



艾凯咨询
ICAN Consulting

2006中国移动电邮市场分析及发展趋势研究报告

一、调研说明

《2006中国移动电邮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/43309.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

近年来，互联网和无线通信的发展已经给我们的生活带来了巨大影响，人们可以通过计算机与互联网连接获取信息，移动电话以无线通信方式方便地提供随时随地的交流与沟通，可以收发电子邮件、查阅新闻、股市行情、订购各种急需商品，即实现移动互联。研究认为，未来移动通信将向宽带化、数据化、多应用化发展，移动通信和网络互联技术将融合在一起，移动商务应用市场有了自己的生存空间，且用户潜力巨大。移动通信技术的不断更新也将推动移动商务应用市场的快速发展。

手机电邮在国外已经证明取得了初步的成功。以RIM为例，其05财年黑莓产品收入超过了20亿美元，纯利润达到了3.83亿美元。黑莓用户数突破500万。这说明黑莓在海外市场符合广大最终消费者的消费习惯。中国移动运营商中国联通和中国移动分别在2006年相继推出移动电邮服务，2006年4月份中国联通推出红莓（Redberry）移动电邮业务，随后在5月份中国移动联手RIM公司推出黑莓（Blackberry）业务。

I．研究背景 4

II．报告相关定义 5

III．研究方法 6

IV．研究结论 7

V．报告正文 8

1．移动商务应用市场概述 8

1.1.移动商务的概念 8

1.2.移动商务的特点 8

1.3.移动商务服务模式 9

1.4.实现移动商务应用技术 11

2．移动商务的产业链分析 13

2.1.移动商务应用产业链模式 13

| | |
|---------------------------|----|
| 2.2.移动运营商的角色分析 | 15 |
| 2.3.移动商务应用商业模式 | 16 |
| 3.全球移动商务应用市场发展概况 | 17 |
| 3.1.全球移动商务整体市场特点 | 17 |
| 3.2.国外典型运营商及其策略 | 19 |
| 4.中国移动商务应用市场发展现状 | 20 |
| 4.1.中国移动商务应用市场环境分析 | 20 |
| 4.2.短信是实现移动商务的主流技术 | 21 |
| 4.3.中国移动商务市场规模及预测 | 23 |
| 4.4.移动运营商业模式分析 | 25 |
| 4.4.1.中国移动 | 26 |
| 4.4.2.中国联通 | 27 |
| 5.移动电邮市场发展分析 | 40 |
| 5.1.移动电邮服务及市场概述 | 40 |
| 5.1.1移动电邮服务模式 | 40 |
| 5.1.2.移动电邮五种解决方案 | 41 |
| 5.2.主要运营商及经营策略 | 42 |
| 5.2.1.中国移动—“红莓”(redberry) | 42 |
| 5.2.2.中国联通—“红莓”(Redberry) | 43 |
| 5.3.移动电邮用户规模及预测 | 44 |
| 5.4.移动电邮市场规模及预测 | 46 |
| 5.5.移动电邮未来市场发展分析 | 47 |
| 6.移动电邮应用用户分析 | 49 |
| 6.1.移动电邮用户消费行为研究 | 53 |
| 6.2.用户移动电邮消费行为特征 | 56 |
| 6.3.移动电邮应用用户特征分析 | 62 |
| 6.4.样本量情况—用户基本属性 | 64 |

建议： 65

附录：调研方法及调研流程 66

法律声明 70

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/43309.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。