



艾凯咨询
ICAN Consulting

2006年第3季度中国移动增值服务市场季度监测

一、调研说明

《2006年第3季度中国移动增值服务市场季度监测》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/43284.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 〕

关键发现

2006年第3季度，中国的移动通信用户达到4.43亿户，比上季度增长3.94%。第3季度，整体移动增值服务市场规模达到62.11亿元，市场概述如下：

2006年7月，中国移动以“放心体验”活动的名义颁布规范无线增值业务的系列新政，主要内容包括：1、包月业务的免费试用期最长延长至40天（以前最长是10天）。2、免费试用期开始和结束时分别发送短信提示，告知服务内容和资费、退订方式等。3、开启老用户全量定购提醒，每月下旬发送一次已定购业务提示。4、对所有“异常定购关系”进行全面核查和清理。5、在全量定购提醒启动前，先行强制清理一批定购关系异常的业务。6、纠查业务名称和业务范围不一致现象（含业务代码套用）。这些措施非常具体，并且都会对包月为主的无线增值业务产生直接的负面影响。

受移动新政影响，彩信业务下降明显，市场规模为1.81亿元，环比下跌18.97%。彩信业务最大的SP空中网和TOM的季度收入分别下降了27%和50%。但是也有一些SP逆势而上，采用大规模群发等手段，迅速提升收入和排名，进入本季度彩信收入领先者的行列。

本季度由于移动WAP业务受到政策调控的影响，WAP业务整体市场规模出现下降。2006年第3季度中国市场WAP总收入达16.62亿，比上季度下降仅为8.1%。移动WAP业务中，自消费比重有所下滑，但是仍然偏高。SP将自消费的对象从包月业务转换为点播业务。推广渠道单一这一根源性问题仍然没有解决。

本季度的短信业务市场规模也出现了8.64%的下滑，达到16.54亿。在移动的新政下，SP将业务资源转移联通短信，其中联通全网短信业务收入季度环比增长17.70%。联通短信业务的增长部分抵消了移动短信业务的下跌，使短信业务总体市场规模的下降幅度维持在10%以内。

本季度，CRBT业务市场规模为15.79亿元，季度环比增长了5.38%，出现了小幅反弹，但是仍然在低级饱和区徘徊。同WAP业务和百宝箱业务一样，CRBT业务的推广渠道也极为单一

。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，直接介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。

无线JAVA业务大幅度下跌，市场规模仅仅为1.39亿，季度环比下跌达到30.24%。这也是JAVA业务连续高速增长之后的第一次下跌，自消费的回落是最重要的原因。BREW业务本季度下跌15%，主要是受到系统割接的影响。

【 目 录 】

Table of Contents

0 研究定义

1 关键发现

2 市场数据

3 厂商市场活动跟踪

List of Tables

2-1 2006年第3季度移动通讯用户数（单位：万）

2-2 2006年第3季度移动增值服务市场规模（单位：亿元）

2-3 2006年第3季度移动增值服务市场收入构成（单位：亿元）

2-4 2006年第3季度SMS市场情况

2-5 2006年第3季度SMS市场运营商情况

2-6 2006年第3季度SMS全网业务SP市场排名

2-7 2006年第3季度SMS分省业务收入

2-8 2006年第3季度MMS市场情况

2-9 2006年第3季度MMS市场运营商情况

2-10 2006年第3季度MMS全网业务SP市场排名

2-11 2006年第3季度MMS分省业务收入

2-12 2006年第3季度WAP市场情况

2-13 2006年第3季度WAP市场运营商情况

2-14 2006年第3季度WAP全网业务SP市场排名

2-15 2006年第3季度WAP分省业务收入
2-16 2006年第3季度CRBT市场情况
2-17 2006年第3季度CRBT市场运营商情况
2-18 2006年第3季度CRBT业务SP市场排名
2-19 2006年第3季度IVR市场情况
2-20 2006年第3季度IVR市场运营商情况
2-21 2006年第3季度IVR全网业务SP市场排名
2-22 2006年第3季度JAVA市场情况
2-23 2006年第3季度JAVA市场运营商情况
2-24 2006年第3季度JAVA业务SP市场排名
2-25 2006年第3季度JAVA分省业务收入
2-26 2006年第3季度BREW市场情况
2-27 2006年第3季度BREW市场运营商情况
2-28 2006年第3季度BREW全网业务SP市场排名
2-29 2006年第3季度BREW分省业务收入
3-1 厂商市场活动跟踪

List of Figures

2-1 2006年第3季度移动通讯用户数（单位：万）
2-2 2006年第3季度移动增值服务市场规模（单位：亿元）
2-3 2006年第3季度移动增值服务市场收入构成（单位：亿元）
2-4 2006年第3季度SMS用户规模
2-5 2006年第3季度SMS市场规模
2-6 2006年第3季度SMS用户数比例
2-7 2006年第3季度SMS市场规模比例
2-8 2006年第3季度中国移动SMS全网业务SP市场份额
2-9 2006年第3季度中国联通SMS全网业务SP市场份额
2-10 2006年第3季度中国移动SMS分省业务收入份额
2-11 2006年第3季度中国联通SMS分省业务收入份额
2-12 2006年第3季度MMS用户规模
2-13 2006年第3季度MMS市场规模
2-14 2006年第3季度中国移动MMS全网业务SP市场份额

2-15 2006年第3季度中国移动MMS分省业务份额

2-16 2006年第3季度WAP用户规模

2-17 2006年第3季度WAP市场规模

2-18 2006年第3季度WAP用户数份额

2-19 2006年第3季度WAP市场规模份额

2-20 2006年第3季度中国移动WAP全网业务SP市场份额

2-21 2006年第3季度中国联通WAP全网业务SP市场份额

2-22 2006年第3季度中国移动WAP分省业务收入份额

2-23 2006年第3季度中国联通WAP分省业务收入份额

2-24 2006年第3季度CRBT用户规模

2-25 2006年第3季度CRBT市场规模

2-26 2006年第3季度CRBT用户数份额

2-27 2006年第3季度CRBT市场规模份额

2-28 2006年第3季度中国移动CRBT业务SP市场份额

2-29 2006年第3季度中国联通CRBT业务SP市场份额

2-30 2006年第3季度IVR用户规模

2-31 2006年第3季度IVR市场规模

2-32 2006年第3季度IVR用户数份额

2-33 2006年第3季度IVR市场规模份额

2-34 2006年第3季度中国移动IVR全网业务SP市场份额

2-35 2006年第3季度中国联通IVR全网业务SP市场份额

2-36 2006年第3季度JAVA用户规模

2-37 2006年第3季度JAVA市场规模

2-38 2006年第3季度JAVA用户数份额

2-39 2006年第3季度JAVA市场规模份额

2-40 2006年第3季度中国移动JAVA全网业务SP市场份额

2-41 2006年第3季度中国移动JAVA分省业务收入份额

2-42 2006年第3季度BREW用户规模

2-43 2006年第3季度BREW市场规模

2-44 2006年第3季度中国联通BREW全网业务SP市场份额

2-45 2006年第3季度中国移动BREW分省业务收入份额

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/43284.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。