



艾凯咨询
ICAN Consulting

2010-2015年中国移动商城行业市场 调研与发展策略预测报告

一、调研说明

《2010-2015年中国移动商城行业市场调研与发展策略预测报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/153569.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

第一章 2009-2010年中国移动商城业运行环境解析

第一节 2009-2010年中国宏观经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2010年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2009-2010年中国移动商城业政策环境分析

一、产业政策分析

二、相关产业影响分析

三、产业相关法律法规分析

第三节 2009-2010年中国移动商城业社会环境分析

第四节 2009-2010年中国移动商城业技术环境分析

第二章 移动商城产业基础概述

第一节 电子商务概述

一、电子商务的分类与作用

二、电子商务主要应用系统

三、电子商务的三大阶段

四、电子商务发展的支撑环境

第二节 移动商城阐述

一、移动商城的范围界定

二、移动商城特性

三、移动商城发展的价值和意义

第三章 2009-2010年中国移动电子商务产业整体运行态势分析

第一节 移动电子商务概述

一、移动电子商务服务内容

二、移动电子商务的优点

三、移动电子商务的应用

四、移动电子商务主要技术分析

第二节 2009-2010年中国移动技术实施直面客户电子商务模式探析

- 一、实施直面客户模式的基础分析
- 二、移动技术对直面客户模式产生的影响解析
- 三、企业选择直面客户移动电子商务模式的策略

第三节 2009-2010年中国移动电子商务市场分析

- 一、中国已具备移动电子商务发展的条件
- 二、中国移动电子商务发展现状
- 三、阿里巴巴率先进军3G移动电子商务
- 四、中小企业应用移动电子商务发展分析
- 五、手机支付市场发展潜力大

第四节 2009-2010年中国主要地区移动电子商务动态分析

- 一、湖南移动电子商务发展状况
- 二、广州欲建移动电子商务产业园
- 三、广州移动电子商务时代悄然来临
- 四、福州移动电子商务抢占先机
- 五、3G带动江城移动电子商务快速发展
- 六、重庆出台移动电子商务发展规划

第五节 2009-2010年中国移动电子商务发展中存在的问题及解决策略

- 一、中国移动电子商务亟需解决的主要问题
- 二、中国移动电子商务市场经营中的问题及对策
- 三、创新移动电子商务模式发展策略探析
- 四、移动电子商务的几个营销策略
- 五、中国移动电子商务发展建议

第四章 2009-2010年中国移动商城影响因素探析

第一节 2009-2010年中国移动商城推动因素分析

- 一、互联网电子商务的发展带动了移动电子商务的发展
- 二、产业各方的价值驱动
- 三、移动商城用户潜在购物需求驱动
- 四、相关政策法规存利好因素
- 五、3G的发展刺激手机购物市场发展
- 六、无线宽带上网条件趋于成熟
- 七、手机终端购物体验的逐步改进

第二节 2009-2010年中国移动商城阻碍因素分析

- 一、产业导入期的发展困难
- 二、移动支付的管制政策不利于移动商城快速发展
- 三、移动购物支付方式安全性、便捷性和信用问题
- 四、移动商城营销所面临多重困难
- 五、用户手机购物体验不佳

第五章 2009-2010年中国移动商城产业运行态势分析

第一节 2009-2010年中国移动商城产业运行特点分析

第二节 2009-2010年中国移动商城产业运行现状综述

- 一、移动商城产业还处于市场发展初期
- 二、移动商城产业规模分析
- 三、互联网购物平台向移动商城发展
- 四、电信运营商积极拓展移动商城业务
- 五、手机购物潜在用户规模巨大
- 六、新兴移动购物平台的进入

第三节 2009-2010年中国移动商城产业厂商分析

- 一、移动商城产业厂商规模分析
- 二、移动商城企业发展有限制
 - 1、自产业配套设施
 - 2、金融政策
 - 3、移动网络发展水平
 - 4、终端技术
 - 5、支付手段
 - 6、客户体验

第四节 2009-2010年中国移动商城产业发展中存在的问题探讨

第六章 2009-2010年中国移动商城产业链解析

第一节 2009-2010年中国移动商城产业链概述

- 一、移动商城产业链特点
- 二、移动商城产业链结构

第二节 2009-2010年中国移动商城产业链各环节分析

- 一、移动商城运营商
- 二、移动运营商
- 三、支付平台提供商
- 四、供货商

第七章 2009-2010年中国移动商城产业竞争透析

第一节 2009-2010年中国移动商城产业竞争总况

- 一、移动商城产业链竞争正在提速
- 二、移动商城市场步入竞争时代
- 三、移动营销的五大竞争突破口

第二节 2009-2010年中国移动商城产业竞争力分析

- 一、中国联通将推出3G应用移动商城
- 二、中国移动推网上商城竞争力分析

第三节 2010-2015年中国移动商城产业竞争趋势探析

第八章 2009-2010年中国移动商城主要运营企业竞争力分析

第一节 淘宝手机版

- 一、企业概况
- 二、企业竞争力体现
- 三、企业动态分析
- 四、企业发展战略分析

第二节 广东移动商城

- 一、企业概况
- 二、企业竞争力体现
- 三、企业动态分析
- 四、企业发展战略分析

第三节 用友HAPIGO移动商街

- 一、企业概况
- 二、企业竞争力体现
- 三、企业动态分析
- 四、企业发展战略分析

第四节 卖吧

- 一、企业概况
- 二、企业竞争力体现
- 三、企业动态分析
- 四、企业发展战略分析

第九章 2009-2010年中国手机产业运行态势分析

第一节 2009-2010年中国手机行业市场运走势分析

- 一、中国手机市场供给状况分析
- 二、中国手机市场需求状况分析
- 三、中国手机品牌与功能分析

第二节 2009-2010年中国不同操作系统类型手机分析

- 一、智能手机
- 二、非智能手机

第三节 2009-2010年中国不同网络类型手机市场分析

- 一、3G手机
- 二、GSM手机
- 四、CDMA手机

第四节 2010-2015年中国手机行业发展态势预测分析

第十章 2010-2015年中国移动商城产业前景预测分析

第一节 中国电子商务发展趋势

- 一、中国电子商务总体发展趋势解析
- 二、中国专业电子商务网站的发展趋势
- 三、电子商务+SaaS的发展空间广阔
- 四、中国电子商务市场前景预测

第二节 2010-2015年中国移动商城产业新趋势探析

- 一、移动商城平台功能日趋完善
- 二、综合性、本地化移动商城将成为发展方向
- 三、传统互联网电子商务品牌在移动商城领域取得成功的可能性大
- 四、商城平台同时支持多种支付方式以满足用户的不同需求
- 五、用户消费的低价值趋势

第十一章 2010-2015年中国移动商城产业投资分析

第一节 2010-2015年中国移动商城行业投资概况

- 一、移动商城行业投资特性
- 二、移动商城具有良好的投资价值
- 三、移动商城投资环境利好

第二节 2010-2015年中国移动商城投资机会分析

- 一、移动商城投资热点
- 二、移动商城投资吸引力分析

第三节 2010-2015年中国移动商城投资风险及防范

- 一、技术风险分析
- 二、金融风险分析
- 三、政策风险分析

图表目录：（部分）

图表：2005-2009年国内生产总值

图表：2005-2009年居民消费价格涨跌幅度

图表：2009年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2009年年末国家外汇储备

图表：2005-2009年财政收入

图表：2005-2009年全社会固定资产投资

图表：2009年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2009年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2005-2010年中国电子商务市场总规模

图表：2007-2010年中国移动电子商务交易规模

图表：2005-2009年中国手机用户数量

图表：2005-2011年中国手机上网网民规模

图表：未在移动商城购买商品用户未来是否会购买

图表：未在移动商城购买商品用户未来不购买原因分析

图表：用户知道的移动商城

图表：移动商城产业链

图表：主要移动商城及类型

图表：潜在用户认为移动商城应该具备的功能

图表：潜在用户认为移动商城相对网络购物的劣势

图表：潜在用户欲在移动商城上购买的商品种类

图表：潜在用户移动商城平均每次购买额分布

图表：2005-2010年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2010年一季度中国三产业增加值结构图

图表：2008-2010年中国CPI、PPI月度走势图

图表：2005-2010年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2005-2010年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：2000-2009年中国城乡居民人均收入增长对比图

图表：1978-2009中国城乡居民恩格尔系数对比表

图表：1978-2009中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2005-2009年中国工业增加值增长趋势图

图表：2005-2010年我国社会固定资产投资额走势图

图表：2005-2010年我国城乡固定资产投资额对比图

图表：2005-2009年我国财政收入支出走势图

图表：2009年1月-2010年4月人民币兑美元汇率中间价

图表：2010年4月人民币汇率中间价对照表

图表：2009年1月-2010年6月中国货币供应量统计表 单位：亿元

图表：2009年1月-2010年6月中国货币供应量的增速走势图

图表：2001-2009年中国外汇储备走势图

图表：2005-2009年中国外汇储备及增速变化图

图表：2008年12月23日中国人民银行利率调整表

图表：2007-2008年央行历次调整利率时间及幅度表

图表：我国历年存款准备金率调整情况统计表

图表：2005-2010年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2005-2010年我国货物进出口总额走势图

图表：2005-2010年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表：2005-2009年中国就业人数走势图

图表：2005-2009年中国城镇就业人数走势图

图表：1978-2009年我国人口出生率、死亡率及自然增长率走势图

图表：1978-2009年我国总人口数量增长趋势图

图表：2009年人口数量及其构成

图表 1978-2009年中国城镇化率走势图

图表：2005-2009年我国研究与试验发展（R&D）经费支出走势图

图表：略……

更多图表见报告正文

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/153569.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。