

2017-2022年中国手机应用 商店市场深度调查分析及投资风险评估报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2017-2022年中国手机应用商店市场深度调查分析及投资风险评估报告》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.abaogao.com/b/shouji/3384773LPJ.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

近58.7%的中国手机网民以第三方手机应用商店为主要应用下载渠道，另外，有22.3%的手机网民使用的是终端厂商预装应用商店。

2015-2016年中国手机网民使用手机应用商店（ANDROID）类型分布图

在三大系统运营商应用商店应用数量上，以iOS系统为主的App Store应用商店，其应用数量已达到121万;以Android系统为主的Google

Play应用商店，其应用数量超过App Store，达到143万; Windows Phone的应用数量最少，只有30万，但其应用数量增速较快。

2015Q2中国第三方手机应用商店活跃用户规模达4.28亿，环比增长1.9%。

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国手机应用商店市场深度调查分析及投资风险评估报告》共十章。首先介绍了手机应用商店行业市场发展环境、手机应用商店整体运行态势等，接着分析了手机应用商店行业市场运行的现状，然后介绍了手机应用商店市场竞争格局。随后，报告对手机应用商店做了重点企业经营状况分析，最后分析了手机应用商店行业发展趋势与投资预测。您若想对手机应用商店产业有个系统的了解或者想投资手机应用商店行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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 2016年全球手机应用商店市场分析 11

第一节 全球手机应用商店市场概述 11

第二节 移动应用商店上线事件回顾 11

第三节 新型在线手机应用商店的特征分析 11

一、具有电子商务典型特征 11

二、平台提供商多元化应用服务 12

三、最大挑战在于平台产业链整合能力 12

四、两条腿走路的支付方式 12

第二章 2016年中国手机应用商店行业市场发展环境分析 13

第一节 2016年中国经济环境分析 13

一、国民经济运行情况GDP 13

二、消费价格指数CPI、PPI 14

三、全国居民收入情况 16

四、恩格尔系数 16

五、工业发展形势 18

六、固定资产投资情况 21

七、财政收支状况 26

八、中国汇率调整 31

九、存贷款基准利率调整情况 32

十、社会消费品零售总额 33

十一、对外贸易&进出口 34

第二节 2016年中国手机应用商店行业政策环境分析 36

一、软件产业政策分析 36

二、相关标准分析 39

第三节 2016年中国手机应用商店行业社会环境分析 39

一、人口环境分析 39

二、教育环境分析 40

三、文化环境分析 40

四、生态环境分析 41

第四节 2016年中国手机应用商店行业技术环境分析 43

第三章 2016年中国手机应用商店市场动态分析 44

第一节 中国在线应用商店市场的发展状况 44

第二节 中国在线手机应用商店市场发展四大动因 44

一、中国移动互联网用户规模环境 44

中国网民规模和互联网普及率

二、中国移动互联网产业规模环境 45

中国手机网民规模及其占网民比例

三、中国手机市场出货规模环境	46
四、中国手机网民对于应用软件的需求	48
第三节 中国在线手机应用商店产业链分析	49
第四节 中国移动应用商店运营方分类	49
一、终端设备制造商型	49
二、移动运营商型	50
第四章 2016年中国典型在线应用商店发展模式分析	51
第一节 终端厂商-APPLEAPPSTORE	51
第二节 电信运营商-中国移动MOBILEMARKET	52
第三节 应用服务提供商-GOOGLEANDROIDMARKET	54
第五章 2016年中国手机应用商店行业运行形势综述	56
第一节2016年中国手机应用商店行业发展概述	56
一、手机程序应用商店注册用户破亿	56
2015Q2中国第三方手机应用商店活跃用户规模	
二、手机应用商店越演越烈	57
三、手机应用商店高速发展天翼空间注册用户超千万	59
第二节2016年中国手机应用商店行业发展动态分析	59
一、诺基亚将手机应用商店ovi将更名为“诺基亚”	59
二、黑莓智能手机应用程序商店app world登陆中国	60
三、Android手机应用商店步入2.0时代	60
第三节2016年中国手机应用商店行业发展存在问题分析	62
第六章2016年中国手机应用开发者原生态调查分析	64
第一节 中国移动开发者状况概述与处境	64
一、中国移动开发者状况概述	64
二、中国移动开发者生存状况	64
三、中国手机应用商店的纠结	64
第二节2016年中国移动开发者状况调查分析	65
一、中国手机应用开发者开发移动应用领域调查情况分析	65

- 二、中国手机应用开发者对开发平台的选择情况 67
- 三、中国手机应用开发者认为最赚钱的平台 68
- 四、中国手机应用开发者选择平台主要考虑的因素 69
- 五、中国手机应用开发者开发的移动应用个数情况调查 70
- 六、中国手机应用开发者认为开发流程挑战最大的环节 70
- 七、中国手机应用开发者发放移动应用的渠道 70
- 八、中国手机应用开发者开发移动应用的主要盈利模式 70
- 九、中国手机应用开发者所在团队在移动开发方面的盈亏情况 71
- 十、中国移动应用市场推广和分发方面所面临的主要挑战 71
- 十一、中国手机应用开发者提交过应用的移动应用商店 72
- 十二、中国手机应用开发者选择应用商店主要考虑的因素 73
- 十三、中国手机应用开发者的移动开发平台环境调查情况 73
- 十四、中国开发者在团队应用开发方面侧重合作的企业类型 74
- 十五、中国手机应用开发者移动开发团队的规模情况 74
- 十六、中国开发人员从事移动开发的年限情况 75

第七章 2016年中国十二大重点手机软件商店市场分析 76

- 第一节 机客手机应用商店（JIKER STORE） 76
- 第二节 苹果软件应用商店（APP STORE） 76
- 第三节 诺基亚软件应用商店（OVI STORE） 77
- 第四节 微软软件应用商店WINDOWS MARKETPLACE 77
- 第五节 谷歌软件应用商店ANDROID MARKET 78
- 第六节 LG软件应用商店（LG APPLICATION STORE） 78
- 第七节 黑莓软件应用商店（BB APP WORLD） 79
- 第八节 中国移动软件应用商店（MOBILE MARKET） 79
- 第九节 中国联通软件应用商店（玩家营） 80
- 第十节 中国电信软件应用商店（天翼空间） 80
- 第十一节 历趣手机应用商店（LIQU） 81
- 第十二节 酷派软件应用商店（COOL MART） 81

第八章 2016年中国手机游戏产业运行形势分析 82

- 第一节 2016年中国手机游戏产业发展分析 82

- 一、中国手机游戏业务日渐崛起 82
- 二、中国手机游戏用户情况分析 82
- 三、中国手机游戏业务收费模式分析 82
- 第二节 2016年中国手机游戏市场概况 83
 - 一、国内手机游戏市场的发展模式 83
 - 二、手机游戏培训市场异军突起 84
 - 三、我国手机游戏市场问题 86
 - 四、影响未来手机游戏市场规模的因素 87
- 第三节 2016年中国手机游戏市场发展现状分析 88
 - 一、中国手机游戏市场驱动因素 88
 - 二、手机游戏市场现版权纠纷 90
 - 三、中国手机游戏市场规模分析 92
- 第四节 2016年中国手机游戏市场的瓶颈及发展对策 92
 - 一、国内手机游戏市场品质成发展瓶颈 92
 - 二、手机游戏市场的监管引导不能缺位 93
 - 三、国内手机游戏市场如何做大 95

- 第九章 2016年中国手机视频行业市场运行态势剖析 98
 - 第一节 2016年世界手机视频行业市场格局 98
 - 一、世界手机视频市场亮点分析 98
 - 二、世界手机视频用户规模 99
 - 三、世界手机视频市场发展动态分析 100
 - 第二节 2016年中国手机视频行业动态聚焦 101
 - 一、中国最大手机视频基地在上海开建，总投资达五亿元 101
 - 二、中移动推手机视频整合营销活动 101
 - 第三节 2016年中国手机视频市场现状综述 104
 - 一、中国手机视频业务市场规模 104
 - 二、中国手机视频市场启动 104

- 第十章 2017-2022年中国手机应用商店行业发展趋势预测分析 106 (ZY GXH)
 - 第一节 2017-2022年中国手机应用商店行业趋势分析 106
 - 一、手机应用商店技术方向分析 106

二、手机应用商店规模预测分析	107
三、手机应用商店竞争格局预测分析	107
四、手机应用商店盈利预测分析	110
第二节 2017-2022年中国手机应用商店行业投资分析	110
一、投资机会分析	110
二、投资风险分析	112
第三节 2017-2022年中国手机应用商店行业投资规划建议	113
一、战略综合规划	113
二、技术开发战略	113
三、业务组合战略	117
四、区域战略规划	120
五、产业战略规划	129
六、营销品牌战略	130
七、竞争战略规划	133 (ZY GXH)

图表目录：

图表 1 2005年—2016年国内生产总值季度累计同比增长率 (%)	13
图表 2 2005年—2016年居民消费价格指数 (上年同月=100)	14
图表 3 1978-2014中国城乡居民恩格尔系数对比表	17
图表 4 2011-2016年个月累计主营业业务收入与利润总额同比增速	19
图表 5 2011-2016年各月累计每百元主营业业务收入中的成本与主营业业务收入利润率	20
图表 6 2016年分经济类型主营业业务收入与利润总额同比增速	21
图表 7 2011-2016年固定资产投资同比增速	22
图表 8 2016年分地区投资相邻两月累计同比增速	23
图表 9 2011-2016年固定资产投资到位资金同比增速	24
图表 10 2016年固定资产投资 (不含农户) 主要数据	24
图表 11 中国人民银行人民币存贷款基准利率历次调整一览表	32
图表 12 2002年—2016年社会消费品零售总额月度同比增长率 (%)	33
图表 13 2002年—2016年出口总额月度同比增长率与进口总额月度同比增长率 (%)	34
图表 14 2010-2016中国移动互联网用户规模	45
图表 15 2010-2016中国移动互联网收入规模	46
图表 16 2010-2016年中国智能手机市场出货量规模分析及预测	47

- 图表 17 中国在线手机应用商店产业链 49
- 图表 18 中国三大运营商在线应用商店对标分析 53
- 图表 19 中国手机应用开发者开发移动应用领域调查情况分析 66
- 图表 20 中国手机应用开发者对开发平台的选择情况 67
- 图表 21 各手机应用商店eCPM分析 69
- 图表 22 中国手机应用开发者选择平台主要考虑的因素分析 69
- 图表 23 中国手机应用开发者开发的移动应用分布调查 70
- 图表 24 中国手机应用开发者提交过应用的移动应用商店分析 72
- 图表 25 中国手机应用开发者选择应用商店主要考虑的因素分析 73
- 图表 26 中国手机应用开发者的移动开发平台调查情况 73
- 图表 27 中国开发者在团队应用开发方面侧重合作的企业类型 74
- 图表 28 中国手机应用开发者移动开发团队的规模情况 74
- 图表 29 中国开发人员从事移动开发的年限情况 75
- 图表 30 2017-2022年手机应用商店规模预测分析 107
- 图表 31 2017-2022年中国手机应用商店盈利预测分析 110
- 图表 32 区域发展战略咨询流程图 126
- 图表 33 区域SWOT战略分析图 127

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/shouji/3384773LPJ.html>