

# 2015-2022年中国手机APP市场专项研究及投资规划建议咨询报告

## 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

《2015-2022年中国手机APP市场专项研究及投资规划建议咨询报告》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.bosidata.com/qtzzh1506/L316189YU7.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500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

博思数据发布的《2015-2022年中国手机APP市场专项研究及投资规划建议咨询报告》共十二章。首先介绍了手机APP市场发展环境及全球市场现状，接着分析了中国手机APP市场规模及消费需求，然后对中国手机APP市场供需分析进行了重点分析，最后分析了中国手机APP市场面临的机遇及趋势预测。您若想对中国手机APP市场有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

2014年，中国智能手机用户首次超过5亿人，成为拥有智能手机用户最多的国家。疯狂生长的移动应用（App）正占据新的风口。至2015年1月，豌豆荚应用商店的应用数量已经达到了150万个。目前我国主要应用商店的应用规模已累计超过400万个。

截至2014年，中国移动生活APP用户规模为3.7亿，中国移动互联网用户规模5.5亿，移动生活APP用户规模仍有较大增长空间。平台类移动生活APP竞争核心之一在于用户规模，2014年58同城、赶集生活、百姓网用户规模均保持高速增长，预计2015年，抢占用户仍是移动生活APP竞争关键之一。

2014Q4，中国第三方手机应用商店活跃用户规模达4.11亿（除App Store用户、手机厂商自主经营的应用商店用户与运营商旗下的手机应用商店用户）。

报告目录：

第一章 2013-2014年世界手机APP行业市场运行形势分析 1

第一节 2014年全球手机APP行业发展概况 1

一、全球通信产业发展现状分析

20世纪以来，半导体科技的日臻成熟和信息技术革命的爆发，显著改变了人类的生产和生活方式，就近十年而言，对人类影响最突出的莫过于互联网和手机。

| 2005-2015年全球固定电话用户数统计表（百万户） |  |         |         |          |       |     |         |         |          |
|-----------------------------|--|---------|---------|----------|-------|-----|---------|---------|----------|
|                             |  | 年份      |         | 发达       |       | 发展中 |         | 合计      |          |
| 2005年                       |  | 570.114 | 673.112 | 1243.227 | 2006年 |     | 564.990 | 695.891 | 1260.881 |
| 2007年                       |  | 545.701 | 708.004 | 1253.705 | 2008年 |     | 543.974 | 705.397 | 1249.370 |
| 2009年                       |  | 561.777 | 691.723 | 1253.501 | 2010年 |     | 552.882 | 676.107 | 1228.989 |
| 2011年                       |  | 539.569 | 661.396 | 1200.965 | 2012年 |     | 526.006 | 652.394 | 1178.400 |
| 2013年                       |  | 510.130 | 628.018 | 1138.148 | 2014年 |     | 500.153 | 599.209 | 1099.362 |
| 2015年                       |  | 490.941 | 572.360 | 1063.301 |       |     |         |         |          |

资料来源：国际电信联盟

| 2005-2015年全球手机使用者数量（百万人） |  |          |          |          |       |       |         |          |          |
|--------------------------|--|----------|----------|----------|-------|-------|---------|----------|----------|
|                          |  | 年度       |          | 发达国家     |       | 发展中国家 |         | 全球合计     |          |
| 2005年                    |  | 992.0467 | 1213.239 | 2205.286 | 2006年 |       | 1127.08 | 1617.524 | 2744.604 |
| 2007年                    |  | 1243.001 |          |          |       |       |         |          |          |

| 年份    | 发达国家      | 发展中国家     | 全球合计      |
|-------|-----------|-----------|-----------|
| 2008年 | 1325.12   | 2704.807  | 4029.927  |
| 2009年 | 1382.843  | 3257.063  | 4639.906  |
| 2010年 | 1403.512  | 3886.56   | 5290.073  |
| 2011年 | 1410.535  | 4452.518  | 5863.053  |
| 2012年 | 1447.047  | 4784.912  | 6231.959  |
| 2013年 | 1,480.955 | 5,185.444 | 6,666.399 |
| 2014年 | 1,504.161 | 5,449.950 | 6,954.110 |
| 2015E | 1,516.934 | 5,568.053 | 7,084.987 |

资料来源：国际电信联盟

| 年份    | 发达国家    | 发展中国家    | 全球合计     |
|-------|---------|----------|----------|
| 2005年 | 615.509 | 408.439  | 1023.948 |
| 2006年 | 648.593 | 502.1451 | 1150.738 |
| 2007年 | 719.33  | 645.29   | 1364.63  |
| 2008年 | 752.97  | 807.63   | 1560.60  |
| 2009年 | 776.29  | 974.38   | 1750.66  |
| 2010年 | 824.00  | 1195.00  | 2019.00  |
| 2011年 | 841.00  | 1383.00  | 2224.00  |
| 2012年 | 921.00  | 1573.00  | 2494.00  |
| 2013年 | 961.42  | 1743.32  | 2704.74  |
| 2014年 | 997.22  | 1939.51  | 2936.73  |
| 2015年 | 1034.74 | 2139.02  | 3173.76  |

资料来源：国际电信联盟

根据联合国ITU（国际电信联盟）的统计，至2014年底，全球网民数量达到29.37亿，而手机使用者数量达到70.85亿。互联网和手机的高度普及大大提高了现代社会的运作效率，使“互联”理念深入人心。我们认为，这即是万物互联或物联网时代的序幕，随着3G、4G网络的进一步普及，移动宽带渗透率将持续提升，万物互联时代或将加速到来。互联网和手机的广泛普及使得“互联”理念渗透到社会每个角落

资料来源：博思数据中心整理

从全球来看，截至2014年底，发达地区的移动宽带渗透率为86.68%，已经达到较高水平，而欠发达地区的渗透率只有39.06%，从近五年渗透率的变化趋势来看，发达地区显著快于欠发达地区。同期，欠发达地区的手机渗透率则快速提升，变化幅度显著大于发达地区。

| 年份    | 发达国家    | 发展中国家   | 全球合计    |
|-------|---------|---------|---------|
| 2007年 | 225.00  | 43.00   | 268.00  |
| 2008年 | 336.00  | 86.00   | 422.00  |
| 2009年 | 450.00  | 165.00  | 615.00  |
| 2010年 | 554.26  | 252.68  | 806.94  |
| 2011年 | 706.59  | 475.16  | 1181.75 |
| 2012年 | 828.14  | 725.59  | 1553.72 |
| 2013年 | 925.96  | 1027.07 | 1953.03 |
| 2014年 | 1025.58 | 1666.94 | 2692.52 |
| 2015E | 1090.48 | 2368.06 | 3458.55 |

资料来源：国际电信联盟

| 年度    | 发达国家  | 发展中国家 | 全球合计  |
|-------|-------|-------|-------|
| 2007年 | 18.47 | 0.79  | 4.03  |
| 2008年 | 27.46 | 1.56  | 6.27  |
| 2009年 | 36.63 | 2.95  | 9.03  |
| 2010年 | 44.74 | 4.46  | 11.54 |
| 2011年 | 56.84 | 8.26  | 16.70 |
| 2012年 | 66.40 | 12.45 | 21.71 |
| 2013年 | 74.03 | 17.39 | 27.29 |
| 2014年 | 81.76 | 27.86 | 37.20 |
| 2015年 | 86.68 | 39.06 | 47.24 |

资料来源：国际电信联盟

截至2014年底全球固定宽带用户数达到7.38亿人，当中发展中国家固定宽带用户数为3.94亿人，发达国家用户数为3.55亿人。

| 2005-2015年全球固定宽带用户数（百万人） |          | 年度       | 发达国家     | 发展中国家    | 全球合计     |
|--------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|
| 2005年                    | 148.3217 | 71.28268 | 219.6044 | 2006年    | 187.7589 |
|                          |          | 96.20932 | 283.9683 | 2007年    | 219.4497 |
|                          | 126.6516 | 346.1013 | 2008年    | 250.4257 | 160.5262 |
|                          |          | 410.9519 | 2009年    | 270.8904 | 197.2424 |
|                          | 468.1328 | 2010年    | 290.6506 | 235.647  | 526.2977 |
|                          |          | 2011年    | 305.7493 | 282.2499 | 587.9992 |
|                          | 320.5735 | 314.7506 | 635.3241 | 2013年    | 344.315  |
|                          |          | 365.202  | 709.517  | 2014年    | 354.530  |
|                          |          |          | 393.815  | 2015年    | 365.238  |
|                          |          |          | 428.531  |          | 793.769  |

资料来源：国际电信联盟

截至2014年底，全球固定宽带渗透率水平达到10.34%，当中发展中国家渗透率为28.26%，发展中国家渗透率水平为6.58%。

| 2005-2015年全球固定宽带渗透率分区域统计（%） |        | 年度     | 发达国家  | 发展中国家  | 全球合计   |
|-----------------------------|--------|--------|-------|--------|--------|
| 2005年                       | 12.274 | 1.347  | 3.378 | 2006年  | 15.474 |
|                             |        | 1.793  | 4.316 | 2007年  | 18.010 |
|                             |        | 2.329  | 5.199 | 2008年  | 20.378 |
|                             | 2.909  | 6.091  | 2009年 | 21.951 | 3.526  |
|                             |        | 6.856  | 2010年 | 23.461 | 4.156  |
|                             |        | 7.617  | 2011年 | 24.593 | 4.909  |
|                             |        | 8.408  | 2012年 | 25.705 | 5.401  |
|                             |        | 8.980  | 2013年 | 27.529 | 6.183  |
|                             |        | 9.913  | 2014年 | 28.262 | 6.581  |
|                             |        | 10.338 | 2015E | 29.032 | 7.069  |
|                             |        | 10.843 |       |        |        |

资料来源：国际电信联盟

## 二、全球手机APP市场现状

第一台 iPhone 于 2007 年 6 月在美国发布，第一台 Android 手机于 2008 年 10 月发布，在两者的带动下，全球智能手机出货量迅速上升。2010 年，中国的智能手机出货量为 0.4 亿台，保有量 0.8 亿台，到 2013 年，智能手机全年出货量达到 3.2 亿台，保有量达到 7.8 亿台，预计到 2017 年，中国智能手机的保有量将达到 11.3 亿台，也就是说，全中国将近 90% 的人都有一台手机。

随着智能手机出货量的大幅增长，手机网民使用的移动数据流量也开始快速攀升。全球智能手机使用的移动数据流量在 2014 年上半年达到 168.4 万 TB/月，而非智能手机仅有 6.8 万 TB/月。

| 各类设备的流量使用增长情况摘要（MB/月） |       | 设备     | 2013年 | 2018年 | 非智能手机   |
|-----------------------|-------|--------|-------|-------|---------|
| 10.8                  | 45    | M2M 模块 | 61    | 451   | 可穿戴式设备  |
| 78                    | 345   | 智能手机   | 529   | 2,672 | 4G 智能手机 |
| 1,984                 | 5,371 | 平板电脑   | 1,374 | 5,609 | 4G 平板电脑 |
| 2,410                 | 9,183 | 笔记本电脑  | 2,455 | 5,095 |         |

资料来源：思科

2013 年，全球平均每部设备使用流量，智能手机为 529MB/月，非智能手机只有 10.8MB/月。智能手机带来移动数据流量的爆发，原因一方面在于相对于功能机，智能手机对触摸屏和

感应仪的应用大大提升了用户体验，Android 和 iOS 操作系统对安装 App 应用的支持，使得用户在手机上也可以像 PC 端一样，定制自己所需的功能；另一方面是，这一时期恰好赶上全球 3G 网络的普及，上网速度的提高改善了手机网民的访问体验，也极大地激发了手机网民使用移动互联网的热情；同时，智能手机对 WiFi 接入的支持克服了 WAP 时代流量和数据资费的制约。

从全球范围看，2013 年移动网络连接平均速度为 1,387 kbps，该速度将以 13% 的复合年均增长率增长，到 2018 年将超过 2.5 Mbps。智能手机速度（通常是第三代 [3G] 和更先进技术）目前几乎是总平均速度的 4 倍。到 2018 年，智能手机速度几乎翻倍，达到 7 Mbps。

事实证明速度提高后使用量也会增加，尽管通常速度提高与使用量增加之间会有滞后，时间长度从几个月到几年不等。Cisco VNI 预测 Cisco VNI 预测阐述了在每个国家/地区中应用比特率与平均速度之间的关系。流量预测中的许多趋势可以在速度预测中看到，如相对于许多发达地区，发展中国家和地区的增长率将更高。

各地区和各国家预测的移动网络连接平均速度（单位：kbps）

资料来源：思科

随着移动互联网的快速发展和移动智能终端的不断普及，用户在移动端的消费能力不断显现，移动应用数量迅猛增长。截至 2013 年底，苹果 App Store、谷歌应用商店的应用数量均已经突破 100 万个，进入 2014 年以来，应用数量进一步提升。而根据市场监测数据显示，用户手机安装的 App 数量一般在 20-50 之间，常用应用数量更少。在激烈的市场竞争下，移动应用软件对分发服务需求极为强烈。

根据全球知名调研机构发布的统计数据：2014 年全球手机 APP 下载次数增长至 1388.09 亿次，当中收费下载次数为 111.05 亿次，免费下载次数为 1277.04 亿次，免费下载次数占比为 92%。

| 年份    | 免费下载次数 | 付费下载次数 | 累计下载次数 | 免费下载占比 |
|-------|--------|--------|--------|--------|
| 2012年 | 57331  | 6654   | 63985  | 89.6%  |
| 2013年 | 92876  | 9186   | 102062 | 91.0%  |
| 2014年 | 127704 | 11105  | 138809 | 92.0%  |

资料来源：博思数据中心整理

2013 年全球手机 APP 消费市场规模达到 260 亿美元，2014 年全球手机 APP 消费市场规模增长至 350 亿美元。

2011-2014 年全球手机 APP 消费市场规模走势

资料来源：博思数据中心整理

第二节 世界手机 APP 行业发展走势 9

|                               |    |
|-------------------------------|----|
| 一、全球手机APP行业市场分布情况             | 9  |
| 二、全球手机APP行业发展趋势分析             | 10 |
| 第三节 全球手机APP行业重点国家和地区分析        | 11 |
| 一、北美                          | 11 |
| 二、亚洲                          | 12 |
| 三、欧洲                          | 13 |
| 第二章 2013-2014年中国手机APP产业发展环境分析 | 15 |
| 第一节 2014年中国宏观经济环境分析           | 15 |
| 一、GDP历史变动轨迹分析                 | 15 |
| 二、固定资产投资历史变动轨迹分析              | 17 |
| 三、2015年中国宏观经济发展预测分析           | 23 |
| 第二节 手机APP行业主管部门、行业监管体         | 24 |
| 第三节 中国手机APP行业主要法律法规及政策        | 26 |
| 第四节 2014年中国手机APP产业社会环境发展分析    | 27 |
| 一、人口环境分析                      | 27 |
| 二、教育环境分析                      | 29 |
| 三、文化环境分析                      | 31 |
| 四、生态环境分析                      | 33 |
| 五、中国城镇化率                      | 35 |
| 六、居民的各种消费观念和习惯                | 36 |
| 第三章 2012-2014年中国手机APP产业发展现状   | 43 |
| 第一节 手机APP行业的有关概况              | 43 |
| 一、手机APP的定义                    | 43 |
| 二、手机APP的特点                    | 43 |
| 第二节 手机APP的产业链情况               | 45 |
| 一、产业链模型介绍                     | 45 |
| 二、手机APP行业产业链分析                | 47 |
| 第三节 上下游行业对手机APP行业的影响分析        | 61 |
| 第四节 我国手机APP行业最新发展态势           | 62 |
| 一、电信推手机APP客服 传统电话热线或将被替代      | 62 |
| 二、卸载预装APP软件受宠 折射国产手机生存困境      | 62 |
| 三、江苏海事局推出国内首款船员证书二维码识别手机APP   | 65 |

|                                              |    |
|----------------------------------------------|----|
| 四、APP预装软件新规治标不治本                             | 66 |
| 第四章 2014年中国手机APP行业技术发展分析                     | 68 |
| 第一节 中国手机APP行业技术发展现状                          | 68 |
| 第二节 手机APP行业技术特点分析                            | 68 |
| 第三节 手机APP行业技术发展趋势分析                          | 69 |
| 第五章 2012-2014年中国手机APP产业运行情况                  | 70 |
| 第一节 中国手机APP行业发展状况                            | 70 |
| 一、2012-2014年手机APP行业市场供给分析                    | 70 |
| 二、2012-2014年手机APP行业市场需求分析                    | 73 |
| 三、2012-2014年手机APP行业市场规模分析                    | 74 |
| 第二节 中国手机APP行业集中度分析                           | 75 |
| 一、行业市场区域分布情况                                 | 75 |
| 二、行业市场集中度情况                                  | 75 |
| 三、行业企业集中度分析                                  | 76 |
| 第六章 2012-2014年中国手机APP市场运行情况                  | 81 |
| 第一节 行业最新动态分析                                 | 81 |
| 一、行业相关动态概述                                   | 81 |
| 二、行业发展热点聚焦                                   | 83 |
| 第二节 行业品牌现状分析                                 | 86 |
| 第三节 行业产品市场价格情况                               | 87 |
| 第四节 行业外资进入现状及对未来市场的威胁                        | 88 |
| 第七章 2012-2014年中国计算机、通信和其它电子设备制造行业主要数据监测分析    | 90 |
| 第一节 2012-2014年中国计算机、通信和其它电子设备制造行业总体数据分析      | 90 |
| 一、2012年中国计算机、通信和其它电子设备制造行业全部企业数据分析           | 90 |
| 二、2013年中国计算机、通信和其它电子设备制造行业全部企业数据分析           | 92 |
| 三、2014年中国计算机、通信和其它电子设备制造行业全部企业数据分析           | 93 |
| 第二节 2012-2014年中国计算机、通信和其它电子设备制造行业不同规模企业数据分析  | 95 |
| 一、2012年中国计算机、通信和其它电子设备制造行业不同规模企业数据分析         | 95 |
| 二、2013年中国计算机、通信和其它电子设备制造行业不同规模企业数据分析         | 96 |
| 三、2014年中国计算机、通信和其它电子设备制造行业不同规模企业数据分析         | 96 |
| 第三节 2012-2014年中国计算机、通信和其它电子设备制造行业不同所有制企业数据分析 | 97 |
| 一、2012年中国计算机、通信和其它电子设备制造行业不同所有制企业数据分析        | 97 |



|                                       |     |
|---------------------------------------|-----|
| 二、2013年中国计算机、通信和其它电子设备制造行业不同所有制企业数据分析 | 97  |
| 三、2014年中国计算机、通信和其它电子设备制造行业不同所有制企业数据分析 | 98  |
| 第八章 2012-2014年中国手机APP行业竞争情况           | 99  |
| 第一节 行业经济指标分析                          | 99  |
| 一、赢利性                                 | 99  |
| 二、附加值的提升空间                            | 100 |
| 三、进入壁垒／退出机制                           | 101 |
| 四、行业周期                                | 102 |
| 第二节 行业竞争结构分析                          | 102 |
| 一、现有企业间竞争                             | 102 |
| 二、潜在进入者分析                             | 102 |
| 三、替代品威胁分析                             | 103 |
| 四、供应商议价能力                             | 103 |
| 五、客户议价能力                              | 104 |
| 第三节 行业国际竞争力比较                         | 104 |
| 第九章 2011-2014年手机APP行业重点生产企业分析         | 106 |
| 第一节 苏州中智谷软件科技有限公司                     | 106 |
| 一、企业简介                                | 106 |
| 二、企业经营数据                              | 106 |
| 三、企业产品分析                              | 108 |
| 第二节 EICO DESIGN                       | 108 |
| 一、企业简介                                | 108 |
| 二、企业经营数据                              | 108 |
| 三、企业产品分析                              | 112 |
| 第三节 翔傲信息科技（上海）有限公司                    | 112 |
| 一、企业简介                                | 112 |
| 二、企业经营数据                              | 113 |
| 三、企业产品分析                              | 116 |
| 第四节 尼毕鲁科技                             | 117 |
| 一、企业简介                                | 117 |
| 二、企业经营数据                              | 117 |
| 三、企业产品分析                              | 119 |

|                                   |     |
|-----------------------------------|-----|
| 第五节 CLOVER 四叶新媒体                  | 119 |
| 一、企业简介                            | 119 |
| 二、企业经营数据                          | 119 |
| 三、企业产品分析                          | 121 |
| 第十章 2015-2022年手机APP行业发展预测分析       | 123 |
| 第一节 2015-2022年中国手机APP行业未来发展预测分析   | 123 |
| 一、中国手机APP行业发展方向及投资机会分析            | 123 |
| 二、2015-2022年中国手机APP行业发展规模分析       | 123 |
| 三、2015-2022年中国手机APP行业发展趋势分析       | 124 |
| 第二节 2015-2022年中国手机APP行业供需预测       | 125 |
| 一、2015-2022年中国手机APP行业供给预测         | 125 |
| 二、2015-2022年中国手机APP行业需求预测         | 125 |
| 第三节 2015-2022年中国手机APP行业价格走势分析     | 126 |
| 第十一章 2015-2022年中国手机APP行业投资前景预警    | 127 |
| 第一节 中国手机APP行业存在问题分析               | 127 |
| 第二节 中国手机APP行业政策投资前景               | 128 |
| 一、政策和体制风险                         | 128 |
| 二、技术发展风险                          | 128 |
| 三、市场竞争风险                          | 129 |
| 四、原材料压力风险                         | 129 |
| 五、经营管理风险                          | 130 |
| 第十二章 2015-2022年中国手机APP行业投资策略及投资建议 | 131 |
| 第一节 手机APP行业投资策略分析                 | 131 |
| 一、坚持产品创新的领先战略                     | 131 |
| 二、坚持品牌建设的引导战略                     | 131 |
| 三、坚持工艺技术创新的支持战略                   | 131 |
| 四、坚持市场营销创新的决胜战略                   | 132 |
| 五、坚持企业管理创新的保证战略                   | 132 |
| 第二节 手机APP行业市场重点客户战略实施             | 132 |
| 一、实施重点客户战略的必要性                    | 132 |
| 二、合理确立重点客户                        | 133 |
| 三、对重点客户的营销策略                      | 134 |

四、强化重点客户的管理 134

五、实施重点客户战略要重点解决的问题 135

第三节 博思数据投资建议 137

一、重点投资区域建议 137

二、重点投资产品建议 137

图表目录：部分

图表：2005-2015年全球固定电话用户数统计表（百万户）

图表：2005-2015年全球手机使用者数量（百万人）

图表：2005-2015年全球互联网使用人数（百万人）

图表：互联网和手机的广泛普及使得“互联”理念渗透到社会每个角落

图表：2007-2015年全球移动宽带用户数（百万户）

图表：2007-2015年全球移动宽带渗透率分区域统计（%）

图表：2005-2015年全球固定宽带用户数（百万人）

图表：2005-2015年全球固定宽带渗透率分区域统计（%）

图表：各类设备的流量使用增长情况摘要（MB/月）

图表：全球移动数据流量（万 TB/月）

图表：全球平均每部设备使用流量（MB/月）

图表：各地区和各国家预测的移动网络连接平均速度（单位：kbps）

图表：2012-2014年全球手机APP市场简况（百万次）

图表：2011-2014年全球手机APP消费市场规模走势

图表：2014年全球手机APP消费市场分布格局

图表：2011-2014年全球手机APP消费市场规模分区域统计：亿美元

图表：2015-2022年全球手机APP下载次数预测（百万次）

图表：2015-2022年全球手机APP消费市场规模预测

图表：2010-2015年美洲地区手机及移动宽带用户数量统计（百万户）

图表：2011-2014年北美手机APP消费市场规模走势

图表：2010-2015年亚太地区手机及移动宽带用户数量统计（百万户）

图表：2011-2014年亚太手机APP消费市场规模走势

图表：2010-2015年欧洲地区手机及移动宽带用户数量统计（百万户）

图表：2011-2014年欧洲手机APP消费市场规模走势

图表：手机APP产业链

图表：2014年我国软件业务收入及增长情况

图表：2014年我国软件分类收入及增长情况

图表：2014年1-12月我国软件业实现出口统计

图表：2014年1-12月我国软件业分区域增长情况

图表：2014年1-12月我国中心城市软件业务收入情况统计

图表：我国软件行业收入及增长情况

图表：软件产业占我国GDP 比重（%）

图表：中国智能手机行业所处生命周期分析

图表：智能手机行业相关政策与标准

图表：中国智能手机行业领先品牌

图表：2014年中国第三方手机应用商店活跃用户规模

图表：中国安卓系统主流分发平台

图表：2014年奇虎360移动应用分发生态布局

图表：2014年百度移动亿应用发生生态布局

图表：2014Q4中国手机网民应用下载手机应用商店选择

图表：手机应用商店选择方面

图表：2009-2016年中国移动互联网市场规模

图表：2014年中国手机APP行业用户区域市场分布

图表：2009-2016年中国移动互联网细分行业结构占比

图表：手机APP市场版图

图表：腾讯以社交为中心的手机APP战略

图表：百度以搜索和LBS为核心的移动战略

图表：阿里巴巴手机APP布局

图表：中国三大运营商展开4G网络布局

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监测数据，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/qtzzh1506/L316189YU7.html>