

# 2016-2022年中国移动互联网服务提供商市场监测及发展机遇预测报告

## 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

《2016-2022年中国移动互联网服务提供商市场监测及发展机遇预测报告》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/201602/130084.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

SP是英文Service Provider的缩写，中文翻译为服务提供商，通常是指在移动网内运营增值业务的社会合作单位。它们建立与移动网络建立相连的服务平台，为手机用户提供一系列信息服务，如：娱乐、游戏、短信、彩信、WAP、彩铃、铃声下载、定位等等。

报告目录：

### 第一章SP行业相关概述15

#### 第一节互联网及互联网信息服务的相关概述15

##### 一、互联网信息服务阐述15

##### 二、互联网信息服务的分类15

##### 三、经营性与非经营性互联网信息服务16

#### 第二节SP服务范畴16

#### 第三节SP按业务开展角度分类与特点17

##### 一、门户型SP17

##### 二、专业型SP17

##### 三、专项型SP18

### 第二章2015年全球SP产业运行状况分析19

#### 第一节2015年全球SP产业运行环境分析19

##### 一、2013-2015年世界经济发展概况19

##### 二、全球4G市场发展现状及前景21

#### 第二节2015年全球SP产业运行简况23

##### 一、国际移动互联网市场运营模式分析23

##### 二、互联网服务供应商的IPv6使用率将提高29

##### 三、EMC助力服务提供商30

##### 四、移动运营商业务重点转向数据业务32

#### 第三节2015年全球部分国家SP产业运行分析34

##### 一、欧洲34

##### 二、美国36

##### 三、韩国39

#### 四、日本40

#### 第四节2016-2022年全球SP产业运行前景与趋势探析44

### 第三章2013-2015年中国移动互联网服务提供商（SP）发展环境分析46

#### 第一节2013-2015年中国宏观经济环境分析46

- 一、2015年中国GDP增长情况分析46
- 二、2015年中国工业经济发展形势分析47
- 三、2015年中国全社会固定资产投资分析49
- 四、2015年中国社会消费品零售总额分析51
- 五、2015年中国城乡居民收入与消费分析53
- 六、2015年中国对外贸易发展形势分析55

#### 第二节2013-2015年中国SP政策环境分析56

- 一、SP监管政策56
- 二、电信运营政策分析56
- 三、4G产业政策57
- 四、“四网合一”57
- 五、国家加快推进三网融合计划58
- 六、互联网信息服务政策58

#### 第三节2015年中国互联网信息服务行业技术环境分析66

#### 第四节2015年中国SP社会环境分析69

- 一、中国人口规模及学历结构69
- 二、城市化进程分析72
- 三、移动电话用户及普及率72
- 四、2015年中国4G发展情况74

### 第四章2015年中国互联网信息服务行业发展现状综述77

#### 第一节2015年中国互联网产业发展概况77

- 一、互联网快速融入渗透经济社会77
- 二、创新催生互联网产业新格局78
- 三、互联网使网络经济迎来新时代79
- 四、电子商务已成网络经济领头羊80

#### 第二节2015年中国互联网产业发展规模分析81

- 一、2015年中国互联网用户规模81
- 二、2015年中国网络经济发展分析82
- 三、2015年中国网络经济规模分析83
- 四、中国互联网产业发展趋势分析85
- 第三节2013-2015年中国互联网产业问题对策分析85
  - 一、中国互联网发展瓶颈分析85
  - 二、中国互联网发展中的问题87
  - 三、中国互联网发展对策分析88
  - 四、互联网创新加速产业重构91
- 第四节影响互联网信息服务技术发展的核心因素分析92
  - 一、TD、FD和LTE的发展融合92
  - 二、核心芯片的开发92
  - 三、完整的终端测试的平台93
  
- 第五章2015年中国移动互联网信息服务行业市场剖析94
  - 第一节2015年中国移动互联网信息服务发展概述94
    - 一、移动互联网行业的发展历程94
    - 二、移动互联网产业链演化过程95
    - 三、移动互联网应用条件加速改善96
    - 四、移动互联网创新应用层出不穷97
  - 第二节2015年中国移动互联网信息服务规模分析98
    - 一、2015年中国移动互联网用户规模98
    - 二、2015年中国移动互联网市场规模98
    - 三、2015年中国移动互联网市场结构99
  - 第三节2015年中国互联网信息服务细分市场分析100
    - 一、手机电子商务100
    - 二、移动增值业务101
    - 三、手机广告市场102
    - 四、手机游戏市场102
  - 第四节2013-2015年中国互联网信息服务行业主要厂商分析103
    - 一、新浪市场营运状况分析103
    - 二、网易市场营运状况分析105

- 三、腾讯市场营运状况分析107
- 四、搜狐市场营运状况分析109
- 五、百度市场营运状况分析111
- 六、盛大市场营运状况分析113
- 七、TOM在线市场营运状况分析115
- 第五节2016-2022年中国移动互联网发展潜力分析117

## 第六章2015年中国移动互联网服务提供商（SP）运行形势分析119

### 第一节2015年中国移动互联网服务提供商（SP）发展概况119

- 一、移动互联网服务提供商（SP）产业链119
- 二、移动互联网服务提供商（SP）供给情况119
- 三、移动互联网服务提供商（SP）需求分析120

### 第二节2015年中国手机电视内容提供市场运行分析121

- 一、中国手机电视业务简介121
- 二、中国手机电视商业模式分类122
- 三、中国手机电视商业盈利策略124
- 四、手机电视内容提供现状分析126
- 五、手机电视内容提供技术分析126
- 六、中国手机电视市场规模分析128

### 第三节2015年移动互联网服务提供商（SP）存在的问题分析128

## 第七章2013-2015年中国网民调查分析130

### 第一节移动互联网用户基本信息130

- 一、移动互联网用户性别构成130
- 二、移动互联网用户年龄构成131
- 三、移动互联网用户学历构成132
- 四、移动互联网用户职业构成133
- 五、移动互联网用户收入情况134

### 第二节移动互联网用户消费行为135

- 一、移动互联网用户上网流量费付费方式135
- 二、移动互联网用户包月套餐选择比例135
- 三、移动互联网用户每月手机总费用136

- 四、移动互联网用户常用移动电话网络137
- 五、移动互联网用户购买手机的途径137
- 六、移动互联网用户购买手机的费用138
- 第三节移动互联网用户基本使用行为139
  - 一、移动互联网用户手机上网频率139
  - 二、移动互联网用户每次手机上网时间139
  - 三、移动互联网用户使用手机应用场景140
  - 四、移动互联网用户手机上网行为分析141
  - 五、移动互联网手机可接受的手机付费应用服务141
- 第四节移动互联网用户对细分应用服务的使用行为142
  - 一、移动互联网用户常用手机音乐服务142
  - 二、移动互联网用户观看手机视频的方式143
  - 三、移动互联网用户观看手机电视的方式144
  - 四、移动互联网用户体验过的手机游戏种类144
  - 五、用户对移动IM的使用行为145
  - 六、用户对移动搜索服务使用行为145
    - (一) 移动互联网用户常用搜索网站145
    - (二) 移动互联网用户搜索目标分类146
    - (三) 移动互联网用户使用手机搜索服务的途径147
  - 七、用户对手机阅读服务使用行为147
    - (一) 用户对手机阅读内容类别的选择147
    - (二) 用户对电子阅读器的认知情况148
    - (三) 用户对电子阅读器可接受的付费方式149
  - 八、用户对手机社区服务使用行为149
  - 九、用户对手机邮箱服务使用行为150
  - 十、用户对手机支付服务应用行为151
    - (一) 移动互联网用户常用手机支付方式151
    - (二) 移动互联网用户对支持支付的手机终端的需求152
  - 十一、移动互联网用户对在线应用商店的认知152
    - (一) 移动互联网用户对手机应用商店的认知程度152
    - (二) 移动互联网用户对商品的需求分类153
    - (三) 移动互联网用户对应用软件的需求分类154

## 第八章2013-2015年WAP业务运行动态分析155

### 第一节WAP相关介绍155

- 一、WAP系统的架构155
- 二、几种承载方式155
- 三、WAP移动网络关键技术158
- 四、WAP的应用159

### 第二节2013-2015年中国WAP业务运行综述160

- 一、无线互联网深入生活各领域160
- 二、2015年新增wap用户161
- 三、WAP市场规模分析161
- 四、WAP市场发展背后的隐忧162

### 第三节2013-2015年中国WAP市场动态分析163

- 一、百度进军手机浏览器领域163
- 二、手机阅读遭受版权考验163
- 三、UCWEP国际化战略初获成功164
- 四、传统媒体集体抢滩手机报164

### 第四节2013-2015年中国WAP主要业务运行分析165

- 一、无线广告市场发展分析165
- 二、中国无线WAP搜索发展分析165

## 第九章2015年中国移动互联网服务提供商（SP）其它业务分析167

### 第一节空中下载（OTA）业务167

- 一、OTA业务相关概述167
- 二、OTA技术特点及实现方式167
- 三、OTA业务信息费收入分析169

### 第二节短信（SMS）业务170

- 一、中国短信发送量分析170
- 二、中国短信用户结构分析170
- 三、移动短信发送总量分析170
- 四、移动短信月度发送量171

### 第三节彩信（MMS）业务171



- 一、MMS市场用户规模分析171
- 一、中国MMS市场规模分析172
- 三、MMS业务发展前景分析173
- 第四节彩铃声（CRBT）业务173
- 一、中国CRBT市场规模分析173
- 二、运营商CRBT的合作模式174
- 三、CRBT业务发展预测分析175

## 第十章2013-2015年中国主要SP企业运营状况分析176

### 第一节新浪SP176

- 一、新浪概况176
- 二、产品及业务176
- 三、盈利模式分析179
- 四、市场竞争力分析180
- 五、主要客户群体分析182
- 六、新浪发展战略分析182

### 第二节网易SP183

- 一、网易概况183
- 二、产品及业务183
- 三、盈利模式分析186
- 四、市场竞争力分析186
- 五、主要客户群体分析189
- 六、公司发展战略分析189

### 第三节搜狐SP190

- 一、搜狐概况190
- 二、产品及业务191
- 三、盈利模式分析192
- 四、市场竞争力分析192
- 五、主要客户群体分析194
- 六、公司发展战略分析194

### 第四节TOMSP194

- 一、TOM概况194

- 二、产品及业务195
- 三、盈利模式分析195
- 四、市场竞争力分析196
- 五、主要客户群体分析196
- 六、公司发展战略分析196
- 第五节掌上灵通197
  - 一、企业概况197
  - 二、盈利模式分析198
  - 三、市场竞争力分析199
  - 四、主要客户群体分析200
  - 五、公司发展战略分析200
- 第六节空中网201
  - 一、空中网概况201
  - 二、产品及业务201
  - 三、盈利模式分析202
  - 四、市场竞争力分析202
  - 五、主要客户群体分析203
  - 六、公司发展战略分析203
- 第七节北纬通信204
  - 一、企业概况204
  - 二、产品及业务204
  - 三、盈利模式分析205
  - 四、市场竞争力分析206
  - 五、公司发展战略分析206
- 第八节华友世纪207

## 第十一章2015年外资SP企业在华经营态势分析208

- 第一节国内外资SP企业发展分析208
  - 一、四大云服务提供商云计算投资策略208
  - 二、SP企业受困行业整顿外资乘机进场并购209
  - 三、外资大幅进入中国电子商务领域影响分析211
  - 四、云服务提供商将获广泛投资214

## 第二节微软在中国投资及兼并重组情况分析216

- 一、微软在中国投资情况216
- 二、微软核心竞争力分析216
- 三、微软开发iPad相兼容软件217

## 第三节日本Index公司在中国投资及兼并重组情况分析218

- 一、企业基本情况218
- 二、Index在华发展情况218
- 三、Index公司发展动向分析218

## 第四节GXS公司在中国投资及兼并重组情况分析219

- 一、企业基本情况219
- 二、GXS核心竞争力分析219
- 三、企业在华发展情况220
- 四、GXS发布首个中国绿色供应链调查报告221

## 第十二章中国SP主导运营商竞争力与财务状况分析223

### 第一节中国移动通信集团公司223

- 一、企业发展概况介绍223
- 二、企业经营情况分析223
- 三、企业经济指标分析225
- 四、企业盈利能力分析225
- 五、企业偿债能力分析225
- 六、企业运营能力分析226
- 七、企业发展战略分析226
- 八、企业竞争优势分析226
- 九、企业运营策略分析227
- 十、企业研发情况分析229

### 第二节中国联合网络通信集团有限公司231

- 一、企业发展情况介绍231
- 二、企业经营情况分析232
- 三、企业经济指标分析234
- 四、企业盈利能力分析235
- 五、企业偿债能力分析235

- 六、企业运营能力分析235
- 七、企业成本费用分析236
- 八、企业发展战略分析236
- 九、企业竞争优势分析237
- 十、企业运营策略分析238
- 十一、企业研发情况分析239
- 第三节中国电信集团公司240
  - 一、企业发展情况介绍240
  - 二、企业经营情况分析241
  - 三、企业经济指标分析242
  - 四、企业盈利能力分析243
  - 五、企业偿债能力分析243
  - 六、企业运营能力分析243
  - 七、企业发展战略分析244
  - 八、企业竞争优势分析244
  - 九、企业通信能力分析245
  - 十、企业研发情况分析246

- 第十三章2016-2022年中国SP产业前景预测与投资战略分析248
  - 第一节2016-2022年中国移动互联网服务提供商发展趋势分析248
    - 一、移动内容服务具有良好收益前景248
    - 二、手机视频内容市场前景分析248
    - 三、手机电视内容提供客户需求预测分析249
  - 第二节2016-2022年中国移动互联网服务提供商盈利预测分析250
  - 第三节2016-2022年中国SP产业投资战略分析250
    - 一、SP产业投资特性250
    - 二、SP产业投资政策解读251
    - 三、风投巨资下注移动互联网内容提供商蓄势待发252
    - 四、移动互联网存三大优势投资前景受青睐252
    - 五、SP产业投资风险预警253

图表目录：

图表12006-2015年世界主要国家和地区经济增长率比较19

图表2国际机构对全球及主要经济体2011-2015年经济增长预测值20

图表3NNTDoCoMo与终端制造商的合作模式24

图表4NNTDoCoMo与内容服务提供商的合作模式24

图表5SK电讯与终端制造商的合作模式25

图表6SK电讯的NATE平台26

图表7SK电讯与内容服务提供商的合作模式26

图表8诺基亚进军移动互联网28

图表9苹果公司设备与服务融合运营模式28

图表10Google的移动互联网解决方案29

图表112009-2014年日本移动电话用户数与4G用户数41

图表122009-2014年日本4G用户总数及4G渗透率41

图表132006-2014年日本主要移动增值业务市场规模变化情况42

图表142000-2014年日本移动增值服务市场总额43

图表152006-2015年中国人均国内生产总值变化趋势图46

图表162006-2015年中国国内生产总值及增长速度趋势图47

图表171998-2015年中国规模以上工业企业经济指标统计48

图表182006-2015年中国全部工业增加值及增长速度趋势图48

图表192015年各月度中国规模以上工业增加值增长趋势图49

图表202005-2015年中国全社会固定资产投资增长趋势图50

图表212015年中国城镇固定资产投资规模及增长速度统计50

图表222015年各月度固定资产投资（不含农户）增长趋势图51

图表232006-2015年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图52

图表242015年社会消费品零售总额环比增长趋势图53

图表252006-2015年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图54

图表262006-2015年农村居民纯收入及增长情况统计55

图表272006-2015年中国进出口总额增长趋势图55

图表28互联网视听节目及监管主体及体系63

图表29几大视频网站融资经历64

图表30移动通信体系演进66

图表31WCDMA网络能力与单位字节成本67

图表32不同系统终端移动互联网使用份额68

图表332015年中国移动互联网用户使用手机终端品牌分布68

图表342015年中国移动互联网用户的手机操作系统分布69

图表352015年中国人口数及其构成情况70

图表362004-2015年中国人口数量变化趋势图70

图表372005-2015年中国城镇化率变化趋势图72

图表382006-2015年中国移动电话用户数变化趋势图73

图表392015年中国移动电话用户数量及普及率情况73

图表402015年中国4G网络容量75

图表412009-2015年中国4G用户数量变化趋势图76

图表422009-2015年中国网民规模增长趋势图81

图表432006-2015年中国网络经济营收规模趋势图82

图表442006-2015年中国互联网经济细分产业结构83

图表452013-2015年中国各季度网络经济规模及增速84

图表462013-2015年中国各季度网络经济规模及增速85

图表47中国移动互联网发展历程95

图表482009-2015年中国移动互联网用户规模增长趋势图98

图表492009-2015年中国移动互联网市场规模增长趋势图99

图表502015年第三季度中国移动互联网市场结构100

图表512013-2015年各季度中国手机电子商务交易规模101

图表522013-2015年各季度中国移动增值市场规模趋势图101

图表532013-2015年各季度中国手机广告市场规模102

图表542013-2015年各季度中国手机游戏市场规模103

图表552006 - 2015年新浪资产总额变化趋势图104

图表562006 - 2015年新浪营业收入变化趋势图104

图表572015年新浪营业收入结构情况104

图表582006 - 2015年新浪营业利润变化趋势图105

图表592006 - 2015年网易资产总额变化趋势图105

图表602006 - 2015年网易营业收入变化趋势图106

图表612008 - 2015年网易营业收入分产品服务情况106

图表622015年前三季度网易营业收入构成情况106

图表632006 - 2015年网易营业利润变化趋势图107

图表642006 - 2015年腾讯资产总额变化趋势图107

图表652006 - 2015年腾讯营业收入变化趋势图108  
图表662006-2015年腾讯营业利润变化趋势图108  
图表672013年腾讯公司营业收入分产品情况108  
图表682015年前三季度腾讯营业收入构成情况109  
图表692006 - 2015年搜狐资产总额变化趋势图109  
图表702006 - 2015年搜狐营业收入变化趋势图110  
图表712006 - 2015年搜狐营业利润变化趋势图110  
图表722015年前三季度搜狐营业收入分产品服务情况110  
图表732015年前三季度搜狐营业收入构成情况111  
图表742009-2015年百度公司收入与利润统计111  
图表752013-2015年百度公司营业收入分部门情况表112  
图表762015年百度公司收入结构图112  
图表772009-2015年百度公司营业收入变化趋势图112  
图表782009-2015年百度公司营业利润变化趋势图113  
图表792009-2015年百度公司总资产变化趋势图113  
图表802009-2015年百度公司资产与负债统计114  
图表812013-2015年盛大公司毛利分部门情况表114

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201602/130084.html>