

2016-2022年中国手机客户 端软件市场监测及发展策略咨询报告

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

《2016-2022年中国手机客户端软件市场监测及发展策略咨询报告》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/201603/131167.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

报告目录：

第一章2015年中国手机客户端软件现状综述13

第一节手机客户端软件概述13

一、手机客户端软件发展背景13

二、手机客户端软件产品及分类14

三、手机客户端软件产业发展演进16

第二节2015年中国手机客户端软件运行态势分析17

一、软件开发需要适配不同终端17

二、越来越多的个人开发者将加入18

三、终端厂商与产业链其他厂商合作密切18

四、FREE模式是国内当前主流18

五、手机应用承载业务还较单调19

六、价值分配出现多种主导模式19

第三节2015年中国手机客户端软件用户规模分析19

一、智能手机用户规模19

二、手机客户端软件用户规模20

第四节2015年中国手机客户端软件对移动增值业务的贡献21

一、手机应用软件对增值业务的贡献21

二、增值业务承载型手机客户端软件比例22

第二章2015年中国手机客户端软件产业发展动因及问题探讨24

第一节2015年中国手机客户端软件发展动因24

一、价值驱动24

二、需求拉动24

三、技术驱动24

四、开发平台驱动25

五、产业链各方推动25

六、终端发展推动29

第二节2015年中国手机客户端软件存在问题探讨30

- 一、业务推广问题30
- 二、价值分配问题30
- 三、市场配套问题30
- 四、终端问题31

第三章2015年中国手机客户端软件产业对相关产业影响分析32

第一节2015年中国手机客户端软件对手机产业影响32

- 一、中国手机品牌分析32
- 二、手机行业经营业绩分析37
 - 1、中国手机消费情况分析37
 - 2、一线城市手机消费分析38
 - 3、二三线城市手机的消费39
 - 4、农村手机市场消费分析41
 - 5、3G手机的推出对产业的影响分析41
- 三、近几年中国手机产业数据监测42
 - 1、近三年中国手机制造业经济指标同比分析42
 - 2、2009-2015年中国手机产量数据分析43
 - 3、2009-2015年中国电话机进出口数据分析43
- 四、2015年中国手机行业售后服务分析44

第二节2015年中国手机客户端软件对互联网业务的影响45

- 一、近年来中国网络用户规模分析45
- 二、网络用户增长率分析46
- 三、互联网消费结构与特点46
- 四、网络广告、网络游戏在互联网地位分析47
- 五、手机客户端软件对互联网业务的影响分析49

第四章2015年中国手机客户端软件用户研究50

第一节被调查者用户特征50

- 一、智能手机、非智能手机用户结构50
- 二、年龄分布50
- 三、性别结构51
- 四、婚姻状况52

五、学历状况53

六、收入状况53

七、职业状况54

八、用户对手机各类功能使用情况54

第二节手机客户端软件用户安装研究55

一、手机客户端软件用户渗透率55

二、用户主动安装与被动安装情况分析56

三、用户主动安装客户端软件的考虑因素56

四、用户对被动安装手机客户端软件态度57

第三节手机客户端软件用户使用研究57

一、手机应用软件使用偏好及排名分析57

二、用户放弃使用某手机客户端软件的原因58

三、手机客户端软件吸引用户关键因素59

四、手机客户端软件用户付费行为调研59

1、现有用户手机费用支出59

2、用户通过手机客户端产生的额外消费60

3、用户对不同支付方式的偏好60

4、用户对支付方式选择的考虑因素61

第四节手机客户端软件需求及期望研究63

一、用户需要什么样的客户端软件63

二、对功能需求63

三、对UI的需求65

四、对业务模式的期望67

五、现有用户与潜在用户需求差异68

六、各手机应用软件吸引力排名70

第五章2015年中国手机客户端软件营销解析71

第一节2015年中国手机客户端软件目标用户策略分析71

一、娱乐应用群体71

二、商务应用群体72

第二节2015年中国手机客户端软件产品策略分析72

一、产品开发设计72

二、产品发展方向73

第三节2015年中国手机客户端软件推广渠道策略分析74

一、主要手机客户端软件推广渠道评价74

二、客户期望的推广渠道75

三、软件厂商推广渠道发展策略建议77

第六章2015年中国手机客户端软件商业模式运作分析82

第一节2015年中国手机客户端软件主要商业模式分析82

一、市场发展状况决定了商业模式的不成熟82

二、主要商业模式对比分析84

三、商业模式发展存在的问题91

第二节模式评估体系92

第三节商业模式评估方法94

第四节商业模式评估96

一、价值链健康度评测96

二、盈利能力评测97

三、未来潜力评测97

四、不易效仿性评测97

五、对客户价值评测98

六、资源有效整合能力评测98

七、不利因素的克服能力评测99

第五节商业模式总结99

第七章2015年中国手机客户端软件全新发展模式——手机客户端PORTAL100

第一节手机客户端PORTAL概述100

第二节手机客户端发展模式创新提出100

第三节手机客户端PORTAL模式优势及价值101

第四节手机客户端PORTAL对产业链的影响101

第五节手机客户端PORTAL模式商业价值102

第八章2016-2022年中国手机客户端软件前景预测分析103

第一节2016-2022年中国手机客户端软件新趋势探析103

- 一、软件功能成为个性化手机的重要概念103
- 二、软件定制化趋势将进一步加强103
- 三、后向收费的商业模式将成主流105
- 四、业务承载型软件将是开发重点107
- 五、软件开发门槛将更低107
- 六、软件产品种类会更加丰富，数量会减少107
- 第二节2016-2022年中国手机客户端软件市场前景预测109
 - 一、手机客户端软件市场规模预测109
 - 二、手机客户端软件市场供给情况预测分析110
 - 三、手机客户端软件市场需求情况预测分析110
- 第三节2016-2022年中国手机客户端软件市场盈利预测111

第九章2015年中国手机客户端软件产业投资环境分析112

- 第一节2015年中国宏观经济环境分析112
 - 一、中国GDP分析112
 - 二、消费价格指数分析114
 - 三、城乡居民收入分析126
 - 四、社会消费品零售总额129
 - 五、全社会固定资产投资分析134
 - 六、进出口总额及增长率分析142
- 第二节2015年中国手机客户端软件政策环境分析143
 - 一、产业政策分析143
 - 二、相关产业影响分析144
 - 三、产业相关法律法规分析144
- 第三节2015年中国机客户端软件社会环境分析147
 - 一、人口环境分析147
 - 二、教育环境分析148
 - 三、文化环境分析149
 - 四、生态环境分析150
 - 五、中国城镇化率151
 - 六、居民的各种消费观念和习惯151
- 第四节2015年中国机客户端软件技术环境分析152

第十章2016-2022年中国手机客户端软件产业投资战略研究154

第一节2016-2022年中国手机客户端软件行业投资概况154

一、手机客户端软件行业投资特性154

二、手机客户端软件具有良好的投资价值154

第二节2016-2022年中国手机客户端软件投资机会分析155

一、手机客户端软件投资热点155

二、手机客户端软件投资吸引力分析156

第三节2016-2022年中国手机客户端软件投资风险及防范158

一、技术风险分析158

二、金融风险分析162

三、政策风险分析162

四、竞争风险分析163

第四节 专家投资建议164

附件165

第一节中国手机应用类软件市场现状及前景（规模、营利模式等）165

第二节应用类软件竞情（主要厂家及市场表现）166

一、掌讯通166

二、航海家167

三、网秦167

图表目录：

图表12011-2015年7月我国手机客户端软件用户规模统计21

图表22011-2015年增值业务承载型手机客户端软件比例22

图表3近三年中国手机制造业经济指标同比分析42

图表42011-2015年中国手机产量数据分析43

图表5近年来中国网络用户规模分析46

图表6被调查者手机使用情况50

图表7手机客户端软件用户年龄分布51

图表8手机客户端软件用户性别结构52

图表9手机客户端软件用户婚姻状况52

图表10手机客户端软件用户学历状况53

图表11手机客户端软件用户收入状况53

图表12手机客户端软件用户职业状况54

图表132011-2015年手机客户端软件用户渗透率55

图表14用户主动安装与被动安装情况分析56

图表15用户主动安装客户端软件的考虑因素56

图表16用户对被动安装手机客户端软件态度57

图表17手机应用软件使用偏好及排名分析58

图表18用户放弃使用某手机客户端软件的原因58

图表19手机客户端软件吸引用户关键因素59

图表20现有用户手机费用每月支出60

图表21用户每月通过手机客户端产生的额外消费60

图表22用户对支付方式选择的考虑因素62

图表23用户需要客户端软件类型63

图表24潜在手机客户端软件用户年龄分布68

图表25潜在手机客户端软件用户学历分布69

图表26潜在手机客户端软件用户职业分布69

图表27手机应用软件吸引力排名70

图表28手机客户端软件未来潜力评测97

图表29手机客户端软件不易效仿性评测97

图表30手机客户端软件对客户价值评测98

图表31手机客户端软件资源有效整合能力评测98

图表32手机客户端软件资源有效整合能力评测99

图表332016-2022年中国手机客户端软件市场规模预测109

图表342016-2022年中国手机客户端软件供给情况预测110

图表352016-2022年中国手机客户端软件需求情况预测110

图表362016-2022年中国手机客户端软件市场盈利预测分析111

图表372013年GDP初步核算数据112

图表382011-2013年GDP环比增长速度112

图表392015年上半年GDP初步核算数据113

图表40GDP环比和同比增长速度113

图表412012年7月-2015年7月全国居民消费价格涨跌幅度114

图表422012年7月-2015年7月我国猪肉、牛肉、羊肉价格变动情况115
图表432012年7月-2015年7月我国鲜菜、鲜果价格变动情况115
图表442015年1-7月份居民消费价格分类别同比涨跌幅117
图表452015年1-7月份居民消费价格分类别环比涨跌幅118
图表462015年7月居民消费价格主要数据118
图表472012年7月-2015年7月工业生产者出厂价格涨跌幅121
图表482012年7月-2015年7月工业生产者购进价格涨跌幅121
图表492012年7月-2015年7月生产资料出厂价格涨跌幅122
图表502012年7月-2015年7月生活资料出厂价格涨跌幅123
图表512015年7月份工业生产者价格主要数据123
图表522006-2015年我国农村居民人均纯收入及其增长速度127
图表532006-2015年我国城镇居民人均可支配收入及其增长速度128
图表542006-2015年我国社会消费品零售总额及其增长速度130
图表552012-2015年社会消费品零售总额分月同比增长速度131
图表562015年1-7月份社会消费品零售总额主要数据131
图表572013-2015年7月社会消费品零售总额分月同比增长速度133
图表582015年7月份社会消费品零售总额主要数据133
图表592006-2015年我国全社会固定资产及其增长率情况135
图表602012年7月-2015年7月我国固定资产投资（不含农户）同比增速135
图表612012年7月-2015年7月固定资产投资到位资金同比增速137
图表622013年固定资产投资（不含农户）主要数据137
图表632013年-2015年7月我国固定资产投资（不含农户）同比增速140
图表642015年1-7月份固定资产投资（不含农户）主要数据141
图表65技术风险因素158

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201603/131167.html>