



艾凯咨询
ICAN Consulting

中国彩信市场市场分析及发展趋势研究报告

一、调研说明

《中国彩信市场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/43370.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

我国彩信业务发展现状及预测 彩信是中国移动的多媒体信息服务（即MMS，它是Multimedia Messaging Service的缩写）业务，它最大的特色就是支持多媒体功能，能够传递功能全面的内容和信息，这些信息包括文字、图像、声音、数据等各种多媒体格式的信息。

彩信是按照3GPP的标准和WAP论坛的标准中有关多媒体信息标准开发的最新业务。MMS是封装在WAP协议之上的高层应用程序，能够传递功能全面的内容和信息，这些信息包括文字、图像、声音、数据等各种多媒体格式的信息。彩信业务可以实现即时的手机端到端、手机终端到互联网或互联网到手机终端的多媒体信息传送。 2004年MMS市场快速增长，市场规模达到10.5亿元，同比增长538%。MMS注册用户数超过1,200万，其中活跃用户数达到858万。促使MMS市场快速增长的主要原因是中国移动与MMS SP的大力推广所致。而2005年将是MMS市场发展的调整年，因为受到2005年上半年中国移动MISC 1.6的部署以及MMS邮箱流程的变更的影响，2005年MMS增值服务会出现市场预期低谷，第一季度市场规模下降幅度超过一半，预测，2005年MMS市场发展速度减缓，市场规模将达到18.6亿元。

随着彩信手机渗透率和用户认知度的不断提升，2005年MMS注册用户仍将保持高速发展，但由于运营商采用新的操作流程，规范了MMS增值服务计费，将导致用户ARPU值的下降。

策略与建议 1.给运营商的建议 一、运营商必须对所有增值业务的综合管理 目前，最大的市场不再是制造业和简单服务业，而是以满足用户心理需求为主的娱乐产业。拥有可以接触到用户的庞大的电信网络只是成功的必要条件，能吸引用户注意力的内容变得比传递内容的网络本身更加重要。因此，对运营商来说，对业务的整体思考和统筹管理是至关重要的。 在服务内容方面，开展和SP的双赢合作，为用户提供丰富、时尚的内容服务。一方面既要严格控制SP质量，规范SP的管理，包括资质认证，内容质量在内的诸多环节。同时应与更多有实力的SP合作，共同为最终用户提供更多符合他们需求的内容服务，推动彩铃业务更快的发展。 在市场推广方面，做好业务策划和产品包装及宣传，制定市场推广政策和市场促销计划。采用一定的免费适用促销活动，进行市场培育，使更多用户了解和亲身体会业务带来的乐趣和满足感，为业务的开展和发展奠定坚实的基础。 在未来的电信企业的服务内容中，将包括大量各种各样的增值业务，他们的收入的总合将大大超过基础业务收入。因此对所有增值业务的综合管理是重中之重。我们认为，未来的电信运营商将会按业务类型来划分部门，相同类型的不同业务具有相似的价值链和合作结构，因此归同一部门管理。 二、合作共赢的业务模式和服务体系将促进彩信业务的发展 新市场的开拓关键在于提供更多的新的应用，新的应用往往是基于一种新的技术或能力，新应用满足了客户的需求就形成了市场。由于是新应用，其业务模式必须要与以往的业务模式有所不同，是全

新的。因此，要成功地开拓市场，运营商必须在对技术和用户需求的深入理解的基础上提出新的业务模式。为降低风险，确保市场的形成，运营商必须在事前经过充分论证，保证战略思路清晰，有明确的目标客户群，并形成赢利明显的业务模式；同时要兼顾客户的习惯特点，市场形成的速度，以及地区的差异性。这样，运营商才能以业务模式为准则与合作伙伴谈判，并合作开拓市场。而如果等待业务模式自然形成，市场的增长就会受阻，运营商的地位也难以保障。

在服务内容方面，开展和SP的双赢合作，为用户提供丰富、时尚的内容服务。一方面既要严格控制SP质量，规范SP的管理，包括资质认证，内容质量在内的诸多环节。同时应与更多有实力的SP合作，共同为最终用户提供更多符合他们需求的内容服务，推动彩信业务更快的发展。

2. 给SP的建议 从用户的需求创造产品，而不是从市场感觉创造产品；要让彩信产品的质量越来越好、让用户感觉花这个钱值，要让用户想发就发而不成成为沉重经济负担，彩信还有很长一段路要走。

深入进行用户人群的细分，掌握各细分人群的应用特点，例如日本、韩国成熟的市场模式是按照男性、女性、白领、蓝领划分，从服务、品牌等很多方面去做。由于增值业务产品的特殊性，用户需要呈现不同的形态。根据用户需要的重要程度、客户群体大小、用户付费愿望、价格敏感性等来指导新产品的开发和营销是非常必要的。

整合，运营商、终端厂商、内容提供商三者融汇贯通、互动合作，这种协调和配合在未来会越来越紧密。多媒体信息应用将推动新业务和内容的不断发展。新业务的多样性和对新内容的需求将确保服务和内容提供商的收益持续增长。

从长远的角度来看，MMS的发展壮大是必然的，但与固定网的宽带应用一样，这个市场需要运营商以及价值链中的每个环节去对市场 and 用户进行培育，而不是“一夜之间见效益”的过程。即用户对MMS的需求是巨大的，而该业务的发展将取决于运营商以及各方的得力举措。想要大力发展MMS业务，必须要有好的经营模式，吸引更多的行业 and 更多的传统企业进入到这个领域，只有各环节共同努力才能让这个业务真正能够发展起来，用户才能从中得到更好的服务。

不断创新的营销方式，通过营销方式让用户感受到你的存在；对于已经尝试过彩信服务，但使用频率很低的彩信用户，开发能够满足用户需求的服务，激活这些现有的沉默用户。

研究前言 (一) 报告目的 (二) 研究范围 (三) 研究区域 (四) 数据来源 (五) 研究方法 (六) 概念定义 (七) 相关说明

第一章 全球彩信业务发展现状与特点 1.1全球彩信业务市场发展现状 1.1.1市场规模 1.1.2商业模式 1.1.3内容分类 1.2全球彩信业务市场发展特点 1.2.1业务定位 1.2.2技术发展 1.2.3终端发展 1.3重点国家和地区彩信业务发展概况 1.3.1日韩地区 1.3.2欧美地区

第二章 我国彩信业务发展现状与特点 2.1我国彩信业务市场发展现状 2.1.2价值链分析 2.1.3商业模式 2.1.4终端市场 2.2我国彩信业务市场发展特点 2.2.1业务定位 2.2.2技术平台 2.2.3营销方式 2.3重点地区彩信业务发展概况 2.3.1北京 2.3.2上海 2.3.3广东 2.3.4.....

第三章 彩信业务市场规模分析 3.1彩信用户分析 3.1.1用户认知程度 3.1.2使用情况分析 3.1.3用户评价（资费、内容） 3.1.4用户每月

为彩信支付的费用情况 3.1.5用户认知渠道 3.2彩信业务收入 3.3业务增长情况 3.4彩信细分内容
市场规模 3.4.1新闻天气类 3.4.2 游戏娱乐类 3.4.3时尚生活类 3.4.4卡通动漫类 3.4.5铃声类 3.4.6彩
图动画类 3.4.7DIY类 第四章 运营商彩信发展分析 4.1运营商彩信业务发展状况 4.1.1中国移动
4.1.2中国联通 4.2运营商竞争分析 4.2.1中国移动SWOT分析 4.2.2中国联通SWOT分析 4.2.3移动
运营商综合分析 第五章 SP 彩信业务发展分析 5.1 SP 细分 5.2影响SP业务竞争力的主要因素 5.3
SP 彩信业务综合竞争位势 5.4 SP彩信业务推广方式 5.5主要SP分析 5.5.1空中网 5.5.2新浪
5.5.3TOM 5.5.4搜狐 5.5.5腾讯 5.5.6掌上灵通 5.6主要SP运营收入及排名 第六章 影响彩信业务发
展的主要因素分析 6.1驱动因素 6.1.1行业环境 6.1.2技术发展 6.1.3价值链成熟度 6.2 制约因素
6.2.1 终端 6.2.2资费 6.2.3 内容 6.2.4渠道建设 第七章 彩信业务市场发展趋势与预测 7.1彩信业务
市场发展趋势 7.1.1市场规模发展趋势 7.1.2技术发展趋势 7.1.3应用平台发展趋势 7.1.4用户需求
趋势 7.1.5价值链管理趋势 7.2彩信业务市场发展预测 7.2.1用户发展规模预测 7.2.2业务收入预测
第八章 彩信业务市场发展策略建议 8.1对运营商的建议 8.2对SP的建议

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/43370.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。