

移动互联网商业模式研究报告（2011版）

报告目录及图表目录

一、报告报价

《移动互联网商业模式研究报告（2011版）》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/R0301/201105/20-75094.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

[摘要]

现代信息技术的飞速发展正在改变我们的社会，移动通讯的迅猛增长和互联网的普及是信息领域里最重要的两件大事，将两者结合到一起是人们的梦想，有着广阔动人的市场前景。

同有线互联网相比，移动互联网借助移动通讯的发展成果，已经拥有大量的移动网络终端和成熟的用户基础，欧美和日韩的移动互联网早已起步多是，同这些国家相比我国移动互联网产业还有相当大的差距，为什么会有如此大的差距？

移动互联合作供应商业模式是日韩移动互联网能够寻梦发展的关键，日本的i—Mode、韩国的SK电讯的NATE发展经验表明，要推动移动数据业务的健康发展，必须构建密切协作的产业价值链和能使各方获益的商业运作模式。

本文通过对全球移动互联网发展状况的深入分析，指出中国移动互联网未来发展的促进与制约因素，预测了中国移动互联网未来发展趋势，并对我国移动互联网向3G的演进面临的问题、时机与策略做出了判断。

本文通过对移动互联网产业链的深入考察，全面解析中国移动互联网产业链现状与变化趋势。对于各产业链各环节进行深入分析，探讨其商业模式，同时再以国内外移动互联网商业模式的比较找出适合我们发展的答案，找出各环节之间的相互作用。

本文通过对互联网商业模式的研究，同时结合与移动互联网的相关性研究，找出成功的成熟的互联网的商业模式，给移动互联网的发展以启示，最后提出我们的关于移动互联网的发展战略。

目录 TABLE OF CONTENTS

图表目录 LIST OF FIGURES 5

第一章 前言 EXECIVE SUMMARY

第二章 移动互联网概述

2.1 移动互联网定义

2.1.1 移动互联网的定义

2.1.2 移动互联网的变迁

2.2 全球移动互联网发展现状及趋势

2.2.1 全球移动互联网综述

2.2.2 典型国家或地区的移动互联网状况

2.3 全球移动互联网发展推动因素

2.4 全球移动互联网发展预测和趋势

第三章 运营商来自移动互联网的挑战

3.1 中国移动增值服务发展

3.2 梦网模式/联通在信模式

3.3 移动互联网运营商强势地位面临多方面的挑战

3.4 移动运营商发展移动互联优劣分析

3.5 发展移动互联是移动运营商的重要战略

第四章 国内外移动互联业务案例分析

4.1 日本NTT DOCOMO

4.1.1 日本NTT DoCoMo移动互联发展

4.1.2 NTT DoCoMo 移动互联用户规模及增长趋势

4.1.3 NTT DoCoMo 移动互联的资费定义

4.1.4 NTT DoCoMo 3G业务

4.1.5 NTT DoCoMo 典型移动业务

4.1.6 NTT DoCoMo 移动互联网的产业链策略

4.1.7 NTT DoCoMo 移动互联发展借鉴

4.2 韩国SK的互联网融合战略

4.2.1 SKT 3G发展

4.2.2 SKT的品牌化移动互联服务

4.2.3 SKT的细分市场策略

4.2.4 SKT移动互联思路下的内容营销策略

4.2.5 SKT跨平台的移动+互联网模式

4.2.6 SKT移动互联经验总结

4.3 和黄3G的合作联盟战略

4.3.1 和黄3G的发展

4.3.2 和记3G的主要服务

4.3.3 和黄3G的打造移动互联价值链和合作策略

4.4 IPHONE模式

第五章 移动互联网对互联网商业模式的借鉴

- 5.1 互联网的典型商业模式的借鉴
 - 5.1.1 互联网注意力经济（门户网站模式）
 - 5.1.2 电子商务、网络营销
 - 5.1.3 体验经济（网络游戏模式）
 - 5.1.4 搜索模式
 - 5.1.5 WEB2.0（个人博客、视频分享）
- 5.2 移动互联网与互联网商业模式的差异

第六章 移动互联网典型应用

- 6.1 移动互联网与互联网应用的差异
- 6.2 信息服务
- 6.3 沟通服务
- 6.4 娱乐
- 6.5 移动商务
- 6.6 手机广告
- 6.7 位置服务
- 6.8 WEB2.0：个人SNS；个人PIM；社区

第七章 运营商如何打造移动互联网产业链

- 7.1 打造移动互联网的商业价值
- 7.2 运营商移动互联网战略的角色定位
 - 7.2.1 业务模式向运营模式转型
 - 7.2.2 运营商发展移动互联网的竞争力
- 7.3 运营商打造移动互联网的产业链

第八章 移动互联网的发展建议

通过《移动互联网商业模式研究报告（2011版）》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R03/R0301/201105/20-75094.html>