

# 2015-2020年中国移动互联网市场分析与投资前景研究报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

[www.bosidata.com](http://www.bosidata.com)

# 报告报价

《2015-2020年中国移动互联网市场分析与投资前景研究报告》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.bosidata.com/tongxun1411/N51984WS8L.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2014-11-17

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

# 说明、目录、图表目录

## 报告说明:

博思数据发布的《2015-2020年中国移动互联网市场分析与投资前景研究报告》共十一章。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互联网以及各细分行业的发展现状，并对行业的投资情况及前景进行了科学的分析和预测。

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，它们的增长速度都是任何预测家未曾预料到的，所以可以预见移动互联网将会创造怎样的经济神话。

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。

2013年，中国移动互联网市场规模达到1059.8亿元，同比增速81.2%，预计到2017年，市场规模将增长约4.5倍，接近6000亿。移动互联正在深刻影响人们的日常生活，移动互联网市场进入高速发展通道。

2013年是移动互联网市场加速“重塑、培育、共建”的一年，4G的商用，虚拟运营商的进入，投资并购案增多，无不显示着移动互联网市场正在经历着深刻的行业变革与进化。各类玩家经历了过去4、5年的摸索与试炼，形成了对这个市场更多的认知，商业模式的探索渐出成效，将开启移动互联网市场规模快速增长的通道。

2014年，伴随着终端价格的降低，移动网民的快速渗透和网络基础设施的日益完善，移动互联网市场将向内陆城市深度辐射。随着无线通信技术的发展，以及智能终端用户（特别是智能手机用户）的增加，我国移动互联网这座金矿将会越来越大，这将为整个产业链上的参与者提供更多的机会和挑战。

## 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 2012-2014年世界移动互联网的发展

- 2.1 2012-2014年全球移动互联网发展现状
  - 2.1.1 全球百强品牌移动应用发布情况
  - 2.1.2 2012年移动互联网领域风投情况
  - 2.1.3 2013年全球移动互联网发展分析
  - 2.1.4 2014年全球移动互联网发展分析
- 2.2 美国
  - 2.2.1 美国移动营销市场风投大幅增长
  - 2.2.2 美国手机用户特征分析
  - 2.2.3 美国移动用户应用特点
  - 2.2.4 美国iOS应用情况
  - 2.2.5 Android操作系统美国发展状况
- 2.3 其他国家
  - 2.3.1 亚太地区移动互联网用户不断增加

- 2.3.2 日本移动互联网的发展解析
- 2.3.3 韩国移动互联网现状分析
- 2.3.4 亚太地区移动互联网发展预测
- 2.3.5 德国移动互联网用户规模现状
- 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 2014年全球手机上网用户预测
  - 2.5.2 2015年欧洲移动互联网用户规模预测
  - 2.5.3 全球移动互联网将现爆发式增长
  - 2.5.4 2015年全球移动智能设备发展分析
  - 2.5.5 2016年预计全球移动数据流量预测

### 第三章 2012-2014年中国移动互联网主要载体发展

- 3.1 互联网
  - 3.1.1 互联网产业发展概述
  - 3.1.2 全球互联网经济规模格局
  - 3.1.3 中国互联网行业发展特点
  - 3.1.4 2012年中国互联网产业发展状况
  - 3.1.5 2013年中国互联网行业投资情况
  - 3.1.6 2014年互联网行业发展热点分析
  - 3.1.7 中国互联网产业面临问题分析
- 3.2 手机
  - 3.2.1 我国手机用户规模现状
  - 3.2.2 2012年我国手机行业发展状况
  - 3.2.3 2013年我国手机行业发展状况
  - 3.2.4 2014年我国手机行业发展分析
  - 3.2.5 中国手机市场发展趋势
- 3.3 智能手机

- 3.3.1 中国引领全球智能手机市场发展
- 3.3.2 中国智能手机市场发展格局
- 3.3.3 中国智能手机市场空间无限
- 3.3.4 2012年智能手机市场发展状况
- 3.3.5 2013年智能手机市场发展情况
- 3.3.6 2014年智能手机发展趋势

## 第四章 2012-2014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 网民规模与结构特征
  - 4.1.2 网民互联网应用状况
  - 4.1.3 网民属性特征分析
  - 4.1.4 手机网民结构及应用
- 4.2 移动互联网用户布局
  - 4.2.1 地域分布
  - 4.2.2 接入运营商分布
  - 4.2.3 接入网络方式分布
  - 4.2.4 上网时间分布
- 4.3 移动互联网用户特征分析
  - 4.3.1 用户地域分布
  - 4.3.2 用户收入结构
  - 4.3.3 整体认知度
  - 4.3.4 移动终端的选择
  - 4.3.5 移动互联网与PC互联网用户增速对比
- 4.4 移动互联网用户特征及需求
  - 4.4.1 移动互联网用户行为特征及需求特点
  - 4.4.2 手机网民输入法特征
  - 4.4.3 潜在用户购买意愿

## 第五章 2012-2014年我国移动互联网行业综合状况

- 5.1 2012-2014年我国移动互联网发展概况
  - 5.1.1 产业发展阶段分析

- 5.1.2 产业生命周期
- 5.1.3 产业进入全面整合时期
- 5.1.4 行业跨界竞争特征明显
- 5.1.5 引发产业重构命题
- 5.2 2012-2014年移动互联网的发展
  - 5.2.1 2012年行业发展状况
  - 5.2.2 2012年大事件分析
  - 5.2.3 2013年移动互联网发展
  - 5.2.4 2013年行业热点回顾
  - 5.2.5 2014年行业热点回顾
- 5.3 2012-2014年行业热点解析
  - 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 同质化严重
  - 5.4.5 发展建议

## 第六章 2012-2014年移动互联网市场分析

- 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 应用市场未来发展趋势
- 6.4 移动互联网广告及营销
  - 6.4.1 移动互联网传播属性解析
  - 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策略
  - 6.4.5 广告平台案解析

## 第七章 2012-2014年中国移动互联网终端发展现状

- 7.1 2012年移动互联网终端发展状况
  - 7.1.1 2012年第一季度移动互联网终端发展状况
  - 7.1.2 2012年第二季度移动互联网终端发展状况
  - 7.1.3 2012年第三季度移动互联网终端发展状况
  - 7.1.4 2012年第四季度移动互联网终端发展状况
- 7.2 2013年移动互联网终端发展状况
  - 7.2.1 2013年第一季度移动互联网终端发展状况
  - 7.2.2 2013年第二季度移动互联网终端发展状况
  - 7.2.3 2013年第三季度移动互联网终端发展状况
  - 7.2.4 2013年第四季度移动互联网终端发展状况
- 7.3 2014年第一季度移动互联网终端发展状况
- 7.4 中国移动终端普及化发展

## 第八章 2012-2014年移动互联网终端平台发展现状

- 8.1 2012年移动互联网终端平台发展状况
  - 8.1.1 2012年第一季度移动互联网终端平台发展状况
  - 8.1.2 2012年第二季度移动互联网终端平台发展状况



- 8.1.3 2012年第三季度移动互联网终端平台发展状况
- 8.1.4 2012年Windows Phone平台发展概述
- 8.2 2013-2014年移动互联网终端平台发展状况
  - 8.2.1 2013年移动互联网终端平台发展状况
  - 8.2.2 2014年移动互联网终端平台发展动态

## 第九章 2012-2014年手机浏览器发展现状

- 9.1 2012年手机浏览器发展状况
  - 9.1.1 2012年第一季度手机浏览器发展状况
  - 9.1.2 2012年第二季度手机浏览器发展状况
  - 9.1.3 2012年第三季度手机浏览器发展状况
  - 9.1.4 2012年第四季度手机浏览器发展状况
- 9.2 2013年手机浏览器发展状况
  - 9.2.1 2013年第一季度手机浏览器发展状况
  - 9.2.2 2013年第二季度手机浏览器发展状况
  - 9.2.3 2013年第三季度手机浏览器发展状况
  - 9.2.4 2013年第四季度手机浏览器发展状况
- 9.3 2014年第一季度手机浏览器发展状况
- 9.4 我国手机浏览器发展趋势分析

## 第十章 2012-2014年手机应用商店发展分析

- 10.1 手机应用商店概述
  - 10.1.1 定义及特征
  - 10.1.2 发展历程
  - 10.1.3 产业链结构
  - 10.1.4 盈利模式
  - 10.1.5 开发者分类
  - 10.1.6 拓展应用市场的重要策略
- 10.2 全球手机应用商店市场发展特点
- 10.3 2012年移动应用商店发展状况
  - 10.3.1 2012年第一季度移动应用商店发展状况
  - 10.3.2 2012年第二季度移动应用商店发展状况

- 10.3.3 2012年第三季度移动应用商店发展状况
- 10.3.4 2012年第四季度应用商店发展状况
- 10.4 2013年移动应用商店发展状况
  - 10.4.1 2013年第一季度移动应用商店发展状况
  - 10.4.2 2013年第二季度移动应用商店发展状况
  - 10.4.3 2013年第三季度移动应用商店发展状况
  - 10.4.4 2013年第四季度移动应用商店发展状况
- 10.5 2014年上半年移动应用商店发展状况
- 10.6 我国手机应用商店市场监管现状与建议

## 第十一章 移动互联网投资及前景分析

- 11.1 投资现状及未来机会
  - 11.1.1 移动互联网将影响下一个十年创业方向
  - 11.1.2 中国移动互联网的投资热度不减
  - 11.1.3 移动互联网产业投资规模刷新历年纪录
  - 11.1.4 移动互联网再造投资新机遇
  - 11.1.5 移动互联网产业投资风险防范
- 11.2 移动互联网发展方向及趋势
  - 11.2.1 终端系统软件的三大方向
  - 11.2.2 互联网水平化演进趋势
  - 11.2.3 智能终端企业发展趋势
  - 11.2.4 核心业务及细分领域发展趋势
- 11.3 移动互联网发展前景预测
  - 11.3.1 移动互联网发展前景无限
  - 11.3.2 中国移动互联网终端发展预测
  - 11.3.3 4G推动移动互联网行业新变革
  - 11.3.4 2015-2020年中国移动互联网市场预测
  - 11.3.5 2020年中国移动互联网用户规模展望

## 图表目录

图表 移动互联网产业链层次模型

图表 2008-2013年全球移动智能终端操作系统市场份额

图表 美国ios应用开发者获得一名忠实用户的成本

图表 全球各地Android应用下载总量

图表 全球各地每月应用的平均下载量

图表 韩国智能手机用户数量

图表 韩国智能平板电脑用户数量

图表 韩国移动互联网交易额

图表 2013年我国手机累计产量情况

图表 2013年我国手机累计出口额情况

图表 2013年以来我国通信终端设备制造业效益情况

图表 2013年以来我国移动通信及终端设备制造业投资完成情况

图表 2011-2012年中国智能手机市场品牌关注比例对比

图表 2012年Q1-Q4中国智能手机市场品牌关注排名对比

图表 2012年Q1-Q4中国智能手机市场不同操作系统产品关注比例走势

图表 2012年Q1-Q4中国智能手机市场主流屏幕尺寸产品关注比例走势

图表 2012年Q1-Q4中国智能手机市场主流像素产品关注比例走势

图表 2012年1-12月中国智能手机市场价格指数走势

图表 2012年1-12月中国智能手机市场平均价格走势

图表 2012年中国智能手机市场主流品牌价格对比

图表 2012年Q1-Q4中国智能手机市场主流品牌关注比例走势

图表 2012年中国智能手机市场主流品牌市售产品数量对比

图表 2012年中国智能手机市场主流品牌单品关注率对比

图表 2013年1-12月中国智能手机市场品牌数量走势

图表 2012-2013年中国智能手机市场品牌关注比例对比

图表 2013年Q1-Q4中国智能手机市场品牌关注比例对比

图表 2013年中国智能手机市场产品关注排名

图表 2013年中国智能手机市场最受关注的前10款产品及主要参数

图表 2013年Q1-Q4中国智能手机市场最受关注的前10款产品

图表 2013年中国智能手机产品操作系统关注比例分布

图表 2012-2013年中国智能手机产品操作系统关注比例对比

图表 2013年Q1-Q4中国智能手机产品操作系统关注比例走势

图表 2013年Q1-Q4中国智能手机产品核心数关注比例走势

图表 2013年Q1-Q4中国智能手机产品屏幕尺寸关注比例走势

图表 2013年Q1-Q4中国智能手机产品像素关注比例走势

图表 2013年Q1-Q4中国智能手机产品价格区间关注比例走势

图表 2013年1-12月中国智能手机市场均价走势

图表 2010-2013年中国智能手机市场均价走势

图表 2013年中国主流智能手机品牌产品平均价格对比

图表 中国网民规模与普及率

图表 中国各年龄段人群互联网普及率

图表 各学历人群互联网普及率

图表 家庭宽带网民规模

图表 手机上网网民规模

图表 我国分省份互联网普及率

图表 各类网络应用使用率

图表 搜索引擎用户数及使用率

图表 网络新闻用户数及使用率

图表 网络购物用户数及使用率

图表 团购用户数及使用率

图表 网上支付用户数及使用率

图表 旅行预订用户数及使用率

图表 即时通信用户数及使用率

图表 博客/个人空间用户数及使用率

图表 微博用户数及使用率

图表 社交网站用户数及使用率

图表 网络游戏用户数及使用率

图表 网络文学用户数及使用率

图表 网络视频用户数及使用率

图表 网民上网设备

图表 网民使用电脑上网场所

图表 网民平均每周上网时长

图表 网民性别结构

图表 网民年龄结构

图表 网民学历结构

图表 网民职业结构

图表 网民个人月收入结构

图表 网民城乡结构

图表 手机网民性别结构

图表 手机网民年龄结构

图表 手机网民学历结构

图表 手机网民个人月收入结构

图表 手机网民城乡分布

图表 手机网民网络应用

图表 2012年Q3中国移动互联网用户所处地区分布

图表 2012年移动互联网用户收入分布结构

图表 2012年用户对移动互联网的了解程度

图表 2012年不同性别用户对移动互联网的了解程度

图表 2012年不同年龄用户对移动互联网的了解程度

图表 2010年7月-2012年3月移动互联网用户与PC互联网用户增速对比

图表 商务、生活及个性化需求仍存较大市场空间

图表 移动互联网&ne;移动的互联网

图表 中国移动互联网的发展阶段

图表 2010-2017年中国移动互联网市场规模

图表 2010-2017年中国智能手机保有量

图表 2010-2017年中国PC网民及移动网民规模

图表 2010-2017年中国移动互联网细分行业结构占比

图表 移动梦网为SC/CP提供的服务类型

图表 维信的运作方式

图表 维信广告模式图

图表 移动互联网应用发展的几个阶段

图表 移动互联网业务应用使用比例

图表 中国移动游戏用户规模发展

图表 中国移动游戏市场收入规模发展

图表 中国手机阅读用户规模及增长情况

图表 中国手机阅读用户收入及增长情况

图表 男女手机报阅读用户阅读内容TOP10

图表 不同年龄手机报阅读用户阅读内容偏好

图表 中国移动搜索市场用户及增长情况

图表 中国移动搜索市场收入规模及增长情况

图表 2012年Q1移动互联网手机品牌分布

图表 2011年Q1-2012年Q1手机品牌PV占比变化（一）

图表 2011年Q1-2012年Q1手机品牌PV占比变化（二）

图表 2012年Q1 Android系统手机品牌PV分布

图表 2012年Q1热门机型PV占比TOP20

图表 2012年Q1 Android系统热门机型TOP20

图表 2012年Q2移动互联网手机品牌分布

图表 2011年Q2-2012年Q2手机品牌PV占比变化（一）

图表 2011年Q2-2012年Q2手机品牌PV占比变化（二）

图表 2012年Q2 Android系统手机品牌PV分布

图表 2012年Q2热门机型PV占比TOP20

图表 2012年Q2 Android系统热门机型TOP20

图表 2012年Q3移动互联网手机品牌分布

图表 2011年Q3-2012年Q3手机品牌PV占比变化（一）

图表 2011年Q3-2012年Q3手机品牌PV占比变化（二）

图表 2012年Q3 Android系统手机品牌PV分布（一）

图表 2012年Q3 Android系统手机品牌PV分布（二）

图表 2012年Q3热门机型PV占比TOP20

图表 2012年Q3 Android系统热门机型TOP20

图表 2012Q4中国智能手机平均零售价季度数据

图表 2013Q1中国手机市场各厂商份额TOP10

图表 2013Q1中国智能手机市场各厂商份额TOP10

图表 2013Q2中国手机市场各厂商份额TOP10

图表 2013Q2中国智能手机市场各厂商份额TOP10

图表 2013Q3中国手机市场各厂商份额TOP10

图表 2013Q3中国智能手机市场各厂商份额TOP10

图表 2011Q2-2013Q4中国手机整体销量

图表 移动终端与月均流量比较

图表 2012年Q1手机平台PV占比

图表 2011年Q1-2012年Q1非智能平台PV占比变化

图表 2011年Q1-2012年Q1智能平台PV占比变化

图表 2012年Q1 Android平台版本PV占比

图表 2012年Q1 iOS平台版本PV占比

图表 2012年Q1 Android平台分辨率PV占比

图表 2012年Q2手机平台PV占比

图表 2011年Q2-2012年Q2非智能平台PV占比变化

图表 2011年Q2-2012年Q2智能平台PV占比变化

图表 2012年Q2 Android平台版本PV占比

图表 2012年Q2 iOS平台版本PV占比

图表 2012年Q2 Android平台分辨率PV占比

图表 2012年Q3手机平台PV占比

图表 2011年Q3-2012年Q3非智能平台PV占比变化

图表 2011年Q3-2012年Q3智能平台PV占比变化

图表 2012年Q3 Android平台版本PV占比

图表 2012年Q3 iOS平台版本PV占比

图表 2012年Q3 Android平台分辨率PV占比

图表 2012年Q1手机浏览器全流量PV占比

图表 2012年Q1手机自带浏览器PV占比变化

图表 2012年Q1手机第三方浏览器PV占比变化

图表 2012年Q1 UCweb浏览器版本分布

图表 2012年Q2手机浏览器全流量PV占比

图表 2012年Q2手机自带浏览器PV占比变化

图表 2012年Q2手机第三方浏览器PV占比变化

图表 2012年Q3手机浏览器全流量PV占比

图表 2012年Q3手机自带浏览器PV占比变化

图表 2012年Q3手机第三方浏览器PV占比变化

图表 2012年Q4第三方手机浏览器累计账户市场份额

图表 2012Q4中国第三方手机浏览器活跃账户市场份额

图表 2013年Q1中国手机市场各厂商份额TOP20

图表 2013年Q1中国智能手机市场各厂商份额TOP10

图表 2013Q2中国第三方手机浏览器活跃账户市场份额

图表 2013Q2中国第三方手机浏览器累计账户市场份额

图表 2013Q3中国第三方手机浏览器累计用户市场份额

图表 2013Q3中国第三方手机浏览器活跃用户市场份额

图表 2012Q1-2013Q4中国第三方手机浏览器市场活跃用户规模

图表 手机应用商店演进发展

图表 中国手机应用商业产业链

图表 手机应用商店开发者分类

图表 中国应用商店数量及增长情况

图表 付费应用免费应用占比

图表 2012Q1中国不同操作系统的智能手机用户分布

图表 2012Q1中国Android移动应用下载类型分布

图表 2012Q1中国移动应用下载用户使用的应用平台分布

图表 2012Q2中国Android移动应用下载类型分布

图表 2012Q2中国移动应用下载用户使用的应用平台分布

图表 2011年6月-2012年6月主要移动应用商店应用数量走势

图表 2011年6月-2012年6月Google Play应用数量增长情况

图表 2012年9月IOS活跃设备版本分布

图表 2012年10月IOS活跃设备版本分布

图表 2012年9月活跃设备分布趋势

图表 2012年Q3 IOS%Android活跃设备分布

图表 2012年9月份活跃终端联网使用APP方式占比

图表 2012年Q3 Android智能机使用系统排名

图表 2012年Q3移动APP分类用户使用程度排名

图表 截止2013年1月底iOS设备分布

图表 截止2013年1月底iPhone分布

图表 截止2013年1月底iOS平板分布

图表 截止2013年1月底iOS系统分布

图表 2012年Q4安卓设备TOP20

图表 2012年Q4安卓品牌分布

图表 2012年Q4安卓系统分布

图表 2012年Q4用户地域分布

图表 2012年Q4用户联网方式

图表 2013Q2中国移动应用商店APP活跃用户市场份额



图表 2013Q3中国移动应用分发量市场份额

图表 移动互联网的平台竞争及细分领域机会

图表 未来促动用户以及营收发展的重要因素

图表 移动互联网的产业链融合

图表 价值迁移使终端的基本属性构成发生变化（1）

图表 价值迁移使终端的基本属性构成发生变化（2）

图表 多样化的创新移动终端将在未来不断涌现

图表 移动终端现阶段向多元化的“终端+内容”方向转型

图表 引发移动终端OS市场的多方争夺

图表 移动应用的分类

图表 中国市场大流量移动应用普及度还待提高

图表 手机应用服务发展阶段矩阵

图表 最具移动互联特色应用仍未完全爆发

图表 移动SNS在移动端拥有很高的战略地位

图表 应用商城出现爆发式增长

图表 APP STORE模式的自我可控框架

图表 尚未成熟的新产业链仍缺少绝对主导厂商

图表 不同类型厂商为争夺新产业链主导权开始大量涌入

图表 移动互联网终端数增长

图表 2015-2020年移动互联网市场规模预测

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相关行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/tongxun1411/N51984WS8L.html>