



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2013-2018年中国移动互联网服务 提供商SP行业市场深度分析 与投资前景预测报告

# 一、调研说明

《2013-2018年中国移动互联网服务提供商SP行业市场深度分析与投资前景预测报告》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参考的重要依据。

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/242497.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

### 【报告目录】

#### 第一章 SP行业相关概述 11

##### 第一节SP的定义 11

##### 第二节SP的种类与特征 11

###### 一、门户型 11

###### 二、专业型 12

###### 三、专项型 12

##### 第三节 移动互联网的特征 12

##### 第四节 无线上网和移动互联网有什么区别 14

#### 第二章 2011-2013年世界SP产业运行趋势预测 15

##### 第一节2011-2013年世界SP产业运行环境条件预测 15

###### 一、经济环境条件预测 15

###### 二、金融危机世界经济的影响 15

###### 三、SP产业政策环境条件预测 17

##### 第二节 2011-2013年世界SP产业运行简况 20

###### 一、市场开始稳步增长 20

###### 二、业务分类繁多 20

###### 三、3G业务开始进入快速进展期 21

###### 四、世界营销商营销模式在全球规模内推广 22

###### 五、移动营销商业务重点转向数据业务 25

##### 第三节2011-2013年世界部分国家SP产业运行预测 27

###### 一、欧mei 27

###### 二、mei国 28

###### 三、riben 28

##### 第四节 2013-2018年世界SP产业运行状况探析 32

#### 第三章 2011-2013年中国SP进展环境条件预测 35

##### 第一节2011-2013年中国SP政策环境条件预测 35

- 一、SP监管政策 35
- 二、互联网政策 35
- 三、电信营销政策预测 37
- 四、3G产业政策 38
- 五、“四网合一” 41
- 第二节 2011-2013年中国宏观经济环境条件预测 41
  - 一、中国GDP预测 41
  - 二、中国汇率调整预测 44
  - 三、中国CPI指数预测 47
  - 四、中国城镇居民家庭人均可支配收入预测 48
- 第三节 2011-2013年中国SP社会环境条件预测 49
  - 一、中国人口范围及xueli结构 49
  - 二、城市化进程预测 51
  - 三、居民的消费观念 54
  - 四、互联网及电脑普及趋势 57

#### 第四章 2011-2013年中国SP运行形势预测 58

- 第一节 2011-2013年中国SP进展概况 58
  - 一、手机电视内容提供现状透析 58
  - 二、手机电视内容提供技能预测 58
  - 三、手机电视内容提供行业特征预测 60
- 第二节 2011-2013年中国手机电视内容提供市场运行预测 61
  - 一、SP供给情况预测 61
  - 二、SP需求预测 62
  - 三、手机电视内容提供市场供需平衡预测 62
- 第三节 2011-2013年中国SP产业进展存在问题预测 63

#### 第五章 2011-2013年中国网民diaocha预测 65

- 第一节 中国网民基本情况diaocha预测 65
  - 一、手机网民年龄层次diaocha 65
  - 二、手机网民xueli层次diaocha 65
  - 三、手机网民月收入diaocha 66

## 第二节 中国网民消费行为diaocha预测 68

### 一、网民上网付费方式diaocha 68

### 二、网民上网频率diaocha 69

### 三、网民上网地点diaocha 71

### 四、网民上网时间diaocha 72

### 五、手机网民最常登陆网站diaocha 73

## 第三节 中国网民消费行为类型diaocha预测 76

### 一、网民各类移动增值fuwudiaocha 76

### 二、网民对wangluo内容期望diaocha 77

### 三、手机网民手机搜索信息需求diaocha 78

## 第四节中国手机上网消费情况diaocha预测 79

### 一、手机网民上网付费方式 79

### 二、手机网民月均手机资费情况对比 80

### 三、手机网民月均手机上网资费支出情况对比预测 81

## 第六章2011-2013年WAP业务运行走势预测 83

### 第一节WAP相关介绍 83

#### 一、WAP系统的架构 83

#### 二、WAP移动网络关键技能 84

#### 三、WAP的应用 87

### 第二节 2011-2013年中国WAP业务运行综述 88

#### 一、无线互联网进入导入期 88

#### 二、中国无线互联网资源统计 88

#### 三、WAP用户占手机电视主流 89

#### 四、WAP市场进展背后的隐忧 90

### 第三节2011-2013年中国WAP市场走势预测 90

#### 一、西安手机WAP上网用户增长快 90

#### 二、手机阅读遭受版权考验 90

#### 三、VoIP融合移动WAP欲成"杀手应用" 92

#### 四、可口可乐垂涎中国WAP市场 93

### 第四节2011-2013年中国WAP主要业务运行预测 93

#### 一、无线广告市场进展预测 93

- 二、手机游戏市场 94
- 三、中国无线WAP搜索进展预测 95

## 第七章 2011-2013年中国SP其它业务预测 97

### 第一节 空中下载（OTA）业务 97

- 一、OTA业务用户范围 97
- 二、OTA业务信息费收入情况 97

### 第二节 短信（SMS）业务 97

- 一、用户范围 97
- 二、短信市场收入情况预测 98
- 三、短信发送量 98

### 第三节 彩信（MMS）业务 99

- 一、MMS在线与非在线用户范围 99
- 二、MMS 信息费收入 100
- 三、SP彩信业务收入预测 100

### 第四节 彩铃声（CRBT）业务 103

- 一、中国CRBT用户范围 103
- 二、中国营销商CRBT收入及分析 104
- 三、中国SP信息费收入及分析 105

## 第八章 2011-2013年中国主要SP公司营销趋势预测 106

### 第一节 新浪SP 106

- 一、盈利模式预测 106
- 二、企业财务营销情况预测 106
- 三、市场竞争力预测 107
- 四、主要客户群体预测 108
- 五、企业进展策略预测 108

### 第二节 网易SP 109

- 一、盈利模式预测 109
- 二、企业财务营销情况预测 110
- 三、市场竞争力预测 111
- 四、主要客户群体预测 112

五、企业进展策略预测 113

第三节 搜狐SP 113

一、盈利模式预测 113

二、企业财务营销情况预测 114

三、市场竞争力预测 115

四、主要客户群体预测 115

五、企业进展策略预测 116

第四节 TOM SP 116

一、盈利模式预测 116

二、企业财务营销情况预测 117

三、市场竞争力预测 118

四、主要客户群体预测 118

五、企业进展策略预测 119

第五节 掌上灵通 119

一、盈利模式预测 119

二、企业财务营销情况预测 120

三、市场竞争力预测 121

四、主要客户群体预测 122

五、企业进展策略预测 122

第六节 华友世纪 123

一、盈利模式预测 123

二、企业财务营销情况预测 125

三、市场竞争力预测 126

四、主要客户群体预测 127

五、企业进展策略预测 128

第七节 空中网 129

一、盈利模式预测 129

二、企业财务营销情况预测 130

三、市场竞争力预测 131

四、主要客户群体预测 133

五、企业进展策略预测 134

第八节 北纬通信 135

- 一、盈利模式预测 135
- 二、企业财务营销情况预测 135
- 三、市场竞争力预测 137
- 四、主要客户群体预测 138
- 五、企业进展策略预测 139

## 第九章 2011-2013年外资SP公司在华经营态势预测 140

### 第一节 中国外资SP公司进展预测 140

- 一、投资特征 140
- 二、SP公司受困行业整顿外资乘机进场并购 140
- 三、外资大幅进入中国电子商务领域影响预测 141
- 四、中国外资SP公司投资状况预测 143

### 第二节 微软在中国投资及兼并重组情况预测 145

- 一、微软在中国投资情况 145
- 二、微软核心竞争力预测 145
- 三、微软投资与兼并重组状况预测 148

### 第三节 ribenIndex企业在中国投资及兼并重组情况预测 148

### 第四节 GXS企业在中国投资及兼并重组情况预测 149

- 一、GXS在中国投资情况 149
- 二、GXS核心竞争力预测 150
- 三、GXS投资与兼并重组状况预测 151

## 第十章 2011-2013年中国SP主导营销商竞争力与财务趋势预测 152

### 第一节 中国移动 152

- 一、公司概况 152
- 二、竞争优势预测 152
- 三、2011-2013年经营趋势预测 154
- 四、进展策略预测 155

### 第二节 中国联合通信有限企业 158

- 一、企业基本概述 158
- 二、2011-2013年企业主要财务指标预测 159
- 三、2011-2013年企业盈利能力预测 159

四、2011-2013年企业经营效率预测 160

五、2011-2013年企业偿债能力预测 160

六、2011-2013年企业成长能力预测 161

七、2011-2013年企业竞争力预测 161

第三节 中国电信集团企业 161

一、公司概况 162

二、竞争优势预测 162

三、2011-2013年经营趋势预测 163

四、进展策略预测 164

第十一章2013-2018年中国SP产业进展未来分析预测 166

第一节2013-2018年中国移动互联网fuwu提供商进展状况预测 166

一、移动内容fuwu具有良好收益未来 166

二、手机视频内容市场未来预测 166

三、手机电视内容提供客户需求分析预测 167

第二节2013-2018年中国移动互联网fuwu提供商盈利分析预测 170

第三节 2013-2018年中国移动互联网fuwu提供商市场分析预测 171

一、SP产业用户需求分析预测 171

二、SP产业技能方向预测 172

三、SP产业竞争格局分析预测 176

第十二章 2013-2018年中国SP产业投资机会与风险剖析 180

第一节2013-2018年中国SP产业投资环境条件预测 180

一、宏观经济分析预测 180

二、金融危机影响预测 182

第二节2013-2018年中国SP产业投资机会预测 183

第三节2013-2018年中国SP产业投资风险剖析 185

一、市场竞争风险 185

二、政策风险 186

三、进入退出风险 188

第四节 中国SP产业投资策略预测 190

一、SP产业投资特性 190

- 二、SP产业投资政策解读 192
- 三、风投巨资下注移动互联网内容提供商蓄势待发 193
- 四、移动互联网存三大优点投资未来受青睐 193
- 五、SP产业投资风险预警 194
- 六、投资意见 195

#### 【图表目录】

- 目录图表 1 1980-2012年全球经济、先进经济体、新兴和进展中经济体增长比较 15
- 目录图表 2 2012年世界各国非语音移动fuwu所占份额 17
- 目录图表 3 2006-2012年世界移动增值业务占移动营收比例动态图 18
- 目录图表 4 2012年世界移动增值业务收入区域分布图 19
- 目录图表 5 2006-2012年世界移动增值业务用户数不断增长状况图 19
- 目录图表 6 区域文化对移动增值业务进展的影响 19
- 目录图表 7 2005-2012年mei国不同类型移动音乐细分市场范围动态图 28
- 目录图表 8 2012年第一季度中国主要宏观经济数据增长表 41
- 目录图表 9 2000-2012年第一季度中国GDP及其增长率统计表 42
- 目录图表 10 2003-2012年中国分产业GDP增长率季度统计表 42
- 目录图表 11 2003-2013年中国GDP增长率季度动态图 43
- 目录图表 12 2005年7月21日-2013年5月人民币兑mei元汇率中间价 45
- 目录图表 13 2012年4月-2013年5月人民币汇率中间价对照表 45
- 目录图表 14 2008-2012年6月中国价格指数统计表 47
- 目录图表 15 2008-2012年6月中国价格指数月度动态图 48
- 目录图表 16 2012年农村居民人均纯收入5153元 49
- 目录图表 17 2012年我国城镇居民人均可支配收入达17175元 49
- 目录图表 18 1990-2012年我国人口出生率、死亡率及自然增长率 50
- 目录图表 19 2000-2012年我国总人口增长状况图 50
- 目录图表 20 2012年人口数及其构成 51
- 目录图表 21 2001-2013年中国城镇化率动态图 52
- 目录图表 22 2012年中国手机网民与互联网网民年龄层次对比 65
- 目录图表 23 2012年中国手机网民与传统网民xueli层次对比 66
- 目录图表 24 2012年中国手机网民与互联网网民月收入情况对比 66
- 目录图表 25 2012年中国手机网民无收入人群职业构成 67
- 目录图表 26 2012年中国手机网民职业趋势 67

目录图表 27	2012年中国手机网民手机上网付费方式	68
目录图表 28	2012年中国手机网民每周手机上网频次	69
目录图表 29	2012年每周不同上网频次的手机网民日均上网频次分布比较	70
目录图表 30	2012年每周不同上网频次的手机网民每次手机上网时间分布	71
目录图表 31	2012年中国手机网民手机上网地点分布	71
目录图表 32	2012年中国手机网民手机上网时间分布	72
目录图表 33	2012年中国手机网民经常登录无线互联网网站	74
目录图表 34	2012年中国手机网民手机上网最常登录无线互联网网站	75
目录图表 35	2012年上网频次不同的中国手机网民最常登录各无线互联网网站的比例	75
目录图表 36	2012年中国手机网民使用各类移动增值业务概况	76
目录图表 37	2012年中国手机网民对手机电视内容期望	77
目录图表 38	2012年中国手机网民手机搜索信息需求	78
目录图表 39	2012年中国手机网民上网付费方式比重	79
目录图表 40	2012年中国手机网民月均手机资费情况对比	80
目录图表 41	2012年中国手机网民月均手机资费情况对比	81
目录图表 42	2007-2013年中国手机游戏市场范围及增长率	94
目录图表 43	2004-2012年中国短信用户范围及分析	98
目录图表 44	2012年一季度-2013二季度新浪移动增值收入情况	106
目录图表 45	新浪企业核心竞争力主要业务特征 及杀手级应用	107
目录图表 46	2012年一季度-2013三季度网易收入增长示意图	111
目录图表 47	网易主要业务特征 营收情况与企业核心竞争力	111
目录图表 48	网易的杀手级应用与特征	112
目录图表 49	2006年-2013搜狐营业收入增长状况	114
目录图表 50	2012年一季度-2013一季度搜狐网络游戏收入	115
目录图表 51	搜狐企业核心竞争力主要业务特征 及杀手级应用	115
目录图表 52	TOM 企业核心竞争力主要业务特征 及杀手级应用	118
目录图表 53	商业模式3W2H模型	129
目录图表 54	2012年一季度-2013二季度空中网营收及增长率	131
目录图表 55	2013年二季度空中网业务营收构成	132
目录图表 56	空中网核心竞争力主要业务特征 及杀手级应用	133
目录图表 57	2007年-2013北京北纬通信科技股份有限公司主营业务情况预测	137
目录图表 58	2012年北京北纬通信科技股份有限公司主营业务分行业预测	137

目录图表 59 2012年北京北纬通信科技股份有限公司主营业务分产品预测	137
目录图表 60 2012年北京北纬通信科技股份有限公司主营业务分区域预测	137
目录图表 61 2000年-2013中国移动企业营业收入增长状况	155
目录图表 62 2000年-2013中国移动企业营业利润增长状况	156
目录图表 63 2012年中国联合网络通信集团有限公司主要经济指标表	159
目录图表 64 2012年中国联通公司盈利能力指标表	160
目录图表 65 2012年中国联通经营能力指标表	160
目录图表 66 2012年中国联通公司偿债能力指标表	161
目录图表 67 2012年中国联通成长能力指标表	161
目录图表 68 2012年中国联通主营业务增长状况图	162
目录图表 69 3G与其他无线通信技能网络共存的现状	173
目录图表 70 3G技能与其他无线通信网络技能的比较	174
目录图表 71 3G与RFID等近距离通信技能远近结合构建泛在网络	176
目录图表 72 3G 网络进展进程与受惠通信子行业	191
目录图表 73 网络优化高峰期时段	192
目录图表 74 三大营销商网络优化时期表	192

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/242497.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。