

2020-2026年中国移动互联网市场深度评估与投资战略咨询报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国移动互联网市场深度评估与投资战略咨询报告》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/202005/166161.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

随着 App 几乎成为各行各业所有消费业务日益重要的渠道，我们看到，Google Play 和 iOS 应用商店中的 App 数量已经超过了 600 万。因此，App 营销，特别是 App 商店优化和付费用户获取，对于那些希望有所作为的竞争者来说已变得越发重要。2017 年用户的 App 下载量比 2015 年高 60%。这相当于世界上每个人每月下载近 2 款 App。2015-2017 年全球 App 下载总量走势图资料来源：APP ANNIE

Google Play、iOS 应用商店和第三方 Android 商店的总消费额在过去两年翻了一番还多，达到 860 多亿美元。智能手机和 App 在发展中经济体的广泛普及，以及 App 在成熟市场中消费额占比的增加，都将推动消费额的增长。2015-2017 年全球 APP 商店消费总额走势图资料来源：APP ANNIE

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录

第一章国内移动互联网业概念及发展状况12

1.1移动互联网概念12

1.1.1移动互联网发展历程12

1.1.2移动互联网产业链结构13

1.1.3移动互联网业务体系15

1.1.4移动互联网地区发展布局16

1.2移动互联网行业数据17

1.2.1国内移动互联网状况17

我国移动互联网产业发展迅猛，2013 年我国移动互联网市场规模为 4734.3 亿元，2017 年增长至 82298.8 亿元。2013-2017 年我国移动互联网市场规模走势图资料来源：中企顾问网整理
根据测算，2017 年我国流量费规模达 5481.1 亿元，移动购物规模达 60678.9 亿元，移动营销规模达 2469.0 亿元，移动娱乐规模达 1481.4 亿元，移动生活服务规模达 12188.5 亿元。2013-2017 年我国移动互联网市场规模走势图资料来源：中企顾问网整理

1.2.2国外移动互联网发展状况19

- 1.2.3移动互联网发展政策环境24
- 1.3移动互联网商业模式分析方法27
- 1.3.1商业模式构成要素27
- 1.3.2商业模式画布结构27

第二章移动互联网行业发展历程及商业模式应用29

- 2.1国内移动互联网行业发展阶段29
- 2.1.1封闭的简单应用模式29
- 2.1.2终端+服务模式31
- 2.1.3开放的平台融合模式35
- 2.1.4未来用户集聚模式36
- 2.2不同商业模式在移动互联网中的运用36
- 2.2.1非绑定式商业模式36
- 2.2.2长尾式商业模式39
- 2.2.3多边平台式商业模式42
- 2.2.4免费式商业模式44
- 2.2.5开放式商业模式45

LLQZJCWB第三章移动互联网价值链与企业商业模式案例分析47

- 3.1移动互联网行业价值链47
- 3.1.1移动互联网行业价值链特点47
- 3.1.2行业价值链与商业模式的关系47
- 3.2已有不同类型厂商模式比较49
- 3.2.1运营商移动互联网模式49
- 3.2.2终端厂商移动互联网模式49
- 3.2.3互联网企业移动互联网模式49
- 3.3终端厂商移动互联网商业模式案例分析50
- 3.3.1苹果商业模式分析50
- 3.3.2三星商业模式分析52
- 3.4传统互联网企业移动互联网商业模式54
- 3.4.1百度移动互联网商业模式分析54
- 3.4.2谷歌移动互联网商业模式分析56

- 3.4.3 搜狐移动互联网商业模式分析59
- 3.4.4 奇虎360移动互联网商业模式分析62
- 3.4.5 微软移动互联网商业模式分析64
- 3.4.6 腾讯移动互联网商业模式分析65
- 3.4.7 阿里巴巴移动互联网商业模式分析67
- 3.4.8 小米移动互联网商业模式分析68
- 3.5 运营商移动互联网商业模式70
- 3.5.1 中国联通移动互联网商业模式分析70
- 3.5.2 中国电信移动互联网商业模式分析74
- 3.5.3 中国移动移动互联网商业模式分析77

第四章 APP应用市场及移动互联网典型商业模式分析81

- 4.1 APP应用市场发展状况81
- 4.1.1 全球移动应用数量规模81
- 4.1.2 全球移动应用付费规模82
- 4.1.3 全球移动应用分类情况82
- 4.1.4 APP应用开发者情况84
- 4.2 APP应用开发企业商业模式要素分析85
- 4.2.1 APP开发价值主张85
- 4.2.2 APP开发客户定位85
- 4.2.3 APP开发企业客户运营分析87
- 4.2.4 APP运营推广渠道与方式90
- 4.2.5 APP应用企业核心资源与合作伙伴96
- 4.2.6 APP应用收入来源96
- 4.2.7 APP开发成本结构109
- 4.3 APP应用典型商业模式分析111
- 4.3.1 APP应用商店模式111
- 4.3.2 移动支付商业模式114
- 4.3.3 手机游戏商业模式120
- 4.3.4 移动社交商业模式122
- 4.3.5 移动电子商务商业模式126
- 4.3.6 移动安全服务商业模式130

4.3.7LBS位置服务商业模式132

第五章移动互联网行业商业模式演变路径及创新策略134

5.1移动互联网行业商业模式演变路径134

5.1.1互联网商业模式发展路径134

5.1.2移动互联网商业模式发展路径135

5.2移动互联网商业模式演变层级135

5.2.1第一层级：APP增值模式135

5.2.2第二层级：行业定制模式137

5.2.3第三层级：电商模式137

5.2.4第四层级：广告模式139

5.2.5第五层级：个性化模式141

5.3移动互联网盈利模式瓶颈141

5.3.1移动互联网主要盈利模式141

5.3.2移动互联网盈利模式挑战142

5.4未来移动互联网商业模式趋势142

5.4.1价值链变化趋势142

5.4.2盈利模式变化趋势142

5.4.3市场主体变化趋势143

5.5移动互联网商业模式创新143

5.5.1亚马逊——资源驱动创新143

5.5.2阿卡迈——产品/服务驱动创新144

5.5.3巴蒂电信——客户驱动创新145

第六章国内移动互联网未来将由谁主导147 ()

6.1运营商为核心的模式设想147

6.1.1运营商产业链地位变化趋势147

6.1.2运营商SWOT分析148

6.1.3国外运营商运营模式148

6.1.4运营商为核心的产业链发展趋势152

6.1.5未来运营商移动互联网发展策略153

6.2互联网企业为核心的模式设想155

- 6.2.1互联网公司产业链地位变化趋势155
- 6.2.2互联网公司SWOT分析155
- 6.2.3互联网公司商业模式发展趋势156
- 6.2.4互联网公司移动互联网发展策略156
- 6.3终端企业为核心的模式设想158
 - 6.3.1终端企业产业链地位变化趋势158
 - 6.3.2终端企业SWOT分析158
 - 6.3.3终端企业商业模式发展趋势159
 - 6.3.4终端企业移动互联网发展策略159 ()
- 6.4移动互联网企业竞争力及趋势分析161
 - 6.4.1移动互联网企业格局161
 - 6.4.2移动互联网发展前景162

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202005/166161.html>