



艾凯咨询
ICAN Consulting

2015-2020年中国mms彩信市场运行态势及投资策略报告

一、调研说明

《2015-2020年中国mms彩信市场运行态势及投资策略报告》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/248320.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

第一章 mms业务服务概述

第一节 mms业务基础概述

一、mms业务的发展特点

二、mms的技术实现方式

三、mms业务类型

第二节 mms价值链与商业模式分析

一、mms价值链

二、参与者定位

三、商业模式

第二章 2013-2014年全球彩信业务运行状况分析

第一节 2013-2014年全球电信增值业务运行分析

一、全球增值业务经营环境

1、新技术的发展使网络提供增值业务的能力不断提高

2、网络运营商的竞争给增值业务运营商提供了选择的机会

二、移动增值业务市场会呈现以下几个特点

1、sms在信息服务方面依然占据最重要的位置

2、基于wap的移动上网业务迎来高峰

3、语音增值业务令人期待

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

第二节 2013-2014年全球部分国家地区彩信业务动态分析

一、日本、韩国的mms市场情况

二、欧洲国家的mms市场情况

1、mms业务成欧洲增值业务摇钱树

2、诺基亚引领欧洲mms业务发展

3、欧洲青少年使用彩信规模

第三节 2015-2020年全球彩信业务趋势探析

第三章 2013-2014年中国彩信业务市场运行环境解析

第一节 2013-2014年中国宏观经济环境分析

一、中国gdp分析

二、消费价格指数分析

三、城乡居民收入分析

四、社会消费品零售总额

五、全社会固定资产投资分析

六、进出口总额及增长率分析

第二节2013-2014年中国彩信业务市场政策环境分析

一、彩信业务费政策

二、中国增值业务监管政策及影响

三、其它相关行业法律法规

第三节2013-2014年中国彩信业务市场技术环境分析

第四节2013-2014年中国彩信业务市场社会环境分析

一、中国人口规模及结构分析

二、中国手机普及状况

第四章 2013-2014年中国电信增值业务市场运行动态分析

第一节 2013-2014年中国电信增值业务最新资讯透析

一、大唐高鸿挺进电信增值业务高地

二、东信亚洲vas展重磅推出融合型多媒体电信增值业务平台

三、it增值新业务销售引争议

第二节2013-2014年中国移动增值业务市场运行总况

一、移动增值业务收入增长迅速

二、区域发展的不平衡性

三、市场竞争参与者继续多元化

第三节2013-2014年中国移动增值业务特征分析

一、短信、彩铃业务仍占据绝对优势

二、移动业务的个性化特征日益凸显

三、社区化服务成为加强用户粘性的有力手段

第四节2013-2014年中国移动增值行业市场动态分析

一、中国将重点发展移动增值及宽带三大增长业务

二、移动增值业务市场将会有有一个迅猛的增长

三、中国移动增值热点事件盘点

第五节 2013-2014年中国移动增值市场存在的问题探讨

一、目前电信增值业务发展存在四大问题

二、增值电信业务知识产权问题研讨会

三、短信、ivr等电信增值业务中，广告发布权的问题研究

第五章 2013-2014年中国电信增值业务及其运营模式研究

第一节 2013-2014年中国电信增值业务的运营模式研究

一、合作运营已成为提供增值业务的主要模式

二、虚拟运营模式有利于促进产业分工合作

三、联合运营模式便于横向整合

四、合资运营模式以资本纽带打造利益共享

五、自营模式仍在相当大范围内具有发展空间

六、中国电信的产业价值链策略建议

第二节 2013-2014年中国电信增值业务发展的swot分析

一、内部条件的优势分析（superiority）

二、内部条件的劣势分析（weaken）

三、外部环境的机会分析（opportunity）

四、外部环境的威胁分析（threaten）

第六章 2013-2014年中国彩信（mms）业务市场动态分析

第一节 2013-2014年中国彩信（mms）业务市场资讯

一、北京电信全面开通彩信业务 最低0.17元/条

二、at&t正式启动iphone用户mms彩信业务

三、电信彩信可与移动联通互通

第二节 2013-2014年中国彩信（mms）业务现状综述

一、中国mms发展方兴未艾

二、中移动进行彩信业务稽核 sp结算额大幅度下降

三、中国彩信业务新模式拓展分析

四、sybase ase中国移动彩信业务应用案例

五、彩信业务营销策略

第三节 2013-2014年中国的彩信细分市场运行分析

一、中国移动的“彩信”业务

二、中国联通的“彩e”业务

第四节 2013-2014年中国mms市场规模分析

一、mms用户规模

二、mms业务收入

三、细分内容收入结构

第五节 2013-2014年中国mms市场影响因素分析

第七章 2013-2014年中国mms用户调研

第一节 2013-2014年中国mms用户基本概况

一、认知程度分析

二、使用情况分析

三、用户评价分析

第二节 网民的彩信业务使用情况分析

一、网民使用手机档次的分析

二、网民通过网络使用各项增值服务的情况

三、网民未来使用彩信服务的可能性

四、网民对彩信收费价格的看法

五、网民对彩信的满意度情况

第三节 影响用户使用mms的因素分析

第八章 2013-2014年中国四大品牌彩信市场运营分析

第一节 全球通

第二节 动感地带

第三节 神州行

第四节 中国联通彩e

第九章 2013-2014年中国mms主要sp市场竞争分析

第一节 空中信使

一、企业概况

二、空中网将携手opera开发手机浏览器

三、空中网进军无线社区

四、2013-2014年空中网经营状况分析

五、2013-2014年全年空中网手机广告业务发展情况

第二节 新浪

一、新浪移动增值业务业绩分析

二、新浪移动增值业务发展分析

第三节 tom

一、企业概况

二、公司的主要收入来源

三、tom移动增值业务业绩分析

四、tom业务结构转型分析

五、tom在线sp业务分析

第十章 2015-2020年中国mms增值服务前景预测分析

第一节 2015-2020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、移动搜索成为新兴业务

四、运营商将加大集团业务和行业应用产品投入

五、业务接入、管理平台从垂直化向水平化发展

六、市场主体向产业链上下游方向延伸

第二节 2015-2020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 2015-2020年中国mms增值服务市场预测分析

一、2015-2020年中国移动增值用户分析

二、2015-2020年中国移动增值业务用户分析

二、2015-2020年中国移动增值业务市场规模分析

第十一章 2015-2020年中国彩信业务投资战略分析

第一节 2013-2014年中国彩信业务投资概况

一、彩信业务投资特性分析

二、彩信业务投资价值分析

三、彩信业务投资政策解读

第二节 2015-2020年中国彩信业务投资机会分析

一、增值业务成电信投资亮点长期发展空间大

二、彩信业务投资吸引力分析

第三节 2015-2020年中国电信增值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：

图表：2011-2014年中国gdp总量及增长趋势图

图表：2014年3季度中国三产业增加值结构图

图表：2009-2014年中国cpi、ppi月度走势图

图表：2011-2014年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2011-2014年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：1978-2014中国城乡居民恩格尔系数对比表

图表：1978-2014中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2011-2014年中国工业增加值增长趋势图

图表：2009-2014年我国工业增加值分季度增速

图表：2011-2014年我国全社会固定资产投资额走势图

图表：2011-2014年我国城乡固定资产投资额对比图

图表：2011-2014年我国财政收入支出走势图

图表：2014年1月-2014年9月人民币兑美元汇率中间价

图表：2014年9月人民币汇率中间价对照表

图表：2009-2014年中国货币供应量统计表 单位：亿元

图表：2009-2014年中国货币供应量月度增速走势图

图表：2001-2014年中国外汇储备走势图

图表：2011-2014年中国外汇储备及增速变化图

图表：2014年9月20日中国人民银行利率调整表

图表：我国历年存款准备金率调整情况统计表

图表：2011-2014年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2011-2014年我国货物进出口总额走势图

图表：2011-2014年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表：2011-2014年中国就业人数走势图

图表：2011-2014年中国城镇就业人数走势图

图表：1978-2014年我国人口出生率、死亡率及自然增长率走势图

图表：1978-2014年我国总人口数量增长趋势图

图表：2014年人口数量及其构成

图表：2011-2014年我国普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数走势图

图表：2001-2014年我国广播和***综合人口覆盖率走势图

图表：1978-2014年中国城镇化率走势图

图表：2011-2014年我国研究与试验发展（r&d）经费支出走势图

图表：宽带业务市场的份额

图表：各种宽带业务对整个宽带增值业务收入的贡献

图表：国外各种主要的电信增值市场发展模式特点

图表：2006年中国电信增值业务细分产品市场收入分布情况

图表：短信业务在行业应用中的主要功能

图表：多彩回铃音业务在4大电信运营商的不同称谓

图表：彩信业务的主要功能分类

图表：2003-2014年中国wap业务市场收入情况

图表：中国联通的uni品牌所包括的6大业务功能群

图表：中国主要增值服务业务及增值服务商数量

图表：2001-2014年全球通信市场总体规模变化情况

图表：2004-2014年中国电信增值业务市场规模及占比变化情况

图表：中国移动数据业务应用的产业链关系图

图表：2007-2014年中国移动增值业务市场总体规模预测图

图表：2007-2014年中国电信增值业务细分市场预测图

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/248320.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）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。