

2020-2026年中国移动互联网 市场前景研究与市场年度调研报告

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

《2020-2026年中国移动互联网市场前景研究与市场年度调研报告》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/R03/R0305/202004/27-345227.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：

第一章国内移动互联网业概念及发展状况

第一节 移动互联网概念

- 一、移动互联网发展历程
- 二、移动互联网产业链结构
- 三、移动互联网业务体系
- 四、移动互联网地区发展布局

第二节 移动互联网行业数据

- 一、国内移动互联网状况
 - (一) 移动互联网发展规模
 - (二) 移动互联网行业结构
- 二、国外移动互联网发展状况
 - (一) 美国移动互联网行业发展分析
 - (二) 日本移动互联网行业发展分析
 - (三) 韩国移动互联网行业发展分析
- 三、移动互联网发展政策环境

第三节 移动互联网商业模式分析方法

- 一、商业模式构成要素
- 二、商业模式画布结构

第二章 移动互联网行业发展历程及商业模式应用

第一节 国内移动互联网行业发展阶段

- 一、封闭的简单应用模式
 - (一) 移动运营商自营
 - (二) SC/CP+移动运营商
- 二、终端+服务模式
 - (一) 终端+操作系统模式
 - (二) 终端+搜索引擎模式
 - (三) 终端+应用商店模式
- 三、开放的平台融合模式

四、未来用户集聚模式

第二节 不同商业模式在移动互联网中的运用

一、非绑定式商业模式

(一) 非绑定式商业模式概念

(二) 非绑定式商业模式对运营商启示

二、长尾式商业模式

(一) 长尾式商业模式概念

(二) 长尾式商业模式在电商的应用

三、多边平台式商业模式

(一) 多边平台式商业模式概念

(二) 多边平台式商业模式特点

(三) 该模式在移动互联网中的应用

四、免费式商业模式

(一) 免费式商业模式概念

(二) 该模式在移动互联网的应用

五、开放式商业模式

(一) 开放式商业模式概念

(二) 开放式商业模式应用

第三章 移动互联网价值链与企业商业模式案例分析

第一节 移动互联网行业价值链

一、移动互联网行业价值链特点

二、行业价值链与商业模式的关系

(一) 通过免费或低价提升移动用户的流量

(二) 通过移动开放平台实现与开发者的共赢

(三) 通过创新内容服务实现盈利

(四) 通过精准营销提高广告收入

第二节 已有不同类型厂商模式比较

一、运营商移动互联网模式

二、终端厂商移动互联网模式

三、互联网企业移动互联网模式

第三节 终端厂商移动互联网商业模式案例分析

一、苹果商业模式分析

(一) 苹果业务体系及产品线

(二) 苹果商业模式要素分析

(三) 苹果商业模式结构图

(四) 苹果商业模式特点总结

二、三星商业模式分析

(一) 三星业务体系及产品线

(二) 三星商业模式要素分析

(三) 三星商业模式结构图

(四) 三星商业模式特点总结

第四节 传统互联网企业移动互联网商业模式

一、百度移动互联网商业模式分析

(一) 百度业务体系与产品线

(二) 百度移动互联网模式分析

(三) 百度移动互联网模式特点总结

(四) 百度移动互联网布局构想

二、谷歌移动互联网商业模式分析

(一) 谷歌业务体系与产品线

(二) 谷歌移动互联网模式分析

(三) 谷歌移动互联网模式特点总结

(四) 谷歌移动互联网布局构想

三、搜狐移动互联网商业模式分析

(一) 搜狐业务体系与产品线

(二) 搜狐移动互联网模式分析

(三) 搜狐移动互联网模式特点总结

(四) 搜狐移动互联网布局构想

四、奇虎360移动互联网商业模式分析

(一) 奇虎360业务体系与产品线_订购电话:4.0.0.6.12.8.6.6.8

(二) 奇虎360移动互联网模式分析

(三) 奇虎360移动互联网模式特点总结

(四) 奇虎360移动互联网布局构想

五、微软移动互联网商业模式分析

- (一) 微软业务体系与产品线
- (二) 微软移动互联网模式分析
- (三) 微软移动互联网模式特点总结
- (四) 微软移动互联网布局构想

六、腾讯移动互联网商业模式分析

- (一) 腾讯业务体系与产品线
- (二) 腾讯移动互联网模式分析
- (三) 腾讯移动互联网模式特点总结
- (四) 腾讯移动互联网布局构想

七、阿里巴巴移动互联网商业模式分析

- (一) 阿里巴巴业务体系与产品线
- (二) 阿里巴巴移动互联网模式分析
- (三) 阿里巴巴移动互联网模式特点总结
- (四) 阿里巴巴移动互联网布局构想

八、小米移动互联网商业模式分析

- (一) 小米业务体系与产品线
- (二) 小米移动互联网模式分析
- (三) 小米移动互联网模式特点总结
- (四) 小米移动互联网布局构想

第五节 运营商移动互联网商业模式

一、中国联通移动互联网商业模式分析

- (一) 中国联通业务体系与产品线
- (二) 中国联通移动互联网模式结构
- (三) 中国联通移动互联网模式要素
- (四) 中国联通移动互联网模式评价

二、中国电信移动互联网商业模式分析

- (一) 中国电信业务体系与产品线
- (二) 中国电信移动互联网模式结构
- (三) 中国电信移动互联网模式要素
- (四) 中国电信移动互联网模式评价

三、中国移动移动互联网商业模式分析

- (一) 中国移动业务体系与产品线

- (二) 中国移动移动互联网模式结构
- (三) 中国移动移动互联网模式要素
- (四) 中国移动移动互联网模式评价

第四章 APP应用市场及移动互联网典型商业模式分析

第一节 APP应用市场发展状况

- 一、全球移动应用数量规模
- 二、全球移动应用付费规模
- 三、全球移动应用分类情况
- 四、APP应用开发者情况

第二节 APP应用开发企业商业模式要素分析

- 一、APP开发价值主张
- 二、APP开发客户定位
 - (一) APP精准定位与个性化服务
 - (二) APP垂直化定位趋势
- 三、APP开发企业客户运营分析
 - (一) APP客户运营内容
 - (二) APP客户运营指标
 - (三) APP客户推广策略
 - (四) APP客户维护策略
- 四、APP运营推广渠道与方式
 - (一) APP推广特点
 - (二) APP推广渠道与方法
- 五、APP应用企业核心资源与合作伙伴
 - (一) APP应用企业成功因素
 - (二) APP应用企业潜在合作伙伴
- 六、APP应用收入来源
 - (一) APP开发盈利模式设计
 - (二) APP应用定价策略
- 七、APP开发成本结构
 - (一) APP开发成本构成
 - (二) APP开发成本节约方法

第三节 APP应用典型商业模式分析

一、APP应用商店模式

（一）国内移动应用商店概况

（二）App Store商业模式分析

二、移动支付商业模式

（一）移动支付价值链分析

（二）移动支付市场模式分析

（三）移动支付商业模式要素分析

三、手机游戏商业模式

（一）手机游戏商业模式要素分析

四、移动社交商业模式

（一）移动社交价值链分析

（二）微信商业模式案例分析

（三）其他移动社交商业模式

五、移动电子商务商业模式

（一）移动电子商务价值链分析

（二）移动电子商务市场格局分析

（三）移动电子商务模式分析

六、移动安全服务商业模式

（一）网秦商业模式案例分析

七、LBS位置服务商业模式

（一）LBS位置服务概况

（二）基于LBS的移动互联网的应用模式

第五章 移动互联网行业商业模式演变路径及创新策略

第一节 移动互联网行业商业模式演变路径

一、互联网商业模式发展路径

二、移动互联网商业模式发展路径

第二节 移动互联网商业模式演变层级

一、第一层级：APP增值模式

（一）模式概况

（二）移动APP核心资源

(三) 移动APP核心能力

(四) 移动APP产品盈利模式

(五) 典型案例分析

二、第二层级：行业定制模式

(一) 模式概况

(二) 模式应用状况

三、第三层级：电商模式

(一) 模式概况

(二) 移动电商核心资源

(三) 移动电商核心能力

(四) 核心产品分析

(五) 盈利模式分析

四、第四层级：广告模式

(一) 模式概况

(二) 移动广告核心资源

(三) 移动电商核心能力

(四) 移动广告产品分析

(五) 盈利模式分析

五、第五层级：个性化模式

第三节 移动互联网盈利模式瓶颈

一、移动互联网主要盈利模式

1、O2O模式

2、广告模式

3、销售盈利模式

4、手机游戏模式

二、移动互联网盈利模式挑战

第四节 未来移动互联网商业模式趋势

一、价值链变化趋势

二、盈利模式变化趋势

三、市场主体变化趋势

第五节 移动互联网商业模式创新

一、亚马逊——资源驱动创新

二、阿卡迈——产品/服务驱动创新

三、巴蒂电信——客户驱动创新

第六章 国内移动互联网未来将由谁主导？

第一节 运营商为核心的模式设想

一、运营商产业链地位变化趋势

二、运营商SWOT分析

1、优势

2、劣势

3、机会

4、威胁

三、国外运营商运营模式

（一）日韩运营商运营模式

（二）英国封闭式运营案例

四、运营商为核心的产业链发展趋势

1、由管道管理升级为平台构建

2、开放能力，制造新的行业壁垒

五、未来运营商移动互联网投资策略

第二节 互联网企业为核心的模式设想

一、互联网公司产业链地位变化趋势

二、互联网公司SWOT分析

1、优势

2、劣势

3、机遇

4、威胁

三、互联网公司商业模式发展趋势

四、互联网公司移动互联网投资策略

第三节 终端企业为核心的模式设想

一、终端企业产业链地位变化趋势

二、终端企业SWOT分析

三、终端企业商业模式发展趋势

四、终端企业移动互联网投资策略

第四节 移动互联网企业竞争力及趋势分析

一、移动互联网企业格局

二、移动互联网趋势预测

图表目录

图表 1：移动互联网产业链结构

图表 2：移动互联网业务体系

图表 3：2017-2019年移动互联网行业市场规模情况单位：亿元

图表 4：日本移动互联网渗透率情况

图表 5：商业模式画布

图表 6：三种核心的业务类型

图表 7：苹果公司产品线

图表 8：苹果公司盈利模式

图表 9：苹果公司销售渠道

图表 10：苹果公司应用商店

图表 11：苹果公司商业模式结构图

图表 12：三星商业模式图

图表 13：搜狐业务体系与产品线

图表 14：奇虎360产品线

图表 15：微软公司产品体系

图表 16：腾讯公司产品线

图表 17：腾讯涉及移动互联网业务的架构梳理

图表 18：阿里巴巴业务产品线

图表 19：中国电信产品线结构

图表 20：中国移动产品线

图表 21：中国移动移动互联网-平台化发展

图表 22：2017-2019年全球移动应用数量情况单位：万款

图表 23：2017-2019年全球移动应用市场规模情况单位：亿美元

图表 24：全球移动应用分类情况（2016年）

图表 25：移动电子商务市场格局

图表 26：移动互联网APP商业模式

图表 27：移动互联网行业定制商业模式

图表 28：移动互联网电商模式

图表 29：移动互联网广告商业模式

图表 30：亚马逊——资源驱动创新

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R03/R0305/202004/27-345227.html>