



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2008-2009年中国移动增值服务 市场调查与投资咨询市场分析及 发展趋势研究报告

## 一、调研说明

《2008-2009年中国移动增值服务市场调查与投资咨询市场分析及发展趋势研究报告》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/43219.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](mailto: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

移动增值业务是移动运营商在移动基本业务（话音业务）的基础上，针对不同的用户群和市场需求开通的可供用户选择使用的业务。移动增值业务是市场细分的结果，它充分挖掘了移动网络的潜力，满足了用户的多种需求，因此在市场上取得了巨大的成功。如预付费业务（神州行、如意通），短消息增值业务（移动梦网、联通在信）都有着众多的用户，已成为运营商的主要品牌。移动增值业务已成为移动运营商价值链最重要的组成部分，市场前景广阔，需求极大。据预测，中国移动增值业务市场将以每年超过30%的速度增长。

移动商务是指通过移动通信网络进行数据传输，同时利用移动终端参与各种商务经营活动的一种新型电子商务模式。企业移动商务服务不仅包括移动银行、手机支付、移动营销、移动新型查询等服务，还包括那些为企业量身定做、能大幅提高企业运作效率和营销能力的移动应用解决方案。

移动增值业务——位置业务悄然兴起的移动位置业务移动通信发展到今天，最能体现它勃勃生机的地方在于它丰富多彩的数据业务和增值业务。因为它适应了信息时代人们对移动业务的要求，给人们的生活带来了极大的便利，这正是发展的契机，而移动位置业务也正是在这一发展机遇下，作为移动通信网提供的一种增值业务，悄然兴起。它通过一定的技术，得到用户的位置信息（经纬度或当地街道的位置等），提供给该用户本人或通信系统本身（用于计费），或者提供给其它请求得到该用户位置的机构或个人。由于它在紧急救援、汽车导航、智能交通、团队管理等方面突出的作用，它已被越来越多的人接受，近几在国外的的发展非常快。

本研究报告依据国家统计局、信息产业部等相关部门的统计数据，对目前中国移动增值业务进行了深入和系统的分析，是欲进入该领域或者发现投资机会，了解该移动增值领域最新发展动态，提供重要参考依据。

### 【 目录 】

第一节 移动增值业务的定义	1
第二节 移动增值业务的特点与分类	1
一 移动增值业务的特点	1
二 移动增值业务的分类	2
第三节 移动增值服务产业链分析	3
一 移动增值服务产业链图	3
二 移动增值业务产业链分析	3
第二章 2007年中国移动增值业务市场发展环境分析	5
第一节 移动增值业务市场发展总体情况	5
一 2006年我国增值电信业务市场总规模	5
二 2007年中国移动增值业务总体市场规模达到1700亿元	6
三 2008年移动增值业务市场将会有有一个迅猛的增长	7
第二节 监管政策对移动增值业务的影响	7
一 监管为民鼓励竞争成出发点	7
二 号码携带基本准备就绪	8
三 SP治理将越来越严格	8
四 市场定价机制初步形成	8
五 网络融合将被积极推动	9
六 VOIP业务短期难以放开	9
七,借实名制规范市场	9
八,信产部呼吁开发新业务	10
九,SP企业加速转型	10
第三节 2008年中国宏观经济预测——投资增长促进因素大于投资抑制因素	11
一、2008年我国投资仍将保持较快增长	11
二、2007年投资高位稳定增长,投资结构有所改善	13
第三章 2007年中国移动运营商增值业务发展分析	15
第一节 移动运营商增值业务总体发展趋势分析	15
一、移动运营商增值业务市场规模分析	15
二、我国移动增值业务发展策略	17
二、业务发展分析	27

三、发展策略的调整分析	29
四、业务发展动向	30
第二节 中国联通增值业务发展分析	31
一、业绩分析	31
二、业务发展分析	33
三、发展策略分析	38
四、业务发展动向	38
第四章 2007年中国移动增值业务市场规模现状分析	40
第一节 移动通信市场用户规模现状分析	40
第二节 移动通信市场规模现状分析	42
第三节 移动增值业务市场用户规模现状分析	43
第四节 移动增值业务市场收入规模现状分析	45
第五章 2007年中国主要SP移动增值业务发展分析	47
第一节 SP增值业务发展总体趋势分析	47
一、SP市场规模现状	47
二、SP发展分析	51
三、SP发展趋势预测	55
第二节 空中网移动增值业务分析	58
一、空中网移动增值业务业绩分析	58
（一）2005-2007年第一季度空中网业绩分析	58
1, 总收入减少 受政策影响营收变动频繁	58
2, 毛利有所减少 毛利率上升	59
3, 费用增长幅度较大	60
4, 运营利润与运营利润率同创历史最低	60
（二）空中网2007年第三季度主要业绩：	61
二、空中网业务结构分析	63
（一）06年前半年空中网收入结构分析	63
（二）06年3季度到07年3季度空中网收入结构分析	65
1, 总体业绩回升主要得益于2G相关业务增长	65
2, 手机广告凭借无线互联网门户的优势持续增长	66

3, JAVA业务有望成为空中网2.5业务的重要支撑点	66
三、空中网移动增值业务发展分析	67
1. 空中网移动增值业务发展经历	67
2, 空中网移动增值业务发展布局	69
第三节 华友世纪移动增值业务分析	69
一、2001-2006华友世纪移动增值业务业绩分析	69
（一）2001-2005年华友世纪移动增值业务业绩	69
（二）2006 1-3季度华友世纪移动增值业务业绩	71
二、华友世纪业务结构分析	74
三、华友世纪移动增值业务发展分析	77
第四节 掌上灵通移动增值业务分析	80
一、掌上灵通移动增值业务业绩分析	80
（一）2000-2005年掌上灵通移动增值业务业绩分析	80
（二）2005-2007年1季度掌上灵通移动增值业务业绩分析	81
（三）2007年掌上灵通第二季度与第三季度业绩分析	83
1, 主要运营指标情况	83
2, 利率、开支和资产负债表	84
二、2002-2006掌上灵通业务结构分析	85
三、掌上灵通移动增值业务发展分析	86
第五节 TOM移动增值业务分析	87
一、2003-2007年TOM移动增值业务业绩分析	87
二、2003-2007年TOM业务结构分析	89
三、业务结构转型	89
四、2005-2007年TOM移动增值业务发展分析	90
第六节 新浪移动增值业务分析	92
一、2001-2007年新浪移动增值业务业绩分析	92
二、新浪移动增值业务发展分析	95
第七节 搜狐移动增值业务分析	100
一、2002-2007年搜狐移动增值业务业绩分析	100
二、2002-2007年搜狐移动增值业务发展分析	101
第八节 腾讯移动增值业务分析	103
一、2004-2007年腾讯移动增值业务业绩分析	103

二、2002-2007年腾讯移动增值业务发展分析	106
第九节 北纬通信	109
一 2004-2007年北纬通信的移动增值业绩分析	109
二 2004-2006年北纬通信的移动增值业务发展分析	110
1, 北纬通信业务结构介绍	110
2, 北纬通信竞争优势	111
第六章 2007年中国移动增值业务行业成熟业务发展分析	112
第一节 2006-2007年SMS业务发展分析	112
一、2006-2007年业务发展现状分析	112
二、业务发展预测	114
第二节 2006-2007年MMS业务发展分析	115
一、2006-2007年业务发展现状分析	115
二、业务发展预测	118
第三节 2006-2007年WAP业务发展分析	119
一、2006-2007年业务发展现状分析	119
二、2008年业务发展预测	121
第四节 2006-2007年CRBT业务发展分析	123
一、2006-2007年业务发展现状分析	123
二、2008年业务发展预测	123
第五节 2006-2007年IVR业务发展分析	125
一、2006-2007年业务发展现状分析	125
二、2008年业务发展预测	128
第七章 2007年中国移动增值业务行业热点业务分析	130
第一节 移动音乐	130
一、2006-2007年业务现状分析	130
二、2008年业务发展预测	131
第二节 2006-2007年短信搜索与WAP搜索	131
一、2006-2007年业务现状分析	131
二、2008年业务发展预测	136
第三节 2006-2007年移动即时通信	137

一、2006-2007年业务现状分析 137

二、业务发展预测 140

第四节 手机游戏 142

一、业务现状分析 142

二、业务发展预测 144

第五节 移动流媒体 145

一、业务现状分析 145

二、业务发展预测 149

第八章 移动增值服务未来的十大业务 149

1.手机电视 149

2.LBS 150

3.移动支付 150

4.移动博客 150

5.手机邮件 151

6.POC 151

7.手机搜索 152

8.手机广告 152

9.手机识别 152

10.手机黄页 152

第九章 2008-2010年中国移动增值业务发展趋势预测 153

一、已商用业务不断演进 153

二、手机音乐、手机电视、手机游戏将成为新的增长亮点 153

三、移动搜索成为新兴业务 154

四、运营商将加大集团业务和行业应用产品投入 158

六、运营商在终端定制中将发挥更加重要的作用 159

第十章 3G业务的发展策略 160

第一节 通信类业务分阶段发展策略 161

第二节 信息内容类业务发展策略 164

第三节 交易类业务发展策略 167



## 图表目录

- 图表 1 移动增值业务的发展分类 2
- 图表 2 移动增值服务产业链图 3
- 图表 3 2002-2006年中国移动的营业收入统计表 24
- 图表 4 2002-2006年中国移动的运营利润统计表 25
- 图表 5 2003-2006年中国移动的增值业务收入统计表 26
- 图表 6 2004-2007年6月中国移动，中国联通增值业务收入增速及占收入比重 26
- 图表 7 2007年上半年中国移动新业务收入结构 30
- 图表 8 2005与2006年中国联通主营业务分行业、产品情况表 31
- 图表 9 2004-2007年6月中国移动，中国联通增值业务收入增速及占收入比重 31
- 图表 10 2007年1-8月中国移动，中国联通每月新增用户对比 32
- 图表 11 2007年上半年中国联通新业务收入结构 39
- 图表 12 2002-2007年中国移动通信用户规模发展情况 40
- 图表 13 2004-2010年行动用户统计与预测 41
- 图表 14 2004-2010年固网用户统计与预测 42
- 图表 15 2003-2010年中国国内四大移动通信运营商营收对比 42
- 图表 16 2004-2007年6月全国增值业务经营者数量 43
- 图表 17 2006年底各类增值电信业务经营者数量比例 44
- 图表 18 2001-2007年6月中国增值电信业务经营者增减情况 45
- 图表 19 2003-2007我国移动增值业务市场规模现状与预测 单位：亿元 46
- 图表 20 2004-2006年中国移动增值典型企业市场份额 49
- 图表 21 2004-2006年移动增值业务经营企业总体盈亏状况 50
- 图表 22 2006年跨地区移动增值运营企业业务收入前十强 50
- 图表 23 2005-2007年1季度空中网总收入统计 58
- 图表 24 2005-2007年1季度空中网毛利率统计 59
- 图表 25 2005-2007年1季度空中网费用统计 60
- 图表 26 2005-2007年1季度空中网运营利润统计 61
- 图表 27 2006年第一季度空中网的收入结构 63
- 图表 28 2006年第二季度空中网的收入结构 64
- 图表 29 2006-2007第三季度空中网各季度营业收入及增长情况 65
- 图表 30 2006-2007第三季度空中网各季度营业收入结构情况 66

- 图表 31 2001-2005年华友世纪营收总额 70
- 图表 32 2000-2005年华友世纪净利润统计 70
- 图表 33 2000-2005年华友世纪净利润率统计 71
- 图表 34 华友世纪业务结构图 76
- 图表 35 2001-2005年华友世纪营收结构 单位：千美元 76
- 图表 36 2002-2005年华友世纪运营商收益结构 77
- 图表 37 2004-2005年华友世纪各季营收结构 78
- 图表 38 2000-2005年掌上灵通毛营收 80
- 图表 39 2000-2005年掌上灵通净利润 81
- 图表 40 2005-2007年1季度掌上灵通各季度总收入统计 82
- 图表 41 2005-2007年1季度掌上灵通运营利润统计 82
- 图表 42 2004Q1~2006Q1掌上灵通营收结构 85
- 图表 43 2003-2007上半年TOM移动增值业务成本费用统计 87
- 图表 44 2003-2007上半年TOM移动增值业务营业收入统计 88
- 图表 45 2003-2007上半年TOM移动增值业务运营利润与利润率统计 88
- 图表 46 2003-2007上半年TOM广告收入统计 89
- 图表 47 2001-2006年新浪净营收情况 单位：万美元 93
- 图表 48 2002-20071季度搜狐营业收入统计 100
- 图表 49 2004-2006年新浪搜狐增值业务各季度收入对比 101
- 图表 50 2002-20071季度搜狐非广告收入统计 101
- 图表 51 2004-2007年1季度腾讯营业收入统计 104
- 图表 52 2004-2007年1季度腾讯互联网增值业务收入统计 104
- 图表 53 2004-2007年1季度腾讯SP业务规模统计 107
- 图表 54 2004-2006年北纬通信的移动增值业务收入构成 单位：百万 109
- 图表 55 2004-2006年北纬通信总收入统计 109
- 图表 56 2004-2006年北纬通信移动增值业务收入构成 单位：万元 110
- 图表 57 北纬通信与行业第一梯队公司收入规模、市场份额比较 111
- 图表 58 2006年跨地区移动增值业务各类增值业务收入所占比例 112
- 图表 59 2004-2005年上半年新浪、TOM等短信收入变化图 单位：万美元 113
- 图表 60 2006年短信业务收入前十名 114
- 图表 61 2006年MMS业务收入前十名 115
- 图表 62 中国手机用户对MMS的需求调查 117

图表 63	05年-06年12月CMCC WAP业务信息费市场规模	120
图表 64	2006年WAP业务收入前十名	120
图表 65	2007年7月移动WAP收入排名	121
图表 66	2006年IVR业务收入前十名	128
图表 67	2005-2010年3G业务收入统计与预测	160
图表 68	通信类业务市场吸引力评估	162
图表 69	通信类业务的市场适应度评估	163
图表 70	通信类业务的分阶段发展	164
图表 71	信息内容类业务的市场吸引力评估	165
图表 72	信息内容类业务的市场适应度评估	166
图表 73	信息内容类业务的分阶段发展	166
图表 74	交易类业务市场吸引力评估	169
图表 75	交易类业务市场适应度评估	170
图表 76	交易类业务分阶段发展	170
图表 77	娱乐类业务市场吸引力评估	172
图表 78	娱乐类业务市场适应度评估	172
图表 79	娱乐类业务分阶段发展	173

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/43219.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。