

# 2013-2018年中国移动互联网市场竞争态势及发展前景研究报告

## 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

《2013-2018年中国移动互联网市场竞争态势及发展前景研究报告》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/201311/99946.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，就是将移动通信和互联网二者结合起来，成为一体。移动通信和互联网成为当今世界发展最快、市场潜力最大、前景最诱人的两大业务，它们的增长速度都是任何预测家未曾预料到的，所以移动互联网可以预见将会创造经济神话。移动互联网的优势决定其用户数量庞大，截至2012年9月底，全球移动互联网用户已达15亿。

数据统计，截至2012年6月底，中国网民数量达到5.38亿，其中手机网民达到3.88亿，较2011年底增加了约3270万人，网民中用手机接入互联网的用户占比由上年底的69.3%提升至72.2%。而台式电脑为3.80亿，手机网民的数量首次超越台式电脑网民的数量，也意味着移动互联网迎来了它高速发展的时期。

如果按照网络接入模式来讲，要真正实现移动互联网，就会花费很大的成本，但是侯自强说到为了减少成本，可以将基站直接接入互联网而避开移动网。以颠覆性技术提供颠覆性业务，最终实现随时随地上网。

移动互联网拥有广阔的前景，对互联网企业来说，可谓是一块巨大的蛋糕，谁都想抢先进入这个市场，赢得先机大咬一口。因此，可以预见，对移动互联网行业市场与用户的争夺将越演越烈，而这些潜在的用户拥有着与以往不同的特点，也使得互联网企业的下一步战略将面临更多的挑战。

中企顾问发布的《2013-2018年中国移动互联网市场竞争态势及发展前景研究报告》共九章，内容严谨、数据翔实，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，以及我公司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研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

### 第一章移动互联网产业概述 8

#### 第一节移动互联网产业定义 8

#### 第二节移动互联网产业发展历程 8

#### 第三节移动互联网产业链分析 9

### 第二章中国移动互联网产业发展环境分析 14

|                               |    |
|-------------------------------|----|
| 第一节中国经济环境分析                   | 14 |
| 一、宏观经济                        | 14 |
| 二、工业形势                        | 15 |
| 三、固定资产投资                      | 16 |
| 第二节移动互联网产业相关政策                | 18 |
| 一、国家“十二五”产业政策                 | 18 |
| 二、其他相关政策                      | 19 |
| 第三节中国移动互联网产业发展社会环境分析          | 20 |
| <br>                          |    |
| 第三章全球移动互联网市场分析                | 23 |
| 第一节美国                         | 23 |
| 第二节日本                         | 23 |
| 第三节欧盟                         | 24 |
| 第四节韩国                         | 25 |
| 第五节重点厂商分析                     | 25 |
| <br>                          |    |
| 第四章中国移动互联网产业发展现状分析            | 29 |
| 第一节移动互联网市场概要                  | 29 |
| 第二节移动互联网供给分析                  | 31 |
| 一、2010-2017年中国移动互联网硬件供给及增长率分析 | 31 |
| 二、人工智能产品将进一步整合到移动互联网终端        | 33 |
| 三、2013-2017年LTE网络建设趋势分析       | 37 |
| 第三节移动互联网市场盈利模式分析              | 43 |
| 一、移动运营商门户网站模式                 | 43 |
| 二、运营商自推“I M”业务模式              | 45 |
| 三、终端手机厂商开发软件进军移动互联网模式         | 47 |
| 四、搜索引擎服务商开发手机终端模式             | 51 |
| 第四节2010-2012年中国移动互联网消费者调查     | 53 |
| 一、移动互联网用户上网驱动力及访问方式           | 53 |
| 二、移动互联网用户移动网络应用使用偏好           | 55 |
| 三、用户线下购物行为分析                  | 56 |
| 四、用户使用移动支付的方式及影响因素            | 57 |

|                   |    |
|-------------------|----|
| 五、用户向移动互联网转移的影响因素 | 58 |
| 六、移动互联网用户对广告的接触情况 | 60 |
| 七、移动互联网用户对移动广告的态度 | 61 |

|                    |    |
|--------------------|----|
| 第五章中国移动互联网产业总体发展状况 | 63 |
| 第一节中国移动互联网产业规模情况分析 | 63 |
| 一、产业单位规模情况分析       | 63 |
| 二、产业人员规模状况分析       | 66 |
| 三、产业资产规模状况分析       | 70 |
| 四、产业市场规模状况分析       | 70 |
| 第二节中国移动互联网产业发展能力分析 | 72 |
| 第三节产业竞争结构分析        | 72 |
| 一、现有企业间竞争          | 72 |
| 二、市场集中度            | 75 |
| 三、市场供需平衡度          | 76 |
| 四、推动市场主要要素及障碍因素    | 80 |
| 第四节产业链发展趋势         | 82 |
| 第五节移动互联网行业竞争与合作分析  | 84 |
| 第六节移动互联网企业竞争策略分析   | 89 |

|                          |    |
|--------------------------|----|
| 第六章 2012年我国移动互联网产业重点区域分析 | 91 |
| 第一节华北                    | 91 |
| 第二节华南                    | 93 |
| 第三节华东                    | 96 |
| 第四节华西                    | 97 |

|                |     |
|----------------|-----|
| 第七章移动互联网产业市场分析 | 101 |
| 第一节重点产品        | 101 |
| 一、市场应用及特点      | 101 |
| 二、供应商分析        | 105 |
| 第二节技术分析        | 108 |
| 一、技术现状         | 108 |

|                                  |     |
|----------------------------------|-----|
| 二、创新技术研发及方向                      | 110 |
| 第三节市场销售模式                        | 110 |
| 第四节消费群体属性分析                      | 111 |
| 第八章移动互联网国内重点生产厂家分析               | 123 |
| 第一节中国移动有限公司                      | 123 |
| 一、企业基本概况                         | 123 |
| 二、企业经营与财务状况分析                    | 123 |
| 三、企业竞争优势分析                       | 124 |
| 四、企业未来发展战略与规划                    | 126 |
| 第二节中国联合网络通信股份有限公司                | 126 |
| 一、企业基本概况                         | 126 |
| 二、企业经营与财务状况分析                    | 127 |
| 三、企业竞争优势分析                       | 130 |
| 四、企业未来发展战略与规划                    | 130 |
| 第三节中国电信股份有限公司                    | 131 |
| 一、企业基本概况                         | 131 |
| 三、企业竞争优势分析                       | 132 |
| 四、企业未来发展战略与规划                    | 133 |
| 第四节中兴通讯股份有限公司                    | 134 |
| 一、企业基本概况                         | 134 |
| 二、企业经营与财务状况分析                    | 134 |
| 三、企业竞争优势分析                       | 136 |
| 四、企业未来发展战略与规划                    | 138 |
| 第五节华为技术有限公司                      | 138 |
| 一、企业基本概况                         | 138 |
| 二、企业经营与财务状况分析                    | 139 |
| 三、企业竞争优势分析                       | 139 |
| 四、企业未来发展战略与规划                    | 141 |
| 第九章 2013-2017年移动互联网产业发展趋势及投资风险分析 | 143 |
| 第一节当前移动互联网市场存在的问题                | 143 |

|                               |     |
|-------------------------------|-----|
| 第二节移动互联网未来发展预测分析              | 147 |
| 一、2013-2017年中国移动互联网产业发展规模     | 148 |
| 二、2013-2017年中国移动互联网产业技术趋势预测   | 148 |
| 三、总体产业“十二五”整体规划及预测            | 151 |
| 第三节 2013-2017年中国移动互联网产业投资风险分析 | 153 |
| 一、政策风险                        | 153 |
| 二、商业模式与盈利模式如何拉近与“钱”的距离        | 153 |
| 三、微创新与不创新的博弈                  | 153 |
| 四、支付渠道单一且不完善                  | 153 |
| 五、市场竞争惨烈                      | 154 |
| 第四节专家建议                       | 154 |

## 报告图表目录

|                                           |    |
|-------------------------------------------|----|
| 图表 1 移动互联网定义以及分类                          | 8  |
| 图表 2 中国移动互联网产业链构成                         | 9  |
| 图表 3 移动终端层产业链构成                           | 10 |
| 图表 4 移动软件层产业链构成                           | 11 |
| 图表 5 移动应用层产业链构成                           | 11 |
| 图表 6 2013年1季度国内生产总值初步核算数据                 | 14 |
| 图表 7 GDP环比增长速度                            | 15 |
| 图表 8 2012-2013年3月规模以上工业增加值同比增长速度          | 16 |
| 图表 9 2012-2013年3月固定资产投资（不含农户）同比增速         | 17 |
| 图表 10 我国手机网民规模（单位：万人）                     | 21 |
| 图表 11 我国手机网民比例                            | 21 |
| 图表 12 日本移动互联网业务面向大众市场（手机支付/电视/导航/阅读）      | 23 |
| 图表 13 日本运营商积极的进行开放合作（SOFTBANK/NTT DOCOMO） | 24 |
| 图表 14 全球已进入移动互联网时代                        | 29 |
| 图表 15 各种个人终端对比                            | 30 |
| 图表 16 全球移动智能终端增速远高于桌面终端                   | 31 |
| 图表 17 中国移动互联网用户数正快速超越互联网用户数               | 32 |
| 图表 18 2009-2013年全球手机、PC出货量及智能手机销量统计表      | 32 |
| 图表 19 移动互联网人工智能使用模式资料                     | 33 |

|                                         |    |
|-----------------------------------------|----|
| 图表 20 人工智能的进展案例                         | 34 |
| 图表 21 人类使用XBOX 360 KINECT 以自然体式使用智能终端软件 | 35 |
| 图表 22 人类使用自然语言与SIRI 交谈                  | 36 |
| 图表 23 麻省理工大学 MEDIA LAB“第六感”项目           | 36 |
| 图表 24 2010-2013年全球LTE网络发展速度分析           | 38 |
| 图表 25 2011-2017年全球LTE 用户数预测             | 38 |
| 图表 26 2011-2017年全球LTE 投资规模预测图           | 38 |
| 图表 27 2011-2013年全球智能手机保有量快速增长（截止2013.5） | 39 |
| 图表 28 2013年H1全球LTE 终端类型分布               | 39 |
| 图表 29 2013年H1全球LTE 网络部署情况               | 40 |
| 图表 30 2008-2013中国三大运营商传输资本开支及预测         | 41 |
| 图表 31 2008-2013中国三大运营商无线资本开支及预测         | 41 |
| 图表 32 2008-2013中国三大运营商总体资本开支分运营商及预测     | 42 |
| 图表 33 2008-2013中国三大运营商总体资本开支分业务及预测      | 42 |
| 图表 34 移动梦网为SC/CP 提供的服务类型                | 44 |
| 图表 35 维信服务运营模式图                         | 49 |
| 图表 36 维信广告模式图                           | 50 |
| 图表 37 国内LTE 产业链全图                       | 63 |
| 图表 38 2008-2012年中国移动互联网广告市场规模增长趋势图      | 71 |
| 图表 39 2008-2012年中国移动互联网广告市场规模增长趋势图      | 71 |
| 图表 40 移动互联网三足鼎立：运营商、互联网企业和终端厂商          | 73 |
| 图表 41 未来电信产业价值链演变趋势                     | 73 |
| 图表 42 移动互联网时代的三大商业模式                    | 74 |
| 图表 43 以用户为中心的发展理念                       | 75 |
| 图表 44 移动互联网时代下，以用户需求为导向的发展趋势            | 75 |
| 图表 45 互联网时代的价值发展曲线                      | 77 |
| 图表 46 未来移动互联网时代的价值发展曲线                  | 77 |
| 图表 47 移动互联网的“羊群效应”，更快                   | 78 |
| 图表 48 移动互联网的“长尾理论”，更差异                  | 79 |
| 图表 49 电信产业中网络、终端、业务快速发展趋势               | 85 |
| 图表 50 移动互联网时代各阵营之间产业融合趋势                | 86 |
| 图表 51 运营商的“无线城市”战略                      | 87 |



|                                               |     |
|-----------------------------------------------|-----|
| 图表 52 运营商的物联网战略之一——“车联网”                      | 87  |
| 图表 53 “平台-终端”模式颠覆运营商的主导地位                     | 88  |
| 图表 54 产业链竞争力要素分析                              | 89  |
| 图表 55 产业环境竞争力要素分布                             | 90  |
| 图表 56 2009-2012年各季度软件和信息服务业固定资产情况             | 91  |
| 图表 57 2007-2012年各季度北京软件和信息服务业企业景气指数           | 93  |
| 图表 58 2007-2012年各季度北京软件和信息服务业企业家信心指数          | 93  |
| 图表 59 主要产品与技术状况                               | 98  |
| 图表 60 移动互联网应用的发展阶段                            | 101 |
| 图表 61 移动互联网网民性别比例                             | 111 |
| 图表 62 一线城市移动互联网网民女性比例略高于其他地区                  | 112 |
| 图表 63 移动互联网网民年龄分布对比                           | 112 |
| 图表 64 人群比例下降，中等收入比例上升                         | 113 |
| 图表 65 移动互联网网民职业分布移动互联网网民月收入分布                 | 113 |
| 图表 66 移动互联网网民手机类型分布                           | 114 |
| 图表 67 45%非智能机用户表示未来半年内将更换智能机                  | 114 |
| 图表 68 智能手机操作系统分布                              | 115 |
| 图表 69 移动互联网网民每天上网时长                           | 116 |
| 图表 70 移动互联网网民上网频率                             | 116 |
| 图表 71 移动互联网网民上网地点分布                           | 116 |
| 图表 72 用户会在什么环境下使用智能手机上网                       | 117 |
| 图表 73 移动互联网网民上网时间段分布                          | 118 |
| 图表 74 智能手机和平板用户看电视时的使用习惯                      | 118 |
| 图表 75 移动互联网网民上网行为                             | 119 |
| 图表 76 移动互联网网民最常访问的WAP网站类型                     | 120 |
| 图表 77 移动互联网网民最常使用的APP类型                       | 121 |
| 图表 78 移动互联网网民安装APP个数                          | 121 |
| 图表 79 移动互联网网民每天使用APP时长                        | 122 |
| 图表 80 中国联合网络通信股份有限公司主营业务收入情况                  | 129 |
| 图表 81 中国联合网络通信股份有限公司主营业务分行业、分产品情况             | 129 |
| 图表 82 中国联合网络通信股份有限公司主营业务分地区情况                 | 130 |
| 图表 83 2012年中兴通讯股份有限公司按照行业、产品及地区划分的各项指标及与上年度对比 |     |

|                                            |     |
|--------------------------------------------|-----|
| 图表 84 华为技术有限公司5年财务概要                       | 139 |
| 图表 85 2013-2017年中国移动互联网产业规模增长趋势图           | 148 |
| 图表 86 典型电信业务、互联网业务在移动互联网上的融合               | 154 |
| 图表 87 创新的移动互联网业务和商业模式（APPSTORE和FOURSQUARE） | 155 |
| 图表 88 移动互联网业务的分阶段启动                        | 156 |
| 图表 89 移动互联网业务发展的相关因素分析                     | 157 |
| 图表 90 手机媒体已经成为用户不可或缺的第 5 类媒体               | 158 |
| 图表 91 手机阅读商业模式清晰，用户基础良好                    | 158 |
| 图表 92 中国移动互联网用户比较年轻                        | 159 |
| 图表 93 腾讯收入结构分析（社区产品收入占比较高）                 | 159 |
| 图表 94 竞争已经在移动互联网产业链的各个环节展开                 | 160 |
| 图表 95 中国移动的媒体化布局（八大业务基地）                   | 160 |
| 图表 96 移动互联网产业生态体系                          | 161 |
| 图表 97 移动互联网产业链各方竞争能力在 3G/移动互联网时代前后对比       | 162 |
| 图表 98 日韩以运营商为中心/中国以移动应用为中心的移动互联网发展模式对比     | 164 |
| 图表 99 中国互联网厂商已经开始构建生态体系                    | 164 |
| 图表 100 中国移动面临的无线音乐竞争环境                     | 165 |
| 图表 101 各类企业纷纷推出移动互联网终端                     | 166 |
| 图表 102 乐 PHONE 内置本土化应用和程序商店                | 167 |
| 图表 103 SP 的发展和转型之路                         | 168 |
| 图表 104 空中和当乐的游戏平台                          | 168 |
| 图表 105 数字内容在手机阅读平台上发布过程                    | 169 |
| 图表 106 移动互联网是传统媒体的新渠道（报纸/出版/电视/杂志/音乐）      | 169 |
| 图表 107 移动互联网不同业务的竞争格局分析                    | 169 |

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201311/99946.html>