



艾凯咨询
ICAN Consulting

2006年第3季度中国CRBT市 场季度监测

一、调研说明

《2006年第3季度中国CRBT市场季度监测》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/43283.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

【 描述 】

Key Findings

彩铃业务小幅度反弹，市场规模较上个季度上升4.3%，非常接近06年第1季度；炫铃业务也小幅度上涨5.4%。但是总体上仍然呈现徘徊态势，并没有走出低级饱和区。

龙腾阳光因为自消费问题受到湖北移动的处罚，这是继辽宁移动公开大规模处罚SP自消费后，中国移动集团省分公司第二次公开处罚。

虽然中国移动在7月份出台的新政对自消费行为也有影响，但是由于营销渠道单一的局面并没有改变，SP的实际自消费行为始终维持在高水平，在信息费市场规模中的比重并未下滑。

本季度在产品创新上，各个省市的运营商尝试较多，其中一些还取得了良好的社会效益。

本季度中国移动联合唱片公司、终端厂商、SP等产业链各个环节，高调成立了无线音乐俱乐部，直接接入了音乐内容的运营。但是运营情况并不理想，甚至大量出现不能成功注册俱乐部会员等技术问题。

【 目录 】

Table of Contents

0 研究定义

1 关键发现

2 中国移动

3 中国联通

4 厂商市场活动跟踪

List of Tables

- 2-1 2006年第3季度中国移动彩铃市场的整体规模（单位：万元）
- 2-2 2006年第3季度中国移动彩铃业务收入构成（单位：万元）
- 2-3 2006年第3季度中国移动SP的彩铃业务收入（单位：万元）
- 2-4 2006年第3季度中国移动彩铃业务的用户规模（单位：万）
- 2-5 2006年第3季度中国移动彩铃业务的用户增长率（单位：%）
- 2-6 2006年第3季度中国移动彩铃业务用户的区域分布（单位：万，%）
- 2-7 2006年第3季度中国移动彩铃业务信息费收入的区域分布（单位：万元，%）
- 2-8 2006年第3季度中国移动彩铃业务各省的市场规模（单位：万元）和ARPU值（单位：元）
- 2-9 2006年第3季度中国移动彩铃用户的ARPU值（单位：元）
- 2-10 2006年第3季度中国移动彩铃业务主要SP的信息费收入（单位：万元）
- 2-11 2006年第3季度中国移动彩铃业务SP的竞争格局
- 2-12 2006年第3季度中国移动彩铃业务SP的市场集中度
- 3-1 2006年第3季度中国联通炫铃市场的整体规模（单位：万元）
- 3-2 2006年第3季度中国联通炫铃业务收入构成（单位：万元）
- 3-3 2006年第3季度中国联通SP的炫铃业务收入（单位：万元）
- 3-4 2006年第3季度中国联通炫铃业务的用户规模（单位：万）
- 3-5 2006年第3季度中国联通炫铃业务的用户增长率（单位：%）
- 3-6 2006年第3季度中国联通炫铃业务用户的区域分布（单位：万，%）
- 3-7 2006年第3季度中国联通炫铃业务信息费收入的区域分布（单位：万元，%）
- 3-8 2006年第3季度中国联通炫铃业务各省的市场规模（单位：万元）和ARPU值（单位：元）
- 3-9 2006年第3季度中国联通炫铃用户的ARPU值（单位：元）
- 3-10 2006年第3季度中国联通炫铃业务主要SP的信息费收入（单位：万元）
- 3-11 2006年第3季度中国联通炫铃业务SP的竞争格局
- 3-12 2006年第3季度中国联通炫铃业务SP的市场集中度
- 4-1 厂商市场活动跟踪

List of Figures

- 2-1 2006年第3季度中国移动彩铃市场的整体规模（单位：万元）
- 2-2 2006年第3季度中国移动彩铃业务的市场收入构成
- 2-3 2006年第3季度中国移动彩铃业务收入构成
- 2-4 2006年第3季度中国移动彩铃业务用户规模（单位：万）

- 2-5 2006年第3季度中国移动彩铃业务用户增长率（单位：%）
- 2-6 2006年第3季度中国移动彩铃业务用户的区域分布（单位：万）
- 2-7 2006年第3季度中国移动彩铃业务信息费收入的区域分布（单位：万元）
- 2-8 2006年第3季度中国移动彩铃业务各类产品信息费收入（单位：%）
- 2-9 2006年第3季度中国移动彩铃业务各省的市场规模（单位：万元）
- 2-10 2006年第3季度中国移动彩铃业务SP的竞争格局
- 3-1 2006年第3季度中国联通炫铃市场的整体规模（单位：万元）
- 3-2 2006年第3季度中国联通炫铃业务的市场收入构成
- 3-3 2006年第3季度中国联通炫铃业务收入构成
- 3-4 2006年第3季度中国联通炫铃业务用户规模（单位：万）
- 3-5 2006年第3季度中国联通炫铃业务用户增长率（单位：%）
- 3-6 2006年第3季度中国联通炫铃业务用户的区域分布（单位：万）
- 3-7 2006年第3季度中国联通炫铃业务信息费收入的区域分布（单位：万元）
- 3-8 2006年第3季度中国联通炫铃业务各类产品信息费收入（单位：%）
- 3-9 2006年第3季度中国联通炫铃业务各省的市场规模（单位：万元）
- 3-10 2006年第3季度中国联通炫铃业务 SP的竞争格局

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/43283.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。