



艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国手机APP市 场需求及投资前景分析报告

一、调研说明

《2016-2022年中国手机APP市场需求及投资前景分析报告》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/276649.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

2014年，中国智能手机用户首次超过5亿人，成为拥有智能手机用户最多的国家。疯狂生长的移动应用（App）正占据新的风口。至2015年1月，豌豆荚应用商店的应用数量已经达到了150万个。目前我国主要应用商店的应用规模已累计超过400万个。

截至2014年，中国移动生活APP用户规模为3.7亿，中国移动互联网用户规模5.5亿，移动生活APP用户规模仍有较大增长空间。平台类移动生活APP竞争核心之一在于用户规模，2014年58同城、赶集生活、百姓网用户规模均保持高速增长，预计2015年，抢占用户仍是移动生活APP竞争关键之一。

2014Q4，中国第三方手机应用商店活跃用户规模达4.11亿（除App Store用户、手机厂商自主经营的应用商店用户与运营商旗下的手机应用商店用户）。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章 2013-2015年世界手机APP行业市场运行形势分析 1

第一节 2015年全球手机APP行业发展概况 1

一、全球通信产业发展现状分析

20世纪以来，半导体科技的日臻成熟和信息技术革命的爆发，显著改变了人类的生产生活方式，就近十年而言，对人类影响最突出的莫过于互联网和手机。2005-2015年全球固定电话用户数统计表（百万户）

年份	发达	发展中	合计
2005年	570.114	673.112	1243.227
2006年	564.990	695.891	1260.881
2007年	545.701	708.004	1253.705
2008年	543.974	705.397	1249.370
2009年	561.777	691.723	1253.501
2010年	552.882	676.107	1228.989
2011年	539.569	661.396	1200.965
2012年	526.006	652.394	1178.400
2013年	510.130	628.018	1138.148
2014年	500.153	599.209	1099.362
2015年	490.941	572.360	1063.301

资料来源：国际电信联盟 2005-2015年全球手机使用者数量（百万人）

年度	发达国家	发展中国家	全球合计
2005年	992.0467	1213.239	2205.286
2006年	1127.08	1617.524	2744.604
2007年	1243.001	2124.846	3367.847
2008年	1325.12	2704.807	4029.927
2009年	1382.843	3257.063	4639.906
2010年	1403.512	3886.56	5290.073
2011年	1410.535		

4452.518 5863.053 2012年 1447.047 4784.912 6231.959 2013年 1,480.955 5,185.444
6,666.399 2014年 1,504.161 5,449.950 6,954.110 2015E 1,516.934 5,568.053 7,084.987 资
料来源：国际电信联盟 2005-2015年全球互联网使用人数（百万人） 年份 发达国家 发展
中国家 全球合计 2005年 615.509 408.439 1023.948 2006年 648.593 502.1451 1150.738
2007年 719.33 645.29 1364.63 2008年 752.97 807.63 1560.60 2009年 776.29 974.38
1750.66 2010年 824.00 1195.00 2019.00 2011年 841.00 1383.00 2224.00 2012年 921.00
1573.00 2494.00 2013年 961.42 1743.32 2704.74 2014年 997.22 1939.51 2936.73 2015年
1034.74 2139.02 3173.76 资料来源：国际电信联盟

根据联合国ITU（国际电信联盟）的统计，至2014年底，全球网民数量达到29.37亿，而手机使用者数量达到70.85亿。互联网和手机的高度普及大大提高了现代社会的运作效率，使“互联”理念深入人心。我们认为，这即是万物互联或物联网时代的序幕，随着3G、4G网络的进一步普及，移动宽带渗透率将持续提升，万物互联时代或将加速到来。互联网和手机的广泛普及使得“互联”理念渗透到社会每个角落 资料来源：艾凯咨询网整理

从全球来看，截至2014年底，发达地区的移动宽带渗透率为86.68%，已经达到较高水平，而欠发达地区的渗透率只有39.06%，从近五年渗透率的变化趋势来看，发达地区显著快于欠发达地区。同期，欠发达地区的手机渗透率则快速提升，变化幅度显著大于发达地区。

2007-2015年全球移动宽带用户数（百万户） 年份 发达国家 发展中国家 全球合计
2007年 225.00 43.00 268.00 2008年 336.00 86.00 422.00 2009年 450.00 165.00 615.00
2010年 554.26 252.68 806.94 2011年 706.59 475.16 1181.75 2012年 828.14 725.59
1553.72 2013年 925.96 1027.07 1953.03 2014年 1025.58 1666.94 2692.52 2015E 1090.48
2368.06 3458.55 资料来源：国际电信联盟 2007-2015年全球移动宽带渗透率分区域统计
（%） 年度 发达国家 发展中国家 全球合计 2007年 18.47 0.79 4.03 2008年 27.46
1.56 6.27 2009年 36.63 2.95 9.03 2010年 44.74 4.46 11.54 2011年 56.84 8.26 16.70
2012年 66.40 12.45 21.71 2013年 74.03 17.39 27.29 2014年 81.76 27.86 37.20 2015年
86.68 39.06 47.24 资料来源：国际电信联盟

截至2014年底全球固定宽带用户数达到7.38亿人，当中发展中国家固定宽带用户数为3.94亿人，发达国家用户数为3.55亿人。 2005-2015年全球固定宽带用户数（百万人） 年度 发达国家 发展中国家 全球合计 2005年 148.3217 71.28268 219.6044 2006年 187.7589
96.20932 283.9683 2007年 219.4497 126.6516 346.1013 2008年 250.4257 160.5262
410.9519 2009年 270.8904 197.2424 468.1328 2010年 290.6506 235.647 526.2977 2011年
305.7493 282.2499 587.9992 2012年 320.5735 314.7506 635.3241 2013年 344.315 365.202
709.517 2014年 354.530 393.815 748.345 2015年 365.238 428.531 793.769 资料来源：国

际电信联盟

截至2014年底，全球固定宽带渗透率水平达到10.34%，当中发展中国家渗透率为28.26%，发展中国家渗透率水平为6.58%。 2005-2015年全球固定宽带渗透率分区域统计（%）

年度	发达国家	发展中国家	全球合计
2005年	12.274	1.347	3.378
2006年	15.474	1.793	4.316
2007年	18.010	2.329	5.199
2008年	20.378	2.909	6.091
2009年	21.951	3.526	6.856
2010年	23.461	4.156	7.617
2011年	24.593	4.909	8.408
2012年	25.705	5.401	8.980
2013年	27.529	6.183	9.913
2014年	28.262	6.581	10.338
2015E	29.032	7.069	10.843

资料来源：国际电信联盟

二、全球手机APP市场现状

第一台 iPhone 于 2007 年 6 月在美国发布，第一台 Android 手机于 2008 年 10 月发布，在两者的带动下，全球智能手机出货量迅速上升。2010 年，中国的智能手机出货量为 0.4 亿台，保有量 0.8 亿台，到 2013 年，智能手机全年出货量达到 3.2 亿台，保有量达到 7.8 亿台，预计到 2017 年，中国智能手机的保有量将达到 11.3 亿台，也就是说，全中国将近 90% 的人都有一台手机。

随着智能手机出货量的大幅增长，手机网民使用的移动数据流量也开始快速攀升。全球智能手机使用的移动数据流量在 2014 年上半年达到 168.4 万 TB/月，而非智能手机仅有 6.8 万 TB/月。

设备	2013年	2018年
非智能手机	10.8	45
M2M 模块	61	451
可穿戴式设备	78	345
智能手机	529	2,672
4G 智能手机	1,984	5,371
平板电脑	1,374	5,609
4G 平板电脑	2,410	9,183
笔记本电脑	2,455	5,095

资料来源：思科

2013 年，全球平均每部设备使用流量，智能手机为 529MB/月，非智能手机只有 10.8MB/月。智能手机带来移动数据流量的爆发，原因一方面在于相对于功能机，智能手机对触摸屏和感应仪的应用大大提升了用户体验，Android 和 iOS 操作系统对安装 App 应用的支持，使得用户在手机上也可以像 PC 端一样，定制自己所需的功能；另一方面是，这一时期恰好赶上全球 3G 网络的普及，上网速度的提高改善了手机网民的访问体验，也极大地激发了手机网民使用移动互联网的热情；同时，智能手机对 WiFi 接入的支持克服了 WAP 时代流量和数据资费的制约。

全球移动数据流量（万 TB/月） 资料来源：思科

全球平均每部设备使用流量（MB/月） 资料来源：思科

从全球范围看，2013 年移动网络连接平均速度为 1,387 kbps，该速度将以 13% 的复合年均增长率增长，到 2018 年将超过 2.5 Mbps。智能手机速度（通常是第三代 [3G] 和更先进技术）目前几乎是总平均速度的 4 倍。到 2018 年，智能手机速度几乎翻倍，达到 7 Mbps。

事实证明速度提高后使用量也会增加，尽管通常速度提高与使用量增加之间会有滞后，时

间长度从几个月到几年不等。Cisco VNI 预测Cisco VNI 预测阐述了在每个国家/地区中应用比特率与平均速度之间的关系。流量预测中的许多趋势可以在速度预测中看到，如相对于许多发达地区，发展中国家和地区的增长率将更高。各地区和各国家预测的移动网络连接平均速度（单位：kbps）资料来源：思科

随着移动互联网的快速发展和移动智能终端的不断普及，用户在移动端的消费能力不断显现，移动应用数量迅猛增长。截至2013年底，苹果App Store、谷歌应用商店的应用数量均已经突破100万个，进入2014年以来，应用数量进一步提升。而根据市场调研数据显示，用户手机安装的App数量一般在20-50之间，常用应用数量更少。在激烈的市场竞争下，移动应用软件对分发服务需求极为强烈。

根据全球知名调研机构发布的统计数据：2014年全球手机APP下载次数增长至1388.09亿次，当中收费下载次数为111.05亿次，免费下载次数为1277.04亿次，免费下载次数占比为92%。

2012-2014年全球手机APP市场简况（百万次）		年份	免费下载次数	付费下载次数	累计下载次数	免费下载占比
2012年	57331	6654	63985	89.6%	92876	91.0%
2013年	102062	11105	138809	92.0%		
2014年	127704	11105	138809	92.0%		

资料来源：艾凯咨询网整理

2013年全球手机APP消费市场规模达到260亿美元，2014年全球手机APP消费市场规模增长至350亿美元。2011-2015年全球手机APP消费市场规模走势 资料来源：艾凯咨询网整理

第二节 世界手机APP行业发展走势 9

一、全球手机APP行业市场分布情况 9

二、全球手机APP行业发展趋势分析 10

第三节 全球手机APP行业重点国家和地区分析 11

一、北美 11

二、亚洲 12

三、欧洲 13

第二章 2013-2015年中国手机APP产业发展环境分析 15

第一节 2015年中国宏观经济环境分析 15

一、GDP历史变动轨迹分析 15

二、固定资产投资历史变动轨迹分析 17

三、2016年中国宏观经济发展预测分析 23

第二节 手机APP行业主管部门、行业监管体 24

第三节 中国手机APP行业主要法律法规及政策 26

第四节 2015年中国手机APP产业社会环境发展分析	27
一、人口环境分析	27
二、教育环境分析	29
三、文化环境分析	31
四、生态环境分析	33
五、中国城镇化率	35
六、居民的各种消费观念和习惯	36
第三章 2012-2015年中国手机APP产业发展现状	43
第一节 手机APP行业的有关概况	43
一、手机APP的定义	43
二、手机APP的特点	43
第二节 手机APP的产业链情况	45
一、产业链模型介绍	45
二、手机APP行业产业链分析	47
第三节 上下游行业对手机APP行业的影响分析	61
第四节 我国手机APP行业最新发展态势	62
一、电信推手机APP客服 传统电话热线或将被替代	62
二、卸载预装APP软件受宠 折射国产手机生存困境	62
三、江苏海事局推出国内首款船员证书二维码识别手机APP	65
四、APP预装软件新规治标不治本	66
第四章 2015年中国手机APP行业技术发展分析	68
第一节 中国手机APP行业技术发展现状	68
第二节 手机APP行业技术特点分析	68
第三节 手机APP行业技术发展趋势分析	69
第五章 2012-2015年中国手机APP产业运行情况	70
第一节 中国手机APP行业发展状况	70
一、2012-2015年手机APP行业市场供给分析	70
二、2012-2015年手机APP行业市场需求分析	73
三、2012-2015年手机APP行业市场规模分析	74

第二节 中国手机APP行业集中度分析 75

一、行业市场区域分布情况 75

二、行业市场集中度情况 75

三、行业企业集中度分析 76

第六章 2012-2015年中国手机APP市场运行情况 81

第一节 行业最新动态分析 81

一、行业相关动态概述 81

二、行业发展热点聚焦 83

第二节 行业品牌现状分析 86

第三节 行业产品市场价格情况 87

第四节 行业外资进入现状及对未来市场的威胁 88

第七章 2012-2015年中国计算机、通信和其它电子设备制造行业主要数据监测分析 90

第一节 2012-2015年中国计算机、通信和其它电子设备制造行业总体数据分析 90

一、2015年中国计算机、通信和其它电子设备制造行业全部企业数据分析 90

二、2013年中国计算机、通信和其它电子设备制造行业全部企业数据分析 92

三、2014年中国计算机、通信和其它电子设备制造行业全部企业数据分析 93

第二节 2012-2015年中国计算机、通信和其它电子设备制造行业不同规模企业数据分析 95

一、2015年中国计算机、通信和其它电子设备制造行业不同规模企业数据分析 95

二、2013年中国计算机、通信和其它电子设备制造行业不同规模企业数据分析 96

三、2014年中国计算机、通信和其它电子设备制造行业不同规模企业数据分析 96

第三节 2012-2015年中国计算机、通信和其它电子设备制造行业不同所有制企业数据分析 97

一、2015年中国计算机、通信和其它电子设备制造行业不同所有制企业数据分析 97

二、2013年中国计算机、通信和其它电子设备制造行业不同所有制企业数据分析 97

三、2014年中国计算机、通信和其它电子设备制造行业不同所有制企业数据分析 98

第八章 2012-2015年中国手机APP行业竞争情况 99

第一节 行业经济指标分析 99

一、赢利性 99

二、附加值的提升空间 100

三、进入壁垒 / 退出机制 101

四、行业周期	102
第二节 行业竞争结构分析	102
一、现有企业间竞争	102
二、潜在进入者分析	102
三、替代品威胁分析	103
四、供应商议价能力	103
五、客户议价能力	104
第三节 行业国际竞争力比较	104
第九章 2011-2015年手机APP行业重点生产企业分析	106
第一节 苏州中智谷软件科技有限公司	106
一、企业简介	106
二、企业经营数据	106
三、企业产品分析	108
第二节 EICO DESIGN	108
一、企业简介	108
二、企业经营数据	108
三、企业产品分析	112
第三节 翔傲信息科技(上海)有限公司	112
一、企业简介	112
二、企业经营数据	113
三、企业产品分析	116
第四节 尼毕鲁科技	117
一、企业简介	117
二、企业经营数据	117
三、企业产品分析	119
第五节 CLOVER 四叶新媒体	119
一、企业简介	119
二、企业经营数据	119
三、企业产品分析	121
第十章 2016-2022年手机APP行业发展预测分析	123

第一节 2016-2022年中国手机APP行业未来发展预测分析 123

一、中国手机APP行业发展方向及投资机会分析 123

二、2016-2022年中国手机APP行业发展规模分析 123

三、2016-2022年中国手机APP行业发展趋势分析 124

第二节 2016-2022年中国手机APP行业供需预测 125

一、2016-2022年中国手机APP行业供给预测 125

二、2016-2022年中国手机APP行业需求预测 125

第三节 2016-2022年中国手机APP行业价格走势分析 126

第十一章 2016-2022年中国手机APP行业投资风险预警 127

第一节 中国手机APP行业存在问题分析 127

第二节 中国手机APP行业政策投资风险 128

一、政策和体制风险 128

二、技术发展风险 128

三、市场竞争风险 129

四、原材料压力风险 129

五、经营管理风险 130

第十二章 2016-2022年中国手机APP行业发展策略及投资建议 131

第一节 手机APP行业发展策略分析 131

一、坚持产品创新的领先战略 131

二、坚持品牌建设的引导战略 131

三、坚持工艺技术创新的支持战略 131

四、坚持市场营销创新的决胜战略 132

五、坚持企业管理创新的保证战略 132

第二节 手机APP行业市场重点客户战略实施 132

一、实施重点客户战略的必要性 132

二、合理确立重点客户 133

三、对重点客户的营销策略 134

四、强化重点客户的管理 134

五、实施重点客户战略要重点解决的问题 135

第三节 投资建议 137

- 一、重点投资区域建议 137
- 二、重点投资产品建议 137

图表目录：

- 图表：2005-2015年全球固定电话用户数统计表（百万户）
- 图表：2005-2015年全球手机使用者数量（百万人）
- 图表：2005-2015年全球互联网使用人数（百万人）
- 图表：互联网和手机的广泛普及使得"互联"理念渗透到社会每个角落
- 图表：2007-2015年全球移动宽带用户数（百万户）
- 图表：2007-2015年全球移动宽带渗透率分区域统计（%）
- 图表：2005-2015年全球固定宽带用户数（百万人）
- 图表：2005-2015年全球固定宽带渗透率分区域统计（%）
- 图表：各类设备的流量使用增长情况摘要（MB/月）
- 图表：全球移动数据流量（万TB/月）
- 图表：全球平均每部设备使用流量（MB/月）
- 图表：各地区和各国家预测的移动网络连接平均速度（单位：kbps）
- 图表：2012-2015年全球手机APP市场简况（百万次）
- 图表：2011-2015年全球手机APP消费市场规模走势
- 图表：2015年全球手机APP消费市场分布格局
- 图表：2011-2015年全球手机APP消费市场规模分区域统计：亿美元
- 图表：2016-2022年全球手机APP下载次数预测（百万次）
- 图表：2016-2022年全球手机APP消费市场规模预测
- 图表：2010-2015年美洲地区手机及移动宽带用户数量统计（百万户）
- 图表：2011-2015年北美手机APP消费市场规模走势
- 图表：2010-2015年亚太地区手机及移动宽带用户数量统计（百万户）
- 图表：2011-2015年亚太手机APP消费市场规模走势
- 图表：2010-2015年欧洲地区手机及移动宽带用户数量统计（百万户）
- 图表：2011-2015年欧洲手机APP消费市场规模走势
- 图表：手机APP产业链
- 图表：2015年我国软件业务收入及增长情况
- 图表：2015年我国软件分类收入及增长情况
- 图表：2015年1-12月我国软件业实现出口统计

图表：2015年1-12月我国软件业分区域增长情况
图表：2015年1-12月我国中心城市软件业务收入情况统计
图表：我国软件行业收入及增长情况
图表：软件产业占我国GDP 比重（%）
图表：中国智能手机行业所处生命周期分析
图表：智能手机行业相关政策与标准
图表：中国智能手机行业领先品牌
图表：2015年中国第三方手机应用商店活跃用户规模
图表：中国安卓系统主流分发平台
图表：2015年奇虎360移动应用分发生态布局
图表：2015年百度移动亿应用发生生态布局
图表：2015Q4中国手机网民应用下载手机应用商店选择
图表：手机应用商店选择方面
图表：2009-2016年中国移动互联网市场规模
图表：2015年中国手机APP行业用户区域市场分布
图表：2009-2016年中国移动互联网细分行业结构占比
图表：手机APP市场版图
图表：腾讯以社交为中心的手机APP战略
图表：百度以搜索和LBS为核心的移动战略
图表：阿里巴巴手机APP布局
图表：中国三大运营商展开4G网络布局

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/276649.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提供投资咨询报告、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。