

# 2016-2022年中国手机app p市场分析与投资前景研究报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

[www.bosidata.com](http://www.bosidata.com)

# 报告报价

《2016-2022年中国手机app市场分析与投资前景研究报告》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.bosidata.com/ruanjian1511/V35043M19W.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2015-11-24

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

# 说明、目录、图表目录

## 报告说明:

博思数据发布的《2016-2022年中国手机app市场分析与投资前景研究报告》共十二章。报告介绍了手机app行业相关概述、中国手机app产业运行环境、分析了中国手机app行业的现状、中国手机app行业竞争格局、对中国手机app行业做了重点企业经营状况分析及中国手机app产业发展前景与投资预测。您若想对手机app产业有个系统的了解或者想投资手机app行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

APP是英文Application的简称，由于iPhone等智能手机的流行，APP指智能手机的第三方应用程序。比较著名的APP商店有Apple的 iTunes商店，Android的Android Market，诺基亚的Ovi store，还有Blackberry用户的BlackBerry App World，以及微软的应用商城。

一开始APP只是作为一种第三方应用的合作形式参与到互联网商业活动中去的，随着互联网越来越开放化，APP作为一种萌生与iphone的盈利模式开始被更多的互联网商业大亨看重，如淘宝开放平台(参考买家应用中心优秀APP:开心赚宝),腾讯的微博开发平台，百度的百度应用平台都是 APP思想的具体表现，一方面可以积聚各种不同类型的网络受众，另一方面借助APP平台获取流量，其中包括大众流量和定向流量。

随着智能手机和iPad等移动终端设备的普及，人们逐渐习惯了使用APP客户端上网的方式，而目前国内各大电商，均拥有了自己的APP客户端，这标志着，APP客户端的商业使用，已经开始初露锋芒。

## 报告目录：

### 第一章 手机app行业相关概述 11

#### 第一节 手机app定义及用途 11

##### 一、app概述 11

##### 二、app用途 11

##### 三、app系统 11

#### 第二节 手机app开发简介 12

##### 一、开发工具 12

##### 二、开发流程 13

##### 三、开发意义 13

## 第二章 2015年手机app行业发展环境分析 15

### 第一节 2015年中国经济发展环境分析 15

- 一、中国gdp增长情况分析 15
- 二、工业经济发展形势分析 16
- 三、社会固定资产投资分析 17
- 四、全社会消费品零售总额 18
- 五、城乡居民收入增长分析 19
- 六、居民消费价格变化分析 20

### 第二节 中国手机app行业政策环境分析 21

- 一、行业监管管理体制 21
- 二、行业相关政策分析 21
  - (一) 关于加强移动智能终端进网管理的通知 21
  - (二) 关于促进信息消费扩大内需的若干意见 22
  - (三) 移动互联网扶持政策 23
  - (四) 移动互联网监管政策 24
- 三、互联网行业“十三五”发展规划 25

### 第三节 中国手机app行业技术环境分析 25

- 一、行业技术发展现状 25
- 二、行业重要技术分析 26

## 第三章 2015年中国手机app市场运行分析 27

### 第一节 手机app行业市场运行现状 27

- 一、行业发展背景 27
- 二、市场发展现状 27
- 三、发展优势因素 28

### 第二节 国内手机app发展规模 29

- 一、用户下载规模 29
- 二、手机app使用率 30

### 第三节 国内手机app管理现状 31

## 第四章 中国手机app行业产业链分析 32

### 第一节 手机app行业产业链概述 32

## 第二节 手机app产业链主要环节分析 33

- 一、手机app开发商 33
- 二、手机app推广渠道 33
- 三、手机app内置广告 35
- 四、手机安全软件市场 35

## 第三节 app主要载体-手机市场分析 36

- 一、手机产量分析 36
- 二、智能手机出货量 36
- 三、智能手机保有量 37
- 四、手机网民规模 37

## 第五章 2013-2015年中国手机app重点细分市场分析 39

### 第一节 移动社交app市场分析 39

- 一、主要社交app发展概况 39
- 二、基于lbs的app社交主要模式 40
- 三、移动社交app用户行为分析 41
  - (一) 移动社交app整体覆盖率 41
  - (二) 移动社交app用户结构 42
    - 1、年龄结构 43
    - 2、收入结构 44
    - 3、学历结构 45
    - 4、用户重合度 46

- (三) 移动社交app的商业化 46

### 第二节 手机游戏app市场分析 48

- 一、手机游戏研发厂商竞争分析 48
  - (一) 企业排名分析 48
  - (二) 市场占有率分析 51
- 二、手机游戏运行厂商竞争分析 52
- 三、手机游戏排名分析 53
- 四、2015年中国手机游戏用户使用行为分析 54
  - (一) 用户偏好游戏类型 54
  - (二) 手机游戏下载方式 55

(三) 微信平台游戏分析 56

五、2015年中国手机游戏付费行为分析 58

(一) 手机游戏付费情况 58

(二) 手机游戏付费方式 59

(三) 手机游戏花费对比 60

第三节 中国企业app市场分析 60

一、企业app市场规模 60

二、企业app行业结构 61

三、企业app用户行为分析 62

(一)企业app用户使用频率 62

(二)企业app用户区域分布 63

(三)企业app手机品牌分布 64

(四)企业app用户渠道来源 64

(五)企业app下载运营商分布 65

(六)企业app下载互联网方式 65

第四节 手机浏览器app市场分析 66

一、手机浏览器app用户规模 66

二、手机浏览器app覆盖规模 67

三、手机浏览器app使用频率 67

四、重点品牌用户渗透率分析 68

五、重点品牌用户使用频率分析 68

第五节 电商类移动app市场分析 69

一、2015年电商类移动app排行榜 69

二、2015年手机购物市场规模分析 71

三、新型代表-淘宝联盟app 73

第六章 中国主要手机app品牌分析 76

第一节 微信/qq 76

一、用户规模分析 76

二、盈利规模分析 76

三、盈利模式分析 76

第二节 淘宝 78

- 一、发展规模分析 78
- 二、用户结构分析 79
- 第三节 支付宝钱包 80
  - 一、发展历程分析 80
  - 二、用户规模分析 80
  - 三、发展动态分析 81
- 第四节 uc浏览器 81
  - 一、发展历程分析 81
  - 二、功能特性分析 82
  - 三、用户规模分析 83
- 第五节 大众点评 84
  - 一、企业发展简介 84
  - 二、用户规模分析 84
- 第六节 美图秀秀 84
  - 一、软件发展优势 84
  - 二、用户规模分析 85
- 第七节 滴滴打车 85
  - 一、发展规模分析 85
  - 二、最新发展动态 85
- 第八节 新浪微博 86
  - 一、发展规模分析 86
  - 二、用户结构分析 86
- 第九节 腾讯新闻 87
  - 一、发展规模分析 87
  - 二、经营亮点分析 87

## 第七章 手机app在互联网应用中的地位分析 89

- 第一节 2015年整体互联网应用状况 89
- 第二节 信息获取类手机app的地位分析 89
- 第三节 商务交易类手机app的地位分析 90
  - 一、网络购物 90
  - 二、团购类别 91

三、网上支付 91

四、旅行预订 92

第四节 交流沟通类手机app的地位分析 93

一、即时通信 93

二、微博客 94

三、社交网站 95

第五节 网络娱乐类手机app的地位分析 95

一、网络游戏 95

二、网络视频 96

第八章 2015年中国手机app产品排行分析 97

第一节 2015年中国app价值榜100强 97

第二节 2015年中国app分类排行榜 100

一、汽车app排行 101

二、交友app排行 101

三、旅游app排行 101

四、房产app排行 102

五、安全类app排行 102

六、摄影app排行 102

七、最具创新力app排行 103

八、婚恋app排行 103

九、\*\*\*app排行 104

十、新型科技app排行 104

十一、新闻资讯app排行 104

十二、体育app排行 105

十三、云盘app排行 105

十四、即时通讯app排行 105

十五、户外app排行 106

十六、招聘app排行 106

十七、母婴app排行 106

十八、财经app排行 107

十九、军事app排行 107

- 二十、女性app排行 108
- 二十一、视频app排行 108
- 二十二、邮箱app排行 108
- 二十三、阅读类app排行 109
- 二十四、手机浏览器app排行 109
- 二十五、应用市场app排行 110
- 二十六、保险app排行 110
- 二十七、导航app排行 110
- 二十八、商务app排行 111
- 二十九、家居app排行 111
- 三十、音乐app排行 111
- 三十一、留学app排行 112
- 三十二、美食app排行 112
- 三十三、健康app排行 112
- 三十四、宠物app排行 113

## 第九章 手机app行业重点企业竞争力分析 114

### 第一节 商侣科技 114

- 一、企业发展基本情况 114
- 二、企业主要产品及服务 114
- 三、企业app成功案例 115
- 四、企业app营销推广 115
- 五、企业竞争优势分析 116

### 第二节 启汇网络 116

- 一、企业发展基本情况 116
- 二、企业主要产品及服务 116
- 三、企业app成功案例 117
- 四、企业竞争优势分析 117

### 第三节 道有道 117

- 一、企业发展基本情况 117
- 二、企业主要产品及服务 118
- 三、企业app服务情况 118

四、企业解决方案分析 118

五、企业竞争优势分析 119

第四节 互联在线 119

一、企业发展基本情况 119

二、企业主要产品及服务 120

三、企业app成功案例 121

四、企业竞争优势分析 121

第五节 东方爱智 122

一、企业发展基本情况 122

二、企业主要产品及服务 122

三、企业app成功案例 123

四、企业竞争优势分析 123

第六节 蓝色互动 124

一、企业发展基本情况 124

二、企业主要产品及服务 124

三、企业app成功案例 125

四、企业竞争优势分析 126

第十章 手机app行业市场运营策略分析 128

第一节 手机app市场运营之营销模式分析 128

一、植入广告模式 128

二、移植模式 128

三、用户参与 128

四、内容营销 129

第二节 手机app市场运营之营销特点分析 129

一、成本低 129

二、持续性、促销售 129

三、信息全面 129

四、品牌建设 130

五、随时服务 130

六、跨时空 130

七、精准营销 130

八、互动性强 130

九、用户粘性 131

第三节 手机app市场运营之营销策略分析 131

一、营销功能策略 131

二、营销体系策略 131

第四节 手机app与传统手机媒体运营方式对比 131

一、传播内容不同 131

二、信息传播方式 132

三、用户行为差异 132

第十一章 博思数据对中国手机app行业发展趋势与前景 133

第一节 2016-2022年中国手机app行业投资前景分析 133

一、手机app发展趋势分析 133

二、手机app市场前景分析 134

三、手机app投资机会分析 134

第二节 2016-2022年中国手机app行业投资风险分析 135

一、产业政策风险 135

二、市场竞争风险 135

三、技术风险分析 136

第三节 2016-2022年中国手机app行业发展规模预测 136

第十二章 手机app企业投融资战略分析 137

第一节 手机app企业发展战略规划背景意义 137

一、企业转型升级的需要 137

二、企业做大做强的需要 137

三、企业可持续发展需要 137

第二节 手机app企业战略规划制定依据 137

一、国家产业政策 137

二、行业发展规律 138

三、企业资源与能力 138

四、可预期的战略定位 138

第三节 手机app企业战略规划策略分析 138

- 一、坚持产品创新的领先战略 138
- 二、坚持品牌建设的引导战略 139
- 三、坚持营利模式多元化战略 139
- 四、坚持企业管理创新的保证战略 139

图表目录：

- 图表 1 2009-2015年中国国内生产总值及增长变化趋势图 16
- 图表 2 2013-2015年国内生产总值构成及增长速度统计 16
- 图表 3 2015年中国规模以上工业增加值及增长速度趋势图 17
- 图表 4 2009-2015年中国全社会固定资产投资增长趋势图 18
- 图表 5 2009-2015年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图 19
- 图表 6 2009-2015年中国城镇居民人均可支配收入及增长趋势图 20
- 图表 7 2009-2015年中国农村居民人均纯收入及增长趋势图 20
- 图表 8 2015年中国居民消费价格月度变化趋势图 21
- 图表 9 2009-2015年中国手机app下载规模统计 30
- 图表 10 2013-2015年中国网民手机app使用率统计 30
- 图表 11 手机app产业链结构图 32
- 图表 12 国内专业手机app重点开发企业概览 33
- 图表 13 手机app应用市场分类 34
- 图表 14 2008-2015年中国手机产量统计 36
- 图表 15 2016-2022年中国智能手机保有量及增长趋势图 37
- 图表 16 2010-2015年中国手机网民规模及其占网民比例统计 38
- 图表 17 2015年中国各类移动社交app应用覆盖率 42
- 图表 18 中国移动社交app用户特征矩阵图 43
- 图表 19 中国移动社交app用户年龄结构 44
- 图表 20 中国移动社交app用户收入结构 45
- 图表 21 中国移动社交app用户学历结构 45
- 图表 22 中国移动社交app用户重合度 46
- 图表 23 中国各社交app网民对商业活动的参与程度 47
- 图表 24 中国社交app商业活动对网民的影响 47
- 图表 25 2015年移动游戏研发企业部分排名情况 48
- 图表 26 2015年主要大型手游企业市场占有率统计 51

图表 27 2015年移动游戏发行商竞争格局分析 53

图表 28 2013-2015年以充值流水计算游戏排名统计 53

图表 29 2013-2015年手机rpg游戏排名统计 54

图表 30 2015年中国手机游戏用户最喜欢的游戏类型对比 55

图表 31 2015年中国手机游戏下载方式对比 56

图表 32 2015年微信游戏频率和时长分析 57

图表 33 2015年用户下载平台的选择因素和微信游戏原因分析 58

图表 34 2015年中国手机游戏用户付费情况对比 59

图表 35 2015年中国手机游戏用户付费方式分析 59

图表 36 2015年中国手机游戏花费对比 60

图表 37 2015年idian平台企业app开发数量统计 61

图表 38 2015年不同行业app开发比例分布 62

图表 39 2015年企业app用户月度使用频率 62

图表 40 2015年企业app用户区域分布 63

图表 41 2015年企业app下载用户手机终端品牌分布 64

图表 42 2015年企业app用户渠道来源分布 65

图表 43 2015年企业app下载用户运营商分布 65

图表 44 2015年企业app下载用户互联网方式分布 66

图表 45 2011-2015年手机浏览器用户规模情况 67

图表 46 2015年中国移动应用类别月度覆盖人数top10 67

图表 47 2015年中国移动应用类别月度总使用次数top10 68

图表 48 2012-2015年中国手机浏览器平均月度覆盖人数占行业覆盖人数比例top5 68

图表 49 2012-2015年中国手机浏览器平均月度总使用次数占比top5 69

图表 50 电商网站app第三方下载平台下载量排行 70

图表 51 电商网站app第三方平台好评率排行榜 71

图表 52 2012-2015年中国移动购物市场交易规模 72

图表 53 2015年中国手机购物市场交易份额 73

图表 54 淘宝app用户手机终端系统分布 79

图表 55 淘宝app用户手机品牌分布 79

图表 56 uc浏览器发展历程 82

图表 57 uc浏览器功能介绍 82

图表 58 uc浏览器产品理念 83

图表 59 新浪微博用户手机终端系统分布 87

图表 60 2013-2015年搜索/手机搜索用户规模及使用率 90

图表 61 2013-2015年网络购物/手机网络购物用户规模及使用率 90

图表 62 2013-2015年团购/手机团购用户规模及使用率 91

图表 63 2013-2015年网上支付/手机网上支付用户规模及使用率 92

图表 64 2013-2015年旅行预订/手机旅行预订用户规模及使用率 93

图表 65 2013-2015年即时通信/手机即时通信用户规模及使用率 94

图表 66 2013-2015年微博客/手机微博客用户规模及使用率 94

图表 67 2013-2015年社交网站/手机社交网站用户规模及使用率 95

图表 68 2013-2015年网络游戏/手机网络游戏用户规模及使用率 96

图表 69 2013-2015年网络视频/手机网络视频用户规模及使用率 96

图表 70 2015年中国app价值榜100强 97

图表 71 2015年中国汽车app前五强 101

图表 72 2015年中国交友app前五强 101

图表 73 2015年中国旅游app前五强 102

图表 74 2015年中国房产app前五强 102

图表 75 2015年中国安全类app前五强 102

图表 76 2015年中国摄影app前五强 103

图表 77 2015年中国最具创新力app前十强 103

图表 78 2015年中国婚恋app前五强 103

图表 79 2015年中国\*\*\*app前五强 104

图表 80 2015年中国新兴科技app前五强 104

图表 81 2015年中国新闻资讯app前十强 104

图表 82 2015年中国体育app前五强 105

图表 83 2015年中国云盘app前五强 105

图表 84 2015年中国即时通讯app前五强 106

图表 85 2015年中国户外app前五强 106

图表 86 2015年中国招聘app前五强 106

图表 87 2015年中\*\*\*婴app前五强 107

图表 88 2015年中国财经app前十强 107

图表 89 2015年中国军事app前五强 107

图表 90 2015年中国女性app前五强 108

图表 91 2015年中国视频app前十强	108
图表 92 2015年中国邮箱app前五强	109
图表 93 2015年中国阅读app前五强	109
图表 94 2015年中国手机浏览器app前十强	109
图表 95 2015年中国应用市场app前五强	110
图表 96 2015年中国保险app前五强	110
图表 97 2015年中国导航app前五强	110
图表 98 2015年中国商务app前五强	111
图表 99 2015年中国家居app前五强	111
图表 100 2015年中国音乐app前五强	111
图表 101 2015年中国留学app前五强	112
图表 102 2015年中国美食app前五强	112
图表 103 2015年中国健康app前五强	112
图表 104 2015年中国宠物app前五强	113
图表 105 广州商侣信息科技有限公司基本情况	114
图表 106 广州商侣信息科技有限公司app主要成功案例情况	115
图表 107 广州启汇营销策划有限公司基本情况	116
图表 108 广州启汇营销策划有限公司服务情况分析	117
图表 109 道有道（北京）科技有限公司基本情况	118
图表 110 道有道（北京）科技有限公司道店宝产品情况	118
图表 111 道有道（北京）科技有限公司获得荣誉情况分析	119
图表 112 深圳市互联在线云计算有限公司基本情况	120
图表 113 深圳市互联在线云计算有限公司app案例情况	121
图表 114 东方爱智（北京）信息技术有限公司基本情况	122
图表 115 东方爱智（北京）信息技术有限公司业务情况	123
图表 116 东方爱智（北京）信息技术有限公司主要app案例情况	123
图表 117 科匠（中国）信息科技有限公司主营服务情况	125
图表 118 科匠（中国）信息科技有限公司主要app案例情况分析	126
图表 119 2016-2022年中国手机app下载规模增长预测趋势图	136

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/ruanjian1511/V35043M19W.html>