



艾凯咨询
ICAN Consulting

2015-2020年中国移动互联网市 场分析预测及投资战略研究报告

一、调研说明

《2015-2020年中国移动互联网市场分析预测及投资战略研究报告》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/255293.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 2014年全球移动运营市场运行分析 16

第一节 全球移动通信发展分析 16

一、移动互联网带来通信业变革 16

二、亚洲推出TD-LTE通信业务 17

三、欧洲移动通信2020战略构想 19

四、拉美各国电信业发展情况 20

五、非洲电信业现状与发展趋势 22

第二节 全球移动互联网发展现状与趋势 25

一、全球移动互联网体系分析 25

二、全球移动互联网市场格局 27

三、全球移动互联网发展影响 32

四、移动互联网技术发展趋势 34

第三节 世界移动搜索发展现状与趋势 35

一、全球移动搜索市场现状分析 35

二、全球移动搜索市场发展趋势 36

第四节 2014年全球移动运营市场分析 37

一、2014年全球3G产业发展状况 37

二、2014年全球电信运营商排名 40

三、移动运营产业组织模式分析 42

四、美国运营商推出移动支付 43

第二章 2014年中国移动运营市场运营形势分析 45

第一节 2014年中国电信市场发展态势分析 45

一、2014年电信运营市场规模与增长 45

二、2014年中国电信运营市场结构 46

三、2014年中国电信业务使用情况 47

四、“十二五”中国电信业发展形势 50

第二节 移动信息化运营的服务与资源分析 52

一、2014年中国手机网民规模分析 52

二、中国移动信息化服务市场分析 55

三、中国移动信息化发展面临的挑战 56

第三节 2014年中国移动互联网市场发展分析 58

一、中国移动互联网发展现状分析 58

二、2014年中国移动互联网市场规模 61

三、中国移动互联网用户特征分析 63

四、中国移动互联网市场竞争格局 65

第四节 中国移动互联网产业转型发展分析 66

一、传统互联网向移动互联网的转型分析 66

二、电信运营商向移动互联网的转型分析 67

三、移动互联网运营商发展路径比较分析 69

第五节 2014年中国移动终端市场发展分析 71

一、中国移动终端市场结构分析 71

二、中国移动终端领域竞争格局 72

三、中国农村移动终端市场发展 74

第三章 2014年中国3G业务发展态势分析 76

第一节 2014年中国3G业务发展分析 76

一、中国3G产业规模分析 76

二、中国3G运营竞争格局 77

三、中国3G业务发展瓶颈 79

第二节 2014年中国3G产业链分析 80

一、3G产业链模型分析 80

二、3G产业链各环节 分析 81

三、3G产业链成员合作模式 83

四、3G产业链法律风险分析 84

第三节 2014年中国主要运营商3G业务分析 87

一、中国移动的3G业务分析 87

二、中国联通的3G业务分析 90

三、中国电信的3G业务分析 91

第四章 2014年中国短信彩信业务发展分析 95

第一节 短信（SMS）业务 95

一、中国短信发送量分析 95

二、中国短信用户结构分析 95

三、移动短信发送总量分析 96

四、移动短信月度发送量	96
五、手机垃圾短信分析	96
六、行业短信对携号转网提出新要求	97
第二节 彩信（MMS）业务	99
一、MMS市场用户规模分析	99
二、中国MMS市场规模分析	100
三、现有彩信业务类型的分析	101
四、MMS业务未来发展方向	105
五、MMS业务发展前景分析	106
第五章 2014年中国WAP业务发展分析	107
第一节 2014年国际WAP业务发展分析	107
一、全球3G网络部署推动WAP发展	107
二、欧美WAP业务发展分析	107
三、日韩WAP模式分析	108
四、视频类、娱乐类业务仍是热点	108
第二节 中国WAP发展分析	109
一、中国WAP发展分析	109
二、WAP市场规模分析	109
第三节 2010-2014年中国WAP市场动态分析	110
一、百度进军手机浏览器领域	110
二、手机阅读遭受版权考验	110
三、UCWEP国际化战略初获成功	111
四、传统媒体集体抢滩手机报	111
第四节 2010-2014年中国WAP主要业务运行分析	112
一、无线广告市场发展分析	112
二、中国无线WAP搜索发展分析	112
第六章 2014年中国IVR业务市场发展分析	114
第一节 2014年中国IVR市场发展现状分析	114
一、中国IVR市场发展概述	114
二、中国IVR市场发展历程	115
三、中国IVR市场规模分析	116
四、中国IVR用户规模分析	117

五、固话IVR业务市场分析	117
第二节 2014年中国IVR业务市场竞争分析	118
第三节 2014年中国IVR业务市场发展趋势分析	120
一、移动IVR市场发展形势	120
二、移动IVR未来发展趋势	121
三、移动IVR未来营销模式	122
第七章 2014年中国LBS市场发展分析	124
第一节 2014年中国LBS市场发展分析	124
一、中国位置服务（LBS）相关概述	124
二、中国LBS应用的发展阶段分析	127
三、国际LBS发展现状与未来趋势	129
四、2014年中国LBS运营市场规模	130
第二节 2010-2014年中国LBS市场发展概况	131
一、移动位置服务的发展与展望	131
二、LBS发展现状与未来趋势	132
三、中国位置服务市场迎接新时代	133
四、LBS与SNS相结合引来产业融合	134
五、前向收费模式渐行渐窄，后向市场尚未成熟	134
第三节 中国LBS中存在的问题及对策	135
一、LBS发展中现存问题分析	135
二、LBS行业发展对策分析	137
第四节 中国地理位置服务的创新方向	139
一、整合型地理位置签到服务	139
二、基于地理位置搜索服务	140
三、基于地理位置的游戏服务	140
四、基于地理即时信息推送服务	140
第八章 2014年中国手机游戏业务发展分析	141
第一节 手机游戏业务概述	141
一、手机游戏的特点	141
二、手机游戏产业链及收费模式	141
三、手机游戏市场驱动力量分析	143
四、中国手机游戏市场规模分析	144

第二节 中国手机游戏用户基本属性分析 145

一、中国手机游戏用户性别分布 145

二、中国手机游戏用户年龄分布 146

三、中国手机游戏用户学历分布 147

四、中国手机游戏用户收入分布 148

五、中国手机游戏用户职业分布 149

六、中国手机游戏用户地域分布 150

第三节 中国手机网络游戏用户终端及移动网络使用分析 151

一、中国手机网络游戏用户使用的终端平台情况分析 151

二、用户对智能平台下手机网络游戏的发展情况分析 152

三、中国手机网络游戏用户使用的终端消费情况分析 152

四、手机网络游戏用户在更换终端时考虑因素情况分析 153

五、中国手机网络游戏用户的手机上网接入方式情况分析 154

六、中国手机网络游戏用户的手机上网流量使用情况分析 155

第四节 中国手机游戏用户行为偏好分析 157

一、手机游戏用户过去一年中玩过的游戏类型 157

二、中国手机游戏用户最喜欢的游戏类型分析 157

三、手机游戏用户最常访问的手机游戏网站分析 159

四、中国手机游戏用户不玩手机单机游戏的原因 160

五、手机游戏用户是否选择网络游戏的原因分析 161

六、用户对当前手机游戏网络速度满意情况分析 163

七、中国手机游戏用户互联网和手机上网时长比较 164

第五节 中国手机游戏用户的付费情况分析 164

一、中国手机网络游戏用户支付方式分析 164

二、中国手机网络游戏用户付费量分析 165

三、手机网络游戏用户拒绝付费原因分析 166

第六节 中国手机网络游戏用户行为分析 166

一、用户参与手机网络游戏的时态情况分析 166

二、用户参与手机网络游戏的地点情况分析 168

三、用户参与手机网络游戏的频率情况分析 169

四、用户参与手机网络游戏的黏性情况分析 170

五、中国手机网络游戏用户3G使用情况分析 172

六、手机网游用户下载手机网络游戏渠道分析	172
七、用户对手机网游动态的关注情况分析	173
八、网游用户参与其他手机娱乐活动情况	174
第九章 2014年中国手机电视业务分析	175
第一节 2014年中国手机电视业务发展分析	175
一、中国手机电视业务简介	175
二、中国手机电视业务情况分析	176
三、三网融合助力手机电视业务发展	178
四、2014年中国手机电视行业发展综述	179
五、2014年中国手机电视市场规模分析	181
六、手机电视商业模式及营销策略分析	182
七、央视中移动合建"中国手机电视台"	186
第二节 手机电视产业化发展问题分析	187
一、手机电视技术实现方式	187
二、手机电视传输技术标准	188
三、手机电视视音频编解码标准	189
四、手机电视业务平台基本组成	190
五、手机电视产业化发展驱动因素	192
六、手机电视产业化发展面临的问题	193
第三节 手机电视业务的发展趋势	194
一、业务功能呈现个人化特征	195
二、手机电视内容细分化趋势明显	195
三、通过新型增值业务构建业务平台	196
第四节 手机电视产业化发展策略	196
一、遵循有关监管政策	196
二、确定手机电视行业标准	196
三、发展手机电视技术	197
四、培育用户	197
五、树立内容为王的经营策略	197
六、打造合作共赢的产业链	197
七、探索运营模式	198
八、创新赢利模式	198

九、采取多样化计费方式	199
第十章 2014年中国新兴移动增值业务市场分析	200
第一节 移动即时通信业务市场	200
一、即时通信市场发展分析	200
二、即时通信市场竞争分析	201
三、即时通信使用率分析	204
四、开放思维发展即时通信	206
第二节 无线广告业务市场	207
一、中国移动广告市场发展分析	207
二、无线广告市场营销分析	214
三、无线广告市场展望	215
第三节 移动视讯业务市场	217
一、网络视讯业发展分析	217
二、移动视讯业发展概况	219
三、移动视讯业发展现状	219
四、移动视讯业发展策略	222
五、移动视讯业未来展望	225
第四节 移动支付业务	226
一、中国移动支付相关概述分析	226
二、中国移动支付市场发展环境	227
三、中国移动支付市场发展历程	227
四、中国移动支付市场发展阶段	228
五、中国移动支付商业模式分析	230
六、中国移动支付市场发展阶段	231
七、中国移动支付市场发展规模	235
八、移动支付中出现的问题及解决方案	237
第五节 移动搜索业务	239
一、移动搜索产业链特征分析	239
二、移动搜索产业的发展周期	241
三、移动搜索商业盈利模式分析	242
四、中国手机搜索市场发展分析	243
第六节 其它移动增值业务市场	245

一、手机电邮市场	245
二、手机阅读市场	246
三、手机动漫	247
四、移动博客	248
五、手机报	253
六、手机二维码业务	254
第十一章 2014年中国移动运营竞争格局分析	258
第一节 2014年中国移动通信市场竞争现状分析	258
一、打造移动通信产业的整体竞争力	258
二、电信业重组下移动通信竞争空前激烈	259
三、移动IM市场竞争加剧	260
四、移动搜索将成搜索引擎新战场	261
五、3G将成移动互联网市场竞争及产业融合加速器	264
第二节 2014年中国3G时代移动通信有效竞争分析	266
一、有效竞争需要具备三个特点	266
二、新经营环境下移动通信市场快速发展	266
三、移动通信市场应防止过度竞争	267
四、建立移动通信市场的有效竞争格局	267
第三节 2014年中国移动通信市场竞争策略分析	269
一、移动通信市场竞争态势	269
二、规划移动公司竞争战略	270
三、制定移动公司竞争策略	272
第十二章 中国SP主导运营商竞争力与财务状况分析	275
第一节 中国移动通信集团公司	275
一、企业发展概况介绍	275
二、企业经营情况分析	275
三、企业经济指标分析	277
四、企业盈利能力分析	277
五、企业偿债能力分析	277
六、企业运营能力分析	278
七、企业发展战略分析	278
八、企业竞争优势分析	278

九、企业运营策略分析	279
十、企业研发情况分析	281
十一、移动TD发展策略	283
十二、移动四网融合发展战略	285
第二节 中国联合网络通信集团有限公司	286
一、企业发展情况介绍	286
二、企业经营情况分析	286
三、企业经济指标分析	288
四、企业盈利能力分析	289
五、企业偿债能力分析	289
六、企业运营能力分析	290
七、企业成本费用分析	290
八、企业发展战略分析	291
九、企业竞争优势分析	291
十、企业运营策略分析	292
十一、企业研发情况分析	293
第三节 中国电信集团公司	294
一、企业发展情况介绍	294
二、企业经营情况分析	295
三、企业经济指标分析	296
四、企业盈利能力分析	297
五、企业偿债能力分析	297
六、企业运营能力分析	297
七、企业发展战略分析	298
八、企业竞争优势分析	298
九、企业通信能力分析	299
十、企业研发情况分析	300
十一、中国电信打造"数字企业"计划	301
十二、中国电信下阶段发展策略分析	302
第四节 三大电信企业比较分析	302
一、纵向比较	302
二、横向比较	305

三、竞争态势 306

四、未来趋势 308

第十三章 2015-2020年中国移动运营行业发展趋势及策略分析 313

第一节 2015-2020年中国移动通信产业未来发展趋势分析 313

一、重在从传统的通信产业转变为信息通信产业 313

二、3G未来发展趋势 313

三、差异化的业务会带来更多的用户和业务收入 315

第二节 2015-2020年中国3G时代移动终端应用发展趋势分析 315

一、移动终端平台的全球竞争 315

二、移动终端定制的趋势 316

三、手机终端技术发展趋势 317

第三节 2015-2020年中国移动运营商全业务运营策略分析 317

一、移动化是竞争之根本 317

二、宽带化是成功之关键 318

三、客户化是运营之关键 319

第四节 2015-2020年中国通信业群体突破的战略机遇分析 320

一、从标准领先走向产业领先 320

二、产学研用紧密结合 321

三、把握好发展节奏 321

第五节 2015-2020年中国电信运营商国际化战略分析 322

一、目标市场评估 322

二、内部资源和能力的评估 325

三、国际化战略选择 326

四、国际化模式选择 327

第六节 运营商面向中小企业的移动信息化推广策略 328

一、转变观念，细分市场 328

二、深入流程，需求分析 329

三、协同合作，主导产业 330

第七节 2015-2020年中国电信企业发展战略分析 331

一、中国电信企业经营发展战略形势 331

二、制定灵活而具体的企业经营发展策略 333

三、中国电信企业经营发展战略的实施原则 336

图表目录：

图表 1 移动互联网业务体系 26

图表 2 移动互联网业务创新 26

图表 3 移动互联网技术体系 27

图表 4 2014年全球移动智能终端操作系统市场格局 29

图表 5 HTML5技术示意图 34

图表 6 2014年全球主要移动搜索厂商市场份额 36

图表 7 2014年全球十大电信运营商排名 41

图表 8 2014年全球电信运营商绩效排名 41

图表 9 2014年全球全球电信运营商品牌价值排名 42

图表 10 2011-2014年中国电信业务总量及业务收入统计 45

图表 11 2011-2014年中国电信业务总量增长趋势图 45

图表 12 2011-2014年中国电信主营业务收入增长趋势图 46

图表 13 2014年中国电信业务收入构成比例 46

图表 14 2014年电信主营业务收入构成 47

图表 15 2011-2014年中国本地通话业务统计 47

图表 16 2011-2014年固定本地电话通话量下降趋势图 48

图表 17 2011-2014年中国移动本地电话通话时长增长趋势图 48

图表 18 2011-2014年中国固定传统长途电话通话时长变动趋势图 49

图表 19 2011-2014年中国电信增值业务收入增长趋势图 49

图表 20 2014年中国移动增值业务用户规模和渗透率分析 50

图表 21 2011-2014年中国手机网民规模增长趋势图 52

图表 22 2010-2014年手机网民安装手机软件比例 54

图表 23 2014年中国移动信息化各类服务渗透率分析 55

图表 24 2014年中国移动互联网应用细分市场结构 58

图表 25 手机业务发展的多元化趋势图 60

图表 26 2011-2014年中国移动互联网用户规模增长趋势图 61

图表 27 2011-2014年中国移动互联网市场规模增长趋势图 62

图表 28 2014年中国移动互联网用户性别结构 63

图表 29 2014年中国移动互联网用户年龄结构 63

图表 30 2014年中国移动互联网用户学历结构 64

图表 31 2014年中国移动互联网用户收入结构 64

图表 32 中国移动互联网三大主体竞合格局	66
图表 33 基于功能条块分割的传统互联网架构	67
图表 34 基于用户平台融合移动互联网架构	68
图表 35 移动通信与移动互联网的产业模式比较	69
图表 36 中国三大运营商发展移动互联网竞争力SWOT分析	70
图表 37 2014年中国移动互联网市场结构分析	71
图表 38 2014年中国移动终端市场结构分析	72
图表 39 2014年中国智能手机主要厂商竞争格局	73
图表 40 2014年中国电纸书主要厂商竞争格局	74
图表 41 2014年中国3G网络容量	76
图表 42 2009-2014年中国3G用户数量变化趋势图	77
图表 43 中国三大运营商计划采用的3G 技术及理论速率 (bit/s(bps))	78
图表 44 中国三大运营商主要3G业务对比	79
图表 45 3G产业链结构图	81
图表 46 3G软件和服务提供商分类	84
图表 47 中国移动3G业务开展进程	88
图表 48 中国移动3G产品服务分类列表	89
图表 49 2009-2014年中国移动3G用户增长趋势图	89
图表 50 2011-2014年中国联通3G业务开展进程	90
图表 51 中国联通3G产品服务分类列表	91
图表 52 2009-2014年中国联通3G用户规模增长趋势图	91
图表 53 2011-2014年中国电信3G业务开展进程	92
图表 54 中国电信3G产品服务分类列表	93
图表 55 2009-2014年中国电信3G用户规模增长趋势图	94
图表 56 2011-2014年中国各类短信发送量趋势图	95
图表 57 2011-2014年中国短息用户结构统计	95
图表 58 2011-2014年中国移动短信发送量趋势图	96
图表 59 2014年1-11月中国移动短信月度发送量趋势图	96
图表 60 2011-2014年中国MMS用户规模趋势图	100
图表 61 2011-2014年中国MMS市场规模趋势图	101
图表 62 2011-2014年中国WAP市场规模增长趋势图	109
图表 63 2011-2014年中国IVR市场规模统计	117

图表 64 2011-2014年中国IVR用户规模统计 117

图表 65 LBS系统结构 126

图表 66 LBS产业链模型 127

图表 67 中国位置服务市场发展阶段 128

图表 68 中国LBS服务的应用领域 129

图表 69 2011-2014年中国位置服务（LBS）用户规模增长趋势图 131

图表 70 2011-2014年中国位置服务（LBS）市场规模增长趋势图 131

图表 71 中国移动定位市场发展周期 132

图表 72 中国位置服务市场发展阶段分析 134

图表 73 手机游戏产业链示意图 142

图表 74 2009-2014年中国手机游戏市场规模增长趋势图 145

图表 75 2010-2014年中国手机游戏用户性别分布情况 146

图表 76 2014年中国手机网络游戏用户年龄分布及变化情况 147

图表 77 2014年中国手机网络游戏用户学历分布及变化情况 148

图表 78 2014年中国手机网络游戏用户收入分布及变化情况 149

图表 79 2014年中国手机网络游戏用户学历分布情况 149

图表 80 2014年中国手机网络游戏用户主要省份分布及变化情况 150

图表 81 2014年中国手机网络游戏用户地域分布情况 151

图表 82 2014年中国手机网络游戏用户期望使用的手机平台情况 152

图表 83 中国手机网络游戏用户认为智能平台为手机网游带来的变化 152

图表 84 中国手机网络游戏用户购买手机的费用情况 153

图表 85 中国手机网络游戏用户在购买手机时考虑的因素 153

图表 86 中国手机网络游戏用户是否会为手机网游而更换手机 154

图表 87 中国手机网络游戏用户接入移动互联网方式 155

图表 88 中国手机网络游戏用户上网包月流量额情况 155

图表 89 中国手机网络游戏用户包月流量使用情况 156

图表 90 中国手机网络游戏用户上网流量花费情况 156

图表 91 2010-2014年中国手机游戏用户过去一年中玩过的游戏类型 157

图表 92 2014年中国手机游戏用户喜爱的手机单机游戏 158

图表 93 2010-2014年中国手机游戏用户喜欢的手机网游风格 159

图表 94 2014年中国手机游戏用户最常访问的手机游戏网站TOP10 160

图表 95 2010-2014年中国手机游戏用户不玩手机单机游戏的原因 161

图表 96 中国手机网络游戏用户选择参与游戏的原因 162

图表 97 中国手机网络游戏用户房企游戏的原因情况 163

图表 98 中国手机网络游戏用户对游戏网速接受情况 163

图表 99 2014年中国手机游戏用户互联网和手机上网时长比较 164

图表 100 2014年中国手机网络游戏用户支付方式情况 165

图表 101 中国手机网络游戏用户付费情况 165

图表 102 2014年中国手机网络游戏用户不愿付费的原因 166

图表 103 2014年中国手机网络游戏用户参与游戏的时态情况 167

图表 104 2014年中国手机网络游戏用户参与游戏的时点情况 168

图表 105 2014年中国手机网络游戏用户参与游戏地点情况 168

图表 106 2014年中国手机网络游戏用户游戏登陆频率情况 169

图表 107 2014年中国手机网络游戏用户每日登陆频率情况 169

图表 108 2014年中国手机网络游戏用户游戏时长情况 170

图表 109 2014年中国手机网络游戏用户单款游戏持续时长情况 171

图表 110 2014年中国手机网络游戏用户同时参与游戏数量情况 171

图表 111 中国手机网络游戏用户认为3G对手机网络游戏带来的影响 172

图表 112 2014年中国手机游戏用户手机游戏下载渠道 173

图表 113 中国手机网络游戏用户对游戏最新动态的关注 174

图表 114 中国手机网络游戏用户利用手机参与的其他娱乐项目 174

图表 115 手机电视用户群体特点分析表 176

图表 116 2011-2014年中国手机电视产业市场规模增长趋势图 181

图表 117 移动通信运营商主导的手机电视业务商业模式 182

图表 118 广电运营商主导的手机电视业务商业模式 182

图表 119 第三方应用类手机电视业务商业模式 183

图表 120 手机电视业务盈利模式 184

图表 121 2011-2014年中国即时通讯用户规模及增长情况 200

图表 122 2011-2014年中国移动即时通讯用户规模及增长情况 201

图表 123 2009-2014年中国主要即时通讯软件用户偏好度变化情况 201

图表 124 2014年12月即时通讯月度覆盖人数情况 202

图表 125 2014年即时通讯软件总启动次数占比 203

图表 126 2014年即时通讯软件总有效运行时间占比 203

图表 127 2014年移动即时通讯用户使用过的移动即时通讯软件情况 204

图表 128 2011-2014年中国即时通讯服务注册账户数 204

图表 129 2011-2014年中国即时通讯服务最高同时在线账户数 205

图表 130 2011-2014年中国即时通讯服务活跃账户数 205

图表 131 2011-2014年中国即时通讯服务活跃账户数占注册账户数比例 206

图表 132 2011-2014年中国即时通讯服务最高同时在线数占注册账户数比例 206

图表 133 中国移动应用广告平台产业链 208

图表 134 中国移动应用广告平台分类 209

图表 135 2010-2014年中国移动应用广告平台营收规模 210

图表 136 中国移动应用广告计费方式 210

图表 137 中国移动应用广告市场竞争格局 211

图表 138 2014年中国移动应用广告展示数在地域上高度集中 211

图表 139 中国不同移动终端广告展示数分布 212

图表 140 中国不同移动终端广告点击率对比 212

图表 141 2014年平板电脑上广告展示发展趋势良好 213

图表 142 2014年中国不同类型应用程序中的广告点击率 213

图表 143 全球手机视频活跃用户分布 220

图表 144 手机视频终端分布 221

图表 145 手机视频内容分布 221

图表 146 手机视频应用中的问题 222

图表 147 中国宏观环境PEST分析 227

图表 148 中国移动支付市场发展阶段 229

图表 149 移动支付主要盈利模式分析 231

图表 150 移动支付产业链分析 232

图表 151 2014年移动互联网用户常用手机支付方式 234

图表 152 2010-2014年中国移动支付用户规模预测 235

图表 153 2010-2014年中国移动支付市场收入规模预测 236

图表 154 移动搜索产业链构成示意图 239

图表 155 2010-2014年中国手机微博用户规模变化趋势图 253

图表 156 移动通信市场价格竞争 270

图表 157 系统规划移动公司不同阶段的工作重点 272

图表 158 2010-2014年中国移动通信集团公司主要财务指标情况表 276

图表 159 2011-2014年中国移动通信集团公司收入与利润统计 277

图表 160 2011-2014年中国移动通信集团公司资产与负债统计 277

图表 161 2011-2014年中国移动通信集团公司盈利能力情况 277

图表 162 2011-2014年中国移动通信集团公司偿债能力情况 278

图表 163 2011-2014年中国移动通信集团公司运营能力情况 278

图表 164 2014年中国移动优秀研究成果情况统计 281

图表 165 2014年中国联合网络通信集团有限公司分行业情况表 287

图表 166 2014年中国联合网络通信集团有限公司分产品情况表 288

图表 167 2014年中国联合网络通信集团有限公司业务结构情况 288

图表 168 2014年中国联合网络通信集团有限公司分地区情况表 288

图表 169 2011-2014年中国联合网络通信集团有限公司收入与利润统计 288

图表 170 2011-2014年中国联合网络通信集团有限公司资产与负债统计 289

图表 171 2011-2014年中国联合网络通信集团有限公司盈利能力情况 289

图表 172 2011-2014年中国联合网络通信集团有限公司偿债能力情况 289

图表 173 2011-2014年中国联合网络通信集团有限公司运营能力情况 290

图表 174 2011-2014年中国联合网络通信集团有限公司成本费用构成情况统计 290

图表 175 2014年方正科技集团股份有限公司成本费用结构图 290

图表 176 2011年中国联通优秀研究成果情况统计 294

图表 177 2011-2014年中国电信主要经济指标统计 296

图表 178 2011-2014年中国电信股份有限公司收入与利润统计 296

图表 179 2011-2014年中国电信股份有限公司资产与负债统计 297

图表 180 2011-2014年中国电信股份有限公司盈利能力情况 297

图表 181 2011-2014年中国电信股份有限公司偿债能力情况 297

图表 182 2011-2014年中国电信股份有限公司运营能力情况 298

图表 183 三大电信运营商整体实力对比 303

图表 184 三大电信运营商3G技术对比 304

图表 185 三大电信运营商在线应用商店对比一览表 305

图表 186 2014年中国三大电信运营商移动电话业务用户份额图 307

图表 187 人口—财富模型 323

图表 188 市场集中度—企业数量模型 324

图表 189 国际化公司层战略 327

图表 190 电信运营商国际化模式 328

图表 191 企业移动信息化方案制定流程 330

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/255293.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提供专业投资咨询报告、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。