构 8

##### 二、WAP2.0的新业务应用 9

##### 三、WAP应用优势 13

##### 四、WAP应用安全的研究 14

#### 第三节 WAP发展历程 18

##### 一、第一阶段 18

##### 二、第二阶段 19

##### 三、第三阶段 19

### 第二章 全球WAP业务发展分析 20

#### 第一节 全球WAP市场业务发展分析 20

##### 一、全球WAP类业务发展概况 20

##### 二、全球WAP类业务发展特点 21

##### 三、全球WAP类业务发展热点 22

##### 四、3G网络部署对WAP发展的影响 22

#### 第二节 典型国家与地区发展分析 23

##### 一、日韩WAP模式分析 23

##### 二、2014年日本WAP行业发展情况分析 23

##### 三、2014年韩国无线互联网用户调查 25

##### 四、2014年美国无线互联网用户情况 37

### 第三章 我国WAP市场和应用发展分析 39

第一节 移动增值市场发展情况	39
一、中国移动互联网发展宏观环境分析	39
二、中国移动互联网发展概况	41
三、2014年我国移动增值服务市场分析	43
四、我国移动增值服务产业链分析	47
五、国内移动增值市场的主要特点	55
六、对移动增值业务发展的建议	55
七、2014年我国移动增值服务发展趋势	56
八、2014年我国移动增值市场发展预测	57
九、2015-2020年中国移动互联网用户预测	58
第二节 WAP发展和应用现状分析	59
一、我国WAP发展状况	59
二、WAP用户的使用习惯	65
三、WAP服务的使用状况	70
四、WAP网关服务器应用形式探讨	74
五、2013年第中国官方WAP规模情况	78
六、2014年中国WAP活跃用户情况	79
七、2014年我国WAP流量发展情况	80
第三节 3G时代WAP市场发展分析	80
一、3G时代手机WAP网游发展机遇分析	80
二、3G时代WAP网站市场发展趋势	82
三、3G手机对WAP网站发展的影响	83
四、2014年我国WAP主导运营商3G牌照问题分析	85
第四节 手机游戏市场发展分析	88
一、手机网络游戏的发展瓶颈	88
二、目前手机网络游戏发展形势	91
三、2013年中国手机网游市场规模分析	94
四、影响玩家进入手机网游主要因素	94
五、2014年手机网游的新机遇	96
六、未来手机网游市场发展趋势	96
七、2014年我国手机游戏市场预测	97
第五节 无线WAP搜索发展分析	98

- 一、全球无线搜索发展历程 98
- 二、中国大陆无线搜索的发展现状 99
- 三、3G时代无线搜索市场探析 100
- 四、2013中国无线搜索市场发展分析 102
- 五、目前主要无线WAP搜索盘点 105
- 六、2013无线娱乐搜索风云榜发布 115
- 七、2013年手机电视和无线搜索发展新特点 120
- 八、2014年无线搜索市场趋势 122
- 九、2014年中国无线搜索用户规模预测 122
- 十、2014年全球无线搜索产业规模预测 123
- 第四章 我国无线互联网市场发展分析 124
- 第一节 我国无线互联网市场发展 124
- 一、2014年无线互联网市场发展现状 124
- 二、3G时代无线互联网发展新特点 126
- 三、2014年无线互联网市场用户分析 127
- 四、2014年无线互联网商业模式新情况 131
- 第二节 无线互联网的特征和问题 133
- 一、无线互联网的五大特征 133
- 二、无线互联网未来发展三个阶段 135
- 三、促进中国无线互联网发展的五大因素 136
- 四、资讯服务有望成无线互联网发展热点 139
- 五、2014年中国无线互联网发展问题 140
- 第三节 互联网的应用分析 142
- 一、无线互联网五大核心应用 142
- 二、无线互联网应用的局限性 143
- 三、3G对无线互联网应用的影响 144
- 四、2014年我国无线网络广告规模预测 146
- 第四节 无线互联网发展机遇与挑战 148
- 一、我国无线互联网发展前景广阔 148
- 二、未来30年无线互联网发展空间巨大 149
- 三、2014年无线互联网的商业机遇 149
- 四、3G给无线互联网带来的机遇分析 150

- 五、3G给无线互联网行业带来的挑战 151
- 六、通讯行业是无线互联网发展的保障 152
- 七、金融危机下无线互联网的机遇分析 153
- 第五章 中国移动通信市场分析 154
- 第一节 移动电话市场发展分析 154
- 一、2013年我国移动电话机产量情况 154
- 二、2014年我国移动电话机产量情况 161
- 三、2014年我国手机市场情况 164
- 四、2014年手机市场品牌调查分析 165
- 五、2014年我国手机市场用户调查 183
- 六、2014年我国手机市场走势分析 207
- 七、2015-2020年全球手机市场发展趋势 208
- 八、未来十年全球手机发展预测 210
- 九、中国3G时代的手机发展趋势 213
- 第二节 移动通信及其设备市场发展情况 217
- 一、2014年通信业务概况 217
- 二、2014年移动通信收入情况 221
- 三、2014年通信行业运行分析 221
- 四、2014年中国通信市场现状与发展趋势 228
- 五、2014年通信设备市场整体发展形势 231
- 六、2014年全球移动通信收入预测 233
- 七、我国通信设备制造业发展历程 234
- 八、我国通信设备制造业产业发展特点 238
- 九、我国移动通信市场竞争格局发展趋势 239
- 十、产业融合背景下未来移动通信产业竞争战略分析 241
- 第三节 我国3G通信发展 245
- 一、国内外3G产业现状及产业链分析 245
- 二、中国3G未来发展趋势预测 251
- 三、3G产业个性化趋势分析 252
- 四、2014年我国3G投资情况 256
- 五、2014年3G市场发展新格局分析 256
- 六、2014年3G规模建设情况 262

七、2014年3G带来的通信发展新趋势	262
八、2014年中国3G发展面临的问题	263
九、融合与3G终端成为移动通信终端产品的主旋律	264
第四节 4G通信发展分析	265
一、浅谈4G移动通信概念及其要求	265
二、4G无线通信技术发展缺陷及走势	270
三、经济危机对全球4G行业发展影响分析	278
四、国家投资20亿启动4G通信推进技术专项	279
五、2014年4G技术发展特征及趋势分析	279
第六章 SP行业市场发展分析	286
第一节 SP的概念和行业市场发展情况	286
一、SP的定义和分类	286
二、我国SP行业的发展情况	287
三、2014年我国SP市场情况	289
第二节 中国SP业市场调查分析	290
第三节 SP发展机遇分析	301
一、3G为国内外SP发展带来的机遇	301
二、SP行业迎来TD新机遇	304
三、2014年中国SP行业发展新机遇	306
四、2014年SP企业发展机遇分析	307
五、2014年SP市场规范发展	308
第四节 SP市场趋势与受到3G的影响	310
一、个性化多元服务趋势	310
二、手机上网价格趋势	311
三、手机游戏发展趋势	311
第七章 WAP行业竞争分析	313
第一节 WAP的竞争环境分析	313
一、经营企业日益增多	313
二、WAP服务日益普及	313
三、WAP服务主题变化	313
四、服务差异化竞争	314
五、市场份额比较分散	315

六、市场营销手段竞争	315
第二节 在3G时代WAP网站之间的竞争分析	316
第三节 WAP行业其他竞争分析	318
一、WAP搜索和短信搜索的竞争情况	318
二、WAP与WEB之间的竞争分析	319
三、免费WAP的核心竞争力之争	320
第八章 主要SP服务商分析	
第一节 空中网	323
一、企业简介	323
二、2014年空中网经营情况	323
三、2014年公司新动态	327
四、2014年公司发展前景	327
第二节 TOM在线	329
一、企业简介	329
二、公司核心发展策略	330
三、2014年公司经营情况	331
四、2014年公司发展前景	332
第三节 3G门户	335
一、企业简介	335
二、3G门户网的双核策略分析	335
三、2014年公司经营情况	337
四、2014年公司发展前景	337
第四节 天下网	338
一、企业简介	338
二、天下网WAP2.0网站情况	338
三、2014年公司发展情况	339
四、2014年公司新动态	340
第五节 掌中传媒	341
一、企业简介	341
二、掌中传媒的媒体优势	341
第九章 行业主导运营商分析	
第一节 中国移动通信集团公司	342



- 一、公司简介 342
- 二、2013年公司业绩分析 344
- 三、2013年公司WAP业务情况 348
- 四、2014年公司经营情况 349
- 五、2014年公司最新发展动态 349
- 六、2014年公司发展展望与策略 352
- 第二节 中国联合通信有限公司 354
  - 一、企业概况 354
  - 二、2014年企业经营情况分析 355
  - 三、2014年企业财务数据分析 356
  - 四、2014年企业发展动态及策略 362
  - 五、企业未来发展展望与战略 363
- 第三节 中国电信集团公司 365
  - 一、公司简介 365
  - 二、公司海外扩展 368
  - 三、公司国际通信能力 371
  - 四、公司重点品牌及业务 372
  - 五、2014年公司业绩情况 378
  - 六、2014年中国电信C网新增用户情况 379
  - 七、电信WAP业务发展情况 379
- 第十章 2015-2020年WAP市场发展趋势及投资分析 381
  - 第一节 2015-2020年无线互联网发展趋势分析 381
    - 一、2015-2020年无线互联网行业发展趋势 381
    - 二、2015-2020年无线互联网业务发展趋势 382
    - 三、2015-2020年无线互联网的购物市场发展趋势 383
    - 四、2015-2020年3G时代无线互联网营销能力趋势 385
  - 第二节 2015-2020年WAP行业的发展趋势分析 389
    - 一、WAP发展潜力分析 389
    - 二、WAP用户需求趋势 390
    - 三、WAP服务内容变化趋势 390
    - 四、Wap网络营销的发展趋势 391
    - 五、2014年全球分类信息WAP网站发展趋势 394

六、2014年3G时代WAP网游发展趋势	395
七、2015-2020年WAP广告市场发展趋势	396
八、2015-2020年全球无线互联网广告市场预测	397
第三节 2015-2020年WAP行业的投资分析	397
一、2015-2020年无线互联网创业与投资机会分析	397
二、2015-2020年WAP市场投资状况与前景分析	400
三、2015-2020年WAP运营商投资热点	402
四、2015-2020年WAP网站投资看好	402
五、WAP网站广告投放价值分析	403
第十一章 2015-2020年WAP市场发展战略探讨	405
第一节 Wap业务发展的制约因素	405
一、运营商制约因素	405
二、宣传的制约因素	405
三、服务的制约因素	406
四、网络和设备因素	406
五、产品选题的因素	406
第二节 WAP业务发展浅析	407
一、丰富的业务内容	407
二、建立有效的营销模式	408
三、品牌化经营战略选择	409
第三节 WAP市场竞合关系的完善	410
一、WAP市场：规模迅速膨胀	410
二、市场竞争：亟须创新主导	411
三、产业合作：亟须规范完善	411
第四节 3G背景下独立WAP的发展策略	412
一、免费WAP发展的现状	412
二、3G背景下独立WAP的发展策略	413
图表目录：	
图表：WAP与互联网标准的对应关系	1
图表：因特网架构示意图	3
图表：因特网WAP网络架构示意图	3
图表：WAP1.2协议栈结构图	4

图表：WAP系统结构 8

图表：WAP应用结构模型 9

图表：WAP技术发展演进示意图 18

图表：2006-2013年全球主要移动运营商推出的新型移动互联网业务 20

图表：2007年日本移动用户数和移动互联网用户数 24

图表：韩国移动多媒体服务使用率 29

图表：韩国移动多媒体服务中主要使用项目 29

图表：韩国音乐门户网站服务使用率调查 30

图表：韩国音乐门户网站服务的主要使用内容 30

图表：韩国音乐门户网站服务中音乐内容的主要使用方法 30

图表：韩国手机游戏使用率调查 31

图表：韩国手机游戏使用率调查 31

图表：韩国手机游戏的主要使用类型 31

图表：韩国手机游戏使用方法调查 32

图表：韩国主要手机游戏下载网站 32

图表：韩国使用移动购物统计 33

图表：韩国手机购物项目统计 33

图表：韩国要使用的手机购物项目统计 34

图表：韩国手机银行使用率调查 35

图表：韩国认知手机银行的渠道调查 35

图表：韩国手机银行的用途 35

图表：韩国手机银行的优点调查 36

图表：韩国手机银行的缺点调查 36

图表：韩国无线固网互动服务的使用及前景调查 37

图表：WAP用户在最近半年内是否通过电脑上网 60

图表：京沪粤WAP用户占有所有WAP用户的比例 61

图表：WAP用户数手机用户数网民东中西部所占的比例 61

图表：WAP用户的性别分布 61

图表：WAP用户的年龄分布 62

图表：WAP用户的文化程度分布 62

图表：学生与非学生WAP用户的文化程度分布 62

图表：WAP用户的职业分布 63

图表：WAP用户的个人收入分布 63

图表：2007-2013年中国WAP市场用户规模及环比增长率 64

图表：2007Q1-2012Q1中国WAP市场规模及增长 65

图表：WAP用户第一次使用WAP的时间分布 66

图表：WAP用户的使用频率分布 66

图表：WAP用户第一次使用WAP的时长分布 67

图表：不同使用频率WAP用户的每次使用WAP时间长度分布 67

图表：WAP用户使用WAP的原因分布 68

图表：WAP用户对站点选择的态度 68

图表：WAP用户知道WAP站点的途径分布 69

图表：使用WAP的平均每月花费分布 70

图表：在最近半年内是否通过WAP下载手机图铃 70

图表：在最近半年内是否使用过WAP搜索 71

图表：在最近半年内是否通过WAP玩在线游戏下载游戏 71

图表：在最近半年内是否通过WAP在线试听下载音乐 72

图表：在最近半年内是否通过WAP在线观看视频 72

图表：在最近半年内是否通过WAP在线阅读下载电子书 72

图表：新老用户使用各种WAP服务的比较 73

图表：重度用户非重度用户使用各种WAP服务的比较 74

图表：2007-2013年中国WAP业务整体市场规模及环比增长率 78

图表：2013年中国手机游戏用户流量包月情况 95

图表：2013年中国手机游戏用户每月手机上网资费分布 96

图表：2013年无线搜索关键词TOP10 104

图表：2013年无线搜索分类关键词TOP10 104

图表：2013年无线搜索网站TOP10 105

图表：百度搜索产品与服务 106

图表：Google搜索产品与服务 107

图表：新浪iask搜索产品与服务 107

图表：cgogo搜索产品与服务 109

图表：wukong搜索产品与服务 110

图表：yicha搜索产品与服务 111

图表：uucun搜索产品与服务 112

图表：Timewe搜索产品与服务 113

图表：m-search搜索产品与服务 114

图表：findok搜索产品与服务 114

图表：2013年度十大MP3风云榜 116

图表：2013年度十大手机铃声风云榜 116

图表：2013年度十大手机彩铃风云榜 117

图表：2013年度最受欢迎女歌手 117

图表：2013年度最受欢迎男歌手 117

图表：2013年度最受欢迎音乐组合 118

图表：2013年度十大专辑风云榜 118

图表：2013年度十大小说风云榜 119

图表：2013年度十大手机游戏风云榜 119

图表：2013年度手机软件风云榜 119

图表：2013年度手机图片风云榜 120

图表：2013年度网页搜索风云榜 120

图表：2011-2014年中国无线搜索用户规模 122

图表：2013年无线互联网用户手机品牌分布情况 128

图表：2013年手机上网终端机型排序情况 129

图表：2013年中国无线互联用户属地分布 130

图表：2013年广东无线互联网用户分布 130

图表：2013年无线互联网网站分类流量比例 131

图表：2013年1-12月移动电话机产量全国合计 154

图表：2013年1-12月移动电话机产量吉林合计 154

图表：2013年1-12月移动电话机产量江苏合计 155

图表：2013年1-12月移动电话机产量福建合计 155

图表：2013年1-12月移动电话机产量广东合计 155

图表：2013年1-12月移动电话机产量重庆合计 156

图表：2013年1-12月移动电话机产量北京合计 156

图表：2013年1-12月移动电话机产量浙江合计 157

图表：2013年1-12月移动电话机产量江西合计 157

图表：2013年1-12月移动电话机产量湖北合计 157

图表：2013年1-12月移动电话机产量广西合计 158

图表：2013年1-12月移动电话机产量四川合计 158

图表：2013年1-12月移动电话机产量天津合计 159

图表：2013年1-12月移动电话机产量辽宁合计 159

图表：2013年1-12月移动电话机产量上海合计 159

图表：2013年1-12月移动电话机产量山东合计 160

图表：2013年1-12月移动电话机产量贵州合计 160

图表：2014年1-5月移动电话机产量全国合计 161

图表：2014年1-5月移动电话机产量吉林合计 161

图表：2014年1-5月移动电话机产量江苏合计 161

图表：2014年1-5月移动电话机产量福建合计 161

图表：2014年1-5月移动电话机产量广东合计 161

图表：2014年1-5月移动电话机产量重庆合计 162

图表：2014年1-5月移动电话机产量北京合计 162

图表：2014年1-5月移动电话机产量浙江合计 162

图表：2014年1-5月移动电话机产量江西合计 162

图表：2014年1-5月移动电话机产量湖北合计 163

图表：2014年1-5月移动电话机产量广西合计 163

图表：2014年1-5月移动电话机产量四川合计 163

图表：2014年1-5月移动电话机产量天津合计 163

图表：2014年1-5月移动电话机产量辽宁合计 163

图表：2014年1-5月移动电话机产量上海合计 164

图表：2014年1-5月移动电话机产量山东合计 164

图表：2014年1-5月移动电话机产量贵州合计 164

图表：2014年1-5月移动电话机产量内蒙古合计 164

图表：2013年中国手机市场进行品牌关注状况调查样本 165

图表：2013年中国市场最受用户关注的15大手机品牌排行榜 167

图表：2013年中国市场最受用户关注的15大手机品牌排行榜 168

图表：2011年与2014年最受用户关注的十大手机品牌排名对比 170

图表：2014年Q1-Q4诺基亚关注比例走势 171

图表：2014年Q1-Q4五大手机品牌关注比例走势 172

图表：2014年Q2诺基亚与其他手机品牌的搜索人群重合度 173

图表：2014年Q2三星与其他手机品牌的搜索人群重合度 174

图表：2014年Q2索尼爱立信与其他手机品牌的搜索人群重合度 175

图表：2014年中国市场最受关注的十大国产手机品牌排行榜 176

图表：2014年中国市场最受关注的十大智能手机品牌排行榜 177

图表：2014年中国市场最受关注的多媒体手机品牌排行榜 178

图表：2014年中国市场最受关注的十大CDMA手机品牌排行榜 179

图表：2014年中国市场最受关注的十大3G手机品牌排行榜 180

图表：2014年中国市场最受关注的十大平民手机品牌排行榜 181

图表：2014年中国市场最受关注的十大GPS手机品牌排行榜 182

图表：2014年中国市场最受关注的十大双卡手机品牌排行榜 183

图表：2014年中国手机用户性别分布 187

图表：2014年中国手机用户年龄分布 188

图表：2014年中国手机用户所在区域分布 189

图表：2014年中国手机用户城乡分布 190

图表：2014年中国手机用户婚姻状况分布 191

图表：2014年中国手机用户个人月收入分布 192

图表：2014年中国手机用户家庭月收入分布 193

图表：2014年中国手机用户受教育程度分布 194

图表：2014年中国手机用户所在行业分布 195

图表：2014年中国手机用户所在单位人员规模分布 196

图表：2014年中国手机用户所在单位年产值规模分布 197

图表：2014年中国手机用户兴趣爱好分布&mdash;&mdash;音乐 198

图表：2014年中国手机用户兴趣爱好分布&mdash;&mdash;电影 199

图表：2014年中国手机用户兴趣爱好分布&mdash;&mdash;电视 200

图表：2014年中国手机用户兴趣爱好分布&mdash;&mdash;游戏 201

图表：2014年中国手机用户兴趣爱好分布&mdash;&mdash;阅读 202

图表：2014年中国手机用户兴趣爱好分布&mdash;&mdash;艺术 203

图表：2014年中国手机用户兴趣爱好分布&mdash;&mdash;体育 204

图表：2014年中国手机用户兴趣爱好分布&mdash;&mdash;购物 205

图表：2014年中国手机用户兴趣爱好分布&mdash;&mdash;旅游 206

图表：2014年中国手机用户兴趣爱好分布&mdash;&mdash;线路信息 207

图表：2000-2013年全球手机市场销售规模及增长速度 209

图表：2006-2013年电话用户数及新增用户数 218

图表：2004-2013年中国电信业务收入及增长情况 218

图表：2014年我国通信业各项业务收入情况走势图 219

图表：2014年我国通信业各项业务收入所占比例 220

图表：2014年1-6月电信业务收入构成 220

图表：2006～2014年各月电信主营业务收入比较 222

图表：2006～2014年固定电话用户各月净增比较 222

图表：2006～2014年移动电话用户各月净增比较 223

图表：2006～2014年互联网用户各月净增比较 223

图表：2014年1～6月电信主营业务收入构成 223

图表：2014年1～6月固定本地与移动本地通话量比较 224

图表：2007～2014年同期长途电话通话时长构成 224

图表：2012～2014年同期东、中、西部电信主营业务收入 225

图表：2007～2014年同期东、中、西部净增固定电话用户 225

图表：2007～2014年同期东、中、西部净增移动电话用户 226

图表：2007～2014年同期东、中、西部电信固定资产投资 226

图表：2014年电信主营业务收入排名前十名的省份 227

图表：2014年固定电话用户排名前十名的省份 227

图表：2014年移动电话用户排名前十名的省份 227

图表：2014年电信固定资产投资排名前十名的省份 228

图表：2003-2014年中国移动通信设备市场规模及增长 231

图表：2006-2014年中国通信设备市场规模及增长 232

图表：2006-2014年中国移动通信设备市场规模及增长 232

图表：截至2014年中国3G设备市场规模 232

图表：2007-2014年中国移动互联网市场规模 233

图表：2004 - 2014年全球移动通信系统销售规模及预测 234

图表：传统移动通信产业结构 243

图表：产业融合背景下的移动通信产业结构 244

图表：2006-2014年中国TD-SCDMA手机用户规模及增长 265

图表：Diameter中介服务器 267

图表：两种类型的网络参数比较 269

图表：4G全IP网络 269

图表：基于子网的4G IP网络 270



图表：中国SP的经营状况 291

图表：哪些政策对用户规模和业务增长会有较大影响（100人以下的SP） 292

图表：哪些政策对用户规模和业务增长会有较大影响（100人以上的SP） 292

图表：对运营商介入SP的看法（100人以下的SP） 293

图表：对运营商介入SP的看法（100人以上的SP） 294

图表：导致SP竞争环境恶劣的因素（100人以下的SP） 295

图表：导致SP竞争环境恶劣的因素（100人以上的SP） 295

图表：风险投资商对SP市场的态度 296

图表：从目前政策分析什么类型SP会有较好发展（100人以下的SP） 297

图表：从目前政策分析什么类型SP会有较好发展（100人以上的SP） 297

图表：SP转型方向调查（100人以下的SP） 298

图表：SP转型方向调查（100人以上的SP） 299

图表：2004-2013年空中网总营收及增长率 324

图表：2014年Q3-Q4空中网营收结构 325

图表：2007Q1-2014年Q4空中网无线广告营收 326

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/246777.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。