



艾凯咨询
ICAN Consulting

2006年中国无线电邮业务及手机 市场及2007-2011年预 测市场分析及发展趋势研究报告

一、调研说明

《2006年中国无线电邮业务及手机市场及2007-2011年预测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/43274.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

研究摘要

无线电邮业务在全球面临着良好的发展机遇。全球互联网及移动通信市场的快速发展正在为无线电邮业务营造着越来越好的发展氛围，截至2006年底，全球互联网用户达到10.9亿，同2001年相比较整整翻了一倍以上。与此同时，全球移动通信及增值电信服务市场快速增长，互联网移动化应用条件日益成熟。

截至2006年底，全球无线电邮用户量突破1200万，无线电邮业务已经成就了RIM公司的“黑莓”传奇，无线电邮引得微软、诺基亚、伟斯拓（Visto）等厂商纷纷加入战团，无线电邮解决方案市场群雄并起，让RIM公司感到了全球竞争的压力。

截至2006年底，中国互联网用户数量达到了1.37亿，移动用户量则达到了4.61亿，移动终端上的互联网用户也达到了1700万左右，中国无线电邮业务的环境氛围日益看好。中国联通与中国移动相继带头向无线电邮市场开拔，中国无线电邮产业链市场开始为无线电邮市场之争做着准备。

随着RIM、微软、Visto等厂商逐渐进入到中国市场，以中国移动与中国联通等运营商的主导之下，加之以信息化更多地深透到企业与个人消费领域，在中国移动通信用户市场以及互联网市场日益成熟化发展的过程中，中国无线电邮业务市场前景可期，CMP咨询预计到2011年中国无线电邮业务用户量将达到1000万户以上，而所形成的整体市场规模有望达到接近30亿元。

【 目录 】

研究目录

研究说明 6

研究定义 6

研究方法 6

一、全球无线电邮市场概述 8

1.1全球无线电邮及无线电邮手机市场发展背景	8
1.2全球无线电邮业务及手机市场发展概述	9
二、无线电邮业务市场发展背景及动力	11
2.1行业发展背景分析	11
2.1.1中国移动通信发展环境	11
2.1.2数据通信业务的发展	11
2.1.3互联网接入与电子邮件服务需求	11
2.2移动运营商	13
2.2.1增值业务的发展	13
2.2.2移动应用潜在用户市场的发展	13
2.2.3 3G发展驱动力	13
2.3技术方案提供商	14
2.4终端制造商	15
2.5电子邮件服务提供商	16
2.6用户需求	17
2.7替代产品与服务的发展	17
三、中国无线电邮手机市场现状分析	19
3.1市场背景	19
3.1.1手机用户及手机市场	19
3.1.2电子邮件服务及邮件手机市场	22
3.2市场发展现状	23
3.3市场特征分析	25
3.3.1产品类型分布情况	25
3.3.2 Push-Mail手机市场格局特征分析	28
3.3.3 现有电子邮件手机产品的主要特征分析	32
四、全球及中国无线电邮技术及主要厂商发展现状分析	33
4.1全球无线电邮技术方案总括	33
4.1.1 Push-Mail技术	33
4.1.2 Mail型技术	34

4.1.3间接mail型技术	35
4.2主要厂商及其技术方案分析	36
4.2.1 RIM公司 (Blackberry)	36
4.2.2诺基亚 (Intellisync)	39
4.2.3微软 (Windows mobile 5.0)	41
4.2.4 伟斯拓 (Visto)	44
4.2.5中国移动Push-Mail (无线立通)	46
4.2.6中国联通“红草莓”(Facio Software)	48
4.3 RIM公司简要介绍及经验分析	49
4.3.1 RIM公司及产品简介	49
4.3.2 RIM公司发展经验分析	50

五、未来市场发展趋势分析 53

5.1无线电邮业务与服务的发展趋势	53
5.2终端产品与技术的发展趋势	55
5.3应用与需求环境的发展趋势	56

六、未来5年(2007-2011)市场规模预测 59

6.1终端产品销售预测	59
6.1.1销售量预测	59
6.1.2销售额预测	63
6.2无线电邮业务市场规模预测	67

七、结论及发展建议 70

7.1主要结论	70
7.2发展建议	71

版权声明 75

表目录

表1 2000-2006年全球互联网用户量及其增长预测	8
表2 2001-2006年中国互联网用户数量及其增长情况	12
表3 2001-2006年中国移动用户数量及其增长情况	19

表 4 2001-2006年中国手机终端销售量及其增长情况	20
表 5 2005-2006年按季度对比不同新功能手机的推出情况及其份额对比	21
表 6 2006年中国无线电邮市场用户数量及业务市场规模	25
表 7 2005-2006中国WAP手机的季度 (QoQ) 销售量情况	26
表 8 2005-2006中国HTML手机的季度 (QoQ) 销售量情况	27
表 9 2005-2006中国Push-Mail手机的季度(QoQ)销售量情况	28
表 10 2005-2006年中国Push-mail手机 (智能手机) 市场上主要操作系统所占的份额	29
表 11 2005-2006年中国Push-Mail手机 (智能手机) 价格水平分析	30
表 12 2005-2006年中国Push-Mail手机 (智能手机) 市场主要厂商品牌市场规模及份额	31
表 13 RIM公司2000-2006年BlackBerry用户数量	37
表 14 截至2006年Visto在移动电邮方面的合作厂商	44
表 15 2006年RIM公司的无线电邮业务合作伙伴及其合作销售的终端产品	51
表 16 2007-2011年中国手机整体市场销售量规模及其增长预测	59
表 17 2007-2011年中国WAP相关手机市场销售量规模预测	60
表 18 2007-2011年中国HTML手机市场销售量规模预测	61
表 19 2007-2011年中国Push-Mail手机市场销售量规模预测	62
表 20 2006年中国手机整体销售额及中国2007-2011年销售额预测	63
表 21 2006年中国WAP手机销售额及中国2007-2011年销售额预测	64
表 22 2006年中国HTML手机销售额及中国2007-2011年销售额预测	65
表 23 2006年中国Push-Mail手机 (智能手机) 销售额及中国2007-2011年销售额预测	66
表 24 2007-2011年中国无线电邮业务用户规模增长预测	68
表 25 2007-2011年中国无线电邮业务用户市场规模增长预测	68

图目录

图 1 2000-2006年全球互联网用户量及其增长预测	8
图 2 2001-2006年中国互联网用户数量及其增长情况	12
图 3 2001-2006年中国移动用户数量及其增长情况	19
图 4 2001-2006年中国手机终端销售量及其增长情况	20
图 5 2005-2006中国WAP手机的季度销售量情况	26
图 6 2005-2006中国HTML手机的季度 (QoQ) 销售量情况	27
图 7 2005-2006中国Push-Mail手机的季度(QoQ)销售量情况	28
图 8 2005-2006年中国Push-mail手机 (智能手机) 市场主要操作系统所占份额及其变化	29

图 9 2005-2006年中国Push-Mail手机（智能手机）价格水平变化情况	30
图 10 2005-2006年中国Push-Mail手机（智能手机）市场主要厂商品牌市场规模及份额	32
图 11 Push-Mail技术方案示意图	34
图 12 Mail型无线电邮技术方案示意图	35
图 13 间接Mail型无线电邮技术方案示意图	36
图 14 RIM公司2000-2006年BlackBerry用户数量及其增长情况	37
图 15 诺基亚（Intellisync）无线电邮技术方案示意图	40
图 16 伟斯拓（Visto）无线电邮技术解决方案示意图	45
图 17 中国移动无线平台无线电邮技术方案示意图	47
图 18 2007-2011年中国手机整体市场销售量规模及其增长预测	59
图 19 2007-2011年中国WAP相关手机市场销售量规模预测	60
图 20 2007-2011年中国HTML手机市场销售量规模预测	61
图 21 2007-2011年中国Push-Mail手机市场销售量规模预测	62
图 22 2006年中国手机整体销售额及中国2007-2011年销售额预测	63
图 23 2006年中国WAP手机销售额及中国2007-2011年销售额预测	64
图 24 2006年中国HTML手机销售额及中国2007-2011年销售额预测	65
图 25 2006年中国Push-Mail手机（智能手机）销售额及中国2007-2011年销售额预测	66
图 26 2007-2011年中国无线电邮业务用户规模增长预测	68
图 27 2007-2011年中国无线电邮业务用户市场规模增长预测	69

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/43274.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提供专业投资咨询报告、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。