



艾凯咨询
ICAN Consulting

中国彩信（MMS）市场市场分 析及发展趋势研究报告（200 5版）

一、调研说明

《中国彩信（MMS）市场市场分析及发展趋势研究报告（2005版）》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/43398.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

彩信业务生命周期分析 我们可以看到SMS发展根据诺达对电信业的长期跟踪与研究，新业务的一般要经历三~四年的培育阶，用户数达到总用户的10~20%的阶段，新业务将进入快速成长期。从SMS的发展生命周期图我们看到，SMS从2000年开始，真正进入快速发展阶段为2001年。 我国彩信业务从2002年开始引入，到2004年底MMS用户也达到2300万，2002年底—2004年彩信业务发展并不快，处于产品引入期这段时间。在该阶段，运营商大力宣传也信业务，同时给予SP优惠政策，激励SP开发更加丰富的彩信产品，吸引消费者的眼球。在这个阶段，消费者普遍对彩信业务有了一定的认知。但因为价格（终端价格和彩信资费）的原因，2004年彩信业务的发展差强人意。由于彩信业务已经有了一定的知名度，加之彩屏手机的大幅降价和彩信业务资费水平的下降，SP提供的业务日益丰富，彩信业务被广大消费者接受。终端普及率是彩信业务发展的决定性因素。据调查，国内用户更换手机的频率为1-2年，目前距彩信业务的引入恰好为2年，今年支持彩信业务的终端必将普及。据预测，彩信终端普及率达到25%的时候，彩信业务将大幅度增长。所以，有理由相信，今年彩信业务将进入成长期，彩信市场规模将进入放量上升阶段。图1-2描述了国内彩信业务的生命周期。 自从中国移动2002年10月推出彩信，中国联通2003年初推出彩e以后，2003年MMS用户增长并不十分理想，MMS用户只有480万，随着运营商和SP在MMS上做了大量的推广和宣传，MMS的认知度在不断的提高以及终端问题逐步解决，MMS用户占总移动用户的比例在不断提高，2004年MMS用户达到2300万，占移动用户的6.89%。2005年由于彩信的管理政策将发生变化，MISC平台逐步上线，不均衡通道费提高，转梦网邮箱将不再计费，将对各家SP的收入造成极大影响，MMS用户增长也在一定程度受到影响，MMS用户增长率只有13.5%。2005~2010年，MMS持续增长，增长率平稳下滑，MMS用户占移动用户的比率逐步攀升。诺达预计2010年我国MMS用户将达到35520万，MMS用户占移动手机用户的51%。

第一章 MMS业务服务概述

1.1 MMS业务的定义

1.2 全球MMS业务发展概述

1.3 MMS的技术实现方式

1.4 MMS业务的发展特点

1.5 MMS业务类型

1.6 彩信业务生命周期分析 第二章影响彩信市场发展因素分析

2.1 彩信发展有利因素

2.2彩信发展遇到的问题 第三章MMS价值链与商业模式分析

3.1 MMS价值链

3.2 参与者定位

3.3 商业模式 第四章MMS市场规模及预测分析

4.1 MMS用户规模

4.2 MMS业务收入

4.3 细分内容收入结构 第五章运营商MMS发展分析

5.1运营商MMS开展情况

5.2运营商发展MMS业务的优劣势分析

5.3运营商SP分析 第六章SP MMS业务发展分析

6.1 SP 细分

6.2 影响MSP业务竞争力的主要因数

6.3 SP MMS业务综合竞争位势：

6.3.1 MSP综合竞争力与MMS业务流量的对比分析

6.3.2主要SP MMS业务综合竞争力与业务吸引力分析

6.4 主要SP分析

6.4.1 空中网

6.4.2 新浪

6.4.5 TOM

6.4.6搜狐

6.4.7腾讯

6.5 主要SP运营收入及排名 第七章MMS用户分析

7.1 认知程度分析

7.2使用情况分析

7.3 用户评价分析 第八章诺达咨询建议

8.1 对运营商建议

8.2 SP策略 图表目录

图表 1 MMS协议示意图

图表 2 SMS成长曲线

图表 3彩信业务生命周期

图表 4彩信业务价值链

图表 5 2003-2010 移动用户和MMS业务用户数现状与预测

图表 6 MMS业务市场规模与预测（亿元）
图表 7 MMS/彩E业务类型市场份额
图表 8 移动与联通彩信业务对比
图表 9 移动与联通的市场份额对比
图表 10 移动与联通发展MMS业务的优劣势对比
图表 11 中国移动与中国联通MMS/彩E主要SP对比
图表 12 SP业务竞争力权数
图表 13 主要SP MMS业务综合竞争力指数
图表 14 主要SP MMS综合竞争力与流量对比分析
图表 15 SP MMS 业务综合竞争力---业务吸引力矩阵
图表 16 空中网主要彩信产品
图表 17 新浪网主要彩信产品
图表 18 TOM网主要彩信产品
图表 19 搜狐主要彩信产品
图表 20 腾讯主要彩信产品
图表 21 中国移动主要SP运营收入及排名
图表 22 中国联通主要SP MMS运营收入及排名（11月、12月）
图表 23 消费者对彩信的了解程度
图表 24 消费者对彩信内容的认知程度
图表 25 消费者对彩信内容的认知程度
图表 26 彩信使用的主要场合
图表 27 非使用用户对彩信评价

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/43398.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。