

2013-2017年移动商城市场运营态势与战略咨询研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2013-2017年移动商城市场运营态势与战略咨询研究报告》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：<https://www.huaon.com/detail/127424.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

移动商城是指把企业商铺开在空中，自由移动，让企业经营握在手中，随处经营。移动商城是架构于移动互联网之上，基于手机访问终端，融合互联网、二维条码和语音等无线技术，与企业和商家共建的企业级多功能移动电子商务平台。

艾凯咨询集团发布的《2013-2017年移动商城市场运营态势与战略咨询研究报告》共十一章。首先介绍了移动商城产业基础概述、中国移动商城业运行环境等，接着分析了中国移动商城产业运行的现状，然后介绍了中国移动商城产业竞争格局。随后，报告对中国移动商城做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国移动商城产业前景与投资预测。您若想对移动商城产业有个系统的了解或者想投资移动商城行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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家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。

第一章 移动商城产业基础概述

第一节 电子商务简述

- 一、电子商务的分类与作用
- 二、电子商务主要应用系统
- 三、电子商务的三大阶段
- 四、电子商务发展的支撑环境

第二节 移动商城阐述

- 一、移动商城的范围界定
- 二、移动商城特性
- 三、移动商城发展的价值和意义

第二章 2012年中国移动商城业运行环境解析

第一节 国内宏观经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2012年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2012年中国移动商城业政策环境分析

- 一、产业政策分析
- 二、相关产业影响分析
- 三、产业相关法律法规分析

第三节 2012年中国移动商城业社会环境分析

第三章 2012年中国移动电子商务产业整体运行态势分析

第一节 移动电子商务概述

- 一、移动电子商务服务内容
- 二、移动电子商务的优点
- 三、移动电子商务的应用
- 四、移动电子商务主要技术分析

第二节 2012年中国移动技术实施直面客户电子商务模式探析

- 一、实施直面客户模式的基础分析
- 二、移动技术对直面客户模式产生的影响解析
- 三、企业选择直面客户移动电子商务模式的策略

第三节 2012年中国移动电子商务市分析

- 一、中国已具备移动电子商务发展的条件
- 二、中国移动电子商务发展现状
- 三、阿里巴巴率先进军3G移动电子商务
- 四、中小企业应用移动电子商务发展分析
- 五、手机支付市场发展潜力大

第四节 2012年中国主要地区移动电子商务动态分析

- 一、湖南移动电子商务发展状况
- 二、广州欲建移动电子商务产业园
- 三、广州移动电子商务时代悄然来临
- 四、福州移动电子商务抢占先机
- 五、3G带动江城移动电子商务快速发展

六、重庆出台移动电子商务发展规划

第五节 2012年中国移动电子商务发展中存在的问题及解决策略

- 一、中国移动电子商务亟需解决的主要问题
- 二、中国移动电子商务市场经营中的问题及对策
- 三、创新移动电子商务模式发展策略探析
- 四、移动电子商务的几个营销策略
- 五、中国移动电子商务发展建议

第四章 2012年中国移动商城影响因素探析

第一节 2012年中国移动商城推动因素分析

- 一、互联网电子商务的发展带动了移动电子商务的发展
- 二、产业各方的价值驱动
- 三、移动商城用户潜在购物需求驱动
- 四、相关政策法规存利好因素
- 五、3G的发展刺激手机购物市场发展

六、无线宽带上网条件趋于成熟

七、手机终端购物体验的逐步改进

第二节 2012年中国移动商城阻碍因素分析

一、产业导入期的发展困难

二、移动支付的管制政策不利于移动商城快速发展

三、移动购物支付方式安全性、便捷性和信用问题

四、移动商城营销所面临多重困难

五、用户手机购物体验不佳

第五章 2012年中国移动商城产业运行态势分析

第一节 2012年中国移动商城产业运行特点分析

第二节 2012年中国移动商城产业运行现状综述

一、移动商城产业还处于市场发展初期

二、移动商城产业规模分析

三、互联网购物平台向移动商城发展

四、电信运营商积极拓展移动商城业务

五、手机购物潜在用户规模巨大

六、新兴移动购物平台的进入

第三节 2012年中国移动商城产业厂商分析

一、移动商城产业厂商规模分析

二、移动商城企业发展有限制

1、自产业配套设施

2、金融政策

3、移动网络发展水平

4、终端技术

5、支付手段

6、客户体验

第四节 2012年中国移动商城产业发展中存在的问题探讨

第六章 2012年中国移动商城产业链解析

第一节 2012年中国移动商城产业链概述

一、移动商城产业链特点

二、移动商城产业链结构

第二节 2012年中国移动商城产业链各环节分析

一、移动商城运营商

二、移动运营商

三、支付平台提供商

四、供货商

第七章 2012年中国移动商城产业竞争格局透析

第一节 2012年中国移动商城产业竞争总况

一、移动商城产业链竞争正在提速

二、移动商城市场步入竞争时代

三、移动营销的五大竞争突破口

第二节 2012年中国移动商城产业竞争力分析

一、中国联通将推出3G应用移动商城

二、中国移动推网上商城竞争力分析

第三节 2013-2017年中国移动商城产业竞争趋势探析

第八章 2012年中国移动商城主要运营企业竞争力分析

第一节 淘宝手机版

一、企业概况

二、企业竞争力体现

三、企业动态分析

四、企业发展战略分析

第二节 广东移动商城

一、企业概况

二、企业竞争力体现

三、企业动态分析

四、企业发展战略分析

第三节 用友HAPIGO移动商街

一、企业概况

二、企业竞争力体现

三、企业动态分析

四、企业发展战略分析

第四节 卖吧

一、企业概况

二、企业竞争力体现

三、企业动态分析

四、企业发展战略分析

第九章 2012年中国手机产业运行态势分析

第一节 2012年中国手机行业市场运走势分析

一、中国手机市场供给状况分析

二、中国手机市场需求状况分析

三、中国手机品牌与功能分析

第二节 2012年中国不同操作系统类型手机分析

一、智能手机

二、非智能手机

第三节 2012年中国不同网络类型手机市场分析

一、3G手机

二、GSM手机

四、CDMA手机

第四节 2013-2017年中国手机行业发展态势预测分析

第十章 2013-2017年中国移动商城产业前景预测分析

第一节 中国电子商务发展趋势

一、中国电子商务总体发展趋势解析

二、中国专业电子商务网站的发展趋势

三、电子商务+SaaS的发展空间广阔

四、中国电子商务市场前景预测

第二节 2013-2017年中国移动商城产业新趋势探析

一、移动商城平台功能日趋完善

二、综合性、本地化移动商城将成为发展方向

三、传统互联网电子商务品牌在移动商城领域取得成功的可能性大

四、商城平台同时支持多种支付方式以满足用户的不同需求

五、用户消费的低价值趋势

第十一章 2013-2017年中国移动商城产业投资预测分析

第一节 2013-2017年中国移动商城行业投资概况

一、移动商城行业投资特性

二、移动商城具有良好的投资价值

三、移动商城投资环境利好

第二节 2013-2017年中国移动商城投资机会分析

一、移动商城投资热点

二、移动商城投资吸引力分析

第三节 2013-2017年中国移动商城投资风险及防范

一、技术风险分析

二、金融风险分析

三、政策风险分析

第四节 专家投资建议

图表目录：（部分）

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2011年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2011年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2012年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2012年中国GDP增速预测

通过《2013-2017年移动商城市场运营态势与战略咨询研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业的发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/127424.html>