

2016-2022年中国手机阅读 行业分析及发展战略研究报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

www.chinairr.org

一、报告报价

《2016-2022年中国手机阅读行业分析及发展战略研究报告》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.chinairr.org/report/R04/R0401/201609/06-213145.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

报告目录：

第一部分 行业发展现状

第一章 手机阅读产业概述

第一节 手机阅读简述

一、手机阅读分类

二、手机阅读的特征

三、手机阅读品种走向

第二节 手机阅读产业链

一、手机阅读产业链

二、手机阅读三种技术平台分析

三、手机阅读产业发展推动力量

第三节 手机阅读平台及驱动力量

一、手机阅读的三种平台

二、手机阅读的驱动力量

第二章 2016年全球手机阅读产业发展分析

第一节 国外手机阅读业发展要素分析

一、政策环境和历史背景

二、资本运营

三、经营理念

四、新产品开发

五、产权保护

第二节 全球手机阅读产业发展现状分析

一、美国

三、英国

四、俄罗斯

五、澳大利亚

六、法国

第三节 手机阅读产业发展趋势研究分析

第三章 中国手机阅读产业发展现状

第一节 手机阅读产业发展概况

- 一、手机阅读发展概况
- 二、手机阅读发展的新方式
- 三、媒体竞合下的手机阅读业前景分析

第二节 2014-2016年中国手机阅读产业发展分析

- 一、中国手机阅读业务日渐崛起
- 二、中国手机阅读活跃用户规模及增长情况
- 三、空中网手机阅读业务营收持续增长
- 四、手机阅读暗树竞争门槛
- 五、手机阅读竞争激烈挑起新增值点
- 六、新平台带动手机阅读良性发展
- 七、4G对于手机产业的影响

第三节 2016年中国手机阅读业务收费模式

- 一、手机阅读产业链及收费模式分析
- 二、手机阅读收费模式存在问题分析
- 三、手机阅读收费模式发展趋势分析

第四节 2016年中国手机阅读产业存在问题

第四章 2016年中国电信运营商手机阅读项目的市场布局

第一节 中国电信运营商手机阅读项目技术剖析

第二节 中国电信运营商手机阅读drm版权保护规划

第三节 2016年中国移动手机阅读项目的市场布局

- 一、中国移动手机阅读项目进展现状
- 二、中国移动手机阅读项目商业付费模式

第四节 2016年中国联通手机阅读项目的市场布局

- 一、中国联通手机阅读平台规划和技术分析
- 二、中国联通手机阅读平台商业模式构思

第五节 2016年中国电信手机阅读项目市场分析

第六节 中国手机阅读的产业链构成模式

第五章 中国手机文学网民基本状况调查

第一节 中国手机阅读用户年龄结构调查

第二节 中国手机阅读用户性别比例调查

第三节 中国手机阅读网民区域分布状况调查

第四节 中国手机阅读网民学历水平分布状况

第五节 中国手机阅读网民职业分布状况

第六节 中国手机阅读网民收入状况调查

第七节 中国手机阅读网民的读书时间调查

第六章 中国手机阅读网民消费习惯行为调查

第一节 中国手机阅读用户手机杂志阅读经历调查

第二节 中国手机读书网民获知网站信息管道调查

第三节 最受中国手机网民喜欢的手机电子书类型

第四节 中国手机读书用户付费读书经历调查

第五节 具有付费阅读习惯的网民消费状况调查

第六节 中国手机阅读扣费通道调查

第七节 中国手机阅读网民阅读方式调查

第八节 中国手机阅读用户创作经历调查

第九节 中国手机网民读书时间状态调查

第七章 中国手机阅读网民的消费行为调查

第一节 中国手机读书用户电子书的购买方式调查

第二节 中国手机阅读用户期望的手机阅读模式调查

第三节 中国手机网民期望的手机图书价格调查

第四节 中国手机阅读网民预期的电子书价格调查

第八章 2016年中国手机阅读市场运行动态分析

第一节 2016年中国手机阅读市场规模分析

第二节 2016年国内手机阅读市场的发展模式

第三节 2016年手机阅读市场的需求分析

一、手机阅读的技术需求分析

二、手机阅读的人才需求分析

三、手机阅读新功能诉求

第九章 2016年手机阅读产业面临的机遇与挑战

第一节 2016年手机阅读产业面临的机遇

一、手机阅读的营销模式机遇分析

二、手机阅读营销环境的分析

第二节 2016年手机阅读产业面临的挑战

一、手机阅读终端限制分析

二、手机阅读终端适配分析

三、手机阅读网络限制及不稳定性因素分析

四、手机阅读产品质量分析

第十章 2016年中国手机阅读关联产业透析

第一节 2016年中国软件产业发展分析

一、2016年我国软件业运营状况分析

二、中国软件产业规模世界排名

三、中国软件产业知识产权保护情况

四、我国软件产业规模发展状况

五、中国软件产业多核并行化开发情况

六、我国软件产业自主创新战略

七、2014-2016年软件销售收入分析

八、2014-2016年中国软件行业进出口数据分析

1、系统软件进出口总体数据

2、支撑软件进出口总体数据

3、应用软件进出口总体数据

第二节 2016年it行业分析

一、中国it经济行业环境分析

二、中国it行业竞争力分析

三、中国it行业发展问题分析

四、中国it行业趋势分析

第三节 2016年中国手机电池行业分析

一、中国手机电池行业的现状

二、中国手机电池市场趋势

三、中国手机电池市场前景

第四节 2016年中国网游行业分析

一、中国网游玩家特点及变化趋势分析

二、中国网络游戏运营市场竞争格局分析

三、中国网络游戏的主要盈利模式分析

第五节 2016年中国手机行业发展分析

一、中国手机制造业基础概况

二、我国手机产量分析

三、通信设备制造业运行分析

四、手机行业发展的技术分析

五、2016-2022年中国手机行业预测和展望

第十一章 2016年中国手机浏览器产业深度剖析

第一节 2016年中国手机浏览器行业发展概述

一、手机浏览的主要模式

二、国内第三方手机浏览器市场发展状况分析

第二节 2016年中国手机浏览器行业发展分析

一、中国手机浏览器市场运行特点回顾

二、我国手机浏览器行业市场规模快速增长

三、我国手机浏览器市场用户规模分析

第三节 2016年中国手机浏览器行业竞争综况分析

一、手机浏览器的主要竞争者及进入门槛

二、我国手机浏览器市场竞争概况

三、“入口优势”成为手机浏览器行业竞争的导火索

四、我国手机浏览器行业竞争焦点逐渐转移

五、我国手机浏览器行业推广渠道竞争日趋明显

第四节 2016年中国主流手机浏览器透析

一、uc web手机浏览器

二、qq手机浏览器

三、其它手机浏览器

第十二章 2016年手机阅读产业渠道分析

第一节 2016年国内手机阅读产品的经销模式

第二节 手机阅读行业国际化营销模式分析

第三节 2016年国内手机阅读产品生产及销售投资运作模式分析

一、国内生产企业投资运作模式

二、国内营销企业投资运作模式

三、外销与内销优势分析

第十三章 2014-2016年手机行业进出口分析

第一节 手机出口状况分析

第二节 不利因素分析

第三节 网络多媒体对手机阅读的影响

第四节 跨媒体整合手机阅读的情况

第十四章 2014-2016年手机行业进出口分析

第一节 手机出口状况分析

一、出口金额规模分析

二、出口数量规模分析

三、出口价格分析

第二节 手机进口状况

一、进口金额规模分析

二、进口数量规模分析

三、进口价格分析

第十五章 2016年中国手机阅读运营商动态分析

第一节 中国移动通信集团公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第二节 中国联合通信有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第三节 中国电信股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第十六章 2016年中国手机阅读重点企业分析

第一节 企业一分析

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第二节 企业二分析

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第三节 企业三分析

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第十七章 手机阅读行业投资机会与策略分析

第一节 手机阅读行业投资效益分析

一、2016年手机阅读行业投资状况分析

二、2016-2022年手机阅读行业投资效益分析

三、2016-2022年手机阅读行业投资趋势预测

四、2016-2022年手机阅读行业的投资方向

五、2016-2022年手机阅读行业投资的建议

六、新进入者应注意的障碍因素分析

第二节 手机阅读活动营销策略

一、活动营销概述

二、活动营销现状

三、活动营销问题

四、活动营销策略

第三节 手机阅读广告经营的品牌化战略

一、理念定位

二、机制创新

三、形象整合

第四节 电视新闻在新媒体环境下的发展策略

一、数字化浪潮下的新媒体时代

二、新媒体环境下电视新闻的外延

三、新媒体下的电视新闻制胜路径

第五节 传统电视的新媒体发展策略

一、新媒体对传统电视的影响

二、传统电视的新媒体发展策略

三、手机阅读经营战略转型分析

部分图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：2014-2016年我国手机阅读行业销售成本增长趋势图

图表：2014-2016年我国手机阅读行业费用使用统计图

图表：2014-2016年我国手机阅读行业主要盈利指标统计图

图表：2014-2016年我国手机阅读行业主要盈利指标增长趋势图

图表：主要经济指标走势图

图表：2014-2016年手机阅读行业市场供给

图表：2014-2016年手机阅读行业市场需求

图表：2014-2016年手机阅读行业市场规模

图表：手机阅读所属行业生命周期判断

图表：手机阅读所属行业区域市场分布情况

图表：2016-2022年中国手机阅读行业市场规模预测

图表：2016-2022年中国手机阅读行业供给预测

图表：2016-2022年中国手机阅读行业需求预测

图表：2016-2022年中国手机阅读行业价格指数预测

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R04/R0401/201609/06-213145.html>