

中国移动互联网行业年度监测 报告简版

iResearch China Mobile Internet Research Report
2010-2011 年

目 录

I. 研究背景	3
II. 概念定义	4
III. 研究方法	6
IV. 报告摘要	8
V. 报告正文	9
1. 2010 年中国移动互联网行业热点总结分析	9
2. 2010 年中国移动互联网市场规模统计	10
2.1. 2010 年中国移动互联网市场规模统计	10
2.2. 2010 年中国移动互联网市场格局	12
3. 中国移动互联网生态系统分析	13
3.1. 中国移动互联网生态系统演化分析	13
3.2. 中国移动互联网行业的发展特点	15
3.2.1. 手机上网用户的特点	15
附录一：正式版报告目录	18
附录二：正式版报告图表目录	19
法律声明	20

图 目 录

图 2-1 2008-2014 年中国移动互联网市场规模.....	11
图 2-2 2010 年中国移动互联网主要细分行业构成	12
图 3-2 2009-2010 年中国手机网民日均上网时长	15
图 3-3 2009-2010 年中国手机上网用户上网主要行为 (TOP10)	16
图 3-4 2008-2010 年中国手机上网用户教育情况	17

I. 研究背景

2010 年，中国移动互联网行业进入了更加快速发展的一年，我们观察到，移动互联网时代已经到来了，无论是用户规模还是手机应用下载次数都有了快速的增长。2010 年中国移动互联网用户规模达到 3.03 亿人，中国 3G 用户规模达到 4705 万人，中国智能手机出货量达到 3019 万台，中国手机应用商店用户达到 1400 万，且手机应用下载量达到 8.63 亿次。由此可以看出，从 2010 年开始，中国开始进入移动互联网的大时代。

在移动互联网发展的大的趋势下，移动互联网企业已经开始进行区别于传统互联网的运营模式探索，产业链和产业格局均正在发生着深刻的变化，这些变化对于移动互联网的发展意味深远。我们有理由相信，中国移动互联网产业正在发生着令人激动的变化，而这些变化最终将推动移动互联网产业健康、快速发展。与此同时，移动互联网发展的大势所趋下，各移动细分行业同样有了非常快速的发展，尤其是手机购物、手机广告、手机游戏等细分行业的增长非常快速。

基于上述问题，艾瑞咨询发布《2010-2011 年中国移动互联网行业年度监测报告》，对中国移动互联网产业进行了细致分析，意在向读者全面展示这一产业的发展逻辑和内在规律，对几个具有代表性的移动互联网细分行业进行了分析，希望能够为产业界各方提供决策参考。

II. 概念定义

3G: 第三代移动通信技术。3G 移动通信网络由卫星移动通信网络和地面移动通信网络组成,是一个对全球无缝覆盖的立体通信网络,满足城市和偏远地区各种用户密度的通信,是支持语音、数据和多媒体业务的移动通信网络。

移动网络: 是指电信运营商的移动通信网络,包括 GSM/CDMA(2G)、GPRS/EDGE/CDMA One(2.5G)、WCDMA/CDMA2000/TD-SCDMA(3G)。Wapi、Wifi 和 Wimax 不包括在内。

移动互联网: 从技术层面定义是,指以宽带 IP 为技术核心,可同时提供语音、数据、多媒体等业务服务的开放式基础电信网络。从终端层面定义,在广义上是指用户使用手机、上网本、笔记本等移动终端,通过移动网络获取移动通信网络服务和互联网服务;在狭义上是指用户使用手机终端,通过移动网络浏览互联网站和手机网站,获取多媒体、定制信息等其他数据服务和信息服务。

手机网站: 是指基于 WAP 等协议和技术,专门适配于手机终端的移动互联网网站。

移动互联网用户: 过去半年内通过手机等终端访问过移动互联网 1 次及以上的用户。

移动互联网用户规模: 移动互联网用户的总量。

移动互联网企业: 是指提供移动互联网服务的企业,例如电信运营商、互联网企业等。

移动互联网服务: 通过移动网络提供的数据服务、信息服务和广告服务。数据服务包括点对点短信和彩信等通信服务和互联网接入服务;信息服务包括信息内容服务、商务服务和娱乐服务;广告服务包括文字、图形、分类等手机广告服务。

移动互联网市场规模: 移动互联网企业业务营收总和,包括用户定制信息费和手机广告服务费,不包括用户使用移动互联网服务产生的数据流量费以及点对点短信和彩信的费用等。

手机游戏: 指用户使用手机终端,通过移动网络进行专门适配手机的单机游戏和网络游戏。

手机搜索: 手机搜索是指用户使用手机终端和移动网络,借助短信、WAP 等方式进行信息、图片和视频等内容搜索服务。

手机即时通讯: 指用户通过手机终端和移动网络,使用即时通讯服务。如手机 QQ 和手机飞信服务等。

手机电子邮件: 用户通过手机终端和移动网络,进行电子邮件的收发及其他相关服务等。

手机购物: 即移动电子商务,指以手机为终端,通过移动通信网络连接互联网所进行的电子商务活动。

手机视频：以手机为终端，通过访问移动互联网获取视频内容，并在线或下载进行播放观看的服务。

手机应用商店：手机应用商店是指手机应用软件的平台服务，提供免费或付费手机应用程序的浏览和下载服务，同时为应用程序开发者提供开发工具及产品发布渠道，所有发布应用均获得出版机构或出版个人的内容许可，用户可以通过特定的支付方式购买相关应用。

手机广告：是指通过移动互联网和手机终端，以文本广告（短信，彩信）、语音广告、网页广告、客户端等媒体形式发布的产品或服务的促销信息。本报告的研究范围包含手机网页广告和手机客户端广告两个部分。

手机浏览器：运行在手机终端的浏览器，能够帮助手机用户获取网络信息服务的客户端软件，分为自带手机浏览器和第三方手机浏览器两种。

手机社区：是指包括论坛、贴吧、公告栏、交友、个人空间、无线增值服务等形式在内的移动互联网交流空间。

III. 研究方法

报告数据的收集和分析主要采用移动互联网网站在线问卷调查方法,结合对相关电信运营商和渠道商进行深入访谈和研究而获得。

(一) 艾瑞网络调研(网络用户)说明

调研方法

依据统计学理论和国际惯例,本次调查主要采用了手机网站联机调查方法进行,在 13 家主流手机网站及客户端投放调查问卷,于 2011 年 1-2 月期间通过这些手机网站投放图形广告和文字链广告,由用户主动参与填写问卷的方式来获取信息。经处理排除无效问卷,并根据网民的性别和年龄进行配比加权,本次调研最终得到有效问卷 21488 份

(二) 艾瑞网络调研(行业研究)方法说明

1、行业研究部分艾瑞主要采用行业深度访谈和桌面研究的方法:

- 通过对行业专家、厂商、渠道进行深入访谈,对相关行业主要情况进行了解,并获得相应销售和市场等方面数据。
- 桌面研究,对部分公开信息进行比较,参考用户调研数据,最终获得行业规模的数据。
- 艾瑞获得一些公开信息的渠道:
 - ✓ 政府数据与信息
 - ✓ 相关的经济数据
 - ✓ 行业公开信息
 - ✓ 企业年报、季报
 - ✓ 行业资深专家公开发表的观点

2、市场发展预估研究部分主要采用桌面研究、行业访谈以及数据的模型化推算的方法:

- 通过桌面研究及访谈获取市场运行相关数据。
- 对基础数据进行合理化推算,并依据评估模型和行业经验曲线对数据进行回归和预测。
- 在上述数据流程进行的同时,艾瑞咨询会对影响未来市场发展的关键因素进行评估,并根据评估情况对预测数值进行调整与修正,最终获取市场预测数值。
- 对于行业的预估数据可能会采取保守、正常和乐观三种评估方式,其中:

a. 保守估计考虑了市场可能面临的技术和用户发展瓶颈，并根据对相关决定性因素的评估，在一定范围内对市场发展状况按最低可能水平的预期进行估计；

b. 正常估计是指，在假定整个市场发展重要决定因素（如外围经济、相关政策、行业基本面状况等）在评估期内不会发生实质性变化，市场发展以当前状态平稳运行的前提下，对市场发展水平进行的预估；

c. 乐观估计情况下，市场发展的阻力将被弱化或最小化考虑，并假设一些未确认或隐含的利好因素将会对市场发展产生积极影响的市场发展水平的预估。

3、数据的代表性与限制性：

参加艾瑞手机用户行为调研的10家主流手机网站并不能代表中国所有手机网站，即基于上述主流网站的调研结果不能完全代表中国手机浏览器用户的整体情况。鉴于对移动互联网发展的跟踪和研究，艾瑞咨询认为本次调研结果涉及的数据和分析，对解读移动互联网市场和把握手机浏览器用户行为特征具有参考价值，建议各界人士选择使用。

IV. 报告摘要

● 2010 年中国移动互联网市场规模统计

2010 年中国移动互联网市场规模达 199 亿元，同比增长 16.4%。预计随着细分行业的发力及新型服务的创新，2011 年移动互联网市场将迎来强劲增长。艾瑞分析认为，受益于移动互联网终端、网络方面的快速发展，电信运营商试水移动互联网以及三网融合政策的逐步推进，中国移动互联网在今后的两年内将迎来快速增长，用户规模加速提升，基于各类智能手机终端的应用和业务也将极大丰富，手机游戏、手机支付、手机电子商务等新型细分领域将得到快速发展。

● 2010 年中国移动互联网细分市场格局

艾瑞咨询研究发现，2010 年中国移动互联网细分行业构成中，移动增值服务份额最高，占比为 56.5%。手机游戏和手机电子商务居于其次，分别占比 12.9% 和 10.2%。由于自 2009 年底以来的计费通道治理，移动增值市场份额降低。手机游戏受基于智能手机平台的游戏市场带动，份额居于其次。

● 2010 年中国移动互联网用户规模为 3.03 亿人

艾瑞咨询研究发现，2010 年中国移动互联网用户规模达 3.03 亿人，同比增长 30.0%。移动互联网用户规模继续保持快速增长的原因在于，电信运营商切实推进 3G 网络建设和推广，调整手机上网资费，引入明星终端，极大刺激市场需求和用户购买及消费意愿；另一方面，手机应用商店模式成功整合大量个人开发者和团队，使得基于不同操作系统平台的手机应用数量大幅提升，极大丰富了用户个性化需求，提升用户黏性和体验度。

● 产业链正以“运营商”为中心向以“应用平台”为中心演化

2010 年，在网络带宽、智能终端、移动互联网应用、用户使用习惯培育、三网融合及云计算技术的多因素推动下，中国移动互联网行业出现了多重变局。其中在产业链层面，以电信运营商为中心的产业链模式正逐渐被以业务应用为中心的产业链模式蚕食。在 2010 年中国移动互联网产业链中，虽然运营商仍处于核心地位，但基于多方因素，产业链生态系统日益交错，并正向业务应用层面发生转变。

● 中国移动互联网行业发展特点

中国移动互联网手机上网用户的上网时长方面，日均上网时长有所下降，网民手机上网更加理性化；用户手机上网行为也更加的多元化。另外，从行业层面来看，移动互联网进入到“应用为王”的阶段，围绕应用商店生态圈成重点。

更多精彩数据及观点详见报告正文。

V. 报告正文

1. 2010 年中国移动互联网行业热点总结分析

2010 年是中国正式进入移动互联网时代的一年，移动终端数量、3G 用户规模、移动互联网用户规模以及手机应用商店下载规模都有了快速的增长，移动互联网应用条件得到了很好的改善。艾瑞观察到，其主要表现在如下几个方面：

第一，移动终端数量及丰富程度都在快速提升

艾瑞观察到，2010 年中国移动终端的数量以及丰富程度都在大幅度提升。首先，从手机终端数量上来看，根据国家工信部公布的数据显示，2010 年中国手机产量达到 10 亿台，同比增长 35%，手机产量快速增长。另外，根据艾瑞咨询整理的 iSuppli 的统计数据显示，2010 年中国智能手机出货量达到 3019 万台，相比 2009 年的 2119 万台，同比增长了 42.5%。

除此之外，2010 年以 ipad 为代表的平板电脑、以及电子阅读器等移动终端都得到了快速的发展，移动终端的种类及丰富程度得到了很高的提升。由于 iPad 的生产带动了平板电脑的风潮，许多 PC 厂商与手机厂商在 2010 年下半年加速了平板电脑的开发与上市计划，带动了移动终端的进一步发展。

第二，3G 用户初具规模，品牌效应凸显

根据三大运营商财报公布的财务数据显示，2010 年中国三大运营商的 3G 用户规模共计 4705 万户，比去年增长了 3683 万户。从具体各大运营商的用户规模来看，截至 2010 年年底，三大运营商的 3G 用户规模都比去年有了很大程度的提高，但是从目前发展来看，3G 用户在移动通信用户中的占比仅为 5%，未来还有很大的发展空间。

2009 年是中国步入 3G 发展的元年，经过一年多的建设，中国第三代通信网络已经为移动互联网的发展提供了良好的基础通信条件。艾瑞认为，三大运营商通过一年的品牌推广和营销，使 3G 品牌获得了更为广泛的认知，3G 品牌对用户数的拉动起到了积极的作用，未来 3G 用户的规模还将继续持续不断地增长。

第三，移动互联网网民不断增加

根据 CNNIC 发布的数据显示，2010 年底中国移动互联网网民的用户规模达到 3.03 亿人，较 2009 年底增加了 6930 万人，同比增长 60.0%。除此之外，手机网民在总体网民中的比例进一步提高，从 2009 年末的 60.8% 提升至 66.2%。2010 年，手机网民较传统互联网网民增幅更大，成为拉动中国总体网民规模攀升的主要动力，移动互联网展现出了巨大的发展潜力。

综合以上分析，艾瑞认为，受益于移动互联网终端、网络方面的快速发展，电信运营商试水移动互联网以及三网融合政策的逐步推进。从 2010 年开始，中国正式进入了移动互联网时代。

2. 2010 年中国移动互联网市场规模统计

2.1. 2010 年中国移动互联网市场规模统计

根据艾瑞咨询统计数据显示，2010 年中国移动互联网市场规模达到 199 亿元，同比增长 16.4%，增幅有所放缓。艾瑞分析认为，主要是因为 2010 年电信运营商强化 SP 计费通道治理力度，移动增值服务市场整体低迷，随着年底治理逐渐收尾，移动增值市场开始复苏。由于目前移动增值业务仍然是移动互联网市场规模的主要收入来源，因此，2010 年移动增值市场的低迷导致了移动互联网市场规模增长放缓。

此外，受手机电子商务和手机游戏等细分行业在本年度良好的市场表现，以及基于手机应用商店为核心的产业链生态的初步形成，中国移动互联网市场规模仍然是稳步提升。

艾瑞分析认为，受益于移动互联网终端、网络方面的快速发展，电信运营商试水移动互联网以及三网融合政策的逐步推进，中国移动互联网在今后的两年内将迎来快速增长，预计随着细分行业的发力及新型服务的创新，用户规模的加速提升，以及基于各类智能手机终端的应用和业务也将极大丰富，2011 年移动互联网市场将迎来强劲增长，根据艾瑞咨询的乐观估计，预计 2011 年中国移动互联网市场将达到 400 亿元的水平，2014 年将突破 3000 亿元。

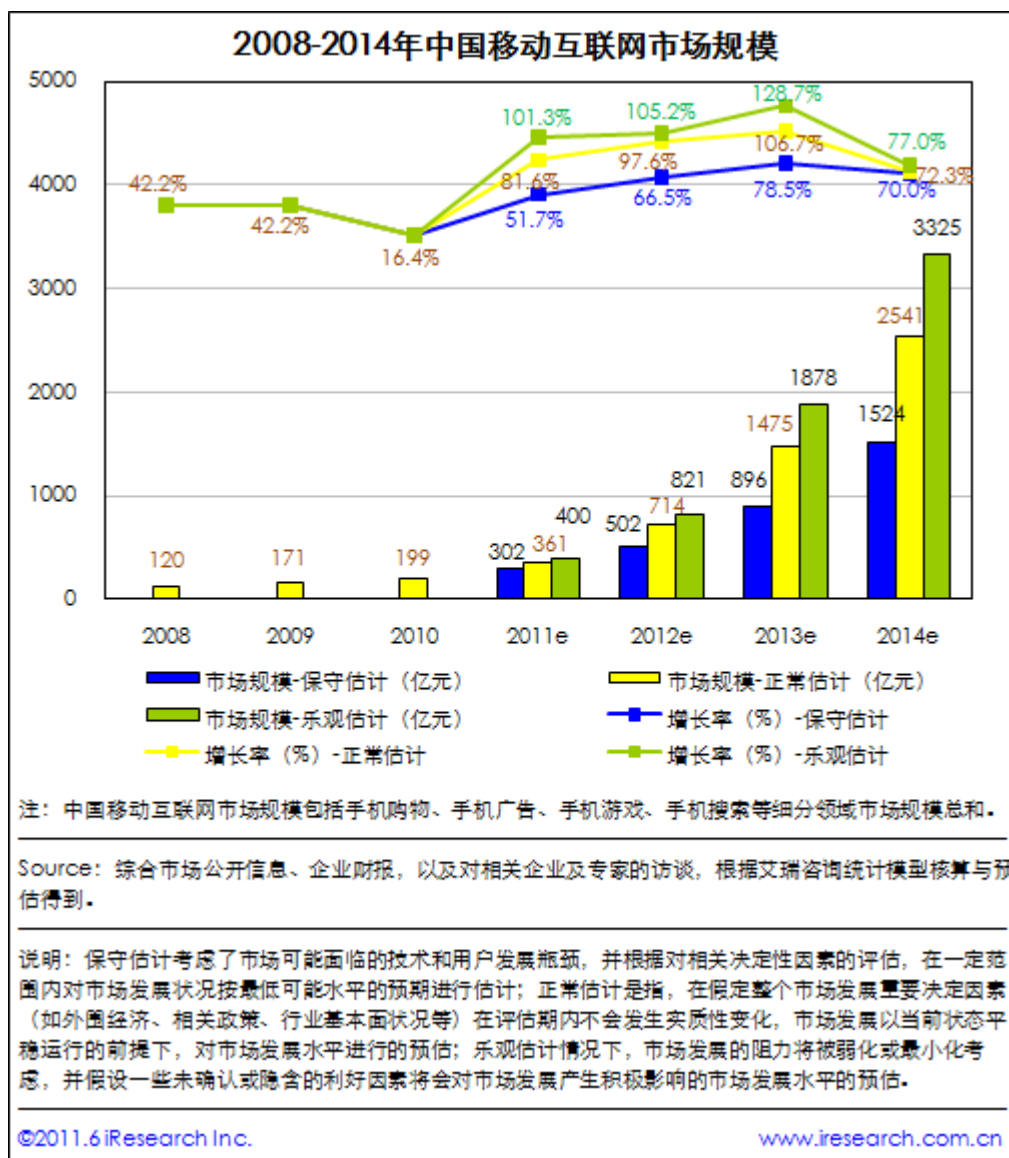


图 2-1 2008-2014 年中国移动互联网市场规模

2.2. 2010 年中国移动互联网市场格局

艾瑞咨询研究发现，2010 年中国移动互联网细分行业构成中，移动增值服务份额最高，占比为 56.5%。手机游戏和手机电子商务居于其次，分别占比 12.9%和 10.2%。艾瑞认为，由于自 2009 年底以来的计费通道治理，移动增值市场处于低迷状态，除此之外，由于移动互联网其他细分行业的快速发展，导致移动增值市场份额逐渐降低。

2010 年，手机游戏所占市场份额为 12.9%，份额居于其次。艾瑞认为，受基于智能手机平台的游戏市场的带动，中国手机游戏得以快速发展。目前，中国手机游戏仍然呈现出如下几个发展特点，第一，单机游戏营收规模将继续保持增长态势，手机单机游戏包月服务快速发展是其主要促进原因；第二，受限于基础市场环境和游戏周期影响，手机网络游戏增长缓慢；第三，除了 Java 游戏以外，越来越多的手机游戏开发者转向基于 Android 平台的手机游戏开发，Android 手机游戏市场发展前景广阔；第四，手机游戏开发者积极探索 Android 手机游戏内置广告模式。

手机电子商务在各细分行业中增幅最大，艾瑞预计 2011 年其份额占比将上升为第二位。这主要受益于两方面原因：一是手机支付在本年度开始落地并获得大力推广；二是淘宝等电子商务平台积极投入手机版网页及客户端产品布局，极大提升了用户移动交易量及活跃度。例如手机淘宝于 2010 年底举办“疯抢”等让利营销活动，用户交易峰值过万，超过 eBay 于 12 月移动销售每小时 9500 宗的交易峰值，凸显中国移动电子商务的发展前景和热度。

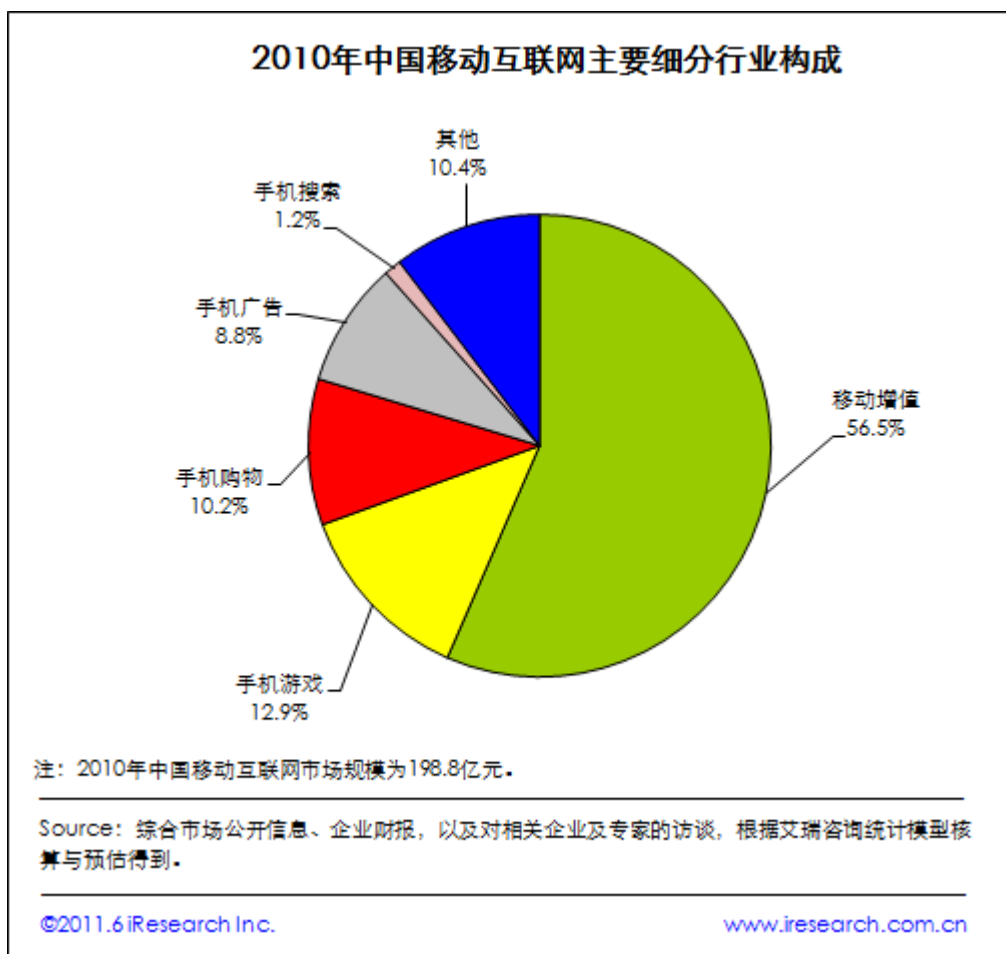


图 2-2 2010 年中国移动互联网主要细分行业构成

3. 中国移动互联网生态系统分析

3.1. 中国移动互联网生态系统演化分析

艾瑞研究发现，中国移动互联网行业产业链的参与主体众多，在此部分，艾瑞将对产业链各参与主体以及所承担的职责进行分析。

运营商：运营商在移动互联网产业链中处于主导地位。电信重组之后，中国移动、中国电信和中国联通成为三家全业务运营商。除了语言服务和传统移动增值服务以外，移动互联网将是运营商战略发展的重心。

终端厂商：面向终端用户提供各种移动终端，包括智能手机（Smartphone）、移动互联网设备（MID）、超便携电脑（UMPC）、上网本（Netbook）和笔记本（Laptop）等。终端厂商根据运营商的定制方案，提供定制终端。为了适应新的市场竞争环境和实现可持续发展，诺基亚等终端厂商实施战略转型：企业定位于互联网企业，面向终端用户提供互联网应用服务。

网络设备提供商：目前，网络设备提供商已经不满足于提供单一的网络设备，逐步转向提供搭建网络平台架构、设计计费平台等系统集成解决方案服务。诺基亚西门子、爱立信、华为、中兴等全球领先企业，都是承建 3G 网络的网络设备提供商。

信息服务提供商：面向用户提供手机搜索、手机即时通讯、手机社区、手机游戏和位置服务等信息服务。此外，通过移动互联网门户集成资讯、娱乐、查询数据库等内容服务，提供适配移动终端浏览和使用的信息服务。腾讯、百度、新浪等互联网企业实现了互联网服务向移动互联网延伸的无缝扩展。

内容服务提供商：提供影视、游戏和音乐等数字内容产品。通常，内容服务提供商将数字内容产品接入到运营商搭建的信息服务平台上，面向用户收取内容服务费用。未来内容服务提供商在移动互联网产业链中的地位将逐步提升。

芯片提供商：处于产业链的上游，面向网络设备厂商和终端厂商提供芯片。在手机终端领域，除了高通、德州仪器和飞思卡尔等国际领先企业以外，联发科、展讯等手机系统集成企业发展迅速，龙旗、德信和希姆通等 Design House 也获得了较大的成长空间。在便携终端领域，英特尔提出基于 ATOM 芯片移动终端的产品理念，联合产业链合作伙伴进行 MID 产品的研发和推广。

软件提供商：基于 Symbian、Android、Linux 和 iPhone OS 等不同手机操作系统，开发能够适配于不同终端产品的应用软件，为用户提供商务办公、信息安全、多媒体、商务交易等多种应用服务，扩展硬件功能和满足用户需求。

支撑服务提供商：主要是为运营商提供支撑服务的外围企业，包括版权管理、广告代理和平台运营和测试等专业服务。

2010 年，在网络带宽、智能终端、移动互联网应用、用户使用习惯培育、三网融合及云计算技术的多因素推动下，中国移动互联网行业出现了多重变局。其中在产业链层面，以电信“运营商为中心”的产业链模式正逐渐被以“业务应用为中心”的产业链模式所蚕食。

在 2010 年中国移动互联网的产业链中，虽然运营商仍处于核心地位，但是在多方因素的影响下，产业链生态系统日益交错，并正向业务应用层面发生转变。

3.2. 中国移动互联网行业的发展特点

3.2.1. 手机上网用户的特点

艾瑞研究发现,2010 年中国手机上网用户呈现出如下几个发展特点,从上网时长上来看,日均上网时长有所下降,且手机上网更加理性化;从上网行为上来看,手机上网行为也日益多元化;除此之外,手机上网用户的属性也有些相应的变化。在接下来的部分,艾瑞将对每一部分进行详细的分析。

第一, 上网时长: 日均上网时长有所下降, 网民手机上网更加理性化

根据艾瑞咨询调研数据可以看出,日均上网时长在 2 小时以上的用户占比较 2009 年均有所下降。而日均上网时长在 1 小时以下的用户占比达 24.1%,与 2009 年相比,提高了 4.4 个百分点。

中国手机上网用户使用移动互联网的日均时间总体有所下滑,艾瑞咨询分析认为,主要受以下两个原因影响:一是用户结构迅速变化,新增手机上网用户冲淡了整体手机网民对移动互联网的黏性;二是平板电脑、MID 等替代型移动终端快速发展,其相对完善的上网和娱乐功能在部分场景下取代了手机终端的功能。

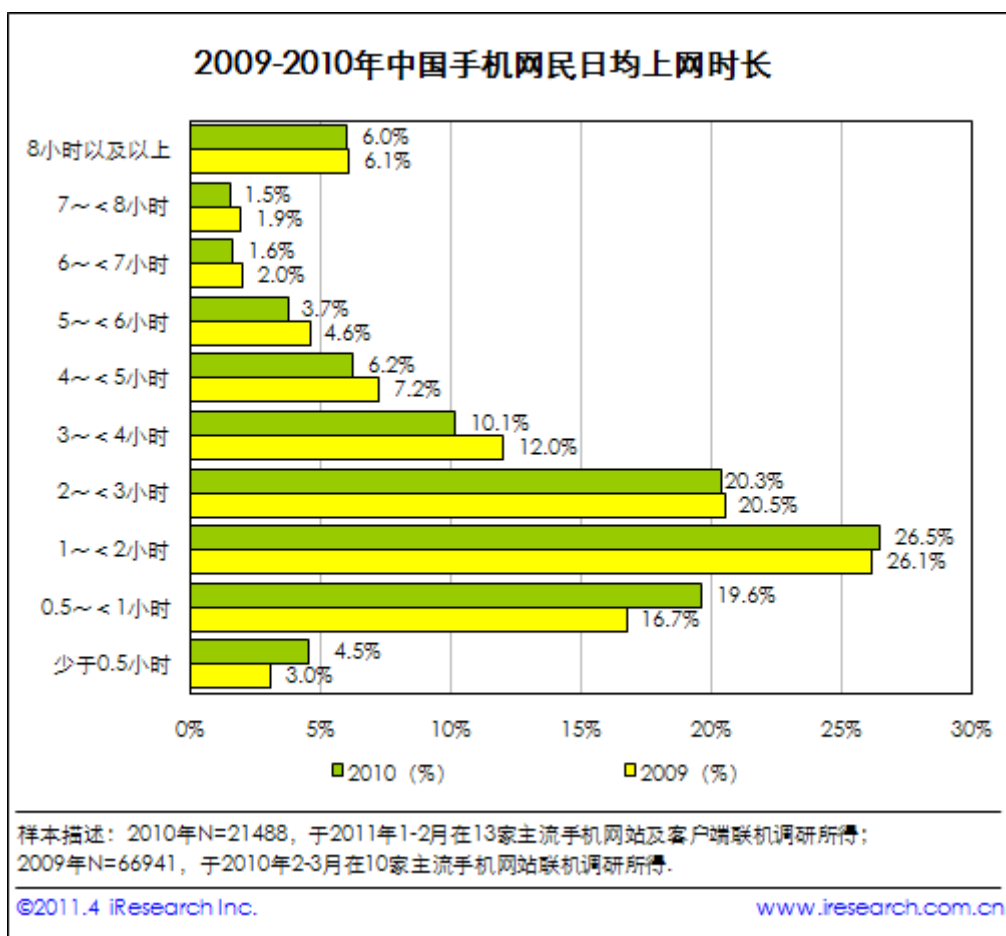


图 3-1 2009-2010 年中国手机网民日均上网时长

第二，上网行为：用户手机上网行为多元化

无论是 PC 还是在移动终端上，用户上网行为都日趋多元化。就手机而言，这种变化的周期更为迅速。根据艾瑞咨询的手机网民大调研结果显示，2010 年，用户手机上网仍集中于浏览新闻资讯（65.1%）、即时通讯服务（57.4%）和使用搜索引擎（49.7%）三类行为，但与 2009 年的数据相比，主流服务占比呈现不同程度下降。

在今年新增的下载手机应用软件、下载数字内容产品、微博、地图导航等选项上，用户选择集中度凸显。其中下载应用软件占比达 40.7%，居于第四位。手机也逐渐成为微博客的重要入口，用户占比达 28.3%。传统网络服务逐渐加大向移动互联网的延伸力度，此外，新型应用不断涌现，进一步分流用户上网行为总体集中度，凸显了用户选择多样化趋势。未来移动互联网将进一步融入用户生活。这也对开发商的应用开发、运营及营销推广形成了新的挑战 and 机会。

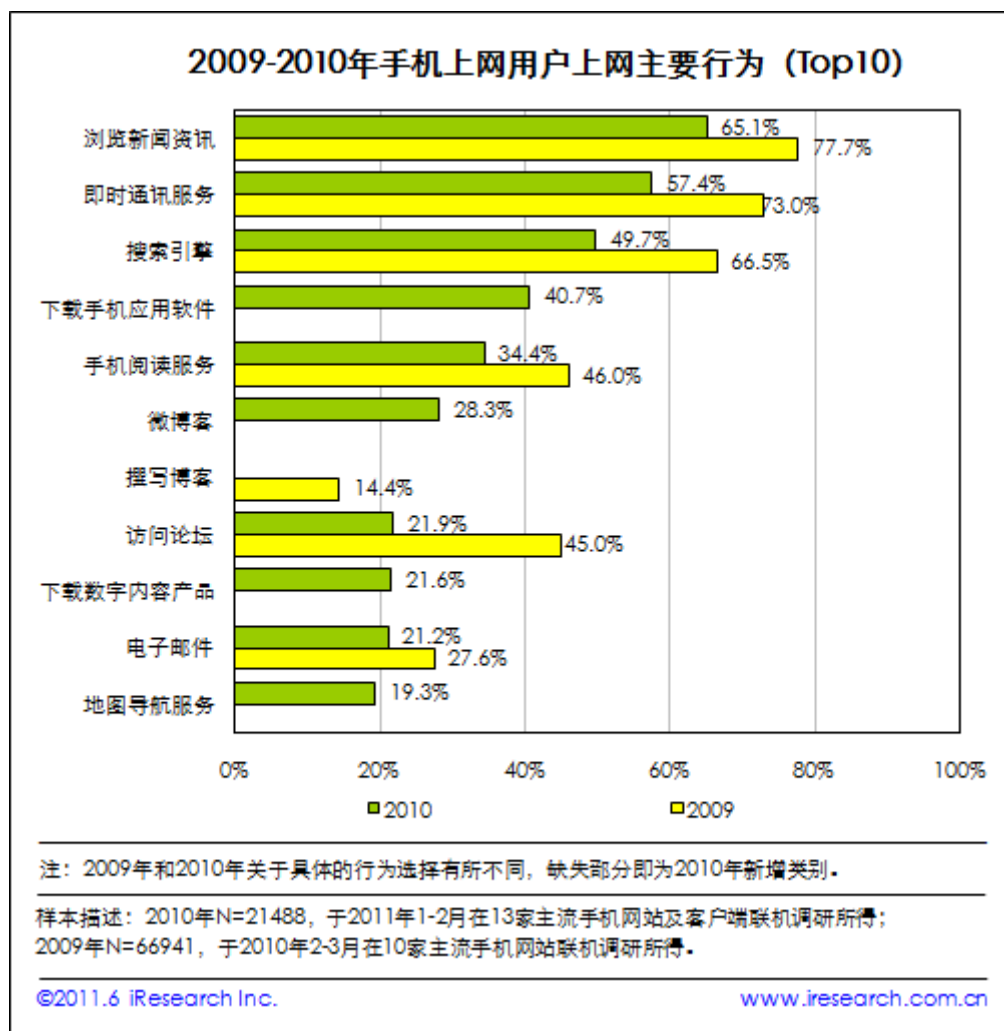


图 3-2 2009-2010 年中国手机上网用户上网主要行为 (TOP10)

第三，关注由学历结构变化带来的用户行为变化

根据艾瑞咨询 2010 年对中国手机上网用户的调研，当前中国手机上网用户中，大学专科及以上学历的用户占比达到 50.7%，较 2009 年增长 4.9 个百分点，较 2008 年增长 12 个

百分点，增速明显。艾瑞咨询分析认为，由用户整体学历提高带来的用户结构变化将会带来用户行为的一系列变化。通过对不同学历的手机上网用户上网行为情况进行分析，可以发现，低学历人群与高学历人群在上网行为上会有一些明显的差异。

艾瑞咨询建议，应当关注由学历结构变化带来的用户行为变化。高学历的用户更偏向于上网浏览资讯、获取信息以及分享信息，而低学历的用户则更偏向于将手机上网用作一种娱乐和消遣的方式。对于不同的用户群体，其需求也会有所差别，因此，对于不同的市场定位的企业来说，也应注意做出适当的调整。

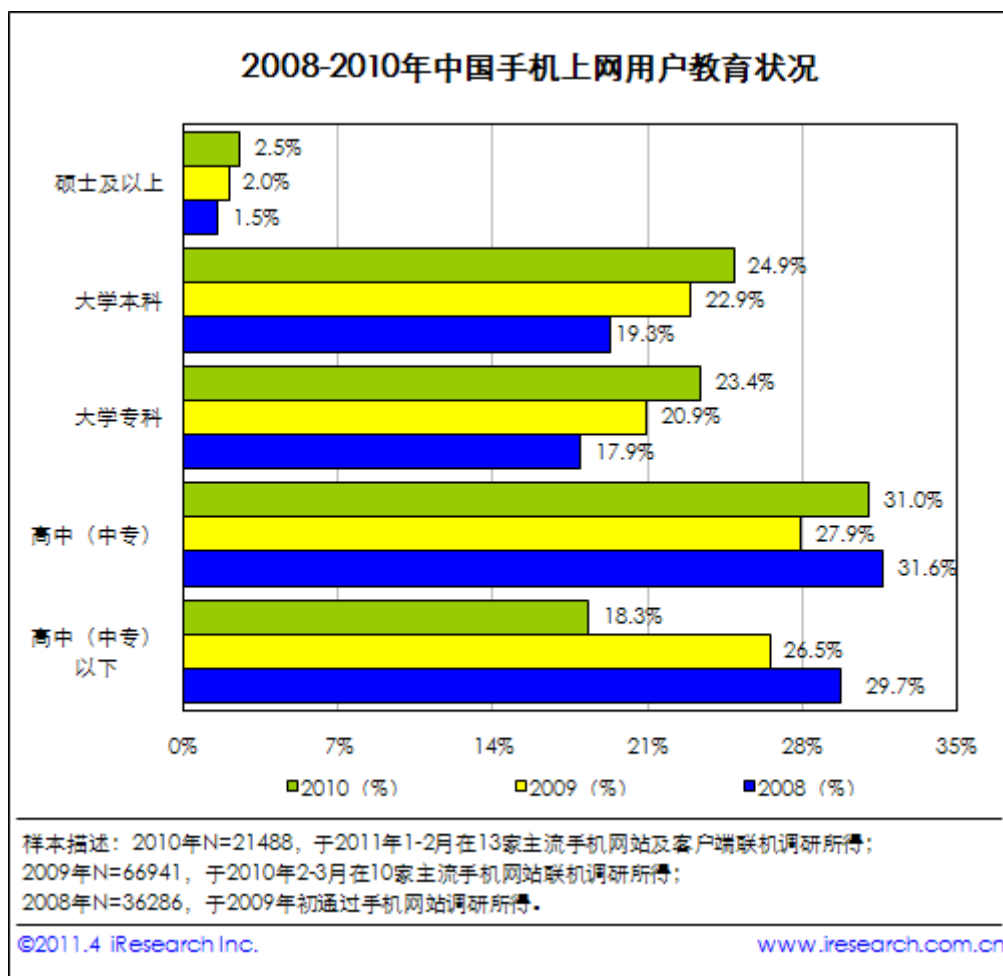


图 3-3 2008-2010 年中国手机上网用户教育情况

第四，重视手机终端功能发展带来的变化

目前，苹果的 iPhone 手机浪潮席卷全球，带来了手机终端的一次变革，谷歌推出 Android 系统与之共舞，共同推进了手机终端功能上的改进和提升，从而在一定程度上影响着用户行为。根据艾瑞咨询的调研数据显示，使用诺基亚的用户占比已从 2009 年的 70.1% 下降到 2010 年的 65.2%，降幅明显。艾瑞咨询分析认为，由终端带来的一系列变化将会带动整个移动市场的发展。

艾瑞咨询建议，应当重视手机终端功能发展带来的变化。种种迹象表明，移动互联网将迎来一个“应用为王”的时代，这主要就是从手机终端的变革开始的。移动市场的各参与方应该及时根据终端功能的发展调整自己的主要活动和市场定位，从而抓住这一发展机遇。

附录一：正式版报告目录

- I. 研究背景
- II. 概念定义
- III. 研究方法
- IV. 报告摘要
- V. 报告正文
 - 1. 2010 年中国移动互联网行业热点总结分析
 - 1.1. 移动互联网时代的到来
 - 1.2. 2010 年中国移动互联网行业热点分析
 - 1.2.1. 运营商
 - 1.2.2. 移动终端
 - 1.2.3. 位置签到应用服务
 - 1.2.4. 手机应用商店模式受行业追捧
 - 1.3. 中国移动互联网行业发展趋势
 - 2. 2010 年中国移动互联网市场规模统计
 - 2.1. 2010 年中国移动互联网市场规模统计
 - 2.2. 2010 年中国移动互联网市场格局
 - 2.3. 2010 年中国移动互联网用户规模
 - 3. 中国移动互联网生态系统分析
 - 3.1. 中国移动互联网生态系统演化分析
 - 3.1.1. 中国移动互联网行业发展历程
 - 3.1.2. 中国移动互联网行业产业链演化过程
 - 3.2. 中国移动互联网行业的发展特点
 - 3.2.1. 手机上网用户的特点
 - 3.2.2. 行业发展呈现的特点
 - 4. 2010-2011 年中国移动互联网细分市场发展分析
 - 4.1. 2010-2011 年中国手机购物市场发展分析
 - 4.1.1. 2010 年中国手机购物市场交易规模
 - 4.1.2. 2010 年中国手机购物行业竞争现状
 - 4.1.3. 2010 年中国手机购物行业发展特点
 - 4.2. 2010-2011 年中国手机广告市场发展分析
 - 4.2.1. 2010 年中国手机广告市场规模
 - 4.2.2. 2010 年中国手机广告行业发展特点
 - 4.3. 2010 年中国手机游戏市场发展分析
 - 4.3.1. 2010 年中国手机游戏市场规模
 - 4.3.2. 2010 年中国手机游戏市场发展特点
 - 4.4. 移动互联网各行业发展情况分析
- 附录：移动互联网企业名录及部分企业信息介绍
- 法律声明

附录二：正式版报告图表目录

- 图 1-1 2009-2013 年中国手机应用商店下载规模
- 图 1-2 2010 年中国三大运营商 3G 用户规模
- 图 2-1 2008-2014 年中国移动互联网市场规模
- 图 2-2 2010 年中国移动互联网主要细分行业构成
- 图 2-3 2008-2014 年中国移动互联网细分行业结构
- 图 2-4 2008-2012 年中国移动互联网用户规模
- 图 3-1 中国移动互联网发展历程解析
- 图 3-2 中国移动互联网产业链演化过程
- 图 3-3 2009-2010 年中国手机网民日均上网时长
- 图 3-4 2009-2010 年中国手机上网用户上网主要行为 (TOP10)

法律声明

本报告为艾瑞市场咨询有限公司制作，报告中所有的文字、图片、表格均受到中国法律知识产权相关条例的版权保护。没有经过本公司书面许可，任何组织和个人，不得使用本报告中的信息用于其它商业目的。本报告中部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原著者所有。没有经过原著者和本公司许可，任何组织和个人不得使用本报告中的信息用于其他商业目的。

本报告中运营商收入及相关市场预测主要为公司研究员采用行业访谈、市场调查、二手数据及其他研究方法分析获得，部分数据未经运营商直接认可。本报告中发布的调研数据部分采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，部分数据不能够完全反映真实市场情况。本报告只提供给购买报告的客户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据准确性不承担法律责任。

公司服务介绍：

艾瑞咨询集团：<http://www.iresearch.com.cn>

公司产品介绍：

艾瑞客户解决方案：<http://www.iresearch.com.cn/solution>

艾瑞连续数据研究产品：<http://www.iresearch.com.cn/product>

艾瑞专项研究咨询服务：<http://www.iresearch.com.cn/consulting>

艾瑞研究观点报告：<http://www.iresearch.com.cn/report>

艾瑞学院培训业务：<http://www.iresearch.com.cn/institute>

艾瑞媒体会议服务：<http://www.iresearch.com.cn/meeting>

公司资讯网站：

艾瑞网：<http://www.iresearch.cn>

艾瑞广告先锋：<http://www.iresearchad.com>

艾瑞网络媒体精品推荐：<http://www.iwebchoice.com>

报告购买/咨询：

艾瑞市场咨询有限公司 北京

地址：北京市朝阳区金桐西路 10 号远洋光华国际 AB 座 A501，100022

电话：010-51283899-209

艾瑞市场咨询有限公司 上海

地址：上海市徐汇区漕溪北路 333 号中金大厦 B 幢 701 室，200030

电话：021-51082699-业务部

艾瑞市场咨询有限公司 广州

地址：广州市天河区林和西路 3-15 号耀中广场 B 座 707 室，510620

电话：020 -38010229

报告总顾问：

杨伟庆 iResearch 总裁

Email: henry@iresearch.com.cn