



艾凯咨询
ICAN Consulting

2007年中国移动增值市场分析及 发展趋势研究报告

一、调研说明

《2007年中国移动增值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/69795.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

| | |
|--------|--------------------------------------|
| Page4 | ——I . 第四届中国网民网络消费行为大调研背景 |
| Page6 | ——II . 研究方法 |
| Page7 | ——III . 相关定义 |
| Page8 | ——IV . 报告摘要 |
| Page10 | ——V . 报告正文 |
| Page10 | ——1 . 移动增值服务市场概述 |
| Page10 | ——1.1. 移动增值服务概述 |
| Page10 | ——1.1.1. 移动增值服务的定义 |
| Page12 | ——1.1.2. 移动增值服务的分类 |
| Page14 | ——1.2. 移动增值服务产业链分析 |
| Page14 | ——1.2.1. 移动增值产业链结构分析 |
| Page16 | ——1.2.2. 产业链进入深度整合时期 |
| Page17 | ——1.3. 全球移动增值服务市场发展状况 |
| Page18 | ——1.3.1. 韩国移动增值服务市场发展状况 |
| Page20 | ——1.3.2. 日本移动增值服务市场发展状况 |
| Page22 | ——2. 中国移动通信与移动增值服务市场发展分析 |
| Page22 | ——2.1. 移动通信市场用户规模与预测 |
| Page23 | ——2.2. 移动通信市场收入规模与预测 |
| Page24 | ——2.3. 移动增值服务市场用户规模与预测 |
| Page25 | ——2.4. 移动增值服务市场收入规模与预测 |
| Page27 | ——3 . 中国移动增值产业发展及政策环境分析 |
| Page27 | ——3.1. 中国移动增值业务市场发展现状 |
| Page27 | ——3.1.1. 以短信业务为首的大众移动增值业务市场商机无限 |
| Page28 | ——3.1.2. 彩信、短信、WAP、彩铃及手机游戏最受用户青睐 |
| Page28 | ——3.1.3. WAP、MMS、JAVA等2.5G业务将进入高速发展期 |
| Page31 | ——3.2. 产业监管政策对移动增值业务的影响 |
| Page32 | ——3.3. 未来中国移动增值业务行业走向预测 |
| Page32 | ——3.3.1. 增值业务市场保持高速发展趋势 |
| Page32 | ——3.3.2. 增值服务商的经营行为更加规范 |
| Page32 | ——3.3.3. 增值服务的品牌宣传成为重点 |

| | |
|--------|---------------------------|
| Page32 | ——3.3.4.移动SP发展有三种方向 |
| Page33 | ——4. 中国运营商移动增值业务分析 |
| Page33 | ——4.1. 中国移动增值业务分析 |
| Page33 | ——4.1.1. 运营业绩分析 |
| Page35 | ——4.1.2. 业务策略分析 |
| Page36 | ——4.2. 中国联通增值业务分析 |
| Page36 | ——4.2.1. 运营业绩分析 |
| Page37 | ——4.2.2. 业务策略分析 |
| Page38 | ——5. 中国3G进程与移动增值业务发展分析 |
| Page38 | ——5.1. 中国3G业务对移动增值产业发展的影响 |
| Page39 | ——5.2. 3G时代移动增值业务的热点应用分析 |
| Page39 | ——5.2.1. 整首音乐下载成为主流 |
| Page39 | ——5.2.2. 手机电视将迎来良好契机 |
| Page39 | ——5.2.3. 手机游戏有望赶超铃声业务 |
| Page40 | ——5.2.4. 移动搜索服务将步入成长期 |
| Page40 | ——5.2.5. 移动IM是3G时代杀手级应用 |
| Page41 | ——6. 主要移动增值服务提供商运营分析 |
| Page41 | ——6.1. 移动增值SP发展现状分析 |
| Page41 | ——6.1.1. SP面临竞争压力分析 |
| Page41 | ——6.1.2. 运营商与SP竞合演进 |
| Page42 | ——6.1.3. SP及产业链的未来演进 |
| Page43 | ——6.2. 主要SP企业运营分析 |
| Page43 | ——6.2.1. 主要SP市场份额 |
| Page44 | ——6.2.2. TOM ONLINE |
| Page47 | ——6.2.3. 空中网 |
| Page49 | ——6.2.4. 腾讯无线 |
| Page51 | ——6.2.5. 新浪无线 |
| Page53 | ——6.2.6. 华友世纪 |
| Page55 | ——7. 短信市场发展研究 |
| Page55 | ——7.1. 短信服务市场发展概况 |
| Page56 | ——7.2. 移动运营商短信发送量 |
| Page57 | ——7.3. 短信市场用户规模分析 |

| | |
|--------|---|
| Page58 | ——7.4. 短信市场收入规模分析 |
| Page59 | ——7.5. 用户SMS服务使用分析 |
| Page59 | ——7.5.1 用户短信订阅方式分析 |
| Page60 | ——7.5.2. 用户短信服务使用情况分析 |
| Page65 | ——7.5.3. 用户选择短信服务公司考虑因素分析 |
| Page66 | ——7.5.4. 短信支付方式分析 |
| Page67 | ——7.5.5. 用户短信订阅/点播的月均花费分析 |
| Page68 | ——7.5.6. 用户点播/订阅短信服务的目的分析 |
| Page69 | ——7.5.7. 用户使用短信时遇到的不合理现象 |
| Page70 | ——8. WAP市场发展分析 |
| Page70 | ——8.1. WAP服务市场发展概况 |
| Page72 | ——8.2. WAP网站运营类别分析 |
| Page73 | ——8.3. WAP市场用户规模分析 |
| Page74 | ——8.4. WAP市场收入规模分析 |
| Page75 | ——8.5. WAP用户使用与态度研究分析 |
| Page75 | ——8.5.1. 突出个性、好奇成为用户选择WAP上网的首要原因 |
| Page76 | ——8.5.2. 移动梦网为用户经常访问和最喜欢的WAP网站 |
| Page77 | ——8.5.3. 用户手机上网使用的服务以下载音乐作品，浏览新闻的比例较为突出 |
| Page78 | ——8.5.4. 免费资源多成为用户经常访问某WAP网站的主要原因 |
| Page79 | ——8.5.5. 每周访问WAP网站两三次的用户比例突出 |
| Page80 | ——8.5.6. 对WAP网站访问时长在20分钟以下的用户比例居多 |
| Page81 | ——8.5.7. 选择按流量计费WAP上网服务的用户超过了四成 |
| Page82 | ——8.5.8. 绝大多数用户表示未来一年会继续使用WAP服务 |
| Page83 | ——9. 彩信市场发展分析 |
| Page83 | ——9.1. 彩信服务市场发展概况 |
| Page84 | ——9.2. 彩信市场用户规模分析 |
| Page85 | ——9.3. 彩信市场收入规模分析 |
| Page86 | ——9.4. 用户MMS服务使用分析 |
| Page86 | ——9.4.1. 通过短信方式订阅的用户居多 |
| Page87 | ——9.4.2. 正在使用铃声订阅服务的用户比例突出 |
| Page88 | ——9.4.3. 选择按条服务的用户比例过五成 |
| Page89 | ——9.4.4. 有明显目的性的用户在彩信用户中居多 |

| | |
|---------|----------------------------------|
| Page90 | ——9.4.5. 价格过高和收费不透明是用户反应的主要问题 |
| Page91 | ——9.4.6. 继续使用彩信服务的用户不到五成 |
| Page92 | ——10. IVR无线语音增值服务市场分析 |
| Page92 | ——10.1. IVR服务市场发展概述 |
| Page93 | ——10.2. IVR市场用户规模分析 |
| Page94 | ——10.3. IVR市场收入规模分析 |
| Page95 | ——10.4. 用户IVR服务使用情况分析 |
| Page95 | ——10.4.1. 由于好奇使用IVR服务的用户比例近五成 |
| Page96 | ——10.4.2. 最常使用IVR服务聊天交友的用户比例突出 |
| Page97 | ——10.4.3. 使用IVR服务一星期两三次的用户比例突出 |
| Page98 | ——10.4.4. 有59.9%的用户认为IVR收费太高 |
| Page99 | ——10.4.5. 认为目前IVR服务费用过高的用户超过了50% |
| Page100 | ——10.4.6. 表示肯定会继续使用的用户比例为41% |
| Page101 | ——11. 移动增值服务产业发展总结与建议 |
| Page101 | ——11.1. 情感需求拉动市场增长 |
| Page102 | ——11.2. 构建移动增值业务产业生态系统 |
| Page103 | ——11.3. 构建无线增值业务产业生态环境的战略举措 |
| Page106 | ——法律声明： |
| 报告图目录 | |
| Page12 | ——图1-1 移动数据服务的演进 |
| Page14 | ——图1-2 移动增值服务分类 |
| Page16 | ——图1-3 移动增值服务产业链结构 |
| Page19 | ——图1-4 2004-2010年全球移动通讯用户规模及预测 |
| Page20 | ——图1-5 韩国移动运营商用户规模市场比例 |
| Page22 | ——图1-6 日本移动运营商用户规模市场份额比例 |
| Page24 | ——图2-1 2004-2006年中国移动用户规模及预测 |
| Page25 | ——图2-2 2004-2010年中国移动通信市场规模及预测 |
| Page26 | ——图2-3 2003-2010年中国移动增值用户规模 |
| Page27 | ——图2-4 2004-2010年中国移动增值服务市场规模及预测 |
| Page28 | ——图2-5 2003-2010年中国移动增值SP市场规模 |
| Page29 | ——图3-1 2006年移动增值业务类型市场份额分布 |
| Page30 | ——图3-2 网民使用过的手机增值服务 |

Page31——图3-3 移动增值细分业务市场发展潜力分析

Page35——图4-1 历年中国移动主营业务收入情况

Page36——图4-2 2006年中国移动新业务收入构成比例

Page38——图4-3 中国联通历年主营业务收入情况

Page41——图5-1 中国3G业务对移动增值产业发展的影响

Page45——图6-1 2006年中国移动增值市场核心SP企业市场份额

Page46——图6-2 2002-2006年TOM在线无线互联网服务收益

Page47——图6-3 2005/2006年TOM在线无线增值业务

Page48——图6-4 2004-2006年TOM在线各项业务收益比例

Page49——图6-5 2002-2006年空中网年度总营收情况

Page50——图6-6 2006年空中网增值业务营收结构比例分布

Page51——图6-7 2004-2006年各季度腾讯三大主营业务收入情况

Page52——图6-8 2004-2006年腾讯移动及电信增值业务收入情况

Page53——图6-9 2003-2006年新浪无线增值业务收入及增长率

Page54——图6-10 2005-2006年各季度新浪各类业务收入比例

Page55——图6-11 2000-2006年华友世纪营收总额

Page56——图6-12 2001-2006年华友世纪营收结构

Page58——图7-1 2004-2010年中国移动运营商短信发送量分析

Page59——图7-2 2004-2010年中国短信用户规模及预测

Page60——图7-3 2004-2010年中国短信市场规模及预测

Page61——图7-4 用户目前使用的短信订阅服务方式

Page62——图7-5 用户短信各服务使用情况

Page63——图7-6 用户对信息类短信服务的使用情况

Page64——图7-7 用户对通讯类各短信服务的使用情况

Page65——图7-8 用户对娱乐类短信服务的使用分布

Page66——图7-9 用户对商务类各短信服务的使用分布情况

Page67——图7-10 用户选择短信服务公司时考虑的因素

Page68——图7-11 用户对短信服务的支付方式选择

Page69——图7-12 用户用于短信订阅/点播服务的月均花费

Page70——图7-13 用户点播/订阅短信服务的主要目的

Page71——图7-14 用户在使用短信服务时遇到的不合理现象

Page75——图8-1 2004-2010年中国WAP用户规模及预测

| | |
|---------|------------------------------|
| Page76 | 图8-2 2004-2010年中国WAP市场规模及预测 |
| Page77 | 图8-3 用户选择手机WAP上网的动因 |
| Page78 | 图8-4 用户对WAP网站的访问情况 |
| Page79 | 图8-5 用户手机WAP上网使用的服务 |
| Page80 | 图8-6 用户经常访问某WAP网站的原因 |
| Page81 | 图8-7 用户经常访问WAP网站的频次 |
| Page82 | 图8-8 用户访问WAP网站的时长 |
| Page83 | 图8-9 用户对WAP上网服务的付费方式选择 |
| Page84 | 图8-10 用户未来一年WAP服务使用预期 |
| Page86 | 图9-1 2004-2010年中国MMS用户规模及预测 |
| Page87 | 图9-2 2004-2010年中国MMS市场规模及预测 |
| Page88 | 图9-3 用户所知的彩信订阅方式 |
| Page89 | 图9-4 用户对彩信服务的使用情况 |
| Page90 | 图9-5 用户彩信服务付费的支付方式选择 |
| Page91 | 图9-6 用户使用彩信服务的主要目的 |
| Page92 | 图9-7 用户认为目前彩信服务不合理的方面 |
| Page93 | 图9-8 用户未来一年彩信服务使用预期 |
| Page95 | 图10-1 2004-2010年中国IVR用户规模及预测 |
| Page96 | 图10-2 2004-2010年中国IVR市场规模及预测 |
| Page97 | 图10-3 用户使用IVR服务的动因 |
| Page98 | 图10-4 用户主要使用的IVR服务 |
| Page99 | 图10-5 用户使用IVR服务的频次 |
| Page100 | 图10-6 用户对目前IVR收费的态度 |
| Page101 | 图10-7 用户觉得目前IVR服务存在的问题 |
| Page102 | 图10-8 用户对未来是否继续使用IVR服务预期 |
| Page103 | 图11-1 3G应用后手机用户最期待的服务 |
| Page105 | 图11-2 运营商管理的协作型产业生态系统 |
| Page106 | 图11-3 运营商构建移动增值业务产业生态环境的战略举措 |
| 报告表目录 | |
| Page57 | 表7-1 短信在行业应用中的主要功能 |
| Page75 | 表8-1 WAP网站类型分析 |
| Page85 | 表9-1 彩信业务细分类型分析 |

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/69795.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。