



艾凯咨询
ICAN Consulting

2005 - 2009年中国移动增值 业务综合市场分析及发展趋势研 究报告

一、调研说明

《2005 - 2009年中国移动增值业务综合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/43374.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

近几年来，随着产业链的日益完善，移动增值业务获得了长足发展。2004年，随着终端和网络等外围环境的日益改善，除了短信之外，MMS、WAP和IVR均已呈现出快速增长的势头，移动增值业务多元化的格局正在逐步形成。其中，WAP业务的月增长速度超过15%，市场规模持续增长。2004年的增长态势给2005年上半年的中国移动增值业务市场打下了良好的发展基础。2005年上半年，中国移动和中国联通这两大移动运营商的增值业务收入达到

了278.7亿元。2005年上半年中国移动实现收入1145亿元，较上年同期增长16.8%。在2005年上半年的收入增长来源中，话音业务贡献63.40亿元，话音增值服务贡献27.25亿元，数据业务贡献74.49亿元。迅猛发展的新业务成为拉动上半年收入强劲增长的一个亮点，新业务收入达到了225亿元，占总收入的比例上升到19.7%，与上年同期相比增长了49.2%。其中，短信业务保持稳定增长，WAP、彩铃等业务发展迅速，音乐、游戏等应用业务快速成长，为业务发展带来动力。

同样，中国联通虽然整体收入增长比其他电信运营商要慢，但其增值业务收入增长速度则最快。2005年上半年，中国联通实现主营业务收入379.2亿元，比去年同期增长7.2%。其中，移动增值业务总收入达到53.7亿元，比上年同期增长96.9%，移动增值服务收入占移动电话服务收入的比重达到13.6%。其中，移动增值业务收入占服务收入比重GSM业务为15.3%，CDMA业务为14.0%。CDMA1X无线数据业务普及率不断提高。截至6月底

，CDMA1X无线数据业务用户达到1216.8万户，占CDMA用户总数的比例由2004年底的31.3%上升到39.4%。这样，移动增值业务也突破了长期10%以下格局，从而使其成为中国联通业务收入增长的重要推动力。短信业务保持快速增长，比上年同期增长20.6%，炫铃业务、无线数据业务等均有大幅度增长。

应广大的电信运营商的建议下，华通纵横通讯设备研究部具有丰富的行业及市场的经验，于11月份推出《2005 - 2009年中国移动增值业务综合研究报告》，本研究报告依据国家统计局、国家海关总署、国务院发展研究中心、信息产业部、全国中华商业信息中心、国内外几百种相关报纸杂志的信息以及华通纵横研究部对厂家、商朝做实地的调研而获得的第一手资料，在这过程中并对消费者进行问卷调研，及时了解消费者的心理、行为和认知等消费模式的变化，企业可以及时掌握品牌动向、市场契机、市场盲点等信息，对中国移动增值业务的市场规模与前景、供给与需求状况、销售渠道及模式等进行了分析，并重点分析了2004年、以及对2005 - 2009年中国移动增值业务进行预测，探讨了中国移动增值业务竞争激烈的成因和存在的商机，剖析了中国移动增值业务消费需求和营销模式，并对行业内优势品牌的经营策略和发展动向进行了深入分析，对中国移动增值业务的技术发展趋势进行了研判，是中国移动增值业务运营商等单位准确了解目前中国移动增值业务发展动态，把握企业定位和发展战略不可多得的决策参考。【目录】第一章 2004 - 2005年全球

增值电信业务主要结论 第一节 市场发展概述 一、发展现状 二、市场规模与增长速度 三、市场结构 第二节 主要特点 一、整体市场维持高速增长 二、移动增值占据市场主流 三、区域差异化特征显著 四、合作模式成为全球增值电信业务普遍关注和认同 第三节 重点国家和地区发展概要 一、美国 二、欧洲 三、日韩 第二章 2004 - 2005年中国增值电信业务市场发展状况 第一节 市场规模 一、总量规模 二、增长速度 三、各季度情况 第二节 市场特点 一、移动增值业务市场 二、固网增值业务市场 三、互联网增值业务 第三章 2004 - 2005年中国增值电信业务市场结构分析 第一节 整体市场结构 第二节 移动增值业务 一、整体市场结构 二、主要细分市场结构 第三节 固网增值业务 第四节 互联网增值业务 第四章 2004 - 2005年中国增值电信业务市场竞争格局与主力服务商 SWOT分析 第一节 市场竞争格局分析 一、竞争结构分析 二、竞争手段分析 三、价值链分析 第二节 基础运营商市场竞争力分析 一、中国移动 二、中国联通 三、中国电信 四、中国网通 五、SWOT分析 第三节 主要SP市场竞争力分析 第五章 影响2005 - 2009年中国增值电信业务市场发展因素 第一节 产业政策 第二节 消费需求 第三节 市场竞争 第四节 产业合作模式 一、运营商与SP合作模式 二、SP与CP合作模式 第五节 技术创新与产业融合 第六节 3G市场的启动 第六章 2005 - 2009年中国增值电信业务市场发展趋势分析 第一节 竞争环境更加开放 第二节 市场秩竞争更加激烈 第三节 用户需求更趋综合化 第四节 行业应用引致产业生态体系更加复杂 第五节 增值电信业务模式创新加速 第七章 2005 - 2009中国增值电信业务市场发展预测 第一节 市场收入预测 第二节 用户规模预测 第三节 细分市场预测 一、移动增值业务市场 二、固网增值业务市场 三、互联网业务市场 第八章 华通纵横的建议 第一节 对政府主管部门的建议 第二节 运营商的建议 一、加强市场引导推动产业健康发展 二、明确战略价值定位改善合作伙伴关系 第三节 针对SP的建议 一、加强消费需求研究 二、积极利用各种运营手段增强规模竞争力 三、通过业务创新和运营模式创新积极开拓新兴市场 图表目录 2004年全球增值电信业务市场业务结构 2004年全球增值电信业务区域差异状况 2004年中国电信业务收入与增值电信业务收入增长状况 2004年中国移动增值电信业务发展状况 2004年各种移动增值电信业务在整体市场占比 2001- 2004年中国短信业务发展状况 2004年中国WA户发展状况 两大移动运营商主要的WA户业务合作SP 2004年中国互联网应用业务细分行业规模 2004年互联网用户经常使用的前十五项互联网服务助能 2004年中国电话用户发展状况 中国移动WA户资费状况 中国移动IVR资费状况 中国联通语音增值业务使用费 2001 2004年中国电信和中国网通业务发展情况 中国电信开展的主要固网增值业务 中国网通主要固网增值业务 主要运营商增值电信业务SWOT分析 2005-2009年中国移动增值用户规模发展状况 2004-年全球增值电信业务市场结构 2002-2004年全球互联网用户规模 2004-年全球互联网接入服务收入结构 2004-年中国电话用户规模及增长情况 2001-2004年互联网用户规模与增长情况 2001-2004年中国增值电信业务收入增

长情况 中国2004年移动短信业务收入增长情况 2004年中国增值电信业务(除互联网增值服务)市场 2004年各季度中国互联网增值业务收入增长状况 电信增值领域产业生态链 固网用户终端的融合趋势 2004年中国互联网网民上网方式的情况 中国互联网产业发展周期 2004年中国增值电信业务市场收入结构 用户使用增值电信服务的目的 2004年中国移动增值电信业务增长情况 2004年中国移动增值市场业务结构 SP增值服务发展规模与增长速度 SP增值服务占整体移动增值业务比例 SP增值服务结构 2001-2004年短信发展概况 中国2004年短信业务季度发展概况 中国2004年各月移动短信业务量用户对SP短信服务不满意的原因 2002-2004年中国IVR发展状况 2004年中国MMS发展状况 WA户细分业务流量 2004年中国手机游戏发展状况 2004年中国手机游戏市场结构 2002-2004年中国固网增值业务发展状况 2004年中国固网增值市场业务结构 2002-2004年中国互联网产业规模(不含电子商务交易额) 2001-2004年互联网用户规模与增长率 2004年中国互联网产业产品结构 2004年中国互联网应用业务细分行业规模分布(不包括电子商务) 中国增值电信业务(不包括互联网服务)市场竞争结构 2004年宽带接入服务市场竞争格局 2004年新浪收益状况 2004年搜狐收益状况 2004年网易收益状况 2004年TOM在线收益状况 消费者需求与产业链发展历程 消费行为与增值电信业务开发流程 技术体系与价值传递体系 移动增值电信业务的综合性应用 现代电信产业生态体系 各种电信业务的生命周期 2005 -2009年中国电信增值业务收入预测 2005 -2009年中国移动增值业务收入预测 2005 -2009年中国固网增值业务市场发展预测 2005- 2009年中国互联网市场总体规模预测

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/43374.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。