2020-2025年中国移动互联网行业发展趋势预测及投资规划研究报告

报告大纲

华经情报网
www.huaon.com

一、报告简介

华经情报网发布的《2020-2025年中国移动互联网行业发展趋势预测及投资规划研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：https://www.huaon.com//detail/510219.html

报告价格：电子版: 9000元　纸介版：9000元　电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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、报告目录及图表目录

internet表示的意思是互联网，又称网际网路，根据音译也被叫做因特网(Internet)、英特网，是网络与网络之间所串连成的庞大网络。这些网络以一组通用的协议相连，形成逻辑上的单一且巨大的全球化网络，在这个网络中有交换机、路由器等网络设备、各种不同的连接链路、种类繁多的服务器和数不尽的计算机、终端。使用互联网可以将信息瞬间发送到千里之外的人手中，它是信息社会的基础。
本研究报告数据主要采用国家统计数据，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情况分析
1.1 移动互联网概念
1.1.1 移动互联网发展历程
1.1.2 移动互联网产业链结构
1.1.3 移动互联网业务体系
1.1.4 移动互联网地区发展布局
1.2 移动互联网行业数据
1.2.1 国内移动互联网情况分析
（1）移动互联网发展规模
（2）移动互联网行业结构
1.2.2 国外移动互联网发展情况分析
（1）美国移动互联网行业发展分析
（2）日本移动互联网行业发展分析
（3）韩国移动互联网行业发展分析
1.2.3 移动互联网发展政策环境
1.3 移动互联网商业模式分析方法
1.3.1 商业模式构成要素
1.3.2 商业模式画布结构

第二章 移动互联网行业发展历程及商业模式应用
2.1 国内移动互联网行业发展阶段

2.1.1 封闭的简单应用模式
（1）移动运营商自营
（2）sc/cp+移动运营商
2.1.2 终端+服务模式
（1）终端+操作系统模式
（2）终端+搜索引擎模式
（3）终端+应用商店模式
2.1.3 开放的平台融合模式
2.1.4 未来用户集聚模式
2.2 不同商业模式在移动互联网中的运用
2.2.1 非绑定式商业模式
（1）非绑定式商业模式概念
（2）非绑定式商业模式对运营商启示
2.2.2 长尾式商业模式
（1）长尾式商业模式概念
（2）长尾式商业模式在电商的应用
2.2.3 多边平台式商业模式
（1）多边平台式商业模式概念
（2）多边平台式商业模式特点
（3）该模式在移动互联网中的应用
2.2.4 免费式商业模式
（1）免费式商业模式概念
（2）该模式在移动互联网的应用
2.2.5 开放式商业模式
（1）开放式商业模式概念
（2）开放式商业模式应用

第三章 移动互联网价值链与企业商业模式案例分析
3.1 移动互联网行业价值链
3.1.1 移动互联网行业价值链特点
3.1.2 行业价值链与商业模式的关系
3.2 已有不同类型厂商模式比较
3.2.1 运营商移动互联网模式
3.2.2 终端厂商移动互联网模式
3.2.3 互联网企业移动互联网模式

3.3 终端厂商移动互联网商业模式案例分析
3.3.1 苹果商业模式分析
（1）苹果业务体系及产品线
（2）苹果商业模式要素分析
（3）苹果商业模式结构图
（4）苹果商业模式特点总结
3.3.2 三星商业模式分析
（1）三星业务体系及产品线
（2）三星商业模式要素分析
（3）三星商业模式结构图
（4）三星商业模式特点总结
3.4 传统互联网企业移动互联网商业模式
3.4.1 百度移动互联网商业模式分析
（1）百度业务体系与产品线
（2）百度移动互联网模式分析
（3）百度移动互联网模式特点总结
（4）百度移动互联网布局构想
3.4.2 谷歌移动互联网商业模式分析
（1）谷歌业务体系与产品线
（2）谷歌移动互联网模式分析
（3）谷歌移动互联网模式特点总结
（4）谷歌移动互联网布局构想
3.4.3 搜狐移动互联网商业模式分析
（1）搜狐业务体系与产品线
（2）搜狐移动互联网模式分析
（3）搜狐移动互联网模式特点总结
（4）搜狐移动互联网布局构想
3.4.4 奇虎360移动互联网商业模式分析
（1）奇虎360业务体系与产品线
（2）奇虎360移动互联网模式分析
（3）奇虎360移动互联网模式特点总结
（4）奇虎360移动互联网布局构想
3.4.5 微软移动互联网商业模式分析
（1）微软业务体系与产品线
（2）微软移动互联网模式分析

（3）微软移动互联网模式特点总结
（4）微软移动互联网布局构想
3.4.6 腾讯移动互联网商业模式分析
（1）腾讯业务体系与产品线
（2）腾讯移动互联网模式分析
（3）腾讯移动互联网模式特点总结
（4）腾讯移动互联网布局构想
3.4.7 阿里巴巴移动互联网商业模式分析
（1）阿里巴巴业务体系与产品线
（2）阿里巴巴移动互联网模式分析
（3）阿里巴巴移动互联网模式特点总结
（4）阿里巴巴移动互联网布局构想
3.4.8 小米移动互联网商业模式分析
（1）小米业务体系与产品线
（2）小米移动互联网模式分析
（3）小米移动互联网模式特点总结
（4）小米移动互联网布局构想
3.5 运营商移动互联网商业模式
3.5.1 中国联通移动互联网商业模式分析
（1）中国联通业务体系与产品线
（2）中国联通移动互联网模式结构
（3）中国联通移动互联网模式要素
（4）中国联通移动互联网模式评价
3.5.2 中国电信移动互联网商业模式分析
（1）中国电信业务体系与产品线
（2）中国电信移动互联网模式结构
（3）中国电信移动互联网模式要素
（4）中国电信移动互联网模式评价
3.5.3 中国移动移动互联网商业模式分析
（1）中国移动业务体系与产品线
（2）中国移动移动互联网模式结构
（3）中国移动移动互联网模式要素
（4）中国移动移动互联网模式评价

第四章 app应用市场及移动互联网典型商业模式分析

4.1 app应用市场发展情况分析
4.1.1 全球移动应用数量规模
4.1.2 全球移动应用付费规模
4.1.3 全球移动应用分类状况分析
4.1.4 app应用开发者状况分析
4.2 app应用开发企业商业模式要素分析
4.2.1 app开发价值主张
4.2.2 app开发客户定位
（1）app精准定位与个性化服务
（2）app垂直化定位趋势预测分析
4.2.3 app开发企业客户运营分析
（1）app客户运营内容
（2）app客户运营指标
1）活跃用户规模
2）用户留存率
3）留存时间与产品生命周期
（3）app客户推广策略
（4）app客户维护策略
4.2.4 app运营推广渠道与方式
（1）app推广特点
（2）app推广渠道与方法
1）线上推广方式
2）线下推广方式
4.2.5 app应用企业核心资源与合作伙伴
（1）app应用企业成功因素
（2）app应用企业潜在合作伙伴
4.2.6 app应用收入来源
（1）app生态系统收入分布
（2）app开发盈利模式设计
1）单纯出售模式
2）广告盈利模式
3）收入组合模式
4）持续推出更新附属功能模式
5）月租费模式
6）二次运用模式

7）平台媒合模式
8）代为开发模式
9）授权模式
（3）app应用定价策略
1）app价格影响因素
2）app价格与营收关系
3）app定价策略分析
4.2.7 app开发成本结构
（1）app开发成本构成
（2）app开发成本节约方法
4.3 app应用典型商业模式分析
4.3.1 app应用商店模式
（1）国内移动应用商店概况
（2）app store商业模式分析
1）价值主张分析
2）产品/服务分析
3）客户定位分析
4）合作伙伴分析
5）核心资源分析
6）盈利模式分析
7）推广渠道分析
8）成本结构分析
4.3.2 移动支付商业模式
（1）移动支付价值链分析
（2）移动支付市场格局分析
（3）移动支付商业模式要素分析
1）价值主张分析
2）产品/服务分析
3）客户定位分析
4）合作伙伴分析
5）核心资源分析
6）盈利模式分析
7）成本结构分析
4.3.3 手机游戏商业模式
（1）手机游戏商业模式要素分析

1）价值主张分析
2）产品/服务分析
3）客户定位分析
4）合作伙伴分析
5）核心资源分析
6）盈利模式分析
7）推广渠道分析
8）客户运营分析
9）成本结构分析
4.3.4 移动社交商业模式
（1）移动社交价值链分析
（2）微信商业模式案例分析
1）微信价值主张
2）微信产品/服务
3）微信合作伙伴
4）微信核心资源
5）微信盈利模式
6）微信推广渠道
（3）其他移动社交商业模式
1）社交娱乐——唱吧商业模式
2）旅游oto——航班管家商业模式
3）社交问答——知乎网商业模式
4.3.5 移动电子商务商业模式
（1）移动电子商务价值链分析
（2）移动电子商务市场格局分析
（3）移动电子商务模式分析
1）移动互联网电商模式
2）产品/服务分析
3）合作伙伴分析
4）核心资源分析
5）盈利模式分析
6）电商核心能力
7）成本结构分析
4.3.6 移动安全服务商业模式
（1）网秦商业模式案例分析

1）价值主张分析
2）产品/服务分析
3）客户定位分析
4）合作伙伴分析
5）核心资源分析
6）盈利模式分析
4.3.7 lbs位置服务商业模式
（1）lbs位置服务概况
（2）基于lbs的移动互联网的应用模式
1）lbs+休闲娱乐的签到模式
2）lbs+生活服务与分享模式
3）lbs+户外旅游的社交分享模式
4）lbs+休闲游戏的模式

第五章 移动互联网行业商业模式演变路径及创新策略
5.1 移动互联网行业商业模式演变路径
5.1.1 互联网商业模式发展路径
5.1.2 移动互联网商业模式发展路径
5.2 移动互联网商业模式演变层级
5.2.1 第一层级 app增值模式
（1）模式概况
（2）移动app核心资源
（3）移动app核心能力
（4）移动app产品盈利模式
（5）典型案例分析
5.2.2 第二层级 行业定制模式
（1）模式概况
（2）模式应用情况分析
（3）盈利模式分析
5.2.3 第三层级 电商模式
（1）模式概况
（2）移动电商核心资源
（3）移动电商核心能力
（4）核心产品分析
（5）盈利模式分析

5.2.4 第四层级 广告模式
（1）模式概况
（2）移动广告核心资源
（3）移动电商核心能力
（4）移动广告产品分析
（5）盈利模式分析
5.2.5 第五层级 个性化模式
5.3 移动互联网盈利模式瓶颈
5.3.1 移动互联网主要盈利模式
5.3.2 移动互联网盈利模式挑战
5.4 未来移动互联网商业模式趋势预测分析
5.4.1 价值链变化趋势预测分析
5.4.2 盈利模式变化趋势预测分析
5.4.3 市场主体变化趋势预测分析
5.5 移动互联网商业模式创新
5.5.1 亚马逊——资源驱动创新
5.5.2 阿卡迈——产品/服务驱动创新
5.5.3 巴蒂电信——客户驱动创新

第六章 国内移动互联网未来将由谁主导？
6.1 运营商为核心的模式设想（AK LT）
6.1.1 运营商产业链地位变化趋势预测分析
6.1.2 运营商swot分析
6.1.3 国外运营商运营模式
（1）日韩运营商运营模式
（2）英国封闭式运营案例
（3）国外运营商互联网布局动态
6.1.4 运营商为核心的产业链发展趋势预测分析
6.1.5 未来运营商移动互联网发展策略
6.2 互联网企业为核心的模式设想
6.2.1 互联网公司产业链地位变化趋势预测分析
6.2.2 互联网公司swot分析
6.2.3 互联网公司商业模式发展趋势预测分析
6.2.4 互联网公司移动互联网发展策略
6.3 终端企业为核心的模式设想

6.3.1 终端企业产业链地位变化趋势预测分析
6.3.2 终端企业swot分析
6.3.3 终端企业商业模式发展趋势预测分析
6.3.4 终端企业移动互联网发展策略
6.4 移动互联网企业竞争力及趋势预测
6.4.1 移动互联网企业格局
6.4.2 移动互联网发展前景

图表目录：

图表 1 中国移动互联网发展阶段
图表 2 移动互联网行业产业链构成
图表 3 移动互联网行业三大业务体系
图表 4 移动互联网行业地区发展布局
图表 5 2015-2019年中国网民规模与普及率（单位 亿人，%）
图表 6 2015-2019年中国网民上网使用设备情况（单位 %）
图表 7 2015-2019年中国移动互联网细分行业结构占比（单位 %）
图表 8 2019年美国智能手机市场份额（单位 %）
图表 9 2015-2019年美国移动互联网用户规模及预测（单位 亿，%）
图表 10 美国用户移动互联网使用频率（单位 %）
更多图表见正文……

详细请访问：https://www.huaon.com//detail/510219.html