



艾凯咨询
ICAN Consulting

2007年中国WAP行业市场分析及发展趋势研究报告

一、调研说明

《2007年中国WAP行业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/43285.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】

内容简介

中国移动通信用户和互联网用户的高速增长，奠定了增值业务快速发展的基础。中国的移动增值用户规模2006年将达到3亿6000万户，预计2008年将达到4亿9000万户。2006年WAP用户数将达到1.1亿户，预计到2008年中国WAP用户规模将达到2.3亿户。中国WAP整个市场规模2006年将达到100亿，预计到2008年达到220亿元人民币，巨大的商业机会不言而喻。

展望未来两年，3G商用网络将解决WAP高端业务的数据传输问题，未来中国移动和中国联通将更多地介入手机销售领域，由此手机终端WAP功能规格将走向统一。WAP邮箱、WAP网站搜索导航业务将快速发展，给免费WAP站点带来二次增长的将是商用信息服务内容的爆发式增长，同时WAP内容资源将走向丰富化、有序化。免费WAP潜在市场巨大，随着消费环境日益成熟、计费标准明晰和消费门槛大众化，WAP用户和市场规模将继续扩大。WAP的技术优势和市场特性决定了其将在较长的一段时间内以较快的速度发展，但不会是爆发式的。

为了有效治理SP移动增值领域的市场秩序，2006年信息产业部在全国范围内启动了专项治理整顿工作，推出了一系列有利于进一步规范SP市场的政策措施，专项治理整顿工作贯穿全年。同时，中国移动、中国联通等基础电信运营商也分别根据自身的具体情况出台了相关的SP治理措施，由此，相当一部分SP将逐渐淡出市场。但是，在一系列政策法规整治之下，还是有一些SP甘冒退出的风险，继续违规操作。预计2007年关于SP的政策法规将依然保持高压，整个WAP行业的市场环境大为改善，SP服务商将从无序发展向有序竞争转变。

目前，国内上万家免费WAP网站普遍规模较小，内容同质化严重，赢利模式单一，缺乏内容创新，WAP应用形式比较初级，经常有违法违规行为发生。随着2007年3G的启动，市场将逐渐升温，2008年将更为瞩目。同时，宏观环境的改善，技术的进步，品牌、营销的塑造与创新，必将加速WAP市场的洗牌。如何适应政策，强化核心竞争力，探索差异化竞争，不断创新才是免费WAP及SP们的当务之急。

本研究咨询报告依据国家统计局、国家信息产业部、国家电子产业部、国务院发展研究中心、中国邮电通信、通信世界、国民经济景气监测中心、中国行业研究网、国内外相关刊物的基础信息以及各省市通信管理局、产业研究单位等公布和提供的大量资料。报告重点分析了WAP的技术应用与发展、WAP的相关产业市场发展的态势、世界电信业发展态势、WAP市场发展状况、WAP产业发展中面临的问题、WAP产业的投资热点等。报告还对WAP网站的经营提出了创新建议，是手机生产企业、电信运营商、SP服务商、WAP网站经营者等准确了解目前中国WAP产业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

【 目录 】

第一部分 行业发展概况分析

第一章 WAP概述 1

第一节 定义及技术介绍 1

一、WAP定义 1

二、WAP系统的架构 2

三、WAP协议 3

四、WAP规范 6

五、几种承载方式比较 10

六、WAP的技术特点 14

第二节 WAP的应用 17

一、WAP应用结构 17

二、WAP2.0的新业务应用 19

三、WAP应用优势 24

四、WAP应用限制 24

第三节 WAP发展历程与影响 26

一、WAP发展历程 26

二、WAP的影响 27

第二章 关联技术发展分析 29

第一节 通信技术概况与比较 29

一、现代移动通讯技术演进 29

二、 GSM、 CDMA和3G简介和比较	30
三、 WiFi、 WiMAX、 WBMA与3G的比较	35
第二节 GPRS	39
一、 GPRS概述	39
二、 GPRS的优势	39
三、 GPRS与GSM比较	40
第三节 i-mode	40
一、 i-mode简介	40
二、 与WAP的区别	41
三、 i-mode海外发展战略分析	42
四、 i-mode内容提供商分析	46
第四节 蓝牙技术	51
一、 蓝牙简介	51
二、 蓝牙结构	52
三、 基于蓝牙的WAP实现	54
第五节 WiMAX与Wi-Fi	57
一、 WiMAX宽带无线接入特点	57
二、 WiMAX宽带无线接入应用模式	59
三、 Wi-Fi技术简介	62
第六节 TD-SCDMA	63
一、 TD-SCDMA简介	63
二、 TD-SCDMA特点	64

第二部分 国内外电信业发展概况

第三章 国际电信业发展分析 69

第一节 国际电信业发展现状 69

- 一、 全球电信业步入转型期 69
- 二、 国际电信业融合趋势 73
- 三、 非洲移动通信市场潜力分析 75
- 四、 全球电信市场形势格局 76
- 五、 3G技术演进格局 78
- 六、 全球3G发展历程 80

第二节 3G技术全球发展格局	86
一、WCDMA发展分析	87
二、CDMA2000发展分析	91
三、TD-SCDMA发展分析	96
第三节 全球移动通信发展与预测	99
一、全球GSM/CDMA运营商竞争分析	99
二、2009年移动运营商基础投资预测	102
第四章 中国移动通信市场分析	103
第一节 中国通信行业运行发展	103
一、主要指标发展情况	103
二、业务结构分析	105
三、地区发展比较	108
第二节 中国3G通信发展分析	111
一、中国3G业务定位分析	111
二、3G产业链对我国运营商竞争关系的影响	113
三、2008年TD-SCDMA用户预测	119
四、中国未来3G市场竞争特征	120
第三节 中国移动通信业发展趋势	123
一、我国移动市场未来竞争分析	123
二、有线与无线互联网的融合分析	127
三、电信产业融合趋势	129
四、影响未来移动通信市场的因素	133
第五章 国际移动通信市场发展策略	137
第一节 国际3G业务发展与营销策略	137
一、全球主要地区发展概况	137
二、国际3G运营商营销策略	140
第二节 国外3G运营的策略分析	142
一、欧盟日韩3G运营商的营销策略	142
二、国外3G运营的特征和经验	150
三、欧美国家后3G发展纵览	153

第三节 日本移动通信业运营策略	160
一、日本移动通信业的运营策略	160
二、日本移动通信运营商资费策略	170

第三部分 行业发展现状分析

第六章 WAP市场发展分析	177
第一节 WAP行业发展现状	177
一、WAP时代来临	177
二、WAP业务价值链结构	178
三、免费WAP市场发展分析	179
第二节 WAP相关应用分析	180
一、国外无线广告发展状况	180
二、国内无线广告发展状况	183
三、移动游戏发展现状	185
四、WAP无线网址导航	190
五、我国手机报纸发展现状及前景	192
六、基于WAP的手机银行产品	200
第三节 消费者调查与分析	201
一、WAP服务用户分析	201
二、网民调研分析	202
三、无线互联网新网民调查	209
第七章 SP及运营商分析	240
第一节 发展环境分析	240
一、监管部门治理SP市场环境	240
二、3G发牌对WAP网站的影响	243
三、独立WAP亟待规范发展	245
第二节 SP发展现状	248
一、SP手机视频发展受制约	248
二、独立WAP转型分析	250
三、空中网推出WAP新闻频道	253
第三节 主要SP服务商	253

一、空中网	253
二、TOM在线	260
三、3G门户	267
四、WAP天下	271
五、摩网	273
第四节 主要WAP网站	274
一、WAP网站排名	274
二、免费WAP网站前途	280
第五节 主导运营商分析	282
一、中国移动	282
二、中国联通	285

第四部分 发展趋势与投资策略

第八章 WAP市场发展分析与趋势 295

第一节 中国免费WAP站点发展状况研究 295

一、全球WAP站点发展概况	295
二、中国免费WAP站点现状	298
三、免费WAP站点价值链分析	302
四、主要免费WAP站点评析	306
五、2007-2008年免费WAP趋势分析	307

第二节 WAP国内市场发展特点 313

一、国内WAP行业现状及特点	313
二、免费WAP受青睐	315
三、WAP爆发的基础	317

第三节 WAP市场发展趋势分析 318

一、手机广告分析	318
二、手机媒体精确锁定用户	319
三、中国移动增值用户规模及预测	322

第九章 投资分析及发展策略 325

第一节 WAP投资分析 325

一、WAP新增长点分析	325
-------------	-----

二、无线互联网投资现状	326
三、免费WAP融资现状	328
四、无线游戏面临的挑战与机遇	330
五、无线营销模式分析	337
第二节 WAP网经营策略	338
一、2006年中国WAP网站经营分析	338
二、免费WAP生存发展策略	340
三、WAP免费站点发展关键要素	342
四、免费WAP的出路	344

图表目录

图表：因特网架构示意图	2
图表：WAP网络架构示意图	3
图表：WAP协议与互联网协议的比较	3
图表：WAP1.2协议栈结构图	4
图表：WAP2.0协议栈结构图	5
图表：WAP构成模型	16
图表：WAP网络结构与内容传输过程	17
图表：WAP系统结构	17
图表：WAP技术发展演进示意图	26
图表：全球2G向3G演进的路线图	86
图表：2001~2006年全球WCDMA用户增长情况	87
图表：截至2006年9月全球WCDMA运营商的分布情况图	88
图表：截至2006年上半年全球主要WCDMA运营商的用户数	88
图表：截至2006年1季度全球各地区WCDMA网络的建设情况	89
图表：全球WCDMA产业联盟成员构成情况	89
图表：HSDPA发展的三阶段	90
图表：2001~2006年全球CDMA2000用户的增长情况	91
图表：1997~2005年亚太地区CDMA用户增长情况	92
图表：全球CDMA2000运营商区域分布	93
图表：全球CDMA运营商发展的区域特点	94
图表：截至2006年3月CDMA2000产业联盟成员构成情况	94

图表：CDMA技术演进趋势	95
图表：AIE空中接口演进技术的两个阶段	95
图表：2006-2010年TD-SCDMA用户预测	96
图表：中国3G牌照发放前需要解决的问题	97
图表：TD-SCDMA产业链结构图	98
图表：TD-SCDMA标准技术演进路线	99
图表：GSM/CDMA两大阵营对比	100
图表：2006年全球CDMA用户分布	101
图表:移动通信技术演进状况	101
图表：2003-2006年各月通信业务收入比较	103
图表：2003-2006年固定电话用户各月净增比较	104
图表：2002-2005年移动电话用户各月净增比较	104
图表：2005年1-9月电信业务收入构成	105
图表：2006年1-9月电信业务收入构成	105
图表：2006年1-9月各项业务收入同比增长率	106
图表：2006年1-9月固定本地与移动本地通话量比较	106
图表：2004-2006年同期长途电话通话时长构成	107
图表：2004-2006年同期固定通信与移动通信ARPU比较	107
图表：2005-2006年同期东、中、西部通信业务收入	108
图表：2004-2006年同期东、中、西部新增固定电话用户	109
图表：2004-2006年同期东、中、西部新增移动电话用户	109
图表：2006年1-9月通信业务收入排名前十名的省份	110
图表：2006年1-9月新增固定电话用户排名前十名的省份	110
图表：2006年1-9月新增移动电话用户排名前十名的省份	111
图表：电信产业链上游示意图	114
图表：2006-2007年中国电信增值业务市场预测	121
图表：中国移动移动社区建设规划图	122
图表：2006-2010年中国电信收入预测	123
图表：2003 - 2005年我国移动通信业务市场收入规模变化	133
图表：2006 - 2010年度中国移动通信业务市场的总量预测	136
图表：部分3G运营商的市场品牌运营情况	143
图表：部分3G运营商的品牌	143

图表：2005-2010年全球手机数趋势图	160
图表：2005年日本媒体广告收入份额	165
图表：2005年世界移动通信用户与因特网用户比较	169
图表：日本移动通信用户au的年间优惠方案	171
图表：日本Vodafone对移动通信用户年间优惠方案	172
图表：日本Vodafone家族优惠方案和指定优惠方案	173
图表：日本移动通信用户au的家族年间优惠方案	173
图表：NTTDoCoMo年间优惠+家族优惠方案	174
图表：WAP业务价值链结构图	178
图表：2006-2011年移动游戏的累计总收入预计	190
图表：非WAP用户未使用过WAP上网的原因	203
图表：非WAP用户所希望的WAP服务类型	204
图表：非WAP用户每月能够承受的WAP服务花费	204
图表：WAP用户使用WAP的初衷	205
图表：WAP用户经常使用的WAP服务类型	206
图表：WAP用户手机上网频率分析	206
图表：WAP用户平均每次手机上网消费时长	207
图表：WAP用户预计未来对WAP服务的使用情况	208
图表：用户登录WAP网站主要目的	208
图表：2005年中国无线互联网新网民用户年龄分布	209
图表：2005年中国无线互联网新网民用户性别分布	210
图表：2004年与2005年中国无线互联网新网民用户性别对比情况	210
图表：2005年中国无线互联网新网民用户月收入分布情况	211
图表：2005年中国无线互联网新网民用户职业分布	211
图表：2004年与2005年中国无线互联网用户所属行业对比情况	212
图表：2005年中国无线互联网新网民用户学历分布	213
图表：2004年与2005年中国无线互联网新网民用户学历对比情况	213
图表：2005年中国无线互联网新网民用户手机网络使用情况	214
图表：2005年中国无线互联网新网民用户月均移动话费分布情况	214
图表：2005年中国无线互联网新网民各年龄层用户月均手机话费情况	215
图表：2005年中国无线互联网新网民不同收入用户月均手机话费情况	215
图表：2004年与2005年中国无线互联网新网民用户月均手机费用情况	216

图表：2005年中国无线互联网新网民用户月均手机上网花费分布情况	217
图表：2005年中国无线互联网新网民不同年龄层用户手机上网月均花费情况	217
图表：2005年中国无线互联网新网民不同收入用户手机上网月均花费情况	218
图表：2004年与2005年中国无线互联网新网民用户手机上网月均花费情况	219
图表：2005年中国无线互联网新网民用户认为自己是手机网民的情况	219
图表：2005年中国无线互联网新网民用户对收费/免费手机站点的态度	220
图表：2005年中国无线互联网新网民不同年龄用户对收费/免费手机站点的态度	221
图表：2004年与2005年中国无线互联网新网民用户对收费/免费手机站点的态度	222
图表：2005年中国无线互联网新网民用户手机上网时间情况	222
图表：2005年中国无线互联网新网民不同手机上网频率用户手机上网时段	223
图表：2005年中国无线互联网新网民用户手机上网频率情况	223
图表：2005年中国无线互联网新网民用户日均手机上网时间总长情况	224
图表：2005年中国无线互联网新网民不同行业用户日均手机上网时长情况	225
图表：2004年与2005年中国无线互联网新网民用户日均手机上网时长	225
图表：2005中国无线互联网新网民用户手机时间最常使用的服务情况	226
图表：2005中国无线互联网新网民不同年龄用户手机上网时间最常使用服务情况	227
图表：2004年与2005年中国无线互联网新网民用户手机上网时间最常使用服务情况	227
图表：2005年中国无线互联网新网民用户认为3G到来网速有所改善后最常使用服务	228
图表：2005中国无线互联网新网民不同年龄用户认为3G普及后最常使用的服务	229
图表：2005年中国无线互联网新网民用户认为除了通话和短信外手机最重要功能	229
图表：2005中国无线互联网新网民不同年龄用户认为除了通话和短信外手机最重要功能	230
图表：2005中国无线互联网新网民用户认为目前WAP网站的最大问题	230
图表：2005中国无线互联网新网民不同用户认为目前WAP网站的最大问题	231
图表：2005中国无线互联网新网民用户身边朋友不选择手机上网的理由	232
图表：2005中国无线互联网新网民不同性别用户认为身边朋友不选择手机上网原因	232
图表：2005中国无线互联网新网民用户手机书签里保留的WAP网站数量	233
图表：2005中国无线互联网新网民用户是否会修改自己手机主页设置情况	233
图表：2005中国无线互联网新网民不同手机主页设置用户会否修改主页设置情况	234
图表：2005中国无线互联网新网民用户手机主页情况	235
图表：2004年与2005年中国无线互联网新网民用户手机主页设置情况	235
图表：2005中国无线互联网新网民用户认为上网功能最好的手机品牌情况	236
图表：2005中国无线互联网新网民不同年龄用户认为上网功能设计最好手机品牌	237

图表：2005中国无线互联网新网民用户最佳WAP网站投票情况	237
图表：2005中国无线互联网新网民不同日均手机上网时长用户认为最佳WAP网站	238
图表：2004年与2005年中国无线互联网新网民用户认为最佳WAP网站	239
图表：2005-2006年三季度空中网业务构成	254
图表：2006年三季度TOM在线经营状况	262
图表：2006年10月移动SP全网WAP收入排名	274
图表：2005年免费Wap网站前20名	279
图表：2004-2006上半年台湾WAP用户数发展趋势	297
图表：2006年第三季度JAVA游戏市场各SP市场份额	314
图表：2001-2008年中国的移动增值用户规模及预测	322
图表：2006-2008年SP市场规模占整个移动增值市场规模的比例预测	323
图表：2003-2008年中国WAP用户规模及预测	324
图表：2003-2008年中国WAP市场规模及预测	324
图表：精品游戏的六大要素示意图	335
图表：2006年中国WAP网站主要赢利模式	339
图表：中国WAP用户对WAP网站建设方向需求建议	339
图表：用户认为WAP网站最主要问题	340
图表：2006上半年WAP业务使用于移动品牌的分布状况	347
图表：2006上半年WAP业务用户调查阶层图	348
图表：2006上半年WAP业务营销策略	348

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/43285.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。