

2024-2030年中国移动互联网市场评估与战略咨询报告

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

《2024-2030年中国移动互联网市场评估与战略咨询报告》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/202310/414091.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。在近几年里，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。

近年来，电信运营商强化SP计费通道治理力度，移动增值服务市场整体低迷，随着治理逐渐收尾，移动增值市场开始复苏。此外，受益于手机电子商务和手机游戏等细分行业的良好市场表现，以及基于手机应用商店为核心的产业链生态的初步形成，中国移动互联网市场规模稳步提升。

2021年，全年移动互联网接入流量达2216亿GB，比上年增长33.9%，移动互联网月户均接入流量（DOU）达到13.36GB/户•月，其中12月当月DOU达14.72GB/户，创历史新高。新冠肺炎疫情影响下，非接触性服务普及率大幅提高，用户对网上购物、在线办公等移动互联网应用的依赖度加深。2020年、2021年我国移动互联网用户占移动电话用户的比重分别为84.8%和86.2%，渗透率分别较上年提高了2.3个和1.4个百分点，此前2016-2019年渗透率基本稳定在80%-82%区间。从增速看，在2016-2020年移动互联网流量的5年平均增速高达109%的基数下，仍实现33.9%的较高增速；从总量看，2021年移动流量消费是2016年的23.6倍。截至2022年，中国移动互联网用户规模突破12亿大关，同时，用户黏性也进一步增加，月人均时长和使用次数分别突破177.3小时、2,633次。从人群结构上看，标志性的关口也在持续出现：51岁以上用户占比已达26.4%，突破1/4关口；三线及以下城市用户占比达60.6%，突破六成关口。

投融资状况方面，中国信通院数据显示，2020年，中国互联网行业共发生投融资事件1719笔，完成融资额360.7亿美元。分季度来看，2020年一季度融资笔数仅为309笔，环比下降35.5%，主要是受到2020年初新冠肺炎疫情的影响，导致中国经济受到相应影响，资本市场热度有所减缓；同时，2020年四季度融资笔数达481笔，环比下降1.8%，但其融资金额却高达156亿美元，环比增长86.2%，可见随着我国对疫情的有效防控，经济复苏较快，投融资规模也得到大幅增长。从投融资领域分布来看，2020年四个季度中国互联网投融资均集中在企业服务、电子商务、互联网金融、在线教育等领域，其中企业服务为四个季度榜首。此外值得注意的是，受到2020年新冠肺炎疫情影响，在线教育受到资本家关注，在2020年上半年在线教育投资笔数均进入前三，分别投融资38笔和35笔。

移动网络政策法规不断完善。2021年2月，《国务院反垄断委员会关于平台经济领域的反垄断指南》发布，为加强平台经济领域反垄断监管提供了科学有效、针对性强的制度规则。2022年1月5日，国家互联网信息办公室对外公布《移动互联网应用程序信息服务管理规定（征求意见稿）》（以下简称《征求意见稿》），明确应用程序提供者应当规范经营管理行为，不得通过虚假宣传、捆绑下载等行为，或者利用违法和不良信息诱导用户下载，不得通过机器

或人工方式刷榜、刷量、控评，营造虚假流量。2023年2月，《工业和信息化部关于进一步提升移动互联网应用服务能力的通知》发布。《通知》根据服务形态、业务场景、功能特点，重点针对5类主体提出了具体规范要求：APP开发运营者直接面向用户提供服务，要落实主体责任；分发平台为用户提供APP搜索、下载安装渠道，要强化分发管理；SDK内嵌在APP中，广泛应用于定位、支付、信息推送等功能场景，要规范应用服务；智能终端为用户提供APP运行的硬件载体，要筑牢安全防线；接入企业提供网络连接服务，要夯实信息登记和处置责任。通过各链条联防联控，共同提高行业整体服务水平。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国移动互联网市场评估与战略咨询报告》共十二章。首先介绍了移动互联网的定义及产业链概况，接着介绍了国外移动互联网的发展，然后对国内移动互联网发展的载体以及用户群体进行了细致分析，接下来系统介绍了国内移动互联网以及各细分行业的发展现状，包括移动互联网大数据应用发展状况、终端平台应用状况等，最后对行业的投资情况及前景进行了科学的分析和预测。

本研究报告数据主要来自于国家统计局、工信部、商务部、财政部、中企顾问网、中企顾问网市场调查中心以及国内外重点刊物等渠道，数据权威、详实、丰富，同时通过专业的分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。您或贵单位若想对移动互联网有个系统的了解或想投资该行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

报告目录：

第一章 移动互联网概念及产业链结构

1.1 移动互联网概述

1.1.1 概念及特点

1.1.2 中国移动互联网发展历程

1.1.3 移动互联网的应用

1.1.4 移动互联网繁荣发展

1.1.5 智能商务将获得极大发展

1.2 移动互联网产业链概述

1.2.1 产业链概况

1.2.2 产业链层次

1.2.3 产业链机会

1.3 移动互联网产业链模型

1.3.1 网络基础设施层

1.3.2 网络接入服务层

1.3.3 终端应用与服务层

1.4 中国移动互联网市场产业链格局

1.4.1 网络基础设施层

1.4.2 接入服务层

1.4.3 终端应用与服务层

第二章 2021-2023年世界移动互联网的发展

2.1 2021-2023年全球移动互联网发展现状

2.1.1 移动互联网市场规模

2.1.2 核心技术平台/体系迁移

2.1.3 终端平台开源化发展

2.1.4 应用服务体系与模式重建

2.1.5 LTE技术发展持续提速

2.1.6 移动智能终端竞争加剧

2.2 美国

2.2.1 总体发展状况

2.2.2 移动游戏市场

2.2.3 移动社交市场

2.2.4 移动电商市场

2.2.5 移动视频广告市场

2.3 其他地区

2.3.1 德国移动互联网用户规模现状

2.3.2 英国移动应用市场发展迅速

2.3.3 日本移动互联网发展平稳发展

2.3.4 韩国移动互联网渗透率现状

2.3.5 亚洲移动互联网增速居首位

2.4 全球移动互联网发展趋势

2.4.1 技术创新主线

2.4.2 硬件发展重点趋势

2.4.3 移动智能终端趋势

2.4.4 应用程序趋势

2.5 世界移动互联网发展预测

- 2.5.1 全球移动互联网发展前景
- 2.5.2 全球移动互联网营收预测
- 2.5.3 全球移动互联网用户规模预测
- 2.5.4 全球移动数据流量规模预测

第三章 2021-2023年中国移动互联网主要载体发展

3.1 互联网

- 3.1.1 产业发展概述
- 3.1.2 行业发展规模
- 3.1.3 行业投资现状
- 3.1.4 行业发展热点

3.2 手机

- 3.2.1 手机用户规模
- 3.2.2 行业运行特征
- 3.2.3 行业发展现状
- 3.2.4 手机市场格局

3.3 智能手机

- 3.3.1 智能手机市场分析
- 3.3.2 智能手机市场规模
- 3.3.3 智能手机市场格局

第四章 2021-2023年中国移动互联网用户分析

4.1 我国互联网用户特征及结构

- 4.1.1 网民规模及属性特征
- 4.1.2 网民互联网接入方式
- 4.1.3 网民互联网应用状况
- 4.1.4 手机网民结构及应用

4.2 移动互联网用户属性

- 4.2.1 性别分布
- 4.2.2 年龄分布
- 4.2.3 地域分布
- 4.2.4 学历分布

- 4.2.5 职业分布
- 4.2.6 收入分布
- 4.3 移动互联网用户行为特征
 - 4.3.1 用户使用粘性
 - 4.3.2 手机终端地位
 - 4.3.3 多屏互动行为
 - 4.3.4 终端使用差异
- 4.4 移动互联网用户终端使用情况
 - 4.4.1 移动终端设备
 - 4.4.2 手机操作系统
 - 4.4.3 手机使用品牌

第五章 2021-2023年我国移动互联网行业综合状况

- 5.1 2021-2023年中国移动互联网发展综述
 - 5.1.1 产业发展阶段
 - 5.1.2 产业生命周期
 - 5.1.3 行业格局分析
 - 5.1.4 产业安全问题
- 5.2 2021-2023年移动互联网发展现状
 - 5.2.1 行业热点分析
 - 5.2.2 市场发展规模
 - 5.2.3 产业发展特征
- 5.3 2021-2023年行业特点解析
 - 5.3.1 新型手机社交应用
 - 5.3.2 应用业务发展态势
 - 5.3.3 市场竞争现新格局
 - 5.3.4 移动互联网入口存机遇
 - 5.3.5 “终端+应用”驱动行业发展
- 5.4 移动互联网发展问题及对策
 - 5.4.1 面临的问题及挑战
 - 5.4.2 产业链参与者过于复杂
 - 5.4.3 自主创新能力不够

5.4.4 发展建议

第六章 2021-2023年移动互联网行业发展模式

6.1 参与者盈利模式分析

6.1.1 门户网站模式

6.1.2 “IM”业务模式

6.1.3 终端厂商进入模式

6.1.4 搜索引擎服务商进入模式

6.2 移动互联网产品开发运营及案例分析

6.2.1 产品分类以及盈利模式

6.2.2 成功产品借鉴经验研析

6.2.3 产品发展对策

6.3 中国移动互联网应用市场

6.3.1 应用市场发展概述

6.3.2 移动游戏

6.3.3 手机阅读

6.3.4 移动搜索

6.3.5 应用市场发展趋势

6.4 移动互联网广告及营销

6.4.1 移动互联网传播属性

6.4.2 移动互联网的广告机会

6.4.3 移动营销策略分析

6.4.4 移动营销的跨界整合

6.4.5 广告平台案解析

第七章 2021-2023年移动互联网与大数据应用发展分析

7.1 大数据行业发展状况

7.1.1 大数据技术与应用

7.1.2 各国加快行业布局

7.1.3 行业发展状况分析

7.1.4 行业支持政策分析

7.2 移动互联网与大数据发展分析

- 7.2.1 大数据黄金发展期
- 7.2.2 大数据应用加速
- 7.2.3 促进商业模式创新
- 7.2.4 机遇与挑战并存
- 7.3 移动互联网大数据关键技术
 - 7.3.1 大数据关键技术
 - 7.3.2 海量异构数据管理技术
 - 7.3.3 实时数据挖掘技术
- 7.4 2021-2023年互联网大数据交易分析
 - 7.4.1 相关政策分析
 - 7.4.2 产业发展及交易现状
 - 7.4.3 市场规模分析
 - 7.4.4 市场需求分析
 - 7.4.5 竞争格局分析
- 7.5 2021-2023年大数据在移动互联网中的应用分析
 - 7.5.1 移动广告大数据应用
 - 7.5.2 移动电商大数据应用
 - 7.5.3 移动金融大数据应用
 - 7.5.4 移动视频大数据应用
 - 7.5.5 移动健康管理大数据应用
 - 7.5.6 移动旅游大数据应用

第八章 2021-2023年中国移动互联网终端发展现状

- 8.1 2020年移动互联网终端发展状况
 - 8.1.1 销售规模
 - 8.1.2 市场份额
 - 8.1.3 价格走势
 - 8.1.4 产品特征
- 8.2 2021年移动互联网终端发展状况
 - 8.2.1 销售规模
 - 8.2.2 市场份额
 - 8.2.3 价格走势

8.2.4 产品特征

8.3 2022年移动互联网终端发展情况

8.3.1 销售规模

8.3.2 市场份额

8.3.3 价格走势

8.3.4 产品特征

第九章 2021-2023年移动互联网终端平台发展现状

9.1 2021-2023年移动互联网终端平台发展状况

9.1.1 销量规模

9.1.2 市场份额

9.1.3 平台动态

9.2 2021-2023年年移动互联网终端平台发展状况

9.2.1 智能手机操作系统市场份额

9.2.2 主要智能手机操作系统介绍

9.2.3 安卓系统市场份额逐步提高

9.3 移动互联网终端平台发展趋势分析

9.3.1 Html5手机平台崛起

9.3.2 面向Chrome

9.3.3 IE10的发展

9.3.4 旧IE系统的衰败

9.3.5 Android 2.x的消失

9.3.6 手机开发超越了桌面开发

9.3.7 桌面HTML应用

9.3.8 HTML接下来的其它版本

第十章 2021-2023年手机浏览器发展现状

10.1 2020年手机浏览器发展状况

10.1.1 用户规模

10.1.2 市场份额

10.1.3 竞争动态

10.1.4 产品对比

10.2 2021年手机浏览器发展状况

10.2.1 用户规模

10.2.2 市场份额

10.2.3 竞争动态

10.2.4 产品对比

10.3 2022年手机浏览器发展状况

10.3.1 用户规模

10.3.2 市场份额

10.3.3 竞争动态

10.3.4 产品对比

10.4 我国手机浏览器发展趋势分析

第十一章 2021-2023年手机应用商店发展分析

11.1 手机应用商店概述

11.1.1 定义及特征

11.1.2 发展历程

11.1.3 产业链结构

11.1.4 盈利模式

11.1.5 开发者分类

11.1.6 本地化拓展策略

11.2 全球手机应用商店市场发展特点

11.3 2020年移动应用商店发展状况

11.3.1 用户规模

11.3.2 下载规模

11.3.3 市场份额

11.3.4 市场动态

11.4 2021年移动应用商店发展状况

11.4.1 用户规模

11.4.2 下载规模

11.4.3 市场份额

11.4.4 市场动态

11.5 2022年移动应用商店发展状况

- 11.5.1 用户规模
- 11.5.2 下载规模
- 11.5.3 市场份额
- 11.5.4 市场动态
- 11.6 我国移动应用商店发展趋势及挑战分析
 - 11.6.1 未来发展趋向
 - 11.6.2 面临诸多挑战
 - 11.6.3 创造发展环境
 - 11.6.4 优化商店运行

第十二章 移动互联网投资及前景分析

- 12.1 投资现状及未来机会
 - 12.1.1 全球移动互联网投资现状
 - 12.1.2 中国移动互联网投资状况
 - 12.1.3 移动互联网的投资机会
 - 12.1.4 移动互联网投资风险防范
- 12.2 我国移动互联网未来发展政策导向
 - 12.2.1 推进移动互联网的产业融合
 - 12.2.2 推动移动互联网的全面渗透
 - 12.2.3 增强移动互联网核心竞争力
- 12.3 中国移动互联网的发展趋势及机遇
 - 12.3.1 核心技术自主创新发展
 - 12.3.2 新型移动应用潜力巨大
 - 12.3.3 移动芯片面临发展契机
 - 12.3.4 智能终端市场创新升级
 - 12.3.5 行业未来发展趋势分析
- 12.4 2024-2030年中国移动互联网发展前景预测
 - 12.4.1 中国移动互联网行业发展因素分析
 - 12.4.2 2024-2030年中国移动互联网市场规模预测
 - 12.4.3 2024-2030年中国移动互联网用户总数预测

图表目录

图表 移动互联网产业链层次模型

图表 2015-2018年全球智能手机分季度出货量

图表 2014-2018年全球平板电脑季度出货量

图表 2009-2018年全球移动蜂窝用户数和移动宽带用户数

图表 2014-2017年全球各类终端设备出货量

图表 2014-2017年全球各类计算终端设备市场支出

图表 2011-2017年美国移动电子商务交易

图表 2014和2018年移动市场各板块占比

图表 2014和2018年全球移动商务份额对比

图表 2018年移动广告业务前十大公司

图表 2018年消费者应用类别占比

图表 2012-2018年中国网民规模及互联网普及率

图表 2012-2018年中国域名数量

图表 2012-2018年中国网站数量

图表 2015-2018年中国互联网行业VC/PE融资情况

图表 2018年中国互联网行业细分领域VC/PE融资分布

图表 2018年中国互联网企业获得VC/PE融资重点案例

图表 2015-2018年中国互联网并购市场完成交易趋势

图表 2018年互联网企业并购重点案例

图表 2014-2018年中国互联网行业IPO融资规模

图表 2018年互联网行业退出案例

图表 2018年国内手机出货量情况

图表 2012-2018年我国智能手机出货量

图表 2013-2018年中国网民规模与互联网普及率

图表 2013-2018年中国手机网民规模及其占网民比例

图表 2016-2018年中国网民城乡占比

图表 2018年中国网民性别结构

图表 2018年各年龄段人口互联网普及率

图表 2016-2018年中国网民学历结构

图表 2016-2018年中国网民职业结构

图表 2016-2018年中国网民个人月收入结构

图表 2016-2018年互联网络接入设备使用情况

图表 2016-2018年网民使用电脑接入互联网的场所

图表 2016-2018年网民Wi-Fi无线网络接入场所

图表 2016-2018年中国网民对各类网络应用的使用率

图表 2016-2018年中国手机网民对各类手机应用的使用率

图表 2015-2018年手机网民性别结构比较

图表 2015-2018年手机网民年龄结构比较

图表 2015-2018年手机网民学历结构比较

图表 2015-2018年手机网民收入结构比较

图表 2015-2018年手机网民的城乡结构比较

图表 2015-2018年手机网民的职业结构比较

图表 2015-2018年中国手机网民各类手机网络应用的使用率

图表 2018年中国移动互联网用户性别结构

图表 2018年中国移动互联网用户年龄结构

图表 2018年中国移动互联网用户地域分布

图表 2018年中国移动互联网用户学历结构

图表 2018年中国移动互联网用户职业结构

图表 2018年中国移动互联网用户收入结构

图表 2018年中国移动互联网用户使用时长分布

图表 2018年中国移动互联网用户使用时段分布

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202310/414091.html>