

2016-2022年中国移动互联网服务提供商市场监测及发展机遇预测报告

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

《2016-2022年中国移动互联网服务提供商市场监测及发展机遇预测报告》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/201602/130084.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

SP是英文Service Provider的缩写，中文翻译为服务提供商，通常是指在移动网内运营增值业务的社会合作单位。它们建立与移动网络建立相连的服务平台，为手机用户提供一系列信息服务，如：娱乐、游戏、短信、彩信、WAP、彩铃、铃声下载、定位等等。

报告目录：

第一章SP行业相关概述15

第一节互联网及互联网信息服务的相关概述15

一、互联网信息服务阐述15

二、互联网信息服务的分类15

三、经营性与非经营性互联网信息服务16

第二节SP服务范畴16

第三节SP按业务开展角度分类与特点17

一、门户型SP17

二、专业型SP17

三、专项型SP18

第二章2015年全球SP产业运行状况分析19

第一节2015年全球SP产业运行环境分析19

一、2013-2015年世界经济发展概况19

二、全球4G市场发展现状及前景21

第二节2015年全球SP产业运行简况23

一、国际移动互联网市场运营模式分析23

二、互联网服务供应商的IPv6使用率将提高29

三、EMC助力服务提供商30

四、移动运营商业务重点转向数据业务32

第三节2015年全球部分国家SP产业运行分析34

一、欧洲34

二、美国36

三、韩国39

四、日本40

第四节2016-2022年全球SP产业运行前景与趋势探析44

第三章2013-2015年中国移动互联网服务提供商（SP）发展环境分析46

第一节2013-2015年中国宏观经济环境分析46

一、2015年中国GDP增长情况分析46

二、2015年中国工业经济发展形势分析47

三、2015年中国全社会固定资产投资分析49

四、2015年中国社会消费品零售总额分析51

五、2015年中国城乡居民收入与消费分析53

六、2015年中国对外贸易发展形势分析55

第二节2013-2015年中国SP政策环境分析56

一、SP监管政策56

二、电信运营政策分析56

三、4G产业政策57

四、“四网合一”57

五、国家加快推进三网融合计划58

六、互联网信息服务政策58

第三节2015年中国互联网信息服务行业技术环境分析66

第四节2015年中国SP社会环境分析69

一、中国人口规模及学历结构69

二、城市化进程分析72

三、移动电话用户及普及率72

四、2015年中国4G发展情况74

第四章2015年中国互联网信息服务行业发展现状综述77

第一节2015年中国互联网产业发展概况77

一、互联网快速融入渗透经济社会77

二、创新催生互联网产业新格局78

三、互联网使网络经济迎来新时代79

四、电子商务已成网络经济领头羊80

第二节2015年中国互联网产业发展规模分析81

- 一、2015年中国互联网用户规模81
- 二、2015年中国网络经济发展分析82
- 三、2015年中国网络经济规模分析83
- 四、中国互联网产业发展趋势分析85
- 第三节2013-2015年中国互联网产业问题对策分析85
 - 一、中国互联网发展瓶颈分析85
 - 二、中国互联网发展中的问题87
 - 三、中国互联网发展对策分析88
 - 四、互联网创新加速产业重构91
- 第四节影响互联网信息服务技术发展的核心因素分析92
 - 一、TD、FD和LTE的发展融合92
 - 二、核心芯片的开发92
 - 三、完整的终端测试的平台93

第五章2015年中国移动互联网信息服务行业市场剖析94

第一节2015年中国移动互联网信息服务发展概述94

- 一、移动互联网行业的发展历程94
- 二、移动互联网产业链演化过程95
- 三、移动互联网应用条件加速改善96
- 四、移动互联网创新应用层出不穷97

第二节2015年中国移动互联网信息服务规模分析98

- 一、2015年中国移动互联网用户规模98
- 二、2015年中国移动互联网市场规模98
- 三、2015年中国移动互联网市场结构99

第三节2015年中国互联网信息服务细分市场分析100

- 一、手机电子商务100
- 二、移动增值业务101
- 三、手机广告市场102
- 四、手机游戏市场102

第四节2013-2015年中国互联网信息服务行业主要厂商分析103

- 一、新浪市场营运状况分析103
- 二、网易市场营运状况分析105

三、腾讯市场营运状况分析107

四、搜狐市场营运状况分析109

五、百度市场营运状况分析111

六、盛大市场营运状况分析113

七、TOM在线市场营运状况分析115

第五节2016-2022年中国移动互联网发展潜力分析117

第六章2015年中国移动互联网服务提供商（SP）运行形势分析119

第一节2015年中国移动互联网服务提供商（SP）发展概况119

一、移动互联网服务提供商（SP）产业链119

二、移动互联网服务提供商（SP）供给情况119

三、移动互联网服务提供商（SP）需求分析120

第二节2015年中国手机电视内容提供市场运行分析121

一、中国手机电视业务简介121

二、中国手机电视商业模式分类122

三、中国手机电视商业盈利策略124

四、手机电视内容提供现状分析126

五、手机电视内容提供技术分析126

六、中国手机电视市场规模分析128

第三节2015年移动互联网服务提供商（SP）存在的问题分析128

第七章2013-2015年中国网民调查分析130

第一节移动互联网用户基本信息130

一、移动互联网用户性别构成130

二、移动互联网用户年龄构成131

三、移动互联网用户学历构成132

四、移动互联网用户职业构成133

五、移动互联网用户收入情况134

第二节移动互联网用户消费行为135

一、移动互联网用户上网流量费付费方式135

二、移动互联网用户包月套餐选择比例135

三、移动互联网用户每月手机总费用136

四、移动互联网用户常用移动电话网络	137
五、移动互联网用户购买手机的途径	137
六、移动互联网用户购买手机的费用	138
第三节移动互联网用户基本使用行为	139
一、移动互联网用户手机上网频率	139
二、移动互联网用户每次手机上网时间	139
三、移动互联网用户使用手机应用场景	140
四、移动互联网用户手机上网行为分析	141
五、移动互联网手机可接受的手机付费应用服务	141
第四节移动互联网用户对细分应用服务的使用行为	142
一、移动互联网用户常用手机音乐服务	142
二、移动互联网用户观看手机视频的方式	143
三、移动互联网用户观看手机电视的方式	144
四、移动互联网用户体验过的手机游戏种类	144
五、用户对移动IM的使用行为	145
六、用户对移动搜索服务使用行为	145
（一）移动互联网用户常用搜索网站	145
（二）移动互联网用户搜索目标分类	146
（三）移动互联网用户使用手机搜索服务的途径	147
七、用户对手机阅读服务使用行为	147
（一）用户对手机阅读内容类别的选择	147
（二）用户对电子阅读器的认知情况	148
（三）用户对电子阅读器可接受的付费方式	149
八、用户对手机社区服务使用行为	149
九、用户对手机邮箱服务使用行为	150
十、用户对手机支付服务应用行为	151
（一）移动互联网用户常用手机支付方式	151
（二）移动互联网用户对支持支付的手机终端的需求	152
十一、移动互联网用户对在线应用商店的认知	152
（一）移动互联网用户对手机应用商店的认知程度	152
（二）移动互联网用户对商品的需求分类	153
（三）移动互联网用户对应用软件的需求分类	154

第八章2013-2015年WAP业务运行动态分析155

第一节WAP相关介绍155

- 一、WAP系统的架构155
- 二、几种承载方式155
- 三、WAP移动网络关键技术158
- 四、WAP的应用159

第二节2013-2015年中国WAP业务运行综述160

- 一、无线互联网深入生活各领域160
- 二、2015年新增wap用户161
- 三、WAP市场规模分析161
- 四、WAP市场发展背后的隐忧162

第三节2013-2015年中国WAP市场动态分析163

- 一、百度进军手机浏览器领域163
- 二、手机阅读遭受版权考验163
- 三、UCWEP国际化战略初获成功164
- 四、传统媒体集体抢滩手机报164

第四节2013-2015年中国WAP主要业务运行分析165

- 一、无线广告市场发展分析165
- 二、中国无线WAP搜索发展分析165

第九章2015年中国移动互联网服务提供商（SP）其它业务分析167

第一节空中下载（OTA）业务167

- 一、OTA业务相关概述167
- 二、OTA技术特点及实现方式167
- 三、OTA业务信息费收入分析169

第二节短信（SMS）业务170

- 一、中国短信发送量分析170
- 二、中国短信用户结构分析170
- 三、移动短信发送总量分析170
- 四、移动短信月度发送量171

第三节彩信（MMS）业务171

- 一、MMS市场用户规模分析171
- 一、中国MMS市场规模分析172
- 三、MMS业务发展前景分析173
- 第四节彩铃声（CRBT）业务173
- 一、中国CRBT市场规模分析173
- 二、运营商CRBT的合作模式174
- 三、CRBT业务发展预测分析175

第十章2013-2015年中国主要SP企业运营状况分析176

第一节新浪SP176

- 一、新浪概况176
- 二、产品及业务176
- 三、盈利模式分析179
- 四、市场竞争力分析180
- 五、主要客户群体分析182
- 六、新浪发展战略分析182

第二节网易SP183

- 一、网易概况183
- 二、产品及业务183
- 三、盈利模式分析186
- 四、市场竞争力分析186
- 五、主要客户群体分析189
- 六、公司发展战略分析189

第三节搜狐SP190

- 一、搜狐概况190
- 二、产品及业务191
- 三、盈利模式分析192
- 四、市场竞争力分析192
- 五、主要客户群体分析194
- 六、公司发展战略分析194

第四节TOMSP194

- 一、TOM概况194

二、产品及业务195

三、盈利模式分析195

四、市场竞争力分析196

五、主要客户群体分析196

六、公司发展战略分析196

第五节掌上灵通197

一、企业概况197

二、盈利模式分析198

三、市场竞争力分析199

四、主要客户群体分析200

五、公司发展战略分析200

第六节空中网201

一、空中网概况201

二、产品及业务201

三、盈利模式分析202

四、市场竞争力分析202

五、主要客户群体分析203

六、公司发展战略分析203

第七节北纬通信204

一、企业概况204

二、产品及业务204

三、盈利模式分析205

四、市场竞争力分析206

五、公司发展战略分析206

第八节华友世纪207

第十一章2015年外资SP企业在华经营态势分析208

第一节国内外资SP企业发展分析208

一、四大云服务提供商云计算投资策略208

二、SP企业受困行业整顿外资乘机进场并购209

三、外资大幅进入中国电子商务领域影响分析211

四、云服务提供商将获广泛投资214

第二节微软在中国投资及兼并重组情况分析216

- 一、微软在中国投资情况216
- 二、微软核心竞争力分析216
- 三、微软开发iPad相兼容软件217

第三节日本Index公司在中国投资及兼并重组情况分析218

- 一、企业基本情况218
- 二、Index在华发展情况218
- 三、Index公司发展动向分析218

第四节GXS公司在中国投资及兼并重组情况分析219

- 一、企业基本情况219
- 二、GXS核心竞争力分析219
- 三、企业在华发展情况220
- 四、GXS发布首个中国绿色供应链调查报告221

第十二章中国SP主导运营商竞争力与财务状况分析223

第一节中国移动通信集团公司223

- 一、企业发展概况介绍223
- 二、企业经营情况分析223
- 三、企业经济指标分析225
- 四、企业盈利能力分析225
- 五、企业偿债能力分析225
- 六、企业运营能力分析226
- 七、企业发展战略分析226
- 八、企业竞争优势分析226
- 九、企业运营策略分析227
- 十、企业研发情况分析229

第二节中国联合网络通信集团有限公司231

- 一、企业发展情况介绍231
- 二、企业经营情况分析232
- 三、企业经济指标分析234
- 四、企业盈利能力分析235
- 五、企业偿债能力分析235

六、企业运营能力分析	235
七、企业成本费用分析	236
八、企业发展战略分析	236
九、企业竞争优势分析	237
十、企业运营策略分析	238
十一、企业研发情况分析	239
第三节中国电信集团公司	240
一、企业发展情况介绍	240
二、企业经营情况分析	241
三、企业经济指标分析	242
四、企业盈利能力分析	243
五、企业偿债能力分析	243
六、企业运营能力分析	243
七、企业发展战略分析	244
八、企业竞争优势分析	244
九、企业通信能力分析	245
十、企业研发情况分析	246

第十三章2016-2022年中国SP产业前景预测与投资战略分析	248
第一节2016-2022年中国移动互联网服务提供商发展趋势分析	248
一、移动内容服务具有良好收益前景	248
二、手机视频内容市场前景分析	248
三、手机电视内容提供客户需求预测分析	249
第二节2016-2022年中国移动互联网服务提供商盈利预测分析	250
第三节2016-2022年中国SP产业投资战略分析	250
一、SP产业投资特性	250
二、SP产业投资政策解读	251
三、风投巨资下注移动互联网内容提供商蓄势待发	252
四、移动互联网存三大优势投资前景受青睐	252
五、SP产业投资风险预警	253

图表目录：

图表12006-2015年世界主要国家和地区经济增长率比较19

图表2国际机构对全球及主要经济体2011-2015年经济增长预测值20

图表3NNTDoCoMo与终端制造商的合作模式24

图表4NNTDoCoMo与内容服务提供商的合作模式24

图表5SK电讯与终端制造商的合作模式25

图表6SK电讯的NATE平台26

图表7SK电讯与内容服务提供商的合作模式26

图表8诺基亚进军移动互联网28

图表9苹果公司设备与服务融合运营模式28

图表10Google的移动互联网解决方案29

图表112009-2014年日本移动电话用户数与4G用户数41

图表122009-2014年日本4G用户总数及4G渗透率41

图表132006-2014年日本主要移动增值业务市场规模变化情况42

图表142000-2014年日本移动增值服务市场总额43

图表152006-2015年中国人均国内生产总值变化趋势图46

图表162006-2015年中国国内生产总值及增长速度趋势图47

图表171998-2015年中国规模以上工业企业经济指标统计48

图表182006-2015年中国全部工业增加值及增长速度趋势图48

图表192015年各月度中国规模以上工业增加值增长趋势图49

图表202005-2015年中国全社会固定资产投资增长趋势图50

图表212015年中国城镇固定资产投资规模及增长速度统计50

图表222015年各月度固定资产投资（不含农户）增长趋势图51

图表232006-2015年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图52

图表242015年社会消费品零售总额环比增长趋势图53

图表252006-2015年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图54

图表262006-2015年农村居民纯收入及增长情况统计55

图表272006-2015年中国进出口总额增长趋势图55

图表28互联网视听节目及监管主体及体系63

图表29几大视频网站融资经历64

图表30移动通信体系演进66

图表31WCDMA网络能力与单位字节成本67

图表32不同系统终端移动互联网使用份额68

图表332015年中国移动互联网用户使用手机终端品牌分布68

图表342015年中国移动互联网用户的手机操作系统分布69

图表352015年中国人口数及其构成情况70

图表362004-2015年中国人口数量变化趋势图70

图表372005-2015年中国城镇化率变化趋势图72

图表382006-2015年中国移动电话用户数变化趋势图73

图表392015年中国移动电话用户数量及普及率情况73

图表402015年中国4G网络容量75

图表412009-2015年中国4G用户数量变化趋势图76

图表422009-2015年中国网民规模增长趋势图81

图表432006-2015年中国网络经济营收规模趋势图82

图表442006-2015年中国互联网经济细分产业结构83

图表452013-2015年中国各季度网络经济规模及增速84

图表462013-2015年中国各季度网络经济规模及增速85

图表47中国移动互联网发展历程95

图表482009-2015年中国移动互联网用户规模增长趋势图98

图表492009-2015年中国移动互联网市场规模增长趋势图99

图表502015年第三季度中国移动互联网市场结构100

图表512013-2015年各季度中国手机电子商务交易规模101

图表522013-2015年各季度中国移动增值市场规模趋势图101

图表532013-2015年各季度中国手机广告市场规模102

图表542013-2015年各季度中国手机游戏市场规模103

图表552006 - 2015年新浪资产总额变化趋势图104

图表562006 - 2015年新浪营业收入变化趋势图104

图表572015年新浪营业收入结构情况104

图表582006 - 2015年新浪营业利润变化趋势图105

图表592006 - 2015年网易资产总额变化趋势图105

图表602006 - 2015年网易营业收入变化趋势图106

图表612008 - 2015年网易营业收入分产品服务情况106

图表622015年前三季度网易营业收入构成情况106

图表632006 - 2015年网易营业利润变化趋势图107

图表642006 - 2015年腾讯资产总额变化趋势图107

图表652006 - 2015年腾讯营业收入变化趋势图108
图表662006-2015年腾讯营业利润变化趋势图108
图表672013年腾讯公司营业收入分产品情况108
图表682015年前三季度腾讯营业收入构成情况109
图表692006 - 2015年搜狐资产总额变化趋势图109
图表702006 - 2015年搜狐营业收入变化趋势图110
图表712006 - 2015年搜狐营业利润变化趋势图110
图表722015年前三季度搜狐营业收入分产品服务情况110
图表732015年前三季度搜狐营业收入构成情况111
图表742009-2015年百度公司收入与利润统计111
图表752013-2015年百度公司营业收入分部门情况表112
图表762015年百度公司收入结构图112
图表772009-2015年百度公司营业收入变化趋势图112
图表782009-2015年百度公司营业利润变化趋势图113
图表792009-2015年百度公司总资产变化趋势图113
图表802009-2015年百度公司资产与负债统计114
图表812013-2015年盛大公司毛利分部门情况表114

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201602/130084.html>