

2016-2022年中国移动增值 服务市场监测及发展策略研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2016-2022年中国移动增值服务市场监测及发展策略研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/201607/137435.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

移动增值业务市场是指利用电信通信网络、移动互联网网络等方式连接消费者和生活服务行业，满足消费者在日常生活领域中的娱乐、信息获取、交易的需求的服务业务市场。

移动增值业务市场的发展根基为中国手机用户数、3G/4G 手机用户数及移动互联网用户发展规模。近年来，中国手机用户数保持稳定增长，3G 用户数量在达到峰值40%渗透率后略有下降至35%，主要系运营商推出4G 网络，将部分3G 用户转化为4G 用户。在手机用户用数保持规模的前提下，移动增值业务有着良好的市场空间。同时，通信技术的革新，从2G 到4G 网络的逐步升级，也使移动增值业务可以和移动互联网相结合，更加贴近用户需求。

报告目录：

第一章 移动及电信增值服务相关概述

第一节 电信增值服务的界定

第二节 增值业务分类

移动增值业务市场可以按照服务的内容类型的不同，广义可分为信息服务、娱乐服务和电子商务三类。

信息服务类：指通过新闻客户端、手机报、网络广播、网络电视、电子杂志、生活信息网站等渠道提供的天气、出行、优惠、便民、娱乐等生活相关的信息资讯等；

娱乐服务类：是满足消费者对文字、音乐、视频、游戏及社交、创造等方面的阅读、欣赏和消遣需要；

电子商务类：是提供日常衣食住行用中涉及到的与消费相关的服务，包括预订类、支付类、团购类、优惠券类。

一、以增值网（VAN）方式出现的业务

二、以增值业务方式出现的业务

第三节 目前我国电信网上开放的主要增值业务阐述

一、电子信箱

二、可视图文

三、电子数据互换（EDI）

四、传真存储转发

五、在线数据库检索

六、国际互联网（Internet），也称网间网

第四节 移动增值服务产业链分析

一、移动增值服务产业链图

二、移动增值业务产业链分析

第二章 2013-2015年全球电信增值业务市场运行状况分析

第一节 2013-2015年全球电信市场运行综述

- 一、全球通信市场进入调整期
- 二、通信服务市场结构性的变化
- 三、通信市场主导已经变成了消费者

第二节 2013-2015年全球电信增值业务运行分析

- 一、全球增值业务经营环境
 - 1、新技术的发展使网络提供增值业务的能力不断提高
 - 2、网络运营商的竞争给增值业务运营商提供了选择的机会
- 二、移动增值业务市场会呈现以下几个特点
 - 1、SMS在信息服务方面依然占据最重要的位置
 - 2、基于WAP的移动上网业务迎来高峰
 - 3、语音增值业务令人期待
- 三、宽带业务为主导的固定增值业务分析
- 四、增值业务逐渐受到更多关注

第三节 2013-2015年主要发达国家的电信增值业务市场现状

- 一、美国
- 二、欧洲
- 三、日韩

第四节 未来全球移动通信市场规模及趋势预测分析

第三章 2013-2015年中国电信增值业务运行环境分析

第一节 2013-2015年中国经济环境分析

- 一、国民经济运行情况GDP
- 二、消费价格指数CPI、PPI
- 三、全国居民收入情况
- 四、恩格尔系数
- 五、工业发展形势
- 六、固定资产投资情况
- 七、社会消费品零售总额

八、对外贸易&进出口

九、城镇人员从业状况

十、2013-2015年中国经济面临的主要问题及增长指标预测

第二节2013-2015年监管政策对移动增值业务的影响

一、监管为民鼓励竞争成出发点

二、号码携带基本准备就绪

三、SP治理将越来越严格

四、市场定价机制初步形成

五、网络融合将被积极推动

六、VoIP业务短期难以放开

七、借实名制规范市场

八、信产部呼吁开发新业务

九、SP企业加速转型

第四章 2013-2015年中国电信增值业务市场运行动态分析

第一节 2013-2015年中国电信增值业务最新资讯透析

一、大唐高鸿挺进电信增值业务高地

二、东信亚洲VAS展重磅推出融合型多媒体电信增值业务平台

三、IT增值新业务销售引争议

第二节2013-2015年中国移动增值业务市场运行总况

一、移动增值业务收入增长迅速

二、区域发展的不平衡性

三、市场竞争参与者继续多元化

第三节2013-2015年中国移动增值业务特征分析

一、短信、彩铃业务仍占据绝对优势

二、移动业务的个性化特征日益凸显

三、社区化服务成为加强用户粘性的有力手段

第四节2013-2015年中国移动增值行业市场动态分析

一、中国将重点发展移动增值及宽带三大增长业务

二、移动增值业务市场及增长情况

三、2013-2015年中国移动增值热点事件盘点

第五节 2013-2015年中国移动增值市场存在的问题探讨

- 一、目前电信增值业务发展存在四大问题
- 二、增值电信业务知识产权问题研讨会
- 三、短信、IVR等电信增值业务中，广告发布权的问题研究

第五章 2013-2015年中国移动增值业务细分市场运行分析

第一节 短信息（SMS）

第二节 彩铃

第三节 彩信

第四节 WAP

第五节 手机电视

第六节 手机邮箱

第六章 2013-2015年中国主要SP移动增值业务发展分析

第一节 2013-2015年SP增值业务发展总体分析

- 一、SP市场规模现状
- 二、SP发展分析
- 三、4G为SP发展带来新机遇
- 四、SP发展趋势预测

第二节 华友世纪移动增值业务分析

- 一、华友世纪移动增值业务业绩分析
- 二、华友世纪业务结构分析
- 三、华友世纪移动增值业务发展分析
- 四、华友世纪移动增值业务分析

第三节 掌上灵通移动增值业务分析

- 一、掌上灵通移动增值业务业绩分析
- 二、掌上灵通业务结构分析
- 三、掌上灵通移动增值业务发展分析

第四节 TOM移动增值业务分析

- 一、TOM移动增值业务业绩分析
- 二、TOM业务结构分析
- 三、业务结构转型
- 四、TOM移动增值业务发展分析

第五节 新浪移动增值业务分析

一、新浪移动增值业务业绩分析

二、新浪移动增值业务发展分析

第六节 搜狐移动增值业务分析

一、搜狐移动增值业务业绩分析

二、搜狐移动增值业务发展分析

第七节 腾讯移动增值业务分析

一、腾讯移动增值业务业绩分析

二、腾讯移动增值业务发展分析

第八节 北纬通信

一、北纬通信的移动增值业绩分析

二、北纬通信的移动增值业务发展分析

第七章 2013-2015年中国空中网移动增值业务分析

第一节 空中网移动增值业务业绩分析

一、近三年空中网业绩同比分析

二、空中网移动增值业务运营动态

第二节 空中网业务结构分析

第三节 空中网移动增值业务发展分析

一、空中网移动增值业务发展经历

二、空中网移动增值业务发展布局

第八章 2013-2015年中国移动增值业务行业成熟业务发展分析

第一节 2013-2015年中国SMS业务发展分析

一、国内取消手机短信国内网间差别定价

二、短信互译市场前景看好

三、业务发展预测

第二节 2013-2015年中国MMS业务发展分析

一、中国MMS发展方兴未艾

二、MMS业务发展预测

三、中国MMS发展建议

第三节 2013-2015年中国WAP业务发展分析

一、2013-2015年国内WAP用户将达2亿

二、免费WAP之创新市场的需求

三、业务发展预测

第四节 2013-2015年CRBT业务发展分析

一、彩铃成为手机娱乐业务最大营收来源

二、行业发展策略与建议

第五节 2013-2015年IVR业务发展分析

一、移动IVR未来的营销模式

二、移动IVR目前存在的问题

三、移动IVR的未来发展趋势

第九章 2013-2015年中国移动增值业务行业热点业务分析

第一节 移动音乐

一、移动音乐业务现状分析

无线音乐业务是用户利用手机等通信终端，以SMS、MMS、WAP、IVR等接入方式获无线音乐，具体包括现有的彩铃、振铃、在线收听、歌曲下载等业务。

二、三大手机巨头争夺移动音乐市场大蛋糕

三、4G移动音乐业务发展分析

四、移动音乐业务发展预测

第二节 2013-2015年中国短信搜索与WAP搜索分析

一、业务发展回顾

三、移动搜索产业链渐成形规模达230亿元

二、用户对休闲娱乐类信息搜索需求大，音乐搜索最受欢迎

四、搜索业务发展预测

第三节 2013-2015年中国移动即时通信分析

一、业务发展回顾

二、企业即时通信发展三大特点

三、中国移动即时通信市场规模分析

四、移动及时通信业务发展问题及建议

第四节 2013-2015年手机游戏分析

一、业务现状分析

二、国内手机游戏市场现状分析

三、中国在线手机游戏市场前景光明

四、业务发展预测

第五节 移动流媒体

一、业务现状分析

二、移动流媒体的业务模式

三、业务发展预测

第十章 2013-2015年中国移动运营商增值业务运行动态分析

第一节 2013-2015年移动运营商增值业务发展总体分析

一、移动运营商增值业务市场规模分析

二、中国移动增值业务发展策略

第二节 2013-2015年中国移动增值业务发展分析

一、业绩分析

二、业务发展分析

三、发展策略的调整分析

四、业务发展动向

第三节 2013-2015年中国联通增值业务发展分析

一、业绩分析

二、业务发展分析

三、发展策略分析

四、业务发展动向

第十一章 2013-2015年中国电信增值业务市场竞争格局新格局透析

第一节 2013-2015年中国电信增值业务竞争总况

一、中国增值电信业务进入国际竞争时代

二、电信重组进入4G时代增值业务优质资源将成竞争重点

三、引入竞争中国增值电信业务已向外资全部开放

第二节 2013-2015年中国电信运营商的市场竞争分析

一、固网运营商

二、移动运营商

第三节 2013-2015年中国电信增值服务商的竞争分析

一、三大电信服务商竞争竞争力透析

二、竞争加剧中国电信将向综合信息服务提供商转型

第四节 2016-2022年中国电信增值业务市场竞争趋势探析

第十二章 2016-2022年中国移动增值业务前景展望与趋势预测

第一节 2016-2022年中国移动增值业务行业发展趋势分析

- 一、已商用业务不断演进
- 二、手机音乐、手机电视、手机游戏将成为新的增长亮点
- 三、移动搜索成为新兴业务
- 四、运营商将加大集团业务和行业应用产品投入
- 五、业务接入、管理平台从垂直化向水平化发展
- 六、市场主体向产业链上下游方向延伸

第二节 2016-2022年中国电信增值服务商的发展趋势

- 一、电信增值服务商新机会和威胁
- 二、与相关产业链主体的合作模式
- 三、运营商在终端定制中将发挥更加重要的作用

第三节 2016-2022年中国移动增值业务行业发展预测分析

- 一、2016-2022年中国移动增用户分析
- 二、2016-2022年中国移动增值业务用户分析
- 二、2016-2022年中国移动增值业务市场规模分析

第四节 2016-2022年中国电信增值业务发民战略分析

- 一、对电信运营商的建议
 - 1、整合外部资源加速向新兴电信增值业务市场推进
 - 2、重整体产业链与合作伙伴实现共同成长利益共享
 - 3、关注用户体验以创新4G业务推进用户市场增长
- 二、对增值服务商的建议
 - 1、把握分工优势向着CP拓展
 - 2、做大做强增值业务增强竞争实力
 - 3、把握市场方向提升专业化水平

第十三章 2016-2022年中国移动增值业务投资战略分析

第一节 2013-2015年中国移动增值业务投资概况

- 一、移动增值业务投资特性分析

二、移动增值业务投资价值分析

三、移动增值业务投资政策解读

四、外商投资电信出新规获准经营基础及增值电信业务

第二节 2016-2022年中国移动增值业务投资机会分析

一、增值业务成电信投资亮点长期发展空间大

二、移动增值业务投资吸引力分析

第三节 2016-2022年中国电信增值业务市场发展的影响因素分析

一、市场监管政策的强化

二、4G业务推出的影响

三、用户市场需求的满足

四、产业链主体关系变化

第四节 专家投资战略指导

图表目录：

图表：2005-2015年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2015年中国月度CPI、PPI指数走势图

图表：2005-2015年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2005-2015年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：1978-2014中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2010.12-2014.12年我国工业增加值增速统计

图表：2005-2015年我国全社会固定资产投资额走势图（2015年不含农户）

图表：2005-2015年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2005-2015年我国货物进出口总额走势图

图表：2005-2015年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表：2006-2015年我国人口及其自然增长率变化情况

图表：各年龄段人口比重变化情况

图表：移动增值业务的发展分类

图表：移动增值服务产业链图

图表：2005-2015年基础电信企业的增值业务收入

图表：中国移动通信增值业务市场规模

图表：全国SP分布情况图

图表：中国移动通信增值业务细分产品市场收入分布

图表：2006-2015年中国移动的营业收入统计表

图表：2006-2015年中国移动的运营利润统计表

图表：2005-2015年中国移动的增值业务收入统计表

图表：中国移动，中国联通增值业务收入增速及占收入比重

图表：中国移动新业务收入结构

图表：中国联通主要财务指标分析

图表：中国联通主要财务指标分析

图表：中国联通主要财务指标分析

图表：中国联通主营业务分行业、产品情况表

图表：中国联通主营业务分行业、产品情况表

图表：中国移动，中国联通增值业务收入增速及占收入比重

图表：中国移动，中国联通每月新增用户对比

图表：2015年中国联通新业务收入结构

图表：2004-2015年行动用户统计与预测

图表：2004-2015年固网用户统计与预测

图表：2003-2015年中国国内四大移动通信运营商营收对比

图表：移动用户规模统计分析

图表：全国增值业务经营者数量

图表：各类增值电信业务经营者数量比例

图表：中国增值电信业务经营者增减情况

图表：2003-2015年中国移动增值业务市场规模现状与预测

图表：2003-2015年中国移动增值SP市场规模

图表：中国移动增值典型企业市场份额

图表：移动增值业务经营企业总体盈亏状况

图表：跨地区移动增值运营企业业务收入前十强

图表：宽带业务市场的份额

图表：各种宽带业务对整个宽带增值业务收入的贡献

图表：国外各种主要的电信增值市场发展模式特点

图表：2013-2015年中国电信增值业务细分产品市场收入分布情况

图表：短信业务在行业应用中的主要功能

图表：多彩回铃音业务在4大电信运营商的不同称谓

图表：彩信业务的主要功能分类

图表：中国WAP业务市场收入情况

图表：中国联通的UNI品牌所包括的6大业务功能群

图表：中国主要增值服务业务及增值服务商数量

图表：全球通信市场总体规模变化情况

图表：中国电信增值业务市场规模及占比变化情况

图表：中国移动数据业务应用的产业链关系图

图表：略……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201607/137435.html>