

# 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](http://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 未来发展趋势
  - 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>