

2010年中国手机浏览器用户调查与行业研究报告

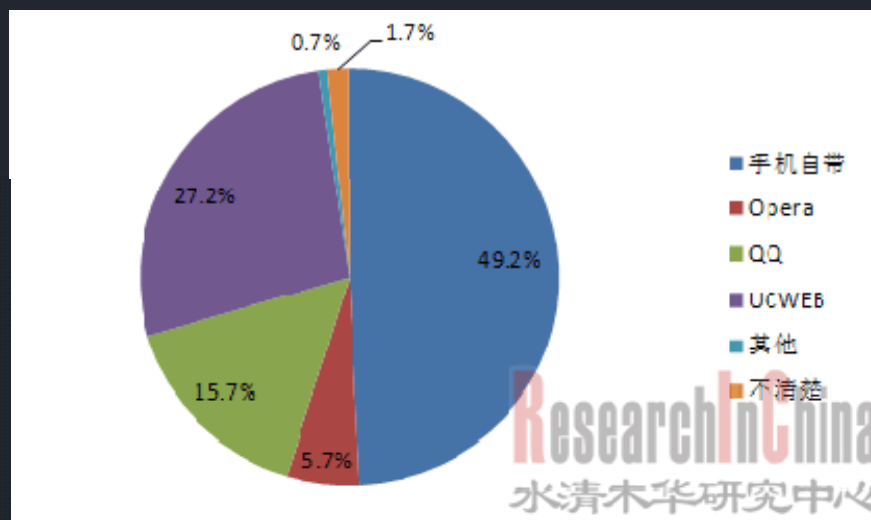


水清木华研究中心与第一调查网合作，于2010年8月开展了一项关于手机浏览器的问卷调查活动，本次调查样本量为600份，涉及年龄层次主要为20-50岁的男女性，其中男性占比49%，女性占比51%。调研区域主要覆盖上海、深圳、北京、广州和成都等一、二、三线共计23个城市。职业类型覆盖了国家公务员、教师、军人、企业高管和一般职员、个体户、蓝领职工和学生等众多群体。

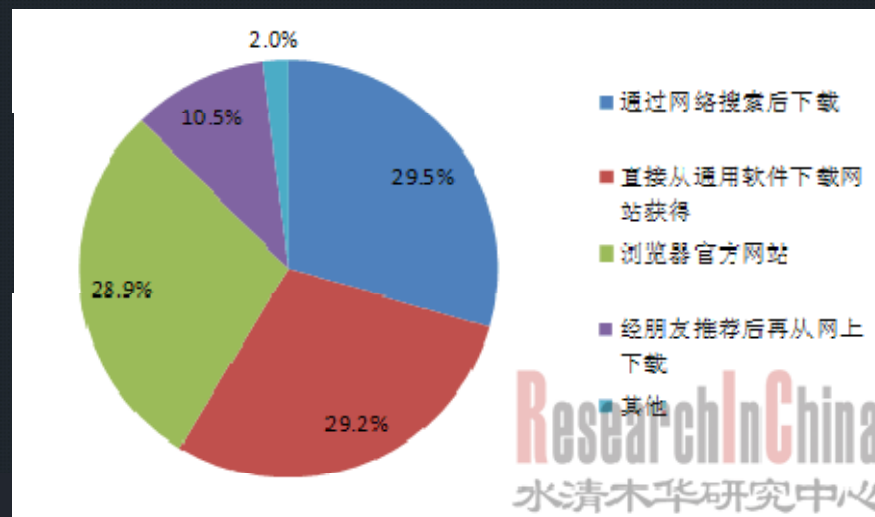
调查发现，有49.2%的用户倾向于选择手机自带的浏览器，而这部分受访者中又有超过60%的受访者表示手机自带的浏览器已经能够满足需求。而在第三方手机浏览器中，UCWEB用户占27.2%，QQ浏览器和Opera浏览器用户分别占据了15.7%和5.7%。

调查发现，在手机浏览器的获取途径中，搜索引擎、软件下载站和官方网站的比例相差不大，均占总受访者的29%左右。值得注意的是，经朋友推荐而下载的用户超过了总受访者的10%，这说明用户口碑仍然是手机浏览器厂商抢占市场的重点之一。

图：用户常用手机浏览器分布比例



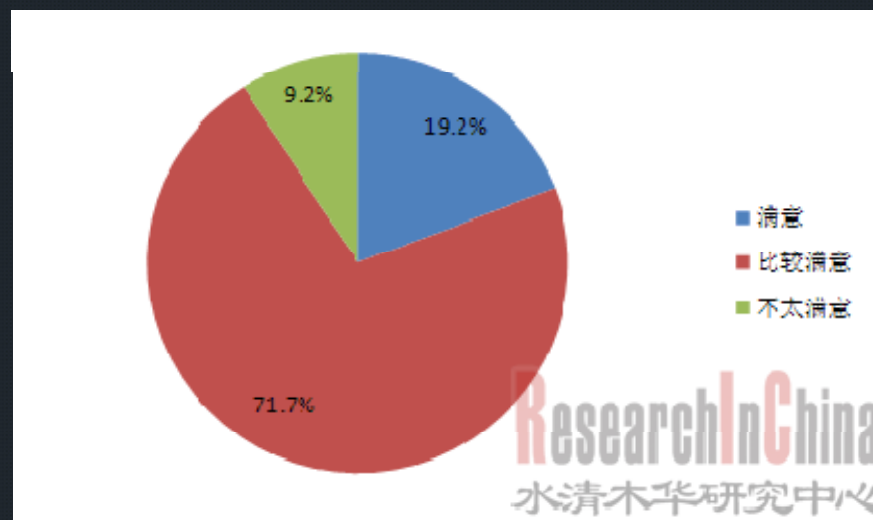
图：手机浏览器用户通过何种方式获取第三方浏览器



来源：水清木华研究中心；第一调查网

调查发现，受访者普遍对现用手机浏览器较满意，但仍有9.2%的受访者表示不太满意。受访者最不满意的方面是网页显示速度过慢。另外，网页兼容性、流量消耗和程序稳定性也是受访者不满意的地方。其次，分别有约14%和27%的受访者表示对浏览器外观和操作手感表示了不满意，这说明手机浏览器厂商仍需进一步加强UI设计和交互设计，以提高用户体验。

图：中国手机浏览器用户对现用手机浏览器的满意度



来源：水清木华研究中心；第一调查网

报告目录

第一章、手机浏览器行业概况

1.1、手机浏览器发展历史与现状

1.2、手机浏览器行业竞争分析

1.2.1、全球手机浏览器行业竞争分析

1.2.2、中国手机浏览器行业竞争分析

第二章、手机浏览器商业模式分析

2.1、全球手机浏览器商业模式分析

2.1.1、移动运营商主导类商业模式

2.1.2、互联网企业主导类商业模式

2.1.3、手机终端主导类商业模式

2.1.4、第三方浏览器主导类商业模式

2.2、中国手机浏览器商业模式分析

2.2.1、移动运营商主导类商业模式

2.2.2、互联网企业主导类商业模式

2.2.3、手机终端主导类商业模式

2.2.4、第三方浏览器主导类商业模式

第三章、中国手机浏览器市场调查分析

3.1、手机浏览器用户对产品的选择倾向分析

3.2、手机浏览器用户对产品性能、功能的关注度和满意度分析

第四章、手机操作系统内置浏览器产品研究

4.1、Mobile Safari

4.2、Google Chrome Lite

4.3、Internet Explorer Mobile

第五章、第三方手机浏览器企业研究

5.1、Opera Software ASA

5.1.1、企业概述

5.1.2、Opera Mini

5.1.3、Opera Mobile

5.2、Mozilla基金会

5.2.1、企业概述

5.2.2、Firefox for mobile

5.3、ACCESS Co., Ltd.

5.3.1、企业概述

5.3.2、NetFront

5.4、优视科技

5.4.1、企业概述

5.4.2、UCWEB

5.4.3、UCMobile

5.5、腾讯

5.5.1、企业概述

5.5.2、QQ手机浏览器

5.6、久邦数码科技

5.6.1、企业概述

5.6.2、GO浏览器

5.7、中加力实业

5.7.1、企业概述

5.7.2、马赫5手机浏览器

5.8、联龙科技

5.8.1、企业概述

5.8.2、星际手机浏览器

图表目录

- 图：手机浏览器与桌面浏览器
- 图：直接连接型手机浏览器
- 图：自适应服务器型网页浏览
- 图：增加了网关和设备特性服务器网页浏览
- 图：2009年11月-2010年9月手机浏览器市场份额（单位：%）
- 图：全球主要手机浏览器公司业务领域对比
- 表：全球主流手机浏览器功能对比
- 表：全球主流手机浏览器排版引擎与软件授权
- 图：2010年上半年中国主流手机浏览器活跃用户比值
- 图：2009Q2-2010Q2中国手机浏览器市场活跃用户数（单位：百万人）
- 图：全球手机浏览器市场移动运营商主导类商业模式
- 图：全球手机浏览器市场互联网企业主导类商业模式
- 表：部分手机浏览器企业与手机制造企业合作关系及份额分布（单位：%）
- 图：全球手机浏览器市场手机终端主导类商业模式
- 表：手机浏览器公司的价值链
- 表：手机浏览器公司的B2B与B2C盈利模式
- 表：手机浏览器公司商业模式的内在动力
- 图：手机浏览器公司的OEM合作流程及盈利模式
- 图：全球手机浏览器市场第三方浏览器主导类商业模式
- 图：中国手机浏览器市场移动运营商主导类商业模式
- 图：中国手机浏览器市场互联网企业主导类商业模式
- 图：中国手机浏览器市场手机终端主导类商业模式
- 图：中国手机浏览器市场第三方浏览器主导类商业模式

- 表：国内外手机浏览器运营模式比较分析
- 图：中国手机浏览器用户常用手机浏览器分布比例
- 图：中国男性手机浏览器用户常用手机浏览器分布比例
- 图：中国女性手机浏览器用户常用手机浏览器分布比例
- 图：中国手机浏览器用户选择手机自带浏览器的原因
- 图：中国手机浏览器用户通过何种方式获取第三方手机浏览器
- 图：中国手机浏览器用户是否经常关注手机浏览器的版本更新
- 图：中国手机浏览器用户是否会尝试新的手机浏览器
- 图：中国男性手机浏览器用户是否会尝试新的手机浏览器
- 图：中国女性手机浏览器用户是否会尝试新的手机浏览器
- 图：中国手机浏览器用户对现用手机浏览器的了解程度
- 图：中国男性手机浏览器用户对现用手机浏览器的了解程度
- 图：中国女性手机浏览器用户对现用手机浏览器的了解程度
- 图：中国手机浏览器用户对现用手机浏览器的满意度
- 图：中国手机浏览器用户对现用手机浏览器不满意的方面
- 图：中国手机浏览器用户使用手机浏览器的频率
- 图：中国手机浏览器用户为手机浏览器设置的主页网站类型
- 图：中国手机浏览器用户使用手机浏览器主要访问的内容
- 图：中国手机浏览器用户主要使用的手机浏览器功能
- 图：中国手机浏览器用户最关心手机浏览器的哪些方面
- 图：中国手机浏览器用户最关心手机浏览器的哪些性能指标
- 图：Mobile Safari界面
- 表：Safari Mobile版本信息
- 图：Google Chrome Lite界面
- 图：Internet Explorer Mobile 6界面

- 图：与Opera合作的运营商
- 图：Opera Mini界面
- 图：预装Opera Mini的移动终端列表
- 图：2008年7月-2010年6月Opera Mini用户月浏览网页数量统计（单位：十亿）
- 图：2008年7月-2010年6月Opera Mini用户月Opera Mini流量消耗统计（单位：TB）
- 图：Opera Mobile界面
- 图：预装Opera Mobile的移动终端列表
- 图：Firefox for Maemo界面
- 图：NetFront界面
- 表：优视科技融资情况
- 图：UCWEB界面
- 图：UCMobile界面
- 图：QQ手机浏览器界面
- 图：GO浏览器界面
- 图：马赫5手机浏览器界面
- 图：联龙科技合作伙伴
- 图：星际手机浏览器界面

购买报告

价 格	电子版： 6000元	电话： 010-8260. 1561/62/63
	纸质版： 5500元	传真： 010-8260. 1570
页数： 65页		邮箱： hanyue@waterwood.com.cn
发布日期： 2010-09		网址： www.pday.com.cn
链接： http://www.pday.com.cn/Htmls/Report/201009/24511167.html		
地址： 北京市海淀区苏州街18号长远天地大厦A2座1008室		

如何申请购买报告

1, 请填写《研究报告订购协议》(http://www.pday.com.cn/research/pday_report.doc), 注明单位名称、联系人、联系办法(含传真和邮件)、申请报告名称, 然后签字盖章后传真到: 86-10-82601570。

2, 研究中心在签订协议后, 将回复传真给您。

3, 会员或客户按照签订的协议汇款到以下帐户:

开户行: 交通银行世纪城支行

帐号: 110060668012015061217

户名: 北京水清木华科技有限公司

4, 研究中心在收到会员或客户汇款凭证的传真确认后, 按时提供信息服务资料或研究报告的文档。

电话: 86-10-82601561、82601562、82601563 传真: 86-10-82601570

版权声明

该报告的所有图片、表格以及文字内容的版权归北京水清木华科技有限公司（水清木华研究中心）所有。其中，部分图表在标注有其他方面数据来源的情况下，版权归属原数据所有公司。水清木华研究中心获取的数据主要来源于市场调查、公开资料和第三方购买，如果有涉及版权纠纷问题，请及时联络水清木华研究中心。