

# 2010-2015年中国手机浏览器 器市场调研与投资策略咨询报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2010-2015年中国手机浏览器市场调研与投资策略咨询报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/201006/41999.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

### 第一章 2009-2010年中国手机浏览器行业运行环境分析

#### 第一节 2009-2010年中国宏观经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2010年中国宏观经济发展预测分析

#### 第二节 2009-2010年中国互联网和通信业发展现状分析

- 一、2009年中国移动电话用户及普及率增长情况分析
- 二、2009年中国3G和TD发展总体情况
- 三、2009年中国互联网基础资源现状概述
- 四、2009年中国网民增长趋势分析
- 五、2009-2010年中国移动互联网产业快速发展

#### 第三节 2009-2010年中国手机浏览器行业政策环境分析

- 一、《信息产业科技发展“十一五”规划和2020年中长期规划纲要》
- 二、《2009-2011年电子信息产业调整和振兴规划》

### 第二章 手机浏览器相关概述

#### 第一节 浏览器与手机浏览器点评

- 一、网页浏览器
- 二、手机上网
- 三、手机浏览器特点
- 四、手机浏览器与PC浏览器比较

#### 第二节 中国手机浏览器分类

- 一、按安装方式分类
- 二、按制造商分类

#### 第三节 手机浏览器评价指标

- 一、外观
- 二、便捷性
- 三、模式与速度
- 四、安全性

### 第三章 2009-2010年全球手机浏览器产业运行透析

#### 第一节 2009-2010年全球移动互联网和智能手机行业发展现状分

- 一、全球移动互联网的发展历程简述
- 二、全球移动互联网产业规模分析
- 三、2009年全球智能手机销量迅速增长

#### 第二节 2009-2010年全球手机浏览器的发展阶段分析

- 一、移动互联网促使手机浏览器萌芽
- 二、手机浏览器发展的WAP阶段
- 三、手机浏览器发展的Transcoding阶段
- 四、第二代手机浏览器阶段
- 五、全球手机浏览器将标准化

#### 第三节 2009-2010年挪威Opera Mini手机浏览器发展案例分析

- 一、挪威Opera软件公司简介
- 二、Opera浏览器的开发与设计分析
- 三、2005-2008年Opera Mini全球应用推广过程分析
- 四、Opera Mini的主要盈利模式分析
- 五、2009年Opera Mini全球使用情况统计

#### 第四节 2009-2010年国外主流手机浏览器性能比较分析

- 一、手机浏览器性能对比分
- 二、Skyfire（天火）手机浏览器
- 三、Fennec（火狐Firefox手机版）
- 四、Safari（iPhone）手机浏览器
- 五、windows手机浏览器（IE手机版）
- 六、黑莓浏览器
- 七、M2手机浏览器

### 第四章 2009-2010年中国手机浏览器产业运行新形势分析

#### 第一节 2009-2010年中国手机浏览器市场动态分析

- 一、2009年马赫5推出用户付费手机浏览器
- 二、2010年中国TCL 3G手机预装NF浏览器
- 三、2010年华为3G手机将预装Opera浏览器

#### 第二节 2009-2010年中国手机浏览器行业运行现状综述

一、2009-2010年中国手机浏览器用户规模分析

二、中国手机浏览器市场商业盈利模式分析

三、中国手机浏览器行业发展的影响因素分析

1、手机上网带宽低

2、GPRS资费偏高

3、手机浏览器的便捷性

第三节 2009-2010年中国手机浏览器技术研究

一、数据压缩优化技术

二、网页预读

三、缓存技术

四、其他技术

第四节 2009-2010年中国手机浏览器行业发展策略分析

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

第五章 2009-2010年中国主流手机浏览器市场发展现状分析

第一节 空中Opera手机浏览器

一、Opera浏览器简介

二、2006-2009年Opera手机浏览器中国市场发展现状分析

三、Opera mobile智能手机浏览器简介

四、Opera Mobile与Opera mini性能比较分析

第二节 UCWEB手机浏览器

一、优视科技（UC）公司发展历程分析

二、UCWEB手机浏览器功能介绍

三、2004-2010年UCWEB手机浏览器市场发展现状分析

四、UCWEB 商业模式分析

第三节 QQ手机浏览器

一、QQ手机浏览器简介

二、2009-2010年QQ手机浏览器市场表现分析

三、QQ手机浏览器品牌发展分析

第四节 GO手机浏览器

## 一、GO手机浏览器简介

## 二、2009-2010年GO手机浏览器市场表现分析

### 第五节 2010年中国主流手机浏览器性能和品牌对比分析

#### 一、2010年中国三种主流手机浏览器速度技术对比分析

#### 二、2010年中国三种主流浏览器用户个性化体验比较

#### 三、2010年中国三种主流浏览器扩展功能比较

#### 四、中国主流手机浏览器市场发展趋势对比分析

### 第六节 中国其它国产手机浏览器阐述

#### 一、YoYo手机浏览器

#### 二、MP手机浏览器

#### 三、星际手机浏览器

#### 四、航海家手机浏览器

## 第六章 2009-2010年中国手机浏览器用户调研分析

### 第一节 2009年中国手机浏览器网民关注度分析

#### 一、中国智能手机关注度分析

#### 二、手机上网功能的关注度分析

#### 三、手机浏览器的关注度分析

#### 四、UCWEB关注度分析

### 第二节 2009年中国手机浏览器用户应用调研分析

#### 一、用户付费意愿分析

#### 二、用户使用效果分析

#### 三、浏览器存在的问题总结

### 第三节 2010年中国手机浏览器用户应用调研分析

#### 一、手机支持3G功能分析

#### 二、手机浏览器使用比例分析

#### 三、手机浏览器功能分析

#### 四、浏览内容分析

## 第七章 2009-2010年中国手机浏览器消费者需求分析

### 第一节 2009-2010年中国手机浏览器的功能需求分析

#### 一、内容丰富

二、操作简便

三、功能强大

第二节 2009-2010年中国手机浏览器的技术标准需求分析

第三节 2009-2010年中国手机浏览器的安全性需求分析

一、手机防火墙

二、防病毒软件

三、代理服务器技术

第八章 2009-2010年中国手机浏览器产业竞争态势分析

第一节 2009-2010年中国手机浏览器竞争总况

一、手机浏览器成竞争新焦点

二、手机浏览器市场竞争升级

三、3G门户用概念搅局手机浏览器竞争白热化

四、手机浏览器竞争要点分析

第二节 2009-2010年中国手机浏览器市场竞争格局

一、手机生产商在自家手机里面内置浏览器

二、智能手机的操作系统自带的浏览器

三、专业第三方浏览器

第三节 2009-2010年中国手机浏览器竞争策略分析

第九章 2009-2010年全球手机浏览器实力派企业竞争力分析

第一节 爱可信

一、手机浏览器产品介绍

二、手机浏览器产品优势

三、手机浏览器产品竞争力分析

第二节 挪威的Opera公司

一、手机浏览器产品介绍

二、手机浏览器产品优势

三、手机浏览器产品竞争力分析

第三节 摩托罗拉

一、手机浏览器产品介绍

二、手机浏览器产品优势

### 三、手机浏览器产品竞争力分析

#### 第四节 微软公司

##### 一、手机浏览器产品介绍

##### 二、手机浏览器产品优势

##### 三、手机浏览器产品竞争力分析

#### 第五节 Mozilla

##### 一、手机浏览器产品介绍

##### 二、手机浏览器产品优势

##### 三、手机浏览器产品竞争力分析

#### 第六节 Google

##### 一、手机浏览器产品介绍

##### 二、手机浏览器产品优势

##### 三、手机浏览器产品竞争力分析

## 第十章 2009-2010年中国手机浏览器重点企业竞争力分析

### 第一节 杭州摩托罗拉移动通信设备有限公司

#### 一、企业基本概况

#### 二、企业销售收入及盈利水平分析

#### 三、企业资产及负债情况分析

#### 四、企业成本费用情况

### 第二节 诺基亚首信通信有限公司

#### 一、企业基本概况

#### 二、企业销售收入及盈利水平分析

#### 三、企业资产及负债情况分析

#### 四、企业成本费用情况

### 第三节 武汉多普达通讯有限公司

#### 一、企业基本概况

#### 二、企业销售收入及盈利水平分析

#### 三、企业资产及负债情况分析

#### 四、企业成本费用情况

## 第十一章 2009-2010年中国手机浏览器关联行业发展动态分析



## 第一节 2009-2010年中国智能手机行业发展动态分析

- 一、中国智能手机技术现状概述
- 二、中国智能手机市场运行态势分析
- 三、中国智能手机用户情况分析
- 四、中国智能手机发展方向

## 第二节 2009-2010年中国通信产业发展态势分析

- 一、移动
- 二、联通
- 三、电信
- 四、网通

## 第三节 2009-2010年中国网络行业发展格局分析

- 一、网络行业发展概述
- 二、网络行业发展特点
- 三、网络行业发展趋势

## 第十二章 2009-2010年中国手机产业运行新形势分析

### 第一节 2009-2010年中国手机业运行总况

- 一、中国手机市场回顾
- 二、中国手机品牌分析
- 三、手机行业经营业绩分析

### 第二节 近几年中国手机产业数据监测

- 一、2007-2009年中国手机相关产业数据分析
- 二、2007-2009年中国手机产量数据分析

### 第三节 2009-2010年中国手机行业售后服务分析

- 一、2008年度手机行业质量问题分析
- 二、2008年中国手机售后服务调查
- 三、2008年手机行业用户搜索热点简况

## 第十三章 2010-2013年中国手机浏览器行业发展前景预测分析

### 第一节 2010-2013年中国手机浏览器行业发展环境预测

### 第二节 2010-2013年中国手机浏览器行业发展分析

- 一、手机浏览器行业发展方向

## 二、手机浏览器行业发展速度

### 第三节 2010-2013年中国手机浏览器行业市场预测分析

#### 一、手机浏览器市场竞争态势预测

#### 二、手机浏览器产品趋势预测

#### 三、手机浏览器渠道预测分析

## 第十四章 2010-2013年中国手机浏览器投资机会及风险分析

### 第一节 2010-2013年中国手机浏览器投资机会分析

#### 一、手机浏览器行业发展初期

#### 二、手机浏览器市场潜力大

#### 三、智能手机市场火爆

#### 四、人们生活水平的提高

#### 五、网络技术的发展

### 第二节 2010-2013年中国手机浏览器投资风险分析

#### 一、技术风险

#### 二、竞争风险

#### 三、经营风险

#### 图表目录：（部分）

图表：2005-2009年国内生产总值

图表：2005-2009年居民消费价格涨跌幅度

图表：2009年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2009年年末国家外汇储备

图表：2005-2009年财政收入

图表：2005-2009年全社会固定资产投资

图表：2009年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2009年固定资产投资新增主要生产能力

图表：手机浏览器的两种分类方式及代表厂商

图表：2005-2009年中国国内生产总值增长趋势图

图表：2005-2009年中国居民消费价格涨跌幅度

图表：2009年中国居民消费价格比上年涨跌幅度

图表：2005-2009年中国工业增加值情况

图表：2009年中国主要工业产品产量及其增长速度

图表：2005-2009年中国全社会固定资产投资情况

图表：2009年中国分行业城镇固定资产投资及其增长速度

图表：2009年中国固定资产投资新增主要生产能力

图表：2005-2009年中国社会消费品零售总额情况

图表：2009年中国全部金融机构本外币存贷款及其增长速度

图表：2005-2009年中国城乡人民币储蓄存款余额情况

图表：2009年中国人口数及其构成情况

图表：2005-2009年中国农村居民人均纯收入情况

图表：2005-2009年中国城镇居民人均纯收入情况

图表：2005-2009年中国移动电话用户规模和比例增长趋势图

图表：2009年中国各省移动电话用户、普及率统计

图表：2006-2009年中国IPv4地址资源变化情况

图表：2009年中国分类域名数

图表：2009年中国分类CN域名数

图表：2006-2009年中国网站规模变化趋势图

图表：2003-2009年中国网页规模变化

图表：2009年中国网页数分类及增长情况

图表：2006-2009年中国国际出口带宽变化情况

图表：2009年中国主要骨干网络国际出口带宽数

图表：2002-2009年中国网民规模增长趋势图

图表：2009年中国各省互联网宽带接入用户增长情况统计

图表：中国互联网普及率的三个梯队

图表：2009年中国各省网民规模及增速统计

图表：2009年中国各省人均GDP与互联网普及率相关性分析

图表：2008年中国移动互联网市场细分

图表：2007-2009年中国移动互联网市场增长趋势图

图表：2002-2009年中国手机产量统计

图表：2002-2009年中国手机产量增长趋势图

图表：2009年中国手机产量月度统计

图表：2009年中国主要省市手机产量统计

图表：中国信息产业科技发展的15大重点技术列表

图表：2005-2008年全球移动互联网市场规模增长趋势图

图表：2008-2009年全球主要品牌手机销量统计

图表：2008-2009年全球主要品牌智能手机销量统计

图表：2009年国外六种主流手机浏览器产品评测结果

图表：2007-2009年中国手机浏览器市场竞争

图表：2009年3G手机用户使用手机浏览器市场份额

图表：2009年第3季度中国第三方手机浏览器用户市场份额

图表：2008-2009年中国手机网民规模增长统计

图表：2007-2009年中国手机浏览器市场活跃用户规模统计

图表：手机浏览器主要盈利模式列表

图表：2009-2010年中国手机浏览器市场影响因素列表

图表：2006-2009年Opera Mini手机浏览器中国市场发展概况

图表：2004-2010年UCWEB手机浏览器中国市场发展概况

图表：2009-2010年QQ手机浏览器市场发展概况

图表：2009-2010年GO手机浏览器市场发展概况

图表：UC手机浏览器云计算架构图

图表：三种手机浏览器页排版对比

图表：腾讯与UC浏览器页面对比

图表：三种浏览器提供功能方面对比

图表：中国主流手机浏览器发展趋势对比分析

图表：2009年中国网民智能手机关注度排行榜

图表：2009年分季度网民对手机上网功能的关注度

图表：2009年分季度中国网民对手机浏览器的关注度

图表：2009年分季度网民对UCWEB关注度变化

图表：2009年移动互联网用户接受手机收费的应用服务项目列表

图表：2009年移动互联网用户手机应用效果列表

图表：2009年中国手机浏览器存在的问题列表

图表：2010年手机支持3G功能比例

图表：2010年网民手机浏览器使用品牌比例

图表：2010年网民手机浏览器细分功能关注比例

图表：2010年网民使用手机浏览器浏览内容比例

图表：杭州摩托罗拉移动通信设备有限公司销售收入情况

图表：杭州摩托罗拉移动通信设备有限公司盈利指标情况

图表：杭州摩托罗拉移动通信设备有限公司盈利能力情况  
图表：杭州摩托罗拉移动通信设备有限公司资产运行指标状况  
图表：杭州摩托罗拉移动通信设备有限公司资产负债能力指标分析  
图表：杭州摩托罗拉移动通信设备有限公司成本费用构成情况  
图表：诺基亚首信通信有限公司销售收入情况  
图表：诺基亚首信通信有限公司盈利指标情况  
图表：诺基亚首信通信有限公司盈利能力情况  
图表：诺基亚首信通信有限公司资产运行指标状况  
图表：诺基亚首信通信有限公司资产负债能力指标分析  
图表：诺基亚首信通信有限公司成本费用构成情况  
图表：武汉多普达通讯有限公司销售收入情况  
图表：武汉多普达通讯有限公司盈利指标情况  
图表：武汉多普达通讯有限公司盈利能力情况  
图表：武汉多普达通讯有限公司资产运行指标状况  
图表：武汉多普达通讯有限公司资产负债能力指标分析  
图表：武汉多普达通讯有限公司成本费用构成情况  
图表：2010-2015年中国手机浏览器市场活跃用户规模预测  
图表：2010-2015年中国手机浏览器市场活跃用户规模增长趋势图  
图表：略&hellip;&hellip;  
更多图表见报告正文

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201006/41999.html>