

2016-2022年中国手机浏览器 行业全景调研及战略咨询报告

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

《2016-2022年中国手机浏览器行业全景调研及战略咨询报告》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.abaogao.com/b/hulianwang/L8504364F7.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

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

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4G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，中国手机浏览器用户规模呈加速增长趋势。2014年，中国手机浏览器市场活跃用户规模达到5.63亿户。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。

《2016-2022年中国手机浏览器行业全景调研及战略咨询报告》由智研咨询公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智研数据中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了手机浏览器行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国手机浏览器做了重点企业经营状况分析，并分析了中国手机浏览器行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录：

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 2011-2015年移动互联网行业发展分析(ZY XH)

2.1 2011-2015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 2011-2015年中国移动互联网行业发展概况

2.2.1 中国移动互联网行业发展环境分析

2.2.2 中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 2011-2015年中国移动互联网行业运行分析

2.3.1 2011年中国移动互联网市场运行分析

2.3.2 2012年中国移动互联网市场运行状况

- 2.3.3 2015年中国移动互联网市场发展状况
- 2.4 移动互联网行业发展的的问题及措施建议
 - 2.4.1 中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 中国移动互联网市场亟需完善安全网络环境
 - 2.4.4 推进中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 中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 2011-2015年手机浏览器行业发展分析

- 3.1 2011-2015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 2013年全球手机浏览器市场分析
 - 3.1.3 2014年全球手机浏览器市场分析
 - 3.1.4 2015年全球手机浏览器市场简析
 - 3.1.5 全球手机浏览器将趋于标准化
- 3.2 2011-2015年中国手机浏览器行业发展概述
 - 3.2.1 4G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 中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 2012-2015年中国手机浏览器行业发展分析
 - 3.3.1 2012年中国手机浏览器市场用户规模分析
 - 3.3.2 2013年中国手机浏览器市场用户规模分析
 - 3.3.3 2014年中国手机浏览器市场用户规模分析
 - 3.3.4 2015年中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 中国手机浏览器发展遭遇的难题分析
- 3.4.3 中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 中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 中国应尽快制定手机浏览器行业标准
 - 3.5.4 中国手机浏览器行业的服务策略分析

第四章 2011-2015年中国手机浏览器用户调研分析

- 4.1 中国移动互联网用户调研分析
 - 4.1.1 中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 中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 中国移动互联网用户基础消费行为
- 4.2 中国手机浏览器行业用户行为基本调查分析
 - 4.2.1 中国手机浏览器用户基本属性
 - 4.2.2 中国手机浏览器用户手机上网行为分析
 - 4.2.3 中国手机浏览器用户使用偏好分析
- 4.3 中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 2011-2015年手机浏览器竞争分析

- 5.1 2011-2015年手机浏览器行业竞争综况
 - 5.1.1 手机浏览器的主要竞争者及进入门槛
 - 5.1.2 中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 中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 2012-2015年中国手机浏览器市场厂商竞争分析

- 5.2.1 2012年中国手机浏览器市场竞争格局剖析
- 5.2.2 2013年中国手机浏览器市场竞争格局解析
- 5.2.3 2014年中国手机浏览器市场竞争状况
- 5.2.4 2015年中国手机浏览器市场竞争形势
- 5.2.5 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 4G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 2011-2015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 中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 2016-2022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 中国第三方手机浏览器未来发展趋势

7.3.3 2016-2022年中国手机浏览器市场规模预测分析(ZY XH)

图表目录：（部分）

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 2012-2015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

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/hulianwang/L8504364F7.html>