



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2012-2016年中国IVR（交互 语音应答系统）市场调查与未来 前景预测研究报告

## 一、调研说明

《2012-2016年中国IVR（交互语音应答系统）市场调查与未来前景预测研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/194660.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.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、摘要、目录、图表

IVR, (Interactive Voice Response)即互动式语音应答, 只须用电话即可进入服务中心, 根据操作提示收听手机娱乐产品。可以根据用户输入的内容播放有关的信息。IVR业务: 意即无线语音业务增值服务, 和目前大家熟知的固定电话声讯服务类似。手机用户拨打指定号码, 获得所需信息或者参与互动式的服务。最常见的业务有: 语音点歌、语音聊天交友、手机杂志、电子贺卡、客服中心; IVR, 即语音增值业务, 是移动运营商由2002年开始启动的业务。移动的IVR分为两大品牌: 音信互动和娱音在线, 联通的IVR品牌为联通音。

艾凯数据研究中心发布的《2012-2016年中国IVR(交互语音应答系统)市场调查与未来前景预测研究报告》共十一章。首先介绍了IVR(交互语音应答系统)相关概述、中国IVR(交互语音应答系统)市场运行环境等, 接着分析了中国IVR(交互语音应答系统)市场发展的现状, 然后介绍了中国IVR(交互语音应答系统)重点区域市场运行形势。随后, 报告对中国IVR(交互语音应答系统)重点企业经营状况分析, 最后分析了中国IVR(交互语音应答系统)行业发展趋势与投资预测。您若想对IVR(交互语音应答系统)产业有个系统的了解或者想投资IVR(交互语音应答系统)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 IVR相关概述

#### 第一节 IVR的涵盖及业务范围

##### 一、语音聊天交友

##### 二、语音点歌

##### 三、电子贺卡

##### 四、手机杂志

#### 第二节 IVR业务的SP

##### 一、雷霆无极

##### 二、腾讯

##### 三、鸿联九五

##### 四、新浪

#### 第三节 IVR业务特点分析

## 第二章 全球电信增值业务市场运行态势分析

### 第一节 2011年全球电信市场运行综述

- 一、全球通信市场进入调整期
- 二、通信服务市场结构性的变化
- 三、通信市场主导已经变成了消费者

### 第二节 2011年全球电信增值业务分析

- 一、全球增值业务经营环境
- 二、移动增值业务市场会呈现以下几个特点
- 三、宽带业务为主导的固定增值业务分析
- 四、增值业务逐渐受到更多关注

### 第三节 2011年主要发达国家的电信增值业务市场动态分析

- 一、美国
- 二、欧洲
- 三、日韩

### 第四节 2012-2016年全球移动通信市场规模及趋势预测分析

## 第三章 中国电信增值业务运行环境分析

### 第一节 国内电信增值业务经济环境分析

- 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年中国电信增值业务经济发展预测分析

### 第二节 中国电信增值业务行业政策环境分析

## 第四章 中国移动通讯及增值业务运行新形势分析

### 第一节 2011年中国移动通讯业务运行综述

- 一、中国电信及移动通讯业务收入变化情况
- 二、中国移动通讯用户数变化情况

### 第二节 2011年中国移动增值业务发展概况

- 一、中国移动增值市场用户规模
- 二、中国移动增值业务上扬
- 三、盈利模式是最大考验

## 第五章 中国IVR市场运行动态分析

### 第一节 2011年中国IVR市场规模分析

- 一、中国IVR市场收入规模
- 二、中国IVR用户规模
- 三、IVR用户占整个移动增值用户的比例

### 第二节 2011年中国IVR市场动态分析

- 一、IVR市场走向高集中度
- 二、IVR市场发展分析及创新研究
- 三、快速发展中的IVR市场收益

## 第六章 电信运营商IVR业务运行分析

### 第一节 中国移动

- 一、中国移动品牌体系
- 二、中国移动SP政策以及IVR收入分配模式
- 三、中国移动IVR业务市场全国按大区分布情况
- 四、中国移动IVR业务市场省市分布情况

### 第二节 中国联通

- 一、中国联通品牌体系
- 二、中国联通SP政策以及IVR收入分配模式
- 三、中国联通IVR业务市场全国按大区分布情况
- 四、中国联通IVR业务市场省市分布情况

### 第三节 中国移动和中国联通IVR业务比较

- 一、音信互动"12590"业务
- 二、娱音在线"12586"业务
- 二、联通丽音"10159"业务

## 第七章 中国IVR主要业务运行分析

### 第一节 2011年IVR服务提供商盈利状况分析

- 一、SP各业务收入份额
- 二、IVR服务提供商收入季度变化情况

### 第二节 IVR聊天交友业务分析

- 一、IVR聊天交友业务用户规模变化情况

- 二、中国SP的IVR及IVR聊天市场规模变化情况
- 三、中国移动IVR聊天市场分区各省市业务分析
- 四、中国联通IVR聊天市场分区各省市业务分析
- 七、主要SP的IVR聊天交友业务介绍

### 第三节 IVR歌曲音乐类业务分析

### 第四节 IVR其他业务分析

## 第八章 中国IVR业务 SP的竞争力分析

### 第一节 2011年IVR市场SP份额

### 第二节 TOM在线IVR业务分析

- 一、TOM在线IVR服务简介
- 二、TOM在线IVR季度收入
- 三、TOM在线IVR年收入预测
- 四、TOM在线IVR业务介绍

### 第三节 新浪IVR业务分析

- 一、新浪IVR服务简介
- 二、新浪IVR季度收入
- 三、新浪IVR年收入情况预测
- 三、新浪具体IVR业务介绍

### 第四节 腾讯IVR业务分析

- 一、腾讯IVR总体简介
- 二、腾讯IVR年收入情况预测
- 三、腾讯IVR具体服务介绍

### 第五节 空中网IVR业务分析

- 一、空中网简介
- 二、空中网IVR季度收入情况
- 一、空中网IVR年收入情况预测

### 第六节 华友世纪IVR业务分析

- 一、华友世纪IVR服务简介
- 二、华友世纪IVR季度收入变化情况
- 三、华友世纪IVR年收入情况预测

## 第九章 中国IVR业务用户调研分析

### 第一节 IVR服务在网民中的渗透率

### 第二节 非IVR用户的消费倾向分析

- 一、非IVR用户不使用IVR服务的原因
- 二、非IVR用户所希望的IVR服务类型
- 三、非IVR用户所希望的IVR服务类型的收入交叉分析
- 四、非IVR用户所希望的IVR服务类型的年龄交叉分析

### 第三节 IVR用户消费偏好分析

- 一、网民选择IVR服务的原因分析
- 二、IVR用户经常使用的IVR服务类型
- 三、IVR用户经常使用的服务类型与收入的交叉分析
- 四、网民选择IVR服务提供商的主要考虑因素

### 第四节 IVR用户使用习惯分析

- 一、IVR用户最常使用的聊天服务
- 二、常用IVR聊天服务满意度情况
- 三、IVR用户使用IVR服务频率情况
- 四、IVR用户使用IVR服务的时长分析
- 五、IVR用户每个月用于IVR服务的支出情况
- 六、IVR用户对目前IVR服务收费价格的态度

### 第五节 IVR用户了解到IVR服务的途径

### 第六节 用户对IVR服务的满意度分析

- 一、IVR用户对IVR服务不满意状况分析
- 二、IVR用户未来预计IVR服务使用情况分析

## 第十章 2012-2016年中国移动增值业务前景展望与趋势分析

### 第一节 2012-2016年中国移动增值业务行业发展趋势分析

- 一、已商用业务不断演进
- 二、手机音乐、手机电视、手机游戏将成为新的增长亮点
- 三、运营商将加大集团业务和行业应用产品投入
- 四、业务接入、管理平台从垂直化向水平化发展
- 五、市场主体向产业链上下游方向延伸

### 第二节 2012-2016年中国电信增值服务商的发展趋势

- 一、电信增值服务商新机会和威胁
- 二、与相关产业链主体的合作模式
- 三、运营商在终端定制中将发挥更加重要的作用

### 第三节 2012-2016年中国VIR业务行业发展预测分析

- 一、2012-2016年中国移动增用户分析
- 二、2012-2016年中国VIR业务用户分析
- 三、2012-2016年中国VIR业务市场规模分析

## 第十一章 2012-2016年中国移动增值业务投资战略分析

### 第一节 2011年中国VIR业务投资概况

- 一、VIR业务投资特性分析
- 二、VIR业务投资价值分析
- 三、VIR业务投资政策解读
- 四、外商投资电信出新规获准经营基础及增值电信业务

### 第二节 2012-2016年中国VIR业务投资机会分析

- 一、增值业务成电信投资亮点长期发展空间大
- 二、VIR业务投资吸引力分析

### 第三节 中国VIR业务市场发展的影响因素分析

- 一、市场监管政策的强化
- 二、3G业务推出的影响
- 三、用户市场需求的满足
- 四、产业链主体关系变化

### 图表目录（部分）：

图表：2005-2011年国内生产总值

图表：2005-2011年居民消费价格涨跌幅度

图表：2011年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2011年国家外汇储备

图表：2005-2011年财政收入

图表：2005-2011年全社会固定资产投资

图表：2011年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2011年固定资产投资新增主要生产能力



图表：&hellip;&hellip;

更多图表详见正文&hellip;&hellip;

通过《2012-2016年中国IVR（交互语音应答系统）市场调查与未来前景预测研究报告》，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、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/194660.html>

### 三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

### 四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

## 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

### 研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

### 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景；

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴；

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;  
良好声誉 广泛知名度、满意度, 众多新老客户。