

2014-2020年中国手机浏览器 器行业调研与投资战略咨询报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2014-2020年中国手机浏览器行业调研与投资战略咨询报告》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/201406/108978.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

手机浏览器是运行在手机上的浏览器，可以通过GPRS进行上网浏览互联网内容。手机浏览器与PC浏览器一样，分别是移动互联网和互联网的入口。由于手机显示屏幕小、存储空间小等特点，手机浏览器作为移动互联网入口，在一定程度上拥有了“桌面话语权”。目前，手机的上网速度和PC仍有较大差距，所以在浏览（网页、图片、视频）速度、下载速度方面的差异成为考察手机浏览器的重要标准。

2009年1月4日，中国移动在全国范围内不同程度地下调了GPRS手机上网资费，用以促进用户对手机上网服务的使用频率。随着3G发牌、费用下降，手机上网市场开始成倍扩大。而手机上网相关软件这一以前很少被中国普通手机用户关注的市场也开始逐渐浮出水面。在这其中，手机浏览器成为国内移动互联网应用软件的第一块兵家必争之地。

当前，我国手机浏览器用户规模呈加速增长趋势。截至2013年11月，手机浏览器的用户规模达到2.1亿。在用户规模增长的同时，手机浏览器用户的月度总有效使用时间也呈现快速增长的趋势，2013年11月同比2012年增长97.0%，用户粘性持续增强。中国手机浏览器市场正逐步变得庞大。

面对移动互联网带来的机遇，许多公司纷纷着手开发手机浏览器。目前国内市场已经出现了多款手机浏览器，如UC、Opera Mini、空中Opera、航海家、QQ、MP、Gorilla等。这些浏览器并非都是国内公司开发，彼此之间存在着激烈的竞争。

由于中国手机浏览器市场尚处于发展初期，手机浏览器厂商通常采用面向用户免费的策略，以此抢占用户市场。目前手机浏览器的产业价值链比较短，主要包括开发、运营和用户，还没有牵涉很多广告和内容。虽然手机浏览器已成为炙手可热的概念，但手机自带浏览器仍占据一半的移动互联网用户市场，用户下载安装的浏览器，依然有很大的发展空间。未来一段时期，中国手机浏览器市场将进入快速增长阶段。

中企顾问网发布的《2014-2020年中国手机浏览器行业调研与投资战略咨询报告》共七章。首先介绍了手机浏览器的定义及分类等，接着分析了移动互联网行业的整体发展状况，然后具体介绍了国内外手机浏览器行业的运行情况。随后，报告对手机浏览器市场用户进行了详细的调研分析，接着阐述了手机浏览器行业的竞争状况、主流浏览器的发展状况。最后对手机浏览器行业的投资及前景趋势做了分析。

本研究报告数据主要来自于国家统计局、海关总署、商务部、财政部、中企顾问网产业研究中心、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。您或贵单位若想对手机浏览器市场有个系统的了解、或者想投资手机浏览器研发生产，本报告是您不可或缺的重要

工具。

第一章 手机浏览器相关概述

1.1 浏览器及手机浏览器简介

- 1.1.1 网页浏览器简述
- 1.1.2 手机上网简介
- 1.1.3 手机浏览器的定义
- 1.1.4 手机浏览器与PC浏览器的比较

1.2 手机浏览器的分类

- 1.2.1 按安装模式分类
- 1.2.2 按制造商分类

1.3 手机浏览器的评价指标

- 1.3.1 外观
- 1.3.2 便捷性
- 1.3.3 速度
- 1.3.4 安全性

第二章 2012-2014年移动互联网行业发展分析

2.1 2012-2014年全球移动互联网行业发展总况

- 2.1.1 全球移动互联网发展概述
- 2.1.2 全球移动互联网行业运行状况
- 2.1.3 美国移动互联网市场用户规模分析
- 2.1.4 欧洲移动互联网行业博弈加剧
- 2.1.5 日韩移动互联网产业发展状况

2.2 2012-2014年中国移动互联网行业发展概况

- 2.2.1 我国移动互联网行业发展环境分析
- 2.2.2 我国移动互联网行业运行综述
- 2.2.3 中国移动互联网行业获五大进展
- 2.2.4 国内农村手机网民迅猛增长
- 2.2.5 中国移动互联网企业竞争解析

2.3 2012-2014年中国移动互联网行业运行分析

- 2.3.1 2012年中国移动互联网市场运行分析
- 2.3.2 2013年中国移动互联网市场运行状况
- 2.3.3 2014年中国移动互联网市场发展动态

- 2.4 移动互联网行业发展的的问题及措施建议
 - 2.4.1 我国移动互联网行业发展的制约因素
 - 2.4.2 移动互联网产业运营商错失的三大机会剖析
 - 2.4.3 我国移动互联网市场亟需完善安全网络环境
 - 2.4.4 推进我国移动互联网产业发展的措施
 - 2.4.5 移动运营商打造核心竞争力的策略
- 2.5 移动互联网行业未来前景及趋势预测
 - 2.5.1 全球移动互联网市场发展预测
 - 2.5.2 中国移动互联网市场规模预测
 - 2.5.3 我国移动互联网产业发展展望
 - 2.5.4 中国移动互联网行业未来发展趋势

第三章 2012-2014年手机浏览器行业发展分析

- 3.1 2012-2014年全球手机浏览器的发展概况
 - 3.1.1 全球手机浏览器的发展阶段
 - 3.1.2 2012年全球手机浏览器市场分析
 - 3.1.3 2013年全球手机浏览器市场分析
 - 3.1.4 2014年全球手机浏览器市场态势
 - 3.1.5 全球手机浏览器将趋于标准化
- 3.2 2012-2014年中国手机浏览器行业发展概述
 - 3.2.1 3G推动中国手机浏览器行业兴起
 - 3.2.2 中国手机浏览器行业迎来发展机遇期
 - 3.2.3 我国第三方手机浏览器市场发展状况
 - 3.2.4 中国手机浏览器行业平台化发展态势明显
- 3.3 2012-2014年中国手机浏览器行业发展分析
 - 3.3.1 2012年我国手机浏览器市场用户规模分析
 - 3.3.2 2013年我国手机浏览器市场用户规模分析
 - 3.3.3 2014年我国手机浏览器市场用户规模分析
- 3.4 中国手机浏览器行业发展存在的问题
 - 3.4.1 中国手机浏览器市场发展中的突出问题
 - 3.4.2 我国手机浏览器发展遭遇的难题分析
 - 3.4.3 我国手机浏览器产品面临的主要挑战
- 3.5 中国手机浏览器行业发展的措施及建议

- 3.5.1 我国手机浏览器的生存策略分析
- 3.5.2 手机浏览器开发应以用户需求为导向
- 3.5.3 我国应尽快制定手机浏览器行业标准
- 3.5.4 我国手机浏览器行业的服务策略分析

第四章 2012-2014年中国手机浏览器用户调研分析

- 4.1 我国移动互联网用户调研分析
 - 4.1.1 我国移动互联网用户基本属性
 - 4.1.2 用户使用手机上网服务的比例
 - 4.1.3 我国移动互联网用户基本使用行为
 - 4.1.4 用户了解手机应用商店及应用类别选择
 - 4.1.5 我国移动互联网用户基础消费行为
- 4.2 我国手机浏览器行业用户行为基本调查分析
 - 4.2.1 我国手机浏览器用户基本属性
 - 4.2.2 我国手机浏览器用户手机上网行为分析
 - 4.2.3 我国手机浏览器用户使用偏好分析
- 4.3 我国手机浏览器网友调查分析
 - 4.3.1 手机支持3G功能分析
 - 4.3.2 手机浏览器使用比例分析
 - 4.3.3 浏览内容分析

第五章 2012-2014年手机浏览器竞争分析

- 5.1 2012-2014年手机浏览器行业竞争综述
 - 5.1.1 手机浏览器的主要竞争者及进入门槛
 - 5.1.2 我国手机浏览器市场竞争概况
 - 5.1.3 “入口优势”成为手机浏览器行业竞争的导火索
 - 5.1.4 我国手机浏览器行业竞争焦点逐渐转移
 - 5.1.5 中国手机浏览器市场竞争愈加激烈
- 5.2 2012-2014年中国手机浏览器市场厂商竞争分析
 - 5.2.1 2012年我国手机浏览器市场竞争格局剖析
 - 5.2.2 2013年我国手机浏览器市场竞争格局解析
 - 5.2.3 2014年我国手机浏览器市场竞争形势
 - 5.2.4 决定手机浏览器厂商竞争份额的主要因素分析
- 5.3 主流手机浏览器竞争比较分析

- 5.3.1 3G网背景下五大手机浏览器竞争比较分析
- 5.3.2 S60 V5三大主流手机浏览器竞争比较分析
- 5.3.3 两大国产手机浏览器流量及速度比较分析

5.4 手机浏览器行业的竞争策略分析

- 5.4.1 重点技术和产品功能的提升
- 5.4.2 重视市场推广
- 5.4.3 加强品牌建设

第六章 2012-2014年主流手机浏览器分析

6.1 Opera手机浏览器

- 6.1.1 Opera公司简介
- 6.1.2 Opera手机浏览器用户规模增长迅猛
- 6.1.3 Opera手机浏览器在华市场发展遇阻
- 6.1.4 Opera推出兼容手机电脑的新型浏览器
- 6.1.5 Opera重磅推出Web版手机应用商店

6.2 爱可信NF手机浏览器

- 6.2.1 爱可信公司简介
- 6.2.2 NF手机浏览器全球市场受青睐
- 6.2.3 NF浏览器在华3G手机市场占有率领先
- 6.2.4 爱可信开拓移动互联市场的战略思路

6.3 UC手机浏览器

- 6.3.1 UC手机浏览器简介
- 6.3.2 UC手机浏览器的商业模式分析
- 6.3.3 UC手机浏览器联合俄移动增值服务商拓展海外市场
- 6.3.4 UC手机浏览器驶入印尼市场
- 6.3.5 UC手机浏览器用户规模持续扩大

6.4 QQ手机浏览器

- 6.4.1 QQ手机浏览器简介
- 6.4.2 QQ手机浏览器实行开放式运行模式
- 6.4.3 QQ手机浏览器扩大开放平台利好文学网站
- 6.4.4 手机淘宝与QQ手机浏览器筹划联合拓展手机购物市场

6.5 GO手机浏览器

- 6.5.1 GO手机浏览器简介

- 6.5.2 GO手机浏览器的主要特点
- 6.5.3 GO手机浏览器市场发展概述
- 6.5.4 GO手机浏览器市场运行尚需着力拓展渠道

6.6 其它手机浏览器介绍

- 6.6.1 Skyfire (天火) 手机浏览器
- 6.6.2 Fennec (火狐Firefox手机版)
- 6.6.3 Safari (iPhone) 手机浏览器
- 6.6.4 windows手机浏览器 (IE手机版)
- 6.6.5 YoYo手机浏览器
- 6.6.6 MP手机浏览器
- 6.6.7 星际手机浏览器
- 6.6.8 航海家手机浏览器

第七章 中企顾问网对2014-2020年中国手机浏览器行业投资分析及未来发展预测

7.1 手机浏览器的产业链及行业壁垒

- 7.1.1 手机浏览器的产业链
- 7.1.2 行业进入壁垒

7.2 手机浏览器行业投资分析

- 7.2.1 我国手机浏览器行业投资的政策环境分析
- 7.2.2 中国手机浏览器行业盈利模式探析
- 7.2.3 第三方手机浏览器行业VC/PE投资形势剖析
- 7.2.4 未来手机浏览器的投资价值探析

7.3 2014-2020年中国手机浏览器行业未来发展预测

- 7.3.1 手机浏览器是移动互联网的重要发展方向
- 7.3.2 我国第三方手机浏览器未来发展趋势
- 7.3.3 中企顾问网对2014-2020年中国手机浏览器市场规模预测分析

图表目录加入购物车

图表 2010年欧洲市场各智能手机占比情况

图表 2010年美国市场各智能手机占比情况

图表 2010年美国、欧洲和日本用户使用移动浏览器的目的

图表 2010年美国智能手机操作系统市场份额

图表 2010年欧洲智能手机操作系统市场份额

图表 2011-2014年美国移动互联网用户规模走势

图表 2007-2010年中国移动互联网市场用户规模

图表 2004-2010年中国移动互联网市场收入规模

图表 2010年中国移动互联网服务收入构成

图表 2011-2013年中国移动互联网市场收入规模预测

图表 2008-2011年4月主要手机浏览器厂商大事盘点

图表 2009Q4-2010Q4中国第三方手机浏览器活跃用户规模

图表 2010年移动互联网用户收入水平构成比例

图表 2009-2010年移动互联网用户月均收入结构对比

图表 2010年移动互联网用户年龄构成比例

图表 2009-2010年移动互联网用户年龄结构对比

图表 2010年移动互联网用户性别构成比例

图表 2009-2010年移动互联网用户性别结构对比

图表 2010年移动互联网用户学历构成比例

图表 2009-2010年移动互联网用户学历结构对比

图表 2010年移动互联网用户职业特征构成比例

图表 2009-2010年移动互联网用户职业结构对比

图表 2010年移动互联网用户使用移动互联网服务的选择

图表 2010年移动互联网用户对移动电话网络的选择比例

图表 2010年移动互联网用户使用手机上网的场景

图表 2009-2010年移动互联网用户使用手机上网的场景对比

图表 2010年移动互联网用户手机上网频率

图表 2010年移动互联网用户平均每次上网时长

图表 2010年移动互联网用户常用手机下载的应用软件类别

图表 2010年移动互联网用户对手机应用商店的认知情况

图表 2010年移动互联网用户常用手机下载的应用类别

图表 移动互联网用户每月手机费总支出

图表 2009-2010年移动互联网用户月均手机费支出对比

图表 2010年移动互联网用户购买手机的途径

图表 2010年移动互联网用户包月套餐费用比例

图表 2010年手机浏览器用户性别分布状况

图表 2010年手机浏览器用户年龄分布状况

图表 2010年手机浏览器用户手机上网主要活动分布

图表 2010年手机浏览器用户使用地点分布

图表 2010年手机浏览器用户使用频率分布

图表 2010年手机浏览器用户选择因素分布

图表 2010年用户获取第三方手机浏览器方式

图表 网友支持3G功能的手机占比情况

图表 网友对手机浏览器的品牌选择

图表 网友使用手机浏览器浏览的内容占比情况

图表 2010年Q1中国第三方手机浏览器活跃用户市场占比情况

图表 2009年中国手机浏览器市场实力矩阵

图表 2009年Q4中国第三方手机浏览器活跃用户市场占比

图表 2010年中国市场各手机浏览器占比情况

图表 五大手机浏览器操作界面比较

图表 五大手机浏览器浏览速度比较

图表 五大手机浏览器浏览效果比较

图表 五大手机浏览器稳定性比较

图表 五大手机浏览器下载及管理比较

图表 五大手机浏览器流量消耗比较

图表 五大手机浏览器浏览体验比较汇总

图表 五大手机浏览器附加功能升级挑战比较

图表 五大手机浏览器比较得分汇总

图表 三大主流手机浏览器比较总结果

图表 三大主流手机浏览器的起始页面比较

图表 三大主流手机浏览器的美观度比较

图表 三大主流手机浏览器的多窗口浏览功能比较

图表 三大主流手机浏览器的横屏模式与下载管理比较

图表 三大主流手机浏览器的菜单设置比较

图表 UC、QQ浏览器分别访问QQ手机官网、UC手机官网所消耗流量对比

图表 UC、QQ浏览器分别访问各自导航站中的乐讯手机社区所消耗流量对比

图表 UC、QQ浏览器分别访问各自导航站中的互联网酷站所消耗流量对比

图表 UC、QQ浏览器访问华南理工大学门户网站速度比较

图表 UC、QQ浏览器访问上海交大门户网站速度比较

图表 UC、QQ浏览器访问武汉理工大学门户网站速度比较

图表 UC、QQ浏览器访问北京理工大学门户网站速度比较

图表 Skyfire天火浏览器

图表 Fennec在N900中的使用

图表 Safari浏览器

图表 IE手机版

图表 中国手机浏览器产业链结构

图表 手机浏览器厂商分类

图表 中国手机浏览器行业发展的六大趋势

图表 2014-2020年中国手机浏览器活跃用户规模预测

图表 2014-2020年中国手机浏览器行业总产值预测

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201406/108978.html>