

2012-2016年中国手机应用商店行业市场调研与未来发展趋势报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2012-2016年中国手机应用商店行业市场调研与未来发展趋势报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/shoujidianhua/123641123641.html>

报告价格：电子版: 6800元 纸介版：7000元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

手机应用商店是2009年由苹果公司提出的概念。应用商店诞生的初衷，是让智能手机用户在手机上完成更多的工作和娱乐。在2009年底，手机软件商店的概念迅速风靡起来，各大手机厂商开始搭建自己的应用商店，来提升自身手机产品的卖点和吸引力。手机软件商店里的内容涵盖了手机软件，手机游戏，手机图片，手机主题，手机铃声，手机视频等几类。

随着中国手机市场焦点逐渐转向智能手机，手机应用商店成为业界关注的焦点。预计中国手机应用商店2011年、2012年和2013年的用户规模将有望分别达0.6亿、1.82亿、2.75亿。手机应用商店由于能够融合全球移动运营商、终端、软件、内容等多个产业资源，成为各大IT巨头们争夺的焦点。

随着智能终端种类和行业应用增加，未来应用商店应用范围将持续扩大，一方面成为覆盖手机、平板电脑、便携多媒体终端（iPodTouch）、电子阅读器、车载设备等移动终端设备的通用应用下载平台；另一方面，应用商店将反向扩展至传统桌面电脑、上网本等终端设备并提供数字内容及应用购买。随着智能操作系统日益向企业级应用及行业应用延伸，未来交通、医疗、家居、公共设施管理等都将迈入智能化发展，应用程序商店日益向移动应用服务平台方向转变，将成为数字化内容产品和应用程序的主要分销途径。

中国报告网发布的《2012-2016年中国手机应用商店行业市场调研与未来发展趋势报告》共十章详尽描述了中国手机应用商店行业运行的环境，重点研究并预测了其下游行业发展以及对手机应用商店需求变化的长期和短期趋势。针对当前行业发展面临的机遇与威胁，提出了对手机应用商店行业发展的投资及战略建议。本报告以严谨的内容、翔实的数据、直观的图表帮助手机应用商店企业准确把握行业发展动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。主要数据来源于国家统计局、国家信息中心、海关总署、中国通信企业协会等业内权威专业研究机构以及中国产业信息网的实地调研。

第一章 2011年全球手机应用商店市场分析

第一节 全球手机应用商店市场概述

第二节 移动应用商店上线事件回顾

第三节 新型在线手机应用商店的特征分析

一、具有电子商务典型特征

二、平台提供商多元化应用软件服务

三、APP产品通路日渐多样化

四、两条腿走路的支付方式

第二章 2011年中国手机应用商店行业市场发展环境分析

第一节 2011年中国经济环境分析

一、国民经济运行情况

二、消费价格指数

三、全国居民收入情况

四、恩格尔系数

五、工业发展形势

六、固定资产投资情况

七、中国汇率调整

八、对外贸易&进出口

第二节 2011年中国手机应用商店行业政策环境分析

一、软件产业政策分析

二、相关标准分析

第三节 2011年中国手机应用商店行业社会环境分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、中国城镇化率

六、居民的各种消费观念和习惯

第四节 2011年中国手机应用商店行业技术环境分析

第三章 2011年中国手机应用商店市场动态分析

第一节 中国在线应用商店市场的发展状况

第二节 中国在线手机应用商店市场发展四大动因

一、中国移动互联网用户规模环境

二、中国移动互联网产业规模环境

三、中国手机市场出货规模环境

四、中国手机网民对于应用软件的需求

第三节 中国在线手机应用商店产业链分析

第四节 中国移动应用商店运营方分类

一、终端设备制造商型

二、移动运营商型

第四章 2011年中国典型在线应用商店发展模式分析

第一节 终端厂商-APPLEAPPSTORE

第二节 电信运营商-中国移动MOBILEMARKET

第三节 电信运营商-中国电信天翼空间ESTORE

第四节 应用服务提供商-GOOGLEANDROIDMARKET

第五章 2011年中国手机应用商店行业运行形势综述

第一节2011年中国手机应用商店行业发展概述

- 一、手机程序应用商店注册用户破亿
- 二、手机应用商店越演越烈
- 三、手机应用商店高速发展天翼空间注册用户超千万

第二节2011年中国手机应用商店行业发展动态分析

- 一、诺基亚将手机应用商店ovi将更名为“诺基亚”
- 二、黑莓智能手机应用程序商店app world登陆中国
- 三、Android手机应用商店步入2.0时代

第三节2011年中国手机应用商店行业发展存在问题分析

第六章2011年中国手机应用开发者原生态调查分析

第一节 中国移动开发者状况概述与处境

- 一、中国移动开发者状况概述
- 二、中国移动开发者生存状况
- 三、中国手机应用商店的纠结

第二节2011年中国移动开发者状况调查分析

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

第七章 2011年中国十二大重点手机软件商店市场分析

第一节 机客手机应用商店（JIKER STORE）

第二节 苹果软件应用商店（APP STORE）

第三节 诺基亚软件应用商店 (OVI STORE)

第四节 微软软件应用商店WINDOWS MARKETPLACE

第五节 谷歌软件应用商店ANDROID MARKET

第六节 LG软件应用商店 (LG APPLICATION STORE)

第七节 黑莓软件应用商店 (BB APP WORLD)

第八节 中国移动软件应用商店 (MOBILE MARKET)

第九节 中国联通软件应用商店 (玩家营)

第十节 中国电信软件应用商店 (天翼空间)

第十一节 历趣手机应用商店 (LIQU)

第十二节 酷派软件应用商店 (COOL MART)

第八章 2011年中国手机游戏产业运行形势分析

第一节 2011年中国手机游戏产业发展分析

一、中国手机游戏业务日渐崛起

二、中国手机游戏用户情况分析

三、中国手机游戏业务收费模式分析

第二节 2011年中国手机游戏市场概况

一、国内手机游戏市场的发展模式

二、手机游戏培训市场异军突起

三、我国手机游戏业务投放渠道浅析

四、影响未来手机游戏市场规模的因素

第三节 2011年中国手机游戏市场发展现状分析

一、中国手机游戏市场驱动因素

二、手机游戏市场现版权纠纷

三、中国手机游戏市场规模分析

第四节 2011年中国手机游戏市场的瓶颈及发展对策

一、国内手机游戏市场品质成发展瓶颈

二、手机游戏市场的监管引导不能缺位

三、国内手机游戏市场如何做

第九章 2011年中国手机视频行业市场运行态势剖析

第一节 2011年世界手机视频行业市场发展格局

一、世界手机视频市场亮点分析

二、世界手机视频用户规模

三、世界手机视频市场发展动态分析

第二节 2011年中国手机视频行业动态聚焦

一、中国最大手机视频基地在上海开建，总投资达五亿元

二、中移动推手机视频整合营销活动

第三节 2011年中国手机视频市场现状综述

一、中国手机视频业务市场规模

二、中国手机视频市场启动

第十章 2012-2016年中国手机应用商店行业发展趋势预测分析

第一节 2012-2016年中国手机应用商店行业趋势分析

一、手机应用商店技术方向分析

二、手机应用商店规模预测分析

三、手机应用商店竞争格局预测分析

四、手机应用商店盈利预测分析

第二节 2012-2016年中国手机应用商店行业投资分析

一、投资机会分析

二、投资风险分析

第三节 2012-2016年中国手机应用商店行业投资规划建议

图表目录

图表 1 上半年全球主要应用商店应用数量走势

图表2 2005-2011年上半年中国GDP总量及增长趋势图

图表3 2009.04-2011.06年中国月度CPI、PPI指数走势图

图表4 2005-2011年上半年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表5 2005-2011年上半年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表6 1978-2009中国城乡居民恩格尔系数对比表

图表7 1978-2009中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表8 2009-2011年一季度我国工业增加值分季度增速

图表9 2005-2011年上半年我国全社会固定资产投资额走势图

图表10 2011年美元兑人民币汇率中间价

图表11 2005-2011年上半年我国货物进出口总额走势图

图表12 2005-2011年上半年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表13 1978-2009年我国人口出生率、死亡率及自然增长率走势图

图表14 1978-2009年我国总人口数量增长趋势图

图表15 2009年人口数量及其构成

图表16 2005-2010年我国普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数走势图

图表17 2001-2010年我国广播和电视节目综合人口覆盖率走势图

图表18 1978-2009年中国城镇化率走势图

图表19 2005-2010年我国研究与试验发展（R&D）经费支出走势图

图表20 2003-2012年中国移动互联网用户规模变化情况

图表21 2003-2012年中国移动互联网收入规模变化情况

图表 22 2008Q1-2010Q2中国手机销售规模情况

图表 23 手机网民在手机安装软件比例

图表 24 智能手机网民在手机上安装软件比例

图表 25 2008Q3-2009Q2苹果AppStore应用数量季度变化情况

图表 26 中国三大运营商在线应用商店对标分析

图表 27 中国开发者开发移动应用领域调查情况分析

图表 28 中国手机应用开发者对开发平台的选择调查

图表 29 中国手机应用开发者认为最赚钱的平台

图表 30 中国手机应用开发者选择平台主要考虑的因素调查

图表 31 中国手机应用开发者开发的移动应用个数情况调查

图表 32 中国手机应用开发者认为开发流程挑战最大的环节

图表 33 中国手机应用开发者发放移动应用的渠道调查

图表 34 中国手机应用开发者开发移动应用的主要盈利模式调查

图表 35 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调查

图表 36 中国手机应用开发者开发的移动应用产品年收入状况调查

图表 37 中国移动应用市场推广和分发方面所面临的主要挑战调查

图表 38 中国手机应用开发者提交过应用的移动应用商店选择调查

图表 39 中国手机应用开发者选择应用商店主要考虑的因素调查

图表 40 中国手机应用开发者的移动开发环境调查情况调查

图表 41 中国开发者在团队应用开发方面侧重合作的企业类型调查

图表 42 中国手机应用开发者移动开发团队的规模情况调查

图表 43 中国开发人员从事移动开发的年限情况调查

图表 44 不同类型游戏投放渠道比例

图表45 2008-2014年全球付费手机视频用户规模状况与预测

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shoujidianhua/123641123641.html>