

2013-2017年中国移动互联网行业态势与发展前景评估报告

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

《2013-2017年中国移动互联网行业态势与发展前景评估报告》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/201402/102077.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

移动互联网是一种通过智能移动终端，采用移动无线通信方式获取业务和服务的新兴业态，包含终端、软件和应用三个层面。终端层包括智能手机、平板电脑、电子书、MID等；软件包括操作系统、中间件、数据库和安全软件等。应用层包括休闲娱乐类、工具媒体类、商务财经类等不同应用与服务。随着技术和产业的发展，未来，LTE（长期演进，4G通信技术标准之一）和NFC（近场通信，移动支付的支撑技术）等网络传输层关键技术也将被纳入移动互联网的范畴之内。

2012年中国智能手机保有量达到3.2亿，增速为45%，2013年将突破5亿。智能手机在这一年得到了进一步普及。特别是受到低端Android智能机的推动，智能手机保有量大幅增长，这意味着使用智能手机的用户数量取得了非常快的增长，智能手机已成为移动互联网发展的重要载体。2013年上半年中国手机网民规模已经突破5亿大关，2013年年底这一数据将突破6.5亿。

2012年我国移动互联网市场规模达到772.5亿元，同比增长96.4%，估计到2013年年底能达到1200-1300亿元。从细分行业的占比来看，移动增值的比重由2011年的60%下降至2013年的30%，移动游戏由17%下降至12%，移动营销由9%增长至11%，移动搜索由2%增长至3%，其中增幅最大的则是移动购物，占比由12%狂飙至44%，成为移动互联网市场的第一大细分领域。从具有良好发展态势的细分市场来看，移动游戏越来越吸引用户注意力和时间，用户付费的意愿加强，移动游戏将进入回报期；移动电子商务，如果能够解决好诚信和支付问题，未来发展潜力也巨大；随着手机屏幕的变大，网络的提速和资费的降低，移动广告潜力也会展现出来；而移动视频可以很好地移植PC端的视频广告模式，收费APP的小额支付模式也具有很强的生命力。随着移动互联网的进一步普及、使用的深化，赢利模式将会更加成熟。

移动互联网行业正在爆发性的成长，未来在移动互联网、云计算、物联网等新技术的推动下，传统行业与互联网的融合正在呈现出新的特点，平台和模式都发生了改变，一是作为业务推广的一种手段，如食品、餐饮、娱乐、航空、汽车、金融、家电等传统行业的APP和企业推广平台，二是重构移动端的业务模式，如医疗、教育、旅游、交通、传媒等领域的业务改造。

本《2013-2017年移动互联网行业深度分析及产业链投资价值研究咨询报告》，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、等公布和提供的大量资料以及对行业内企业调研访谈所获得的大量第一手数据，对我国移动互联网市场的发展状况、供需状况、竞争格局、赢利水平、发展趋势、投资机会、风险预测等进行了分析。报告重点分析了移动互联网企业的开发、产销、战略、经营状况等。报告还对移动互联网市场风

险进行了预测，为移动互联网及相关企业、投资部门提供了新的投资机会和可借鉴的操作模式，对欲在移动互联网行业从事资本运作的经济实体等单位准确了解目前中国移动互联网行业发展动态，把握企业定位和发展方向有重要参考价值。

报告目录

第一部分 产业深度分析

第一章 移动互联网行业发展综述 1

第一节 移动互联网行业定义及分类 1

一、行业定义 1

二、行业主要分类 1

第二节 移动互联网行业特征分析 2

一、产业链分析 2

二、移动互联网行业在国民经济中的地位 5

三、移动互联网行业生命周期分析 6

1、行业生命周期理论基础 6

2、移动互联网行业生命周期 9

第三节 最近3-5年中国移动互联网行业经济指标分析 11

一、赢利性 11

二、成长速度 12

三、附加值的提升空间 13

四、进入壁垒 / 退出机制 13

五、风险性 14

六、行业周期 15

七、竞争激烈程度指标 15

八、行业及其主要子行业成熟度分析 16

第二章 我国移动互联网行业运行分析 17

第一节 我国移动互联网行业发展状况分析 17

一、我国移动互联网行业发展阶段 17

二、我国移动互联网行业发展总体概况 17

三、我国移动互联网行业发展特点分析 20

四、我国移动互联网行业商业模式分析 21

第二节 2012-2013年移动互联网行业发展现状 21

一、2012-2013年我国移动互联网行业市场规模 21

二、2012-2013年我国移动互联网行业发展分析 24

三、2012-2013年中国移动互联网企业发展分析 26

第三节 区域市场分析 30

一、区域市场分布总体情况 30

二、2012-2013年重点省市市场分析 31

三、2012-2013年重点城市市场分析 34

第四节 移动互联网细分市场分析 36

一、细分市场特色 36

二、2012-2013年细分市场规模及增速 38

三、重点细分市场前景预测 41

第三章 我国移动互联网行业供求分析 45

第一节 国内市场需求分析 45

一、需求规模 45

二、需求结构 46

三、区域市场 46

第二节 国内市场供给分析 47

一、基础设施供给分析 47

二、移动终端供给分析 47

三、应用和服务供给分析 48

第二部分 产业结构分析

第四章 移动互联网行业产业结构分析 49

第一节 移动互联网产业结构分析 49

一、市场细分充分程度分析 49

二、各细分市场领先企业排名 51

三、各细分市场占总市场的结构比例 52

四、领先企业的结构分析（所有制结构） 53

第二节 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析 53

一、产业价值链的构成 53

二、移动互联网产业链模型 57

1、网络基础设施层 57

2、网络接入服务层 59

3、终端应用与服务层 60

三、中国移动互联网市场产业链格局 62

1、网络基础设施层 62

2、接入服务层 68

3、终端应用与服务层 72

四、产业链机会 74

五、产业链条的竞争优势与劣势分析 75

1、优势 75

2、劣势 80

第三节 产业结构发展预测 82

一、产业结构调整指导政策分析 82

二、产业结构调整中消费者需求的引导因素 87

三、中国移动互联网行业参与国际竞争的战略市场定位 89

四、产业结构调整方向分析 92

第五章 我国移动互联网行业产业链分析 94

第一节 移动互联网行业产业链分析 94

一、产业链结构分析 94

二、主要环节的增值空间 97

三、与上下游行业之间的关联性 98

第二节 移动互联网上游行业分析 99

一、2012-2013年上游行业发展现状 99

二、2013-2017年上游行业发展趋势 101

三、上游行业对移动互联网行业的影响 102

第三节 移动互联网下游行业分析 104

一、移动互联网下游行业分布 104

二、2012-2013年下游行业发展现状 104

三、2013-2017年下游行业发展趋势 105

四、下游需求对移动互联网行业的影响 107

第三部分 竞争格局分析

第六章 我国移动互联网行业竞争形势及策略 109

第一节 行业总体市场竞争状况分析 109

一、移动互联网行业竞争结构分析 109

1、现有企业间竞争 109

2、潜在进入者分析	110
3、替代品威胁分析	110
4、供应商议价能力	111
5、客户议价能力	111
6、竞争结构特点总结	112
二、移动互联网行业企业间竞争格局分析	113
三、移动互联网行业集中度分析	114
四、移动互联网行业SWOT分析	114
第二节 中国移动互联网行业竞争格局综述	116
一、移动互联网行业竞争概况	116
1、中国移动互联网行业竞争格局	117
2、移动互联网行业未来竞争格局和特点	118
二、中国移动互联网行业竞争力分析	122
1、我国移动互联网行业竞争力剖析	122
2、我国移动互联网企业市场竞争的优势	124
3、国内移动互联网企业竞争能力提升途径	125
三、移动互联网市场竞争策略分析	129
第七章 移动互联网行业领先企业经营形势分析	132
第一节 中国移动	132
一、企业概况	132
二、企业优势分析	133
三、2012-2013年经营状况	136
四、2012-2013年财务分析	138
五、2013-2017年移动互联网发展战略	139
第二节 小米科技	139
一、企业概况	139
二、企业优势分析	140
三、2012-2013年经营状况	141
四、2013-2017年发展战略	143
第三节 腾讯	144
一、企业概况	144
二、企业优势分析	144

三、2012-2013年经营状况	145
四、2012-2013年财务分析	151
五、2013-2017年移动互联网战略	152
第四节 阿里巴巴	152
一、企业概况	152
二、企业优势分析	153
三、2012-2013年经营状况	153
四、2013-2017年移动互联网战略	154
第五节 大众点评	155
一、企业概况	155
二、企业优势分析	156
三、2012-2013年经营状况	156
四、2013-2017年移动互联网战略	159
第六节 百度	160
一、企业概况	160
二、企业优势分析	162
三、2012-2013年经营状况	162
四、2012-2013年财务分析	163
五、2013-2017年移动互联网发展规划	164
第七节 UC	165
一、企业概况	165
二、企业优势分析	167
三、2012-2013年经营状况	168
四、2013-2017年发展战略	169
第八节 斯凯	170
一、企业概况	170
二、企业优势分析	171
三、2012-2013年经营状况	172
四、2012-2013年财务分析	173
五、2013-2017年发展战略	174
第九节 新浪	175
一、企业概况	175

二、企业优势分析	175
三、2012-2013年经营状况	176
四、2012-2013年财务分析	180
五、2013-2017年发展规划	181
第十节 飞拓无限	181
一、企业概况	181
二、企业优势分析	182
三、2012-2013年经营状况	182
第四部分 投资价值研究	
第八章 2013-2017年移动互联网行业投资前景	183
第一节 2013-2017年移动互联网市场发展前景	183
一、2013-2017年移动互联网市场发展潜力	183
二、2013-2017年移动互联网市场发展前景展望	185
三、2013-2017年移动互联网细分行业发展前景分析	187
第二节 2013-2017年移动互联网市场发展趋势预测	189
一、2013-2017年移动互联网行业发展趋势	189
二、2013-2017年移动互联网市场规模预测	190
三、2013-2017年细分市场发展趋势预测	191
第三节 2013-2017年中国移动互联网行业供需预测	192
一、2013-2017年中国移动互联网行业供给预测	192
二、2013-2017年中国移动互联网行业需求预测	193
第四节 影响企业生产与经营的关键趋势	194
一、市场整合成长趋势	194
二、需求变化趋势及新的商业机遇预测	194
三、企业区域市场拓展的趋势	195
第九章 2013-2017年移动互联网行业投资环境分析	198
第一节 移动互联网行业政治法律环境分析	198
一、行业管理体制分析	198
二、行业主要法律法规	200
三、行业相关发展规划	201
第二节 移动互联网行业经济环境分析	206
一、国际宏观经济形势分析	206

二、国内宏观经济形势分析	222
三、产业宏观经济环境分析	270
第三节 移动互联网行业社会环境分析	271
一、移动互联网产业社会环境	271
二、社会环境对行业的影响	281
三、移动互联网产业发展对社会发展的影响	281
第四节 移动互联网行业技术环境分析	281
第十章 2013-2017年移动互联网行业投资机会与风险	282
第一节 移动互联网行业投融资情况	282
一、行业资金渠道分析	282
二、固定资产投资分析	283
三、兼并重组情况分析	283
第二节 2013-2017年移动互联网行业投资机会	284
一、产业链投资机会	284
二、细分市场投资机会	289
三、重点区域投资机会	291
第三节 2013-2017年移动互联网行业投资风险及防范	293
一、政策风险及防范	293
二、供求风险及防范	295
三、关联产业风险及防范	295
四、其他风险及防范	296
第十一章 移动互联网行业投资战略研究	297
第一节 移动互联网行业发展战略研究	297
一、战略综合规划	297
二、业务组合战略	299
三、区域战略规划	299
四、产业战略规划	300
五、营销品牌战略	301
六、竞争战略规划	302
第二节 对我国移动互联网品牌的战略思考	303
一、移动互联网品牌的重要性	303
二、移动互联网实施品牌战略的意义	304

三、移动互联网企业品牌的现状分析	305
四、移动互联网品牌战略管理的策略	306
第三节 移动互联网经营策略分析	307
一、移动互联网市场细分策略	307
二、移动互联网市场创新策略	308
三、品牌定位与品类规划	309
四、移动互联网新产品差异化战略	311
第四节 移动互联网行业投资战略研究	315
一、2013-2017年移动互联网行业投资战略	315
二、2013-2017年细分行业投资战略	316
第十二章 研究结论及投资建议	317
第一节 移动互联网行业研究结论	317
第二节 移动互联网行业投资价值评估	317
第三节 移动互联网行业投资建议	318
一、行业发展策略建议	318
二、行业投资方向建议	320
三、行业投资方式建议	321

图表目录

图表：行业生命周期图	9
图表：2010-2013年中国智能手机保有量	22
图表：2010-2013年中国移动互联网市场规模	23
图表：2010-2013年中国移动互联网细分市场结构占比	24
图表：2013年中国最赚钱的移动互联网公司	29
图表：2009年中国手机网民性别分布	32
图表：2008-2009年中国手机网民性别分布	32
图表：2008-2009年中国网民地区分布	33
图表：2012年我国手机网民人数	34
图表：2012年我国重点城市移动互联网人数比例	35
图表：2010-2013年中国移动互联网市场规模	45
图表：2010-2013年中国移动互联网网民数量	45
图表：2013年中国移动互联网市场需求结构比例	46
图表：2012年我国重点城市移动互联网人数比例	46

图表：2013年移动基站数量 47

图表：2009-2013年中国智能手机出货量及增速 47

图表：2013年应用商店数量 48

图表：2012年中国移动互联网细分市场领先公司 51

图表：2013年中国移动互联网细分市场结构比例 52

图表：移动互联网研究体系 56

图表：移动互联网产业链层次模 57

图表：运营商通过在开放互联网之上建设“有墙花园” 58

图表：运营商通过在开放互联网之上建设“有墙花园” 59

图表：移动互联网研究体系 62

图表：移动互联网应用基础设施 65

图表：2013年中国移动互联网下游行业分布 104

图表：2013年中国移动互联网行业竞争格局 114

图表：2013年中国移动互联网行业竞争格局 118

图表：2005-2012年中国移动有限公司损益表 138

图表：2005-2012年中国移动有限公司资产负债表 138

图表：2005-2012年中国移动有限公司现金流量表 138

图表：2005-2012年腾讯控股有限公司资产负债表 151

图表：2005-2012年腾讯控股有限公司损益表 151

图表：2005-2012年腾讯控股有限公司现金流量表 152

图表：2012年大众点评网的业绩指标 159

图表：2009-2012年百度损益表 163

图表：2009-2012年百度资产负债表 164

图表：2009-2012年百度现金流量表 164

图表：2013年Q2手机前五名浏览器市场占比 169

图表：2009-2012年斯凯损益表 173

图表：2009-2012年斯凯资产负债表 173

图表：2009-2012年斯凯现金流量表 174

图表：2009-2012年新浪损益表 180

图表：2009-2012年新浪资产负债表 180

图表：2009-2012年新浪现金流量表 181

图表：2013-2017年中国移动互联网市场规模 190

图表：2013-2017年中国智能手机出货量及增速 192

图表：2013-2017年中国智能手机保有量规模预测 193

图表：2013-2017年中国3G和4G基站数量预测 194

图表：2002-2012年美国名义GDP季环比增长与PMI指数 206

图表：2000-2012年美国失业率与就业人口占总人口比例分化 206

图表：2006-2012年欧元区GDP及PMI指数 207

图表：2013年危机国债务到期表 207

图表：2004-2012年美国法定债务上限及公共债务总额 208

图表：2013年全球宏观经济预测 214

图表：2013年全球通胀进走势预测 215

图表：量化宽松对美元的抑制作用 216

图表：2013年大宗商品价格预测 217

图表：美国财政悬崖内容与规模 218

图表：2012年分季度国内生产总值与增速 222

图表：2012年1-4季GDP度累计增长速度与增速 222

图表：2005-2012年中国GDP总量及增长趋势图 223

图表：2012年国内生产总值初步核算数据 224

图表：GDP环比增速 224

图表：2012年1月各地居民价格消费指数 230

图表：2012年1月消费者价格分类物价指数 231

图表：2012年2月各地居民价格消费指数 231

图表：2012年2月消费者价格分类物价指数 232

图表：2012年3月各地居民价格消费指数 233

图表：2012年3月消费者价格分类物价指数 234

图表：2012年4月各地居民价格消费指数 234

图表：2012年4月消费者价格分类物价指数 235

图表：2012年5月各地居民价格消费指数 236

图表：2012年5月消费者价格分类物价指数 237

图表：2012年6月各地居民价格消费指数 237

图表：2012年7月各地居民价格消费指数 238

图表：2012年7月消费者价格分类物价指数 239

图表：2012年8月各地居民价格消费指数 240

图表：2012年8月消费者价格分类物价指数 241

图表：2012年9月各地居民价格消费指数 241

图表：2012年9月消费者价格分类物价指数 242

图表：2012年10月各地居民价格消费指数 243

图表：2012年10月消费者价格分类物价指数 244

图表：2012年11月各地居民价格消费指数 244

图表：2012年11月消费者价格分类物价指数 245

图表：2012年12月各地居民价格消费指数 246

图表：2012年12月消费者价格分类物价指数 247

图表：2012年全国居民消费价格涨跌幅 247

图表：2012年工业品出产价格指数（PPI） 250

图表：2012年1-12月我国消费价格指数CPI与PPI变化对比 250

图表：2010.09-2012.09中国月度CPI、PPI指数走势图 251

图表：2005-2012年我国城镇居民可支配收入增长趋势图 251

图表：2005-2012年我国农村居民人均纯收入增长趋势图 252

图表：2008-2012年城镇私营单位就业人员年平均工资及名义增速 253

图表：2000-2012年城镇非私营单位就业人员年平均工资及名义增速 254

图表：2012年城镇私营单位分地区就业人员年平均工资 254

图表：2012年城镇非私营单位分地区就业人员年平均工资 255

图表：2012年城镇私营单位分行业就业人员年平均工资 255

图表：2012年城镇非私营单位就业人员分行业年平均工资 256

图表：2012年城镇非私营单位分登记注册类型就业人员年平均工资 257

图表：1978-2012年中国城乡居民恩格尔系数走势图 258

图表：2012年各省城乡居民恩格尔系数对比 259

图表：2012年各省城乡居民恩格尔系数具体数据 259

图表：2009-2012年全国城乡居民恩格尔系数对比 260

图表：2012年1-4季度工业增加值与增速 261

图表：2010-2012年我国工业增加值增速统计 262

图表：2012年1-4季度固定资产投资（不含农户）与增速 263

图表：2005-2012年我国全社会固定资产投资额走势图 263

图表：2008-2012年我国财政收入支出走势图 265

图表：2005-2012年中国社会消费品零售总额增长趋势图 268

图表：2005-2012年我国货物进出口总额走势图 269

图表：2005-2012年中国货物进口总额和出口总额走势图 270

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201402/102077.html>