

# 2022-2028年中国手机阅读 行业发展趋势与投资战略研究报告

## 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

《2022-2028年中国手机阅读行业发展趋势与投资战略研究报告》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/202201/266380.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

手机阅读是中国移动向用户提供的以在线和下载为主要阅读方式的自有增值业务。手机阅读主要是以提供各类电子书为内容，实现多样化的阅读形式。手机阅读基于用户对各类题材内容的阅读需求，整合具备内容出版或发行资质的机构提供的各类内容。手机阅读以移动终端（包括手机、手持阅读终端）为主要阅读载体。随着智能移动通信设备的成熟完善，手机看小说逐渐成为一种趋势和潮流。2018年中国在线文学市场规模总计达153.5亿元，同比增长20.3%，预计2019年规模有望达到180.5亿元，同比增长17.6%。自2015年以来，优质IP的出现成为产业内生动力，优化了产业发展结构。同时，国家出台的一系列打击网络侵权盗版的政策，也使得在线阅读版权得到极大保护。此外，从2018年开始往后几年，优质内容又开始处于一个新的积累时期，在线阅读行业还将稳定发展，广告主投放预算将进一步提升，以期获得更高的市场竞争力，提升用户基础，为商业化发展奠定条件。2012-2020年中国在线阅读行业市场规模数据来源：公共资料整理 中企顾问网发布的《2022-2028年中国手机阅读行业发展趋势与投资战略研究报告》共十四章。首先介绍了手机阅读行业市场发展环境、手机阅读整体运行态势等，接着分析了手机阅读行业市场运行的现状，然后介绍了手机阅读市场竞争格局。随后，报告对手机阅读做了重点企业经营状况分析，最后分析了手机阅读行业发展趋势与投资预测。您若想对手机阅读产业有个系统的了解或者想投资手机阅读行业，本报告是您不可或缺的重要工具。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：第一部分 手机阅读行业发展现状第一章 手机阅读行业界定和分类第一节 行业定义、基本概念第二节 行业基本特点第三节 行业分类 第二章 2019年手机阅读行业国内外发展概述第一节 全球手机阅读行业发展概况一、全球手机阅读行业发展现状二、全球手机阅读行业发展趋势三、主要国家和地区发展状况第二节 中国手机阅读行业发展概况一、中国手机阅读行业发展历程与现状二、中国手机阅读行业发展中存在的问题 第三章 2019年中国手机阅读行业发展环境分析第一节 宏观经济环境第二节 宏观政策环境第三节 国际贸易环境第四节 手机阅读行业政策环境第五节 手机阅读行业技术环境 第二部分 手机阅读行业市场分析第四章 2019年中国手机阅读行业市场分析第一节 市场规模一、手机阅读所属行业市场规模及增速二、手机阅读行业市场饱和度三、影响手机阅读所属行业市场规模的因素四、2022-2028年手机阅读所属行业市场规模及增速预测第二节 市场结构第三节 市场特点一、手机阅读行业所处生命周期二、技术变革与行业革新对手机阅读行业的影响三、差异化分析 第五章 中国手机阅读所属行业区域市场分析第一节 区域市场分布状况第二节 重点区域市场需求分析（需求规模、需求特征等）第三节

区域市场需求变化趋势第四节 第.12次全国国民阅读调查报告解读一、国民阅读率上升0.2个百分点二、三分之一的人使用微信阅读三、人均纸质书阅读量较2019年减少0.21本四、纸质图书阅读和手机阅读时长增势明显五、调查新增Pad阅读数据六、“阅读新闻”仍为主要网上活动七、纸质阅读地位未被撼动八、超四成的成年国民认为自己的阅读数量较少九、仅四分之一国民满意自己阅读情况十、三分之二的人只看免费手机读物十一、未成年人图书阅读率稳步上升十二、88.8%的家庭有陪儿童阅读的习惯 第三部分 手机阅读关联产业分析第六章 2019年中国手机阅读行业产业链分析第一节 手机阅读行业产业链分析一、产业链结构分析二、主要环节的增值空间三、与上下游行业之间的关联性第二节 手机阅读上游行业分析一、手机阅读成本构成二、上游行业发展现状1、出版商2.SP3.移动运营商三、2022-2028年上游行业发展趋势四、上游行业对手机阅读行业的影响第三节 手机阅读下游行业分析一、手机阅读下游行业分布二、下游行业发展现状三、2022-2028年下游行业发展趋势四、下游需求对手机阅读行业的影响 第四部分 手机阅读行业深度分析第七章 2019年中国手机阅读行业主导驱动因素分析第一节 国家政策导向第二节 关联行业发展第三节 行业技术发展第四节 行业竞争状况第五节 社会需求的变化 第八章 2015-2019年中国手机阅读行业偿债能力分析第一节 手机阅读行业资产负债率分析第二节 手机阅读行业速动比率分析第三节 手机阅读行业净利润增长率分析第四节 手机阅读行业利息保障倍数分析第五节 2022-2028年手机阅读行业偿债能力预测 第九章 2015-2019年中国手机阅读行业营运能力分析第一节 手机阅读行业总资产周转率分析第二节 手机阅读行业净资产增长率分析第三节 手机阅读行业应收账款周转率分析第四节 手机阅读行业存货周转率分析第五节 2022-2028年手机阅读行业营运能力预测 第五部分 手机阅读行业竞争分析第十章 2019年中国手机阅读行业竞争分析第一节 重点手机阅读企业市场份额第二节 手机阅读行业市场集中度第三节 行业竞争群组第四节 潜在进入者第五节 替代品威胁第六节 供应商议价能力第七节 下游用户议价能力第八节 移动用户基本信息一、移动用户性别构成二、移动用户年龄构成

在性别方面，男女比例相差不大，男性用户占比为54.9%，女性用户占比为44.1%。而在年龄方面，24岁以下的95后占比最高，达到31.4%，30岁以下的读者占比近六成，35岁以下的用户覆盖更是高达85.8%，这说明在线文学因其阅读自由及类型丰富的鲜明特征，受众普遍年轻化。2019年中国在线阅读用户年龄情况数据来源：公共资料整理三、移动用户学历构成四、移动用户职业构成

近7成在线阅读用户是本科学历，这与本科学历群体学习能力强，阅读习惯的养成相对较快有关。而在职业分布情况中，企业白领的阅读热情最为高涨，占比接近4成，企业白领的强阅读偏好与互联网学习风气的流行存在相关性。2019年中国在线阅读用户职业分布情况数据来源：公共资料整理五、移动用户收入情况第九节 移动用户消费行为一、移动用户上网流量费付

费方式二、移动用户包月套餐选择比例三、移动用户每月手机总费用四、移动用户常用移动电话网络五、移动用户购买手机的途径六、移动用户购买手机的费用第十节 移动用户基本使用行为一、移动用户手机上网频率二、移动用户每次手机上网时间三、移动用户使用手机应用场景四、移动用户手机上网行为分析五、移动手机可接受的手机付费应用服务 第十一章 中国手机阅读行业重点企业分析第一节 掌阅科技股份有限公司一、企业概述二、企业主要经济指标三、企业盈利能力分析四、企业偿债能力分析第二节 QQ阅读一、企业概述二、企业主要经济指标三、企业盈利能力分析四、企业偿债能力分析第三节 咪咕阅读一、企业概述二、企业主要经济指标三、企业盈利能力分析四、企业偿债能力分析第四节 多看阅读一、企业概述二、企业主要经济指标三、企业盈利能力分析四、企业偿债能力分析第五节 熊猫看书一、企业概述二、企业主要经济指标三、企业盈利能力分析四、企业偿债能力分析第六节 网易云阅读一、企业概述二、企业主要经济指标三、企业盈利能力分析四、企业偿债能力分析 第六部分 手机阅读行业趋势研究第十二章 2022-2028年中国手机阅读行业发展与投资风险分析第一节 手机阅读行业环境风险一、国际经济环境风险二、汇率风险三、宏观经济风险四、宏观经济政策风险五、区域经济变化风险第二节 产业链上下游及各关联产业风险第三节 手机阅读行业政策风险第四节 手机阅读行业市场风险一、市场供需风险二、价格风险三、竞争风险 第十三章 2022-2028年中国手机阅读行业发展前景及投资机会分析第一节 手机阅读行业发展前景预测一、用户需求变化预测二、竞争格局发展预测三、渠道发展变化预测四、手机阅读用户黏性如何提高五、如何手机阅读的目标群体六、行业总体发展前景及市场机会分析第二节 手机阅读行业投资机会一、区域市场投资机会二、产业链投资机会 第十四章 手机阅读行业发展战略（ ）第一节 行业战略规划制定原则第二节 手机阅读行业企业策略建议一、产品策略二、价格策略三、渠道策略四、促销策略五、市场竞争策略建议第三节 手机阅读行业企业竞争策略分析一、核心竞争力二、战略思想三、盈利模型四、盈利因素五、竞争力指标第四节 对我国手机阅读品牌的战略思考一、企业品牌的重要性二、手机阅读实施品牌战略的意义三、手机阅读企业品牌的现状分析四、我国手机阅读企业的品牌战略五、手机阅读品牌战略管理的策略第五节 手机阅读行业投资战略研究 图表目录：图表：我国保护版权相关政策图表：2015-2019年我国手机阅读市场规模及增长率图表：2015-2019年我国移动阅读市场用户规模及增速图表：2022-2028年我国手机阅读市场规模及增长率预测图表：2015-2019年北京手机阅读市场规模及增长率图表：2015-2019年广东省手机阅读市场规模及增长率图表：2019年我国阅读行业总体情况图表：2019年我国不同阅读方式占比图表：2019年我国阅读量情况图表：2019年我国阅读时长图表：2019年我国成年国民每天接触新兴媒介时长图表：2019年我国成年国民上网率图表：2019年我国成年国民倾向的阅读形式图表：2019年我国成年国民对个人阅读数量评价图表：2019年我国成年国民对个人阅读情况评价图表：2015-2019年我国国民综

合阅读变化趋势图表：2015-2019年我国国民手机阅读接触率图表：2015-2019年我国国民各类数字化阅读载体的接触率变化图表：各类出版物阅读量对比图表：各类出版物阅读量对比图表：微信阅读群体通过手机微信进行的活动图表：2019年我国国民图书价格承受能力图表：2019年我国国民阅读形式倾向图表：2019年我国国民自我阅读数量评价图表：2019年我国国民阅读满意度评价阅读满意度评价图表：2019年我国国民阅读满意度评价阅读满意度评价图表：2019年我国国民阅读满意度评价阅读满意度评价图表：2019年我国国民阅读满意度评价阅读满意度评价图表：2015-2019年中国智能手机保有量图表：2019年中国智能手机市场五大品牌出货量对比更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202201/266380.html>